

# SNS 품질 특성이 사용자 만족도와 지속적 사용의도에 영향을 미치는 요인에 관한 연구

김병곤\* · 윤일기\*\*

## Factors Affecting the Quality of Social Network Service on User Satisfaction and Continuance Usage Intention

Byung-Gon Kim\* · Il-Ki Yoon\*\*

### Abstract

The popularity of Social Network Service (SNS) providing web sites has increased continuously by using a variety of mobile devices. The study results show that security of SNS, efficiency of SNS, safety, empathy of SNS quality, easy of use of SNS, assurance of SNS, service variety of SNS are having positive impact to some degree on the user satisfaction. Further, the user satisfaction of SNS users have a positive impact on the continuance usage intention of SNS users.

This results show that various SNS qualities are necessary to actively explore and obtain further information that users intend to find, while they are insufficient in function to provide the information other users require or exchange information with other users through the SNS.

Keywords : SNS Quality, User Satisfaction, Continuance Usage Intention

## 1. 서 론

정보기술의 발달로 스마트폰과 같은 모바일 기기를 이용하는 서비스로 그 영역을 확장해 나가고 있다. SNS(Social Network Service) 사용의 확산은 기존 SNS 업체에게는 서비스 영역을 확장하게 하고, 후발 SNS 서비스 기업은 SNS 서비스 사용자를 유인하기 위해 쇼핑, 게임 등을 연계하여 제공하는 등 다양하게 발전해 가고 있다. SNS는 웹을 기반으로 사람들이 서로의 생각, 관심, 의견, 경험 등을 나누기 위해 다양한 형태(문자, 사진, 영상 등)의 정보를 교환 할 수 있도록 네트워크를 구성해 주는 서비스를 말한다[김중기, 김진성, 2011]. 현재 SNS는 사람들이 필요한 여러 가지 정보를 얻을 뿐만 아니라 인맥관계도 맺을 수 있도록 우리 사회에서 매우 중요한 역할을 하고 있다.

SNS의 대표적 사이트로는 한국의 카카오톡이나 싸이월드, 미국의 페이스북(Facebook)이나 트위터(Twitter) 등이 있다. 페이스북의 경우 전 세계의 가입자 수가 2012년 10월까지 9억 5,767만여 명이고, 한국 국내는 924만 명으로 전체 인구수의 19.39%, 온라인 인구수의 23.91%로 지난 6개월간 248만여 명이 증가되었다[Socialbakers, 2012]. 한국의 경우 스마트폰의 도입과 함께 페이스북, 트위터, 마이스페이스, 미투데이 등 소셜 네트워크 서비스 이용자가 급증하는 추세이며, 스마트폰을 통한 소셜 네트워크 서비스 이용경험이 전체 스마트폰 사용자의 87.1%에 달하고 있다[한국인터넷진흥원, 2011]. Pyramid Research에서 발표한 자료에 의하면 전 세계 인구 중 1/3인 5억 3천만 명이 SNS를 사용하고 있으며, 2008년 본격적으로 시작된 SNS는 경기침체에도 불구하고 꾸준히 증가하여 2010년에는 전 세계 휴대폰 사용자의 7%에 해당하는 3억 명이, 2012년에는 18%인 9억 5천만 명이 모바일 SNS를 사용하는 것으로 보고하였다.

위와 같은 상황에서 앞으로의 SNS의 지속적인

성장을 위해 고객만족도에 영향을 미치는 소셜 네트워크 서비스의 품질요인을 분석하는 연구는 매우 중요하다. 왜냐하면, 사용자들이 소셜 네트워크 서비스를 사용함에 있어 불필요한 요소에 대한 시간과 노력, 투자 등을 줄이기 위해 사용자들이 중요하게 인식하는 만족 요인을 파악하는 것은 기업 자원을 효율적으로 배분할 수 있기 때문이다. 그러나 SNS의 품질을 향상시켜 SNS 사용자의 만족도를 향상시키는 방안을 제시한 연구는 아직 미미한 실정이다.

본 연구는 문헌연구를 통하여 SNS의 품질 특성 요인을 찾아내고 모바일 소셜 네트워크 서비스의 품질이 SNS 사용자 만족도에 어떠한 영향을 미치는지를 파악하며, SNS 사용자 만족은 사용자의 지속적 사용의도에 어떤 영향을 미치는지를 실증적으로 분석하고자 하였다. 본 연구는 관련 문헌조사와 실제 설문지를 이용한 실증분석을 병행하여 진행하였다. 설문조사는 현재 SNS를 사용하고 있는 국내 이용자들을 대상으로 수행하였다. 설문 조사 결과 자료 분석을 위해 통계자료 분석 프로그램인 SPSS와 AMOS를 이용하여 모델의 신뢰성 분석, 타당성 분석, 가설 검정 등을 수행하였으며, 연구결과를 해석하고 시사점과 향후 연구방향을 제시하였다.

## 2. 이론적 배경

SNS의 품질 특성에 관한 기존 연구는 정보시스템의 성공요인 및 사용자 인지요인에 관한 연구로 분류 할 수 있다. 본 연구는 이러한 요인들을 분석하기 위해서 Davis[1989]가 제시한 기술수용 모형(Technology Acceptance Model : TAM)을 기반으로 Venkatesh and Davis[2000]의 TAM 확장모델(A Theoretical Extension of Technology Acceptance Model : ETAM, TAM2)을 응용하였다. 정보시스템 기술수용에 관한 이론 연구들은

정보시스템 성공모델(Information System Success Model), Seddon 모델, 인터넷 사용에 영향을 미치는 영향에 대한 기술수용모델 등으로 구분할 수 있다.

황성원[2010]은 공공기관이 운영하는 트위터에 대해 연구하였는데 조사 대상의 절반 이상이 이용 경험이 있었고 트위터의 신속성은 이동 중이거나 휴일에 특히 유용하며 시의성 있는 정보를 교환할 경우 가장 편리하지만 깊이 있는 정보를 주고 받기에는 한계가 있으며 특히 프라이버시 침해 우려를 설명하였다. 그리고 유선 인터넷에 비해 즉시성을 전제로 한다는 점에서 상호작용 정도가 높으며 단순히 웹 서비스에서의 상호작용보다 모바일과 소셜 서비스가 결합 될 때 상호작용이 더욱 커질 것으로 예측하였다. 김승렬[2009]의 연구에서는 모바일 SNS의 종류와 구성 요소에 대하여 구체적으로 알아 볼 수 있었고 국내 모바일 SNS의 현황을 알아 볼 수 있었다.

품질(quality)은 양(quantity)과 대비되는 개념으로서 어떤 사물을 다른 사물과 구분하게 해주는 그 사물의 내적인 특성을 뜻한다. 품질은 사물들이 가지고 있는 여러 다양한 성질들의 ‘종합적 특성’이므로 어떤 사물의 질을 단 한마디로 무엇이라고 말할 수는 없다[원석희, 1998]. DeLone and McLean[1992]의 연구에 의하면 정보시스템 성공 모델은 6개의 중요한 지표인 시스템 품질(System Quality), 정보 품질(Information Quality), 이용(Information Use 또는 Use), 사용자 만족(User Satisfaction), 개인적 영향(Individual Impact), 조직적 영향(Organizational Impact)을 규정한 것이다.

중요 지표 6가지를 살펴보면 시스템의 품질(System Quality)과 정보의 품질(Information Quality)은 시스템 사용도(Information Use)와 사용자 만족도(User Satisfaction)에 영향을 주고 시스템 사용도와 사용자 만족도는 상호 영향을

주며 개인적 성과 및 조직의 성과에 영향을 주게 된다는 것이다. 또한 수정된 DeLone and McLean[2003]의 IS 성공 모형에 의하면 사용자 컴퓨팅 환경의 변화에 의해 정보시스템 담당 조직이 정보와 서비스를 동시에 제공함에 따라 IS 조직의 서비스 품질(Service Quality)이 포함 되었고 시스템 사용도와 사용자 만족도가 개인에 대한 영향과 조직에 대한 영향인 순 효과에 영향을 주게 된다는 것이다.

본 연구는 여러 가지 선행 연구들을 토대로 시스템 품질(System Quality)과 서비스 품질(Service Quality) 특성 요인을 연구변수로 설정하여 SNS 사용자의 사용만족도에 미치는 요인을 연구하기로 한다. 먼저 시스템 품질은 DeLone and McLean[1992]에 의해 처음으로 사용된 개념으로 ‘정보처리시스템 자체를 측정하는 것’으로 정보를 생산하는 정보시스템 자체의 특성을 나타내는 정보시스템 이용에 가장 기본적인 항목이며 기본적인 충족없이 정보시스템의 성공은 있을 수 없다고 하였다. 시스템 품질 영역의 세부 요인은 효율성(efficiency), 이용가능성(availability), 신뢰성(reliability), 보안성(security) 등을 사용하였다. 효율성(efficiency)은 웹 사이트에 신속하게 접속하거나 이용하는데 지연이 없는 정도를 나타내며 효율성(efficiency)은 365일 24시간 웹사이트에 접속하고 이용할 수 있는지의 여부를 말한다. 신뢰성(reliability)은 웹사이트를 이용하는데 에러나 다운 없이 정확하고 일관되게 사이트 운영이 가능한지의 여부를 말하며 보안성(security)은 웹사이트에 가해지는 외부의 위협으로부터 사적, 기밀 정보를 보호할 수 있는지의 정도를 나타낸다.

서비스 품질은 서비스 고유의 특성상 객관적으로 측정하기 힘든 추상적인 개념이며 “고객의 지각된 서비스와 기대한 서비스의 비교 평가 결과”라고 정의 되며 고객의 기대, 기술적 기능적

특성, 이미지 등 세 가지 변수의 관계로 볼 수 있다. 서비스 품질을 측정하기 위한 세부요인으로는 초기 연구에서는 10가지로 유형성(tangibles), 신뢰성(reliability), 응답성(responsiveness), 능력(competence), 예절(courtesy), 신용도(credibility), 안정성(security), 접근가능성(access), 커뮤니케이션(communication), 고객의 이해(undersanding and knowing customers)의 10가지 차원을 제시하였다[Parasuraman et al., 1988]. Parasuraman et al.[1988]은 서비스품질 측정에 대한 확장된 모델을 제시하고 SERVQUAL 모형으로 통합시켰다.

### 3. 연구 모형 및 가설 설정

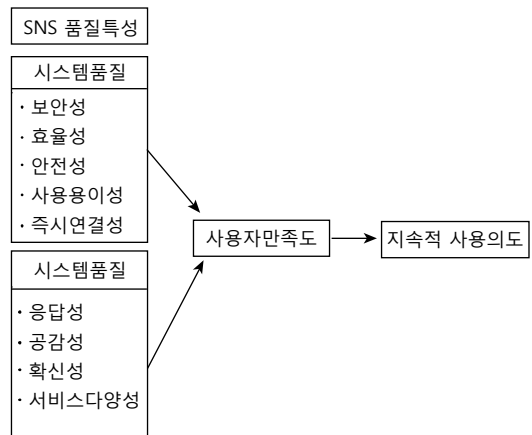
#### 3.1 연구 모형의 설계

본 연구에서는 소셜 네트워크 서비스(SNS)의 품질 특성요인을 시스템 품질과 서비스 품질로 분류하고 연구를 수행하였다. SNS 시스템 품질은 보안성, 효율성, 안전성, 사용용이성, 즉시연결성 등의 연구변수를 사용하였고, 서비스 품질은 응답성, 공감성, 확산성, 서비스 다양성 등의 연구변수를 사용하여 사용자 만족도와 지속적 이용의도에 영향을 미치는 요인을 연구하고자 한다.

SNS의 품질 특성 요인과 사용자의 사용만족도 및 지속적 이용의도에 관한 기존 연구[Baliley and Pearson, 1983; Parasuraman, Zeithaml, and Berry, 1988; Carman, 1990; DeLone and McLean, 1992; Molla and Licker, 2001]를 바탕으로 <그림 1>과 같은 개념적 연구 모형을 설정하고, 한국 내 SNS 사용자를 대상으로 자료를 수집하고 분석하여 실증적으로 연구를 수행하였다.

본 연구에 사용한 독립변수로는 SNS 시스템 품질 특성요인에 해당하는 보안성, 효율성, 안전성, 사용용이성, 즉시연결성 등의 연구변수를 사용하였고, 서비스 품질 특성요인은 응답성,

공감성, 확산성, 서비스 다양성 등의 변수를 사용하였으며, 매개변수로 사용자 만족도 변수와 종속변수로 지속적 이용의도 변수를 연구변수로 설정하고 연구를 수행하였다.



<그림 1> 연구 모형

#### 3.2 연구 가설의 설정

##### 3.2.1 시스템 품질

시스템 품질은 사용자가 시스템을 일정 수준 만족하지 않으면 서비스에 대한 불신과 불만이 생기고 이는 시스템의 지속적 사용에 큰 영향을 미칠 수 있기 때문에 SNS 품질에서 중요한 요인으로 고려되고 있다. 시스템 품질은 데이터를 전달하는 시스템의 성능으로 정의할 수 있으며, 사용자의 만족도에 영향을 미치는 핵심 요인 중 하나로 알려져 있다[DeLone and McLean, 1992].

Molla and Licker[2001]의 인터넷 쇼핑물의 성공요인에 대한 연구에 의하면, 시스템 네트워크의 속도와 안정성 등이 사용자의 쇼핑 태도에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 특히 그들은 시스템의 품질을 측정할 때, 시스템의 안정성과 속도가 중요한 하부 요소임을 제시하였다. Baliley and Pearson [1983]은 접근 편의성, 시스템 유연성, 시스템 통합, 응답시간 등의 측정변수를 사용하여 시스템 품질

을 측정하였다. 따라서 본 연구에서도 SNS의 품질특성에 있어 시스템 품질이 영향을 미칠 것으로 보고 다음과 같은 가설을 설정하였다.

- [H1] 시스템 품질 중 SNS 보안성은 사용자만족도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.
- [H2] 시스템 품질 중 SNS 효율성은 사용자만족도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.
- [H3] 시스템 품질 중 SNS 안전성은 사용자만족도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.
- [H4] 시스템 품질 중 SNS 사용용이성은 사용자만족도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.
- [H5] 시스템 품질 중 SNS 즉시연결성은 사용자만족도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

### 3.2.2 서비스 품질

서비스 품질에 관한 기존의 연구들에 의하면 다양한 제품을 제공하는 것은 고객만족에 매우 중요한 요소임을 알 수 있다[김병목, 2005]. 또한 고객을 도와주고 즉각적인 서비스를 제공하려는 의지인 응답성은 고객만족에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으며[엄준영, 2001; PZB, 1998] 서로 마주보는 두 사람이 다양한 정보와 영향력을 주고받는 상호 작용은 고객만족의 중요한 선행변수임을 실증하였다[Betsy Book, 2004; 김상훈, 2010; 이두희, 구지은, 2001].

서비스 품질은 이용자가 안정적이고 효율적으로 시스템을 이용할 수 있는 정도를 말하는데, SNS 사용자가 서비스를 이용하는 중 사용자의 기대에 미치지 못하면 사용자들은 SNS에 대한 부정적인 반응을 보일 것이며 이는 이탈 현상으로 이어질 것이다. Parasuraman, Zeithaml, and Berry [1988]는 서비스 품질은 소비자의 지각과 기대 사이의 불일치정도와 방향으로 보고 SERVQUAL이라는 다목적 다항목적도를 개발하였고, 서비스 품질을 측정하는 요인으로, 유형성, 신뢰성, 반

응성, 확신성, 공감성 요인으로 구성하였다[김만진, 2008]. Carman[1990]은 서비스 품질의 구성차원은 Parasuraman, Zeithaml, and Berry[1988]이 제안한 5가지 차원이 아닌 서비스의 유형에 따라 재분류 될 수 있으며, 또한 서비스 상황에 맞게 조정해야 한다고 주장하였다. 따라서 본 연구에서는 SNS의 품질 특성에 있어 서비스 품질이 영향을 미칠 것으로 보고 다음과 같은 가설을 설정하였다.

- [H6] 서비스 품질 중 SNS 응답성은 사용자만족도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.
- [H7] 서비스 품질 중 SNS 공감성은 사용자만족도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.
- [H8] 서비스 품질 중 SNS 확신성은 사용자만족도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.
- [H9] 서비스 품질 중 SNS 서비스 다양성은 사용자만족도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

### 3.2.3 사용자 만족도

Oliver[1980]의 연구에서 사용자의 만족이 지속적인 사용의도와 같은 미래의 잠재적 행동의도에 직접적으로 긍정적인 영향을 미친다는 연구 결과에 이어, 정보시스템 분야에서 Bhattacharjee [2001]는 온라인 बैं킹의 사용자 만족도에 관한 연구에서 사용자 만족이 지속적인 사용의도에 긍정적인 영향을 미친다는 연구 결과를 발표하였다. 따라서 본 연구에서는 SNS 사용자 만족도와 지속적 사용의도와의 관계에 대해 다음과 같은 연구 가설을 설정하였다.

- [H10] SNS 사용자 만족도는 지속적 사용의도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

## 3.3 연구변수의 정의 및 측정항목

소셜 네트워크 서비스의 품질 특성이 SNS

〈표 1〉 연구변수의 개념적 정의

연구변수	정 의
보안성(Security : SEC)	SNS가 사용자의 개인 정보를 안전하게 보호할 수 있는 정도
효율성(Efficiency : EFF)	SNS에 신속하게 접속하거나 사용하는데 지연이 없는 정도
안전성(Safety : SAF)	SNS 서비스 사용시 기술적인 문제 발생에 대한 우려 정도
사용용이성(Easy of Use : EOU)	SNS 서비스가 사용하기 쉽고 편리하다고 지각하는 정도
즉시연결성(Instant Connectivity : CON)	시간이나 장소에 상관없이 SNS에 접속할 수 있는 정도
응답성(Responsiveness : RES)	SNS 사용자의 요청이나 문의 사항에 신속하게 대처하는 정도
공감성(Empathy : EMP)	SNS 사용시 서비스 제공자가 고객을 보살피고 개인적인 주의를 기울이는 정도
확신성(Assurance : ASS)	SNS 사용시 서비스 제공자의 지식과 능력에 대한 믿음과 진실성 정도
서비스다양성(Service Variety : VAR)	SNS를 통해 사용자에게 제공하는 정보의 콘텐츠나 내용이 다양한 정도
사용자만족도(User Satisfaction : SAT)	SNS를 사용하면서 사용자가 느끼는 만족의 정도
지속적사용의도(Continuance Use Intention : CUI)	향후 지속적으로 SNS를 사용하는 사용자의 의지 정도

〈표 2〉 연구변수의 측정 항목

연구변수	측정항목	참고문헌
보안성	<ul style="list-style-type: none"> <li>- SNS는 나의 로그인 비밀번호를 쉽게 바꿀 수 있도록 지원한다.</li> <li>- SNS는 콘텐츠를 해킹과 같은 외부의 위협으로부터 안전하게 보호할 수 있다.</li> <li>- SNS는 나의 개인정보를 해킹과 같은 외부의 위협으로부터 안전하게 보호할 수 있다.</li> <li>- SNS는 나의 개인정보가 외부에 유출될 우려가 없다.</li> </ul>	Liao and Cheung[2001] Molla and Licker[2001] De Wulf et al.[2006] 진동욱, 김상훈[2008]
효율성	<ul style="list-style-type: none"> <li>- SNS의 초기화면이 나타날 때까지 오래 기다리지 않아도 된다.</li> <li>- SNS에서 첨부파일을 다운로드하는 속도가 빠르다.</li> <li>- SNS는 문자, 화상 등을 읽어서 화면에 보여주는 속도가 빠르다.</li> <li>- SNS 사용 중 화면 전환이 빠르다.</li> </ul>	Kim and Lee[2006] De Wulf et al.[2006]
안전성	<ul style="list-style-type: none"> <li>- SNS는 기술적인 문제가 거의 발생하지 않는다.</li> <li>- SNS는 기술적인 문제 발생 시 처리가 신속 정확하다.</li> <li>- SNS의 기술적인 기능은 언제나 믿을 수 있다.</li> </ul>	Liao and Cheung[2001] Molla and Licker[2001] De Wulf et al.[2006] 진동욱, 김상훈[2008]
사용용이성	<ul style="list-style-type: none"> <li>- SNS의 사용 방법은 이해하기 쉽다.</li> <li>- SNS를 능숙하게 사용하는 것은 쉽다.</li> <li>- SNS의 사용 방법은 간단하다.</li> <li>- SNS의 사용 방법을 배우는 것은 쉽다.</li> <li>- SNS를 사용하는 기술을 익히는 것은 쉽다.</li> </ul>	Liao and Cheung[2001] Molla and Licker[2001] De Wulf et al.[2006] 진동욱, 김상훈[2008]
즉시연결성	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 언제 어디서나 SNS를 통해 서비스를 제공 받을 수 있다.</li> <li>- 언제 어디서나 SNS를 통해 문자를 주고 받을 수 있다.</li> <li>- 언제 어디서나 SNS를 통해 음성을 주고 받을 수 있다.</li> <li>- 언제 어디서나 SNS를 통해 동영상상을 주고 받을 수 있다.</li> <li>- 언제 어디서나 SNS를 통해 필요한 정보 검색이 가능하다.</li> </ul>	Creative Good[2000] Durlacher Research[2000] De Wulf et al.[2006] 박 일[2012]

연구변수	측정항목	참고문헌
응답성	<ul style="list-style-type: none"> <li>- SNS는 사용자를 신속히 도울 준비가 되어 있다.</li> <li>- SNS는 나의 문의사항에 대해 신속히 답변한다.</li> <li>- SNS는 나의 제안사항에 대해 신속히 답변한다.</li> <li>- SNS는 나의 문제를 신속히 해결해 준다.</li> </ul>	Kettinger and Lee[1994, 1997] Pitt, Watson, and Kavan[1995] DeLone and McLean[2003] De Wulf et al.[2006] Lin(2007), 박 일[2012]
공감성	<ul style="list-style-type: none"> <li>- SNS는 나에게 개인화된 서비스를 제공한다.</li> <li>- SNS는 나의 요구사항을 잘 이해하려고 노력한다.</li> <li>- SNS는 처음 사용하더라도 쉽게 사용할 수 있도록 매뉴얼 등을 제공한다.</li> <li>- SNS는 진심으로 나의 관심사항을 파악하고자 노력한다.</li> </ul>	Kettinger and Lee[1994, 1997] DeLone and McLean[2003] De Wulf et al.[2006]
확신성	<ul style="list-style-type: none"> <li>- SNS는 서비스 제공자에 대한 기본적인 정보를 제공한다.</li> <li>- SNS 고객센터직원은 친절하게 답변을 해 준다.</li> <li>- SNS 고객센터직원은 질문에 답변할 충분한 지식을 가지고 있다.</li> <li>- SNS 고객센터직원은 서비스에 대한 믿음을 준다.</li> <li>- SNS 고객센터 이용에 안전함을 느낀다.</li> </ul>	Kettinger and Lee[1994, 1997] Pitt, Watson and Kavan[1995] DeLone and McLean[2003] De Wulf et al.[2006]
서비스다양성	<ul style="list-style-type: none"> <li>- SNS 서비스에서 제공하는 정보의 종류가 다양하다.</li> <li>- SNS 서비스에서 제공하는 정보의 내용이 풍부하다.</li> <li>- SNS 서비스를 통해 교환하는 정보의 종류가 다양하다.</li> <li>- SNS 서비스를 통해 교환하는 정보의 내용이 풍부하다.</li> </ul>	Mckinny and Yoon[2002] DeLone and McLean[2003] 조진욱[2006]
사용자만족도	<ul style="list-style-type: none"> <li>- SNS를 통해 획득한 정보에 만족한다.</li> <li>- SNS를 통해 더 많은 사람들을 만난 것에 만족한다.</li> <li>- SNS를 통한 소통에 만족한다.</li> <li>- SNS가 제공하는 재미에 만족한다.</li> <li>- SNS가 제공하는 서비스에 만족한다.</li> <li>- SNS는 나의 기대를 충족시켜 준다.</li> </ul>	Bhattacharjee[2001] Collier and Bienstock[2006] De Wulf et al.[2006]
지속적 사용의도	<ul style="list-style-type: none"> <li>- SNS 사용을 중단하지 않고 계속 사용할 것이다.</li> <li>- 다른 통신수단보다 현재 사용하는 SNS를 계속 사용할 것이다.</li> <li>- 현재와 같은 수준으로 SNS 사용을 지속할 것이다.</li> <li>- 미래에 SNS 사용을 늘릴 의향이 있다.</li> <li>- SNS 사용목적을 달성하기 위해 SNS 사용을 지속할 것이다.</li> </ul>	Bhattacharjee[2001] Thong et al.[2006]

사용자 만족도와 지속적 사용의도에 영향을 미치는 요인에 관한 연구를 수행하기 위하여 SNS 시스템 품질 특성요인에 해당하는 보안성, 효율성, 안전성, 사용용이성, 즉시연결성 등의 연구변수를 사용하였고, 서비스 품질 특성요인은 응답성, 공감성, 확신성, 서비스 다양성 등의 변수를 사용하였으며, 매개변수로 사용자 만족도 변수와 종속변수로 지속적 이용의도 변수를 연구변수로 설정하고 연구를 수행하였다. 전체 11개 연구변수에 대한 개념적 정의를 요약하면 <표 1>과 같고, 11개 연구변수의 측정항목을 정리하면

<표 2>와 같다.

## 4. 자료분석 및 가설검정

### 4.1 자료 수집 및 표본의 특성

본 연구는 소셜 네트워크 서비스(SNS)를 이용해 본 경험이 있는 사용자들을 표본 대상으로 설문조사를 실시하여 자료를 수집하였다. 본 설문조사를 실시하기 전에 대학교수 등 전문가 집단을 중심으로 예비조사를 수행하여 연구 목적을 왜곡시킬 수 있는 문항을 수정하였다. SNS

에 대한 지식을 가지고 있는 전문가 집단의 의견을 반영하여 설문지를 몇 차례 수정하여 설문지를 완성하였다. 이와 같은 과정으로 완성된 설문지를 이용하여 예비 설문주사를 수행하였다. 예비 설문조사 대상은 SNS를 이용해 본 경험이 있는 20~30대의 대학생 및 직장인을 중심으로 직접 설문을 수행하였으며, 설문지는 50부를 배부하고 43부를 회수하여 측정항목의 신뢰성과 타당성을 검증해 보았다. 예비 조사 결과를 근거로 설문지의 양식과 문항을 수정한 후 본 설문조사를 진행하였다.

본 설문조사에서 자료수집 방법은 대학생과 대학원생은 직접 설문방식과 이메일 설문방식으

로 자료를 수집하였으며, 직장인은 이메일 설문방식과 팩스 설문방식을 병행하였다. 설문지는 총 680부를 배부하여 476부가 회수되었다. 회수된 476부의 설문지 중 불성실하게 응답한 것으로 판단되는 16부를 제외한 나머지 460부를 본 연구의 실증분석에 이용하였다.

설문응답자의 인구통계학적 특성과 일반적 특성을 알아보기 위해 빈도분석을 실시한 결과 <표 3>과 같이 나타났다. 설문에 참여한 사람들의 인구통계학적 특성을 살펴보면 다음과 같다. 성별은 남자가 54%로 여자보다 많고, 연령을 살펴보면 20대가 76% 차지하는 것으로 조사되었다. 학력은 대학 재학생과 대졸자가 72%를 차지하는 것으로 나타났고, 직업은 대학생이 60%로 파악되었고, 기업체 사무직원이 20%를 차지하는 것으로 조사되었다. SNS 사용기간은 3년이 52%로 나타났고, 2년과 4년 이상이 각각 22%와 21%로 분석되었다. 그리고 SNS 사용시간은 하루 2~3시간 사용자가 37%로 조사되었고, 1~2시간 사용자가 31%이고, 3시간 이상 사용자가 21%로 나타났다.

<표 3> 설문응답자의 특성

(N = 460)

구 분	항목	표본수 (명)	비율 (%)
성별	남자	248	53.91
	여자	212	46.09
연령	10대	16	3.48
	20대	350	76.09
	30대	67	14.56
	40대 이상	27	5.87
학력	고졸 이하	18	3.91
	전문대졸	53	11.52
	대재, 대졸	332	72.17
	대학원졸 이상	57	12.39
직업	대학생	277	60.22
	대학원생	36	7.83
	기업체 사무직	94	20.43
	연구, 전문직	53	11.52
SNS 사용기간	1년 이하	21	4.57
	2년	103	22.39
	3년	239	51.96
	4년 이상	97	21.08
SNS 사용시간	1시간 미만	53	11.52
	1~2시간	142	30.87
	2~3시간	170	36.96
	3시간 이상	95	20.65
SNS 사용기기	PC, 노트북	102	22.17
	스마트폰, 태블릿PC	214	46.52
	모바일, PC, 노트북	144	31.31

#### 4.2 측정도구의 신뢰성 및 타당성 분석

본 연구에서는 탐색적 요인분석을 통해 개념 타당성이 검증된 변수들에 대해 신뢰도 및 타당성 분석을 위해 확인요인분석을 실시하였다. 확인요인분석 결과 <표 4>에 나타난 바와 같이 모형의 전반적 적합도는 양호한 것으로 분석되었다. 확인요인분석 결과 나타난 요인적재치를 근거로 계산된 개념신뢰도(ICR : Internal Consistency Reliability)는 일반적으로 0.7 이상이면 적합한 수준으로 보는데[Chin, 1998], 본 연구에서 사용한 11개 연구변수 모두가 0.8 이상으로 나타나 상당히 높은 신뢰수준으로 분석되었다.

측정 변수들간의 타당성 분석은 집중타당성과 판별타당성으로 검증할 수 있다[Hair et al., 1998].



〈표 4〉 연구변수에 대한 확인적 요인분석 결과

연구변수	항목	요인 적재량	t값	ICR	AVE
보안성	SEC1	0.752	16.78	0.942	0.860
	SEC2	0.852	22.07		
	SEC3	0.813	18.69		
	SEC4	0.784	21.68		
효율성	EFF1	0.910	-	0.975	0.951
	EFF2	0.878	33.56		
	EFF3	0.814	28.28		
	EFF4	0.757	25.94		
안전성	SAF1	0.902	20.05	0.934	0.856
	SAF2	0.936	40.74		
	SAF3	0.828	32.11		
사용 용이성	EOU1	0.765	-	0.960	0.927
	EOU2	0.883	25.87		
	EOU3	0.834	22.27		
	EOU4	0.579	15.84		
	EOU5	0.751	21.21		
즉시 연결성	CON1	0.730	-	0.974	0.934
	CON2	0.693	24.83		
	CON3	0.846	23.09		
	CON4	0.861	27.51		
	CON5	0.783	21.02		
응답성	RES1	0.872	31.60	0.976	0.859
	RES2	0.879	33.36		
	RES3	0.834	28.54		
	RES4	0.825	12.87		
공감성	EMP1	0.852	-	0.950	0.906
	EMP2	0.838	27.10		
	EMP3	0.727	23.25		
	EMP4	0.762	25.28		
확신성	ASS1	0.768	19.67	0.873	0.752
	ASS2	0.822	17.53		
	ASS3	0.684	21.38		
	ASS4	0.840	-		
	ASS5	0.827	18.92		
서비스 다양성	DAR1	0.859	22.08	0.891	0.681
	DAR2	0.827	21.07		
	DAR3	0.790	14.90		
	DAR4	0.872	19.94		
사용자 만족도	SAT1	0.765	11.23	0.912	0.705
	SAT2	0.682	9.96		
	SAT3	0.870	15.57		
	SAT4	0.729	-		
	SAT5	0.694	17.53		
	SAT6	0.736	18.37		
지속적 사용의도	CUI1	0.881	20.22	0.847	0.824
	CUI2	0.827	22.75		
	CUI3	0.912	24.87		
	CUI4	0.830	27.03		
	CUI5	0.858	21.07		

$\chi^2 = 671.842$ ,  $df = 361$ ,  $\chi^2/df = 2.571$ ,  $GFI = 0.915$ ,  $AGFI = 0.908$ ,  $NFI = 0.934$ ,  $IFI = 0.961$ ,  $CFI = 0.956$ ,  $RMSEA = 0.046$ .

구성개념간의 집중타당성과 판별타당성을 검증하는 방법 중 하나는 평균분산추출(AVE : Average Variance Extracted) 값과 상관계수 값을 비교하는 것이다[Yi and Davis, 2003]. 평균분산추출 값의 제공근 값이 0.707을 초과하면(혹은  $AVE > 0.50$ ), 해당 구성개념은 집중타당성이 인정된다고 할 수 있고, 또한 이 값이 다른 구성개념의 상관계수 값보다 크면 구성개념간 판별타당성은 합당한 것으로 판단할 수 있다. 본 연구 변수들의 평균분산추출 값은 분석 결과 모두 0.5보다 높아 집중타당성이 입증된 것으로 파악할 수 있다. 또한 판별타당성 분석을 위해 Pearson 상관계수 값과 평균분산추출 값의 제공근 값을 분석한 결과 모두 다른 구성개념의 상관계수 값보다 큰 것으로 나타나 판별타당성이 입증된 것으로 판단할 수 있다.

집중타당성과 판별타당성을 검증하기 위하여 AMOS 프로그램을 이용하여 확인요인분석을 수행하였으며, 확인요인분석 결과 모형의 주요적합도 지수와 모형의 적합도 권고기준은 <표 5>와 같다[조선배, 1996; Suh and Han, 2003]. 독립변수에 대한 확인적 요인분석 결과는  $\chi^2 = 671.842$ ,  $df = 361$ ,  $\chi^2/df = 2.571$ ,  $GFI = 0.915$ ,  $AGFI = 0.908$ ,  $NFI = 0.934$ ,  $IFI = 0.961$ ,  $CFI = 0.956$ ,  $RMSEA = 0.046$ 로 나타나 모형의 적합도가 우수한 것으로 나타났다.

### 4.3 연구변수의 상관관계분석

SNS 품질 특성과 관련된 독립변수들 간의 상관관계분석을 통하여 각 변수들 간의 상호관련성 정도를 파악하였다. 상관관계분석은 독립변수들 간 관련성이 있는지를 파악하고, 서로 관련성이 있다면 어느 정도의 관련성이 있는지를 알고자 할 때 사용하는 분석기법이다. 그리고 상관관계분석은 종속변수 및 독립변수가 연속형 데이터인 경우에 주로 사용한다. 일반적으로 널리 사용되는 척도로서 피어슨 상관계수(Pearson's correlation co-

<표 5> 연구변수들 간의 상관관계분석 결과

연구변수	SEC	EFF	SAF	EOU	CON	RES	EMP	ASS	VAR	SAT	CUI
보안성(SEC)	<b>0.847</b>										
효율성(EFF)	0.327**	<b>0.782</b>									
안전성(SAF)	0.007	0.384**	<b>0.834</b>								
용이성(EOU)	0.267**	0.065	0.487**	<b>0.896</b>							
연결성(CON)	0.284**	0.469**	0.138*	0.158*	<b>0.946</b>						
응답성(RES)	0.359**	0.577**	0.277**	0.293**	0.372**	<b>0.935</b>					
공감성(EMP)	0.391**	0.612**	0.195*	0.167*	0.365**	0.490**	<b>0.860</b>				
확신성(ASS)	0.472**	0.458**	0.068	0.286**	0.281**	0.419**	0.357**	<b>0.893</b>			
다양성(VAR)	0.243**	0.330**	0.341**	0.420**	0.016	0.238**	0.569**	0.501**	<b>0.874</b>		
만족도(SAT)	0.146*	0.356**	0.135*	0.358**	0.378**	0.287**	0.030	0.328**	0.283**	<b>0.926</b>	
사용의도(CUI)	0.235**	0.297**	0.251**	0.276**	0.148*	0.087	0.464**	0.438**	0.371**	0.482**	<b>0.880</b>

Diagonals represent the square root of average variance extracted.

\* : Significance < 0.05, \*\* : Significance < 0.01.

efficient : r)가 있다. 상관계수 r은  $-1 \leq r \leq +1$ 의 값을 갖는다.

본 연구에서는 SNS 품질 특성과 관련된 변수들 간의 상관관계분석을 통하여 각 변수들 간의 상호관련성 정도를 파악하였다. 신뢰성분석과 타당성분석에서 요인의 신뢰성과 타당성이 검증된 11개의 요인들에 대한 상관관계를 분석함으로써 변수들의 다중공선성 존재유무를 알아보고, 본 연구의 회귀분석 결과가 의미가 있는지를 알아본다. 상관관계분석 결과 연구변수들 간의 상호 관련성이 높은 것으로 나타났으며, 분석 결과를 정리하면 <표 5>와 같다.

확인요인분석 결과 단일차원성이 입증된 각 개념별 척도들에 대하여 서로의 관계가 어떤 방향이며, 어느 정도의 관계를 갖는지를 알아보기 위하여 상관관계분석을 실시하였다. 분석 결과 변수들간의 방향이 본 연구의 가설 방향과 모두 일치하여 규범타당성(nomological validity) 측면에서 본 연구에서 사용된 항목들은 타당하다고 할 수 있다.

#### 4.4 전체 연구모형의 적합도 검정

본 연구의 전체 연구모형에 대한 확인적 요인분석 결과를 정리하면 <표 6>과 같다. 분석 결과

<표 6> 전체모형 적합도 지수 분석 결과

적합지수	적합도 기준값	전체모형의 적합도 지수
$\chi^2$ : 카이제곱 통계량(Chi-Square)	p > 0.05	657.201
Normed $\chi^2$ : 표준카이제곱값	3.0 이하	2.854
df : 자유도(Degrees of Freedom)	2 이하	360
p : 유의수준(p-Value)	p > 0.05	0.000
GFI : 기초부합치(Goodness-of-fit index)	0.9 이상(IS분야 : 0.8 이상)	0.901
AGFI : 조정부합치(Adjusted goodness-of-fit index)	0.9 이상(IS분야 : 0.8 이상)	0.903
NFI : 표준부합지수(Normed fit index)	0.9 이상	0.937
CFI : 비교부합지수(Comparative fit index)	0.9 이상	0.952
RMSEA : 근사원소평균잔차승오차 (Root mean square error of approximation)	0.05 이하 : Good 0.05~0.1 이하 : 수용가능	0.047

$\chi^2 = 657.201$ ,  $df = 360$ ,  $\chi^2/df = 2.854$ ,  $GFI = 0.901$ ,  $AGFI = 0.903$ ,  $NFI = 0.937$ ,  $IFI = 0.961$ ,  $CFI = 0.952$ ,  $RMSEA = 0.047$ 로 나타나 본 연구의 전체 모형은 대체로 적합도가 우수한 것으로 나타났다.

$\chi^2$  값에 대한 대다수 문헌들의 공통된 의견은 모형에서 추정할 모수의 수가 많고 표본이 비교적 클 경우, 적합도 검증과정에서  $\chi^2$  값의 해석에 주의를 요할 필요가 있으며, 다른 적합도 지수를 이용해 모형의 적합성을 검증할 것을 권장하고 있다[김계수, 2008; 배병렬 2009].

#### 4.5 구조모형에 대한 가설검정

본 연구는 SNS의 품질 특성인 시스템 품질과 서비스 품질로 분류하고 연구를 수행하였다. SNS 시스템 품질은 보안성, 효율성, 안전성, 사용용이성, 즉시연결성 등의 연구변수를 사용하였고, 서비스 품질은 응답성, 공감성, 확실성, 서비스 다양성 등의 연구변수를 사용하여 사용자 만족도와 지속적 사용의도에 영향을 미치는 요인을 규명하고자 연구를 수행하였다. 본 연구모형에 대한 경로분석과 이에 대한 가설검정을 실시한 결과를 정리하면 <표 7>과 같이 요약할 수 있다.

경로분석 결과 보안성과 사용자 만족도간의 경로계수는 0.67로 나타났고, 사용자 만족도와 지속적 사용의도간의 경로계수는 0.52로 나타났으며, 확실성과 사용자 만족도간의 경로계수는 0.45로 높게 나타나서, SNS 사용상의 보안성이 높고, 확실성이 높을수록 사용자의 만족도는 높아지게 되고, 지속적으로 사용하게 된다는 것을 알 수 있다.

가설 검증 결과를 요약하면 첫째, SNS 시스템 품질 중 보안성은 사용자 만족도에 긍정적인 영향을 미칠 것이라는 연구가설 H1은 통계적으로 유의한 수준( $p < 0.01$ )에서 SNS 보안성이 사용자 만족도에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타남에 따라 가설 H1은 채택되었다.

둘째, SNS 시스템 품질 중 효율성은 사용자 만족도에 긍정적인 영향을 미칠 것이라는 연구가설 H2는 통계적으로 유의한 수준( $p < 0.05$ )에서 SNS 효율성이 사용자 만족도에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타남에 따라 가설 H2는 채택되었다.

셋째, SNS 시스템 품질 중 안전성은 사용자 만족도에 긍정적인 영향을 미칠 것이라는 연구가설 H3은 통계적으로 유의한 수준( $p < 0.05$ )에서 SNS 안전성이 사용자 만족도에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타남에 따라 가설 H3은 채택되었다.

넷째, SNS 시스템 품질 중 사용용이성은 사용자 만족도에 긍정적인 영향을 미칠 것이라는 연구가설 H4는 통계적으로 유의한 수준( $p < 0.01$ )에서 SNS 사용용이성이 사용자 만족도에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타남에 따라 가설 H4는 채택되었다.

다섯째, SNS 시스템 품질 중 즉시연결성은 사용자 만족도에 긍정적인 영향을 미칠 것이라는 연구가설 H5는 분석 결과 통계적으로 유의하지 않은 것으로 분석됨에 따라 SNS 즉시연결성이 사용자 만족도에 영향을 미치지 않는 것으로 나타나 가설 H5는 기각되었다.

여섯째, SNS 서비스 품질 중 응답성은 사용자 만족도에 긍정적인 영향을 미칠 것이라는 연구가설 H6은 분석 결과 통계적으로 유의하지 않은 것으로 나타남에 따라 SNS 응답성이 사용자 만족도에 영향을 미치지 않는 것으로 나타나 가설 H6은 기각되었다.

일곱째, SNS 서비스 품질 중 공감성은 사용자 만족도에 긍정적인 영향을 미칠 것이라는 연구가설 H7은 통계적으로 유의한 수준( $p < 0.01$ )에서 SNS 공감성이 사용자 만족도에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타남에 따라 가설 H7은 채택되었다.

여덟째, SNS 서비스 품질 중 확실성은 사용자 만족도에 긍정적인 영향을 미칠 것이라는 연구가설 H8은 통계적으로 유의한 수준( $p < 0.01$ )에서

SNS 확실성이 사용만족도에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타남에 따라 가설 H8은 채택되었다.

아홉째, SNS 서비스 품질 중 서비스다양성은 사용자 만족도에 긍정적인 영향을 미칠 것이라는 연구가설 H9는 통계적으로 유의한 수준( $p < 0.1$ )에서 SNS 서비스다양성이 사용만족도에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타남에 따라 가설 H9는 채택되었다.

열 번째, SNS 사용자 만족도가 지속적 사용의도에 긍정적인 영향을 미칠 것이라는 연구가설 H10은 통계적으로 유의한 수준( $p < 0.01$ )에서 SNS의 사용만족도가 지속적 사용의도에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타남에 따라 가설 H10은 채택되었다.

〈표 7〉 가설검정 결과 요약

가설	경로	경로계수	결과
H1	보안성 → 사용자 만족도	0.67***	Accept
H2	효율성 → 사용자 만족도	0.38**	Accept
H3	안전성 → 사용자 만족도	0.25**	Accept
H4	사용 용이성 → 사용자 만족도	0.34***	Accept
H5	즉시 연결성 → 사용자 만족도	0.025	Reject
H6	응답성 → 사용자 만족도	-0.019	Reject
H7	공감성 → 사용자 만족도	0.34***	Accept
H8	확실성 → 사용자 만족도	0.45***	Accept
H9	서비스 다양성 → 사용자 만족도	0.09*	Accept
H10	사용자 만족도 → 지속적 사용의도	0.52***	Accept

\* :  $p < 0.10$ , \*\* :  $p < 0.05$ , \*\*\* :  $p < 0.01$ .

#### 4.6 실증분석 결과 해석

본 연구의 가설에 따른 실증분석 결과를 SNS 품질 특성에 따라 전체적으로 해석하면 다음과 같다. 전체 조사 대상자 집단으로 가설을 검증하였을 때, 첫째, SNS 시스템 품질 특성 중 보안성, 효율성, 안전성, 사용용이성 등은 SNS 사용자 만족도에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 둘째, SNS 서비스 품질 특성 중 공감성, 확실성,

서비스 다양성 등은 SNS 사용자 만족도에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 분석되었다. 셋째, SNS 사용자 만족도는 SNS 지속적 이용의도에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 밝혀졌다. 넷째, 반면에 SNS의 품질 특성 중 즉시 연결성 변수와 응답성 변수는 SNS 사용자 만족도에 영향을 미치지 않는 것으로 분석되었다.

실증 분석 결과를 연구 가설별로 나누어 세부적으로 해석하면 다음과 같은 의미를 도출해 볼 수 있다. 첫째, SNS의 시스템 품질 특성 중 보안성 변수는 나의 로그인 비밀번호를 쉽게 바꿀 수 있도록 지원하고, 콘텐츠를 해킹과 같은 외부의 위협으로부터 안전하게 보호할 수 있으며, 나의 개인정보를 해킹과 같은 외부의 위협으로부터 안전하게 보호할 수 있고, 나의 개인정보가 외부에 유출될 우려가 없을수록 사용자의 사용만족도는 매우 높아지는 것으로 해석할 수 있다.

둘째, SNS의 시스템 품질 특성 중 효율성 변수는 초기화면이 나타날 때까지 오래 기다리지 않아도 되고, 첨부파일을 다운로드하는 속도가 빠르며, 문자나 화상 등을 읽어서 화면에 보여주는 속도가 빠르고, SNS 사용 중 화면 전환이 빠를수록 사용자의 사용만족도는 상당히 높아지는 것으로 분석할 수 있다.

셋째, SNS 시스템 품질 특성 중 안전성 변수는 SNS 사용상의 기술적인 문제가 거의 발생하지 않고, 기술적인 문제 발생시 처리 속도가 신속하고 정확하며, SNS의 기술적인 기능은 언제나 믿을 수 있다는 생각이 클수록 사용자의 사용만족도는 상당히 높아지는 것으로 해석할 수 있다.

넷째, SNS의 시스템 품질 특성 중 사용용이성 변수는 SNS의 사용 방법이 이해하기 쉽고, SNS를 능숙하게 사용하는 것이 쉽게 느껴지며, SNS의 사용 방법이 간단하고 쉽게 배울 수 있으며, SNS를 사용하는 기술을 쉽게 익히는 것으로 느껴질수록 사용자의 사용만족도는 매우

높아지는 것으로 이해할 수 있다.

다섯째, SNS의 시스템 품질 특성 중 즉시연결성 변수는 언제 어디서나 SNS를 통해 서비스를 제공 받을 수 있고, SNS를 통해 문자를 주고 받을 수 있으며, SNS를 통해 음성을 주고 받을 수 있고, SNS를 통하여 동영상을 주고 받을 수 있으며, 언제 어디서나 SNS를 통해 필요한 정보 검색이 항상 가능하기 때문에 사용상의 애로사항이나 문제가 발생하지 않아서 사용자의 사용만족도를 높이는 요인으로 작용하지 않은 것으로 해석된다.

여섯째, SNS 서비스 품질 특성 중 응답성 변수는 SNS 사용자를 신속히 도울 준비가 되어 있지 않고, 나의 문의사항에 대해 신속히 답변하기 어렵게 느껴지며, 나의 제안사항에 대해 신속하게 답변하지 못하고, SNS는 나의 문제를 신속히 해결해 줄 수 없다는 생각 때문에 사용자의 사용만족도를 높이는 요인이 아닌 것으로 밝혀졌다.

일곱째, SNS 서비스 품질 특성 중 공감성 변수는 SNS가 나에게 개인화된 서비스를 제공하고, 나의 요구사항을 잘 이해하려고 노력하며, SNS를 처음 사용하더라도 쉽게 사용할 수 있도록 매뉴얼 등을 제공하고, 그리고 진심으로 나의 관심사항을 파악하고자 상당히 노력하기 때문에 SNS 사용자의 사용만족도를 높이는 데 큰 역할을 하는 요인으로 분석된다.

여덟째, SNS 서비스 품질 특성 중 확신성 변수는 SNS 서비스 제공자에 대한 기본적인 정보를 제공하고, 고객센터직원이 고객에게 친절하게 답변을 해 주며, 고객센터직원은 질문에 답변할 충분한 지식을 가지고 있고, 고객센터직원이 서비스에 대한 믿음을 주며, SNS 고객센터 이용에 안전함을 느끼게 되면서 사용자의 사용만족도는 극대화되는 것으로 해석된다.

아홉째, SNS 서비스 품질 특성 중 서비스 다양성 변수는 SNS에서 제공하는 정보의 종류가

다양하고, SNS에서 제공하는 정보의 내용이 풍부하며, SNS를 통해 교환하는 정보의 종류가 다양하고, SNS를 통해 교환하는 정보의 내용이 풍부할수록 SNS 사용자의 사용만족도는 일부 높아지는 것으로 분석된다.

열 번째, SNS 사용자의 사용만족도 변수는 SNS를 통해 획득한 정보에 만족하며, SNS를 통해 더 많은 사람들을 만난 것에 만족하고, SNS를 통한 소통에 만족하며, SNS가 제공하는 재미에 만족하고, SNS가 제공하는 서비스에 만족하며, 그리고 SNS는 나의 기대를 충족시켜주는 것으로 생각하기 때문에 SNS를 지속적으로 이용하게 된다는 연구 결과를 도출할 수 있다.

## 5. 결론

### 5.1 연구결과의 요약

본 연구에서는 SNS의 품질 특성요인을 시스템 품질과 서비스 품질로 분류하고, SNS 시스템 품질은 보안성, 효율성, 안전성, 사용용이성, 즉시연결성 등의 연구변수를 사용하였고, 서비스 품질은 응답성, 공감성, 확신성, 서비스 다양성 등의 연구변수를 사용하여 사용자 만족도와 지속적 이용의도에 영향을 미치는 요인을 규명하기 위해 실증적 분석을 통해 연구결과를 도출하였다.

첫째, SNS 품질 특성요인 중 시스템 품질 중에서 보안성, 효율성, 안전성, 사용용이성 등과 서비스 품질 중에서 공감성, 확실성, 서비스 다양성 등이 높을수록 SNS 사용자의 이용만족도가 높은 것으로 나타났다.

둘째, SNS 품질 특성 요인중에서 보안성, 사용용이성, 공감성, 확실성 등의 연구변수는 SNS의 사용자 만족도에 통계적으로 유의한 수준( $p < 0.01$ )에서 유의한 것으로 분석됨에 따라 사용자 만족도에 대한 영향력의 정도가 가장 큰 것으로

분석되었다.

셋째, SNS 품질 특성 요인 중에서 효율성 변수와 안전성 변수는 SNS의 사용자 만족도에 통계적으로 유의한 수준( $p < 0.05$ )에서 유의한 것으로 파악됨에 따라 사용자 만족도에 대한 영향력의 정도가 보통 수준인 것으로 조사되었다.

넷째, SNS 품질 특성 요인 중에서 서비스 다양성 변수는 SNS의 사용자 만족도에 통계적으로 유의한 수준( $p < 0.1$ )에서 유의한 것으로 밝혀짐에 따라 사용자 만족도에 대한 영향력의 정도가 상대적으로 낮은 것으로 파악되었다.

다섯째, 반면에 SNS 품질 특성 중 즉시 연결성 변수는 SNS의 사용자 만족도에 영향을 미치지 않는 것으로 분석되었다.

여섯째, SNS 품질 특성 중 응답성 변수는 SNS의 사용자 만족도에 부정적인(-) 영향을 미치지 않는 것으로 분석되었다.

## 5.2 시사점 및 향후 연구방향

본 논문의 연구 결과는 다음과 같은 시사점을 제시하고 있다. 첫째, SNS의 품질 특성 중 즉시 연결성 변수가 SNS 사용자 만족도에 그다지 영향을 미치지 않는 이유는 한국은 유무선 통신망 인프라가 잘 구축되어 있기 때문에 언제 어디서나 즉시에 연결되고, SNS를 통해 문자, 음성, 동영상, 정보검색 등의 서비스를 불편함 없이 원활하게 제공 받을 수 있어서 SNS 이용 고객들의 만족도에는 그다지 상관이 없는 것으로 분석된다.

즉 우리나라는 초고속정보통신망과 무선 통신망 기술의 발전으로 기반구조가 튼튼한 국가로서 이동통신 기술도 세계적 수준으로 통신 품질에 즉시 연결성의 정도는 그다지 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 이동통신 기술의 발달로 연결성은 항상 높기 때문에 즉시 연결성과 SNS 품질 간

에는 상관성이 없는 것으로 분석된다.

둘째, SNS 서비스 품질 특성 중 응답성 변수가 SNS 사용자 만족도에 부정적인 영향을 미치는 이유는 SNS는 사용자의 문의사항이나 제안사항 등 사용자의 문제를 신속하게 해결해 주고, SNS 사용자를 언제나 신속하게 지원할 준비가 되어 있기 때문에 고객에 대한 응답의 정도는 사용자의 사용만족과는 상관관계가 없는 것을 시사하고 있다.

셋째, 본 연구 결과는 SNS를 이용하면 언제 어디서나 이동하면서 필요한 정보와 서비스를 이용할 수 있다는 모바일 서비스의 고유한 특성을 반영하고 있는 것으로 보이며, 모바일 기기를 이용하면 실시간으로 정보 검색이 가능하기 때문에 사용자들은 모바일 SNS가 유용하다고 지각하게 되며, SNS를 지속적으로 사용하려는 의도가 생기는 것으로 해석할 수 있다.

기존 Chae and Kim[2003]의 연구에서 모바일 서비스의 활성화를 방해하는 요인으로 불안정한 연결성을 지적한바 있으나, 기술의 발전으로 인하여 해결될 수 있다고 주장한 기존의 연구와 같은 결과를 보여주고 있다.

본 연구의 한계점과 향후 연구 과제를 제시하면 다음과 같다. 첫째, SNS 사용기기가 갖고 있는 고유의 특징을 반영하지 못한 한계점이 있는데, 향후 연구에서는 SNS 기기 유형별 특성을 고려한 연구가 필요할 것으로 본다. 둘째, SNS 사용자 460여명을 대상으로 설문조사를 실시하여 연구를 수행하여 나타난 결과를 SNS 이용자 전체로 일반화하는데에는 무리가 있으므로 향후 연구에서는 직업별로 표본을 추출하여 연구를 수행할 필요가 있으며, 표본의 수를 직업별 기기별로 대폭 확대한 연구가 필요할 것으로 본다. 셋째, 기업 마케팅이나 홍보에 이용할 수 있는 SNS 유형별 선호도나 SNS 품질 특성을 반영하지 못한 한계가 있는데, 향후 연구

에서는 SNS 유형별 각각의 영향 관계가 어떻게 달라지는지에 대한 연구도 필요할 것이다.

## 참 고 문 헌

- [1] 김대진, “SNS(Social Network Service)의 사용자 만족과 지속적 사용을 위한 영향요인에 관한 연구”, 중앙대학교 대학원, 박사학위논문, 2011.
- [2] 김민수, 소셜커머스사이트 이용동기와 명성이 고객참여, 신뢰 및 행동의도에 미치는 영향, 영남대학교 박사학위논문, 2012.
- [3] 김원민, “모바일 쇼핑몰 서비스 특성이 고객 만족과 이용의도에 미치는 영향”, 경희대학교 대학원, 석사학위논문, 2012.
- [4] 김재영, “Social Network Service의 정보품질과 서비스 품질이 이용자 만족도에 미치는 영향에 관한 연구”, 한성대학교 일반대학원 박사학위논문, 2011.
- [5] 박 일, “모바일 SNS 웹사이트 품질 특성이 신뢰, 만족 및 충성도에 미치는 영향에 관한 연구”, 창원대학교 대학원 석사논문, 2012.
- [6] 박준우, “대학 행정 어플리케이션의 만족도에 영향을 미치는 요인에 관한 연구-모바일 환경을 중심으로”, 계명대학교 대학원, 석사학위논문, 2012.
- [7] 박지원, “스마트폰 어플리케이션 UI개선에 관한 연구-대학 정보시스템을 중심으로”, 단국대학교 정보미디어대학원 IT학과 석사학위논문, 2010.
- [8] 윤영선, 이국용, “모바일 SNS 이용만족과 습관이 충성도에 미치는 영향”, 한국전자거래학회지, 2010.
- [9] 이소현, “SNS 이용자들의 지속적 이용의도와 구매의도에 영향을 미치는 요인 : 소셜마케팅관점”, 전남대학교 석사학위논문, 2012.
- [10] 이승철, “기업의 SNS 활동이 수출마케팅 성과에 미치는 영향”, 경희대학교 석사학위논문, 2012.
- [11] 이영주, “소셜미디어 몰입이 소셜미디어 광고태도 및 광고회피에 미치는 영향 : 스마트폰 SNS 트위터와 페이스북 이용자를 중심으로”, 성균관대학교 석사학위논문, 2012.
- [12] 이지애, “소셜네트워크게임(Social Network Game) 사용자 몰입에 관한 연구 : 사용자의 개인적·사회적 요인을 중심으로”, 중앙대학교 석사학위논문, 2012.
- [13] 전병호, 윤종훈, 송인암, 김병곤, “인터넷뱅킹 사이트의 서비스품질과 인터넷이용자 개인 특성이 고객충성도에 미치는 영향”, 한국정보시스템학회, 정보시스템연구, 2005.
- [14] 진동욱, 김상훈, “모바일 상거래 성과의 영향요인에 관한 연구”, e-비즈니스연구, 제7권, 제2호, 2008, pp. 185-213.
- [15] 최태홍, “나라장터(KONEPS) 종합쇼핑몰에서의 고객만족도 측정에 관한 연구”, 충남대학교 대학원 석사학위논문, 2011.
- [16] 평평, 정용일, “서비스 환경이 품질과 사회적 상호작용, 그리고 정서적 몰입에 미치는 영향-최적자극 수준과 사회적 적합성향의 조절효과”, 한국콘텐츠학회논문지, 2011.
- [17] 한국인터넷진흥원, “2012 상반기 스마트폰 이용실태조사”, 2012.
- [18] Chong, A. Y.-L., Felix, T. S., and Chan, K.-B. O., “Predicting consumer decisions to adopt mobile commerce : Cross country empirical examination between China and Malaysia”, *Decision Support Systems*, Vol. 53, 2012, pp. 34-43.
- [19] Creative Good, Dot.com survival guide, creative good Inc, 12 June, 2000, available at [www.creativegood.com](http://www.creativegood.com).

- [20] De Wulf, K., Schillewaert, N., Muylle, S., and Rangarajan, D., "The role of pleasure in website success", *Information and Management*, Vol. 43, No. 4, 2006, pp. 434-446.
- [21] 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.
- [22] Davis, F. D., Bogazzi, R. P., and Warshaw, P. R., "Extrinsic and intrinsic motivation to use computer in the workplace", *Journal of Applied Social Psychology*, Vol. 35, No. 8, 1992, pp. 1111-1132.
- [23] DeLone, W. H. and McLean, E. R., "Information system success : The quest for the dependent variable", *Information Systems Research*, Vol. 3, No. 1, 1992, pp. 60-95.
- [24] DeLone, W. and McLean, E. R., "The DeLone and McLean model of information system : A ten-year update", *Journal of Management Information Systems*, Vol. 19, No. 4, 2003, pp. 3-30.
- [25] De Wulf, F., Schillewaert, N., Muylle, S., and Rangarajan, D., "The role of pleasure in website success", *Information and Management*, Vol. 43, No. 4, 2006, pp. 434-446.
- [26] Dorsch, M. J., Grove, S. J., and Darden, W. R., "Consumer intention to use a service category", *Journal of Mobile Communications*, Vol. 14, No. 2, 2000, pp. 92-117.
- [27] Durlacher Research, Internet portals, London, *Durlacher Research*, 2000.
- [28] Kettinger, W. J. and Lee, C. C., "Perceived service quality and user satisfaction with the information service function", *Decision Sciences*, Vol. 25, No. 5, 1994, pp. 737-766.
- [29] Kettinger, W. J. and Lee, C. C., "Pragmatic perspectives on the measurement of information systems services quality", *MIS Quarterly*, Vol. 21, No. 2, 1997, pp. 223-240.
- [30] Kim, S. and Lee, Y., "Global online marketplace : A cross-cultural comparison of website quality", *International Journal of Consumer Studies*, Vol. 30, No. 6, 2006, pp. 533-543.
- [31] Liao, Z. and Cheung, M. T., "Internet-based e-shopping and consumer attitudes an empirical study", *Information and Management*, Vol. 38, No. 5, 2001, pp. 299-306.
- [32] McKinney, V. and Yoon, K., "The measurement of web-customer satisfaction : An expectation and disconfirmation approach", *Information Systems Research*, Vol. 13, No. 3, 2002, pp. 296-315.
- [33] Molla, A. and Licker, P., "E-commerce systems success : An attempt to partially extend and respective the DeLone and McLean model of information system success", *Electronic Commerce Research*, Vol. 2, No. 4, 2001, pp. 131-141.
- [34] Pitt, L. F., Watson, R. T., and Kavan, C. B., "Service Quality : A measure of information systems effectiveness", *MIS Quarterly*, Vol. 19, No. 2, 1995, pp. 173-187.
- [35] Seddon, P. B., "A respectification and extension of the DeLone and McLean model of IS success", *Information Systems Research*, Vol. 8, No. 3, 1997, pp. 240-253.
- [36] Zhang, L. and Zhu, J., Liu, Q., "A meta-analysis of mobile commerce adoption and the moderating effect of culture", *Computers in Human Behavior*, Vol. 28, 2012, pp. 1902-1911.



## ■ 저자소개



**김 병 곤**

현재 남서울대학교 경영학과 경영정보학분야 교수로 재직 중이다. 경북대학교에서 경영정보학 전공으로 경영학석사 및 경영학박사학위를 취득하였

으며, 현대중공업 정보기술관리실과 LG전자 디스플레이 디바이스 연구소에서 약 10년간 전산실무 분야에 재직한바 있다. 연구논문을 Computers in Human Behavior, Expert Systems with Applications, Electronic Commerce Research and Applications, Behaviour and Information Technology, Information and Management Sciences Journal, International Journal of Information Management, Information and Management, 경영학연구, 경영정보학연구 등 국내외 학술지에 90여 편 게재하였다. 한국경영정보학회 회장(2013), 부회장(2003, 2004, 2009), 2003년 춘계국제학술대회 조직위원장, 정보시스템관리 연구회 회장, 한국정보기술응용학회 회장(2011~2012), 부회장(2008, 2009, 2010)과 2007년 춘계학술대회 조직위원장을 역임하였다. 주요 관심분야는 ERP, CRM, SCM, Mobile Data Communication, WiBro, Telematics, DMB, Ubiquitous Computing, Data Warehousing, Genetic Programming, Multimedia Information Systems 등이다.



**윤 일 기**

서울대학교에서 산업디자인 학사, 중앙대 신문방송대학원에서 PR, 광고 석사, 중앙대 광고홍보학과 대학원에서 광고홍보학 박사를 취득하였다. 현재 남서울대

광고홍보학과 교수로 재직 중이며 한국디지털디자인협의회 이사, 한국마케팅협회 이사, 한국ICT융합네트워크 이사로 활동하고 있으며, 교수 벤처기업 광고회사(주) 비씨컴 대표이사를 맡고 있다. 주요 관심분야는 광고 크리에이티브와 SNS 등이 있다.