 DOI: 10.15706/jksms.2023.24.4.001

진로 대화형 상담 앱(App)의 만족도와 지속 이용 의도에 영향을 미치는 요인 *

김 효 정(제1저자)
호서대학교 산업심리학과 (조교수)

Satisfaction and Continuance Use Intention of Voice Career Counseling Application

Kim, Hyo Jung (First Author)
Department of Industrial Psychology, Hoseo University (Assistant Professor)

Abstract

Increased interest in online voice counseling is a recent significant change in career counseling in South Korea. Career counseling assists people in choosing, planning, or changing their careers at any stage in life. Choosing a career is an important task, however, finding the right career path may not be easy. This study explores the antecedents of satisfaction and continuance use intention of a voice career counseling application. This study adopts the information system success model with seven factors: Iinformation quality, service quality, system quality, rapport, flow, satisfaction, and continuance use intention; and administered an online survey to 300 users aged 20-50. Descriptive, confirmatory factor analyses and structural equation modeling were conducted using SPSS 25.0 and Amos 23.0. The findings of this study are: First, users selected the career counseling app, which allows counseling only by voice, to minimize concerns about face exposure, thereby reducing prejudices about appearance. Second, some participants stated using the career counseling app to help their children prepare

* 이 논문은 2021년 대한민국 교육부와 한국연구재단의 인문사회분야 신진연구자지원사업의 지원을 받아 수행된 연구임(NRF-2021S1A5A8064298)

for employment, but not for themselves. Third, information quality, service quality, and rapport significantly affected satisfaction with the voice career counseling app. Finally, information quality, service quality, and system quality had a significant relationship with continuance use intention for the voice career counseling app. These findings enhance our understanding of the use of voice career counseling apps and help strengthen their role in career planning and development.

Keywords : Career Counseling, Information System Success Model, Rapport, User Satisfaction, Continuance Use Intention

접수일(2023년 08월 23일), 수정일(2023년 09월 26일), 게재확정일(2023년 10월 07일)

I. 서 론

최근 메타버스나 인공지능을 활용한 비대면 구인·구직이 확산되고 있다. 새로운 유형의 직무가 등장하고, 이전의 산업 분류로 정의할 수 없는 기업들이 시장에 진출하면서 채용 트렌드가 변화하고 있다(이은우, 2023). 가변적인 채용 환경은 직업에 대한 정보의 비대칭성을 유발하고, 구직자들의 탐색 비용을 증가시키고 있다. 그리고, 직무에 대한 이해도가 높은 경력직을 선호하고, 수시 채용을 확대하는 기업들이 증가하면서 구직자들의 취업 관련 부담이 과중되고 있다(정서린, 2023).

전통적인 시각에서 직업 세계는 성인 초기에 한 직장을 선택하여 정년이 될 때까지 경력을 쌓는 과정으로 여겨져 왔다. 하지만, 최근 진로 설계와 발달이 한 시기에 결정되는 것이 아니며 전 생애에 걸쳐 이루어지는 과업으로 재정의되면서 직업 세계에 대한 인식이 변화하고 있다(김은경 외, 2023). 진로 설계는 인간 생애의 모든 단계에서 마주할 수 있는 자연스러운 과업이며, 상황과 욕구에 따라 언제든지 변환할 수 있는 유동적인 것으로 인식되고 있다(김은경 외, 2023; Cipolletta & Mocellin, 2018; Pordelan & Hosseinian, 2022).

인간의 삶 속에서 지속되는 진로 고민들은 진로와 관련된 소통의 욕구를 증가시켰고, 진로 관련 온라인 서비스들을 창출시키는데 기여하고 있다. 배달플랫폼을 운영하는 우아한형제들은 회사에 관심이 있는 구직자와 현업 담당자가 소통할 수 있는 '랜선JOB담' 서비를 제공하고 있으며, 커리어 소셜네트워크인 로켓펀치는 '취준컴퍼니'를 통해 현직과 이직을 준비하는 구직자들을 연결해주고 있다. 매월 수백명의 취업 준비생들이 정보를 얻기 위해 자발적으로 해당 프로그램에 참여하고 있다(김철현, 2023).

또한, 커피챗(Coffee Chat) 문화를 모방한 진로 관련 서비스들도 확산되고 있다. 이직, 면접, 직무, 유학, 해외 취업 등 다양한 경험을 가진 사람과 1:1 대화 상담을 할 수 있는 서비스들이 등장하고 있으며, 해당 서비스들은 진로 경험을 공유하는 정보형 미팅 서비스로 불리우고 있다(김철현, 2023).

최근 온라인에서 제공되는 진로 상담 서비스들은 익명성을 보장하기 위해 음성 정보만 활용한 소통 방식을 선호하고 있다. 음성에 기반한 진로 상담 서비스들은 비대면성과 익명성을 동시에 추구할 수 있고, 기업 종사자와 구직자가 프라이버시를 모두 보호 받을 수 있다는 장점을 가진다. 또한, 별도의 장비 없이 스마트폰으로 서비스 이용이 가능하기 때문에 모바일과 통신서비스가 제공되는 곳이면 즉각적이고 신속한 서비스를 제공받을 수 있다(Sadeh-Sharvit, 2019; Zainudin et al., 2020). 하지만, 온라인 소통 환경은 인터넷 연결 상태에 따라 목소리 끊어짐이나 음질의 저하가 발생할 수 있고(이상일, 2023), 음성으로만 소통이 진행될 경우 대화 도중 언어적 손실이 발생할 가능성이 크기 때문에 대화 내용을 다르게 해석하는 문제들도 발생할 수 있다(이영주 외, 2022; Khan et al., 2022; Richards & vigano, 2013).

온라인에 기반한 진로 소통 서비스들의 잠재적 가치는 향후 지속적으로 증가할 것으로 전망되고 있다(강민선 외, 2023; 이상일, 2023; Cipolletta & Mocellin, 2018). 진로 관련 소통 서비스들은 구직자들의 채용 관련 비용을 감소시켜주고, 조기 퇴사자로 발생되는 기업의 추가 채용과 재교육 비용을 낮추는데 기여할 수 있다(윤은별, 2022; Pordelan & Hosseinian, 2022). 그리고, 온라인을 중요한 삶의 공간으로 인식하는 개인들이 증가하면서 상담 분야에서도 비대면 소통이 서비스 선택의 중요한 요소로 고려되고 있기 때문이다(장수미 외, 2022).

따라서 이용적 가치가 증가하고 있는 비대면 진로 상담 서비스들이 생애주기에 따른 삶을 계획하고, 합리적인 진로 결정을 도와주는 도구로 자리매김 하기 위해서는 해당 서비스에 대한 이용자들의 품질 인식과 반응에 미치는 영향 요인들을 살펴보는 것이 필요하다. 온라인 진로 상담을 살펴본 대부분의 연구들은 고등학생이나 대학생들을 대상으로 진로 대화나 상담 현황을 살펴보고 있다. 따라서 직무를 변경하거나 다른 회사로 이직하는 등 다양한 유형의 진로 고민을 고려하지 못하였고, 다양한 연령대의 구직자들이 온라인 진로 상담 서비스를 어떻게 인지하고 평가하는지에 대한 함의를 제시하지 못하였다(Pordelan & Hosseinian, 2022; Zainudin et al., 2020). 그리고, 음성 정보에 기반한 진로 상담을 살펴본 선행연구들은 대다수가 전화 상담 환경에 초점을 두고 있다. 따라서 온라인이나 모바일 앱 환경에서 이루어지는 음성 진로 상담에 대한 특성과 이용 행태에 대한 제언을 제시하는데 한계를 가지고 있다(Pordelan & Hosseinian, 2021; Zainudin et al., 2020).

이에 본 연구는 모바일을 중심으로 제공되고 있는 비대면 진로 대화형 상담 앱에

초점을 두고 이에 대한 품질 인식과 이용자 만족 및 지속 이용 의도에 미치는 영향 요인들을 살펴보고자 한다. 정보시스템 성공 모델을 활용하여 비대면 진로 대화형 상담 앱의 품질 인식과 이용 행태도 살펴보고자 한다. 또한, 대화 상담 과정에서 긍정적인 경험을 유도하며, 상담 서비스의 만족도를 향상시키는 요소로 확인된 라포와 몰입이라는 심리 요인들을 추가하여(박은희와 구본용, 2022; Li et al., 2021; Philip, 2020) 이용자 만족에 미치는 영향력도 확인하고자 한다.

상담 환경에서 몰입은 내담자의 자기 효능감과 가치감을 확장시켜(안윤지, 2012), 자기 개념에 대한 긍정적 변화를 유발한다(김한별과 정여주, 2016). 그리고, 상담 서비스에 대한 만족감을 증진시켜 긍정적인 상담 효과를 가져올 수 있다(박은희와 구본용, 2022). 진로 상담 관련 연구에서 내담자들은 라포가 형성된 상담 환경을 선호하는 것으로 나타났고(Li et al., 2021), 시각 정보가 배제된 전화 상담 환경에서는 라포가 내담자와 상담사의 관계를 긍정적으로 연결 짓는 역할을 하는 것으로 나타났다(Philip, 2020). 라포는 대면보다 비대면 상담 환경에서 더욱 중요하게 고려되어져야 하는 요소이며, 개인의 말투 및 어감, 말의 속도, 발음 정확성과 같은 언어적 요소들이 라포를 형성하는데 중요한 요소가 된다(유영선 외, 2020; Philip, 2020). 따라서 본 연구에서도 라포와 몰입이 비대면 진로 대화형 상담 앱에 대한 이용자 만족에 긍정적인 영향을 미치는 심리 요인이 될 수 있는지 확인하고자 한다.

본 연구와 기존 연구들의 차별점은 다음과 같다. 첫째, 본 연구는 전화로 이루어져 왔던 음성 대화 상담과 다르게 영상 소통이 가능한 모바일 앱을 활용해 영상 없이 음성으로만 소통하는 진로 상담의 이용 행태를 살펴보았다는 점에서 기존 연구들과 차별화 된다. 둘째, 진로 상담 연구들은 다수가 고등학생이나 대학생과 같이 사회 초년생의 관점에서 진행되었다. 이에 본 연구는 사회 초년생부터 경력자까지 다양한 연령대를 조사대상자에 포함시켜 대면 진로 대화형 상담 앱에 대한 다양한 연령대를 아우르는 통합적인 시각과 전반적인 인식을 살펴보고자 하였다. 본 연구는 비대면 진로 상담에 대한 니즈가 다양한 연령대에서 나타나고 있음을 확인하고, 진로 대화형 상담 앱의 이용 목적, 선택 이유 등 다양한 이용 행태 요인을 도출하였다는 점에서 학문적 의의가 있다. 본 연구의 결과는 비대면 상담에 대한 이해도를 증진시키고, 자발적으로 비용을 지불하여 진로 상담을 하고 있는 개인들의 특성을 이해하는데 기여할 수 있을 것이다. 또한, 비대면 진로 대화형 상담 앱의 품질 특성과 만족도의 영향 요인들을 살펴보는데 기초자료로 활용될 수 있을 것이다.

II. 이론적 배경

2.1 비대면 진로 대화 상담 서비스

상담은 인간과 관련된 삶의 요인들을 탐색하여 변화를 이끄는 활동이며, 비대면 상담은 내담자와 상담자가 대면하지 않는 환경에서 진행되는 모든 상담 또는 심리치료를 의미한다(이영주 외, 2022; 장수미 외, 2022). 본 연구는 비대면 진로 상담 중에서도 모바일 앱 환경에서 제공되는 대화형 상담 서비스에 초점을 두었다. 따라서 선행연구들을 바탕으로 비대면 진로 대화형 상담 서비스를 비대면 대화를 통해 진로 의사결정을 도와주는 진로 상담 서비스로 정의하고자 한다.

비대면 서비스가 보편화 되면서 다양한 유형의 소통 플랫폼이 확산되고 있다. 이미지, 동영상, 문자 등 다양한 콘텐츠를 활용하는 소통 플랫폼과 함께 소리 정보만 활용하는 비대면 대화 플랫폼이 등장하고 있다(Khan et al., 2022). 네이버는 음성 정보를 활용한 '목소리채팅' 서비스를 개설하였으며, 카카오톡은 '보이스룸'을 도입하여 음성 대화 서비스를 제공하고 있다(임영신, 2021). 음성 정보를 활용한 비대면 대화 서비스는 상담 분야에서도 지속적으로 확산되는 추세이다(강민선 외, 2023; 이상일, 2023). 비대면 상담이 활성화되는 배경에는 대면보다 비대면 상담에서 느끼는 편안함의 정도가 높고, 민감한 개인정보를 제공해야 하는 환경일수록 비대면 환경을 더욱 선호하는 경향이 증가하고 있기 때문이다(이영주 외, 2022; Sadeh-Sharvit, 2019).

최근 기술의 발달로 직무 환경에 변화가 발생하고 AI 면접이나 역량검사와 같이 새로운 채용 도구가 개발되면서 취업, 이직, 면접, 직무 등과 같이 진로 정보를 제공하는 상담 플랫폼들이 주목을 받고 있다(Zainudin et al., 2020). 진로와 관련된 온라인 상담은 1960년대부터 시작되었다. 초기에는 이메일 교환을 통한 온라인 상담이 주를 이루었지만 최근 신기술이 접목된 상담 도구들이 개발되면서 다양한 온라인 상담이 활성화 되고 있다(Pordelan & Hosseinian, 2022). 온라인 진로 상담은 상담사가 내담자들이 자신에 대한 이해를 기반으로 진로 의사결정을 계획하고 실행하도록 돕는 역할을 한다. 일반 상담과 다르게 진로 상담은 소통 능력과 진로 관련 정보들을 함께 보유하고 있어야 하기 때문에 일반 상담과 차별화 된다(Zainudin et al., 2020).

진로 대화를 아우르는 온라인 대화 상담 서비스의 특성을 살펴보면 다음과 같다. 장점의 관점에서 온라인 진로 상담을 살펴보면 첫째, 시·공간적 제약을 해소시킬 수 있기 때문에 이용자가 편안한 시간과 장소에서 상담을 받을 수 있다(이상일, 2023; 이영주 외, 2022; 장수미 외, 2022). 둘째, 익명성 보장이 가능하기 때문에 상담에 대한 사회적 낙인을 두려워 하는 개인들의 부정적 감정을 감소시켜 줄 수 있다(강민선

외, 2023). 셋째, 비대면 환경을 선호하는 개인들의 니즈를 충족시킬 수 있고, 물리적 거리를 확보할 수 있어서 편안한 마음으로 상담에 참여할 수 있다(Sadeh-Sharvit, 2019). 넷째, 대면 상담보다는 상대적으로 저렴한 비용으로 상담 서비스를 제공받을 수 있다(이영주 외, 2022). 단점의 관점에서 온라인 진로 상담을 살펴보면 첫째, 쉽게 녹화가 되거나 데이터 보관이 용이하기 때문에 보안과 프라이버시 관련 이슈가 발생할 수 있다(Pordelan & Hosseinian, 2022). 둘째, 비언어적 단서를 파악하기 어렵고, 이용자가 감정이나 태도 등을 쉽게 숨길 수 있기 때문에 정확한 문제 상황 파악이 어려울 수 있따(Nagarajan, 2021). 셋째, 음성만 이용한 상담의 경우 언어적 단어의 손실이 발생하여 이해도가 낮아질 있다(이영주 외, 2022). 넷째, 기술 사용 역량이나 경험이 부족한 경우 온라인 플랫폼에서 전문적인 상담을 제공받거나 또 제공하기 어려울 수 있다(Galliot, 2017).

본 연구에서 살펴본 비대면 진로 대화형 상담의 경우 얼굴이 공개되지 않으며, 모든 상호작용이 대화로만 이루어지는 특성을 가진다. 따라서 익명성을 보장 받을 수 있어 프라이버시와 관련된 걱정을 감소시킬 수 있다. 그리고, 물리적 거리를 두고 대화에 참여할 수 있기 때문에 대면 상담을 꺼려하는 개인들도 쉽게 수용할 수 있고, 대화 상담 신청자나 정보 제공자 모두 친밀한 환경에서 편안하게 소통을 할 수 있다(Pordelan & Hosseinian, 2021, 2022). 하지만, 상담이 진행되는 과정에서 음성 정보만 활용되기 때문에 언어적 손실이 발생할 수 있고, 음성에 의존하여 상대방의 대화 내용을 파악해야 하기 때문에 상담 내용에 대한 이해도가 낮아질 수 있다. 또한, 상대방의 얼굴이나 신체가 보이지 않기 때문에 비언어적인 단서들을 포착하기 어렵고, 톤, 리듬, 흐름과 같은 음성 품질이 상담의 질에 직접적인 영향을 미칠 수 있다(이영주 외, 2022; Khan et al., 2022; Pordelan & Hosseinian, 2022).

2.2 정보시스템 성공 모델

정보시스템 성공 모델은 정보시스템이 개인과 조직에 미치는 영향력을 파악하기 위한 목적으로 활용되었다. 초기의 정보시스템 성공 모델은 정보 품질, 시스템 품질, 이용, 이용자 만족, 개인 및 조직적 영향이라는 변수들을 제시하여 정보시스템 성공 모델의 설명력을 확인하였다(DeLone & MCLean, 1992). 향후 연구 모델의 간명성을 보완하고 조직성과로 제시되었던 결과 변수의 설명력을 높이기 위해 서비스 품질, 그리고 개인성과와 조직성과를 통합한 순 이익이라는 변수를 추가하였다. 이와 더불어 4단계로 구성되어 있던 변수들의 영향력을 3단계로 재구성하여 수정된 정보시스템 성공 모델을 제시하였다(DeLone & McLean, 2003). 수정된 정보시스템 성공 모델은 정보 품질, 시스템 품질, 서비스 품질이라는 변수를 독립변수로 제시하고 있으며, 세

가지 품질 요소 모두 이용(의도), 이용자 만족에 직접적인 영향을 미친다고 가정하고 있다. 또한, 이용(의도)과 이용자 만족은 서로 영향을 미치는 동시에 순 이익이라는 종속 변수에 영향을 미치는 변수로 활용되고 있다(DeLone & McLean, 2003).

수정된 정보시스템 성공 모델에서 활용된 변수들의 정의와 특성을 살펴보면 다음과 같다. 정보 품질은 정보시스템에 의해 제공된 산출물의 특성을 의미하며, 정보의 정확성, 반응성, 완벽성, 적시성, 명확성, 최신성, 충분성, 타당성 등으로 측정되었다(김나랑과 김연국. 2023; 김정우와 권영범. 2023). 서비스 품질은 서비스의 우수성과 관련된 전반적인 판단이나 태도를 의미하며, 반응성, 확신, 관심, 지속적인 서비스, 신속성, 직원의 시간준수, 서비스 제공사의 전문성, 고객에 대한 공감성 등으로 측정되었다(김나랑과 김연국. 2023). 시스템 품질은 정보시스템의 효율성이나 운영 성과를 의미한다. 응답시간, 접근가능성, 사용가능성, 활용가능성, 신뢰성, 유용성, 가용성, 시스템 무결성, 처리 속도, 에러 수정의 용이성, 시스템의 고객화, 효율성, 유연성 등으로 측정되었다(김나랑과 김연국. 2023; 김정우와 권영범. 2023). 이용자 만족은 정보시스템의 산출물들에 대한 선호를 의미하며, 이용(의도)은 정보시스템이나 정보시스템에서 출력된 산출물에 대한 이용 및 의도를 의미한다. 마지막으로 순 이익은 정보시스템을 이용하면서 얻게 되는 이익을 의미하며, 정보시스템의 성공 정도를 측정하는 변수로 활용되고 있다(DeLone & McLean, 2003).

본 연구는 비대면 진로 대화형 상담 앱의 이용자 만족과 지속 이용 의도에 미치는 영향력을 살펴보기 위해 수정된 정보시스템 성공 모델을 활용하고자 한다. 독립변수로는 정보 품질, 서비스 품질, 시스템 품질을 종속변수로는 이용자 만족과 지속 이용 의도를 활용하고자 한다. 수정된 정보시스템 성공 모델을 토대로 비대면 진로 대화형 상담 앱의 만족과 지속 이용 의도에 미치는 영향력을 살펴본 이유는 다음과 같다. 비대면 진로 대화형 상담 앱은 비대면 환경에서 음성 정보만 활용하여 소통이 이루어진다는 점에서 정보 품질이 앱의 만족도나 지속 이용 의도에 영향을 미칠 수 있을 것이라고 보았다. 또한, 비대면 진로 대화형 상담 앱의 경우 대화 상담에 참여하기 위해 모바일을 활용해 다양한 절차를 밟아야 한다. 이용자가 진로 상담에 적합한 파트너를 찾고, 대화 가능한 일자를 조율하고, 대화 상담 서비스를 제공받고, 비용도 지불해야 한다. 그리고 이 모든 과정에서 정보통신기술이 활용된다. 따라서 비대면 진로 대화형 상담 앱을 이용하는 과정에서 인지되는 시스템 품질과 서비스의 품질이 이용자들의 경험에 중요한 영향을 미칠 수 있을 것으로 판단하였다. 마지막으로 특정 서비스에 대한 만족은 서비스의 지속 이용 의도를 증가시켜 시장에서 해당 서비스의 존속 여부를 결정짓는 중요한 요인이다(한지수, 2023). 따라서 본 연구에서 이용자 만족이 비대면 진로 대화형 상담 앱의 지속 이용 의도를 증가시키는 요소로 작용하는지 확인하고자 하였다.

2.3 이용자 만족

이용자 만족은 정보시스템에서 제공되는 서비스가 사용자들의 기대 수준에 어느 정도 부합하는지를 의미한다(DeLone & McLean, 2003). 만족은 소비 경험을 통해 지각된 감정의 충족 정도이며, 서비스 이용 환경에서 지불한 비용 대비 제공받은 편익에 대한 주관적 평가로 해석된다(김민경, 2020; Bhattacherjee, 2001). 이용자 만족은 개인적 요소, 환경적 요소, 제품의 품질이나 가격 요소와 같이 다양한 요소에 영향을 받는 반응 변수로 알려져 있다. 동일한 결과물에 대해서도 개인이 처한 상황에 따라 만족 수준이 변화할 수 있고, 개인의 성향 요인에 따라 인지하는 만족 수준에 차이가 있을 수 있다(김민경, 2020; 한지수, 2023). 만족도는 서비스에 대한 주관적인 기대 수준에 따라서도 달라질 수 있다. 특정 서비스에서 제공된 결과물이 소비자의 기대 수준보다 높을 경우 만족을 느끼지만 결과물이 기대 수준보다 낮을 경우 불만족을 경험할 수 있다(Bhattacherjee, 2001). 만족은 긍정적인 구전효과와 반복 구매와 예측하는 지표로 활용될 수 있으며, 정보시스템 성공 모델을 활용한 연구들에서 지속 이용 의도와 순 이익에 직접적인 영향을 미치는 요인으로 확인되었다(한지수, 2023).

2.4 지속 이용 의도

지속 이용 의도는 서비스에 대한 충성도와 서비스를 지속적으로 사용하고자 하는 의지를 의미한다(Bhattacherjee, 2001). 비대면 진로 상담형 앱과 같은 신서비스는 지속적 사용 여부가 시장에서의 성공 여부를 결정짓기 때문에 기업의 관점에서 매우 중요하게 고려해야 하는 요소이다(Bhattacherjee, 2001). 현재 온라인에 기반한 음성 대화 및 상담 서비스들이 확산되고는 있으나 일부 서비스는 사용자 감소로 존립의 위기에 처해있다(최태범, 2023). 서비스가 시장에서 사라지게 될 경우 이전 이용자들은 해당 서비스에서 얻을 수 있었던 효용들을 포기해야 하며 대체재를 찾기 위해 추가적인 의사결정 비용을 지불해야 한다(유건우 외, 2021; 최지현과 이대휘, 2019; 한지수, 2023). 따라서 기업들은 시장에서 사업의 지속성을 고려하고 입지를 확보하기 위해 신규 고객 창출과 기존 고객을 유지하기 위한 노력이 동반되어야 한다(한지수, 2023).

2.5 품질 요인: 정보, 서비스, 시스템

품질은 시장에서 서비스의 성공을 결정짓는 중요한 요소이자, 서비스의 지속 이용

을 가능하게 하는 요소이다(김민경, 2020). 오프라인 서비스들이 온라인으로 확장되면서 품질에 대한 인식과 개념들도 다양해지고 있다. 온라인이라는 가상공간에서는 사업자와 소비자의 직접적인 대면이나 접촉없이 거래가 이루어지기 때문에 오프라인 환경에서 제공되고 있는 서비스의 품질 요소들이 다르게 인지될 수 있고, 비대면 상태에서 서비스가 제공되기 때문에 온라인 서비스 환경에서 보다 더 높은 수준의 서비스 품질이 요구될 수 있다(김민경, 2020; 이상일, 2023).

정보 품질은 제공된 산출물의 가치와 적절성을 의미하며, 온라인 소통 환경에서 서비스 이용자들을 확보하고 유지하는데 중요한 역할을 한다(오효경 외, 2021). 정보통신기술을 활용한 비대면 진로 대화형 상담 앱은 이용 과정에서 얼굴이나 민감한 개인정보가 공개되지 않으며, 음성 정보만을 활용해 진로에 대한 음성 대화를 나누는 공간이다. 따라서 오프라인에서 진행되는 진로 대화 상담과 다르게 정보 품질에 대한 기대 수준이 높아질 수 있고, 인터넷 연결 상태에 따라 목소리 끊어짐이나 음질의 저하가 발생할 경우 해당 서비스에 대한 만족 수준이 낮아질 수 있다(이상일, 2023). 온라인 비대면 진로 상담 서비스들은 이용자가 사전에 질문 내용을 정리해 대화 상담자에게 전달하고 있다. 상담 제공자들은 이용자들이 제공한 질문지를 토대로 상담을 준비한다. 따라서 이용자들이 원하는 수준의 정보가 적절하고 충분히 제공되었는지가 서비스에 대한 만족과 지속 이용을 결정짓는 중요한 요소로 작용할 수 있다(김철현, 2023). 고품질의 정보나 이용자 요구 수준에 맞는 정보 제공이 이루어졌을 때 서비스 이용자들은 재미와 즐거움과 같은 긍정적인 감정을 경험할 수 있고, 서비스에 대한 충성도나 친밀감이 향상될 수 있다(김민경, 2020; 오효경 외, 2021). 따라서 본 연구에서도 정보 품질이 비대면 대화형 상담 앱에 대한 소비자의 긍정적 반응을 결정짓는 요소가 될 수 있다고 보았다.

서비스 품질은 서비스를 제공 받는 과정에서 인지되는 기술적 지원, 금전적 혜택, 대응성 등과 관련된 전반적인 품질을 의미한다(김정우와 권영범, 2023; 이진희와 홍순기, 2020). 온라인에서 제공되는 비대면 진로 상담 서비스들은 이용자가 대화하고 싶은 기업이나 직무와 관련성이 높은 사람을 제공된 목록에서 찾고 대화 상담자로 선택할 수 있다(황치규, 2021). 따라서 맞춤화된 서비스 제공이 가능하다. 또한, 비대면 진로 상담 앱은 모바일에 기반하기 때문에 실시간으로 신속한 서비스를 제공받을 수 있다. 현재 무료로 제공되는 진로 상담 서비스도 있지만 유료 서비스들은 대략 20분당 만원 상당의 진로 상담 비용이 청구되고 있다(윤은별, 2022). 이용자들은 자신이 지불한 금액에 합당한 서비스가 제공되지 않을 경우 만족도가 감소할 수 있고, 할인 또는 적립과 같은 금전적 혜택이 제공되지 않을 경우 서비스 품질에 대한 인식도 낮아질 수 있다(김정우와 권영범, 2023; 이진희와 홍순기, 2020).

시스템 품질은 이용자가 편리하고 효율적으로 서비스를 사용할 수 있다고 인지하는

것을 의미한다(김민경, 2020). 비대면 진로 대화형 상담 앱은 온라인 상담과 같이 신청자가 원하는 공간에서 서비스를 제공 받을 수 있다는 점에서 편리함을 제공한다. 그리고, 모바일을 활용해 24시간 서비스 이용이 가능하기 때문에 서비스의 접근성이 우수한 편이다. 비대면 진로 대화형 상담 앱은 해외 거주자나 취업자와 같이 물리적으로 만나기 어려운 사람들과도 연결해주기 때문에 다양한 유형의 사람들과 소통하는데 용이하게 활용될 수 있다(윤은별, 2022). 시스템 품질에 대한 인식은 특정 서비스의 인지된 유용성을 높이고, 브랜드 태도와 서비스의 만족도를 증가시키는 요인으로 확인되었다(오효경 외, 2021).

2.6 심리 요인: 라포, 몰입

본 연구는 비대면 진로 대화형 상담 앱 환경에서 심리 요인인 라포와 몰입이 이용자 만족에 영향을 미치는 중요한 요인이 될 것이라고 가정하였다. 상담은 사람간 상호작용을 기반으로 이루어지며, 서비스 산업 분야에 해당된다(장수미 외, 2022; Pordelan & Hosseinian, 2022). 따라서 인간의 상호작용과 서비스가 제공되는 환경에서 사람의 긍정적 반응을 증가시켰던 라포와 몰입이(전성준 외, 2021, 좌일방 외, 2021) 상담 서비스 환경에서도 동일한 역할을 할 수 있을 것이라고 판단하였다. 경쟁이 치열한 서비스 시장 환경에서 기업들은 우위를 차지하기 위해 소비자와 친밀한 관계를 형성할 수 있어야 한다. 특히 상담을 포함한 서비스 분야는 고객과 서비스 제공자의 상호작용이 필수적이기 때문에 고객의 긍정적 경험을 유도하기 위해 라포 형성이 반드시 필요하다(민소라와 양지인, 2020). 그리고, 비대면 진로 대화형 상담 앱은 이용자들의 익명성을 보장하기 위해 얼굴을 공개하지 않으며, 음성 정보에 의존하여 서비스를 제공받아야 한다(윤은별, 2022). 따라서 얼굴이 보이지 않는 상대방과 대화를 이끌고 소통하기 위해서는 몰입이 필요하며, 몰입이 다양한 서비스 분야에서 소비자의 긍정적 반응을 증가시켰다는 점에서(김필 외, 2020; 안명아 외, 2019) 본 연구에서도 동일한 결과를 가져올 수 있을 것이라고 판단하였다.

2.6.1 라포

라포는 서비스 제공자와 소비자 간 즐거운 관계와 개인적인 유대감으로 정의된다(Gremler & Gwinner, 2000). 서비스 환경에서 제시된 초기의 라포는 즐거운 관계와 개인적 유대감으로 구분되었으나, 후속 연구를 통해 정보 공유 행동, 유대적 행동, 공통배경 행동, 세심한 행동, 예의바른 행동으로 세분화 되었다(Gremler & Gwinner, 2000). 라포는 언어적 커뮤니케이션과 비언어적 커뮤니케이션에 모두 영향을 받으며,

커뮤니케이션 방법이나 형식에 따라 라포의 수준이 다르게 형성될 수 있다(노수정, 2021; 민소라와 양지인, 2020). 라포가 형성된 관계는 그렇지 않은 관계보다 더 많은 정보와 감정이 공유되며(전상경, 2022), 감정 교류가 증가할수록 상대방의 이야기를 충분히 이해할 수 있는 상호관계가 형성되어 결속력이 증가한다(노수정, 2021; 인성호, 2021). 라포는 서비스 환경에서 소비자와 서비스 제공자간 친밀감을 증가시키는 동시에 서비스에 대한 만족과 신뢰도를 증진시키는 것으로 확인되었다(김광민 외, 2020; 민소라와 양지인, 2020; 인성호, 2021; 여순심, 2020). 따라서 비대면 진로 대화형 상담 환경에서도 라포가 서비스 이용자와 상담 제공자의 정보 공유를 촉진하고 결속력을 강화시켜 서비스에 대한 만족을 증가시키는 요인으로 작용할 수 있다. 언어적 정보만 활용된 전화 상담이나 비대면 상담 환경에서 라포가 강하게 형성될수록 긍정적인 상담 효과가 나타나고, 상담에 대한 태도가 달라질 수 있음이 확인되었다(Java et al., 2021; Phillip, 2020). 하지만, 비언어적 단서와 시각적 정보를 활용할 수 없기 때문에 대면 상담보다 라포 형성이 어렵고 복잡하다(Phillip, 2020). 비대면 상담 환경에서는 공감하기, 준언어(강세, 리듬 등) 단서 등을 활용해 라포를 형성하고 있으나 대면 상담 환경과 동일시 될 수 없다. 따라서 비대면 상담 환경에 특화된 라포 형성 기법이나 교육 프로그램 등을 개발하는 필요하다는 의견들이 제시되고 있다(이영주 외, 2022; Phillip, 2020),

2.6.2 몰입

몰입은 개인이 느낄 수 있는 최고의 경험으로 자신이 하고 있는 일에 빠져서 모든 정신을 집중시키는 것을 의미한다(CsikszentMihalyi et al., 2014). 몰입은 정서적인 애착과 비슷한 작용을 하기 때문에 충성도와 관련이 깊고, 특정 행동을 반복하게 만드는 결과를 가져온다(최지현과 이대휘, 2019). 특정 대상을 통해 몰입을 경험한 개인은 미래에 그 행동을 다시 반복할 가능성이 높아지며, 반복된 행동을 통해 감정적 혜택을 얻고자 하는 노력이 동반될 수 있다(이민영, 2021). 몰입은 서비스 제공 환경에서 서비스에 대한 만족도를 높이며, 서비스 사용 동기나 상호작용성이 서비스 지속 이용 의도에 미치는 영향력을 매개하는 역할도 하고 있다(이민영, 2021). 진로 상담에서 몰입은 내담자가 고정관념에서 벗어나 새로운 시각을 가질 수 있도록 도와주며, 내담자의 흥미와 능력 간에 생길 수 있는 격차의 문제를 극복하게 해주는 역할을 한다. 그리고, 진로문제를 일상의 경험과 연결하여 삶에서 다양한 의미를 진로와 연결지을 수 있도록 도와준다(윤영란, 2006). 대학생의 진로상담프로그램의 효과성을 살펴본 연구에서는 몰입 요소가 상담자들의 성취 가치, 도전 가치, 자기실현 가치, 일 자체의 가치 등을 향상시키는 것으로 나타났다(용명화와 정소희, 2016). 그리고, 상담자와 내담자의 몰입을 살펴본 연구에서는 상담자의 몰입이 공감을 증가시키며, 공감

의 증가는 내담자의 몰입을 향상시키는 것으로 나타났다. 공감은 상담자의 몰입이 내담자의 몰입에 미치는 영향력을 매개하는 것으로 나타났으며, 내담자의 몰입은 자기성찰을 증가시키는 역할을 하는 것으로 나타났다(김한별과 정여주, 2016). 상담 환경에서 몰입의 역할과 영향력을 살펴본 연구에서는 상담자의 호소문제 명확성이 상담자의 몰입에 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 상담자의 몰입은 상담자의 상담 만족도를 증가시키는 것으로 확인되었다(박은희와 구본용, 2022).

Ⅲ. 연구가설 및 연구 모형

3.1 연구 가설

3.1.1 품질과 이용자 만족의 관계

품질과 이용자 만족의 관계를 살펴본 연구들은 다음과 같다. 관광통계시스템의 만족을 살펴본 연구에서는 정보 품질, 서비스 품질이 만족도에 정(+)적인 영향을 미치는 것으로 확인되었으며(이진희와 홍순기, 2020), 세무회계정보시스템의 사용자 성과를 살펴본 연구에서는 시스템 품질, 정보 품질, 서비스 품질이 사용자 만족도에 모두 영향을 미치는 것으로 나타났다(오효경 외, 2021). 배달 앱에 대한 대한 품질과 만족도 간의 관계를 살펴본 연구에서는 혁신성이 높은 집단에서는 정보 품질과 시스템 품질이 모두 사용자 만족에 영향을 미쳤으나, 혁신성 수준이 낮은 집단에서는 정보 품질만 사용자 만족에 영향을 미치는 것으로 나타났다(한지수, 2023). 본 연구는 선행연구들을 토대로 비대면 진로 대화형 상담 앱 환경에서도 정보 품질, 서비스 품질, 시스템 품질이 이용자 만족에 영향을 미칠 것이라고 가정하였다.

가설 1: 정보 품질이 이용자 만족에 정(+)적인 영향을 미칠 것이다.
가설 2: 서비스 품질이 이용자 만족에 정(+)적인 영향을 미칠 것이다.
가설 3: 시스템 품질이 이용자 만족에 정(+)적인 영향을 미칠 것이다.

3.1.2 심리 요인과 이용자 만족의 관계

라포와 만족도, 몰입과 만족도의 관계를 살펴본 연구들은 다음과 같다. 서비스 제공 환경에서 호텔종사원의 라포가 직무에 대한 만족도를 증가시키는 것으로 나타났으며(김광민 외, 2020), 항공사 객실승무원과 라포가 형성된 고객일수록 관계에 대한 만족도가 향상되는 것으로 나타났다(민소라와 양지인, 2020). 크루즈 이용 환경에서도 승무원과 이용자 간 라포 수준이 증가할수록 크루즈 여행에 대한 만족도가 증가하는

것으로 나타났다(여순심, 2020). 몰입은 혁신적인 서비스 이용 환경과 직무 환경에서 개인의 만족도를 증가시키는 요인으로 확인되었다. 모바일 게임 환경에서도 몰입이 만족도를 증가시키는 것으로 나타났으며(이진형과 김철수, 2019), 메타버스 학습 환경에서도 학습에 대한 몰입이 만족도를 증가시키는 것으로 나타났다(김나랑, 2022). 본 연구는 선행연구들을 토대로 비대면 진로 대화형 상담 앱 환경에서도 라포와 몰입이 이용자 만족에 영향을 미칠 것이라고 가정하였다.

가설 4: 라포가 이용자 만족에 정(+)적인 영향을 미칠 것이다.
가설 5: 몰입이 이용자 만족에 정(+)적인 영향을 미칠 것이다.

3.1.3 품질과 지속 이용 의도의 관계

품질과 이용 의도의 관계를 살펴본 선행연구들은 다음과 같다. VR기반 문화유산 체험의 방문 의도를 살펴본 연구에 의하면 정보 품질이 지속 이용 의도에 정(+)적인 영향을 미치는 것으로 나타났으며(유건우 외, 2021), 소셜미디어의 품질 특성을 살펴본 연구에서는 소셜미디어의 품질 특성이 브랜드 태도를 통해 간접적으로 구매 의도에 영향을 미치는 것으로 나타났다(김정우와 권영범, 2023). 온라인 여행사 정보시스템의 이용 의도를 살펴본 연구에서는 시스템 품질와 인터페이스 품질이 정보시스템의 이용 의도를 증가시키는 것으로 확인되었다(이진희 외, 2020). 본 연구는 선행연구들을 토대로 비대면 진로 대화형 상담 앱 환경에서 품질이 지속 이용 의도에 영향을 미칠 것이라고 가정하였다.

가설 6: 정보 품질이 지속 이용 의도에 정(+)적인 영향을 미칠 것이다.
가설 7: 서비스 품질이 지속 이용 의도에 정(+)적인 영향을 미칠 것이다.
가설 8: 시스템 품질이 지속 이용 의도에 정(+)적인 영향을 미칠 것이다.

3.1.4 이용자 만족과 지속 이용 의도의 관계

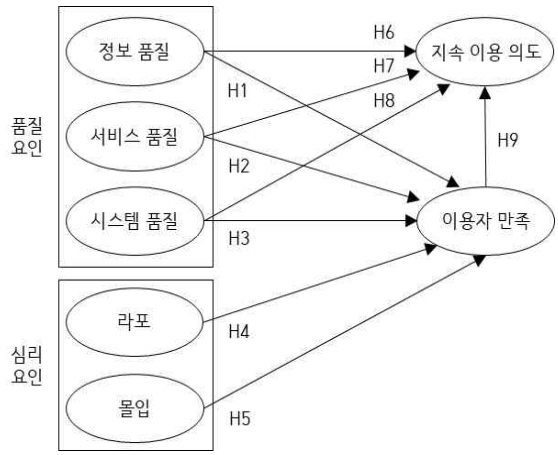
이용자 만족과 지속 이용 의도의 관계를 살펴본 연구들은 다음과 같다. 가상현실을 이용한 관광 관련 연구에서 만족도가 가상현실로 구현된 관광 장소에 대한 방문 의도를 증진시키는 것으로 나타났으며(Lee, 2022), 배달 앱 이용 환경에서 배달 앱에 대한 사용자 만족이 지속 이용 의도에 정(+)적인 영향을 미치는 것으로 나타났다(한지수, 2023). 관광동기가 소비자 반응에 미치는 영향력을 살펴본 연구에서도 만족도가 지속 이용 의도를 증가시키는 것으로 나타났다(최지현과 이대휘, 2019). 본 연구는 선행연구들을 토대로 비대면 진로 대화형 상담 앱 환경에서도 이용자 만족이 지속 이용 의도에 영향을 미칠 것이라고 가정하였다.

가설 9: 이용자 만족이 지속 이용 의도에 정(+)적인 영향을 미칠 것이다.

3.2 연구 모형

비대면 진로 대화형 상담 앱의 이용자 만족과 지속 이용 의도에 영향을 미치는 요인들을 살펴보기 위해 제시한 연구 모형은 <그림 1>과 같다.

<그림 1> 연구 모형



IV. 연구 방법

4.1 자료 수집 및 분석 방법

본 연구는 비대면 진로 대화형 상담 앱에 대한 이용자 만족과 지속 이용 의도에 영향을 미치는 요인들을 파악하고자 하였다. 비대면 진로 대화형 상담 앱에 대한 품질 인식이나 경험 등을 통제하기 위해 첫째, 비대면 진로 대화형 상담 앱의 이용 경험이 있는 조사대상자로 선정하였다. 둘째, 앱마다 이용 방법이 다를 수 있기 때문에 모바일에서 어플리케이션으로 제공되고 있는 '커피챗' 경험자들로 조사대상자를 한정하였다. 커피챗은 모바일 환경에 적합한 서비스이며, 통상적으로 다섯 가지 단계로 서비스 이용이 이루어지고 있다. 1단계에서는 이용자가 대화하고 싶은 파트너를 탐색하고, 2단계에서는 대화 가능한 일정을 선택하고, 3단계에서는 이용자가 궁금한 내용들을 대

화 파트너에게 전달하고, 4단계에서는 일정을 확정하고, 5단계에서 대화 상담이 진행된다. 특정 서비스를 이용한 조사대상자를 찾는 것이 쉽지 않아 두 가지 방법을 사용하여 설문을 실시하였다. 온라인 조사 전문업체인 엠브레인에 조사를 의뢰하여 2023년 5월 1-25일 까지 웹 기반 온라인 조사를 실시하였다. 추가적으로 진로 관련 온라인 카페나 앱 등에서 조사대상자를 모집하고 2023년 5월 13-30일 까지 모바일 기반 설문 조사를 실시하였다. 데이터 분석을 실시하기 위해 SPSS 25.0 프로그램과 Amos 23.0 프로그램을 사용하였다. 기술통계분석, 확인적 요인분석, 구조 모형 분석이 실시되었다.

4.2 변수의 조작적 정의 및 세부 문항

본 연구는 진진로 대화형 상담 앱에 대한 이용자 만족과 지속 이용 의도에 미치는 영향 요인들을 파악하기 위해 <표 1>과 같은 변수들을 선정하였다. 종속 변수에는 이용자 만족과 지속 이용 의도를 선정하였고, 독립 변수들은 심리 요인과 품질 요인으로 세분화하였다. 심리 요인에는 라포, 몰입 변수를 품질 요인에는 정보 품질, 서비스 품질, 시스템 품질을 선정하였다. 모든 설문 문항은 5점 리커트 척도를 활용하여 측정하였다(응답 범주: ① 전혀 그렇지 않다 ~ ⑤ 매우 그렇다).

정보 품질은 진로 대화형 상담 앱을 이용하는 과정에서 충분한 정보가 제공되었다고 인지하는 정도로 정의하였으며, DeLone & McLean(2003)의 연구를 참고하였다. 서비스 품질은 진로 대화형 상담 앱에서 자신의 요구에 맞는 서비스가 제공되었다고 인지하는 정도로 정의하였으며, DeLone & McLean(2003)의 연구를 참고하였다. 시스템 품질은 진로 대화형 상담 앱의 이용 방법이 용이하다고 인지하는 정도로 정의하였으며, DeLone & McLean(2003)의 연구를 참고하였다.

라포는 진로 대화형 상담 앱 환경에서 대화 상대에게 느끼는 정서적 친밀감의 정도로 정의하였으며, 민소라와 양지인(2020)의 연구를 참고하였다. 본 연구는 서비스 환경에서 이용자가 서비스 제공자로부터 느끼는 라포를 측정하기 위해 해당 논문을 참고문헌으로 사용하였다. 몰입은 진로 상담형 대화 앱 환경에서 대화에 집중하였다고 느낀 정도로 정의하였으며, 최지현과 이대휘(2019)의 연구를 참고하였다. 본 연구는 다양한 차원으로 측정되고 있는 몰입을 단일 차원으로 분석하기 위해 해당 참고문헌을 사용하였다. 이용자 만족도은 진로 상담형 대화 앱에 대한 전반적인 만족으로 정의하였으며, DeLone & McLean(2003)의 연구를 참고하였다. 지속 이용 의도는 진로 상담형 대화 앱을 미래에도 지속적으로 이용할 의도가 있는 정도로 정의하였으며, Bhattacherjee(2001)의 연구를 참고하였다.

<표 1> 척도 및 참고 문헌

변수			참고문헌
품질 요인	정보 품질	요구 수준에 맞는 정보가 제공되었다	DeLone & McLean(2003)
		충분한 정보가 제공되었다	
		시의적절한 정보가 제공되었다	
	서비스 품질	서비스가 신속하게 제공되었다	
		맞춤화된 서비스가 제공되었다	
		지불한 금액에 합당한 서비스가 제공되었다	
	시스템 품질	서비스 이용 방법이 편리했다	
		시공간의 제약 없이 서비스 이용이 가능 했다	
		모바일 환경에 적합한 서비스가 제공되었다	
심리 요인	라포	진로 상담자에게 유대감을 느꼈다	민소라와 양지인 (2020)
		진로 상담자와 대화가 잘 통하는 느낌을 받았다	
		진로 상담자에게 친밀감을 느꼈다	
		진로 상담자로 인해 즐거움을 느꼈다	
	몰입	대화하는 동안 시간 가는 줄 몰랐다	최지현과 이대휘 (2019)
		대화에 몰입하게 되었다	
		대화에 집중하게 되었다.	
이용자 만족		서비스에 전반적으로 만족한다	DeLone & McLean(2003)
		기대 수준을 충족하는 서비스였다	
		긍정적인 경험이었다	
지속 이용 의도		지속적으로 이용하고 싶다	Bhattacherjee (2001)
		사람들에게 추천할 계획이 있다	
		향후에도 이용할 의도가 있다	

4.3 조사대상자의 특성

조사대상자들의 특성을 살펴보면 <표 2>와 같다. 성별을 살펴보면 남성 180명(60%), 여성 120명(40%)으로 나타났다. 연령대를 보면 20대 90명(30%), 30대 90명(30%), 40대 90명(30%), 50대 30명(10%)으로 나타났다. 월 평균 소득을 살펴보면 300-400만원 미만이 110명(36.8%), 400만원 이상 68명(22.5%), 100-200만원 미만 53명(17.7%), 100만원 미만 47명(15.6%), 200-300만원 미만이 22명(7.4%)으로 나타났다. 직업을 살펴보면 사무직이 157명(52.3%), 영업직/서비스직 61명(20.3%), 무직 37명(12.3%), 학생 27명(9.0%), 자영업 12명(4.0%)으로 나타났다. 1-5년 미만 77명(25.8%), 10-15년 이상 75명(25.0%), 15년 이상 72명(24.0%), 1년 미만 41명(13.6%), 5-10년 미만 35명(11.6%)으로 나타났다. 관심 있는 진로 계열을 살펴보면 공학 167명(55.8%), 경영 72(24.0%), 인문사회 35명(11.6%), 디자인 16명(5.3%), 기타 10명(3.3%)으로 나타났다. 진로 관련 서비스 이용 목적을 살펴

보면 업계 동향 파악이 121명(40.5%), 경력직 정보 파악 68명(22.6%), 관련 스펙 정보 파악 50명(16.6%), 직무 특성 파악 33명(11.0%), 면접 정보 파악 28명(9.3%)으로 나타났다.

<표 2> 조사대상자의 특성

항목		빈도(%)	항목		빈도(%)
성별	남성	180(60.0)	직업	학생	27(9.0)
	여성	120(40.0)		사무직	157(52.3)
연령대	20대	90(30.0)		영업직/서비스직	61(20.3)
	30대	90(30.0)		자영업	12(4.0)
	40대	90(30.0)		무직(취업 준비 중)	37(12.3)
	50대	30(10.0)		기타	6(2.1)
월 평균 소득 (용돈 포함)	100만원 미만	47(15.6)	총 근무 년수	1년 미만	41(13.6)
	100-200만원 미만	53(17.7)		1-5년 미만	77(25.8)
	200-300만원 미만	22(7.4)		5-10년 미만	35(11.6)
	300-400만원 미만	110(36.8)		10-15년 미만	75(25.0)
	400만원 이상	68(22.5)		15년 이상	72(24.0)
관심 있는 진로분야	인문사회	35(11.6)	진로 관련 서비스 이용 목적	관련 스펙 정보 파악	50(16.6)
	경영	72(24.0)		경력직 정보 파악	68(22.6)
	공학	167(55.8)		면접 정보 파악	28(9.3)
	디자인	16(5.3)		업계 동향 파악	121(40.5)
	기타	10(3.3)		직무 특성 파악	33(11.0)
총 합계				300명(100%)	

V. 연구 결과

5.1 비대면 진로 상담형 대화 앱의 이용 행태

조사대상자들이 최근 1년 이내 사용했던 비대면 진로 상담형 대화 앱의 이용 행태를 살펴보면 <표 3>과 같다. 이용 횟수를 살펴보면 2-4회 138명(46.0%), 1회 126명(42.0%), 5회 이상 36명(12.0%)으로 나타났다. 이용 목적을 살펴보면 이직 시 경력자 우대 사항을 확인하기 위해 101명(33.7%), 면접 관련 정보를 얻기 위해 77명(25.7%), 이력서를 작성하는데 도움을 받기 위해 46명(15.4%), 직무 정보를 얻기 위해 32명(10.6%), 해외 취업 정보를 얻기 위해 19명(6.3%), 흥미와 적성을 찾기 위해 18명(6.0%), 자녀의 취업준비를 도와 주기 위해 7명(2.3%)으로 나타났다. 음성 정보로만 소통할 수 있는 진로 대화 상담 서비스를 선택한 이유에 대해서는 얼굴 노출에 대한 걱정 감소 149명(49.7%), 음성은 노출되어도 피해가 적을 것 같아서 70명

(23.4%), 불법 녹화에 대한 우려 감소 34명(11.3%), 외모로 유발될 수 있는 편견 최소화 27명(9.0%), 프라이버시를 보호받을 수 있는 느낌이 들어서 20명(6.6%)으로 나타났다. 해당 서비스를 통해 얻은 가장 유용한 정보에 대해서는 입사자들의 스펙 97명(32.4%), 기업 문화 정보(복지, 분위기 등) 70명(23.3%), 연봉(월급, 상여금 등) 65명(21.6%), 직무의 장점과 단점 35명(11.7%), 업무에 필요한 능력(자격증 등) 33명(11.0%)으로 나타났다. 서비스 이용 평균 지불 금액을 살펴보면 20,000-40,000원 미만 157명(52.4%), 10,000-20,000원 미만 116명(38.6%), 50,000원 이상 27명(9.0%)으로 나타났다. 서비스 이용 금액에 대한 생각을 살펴보면 적당한 금액이라고 생각한다가 131명(43.6%), 희소한 서비스이기 때문에 금액에 상관없이 지불할 의사가 있다가 66명(22.1%), 비싸다고 느낀다가 49명(16.4%), 개인의 경험을 사는 비용이기 때문에 저렴하다고 느낀다가 44명(14.6%), 비교할 수 있는 서비스가 거의 없어서 잘 모르겠다가 10명(3.3%)으로 나타났다. 비대면 진로 대화 상담 서비스를 이용하는데 활용한 소통 도구는 300명 모두 Zoom이라고 응답하였다. 소통 도구에 대한 의견을 살펴보면 휴대폰 번호가 노출되는 것을 방지할 수 있다가 129명(43.0%), 익명성이 보장된 서비스를 받을 수 있다가 66명(22.0%), 정보가 많아서 웹 환경이 더 적합해 보임 45명(15.0%), 모바일에서만 이용 가능한 부분이 아쉬움 29명(9.6%), 글자가 작고, 화면 확대가 불가능해서 불편함 26명(8.6%), Zoom을 모바일에 설치해야 해서 번거롭다가 5명(1.6%)으로 나타났다.

<표 3> 구성개념의 조작적 정의 및

항목		빈도(%)
이용 횟수 (최근 1년 이내)	1회	126(42.0)
	2-4회	138(46.0)
	5회 이상	36(12.0)
이용 목적	이직 시 경력자 우대 사항을 확인하기 위해	101(33.7)
	면접 관련 정보를 얻기 위해	77(25.7)
	이력서를 작성하는데 도움을 받기 위해	46(15.4)
	직무 정보를 얻기 위해	32(10.6)
	해외 취업 정보를 얻기 위해	19(6.3)
	흥미와 적성을 찾기 위해	18(6.0)
	자녀의 취업준비를 도와 주기 위해	7(2.3)
음성 정보로만 소통할 수 있는 서비스를 선택한 이유	얼굴 노출에 대한 걱정 감소	149(49.7)
	음성은 노출되어도 피해가 적을 것 같아서	70(23.4)
	불법 녹화에 대한 우려 감소	34(11.3)
	외모로 유발될 수 있는 편견 최소화	27(9.0)
	프라이버시를 보호받을 수 있는 느낌이 들어서	20(6.6)
해당 서비스를	입사자들의 스펙	97(32.4)

통해 얻은 가장 유용한 정보	기업 문화 정보(복지, 분위기 등)	70(23.3)
	연봉(월급, 상여금 등)	65(21.6)
	직무의 장점과 단점	35(11.7)
	업무에 필요한 능력(자격증 등)	33(11.0)
서비스 이용 평균 지불 금액 (1회)	10,000-20,000원 미만	116(38.6)
	20,000-40,000원 미만	157(52.4)
	50,000원 이상	27(9.0)
서비스 이용 금액에 대한 생각	비싸다고 느낌	49(16.4)
	적당한 금액이라고 생각함	131(43.6)
	희소한 서비스이기 때문에 금액에 상관없이 지불할 의사가 있음	66(22.1)
	개인의 경험을 사는 비용이기 때문에 저렴하다고 느낌	44(14.6)
	비교할 수 있는 서비스가 거의 없어서 잘 모르겠음	10(3.3)
진로 대화 상담 소통 도구	모바일 기반 Zoom 서비스	300(100)
이용 환경에 대한 의견	Zoom을 사용해서 휴대폰 번호가 노출되는 것을 방지할 수 있음	129(43.0)
	익명성이 보장된 서비스를 제공 받을 수 있음	66(22.0)
	정보가 많아서 웹 환경이 더 적합해 보임	45(15.0)
	모바일에서만 이용 가능한 부분이 아쉬움	29(9.7)
	글자가 작고, 화면 확대가 불가능해서 불편함	26(8.6)
	Zoom을 모바일에 설치해야 해서 번거로움	5(1.7)
총 합계		300(100)

5.2 변수들의 타당도 및 신뢰도

변수들의 타당도와 신뢰도를 파악하기 위해 확인적 요인 분석을 실시하였다. 연구 모형의 적합도를 살펴보면 normed x^2 값은 2.501로 나타났으며(CMIN/DF = 420.239/168), 관련 지수들을 살펴보면 GFI=.909, RMR=.044, CFI=.965, NFI=.944, RMSEA=.062로 나타나 연구 모형이 적합한 수준이라고 할 수 있다(Hair et al., 2012). 확인적 요인 분석 결과를 살펴보면 <표 4>와 같다. 정보 품질, 서비스 품질, 시스템 품질, 라포, 몰입, 이용자 만족도, 그리고 지속 이용 의도의 요인 부하량이 모두 0.743 이상으로 나타났다. 따라서 변수들의 단일 차원성이 확보되었다고 할 수 있다. 변수들의 일관성을 확인하기 위해 AVE(Average Variance Extracted: 평균분산추출) 값과 CR(Composite Reliability: 합성 신뢰도) 값을 확인하였다. AVE 값은 모두 0.663 이상으로 나타났으며, CR 값은 모두 0.855 이상으로 나타나 기준치를 충족한 것으로 해석할 수 있다(Hair et al., 2012).

<표 4> 확인적 요인 분석 결과

구성개념			요인적재치	t-value	AVE	CR
품질 요인	정보 품질	1	.800	-	.663	.855
		2	.835	16.507		
		3	.794	15.908		
	서비스 품질	1	.834	-	.767	.908
		2	.845	24.948		
		3	.917	30.051		
	시스템 품질	1	.849	-	.735	.875
		2	.743	16.234		
		3	.771	19.345		
심리 요인	라포	1	.876	-	.781	.914
		2	.910	24.787		
		3	.860	22.674		
		4	.833	23.135		
	몰입	1	.780	-	.761	.905
		2	.809	20.385		
		3	.810	20.408		
이용자 만족		1	.897	-	.807	.926
		2	.898	26.814		
		3	.929	28.721		
지속 이용 의도		1	.838	-	.820	.955
		2	.875	27.757		
		3	.848	26.503		

5.3 요인들의 판별 타당도

본 연구에 사용된 정보 품질, 서비스 품질, 시스템 품질, 라포, 몰입, 이용자 만족, 지속 이용 의도라는 요인들의 판별 타당도를 확인하였다. AVE의 제곱근 값들을 요인들의 상관계수 값과 비교하였으며, 결과는 <표 5>와 같다. 모든 요인들의 상관계수 값이 AVE의 제곱근 값들보다 낮게 나타나 요인들의 판별 타당도가 확보되었다고 할 수 있다. 각 요인들의 평균 점수들을 추가적으로 살펴보면 정보 품질 4.52점, 서비스 품질 3.95점, 시스템 품질 3.64점, 라포 4.16점, 몰입 3.77점, 이용자 만족 3.93점, 지속 이용 의도 3.82점으로 나타났다.

<표 5> 판별 타당도 분석 결과

항목	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
① 정보 품질	.814						

② 서비스 품질	.332	.875					
③ 시스템품질	.318	.169	.857				
④ 라포	.547	.406	.430	.883			
⑤ 몰입	.464	.469	.469	.664	.872		
⑥ 이용자 만족	.204	.637	.362	.580	.351	.898	
⑦ 지속 이용 의도	.475	.465	.545	.833	.640	569	.905
평균(표준편차)	4.52 (.633)	3.95 (.812)	3.64 (.902)	4.16 (.692)	3.77 (.740)	3.93 (.885)	3.82 (.725)

대각선은 $\sqrt{AVE}$ 값을 의미함.

5.4 구조 모형 분석 결과

비대면 진로 상담형 대화 앱에 대한 이용자 만족과 지속 이용 의도에 미치는 영향 요인들을 파악하기 위해 구조 모형 분석을 실시하였다. 구조 모형 분석의 결과는 <표 6>과 같다. 구조 모형의 적합도를 살펴보면 normed x^2 값은 3.233으로 (CMIN/DF=549.647/170) 나타났다. 모형 관련 지수들을 살펴보면 RMR=.061, CFI=.948, NFI=.927, RMSEA=.075, TLI=.936으로 나타나 모형이 적합한 수준으로 나타났다. 첫째, 비대면 진로 상담형 대화 앱에 대한 이용자 만족에 미치는 영향 요인들을 살펴보면 다음과 같다. 정보 품질(β=.144), 서비스 품질(β=.497), 라포(β=.402)가 이용자 만족에 정(+)적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 <가설1>, <가설2>, <가설4>가 채택되었다. 둘째, 비대면 진로 상담형 대화 앱에 대한 지속 이용 의도에 영향을 미치는 요인들은 다음과 같다. 정보 품질(β=..283), 서비스 품질(β=.118), 시스템 품질(β=.364), 이용자 만족도(β=.312)가 지속 이용 의도에 정(+)적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 <가설6>, <가설7>, <가설8>, <가설9>가 채택되었다.

<표 6> 구조 모형 분석 결과

인과관계	B	beta	t	p	결과
<가설1> 정보 품질 → 이용자 만족	.173	.144	2.653	.008	채택
<가설2> 서비스 품질 → 이용자 만족	.434	.497	9.410	.000	채택
<가설3> 시스템 품질 → 이용자 만족	.081	.070	1.030	.303	-

<가설4> 라포 → 이용자 만족	.511	.402	4.521	.000	채택
<가설5> 몰입 → 이용자 만족	.067	.060	.956	.339	-
<가설6> 정보 품질 → 지속 이용 의도	.257	.283	6.204	.000	채택
<가설7> 서비스 품질 → 지속 이용 의도	.078	.118	2.246	.025	채택
<가설8> 시스템 품질 → 지속 이용 의도	.320	.364	7.805	.000	채택
<가설9> 이용자 만족 → 지속 이용 의도	.237	.312	5.707	.000	채택

Ⅵ. 결 론

본 연구는 비대면 진로 대화형 상담 앱에 대한 이용자 만족과 지속 이용 의도에 영향을 미치는 요인들을 살펴보았다. 본 연구의 결과를 요약하면 다음과 같다. 첫째, 비대면 진로 대화형 상담 앱의 이용 행태는 다음과 같이 요약될 수 있다. 음성 정보만 활용 가능한 진로 대화형 상담 앱을 선택한 이유에 대하여 얼굴 노출에 대한 걱정이 완화될 수 있다고 응답한 비율이 가장 높았으며, 이용 목적 항목에서는 이직 시 경력자 우대 사항을 확인하기 위해 비대면 진로 대화형 상담 앱을 선택했다는 응답 비율이 가장 높았다. 비대면 진로 대화형 상담 앱에서 얻은 정보 중에서 입사자들의 스펙 정보가 유용했다고 응답한 비율이 가장 높게 나타났다. 둘째, 본인의 진로가 아닌 자녀들의 취업 준비를 도와 주기 위해 비대면 진로 대화형 상담 앱을 이용한 경우도 있었으며, 개인정보 보호뿐만 아니라 외모로 유발될 수 있는 편견을 줄이기 위해 음성 소통만 가능한 비대면 진로 대화형 상담 서비스를 선택한 것으로 나타났다. 비대면 진로 대화형 상담 앱의 정보 품질, 서비스 품질, 라포가 비대면 진로 대화형 상담 앱의 이용자 만족을 증가시키는 선행 요인으로 확인되었다. 넷째, 비대면 진로 대화형 상담 앱의 정보 품질, 서비스 품질, 시스템 품질, 이용자 만족이 비대면 진로 대화형 상담 앱의 지속 이용 의도에 영향을 미치는 것으로 나타났다.

본 연구의 결론 및 제언은 다음과 같다. 첫째, 비대면 진로 대화형 상담 앱은 다양한 연령대에서 활용되고 있는 것으로 나타났으며, 공학 분야에 관심을 가진 사람들의 이용 비율이 높게 나타났다. 이는 40-50대에서도 모바일 앱에 기반한 상담에 대한 니즈가 있으며(이영주 외, 2022), 온라인에서 IT 기업의 취업 준비생들을 위한 진로 상담이 활발하게 이루어지고 있다는 내용을 뒷받침한다(김철현, 2023).

본 연구의 결과는 다양한 진로 분야와 다양한 연령대에서 진로 상담에 대한 니즈가

있음을 시사한다. 성인 진로 교육(상담, 검사 등)은 평생교육법에서 지정한 평생교육 범위에 포함되지 않을만큼 주목을 받지 못했다. 하지만, 급변하는 사회 환경이 진로 변동성을 증가시키게 되면서 성인의 진로 개발과 교육이 필요하다는 인식이 증가하고 있다(한병규, 2023). 따라서 평생교육 환경에서 소외되었던 성인들이 진로 의사결정을 지혜롭게 할 수 있도록 돕고, 다양한 진로 분야에서 다양한 경력을 가진 성인들이 적절한 진로 상담을 제공 받을 수 있도록 서비스 제공업자는 다음과 같은 노력을 해야 한다. 분야별 또는 경력별로 상담 서비스를 매뉴얼화 하여 체계화 된 상담 서비스에 대한 가이드라인을 마련해야 한다. 또한, 경력별 또는 분야별로 진로 상담 과정에서 이용자들이 중요하게 살펴본 요소들을 목록화하여 이용자들에게 공유하고, 이용자들이 해당 목록을 활용해 상담 과정에서 놓치는 부분이 없도록 지원해야 할 것이다.

둘째, 음성 정보만 활용가능한 진로 대화형 상담 앱을 선택한 이유에 대해서 얼굴 노출에 대한 걱정과 불법 녹화에 대한 우려를 감소시킬 수 있다는 응답 비율이 높게 나타났다. 이는 비대면 상담이 개인정보 노출에 대한 부담이 적은 것으로 인식된다는 연구 결과와 맥락을 함께 한다(이영주 외, 2022). 본 연구의 조사대상자들은 진로 대화형 상담 앱을 사용하는 과정에서 모두 영상 녹화가 용이한 Zoom 프로그램을 사용했다. Zoom은 녹화, 화면 캡처가 용이하기 때문에 개인정보에 대한 노출 위험이 높은 편이다. 하지만, 그럼에도 불구하고 이용자들이 Zoom을 이용한 이유는 개인정보 공개 여부를 통제할 수 있는 메뉴가 있고, 음성을 이용해 전화 상담을 할 경우 휴대폰 번호가 노출될 수 있기 때문으로 예측해볼 수 있다. 현재 진로 대화형 상담 앱 서비스 제공업자들은 '자주묻는 질문' 코너 등을 활용해 개인정보를 보호하기 위해 이용자들이 주의해야 하는 사항들을 명시하고 있다. 하지만, 해당 코너는 개별적으로 찾아보지 않으면 프라이버시와 관련된 정보들을 파악하기 어렵다. 따라서 서비스 제공업자들은 프라이버시와 관련된 문제를 예방하고 이용자들이 개인정보를 스스로 보호할 수 있는 환경을 조성해주는 것이 필요하다. 서비스 제공업자들은 진로 대화형 상담 환경에 특화된 프라이버시 관련 가이드라인을 만들고 서비스 이용 과정에서 이용자들의 의무적으로 해당 내용을 확인할 수 있는 서비스 이용 절차를 마련해야 할 것이다. 진로 상담을 시작하기 이전에 이용자와 상담사가 모두 프라이버시 보호 가이드라인을 의무적으로 확인한다면 프라이버시 보호를 위해 스스로 어떠한 행동을 해야 하는지 인지하는데 도움이 되고, 프라이버시 교육 차원에서도 긍정적인 효과를 가져올 수 있을 것이다. 또한, 프라이버시 보호 가이드라인을 통해 서비스 제공업자들이 이용자의 프라이버시를 보호하기 위해 노력하고 있다는 사실도 인지할 수 있기 때문에 서비스에 대한 만족도나 지속 이용 의도를 증진시키는데 도움이 될 것이다.

셋째, 정보 품질이 비대면 진로 대화형 상담 앱의 지속 이용 의도에 가장 많은 영향을 미치는 요인으로 나타났으며, 이용자 만족도도 증가시키는 것으로 나타났다. 본

연구의 결과는 정보 품질이 서비스에 대한 소비자의 긍정적인 반응을 증가시킨다는 선행 연구와 맥락을 함께 한다(오효경 외, 2021). 비대면 상담 관련 연구들에서 이용자들이 서비스를 긍정적으로 평가하도록 만드는 중요한 요소는 자신이 문의한 내용에 대한 해결이었다(유영선 외, 2020). 따라서 진로 상담형 대화 앱을 이용하는 과정에서 이용자들의 요구에 맞고, 시의 적절하며, 충분한 정보가 제공되었을 때 긍정적인 반응인 만족도와 지속적으로 서비스를 이용하고자 하는 의도가 증가할 수 있음을 시사한다. 현재 비대면 진로 대화형 상담 앱은 정보 품질을 높이기 위해 이용자들이 알고 싶어하는 정보를 사전에 파악하고, 해당 자료를 상담을 제공하는 파트너들에게 전달하고 있다. 하지만, 양질의 정보도 이를 전달하는 사람의 말투나 어감과 같은 대화 기법에 따라 다르게 평가될 수 있다(Webster & Sundaram, 2009). 특히 음성 정보만 활용되는 진로 대화형 상담 앱 환경에서는 대화 기법이 정보 품질에 영향을 미칠 수 있다. 따라서 서비스 제공업자들은 상담을 제공하는 파트너나 이용자들의 소통 능력을 향상시킬 수 있는 상담 기법이나 관련된 교육 자료를 제공하는 것이 필요하다. 이를 통해 정보 품질에 대한 이용자들의 긍정적 인식이 증진될 수 있도록 해야 할 것이다.

넷째, 서비스 품질이 비대면 진로 대화형 상담 앱의 이용자 만족에 가장 많은 영향을 미쳤으며, 지속 이용 의도도 증가시키는 것으로 나타났다. 조사대상자들은 지불한 금액에 맞는 합당한 서비스가 제공되었다고 인지할수록, 서비스가 신속하고 맞춤화되었다고 인지할수록 진로 대화형 상담 앱의 이용자 만족과 지속 이용 의도가 증가하는 것으로 나타났다. 이는 이용자들이 진로 대화형 상담 앱 평가 시 금전적인 부분도 고려하며, 개인이 지불한 금액에 상응하는 서비스가 제공되지 않을 경우 서비스 품질 수준을 낮게 평가할 수 있음을 시사한다. 서비스 이용 금액에 대한 조사대상자들의 의견을 살펴보면 적정하다는 의견들도 있었지만, 비싸다고 인지하거나 비교할 수 있는 서비스가 없어 이용 금액의 적정성을 평가할 수 없다는 답변들이 있었다. 진로 대화형 상담은 국내에서 보편화된 서비스는 아니기 때문에 이용자들이 효용과 비용을 적절하게 측정하는 것은 쉽지 않을 것이다. 따라서 진로 대화형 상담 앱의 합리적인 이용 금액에 대한 인식을 기업 차원에서 조사하여 안내하거나 관련 서비스의 비용들을 비교할 수 있는 정보를 제시하여 이용자들이 지불한 이용 금액에 대한 합리성과 적절성을 판단할 수 있는 기회를 제공해야 할 것이다.

다섯째, 시스템 품질은 진로 대화형 상담 앱의 지속 이용 의도를 증가시켰으나 이용자 만족에는 영향을 미치지 않았다. 따라서 본 연구의 결과는 진로 대화형 상담 앱의 이용 방법이 편리하고, 시공간 제약이 없는 부분은 지속 이용 의도를 증가시킬 수는 있지만 만족도에는 영향을 미치지 않을 수 있음을 시사한다. 이용자들은 서비스를 이용하는 과정에서 상담을 요청하고 싶은 파트너를 모바일 환경에서 탐색하고 선별해

야 한다. 현재 상담을 제공하는 파트너들에 대한 정보는 업무 경력, 특성, 이용자 리뷰, 관련 키워드 등과 같이 방대한 정보들이 제공되고 있다. 상담을 제공하는 파트너들에 대한 다양한 정보가 제공되고 있다는 점에서는 긍정적인 측면을 가지고 있지만 모바일 환경에서 해당 정보를 모두 확인하기에는 글자 크기가 작고 화면 크기 조절이 불가능하여 불편함을 유발한다. 따라서 진로 대화형 상담 앱이 이용자의 편의성을 높이고, 제공된 정보의 활용도를 높이기 위해서는 글씨 크기 조절을 할 수 있는 기능을 제공하는 것이 필요하다. 또한, 파트너가 보유한 중요한 특징들은 색상을 다르게하거나 밑줄처리를 하여 가독성을 높이는 것이 필요하다. 해당 기능들이 보완된다면 모바일 환경에서도 이용 편리성이 증진되어 시스템 품질에 대한 긍정적 인식도 함께 증가할 수 있을 것이다.

여섯째, 라포는 진로 대화형 상담 앱의 이용자 만족에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 라포가 서비스 환경에서 고객 만족도를 증가시키는 요인이 될 수 있다는 결과를 뒷받침한다(민소라와 양지인, 2020; 여순심, 2020). 진로 상담을 제공하는 파트너는 전문적인 훈련을 받은 상담사가 아니기 때문에 라포 형성에 대한 지식이나 기술을 보유하지 않은 경우가 대다수이다. 그리고, 비대면 환경에서는 비언어적 표현을 포착하기 어렵고, 정서적 요인이 물리적 공간에 비해 낮게 인지되기 때문에 라포를 형성하는 것이 쉽지 않다(이영주 외, 2022). 따라서 라포 형성을 통해 진로 대화형 상담 앱의 만족도를 높이고, 높은 수준의 상담 서비스가 제공되기 위해서는 서비스 제공업자와 이용자가 함께 라포 형성을 위한 노력을 해야한다. 서비스 이용자가 선호하는 목소리 톤이나 말의 속도로 음성 정보를 조절할 수 있는 메뉴를 제공하는 것이 필요하다. 이를 통해 이용자가 스스로 음성 정보를 통제할 수 있는 권한을 제공하여 편안하고, 친근감을 느낄 수 있는 환경을 스스로 조성할 수 있도록 해야할 것이다. 그리고, 이모티콘이나 아바타 등을 소통 도구로 추가하여 익명을 보호받는 동시에 라포를 형성하는데 도움을 주는 비언어적 표현 수단을 제공하는 것이 요구된다.

본 연구의 한계점을 다음과 같다. 첫째, 본 연구는 음성으로만 소통해야 하는 진로 대화형 상담 앱의 이용자들로 조사대상자를 한정하였다. 영상과 음성 정보가 함께 사용되는 진로 상담형 대화 서비스 이용자와 음성 정보만 제공되는 진로 상담 서비스 이용자들의 특성과 서비스 이용 행태가 다를 수 있다. 따라서 향후 연구에서는 영상과 음성 정보가 함께 제공되는 서비스 이용자로 조사대상자를 확대하여 집단 간 특징과 차이점 등을 분석하는 것이 필요하다. 둘째, 비대면 진로 대화형 상담 앱의 경우 익명성을 보장하기 때문에 서비스 제공업자나 대화 상대에 대한 신뢰가 서비스 이용에 많은 영향을 미칠 수 있다. 하지만 본 연구는 신뢰와 관련된 변수들을 고려하지 못하였다. 향후 연구에서는 서비스 제공업자에 대한 신뢰와 이용자가 선정한 대화 파

트너에 대한 신뢰도를 모두 확인하는 것이 필요하며, 어떠한 신뢰 요소가 진로 상담형 대화 앱의 긍정적인 반응을 상승시키는지 살펴보는 것이 필요하다. 셋째, 연령대에 따라 진로 대화형 상담 앱 이용 행태나 인식이 다를 수 있으나 이러한 부분을 고려하지 못하였다. 향후 연구에서는 연령대별로 집단을 세분화하여 진로 대화형 상담 앱의 이용 특성들을 살펴보고, 이용자 만족과 지속 이용 의도에 영향을 미치는 선행 요인에는 어떠한 차이가 있는지 살펴보는 것이 필요하다. 본 연구의 결과는 진로와 관련된 소통을 제공하는 서비스들에 대한 이용자 인식과 이용 행태를 이해하는데 기여할 수 있을 것이다.

참고문헌

강민선, 구미향, 이정미 (2023). 앱 기반 비대면 상담을 통한 직장여성의 심리적 소진 경험 탐색 사례연구. *학습자중심교과교육연구*, 23(9), 23-46.

김광민, 박복만, 임상규 (2020). 호텔종사원의 라포가 직무만족, 조직시민행동, 조직몰입에 미치는 영향. *관광레저연구*, 32(5), 203-224.

김나랑 (2022). Zoom 을 이용한 실시간 비대면 수업에서 몰입과 학습성과에 미치는 요인에 관한 실증연구. *한국산업정보학회논문지*, 27(2), 129-141.

김나랑, 김연국 (2023). 메타버스 플랫폼 게더타운 기반 비대면수업의 학습 만족도와 지속이용의도에 미치는 요인 연구. *한국산업정보학회논문지*, 28(2), 77-94.

김민경 (2020). 외식 O2O 플랫폼 품질 특성이 지각된 가치, 고객만족, 지속이용의도에 미치는 영향. *관광연구저널*, 34(1), 157-172.

김은경, 정지양, 김용희, 유순화 (2023). 국내 진로전환 연구 동향분석. *진로교육연구*, 36(1), 67-94.

김정우, 권영범 (2023). 정보시스템 성공모형을 이용한 피트니스 센터의 소셜 미디어 품질특성이 브랜드태도와 구매의도에 미치는 영향. *한국체육과학회지*, 32(1), 395-410.

김철현 (2023). "채용 전 커피 한잔? 스타트업 '커피챗' 문화 뜬다", *아시아경제*, 2023.3.29.

김필, 정윤진, 임도빈 (2020). 공공봉사동기와 이직의도: 정서적 몰입과 직무만족의 매개효과를 중심으로. *행정논총*, 58(1), 73-108.

김한별, 정여주 (2016). 상담자 몰입과 공감, 내담자 몰입과 자기성찰 간의 구조모형 분석. *상담학연구*, 17(4), 37-49.

노수정 (2021). 일식조리사의 커뮤니케이션 스타일이 라포형성 및 장기거래지향성에 미치는 영향. *관광레저연구*, 33(5), 205-220.

민소라, 양지인 (2020). 라포 (Rapport) 가 관계품질과 장기거래지향성에 미치는 영향-항공사 객실승무원을 중심으로. *한국항공경영학회지*, 18(2), 39-54.

박은희, 구본용 (2022). 상담자가 지각한 내담자의 호소문제 명확성이 상담자의 상담만족도에 미치는 영향. *사회심리발달연구*, 3(2), 34-58.

안명아, 홍수지, 김승화 (2019). 옴니채널 리테일링 경험고객의 정서적 몰입이 기업과 고객 간 관계에 대한 만족과 지속이용의도에 미치는 영향. *유통정영학회지*, 22(5), 75-94.

여순심 (2020). 크루즈승무원의 라포형성행동이 크루즈여행만족과 충성도에 미치는

영향. *해양관광학연구*, 13(1), 45-59.
오효경, 고대영, 박이숙 (2021). 세무대리서비스 기업의 세무회계정보시스템 품질이 사용자 성과에 미치는 영향: 부트스트랩 (bootstrap) 을 이용한 매개효과 분석. *경영교육연구*, 36(6), 51-73.
용명화, 정소희 (2016). 대학생의 몰입을 활용한 진로상담프로그램의 효과성 검증. *교정상담학연구*, 1(2), 61-80.
유건우, 황경화, 권오병 (2021). VR 기반 문화유산 체험이 방문의도에 미치는 영향. *한국전자거래학회지*, 26(2), 95-122.
유영선, 박재홍, 이기동 (2020). 비대면 상담채널 통합 품질 평가 연구. *고객만족경영연구*, 22(3), 1-40.
윤영란. (2006). 몰입 (Flow) 이론을 적용한 진로상담에 관한 연구. 상명대학교 인문과학연구, 18, 1-15.
윤은별 (2022). 이직 돕은 '커리어 테크', '랜선 멘토' 도움 받고 AI로 이직 추천, *매일경제*, 2022.4.29.
이민영 (2021). 유료 OTT 서비스 사용자들의 몰입과 지속사용의도에 영향을 미치는 요인에 대한 탐구: 코로나 스트레스의 조절적 역할을 중심으로. *미디어경제와문화*, 19(4), 39-75.
이상일 (2023). 온라인 심리상담 플랫폼의 기능적 요소들에 대한 상담자들의 인식 조사. *한국산학기술학회논문지*, 24(1), 71-82.
이영주, 유미혜, 임영화 (2022). 비대면 심리상담의 내담자 경험에 대한 탐색: 원격상담 모바일 앱을 중심으로. *Journal of Learner-Centered Curriculum and Instruction.* Vol, 22(9), 707-732.
이은우 (2023). 채용 시장 변화 바람, *대한경제*, 2023.1.11.
이진형, 김철수 (2019). 모바일 게임에 대한 몰입과 만족도에 미치는 영향요인 연구. *정보시스템연구*, 28(1), 183-206.
이진희, 채혜정, 김남조 (2020). 국내 온라인 여행사의 정보시스템 품질이 신뢰, 이용의도, 실제 이용에 미치는 영향. *관광연구*, 35(6), 73-92.
이진희, 홍순기 (2020). 관광통계시스템 품질이 신뢰, 이용자 만족, 충성도에 미치는 영향: DeLone 과 McLean 의 수정된 정보시스템 (Information Systems: IS) 성공 모델의 적용. *관광연구*, 35(3), 109-128.
인성호 (2021). 문화관광해설사의 커뮤니케이션 특성이 라포형성 및 관계의 질에 미치는 영향. *관광레저연구*, 33(7), 67-84.
임영신 (2021). 네이버 '목소리 채팅'서비스 시작', 바이브 '파티룸' 도입, *매일경제*,

2021.8.25.
장수미, 정지형, 이희연 (2022). 휴먼서비스 분야 비대면 상담프로그램의 체계적 문헌고찰. *보건사회연구*, 42(1), 20-40.
전상경 (2022). 호텔조리사 간의 라포와 정서적 몰입, 지속적 몰입 그리고 직무만족, 혁신행동에 미치는 영향. *호텔관광연구*, 24(4), 5-20.
전성준, 강기두, 장은서, 박호남 (2021). 라포가 고객 행동에 미치는 영향: 친숙성, 관여도의 조절효과를 중심으로. *글로벌경영학회지*, 18(1), 69-98.
정서린 (2023). 상반기 대기업 채용시장도 '혹한' 54.8% "안 뽑거나 계획없어", *서울신문*, 2023.3.7.
좌일방, 유산산, 김종무 (2021). 1 인 미디어 인터넷 방송 시청과 준사회적 상호작용에 관한 연구-준사회적 상호작용, 콘텐츠몰입, 시청자 성별 간의 상호작용 효과를 중심으로. *커뮤니케이션디자인학연구*, 76, 19-38.
최지현, 이대휘 (2019). DMZ 관광동기가 지각된 가치와 몰입, 만족도 및 행동의도에 미치는 영향 분석. *관광연구저널*, 33(2), 77-94.
최태범 (2023). 일론 머스크 썼던 '핵인싸앱' 클럽하우스, *머니투데이*, 2023.5.7.
한병규 (2023). 초등부터 성인까지 '전 생애' 진료 교육 제공, 한국교육신문, 2023.5.2
한지수 (2023). 정보시스템성공모델 (ISSM) 에 기반한 배달 앱 품질, 사용자 만족, 지속사용의도에 관한 연구. *외식경영연구*, 26(2), 211-237.
황치규(2021). 음성 기반 일대일 커리어 대화 서비스 '커피챗'출시, *디지털투데이*, 2021.2.15.
Bhattacherjee, A. (2001). Understanding information systems continuance: An expectation-confirmation model. *MIS Quarterly*, 25(3), 351-370.
Cipolletta, S. and Mocellin, D. (2018). Online counseling: An exploratory survey of Italian psychologists' attitudes towards new ways of interaction. *Psychotherapy Research*, 28(6), 909-924.
Csikszentmihalyi, M., Nakamura, J. and Csikszentmihalyi, M. (2014). *The concept of flow. Flow and the foundations of positive psychology: the collected works of Mihaly Csikszentmihalyi*, Oxford University Press.
DeLone, W. H. and McLean, E. R. (1992). Information systems success: The quest for the dependent variable. *Information Systems Research*, 3(1), 60-95.
DeLone, W. H. and McLean, E. R. (2003). The DeLone and McLean model of

information systems success: a ten-year update. *Journal of Management Information Systems*, 19(4), 9-30.

Galliott, N. Y. (2017). Online career guidance: Does knowledge equate to power for high school students?. Journal of psychologists and counsellors in schools, 27(2), 190-207.

Gremler, D. D. and Gwinner, K. P. (2000). Customer-employee rapport in service relationships. *Journal of Service Research*, 3(1), 82-104.

Hair, J. F., Ringle, C. M. and Sarstedt, M. (2012). Partial least squares: the better approach to structural equation modeling?. *Long Range Planning*, 45(5-6), 312-319.

Java, S., Mohammed, H. and Bhardwaj, A. B. (2021, July). Psychological analysis of online counselling platforms offering mental health support. In 2021 12th international conference on computing communication and networking technologies (ICCCNT), 1-7.

Khan, S., Shapka, J. D. and Domene, J. F. (2022). Counsellors' experiences of online therapy. *British Journal of Guidance & Counselling,* 50(1), 43-65.

Lee, U. K. (2022). Tourism using virtual reality: media richness and information system successes. *Sustainability*, 14(7), 1-17.

Li, Y., Mitts, N. G. and Whiston, S. C. (2021). Chinese international students' expectations about career counseling. *Journal of Career Development*, 48(1), 73-88.

Nagarajan, M. (2021). Mental health counsellors' perceptions on use of technology in counselling. *Current Psychology*, 40, 1760-1766.

Phillip, K. (2020). Understanding the cues and strategies counsellors use to develop rapport with clients through telephone counselling. *Psychotherapy and Counselling Journal of Australia*, 8(1). 1-9.

Pordelan, N. and Hosseinian, S. (2021). Online career counseling success: the role of hardiness and psychological capital. *International Journal for Educational and Vocational Guidance*, 21, 1-19.

Pordelan, N. and Hosseinian, S. (2022). Design and development of the online career counselling: a tool for better career decision-making. *Behaviour & Information Technology*, 41(1), 118-138.

Richards, D. and Viganó, N. (2013). Online counseling: A narrative and critical

review of the literature. *Journal of Clinical Psychology*, 69(9), 994-1011.
Sadeh-Sharvit, S. (2019). Use of technology in the assessment and treatment of eating disorders in youth. *Child and Adolescent Psychiatric Clinics*, 28(4), 653-661.
Webster, C. and Sundaram, D. S. (2009). Effect of service provider's communication style on customer satisfaction in professional services setting: the moderating role of criticality and service nature. *Journal of Services Marketing*, 23(2), 103-113.
Zainudin, Z. N., Hassan, S. A., Abu Talib, M., Ahmad, N. A., Yusop, Y. M. and Asri, A. S. (2020). Technology-assisted career counselling: Application, advantages and challenges as career counselling services and resources. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 10(11), 67-93.

* 저자소개 *

· 김 효 정(khj@hoseo.edu)

서울대학교에서 박사학위를 취득하였으며, 현재 호서대학교 산업심리학과에서 조교수로 재직 중이다. 주요관심 분야는 소비자행동, 소비자의사결정, 서비스품질이다.