

# 경매사이트 이용의도의 결정요인에 관한 연구

손달호\* · 사공혜숙\*\*

## < 목 차 >

|                   |                   |
|-------------------|-------------------|
| I. 서론             | 4.1 응답자의 인구통계적 특성 |
| II. 연구모형 및 가설설정   | 4.2 모형 검정         |
| 2.1 연구 모형         | 4.3 가설 검정         |
| 2.2 가설 설정         | V. 결론             |
| III. 조작적정의 및 자료수집 | 참고문헌              |
| IV. 분석결과          | Abstract          |

## I. 서론

인터넷은 비즈니스 애플리케이션에 영향을 미치고 있으며 이와 함께 새로운 정보의 하부구조를 위한 기초가 되고 있다. 특히 기업비용을 절감시키고 생산사이클 시간을 단축시켜서 시장에 제품과 서비스를 효과적으로 전달할 수 있도록 지원하고 있다. 즉 인터넷의 잠재력은 많은 기업에서 경쟁 우위를 성취 할 수 있는 도구로 이용되고 있다(Pavlou, 2003).

특히 인터넷 경매에 관련된 연구들은 웹사이트 경매의 한계점 및 경매와 관련된 이슈들을 제시한 연구(Stafford and Stern, 2002)외에도, 경매 사이트가 전체 거래 비용차원과 시장 구조의 효율성 차원에서 차지하는 경제적 영향력을 연구하였다(Standifird, 2002). 웹 기반 경매가 실제 경매시장에 비해 결정 요인에서 차이가 있는 것은 기존 소비자 마케팅 관련연구에서 제시된 영향에 비해 웹사이트에서는 제품 인지, 쇼핑 경험, 소비자 서비스, 소비자 위험 인지도에 따른 반응의 영향이 별로 없는 것과 맥락을 같이 한다(Bapna et al., 2004).

Standifird et al.(2004)은 새로운 전자 시장 중개인의 출현에 초점을 맞추어 연구를 수행하였다. 즉, 전자 중개 서비스의 성공적 수행을 위해서는 전자 거래를 위한 기술적 경쟁도 중요하지만 새롭게 발생될 우려가 있는 거래의 위험을 감소시키기 위한 제도적 정책과 프로세스가 중요하다고 하다고 주장하였다. Ward and Clark(2002)은 경매를 비롯한 전자 경매에 있어서는 단순한 시스템의 도입과 같은 기술적 측면만으로는 성과를 거두기 어렵다고 주장하고 시스템은 단순

\* 계명대학교 경영정보학과 교수, dhshon@kmu.ac.kr

\*\* 미주리컬립비아대학, hssakong@hanmail.net

하고 저렴하게 구축하되 시스템을 사용하는 시장 참여자들의 적극적 참여를 도모할 수 있는 전략적 측면에 더욱 주의를 기울여야 한다고 주장하였다.

Gefen et al.(2003)은 인터넷 쇼핑몰에서 신뢰 형성 요인은 고객이 판매자에게 위험이 노출된 상황에서 판매자를 믿고 의지하려는 행위로 정의하였다. Mayer et al.(1995)은 신뢰자와 피신뢰자의 관계에서 조직적 관점의 신뢰 형성 모형을 제시하였다. 이 모형에서 신뢰 행위는 신뢰 의도에 의해 영향을 받고, 신뢰 의도는 신뢰자의 신뢰 성향, 피신뢰자의 지각된 특성, 피신뢰자의 행위의 관찰에 영향을 받는 것으로 모형화하였다. Gefen and Straub(2000)는 조직 구성원간 신뢰를 발전시키기 위한 가장 중요한 시점은 관계가 성립하는 시작 시점이라고 제시하고 있다. 즉 조직 구성원들간의 초기 신뢰는 다른 구성원들의 경험에 근거하는 것이 아니라 개인의 신뢰 성향, 구전 효과, 제도적 특성에 근거하기 때문에 초기 신뢰를 높이는 것이 신뢰도에 중요한 영향을 미친다고 주장하였다.

본 연구는 지각된 유용성, 지각된 이용용이성, 사이트 흥미성, 웹 신뢰도 및 제도적 구조와 같은 결정변수에 중점을 두고 모형을 구축하였으며 이와 같은 요인들이 직접적 혹은 간접적으로 인터넷 경매 이용의도에 영향을 미치는 것으로 모형화하였다. 특히 TAM변수들을 이용하여 모형화 한 것은 인터넷 경매는 인터넷과 WWW라는 정보기술에 기반을 두고 개인위주의 자발적수용 성격이 강한 정보 기술 수용 여부와 관련이 있기 때문이다.

이와 같은 연구를 통해 이론적으로는 웹 기술의 이용 의도를 포괄적으로 설명할 수 있는 외부 변수를 포함한 모형개발을 가속화할 수 있고 또한 실무적으로는 웹 기술 이용을 촉진시킬 수 있는 동기적 요인들을 파악할 수 있을 것이다. 본 연구에서 연구모델의 독립변수는 제도적 구조, 신뢰도, 사이트 흥미성으로 설정되었고 매개변수는 지각된 유용성 및 지각된 이용 용이성을 중심으로 설정되었으며 이와 같은 모델을 통하여 궁극적으로 경매 사이트의 이용 의도를 촉진시킬 수 있는 요인들의 영향력을 파악하였다. 특히 사이트 흥미성, 제도적 구조 및 신뢰도와 같은 경매사이트의 이용의도에 매우 유의한 영향력을 미칠 것으로 생각되는 요인들을 이용하여 연구모형을 구축하고 이와 같은 모형에 대한 검증은 시도하는 것은 다른 시스템에 비해 상대적으로 신뢰관련요인들이 이용의도에 중요한 영향을 미치는 경매사이트의 이용률 확대를 위한 연구에 중요한 지침서의 역할을 할 수 있을 것이다.

## II. 연구 모형 및 가설 설정

### 2.1 연구 모형

본 연구의 연구 대상인 인터넷 경매는 인터넷에서 개인과 사업자들이 구매자와 판매자로서 일대 다수의 관계로 새로운 제품이나 중고제품의 거래에 참여하는 시장형태를 지원하는 정보시스템이라 할 수 있다(Bapna et al., 2004). 인터넷 경매 사용자들은 물건을 탐색하거나 구매 및 판매

한다는 점에서 소비자 및 판매자이기도 하지만 정보 기술 기반의 경매 시스템을 사용하는 컴퓨터 사용자이기도 하다(Vulkan and Preist, 2003).

Oh(2002)는 웹거래에서 제도적 구조는 주어진 상황에서 신뢰적 행위를 유발하고 실행하게 하는 믿음에서 기인되고 규제, 제도 그리고 법칙은 개인과 조직간의 신뢰를 유발하는 일반적 기대감과 특정법칙을 형성한다고 주장하였다. 국내외 인터넷 경매업체들이 경매 거래의 안전 거래 장치로 신용도 평가, 대금 중계, 물품 배송, 보험 등을 제공하고 있는데 이러한 서비스들이 제도적 구조에 해당한다고 볼 수 있다.

Vulkan and Preist(2003)는 사이트 흥미성을 웹거래의 중요한 결정요인이라고 정의하고 제품 구매의 포인트, 흥미로운 이벤트, 정보교환을 위한 관계형성 등의 요인으로 구성된다고 주장하였다. 특히 흥미성요인을 경매나 쇼핑을 통해 선택의 즐거움이나 긴장감 등을 형성하는 공동체의 기능으로 정의하였다. 또한, 흥미성요인을 서비스 사용자간 구매관련 정보의 교환이나 생활경험의 공유를 통해 서로간 깊은 유대관계를 형성하는 공동체의 기능으로 정의하였다.

TAM에 따르면 지각된 유용성과 지각된 이용 용이성은 새로운 기술을 이용하는데 있어 이용자 태도에 중요한 영향을 미치게 되고 새로운 기술을 사용하고자 하는 행위의도는 이용자 태도 및 지각된 유용성과 관련이 있다고 밝혀지고 있다. 이용자 태도는 지각된 유용성과 지각된 이용 용이성의 결합에 의해 결정되는데 이는 행위에 대한 태도가 신념에 의해 결정된다는 합리적 행동이론의 견해에 따른 것이다(Bhattacharjee et al., 2004). Zhu and Weyant(2003)는 즐거움과 개인의 혁신성은 인지적 몰두 형성에 긍정적 영향을 주며 인지적 몰두는 지각된 사용 용이성과 지각된 유용성에 영향을 미친다고 주장하였다. 또한 인지적 몰두는 정보기술의 사용의도에 직접적 영향을 미치고 지각된 이용 용이성과 지각된 유용성도 웹 사용의도에 영향을 미친다는 사실을 발견하였다.

Moon and Kim(2001)은 가상 상점 수용에 영향을 미치는 요인들을 사용의도, 신뢰성, 유용성, 사용 용이성 및 서비스 품질 등과 같은 신념변수와 외부 변수인 제품 제공 범위, 가상 점포의 사용 가능성, 제품 관련 정보의 풍부성 등으로 분류하고 이들 변수들간의 상호 인과 관계를 연구하였다. Bapna et al.(2004)은 인터넷 판매자로부터 유발되는 소비자의 구매 의도는 소비자의 태도에 영향을 받고 소비자 태도는 소비자의 신뢰를 일으키는 판매자의 능력에 의해 영향을 받는다는 사실을 발견하였다.

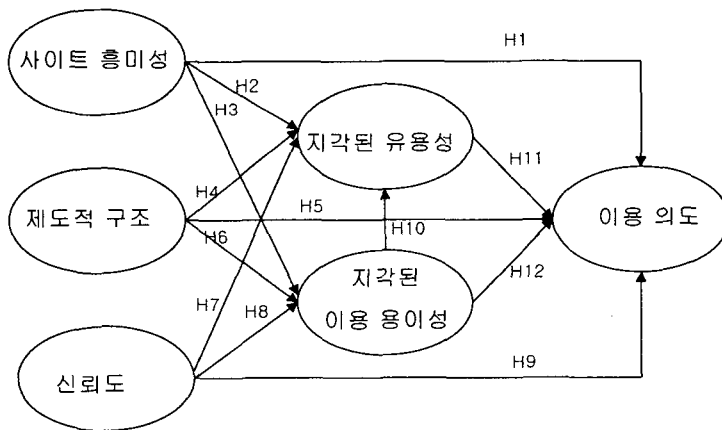
Gefen et al.(2003)은 제도적 기반의 신뢰는 주어진 상황에서 규제, 제도 그리고 법칙을 통하여 개인과 조직간 신뢰를 유발한다고 주장하였다. 선행연구들(Vulkan and Preist, 2003; Stafford and Stern, 2002)은 인터넷 경매 이용 의도에 영향을 미치는 요인으로 제도적 구조(보호장치의 홍보, 고객의 개인정보 보호, 제품 환불의 명확성, 기술 및 법적인 환경 조성 등)요인을 제시하였다. Bapna et al.(2004)과 Standifird(2004)는 인터넷 경매 이용 의도에 영향을 미치는 요인으로 신뢰도(경매업자의 신뢰, 구매자와의 의무 이행, 경매 거래시 진실성의 긍정적 수용 및 거래 행위의 정보기술 수용 등)요인을 제시하였다. 이와 함께 선행 연구들(Klein and O'Keefe, 1999; Oh, 2002)은 인터넷 경매 이용의도에 영향을 미치는 요인으로 사이트 흥미성 요인을 제시하였다.

<표 1>은 지금까지 언급된 요인들과 관련된 선행연구들을 요약하여 나타낸 것이다.

<표 1>본 연구의 결정 요인과 관련된 선행 연구

| 선행연구                       | 제도적 구조 | 신뢰도 | 사이트 흥미성 | 지각된 유용성 | 지각된 이용 용이성 | 이용 의도 |
|----------------------------|--------|-----|---------|---------|------------|-------|
| Standifird(2002)           | *      | *   | *       |         |            | *     |
| Bhattacharjee et al.(2004) |        |     |         | *       | *          |       |
| Gefen et al.(2003)         | *      | *   |         | *       | *          | *     |
| Gefen and Straub(2002)     | *      | *   |         | *       | *          | *     |
| Oh(2002)                   | *      |     | *       |         |            | *     |
| Vulkan and Preist(2003)    | *      |     | *       |         |            | *     |
| Zhu and Weyant(2003)       |        |     |         | *       | *          |       |
| Moon and Kim(2001)         | *      |     | *       | *       | *          | *     |
| Bapna et al.(2004)         | *      | *   | *       |         |            | *     |

인터넷 경매 사이트는 상호 작용성을 기초로 하기 때문에 시스템 보안이나 개인 정보 보호와 같은 신뢰도와 거래 안전의 제도적 정책 그리고 원활한 관계 형성과 같은 요인들이 인터넷 경매 수용에 중요한 영향을 미칠 수 있다. 이와 같은 점을 감안하여 본 연구는 인터넷 경매의 제도적 구조, 신뢰도 및 사이트 흥미성 요인이 지각된 유용성과 지각된 이용 용이성에 어떤 영향을 미치며 궁극적으로 이용 의도에 어떠한 영향을 미치는지를 파악하는데 초점을 두고 연구모형을 구축하였다. <그림 1>은 지금까지 언급된 내용들을 중심으로 본 연구에서 구축된 연구모형을 보여주고 있다.



<그림 1> 연구 모형

## 2.2 가설 설정

### 2.2.1 사이트 흥미성

사이트 흥미성은 구매 과정의 흥미, 흥미로운 이벤트 및 정보교환의 관계형성 등의 요인으로 구성된다. 구매과정의 흥미성은 인터넷 경매에서 제품 입찰과 관련된 사항을 중심으로 제품구매와 관련된 포인트, 이벤트, 정보교환 및 동호회활동 등과 관련이 있다(Vulkan and Preist, 2003). 즉 사용자들이 인터넷 경매에서 상품구매로 인한 포인트, 흥미로운 이벤트, 공동의 관심사 및 정보교환을 통한 관계형성들을 측정하는 것이다. 따라서 구매과정에서 제품 구매 결과보다는 제품 구매 과정과 관련된 부가활동에 초점을 맞추고 있다.

인터넷 경매에서 가격은 고정되어 있지 않고 구매자의 의도에 따라서 변경될 수 있기 때문에 쇼핑몰에서 제공하지 못하는 재미를 제공할 수 있다. 특히 판매자는 가능한 높은 가격을 받으려고 하고 구매자는 되도록 싼 가격에 구매하려는 심리적 특성 때문에 입찰자들은 미묘한 긴장감을 느끼게 된다(Ward and Clark, 2002).

정보 교환을 통한 관계 요인은 인터넷 경매를 통해 관심사가 비슷한 사람들과의 정보교환이나 동호회 활동을 하는 것이다. Bapna et al.(2004)은 소비자에게 쇼핑은 일종의 사회적 경험이며 따라서 사회적 경험은 친구와 쇼핑을 하는 것, 쇼핑시 판매원과 상호 작용 하고자 하는 욕구도 포함된다고 주장하였다. 실제 인터넷 경매업체 중 하나인 eBay의 경우에도 eBay의 성장을 가속화시킨 기폭제는 경매를 통해 판매자와 구매자가 서로 알게 되면서 형성된 친분 관계였다는 것이 밝혀졌다. 이러한 연구 결과들을 토대로 할 때 사이트 흥미성은 지각된 유용성, 지각된 이용 용이성 및 인터넷 경매 이용의도에 영향을 미칠 수 있으며 따라서 다음과 같은 가설을 도출할 수 있다.

*H1: 사이트 흥미성은 이용 의도와 양의 관계를 가질 것이다.*

*H2: 사이트 흥미성은 지각된 유용성과 양의 관계를 가질 것이다.*

*H3: 사이트 흥미성은 지각된 이용 용이성과 양의 관계를 가질 것이다.*

### 2.2.2 제도적 구조

McKnight and Chervany(2001)는 인터넷 banking에서 소비자가 e-channel의 불확실성을 자연스럽게 느낄 수 있기 때문에 필요한 제도적 장치에 의한 구조적 확신은 소비자의 신뢰를 구축하는데 중요한 요소가 된다고 주장하였다. 웹 거래에서 구조적 확신은 약속, 계약, 규제 및 보증과 같은 제도적 구조로 인해 성공적으로 신뢰를 형성케 하는 믿음으로 정의될 수 있고, 이러한 구조적 확신은 웹 거래 초기에 신뢰 대상에 대한 정보가 불충분하기 때문에 신뢰 형성에 중요한 영향을 미칠 수 있다. 특히 이와 같은 구조적 환경들은 전자 상거래에 있어서 성공적 결과를 얻을 가능성을 높이기 위해서 반드시 필요한 믿음을 의미한다.

대부분 웹 거래 기업들이 거래의 안전장치로 신용도 평가, 대금 중계, 물품 배송 및 보험 등을

제공하고 있는데 이러한 서비스들은 제도적 구조에 해당한다고 볼 수 있다. Gefen et al.(2003)은 웹 거래 환경에서 거래 당사자들간 완전한 신뢰 관계를 구축하는 것이 필요하다고 역설하면서, 이러한 관계 구축을 위해 몇 가지 요구 조건이 충족되어야 한다고 주장하였다. 이와 같은 요인들은 첫째, 거래 당사자들이 직접적으로 알지 못한다면 서로간 신뢰할 수 있는 제3자의 개입이 필요하고, 둘째, 거래의 모든 과정에 필요한 정보 및 자료가 제시되어야 하며, 셋째, 서로가 수용할 수 있는 최소한의 법적 요건이 구체화되어야 된다고 주장하였다.

이와 함께 선행연구들(Stafford and Stern, 2002; Bapna et al., 2004)은 제도적 특성을 제도의 구조적 확신감으로 정의하고 거래안전성에 대한 홍보, 금전적 손실에 대한 보장, 개인 정보 보호 정책의 명확성 및 환불 절차 설명의 명확성 등으로 구성된다고 주장하였다. 따라서 전자 거래에서 제3자 기관의 인증과 법적 제도는 고객의 신뢰형성에 영향을 미칠 수 있는 중요한 환경적, 상황적 요인으로 생각할 수 있다(Oh, 2002). 즉 인터넷 경매와 관련된 제도적 구조가 충분히 구축되었을 경우 관련 웹사이트에 관한 지각된 유용성과 지각된 이용 용이성에 긍정적 효과를 초래할 수 있다. 또한 제도적 구조가 잘 구축되면 인터넷 경매사이트를 이용하고자 하는 의도에 긍정적 영향을 줄 수 있다. 따라서 본 연구에서는 제도적 구조요인을 매개변수의 역할보다는 독립변수로 설정하여 종속변수들에 영향을 미칠 수 있음을 가정하였으며 다음과 같은 가설을 설정하였다.

- H4: 제도적 구조는 지각된 유용성과 양의 관계를 가질 것이다.
- H5: 제도적 구조는 이용 의도와 양의 관계를 가질 것이다.
- H6: 제도적 구조는 지각된 이용 용이성과 양의 관계를 가질 것이다.

### 2.2.3 신뢰도

Gefen et al.(2003)은 고객의 신뢰도는 주어진 상황과 관련된 위험 정도에 영향을 받을 수 있다고 주장하였다. 그러므로 신뢰도는 웹 판매자들의 기회적 행태에 대해 고객들이 위험에 노출될 가능성을 줄일 수 있기 때문에 경영학관련 거래 환경에서 매우 중요한 요인으로 고려되고 있다. 신뢰는 어느 정도의 불확실성이 존재한다는 것을 전제 조건으로 하기 때문에 고객들이 웹 판매자들에게 의지해야 할 때, 웹 판매자의 특성과 같은 행동과학적 불확실성 및 기술적 하부구조와 같은 환경적 불확실성을 고려해야 된다는 것을 의미한다.

Vulkan and Preist(2003)는 전자 경매에서 신뢰는 웹판매자가 기회주의적으로 행동할 가능성과 관련된 행동과학적 불확실성 및 위험을 줄일 수 있다고 주장하였다. 일반적으로 사람들은 상대방을 신뢰할 때 그들이 믿고 있는 것처럼 상대방이 행동할 것이라고 생각하며 또한 사람간 관계의 복잡성을 감소시켜 줄 것이라고 생각한다. 웹 판매자는 암호거래, 방화벽 설치, 인증 절차 및 전자 서명과 같은 방법을 이용하여 하부구조와 관련된 불확실성을 줄일 수 있다(Lee and Turban, 2001). 고객들은 신뢰감을 통하여 거래 상황을 이해하게 되고 웹 판매자들과의 거래를 좀 더 용이하게 진행시킬 것이다. 반면에 신뢰감이 부족하면 고객들은 거래과정에 대한 모든 면

들에 대해 주의를 기울이게 되고 따라서 더욱 많은 시간과 노력을 필요로 하게 될 것이다.

웹사이트는 소비자와의 거래에서 진실하고, 소비자를 위하여 최선을 다하고 있다는 믿음을 주는 것이 중요하다. 특히 거래 웹사이트가 웹 거래에 필요한 충분한 기술을 가지고 있는지 여부와 웹사이트가 전자 거래의 역할을 효율적으로 수행 할 수 있도록 구축되었다고 믿음을 주는 것이 중요하다. 특히 웹사이트가 다양한 제품을 구비하고 있으며 기술적으로 잘 구축된 웹사이트라는 인식을 소비자에게 주는 것이 중요하다(Standifird et al., 2004). Stafford and Stern(2002)은 인터넷 경매의 신뢰관계는 경매인, 판매자, 구매자 사이의 신뢰관계에 의해 구축된다고 주장하면서 경매인과 판매자, 경매인과 구매자사이의 신뢰 관계를 확고하게 구축하는 것이 인터넷 경매의 신뢰를 확고하게 하는 방법이라고 주장하였다.

인터넷 경매는 경매업체가 제품을 판매하는 것이 아니고 개인 대 개인으로 제품을 판매한다는 점에서 쇼핑몰보다 신뢰요인이 더욱 중요하다고 볼 수 있다(Standifird et al., 2004). 특히 Ward and Clark(2002)은 신뢰의 결핍이 인터넷 소비자 시장의 잠재력에 대한 중요한 장애 요인이라고 주장하였다. 따라서 이러한 연구결과들을 토대로 다음과 같은 가설을 수립해 볼 수 있다.

*H7: 신뢰도는 지각된 유용성과 양의 관계를 가질 것이다.*

*H8: 신뢰도는 지각된 이용 용이성과 양의 관계를 가질 것이다.*

*H9: 신뢰도는 이용 의도와 양의 관계를 가질 것이다.*

## 2.2.4 지각된 유용성 및 지각된 이용용이성

TAM모형은 여러 분야의 정보시스템 이용과 관련된 측정도구들을 가지고 있고 또한 이들 도구들은 정보시스템과 관련된 여러 분야에서 정확성을 가지고 있는 것으로 나타나 많은 연구자들의 관심을 끌고 있다. 예를 들면 Kim and Prabhakar(2000)는 전자 거래 수용에 대한 웹사이트 이용 태도의 영향을 검증하였고, Bhattacharjee and Premkumar(2004)는 웹사이트 이용에서 지각된 유용성과 지각된 이용 용이성의 영향력을 검증하였다.

Lee and Turban(2001)은 웹거래에서 거래 의도는 전자 거래의 구매자들이 웹판매자와 온라인 거래 관계를 형성하고자 하는 의도로 정의하였다. 온라인 거래 과정에 따르면 구매자들은 B2C거래를 시도하고자 하는 의도에 의해 웹사이트에서 정보를 획득 및 교환하며 궁극적으로 제품 및 서비스를 구입함으로써 거래를 완료하게 된다. Jarvenppa and Todd(1997)는 합리적 행동 모형을 웹 쇼핑 구매에 적용하여, 인터넷 판매자로부터 유발되는 소비자의 구매 의도는 소비자의 태도에 영향을 받고, 이러한 태도는 소비자의 신뢰를 일으키는 판매자의 신념에 의해 영향을 받는다고 주장하였다.

Pavlou(2003)는 연구모형에서 인터넷 기술 수용에 영향을 미치는 지각된 유용성과 지각된 이용 용이성의 두 가지 외부변수를 주요변수로 설정하였다. TAM모형에 따르면 지각된 유용성과 지각된 이용 용이성은 새로운 기술을 이용하는데 있어 이용자 태도에 중요한 영향을 미치게 되고, 새로운 기술을 사용하고자 하는 행위의도는 태도와 지각된 유용성과 깊은 관련이 있다.

특히 지각된 유용성은 지각된 이용 용이성보다 행위의도에 보다 더 직접적 영향을 미치는데, 이는 기술을 사용하는 초기에는 기술에 대한 용이성도 유용성과 함께 행위의도에 있어 직접적 영향을 미치지만, 시간이 경과됨에 따라 이용자가 기술이용에 점차 익숙해지게 되고 행위의도에 미치는 영향력도 약해지기 때문이다(Heijden, 2004). Gefen et al.(2003)은 웹쇼핑 행동을 연구하면서 지각된 이용 용이성은 지각된 유용성에 매우 유의한 영향력을 미친다고 주장하였다. 본 연구에서는 이러한 연구결과들을 토대로 지각된 유용성, 지각된 이용용이성 및 이용의도간의 관계에 대해 아래와 같은 가설을 설정하였다. <표 2>는 본 연구에서 설정된 가설에 대한 근거가 되는 선행연구들을 요약한 것이다

H10: 지각된 이용 용이성은 지각된 유용성과 양의 관계를 가질 것이다.

H11: 지각된 유용성은 이용 의도와 양의 관계를 가질 것이다.

H12: 지각된 이용 용이성은 이용 의도와 양의 관계를 가질 것이다.

### Ⅲ. 조작적 정의 및 자료수집

<표 3>은 연구모형에 언급된 변수들의 조작적 정의를 나타낸 것이다. 제시된 변수들 중 제도적 구조는 ‘보증, 규칙, 약속, 계약과 관련된 구조적 확신감 정도’로 정의하였다. 보호장치의 구축, 금전적보상, 개인정보 보호 및 품질보증 제도 구축 항목은 관련문헌으로부터 추출되었고 다른 항목들은 연구자들에 의해 개발되었다. 신뢰도는 ‘보안, 프라이버시에 대한 고객들의 위협에 노출될 가능성을 줄일 수 있는 정도’로 정의하였으며 모든 항목들이 관련문헌으로부터 추출되었다. 사이트 흥미성은 ‘구매과정이 흥미로우며 공동의 관심사를 추구하며, 정보교환을 통한 관계가 원활한 정도’로 정의하였으며 관계형성 및 동호회 활동 관련 항목들은 개발되었으며 다른 항목들은 관련문헌으로부터 추출되었다.

한편 지각된 유용성은 ‘사람들이 인터넷 경매 사이트를 사용하는데 노력을 경주하는 정도’로 정의하였으며 모든 항목들은 관련문헌으로부터 추출하여 본 연구에 맞게 수정·보완되었다. 지각된 이용 용이성은 ‘인터넷 경매 사이트를 사용하는데 쉬울 것이라고 소비자가 믿는 정도’로 정의하였으며 모든 항목들은 관련문헌으로부터 추출하여 수정·보완되었다. 그리고 이용의도는 ‘경매 사이트에서의 재구매 의도의 정도’로 정의하였으며 관련문헌으로부터 추출하여 수정·보

<표 2>가설 도출과 관련된 선행 연구

| 가설                                      | 관련선행연구                  |
|---|-------------------------|
| H1: 사이트 흥미성은 이용 의도와 양의 관계를 가질 것이다.      | Vulkan and Preist(2003) |
| H2: 사이트 흥미성은 지각된 유용성과 양의 관계를 가질 것이다.    | Ward and Clark(2002)    |
| H3: 사이트 흥미성은 지각된 이용 용이성과 양의 관계를 가질 것이다. | Bapna et al.(2004)      |



|  |   |
|--|---|
| H4: 제도적 구조는 지각된 유용성과 양의 관계를 가질 것이다.      | McKnight and Chervany(2001)                     |
| H5: 제도적 구조는 이용 의도와 양의 관계를 가질 것이다.        | Gefen et al.(2003)                              |
| H6: 제도적 구조는 지각된 이용 용이성과 양의 관계를 가질 것이다.   | Stafford and Stern(2002)<br>Oh(2002)            |
| H7: 신뢰도는 지각된 유용성과 양의 관계를 가질 것이다.         | Gefen et al.(2003)                              |
| H8: 신뢰도는 지각된 이용 용이성과 양의 관계를 가질 것이다.      | Vulkan and Preist(2003)                         |
| H9: 신뢰도는 이용의도와 양의 관계를 가질 것이다.            | Lee and Turban(2001)<br>Standifird et al.(2004) |
| H10: 지각된 이용 용이성은 지각된 유용성과 양의 관계를 가질 것이다. | Bhattacharjee and Premkurnar (2004)             |
| H11: 지각된 유용성은 이용의도와 양의 관계를 가질 것이다.       | Lee and Turban(2001)                            |
| H12: 지각된 이용 용이성은 이용의도와 양의 관계를 가질 것이다.    | Pavlou(2003)<br>Gefen et al.(2003)              |

<표 3>변수의 조작적 정의

| 변수         | 항목                 | 조작적정의  | 관련 문헌  |
|------------|--------------------|--|--|
| 제도적구조      | IBA1-IBA6<br>6개 문항 | <ul style="list-style-type: none"> <li>· 보호장치의 구축</li> <li>· 금전적 손실 보장</li> <li>· 고객의 개인정보 보호</li> <li>· 제품환불의 만족</li> <li>· 품질보증제도 구축</li> <li>· 기술 및 법적인 환경 만족</li> </ul>    | McKnight and Chervany (2001)<br>Gefen et al.(2003)<br>Stafford and Stern(2002)<br>Oh(2002)       |
| 신뢰도        | TR1-TR6<br>6개 문항   | <ul style="list-style-type: none"> <li>· 경매업자의 신뢰</li> <li>· 경매업자의 의무이행</li> <li>· 경매거래행위 이행</li> <li>· 새로운 보안기술 사용</li> <li>· 금전적인 보안 기술 사용</li> <li>· 잘 구축된 경매사이트</li> </ul> | Gefen et al.(2003)<br>Vulkan and Preist(2003)<br>Lee and Turban(2001)<br>Standifird et al.(2004) |
| 사이트<br>흥미성 | SP1-SP6<br>6개 문항   | <ul style="list-style-type: none"> <li>· 제품구매의 포인트화</li> <li>· 구매과정의 흥미</li> <li>· 흥미로운 이벤트</li> <li>· 공동의 관심사</li> <li>· 정보교환을 통한 관계형성</li> <li>· 활발한 동호회활동</li> </ul>        | Vulkan and Preist(2003)<br>Ward and Clark(2002)<br>Bapna et al.(2004)                            |

|              |                  |   |  |
|--------------|------------------|---|--|
| 자각된<br>유용성   | PU1-PU5<br>5개 문항 | <ul style="list-style-type: none"> <li>· 구매 행위 향상</li> <li>· 생산성 향상</li> <li>· 효율성 증대</li> <li>· 인터넷경매의 유용성</li> <li>· 업무의 용이성</li> </ul>               | Bhattacharjee and<br>Premkumar(2004)<br>Lee and Turban(2001)<br>Pavlou(2003)<br>Gefen et al.(2003) |
| 지각된<br>이용용이성 | PE1-PE5<br>5개 문항 | <ul style="list-style-type: none"> <li>· 정신적 노력감소</li> <li>· 명확하고 용이한 이해</li> <li>· 원하는 정보 쉽게 확보</li> <li>· 이용의 용이성</li> <li>· 숙련된 수준에 쉽게 접근</li> </ul> | Bhattacharjee and<br>Premkumar(2004)<br>Lee and Turban(2001)<br>Pavlou(2003)<br>Gefen et al.(2003) |
| 이용의도         | IU1-IU2<br>2개 문항 | <ul style="list-style-type: none"> <li>· 지속적 이용의향</li> <li>· 지속적 제품입찰 의향</li> </ul>   | Pavlou(2003)<br>Gefen et al.(2003)   |

완 되었다. 특히 ‘지속적 이용의향’ 항목은 경매 사이트의 이용의도를 의미하도록 정의되었으며 ‘지속적 제품 입찰의향’은 경매 사이트에서 경매에 대한 참여의도를 의미하도록 정의되었다. 제도적 구조, 신뢰도 및 사이트 흥미성 요인은 각각 6개 항목, 지각된 유용성과 지각된 이용 용이성요인은 각각 5개 항목 그리고 이용의도 요인은 2개 항목으로 구성되었다. 이와 함께 설문지의 첫 번째 부분은 응답자의 인적사항과 관련된 부분으로 응답자의 성별, 나이, 학력, 인터넷 사용 경력, 인터넷 사용 시간 및 인터넷 경매 경험으로 구성되었다. 변수들 중 인적 사항을 제외한 각각의 항목들은 7단계 Likert척도로 구성되었으며 이와 같은 항목들은 경매 사이트에 대한 인지적 느낌을 중심으로 표시하도록 하였다.

본 연구의 자료수집을 위하여 저자들과 관계가 있으며 전국에 걸쳐 있는 주요 온라인 사이트 운영자들을 통하여 무작위로 설문대상자들을 선정하였다. 설문자들은 사전에 경매 사이트 경험 유무를 확인하여 경매 사이트를 경험한 사용자들을 설문대상자로 선정하였다. 이와 같이 선정된 설문자들을 대상으로 온라인 및 오프 라인에서 연구의 목적, 연구 방법 및 설문 내용을 설명한 뒤 설문에 응해주도록 요청하였다. 또한 설문 응답자들의 성의를 유도하기 위해 설문 응답을 마친 뒤 소정의 사례비를 지급하였다. 전체 500부를 회수하여 그 중에서 무응답 혹은 특정 번호에만 집중적으로 응답한 설문지 등 불성실하다고 판단된 114부를 제외한 나머지 386부가 본 연구의 분석 자료로 사용되었다.

가설 검정을 위하여 Windows용 SPSS version 10.0과 AMOS 4.0 통계 프로그램을 이용하여 분석하였다. 설정된 가설들을 검증하기 위하여 통계학의 구조방정식모형(structural equation model)을 이용하였다. 본 연구의 가설에서 나타난 각각의 변수들은 여러 개의 항목들로 구성되어 있으며, 변수들은 구조 방정식 모형에서 언급되는 “비가시적 변수(latent variable)”로 생각될 수 있고, 따라서 구조 방정식 모형을 이용하여 본 연구에서 제기된 가설들을 효율적으로 검증할 수 있을 것이다.

## IV. 분석결과

### 4.1 응답자의 인구 통계적 특성

본 연구의 설문에 응답한 응답자들의 표본 구성을 <표 4>에 나타내었다. 먼저 성별에서는 남자 비율이 55%로 여자 비율 45%보다 많은 것으로 나타났으며, 나이에서는 20대가 57%정도 되는 것으로 나타났다. 학력에서는 대재 24%, 대졸 54% 그리고 대학원졸 16%비율을 차지하고 있는 것으로 나타났다. 인터넷 사용 경력에서는 전체 표본의 94%가 2년이상 사용한 것으로 나타났으며 이는 인터넷 사용이 어느 정도 일반화되었음을 의미한다고 볼 수 있으며, 인터넷 사용시간은 대부분 하루 2시간이상 사용하고 있는 것으로 나타났다.

### 4.2 모형검정

구조방정식 모형을 분석하기 위해서는 수집자료가 가설 검정에 필요한 개념을 얼마나 정확하게 측정하고 있는가를 알아보기 위하여 항목들에 대한 설명적 요인분석, 타당성분석, 신뢰성분석 및 확인적 요인분석을 필요로 한다. 개발된 6개 요인 30개 문항에 대한 설명적 요인분석을 한 결과를 <표 5>에 나타내었다. 제시된 바와 같이 요인6을 제외한 나머지 5개 차원의 요인이 eigen 값이 1.0 이상으로 적절하게 추출되었다. 그리고 신뢰성 검정을 위하여 cronbach  $\alpha$  값을 구하였

<표 4> 응답자의 표본구성

| 구분        | 빈도수    | 퍼센트 |       |
|-----------|--------|-----|-------|
| 성별        | 남      | 214 | 55.0  |
|           | 여      | 172 | 45.0  |
|           | 합계     | 386 | 100.0 |
| 나이        | 20대    | 204 | 57.0  |
|           | 30대    | 142 | 36.0  |
|           | 40대    | 40  | 7.0   |
|           | 합계     | 386 | 100.0 |
| 학력        | 고졸     | 27  | 6.0   |
|           | 대재     | 96  | 24.0  |
|           | 대졸     | 211 | 54.0  |
|           | 대학원졸   | 52  | 16.0  |
|           | 합계     | 386 | 100.0 |
| 인터넷 사용 경력 | 6개월미만  | 1   | 0.3   |
|           | 6개월-1년 | 5   | 1.3   |
|           | 1년-2년  | 17  | 4.4   |
|           | 2년이상   | 363 | 94.0  |
|           | 합계     | 386 | 100.0 |

|           |         |     |       |
|-----------|---------|-----|-------|
|           | 30분미만   | 20  | 5.2   |
|           | 30분-1시간 | 67  | 17.4  |
| 인터넷 사용 시간 | 1시간-2시간 | 115 | 29.8  |
|           | 2시간이상   | 184 | 47.7  |
|           | 합계      | 386 | 100.0 |

<표 5> 설명적 요인분석과 신뢰성분석

| 구분                | 요인1    | 요인2    | 요인3    | 요인4    | 요인5    | 요인6    | 포함여부 |
|-------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|------|
| 신뢰도               | TR1    | 0.630  |        |        |        |        | 포함   |
|                   | TR2    | 0.720  |        |        |        |        | 포함   |
|                   | TR3    | 0.652  |        |        |        |        | 포함   |
|                   | TR4    | 0.744  |        |        |        |        | 포함   |
|                   | TR5    | 0.787  |        |        |        |        | 포함   |
|                   | TR6    | 0.599  |        |        |        |        | 포함   |
| 지각된<br>유용성        | PU1    |        | 0.750  |        |        |        | 포함   |
|                   | PU2    |        | 0.800  |        |        |        | 포함   |
|                   | PU3    |        | 0.627  |        |        |        | 포함   |
|                   | PU4    |        | 0.349  |        |        |        | 탈락   |
|                   | PU5    |        | 0.458  |        |        |        | 포함   |
| 제도적<br>구조         | IBA1   |        | 0.803  |        |        |        | 포함   |
|                   | IBA2   |        | 0.802  |        |        |        | 포함   |
|                   | IBA3   |        | 0.715  |        |        |        | 포함   |
|                   | IBA4   |        | 0.466  |        |        |        | 포함   |
|                   | IBA5   |        | 0.039  |        |        |        | 탈락   |
|                   | IBA6   |        | 0.182  |        |        |        | 탈락   |
| 사이트<br>흥미성        | SP1    |        |        | 0.508  |        |        | 포함   |
|                   | SP2    |        |        | 0.744  |        |        | 포함   |
|                   | SP3    |        |        | 0.759  |        |        | 포함   |
|                   | SP4    |        |        | 0.647  |        |        | 포함   |
|                   | SP5    |        |        | 0.062  |        |        | 탈락   |
|                   | SP6    |        |        | 0.087  |        |        | 탈락   |
| 지각된<br>이용<br>용이성  | PE1    |        |        |        | -0.021 |        | 탈락   |
|                   | PE2    |        |        |        | 0.547  |        | 포함   |
|                   | PE3    |        |        |        | 0.596  |        | 포함   |
|                   | PE4    |        |        |        | 0.712  |        | 포함   |
|                   | PE5    |        |        |        | 0.665  |        | 포함   |
| 이용<br>의도          | IU1    |        |        |        |        | 0.687  | 포함   |
|                   | IU2    |        |        |        |        | 0.871  | 포함   |
| 고유치               | 8.24   | 2.39   | 1.44   | 1.14   | 1.11   | 0.91   |      |
| 설명분산(%)           | 34.33  | 9.98   | 6.01   | 4.75   | 4.63   | 3.80   |      |
| 누적분산(%)           | 34.33  | 44.32  | 50.33  | 55.09  | 59.73  | 63.53  |      |
| Cronbach $\alpha$ | 0.8679 | 0.8339 | 0.8080 | 0.8319 | 0.7651 | 0.8106 |      |

는데, 대체적으로 0.8을 초과하고 있어서 내적 일관성이 있음을 확인할 수 있다.

설명적 요인분석의 적재 값(loadings score)을 살펴보면 신뢰도 요인에 속하는 모든 항목들이 만족스럽게 포함되었으며 이용 의도에 속하는 모든 항목들도 만족스럽게 포함되는 것으로 나타났다. 또한 지각된 유용성에 속하는 항목들 중 PU4항목이 제외되었으며 제도적 구조에 속하는 항목들 중 IBA5항목과 IBA6항목이 제외되었다. 그리고 사이트 흥미성에 속하는 항목들 중 SP5항목과 SP6항목이 제외되는 것으로 나타났다. 마지막으로 지각된 이용 용이성에 속하는 항목들 중 PE1항목이 제외되는 것으로 나타났다.

특히 제도적 구조와 사이트 흥미성에 속하는 항목들이 많이 제외되는 것은 이들 항목들이 다른 요인들에 속할 가능성이 있음을 의미한다. 따라서 본 연구에서는 이와 같은 항목들을 제외하였으나 추후 인터넷 경매와 관련된 실증적 연구 결과가 일반화되면 이들 항목들이 다른 요인에 속할 수 있는 가능성을 고려한 추후 연구가 필요할 것이다.

수렴 타당성(convergent validity)이란 어떤 구성개념을 측정하기 위해 상이한 방법의 지표가 사용되는 경우에도 유사한 결과가 유의하게 나와야 한다는 것을 의미한다. 즉, 동일한 개념을 측정하는 요소들 간에는 상관이 높고 다른 개념들간의 상관이 낮을수록 수렴 타당성이 높은 것으로 판단된다. 수렴 타당성은 일반적으로 각 요인의 판별요인의 적재 값으로 측정되고 적재 값이 유의하면 수렴 타당성이 있는 것으로 판단된다(Anderson and Gerbing, 1988). <표 6>에 나타난 것처럼, Fornell and Larcker(1981)는 확인적 요인분석으로부터 항목 적재치( $\lambda$ )값에 근거하여 계산한 내적 일관성 값으로 측정타당성을 평가할 수 있다고 하였는데 이 값은 특정지표의 종합적 신뢰도를 나타낸다. 개념 신뢰도가 0.7이상의 값을 보여 기준을 충족하고 있으며, 구성 개념에 대한 관련 항목 적재치( $\lambda$ )값의 t값이 대부분 1.96을 넘고 있어 변수들의 집중 타당성이 있는 것으로 판단할 수 있다. 특히 <표 6>에 나타난 것처럼 각 항목들 적재 값은 모두 유의수준 0.01에서 유의한 것으로 나타났으며, 따라서 본 연구에서 사용된 설문 문항들은 수렴 타당성이 있는 것으로 판단할 수 있다.

확인된 변수들에 대해 추가적으로 척도들이 해당 요인들에 대한 대표성을 갖는지를 평가하기 위하여 요인 신뢰성(construct reliability)와 평균 분산 추출(average variance extracted)값을 계산하였으며 계산 결과를 <표 7>에 나타내었다. 일반적으로 요인 신뢰성의 권장 기준은 0.7이상이며 평균 분산 추출 값의 기준치는 0.5이상이다.

요인 신뢰성 값은 <표 7>에서 나타난 바와 같이 모두 기준치인 0.7이상을 초과한 것으로 나타났으며 평균 분산 추출값도 지각된 이용 용이성(0.43)과 사이트 흥미성(0.42) 그리고 제도적 구조(0.49)를 제외하고는 모두 기준치를 초과한 것으로 나타났다. 그러나 제도적 구조의 경우 그 값이 기준치에 가깝기 때문에 연구 수준에서 수용할 수 있다고 볼 수 있다.

<표 8>은 기준 타당성 검증을 위한 상관 관계 분석 결과이다. 기준 타당성(criterion-related validity)은 하나의 속성이나 개념의 상태에 대한 측정이 미래 시점에 있어서의 다른 속성이나 개념의 상태 변화를 예측하는 능력을 의미한다. 본 연구에서는 사이트 흥미성, 제도적 구조, 신뢰도, 지각된 유용성, 지각된 이용 용이성 및 이용 의도간 기준 타당성을 검증하기 위해서 상관 관

계 분석을 실시하였다. 상관 관계 분석결과를 살펴보면, <표 8>에 나타난 바와 요인들 간의 상관관계가  $\alpha=0.01$ 에서 모두 유의한 것으로 나타나 기준 타당성을 만족하는 것으로 나타났다.

<표 6> 확인적 요인분석

| 구분               | 요인1  | 요인2     | 요인3     | 요인4     | 요인5     | 요인6     |
|------------------|------|---------|---------|---------|---------|---------|
| 사이트<br>흥미성       | SP1  | 0.974** |         |         |         |         |
|                  | SP2  | 1.000   |         |         |         |         |
|                  | SP3  | 0.704** |         |         |         |         |
|                  | SP4  | 0.864** |         |         |         |         |
| 제도적<br>구조        | IBA1 |         | 0.993** |         |         |         |
|                  | IBA2 |         | 1.000   |         |         |         |
|                  | IBA3 |         | 0.954** |         |         |         |
|                  | IBA4 |         | 0.649** |         |         |         |
| 신뢰도              | TR1  |         |         | 0.761** |         |         |
|                  | TR2  |         |         | 0.970** |         |         |
|                  | TR3  |         |         | 1.000   |         |         |
|                  | TR4  |         |         | 0.863** |         |         |
|                  | TR5  |         |         | 0.964** |         |         |
|                  | TR6  |         |         | 0.991** |         |         |
| 지각된<br>유용성       | PU1  |         |         |         | 0.887** |         |
|                  | PU2  |         |         |         | 1.000   |         |
|                  | PU3  |         |         |         | 0.990** |         |
|                  | PU5  |         |         |         | 0.820** |         |
| 지각된<br>이용<br>용이성 | PE2  |         |         |         |         | 0.788** |
|                  | PE3  |         |         |         |         | 1.000   |
|                  | PE4  |         |         |         |         | 0.712** |
|                  | PE5  |         |         |         |         | 0.694** |
| 이용<br>의도         | IU1  |         |         |         |         | 1.000   |
|                  | IU2  |         |         |         |         | 0.794** |

\*\*표시:  $p < 0.01$

<표 7> 요인 신뢰성(CR) 및 평균 분산 추출값(AVE)

| 요인                 | 측정항목                     | Estimate | t      | CR <sup>1</sup> | AVE <sup>2</sup> |
|--------------------|--------------------------|----------|--------|-----------------|------------------|
| 사이트                | 제품구매의 포인트화(SP1)          | 0.699    | 11.166 | 0.7441          | 0.4230           |
|                    | 구매과정의 재미(SP2)            | 0.691    | -      |                 |                  |
| 흥미성<br>(SP)        | 재미있는 이벤트가 많음(SP3)        | 0.550    | 9.175  |                 |                  |
|                    | 나와 관심사가 비슷한 사람이 많음(SP4)  | 0.651    | 10.582 |                 |                  |
| 제도적<br>구조<br>(IBA) | 경매거래행위 보호 장치 구축(IBA1)    | 0.757    | 13.132 | 0.7901          | 0.4917           |
|                    | 금전적 손실보장 대책(IBA2)        | 0.723    | -      |                 |                  |
|                    | 개인정보 및 거래행위보호장치 구축(IBA3) | 0.790    | 13.548 |                 |                  |
|                    | 제품 환불과정의 설명 만족(IBA4)     | 0.497    | 8.853  |                 |                  |

| 요인                            | 측정항목                    | Estimate | t      | CR <sup>1</sup> | AVE <sup>2</sup> |
|-------------------------------|-------------------------|----------|--------|-----------------|------------------|
| 신뢰도<br>(TR)                   | 경매업자에게 적극적인 신뢰(TR1)     | 0.618    | 12.385 | 0.8685          | 0.5257           |
|                               | 경매업자와의 약속 및 의무 이행(TR2)  | 0.776    | 16.279 |                 |                  |
|                               | 경매거래행위를 성실히 이행(TR3)     | 0.802    | -      |                 |                  |
|                               | 새로운 보안기술 사용(TR4)        | 0.673    | 13.697 |                 |                  |
|                               | 금전적 보안장치 정보기술 사용(TR5)   | 0.726    | 15.001 |                 |                  |
|                               | 기술적으로 잘 구축된 경매사이트(TR6)  | 0.740    | 15.357 |                 |                  |
| 지각된<br>유용성<br>(PU)            | 쇼핑효율성 향상(PU1)           | 0.737    | 12.629 | 0.8045          | 0.5076           |
|                               | 쇼핑시간 단축(PU2)            | 0.692    | -      |                 |                  |
|                               | 귀중한 제품들을 값싸게 구매(PU3)    | 0.749    | 12.791 |                 |                  |
|                               | 업무의 효율성(PU5)            | 0.669    | 11.608 |                 |                  |
| 지각된<br>이용<br>용이성<br>(PE)      | 명확하고 쉬운 이해(PE2)         | 0.701    | 13.413 | 0.7517          | 0.4353           |
|                               | 원하는 제품을 쉽게 구입(PE3)      | 0.777    | -      |                 |                  |
|                               | 지침서 및 사용설명서 제공(PE4)     | 0.571    | 10.766 |                 |                  |
|                               | 숙련된 수준으로 이용이 용이(PE5)    | 0.566    | 10.666 |                 |                  |
|                               | 이 용 의 도 지속적인 제품 이용(IU1) | 0.860    | -      |                 |                  |
| 이 용 의 도 특정제품에 대한 지속적인 입찰(IU2) | 0.642                   | 9.078    | 0.7267 | 0.5758          |                  |

1. Construct reliability(CR) =  $(\sum \lambda_i)^2 / [(\sum \lambda_i)^2 + \sum \text{ivar}(\varepsilon_i)]$   
 2. Average Variance Extracted(AVE) =  $\sum \lambda_i^2 / [\sum \lambda_i^2 + \sum \text{ivar}(\varepsilon_i)]$   
 (  $\lambda_i$ 은 각 측정항목의 적재치를 나타내며,  $\text{var}(\varepsilon_i) = 1 - \lambda_i^2$ 임)

<표 8> 변수의 상관관계, 평균 및 표준편차

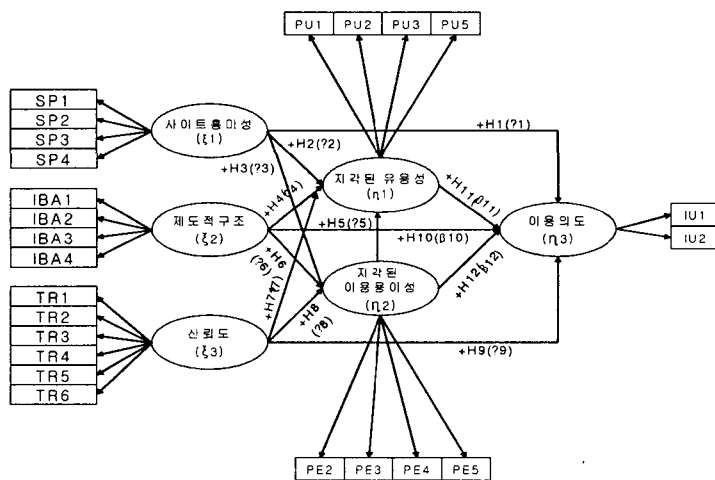
| 변수명          | 사이트<br>흥미성 | 제도적<br>구조 | 신뢰도   | 지각된<br>유용성 | 지각된<br>이용<br>용이성 | 이용 의도 | 평균    | 표준<br>편차 |
|--------------|------------|-----------|-------|------------|------------------|-------|-------|----------|
| 사이트<br>흥미성   | 1.000      |           |       |            |                  |       | 4.118 | .051     |
| 제도적<br>구조    | 0.274      | 1.000     |       |            |                  |       | 3.947 | .052     |
| 신뢰도          | 0.427      | 0.400     | 1.000 |            |                  |       | 4.028 | .047     |
| 지각된<br>유용성   | 0.473      | 0.313     | 0.463 | 1.000      |                  |       | 4.263 | .056     |
| 지각된<br>이용용이성 | 0.398      | 0.432     | 0.352 | 0.426      | 1.000            |       | 4.056 | .050     |
| 이용 의도        | 0.290      | 0.320     | 0.317 | 0.412      | 0.477            | 1.000 | 3.194 | .062     |

모든 상관계수가  $\alpha=0.01$ 수준에서 유의함

모형의 전반적 적합성을 살펴보면,  $\chi^2=647.514$ ,  $p=0.000$ ,  $d.f.(degrees\ of\ freedom)=237$ ,  $\chi^2/df=2.73$ ,  $GFI(goodness\ of\ fit\ index)=0.877$ ,  $AGFI(adjusted\ GFI)=0.845$ ,  $RMR(root\ mean\ square\ residual)=0.090$ ,  $NFI(normed\ fit\ index)=0.846$ ,  $RMSEA(root\ mean\ square\ error\ of\ approximation)=0.067$ 과 같이 도출되었다. 측정 모형에 대한 적합도 평가를 위하여 <표 9>에 측정모형의 적합도를 요약하여 나타내었다. 지금까지 모형 검증과 관련된 내용들을 종합하여 개발된 연구모형을 구조 방정식 모형 기호를 이용하여 나타낸 것이 <그림 2>이다.

<표 9>적합도 지수 측정 결과

| 적합도지수               | 평가기준                        | 모형적합도 결과 |
|---------------------|-----------------------------|----------|
| 자유도(df)             | 모수가 추정된 다음의 이용 가능한 정보 단위의 수 | 237      |
| 카이자승통계량( $\chi^2$ ) | 적을수록 바람직                    | 647.514  |
| 유의확률(p값)            | 0.05이상                      | 0.00     |
| $\chi^2/df$         | 3이하                         | 2.73     |
| 적합도지수(GFI)          | 0.9이상, 0.8양호                | 0.877    |
| 조정적합지수(AGFI)        | 0.9이상                       | 0.845    |
| 잔차제곱평균제곱근(RMR)      | 0.05이하                      | 0.090    |
| 표준적합지수(NFI)         | 0.9이상                       | 0.846    |
| 근사평균오차제곱근(RMSEA)    | 0.05이하                      | 0.067    |

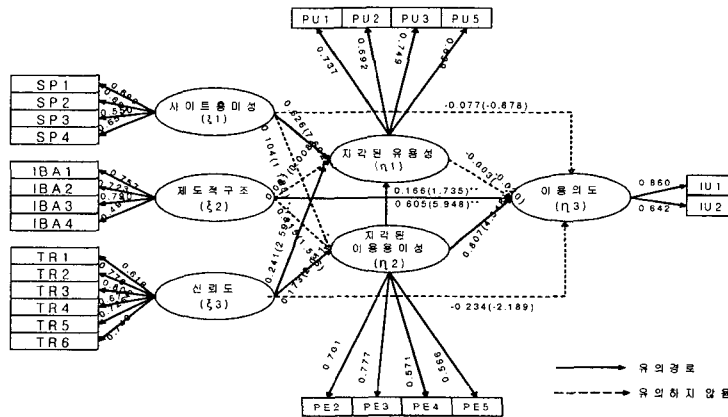


<그림 2>연구 모형에 대한 구조 방정식 모형



### 4.3 가설검정

수집된 데이터를 바탕으로 가설을 검정하기 위해 분석한 결과를 그림으로 나타낸 것이 <그림 3>이다. 이와 함께 <그림 3>의 분석 결과 중 가설설정과 관련된 부분을 요약하여 표준화 경로 계수, 표준오차 및 t값을 정리하면 <표 10>과 같다.



\*표시: p<0.05

실선표시는 유의한 경로계수이며, 점선은 유의하지 않은 경로계수임.

괄호밖은 경로계수값, 괄호안은 t값임.

<그림 3>구조 방정식 모형 분석 결과

<표 10>가설 검정의 분석 결과

| 가설  | 경로                   | 경로 명칭 | 경로계수 (표준화) | 표준 오차 | t값     | 가설 검정 |
|-----|----------------------|-------|------------|-------|--------|-------|
| 가설1 | 사이트 흥미성 → 이용의도       | Y31   | -0.077     | 0.134 | -0.678 | 기각    |
| 가설2 | 사이트 흥미성 → 지각된 유용성    | Y11   | 0.626      | 0.090 | 7.602* | 채택    |
| 가설3 | 사이트 흥미성 → 지각된 이용 용이성 | Y21   | 0.104      | 0.100 | 1.128  | 기각    |
| 가설4 | 제도적 구조 → 지각된 유용성     | Y12   | 0.001      | 0.085 | 0.008  | 기각    |
| 가설5 | 제도적 구조 → 이용의도        | Y32   | 0.166      | 0.109 | 1.735* | 채택    |
| 가설6 | 제도적 구조 → 지각된 이용 용이성  | Y22   | 0.115      | 0.078 | 1.536  | 기각    |

|      |                        |               |        |       |         |    |
|------|------------------------|---------------|--------|-------|---------|----|
| 가설7  | 신뢰도→<br>지각된 유용성        | $\gamma_{13}$ | 0.241  | 0.105 | 2.598*  | 채택 |
| 가설8  | 신뢰도→<br>지각된 이용 용이성     | $\gamma_{23}$ | 0.173  | 0.098 | 2.011*  | 채택 |
| 가설9  | 신뢰도→<br>이용의도           | $\gamma_{33}$ | -0.243 | 0.136 | -2.189* | 채택 |
| 가설10 | 지각된 이용 용이성→<br>지각된 유용성 | $\beta_{21}$  | 0.605  | 0.101 | 5.948*  | 채택 |
| 가설11 | 지각된 유용성→<br>이용의도       | $\beta_{31}$  | -0.003 | 0.180 | -0.020  | 기각 |
| 가설12 | 지각된 이용 용이성→<br>이용의도    | $\beta_{32}$  | 0.807  | 0.192 | 4.548*  | 채택 |

\*표시:  $p < 0.05$

<표 10>에 나타난 바와 같이 가설1은 기각, 가설2는 채택 및 가설3은 기각되었다. 가설1이 기각되었다는 것은 포인트화의 시행, 구매 과정의 흥미성 증대 및 동호회에서 원활한 행동을 하는 것은 인터넷 경매 이용 의도에 유의한 영향을 미치지 않는다는 것을 의미한다. 이와 같은 결과는 인터넷 경매 사이트 흥미성이 소비자의 이용의도를 더욱 높게 할 것이라는 사실과 상반된다고 볼 수 있다. 또한 사이트 흥미성이 지각된 유용성에 유의한 영향을 미친다는 사실은 구매과정의 흥미성 및 동호회에서 적극적 활동이 쇼핑 행위를 향상시키는데 직접적 영향을 미친다는 것을 의미한다.

<표 10>에 나타난 바와 같이 가설4와 가설6은 기각되었고 가설5는 채택되었다. 즉 제도적 구조는 지각된 유용성과 지각된 이용 용이성에 유의한 영향을 미치지 않고 이용의도에는 유의한 영향을 미침을 의미한다. 초기 연구 설계시 본 논문의 저자들은 제도적 구조가 지각된 유용성과 지각된 이용 용이성에 긍정적 영향을 줄 것이라 예상하였으나 실제 분석 결과는 제도적 구조가 지각된 유용성과 지각된 이용 용이성에는 영향을 미치지 못한 것으로 판명되었다. 그러나 경매 사이트의 제도적 구조는 경매사이트 이용 의도에 영향을 주기 때문에 사용자는 인터넷을 통한 금전적 거래의 경우에 제도적 안전 장치에 관심을 가지고 있다는 것을 알 수 있다.

<표 10>에 나타난 바와 같이 가설7, 가설8 및 가설9는 채택되었다. 즉 신뢰도는 지각된 유용성, 지각된 이용 용이성 및 이용 의도에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이와 같은 결과는 신뢰도는 웹 거래에서 유용성과 용이성에 영향을 줄 수 있다는 사실과 일치하며 또한 신뢰도는 거래 태도와 같은 TAM변수들과 이론적 및 실증적으로 관련이 있다고 볼 수 있다. 이와 같은 결과는 경매 사이트의 신뢰도가 높을수록 경매 사이트 이용의도가 높아진다는 것을 의미하며, 결과적으로 경매 사이트의 신뢰도가 높을수록 경매 참여도가 높다고 볼 수 있다.

이와 관련되어 Jarvenpaa and Tractinski(1999)는 웹사이트 신뢰도는 인터넷에서 구매의도를 촉진시키는 데에 중요한 역할을 하고 있다고 주장하였다. 그들은 신뢰도를 “소비자가 불리해지는 상황에서 판매자에게 의지하고 행동하려는 경향”으로 정의하고 인터넷 쇼핑몰에서 신뢰도가 형성될 경우 고객이 위협에 노출된 상황에서 판매자를 믿고 의지할 수 있음을 보여주고 있다. 또

한 그들은 신뢰도가 소비자의 인지적 위험을 감소시키고, 긍정적 태도를 형성하여 궁극적으로 온라인 구매의도를 증가시킨다고 주장하였다.

<표 10>에 나타난 바와 같이 가설10은 채택되었으며, 따라서 지각된 유용성은 지각된 이용 용이성에 유의한 영향을 미치는 것으로 볼 수 있다. 가설11은 기각되었으며, 지각된 유용성은 이용 의도에 유의한 영향을 미치지 않은 것으로 나타났다. 이러한 연구 결과는 지각된 유용성이 시스템 이용도에 직접적인 영향을 미치며 동시에 수용행동에도 직접적인 영향을 준다는 사실과 상반된 결과로 볼 수 있다. 마지막으로 가설12는 채택되었으며 지각된 이용 용이성은 이용의도에 매우 유의한 직접적 영향을 미치는 것으로 볼 수 있다.

Bhattacharjee and Premkumar(2004)는 일반적 컴퓨터시스템의 경우에 지각된 이용 용이성이 지각된 유용성에 영향을 미치는 것으로 보고 있으나 웹 브라우저 사용의 경우에는 부(-)의 영향을 미친다고 주장하였다. Moon and Kim(2001)은 웹 쇼핑 행동을 연구하면서 지각된 이용 용이성은 지각된 유용성에 매우 유의한 영향력을 미친다고 주장하였다. Zhu and Weyant(2003)은 지각된 유용성과 지각된 이용 용이성간의 회귀 분석 결과를 나타내면서 인터넷 쇼핑물의 특성변수들은 사용자들의 지각된 이용 용이성에 유의한 영향을 미치지 않는다고 주장하였다. 이와 같은 연구 결과를 요약하면 지각된 유용성 및 지각된 이용 용이성과 이용 의도간의 관계는 연구대상에 따라 다소 상반된 결과를 나타내고 있으며 따라서 보다 많은 추후 연구가 필요함을 의미한다고 볼 수 있다.

## V. 결론

본 연구는 인터넷 경매의 이용 의도에 영향을 미치는 요인들을 파악하여 경매 이용 의도를 효율적으로 예측할 수 있는 모형을 제시하고 평가하는 것을 주된 목적으로 설정하였다. 연구 모형에서 지각된 유용성과 지각된 이용 용이성 그리고 이용 의도와 같은 TAM변수들과 함께 사이트 흥미성, 제도적 구조 및 신뢰도와 같은 외부 변수들을 추가하여 연구모형을 제시하였다. 특히 인터넷 경매 이용 의도에 관한 선행 연구 결과를 논리적 기초로 하여 연구모형을 제시하고 그 모형에 근거하며 가설을 설정하고 검증하였다.

지금까지 선행연구들은 여러 종류의 IT에 대해 지각된 유용성, 지각된 이용용이성 및 이용의도와 같은 TAM변수들의 영향력을 검증하였으나 경매사이트와 같은 시스템에 대한 이같은 변수들의 영향력을 검증한 연구는 미흡하였다. 특히 사이트 흥미성, 제도적 구조 및 신뢰도와 같은 경매사이트의 이용의도에 매우 유의한 영향력을 미칠 것으로 생각되는 요인들을 포함하는 확장된 연구모형의 검증에는 미흡함이 있었다. 경매사이트는 다른 시스템에 비해 상대적으로 신뢰관련요인들이 이용의도에 중요한 영향을 미치고 따라서 이와 관련된 요인들의 영향력을 검증하는 것은 경매사이트의 이용률 확대에 중요한 지침서의 역할을 할수 있을 것이며, 이와 같은 측면에서 본 연구의 이론적 및 실질적 기여도가 있다고 보여진다. 본 연구의 분석결과를 요약하면 다음

과 같다.

첫째, 인터넷 경매의 이용 의도를 설명하기 위해 본 연구에서 제시한 모형의 전반적인 적합도 지수는 대체로 권장기준을 충족하고 있어 수용할만한 모형임을 알 수 있다. 이것은 이 모형에 도입된 변수들과 변수들간의 관계를 이용하여 인터넷 경매 이용 의도를 예측할 수 있다는 것을 의미한다.

둘째, 사이트 흥미성은 인터넷경매 이용의도에 유의한 영향을 미치지 않은 것으로 나타났다. 이는 인터넷 경매 사이트에서 구매과정의 흥미성 및 게시판이나 동호회에서 원활한 관계를 형성하는 것은 인터넷 경매 사이트 이용의도에 유의한 영향을 주지 못한다는 것을 의미한다. 특히 사이트 흥미성은 지각된 유용성에 매우 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 지각된 이용 용이성에는 유의한 영향을 미치지 못했다. 이와 같은 결과는 일부 연구자의 연구와 상반된 결과이며 따라서 추가 연구가 필요하다고 생각된다.

세째, 제도적 구조가 지각된 유용성과 지각된 이용용이성에 미치는 영향은 유의하지 않은 것으로 나타났다. 연구 설계 초기에 본 연구의 연구자들은 제도적 구조가 지각된 유용성과 지각된 이용 용이성에 긍정적인 영향을 줄 것이라 예상하였으나 실제 측정 결과는 이와 같은 추측을 뒷받침하지 못하는 것으로 나타났다. 그러나 제도적 구조는 이용 의도에 유의한 영향을 미치는 것으로 분석되었다. 즉 인터넷 경매 사이트의 제도적 구조는 사용자의 경매 사이트 이용 의도에 유의한 영향을 미치기 때문에 사용자는 인터넷을 통한 금전적 거래에서 제도적 보증과 제도적 안전 장치에 관심을 갖고 있다는 것을 알 수 있다.

마지막으로, 신뢰도는 지각된 유용성과 지각된 이용 용이성에 유의한 영향을 미치는 것으로 분석되었다. 이와 같은 결과는 신뢰도 요인은 전자 거래에서 유용성과 용이성에 영향을 줄 수 있다는 Gefen et al.(2003)의 주장과 어느 정도 일치하는 것으로 볼 수 있다. 또한 웹신뢰성은 이용 의도에 유의한 영향을 미치는 것으로 분석되었으며, 영향의 관계는 부(-)의 방향으로 나타났다. 따라서 인터넷 경매 사이트의 신뢰도가 높을수록 인터넷 경매 사이트 이용의도가 높아지는 것이 아님을 의미한다. 특히 지각된 유용성은 지각된 이용 용이성에 매우 유의한 영향을 미치는 것으로 분석되었고 지각된 유용성은 이용 의도에 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다.

본 연구는 외부 변수의 영향이 지각된 유용성과 지각된 이용 용이성에 어떠한 영향을 미치는가에 초점을 두고 있다. 따라서 추후에는 개인이 자발적으로 받아들이는 혁신기술을 연구함에 있어 지각된 유용성과 지각된 이용 용이성 등 개인들의 지각변수에 외부 변수들이 어떠한 인과 관계를 가지는가에 관한 보다 심도 있는 연구가 필요하다고 볼 수 있다. 특히 연구 결과 중 사이트 흥미성이 이용 의도와 지각된 이용 용이성에 유의한 영향을 미치지 못한 것과 제도적 구조가 지각된 유용성과 지각된 이용용이성에 유의하지 못한 것 그리고 지각된 유용성이 이용의도와 유의하지 못한 결과에 대해 추후 연구가 필요하다.

실증 분석을 통한 연구 이외에도 인터넷 경매사이트 사례 분석 그리고 IT변화에 따른 추세 분석과 프로토타입 모형 개발 분석을 통한 다양한 연구가 수행이 되어야 할 것이다. 본 연구에서는 인터넷 경매 이용의도의 결정 요인을 제시하고 이를 실증적으로 분석하였는데, 모형에 포함된

변수들간의 관계는 또 다른 제3의 변수에 의해 바뀔 수 있음을 고려해야 할 것이다. 특히 수익성 및 구전 효과와 같은 요인들의 영향력 검증은 대안적 연구 모형을 제시하는데 많은 의미를 부여 할 것으로 생각된다. 왜냐하면 구전 효과 요인은 직접경험이 없어 평가하기가 어려운 시스템을 처음 사용하는 소비자들에게 구전을 통해 수집된 정보는 매우 중요한 역할을 하며 따라서 인터넷 경매 이용 의도에 매우 중요한 영향을 미칠 수 있기 때문이다.

## 참고문헌

- Anderson, J. C. and Gerbing, D. W., "Structural equation modeling in practice: A review and recommended two-step approach," *Psychological Bulletin*, Vol. 103, No. 5, 1998, pp. 417-419.
- Bapna, R., Goes, P., Gupta, A. and Jin, Y., "User heterogeneity and its impact on electronic auction market design: An empirical exploration," *MIS Quarterly*, Vol. 28, No. 1, 2004, pp. 21-44.
- Bhattacharjee, A. and Premkumar, G., "Understanding changes in belief and attitude toward information technology usage: A theoretical model and longitudinal test," *MIS Quarterly*, Vol. 28, No. 2, 2004, pp. 229-255.
- Fornell, C. and Larcker, D. F., "Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error," *Journal of Marketing Research*, Vol. 18, 1981, pp. 39-40.
- Gefen, D. and Straub, D.W., "The relative importance of perceived ease-of-use in is adoption: A study of e-commerce adoption," *Journal of the Association for Information Systems*, Vol. 1, 2000, pp. 30-43.
- Gefen, D., Karahanna, E. and Straub, D.W., "Trust and TAM in online shopping: An integrated model," *MIS Quarterly*, Vol. 27, No. 1, 2003, pp. 53-67.
- Heijden, H., "User acceptance of hedonic systems," *MIS Quarterly*, Vol. 28, No. 4, 2004, pp. 695-705.
- Jarvenpaa, S. L. and Todd, P., "Consumer reactions to electronic shopping on the world wide web," *International Journal of Electronic Commerce*, Vol. 1, No. 2, 1997, pp. 59-60.
- Jarvenpaa, S. L. and Tractinski, N., "Consumer trust in an internet store: A cross-cultural validation," *Journal of Computer Mediated Communications*, Vol. 5, No. 2, 1999, pp. 5-18.
- Kim, K. and Prabhakar. B., "Initial trust, perceived risk, and the adoption of internet banking," *Proceedings of the Twentieth International Conference on*

- Information System*, 2000, pp. 56-57.
- Klein, S. and O'Keefe, R. M., "The impact of the web on auction: Some empirical evidence and theoretical considerations," *International Journal of Electronic Commerce*, Vol. 3, No. 3, 1999, pp. 7-10.
- Lee, M. K. O. and Turban, E., "Trust model for consumer internet shopping," *International Journal of Electronic Commerce*, Vol. 6, 2001, pp. 75-76.
- Mayer, R. C., Davis, J. H and Schoorman, F. D., "An integrative model of organizational trust," *Academy of Management Review*, Vol. 20, No. 3, 1995, pp. 709-713.
- McKnight, D. H. and Chervany, N. L., "While trust is cool and collected, distrust is fiery and frenzied: A model of distrust concepts," *Proceedings of the 7th Americas Conference on Information Systems*, 2001, pp. 883-888.
- Moon, J. and Kim, Y., "Extending the TAM for a www context," *Information and Management*, Vol. 38, 2001, pp. 217-220.
- Oh, W., "C2C Versus B2C: A comparison of the winner's curse in two types of electronic auctions," *International Journal of Electronic Commerce*, Vol. 6, No.4, 2002, pp. 115-139.
- Pavlou, P. A., "Consumer acceptance of electronic commerce: Integrating trust and risk with the technology acceptance model," *International Journal of Electronic Commerce*, Vol. 7, No. 3, 2003, pp. 101-104.
- Stafford, M .R. and Stern, B., "Consumer bidding behavior on internet auction sites," *International Journal of Electronic Commerce*, Vol. 7, No. 1, 2002, pp. 135-140.
- Standifird, S. S., Matthew, R. and Yvonne, D., "The impact of eBay's buy-it-now function on bidder behavior," *International Journal of Electronic Commerce*, Vol. 9, No. 2, 2004, pp. 167-176.
- Vulkan, N. and Preist, C., "Automated trading in agent-based markets for communication bandwidth," *International Journal of Electronic Commerce*, Vol. 7, No. 4, 2003, pp. 119-151.
- Ward, S. G. and Clark, J. M., "Bidding behavior in on-line auctions: An examination of the eBay pokemon card market," *International Journal of Electronic Commerce*, Vol. 6, No. 4, 2002, pp. 139-156.
- Wixom, B. H. and Todd, P. A., "A theoretical integration of user satisfaction and technology acceptance," *Information Systems Research*, Vol. 16, Vo. 1, 2004, pp. 61-84.
- Zhu, K. and Weyant, J. P., "Strategic decisions of new technology adopton under asymmetric information: A Game-theoretic model," *Decision Sciences*, Vol. 34, No. 2, 2003, pp. 643-675.

<Abstract>

## A Study Towards the Determinants of the Intention to Use in the Auction Web Site

Dal-Ho Son · Hye-Suk Sakong

With a rapid diffusion of internet, more peoples are interested in electronic commerce and the various electronic commerce types are being appeared. In these respects, the internet auction being take the more attentions at the present. Since perceived usefulness and perceived ease of use are such a fundamental driver of usage intentions, it is important to understand the determinants of this construct and how their influences change. In these respects, the web site joyfulness, the web site trust and the institutional mechanism are included as the moderating variables in our research model. A better understanding of the interactions of these factors to the usage intention to the auction site would enable us to design the organizational interventions that would increase the user acceptance and the usage of auction systems. Therefore, the goal of the present research is to extend the organizational model of auction system with TAM's perceived usefulness and perceived ease of use and the additional motivating determinants. The result showed that the web site joyfulness and the trust were the significant determinants on the the usage of auction site. However, the direction of the effect was not consistant through the cases. The model suggested in this study need to be extended with including the more sociological factors and the empirical results founded in this study are required to be verified with the extended model.

**Keywords:** Auction, Intention to Use, TAM

\* 이 논문은 2005년 7월 11일 접수하여 2차 수정을 거쳐 2005년 11월 17일 게재 확정되었습니다.