

공유경제 서비스 사용에 영향을 미치는 사용자의 내외적 요인과 이익의 조절효과

Intrinsic and Extrinsic Factors Affecting Use of Sharing Economy Services and the Moderating Effect of Benefits

김상현*, 박현선*, 임정택**

경북대학교 경영학부*, 대구테크노파크 융합기획실**

Sanghyun Kim(ksh@knu.ac.kr)*, Hyunsun Park(pullip83@hanmail.net)*,
Jeongtaek Lim(jtlim@ttp.org)**

요약

제한된 자원으로 인해 전세계 여러 곳 여러 산업에서 자원 절감과 공유에 대한 인식이 높아지고 있다. 이에 개인이나 기업이 특정 자원(예, 복사기, 자동차, 빈방, 책 등.)의 소유로 부터 발생 되는 비용을 절감하고, 환경을 보호하기 위해 이미 존재하는 다양한 자원공유에 대한 관심이 매우 높다. 이에 본 연구는 공유경제 서비스의 사용의도에 영향을 미치는 요인들을 알아보기 위해 자기 결정 이론과 통합 기술수용모델을 바탕으로 연구 모델을 제안하였다. 실증분석을 위해 392부의 설문 응답을 회수하였으며 AMOS 22.0을 사용하여 구조방정식 분석을 실시하였다. 연구 결과를 요약하면 다음과 같다. 첫째, 자기 기술 적합성과 신뢰는 공유경제 서비스 사용의도에 긍정적인 영향을 미쳤다. 둘째, 더 큰 시장 접근성과 환경 친화성은 공유경제 서비스 사용의도에 긍정적인 영향을 미쳤다. 셋째, 공유경제 서비스 사용의도는 공유경제 서비스 사용에 긍정적인 영향을 미쳤다. 마지막으로 이익은 공유경제 서비스 사용의도와 공유경제 서비스 사용 간의 관계를 강화시키는 것으로 나타났다. 본 연구의 연가는 공유경제에 대한 이론적 프레임워크를 제공하고 공유경제를 사용하는 개인의 행동을 이해하는데 중요한 정보를 제공할 것이다.

■ 중심어 : | 공유경제 | 기술수용 | 내외적 요인 | 이익 |

Abstract

This study proposed a research model based on self-determination theory and unified theory of acceptance and use of technology to explain the factors influencing intention to use sharing economy services. A total of 392 responses were collected, and structural equation analysis was performed with AMOS 22.0. The results are summarized as follows. First, self-technological aptness and trust had a positive effect on intention to use sharing economy services. Second, access bigger market and environmental friendliness had a positive effect on intention to use sharing economy services. Third, intention to use sharing economy services had a positive effect on actual usage of sharing economy services. Finally, benefits was found to strengthen the relationship between intention to use sharing economy services and actual usage of sharing economy services. The findings of this study would provide a theoretical framework for sharing economy services and important information for understanding individuals using the sharing economy services.

■ keyword : | Sharing Economy | Technology Acceptance | Intrinsic and Extrinsic Factors | Benefits |

I. 서론

공유경제(sharing economy)는 온라인에서 이루어지는 개인 간 거래(Peer to Peer: P2P) 플랫폼과 유사한 새로운 비즈니스 모델로서 협력적 경제(collaborative economy) 또는 협력적 소비(collaborative consumption)라고도 한다[1-4]. 즉, 공유경제는 한 번 생산한 제품을 여럿이 공유해 쓰는 협력 소비를 기본으로 한 경제 시스템으로 이러한 공유경제 플랫폼을 통해 상품 또는 서비스 제공자들은 합리적인 비용으로 고객들과 상품 및 서비스를 공유할 수 있다. 이에 공유경제에서는 개인 소유는 적은 반면 수요가 있는 모든 제품에 대한 공유는 반드시 동반되어야 한다는 특징이 있다[3]. 현재 자동차, 숙박, 사무실 공간, 자전거, 장난감 등 우리 일상 생활에서 사용되는 제품 및 기업 운영에 필요한 다양한 요소들이 공유경제 형태로 발전하고 있다. 2019년 Juniper Research 연구에 따르면, 공유경제는 2017년 186억 달러 시장에서 2022년에는 420억 달러로 성장할 것으로 예측하였다[4]. 또한, Tabcum[5]은 공유경제가 디지털 경제에서 피할 수 없는 새로운 비즈니스 패러다임으로 2025년 3,350억 달러 규모의 시장을 형성할 것으로 예상하였다.

반면, 우리나라의 공유경제 서비스는 2011년 공유기업이 증가함에 따라 현재 다양한 투자와 자원으로 확대 중에 있다. 하지만 여전히 법규제의 취약점으로 인해 공유경제 서비스 시장의 성장은 매우 느리다 할 수 있다. 국내에서 제공 중인 공유경제 서비스 모델에는 자동차, 숙박 및 여행 공유서비스와 같은 보편화된 서비스 뿐 아니라 공간(옷장, 주방 등), 경험, 재능 등 무형 자원으로까지 공유경제 모델이 도입되는 추세이다[6].

이러한 추세를 반영하듯 최근 공유경제와 관련한 연구가 다양한 분야와 다양한 관점에서 이루어지고 있다. 예를 들면, 공유경제에서 신뢰의 중요성을 강조하는 연구[7-9], 공유경제 참여와 영향에 대한 연구[10][11], 공유경제 성공과 인식에 대한 연구[2][3][12] 등이 있다. 최근에는 공유경제에서 발생하는 다양한 위험과 문제점을 다루는 연구[13] 또한 이루어지고 있다. 이러한 기존 연구들과 앞으로 이루어질 연구들은 공유경제라는 새로운 비즈니스 환경과 모델에 대한 이해를 지속적

으로 향상시켜 줄 수 있다.

하지만 이러한 공유경제에 대한 활발한 연구에도 불구하고, 공유경제의 이론적 메타 프레임워크(meta-framework)에 대한 연구는 미비한 상황이다. 이론적 프레임워크는 어떤 상품이나 서비스(예를 들면, 우버, 에어비앤비)에 따라 다를 수 있지만, 공유경제 이론의 공통적 핵심 요소는 다른 공유경제에서 다루는 상품이나 서비스에 상관없이 유사할 것이다. 이러한 관점은 고객 관점의 통합된 기술수용 및 사용(Consumer-version of Unified Theory of Acceptance and Use of Technology, UTAUT2) 모델[14]과 유사하다 할 수 있다.

따라서 본 연구는 공유경제의 이론적 메타 프레임워크 개발을 위해 기존의 이론을 바탕으로 다양한 서비스를 대상으로 왜 개인들이 공유경제 서비스를 사용하는지에 대해 실증적으로 분석하고자 하였다. 이를 통해 본 연구는 공유경제 서비스를 사용하는 개인들의 내·외적 요소(자기기술 적합성, 신뢰, 더 큰 시장 접근성, 환경 친화성)와 공유경제로부터 야기 되는 이익이 공유경제의 다양한 서비스 사용에 어떤 영향과 역할을 하는지에 대해 실증적으로 증명하고자 한다. 또한, 결과를 통해 공유경제에 대한 개인의 행동을 이해하는데 몇 가지 중요한 정보를 제공하고자 한다.

II. 이론적 배경 및 연구가설

1. 자기 결정 이론과 통합 기술수용모델

자기 결정 이론(self-determination theory)은 개인의 성격 발달과 행동에 대한 자기 조절을 구분하기 위한 내적 근거의 중요성을 강조한 이론으로 개인은 자기 결정에 따라 스스로 통제하고 조절할 수 있다고 본다[15]. 즉, 개인의 행동과 동기는 직접적으로 관계되며, 개인이 자신의 목표를 추구하거나 행동할 때 선택을 할 수 있는 동기를 부여한다고 주장한다[16]. 여기에서 개인이 특정 의사결정을 하는데 영향을 미치는 요소로 내재적 동기와 외재적 동기가 있다[15]. 내재적 동기는 개인이 자신의 성장과 발전을 위한 기회를 찾을 때 생기는 동기로서 행동에 몰입하게 되는 경우를 의미하

고, 외재적 동기는 개인에게 성장과 발전을 가져올 수 있는 기회가 제공되는 경우를 말한다[17]. 이 두 가지 동기요소는 개인이 특정 기술이나 서비스를 사용하는 데에도 중요 영향을 미친다.

UTAUT2로 약칭된 확장된 통합 기술수용모델은 Venkatesh et al.[18]이 제안한 기존의 UTAUT에서 더 발전된 소비자 버전이라 할 수 있으며, 이 모델은 기술수용모델(Technology Acceptance Model, TAM)에 기초한 것으로 잘 알려져 있다[19]. UTAUT는 Fishbein and Ajzen[20]의 합리적 행동 이론, Ajzen[21]의 계획된 행동 이론, Davis[19]의 기술수용 모델 등 기술수용에 주로 적용되는 8개 모델을 통합한 것으로 주로 조직 내 구성원들의 기술수용에 대한 기존 예측변수들을 포함한다. 반면, UTAUT2는 일반 소비자의 기술이나 서비스 수용 맥락에 초점을 맞추고 기존의 모델들에 비해 더 높은 타당성과 설명력을 가지는 것으로 알려져 있다. UTAUT2에 포함된 변수들은 큰 맥락에서 개인이 인지하는 내적 그리고 외적 요소들로 범주화할 수 있다[14]. 이에 UTAUT2 역시 소비자 관련 기술수용 연구에서 방대하게 채택되어 왔다. 본 연구에서는 이러한 두 가지 기술수용과 관련한 이론을 바탕으로 공유경제 서비스 사용에 대한 개인의 내·외적 요소에 대한 영향을 살펴보고자 한다.

2. 연구모형

기존의 기술수용 및 사용에 관한 연구를 살펴보면, 일반 소비자들을 대상으로 다양한 예측변수가 제안되고 있으며 공유경제에 관한 연구 역시 공유경제 사용자나 제공자의 입장에서 어떤 요인들이 영향을 미치는지에 대해 살펴보고 있다. 이러한 예측변수들은 크게 자기 주도적 또는 내재적 그리고 플랫폼 환경을 포함한 외부적 범주로 구분할 수 있다. 이는 큰 맥락에서 볼 때 자기 결정 이론의 내·외적 요인과 유사하다 할 수 있다[17]. 즉, 개인의 특정 기술이나 서비스에 대한 행동은 개인 자신을 위한 목적 그리고 외부 환경에 의해 어쩔 수 없이 만들어지는 이유 등에 의해 결정되기도 한다[15][16].

이에 본 연구는 공유경제 상품 및 서비스 사용의도에 영향을 미치는 요소를 내부요소와 외부요소로 구분하

고 내부요소에 자기기술 적합성과 신뢰를, 외부요소에 더 큰 시장 접근성과 환경 친화성을 포함하였다. 또한, 내적 요소 중 하나인 이익을 조절변수로 제안하여 이익이 공유경제 서비스 사용에 대한 긍정적 의도가 있을 때 실제 사용으로 이어지는데 어떤 역할을 하는지 실증적으로 증명하고자 하였다. 다음 [그림 1]은 본 연구에서 제안하는 연구모형과 가설에 대해 보여주고 있다.

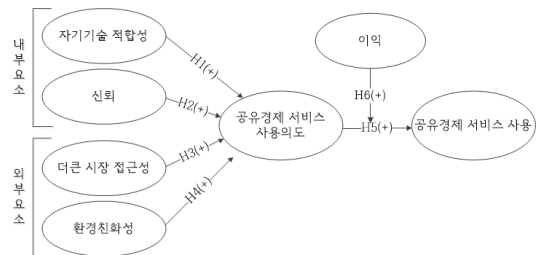


그림 1. 연구모형 및 가설

3. 가설설정

자기기술 적합성은 정보기술에서 개인의 혁신성으로 해석할 수 있다[22]. 혁신 확산의 개념에서, 자기기술 적합성은 개인이 자신의 이점을 위해 기술을 사용하는 방법의 정도를 말한다[23]. 이러한 혁신은 크게 개인이 특정 기술이나 서비스와 관련 없이 일반적인 특성을 보여주는 글로벌 혁신과 특정 기술 또는 서비스에 매우 민감한 도메인별(domain-specific) 혁신으로 나눌 수 있으며 이러한 혁신의 개념을 공유경제 플랫폼 사용에도 적용할 수 있다. 공유경제 서비스는 개인이 인지하는 특정 맥락이 존재하기에 도메인별 혁신으로 분류될 수 있다. 예를 들면, 개인은 특정 서비스(예, 우버나 에어비앤비 등) 플랫폼에 혁신성이 높아 이러한 서비스 사용에 긍정적 태도를 보일 수 있다[25]. 이러한 관점에서 Hong[13]은 특정 분야의 기술이나 서비스에 관심이 많고, 혁신성이 높은 개인들은 공유경제 서비스와 같은 새로운 형태의 비즈니스 모델에 대한 긍정적 인식이 높다고 하였다. 이에 본 연구는 개인의 내적 요소인 자기기술 적합성이 공유경제 서비스 사용의도에 긍정적 영향을 미칠 것으로 생각하여 가설 1을 도출하였다.

H1: 자기기술 적합성은 공유경제 서비스 사용의도에 긍정적 영향을 미칠 것이다.

내부요소의 두 번째 변수는 신뢰이다. 디지털 환경에서 신뢰는 익명성, 처음 만남, 그리고 좋은 또는 서비스 품질을 판단할 수 없다는 본질적인 장벽을 이끌어내는 천체라 할 수 있다[24]. 오랫동안 신뢰는 온라인 환경의 다양한 면에서 자주 언급되는 주제였다[24-26]. 공유경제에 관한 연구에서도 신뢰는 중요한 요소로 간주되고 있다[7-9]. Gefen et al.[24]은 디지털 환경에서 신뢰를 형성하는 것은 잠재 고객들이 새로운 비즈니스 사용에 대해 긍정적으로 생각하게 만드는 가장 중요한 요소라 주장하였다. 특히, 공유경제의 많은 서비스들은 플랫폼을 통해 개인의 자원을 공유하는 비즈니스 모델이기 때문에 신뢰는 공유경제 서비스 수용에 있어 필수적인 요소라 할 수 있다[7-8]. 따라서 높은 신뢰는 개인으로 하여금 공유경제 서비스 사용에 긍정적 생각을 야기시킨다는 논리에 근거하여 가설 2를 도출하였다.

H2: 신뢰는 공유경제 서비스 사용의도에 긍정적 영향을 미칠 것이다.

본 연구에서 제안한 외부요소의 첫 번째 변수는 더 큰 시장 접근성이다. 더 큰 시장에 대한 접근성은 개인이 온라인 환경에서 제품이나 서비스를 소비할 때 공유경제 플랫폼에서는 더 광범위한 상품 또는 서비스를 선택할 수 있음을 의미한다[2][3]. 예를 들어, 숙박과 같은 공유경제 서비스를 이용할 경우 기존의 상거래에서 이용할 수 있었던 숙박업소 이외에 더 다양하고 많은 숙박 서비스를 선택할 수 있다[27]. 따라서 이러한 광범위한 선택 범위는 기존 공급업체가 제공하지 않는 곳의 상품이나 서비스를 찾는 사람들의 주목을 이끌 수 있으며 사용의지에도 긍정적인 생각을 유도할 것이다. 이에 본 연구는 더 큰 시장 접근성이 공유경제 서비스 사용의도에 긍정적 영향을 미칠 것으로 생각하여 가설 3을 도출하였다.

H3: 더 큰 시장 접근성은 공유경제 서비스

사용의도에 긍정적 영향을 미칠 것이다.

환경 친화성은 우리 사회의 많은 분야에서 대안적인 문제가 아닌 주요 문제로서 등장하기 시작했다. 세계 보건기구 (WHO)에 따르면, 대기 오염은 심각한 수준에 있으며 현재 10명 중 9명이 오염된 공기로 호흡하며 매년 7백만 명이 사망하는 것으로 나타났다[28]. 이에 대체 전원으로서 하이브리드 또는 전기 자동차와 태양 또는 풍력 에너지가 등장하고 이러한 에너지원의 급속한 증가는 환경적인 위기를 알 수 있는 예라 할 수 있다. 따라서 환경 문제와 에너지 자원의 보존 등에 관심을 가진 개인이라면 더 적게 소유하고 더 많이 공유하여 환경을 보호하는 문제에 대해 더 심도 있는 관심을 가질 수 있다. 따라서 본 연구는 환경 친화성이 공유경제 서비스 사용의도에 긍정적 영향을 미칠 것으로 생각하여 가설 4를 도출하였다.

H4: 환경 친화성은 공유경제 서비스 사용의도에 긍정적 영향을 미칠 것이다.

기술수용 관점에서 개인의 사용의도와 실제 사용에 대한 관계는 기존의 다양한 연구에서 다루어져 왔다 [18][19]. 공유경제 서비스 역시 잠재적인 사용자들이 공유경제 플랫폼에서 제공되는 상품이나 서비스 사용에 대한 긍정적 인식이 형성되면 실제 사용으로 이어지게 될 것이므로 가설 5를 제안하였다.

H5: 공유경제 서비스 사용의도는 공유경제 서비스 사용에 긍정적 영향을 미칠 것이다.

공유경제에서 제품이나 서비스를 더 적게 소유하고 다른 사람들과 공유하게 됨으로써 사람들은 경제적 이익을 취할 수 있다[29]. 즉, 공유경제 서비스는 합리적인 가격으로 상품이나 서비스를 이용할 수 있는 기회를 사용자에게 제공하고 제공자는 이익을 창출할 수 있는 기회를 얻을 수 있다[2]. 경제적 이익은 다양한 가격대에서 형성될 수 있으며 제품 또는 서비스의 품질에 따라서도 다를 수 있다. 또한, 이러한 경제적 이익은 다양한 계획이 있는 사람들에게 이점이 될 수 있을 것이다.

이에 본 연구는 이익이 공유경제 서비스 사용의도와 공유경제 서비스 사용 간의 관계를 더 강화시킬 것이라 보고 가설 6을 제안하였다.

H6: 이익은 공유경제 서비스 사용의도와 공유경제 서비스 사용 사이의 관계를 더 강화시킬 것이다.

표 1. 변수의 조작적 정의, 측정항목 및 관련연구

잠재변수	측정항목	관련연구
자기기술 적합성	<ul style="list-style-type: none"> 나는 새로운 것을 넘보다 더 빨리 시도해보고 싶어 한다. 나는 온라인 구매와 결제 시스템에 전혀 문제가 없다. 나는 IT에 대한 지식이 있어 (디지털) 기술을 다루거나 그런 일들을 잘 소화 해내는 편이다. 	[22],[23]
신뢰	<ul style="list-style-type: none"> 나는 공유경제 서비스를 믿는다. 나는 공유경제 서비스 사용에 있어 위험요소가 특별히 존재 하지 않는다고 생각 한다. 나는 공유경제 서비스를 주위 친구들에게 권한 적이 있다. 	[7],[24]
더 큰 시장 접근성	<ul style="list-style-type: none"> 공유경제 서비스는 또 다른 선택을 할 수 있게 해 준다. 공유경제 부분에 많은 상업주체가 참여한다면 선택의 폭과 가치는 더 높아질 것이다. 공유경제 서비스의 선택 폭이 넓어지면 나는 내가 원하는 것을 더 찾을 수 있을 것이다. 	[2],[27]
환경 친화성	<ul style="list-style-type: none"> 나는 공유경제 서비스로 다양한 자원과 환경을 보호할 수 있다고 생각한다. 나는 개인이 소유하는 것 보다 나누고 공유 하는 것이 환경보호에 더 도움 된다고 생각한다. 나는 이용 가능한 자원을 공유하고, 줄이면 사회 전반적인 환경이 나아질 것이라고 믿는다. 	[28]
이익	<ul style="list-style-type: none"> 공유경제 서비스를 이용하면 경제적으로 도움이 된다. 공유경제 서비스를 이용하면 비용을 더 절약할 수 있어서 내가 이용하지 못하는 다른 서비스에 이용 할 수 있어서 좋다. 공유경제 서비스를 이용해서 남는 자원(돈)을 더 효율적으로 활용할 수 있다. 	[2],[29]
공유경제 서비스 사용의도	<ul style="list-style-type: none"> 나는 공유경제 서비스 사용에 매우 긍정적 생각을 가지고 있다. 제품/서비스 사용에 선택을 할 수 있다면 나는 공유경제 서비스를 사용할 것이다. 만약 다른 조건이 동일하다면 나는 공유경제 서비스 사용을 우선적으로 생각한다. 	[18]
공유경제 서비스 사용	<ul style="list-style-type: none"> 최근 공유경제서비스 사용 빈도 가장 최근 공유경제서비스 사이트 사용 시간 공유경제 서비스 사용기간 	[19]

III. 연구방법

1. 측정도구

본 연구에서 제안한 변수의 측정항목은 선행연구로부터 채택하여 공유경제에 적합하게 수정 및 보완을 하

였다. 이후 관련 분야 전문가들로부터 측정항목의 내용 타당성(content validity) 검증은 통해 각 항목에 대한 정교화 작업을 실시하였다. 모든 변수의 측정항목은 “매우 동의하지 않는다(1점)”에서 “매우 동의한다(7점)” 리커트 7점 척도를 사용하였다. [표 1]은 각 변수의 조작적 정의, 측정항목 및 관련 문헌을 요약하고 있다.

2. 자료수집

본 연구에서 제안하는 연구가설을 검증하기 위한 자료의 수집은 설문지법을 사용하였으며, 응답을 다각화 하기 위해 연령, 성별, 직업에 관계없이 대학 및 공공장소, 온라인 등을 통해 무작위 설문을 실시하였다. 총 1,000부의 설문지가 직접방문, 우편, 이메일 등을 통해 배포되었으며 이 중 409부(응답률 40.9%)를 회수하였다. 하지만 17부는 응답에 문제가 있어 이를 제외한 392부만을 최종 분석을 위해 사용하였다.

설문에 참여한 응답자의 몇 가지 특성을 살펴보면 다음과 같다. [표 2]은 설문 응답자의 특징에 대해 보여주고 있다.

표 2. 표본의 인구통계학적 특성(n=392)

		구분	빈도	비율
연령		20-29	20-29	107
		30-39	30-39	125
		40-49	40-49	93
		50-	50-	67
성별		남	남	182
		여	여	210
직업		학생	학생	104
		사무직	사무직	85
		기술직	기술직	59
		전문직	전문직	56
		자영업	자영업	73
공유경제 서비스 사용 경험		기타	기타	15
		숙박 공유 서비스	숙박 공유 서비스	285
		교통 공유 서비스	교통 공유 서비스	177
		지식 공유	지식 공유	201
		개인 아이템 공유(가구, 부엌 등)	개인 아이템 공유(가구, 부엌 등)	52
		기타	기타	20

IV. 분석 및 결과

1. 측정모형 분석

본 연구에서 제안하는 연구가설 검증에 앞서 수집된 자료가 측정모형과 얼마나 일치하는지를 확인하기 위해 적합도 검증을 실시하였다. 적합도 검증은 사회과학 연구에서 일반적으로 많이 사용하는 몇 가지 지표들을 사용하였으며, 검증 결과 [표 3]와 같이 모두 기준값 이상으로 나타나 적합도에는 문제가 없는 것으로 나타났다.

표 3. 측정모형 적합도 분석

	NFI	GFI	AGFI	CFI	RMSEA	χ^2/df
측정모형	0.923	0.922	0.896	0.934	0.042	1.786
기준값	≥ 0.9	≥ 0.9	≥ 0.8	≥ 0.9	≤ 0.05	≥ 3.0

적합도 검증 후, 측정모형의 신뢰성 및 타당성 검증을 실시하였다. 먼저 신뢰성 분석은 사회과학 연구에서 많이 사용하고 있는 Cronbach's Alpha 값을 사용하였으며 본 연구에서는 Cronbach's Alpha 값이 0.785에서 0.927로 기준치인 0.7 이상으로 나타나 신뢰성에는 문제가 없는 것으로 나타났다[30].

표 4. 측정모형 신뢰성 및 집중타당성 분석

변수	측정항목	요인값	AVE	CR	Cronbach's Alpha
자기기술 적합성	STA1	0.858	0.677	0.863	0.843
	STA2	0.823			
	STA3	0.786			
신뢰	TRU1	0.794	0.717	0.883	0.796
	TRU2	0.916			
	TRU3	0.825			
더 큰 시장 접근성	ANM1	0.855	0.753	0.901	0.850
	ANM2	0.848			
	ANM3	0.899			
환경 친화성	EF1	0.844	0.730	0.890	0.881
	EF2	0.854			
	EF3	0.865			
이익	BEN1	0.791	0.718	0.884	0.785
	BEN2	0.848			
	BEN3	0.899			
공유경제 서비스 사용의도	INT1	0.824	0.762	0.906	0.911
	INT2	0.886			
	INT3	0.907			
공유경제 서비스 사용	AU1	0.851	0.779	0.914	0.927
	AU2	0.886			
	AU3	0.910			

STA: self-technological aptness, TRU: trust, ABM: access bigger market, EF: environmental friendliness, BEN: benefit, INT: intention to use sharing economy services, AU: actual usage of sharing economy services

다음으로 측정모형의 집중타당성 검증은 확인적 요

인 분석 결과의 요인적재값(factor loading)으로 판단하였으며 분석 결과, 요인적재값은 0.786에서 0.916으로 모두 기준 값(±0.4) 이상으로 유의한 변수인 것으로 나타났다[31]. 마지막으로 판별타당성은 각 잠재변수의 평균분산추출(Average Variance Extracted, AVE) 값의 제곱근과 각 잠재변수 간 상관계수 값을 비교함으로써 확인하였다. 그 결과, 각 잠재변수의 AVE 제곱근 값은 종과 횡의 다른 변수의 상관계수 값보다 높게 나타났다. 따라서 본 연구에 사용된 측정항목은 집중타당성과 판별타당성을 가지고 있음을 확인하였다. [표 4]과 [표 5]는 측정모형의 신뢰성과 타당성 분석 결과에 대해 보여주고 있다.

표 5. 측정모형 판별타당성 분석

잠재변수	STA	TRU	ABM	EF	BEN	INT	AU
STA	0.823						
TRU	0.257	0.847					
ABM	0.324	0.200	0.868				
EF	0.259	0.212	0.188	0.854			
BEN	0.306	0.264	0.338	0.206	0.847		
INT	0.255	0.188	0.321	0.457	0.128	0.873	
AU	0.292	0.373	0.298	0.367	0.254	0.329	0.883

2. 구조모형 분석

본 연구에서 제안한 가설을 검증하기 위해 AMOS 22.0을 사용하여 구조방정식 분석을 실시하였다. 구조방정식 분석은 변수 간의 인과관계 정보를 제공해주고 각 가설의 채택 여부를 판단할 수 있게 해주는 경로계수(β)를 얻을 수 있을 뿐만 아니라 내생변수에 대한 설명력 정도를 나타내는 결정계수(R²) 값을 얻을 수 있다 [32].

가설검증 결과를 살펴보면 첫째, 내부요소의 자기기술 적합성($\beta=0.276$, $t=2.583$)과 신뢰($\beta=0.293$, $t=3.889$)는 공유경제 서비스 사용의도에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 가설 1과 가설 2는 채택되었다. 둘째, 외부요소의 더 큰 시장 접근성($\beta=0.325$, $t=5.2470$)과 환경 친화성($\beta=0.416$, $t=6.255$)은 공유경제 서비스 사용의도에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 가설 3과 가설 4는 채택되었다. 셋째, 공유경제 서비스 사용의도($\beta=0.423$, $t=8.364$)는 공유경제 서비스 사용에 유의한 영향을 미

치는 것으로 나타나 가설 5 역시 채택되었다.

마지막으로 가설 6(공유경제 서비스 사용의도→공유경제 서비스 사용 사이에서 이익의 조절효과)의 검증은 상호작용효과로 검증하였으며, 검증 결과 이익은 공유경제 서비스 사용의도와 공유경제 서비스 사용 간의 관계를 강화하는 것으로 나타났다.

본 연구모델의 내생변수에 대한 결정계수(R^2) 결과를 살펴보면, 공유경제 서비스 사용의도는 R^2 값이 0.632, 공유경제 서비스 사용은 R^2 값이 0.179로 나타났다. 이는 공유경제 서비스 사용의도가 가지고 있는 정보 중 63.2%가 4개의 독립변수의 변동으로 설명할 수 있음을 의미한다. 또한, 공유경제 서비스 사용의도는 공유경제 서비스 사용의 17.9%의 분산을 설명하고 있음을 나타낸다. 다음 [표 6]와 [그림 2]는 가설검증 결과를 보여주고 있다.

표 6. 가설검증 결과

가설	경로	계수	t-값	결과
H1	자기기술 적합성	0.276*	2.583	채택
H2	신뢰	0.293**	3.889	채택
H3	더 큰 시장 접근성	0.325**	5.247	채택
H4	환경 친화성	0.416**	6.255	채택
H5	공유경제 서비스 사용의도	0.423**	8.364	채택
H6	이익 X 공유경제 서비스 사용의도	0.318**	4.776	채택

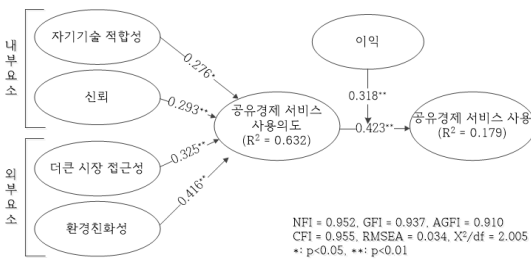


그림 2. 연구모형 결과

V. 결론

본 연구는 공유경제가 새로운 패러다임으로 지속적으로 성장할 것으로 예측되고 이에 관한 연구가 활발하게 이루어진 시점에 공유경제의 이론적 프레임워크

발을 위해 수행되었다. 즉, 기존의 공유경제에 대한 연구들이 다양한 제품과 서비스를 대상으로 하고 있으나 공유경제 이론의 공통적 핵심 요소에 대한 연구가 미비한 상황에서 왜 사람들이 다양한 공유경제 서비스를 이용하는지에 대한 정보를 찾고자 하였다. 이에 본 연구는 자기 결정 이론과 UTAUT2의 기존 이론을 바탕으로 연구모형을 제안하였으며 설문지법을 사용하여 총 392부의 응답을 회수하여 본 연구에서 제안한 연구모델에 대한 실증분석을 실시하였다.

연구 결과를 살펴보면, 내부 요소인 자기 기술 적합성, 신뢰, 외부요소인 더 큰 시장 접근성과 환경 친화성은 모두 공유경제 서비스 사용의도에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났으며 이익은 공유경제 서비스 사용의도와 공유경제 서비스 사용 간의 관계를 강화시켜 주는 것으로 나타났다.

개인 혁신성과 유사한 자기 기술 적합성은 개인의 고유 성향으로 사용의도에 유의미한 영향을 미치나 그 정도는 강하지 않은 것으로 나타났으며 이는 공유경제 서비스가 사용자 친화적임을 고려할 때 기술 장벽의 문제는 없거나 최소화되기 때문으로 판단된다. 공유경제 서비스는 주로 온라인 플랫폼을 바탕으로 이루어지는 경우가 많으므로 신뢰는 중요한 영향을 미치는 변수임이 확인되었으며 더 큰 시장에 대한 접근성 역시 더 많은 협상을 할 수 있는 고객과 공급업체가 얼마나 다양한 범주에서 많이 존재하느냐에 따라 사용의도에 영향을 미침을 알 수 있다. 환경 친화성은 공유경제가 주목하고 있는 이슈 중 하나로 자원과 생태계 보존에 관심이 많은 사람들의 경우 다양한 상품과 서비스를 소유하지 않고 공유하는 행동을 통해 환경을 보호할 수 있다는 인식을 하게 된다면 공유경제 서비스 사용에 강한 동기를 부여할 수 있을 것이다.

본 연구의 결과는 다양한 상품과 서비스를 대상으로 하는 공유경제 사용의도에 영향을 미치는 공통적인 선행 변수를 찾고 공유경제에 대한 이론적 프레임워크를 제시하고자 하였다. 이를 위해 본 연구는 기존의 기술 수용에 관한 이론적 모델들을 바탕으로 사용의도의 내·외부적 동기요소를 찾고 변수 간의 관계를 실증분석을 통해 검증하였다는 점에서 학술적 의미를 찾을 수 있다. 다만 본 연구가 이러한 시사점을 제공함에도 불구하고

몇 가지 한계점이 존재한다.

첫째, 본 연구는 자기 결정 이론과 통합 기술수용모형을 바탕으로 내·외적 요소를 제안하였으나 본 연구에서 제시하는 4개의 예측변수 이외에도 공유경제 사용에 영향을 미치는 다양한 동기요소가 존재할 수 있다. 이를 보완하기 위해 추후 연구에서는 더 다양한 예측변수를 제시하고 이를 검증함으로써 공유경제에 대한 더 견고한 이론적 프레임워크를 제시할 수 있을 것이다. 둘째, 본 연구는 392부의 응답을 회수하여 실증분석에 사용하였으나 추후에는 더 많은 수의 모집단을 확보하여 분석함으로써 유의미한 연구 결과를 도출할 수 있을 것으로 판단한다.

참 고 문 헌

- [1] M. Avital, M. Andersson, J. Nickerson, A. Sundararajan, M. Van Alstyne, and D. Verhoeven, "The Collaborative Economy: A Disruptive Innovation or Much Ado About Nothing?," The 35th International Conference on Information Systems, 2014.
- [2] L. Böcker and T. Meelen, "Sharing for People, Planet or Profit? Analysing Motivations for Intended Sharing Economy Participation," *Environ Innov Soc Transit*, Vol.23, pp.28-39, 2017.
- [3] J. Hamari, M. Sjöklint, and A. Ukkonen, "The Sharing Economy: Why People Participate in Collaborative Consumption," *J. Assoc. Inf. Sci. technol.*, Vol.67, No.9, pp.2047-2059, 2016.
- [4] Juniper Research, "Sharing Economy Revenues to Double by 2022, Reaching over \$40 Billion," <https://www.juniperresearch.com/press/press-releases/sharing-economy-revenues-to-double-by-2022>, 2019.5.24.
- [5] S. Tabcum Jr., "The Sharing Economy is Still Growing, and Businesses Should Take Note," <https://www.forbes.com/sites/forbeslacouncil/2019/03/04/the-sharing-economy-is-still-growing-and-businesses-should-take-note/#21edeb464c33>, 2019.5.23.
- [6] 정철호, 정영수, "공유경제 서비스의 지속이용 영향요인에 관한 실증연구," *경영경제연구*, 제42권, 제2호, pp.131-151, 2020.
- [7] B. Alsamani, *Better Trust Between Users in Sharing Economy Platforms*, the 24th Americas Conference of Information Systems, 2018.
- [8] P. Kamal and J. Q. Chen, *Trust in Sharing Economy*, Pacific Asia Conference of Information Systems, 2016.
- [9] F. Hawlitschek, T. Teubner, M. T. P. Adam, N. S. Borchers, M. Moehlmann, and C. Weinhardt, "Trust in the Sharing Economy: An Experimental Framework," the 37th International Conference on Information Systems, 2016.
- [10] 노태협, 최화열, "공유경제 모형에서의 협력적 소비 영향요인," *정보시스템연구*, 제27권, 제2호, pp.197-219, 2018.
- [11] 조연수, 정용길, "공유경제 서비스의 이용의도에 관한 실증연구," *한국콘텐츠학회논문지*, 제19권, 제3호, pp.183-196, 2019.
- [12] B. Edelman, M. Luca, and D. Svirsky, "Racial Discrimination in the Sharing Economy: Evidence from a Field Experiment," *American Economic Journal: Applied Economics*, Vol.9, No.2, pp.1-22, 2017.
- [13] S. J. Hong, "Assessing Economic Value of Reducing Perceived Risk in the Sharing Economy: the Case of Ride-Sharing Service," the 38th International Conference on Information Systems, 2017.
- [14] V. Venkatesh, J. Y. Thong, and X. Xu, "Consumer Acceptance and Use of Information Technology: Extending the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology," *MIS Q*, Vol.36, No.1, pp.157-178, 2012.
- [15] E. L. Deci and R. M. Ryan, *Intrinsic Motivation and Self-Determination in Human Behaviour*, New York: Plenum. 1985.
- [16] E. L. Deci and R. M. Ryan, *Human Autonomy: The Basis for True Self-Esteem*, In M.

- Kemis(Ed.), Efficacy, Agency, and Self-Esteem(pp.31-49), New York: Plenum, 1995.
- [17] R. M. Ryan and E. L. Deci, *Self-Determination Theory: Basic Psychological Needs in Motivation, Development, and Wellness*, New York: Guilford Publishing, 2017.
- [18] V. Venkatesh, M. G. Morris, G. B. Davis, and F. D. Davis, "User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View," *MIS Q*, Vol.27, No.3, pp.425-478, 2003.
- [19] F. D. Davis, "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology," *MIS Q*, Vol.13, pp.319-339, 1989.
- [20] M. Fishbein and I. Ajzen, *Belief, Attitude, Intention and Behavior*, Reading, MA: Addison-Wesley, 1975.
- [21] I. Ajzen, "The Theory of Planned Behavior," *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, Vol.50, pp.179-211, 1991.
- [22] R. Agarwal and J. Prasad, "A Conceptual and Operational Definition of Personal Innovativeness in the Domain of Information Technology," *Information Systems Research*, Vol.9, No.2, pp.204-215, 1998.
- [23] E. M. Rogers, *Diffusion of Innovations* (5th ed.), New York, NY: the Free Press, 2003.
- [24] D. Gefen, E. Karahanna, and D. W. Straub, "Trust and TAM in Online Shopping: an Integrated Model," *MIS Q*, Vol.27, No.1, pp.51-90, 2003.
- [25] N. F. Awad and A. Ragowsky, "Establishing Trust in Electronic Commerce through Online Word of Mouth: An Examination across Genders," *Journal of Management Information Systems*, Vol.24, No.4, pp.101-121, 2008.
- [26] S. Ba, "Establishing Online Trust through a Community Responsibility System," *Decision Support Systems*, Vol.31, No.3, pp.323-336, 2001.
- [27] Airbnb, Airbnb press, <https://press.airbnb.com/about-us/>, 2019.
- [28] World Health Organization, "More than 90% of the World's Children Breathe Toxic Air Every Day," <https://www.who.int/news-room/detail/29-10-2018-more-than-90-of-the-world%E2%80%99s-children-breathe-toxic-air-every-day>, 2019.6.13.
- [29] 이현진, 박현정, "숙박 공유경제 서비스의 제공 및 사용 의도에 대한 영향 요인," *한국콘텐츠학회논문지*, 제19권, 제5호, pp.205-216, 2019.
- [30] J. Nunnally, *Psychometric Theory* (2nd ed.), McGraw-Hill, New York, NY, 1978.
- [31] D. Barclay, R. Thompson, and C. Higgins, "The Partial Least Squares (PLS) Approach to Causal Modeling: Personal Computer Adoption and Use an Illustration," *Technology Studies*, Vol.2, No.2, pp.285-309, 1995.
- [32] B. Wixom and H. Watson, "An Empirical Investigation of the Factors Affecting Data Warehousing Success," *MIS Q*, Vol.25, No.1, pp.17-29, 2001.

저 자 소 개

김 상 현(Sanghyun Kim)

정희원



- 2000년 12월 : Washington State University 호텔경영학/경영학(학사)
- 2001년 12월 : Washington State University MBA(경영학석사)
- 2005년 12월 : University of Mississippi(경영학박사)
- 2006년 3월 ~ 현재 : 경북대학교 경영학부 교수
<관심분야> : 공유경제, 정보보안, 교육 콘텐츠, SNS 클라우드 컴퓨팅 등

박 현 선(Hyunsun Park)

정회원



- 2007년 2월 : 영남대학교 불어불문학(문학사)
- 2011년 2월 : 경북대학교 경영학부(경영학석사)
- 2015년 2월 : 경북대학교 경영학부(경영학박사)
- 2020년 9월 ~ 현재 : 경북대학교

경영학부 강사

〈관심분야〉 : 공유경제, 소셜네트워크 서비스, 정보보안, 모바일 서비스 등

임 정 택(Jeongtaek Lim)

정회원



- 2008년 3월 : 경북대학교 경영학 석사
- 2012년 2월 : 경북대학교 경영학 박사수료(MIS)
- 2008년 4월 ~ 2019년 11월 : 대구 전략산업기획단 연구원
- 2009년 11월 ~ 2019년 6월 : 대구

디지털산업진흥원 정책연구팀장

- 2019년 7월 ~ 현재 : 대구테크노파크 융합기획실장

〈관심분야〉 : ICT융합기술, 공공혁신, 정보보안