

군인의 모바일 OTT 서비스 지속사용의도에 영향을 미치는 요인: 군복무형태의 조절효과를 중심으로*†

김 정 현(제1저자)

경희대학교 일반대학원 빅데이터응용학과(석사)

권 지 윤(공동저자)

경희대학교 일반대학원 빅데이터응용학과(석사)

양 성 병(공동저자)

경희대학교 경영대학 경영학과/빅데이터응용학과(교수)

윤 상 혁(교신저자)

한국기술교육대학교 산업경영학부(조교수)

Influencing factors on soldiers' intention to continue using mobile OTT services: Focusing on the moderating effect of military service type

Kim, Jeong Heon(First Author)

Department of Big Data Analytics, Graduate School, Kyung Hee University (Master)

Kwon, Ji Yoon(Co-Author)

Department of Big Data Analytics, Graduate School, Kyung Hee University (Master)

* 이 논문 또는 저서는 2020년 대한민국 교육부와 한국연구재단의 지원을 받아 수행된 연구임 (NRF-2020S1A5B8103855).

† 이 논문은 김정현의 2021년도 석사학위 논문 「군내 모바일 OTT 지속사용의도에 미치는 영향 요인 분석: 복무형태의 조절효과를 중심으로」의 일부를 발췌하여 재작성한 것임.

Yang, Sung–Byung(Co–Author)

Department of Business Administration/Big Data Analytics, Kyung Hee University
(Professor)

Yoon, Sang–Hyeak(Corresponding Author)

School of Industrial Management, KOREATECH (Assistant Professor)

Abstract

As new lifestyles, such as telecommuting and social distancing, are spreading due to the COVID–19 pandemic, the OTT (over–the–top) service market has grown. Accordingly, the military’s interest in mobile OTT services has proliferated due to the permission of soldiers to use smartphones in the military and the prohibition of leave for them. Despite these changes, there has never been a study on the use of mobile OTT services in the military. Therefore, this study aims to empirically investigate influencing factors of continuous use intention of mobile OTT in military services. The research model was developed based on the combination of UTAUT2 (the extended unified theory of acceptance and use of technology) and the leisure constraints model. This study found influencing factors of continuous use intention of mobile OTT in military services from an online survey of 303 Air Force soldiers who had experienced the mobile OTT service more than once. The findings of this study could help formulate strategies and provide practical insights to increase the continuous use of mobile OTT in military services.

Keywords : Mobile OTT, Continuous Use Intention, Soldier, Military Service Type, UTAUT2, Leisure Constraints Model

접수일(2022년 12월 04일), 수정일(2022년 12월 17일), 게재확정일(2022년 12월 20일)

I. 서론

최근 스마트폰 보유 비율과 의존도가 증가하면서, 대중들은 일상생활에서 TV(tel-
evision)보다 스마트폰을 더욱 필수적인 미디어 매체로 인식하기 시작하였다(방송통
신위원회, 2020). 특히, 스마트폰의 성능 개선과 모바일 통신기술의 발달로 인해 동
영상 전송속도가 빨라지고 고화질 동영상의 실시간 스트리밍이 가능해지면서,
OTT(over-the-top) 서비스에 대한 수요는 큰 폭으로 증가하였으며(김수진, 2019),
코로나19(COVID-19) 팬데믹 장기화로 인해 자가격리, 사회적 거리두기, 재택근무
등의 생활 방식이 일반화되면서 OTT 서비스 시장의 성장은 가속화되고 있다. 이에
따라, 전 세계 OTT 서비스 이용자 수는 2017년 20억 명을 돌파하였고, 2021년에는
30억 명에 도달한 것으로 조사된 바 있다(Statista, 2022). OTT 시장규모 또한 지속
적으로 증가하여 2018년 전 세계 OTT 매출은 382억 달러를 기록했으며, 2023년에
는 이의 약 두 배 규모로 성장할 것으로 예상되고 있다(PwC, 2019).

한편, 2018년 시작한 ‘국방개혁2.0’ 과제 중 하나인 의무군인 월급 인상으로 인해
의무군인의 소비력이 강화되고 있으며, 2020년 7월부터는 의무군인을 대상으로 평일
일과시간 이후 및 주말에 한정하여 스마트폰 사용을 허용하는 등 병영생활의 패러다
임이 바뀌고 있다(이재형, 2020). 이러한 환경적인 변화로 인해 장병들의 모바일
OTT 서비스 이용이 점점 늘어나고 있지만, 이와 관련하여 군인을 대상으로 한 실증
연구는 아직 진행된 바가 없다.

이에, 본 연구에서는 OTT 서비스 이용에 제약받을 수밖에 없는 군의 특수성을 고
려하여, 확장된 통합기술수용모델(extended unified theory of acceptance and use of
technology: UTAUT2)과 여가제약모형(leisure constraints model)을 기반으로 군인
의 모바일 OTT 서비스 지속사용의도에 영향을 미치는 주요 요인들을 도출하고, 이들
의 영향력을 실증해보고자 한다. 나아가, 군복무형태(의무 vs. 직업)의 조절효과를 분
석함으로써, 군복무형태에 따라 이러한 영향 관계가 어떻게 달라지는지를 추가로 살
펴보고자 한다.

본 연구는 ‘군대’라는 특수한 직업환경에서 모바일 OTT 서비스 사용에 관련된 실
증적인 연구라는 점에서 학술적 의의가 있다. 또한, 본 연구는 UTAUT2와 여가제약
모형의 결합을 시도하였으며, 여가제약모형의 적용 범위를 확장했다는 점에서 이론적
의의를 가진다. 더불어, 직업군인 집단 대상 OTT 형태의 군 관련 콘텐츠 제공 필요
성과 의무군인 집단 대상 맞춤형 마케팅의 필요성을 제안하였으며, 군 내적으로 의무
군인 집단의 해로운 콘텐츠 시청을 제한할 방법을 제안함으로써, 실무적인 기여점을
제공할 수 있을 것으로 기대한다.

II. 이론적 배경

2.1 OTT 서비스 이용동기

OTT 서비스는 인터넷을 통해 수많은 동영상 콘텐츠를 스마트폰, 태블릿 PC(personal computer), 스마트TV 등 다양한 단말기로 제공하는 서비스이다(이한근 등, 2021). 최근 모바일 인터넷을 포함한 통신기술의 발달에 따라, 개인의 요구를 만족하는 고품질 동영상의 실시간 스트리밍(streaming)이 가능한 환경이 조성되었다. 또한, 코로나19의 확산으로 인한 재택근무, 재택학습 등으로 이동 수요가 줄어들어 개인에게 주어진 시간이 늘어나게 되면서 OTT 서비스에 관한 관심은 더욱 커지고 있다.

한편, 코로나19의 장기화로 인해 OTT 서비스 시장의 성장과 이에 관한 관심이 커지면서 OTT 사용자 측면의 이용동기, 사용의도 등에 관한 연구가 꾸준히 수행되고 있다. OTT 서비스 이용동기와 관련된 주요 선행연구를 정리하면 <표 1>과 같다. Priya and Paldon(2021)은 330명의 학생을 대상으로 OTT 서비스의 이용동기를 분석해 태도, 사회적 만족감, 유용성, 지식 등 네 가지의 선행요인을 도출하였으며, Yousaf et al.(2021)은 미국인과 인도인을 대상으로 OTT 추천의도를 분석하여, 각 나라별(미국 vs. 인도) 선행요인 간 차이를 실증하였다. 한편, Menon(2022)은 OTT 이용자를 대상으로 지속사용의도의 선행요인(편의성, 몰아보기, 즐거움, 휴식, 소셜활동, 정보탐색)을 도출하고 지속사용의도와 관계를 분석한 바 있다. 이처럼 OTT 사용자 측면의 이용동기, 지속사용의도 등에 관한 연구가 꾸준히 늘어나고 있는 있지만, 이러한 선행연구들은 다음과 같은 한계점 또한 존재한다. 첫째, OTT 서비스 수용과 관련하여 특정 집단(예: 군인)을 대상으로 진행된 실증 연구사례가 부족하다. 둘째, 기존 연구들은 특정 플랫폼을 분석하거나 사례를 소개하는 등 단편적인 연구가 대부분이며, 통합적인 연구가 부족하다(이희성 등, 2017). 셋째, 기술수용모델(technology acceptance model: TAM)을 기반으로 수용에 영향을 주는 요인들을 실증한 연구들이 다수 존재하는 반면(예: Priya and Paldon, 2021; 김유정·김혜영, 2019; 이준영·전범수, 2020), 수용을 저해하는 제약요인에 대한 고려가 부족한 한계가 있다. 이에, 본 연구에서는 군의 특수성을 고려한 확장된 통합기술수용모델(UTAUT2)과 여가제약모형을 기반으로 군인의 모바일 OTT 지속사용의도에 긍정적 및 부정적으로 영향을 미치는 요인들을 통합적으로 분석해보고자 한다. 나아가, 이러한 영향 관계가 군복무형태(의무군인 vs. 직업군인)에 따라 어떻게 달라지는지도 추가로 검증해 보고자 한다.

<표 1> OTT 서비스 이용동기 관련 선행연구

분류	연구 결과	참조
OTT 서비스 이용/추천 동기	학생들의 OTT 서비스 사용의도에 영향을 주는 선행요인 탐색(태도, 사회적 만족감, 유용성, 지식)	Priya and Paldon(2021)
	미국인과 인도인 그룹 간의 비교분석을 통해 OTT 추천 동기의 차이를 실증	Yousaf et al.(2021)
	모바일 OTT 활성화에 실질적인 영향을 미치는 향후 정책 및 연구방향 제시	김수진(2019)
	OTT 서비스와 기존 방송서비스 대체 관계 여부 및 OTT 서비스 선택에 미치는 요인을 추정함으로써, 향후 규제의 필요성을 판단하는 정책 결정에 중요한 함의를 제공	김정희·백지원 (2019)
	OTT 서비스의 이용자(경험자) 그룹과 비이용자(무경험자) 그룹 간의 비교분석을 통해 OTT에 대한 이용동기와 이용형태의 차이 확인	유호종 (2020)
OTT 서비스 지속사용 의도	OTT 이용자를 대상으로 지속사용의도의 선행요인(편의성, 몰아보기, 즐거움, 휴식, 소셜활동, 정보탐색 등)을 도출하고 지속사용의도와 의 관계를 실증	Menon(2022)
	기존의 SNS 실시간 동영상 서비스가 필요로 하는 기능과 관련하여 이론적, 실무적 함의를 제공	김예람·박남기 (2019)
	OTT 서비스 사이트 지속사용의도의 선행요인들을 도출하여 이들 요인 간의 구조적 영향 관계를 실증	김유정·김혜영 (2019)
	OTT 서비스의 지속사용의도에 영향을 미치는 OTT 서비스의 주요 특성(콘텐츠 다양성, 콘텐츠 차별성, 콘텐츠 경제성) 제시	오은해 (2022)
	OTT 서비스의 지속사용의도와 관련한 세부적 특성에 대한 이용자 인식과 이용자 만족 요인 및 구체적인 서비스 요인을 도출해 냄으로써, OTT 서비스 성장에 대한 실용적인 함의를 제시	유지훈·박주연 (2018)
	OTT 이용자를 대상으로 OTT 서비스 만족도와 지속사용의도에 영향을 미치는 다양한 차원의 결정 요인을 실증	이준영·전범수 (2020)
	OTT 서비스의 이용행태와 이용 만족에 영향을 미치는 요인을 분석하여 학술적, 실무적 함의를 제공	이희성 등 (2017)
	글로벌 OTT 서비스 이용자에 대한 기초적 이해를 기반으로 향후 OTT 서비스 전략 수립에 있어 개선과 보완을 위한 자료 제공	신선경·박주연 (2020)

2.2 확장된 통합기술수용모델

Davis(1989)의 기술수용모델(TAM)은 여러 외부 요인들을 포함한 확장된 기술수용모델(TAM2, TAM3)을 거쳐, 기존 모델의 한계를 극복하고 설명력을 높인 통합기술수용모델(unified theory of acceptance and use of technology: UTAUT)로 발전되었다(Venkatesh et al., 2003). 하지만, UTAUT는 뉴미디어 기반 환경에서 소비자

의 의사결정에 관한 맥락을 해석하는 데 있어 한계가 있으며, 개인의 성향과 환경적 요인에 대한 설명력이 부족하다는 단점으로 인해(Mcmaster and Wastell, 2005), Venkatesh et al.(2012)에 의해 확장된 통합기술수용모델(UTAUT2)이 제안되었다. Venkatesh et al.(2012)에 의하면, UTAUT2의 기술수용의도와 사용에 영향을 미치는 요인으로 성과기대, 노력기대, 사회적 영향, 촉진조건, 쾌락적 동기, 가격효용성, 습관 등 총 일곱 개가 제안되었는데, 이를 바탕으로 가상현실 기기(최원석 등, 2017), 웨어러블 기기(Kranthi and Gardner, 2018), 모바일 게임(이민석·이동희, 2021) 등 모바일 관련 다양한 기기 및 기술수용 관련 연구들이 진행된 바 있지만, 군대라는 특수한 환경에서 군인들의 OTT 수용을 실증한 연구는 전무한 실정이다.

한편, 최영진(2019)은 군 본연의 임무를 완수하기 위해 갖춰야 할 요소로 군기와 사기, 그리고 단결을 꼽고 있다. 군대는 국민의 생명과 재산을 보호하기 위한 목표지향적 집단으로 사회와는 다른 특수성이 존재하며, 개인의 자율성보다 전체의 통일과 단결을 중요시하는 집단이기 때문에, 군인의 개인적 습관은 군 내에서 자연스럽게 통제받을 수밖에 없다. 따라서, 본 연구에서는 군대의 특수성을 감안할 때 습관이 지속 사용의도에 영향을 주지 못할 것으로 판단하여 UTAUT2의 선행요인 중 습관을 독립변수로 고려하지 않았다. 또한, 의무군인의 경우, 입대 이전 OTT 이용 경험이 없는 경우는 극히 적을 것으로 예상되며, 오히려 군대의 폐쇄성과 특수성으로 인해 이를 지속적으로 사용하고 싶어도 그렇게 하지 못하는 상황이 군 내에서는 더 많이 발생할 것으로 예상하여, 본 연구에서는 UTAUT2의 촉진조건 요인 대신, 여가제약모형을 바탕으로 OTT 서비스를 지속해서 사용할 수 없게 만드는 제약조건을 추가적인 독립변수로 고려하고자 한다.

2.3 여가제약모형

Crawford et al.(1991)이 제안한 여가제약모형(leisure constraints model)은 개인이 여가를 즐기는 데 있어 부정적인 영향을 미치는 요소들을 개념적으로 분류함으로써 제약의 원인을 규명하고자 하였는데, 제약요인을 크게 내재적(intrapersonal), 대인적(interpersonal), 구조적(structural) 측면 등 세 가지로 나누어 설명하고 있다. 이 중 내재적 제약요인은 여가를 참여하는데 부정적 영향을 미치는 심리상태나 특징을 뜻하는데, 개인의 성격을 포함한 불안감, 실망감, 좌절감, 스트레스, 분노 등이 여기에 해당한다. 다음으로, 대인적 제약요인은 타인과의 상호교류 상황에서 발생한 결여에 의한 제약을 의미하는데, 해당 여가활동을 함께할 대상이 없는 상황을 예로 들 수 있다. 마지막으로, 구조적 요인은 여가활동을 원하더라도 실제 여가 행위로 이어지지 못하게 만드는 금전적 부담, 기상 악화, 시간 부족 등의 상황적 제약요소를 의미한다(김

유겸·박성희, 2009). 여가제약모형에서 제안하는 이러한 세 가지 제약요인은 개인이 여가활동을 영위하지 못하는 상황을 설명하는 기본적인 틀로 작용되어 왔으며, 이후 Jackson(1993)에 의해 개인의 여가활동 참여를 방해하거나 제약하는 유·무형의 요인으로 내적인 심리나 특성 또는 외적인 대인관계와 환경적 측면까지 확대, 발전되었다.

한편, 군인에게 있어 여가활동은 다양한 방식으로 제한을 받고 있으며, 이로 인해 매우 제한적으로만 이뤄지고 있다. 양광희 등(2008)은 군인의 대표적 여가활동 유형으로 스포츠, 취미 교양, 관람 감상 등을 제시한 바 있다. 2000년대에는 스포츠 활동과 같은 여가 유형에 대한 만족도가 가장 높았으나, 기술의 발전 및 시대의 흐름에 발맞춰 의무군인의 영내 스마트폰 사용이 가능해짐에 따라, 취미 교양과 관람 감상, 놀이 오락의 성격을 모두 가진 모바일 OTT 서비스가 군인의 주요 여가활동으로 자리잡게 되었다. 이에, 본 연구에서는 여가제약모형을 UTAUT2와 함께 고려하여 군 내에서의 여러 제약요인이 군인의 모바일 OTT 서비스 지속사용의도에 어떠한 영향을 미치는지를 살펴보고자 한다. 구체적으로, 내재적 제약요인은 군 복무로 인한 스트레스, 불안감, 피로감 등으로 설정하였으며, 구조적 제약요인은 보안 중시, 근무 등 일과시간 외 임무 수행으로 인한 시간 부족, 열악한 시청환경 등으로 설정하였다. 한편, 대인적 제약요인은 UTAUT2의 독립변인인 사회적 영향과 중복되어 제외하였다. 최종적으로, UTAUT2의 선행요인인 촉진조건을 대체하여, 내재적 제약과 구조적 제약을 1차요인 변수(first-order variable)로, 제약요인을 2차요인 변수(second-order variable)로 구성하여 군인의 모바일 OTT 서비스 지속사용의도에 미치는 영향을 실증하고자 한다.

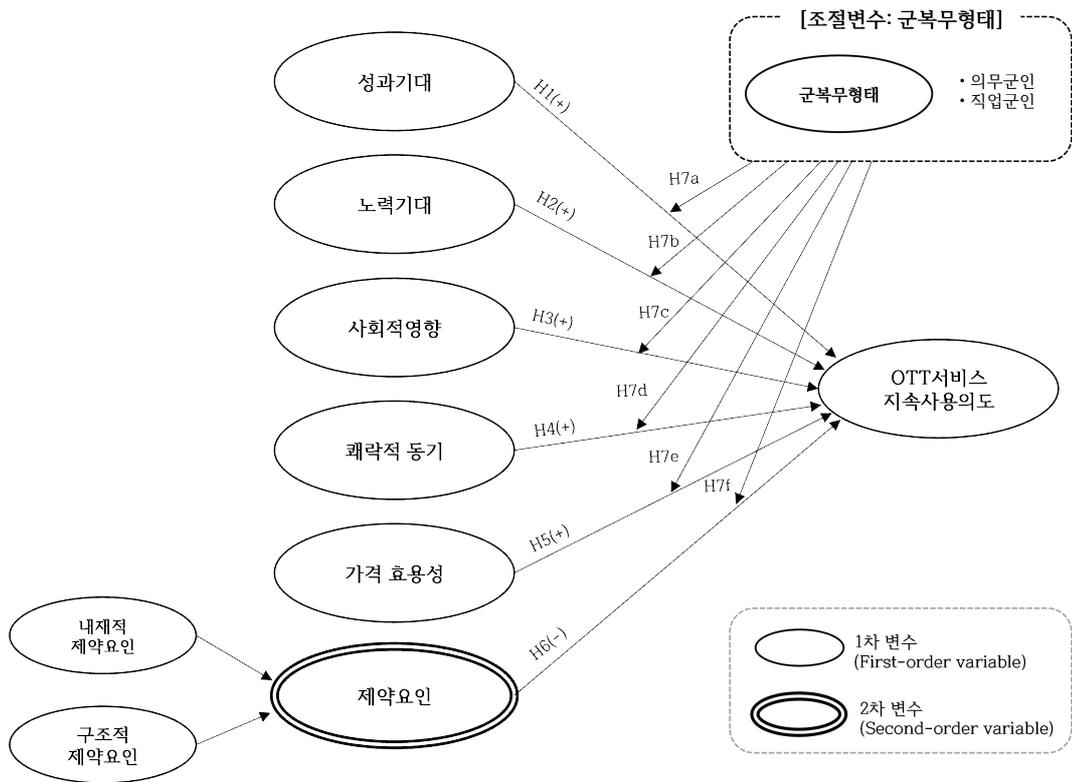
III. 연구모형 및 가설설정

3.1 연구모형

본 연구는 UTAUT2와 여가제약모형을 결합하여 선행요인을 구성하고, 구성된 선행요인들이 군인의 OTT 서비스 지속사용의도에 어떠한 영향을 미치는지를 실증하고자 한다. 다만, 본 연구에서는 군이라는 특수성과 폐쇄성을 감안하여 UTAUT2의 선행요인 가운데 습관을 제외하였으며, UTAUT2의 촉진조건 대신 여가제약모형을 기반으로 내재적·구조적 제약요인을 형성적으로 결합한 2차요인 변수인 제약요인을 추가적인 선행요인으로 고려하였다. 나아가, 군복무형태로 분류된 의무군인과 직업군인 두 집단

간 모바일 OTT 서비스 지속사용의도 영향 메커니즘을 다중집단분석(multi-group analysis)을 통해 비교함으로써 조절효과를 살펴보고자 한다. 이상의 논의를 바탕으로 구성된 연구모형은 <그림 1>과 같다.

<그림 1> 연구모형



3.2 연구가설

3.2.1 선행요인이 지속사용의도에 미치는 영향

Xu(2014)는 UTAUT2를 통해 소셜네트워크 기반 온라인 게임의 지속적인 사용에 성과기대(업적)와 쾌락적 동기(인지된 즐거움), 판타지, 가격효용성, 습관 등이 유의한 영향이 있음을 확인하였다. 또한, Yuan et al.(2015)은 피트니스앱의 지속사용의도에 성과기대, 쾌락적 동기, 가격효용성, 습관이, Streichan(2020)은 피트니스 추적기

(fitness tracker system)의 지속사용의도에 노력기대, 습관, 만족이, Lee et al.(2019)은 모바일 배달앱의 지속사용의도에 성과기대, 사회적 영향, 습관이 유의한 영향이 있음을 확인한 바 있다. 이처럼 UTAUT2를 기반으로 한 선행연구들은 연구 맥락 및 연구 대상의 특성에 따라 다양한 결과를 보여주고 있는 것을 확인할 수 있는데, 군인의 모바일 OTT 서비스 사용 맥락에서도 UTAUT2를 구성하는 선행요인들이 지속사용의도에 긍정적인 영향을 미칠 수 있음을 예상할 수 있다. 다음은 각 선행요인별 도출된 가설을 구체적으로 설명하고 있다.

우선, 성과기대는 새로운 기술 또는 정보시스템을 사용하여 작업 성과를 높일 수 있다고 믿는 정도를 의미하는데, Venkatesh et al.(2003)은 성과기대가 높을수록 사용자의 정보기술 이용 정도가 증가한다고 주장한 바 있다. 이에, 본 연구에서는 성과기대를 ‘모바일 OTT 서비스를 사용함으로써 업무증진 및 효과가 있다고 인식하는 정도’로 정의하고, 다음과 같이 가설을 설정하였다.

H1: 성과기대는 군인의 OTT 서비스 지속사용의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

노력기대는 TAM의 인지된 용이성 개념과 유사하며, 해당 정보시스템 또는 기술을 쉽게 사용할 수 있다고 믿는 정도로 정의된다(Venkatesh et al., 2003). 이용자는 정보시스템 혹은 기술의 사용이 쉽다고 인지할수록 지속사용의도가 높아지므로(Brown and Venkatesh, 2005), 본 연구에서는 노력기대를 ‘모바일 OTT 서비스를 쉽게 활용할 수 있음을 인식하는 정도’로 정의하고, 다음과 같이 가설을 설정하였다.

H2: 노력기대는 군인의 OTT 서비스 지속사용의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

사회적 영향은 새로운 기술 또는 정보시스템이 개발되었을 때 주변인들이 내가 그것을 사용할 것이라고 믿는 정도를 의미하는데(Venkatesh et al., 2012), 일반적으로 개인은 자신이 중요하다고 생각하는 주변 지인의 의견을 따르는 경향을 보인다(Bagozzi and Lee, 2002). 따라서, 본 연구에서는 사회적 영향을 ‘주변인들이 모바일 OTT 서비스를 사용할 것이라고 믿는 정도’로 정의하고, 다음과 같이 가설을 설정하였다.

H3: 사회적 영향은 군인의 OTT 서비스 지속사용의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

쾌락적 동기는 새로운 기술 또는 정보시스템을 사용하면서 느끼는 재미와 즐거움의

정도를 의미한다(Venkatesh et al., 2012). 개인은 재미와 즐거움 등 긍정적 감정을 경험하기 위해 각종 미디어를 이용하게 되는데, 이러한 과정에서 느끼는 기쁨은 행동의도에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 알려져 있다(Wang and Scheepers, 2012). 이에, 본 연구에서는 쾌락적 동기를 ‘모바일 OTT 서비스로 인해 얻게 되는 재미와 즐거움의 정도’로 정의하고, 다음과 같이 가설을 설정하였다.

H4: 쾌락적 동기는 군인의 OTT 서비스 지속사용의도에 정(+)¹의 영향을 미칠 것이다.

가격효용성은 새로운 기술 또는 정보시스템 이용을 통해 획득하는 이익과 지불하는 가격 사이에서 일어나는 인지적 교환을 의미한다(Venkatesh et al., 2012). 가격효용성 또한 선행연구를 통해 행동의도에 영향을 미친다는 사실을 알 수 있으므로(최원석 등, 2017), 본 연구에서는 가격효용성을 ‘모바일 OTT 서비스로 인한 지출과 이익에 대한 주관적 선호 정도’로 정의하고, 다음과 같이 가설을 설정하였다.

H5: 가격효용성은 군인의 OTT 서비스 지속사용의도에 정(+)¹의 영향을 미칠 것이다.

3.2.2 제약요인이 지속사용의도에 미치는 영향

제약요인은 본 연구에서 여가제약모형을 바탕으로 새롭게 제시하는 선행요인으로, ‘모바일 OTT 서비스 활용을 방해하거나 어렵게 만든다고 인식하는 정도’로 정의하였다. 제약요인 관련 선행연구를 살펴보면, 최인석(2010)은 골프참여자의 여가제약과 지속참여의도 간 상관관계를 분석하여 구조적 제약이 지속참여의도에 긍정적인 영향을 미치는 것을 확인한 바 있다. 또한, 정호권(2006)은 골프참여자의 내재적 제약이 지속참여의도에 부정적인 영향을 미침을 확인하였으며, 이상일(2017)은 여성 스키 이용자의 경우, 내재적 제약은 지속참여의도에 정(+)¹의 영향을 미치는 반면, 구조적 제약은 부(-)¹의 영향을 미친다는 사실을 밝히 바 있다. 한편, 정윤하(2017)는 노인 운동의 제약요인과 협상, 지속참여의지와 관계 탐구를 통해 제약과 지속참여의도 간 통계적으로 유의한 부(-)¹의 관계가 있음을 확인하였다. 이상의 선행연구를 통해 연구 대상 및 맥락에 따라 다양한 결과가 도출됨을 확인할 수 있지만, 대체적으로 제약요인을 이용자가 크게 인지할수록 행의의도는 낮아짐을 알 수 있다. 따라서, 본 연구에서도 군인이 내재적 및 구조적 제약을 크게 느낄수록 지속사용의도는 낮아질 것으로 예상하고, 다음과 같은 가설을 도출하였다.

H6: 제약요인은 군인의 OTT 서비스 지속사용의도에 부(-)의 영향을 미칠 것이다.

3.2.3 군복무형태의 조절효과

군대에서는 나이와 성별 등 인구통계학적 지표들의 중요도는 사회에 비해 낮은 편이다. 본 연구에서는 이러한 군대의 특수성을 반영한 조절변수로 군복무형태를 선정하고, 선행요인이 지속사용의도에 미치는 영향 메커니즘이 의무군인과 직업군인 그룹 간 상이한 결과를 보일 것으로 예상하였다. 좀 더 구체적으로 살펴보면, 성과기대는 피동적인 업무수행이 많은 의무군인보다 직업군인에게 크게 작용할 것으로 예상된다. 노력기대는 OTT 서비스를 가장 많이 사용하는 20대가 대부분을 차지하는 의무군인에게, 사회적 영향은 통제된 장소에서 군집 생활을 하는 의무군인에게, 쾌락적 동기는 외부와 통제된 의무군인에게, 가격효용성은 비교적 소득수준이 높은 직업군인에게, 제약요인은 직업적 안정성을 보장받는 직업군인보다 의무적으로 징집되어 군 생활 중인 의무군인에게 상대적으로 더 크게 작용할 것으로 예상되어, 다음과 같은 가설을 도출하였다.

H7a: 성과기대가 OTT 서비스 지속사용의도에 미치는 정(+)의 영향은 직업군인이 의무군인보다 클 것이다.

H7b: 노력기대가 OTT 서비스 지속사용의도에 미치는 정(+)의 영향은 의무군인이 직업군인보다 클 것이다.

H7c: 사회적 영향이 OTT 서비스 지속사용의도에 미치는 정(+)의 영향은 의무군인이 직업군인보다 클 것이다.

H7d: 쾌락적 동기가 OTT 서비스 지속사용의도에 미치는 정(+)의 영향은 의무군인이 직업군인보다 클 것이다.

H7e: 가격효용성이 OTT 서비스 지속사용의도에 미치는 정(+)의 영향은 직업군인이 의무군인보다 클 것이다.

H7f: 제약요인이 OTT 서비스 지속사용의도에 미치는 부(-)의 영향은 의무군인이 직업군인보다 클 것이다.

IV. 연구방법

4.1 변수의 조작적 정의 및 측정

본 연구에서는 도출된 가설을 검증하기 위해 리커트(Likert) 7점 척도를 적용하여 설문문항을 구성하였다. 설문문항은 선행연구를 참고해 군대의 특수한 환경에 걸맞은 요소들을 반영하여 수정하였다. 다음으로, 학계 전문가와 교관 출신 직업군인과의 인터뷰를 통해 설문내용을 검토하고 보완함으로써 표면타당성(face validity)을 확보하였다. 본 연구에서 사용된 변수의 조작적 정의는 <표 2>와 같으며, 최종 분석에 사용된 구체적인 설문문항은 <부록>에 제시하였다.

<표 2> 변수의 조작적 정의

구분	변수	조작적 정의	참조
독립 변수	성과기대 (PE)	모바일 OTT 서비스를 사용함으로써 업무증진 및 효과가 있다고 인식하는 정도	Venkatesh et al.(2012)
	노력기대 (EE)	모바일 OTT 서비스를 쉽게 활용할 수 있음을 인식하는 정도	
	사회적 영향 (SI)	주변인들이 나도 모바일 OTT 서비스를 사용할 것이라고 믿는 정도	
	쾌락적 동기 (HM)	모바일 OTT 서비스로 인해 얻게 되는 재미와 즐거움의 정도	
	가격효용성 (PV)	모바일 OTT 서비스로 인한 지출과 이익에 대한 주관적 선호 정도	
	내재적 제약(IC)	모바일 OTT 서비스를 사용하는데 부정적 영향을 느끼는 심리 정도	
구조적 제약(SC)	모바일 OTT 서비스 사용을 원하나 실제 활용으로 이어지지 못하는 정도		
종속 변수	지속사용의도 (CI)	모바일 OTT 서비스를 지속해서 이용할 것이라 인식하는 정도	Bhattacharjee (2001)
조절 변수	군복무형태 (MS)	· 직업군인: 구성원의 가입이 자발적이며 근무에 대한 대가로 보수를 받는 장병 · 의무군인: 군대에 의무적으로 징집, 강제적이며 이에 대한 대가로 최소의 경비를 받는 장병	민진(2008)

4.2 자료수집

본 설문에 앞서, 2020년 9월 2일부터 4일까지 모바일 OTT 서비스 이용 경험이 있는 공군 장병 30명을 대상으로 예비 설문조사를 실시하여 설문문항을 최종적으로 점검 후 확정하였다. 본 설문은 편의추출법을 적용하여 2020년 9월 10일부터 19일까지 총 10일간 모바일 OTT 서비스 이용 경험이 있는 공군 장병을 대상으로 온라인 설문

을 통해 진행하였다. 총 319부의 설문지를 확보하였으며, 불성실 응답자 16명을 제외한 303부(의무군인 150부, 직업군인 153부)를 최종 분석에 이용하였다. 표본의 인구 통계학적 분포는 <표 3>과 같다.

<표 3> 표본의 인구통계학적 분포

항목	구분		응답자(n=303)	
			빈도	비율(%)
군복무형태 (계급)	의무군인 (n=150)	이병	2	0.7
		일병	44	14.5
		상병	50	16.5
		병장	54	17.8
	직업군인 (n=153)	하사	7	2.3
		중사	28	9.2
		상사	24	7.9
		원사	13	4.3
		준위	7	2.3
		소위	5	1.7
		중위	7	2.3
		대위	27	8.9
		소령	23	7.6
		중령	8	2.6
		대령	4	1.3
나이	10대	1	0.3	
	20대	185	61.1	
	30대	70	23.1	
	40대	37	12.2	
	50대	10	3.3	
복무 연수	1년 미만	74	24.4	
	1년 이상 ~ 2년 미만	82	27.1	
	2년 이상 ~ 5년 미만	14	4.6	
	5년 이상 ~ 10년 미만	35	11.6	
	10년 이상 ~ 15년 미만	41	13.5	
	15년 이상 ~ 20년 미만	20	6.6	
	20년 이상 ~ 30년 미만	33	10.9	
	30년 이상	4	1.3	
학력	고졸	45	14.9	
	전문대졸	23	7.6	
	대학교 재학	112	37.0	
	대학교 졸	101	33.3	
	대학원 졸	22	7.3	

V. 연구결과

5.1 신뢰성 및 타당성 분석

설문조사를 통해 수집한 자료의 측정모델 분석을 위해 설문문항의 신뢰성과 집중타당성 및 판별타당성을 검증하였다. 신뢰성과 집중타당성 분석 결과는 <표 4>와 같다. Cronhbach's Alpha는 0.907 이상, 합성신뢰도(composite reliability: CR)는 0.755 이상의 값이 측정되었다. Nunnally and Bernstein(1994)의 연구에 따르면, Cronhbach's Alpha는 0.7 이상, 합성신뢰도는 0.723 이상을 보이는 자료의 신뢰성을 지지하기 때문에, 본 자료는 적정수준의 신뢰성을 확보한 것으로 간주하였다. 다음으로, 변수들의 평균분산추출(average variance extracted: AVE) 값이 0.524 이상을 나타내어 Fornell and Larcker(1981)가 제시한 기준값인 0.5를 웃돌았으며, 요인적재량(factor loading) 또한 0.565~0.965 사이에서 통계적으로 유의하여 집중타당성이 확보됨을 확인하였다(Bagozzi et al., 1991). 마지막으로, 판별타당성 확보를 위해 AVE 제공근 값과 상관계수 간의 비교작업을 실시하였다. <표 5>에서 대각선의 수치들이 각 변수 간 상관계수 수치보다 모두 큰 것을 알 수 있는데, 이로써 판별타당성이 확보되었음을 확인하였다.

<표 4> 신뢰성 및 집중타당성 분석 결과

변수	Factor Loadings	Cronbach's Alpha	CR	AVE	
성과기대(PE)	PE1	0.901	0.908	0.936	0.784
	PE2	0.894			
	PE3	0.877			
	PE4	0.869			
노력기대(EE)	EE1	0.920	0.933	0.935	0.834
	EE2	0.858			
	EE3	0.947			
	EE4	0.926			
사회적 영향(SI)	SI1	0.914	0.911	0.944	0.849
	SI2	0.944			
	SI3	0.906			
쾌락적 동기(HM)	HM1	0.952	0.940	0.962	0.893
	HM2	0.938			
	HM3	0.945			
가격효용성(PV)	PV1	0.940	0.958	0.973	0.922
	PV2	0.976			

	PV3	0.965			
내재적 제약(IC)	IC1	0.566	0.918	0.755	0.524
	IC2	0.565			
	IC3	0.965			
구조적 제약(SC)	SC1	0.729	0.907	0.907	0.768
	SC2	0.966			
	SC3	0.915			
지속사용의도(CI)	CI1	0.924	0.915	0.947	0.855
	CI2	0.910			
	CI3	0.940			

<표 5> 판별타당성 분석 결과

	PE	EE	SI	HM	PV	IC	SC	CI
성과기대 (PE)	0.885*							
노력기대 (EE)	0.507	0.913						
사회적 영향 (SI)	0.438	0.428	0.922					
쾌락적 동기(HM)	0.501	0.558	0.410	0.945				
가격효용성 (PV)	0.404	0.247	0.327	0.306	0.960			
내재적 제약(IC)	-0.037	0.131	0.134	0.080	-0.137	0.724		
구조적 제약(SC)	-0.039	0.109	0.099	0.075	-0.209	0.609	0.876	
지속사용의도(CI)	0.610	0.538	0.501	0.544	0.421	0.075	0.060	0.925

* AVE의 제곱근을 의미함.

5.2 가설검증 및 토의

연구가설 검증을 위해 설문조사 표본(303부)을 대상으로 SmartPLS 3.0의 부트스트래핑 리샘플링(5,000개) 방법을 사용하였다. 2차요인 변수인 제약요인의 경우, 1차요인 변수(내재적 제약, 구조적 제약)의 요인점수를 적용하였다(Bock et al., 2005). 가설검증 결과는 <표 6>과 같으며, 제약요인이 지속사용의도에 영향을 미치는 가설(H6)을 제외한 나머지 다섯 개의 가설이 채택되었다. 세부적으로 살펴보면, 성과기대는 유의수준 0.1%에서 지속사용의도에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다(H1

채택). 노력기대와 사회적 영향, 쾌락적 동기, 가격효용성은 모두 유의수준 1% 수준에서 지속사용의도에 정(+)^{의 영향을 미치는 것으로 확인되었다(H2, H3, H4, H5 채택). 하지만, 제약요인은 지속사용의도에 대한 유의한 영향을 보이지 않아 H6는 기각되었다. 이는 군의 특수한 환경에서 비롯된 제약요인들이 군 장병 개인의 모바일 OTT 지속사용의도에 별다른 영향을 미치지 않음을 의미한다. 기존 다섯 개의 UTAUT2 독립변수와 제약요인이 더해진 여섯 개의 독립변수는 종속변수인 지속사용의도에 총 52.4%의 설명력을 보여주었다.}

<표 6> 가설검증 결과

가설	경로	경로계수	t-값	채택여부
H1	성과기대(PE) → 지속사용의도(CI)	0.299	5.349***	채택
H2	노력기대(EE) → 지속사용의도(CI)	0.174	2.971**	채택
H3	사회적 영향(SI) → 지속사용의도(CI)	0.166	3.094**	채택
H4	쾌락적 동기(HM) → 지속사용의도(CI)	0.180	3.060**	채택
H5	가격효용성(PV) → 지속사용의도(CI)	0.152	3.082**	채택
H6	제약요인(C) → 지속사용의도(CI)	0.051	0.779	기각

** $p < 0.01$, *** $p < 0.001$

5.3 조절효과 분석

본 연구에서는 의무군인과 직업군인의 두 집단 간 비교분석을 위해 다중집단 비교분석을 실시하여 군복무형태에 따른 조절효과를 검증하였다(Chin et al., 2003). 직업군인 집단의 경우, 성과기대는 유의수준 0.1%에서, 쾌락적 동기와 가격효용성은 유의수준 5% 수준에서, 노력기대는 10% 수준에서 모바일 OTT 서비스 지속사용여부에 대한 정(+)^{의 영향력을 확인하였다. 반면, 사회적 영향은 모바일 OTT 서비스 지속사용의도에 미치는 영향이 유의하지 않았다. 이는 직업군인에게 있어 주변 사람의 시선과 평가가 모바일 OTT 서비스 지속사용여부에 미치는 영향력이 없다는 것을 의미한다. 제약요인 또한 모바일 OTT 서비스 지속사용의도에 유의한 영향을 주지 못한 것으로 나타났다. 직업군인 집단을 대상으로 시행한 분석을 통해 여섯 개의 독립변수가 지속사용의도에 총 53.6%의 설명력이 있음을 확인하였다.}

의무군인 집단의 경우, 사회적 영향이 유의수준 0.1%에서 모바일 OTT 서비스 지속사용의도에 정(+)^{의 영향력을 보였으며, 성과기대는 유의수준 1%에서, 노력기대와 쾌락적 동기는 유의수준 5%에서 모바일 OTT 서비스 지속사용의도에 정(+)^{의 영향력을 미친 것으로 나타난 반면, 가격효용성은 유의한 영향을 주지 않는 것으로 조사되었다. 이는 의무군인 집단에게 모바일 OTT 서비스로 인한 지출과 얻게 되는 이익}}

의 정도가 지속사용의도에 영향을 미칠 만큼 크지 않음을 의미한다. 제약요인 역시 모바일 OTT 서비스 지속사용의도에 영향을 주지 못한 것으로 나타났다. 의무군인 집단을 대상으로 시행한 분석을 통해 여섯 개의 독립변수가 지속사용의도에 총 55.4%의 설명력을 보여주는 것으로 나타났다.

다음으로, 군복무형태의 조절효과에 관한 가설(H7)을 확인하기 위해 다중집단 비교 분석을 실시한 결과는 <표 7>과 같다. 군복무형태의 조절효과 분석을 통해 사회적 영향이 모바일 OTT 서비스 지속사용의도에 미치는 영향은 1% 유의수준에서 의무군인이 직업군인보다 큰 것으로 조사되었다(H7c 채택). 반면, 성과기대, 노력기대, 쾌락적 동기, 가격효용성, 제약요인 등 나머지 독립변수들이 모바일 OTT 서비스 지속사용의도에 미치는 영향력은 두 집단이 크게 다르다고 할 수 없어, 군복무형태에 따른 조절효과를 확인할 수 없었다.

<표 7> 군복무형태의 조절효과 분석 결과

가설	분류	직업군인 (n=153)	의무군인 (n=150)	채택여부
H7a 성과기대 → 지속사용의도	경로계수	0.353	0.198	기각
	표준오차	0.085	0.071	
	t-값	1.392		
H7b 노력기대 → 지속사용의도	경로계수	0.168	0.194	기각
	표준오차	0.089	0.082	
	t-값	-0.215		
H7c 사회적 영향 → 지속사용의도	경로계수	0.031	0.329	채택
	표준오차	0.079	0.071	
	t-값	-2.811**		
H7d 쾌락적 동기 → 지속사용의도	경로계수	0.196	0.178	기각
	표준오차	0.091	0.076	
	t-값	0.152		
H7e 가격효용성 → 지속사용의도	경로계수	0.189	0.092	기각
	표준오차	0.075	0.070	
	t-값	0.948		
H7f 제약요인 → 지속사용의도	경로계수	0.019	-0.006	기각
	표준오차	0.079	0.056	
	t-값	0.258		

** p<0.01

VI. 결론

6.1 연구결과 토의

본 연구는 군대의 특수성을 고려하여 성과기대, 노력기대, 사회적 영향, 쾌락적 동기, 가격효용성, 제약요인의 여섯 가지 선행요인이 군인의 모바일 OTT 서비스 지속 사용의도에 미치는 영향을 확인하고, 추가로 군복무형태에 따라 분류된 의무군인과 직업군인 집단의 영향력을 비교·분석했다. 본 연구의 결과는 다음과 같다. 첫째, 시대적 흐름과 군 복무 환경 변화에 따른 장병들의 모바일 OTT 서비스 사용 실태를 확인하였다. 최근 의무군인을 대상으로 스마트폰의 영내 사용이 허용되었기 때문에, 모바일 OTT 서비스 사용에 관한 수치가 상당히 높은 수준을 보였다. 특히, 유료 OTT 서비스 가입자 비율이 전체 표본 303명 중 247명으로 81.5%를 차지하였다. 또한, 선호하는 장르 중 군 관련 콘텐츠를 선택한 인원이 17.5%로 나타났는데, 강제 시청이 아닌 자의적 시청행위가 여가생활에 발생하고 있음에 주목할 필요가 있다.

둘째, 연구모형 검증을 통해 성과기대, 노력기대, 사회적 영향, 쾌락적 동기, 가격효용성 등 기존 UTAUT2의 선행요인이 지속사용의도에 정(+)¹의 영향을 미침을 확인하였다(H1, H2, H3, H4, H5). 즉, 군 장병들은 현재 시청 중인 모바일 OTT 서비스가 군 관련 업무나 과업에 대한 성과를 도출하는 데 유용하고, 특별한 노력 없이도 모바일 OTT 서비스를 사용할 수 있다고 인지하는 것으로 판단된다. 주변에 중요한 사람들이 자신의 모바일 OTT 서비스를 사용하는 것을 긍정적으로 여기고 있고, 모바일 OTT 서비스로 재미와 즐거움 등 서비스 비용보다 많은 이익을 얻고 있으며, 모바일 OTT 서비스를 지속해서 사용할 의사가 있음을 분석을 통해 확인할 수 있었다. 반면, 제약요인의 경우 모바일 OTT 서비스 지속사용의도에 유의한 영향을 끼치지 않는 것으로 조사되었는데(H6 기각), 이는 모바일 OTT 서비스를 지속해서 이용하는 데 있어서 제약요인이 방해요인으로 작용하지 않음을 뜻한다. 즉, 시청을 방해하는 제약요인이 존재하지 않거나, 군의 특수성이 반영된 제약요인이 존재하고 있으나, 모바일 OTT의 지속시청 의지에 영향을 미칠 만큼 크게 작용하지 않는 상황인 것으로 판단된다.

셋째, 군복무형태의 조절효과에 대한 검증을 통해 사회적 영향이 지속사용의도에 미치는 영향은 의무군인 집단이 직업군인 집단보다 크다는 사실을 확인할 수 있었다(H7c 채택). 즉, 의무군인 집단은 주변인들의 특정 모바일 OTT 서비스를 사용할 것으로 생각하는 믿음에 부응 혹은 동조하려는 행동이 나타나지만, 직업군인 집단은 사회적 관계에 의한 개입 여지가 적으며, 비교적 자유로운 형태로 본인의 의지 때문에

모바일 OTT 서비스를 이용하고 있는 것으로 해석된다. 반면, 다른 요인들의 경우, 군복무형태의 조절효과를 확인할 수 없었다(H7a, H7b, H7d, H7e, H7f 기각). 기각의 원인을 분석하기 위해, 설문 응답자 중 10명을 대상으로 사후 인터뷰를 진행하였다. 그 결과, 일부 응답자가 OTT 서비스를 교육·학습 용도로 주로 활용한다고 응답하였는데, 성과기대가 지속사용의도에 미치는 영향의 경우(H7a), 두 집단 간 유의한 차이를 보이지 않았다는 점은 두 집단 모두 모바일 OTT 서비스를 단순히 쇼·오락 등 유희적 목적을 위한 도구로만 활용하지 않고, 업무 또는 개인의 성과를 도출하기 위한 적극적인 수단으로 인식하고 있기 때문으로 판단할 수 있다. 303명 표본을 대상으로 한 설문조사에 따르면, 모바일 OTT 서비스를 교육·학습 용도로 활용하는 인원은 32.3%로 나타났는데, 일부 응답 인원(10명)을 대상으로 진행한 사후 인터뷰를 통해 직업군인 집단은 진급에 반영되는 자격증 및 영어 공부에, 의무군인 집단은 학부 전공, 자격증뿐만 아니라 각종 시청각 자료 및 군내 UGC(user generated content) 생성 등 군 관련 업무 목적으로 모바일 OTT 서비스를 활용하고 있음을 구체적으로 확인할 수 있었다. 한편, 노력기대의 경우(H7b)에도 두 집단 간 영향력의 차이는 다르지 않았는데, 이는 복잡한 기능과 구조를 가진 정보시스템 사용 맥락과는 다른 사용법이 매우 쉽고 간단한 모바일 OTT 서비스의 특성이 반영된 결과로 판단된다. 쾌락적 동기의 경우(H7d), 직업군인 집단과 의무군인 집단 모두 유의수준 5%에서 모바일 OTT 지속사용의도에 유의한 영향을 미친 것으로 나타났는데, 이는 다양한 모바일 OTT 서비스 시장의 성장으로, 시청자의 입장에서 자신의 취향과 어울리는 OTT 플랫폼과 콘텐츠를 능동적으로 선택할 수 있게 됨으로써, 재미와 즐거움을 느끼는 정도에 큰 차이가 나지 않게 되었기 때문으로 풀이된다. 가격효용성의 경우(H7e), 직업군인 집단은 유의수준 5% 수준에서 지속사용의도에 유의한 영향을 미친 반면, 의무군인 집단은 유의한 영향을 미치지 못한 것으로 나타났다. 이는 직업군인 집단은 모바일 OTT 서비스를 이용함으로써 지출하게 되는 비용보다 시청하는 콘텐츠의 가치가 높다고 생각하지만, 상대적으로 경제적인 어려움이 존재하는 의무군인 집단의 경우, 모바일 OTT 서비스 이용 비용에 대한 부담을 느끼기 때문으로 판단된다. 마지막으로, 제약요인의 경우(H7f), 직업군인 집단과 의무군인 집단 모두 모바일 OTT 지속사용의도에 유의한 영향을 미치지 못하였다. 즉, 두 그룹 모두 군의 특수성이 모바일 OTT 서비스 활용을 방해하거나 어렵게 만든다고 인식하지 않음을 의미한다. 이는 최근 지속해서 군인의 인권신장을 위한 정책들이 적용됨으로써, 직업군인을 포함한 의무군인들의 자기 계발 및 개인 생활 여건이 크게 신장된 결과로 해석할 수도 있다.

6.2 이론적 시사점

본 연구는 다음과 같은 이론적 의의를 가진다. 첫째, 본 연구는 UTAUT2를 활용하여 군내 모바일 OTT 서비스에 특화된 연구모형을 도출하고, 장병들의 지속사용의도에 미치는 영향 요인들을 검증하였다. 본 연구는 개인적 성향이 강하게 반영되는 모바일 OTT 서비스 시청행위에 집단적 특성이 강한 군대의 특수성을 결합하였다는 점에서 독창성을 찾을 수 있는데, 기존 OTT 사용 관련 대부분의 연구가 TAM을 기반으로 진행되었다는 점을 고려한다면, 군대라는 새로운 연구맥락에 UTAUT2를 적용하여 군인의 모바일 OTT 서비스 사용의도를 파악하고자 했다는 점에서 이론적 의의를 찾을 수 있다.

둘째, 본 연구는 UTAUT2와 여가제약모형의 결합을 시도하였다. 여가제약모형의 내재적 제약과 구조적 제약(외재적 제약)은 기술의 수용과 여가의 참여라는 점에 있어 각각 내·외부의 영향을 받는, 같은 구조 형태를 지니고 있으면서도 UTAUT2의 촉진조건과는 상반된 의미 또한 동시에 지니고 있다. 이에, 본 연구는 기존 변수들과 유사한 구조를 지니고 있으면서도 반대의 의미를 나타내는 제약요인을 여가제약모형을 기반으로 추가 고려함으로써 UTAUT2의 확장을 시도하였다는 점에서 이론적 의의를 찾을 수 있다.

셋째, 본 연구는 여가제약모형의 적용 범위를 OTT 서비스 분야로 확장하였다. 선행연구에서 여가제약은 개인의 여가활동이 제한되거나 방해를 받아 여가활동에 불참하는 것을 의미하는데(Ellis and Rademacher, 1987), 여가제약모형 관련 선행연구 분석 결과, 육체적 활동 중심의 여가행위 관련 연구가 주로 이루어졌음을 확인하였다. 이에, 본 연구는 육체적 활동 중심의 여가행위를 넘어 모바일 OTT 서비스 시청행위 또한 여가활동의 일부임을 밝히고, 여가제약모형을 UTAUT2와 결합하여 연구모형을 제시함으로써 여가제약모형이 정적인 여가활동 맥락에도 적용될 수 있음을 최초로 밝혔다. 이는 이론적 의의를 찾을 수 있다.

6.3 실무적 시사점

본 연구의 결과를 바탕으로 다음과 같은 실무적 시사점을 도출할 수 있다. 첫째, 직업군인 대상으로 모바일 OTT 서비스를 활용한 학습·정신교육 등 양질의 군 관련 콘텐츠를 제공할 필요가 있다. 연구결과를 통해서 직업군인 집단의 성과기대가 지속사용의도에 가장 큰 영향을 미치는 것을 확인하였다. 즉, 직업군인들은 업무증진을 위해 모바일 OTT 서비스를 사용하며, 그 효과 또한 크게 인식하고 있음을 알 수 있다.

현재 군은 자체 구성한 내부 폐쇄망을 통해 학습포털 형식의 서비스를 제공하여 직업 군인의 전문지식 함양을 위해 노력하고 있으나, 교육내용이 특정 분야에 편중되어 있을뿐만 아니라 업데이트 또한 원활하지 않아 실제 참여율이 매우 저조한 상황이다. 정신전력교육 역시 미디어콘텐츠를 재생할 때 국방TV 등 셋톱박스에 국한되고 있는데, 민간 등 현대사회의 기술수용과는 많은 격차를 보이는 것이 사실이다. 따라서, 기존의 경직된 보급 형식에서 벗어나 언제 어디서든 접근할 수 있는 양질의 군 관련 OTT 서비스가 모바일 형태로 제공될 필요가 있다.

둘째, OTT 사업자들은 의무군인 집단을 대상으로 적극적인 마케팅을 펼쳐야 한다. 군복무형태로 분류된 두 집단의 검증결과를 통해 의무군인 집단의 가격효용성은 지속 사용의도에 유의한 영향을 미치지 않는 것을 확인하였다. OTT 사업자들은 의무군인 집단의 낮은 가격효용성을 높이기 위해 통신업계의 의무군인 전용 정액요금제와 같은 할인제도를 도입하여 의무군인의 가격에 대한 거부감을 낮추거나, 20대의 선호가 반영된 모바일 중심의 숏폼 콘텐츠(short-form contents)를 확대 제공하는 등 선호 콘텐츠의 형태, 플레이 타임 등 의무군인의 취향을 반영한 맞춤형 마케팅이 필요할 것으로 판단된다.

마지막으로, 의무군인 집단의 유해 콘텐츠 시청을 제한할 방법을 마련할 필요가 있다. 연구결과를 통해 의무군인 집단의 사회적 영향이 지속사용의도에 가장 큰 영향을 미치는 것으로 나타났는데, 이는 의무군인들이 주변인의 기대 또는 요구가 존재할 경우, 비판적 사고 없이 모바일 OTT 서비스를 지속해서 사용할 의사가 있는 것으로 해석할 수 있다. 기존 유료방송 사업자들을 포함한 OTT 서비스 사업자들이 제공하는 콘텐츠의 경우, 정해진 심의기준에 의거 필터링 되어 제공되지만, 유튜브 등 사용자가 창작한 콘텐츠(UGC) 기반 플랫폼의 경우, OTT 사업자가 실시간으로 불법성 여부를 확인할 수 없으므로 의무군인들이 해로운 환경에 무방비로 노출될 가능성이 있다. 실제로 불법도박, 폭탄 제조 및 자살 방법 등 기존에 사회적으로 문제가 되었던 콘텐츠가 군내에서 확산하게 된다면 큰 문제로 비화될 우려도 있으므로, 스마트폰 군내 사용을 허용하면서 카메라 등 군의 내부보안을 위해 설치한 모바일기기 관리시스템(mobile device management: MDM)에 유해요소 차단기능을 탑재시키는 방안 등에 대해 심도 있게 논의할 필요가 있다.

6.4 한계점 및 향후 연구방향

본 연구의 한계점과 향후 연구방향은 다음과 같다. 첫째, 본 연구는 공군 장병을 대상으로 진행된 설문조사로, 모집단인 국군 장병 전체를 아우르는 표본의 대표성이 부족할 수 있다. 향후 연구에서는 각 군의 장병 비율을 고려한 할당추출법을 적용하여

표본의 대표성을 추가로 확보할 수 있기를 기대한다. 둘째, 본 연구에서는 UTAUT2에 여가제약모형을 통합하였는데, 사회적 영향과 중복되어 대인적 제약요인을 배제하였다. 이로 인해 여가제약모형의 계층적 프로세스를 일부 훼손시킨 측면이 있는데, 향후 연구에서는 반대로 여가제약모형의 계층적 프로세스를 그대로 적용하며 중복되는 변인 중 사회적 영향을 배제하는 연구를 진행해보는 것을 제안한다. 셋째, 본 연구는 모바일 OTT 서비스 시청행위의 긍정적인 부분에 집중된 요인을 선정한 한계가 있다. 성과기대, 노력기대, 쾌락적 동기, 사회적 영향, 가격효용성 등의 요인들은 기술수용의 밝은 면에 치중되어 있다. 따라서, 향후 연구에서는 몰입(flow), 중독(addiction) 등 기술수용으로 인해 파생되는 부정적 요인을 함께 고려한 균형적 연구가 필요하다. 마지막으로, 향후 연구에서는 군복무형태의 세분화가 필요할 것으로 판단된다. 본 연구가 군복무형태를 조절변수로 고려한 최초의 연구라는 점에서 의의가 있지만, 향후 연구에서는 단순히 입대의 강제성과 직업의 안정성 측면만을 고려하는 단계를 넘어, 계급, 복무 연수, 업무 유형, 근무 지역 등 좀 더 세분화된 기준에 따른 차이를 살펴보는 연구가 진행될 필요가 있을 것으로 판단된다.

참고문헌

- 김수진 (2019), 모바일 OTT 서비스 수용에 사용자 특성이 미치는 영향: 이용빈도의 조절효과, *한국경영과학회지*, 44(4), 59-80.
- 김예람, 박남기 (2019), SNS 실시간 동영상 서비스 이용의 만족도와 지속사용의도: 개인적 특성과 사회적 현존감의 영향, *사이버커뮤니케이션학보*, 36(3), 53-98.
- 김유겸, 박성희. (2009), 동기수준에 따른 관람스포츠 제약요인이 관람의도에 미치는 영향, *체육과학연구*, 20(1), 146-157.
- 김유정, 김혜영 (2019), 사이트 품질, 신뢰와 습관이 OTT 서비스 사이트 이용자의 지속적 이용의도에 미치는 영향에 관한 연구, *인터넷전자상거래연구*, 19(4), 99-120.
- 김정희, 백지원 (2019), OTT 서비스 성장이 미디어 이용행태에 미치는 영향에 관한 실증 연구, *정보통신정책연구*, 26(1), 47-79.
- 민진 (2008), 군대조직의 특성에 관한 연구. *국방연구*, 51(3), 61-94.
- 방송통신위원회 (2020), 개인화 매체인 스마트폰 보유율 90% 돌파, *방송통신위원회 공식홈페이지*, 1월 30일자.
- 신선경, 박주연 (2020), 글로벌 OTT 서비스 넷플릭스(Netflix) 이용자의 만족과 불만족에 영향을 미치는 요인 연구, *사이버커뮤니케이션학보*, 37(3), 53-94.
- 양광희, 한승진, 이우형 (2008), 공군 장병의 여가활동 참여와 여가만족의 관계, *한국여가레크리에이션학회지*, 32(1), 83-97.
- 오은혜 (2022), OTT 서비스의 지속사용의도에 영향을 미치는 OTT 서비스의 주요 특성에 관한 연구: PAM을 기반으로, *서비스경영학회지*, 23(3), 172-189.
- 유지훈, 박주연 (2018), 글로벌 OTT 서비스 이용자의 지속적 이용 의도에 미치는 요인 연구: 넷플릭스 사례를 중심으로, *방송통신연구*, 46-79.
- 유호중 (2020), OTT 서비스 이용자의 행동특성에 따른 비교연구, *e-비즈니스연구*, 21(1), 55-72.
- 이민석, 이동희 (2021), UTAUT2 모형을 적용한 베이비붐 세대의 모바일 게임 참여 의도 분석, *한국여가레크리에이션학회지*, 45(1), 1-11.
- 이상일 (2017), 여성 스키이용자의 재미, 참여제약 요인이 몰입 및 참여지속에 미치는 영향, *한국체육과학회지*, 26(3), 603-618.
- 이재형 (2020), 7월 1일부터 일과 후 병사 휴대전화 사용 전면 시행, *대한민국 정책브리핑*, 7월 6일자.
- 이준영, 전범수 (2020), OTT 서비스 만족도와 지속이용의도 결정 요인 연구, *한국방*

- 송학보, 34(4), 116-144.
- 이한근, 여찬구, 강성호 (2021), 국내 OTT 서비스의 지속적 사용의도 형성 메커니즘에 관한 연구, *서비스경영학회지*, 22(4), 145-169.
- 이희성, 김해연, 황하성 (2017), OTT 서비스의 이용만족도에 영향을 미치는 요인에 관한 연구, *인터넷정보학회논문지*, 18(6), 93-100.
- 정윤하 (2017), 노인 운동 참여제약과 협상 및 참여지속의지의 관계, *한국여가레크리에이션학회지*, 41(4), 68-82.
- 정호권 (2006), 레저활동 제약요인이 참여 및 지속여부의도에 미치는 영향에 관한 연구, *서비스경영학회지*, 7(4), 59-82.
- 최영진 (2019), 국군의 강령과 군인정신의 재구성, *전략연구*, 26(1), 199-226.
- 최원석, 강다영, 최세정 (2017), 가상현실(Virtual Reality) 디바이스 이용의도와 구매의도에 영향을 미치는 요인 연구: 확장된 통합기술수용모델(UTAUT2)을 중심으로, *정보사회와 미디어*, 18(3), 173-208.
- 최인석 (2010), 여가테크를 위한 골프참가자의 여가제약과 지속의도 관계, *한국여가레크리에이션학회지*, 34(1), 173-182.
- Bagozzi, R. P., and Lee, K. (2002), Multiple routes for social influence: The role of compliance, internalization, and social identity, *Social Psychology Quarterly*, 65(3), 226-247.
- Bagozzi, R. P., Yi, Y., and Phillips, L. W. (1991), Assessing construct validity in organizational research, *Administrative Science Quarterly*, 36(3), 421-458.
- Bhattacharjee, A. (2001), Understanding information systems continuance: An expectation-confirmation model, *MIS Quarterly*, 25(3), 351-370.
- Bock, G., Zmud, R. W., Kim, Y., and Lee, J. (2005), Behavioral intention formation in knowledge sharing: Examining the roles of extrinsic motivators, social-psychological forces, and organizational climate, *MIS Quarterly*, 29(1), 87-111.
- Brown, S. A., and Venkatesh, V. (2005), Model of adoption of technology in households: A baseline model test and extension incorporating household life cycle. *MIS Quarterly*, 29(3), 399-426.
- Chin, W. W., Marcolin, B. L., and Newsted, P. R. (2003), A partial least squares latent variable modeling approach for measuring interaction effects: Results from a Monte Carlo simulation study and an electronic-mail emotion/adoption study. *Information Systems Research*, 14(2), 189-217.

- Crawford, D. W., Jackson, E. L. and Godbey, G. (1991), A hierarchical model of leisure constraints, *Leisure Sciences*, 13(4), 309–320.
- Davis, F. D. (1989), Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology, *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340.
- Ellis, G. D., and Rademacher, C. (1987), Development of a typology of common adolescent free time activities: A validation and extension of Kleiber, Larson, and Csikszentmihalyi, *Journal of Leisure Research*, 19(4), 284–292.
- Fornell, C., and Larcker, D. F. (1981), Structural equation models with unobservable variables and measurement error: Algebra and statistics, *Journal of Marketing Research*, 18(3), 382–388.
- Jackson, E. L. (1993), Recognizing patterns of leisure constraints: Results from alternative analyses, *Journal of Leisure Research*, 25(2), 129–149.
- Jackson, E. L. (2005), *Constraints on leisure*. State College PA: Venture Publishing.
- Kranthi, A. K. and Ahmed, K. A. (2018), Determinants of smartwatch adoption among IT professionals—an extended UTAUT2 model for smartwatch enterprise, *International Journal of Enterprise Network Management*, 9(3–4), 294–316.
- Lee, S. W., Sung, H. J., and Jeon, H. M. (2019), Determinants of continuous intention on food delivery apps: Extending UTAUT2 with information quality, *Sustainability*, 11(11), 3141.
- McMaster, T., and Wastell, D. (2005), Diffusion - or delusion? Challenging an IS research tradition, *Information Technology & People*, 18(4), 383–404.
- Menon, D. (2022), Purchase and continuation intentions of over-the-top (OTT) video streaming platform subscriptions: A uses and gratification theory perspective, *Telematics and Informatics Reports*, 5, 100006.
- Nunnally, J. C., and Bernstein, I. H. (1994), *Psychological theory (3rd ed.)*, New York: McGraw-Hill.
- Priya, R., Mondal, D. P., and Paldon, T. (2021), Understanding the intentions of students to use OTT platforms, *International Journal of Innovative Research in Technology*, 8(1), 671–677.
- PwC (2019), *Entertainment & media outlook 2019~2023*, PwC.com, June 7.
- Statista (2022), Number of OTT video users worldwide from 2017 to 2026,

- Statista.com, February 8.
- Streichan, C. (2020), *Continuous usage of fitness tracker systems: Expanding the UTAUT2 model with perceived privacy risk, health valuation, and satisfaction*, Master's thesis, University of Twente.
- 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.
- Venkatesh, V., Thong, J. Y., and Xu, X. (2012), Consumer acceptance and use of information technology: Extending the unified theory of acceptance and use of technology, *MIS Quarterly*, 36(1), 157–178.
- Wang, Z., and Scheepers, H. (2012), Understanding the intrinsic motivations of user acceptance of hedonic information systems: Towards a unified research model, *Communications of the Association for Information Systems*, 30(1), 256–274.
- Xu, X. (2014), Understanding users' continued use of online games: An application of UTAUT2 in social network games, *Mmedia 2014*.
- Yousaf, A., Mishra, A., Taheri, B., and Kesgin, M. (2021), A cross-country analysis of the determinants of customer recommendation intentions for over-the-top (OTT) platforms, *Information & Management*, 58(8), 103543.
- Yuan, S., Ma, W., Kanthawala, S., and Peng, W. (2015), Keep using my health apps: Discover users' perception of health and fitness apps with the UTAUT2 model, *Telemedicine and e-Health*, 21(9), 735–741.

*** 저자소개 ***

· **김 정 현(indigomask@naver.com)**

경희대학교 일반대학원 빅데이터응용학과에서 석사학위를 취득하였다. 주요 관심분야는 OTT, 국방, 빅데이터 분석 등이다.

· **권 지 윤(kwon31403@khu.ac.kr)**

경희대학교 일반대학원에서 빅데이터응용학과 경영전공으로 석사학위를 진행 중이다. 주요 관심분야는 비즈니스 애널리틱스, 데이터분석, 데이터사이언스 등이다.

· **양 성 병(sbyang@khu.ac.kr)**

경희대학교 경영학과/빅데이터응용학과 교수로 재직 중이며, 주요관심 분야는 빅데이터 분석, 온라인 리뷰, 고객관계관리, 지식경영, 온라인 커뮤니티, 전자상거래, 스마트관광 등이다.

· **윤 상 혁(yoonsh@koreatech.ac.kr)**

한국기술교육대학교 산업경영학부 조교수로 재직 중이며, 주요 연구 분야는 인공지능, 디지털 마케팅, 비즈니스 애널리틱스 등이다.

부록

<부록> 설문 문항

측정개념	변수	측정항목	평균 및 표준편차	참조
성과기대	PE1	모바일 OTT 서비스는 나에게 유용하다.	평균: 6.001 표준편차: 0.946	Venkatesh et al. (2012)
	PE2	모바일 OTT 서비스는 새로운 기회를 제공하며, 이것은 나에게 중요하다.		
	PE3	모바일 OTT 서비스는 나에게 활력을 준다.		
	PE4	모바일 OTT 서비스는 나의 삶을 편안하게 만든다.		
노력기대	EE1	모바일 OTT 서비스의 사용법을 배우는 것은 쉬운 일이다.	평균: 6.222 표준편차: 0.856	Venkatesh et al. (2012)
	EE2	모바일 OTT 서비스와의 상호작용은 명확하고 이해하기 쉽다.		
	EE3	모바일 OTT 서비스는 사용하기 쉽다.		
	EE4	모바일 OTT 서비스 사용에 익숙해지기 쉽다.		
사회적 영향	SI1	나의 동료 장병들은 내가 일과시간 후 모바일 OTT 서비스를 이용하는 것이 나쁘지 않다고 생각한다.	평균: 5.733 표준편차: 1.013	Venkatesh et al. (2012)
	SI2	나의 행동에 영향을 미치는 사람들은 내가 일과시간 후 모바일 OTT 서비스를 이용해도 좋다고 생각한다.		
	SI3	내가 소중하게 생각하는 사람들은 나의 일과시간 후 모바일 OTT 서비스 이용을 좋게 생각한다.		
쾌락적 동기	HM1	모바일 OTT 서비스를 이용하는 것은 재미있다.	평균: 6.249 표준편차: 0.752	Venkatesh et al. (2012)
	HM2	모바일 OTT 서비스를 이용하는 것은 즐겁다.		
	HM3	모바일 OTT 서비스를 이용하는 것은 흥미진진하다.		
가격 효용성	PV1	모바일 OTT 서비스 이용 비용은 합리적이다.	평균: 5.030 표준편차: 1.333	Venkatesh et al. (2012)
	PV2	모바일 OTT 서비스는 가격에 합당한 가치가 있다.		
	PV3	현재 가격을 기준으로 모바일 OTT 서비스는 좋은 가치를 제공한다.		
내재적 제약요인	IC1	복무 스트레스로 인해 모바일 OTT 서비스를 이용하지 못한 경험이 있다.	평균: 3.541 표준편차: 2.070	직접개발
	IC2	미래에 대한 불안 또는 두려움으로 인해 모바일 OTT 서비스를 이용하지 못한 경험이 있다.		
	IC3	심신(몸과 마음)이 피로하여 모바일 OTT 서비스를 이용하지 못한 경험이 있다.		
구조적 제약요인	SC1	사회 대비 군의 특수성(보안 중시)으로 인해 모바일 OTT 서비스를 이용하지 못한 경험이 있다.	평균: 3.895 표준편차:	직접개발

	SC2	시간 또는 데이터의 부족으로 모바일 OTT 서비스를 이용하지 못한 경험이 있다.	2.106	
	SC3	사회 대비 군내 시청환경이 여의치 않아 모바일 OTT 서비스를 이용하지 못한 경험이 있다.		
지속사용 의도	CI1	나는 앞으로도 모바일 OTT 서비스를 사용할 의사가 있다.	평균: 6.109 표준편차: 0.891	Bhattacharjee (2001)
	CI2	나는 군생활 기간 중 모바일 OTT 서비스를 계속 사용하려고 노력할 것이다.		
	CI3	나는 모바일 OTT 서비스를 지속적으로 사용할 계획이다.		