

자기결정성 요인이 스마트폰 몰입과 만족에 미치는 영향

An Empirical Study Applying the Self-Determination Factors to Flow and Satisfaction of SmartPhone

권두순(Do Soon Kwon)*, 김진화(Jinhwa Kim)**,
유철하(Cheol Ha Yu)***, 김세준(Say June Kim)****

초 록

스마트폰은 단순히 통신수단의 기기를 넘어 모바일 컨버전스(Mobile Convergence)시대의 전환기로 들어서고 있으며, 휴대기기에 카메라, 게임, 멀티미디어 기능이 부과되고, DMB (Digital Multimedia Broadcasting), 휴대 인터넷 등 새로운 개념의 서비스 도구로 인식되고 있으며, 스마트폰을 이용한 다양하고 새로운 비즈니스 모델 개발에 힘쓰고 있다.

본 연구는 자기결정성 이론에 대한 중요한 변수들의 내재적 동기인 몰입과 만족에 영향을 미치는 요인들에 대한 인과관계를 실증 연구하고자 한다. 지금까지의 스마트폰 연구들은 Flow에 미치는 영향변수에 대한 연구는 미비하였다. 본 연구에서는 내재적 동기에 영향을 주는 요인들을 연구한 자기결정성 이론을 바탕으로, 자기결정성의 요인인 자율성, 유능성, 관계성이 몰입과 만족에 미치는 인과관계를 연구하고자 한다. 위 연구모형을 실증적으로 검증하기 위해 스마트폰을 이용한 경험이 있는 서울 S기업의 직원들을 대상으로 설문조사를 실시하였다. 설문조사를 통해 670부의 표본을 수집하였으며, 요인들 간의 관계를 분석하기 위해 구조방정식모형 분석을 실시하였다.

연구결과, 첫째, 자율성이 몰입에 유의하게 영향을 미치는 것으로 나타났다. 둘째, 유능성은 몰입에 유의하게 영향을 미치는 것으로 나타났다. 셋째, 관계성은 몰입에 유의하게 영향을 미치는 것으로 나타났다. 추가적으로 몰입은 만족에 유의하게 영향을 미치는 것으로 나타났다.

ABSTRACT

The smartphone is simply beyond the means of communication equipment, to line up the turning point of mobile convergence, is recognized as a service tool of new concept the camera, game, multimedia function, digital multimedia broadcasting, mobile internet etc, that use of smartphone is working toward developed a variety and new business models.

이 논문은 2009년 정부(교육과학기술부)의 재원으로 한국연구재단의 지원을 받아 수행된 연구임.
(NRF-2009-327-B00214).

* 주저자, 서강대학교 경영전문대학원 연구원

** 교신저자, 서강대학교 경영학부 교수

*** (주)서울통신기술

**** 경희대학교 경영대학원 겸임교수

2011년 08월 09일 접수, 2011년 10월 08일 심사완료 후 2011년 10월 21일 게재확정.

The study is empirically studied casualties that self-determination influences flow and satisfaction which is intrinsic motivation of smartphone. There are many studies on flow, is intrinsic motivation, influencing satisfaction and Loyalty, but there are little studies which variables influences flow. this study is explore causality of autonomy, competence, relatedness which are major variables of self-determination theory that studied factors effecting intrinsic motivation influencing flow and satisfaction. This study developed a research model to explain the use of smartphone, and collected 670 survey responses from the office workers of seoul S company who had experiences with such smartphone. To prove the validity of the proposed research model, SEM analysis is applied with valid 670 questionnaires.

The results, firstly, autonomy positively influences flow. secondly, competence significantly influences flow. thirdly, relatedness significantly influenced flow. also, upper above results shows that flow influences satisfaction.

키워드 : 스마트폰, 몰입, 만족, 자기결정성
SmartPhone, Flow, Satisfaction, Self-Determination

1. 서 론

최근 대중의 생활 속에서 스마트폰 이용이 빠르게 확산되고 있다[2]. 스마트폰은 단순히 통신수단의 기기를 넘어 모바일 컨버전스(Mobile Convergence)시대의 전환기로 들어서고 있으며, 휴대기기에 카메라, 게임, 멀티미디어 기능이 부과되고, DMB(Digital Multimedia Broadcasting), 휴대인터넷 등 새로운 개념의 서비스가 등장하는 등 모바일 컨버전스(Mobile Convergence)가 심화 되고 있다[21]. 그리고 모바일 컨버전스(Mobile Convergence)현상이 휴대기기의 복합 중심이었다면 향후 모바일 컨버전스(Mobile Convergence)현상은 서비스가 결합이 되고 산업, 서비스 간 융합이 확장됨에 따라 컨버전스의 패러다임이 변화하고 있다고 전망하였다[18, 43]. 이를 통해, 스마트폰을 이용한 비즈니스 모델 개발에 힘쓰고 있다.

스마트폰은 기존 PDA(Personal Digital

Assistant)의 장점들을 결합하여 기존 휴대전화 보다 자유로운 환경을 제공하며 정보기술의 비약적인 발전에 따라 스마트폰에 대한 인식이 커지고 있다[50]. 따라서 스마트폰은 이제 단순한 휴대전화의 개념을 넘어 최신 멀티미디어 기술이 총망라된 기술로 자리 잡고 있다.

세계 스마트폰 시장은 24%의 성장을 기록하였으며, 기존 세계 휴대시장은 단말기 기준으로 역성장을 했으나, 세계 경기침체의 여파로 휴대전화 단말 시장이 침체를 겪었음에도 불구하고, 스마트폰 시장은 급격한 성장세를 보였다[55]. 전 세계 휴대폰 시장의 부진에도 불구하고 고성장세를 지속 중인 스마트폰은 글로벌 경기침체에 따른 영향으로 2009년 전 세계 휴대폰 출하량은 전년대비 4.9% 감소한 11.3억대에 그친 것으로 파악되나 스마트폰은 전년대비 10.9% 증가한 1억 7천만대에 이르며 전체 휴대폰 출하량의 14.8%에 이른 것으로 파악된다. 스마트폰의 고성장은 단말기

의 고사양화, 개방형 콘텐츠 유통환경의 조성, 데이터 요금제 인하와 3G 기반 이동통신망의 확대 등 다양한 시장 촉진 요인에 기인하며 향후 휴대폰 시장의 성장세를 주도할 전망이다. 또한 2010년 스마트폰 출하량은 전년 대비 30.1% 증가한 2.2억대 규모에 이를 것으로 전망되며 전체 휴대폰 출하량이 2009~2013년 9.3% 성장할 것으로 예상되는 가운데 스마트폰은 CAGR 27.8%의 고 성장세를 기록할 전망이다. 스마트폰 비중도 2010년 17.9%에 이를 것으로 예상되며 2013년에는 27.7%까지 상승할 것으로 전망되 향후 스마트폰 시장의 증흥기를 맞이할 것이라고 예상된다[13].

이러한 스마트폰의 성장을 토대로 지난 몇 년 동안 스마트폰 이용에 대한 많은 연구가 진행되어 왔으나, 스마트폰 관련 선행 연구들은 스마트폰 이용이 인간의 본연적인 심리적 특성을 고려하지 않고, 보안에 대한 연구[3, 7, 51, 34]와 기술수용모형(TAM)이론[43, 50, 33, 21, 2] 그리고 기술적인 관점에 초점이 맞추어져 연구가 진행되었다[6, 7, 52, 37, 38]. 그러나 기존 스마트폰 연구들은 이용 동기와 몰입, 만족에 중요한 영향을 미치는 요인이라고 밝혀왔지만, 몰입과 만족에 영향을 주는 요인이 무엇인지에 대한 연구는 미비하였다. 스마트폰 이용 동기의 중요한 요인인 몰입은 최적의 경험을 통해 즐거움을 느끼는 내재적 동기라고 할 수 있다. 그렇다면 내재적 동기인 몰입에 영향을 주는 변수도 즐거움을 느끼는 내재적 동기의 변수가 들어가야 된다고 할 수 있다. 이를 통해 흥미, 즐거움, 내재적 만족이라고 할 수 있는 내재적 동기인 자기결정성 이론(Self-Determination Theory)의

중요한 3가지 변수인 자율성, 유능성, 관계성이 몰입과 만족 간에 인과관계가 있는지 대해 연구하고자 한다. 자기결정성이론(Self-Determination Theory)이란 개인이 스스로가 조절할 수 있고 자율적으로 움직이게 할 수 있는 동기 이론이라 할 수 있으며, 자기결정적인 사람일수록 내재적 동기에 영향을 받는다고 하였다[74]. 즉 스마트폰 이용자가 내재적 동기로 갈수록 자기 결정적인 상태로 되지만 외재적 동기가 되면 외부에서 통제할 수 있다고 할 수 있다. 스마트폰 이용자들이 스마트폰에 탑재되어 있는 기능이나 어플리케이션 이용 할 때, 외부의 통제를 받게 되면 스마트폰에 불만을 갖고 스마트폰 이용자가 만족을 느끼지 못한다고 할 수 있다[35]. 또한 스마트폰 상에서 어플리케이션을 다운 및 기능에 대해 통제하거나 어렵게 이용하게 되면 스마트폰 이용자들이 짜증을 내고 질리게 함으로써 스마트폰 이용에 있어 몰입 및 만족을 느끼지 못한다. 이를 통해 스마트폰 상에서 어플리케이션을 다운 및 사용, 기능을 개선해 스마트폰 이용자들이 몰입과 만족을 느끼는 것이 중요한 의미라고 할 수 있다.

이를 통해 본 연구의 목적은 크게 두 가지로 구분된다. 첫째, 자기결정성 이론에 대한 중요한 요인들이 내재적 동기인 몰입을 통해 만족에 영향을 미치는 요인들에 대한 인과관계를 실증 연구하고자 한다. 구체적으로 자기결정성 이론에서의 새로운 요인인 자율성, 유능성, 관계성과 몰입 간의 인과관계를 설명하고자 하였다. 또한 몰입과 만족 간 인과관계가 무엇인지 연구하고자 하였다. 둘째, 스마트폰 이용함에 있어, 개인의 특성, 그리고 사회적 영향 등을 전체적으로 살펴보아야 하

므로 행동학적 접근으로서의 연구는 반드시 필요하다. 이를 위해 인간 본연의 심리욕구를 다룬 대표적인 이론인 자기결정성 이론(Self-Determination Theory)을 통해 스마트폰 이용 동기에 대한 영향을 실증 검증하고자 한다.

2. 이론적 배경

2.1 스마트폰(Smart Phone)

스마트폰은 통신기능을 기본으로 한 휴대폰에 PDA(개인 휴대단말기)와 여러 디지털 기기의 기능을 함께 묶은 일종의 단말기이다[33]. 또한 휴대전화 기능과 PDA의 기능을 결합한 컨버전스 장치라고 정의하였다[82]. 스마트폰은 PDA폰과 구분지어 설명할 수 있다. 스마트폰은 휴대전화에 운영체제를 탑재한 기기를 말하며, PDA(개인 휴대단말기)에 일반 핸드폰의 기능을 추가한 기기를 말한다[50]. 스마트폰은 PDA와 핸드폰 둘 간의 경계에서 두 장치 간의 상대적 약점인 핸드폰의 폐쇄성과 PDA의 휴대성 등을 상쇄하는 영역의 기기이며, 음성통화 기능이 부각된 PDA폰, 무선인터넷, 스케치 패드, 일정관리 어플리케이션을 탑재하여 PC와 연동되는 특징을 가지고 있으며, 윈도우즈 모바일, 리눅스 등의 범용 OS, 멀티태스킹, 데이터 중심서비스, 외부 SD·CF 장치 내장, Wi-Fi 블루투스 지원, 풀 브라우저 서비스, 3rd Party App, 서비스 오퍼레이터를 지원하고 있다[7]. 이를 통해 모바일 환경 하에서 스마트폰은 제품, 기능 간 융합으로 소비자들이 하나의

기기에서 모바일 서비스를 이용할 수 있다.

스마트폰의 특성 요인을 바탕으로 본 연구는 스마트폰 이용자들의 본연적인 심리 욕구를 통해 이용 동기가 무엇인지 살펴보고자 한다. 기존 연구에서는 이용 동기에 관한 연구들이 진행 되었다[22, 40, 58, 43, 33, 53]. 박인곤[22]의 연구에서는 혁신 확산 이론과 이용과 충족이론을 바탕으로 스마트폰 이용자들의 이용만족에 관한 탐색적 분석을 실시하였다. 우형진[40]의 연구에서는 휴대폰 이용자의 자아성향(자존감, 자기효능감, 자기통제력)이 휴대폰 중독 구성요인(병적 몰입, 생활 장애, 강박적 불안)에 어떠한 영향을 미치는지 살펴보고, 휴대폰 중독 구성요인에 영향을 미칠 수 있는 영향요인을 분석하였다. 한은경[58]의 연구에서는 스마트폰 이용자들이 어떠한 동기 요인으로 모바일광고를 이용하는지 알아보고, 각 동기 요인이 모바일광고에 대한 태도와 만족도에 어떠한 영향을 미치는지 실증 검증하였다. 이봉규[43]의 연구에서는 스마트폰의 사용자 수용에 영향을 미치는 결정요인을 실증 검증하였다. 이용일[33]의 연구에서는 기술수용 모형을 바탕으로 대학생의 스마트폰 이용 의도를 살펴보았다. 장은경[53]의 연구에서는 스마트폰의 이용만족도의 영향 요인을 살펴보고자 하였으며, 인터넷 접근성, 품질, 휴대성, 가격, 어플리케이션 5가지 선행요인들이 스마트폰 이용만족도에 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

이를 통해 스마트폰 이용자들이 스마트폰을 이용할 때, 자신 본연적 심리 욕구로 인한 스마트폰을 이용하는 동기가 무엇인지 알아보고자 한다.

2.2 자기결정성 이론 (Self-Determination Theory)

자기결정성 이론이란 자신의 행동에 대해 조절이나 통제를 할 수 있다고 느끼는 정도를 의미한다. 즉, 자율적인 행동을 하는가에 따라 동기의 수준이 결정된다는 것이다[74, 56]. 자기결정성 이론은 개인의 성격발달과 행동에 대한 자기 조절을 구분하기 위한 내적 근거의 중요성을 강조한 이론이면서 외재적 동기와 내재적 동기를 연속선상에서 볼 수 있다고 할 수 있다[74]. 기존 동기이론에서는 외적인 보상이 주어질 때 동기가 나타

난다는 외재적 동기와 태어나면서부터 스스로가 자율적이면서 조절하고 통제할 수 있는 동기가 나타난다는 내재적 동기가 서로 대립되어 왔다[76, 12]. 하지만 Deci et al.[76]에서는 외재적 동기와 내재적 동기를 구분하지 않고 외재적 동기가 내재적 동기로 갈수록 자기결정적인 사람이 된다고 할 수 있다. 즉, 내재적 동기와 외재적 동기가 내면화 된다고 할 수 있다. 따라서 자기결정에 따라 자신을 통제하고 스스로 조절할 수 있다는 것이다. 이와 같은 자기결정 연속선에 따른 동기유형을 아래의 <표 1>로 설명 할 수 있다.

구체적으로 동기유형을 살펴보면, 첫째, 무

<표 1> 자기결정성과 동기유형(74)

행동 (Behavior)	비자기결정성 (Nonself-Determined)					자기 결정적 (Self-Determined)
동기 (Motivation)	무동기 (Amotivation)	외재적동기(Extrinsic Motivation)				내재적 동기 (Intrinsic Motivation)
조절양식 (Regulatory Styles)	무조절 (Non-Regulation)					내적 조절 (Intrinsic Regulation)
인지된 인과 소재 (Perceived Locus of Causality)	개인의 (Impersonal)	외적 (External)	다소 외적 (Somewhat External)	다소 내적 (Somewhat Internal)	내적 (Internal)	내적 (Internal)
관련 조절 과정 (Relevant Regulatory Processes)	무의도 (Nonintentional) 무가치 (Nonvaluing) 무능력 (Incompetence) 통제의 결여 (Lack of Control)	외적 제약에 따름 (Compliance) 외적인 보상 및 처벌 (External Rewards and Punishments)	자기-조절 (Self-control) 자아 관여도 (Ego-Involvement) 내적 보상 및 처벌 (Internal Rewards and Punishments)	개인의 중요성 (Personal Importance) 가치의식 (Conscious Valuing)	일치성 (Congruence) 자각 (Awareness) 자기와의 통합 (Synthesis With Self)	흥미 (Interest) 즐거움 (Enjoyment) 내재적 만족감 (Inherent Satisfaction)

동기는 자기결정성이 전혀 없는 것으로 행동하려는 의지가 결핍된 상태를 말한다. 둘째, 외적조절은 외재적 동기 중에서 자기결정성이 없는 전형적인 외적 제약에 의하여 행동을 하는 것을 의미한다. 셋째, 부가된 조절은 행동에 대한 원인을 이제 막 내면화시키기 시작하는 단계로 자신의 의지가 개입되는 상태이다. 그러나 근본적으로 외부의 압력에 기초한 것이므로 자기 자신과 다른 사람들에게 인정받고 비판을 회피하기 위한 행동이라고 할 수 있다. 넷째, 확인된 조절은 개인이 행동의 목표를 자신의 것으로 완전히 내면화시키지는 않아도 그 가치를 인정하여 수용한 상태를 말한다. 따라서 그 행동이 가치가 있다고 판단하여 행동을 하지만 그것 자체에 대한 기쁨이나 자기만족 보다는 어떤 목표를 달성하기 위해 행동하기 때문에 완전히 내재화 된 것은 아니다. 다섯째, 통합된 조절이란 외재적인 동기의 가장 자율적이며 가장 완전하게 내재화된 형태이다. 개인은 자기 자신의 완전히 동화된 선택된 조절에 의해 행위를 하지만 여전히 행위 자체의 고유한 속성 때문에 행동을 하는 것이라고 하기는 어렵다. 조절이 내면화 되면 개인은 자신의 가치나 정체성의 다른 측면들과 조화를 이룸으로써 그러한 행동의 원인을 완전히 수용한다고 할 수 있다. 마지막으로 내재적 동기는 자기 스스로 결정할 수 있는 행위를 통해 삶에 대한 흥미, 즐거움, 내재적 만족감을 느끼는 경우를 의미한다[74].

자기결정성 이론의 중요한 변수들로는 개인의 본질적인 심리욕구인 자율성(Autonomy), 유능성(Competence), 관계성(Relatedness)이 있으며, 이들 변수들은 개인의 행복감(Personal

Well-being)과 사회 발전(Social Development)에 도움을 준다고 할 수 있다. 즉, 자기결정성 이론의 중요한 요인들은 자기결정력을 높일 수 있도록 도와주는 인간의 본원적인 감정이다[74]. 따라서 자기결정성 이론의 본질적인 심리욕구인 자율성(Autonomy), 유능성(Competence), 관계성(Relatedness)을 세부적으로 살펴보고 이를 규명한다. 자기결정성에 대한 선행연구는 아래의 <표 2>를 정리하면 다음과 같다. 하지만 기존 경영학 분야 연구에서는 자기결정성 이론은 금융 서비스에서 연구가 되었지만[44], 자기결정성 이론을 이용한 스마트폰 이용 동기에 대한 연구는 거의 없다. 따라서 자기결정성 이론을 기반으로 스마트폰 이용 동기를 비즈니스 관점에서 접근할 필요성이 있다.

자율성(Autonomy)은 선택의 경험을 가지고 있고 개인의 자유의지와 함께 행동하는 것을 말한다[78]. 자율성은 자기결정성 이론에서의 가장 중요한 높은 차원의 변수라고 할 수 있다[75, 78]. 이를 스마트폰에 적용해 보면 스마트폰 이용자들의 자유의지에 따라 스마트폰을 자유자재로 사용하는 것이라고 정의 할 수 있다.

유능성(Competence)은 기존 연구들의 자기효능감 이론과 연계해서 연구가 되었으며 [62, 14], Deci et al.[74]은 유능성을 자기자존감, 현실감, 재창조, 성과의 의미와 연관되어 있으며, 제일 많이 유능성과 같은 수준에 보고 있고 연관이 되는 건 자기효능감이라고 할 수 있다. 이를 통해 사람들의 모든 활동으로부터 자기효능감 혹은 인지된 유능성을 같은 수준으로 보고 있다. 자기 효능감과 유능성은 같은 개념으로 유능성(Competence)은

〈표 2〉 자기결정성 이론에 대한 선행연구

저자	영향변수	매개변수	결과변수
전성희, 신미, 유미숙[48]	자율성, 유능성, 관계성		
문태형[19]	자기결정성, 자기효능감	과학영재, 수학영재, 정보영재	차이검증
조한익, 이나영[47]	학업성취, 외적동기, 확인된동기, 내적동기	자아탄력성	
최미숙, 강은영, 이미혜[49]	지식추구, 지적성취, 지적자극추구, 동일체, 내적강요, 외적강요, 무동기	긍정적, 부정적, 합리적, 충동/부주의	문제해결
신종호, 진성조, 김연제[28]	학업지원, 성취기대, 일상통제	외적조절, 부과된 조절, 확인된 조절, 내재적 동기	
이예진, 이기학[30]	자율성, 유능성, 관계성	진로준비행동	
손재현[29]	자율성 지지	자율성, 유능성, 관계성	몰입행동
고수일, 한주희[4]	감정적 조직몰입, 규범적 조직몰입, 계속적 조직몰입	내재적 직무동기, 동일시적 직무동기, 규범적 직무동기, 외재적 직무동기, 무동기	
김민선, 최영희, 석분옥, 백근영, 이동귀[5]	다 차원적 완벽주의(완벽추구, 완벽함의 중요성, 타인의 높은 기준, 조건적 수용), 자기결정성(자율성, 유능성, 관계성)	학업적 지연행동	
한시완, 유진[56]	무동기, 외적동기, 내적동기		
배병훈, 신희천[23]	자기결정성	학업 꾸물거림 초기치, 학업 꾸물거림 변화율	학업 스트레스 초기치, 학업 스트레스 변화율
문태형[20]	자기결정성(자율성, 유능성, 관계성), 변혁적 지도성(비전 제시, 개인배려, 선도추진, 성과기대)	직무만족도	
이지혜, 이재신[39]	메타 인지	무동기, 외적조절, 투입된 조절, 동일시조절, 내재적 동기	자기주도적 학습능력
이종호, 김문태, 옥정원, 이유민[35]	자율성, 유능성, 관계성	inertia	
곽소영, 손은정[12]	심리적 욕구 충족	내재적 동기, 갈등해결전략	관계만족
이혜주[31]	지적성취 동기, 무동기, 동일체 동기, 지적자극추구 동기	자기조절학습전략	
이명희, 김아영[32]	자율성, 유능성, 관계성		
유경훈[41]	내재적 동기, 동일시 조절, 외적동기	유창성, 독창성, 추상성, 정교성, 창의력	
김주환, 이운미, 김민규, 김은주[9]	자율성, 유능성, 관계성	생활만족도	통제실패, 현실도피, 긍정경험

동일한 개념의 자기효능감을 통해 자기 자신이 얼마나 유능하다고 느끼고, 특정행동을 실행하여 성과를 냈을 때 자신의 능력에 대한 자신감이라고 생각해 볼 수 있다[62]. 이를 스마트폰에 적용해보면 다른 사람 보다 스마트폰을 잘 활용할 수 있으며, 다른 사람에게 스마트폰 사용법을 가르치면서 자신의 능력에 대한 자신감이 생긴다고 정의 할 수 있다.

관계성(relatedness)은 모든 현상 속에서 나 자신과 상대방이 지속적인 관계를 맺고 그룹을 형성하고 발전시키는 것을 말한다[89]. 관계성은 타인들과 연결되어 있다는 인식과 관련이 있으며, 타인과 함께 한다는 인식을 하면 내재적 동기는 높아진다[9]. 또한 관계성을 사회네트워크 관점에서 나타날 수가 있다. 사회 연결성의 형태나 사회적 연결 규칙이라고 할 수 있는데, 사람들 사이의 연계 및 연결, 사람들 간의 상호작용 할 수 있는 행동이라고 정의할 수 있다[15]. 이를 스마트폰에 적용해보면 스마트폰을 사용하는 친구 및 지인들과 동질감을 느낄 수 있고, 스마트폰으로 대화 소재를 찾고 공감함으로써 상대방과 친하게 지낼 수 있다.

2.3 몰입(Flow)

몰입(Flow)이란 어떤 행동에 몰두하여 즐거움을 느끼는 상태라고 할 수 있으며, 어떤 행동을 할 때 외부적 보상이 주어지지 않더라도 자신의 능력을 최대한 발휘할 수 있고 이로 인해 즐거움을 느끼는 상태라고 정의할 수 있다[66]. 몰입은 스포츠, 직무, 온/오프라인 쇼핑, 게임, 컴퓨터 사용 등 많은 분야

에서 사용되고 있으며, 특히 인간과 컴퓨터간의 커뮤니케이션을 통한 실재감과 현실감을 묘사하는데 중요한 개념으로 제안되어 왔다[79]. 또한 이용자가 인터넷을 사용하면서 최적 경험(Optimal Experience)을 하게 되면 얻어지는 효과라고 정의한다[80, 42]. 특히 컴퓨터가 매개된 가상환경 즉, 웹 사이트 탐색 및 검색 중에도 몰입이 발견된다고 설명하고 있다[90, 80, 68]. Csikszentmihalyi[66]의 연구에서는 몰입이 조절(Control), 집중(Attention), 호기심(Curiosity), 내재적 흥미(Intrinsic Interest), 즐거움(Enjoyment) 등의 여러 가지 용어들로 사용되고 있다.

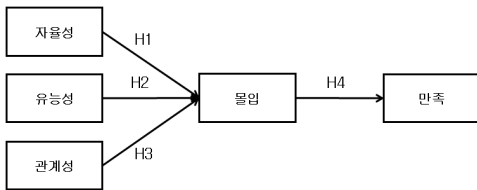
2.4 만족(Satisfaction)

만족(Satisfaction)이란 제품이나 서비스 자체가 소비에 대한 일시적인 충족상태 및 감정의 평가라고 할 수 있다[86]. 이에 따라 만족은 소비자들이 제품이나 서비스를 소유하거나 이용할 때 발생하는 불일치(disconfirmation)로서 환기시키는 긍정적인 감각 정도를 의미한다[53]. 또한 제품 및 서비스 특성에 고객 소비에 대한 긍정적인 충족 상태를 제공하고 유지함으로써, 상품과 서비스에 대한 기쁜 경험이라고 정의할 수 있다[60]. 다른 연구를 살펴보면, Bloemer and Ruyter [65]는 만족은 소비자들이 선택한 대안이 기대수준과 비슷하거나 기대수준을 넘었을 때 주관적인 평가한 결과라고 정의하였다. Caruana [71]는 만족은 소비자들이 제품 또는 서비스를 구매한 후에 다른 경쟁 업체의 정보를 알게 되거나 다른 경쟁업체와 거래할 때 생긴 전반적인 감정이라고 정의하였다.

3. 연구모형 및 가설설정

3.1 연구모형

지금까지의 이론적 배경을 바탕으로 본 연구에서는 <그림 1>과 같은 연구모형을 설계하였다. 또한 <표 3>에서는 변수에 대한 조작적 정의를 정리하였다. 내재적 동기를 강화하는 측면에서 자기결정성 이론과 스마트폰에서의 내재적 동기로 들어갈 수 있는 몰입과의 자기결정성 변수들 간의 인과관계가 있다고 할 수 있다. 이를 통해 자기결정력이 높은 사람일수록 스마트폰에서 몰입이 될 수 있다. 즉 자기결정성 변수들이 몰입과 만족을 높이는 것이 큰 의미라고 할 수 있다.



<그림 1> 연구모형

3.2 가설설정

3.2.1 스마트폰 몰입에 대한 영향요인 가설

본 연구에서는 스마트폰 몰입에 대한 영향요인으로 자율성, 유능성, 관계성의 3가지 자신 본연의 심리 요인들을 제안하고자 한다. Ryan and Deci[87]는 자율성, 유능성, 관계성은 개인의 성과를 높이기 위한 필수 요소인 내재적 동기와 외재적 동기를 모두 증가시키는 변인이라고 언급하였다.

자율성(Autonomy)은 자존감과 연관 지어 설명할 수 있는데, 자존감은 자신에 대한 존중을 의미하며, 자존감이 높은 사람일수록 타인에 대한 지지가 높고 자신이 유능하다고 할 수 있으며, 비난이나 걱정, 일탈행위와 같은 내/외부의 압력에 영향이 받지 않는다고 설명하고 있다[70, 85, 84, 72, 63, 64, 40]. 이를 통해 선행연구를 살펴보면, 엄명용[36]는 국가 간 문화콘텐츠 확산에 관한 비교 문화적 연구에서 자율성이 자유의지에 따라 활동함으로써 사람들의 내면의 자유감과 성취감,

<표 3> 변수에 대한 조작적 정의

변 수	조작적 정의	선행연구
자율성	스마트폰 이용자들의 자유의지에 따라 자유자재로 사용하는 것이라고 정의 할 수 있다.	Ryan and Deci[87]
유능성	다른 사람 보다 스마트폰을 잘 활용할 수 있다고 할 수 있으며, 다른 사람에게 스마트폰 사용법을 가르치면서 자신의 능력에 대한 자신감이 생긴다고 정의 할 수 있다.	Deci and Ryan[76]
관계성	이를 스마트폰에 적용해보면 스마트폰을 사용하는 친구 및 지인들과 동질감을 느낄 수 있고, 스마트폰으로 대화 소재를 찾고 공감함으로써 상대방과 친하게 지낼 수 있다.	Deci and Ryan[76]; 이예진[30]
몰입	현재 경험을 가장 긍정적으로 해석하여 최적의 경험을 하고 있다고 느끼고, 스마트폰을 통해 즐거움을 느낄 수 있는 상태를 말한다.	Csikszentimihalyi[66]; Hoffman and Novak[80]; 이상철[42]
만족	시간의 경과에 따라 여러 번의 스마트폰의 이용을 통하여 경험한 스마트폰의 전반적인 평가를 말한다.	Kotler[83]; 정영수[54]

즐거움을 느끼고 찾을 수 있기 때문에 이는 몰입과 인과관계가 있다고 정의하였다. Hsu and Chiu[67]는 전자상거래 서비스 수용의도 연구에서 지각된 자율성이 지각된 몰입에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 언급하였다. 또한 Roca and Gagne[88]는 이러닝 서비스 지속 사용의도 연구에서 이러닝 서비스 이용자의 지각된 자율성이 몰입에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

H1 : 스마트폰의 자율성은 몰입에 정(+)
의 영향을 미칠 것이다.

유능성(Competence)은 자기 효능감과 같은 개념으로 유능성(Competence)은 동일한 개념의 자기효능감을 통해 자기 자신이 얼마나 유능하다고 느끼고, 특정행동을 실행하여 성과가 나타났을 때, 자기 스스로가 즐거움을 느낄 수 있다[62]. 이를 통해 선행연구를 살펴보면, 정보기술의 이용을 외재적 동기보다 내재적 동기로 설명하고 있으며, 자신에게 주어 진 일에 대해서 일을 해결할 수 있는 능력과 도전감이 생겼을 때 자신이 적극적으로 참여하여 즐겁게 해결하는 상태를 의미한다 [66]. 이를 통해 선행연구를 살펴보면, 휴대폰에 중독 수준에 집중하는 사람들은 불안, 내성, 강박, 금단 등을 나타내는 병적인 상태로 이용한다고 할 수 있다. 하지만 자기 효능감은 휴대폰과 관련된 불안, 강박, 병적 몰입 등을 통해 발생하는 이용자의 스트레스를 조절하는 심리적 기제로 기능을 나타낼 것이라고 가정할 수 있다[40]. Hsu and Chiu[67]는 전자상거래 서비스 수용의도 연구에서 지각된 유능성이 지각된 몰입에 긍정적인 영향을

미치는 것으로 언급하였다. 또한 Roca and Gagne[88]는 이러닝 서비스 지속 사용의도 연구에서 이러닝 서비스 이용자의 지각된 유능성이 몰입에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 김명옥[11]은 비서직 종사자를 중심으로 컴퓨터 자기효능감이 직무성과와 조직 몰입에 관한 연구에서 컴퓨터 자기효능감에서의 3가지 구성요소(일반 기술, 인터넷 기술, 시스템 관리)가 지각된 직무성과에 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 조직 몰입에는 직/간접적으로 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

H2 : 스마트폰의 유능성은 몰입에 정(+)
의 영향을 미칠 것이다.

관계성(Relatedness)은 타인들과 연결되어 있다는 인식과 관련이 있으며, 타인과 함께 한다는 인식을 하면 내재적 동기는 높아진다 [10]. 관계 유지에 대한 정의를 4가지로 정리하고 있는데, 첫째, 관계를 단순히 존재하도록 유지하는 것인데, 관계는 끝나지 않는 한 유지된다는 의미이다. 둘째, 구체적인 상대나 조건의 관계를 유지하는 것이라고 할 수 있다. 이는 관계가 유지된다는 것뿐만 아니라 관계의 어떠한 특성을 유지한다는 것으로서, 친밀함, 신뢰, 호감 등의 특성이나 관계의 단계 등과 관련이 있다. 셋째, 관계를 만족스런 상태로 유지하는 것이다. 넷째, 관계 유지는 지속적인 개선이 필요한 관계를 유지하는 것을 의미한다[77, 9]. 기존 연구에서는 관계성을 사회네트워크 관점에서 나타낼 수가 있다. 사회 연결성의 형태나 사회적 연결 규칙이라고 할 수 있는데, 사람들 사이의 연계 및 연

결, 사람들 간의 상호작용 할 수 있는 행동이라고 정의할 수 있다[15]. 예를 들면 스마트폰 상에서 카카오톡이라는 무제한 데이터 서비스를 이용하여 서로가 요금 걱정 없이 문자로 자유롭게 대화를 함으로써 관계가 구축될 수 있다. 이를 통해 선행연구를 살펴보면, Hsu and Chiu[67]는 전자상거래 서비스 수용의도 연구에서 지각된 관계성이 지각된 몰입에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 언급하였다. 또한 Roca and Gagne[88]는 이러닝 서비스 지속 사용의도 연구에서 이러닝 서비스 이용자의 지각된 관계성이 몰입에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

H3 : 스마트폰 관계성은 몰입에 정(+)
의 영향을 미칠 것이다.

3.2.2 몰입과 만족에 관련된 가설

몰입(Flow)은 특정 미디어를 통해 몰입한 상태로 행동할 때에 정신적, 신체적 흥분을 의미한다[57]. 이를 통해 선행연구를 살펴보면, 이봉규[43]의 연구에서는 스마트폰 사용과 만족도에 관한 연구에서 매개변수인 신뢰와 인지적 몰입이 스마트폰 사용만족도에 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 박인곤[22]의 연구에서는 스마트폰을 사용하고 있는 수용자들이 스마트폰 사용에서 느끼는 만족도와 불만족도 파악하고, 스마트폰 사용 만족 요인에 따른 스마트폰 몰입도를 살펴보았다. 그 결과 스마트폰 몰입이 만족에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이용일[33]은 스마트폰 유통에 따른 대학생의 기술수용의도 및 만족에 관한 연구에서 스마트폰을 사용하는 대학생 이용자의 인지적 몰입은 스마트폰

만족에 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

만족(Satisfaction)은 시간의 경과에 따라 여러 번의 스마트폰의 이용을 통하여 경험한 스마트폰의 전반적인 평가라 할 수 있다. 이를 통해 선행연구를 살펴보면, 성동규[27]의 연구에서는 개혁지향형, 내적 지향형, 전통적 지향형의 휴대전화 이용에 대한 충족 요인이 다르게 나타난다고 분석되었으며, 개인의 목적에 따라 휴대폰 사용의 만족도가 다르게 나타난다고 설명하고 있다. 송종현[26]의 연구에서는 휴대전화의 사용을 자신과 다른 대상에 대한 태도와 정서적인 감정을 표현하기 위해 사용하는 것이라고 설명하고 있다. 주정민[46]의 연구에서는 주된 휴대전화 이용 목적이 '기분전환'이나 '시간 때우기'라 설명하고 있으며, 인구통계적인 변인들에 따라 휴대전화 사용 동기와 목적이 차이가 있다고 설명하고 있다. 성주염[25]은 스마트폰의 사용자 인터페이스 경험이 브랜드 충성도에 관한 연구에서는 사용만족 경험이 브랜드 충성도에 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 한은경[58]의 이용 충족이론을 이용한 스마트폰 이용자의 모바일 광고 이용 동기와 만족에 관한 연구에서 제품정보획득 요인, 경제적 요인, 사회적 동기 요인, 흥미 요인이 만족도에 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 장은경[53]의 스마트폰 이용만족도 영향요인에 관한 연구에서 인터넷접근성, 품질, 가격, 휴대성이 스마트폰의 이용만족도에 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

H4 : 스마트폰 몰입은 만족에 정(+)
의 영향을 미칠 것이다.

4. 연구 방법

4.1 표본추출

본 연구에서는 가설 검증을 위해 온라인 설문과 오프라인 설문의 두 가지 방법을 병행해서 설문을 조사하였다. 첫 번째는 한국사회과학데이터센터 온라인 설문조사 지원 프로그램 MY-SURVEY를 이용해서 온라인 설문지를 만들 후 2011년 4월 4일부터 4월 15일 2주 동안 스마트폰을 이용하고 있는 S기업의 직원들을 대상으로 설문조사를 실시하였다. 한국사회과학데이터센터에서 온라인 설문지를 만들고 S기업의 직원들에게 설문방법과 설문지를 URL로 알려주었으며, 수집된 자료는 모두 680부로 이 중 응답이 불성실한 설문결과를 제외한 670부의 자료가 분석에 사용되었다.

결론적으로 총 680부의 설문자료를 온라인 및 오프라인을 통하여 수집하였으며, 이 중 불성실한 응답을 한 10부의 자료는 제외시켰으며 총 670부가 분석에 사용되었다.

4.2 표본특성

스마트폰 이용자의 인구 통계학적 특성을 분석하면 아래의 <표 4>와 같다. 성별은 남자(571명)가 여자(99명)보다 약 2배 정도 많았고, 나이는 대부분 30대(294명)가 많았으며, 교육수준은 중학교 졸업(12명), 고등학교 졸업(79명), 대학교 졸업(107명), 대학원 이상(472명) 순으로 나타났으며, 스마트폰의 서비스 이용목적은 사업용(20명), 개인용(297명), 업무용(353명)으로 나타났으며, 휴대폰 사용 모델은 아이폰(155명), 갤럭시(282명), 옵티머스(17명), 일반폰(216명)으로 나타났다.

<표 4> 표본의 인구통계학적 특성

구 분	항목	빈도(명)	비율(%)	구 분	항목	빈도(명)	비율(%)
성별	남성	571	85.2%	서비스 이용목적	사업용	20	3.0%
	여성	99	14.8%		개인용	297	44.3%
나이	20세 이하	2	0.3%		업무용	353	52.7%
	21~30세	123	18.4%		기타	0	0%
	31~40세	294	43.9%	휴대폰 사용모델	아이폰	155	23.1%
	41세 이상	251	37.5%		갤럭시	282	42.1%
교육 수준	중학교 졸업	12	1.8%		옵티머스	17	2.5%
	고등학교 졸업	79	11.8%		일반 폰	216	32.2%
	대학교 졸업	107	16.0%	총 계	670	100%	
	대학원 이상	472	70.4%				

4.3 연구절차

본 연구는 스마트폰에서 자기결정성 이론의 중요한 3가지 변수인 자율성, 유능성, 관계성이 몰입과 만족에 대한 인과관계를 연구하고자 하였다. 본 연구에서 수집된 자료를 분석하기 위해 SPSS 18.0과 AMOS 18.0을 이용하였다. 첫째, SPSS 18.0을 이용하여 스마트폰 이용자의 인구 통계학적 특성을 분석하였다. 둘째, 자기결정성 이론의 중요한 3가지 변수인 자율성, 유능성, 관계성, 몰입, 만족의 모든 요인을 포함한 측정모형을 개발하였다. 측정모형의 개발은 AMOS 18.0을 이용한 확인적 요인분석을 실시하였다. 이 측정 모형의 개발을 통해 요인들의 집중타당도(convergent validity)와 판별타당도(discriminant validity)를 검증하였다. 마지막으로 연구 모형의 가설을 검증하기 위해 AMOS 18.0을 이용한 구조방정식모델(SEM : Structural Equation Model)분석을 실시하였다.

5. 실증분석

5.1 측정모형개발

본 연구에서는 타당도를 검증하기 위해 AMOS 18.0을 이용해 확인적 요인분석을 실시하였으며, 이를 통해 집중타당도와 판별타당도를 검증하였다.

각 항목의 최적 상태를 도출하기 위한 모형의 적합도 평가는 GFI(Goodness-of-fit Index; $> = 0.9$), AGFI(Adjusted Goodness-of-fit Index; $> = 0.9$), RMRS(Root Mean Square

Residual; $< = 0.05$), NFI(Normed Fit Index; $> = 0.9$) x^2 (작을수록), x^2 에 대한 p값($> = 0.05$) 등을 사용하였다.

집중타당도를 검증하기 위한 방법으로, 첫째는 집중타당도를 검증하기 위하여 표준 요인부하량($FL > 0.7$)이 맞는지 검증하였다 [16]. 두 번째로 다중상관관계값($SMC > 0.5$)을 검증하였으며, 세 번째로 표준잔차행렬($SRC < \pm 2.58$)이 기준에 맞는지 검증하였다. 표준잔차행렬은 전체 잔차 개수가 5%를 넘으면 연구모형에 문제가 있다고 할 수 있다 [59, 16].

판별타당성은 각 변수에 대한 AVE의 제곱근 값과, 변수와 변수와의 상관계수를 비교하였다 [69]. 아래의 <표 5>와 같이 가장 높은 상관계수인 자율성과 유능성이 0.883으로써 모든 AVE의 제곱근보다 낮으므로 판별타당성이 존재함을 알 수 있다.

마지막으로 측정변수들의 요인에 대한 신뢰도 분석을 실시하게 되는데, 개념 신뢰도(Construct Reliability : $CR > 0.7$)와 표준분산추출(Average Variance Extracted : $AVE > 0.5$)을 검증하였다 [1]. 개념 신뢰도와 표준분산추출을 검증한 결과, 모든 요인들의 개념 신뢰도와 표준분산추출은 모두 기준치인 0.7과 0.5이상으로 나타났다(<표 6>). 측정모형을 개발 및 수정하는 과정에서 모형의 적합도의 변화를 측정하는 결과는 다음과 같다. 측정변수를 투입한 초기모형의 적합도는 x^2 2329.745, $p = 0.000$, $x^2/d.f = 370$ GFI = 0.780, NFI = 0.870, CFI = 0.888, RMSEA = 0.089이었으나, 최종모형의 경우 x^2 681.156, $p = 0.000$, $x^2/d.f = 145$, GFI = 0.902, NFI = 0.944, CFI = 0.955, RMSEA = 0.074로 처음보다 모형 적합

〈표 5〉 상관계수

	자율성	유능성	관계성	몰입	만족
자율성	0.896				
유능성	0.883	0.888			
관계성	0.569	0.561	0.853		
몰입	0.656	0.639	0.703	0.910	
만족	0.432	0.452	0.618	0.604	0.911

〈표 6〉 확인적 요인분석결과

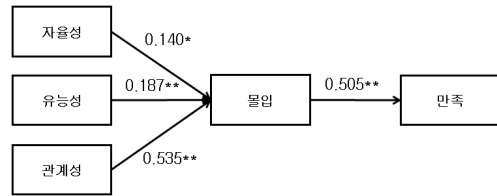
요인	항목	설문 항목	표준요인 부하량	개념 신뢰도	표준 분산추출
자율성	ques_11	나는 스마트폰을 자유롭게 사용한다.	0.931	0.924	0.803
	ques_12	나는 스마트폰을 하는 방법을 어떻게 사용해야 하는지 자신 스스로 알고 있다.	0.933		
	ques_14	스마트폰을 이용해 언제, 어디서든지 마음대로 무선인터넷에 접속해 사용한다.	0.739		
유능성	ques_21	나는 스마트폰을 사용하는 데 자신이 있다.	0.921	0.957	0.789
	ques_22	나는 스마트폰을 잘 활용할 수 있다고 생각한다.	0.881		
	ques_23	나는 스마트폰을 다른 사람 보다 잘한다고 생각한다.	0.851		
	ques_24	나는 스마트폰을 사용하는데 어려움이 없다.	0.880		
	ques_25	나는 스마트폰 사용방법을 다른 사람에게 가르칠 수 있다.	0.896		
	ques_26	나는 스마트폰 사용법은 어렵지 않다.	0.895		
관계성	ques_31	나는 스마트폰을 사용하면서 스마트폰을 사용하는 친구 및 지인들과 동질감을 느낄 수 있다고 생각한다.	0.823	0.915	0.728
	ques_32	나는 스마트폰을 사용하면서 스마트폰을 사람들과의 대화 소재를 찾을 수 있다고 생각한다.	0.857		
	ques_34	나는 스마트폰으로 대화 소재를 찾고 공감함으로써 상대방과 친하게 지낼 수 있다고 생각한다.	0.824		
	ques_36	나는 스마트폰을 가지고 있는 사람들과 대화하는 것이 흥미있고 재미있다.	0.791		
몰입	ques_51	나는 스마트폰을 사용하면서 호기심을 느낀다.	0.899	0.935	0.829
	ques_53	나는 스마트폰을 하면서 즐거움과 재미를 느낀다.	0.925		
	ques_54	나는 스마트폰을 하면 기분이 좋다.	0.818		
만족	ques_41	스마트폰이 생활을 편리하게 해 줄 거라 생각한다.	0.851	0.936	0.830
	ques_42	스마트폰은 다른 도구보다 훨씬 더 유익한 점이 있다고 생각한다.	0.886		
	ques_43	스마트폰은 많은 기회를 제공해준다고 생각한다.	0.821		

도가 월등히 향상되었다. 최종적으로 외생변수 중에서 자율성 3개, 유능성 6개, 관계성 4개가 분석에 사용되었으며, 매개변수는 몰입 3개, 만족 3개가 분석에 사용되었다(<표 6>).

5.2 구조 모형 분석

측정모형을 통해서 요인의 타당도가 검증되었으므로 구조 방정식 모형을 통해 요인들 간의 인과관계를 실증 검증 하였다. 전체 요인들의 인과관계를 조사하기 위해 구조모형을 검증한 결과 $\chi^2/681.156$, $p=0.000$, $\chi^2/df=145$, $GFI=0.902$, $NFI=0.944$, $CFI=0.955$, $RMSEA=0.074$ 로 모형의 적합도는 타당한 것으로 검증되었다. 이는 일반적인 적합도 지수를 모두 충족시키는 것으로, 앞으로의 본 연구의 모형을 해석하는데 무리가 없다는 것을 의미한다. 추가적으로 모형의 설명력(SMC : Squared Multiple Correlation; 회귀분석에서의 R^2)은 몰입 = 0.615, 만족 = 0.389이었다. 스마트폰이 자기결정성 이론의 3가지 변수와 몰입과 만족에 영향을 미치는 요인을 분석한 결과는 아래의 <그림 2> 및 <표 7>과 같다.

먼저 자율성에 영향을 주는 요인으로는 몰입이었으며, 몰입에 긍정적인 영향을 주었다. 다음으로 유능성에 영향을 미치는 요인으로는 몰입이었으며, 유능성은 몰입에 긍정적인



<그림 2> 연구모형의 실증 분석 결과

영향을 주었다. 다음으로 관계성에 영향을 주는 요인으로는 몰입이었으며, 관계성은 몰입에 긍정적인 영향을 주었다. 특히 자율성, 유능성, 관계성이 몰입과 만족에 영향을 미치는 인과관계에서 관계성(0.535)이 몰입에 영향력이 다른 변수의 영향력 보다 더 높았다. 이를 통해 자기결정성 이론의 3가지 중요한 변수들이 몰입에 미치는 영향력이 통계적으로 유의하게 나타났다.

6. 결론 및 제언

6.1 연구의 요약 및 시사점

본 연구는 스마트폰을 이용하는 대상자를 중심으로 내재적 동기에 영향을 주는 요인들을 분석하였다. 자기결정성 이론을 바탕으로, 자기결정성의 요인인 자율성, 유능성, 관계성이 몰입과 만족에 미치는 인과관계를 연구하

<표 7> 구조모형 경로계수

	경로계수	S.E.	C.R.	P
자율성 → 몰입	0.140	0.065	2.166	0.03*
관계성 → 몰입	0.187	0.055	3.387	0.00**
유능성 → 몰입	0.535	0.043	12.536	0.00**
몰입 → 만족	0.505	0.032	15.869	0.00**

고자 하였다. 구체적으로 살펴보면 몰입에 영향을 주는 요인들이 어떤 것들이 있는지, 그리고 몰입과 만족 간에 어떠한 인과관계가 있는지 연구하였다.

본 연구의 결과를 요약하면 다음과 같다. 첫째, 자율성이 몰입에 유의하게 영향을 미치는 것으로 나타났다. 스마트폰은 기존 매체보다 강력한 기술적인 속성을 가진 모바일 미디어라 할 수 있다. 그러한 새로운 기술적 환경을 지각해서 해석하는 개인의 주관적 요인과 자기 결정적 요인에 관심을 기울여야 한다는 것이다. 즉, 인간의 기술 환경 및 속성에 대한 주관적 인식과 따라 용도와 이용행태가 기술적 의도가 아닌 주관적 인지의 영향력에 의해 이해된다는 것이다. 상호작용 속에서 기술적 속성을 주관적으로 이해하고 이를 자율성에 반영하는 개인의 주관적 인지가 반드시 있어야 매체를 이용함에 있어서 즐거움을 느낄 수 있다. 이를 통해 스마트폰 기술이 시각과 청각은 물론 촉각과 후각, 감각까지 인간의 오감을 자극하는 강력한 기술적 속성이 등장할 수 있도록 해야 할 것이다.

둘째, 유능성은 몰입에 유의하게 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 스마트폰 이용함으로써 자신의 주변에서 쉽게 접할 수 있거나 혁신서비스에 대해 숙지했거나 혁신서비스를 주변 사람들에게 전달하려는 의지가 높은 이용자라고 할 수 있다. 이를 통해 스마트폰의 활용성을 구성원들에게 인식 시켜 자연스럽게 이용할 수 있도록 해야 할 것이다. 또한 스마트폰을 이용하는 것이 재미와 흥미를 유발시키고 무료한 시간을 보내기에 적합하도록 유희적인 기능을 알려줘야 할 것이다.

셋째, 관계성은 몰입에 유의하게 영향을

미치는 것으로 나타났다. 일상생활 속에서 친구들과 놀이에 빠져드는 것, 친구와 다른 사람들과 대화에 몰두하는 것은 즐거움을 느낄 수 있다[45]. 따라서 스마트폰에 제공되는 어플리케이션을 통해 서로 마음이 맞는 사람들끼리 친구를 맺고, 친구들끼리 서로에 대한 의견을 표현하고, 상호 간의 의견을 교환하고, 자아를 표현하며, 대인관계를 유지 및 확장시켜나가는 매개체라고 할 수 있다. 또한 사회적 실재감 측면에서 표현 할 수 있다. 상대방과의 반응을 통해, 상대방에 대한 존재와 나의존재를 인식하고, 정서적인 교감을 나누며 친밀감을 지각하는 것이라고 할 수 있다. 따라서 친구들과의 지속적인 상호작용을 통해 스스로의 즐거움을 느낄 수 있다. 이를 통해 오프라인에서 느끼는 실제로 만나고 있다는 감정을 스마트폰을 이용하여 자신과 상대방의 감정을 공유할 수 있도록 노력해야 할 것이다.

넷째, 몰입은 만족에 유의하게 영향을 미치는 것으로 나타났다. 박인곤[22]연구에서 스마트폰 수용자의 만족요인과 스마트폰 몰입도와의 관계에서 오락/시간 때우기, 문제 해결성의 두 가지 요인에서 연관성이 있다는 연구결과로 나타났다. 이는 본 연구에서 각 문항 별 요인분석결과 나는 스마트폰을 사용하면서 “호기심”을 느끼고, “즐거움”과 “재미”를 느끼며, 기분이 좋다는 요인에 대한 결과가 유의미하게 나왔다. 즉, 스마트폰을 이용하면서 오락적인 요소를 통해 스마트폰에 몰입하게 되고 이는 만족으로 이어지게 된다는 것이다. 스마트폰이 이용자에게 제공하는 다양한 서비스들을 통해서 기존 매체에서 존재하지 않던 매체 자체의 외형적인 정체성과

만족의 요소들이 보이고 있다. 외형적인 기능에 대한 불만족은 시간이 지날수록 스마트폰을 이용하는 사람들이 익숙해지기 때문에, 시간이 흐르면 해결되는 부분이라 할 수 있다. 하지만 스마트폰 이용 요금, 스마트폰 기체 가격 등과 같은 경제적인 불만족은 시간이 흐른다고 해결되는 것이 아니다. 이를 통해 스마트폰을 이용하는 사람들은 스마트폰 기능을 이용하면서 불만족 하지 않도록 가격 차별화 및 다양한 상품의 개발 및 고객이 원하는 맞춤형 서비스를 제공하도록 최선을 다해야 할 것이다.

6.2 연구의 이론적 공헌과 한계점

본 연구는 스마트폰에 있어서 자기결정성 이론의 중요한 3가지 변수인 자율성, 유능성, 관계성이 몰입과 만족간의 인과관계를 살펴본 연구라고 할 수 있다. 본 연구는 기존의 연구와 차이점이 본 연구의 이론적 공헌이라고 할 수 있다.

첫째, 지금까지의 스마트폰 연구들은 보안에 대한 연구와 기술수용 모형(TAM)이론 그리고 기술적인 관점에 대한 연구가 대부분 되어 왔을 뿐 몰입에 미치는 영향변수에 대한 연구는 미비하였다. 몰입은 최적의 경험을 통해 즐거움을 느끼는 내재적 동기라고 할 수 있다. 그렇다면 내재적 동기인 몰입에 영향을 주는 변수도 즐거움을 느끼는 내재적 동기의 변수가 들어가야 된다고 할 수 있다. 이를 통해 자기결정성 이론이 스마트폰의 즐거움에 영향을 주는 요인이 무엇인가를 파악하고자 하는 것이 매우 중요한 의의라고 할 수 있겠다.

이러한 연구의 공헌에도 불구하고 본 연구는 몇 가지의 한계점을 가지고 있다. 향후에 이러한 한계를 극복하기 위하여 추가로 연구가 진행되어야 하는지에 대해 제언하고자 한다.

첫째, 직장인들만을 대상으로 표본을 설정해서 자료를 수집했기 때문에 다양한 연령대의 자료를 수집이 어려운 관계로 연구결과의 일반화 제약이라는 한계점을 가지고 있다.

둘째, 스마트폰의 있어서 자기결정성 이론에 관한 선행연구들이 경영학적인 관점에서 부족한 실정이다.

셋째, 스마트폰의 해외 진출이 지속적으로 이루어지는 시점에서 자기결정성 이론을 통해 스마트폰의 국가 간 비교 분석 부족한 실정이다.

이를 통해 향후 연구방향은 스마트폰 이용자 세분화를 통해 이용자 군에 따른 개별적인 모형이나 모형 간의 비교 연구가 추가로 필요하다. 또한 자기결정성 이론을 통합하고 확장하는 이론적 모델에 대해 연구가 진행되어야 할 것이다.

참 고 문 헌

- [1] 김계수, “New Amos 16.0 구조방정식 모형분석”, 한나래, pp. 1-681, 2008.
- [2] 김수연, 이상훈, 황현석, “스마트폰 수용에 영향을 미치는 요인에 관한 연구”, *Entrue Journal of Information Technology*, 제10권, 제1호, pp. 29-30, 2011.
- [3] 권혁상, 김승주, 이윤희, “스마트폰과 모바일 오피스의 보안 강화를 위한 제언”,

- CIO Report 제26권, pp. 29-35, 2010.
- [4] 고수일, 한주희, “조직몰입과 직무동기의 다차원 관계 : 자기결정감에 의한 접근”, 산업경제연구, 제22권, 제3호, pp. 1017-1038, 2009.
- [5] 김민선, 최영희, 석분옥, 백근영, 이동귀, “다차원적 완벽주의와 자기결정성에 따른 하위집단과 학업지연행동”, 한국심리학회지 사회 및 성격, 제23권, 제3호, pp. 39-56, 2009.
- [6] 김도형, 윤민홍, 김선자, 이철훈, “임베디드 리눅스 기반의 스마트폰 에디션 구현”, 정보처리학회지, 제12권, 제7호, pp. 597-604, 2005.
- [7] 김민식, 정현준, “스마트폰의 Wi-Fi 적용에 대한 시사점”, 방송통신정책, 제21권, 제8호, 통권 461호, pp. 42-46, 2009.
- [8] 김민식, 정현준, “휴대폰 산업의 탈추격형 대응전략 : 스마트폰을 중심으로”, 정보통신정책연구원, 제22권, 제1호, pp. 1-16, 2010.
- [9] 김주환, 이윤미, 김민규, 김은주, “온라인 게임 중독의 유형과 원인에 관한 연구 : 자기결정성 이론을 중심으로”, 한국언론학보, 제50권, 제5호, pp. 79-107, 2006.
- [10] 김주환, 진보래, 최승범, “관계적 자아형성의 장으로서의 사회적 네트워크 어플리케이션 게임(SNAG)”, 정보과학회지, 제23권, 제6호, pp. 19-28, 2005.
- [11] 김명옥, 변유진, “비서직 종사자의 컴퓨터 자기효능감이 경력계획과 혁신행동에 미치는 영향”, 한국비서학회지, 제18권, 제1호, pp. 65-81, 2009.
- [12] 광소영, 손은정, “이성 관계에서 심리적 욕구충족이 관계만족에 미치는 영향 : 내재적 동기와 갈등해결전략의 매개역할”, 한국심리학회지 : 여성, 제13권, 제2호, pp. 177-195, 2008.
- [13] 김남훈, “스마트폰이 금융 서비스에 미치는 영향”, 금융논단, 제1005호, pp. 25-31, 2010.
- [14] 김아영, 이명희, 전해원, 이다솜, 임인혜, “청소년이 지각하는 유능감 및 관계성과 비행 간의 종단적 관계 분석”, 교육심리연구, 제21권, 제4호, pp. 945-967, 2007.
- [15] 김용학, 개정관 “사회 연결망 이론”, 서울, 학연사, pp. 1-289, 2007.
- [16] 구자철, 이상철, 김남희, 서영호, “모바일뱅킹에서의 사용자 수용요인 : 확장된 TAM과 Trust를 이용한 실증연구”, 경영정보학연구, 제16권, 제2호, pp. 159-181, 2006.
- [17] 노미정, 김진화, 이재범, “스마트폰과 서비스 컨버전스에 대한 탐색적 연구”, 한국전자거래학회지, 제15권, 제4호, pp. 59-77, 2010.
- [18] 민병석, 임태운, 권기덕, “모바일 컨버전스의 확산과 대응”, 삼성경제연구소, CEO Information, 제497호, pp. 1-23, 2005.
- [19] 문태형, “자기결정성 동기 및 자기효능감에 따른 초등 과학, 수학 및 정보 영재아동의 관별분석”, 아동교육, 제20권, 제1호, pp. 33-44, 2011.
- [20] 문태형, “유아교사가 인식한 자기결정성 및 원장의 변혁적 지도성과 유아교사의 직무만족도의 관계”, 아동교육, 제18권, 제3호, pp. 69-81, 2009.
- [21] 배재권, 정화민, “스마트폰의 기능적 속

- 성이 채택 결정요인에 미치는 영향”, e-비즈니스연구, 제9권, 제4호, pp. 337-362, 2008.
- [22] 박인근, 신동희, “스마트폰 이용자들의 이용과 충족, 의존도, 수용자 혁신성이 스마트폰 이용만족에 미치는 영향에 관한 연구”, 언론과학연구, 제10권, 제4호, pp. 192-225, 2010.
- [23] 배병훈, 신희천, “자기결정성과 학업 꾸물거림이 학업 스트레스에 미치는 영향 : 다변량 잠재성장모형을 이용한 종단분석”, 한국심리학회지 : 상담및심리치료, 제21권, 제3호, pp. 747-765, 2009.
- [24] 송원영, “자기효능감과 자기통제력이 인터넷 중독적 사용에 미치는 영향”, 연세대학교, 석사학위논문, 1998.
- [25] 성주엽, 박경하, “스마트폰의 사용자 인터페이스 경험이 브랜드 충성도에 미치는 영향에 관한 연구 : 기기에 대한 지각된 숙련도의 조절적 역할을 중심으로”, 기초조형학연구, 제12권, 제1호, pp. 313-321, 2011.
- [26] 송중현, “이동전화 이용 동기와 행태가 사회적 관계 및 규범성에 미치는 영향”, 서울대학교, 박사학위논문, 2003.
- [27] 성동규, 조윤경, “이동전화 이용자의 집단적 특징에 따른 이용 유형 연구”, 한국언론학보, 제46권, 제6호, pp. 153-190, 2002.
- [28] 신중호, 진성조, 김연제, “지각된 부모의 학업지원, 성취기대, 일상통제가 학업성취 수준에 따라 자기결정성 동기에 미치는 영향”, 교육심리연구, 제24권, 제1호, pp. 121-137, 2010.
- [29] 손재현, “직업 무용수의 지각된 자율성 지지와 기본 심리욕구 및 몰입행동간의 구조적 관계”, 한국체육학회지-인문사회과학, 제49권, 제6호, pp. 525-536, 2010.
- [30] 이예진, 이기학, “진로동기수준에 따른 군집 유형과 진로준비행동과의 관계: 자기결정성 이론을 바탕으로”, 직업교육연구, 제29권, 제2호, pp. 267-287, 2010.
- [31] 이해주, “아동의 자기조절 학습전략과 관련이 있는 자기결정성 동기 유형 분석”, 아동학회지, 제29권, 제3호, pp. 273-288, 2008.
- [32] 이명희, 김아영, “청소년의 심리적 욕구 만족, 우울경향, 학교생활적응 간의 관계 구조와 학교급간 차이”, 교육심리연구, 제22권, 제2호, pp. 423-441, 2008.
- [33] 이용일, “스마트폰 유통에 따른 대학생의 기술 수용의도 및 만족에 관한 연구”, 유통경영학회지, 제13권, 제5호, pp. 93-101, 2010.
- [34] 이형찬, 정진혁, 김선희, 이정현, “스마트폰 보안 기술 동향”, 정보처리학회지, 제17권, 제3호, pp. 61-72, 2010.
- [35] 이종호, 김문태, 옥정원, 이유민, “금융서비스에 대한 소비자의 inertia 동기에 영향을 주는 내재적 욕구에 관한 연구 : 자기결정성이론을 중심으로”, 서비스경영학회지, 제9권, 제1호, pp. 3-24, 2008.
- [36] 엄명용, “문화콘텐츠 확산에 관한 비교 문화적 연구 : 한국과 영국의 온라인게임 콘텐츠를 중심으로”, 경영학연구, 제39권, 제1호, pp. 81-106, 2010.
- [37] 임윤묵, “스마트폰과 공학교육 : 스마트폰 견문록”, 공학교육연구, 제17권, 제1

- 호, pp. 44-48, 2010.
- [38] 이상홍, “스마트폰과 공학교육 : 스마트폰과 대학 교육 2.0”, 공학교육연구, 제17권, 제2호, pp. 10-14, 2010.
- [39] 이지혜, 이재신, “영재들의 메타인지와 자기주도적 학습능력 간의 관계: 자기결정성 학습동기의 매개효과”, 중등교육연구, 제57권, 제1호, pp. 89-114, 2009.
- [40] 우형진, “휴대폰 이용자의 자아성향이 휴대폰 중독 구성요인에 미치는 영향에 관한 연구”, 한국방송학보, 제21권, 제2호, pp. 391-427, 2006.
- [41] 유경훈, “초등학생의 자기결정성 동기가 창의적 사고능력에 미치는 영향에 관한 연구”, 아동교육, 제16권, 제1권, pp. 229-240, 2007.
- [42] 이상철, 김남희, 서영호, “온라인 게임에 있어서 몰입과 중독이 사용자 만족과 충성도에 미치는 영향”, 경영학연구, 제32권, 제5호, pp. 1479-1501, 2003.
- [43] 이봉규, 여윤기, 김기연, 이종훈, “신뢰와 인지적 몰입 매개변수가 스마트폰의 사용과 만족도에 미치는 영향”, 정보처리학회논문지, 제17-D권, 제6호, pp. 471-480, 2010.
- [44] 이유민, “금융 서비스에 대한 소비자의 inertia에 영향을 미치는 요인에 관한 연구, 석사학위논문”, 부산대학교 대학원, 2007.
- [45] 임소혜, 박노일, “다사용자 온라인 롤플레이 게임(MMORPG) 이용 동기와 오프라인 리더십 영향 연구”, 한국언론학보, 제51권, 제5호, pp. 322-345, 2007.
- [46] 주정민, “이동전화 이용과 공적영역의 사적영역화에 관한 연구”, 한국방송학보, 제18권, 제4호, pp. 117-147, 2004.
- [47] 조한익, 이나영, “청소년의 학업성취와 자아탄력성과의 관계 : 자기결정성 동기의 매개효과를 중심으로”, 청소년학연구, 제17권, 제6호, pp. 1-20, 2010.
- [48] 진성희, 신미, 유미숙, “청소년의 자기결정성에 영향을 주는 요인들”, 청소년학연구, 제18권, 제1호, pp. 275-296, 2011.
- [49] 최미숙, 강은영, “유아교사의 자기결정성 동기와 사회적 문제해결능력의 관계 연구”, 유아교육연구, 제30권, 제1호, pp. 225-248, 2010.
- [50] 정준구, 장기진, “실사용자를 중심으로 한 스마트폰 수용 요인에 관한 연구”, e-비즈니스연구, 제11권, 제4호 pp. 361-380, 2010.
- [51] 장상근, “스마트폰 환경에서의 보안 위협”, 정보처리학회지, 제17권, 제2호, pp. 64-69, 2010.
- [52] 전중홍, 이승윤, “스마트폰 애플리케이션 기술 표준 동향”, 정보처리학회지, 제17권, 제3호, pp. 43-50, 2010.
- [53] 장은경, 이후경, “스마트폰 이용만족도 영향요인에 관한 연구”, 소비문화연구, 제3권, 제4호, pp. 129-145, 2010.
- [54] 정영수, 정철호, “개인 커뮤니티의 지각된 특성이 만족 및 지속적 사용의도에 미치는 영향에 관한 연구”, 정보시스템연구, 제16권, 제3호, pp. 133-159, 2007.
- [55] 한국인터넷진흥원, 한국인터넷백서, 한국인터넷진흥원, pp. 38-45, 2010.
- [56] 한시완, 유진, “자기결정성 이론에 근거한 무용 동기 유형 분류 : BRSQ 타당화

- 검증”, 한국사회체육학회지, 제38권, 제2호, pp. 1169-1181, 2009.
- [57] 한상일, “심리적 몰입이 모바일 게임의 재사용 의도에 미치는 영향”, 인적자원 개발연구, 제8권, 제1호, pp. 33-55, 2006.
- [58] 한은경, 김좌중, “스마트폰 이용자의 모바일광고 이용동기와 만족에 관한 연구”, 사이버커뮤니케이션학보, 제28권, 제1호, pp. 165-201, 2011.
- [59] Anderson, J. and Gerbing, D., “Some- Methods for Retestifying Measurement Models to Obtain Unidimensional Construct Measurement,” *Journal of Marketing Research*, Vol. 19, No. 4, pp. 453-460, 1998.
- [60] Albert, C., “Service loyalty : The effects of service quality and the mediating role of customer satisfaction,” *European Journal of Marketing*, Vol. 36, pp. 811-828, 2002.
- [61] Bhattacharjee, A., “Understanding Information Systems Continuance : An Expectation-Confirmation Model,” *MIS Quarterly*, Vol. 25, No. 3, pp. 351-370, 2001.
- [62] Bandura, A., “Self-efficacy : The exercise of control,” New York : Freeman, 1997.
- [63] Brown, J. D., Motivation conflict and the self : The double-bind of low self-esteem, In R. Baumeister (Ed.), *The puzzle of low self-regard*, New York : Plenum Press, pp. 117-130, 1993.
- [64] Blaine, B. and Crocker, J., “Self-esteem and self-serving biases in reactions to positive and negative events : An integrative view. In R. Baumeister(Ed.)”, *Self-esteem : The puzzle of low self-regard*, New York : Plenum Press, pp. 219-241, 1993.
- [65] Bloemer, J. and Ruyter, K. D., “On the relationship between store image, store satisfaction and store loyalty,” *European Journal of Marketing*, Vol. 32, pp. 499-513, 1998.
- [66] Csikszentmihalyi, M., “Flow : The Psychology of Optimal Experience,” Harper and Row, 1990.
- [67] Chin-Lung Hsu, Hsi-Peng Lu., “Consumer behavior in online game communities A motivational factor perspective,” *Computer in Human Behavior*, Vol. 23, pp. 1642-1659, 2007.
- [68] Chen, H., Wigand, R. T., and Niran, M. S., “Exploring Web Users’ Optimal Flow Experiences,” *Information Technology and People*, Vol. 13, No. 4, pp. 263-281, 2000.
- [69] Claes Fornell and David F. Larcker., “Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error,” *Journal of Marketing Research*, Vol. 18, No. 1, pp. 39-50, 1981.
- [70] Campbell, J. D., “Self-esteem and Clarity of the Self-concept,” *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol. 59, pp. 473-505, 1990.
- [71] Caruana, A., “Service loyalty: The effects of service quality and the mediating role

- of customer satisfaction,” *European Journal of Marketing*, Vol. 36, No. 7, pp. 811-828, 2002.
- [72] Campbell, J. D., “Who am I? The role of self-concept confusion in understanding the behavior of people with low self-esteem In R Baumeister(Ed), *Self-esteem : the puzzle of low self-regard*,” New York : Plenum, pp. 3-20, 1990.
- [73] Davis, F. D., “Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology,” *MIS Quarterly*, Vol. 13, No. 3, pp. 319-340, 1989.
- [74] Deci, E. L. and Ryan, R. M., “The ‘What’ and ‘Why’ of goal pursuits : Human needs and the self-determination of behavior,” *Psychological Inquiry*, Vol. 11, pp. 227-279, 2000.
- [75] Dworkin, G., “The theory and practice of autonomy,” New York : Cambridge University Press, 1998.
- [76] Deci, E. L. and Ryan, R. M., “Intrinsic motivation and self-determination in human behavior,” New York : Plenum Press, 1985.
- [77] Dindia, K. and Canary, D. J., “Definitions and Theoretical Perspectives on Maintaining Relationships,” *Journal of Social and Personal Relationships*, Vol. 10, pp. 163-173, 1993.
- [78] Gagne, M. and Deci, E., “Self-determination theory and work motivation,” *Journal of Organizational Behavior*, J. Organiz, Behav, Vol. 26, pp. 331-362, 2005.
- [79] Ghani, J. A. and Deshpande, S. P., “Task Characteristics and the Experience of Optimal Flow in Human-Computer Interaction,” *Journal of Psychology*, Vol. 128, No. 4, pp. 381-391, 1994.
- [80] Hoffman, D. L. and Novak, T. P., “Marketing in Hypermedia Computer-Mediated Environments : Conceptual Foundations,” *The Journal of Marketing*, Vol. 60, No. 3, pp. 50-68, 1996.
- [81] Kieran Mathieson, “Predicting User Intentions : Comparing the Technology Acceptance Model with the Theory of Planned Behavior,” *Information Systems Research*, Vol. 2, No. 3, pp. 173-191, 1991.
- [82] Kenneth, C., Landon and Jane P. Landon, “Management Information System 10th Edition,” Pearson, 2007.
- [83] Kotler, M., Cohen, H., Aizenberg, D., Matar, M., Loewenthal, U., Kaplan, Z., Miodownik, H., and Zemishlany, Z., “Sexual Dysfunction in Male Posttraumatic Stress Disorder Patients,” *Psychotherapy and Psychosomatics*, Vol. 69, No. 6, pp. 309-315, 2000.
- [84] Mruk, C., “Self-Esteem : Research, Theory and Practice,” New York : Springer Publishing Company, Inc, pp. 1-309, 1995.
- [85] Plummer, D. L., “Help seeking as a function of Perceived inadequacy level and self-esteem,” Unpublished doctoral dissertation, University of Georgia Athens, 1985.

- [86] Oliver, R. L., Satisfaction : A Behavioral Perspective on the Consumer, Mcgraw-Hill, 1997.
- [87] Ryan, R. and Deci, E., "Self-Determination Theory and the Facilitation of Intrinsic Motivation, Social Development, and Well-Being," American Psychology, Vol. 52, pp. 141-166, 2000.
- [88] Roca, J. C. and Gagne, M., "Understanding e-Learning Continuance Intention in the Workplace : A Self-Determination Theory Perspective," Computers in Human Behavior, Vol. 24, No. 4, pp. 1585-1604, 2008.
- [89] Standage, Martyn; Duda, Joan L. Ntoumanis, Nikos., "A model of contextual motivation in physical education : Using constructs from self-determination and achievement goal theories to predict physical activity intentions," Journal of Educational Psychology, Vol, 95, No. 1, pp. 97-110, 2003.
- [90] Trevino, L. K. and Webster, J., "Flow in Computer-Mediated Communication," Communication Research, Vol. 19, No. 5, pp. 539-573, 1992.

저 자 소 개



권두순
2003년 대덕대학 멀티미디어컨텐츠제작전공 (전문 학사)
2008년 한남대학교 경영정보학 (학사)
2010년 경희대학교 일반대학원 경영학 (석사) (MIS)
2010~현재 서강대학교 경영전문대학원 박사과정/연구원 (MIS)
관심분야 경영정보 심리, 복잡계 경영, Social Network, Data Mining, 품질경영, 비즈니스 모델, 미래학 등



김진화
1986년 서강대학교 영문학/경영학 (학사)
1991년 University of Wisconsin-Madison 경영학 (석사)
1993년 University of Wisconsin-Madison 전산학 (석사)
2001년 University of Wisconsin-Madison 경영학 (박사) (MIS)
2003년 Oklahoma State University 경영학과 조교수 (MIS)
2003년~현재 서강대학교 경영학부 교수(MIS)
관심분야 Data Mining, CRM, Heuristic Optimization, 미래학 등



유철하
2011년 경희대학교 경영대학원 경영학 (석사) (MBA)
현재 (주)서울통신기술
관심분야 경영정보, 경영컨설팅, 조직관리, 마케팅커뮤니케이션 등



김세준
1976년 경희대학교 신문방송학과 (학사)
1987년 중앙대 신문방송대학원 광보홍보 (석사)
1993년 University of Sacred Heart 대학교 경영대학원 MBA (석사)
1999년 서강대학교 경영대학원 국제경영학 석사
2006년~현재 경희대학교 언론정보학과 박사과정 수료
2006년~현재 선진마케팅 대표, 경희대학교 경영대학원 겸임교수
관심분야 마케팅커뮤니케이션, 축제와 이벤트, 광고홍보 등