

기술준비도와 상황적 영향이 셀프서비스기술 태도 및 사용의도에 미치는 영향

문천수 · 신용호*

The Effects of Technology Readiness and Situational Influences on Attitude and Usage Intention of Self-Service Technology

Cheon-Su Mun · Yong-Ho Shin*

ABSTRACT

The purpose of this study is to investigate the impacts of individual difference toward technology and situational influences on use intention of Self-Service Technology. While the previous research related to SSTs focuses on individual tendency toward technology, little research has been done on the impact of situational influences on usage intention of SSTs. This study proposed Technology Readiness Index for measuring individual tendency toward technology and categorized situational influences into two dimensions: location convenience, employee presence. The empirical testing of the research was conducted on 20' users who have prior experience in using SSTs except for ATMs in bank. This study demonstrated that the people who are favorable emotions positively affect SSTs. Also this study confirmed that it is effective to build strategies to form favorable attitude and usage intention of knowledge of SSTs rather than method through service employees. Finally, SSTs were distributed for customers.

Key words : Self-Service Technology, Technology Readiness, Situational Influences, Technology Acceptance Model

요 약

본 연구는 셀프서비스기술 도입에 있어 개인의 기술 수용 성향과 주변 상황이 미치는 영향을 조사하는 것을 목적으로 하고 있다. 셀프서비스기술 관련 연구는 주로 개인이 가지고 있는 기술에 대한 성향을 중심으로 연구가 이루어졌으며 상황적 요인에 대한 연구는 상대적으로 미비한 실정이다. 이에 본 연구에서는 개인의 기술 수용 성향을 기술준비도의 네 가지 구성요소를 제시하였으며 상황적 영향은 위치 편의성과 서비스 직원의 존재로 분류하였다. 본 연구에서는 셀프서비스기술을 이용한 적 있는 20대를 연구의 표본으로 하였으며 은행 ATM은 연구대상에서 제외하였다. 분석 결과, 기술에 대해 호의적인 감정을 가진 사람일수록 셀프서비스기술에 긍정적인 영향을 미친다는 것을 확인하였다. 또한 셀프서비스기술을 고객에게 유리하게 배치하고 서비스 직원을 통한 방법보다는 셀프서비스기술에 대한 지식을 사전에 전달하는 전략이 호의적인 태도 형성과 사용의도에 더 효과적이라는 것을 증명하였다.

주요어 : 셀프서비스기술, 기술준비도, 상황적 영향, 기술수용모델

1. 서 론

정보기술의 발전은 여러 기업들의 변화를 야기하였다. 이러한 변화는 서비스 분야에도 지대한 영향을 미치게 되었는데 대표적인 형태가 셀프서비스기술(Self-Service Technology)이다. 셀프서비스기술은 서비스 직원의 직접적인 접촉 없이 기술사용을 통해 서비스 생산에 참여하는 것으로(Meuter et al, 2003) 은행 ATM과 같은 현장

* 이 연구는 영남대학교 교내 학술연구비 지원으로 수행되었습니다.

Received: 30 May 2016, **Revised:** 15 June 2016,
Accepted: 15 June 2016

* Corresponding Author: Yong-Ho Shin
E-mail: yhshin@ynu.ac.kr
School of Business, Yeungnam University

형태(On-Site)의 셀프서비스기술과 인터넷 쇼핑과 같은 원격형태(Off-Site)의 기술 등 크게 두 가지로 나뉜다.

셀프서비스기술을 통해, 고객들에게 시간과 장소에 구애받지 않는 서비스를 이용할 수 있으며(Meuter et al, 2000; Chris Lin and Hsieh, 2011b) 기업들은 비용 감소의 효과를 누릴 수 있다고 알려져 있다. (Yang and Klassen, 2008; Leung and Matanda, 2013). 이와 같은 명백한 이익이 있음에도 불구하고, 셀프서비스기술 사용을 주저하거나 회피하는 사람들이 여전히 존재하며 학계에서는 이를 설명하기 위해 다양한 연구를 진행하고 있다. (Wang, 2012)

지금까지의 셀프서비스기술은 개인 특성에 주로 초점을 맞추고 있으며 셀프서비스를 사용하는 해당 시점의 상황에 의한 소위 상황적 영향에 관한 연구는 미비한 실정이다. 전통적인 서비스 방식에서의 상황적 영향의 연구는 지속적으로 이루어지고 있으며 전통적인 서비스 방식과 셀프서비스기술과는 프로세스에서 상당한 차이가 있기 때문에 셀프서비스기술 분야에서의 상황적 영향에 대한 연구가 필요한 실정이다(Collier et al, 2015).

지금까지의 상황적 영향 관련 셀프서비스기술 연구는 고객 입장에서 이루어진 연구가 대부분이며 기업이 통제 가능한 상황적 영향은 거의 전무한 실정이다. 이에 본 연구에서는 기술수용모델을 사용해서 개인의 기술수용 관련 지표인 기술준비도와 기업이 통제 가능한 상황적 영향이 셀프서비스기술 태도와 사용의도에 미치는 영향을 연구하고자 한다. 기술준비도의 구성요인 네 가지를 나누어 분석했으며 상황적 영향은 선행연구에 따라 위치 편의성과 종업원의 존재를 제시하였다(Collier et al, 2015).

본 논문은 다음과 같은 순서로 기술되었다. 제 2장은 셀프서비스기술과 기술준비도, 상황적 영향에 대한 선행 연구를 살펴보았다. 제 3장에서는 연구모형과 연구가설을 언급하였다. 제 4장에서는 수집된 설문 데이터를 바탕으로 연구가설을 입증하였으며 제 5장에서는 결론과 시사점, 한계점을 제시하였다.

2. 이론적 배경

2.1 셀프서비스기술

셀프서비스기술의 초기 연구는 셀프서비스 선택에 영향을 미치는 요인 및 인구통계적 특성에 초점을 맞추었다(Langeard et al, 1981; Bateson, 1985). 하지만 점차 서비스 전달에 있어 기술의 역할, 개인의 특성과 같은 다양한 관점에서 연구가 진행되기 시작했다. Meater et al

(2003)은 기술불안감이 셀프서비스기술 사용에 미치는 영향이 성별, 나이 등의 인구통계적 특성보다 크다는 것을 확인하였다. 또한, 기술불안감이 자신감(Self-Confidence), 모험성(Venturesomeness) 등의 개념과 차이가 있음을 밝혔다. 이 밖에도 셀프서비스의 강제적 사용(Forced Use), 자기결정이론 등을 통해 셀프서비스기술 태도 및 사용을 설명하였다(Liu, 2013; Leung and Matanda, 2013).

2.2 기술준비도

급격한 기술 발전의 영향으로 많은 사람들은 정교하고 편리한 제품 및 서비스를 이용할 수 있게 되었으나 일부 사람들은 이러한 변화에 불안감이나 환멸을 느끼기도 한다. 사람들은 기술에 대해 긍정적인 감정과 부정적인 감정을 동시에 지닐 수 있고 이를 측정하기 위해 ‘기술준비도’ 개념을 제시하였다(Parasuraman, 2000).

기술준비도는 가정 및 직장생활에서 특정 목적을 달성하기 위해 새로운 기술을 사용하고 수용하는 개인 성향으로 정의할 수 있다(Parasuraman, 2000). 기술준비도는 질적 연구와 Rockbridge사의 실증연구, NTRS(National Technology Readiness Survey)를 통해 개념이 정립되었다. 기술준비도의 네 가지 구성요인은 Table 1과 같다.

기술준비도의 구성요인 중 낙관성과 혁신성은 신기술에 대한 긍정적인 감정을 유발하여 제품 및 서비스 사용 촉진에 영향을 미친다. 이에 반해 불편감과 불안감은 신기술 사용을 주저하는 데 영향을 미치는 부정적인 감정과 관련된 요인이라 할 수 있다(Chris Lin and Hsieh, 2011a).

기술준비도를 이용한 선행연구를 살펴보면, Han and Park(2009)은 셀프서비스 사용에 있어 낙관성과 혁신성이 불편감과 불안감보다 더 큰 영향을 미친다는 것을 확

Table 1. Constructs of Technology Readiness Index

Construct	Definition	Number
Optimism	Positive belief that technology provide people with controllability and flexibility in a normal life	10
Innovativeness	Inclination to be a pioneer and/or leader through using a new technology	7
Discomfort	Inclination to feel overwhelmed or controllability-lost in usage of new tech.	10
Insecurity	Skeptic inclination about appropriate task performance due to disbelief of new tech.	9

인하였다. 이에 본 연구에서는 기술준비도 각각의 구성요인으로 실증분석을 실시하였다.

2.3 상황적 영향

‘상황’이라는 용어는 다양한 분야에서 매우 흔하게 사용되고 있다. ‘상황’은 관찰하고 있는 특정 시간 및 장소에서의 모든 요인이라 정의할 수 있으나 여러 연구자들은 모든 요인이라는 용어에 많은 문제가 있다고 지적하였다. 이에 Belk(1975)는 기존 연구의 정의를 통해 개념을 명확히 하였으며 상황적 영향의 구성개념으로 물리적 환경(Physical Surrounding), 사회적 환경(Social Surrounding), 시간적 관점(Temporal Perspective), 업무 정의(Task Definition), 이전의 상태(Antecedent States)를 제시하였다.

상황적 요인에 대한 기존 연구를 살펴보면 각각의 상황적 요인을 개별적으로 분석하기도 했으며 다수의 상황적 요인을 동시에 고려하여 연구를 진행하기도 하였다. 선행연구에 따르면 고객들의 태도 형성이나 의사결정에 있어 인구통계적 요인보다 상황적 요인이 더 큰 영향을 미친다고 하였다(Collier et al, 2015).

3. 가설 설정

3.1 조사설계 및 연구방법

본 연구에서는 기술수용모델을 이용해 셀프서비스기술 사용의도에 영향을 미칠 것으로 판단되는 개인 특성 및 상황적 영향간의 관계를 파악하고자 한다. 이에 선행 연구를 바탕으로 설문조사 방법을 실시해 연구를 진행하였다.

선행연구에 따르면 젊은 연령층일수록 셀프서비스기술 사용을 더 선호한다고 하였다(Simon and Usunier, 2007). 이에 본 연구의 표본은 셀프서비스기술을 사용한 경험이 있는 20대를 대상으로 하였다. 단, 은행 ATM의 경우 도입된 지 오래되었으며 익숙한 셀프서비스기술이기에 연구대상에서 제외하였다. 본 연구의 설문조사는 온라인 21부, 오프라인 556부를 배포하였으며 미회수 설문지를 포함해 불성실 응답, 결측치 등의 오류가 있는 설문지를 제외한 402부를 분석에 이용하였다. 본 연구의 가설 검정을 Smart PLS 2.0.M3를 사용하였다.

3.2 연구모형 및 가설

본 연구의 가설은 모두 16개이며 연구모형은 Fig. 1과 같이 수립하였다. 이에 대한 설명은 다음과 같다.

(1) 기술준비도와 기술수용모델과의 관계

- H1. 낙관성은 지각된 용이성에 정(+의 영향을 미친다.
- H2. 낙관성은 지각된 유용성에 정(+의 영향을 미친다.
- H3. 혁신성은 지각된 용이성에 정(+의 영향을 미친다.
- H4. 혁신성은 지각된 유용성에 정(+의 영향을 미친다.

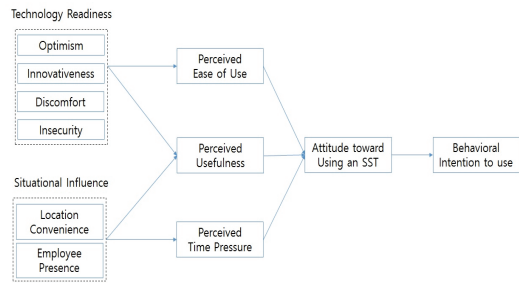


Fig. 1. Research Model

즉, H1~H4는 기술준비도의 낙관성과 혁신성이 긍정적인일수록 지각된 용이성과 지각된 유용성은 증가할 것이다(Chris Lin and Hsieh, 2011a; Gelderman et al, 2011).

- H5. 불편감은 지각된 용이성에 부(-)의 영향을 미친다.
- H6. 불편감은 지각된 유용성에 부(-)의 영향을 미친다.
- H7. 불안감은 지각된 용이성에 부(-)의 영향을 미친다.
- H8. 불안감은 지각된 유용성에 부(-)의 영향을 미친다.

즉, H5~H8은 기술준비도의 불편감과 불안감이 부정적인일수록 지각된 용이성과 지각된 유용성은 증가할 것이다(Chris Lin and Hsieh, 2011a; Gelderman et al, 2011).

(2) 상황적 영향과 지각된 유용성, 지각된 시간압박과의 관계

- H9. 위치 편의성은 지각된 유용성에 정(+의 영향을 미친다.
- H10. 위치 편의성은 지각된 시간압박에 부(-)의 영향을 미친다.
- H11. 종업원의 존재는 지각된 유용성에 정(+의 영향을 미친다.
- H12. 종업원의 존재는 지각된 시간압박에 부(-)의 영향을 미친다.

즉, H9~H12는 위치 편의성과 종업원의 존재가 긍정적인일수록 지각된 유용성은 증가하며 지각된 시간압박은 감소할 것이다(Collier et al, 2015).

(3) 기술수용모델과 지각된 시간압박

H13. 지각된 용이성은 셀프서비스기술 태도에 정(+)의 영향을 미친다.

H14. 지각된 유용성은 셀프서비스기술 태도에 정(+)의 영향을 미친다.

H15. 지각된 시간압박은 셀프서비스기술 태도에 부(-)의 영향을 미친다.

H16. 셀프서비스기술 태도는 셀프서비스기술 사용의도에 정(+)의 영향을 미친다.

즉, H13~H16은 지각된 용이성과 지각된 유용성이 증가할수록, 지각된 시간압박이 감소할수록 셀프서비스기술 태도는 긍정적일 것이다. 또한, 셀프서비스기술 태도 역시 긍정적일수록 셀프서비스기술 사용의도를 증가시킬 것이다(Chris Lin and Hsieh, 2011a; Collier et al, 2015).

4. 분석 결과

4.1 표본의 특성 분석

본 연구에서는 빈도분석을 통해 표본의 인구통계적 특성을 분석하였다. 그 결과는 Table 2과 같다.

분석에 사용된 402개의 데이터 분포를 살펴보면 남성이 54.2%, 여성이 45.8%로 나타났다. 응답자 가운데 학생이 93.3%로 가장 많은 분포되어 있음을 알 수 있으며 학력의 경우 대학교 재학 및 졸업이 91.9%인 것으로 확인하였다.

4.2 측정항목의 검증

본 연구에서는 측정모형과 구조모형을 검증하는 Anderson and Gerbing(1988)의 2단계 분석 절차를 채택하였다. 측정항목 검증 단계에서는 신뢰성 분석과 타당성 분석을 진행하였다.

신뢰성 분석은 크론바 알파값이 0.6이상이면 신뢰성이 높다고 판단한다. Table 3에서 보는 바와 같이 본 연구의 측정항목은 모두 기준치 0.6을 상회하는 것으로 나타났다.

타당성 분석은 집중타당성과 판별타당성으로 나누어 분석한다. 집중타당성은 요인적재량 0.6이상, 합성신뢰도 0.7이상, 평균분산추출 0.5이상이어야 한다. 본 연구의 경우 불안감6과 지각된 용이성2이 요인적재량 기준치를 상회하지 못해 추후 분석에서 삭제하였다. 판별타당성의 경우 평균분산추출의 제곱근 값이 다른 변수의 상관관계

Table 2. Demographic profile

	Category	Frequency (Percentage)
Sex	Male	218(54.2%)
	Female	184(45.8%)
Education	Under Highschool	17(4.2%)
	Under Community College	9(2.2%)
	B.S.	368(91.5%)
	M.S. or Ph.D	8(2.0%)
Occupation	Employee	6(1.5%)
	Owner	1(0.2%)
	Expert	11(2.7%)
	Officer	3(0.7%)
	Student	375(93.3%)
	Other	6(1.5%)

보다 값이 커야 하며 그 값이 0.7이상이어야 한다. 분석 결과를 살펴보면 판별타당성이 확보되었음을 알 수 있다. 분석 결과는 Table 4, Table 5와 같다.

4.3 구조모형의 검증

본 연구에서 부트스트래핑 리샘플링 기법으로 500번 리샘플링을 실시하였다. 분석 결과를 살펴보면, 총 16개 가설 중 9개의 가설이 채택되었다. Table 5에서 보는 바와 같이, H1~H8의 경우 기술준비도의 낙관성은 지각된 용이성과 지각된 유용성에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 또한, 기술준비도의 혁신성과 불안감은 지각된 용이성에 각각 정(+), 부(-)의 영향을 미치는 것을 알 수 있다. 불편감은 지각된 용이성과 지각된 유용성 모두에 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다.

H9~H12는 상황적 영향과 지각된 유용성, 지각된 시간압박 간의 관계에 대한 가설이다. 상황적 영향 중 위치 편의성은 지각된 유용성에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타난 반면 종업원의 존재는 지각된 시간압박과 유의한 관계임을 확인하였다. 단, 연구가설과는 달리 정(+)의 관계로 나타났다.

H13~H16은 기술수용모델과 지각된 시간압박과 관련된 가설이다. 지각된 용이성과 지각된 유용성은 셀프서비스기술에 대한 태도에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 또한, 셀프서비스기술에 대한 태도는 셀프서비스기술 사용의도에 유의한 영향을 주는 것으로 분석되었다.

Table 3. Result of reliability and validity

Variable	Cronbach Alpha	CR	AVE	Item	Average	S.D.	Factor Loading	t-value
Optimism	0.8223	0.8755	0.5849	OPT1	5.85	1.055	0.7764	25.0924
				OTP2	5.12	1.216	0.7377	23.8504
				OTP3	4.97	1.272	0.7584	33.7628
				OTP4	5.55	1.072	0.8153	32.9164
				OTP5	5.44	1.155	0.7332	24.7149
Innovativeness	0.9079	0.9305	0.7284	INN1	3.58	1.394	0.7854	32.9542
				INN2	4.64	1.349	0.8420	58.4824
				INN3	3.79	1.466	0.8719	55.2150
				INN4	4.21	1.371	0.8776	61.0262
				INN5	4.33	1.401	0.8865	77.4523
Discomfort	0.8010	0.8617	0.5556	DIS1	3.73	1.209	0.7956	20.8178
				DIS2	3.48	1.360	0.7964	27.3725
				DIS3	3.88	1.396	0.7601	19.1340
				DIS4	3.88	1.322	0.7242	16.6374
				DIS5	4.28	1.529	0.3860	12.0511
Insecurity	0.8284	0.8669	0.5317	INS1	3.97	1.562	0.7059	14.5434
				INS2	2.96	1.428	0.7828	20.2094
				INS3	4.09	1.613	0.8158	20.6436
				INS4	3.85	1.507	0.8403	25.3200
				INS5	4.47	1.557	0.7472	15.1527
				INS6	4.91	1.701	0.3860	3.9872
Location Convenience	0.8743	0.9138	0.7264	LC1	4.73	1.180	0.8191	28.4254
				LC2	5.12	1.076	0.8626	48.1486
				LC3	5.00	1.156	0.8775	57.8723
				LC4	5.01	1.173	0.8488	42.5978
Employee Presence	0.9255	0.9469	0.8169	POE1	3.73	1.524	0.8749	7.3469
				POE2	3.88	1.647	0.9207	7.9431
				POE3	4.06	1.519	0.9118	8.0456
				POE4	3.95	1.557	0.9072	7.8266
Perceived Ease of Use	0.8159	0.8785	0.6496	EOU1	4.87	1.139	0.8859	57.4127
				EOU2	3.24	1.317	0.5873	8.2862
				EOU3	4.75	1.126	0.9111	103.1731
				EOU4	4.70	1.149	0.7991	32.8034
Perceived Usefulness	0.9165	0.9410	0.7996	USE1	5.00	1.120	0.9041	82.1271
				USE2	4.90	1.077	0.8975	71.5086
				USE3	5.12	1.111	0.8962	64.1432
				USE4	5.08	1.087	0.8789	57.5816
Perceived Time Pressure	0.8580	0.8946	0.6802	PTP1	3.44	1.250	0.7656	3.6842
				PTP2	4.11	1.542	0.8626	6.6412
				PTP3	4.28	1.484	0.8488	5.7078
				PTP4	4.22	1.463	0.8186	5.4451
Attitude	0.8826	0.9191	0.7401	ATT1	4.97	1.092	0.8697	59.0808
				ATT2	4.89	1.129	0.8978	73.0515
				ATT3	4.45	1.162	0.8111	35.2431
				ATT4	4.93	1.081	0.8602	46.9945
Behavioral Intention	0.9120	0.9446	0.8504	BI1	5.12	1.151	0.9164	94.0529
				BI2	4.80	1.146	0.9067	68.8433
				BI3	4.92	1.179	0.9430	141.80699

5. 결론 및 한계점

5.1 결론 및 시사점

본 연구는 인적 자원을 통한 전통적인 서비스 제공 방식의 대안으로 많이 도입되고 있는 셀프서비스기술에 대한 연구이다. 셀프서비스기술 사용에 영향을 미치는 요인으로 기술준비도와 상황적 영향을 제시하였으며 선행연구를 바탕으로 기술수용모델을 사용해 연구모형을 설정하였다. 가설 검증 결과는 다음과 같다.

첫 번째, 기술에 대해 호의적인 감정을 유발하는 낙관성과 혁신성의 경우 지각된 용이성과 지각된 유용성에 미치는 영향이 각기 다른 것으로 확인되었다. 낙관성은 두 변수에 모두 유의한 영향을 보이는 것으로 나타났는데 이는 기술이 일상생활과 업무에 편의를 제공한다고 생각하는 사람일수록 셀프서비스기술은 다루기 쉽고 효율적이라 인식하는 것으로 나타났다. 이에 반해 혁신성의 경우 주로 얼리어답터적인 성향을 가진 사람들로 설명할 수 있는데 이들은 신기술 다루는 것 자체를 중요하게 여긴다는 것을 확인하였다.

두 번째, 기술에 대한 부정적인 감정과 관련된 요인들 역시 각기 다른 영향을 미치는 것으로 나타났다. 불안감의 경우 지각된 용이성만이 부(-)의 영향을 미치는 것으로 확인하였다. 이는 기술을 불신하는 사람일수록 셀프서비스기술 사용이 어렵고 복잡하다고 인식한다는 것을 알 수 있다. 이에 반해 불편감은 두 변수에 유의하지 않게 나타났다. 본 연구의 표본인 20대는 스마트폰, 태블릿 PC 등의 다양한 디지털 기기를 다룸으로써 기술 이용 자체가 이미 보편적이고 새롭다고 인식하지 않기 때문이라 해석할 수 있다. 또한, 기술에 대해 호의적인 감정과 관련

Table 5. Hypothesis testing results

Hypothesis	Path Coefficient	S.E.	t-value	Result
H1	0.202	0.043	4.614	채택
H2	0.188	0.056	3.320	채택
H3	0.379	0.042	8.827	채택
H4	0.074	0.048	1.553	기각
H5	-0.094	0.055	1.694	기각
H6	-0.082	0.048	0.689	기각
H7	-0.109	0.047	2.307	채택
H8	-0.060	0.047	1.689	기각
H9	0.446	0.052	8.558	채택
H10	-0.030	0.107	0.286	기각
H11	0.012	0.050	0.296	기각
H12	0.203	0.063	3.205	채택
H13	0.130	0.064	2.025	채택
H14	0.547	0.050	8.635	채택
H15	-0.032	0.063	0.647	기각
H16	0.752	0.026	28.122	채택

된 요인들은 비호의적인 감정과 관련된 요인들보다 더 큰 영향을 미치는 것으로 나타났는데 이는 셀프서비스기술 사용에 따른 불편함과 불안감의 인식이 많이 약화되고 있음을 시사하고 있다(Ok, 2011).

세 번째, 상황적 영향으로는 물리적 환경과 관련된 ‘위치 편의성’과 사회적 환경과 관련된 ‘종업원의 존재’를 제시하였다. 이들 요인 역시 지각된 유용성과 지각된 시간압박에 미치는 영향이 각기 다른 것으로 나타났다. 위치 편의성은 지각된 유용성에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 셀프서비스기술이 고객 입장에서 편리한 곳에 위치해 있으면 고객의 인지적 자원은 적게 소모되고 고객들의 셀프서비스기술 거래를 통한 유용성은

Table 4. Squared inter-correlation among the study constructs

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1	0.76										
2	0.35	0.85									
3	-0.14	-0.22	0.74								
4	-0.23	-0.26	0.49	0.78							
5	0.40	0.33	-0.07	-0.10	0.85						
6	0.13	0.03	0.13	0.23	-0.02	0.90					
7	0.37	0.50	-0.26	-0.31	0.43	-0.05	0.87				
8	0.42	0.32	-0.18	-0.21	0.56	0.00	0.66	0.89			
9	-0.08	-0.16	0.27	0.32	-0.03	0.20	-0.15	-0.09	0.82		
10	0.43	0.31	-0.18	-0.20	0.49	-0.01	0.49	0.63	-0.10	0.86	
11	0.40	0.33	-0.17	-0.18	0.56	-0.05	0.54	0.66	-0.08	0.75	0.92

참고 : Optimism = 1, Innovativeness = 2, Discomfort = 3, Insecurity = 4, Location Convenience = 5, Employee Presence = 6, Perceived Ease of Use = 7, Perceived Usefulness = 8, Perceived Time Pressure = 9, Attitude = 10, Behavioral Intention = 11

증가한다는 것을 의미한다. 또한 서비스 매니저에게는 고객 입장에서 셀프서비스기술을 배치해야 한다는 점을 시사점으로 제시하고 있다.

종업원의 배치의 경우 연구가설과는 달리 지각된 시간 압박에 부(-)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 본 연구의 표본인 20대의 경우 종업원을 잠재적인 어려움이 발생했을 때 도와주는 역할보다는 절도 행위 제지 및 감시 역할을 수행하기 위해 존재하는 것으로 인식한다. 또한, 셀프서비스기술에 친숙하지 않은 고객들은 종업원의 판단에 의해 거래가 수행되는 것이 불편한 경험이라 인식한다고 해석할 수 있다. 본 연구 결과를 통해, 셀프서비스기술을 도입할 때 종업원을 통한 방법보다는 셀프서비스기술 관련 전단지 및 설명서 비치 등의 방법을 통해 셀프서비스기술에 대한 지식을 고객들에게 사전에 제공하는 전략이 효과적이라는 것을 시사하고 있다.

네 번째, 셀프서비스기술에 대한 태도의 선행요인들 중 지각된 시간압박만이 유의하지 않다고 나타나 Collier et al(2015)의 연구 결과와는 상이함을 확인하였다. 이는 Collier et al(2015)과는 달리 본 연구는 전반적인 셀프서비스기술을 대상으로 하였으며 현재 우리나라에 주로 보급된 셀프서비스기술은 기차역, 영화관 등 한 번의 거래로 일괄 서비스처리가 가능한 셀프서비스기술이 대부분이기 때문에 시간압박을 느끼지 않는다는 것을 의미한다.

마지막으로 셀프서비스기술 사용의도는 셀프서비스기술에 대한 태도에 영향을 받는 것으로 나타났다. 이는 셀프서비스기술에 대해 호의적인 태도를 가질수록 향후에 다시 이용할 가능성이 높다는 것을 의미한다.

5.2 한계점

본 연구는 다음과 같은 한계점을 가지고 있다.

첫째, 연구의 표본이 제한된 연령층을 대상으로 했으며 대다수가 학생이라는 점에서 연구결과를 일반화하는데 무리가 있다. 추후 연구에서는 다양한 연령층과 직업을 대상으로 진행할 필요가 있다. 둘째, 각 셀프서비스기술의 도입단계는 상이하며 이미 성숙단계에 도달한 셀프서비스의 경우 대중화되었다는 인식 때문에 종업원과는 상관없이 고객의 태도가 형성될 수 있다. 추후 연구에서는 특정 셀프서비스기술의 도입단계를 고려한 심도 있는 연구가 진행될 필요가 있다. 셋째, 본 연구는 기업이 통제 가능한 상황적 영향만을 고려하였다. 하지만 선행연구에 따르면 지각된 대기시간, 동료의 영향 등 고객 관련 상황적 영향 역시 셀프서비스기술 사용 관련 의사결정에 영향을 미친다고 하였다. 이에 다양한 상황적 영향을 고려

한 연구가 진행될 필요가 있다.

References

1. Bateson, J.E.G., "Self-service consumer: an exploratory study", *Journal of Retailing*, Vol. 61, No. 3, 1985, 49-76.
2. Belk, R.W., "Situational variables and consumer behavior", *Journal of Consumer Research*, Vol. 2, No. 3, 1975, 157-164.
3. Chris-Lin, J.-S. and Hsieh, P.-L., "The role of technology readiness in self-service technology acceptance", *Managing Service Quality: An International Journal*, Vol. 21, No. 4, 2011a, 424-444.
4. Chris Lin, J.-S. and Hsieh, P.-L., "Assessing the self-service technology encounters: development and validation of SSTQUAL scale", *Journal of Retailing*, Vol. 87, No. 2, 2011b, 194-206.
5. Collier, J.E., Moore, R.S., Horkey, A. and Moore, M., "Why the little things matter: exploring situational influences on customers' self-service decisions", *Journal of Business Research*, Vol. 68, 2015, 703-710.
6. Gelderman, C.J., Ghijen, P.W.T. and van Diemen, R., "Choosing self-service technologies or interpersonal service - the impact of situational factors and technology-related attitudes", *Journal of Retailing and Consumer Service*, Vol. 18, 2011, 414-421.
7. Han, S.L. and Park, S.M., "Effects of technology readiness on the attitude and usage intention of self service technology", *Entrue Journal of Information Technology*, Vol. 8, No. 3, 2009, 51-63.
(한상린, 박수민, "기술준비도가 Self-Service Technology의 사용의도에 미치는 영향", *Entrue Journal of Information Technology*, 제8권, 제3호, 2009, 51-63)
8. Languard, E., Bateson, J., Lovelock, C.H. and Eiglier, P., "Service marketing: new insights from consumers and managers", Cambridge, MA: *Marketing Science Institute*, 1981, 81-104.
9. Leung, L.S.K. and Matanda, M.J., "The impact of basic human needs on the use of retailing

- self-service technologies: a study of self-determination theory”, *Journal of Retailing and Consumer Services*, Vol. 20, 2013, 549-559.
10. Liu, S., “The impact of forced use on customer adoption of self-service technologies”, *Computers in Human Behavior*, Vol. 28, 2012, 1194-1201.
 11. Meuter, M.L., Ostrom, A.L., Bitner, M.J. and Roundtree, R., “The influence of technology anxiety on consumer use and experiences with self-service technologies”, *Journal of Business Research*, Vol. 56, No. 11, 2003, 899-906.
 12. Meuter, M.L., Ostrom, A.L., Roundtree, R. and Bitner, M.J., “Self-service technologies: understanding customer satisfaction with technology-based service encounters”, *Journal of Marketing*, Vol. 64, 2000, 50-64.
 13. Ok L., “The effects of technology readiness on the usage intention of social shopping”, Thesis(M.A.), *Hanyang University*, 2011.
(옥라미, “기술준비도가 소비자의 소셜쇼핑(Social Shopping) 이용의도에 미치는 영향”, 한양대학교 석사 학위논문, 2011)
 14. Parasuraman, A., “Technology readiness index (TRI): a multiple-item scale to measure readiness to embrace new technologies”, *Journal of Service Research*, Vol. 2, No. 4, 2000, 307-320.
 15. Simon, F. and Usunier, J.-C., “Cognitive, demographic, and situational determinants of service customer preference for personnel-in-contact over self-service technology”, *International Journal of Research in Marketing*, Vol. 24, 2007, 163-173.
 16. Yang, J. and Klassen, K., “How financial markets reflect the benefits of self-service technologies”, *Journal of Enterprise Information Management*, Vol. 21, No. 5, 2008, 448-467.
 17. Wang, C., Harris, J. & Patterson, P., “Customer choice of self-service technology: the role of situational influences and past experience”, *Journal of Service Management*, Vol. 23, No. 1, 2012, 54-78.



문 천 수 (zerosystem1@naver.com)

2014 영남대학교 경영학과 학사
2016 영남대학교 경영학과 석사
2016~현재 코뮤니타스 연구원

관심분야 : 서비스 경영, 개방형 혁신, 셀프서비스 기술



신 용 호 (yhshin@ynu.ac.kr)

1993 서울대학교 산업공학과 학사
1995 KAIST 산업공학과 석사
2003 KAIST 산업공학과 박사
2001~2003 한국IBM 선임컨설턴트
2004~2006 삼성전기(주)
2007~2009 한국전자통신연구원
2009~현재 영남대학교 경영대학 경영학과 부교수

관심분야 : 물류 및 공급사슬 시뮬레이션, IT기반 서비스, 셀프서비스