http://dx.doi.org/10.14400/JDC.2016.14.1.141

전자책 이용자의 시스템, 콘텐츠 및 서비스 품질이 구매의도에 미치는 영향

나윤빈*, 이승하**, 명유진*, 조세란*
중앙대학교 문화예술경영학과*, 중앙대학교 문예창작학과**

Effects on the System, Contents, and Service Quality of e-book User Purchase

Yun-Bin Na*, Seoung-Ha Lee, You-Jin Myeong*, Se-Ran Jo***
Dept. of Culture-Art Business Administration, Chung Ang University*
Professor, Dept. of Literary Creation, Chung Ang University**

요 약 근래 스마트 디바이스 확산과 더불어 전자책 기술은 나날이 발전하고 있다. 그러나 종이책에 비해 상대적으로 부족한 콘텐츠, 파일 호환성 문제 등 소비자가 느끼는 불만은 여전히 개선되지 않고 있다. 이는 현재의 전자책 시장이 기술 개발 관점이 아닌 시장의 요구사항을 수용하려는 소비자 관점의 연구가 필요함을 의미한다. 이에 본 연구는 IS 성공 모형에 근거하여 전자책을 구성하는 시스템, 콘텐츠, 서비스 등 세 가지 주요 속성의 품질을 측정하여 독자들의 전자책 구매의도와 단말기 구매의도에 끼치는 영향을 알아보고자 하였다. 분석결과, 시스템 품질이 단말기 구매의도에 유의미한 영향을, 콘텐츠 품질이 전자책 구매의도에 유의미한 영향을 끼치는 것으로 나타났으며, 그 외의 가설들은 기각되었다.

주제어 : 전자책, 시스템, 콘텐츠, 서비스, 품질 측정

Abstract The e-book technology is developing day by day with the expansion of e-ink technology. However, consumers' complaint over contents which are relatively deficient compared to paper book, the issue of compatibility of file between bookstores is not improved as yet. This means that present e-book market needs study in the viewpoint of consumer who intend to accept requirement of market instead of viewpoint of technical development. Thus, this study intends to measure the quality of three main attributes such as system, contents and service based on IS Success Model which compose e-book to identify the influence on readers' purchase intention. Result, System quality is to device purchase intention, and Contents quality is to e-book pruchase intention, it showed a significant damaging effect on.

Key Words : e-book, System, Contents, Service, Quality Measure

* 이 논문은 2015년도 국가연구장학금(인문사회계)의 지원에 의해 작성되었음
** 이 논문은 12th International conference on Economics and Social Sciences 발표 논문을 수정 보완하였음(2015.11.07)
Received 30 November 2015, Revised 30 December 2015
Accepted 20 January 2016
Corresponding Author : Seoung-Ha, Lee(Chung-Ang Univ.)
Email: shpoem418@hanmail.net

ISSN: 1738-1916

© The Society of Digital Policy & Management. All rights reserved. This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution Non-Commercial License (http://creativecommons.org/licenses/by-nc/3.0), which permits unrestricted non-commercial use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

1. 서론

1.1 시장 현황

아마존과 같은 글로벌 출판유통업체들이 일본을 선두로 올해 국내 진출마저 시작한 시점에서 전자책 연구는 중요한 의미가 있다. 국내 출판시장을 지키면서 다양한 2차 저작물로 가공될 수 있는 OSMU(One Source Multi Use) 및 한류 수출의 원천 콘텐츠, 즉 스토리를 창작하는 시장이라는 점이 그러하다. 더욱이 국내 출판산업에서 종이책 시장의 규모는 꾸준히 감소하는 반면, 전자책 시장은 조금씩이지만 계속 확대되고 있다. 이와 같은 일은 비단 국내 뿐 아니라 미국, 유럽, 일본 등 대다수 출판강국들의 공통 현상이며, 디지털 사회가 가속화될수록 출판인쇄업의 디지털 변환은 더 이상 낯설지 않을 정도로 나날이 발전하고 있다. 그러나 아직까지 종이책이 전자책으로 변환되어 출간되는 종수는 그리 많지 않다. 국내에서 연간 발행되는 전자책 수는 2011년 기준 약 30만 건인데 이중 종이책으로 먼저 출간된 콘텐츠를 디지털로 변환한 전자책이 20만종으로, 처음부터 순수 전자책으로만 발간된 콘텐츠는 8만종에 불과하다[1]. 그나마 대다수 전자책은 로맨스, 판타지 등의 장르물에 편중되어 있고 영세한 소규모 편집업체나 개인 자가 출판에 의존하고 있어 종이책의 편집 및 디자인 능력에 비하여 콘텐츠의 품질 역시 월등히 뒤떨어진다[2]. 또한 표준화된 방식의 DRM(Digital Right Management)이 아닌 각 유통사의 뷰어 체계를 따르고 있어 호환이 어려운 점도 전자책의 확산을 막는 이유 중 하나다[3].

1.2 연구 배경

따라서 국내 전자책 시장의 성장세를 긍정적으로만 바라보기에는 어려운 측면이 있으며, 국내 전자책 시장의 활성화를 위해 어떤 점을 개선해야 하는지 알아볼 필요가 있다. 일부 연구에서는 국내 전자책 확산이 더딘 점을 전자책의 기술적 속성 혹은 한계에서만 찾으려고 하는 태도가 보이기도 하는데 이는 지엽적인 관점이라 할 수 있다. e-Ink를 적용한 디스플레이는 종이책의 가시감과 별다른 차이가 없어 눈의 피로도가 적을뿐더러, 저장성, 휴대성, 상호작용성 등 전자책에는 종이책의 물리적 한계점을 뛰어넘는 다양한 기술적 특성들이 이미 존재하기 때문이다. 따라서 현 시점에서는 어떠한 전자책 기술을 개발할 것인가는 부차적인 문제에 가깝고 전자책 사용자가 필요로 하는 지점은 무엇인지 소비자 관점에서 만족도를 높일 수 있는 방안은 무엇인지에 대한 연구가 보다 중요해지고 있다. 본 연구는 소비자를 둘러싼 전자책의 속성별 품질을 조사함으로써 이러한 니즈 도출을 이끌어내고자 하였으며 구체적으로는 독립변수들로 전자책 콘텐츠의 품질, 유통 플랫폼의 시스템 품질, 소비자의 서비스 품질을, 종속변수들로는 전자책 및 단말기 구매의도를 묻는 실증적인 연구를 진행하였다.

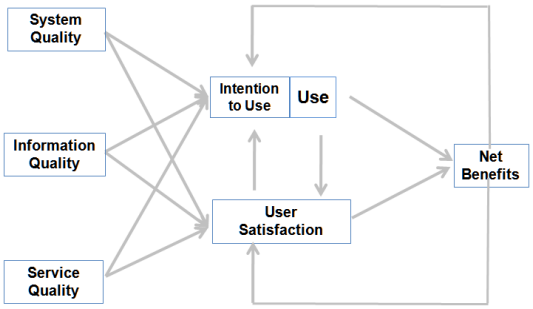
2. 이론적 배경

2.1 IS Success 모델

전자책은 종이책과는 물적 속성이 다르며 각각 온라인과 오프라인, 디지털과 아날로그, 첨단IT산업과 전통산업에 포함된다는 점에서 큰 차이가 있다[4]. 따라서 전자책의 소비자를 조사할 때는 기존 제조 상품의 소비자 만족도와는 다른 IT기반의 정보 품질 속성들을 측정할 필요가 있다. 이 분야에서 대표적인 정보품질 측정모형으로 꼽히는 IS성공모형(Information System Success Model)은 DeLon & McLean(1992)[5]이 개발한 것으로, 시스템품질, 정보품질, 효과적 사용성, 사용자 만족, 개별 영향요인, 조직적 영향요인 등 6가지의 성공차원으로 연계되어 있다[6]. 이들은 인터넷의 발달 등 시대적 변화에 따라 서비스 품질 항목 등을 추가한 수정 IS 성공모형을 2003년 발표하였다. 이들 연구는 정보품질이 사용 만족도에 유의한 영향을 준다는 점을 근거로 기업 조직 등에서 정보시스템 사용자의 평가 만족을 측정하는데 사용되는 등 포괄적으로 활용되고 있다[7]. [Fig. 1] 참조. 이들 연구는 기업에서 시스템, 정보, 서비스 품질 개선을 위해 투자를 하는 것이 사용자의 만족도를 올리고 이는 다시 이용자의 이익으로 이어져 다시금 이용의도와 만족도에 지속적인 영향을 주는 것으로 보고 있으며 기업들이 자체적인 정보품질을 개선해 나가야 하는 이유와 당위성을 비즈니스 관점에서 제시하였다.

전자책 분야 역시 이러한 IS성공모형을 기반으로 한 응용 연구가 점차 늘어나고 있다. <Table 1> 참조. 전자책은 '플랫폼'(시스템) 없이 유통할 수 없으며 그 자체로 하나의 '콘텐츠'(정보매체)이고 사이트에 접속하는 과정

부터 다운로드, 과금결제, 뷰어 오류로 인한 사후관리 과정까지 '서비스'를 필수로 하기 때문에 정보품질 측정 속성들과 이론들을 적용하기가 용이하다. 이에 본 연구에서는 기존 IS성공모형의 시스템, 정보, 서비스 품질 중 전자책 특성에 맞는 시스템, 콘텐츠, 서비스 품질 특성으로 변환하여 측정하고자 한다. 또한 본 연구는 기업 내부나 조직 차원의 정보품질 개선이 아닌 일반 소비자가 느끼는 전자책의 정보품질을 파악하고 이에 대한 결과를 기업에서 참조하는 것에 중점을 두고 있으므로 조직적 영향요인과 전제 네트워크 이익 요인을 제거하여 모형을 보다 단순화하였다.



[Fig. 1] Modification IS Success Model (DeLone & McLean, 2003)[8]

2.2 정보시스템품질 평가연구

IS성공모형 이외에도 많은 학자들은 정보품질에 대한 다양한 정의를 내렸으나 사용자로 하여금 보다 나은 정보 및 콘텐츠를 획득할 수 있도록 하기 위함을 목적으로 하고 이를 위해 몇 가지 주요 속성들을 공통적으로 포함하고 있다. 예컨대 Feng Wei·강병구(2012)[12]에 따르면, 웹 사이트의 정보품질은 콘텐츠, 전달성, 서비스, 정확성, 프라이버시로[13], 상품정보품질은 정보표현, 적절성, 정확성, 제품과 서비스 설명 및 인지정도로[14], 웹 고객 만

〈Table 1〉 Prior research in the Performance Measurement of Information System (Kim, etc., 2014[9]; modification)

The meaning of 'quality assessment dimensions	Hwang & Lee(2007)[10]	Kang(2008)[11]	Kim(2013)[6]	Kim, etc.,(2014)[9]	This study's factors		IS Success Model
Access and Ease of 'acquiring information	ACCESSIBILITY	ACCESSIBILITY	USE EASINESS	ACCESSIBILITY	SYSTEM	USE EASINESS	System quality attributes
Simple and Ease of use	USE EASINESS	WEBSITE DESIGN		USE EASINESS		ACCESSIBILITY of the UBIQUITOUS	
Protection of personal information	SECURITY	-	SECURITY	SECURITY		SECURITY	
Aesthetics of the site	AESTHETICS	Ease of Use	-	-		DESIGN	
Sufficiency of electronic information resources	SUFFICIENCY	CONTENTS	-	SUFFICIENCY	CONTENTS	SUFFICIENCY	Contents quality attributes
Diversity of electronic information resources	DIVERSITY		DIVERSITY	DIVERSITY		DIVERSITY	
Recentness of electronic information resources	RECENTNESS		RECENTNESS	RECENTNESS		RECENTNESS	
Accuracy of electronic information resources	ACCURACY		ACCURACY	ACCURACY		ACCURACY	
Usability of electronic information resources	USABILITY		-	USABILITY		USABILITY	
Responding to customer requests	SUPPORTABILITY	SUPPORTABILITY	RESPONSE	Instruction and Training	SERVICE	CERTAINTY	Service quality attributes
With respect to the request, provide an accurate and useful alternative	RELIABILITY	INTERACTION		Product features expanded and Improved service		SYMPATHY	
Customer preferences and personalized service	CUSTOMIZATION		CUSTOMIZATION / PERSONALIZATION	Technical A/S		RESPONSE	
						CORPORALITY	

족 정보품질에서는 타당성, 이해가능성, 신뢰성, 적절성, 범위, 사용가능성 등으로[15], 정보품질의 구성 요인이 정의된 바 있다. 선행 연구들을 종합하면, 정보 품질을 콘텐츠 품질로 대체할 경우, 대표적으로 충분성, 다양성, 유희성, 최신성, 유용성 등 다섯 가지의 구성 요인으로 묶을 수 있으며 본 연구에서는 전자책이 아직까지 종이책에 비해 양적으로 충분한 콘텐츠가 제작·누적되지 못한 부분을 감안하여 충분성을 제외한 나머지 요인들로 콘텐츠 품질을 구성하였다.

한편 IS성공모형에서 시스템 품질은 정보시스템 품질의 한 축으로 포함된다. 즉 정보시스템은 정보의 형태, 신뢰성, 정확성 등의 '정보품질'과 사용자의 기대와 필요를 충족할 수 있는 사용자 친화적인 기술특성의 '시스템 품질' 두 가지로 분리할 수 있다[16]. 보다 구체적으로 시스템 품질은 적응성(Adaptability), 유효성(Availability), 신뢰성(Reliability), 응답시간(Response time), 편리성(Usability) 등을 포함하는 것이 일반적이다[17].

국내에서는 김대진·김진수(2015)[7]가 SNS 사용자 만족과 관련하여 IS성공모형의 시스템 품질의 구성 요인을 접근성, 안정성, 보안성으로 재구성한 바 있고, 김용일·양현교(2012)[16]는 호텔POS정보시스템과 관련하여 사용자가 지각하는 시스템 운영의 우수성 정도로 정의하였으며, 김정수(2013)[6]는 도서관의 전자책 서비스와 관련해 전자책 기능 특성, 원문접근성, 접속속도 및 다운로드 사용 편리성 등을 시스템 품질로 구성한 바 있다. 본 연구에서는 이를 바탕으로 전자책 관련 시스템 품질을 사용용이성, 접근성, 안정성, 신뢰성 등 4개 요인으로 구성하였다.

2.3 서비스품질 평가연구

서비스 품질은 측정이 어려운 서비스 품질의 속성상, 이를 직접 평가하기보다 서비스를 이용한 사람을 대상으로 한 인식평가라고 할 수 있다[18]. 서비스 품질의 대표적 측정 모형은 Parasurama·Berry(1985)[18]이 개발한 SERVQUAL이 있으며, 이들은 일반 이용자가 서비스를 받기 전의 기대치와 받고 나서의 인식 간 차이를 연구하여 유형성, 반응성, 의사소통 등 총 10가지의 영향 요인으로 제시하였다. 근래에는 크게 다섯 가지 차원의 상위 품질 차원으로서 유형성, 신뢰성, 대응성, 공감성, 확신성으로 구성되고 있으며[19], 각 분야에 맞춰 속성이 달라지기도 하나, 중요한 점은 고객이 기대하는 서비스 수준과 실제 서비스 인식에 대한 차이를 측정한다는 점은 공통적으로 적용되고 있다. 전자책에서도 이러한 다섯 가지의 속성을 그대로 적용하고자 하였으며, 실제로 선행 연구 중, 도서관의 전자책 서비스 품질 측정 분야에서 서비스 품질 구성 요인이 그대로 사용되기도 하였다. 다만 본 연구에서는 다섯 가지 속성 중에서 신뢰성의 경우, 시스템 품질의 신뢰성과 개념적으로 유사하여 이를 제외한 나머지 요인들을 선정하였다.

요약하자면, 본 연구에서는 이러한 선행연구들을 기반으로 전자책과 관련하여 각각의 구성 요인을 다음과 같이 묶었다. 우선 시스템 품질에서는 사용용이성, 접근성, 안정성, 신뢰성을, 서비스 품질에서는 확신성, 공감성, 대응성, 유형성을, 콘텐츠 품질에서는 다양성, 유희성, 최신성, 유용성을 최종 선정하였다. 또한 종속변수로는 아직까지 전자책 이용인구가 확산되지 않은 점을 고려하여 이용자 만족 대신 전자책 구매의도로 대체하였고 이러한 전자책 구매의도가 추후 전자책 전용 단말기 구매의도로까지 이어지는지를 살펴보았다.

3. 연구 방법

3.1 자료 수집 및 분석

본 연구는 2015년 2월부터 약 3개월 간 총 255명을 대상으로 온라인 설문을 실시하였다. 설문 응답자는 여성이 143명, 남성이 112명이며, 연령은 20대(118명)와 30대(72명)가 가장 많은 비중을 차지하였다. 이는 디지털 콘텐츠의 특성 상, 젊은 층의 사용 빈도가 높은 측면이 반영되었다고 할 수 있다. 학력은 대학교 졸업이 134명으로 과반 이상을 차지하였고, 그 외 대학원 재학(49명), 대학교 재학(38명), 대학원 졸업(34명)의 순으로 나타났다. 직업은 학생(74명), 회사원(65명), 전문직(43명), 공무원(42명) 순으로 높게 나타났다. 이용자 형태에서는 전자책을 볼 때 스마트폰으로 보는 경우(166명)가 압도적으로 많았고, PC(50명), 전용단말기(39명) 순으로 나타나 예상과 달리 전자책 단말기의 이용 빈도가 매우 저조하였다. 이용 장소는 휴대성이 뛰어난 점 등이 반영되어 대중교통 이용시(128명)가 가장 높았으며 그밖에 자택(75명), 학교 및 도서관(31명) 순으로 높게 나타나 취미와 더불어 교육

적인 기능을 목적으로 사용되고 있음을 알 수 있다.

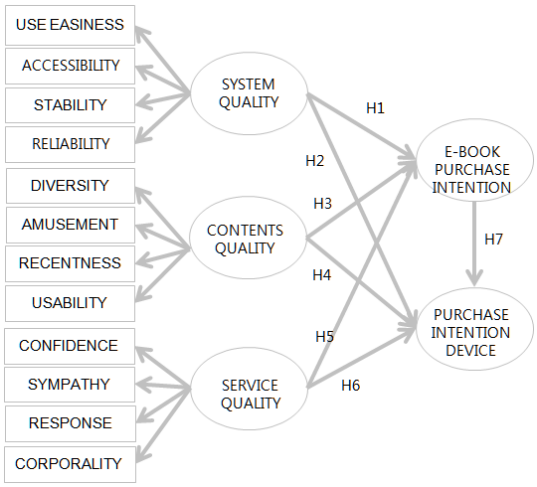
설문 구성은 IS성공모형과 정보품질 이론, 서비스 품질 측정과 관련된 기존 선행 연구들을 바탕으로 작성하였으며 하위 요인은 각 3개의 문항으로 구성하였고(신뢰성과 구매의도는 각각 2개 문항으로 구성), 각 문항은 리커트 5점 척도를 사용하였다. <Table 2> 참조. 분석 방법은 SPSS 18버전을 통해 요인분석과 신뢰도 분석을 하였고, 이후 Amos 18버전을 통해 가설검정과 모델적합도를 측정하였다.

〈Table 2〉 Questionnaire content of organization

Factor	Main Category	Sub Category	Item number
User properties	Demographics	gender	1
		age	1
		education	1
		job	1
	e-book use property	used device	1
		preferred genre	1
		using the site	1
		use location	1
e-book Quality Measurement	System quality	use easiness	3
		accessibility	3
		stability	3
		reliability	2
	Contents quality	diversity	3
		amusement	3
		recentness	3
		usability	3
	Service quality	certainty	3
		sympathy	3
		reponse	3
		corporality	3
Purchase Intention	e-book purchase intention	Purchase Intention	1
		Using Intention	1
	device purchase intention	Purchase Intention	1
		Using Intention	1

3.2 연구 모형

본 연구에서는 선행연구를 기반으로 전자책의 품질을 측정할 수 있는 상위 요인들로 시스템, 콘텐츠, 서비스 품질 3개를 선정하고 다시 이들 요인들을 구성하는 각 4개씩의 하위 요인들이 실제 올바르게 구성되었는지 확인하였다. IS 성공모형에서는 콘텐츠 품질 부분이 정보 품질 부분이었으며, 전자책 구매의도는 이용자 만족도, 단말기 구매의도는 이용의도 부분에 해당하며 조직 내부 관점이 아니기 때문에 네트워크 이익 부분은 삭제하여 영향관계를 단순화하였다. 특히 기존 전자책 연구에서는 전자책 이용자의 만족도를 물어보는 것에 그치는 경우가 대부분이기 때문에 전자책 구매 여부를 묻고 나아가 추가적인 전용 단말기의 구매까지 일어날 것으로 예상한 본 연구는 기존 연구들과 차별되는 점이 있다고 할 수 있다. 이후 이러한 품질요인들이 최종적으로 이용자의 전자책 콘텐츠와 단말기 구매의도에 미치는 영향을 알아보고자 하였다. 종속 변수 중 전자책 구매의도는 IS성공모형을 바탕으로 다음과 같은 연구모형을 제시하였다. <Fig. 2> 참조.



[Fig. 2] Research Model

4. 분석 결과

4.1 요인 분석

본 연구에 제시된 요인들이 개념적으로 타당한 지를 측정하기 위해 베리멕스 직교회전(Varimax Orthogonal Rotation)를 기준으로 요인분석을 실시하여 공통성(Communality)이 0.4이하로 나오거나 요인적재량(Factor Loading)이 0.5 이하로 나온 변수들을 제거하였다. 구체적으로 시스템 품질 요인 중에서는 신뢰성(1,2), 접근성(1), 사용용이성(2)을, 서비스 품질 요인 중에서는 확신성(1,2,3)을 제거하였다. 이를 통해 고유값(Eigenvalue) 1 이상을 만족하는 12개의 요인들로 묶여졌으며 Kaiser Meyer Olkin(KMO)는 비교적 높은 수치인 0.832을, Barlett 구형성 검정은 유의확률 0.0을 만족하

였다. 이후 공통의 요인들로 묶여진 항목들에 대해 신뢰도 분석을 측정하여 크론바하 알파값(Cronbach α)이 일반적인 기준치인 0.6보다 높은 0.7이상으로 모두 나타났다. <Table 3> 참조.

〈Table 3〉 Common Factors and Reliability Analysis

Division		Community	Rotated Component Matrix	Cronbach-α
SYSTEM	USE EASINESS 1	0.917	0.940	0.923
	USE EASINESS 2	Remove		
	USE EASINESS 3	0.918	0.944	
	ACCESSIBILITY 1	Remove		0.688
	ACCESSIBILITY 2	.734	0.645	
	ACCESSIBILITY 3	0.675	0.624	
	STABILITY 1	.777	0.849	0.857
	STABILITY 2	.812	0.862	
	STABILITY 3	0.785	0.836	
	Reliability 1	Remove		
	Reliability 2			
CONTENTS	DIVERSITY 1	0.755	0.688	0.680
	DIVERSITY 2	0.743	0.790	
	DIVERSITY 3	0.773	0.672	
	AMUSEMENT 1	0.773	0.769	0.777
	AMUSEMENT 2	0.810	0.850	
	AMUSEMENT 3	0.653	0.725	
	RECENTNESS 1	0.702	0.711	0.753
	RECENTNESS 2	0.774	0.801	
	RECENTNESS 3	0.810	0.772	
	USABILITY 1	0.788	0.807	0.846
	USABILITY 2	0.774	0.773	
	USABILITY 3	0.810	0.774	
SERVICE	CERTAINTY 1	Remove		
	CERTAINTY 2			
	CERTAINTY 3			
	SYMPATHY 1	0.758	0.758	0.752
	SYMPATHY 2	0.716	0.716	
	SYMPATHY 3	0.666	0.660	
	RESPONSE 1	0.763	0.721	0.806
	RESPONSE 2	0.787	0.759	
	RESPONSE 3	0.807	0.801	
	CORPORALITY 1	0.774	0.819	0.830
	CORPORALITY 2	0.857	0.808	
	CORPORALITY 3	0.734	0.654	
READER	E-BOOK PURCHASE INTENTION 1	0.793	0.843	0.731
	E-BOOK PURCHASE INTENTION 2	0.796	0.828	
	DEVICE PURCHASE INTENTION 1	0.804	0.878	0.700
	DEVICE PURCHASE INTENTION 2	0.754	0.812	

탐색적 요인 분석을 실시한 후, 잠재요인의 타당성 및 모델 적합성을 파악하기 위해 확인적 요인 분석을 실시하였다. 먼저 구성개념들의 집중타당성을 확보하기 위한 평균분산추출값(average variance extracted : AVE)은 일반적으로 분산추출지수가 0.5 이상이면 집중 타당성이 있고[21], 개념 신뢰도(Construct Reliability)는 0.7 이상이면 적합한 기준이라고 할 수 있어[22], 구성개념들의 타당성과 신뢰도는 일반적인 기준치를 충족시키고 있는 것으로 나타났다. 또한 경로계수의 유의성을 판별하는 C.R값 역시 기준치 ±1.965보다 높게 나타났다. <Table 5> 참조.

4.2 구조모형 및 가설검증

다음으로는 본 연구의 가설검증을 위한 구조방정식 모형을 분석하였다. 우선 모델 적합도에서는 GFI, CFI값은 일반적인 모형 적합 기준치인 0.9 이상으로 나타났으며 AGFI, TLI, NFI 역시 0.8 후반대를 기록하여 큰 이상치는 없었고, RMR 역시 일반적으로 수용 가능한 0.05 이하 기준치를 나타냈다[20]. 따라서 전반적으로 모형 적합성이 타당한 것으로 확인되었다. <Table 5> 참조. 모델 추정을 위해 최대우도법(Maximum Likelihood)을 선택하였으며 경로계수 값 중에서 유의확률(P value) 0.05를 만족한 가설은 H2와 H3였다. <Table 4> 참조.

총 7개의 가설 중 2개만 채택되고 나머지 가설들이 기각된 부분은 다음과 같이 유추할 수 있다. 우선 국내 전자책 이용자가 많지 않고 기존 이용자 역시 사용 연한이 길지 않다는 점에서 전자책 단말기보다는 스마트폰이나 태블릿 PC를 염두에 두고 전자책 품질의 개선을 바랬을 가능성이 높다. 이는 전체 이용자 형태에서도 전용단말기 이용자는 39명으로 스마트폰(166명), PC(50명)에 현저히 떨어짐을 알 수 있다.

둘째로는 전자책 콘텐츠 품질에 대한 개선 욕구가 다른 요인들을 압도했을 가능성이다. 전자책 관련 선행 연구들의 대부분은 콘텐츠 품질이 높을수록 이용자 만족도가 올라가는 것으로 나타나고 있으며 본 연구에서도 마찬가지의 결과가 나타났다. 독자들이 종이책에 비해 질과 양에서 부족한 전자책 콘텐츠의 개선을 오랫동안 요구해왔다는 점을 감안할 때, 다른 요인들은 상대적으로 덜 중요한 것처럼 인식되었을 가능성이 있다.

예컨대 전자책의 세분화된 품질 요인들을 평가하기 이전에 가장 시급하고 오래된 문제가 있기 때문에 나머지 부분은 상대적으로 덜 중요한 문제들이라고 생각할

〈Table 4〉 Regression Weights

Hypothesis Analysis			Estimate	S.E.	C.R.	P
H1 : System quality	-->	e-book purchase intention	-.0.007	0.164	-0.042	0.967
H2 : System quality	-->	device purchase intention	0.440	0.197	2.229	0.026*
H3 : Contents quality	-->	e-book purchase intention	0.694	0.245	2.833	0.005*
H4 : Contents quality	-->	device purchase intention	0.181	0.255	0.709	0.478
H5 : Service quality	-->	e-book purchase intention	-0.210	0.277	-0.757	0.449
H6 : Service quality	-->	device purchase intention	-0.030	0.273	-0.111	0.912
H7 : e-book purchase intention	-->	device purchase intention	0.083	0.115	0.722	0.470

〈Table 5〉 Second order factor analysis

DIVISION(ITEM)		U.R.C	S.R.C	S.E	C.R	AVE	Construct Reliability
SYSTEM	USE EASINESS(2)	0.822	0.350	0.195	4.220	0.822	0.984
	ACCESSIBILITY(2)	1.942	0.832	0.364	5.330		
	STABILITY(3)	1.000	0.482	-	-		
CONTENTS	DIVERSITY(3)	0.691	0.557	0.091	7.594	0.846	0.987
	AMUSEMENT(3)	0.783	0.650	0.090	8.670		
	RECENTNESS(3)	0.589	0.501	0.086	6.891		
	USABILITY(3)	1.000	0.706	-	-		
SERVICE	SYMPATHY(3)	1.017	0.750	0.108	9.392	0.900	0.992
	RESPONSE(3)	1.020	0.696	0.114	8.953		
	CORPORALITY(3)	1.000	0.671	-	-		
READER	E-BOOK PURCHASE NTENTION(2)	1.000	0.740	-	-	0.928	0.994
		1.185	0.784	0.190	6.237		
	DEVICE PURCHASE INTENTION(2)	1.000	0.607	-	-	0.889	0.991
		1.621	0.892	0.376	4.317		

Model Fit : CMIN=148.619 CMIN/DF=2.218 / GFI(Goodness-of Fit Index)=0.917 / AGFI(Adjusted Goodness-of FIt Index)=0.871 / RMR(Root Mean Square Residual)=0.035 / CFI(Comparative Fit Index)=0.910 / TLI(Turker-Lewis index)=0.878 / RMSEA(Root Mean Square Error of Approximation)=0.069 / NFI(Normed Fit Index)=0.851
Footnote : P value = 0.00 / U.R.C(Unstandardized regression coefficient) / S.R.C(Standardized regression coefficient) / S.E(Standard Error) / C.R(Critical Ratio) / AVE(Average Variance Extracted)

수도 있다는 것이다.

그럼에도 불구하고 본 연구에서 시스템 품질이 높아질수록 단말기 구매의도가 올라간다는 점을 발견한 부분은 시사하는 바가 크다고 할 수 있다. 시스템 품질은 일반적으로 전문적이고, 조직적이며 기업 내부의 영역이라고 생각되기 쉬운데, 소비자의 관점에서는 기업을 대면하는 창구로서 단순하게 인식될 수 있다. 특히 전자책과 같이 오프라인 서점 없이 시스템 자체가 유통 플랫폼이 되는 분야에서는 시스템의 품질 개선이 시스템 자체의 사용편의성과 더불어 콘텐츠와 서비스 품질에까지 중요한 영향을 미치게 된다. 이러한 연장선상에서 시스템 품질의 개선은 자사 플랫폼의 신뢰도를 높여 단말기 판매에도 유의미한 영향을 줄 수 있는 것으로 보인다. 이는 교보문고의 샘 시리즈나 아마존의 킨들 시리즈처럼 안정적인 전자책 유통 플랫폼에서 자체 브랜드 단말기를 판매하는 것이 그보다 시스템 품질이 낮은 플랫폼에서 판매하는 단말기보다 구매 확률이 높음을 의미하기 때문에 패키지 판매 확대 등 다양한 마케팅 전략에 활용될 수 있다.

5. 결론 및 시사점

본 연구는 IS Success Model을 바탕으로 전자책의 시스템, 콘텐츠, 서비스 품질을 측정하여 이용자의 전자책 구매의도와 단말기 구매의도에 끼치는 영향을 살펴보았다. 이를 통해 시스템 품질이 단말기 구매의도(H2)에 긍정적인 영향을, 콘텐츠 품질이 전자책 구매의도(H3)에 긍정적인 영향을 끼치고 있음을 알 수 있었다.

첫째로 H3의 경우, 기존 선행연구들을 보았을 때, 콘텐츠 품질이 우수할수록 전자책 구매의도가 올라간 부분은 자연스러운 현상이라 이해할 수 있었다. 그러나 그 외

나머지 품질들과 구매의도 간 유의미성 관계가 대부분 기각된 사실은 다소 의외라고 볼 수 있다. 이는 국내 여건상, 아직까지 전자책 단말기가 확산되지 못한 현상과 더불어 전자책의 특성을 최대한 살린 우수 콘텐츠의 부족 등이 하나의 원인으로 지목된다. 예를 들어 국내 IT 환경에서는 스마트폰 보급률이 90%에 달하며, 웹툰 및 웹소설, 모바일 방송 등 무료로 즐길 수 있는 디지털 콘텐츠가 넘쳐나고 있다. 전자책 시장에 있어 비우호적이라 할 수 있는 이러한 경쟁적 환경에서는 이용자가 특별히 구매를 느낄 만한 전자책 콘텐츠가 아닌 이상, 지갑을 열지 않을 가능성이 크다. 따라서 장기적인 관점으로 시장 여건을 개선해나가고 전자책을 둘러싼 다양한 품질들을 함께 높이려는 노력이 필수적이다. 여기에 더해 아마존의 월정액 무제한 대여 서비스와 같은 추가적인 서비스 품질 개선 등의 노력도 필요할 것으로 보인다. 즉, 이러한 시장 개선을 통해 전자책 이용자 수를 늘리고 관심을 상기시킬 필요가 있다.

둘째로 시스템 품질이 우수할수록 단말기 구매의도에 긍정적인 영향을 끼치는 것으로 나타난 연구 결과(H2)는, 주로 전자책의 만족도를 종속변수로 진행했던 기존 선행연구들과 차별되는 본 연구의 차별점이라고 할 수 있다. 현재 단말기 보급이 미비한 시점에서, 전자책 업계에서는 자사의 플랫폼에 지속적인 투자를 해야 될 근거로 삼을 수 있다. 예컨대 용이성, 접근성, 안정성, 신뢰성 등 시스템 속성들에 대한 품질 개선 노력을 할 때 전자책에 관심이 없었던 잠재 독자들을 확보하거나 자사와 연동된 단말기의 구매를 이끌어낼 수 있기 때문이다. 특히 전자책 분야에서의 시스템은 단순히 데이터를 보존 및 관리하는 서버 차원이 아니라, 플랫폼 비즈니스의 중심이기 때문에 막대한 투자 지원이 요구된다. 그래야 플랫폼을 중심으로 단말기와 콘텐츠, 서비스 거래가 활발히 이뤄질 수 있는 전자책 생태계가 형성될 수 있다.

ACKNOWLEDGMENTS

This research was supported by the National Research Scholarship in 2015.

REFERENCES

[1] Yoon, H. Y., For National Literature ever encompass the Collection, Analysis and Publication Published Status Deposit and Collect improvement Study, Daegu, ROK:. The National Library of Korea, 2012.

[2] Kwon, H. I., Na, Y. B., “Research on e-book Market Activation Factor in the viewpoint of CPND Eco-system : Focused in the Publisher AHP”, Journal of Digital Convergence, Vol. 13, No. 4, pp.51-59, 2015.

[3] Kim, D. E., Ahn, N. Y., and K. R. Lee., “Consideration of necessity to standardize the e-book DRM”, The Korea Entertainment Industry Association Conference, Vol. 2014, No 5, pp.194-202, 2014.

[4] Na, Y. B., Kwon, H. I., and S. H. Lee., “A study on the conceptual change in audience and reading activity for the development of e-book”, Korea Humanities Content Society, Vol. 35, pp.75-93, 2015.

[5] DeLone, W. H, and E. R. Mclean, "Informations Systems Success : The Quest for the Dependent Variable", Information Systems Research, Vol.3, pp.60-95, 1992.

[6] Jung Su. Kim, "A Study on the Structural Relationship among Mobile e-Book Quality Elements, Customer Satisfaction and Loyalty", KONKUK university doctorate thesis, 2013.

[7] Dae Jin. Kim, and Jin Su. Kim, "A Study on the Strategies for Improving User Satisfaction and Continuous Usage of Social Network Service", Information Systems Review, Vol. 17, pp.171-197, 2015.

[8] DeLone, W.A, and E.R. McLean, "The DeLone and McLean Model of Information Systems Success : A Ten-Year Update", Journal of Management Information Systems, Vol. 19, pp.9-30, 2003.

[9] Kim, D. E., Ahn, N. Y., and K. R. Lee., “E-book Customer Service Satisfaction by Using E-S-Qual”, Journal of Korea Contents Association,

Vol. 14, No. 7, pp. 559-570, 2014.

[10] Hwang, J. Y., Lee, E. B., "A Review of Studies on the Service Quality Evaluation of Digital Libraries : on the Basis of Evaluation Models and Measures Methodologies", Journal of Korean Library and Information Science Society, Vol. 4, No. 2, pp.243-265, 2007.

[11] Kang, M. R., A Study on Evaluatioin of the Electronic Resources Service Quality and the Relationship with User Satisfaction in the University Library - Focus on Moderation Effects of Experiential Background, Sungkyungkwan University master's thesis, 2008.

[12] Feng, W., Kang, B. G., "A Study on the Continuous Use Intention to Information Quality of Social Commerce : Focusing on products", The Journal of MIS Research Conference, Vol. 2012, No. 1, pp.1086-1091, 2012.

[13] Eschenfelder, K. R., Beachboard, J. C., McClure, C. R., and Wyman, S. K., "Assessing U.S. Federal Government Websites", Government Information Quarterly, Vol. 14, No. 2, pp.173-189, 1997.

[14] Liu, C., Arnett, K. P., "Exploring the Factors Associated with Website S uccess in the Context of Electronic Commerce", Information & Management, Vol. 38, No. 1, pp.23-33, 2000.

[15] McKinny, V., Yoon, K., "The Measurement of web-customer Satisfaction : An Expectation and Disconfirmation Approach", Information System Research, Vol. 13, No. 3, pp.296-315, 2002.

[16] Kim., Y. I., Yang, H. K., "A Study on the Structural Relationships among Computer Self-efficacy, Information System Quality, Acceptance Attitude and Business Performance : Focused on the Super Deluxe Hotels in Seoul", Tourism Study, Vol. 27, No. 2, pp.75-93, 2012.

[17] Kim., H. K., Kim., S. I, and S. R. Oh., "Moderator Effects of e-Book Terminal Type on Factors Influencing Satisfaction of the e-Book User", Journal of Korea Contents Association, Vol. 13, pp.408-419, 2013.

[18] Parasuraman,A.,Zeithaml,V.A, BerryL.L., "A Conceptual Model of Service : Quality and Its Implications for Future Research", Journal of Marketing, Vol. 49, pp.41-50, 1985.

[19] Kim, M. J., Kim, H. J., Kim, J. W., and J. H.. Yoon., "Perception Gap Analysis on Service Quality Factors of Academic Libraries", Journal of Korea Contents Association, Vol. 13, pp.371-385, 2013.

[20] Yu, J. P., Professor Jong-Pil, Yu' Concept and understanding of the structural equation model : Amos 4.0 - 20.0 public, hannarae academy, seoul, 2012.

[21] Kwak. D. S., Yim., K. H., and Kwon., J. H., "Study on the Influence of Enterprise Features of SNS Service on Relationship Commitment and On-line Word-of-Mouth", The Journal of Digital Policy & Management, Vol. 11, No. 5, pp.225-235, 2013.

[22] Kim, G. S., AMOS 18.0 Analysis Structural Equation Modeling, hannarae, seoul, 2013.

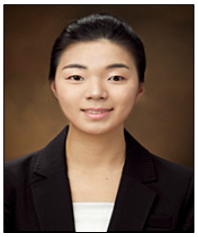
나 윤 빈(Na, Yun Bin)

- 2011년 8월 : 중앙대학교 문예창작학과(문학사)
- 2013년 8월 : 중앙대학교 문화예술경영학과(경영학석사)
- 2013년 9월 ~ 현재 : 중앙대학교 문화예술경영학과(경영학박사과정)
- 관심분야 : 전자책 플랫폼, 콘텐츠 산업 생태계 분석
- E-Mail : nsapiens@naver.com

이 승 하(Lee, Seoung Ha)

- 1984년 2월 : 중앙대학교 문예창작학과 (예술학사)
- 1987년 2월 : 중앙대학교 문예창작학과 (문학석사)
- 1996년 2월 : 중앙대학교 문예창작학과 (문학박사)
- 1999년 3월 ~ 현재 : 중앙대학교 문예창작학과 교수
- 관심분야 : 현대시, 스토리텔링, 문화비평
- E-Mail : shpoem418@hanmail.net

명 유 진(Myeong, You Jin)



- 2013년 2월 : 중앙대학교 공연영상미술학과(연극영화학사)
- 2014년 3월 ~ 현재 : 중앙대학교 문화예술경영학과 (경영학석사과정)
- 관심분야 : 문화산업생태계, 콘텐츠 서비스플랫폼, 문화콘텐츠개발, IoT서비스
- E-Mail : s0311ej@naver.com

조 세 란(Jo, Se Ran)

- 2014년 2월 : 성균관대학교 연기예술학과(연극학사)
- 2014년 3월 ~ 현재 : 중앙대학교 문화예술경영학과(경영학석사과정)
- 관심분야 : 문화산업생태계, 문화예술경영, 기관평가, 문화콘텐츠개발
- E-Mail : withseran@naver.com