

# 인터넷 서점의 이용의도에 영향을 미치는 요인

서창교\* · 정현정\*\*

## 〈 목 차 〉

- |                       |                        |
|-----------------------|------------------------|
| I. 서론                 | IV. 자료분석 및 가설검증        |
| II. 이론적 배경 및 선행연구     | 4.1 자료 분석 방법           |
| 2.1 인터넷 서점에 대한 이론적 배경 | 4.2 측정항목의 신뢰성 및 타당성 분석 |
| 2.2 정보기술 수용에 관한 주요 연구 | 4.3 구조모형에 대한 검증        |
| 2.3 사용자 특성에 관한 선행연구   | V. 결론                  |
| III. 연구모형 및 가설설정      | 5.1 연구 결과와 시사점         |
| 3.1 연구모형의 설정          | 5.2 연구의 한계점 및 향후 연구과제  |
| 3.2 연구가설의 설정          | 참고문헌                   |
| 3.3 연구 변수의 조작적 정의     | Abstract               |

## I. 서론

인터넷 이용의 급속한 확산에 힘입어 실제 거래공간이 아닌 인터넷을 기반으로 하는 가상공간의 쇼핑몰을 통해 물건을 사고파는 전자상거래가 새롭게 부각되어 빠른 속도로 활성화되고 있다. 이러한 전체 전자상거래 시장의 성장은 곧 온라인 서점시장의 성장과도 직결되었다. 인터넷 전자상거래 구매 경험자를 대상으로 한 조사에 따르면 인터넷 쇼핑의 34.1%를 서적이 차지했다(한국인터넷진흥원, 2006). 전자상거래 시장에서 서적이 차지하는 비율은 앞으로

의 시장성 측면에서도 온라인 서점이 유망함을 입증해 주는 것이라 할 수 있다.

인터넷 이용자가 늘어나면서 인터넷 이용자는 초기 시장에 비해서 다양한 계층으로 확산되었다. 랭킹닷컴이 조사한 2006년 6월 조사결과를 보면, 도서 쇼핑몰 카테고리의 성별 방문 비율은 각각 남성이 58.9%, 여성 41.1%로 남성 이용자가 더 많은 비율을 보이고 있으나 인터넷 전반의 활용도가 남성이 높다는 것을 고려해 볼 때 다른 분야에 비해 여성 방문자가 비교적 활발하게 이용하는 것으로 나타나고 있다. 연령별 방문 비율을 살펴보면 30대 44.2%, 20

\* 경북대학교 경영학부 교수, ck@knu.ac.kr

\*\* (주) 위니텍, live8318@winitech.com

대 33.1%, 40대 14.1%, 10대 5.8%, 50대 2.9%의 순으로 인터넷 서점의 방문 비율이 30대가 제일 높고, 그 다음으로 20대가 방문 비율이 높은 것을 알 수 있다. 또한 김우진(2000)의 연구에서는 인터넷 서점 이용자의 주요 도서구매 분류를 보면 경제서, 컴퓨터, 인문서, 대학교재 순으로 많음을 보여주고 있다.

인터넷 쇼핑의 상품들이 표준화되어 있지 않으면, 인터넷 쇼핑의 이용의도에 영향을 미치는 요인이 인터넷 쇼핑이라는 특성 이외의 다른 요인에 영향을 받을 수 있으므로 이들 영향을 최소화 하는 노력들이 필요하다. 김우진(2000)은 선호하는 서적과 성별과는 상호 관계가 있으며, 도서구매자의 구매특성에 따라 도서 구매시 도서의 고려속성과 출판매체 수용자의 독서 동기가 서로 상이한 점을 지적하고 있다. 인터넷 쇼핑물과 관련된 선행연구(박순창 등, 2000; 서창교와 성석주, 2004; Ahn 등, 2004; Chen 등, 2002; O'Cass and Fenech, 2003)들은 상품들의 동질성이 확보되지 않아서 상품의 특성들이 연구결과에 영향을 미칠 수 있으며, 인터넷 서점과 관련된 선행연구(김미영, 1999; 김우진, 2000; 김희천과 김희천, 2001; 오정은 등, 2002; 유일 등, 2005; 이미경 등, 2001)들도 도서구매자의 성별, 구매특성, 독서 동기 등과 같은 개인적 차이들이 연구결과에 영향을 미칠 수 있다. 따라서 구매자의 개인적 특성을 통제하기 위하여 본 연구에서는 제품의 품질이 표준화되어 직접 보지 않아도 품질과 내용을 확인할 수 있는 특성을 가진 서적 중에서, 특히 반드시 구매하여야 하는 제품인 교재로 한정하여 오프라인 서점이 아닌 인터넷 서점을 이용하고자 하는 의도에 미치는 요인을 알아보려고 하였다. 교재

(教材)란 사전적 의미로 “학문이나 기예 따위를 가르치거나 배우는 데 필요한 여러 가지 재료”로 정의할 수 있으며, 본 연구에서는 대학교재 뿐만 아니라 “특정 강의를 목적으로 지정된 책”을 교재라 정의하였다.

본 연구에서는 기술수용모형(TAM)과 합리적 행동이론(TRA)을 사용하여 인터넷 서점의 이용의도에 영향을 미치는 변수들을 정보시스템적 관점에서 문헌연구와 실증연구를 병행하여 분석하였다. 연구를 위해서 먼저, 인터넷 쇼핑물 및 인터넷 서점과 관련된 선행연구를 중심으로 교재를 구매하는 사용자들의 인터넷 서점 이용의도에 영향을 미치는 요인들을 정리하였다. 온라인 소비자를 인터넷 서점이라는 정보시스템의 사용자로 파악하여, 사용자의 정보기술수용을 설명, 예측하는 데 널리 사용되며 검증되어 온 기술수용모형(TAM)을 바탕으로, 인터넷 서점의 시스템 특성, 서비스 특성, 사용자 특성이 지각된 사용용이성, 지각된 유용성에 어떠한 영향을 미치는지 분석하고, 합리적 행동이론(TRA)의 주관적 규범을 연구모형에 추가하였다.

연구의 구성은 II장에서는 이론적 배경부분으로 선행연구를 정리하였으며, III장에서는 연구모형과 이에 따른 가설 설정, IV장에서는 실증분석을 통해 가설을 검증하고, 결과를 기술하였다. 마지막으로 V장에서는 연구의 내용을 요약하고 연구결과와 시사점과 향후 연구 과제를 제시하였다.

## II. 이론적 배경 및 선행연구

### 2.1 인터넷 서점에 대한 이론적 배경

인터넷 서점은 인터넷이라는 가상공간에서 도서판매 및 정보 서비스를 제공하고 고객과의 쌍방향 커뮤니케이션이 구현되는 인터넷 상의 서점을 의미한다. 인터넷 서점은 미국 아마존(Amazon.com)의 성공 이후 오프라인 서점을 위협하며 도서판매의 주요 유통경로로 자리 잡았다.

인터넷 서점에서 취급하는 제품인 출판물은 동일한 상품 내에서 품질의 차이가 없으며, 출판물 내용에 의한 지식의 획득이 목적이므로 배송 중 제품의 파손으로 인한 A/S의 필요성이 낮고, 장기 보존이 가능하며, 단가도 싸서 거래 위험이 적으므로 온라인에서 가장 많이 거래되는 제품 중의 하나이다. 이러한 출판물의 특성에 근거하여 김미영(1999)은 가상 서점의 전반적 개념과 현황을 정리하고, 가상 서점의 경쟁력 요인 중에서 가격과 정보의 중요성을 제시하면서, 서지정보 제공의 충실성과 검색 인터페이스의 편의성 측면에서 부족함을 지적하였다. 김우진(2000)은 국내의 인터넷 서점을 대상으로 인터넷 서점 이용자들의 구매 행동을 고찰하고, 온라인 도서 소비자의 서점 선택 요인으로 보안, 서점인지도, 도서량과 추천정보, 가격, 고객서비스, 신속한 배달, 연결속도 등을 도출하였다. 한편, 김희천과 김희천(2001)의 연구에서 보면, 인터넷 서점시장에서 성공하기 위해서는 유통채널, 데이터베이스, 그리고 배송시스템이 요구되었다. 모든 온라인 서점은 데이터베이스를 구축하고 있으나 도서명, 저자명, 출판사

명, 분야별 책 찾기 등의 검색서비스가 잘 지원되는 데이터베이스가 큰 온라인 서점을 고객들은 선호하는 경향이 있었다.

이미경 등(2001)은 국내 온라인 도서 소비자의 방문 및 구매 선호에 미치는 영향을 연구하였다. 연구결과 정보제공과 개인화 추천 서비스는 방문 선호에 영향을 미치고, 방문선호, 정보제공과 가격할인은 구매 선호에 유의한 영향을 주었다. 그리고 소비자의 사용 경험이 쌓여감에 따라 온라인 서점의 경쟁우위는 가격보다는 정보의 중요성 쪽으로 옮겨가고 있음을 보고하였다. James and Louis(2001)는 인터넷을 통한 제품의 구매의도를 조사하였다. 특히 가격에 초점을 맞추기 위해, 제품을 교재로 한정하여 제품에 대한 변수들(제품의 품질, 브랜드, 포장 등)의 영향을 감소시켰다. 인터넷 서점에서 대학교재를 구입할 때 유의한 영향을 미치는 요인으로는 가격, 배송비용, 반환정책, 현금 재구매 정책(buyback policy), 구내서점의 교재에 대한 재고상태가 있었다. 오정은 등(2002)은 가격민감도(가격탐색, 가격중요성)가 선호서점의 유형 선택에 미치는 영향을 연구하였다. 가격탐색에 있어서 지각된 이익과 가격비교 사이트 이용이 정(+의 방향으로, 소득과 인터넷 쇼핑몰의 콘텐츠가 부(-)의 방향으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났고, 가격중요성에 있어서는 쇼핑몰의 인지도와 배달 서비스는 정(+의 방향으로, 소득과 광고 수가 부(-)의 방향으로 유의적인 영향을 미치는 것으로 검증되었다.

Brooke and Dietram(2002)은 학생들이 인터넷 서점에서 교재를 구입하게 하는 요인이 무엇인가에 대한 연구를 하였다. 인터넷 서점에서 교재를 구입할 때 영향을 주는 요인으로 다른

제품 등 과거의 긍정적인 온라인 구매경험, 사회적 영향(동료의 지지와 교수의 지지), 오프라인보다 온라인에서 교재를 구입했을 때의 만족감 등이 긍정적인 영향을 미친다고 결론내렸다. 유일 등(2005)은 웹사이트 사용성 요인이 인터넷 서점의 고객 재방문의도에 미치는 영향을 연구하였다. 연구결과 지각된 사용용이성에 직접적인 영향을 미치는 요인으로는 디자인을 제외한 콘텐츠, 네비게이션, 상호작용성은 모두 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 그리고 지각된 사용용이성이 지각된 유용성과 재방문의도에 영향을 미치고, 지각된 유용성이 재방문의도에 유의한 영향을 미치는 것으로 발견되었다. Karlsson 등(2005)의 연구에서는 온라인 환경에서 고객이 의사결정을 할 때 가격이 미치는 영향에 대해서 대학교재를 중심으로 조사하였다. 연구결과로 가격은 온라인 환경에서 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 배달시간, 헌책 재구매 정책, 반환정책, 배달장소 또한 영향을 주는 것으로 분석되었다.

## 2.2 정보기술 수용에 관한 주요 연구

정보기술을 효과적으로 이용하고 수용하는 방법을 찾는 것은 매우 중요한 일이다. 이런 이유로 여러 학자들이 정보기술이용자가 어떤 이유로 정보기술을 이용하고, 수용하는지에 관해 연구를 하여 왔다. 본 연구는 인터넷 서점 이용이 결국은 정보기술이용과 관련되어 있으므로 인터넷 서점 이용자를 정보기술 이용자라는 관점에서 인터넷 서점 이용을 측정하고 분석하였다.

정보기술에서 이용의도란 소비자의 예기된

혹은 계획화된 미래의 행동을 의미하는 것으로 신념과 태도가 행위로 옮겨지고자 하는 정도라고 할 수 있다. 태도는 행위를 예측하며 설명할 수 있는 개념으로서 행동에 대한 태도적 영향을 모델링한 방법으로 Ajzen and Fishbein(1980)의 합리적 행동이론(Theory of Reasoned Action: TRA)을 들 수 있다. 합리적 행동이론(TRA)에 의하면 개인의 특정 행위 수행여부는 행위의도에 의해 결정되고, 행위의도는 개인의 해당 행위에 대한 태도와 해당 행위와 관련된 주관적 규범에 의해 결정되며, 태도와 주관적 규범은 신념이나 다른 외부요인에 의해서 결정된다. 외부변수에서 태도 혹은 주관적 규범을 거쳐 의도와 행동으로 연결된다는 주 흐름은 정보기술의 사용자 수용 과정을 통합시킬 수 있는 일반적인 준거를 제공하여 합리적 행동이론(TRA) 모형은 이후 Davis(1989)를 비롯한 여러 경영정보시스템 연구자들의 연구에 이론적 기초를 제공하고 있다. Venkatesh and Davis(2000)의 기술수용모형(Technology Accetpatnce Model: TAM)은 기술을 이용하려는 개인의 행위의도를 결정하는 두 가지 행위신념 즉, 지각된 사용용이성(perceived ease of use)과 지각된 유용성(perceived usefulness)을 제시하고 있다. 지각된 유용성은 다른 조건이 동일하다면 기술이 이용하기 쉬울수록 더욱 유용하게 지각할 것이므로 지각된 사용용이성에 의해 영향을 받는다. 이용의도에 대한 지각된 사용용이성의 직접효과는 학습과 행위의 초기 단계에서 강하게 나타나지만, 시간이 흐르고 경험이 쌓임에 따라 이 효과는 지각된 유용성을 통하여 간접적으로 작용을 한다. 따라서 이 두 가지 지각 요인이 사용자의 태도에 영향을 주고 이러한 태도는 기술을 사

용하려는 의도를 결정하고 실제 사용에 영향을 미친다.

Lin and Lu(2000)는 기술수용모형의 외부변수로 정보시스템 품질의 관점에서 웹 사이트가 제공하는 정보의 질, 반응시간, 시스템 접근성을 선정하여 이들 웹 사이트의 특징이 사용자의 웹 사이트의 수용에 영향을 미치는지를 연구하였다. 저자들은 이 연구를 통해 웹 페이지 제공자는 유용한 정보를 시기적절하게 제공해야 할 뿐만 아니라, 불필요한 그래픽을 제외시켜 로딩시간이 늦어지지 않도록 설계해야 한다고 주장하였다. Chen 등(2002)은 기술수용모형(TAM)과 혁신확산이론의 적합성에 기반 하여 가상 상점의 고객수용을 연구하였다. 적합성은 존재하는 가치, 믿음, 이전에 도입된 아이디어, 그리고 잠재적 채택자의 필요와 함께 혁신의 적합성을 평가한다. 연구결과 지각된 유용성이 가상 상점의 이용의도에는 직접적인 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 그러나 지각된 사용용이성처럼, 적합성은 지각된 유용성에 미치는 영향력이 유의하다고 보고하고 있다. O’Cass and Fenech(2003)는 소비자의 특성이 웹 소매상 채택에 중요한 요인으로 작용할 것이라고 주장하며, 그러한 특성 요인으로 사용자의 성격, 이전경험, 쇼핑 지향성을 제시하였다. Ahn 등(2004)은 기술수용모형(TAM)을 이용하여 온라인 특성(시스템의 질, 정보의 질, 서비스의 질)과 오프라인 특성(제품의 질, 배달서비스)을 외부변수로 인터넷 쇼핑물의 온라인 특성과 오프라인 특성이 사용자의 이용의도에 영향을 미치는지 연구하였다. 온라인 특성은 지각된 사용용이성과 지각된 유용성에 긍정적인 영향을 보여주었고, 오프라인 특성은 지각된 유용성에 긍

정적인 영향이 나타났다.

기술수용모형(TAM)을 수정한 연구들을 전체적으로 살펴보면, 기술수용모형(TAM)의 핵심인 유용성과 사용용이성, 그리고 종속변수인 이용의도는 그대로 포함하였으나, 외생변수들을 구체적으로 추가하거나 혹은 태도 이외의 매개변수인 주관적 규범과 지각된 행동통제를 추가하여 모형을 확장하고 있음을 알 수 있다.

### 2.3 사용자 특성에 관한 선행연구

개인이 컴퓨터를 이용하여 과업을 수행하는 경우 업무 특성을 적절히 통제하면 개인의 컴퓨터 이용에 영향을 미치는 가장 강력한 요인은 개인 차이 변수들이라고 할 수 있다.

Agarwal and Prasad(1998)에 의해 정의된 정보기술 분야의 개인 혁신성(personal innovativeness)은 비교적 상황에 따라 변하지 않는 특성 지향적인(trait-oriented) 추상화된 개념으로, 개인의 혁신성이 새로운 정보기술에 대한 개인의 지각이나 신념에 대한 선행변수와 결과변수를 매개하는 역할을 할 것이라 주장되었다. 그러나 새로운 IT 이용의도에 대한 적합성과 개인의 혁신성 사이의 상호작용 효과를 제외하고는 유의한 매개효과를 발견하지 못하였다. 이전 경험(prior experience)의 영향 또한 정보기술의 활용에 중요한 요인으로 발견되었는데, Bajaj and Nidumolu(1998)는 정보기술 수용 모형들이 과거 행위로부터 피드백 가능성을 무시해 왔다고 지적하며, 태도가 과거 행위(시스템 이용)에 의해 형성될 수 있다는 새로운 모델을 제시하고 검증하였다.

박순창 등(2000)은 인터넷 수용에 관한 연구

에서 인터넷 이용도에 영향을 미치는 요인으로 지각된 유용성과 지각된 사용용이성에 계획된 행동이론의 주관적 규범과 자기효험을 추가하고, 이러한 매개변수에 영향을 미치는 외부변수로는 개인관련요인(이용경험), 과업관련요인(과업모호성, 과업상호의존성), 조직관련요인(조직지원)을 선정하여 연구하였다. 연구결과 사용용이성과 유용성은 인터넷의 이용도에 정(+)의 영향을 미쳤지만, 주관적 규범은 부(-)의 영향을 미쳤고, 자기효험은 유의한 영향을 나타내지 않았다. 개인관련요인인 이용경험은 유용성, 사용용이성, 주관적 규범, 자기효험 모두에 강한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 서창교와 성석주(2004)는 개인적 요인만을 고려하여 인터넷 쇼핑물의 이용의도에 미치는 영향을 연

구하였다. 개인의 특성으로는 개인의 인터넷 이용경험, 개인의 인터넷 기술능력, 개인의 혁신성, 개인의 자기효능감을 기술수용모형(TAM)의 외부변수로 두고 인터넷 쇼핑물 이용의도를 조사하였다. 연구결과 사용자의 개인 특성변수 중 자기효능감과 개인의 인터넷 기술 능력은 유용성과 사용용이성에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났고 개인의 혁신성과 개인의 인터넷 기술 능력은 지각된 즐거움에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

앞의 선행연구를 바탕으로 인터넷 쇼핑물의 이용의도에 영향을 주는 요인을 정리하면 <표 1>과 같다.

<표 1> 인터넷 쇼핑물의 이용의도에 영향을 미치는 요인

연구자	시스템특성		개인특성		서비스특성		주관적 규범	응답 시간	응답	정보	개인 맞춤화	연구 대상	연구 모형
	검색 용이	보안	이전 경험	혁신	가격	배송						인터넷 서점	TAM
김미영(1999)	○	○								○		○	
김우진(2000)		○			○	○		○		○	○	○	
김희천과 김희천(2001)	○					○					○	○	
박순창 등(2000)			○				○						○
서창교와 성석주(2004)			○	○									○
오정은 등(2002)					○	○			○	○	○	○	
유일 등(2005)	○							○				○	
이미경 등(2001)			○		○						○	○	
Ahn 등(2004)	○	○				○		○	○	○			○
Brooke and Dietram(2002)			○				○					○	
Chen 등(2002)							○						○
James and Louis(2001)					○	○						○	
Karlsson 등(2005)					○	○						○	
Lin and Lu(2000)								○		○			○
O'Cass and Fenech(2003)		○	○										○

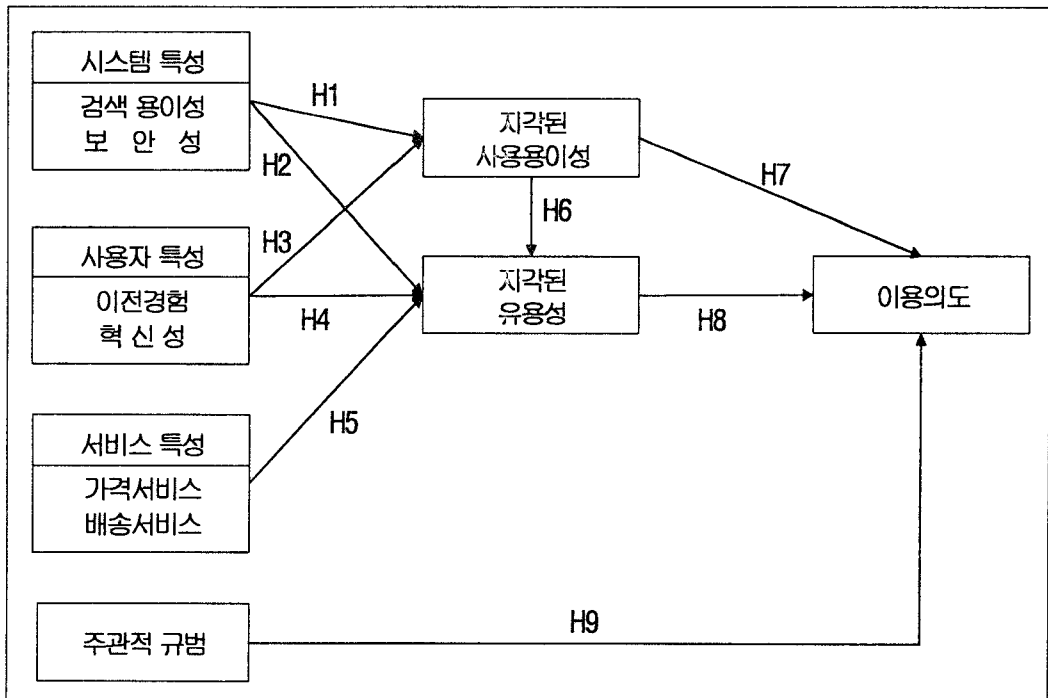
### Ⅲ. 연구모형 및 가설설정

#### 3.1 연구모형의 설정

본 연구의 연구대상인 인터넷 서점은 인터넷 상에서 도서를 검색, 주문, 지불, 구매하는 활동을 지원하는 정보시스템이라고 할 수 있다. 즉 인터넷 서점의 이용은 직접적으로 정보기술이 용과 관련되어 있으므로 인터넷 서점 이용자를 정보기술 이용자라는 관점에서 연구모형을 설정하였다. 본 연구에서는 정보기술수용에 대한 연구에 있어서 인터넷 서점의 이용의도에 미치는 변수를 설명하기 위하여 정보기술 및 정보시스템의 수용을 예측하고 설명하는데 유용하다고 검증된 기술수용모형(TAM)과 지각된 준거집단의 의견인 주관적 규범이 행동적 의도를

결정한다고 본 합리적 행동이론(TRA)을 연구의 기본적인 모형으로 채택하여 사회적 영향이 어떠한 영향을 미치는지 조사하고자 한다. 두 연구모형을 병행하여 시행함으로써 이용의도에 미치는 주요 변수에 대해 보다 다각적으로 접근할 수 있을 것이다.

Mathieson(1991)은 정보기술에 대한 호의적 태도가 정보기술 수용에 주요한 영향을 미치지 만 정보기술에 대한 호의적 태도를 가진 사용자가 반드시 정보기술을 사용하는 것은 아니라고 주장하였다. 본 연구에서는 모형의 간소화를 위해 기술수용모형(TAM)과 합리적 행동이론(TRA)의 근간이 되는 태도변수를 제외시켰으며, 태도가 제외된 모형은 연구자로 하여금 행동의도에 대한 지각된 사용용이성과 지각된 유용성에 대한 영향을 직접적으로 조사할 수 있



<그림 1> 연구모형

게 한다. Venkatesh and Davis(2000)와 Fu 등(2006)의 연구에서도 지각된 사용용이성과 사용의도와의 관계가 직접적으로 유의하다는 것을 보여주었다.

인터넷 쇼핑몰의 이용의도와 관련된 여러 가지 선행연구들을 검토하고 이용의도에 영향을 미치는 요인들을 분석한 결과, 네비게이션(검색 용이성), 보안성, 가격, 배송서비스, 이전경험, 개인의 혁신성, 사회적 영향(주관적 규범), 응답 시간, 응답성, 콘텐츠(정보의 질), 개인화 추천 서비스(개인 맞춤화) 등의 요인이 제시되었다 (<표 1> 참고). 본 연구에서는 교재라는 출판물의 범위를 제한함으로써 구입하고자 하는 교재가 이미 정해져 있으며 반드시 사야 하므로 도서에 대한 정보, 개인화 추천 등의 변수를 제외하고, 인터넷 서점에 관한 선행연구들을 바탕으로 나머지 변수들을 시스템 특성(검색 용이성, 보안성), 사용자 특성(이전경험, 혁신성), 서비스 특성(배송서비스, 가격)으로 분류하였다. 인터넷 서점의 이용의도를 설명하기 위한 본 연구의 모형은 <그림 1>과 같다

## 3.2 연구가설의 설정

### 3.2.1 인터넷 서점의 시스템 특성에 대한 가설 설정

시스템의 특성은 정보시스템 이용의 가장 기본적인 필수 항목이다. 정보시스템적 관점에서 사용자가 결과물을 효율적으로 얻도록 하는 것이 중요하므로 인터넷 서점도 출판물의 검색이나 구매활동이 용이하도록 하여야 한다. 김희천과 김희천(2001), 서창교 등(2003), 유일 등(2005), Ahn 등(2004)은 검색의 용이성이 웹 사

용에 영향을 미친다고 주장하였다. 윤철호와 김상훈(2004a, 2004b)의 연구에서는 전자상점의 성과 측정지표의 하나로 시스템의 질을 제시하였다. 그 중 시스템의 질에서는 사용용이성(검색 용이성), 보안성, 응답시간, 시스템 신뢰도를 평가 항목으로 설정하여 조사하였다.

본 연구에서는 시스템 특성 중 검색 용이성과 보안성이 인터넷 서점 이용에 대한 지각된 사용용이성과 지각된 유용성에 어떠한 영향을 미치는지 연구하기 위하여 아래의 가설을 설정하였다.

가설 1a. 인터넷 서점의 검색 용이성은 인터넷 서점 이용에 대한 지각된 사용용이성에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 1b. 인터넷 서점의 보안성은 인터넷 서점 이용에 대한 지각된 사용용이성에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 2a. 인터넷 서점의 검색 용이성은 인터넷 서점 이용에 대한 지각된 유용성에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 2b. 인터넷 서점의 보안성은 인터넷 서점 이용에 대한 지각된 유용성에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

### 3.2.2 사용자 특성에 대한 가설 설정

기술수용모형에 대한 선행연구에서 컴퓨터나 인터넷 사용 경험과 같은 이전의 유사한 경험은 사용자의 지각이나 사용도에 영향을 미친다는 연구들이 있어 왔다. Bajaj and Nidumolu(1998)는 이전의 사용경험이 지각된 사용용이성에 유의한 영향을 미치는 것으로 보고하였다. 박순창 등(2000)은 컴퓨터나 인터넷의 이용경험이 지각된 사용용이성, 지각된 유용성 모두에 영향을 미친다고 하였다.



정보기술 영역에서의 개인의 혁신성은 새로운 정보기술을 시험해 보려는 개인의 자발적 의지를 의미한다(Agarwal and Prasad, 1998). 정보기술에 대해 높은 수준의 혁신성을 가진 개인은 상대적인 이점, 사용용이성, 양립성 등에 대해 좀 더 긍정적인 지각을 형성할 것으로 기대되며, 새로운 정보기술과 정보시스템에 대해 더욱 높은 사용의도를 가진다. 따라서 본 연구에서는 다음과 같은 가설을 설정하였다.

가설 3a. 인터넷상에서 제품을 구매한 개인의 경험이 많을수록 지각된 사용용이성에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 3b. 개인의 혁신성이 높을수록 지각된 사용용이성에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 4a. 인터넷상에서 제품을 구매한 개인의 경험이 많을수록 지각된 유용성에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 4b. 개인의 혁신성이 높을수록 지각된 유용성에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

### 3.2.3 인터넷 서점의 서비스 특성에 대한 가설 설정

인터넷 서점의 서비스 품질에 관한 연구를 수행한 James and Louis(2001)와 Karlsson 등(2005)은 인터넷 서점의 성공요인 중의 하나로 물류서비스의 품질이 중요하다고 주장하였다. 김희천과 김희천(2001)의 연구에서도 인터넷 서점시장에서 성공하기 위해서는 우수한 배송 시스템이 요구된다고 보고하였다. 오정은 등(2002)과 이미경 등(2001)의 연구에서는 인터넷 상거래에서 소비자는 상품에 대한 정보와 가격

을 상대적으로 낮은 비용으로 검색하려고 하며 이는 고객들의 가격 민감성을 증가시킨다고 하였다. 따라서 본 연구에서는 다음과 같은 가설을 설정하였다.

가설 5a. 인터넷 서점의 배송서비스는 인터넷 서점 이용에 대한 지각된 유용성에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 5b. 인터넷 서점의 가격은 인터넷 서점 이용에 대한 지각된 유용성에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

### 3.2.4 지각된 사용용이성과 지각된 유용성에 대한 가설 설정

Davis(1989)는 지각된 유용성과 지각된 사용용이성을 핵심변수로 설정하여 기술수용모형(TAM)을 연구하였고, 이들 변수들은 인터넷 환경에서도 매우 설명력이 높은 변수로 증명되었다(구동모, 2003; 박순창 등, 2000; 서창교 등, 2003; 서창교와 성석주, 2004; Ahn 등, 2004; Chen 등, 2002; Lin and Lu, 2000; O'Cass and Fenech, 2003). 지각된 유용성과 지각된 사용용이성은 시스템을 사용하는 사용자들의 주관적인 신념으로 사용자들의 신념이 긍정적일수록 시스템의 사용의도도 긍정적일 것이다. 본 연구에서도 선행연구와 같이 인터넷 서점에 대한 지각된 사용용이성이 지각된 유용성에 유의한 영향을 미치고, 지각된 유용성과 지각된 사용용이성이 인터넷 서점의 이용의도에 유의한 영향을 미칠 것으로 가정하고 다음과 같은 가설을 설정하였다.

가설 6. 인터넷 서점의 지각된 사용용이성은 인터넷 서점의 이용에 대한 지각된

유용성에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 7. 인터넷 서점의 지각된 사용-용이성은 이용의도에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 8. 인터넷 서점의 지각된 유용성은 이용의도에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

### 3.2.5 주관적 규범에 대한 가설 설정

주관적 규범은 사회과학 분야에서 개인의 행동을 예측하는 근본적인 동인을 제시하는 매우 중요한 요인으로 간주되고 있다. Ajzen and Fishbein(1980)의 연구에서 주관적 규범은 “자신에게 중요한 대부분의 사람들이 자신이 해당 행위를 수행하거나 하지 않아야 한다고 생각하는 개인의 지각”을 의미한다고 하였다. Brooke

and Dietram(2002)과 Chen 등(2002)은 주관적 규범이 인터넷 쇼핑물에 직접적인 영향을 준다는 연구결과를 제시하고 있다. 인터넷쇼핑을 많이 이용하는 소비자들은 주위사람들을 상당히 인식하고 있다고 말할 수 있다. 본 연구에서는 이러한 주위사람들에 대한 의식이 인터넷 서점의 이용의도에 어떠한 영향을 미치는지 알아보기 위해 다음과 같은 가설을 설정하였다.

가설 9. 인터넷 서점의 주관적 규범은 이용의도에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

## 3.3 연구 변수의 조작적 정의

연구 변수에 대한 조작적 정의 및 측정항목의 내용은 <표 2>에 정리하였다.

<표 2> 연구 변수에 대한 조작적 정의 및 측정 항목

변수	조작적 정의	측정 항목	연구자
검색 용이성	찾고자 하는 정보를 편리하게 찾을 수 있는 정도	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 검색 기능의 편리한 정도</li> <li>- 웹 사이트 내 페이지 간의 이동의 편리성 정도</li> <li>- 정보획득의 편리함 정도</li> <li>- 이전 페이지로 돌아가는 기능</li> <li>- 주문/배송조회의 정도</li> </ul>	(윤철호와 김상훈, 2004b; Childers 등, 2001)
보안성	인터넷 서점에서 구매할 때 개인 정보나 거래 정보를 보장하는 정도	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 외부로부터의 해킹에 대한 보장 정도</li> <li>- 개인 정보의 보장 정도</li> <li>- 신용카드 정보의 보장 정도</li> <li>- 거래 정보의 보장 정도</li> <li>- 내가 보낸 자료의 보장 정도</li> </ul>	(윤철호와 김상훈, 2004b; O’Cass and Fenech, 2003; Vijayasarathy, 2004)
이전 경험	인터넷을 통해 제품을 구매해 본 과거경험의 정도	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 인터넷상에서 제품을 구매해 본 경험의 정도</li> <li>- 인터넷으로 필요한 정보를 찾은 경험의 정도</li> <li>- 인터넷 서점에서 책을 구매해 본 경험의 정도</li> <li>- 인터넷 서점에서 교재를 구매해 본 경험의 정도</li> <li>- 인터넷상에서 가격비교를 해 본 경험의 정도</li> </ul>	(박순창 등, 2000; 서창교와 성석주, 2004)

개인의 혁신성	인터넷 서점이라는 정보 기술에 대해 우호적이며 남들보다 먼저 시도해 보려는 개인적 성향의 정도	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 새로운 정보기술을 사용해 보는 것을 좋아하는 정도</li> <li>- 혁신적인 정보기술을 남들보다 먼저 사용해 보려고 하는 정도</li> <li>- 혁신적인 정보기술에 대하여 남들보다 우호적인 정도</li> <li>- 새로운 정보기술을 시험해 보고자 하는 정도</li> <li>- 새로운 정보기술을 이용해 보고자 할 때 주저하지 않는 정도</li> </ul>	(서창교와 성석주, 2004; Agarwal and Prasad, 1998)
배송 서비스	제품의 적시적소 배달과 배송과 관련된 정보의 정도	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 어느 지역이든 배송의 정확성 정도</li> <li>- 배달될 날짜를 원하는 대로 정할 수 있는지 정도</li> <li>- 약속한 날짜/시간에 맞추어 정확하게 배달되는지 정도</li> <li>- 물품추적시스템을 통한 배송상태에 관한 정보 제공 정도</li> <li>- 배달된 제품을 쉽게 반송할 수 있는지 정도</li> </ul>	(윤철호와 김상훈, 2006; Ahn 등, 2004)
가격	인터넷 서점에서 가격할인, 가격 정보의 정도	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 가격 할인 정도</li> <li>- 가격 비교 정도</li> <li>- 마일리지나 적립금과 같은 할인 혜택의 정도</li> <li>- 일정금액이 넘을 때 무료배송 정도</li> <li>- 이벤트 등으로 가격 할인 정도</li> </ul>	(오정은 등, 2002; 한홍수와 정경수, 2004)
지각된 사용 용이성	인터넷 서점을 이용하는 것이 어렵지 않고 노력을 거의 들이지 않아도 된다고 개인이 믿는 정도	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 인터넷 서점의 이용용이성</li> <li>- 인터넷 서점의 이용방법에 대한 학습의 용이성</li> <li>- 인터넷 서점의 이용절차의 명확한 정도</li> <li>- 다양한 상황에서의 대처 가능성 정도</li> <li>- 인터넷 서점 사용의 익숙한 정도</li> <li>- 인터넷 서점 이용의 쉬운 정도</li> </ul>	(Ahn 등, 2004; Chen 등, 2002; Davis, 1989)
지각된 유용성	인터넷 서점을 이용하는 것이 개인이 수행하는 정보검색이나 거래행위의 성과를 개선시켜 줄 것이라고 개인이 믿는 정도	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 인터넷 서점 이용의 효과성 정도</li> <li>- 인터넷 서점을 이용하여 획득하는 가치 정도</li> <li>- 인터넷 서점을 이용하여 얻는 생산성 향상 정도</li> <li>- 인터넷 서점의 유용성 정도</li> </ul>	(Ahn 등, 2004; Chen 등, 2002; Davis, 1989)
주관적 규범	사용자에게 중요한 대부분의 사람들이 사용자가 인터넷 서점에서 책을 구매해야 한다고 생각하는 것에 대해 사용자가 인식하는 정도	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 주위 사람들로부터 사용자가 인터넷 서점에서 책을 구매한다고 인지하는 정도</li> <li>- 주위 사람들로부터 인터넷 서점을 이용할 것을 권유 받는 정도</li> <li>- 주위 사람들의 인터넷 서점 이용 정도</li> <li>- 교재를 한번 구매할 때 친구들과 의논해서 구매하는 정도</li> </ul>	(Mathieson, 1991)
이용 의도	인터넷 서점을 사용할 의도나 가능성	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 앞으로 인터넷 서점을 이용할 의도 정도</li> <li>- 다음 학기에도 인터넷 서점을 이용할 의도 정도</li> <li>- 타인에게 인터넷 서점 이용을 추천할 의도 정도</li> <li>- 이번 학기에 인터넷 서점에서 교재를 구매할 의도 정도</li> <li>- 앞으로 현재 이용하고 있는 인터넷 서점의 이용 의도 정도</li> </ul>	(Davis, 1989)

## IV. 자료분석 및 가설검증

### 4.1 자료 분석방법

#### 4.1.1 자료 수집 방법

본 연구의 설문대상은 인터넷 서점을 이용한 경험이 있거나 이용할 의도가 있는 개인을 대상으로 설문을 실시하였다. 측정 변수에 대해서는 선행 실증연구 및 이론적 문헌을 검토하여 개념을 도출하여 이를 측정항목으로 활용하였다. 도출된 모든 측정항목은 단일 균형 리커트 7점 척도를 사용하였다. 본 설문에 앞서 인터넷 서점을 이용해 본 경험이 있거나 이용할 의도가 있는 대학원생과 대학생을 대상으로 예비설문을 실시하여 측정항목의 신뢰성과 타당성을 검증하였다.

예비조사의 결과를 참고하여, 인터넷 서점을 이용한 경험이 있는 집단의 의견을 반영하여 설문지의 양식과 문항을 수정한 후 대학생을 대상으로 설문조사를 수행하였다. 본 설문조사에서 자료수집 방법은 직접설문으로 이루어졌으며, 총 280부를 배포하여 270부가 회수되었다. 이중 불성실하게 응답한 50부를 제외한 나머지 220부를 본 연구의 분석에 이용하였다.

#### 4.1.2 표본의 특성

본 연구에서 조사된 응답자들의 인구 통계적 특성을 살펴보면, 남녀 구성비율은 남성은 전체의 49.1%로, 여성은 46.4%, 무응답은 4.5%로 나타났다. 학년별로는 3학년이 35.5%, 1학년이 28.6%, 4학년이 19.1%, 2학년이 11.8%, 무응답이 5.0% 순으로 나타났다. 구입교재(복수응답

가능)는 어학교재가 59.1%로 가장 많았으며, 자격증 수험서(29.1%), 전공과목(20.0%), 교양과목(16.8%), 공무원수험서(1.8%) 순으로 나타났다. 주로 이용하는 인터넷 서점 사이트(복수응답 가능)를 살펴보면 인터파크(30.5%), yes24(29.5%), 교보문고(20.0%), 알라딘(12.7%) 순으로 많이 사용하고 있는 것으로 나타났다. 인터넷 서점을 사용하는 주된 이유(복수응답 가능)로는 비용이 저렴해서(71.8%), 가격비교를 하기위해서(53.6%), 시간이 절약되므로(47.3%), 적립금 등 할인혜택(39.1%) 순으로 나타났다.

#### 4.1.3 분석 방법

사용자의 인구·통계적 특성을 파악하기 위해 SPSS 12.0을 사용하여 빈도분석을 실시하였으며, 측정도구의 신뢰성을 분석하기 위해서 Cronbach's  $\alpha$  값을 보았다. 그리고 측정항목의 타당성 검증을 위해 Excel 2003과 Amos 5.0을 사용하여 집중타당성, 판별타당성을 분석하였다. 마지막으로 본 연구의 모형과 가설을 검증하기 위해 구조방정식 모형 분석방법을 사용하였으며, Amos 5.0을 통해 이를 검증하였다. 본 연구에서 사용된 분석방법과 분석도구는 <표 3>에 정리하였다.

### 4.2 측정항목의 신뢰성 및 타당성 분석

#### 4.2.1 신뢰성 분석

신뢰성(Reliability)은 측정자가 대상을 얼마나 일관되게 측정하고 있는가의 정도를 나타낸다. 즉, 신뢰성이란 일반적으로 동일한 대상이나 개념에 대하여 비교 가능한 독립된 측정도

<표 3>본 연구의 분석방법

구분	분석내용	분석방법	분석 도구
기초분석	표본 특성 파악	빈도분석	SPSS 12.0
	측정도구의 신뢰성 분석	Cronbach's $\alpha$ 분석	
	측정도구의 타당성 분석	확인적 요인분석	Amos 5.0
		판별타당성 분석	
		개념신뢰도	EXCEL 2003
평균분산추출 (AVE)			
	구성개념간 상관관계 분석	상관관계 분석	SPSS 12.0
모형분석	연구모형검증	구조모형분석	Amos 5.0

구를 사용하여 측정을 반복하였을 때 동일 또는 유사한 측정값을 얻을 가능성을 말한다. 사회과학 연구에서는 신뢰성 검증을 위하여, 일반적으로 Cronbach's  $\alpha$  값을 이용하며, Cronbach's  $\alpha$  값이 1.0에 가까울수록 신뢰성이 높아진다고 하며 일반적으로 0.6이상이면 신뢰도가 확보되고, 0.7이상이면 신뢰도가 높다고 할 수 있다(Hair 등, 2006). <표 4>는 전체 측정 모형의 신뢰성 검증 결과이다. 모든 Cronbach's  $\alpha$  값이 최소 0.62로부터 최대 0.92로 모든 요인이 기준치인 0.6을 넘어서고 있으므로 본 연구에서의 모든 구성개념은 신뢰성을 확보하고 있

다.

#### 4.2.2 타당성 분석

타당성(Validity)은 연구자가 측정하고자 하는 개념을 얼마나 정확하게 측정하였는가를 의미하는 것이며, 본 연구에서는 개념타당성 검증을 통해 연구자가 추출한 측정도구가 연구분야를 적절하게 측정하고 있는지를 검증하고자 한다. 개념타당성을 통계적으로 평가하는 방법에는 집중타당성(Convergent validity)과 판별타당성(Discriminant validity)분석이 사용된다.

<표 4> 측정도구의 신뢰성 분석 결과

연구변수	초기 항목수	채택된 항목	신뢰계수 (Cronbach's $\alpha$ )
검색용이성	5	I (1, 2, 6)	0.75
보안성	5	I (3, 4, 7, 8, 9)	0.92
사용자의 혁신성	5	II(1, 4, 6, 9,)	0.86
이전 경험	5	II(2, 3, 10)	0.73
가격	5	III(8, 10)	0.72
배송서비스	5	III(3, 9)	0.64
지각된 사용용이성	6	IV(4, 8, 9)	0.80
지각된 유용성	6	IV(3, 5, 7, 10, 11, 12)	0.84
주관적 규범	4	V(1, 4)	0.62
이용의도	5	V(5, 7, 12)	0.89

<표 5> 전체변수의 확인적 요인분석

요인		변수	요인 적재량	t 값 <sup>b</sup>	ICR <sup>c</sup>	AVE <sup>d</sup>	적합도 지수
전체변수의 확인적 요인분석	검색용이성	EOS1	0.82 <sup>a</sup>	-	0.85	0.65	$\chi^2=726.04$ df=450 p=0.000 $\chi^2/df=1.61$ GFI=0.84 AGFI=0.80 NFI=0.83 CFI=0.93 RMSEA=0.05
		EOS2	0.70	9.10			
		EOS3	0.64	8.52			
	보안성	secu1	0.84 <sup>a</sup>	-	0.96	0.82	
		secu2	0.88	16.36			
		secu3	0.84	15.30			
		secu4	0.88	16.47			
		secu5	0.76	13.11			
	혁신성	inn1	0.78 <sup>b</sup>	-	0.94	0.81	
		inn2	0.80	12.05			
		inn3	0.84	12.64			
		inn5	0.70	10.33			
	이전경험	exp1	0.77 <sup>a</sup>	-	0.83	0.63	
		exp2	0.75	9.25			
		exp5	0.60	7.72			
	가격	pri4	0.77 <sup>a</sup>	-	0.82	0.70	
		pri5	0.74	8.87			
	배송서비스	del2	0.51 <sup>a</sup>	-	0.78	0.66	
		del5	0.92	4.85			
	주관적 규범	sub1	0.67 <sup>a</sup>	-	0.73	0.58	
		sub2	0.68	6.61			
	지각된 사용용이성	EOU3	0.54 <sup>a</sup>	-	0.89	0.74	
		EOU5	0.91	8.53			
EOU6		0.88	8.44				
지각된 유용성	PU1	0.55 <sup>a</sup>	-	0.87	0.58		
	PU2	0.63	7.09				
	PU3	0.63	7.13				
	PU4	0.71	7.61				
	PU5	0.84	8.36				
	PU6	0.79	8.10				
이용의도	bi1	0.85 <sup>a</sup>	-	0.94	0.84		
	bi2	0.88	16.04				
	bi5	0.84	15.09				

a) 분석 시 1로 고정되었음

b) 유의수준 : p < 0.01

c) ICR = (요인적재량의 합)<sup>2</sup> / ((요인적재량의 합)<sup>2</sup> + 오차합)

d) AVE = (요인적재량)<sup>2</sup>의 합 / ((요인적재량)<sup>2</sup>의 합 + 오차합)

집중타당성이란 한 개념에 다중 측정지표를 사용하는 경우 측정 지표들간의 상관관계로 평가하는 것이다. 즉 동일한 개념을 측정하는 요소들 간에 상관이 높고 다른 개념들 간의 상관이 낮을수록 집중타당성이 높은 것으로 판단할 수 있다. 본 연구에서는 연구모형 관점에서 그 측정의 집중타당성을 통계적으로 재검정하기 위하여 확인적 요인분석(Confirmatory factor analysis)을 실시하였다. 구조 방정식 모델일 경우 집중타당도의 평가는 요인적재량과 표준오차의 검토를 통해 이루어진다. 본 연구에서는 Amos 5.0을 사용하였으며, 각 모형의 타당성을 검증하기 위해 모형의 적합도를 확인하고 각 경로계수의 유의성을 검증하였다.

확인적 요인분석 결과의 전반적인 모형 적합도를 분석하기 위해, 절대적합지수로는  $\chi^2$ , 유의수준, GFI, RMSEA를 살펴보고, 증분적합지수로는 NFI, CFI를 살펴본다. 그리고 간명적합지

수로는  $\chi^2/df$ , AGFI, normed  $\chi^2$ 를 고려하여 검증하고자 한다. 본 연구에서의 전체변수에 대한 확인적 요인분석 결과는 <표 5>에 정리하였다. 전체 측정모형의 적합도를 살펴보면,  $\chi^2 = 726.04$ ,  $df = 450$ ,  $p = 0.000$ ,  $\chi^2/df = 1.61$ ,  $GFI = 0.84$ ,  $AGFI = 0.80$ ,  $NFI = 0.83$ ,  $CFI = 0.93$ ,  $RMSEA = 0.05$ 로 나타나 전반적인 측정모형의 지표에서 권고하는 수준을 충족하고 있다. 그리고 본 연구에서 구성개념들에 대하여 지정된 예측변수가 구성개념을 충분히 설명하고 있는가를 나타내는 개념신뢰도(ICR)와 측정오차분산과 관련하여 구성개념에 의해 생기는 분산을 측정한 평균분산추출(AVE) 값을 살펴보았다. 개념신뢰도(ICR)의 값은 기존 연구 권장수준인 0.7보다 높게 나타났고, 평균분산추출(AVE) 값은 권장기준인 0.5보다 높게 나타나 집중타당성이 있는 것으로 나타났다.

판별타당성이란 개념적으로 유사한 두 개의

<표 6> 전체 모형의 판별타당성 분석결과

	검색용이성	보안성	혁신성	이전경험	가격	배송서비스	주관적규범	지각된사용용이성	지각된유용성	이용의도
검색용이성	<b>0.81<sup>a</sup></b>									
보안성	0.30	<b>0.91<sup>a</sup></b>								
혁신성	0.34	0.15	<b>0.90<sup>a</sup></b>							
이전경험	0.42	0.14	0.40	<b>0.75<sup>a</sup></b>						
가격	0.38	0.17	0.30	0.39	<b>0.84<sup>a</sup></b>					
배송서비스	0.14	0.22	0.30	0.05	0.30	<b>0.81<sup>a</sup></b>				
주관적규범	0.07	0.06	0.09	0.07	0.19	0.15	<b>0.76<sup>a</sup></b>			
지각된사용용이성	0.43	0.17	0.38	0.48	0.49	0.26	0.31	<b>0.86<sup>a</sup></b>		
지각된유용성	0.39	0.17	0.36	0.40	0.52	0.35	0.36	0.73	<b>0.760<sup>a</sup></b>	
이용의도	0.33	0.18	0.35	0.38	0.49	0.18	0.51	0.62	0.60	<b>0.92<sup>a</sup></b>

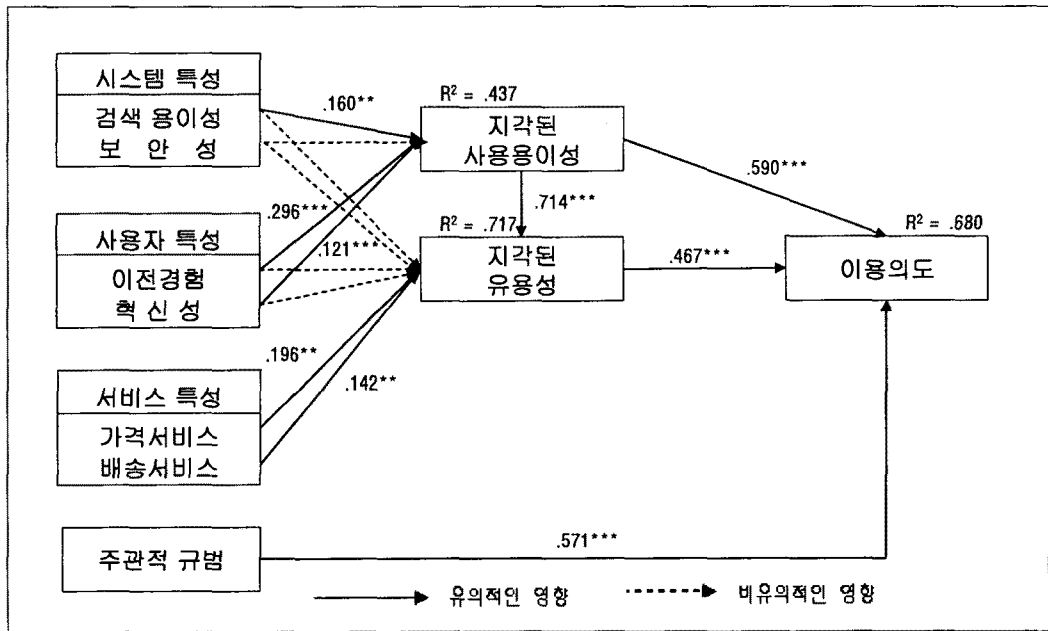
<sup>a)</sup> AVE의 제곱근

개념이 뚜렷이 구별되는 정도를 말한다(Hair 등, 2006). 즉, 상이한 개념들 간의 상관관계를 평가하는 것으로 이론적으로 상이한 구성 개념 간에 상관관계가 없다면 관측된 데이터도 각 구성개념 간에 상관관계가 없어야 한다. 판별타당성을 검증하기 위하여 본 연구에서는 평균분산추출(AVE)의 제곱근과 각 구성개념간의 상관계수를 비교하였다. <표 6>에서 대각선의 값은 평균분산추출(AVE) 값의 제곱근으로 모두 0.7을 초과하고 있으며, 이 값이 다른 구성개념의 상관계수 값을 모두 초과하고 있음을 알 수 있다. 이로써 구성개념간의 판별타당성이 있다고 볼 수 있다(Anderson and Gerbing, 1988).

### 4.3 구조모형에 대한 검증

#### 4.3.1 구조모형에 대한 경로분석

본 연구에서는 개별 가설들을 각각 검증하는 대신에 변수들 간의 유기적인 인과 관계를 살펴 보기 위하여 전체적인 구조모형을 기반으로 종합적으로 검증하는 방법을 사용하였다. 본 연구는 개념측정단위의 범위가 일반화되어 있고 모형 내의 계수에 대한 직접 비교를 수행하기 위하여 공분산 자료를 이용한 분석법인 최대우도법을 사용하였다. 또한 분석도구로는 Amos 5.0을 이용하여 가설을 검증하였다. 본 연구에서 전체 모형에 대한 적합도를 검증해 보면,  $\chi^2 = 773.628$ ,  $df = 460$ ,  $p = 0.000$ ,  $\chi^2/df = 1.682$ ,  $GFI = 0.83$ ,  $AGFI = 0.80$ ,  $NFI = 0.82$ ,  $CFI$



유의수준)	* : p < 0.1,	** : p < 0.05,	*** : p < 0.01
$\chi^2 = 773.628$ ,	df = 460,	$\chi^2/df = 1.682$ ,	GFI = 0.83,
AGFI = 0.80	NFI = 0.82,	CFI = 0.92	RMSEA = 0.05

<그림 2> 구조모형에 대한 분석결과



=0.92, RMSEA = 0.05로 나타났다. 이러한 적합도는 GFI와 NFI의 값이 엄격한 권장기준치에 미치지 못할 뿐, 전반적으로 만족할 만한 수준을 보여주고 있으므로 현재의 수준에서 분석을 진행하는데 큰 무리가 없는 것으로 판단된다. <그림 2>는 본 연구에서 설정한 연구모형의 경로분석 결과를 경로모형(path diagram)으로 나타낸 것이다.

### 4.3.2 가설의 검증

첫째, 인터넷 서점의 시스템 특성의 검색용이성은 지각된 사용용이성에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으나 지각된 유용성에는 유의한 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났다. 검색용이성과 지각된 사용용이성과의 관계에서 보면 경로계수는 0.160이며 t 값은 2.480로 통계적으로 유의한 영향을 미치고 있으므로 가설 1-1은 채택되었다. 이는 선행연구(서창교 등, 2003; 유일 등, 2005; Chen 등, 2002)의 결과와 일치한다. 이것은 잘 정립된 체계를 지닌 인터넷 서점은 사용자로 하여금 자신이 원하는 정보를 쉽게 접근할 수 있도록 하고 편안한 상태에서 인터넷 서점을 마음껏 이용할 수 있도록 지원해 준다고 사용자가 느끼고 있기 때문이다. 그러나 검색용이성에서 지각된 유용성으로 가는 경로계수는 0.023이며 t 값이 0.388로 나타나 통계적으로 유의하지 못한 것으로 나타났다. 이는 이미 구매하고자 하는 교재가 정해진 상태이므로 검색결과가 구매자에게 유용한지의 여부에는 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 해석된다. 보안성은 지각된 사용용이성과 지각된 유용성에 유의한 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났다. 보안성이 지각된 사용용이성으로

가는 경로계수 값은 -0.002이며 t 값은 -0.068로 나타나 가설 1-2는 기각되었다. 보안성에서 지각된 유용성으로 가는 경로계수 값도 -0.014이며 t 값이 -0.483으로 나타나 유의하지 못한 것으로 나타났다. 이는 서창교 등(2003)의 연구와 같이 사용자가 느끼는 보안위험 정도와 인터넷 서점을 사용하는데 필요한 사용자의 노력과는 직접적인 관계가 없는 것으로 해석할 수 있다.

둘째, 사용자의 특성은 지각된 사용용이성에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으나 지각된 유용성에는 유의한 영향을 미치지 않았다. 이전경험과 지각된 사용용이성 간의 경로계수 값은 0.296이며, t 값은 3.474로 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타나 가설 3-1이 채택되었다. 혁신성에서 지각된 사용용이성으로 가는 경로계수는 0.121이며, t 값이 2.359로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타나 가설 3-2도 채택되었다. 그러나, 이전경험이 지각된 유용성으로 가는 경로계수는 -0.019이며, t 값이 -0.237로 통계적으로 유의하지 않으며, 혁신성에서 지각된 유용성으로 가는 경로계수 값도 -0.039이며, t 값이 -0.849로 유의하지 않은 것으로 나타나 가설 4-1과 가설 4-2는 기각되었다. 이러한 결과는 서창교와 성석주(2004)의 연구와 같이 인터넷 서점이 인터넷을 기반으로 한 정보시스템이지만 단순히 이전에 인터넷을 사용한 경험이 많다고 하여 사용자가 지각하는 유용성에 유의한 영향을 미치지 않는다는 것을 말한다. 또한 현재 인터넷 서점이 많은 미디어로부터 주목을 받게 되어 그 유용성에 대해 사람들에게 알려짐으로 인해 혁신성이 높은 사람과 그렇지 않은 사람 사이의 유용성에 대한

인식의 차이가 거의 없어지게 되었다고 볼 수 있다.

셋째, 서비스 특성을 외부변수로 두어 지각된 유용성과의 관계를 살펴보면 가격은 지각된 유용성에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 가격에서 지각된 유용성으로 가는 경로계수 값은 0.196이며, t 값은 2.412으로 통계적으로 유의한 영향을 가지므로 가설 5-1은 채택되었다. 이는 선행연구들(오정은 등, 2002; 이미경 등, 2001; Lim and Chin, 2001)과 일치하는 결과로 온라인이 오프라인보다 가격이 저렴하고 포인트 등 적립금이 있어 온라인에서의 거래를 결정하는 요인으로 작용한 것으로 해석할 수 있다. 또한 배송서비스도 Ahn 등(2004)의 연구와 같이 지각된 유용성에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 배송서비스에서 지각된 유용성으로 가는 경로계수는 0.142이며, t 값이

2.122로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타나 가설 5-2는 채택되었다. 이는 배송서비스가 고객이 주문한 서적을 고객의 손에 직접 전달되도록 하는 수단으로써 인터넷 서점이 갖는 또 하나의 장점으로 바쁜 일상생활을 하는 현대인에게 편리한 서비스이다. 특히 이미 정해져 있는 책인 교재를 구입하려고 할 때, 시간을 들여 굳이 오프라인 매장에서 살 필요가 없음을 알 수 있다.

넷째, 지각변수와 이용의도간의 실증분석 결과를 보면, 지각된 사용용이성에서 이용의도로의 경로계수 값은 0.714이며, t 값은 5.199로 통계적으로 유의한 영향을 미치고 있는 것으로 나타나 가설 6은 채택되었으며, 지각된 사용용이성에서 이용의도로의 경로계수 값은 0.590이고, t 값은 2.946으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타나 가설 7도 역시 채택되어 지각된 사

<표 7> 가설의 검증결과

가설	경로	경로 계수	표준 오차	t 값	채택여부
가설 1-1	검색용이성 → 지각된 사용용이성	0.160	0.064	2.480 **	채택
가설 1-2	보안성 → 지각된 사용용이성	-0.002	0.032	-0.068	기각
가설 2-1	검색용이성 → 지각된 유용성	0.023	0.060	0.388	기각
가설 2-2	보안성 → 지각된 유용성	-0.014	0.030	-0.483	기각
가설 3-1	이전경험 → 지각된 사용용이성	0.296	0.085	3.474 ***	채택
가설 3-2	혁신성 → 지각된 사용용이성	0.121	0.051	2.359 **	채택
가설 4-1	이전경험 → 지각된 유용성	-0.019	0.081	-0.237	기각
가설 4-2	혁신성 → 지각된 유용성	-0.039	0.046	-0.849	기각
가설 5-1	가격 → 지각된 유용성	0.196	0.081	2.412 **	채택
가설 5-2	배송서비스 → 지각된 유용성	0.142	0.067	2.122 **	채택
가설 6	지각된 사용용이성 → 지각된 유용성	0.714	0.137	5.199 ***	채택
가설 7	지각된 사용용이성 → 이용의도	0.590	0.200	2.946 ***	채택
가설 8	지각된 유용성 → 이용의도	0.467	0.195	2.400 **	채택
가설 9	주관적 규범 → 이용의도	0.571	0.107	5.360 ***	채택

유의수준) \* : p<0.1, \*\* : p<0.05, \*\*\* : p<0.01

용용이성이 지각된 유용성과 이용의도에 직접적인 영향력을 보여주고 있다. 지각된 유용성에서 이용의도의 경로계수는 0.467이며, t 값은 2.400로 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타나 가설 8은 채택되었다. 이러한 결과는 사용자들이 인터넷 서점을 이용하는 것이 유용하다고 지각하는 개인의 신념이 이용의도에 영향을 미치는 주요한 요인이라는 것을 의미한다.

다섯째, 주관적 규범도 이용의도에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 주관적 규범에서 이용의도의 경로계수 값은 0.571이며, t 값은 5.360으로 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타나 가설 9는 채택되었다. 이러한 결과는 기존 선행연구(Brooke and Dietram, 2002; Vijayasathy, 2004; Wu, 2006)의 연구결과와 일치하며, 사회적 영향 및 주변 영향이 인터넷 서점에서의 이용의도에 강한 영향을 미치는 것을 알 수 있다.

가설 검증에 대한 결과를 <표 7>에 정리하였다.

## V. 결론

### 5.1 연구 결과와 시사점

본 연구에서 제시된 인터넷 서점의 이용의도 수용모형은 기술수용모형과 합리적 행동이론을 바탕으로 인터넷 서점의 시스템 특성을 감안하여 설정하였다. 설정된 연구모형을 보면 지각된 사용용이성, 지각된 유용성과 더불어 주관적 규범이 인터넷 서점에서의 구매에 대한 개인적

이용의도에 영향을 미칠 것으로 예상하였다. 또한 지각된 사용용이성과 지각된 유용성에 영향을 주는 외부변수로는 기존 연구들을 참고로 하여 시스템 특성으로 검색용이성과 보안성을, 사용자 특성으로 이전경험과 혁신성을, 서비스 특성으로 가격과 배송서비스를 제시하고 있다.

연구모형에서 도출된 가설들의 검증 결과를 보면 전반적으로 연구모형에서 제시된 가설들이 채택되어, 기술수용모형과 합리적 행동이론이 인터넷 서점에서의 이용의도에 대한 수용모형으로도 적절한 설명력을 가지고 있는 것으로 나타났다. 단지 외부변수 중 보안성이 지각된 사용용이성에 유의한 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났고, 검색용이성, 보안성, 이전경험, 혁신성이 지각된 유용성에 유의한 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났다.

본 연구를 기반으로 다음과 같은 시사점을 제안할 수 있다.

첫째, 인터넷 서점의 고유 특성으로 검색 용이성은 인터넷 서점의 이용의도에 유의한 영향을 미친다. 따라서 인터넷 서점과 관련된 업체들은 인터넷 서점의 활성화를 위해서 검색은 책 찾기에서 도서명, 저자명, 출판사명, 분야별 책 찾기 등을 사용하고, 이를 위해서 개별서점이 구축하고 있는 데이터베이스의 기능을 보완하여 경쟁력 창출을 이루어야 할 것이다.

둘째, 지각된 사용용이성과 유용성이 직접적으로 이용의도에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 인터넷 서점의 이용이 편리하고 유용하다고 느낀다면 이용의도로 이어질 수 있음을 볼 수 있다.

셋째, 주관적 규범이 인터넷 서점에서의 이용의도에 직접적인 영향을 미치는 것으로 나타났

다. 이는 주변 사람들에 의한 영향의 정도에 따라 인터넷 서점의 이용 활용도가 높아지는 것을 볼 수 있다. 따라서 인터넷 서점 이용에 대한 혁신적인 고객층에 초점을 맞추어 홍보하고, 그들이 구전을 통해 동료, 친구나 가족에게 시스템 사용의 유용성을 알리는 것이 유효할 것이다.

## 5.2 연구의 한계점 및 향후 연구과제

본 연구를 수행하는 과정에서 몇 가지 한계점 및 향후 연구과제를 지적하면 다음과 같다.

첫째, 본 연구의 설문 응답자의 분포가 20대에 치중되어 있음을 알 수 있다. 물론 설문대상이 교재를 구매하는 학생들을 위주로 설문하였으나 요즘과 같이 평생교육을 해야 하는 시점에 학생뿐만 아니라 다양한 연령대, 전공분야, 직업, 교육수준 등 설문대상을 다양화하는 것을 향후 연구에 고려해보아야 할 것이다.

둘째, 본 연구에서는 인터넷 서점의 이용의도의 외생변수로서 기존 선행연구를 바탕으로 한 시스템 특성과 사용자 특성, 서비스 특성으로 조사하였는데 향후 연구에서는 구매충동과 같은 심리적인 요인과 같은 다양한 변수들을 고려해 보아야 할 것이다. 뿐만 아니라 Gefen 등 (2003)과 Pavlou(2003)의 연구들에서 전자상거래의 중요변수로 신뢰변수를 제시하였지만 본 연구에서는 신뢰변수를 논의하지 않았으므로 추후연구에서는 신뢰변수를 포함하는 연구모형의 확장도 필요하다.

셋째, 본 연구에서는 모형의 단순화를 위하여 실제시스템 사용행위를 생략하고 사용자의 이용의도를 측정대상으로 하였다. 그러나 인터넷

서점의 방문의도, 인터넷 서점 시스템의 이용의도, 인터넷 서점에서의 구매의도와 실제 구매는 서로 구분되는 개념이므로 차후 이들 변수들을 모형에 반영한 실증적인 분석이 필요하다.

## 참고문헌

- 구동모, "혁신기술수용모델 (TAM)을 응용한 인터넷쇼핑행동 고찰," 경영정보학연구, 제13권, 제1호, 2003, pp. 141-170.
- 김미영, 가성서점의 실태 분석에 관한 연구, 한양대학교 교육대학원 석사논문, 1999.
- 김우진, 인터넷 서점 이용자의 도서구매 행동 연구, 경희대학교 언론정보대학원 석사논문, 2000.
- 김희천, 김희천, "yes24.com," 전략경영연구, 제4권, 제2호(특별호), 2001, pp. 77-108.
- 박순창, 정경수, 이재록, "인터넷의 수용요인에 관한 실증적 연구," 경영학연구, 제29권, 제4호, 2000, pp. 885-909.
- 서창교, 김지연, 이형석, "인터넷 쇼핑몰의 정보기술적 특성이 사용자의 방문 및 이용빈도에 미치는 영향," 경영정보학연구, 제13권, 제3호, 2003, pp. 195-211.
- 서창교, 성석주, "개인 특성이 인터넷 쇼핑몰 사용의도에 미치는 영향," 경영정보학연구, 제14권, 제3호, 2004, pp. 1-22.
- 오정은, 이승창, 이호근, "인터넷 서점유형의 선택에 영향을 미치는 요인에 관한 탐색적 연구," Information Systems Review, 제4권, 제2호, 2002, pp. 133-153.
- 유일, 김재전, 노희옥, "웹사이트 사용성 요인이

- 인터넷서점의 고객 재방문의도에 미치는 영향," 정보시스템연구, 제14권, 제1호, 2005, pp. 87-105.
- 윤철호, 김상훈, "전자상점 수용모형에 관한 실증적 연구: 전자서점의 사례를 중심으로," 경영정보학연구, 제14권, 제1호, 2004a, pp. 165-184.
- 윤철호, 김상훈, "전자상점의 성과 측정지표 개발에 관한 실증적 연구," 경영학연구, 제33권, 제4호, 2004b, pp. 1201-1235.
- 이미경, 최문기, 노재정, "온라인 서점 선택의 영향 요인 연구," 인터넷비즈니스 연구, 제2권, 제1호, 2001, pp. 175-200.
- 한국인터넷진흥원, 2005년 하반기 정보화실태 조사 요약 보고서, 2006.
- 한홍수, 정경수, "인터넷 쇼핑물의 기능적 특성과 유형이 활용성파에 미치는 영향," 정보시스템연구, 제 13권, 제 2호, 2004, pp. 1-22.
- Agarwal, R. and Prasad, J., "A conceptual and operational definition of personal innovativeness in the domain of information technology," *Information Systems Research*, Vol. 9, No. 2, 1998, pp. 204-215.
- Ahn, T., Ryu, S. and Han, I., "The impact of the online and offline features on the user acceptance of internet shopping malls," *Electronic Commerce Research and Applications*, Vol. 3, No. 4, 2004, pp. 405-420.
- Ajzen, I. and Fishbein, M., *Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior*, Prentice Hall, Englewood Cliffs, NJ, 1980.
- Anderson and D. W. Gerbing, "Structural equation modeling in practice: a review and recommended two-step approach," *Psychological Bulletin*, Vol. 103, No. 3, 1988, pp. 411-423.
- Bajaj, A. and Nidumolu, S. R., "A feedback model to understand information system usage," *Information & Management*, Vol. 33, No. 4, 1998, pp. 213-224.
- Brooke E. F. and Dietram A. S., "Web vs campus store - why students buy textbooks online," *Journal of Consumer Marketing*, Vol. 19, No.5, 2002, pp. 409-423.
- Chen, L. D., Gillenson, M. L. and Sherrell, D. L., "Enticing online consumers: an extended technology acceptance perspective," *Information & Management*, Vol. 39, No. 8, 2002, pp. 705-719.
- Childers, T. L., Carr, C. L., Peckc, J. and Carson, S., "Hedonic and utilitarian motivations for online retail shopping behavior," *Journal of Retailing*, Vol. 77, No. 4, 2001, pp. 511-535.
- Davis, F. D., "Perceived usefulness, perceived ease of use and user acceptance of information technology," *MIS Quarterly*, Vol. 13, No. 3, 1989, pp. 319-340.
- Fu, J. R., Farn, C. K. and Chao, W. P., "Acceptance of electronic tax filing: a study of taxpayer intentions," *Information & Management*, Vol. 43, No. 1, 2006,

- pp. 109-126.
- Gefen, D., Karahanna, E., and Straub, D.W., "Trust and TAM in online shopping: an integrated model," *MIS Quarterly*, Vol. 27, No. 1, 2003, pp. 51-90.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., and Tathan, R. L., *Multivariate Data Analysis(6th ed.)* Prentice Hall, Upper Saddle River, NJ, 2006.
- James A. T. and Louis A. T., "Consumer tradeoffs in on-line textbook purchasing," *Journal of Consumer Marketing*, Vol. 18, No. 1, 2001, pp. 10-20.
- Karlsson, T., Kuttainen C. Pitt, L. and Spyropoulou, S., "Price as a variable in online consumer trade-offs," *Marketing Intelligence & Planning*, Vol. 23, No. 4, 2005, pp. 350-358.
- Lim, O. and Chin, K. L., "A study of customer satisfaction in Australian internet bookshop web sites", in *Proceedings of ITS Asia-Indian Ocean Regional Conference.*, 2001.
- Lin, J. C. and Lu, H., "Towards an understanding of the behavioral intention to use a web site," *International Journal of Information Management*, Vol. 20, No. 3, 2000, pp. 197-208.
- Mathieson, K., "Predicting user intentions: comparing the technology acceptance model with the theory of planned behavior," *Information Systems Research*, Vol. 2, No. 3, 1991, pp. 173-191.
- O'Cass, A. and Fenech, T., "Web retailing adoption: exploring the nature of Internet users web retailing behaviour," *Journal of Retailing and Consumer Services*, Vol. 10 No. 2, 2003, pp. 81-94.
- Pavlou, P.A., "Consumer acceptance of electronic commerce: integrating trust and risk with the technology acceptance model," *International Journal of Electronic Commerce*, Vol. 7, No. 3, 2003, pp. 101-134.
- Venkatesh, V. and Davis, F. D., "A theoretical extension of the technology acceptance model: four longitudinal field studies," *Management Science*, Vol. 46, No. 2, 2000, pp. 186-204.
- Vijayasarathy, L. R., "Predicting consumer intentions to use on-line shopping: the case for an augmented technology acceptance mode," *Information & Management*, Vol. 41, No. 6, 2004, pp. 747-762.
- Wu., S. I., "A comparison of the behavior of different customer clusters towards Internet bookstores," *Information & Management*, Vol. 43, No. 8, 2006, pp. 986-1001.

### 서창교(Chang-Kyo Suh)



경북대학교에서 경영학과 학사, POSTECH에서 산업공학 석사 및 박사학위를 취득하였으며. 현재 경북대학교 경영학부 교수로 재직 중이다. 주요관심 분야는 e-비즈니스 전략, e-Learning, 소프트웨어 프로세스 개선 등이다.

### 정현정(Hyun-Jung Jung)



계명대학교에서 컴퓨터공학과 학사, 경북대학교에서 경영학 석사학위를 취득하였으며. 현재 (주)위니텍 전략기획팀에서 재직 중이다. 주요 관심 분야는 e-비즈니스 전략, 유비쿼터스 컴퓨팅 등이다.

<Abstract>

## The Factors Affecting on Intentions to Use Online Bookstores

Chang-Kyo Suh · Hyun-Jung Jung

As students can purchase textbooks online or from local bookstores, we proposed a model to study the predictors of textbook purchasing from online bookstores based on the theory of reasoned action (TRA) and technology acceptance model (TAM). The survey instrument consisted of 51 items to assess 10 constructs of the proposed model, where the items used to measure the constructs were adapted from previous literature.

Pre-testing and pilot testing of the measures were conducted by selected users of online bookstores. Data were collected from 220 university students who have purchased and intend to purchase their textbooks from online bookstores.

The findings of this research are summarized as follows. First, navigation, previous experience, and innovation have a significant impact on the buyer's perception of ease of use. Second, price and delivery services have a significant impact on the buyer's perception of usefulness. Third, the perception of ease of use also has a significant impact on the buyer's perception of usefulness. Fourth, the perception of ease of use, perception of usefulness, and subjective norms all significantly support the purchasing intention in the case of online bookstores.

**Keywords:** Online Bookstores, Intention to Use, Technology Acceptance Model

\* 이 논문은 2008년 2월 11일 접수하여 4차 수정을 거쳐 2008년 7월 30일 게재 확정되었습니다.