

# 이러닝에서 사회성, 사용용이성, 유용성, 즐거움이 수용의향에 미치는 영향 연구 -확장된 기술수용모델 관점-

## Study on the Effect of Sociability, Ease of Use, Usefulness, Enjoyment on Acceptance Intention in e-Learning

-A Perspective of the Extended Technology Acceptance Model-

이종만

동양미래대학교 경영학부 e-비즈니스과

Jong Man Lee(jmlee@dongyang.ac.kr)

### 요약

본 연구의 목적은 기술수용모델, 동기이론, 사회적 반응 이론을 적용한 확장된 기술수용모델 관점에서 이러닝 수용의향에 영향을 미치는 요인들을 살펴보는 것이다. 이를 위하여 지각된 사회성, 지각된 사용용이성, 지각된 유용성, 지각된 즐거움, 그리고 이러닝 수용의향으로 구성된 이론모형을 개발하고 분석하였다. 분석 결과를 요약하면 첫째, 지각된 유용성과 지각된 즐거움은 모두 이러닝 수용의향에 직접적인 영향을 미치는 결정요인으로 밝혀졌다. 둘째, 지각된 사용용이성은 이러닝 수용의향 결정요인인 지각된 유용성과 지각된 즐거움에 긍정적인 영향을 미치는 요인으로 나타났다. 셋째, 지각된 사회성은 이러닝 수용의향에 직접적인 영향을 미칠 뿐만 아니라 지각된 유용성을 매개로한 간접적인 영향도 미치는 것으로 밝혀졌다.

■ 중심어 : | 이러닝 | 사회성 | 사용용이성 | 유용성 | 즐거움 | 수용의향 |

### Abstract

The purpose of this paper is to examine factors influencing e-Learning acceptance intention through extended Technology Acceptance Model(TAM) applying TAM, the motivation theory, and the social response theory. To do this, this paper proposes and analyzes a theoretical model consisting of factors such as perceived sociability, perceived ease of use, perceived usefulness, perceived enjoyment, and e-Learning acceptance intention. Our findings are revealed as following: First, perceived usefulness and perceived enjoyment have positive effects on e-Learning acceptance intention. Second, perceived ease of use has positive effects on determinants of e-Learning acceptance intention. Third, perceived sociability not only has direct influence on e-Learning acceptance intention but also has indirect influence carried by perceived usefulness.

■ keyword : | e-Learning | Sociability | Ease of Use | Usefulness | Enjoyment | Acceptance Intention |

## I. 서론

전자적인 매체를 이용하여 이루어지는 학습 형태인 이러닝(e-Learning) 시장이 이러닝 공급자의 매출액 기준으로 볼 때 2009년 2조 900억원으로 2008년 대비 11.8% 증가하는 등 꾸준한 성장 추세를 이어가고 있으며, 더군다나 스마트 시대를 맞아 그 규모는 더 커질 것으로 예상되고 있다[10]. 이에 각 개인과 조직은 이러닝을 전략적으로 이용하는데 관심을 가지기 시작하였다. 그런데 한국교육학술정보원이 2010년 출간한 이러닝 성과분석에 따르면, 이러닝에 대한 성과는 이러한 긍정적인 상황에도 불구하고 아직 만족할만한 수준이 아니다[8][11].

더군다나 온라인 상에서의 활발한 네트워크 활동을 지원하고 촉진하는 소셜 미디어(social media)가 급속히 확산되면서 이러닝 분야에도 영향을 미치고 있다. 최근 등장한 TED(Technology Entertainment Design), Khan Academy, Livemocha 등은 기존 이러닝의 패러다임에 변화를 요구하고 있다.

학문적인 관점에서 이러닝을 살펴보면, Fishbein과 Ajzen(1975)의 합리적 행동이론에 기반을 둔 Davis(1989)의 기술수용모델[14]은 다양한 집단의 정보기술 채택 행동을 설명하는데 사용되어 왔으며, 특히 이러닝 수용 연구에서 기술수용모델 채택율은 86%에 이르고 있다[24]. 또한 명료하지만 지나치게 단순한 기술수용 모델에 새로운 변수들을 추가하여 설명력을 높이려는 노력도 있어 왔다[3]. 이러닝 분야에서도 이러닝 현상을 외재적 동기인 유용성과 내재적 동기인 즐거움으로 설명하려고 시도했지만, 여전히 이러닝 현상을 설명하는 데는 미흡한 실정이다[9].

이에 본 연구는 이러닝 사이트가 친근하고, 유익하고, 상호작용한다는 지각 정도를 의미하는 사회성(perceived sociability)이 이러닝 수용의향에도 영향을 미치는가? 만약 영향을 미친다면, 어떠한 매커니즘이 존재하는가? 라는 연구문제(research question)를 제기한다. 그리고 제기된 본 연구의 문제를 해결하는 과정을 통해 이러닝 현장에서 발생하는 문제를 극복할 수 있는 대안을 파악하고자 한다.

이를 위하여 본 연구는 첫째, 기술수용모델, 동기가

론, 사회적 반응 이론을 적용한 확장된 기술수용모델 관점에서 이러닝 수용의향에 영향을 미치는 요인들이 포함된 연구 모형을 개발하고 둘째, 설문조사를 통하여 수집된 데이터를 분석하여 사회성과 이러닝 수용의향 간의 매커니즘을 파악하고자 한다.

## II. 이론적 배경

### 1. 기술수용모델의 개념

Davis(1989)는 Fishbein과 Ajzen(1975)의 합리적 행동이론(Theory of Reasoned Action: TRA)에 기반을 둔 기술수용모델(Technology Acceptance Model: TAM)을 제시하였다[14]. Davis는 새로운 특정 정보기술을 도입하면 자신의 업무 생산성과 효율성이 증가될 것이라고 믿는 정도를 유용성(perceived usefulness)으로, 새로운 특정 정보기술의 사용 방법이 자신에게 쉽다고 믿는 정도를 사용용이성(perceived ease of use)으로 정의한 후, 유용성과 사용용이성이 새로운 정보기술에 대한 사용자들의 태도와 수용의향에 직접적, 간접적으로 영향을 미침을 실증적으로 검증하였다.

이후 TAM은 다양한 집단의 정보기술 채택 행동을 설명하는데 사용되어 왔다. 이러닝 분야 연구에서도 TAM의 채택율이 86%에 이르고 있으며[24], Davis의 TAM에 새로운 변수들을 추가하여 설명력을 높이려는 시도도 꾸준히 계속되어 왔다[3].

### 2. 이러닝 사용 동기 관점

동기(motivation)는 외재적 동기와 내재적 동기로 나뉜다. 전자는 어떤 결과를 얻기 위하여 행동하는 것을 의미하며, 후자는 그 자체가 재미있고 흥미로워서 행동하는 것을 의미한다[12]. 1999년 Teo 외 2인은 이러닝 동기 관점에서 외재적 동기인 지각된 유용성과 내재적 동기인 지각된 즐거움이 인터넷 사용에 미치는 영향 연구를 수행하였다[26].

그 결과, 지각된 유용성이 지각된 즐거움보다 인터넷 사용에 더 광범위한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이후 국내에서 발표된 이러닝 사용동기 관련 선행연구

들을 살펴보면, 최근까지도 [표 1]에서 보는바와 같이 Teo 외 2인[26]의 연구 프레임에서 유용성에 주안점을 둔 이러닝 수용의향 연구모형을 사용해 온 것으로 나타났다.

표 1. 이러닝 사용동기 관련 최근 선행연구

연구자		사용 용이성	유용성	즐거움	수용의향
년도	저자				
2006	이용규 외 1인	√	√		√
2007	최수정 외 2인		√		√
2008	유철우 외 3인		√		√
2010	권순동, 윤숙자	√	√		√
2011	문영주, 정철호		√	√	√

그러나 [표 1]에서 보는바와 같이 이러닝 사용동기 관련된 선행연구들은 주로 외재적 동기에 해당되는 각각된 유용성을 설명하고 있으나, 현장에서는 여전히 일방향 콘텐츠 제공, 학습자의 단순 클릭을 통한 학습량 측정 등 교수자 중심의 학습 등으로 인한 기존 이러닝의 학습 저하 문제를 지적하고 있다[9].

### 3. 동기요인으로서의 사회적 반응 이론 관점

이와 같은 문제에 대한 해결의 실마리는 사회적 반응 이론에서 찾을 수 있다. 사회적 반응이론에 따르면 [18][23][25], 사이트는 감정 같은 것이 없다고 인식하고 있는 사용자조차도 사이트를 사회적 행동주체로 인식한다[22]. 특히, 사용자가 대화식 쌍방향 이용 등 인간과 유사한 특성을 보이는 사이트 서비스와 상호작용할 때는 해당 사이트를 하나의 사회적 행동 주체로 인식하고 상호작용하기 때문에, 면대면 관계에서나 볼 수 있는 행동방식과 유사한 행동 패턴을 보인다고 한다. 또한 사이트에서의 사회적 상호작용은 즐거움(enjoyment) 등과 같은 사회적 동기 차원의 개념을 형성시키기도 하며[12], 그로 인하여 이러닝 사용에 긍정적인 영향을 미치기도 한다.

특히, 최근 Wakefield 외 3인[27]은 사회적 반응 이론

관점에서 사회적성이 사용용이성과 유용성은 물론 즐거움, 더 나아가 웹사이트의 수용의향에 영향을 미친다는 것을 실증하였다. 이에 본 연구는 웹사이트를 대상으로 한 Wakefield 외 3인의 연구 프레임을 이러닝에 적용시켜 실증하는 연구를 수행하는 것도 필요할 것으로 판단한다.

## III. 연구 설계

### 1. 연구 모형

본 연구는 이상의 논의와 선행연구들을 바탕으로 사회적 반응 이론 관점에서 사회적성이 이러닝 수용의향으로 어떻게 이어지는가에 대한 매커니즘을 규명하는데 초점을 두고 있다. 이를 위하여 Lee 외 2인의 국내 이러닝 학습자 수용에 관한 이론과 결과 연구[20], Wakefield 외 3인의 웹사이트 수용의향 연구모형[27]을 근간으로 사회적 반응 이론 관점에서 이러닝 수용의향에 영향을 미치는 요인들이 포함된 [그림 1]과 같은 연구 모형을 제안하여 이러닝 전문 웹사이트를 대상으로 실증해 보고자 한다. 사회적성은 사용용이성, 유용성, 즐거움에 영향을 주는 요인으로 채택되었으며, 이러닝 수용의향은 사회적, 사용용이성, 유용성, 즐거움의 결과요인으로 사용하였다.

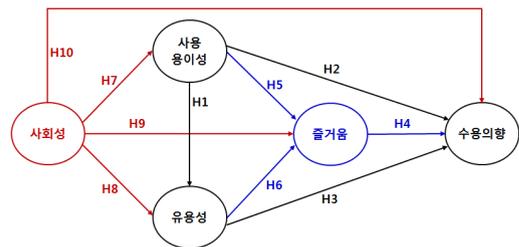


그림 1. 연구모형

### 2. 연구 가설

#### 2.1 사용용이성, 유용성 그리고 이러닝 수용의향

이러닝 연구자들은 사용용이성과 유용성 그리고 정보기술 수용의향 간의 관계를 규명한 Davis의 TAM을

이러닝의 실증연구에 채택하여 그 결과를 꾸준히 발표하고 있다. 먼저 해외 연구를 살펴보면, Lee는 대만의 대학생을 대상으로 한 이러닝시스템 채택의 영향요인 분석 연구에서 사용용이성은 유용성에도 영향을 미치고 사용용이성은 유용성과 더불어 이러닝 수용의향에도 긍정적인 영향을 미칠 것이라는 것을 실증하였다[19]. 최근 발표된 국내 연구를 살펴보면, Lee 외 2인의 국내 이러닝 학습자의 수용 연구[20]뿐만 아니라 권순동과 윤숙자의 이러닝 지속의향 연구[1]에서도 상기 해외 연구자 Lee의 분석결과와 일치되는 방향성을 보이는 것으로 나타났다. 이에 본 연구는 다음과 같은 연구 가설을 제안하였다.

가설 1 : 사용용이성에 대한 지각이 높을수록 유용성에 대한 지각도 클 것이다.

가설 2 : 사용용이성에 대한 지각이 높을수록 이러닝 수용의향도 클 것이다.

가설 3 : 유용성에 대한 지각이 높을수록 이러닝 수용의향도 높을 것이다.

## 2.2 이러닝에서 즐거움의 역할

즐거움은 행위 결과로 나타나는 성과보다는 이용 행위 그 자체를 가치 있게 여기기 때문에 내재적 동기에 해당된다[2]. 그러한 즐거움은 일반적인 웹사이트 이용자를 대상으로 한 연구[27], 농촌체험마을의 소셜미디어 이용자를 대상으로 한 연구[2] 등 다양한 분야의 연구들에서 수용의향에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 보고되고 있다. 이러닝 연구 분야에서도 Lee 외 2인이 국내 이러닝 학습자의 수용 연구에서 즐거움이 이러닝 수용의향에 긍정적인 영향을 미칠 것이라는 것을 실증하였다[20]. 한편, Wakefield 외 3인[27]은 웹사이트를 대상으로 한 연구에서 사용용이성과 유용성이 즐거움에 긍정적인 영향을 미침을 실증하였다[27]. 그러나 이러닝 연구분야에서는 사용용이성과 유용성이 즐거움에 미치는 영향에 대한 실증 연구는 아직 미흡하다. 이에 본 연구에서는 이상과 같은 이러닝 연구결과와 더불어 웹사이트를 대상으로 한 Wakefield 외 3인[27]의 연구 프레임워크를 일부 응용하여 다음과 같은 연구 가설을 제안

하였다.

가설 4 : 즐거움에 대한 지각이 클수록 이러닝 수용의향도 높을 것이다.

가설 5 : 사용용이성에 대한 지각이 높을수록 즐거움에 대한 지각도 클 것이다.

가설 6 : 유용성에 대한 지각이 높을수록 즐거움에 대한 지각도 클 것이다.

## 2.3 이러닝에서 사회성의 역할

Wakefield 외 3인[27]의 웹사이트 수용의향 연구에 따르면, 사회성은 사용용이성, 유용성, 즐거움, 수용의향에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이러닝 분야를 살펴보면, Hernandez 외 3인은 이러닝에서 사회적 동기의 역할에 대한 연구에서 사회적 지각이 이러닝 학습자의 태도에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다[16]. Lee는 대만의 대학생을 대상으로 한 이러닝시스템 채택의 영향요인 분석 연구에서 사회적 지각이 사용용이성과 유용성에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났으며[19], Maldonado 외 3인은 개발도상국의 이러닝 동기 연구에서 사회적 지각이 이러닝 수용의향에 긍정적인 영향을 미친다는 것을 실증하였다[21]. 그러나 이상의 이러닝 연구 결과에서 보는 바와 같이 사회적 지각이 어떤 경로를 거쳐서 이러닝 결과에 영향을 미치는지에 대한 연구결과가 아직 보고되지 않고 있다. 이에 본 연구에서는 웹사이트 수용의향 분석에 사용된 Wakefield 외 3인[27]의 연구 프레임워크를 이러닝 사이트에 채택하여 다음과 같은 연구가설을 제안하였다.

가설 7 : 사회성에 대한 지각이 높을수록 사용용이성에 대한 지각도 높을 것이다.

가설 8 : 사회성에 대한 지각이 높을수록 유용성에 대한 지각도 높을 것이다.

가설 9 : 사회성에 대한 지각이 높을수록 즐거움에 대한 지각도 클 것이다.

가설 10 : 사회성에 대한 지각이 높을수록 이러닝 수용의향도 높을 것이다.

## IV. 연구 방법

### 1. 측정도구의 개발

본 연구는 [그림 1]의 연구모형을 바탕으로 제안한 가설들을 검증하기 위하여 설문조사를 실시하기로 하였다. 그리고 설문문항을 작성하기 위하여 문헌연구를 수행하였다. [표 2]는 본 연구에서 논의된 사회적, 사용용이성, 유용성, 즐거움, 수용의향의 조작적 정의이다.

표 2. 측정도구의 조작적 정의

잠재 변수	조작적 정의	설문 항목수	참고문헌
사회성	이러닝 사이트가 친근하고(friendly), 유익하고(helpful), 상호작용한다는(interactive) 지각 정도	3	Lee, 2006; Wakefield 외 3, 2011; Wang 외 3, 2007;
사용 용이성	이러닝을 이용하는 것이 수고가 적게 들 것이라고 믿는 정도	3	권순동 외 1, 2010; 홍석인 외 2, 2010; Lee, 2006;
유용성	이러닝을 이용하는 것이 학습 성과를 향상시킬 것이라고 믿는 정도	5	권순동 외 1, 2010; 유철우 외 3, 2008; Wakefield 외 3, 2011;
즐거움	이러닝 이용 과정에서 느끼는 즐거움 정도	4	문영주 외 1, 2011; 유철우 외 1, 2009;
수용 의향	이러닝을 수용하고자 하는 의향	3	문영주 외 1, 2011; Wakefield 외 3, 2011;

이후 연구자들과 인터뷰를 통하여 설문 내용을 쉽게 이해할 수 있도록 작업하고, 7점 척도의 설문서로 개발하였다. 그리고 서울지역에 거주하는 대학생들 중에서 해커스 텀스 등 외국어 학습 이러닝 경험자들로부터 데이터를 수집하여 측정모형을 검증하였다. 최종 설문지는 이와 같은 절차를 통해 확정되었다.

### 2. 자료 수집 및 표본

본 연구는 제시된 연구모형과 가설을 검증하기 위한 데이터를 확보하기 위하여 설문지를 배포하였다. 회수된 설문지 중에서 부적절한 응답으로 사용이 어렵다고 판단된 설문지를 제외한 총 382부의 설문지가 통계분석에 사용하였다. 최종 표본의 특성은 [표 3]에서 보는

바와 같다.

표 3. 표본의 주요 특성

성별	빈도 (건)	구성비율 (%)	연령	빈도 (건)	구성비율 (%)
남	229	59.9	10대	58	15.2
여	153	40.1	20대	306	80.1
			30대	18	4.7
합계	382	100.0	합계	382	100.0

## V. 결과 분석

### 1. 측정모형의 검증

본 연구는 SmartPLS 2.0 통계프로그램을 사용하여 관측변수의 요인타당도 분석, 잠재변수의 내적일관성 분석 그리고 잠재변수의 판별타당성 분석을 수행하였다[29]. 측정모형 검증결과는 다음과 같다.

첫째, 관측변수의 요인타당도 분석은 각 관측변수의 요인적재량을 이용하여 판단하였다. 즉, 사회과학 분야에서 타당도 기준은 요인적재량 0.6이상인데, 본 연구에서는 [표 4]에서 보는바와 같이 0.611에서 0.926 사이로 각 관측변수들의 요인타당도가 확보된 것으로 판단된다.

둘째, 잠재변수의 내적일관성 분석은 복합신뢰도(Composite Reliability : CR)를 이용하여 평가하였다. 분석 결과, 본 연구의 복합신뢰도는 [표 4]에서 보는바와 같이 0.808에서 0.925 사이로 일반적인 수용기준인 0.7을 상회하는 것으로 분석되었다. 이 같은 분석 결과는 본 연구에서 사용된 잠재변수가 모두 내적일관성을 확보하였음을 의미한다.

셋째, 잠재변수의 판별타당성 분석은 각 잠재변수의 평균추출분산(Average Variance Extracted : AVE) 값을 검토하는 두 방법으로 평가하였다. 분석 결과, 본 연구의 평균추출분산 제곱근 값은 [표 5]에서 보는바와 같이 0.767에서 0.897 사이로 모두 일반적인 기준인 0.5 이상을 상회하였으며, 더불어 평균추출분산의 제곱근 값은 인접한 해당 횡축과 종축의 다른 상관관계수보다 큰 것으로 나타났다[15]. 이 같은 분석 결과에 근거할 때 본 연구에서 사용된 잠재변수들은 모두 판별타당성을

확보했다고 평가할 수 있다.

[표 6]은 본 연구에서 제시한 가설 검증 결과이다.

표 4. 관측변수 요인타당도, 잠재변수 내적일관성 분석결과

잠재 변수	관측 변수	평균	표준 편차	요인 적재량	t-통계량	CR	AVE
사회성 (SP)	SP1	5.521	1.359	0.897	80.689	0.915	0.781
	SP2	5.531	1.301	0.891	71.016		
	SP3	5.314	1.090	0.864	60.704		
사용 용이성 (PEU)	PEU1	5.675	1.452	0.803	37.738	0.808	0.589
	PEU2	5.071	1.464	0.865	55.800		
유용성 (PU)	PU1	5.382	1.444	0.866	58.225	0.920	0.697
	PU2	5.429	1.361	0.884	83.239		
	PU3	5.686	1.344	0.783	34.035		
	PU4	5.545	1.319	0.868	57.840		
	PU5	5.720	1.305	0.765	25.897		
즐거움 (EN)	EN1	4.751	1.655	0.799	37.935	0.903	0.700
	EN2	4.937	1.568	0.886	83.310		
	EN3	4.893	1.627	0.840	45.427		
	EN4	4.880	1.638	0.821	41.097		
수용 의향 (UI)	UI1	5.223	1.532	0.864	51.320	0.925	0.805
	UI2	5.545	1.487	0.926	111.267		
	UI3	5.571	1.540	0.900	69.145		

표 6. 가설검증 결과의 요약

가설 및 경로	경로계수	t-값	검증결과
가설 1: 사용용이성 → 유용성	0.180	4.530	채택
가설 2: 사용용이성 → 수용의향	0.037	0.774	기각
가설 3: 유용성 → 수용의향	0.349	6.091	채택
가설 4: 즐거움 → 수용의향	0.256	4.373	채택
가설 5: 사용용이성 → 즐거움	0.128	2.651	채택
가설 6: 유용성 → 즐거움	0.535	11.888	채택
가설 7: 사회성 → 사용용이성	0.502	13.050	채택
가설 8: 사회성 → 유용성	0.536	14.046	채택
가설 9: 사회성 → 즐거움	0.067	1.243	기각
가설 10: 사회성 → 수용의향	0.171	2.822	채택

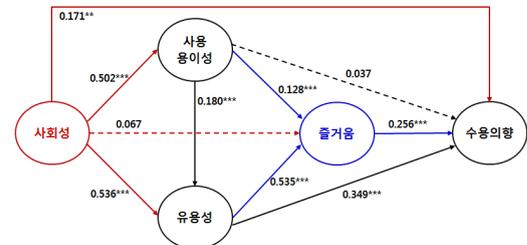
표 5. 잠재변수의 판별타당성 분석 결과

잠재변수	사회성 (SP)	사용 용이성 (PEU)	유용성 (PU)	즐거움 (EN)	수용의향 (IP)
SP	0.884				
PEU	0.502	0.767			
PU	0.626	0.449	0.835		
EN	0.467	0.402	0.635	0.837	
UI	0.528	0.383	0.636	0.573	0.897

2. 구조모형의 검증

본 연구에서는 측정모형 검증을 통하여 타당성과 신뢰성을 확보하였다고 판단하였기에 SmartPLS 2.0 통계프로그램을 사용하여 부트스트랩 분석을 통한 경로 분석을 수행하여 [그림 2]와 같은 결과를 얻었다[29]. 여기서 실선으로 표시된 경로는 통계적으로 유의하다는 것을 의미하고, 점선은 유의하지 않음을 의미한다.

구조방정식에서 독립변수에 의해 설명되는 종속변수의 분산의 양을 의미하는 R2를 이용한 각 잠재변수의 설명력을 살펴보면, 수용의향의 경우 0.474, 즐거움의 경우 0.422, 사용용이성의 경우 0.252, 유용성의 경우 0.417로 모두 임계치로 알려진 0.1을 상회하고 있다.



주) \* : p < 0.05, \*\* : p < 0.01, \*\*\* : p < 0.001  
그림 2. 경로분석 결과

본 연구의 가설검증 결과, 가설 2와 가설 9를 제외한 모든 가설이 통계적으로 유의성이 있는 것으로 나타났다. 여기서 사용용이성이 수용의향에 미치는 영향이 기각된 것은 이러닝 수용의향의 결정요인으로서의 즐거움과 유용성의 역할이 더욱 커졌음을 뜻하는 것이며, 사회성이 즐거움에 미치는 영향이 기각된 것은 사회성은 즐거움에 직접적인 영향을 주는 것이 아니라 사용용이성 및 유용성을 통하여 간접적으로 영향을 주는 요인임을 의미한 것이다.

VI. 결론

본 연구의 목적은 사회적 반응 이론 관점에서 이러닝 수용의향에 영향을 미치는 요인들을 살펴보는 것이다. 본 연구는 첫째, 사회적 반응이론을 배경으로 사회성이 어떻게 이러닝 수용의향에 영향을 미치는가에 대한 연구 모형을 개발하였다. 둘째, 정량적 연구방법을 통해

측정도구를 개발하였다. 마지막으로 측정도구의 신뢰성과 타당성을 검증하고 다음과 같은 시사점을 도출하였다.

첫째, 이러닝 관련 기존 연구들은 유용성과 즐거움을 수용의향의 주요 결정요인으로 고려하였으나 본 연구는 사회적 반응이론을 배경으로 사회적 지각 매커니즘을 파악하는데 연구의 초점을 맞추었다. 이러한 시도는 이러닝 수용의향에 대한 설명력을 높였다는 점에서 이론적으로 기여한다.

둘째, 본 연구는 사회적 지각 매커니즘 연구를 통하여 유용성과 즐거움이 이러닝의 수용의향을 결정하는 주요한 요인임을 재확인하였을 뿐만 아니라 사회성이 유용성과 즐거움을 촉진한다는 점을 발견하였다. 이러한 본 연구 결과는 이러닝 관리자들에게 보다 효과적인 이러닝 학습 성과 향상 방향을 제시하고 있다는 점에서 의미가 있다고 판단된다.

본 연구에서는 사회적 지각 매커니즘의 중요성을 규명함으로써 여러 가지 시사점을 제공하였지만, 이러한 본 연구의 흥미로운 결과에도 불구하고 다음과 같은 몇 가지 한계점을 가지고 있다. 따라서 이를 극복할 수 있는 향후 연구가 필요하다.

첫째, 본 연구에서는 이러닝 학습자의 수용의향에 영향을 미치는 요인들을 주로 살펴보았다. 향후, 수용의사를 밝힌 이러닝 학습자를 대상으로 학습과정 및 학습결과 등을 다루는 연구도 필요하다고 판단된다.

둘째, 본 연구는 순수 이러닝 학습자만을 연구범위로 설정하였다. 그러나 먼대면 교육과 이러닝 학습을 결합한 혼합형 학습(Blended Learning)도 포괄하는 통합적인 모형을 개발하여 분석할 수 있다면 수용의향에 대한 종합적인 이해를 바탕으로 효과적인 관리 틀을 제공할 수 있을 것이다.

셋째, 본 연구는 사회적 지각 매커니즘과 수용의향 사이의 매커니즘을 검증하는데 치중하였다. 그러나 성별, 연령별 등 상황에 따라 조절되는 요인도 함께 고려하여 분석할 수 있다면 본 연구결과의 설득력을 배가시킬 수 있을 것이다.

마지막으로 본 연구의 이론모형은 국내 이러닝 사이트를 대상으로 실증되었다. 만약 국외 이러닝 사이트를 대상으로 한 비교연구가 수행된다면 좋을 것으로 생각된다.

### 참고 문헌

- [1] 권순동, 윤숙자, “이러닝의 특성과 유용성이 지속적 이용의도에 미치는 영향에 관한 연구”, JITAM, 제17권, 제1호, pp.35-54, 2010.
- [2] 문영주, 정철호, “소셜미디어 이용동기가 만족과 재방문의도에 미치는 영향: 농촌체험마을 이용자를 중심으로”, 한국콘텐츠학회논문지, 제11권, 제9호, pp.202-211, 2011.
- [3] 손승혜, 최윤정, 황하성, “기술수용모델을 이용한 초기 사용자들의 스마트폰 채택 행동 연구”, 한국언론학보, 제55권, 제2호, pp.227-252, 2011.
- [4] 유철우, 김용진, 문정훈, 최영찬, “무리행동과 지각된 유용성이 이러닝 콘텐츠 구매의도에 미치는 영향: 구매경험에 의한 비교분석”, 경영정보학연구, 제18권, 제4호, pp.105-130, 2008.
- [5] 유철우, 최영찬, “인터넷 쇼핑몰에서 충성도와 동일시, 지각된 즐거움, 신뢰, 상호작용의 구조적 관계에 관한 연구”, e-비즈니스연구, 제10권, 제3호, pp.3-24, 2009.
- [6] 이용규, 이종기, “자기주도학습과 이러닝 학습환경 만족: 자기조절효능감에 의한 비교분석”, 한국경영과학회지, 제31권, 제3호, pp.127-143, 2006.
- [7] 임승희, “인터넷 상에서 소비자의 상호작용 스타일이 불평행동에 미치는 영향: 정성적 연구와 정량적 연구의 통합적 접근”, 소비자학연구, 제22권, 제2호, pp.277-302, 2011.
- [8] 임효창, “E-learning의 정서적 반응 및 학습성과가 전이성과에 미치는 영향: 직무몰입과 성취동기의 조절효과를 중심으로”, 대한경영학회지, 제22권, 제3호, pp.1469-1487, 2009.
- [9] 장재경, 김호성, “소셜 네트워크 기반 학습자 생성 콘텐츠를 이용한 이러닝 시스템”, 한국콘텐츠학회논문지, 제9권, 제6호, pp.17-24, 2009.
- [10] 천세영, 2010 교육정보화백서, 한국교육학술정보원, 2010.
- [11] 천세영, 고등교육 이러닝 성과분석 및 활성화 방안 연구, 한국교육학술정보원, 2010.

- [12] 홍석인, 최희재, 이준기, “블로그 사용의도에 영향을 미치는 사회 동기적 요인”, 한국콘텐츠학회 논문지, 제10권, 제1호, pp.122-137, 2010.
- [13] 최수정, 강경준, 고일상, “이러닝시스템의 매체풍부성, 매체유용성, 매체경험이 학습자 만족에 미치는 영향”, JITAM, 제14권, 제2호, pp.27-47.
- [14] F. D. Davis, “Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology,” *MIS Quarterly*, Vol.13, No.3, pp.319-340, 1989.
- [15] C. Fornell and D. Lacker, “Evaluating SEM with Unobservable Variables and Measurement Error,” *Journal of Marketing Research*, Vol.18, pp.39-50, 1981.
- [16] B. Hernandez, T. Montaner, F. J. Sese, and P. Urquizu, “The Role of Social Motivations in e-Learning: How Do They Affect Usage and Success of ICT Interactive Tools?,” *Computer in Human Behavior*, Vol.27, No.7, pp.2224-2232, 2011.
- [17] C. H. Hsiao and C. Yang, “The Intellectual Development of the Technology Acceptance Model: A Co-Citation Analysis”, *International Journal of Information Management*, Vol.31, No.2, pp.128-136, 2011.
- [18] J. W. Huang and C. P. Lin, “To stick or not to stick: The social response theory in the development of continuance intention from organizational cross-level perspective,” *Computers in Human Behavior*, Vol.56, No.1, pp.1963-1973, 2011.
- [19] Y. C. Lee, “An Empirical Investigation into Factors Influencing the Adoption of an e-Learning System” *Online Information Review*, Vol.30, No.5, pp.517-541, 2006.
- [20] B. C. Lee, J. O. Yoon, and I. Lee, “Learners’ Acceptance of e-Learning in South Korea: Theories and Results,” *Computers & Education*, Vol.53, No.3, pp.1320-1329, 2009.
- [21] U. P. T. Maldonado, G. F. Khan, J. Moon, and J. J. Rho, “E-learning Motivation and Educational Potal Acceptance in Developing Countries,” *Online Information Review*, Vol.35, No.1, pp.66-85, 2011.
- [22] C. Nass and Y. Moon, “Machines and Mindlessness: Social Responses to Computers,” *Journal of Social Issues*, Vol.56, No.1, pp.81-103, 2000.
- [23] C. Nass, Y. Moon, and P. Carney, “Are People Polite to Computers? Responses to Computer-Based Interviewing Systems,” *Journal of Applied Social Psychology*, Vol.29, No.5, pp.1093-1110, 1999.
- [24] B. Sumak, M. Hericko, and M. Pusnik, “A Meta-Analysis of e-Learning Technology Acceptance: The Role of User Types and e-Learning Technology Types,” *Computer in Human Behavior*, Vol.27, No.4, pp.2067-2077, 2011.
- [25] S. S. Sundar and C. Nass, “Source Orientation in Human-Computer Interaction: Programmer, Networker, or Independent Social Actor,” *Communication Research*, Vol.27, No.6, pp. 683-703, 2000.
- [26] T. S. H. Teo, V. K. G. Lim, and R. Y. C. Lai, “Intrinsic and Extrinsic Motivation in Internet Usage,” *The International Journal of Management Science*, Vol.27, pp.25-37, 1999.
- [27] R. L. Wakefield, K. L. Wakefield, J. Baker, and L. C. Wang, “How website socialness leads to website use,” *European Journal of Information Systems*, Vol.20, pp.118-132, 2011.
- [28] L. C. Wang, J. Baker, J. A. Wagner, and K. Wakefield, “Can a Retail Web Site Be Social,” *American Marketing Association*, Vol.71, pp.143-157, 2007.

[29] <http://www.smartpls.de/forum/release.php>

저 자 소 개

이 중 만(Jong Man Lee)

정회원



- 1997년 2월 : KAIST 경영공학 (공학석사)
- 2007년 8월 : 서강대학교 경영학과(경영학박사)
- 2001년 9월 ~ 현재 : 동양미래대학교 경영학부 e-비즈니스과 부교수

<관심분야> : 경영정보시스템, IT 아웃소싱, 이러닝