

# 온라인 교육 서비스의 재구매 의도에 영향을 미치는 요인 분석 : 사회자본과 서비스품질을 중심으로

김 건 아\* · 윤 혜 정\*\* · 이 중 정\*\*\*

## Determinants of Successful Online Education Services : Focusing on Social Capital and Service Quality

Kun-Ah Kim\* · Haejung Yun\*\* · Choong C. Lee\*\*\*

### Abstract

Although online education service markets are growing fast, previous studies have been limited to the studies on media types or system qualities of online education. In order to provide timely implications for online education service providers to maintain and increase the number of users, other factors such as interactivity and community perspectives should be considered. In this study, social capital and service quality were adopted as antecedents of learning motivation. Also, service quality dimensions, as well as learning motivation, were chosen to examine its impact on intention to repurchase of online education services. Research findings show that structural and cognitive dimensions of social capital are proved as antecedents of relational capital; structural and relational social capital positively influence on learning motivation; tangibility positively makes impact on learning motivation; and intention to repurchase is positively influenced by responsiveness and learning motivation. Practical implications based on the research findings are presented.

Keywords : Online Education, Social Capital, Service Quality, Learning Motivation, Intention to Repurchase

## 1. 서 론

최근의 교육환경은 획일성과 교사 중심의 학습으로 특징되던 과거의 방식에서 벗어나 개인의 필요와 요구를 존중한 학습자 중심의 교육으로 변모하게 되었다. 이와 더불어 정부 주도의 적극적인 정보화 정책으로 1999년부터 온라인 교육이 본격적으로 시작되었고, 발달된 정보통신 매체의 활용을 통하여 정보화 시대에 걸맞는 창의적이고 자기 주도적인 인재 육성을 도모하게 되었다.

지식경제부와 정보통신산업진흥원의 <2009 e-러닝산업실태조사>에 따르면, e-러닝산업의 매출 규모는 전년 대비 11.8% 증가했으며, 이는 2004년 1조 2984억 원에 비해 1.6배 이상 증가한 것으로 연평균 10% 정도 성장한 셈이다. 부문별 매출은 서비스(14.2%)·콘텐츠(13.4%) 분야는 증가한 반면 솔루션(-4.7%) 분야는 감소한 것으로 나타났다. 이는 e-러닝산업이 시스템 구축단계를 뛰어 넘어 콘텐츠와 서비스 영역에서의 시장창출과 소비지출이 활발하기 때문이라는 분석이다. 또한 지난해 인터넷을 사용하는 만 3세 이상 국민의 e-러닝 이용률은 전년대비 3.3% 증가한 48.3%로 조사되었다[지식경제부, 2010].

하지만 이러한 온라인 교육의 지속적인 시장 확대와 정보 기술의 발전에 비하여 온라인 교육의 효과성과 편리성에 대한 사용자들의 인식은 그에 미치지 못한다는 평가도 있다. 오경철[2007]은 학습실효성에 영향을 미치는 교육 서비스품질 결정요인을 온라인과 오프라인으로 나누어 비교하였는데, 그 결과 오프라인이 온라인에 비해 전반적으로 더 긍정적인 인지를 보이고 있었으며 이는 아직까지는 오프라인 교육에 대한 사용자들의 친숙함과 대면접촉의 기회가 높은 것에 기인한다고 보았다. 또한 매체와 무관하게

교육의 질은 원활한 교사학생 간의 교감, 내용에 대한 이해, 상호 간의 신뢰, 그리고 유형적인 학습 자료나 강의 매체의 질에 의해 좌우된다고 보았다.

온라인 교육 시장이 어느 정도 성숙기에 접어든 현 시점에서 온라인 교육 서비스의 활성화를 위한 시사점을 제공하기 위해서는 그 동안 주목 받았던 가격 경쟁력이나 접근용이성 등에만 초점을 맞추는 것이 아니라, 온라인 교육 서비스 자체의 품질이나 학습자 요인, 혹은 커뮤니티에서 발생할 수 있는 대인관계 등 다양한 관점을 고려해야 한다. 지금까지 온라인 교육이나 e-러닝에 관한 연구들은 주로 e-러닝시스템의 매체 특성[최수정 외 2인, 2007], 시스템 특성[장정주 외 2인, 2008], 접근성, 기술친숙성[Cho et al., 2009] 등의 온라인 교육 사이트 자체의 특성에 대한 연구 중심으로 이루어져 왔다. 최근 들어 학습공동체 형성이라는 온라인 교육의 또 다른 특성[황재훈, 김동현, 2005]에 기반하여, 상호작용[박치관 외 2인, 2007]이나 공동체 의식(sense of community)[Lee and Lee, 2008] 등이 학습 만족에 미치는 영향에 대한 연구들도 시행되고 있지만 아직은 부족한 실정이다.

따라서 본 논문은 온라인 교육 서비스의 학습 동기와 재구매 의도에 영향을 미치는 요인을 사회자본과 서비스품질의 두 가지 개념을 중심으로 살펴 보고자 한다. 사회자본은 간략하게 정의하면 “개인에게 내재되어 있는 것이 아니라 그 개인이 참여하고 있는 사회적 관계를 통해서 획득될 수 있는 자원[김명아, 2007]”이다. 따라서 본 연구에서는 온라인 교육 사이트를 일종의 온라인 커뮤니티이자 소셜 네트워크로 인식하여 수강생들이 가지고 있는 온라인 교육 사이트에 대한 구조적, 관계적, 인지적 사회자본[Nahapiet and Ghoshal, 1998]을 학습 동기 및 재구매 의도의 선행 요인으로 설정하여 연구를 진행하

고자 한다. 온라인 교육 서비스 성공의 또 다른 결정 요인으로서는 서비스 품질[Parasuraman et al., 1988]을 채택하여, 온라인 교육 서비스 사이트의 유형성, 반응성 및 확신성이 학습 동기 및 재구매 의도에 미치는 영향을 살펴볼 것이다. 연구의 결과에 기반하여, 온라인 교육 서비스의 활성화를 위해서 서비스 제공자가 개선하고 추구해야 하는 바에 대한 시사점을 도출하고자 한다.

본 논문의 구성은 제 1장은 서론으로 연구의 배경과 목적을 제시하고, 제 2장에서는 이론적 배경으로 온라인 교육 서비스 현황, 사회자본 및 서비스품질에 대한 선행연구를 소개한다. 제 3장에서는 연구모형과 가설, 제 4장에서는 연구 방법, 제 5장에서는 연구결과에 대한 분석을 제시한다. 제 6장은 결론 부분으로서 연구의 결과에 따른 시사점, 연구의 한계점, 향후 연구방안 등에 대해서 기술한다.

## 2. 이론적 배경

### 2.1 온라인 교육 서비스 현황

온라인 교육이란 일반적으로 다양한 형태의 디지털 교육 콘텐츠를 활용하는 컴퓨터 기반 교육이며, 쌍방향의 커뮤니케이션이 가능한 온라인 학습체계를 일컫는다. 보통 온라인 러닝, e-러닝, 인터넷 강의, 사이버 강의 등의 용어와 혼용된다. Tiffin[1995]은 온라인 교육을 “둘 이상의 사람들이 원격에서 배우고 가르치는 것”으로 정의하고 학습 선택권의 확장과 학습 기회의 확대를 통해 언제나, 누구나, 어디서나 학습할 수 있는 열린 학습을 지향하는 기존 교육 패턴과는 전혀 다른 패러다임으로의 전환이라 주장했다. 온라인 교육은 손쉽고 탄력 있는 운영이 가능하고 관리와 운영 비용이 저렴하며 최신 자료로의 전환이 빠르고 손쉬울 뿐 아니라 최신 정보에 자유롭게 접근할 수 있기 때문에, 교육

서비스의 제공자와 고객에게 동시에 효율적인 교육 방식이며, 그 성장 잠재력은 무한하다고 하겠다. 국내 시장만 보아도, 인프라가 확충되고 사용 기반 환경이 빠르게 개선되고 있으며, 대부분의 학교와 가정에 인터넷 보급이 빠르게 확산되면서 온라인 교육의 잠재력이 더욱 확대되고 있다.

온라인 교육 서비스는 진입 장벽이 낮고, 초기 비용 또한 오프라인보다 적게 든다는 장점이 있기 때문에 경기 침체에도 불구하고 꾸준한 성장을 보이고 있다. 그 예로 e-러닝 사업자 수는 2004년의 258개에서 2009년에는 1,368개로 증가해서, 연평균 39.6% 성장률을 나타냈다. 아직까지는 초중고교 학생의 연령대인 6~19세의 이용률이 72.0%로 가장 높지만, 정규 교과과정 및 외국어 교육의 이용 비중이 전년 대비 다소 감소한 반면, 직무자격 분야 비중이 증가하고 있는 추세이다. 특히, 2009년에는 30대의 e-러닝 이용률이 40.8%로 전년대비 가장 크게 상승하였는데, 이는 e-러닝 교육이 정규 학업 중심에서 취업 및 직무역량 강화 등 다양한 분야로 확산되고 있어 평생교육의 개념으로 온라인 교육이 이용되고 있음을 알 수 있다[지식경제부, 2010].

같은 조사에 의하면, e-러닝 도입업체의 과반수(51.7%)가 그 도입비용을 확대하겠다고 응답하여 향후 사업체의 e-러닝 수요가 지속적으로 확대될 것으로 기대되고 있다. 기업의 경쟁력을 좌우하는 근본 요소인 인적자원에 대한 중요성은 아무리 강조해도 지나치지 않으며 기업의 경쟁력은 우수한 인적자원의 보유에 의하여 그 정도가 결정된다[Nahapiet and Ghoshal, 1998]. 이런 이유로 개인의 경쟁력을 증대하고자 하는 많은 소비자들과 인적 자원의 고도화와 정예화를 원하는 기업들이 오프라인 대비 비용 절감의 효과가 있는 온라인 교육에 많은 관심을 쏟고 있다. 하지만 온라인 교육에 대한 연구는 아직 온

라인 교육의 매체 특성이나 시스템 특성 위주로 이루어지고 있다[최수정 외 2인, 2007; 장정주 외 2인, 2008]. 온라인 교육을 넘어서 m-러닝(모바일 교육)이나 u-러닝(유비쿼터스 교육)의 개념으로 확대되고 있는 현 시점에서, 성공적인 온라인 교육 서비스를 위한 다양한 선행 요인들에 대한 연구가 필요할 것으로 보인다.

## 2.2 사회자본

사회자본의 개념은 비록 한 개인이 가지고 있는 자원의 양이나 개인별 자원의 총합 자체는 한정적일지라도 다른 구성원들과 형성하고 있는 사회적 관계를 통해 더 많은 자원에 접근하고 활용할 수 있으므로, 사회적 관계 자체가 하나의 중요한 자본이 될 수 있으며 혹은 사회적

관계 속에 자본이 내재되어 있다는 관점에서 출발한다[Burt, 2001].

거시적 차원에서 사회자본을 논의한 대표적인 학자로는 Putnam[1993]을 들 수 있으며, 그는 사회자본을 “사회적 네트워크와 규범, 신뢰와 같은 사회조직의 한 형태로서 구성원의 상호 이익을 위한 조정과 협동을 촉진하는 요소”로 정의하였다. 사회자본에 대한 다양한 논의들을 정리하면 다음의 <표 1>과 같다.

온라인에서 사회관계망을 통한 사회자본은 커뮤니케이션을 통하여 형성되는데, Pruijt[2002]에 따르면 인터넷을 이용한 커뮤니케이션은 기존의 현실 세계의 사회 자본을 보완하고 강화하는 기능을 한다. 인터넷은 그 자체가 네트워크이고, 협동이나 자발성, 공유 등이 기본 속성이며 상대방의 존재를 기반으로 하기 때문에 기존

<표 1> 사회자본의 이론 정리

구분	이론적 핵심	특징
Bourdieu[1986]	서로 면식이 있는 다소 제도화된 관계들의 영속적인 네트워크, 소유와 연계되어 있는 실제적 혹은 잠재적 자원의 집합	특정 상황에서는 경제 자본으로 변환할 수 있고 제도화 될 수 있는 사회적 의무(관계)들로 구성됨
Burt[2001]	사회 연결망은 ‘기회’로서의 사회자본	<ul style="list-style-type: none"> <li>정보에 대한 접근에 있어 사회자본의 효과가 큼</li> <li>시장적 경쟁상황에서 개인이 소지하고 있는 인적 자본의 효용을 높일 수 있는 기회를 제공하는 것이 사회자본</li> </ul>
Coleman[1988]	세대간 결속, 가족의 기능을 통한 결속이나 연대를 통해 배양되는 규범과 기대	<ul style="list-style-type: none"> <li>사회적 관계의 중심에 있는 “나”와 중요한 타인들 사이의 관계 뿐만 아니라, “나”를 둘러싸고 있는 타인들 사이의 관계구조에 주목</li> <li>사회 구조 내 행위자들의 행동을 촉진</li> <li>사회자본을 행위자 사이의 관계에 내재되어 있다고 봄</li> </ul>
Fukuyama[1995]	집단과 조직의 공통 목적을 위해 같이 일하는 사람들의 능력	협력이 허용된 집단 내 구성원들 사이에서 공유되는 비공식적 가치나 규범의 특정한 집합
Lee and Croninger [1996]	사회자본을 4가지 차원으로 구분	사적 사회적 유대망, 공적 사회적 유대망, 규범적 차원, 공적 성격의 사회자본
Portes[1995]	사회적 연결망의 구성원이 됨으로 얻을 수 있는 행위자의 능력	사회자본은 행위자의 능력에 따라 얻어지며 사회 관계 속에 내재되어 있는 산물
Putnam[1993]	상호 이익을 위한 공동 조정과 공동 협력을 촉진하는 네트워크, 규범, 사회적 신뢰와 같은 사회조직의 형태	사회자본은 인적 자본, 물질 자본과 함께 경제성장을 가져오게 하면서 인적 자본과 물질 자본의 투자이익을 증진시키는 역할을 함

에 논의되던 사회자본의 특성에 부합하기 때문이다.

사회자본 이론은 다른 행위자와의 관계, 행위자 간의 관계 구조에 초점을 맞추고 있다는 공통점이 있지만 구체적인 정의와 구성차원은 학자마다 다른데 크게 3가지로 정리될 수 있다. 첫 번째로, 유대(bonding)는 내부 관계에 초점을 두고 집단 내 개인이나 그룹 간의 연계에 집중한다. 따라서 집단 내 동질성과 신뢰와 협력에 기반한 유대 관계를 목표로 한다. 유대의 관점에서 사회자본 이론을 주장한 학자는 Putnam [1995], Fukuyama [1995] 등이 있다. 두 번째로, 연결(bridging)은 외부 관계에 초점을 두고 사회 네트워크에 내재된 자원으로서의 사회적 자본을 주장함으로써 개인과 그룹의 행동 촉진을 유도한다. 이를 주장한 학자는 Burt [1997], Portes [1998] 등이 있다. 세 번째로 유대와 연결(Bonding and Bridging)로서 위의 두 개념을 혼용하여 사회자본을 정의하고 있다. 이는 집단적 행위는 내외부 관계 모두에 영향을 받음을 강조하며, 주요 학자로서 Nahapiet and Ghoshal [1998] 등이 있다. 이들은 사회적 자본을 구조적 차원(structural dimension), 관계적 차원(relational dimension), 인지적 차원(cognitive dimension)으로 구분하고 있으며 본 논문에서는 이 구분을 기준으로 해서 사회자본을 논의하고자 한다.

### 2.3 서비스 품질

서비스란 객관적인 근거나 수치로 평가 받기 보다는 고객의 주관적 특성에 따라 다른 반응과 평가를 얻기 때문에 기업의 끊임없는 관심과 개선 노력이 필요한 분야이다. Dodds and Monroe [1985]는 서비스 품질의 정의는 객관적인 품질과 주관적인 품질 두 가지 접근법에 의해 달라질 수 있다고 하였다. 객관적 품질이란 제품 간

의 실제적인 기술적 우월성이나 탁월함을 설명하기 위한 개념인데 반해, 주관적 품질은 객체에 대한 사람들의 주관적 반응을 포함하는 개념으로 사용하였다. 이러한 주관적 서비스 품질과 맥을 같이 하는 많은 연구에서 PZB(Parasuraman, Zeithaml, and Berry)가 정의한 '서비스의 우월성과 관련된 총체적인 판단 혹은 태도'의 개념이 많이 사용되고 있다 [Parasuraman et al., 1988]. 그들은 서비스 품질 평가의 10가지 기준을 만들고, 이를 다시 5가지 차원(신뢰성, 반응성, 유형성, 확신성, 공감성)으로 요약해 SERVQUAL 모형으로 발전시켰다. 이 모델의 핵심은 서비스 품질이 고객이 서비스에 대해 가지고 있는 기대와 실제 서비스에 의해 달성된 성과간의 차이라는 것이다.

정보시스템 분야에 있어서도 PZB의 SERVQUAL 모형을 보완하여 서비스 품질을 측정하는 연구가 1990년대 이후에 많이 이루어져 왔으며, 대표적인 선행 연구들은 다음과 같다 [Ketinger and Lee, 1994; Ketinger et al., 1995; Pitt et al., 1995; Jiang et al., 2002]. 국내에서도 최근까지 무선인터넷 [임세현, 2007], 고객관계관리 [한동균 외 2인, 2007], 브랜드커뮤니티 [윤혜정 외 2인, 2009], 인터넷 쇼핑몰 [한현수 외 2인, 2009], 인터넷 बैं킹 [이종옥, 서영상, 2009] 등의 다양한 분야에서 SERVQUAL 모형에서 제시된 변수들을 적용한 연구들이 이루어지고 있다. 하지만, 온라인 교육 서비스나 e-Learning 분야에 적용한 연구는 오경철 [2007]과 Cho et al. [2009] 등을 제외하고는 많지 않은 실정이다.

서비스 제공자와 소비자와의 상호작용을 통해 완성된다는 점에서 서비스에 대한 소비자의 반응은 서비스품질 평가에 절대적인 영향을 미친다. 아무리 훌륭한 품질이라도 서비스 전달 과정에서 문제를 느꼈다면 소비자가 인지하는 서비스 품질은 충분하지 않을 것이기 때문이다

[이진수, 2006]. 이러한 특성은 제공자와 소비자의 상호작용과 전달과정이 핵심적인 제공 서비스인 교육 서비스에서 더욱 중요하게 부각되기 때문에 성공적인 온라인 교육 서비스를 위해서는 적정 수준 이상의 서비스 품질의 확보가 선행되어야 한다.

### 3. 연구 모형 및 연구가설

본 연구에서는 온라인 교육 서비스의 성공을 고객의 학습동기 유발과 교육 서비스 재구매 의도로 가정하고, 이에 영향을 미치는 요인을 사회자본과 서비스 품질의 두 가지로 보았다.

사회자본 차원에서는 Nahapiet and Ghoshal [1998]의 구조적 사회자본, 관계적 사회자본, 인지적 사회자본을 독립변수로 채택하였다. 사회자본과 지적 자산의 창출에 대해 연구한 위의 논문에서 사회자본은 접근(access), 기대(anticipation), 동기(motivation), 결합능력(combination capability)을 매개해 지적 자산의 창출에 기여하는데, 본 연구에서는 이 이론을 온라인 교육

서비스에 적용하여, 사회자본이 온라인교육 서비스의 재구매 의도라는 새로운 가치를 창출하기 위해서는 학습 동기를 매개해야 한다고 보았다. 또한 사회자본의 각 변수들 간의 관계를 가정하고 실증적으로 증명한 Tsai and Ghoshal [1998]의 연구에 따라, 구조적, 인지적 사회자본이 관계적 사회자본의 선행변수라고 가정하였다.

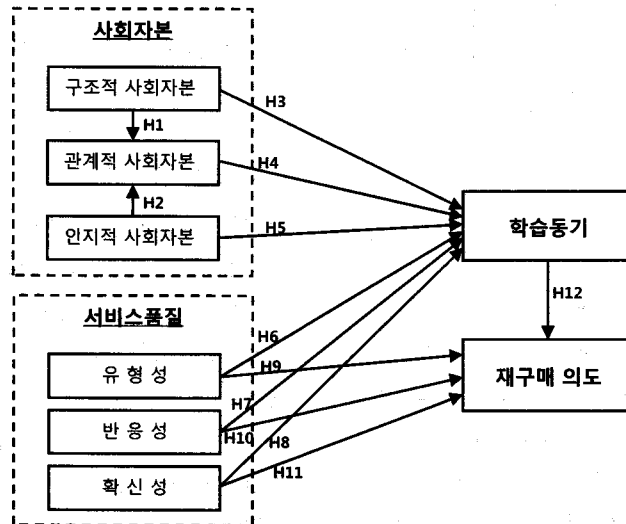
서비스품질 차원에서는 유형성, 반응성, 혁신성을 독립변수로 채택하였다. 온라인 교육 서비스의 품질은 학습동기 뿐만 아니라, 재구매 의도에도 직접 영향을 미칠 수 있으므로, 두 가지 경로 모두를 가설화하여 연구모형에 포함하였다.

이를 종합하여 도식화한 연구모형은 다음의 <그림 1>과 같다.

#### 3.1 사회자본

- (1) 구조적 사회자본, 인지적 사회자본과 관계적 사회자본

구조적 사회 자본은 네트워크 자체의 유기적 구조로 정의되며 구조적 사회 자본을 구성하는 하부 요소로서 네트워크의 연계(강한 연계, 약



<그림 1> 연구 모형

한 연계), 네트워크 안정성, 네트워크의 크기 등이 있다. 특히 네트워크의 연계에서, 강한 연계는 신뢰를 바탕으로 강한 응집력을 조성하는 반면, 약한 연계는 정보의 획득과 공유를 위한 다양성을 강조한다[Nahapiet and Ghoshal, 1998]. 또한 구조적 사회 자본을 ‘행위자가 누구와 연결되어 있고, 또 어떻게 연결되어 있는가’로 정의할 수 있으며, 행위자 간의 네트워크 연계가 매우 중요하다[Burt, 1992]. 이는 네트워크의 존재 자체가 자원에 접근할 수 있는 기회를 제공해 주고, 특정 목적으로 만들어진 네트워크가 다른 네트워크에서 또다른 목적으로 사용될 수 있기 때문이다[정기환, 심재만, 2004]. 따라서, 구조적 차원은 사회자본의 가장 기본적인 원천으로서 네트워크가 존재하지 않으면 사회자본 또한 발생되기 어렵게 된다.

관계적 사회자본은 사람들이 상호작용을 통하여 얻는 개인적 관계를 의미하며 신뢰, 규범, 호혜(reciprocity) 등과 관련이 있다. 신뢰의 전통적인 개념은 다른 사람의 정직성에 확신을 가지는 것으로 정의되며[Rotter, 1967], 특히 지식 기반의 사회에서는 공동체에 대한 애착, 공유된 신뢰를 바탕으로 서로 돕는 것에 대한 의무를 수반해야 한다[Gabriano and Johnson, 1999]. 호혜성은 타인으로부터 받은 무언가를 동일한 집단에 속한 제 3자에게 돌려주는 것을 의미한다. 즉, 당사자들만의 교환관계가 아니라 집단적 차원에서 교환이 일반화되어 규범적 특성으로 작동하는 과정을 일컫는다[Shumaker and Brownell, 1984]. 따라서 호혜성이 장기적으로 지속되면 구성원들 간의 두터운 상호 신뢰가 공유되고, 이러한 상호 신뢰를 바탕으로 규범의 집합적 자산으로서 관계적 사회자본을 형성하는 핵심이 될 수 있다.

인지적 사회자본은 다른 사람들과 같은 경험을 공유하거나 기술이나 지식을 같이 습득할 때

에 증가하며[Wasco and Faraj, 2005], 구성원들이 공유하는 공통의 가치관, 목표 등으로 정의되고 측정될 수 있다[Robert et al., 2008].

Nahapiet and Ghoshal[1998]이 경영학 분야에 이 세 가지 차원의 사회자본을 적용한 연구 이론을 제시한 후, 다양한 실증 연구가 행해졌는데 세 차원 간의 관계를 가정한 연구도 있고[Tsai and Ghoshal, 1998], 독립적인 관계로 설정한 연구도 있다[Wasko and Faraj, 2005; Robert et al., 2008]. 본 연구는 온라인 교육 서비스에 사회자본 개념을 새로이 적용한 연구이기 때문에 선행 연구에서 그 관계가 입증된 구조적 인지적 사회자본이 관계적 사회자본의 선행요인이라는 가정을 연구 가설에 포함하기로 한다.

*가설 1: 온라인 교육 서비스의 구조적 사회자본은 관계적 사회자본에 긍정적 영향을 줄 것이다.*

*가설 2: 온라인 교육서비스의 인지적 사회자본은 관계적 사회자본에 긍정적 영향을 줄 것이다.*

## (2) 사회자본과 학습동기

사회자본과 지적 자산의 창출에 대한 연구에서 Nahapiet and Ghoshal[1998]은 사회자본은 접근, 기대, 동기, 결합능력을 매개해 지적 자산의 창출에 기여한다고 주장하였다. 이후 경영학과 경영정보학 분야에 이 이론이 적용된 실증연구에서도 사회자본은 자원의 새로운 가치 창출(제품 혁신), 팀 의사결정의 품질에 직접적인 영향을 주지 않고, 자원의 교환과 조합, 지식 통합 등을 매개하거나 지식 공유에만 영향을 주는 것으로 가설이 설정되고 증명되었다[Tsai and Ghoshal, 1998; Wasko and Faraj, 2005; Robert et al., 2008].

본 연구에서는 이러한 개념을 온라인 교육 서비

스에 적용하여, 사회자본이 온라인교육 서비스의 재구매 의도라는 새로운 가치를 창출하기 위해서는 학습 동기를 매개해야 한다고 가정하였다.

가설 3: 온라인 교육 서비스의 구조적 사회 자본은 학습동기에 긍정적 영향을 줄 것이다.

가설 4: 온라인 교육 서비스의 관계적 사회 자본은 학습동기에 긍정적 영향을 줄 것이다.

가설 5: 온라인 교육 서비스의 인지적 사회 자본은 학습동기에 긍정적 영향을 줄 것이다.

### 3.2. 서비스 품질

#### (1) 서비스품질과 학습동기

PZB가 초기에 제시한 SERVQUAL[1988]의 다섯 가지 차원인 유형성, 반응성, 확신성, 신뢰성, 공감성은 현재까지도 계속 사용되고 있으나, 인터넷의 발전으로 전자상거래가 보편화됨에 따라서 Javenpaa and Todd[1996]는 5가지 서비스 품질 차원의 정의를 인터넷 환경에 맞게 변형하여 제시하였고 본 논문에서는 이를 변수의 조작적 정의에 활용하였다.

본 논문에서는 5가지 서비스 품질 결정 요인 중 유형성, 반응성, 확신성을 채택하고 신뢰성과 공감성은 제외하였다. 신뢰성은 관계적 사회 자본의 '타인을 신뢰하는 정도'라는 개념과 의미 중복이 생길 수 있고, 공감성은 인지적 사회 자본의 '공통의 목표와 비전'과 겹치는 부분이 있을 것으로 예상했다. 물론 온라인 교육 서비스의 신뢰성과 공감성은 사회자본의 신뢰, 공통의 목표 등과는 다른 의미이지만, 응답자가 받아들일 때 자칫 혼동할 우려가 있기 때문이다.

최근까지도 다양한 정보기술 서비스 성공의 선행요인으로 서비스 품질을 적용한 연구들이

시행되어 오고 있으며[윤혜정 외 2인, 2009; 한현수 외 2인, 2009; 이종욱, 서영상, 2009], 종속 변수는 만족도와 신뢰 등이 주로 채택되었다. 온오프라인 교육 서비스 품질을 비교 분석한 오경철[2007]의 연구에서는 서비스 품질이 학습실효성에 미치는 영향을 검증하였다.

선행연구들과 앞서 가설화한 사회자본과 학습동기와의 관계에 근거하여, 다음과 같이 가설을 설정하였다.

가설 6: 온라인 교육 서비스의 유형성은 학습동기에 긍정적 영향을 줄 것이다.

가설 7: 온라인 교육 서비스의 반응성은 학습동기에 긍정적 영향을 줄 것이다.

가설 8: 온라인 교육 서비스의 확신성은 학습동기에 긍정적 영향을 줄 것이다.

#### (2) 서비스 품질과 재구매 의도

일반적으로 서비스의 재구매는 서비스 품질의 인식으로 인한 신뢰나 고객 만족을 통하여 이루어지며, 이에 대한 많은 연구가 시행되어 왔다. 최근의 연구를 예로 들면, 온오프라인 유통 경로를 보유한 인터넷 쇼핑몰의 서비스품질은 신뢰를 매개하여 재구매 의도에 영향을 미치고[한현수 외 2인, 2009], 인터넷 बैं킹의 서비스 품질은 신뢰를 통해 전환의도에 영향을 미치는 것으로 나타난다[이종욱, 서영상, 2009].

이렇게 서비스 품질은 주로 만족이나 신뢰와 같은 태도를 매개해 재구매 의도나 전환의도와 같은 행동의도에 영향을 미친다. 하지만, 온라인 교육 서비스의 특성상 유형성, 반응성, 확신성 등의 서비스 품질은 정보품질(콘텐츠 품질)이나 시스템 품질과도 밀접하게 연결되어 있으며 서비스 자체가 고객이 구매한 상품이기 때문에 서비스 품질의 인식이 재구매 의도에 직접적인 영향을 줄 것으로 가정하였다.



가설 9 : 온라인 교육 서비스의 유형성은 재구매 의도에 긍정적 영향을 줄 것이다.

가설 10 : 온라인 교육 서비스의 반응성은 재구매 의도에 긍정적 영향을 줄 것이다.

가설 11 : 온라인 교육 서비스의 확산성은 재구매 의도에 긍정적 영향을 줄 것이다.

### 3.3 학습동기와 재구매 의도

동기는 행동의 시작이며 방향성을 제시해주는 발화점이라고 할 수 있다. 사람들은 동기를 통하여 행동을 목표로 이끌어가며 지속적으로 유지시킨다. 온라인 교육 서비스 환경에서 이루어진 연구에서는 학습동기를 'e-러닝을 통해 적극적으로 학습하고자 하는 의지'로 정의하고 타인의 e-러닝 수강성과와 향상 정도를 보고 난 후 학습에 몰입하고자 하는 의지의 정도, e-러닝을 통해 학습하고자 하는 열의의 정도, e-러닝 학습 기간 동안 노력한 정도로 조작적 정의를 내리고 있다[곽소아, 2002]. Robinson(1985)은 온라인 교육 훈련 상황에서 동기는 '학습자가 교육훈련과 자신의 직무성과를 높이기 위해 기꺼이 노력하고자 하는 정도'라고 정의하였다. 또한 학습동기가 중요하다고 인식할수록 온라인 교육에 대한 만족도가 높아진다고 하였다[이정선, 2001]. 이러한 선행연구에서 학습 동기는 개인차를 설명하는데 매우 중요한 변인으로 작용하며 동기의 좌절로 인한 무기력은 이후의 학습 동기 또한 감소시켜 후속적인 학습의 행위에 부정적인 영향을 미치게 된다[김선미, 2001].

재구매 의도란 고객이 현재 이용중인 기업의 서비스 및 상품을 미래에 다시 이용하기 위해 구매하고자 하는 의사를 의미한다. 재구매에 대한 여러 정의를 살펴보면, 소비자가 이용한 서비스에 대해 다시 이용하고 싶은 정도와 다른 사람에게 이 기업을 이용하도록 권유할 정도[McDougall and Levesque, 2000], 고객이 미래에도

지속적으로 현재의 서비스 공급자를 반복하여 이용할 가능성[정인근, 박창준, 2004], 고객이 과거의 경험과 미래에 대한 기대에 기초하여 미래에도 서비스를 반복하여 이용할 가능성으로 정의하였다[김상현, 오상현, 2002]

즉 소비자들의 구매 후 행동은 기본적으로 제품의 사용 또는 소비경험과 관련되어 있지만 다른 한편으로는 소비자가 거쳐 온 구매전의 심리적 상태와도 밀접하게 연결되어 있는 것이다[진성은, 정기한, 2006]. 그러므로, 온라인 교육 서비스의 사용으로 인하여 부여된 학습 동기의 인식은 온라인 교육 서비스의 재구매 의도에 영향을 줄 것으로 가정할 수 있다.

가설 12 : 온라인 교육 서비스를 통해 형성된 학습동기는 재구매 의도에 긍정적 영향을 줄 것이다.

## 4. 연구 방법

### 4.1 측정도구의 개발

위에서 제시된 가설을 검증하기 위해 현재 온라인 교육 서비스를 이용하고 있거나 이용한 경험이 있는 사람들을 대상으로 설문조사를 실시하였다. 측정도구들은 선행 연구에서 신뢰성과 타당성이 검증된 문항들을 토대로 연구 환경에 맞게 연구자가 수정하였으며, 모든 변수들은 Likert 7점 척도를 이용, 복수의 설문 문항들로 측정하였다. 실제 설문 시행 전, 전문가들을 대상으로 사전테스트(pre-test)를 시행하여 내용 타당성을 확보하였다.

본 연구에 사용된 변수의 조작적 정의 및 측정항목은 <표 2>와 같다.

### 4.2 자료의 수집과 응답자 특성

본 연구의 자료 수집 기간은 2009년 10월 넷째

주부터 20일 동안 실시되었다. 온라인 교육을 과거에 받았거나 현재 받고 있는 사람들을 연구 대상으로 하여 구글 문서도구(Google Docs)를 이용해 설문을 작성하고 참여자에게 해당링크를 송부하는 웹 설문 방식으로 시행하였다. 총 150명

이 설문에 참여하였는데 이 중 불성실한 답변 24부를 제외한 총 126명의 자료가 실제 분석에 사용되었다.

응답자의 성별은 남성이 50.5%, 여성이 49.5%를 차지하였고, 나이는 10대가 54.2%, 20대가

〈표 2〉 변수의 조작적 정의 및 측정항목

변수명	조작적 정의	측정 항목	관련 문헌
구조적 사회자본	타인에게 의지하는 정도, 정보를 교류하는 정도, 사이트를 자주 방문하는 정도	<ul style="list-style-type: none"> <li>온라인 교육 사이트의 강사에게 의지하고 있다</li> <li>온라인 교육 사이트에서 강사에게 질문을 자주 한다.</li> <li>온라인 교육 기간 내에 해당 사이트를 자주 방문한다.</li> <li>온라인 교육 사이트에서 많은 활동을 한다.</li> </ul>	Nahapiet and Ghoshal[1998] Tsai and Ghoshal [1998] Robert et al.[2008]
관계적 사회자본	규칙을 지키는 정도, 타인을 신뢰하는 정도, 동질감을 느끼는 정도	<ul style="list-style-type: none"> <li>온라인 교육 사이트에는 따라야 할 규칙이 있다.</li> <li>온라인 교육 사이트의 회원들을 신뢰한다.</li> <li>온라인 교육 사이트에서 회원들과 동질감을 느낀다.</li> </ul>	Wasko and Faraj[2005] Robert et al.[2008]
인지적 사회자본	공통의 목표와 비전	<ul style="list-style-type: none"> <li>온라인 교육 사이트의 회원들끼리 비슷한 학습 목표와 비전을 가지고 있다.</li> <li>온라인 교육 사이트의 회원들은 달성해야 할 목표가 유사하다.</li> </ul>	Tsai and Ghoshal[1998] Robert et al.[2008]
유형성	사이트 화면의 시각적 편의성 정도, 메뉴 구성의 편리성, 화면 구성, 텍스트의 구성 정도	<ul style="list-style-type: none"> <li>온라인 교육 사이트가 시각적으로 보기 좋고 편하다.</li> <li>온라인 교육 사이트에서 제공되는 정보는 화면 상으로 보고 읽는 데 편하게 제시되어 있다.</li> <li>온라인 교육 사이트 내에서 텍스트의 크기가 화면 구성이 읽기 쉽게 구성되어 있다.</li> <li>온라인 교육 사이트의 메뉴가 사용하기 편리하게 구성되어 있다.</li> </ul>	Javenpaa and Todd[1996] 오경철[2007]
반응성	학습과정에 대한 피드백, 학습 중 발생하는 문제에 대한 신속한 서비스 정도, 시스템 문제에 대한 빠른 복구 정도	<ul style="list-style-type: none"> <li>온라인 교육 사이트는 서비스 이용 시 발생하는 문제에 대해 신속하게 대처한다.</li> <li>학습환경에 시스템적 문제가 생길 경우 가급적 빠르게 정상화 한다.</li> <li>학습자의 질문에 강사의 즉각적인 피드백이 제공되었다.</li> </ul>	Javenpaa and Todd[1996] 오경철[2007]
확신성	서비스에 대한 안전한 결제, 정보의 질 신뢰 정도, 학습진도 체크 관리 정도	<ul style="list-style-type: none"> <li>온라인 교육 사이트는 안심하고 거래(결제)할 수 있다.</li> <li>온라인 교육 사이트에서 제공하는 정보의 질을 신뢰할 수 있다.</li> <li>온라인 교육 사이트는 학습자의 학습성과 평가를 올바르게 수행한다.</li> <li>온라인 교육 사이트는 학습진도 체크 관리를 잘 수행한다.</li> </ul>	Javenpaa and Todd[1996] 오경철[2007]
학습동기	e-Learning 학습에 몰입하고자 하는 의지의 정도, e-Learning 학습 기간 동안 노력한 정도	<ul style="list-style-type: none"> <li>나는 온라인 교육 기간 동안에 학습에 몰입하였다.</li> <li>나는 온라인 교육을 통한 학습 과정에서 최대한 배우려고 열심히 노력하였다.</li> <li>나는 온라인 교육 기간 동안 남보다 열심히 노력하였다.</li> </ul>	곽소아[2002] Robinson[1985]
재구매 의도	서비스를 우선적으로 재구매하는 정도, 지속적으로 이용하는 정도	<ul style="list-style-type: none"> <li>다음에 기회가 있으면 온라인 교육을 우선적으로 이용할 것이다.</li> <li>나는 온라인 교육 사이트를 지속적으로 이용할 것이다.</li> </ul>	McDougall and Levasque[2000]

45.5%, 30대가 10.3%로 추출되었다. 직업은 중학생이 41.1%, 고등학생이 13.1%, 대학생(대학원생)이 13.1%, 사무직이 21.5%, 영업직이 7.5%, 기타 3.7%로 나타났으며, 첫 온라인 강의 수강 시기는 중학교 때가 50.5%, 고등학교 때가 7.5%, 대학생 때가 26.2%, 직장 입사 전이 5.6%, 직장 입사 후가 10.3%였다. 인구통계학적 특성을 중

합해 보면 남녀의 비율이 비슷하고 청소년과 성인의 표본 수가 비슷하여 골고루 표본이 수집되었음을 알 수 있다.

## 5. 연구 결과

본 연구는 분산기반(variance-based, compo-

〈표 3〉 연구 변수의 요인 적재치 및 교차요인 적재치

연구 변수	측정 항목	구조적 사회자본	관계적 사회자본	인지적 사회자본	유형성	반응성	확신성	학습동기	재구매 의도
구조적 사회자본	SSC1	0.845	0.539	0.375	0.290	0.394	0.321	0.479	0.578
	SSC2	0.805	0.405	0.198	0.183	0.283	0.131	0.227	0.385
	SSC3	0.815	0.503	0.385	0.358	0.326	0.402	0.497	0.556
	SSC4	0.769	0.534	0.299	0.249	0.312	0.163	0.331	0.384
관계적 사회자본	RSC1	0.579	0.673	0.388	0.278	0.369	0.303	0.370	0.419
	RSC2	0.446	0.829	0.619	0.521	0.466	0.515	0.495	0.438
	RSC3	0.436	0.809	0.587	0.495	0.446	0.553	0.479	0.444
인지적 사회자본	CSC1	0.322	0.562	0.863	0.395	0.280	0.493	0.399	0.414
	CSC2	0.384	0.657	0.896	0.514	0.413	0.476	0.426	0.396
유형성	TAN1	0.352	0.563	0.474	0.803	0.457	0.460	0.427	0.349
	TAN2	0.202	0.483	0.464	0.898	0.387	0.617	0.418	0.319
	TAN3	0.270	0.426	0.389	0.854	0.374	0.446	0.412	0.295
	TAN4	0.326	0.435	0.421	0.814	0.422	0.520	0.477	0.344
반응성	RES1	0.325	0.473	0.355	0.462	0.847	0.487	0.152	0.371
	RES2	0.298	0.423	0.362	0.357	0.844	0.410	0.202	0.314
	RES3	0.405	0.491	0.286	0.404	0.819	0.398	0.239	0.344
확신성	ASU1	0.283	0.386	0.388	0.517	0.481	0.813	0.291	0.360
	ASU2	0.313	0.470	0.426	0.547	0.369	0.734	0.378	0.275
	ASU3	0.287	0.500	0.422	0.425	0.347	0.777	0.357	0.373
	ASU4	0.134	0.469	0.440	0.374	0.384	0.728	0.377	0.301
학습동기	MOT1	0.380	0.496	0.441	0.463	0.195	0.415	0.865	0.508
	MOT2	0.365	0.444	0.430	0.470	0.147	0.377	0.858	0.573
	MOT3	0.512	0.534	0.303	0.362	0.261	0.366	0.793	0.438
재구매 의도	BUY1	0.610	0.529	0.427	0.338	0.416	0.350	0.548	0.930
	BUY2	0.511	0.513	0.428	0.388	0.349	0.450	0.581	0.931

〈표 4〉 연구 변수의 상관계수, 신뢰도 및 판별 타당성 분석 결과

연구 변수	CR	관계적 사회자본	인지적 사회자본	구조적 사회자본	유형성	반응성	확신성	학습동기	재구매 의도
구조적 사회자본	0.883	0.809							
관계적 사회자본	0.816	0.621	0.773						
인지적 사회자본	0.872	0.403	0.695	0.880					
유형성	0.907	0.344	0.567	0.520	0.843				
반응성	0.875	0.412	0.555	0.398	0.489	0.837			
확신성	0.848	0.333	0.600	0.550	0.608	0.516	0.764		
학습동기	0.877	0.495	0.583	0.469	0.517	0.237	0.460	0.839	
재구매 의도	0.928	0.602	0.560	0.459	0.390	0.411	0.430	0.606	0.931
AVE		0.655	0.598	0.774	0.711	0.700	0.583	0.704	0.866

주) 대각선에 존재하는 값(굵은체)은 각 개념에 대한 평균분산 추출값의 제곱근 값이다.

ment-based) 구조방정식 통계 프로그램인 Smart-PLS 2.0을 이용하여 통계 분석을 시행하였다. 본 연구는 공분산 기반(covariance-based)의 통계 프로그램에서 일반적으로 제시하고 있는 200개보다 적은 표본 수를 가지고 있기 때문에 [허성혜 외 2인, 2009], PLS 방식을 사용하였다. PLS 분석을 위한 최소 표본 수는 여러 기준이 있지만 '가장 많은 측정 항목을 갖는 변수의 측정 항목 수의 10배'라는 기준을 주로 사용한다 [Gefen et al., 2000]. 본 연구에서는 구조적 사회자본, 유형성 및 확신성이 모두 4개의 측정항목을 가지고 있으므로, 본 연구의 표본 수인 126개는 적절하다고 할 수 있다.

### 5.1 측정 모형 검증

PLS 이용한 구조방정식의 확인적 요인분석(confirmatory factor analysis : CFA)에서 신뢰도와 타당성은 요인 적재치, AVE(average variance extracted)와 CR(composite reliability)로 평가된다 [Chin, 1998]. 일반적으로 요인 적재치와 AVE

는 0.5이상, CR은 0.7이상이면 내적일관성과 수렴타당성이 확보되었다고 할 수 있다[Gefen et al., 2000]. 판별타당성은 일반적으로 각 잠재변수의 측정항목들의 개별요인 적재치가 교차요인 적재치보다 높아야 하고, 각 잠재변수의 AVE의 제곱근 값이 다른 개념과의 상관 계수들보다 커야 한다[Chin, 1998; Gefen et al., 2000].

〈표 3〉과 〈표 4〉에서 볼 수 있듯이, 본 연구에서 사용된 측정 모형은 위의 기준을 모두 충족하여 신뢰도와 타당성이 확보되었다.

### 5.2 구조 모형 검증

본 연구에서 제시한 가설에 대한 검증 결과는 〈표 5〉와 같이 요약된다. PLS에서는 따로 모델 적합도를 제시하지 않고 내생변수의  $R^2$  값을 지표로 사용한다[Falk and Miller, 1992; Chin, 1998]. 본연구의 내생변수의  $R^2$  값은 관계적 사회자본이 0.622, 학습동기가 0.467, 재구매 의도가 0.448로 일반적인 기준치인 0.1을 넘고 있다 [Doz et al., 2000].

〈표 5〉 연구 가설의 검증 결과

가설	경로	경로계수	t-value	p-value	채택 여부
H1	구조적 사회자본 → 관계적 사회자본	0.407 <sup>***</sup>	6.211	0.000	채택
H2	인지적 사회자본 → 관계적 사회자본	0.532 <sup>***</sup>	8.818	0.000	채택
H3	구조적 사회자본 → 학습동기	0.259 <sup>*</sup>	2.251	0.026	채택
H4	관계적 사회자본 → 학습동기	0.296 <sup>**</sup>	2.842	0.005	채택
H5	인지적 사회자본 → 학습동기	0.040	0.323	0.747	기각
H6	유형성 → 학습동기	0.283 <sup>*</sup>	2.223	0.028	채택
H7	반응성 → 학습동기	-0.258 <sup>**</sup>	2.627	0.010	기각
H8	확신성 → 학습동기	0.136	1.446	0.151	기각
H9	유형성 → 재구매 의도	-0.076	0.566	0.572	기각
H10	반응성 → 재구매 의도	0.276 <sup>**</sup>	2.900	0.004	채택
H11	확신성 → 재구매 의도	0.085	0.700	0.485	기각
H12	학습동기 → 재구매 의도	0.541 <sup>***</sup>	5.342	0.000	채택

주) \* $p < 0.05$ , \*\* $p < 0.01$ , \*\*\* $p < 0.001$ .

연구 가설 검증 결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 사회자본의 각 차원 간의 관계에 대한 가설 1과 가설 2에서 구조적 사회자본과 인지적 사회자본 모두 관계적 사회자본에 유의한 영향을 미친다는 것이 증명 되었다. 또한 사회자본의 각 차원과 학습동기에 관한 가설 3~가설 5에서 구조적, 관계적 사회자본은 학습동기에 직접적으로 유의한 영향을 주지만, 인지적 사회자본이 학습동기에 미치는 영향은 유의하지 않은 것으로 나타났다. 둘째, 서비스 품질과 학습동기의 관계에 대한 가설에서 유형성만이 학습동기에 유의한 영향을 미치며(가설 6), 반응성과 확신성은 학습동기의 유의미한 선행 요인이 아닌 것으로 증명 되었다(가설 7, 8). 반면에 서비스품질과 재구매 의도의 관계에 대한 가설에서는 반응성만 재구매 의도의 유의한 영향을 미친다는 것이 증명 되었고(가설 9), 다른 서비스품질 요인은 재구매 의도에 영향을 미치지 않은 것으로 나타났다(가설 10, 11). 마지막으로 학습동기와 재구매 의도에 대한 가설(가설 12)은 유

의한 관계가 입증되었다. 부가적으로, 가설 설정 시에는 기대하지 않았던 반응성과 학습동기 간에 유의미한 부(-)의 관계가 있음이 나타나 가설 7은 기각하였다.

## 6. 결 론

### 6.1 연구의 시사점

지속적인 온라인 교육 시장의 확대에 비하여, 오프라인과 차별화할 수 있는 온라인 교육만의 활성화 방안에 대한 연구는 아직 미흡한 실정이다. 과거에는 온라인 교육에 대한 인식 부족과 기술의 한계 등으로 인해 오프라인 교육과 동일한 콘텐츠를 컴퓨터와 인터넷이라는 채널을 이용하여 배포하는 형태에 머물렀고, 따라서 강사와 수강생간 또는 수강생들 사이의 상호작용 측면에서 오프라인 교육에 비해 온라인 교육이 부족하다는 반응이 많았다. 하지만 무선 인터넷망의 확대와 더불어 스마트폰을 비롯한 다양한 개인 휴대용 멀티미디어 기기의 보급은 교육 서비

스에 있어서 시간과 공간의 제약을 완전히 허물게 되었다. 오프라인 교육 환경에서는 상호작용이 같은 과목의 수강생들 간에만 한정되지만, 시공간의 제약이 없는 온라인 교육 환경에서는 상호작용이 더욱 확대될 수 있다. 즉 일종의 온라인 커뮤니티 형태로 온라인 교육 사이트가 운영된다면 기존의 약점이었던 교육 서비스 이용자 간의 상호작용이 오히려 장점으로 변모할 수 있을 것이다.

이런 측면에서 본 연구는 사회학에 뿌리를 두고 있으며 경영정보학 분야에서는 조직의 지식 관리 분야에서 주로 연구되어 오던 사회자본의 개념을 온라인 교육 서비스에 적용하여, 온라인 교육 사이트를 일종의 커뮤니티로 인식하는 것이 학습동기에 어떠한 영향을 미치는지 알아 보았다. 더불어 성공적인 온라인 교육 서비스 제공을 위해 어떠한 서비스 품질 결정요인들이 학습동기와 재구매 의도에 영향을 미치는지 연구하였다. 본 연구 결과가 주는 주요 시사점은 다음과 같다.

첫째, 구조적 사회자본과 인지적 사회자본은 관계적 사회자본의 선행요인으로, 온라인 교육 서비스 이용자가 해당 교육 사이트의 규칙을 지키고 회원과 강사를 신뢰하며 동질감을 느끼기 위해서는, 그만큼 자주 방문하고 많은 활동을 하면서 네트워크를 강화해야 한다. 또한 기본적으로 수강생들이 공통의 목표와 비전을 갖고 있음을 인식해야만 관계적 사회자본이 형성됨을 알 수 있었다. 한편 구조적 사회자본과 관계적 사회자본은 학습동기에 직접 영향을 주지만, 인지적 사회자본은 관계적 사회자본을 매개해야만 학습동기에 영향을 줄 수 있는데, 이는 온라인 교육 서비스 제공자에게 긍정적으로 시사하는 바가 크다. 구조적 사회자본과 인지적 사회자본은 교육 서비스 제공자가 조절하기 힘든 부분이 다소 있지만, 관계적 사회자본의 인식은

적절한 규칙, 신뢰, 소속감 등을 느낄 수 있도록 가시적인 서비스를 제공하면 증대될 수 있기 때문이다. 예를 들어, 과제에 대한 규칙을 정하고 성과에 따라 약속한 보상을 지급하는 이벤트를 통해 사용자는 온라인 교육 사이트에 대해 신뢰와 소속감을 느끼게 되고, 학습에 대한 열의가 증대되고 결과적으로는 재구매 의도로까지 연결될 수 있다.

둘째, 서비스 품질 결정요인 중에서 유형성은 학습동기에는 영향을 주지만 재구매 의도에는 유의미한 영향을 주지 못하였다. 다시 말해 사이트가 시각적으로 보기 편하면 학습에 대한 동기 부여는 되지만 그 자체만으로는 해당 교육 서비스를 다시 이용하겠다는 의도를 유발하지는 못하는 것으로 나타났다. 하지만 학습동기는 재구매의 의도의 선행요인이므로 온라인 교육 서비스 제공자의 입장에서 유형성의 확보는 필수적이라고 할 수 있다. 반면에 반응성은 재구매 의도에 직접적인 영향을 미치고 학습동기에는 오히려 부정적인 영향을 주는 것으로 나타났다. 이는 설문 문항이나 답변 상의 오류일 수도 있으나, 문항과 변수의 신뢰도와 타당도가 확보된 것으로 볼 때, 온라인 교육 사이트 운영자가 수강생의 학습과정에 과도하게 관여하거나 반응하면 오히려 학습하고자 하는 의지에는 부정적인 영향을 줄 수도 있음을 알 수 있었다. 하지만 서비스 제공자의 신속한 반응, 문제해결 및 피드백은 향후 해당 교육 서비스를 다시 이용하고자 하는 데에는 긍정적인 영향을 미치는 것에서 볼 때, 교육 서비스 제공업체는 과도하지 않은 적절한 수준의 관여와 신속한 반응을 통해 수강생들의 독립적인 학습 활동을 장려해야 할 것이다.

## 6.2 연구의 한계점 및 향후 연구 방향

본 연구는 다음과 같은 한계점을 가지고 있으

며, 추가 연구에서는 이를 극복하고자 노력해야 할 것이다. 첫째, 응답자 중, 중고등학생의 비율이 절반 이상(54.2%)을 차지하고 있지만 설문지 문항들이 청소년이 이해하기에 다소 어려웠다는 점이다. 실제 설문 분석 과정에서 탈락한 설문지의 대부분이 청소년 응답자의 답변이었다. 향후 연구에서는 전문가 집단 뿐 아니라 실제 응답자의 속성을 지닌 사람들을 대상으로 파일럿 테스트를 선행해야 할 것이다.

둘째, 본 연구는 다양한 종류의 온라인 교육 서비스 이용자를 대상으로 설문을 시행하였기 때문에, 응답자들은 각기 다른 교육 서비스에 대해서 인지하고 이를 답변에 반영하였을 것이다. 향후 연구에서는 특정한 온라인 교육 사이트에 한정하거나 최소한 온라인 교육 서비스의 이용 목적은 동일한 사람들로 표본을 구성해야 할 것이다.

셋째, 사회자본은 설문 문항으로만 측정하기에 어려운 측면이 있다. 향후 연구에서는 선행 연구와 같은 소시오 그리드(socio-grid) 방식을 통해 구조적 사회자본을 측정하거나[Robert et al., 2008], 재직 기간 등의 정량적인 척도[Wasko and Faraj, 2005]를 응용해서 온라인 교육 서비스 이용 기간을 인지적 사회자본의 측정에 반영하는 것을 고려해야 한다.

마지막으로 본 연구에서는 서비스 품질과 사회자본이 상호작용하지 않고 학습동기 또는 재구매의도에 독립적으로 영향을 미치는 것으로 가정하였다. 향후 연구에서는 두 변수 중 한 변수가 매개변수나 조절변수로 작용하거나 다른 관련 요인을 추가하여 연구를 수행해 볼 필요가 있다.

## 참 고 문 헌

[1] 곽소아, “기업 e-learning 교육 효과에 영향을 미치는 요인에 대한 실증연구”, 이화

여자대학교 대학원 경영학과 석사학위 청구논문, 2002.

- [2] 김명아, “사이버 공간의 사회자본 형성과정에 관한 연구: 대학생들의 온라인 네트워크를 중심으로”, *정보와 사회*, 제11호, 2007, pp. 25-61.
- [3] 김상현, 오상현, “인터넷 쇼핑물 공급자 특성이 만족, 신뢰 및 충성도에 미치는 영향”, *중소기업연구*, 제24호, 2002, pp. 237-271.
- [4] 김선미, “고등학생들의 성별에 따른 역사학습동기”, *사회과학*, 제34호, 2001, pp. 310-327.
- [5] 박치관, 박준병, 이준우, “사이버강의 참여자들이 상호작용이 교육효과에 미치는 영향 연구”, *Journal of Information Technology Applications and Management*, 제14권 제3호, 2007, pp. 179-197.
- [6] 오경철, 온·오프라인 교육 서비스 품질 비교 분석: 직장 내 기업교육 서비스를 대상으로, *Asia Pacific DSI 2007*, 2007, Bangkok.
- [7] 윤혜정, 이지연, 이중정, “브랜드 커뮤니티 개설유형 및 서비스 품질 특성이 사용자 만족에 미치는 영향”, *Journal of Information Technology Applications and Management*, 제16권 제4호, 2009, pp. 169-186.
- [8] 이정선, “가정-학교-지역사회의 사회, 문화적 관계: 콜맨의 사회자본을 중심으로”, *교육인류학연구*, 제4권 제2호, 2002, pp. 147-181.
- [9] 이종욱, 서영상, “인터넷 बैंकिंग의 서비스 품질이 은행의 신뢰에 미치는 영향에 관한 연구”, *Journal of Information Technology Applications and Management*, 제16권 제4호, 2009, pp. 20-40.
- [10] 이진수, “서비스 유형별 서비스 품질 요인 중요도가 고객만족에 미치는 영향”, *서비스경영학회지*, 제7권 제1호, 2006, pp. 3-23.

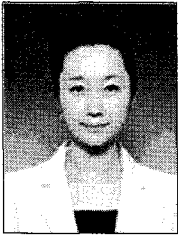
- [11] 임세현, “성별 특성에 따른 무선인터넷 서비스 품질, 만족도, 추가사용 의도의 관계 분석 : 휴대폰 사용자를 중심으로”, *Journal of Information Technology Applications and Management*, 제14권 제1호, 2007, pp. 57-74.
- [12] 장정주, 고일상, 정철, “e-러닝 시스템 특성이 학습자 몰입과 학습만족에 미치는 영향”, *Journal of Information Technology Applications and Management*, 제15권 제1호, 2008, pp. 99-116.
- [13] 정기환, 심재만, *농촌지역의 사회자본과 지역사회발전에 관한 연구(2차 연도)*, 한국농촌경제연구원, 2004.
- [14] 정인근, 박창준, “인터넷 쇼핑물에서 고객 가치와 전환장벽이 재구매 의도에 미치는 영향에 관한 연구”, *경영정보학연구*, 제14권 제1호, 2004, pp. 185-209.
- [15] 진성은, 정기환, “고객의 e-satisfaction, e-loyalty, 재구매 의도 형성에 영향을 미치는 인터넷 쇼핑 사이트 특성에 관한 연구”, *인터넷전자상거래연구*, 제6권 제3호, 2006, pp. 133-158.
- [16] 지식경제부, “2009 e러닝산업실태조사”, 지식경제부 보도자료, 2010.
- [17] 최수정, 강경준, 고일상, “이러닝시스템의 매체풍부성, 매체유용성, 매체경험이 학습자 만족에 미치는 영향”, *Journal of Information Technology Applications and Management*, 제14권 제2호, 2007, pp. 27-47.
- [18] 한동균, 조성민, 이선로, “고객관계관리가 고객 충성도에 미치는 영향에 관한 연구 : 서비스 품질을 매개로”, *Journal of Information Technology Applications and Management*, 제14권 제1호, 2007, pp. 99-116.
- [19] 한현수, 유원상, 김병권, “온-오프라인 통합 유통경로를 보유한 인터넷 쇼핑몰의 서비스 품질에 관한 연구”, *Journal of Information Technology Applications and Management*, 제16권 제4호, 2009, pp. 185-203.
- [20] 허성혜, 류성렬, 전수현, “온라인 리뷰 수용에 영향을 미치는 요인 : 온라인 리뷰 품질과 동의성을 중심으로”, *Journal of Information Technology Applications and Management*, 제16권 제4호, 2009, pp. 41-58.
- [21] 황재훈, 김동현, “성공적인 m-Learning 구현을 위한 핵심 요인에 대한 연구”, *Journal of Information Technology Applications and Management*, 제12권 제3호, 2005, pp. 57-80.
- [22] Bourdieu, P., “The Forms of Capital”, in Richardson, J. G., *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*, New York : Greenwood Press, 1986.
- [23] Burt, R. S., *Social Capital : Theory and Research*, New York : Transaction Publication, 2001.
- [24] Chin, W. W., “Issues and Opinion on Structural Equation Modeling”, *MIS Quarterly*, Vol. 22, No. 1, 1998, pp. vii-xvi.
- [25] Cho, N., Keum, J., Baik, S., and Park, S., “Analysis of User Satisfaction with Collegiate E-Learning and its Determinants”, *Journal of Information Technology Applications and Management*, Vol. 16, No. 1, 2009, pp. 37-50.
- [26] Coleman, J. S., “Social Capital in the Creation of Human Capital”, *American Journal of Sociology*, Vol. 94, 1988, pp. 95-120.
- [27] Dodds, W. B. and Monroe, K. B., “The Effect of Brand and Price Information on Subjective Product Evaluation”, *Advances*



- in Consumer Research*, Vol. 12, 1985, pp. 85-90.
- [28] Doz, Y. L., Olk, P. M., and Ring, P. S., "Formation Processes of R&D Consortia : Which Path to Take? Where Does It Lead?", *Strategic Management Journal*, Vol. 21, No. 3, 2000, pp. 239-266.
- [29] Falk, R. F. and Miller, N. B., *A Primer for Soft Modeling*, Akron, OH; University of Akron Press, 1992.
- [30] Fukuyama, F., *Trust : The Social Values and the Creation of Prosperity*, New York : Free Press, 1995.
- [31] Garbarino, E. and Johnson, M. S., "The Different Roles of Satisfaction, Trust and Commitment in Customer Relationships", *Journal of Marketing*, Vol. 63, April 1999, pp. 70-87.
- [32] Gefen, D., Straub, D. W., and Boudreau, M., "Structural Equation Modeling and Regression : Guidelines for Research Practice", *Communications of the Association for Information Systems*, Vol. 4, Article No. 7, October 2000.
- [33] Javenpaa, S. L. and Todd, P. A., "Consumer Reactions to Electric Shopping on the World Wide Web", *International Journal of Electronic Commerce*, Vol. 1, No. 2, December 1996, pp. 59-88.
- [34] Jiang, J. J., Klein, G., and Carr, C. L., "Measuring Information System Service Quality : SERVQUAL from the Other Side", *MIS Quarterly*, Vol. 26, No. 2, 2002, pp. 145-166.
- [35] Kettinger, W. J. and Lee, C. C., "Perceived Service Quality and User Satisfaction with the Information Services Function", *Decision Sciences*, Vol. 25, 1994, No. 5-6, pp. 737-766.
- [36] Kettinger, W. J., Lee, C. C., and Lee, S., "Global Measures of Information Service Quality : A Cross-National Study", *Decision Sciences*, Vol. 26, No. 5, 1995, pp. 569-588.
- [37] Lee, S. K. and Lee, J. Y., "The Effect of Sense of Community on Learner Satisfaction in Online Learning", *Journal of Information Technology Applications and Management*, Vol. 15, No. 3, 2008, pp. 153-167.
- [38] Lee, V. E. and Croninger, R. G., *Social Capital and Children's Development : The Case of Education*, Madison, WI : Wisconsin Center of Education Research, University of Wisconsin, 1996.
- [39] McDougall, G. H. G. and Levesque, T., "Customer Satisfaction with Service : Putting Perceived Value into the Equation", *Journal of Service Marketing*, Vol. 14, No. 5, 2000, pp. 392-410.
- [40] Nahapiet, J. and Ghoshal, S., "Social Capital, Intellectual Capital, and the Organizational Advantage", *Academy of Management Review*, Vol. 23, No. 2, 1998, pp. 242-266.
- [41] Parasuraman, Zeithaml and Berry, "SERVQUAL : A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality", *Journal of Retailing*, Vol. 64, No. 1, 1988, pp. 17-21.
- [42] Pitt, L. F., Watson, R. T., and Kavan, C. B., "Service Quality : A Measure of Information Systems Effectiveness", *MIS Quar-*

- terly, Vol. 19, 1995, pp. 173-187.
- [43] Portes, A., *The Economic Sociology of Immigration*, New York : Russell Sage Foundation, 1995.
- [44] Pruijt, H., "Social Capital and the Equalizing Potential of the Internet", *Social Science Computer Review*, Vol. 20, No. 2, 2002, pp. 109-115.
- [45] Putnam, R. D., "The Prosperous Community : Social Capital and Public Life", *American Prospect*, Vol. 13, 1993, pp. 35-42.
- [46] Robert, L. P., Dennis, A. R., and Ahuja, M. K., "Social Capital and Knowledge Integration in Digitally Enabled Team", *Information Systems Research*, Vol. 19, No. 3, 2008, pp. 314-334.
- [47] Robinson, K. R., *Handbook of Training Management*, London: Kogan Page, 1985.
- [48] Rotter, J. B., "A New Scale for the Measurement of Interpersonal Trust", *Journal of Personality*, Vol. 35, No. 4, 1967, pp. 651-665.
- [49] Shumaker, S. A. and Brownell, A., "Toward a Theory of Social Support : Closing Conceptual Gaps", *Journal of Social Issues*, Vol. 40, No. 4, 1984, pp. 11-36.
- [50] Tiffin, J. and Rajasingham, L., *In Search of the Virtual Class; Education in an Information Society*, Routledge, 1995.
- [51] Tsai, W. and Ghoshal, S., "Social Capital and Value Creation : The Role of Intra-firm Network", *Academy of Management Journal*, Vol. 4, No. 4, 1998, pp. 464-476.
- [52] Wasko, M. M. and Faraj, S., "Why Should I Share? Examining Social Capital and Knowledge Contribution in Electronic Networks of Practice", *MIS Quarterly*, Vol. 29, No. 1, 2005, pp. 35-57.

## ■ 저자소개



### 김 건 아

덕성여자대학교 영문학과를 졸업하고, 연세대학교 정보대학원 디지털 비즈니스 트랙에서 정보시스템 석사학위를 취득하였다. 재학 중 BK21 장학생

으로 다년 간 참여했으며, '디지털 프라이버시와 법률'(한국학술정보, 2009)의 저자로 참여하였다. 현재는 연우 GST에 재직 중이며, 주요 관심분야는 온라인 교육, 서비스 품질, 커뮤니티 사회자본 등이다.



### 윤 혜 정

이화여자대학교 국제사무학과를 졸업하고 연세대학교 경영대학원에서 경영학석사를 취득하였으며, 현재 연세대학교 정보대학원 박사과정에 재학

중이다. Asia Pacific Journal of Information Systems(경영정보학연구), Journal of Information Technology Application and Management에 논문을 게재한 바 있으며, 관심연구 분야는 IT impact, IT usage and IT service management 등이다.



### 이 중 정

연세대학교 교육학과를 졸업하고 미국 University of Rhode Island에서 MBA를 받았으며, University of South Carolina에서 MIS를 전공하여 박사학

위를 취득하였다. 이후 미국 Salisbury에 있는 메릴랜드 주립대학교의 교수로 재직한 바 있으며, 현재 연세대학교 정보대학원의 교수로 재직 중이다. MIS Quarterly, Journal of Management Information Systems, Decision Sciences, Communications of ACM 등의 국제 주요 학술지 및 APJIS(경영정보학연구) 등의 국내 학술지에 논문을 게재한 바 있다. 주요 연구관심분야는 IT performance, IT evaluation measurement, Information Orientation 등이다.