

# 지각된 위험 및 리뷰 진단성이 배달앱 수용에 미치는 영향

## The Effects of Perceived Risk and Review Diagnosticity on the Acceptance of Food Delivery Application

노민정

부경대학교 경영대학 경영학부

Minjung Roh(mroh@pknu.ac.kr)

### 요약

본 연구는 배달앱의 수용을 촉진하거나 억제하는 요인의 탐색에 초점을 맞추고 있다. 가능한 선행 요인으로 리뷰의 진단성 및 기술적 규범, 위험의 다차원적 지각 정도를 살펴보고 있는 본 연구는 실제 배달앱 비즈니스가 활성화되어 있는 주요 광역도시 거주 사용자들을 대상으로 데이터를 수집하였다. 수집된 자료에 대해 시행한 구조방정식 모형 분석의 결과는 배달앱에 게재되어 있는 리뷰의 진단성 및 기술적 규범의 수준에 대한 인식이 향상될수록, 그리고 배달앱 사용에 수반되리라 예상되는 다차원적 위험 지각이 완화될수록 보다 우호적인 방향으로 태도가 형성되게 됨을 확인시켜 주었다. 아울러 이러한 태도가 실제 배달앱 수용의 의사에 미치는 정(+)의 영향력은 지각된 위험의 수준이 악화될수록 보다 완화되게 됨을 확인시켜 주었다. 이러한 일련의 실증 결과는 최근 다양한 분야에서 부상하고 있는 O2O 서비스 플랫폼의 수용 및 확산을 촉진할 수 있는 전략적·제도적 지침의 마련에 기여하여 줄 수 있을 것이다. 즉, 최근 부상 중인 여러 신생 O2O 서비스 업체들의 시장 안착에 요구되는 전략적 고려 사항에 대한 인식 환기와 더불어 보다 신속한 사용자 저변의 확대에 이바지할 수 있는 동인들을 발견해 내는데 기여할 수 있을 것이다.

■ 중심어 : | 지각된 위험 | 리뷰 진단성 | 기술적 규범 | 배달앱 | 혁신 수용 |

### Abstract

This study investigates the factors that stimulate or suppress the use of food delivery applications. As potential antecedent factors, the present research examined the review diagnosticity, descriptive norms, and multidimensional risk perception. Based on this, users' data were collected from major metropolitan cities where the food delivery application business is most active. The results of structural equation modeling confirmed that users' approach to food delivery apps becomes more favorable when the review diagnosticity and descriptive norms were improved and when the perceived multidimensional risk expected to be associated with app use is mitigated. Additionally, we found that the positive influence of these attitudes on the actual intention to accept delivery applications became weaker at higher levels of perceived risk. These empirical results may contribute to the formation of strategic and systematic guidelines for promoting the expansion of the recently emerging O2O service platform across diverse sectors. Namely, the significance of this study lies in that it has raised awareness regarding the strategic considerations that such new O2O service providers should take into account for their market positions, in addition to discovering factors that could aid the prompt expansion of the applications' user base.

■ keyword : | Perceived Risk | Review Diagnosticity | Descriptive Norms | Food Delivery Applications | Innovation Acceptance |

\* 이 논문은 부경대학교 자율창의학술연구비(2019년)에 의하여 연구되었음 (C-D-2019-0646).

접수일자 : 2019년 07월 11일

심사완료일 : 2019년 08월 19일

수정일자 : 2019년 08월 19일

교신저자 : 노민정, e-mail : mroh@pknu.ac.kr

## I. 서론

온라인과 오프라인을 매개하는 전자상거래 서비스 업태인 O2O(online-to-offline) 서비스의 약진이 최근 두드러지고 있다. 음식 배달, 숙박, 택시, 부동산, 세탁 등 지역 근린 상권 중심의 서비스 업종들에 이러한 O2O 형태의 비즈니스 모델 도입이 활발하다. 배달앱, 택시앱, 숙박앱, 부동산앱 등의 경우 지역 단위의 서비스 제공자들에 고객 모집의 통로를 제공함으로써 거래의 촉진 및 성사를 도모하고 있다. O2O 업체들의 이러한 중개자로서의 역할은 스마트폰 등에 탑재된 모바일 애플리케이션에 기반하고 있다. 모바일 앱 기반의 사용자 친화적 인터페이스에 각종 리뷰 및 검색 정보, 고객 주문 내역, 가용 결제 수단들을 제공함으로써 기존에 유선 전화 방식의 중개 서비스에 익숙해져 있던 다수의 사용자들을 비교적 단기간에 흡수할 수 있었다.

이러한 O2O 서비스의 부상을 촉진시키는 동인으로는 대략 두 가지를 꼽을 수 있다. 첫째, 정보통신 기술의 발달 및 보급이다. 택시 및 숙박시설 등에 유희 자원이 발생할 시 이에 대한 정보를 실시간으로 알려 줄 모바일 통신 장비들이 대거 보급됨으로써 가용 자원에 대한 정보들이 일반 소비자들에 의해서도 비교적 쉽게 열람될 수 있게 되었다. 이는 초과 수요나 과소 수요의 발생 시 초래되는 자원 활용률의 저하를 O2O 서비스 플랫폼이 최대한 예방해내는 한 방향으로 활용될 수 있음을 의미한다. 둘째, 1인 가구의 증대이다. 현재 30%에 육박하는 국내 1인 가구의 증대는 비단 우리나라에만 국한되지 않는 전 세계적 현상으로 이들 1인 가구의 특징 중 하나는 바로 대도시에 집중적으로 분포되어 있다는 점이다. 대도시를 생계 및 주거의 근거지로 삼고 있는 만큼 이들 1인 가구는 생활비 부담을 나눠 질 다른 가구 구성원이 없어 보다 엄격하게 가계 지출 관리를 할 수 밖에 없는 실정이다. O2O 서비스 플랫폼을 기반으로 최근 부상 중인 공유 경제 모델은 바로 이러한 각박한 현실을 극복해내기 위한 대응 방안 중 하나라 볼 수 있다.

본 연구에서는 이러한 맥락에서 O2O 서비스의 수용을 촉진하거나 억제하는 요인들에 대해 살펴보고자 하였다. 대표적 O2O 서비스 플랫폼이라 할 수 있는 배달

앱을 중심으로 어떤 요인들이 사용자의 배달앱 수용에 관한 태도 형성에 긍정적이거나 혹은 부정적 영향을 미치는지 살펴보고자 하였다. 특히 배달앱 수용에 관한 가능한 촉진 요인으로 배달앱에 게재되어 있는 리뷰 정보와 주변인들의 배달앱 사용 수준에 관한 인식에 주목해 보았으며, 가능한 억제 요인으로는 배달앱 사용에 수반되리라 여겨지는 위험 지각 차원들에 주목해 보았다. 또한 위험 지각의 측정에 있어 성능적, 재무적, 사회적, 심리적, 시간적의 다차원적 접근을 시도함으로써 구체적으로 어떠한 위험 지각 차원이 배달앱 사용의 억제에 기여하는지 살펴보고자 하였다. 이러한 시도는 향후 배달앱을 비롯한 각종 O2O 서비스의 확산에 기여할 제도 및 전략의 마련에 기틀을 다져줄 실증 결과의 확보에 도움이 되어줄 것이다.

## II. 이론적 배경 및 연구 가설

### 1. 지각된 위험의 다섯 가지 차원

지각된 위험(perceived risk)이란 제품 또는 서비스 사용에 따른 가능한 부정적 결과와 관련해 체감하게 되는 불확실성을 가리킨다[1]. 구매에 뒤따르는 손실에 대한 주관적 기대를 가리킨다고 볼 수 있다[2]. 지각된 위험은 부정적이거나 위협스런 사건 발생에 대한 소비자의 전반적인 인식이나 지각을 리커트 척도 상에서 측정하거나 또는 사건 발생 가능성(우도) 및 손해의 심각성 정도를 곱하여서 측정하게 된다[1]. 기존의 연구들은 지각된 위험이 어떤 조건 하에서 보다 고양되며[3], 개인의 행동의사 및 태도 등을 어떻게 감퇴시키며[4], 구체적으로 어떤 다차원적 요소로 이뤄져 있으며[1], 이에 대한 개인의 방어 기제는 실제로 어떻게 작동하게 되는지[5] 등에 관심을 집중시켜 왔다.

인터넷 상거래 및 혁신 제품의 수용 맥락에서 지각된 위험은 지금껏 다차원적 요소로 이뤄진 복합적 구성 개념으로 받아들여져 왔다[1][3][4]. 온라인 상에서의 상거래 행위에 있어 예상 가능한 위험으로는 성능 위험, 재무 위험, 사회적 위험, 심리적 위험, 시간 위험 등이 꼽혀 왔다. 전통적 상거래 맥락에서는 이에 더해 신체적 위험(physical risk)이 거론되기도 했었지만, 온라

인 상에서의 상거래는 통상 대면 접촉이 생략되는 만큼 신체적 위험은 종종 생략되어 왔다[1][3][4]. 여기서 성능 위험(performance risk)이란 본래 디자인대로 성능하지 않거나 성능이 불량함으로 인하여 바라던 편익을 얻지 못할 때 감수하게 되는 위험을 가리키는 반면, 재무 위험(financial risk)은 최초 구매 및 구매 후 유지/보수에 들어가는 금적 비용 손실 위험을 가리킨다. 또한 사회적 위험(social risk)은 특정 제품이나 서비스를 선택함으로써 다소 바보스럽게 보이거나 혹은 유행에 뒤쳐져 보이는 등 자신의 소속 그룹 내에서 위상이 추락하게 될 위험을 가리키는 반면, 심리적 위험(psychological risk)은 특정 제품이나 서비스의 선택으로 인해 자존감이나 자아 이미지가 실추됨으로써 자신의 심적 편안함이 교란될 위험을 가리킨다. 아울러 시간 위험(time risk)은 구매를 위한 정보 탐색 및 수집에 드는 시간 손실, 구매 후 해당 제품 및 서비스를 온전히 사용하느라 활용법을 익히는데 드는 시간 손실 위험을 가리킨다[1][3].

본 연구는 배달앱 사용에 따른 다차원적 위험 요소에 대한 사용자의 지각에 초점을 맞추고 있다. 따라서, 이들 다섯 가지 차원의 위험 요소가 사용자의 전반적인 위험 지각의 한 차원을 이루고 있으며, 이러한 전반적 위험 지각의 수준이 개인의 배달앱 사용에 대한 태도에 영향을 미치리라 가정해 보았다. 즉, 배달앱 사용과 관련한 지각된 위험이 가중될수록 배달앱에 대한 소비자의 태도는 보다 부정적으로 형성될 것이라 예측해 보았다. 기존의 연구들은 전자결제 서비스 수용[3] 및 불법 복제 소프트웨어 사용 맥락[4] 등에서 이러한 지각된 위험의 소비자 평가 차원의 지각에의 부정적 영향을 확인한 바 있다. 따라서,

H1. 지각된 위험은 태도에 부(-)의 영향을 미칠 것이다.

## 2. 리뷰 진단성의 태도에의 영향

인터넷에 범람하는 제품 관련 리뷰 또는 소비자 구전은 구매의사결정에 수반되는 불확실성 해소의 주요 정보 원천으로 활용되고 있다. 온라인 구전 활동의 활성화는 소비자들에게 전에 없이 방대한 가용 정보 자원으로의 활로를 모색할 기회를 열어주었지만, 동시에 수

많은 익명의 정보 원천으로부터 쏟아져 들어오는 정보들 간 옥석을 가려내는 부담을 가중시키기도 하였다. 정보의 양이 아닌 정보의 질(information quality)에 대한 관심이 보다 고조된 것도 바로 이러한 문제 의식에서 비롯된 것이라 볼 수 있으며, 정보 진단성(information diagnosticity)의 개념 또한 이러한 문제 제기에 대한 대응 모색의 과정 중에 대두된 것이라 할 수 있다[6][7].

정보 진단성(information diagnosticity)의 개념은 기본적으로 의사결정 과정에의 기여 정도 또는 도움 정도(helpfulness)를 가리킨다[7]. 개인이 모종의 판단 과업에 대한 해결책을 찾아내기까지 특정 정보가 얼마나 이러한 해결책 모색에 도움을 주었는가를 가리킨다[7]. 정보 진단성의 증진은 해당 정보의 의사결정에의 투입 가능성을 높이는 동시에 정보에 대한 의존성을 보다 배가시키게 된다[8][9]. 또한, 구매와 관련 의사결정에 있어서는 소비자의 구매 전 제품 평가를 보다 촉진시키게 된다[7].

정보 진단성에 대한 접근은 크게 두 가지 개념적 차원에서 이뤄진 바 있다. 당면한 의사결정에 얼마나 관련된 내용을 담고 있는지와 관련된 정보 유용성의 개념과 얼마나 믿을만하다고 여겨지는지와 관련된 정보 신뢰성의 개념이 그것이다[7][10]. 의사결정의 질을 향상시키는데 보다 크게 기여할수록, 보다 시기적절한 내용을 담고 있을수록, 또한 의사결정에의 수고와 노력을 줄여줄수록 해당 정보 및 정보 원천은 보다 유용하다고 지각되게 된다[7][10]. 또한, 정보 원천에 대한 신뢰성 지각은 해당 정보가 보다 진실되고, 믿을만하다고 여겨질수록, 그리고 여느 다른 왜곡이나 편향의 의도 개입이나 여지가 낮다고 여겨질수록 보다 향상되게 된다. 기존의 연구는 이러한 정보의 유용성 및 신뢰성 지각이 정보 진단성의 하위 개념으로서 해당 정보의 원천에 대한 호의적 태도 형성에 보다 긍정적으로 기여할 수 있음을 보여준 바 있다[8]. 즉, 배달앱에서 제공되는 리뷰 정보가 보다 유용하고, 믿을만하다고 지각될수록 해당 리뷰 정보는 자신의 의사결정의 질을 향상시키는데 기여할 수 있는 보다 진단적인 정보라 여겨질 것이며 이러한 지각은 그러한 정보의 원천이자 플랫폼인 배달앱에 대한 호의적 태도 형성에 긍정적으로 기여하게 될

것이다. 따라서,

H2. 리뷰 진단성은 태도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

### 3. 기술적 규범의 태도 및 사용의도에의 영향

개인의 행위는 사회적 영향력의 산물이기도 하다. 개인의 주체적 선택은 종종 그(녀)를 둘러싼 가족 및 친구, 이웃, 동료들의 평가에 대한 '나'의 인식에 따라 그 방향이 달라지기도 한다. 예컨대, 음주 행위에 대한 주변인들의 인식이 대체적으로 '낭만' 또는 '즐거움'으로 수렴되고 있다면 이러한 인식에 둘러싸인 개인은 보다 기꺼이, 보다 많은 양의 술을 소비하려 들 것이다. 반면 음주에 대한 주변인들의 인식이 대체적으로 '일탈'이라는 부정적 방향으로 수렴되고 있는 상황에 둘러싸인 개인이라면 그(녀)의 음주와 관련한 선택 행위는 상당히 보수적 양상을 띠게 될 것이다.

이처럼 개인의 특정 행위나 선택이 주변인들에 의한 사회적 영향의 함수로 표현 가능하다는 주장은 동료 선택(peer selection) 및 동료 압력(peer pressure)의 두 관점에서 접근해 볼 수 있다[11]. 우선 동료 선택은 특정 행위를 하거나 하지 않거나 선택의 방향이 긍정적이거나 부정적이거나 하는 등의 패턴이 유사한 사람들끼리 가까운 동료 집단을 형성하게 되는 것은 바로 그러한 유사성 또는 동질성이 유대 관계 형성의 기반이 되기 때문이라고 설명하고 있다. 즉, 특정 행동 패턴이나 혹은 취향을 공유하고 있다는 사실이 자신과 가깝게 지낼 동료를 선택해 나가는 과정의 주요 선별 기준으로 작용하게 된다는 것이다.

반면, 동료 압력은 또래 집단의 어떤 행위에 대한 지지 또는 반대 의사가 그 집단에 소속되어 있는 개인의 선택 행위를 결정짓는 기준으로 작용하게 된다고 제안하고 있다. 즉, 특정 행위를 취하거나 취하지 않거나 또는 어떤 혁신을 수용하거나 수용하지 않거나 하는 등의 개인의 선택은 그 개인이 소속되어 있는 집단의 규범에 의해 좌우된다는 것이다. 특히, 이러한 집단의 사회적 규범은 명령적 규범(injunctive norm)과 기술적 규범(descriptive norm)으로 구분해 볼 수 있는데, 명령적 규범이 특정 행위를 하거나 혹은 하지 않음으로써 입게 될 수 있는 처벌을 피하고자 개인이 해당 규범에 순응

하게 만든다면, 기술적 규범은 실제로 다수의 사람들이 어떻게 행동하고 어떤 선택을 하는가를 관찰하고 이를 자신의 행동 기준으로 삼게끔 만드는 것을 가리킨다.

기존의 연구들은 특히 기술적 규범과 같은 동료의 압력이 특정 행위 패턴에 어떤 영향을 미치는지 살펴보고자 하였었다. 청소년의 흡연 행위에서부터[11], 대학 운동 선수들의 음주 행위[12], 그리고 정보 보안 정책 준수 행위에[13] 이르기까지 실제로 동료 집단의 다른 구성원들이 주로 어떻게 행동하고 있는지를 관찰한 바를 바탕으로 개인이 자신의 행동 방향을 결정짓게 된다는 주장이 있어왔다. 특히, 배달앱 등의 혁신 제품 및 서비스의 수용에 있어서는 도덕적, 윤리적 차원에서의 규범 준수에 대한 압력이나 이에 대한 불순응에 대한 처벌이 성립되지 않기 때문에 기술적 규범이 보다 실질적인 영향력을 발휘하게 될 것이라 예측해 볼 수 있다. 즉, 혁신의 수용 여부는 음주나 흡연 행위에서와 같이 사회적, 도덕적으로 옳고 그르다는 판단 가지 기준(injunctive norm)이 적용될 수 없기 때문에 실제로 다수가 무엇을 하고 있는지에 대한 인식이 개인의 선택에 중요한 영향을 미치게 될 것이다. 즉, 주변인 중에 배달앱을 사용하는 사람의 수가 많을수록, 그래서 배달앱을 사용하는 사람이 보다 더 많이 눈에 필수록 그 개인은 배달앱에 대한 태도를 보다 호의적으로 형성하며, 나아가 수용의사를 보다 고양시키게 될 것이다.

H3. 기술적 규범은 배달앱에 대한 태도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H4. 기술적 규범은 배달앱의 사용의사에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

### 4. 태도의 사용의도에의 영향

태도란 어떤 대상에 대해 일관되게 호의적이거나 비호의적이거나, 긍정적이거나 부정적으로 반응하려는 학습된 선호 경향(learned predisposition)을 가리킨다[14]. 태도에는 특정 대상에 대한 여러 차원의 신념 평가가 집약되어 있다. 일련의 정보 처리에 따른 최종 평가 결과가 특정 행동으로 구체화된다고 할 때, 태도는 이러한 최종 평가 결과가 심리적 차원에서 발현(發現)된 것이라 볼 수 있다.

혁신 수용과 관련한 의사 결정 과정은 이같은 일련의 특정 혁신에 대한 태도 형성 및 이러한 태도의 수용 행동으로의 구체화에 이르는 과정을 포괄하는 것이라 할 수 있다. 특정 혁신에 대한 우호적인 또는 비우호적인 태도의 형성은 해당 혁신의 수용 가부(可否)를 결정짓게 되는 만큼 태도는 실제 혁신 수용 여부에 대한 가장 좋은 예측치로 활용될 수 있다. 배달앱의 사용에 대한 긍정적이며 우호적인 태도의 형성은 따라서 실제 수용 가능성을 높일수 있게 될 수 있는 것이다. 요컨대, 보다 호의적 태도를 형성하고 있을수록 실제 배달앱에 대한 사용 의사도 보다 증진될 것이라 예측해 볼 수 있다.

H5. 배달앱에 대한 태도는 사용의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

### 5. 지각된 위험의 조절 효과

호의적 태도의 형성이 행동 의사를 증진시킨다는 주장은 충분한 수준의 동기와 기회가 구비되어 있음을 전제로 한 것이다. 즉, 사용자의 향후 행동의 방향 및 강도에 대한 가장 좋은 예측치로서 태도가 종종 활용되긴 하지만, 이는 태도의 행동으로의 발현을 뒷받침할 만큼의 충분한 수준의 동기와 기회가 구비되어 있음을 전제로 하고 있다고 볼 수 있다. 만일, 최소한의 동기 수준이나 기회가 뒷받침되지 않는다면 상당한 수준의 우호적 태도가 형성된다 할지라도 이것이 온전히 행동 의사의 증진으로 이어질 가능성은 매우 희박해진다고 볼 수 있다[15].

태도의 행동 의사에의 이러한 예측력의 등락(騰落) 가능성은 구성 개념에 대한 접근가능성 모델(construct accessibility model)로 설명될 수 있다[16]. 구성 개념에 대한 접근가능성 모델에 따르면, 특정 심적 구조(mental structure)에 대한 접근이 차단될 경우 개인의 호오(好惡)를 반영하는 태도는 해당 시점에서 온전히 행동 의사로 전환되지 못할 수 있다. 즉, 어떤 대상에 대해 비교적 일관되게 개인이 지니고 있는 좋거나 싫은 태도는 실제 개인의 행동으로 표출되기 앞서 개인의 태도를 뒷받침하는 심적 구조에의 접근 활성화가 선행될 필요가 있다. 요컨대, 앞서 언급한 충분한 수준의 동기와 기회의 부여는 바로 이러한 태도를 뒷받침하

는 특정 심적 구조에의 접근을 활성화시키는 촉매 역할을 담당하는 것이라 볼 수 있다.

본 연구에서는 이러한 맥락에서 배달앱 사용에 대한 태도가 사용의사에 미치는 긍정적 영향이 지각된 위험 수준의 고저(高低)라는 조건 변화에 따라 증폭되거나 감폭될 수 있다고 예측해 보았다. 즉, 지각된 위험의 수준이 상당히 높아질 경우 배달앱에 대한 개인의 평소 호의적 태도와 관련한 심적 구조에의 접근이 차단되면서 이러한 평상시의 호의적 태도가 온전히 사용의사로 전환되지 않을 것이라 예측해 보았다. 사용자가 배달앱에 대해 비교적 호의적인 태도를 견지해 왔다 할지라도 배달앱 사용과 관련한 위험이 가중되어 있다면 이러한 호의적 태도는 결국 사용의사의 증진으로 이어지지 않을 것이다. 반대로 이러한 위험 수준이 낮게 지각되고 있다면 사용자의 평소 호의적 태도는 보다 온전히 사용의사의 증진으로 이어질 것이다. 실제로 기존의 연구는 사용용이성이 사용의사에 미치는 정(+)의 영향력이 지각된 위험 수준에 의해 조절됨으로써, 위험 수준의 증가에 따라 그러한 긍정적 영향력이 약화되고 있음을 입증한 바 있다[3]. 따라서,

H6. 태도의 사용의도에 대한 영향력은 지각된 위험이 낮을수록 증폭될 것이다.

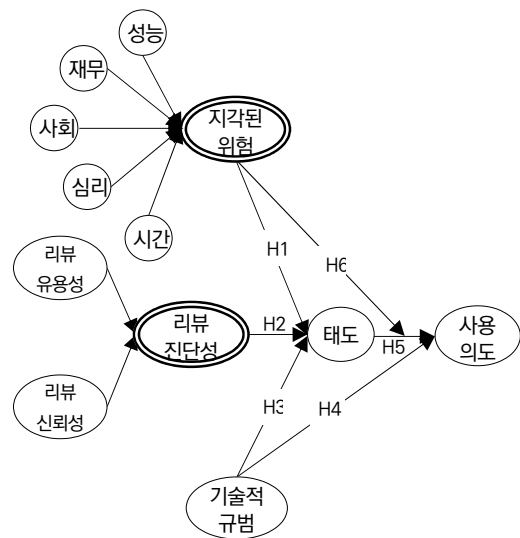


그림 1. 연구의 개념적 모형

### III. 연구방법

#### 1. 자료 수집

본 연구는 인구 백 만이 넘는 주요 광역도시에 거주하는 스마트폰 소지자를 대상으로 조사를 진행하였다. O2O 플랫폼 기반의 국내 주요 배달앱 업체들의 경우, 인구밀도가 높은 주요 도시들을 거점으로 서비스를 제공하고 있는 만큼 이들 광역 도시 거주민들이 실제 배달앱의 접근성 및 사용가능성이 높을 것이기 때문이다. 온라인 조사 전문가의 패널을 활용해 수집한 500부의 유효 샘플 중 여성이 차지하는 비율은 51.8% (n = 259)였으며, 평균 연령은 34.92세였다.

#### 2. 변수의 측정

본 연구는 구성 개념의 측정을 위해 기존 문헌들에서 신뢰성 및 타당성이 입증된 척도들을 사용하였다. 우선, 지각된 위험의 다섯 가지 차원 측정에는 Featherman & Hajili[3], Abzakh et al.[17], Lee[18]의 연구에서 사용되었던 문항들이 차용되었다. 예컨대, 시간위험의 측정에는 “배달앱으로 음식을 주문하면 (1 = 시간을 아낄 수 있을 것 같다, 7 = 시간을 낭비하게 될 것 같다)” 등의 척도가 사용되었다. 또한, 리뷰의 유용성 및 신뢰성의 측정에는 Chin et al.[19] 및 Qiu et al.[20]의 연구에서 사용되었던 문항들이 차용되었다. 예컨대, 리뷰 유용성 측정에는 “배달앱의 리뷰는 내가 올바른 구매의 사결정을 내리는데 유용할 것 같다” 등이 사용되었다. 또한, 기술적 규범의 측정에는 Turrisi et al.[12]의 문헌에서 사용되었던 문항들이 차용되었다 (예, “귀하의 주변 사람들 중에 배달앱을 사용하는 사람들이 얼마나 됩니까? 1= 아무도 사용하고 있지 않다, 7= 전부 다 사용하고 있다). 마지막으로, 태도 및 구매의사의 측정에는 Dean et al.[21] 및 Hill et al.[22], Teo & Pok[23]의 연구에서 사용되었던 문항들이 차용되었다. 예컨대, 태도의 측정에는 “배달앱을 사용하는 것은 편찮은 아이디어 같다” 등이 사용되었다.

#### 3. 동일방법편의 검증

동일방법편의(common method bias) 검정을 위해 Harman의 단일 요인 검증을 시행하였다. 탐색적 요인

분석 결과, 고유값이 가장 큰 요인이 전체 분산의 27.8%만을 설명하는 것으로 나타나 동일방법편의에 의한 우려는 크지 않은 것으로 확인되었다.

### IV. 분석

본 연구는 수집된 자료에 대한 분석을 위해 PLS 구조 방정식 모형을 활용하였다(SmartPLS 3.2.4). PLS 구조 방정식 접근법은 복잡성이 높은 상황에서 예측 가능성이 비교적 높은 모델을 개발 및 탐색해내는데 유용한 것으로 알려져 있다([24], p. 270). 또한, 지각된 위험 개념 및 리뷰 진단성의 경우 형성적 지표(formative indicators)에 의한 2차 요인(second-order factors) 구성개념으로 모델에 반영되고 있는 만큼, 형성적 지표에의 모델 수렴에 보다 높은 유연성을 발휘해주는 것으로 알려진 PLS 접근법이 본 연구에 보다 적합한 방식이라 여겨질 수 있을 것이다[25]. 본 연구는 PLS 부트스트래핑, 퍼뮤테이션과 같은 리샘플링 분석의 시행을 위해 총 5,000회의 반복 샘플링을 시도하였다.

#### 1. 측정모형 검증

본 연구는 측정 모형에 기반해 측정 도구의 신뢰성 및 타당성을 검증하였다. 분석 결과, 모든 측정항목의 요인적재량(indicator loadings)은 .69를 상회하고 있었으며, Cronbach's alpha 값 및 합성신뢰도(composit reliability)도 .70을 웃돌고 있었다[표 1]. 또한, AVE(average variance extracted) 값들도 모두 .50을 상회하는 것으로 나타나 측정 도구의 신뢰성 및 수렴 타당성을 확보할 수 있었다[표 1].

아울러, 구성 개념 간 판별타당성 검증을 위해 각 구성 개념의 AVE의 제공근 값과 다른 구성 개념과의 상관관계 값을 비교해 보았다[표 2][26]. 분석 결과, 각 구성 개념의 AVE 제공근 값은 타 구성 개념과의 상관관계 값들을 모두 상회하고 있었으며, HTMT(heterotrait-monotrait) 값들의 경우도 수용 가능 범위인 .85 이하에 모두 포함되는 것으로 나타나 측정 도구에 대한 판별 타당성을 확보할 수 있었다[27].

덧붙여, 형성적 지표에 의한 2차 요인으로 파악된 지

각된 위험 및 리뷰 진단성의 경우, 각 구성 개념의 1차 하위 요인이 실제 2차 요인의 구성 개념 형성에 얼마나 기여했는지 살펴보기 위해 측정항목의 가중치(weights)를 살펴보았다. 분석 결과, 지각된 위험에 대한 다섯 차원의 가중치는 모두 통계적으로 유의한 방향으로 0.10 이상의 양(+)의 값을 기록하는 것으로 나타났다(그림 2). 마찬가지로, 리뷰 진단성에 대한 리뷰 유용성 및 신뢰성의 가중치도 모두 통계적으로 유의하게 0.10을 상회하는 양(+)의 값을 기록하는 것으로 나타났다(그림 2). 이로써 두 요인은 모두 1차 요인들에 의한 선형 결합으로써 충분한 구성 타당성을 확보하고 있음을 확인할 수 있었다.

마지막으로 형성적 지표로 표현된 구성 개념이 다중공선성(multicollinearity)의 문제를 일으킬 수 있어 이에 대한 검증 차원에서 VIF(variance inflation factor) 값을 살펴보았다. 분석 결과, 2차 요인을 형성하고 있는 1차 요인들의 VIF가 최대허용치인 5.0를 초과하지 않는 것으로 나타나(표 1), 형성적 지표로 이뤄진 구성 개념들에 있어 다중공선성의 우려는 미미한 것으로 확인되었다[27].

표 1. 신뢰성 및 타당성 검증

	적재량	가중치	$\alpha$	CR	AVE	VIF
지각된 위험						
성능 위험	.871	.194	.762	.866	.685	1.801
	.903					
	.695					
재무 위험	.856	.309	.887	.922	.746	1.998
	.887					
	.843					
	.868					
사회적 위험	.925	.175	.909	.943	.845	1.345
	.929					
	.905					
심리적 위험	.935	.420	.955	.967	.881	2.043
	.953					
	.935					
	.931					
시간 위험	.866	.234	.874	.914	.726	1.378
	.891					
	.851					
	.797					
리뷰진단성						
리뷰 유용성	.881	.646	.876	.915	.728	1.345
	.885					
	.804					
	.842					
리뷰	.915	.504	.940	.962	.893	1.345

신뢰성	.962				
	.957				
기술적 규범	.916	.899	.937	.832	
	.936				
	.884				
태도	.922	.925	.952	.869	
	.944				
	.931				
사용 의도	.952	.952	.969	.912	
	.958				
	.955				

## 2. 구조모형 검증

구조모형에 대한 검증을 위해 내생변수의 R<sup>2</sup> 및 Q<sup>2</sup>, 그리고 각 구성 개념 간 경로 계수( $\beta$ ) 및 이에 대한 t-value, 그리고 f<sup>2</sup> 및 q<sup>2</sup>를 살펴보았다.

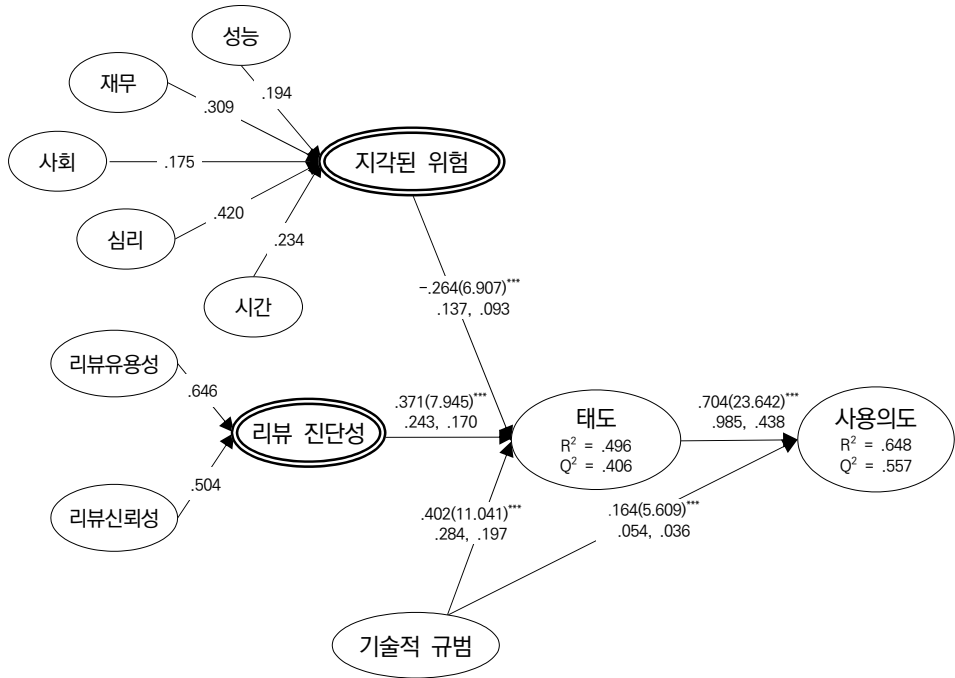
우선 내생변수인 태도와 사용의도의 R<sup>2</sup> 값은 .50에 근접 또는 이 값을 상회하고 있어 가설 모형이 이들 변수에 대해 중간 이상의 설명력을 갖추고 있음을 확인할 수 있었다(그림 2)[27]. 또한 Q<sup>2</sup>도 모두 양의 값을 기록하고 있어 내생 변수에 대한 모형의 충분한 설명력을 다시 한 번 확인할 수 있었다(그림 2)[27].

아울러, 구성 개념 간 경로 계수 값은 모두 가설과 일치하는 방향으로 유의한 값을 기록하고 있었다( $p_s < .001$ ; [그림 2]). 특히, 이러한 경로 계수의 효과 크기는 f<sup>2</sup> 및 q<sup>2</sup> 차원에서 살펴보자면, 태도의 사용의도

표 2. 판별타당성 검증

	성능 위험	재무 위험	사회 위험	심리 위험	시간 위험	리뷰 유용	리뷰 신뢰	기술 규범	태도	사용 의도
성능	.828									
재무	.622 (.753)	.864								
사회	.292 (.354)	.226 (.248)	.919							
심리	.563 (.659)	.625 (.679)	.372 (.398)	.939						
시간	.253 (.311)	.243 (.269)	.453 (.505)	.413 (.450)	.852					
리뷰 유용	-.062 (.103)	-.028 (.068)	.040 (.090)	-.112 (.124)	-.040 (.195)	.854				
리뷰 신뢰	-.085 (.121)	-.104 (.112)	.240 (.260)	-.017 (.032)	.165 (.185)	.506 (.546)	.945			
기술 규범	-.065 (.079)	-.125 (.140)	.076 (.082)	-.107 (.115)	-.040 (.079)	.303 (.334)	.262 (.278)	.912		
태도	-.020 (.237)	-.239 (.262)	-.058 (.061)	-.348 (.370)	-.214 (.236)	.533 (.598)	.338 (.362)	.548 (.591)	.932	
사용 의도	-.165 (.193)	-.246 (.267)	-.022 (.028)	-.309 (.325)	-.151 (.163)	.431 (.475)	.310 (.327)	.550 (.588)	.793 (.845)	.955

Notes. 대각선 안은 AVE의 제곱근 값(square roots of average variance extracted). 비대각선 안은 상관관계 및 HTMT 값(괄호 안).



Note. 경로 첫째 줄은  $\beta$ , 괄호 안 t-value. \*\*\*  $p < .001$ ; 경로 둘째 줄은  $f^2$  및  $q^2$

그림 2. PLS 구조방정식 모형 분석 결과

에 대한 영향력의 경우 상당히 높은 수준의 효과를 기록하고 있었다( $f^2$  및  $q^2 > .35$ ). 또한, 리뷰 진단성 및 기술적 규범이 태도에 미치는 영향력의 경우 중간 이상의 효과를 기록하고 있었으며( $f^2$ s 및  $q^2$ s  $> .15$ ), 지각된 위험이 태도에 미치는 영향력 및 기술적 규범이 사용의도에 미치는 영향력의 경우 약한 수준의 효과를 기록하고 있었다( $f^2$ s 및  $q^2$ s  $> .02$ ; [27]).

### 3. 조절효과 검증

조절효과에 대한 검증을 위해 Hair et al.[27]의 2단계 접근법에 따라 앞서의 모형에 상호작용항을 추가해 분석을 시도해 보았다. 분석 결과, 태도가 사용의사에 미치는 정(+)의 영향은 지각된 위험 수준이 높아짐에 따라 낮아지는 것으로 밝혀졌다( $\beta = -.041$ ,  $t = 2.018$ ,  $p < .05$ ; H6). 즉, [그림 3]의 단순 기울기 분석에서 보여지는 바와 같이 지각된 위험이 낮을 때에는 태도의 사용의사에 대한 영향력을 반영하는 기울기의 크기가  $.735(\beta_{-1SD} = \beta_{mean} + (-0.041) \times (-1) = 0.694 +$

$0.041 = 0.735)$ 에 이르렀지만, 지각된 위험이 높을 때에는 이러한 기울기의 크기가  $.653$ 까지 낮아지는 것을 확인할 수 있었다 ( $\beta_{+1SD} = \beta_{mean} + (-0.041) \times 1 = 0.694 - 0.041 = 0.653$ ; [그림 3]). 이같은 결과는 태도가 사용의사에 미치는 영향력이 지각된 위험이 높아

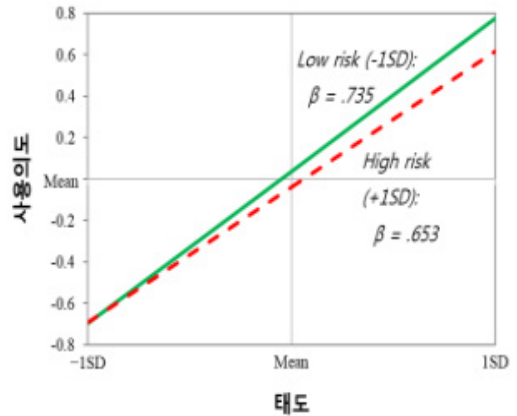


그림 3. 상호작용 효과 검증을 위한 단순 기울기 분석



질수록 줄어들게 됨을 확인시켜 주는 것이라 할 수 있다.

## V. 결론

본 연구는 배달앱 사용에 있어 지각된 위험 및 리뷰의 진단성, 기술적 규범이 배달앱 사용에 관한 태도의 형성 및 사용의사의 결정에 어떠한 영향을 미치는지 살펴보고 있다. 배달앱의 경우 다른 O2O 서비스와 달리 유선 전화 기반의 배달 이용 서비스가 이A미 오래 전부터 국내 시장의 소비자들에게 사용되어져 왔던 만큼 빠른 속도로 주류 사용자층으로 저변을 넓혀갈 수 있었다. 기본적으로 근린 상권을 중심으로 한 음식점들과 일반 소비자들을 중개하고 있는 플랫폼인 만큼 이들 간 거래 촉진에 많은 자원이 투자돼 왔고, 기 구매자들에 의한 리뷰 또한 바로 이러한 시도 중 모색된 한 대응책이라 볼 수 있다. 국내 배달앱 업체들의 경우 거래 중개자인 동시에 리뷰 정보를 제공하는 정보 중개 사이트로서 이제는 기존 유선 전화 기반의 음식 배달 시장을 대체해 나가고 있는 실정이다.

본 연구는 이러한 배경에서 소비자들의 배달앱 사용에 수반되는 여러 가지 위험과 주변인들의 배달앱 사용 정도에 대한 인식, 배달앱 업체들이 제공하는 리뷰 정보들이 최종적으로 소비자들의 태도 형성에 어떠한 영향을 미치는지 살펴보고자 하였다. 실증 결과는 지각된 위험 수준의 악화가 배달앱 사용에 관한 태도 형성에 부정적 영향을 미치며, 리뷰 진단성의 향상 및 기술적 규범의 증진이 해당 태도의 형성에 긍정적 영향을 미치고 있음을 확인시켜 주었다. 즉, 위험 지각의 악화는 배달앱 사용에 관한 부정적 태도를 견인하고 있으며, 리뷰 진단성 및 기술적 규범의 증진은 배달앱 사용에 관한 긍정적 태도를 견인하는 것으로 나타났다. 또한 배달앱 사용에 관한 태도가 사용의사에 미치는 영향력은 위험 지각 수준에 따라 증감하는 것으로 나타났다. 즉, 태도가 사용의사에 미치는 정(+)의 영향력은 위험 지각 수준이 높을 때보다 낮을 때 보다 증가하는 것으로 나타났다.

이러한 결과는 배달앱 현업 종사자들에게 다음과 같

은 실무적 시사점을 제공해 줄 수 있다. 첫째, 배달앱 수용 의사를 보다 고취시킬 수 있게끔 배달앱 사용에 관련된 위험을 완화할 필요가 있다. 예컨대, 모바일 앱 인터페이스의 사용자 편의성을 증진시킴으로써 시간 위험의 완화를 꾀해볼 수 있으며, 가맹 음식점들의 위생, 서비스, 품질 수준의 관리를 통해 성능 위험의 완화를 꾀해 볼 수 있다. 둘째, 기 구매자들의 리뷰 정보를 적극 권장, 게재하도록 할 필요가 있다. 리뷰 정보 데이터 베이스의 구축은 후발주자의 시장 진입을 막아내는 진입 장벽으로서 뿐 아니라 경쟁업체 대비 자사 배달앱 사용에 관한 경쟁 우위를 확보해 줄 차별화 요소로 역할할 수 있다. 즉, 오랜 기간 구축해 온 고객 리뷰 데이터베이스는 자사 고객의 충성도를 높여 타사로의 전환을 막아내는 고객 lock-in 장치로 활용될 수 있다. 셋째, 배달앱 사용과 관련된 구전 활성화를 통해 배달앱 사용에 관련된 에피소드의 노출 범위를 확대할 필요가 있다. 본 연구의 결과는 기술적 규범, 즉 주변 지인들의 배달앱 사용 정도에 대한 인식이 사용자 본인의 배달앱 사용에 관한 태도에 영향을 미치고 있음을 보여주고 있다. 따라서, SNS 및 블로그 상에서 배달앱 사용과 관련된 구전 활동을 촉진시킬 수 있는 유인을 마케터들이 제공함으로써 소비자들이 배달앱 사용에 대해 하나의 보편적이며 주류적인 소비 양식이라 받아들이고 해당 앱에 대한 사용 의사를 자발적으로 진작시킬 수 있게끔 독려할 필요가 있다.

아울러, 본 연구의 결과는 다음과 같은 이론적 시사점을 제공해 줄 수 있다. 첫째, 배달앱 사용 맥락에서 다차원적 위험 요소의 실제적 영향에 대한 증거를 제시해 주고 있다. 기존의 연구들은 e-bill 서비스의 수용 [1][3] 및 불법 소프트웨어[4]의 사용 맥락 등에서 다차원적 위험 요소의 영향을 입증해 왔으나 배달앱 수용 맥락에서 이에 대한 점검을 시도하는 데에는 다소 미흡했었다. 이에 본 연구는 위험 지각의 다차원적 영향을 배달앱 수용 맥락에서도 재확인시켜 줌으로써 위험 지각의 O2O 서비스 수용 맥락에서의 실제적 영향에 대한 증거를 제시하여 주었다는 데에서 그 의의를 찾을 수 있다. 둘째, 본 연구는 소비자 의사결정의 질 향상에 리뷰가 어느 만큼 기여하고 있는지 소비자 지각 차원에서 이에 대한 개념화 및 실증 점검을 시도하였다는 데

에서 그 의의를 찾을 수 있다. 리뷰 진단성의 개념을 빌어 배달앱에 게재된 기 구매자들에 의한 리뷰가 향후 사용자들의 배달앱 사용에 대한 태도 형성에 어떠한 영향을 미치게 되는지 점검해 보고, 리뷰의 유용성 및 신뢰성 차원의 개념이 구체적으로 이러한 리뷰 진단성 평가 향상에 어떻게 기여하고 있는지 입증하여 주었다는 점에서 그 의의를 찾을 수 있다. 셋째, 본 연구는 기술적 규범의 영향력을 입증함으로써 배달앱과 같은 O2O 서비스의 수용에 있어서도 주변 지인들에 의한 동료 압력 혹은 사회적 영향력이 여전히 상당히 중요한 영향력을 미치고 있음을 입증해 주었다는 데에서 그 의의를 찾을 수 있다. 이러한 결과는 혁신 수용에 있어 사회적 영향력의 존재를 입증해주는 것이라 할 수 있다 [28][29].

마지막으로 본 연구의 한계점 및 향후 연구 방향을 살펴보자면 다음과 같다. 우선, 리뷰 진단성 개념의 경우, 본 연구에서는 서베이 방식의 자기회고적 응답에 기반하고 있는 만큼 리뷰의 노출 시점 및 측정 시점 사이에 간극이 발생할 수 있다. 이에 향후 연구에서는 '배달의 민족' 등과 같은 배달앱 업체에서 개별 리뷰에 대해 '도움돼요'와 같은 척도를 통해 사용자가 리뷰의 진단성 정도에 대해 투표를 한 관찰 데이터를 수집함으로써 본 연구 모형의 타당성을 보다 진작시켜 보는 시도를 해볼 수 있을 것이다. 아울러, 본 연구에서는 국내의 주요 광역 도시 거주 스마트폰 소지자를 대상으로 데이터를 수집하여 연구 모형의 적절성을 살펴보고 있는 만큼, 향후에는 배달앱 등의 O2O 서비스의 급성장을 목도하고 있는 중국이나 인도 등과 같은 해외 시장의 소비자들을 대상으로 데이터를 수집하여 분석을 시도해봄으로써 본 연구 모형의 일반화 가능성을 타진해볼 수 있을 것이다.

#### 참 고 문 헌

- [1] M. S. Featherman and P. A. Pavlou, "Predicting e-Services Adoption: A Perceived Risk Facets Perspective," *International Journal of Human-Computer Studies*, Vol.59, No.4, pp.451-474, 2003.
- [2] R. N. Stone and K. Grønhaug, "Perceived risk: Further considerations for the marketing discipline," *European Journal of marketing*, Vol.27, No.3, pp.39-50, 1993.
- [3] M. S. Featherman and N. Hajli, "Self-Service Technologies and e-Services Risks in Social Commerce Era," *Journal of Business Ethics*, Vol.139, No.2, pp.251-269, 2016.
- [4] C. Liao, H. N. Lin, and Y. P. Liu, "Predicting the Use of Pirated Software: A Contingency Model Integrating Perceived Risk with the Theory of Planned Behavior," *Journal of Business Ethics*, Vol.91, No.2, pp.237-252, 2010.
- [5] T. Roselius, "Consumer Rankings of Risk Reduction Methods," *Journal of Marketing*, Vol.35, No.1, pp.56-61, 1971.
- [6] W. Rodgers, S. Negash, and K. Suk, "The Moderating Effect of Online Experience on the Antecedents and Consequences of on-Line Satisfaction," *Psychology & Marketing*, Vol.22, No.4, pp.313-331, 2005.
- [7] L. Qiu, J. Pang, and K. H. Lim, "Effects of Conflicting Aggregated Rating on eWOM Review Credibility and Diagnosticity: The Moderating Role of Review Valence," *Decision Support Systems*, Vol.54, No.1, pp.631-643, 2012.
- [8] W. Chu, M. Roh, and K. Park, "The Effect of the Dispersion of Review Ratings on Evaluations of Hedonic Versus Utilitarian Products," *International Journal of Electronic Commerce*, Vol.19, No.2, pp.95-125, 2015.
- [9] D. Yin, S. Bond, and H. Zhang, "Anxious or Angry? Effects of Discrete Emotions on the Perceived Helpfulness of Online Reviews," *MIS Quarterly*, Vol.38, No.2, pp.539-560, 2014.
- [10] 박탄우, 이경렬, "SNS 상의 온라인 구전의 정보처리과정 에 관한 통합모형의 개발에 관한 연구," *광고연구*, 제100 권, pp.172-224, 2014.
- [11] J. C. Holliday, H. A. Rothwell, and L. A. Moore, "The Relative Importance of Different Measures of Peer Smoking on Adolescent Smoking Behavior: Cross-Sectional and Longitudinal Analyses of a Large British Cohort," *Journal of Adolescent*

- Health, Vol.47, No.1, pp.58-66, 2010.
- [12] R. Turrisi, N. R. Mastroleo, K. A. Mallett, M. E. Larimer, and J. R. Kilmer, "Examination of the Mediatlional Influences of Peer Norms, Environmental Influences, and Parent Communications on Heavy Drinking in Athletes and Nonathletes," *Psychology of Addictive Behaviors*, Vol.21, No.4, pp.453-461, 2007.
- [13] 임명성, "조직 구성원들의 정보보안 정책 준수행위 의도에 관한 연구," *디지털융복합연구*, 제10권, 제10호, pp.119-128, 2012.
- [14] 임종원, 김재일, 홍성태, 이유재, *소비자행동론*, 경문사, 1999.
- [15] C. R. M. Jones and R. H. Fazio, "Associative Strength and Consumer Choice Behavior," In C. P. Haugtvedt, P. M. Herr, and F. R. Kardes(Eds.), *Handbook of Consumer Psychology*, NY: Taylor & Francis Group, pp.437-459, 2008.
- [16] J. A. Bargh and R. D. Thein, "Individual Construct Accessibility, Personal Memory, and the Recall-Judgment Link: The Case of Information Overload," *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol.49, No.5, pp.1129-1146, 1985.
- [17] A. A. Abzakh, K. C. Ling, and K. Alkilani, "The Impact of Perceived Risks on the Consumer Resistance towards Generic Drugs in the Malaysia Pharmaceutical Industry," *International Journal of Business and Management*, Vol.8, No.3, pp.42-50, 2013.
- [18] M. C. Lee, "Factors Influencing the Adoption of Internet Banking: An Integration of TAM and TPB with Perceived Risk and Perceived Benefit," *Electronic Commerce Research and Applications*, Vol.8, No.3, pp.130-141, 2009.
- [19] W. H. Chih, K. Y. Wang, L. C. Hsu, and S. C. Huang, "Investigating Electronic Word-of-Mouth Effects on Online Discussion Forums: The Role of Perceived Positive Electronic Word-of-Mouth Review Credibility," *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, Vol.16, No.9, pp.658-668, 2013.
- [20] L. Qiu, J. Pang, and K. H. Lim, "Effects of Conflicting Aggregated Rating on eWOM Review Credibility and Diagnosticity: The Moderating Role of Review Valence," *Decision Support Systems*, Vol.54, No.1, pp.631-643, 2012.
- [21] M. Dean, M. M. Raats, and R. Shepherd, "Moral Concerns and Consumer Choice of Fresh and Processed Organic Foods," *Journal of Applied Social Psychology*, Vol.38, No.8, pp.2088-2107, 2008.
- [22] T. Hill, N. D. Smith, and M. F. Mann, "Role of Efficacy Expectations in Predicting the Decision to Use Advanced Technologies: The Case of Computers," *Journal of Applied Psychology*, Vol.72, No.2, pp.307-313, 1987.
- [23] T. S. Teo and S. H. Pok, "Adoption of WAP-enabled Mobile Phones among Internet Users," *Omega*, Vol.31, No.6, pp.483-498, 2003.
- [24] K. G. Jöreskog and H. Wold, "The ML and PLS Techniques for Modeling with Latent Variables: Historical and Comparative Aspects," In K. G. Jöreskog and H. Wold (Eds.), *Systems under Indirect Observation: Causality, Structure, Prediction*, Amsterdam, Netherland: North-Holland, pp.263-270, 1982.
- [25] W. W. Chin, "The Partial Least Squares Approach to Structural Equation Modelling," In G. A. Marcoulides (Ed.), *Modern Methods for Business Research*, New Jersey: Lawrence Erlbaum, pp.295-336, 1998.
- [26] C. Fornell and D. F. Larcker, "Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error," *Journal of Marketing Research*, Vol.18, No.1, pp.39-50, 1981.
- [27] J. F. Hair, G. T. M. Hult, C. Ringle, and M. Sarstedt, *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*, Los Angeles, CA: Sage Publications, 2017.
- [28] 김지형, "패션 공유 어플리케이션의 사용자 경험이 수용에 미치는 영향 연구: UTAUT 모델을 중심으로," *한국콘텐츠학회논문지*, 제19권, 제5호, pp.82-93, 2019.
- [29] 항월, 남윤재, "중국 쇼트 클립 어플리케이션 지속 이용의도 연구," *한국콘텐츠학회논문지*, 제19권, 제2호, pp.568-580, 2019.

저 자 소 개

노 민 정(Minjung Roh)

정회원



- 2015년 : 서울대학교 경영학박사
- 2017년 ~ 2019년 2월 : 경희대학교 빅데이터 연구센터 연구교수
- 2019년 3월 ~ 현재 : 부경대학교 경영대학 경영학부 조교수

〈관심분야〉 : e-Marketing, 온라인구전, 혁신수용.