

# OTT 이용자의 큐레이션 서비스 지속이용의도에 영향을 미치는 요인 연구

이용준<sup>1\*</sup>, 김원제<sup>2</sup>

<sup>1</sup>대진대학교 미디어커뮤니케이션학과 교수, <sup>2</sup>성균관대 문화융합대학원 겸임교수

## A Study on Factors affecting OTT Users' Intention to continue using Curation Services

Yong-Jun Lee<sup>1\*</sup>, Won-Je Kim<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Professor, Department of Media and Communication, Daejin University

<sup>2</sup>Adjunct Professor, Graduate School of Culture Management, Sungkyunkwan University

요 약 본 연구는 OTT 이용자 320명을 대상으로 큐레이션 서비스 수용에 영향을 미치는 영향 요인을 살펴봄으로써 콘텐츠 전략을 수립하는데 요구되는 시사점을 제공하고자 하였다. 연구결과를 살펴보면, 첫째, 혁신성이 성과기대에 미치는 영향을 살펴본 결과, 혁신성은 성과기대에 정적 영향을 미치는 것으로 나타났다. 둘째, 혁신성이 노력기대에 미치는 영향을 살펴본 결과, 혁신성은 노력기대에 정적 영향을 미치는 것으로 나타났다. 셋째, 성과기대가 지속이용의도에 미치는 영향을 살펴본 결과, 성과기대는 지속이용의도에 정적 영향을 미치는 것으로 나타났다. 넷째, 노력기대가 지속이용의도에 미치는 영향을 살펴본 결과, 노력기대는 지속이용의도에 정적 영향을 미치는 것으로 나타났다. 다섯째, 사회적 영향력이 지속이용의도에 미치는 영향을 살펴본 결과, 사회적 영향력은 지속이용의도에 유의한 영향을 미치지 못한 것으로 나타났다. 여섯째, 촉진조건이 지속이용의도에 미치는 영향을 살펴본 결과, 촉진조건은 지속이용의도에 유의한 영향을 미치지 못한 것으로 나타났다. 이상의 결과는 OTT 이용자들이 큐레이션 서비스에 대한 성과기대와 노력기대를 높게 인식할수록 지속이용의도도 높아지는 것으로 평가할 수 있다. 본 연구는 OTT 큐레이션 서비스의 지속이용의도에 영향을 미치는 요인들을 검증하고, UTAUT 모델의 확장 가능성을 확인하였다는 점에서 의의가 있다.

주제어 : OTT, 큐레이션 서비스, 통합기술수용모델, 혁신성, 지속이용의도

Abstract This study aimed to provide implications required to establish a content strategy by examining the influencing factors affecting the acceptance of curation services for 320 OTT users, and the main results are as follows. First, innovativeness was found to have a positive effect on performance expectations. Second, innovativeness was found to have a positive impact on the effort expectation. Third, performance expectation had a positive effect on the intention to use continuously. Fourth, it was shown that the effort expectation had a positive effect on the intention to use continuously. Fifth, social influence was found to have no significant effect on the intention to use continuously. Sixth, it was found that the facilitating conditions did not significantly affect the intention to use continuously. The above results can be assessed as the higher the OTT users perceive the performance and effort expectations of the curation service, the higher their intention to continue using them. This study is meaningful in that it verified the factors affecting the intention to use the OTT curation service and expanded the UTAUT model.

Key Words : OTT, Curation Service, UTAUT Model, Innovativeness, Intention to Continuously use

\*Corresponding Author : Yong-Jun Lee(eyongjun@daejin.ac.kr)

Received November 23, 2020

Accepted April 20, 2021

Revised December 16, 2020

Published April 28, 2021

## 1. 서론

정보의 과잉공급과 그에 따른 정보홍수시대를 살아가는 현대인에게 있어 큐레이션 서비스는 매우 중요한 의미를 지닌다. 큐레이션 서비스(Curation Service)는 이용자의 소비 경험을 바탕으로 그 성향을 파악, 이용자가 원하는 콘텐츠를 1대 1 맞춤형으로 제공하는 서비스라고 할 수 있다. 대표적인 큐레이션 서비스 사업자로 세계 최대의 온라인 동영상 서비스를 제공하는 OTT(Over the Top) 사업자인 넷플릭스(Netflix)를 들 수 있는데, 넷플릭스는 2000년부터 이용자의 성별과 연령 등의 인구통계학적 특성을 고려하고, 나아가 이용자들의 관심사항이나 기분 등까지 고려하여 콘텐츠를 추천하는 OTT 큐레이션 서비스를 제공하고 있다. 특히, 큐레이션 서비스는 빅 데이터와 인공지능이 결합되면서 이용자의 개인 관점이나 성향을 고려하고, 단순한 정보추적을 넘어 보다 정교해지는 큐레이션 서비스가 가능해지면서 OTT 큐레이션 서비스는 이전과는 전혀 다른 고도화된 이용자 중심의 맞춤형 서비스로 진화할 것으로 기대되고 있다. 또한, 국내에서 OTT 시장의 확산에 따라 넷플릭스와 국내 토종인 티빙, 웨이브 등의 시장경쟁이 가속화될 것으로 예상됨에 따라 OTT 큐레이션 서비스가 이용자 확보와 시장경쟁 우위를 위한 중요한 요인으로 인식되고 있다.

그러므로 OTT 큐레이션 서비스는 온라인 동영상 서비스 분야의 선택이 아닌 필수라고 봐도 무방하다. 전술한 바와 같이, 향후 빅데이터 뿐만 아니라 인공지능과의 결합을 통해 큐레이션 서비스는 보다 강화될 것이며, 그에 따라 이용자들에게 대한 영향력이 커질 것으로 예상되고 있다. 이에 본 연구에서는 국내에서 큐레이션 서비스를 가장 먼저 도입하여 시행하고 있는 넷플릭스 이용자들을 대상으로 OTT 큐레이션 서비스 지속이용의도에 영향을 미치는 요인을 살펴보고자 하였다. 이를 위해 본 연구에서는 통합기술수용모델(Unified Theory of Acceptance and Use of Technology, 이하 UTAUT)을 적용하였다. 이 모델은 최근 정보기술 수용과 관련된 연구들에서 자주 활용되는 모델로, 정보기술 환경에서 이용자들의 복잡한 기술수용을 통합적으로 살펴볼 수 있으며, 다른 모델에 비해 높은 설명력을 나타내는 것으로 보고된다[1-5].

Venkatesh 등[5]이 제안한 UTAUT 모델은 기존의 이성적 행위이론에서부터 계획된 행위이론, 기술수용모델, 동기모델, 혁신확산이론, 사회인지이론 등의 주요 구성개념들 중에서 높은 신뢰도와 타당도를 가지는 요인들

을 중심으로 조합하여 이용자들의 다양한 서비스들에 대한 수용을 설명하는 모델이라고 할 수 있다. 특히, UTAUT 모델은 그동안 일부 이론이나 모델들에 대한 비판, 즉 인간의 복잡한 기술수용 과정을 설명하기에는 지나치게 간단하고, 무분별한 변형과 확장으로 인해 모형이나 모델 간 상호연관성이 충분하게 설명되지 않는다는 단점을 최소화하고, 복잡한 기술수용 과정을 통합적으로 설명하는데 효율적이라는 강점을 지닌다[5].

이에 본 연구에서는 OTT 이용자들을 대상으로 큐레이션 서비스의 이용의도에 영향을 미치는 요인을 탐색하기 위하여 UTAUT 모델을 적용하여 살펴보고자 하였다. 현재 OTT 큐레이션 서비스에 대한 기술수용을 통합적으로 설명한 연구는 찾아보기 어렵고, 그에 따라 OTT 이용자들이 큐레이션 서비스를 왜 이용하고, 어떤 요인들이 지속이용의도에 영향을 미치는지를 살펴볼 수 있는 통합적 모델도 부재한 상황이다. 그러므로 본 연구는 OTT 이용자들을 대상으로 큐레이션 서비스의 수용에 영향을 미치는 요인들을 살펴봄으로써 OTT 큐레이션 서비스 수용 과정을 효과적으로 설명하고, 향후 콘텐츠 전략을 수립하는데 있어 요구되는 시사점을 제공할 것으로 기대된다.

## 2. 이론적 배경

### 2.1 UTAUT 모델

기술수용모델은 새롭게 등장하는 다양한 정보기술이나 서비스 등에 대한 사람들의 수용과정과 행동을 간략하게 살펴볼 수 있는 특성으로 인해 여러 분야에서 적용되어 왔으나, 분야별로 그 환경이나 대상기술에 따라 외생변수를 적용함으로써 다양한 외생변수를 고려하지 못하였다거나 오히려 모델 자체가 지나치게 변형되었다는 비판을 받아왔다[2, 5, 6]. 이러한 문제 외에도 정보기술 환경이 이전보다 훨씬 더 복잡해지면서 사람들의 기술수용 과정도 복잡해지고, 다양한 변수 간의 상호 관계를 살펴보는 것도 쉽지 않게 되었다는 한계가 지적되기도 하였다[7]. 이에 Venkatesch 등[5]은 제기되는 기술수용모델의 한계를 극복하고, 사람들의 기술수용과정을 보다 명확하게 예측할 수 있는 통합된 관점의 기술수용모델을 제안하였는데, 이것이 바로 UTAUT 모델이다. 다시 말해, 이전의 모델들이 다양하게 제시되어 왔음에도 불구하고, 개인의 정보기술 수용과 관련된 관점은 다르고, 적용된 대상기술도 매우 다르기 때문에 정보기술 수용을 통합적으로 이해할 수 있는 모델의 개발에 대한 요구가 높

아지면서 UTAUT 모델이 등장한 것이다[5].

이러한 UTAUT 모델은 사회인지이론(Social Cognitive Theory)에 기초하여 Vankatesh 등[5]이 8개의 주요 정보기술 관련 수용 이론과 모델들을 통합하여 제안한 것으로, 그 예측타당도에 있어서 기존의 개별 모델보다 훨씬 설명력이 높은 것으로 보고된다[8]. UTAUT 모델에서는 개인의 정보기술 수용과 관련하여 그에 영향을 미치는 주요 특성으로 성과기대(performance expectancy), 노력기대(effort expectancy), 사회적 영향(social influence), 촉진조건(facilitating conditions) 4가지의 요인을 제안한다.

여기서 성과기대(Performance Expectancy)는 새로운 정보기술이나 시스템을 이용하는데 있어서 해당 기술이 업무나 작업 등의 성과를 높이는데 도움이 될 것이라고 믿는 정도를 의미하는 것으로[5, 9], 기술수용모델의 인지된 유용성(Perceived Usefulness)과 유사한 개념이라고 할 수 있다[2, 5]. 노력기대(Effort Expectancy)는 특정한 정보기술이나 시스템을 쉽게 이용할 수 있다는 믿음 정도를 의미하는 것으로, 기술수용모델에서 인지된 용이성(Perceived ease of Use)과 유사한 개념이라고 할 수 있다[9]. 사회적 영향(Social Influence)은 이용자 자신에게 중요하다고 인식되는 사람들이 새로운 정보기술이나 시스템을 이용해야 한다고 믿는 정도를 의미하며[5, 9], 촉진조건(Facilitating Conditions)은 특정 기술이나 시스템 사용을 위한 조직적, 기술적 기반이 갖추어져 있다고 믿는 정도로 개념화할 수 있다. 특히 촉진조건은 새로운 정보기술의 도입이 얼마 되지 않았을 때 이용의도에 보다 큰 영향을 미치는 것으로 보고된 바 있다[2, 5].

## 2.2 UTAUT 모델의 확장: 혁신성을 중심으로

현재 UTAUT 모델을 적용한 연구들의 경우에 두 가지의 연구흐름을 보이는데, 하나는 UTAUT 모델의 확장과 관련된 것으로, UTAUT 모델의 구성개념이자 주요 특성요인들에 영향을 미치는 외생변수의 탐색이며, 또 다른 흐름은 UTAUT 모델의 타당도나 유효성 평가이다. 이와 관련하여 UTAUT 모델의 구성개념에 영향을 미치는 대표적인 외생변수로 혁신성을 들 수 있다. 혁신성은 새로운 정보기술의 수용을 결정할 수 있는 중요한 요인으로, 새롭고 혁신적인 정보기술을 사용해보고자 하는 자발적 의지[10], 혹은 새로움을 추구하는 성향으로, 혁신적인 특정 기술을 수용하고자 하는 개인의 의지로 개념화할 수 있다[11, 12]. 이러한 혁신성은 개인적 성향이나 특성으로 사람마다 다르게 나타나지만, 혁신적인 개인들

은 새로운 기술이나 서비스에 대한 거부감이 비교적 낮은 성향을 보이며, 적극적인 정보탐색과정을 통해 새로운 기술이나 서비스의 수용을 결정한다[5, 10]. 그러므로 새로운 정보기술에 대해 혁신적인 사고를 가질수록 해당 기술을 수용하고자 하는 의지가 강한 것으로 평가할 수 있으며, 정보기술 수용과 관련된 다양한 모델에서 중요한 영향을 미치는 요인으로 보고되었다[13].

여러 연구들에서는 혁신성이 UTAUT 모델의 구성개념 중 성과기대와 노력기대에 일정한 영향을 미치는 중요한 요인으로 보고된다. Kwon[14]은 공공부문에서 BSC시스템의 수용에 영향을 미치는 요인을 살펴보기 위하여 UTAUT 모델의 주요 구성개념에 영향을 미치는 외생변수로 혁신성을 적용하여 살펴본 결과, 개인의 혁신성은 성과기대와 노력기대에 모두 긍정적인 영향을 미쳤다고 보고하였고, Jin[12]은 웨어러블 헬스케어기기의 수용의도를 살펴본 연구에서 혁신성이 성과기대와 노력기대 모두에 매우 유의한 정적 영향을 미쳤다고 보고하였다.

Jeong[15]도 개인의 혁신성을 UTAUT 모델의 구성개념인 성과기대에 영향을 미치는 외생변수로 선정하여 그 효과를 검증한 결과, 혁신성은 성과기대에 긍정적 영향이 있었음을 확인하였고, Wang[16]은 중국소비자들을 대상으로 소셜 쇼핑 큐레이션 앱의 지속의도 관련 연구에서 혁신성을 외생변수로 적용하여 살펴본 결과, 혁신성은 성과기대와 노력기대에 통계적으로 유의한 정적 영향을 미쳐 성과기대와 노력기대를 높이는데 있어 중요한 영향을 미치는 요인임을 보고하였다. 이상의 논의를 바탕으로 본 연구에서는 다음과 같은 연구가설을 상정하였다.

연구가설 1. 개인의 혁신성은 성과기대에 정적(+) 영향을 미칠 것이다.

연구가설 2. 개인의 혁신성은 노력기대에 정적(+) 영향을 미칠 것이다.

그 동안 UTAUT 모델은 다양한 연구들을 통해 그 타당도와 유효성이 평가, 증명되었다. Alawadhi와 Morris[17]는 UTAUT 모델을 적용하여 전자정부 서비스 수용을 살펴본 결과, 성과 기대와 노력 기대, 촉진조건이 의도를 결정하는데 중요한 영향을 미쳤다고 보고하였고, 기술수용 문화 간 연구[18]와 의료 텔레커뮤니케이션 회의[19] 등을 적용한 연구에서 성과기대, 노력기대, 사회적 영향은 사용의도를 예측하는 요인으로 발견되었다. 이외에도 인터넷 뱅킹 이용과 관련된 의도 연구[20]에서 중국 이용자들을 대상으로 UTAUT 모델의 유효성을 평

가한 결과, 성과 기대와 사회적 영향이 행동 의도를 예측할 수 있는 강력한 요인으로 보고되었고, 블록체인을 적용한 연구[9]에서 이용자들의 성과기대와 촉진조건이 수용의도에 정적 영향을 미치는 것으로 보고하였다. 또한, 핀테크 결제서비스 사용의도 관련 연구에서 노력기대와 사회적 영향이 핀테크 결제서비스 사용의도에 긍정적인 영향을 미친 것으로 나타났다[24]. 이상의 논의를 바탕으로 본 연구에서는 다음과 같은 연구가설을 상정하였다.

- 연구가설 3. 성과기대는 지속이용의도에 정적(+) 영향을 미칠 것이다.
- 연구가설 4. 노력기대는 지속이용의도에 정적(+) 영향을 미칠 것이다.
- 연구가설 5. 사회적 영향은 지속이용의도에 정적(+) 영향을 미칠 것이다.
- 연구가설 6. 촉진조건은 지속이용의도에 정적(+) 영향을 미칠 것이다.

### 3. 연구방법

#### 3.1 연구대상

본 연구의 모집단은 OTT 큐레이션 서비스 이용자로서, 2019년 7월 현재 OTT 큐레이션 서비스를 이용한 경험이 있는, 이른바 새로운 기술이나 서비스에 익숙하다고 판단되는 20~40대를 중심으로 설문조사를 실시하였다. 설문조사는 인터넷전문업체를 선정하여 비확률표본 추출법 중 비례할당추출을 통해 총 320부의 자료를 확보하였다. 인구사회학적 특성을 살펴보면, 성별은 남성 159명(49.7%), 여성 161명(50.3%)으로 나타났고, 연령은 20대가 113명(35.3%), 30대 115명(35.9%), 40대 92명(28.8%)으로 나타났다. 이들의 OTT 하루 이용시간은 1시간 미만 122명(38.1%), 1-2시간 113명(35.3%), 2-3시간 56명(17.5%), 3-4시간 17명(5.3%), 4시간 이상 12명(3.8%)으로 조사되었다.

#### 3.2 측정도구

##### 3.2.1 혁신성

본 연구에서 혁신성은 새로운 서비스나 아이디어를 적극적으로 채택하고자 하는 개인의 성향으로 조작적 정의를 내리고, Baek과 Chon, Lee[21]가 사용한 문항을 본 연구의 목적에 맞게 수정, 보완하여 4문항으로 구성하였

다. 각 문항은 모두 7점 리커트 척도(7-point likert scale)로 구성되어 1점 '전혀 그렇지 않다'에서 7점 '매우 그렇다'로 측정하였다. 관련 문항은 다음과 같다. ① 나는 평소에 새로운 서비스나 아이디어에 대해 관심이 많다. ② 나는 평소 새로운 서비스나 아이디어에 대한 정보를 적극적으로 찾는다. ③ 나는 평소 새로운 서비스나 아이디어를 다른 사람에게 추천하는 것을 좋아한다 ④ 나 자신이 새로운 서비스나 아이디어를 항상 따라잡는 혁신적인 사람이라고 생각한다.

##### 3.2.2 UTAUT 모델의 구성요인

본 연구에서 UTAUT 모델의 구성개념인 성과기대는 OTT 큐레이션 서비스를 이용함으로써 일상의 성과를 향상시키는 도움이 될 것이라고 믿는 정도로 조작적 정의를 내리고, Venkatesch 등[5]이 사용한 문항을 본 연구의 목적에 맞게 수정, 보완하여 4문항으로 구성하였다. 관련 문항은 다음과 같다. ① 나는 OTT 큐레이션 서비스가 유용하다고 생각하는 편이다. ② 나는 OTT 큐레이션 서비스를 활용함으로써 콘텐츠 이용에 도움이 된다고 생각하는 편이다. ③ 나는 OTT 큐레이션 서비스가 직무나 업무 수행에 유용하다고 생각하는 편이다. ④ 나는 OTT 큐레이션 서비스가 나의 삶의 질을 향상시킬 수 있다고 생각하는 편이다.

노력기대는 OTT 큐레이션 서비스를 쉽게 이용 가능하다고 인식하는 정도로 조작적 정의를 내리고, Venkatesch 등[5]이 사용한 문항을 본 연구의 목적에 맞게 수정, 보완하여 4문항으로 구성하였다. 관련 문항은 다음과 같다. ① 나는 OTT 큐레이션 서비스를 정확히 이해하는 편이다. ② 나는 OTT 큐레이션 서비스에 쉽게 적응할 수 있다. ③ 나는 OTT 큐레이션 서비스를 사용하기가 편리하다고 느끼는 편이다. ④ 나는 OTT 큐레이션 서비스의 이용방법이 배우기 쉽다고 느낀다.

사회적 영향은 자신에게 중요한 사람들이 OTT 큐레이션 서비스를 사용해야 한다고 믿는 정도로 조작적 정의를 내리고, Venkatesch 등[5]이 사용한 문항을 본 연구의 목적에 맞게 수정, 보완하여 4문항으로 구성하였다. 주요 문항은 다음과 같다. ① 나의 주변사람들은 OTT 큐레이션 서비스에 대해 호의적인 편이다. ② 나의 주변사람들은 OTT 큐레이션 서비스가 생활에 도움이 된다고 생각하는 편이다. ③ 나의 주변사람들은 OTT 큐레이션 서비스를 권장하는 편이다. ④ 나의 주변사람들은 OTT 큐레이션 서비스를 신뢰하는 편이다.

촉진조건은 OTT 사용을 지원하기 위해 조직적, 기술

적 기반이 잘 갖추어져 있다고 믿는 정도로 조작적 정의를 내리고, Venkatesch 등[5]이 사용한 문항을 본 연구의 목적에 맞게 수정, 보완하여 4문항으로 구성하였다. 관련 문항은 다음과 같다. ① 나는 OTT 큐레이션 서비스에 대해 지식이 풍부한 편이다. ② 나는 OTT 큐레이션 서비스를 활용할 수 있는 능력이 충분한 편이다. ③ OTT 큐레이션 서비스의 이용에 어려움이 있다면 해결해 줄 수 있는 주변사람이 존재한다. ④ 나는 누구의 도움 없이 OTT 큐레이션 서비스를 시작할 수 있다.

이상의 UTAUT 모델 주요 구성개념들에 대한 측정은 모두 7점 리커트 척도(7-point likert scale)로 구성되어 1점 '전혀 그렇지 않다'에서 7점 '매우 그렇다'로 측정하였다.

### 3.2.3 지속이용의도

본 연구에서 지속이용의도는 OTT 큐레이션 서비스를 지속적으로 이용하고자 하는 정도로 조작적 정의를 내리고 Baek 등[21]이 사용한 문항을 본 연구의 목적에 맞게

수정, 보완하여 4문항으로 구성하였다. 각 문항은 모두 7점 리커트 척도(7-point likert scale)로 구성되어 1점 '전혀 그렇지 않다'에서 7점 '매우 그렇다'로 측정하였다. 관련 문항은 다음과 같다. ① 나는 앞으로도 OTT 큐레이션 서비스 이용을 고려해 볼 것이다. ② 나는 OTT 큐레이션 서비스를 지속적으로 이용할 것이다. ③ 나는 OTT 큐레이션 서비스를 다른 서비스보다 더욱 빈번하게 이용할 것이다. ④ 나는 앞으로 OTT 큐레이션 서비스를 이용할 가능성이 높다.

### 3.3 타당도와 신뢰성 검증

본 연구에서는 측정도구의 타당도 검증을 위하여 확인적 요인분석(Confirmatory Factor Analysis, CFA)을 실시하였으며, 그 과정에서 Normed  $\chi^2$ , RMSEA(Root Mean Square Error of Approximation), NFI(Normed Fit Index), IFI(Incremental Fit Index), CFI(Comparative Fit Index) 지수를 통해 모델 적합도를 파악하였다. 적합수준의 경우에 Normed  $\chi^2$ 는 3.00 이하, RMSRA은

Table 1. Confirmatory factor analysis

	$\beta$	S.E.	C.R.(t)
4. I think of myself as an innovative person who always catches up with new services or ideas ← Innovativeness	.73	-	-
3. I usually like to recommend new services or ideas to others ← Innovativeness	.80	.08	13.46***
2. I actively seek information about new services or ideas ← Innovativeness	.77	.07	13.19***
1. I'm usually interested in new services or ideas ← Innovativeness	.81	.07	13.42***
4. I think OTT curation service can improve my quality of life ← Performance expectancy	.80	-	-
3. I tend to think that OTT curation service is useful for job or job performance ← Performance expectancy	.72	.06	13.82***
2. I think it is helpful to use content by using OTT curation ← Performance expectancy	.78	.06	15.10***
1. I think OTT curation service is useful ← Performance expectancy	.83	.06	16.58***
3. I feel that using the OTT curation service is easy to learn ← Effort expectancy	.74	-	-
2. I feel comfortable using OTT curation service ← Effort expectancy	.81	.07	14.60***
1. I will be able to easily adapt to OTT curation service ← Effort expectancy	.81	.07	14.60***
4. People around me tend to trust OTT curation services ← Social influence	.82	-	-
3. People around me tend to recommend OTT curation services ← Social influence	.73	.06	14.67***
2. People around me tend to think that OTT curation service is helpful for life ← Social influence	.80	.06	16.55***
1. People around me tend to favor OTT curation services ← Social influence	.75	.06	15.33***
3. I have people around me who can solve OTT curation service if you have any difficulties ← Facilitating conditions	.66	-	-
2. I have enough ability to utilize OTT curation services ← Facilitating conditions	.69	.09	10.21***
1. I am very knowledgeable about OTT curation services ← Facilitating conditions	.63	.10	9.73***
4. I am likely to use the OTT curation service in the future ← Continuance Intention	.60	-	-
3. I will use the OTT curation service more frequently than other paid broadcasting services ← Continuance Intention	.69	.09	10.26***
2. I will continue to use OTT curation services ← Continuance Intention	.89	.10	11.92***
1. I will consider using OTT curation service in the future ← Continuance Intention	.81	.10	11.30***

\*\*\* p<.001

.08~.10 이하, NFI와 IFI, CFI는 .90 이상일 때 적합한 수준인 것으로 평가한다[22]. 또한 잠재변수가 관측변수에 미치는 효과성과 표준화경로계수( $\beta$ )를 검증하고, 신뢰도 분석(Reliability Analysis)을 실시하여 내적 합치도(Cronbach's  $\alpha$ )를 살펴보았다. 본 연구에서 사용한 주요 변수들에 대해 확인적 요인분석을 실시하여 적합도를 살펴보았다. 그 결과 Normed  $\chi^2=2.48$ , RMSRA=.06, NFI=.87, IFI=.92, CFI=.92로 나타나 NFI와 IFI, CFI가 적합기준을 충족하지 못하였다. 이에 수정지수(Modification Indices)를 활용하여 여러 문항에 걸쳐 높은 수정지수를 보이는 문항인 노력기대 4번 문항과 촉진조건 4번 문항을 제거하고 재분석한 결과, 적합도는 최종적으로 Normed  $\chi^2=2.24$ , RMSRA=.06, NFI=.90, IFI=.94, CFI=.94로 나타나 모두 적합한 것으로 평가되었다. 또한 잠재변수의 관측변수에 대한 표준화경로계수는 .60~.89 수준으로 최소기준인 .40을 넘었으며, 모두 통계적으로 유의하였다. 이에 본 연구에서 노력기대와 촉진조건은 각각 기존 4문항에서 3문항으로 재분류되었다. 이상의 결과에 바탕을 두고 주요 변수에 대한 신뢰도를 분석한 결과, 내적 일치도(Cronbach's  $\alpha$ )는 혁신성 .86, 성과기대 .86, 노력기대 .83, 사회적 영향 .85, 촉진조건 .70, 지속이용의도 .83으로 나타났다.

### 3.4 자료처리

본 연구에서 자료처리는 첫째, 주요 측정도구에 대한 타당도 검증을 위하여 확인적 요인분석을 실시하고 모델 적합도(Model Fit)와 통계적 유의성, 신뢰도 분석 등을 통해 측정도구의 타당도를 전반적으로 검증하였다. 둘째, 주요 변수들 간의 상관을 알아보기 위하여 상관관계분석(Correlation Analysis)을 실시하였으며, 셋째, 본 연구의 주요 가설을 검증하기 위하여 경로분석(Path Analysis)을 수행하였다. 이상의 자료처리 과정은 IBM SPSS 21.0 프로그램과 IBM AMOS 21.0 프로그램을 활용하였다.

## 4. 연구결과

### 4.1 상관관계 분석

본 연구에서는 상관관계분석을 통해 혁신성과 UTAUT 모델의 구성개념(성과기대, 노력기대, 사회적 영향, 촉진조건), 지속이용의도의 상관을 알아보았다. 먼저 개인의 혁신성과 UTAUT 모델의 주요 구성개념, 지속이

용의도 간 상관을 살펴보면, 혁신성은 성과기대( $r=.42$ ,  $p<.01$ ), 노력기대( $r=.49$ ,  $p<.01$ ), 사회적 영향( $r=.47$ ,  $p<.01$ ), 촉진조건( $r=.50$ ,  $p<.01$ ), 지속이용의도( $r=.49$ ,  $p<.01$ )와 정적 상관을 보인 것으로 나타났다. 또한 UTAUT 모델의 구성개념과 지속이용의도 간의 상관을 알아보았다. 그 결과 성과기대( $r=.57$ ,  $p<.01$ ), 노력기대( $r=.62$ ,  $p<.01$ ), 사회적 영향( $r=.79$ ,  $p<.01$ ), 촉진조건( $r=.64$ ,  $p<.01$ )은 지속이용의도와 정적 상관을 나타냈다.

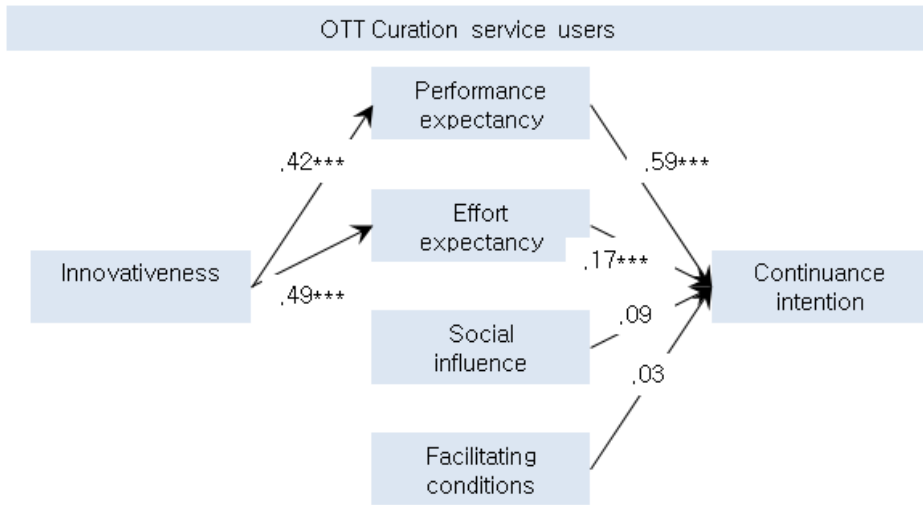
Table 2. Correlation analysis

	1	2	3	4	5
Innovativeness	1				
Performance expectancy	.42**	1			
Effort expectancy	.49**	.77**	1		
Social Influence	.47**	.63**	.70**	1	
Facilitating conditions	.50**	.48**	.58**	.68**	1
Continuance intention	.49**	.57**	.62**	.79**	.64**

\*\*  $p<.01$

### 4.2 경로분석

본 연구에서 설정한 모델의 가설을 검증하기 위하여 경로분석을 수행하였다. 우선 연구가설 1에 대해 혁신성이 성과기대에 미치는 영향을 살펴본 결과, 혁신성은 성과기대에 정적 영향을 미치는 것으로 나타났다( $\beta=.42$ ,  $t=8.36$ ,  $p<.001$ ). 연구가설 2에 대해 혁신성이 노력기대에 미치는 영향을 살펴본 결과, 혁신성은 노력기대에 정적 영향을 미치는 것으로 나타났다( $\beta=.49$ ,  $t=10.11$ ,  $p<.001$ ). 연구가설 3에 대해 성과기대가 지속이용의도에 미치는 영향을 살펴본 결과, 성과기대는 지속이용의도에 정적 영향을 미치는 것으로 나타났다( $\beta=.59$ ,  $t=11.35$ ,  $p<.001$ ). 연구가설 4에 대해 노력기대가 지속이용의도에 미치는 영향을 살펴본 결과, 노력기대는 지속이용의도에 정적 영향을 미치는 것으로 나타났다( $\beta=.17$ ,  $t=3.72$ ,  $p<.001$ ). 연구가설 5에 대해 사회적 영향력이 지속이용의도에 미치는 영향을 살펴본 결과, 사회적 영향력은 지속이용의도에 유의한 영향을 미치지 못한 것으로 나타났다( $\beta=.09$ ,  $t=1.74$ ,  $p>.05$ ). 연구가설 6에 대해 촉진조건이 지속이용의도에 미치는 영향을 살펴본 결과, 촉진조건은 지속이용의도에 유의한 영향을 미치지 못한 것으로 나타났다( $\beta=.03$ ,  $t=.62$ ,  $p>.05$ ).



Note) GFI=.93, NFI=.93, IFI=.93, CFI=.93  
 \*\*\* p<.001

Fig. 1. Path analysis

Table 3. Path analysis

	β	S.E.	C.R.(t)
H1. Innovativeness → Performance expectancy	.42	.04	8.36***
H2. Innovativeness → Effort expectancy	.49	.04	10.11***
H3. Performance expectancy → Continuance intention	.59	.05	11.35***
H4. Effort expectancy → Continuance intention	.17	.04	3.72***
H5. Social influence → Continuance intention	.09	.05	1.74
H6. Facilitating conditions → Continuance intention	.03	.05	.62

\*\*\* p<.001

### 5. 논의 및 결론

본 연구는 OTT 이용자를 대상으로 큐레이션 서비스 지속이용의도에 영향을 미치는 요인을 살펴보기 위하여 UTAUT 모델을 적용하였고, 기존의 선행연구들에 대한 검토를 통해 외생변수로 혁신성을 상정하여 UTAUT 모델의 확장성을 살펴보았다. 주요 결과를 제시하면, 우선 OTT 큐레이션 서비스 이용자들의 혁신성이 성과기대와 노력기대에 미치는 영향을 살펴본 결과, 혁신성은 성과기대와 노력기대에 정적 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이상의 결과는 OTT 큐레이션 서비스 이용자의 혁신성이 높을수록 OTT 큐레이션 서비스가 유용하고, 콘텐츠 이용에 도움이 되고 삶의 질에 도움이 된다는 성과기대, 그리고 OTT 큐레이션 서비스를 정확하게 이해하고 있고, 서비스에 쉽게 적응하며, 사용하기 편리하다고 인식하는

노력기대도 높아지는 것으로 평가할 수 있다. 여러 연구들에 의하면, 혁신성은 정보기술의 수용과 밀접한 관련이 있는 결정요인으로, 혁신적인 사고를 지닌 개인들의 경우, 해당 기술을 수용하고자 하는 의지가 강할 뿐 아니라 실제로 정보기술을 수용하는 과정에서 매우 중요한 역할을 수행한다[13][23]. 그러므로 혁신성은 UTAUT 모델에서 이용의도를 촉진할 수 있는 것으로 가정되는 성과기대 및 노력기대와 밀접한 관련성이 있는 것으로 판단할 수 있는데, 실제로 혁신성을 외생변인으로 하여 UTAUT 모델의 확장을 살펴본 연구들은 개인의 혁신성이 성과기대와 노력기대에 긍정적 영향을 미치며, 혁신성을 높게 인식할수록 성과기대와 노력기대도 높아졌다고 보고한 바 있어 본 연구의 결과와 일치한다[12, 14, 16]. 이에 OTT 큐레이션 서비스 수용과 관련하여 이용자들로 하여금 높은 성과기대와 노력기대를 느낄 수 있도록 하

기 위해서는 이용자들의 혁신성이라는 부분을 적극적으로 활용한 커뮤니케이션 전략이 요구되며, 혁신적인 이용자들에 대한 적극적인 마케팅 전략도 필요할 것으로 판단된다.

OTT 큐레이션 서비스 이용자들이 인식하는 UTAUT 모델 구성개념인 성과기대, 노력기대, 사회적 영향, 촉진조건이 지속이용의도에 미치는 영향을 살펴본 결과, 사회적 영향과 촉진조건은 지속이용의도에 유의한 영향을 미치지 못하였으나, 성과기대와 노력기대는 지속이용의도에 정적 영향을 미친 것으로 나타났다. 이상의 결과는 OTT 이용자들이 큐레이션 서비스에 대한 성과기대와 노력기대를 높게 인식할수록 지속이용의도도 높아지는 것으로 평가할 수 있다. 이는 성과기대와 노력기대, 사회적 영향, 촉진조건이 행동의도를 결정하는 핵심요인이며[5, 17], 의료 텔레커뮤니케이션 회의를 적용한 연구에서 성과기대와 노력기대, 사회적 영향이 사용의도에 정적 영향을 미쳤고[19], 블록체인을 적용한 연구에서 성과기대와 촉진조건[9], 그리고 핀테크 결제서비스에서 노력기대와 사회적 영향이 사용의도에 정적 영향을 미쳤다고 보고된 것과는 부분 일치한다[24]. 따라서 OTT 큐레이션 서비스 이용자들의 지속의도를 높이기 위해서는 OTT 큐레이션 서비스에 대한 성과기대와 노력기대를 중심으로 한 커뮤니케이션 전략이 요구된다. 하지만 UTAUT 모델을 적용한 연구들을 살펴보면, 성과기대나 노력기대, 사회적 영향, 촉진조건 등 4가지의 구성개념이 모두 행동의도에 일률적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 보고되지는 않으며, 적용된 정보기술에 따라 그 결과가 다소 상반되게 나타나는 경향을 보인다. 이는 정보기술의 고도화에 따른 기술의 복잡성이 증가하고, 해당 기술 고유의 특성이 일정 부분 영향을 미친 것으로 판단된다[5]. 비록 UTAUT 모델이 정보기술의 복잡성과 그에 따른 수용과정을 통합적으로 설명하기 위해 제안되었다고는 하지만 여전히 기술적 특성이 수용과정에 일정한 영향을 미치는 것으로 판단되며, 향후 UTAUT 모델을 검증하는데 있어 기술적 특성을 외생변수로 고려하여 접근할 필요가 있을 것이다.

본 연구의 한계로는 첫째, UTAUT 모델의 확장에 있어서 관련 문헌들을 검토하여 혁신성을 외생변수로 도출하였으나, UTAUT 모델의 정교한 확장을 위해서는 보다 체계적이고 종합적인 검토를 통해 다양한 외생변수들을 도출할 필요가 있을 것이다. 둘째, UTAUT 모델을 확장하고 그 예측력을 높이기 위해서는 기술적 특성을 고려한 외생변수들의 적용이 요구되며, 후속연구에서는 다양한 기술적 특성을 고려한 접근이 요구된다고 할 것이다.

## REFERENCES

- [1] R. Agarwal & E. Karahanna, (2000). Time flies when you're having fun: Cognitive absorption and beliefs about information technology usage. *MIS Quarterly*, 665-694.  
DOI: 10.2307/3250951
- [2] S. H. Jeon, N. R. Park, & C. C. Lee. (2011). Study on the factors affecting the intention to adopt public computing service. *Entrue Journal of Information Technology*, 10(2), 97-112.
- [3] C. H. Jung & S. H. Namn. (2014). Cloud computing acceptance at individual level based on extended UTAUT. *Journal of Digital Convergence*, 12(1) 287-294.  
DOI : 10.14400/JDPM.2014.12.1.287
- [4] S. C. Park & C. M. Koo. (2012). A study on end user's intention to use for cloud computing: Testing the mediating role of key constructs from UTAUT. *The Journal of Internet Electronic Commerce Research*, 12(3), 141-162.
- [5] V. Venkatesch, M. G. Morris, G. B. Davis, & F. D. Davis, (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS Quarterly*, 425-478.  
DOI: 10.2307/30036540
- [6] S. H. Lim & S. H. Kim. (2018). Factors affecting user intentions in omnichannel environment: Focusing on unified theory of acceptance and use of technology. *The Korean Journal of Advertising*, 29(4), 95-129.
- [7] R. Agarwal & J. Prasad. (1998). A conceptual and operational definition of personal innovativeness in the domain of information technology. *Information Systems Research*, 9(2), 204-215.  
<https://doi.org/10.1287/isre.9.2.204>
- [8] A. A. Taiwo & A. G. Downe. (2013). The theory of user acceptance and use of technology(UTAUT): A meta-analytic review of empirical findings. *Journal of Theoretical and Applied Information Technology*, 49(1), 48-58.
- [9] S. W. Lee, J. S. Jung, & Y. H. Yoon. (2019). A study on the acceptance intention of blockchain technology using UTAUT2 model. *Korean Corporation Management Review*, 26(6), 1-28.
- [10] M. B. Lee. (2012). Influence of the innovativeness on the use intention in SNS: Focused on UTAUT. *Journal of the Korea Industrial Information Systems Society*, 17(7), 177-186.
- [11] W. S. Choi, D. Y. Kang, & S. M. Choi. (2017). Understanding factors influencing usage and purchase intention of a VR device: An extension of UTAUT2. *Information Society & Media*, 18(3), 173-208.
- [12] S. Jin. (2020). A study on the effect of individual characteristics on acceptance of wearable healthcare



devices: Focusing on the UTAUT2 and innovativeness. *Journal of the Korea Society of Computer and Information*, 25(3), 129-143.

- [13] Y. H. Ji & T. S. Park. (2018). A study on the purchase intention of mobile hotel reservation services in OTA using unified theory of acceptance and use of technology(UTAUT): Verification of the moderating effect of personal innovativeness. *Korean Journal of Hospitality & Tourism*, 27(7), 217-233. DOI : 10.24992/KJHT.2018.10.27.07.217.
- [14] O. J. Kwon. (2008). *An empirical study on the acceptance of the BSC system in the public sector*. Doctoral Dissertation, Dankook University.
- [15] I. H. Jeong. (2013). *Factors influencing smart device adoption and use: From multi-device use environment*. Master's Thesis, Seoul National University.
- [16] M. Wang. (2016). *A study on the continuous use intention of mobile-based social shopping curation app: Focusing on the China market*. Master's Thesis, Kongju National University.
- [17] A. Alawadhi & A. Morris. (2008). The use of the UTAUT model in the adoption of e-government services in Kuwait. *Proceeding of the 41<sup>st</sup> Hawaii International Conference on System Sciences*, Hawaii.
- [18] L. Oshlyansky, P. Cairns, & H. Thimbleby. (2007). Validating the unified theory of acceptance and use of technology(UTAUT) tool cross-culturally. *Proceeding of the 21<sup>st</sup> BCS HCI Group Conference*, Lancaster University, UK.
- [19] M. Biemans, J. Swaak, M. Hettinga, & J. G. Schuurman. (2005). Involvement matters: The proper involvement of users and behavioural theories in the design of a medical teleconferencing application. *Proceeds of GROUP'05*, November 6-9, Sanibel Island, Florida, USA.
- [20] D. Cheng, G. Liu, Y. F. Song, & C. Qian. (2008). Adoption of internet banking: An integrated model. *Proceeds of the 4<sup>th</sup> International Conference on Wireless Communications, Networking and Mobile Computing*, 2008, Dalian.
- [21] H. G. Baek, B. S. Chon, & J. K. Lee. (2013). Determinants of intention to use N-screen service among college students. *Korean Journal of Broadcasting and Telecommunication Studies*, 27(1), 94-130.
- [22] L. T. Hu & P. M. Bentler. (1999). Cut off criteria for fit indexes in covariance structure analysis: Conventional criteria versus new alternatives. *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal*, 6(1), 1-55. <https://doi.org/10.1080/10705519909540118>
- [23] S. B. Lee. (2018). A study on the effect of personal innovativeness on QR code users' behavioral intention. *Journal of the Korea Management Engineers Society*, 23(4), 33-48.
- [24] S. H. Yang, Y. S. Hwang, & J. K. Park. (2016). A study on the use of fintech payment services based on the

UTAUT model. *Journal of Management & Economics*, 38(1), 183-209.

이 용 준(Yong-Jun Lee)

[정회원]



- 1990년 2월 : 중앙대 대학원 언론학 석사
- 1995년 8월 : 중앙대 대학원 언론학 박사
- 2002년 8월 ~ 현재 : 대진대학교 미디어커뮤니케이션학과 교수
- 관심분야 : 미디어융합, 잡지출판

E-Mail : eyongjun@daejin.ac.kr

김 원 제(Won-Je Kim)

[정회원]



- 1995년 2월 : 중앙대 신문방송학과(정치학석사)
- 2005년 2월 : 성균관대학교 신문방송학과(미디어학박사)
- 2011년 3월 ~ 현재 : 성균관대 문화융합대학원 겸임교수
- 관심분야 : 미디어정책, 콘텐츠산업

E-Mail : wonje5@daum.net