

# 인터넷 사용 동기와 성과의 관계 분석: 한국, 미국, 캐나다 3 개국 대학생 비교 연구

전용진†

## 요 약

본 연구에서는 학습이나 교육과 관련된 인터넷 이용에 대한 이해를 높이기 위한 목적으로 한국, 미국, 캐나다 대학생들의 교육용 인터넷 이용의 주요 동기요인에 차이가 있는가를 확인하고, 각각의 요인에 대한 특성을 파악하였다. 더 나아가 본 연구에서 확인된 동기 요인이 3 개국 대학생들의 인터넷에 대한 태도와 사용 의지에 미치는 영향 정도의 차이를 파악하고, 이차적으로 인터넷에 대한 태도와 사용의지가 이용 성과향상에 얼마나 영향을 미치는가를 확인했다. 본 논문의 결과는 3 개국 대학생의 인터넷 이용에 영향을 주는 요인의 이해를 돕고, 문화적 차이에 따른 인터넷 사용의지와 성과 인식의 차이 여부를 확인하는 데 도움을 줄 것이다.

주제어 : 인터넷 인지, 인터넷 사용 동기, 국가비교, 한국, 미국, 캐나다

## Relationship between Motivations and Performances on the Internet Use: A Multinational Comparative Study—University Students in Canada, the U.S., and S. Korea\*

Yong-Jean John†

### ABSTRACT

With a concentration on online university student behavior in highly-wired countries of Canada, the US, and South Korea, this study is aimed at identifying and comparing students' perception to the Internet use, willingness to use, and performance from its use. The cross-national comparison unveiled that students in each country did not have a compatible pattern of relationship among perception, intention, and performance. This study also examines the impact of levels of Internet use motivations on users' attitude, intentions to use, and performance. The results of the study help understand the factors affecting the Internet use in three countries and identify the differences in willingness to use and performance from cultural heterogeneity. Implications of the study, limitations, and further research directions are also discussed.

**Key words** : Internet perception, Internet motivations, cross-national comparison, South Korea, USA, Canada

† 중신회원: 우석대학교 교수(교신저자)

논문접수: 2011년 6월 30일, 1차 수정을 거쳐, 심사완료: 2011년 7월 25일

\* 이 논문은 2011년 우석대학교 교내학술연구비 지원에 의하여 연구되었음

## 1. 서론

2010년 6월 30일을 기준으로 전 세계 인구의 28.7%인 19억 6천6백만 명이 인터넷을 사용하고 있으며, 이는 2008년보다 약 3억6천만 명이 증가한 것이다[18]. 인터넷 이용 증가는 과거 10년 사이 44.8%가 증가하여, 연평균 44%의 증가를 보이고 있다.

MSNBC (2010)에 의하면 북미지역에서 인터넷 이용자는 전체 인구의 50.3%인 4억 7천여 만 명에 이르며, 이 통계치는 2000년과 비교할 때 271.3%가 증가한 것이다[19].

미국의 인구통계국의 조사 자료에 의하면 2009년 말 현재 미국의 인구 307,006백만 명의 75.12%인 230,630백만 명이 인터넷을 사용하고 있으며, 이 통계치는 2005년, 205,776백만 명, 2007년 221,724백만 명에 비해 각각 2천5백만 명과 9백만 명이 각각 증가하였다[16][17][20].

캐나다 통계국의 발표에 의하면 2009년 말 현재 캐나다의 33,739백만 명의 80.3%인 27,092 백만 명이 인터넷을 사용하고 있으며, 이 통계치는 2005년 32,245백만 명, 2007년 32,932백만 명에 비해 각각 150만 명, 80만 명이 증가하였다[14][21].

한국에서도 미국과 캐나다와 마찬가지로 인터넷 이용자가 계속 증가하고 있다. NIDAK(2010)에 따르면 2009년 말을 기준으로 47,383백만 명의 77.2%인 36,580 백만명이 인터넷을 사용하고 있다. 이 통계치는 2005년 말 33,880백만 명, 2007년 35,590백만 명이 비해 각각 2.7백만 명, 0.99백만 명이 각각 증가하였다. 12세 이상 인터넷 사용자중 52.5%는 교육과 학습을 위해 인터넷에 접속하고 있다. 특히 학생의 81.1%와 직장인의 62.9%는 학습과 교육에 있어 인터넷이 매우 중요한 역할을 하고 있다고 인식하고 있다[13].

인터넷에 접속하는 이용자가 증가하고, 인터넷 활용분야가 계속적으로 확대됨에 따라 인터넷 이용수준, 이용 만족도, 유효성에 관한 연구가 그동안 많이 진행되어 왔다[1][4][7][9]. 그러나 인터넷에 기반을 둔 소비자 서비스는 일반적으로 성공적이라고 인식되고 있지만 이용자들의 일차적인 정보 요구를 인터넷이 얼마나 잘 충족시키고 있는지에 대한 평가가 아직 부족하다.

따라서 본 연구에서는 학습이나 교육과 관련된 인터넷 이용에 대한 이해를 높이기 위한 목적으로 한국, 미국, 캐나다 대학생들의 교육용 인터넷 이용의 주요 동기요인에 차이가 있는가를 확인하고, 각각의 요인에 대한 특성을 파악하고자 한다.

한국, 미국, 캐나다를 비교 대상으로 삼은 이유는 첫째 한국과 북미지역의 두 국가가 동서양의 문화적 차이를 지니고 있기 때문이고, 둘째 미국과 캐나다는 문화적으로 유사성을 보이고 있기 때문이다. 문화의 차이가 인터넷 이용에 영향을 미치는가를 확인하려는 의도에서 3 개국을 비교대상으로 삼았다.

더 나아가 본 연구에서 확인된 동기 요인이 3 개국 대학생들의 인터넷에 대한 태도와 사용 의지에 미치는 영향 정도의 차이를 파악하고, 이차적으로 인터넷에 대한 태도와 사용의지가 이용 성과향상에 얼마나 영향을 미치는가를 확인한다.

본 논문의 결과는 3 개국 대학생의 인터넷 이용에 영향을 주는 요인의 이해를 돕고, 문화적 차이에 따른 인터넷 사용의지와 성과 인식의 차이여부를 확인하는 데 도움을 줄 것이다.

## 2. 선행연구의 인터넷사용 동기

동기(motivations)는 정보습득, 상거래, 오락을 위한 미디어나 채널의 선택과 이용에 영향을 미치는 아주 중요한 요인이 된다.

동기는 사람들이 욕구를 충족하기 위해 매체를 선택하도록 하는 일반적인 성향이나 욕구충족을 위한 소비자의 행위에 영향을 미치는 요인으로 정의할 수 있다[15].

인터넷 확산과 사용에 영향을 미치는 동기 요인을 확인하기 위한 연구는 그동안 다양한 이슈와 측면에서 이루어져 왔다.

인터넷 사용에 동기요인으로 작용할 수 있는 특성 요인을 찾아 어떻게 얼마나 인터넷 확산에 영향을 미치는가를 주제로 다루는 연구들이 있었다[3][5][6][22]. 특히 Atkinson과 Kydd(1997)는 월드 와이드 인터넷 사용과 관계가 있는 특성을 파악하기 위해 인터넷 사용자가 인지하고 있는 사용의 용이성과 인지된 즐거움과 재미와 같은 본질적 요인과 인지된 중요성과 유용성과 같은 외생적 요인 모두 월드와이드 인터넷

사용에 영향을 미치고 있음을 확인하였다[3].

Teo(2001)는 Atkinson과 Kydd의 연구를 확대하여 성별, 연령, 교육수준과 같은 인구통계학적 변수와 의사소통, 정보검색, 다운로드, 쇼핑의 네 가지 활동의 관점에서 인터넷 사용에 영향을 주는 요인을 확인하였는데[15], 이 논문을 시발점으로 다양한 인터넷 बैं킹, 인터넷 주식거래, 전자상거래, 게임과 같은 다양한 인터넷 활용 분야로 연구가 확장되었다.

선행연구에서 사용된 인터넷 사용 동기 변인들과 종속 변인들의 조작적 정의와 측정도구를 요약하면 <표 1>과 같다.

<표 1> 사용 동기 조작적 정의

요인 분류	조작적 정의	척도	선행연구
동기	유용성, 효용성	오프라인 접촉, 학습정보 습득	등간 [5][6][8][11][15]
	환경, 사회적 영향	동료의 사용, 주변의 관심, 대중매체의 관심	등간 [8][15]
	용이성, 편리성, 접근성	사용방법 습득 용이, 사용 용이, 물리적 접근용이	등간 [5][6][8][9][11][15]
	재미, 즐거움	호기심 자극, 탐구용구 증대, 상상력 증진	등간 [7][8][11]
행위	사용 경험, 방문 빈도, 체류시간, 거래횟수	비율	[9]
태도	정보 신뢰성, 정보의 만족도, 웹 의존도	등간	[1][8][9][10]
사용 의지	향후 사용 의도, 주변에 대한 권유	등간	[1][8][9][11]
사용 성과	성취도 향상, 시간 절약, 지식 향상, 참고자료 증대, 학습의 심화	등간	[1][10]

인터넷 활용이 e-learning, 전자상거래, 인터넷 बैं킹 등으로 확대됨으로써 각 분야의 인터넷 사용 특성에 대한 국가 간 비교 연구가 진행되었다[6][9][12].

Ha(2009)는 신뢰가 인터넷 쇼핑에 중요한 작용을 하는지 한국, 영국, 타이완 3국을 비교하였다. 신뢰는 사용자의 태도에 영향을 미치고, 이는 인터넷에서의 상품 재구매 의도에도 영향을 미치고 있는지를 확인

하였는데, 서로 다른 관련성이 있는 것으로 밝혀졌다 [9].

Choi(2009)는 한국, 미국 네덜란드 3국간의 전자상거래 활용을 비교하였는데, 사회적 문화적 요인이 인터넷에서의 금융, 상품, 오락을 구매하는 온라인 소비자 행동에 영향을 미치고 있음을 확인하였다[6]. Mock(2008)은 한국과 일본 대학생들의 인터넷 이용과 e-learning과 인터넷 쇼핑 이용 실태에 대한 비교 연구하여, 한국 학생이 일본 학생들 보다 활발하게 인터넷을 사용하고 있음을 밝혔다[12].

최근 하태현(2010)은 모바일 환경에서 사용자들이 실시간으로 언제 어디서나 스마트 폰 서비스를 이용할 수 있고 사용자의 상황에 적합한 정보를 제공받을 수 있게 됨에 따라 스마트 폰 서비스 폰 특성, 사용자 특성, 스마트 폰 기술 특성 요인을 분류하였다[2].

### 3. 연구방법

#### 3.1 자료수집 및 분석방법

본 연구의 설문지는 선행연구에서 제시된 측정도구를 토대로 영문으로 먼저 작성된 후, 한국어로 번역되었다. 이 설문지는 인터넷 사용에 영향을 주는 요인과 이들의 특성을 파악하기 위하여 작성되었다.

설문지는 5점 리커트 척도(Likert Scale)를 사용하여 각 문항에 대해 응답자들의 동의 정도를 표시하도록 하였다. 따라서 제3단계를 보통의 수준으로 하여 1,2 단계는 보통 미만의 수준, 4,5 단계는 보통보다 높은 수준이 된다.

이 설문지의 응답자는 한국, 미국 서부 지역, 캐나다 서부지역의 대학생 및 대학원생으로 구성되었다. 한국에서는 경기, 인천, 광주 전남, 전북 지역의 대학생, 미국에서는 캘리포니아주, 오레곤주, 워싱턴주 소재 대학생, 캐나다에서는 브리티시 콜럼비아 소재 대학생이 질문에 참여하였다. 설문조사는 한국은 2010년 9월-12월, 미국은 2010년 7, 8월, 캐나다는 2010년 3월-8월에 실시하였다.

설문지는 미국 56부, 캐나다 72부, 한국 128부를 수집하였으며, 이 중 사용 가능한 설문지 141부(미국 32부, 캐나다 32부, 한국 77부)를 분석 대상으로 삼았다.

분석방법으로는 선행연구와 조작적 정의를 통해 작성된 설문항목에서 요인을 추출하기 위해 주성분 분석을 하였다. 3 국가의 비교분석에서는 첫째, 각 인터넷 사용 동기 요인별 평균 차이의 유의성을 확인하기 위해 t-검정을, 인터넷 사용 동기, 태도, 사용의지, 성과향상 간의 영향 정도를 파악하기 위해 회귀분석을 사용하였다.

### 3.2 변수의 조작적 정의

본 연구에서 사용될 연구변수에 대한 조작적 정의가 이루어졌다. 인터넷 사용 동기는 인지유용성, 사회적 영향, 사용 용이성, 재미로 나누어 측정하였다. 인지된 유용성을 측정하기 위해서는 도서관이나 교수 연구실 방문 빈도의 감소 정도, 학습정보 검색 가능성 정도, 제공되는 정보의 유용성 정도, 인터넷 활용과 학습능력과의 관련성 정도 등을 사용하였다.

사회적 영향은 주변 인물들의 적극적인 인터넷 사용에 따른 자극, 주변 인물의 인터넷 사용에 대한 권유, 대중매체의 인터넷에 대한 관심의 증대 정도로 측정하였다.

용이성은 정보검색 용이성, 사이트 접근 용이성, 웹 사용 학습 및 사용 용이성, 물리적 접근 및 통제 용이성 등으로 측정하였다. 인터넷 사용에 따른 재미와 즐거움은 학습 호기심, 학습 탐구 집중도 상상력 증대로 측정하였다.

인터넷에 대한 태도는 학습정보 검색에 대한 인터넷 의존도, 인터넷 제공 정보에 대한 신뢰성, 인터넷에서 제공하는 정보에 대한 만족도를 측정하였다. 인터넷 사용의지는 지속적인 인터넷 사용 의도, 주변 사람에 대한 인터넷 사용 권고로 측정하였다. 인터넷 성과 향상 및 효율성은 학업 성취도 향상 정도, 학업 시간의 단축, 다양한 참고 자료 활용 증대, 학습 주제에 대한 지식 향상으로 측정하였다.

### 3.3 타당성 분석과 요인분석

본 연구에서는 설문항목을 선행연구에 근거하여 인터넷 사용에 영향을 미치는 동기요인을 5가지로 나눈 후 개념적 타당도를 높이기 위한 방안으로 각 설문항목을 묶어 요인을 추출하였다. 개념적 타당성 검

사를 위해 실시한 요인분석은 요인간의 각도를 90 도로 유지시키면서 회전시키는 직각적 방법(Varimax)의 요인회전을 실시하였다.

동기요인을 추출하기 위한 요인분석 결과 <표 2>와 같이 5 가지 요인(오프라인 이용 감소, 정보습득 용이, 사회적 영향, 사용 용이성, 사용 흥미)이 추출되었다.

인터넷 사용 태도 및 의지에 대한 회전된 요인분석결과 인터넷에 대한 긍정적 태도와 인터넷 사용 의지는 각각 하나의 요인만 추출되었다.

인터넷 사용 성과에 대한 회전된 요인분석결과 하나의 요인만 추출되어 그대로 사용하기로 하였다.

<표 2> 요인분석(\* p<0.01)

요인	아이겐값	KMO 적합도	Bartlett 구형성검정
오프라인 이용 감소	2.644	0.500	106.000*
정보습득 용이	2.020	0.660	188.000*
사회적 영향	2.588	0.576	255.262*
사용 용이성	7.767	0.855	1537.010*
사용 흥미	4.209	0.804	646.484*
긍정적 태도	1.718	0.582	57.430*
사용 의지	2.322	0.705	193.891*
성과 향상	3.690	0.879	474.056*

본 연구에서 요인별 신뢰도 분석을 위하여 내적 일관성 분석방법인 크롬바 알파(Crombach alpha) 계수를 구하였는데, 여기서 신뢰도는 가설의 검정에 필요한 요인별로 구분하여 분석하였다. 앞의 요인분석 결과 나타난 요인에 대한 신뢰도 계수와 각 요인의 평균과 표준편차는 <표 3>과 같다.

모두 신뢰도 계수가 0.8 이상을 나타내고 있어 만족할만한 수준으로 판단되므로 앞에서 분류된 각각의 요인에 해당하는 세부 항목들을 조정하지 않는다. 앞으로 분석될 자료는 요인의 세부항목 측정치의 평균 값을 취하여 가설검정을 한다.

<표 3> 연구 요인에 대한 신뢰도 분석

요인	평균	표준편차	Cronbach Alpha
오프라인 이용 감소	3.369	0.694	0.964
정보습득 용이	3.667	0.764	0.827
사회적 영향	3.518	0.981	0.805
사용 용이성	3.912	0.833	0.945
사용 흥미	3.744	0.999	0.904
긍정적 태도	3.474	0.847	0.865
사용 의지	3.736	0.999	0.853
성과 향상	3.754	0.843	0.910

## 4. 분석결과

### 4.1. 요인별 국가간 차이분석

본 연구에서 추출된 인터넷 사용 동기, 태도, 의지, 및 성과 요인이 3개국 사이에 차이가 있는가를 확인하기 위하여 차이분석을 실시하였다. 분석 결과는 <표 4>에 요약하였으며, 미국과 캐나다의 인터넷 이용자 사이에는 차이를 발견할 수 없었다. 이는 미국과 캐나다의 상호교류가 활발하여 인터넷 사용 환경이 유사하기 조성되었기 때문인 것으로 풀이된다. 한국의 사용자는 정보습득 용이 요인만 제외하고 모든 요인에서 미국과 캐나다 사용자와 차이가 있는 것으로 밝혀졌다.

<표 4> 국가간 평균 차이 분석(p<0.01)

요인	한국 a	미국 b	캐나다 c
오프라인 이용 감소	3.07 b,c	3.75 a	3.70 a
정보습득 용이	3.61	3.81	3.81
사회적 영향	3.32 b,c	4.01 a	4.06 a
사용 용이성	3.64 b,c	4.27 a	4.31 a
사용 흥미	3.27 b,c	4.37 a	4.34 a
긍정적 태도	3.24 b,c	3.75 a	3.76 a
사용 의지	3.36 b,c	4.17 a	4.19 a
성과 향상	3.42 b,c	4.15 a	4.16 a

## 4.2 동기요인과 태도, 의지, 및 성과

### 4.2.1 인터넷 사용 동기와 태도

인터넷 사용 동기가 인터넷 사용자 태도에 미치는 영향에 있어 3개국 사이에 차이가 있는지 확인한 결

과는 <표 5>와 같다. 한국에서는 사용 용이성과 사용 흥미가 인터넷 사용자의 태도에 긍정적 영향을 미치고 있는데 반하여, 미국과 캐나다는 오프라인 이용 감소, 정보습득 용이, 사회적 영향 요인이 인터넷 사용자의 태도에 긍정적 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다.

<표 5> 인터넷 사용 동기와 태도에 대한 회귀분석

(β 계수, \*\* p<0.05, \*\*\* p<0.01)

사용 동기	한국***	미국***	캐나다***
오프라인 이용 감소	-0.108	0.995***	0.675***
정보습득 용이	-0.105	0.298***	0.230**
사회적 영향	0.042	1.379***	1.581***
사용 용이성	0.400**	-0.479	-0.524
사용 흥미	0.358***	0.013	-0.428

### 4.2.2 인터넷 사용 동기와 사용의지

인터넷 사용 동기가 인터넷 사용자의 지속적인 인터넷 사용의지에 미치는 영향에 있어 3개국 사이에 차이가 있는지 분석 요약한 결과는 <표 6>과 같다. 한국에서는 사용 용이성과 사용 흥미가 인터넷 사용자의 사용의지에 긍정적 영향을 미치고 있다. 미국은 오프라인 이용 감소, 정보습득 용이, 사회적 영향 요인이 인터넷 사용자의 향후 인터넷 사용 의지에 긍정적 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다. 캐나다는 미국과 약간의 차이를 보이고 있는데, 캐나다는 미국과 달리 모든 동기요인이 인터넷 사용의지에 영향을 미치고 있다. 다만 영향을 주는 정도는 동기요인 사이에 차이를 보이기도 있는데, 오프라인 이용 감소, 정보습득 용이, 사회적 영향 요인이 5% 유의성은 보이고 있으며 나머지 사용 용이성과 사용 흥미 요인은 10%의 유의성을 보이고 있다.

<표 6> 인터넷 사용 동기와 사용의지에 대한 회귀분석

(β 계수, \* p<0.1, \*\*\* p<0.01)

사용 동기	한국***	미국***	캐나다***
오프라인 이용 감소	0.022	0.731***	0.202***
정보습득 용이	0.068	0.288***	0.498***
사회적 영향	-0.115	0.579***	0.423***
사용 용이성	0.462***	-0.091	0.371*
사용 흥미	0.394***	-0.021	0.238*

### 4.2.3 인터넷 사용 동기와 성과향상

인터넷 사용 동기가 인터넷 사용에 따른 성과 향상에 미치는 영향에 있어 3개국 사이에 차이가 있는지 확인한 결과는 <표 7>과 같이 3개국 사이에 차이가 있는 것으로 나타났다. 한국에서는 사용 용이성과 사용 흥미가 1%와 5%의 유의수준에서 성과향상에 긍정적 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다. 다른 동기요인은 인터넷 사용에 따른 성과향상에 영향을 주지 못하고 있다. 미국의 경우 오프라인 이용 감소, 사회적 영향 요인이 1% 유의수준에서 성과향상에 영향을 주고 있는 것으로 나타났다. 캐나다의 경우 정보습득 용이와 사용 용이성이 5%의 유의 수준에서, 사회적 영향 요인이 1%의 유의수준에서 성과향상에 영향을 미치고 있는 것으로 확인되었다.

<표 7> 인터넷 사용 동기와 성과향상에 대한 회귀분석

(β 계수, \*\* p<0.05, \*\*\* p<0.01)

사용 동기	한국***	미국***	캐나다***
오프라인 이용 감소	0.120	0.407***	0.034
정보습득 용이	0.054	0.099	0.490**
사회적 영향	0.009	0.862***	0.596***
사용 용이성	0.534***	-0.276	0.467**
사용 흥미	0.224**	0.003	-0.021

### 4.3 태도 및 의지와 성과

인터넷 사용자의 태도와 의지가 인터넷 사용 성과향상에 미치는 영향에 있어 3개국 사이에 차이가 있는지 분석 요약한 결과는 <표 8>과 같다. 한국의 경우 사용 의지가 성과향상에 영향을 미치고 있는 반면 긍정적 태도는 영향을 미치지 않고 있다. 미국의 경

우 한국과 달리 인터넷에 대한 긍정적 태도가 성과향상에 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다. 캐나다의 경우 긍정적 태도와 사용 의지 모두 1% 유의수준에서 성과향상에 영향을 미치고 있는 것으로 밝혀졌다.

<표 8> 인터넷 태도 및 사용 의지와 성과향상에 대한 회귀분석

(β 계수, \*\*\* p<0.01)

태도 및 의지	한국***	미국***	캐나다***
긍정적 태도	0.353	253***	0.243***
사용 의지	0.573***	0.916	0.888***

## 5. 결론

본 논문은 학습이나 교육과 관련된 인터넷 이용에 대한 이해를 높이기 위한 목적으로 한국, 미국, 캐나다 대학생들의 교육용 인터넷 이용의 주요 동기요인에 차이가 있는가를 일차적으로 확인하였다.

확인된 동기 요인을 토대로 3 개국 대학생들의 인터넷에 대한 태도와 사용 의지에 미치는 영향 정도의 차이를 파악하였고, 이차적으로 인터넷에 대한 태도와 사용의지가 이용 성과향상에 얼마나 영향을 미치는가를 확인하였다.

3국간의 평균 차이분석에서, 문화의 동질성을 보이고 있는 미국과 캐나다의 인터넷 이용자 사이에는 인터넷 사용 동기, 태도 및 의지, 성과향상의 평균차이를 발견할 수 없었고, 문화가 서로 다른 북미 두 국가와 한국 사이에는 차이가 있는 것으로 나타났다. 이로서 문화가 인터넷 사용에 영향을 주는 것으로 나타났다.

인터넷 사용 동기가 인터넷 사용자 태도와 인터넷 사용의지에 미치는 영향에 있어서, 미국과 캐나다는 유사한 동기가 영향을 미치고 있었으나, 한국은 다른 동기요인이 사용의지에 영향을 미치고 있었다.

인터넷 사용 동기가 인터넷 사용에 따른 성과향상에 미치는 영향에 있어 3개국 사이에 차이가 있는지 확인한 결과, 3국간에 모두 차이가 있는 것으로 나타났다. 한국의 경우 사용 용이성과 사용 흥미 요인이 인터넷 성과향상에 긍정적 영향을 미치고 있고, 미국의 경우 오프라인 이용 감소와 사회적 영향이 성과향상에 영향을 미치고 있었으며, 캐나다의 경우 정보습득 용이성, 사회적 영향, 사용 용이성 의 세 개

동기요인이 성과향상에 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다.

마지막으로 인터넷 사용자의 태도와 의지가 인터넷 사용 성과향상에 미치는 영향에 있어 3개국 사이에 차이가 있는 것으로 나타났다. 한국의 경우 사용 의지만이 성과향상에 영향을 미치고 있는 반면 긍정적인 태도는 영향을 미치지 않고 있다. 미국의 경우 한국과 달리 인터넷에 대한 긍정적인 태도가 성과향상에 영향을 미치고 있는 반면 사용의지는 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 캐나다의 경우 긍정적인 태도와 사용의지 모두 성과향상에 영향을 미치고 있는 것으로 밝혀졌다.

본 논문은 문화적 차이가 인터넷 이용에 영향을 미치는가를 확인하려는 의도에서 3 개국을 비교대상으로 삼았는데, 결과적으로 문화의 이질성을 가지고 있는 한국과 북미 두 국가 사이에 많은 차이를 보이고 있는 것으로 나타났으며, 북미의 두 국가 사이에는 많은 부분에서 유사성을 보이고 있는 것으로 나타났다.

본 논문의 결과는 3 개국 대학생의 인터넷 이용에 영향을 주는 동기요인의 이해를 돕고, 문화적 차이에 따른 인터넷 사용의지와 성과향상 인식의 차이여부를 확인하는 데 도움을 줄 것이다.

본 논문은 한국, 미국, 캐나다 3개국 대학생들이 교육용으로 인터넷을 사용하는 환경에 국한하여 조사하여 분석한 결과이므로 다른 인터넷 활용 분야에 적용하는데 한계가 있을 수 있다. 향후, 인터넷 이용자들의 다양한 인터넷 활용 분야인 인터넷 쇼핑, 인터넷 बैं킹, 인터넷 증권 거래, 인터넷 게임 등으로 확장하여 연구가 진행된다면 인터넷 비즈니스를 하는 관련 기업에 다양한 시사점을 줄 것이다.

또한 스마트 폰, iPad, 갤럭시 탭과 같은 소형화된 인터넷 단말기의 등장으로 인터넷 사용 환경이 크게 변화하고 있으므로 다양한 단말기 이용이 인터넷 사용에 미치는 영향에 대한 연구로도 진행될 수 있다.

## 참 고 문 헌

- [1] 전용진 (2009), 교육용 웹 사용 성과에 영향을 미치는 요인에 대한 연구, 디지털정책연구, 7(2), pp.83-92.
- [2] 하태현 (2010), 스마트 폰 사용자 특성에 관한 탐색적 연구, 디지털정책연구, 8(4), pp.177-184.
- [3] Atkinson, M. A. and C. Kydd (1997), "Individuals Characteristic Associated with World Wide Web Use: an Empirical study of Playfulness and Motivation," The Database for Advances in Information Systems, 28(2), pp.53-62.
- [4] Beatty, Robert C., J. P. Shim, and Mary C. Jones (2001), "Factors Influencing Corporate Web Site Adoption: A Time-based Assessment," Information & Management, 38, pp.337-354.
- [5] Chang, Man Kit and Waiman Cheung (2001), "Determinants of the Intention to Use Internet/ WWW at work: a Confirmatory Study," Information & Management, 39, pp.1-14.
- [6] Choi, Junho, and Jungjoo Jahng(2009), "Predictors of E-commerce Use of the Internet: A Multinational Comparative Study-the U.S., the Netherlands, and S. Korea", Seoul Journal of Business, 15(1), pp.65-90.
- [7] Cockburn, C. and T. D. Wilson (1996), "Business Use of the World Wide Web," International Journal of Information Management, 16(2), pp.83-102.
- [8] D'Ambra, John and Ronald E. Rice (2001), "Emerging Factors in User Evaluation of the World Wide Web," Information & Management, 38, pp.373-384.
- [9] Ha, Hong-Youl and Raphael K. Akamavi(2009), "Does Trust Really Matter in Electronic Shopping?," Seoul Journal of Business, 15(1), pp.91-120.
- [10] John, Yongjean(2010), "Validating Constructs of Web Usage in Education and Learning," The Journal of Digital Policy &

Management, 8(4), 109-121.

- [11] Kee-sook, Lim, Jeon-su Lim, and John H. Heinrichs(2005), "Structural Model Comparison of the Determining Factors for E-Purchase", Seoul Journal of Business, 11(2), pp.119-143.
- [12] Mock, Jeffrey, Jung-Hwa Kang, and Tai-Hyun Ha. (2008), "A Comparison of Internet Access between Korean and Japanese University Students." The Journal of Digital Policy & Management, 6(4), 147-156.
- [13] National Internet Development Agency of Korea (2010), "Survey on the computer and the Internet usage," Dec. from <http://isis.nida.or.kr/>.
- [14] Statistics Canada, [www.statcan.gc.ca](http://www.statcan.gc.ca)
- [15] Teo, Thompson S.H. (2001), "Demographic and Motivation Variables Associated with Internet Usage Activities", Internet Research: Electronic Networking Applications and Policy, Vol.11, No.2, pp.125-137.
- [16] [www.census.gov](http://www.census.gov)
- [17] [www.internetworldstats.com/stats14.htm](http://www.internetworldstats.com/stats14.htm)
- [18] [www.internetworldstats.com/stats.htm](http://www.internetworldstats.com/stats.htm)
- [19] [www.msnbc.mcs.com](http://www.msnbc.mcs.com)
- [20] [www.stat\\_usa.gov](http://www.stat_usa.gov)
- [21] [www40.statcan.gc.ca/101/cst01/comm29a-eng.htm](http://www40.statcan.gc.ca/101/cst01/comm29a-eng.htm)
- [22] Zhou, Lina, Liwei Dai, and Dongsong Zhang (2007), "Online shopping acceptance model: A critical survey of consumer factors in online shopping," Journal of Electronic Commerce Research, 8(1), pp.41-62.

## 전 용 진



- 1982 울산공대 산업공학과 (공학사)
- 1984 중앙대학교 대학원 경영학과(경영학석사)
- 1988 중앙대학교 대학원 경영학과(경영학박사)

- 2001~2003 빅토리아대학교 방문교수
- 2003~2004 매시대학교 리서치 펠로우
- 1988~현재 우석대학교 경영학과 교수
- 관심분야: 정보전략
- E-Mail: [yong@ws.ac.kr](mailto:yong@ws.ac.kr)