

카카오 서비스에 대한 이용의도

- 공유경제 이용의도에 영향을 미치는 변수에 관해

제 출 일	2017.12.25
과 목 명	마케팅 조사 (02반)
담당교수	이 희 태 교수님
소속학과	경영학과
팀 번호	7팀
팀원	20161211 강 민 지
	20161182 박 혜 원
	20161273 김 성 연
	20161284 권 현 호
	20161304 서 소 룡



한남대학교
Hannam University

목차

- 서론

1. 연구의 배경
2. 연구의 목적
3. 연구의 구성
 - 1) 공유경제의 정의 및 현황
 - 2) 주요 변수의 선행연구 - 변수의 조작적 정의

- 연구모형 및 가설

1. 연구모형
2. 가설설정
3. 측정도구
4. 수집방법
5. 분석방법
6. 조사대상자의 사회인구학적 특성

- 연구결과

1. 요인분석 및 신뢰성 검증
2. 상관분석
3. 가설 검증 - 회귀분석

- 결론

1. 연구결과 요약
2. 시사점

참고문헌

- 서론

1. 연구의 배경

스마트폰 열풍을 등에 업고 페이스북, 트위터 등 SNS회사들은 성장한 기업이 생겨난 반면 싸이월드와 MSN은 쇠락의 길로 들어서기도 하였다. SNS는 온라인상에서 삶의 변화 뿐 아니라 모바일 중심으로 산업성장 인터넷 경제의 부상으로 떠오른 스마트폰의 삶은 언제 어디서나 연결된 상시 접속 시대이며 똑똑한 일상생활을 누릴 수 있으며 실시간 양방향 커뮤니케이션을 할 수 있다. 이러한 시장 속에서 등장한 '카카오톡'은 서비스 개시일인 2010년 11월부터 3달만에 가입자 300만명을 돌파했으며 2012년 12월을 기준으로 '카카오톡' 서비스 가입자는 6600만 에 달해 '국민 메신저'로 등극하였다. 대한민국 국민수가 5000만 명인 것과 비교해보면 우리나라의 스마트폰 사용자는 모두 카카오톡을 사용하고 있는 것이다. 게다가 카카오는 카카오톡의 6600만명의 사용자 수를 활용한 다양한 서비스를 통해 모바일 기반의 Multi-side platform을 구축했다.

따라서 모바일은 단순한 전화의 의미가 아니라 대인 커뮤니케이션 매체라고 말할 수 있다. 카카오톡 또한 마찬가지다. 스마트폰 앱을 통해 일상생활에 도움을 줄 수 있는 검색, 교통정보, 지도, 가격정보 등 생활 밀착형 앱으로 최적화된 일상이 가능해졌다. 특히 위치기반 서비스를 이용한 맛집과 지도안내, 저렴한 주유소 찾기 등을 파악 할 수 있어 불필요한 기회비용을 절감할 수 있으며 지도, 날씨, 뉴스 등의 정보검색 뿐 아니라 음악, 게임 등을 오락과 SNS, 메신저 등 소통 용도로 스마트폰을 다양하게 활용할 수 있다. 이러한 스마트폰의 장점으로 스마트폰의 보급과 함께 MIM 서비스를 이용하는 사용자 또한 증가해 왔다. SNS와 MIM 이용자가 스마트폰 출시 이후 빠른 속도로 증가하고 있는데 2011년에 전년대비 가입자의 각각 114%, 150%가 증가하였다. 또한 이용자의 86.4%는 카카오와 다른 MIM를 사용한 반면 62.6%는 문자 메시지가 감소하여 소통 채널에 변화를 가져 왔다. 따라서 카카오(Kakao)의 기술수용모델 요인인 지각된 관여도, 주관적 규범, 이용자태도, 감정적 혜택, 합리적 혜택, 이용 편의성, 신뢰성에 의해 사용자 이용태도에 어떠한 영향을 미치는지를 알아보고자 하며 위와 같은 요인 간의 관계를 알아보고자 한다. 이를 살펴보기 위해 제일 많이 사용되는 모바일 플랫폼 카카오를 연구대상으로 선정하였다.

2. 연구의 목적

최근 들어 공유경제는 많은 분야에서 적용하고 활용되고 있다. 이런 공유경제 관련 분야는 많은 연구자들에 의해 연구가 진행되고 있다. 본 연구는 그 중 한국에서 가장 대중적인 공유경제 플랫폼이며 현재 많은 영향력을 행사 중인 카카오 플랫폼 서비스에 관련된 연구이며, 이미 많은 사람들이 공유 서비스를 이용하고 이 서비스의 이점을 강조하고 있다. 이런 현상으로 법과 제도에서도 일부 지역이나 부분에서 합법화 하는 중에 있으며, 또한 그 시장의 규모는 국내에서 다양하고 넓은 범위로 계속적으로 성장하여 그 영향력을 미치고 있기 때문이다. 카카오 플랫폼 서비스에서 수요자관점에서 공유경제형 플랫폼인 카카오서비스의 기능을 제시하여, 수요자의 요구와 필요가 무엇인지 이용의도를 높이기 위한 방안을 찾아보고자 한다. 또한

수용자의 사회적 자본형성이 이용 의도에 영향을 미치는지 구조적 관계를 실증분석을 통해 파악하고자 하였다. 본 연구의 목적에 따라 세부과제를 구체적으로 살펴보면 다음과 같다.

첫째, 문헌고찰을 통해 공유경제 플랫폼의 개념 및 특징을 살펴본다.

둘째, 카카오 플랫폼, 용이성, 사회적 자본, 이용의도에 대한 기존문헌을 토대로 개념을 정립하고자 한다.

셋째, 빅 데이터를 통해 수요자관점의 공유경제플랫폼의 기능별 특징을 도출하고 구체화 시키고자 한다.

넷째, 카카오 플랫폼 기능이 수용자의 이용의도에 미치는 영향관계를 규명하고자 한다.

다섯째, 수용자의 사회적자본 형성이 이용의도에 미치는 영향관계를 파악하고자 한다.

여섯째, 이러한 연구결과를 토대로 향후 공유경제플랫폼에 맞는 마케팅 방안 및 폭넓은 실무적 시사점을 제시한다.

본 연구는 문헌적 고찰을 통하여 카카오 플랫폼 서비스 이용자들에 따른 이용의도를 알아보고자 국내 연구기관의 보고서를 포함한 자료를 이용하여 공유경제, 카카오 플랫폼, 용이성, 사회적 자본, 이용의도의 개념과 정의를 알아보고 이에 관련된 문헌고찰과 빅 데이터를 활용하여 연구모형을 설계하고 연구 가설을 도출하였다.

3. 연구의 구성

1) 공유경제의 정의 및 현황

공유경제(sharing economy)란 하버드 법대 교수 Lessig이 처음으로 사용한 용어이다. Lessig은 공유경제를 한번 생산된 제품을 여럿이 공유해 쓰는 협업소비를 기본으로 한 경제방식으로 정의하였다. 공유경제는 한번 생산된 자원을 소유하지 않고, 소비자의 공유경제 서비스 이용태도 및 이용의도에 대한 연구로 여럿이 공유하는 개념이며, 이는 이미 생산된 제품들 구성원 간 공유하는 형태의 경제활동으로, 자신이 소유한 재화에 대한 사용권을 타인과 공유·교환·대여함으로써 새로운 가치를 창출해 내는 것을 의미하는 협력적 소비가 공유경제의 근간이라고 할 수 있다. 또한, Gold는 공유경제의 프레임은 무엇보다 다른 이들과 함께하는 공동체 안에서, 모든 구성원에게 가치를 기여한다는 더 큰 논리 안에서 이익을 추구하는 합리적 논리에 근거를 둔다고 하였다. 특히, 공유경제는 협력적 소비(collaborative consumption)와도 유사한 개념으로 사용되고 있는데 공유의 의미를 확대하는 경우 유사한 개념으로 이해할 수 있다. Botsman과 Rogers는 협력적 소비라는 것은 많은 소비자들이 공유하기로 약속한 몇 가지 유형에 의해 동일한 제품을 사용할 때 일어나는 것으로 협력적 소비는 좀 더 효율적인 자원의 이용과 비용절감을 할 수 있게 한다고 하였다.

공유경제의 가치는 개인이 정보통신기술(Information and communications-technologies)과 SNS(social network services) 등을 바탕으로 경제활동의 주체가 되어 경제에 참여함으로써 실현되었고 나아가 새로운 형태의 경제체제로 발전하였다(권애라, 2013). 말하자면, 정보통신기술과 SNS의 빠른 발전과 성장은 개인이 가질 수 있는 정보의 양과 종류가 다양화되는데 기여하게 되고, 개인의 정보력 향상은 그에 따른 개인과 개인 간의 신뢰를 구축하게 되는

바탕이 되었다. 이렇게 구축된 신뢰와 공유경제를 기반으로 하는 정보통신기술의 융·복합은 소규모, 소지역에서 이루어지던 ‘공유’개념을 산업으로 발전할 수 있게 하였다.

2) 주요 변수의 선행연구 - 변수의 조작적 정의

- 종속변수 정의

이용의도

이용의도는 많은 선행연구에서 다루어지고 있으며, 사용의도, 행동의도, 이용의도 등의 표현으로 쓰이고 있다. 행동의도는 고객의 긍정적인 행동의도와 부정적 행동의도를 포괄하는 개념이고 이용의도는 제품이나 서비스에 대한 입소문, 재 구매 의도 등의 고객만족의 경과를 설명하는 광의적인 개념이다. 행동은 그 행동을 수행하려는 행동의도에 의하여 결정되는데 행동의도는 어떤 사람이 주어진 행위를 수행 할 가능성이라고 본다. 특정행위에 대한 수행의지의 크기로 볼 때, 그 척도는 행동과 관련된 개인의 태도와 주관적 규범의 상대적 중요성에 의해 결정된다. 따라서 본 연구에서는 공유경제가치, 공유경제관여도, 공유경제서비스 이용에 대한 태도, 주관적 규범이 공유 경제서비스 이용의도에 영향을 미치는지를 확인하고자 한다.

이용 의도(use intention)는 서비스가 제품이나 서비스를 활용하고자 하는 의지로서 태도와 행동사이의 연결점 역할을 수행한다(David & Jaccard, 1979). 이러한 관점에서Aaker(1991)은 소비자의 미래행동을 의미한다고 하였으며, 태도와 신념을 통해 행동으로 이루어질 가능성이라고 정의하였다. Homer & Yoon(1992)은 제품이나 서비스를 사용하는데 있어 소비자가 가지고 있는 성향이라고 하였으며, Arora(1993)는 경제적 재화 및 서비스를 획득하는 데 있어서 직접적으로 관련된 소비자의 개인행동이라고 하였다.

- 독립변수 정의

주관적 규범

주관적 규범은 기대에서 만들어지는 동기에 의해 형성되는 것으로 행동 당사자 스스로가 형성하고 있는 당사자가 속한 사회에서 공통적으로 생각되는 특정행위에 대한 관념적으로 생각되어지는 인식을 말한다. 또는 주관적 규범은 행동 당사자가 속한 사회에서 행동 여부에 대한 사회적 압박을 의식하는 것이라고도 정의하였다. 행동의도에 영향을 미치는 사회적 요인인 주관적 규범은 자신의 행동과 관련하여 사회적 측면에서 생각할 때 어떻게 할 것인가에 대한 사회적 태도로, 규범적 신념과 순응동기로 구성된다. 일반적으로 사람들은 자신의 준거기준이 되는 사람이 일정한 행동을 하기를 원할 경우 그 행동을 하게 된다.

합리적 혜택과 감성적 혜택

카카오에 대한 이용자 가치를 주로 합리적 혜택과 감성적 혜택으로 구분하였다.

합리적 혜택은 제품의 유용성과 소비자에 대한 품질을 의미하고 공유경제의 합리적 혜택은 주변 타인들의 영향을 받지 않는 개인적인 가치에 기인한다. 따라서 재무적, 경제적 관점이 합리적 혜택의 첫째 요소이다.

감성적 혜택은 소비자의 감정과 관련이 있다. 지각된 감성적 혜택은 확정성과 소속감, 그리고

일체감을 중심으로 발현된다. 따라서 공유에 의한 관대성과 공동체 참여를 증가시키는 것은 지각된 감성적 혜택이라고 볼 수 있다.

관여도

개인의 관련성 혹은 특정 현상 자극에 의해 발생하는 각성, 관심 혹은 중요성의 개념으로 정의하고 있다. 일반적으로 관여의 수준에 따라 고관여와 저 관여로 양분하여 고 관여는 제품에 대해 고취된 각성, 관심, 감정적 집착의 수준이 높은 내면의 상태를 말하고, 저 관여는 그 수준이 낮은 상태를 말한다. 보통 관여 수준이 높아짐에 따라 정보탐색 활동이 활발해지고 대안의 평가도 복잡해진다. 고 관여에서는 인지적 학습이, 저 관여에서는 행동적인 행습이 생긴다.

이용편의성

어떤 도구나 인간이 만든 물건, 서비스를 어떤 특정 목적을 달성하기 위해 사용할 때에 얼마나 사용하기 쉬운가를 말하는 용어이다. 즉, 사용자가 느끼는 상호작용하는 시스템에 대한 경험적 만족도를 일컫는 말로써, 사용자가 시스템을 편리하게 사용할 수 있는 정도를 의미한다. 사용이 편리한 제품이나 시스템은 그렇지 않은 제품이나 시스템보다 더 많이 사용되며 사용자의 이용의도 또한 증가된다.

이용자 태도

일반적으로 태도(attitude)란 대상에 대하여 좋아하거나 싫어하는 것을 표현하는 가설적 구조를 말하는 것으로 시장을 진단하고 예측하는데 매우 유용한 변인이다. 태도에 영향을 미치는 요인은 신념과 평가가 있으며, 신념은 행위자가 어떤 행동에 대해 긍정적인지 부정적인지에 대한 생각을 말하며 평가는 행동에 대한 결과가 어떻게 될 것인가를 나타내는 것이다. 신념과 평가가 상호작용을 일으켜서 태도에 영향을 미치게 된다. 또한 태도는 대상에 대한 태도와 행동에 대한 태도로 구분된다. 행동에 대한 태도는 대상에 대한 태도와는 달리 구매 행동에 대한 태도로, 대상 과 관련된 행동에 대한 태도를 의미하며, 개인의 의견과 관련된 개인적 태도이다. 사람들은 어떤 행동에 대해 긍정적인 결과가 나올 것으로 판단되면 그 행동에 대해 긍정적인 태도를 가지게 되며, 부정적인 결과가 나올 것으로 판단되면 부정적인 태도를 가지게 된다. 따라서 어떤 행동에 대한 결과와 그 결과의 평가에 의해 그 사람의 태도가 결정된다는 것이다. 즉, 태도는 행동의도를 포함한 인간의 다양한 행위를 예측하는 데 중요한 선행변수로써 연구되어왔다.

신뢰성

신뢰성은 다양한 범위에서 사용하고 있는데, 특히 공유경제와 같이 개인의 자산을 비대면 접촉과 익명성을 바탕으로 하는 IT분야를 결합하여 제공한다는 점에서 신뢰성이 매우 중요하다고 볼 수 있다. 그렇기 때문에 신뢰성의 확보는 일반적으로 관련 요소에 긍정적인 영향을 미치며, 더 나아가 이용의도에 영향을 주는 것으로 알려져 있다.

사회적 자본

사회 구성원들이 힘을 합쳐 공동 목표를 효율적으로 추구할 수 있게 하는 자원을 이르는 말이다. 사람과 사람 사이의 협력과 사회적 거래를 촉진시키는 일체의 신뢰, 규범 등 사회적 자산을 포괄하여 말한다. 사회적 자본은 그 기능과 성격에 따라 부동하며 사회적 네트워크의 특

성에 따라 사회적 자본을 연결적 사회자본과 결속적 사회자본 두 개 유형으로 구분할 수 있다고 한다.

연결적 사회적 자본

서로 다른 배경을 가진 개인들이 인적 네트워크를 형성할 때 즉 자발적으로 다른 조직과 관계를 맺을 때 발생한다. 이러한 조직들은 사회적, 경제적으로 다양한 배경의 사람들을 포함하는데 이는 인종 성별 직업 소득 믿음 등과 같은 장벽들을 넘어서서 사용자들 간의 연결을 가능케 한다.

결속적 사회 자본

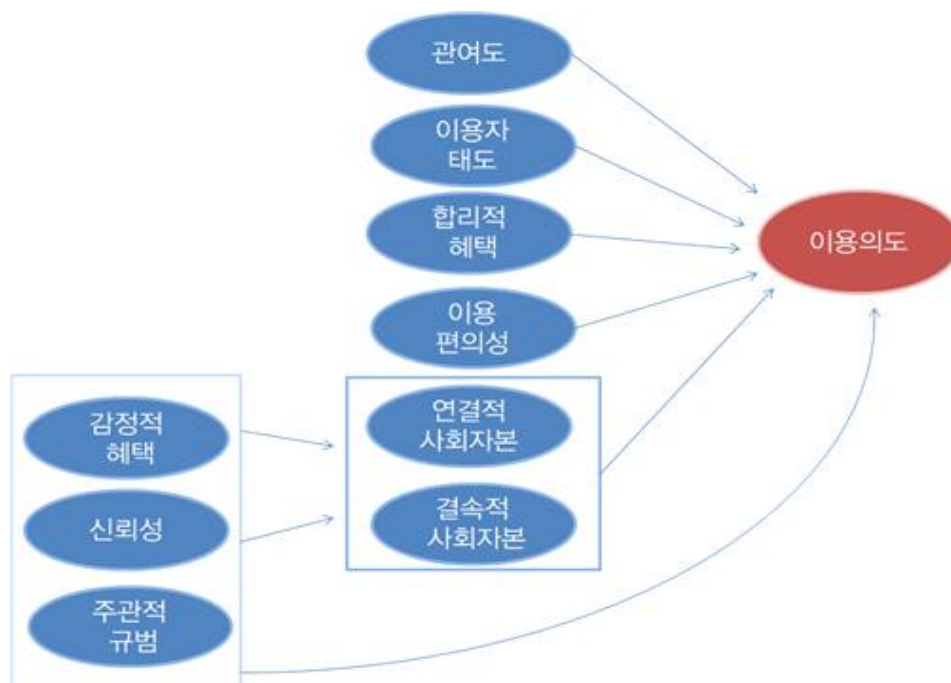
가족이나 친구 즉 유사한 배경과 특성을 가진 사람들로 구성된 사회네트워크를 결속형 자본이라고 부르는데 이는 구성원들 사이에 정서적으로 끈끈하고 밀접하게 연계되어 있어 서로 정서적 및 실질적 도움을 제공한다.

- 연구모형 및 가설

1. 연구모형

본 연구는 각각의 독립변수가 카카오 서비스와 같은 공유경제 서비스 플랫폼 이용의도를 종속변수로 하여 이에 미치는 영향에 대한 연구를 위하여, 다음과 같은 연구모형을 제시하였다.

<그림 0> 독립변수와 종속변수 관계 연구모형



2. 가설설정

1. 관여도는 이용의도에 영향을 미친다.
 2. 주관적 규범은 이용의도에 영향을 미친다.
 3. 합리적 혜택은 이용의도에 영향을 미친다.
 4. 감정적 혜택은 이용의도에 영향을 미친다.
 5. 이용편의성은 이용의도에 영향을 미친다.
 6. 신뢰성은 이용의도에 영향을 미친다.
 7. 연결적 사회 자본은 이용의도에 영향을 미친다.
 8. 결속적 사회 자본은 이용의도에 영향을 미친다.
 9. 이용자태도는 이용의도에 영향을 미친다.
 10. 감정적 혜택은 사회적 자본에 영향을 미친다.
 11. 신뢰성은 사회적 자본에 영향을 미친다.
 12. 주관적 규범은 사회적 자본에 영향을 미친다.
- (사회적 자본 = 연결적 사회자본 + 결속적 사회자본)

이때, ‘이용의도 혹은 사회적 자본에 영향을 미친다’는 공통적으로 정 (+), 긍정적인 영향을 준다는 것을 의미한다. 본 보고서에서 다루는 독립변수들이 이용 의도를 높일 수 있음이 곧 영향을 미친다는 표현으로 쓰였음을 밝힌다.

3. 측정도구

관여도	나는 카카오 서비스에 대해 알고 있다.
	카카오 서비스는 내 삶의 가치를 높여준다.
	카카오 서비스는 나에게 유용하다.
	카카오 서비스는 나에게 필요하다.
	카카오 서비스는 내 주변에서 쉽게 찾아볼 수 있다.
이용자 태도	카카오 서비스를 통해 즐거운 경험을 한다고 생각한다.
	나는 카카오 서비스를 적극적으로 사용한다.
	카카오 서비스를 통해 다양한 사람과 교류를 하고 있다.
	나는 카카오 서비스에 대해 호의적이다.
주관적 규범	만약 내 친구들이나 동료들이 카카오 서비스를 공유하자고 추천한다면, 나는 그것을 사용할 것이다.
	내 친구들과 동료들은 내가 카카오 서비스를 이용하는 것에 찬성할 것이다.
	나의 주변사람들 중에서 나에게 카카오 서비스를 이용해보라고 권하는 사람들이 많다.
	나와 친한 지인들은 내가 카카오 서비스를 이용하는 것에 대해 대체적으로 좋게 생각한다.
합리적 혜택	카카오 서비스는 실용적이라고 생각한다.
	카카오 서비스는 우리의 삶의 질을 높일 수 있다고 생각한다.
	카카오 서비스는 남은 자원을 효율적으로 활용할 수 있다고 생각한다.
	카카오 서비스를 통해 시간을 절약할 수 있다고 생각한다.

	카카오 서비스를 통해 커뮤니티 발전에 도움을 준다고 생각한다.
	카카오 서비스를 통해 신속하게 정보의 공유성을 체험할 수 있다고 생각한다.
감정적 혜택	카카오 서비스는 타인관계형성과 유지가 가능하다.
	나는 카카오 서비스가 행복을 느끼게 한다고 생각한다.
	카카오 서비스는 사회 공동체 속에서 소중한 구성원으로서의 소속감을 느끼게 한다고 생각한다.
	카카오 서비스를 통해 타인과의 교류가 가능해진다고 생각한다.
이용편의성	카카오 서비스 이용방법은 쉽게 학습된다.
	카카오 서비스를 이용하는데 많은 노력이 필요하지 않다.
	카카오 서비스를 활용하는 것은 쉬운 것으로 생각한다.
	카카오 서비스를 사용하여 내가 원하는 결과를 쉽게 얻을 수 있다고 생각한다.
	가입과 이용절차가 간편하다.
	카카오 서비스는 원할 때 언제든지 이용할 수 있다.
신뢰성	이용 시 제공되는 다양한 정보는 믿을만한 것이라 생각한다.
	카카오 서비스 공급자를 신뢰할 수 있다.
	카카오 서비스는 안정적으로 제공되고 있다.
	카카오 서비스의 전자결제시스템은 안전하다.
	이용 후 개인 및 거래정보가 안전하게 보관될 것이라 생각한다.
연결적 사회적 자본	온라인에는 나에게 새로운 일에 도전할 수 있는 용기를 주는 사람이 있다.
	온라인은 나와 생각이 다른 사람에게는 관심을 갖게 해준다.
	온라인에서 알게 된 사람들과의 대화를 통해 다른 세상에 호기심을 갖게 된다.
	온라인을 통해 나는 세상의 모든 사람들과 연결되어 있다는 느낌을 받는다.
	온라인을 통해 나는 항상 새로운 사람들과 관계를 맺는다.
결속적 사회적 자본	온라인에는 나의 문제를 해결하는데 도움을 줄 수 있다고 확인되는 사람이 있다.
	온라인에는 나의 개인적인 문제를 편안하게 얘기할 사람이 있다.
	온라인에는 중요한 의사결정에 도움을 줄 수 있는 사람이 있다.
	온라인에는 내가 곤경에 처해 있을 때 도와줄 수 있는 사람이 있다.
	온라인에는 나에게 아주 호의적인 사람이 있다.
이용의도	나는 카카오를 중단하지 않고 계속 이용할 생각이 있다.
	내가 사용하고 있는 카카오를 친구들에게 추천할 의향이 있다.
	나는 카카오를 더 많이 이용하기를 원한다.

4. 수집방법

본 연구의 조사도구는 선행연구를 기초로 하여 작성된 설문지로서 척도구성은 조사대상자의 인구학적인 특성, 이용자 태도, 공유경제 관여도, 주관적 규범, 합리적 혜택, 감정적 혜택, 공유경제 서비스 이용 편의성, 신뢰성과 공유경제 서비스 이용의도에 관한 문항 등 총 아홉 부분으로 구성되었다. 우선 사회 인구학적 특성은 성별, 연령, 직업, 공유경제 이용경험 등 4문항으로 구성되어 있다. 또한 공유경제 가치를 더욱 정확히 파악하기 위해 설문지 전체 문항 7점척도를 이용하여 작성하였다. 이용자 태도, 공유경제 관여도, 주관적 규범, 합리적 혜택, 감정적 혜택, 공유경제 서비스 이용 편의성, 신뢰성과 공유경제 서비스 이용의도에 관한 각각의 문항별 신뢰도인 내적 일치도를 알아보기 위하여 Cronbach α 계수를 측정 하였다.

5. 분석방법

본 연구는 다음과 같은 분석방법을 활용하였다. 인구통계학적특성을 파악하기 위하여 빈도분석 및 기초통계 분석을 실시하였으며, 측정항목들 간의 신뢰성 및 타당성 검증을 위하여 SPSS v25를 이용하여 탐색적 요인분석 및 크로말파분석을 시도하였다. 더불어 변수간의 상관관계를 파악하고자 상관분석을 하였고, 가설검증을 위하여 회귀분석을 실시하였다.

6. 조사대상자의 사회인구학적 특성

		성별			
		빈도	퍼센트	유효 퍼센트	누적 퍼센트
유효	0 = 남	51	38.1	38.1	38.1
	1 = 여	83	61.9	61.9	100.0
	전체	134	100.0	100.0	

		직업			
		빈도	퍼센트	유효 퍼센트	누적 퍼센트
유효	1	118	88.1	88.7	88.7
	2	13	9.7	9.8	98.5
	3	2	1.5	1.5	100.0
	전체	133	99.3	100.0	
결측	시스템	1	.7		
전체		134	100.0		

		연령			
		빈도	퍼센트	유효 퍼센트	누적 퍼센트
유효	19	8	6.0	6.0	6.0
	20	34	25.4	25.4	31.3
	21	41	30.6	30.6	61.9
	22	19	14.2	14.2	76.1
	23	6	4.5	4.5	80.6
	24	8	6.0	6.0	86.6
	25	4	3.0	3.0	89.6
	26	3	2.2	2.2	91.8
	27	2	1.5	1.5	93.3
	28	1	.7	.7	94.0
	29	3	2.2	2.2	96.3
	30	1	.7	.7	97.0
	35	1	.7	.7	97.8
	36	1	.7	.7	98.5
	49	1	.7	.7	99.3
	64	1	.7	.7	100.0

전체	134	100.0	100.0
----	-----	-------	-------

		이용여부		
		빈도	퍼센트	누적 퍼센트
유효	1	133	99.3	99.3
	2	1	.7	100.0
	전체	134	100.0	

- 연구결과

1. 요인분석 및 신뢰성 검증

신뢰도 측정

Cronbach 알파계수는 문항들 간의 일관성이 있는지, 평균을 내어 변수를 생성해도 문제가 없는지를 검증하기 위한 수치이다. 이는 변수를 새로 생성하는데 큰문제가 없다는 것이다.

0.7미만일 경우 항목 총계 통계량에서 '항목이 삭제된 경우 Cronbach 알파'에서 가장 수가 높은, 0.7이상인 항목을 삭제하면 신뢰하게 된다. (이용의도 참고)

신뢰도 총 정리표

카카오플랫폼 이용의도 조사 신뢰도 분석 결과		
관여도	나는 카카오 서비스에 대해 알고 있다.	0.882
	카카오 서비스는 내 삶의 가치를 높여준다.	
	카카오 서비스는 나에게 유용하다.	
	카카오 서비스는 나에게 필요하다.	
	카카오 서비스는 내 주변에서 쉽게 찾아볼 수 있다.	
이용자태도	카카오 서비스를 통해 즐거운 경험을 한다고 생각한다.	0.837
	나는 카카오 서비스를 적극적으로 사용한다.	
	카카오 서비스를 통해 다양한 사람과 교류를 하고 있다.	
	나는 카카오 서비스에 대해 호의적이다.	
주관적규범	만약 내 친구들이나 동료들이 카카오 서비스를 공유하자고 추천한다면, 나는 그것을 사용할 것이다.	0.792
	내 친구들과 동료들은 내가 카카오 서비스를 이용하는 것에 찬성할 것이다.	
	나의 주변사람들 중에서 나에게 카카오 서비스를 이용해보라고 권하는 사람들이 많다.	
	나와 친한 지인들은 내가 카카오 서비스를 이용하는 것에 대해 대체적으로 좋게 생각한다.	
합리적혜택	카카오 서비스는 실용적이라고 생각한다.	0.887
	카카오 서비스는 우리의 삶의 질을 높일 수 있다고 생각한다.	
	카카오 서비스는 남은 자원을 효율적으로 활용할 수 있다고 생각한다.	
	카카오 서비스를 통해 시간을 절약할 수 있다고 생각한다.	

	카카오 서비스를 통해 커뮤니티 발전에 도움을 준다고 생각한다.	
	카카오 서비스를 통해 신속하게 정보의 공유성을 체험할 수 있다고 생각한다.	
감정적혜택	카카오 서비스는 타인관계형성과 유지가 가능하다.	
	나는 카카오 서비스가 행복을 느끼게 한다고 생각한다.	
	카카오 서비스는 사회 공동체 속에서 소중한 구성원으로서의 소속감을 느끼게 한다고 생각한다.	0.841
	카카오 서비스를 통해 타인과의 교류가 가능해진다고 생각한다.	
이용편의성	카카오 서비스 이용방법은 쉽게 학습된다.	
	카카오 서비스를 이용하는데 많은 노력이 필요하지 않다.	
	카카오 서비스를 활용하는 것은 쉬운 것으로 생각한다.	0.900
	카카오 서비스를 사용하여 내가 원하는 결과를 쉽게 얻을 수 있다고 생각한다.	
	가입과 이용절차가 간편하다.	
	카카오 서비스는 원할 때 언제든지 이용할 수 있다.	
신뢰성	이용 시 제공되는 다양한 정보는 믿을만한 것이라 생각한다.	
	카카오 서비스 공급자를 신뢰할 수 있다.	0.881
	카카오 서비스는 안정적으로 제공되고 있다.	
	카카오 서비스의 전자결제시스템은 안전하다.	
	이용 후 개인 및 거래정보가 안전하게 보관될 것이라 생각한다.	
연결적 사회적 자본	온라인에는 나에게 새로운 일에 도전할 수 있는 용기를 주는 사람이 있다.	
	온라인은 나와 생각이 다른 사람에게는 관심을 갖게 해준다.	0.899
	온라인에서 알게 된 사람들과의 대화를 통해 다른 세상에 호기심을 갖게 된다.	
	온라인을 통해 나는 세상의 모든 사람들과 연결되어 있다는 느낌을 받는다.	
	온라인을 통해 나는 항상 새로운 사람들과 관계를 맺는다.	
결속적 사회적 자본	온라인에는 나의 문제를 해결하는데 도움을 줄 수 있다고 확신되는 사람이 있다.	0.941
	온라인에는 나의 개인적인 문제를 편안하게 얘기할 사람이 있다.	
	온라인에는 중요한 의사결정에 도움을 줄 수 있는 사람이 있다.	
	온라인에는 내가 곤경에 처해 있을 때 도와줄 수 있는 사람이 있다.	
	온라인에는 나에게 아주 호의적인 사람이 있다.	
이용의도	나는 카카오를 중단하지 않고 계속 이용할 생각이 있다.	0.668
	내가 사용하고 있는 카카오를 친구들에게 추천할 의향이 있다.	
	나는 카카오를 더 많이 이용하기를 원한다.	
	이용의도1 제거 후	0.743

독립변수 신뢰도 측정

▶ 관여도

cronbach의 알파가 0.7이상인 0.882이므로 신뢰성이 있기에 문항 제거할 필요없다.

▶ 이용자 태도

cronbach의 알파가 0.7이상인 0.837이므로 신뢰성이 있기에 문항 제거할 필요없다.

▶ 주관적규범

cronbach의 알파가 0.7이상인 0.792이므로 신뢰성이 있기에 문항 제거할 필요없다.

▶ 합리적혜택

cronbach의 알파가 0.7이상인 0.887이므로 신뢰성이 있기에 문항 제거할 필요없다.

▶ 감정적혜택

cronbach의 알파가 0.7이상인 0.841이므로 신뢰성이 있기에 문항 제거할 필요없다.

▶ 이용편의성

cronbach의 알파가 0.7이상인 0.900이므로 신뢰성이 있기에 문항 제거할 필요없다.

▶ 신뢰성

cronbach의 알파가 0.7이상인 0.881이므로 신뢰성이 있기에 문항 제거할 필요없다.

▶ 연결적 사회적 자본

cronbach의 알파가 0.7이상인 0.899이므로 신뢰성이 있기에 문항 제거할 필요없다.

▶ 결속적 사회적자본

cronbach의 알파가 0.7이상인 0.941이므로 신뢰성이 있기에 문항 제거할 필요없다.

종속변수의 신뢰도 측정

▶ 이용의도

이용의도의 cronbach의 알파가 0.7미만인 0.668이므로

항목 총계 통계량				
	항목이 삭제된 경우 척도 평균	항목이 삭제된 경우 척도 분산	수정된 항목-전체 상관계수	항목이 삭제된 경우 Cronbach 알파
이용의도1	10.01	5.692	.356	.743
이용의도2	10.18	5.622	.484	.568
이용의도3	10.32	4.881	.622	.379

이용의도2항목을 제거하면 cronbach의 알파가 0.568이 되고, 이용의도3 항목을 제거하면 0.379가 되므로 신뢰할 수 없다.

하지만 이용의도1 항목을 제거하면 cronbach의 알파가 0.743이 되기 때문에 신뢰할 수 있으므로 이용의도1 항목을 제거한다.

spss 탐색적 요인 분석을 하는 이유

설문지의 모든 문항에 대해서 분석을 하는데에 무리가 있기 때문에 여러 변수들을 몇 개의 요인으로 묶어줌으로써 변수들의 내용을 단순화하기 위해서이다.

[이용자태도 제외한 독립변수 요인분석]

KMO 와 Bartlett의 검정

표본 적절성의 Kaiser-Meyer-Olkin 측도.	.907	
Bartlett의 구형성	근사 카이제곱	5194.714
검정		
	자유도	990
	유의확률	.000

KMO측도는 변수들 간의 상관관계가 다른 변수에 의해 잘 설명되는 정도를 나타내는데 일반적으로 0.7이상이면 양호한 것으로 판단한다.

여기서 0.907로 나타나 양호한 것으로 판단된다.

Bartlett의 구형성 검정은 요인분석의 사용이 적합한지 판단하는 검정인데 P값이 기준치인 0.05보다 훨씬 작은 값이 나타났기 때문에 요인분석의 사용이 적합한 것으로 결론 내릴 수 있다.

공통성은 추출된 요인에 의해 설명되는 비율을 나타내는데 공통성이 0.4미만이면 요인분석에서 제외하는 것이 좋다고 판단한다. 다 높기 때문에 제외하지 않는다.

설명된 총분산

성분	초기 고유값			추출 제곱합 적재량			회전 제곱합 적재량		
	전체	%분산	누적 %	전체	%분산	누적 %	전체	%분산	누적%
1	19.561	43.469	43.469	19.561	43.469	43.469	7.319	16.265	16.265
2	4.480	9.956	53.425	4.480	9.956	53.425	6.120	13.599	29.864
3	2.200	4.890	58.315	2.200	4.890	58.315	4.554	10.120	39.984
4	1.932	4.293	62.608	1.932	4.293	62.608	3.751	8.337	48.320
5	1.440	3.200	65.808	1.440	3.200	65.808	3.224	7.165	55.485
6	1.378	3.061	68.869	1.378	3.061	68.869	3.126	6.947	62.432
7	1.169	2.598	71.467	1.169	2.598	71.467	2.232	4.959	67.392
8	1.034	2.298	73.765	1.034	2.298	73.765	2.032	4.516	71.908
9	.783	1.740	75.505	.783	1.740	75.505	1.278	2.839	74.747
10	.767	1.704	77.209	.767	1.704	77.209	1.108	2.462	77.209
.									
.									
45	.042	.092	100.000						

추출 방법: 주성분 분석.

설명된 총분산은 45개의 변수를 10개의 요인으로 줄여졌지만 그 10개의 요인이 분산의 77.209%를 설명한다는 의미이다.

60%이상의 누적 설명력을 보이기에 요인의 설명력이 높다고 판단할 수 있다.

다음으로 정리되어있는 회전된 성분행렬을 보자.

회전된 성분행렬 a

성분

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
결속적 사회적자본4	.866									
결속적 사회적자본2	.844									
결속적 사회적자본3	.821									
결속적 사회적자본5	.818									
결속적 사회적자본1	.814									
연결적 사회적자본1	.714									
연결적 사회적자본3	.713									
연결적 사회적자본5	.706									
연결적 사회적자본2	.666									
연결적 사회적자본4	.603									
관여도3		.772								
이용자태도2		.763								
관여도4		.709								
이용자태도3		.699								
관여도5		.691								
관여도1		.651								
관여도2		.624								
이용자태도1		.597								
이용자태도4		.416								
주관적규범1		.399								
이용의도3		.396								
이용편의성2			.797							
이용편의성1			.741							
이용편의성5			.726							
이용편의성4			.707							
이용편의성3			.684							
합리적혜택2				.724						
합리적혜택3				.669						
합리적혜택4				.562						
합리적혜택1				.440						
감정적혜택3					.697					
신뢰성2					.664					
신뢰성1					.601					
감정적혜택2					.536					
합리적혜택6						.805				
합리적혜택5						.603				

감정적혜택1						.577				
이용의도2						.471				
감정적혜택4						.455				
신뢰성5							.728			
신뢰성4							.710			
주관적규범3								.587		
주관적규범2								.556		
이용의도1									.761	
신뢰성3										0.53

추출 방법: 주성분 분석.

회전 방법: 카이저 정규화가 있는 베리맥스.^a

a. 15 반복계산에서 요인회전이 수렴되었습니다.

회전된 성분 행렬로 적재치(적재값)을 나누는데 적재값이 0.4이상이고 한쪽이 더 크다면 그 해당요인으로 분류할 수 있다.

그리하여 위의 회전된 성분 행렬을 보면

1번요인은 결속적사회적자본4, 결속적사회적자본2, 결속적사회적자본3, 결속적사회적자본5,

결속적사회적자본1, 연결적사회적자본1, 연결적사회적자본3, 연결적사회적자본5,

연결적사회적자본2, 연결적사회적자본4

2번요인은 관여도3, 이용자태도2, 관여도4, 이용자태도3, 관여도5, 관여도1, 관여도2,

이용자태도1, 이용자태도4, 주관적규범1, 이용의도3

3번요인은 이용편의성2, 이용편의성1, 이용편의성5, 이용편의성4, 이용편의성3

4번요인은 합리적혜택2, 합리적혜택3, 합리적혜택4, 합리적혜택1

5번요인은 감정적혜택3, 감정적혜택3, 신뢰성2, 신뢰성1, 감정적혜택2,

6번요인은 합리적혜택6, 합리적혜택5, 감정적혜택1, 이용의도2, 감정적혜택4

7번요인은 신뢰성5, 신뢰성4

8번요인은 주관적규범3, 주관적규범2

9번요인은 이용의도1

10번요인은 신뢰성3

로 그룹핑할 수 있다.

정리하면

1번요인: 사회적 자본

2번요인: 관여도, 이용자태도, 이용의도

3번요인: 이용편의성

4번요인: 합리적혜택

5번요인: 신뢰성, 감정적혜택

6번요인: 합리적혜택, 감정적혜택, 이용의도

7번요인: 신뢰성

8번요인: 주관적규범

9번요인: 이용의도

10번요인: 신뢰성

으로 단순화시킬 수 있지만 2,5,6번 요인은 확실하게 나뉘지 않음.

2,5,6번 요인은 판별 타당성이 없다. 9,10 요인은 한 개씩의 성분밖에 없어서 집중타당성이

없다.

특히 2번요인의 주관적 규범1과 이용의도3은 0.4에도 미치지 않으므로 제거해야한다.

타당성이 없게 집단화된 것들은 대상자들이 그 요인들을 비슷한 요인이라고 생각하고 설문에 응했기 때문이다.

이용의도가 중간에 뜬금없이 나오는 부분이 있기에 종속변수인 이용의도를 제외한 독립변수들로 다시 요인분석 해보았다. 다음 요인분석에서는 사회적자본끼리 한 후 사회적자본을 제외한 독립변수 요인분석을 해보았다.

[사회적자본 요인분석]

KMO 와 Bartlett의 검정

표본 적절성의 Kaiser-Meyer-Olkin 측도.	.924
Bartlett의 구형성 근사 카이제곱	1154.007
검정	
자유도	45
유의확률	.000

KMO측도는 변수들 간의 상관관계가 다른 변수에 의해 잘 설명되는 정도를 나타내는데 일반적으로 0.7이상이면 양호한 것으로 판단한다.

여기서 0.924로 나타나 양호한 것으로 판단된다.

Bartlett의 구형성 검정은 요인분석의 사용이 적합한지 판단하는 검정인데 P값이 기준치인 0.05보다 훨씬 작은 값이 나타났기 때문에 요인분석의 사용이 적합한 것으로 결론 내릴 수 있다.

공통성은 추출된 요인에 의해 설명되는 비율을 나타내는데 공통성이 0.4미만이면 요인분석에서 제외하는 것이 좋다고 판단한다. 다 높기때문에 제외하지 않는다.

설명된 총분산

성분	초기 고유값			추출 제곱합 적재량			회전 제곱합 적재량		
	전체	%분산	누적%	전체	%분산	누적%	전체	%분산	누적%
1	6.723	67.226	67.226	6.723	67.226	67.226	3.929	39.288	39.288
2	.947	9.466	76.692	.947	9.466	76.692	3.740	37.403	76.692
.									
.									
10	.112	1.123	100.000						

추출 방법: 주성분 분석.

설명된 총분산은 10개의 변수를 2개의 요인으로 줄여졌지만 그 2개의 요인이 분산의 76.692%를 설명한다는 의미이다.

60%이상의 누적 설명력을 보이기에 요인의 설명력이 높다고 판단할 수 있다.

다음으로 정리되어있는 회전된 성분행렬을 봐보자.

회전된 성분행렬 a

	1	2
결속적사회적자본3	.886	
결속적사회적자본4	.869	
결속적사회적자본2	.841	
결속적사회적자본1	.778	
결속적사회적자본5	.668	
연결적사회적자본2		.817
연결적사회적자본3		.810
연결적사회적자본1		.762
연결적사회적자본5		.750
연결적사회적자본4		.696

추출 방법: 주성분 분석.

회전 방법: 카이저 정규화가 있는 베리맥스.^a

a. 3 반복계산에서 요인회전이 수렴되었습니다.

결속적사회적자본과 연결적사회적자본인 정확하게 분류되기 때문에 집중타당성과 판별타당성 모두 성립한다.

[사회적자본 제외한 독립변수들의 요인분석]

KMO와 Bartlett의 검정

표본 적절성의 Kaiser-Meyer-Olkin 측도.		.919
Bartlett의 구형성	근사 카이제곱	3285.714
검정		
	자유도	496
	유의확률	.000

KMO측도는 변수들 간의 상관관계가 다른 변수에 의해 잘 설명되는 정도를 나타내는데 일반적으로 0.7이상이면 양호한 것으로 판단한다.

여기서 0.919로 나타나 양호한 것으로 판단된다.

Bartlett의 구형성 검정은 요인분석의 사용이 적합한지 판단하는 검정인데 유의확률값이 기준치인 0.05보다 훨씬 작은 값이 나타났기 때문에 요인분석의 사용이 적합한 것으로 결론 내릴 수 있다.

공통성은 추출된 요인에 의해 설명되는 비율을 나타내는데 공통성이 0.4미만이면 요인분석에서 제외하는 것이 좋다고 판단한다. 다 높기 때문에 제외하지 않는다.

성분	초기 고유값			추출 제곱합 적재량			회전 제곱합 적재량		
	전체	% 분산	누적	전체	% 분산	누적	전체	% 분산	누적
			%			%			%

1	15.274	47.732	47.732	15.274	47.732	47.732	5.326	16.645	16.645
2	2.412	7.537	55.270	2.412	7.537	55.270	4.244	13.263	29.908
3	1.764	5.514	60.784	1.764	5.514	60.784	3.744	11.700	41.608
4	1.381	4.316	65.100	1.381	4.316	65.100	3.491	10.909	52.517
5	1.054	3.295	68.395	1.054	3.295	68.395	2.793	8.729	61.246
6	.972	3.037	71.432	.972	3.037	71.432	2.296	7.176	68.423
7	.873	2.729	74.161	.873	2.729	74.161	1.836	5.738	74.161
.									
.									
32	0.80	0.249	100.000						

설명된 총분산은 32개의 변수를 7개의 요인으로 줄여졌지만 그 7개의 요인이 분산의 74.161%를 설명한다는 의미이다.
60%이상의 누적 설명력을 보이기에 요인의 설명력이 높다고 판단할 수 있다.

다음으로 정리되어있는 회전된 성분행렬을 보자.

회전된 성분행렬 a

	1	2	3	4	5	6	7
이용자태도2	.765						
이용자태도3	.738						
관여도3	.729						
관여도5	.705						
관여도4	.695						
관여도1	.624						
관여도2	.592						
이용자태도1	.577						
이용편의성2		.805					
이용편의성1		.789					
이용편의성5		.725					
이용편의성4		.705					
이용편의성3		.680					
신뢰성2			.774				
신뢰성1			.726				
감정적혜택3			.712				
감정적혜택2			.604				
신뢰성3			.527				
합리적혜택2				.727			
합리적혜택3				.694			
합리적혜택4				.561			
합리적혜택1				.448			
이용자태도4				.443			
합리적혜택6					.831		
합리적혜택5					.585		
합리적혜택1					.577		
합리적혜택4					.516		
신뢰성4						.811	
신뢰성5						.752	

주관적규범2							.718
주관적규범3							.611
주관적규범1							.428

추출 방법: 주성분 분석.

회전 방법: 카이저 정규화가 있는 베리맥스.^a

a.10 반복계산에서 요인회전이 수렴되었습니다.

회전된 성분 행렬로 적재치(적재값)을 나누는데 적재값이 0.4이상이고 한쪽이 더 크다면 그 해당요인으로 분류할 수 있다.

그리하여 위의 회전된 성분 행렬을 보면

1번요인은 이용자 태도2, 이용자 태도3, 관여도3, 관여도5, 관여도4, 관여도1, 관여도2, 이용자 태도1

2번요인은 이용편의성 2, 이용편의성1, 이용편의성 5, 이용편의성 4, 이용편의성 3

3번요인은 신뢰성 2, 신뢰성 1, 감정적 혜택 3, 감정적 혜택 2, 신뢰성 3

4번요인은 합리적 혜택2, 합리적 혜택3, 합리적 혜택4, 합리적 혜택1, 이용자 태도4

5번요인은 합리적 혜택6, 합리적 혜택5, 감정적 혜택1, 감정적 혜택4

6번요인은 신뢰성4, 신뢰성5

7번요인은 주관적 규범2, 주관적 규범3, 주관적 규범1

로 분류할 수 있다.

정리하면

2번요인: 이용 편의성

4번요인: 합리적 혜택

6번요인: 신뢰성

7번요인: 주관적 규범

으로 단순화시킬 수 있지만 1, 3, 5번 요인은 확실하게 나뉘지 않기에 1, 3, 5번 요인은 판별 타당성이 없다. 하지만 0.4이상이므로 살릴 수 있다.

2. 상관관계 분석

상관관계

		관여 도	주관 적규 범	합리 적혜 택	감정 적혜 택	이용 편의 성	신뢰 성	연결 적사 회적 자본	결속 적사 회적 자본	이용 자태 도	이용 의도
관여도	Pearson 상관	1	.670*	.676*							
주관적 규범	Pearson 상관	.670*	1	.692*							
합리적	Pearson	.676*	.692*	1	.739*						

혜택	상관	*	*		*						
감정적 혜택	Pearson 상관	.642*	.712*	.739*	1						
이용 편의성	Pearson 상관	.631*	.584*	.637*	.620*	1					
신뢰성	Pearson 상관	.492*	.620*	.616*	.701*	.517*	1				
연결적 사회적 자본	Pearson 상관	.409*	.604*	.464*	.566*	.488*	.608*	1			
결속적 사회적 자본	Pearson 상관	.352*	.423*	.454*	.452*	.321*	.594*	.762*	1		
이용자 태도	Pearson 상관	.818*	.666*	.704*	.687*	.605*	.530*	.407*	.402*	1	
이용 의도	Pearson 상관	.654*	.719*	.737*	.742*	.549*	.687*	.499*	.454*	.740*	1

**, 상관관계가 0.01 수준에서 유의합니다(양측).

유의확률

모든 상관계수의 유의확률이 0.000으로 나왔다

모두 0.05보다 작기 때문에 모든 상관계수가 통계적으로 유의한 상관관계라고 할 수 있다.

상관계수는 점수로 측정된 두 변수간의 상관관계 정도를 나타내는 수치로 -1에서 1사이의 범위를 보인다.

-1에 가까울수록 부적 상관관계가 높고 1에 가까울수록 정적 상관관계가 높다. 반면에 0에 가까운 값이라면 두 변수 간에는 상관관계가 거의 없다고 볼 수 있다.

위의 표에서 푸른색표시를 보면

결속적사회적자본과 관여도의 상관관계는 0.352,

결속적사회적자본과 이용편의성의 상관관계는 0.321

로 위의 표에서 분석한 상관관계 중 가장 0에 가까운 계수이다.

그러므로 다중공선성은 3개 이상의 변수들간의 공선성을 말한다.

이의 문제점은 한 독립변수가 종속변수에 대한 설명력이 높더라도 다중 공선성이 높으면 설명력이 낮은 것처럼 보인다. 다중회귀분석에서 독립변인들 간의 상관관계가 높을 때 한 변인이 통계적으로 유의미하게 나오면 이변인과 상관관계가 높은 다른 변인은 거의 통계적으로 유의미하지 않게 되는 문제를 야기한다.

독립변수들 간의 상관관계가 0.7를 넘어가면 다중공선성을 의심해볼 수 있다.

회귀분석시에는 VIF가 10이상일 때 다중공선성으로 진단한다.

위의 표에서 주황색 표시를 한 것들을 보면

<0.7이상의 상관관계를 가진 독립변수들>

감정적 혜택과 주관적 규범의 상관관계가 .712

감정적 혜택과 합리적 혜택의 상관관계가 .739
신뢰성과 감정적혜택의 상관관계가 .701
이용자태도와 관여도의 상관관계가 .818
이용자태도와 합리적 혜택의 상관관계가 .704
결속적 사회적 자본과 연결적 사회자본의 상관관계가 .762
인 계수들을 볼 수 있다.

으로 위의 독립변수들의 상관관계 분석결과를 보면 다중공선성을 의심해볼 수 있는 결과이다.

< 0.7이상의 상관관계를 갖는 종속변수>

이용의도와 주관적 규범의 상관관계가 .719
이용의도와 합리적혜택의 상관관계가 .737
이용의도와 감정적 혜택의 상관관계가 .742
이용의도와 이용자태도의 상관관계가 .740
위의 모든 것들은

이들은 모두 유의한 상관관계가 있으므로 대립가설이다.

**표시는 상관계수는 0.001 수준(양쪽)에서 유의하다는 뜻이다. (대칭값을 이룸)

3. 가설 검증 - 회귀분석

-> 가설 1-9번 검증

1) 독립변수와 종속변수의 관계 분석

- 관여도, 주관적 규범, 합리적 혜택, 감정적 혜택, 이용편의성, 신뢰성, 연결적 사회자본, 결속적 사회자본, 이용자 태도와 이용의도의 관계 분석

관여도, 주관적 규범, 합리적 혜택과 감정적 혜택, 이용편의성, 신뢰성, 연결적 사회자본, 결속적 사회자본, 이용자 태도를 독립변수로, 이용의도를 종속변수로, 분석한 다중회귀분석결과는 다음 <표1 및 그림1>과 같다. 앞서 언급한 독립변수들이 이용의도에 어떠한 영향을 미치는지에 대한 것을 알기 위한 것이며, 분석결과 R제곱이 0.725로 설명력을 72.5%를 보여주고 있다.

세부적으로 살펴보면, 합리적 혜택은 $B=0.189$, $t=2.201$, 유의확률 $0.030(p<0.05)$ 으로 유의한 것으로 나타나, 합리적 혜택은 이용의도에 긍정적인 영향을 주는 것으로 나타났다. 감정적 혜택은 $B=0.234$, $t=2.380$, 유의확률 $0.019(p<0.05)$ 로 유의한 것으로 나타나, 감정적 혜택은 이용의도에 긍정적인 영향을 주는 것으로 나타났다. 연결적 사회자본은 $B=0.229$, $t=0.969$, 유의확률 $0.002(p<0.05)$ 로 유의한 것으로 나타나, 연결적 사회자본은 이용의도에 긍정적인 영향을 주는 것으로 나타났다.

하지만 이용편의성은 $B=0.155$, $t=1.668$, 유의확률 $0.098(p>0.05)$ 로 유의한 것으로 나타나,

감정적 혜택은 이용의도에 영향을 주지 않는 것으로 나타났다. 관여도는 $B=-0.034$, $t=-0.335$, 유의확률 0.738($p>0.05$)로 유의하지 않은 것으로 나타나, 관여도는 이용의도에 영향을 주지 않는 것으로 나타났다. 신뢰성은 $B=-0.074$, $t=-0.969$, 유의확률 0.3334($p>0.05$)로 유의하지 않은 것으로 나타나, 신뢰성은 이용의도에 영향을 주지 않는 것으로 나타났다. 결속적 사회자본은 $B=-0.008$, $t=-1.06$, 유의확률 0.916($p>0.05$)으로 유의하지 않은 것으로 나타나, 결속적 사회자본은 이용의도에 영향을 주지 않는 것으로 나타났다. 이용자 태도는 $B=-0.009$, $t=-0.151$, 유의확률 0.880($p>0.05$)으로 유의하지 않은 것으로 나타나, 이용자 태도는 이용의도에 영향을 주지 않는 것으로 나타났다.

<표1> 관여도, 주관적 규범, 합리적 혜택과 감정적 혜택, 이용편의성, 신뢰성, 연결적 사회자본, 결속적 사회자본, 이용자 태도가 ‘이용의도’에 미치는 영향 - 회귀분석 결과

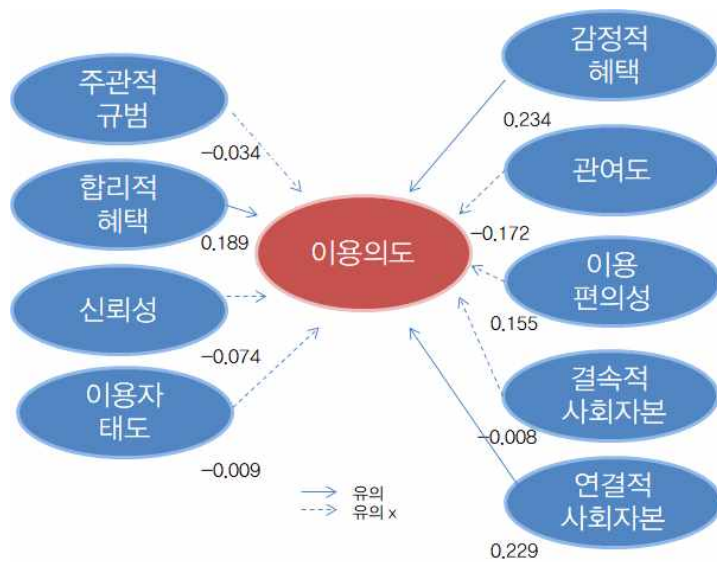
변수	B	표준화 오류	t-value	p-value
관여도	-0.172	0.343	-0.502	0.617
주관적 규범	-0.034	0.103	-0.335	0.738
합리적 혜택	0.189	0.086	2.201	0.030
감정적 혜택	0.234	0.098	2.380	0.019
이용편의성	0.155	0.093	1.668	0.098
신뢰성	-0.074	0.076	-0.969	0.334
연결적 사회자본	0.229	0.072	3.165	0.002
결속적 사회자본	-0.008	0.076	-0.106	0.916
이용자 태도	-0.009	0.060	-0.151	0.880
R-squared (R제곱) = 0.725, Adj R-squared (수정된 R제곱) = 0.705				

<그림 1> 관여도, 주관적 규범, 합리적 혜택과 감정적 혜택, 이용편의성, 신뢰성, 연결적 사회자본, 결속적 사회자본, 이용자 태도가 ‘이용의도’에 미치는 영향 - 영향 유무 모형

2) 종속변수에 영향을 미치는 독립변수와의 관계 해석

- 합리적 혜택, 감정적 혜택, 연결적 사회자본과 이용의도의 관계 해석

종속변수인 이용의도에 영향을 미친 독립변수를 정리하면 합리적 혜택, 감정적 혜택, 연결적 사회자본 이렇게 세 가지다. 첫째로 합리적 혜택(rational benefits)은 제품의 유용성과 소비자에 대한 품질을 의미하고 공유경제의 합리적 혜택은 주변 타인들의 영향을 받지 않는 개인적인 가치에 기인한다. 따라서 재무적, 경제적 관점이 합리적 혜택의 첫째 요소이다. 미국 조사 기구 Campbell Mithun 의 조사결과 공유경제의 합리적인 혜택에 대한 소비자의 인식이 여러 가지 요소로 나타났다. 앞서 말했듯 경제적으로 돈을 절약할 수 있다는 것은 공유경제의 첫째 요소이다. 이러한 합리적 혜택이 이용의도에 영향을 미쳤다는 것은 설문 조사 대상자들



이 카카오 플랫폼의 경제적 이점에서 매력을 느껴 과거부터 이용해왔거나 오늘도 이용하고 있거나 차후 미래에 이용할 의향이 있다는 것을 의미한다. 카카오 서비스가 실용적이고, 우리의 삶의 질을 높이는 데에 있어 기여할 수 있다고 판단이 선다면 이가 곧 경제적 이익으로 이어질 것이라고 보는 측면의 해석도 가능하다. 또한 경제적인 혜택뿐만 아니라 타인을 위한 정보와 노하우를 제공받고 정보의 공유성 체험과 정보 분별력 향상도 가능하며, 궁극적으로는 커뮤니티 발전에 도움을 준다고 생각하는 사회적 기여 측면에서의 합리적 혜택도 볼 수 있다. 따라서 카카오 서비스 이용의도 향상을 위해서는 경제적, 사회적 효율성이 높은 합리적 혜택을 강조하는 것이 좋을 것으로 해석된다.

둘째로 감정적 혜택(emotional benefits)은 소비자의 감정과 관련이 있다. 지각된 감성적 혜택은 확정성과 소속감, 그리고 일체감을 중심으로 발현된다. 따라서 공유에 의한 관대성과 공동체 참여를 증가시키는 것은 지각된 감정적 혜택이라고 볼 수 있다. 서로 도와주는 것을 공유경제의 감정적 혜택이라고 생각하면 비용절약이 더욱 의미 있는 것이 될 것이다. 이처럼 공유경제 활동 참여는 적게 소유해도 넓게 사용하자는 소비심리가 반영된다. 이러한 소비문화는 타인과의 관계를 형성하며 개인의 가치와 자기 개성을 밝히는 사회적 행위의 소비라 할 수 있다. 정리하면, 더불어 살아가는 사회에 구체적으로 필요한 구성원으로서의 책임 의식과 소속감, 타인과 교류, 관계 형성 및 유지, 이러한 관계로부터 오는 행복과 확신의 가치가 중요하게 인식되어 카카오 서비스 사용자들의 이용의도에 긍정적인 영향을 줄 수 있다. 카카오 서비스와 같은 공유경제 플랫폼이 말 그대로 ‘공유’의 가치를 실현하는 플랫폼임을 증명한다고도 볼 수 있고, 공유가 개인과 개인이 모여 그룹을 이뤄 그 그룹이 결국 하나의 사회로서 확대되는 것이라고 해석 가능하다. 카카오 서비스가 자신과 자신의 주변 사람 혹은 자신이 속한 사회에 긍정적인 관계 향상에 기여한다면 이용의도가 높아진다는 것임을 알 수 있다.

셋째로 연결적 사회자본은 사회적 자본의 하위 개념이다. 사회적 자본이란 사회 구성원들이 힘을 합쳐 공동 목표를 효율적으로 추구할 수 있게 하는 자본을 이르는 말이다. 사람과 사람 사이의 협력과 사회적 거래를 촉진시키는 일체의 신뢰, 규범 등 사회적 자산을 포괄하여 말한다. 사회적 자본은 그 기능과 성격에 따라 부동하며 사회적 네트워크의 특성에 따라 사회적 자본을 연결적 사회자본과 결속적 사회자본 두 개 유형으로 구분할 수 있다고 한다. 이 때 연결적 사회자본은 서로 다른 배경을 가진 개인들이 인적 네트워크를 형성할 때 즉 자발적으로

다른 조직과 관계를 맺을 때 발생한다. 이러한 조직들은 사회적, 경제적으로 다양한 배경의 사람들을 포함하는데 이는 인종 성별 직업 소득 믿음 등과 같은 장벽들을 넘어서서 사용자들 간의 연결을 가능케 한다. 연결적 사회 자본은 이와 같이 자신과 본래 연결고리가 없던 사람들과 새롭게 사회적 관계를 맺는 인간관계에서 도출되는 사회적 가치를 말한다고 볼 수 있다. 자신과 지리적으로 먼 사람이어도 카카오 서비스 플랫폼과 같은 공유경제의 다각화 실현을 통해 새롭게 시작하는 일에 대한 용기를 북돋아 주고, 가치관에 차이가 있어도 이해하게끔 노력하게 되고, 다른 세상에 호기심을 갖게 하고, 모든 사람들과 연결되어 있다는 느낌을 주는 사람들을 만날 수 있다.

따라서 종속변수인 이용의도에 영향을 미친 독립변수인 합리적 혜택, 감정적 혜택과 연결적 사회자본 가운데 연결적 사회 자본 구축이 카카오 서비스 이용의도에 가장 긍정적인 영향을 준다는 것은 현대 사회 사람들이 기존의 학연, 지연, 혈연과 같은 결속적 인간관계 그 이상의 인간관계 구축의 필요성을 느꼈다고 해석 가능하다. 직접 만나는 관계가 아니어도 온라인 플랫폼 대표적으로 본 보고서에서 다루는 카카오 서비스와 같은 공유경제 플랫폼을 통해 결속적 인간관계로부터 얻을 수 있는 혜택이나 강점 그 이상을 경험할 수 있었고, 있고, 앞으로도 있을 것이라는 생각이 이용의도에 정(+)의 영향을 주었다고 보인다. 따라서 카카오 서비스 플랫폼과 같은 SNS 소통과 교류를 통한 마케팅, 홍보는 앞으로도 효과 있는 전략으로서 충분히 이용가능하다.

3) 종속변수에 영향을 미치지 않는 독립변수와의 관계 해석

- 주관적 규범, 신뢰성, 이용자 태도, 관여도, 이용 편의성, 결속적 사회자본과 이용의도의 관계 해석

종속변수인 이용의도에 영향을 미치지 않은 독립변수를 정리하면 주관적 규범, 신뢰성, 이용자 태도, 관여도, 이용 편의성, 결속적 사회자본 이렇게 여섯 가지다. 첫째로 주관적 규범이 이용의도에 큰 영향을 미치지 않는다는 것은 주변 사람들의 권유나 추천에도 본인이 카카오 서비스 플랫폼에 큰 메리트를 느끼지 않은 경우에는 이용의도를 가지지 않는다는 것이다. 이는 독립적으로 자신의 의사를 결정하고 타인으로부터 자신의 의사를 지키는 사람들의 수가 늘었음을 입증하는 결과라고도 볼 수 있다.

둘째로 신뢰성은 카카오 서비스 플랫폼과 같은 공유 경제 플랫폼을 제공하는 공급자와 이를 이용하고자 하는 서비스의 주체인 소비자와의 신뢰를 중요시 여기는 것을 의미하는 데, 이 역시 이용의도에 큰 영향을 미치지 않은 것을 보았을 때, 믿음과 같은 것보다 감정적으로 이용하고 싶게끔 스스로의 이용의도를 자극하는 감정적 혜택, 합리적 혜택이 이용의도에 더욱 영향을 주는 것이라고 볼 수 있다. 정리하면, 단순한 신뢰성을 형성하는 것은 차후의 일이고 그 기반에는 반드시 감정적으로 이용의도를 갖게 하는 자극제가 존재해야한다고 볼 수 있다.

셋째로 이용자 태도는 카카오 플랫폼을 통해 설문지 대상자 넓게는 공유경제 플랫폼 유경험자들이 즐거움을 느끼고, 호의적이라고 느끼고, 가치 있는 일이라고 판단하는 이러한 긍정적인 감정을 받는 것을 말하는 데, 이용자 태도는 결과적으로 이용 의도에 많은 영향을 미치지 못했다. 그 이유에 대해서 해석해보면 태도라는 주관적 감정만으로는 카카오 서비스 플랫폼과 같은 공유경제 플랫폼 이용에 적극적인 이용의도를 가질 수 없음을 알 수 있다. 단순히 공유경제에 대해 긍정적으로 생각하고, 자신에게 도움이 되는 활동이라고 생각한다 하더라도

이를 행동으로 옮기는 것과는 다를 수 있다는 것을 보여준다. 결국 어떤 동기나 자신이 판단했을 때의 공유경제 플랫폼의 필요성과 가치에 대해 직접적으로 느끼는 무언가가 결여되어 있다면 아무리 긍정적인 인식을 가졌다고 하더라도 이를 이용하지는 않을 수 있다는 것이다.

넷째로 관여도는 카카오 서비스에 대한 생각과 자신의 삶과의 직접적인 연관성에 대한 판단을 보여주는 독립변수라고 볼 수 있는데, 이는 보고서에서 다루는 독립변수들 가운데 가장 일차원적인 공유경제 플랫폼에 대한 접근성과 간단한 인식 정도를 담고 있어 종속변수와 깊이 있는 관련성을 맺기에는 어려울 수도 있다. 이에 대한 결과로 종속변수인 이용의도에도 큰 영향을 주지 않은 것이 이어진다고 해석했다. 어떤 인식이 앞으로의 이용의도에 직접적인 연결고리가 될 수는 없음을 보여주며, 그 인식을 형성하는 요소에 대한 가치가 더욱 중요하다고 보인다.

다섯째로 이용 편의성은 카카오 서비스를 이용 혹은 사용하는 데에 있어서 느끼는 편의성을 말하는 데, 설문지 상으로 조사한 문항은 카카오 서비스와 같은 공유 경제 플랫폼의 이용방법이 쉽게 학습할 수 있는지, 이를 이용하는 데 많은 노력이 요구되는지, 그 이용과정은 쉬운지, 과정에서 많은 시간을 들여야 하는지, 자신의 원하는 정보를 쉽게 얻을 수 있다고 생각하는지, 접근성이 좋은지, 가입과 이용절차가 간편한지에 대한 내용으로 구성되어있다. 이러한 이용 편의성도 공유 경제 플랫폼의 이용 의도에 직접적인 영향을 미치지 않는다는 것을 미루어 보아, 마찬가지로 이용 의도는 이용하는 과정에서 느낄 수 있는 장점에서는 크게 작용하지 않는다는 것을 확인할 수 있었다. 이러한 이용 편의성의 장점을 강조하여 마케팅을 펼치지 않는 이상, 사람들이 이 독립변수로 하여금 이용 의도나 비슷한 맥락을 가진 고객 만족도, 구전 의사, 추천 의사와 같은 긍정성을 가진 종속변수에 큰 영향을 미치지 않을 수 있음을 보여준다.

여섯째로 결속적 사회자본은 가족이나 친구 즉 유사한 배경과 특성을 가진 사람들로 구성된 사회네트워크를 말하는 데, 이는 구성원들 사이에 정서적으로 끈끈하고 밀접하게 연계되어 있어 서로 정서적 및 실질적 도움을 제공하는 것을 의미한다. 결속적 사회자본의 유형은 자신의 삶에 직접적인 도움을 주거나 개인적인 문제를 해결하는 데에 기여해줄 수 있는 사람을 사귀고자 하는데, 이러한 사람들이 카카오 서비스와 같은 공유 경제 플랫폼에서 자신에게 확신을 주는 사람과의 사회적 관계를 맺고자 하는 성향을 지녔음을 보여준다. 이는 앞서 다뤘던 이용 의도에 영향을 미친 연결적 사회자본과 상이한 성향임을 동시에 입증하는데, 연결적 사회자본의 경우 정서적 유대감에 더욱 몰입도를 느끼는 반면 결속적 사회자본은 자신에게 합리적이고 실질적인 도움을 주는 이들을 선호하기 때문이다. 정리하면 이용 의도는 결속적 사회자본과 같이 지나치게 자신에게 이익을 주는 사람만을 선호하는 경향을 지니게 될 경우 그 접근 기준이 까다로워져 도리어 이용의도를 갖게 되는 것과 거리가 멀어질 수 있다.

-> 가설 10-12번 검증

1-1) 독립변수와 종속변수의 관계 분석

- 감정적 혜택, 신뢰성, 주관적 규범과 사회 자본(연결적 사회자본)의 관계 분석

감정적 혜택, 신뢰성, 주관적 규범을 독립변수로, 연결적 사회 자본을 종속변수로, 분석한 다

중회귀분석결과는 다음 <표2-1 및 그림2-1>과 같다. 앞서 언급한 독립변수들이 연결적 사회자본에 어떠한 영향을 미치는지에 대한 것을 알기 위한 것이며, 분석결과 R제곱이 0.480으로 설명력을 48.0%를 보여주고 있다.

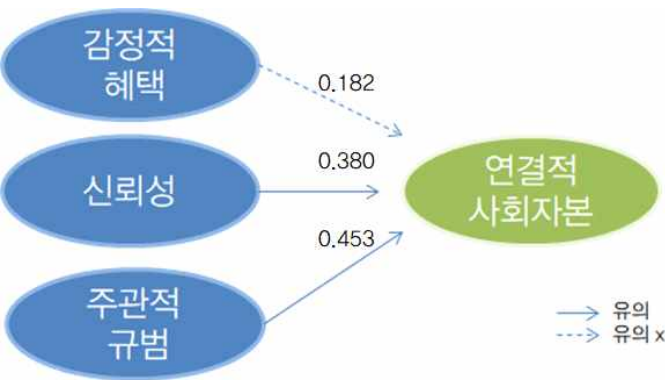
세부적으로 살펴보면, 신뢰성은 $B=0.380$, $t=3.556$, 유의확률 $0.001(p<0.05)$ 로 유의한 것으로 나타나, 신뢰성은 연결적 사회자본에 긍정적인 영향을 주는 것으로 나타났다. 주관적 규범은 $B=0.453$, $t=3.536$, 유의확률 $0.001(p<0.05)$ 로 유의한 것으로 나타나, 주관적 규범은 연결적 사회자본에 긍정적인 영향을 주는 것으로 나타났다.

이에 반해, 감정적 혜택은 $B=-0.182$, $t=1.228$, 유의확률 $0.222(p>0.05)$ 로 유의하지 않은 것으로 나타나, 감정적 혜택은 연결적 사회자본에 영향을 주지 않는 것으로 나타났다.

<표2-1> 감정적 혜택, 신뢰성, 주관적 규범이 '연결적 사회자본'에 미치는 영향 - 회귀분석 결과

변수	B	표준화 오류	t-value	p-value
감정적 혜택	0.182	0.148	1.228	0.222
신뢰성	0.380	0.107	3.556	0.001
주관적 규범	0.453	0.128	3.536	0.001
R-squared (R제곱) = 0.480, Adj R-squared (수정된 R제곱) = 0.452				

<그림 2-1> 감정적 혜택, 신뢰성, 주관적 규범이 '연결적 사회자본'에 미치는 영향 - 영향 유무 모형



1-2) 독립변수와 종속변수의 관계 해석

- 감정적 혜택, 신뢰성, 주관적 규범과 사회 자본(연결적 사회자본)의 관계 해석

우선 종속변수인 연결적 사회자본에 영향을 미치지 않은 독립변수인 감정적 혜택과의 관계를 해석해보면 감정적 혜택은 사회적 관계에서의 형성되는 것에 큰 중점을 두는 개념인데, 연결적 사회자본은 반드시 사회적 관계에서 이루어지는 감정을 필요로 하지 않는다는 점이 두 개념이 상충하는 부분이라고 볼 수 있다. 연결적 사회자본은 평소에 자신과 전혀 다른 공간에서 사는 타인과 공유경제와 같은 온라인 서비스를 통해 공통점을 가져 형성되는 사회적 네트워크인데, 감정적 혜택은 연결적 사회자본에서 더 넓은 측면에서 사회적으로 관계를 형성하는 것

에 초점을 두고 있다는 점이 다르다고 보인다. 감정적 혜택처럼 굳이 사회적 관계를 맺어 특정 혜택을 누리하고자 하는 전제가 없다하더라도 단순히 관계를 형성하는 그 자체에 초점을 두는 연결적 사회자본에 영향을 미칠 수 있다는 것이다.

반면 종속변수인 연결적 사회자본에 영향을 미친 독립변수인 신뢰성과 주관적 규범과의 관계를 해석해보면 먼저 신뢰성의 경우, 카카오 서비스와 같은 공유경제 플랫폼의 서비스 제공자 혹은 공급자와 이를 이용하는 이용자 혹은 소비자 간의 신뢰성 형성을 말하는 것인데 이는 믿을 만한 플랫폼을 제공하는지 이에 대한 가격 지불 과정이나 누릴 수 있는 혜택에 대한 정확한 보장이 되어 있는지와 같은 것이 예시라고 볼 수 있다. 이러한 신뢰성이 연결적 사회자본에 영향을 미친다는 것은 공급자와 수요자 간의 공유경제에 대한 확실성, 정확성을 전제로 이루어져야 서로 관계를 새롭게 맺을 수 있다는 것을 의미한다고 해석 가능하다. 정리하면 단순히 공유경제를 통해 새롭게 알게 된다는 것은 상대에 대한 신뢰성을 바탕으로 할 때 제대로 이루어질 수 있음을 말한다.

다음으로 주관적 규범은 타인을 통해 영향을 받은 경우에 성립되는 것인데, 주관적 규범이 연결적 사회자본에 영향을 미쳤다는 것은 타인으로 받은 영향력이 또 다른 타인과의 관계로 확장된다는 것을 보여준다고 해석할 수 있다. 기존에 알고 있던 주변 사람으로부터 받은 추천이나 권유를 통해 카카오 서비스와 같은 공유경제 플랫폼을 이용할 의도를 가져 이를 행했을 때 연결적 사회자본을 형성할 수 있다는 것이다. 타인과의 관계가 또 다른 타인과의 관계로 이어진다는 것이 주관적 규범이 연결적 사회자본의 형성에 영향을 미친다는 것을 의미한다고 볼 수 있다.

2-1) 독립변수와 종속변수의 관계 분석

- 감정적 혜택, 신뢰성, 주관적 규범과 사회 자본(결속적 사회자본)의 관계 분석

감정적 혜택, 신뢰성, 주관적 규범을 독립변수로, 결속적 사회 자본을 종속변수로, 분석한 다중회귀분석결과는 다음 <표2-2 및 그림2-2>과 같다. 앞서 언급한 독립변수들이 결속적 사회자본에 어떠한 영향을 미치는지에 대한 것을 알기 위한 것이며, 분석결과 R제곱이 0.372으로 설명력을 37.2%를 보여주고 있다.

세부적으로 살펴보면, 신뢰성은 $B=0.680$, $t=4.981$, 유의확률 $0.000(p<0.05)$ 으로 유의한 것으로 나타나, 신뢰성은 결속적 사회자본에 긍정적인 영향을 주는 것으로 나타났다.

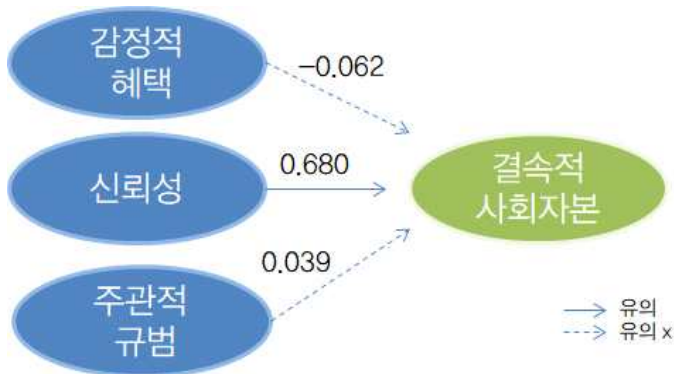
이에 반해, 감정적 혜택은 $B=-0.062$, $t=-0.329$, 유의확률 $0.743(p>0.05)$ 으로 유의하지 않은 것으로 나타나, 감정적 혜택은 결속적 사회자본에 영향을 주지 않는 것으로 나타났다. 주관적 규범은 $B=0.039$, $t=-0.236$, 유의확률 $0.814(p>0.05)$ 로 유의하지 않은 것으로 나타나, 주관적 규범은 결속적 사회자본에 영향을 주지 않는 것으로 나타났다.

<표2-2> 감정적 혜택, 신뢰성, 주관적 규범이 '결속적 사회자본'에 미치는 영향 - 회귀분석 결과

변수	B	표준화 오류	t-value	p-value
감정적 혜택	-0.062	0.189	-0.329	0.743

신뢰성	0.680	0.136	4.981	0.000
주관적 규범	0.039	0.163	0.236	0.814
R-squared (R제곱) = 0.372, Adj R-squared (수정된 R제곱) = 0.337				

<그림 2-2> 감정적 혜택, 신뢰성, 주관적 규범이 '결속적 사회자본'에 미치는 영향 - 영향 유무 모형



2-2) 독립변수와 종속변수의 관계 해석

- 감정적 혜택, 신뢰성, 주관적 규범과 사회 자본(결속적 사회자본)의 관계 해석

우선 종속변수인 결속적 사회자본에 영향을 미치지 않은 감정적 혜택과 주관적 규범, 이 두 가지의 독립변수에 대해서 살펴볼 수 있다. 먼저 감정적 혜택과 결속적 사회자본의 관계에 대해서 해석해보면, 감정적 혜택의 예시로서 제시할 수 있는 사회적 관계 형성에서 오는 확신, 소속감, 책임감과 같은 것이 결속적 사회자본에 큰 영향을 미치지 않는다는 것은 결속적 사회자본 형성은 단순히 사회적 관계에서 느낄 수 있는 확신, 소속감, 책임감과 같은 것들로 부족하다는 것을 의미한다. 결속적 사회자본은 그런 감정적 혜택을 넘어서 자신에게 이익을 줄 수 있는 사람을 곁에 두고자 하는 특징을 반영하고 있기에 개인의 감정으로만 사회적 자본 구축은 어려울 수 있다.

다음으로 주관적 규범과 결속적 사회자본에 큰 영향을 미치지 않았다는 것은 자신과 가까운 지인들로 하여금 받은 추천 같은 것으로는 결속적 사회자본 형성에는 비약이 있음을 알 수 있다. 누군가가 카카오 서비스와 같은 다각적으로 우리 삶에 접근해있는 공유경제 플랫폼을 사용하고 있다는 것과 사용한 후 추천을 통해 계속해서 쓸지 안 쓸지에 대한 결정은 결국 그 자체로 유효한 것이 아니라는 것이다. 또 다른 가치나 장점을 함께 강조하여 이용자의 결속적 사회자본 형성을 자극할 수 있다는 것을 알 수 있다.

반면 종속변수인 결속적 사회자본에 영향을 미친 독립변수인 신뢰성의 관계에서는 어떤 사회 관계에서 느끼는 감정보다도 제품, 서비스에 대한 정확한 이해와 확실한 정보 제공으로부터 느끼는 확신이 중요함을 입증하고 있다. 여기서의 신뢰성은 카카오 서비스와 같은 공유경제 플랫폼 이용 시 제공되는 다양한 정보가 믿을 만한 것인지, 카카오 서비스 공급자를 신뢰할 수 있는지, 이용 체계를 안정적으로 유지되고 있는지, 서비스 내에서 구축한 전자결제시스템은 안전한지, 이용 과정에서 사용되는 개인 및 거래정보가 안전하게 보관될 것이라고 생각하

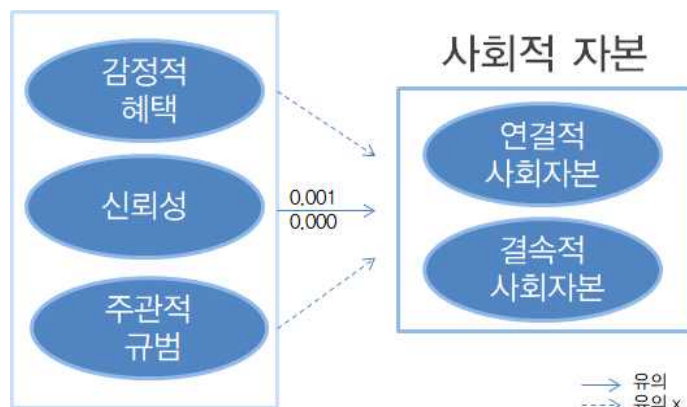
는지와 같은 설문 문항을 통해 확인해보았는데, 이를 통해 '신뢰성'이라는 개념이 객관적으로 믿을 수 있는 상황에서 형성되는 것이고, 이것이 곧 계속적 사회자본 형성에 영향을 줄 수 있다는 것을 확인시켜준다. 단순히 느낄 수 있는 감정적 이점을 넘어서, 이용 후에 확실하게 자신에게 해를 끼치지 않는 시스템 이용이 가능하다는 분명한 생각이 들 때, 자신이 필요한 정보를 줄 수 있는 사람 역시 찾을 수 있다는 판단이 선다는 것을 알 수 있다.

3) 신뢰성과 사회적 자본의 관계

- 공통적으로 유의한 독립변수인 신뢰성과 종속변수인 사회적 자본 (연결적 사회자본, 계속적 사회자본)

정리하면 연결적 사회자본과 계속적 사회자본을 더한 개념인 궁극적인 종속변수인 사회적 자본에 공통적으로 영향을 주는 독립변수는 신뢰성 하나였다. 사회적 관계에서 효율적인 능력과 자본을 형성할 수 있는 개념인 사회적 자본 형성을 위해서는 감정적이고, 타인에 대한 막연하게 바랄 수 있는 기대감 같은 것으로는 부족하고 객관적인 정보 제공이 우선적으로 필요함을 알 수 있다. 소비자는 계속적으로 자신에게 꾸준한 이점과 자신의 삶에 도움이 될 만한 사람들을 찾기 마련이고, 그런 사람들을 곁에 두고 싶어 하는 특징은 변하기 어렵기 때문에 그러한 사람들과 같이 엄청난 확신과 믿음을 줄 수 있는 신뢰성을 지녀야 하는 것을 항상 유념해야 한다. 다음은 연결적 사회자본과 계속적 사회자본을 사회적 자본이라는 종속변수와 이에 영향을 미치지 않은 감정적 혜택과 주관적 규범, 공통적으로 영향을 미친 신뢰성과의 관계를 도식화한 그림이다.

<그림 3> 감정적 혜택, 신뢰성, 주관적 규범이 '사회적 자본'에 미치는 영향 - 영향 유무 모형



- 결론

1. 연구결과의 요약

본 보고서는 카카오 서비스와 같은 공유경제 플랫폼 이용의도에 영향을 미치는 요인에 대해 살펴보기 위하여 실증적인 분석을 시도하였다. 설문을 실기하기 전 공유경제의 개념에 대해 연구를 진행하였으며, 공유경제의 대표적인 사례인 카카오 서비스의 이용 경험을 중심으로 사례를 분석하였다. 본 보고서는 주로 20대 초반 대학생을 대상으로 하여 이용의도에 영향을 미칠 만한 독립변수들을 예상해 설문지를 구성해보았다. 그리고 선행연구들을 바탕으로 유의한 영향을 미칠 각 변수를 도출하여 연구모형을 만들어 세웠다. 각 변수는 이용의도에 영향을 미치는 관여도, 감정적 혜택, 합리적 혜택, 신뢰성, 주관적 규범, 연결적 사회자본, 결속적 사회자본, 이용자 태도, 이용 편의성을 독립변수로 활용하였으며, 이러한 영향 요인들이 공유경제 플랫폼 구체적으로는 카카오 서비스의 향후 이용의도에 대한 영향을 알아보기 위하여 회귀분석을 실시하였다. 또한 이러한 관계에서 이용의도에 대한 분석을 일차적으로 하고, 변수 간 연결 관계 파악을 바탕으로 해석하여 검증하고자 하였다.

본 보고서의 실증연구 결과는 다음과 같다. 분석결과를 종합하여 보면, 먼저 합리적 혜택, 감정적 혜택, 연결적 사회자본이 이용의도에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 둘째, 신뢰성과 주관적 규범은 연결적 사회자본에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 셋째, 신뢰성은 결속적 사회자본에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 넷째, 공통적으로 신뢰성은 사회자본에 긍정적인 영향을 미친다.

결론적으로 카카오 서비스와 같은 공유경제 플랫폼의 이용의도에 영향을 미치는 원인에는 합리적 혜택, 감정적 혜택, 신뢰성을 바탕으로 한 사회자본이 있다고 볼 수 있다.

2. 연구의 시사점

현대에 들어, 생활방식의 변화, 사람들의 인식 변화 등의 이유로 '공유경제'가 사회, 경제, 문화 등 전반적인 분야에서 영향력을 미치고 있다. 이러한 공유경제의 흐름이 다양한 분야에서 영향력을 행사할 수 있던 원동력 중 하나는 바로 공유경제를 실천하는 플랫폼 사이트라고 할 수 있다. 공유경제 플랫폼을 이용하여 사람들은 수익창출, 정보교환, 합리적 소비 등 긍정적인 효과를 경험하고 있다. 이제 많은 사람들은 자신들이 원하는 물건이나 장소에 대한 좀 더 실용적이고 구체적인 정보를 공유할 수 있으며 이로 인해 직접 구매하거나 직접 경험 하지 못하였으나 간접적인 경험을 할 수 있게 되었다. 또한 새로운 인간관계를 구축할 수도 있게 되었다.

공유경제의 대표적인 사이트인 카카오(Kakao)는 공유경제 기업의 성공적인 예시로 대표적이다. 카카오의 성공은 단순히 기업의 성공을 의미하는 것이 아니라 새로운 가치 창출, 선도적인 문화 시스템 구축 등 기업들의 바람직한 롤 모델이자 새로운 가능성을 보여주는 좋은 예시라고 할 수 있다.

본 논문에서는 공유경제플랫폼 사이트를 이용할 때, 합리적 혜택, 감정적 혜택, 연결적 사회 자본 공유경제플랫폼을 이용에 긍정적인 영향을 미친다는 것을 측정을 통해 알아보았다. 이런 변수들을 토대로 공유경제 플랫폼이 좀 더 활성화되고 사람들로 하여금 이용률을 높이려면 공유경제 플랫폼이 좀 더 활성화되고 사람들로 하여금 이용률을 높이려면

첫째, 본 논문에서는 합리적 혜택이 플랫폼 이용의도에 가장 큰 영향을 미치는 요인으로 밝혀졌다. 이는 합리적 혜택에서 중요시하는 신속함, 실용성, 가성비를 높일수록 공유경제 플랫폼 이용의도 또한 높아진다는 것이다. 하지만 공유경제서비스 플랫폼에서 오직 합리적 혜택만을 내세워 고객을 공략한다면 혜택에 민감한 이용자들은 더 실용적이고 신속한 기술과 서비스를 내세우는 업체들이 나타난다면 등을 돌릴 가능성이 크다. 그러나 맞춤형 실용적인 서비스와 함께 플랫폼 이용자만이 누릴 수 있는 혜택이나 그 플랫폼만의 독자적인 이미지를 제공하여 단지 이용자에서 끝나는 것이 아니라 팬이 될 수 있도록 그 플랫폼만의 아이덴티티를 확보해야 한다. 기술경쟁력도 중요하지만 합리적 혜택 외에도 그 플랫폼만의 이미지 경쟁력을 발전시키는 것이 중요하다는 것이다. 또한 공유경제의 특징을 이용하여 공유경제 서비스를 이용한다는 것이 사회전반적인 부분에 도움이 된다는 것을 부각시켜 고객들로 하여금 자부심을 갖게 하고, 이로 인해 자연스러운 인식재고를 통해 공유경제에 대한 활성화를 이끌 수 있을 것이다.

두 번째, 본 논문에서는 연결적 사회자본이 공유경제 플랫폼 이용의도에 유의한 영향을 미쳤으나 합리적 혜택과 감정적 혜택에 비해서는 가장 작은 영향을 미쳤다. 따라서 공유경제 사이트들은 구매자나 소비자들 사이에서 새로운 다양한 관계를 구축하고 지속적으로 유지시킬 수 있는 시스템과 주기적인 이벤트와 콘텐츠를 활용하여 다수의 이용자들의 방문을 유도할 수 있어야 한다.

또한 마지막으로 본 논문에서 공통적으로 신뢰성은 사회적 자본에 긍정적인 영향을 미친다. 이는 공유경제 플랫폼 이용의도에 영향을 미치는 연결적 사회자본을 형성하고 나아가 서비스를 이용하고자 하는 행동으로 이어지게 한다. 예를 들어 서비스를 이용한 사람들의 리뷰는 직접 경험하지 못한 사람들의 궁금증과 불안함을 해소 시킬 수도 있고 간접적인 경험을 제공하여 선택에 영향을 줄 수 있다.

하지만 신뢰성의 문제가 발생하기에 리뷰에 세부적인 사항을 추가하거나 리뷰에 대한 또 다른 이용자의 평가, 서비스에 대한 운영자들의 주기적인 모니터링을 통한 정보에 대한 신뢰성과 가치 평가가 이루어져야 할 것이다. 즉 소비자에게 ‘신뢰할 수 있는 정보’, ‘신뢰성’을 보여줌으로써 정보에 대한 믿음도 높이고 정보공유로 인해 사회 관계망도 구축할 수 있도록 유도하여 소비자들의 이용률을 늘려야 할 것이다.

참고 문헌

1. 이승신, 소비자의 공유경제 서비스 이용태도 및 이용의도에 대한 연구
2. 김주일, 빅 데이터를 활용한 공유숙박의 선택속성이 만족도·행동의도에 미치는 영향 : 문화 적응도 조절효과를 중심으로
3. 유승훈, 초기모바일인스턴트메신저 이용자의 행동의도에 관한 연구: 카카오톡을 중심으로,
4. 김민주, 모바일 스마트홈 어플리케이션 GUI디자인 유형에 따른 사용편의성이 이용의도에 미치는 영향에 관한 연구
5. 윤지호, 개인적 특성이 공유경제 플랫폼 이용의도에 미치는 영향 : 자산민감성, 기술혁신성, 자기효능감, 신뢰성 중심으로

관여도

: 공유경제서비스를 기반한 소비자의 협력소비 경험(박미혜)

이용태도

: 관광공유경제의 소셜네트워크서비스(SNS) 활용특성이 관광자 가치, 태도에 미치는 영향 연구 하영헌 광운대학교 정보콘텐츠대학원 관광산업콘텐츠학과

주관적 규범

- :1. 외식소셜커머스 이용자의 지각된 위험과 주관적 규범이 지각된 유용성과 행동의도에 미치는 영향
2. 중국인의 한류인식, 주관적 규범, 지각된 행동 통제가 방문의도에 미치는 영향

합리적, 감성적 혜택

- :1. 온라인 공유경제 플랫폼 이용의도에 영향을 미치는 요인
2. 관광공유경제의 소셜네트워크서비스 활용특성이 관광자 가치, 태도에 미치는 영향 연구

이용 편의성, 신뢰성

- :1. 성인학습자의 이러닝 프로그램 용이성, 유용성, 사회적 실재감이 학습몰입에 미치는 영향
2. 대학도서관 원문복사서비스 사용자의 지각된 유용성과 지각된 용이성이 정보공유서비스 수용 의도에 미치는 영향에 관한 연구, 스마트워치의 제품 속성이 지각된 유용성과 용이성에 의해 구매의도에 미치는 연구, 모바일쇼핑 특성, 지각된 유용성과 용이성, 재구매의도의 관계
3. 개인적 특성이 공유경제 플랫폼 이용의도에 미치는 영향 : 자산민감성, 기술혁신성, 자기효

능감, 신뢰성 중심으로, 모바일쇼핑 특성, 지각된 유용성과 용이성, 재구매의도의 관계,

4. 공유경제 서비스의 지각된 위험과 가치 신뢰 그리고 이용의도 간의 관계 연구

사회적 자본

:1. 은퇴예정자의 사회적자본과 지적자본이 창업의지에 미치는 영향 = The Effects of Social Capital and Intellectual Capital on Entrepreneurial Intention of Prospective Retirees

2. 사회적경제의 사회적자본이 협력적 거버넌스에 미치는 영향에 관한 연구 : 광주광역시 사회적 경제 조직을 중심으로 = A Study on the Influence of Social Capital on Cooperative Governance in the Social Economy

3. 기업의 SNS 마케팅 활용에 관한 연구 = A study on the Utilization of Enterprise Marketing SNS (카카오는 p46)

4. SNS(social network service)에서 형성된 연결적 사회자본(bridging)과 결속적 사회자본(bonding)이 소비자 구매 행동에 미치는 영향

5. SNS(social network service)를 통해 형성된 사회 자본의 형태가 소비자 제품 관심도에 미치는 영향

이용의도

: SNS 이용자들의 지속적 이용의도와 구매의도에 영향을 미치는 요인: 소셜마케팅 관점

이소현, 전남대학교 대학원,[2012]