2019년도
한국서비스경영학회
하계학술발표대회

KSMS 사단법인 한국서비스경영학회 SERVICE MANAGEMENT SOCIETY

면세점 어플리케이션 서비스의 지속사용의도에 영향을 미치는 요인에 관한 연구 :후기수용모델을 기반으로

제1저자 이한나(숭실대학교 일반대학원 경영학과 박사과정)
교신저자 최정일(숭실대학교 경영학과 교수)

목 차

I. 서론

II. 이론적 배경

III. 연구 방법

IV. 연구 결과

V. 시사점 및 향후연구 방향

I. 서론

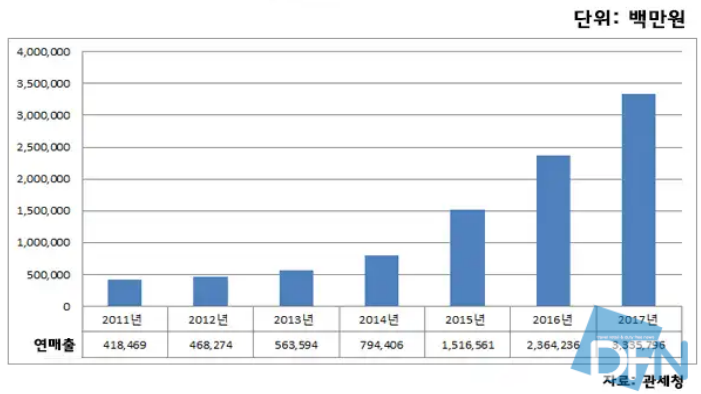
1. 연구의 배경

* 여행관광 산업의 활황으로 인한 수요 증가로 온라인 면세점의 이용은 꾸준히 증가

여행 관광 산업의 동향

- 2018년 관광시장은 아웃바운드와 인바운드가 다시 동반 증가해 면세점 업황에 우호적인 환경 조성(한국투자증권,2018)
- 내국인 해외출국자 수는 14.2% 증가, 소득증대 · 워라밸 문화확대, 여가시간 확장 등으로 여행횟 수가 증가하여 수용성장을 견인

인터넷 면세점 연매출 추이



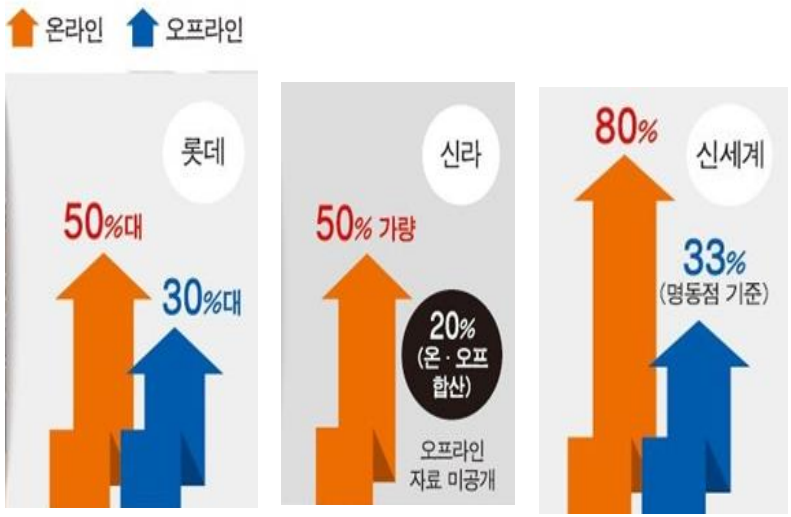
- 최근에는 효율적인 구매패턴으로 인터넷 정보검색 및 구정정보를 통해 온라인 면세점에서 다양한 할인 및 혜택으로 사전에 많은 상품을 구매
- 17년 온라인 면세점 총 매출 약 3조 3,357억, 16년 대비 41% 증가

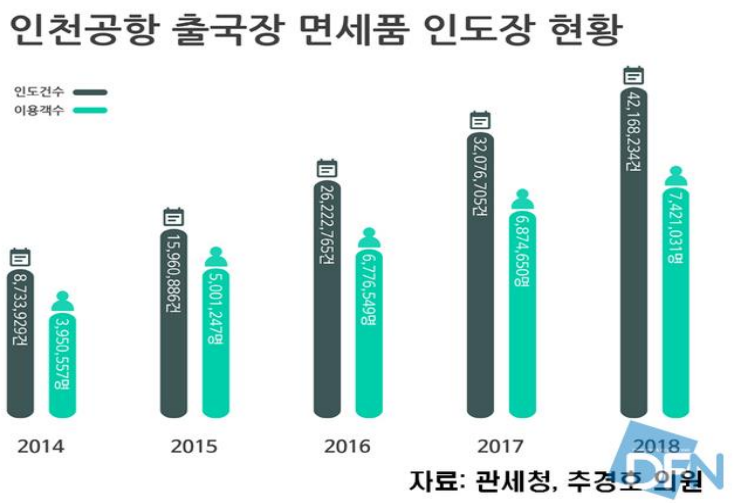
I. 서론

1. 연구의 배경

* 최근에는 면세 사업자들의 마케팅 대상의 변화가 일어남

면세점 별 온라인 이용객 증가 추이	인천공항 출국장 면세점 인도장 현황





- 1980년대 ~ 2000년 대 초 출생한 이들은 디지털 정보 공유에 익숙하고 트렌드에 민감(2030 밀레니얼 세대)
- 오프라인 매장에선 제품을 눈으로 확인만 하고 구매는 인터넷에 접속하는 등 효율적인 구매패턴 선호

I. 서론

1. 연구의 배경

* 사업자들 온라인 마케팅 강화를 위해 어플리케이션의 인공지능 탑재 모바일 서비스 강화

키토크 방식 활용
'러블리한' '시크한'
'도시적인'

- 신세계 면세점 은성서비스 인공지능 스타트업 기업 마이셀럽스와 협업
- 음성기반 포털 '말해' 론칭으로 중국어 서비스 선두
- 신라 면세점 '인천국제공항 매장 길찾기' 기능과 GPS 및 Beacon 기술을 통해 현재 위치를 지도상에 표시
- 2018년 신라면세점 모바일 앱 '더 상품' 출시로 중·장년층 고객의 온라인 면세점 이용장벽 해소

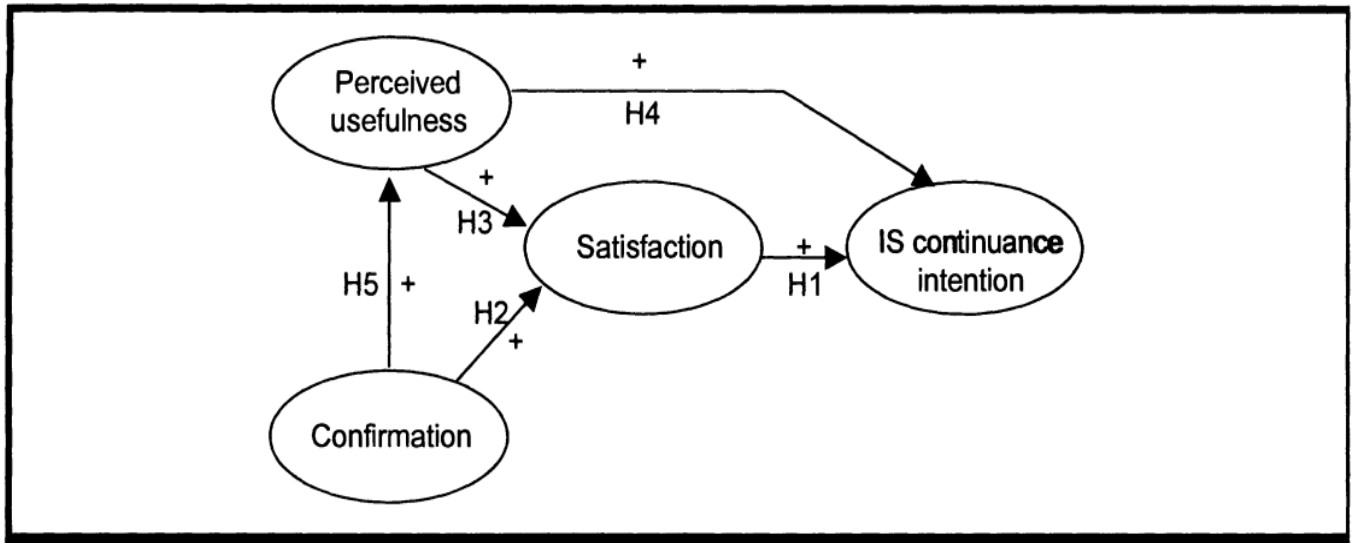
I. 서론

2. 연구의 목적

1. 모바일쇼핑에 대한 관심이 집중되고 상당수 기업들이 홍보마케팅에 투자하는 사업을 활발히 확장하는 시대적 흐름에서 면세사업 분야의 변화에 발맞춘 경제적 효익, 실용적 마케팅전략이 필요
2. 면세사업 주요 고객층의 시대적 변화를 통해 면세점 어플리케이션 사용에 대한 가치에 대해 실용적 가치를 반영하고, 모바일쇼핑 사용자의 행동동기 특성에 따라 제품정보, 금전적편익, 편의성, 고객화요익을 활용하여 영향력을 확인
3. 고객만족이 지속사용의도에 영향을 미치는지에 대한 연구를 위해 PAM을 적용하나, 기대-충족으로 사용 전 기대에 대한 변수를 반영하여 사용전기대와 사용 후 지속사용의도에 대해 종합적으로 살펴보고자 함

II. 이론적 배경

1. 후기수용모델(PAM)



[그림 2-1] 후기수용모델

- Bhattacherjee(2001)은 기대-충족 이론과 기술수용모델을 기반으로 후기수용모델을 정보시스템 분야의 지속사용의도에 영향을 미치는 요인에 대한 모델로 제안하였으며 기대충족과 인지된 유용성은 만족에 긍정적인 영향을 주고 만족은 지속사용의도에 긍정적인 영향을 주는 것을 실증적으로 규명

II. 이론적 배경

2. 온라인 쇼핑가치

* 온라인 쇼핑가치는 크게 실용적 가치와 쾌락적 가치로 나누어 연구되어 옴

[표 2-1] 온라인 쇼핑가치 구분

가치	구분	특징
실용적 가치의 특징	특성	수단적(instrumental), 외재적(Extrinsic)
	소비 목적	소비 자체의 목적을 위한 수단
	가치 발생 조건	경제적 혜택, 금전적 혜택, 편의성
	관련 속성	상호 작용성, 신뢰도, 시스템 성능, 편의성, 고객서비스, 정보의 질, 가격 등
쾌락적 가치의 특징	특성	수단적(instrumental), 외재적(Extrinsic)
	소비 목적	소비 자체의 목적을 위한 수단
	가치 발생 조건	경제적 혜택, 금전적 혜택, 편의성
	관련 속성	상호 작용성, 신뢰도, 시스템 성능, 편의성, 고객서비스, 정보의 질, 가격 등

II. 이론적 배경

KSMS

3. 모바일 웹사이트 특성

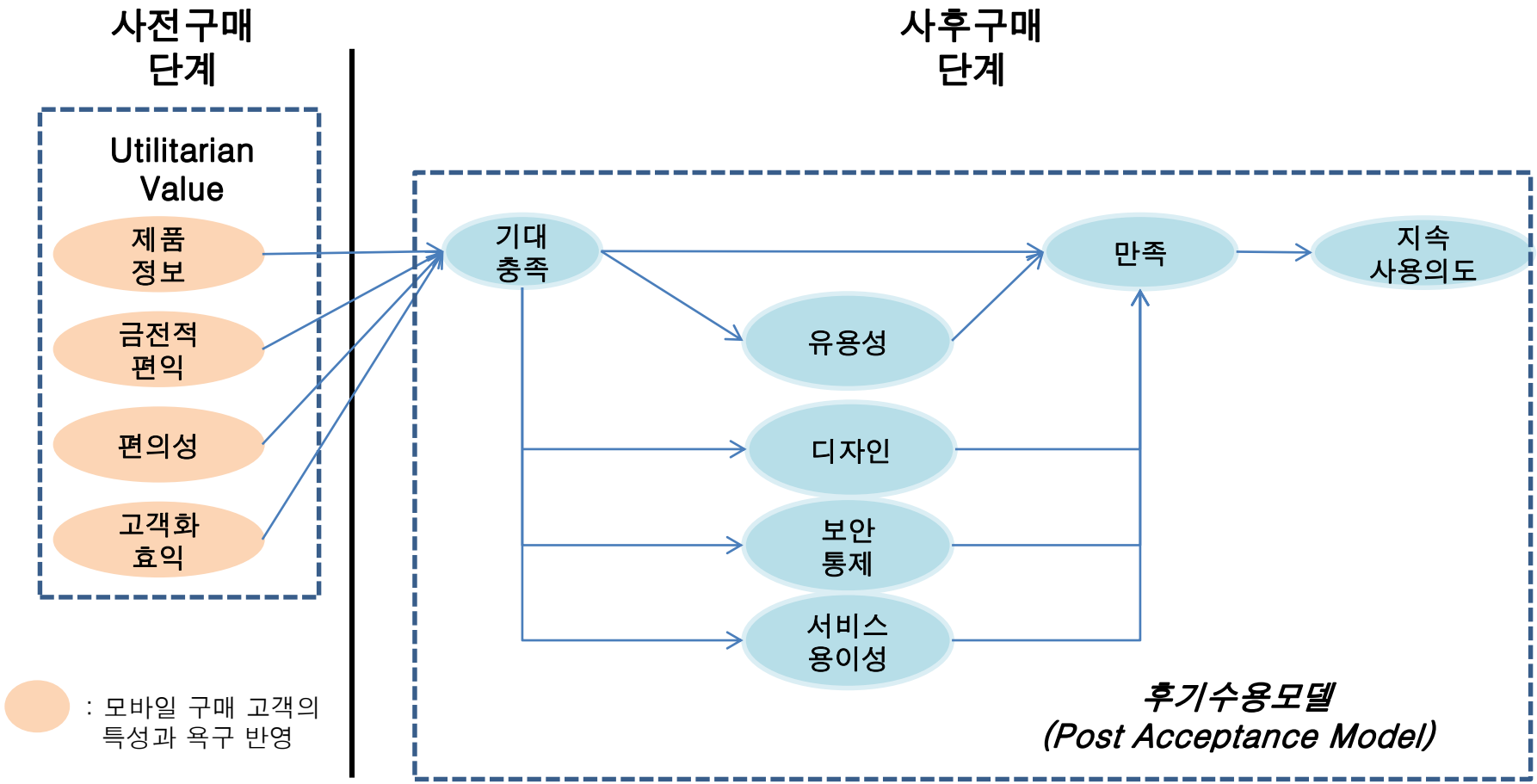
* 모바일 상거래 웹 사이트 특성으로는 적합성, 유용성 등과 함께 서비스 용이성, 디자인, 보안통제가 주요한 요인으로 연구

[표 2-2] 모바일 웹사이트 특성 요인

요인	세부요소	연구자
보안통제	명확한 개인정보 보호정책	김상현, 오상현(2002), Cheung & Matthew(2001), Ranganathan & Ganapathy(2002)
	거래 안정성 홍보	
	개인정보 사용 목적 유용성 보장	
	개인정보 유출방지에 대한 보장	
	거래안전 보장에 대한 문구	
서비스 용이성	제품조회의 용이성	김상현, 오상현(2002), 이정환. 최문기(2003), Liu & Arnett(2001),
	문의에 대한 신속한 반응	
	제품구매의 용이성	
	고객 맞춤 상품 추천 서비스	
	다양한 제품의 선택	
디자인	전체적인 분위기, 디자인 일관성	김상현, 오상현(2002), 최무진, 임은정(2008), Liu & Arnett(2001), Ranganathan & Ganapathy(2002)
	사진 및 동영상 제공	
	제품의 색상	
	쇼핑몰의 구성도	
	페이지 간 수월한 이동	

III. 연구 방법

1. 연구모형



III. 연구 방법

2. 변수의 조작적 정의

[표 3-1] 변수의 조작적 정의

구분	조작적 정의	측정문항	선행연구
제품정보	면세점 어플리케이션을 이용하는 고객에게 브랜드가 제공하는 제품정보의 품질	제품특징, 제품 사전 정보 등 4문항	
금전적 편익	면세점 어플리케이션 내에서 저렴한 제품 구매를 통해 얻을 수 있는 금전적 혜택	비용절약, 저렴한 제품 등 4문항	
편의성	면세점 어플리케이션을 이용해 위치에 구애받지 않고 쇼핑을 함으로써 절약할 수 있는 시간 및 노력과 이로인해 지각하는 편리함	시간절약, 편리함 등 3문항	
고객화 효익	면세점 어플리케이션 서비스가 사용자들에게 제공하는 특별 서비스, 고객 맞춤 서비스 및 욕구에 대처하는 빠른 정보제공의 정도	혜택제공, 빠른응대 등 6문항	
기대충족	면세점 어플리케이션의 서비스를 경험 후 인지하는 서비스에 대한 사용자들의 평가	사용경험, 서비스 수준 등 3문항	
유용성	면세점 어플리케이션 이용하면서 얻게 되는 서비스의 혜택에 대한 사용자들의 인지	유용한 정보, 쉬운 구매 등 5문항	
디자인	면세점 어플리케이션 서비스에서 나타나는 글자, 아이콘, 상품의 배치 등과 같은 화면 구성의 적절성	제품진열, 아이콘 등 4문항	
보안통제	면세점 어플리케이션 서비스의 인증, 암호화, 보안방지 등과 같은 보안 요구사항 충족에 대한 사용자들의 지각	보안정보, 결제 시스템 등 5문항	
서비스 용이성	면세점 어플리케이션 서비스가 사용자들에게 제공하는 서비스 및 고객이 원할 경우 제공해주는 서비스의 정도	페이지의 신속성, 취소 용이성 등 5문항	
만족	면세점 어플리케이션 서비스의 이용 경험에 근거해 사용자들이 지각하는 전반적인 만족의 정도	사용경험, 전반적 만족 등 5문항	
지속사용의도	사용자들이 가까운 미래에도 지속적으로 면세점 어플리케이션 서비스를 사용하려는 정도	지속 사용의향 등 4문항	

IV. 연구 결과

KSMS

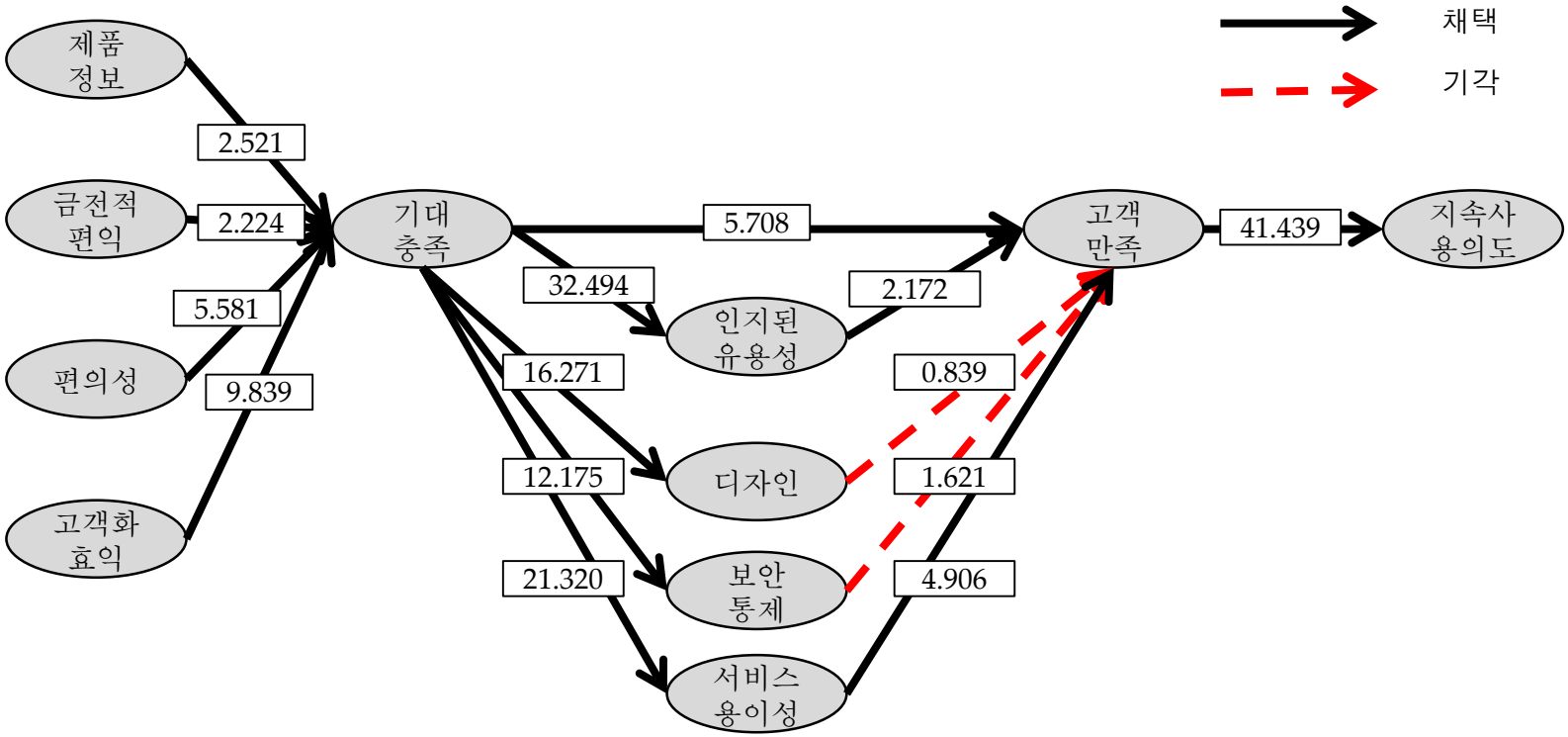
1. 분석방법

- 2019년 2월 1일부터 2019년 2월 1일부터 3월 12일까지 약 40일 간 진행함. 본 설문조사의 총 회수 응답은 302부이며 이 중 불성실한 응답 54부를 제외한 248부를 최종 분석에 활용
- 인구통계학적 특성 빈도분석 및 표본의 기술통계분석 (SPSS ver. 23)
- R studio에서 제공하는 'plspm' 패키지를 통해 각 변수들의 항목에 대한 요인분석과 타당성 및 신뢰도 분석을 실시
- PLS-SEM 구조방정식 분석방법을 활용하여 가설검증을 실시

IV. 연구 결과

2. 가설검증 결과

- 가설검증 전 실시한 지표신뢰도 내적 일관성과 타당도 분석 결과 모든 수치들이 기준치를 상회하는 것으로 나타났으며 이에 따라 PLS-SEM 구조방정식 분석을 실시



[그림 4-1] 가설검증 결과

V. 시사점 및 향후

1. 학문적 시사점

- 본 연구는 그간 연구가 전무했던 면세점 어플리케이션을 어떠한 요인에 의해서 고개들이 사용하는지 그 요인들을 구체적으로 파악하며 후속 연구가 확장될 수 있는 실마리를 제공했다는데 그 의의가 있음
- 또한 서비스 경험 후에 초점을 둔 후기수용모델을 기반으로 하는 한편 후기수용모델의 한계로 지적되었던 기대충족의 선행변수들을 실용적 가치 변수라는 실질적인 요인들을 제안하고 각 요인들과 기대충족 간의 관계를 실증적으로 규명하였다는데 그 의의가 있음
- 또한 모바일 상거래 분야에서 후기수용모델이 가지는 영향력을 다시 검증하는 한편 다른 이론들과 후기수용모델의 통합의 가능성을 제안하였다는데 학문적인 의의를 지님

2. 실무적 시사점

- 면세 사업 분야에서도 모바일 서비스의 활용이 더욱 중요해지는 시점에서 사용자들이 서비스를 이용함에 있어 실질적으로 어떠한 동기를 가지고 있고 그 세부 요인은 무엇인지 실증적으로 규명하면서 면세사업 브랜드 실무에 있어 전략적인 실마리를 제공했다는데 그 의의가 있음
- 특히 소비자들의 기대충족이 유용성 및 기타 기능적인 요소들에 미치는 영향력이 매우 큼을 증명함으로써 무엇보다도 소비자들의 사용동기 및 기대와 이를 충족시킬 수 있는 것이 무엇보다 중요하다는 점을 제시했다는데 그 의의가 있음

V. 시사점 및 향후 연구방향

3. 향후 연구방향

- 인구통계학적 특성으로 인해 일부 편향적인 결과 도출의 우려 존재
- 면세점 어플리케이션 서비스를 사용하는 고객들의 사용 동기를 실용적 가치의 관점에서 제안하고 이를 검증하였지만 더욱더 많은 동기요인을 반영하지 못했다는 한계를 지님
- 이후 면세점 사용의 실질적인 동기요인을 더욱더 탐구하여 좀 더 확장적인 후속연구를 진행해야 할 것으로 판단

THANK YOU

2019년도 한국서비스경영학회 하계학술발표대회