



저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.



변경금지. 귀하는 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공할 수 없습니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

이것은 [이용허락규약\(Legal Code\)](#)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

[Disclaimer](#)

석사학위논문

손목착용형 웨어러블 디바이스
만족도와 지속 사용의도 연구:
온라인 리뷰 신뢰성의 조절효과

제주대학교 대학원

경영학과

왕형혜

2022년 8월



손목착용형 웨어러블 디바이스
만족도와 지속 사용의도 연구:
온라인 리뷰 신뢰성의 조절효과

지도교수 황용철

왕형혜

이 논문을 경영학 석사학위 논문으로 제출함

2022년 6월

왕형혜의 경영학 석사학위 논문을 인준함

심사위원장

金 彦 希



위 원

朴 聖 友



위 원

黃 炯 勳



제주대학교 대학원

2022년 6월



A Study on the Satisfaction and Intention of Continuous Use of Wrist-Worn Wearable Devices: The Moderating Effect of Online Review Reliability

Xinhui Wang

(Supervised by professor Yong-Cheol Hwang)

A thesis submitted in partial fulfillment of the requirement for the degree of Master in Business Administration

June, 2022

This thesis has been examined and approved.



Thesis director, Jung-Hee Kim, Prof. of Business Administration

Seol-Woo Park

Yong-Cheol Hwang



June, 2022

Department of Business Administration
GRADUATE SCHOOL
JEJU NATIONAL UNIVERSITY

목차

I. 서론	1
1. 연구 배경	1
2. 연구 목적	2
3. 연구 방법	3
4. 논문의 구성	3
II. 이론적 배경	6
1. 웨어러블 디바이스	6
(1) 웨어러블 디바이스의 개요	6
(2) 웨어러블 디바이스의 분류	7
(3) 웨어러블 디바이스의 특징	10
(4) 웨어러블 디바이스의 핵심 기술	12
(5) 웨어러블 디바이스 시장의 현황 및 전망	13
2. 사회적 지원	14
(1) 사회적 지원의 개요	14
(2) 사회적 지원의 이론	15
(3) 사회적 지원의 분류	16
(4) 사회적 지원의 주체와 객체	17
3. 호기심	18
(1) 호기심의 개요	18
(2) 호기심의 분류	20

4. 쾌락적 동기	21
(1) 소비자동기 및 분류	21
(2) 쾌락적 동기의 개요	21
(3) 쾌락적 동기의 분류	22
5. 건강정보 지향성	23
(1) 건강정보 지향성의 개요	23
(2) 건강정보의 분류	23
(3) 건강정보 지향의 영향 요인	25
6. 온라인 리뷰	27
(1) 온라인 리뷰의 개요	27
(2) 온라인 리뷰의 특징 및 형식	28
7. 기술수용모델 이론	30
(1) 기술수용모델의 개요	30
(2) 기술수용모델을 적용한 웨어러블 디바이스 지속 사용의도에 관한 선행연구	31
III. 연구 방법	33
1. 연구모형 및 가설설정	33
(1) 연구모형의 설정	33
(2) 연구 가설의 설정	33
(3) 변수의 설문측정항목	37
2. 조사 설계	40
(1) 데이터 수집	40
(2) 분석 방법	40

IV. 실증 연구	41
1. 표본 집단의 특성 분석	41
2. 탐색적 요인분석	42
3. 확인적 요인분석	44
4. 신뢰도 분석	46
5. 판별 타당성 분석	47
6. 경로 분석	48
7. 가설 검증	50
V. 결론	55
1. 연구 결과	55
2. 시사점	56
3. 연구의 한계점 및 연구 방향	57
참고 문헌	59
설문지	71
중국어 설문지	75

표 목차

<표 III-1> 변수의 측정항목	37
<표 IV-1> 표본의 인구통계학적 기초자료	41
<표 IV-2> KMO 및 Bartlett's 검정	42
<표 IV-3> 탐색적 요인분석	43
<표 IV-4> 확인적 요인분석 모형적합도 기준	44
<표 IV-5> 확인적 요인분석	45
<표 IV-6> 신뢰도 분석	46
<표 IV-7> 판별 타당성 분석	48
<표 IV-8> 경로분석 모형적합도 기준	49
<표 IV-9> 가설 검증 결과	49
<표 IV-10> 조절효과 검증 결과(지각된 용이성)	52
<표 IV-11> 조절효과 검증 결과(지각된 유용성)	52
<표 IV-12> 조절효과 검증 결과(만족도)	53
<표 IV-13> 가설 검증 결과 요약	54

그림 목차

<그림 I-1> 논문의 구성	5
<그림 II-1> 웨어러블 디바이스	7
<그림 II-2> 착용형 디바이스	8
<그림 II-3> 헤드형 디바이스	9
<그림 II-4> 손목형 디바이스	10
<그림 II-5> 기술수용모델	31
<그림 III-1> 연구모형	33

ABSTRACT

A Study on the Satisfaction and Intention of Continuous Use of Wrist-Worn Wearable Devices: The Moderating Effect of Online Review Reliability

Xinhui Wang

Supervised By Prof. Yong-Cheol Hwang

The Graduate School of Jeju National University

With the development of the economy, people have a strong interest in healthy living due to the increase of national income and the improvement of lifestyle. Wearable devices can quantify and measure daily data such as exercise, diet, heart rate, and sleep through sensor technology, making it easier for people to grasp their own health.

This paper focuses on the satisfaction and continued use of smart wearable devices: In recent years, the number of people who have begun to pay attention to personal health has increased dramatically. Combined with the characteristics of products and users, this study established a TAM (Technology acceptance model) model of smart wearable devices based on health management, represented by the most familiar wrist smart wearable devices. Variables included social support, perceived curiosity, hedonic motivation, sources of health information, ease of use, usefulness of use, including satisfaction and intention to continue using; the moderator was trust in online evaluations. In 347 surveys, SPSS 23.0 and AMOS 24.0 were used to analyze and draw conclusions.

Among the research hypotheses proposed in this study, the verifications are

as follows: social support, perceived curiosity, health information orientation, ease of use directly affect usefulness, and hedonic motivation does not affect usefulness. Perceived curiosity and hedonic motivation affected ease of use, while social support and health information orientation did not.

The usefulness and ease of use directly affect satisfaction, and satisfaction directly affects willingness to continue using. In studies of the moderating effect of positive online reviews, the relationship between the effect of use usefulness on satisfaction and satisfaction with continued use intentions has been validated, while the effect of ease of use on satisfaction has not been validated.

Reliance on web reviews moderated the relationship between satisfaction and usefulness to use, as well as between satisfaction and continued intention to use, and between satisfaction and ease of use. Trust does not play a moderating role.

This study introduces new elements from previous studies for consumers who have experience in using wearable devices. In future studies, new variables such as health information orientation and online reviews can be added according to the special circumstances of wearable devices.

With the popularity of wearable devices and the growing interest of scholars in wearable devices, future research can further study how users' intentions towards wearable devices are transformed into behaviors, further enriching theoretical research in the field of wearable device behaviors.

Although this study is not yet complete, most of the existing data use online favorable comments as the dependent variable, and this study as the adjustment variable. Wearable devices are new technology products with great potential for future development.

Key Words: Wearable Device, TAM Model, Social Support, Satisfaction, Health Information Orientation, Continuous Usage Intentions

I. 서론

1. 연구 배경

2012년 구글(Google)이 구글글래스(Google Glass)라는 신개념 스마트 글라스를 발표한 이후 그와 관련된 제품 및 관련 개념이 쏟아져 나오면서 콘텐츠 산업의 제품 구도 속에서 웨어러블 디바이스는 과학기술 회사, 디바이스 테크놀로지 기업, 일반 소비자 등의 관심을 빠르게 얻고 있다(袁龍雨 & 何浩, 2013).

구글이 출시한 스마트 글라스로 대표되는 웨어러블은 1960~1970년대에 이미 관련 구상이 나왔다. 인터넷 기술로 대표되는 새로운 정보기술 발전 속에서 스마트 정보기술과 긴밀히 연계된 밀접한 관계가 있는 다양한 새로운 디바이스가 점차 스마트홈으로 발전하는 단계에서도 큰 주목을 받은 바 있다. 하지만 모바일 인터넷이 대중의 삶에 들어오기 시작하면서 보다 더 작고, 더 정교하고, 더 스마트한 장치들이 색다른 콘셉트와 급속한 발전으로 Google과 같은 세계 최고의 정보 기술 회사의 주목을 받았으며, 점차 전통적인 스마트홈을 대체하기 시작하였다. 이러한 스마트 장치의 등장이 인류 사회에 획기적인 기술 변화를 가져올 것인지 아니면 한때 주목을 받았지만 시장에서 빠르게 잊혀진 다른 개념과 같이 이론적이고 개념적인 수준에 머무를 것인지는 알 수 없는 주제이다. 동시에 웨어러블 디바이스가 출시부터 광범위하고 열띤 토론을 불러일으킨 원인은 바로 이에 대하여 예측하기 어렵다는 특징 때문이다. 웨어러블은 2014년 기술 붐을 일으켰다. 구글 외에 애플·삼성 등 국내외 다양한 테크놀로지 업체들도 단기간에 이 같은 트렌드에 발맞춰 스마트 헬스케어폰을 매개로 한 웨어러블 디바이스 디자인의 원형을 발표한 후 빠르게 정보기술 업계 선두로 급부상했다(Weng, 2016). 2014년 웨어러블 디바이스가 인기를 끌면서 구글뿐 아니라 애플·삼성 등 국내외 다양한 테크놀로지 업체들도 단기간에 이 같은 트렌드에 발맞춰 스마트 헬스케어폰을 매개로 한 웨어러블 디바이스 디자인의 원형을 발표한 후 빠르게

정보기술 업계 선두로 급부상했다. 2014년에는 웨어러블은 더 큰 주목을 받았고, 이에 대한 시장 평가는 보다 다양하고 구체적이 되었다(Kim & Shin, 2015). 동시에 업체에서 이에 대한 다른 반응도 나타났으며, 주로 실용성 및 기능성 등과 관련된 반응이 제기되고 있다. 웨어러블은 '웨어러블'과 '스마트' 이 두 측면을 고려해야 하기 때문에 모양 디자인, 착용감, 배터리 수명과 같은 핵심 기술과 관련하여 만족스러운 결과를 얻기 어렵고, 실용성이 떨어지며, 사용자의 실제 사용률이 업체 홍보만큼 되지 못할 가능성이 있다는 것이다. 또한 웨어러블의 높은 가격과 사용자 개인 정보의 유출 등의 문제점은 새로운 기술 제품에 대한 업계의 소극적인 태도를 부추기는 중요한 원인이 되었다.

비록 웨어러블 디바이스에 대한 여러 가지 의견들이 있지만, 웨어러블 디바이스라는 새로운 기술의 비전을 가장 직접적으로 반영하는 것은 당연히 웨어러블 디바이스에 대한 시장의 태도이며 웨어러블 디바이스의 시장 전망은 소비자들의 만족도와 지속적인 사용 의도에 달려 있다.

2. 연구 목적

웨어러블은 현재 정보기술 분야의 화젯거리이며 업계에서 많은 관심을 받고 있다. 지난 2년 동안 국내외 웨어러블은 점차 개념 이론에서 실용적인 제품으로 전환되고 있으며, 많은 기업들이 관련 제품을 출시하기 시작했다. 웨어러블은 기술 분야에서 지속적인 혁신과 돌파구를 이뤄냈을 뿐만 아니라 상업 시장에서 소비자의 관심을 끌고 있다. 현재의 시장 환경에서 웨어러블 디바이스에 대한 관심은 추측 차원에 그치고, 사용자들은 웨어러블 디바이스를 지속적인 사용에 영향을 미치는 요인에 대한 정량적인 조사 연구 및 분석이 부족하다.

본 연구는 손목착용형 웨어러블 디바이스 소비자 만족도 및 지속 사용의도 결정요인이 어떠한지에 대해 살펴보고자 한다. 이에 사회적 지원, 호기심, 쾌락적 동기, 건강정보 지향성이 지각된 유용성과 지각된 용이성, 만족도, 지속 사용의도에 어떻게 영향을 끼칠 것인지에 대해서 연구할 것이다.

3. 연구 방법

본 연구에서는 소비자의 사회적 지원, 호기심, 쾌락적 동기, 건강정보 지향성, 웨어러블 디바이스의 지속 사용의도간의 관계를 규명하기 위해, 연구 모형 및 연구 가설을 도출한다. 본 연구는 문헌 분석의 방법으로 기존 연구를 이해하고 파악하여 분석에 필요한 데이터를 설문 조사의 방법으로 얻은 후 통계 분석의 방법으로 결과를 얻는다. 마지막으로, 결과에 대한 이해와 분석을 통해 본 연구의 최초의 목적을 달성한다.

실증적 연구는 온라인 조사를 통해 손목착용형 웨어러블 디바이스를 사용한 경험이 있는 소비자들에게 설문지를 나눠주고 자료를 수집하여 수집된 자료는 SPSS 23.0과 AMOS 24.0를 이용하여 분석한다. 분석방법은 빈도분석, 탐색적 요인분석, 확인적 요인분석, 경로분석 등을 활용한다.

4. 논문의 구성

본 논문의 주요 내용은 다음과 같이 5장으로 구성된다.

<제1장> 은 본 연구의 연구 배경과 연구 목적에 대해 설명하고 요약하며 본 연구의 방법 및 구성을 개괄한다.

<제2장> 은 이론적 배경으로 웨어러블 디바이스, 사회적 지원, 호기심, 쾌락적 동기, 건강정보 지향성, 온라인 리뷰, 기술수용모델에 관련된 이론을 정리하기 위해 선행연구를 고찰한다.

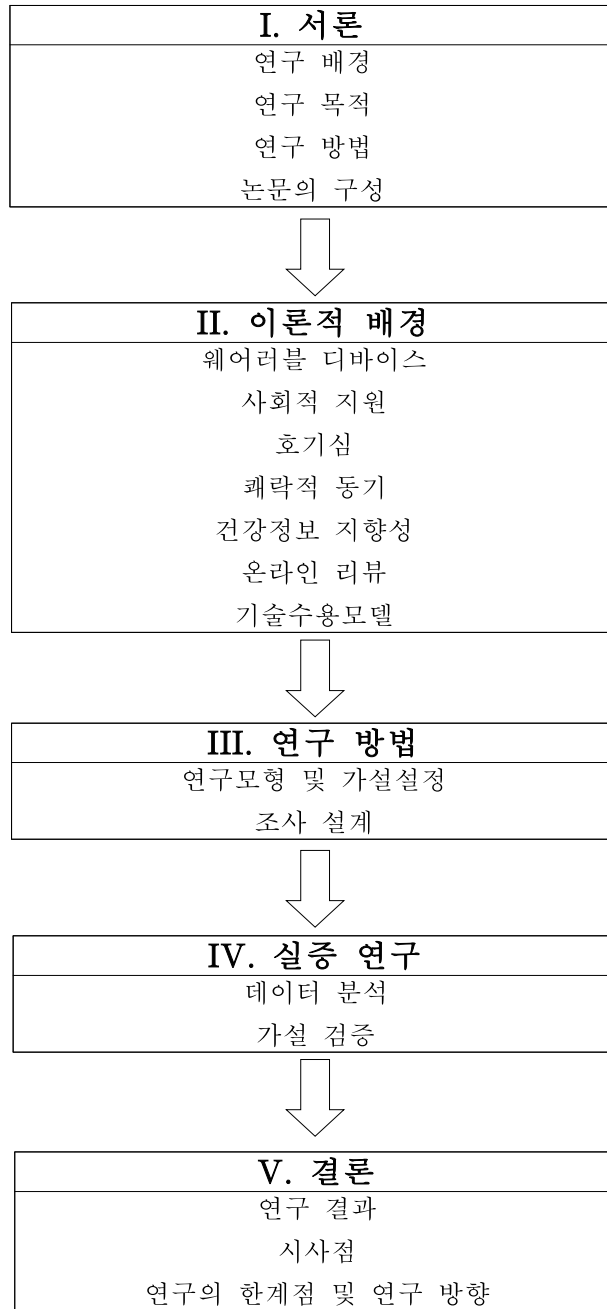
<제3장> 은 제2장에 제시한 내용을 바탕으로 연구모형을 설정하여 연구가설을 제시한다. 또한 변수의 조작적 정의와 설문 측정 항목을 서술한다.

<제4장> 은 실증연구로 수집된 데이터에 대한 분석하고 가설 검증 결과를 제

시한다.

<제5장> 은 분석결과와 결론을 서술하여, 연구의 시사점, 한계점과 향후연구의 방향을 제시한다.

<그림 I-1> 논문의 구성



II. 이론적 배경

1. 웨어러블 디바이스

(1) 웨어러블 디바이스의 개요

웨어러블 디바이스는 직접 착용하거나 의류에 통합할 수 있는 의류와 일체화하는 스마트 휴대 제품이다. 세계 최초의 웨어러블 디바이스는 1960년대에 롤릿 승률을 높이기 위해 탄생한 것이다. 웨어러블 디바이스는 1990년대부터 시작돼 학계에서 폭넓게 연구되고 있으며 특히 컴퓨터 및 산업 분야에서 관련 연구가 많다. 웨어러블 디바이스는 개인용 스마트 모바일 단말기로 크기가 작고 휴대하기 용이하며 많은 기능을 탑재할 수 있어 컴퓨터 하드웨어의 마이크로화와 인터넷 보급의 공통된 산물이다. 수십 년의 발전을 거쳐 웨어러블 컴퓨터는 경량화, 지능화, 다기능화, 개성화의 방향으로 발전하고 있다. 현재 웨어러블 디바이스 시장은 처음 호황을 누렸지만, 많은 소비자들이 아직 관망 단계에 있어 시장이 완전히 열리지는 않았다(양진숙·김주연, 2014). 그런데 사람들의 심리적 수요가 이 시장의 잠재력을 엄청나게 높인다(정지연·노태우, 2017).

웨어러블 디바이스는 반드시 인체로 기능의 탑재체로 제품 설계를 통해 휴대성이 편리하도록 하여 그에 맞는 기능을 수행해야 한다(Kim & Shin, 2015). 다만, 웨어러블 디바이스는 단순히 컴퓨터를 웨어러블로 설계하는 것이 아니라 사용자의 조작방식에 대한 적응과 가벼운 디바이스의 조작논리를 충족시켜서 사용자의 웨어러블 디바이스에 대한 본질적인 욕구를 충족시켜야 한다. 예를 들어 2006년 유로텍 (Eurotech) 이 설계한 손목식 전기저항 터치 PC의 경우 <그림 II-1> 사용방식 측면에서 웨어러블 디바이스의 정의에 부합하지만 이 제품은 소비자들에게 인기가 없었다. 사용감도 좋지 않고 PC에 비해 충분히 강점을 드러내지 못하기 때문이다. 웨어러블 디바이스는 대중의 정상적인 웨어러블과 자연스

롭게 조화를 이루어야 해 튀지 않고 전통적인 PC와 차별화해야 한다. 이를테면 '감지능력'이다. 감지능력은 웨어러블 디바이스만의 고유 기능으로 내장된 센서로 외부 정보를 감지해 수집·분석하는 것으로 일반 컴퓨터에는 없는 것이다(Motti & Caine, 2014). 각종 기술의 발달로 웨어러블 디바이스와 인체의 결합이 더욱 긴밀해지고 사용자 경험도 크게 향상되어 앞으로 더욱 많은 웨어러블 디바이스가 시장에 진출하게 될 것이다.

웨어러블 디바이스는 과학 기술 발전의 산물로 인터넷과 스마트 하드웨어 등 선진 기술을 한곳으로 연결하고 디지털 단말기의 최신 발전 방향을 대표하고 있다(Kim & Shin, 2015). 웨어러블 디바이스에 관한 기술이 점차 성숙함에 따라 웨어러블 디바이스는 건강, 의료, 엔터테인먼트 등 많은 분야에 진출하여 사람들의 생활에 편리함을 제공하고 새로운 과학 기술의 발전 방향이 되었다(Pai & Alathur, 2019). 하지만 전통적인 전자제품에 비해 웨어러블 디바이스는 아직 갈 길이 멀다. 웨어러블 디바이스는 신형 과학 기술 제품으로, 그 발전에 대한 저항이 예상되고 있지만 그것은 여전히 스마트 단말 산업의 미래 발전의 기대이다(陳頤, 2021).

<그림 II-1> 웨어러블 디바이스



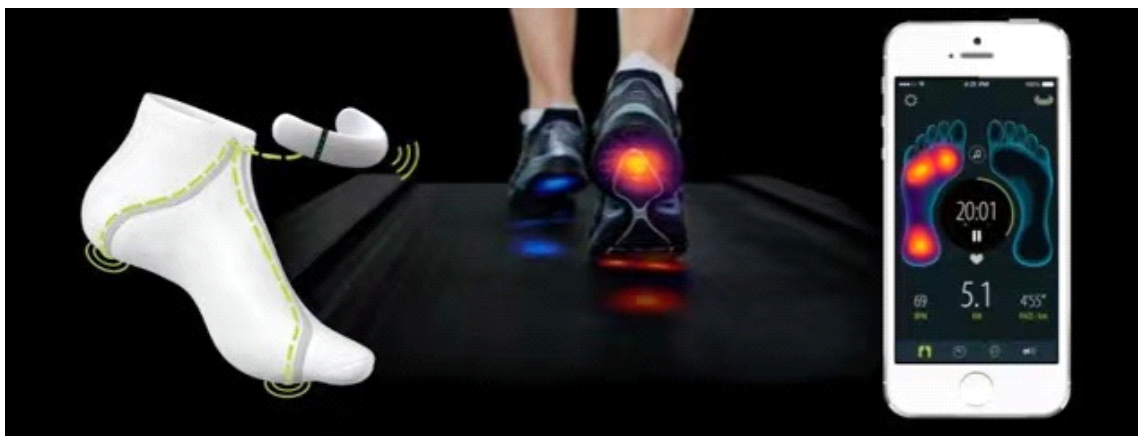
(2) 웨어러블 디바이스의 분류

웨어러블은 디바이스가 착용되는 방식에 따라 착용형 디바이스, 헤드형 디바이스, 손목형 디바이스 세 종류로 나눌 수 있다.

① 착용형 디바이스

착용형 디바이스는 일반적으로 스마트 신발과 스마트 의류를 가리킨다. 스마트 신발은 별도 존재할 수 없고 모바일 단말과 연결해야 하며 사용자의 이동 거리와 체온, 심박수, 심지어 가열장치까지 내장할 수 있다(양진숙·김주연, 2014). 예를 들어 NIKE의 Air mag 러닝 슈즈, digitsole 스마트 러닝 슈즈 등이 이에 해당한다. 스마트 의류는 일반적으로 신체자세를 교정하고 인체의 운동정보나 뼈를 회복시키는 데 사용되며, 각종 센서를 갖추고 있으며, 의류와 인체의 관계가 밀접하기 때문에 인체기능을 가장 정확하게 조화시킬 수 있고 가장 정확한 인체데이터를 수집할 수 있다. 센소리야는 스마트 패브릭을 적용한 양말이다. <그림 II-2> 양말은 사용자의 걸음걸이, 운동거리, 발의 압력 등을 모니터링해 실시간으로 달리기 상태를 분석해 잘못된 자세에 따른 신체 손상을 줄여준다(이성준, 2015).

<그림 II-2> 착용형 디바이스

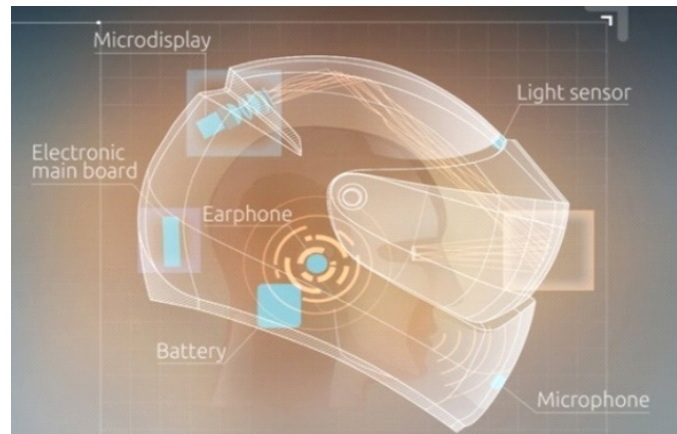


② 헤드형 디바이스

헤드형 디바이스는 일반적으로 스마트 헬멧과 스마트 글라스를 포함한다. 스마트 글라스는 사람의 눈동자 궤적 인식, 음성 교호 등 혁신적인 방식으로 사람과 정보를 교환한다. 예를 들어 구글 글라스는 인터넷 접속, 가상 조작, 메일 수신 등의 기능을 갖추고 있다. 현재 스마트 헬멧은 게임 헬멧과 라이딩 헬멧<그림

Ⅱ-3> 두 종류이다. 게임 헬멧 내부에 VR 기술을 이용해 가상 게임 장면을 만들어 게임의 몰입감을 높이고, 라이딩 헬멧은 이용자의 생리적 데이터를 얻기 위해 온도·습도·공기오염 정도와 내비게이션 기능을 갖출 수 있다(Xie & Zhang, 2015).

<그림 Ⅱ-3> 헤드형 디바이스



③ 손목형 디바이스

현재 웨어러블 디바이스 시장은 손목형 디바이스 제품이 지배적이다. 현재 시장의 주류인 손목형 디바이스는 대부분 건강에 관심을 갖고 운동을 보조하는 것이 주된 역할이다. 손목형 디바이스는 기본 걸음걸이, 칼로리 소모량 측정 기능과 진동 알림, 수면 모니터링 등 건강 관련 기능을 동시에 제공한다. 현재 스마트폰의 주류인 화면 크기가 갈수록 커지고 자주 휴대폰을 보기 불편해짐에 따라 손목착용형 디바이스는 일부 휴대폰의 기능을 집약하고 있다. 예를 들면, 손목형 디바이스는 정보 보기를 지원하며, 메일과 메시지의 알림을 받고 심지어 전화를 받을 수 있다(정혜실, 2014). <그림 Ⅱ-4>

<그림 II-4> 손목형 디바이스



(3) 웨어러블 디바이스의 특징

Steve Mann은 토론토대학교 컴퓨터공학과 교수이자 IEEE의 고급 회원으로 웨어러블 디바이스의 아버지로 불린다. 1970년대 Steve Mann을 비롯한 학자들이 관련 분야 연구를 개척했다. 웨어러블 컴퓨터(웨어러블 디바이스의 정의)는 Steve Mann의 저서 《웨어러블 컴퓨터의 정의》(Definition of "wearable computer")에서 다음과 같이 묘사하고 있다(Mann, 1997).

"웨어러블 컴퓨터는 사용자의 개인 공간에 포함되고 사용자에게 의해 제어되며 작동과 상호 작용의 항상성을 모두 갖춘 컴퓨터이다. 즉, 항상 켜져 있고 항상 액세스할 수 있다."

현재의 웨어러블 디바이스의 관련 특성은 위의 정의에서 찾을 수 있으며, 웨어러블 디바이스의 조작 패턴은 세 가지 기본 측면, 즉 지속성, 증강, 조정으로 요약될 수 있다는 것이 중론이다.

① 지속성(Constancy)

장치는 착용 동안 지속적으로 작동되고 있으며, 수시로 사용자와 상호 작용 상태로 유지되어 있다. 상대적으로 말해서 비-웨어러블 장치에는 이 기능이 없거나 거의 적용되지 않은 것이다. 예를 들면 휴대전화의 경우 잠금을 풀거나 화면을 켤 때만 상호 작용이 일어난다. 웨어러블 장치의 신호 흐름은 사람에서 장치로, 장치에서 사람으로 흐르는 것이다(李月麗, 2018).

② 증강(Augmentation)

사용자가 웨어러블을 조작하지 않고 다른 업무를 처리할 때 기기가 자동으로 동기되어 사용자에게 서비스를 제공하여 장치와 인체의 연결을 통해 지능이나 감각을 향상시킨다. 예를 들어 사용자의 시야에 있는 물체를 관찰해 주는 동시에 렌즈에 정보를 표시해주는 식이다(李月麗, 2018).

③ 조정(Mediation)

웨어러블 디바이스는 사용자의 신체와 직접 접촉하여 사용자의 신체적 연장으로 사용될 수 있으며, 휴대폰 등 특정 지점에 손에 넣거나 거치해야 하는 디바이스와는 다른 특성이 다음 두 가지에 나타난다:

폐쇄(Solitude) 웨어러블 디바이스는 신호 필터 역할을 할 수 있고, 사용자의 필요에 따라 현실에서 피드백되는 사용자의 인지 변화를 말한다. 예를 들어 웨어러블 디바이스로 원하지 않는 광고를 차단하는 기술을 들 수 있다.

프라이버시(Privacy) 웨어러블 디바이스는 사용자와 긴밀한 연락으로 인해 전통적인 디바이스 조작 과정에서 드러난 결함을 보완할 수 있다(손영준·김옥태 2011). 예를 들어 웨어러블 디바이스(스마트 팔찌나 스마트 반지 등)를 사용하면 비밀번호 입력 등의 과정에서 남의 눈에 띄지 않도록 잠금을 해제하거나 문을 열 수 있다. 또 웨어러블 디바이스는 사용자 승인 없는 행위를 방지할 수 있다(李月麗, 2018).

웨어러블 디바이스는 상호 조작에 있어서 다음의 6가지 특징으로 나타난다.

① 사용자 주의력

웨어러블 디바이스는 사용자의 지속적인 조작이 필요하지 않고, 사용자의 감각적 기능까지 향상시켜 주기 때문에 사용자의 주의력이 방출되고, 웨어러블 디바이스의 존재도 간과된다(Report, 2014).

② 사용자 제한성

웨어러블 디바이스는 일반적으로 크기가 작아 사용자의 몸에 부착되어 사용자는 디바이스 사용과 동시에 다른 여러 활동을 할 수 있다.

③ 사용자 주의

웨어러블 디바이스는 일반적으로 사용자에게 인식되고 필요한 정보를 직관적으로 전달한다(Report, 2014).

④ 사용자 제어

웨어러블 디바이스는 조작과 상호작용을 갖추어 사용자의 명령에 따라 조정할 수 있다.

⑤ 환경에 대한 관심

웨어러블 디바이스는 상황감지 기술의 한 갈래로 사용자의 체온, 맥박, 환경의 온습도, 해발, 현재 위치 등 환경정보를 얻을 수 있는 외부 환경과 능동적으로 교신할 수 있다.

⑥ 커뮤니케이션

웨어러블 디바이스는 통신을 기반으로 하여 타인과의 커뮤니케이션의 매개체가 된다(김광모·최희원·권성일, 2014).

이러한 특성 때문에 웨어러블 디바이스는 촬영, 운동, 건강의료 등의 분야에서 폭넓은 활용이 가능하게 될 것이라는 기대감을 갖게한다.

(4) 웨어러블 디바이스의 핵심 기술

웨어러블 디바이스는 하이테크의 지원이 필수적이다. 아래 기술들은 현재 구현됐거나 앞으로 실현될 것이며, 이들은 웨어러블 디바이스의 발전을 보조하는 데 중요한 역할을 한다.

① 음성 인식

음성 인식 기술은 디바이스 변별과 이해를 통해 음성 신호를 텍스트나 명령으로 바꿔 키보드와 손글씨 입력 대신 손을 해방시켜 업무 효율을 높일 수 있다(Choi, Hwang, & Lee, 2017).

② 센서

측정된 정보를 느끼고 이를 일정한 규칙에 따라 전기 신호나 다른 형태로 변환해 정보의 전송, 처리, 저장, 표시 등을 만족시키는 검사 장치다. 웨어러블 디바이스의 관건이며 사람과 디바이스를 연결하는 다리 역할을 한다(Genaro & Caine, 2015).

③ 저공소 통신기술

Bluetooth 4.0은 더 낮은 비용, 더 빠른 속도와 더 먼 거리로 장비 간 커넥션을 유지하며, 더 긴 대기시간을 갖고 항상 대기하며 시시각각 일할 수 있도록 했다

(Genaro & Caine, 2015).

④ 고속 인터넷과 클라우드 컴퓨팅

광대역이나 인터넷의 속도에서 접속할 때 가까이서 하드디스크를 읽고 쓰는 속도까지 도달하면 단말기로 데이터를 접근하는 것이 마치 자신의 하드디스크에 담긴 것을 읽는 것처럼 편리하다. 빅데이터의 계산은 클라우드 서버에 맡기고, 사용자는 결과만 보여줘 웨어러블 디바이스의 부피와 작업량을 크게 줄일 수 있다(Karahanoğlu & Erbuğ, 2011).

⑤ 안구 추적

일찌감치 심리학 분야에 적용된 연구 추적 기술이나 음성 인식 기술보다 웨어러블 디바이스를 쉽게 조작할 수 있도록 눈동자를 돌리면 스크린을 움직이고 선택하고 입력한다(廖紘亿, 2016).

⑥ 의식 제어 기술

인류는 각종 생리활동을 진행할 때 모두 방전하는데 뇌의 전위 활동을 측정함으로써 이를 어떤 구체적인 조작에 대응할 수 있게 되어 공상과학 영화에서 의식 제어술을 형성하게 된다. 외부 동작이나 표정의 변화 없이도 사람들은 구체적인 조작을 할 수 있다.

(5) 웨어러블 디바이스 시장의 현황 및 전망

웨어러블 디바이스의 본질이 큰 앱 마켓을 탑재할 수 있도록 결정하였다. 예를 들어 웨어러블 디바이스는 사용자의 체온, 지문, 심장박동 등 생리적 특징과 성격, 조작 습관 등을 수집할 수 있다. 이를 적절히 활용하면 개별화된 뉴스 콘텐츠, 실경지도 내비게이션, 건강주의보 등 편리한 서비스를 제공받을 수 있다(Sun & Rau, 2015). Gartner에 따르면 2020년까지 전 세계에서 4000억 건이 넘는 다운로드가 예상되며 이 중 93%가 무료이다. 웨어러블 디바이스 중 시장에서는 일반적으로 스포츠헬스와 의료건강이 비교적 발전 가능성이 클 것으로 예상되고 있다. 웨어러블 디바이스의 세분화된 분야 중 가구 자신의 건강과 관련된 부분은 더 나은 전망을 가지고 있다(Park, Pei, Shi, Xu, & Fan, 2019).

웨어러블 디바이스의 시장 구조와 소비자의 실제 니즈가 맞아떨어진다는 업계

의 리뷰를 종합해 보면, 현재로서는 사용자의 니즈가 웨어러블 디바이스에 가장 큰 관건이다. 소비자의 과학기술 제품에 대한 선택은 제품의 기술적인 수단에 의해 결정되지 않으며, 이 제품이 자신의 요구를 만족시킬 수 있는지, 자신의 생활을 개선시킬 수 있는지 여부에 따라 결정된다. 수요 측면에서도 웨어러블 디바이스가 이미 자리 잡은 분야는 스포츠헬스, 건강관리, 소셜 엔터테인먼트 등이다. 또한, 이 3가지 분야의 서브분야에서는 더욱 큰 발굴공간이 마련되어 있다(신재권·이상우, 2016).

국내외의 많은 시장 연구기관들이 웨어러블 디바이스의 발전 현황을 총괄산하고 미래의 웨어러블 디바이스 시장을 평가하였다. 예를 들어 IMS에서 발표한 연구 보고서에 따르면 2016년 웨어러블 디바이스 출하량은 1.71억으로 2011년의 0.14억에 비해 크게 증가한 것으로 밝혔고 2018년 전 세계 전자제품 시장에 83억 달러의 시장 점유율을 기록한 것으로 나타났다.

연구기관들은 웨어러블 시장에 대해 매우 긍정적인 전망을 내렸고, 소비자들의 웨어러블 디바이스에 대한 태도 역시 조금씩 달라졌다. 스마트 디바이스에 주목하는 기관인 '안랩'이 2014년 중 발표한 '웨어러블 디바이스에 대한 소비자 태도 보고서'에 따르면 응답자의 48%가 내년에 웨어러블 디바이스를 구입하겠다고 답했고, 37%는 이미 웨어러블 디바이스를 한 대 이상 갖고 있다고 답했다. 응답자의 20%는 자신이 웨어러블 디바이스 1차 구매자라고 답했다. 또는 응답자의 80%가 스마트폰을 갖고 있을 정도로 젊은 층은 웨어러블 디바이스의 패션성·기능성을 중시한다는 연구 결과도 나왔다. 웨어러블 디바이스에 대한 기대를 묻는 질문에 응답자의 72%가 건강에 좋은 웨어러블 디바이스를 원했고, 62%는 저렴한 웨어러블 디바이스를 원했고, 53%는 장식적인 웨어러블 디바이스를 원했다(김민석·김원준·김민기·강재원, 2017).

2. 사회적 지원

(1) 사회적 지원의 개요

사회적 지원은 개체가 스트레스를 받을 때 중요한 버퍼링 자원이다. 1960년대 학자들은 생활 스트레스가 신체 건강에 미치는 영향을 탐구하기 시작하여 사회적 지원에 대한 연구를 이끌어냈으며, 1970년대에 Cobb는 사회적 지원을 하나의 전문 용어로 처음으로 공식화하였다. 당시 학자들은 기능적·조작적 측면에서 사회적 지원의 개념을 이해했고, 전자는 사회적 관계에서 얻은 물질적 지원과 정신적 지원, 후자는 사람들이 가진 사회적 관계의 양적 표징을 가리켰다.

학자마다 다른 연구 관점에서 사회적 지원에 대한 내실을 다졌다. Cobb(1976)는 사회적 지원이 정보라고 생각하며, 이러한 정보개체를 통해 자신이 존중받고 관심받는 것을 느끼고, 동시에 자신이 서로 책임을 지는 사회 네트워크의 한 부분임을 깨닫는다. 사회적 지원은 인간관계가 교류되는 사회네트워크로서 개체는 사회관계에서 타인과의 상호 교류를 통해 물질적으로나 정신적으로나 도움을 받는다. 이런 도움은 개체의 스트레스를 완화시켜 개체의 심신건강에 주는 상해를 감소시킬수 있다. 사회적 지원이 물적 자원과 인적 자원을 제공할 수 있는 사회적 관계로 구성된다고 봤다. 사회적 지원이 개인이 사회적 교제 속에서 얻는 심리적 스트레스 수준 향상과 사회적응을 좋게 하는 영향이라고 생각한다. 張明鑫(2017)은 사회로부터 받는 개인들의 도움을 포괄적으로 사회적 지원이라고 부른다.

앞의 학자들의 연구를 종합하면, 우리는 사회적 지원을 다음과 같이 정의하고 있다:개체가 처한 사회적 관계(가족, 동료, 친구, 집단 등)로부터 받는 지원(물질적, 정신적). 이러한 지원은 개인이 스트레스를 받았을 때 자극적인 반응과 긴장을 완화하고 사회적 적응력을 향상시킨다.

(2) 사회적 지원의 이론

사회적 지원의 이론은 크게 두 가지 이론 모델을 포함한다.

① 버퍼 모델

사회적 지원은 개인이 스트레스 상태에 있을 때에만 작용해 완충작용을 할 수 있고, 사회적 지원은 심리적 건강과 관련된 요인을 조절해 스트레스가 개인의 심

신 건강에 미치는 영향을 완충하는 것이다. 사회적 지원을 강조하는 이 이론적 모델은 자극적인 상태에서만 가능한 것으로, 개인이 직면하는 스트레스가 적으면 이런 역할이 뚜렷하지 않다.

② 주효과 모델

이 이론은 사회적 지원의 역할이 보편적이고, 스트레스 상태든 이완 상태든 개인의 심신 건강에 도움이 된다고 주장한다(Kashdan & Fincham, 2004). 개인이 부정적인 사건에 직면했을 때 사회적 지원이 완충작용을 할 수 있고, 일반적인 상태에서는 사회적 지원이 심신의 건강을 지키는 데도 작용한다는 연구결과가 이를 뒷받침한다. 예를 들면 사회적 지원이 개인의 인적 교제상태를 변화시키고, 인적 교류에서 만족감, 자아가치감, 소속감을 얻기 쉬우므로 심신의 건강과 주관적 행복감 향상에 도움이 된다.

(3) 사회적 지원의 분류

초기의 학자들은 사회적 지원을 하나의 전체로 보고, 그 관계가 존재하는 한 사람들이 겪는 문제와 좌절에 대처하는 데 도움이 된다고 생각하면서 인간관계를 무시했다. Berkman & Syme(1979)는 연구를 통해 사회와 가까운 사람보다 사회적 관계가 부족한 사람이 생리적·심리적 질병에 걸리고 사망에 이를 수 있다는 사실을 발견했다. 이후 연구자들도 서로 다른 유형의 사회적 관계가 제공하는 사회적 지원의 정도도 차원이 다르다는 것을 알게 되었고, 동시에 많은 연구자들이 정량적인 방법으로 사회적 지원을 분류하기 시작했다.

사회적 지원에 대한 연구자들의 분류기준을 분석해보면 주요하게 기능 구분과 성격 구분 두가지 유형으로 나뉜다.

사회적 지원은 타인이 개인에게 제공하는 지원으로 보고 있으며, 구체적으로 실질적인 지원, 정서적 지원, 정보적 지원 등을 포함한다. 실질적인 지원은 주로 물질적인 자원을 제공하는 것을 의미하며, 정서적 지원은 개인이 느끼는 타인의 관심과 신뢰, 정보적 지원은 조언이나 지도를 통해 개인이 직면한 문제에 대처할 수 있도록 돕는 것을 의미한다. 실질적인 지원과 정서적 지원 외에도 사회적 지원에는 사회적 교제와 사회참여가 포함된다는 사실을 밝혀냈다. Cobb(1976)는 사

회적 지원 유형을 물질·감정·도구·네트워크·만족상담과 애육으로 구분했다. 인자 분석을 이용해 사회지원 유형을 경제, 동반, 감정지원, 소중, 대중 서비스로 구분했다. Russell & Cutrona(1991)은 사회적 지원을 물질적 지원, 정서적 지원, 정보 지원, 사회통합, 자존감 만족 지원으로 구분한다. 위의 학자들은 모두 사회적으로 지원되는 기능적 관점에서 분류한다.

성격의 각도에서 사회적 지원을 분류하면 주로 객관적 지원과 주관적 지원으로 나눌 수 있다. 객관적 지원은 실제적 지원이라고도 하며, 물질적 지원과 사회적 연계 등을 포함하는 객관적 존재의 현실적인 지원을 말한다. 주관적인 지원은 개체의 주관적인 느낌과 사회 속에서 느끼는 타인, 조직으로부터의 존중과 지원을 중시한다.

사회적 지원은 중요한 개체변수로서 개체가 스트레스성 사건 및 정서적 고민에 대처할 때의 인지적 판단, 대응방식, 전략에 영향을 미친다. 좋은 사회적 지원 시스템이 스트레스 상태의 개체를 보호하고, 스트레스가 개체에 미치는 부정적인 영향을 완충시켜 줄 뿐만 아니라 정서적 상태의 유지에도 도움을 준다는 연구 결과가 외국에서 나왔다. 스트레스 이벤트 대응 시 지원의 활용도와 지원 획득 능력은 스트레스 감지와 현저하게 관련되어 있다. Russell & Cutrona(1991)의 연구에 따르면 사회적 지원이 개인의 우울 수준을 낮추고 주관적 행복감 향상을 촉진한다고 한다.

(4) 사회적 지원의 주체와 객체

사회적 지원의 주체인 사회적 지원의 제공자이다. 사회적 지원자를 '가족 구성원, 친구, 동료, 친족, 이웃 등 중요한 타인'으로 꼽았다. 사회적 지원 주체를 각종 사회적 연결고리로 보고 있다(Kashdan & Fincham, 2004). 실제로 사회적 지원의 주체는 조직과 개인을 포함한다. 물론 조직의 지원도 사람에 의해 이루어지지만, 개인의 지원과는 구별된다. 조직의 지원은 조직의 이념과 기능에서 비롯되며, 개인이 제공하는 지원은 사랑과 친밀한 관계에 기초한다.

사회적 지원 객체인 사회적 지원의 수용자이다. 사회적 지원 객체에 대한 인식은 사회적 지원 객체를 약자로 보는 견해, 예를 들면, 떠돌이 아동, 에이즈 환자,

독신 노인, 빈곤 가정 등 사회적으로 명백한 약자의 지위에 있으며, 여러 방면의 도움이 필요하다. 이런 관점은 특수주의 취향에 속하는데, 즉 사회적으로 지원하는 대상이 보편성을 띠지 않는다고 생각한다. 또 다른 관점에서는 사회적 지원은 보편적인 행위로, 사회적 지원 객체는 모든 사람이라고 주장하는데, 어떤 학자들은 이 같은 견해에 찬성한다. 예를 들어 翁江悅(2020)은 "일상생활 세계의 모든 개체는 사회적 지원의 객체일 수 있다"고 주장한다.

3. 호기심

(1) 호기심의 개요

호기심은 현재의 지적 문제에 대한 해답에 대한 갈망과 함께 장기적인 시각에 있는 전략 배치 (Gottlieb, Oudeyer, Lopes & Baranes, 2013)도 포함한다. 중요한 심리 상태로서 호기심의 개념이 발전한 역사가 오래되어 많은 이론적 장르들이 호기심에 대한 정의와 해석을 제시하고 있다. 호기심이 개인의 지식에 대한 갈망이라고 생각한다. 반면에 호기심이 조작적인 동기라고 생각하여 개인에게 실질적인 보답이 없는 문제 해결행위를 하도록 한다. Loewenstein(1994)은 호기심을 내부에서 구동되는 정보로 구하는 특별한 형태로 보고 있다. 이들 연구자는 호기심에 대해 본능론, 구력론 및 인지론으로부터의 정의를 제시하여 서로 다른 각도의 관점을 제공함으로써 호기심의 개념에 대한 인간의 인지를 풍부하게 하였다(박성희, 2008).

호기심 개념을 심리학 연구에 본격적으로 도입한 Loewenstein(1994)은 인지적으로 '불일치 또는 하나의 갭'으로 정의했고, 우리가 불확실하거나 관련 정보가 부족한 상황에서 이런 '갭'은 계속 벌어졌다. 보편적 호기심 - 다양한 혁신과 도전을 적극적으로 탐구하고 특정 호기심 - 깊이 있는 하나의 특정한 자극이나 활동에 관한 지식과 경험을 적극적으로 탐구하는 두 가지 유형의 호기심 개념을 제안한다. 이 두 가지 호기심은 협동으로 작업하는 것 같다. 보편적인 호기심은

새로운 자극과 기회의 연계를 촉진한다. 특정한 호기심은 이러한 고유의 불확실하고 복잡한 자극에 의해 움직인다. 이러한 자극은 더 많은 정보를 얻을 수 있다. 이후 심리학 연구자들은 호기심의 실체를 탐구하기 시작했다. 일부 심리학자들은 새로운 탐구, 구성의 필요, 인지적 요구, 공개 경험 등 개별적 차이와 관련된 일련의 변수 개념이 호기심 개념과 중복된다고 주장한다(Park et al., 2019).

초기 행동주의 이론가들은 호기심을 불쾌감을 줄이기 위한 적극적인 탐구의 외현적 또는 내용적 행동 표현, 충돌적 또는 부조화적 감각이 호기심을 자극한다고 주장한다. 외부로부터의 불분명하거나 새로운 자극이 지속적으로 작용하면 '호기심'을 불러일으킨다. 해당 구동 행위를 통해 자극에 접근함으로써 호기심 수준을 점차 감소시킨다. Dollard & Miller(1950)이 호기심을 제기하는 것은 일종의 습득성 내구력이라고 한다. Loewenstein(1994)는 정보 가공의 이론적 관점에서 호기심을 이론적으로 설명한다. 우리는 자신이 겪고 있는 자극에 대해 항상 기존의 조직 인지 계통 모델을 가지고 코딩을 시도하고 해석을 시도하며, 기존의 시스템에서 코딩이 불가능한 자극은 개념 충돌을 일으킨다. 개인이 이 충돌을 구하고 유지하며 해결하기 위해 준비상태나 경향을 갖게 되는 것은 호기심이다.

호기심의 요인에 관한 이론연구는 연구자들이 호기심에 대해 다양한 각도에서 탐구해 서로 다른 호기심 이론을 도출해냈다. Dollard & Miller(1950)은 호기심을 일종의 학습 동력으로 보고 있다. 호기심이 갖는 후천적 조형성을 긍정하고 교육발전의 가능성을 열어주는 토대를 마련했다. 연구자들이 호기심의 내적 작용 메커니즘을 중시하면서 더 많은 인지심리학자들이 호기심에 주목하고 있다. 어린이가 기존의 도식 구조에 새로운 지식을 대입하려고 할 때 겪는 인지 불균형감이 바로 호기심이다. 포맷타워 심리학자들은 호기심을 더 나은 형태를 개체의 지식구조로 가져가는 욕망으로 본다. 호기심과 기억에 관한 연구에서 사람들은 더욱 현혹되는 정보에 대해 더 좋은 기억을 보이며, 공부에 호기심에 의해 강화되는 것은 호기심에 비례한다. 王偉偉(2019)는 호기심이 개인의 적극적인 자극물 접근을 촉진하고 사고 탐색을 통해 인지 과정을 효과적으로 진행할 수 있다고 생각한다. 吳健(2011)은 '호기심'이라는 특정 심리를 점점으로 호기심에 대한 학리적 분석을 바탕으로 인플루언서가 브랜드, 사건 마케팅 커뮤니케이션에 수용자의 호기심을 잘 활용할 수 있는지에 대해 논의하고, 이에 따른 궁극증을 정리하

는 마케팅 커뮤니케이션 활용 전략을 모색한다.

(2) 호기심의 분류

Daniel은 20세기의 가장 중요한 호기심 연구자 중 한 명으로 호기심을 두 차원에서 4가지 유형으로 구분한다. 그중 하나의 차원은 호기심에 의한 대상에 의한 분류로 지각적(perceptual)호기심과 인지적(epistemic) 호기심(Berlyne, 1954)이다. 지각적 호기심과 인지적 호기심의 대상이 다르다. 지각적 호기심은 개체가 감각적 자극을 통해 새로운 정보를 찾도록 하는 구동력으로, 이러한 구동력은 지속적인 접촉에 따라 약화된다. 동물과 인간 영아 단계 탐색 행동의 주요 구동력이자 어른 탐색 행동의 구동력 중 하나다. 반면 인지적 호기심은 당시의 불확실성을 해소하기 위한 지식과 정보를 얻기 위한 욕구와 갈망이다. 인간에게 주로 적용되는 만큼 인간과 동물을 구분하는 하나의 특징이기도 한다(박성희, 2008).

호기심의 대상별로 물리적 호기심(physical curiosity), 지각적 호기심(perceptual curiosity), 사회적 호기심(social curiosity), 인지적 호기심(epistemic curiosity) 네 가지로 분류한다. Loewenstein(1994)가 언급한 지각적 호기심과 인지적 호기심 외에도 물리적 호기심과 사회적 호기심이 포함된다. 전자는 자신과 주변 환경에 대한 탐색과 조종 후자는 다른 사람의 행동, 생각, 느낌 등에 대한 새로운 정보를 얻거나 다른 사람과 사귀고 싶은 욕망을 가리키며, 이러한 욕망에 의해 스스로 탐색적인 행동을 하게 된다. 사회적 호기심은 인간적 호기심이라고도 하며, 타인의 생활경력, 생활습관과 세부사항, 내재된 생각, 느낌, 취미 등을 포함한 정보를 말한다.

호기심이 생기는 이유에 따라 호기심을 취미적 호기심과 박탈적 호기심으로 나눌 수도 있다. 취미적 호기심은 재미나 흥미를 얻기 위해 새로운 정보를 얻기를 갈망하는 것으로, 알 수 없는 정보를 구하는 긍정적인 감정 반응과 연관되어 개인적으로는 알 수 없는 정보가 흥미를 유발할 것으로 예상된다. 박탈적 호기심은 알 수 없거나 무지한 감각을 줄이기 위해 새로운 정보를 얻기를 갈망하는 것으로 불안, 우울, 분노의 특징과 직결된다. 이런 분류는 왜 호기심이 서로 다른 가격대의 정서를 일깨우는지 이해하는 데 도움을 준다(Park et al., 2019).

또한 호기심은 도구적 호기심과 비도구적 호기심으로 나눌 수 있다. 도구적 호기심은 하나의 목표에 도달하기 위해 정보를 탐색하고 탐구하는 욕망 또는 짧은 (긴) 기간 동안 최대의 보상을 받는 것을 말한다. 비도구적 호기심은 개체가 어떤 자체의 매력적인 정보를 탐색하는 것을 말한다. 비도구적 정보에 대한 호기심은 정보 획득이 내재적 가치를 가질 수 있음을 보여주며 세계에 대한 불확실성을 줄이고 환경에 적응하는 데 도움을 준다(Park et al., 2019).

4. 쾌락적 동기

(1) 소비자동기 및 분류

소비자동기는 소비자의 소비 중 생리적 또는 심리적 욕구를 나타내는 표현으로 소비를 하게 하는 직접적인 원인과 중요한 구동력이다. 소비자들이 소비를 하는 동기는 삶을 유지하기 위해 꼭 사야 하는 경우도 있고, 단순히 사려고 사는 것도 아니라 소비를 하면서 얻는 즐거움도 있는데 이 역시도 소비를 부추기는 요인이다. Tauber(1972)가 소비자의 소비 동기를 분류한 이후 많은 학자가 소비자의 소비 동기의 종류에 관심을 갖게 됐다. 학계에서 소비 동기에 대한 분류는 제각각이지만 여러 학자들에 대한 연구를 통해 요약해 보면, 모든 다른 소비 동기의 분류는 실용적 동기, 쾌락적 동기(Babin, 1994)의 두 가지 기본적인 동기 지향점 위에 세워져 있다. 실용적 동기의 만족은 구매한 상품의 사용가치와 서비스 정보에서 비롯되며, 쾌락적 동기의 만족은 소비 경험에서 오는 즐거운 경험에서 비롯되는 경우가 많다.

(2) 쾌락적 동기의 개요

그동안 많은 연구가 실용적 동기가 소비자 소비에 미치는 영향에만 주목해 원하는 상품을 어떻게 효율적으로 살 수 있는가를 추구하는 소비자는 냉철하고 논

리적인 사고력으로 인식돼 왔다(Barbin, 1994). 쾌락을 추구하는 소비자로서는 소비를 즐기는 것으로 간주하고, 소비도 여가나 자기표현을 하는 방식이다. 실용적 소비 동기가 단순히 상품 소유 자체를 추구하는 것과 달리 쾌락적 동기는 단순히 상품에 대한 관심보다는 쇼핑의 재미를 강조한다. 쾌락적 동기에 의한 소비 경험은 여행, 혹은 오락으로 볼 수 있다(이지은·최자영, 2008). 쾌락적 동기를 소비자 프로그램에 없는 것으로 보고 쾌락과 경험을 추구해야 하는 소비자의 필요에 놓였다. 뿐만 아니라 쾌락적 동기는 새로운 것, 신기술에 대한 궁금증을 의미하기도 한다(박종희·진이환, 2007). 이들의 만족은 단순히 상품의 사용가치뿐 아니라 대부분의 쾌락은 쉽고 즐거운 쇼핑 경험에서 나온다. 타인과 친하게 지내는 것, 감각이 즐거운 자극, 적당한 오락, 현실과 동떨어진 것, 상대적인 자유는 즐거운 소비 경험이라고 볼 수 있는 것이 소비의 이유이다. 따라서 쾌락적 동기에 의한 소비는 감정적이고 비이상적인 과정으로 자발적 행위이며, 소비자들은 즐거운 소비 경험에서 소비의 오락적 혜택을 얻게 된다(박종희·진이환, 2007).

(3) 쾌락적 동기의 분류

쾌락적 동기를 구성하는 구성차원을 알아내기 위해 실증연구를 통해 쾌락적 동기의 구성인자를 분류하였다. 쾌락적 동기로는 모험, 만족, 롤플레이, 가치추구, 교제, 패션 등 여섯 가지 차원을 제시했다. 연구는 체험, 도피, 믿음, 자기표현이 완전한 쾌락적 동기를 이루고 있음을 보여준다. 이지은과 최자영(2008)은 쾌락적 소비 동기로 기발함 추구, 재미 얻기, 타인의 찬사, 사회적 필요, 현실 도피 다섯 가지 차원을 제시했다. 쾌락적 소비 동기와 충동구매의 상관관계를 연구하는 연구에서 탐구적 인자분석을 활용해 쾌락적 소비 동기를 엽기, 재미, 트렌드, 인정, 교제, 가치추구의 여섯 가지 차원으로 분류했다.

이 연구에서 쾌락적 동기에 대한 연구가 학자들에게 호평을 받았으며 쾌락적 동기의 각 차원에 대해 자세히 설명했다. 모험 동기는 소비자가 엽기적이거나 자극을 추구하는 마음으로 소비를 가는 것이고 만족 동기는 소비자가 자기 만족을 추구하기 위해서 혹은 몸과 마음을 이완시키는 것이며 롤플레이 동기는 소비자가 다른 사람에게 물건을 사주는 과정에서 즐거움을 얻는 것이다. 가치추구 동기

는 소비자가 기꺼이 다른 사람과 가격을 협상함으로써 즐거움을 얻는 것이고 교제 동기는 소비자가 자신과 다른 사회 구성원의 관계를 유지하거나 강화하기 위해 소비를 하는 것이며 패션 동기는 소비자가 트렌드를 추구하기 위해 새로운 제품, 새로운 경험을 찾는 마음가짐을 나타낸다는 것이다(박철·강유리·김병철, 2011).

5. 건강정보 지향성

(1) 건강정보 지향성의 개요

건강정보 지향은 개인이 건강문제에 얼마나 관심을 가지고 있는지를 반영하는 각종 건강정보에 대한 관심도를 말한다(Pan & Zhao, 2018). 개인의 건강지식에 대한 이해도, 건강문제와 관련된 정보를 얻는 데 관심이 있는지, 해법을 찾는 방법, 일상생활에서의 행동이 건강수칙을 따르는지, 건강관리에 신경을 쓰는지 등이 포함된다(Gao & Li, 2015). 건강정보 지향이 높은 사용자는 건강정보에 더욱 관심을 가지고, 건강정보에 대한 이해력이 일반인보다 뛰어나며, 심지어는 일부 전문적인 교육에도 참가하여 건강에 대한 지적 소양을 갖추고 있으며, 건강문제를 겪거나, 어떤 고위험행위로 인해 건강상태에 대한 의심이 있을 때 적극적으로 관련 건강정보를 검색하여 해결방법을 얻는다. 이런 사람들은 자신의 건강상태를 전반적으로 알고 있으며, 신체상태의 부족을 인식하고 체질 개선을 위한 적절한 조치를 취한다(Lee & Lee, 2020). 개체가 자아감각이 좋지 않을 때 이들은 자신의 건강 문제를 조기에 발견해 확인하고 적절한 치료 시기를 놓치지 않도록 해 적기에 효과적인 치료를 받을 수 있다.

(2) 건강정보의 분류

1980년대 이래 세계보건기구는 '사람이 건강하다'는 이념을 대대적으로 제창하

고, 전세계적인 건강교육과 건강증진 활동을 적극 추진하여 사람들의 건강의식과 건강행태를 변화시키는 데 주력함으로써 전염성 질환, 유행성 질환의 발병률과 사망률을 크게 감소시켰다. 세계보건기구(World Health Organization, WHO)는 건강에 대해 명확한 정의를 내렸다. 건강은 질병과 쇠약함을 면할 뿐만 아니라 신체적, 심리적, 사회적 세 가지 면에서 완벽한 조화를 이룬 상태이다. 신체적 건강과 심리적 건강은 서로 영향을 주고 의존적이다(Gao & Li, 2015). 마음 건강은 신체 건강의 정신적 지주이고, 몸 건강은 심리 건강의 심리적 근간이다. 좋은 심리 상태는 건강에 좋고, 사람의 생리적 기능을 최적으로 만들며, 반대로 어떤 신체 기능을 저하시키거나 파괴시켜 각종 질병을 일으킬 수 있다. 생리적 질환은 종종 비정상적인 심리상태를 초래해 공포, 걱정, 우울, 불안감 등 나쁜 감정을 갖게 한다(Lee & Lee, 2020). WHO의 건강에 대한 정의에 따르면, 사용자들의 일반적인 건강정보는 ① 식사건강 ② 운동과 휴식 ③ 의학과 질병 ④ 심리건강의 네 가지로 분류된다.

① 식사건강

식사건강은 대체로 건강한 식습관과 좋은 영양상태로 이해할 수 있다. 나쁜 생활방식은 전염성이 없는 질환자를 꾸준히 증가시키는 요인이 되고 있다. 장기간 불합리하고 비과학적인 식습관은 비만, 고혈압, 고혈당, 고지혈증, 암 등 각종 질병뿐만 아니라 대인관계, 일과 학습, 심지어 생명까지 위협할 수 있다. 건강한 식습관이 아이의 심리적 건강을 개선시켜 준다는 사실을 발견했다. 2~9세 아이들 중 건강한 식생활 지침을 따를 수 있는 것은 정서적 문제가 적고 성품이 건전하며 다른 아이들과의 관계가 원만하고 자존심이 강하고 2년 후의 심리상태도 좋다(Lee & Lee, 2020).

② 운동과 휴식

운동과 휴식은 일상생활에서 관련 스포츠에 참가함으로써 몸을 튼튼하게 하고 면역력을 높여 완벽한 체형을 만드는 것을 말한다. 정기적인 운동은 개인의 의지를 연마하고 학습의 효율성을 높여 자신감을 높일 수 있다. 운동은 기분을 좋게 하고 심리적 스트레스를 완화시키고 잠을 더 잘 자게 한다(Gao & Li, 2015). 휴식은 개인이 일정 시간 동안 상대적으로 활동을 줄여 생리적·심리적으로 긴장을 푸는 것을 말한다. 피로를 풀거나 털고 기력을 회복하는 과정이다. 미국 시카고

대 연구진은 사람이 잠을 오래 못 자면 노쇠, 비만 등의 증상이 나타나며 심하면 심장병, 당뇨병 등의 질병까지 걸린다는 사실을 밝혀냈다. 그러나 현대사회는 업무 스트레스가 심한 상황으로 습관적으로 밤을 새우는 등 수면이 길어지고 수면의 질이 떨어지는 경우가 많다.

③ 의학과 질병

의학 및 질병은 질병을 예방하기 위해를 완화하며 질병을 치료하고 저항력을 높여 건강을 증진시키는 의학적 수단이다. 후자는 기체가 일정한 조건에서 질병에 시달리고 조절 기능이 흐트러져 생기는 이상 생명활동 과정이다(Lee & Lee, 2020). 의학과 질병은 인류의 시종일관이다. 태어나는 순간부터 우리는 시도 때도 없이 질병의 도전을 받아들이고 의학의 도움을 구한다. 인터넷 기술의 발달로 사람들은 다양한 경로로 의학과 질병 정보를 접할 수 있게 되었고, 인터넷에서 독감이 보도되면 대중의 관심을 끌게 되어 독감을 예방하는 일련의 조치를 취하게 되었다. 의학지식이 전문성을 갖고 있기 때문에 전문지식을 갖추지 못한 일반 대중에게는 이해의 어려움이 따르고, 전문지식을 대중이 이해하기 쉬운 내용으로 바꿀 수 있는 방법을 고민해야 할 것이다.

④ 심리건강

심리건강은 현대인의 건강한 삶에서 떼려야 뗄 수 없는 중요한 측면이다. 심리건강은 지속성이 좋거나 정상적인 심리상태를 말한다. 이 상태에서 개인은 비교적 강한 적응력을 가지고 있어 자신의 잠재능력을 충분히 발휘할 수 있다. 관련 연구에 따르면 사람들의 자기표현에는 보통 기분, 수면, 인간관계 등이 포함되어 개인의 심리건강 상태를 반영할 수 있는 것으로 나타났다. 실생활에서 심리건강 상태가 좋은 사람은 종종 자기를 올바르게 인식하고 긍정적인 생활태도를 유지하며, 자기정서를 효과적으로 통제하고, 자기화해를 배우며, 좋은 인간관계를 구축할 수 있다.

(3) 건강정보 지향의 영향 요인

①성별

여성은 남성보다 건강정보 검색에 더 치중할 뿐 아니라 건강정보에 대한 관심

도 넓어졌고, 여성과 남성은 건강정보 검색에서 확연한 차이를 보였다. 여성은 질병의 증상에 관심이 많은 반면 남성은 건강정보의 신뢰도, 질병의 예방과 치료 효과 등에 더 많은 관심을 기울인다. 또 여성은 남성에 비해 소셜미디어를 이용해 정보를 얻는 목적성이 명확하고 여성과 남성이 관심을 갖는 건강정보의 종류도 큰 차이를 보였다(Gao & Li, 2015).

②연령

젊은 층은 사고력이 뛰어나고 학습 능력이 뛰어나 나이 많은 사람보다 온라인 생활에 더 쉽게 적응할 수 있다. 젊은 층의 사회적 욕구가 많아 소셜미디어 이용률이 노인층보다 월등히 높으며, 특히 18~24세 청소년층, 학생층 등은 새로운 것에 대한 도전의식이 강해 인터넷을 이용한 정보 수집을 선호한다. 노인들은 인터넷 문화의 성행과 각종 인터넷 단어의 등장으로 노인들이 이해하는데 어려움을 겪고 있으며, 다른 한편으로는 노인의 신체 기능이 퇴화되어 그에 따른 건강 문제도 많아지고 있으며, 건강정보에 대한 욕구는 젊은 층보다 높다. 관련 연구에 따르면, 연령은 온·오프라인 건강정보 검색에 영향을 미치는 중요한 요소이며, 온라인 건강정보 검색은 연령 면에서 현저히 낮은 것으로 나타났다(Pan & Zhao, 2018).

③학력

교육을 받는 정도는 건강정보 검색행위에 영향을 미치는 중요한 요소이다. 교육 수준이 높은 젊은 세대일수록 자신의 건강에 관심이 많고 건강정보 검색에 치중할수록 건강정보를 얻을 수 있는 길이 많다(Pan & Zhao, 2018). 이들은 인터넷에 접근할 기회가 많아질수록 어른들 사이에서 인터넷을 이용한 건강정보 검색의 비중이 크고, 정보의 유효성과 신뢰성을 가려내는 데 자신감과 능력이 있다(Lee & Lee, 2020).

④소득

소득이 의료소비에 미치는 영향은 크게 개인 의료소비의 능력에 영향을 미치는 것과 개인 의료서비스의 수요에 영향을 미치는 것 두 가지다. 생활여건의 개선은 질병의 침입을 어느 정도 막아낼 수 있다. 소득이 높을수록 가정 형편이 나은 사람들은 건강정보 검색에 적극적이고 검색 횟수가 잦았다. 경제적 약자들은 독서 수준이 낮고 소셜미디어에 접근할 기회가 적어 대중매체의 자원을 제대로

활용하지 못할 수 있으며, 자신의 건강에 대한 관리 능력이 부족할 수 있다. 경제적 여건이 좋은 집단일수록 건강관리와 질병 치료에 더 많은 투자를 할 수 있다.

6. 온라인 리뷰

(1) 온라인 리뷰의 개요

초기 구전에 관한 연구는 실험에서 따온 것으로, 제품에 대한 대화가 상품의 단기 판매에 영향을 미치는 것에 대한 호평이 신제품에 대한 촉진작용을 발견했다. 구전을 고객 간의 비공식적이고 비상업적인 의사소통 행위로 여겼다(Bhatnagar & Ghose, 2004). 그리고 이런 정보의 소통은 긍정적이거나 부정적일 수도 있다. 이후 구전이 제품과 행위에 미치는 영향에 주목해 구전의 내실을 넓히는 연구자가 늘고 있다. 구전의 정의는 사람들 간의 비공식적인 구두교류에 그치지 않고 고객이 구매 후 추천 또는 불평행위로 여겨진다(Brown & Reingen, 1987). 1980년대 중후반 마케팅 이론에서 고객 지향의 개념이 성숙해지면서 기업의 마케팅 철학은 관계 마케팅과 서비스 마케팅으로 바뀌고 있다. 구전 마케팅이 서비스 환경에서 미치는 영향력은 갈수록 커져 고객들이 구전 활동에 높은 의존을 하고 있고, 구전은 고객 정보 검색, 제품 평가, 의사결정 수립(Brown & Reingen, 1987)등에 큰 영향력을 갖는다는 연구도 적지 않다. 또한 구전은 다른 전통적인 광고 매체에 비해 효과적인 마케팅 도구로 인식되고 있다. 하지만 전통적인 구전 전파에도 한계가 있어 멤버 간 네트워크 경계(Bhatnagar & Ghose, 2004)로 제한된다.

인터넷의 발전과 정보기술의 진보에 따라 소비자 간의 상호작용 방식이 점점 많아지고 있으며, 인터넷을 탑재체로 하는 구전 전파는 전통적인 인적 교류 채널에 대한 확대로 여겨진다(Filieri & McLeay, 2014). 마케팅학적인 시각에서 인터넷을 통한 소비자 상호작용이 비즈니스에 주는 기회와 도전에 대해 논의했다.

Chatterjee(2001)는 인터넷 구전을 인터넷 플랫폼을 통해 다양한 커뮤니케이션 경로를 통한 소비자 커뮤니케이션으로 정의한다. Chatterjee(2001) 생각하는 실제적이고 잠재적이거나 이전 고객들이 인터넷을 통해 쏟아내는 어떤 긍정적이거나 부정적인 제품이나 회사 관련 발언도 인터넷 구전이라고 한다. 개념적으로 인터넷 구전은 전통적인 구전을 이어가면서 여전히 인간 간 비상업적인 소통과 정보 전파를 강조하고 있다. 전통적인 거래환경에서 구전은 전파자와 수신자가 대면한 구두교류에 그치고, 전파의 즉각성은 정보의 내용을 보존할 수 없어 학자들의 분석에 불리했다(Bhatnagar & Ghose, 2004). 반면 인터넷 환경에서의 구전 정보는 학자들의 심도 있는 콘텐츠 분석 및 조사연구를 가능케 해 인터넷 구전 연구는 학계와 실업계의 관심으로 확산됐다. 인터넷 구전은 소비자의 온라인 구매 행위는 물론 구매 전 계발식 정보를 얻기 위해 사용된다.

요약하면 정보기술(IT) 및 온라인 소셜 네트워크의 발달로 구전이 친숙한 사람에게만 국한되지 않고 인터넷을 통해 구전 정보가 누구에게나 무제한 전달될 수 있게 됐기 때문에 기존 구전에 비해 구전은 전파 속도가 빠르고 전파 범위가 넓다, 전파 형태가 다양해졌다.

온라인 구전(online word-of-mouth), 전자 구전(electronic word-of-mouth), 가상 구전(virtual word-of-mouth) 등 기존 문헌이 통일되지 않았다. 명칭은 엇갈리지만 인터넷 구전에 대한 내용은 거의 일치하므로, 본 연구는 이러한 여러 명칭의 연구를 인터넷 구전에 관한 문헌으로 다루고 있다(조신희·이문용2014).

(2) 온라인 리뷰의 특징 및 형식

인터넷 구전에는 온라인 상품 리뷰(online product review), 블로그(blog), 채팅룸(chatting room), 소셜네트워크(social network), 온라인 카페(online forum) 등 다양한 표현이 포함된다. 온라인 상품 리뷰는 인터넷에서의 여러 형식 중 하나로, 다른 형식의 온라인 상품 리뷰에 비해 고객들의 상품에 대한 경험과 만족도를 집약적으로 반영하여 소비자들에게 더욱 귀감이 될 수 있는 형식, 인터넷 리뷰 중 가장 전형적이고 효과적인 형식으로 평가받고 있다(Filieri & McLeay, 2014). 온라인 상품 리뷰는 다음과 같은 특징과 장점을 가지고 있다.

① 정보의 보존시간이 길고 대상 군체 범위가 넓다.

채팅방·인스턴트 메신저 등의 인터넷 구전은 토론이 끝나면 정보가 사라져 재조사가 쉽지 않고, e-메일·온라인 카페 등의 구전도 자발적으로 파일을 저장해야 정보를 얻을 수 있다. 이에 비해 온라인 상품 리뷰는 온라인에서 오래 지속되고 각각의 정보가 공개되며, 웹 페이지를 본 모든 소비자에게 제공될 정도로 정보의 폭이 넓다.

② 정보의 계량화가 용이하다.

인터넷 커뮤니티, 블로그 등 소셜네트워크의 정보는 비구조화된 텍스트가 많아 계량화가 쉽지 않아 실증 연구에 불편을 주고 있다. 이 때문에 실험 설계 및 사회 네트워크 분석 등의 방법으로 이러한 유형의 인터넷 구전 정보의 특징과 규율을 연구하는 데 많이 사용되고 있다. 온라인 상품 리뷰는 B2C나 C2C 전자상거래 사이트의 평가 체계에 의존하는 경우가 많은데, 이들 사이트는 비구조적인 텍스트 정보 외에 상품에 대한 평가나 평점을 제공한다. 이는 추가적인 양적 분석에 어느 정도 도움이 되기 때문에 계량경제학 모델은 온라인 리뷰에 관한 연구에 많이 쓰인다.

유형별 인터넷 구전은 표현과 커뮤니케이션의 차이가 크지만, 이들의 핵심 내용은 크게 다르지 않다. 온라인 상품 리뷰는 인터넷 구전의 주요 형태이기 때문에 온라인 상품 리뷰에 인터넷 구전의 관련 개념과 이론이 온라인 상품 리뷰에 적용된다.

온라인 상품 리뷰는 보통 온라인 평점과 텍스트 평점 두 부분을 포함한다. 온라인 평점은 상품 전반에 대한 고객들의 인상을 총체적으로 평가하는 것이고, 텍스트 평가는 고객이 온라인 평점에 대해 구체적인 이유와 설명을 제시하는 것이다. 국내외 전자상거래 사이트의 평가 메커니즘 차이에 따라 온라인 상품 리뷰의 형식은 크게 두 가지로 나뉜다.

① 별점

별점에 따르면 온라인 평점은 1~5등급이다. 등급이 높을수록 소비자들의 평가가 좋아진다는 뜻이다. 이 방식은 아마존 (amazon), 반스앤노블 (barnes & noble) 등 해외 전자상거래 사이트에서 많이 볼 수 있다.

② 등급 평가

평가 등급은 고객이 주관적인 판단에 따라 상품을 종합적으로 평가한다. 이런 채점 방식은 국내 전자상거래 사이트에서 많이 볼 수 있다. 일부 사이트는 온라인 리뷰와 텍스트 리뷰 외에도 이미지 리뷰, 리뷰 게시 시간, 기타 소비자의 유용성 투표 등을 병기해 제공하기도 한다. 일부 사이트는 소비자의 정보 획득의 효율성을 높이기 위해 고객들이 온라인 상품 리뷰 정보를 정해진 양식에 따라 작성하도록 해 정보를 분류할 수 있도록 하고 있다.

가상적인 인터넷 쇼핑 환경에서 온라인 상품 리뷰는 소비자가 상품의 품질 정보를 얻고 구전을 전파하는 중요한 통로로, 판매자가 미래의 상품 판매량을 예측하는 중요한 근거이자 전자상거래 사이트에서 판매자의 신용을 평가하는 중요한 기준이 된다.

7. 기술수용모델 이론

(1) 기술수용모델의 개요

기술수용모델 (technology acceptance model, tam)은 정보 시스템 분야에서 가장 뛰어난 이론 중 하나로, 다양한 정보기술의 수용 행위와 사용 행위를 분석하는 데 널리 사용된다. 또한 정보기술의 수용 정도가 현대 정보기술 연구의 열점인데, 본 논문은 주로 웨어러블 디바이스 분야에서의 기술수용모델 연구에 대해 논술한다. TAM모델은 지각된 유용성 (perceived usefulness)과 지각된 용이성 (perceived ease of use)의 두 가지 핵심 측정 기준을 가지고 있다.

<그림 II -5> 기술수용모델

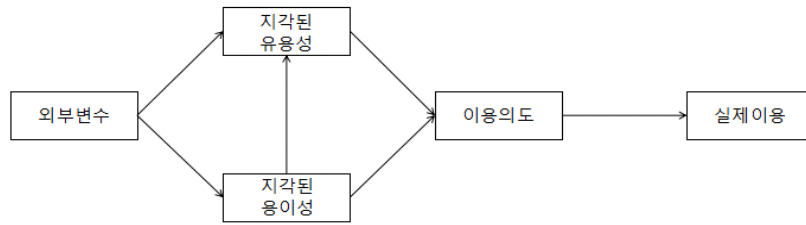


그림 출처: (Davis, 1989)

Davis(1989)는 모델 결과를 내놨다. 첫째, 사용자의 행동의도에 따라 시스템에 대한 이용행위를 예측할 수 있고, 둘째, 유용성과 용이성이라는 두 가지 지표는 사용자의 정보기술 수용행위에 대한 분석의 두 가지 관건이 된다. 이 모델은 후속 인력의 시스템 연구에서 중요한 근거를 제공하며 모델 인과관계도 다수 학자로부터 입증되어 더욱 폭넓게 활용되고 있다.

(2) 기술수용모델을 적용한 웨어러블 디바이스 지속 사용의도에 관한 선행연구

신명섭, 이영주(2015)는 웨어러블 디바이스의 구매의도와 지속사용의도에 영향을 미치는 요인을 웨어러블 디바이스 중 가장 많이 보급된 헬스케어 제품을 중심으로 연구하였다. 연구 결과는 웨어러블 디바이스의 이용경험자의 경우 자기효능감, 혁신성, 건강관심도, 유행선도력의 모든 부분에서 잠재적 이용자보다 높게 인식하고 있는 것으로 나타났다. 또한 웨어러블 디바이스의 경험이 있는 이용자는 잠재적 이용자에 비해 웨어러블 디바이스가 유용한 제품이며 사용하기가 편리하다고 인식하고 있다는 결과를 나왔다.

이재광 등(2016)은 웨어러블 사용 의도에 영향을 미치는 요인을 연구했다. 이동성 및 자기효능감이 인지의 유용성에 영향을 미치고 자기효능감, 이동성, 개인 혁신성이 지각된 용이성에 영향을 미치며 지각된 유용성 및 인지된 용이성이 채택의도에 영향을 준다는 연구결과가 나왔다.

고대선(2019)은 기술수용모델을 이용하여 노인들 웨어러블 디바이스에 관한 수용의도를 연구했다. 연구 결과는 첫째, 상호작용은 지각된 유용성에 영향을 미치

는 것으로 나왔다. 즐거움은 지각된 용이성에 영향을 미친다. 둘째, 지각된 비용은 지각된 용이성에 정의 영향을 미친다. 셋째, 지각된 용이성은 지각된 유용성 및 이용 의도에 영향을 미치는 것으로 나왔다.

III. 연구 방법

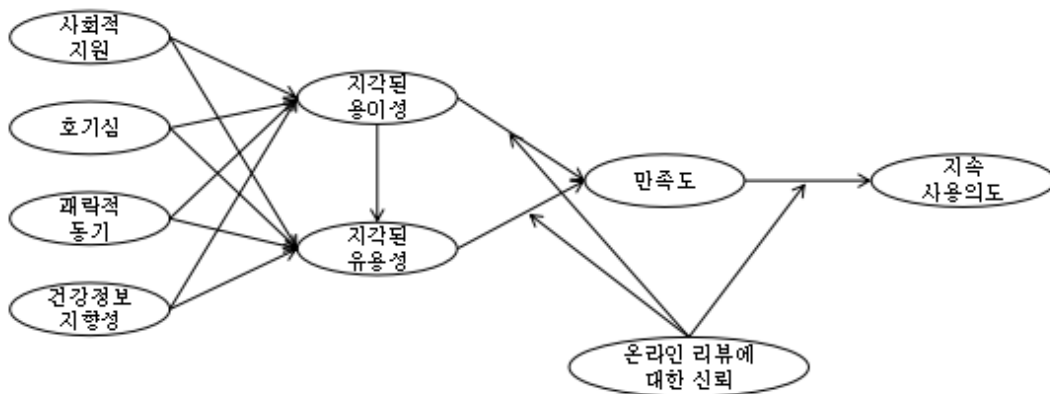
1. 연구모형 및 가설설정

(1) 연구모형의 설정

본 연구는 이론적 배경 등 문헌고찰을 기반으로 <그림 III-1>과 같은 연구모형을 설정하였다.

본 연구는 사회적 지원, 호기심, 쾌락적 동기, 건강정보 지향성 이 4가지 독립 변수로 본 연구 모형에 포함시키고 이와 함께 기술수용모델(TAM)에서 지각된 유용성과 지각된 용이성을 매개변수이고 만족도, 지속 사용 의도를 종속변수로 본 연구모형에 도입한다. 온라인 리뷰에 대한 신뢰가 조절변수로서 분석하여 모형을 구축했다.

<그림 III-1> 연구모형



(2) 연구 가설의 설정

본 연구에서는 웨어러블 디바이스 중 가장 대표적인 손목착용형 웨어러블 디

바이스 제품을 사용한 적이 있는 소비자 대상으로 사회적 지원, 호기심, 쾌락적 동기, 건강정보 지향성 등 각 변수간의 관계와 서로 미치는 영향관계를 검증하기 위한 가설을 설정한다.

1) 사회적 지원 및 지각된 용이성, 지각된 유용성에 관한 가설

사용자는 웨어러블 디바이스를 수용할 때 사회적 지원을 고려한다. 사용자 주변 사람들이 스마트 웨어러블 디바이스 사용을 적극 지원한다면 사용자들은 스마트 웨어러블 디바이스를 더욱 선호할 것이다. 사회적 지원은 주체와 관련된 많은 개인이나 단체에서 비롯될 수 있다. 예를 들어, 翁江悅(2020)가 제시한 TAM 모델은 사회적 지원이 지각된 유용성에 직접적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이호정, 오희선(2015)은 교사의 로봇 활용 교육 수용 정도 연구에서 지각된 용이성, 지각된 유용성 및 사회적 지원 간에 영향을 미친다는 것을 검증하였다. 따라서 다음과 같은 가설을 설정할 수 있다.

가설 1.1 사회적 지원이 지각된 용이성에 대해 정(+)의 영향을 미칠 것이다

가설 1.2 사회적 지원이 지각된 유용성에 대해 정(+)의 영향을 미칠 것이다

2) 호기심 및 지각된 용이성, 지각된 유용성에 관한 가설

사용자들은 웨어러블 디바이스를 수용할 때 웨어러블 디바이스가 가져올 실제 효과에 대해 호기심을 가질 수 있다. 웨어러블 디바이스가 사용자에게 유익한 데이터 분석에 도움이 되고 생활의 질을 개선하는 데 도움이 된다고 생각한다면 사용자는 웨어러블 디바이스를 더욱 선호할 것이다. 盛光華 & 岳蓓蓓(2019)은 웨어러블 디바이스의 수용 의도에 관한 연구에서 호기심은 지각된 유용성과 지각된 용이성의 관계를 검증하였다. 따라서 다음과 같은 가설을 제시하였다.

가설 2.1 호기심이 지각된 용이성에 대해 정(+)의 영향을 미칠 것이다

가설 2.2 호기심이 지각된 유용성에 대해 정(+)의 영향을 미칠 것이다

3) 쾌락적 동기 및 지각된 용이성, 지각된 유용성에 관한 가설

쾌락적 동기란 소비자가 특정한 행위 자체에서 즐거움과 쾌감을 느끼며 기분 전환 효과를 얻고자 하는 것이다(정지연·노태우, 2017). 웨어러블 디바이스에 대한 쾌락적 동기는 직접 사용하면서 얻는 재미와 즐거움이다. 소비자들은 웨어러블 디바이스가 생활에 즐거움을 준다고 느낀다면 웨어러블 디바이스를 더욱 선호할 것이다. 본 연구에서는 사용자가 손목 착용형 웨어러블 디바이스를 사용할 시 느끼는 즐거움이나 재미를 지각된 정도로 쾌락적 동기를 정의하고자 한다. 쾌락적 동기는 Venkatesh 외(2012)의 UTAUT2 모형에서 행동 의도에 영향을 미치는 것으로 설정하였다. 따라서 다음과 같은 가설을 제기할 수 있다.

가설 3.1 쾌락적 동기가 지각된 용이성에 대해 정(+)의 영향을 미칠 것이다

가설 3.2 쾌락적 동기가 지각된 유용성에 대해 정(+)의 영향을 미칠 것이다

4) 건강정보 지향성 및 지각된 용이성, 지각된 유용성에 관한 가설

경제가 성장하고 사람들의 삶이 변하면서 건강에 대한 정의도 변하고 있다. 세계보건기구(World Health Organization, 1989)가 생각하는 건강은 질병이 없거나 몸이 허약하지 않을 뿐 아니라 신체적, 정신적, 사회적 안녕의 상태이다. 건강정보 지향성이 높은 사람은 다양한 경로로 건강과 관련된 정보를 접하게 된다. 웨어러블 디바이스의 주요 기능 중 하나는 사용자에게 정확하고 유용한 건강정보를 제공하는 것으로 건강정보 지향성이 높은 사람은 웨어러블 디바이스에 대한 선호가 더욱 높을 것이다. 신재권, 이상우(2016)는 모바일 헬스케어 앱 연구에서 건강정보 지향성이 지각된 유용성과 지각된 용이성에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이러한 선행연구에 의거하여 다음과 같은 가설이 설정될 수 있을 것이다.

가설 4.1 건강정보 지향성이 지각된 용이성에 대해 정(+)의 영향을 미칠 것이다

가설 4.2 건강정보 지향성이 지각된 유용성에 대해 정(+)의 영향을 미칠 것이다

5) 지각된 용이성, 지각된 유용성, 만족도 및 지속 사용의도에 관한 가설

기술 수용 모델에 기초한 대량 연구에서 기술 수용 모델의 실용성과 유효성이

입증되었다. 웨어러블 디바이스의 지속 사용의도와 관련하여 지각된 용이성과 지각된 유용성 간의 관계는 이미 많은 선행연구를 통해 검증되었다(Genaro & Caine, 2015). 따라서 기술 수용 모델은 손목착용형 헬스케어 웨어러블 디바이스의 지속 사용의도에 대한 연구를 해석하는 데 사용될 수 있다고 본다. 가설은 다음과 같다.

가설 5 지각된 용이성이 지각된 유용성에 대해 정(+)의 영향을 미칠 것이다

가설 6 지각된 용이성이 만족도에 대해 정(+)의 영향을 미칠 것이다

가설 7 지각된 유용성이 만족도에 대해 정(+)의 영향을 미칠 것이다

가설 8 만족도가 지속 사용의도에 대해 정(+)의 영향을 미칠 것이다

6) 온라인 리뷰에 대한 신뢰의 조절효과에 대한 가설

온라인 리뷰는 인터넷 구전의 중요한 형식으로서 전파속도가 빠르고 범위가 넓으며 저장도 가능한 특징을 가지고 있다. 리뷰의 수는 해당 상품에 대한 소비자의 관심도를 반영하는데 리뷰의 수가 많을수록 다른 소비자들의 관심을 끌 수 있다. Amazon 사이트의 데이터 실증 연구에 따르면 온라인 상품 리뷰의 수량은 서적 판매량에 현저한 긍정적 영향을 미치는 반면 리뷰 점수의 평균치는 판매량에 현저하지 않은 것으로 나타났다(Filieri & McLeay, 2014). 온라인 리뷰에 대한 신뢰가 레스토랑의 선택속성과 재방문의도 간에 조절효과로서 통계적으로 유의함을 검증하였다(조신희·이문용, 2014). 그리고 박현지(2020)은 숙박 앱의 사용의도와 실제사용 간의 관계에 온라인 리뷰에 대한 신뢰의 조절효과가 있음을 검증하였다. 본 연구는 손목착용형 헬스케어 웨어러블 디바이스 제품에 대한 연구이고 온라인 리뷰에 대한 신뢰가 지각된 용이성, 지각된 유용성, 만족도, 지속 사용의도의 감지 및 영향과 각 요소 간의 관계에 대한 조절효과에 대한 연구의 가치가 더 있다. 그래서 온라인 리뷰에 대한 신뢰 조절 효과에 대한 각 가설은 다음과 같다.

가설 9.1 온라인 리뷰에 대한 신뢰는 만족도와 지각된 용이성의 관계를 조절할 것이다

가설 9.2 온라인 리뷰에 대한 신뢰는 만족도와 지각된 유용성의 관계를 조절할 것이다

가설 10 온라인 리뷰에 대한 신뢰는 지속 사용의도와 만족도의 관계를 조절할 것이다

(3) 변수의 설문측정항목

본 연구의 독립변수는 사회적 지원, 호기심, 쾌락적 동기, 건강정보 지향성이고 매개변수는 지각된 용이성, 지각된 유용성이고 종속변수는 만족도 및 지속 사용의도이다. 이러한 것들은 리커트(Likert) 5점 척도표 설문지를 통해 입증된다.

<표 III-1> 변수의 측정항목

사회적 지원	나의 건강 상태가 나빠졌을 때, 내 가족/친구들은 모두 내가 손목착용형 웨어러블 디바이스를 사용해서 나의 건강 상태를 개선하는 것을 지지해 줄 것이다.	Kim & Shin (2015)
	나의 건강 상태가 나빠졌을 때, 내 가족/친구들은 내가 손목착용형 웨어러블 디바이스를 사용하는 것을 지지하여 운동 효과를 높이려 한다.	
	내 주변 생활에서 가족/친구들이 손목착용형 웨어러블 디바이스를 쓰라고 격려해 줄 것이다.	
호기심	손목착용형 웨어러블 디바이스를 사용하면 나의 작업/학습 효과를 높일 수 있다.	Osswald & Tscheligi (2013)
	손목착용형 웨어러블 디바이스를 사용하면 내 건강 상태를 알 수 있다.	
	손목착용형 웨어러블 디바이스를 사용하면 상상력을 일깨워 문제를 해결할 수 있다.	
쾌락적 동기	손목착용형 웨어러블 디바이스를 이용하는 것은 재미있을 것이다.	Gao & Luo (2015); 廖紘亿(2016)
	손목착용형 웨어러블 디바이스를 이용하면 즐거울 것이다.	
	손목착용형 웨어러블 디바이스를 이용하는 것이	

	<p>매우 흥미로울 것이다.</p> <p>손목착용형 웨어러블 디바이스는 나의 욕구를 충족시켜 줄 것이다.</p>	
건강정보 지향성	<p>나는 손목착용형 웨어러블 디바이스를 통해 건강에 대해 알고 싶다.</p> <p>건강을 지키기 위해서는 손목착용형 웨어러블 디바이스를 통해 건강 문제를 파악하는 것이 중요하다고 생각한다.</p> <p>손목착용형 웨어러블 디바이스가 제공하는 건강정보는 나의 건강을 지켜주기 훨씬 쉽다.</p>	전성범·임진선·이철원(2016)
지각된 용이성	<p>손목착용형 웨어러블 디바이스를 작동하는 것은 나에게 쉬울 것이다.</p> <p>내가 언제든지 손목착용형 웨어러블 디바이스를 사용하기 쉬울 것이다.</p> <p>내가 손목착용형 웨어러블 디바이스를 조작하고 통제하는 일은 쉬울 것이다.</p> <p>내가 손목착용형 웨어러블 디바이스를 착용하여 사람들과 유연하게 상호 소통하는 것은 쉬울 것이다.</p> <p>나에게 손목착용형 웨어러블 디바이스를 숙련하게 사용하는 것은 쉬운 일일 것이다.</p>	Davis(1989)
지각된 유용성	<p>손목착용형 웨어러블 디바이스는 나의 운동 효율을 향상시킨다.</p> <p>손목착용형 웨어러블 디바이스를 사용해 내 건강 상태를 효과적으로 관리할 수 있다.</p> <p>손목착용형 웨어러블 디바이스는 나의 헬스케어에 매우 유용하다.</p> <p>손목착용형 웨어러블 디바이스로 헬스케어 효과를 높일 수 있었다.</p>	Davis(1989); Venkatesh(2007)
만족도	<p>손목착용형 웨어러블 디바이스가 많은 건강 문제를 해결해 준 것에 매우 만족한다.</p> <p>손목착용형 웨어러블 디바이스가 나에게 많은 번거로움을 면해 준 것에 매우 만족한다.</p> <p>손목착용형 웨어러블 디바이스가 나로 하여금 재미있는 새로운 내용을 많이 발견하게 한 것에 매우 만족한다.</p>	이성준(2015); Pai & Alathur(2019)
지속 사용의도	<p>현재 사용하고 있는 손목착용형 웨어러블 디바이스를 기꺼이 장기간 사용할 것이다.</p> <p>새로운 손목착용형 웨어러블 디바이스가</p>	Park(2015);

	있더라도 내가 쓰고 있는 디바이스는 계속 쓰고 싶다.	Choi & Kim (2015)
	다른 사람이 손목착용형 웨어러블 디바이스를 사용하는 것을 추천한다.	
온라인 리뷰에 대한 신뢰	손목착용형 웨어러블 디바이스의 온라인 리뷰는 신뢰가 간다.	Fileri & McLeay (2013)
	손목착용형 웨어러블 디바이스의 온라인 리뷰는 진실한 것 같다.	
	손목착용형 웨어러블 디바이스의 온라인 리뷰는 믿음이 간다.	
	손목착용형 웨어러블 디바이스의 온라인 리뷰는 나에게 도움이 된다.	

2. 조사 설계

(1) 데이터 수집

본 연구에서 제시한 웨어러블 디바이스의 사용자 만족도와 지속적인 사용의도 요소 모델은 모델의 변천에 기반한 것으로 동시에 웨어러블 디바이스는 현재 많은 관심을 받고 있는 이슈에 속하므로 전문 설계의 모델 및 모델에서의 가설을 검증하기 위하여 웨어러블 디바이스에 대한 사용경험이 있는 소비자의 솔직한 견해를 설문조사를 통해 얻을 필요가 있으며 연구 목적과 결합하여 상세한 분석을 할 수 있도록 한다. 모델에 대한 반복적인 수정 후, 본 연구는 종래의 동종 연구에서 사용자 만족도와 지속적인 사용의도 측면에서 설계된 사고를 참조하여 <웨어러블 디바이스 사용자 만족도와 지속 사용의도 조사 설문지>를 설계했다. 설문지는 총 32개의 문항이 있으며 4개의 인구 통계학적 문항이 구성되었다.

조사는 2021년 8월 10일부터 2021년 8월 31일까지 3주간 진행된다. 대상은 한국과 중국 사회 각 계층 및 연령대로 제주 각 상가 및 제주대학교 내를 직접 방문과 온라인 자료를 수집하는 방식으로 총 347부를 수거했다. 무효를 해소하고 최종 325부를 사용해 연구를 진행했다.

(2) 분석 방법

본 연구의 분석은 SPSS 23.0과 AMOS 24.0을 사용하였다. 본 연구는 성별, 연령, 학력, 직업이 인구 통계적 특징을 파악하기 위해 빈도분석을 사용하였다.

본 연구의 각 요인의 타당도 분석하기 위해 요인분석을 하였는데, 탐색적 요인 분석을 통해 구성요인을 확인하고, 확인적 요인분석을 통해 최종 사용될 요인을 확보한다.

추출된 각 요인들의 신뢰도를 검증하기 위해 Cronbach's Alpha값을 측정 하였다. 변수들 간의 인과관계를 검증하기 위해 AMOS 24.0에 의한 구조방식 모형분석을 하였다.

IV. 실증 연구

1. 표본 집단의 특성 분석

인구통계학적 특성을 파악하기 위해 채택된 325개 설문지는 성별, 연령, 학력, 직업 등 4개 분류해 빈도로 분석했다.

<표 IV-1> 표본의 인구통계학적 기초자료

		빈도	비율(%)
성별	남성	149	45.8
	여성	176	54.2
연령	10대	38	11.7
	20대	110	33.8
	30대	81	24.9
	40대	67	20.6
	50대 이상	29	8.9
	중졸 이하	53	16.3
학력	고졸	84	25.8
	전문대 졸업 (재학 포함)	51	15.7
	대학 졸업 (재학 포함)	131	40.3
	대학원 졸업 (재학 포함)	6	1.8
직업	공무원	29	8.9
	사무/관리직	63	19.4
	전문/기술직	35	10.8
	농/수/축산업	13	4
	자영/서비스업	63	19.4
	주부	33	10.2
	학생	69	21.2
	기타	20	6.2

응답자 중 여성이 남성보다 조금 높았고 연령별로는 20대가 33.8%로 응답자 중 가장 많았고 학력은 대학 재학 및 졸업에 집중된 40.3%로 높은 비율을 차지해 채집된 데이터는 대부분이 학력이 높은 것으로 보일 수 있다. 직업별로는 학생이 21.2%, 사무/관리직이 19.4%, 자영/서비스업이 19.4%, 기타 직업은 격차가 크지 않았다.

2. 탐색적 요인분석

SPSS23.0을 이용하여 탐색적 요인분석하고 KMO 및 Bartlett's 구형성 검정 결과가 아래 표와 같이 나타났다.

<표 IV-2> KMO 및 Bartlett's 검정

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy		0.889
Bartlett 구형성 검정	Approximate chi square	5379.830
	df	496
	Sig.	.000

KMO=0.889로 0.7 이상이며 Bartlett's 구형성 검정 지수가 현저하게 나타나며 (Sig.<0.001) 설문 데이터가 요인분석의 전제조건에 부합함을 나타낸다. 따라서 추가 분석 결과는 다음<표 IV-3>과 같다.

<표 IV-3> 탐색적 요인분석

항목	성분								
	지각된 용이성	쾌락적 동기	온라인 리뷰에 대한 신뢰	지각된 유용성	만족도	사회적 지원	건강정 보 지향성	호기심	지속 사용의 도
PEOU 5	0.802	0.132	0.047	0.182	0.101	0.045	0.077	0.014	0.110
PEOU 2	0.799	-0.001	0.128	0.121	0.063	0.117	0.106	0.107	0.048
PEOU 1	0.723	0.149	0.041	0.215	0.160	0.020	0.065	0.115	0.164
PEOU 3	0.713	0.197	0.062	0.096	0.193	0.057	0.055	0.204	0.069
PEOU 4	0.708	0.110	0.142	0.138	0.023	0.066	0.070	0.208	0.090
HM1	0.147	0.830	0.054	0.151	-0.040	0.067	0.104	0.076	0.070
HM4	0.097	0.820	0.066	0.061	0.025	0.093	0.140	0.105	0.115
HM2	0.147	0.803	0.068	0.092	0.086	0.062	0.179	0.128	0.052
HM3	0.109	0.782	-0.004	0.173	0.038	0.183	0.112	0.079	0.095
PNE1	0.098	-0.011	0.827	0.007	0.094	0.067	0.064	0.026	0.061
PNE2	0.046	0.083	0.789	0.074	0.058	0.011	-0.044	0.078	0.094
PNE4	0.019	0.056	0.778	-0.012	0.154	0.075	0.024	0.022	0.078
PNE3	0.177	0.030	0.762	0.000	0.079	0.002	0.004	-0.049	0.144
PU1	0.201	0.110	0.027	0.778	0.117	0.127	0.191	0.117	0.056
PU2	0.228	0.135	-0.017	0.749	0.134	0.131	0.089	0.062	0.047
PU3	0.122	0.136	0.016	0.711	0.027	0.108	0.198	0.168	0.128
PU4	0.211	0.148	0.071	0.709	0.156	0.221	0.062	0.199	0.141
SA1	0.120	0.031	0.129	0.133	0.852	0.066	0.080	0.022	0.157
SA2	0.145	0.025	0.170	0.086	0.811	0.050	0.058	0.029	0.185
SA3	0.173	0.032	0.128	0.137	0.794	-0.044	0.048	0.058	0.207
SS1	0.090	0.062	0.076	0.129	0.039	0.856	0.150	0.091	0.137
SS3	0.062	0.132	0.034	0.177	-0.009	0.836	0.050	0.054	0.094
SS2	0.094	0.168	0.055	0.150	0.044	0.806	0.127	0.077	-0.005
HID3	0.141	0.116	0.014	0.214	-0.015	0.114	0.836	0.090	0.096
HID1	0.103	0.206	0.025	0.122	0.098	0.091	0.829	0.094	0.124
HID2	0.080	0.222	0.007	0.149	0.119	0.150	0.800	0.152	0.048
CU1	0.183	0.139	-0.016	0.111	0.078	0.100	0.064	0.830	0.141
CU3	0.163	0.098	0.050	0.229	0.043	0.085	0.083	0.792	0.142
CU2	0.195	0.135	0.047	0.122	-0.009	0.050	0.182	0.790	0.023
CUI3	0.220	0.109	0.125	0.078	0.201	0.131	0.114	0.094	0.780
CUI2	0.107	0.128	0.187	0.051	0.233	0.087	0.061	0.154	0.772

CUII	0.118	0.114	0.158	0.218	0.194	0.048	0.115	0.086	0.769
고유 값	3.367	3.037	2.708	2.700	2.368	2.360	2.352	2.285	2.157
분산 (%)	10.522	9.490	8.462	8.437	7.400	7.374	7.349	7.140	6.740
누적(%)	10.522	20.012	28.475	36.912	44.312	51.686	59.035	66.175	72.915

<표 IV-3> 결과에 따라 각각 주성분 0.5 이상으로 집중 타당성이 확보하였음을 의미한다.

3. 확인적 요인분석

사회적 지원, 호기심, 쾌락적 동기, 건강정보 지향성, 지각된 용이성, 지각된 유용성, 만족도, 지속 사용의도, 온라인 리뷰에 대한 신뢰 등 9개 차원 총 32개 측정 문항으로 검증적 요인 분석을 수행하였다.

<표 IV-4> 확인적 요인분석 모형적합도 기준

모형적합지표	최적 기준치	적합결과
CMIN	--	459.573
DF	--	428
CMIN/DF	<3	1.074
SRMR	<0.08	0.032
GFI	>0.8	0.921
AGFI	>0.8	0.903
NFI	>0.9	0.918
IFI	>0.9	0.994
TLI	>0.9	0.993
CFI	>0.9	0.994
RMSEA	<0.08	0.015

GFI, AGFI, NFI, TLI, IFI, CFI는 모두 기준보다 큰 것으로 나타났다. CMIN/DF, SRMR, RMSEA는 기준 이하가 되었다. 각 적합지표는 일반적인 연

구기준에 부합하므로 이 모형이 적합하다고 볼 수 있다.

<표 IV-5> 확인적 요인분석

	항목	CR	AVE
사회적 지원	SS1	0.851	0.656
	SS2		
	SS3		
호기심	CU1	0.838	0.633
	CU2		
	CU3		
쾌락적 동기	HM1	0.879	0.646
	HM2		
	HM3		
	HM4		
건강정보 지향성	HID1	0.867	0.684
	HID2		
	HID3		
지각된 용이성	PEOU1	0.868	0.568
	PEOU2		
	PEOU3		
	PEOU4		
	PEOU5		
지각된 유용성	PU1	0.844	0.577
	PU2		
	PU3		
	PU4		
만족도	SA1	0.853	0.659
	SA2		
	SA3		
지속 사용의도	CUI1	0.834	0.626
	CUI2		
	CUI3		
온라인 리뷰에 대한 신뢰	PNE1	0.824	0.540
	PNE2		
	PNE3		
	PNE4		

사회적 지원, 호기심, 쾌락적 동기, 건강정보 지향성, 지각된 용이성, 지각된 유용성, 만족도, 지속 사용의도, 온라인 리뷰에 대한 신뢰의 CR 수치는 0.851, 0.838, 0.879, 0.867, 0.868, 0.844, 0.853, 0.834, 0.824이고 0.7의 표준보다 크다. AVE 값은 0.656, 0.633, 0.646, 0.684, 0.568, 0.577, 0.659, 0.626, 0.54로 나타나고

0.5의 기준보다 크며, 각 변수의 수렴 타당도가 우수함을 나타낸다.

4. 신뢰도 분석

신뢰도 분석은 Cronbach's Alpha 신뢰 계수를 사용하여 설문연구 변수의 각 측정 문항의 일치성 정도를 검사한다. 변수의 신뢰도를 높이려면 Cronbach's Alpha 수가 0.7 이상 되어야 한다.

본 연구에는 총 9가지 요소로 사회적 지원, 호기심, 쾌락적 동기, 건강정보 지향성, 지각된 용이성, 지각된 유용성, 만족도, 지속 사용의도, 온라인 리뷰에 대한 신뢰가 있으며, 이하 각각의 변수를 하나씩 신뢰도 분석하여 측정 결과는 아래 표와 같이 나타났다.

<표 IV-6> 신뢰도 분석

	항목	CITC	항목이 삭제된 Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha
사회적 지원	SS1	0.756	0.753	0.849
	SS2	0.688	0.818	
	SS3	0.712	0.796	
호기심	CU1	0.731	0.740	0.836
	CU2	0.665	0.805	
	CU3	0.699	0.772	
쾌락적 동기	HM1	0.755	0.838	0.879
	HM2	0.739	0.845	
	HM3	0.719	0.852	
	HM4	0.741	0.844	
건강정보 지향성	HID1	0.756	0.803	0.866
	HID2	0.737	0.820	
	HID3	0.745	0.813	
지각된 용이성	PEOU1	0.697	0.837	0.867
	PEOU2	0.700	0.836	
	PEOU3	0.676	0.842	
	PEOU4	0.649	0.848	
	PEOU5	0.727	0.830	

지각된 유용성	PU1	0.728	0.780	0.843
	PU2	0.655	0.811	
	PU3	0.628	0.822	
	PU4	0.705	0.790	
만족도	SA1	0.756	0.759	0.851
	SA2	0.708	0.806	
	SA3	0.702	0.812	
지속 사용의도	CUI1	0.681	0.781	0.833
	CUI2	0.683	0.778	
	CUI3	0.716	0.745	
온라인 리뷰에 대한 신뢰	PNE1	0.690	0.756	0.823
	PNE2	0.633	0.783	
	PNE3	0.628	0.785	
	PNE4	0.636	0.782	

사회적 지원, 호기심, 쾌락적 동기, 건강정보 지향성, 지각된 용이성, 지각된 유용성, 만족도, 지속 사용의도, 온라인 리뷰에 대한 신뢰의 Cronbach's Alpha 계수는 각 0.843, 0.836, 0.879, 0.866, 0.867, 0.843, 0.851, 0.833, 0.823으로 모두 0.7보다 높게 나타나서 연구개념들의 신뢰도는 확보 되었다. CITC가 모두 0.5 이상이고 측정 항목이 연구 요구사항에 적합함을 나타낸다. "항목이 삭제된 Cronbach's Alpha"을 보면 항목을 삭제해도 Cronbach's Alpha 값이 증가하지 않는다는 것도 변수의 신뢰도를 확보 되었다.

5. 판별 타당성 분석

본 연구는 비교적 엄격한 AVE법을 이용하여 판별 타당성 분석을 하는데 때 요소 AVE 제곱근(ROOT) 값은 각 쌍의 변수에 대한 상관계수보다 커야하며, 요소 간에 변별타당도가 있음을 나타낸다.

<표 IV-7> 판별 타당성 분석

	사회적 지원	호기 심	쾌락적 동기	건강정보 지향성	지각된 용이성	지각된 유용성	만족도	온라인 리뷰에 대한 신뢰	지속 사용의도
사회적 지원	0.810								
호기 심	.264**	0.796							
쾌락적 동기	.320**	.341**	0.804						
건강정보 지향성	.334**	.346**	.421**	0.827					
지각된 용이성	.256**	.433**	.360**	.317**	0.754				
지각된 유용성	.416**	.438**	.391**	.439**	.494**	0.760			
만족도	.136*	.184**	.155**	.217**	.365**	.337**	0.812		
온라인 리뷰에 대한 신뢰	.144**	.112*	.142*	0.088	.249**	.125*	.316**	0.735	
지속 사용의도	.275**	.341**	.319**	.316**	.400**	.379**	.506**	.345**	0.791

주1) 대각선은 AVE값

주2) **: p<0.01

본 연구는 각 요인 AVE ROOT 대각선 바깥의 표준화 상관계수보다 크기 때문에 여전히 변별타당도를 가지고 있다.

6. 경로 분석

본 연구에는 사회적 지원, 호기심, 쾌락적 동기, 건강정보 지향성, 지각된 용이

성, 지각된 유용성, 만족도와 지속 사용의도 8개 변수를 설정하고 구조방정식 모형 (Structural equation modeling, SEM) 을 구축한다. SEM모형은 Ullman(1996)은 정의한 하나 또는 여러 개의 독립변수와 하나 또는 여러 개의 종속변수 간 한 세트의 상호관계를 검증하는 요인 분석과 경로 분석을 융합한 다원적 통계 기술이다.

<표 IV-8> 경로 분석 모형적합도 기준

모형적합지표	최적 기준치	적합결과
CMIN	--	417.934
DF	--	332
CMIN/DF	<3	1.259
SRMR	<0.08	0.063
GFI	>0.8	0.919
AGFI	>0.8	0.901
NFI	>0.9	0.916
IFI	>0.9	0.982
TLI	>0.9	0.979
CFI	>0.9	0.981
RMSEA	<0.08	0.028

경로 분석을 위한 모형 적합도 검증 결과 GFI, AGFI, NFI, TLI, IFI, CFI는 모두 기준보다 큰 것으로 나타났다. CMIN/DF, SRMR, RMSEA는 기준 이하로 확인되었다. 각 지표는 일반적인 연구기준에 부합하므로 본 연구 모형이 경로 분석을 하는데 적합하다고 판단할 수 있다.

경로 분석을 통한 가설 검증 결과는 다음과 같다<표 IV-9>.

<표 IV-9> 가설 검증 결과

가설	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	S.E.	t값	P Values	결과
사회적 지원 -->지각된 용이성	0.074	0.071	0.062	1.147	0.252	기각

사회적 지원 -->지각된 유용성	0.235	0.203	0.051	3.992	0.000	채택
호기심 -->지각된 용이성	0.355	0.346	0.068	5.096	0.000	채택
호기심 -->지각된 유용성	0.179	0.156	0.057	2.752	0.006	채택
쾌락적 동기 -->지각된 용이성	0.195	0.200	0.072	2.801	0.005	채택
쾌락적 동기 -->지각된 유용성	0.067	0.062	0.058	1.071	0.284	기각
건강정보 지향성 -->지각된 용이성	0.102	0.103	0.072	1.436	0.151	기각
건강정보 지향성 -->지각된 유용성	0.196	0.177	0.058	3.054	0.002	채택
지각된 용이성 -->지각된 유용성	0.319	0.285	0.059	4.866	0.000	채택
지각된 용이성 -->만족도	0.300	0.302	0.078	3.880	0.000	채택
지각된 용이성 -->만족도	0.254	0.286	0.087	3.302	0.000	채택
만족도 -->지속 사용의도	0.620	0.591	0.064	9.263	0.000	채택

7. 가설 검증

본 모형의 가설 검증을 위해 AMOS를 통한 경로분석을 실시하였다. 분석 결과는 다음과 같다.

사회적 지원은 지각된 용이성에 미치는 영향은 $\beta=0.074$ ($t=1.147$, $p>0.05$)로 나타나, 사회적 지원은 지각된 용이성에 유의한 영향을 미치지 않으므로, 가설 1.1은 기각되었다. 사회적 지원은 지각된 유용성에 미치는 영향은 $\beta=0.235$ ($t=3.992$, $p<0.05$)로 나타나, 사회적 지원은 지각된 유용성에 유의한 영향을 미쳐, 가설 1.2는 채택되었다.

호기심은 지각된 용이성에 미치는 영향은 $\beta=0.355$ ($t=5.096$, $p<0.05$)로 나타나, 호기심은 지각된 용이성에 유의한 영향을 미쳐, 가설 2.1은 채택되었다. 호기심은 지각된 유용성에 미치는 영향은 $\beta=0.179$ ($t=2.752$, $p<0.05$)로 나타나, 호기심은 지각된 유용성에 유의한 영향을 미쳐, 가설 2.2는 채택되었다.

쾌락적 동기는 지각된 용이성에 미치는 영향은 $\beta=0.195$ ($t=1.436$, $p<0.05$)로 나타나, 쾌락적 동기는 지각된 용이성에 유의한 영향을 미치지 않으므로, 가설 3.1은 기각되었다. 쾌락적 동기는 지각된 유용성에 미치는 영향은 $\beta=0.067$ ($t=1.071$, $p>0.05$)로 나타나, 쾌락적 동기는 지각된 유용성에 유의한 영향을 미치지 않으므로, 가설 3.2는 기각되었다.

건강정보 지향성은 지각된 용이성에 미치는 영향은 $\beta=0.102$ ($t=1.147$, $p>0.05$)로 나타나, 건강정보 지향성은 지각된 용이성에 유의한 영향을 미치지 않으므로, 가설 4.1은 기각되었다. 건강정보 지향성은 지각된 유용성에 미치는 영향은 $\beta=0.196$ ($t=3.054$, $p<0.05$)로 나타나, 건강정보 지향성은 지각된 유용성에 유의한 영향을 미쳐, 가설 4.2는 채택되었다.

지각된 용이성은 지각된 유용성에 미치는 영향은 $\beta=0.319$ ($t=4.866$, $p<0.05$)로 나타나, 지각된 용이성은 지각된 유용성에 유의한 영향을 미쳐, 가설 5는 채택되었다.

지각된 용이성은 만족도에 미치는 영향은 $\beta=0.300$ ($t=3.880$, $p<0.05$)로 나타나, 지각된 용이성은 만족도에 유의한 영향을 미쳐, 가설 6은 채택되었다.

지각된 유용성은 만족도에 미치는 영향은 $\beta=0.254$ ($t=3.302$, $p<0.05$)로 나타나, 지각된 유용성은 만족도에 유의한 영향을 미쳐, 가설 7은 채택되었다.

만족도는 지속 사용의도에 미치는 영향은 $\beta=0.620$ ($t=9.263$, $p<0.05$)로 나타나, 지각된 유용성은 만족도에 유의한 영향을 미쳐, 가설 8는 채택되었다.

<표 IV-10> 조절효과 검증 결과(지각된 용이성)

	만족도		
	M1	M2	M3
	β	β	β
지각된 용이성	0.365***	0.305***	0.308***
온라인 리뷰에 대한 신뢰		0.24***	0.239***
온라인 리뷰에 대한 신뢰x지각된 용이성			0.04
R^2	0.133	0.188	0.189
ΔR^2	0.133	0.054	0.002
F	49.69***	37.162***	24.962***

주) * $p<0.05$, ** $p<0.01$, *** $p<0.001$.

온라인 리뷰에 대한 신뢰는 만족도와 지각된 용이성의 관계를 조절할 것이다

온라인 리뷰에 대한 신뢰x지각된 용이성 ($\beta=0.04$, $p>0.05$) 현저한 긍정적 영향 나타나지 않았다. 그래서 '온라인 리뷰에 대한 신뢰는 만족도와 지각된 용이성의 관계를 조절할 것이다'라는 가설9.1은 기각되었다.

<표 IV-11> 조절효과 검증 결과(지각된 유용성)

	만족도		
	M1	M2	M3
	β	β	β
지각된 유용성	0.337***	0.302***	0.309***
온라인 리뷰에 대한 신뢰		0.279***	0.274***
온라인 리뷰에 대한 신뢰x지각된 유용성			0.117*
R^2	0.114	0.19	0.204
ΔR^2	0.114	0.076	0.014
F	41.449***	37.791***	27.39***

주) * $p<0.05$, ** $p<0.01$, *** $p<0.001$.

온라인 리뷰에 대한 신뢰는 만족도와 지각된 유용성의 관계를 조절할 것이다

온라인 리뷰에 대한 신뢰x지각된 유용성 ($\beta=0.117$, $p<0.05$) 현저한 긍정적 영향이 나타났다. 그래서 '온라인 리뷰에 대한 신뢰는 만족도와 지각된 유용성의 관계를 조절할 것이다'라는 가설 9.2는 채택되었다.

<표 IV-12> 조절효과 검증 결과(만족도)

	지속 사용의도		
	M1	M2	M3
	β	β	β
만족도	0.506***	0.442***	0.434***
온라인 리뷰에 대한 신뢰		0.205***	0.216***
온라인 리뷰에 대한 신뢰x만족도			0.126**
R^2	0.256	0.294	0.31
ΔR^2	0.256	0.038	0.016
F	111.427***	67.147***	48.099***

주) * $p<0.05$, ** $p<0.01$, *** $p<0.001$.

온라인 리뷰에 대한 신뢰는 지속 사용의도와 만족도의 관계를 조절할 것이다

온라인 리뷰에 대한 신뢰x만족도 ($\beta=0.126$, $p<0.05$) 현저한 긍정적 영향이 나타났다. 그래서 '온라인 리뷰에 대한 신뢰는 지속 사용의도와 만족도의 관계를 조절할 것이다'라는 가설 10은 채택되었다.

<표 IV-13> 가설 검증 결과 요약

가설	내용	결과
1.1	사회적 지원이 지각된 용이성에 대해 정(+)의 영향을 미칠 것이다	기각
1.2	사회적 지원이 지각된 유용성에 대해 정(+)의 영향을 미칠 것이다	채택
2.1	호기심이 지각된 용이성에 대해 정(+)의 영향을 미칠 것이다	채택
2.2	호기심이 지각된 유용성에 대해 정(+)의 영향을 미칠 것이다	채택
3.1	쾌락적 동기가 지각된 용이성에 대해 정(+)의 영향을 미칠 것이다	채택
3.2	쾌락적 동기가 지각된 유용성에 대해 정(+)의 영향을 미칠 것이다	기각
4.1	건강정보 지향성이 지각된 용이성에 대해 정(+)의 영향을 미칠 것이다	기각
4.2	건강정보 지향성이 지각된 유용성에 대해 정(+)의 영향을 미칠 것이다	채택
5	지각된 용이성이 지각된 유용성에 대해 정(+)의 영향을 미칠 것이다	채택
6	지각된 용이성이 만족도에 대해 정(+)의 영향을 미칠 것이다	채택
7	지각된 유용성이 만족도에 대해 정(+)의 영향을 미칠 것이다	채택
8	만족도가 지속 사용의도에 대해 정(+)의 영향을 미칠 것이다	채택
9.1	온라인 리뷰에 대한 신뢰는 만족도와 지각된 용이성의 관계를 조절할 것이다	기각
9.2	온라인 리뷰에 대한 신뢰는 만족도와 지각된 유용성의 관계를 조절할 것이다	채택
10	온라인 리뷰에 대한 신뢰는 지속 사용의도와 만족도의 관계를 조절할 것이다	채택

V. 결론

1. 연구 결과

본 연구는 소비자가 일상생활에서 경험하는 사회적 지원, 호기심, 쾌락적 동기, 건강정보 지향성이 지각된 유용성, 지각된 용이성, 만족도, 지속 사용의도에 미치는 영향을 검증하고, 온라인 리뷰에 대한 신뢰는 조절효과로써 검증하였다. 이를 위해 한국인과 중국인을 대상을 설문조사에 의해 자료를 수집하여 SPSS 23.0 과 AMOS 24.0 를 이용해서 가설을 검증하였다.

본 연구에서 제시된 연구 가설에서는 다음과 같이 검증됐다:

첫째, 사회적 지원이 지각된 용이성에 대해 정(+)의 영향을 미치지 않고 사회적 지원이 지각된 유용성에 대해 정(+)의 영향을 미쳐, <가설 1.1>은 기각되고 <가설 1.2>는 채택되었다.

둘째, 호기심이 지각된 용이성과 지각된 유용성에 대해 정(+)의 영향을 미쳐, <가설 2.1>과 <가설 2.2>는 다 채택되었다. 이는 Yi(2011) 등의 연구결과와 일치한다.

셋째, 쾌락적 동기가 지각된 용이성에 대해 정(+)의 영향을 미치고 쾌락적 동기가 지각된 유용성에 대해 정(+)의 영향을 미치지 않는다. 따라서 <가설 3.1>은 채택되고 <가설 3.2>는 기각되었다.

넷째, 건강정보 지향성이 지각된 용이성에 대해 정(+)의 영향을 미치지 않고 건강정보 지향성이 지각된 유용성에 대해 정(+)의 영향을 미쳐, <가설 4.1>은 기각되고 <가설 4.2>는 채택되었다. 이는 정은희(2020) 등의 연구결과와 일치한다.

다섯째, 지각된 용이성이 지각된 유용성에 대해 정(+)의 영향을 미쳐 <가설 5>는 채택되었다.

여섯째, 지각된 용이성이 만족도에 대해 정(+)의 영향을 미쳐 <가설 6>은 채택되었다.

일곱째, 지각된 유용성이 만족도에 대해 정(+)의 영향을 미쳐 <가설 7>은 채택되었다.

여덟째, 만족도가 지속 사용의도에 대해 정(+)의 영향을 미쳐 <가설 8>은 채택되었다.

아홉째, 온라인 리뷰에 대한 신뢰는 만족도와 지각된 용이성의 관계를 조절하지 않고 온라인 리뷰에 대한 신뢰는 만족도와 지각된 유용성의 관계를 조절한다. 따라서 <가설 9.1>은 기각되고 <가설 9.2>는 채택되었다.

열째, 온라인 리뷰에 대한 신뢰는 지속 사용의도와 만족도의 관계를 조절한다. 따라서 <가설 10>은 채택되었다.

2. 시사점

첫째, 모형 분석을 통해 헬스케어하는 웨어러블 디바이스 제품에 대한 잠재 소비자들의 높은 만족도와 지속 사용의도를 통해 제품에 대한 공감대를 나타냈고, 향후 경제적 가치와 시장가치, 헬스케어하는 새로운 방식이 미래에서 실행될 수 있음을 보여줬다.

둘째, 사회적 지원이 지각된 유용성에 대해 정(+)의 영향을 미쳤다. 경제가 성장에 따라 국민소득의 증가와 생활의 질을 향상으로 건강한 삶에 대해 높은 관심을 갖고 있다. 웨어러블 디바이스는 센서기술을 통해 운동량, 식사량, 심박동수, 수면 측정 등 일상에서 생성되는 데이터를 수치화 한다. 이에 따라 간편하게 건강관리가 가능한 만큼 건강에 관심이 많은 사람과 스스로를 늘 관리해야하는 운동선수나 스포츠를 더욱 재미있게 즐기길 원하는 소비자를 대상으로 적극적인 마케팅을 실시할 필요가 있다.

셋째, 호기심이 지각된 유용성에 대해 정(+)의 영향을 미쳤다. 웨어러블 디바이스 이용경험자는 제품 이용에 대한 호기심이 높을수록 지속적으로 사용할 의도가 높으므로 사용할 때 재미있는 제품을 개발해야 한다. 또한 웨어러블 디바이스 이용자의 건강에 대한 관심을 지속적으로 만족시킬 수 있는 다양한 기능과 서비

스를 제공할 필요가 있다.

넷째, 온라인 리뷰에 대한 신뢰는 만족도와 지속 사용의도의 관계를 조절하였다. 사용자의 웨어러블 디바이스에 대한 만족도와 지속적인 사용 의도는 주변의 영향을 받을 수 있으므로, 사업자에게 다양한 인센티브를 권고하여, 기기에 관한 정보를 타인에게 공유하고 구전 마케팅을 잘하여 기업의 신뢰를 높인다.

다섯째, 건강정보 지향성이 지각된 유용성에 대해 정(+)의 영향을 미쳤다. 따라서 웨어러블 디바이스를 개발하는 기업들은 건강관리에 도움이 되고 사용하기 쉽도록 기술성뿐 아니라 사용측면 요소에도 초점을 두어 제품을 개발하는 것이 중요할 것이며 건강에 대해 관심이 많은 소비자를 대상으로 세부적인 타겟선정을 통해 구체적인 정보를 제공하고 제품의 실용성을 알리는 것이 판매에 도움이 될 것으로 판단된다.

마지막으로, 웨어러블 디바이스에 대해서 소비자들의 지각된 유용성을 높일 수 있는 방안이 마련되어야 한다. 웨어러블 디바이스가 주목받고 있긴 하지만 아직 대중화되지 않았기 때문에 소비자들은 실질적으로 제품의 유용성을 잘 모를 수가 있다. 이에 제품에 대한 적극적인 홍보와 광고가 중요시되는데, 마케터들은 소비자들이 쉽게 제품을 접하고 유용성을 확인할 수 있는 체험 이벤트나 시연 행사 등 제품에 대한 접근성을 높일 수 있는 방안을 생각해볼 필요가 있다.

3. 연구의 한계점 및 연구 방향

첫째, 본 연구에서는 웨어러블 디바이스에 대한 사용경험이 있는 소비자를 연구대상으로 선행연구에 새로운 요소를 도입하고, 향후 연구에서는 웨어러블 디바이스의 특수한 상황에 따라 건강정보 지향성, 온라인 리뷰에 대한 신뢰등 새로운 변수를 추가할 수 있도록 함으로써 본 연구에서 구축한 웨어러블 디바이스 사용자의 만족도와 지속적인 사용 의도에 의한 영향 요소 모델을 보다 포괄적으로 구축할 수 있도록 한다.

둘째, 웨어러블 디바이스의 보급과 웨어러블 디바이스에 대한 학자들의 관심이

높아짐에 따라 향후의 연구는 웨어러블 디바이스에 대한 사용자의 의사가 어떻게 행위로 전화하는지를 심층적으로 연구할 수 있으며, 웨어러블 디바이스의 행동 분야에 대한 이론적 연구를 더욱 풍부하게 할 수 있다.

본연구가 완전하지 않지만, 기존의 대다수 자료들이 온라인 리뷰에 대한 신뢰를 종속변수로 나타냄에 반해 본 연구는 조절변수로 활용하여 연구했다. 웨어러블 디바이스는 신기술 제품으로 앞으로의 발전 가능성이 크다.

참고 문헌

- 강지영(2015), “웨어러블 디바이스를 위한 콘텐츠 디자인에 대한 연구: 사용자 중심웨어러블 인포테인먼트 디자인을 중심으로,” **디지털디자인학연구**, 15(3), 325-333.
- 고대선(2019), “기술수용모델 (TAM) 을 적용한 노인 웨어러블 디바이스 이용의도,” **한국사회체육학회지**, 78, 347-360.
- 권혁, 임진혁(2019), “차세대 웨어러블 디바이스 동향 분석과 국내 중소기업을 위한전략적 제언-(주) 핏비트의 비즈니스 모델 캔버스를 중심으로,” **인문사회**, 10(2), 559-574.
- 김가연, 김수민, 현은령(2015), “웨어러블 디바이스로서의 애플워치 사용자 경험 (User Experience) 과 사용성 평가 연구,” **한국과학예술융합학회**, 21, 19-29.
- 김광모, 최희원, 권성일(2014), “사회적 실재감이 온라인 커뮤니티 지속사용의도에 미치는 영향,” **한국콘텐츠학회논문지**, 14(2), 131-145.
- 김근형, 오성열(2009), “온라인 고객리뷰 분석을 통한 시장세분화에 텍스트마이닝 기술을 적용하기 위한 방법론,” **한국콘텐츠학회논문지**, 9(8), 272-284.
- 김민석, 김원준, 김민기, 강재원(2017), “사용자 선호기반 웨어러블 디바이스의 사용성 연구: 스마트워치를 중심으로,” **한국콘텐츠학회논문지**, 17(9), 23-535.
- 김진화, 변현수, 이승훈(2011), “온라인 리뷰를 활용한 사용자 이해 및 서비스 가치증대,” **정보시스템연구**, 20(2), 21-36.
- 마운성, 원도연, 박상현(2015), 대학생들의 스포츠웨어러블 디바이스에 대한 혁신특성과 혁신저항의 관계에서 소비자 혁신성향의 조절효과 검증. **체육과학연구**, 26(4), 861-873.
- 민진영, 김병수(2013), “프라이버시 계산 모형을 적용한 SNS 지속 사용 의도에 대한 연구: 페이스북과 카카오톡 사례 중심으로,” **Information Systems Review**, 15(1), 105-122.

- 박상현, 마윤성, 조운용(2018), “스포츠 웨어러블 디바이스 수용의도에 관한 메타 경로분석: 확장된 기술수용모델을 중심으로,” **한국스포츠산업경영학회지**, 23(5), 17-32.
- 박성희(2008), “호기심이 스포츠미디어 소비행위에 미치는 영향,”
- 박중희, 진이환(2007), “쾌락적 가치가 관광쇼핑행동에 미치는 영향,” **관광연구**, 21(4), 121-138.
- 박철, 강유리, 김병철 (2011), “국내 소비자들의 쾌락적 쇼핑동기에 관한 연구,” **지역산업연구**, 34(1), 47-75.
- 배재권(2016), “웨어러블 디바이스 소비자의 혁신특성, 소비자특성, 혁신저항, 그리고 수용의도와의 구조적 관계: 혁신저항모형과 인지된 위험이론을 기반으로,” **정보시스템연구**, (25: 4), 87-104.
- 손현정, 이상원, 조문희(2014), “대학생의 웨어러블 디바이스 사용의도에 영향을 미치는 요인: UTAUT2 모델의 응용,” **한국언론정보학보**, 7-33.
- 송유진, 김정원, 최세정, 성용준(2021), “고령자의 인공지능 스피커 만족도와 지속 사용 의도에 미치는 영향 요인,” **방송통신연구**, 9-37.
- 신명섭, 이영주(2015), “손목형 웨어러블 디바이스 구매의도에 영향을 미치는 요인에 관한 연구,” **한국콘텐츠학회논문지**, 15(5), 498-506.
- 신재권, 이상우(2016), “혁신저항 모형에 기반한 손목형 웨어러블 디바이스의 수용의도 연구: 혁신특성, 소비자 특성, 혁신저항을 중심으로,” **한국콘텐츠학회논문지**, 16(6), 123-134.
- 신종국(2020), “통합기술수용이론 (UTAUT) 을 활용한 웨어러블 디바이스 사용의도에 관한 연구: 소비자 혁신성의 조절효과 검증,” **Journal of the KoreanData Analysis Society**, 22(1), 293-308.
- 양진숙, 김주연(2014), “뉴미디어 시대의 웨어러블 디바이스 사례분석 연구: 휴대형디바이스를 중심으로,” **한국디자인문화학회지**, 20(2), 354-364.
- 양진숙, 김주연(2015), “패션 웨어러블 디바이스 개발 사례 연구,” **한국디자인문화학회지**, 21(2), 363-376.
- 양진숙, 김주연(2016), “의복소비가치를 통한 웨어러블 디바이스 패션 제품 소비자구매행동 연구: 여성 소비자를 중심으로,” **한국디자인문화학회지**,

- 22(1),187-201.
- 유재현, 박철(2010), “기술수용모델 (Technology Acceptance Model) 연구에 대한 종합적 고찰,” **Entrue Journal of Information Technology**, 9(2), 31-50.
- 윤승욱(2016), “소셜 TV 채택에 대한 통합 모델 연구: 지속사용 의도에 대한 혁신확산이론, 기술수용모델, 혁신저항모델의 통합적 접근,” **언론과학연구**, 16(2), 145-183.
- 이경중, 이철원, 한지훈(2018), “기술수용모델 (TAM) 을 통한 골프참여자의 경기 수행능력과 골프 웨어러블 디바이스 수용의도 관계,” **한국여가레크리에이션학회지**, 42(2), 1-10.
- 이보경, 김병수(2012), “모바일 인스턴트 메시지의 지속사용 의도와 구전 의도에 관한 연구: 이원적 모형과 현상유지 편향 관점에서,” **e-비즈니스연구**, 13(3), 499-523.
- 이상일, 유왕진, 박현선, 김상현(2016), “기술 및 개인적 특성이 헬스케어 웨어러블 디바이스 수용의도에 미치는 영향에 관한 연구,” **정보시스템연구**, 25(2), 27-50.
- 이성준(2015), “웨어러블 디바이스 소비가치와 구매 의향과의 관계에 대한 연구: 스마트 워치를 중심으로,” **커뮤니케이션학 연구**, 23(3), 93-115.
- 이지은, 최자영(2008), “쾌락적 쇼핑동기와 충동구매행동 간의 관계에서 쇼핑관여도의 조절 효과 분석,” **한국심리학회지: 소비자·광고**, 9(3), 497-521.
- 이재광, 강지호, 김한별, 안이슬, 오미진, 조현(2016), “웨어러블 디바이스의 채택 의도에 영향을 미치는 요인: 스마트 워치를 중심으로,” **인터넷전자상거래연구**, 16(1), 195-213.
- 이호정, 오희선(2015), “웨어러블 디바이스 제품에 관한 연구-스마트워치와 스마트밴드를 중심으로,” **조형미디어학**, 18(2), 237-244.
- 전성범, 임진선, 이철원(2016), “UTAUT 모델을 통한 여가스포츠 참여자의 스포츠 몰입과 웨어러블 디바이스 수용 간의 관계,” **한국체육학회지**, 55(5), 291-306.
- 정지연, 노태우(2017), “웨어러블 디바이스 사용의도에 관한 실증 연구: 수정된

- 기술수용모델을 중심으로,” *Journal of Digital Convergence*, 15(4), 205-212.
- 정혜실(2014), “헬스케어 웨어러블 디바이스의 동향과 전망,” *KHIDI Brief*, 115, 3-20.
- 조신희, 이문용(2014), 온라인 제품 리뷰의 유용성 결정 요인 분석을 통한 리뷰 활용 방안 도출. *Entrue Journal of Information Technology*, 13(1), 29-40.
- 지일용, 박효주(2019), “웨어러블 디바이스의 소비자 선호 속성에 관한 연구: 예지적 표준화 활동을 반영한 컨조인트 분석,” *한국융합학회논문지*, 10(4), 7-16.
- 허성혜, 류성렬, 전수현(2009), “온라인 리뷰 수용에 영향을 미치는 요인: 온라인 리뷰 품질과 동의성을 중심으로,” *Journal of Information Technology Applications & Management*, 16(4), 41-58.
- 홍지수, 김숙진(2017), “기술수용모델을 기반으로 펫 웨어러블 디바이스 기능 인지가 구매태도와 구매의도에 미치는 영향 연구,” *한국통신학회논문지*, 42(7), 1412-1421.
- Alizadeh, A.(2015), “Manufacturing of wearable sensors for human health and performance monitoring,” In *APS March Meeting Abstracts* (Vol. 2015, pp. L19-005).
- Al-Marroof, R. S., Alhumaid, K., Alhamad, A. Q., Aburayya, A., & Salloum, S.(2021), “User acceptance of smart watch for medical purposes: an empirical study,” *Future Internet*, 13(5), 127.
- Arndt, J.(1967), “Role of product-related conversations in the diffusion of a new product,” *Journal of marketing Research*, 4(3), 291-295.
- Berkman, L. F., & Syme, S. L.(1979), “Social networks, host resistance, and mortality: a nine-year follow-up study of Alameda County residents,” *American journal of Epidemiology*, 109(2), 186-204.

- Bhatnagar, A., & Ghose, S.(2004), “Online information search termination patterns across product categories and consumer demographics,” *Journal of Retailing*, 80(3), 221-228.
- Billinghamurst, M., & Starner, T.(1999), “Wearable devices: new ways to manage information,” *Computer*, 32(1), 57-64.
- Brown, J. J., & Reingen, P. H.(1987), “Social ties and word-of-mouth referral behavior,” *Journal of Consumer research*, 14(3), 350-362.
- Chatterjee, P.(2001). “Online reviews: do consumers use them?,”
- Choi, B., Hwang, S., & Lee, S.(2017), “What drives construction workers’ acceptance of wearable technologies in the workplace?: Indoor localization and wearable health devices for occupational safety and health,” *Automation in Construction*, 84, 31-41.
- Cobb, S.(1976), “Social support as a moderator of life stress,” *Psychosomatic medicine*.
- Dai, B., Larnyo, E., Tetteh, E. A., Aboagye, A. K., & Musah, A. A. I. (2020), “Factors affecting caregivers’ acceptance of the use of wearable devices by patients with dementia: an extension of the unified theory of acceptance and use of technology model,” *American Journal of Alzheimer’s Disease & Other Dementias*, 35, 1533317519883493.
- Davis, F. D.(1989). “Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology,” *MIS quarterly*, 319-340.
- Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R.(1989), “User acceptance of computer technology: A comparison of two theoretical models,” *Management science*, 35(8), 982-1003.
- Dollard, J., & Miller, N. E.(1950), “Personality and psychotherapy; an analysis in terms of learning, thinking, and culture,”

- Farivar, S., Abouzahra, M., & Ghasemaghahi, M.(2020), “Wearable device adoption among older adults: A mixed-methods study,” *International Journal of Information Management*, 55, 102209.
- Filieri, R., & McLeay, F.(2014), “E-WOM and accommodation: An analysis of the factors that influence travelers’ adoption of information from online reviews,” *Journal of travel research*, 53(1), 44-57.
- Gao, S., Zhang, X., & Peng, S.(2016), “Understanding the adoption of smart wearable devices to assist healthcare in China,” In *Conference on e-Business, e-Services and e-Society* (pp. 280-291). Springer, Cham.
- Gao, Y., Li, H., & Luo, Y.(2015), “An empirical study of wearable technology acceptance in healthcare,” *Industrial Management & Data Systems*.
- Genaro Motti, V., & Caine, K.(2015), “An overview of wearable applications for healthcare: requirements and challenges,” In *Adjunct Proceedings of the 2015 ACM international joint conference on pervasive and ubiquitous computing and proceedings of the 2015 ACM international symposium on wearable computers* (pp. 635-641).
- Gerhardsson, K. M., & Laike, T.(2021), “User acceptance of a personalised home lighting system based on wearable technology,” *Applied Ergonomics*, 96, 103480.
- Gottlieb, J., Oudeyer, P. Y., Lopes, M., & Baranes, A.(2013), “Information-seeking, curiosity, and attention: computational and neural mechanisms,” *Trends in cognitive sciences*, 17(11), 585-593.
- Gori, M., Cappagli, G., Tonelli, A., Baud-Bovy, G., & Finocchietti, S. (2016), “Devices for visually impaired people: High technological devices with low user acceptance and no adaptability for children,” *Neuroscience & Biobehavioral Reviews*, 69, 79-88.

- Huang, K. H., Yu, T. H. K., & Fang Lee, C.(2022), "Adoption model of healthcare wearable devices," *Technological Forecasting and Social Change*, 174, 121286.
- Karahanoglu, A., & Erbuğ, Ç.(2011), "Perceived qualities of smart wearables: determinants of user acceptance," In *Proceedings of the 2011 conference on designing pleasurable products and interfaces* (pp. 1-8).
- Kashdan, T. B., & Fincham, F. D.(2004), "Facilitating curiosity: A social and self-regulatory perspective for scientifically based interventions,"
- Kim, K. J., & Shin, D. H. (2015), "An acceptance model for smart watches: Implications for the adoption of future wearable technology," *Internet Research*.
- Kim, T., & Chiu, W.(2018), "Consumer acceptance of sports wearable technology: The role of technology readiness," *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*.
- Lee, S. M., & Lee, D.(2020), "Correction to: Healthcare wearable devices: an analysis of key factors for continuous use intention," *Service Business*, 14(4), 577-577.
- Lee, S. M., & Lee, D.(2020), "Healthcare wearable devices: an analysis of key factors for continuous use intention," *Service Business*, 14(4), 503-531.
- Loewenstein, G.(1994), "The psychology of curiosity: A review and reinterpretation," *Psychological bulletin*, 116(1), 75.
- Magni, D., Scutotto, V., Pezzi, A., & Del Giudice, M.(2021), "Employees' acceptance of wearable devices: Towards a predictive model," *Technological Forecasting and Social Change*, 172, 121022.
- Mann, S.(1997), "Wearable computing: A first step toward personal imaging," *Computer*, 30(2), 25-32.

- Motti, V. G., & Caine, K.(2014), “Human factors considerations in the design of wearable devices,” In *Proceedings of the human factors and ergonomics society annual meeting* (Vol. 58, No. 1, pp. 1820-1824). Sage CA: Los Angeles, CA: SAGE Publications.
- Osswald, S., Weiss, A., & Tscheligi, M.(2013), “Designing wearable devices for the factory: Rapid contextual experience prototyping,” In *2013 International Conference on Collaboration Technologies and Systems (CTS)* (pp. 517-521). IEEE.
- Pai, R. R., & Alathur, S.(2019), “Determinants of individuals’ intention to use mobile health: insights from India,” *Transforming Government: People, Process and Policy*.
- Pan, A., & Zhao, F.(2018), “User acceptance factors for Health,” In *International Conference on Human-Computer Interaction* (pp. 173-184). Springer, Cham.
- Park, D. J., Choi, J. H., & Kim, D. J.(2015), “The influence of health apps efficacy, satisfaction and continued use intention on wearable device adoption: a convergence perspective,” *Journal of Digital Convergence*, 13(7), 137-145.
- Park, E.(2020), “User acceptance of smart wearable devices: An expectation-confirmation model approach,” *Telematics and Informatics*, 47, 101318.
- Park, E., Kim, K. J., & Kwon, S. J.(2016), “Understanding the emergence of wearable devices as next-generation tools for health communication,” *Information Technology & People*.
- Park, H., Pei, J., Shi, M., Xu, Q., & Fan, J.(2019), “Designing wearable computing devices for improved comfort and user acceptance,” *Ergonomics*, 62(11), 1474-1484.

- Payne, J., Jenkinson, G., Stajano, F., Sasse, M. A., & Spencer, M.(2016), “Responsibility and tangible security: Towards a theory of user acceptance of security tokens,” *arXiv preprint arXiv:1605.03478*.
- Puri, A., Kim, B., Nguyen, O., Stolee, P., Tung, J., & Lee, J.(2017), “User acceptance of wrist-worn activity trackers among community-dwelling older adults: mixed method study,” *JMIR mHealth and uHealth*, 5(11), e8211.
- Rajanen, D., & Weng, M.(2017), “Digitization for fun or reward? A study of acceptance of wearable devices for personal healthcare,” In *Proceedings of the 21st International Academic Mindtrek Conference* (pp. 154-163).
- Russell, D. W., & Cutrona, C. E.(1991), “Social support, stress, and depressive symptoms among the elderly: test of a process model,” *Psychology and aging*, 6(2), 190.
- Spagnolli, A., Guardigli, E., Orso, V., Varotto, A., & Gamberini, L.(2015), “Measuring user acceptance of wearable symbiotic devices: validation study across application scenarios,” In *International Workshop on Symbiotic Interaction* (pp. 87-98). Springer, Cham.
- Stock, R. M., & Merkle, M.(2017), “A service Robot Acceptance Model: User acceptance of humanoid robots during service encounters,” In *2017 IEEE International Conference on Pervasive Computing and Communications Workshops (PerCom Workshops)* (pp. 339-344). IEEE.
- Su, W. C., Yeh, S. C., Lee, S. H., & Huang, H. C.(2015), “A virtual reality lower-back pain rehabilitation approach: system design and user acceptance analysis,” In *International Conference on Universal Access in Human-Computer Interaction* (pp. 374-382). Springer, Cham.

- Sun, N., & Rau, P. L. P.(2015), “The acceptance of personal health devices among patients with chronic conditions,” *International journal of medical informatics*, 84(4), 288-297.
- Talukder, M. S., Laato, S., Islam, A. N., & Bao, Y.(2021), “Continued use intention of wearable health technologies among the elderly: an enablers and inhibitors perspective,” *Internet Research*.
- Wang, H., Tao, D., Yu, N., & Qu, X.(2020), “Understanding consumer acceptance of healthcare wearable devices: An integrated model of UTAUT and TTF,” *International Journal of Medical Informatics*, 139, 104156.
- Windasari, N. A., Lin, F. R., & Kato-Lin, Y. C.(2021), “Continued use of wearable fitness technology: A value co-creation perspective,” *International Journal of Information Management*, 57, 102292.
- Wu, A. Y., & Munteanu, C.(2018), “Understanding older users’ acceptance of wearable interfaces for sensor-based fall risk assessment,” In *Proceedings of the 2018 CHI conference on human factors in computing systems* (pp. 1-13).
- Wu, M., & Luo, J.(2019), “Wearable technology applications in healthcare: a literature review,” *Online J. Nurs. Inform*, 23(3).
- Yang, H., & Lee, H.(2018), “Exploring user acceptance of streaming media devices: an extended perspective of flow theory,” *Information Systems and e-Business Management*, 16(1), 1-27.
- Yang, H., Yu, J., Zo, H., & Choi, M.(2016), “User acceptance of wearable devices: An extended perspective of perceived value,” *Telematics and Informatics*, 33(2), 256-269.
- Yu-Huei, C., Ja-Shen, C., & Ming-Chao, W.(2019), “Why do older adults use wearable devices: a case study adopting the Senior Technology Acceptance Model (STAM),” In *2019 Portland*

International Conference on Management of Engineering and Technology (PICMET) (pp. 1-8). IEEE.

- 王偉偉,張永剛,張高陽(2019), “智能穿戴設備對大學生體質健康水平的影響研究——以重慶移通學院為例,” *中國體育科學學會.第十二屆全國體育科學大會論文摘要匯編——專題報告(體質与健康分會)*.中國體育科學學會:中國體育科學學會, 212-214.
- 袁龍雨,何浩(2013), “智能穿戴設備未來發展趨勢及應用對策研究,” *西部皮革*, 43(22): 125-126
- 吳健(2011), “智能穿戴設備在智慧養老領域的標準化构建,” *中國標準化協會.第十八屆中國標準化論壇論文集*.中國標準化協會:中國標準化協會, 1553-1557.
- 陳頓(2021), “智能穿戴設備對大學生運動參與的促進作用研究,” *当代体育科技*, 11(29):213-215.
- 廖紘亿(2016), “消費者移動智能穿戴設備使用意願影響因素研究——基于UTAUT2模型的拓展及應用,” *商學研究*, 28(02):96-104.
- 李月麗(2018), “智能穿戴設備對大學生參加體育活動的影響,” *體育科學研究*, 25(02):88-92.
- 張明鑫(2017), “大學生社會化閱讀APP持續使用意願研究——沉浸體驗的中介效應,” *大學圖書館學報*, 39(01):100-109.
- 覃紅霞,李政,周建華(2020), “不同學科在線教學滿意度及持續使用意願——基于技術接受模型(TAM)的實証分析,” *教育研究*, 41(11):91-103.
- 翁江悅(2020), “智能穿戴設備在圖書館智慧服務中的應用研究,” *內蒙古科技与經濟*, (20):141-142+144.
- 盛光華,岳蓓蓓,龔思羽(2019), “共享單車用戶持續使用意願研究——基于TAM理論的拓展模型,” *東北大學學報(社會科學版)*, 21(06):567-574.
- 黃騏,陳春萍,羅躍嘉,伍海燕(2016), “好奇心的机制及作用,” *心理科學進展*, 29(04):723-736.
- 劉視湘,孫燕,杜曉鵬(2020), “老年人社會支持与生活滿意度:生命意義及身心健康的中介作用,” *中國臨床心理學雜誌*, 28(06):1265-1269+1273.
- 王婷(2018), “基于社交媒体的健康關心度分析,” *中國計量大學*

陳瑞,陳輝輝,鄭毓煌(2017),“怀旧對享樂品和實用品消費決策的影響,” *南開管理評論*, 20(06):1 40-149.

張歡(2015),“基于用戶體驗的微信使用滿意度研究,” *電子科技大學*

陳愛輝,魯耀斌(2014)“SNS用戶活躍行爲研究:集成承諾、社會支持、沉沒成本和社會影響理論的觀點,” *南開管理評論*, 17(03):30-39.

景奉杰,余櫻,涂銘(2016),“產品屬性與顧客滿意度縱向關係演變機制: 享樂適應視角,” *管理科學*, 27(03):94-104.

<부록>

<설문지>

손목착용형 웨어러블 디바이스에 대한 설문 조사

본 설문은 손목착용형 웨어러블 디바이스 연구를 위한 조사지
입니다. 본 설문 조사는 무기명 조사로 이번 연구 이외의 용도
로 사용하지 않을 것을 보증하는 것입니다. 응답해주셔서 감사
합니다.

2021년7월

제주대학교 경영학과

지도교수: 황용철

석사과정 연구자:왕형혜

PART 1: 아래 항목들은 ‘손목착용형 웨어러블 디바이스’ 에 대한 질문으로서 이에 해당 되는 곳 에 ✓(표시) 해주세요.

구분	질문	전혀 그렇 지 않다	그 렇 지 않 다	보 통 이 다	그 렇 다	매 우 그 렇 다
사회적 지원	나의 건강 상태가 나빠졌을 때, 내 가족/친구들은 모두 내가 손목착용형 웨어러블 디바이스를 사용해서 나의 건강 상태를 개선하는 것을 지지해 줄 것이다.	①	②	③	④	⑤
	나의 건강 상태가 나빠졌을 때, 내 가족/친구들은 내가 손목착용형 웨어러블 디바이스를 사용하는 것을 지지하여 운동 효과를 높이려 한다.	①	②	③	④	⑤
	내 주변 생활에서 가족/친구들이 손목착용형 웨어러블 디바이스를 쓰라고 격려해 줄 것이다.	①	②	③	④	⑤
호기심	손목착용형 웨어러블 디바이스를 사용하면 나의 작업/학습 효과를 높일 수 있다.	①	②	③	④	⑤
	손목착용형 웨어러블 디바이스를 사용하면 내 건강 상태를 알 수 있다.	①	②	③	④	⑤
	손목착용형 웨어러블 디바이스를 사용하면 상상력을 일깨워 문제를 해결할 수 있다.	①	②	③	④	⑤
쾌락적 동기	손목착용형 웨어러블 디바이스를 이용하는 것은 재미있을 것이다.	①	②	③	④	⑤
	손목착용형 웨어러블 디바이스를 이용하면 즐거울 것이다.	①	②	③	④	⑤
	손목착용형 웨어러블 디바이스를 이용하는 것이 매우 흥미로울 것이다.	①	②	③	④	⑤
	손목착용형 웨어러블 디바이스는 나의 욕구를 충족시켜 줄 것이다.	①	②	③	④	⑤
건강정보 지향성	나는 손목착용형 웨어러블 디바이스를 통해 건강에 대해 알고 싶다.	①	②	③	④	⑤

	건강을 지키기 위해서는 손목착용형 웨어러블 디바이스를 통해 건강 문제를 파악하는 것이 중요하다고 생각한다.	①	②	③	④	⑤
	손목착용형 웨어러블 디바이스가 제공하는 건강정보는 나의 건강을 지켜주기 훨씬 쉽다.	①	②	③	④	⑤
지각된 용이성	손목착용형 웨어러블 디바이스를 작동하는 것은 나에게 쉬울 것이다.	①	②	③	④	⑤
	내가 언제든지 손목착용형 웨어러블 디바이스를 사용하기 쉬울 것이다.	①	②	③	④	⑤
	내가 손목착용형 웨어러블 디바이스를 조작하고 통제하는 일은 쉬울 것이다.	①	②	③	④	⑤
	내가 손목착용형 웨어러블 디바이스를 착용하여 사람들과 유연하게 상호 소통하는 것은 쉬울 것이다.	①	②	③	④	⑤
	나에게 손목착용형 웨어러블 디바이스를 숙련하게 사용하는 것은 쉬운 일일 것이다.	①	②	③	④	⑤
지각된 유용성	손목착용형 웨어러블 디바이스는 나의 운동 효율을 향상시킨다.	①	②	③	④	⑤
	손목착용형 웨어러블 디바이스를 사용해 내 건강 상태를 효과적으로 관리할 수 있다.	①	②	③	④	⑤
	손목착용형 웨어러블 디바이스는 나의 헬스케어에 매우 유용하다.	①	②	③	④	⑤
	손목착용형 웨어러블 디바이스로 헬스케어 효과를 높일 수 있었다.	①	②	③	④	⑤
만족도	손목착용형 웨어러블 디바이스가 많은 건강 문제를 해결해 준 것에 매우 만족한다.	①	②	③	④	⑤
	손목착용형 웨어러블 디바이스가 나에게 많은 번거로움을 면해 준 것에 매우 만족한다.	①	②	③	④	⑤
	손목착용형 웨어러블 디바이스가 나로 하여금 재미있는 새로운 내용을 많이 발견하게 한 것에 매우 만족한다.	①	②	③	④	⑤
지속 사용의도	현재 사용하고 있는 손목착용형 웨어러블 디바이스를 기꺼이 장기간 사용할 것이다.	①	②	③	④	⑤

	새로운 손목착용형 웨어러블 디바이스가 있더라도 내가 쓰고 있는 디바이스는 계속 쓰고 싶다.	①	②	③	④	⑤
	다른 사람이 손목착용형 웨어러블 디바이스를 사용하는 것을 추천한다.	①	②	③	④	⑤
온라인 리뷰에 대한 신뢰	손목착용형 웨어러블 디바이스의 온라인 리뷰는 신뢰가 간다.	①	②	③	④	⑤
	손목착용형 웨어러블 디바이스의 온라인 리뷰는 진실한 것 같다.	①	②	③	④	⑤
	손목착용형 웨어러블 디바이스의 온라인 리뷰는 믿음이 간다.	①	②	③	④	⑤
	손목착용형 웨어러블 디바이스의 온라인 리뷰는 나에게 도움이 된다.	①	②	③	④	⑤

PART 2: 일반적 질문

1. 귀하의 성별은?

① 남 ② 여

2. 귀하의 연령은?

① 10대 ② 20대 ③ 30대 ④ 40대 ⑤ 50대 이상

3. 귀하의 학력은?

① 중졸 이하 ② 고졸 ③ 전문대(재학 포함) 졸업 ④ 대학(재학 포함) 졸업 ⑤ 대학원(재학 포함) 졸업

4. 귀하의 직업은?

① 공무원 ② 사무/관리직 ③ 전문/기술직 ④ 농/수/축산업

⑤ 자영/서비스업 ⑥ 주부 ⑦ 학생 ⑧기타()

<부록> 중국어 설문지

<问卷调查>

可穿戴智能设备的相关调查

本调查问卷用于可穿戴智能设备(以智能手环为例)的相关研究, 请根据自身实际情况填写调查问卷。本问卷资料仅供个人学术研究使用, 相关个人信息将绝对保密。

2021年7月

济州大学 经营学科

指导教授: Yongcheol Hwang

硕士课程 研究者:王馨卉

PART 1: 以下项目是关于“智能穿戴设备”的相关问题，请在合适的位置打勾。

分组	问题	完全不	不同意	一般	同意	完全同意
社会支持	在健康状况不好的时候，我的家人/朋友推荐我使用智能手环改善健康状态	①	②	③	④	⑤
	在健康状况不好的时候，我的家人/朋友推荐我使用智能手环以提高运动效果	①	②	③	④	⑤
	在我日常生活中，我的家人/朋友推荐我使用智能手环	①	②	③	④	⑤
好奇心	使用智能手环可以提高我的工作/学习的效率	①	②	③	④	⑤
	使用智能手环可以了解我的健康状况	①	②	③	④	⑤
	使用智能手环可以可以唤醒我更多的想象力，从而解决问题	①	②	③	④	⑤
享乐动机	我认为智能手环是非常有趣的产品	①	②	③	④	⑤
	我认为使用智能手环的过程非常愉快	①	②	③	④	⑤
	我对使用智能手环很有兴致	①	②	③	④	⑤
	智能手环可以满足我很多需求	①	②	③	④	⑤
健康情报志向	我想通过智能手环了解我的健康	①	②	③	④	⑤
	我认为为了保护健康，通过智能手环了解健康问题非常重要	①	②	③	④	⑤

	智能手环提供的健康信息更容易保护我的健康	①	②	③	④	⑤
感知용이성	启动智能手环对我来说是件容易的事情	①	②	③	④	⑤
	无论何时，我都能容易地使用智能手环	①	②	③	④	⑤
	操作和控制智能手环对我来说是件容易的事情	①	②	③	④	⑤
	我可以很自然的和他人提起我在使用智能手环	①	②	③	④	⑤
	熟练使用智能手环对我来说是件容易地事情	①	②	③	④	⑤
感知有用性	智能手环可以提高我的运动效率	①	②	③	④	⑤
	使用智能手环可以有效的管理我的健康状况	①	②	③	④	⑤
	智能手环对我的健康管理很有用	①	②	③	④	⑤
	通过智能手环可以提高健康管理效果	①	②	③	④	⑤
满足度	智能手环对我的健康管理很有用	①	②	③	④	⑤
	智能手环解决了我很多健康问题，对此我很满意	①	②	③	④	⑤
	智能手环为我免去很多麻烦，对此我很满意	①	②	③	④	⑤
持续使用意图	我愿意长时间使用目前正在使用的智能手环	①	②	③	④	⑤
	即使出现新的产品，我也愿意继续使用目前使用的智能手环	①	②	③	④	⑤
	我会推荐别人使用智能手环	①	②	③	④	⑤

正面网评	我认为网络上对于智能手环的正面评价值得信赖	①	②	③	④	⑤
	我认为网络上对于智能手环的正面评价令人信服	①	②	③	④	⑤
	我认为网络上对于智能手环的正面评价真实的	①	②	③	④	⑤
	我认为网络上对于智能手环的正面评价对我很有帮助	①	②	③	④	⑤

PART 2: 一般问题

1. 您的性别

- ① 男 ② 女

2. 您的年龄

- ① 10代 ② 20代 ③ 30代 ④ 40代 ⑤ 50代以上

3. 您的最终学历

- ① 初中及以下 ② 高中 ③ 大专(包含在读) ④ 本科(包含在读) ⑤ 硕博士(包含在读)

4. 您的职业

- ① 公务员 ② 企业职工 ③ 技术性职工 ④ 农民
⑤ 个体商户 ⑥ 主妇 ⑦ 学生 ⑧其他()