

O2O 외식 배달앱 서비스의 혜택과 비용이 이용의도에 미치는 영향

The Effect of the Benefit and Cost of O2O Food Delivery Application Service on Usage Intention

저자 (Authors)	김민정, 이수범 Kim, Minjung, Lee, Soobum
출처 (Source)	서비스경영학회지 18(5) , 2017.12, 1-22(22 pages) Journal of Korea Service Management Society 18(5) , 2017.12, 1-22(22 pages)
발행처 (Publisher)	한국서비스경영학회 The Korea Service Management Society
URL	http://www.dbpia.co.kr/journal/articleDetail?nodeId=NODE07291279
APA Style	김민정, 이수범 (2017). O2O 외식 배달앱 서비스의 혜택과 비용이 이용의도에 미치는 영향. 서비스경영학회지, 18(5), 1-22
이용정보 (Accessed)	이화여자대학교 203.255.***.68 2020/01/27 13:57 (KST)

저작권 안내

DBpia에서 제공되는 모든 저작물의 저작권은 원저작자에게 있으며, 누리미디어는 각 저작물의 내용을 보증하거나 책임을 지지 않습니다. 그리고 DBpia에서 제공되는 저작물은 DBpia와 구독계약을 체결한 기관소속 이용자 혹은 해당 저작물의 개별 구매자가 비영리적으로만 이용할 수 있습니다. 그러므로 이에 위반하여 DBpia에서 제공되는 저작물을 복제, 전송 등의 방법으로 무단 이용하는 경우 관련 법령에 따라 민, 형사상의 책임을 질 수 있습니다.

Copyright Information

Copyright of all literary works provided by DBpia belongs to the copyright holder(s) and Nurimedia does not guarantee contents of the literary work or assume responsibility for the same. In addition, the literary works provided by DBpia may only be used by the users affiliated to the institutions which executed a subscription agreement with DBpia or the individual purchasers of the literary work(s) for non-commercial purposes. Therefore, any person who illegally uses the literary works provided by DBpia by means of reproduction or transmission shall assume civil and criminal responsibility according to applicable laws and regulations.

O2O 외식 배달앱 서비스의 혜택과 비용이 이용의도에 미치는 영향

김 민 정(제 1 저자)
경희대학교 일반대학원 조리외식경영학과

이 수 범(교신저자)
경희대학교 Hospitality 경영학부

The Effect of the Benefit and Cost of O2O Food Delivery Application Service on Usage Intention

Kim, Minjung(First Author)
Dept. of Culinary & Foodservice Management, Graduate School, Kyung Hee Univ.

Lee, Soobum(Corresponding Author)
Dept. of Hospitality Management, Kyung Hee Univ.

Abstract

With this rapid growth in the O2O food delivery market, a necessity of qualified growth is needed for the increase of usage intention of new and old users; in order to maintain continuous market growth. Therefore, this study examined the structural relationships among benefit, cost, perceived usefulness, user resistance, and usage intention. The results are as follows. As for benefit, personalization of service had a positive effect on perceived usefulness, while the accuracy of information did not have a positive effect on perceived usefulness. In terms of cost, both cognitive effort and security risk had a

negative effect on perceived usefulness. Cognitive effort and security risk had a positive effect on user resistance. In turn, user resistance had a negative effect on perceived usefulness and usage intention. Perceived usefulness had a positive effect on usage intention. Later, in the practical perspective, services can utilize the findings of this study to create a competitive edge.

Keywords: Benefit, Cost, Expected Usefulness, User Resistance, Usage Intention
(접수일: 2017.11.02, 수정일: 2017.11.17, 게재확정일: 2017.12.29)

I. 서 론

정보통신기술(ICT)의 발전으로 다양한 영역의 서비스가 융합되면서 새로운 유형의 서비스들이 제공되는 가운데, 외식 산업의 형태 및 소비패턴도 영향을 받게 되었다. 정보통신기술과 외식 산업이 접목되면서 온라인과 오프라인을 연계시킨 O2O(Online to offline) 서비스가 외식 산업 내에서 그 영역을 확장시켜 나가고 있으며 그 중 배달앱 서비스가 가장 두각을 나타내고 있다. 맞벌이 인구 및 1인 가구의 증가와 소득 수준의 향상으로 인해 외식 배달시장의 규모가 커지면서 모바일 환경에서의 외식 배달앱 시장도 함께 확대되고 있는 추세이다. 외식 배달앱 서비스는 이용자의 위치 정보를 활용하기에 메뉴 및 음식점 검색이 용이하며 주문과 함께 결제 서비스까지 제공하는 편의성으로 인해 더욱 이용이 증가하고 있다. 국내 외식 배달시장 규모는 약 12~13조원으로 추정되며 이 중 배달앱 시장이 약 20%의 비중을 차지하고 있는 가운데

데(정빛나, 2017), 향후 지속적인 성장이 전망된다.

이러한 O2O 외식 배달앱 시장의 성장 속에서 지속적인 성장 유지를 위한 성장 동력에 대한 분석이 필요하게 되었고, 배달앱 서비스 이용 후 혜택과 비용을 토대로 서비스 이용에 대해 내리는 효용평가(Zeithaml, 1988)가 중요한 요인으로 주목받고 있다. 효용평가는 배달음식 주문과정에 있어 배달앱의 이용이 다른 주문 수단에 비해 유용할 것이라 인지하는 기대 유용성으로 행위에 영향을 주는 핵심적 요인이자 중요한 예측변수로 여겨져 왔다(Venkatesh et al., 2003). 이용자들은 이용 경험을 통해 얻게 된 혜택과 투입된 비용을 바탕으로 기대 유용성을 인지하게 된다. 한편, 현상유지편향의 관점에서 배달앱 서비스 이용을 위해 투입되는 시간, 노력과 같은 비용으로 인해 서비스 이용에 반대하거나 부정적인 태도를 갖게 되기도 한다(Samuelson & Zeckhauser, 1988). 이는 이용자 저항으로 신기술 수용에 대해 이용자가 취하는 부정적인 태도가

며(Kim & Kankanhalli, 2009), 신기술 수용에 대한 결과와 효율성에 대한 기대가 부정적인 경우에는 저항이 발생하는 것으로 알려져 왔다. 이에 배달앱 이용자의 기대 유용성과 이용자 저항에 영향을 미치는 선행요인에 대한 분석과 선행변수로서 기대 유용성과 이용자 저항이 결과변수인 이용의도에 미치는 효과를 살펴보고자 한다.

국내 O2O 외식 배달앱 시장의 확대에도 불구하고 지금까지 정보시스템 품질(김기진 등, 2011; 한준형 등, 2013), 이용자의 태도와 이용의도에 관한 연구(김기수, 조성호, 2015; 김병수, 2015; 맹범기 등, 2017)가 대부분이었다. 본 연구는 대부분의 선행연구가 정보시스템 품질, 태도 및 이용의도에 중점을 두었던 한계를 극복하고 혜택과 비용을 토대로 형성되는 기대 유용성과 이용의도의 인과관계를 순차적으로 접근함으로써 현재 이용자뿐 만 아니라 잠재적 이용자의 이용의도에 대한 분석을 시도하고자 한다. 또한 비용으로 인한 부정적 태도인 이용자 저항을 포함시켜 기대 유용성과 이용의도와 관계를 규명하고자 한다. 이와 같이 외식 배달앱 서비스 이용의도에 미치는 영향관계를 통합적으로 분석한 연구는 거의 전무하기에 본 연구 결과는 가치가 있는 것으로 사료된다. 본 연구의 목적은 다음과 같다. 첫째, O2O 외식 배달앱 이용에 따른 혜택과 비용의 차원을 파악하고 기대 유용성에 어떠한 영향을 주는 지 확인하고자 한다. 둘째, 배달앱 서비스 이용에 따른 비용이 이용자 저항에 미치는 영향을 파악하고자 한다. 셋째, 기대 유용

성과 이용자 저항이 이용의도에 미치는 영향을 파악함과 동시에 전체 요인간의 인과 및 상호구조적인 관계를 실증적으로 조사함으로써 이용의도를 증대시킬 수 있는 운영전략 수립에 있어 유의미한 시사점을 제공하고자 한다.

II. 이론적 배경

2.1 외식 배달앱 서비스

배달 서비스란 주문자가 원하는 장소에서 식사를 즐길 수 있도록 편의를 제공하는 소비수단이라 할 수 있다(박희진, 2004). 정보통신기술(ICT)의 급격한 발전으로 인해 시간과 장소의 제약이 없는 모바일 환경으로 전환되었으며 이는 다양한 산업 분야에서 혁신적인 서비스의 출현을 가능하게 하였다. 외식 분야도 예외는 아니었다. 특히 전세계적으로 스마트폰의 보급률이 높은 국내에 외식 배달앱 서비스가 등장하면서 국내 음식배달 서비스의 흐름이 변화되기 시작했다. 외식 배달앱이란 개인의 스마트폰 위치 정보를 활용하여 배달이 가능한 주변 음식점 정보를 제공해줄 뿐 만 아니라 주문 및 결제의 기능까지 갖춘 편의성이 강조된 모바일 플랫폼이다(김태호, 김학선, 2016). 국내의 경우, 음식 배달에 적합한 인구 밀도와 고유한 야식문화로 인해 음식 배달 서비스가 활성화된 상태이며, 그 밖에도 맞벌이 인구 및 1인 가구의 증가, 소득 수준의 향상으로 인해 외식 배달시장의 규

모가 점차 커지고 있다.

국내 외식 배달시장 규모는 약 12~13조원으로 추정되며 이 중 배달앱 시장이 약 20%의 비중을 차지하고 있다(정빛나, 2017). 국내 외식 배달앱은 2010년 4월 ‘배달통’을 시작으로 같은 해 6월 ‘배달의 민족’, 2012년 8월 ‘요기요’가 서비스를 제공하기 시작하였다. 현재는 배달앱으로 불리는 많은 유사 서비스가 등장하여 시장 내 경쟁이 치열한 상황으로, 최근 다수의 서비스 제공 업체들이 기존에 배달이 되지 않던 음식점으로까지 서비스 대상을 확장하였다. 또한 기존의 모바일 주문 결제 시스템 도입 뿐 만 아니라 식자재 구입 대행 및 배송 등 다양한 서비스를 제공하면서 외식 시장내에서의 영향력을 확장시켜나가고 있는 추세이다.

2.2 혜택

혜택은 개인이 특정 제품 혹은 서비스 이용 후 얻게 되는 이점을 통해 우월성에 대해 평가하고 인지하는 것을 의미한다(Gutman, 1982; Zeithaml, 1988). Peter & Olson(1994)은 혜택이란 특정 상품의 속성과 관련해 주관적으로 느끼게 되는 요구나 욕구로써 상품 이용을 통해 얻길 원하는 주관적인 보상 또는 긍정적인 결과에 대한 기대라 정의하였다. 이러한 혜택은 상품의 속성으로부터 지각된 결과물로서 하나의 속성은 다양한 혜택으로 구분될 수 있으며(Peterson, 1995), 개인은 특정 상품 구매 시 해당 상품의 속성 자체가 아닌 속성

이 부여하는 다양한 혜택을 구매함으로써 자신의 필요를 충족시킨다고 설명하였다(Peter & Olson, 1994).

하지만 점차 오프라인 환경보다 온라인 환경을 통해 제품 및 서비스 이용이 증가하면서 최근 모바일 환경으로의 변화를 적용시킨 혜택들에 대한 연구가 진행되어져 왔다. 모바일 환경의 특성은 이동성과 편재성으로 시간과 장소의 한계를 벗어나 인터넷에 접속하여 정보를 제공받고 활용할 수 있는 것을 의미하며, 이는 즉시 접속성, 상황기반 제공성, 개인화 등의 특성으로 설명될 수 있다(Verkasalo, 2009). 개인의 위치정보를 활용한 개인화된 서비스를 통해 편의를 제공함으로써 정보측면에서의 혜택을 강화하고 있음을 알 수 있다(김민정, 2017). 위치기반 서비스 이용자를 대상으로 한 연구에서 김종기와 김상희(2012)는 편익을 편리성, 정보유용, 개인화, 위치 확인성으로 분류하였고, 박경아(2013)는 혜택으로서 정보 정확성과 상황기반 제공성(개인 식별성, 위치 확인성)이 서비스 수용에 정(+)의 영향을 주는 것으로 분석하였다. 이는 Ho & Tam(2005)이 제안한 혜택의 구성요인인 정보전달 정확성과 개인화에 해당되는 것으로 위의 선행연구들을 바탕으로 혜택을 ‘서비스 개인화’와 ‘정보의 정확성’ 등 2가지 요인으로 도출하였다. 서비스 개인화(Personalization of service)는 이용자의 행동에 대한 지식을 바탕으로 개인에게 맞춤형 정보와 서비스를 제공하는 것으로(Surprenant & Solomon, 1987), 기술의 발전으로 더욱 다

양해진 정보와 서비스가 범람하는 상황에서 차별화된 정보와 서비스를 원하는 이용자 니즈에 맞춰 개인화된 서비스의 중요성이 더욱 강조되고 있다(이지은 등, 2010). 정보의 정확성(Accuracy of information)은 획득한 정보를 평가하여 정확하고 신뢰할 수 있다고 지각하는 정보의 가치로서(Ho & Tam, 2005), 이석훈 등(2015)은 서비스를 통해 정확한 정보를 제공받을 수 없다면 이용자들이 이탈할 가능성이 있다고 주장하였다. 따라서 본 연구에서는 혜택이란 서비스 이용을 통해 얻길 원하는 보상 또는 긍정적인 결과에 대한 기대라 정의한 Peter & Olson(1994)의 관점에서 배달앱 서비스 기능의 우수성을 토대로 혜택 요인을 서비스 개인화, 정보의 정확성으로 제시하고 연구를 진행하고자 한다.

2.3 비용

가치 평가에서 혜택에 상응하는 요소인 비용은 제품을 획득하거나 서비스를 이용하기 위해 지불하거나 포기해야 하는 것으로 금전적 비용과 비금전적인 비용으로 구분할 수 있다(Zeithaml, 1988). 금전적 비용은 실제 제품 혹은 서비스 직접 구매비용이며 비금전적 비용은 시간과 노력, 심리적 비용 등을 의미한다(Kim et al., 2007). 즉, 비용은 상품의 실제 구입비용인 금전적 비용과 상품의 습득과 이용을 위해 제공된 모든 비금전적 비용으로 구성되어 있다고 할 수 있다(Kerin et al., 1992).

배달앱의 경우 이용자들은 서비스 이용

이 익숙해질 때까지 학습을 위해 추가적 시간과 노력을 투입한다. 또한 보다 많은 편의를 얻기 위해 제공된 개인 정보가 유출되거나 악용될 가능성에 대해 염려함으로써 심리적으로 불편함을 느낀다. 이러한 이유로 금전적 비용보다는 서비스 이용 과정에서 오는 심리적 피로감, 학습 노력과 같은 비금전적 비용 요인에 좀 더 관심을 두고 연구가 진행되어져 왔다(Kleijnen et al., 2007; Wang & Wang, 2010; 박경아, 2013; 한준형 등, 2013; Chung & Koo, 2015). Kleijnen et al.(2007)은 비용으로서 위험과 인지적 노력이 서비스 이용에 대한 지각된 가치에 부정적인 영향을 미치는 것으로 증명하였다. 박경아(2013)는 비용을 노력, 금전, 위치정보위험, 개인정보위험으로, 한준형 등(2013)은 기술노력, 지각된 비용, 보안위험으로, Chung & Koo(2015)는 기술의 복잡성과 노력으로 각각 구분지었다.

선행연구를 토대로 본 연구에서의 비용을 비금전적인 측면으로 규정짓고 ‘인지적 노력’과 ‘보안 위험’ 등 2가지 요인을 도출하였다. 인지적 노력(Cognitive effort)은 모바일 환경에서 정보 시스템의 복잡한 처리 과정을 이해하기 위한 노력으로(Kleijnen et al., 2007), 정보 시스템 이용 방법을 학습하기 위해 많은 시간과 노력이 투입될수록 이용자의 비용에 대한 인식이 더욱 커지는 것으로 볼 수 있다. 보안 위험(Security risk)은 정보 시스템 이용 시 위치 정보를 비롯한 다양한 개인정보의 유출 및 악용에 대해 인식하고 염려하는 것

으로(Wang & Wang, 2010), 보안 위험에 대한 인식은 이용자 개인의 성향과 과거 경험에 의해 차이가 있을 수 있는 상대적으로 주관적인 특성이라 할 수 있다(김민정, 2017). 따라서 본 연구에서는 비용이란 서비스 이용을 위해 지불하는 금전, 시간, 노력 등 관련된 모든 비용을 의미한다고 정의한 Kerin et al.(1992)의 관점에서 배달앱 서비스 환경을 토대로 비용 요인을 인지적 노력과 보안 위험으로 제시하고 연구를 진행하고자 한다.

2.4 기대 유용성

유용성이란 정보기술 이용을 통해 이용자가 인식하는 제품 혹은 서비스의 전체적인 가치가 기존에 경험한 것보다 우수한 것으로 인지되는 정도이다(Rogers, 1995). 개인은 유용성을 토대로 행위의 결과를 평가하거나 행위를 선택하게 되며, 평가과정에 있어 서비스 이용을 통해 얻게 되는 혜택과 투입되는 비용을 토대로 서비스 효용에 대해 전반적인 평가를 하게 된다. 기대 유용성은 새로운 정보기술을 수용함으로써 업무 성과가 개선될 것으로 기대하는 정도이며 선행연구를 통해 지각된 유용성으로 언급되어 왔던 신기술 이행에 대한 성과기대(Performance expectancy)와 유사한 의미를 지닌다(안운석, 2016). 관련 선행연구들을 통해 성과기대는 기술 수용에 영향을 주는 핵심적 요인이자 기술 수용의 중요한 예측변수로서 증명되어져 왔다(Venkatesh et al., 2003). 이와 관련

하여 개인 행위의 예측 변수로서 의사 결정에 핵심적 요인으로 작용하는 지각된 가치는(Kettinger et al., 2009) 기대 유용성과 유사하게 제품 혹은 서비스 특성과 개인행위의도 간에 있어서 매개역할을 함과 동시에 행위를 유발하는 역할을 한다.

관련 선행연구를 살펴보면, 박경아와 이대용(2016)은 클라우드 서비스 이용자를 대상으로 혜택요인인 공유성과 호환성이 성과기대 유용성에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 제시하였다. 김형준과 김용일(2014)은 연구를 통해 스마트폰 외식정보 서비스의 커뮤니케이션 특성 중 생생함, 동의성, 상호작용성이 유용성에 유의한 영향을 미치고, 유용성은 구전신뢰에 영향을 주는 것으로 분석하였다. 기대 유용성이 높다는 것은 제품 혹은 서비스가 다양한 혜택으로 인해 상대적으로 유용하며 가치가 있다고 여겨지는 것으로 배달앱 서비스와 연관지어 생각해보면 이용자가 배달앱 서비스 이용이 유용하고 가치 있을 것으로 기대하는 것을 의미할 수 있다. 본 연구에서는 기대 유용성을 기술 이용을 통해 성과를 증대시킬 수 있다고 믿는 정도로 정의한 박상철과 구철모(2012)의 관점을 토대로 선행변수로서 혜택과 비용이 기대 유용성에 미치는 영향과 기대 유용성이 이용의도에 미치는 영향에 대해 알아보고자 한다.

2.5 현상유지편향 및 이용자 저항

현상유지편향(Status quo bias, SQB)은 의사 결정을 내려야 하는 상황에서 현재의

상태를 유지하려 하는 경향으로(Samuelson & Zeckhauser, 1988), 새롭거나 더 나은 대안이 있음에도 불구하고 현재의 상태를 변화시키지 않고 유지하려는 속성이라 할 수 있다(Bazerman & Moore, 2012). 신기술 수용으로 얻게 되는 혜택보다 투입되는 비용이 더 크게 인지되거나 변화에 대한 불확실함으로 인해 불안과 염려를 느낄 때 현재 상태를 유지하려는 경향이 더욱 커진다(Samuelson & Zeckhauser, 1988).

한편, 현재 상태를 변화시켜야 하는 상황에서 변화를 피하고 현재 상태를 유지하려는 행위를 저항이라 하며(Rumelt, 1995), 신기술 수용 과정에 있어 이용자 저항(User resistance)은 신기술과 그로 인한 변화에 대해 이용자가 취하는 부정적인 태도 및 대립행위라고 할 수 있다(Kim & Kankanhalli, 2009). 신기술 수용으로 발생하는 변화에 개인보다는 집단의 저항이 더 높으며, 신기술 수용에 대한 결과와 효율성에 대한 기대가 부정적인 경우에는 저항이 발생하지만 긍정적인 기대와 평가는 이용자로 하여금 기술을 수용하게 만드는 것으로 연구를 통해 밝혀졌다(Lapointe & Rivard, 2005). 이애리 등(2012)은 전자책 이용자가 인지하는 가치가 높으면 저항이 감소하고 전자책으로의 전환비용이 클수록 저항이 증가하는 것으로 설명하였고, 정화섭(2013)은 트위터 이용자들을 대상으로 한 연구에서 트위터 이용 혜택을 못 느끼고 지각된 위험이 높을수록 저항이 높게 발생하는 것으로 규명하였다.

따라서 본 연구에서는 이용자 저항을 신

기술 수용에 대한 개인의 반대의견 또는 부정적인 감정반응으로 정의한 Klaus & Blanton (2010)의 관점을 토대로 배달앱 서비스 이용자 저항은 선행요인인 비용에 의해서 영향 받을 것으로 판단하고 연구를 진행하고자 한다.

2.6 이용의도

의도란 개인의 태도가 행동으로 옮겨질 가능성으로, 예측 가능한 미래 행동을 의미한다(Engel & Blackwell, 1982). 이용의도는 개인이 제품 혹은 서비스 이용을 결정하는 행위적인 의도이며, 이를 통해 이용자의 구매 행위를 예측할 수 있다(김기진 등, 2011). 또한 개인의 태도와 실제 행위 사이의 중간변수로서, 미래에 어느 정도 특정 행동을 하고자 하는 의지를 표현한 것이라 할 수 있다. Ajzen & Fishbein(1980)의 합리적 행동이론에 의하면 개인의 구체화된 행동은 그 행동을 이행하려는 행동의도에 의해 결정되는 것이다. 즉, 행동의 전제조건으로서 행동의도는 실제 행동과 높은 상관성을 가지므로, 이용의도는 실제적인 서비스 이용 행동과 높은 상관성을 가지며 실제 행동의 대체로 사용이 가능한 것이다.

Davis(1989)는 이용의도를 특정한 행위를 수행하려는 의도의 강도로 정의하였고, 정보 시스템 이용자의 행동을 예측할 수 있는 태도는 시스템 이용과 관련된 행동의도에 영향을 미치고 행동의도는 실제 정보 시스템 이용으로 연결된다고 하였다. 이와 관련해 모바일 환경에서의 이용의도는 주로

서비스 이용과 관련하여 서비스를 이용할 의도나 계획, 지속적으로 이용하려는 정도라 할 수 있으며, 다수의 선행연구에서 이용의도에 대한 연구가 진행되어져 왔다(김기진 등, 2011; 박상철, 구철모, 2012; 박경아, 2013; 김형준, 김용일, 2014; 이석훈 등, 2015; 김민정, 2017). 본 연구에서는 이용의도를 정보시스템을 이용하려는 의지로 정의한 Davis(1989)의 관점에서 배달앱 서비스를 이용하고자 하는 실제 행위의도에 초점을 맞춰 연구를 진행하고자 한다.

보고자 한다. 배달앱 서비스 이용자들을 대상으로 서비스 이용 혜택인 서비스 개인화와 정보의 정확성, 비용인 인지적 노력과 보안 위험을 독립변수로 고려하고자 한다. 또한 배달앱 서비스 이용이 기존 음식주문 배달에 비해 유용할 것이라는 기대 유용성과 배달앱 서비스 이용에 대한 부정적인 입장인 이용자 저항을 매개로 본 연구의 최종 종속변수인 배달앱 서비스를 이용하려는 의지에 미치는 영향을 알아보하고자 한다. 상기 내용을 바탕으로 <그림 1>과 같이 연구모형을 제안하고자 한다.

III. 연구방법

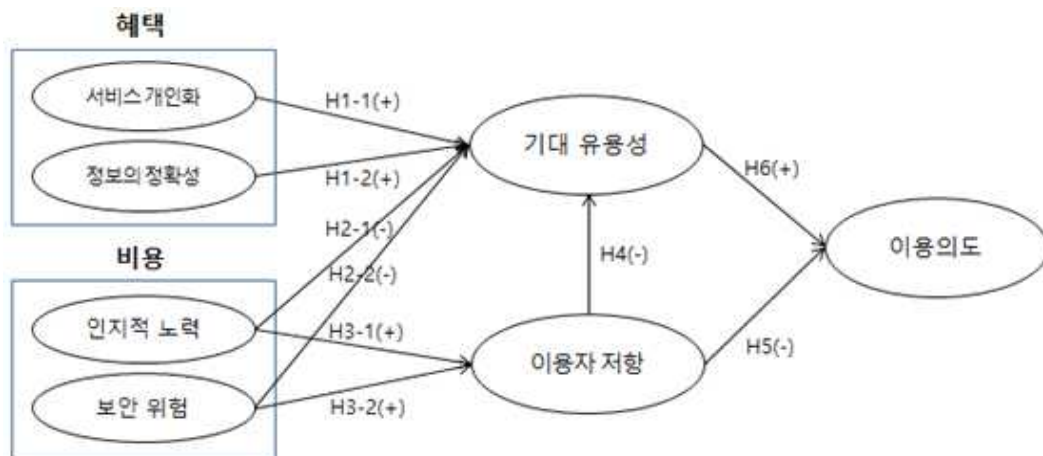
3.1 연구모형 및 가설설정

본 연구에서는 배달앱 서비스 환경에서 이용의도에 영향을 미치는 요인들을 살펴

3.1.1 혜택과 기대 유용성과의 관계

혜택은 특정 제품 혹은 서비스 이용을 통해 얻길 원하는 주관적인 보상이나 결과에 대한 긍정적인 기대이며(Peter & Olson, 1994), 이용자의 위치를 기반으로 개인화된 맞춤형 정보를 제공함으로써 이용자들의 혜택에 대한 인식이 증가되고 있다(박

<그림 1> 연구모형



경아, 2013). 기대 유용성은 의사 결정에 영향을 주는 핵심적 요인인 지각된 가치와 같은 맥락에서 기술 수용행위에 중요한 영향을 주는 것으로 볼 수 있다. 특히 모바일 서비스 이용자가 다른 미디어와 차별화된 기능 및 서비스를 제공받을 때 이용자들은 그 유용성을 인지하게 된다. 박경아(2013)는 위치기반 서비스 이용자를 대상으로 지각된 혜택을 즐거움, 정확성, 상황기반 제공성(개인 식별성, 위치 확인성)등 3가지 차원으로 분류한 후 지각된 가치에 긍정적인 영향을 주는 것으로 밝혔고, 박경아와 이대용(2016)은 클라우드 서비스에 관한 연구를 통해 혜택요인인 공유성과 호환성이 성과기대 유용성에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 제시하였다. 이에 다음과 같은 가설을 제시할 수 있다.

가설 1-1. 서비스 개인화는 기대 유용성에 긍정적인 영향을 미친다.

가설 1-2. 정보의 정확성은 기대 유용성에 긍정적인 영향을 미친다.

3.1.2 비용과 기대 유용성과의 관계

비용은 제품을 획득하거나 서비스를 이용하기 위해 지불하거나 포기해야 하는 것으로(Zeithaml, 1988), 실제 구입비용인 금전적 비용과 서비스 이용을 위해 제공된 모든 비금전적 비용으로 구성되어 있다(Kerin et al., 1992). Karagiannaki (2007)는 비용을 실패 혹은 손실 위험을 느끼는 위험 비용과 기술의 복잡성이 장애 요인으로 적용되어 서비스 처리 과정에 대한 이해를 위

해 필요한 노력의 인지적 비용으로 구분하고, 위험 비용과 인지적 비용이 낮을 때 이용자가 인식하는 효용가치가 증대된다고 하였다. Kleijnen et al.(2007)은 모바일 채널 서비스 연구를 통해 비용으로서 위험과 인지적 노력이 서비스 이용에 대한 지각된 가치에 부정적인 영향을 미치는 것으로 설명하였고, Chung & Koo(2015)는 소셜 미디어를 활용한 여행정보 검색 시 이용자들의 지각된 희생(복잡성, 노력)이 지각된 가치에 유의한 영향을 주는 것으로 분석하였다. 이에 다음과 같은 가설을 제시할 수 있다.

가설 2-1. 인지적 노력은 기대 유용성에 부정적인 영향을 미친다.

가설 2-2. 보안 위험은 기대 유용성에 부정적인 영향을 미친다.

3.1.3 비용과 이용자 저항과의 관계

이용자 저항은 신기술 수용에 대해 이용자가 취하는 부정적인 태도 및 대립행위로(Kim & Kankanhalli, 2009), 신기술 이용으로 인한 불확실한 상황에 수동적이거나 공격적인 반응을 보이는 식으로 저항행동이 나타날 수 있다(Marakas & Hornik, 1996). 특히 이용자들이 서비스 이용을 위해 비금전적인 비용을 지불하게 될수록 서비스에 대해 부정적인 지각을 하는 것으로 밝혀졌다(Berry et al., 2002). 박상철(2015)은 모바일 어플리케이션 이용자의 불안감이 현상유지관성에 유의한 영향을 주는 것으로 제시하였고, 박경아(2013)는

위치기반 서비스 이용자의 지각된 비용(개인정보위험, 위치정보위험)이 정보보호의도에 정(+)의 영향을 준 것으로 증명하였다. 이에 다음과 같은 가설을 제시할 수 있다.

가설 3-1. 인지적 노력은 이용자 저항에 긍정적인 영향을 미친다.

가설 3-2. 보안 위험은 이용자 저항에 긍정적인 영향을 미친다.

3.1.4 이용자 저항과 기대 유용성과의 관계

신기술 이행 시 투입되는 노력과 산출되는 결과의 큰 차이를 부당하게 인지한다면 이용자 저항이 발생하게 되며, 새로운 변화에 대해 우호적이지 않다면 그 변화로 인한 장점보다는 단점을 부각시켜 지각하게 된다(Forgas, 1995). 즉, 새로운 변화에 대한 부정적인 태도가 새로운 변화가 초래할 유용성을 낮게 평가하고 인식하게 만드는 것이다. 박윤서와 이승인(2007)은 모바일 인터넷 서비스에 관한 연구를 통해 이용자의 저항은 지각된 유용성에 부정적인 영향을 미치는 것으로 밝혔고, 박상철과 채성욱(2014)은 스마트 기기 활용에 대한 연구에서 스마트 기기 활용 업무 방식에 대한 저항은 스마트 기기 활용에 대한 유용성에 부정적인 영향을 미치는 것으로 확인하였다. 이에 다음과 같은 가설을 제시할 수 있다.

가설 4. 이용자 저항은 기대 유용성에 부정적인 영향을 미친다.

3.1.5 이용자 저항과 이용의도와와의 관계

이용자 저항은 신기술 이행 실패에 대한 근본적인 요소로 확인되었다(Kim & Kanhanhalli, 2009). Lynch & Ariely(2000)는 인지적 노력이 감소할 경우 좀 더 긍정적인 태도로 구매하는 경향이 있다고 하였다. Polites & Karahanna(2012)는 정서적 기반의 관성을 토대로 기존 시스템 이용을 통해 감정적인 애착이 형성되었다면 기존 시스템을 지속이용하려 하기 때문에 신기술 수용에 대해 부정적인 영향을 줄 수 있다고 하였다. 김병수(2015)는 모바일 메신저 서비스 이용자의 현상유지관성이 이용자 충성도에 유의한 영향을 주는 것으로 설명하였고, Hsieh(2015)는 클라우드 서비스 이용에 대한 헬스케어 전문가들의 저항이 이용의도에 부(-)의 영향을 주는 것으로 밝혔다. 이에 다음과 같은 가설을 제시할 수 있다.

가설 5. 이용자 저항은 이용의도에 부정적인 영향을 미친다.

3.1.6 기대 유용성과 이용의도와와의 관계

기대 유용성은 정보기술 수용이 업무 성과를 개선할 것이라는 이용자의 신뢰로 기술 이용 환경 속에서 기술 수용행위에 가장 영향력 있는 요인으로 밝혀졌다(Venkatesh et al., 2003). 이용자는 서비스의 혜택이 많고 유용하다고 인지할수록 실제 서비스 이용에 대한 태도와 행위의도는 긍정적이며 이는 실제 이용의 증가로 이어지게 될

것이다(한준형 등, 2013). 즉, 특정 서비스 특성에 대한 평가가 호의적일수록 지속적으로 이용하려는 의도가 나타나는 것으로 설명하였다(맹범기 등, 2017). 김기진 등(2011)은 모바일 서비스 이용자들의 유용성에 대한 인식이 모바일 서비스 수용에 영향을 미치는 것으로 분석하였고, 김기수와 조성호(2015)는 외식 어플리케이션에 대한 지각된 유용성이 지속이용의도에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 증명하였다. 이에 다음과 같은 가설을 제시할 수 있다.

가설 6. 기대 유용성은 이용의도에 긍정적인 영향을 미친다.

3.2 측정항목 도출 및 설문지 구성

본 연구에서 혜택은 'O2O 배달앱 서비스 이용에 내재되어 있는 이점'으로 정의하고, 서비스 개인화는 'O2O 배달앱 서비스를 통해 적합한 정보를 제공받는 것으로 인식하는 정도'로 정의하고, 정보의 정확성은 'O2O 배달앱을 통해 제공되는 정보의 정확성에 대해 인식하고 있는 정도'로 정의하고 선행연구(Ho & Tam, 2005; 박경아, 2013)를 토대로 6개의 측정항목을 도출하였다.

비용은 'O2O 배달앱 서비스 이용에 내재되어 있는 결점'으로 정의하고, 인지적 노력은 'O2O 배달앱 서비스 이용을 위해 필요한 시간과 노력의 정도'로 정의하고, 보안 위험은 'O2O 배달앱 서비스 이용으로 인한 개인정보유출 및 무단도용에 대한 염

려'로 정의하고 선행연구(Wang & Wang, 2010; 한준형 등, 2013; Chung & Koo, 2015)를 바탕으로 6개의 측정항목을 도출하였다.

기대 유용성은 'O2O 배달앱 서비스 이용을 통해 얻을 수 있는 효용에 대한 기대'로 정의하고, 선행연구(Davis, 1989; 박상철, 구철모, 2012; 박경아, 이대용, 2016)를 토대로 3개의 측정항목을 도출하였다.

이용자 저항은 'O2O 배달앱 서비스 이용에 대한 부정적 태도'로 정의하고, 선행연구(Ram, 1987; 김민정, 2017)를 바탕으로 3개의 측정항목을 도출하였다.

이용의도는 'O2O 배달앱 서비스를 이용하고자 하는 의지의 정도'로 정의하고, 선행연구(Davis, 1989; Bhattacharjee, 2001)를 토대로 3개의 측정항목을 도출하였다.

도출된 측정항목은 타당성과 신뢰성을 검증받은 선행연구들을 토대로 본 연구의 목적에 맞춰 일부 수정하였으며 리커트 5점 척도로 측정하였다. 초기에 도출된 측정항목은 25명의 조리외식경영 전공 석·박사과정 학생들을 대상으로 예비조사과정을 거쳐 각 항목들의 이해도에 대한 검토를 실시한 후 일부분 수정하여 본 조사에 활용하였다.

3.3 자료수집 및 분석방법

본 연구를 수행하기 위해 2017년 3월 15일부터 4월 12일까지 약 한달 간 최근 3개월 이내 배달앱 서비스를 이용해 본 경험이 있는 서울과 경기지역의 일반인들을 대상

으로 온라인과 오프라인 설문을 병행하는 방식으로 조사가 진행되었다. 온라인 및 오프라인으로 회수된 설문 응답수는 각각 138부와 172부로, 총 310부의 설문지 중 결측값이 존재하거나 불성실하게 응답한 것으로 판단되는 25부를 제외한 나머지 285부의 설문지가 실증분석에 사용되었다. 본 연구를 위해 수집된 설문 자료는 통계프로그램인 SPSS 20.0과 AMOS 18.0을 사용하여 분석을 진행하였다. 측정 항목의 타당성 및 신뢰성 평가를 위해 확인적 요인 분석을 실시하였으며, 추가로 요인신뢰도와 평균분산추출값을 계산하여 내적타당성을 검토하였다. 최종적으로 구조방정식 모형 검정을 통해 본 연구 모형의 적합도와 경로의 유의성을 판단하는 2단계 접근법을 실시하였다.

IV. 실증분석

4.1 표본의 특성

본 연구에 사용된 표본의 인구통계학적 특성을 파악하기 위해 빈도분석을 실시하였고, 결과는 <표 1>과 같이 요약되었다. 성별은 남성 44.2%, 여성 55.8%로 여성의 비율이 좀 더 높았으며, 혼인상태는 미혼 63.2%, 기혼 34.0%, 이혼 및 사별 2.8%로 미혼의 비율이 가장 높게 나타났다. 연령대를 살펴보면 20대가 44.6%로 가장 많았으며 30대 36.1%, 40대 18.2% 순으로 분포를 보이고 있어 20~30대가 대부분을 차지하고 있어 배달앱 서비스를 주로 이용하는 연령층이 주요 설문 대상이었던 것으로 분석되었다. 월소득은 100만원미만 23.9%, 200만원이상-300만원미만 22.8% 순으

<표 1> 표본의 인구통계학적 특성

구 분		응답자	비율(%)	구 분		응답자	비율(%)
성별	남자	126	44.2	연령	20대	127	44.6
	여자	159	55.8		30대	103	36.1
결혼	미혼	180	63.2		40대	52	18.2
	기혼	97	34.0		50대 이상	3	1.1
	이혼·사별	8	2.8	직업	학생	106	37.2
월소득 (단위 :만원)	100미만	68	23.9		사무직	98	34.4
	100-200미만	53	18.6		자영업	16	5.6
	200-300미만	65	22.8		서비스직	24	8.4
	300-400미만	36	12.6		전문직	15	5.3
	400-500미만	32	11.2		주부	14	4.9
	500이상	31	10.9		기타	12	4.2
합계		285	100	합계		285	100

〈표 2〉 집중타당성 및 신뢰성 검정

요인명		측정항목	λ	C.R.	CR	AVE
혜 택	서비스 개인화	나의 선호도 반영한 정보 제공	.804	—	.939	.631
		나와 연관 있는 정보 제공	.807	16.175***		
		서비스 이용 시, 내가 필요한 정보 제공	.772	15.651***		
	정보의 정확성	정확한 정보 제공(메뉴, 주문, 결제 등)	.789	—	.893	.576
		최신 정보 제공	.850	15.953***		
		온라인, 오프라인 모두 동일한 정보 제공	.619	12.255***		
비 용	인지적 노력	배달앱을 익숙하게 이용하는 것이 어려움	.899	—	.947	.748
		배달앱 이용을 위해 추가적 노력 필요	.820	21.685***		
		배달앱 이용을 위해 추가적 시간 필요	.874	23.933***		
	보안 위험	개인정보가 다른 목적으로 이용되는 것 염려	.835	—	.912	.708
		개인정보가 제 3자에게 공유되는 것 염려	.828	18.944***		
		개인정보 유출로 인한 사생활 침해 염려	.861	19.563***		
기대 유용성		배달앱은 생활에 편의 제공	.722	—	.887	.626
		배달앱 이용으로 시간과 노력 단축	.839	16.124***		
		일관된 품질의 제품과 서비스 제공	.808	15.621***		
이용자 저항		배달앱 이용에 대해 거부감이 듭	.894	—	.963	.794
		배달앱 이용에 반대함	.913	27.571***		
		배달앱 이용에 대해 비판적인 생각이 듭	.866	25.002***		
이용의도		배달앱을 자주 이용할 예정임	.808	—	.912	.687
		배달음식 주문시, 배달앱을 우선적으로 이용할 예정임	.792	17.997***		
		배달앱을 향후에도 계속 이용할 예정임	.884	20.642***		

$$\chi^2 = 289.660 (df=168, p<.001), \chi^2/df = 1.724$$

$$RMR = .027, GFI = .941, NFI = .950, CFI = .978, RMSEA = .041$$

***p<0.001, 주) λ : Standardized Factor Loading, C.R.: Critical Ratio(t-value), AVE: Average Variance Extracted, CR: Construct Reliability

로, 직업은 학생 37.2%, 사무직 34.4% 순으로 높은 비중을 차지하였다.

4.2 측정항목의 타당성 및 신뢰성 검정

본 연구에 사용된 측정항목의 타당성 및 신뢰성을 검정하기 위해 확인적 요인분석(CFA)을 실시하였으며, 분석 결과는 <표 2>와 같다. 확인적 요인분석의 결과, 측정 모형의 적합도는 $\chi^2=289.660(df=168,$

<표 3> 판별타당성 검정

요인명	1	2	3	4	5	6	7
1. 서비스 개인화	(.631)	.242	.034	.028	.151	.033	.110
2. 정보의 정확성	.492**	(.576)	.105	.003	.209	.077	.176
3. 인지적 노력	-.185**	-.324**	(.748)	.038	.081	.335	.099
4. 보안 위험	-.168**	-.051	.196**	(.708)	.070	.115	.052
5. 기대 유용성	.389**	.457**	-.284**	-.264**	(.626)	.187	.549
6. 이용자 저항	-.182**	-.277**	.579**	.339**	-.432**	(.794)	.265
7. 이용의도	.331**	.420**	-.314**	-.227**	.741**	-.515**	(.687)

**p<0.01, ()¹⁾ AVE, ²⁾ R, ³⁾ R²

p<0.001), $\chi^2/df=1.724(<3)$, RMR=.027 (<.05), GFI=.941(>.9), NFI=.950(>.9), CFI=.978(>.9), RMSEA=.041(<.08)로 기준을 모두 충족시키는 것으로 확인되었다(Hair, Black, Babin & Anderson, 2010). 잠재요인의 타당성에 대한 검정결과, 평균 분산추출(AVE)이 .576~.794(>.5), 요인 신뢰도(CR)가 .887~.963(>.7)으로 나타나 집중타당성이 있는 것으로 판명되었다(Hair, Black, Babin, Anderson & Tatham, 2006). 또한 <표 3>과 같이 상관계수 제공(R²)이 .003~.549로 나타나 평균분산추출이 요인들 간의 상관계수 제공(R²)보다 크면 판별타당성이 확보되었다고 할 수 있는 조건을 충족시켰다(Fornell & Larcker, 1981).

4.3 가설검정

본 연구는 가설 검정을 위해 구조방정식

모형분석을 실시한 결과, 모형의 적합도는 $\chi^2=297.043(df=174, p<0.001)$, $\chi^2/df=1.707(<3)$, RMR=.030(<.05), GFI=.940(>.9), NFI=.948(>.9), CFI=.973(>.9), RMSEA=.040(<.08) 등으로 나타났으며, 가설 검정 결과는 <표 4>와 같다.

서비스 개인화가 기대 유용성에 긍정적인 영향을 미칠 것이라는 가설 1-1은 채택되었고($\beta=.374$, C.R.=5.087, $p<0.001$), 정보의 정확성과 기대 유용성의 관계에 대한 가설 1-2는 기각됨으로써($\beta=.182$, C.R.=2.812, $p>0.05$), 정보의 정확성이 기대 유용성에 긍정적인 영향을 준다는 것을 확인하지 못했다. 인지적 노력이 기대 유용성에 부정적인 영향을 미칠 것이라는 가설 2-1은 채택되었으며($\beta=-.145$, C.R.=-2.204, $p<0.05$), 보안 위험이 기대 유용성에 부정적인 영향을 미칠 것이라는 가설 2-2는 채택되었다($\beta=-.118$, C.R.=-2.293, $p<0.05$). 인지적 노력과 이용

〈표 4〉 가설검정 결과

가 설		표준화 경로계수	C.R.	결 과
가설 1-1	서비스 개인화 → 기대 유용성	.374	5.087***	채택
가설 1-2	정보의 정확성 → 기대 유용성	.182	2.812	기각
가설 2-1	인지적 노력 → 기대 유용성	-.145	-2.204*	채택
가설 2-2	보안 위험 → 기대 유용성	-.118	-2.293*	채택
가설 3-1	인지적 노력 → 이용자 저항	.587	12.256***	채택
가설 3-2	보안 위험 → 이용자 저항	.244	5.466***	채택
가설 4	이용자 저항 → 기대 유용성	-.386	-5.633***	채택
가설 5	이용자 저항 → 이용의도	-.229	-5.419***	채택
가설 6	기대 유용성 → 이용의도	.763	12.433***	채택

$$\chi^2 = 297.043 (df=174, p<.001), \chi^2/df = 1.707$$

$$RMR = .030, GFI = .940, NFI = .948, CFI = .973, RMSEA = .040$$

* $p<0.05$, *** $p<0.001$, 주) C.R.: Critical Ratio

자 저항과의 관계에 대한 가설 3-1은 채택되었으며($\beta=.587$, $C.R.=12.256$, $p<0.001$), 보안 위험과 이용자 저항의 관계에 대한 가설 3-2도 채택되었다($\beta=.244$, $C.R.=5.466$, $p<0.001$). 이로써 인지적 노력과 보안 위험이 이용자 저항에 긍정적인 영향을 미치는 것을 확인하였다. 이용자 저항이 기대 유용성에 부정적인(-) 영향을 미칠 것이라는 가설 4는 채택되었으며($\beta=-.386$, $C.R.=-5.633$, $p<0.001$), 이용자가 저항이 이용의도에 부정적인 영향을 미칠 것이라는 가설 5는 채택되었다($\beta=-.229$, $C.R.=-5.419$, $p<0.001$). 기대 유용성이 이용의도에 긍정적인(+) 영향을 미칠 것이라는 가설 6은 채택되었다($\beta=.763$, $C.R.=12.433$, $p<0.001$).

V. 결론 및 시사점

5.1 연구의 요약

본 연구에서는 O2O 배달앱 서비스 이용의도에 영향을 미치는 요인을 알아보고자 배달앱 서비스 이용의 혜택과 비용, 기대 유용성, 이용자 저항간의 영향관계에 대한 실증분석을 진행하였고 연구 결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 서비스 개인화는 기대 유용성에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이용자의 선호도에 따라 서비스 선택이 가능하거나 니즈에 맞춰 정보를 제공받을 때 이용자가 서비스 유용성에 대해 기대하게 되는 것을 보여주고 있다. 반면, 정보의 정확성은 기대 유용성에 긍정적인 영향을 미치

지 못한 것으로 나타났다. 이는 선행연구(김중기, 김상희, 2012; 박경아, 2013)의 결과와 일치하지 않으며 배달앱을 통해 제공되는 정보의 정확성이 기대 유용성에 긍정적인 영향을 미치는 혜택으로 이용자들이 인식하지 못하는 것임을 유추해 볼 수 있다. 즉, 배달앱을 통해 제공받는 정보의 정확성은 기본적 조건으로서 당위성을 가지는 요인으로 받아들이고 있는 것으로 해석된다. 둘째, 인지적 노력과 보안 위험은 기대 유용성에 부정적인 영향을 미치는 것으로 분석되었다. 스마트폰을 활용한 배달앱 이용 환경이 어렵고 복잡하다고 인식하는 것으로 판단할 수 있으며, 배달앱 이용법을 익히기 위해 많은 시간과 노력이 투입될수록 서비스 유용성에 대한 기대가 낮아지는 것으로 볼 수 있다. 또한 배달앱 이용으로 인해 주문 및 결제 서비스를 쉽게 이용할 수 있게 되었지만 개인정보유출 및 악용과 같은 문제가 발생하면서 보안 위험에 대한 염려가 커지게 되면서 비용으로서 서비스에 대한 기대 유용성에 부정적인 영향을 주게 되었다. 셋째, 인지적 노력과 보안 위험은 이용자 저항에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 결과가 도출되었다. 기존 배달 서비스 방식이 아닌 새로운 기술 환경에서의 배달 서비스 방식을 이해하고 이용하기 위해 필요한 인지적 노력과 개인정보에 대한 보안 위험이 비용으로 인식되어 배달앱 서비스 이용에 대한 저항이 발생하는 것으로 짐작할 수 있다. 즉, 배달앱 서비스를 위해 필요한 인지적 노력과 보안 위험이 이용을 감소시키거나 포기하게 만드는 주

요 요인임을 알 수 있다. 넷째, 이용자 저항은 기대 유용성에 부정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 신기술에 대한 이용자 저항이 유용성에 부(-)의 영향을 미치는 것으로 나타난 선행연구(박윤서, 이승인, 2007; 박상철, 채성욱, 2014)의 주장과 일치한다. 즉, 새로운 변화에 대한 부정적인 태도가 새로운 변화가 가져올 유용성에 대해 낮게 평가하게 만드는 것이라 할 수 있다. 다섯째, 이용자 저항은 이용의도에 부정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 배달앱 서비스에 대한 이용자 저항은 서비스 이용의도에도 부정적인 영향을 주는 요인으로, 저항 수준을 낮출수록 이용의도는 증가하게 될 것이다. 이용자 저항에 유의한 영향을 미치는 인지적 노력과 보안 위험을 최소화시킴으로써 비용이 이용자 저항에 주는 부정적인 영향을 감소시킴과 동시에 이용의도에 긍정적인 영향을 줄 수 있을 것으로 보인다. 여섯째, 기대 유용성은 이용의도에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 확인되었다. 이와 같은 결과를 통해 서비스의 긍정적 가치에 대한 기대감이 이용의도에 유의한 영향을 미치는 것으로 볼 수 있다. 이용자 입장에서 배달앱 서비스의 혜택이라 할 수 있는 서비스 개인화와 정보의 정확성에 대한 지각이 높을수록 성과 기대감이 증가하여 이용의도에 긍정적인 영향을 미칠 것으로 기대할 수 있다.

5.2 연구의 시사점

본 연구의 결과를 바탕으로 다음과 같은

학문적·실무적 시사점을 제공할 수 있다.

우선 학문적 시사점으로는 첫째, O2O 배달앱 서비스 혜택과 비용, 기대 유용성, 이용자 저항 및 이용의도간의 구조적인 관계를 분석하였다. 기존 선행연구에서는 주로 정보시스템 품질(시스템, 정보, 서비스)측면을 혜택으로 설정하여 태도요인(만족, 신뢰)과 행위의도간의 영향 관계를 다루었으며, 배달앱 서비스 혜택과 비용을 동시에 결합한 연구모형을 제시하여 영향관계를 분석한 사례는 거의 없었다. 이와 다르게 본 연구에서는 배달앱 이용을 위해 필요한 비용과 신기술 수용의도에 대한 측정요인으로서 이용자 저항이라는 새로운 요인을 도입한 것이다. 이러한 혜택과 비용에 대한 동시적 평가를 통해 형성된 기대 유용성과 이용의도에 대한 영향 관계를 이용자 저항요인을 포함하여 통합적으로 분석했다는 점에서 기존 선행연구들과 차별화된다고 할 수 있다. 이에 본 연구는 선행연구들과는 다른 새로운 학문적 접근을 시도한 것이며, 도출된 결과는 향후 후속 연구에 실질적으로 기여하는 바가 있을 것으로 사료된다. 둘째, 배달앱을 통해 제공받은 정보의 정확성이 혜택으로서 이용자의 기대 유용성에 긍정적인 영향을 미치지 못한 것으로 증명되었다. 이는 유사한 선행연구(박경아, 2013; Chung & Koo, 2015)의 결과와 일치하지 않으며 정보의 정확성이 서비스 이용에 대한 기대 유용성에는 영향을 주지 못하고 기본적으로 제공되어야 하는 요인으로 지각하고 있음을 보여주었다.

실무적 시사점으로는 첫째, O2O 외식

배달앱은 모바일을 매개로 온라인과 오프라인을 연계시킨 서비스를 제공하기에 오프라인 생활영역으로 점차 서비스를 확대시킬 수 있는 프로그램 개발이 필요하다. 이와 연관지어 볼 때 배달앱 이용자의 위치정보를 활용해 해당 상황에서 이용할 수 있게 외식업체 및 매장별 할인혜택 정보를 비롯해 다양한 프로모션 정보를 개인화된 서비스로 제공하는 방안 등을 고려해 볼 필요가 있다. 둘째, 인구통계학적 특성에 따라 연령대별로 주로 사용하는 앱 유형을 고려해 다양한 연령층의 수요를 반영한 콘텐츠 개발이 필요하다. 본 연구 표본의 특성을 살펴보면 연령대가 대부분 현재 배달앱 서비스를 주로 이용하는 20~30대임을 알 수 있었다. 이러한 점을 반영하여 앱을 거의 사용하지 않는 50대 이상 연령층을 타겟으로 모바일 앱에 관심을 갖고 서비스 이용이 가능하도록 이용 정보에 대한 공유 및 교육, 동기를 부여하는 방안이 필요하다. 배달앱을 통해 생활 밀착형 정보를 공유하거나 획득함으로써 개인화된 서비스를 지각하여 기대 유용성을 향상시킬 수 있을 것으로 사료된다. 셋째, 배달앱 서비스 이용에 있어 개인정보유출에 대한 위험이 존재한다. 이용자들이 제공한 개인정보를 토대로 다양한 편익을 제공하기도 하였지만 개인정보유출 및 도용과 관련된 많은 문제들이 발생하여 이용자들이 불안해하고 있다. 이를 해결하기 위해 이용자 대상의 교육을 실시함으로써 개인정보 이용경로 및 이용관련조항에 대한 이해를 높이고 배달앱 서비스 이용에 대한 믿음과 신뢰가 형성되게 하

여 개인정보유출 및 도용으로부터 안전하다고 지각할 수 있도록 방안을 수립할 필요가 있다.

5.3 연구의 한계점 및 향후 연구 방향

본 연구의 한계점과 이를 토대로 향후 연구방향에 대해 다음과 같이 제시할 수 있다. 첫째, 본 연구의 표본추출에 있어 전국 지역의 이용자들을 대상으로 하였으나 실제 서울과 경기지역으로 편중되어 조사가 진행됨으로써 본 연구의 결과를 일반화시키기에 다소 무리가 있다. 향후 연구에서는 할당추출법을 이용하여 표본을 전국의 이용자들로 확대시켜 연구의 결과를 보편화시킬 필요가 있다. 둘째, 배달앱 서비스 이용을 일반화시키기 위해 후속연구에서 서비스 이용 경험이 없는 집단과 이용 경험이 있는 집단과의 비교 연구를 진행하거나 이용 경험이 없는 잠재 고객들을 대상으로 서비스 이용 가능 동기 및 니즈를 파악하는 연구를 수행할 필요가 있을 것으로 판단된다. 셋째, 본 연구에서는 배달앱 서비스 이용의도에 영향을 미치는 요인으로 혜택은 서비스 개인화와 정보의 정확성으로, 비용은 인지적 노력과 보안 위협으로 설정하여 측정했다는 점에서 다소 제한을 가지고 있기에 향후 연구에서는 다양한 구성요인이 포함된 연구모형의 설계와 검정이 필요할 것으로 사료된다. 또한 기존 선행연구에서는 주요한 개인적 특성 요인들이 기술 수용 태도 및 수용의도에 영향을 준 것으로 밝혀

졌으므로 향후 연구에서는 개인적 특성과 같은 다양한 변수들도 포함하여 연구가 수행되어야 할 것이다.

참고문헌

- 김기수, 조성호 (2015), 기술수용모델을 적용한 모바일 외식 어플리케이션의 지속적 이용에 미치는 영향, *외식경영연구*, 18(13), 203-226.
- 김기진, 변광인, 양정미 (2011), 스마트폰 외식관련 어플리케이션의 사용용이성이 이용의도에 미치는 영향에 관한 연구: 친숙도와 유용성의 매개효과를 중심으로, *호텔경영학연구*, 20(6), 61-81.
- 김민정 (2017), *외식 배달 어플리케이션 서비스 지속이용의도에 관한 연구: 가치기반이론과 저항요인의 통합적 관점에서*, 경희대학교 대학원 박사학위논문.
- 김병수 (2015), 모바일 메신저 서비스에서 인지된 가치와 현상 유지 편향이 사용자 충성도에 미치는 영향: 카카오톡 사례를 중심으로, *e-비즈니스연구*, 16(6), 233-253.
- 김종기, 김상희 (2012), 스마트폰 위치기반서비스(LBS)의 정보제공의도에 있어서 프라이버시 계산 기반의 영향, *한국경영정보학회 학술대회논문집*, 2012(1), 249-263.
- 김태호, 김학선 (2016), 수정된 기술수용

- 모델을 이용한 푸드테크산업 소비자의 배달앱 기술수용의도에 관한 연구, *관광학연구*, 40(5), 127-144.
- 김형준, 김용일 (2014), 스마트폰 외식정보서비스의 구전정보 특성에 따른 신뢰형성이 행동의도에 미치는 영향에 관한 연구: Application 외식정보서비스 사용자들을 대상으로, *호텔경영학연구*, 23(1), 45-64.
- 맹범기, 박경수, 오경원 (2017), 기술기반 셀프서비스 사용태도 및 사용의도에 대한 기술준비도, 사용자 특성, 상황적 요인의 조절효과, *서비스경영학회지*, 18(3), 69-104.
- 박경아 (2013), *위치기반서비스 사용자의 지각된 가치와 정보공개의도가 지속이용에 미치는 영향*, 조선대학교 대학원 박사학위논문.
- 박경아, 이대용 (2016), 클라우드 서비스를 이용하는 최종사용자의 혜택과 위험에 대한 연구, *서비스경영학회지*, 17(5), 199-224.
- 박상철 (2015), 근시안적 손실회피 관점에서 본 모바일 애플리케이션 사용자의 현상유지 편향에 관한 연구, *정보시스템연구*, 24(2), 189-208.
- 박상철, 구철모 (2012), 개인사용자의 클라우드 컴퓨팅 사용의도 연구: UTAUT 주요변수의 매개적 역할을 중심으로, *인터넷전자상거래연구*, 12(3), 141-162.
- 박상철, 채성욱 (2014), 스마트워크 환경에서 스마트 기기 활용에 따른 사용자 저항과 개인 생산성에 관한 연구, *정보시스템연구*, 23(3), 143-164.
- 박윤서, 이승인 (2007), 신상품에 대한 수용과 저항의 통합모형, *경영학연구*, 36(7), 1811-1841.
- 박희진 (2004), Delivery Service 전문점 재이용의도의 영향요인에 관한 연구: 피자 전문점을 대상으로, *관광식음료경영연구*, 15(2), 167-186.
- 안운석 (2016), 기술준비도 수용모형에 기반한 SNS 지속적 이용에 관한 연구, *서비스경영학회지*, 17(1), 257-280.
- 이석훈, 박병호, 박신영 (2015), 리테일 매장 이용고객의 O2O서비스 사용의도와 수용에 대한 연구: 사회적 영향과 인지된 위험의 기술수용에 대한 영향을 중심으로, *한국경영정보학회 추계 학술대회 논문집*, 2015, 277-284.
- 이에리, 최재원, 김경규 (2012), 전자책 수용에 대한 사용자 저항 결정요인, *한국전자거래학회지*, 17(4), 95-115.
- 이지은, 양신혜, 신민수 (2010), 소비자 기술수용력이 제품 수용에 미치는 영향에 관한 연구: 스마트폰을 중심으로, *한국경영정보학회 학술대회논문집*, 2010(1), 204-210.
- 정빛나 (2017), [진화하는 배달음식]셰프가 만드는 도시락 ... '모바일 레스토랑' 뜬다, *연합뉴스(인터넷)*, 10월 2일.
- 정화섭 (2013), 소셜미디어 혁신저항 결정요인에 관한 연구, *한국콘텐츠학회논문지*, 13(6), 158-166.

- 한준형, 강성배, 문태수 (2013), 스마트폰의 지각된 가치와 지속적 사용의도, 그리고 개인 혁신성의 조절효과, *Asia Pacific Journal of Information Systems*, 23(4), 53-84.
- Ajzen, I. & Fishbein, M. (1980), *Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior*, Wiley, New Jersey.
- Bazerman, M. H. & Moore, D. A. (2012), *Judgment in Managerial Decision Making*, 8th, Free Press, New York.
- Berry, L. L., Seiders, K. and Grewal, D. (2002), Understanding service convenience, *Journal of Marketing*, 66(3), 1-17.
- Bhattacharjee, A. (2001), Understanding information systems continuance: An expectation confirmation model, *MIS Quarterly*, 25(3), 351-370.
- Chung, N. & Koo, C. (2015), The use of social media in travel information search, *Telematics and Informatics*, 32, 215-229.
- Davis, F. D. (1989), Perceived usefulness, perceived ease of use and use acceptance of information technology, *MIS Quarterly*, 13(3), 319-340.
- Engel, J. F. & Blackwell, R. D. (1982), *Consumer Behavior*, 4th, CBS College Publishing, New York.
- Forgas, J. P. (1995), Mood and Judgement: The affect infusion model(AIM), *Psychology Bulletin*, 117(1), 39-66.
- Fornell, C. & Larcker, D. F. (1981), Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error, *Journal of Marketing Research*, 18(Feb), 39-50.
- Gutman, J. (1982), A means-end chain model based on consumer categorization processes, *Journal of Marketing*, 46(2), 60-72.
- Hair, J. F. Jr., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E. and Tatham, R. L. (2006), *Multivariate data analysis*, 6th, Prentice-Hall, New Jersey.
- Hair, J. F. Jr., Black, W. C., Babin, B. J. and Anderson, R. E. (2010), *Multivariate data analysis*, 7th, Prentice-Hall, New Jersey.
- Ho, S. Y. & Tam, K. Y. (2005), An empirical examination of the effects of web personalization at different stages of decision making, *International Journal of Human Computer Interaction*, 19(1), 95-112.
- Hsieh, P. J. (2015), Healthcare professionals' use of health clouds: Integrating technology acceptance and status quo bias perspectives, *International Journal of Medical Informatics*, 84, 512-523.
- Karagiannaki, E. (2007), Exploring the effects of integrated benefit systems and active labour market policies: Evidence from jobcentre plus in the UK, *Journal of Social Policy*, 36(2), 177-195.
- Kerin, R. A., Jain, A. and Howard, D. J. (1992), Store shopping experience and consumer

- price-quality-value perceptions, *Journal of Retailing*, 68(4), 376-397.
- Kettinger, W. J., Park, S. H. and Smith, J. (2009), Understanding the consequences of information systems service quality on IS service reuse, *Information & Management*, 46(6), 335-341.
- Kim, H. W., Chan, H. C. and Gupta, S. (2007), Value-based adoption of mobile internet users: An empirical investigation, *Decision Support Systems*, 43(1), 111-126.
- Kim, H. W. & Kankanhalli, A. (2009), Investigating user resistance to information systems implementation: A statusquo bias perspective, *MIS Quarterly*, 33(3), 567-582.
- Klaus, T. & Blanton, J. E. (2010), User resistance determinants and the psychological contract in enterprise system implementations, *European Journal of Information Systems*, 19, 625-636.
- Kleijnen, M., Ruyter, K. and Wetzels, M. (2007), An assessment of value creation in mobile service delivery and the moderating role of time consciousness, *Journal of Retailing*, 83(1), 33-46.
- Lapointe, L. & Rivard, S. (2005), A multilevel model of resistance to information technology implementation, *MIS Quarterly*, 29(3), 461-491.
- Lynch, J. G. Jr. & Ariely, D. (2000), Wine online: Search costs affect competition on price, quality, and distribution, *Marketing Science*, 19(1), 83-103.
- Marakas, G. M. & Hornik, S. (1996), Passive resistance misuse overt support and covert recalcitrance in IS implementation, *European Journal of Information System*, 5(3), 208-219.
- Peter, J. P. & Olson, J. C. (1994), *Understanding consumer behavior*, Irwin, Illinois.
- Peterson, R. A. (1995), Relationship marketing and the consumer, *Journal of the Academy of Marketing Science*, 23(4), 279-281.
- Polites, G. L. & Karahanna, E. (2012), Shackled to the status quo: The inhibiting effects of incumbent system habit, switching costs, and inertia on new system acceptance, *MIS Quarterly*, 36(1), 21-42.
- Ram, S. (1987), A model of innovation resistance, *Advances in Consumer Research*, 14, 208-212.
- Rogers, E. M. (1995), *Diffusion of innovations*, 4th, Free Press, New York.
- Rumelt, R. P. (1995), *Inertia and transformation*, Kluwer Academic Publisher, Massachusetts.
- Samuelson, W. & Zeckhauser, R. (1988), Status quo bias in decision marketing, *Journal of Risk and Uncertainty*, 1(1), 7-59.
- Surprenant, C. F. & Solomon, M. R. (1987), Predictability and personalization in the service encounter, *Journal of Marketing*, 51(April), 86-96

- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B. and Davis, F. D. (2003), User acceptance of information technology: Toward a unified view, *MIS Quarterly*, 27(3), 425-478.
- Verkasalo, H. T. (2009), Analysis of mobile internet usage among early-adopters, *Journal of Policy, Regulation and Strategy for Telecommunications, Information and Media*, 11(4), 68-82.
- Wang, H. Y. & Wang, S. H. (2010), Predicting mobile hotel reservation adoption: Insight from a perceived value standpoint, *International Journal of Hospitality Management*, 29, 598-608.
- Zeithaml, V. A. (1988), Consumer perceptions of price, quality, and value: A means-end model and synthesis of evidence, *Journal of Marketing*, 52(3), 2-22.

★ 저자소개 ★

- 김민정(setmefree79@naver.com)
고려대에서 가정교육학사, 경희대에서 관광학 석사 및 조리외식경영학 박사학위를 취득하였다. 주요 강의 및 연구 분야는 외식 경영, 서비스 마케팅, 소비자 행동 및 푸드테크 산업 등이다.
- 이수범(lesoobum@khu.ac.kr)
Virginia Polytechnic Institute & State University에서 호텔관광경영학 박사학위를 취득하였다. 현재 경희대학교 호텔관광대학 Hospitality 경영학부 정교수로 재직 중이다. 주요 강의 및 연구 분야는 프랜차이즈 경영, Hospitality 경영전략, 소비자 행동 및 외식 마케팅 전략 등이다.