

모바일 부동산 정보서비스의 특성이 만족도와 재사용 의도에 미치는 영향*

Effect of Characteristics of Mobile Real Estate Information
Service on Satisfaction and Intention of Reuse

경 정 익 (Kyung, Jungik)**

이 국 철 (Lee, Kookchul)***

강 병 기 (Kang, Byunggi)****

< Abstract >

The purpose of the study is to investigate what factors influence the satisfaction and intention of reuse realized by using real estate information service by mobile devices in the view of users and, based on this empirical research result, is to suggest strategic implications on vitalization of mobile real estate information service.

The real estate information service which is available now through mobile devices is limited as well as has limitation on users, and so the investigation on the recognition was aiming at the graduate school student majoring in the real estate and realtors. The survey was aiming at the significant materials of 208 people who had experience using actual mobile real estate information service, from October 27, 2011 to January 29, 2012, and verified by structural equation model using SPSS V.18 and Amos V.18.

In the result fulfilling hypothesis testing, among 7 research hypotheses set up, 6 were selected. That is, except perceived availability among characteristics of mobile real estate information service, perceived usefulness, reliability, organized accessibility, situational awareness, and interaction were found to have significant effect on users' satisfaction and satisfaction was found to give significant effect on intention of reuse.

Hence, the result of the study is expected to be foundation to vitalize the mobile real estate information system, and future researches need to extend research target and study if there is differentiated effect through comparison analysis among groups of ages.

주 제 어 : 모바일, 부동산 정보 서비스, 만족도, 재사용 의도

Keywords : Mobile, Real Estate Information Service, Satisfaction, Intention to Reuse

* 이 논문은 2011년도 정부(교육과학기술부)의 재원으로 한국연구재단의 지원을 받아 연구되었음 (NRF-2011-35C-B00499).

** 가천대학교 사회정책대학원 강사, kyungci@hanmail.net (주저자)

*** 국민대학교 경영대학 경영학부 교수, kcleee@kookmin.ac.kr

**** 국민대학교 법무대학원 겸임교수, reman2000@hanmail.net

I. 서론

정보화는 1990년대 이후 선진국을 중심으로 국가발전을 위한 핵심수단으로 적극 추진됨으로써 점차 그 적용범위가 확대되어 국가사회시스템의 근본변화와 혁신을 선도하는 원동력으로서의 역할을 하고 있다.

선진국을 중심으로 한 미래에 대한 연구결과를 종합해 보면 미래사회는 정보사회의 대안이 아닌 진화된 형태로 현재의 정보사회가 심화, 고도화 되면서 시간, 공간, 지식, 관계가 확장되는 연장에서 새로운 가능성이 형성되고 핵심가치가 변화하게 될 것이라는 것이다. 이와같이 미래의 정보화는 점점 스마트화를 향해 급속도로 진화되고 있는 상황에서 다양한 모바일기기의 확산과 이용에 특화된 국내 인프라 환경은 향후 정보화 진전에 큰 힘이 될 것으로 평가하고 있다(한국정보화진흥원, 2010).

이러한 정보화의 진전은 부동산 정보화서비스에서도 커다란 영향을 미치게 되어 이동통신 인프라를 기반으로 언제 어디서나 쉽게 부동산 정보서비스를 이용할 수 있는 모바일과 스마트 환경이 요구되고 있다. 따라서 공공기관과 민간기관 모두 모바일에 의해 양질의 부동산 정보서비스가 제공될 수 있도록 변화되어 가고 있어, 위치기반서비스(Location Based Service)와 증강현실(Augmented Reality)이 결합된 정보서비스와

소셜미디어 서비스(SNS)등으로 실시간(real time)에 의한 정보공유와 양방향 소통을 통한 개인화에 최적화된 정보서비스가 제공될 수 있는 환경변화가 이루어지고 있다.

또한 모바일 인터넷)에 의한 스마트기기의 확산으로 부동산정보는 더욱 빠른 속도로 유통될 것이라는 예상을 쉽게 할 수 있다. 따라서 이러한 시점에 모바일에 의한 효율적인 부동산 정보서비스의 제공과 활용에 대해 연구하는 것은 공공기관과 민간부동산 정보서비스 업체에 다양한 시사점과 전략을 제시할 수 있을 것이다.

Davis(1989)의 기술수용모형(Technology Acceptance Model 이하 TAM)은 새로운 정보시스템, 정보기술 기반서비스, 정보기술제품 등의 수용과 지속적인 사용에 영향을 미치는 요인을 설명하는 개념적 틀로서 지금까지 가장 폭 넓게 사용되고 있어 실증적으로 그 유효성을 견고하게 지지받고 있는 준거이론이다. 따라서 본 연구에서는 기술수용모형에 모바일의 특성을 추가하여 확장된 TAM을 모형을 구성하여 모바일 부동산 정보서비스 사용의도에 영향을 미치는 요인을 탐색해 보고자 한다.

본 연구의 목적은 부동산 정보서비스의 사용자 관점에서 모바일기기에 의한 부동산 정보서비스를 이용하며 어떠한 요인이 지각되는 만족도와 재사용 의도에 영향을 미치는지를 밝히고 이를 바탕으로 모바일 부동산 정보서비스의 활성화를 위한 전략적 시사점을 제시하고자 한다.

- 1) 모바일 인터넷은 무선인터넷과 용어적으로 혼용되고 있다. 무선인터넷은 이동성 보다는 선이 없음(wireless)으로 인한 편리성과 높은 대역폭을 중시하는 고정형 무선인터넷과 선이 없다는 것 보다 성능저하를 감수하더라도 이동하면서 사용할 수 있다는 이동성(mobility)측면을 중시하는 이동형 무선인터넷으로 구분할 수 있으며, 여기에 와이브로(wibro) 등 이동형 고속무선인터넷을 추가할 수 있다. 본 연구에서는 연구상황을 단순화하기 위하여 전체 무선인터넷 사용자의 99%가 사용하고 있는 이동형 무선인터넷과 이동형 고속무선인터넷을 연구대상으로 하며 이를 ‘모바일 인터넷’으로 하기로 한다.

II. 이론 및 선행연구 고찰

1. 기술수용모형(TAM : Technology Acceptance Model)

1989년 Davis에 의해 제안된 TAM은 Ajzen 과 Fishbein(1980)의 TRA (Theory of Reasoned Action)를 근거로 하여 새로운 정보시스템, 정보기술 기반서비스, 정보기술제품 등의 수용과 지속적인 사용에 영향을 미치는 요인을 설명하는 개념의 틀로 실증연구에서 많이 활용되고 있는 모델이다 (Lederer, Maupin, Senza & Zhuang, 2000).

TAM은 지각된 유용성과 지각된 용이성을 기술수용행위의 주요 변수로 제시하고 있다. 지각된 유용성이란 특정한 응용시스템이 사용자의 직무성과를 증대시킬 것이라는 사용자의 주관적 믿음정도로서 특정 제품 및 서비스를 사용하는 것이 사용자의 수행성과를 향상시켜 주었다고 생각하는 정도를 의미한다. 또한 지각된 용이성은 사용자가 선정한 시스템을 많은 노력을 들이지 않고도 쉽게 이용할 수 있는 기대정도를 말하는 것으로(Venkatesh & Davis, 2000), 실제 정보시스템에 관한 기존 연구를 보면 사용하기 쉬운 정보시스템이 사용하기 어려운 시스템보다 사용될 비율이 높다고 밝히고 있다(Davis, 1989).

TAM에 의한 국내 연구를 살펴보면 김근형·김시연·이봉규(2006)의 연구에서 모바일 서비스의 지각된 유용성과 지각된 용이성은 사용자 만족에 유의한 영향을 미친다고 하였으며, 모바일 기기의 특성을 연구한 임규홍·이종호(2003)의

연구에서도 지각된 유용성과 지각된 용이성이 고객 만족에 유의한 영향을 미친다고 하였다. 또한 기술사용에 대한 개인의 의도는 기술의 지각된 유용성과 사용하고자 하는 기술에 대한 태도에 의해 결정된다고 하였다.

또한 TAM은 다양한 정보기술수용에 대한 연구에서 그 유효성과 우수성이 입증되어 인지된 유용성과 인지된 용이성 외에도 다양한 변수를 확장 적용한 연구들이 활발히 이루어지고 있다 (신현식 외, 2010).

따라서 이러한 선행연구를 기반으로 지각된 유용성과 용이성은 모바일 부동산정보 서비스의 만족도에 영향을 미칠 것이라는 영향관계를 추론해 볼 수 있어 본 연구에서도 TAM이론에 모바일 부동산 정보서비스의 특성을 고려한 변수를 추가로 확장하여 연구를 수행하고자 한다.

2. 모바일 부동산 정보서비스의 특성

부동산 정보는 부동산 현상이나 부동산 활동 등의 분석 등을 위해서 사전에 알고 있어야 하는 지식이다(김영진, 1980). 즉 부동산 정보는 부동산 현상과 부동산 활동에 관계되는 것으로 어떤 부동산 현상분석과 부동산 결정을 하기 위해서 사전에 알고 있어야 하는 지식이다(강병기 외, 2005).

부동산 정보²⁾는 특수한 경제재로서 변동성이 상시 존재하여 현행화 작업을 반드시 거쳐야 하며, 부동산 거래에 있어 비공개성과 개별성이 있다. 또한 수집된 정보가 완전한 효용을 갖추기 위해서는 반드시 정보의 가공과정이 필요하며,

2) 부동산 정보를 형태별로 보면 소유, 거래, 정책, 과세, 가격에 관한 정보로 분류할 수 있으며, 또한 대상에 따라 토지, 건물, 조세 부분으로 구분할 수 있다. 이에 대한 자세한 내용은 본 논문 부록 참조.

부동산 용도의 다양성으로 사회, 경제, 법률, 행정 등 다양한 정보를 수집하여 복합적으로 고려하여야 하는 특성이 있다(서진형, 2002). 현재 부동산 관련 정보의 관리 및 유통은 국토해양부를 비롯하여 11개 부처에서 25개 부동산시스템을 운영하고 있다(경정익·임병준, 2010).

모바일 정보서비스는 이동통신 단말기를 통해 언제 어디서나 인터넷 상에 존재하는 각종 데이터와 정보를 자유롭게 송수신하는 서비스를 의미한다(최현식·박진우, 2009).

따라서 모바일 부동산 정보서비스는 부동산 정보에 대한 모바일 서비스로서 부동산 현상을 분석하고 효율적인 부동산활동을 하기 위해 사전에 알고 있어야 할 부동산정보를 시간과 지역에 제한 없이 위치기반에 의해 실시간으로 획득하여 활용할 수 있는 유비쿼터스 환경에서의 서비스를 말한다.

이러한 유비쿼터스 환경에서 제공되는 모바일 정보서비스는 신뢰성과 모바일 기기의 이동성(mobility)과 편제접속성(ubiquity Connectivity)이란 특성으로 언제 어디서나 인간과 인간, 인간과 기계간 그리고 기계와 기계간(의) 끊임 없는 상호작용을 하게 된다. 또한 모바일 환경이 지닌

상황인식성, 상호작용성, 위치확인성과 개인식별성이란 특성으로 개개인이 처한 시간, 위치와 모든 상황이 고려되어 사용자 개인에게 맞추어진 최적의 정보 서비스 제공이 가능하게 된다.

모바일 정보서비스의 특성 중의 하나인 '신뢰성'은 상호의존관계에 있는 당사자중 한 개인(신뢰자: truster)이 다른 개인(피신뢰자: trustee)에 대해 자발적으로 갖는 긍정적인 기대로서 더 많은 관계적 상호작용을 원하거나 지속적인 관계를 형성하기를 기대하는 당사자간의 교환행위를 인도하는 요인으로 정의된다(김종욱 외, 2004).

Gefen et al.(2003)의 연구에서 신뢰성은 웹사이트의 지각된 유용성을 증가시킴으로서 궁극적으로 지각된 유용성을 증가시키게 된다고 하였으며, 윤성준(2000)의 연구에서는 웹사이트의 신뢰성은 웹사이트의 인지도와 평판(reputation) 같은 이미지 변수에 유의하게 반응하였으며, 웹사이트 사용의 만족도는 웹사이트의 실제성에 더 민감하게 반응하였다. 또한 웹사이트 사용의 만족적인 경험은 웹 사이트 신뢰도와 상관관계가 있음을 제시하였다.

편제접속성(Ubiquity Connectivity)은 유비쿼터스 서비스의 고유한 특성으로 언제 어디서나 사물들이 서로 네트워크로 연결되어 인터넷을 비롯

- 3) 모바일에 의해 스마트기기(스마트폰, 태블릿 PC 등)를 통해 부동산 정보서비스를 이용할 수 있도록 공공과 민간에 의해 활발하게 개발하여 제공되고 있다. 국토해양부와 지자체는 스마트 국토정보, 실거래가, 토지이용규제, QR코드 개발 등 다양한 어플을 개발하여 제공하고 있으며, 민간에서도 부동산 정보업체와 금융기관 등에서 다양한 어플 개발, QR코드 제작, 증강현실(KB 스타뷰)에 의한 정보제공을 확대해 가고 있다.
- 4) 이동형(mobile)인터넷과 기존 유선인터넷 환경과의 차이점으로 광기영.이유진(2005)은 시간과 장소에 제한 없이 인터넷에 접속해 처리할 수 있는 즉시 접속성이 차별화된 특성이라 하였으며, 김상훈.진동욱(2006)과 신영미 외(2004)는 이동성과 접근성을 김효정 외(2005)은 개인식별성으로 인한 개인화, 이태민과 전종근(2004), 이성호 등(2006) 등은 휴대 및 이동 편리성에 기인한 편제접속성과 개인 식별, 위치 파악, 시간 인식에 바탕한 정황 인식성(Context Awareness)등을 모바일 인터넷의 유비쿼터스 특성을 제시하고 있다(신현식 외, 2010).

한 다양한 정보를 이용할 수 있는 것을 말한다 (Mark Weiser, 1991). Kannan et al.(2001)은 언제 어디서나 고객에 도달 할 수 있고 고객의 입장에서 자신의 위치에 관계없이 다양한 정보를 받을 수 있으며 실시간에 의한 커뮤니케이션이 가능한 특성이라 정의하고 있다.

모바일 환경이 지니고 있는 편제접속성과 이동성은 언제 어디서나 인터넷에 접속하여 실시간으로 필요한 제품, 정보, 서비스를 제공받거나 커뮤니케이션이 가능하도록 한다. 김호영·김진우(2002)는 이를 즉시접속성이라 정의하고 있으며, 이태민·정종근(2004)은 언제 어디서나 접속 가능하다는 점을 표현하기 위해서 유비쿼터스 접속성(Ubiquitous Connectivity)이라 개념화 하였다.

이와 같이 언제 어디서나 다양한 정보를 이용할 수 있는 편제접속성은 기존의 온라인 서비스와 차별되는 모바일 서비스로서 서비스 만족도에 영향을 줄 수 있을 것이다.

Lee and Jun(2007)은 ‘상황 인식성’을 변수로 하는 모바일 고객관리 마케팅의 연구에서 소비자 만족과 재구매 의도에 미치는 영향을 분석한 결과 지각된 상황 인식성은 소비자만족과 재구매 의도에 중요한 영향을 미친다고 하였다.

모바일 환경에서 위치기반서비스는 개인화가 가능하도록 함으로서 상황 인식성은 대상 부동산과 관련된 정보를 분석하여 사용자에게 최적화된 정보를 제공할 수 있어 모바일 부동산 정보서비스를 설명하는 중요한 변수라 할 수 있다.

상호작용성(interactivity)은 복잡한 과정에서 둘 또는 그 이상의 커뮤니케이션 당사자들이 상호간 커뮤니케이션 매체, 메시지에 상호 영향을 줄 수 있는 정도와 그러한 영향들이 동시에 일어나는 정도를 말한다(Liu and Shrum, 2002). 이성호

(2006)는 웹사이트에서 ‘상호작용성’이 사용자의 태도와 재방문의도에 영향을 준다고 하였으며 모바일 콘텐츠 서비스에 TAM을 확장 적용하면 상호작용측면이 모바일 콘텐츠를 사용하고자 하는 개인의 태도와 실질적인 행동의도에 긍정적인 영향을 준다고 가정 하고 있다. 이태민·정종근(2004)은 상호작용성의 구성요인을 상황기반 제공성으로 개념화하고 측정문항을 개발하여 실증 하였다.

또한 모바일에 의해 제공되는 정보서비스로 인식되는 사용자 만족도는 재사용 의도에 영향을 미칠 것이다. 그 이유는 사용자가 모바일 부동산 정보서비스를 이용하고 난 후에 만족했을 경우 다시 서비스를 사용할 가능성이 높게 되지만 만족하지 않았을 경우 다시 사용할 가능성이 높지 않기 때문이다(이성호, 2006).

3. 선행연구 고찰

본 연구와 연관된 선행연구는 웹 기반의 부동산 정보서비스의 품질에 대한 연구와 모바일 정보서비스에 대한 연구로 대별될 수 있다.

먼저 웹 기반의 부동산 정보서비스 품질에 대한 연구로는 부동산 거래정보망의 활용도를 높이기 위한 제도상 문제점을 검토하고 개선방안을 제시하는 다수의 선행연구(장영철, 2003; 윤호진, 2004; 전남예·이창석, 2005)가 있으며, 최민섭·신종철(2007)은 인터넷 부동산 서비스 품질을 구성하는 하위차원인 부동산 정보, 의사소통, 디자인, 접속편의성, 시스템이라는 요인이 모두 고객 만족과 재방문의도에 유의한 영향을 미친다는 것을 실증하였다. 또한 채현길 외(2009)는 부동산 거래정보망이 어떠한 요인에 의해 선택하고 만족

도에 영향을 미치는지를 실증 분석하여 이용편의성, 정보의 질, 콘텐츠, 경제성, 상호작용성을 중요한 요인으로 인식하며 상호작용성, 콘텐츠, 이용편의성, 경제성, 정보의 질 순으로 만족도에 영향을 미치는 것으로 밝혔다.

경정익, 임병준(2010)은 부동산 정보시스템의 사용자 만족도를 높이는 중요한 변수는 정보품질, 시스템품질 순이며, 활용도를 높이는 중요한 변수는 서비스 품질, 정보품질 순임을 밝혔다.

또한 모바일 정보서비스의 만족도와 재사용의도에 대한 연구는 다양한 분야에서 활발하게 연구가 진행되고 있다.

모바일 서비스에 확장된 기술수용모델(TAM)을 적용한 선행연구로 이성호(2006)는 상호작용성과 지각에 영향을 미치는 모바일 콘텐츠의 유비쿼터스 속성으로 편제접속성, 상황인식성, 놀이성을 제시하고 이들 유비쿼터스 특성에 의해 지각된 상호작용성은 사용자의 태도 및 행동에 미치는 결과로서 지각된 성과 및 만족감, 사용의도에 긍정적인 영향을 미친다고 하였다. 박현지 외(2009)는 지각된 유용성, 지각된 용이성, 사회적 영향, 즉시접속성 등은 지각된 가치에 긍정적인 영향을 미친다고 하였다. 이외에 많은 선행연구에서 웹과 모바일 상황에 맞게 TAM모형을 확장함으로써 기존의 지각된 사용용이성과 지각된 유용성을 재 확인 하였으며 모바일 정보서비스에서 중요한 역할을 하는 신뢰성과 즉시 접속성과 주변상황 인식성이 활발할 때 사용자는 긍정적인 태도가 형성되며, 구성요인별로 재사용의도에 중요한 영향이 있다고 하였다(최현식·최현민, 2010).

따라서 이와 같은 선행연구 결과와 앞에서 논의한 모바일 정보서비스의 특성과 부동산 정보와 정보서비스의 특성에 바탕을 두고 모바일 부동산 정보서비스의 특성을 신뢰성, 편제접속성, 상황인식성, 상호작용성을 선정하였다).

Ⅲ. 연구설계

1. 연구모형

본 연구는 사용자 관점에서 모바일 부동산 정보서비스의 어떠한 요인이 부동산정보서비스의 만족도와 재사용의도에 영향을 미치는지 밝히고자 하는 것이다.

따라서 TAM을 확장하여 지각된 유용성과 용이성 그리고 신뢰성, 편제접속성, 상황인식성, 상호작용성을 독립변수로 하고, 만족도와 재사용의도를 종속변수로 하여 <그림 1>과 같이 연구모형을 설정하였다.

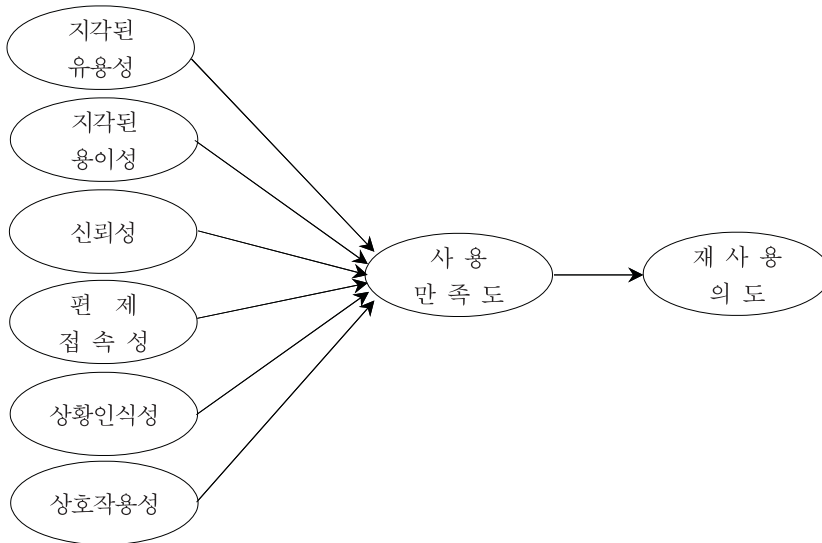
2. 표본설정 및 분석방법

현재 공공과 민간기관에서 제공되는 부동산 정보서비스는 유선에 의한 인터넷에서 무선인터넷으로 전환되는 과도기로서 아직은 모바일기기를 통해 이용 가능한 서비스가 제한적일 뿐 아니라, 이를 이용하는 이용자도 극히 일부에 한정되어 있는 실정이다.

따라서 본 연구는 모바일에 의한 부동산 정보

5) 본 연구에 부동산전문가 5명(부동산학 교수 3명, 정보통신 교수 2명)의 의견 수렴을 통해 모바일 부동산 정보서비스의 특성 4가지를 선정하여 확장된 기술수용모형을 적용하였다.

〈그림 1〉 연구모형



서비스를 이용한 경험자를 대상으로 인식조사를 하기 위하여 부동산학을 전공하는 대학(원)생 그리고 공인중개사로 활동을 하거나 준비중에 있는 부동산 공인중개사를 대상으로 하였다.

설문조사는 2011년 10월 27일부터 2012년 1월 29일까지 내용적 타당성을 높이기 위하여 연구자가 설문조사 이전에 모바일 부동산 정보서비스에 대한 직접 교육을 실시한 후 설문조사를 실시하였다. 특히 설문문항에 모바일 부동산 정보서비스 사용 유무를 확인할 수 있는 문항을 삽입하여 “사용하지 않음”이라고 응답한 27명을 제외한 208명을 대상으로 수집된 데이터는 SPSS V.18과 Amos V.18을 이용하여 구조방정식 분석모형에 의해 검증하였다.

III. 실증분석

1. 표본 특성

본 연구에 사용된 표본의 특성을 살펴보면 성별로는 남자가 56.2% 여자가 43.8%이며, 연령별로는 50대가 33.6% 40대가 29.4% 30대가 23.0% 순으로 나타나고 있으며, 학력은 78.2%가 대졸 이상으로 부동산공인중개사는 과거에 비해 연령대가 폭이 넓어지고 대학교 졸업 이상이 주로 분포되는 추세이며, 인터넷 검색주기와 모바일 기기 사용에 대한 조사에서 33.7%로서 모바일 정보를 수용하는데는 매우 긍정적인 효과를 나타날 것으로 보인다.

6) 설문조사는 연구의 내용타당성을 높이기 위하여 모바일 부동산 정보서비스를 실제 이용을 경험한 부동산학과 재학생(경원대학교 ; 15명, 서일대학교 : 28명)와 부동산 공인중개사 등 208명을 대상으로 하였다

2. 측정도구 및 자료 분석

본 연구에서는 선행연구에서 타당성과 신뢰성이 확보된 변수와 세부 측정문항을 다음<표 2>

<표 3>과 같이 선정⁷⁾하여 5점 리커트(Likert)형식(1=전혀 아니다, 5=매우 그렇다)의 다문항 척도로 측정하였다.

<표 1> 표본의 주요 특성

주요 특성		빈도	%	주요 특성		빈도	%
성 별	남자	116	55.8	주 기	5-6회	12	5.8
	여자	92	44.2		7-8회	31	14.9
연 령	20대	26	12.5	모바일기 기 사용 기간	3개월 미만	42	20.2
	30대	53	25.5		3-6개월	48	23.1
	40대	59	28.4		7-11개월	38	18.3
	50대	65	31.3		1-2년	35	16.8
	60대이상	5	2.4		2년이상	45	21.6
학 력	고졸이하	45	21.6	모바일기 기 사용 숙련정도	능 숙	18	8.7
	대학졸/재학	142	68.3		잘 사용	52	25.0
	대학원 이상	21	10.1		보 통	92	44.2
인터넷 검색	매일	67	32.2	계	서투름	46	22.1
	1-2회	66	31.7		208	100	
	3-4회	32	15.4				

<표 2> 독립변수의 세부측정항목

변 수	측 정 항 목		선행 연구자
지각된 유용성 (A)	적합한 정보시스템 선택활용	A1	DeLone & McLean(2003) 손병모(2005), 김현명(2007) 경정익 · 임병준(2010)
	다양한 정보제공	A2	
	업무수행에 정보의 활용 정도	A3	
	업무수행에 모바일 정보시스템 사용 빈도	A4	
	정보수집 시간 절약 정도	A5	Gefen et al.(2003)
	의사결정에 유용성	A6	Davis(1989)
지각된 용이성 (B)	이용방법의 용이성	B1	Davis(1989) Venkatesh & Davis (2000)
	주위 도움이 필요한 정도	B2	
	간단하고 알기 쉬운 정도	B3	
	정보등록과 검색의 편의성	B4	
	검색된 정보의 이해	B5	
	모바일 정보망의 보완 발전 정도	B6	

7) 선정된 변수와 측정항목은 1차적으로 전문가(부동산학과 정보통신 교수 3명)에 의해 검토가 이루어진 이후 보완이 된 설문지를 통해 설문조사가 이루어졌다.

〈표 2〉 계속

변 수	측 정 항 목		선행 연구자
신뢰성 (C)	최신정보로 갱신되어 정확	C1	Fogg et al.(2001) DeLone & McLean(2003) 경정익 · 임병준(2010)
	시기에 맞는 정보제공	C2	
	최신의 정보제공	C3	
	입력한 정보의 안정성	C4	
	전반적인 신뢰성	C5	
편제 접속성 (D)	언제 어디서나 서비스 이용	D1	최현식 · 박진우(2009) 신현식 외(2010)
	필요할 때 즉각적인 정보검색 및 사용	D2	
	장소에 제한없는 정보검색 및 사용	D3	
	모바일기기의 휴대 편리 정도	D4	
	이동중 인터넷 사용 편리 정도	D5	
상황 인식성 (E)	내 위치에 맞는 정보 서비스 사용	E1	최현식 · 박진우(2009) 신현식 외(2010)
	내 특성에 맞는 정보 서비스 사용	E2	
	정보 서비스의 적시 사용	E3	
	나에 최적화된 정보 서비스 사용	E4	
	필요한 시간과 장소에 적합한 정보 사용	E5	
상호 작용성 (F)	사용자 관점에서 정보망 제공	F1	최현식 · 박진우(2009) 문제학(2010)
	사용자 의견과 질문에 신속한 응답	F2	
	사용자 의견의 적극적 수용	F3	
	질문에 대한 신속한 답변	F4	
	다른 사용자의 유용한 정보 제공	F5	

〈표 3〉 종속변수의 세부측정항목

변 수	측 정 항 목		선행 연구자
이용자 만족도 (G)	충분한 정보의 제공	G1	최민섭 · 신종철(2006) 최민섭(2005) 최현식 · 박진우(2009)
	제공되는 정보의 정확성	G2	
	안정적인 홈페이지 관리	G3	
	편리한 정보시스템 사용	G4	
	전문적인 부동산 정보 제공	G5	
	정보시스템의 개선 요구 반영 정도	G6	
	최신 정보로 업데이트	G7	
	정보조회 응답속도	G8	
재사용 의도 (H)	모바일 부동산 정보서비스 사용 빈도	H1	
	주변에게 사용 권유	H2	
	앞으로 모바일 부동산서비스 적극 이용	H3	
	앞으로 모바일 부동산서비스 계속 이용	H4	

2. 선행 변수들의 신뢰성 및 타당성 분석

연구모형에 대한 본격적인 실증분석을 하기 전에 연구모형의 구성개념에 대한 측정의 적절성을 확보하였는지에 대한 검토를 실시하였다.

선행연구를 통하여 선정된 측정변수는 척도순화과정을 통해 구성요인을 추출하기 위하여 주성

분 분석(principle component analysis)을 하였으며, 요인적재치의 단순화를 위하여 직교회전 방식(varimax)을 채택하였다. 본 연구에서의 채택 가능한 측정문항의 선정기준으로 고유값(eigen value)은 1.0이상, 요인적재치는 0.5이상 으로 하였다. 요인분석을 실시한 결과 모바일 부동산 정보서비스의 특성에 영향을 미치는 요인으로 먼저

〈표 4〉 독립변수의 요인분석 결과

구 분	요 인 적 재 값						신뢰도 (크론바
	A	B	C	D	E	F	
E3	.763	.195	.103	.267	.149	.222	.889
E2	.758	.177	.098	.215	.144	.213	
E1	.732	.086	.130	.270	.218	.061	
E4	.665	.402	.113	.204	.064	.168	
E5	.637	.437	.130	.198	.033	.147	
F2	.205	.827	.109	.122	.094	.091	.847
F4	.036	.790	.079	.151	.167	.135	
F3	.227	.790	.068	.148	.143	.096	
F5	.239	.589	.234	.099	.008	.278	
F1	.403	.535	.014	.062	.099	.187	
A2	.037	.111	.821	.013	.093	.197	.831
A1	.150	-.019	.788	.028	.177	-.048	
A3	.025	.157	.734	.037	-.063	.148	
A4	.156	.033	.724	.102	.233	-.149	
A5	.066	.081	.604	.253	.128	.257	
A6	.078	.214	.511	.104	.060	.444	
D3	.164	.139	.104	.874	.093	.012	.873
D4	.164	.134	.043	.829	.165	.049	
D2	.286	.101	.100	.736	.204	.200	
D1	.258	.203	.120	.661	.125	.261	
D6	.385	.103	.124	.524	.329	-.100	
B3	.157	.136	.099	.127	.809	.054	
B4	.085	.182	.061	.167	.772	.206	.837
B1	.153	-.056	.191	.171	.748	.187	
B5	.087	.184	.152	.152	.680	.177	
C3	.218	.220	.037	.148	.148	.822	.864
C2	.215	.155	.139	.122	.215	.766	
C1	.147	.191	.187	.024	.253	.742	

요인추출 방법: 주성분 분석, 회전 방법: Kaiser 정규화가 있는 베리맥스.

a 6 반복계산에서 요인회전이 수렴되었음.

〈표 5〉 종속변수의 요인분석 결과

구 분	요 인 적 재 치		신뢰도 (크론바 알파)
	G	H	
G1	.800	.239	.908
G2	.793	.214	
G3	.825	.083	
G4	.713	.251	
G5	.787	.272	
G6	.737	.080	
G7	.720	.293	
G8	.640	.264	
H1	.192	.908	.945
H2	.307	.831	
H3	.241	.920	
H4	.195	.922	

요인추출 방법: 주성분 분석, 회전 방법: Kaiser 정규화가 있는 베리맥스.

a 3 반복계산에서 요인회전이 수렴되었음.

독립변수는 선행연구를 통하여 선정된 요인과 동일하게 6개 요인으로 추출되었으나 이론구조에 맞지 않게 적재된 4개 측정항목을 제거하여 최종적으로 28개 문항이 채택되었다. 종속변수는 모바일 부동산 정보서비스의 만족도와 재사용 의도는 그대로 2개요인 12개 항목이 채택되었다. 이와 같이 부적절한 항목을 일부 제거한 후 Cronbach α 값을 기준으로 측정항목의 신뢰성을 평가하고 구성개념의 타당성을 검토한 결과를 보면 다음 <표 4> <표 5>와 같이 높은 신뢰성을 보이고 있는 것으로 확인할 수 있다.

4. 구조방정식모형 분석을 통한 가설검증 결과 및 시사점

본 연구는 사용자 관점에서 모바일기기에 의한 부동산 정보서비스를 이용하면서 자각되는 만

족도와 재사용 의도에 어떠한 요인이 영향을 미치는지를 밝힘으로서, 이러한 실증연구 결과를 바탕으로 모바일 부동산 정보서비스의 활성화에 대한 전략적 시사점을 제시하고자 하는 것이다. 따라서 이러한 연구목적을 달성하기 위하여 이론적 배경 하에 설정한 각각의 가설을 검증하고 관련 개념들 간에 인과관계를 알아보기 위하여 구조방정식 모형(Structure Equation Model)을 구축하고 Amos 18.0을 이용하게 되었다.

구조방정식 모형의 적합성은 절대적합지수(AFM: Absolute Fit Measure), 증분적합지수(IFM: Incremental Fit Measure), 간명적합지수(PFM: Parsimonious Fit Measure)를 이용하였다. 적합도의 기준은 GIF(Goodness-of-Fit Index: ≥ 0.90 이 바람직함), AGFI(Adjusted Goodness-of-Fit Index: $\geq 0.85 \sim 0.90$ 이 바람직함), NFI(Normed Fit Index: ≥ 0.90 이 바람직함), RMSEA (Root Mean

〈표 6〉 확인요인분석 결과

구성개념		초기 항목수	최종 항목수	χ^2	p	CMIM/DF	RMR	AGFI	NFI	RMSEA
독립	A-Factor	6	4	26,099	0.000	13,049	0.039	0.688	0.913	0.241
	B-Factor	4	4	5,302	0.071	2,651	0.013	0.937	0.984	0.089
	C-Factor	5	4	3,858	0.145	1,979	0.010	0.955	0.990	0.067
	D-Factor	6	4	27,659	0.00	13,830	0.028	0.882	0.940	0.249
	E-Factor	5	4	35,128	0.00	17,564	0.030	0.576	0.924	0.283
	F-Factor	5	4	2,809	0.245	1,405	0.009	0.967	0.992	0.044
중속	G-Factor	8	4	10,217	0.006	5,109	0.015	0.886	0.977	0.141
	H-Factor	4	4	7,463	0.024	3,732	0.006	0.918	0.991	0.115

Square of Approximation: $\leq 0.05 \sim 1$), χ^2 (특정항 기준은 없고 작을수록 바람직함), χ^2 에 대한 p값(≥ 0.05 이상)등을 설정하였다(송지준, 2009).

1) 측정변수의 확인요인분석 결과

구성개념들 간의 인과관계를 분석하기에 앞서 각 측정변수들의 단일차원성을 검증하였다. 일반적으로 탐색요인분석보다는 확인요인분석이 단일차원성 검증에 보다 바람직하기 때문에 각각 측정변수들을 확인요인분석을 실시하였으며 그 결과는 <표 6>과 같다.

확인요인분석 결과중 B, C, F-Factor를 제외한 다른 변수들은 χ^2 의 확률치 값이 임계치를 미치지 못하였으나 다른 적합도 지수들을 만족함으로써 적합한 것으로 나타나 본 연구의 구조방정식 모형을 구축하는데 문제가 없다고 할 수 있다.

2) 측정모델의 평가

확인요인분석을 토대로 하여 측정모델의 적합도를 검증한 결과 만족할 만한 수준을 보이고 있다. 따라서 측정모델의 적합도 수준을 향상시키기 위하여 SMC(Squared Multiple Correlations)

값을 기준으로 문항을 추가로 제거하였다. 그 결과 카이제곱(χ^2) 검증에서 $\chi^2=94.591(p=.097)$ 으로 나타나고 다른 적합도 지수인 GFI, AGFI, CFI, IFI는 기준인 0.9를 모두 초과하고 있어 모델적합도는 수용 가능한 수준으로 평가할 수 있다.

또한 측정항목들과 개념간의 비표준화 요인부하값과 다중상관지수(SMC)값을 보면 잠재변수와 측정변수간 관계에 대한 모수추정치가 모두 0보다 큰 값을 나타내고 있으며 이들 추정치에 대한 C.R.(Critical Ratio)값도 모두 2를 초과하고 있다.

<표 7>에서 나타난 바와 같이 SMC값은 모두 0.4이상으로 나타나 잠재변수는 해당 측정변수들의 변량을 잘 설명하고 있으며, 잠재변수의 Cronbach α 값이 0.769~0.945사이로 높은 신뢰도 수준을 나타내고 있다.

3) 가설검증 결과 및 시사점

가설 검증 결과 <표 8>은 <그림 1>의 제안모델에 대한 구조방정식 모형의 측정치 결과이다. 제안모델은 전반적으로 수용 가능한 모델 적합도를 나타내고 있다.

본 연구에서 가설검증을 실시한 결과 설정한 7

〈표 7〉 측정모델 검증 결과

잠재변수	측정 변수	요인 적재치	표준화된 요인적재치	S.E.	C.R.	SMC	Cronbach α
A-Factor	A1	1.000*	0.844	-	-	0.712	0.769
	A4	0.888	0.741	0.182	4.878	0.549	
B-Factor	B4	1.000*	-	-	-	1.499	-
C-Factor	C3	1.000*	0.852	-	-	0.727	0.839
	C2	0.909	0.848	0.082	11.083	0.720	
D-Factor	D4	1.000*	0.847	-	-	0.718	0.856
	D3	0.918	0.893	0.083	11.061	0.798	
E-Factor	E4	1.000*	0.867	-	-	0.752	0.856
	E5	0.994	0.863	0.075	13.252	0.744	
F-Factor	F2	1.000*	0.858	-	-	0.736	0.833
	F3	0.930	0.832	0.082	11.395	0.692	
G-Factor	G2	0.917	0.789	0.076	12.053	0.623	0.837
	G3	1.000*	0.832	-	-	0.629	
	G4	0.926	0.766	0.080	11.644	0.586	
H-Factor	H1	0.992	0.909	0.051	19.451	0.827	0.853
	H2	0.893	0.828	0.054	16.392	0.685	
	H4	1.000*	0.916	-	-	0.839	
측정모델 적합도	$\chi^2=111.513$, $df=92$, $p=.064$, $CMIN/DF=1.234$, $RMR=.021$, $GIF=.942$, $AGFI=.903$, $CFI=.942$, $NFI=.944$, $IFI=.989$, $RMSEA=.034$.						

주) * 측정모형에서 측정변수의 모수추정치를 처음 1로 고정시킨 값임.

개의 연구가설중 6개가 채택되었다. 즉 모바일 부동산 정보서비스의 특성 중 지각된 용이성을 제외한 지각된 유용성, 신뢰성, 편제접속성, 상황 인식성, 상호작용성은 이용자 만족도에 유의한 영향을 주는 것으로 밝혀졌으며, 만족도는 재사용의도에 유의한 영향을 주는 것으로 밝혀졌다.

본 연구에서 Amos 18.0을 이용하여 도출된 연구모형을 검증한 결과 <그림 1>에서 나타난 바와 같이 전반적으로 적합도 지수는 충족되고 있다. 절대적합지수 중의 하나인 카이 스퀘어(χ^2)값이 권장기준을 완전히 충족시키지는 못하고 있지

만 일부지수들이 권장수준 내에 있다면 연구모형은 적합성을 수용할 수 있다는 측면에서 다른 지표들을 검토하였다. 즉 RMR, GIF, AGFI, CFI 등의 지표들은 수용 가능한 수준을 나타내고 있어 연구모형은 대체로 적합하다고 할 수 있다.

경로분석 결과⁸⁾를 보면 각 변수들과의 경로계수는 유의적인 영향을 미치는 것으로 판단할 수 있어 제시된 연구모형을 토대로 다음과 같은 가설검증 결과를 도출하였다.

지각된 유용성이 만족도에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 연구가설 1을 살펴보면 경로계수

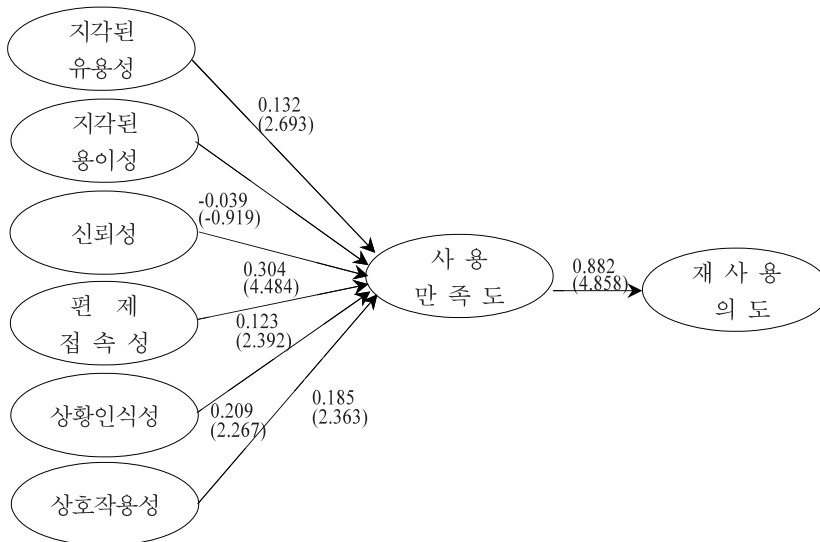
8) 연구모형에서 6개의 독립변수와 2개의 종속변수 사이의 경로분석을 통하여 매개효과 검정을 실시한 결과 유의확률이 모두 $p>0.05$ 으로 6개 독립변수와 재사용의도의 간접효과(매개효과)는 통계적으로 유의하지 않는 것으로 나타났다.

〈표 8〉 구조방정식 모형을 이용한 가설 검증 결과

가설	경로	경로 계수	표준 오차	CR	P	채택 여부
1	지각된 유용성→만족도	0.132	0.049	2.693	0,007*	채택
2	지각된 용이성→만족도	-0.039	0.042	-0.919	0,358	기각
3	신뢰성 →만족도	0.304	0.068	4.484	***	채택
4	편제접속성 →만족도	0.123	0.051	2.392	0,017*	채택
5	상황인식성 →만족도	0.209	0.092	2.267	0,023*	채택
6	상호작용성 →만족도	0.185	0.078	2.363	0,018*	채택
7	만족도 →재사용의도	0.882	0.182	4.858	***	채택
적합도	$\chi^2=141.369$, $df=97$, $p=.002$, $CMIN/DF=1.457$, $RMR=.032$, $GIF=.927$, $AGFI=.884$, $CFI=.977$, $NFI=.930$, $IFI=.977$, $RMSEA=.047$.					

* P<0.05, *** P<0.01에서 통계적으로 유의함

〈그림 2〉 제안모델의 추정 결과



주) 경로계수는 표준화된 경로계수, ()는 C.R.값임.

0.132, 표준오차 0.049, $t = 2.693(>\pm 1.96)$, $p = 0.007$ 로 가설은 채택하였다. 이것은 모바일 부동산정보 서비스 이용에 있어서 지각된 유용성은 이용자의 만족도에 영향을 미치는 중요한 요인이라는 것이다.

지각된 용이성은 만족도에 정(+)의 영향을 미

칠 것이라는 연구가설 2를 살펴보면 경로계수 -0.039, 표준오차 0.042, $t=-0.919(<\pm 1.96)$, $p=0.358$ 로 가설은 기각되었다. 모바일 부동산 정보 서비스의 이용에 대한 이용 방법이 어렵지 않고 다양한 부동산 정보 서비스 이용 경험이 있는 이용자들의 의식 수준과 숙련도를 고려한다면 지각된

용이성이 부동산 정보서비스의 만족도에 유의한 영향을 미치지 않는다는 것이다.

신뢰성은 만족도에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 연구가설 3은 경로계수 0.304, 표준오차 0.068, $t=4.484(>\pm 1.96)$, $p=0.000$ 으로 채택되었다. 부동산 정보의 신뢰성은 부동산 활동을 결정하는 중요한 요인임을 알 수 있다.

상황 인식성이 만족도에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 연구가설 4를 살펴보면 경로계수 0.123, 표준오차 0.051, $t=2.392(>\pm 1.96)$, $p=0.017$ 로 가설이 채택되었다. 이는 상황에 따른 적절한 유비쿼터스 서비스가 제공된다면 이용자의 만족도를 증대시킬 수 있다는 것이다.

편제접속성은 만족도에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 연구가설 5를 살펴보면 경로계수 0.209, 표준오차 0.092, $t=2.267(>\pm 1.96)$, $p=0.023$ 으로 가설이 채택되었다. 이것은 언제 어디서나 이용자가 원할 때 부동산 정보서비스를 받게 된다면 만족도가 높아진다는 것을 의미하는 것이다.

상호 작용성이 만족도에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 연구가설 6을 살펴보면 경로계수 0.185, 표준오차 0.078, $t=2.363(>\pm 1.96)$, $p=0.018$ 로 가설이 채택되었다.

선행 연구에서 제시하였던 바와 같이 부동산 정보의 이용자·부동산정보·매체(모바일 기기) 간 원활한 상호작용을 통한 유용한 부동산 정보의 획득은 만족도에 영향을 미친다는 것이다.

만족도는 재사용의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 연구가설 7에서는 경로계수 0.837, 표준오차 0.118, $t=7.074(>\pm 1.96)$, $p=0.000$ 로 나타나 가설은 채택되었다. 이는 모바일 부동산 정보서비스에 대한 이용자들의 만족도가 높을수록 웹사이트를 재방문하려는 의도가 증가한다는 것을

의미한다고 할 수 있다.

IV. 결 론

1. 연구의 요약

모바일 스마트기기의 이용이 급속도로 확산되어 가는 현시점에 모바일 부동산 정보를 효율적으로 제공하기 위한 핵심요인이 무엇인지를 밝히는 연구는 매우 중요한 것이라 할 수 있다. 따라서 본 연구에서는 모바일 부동산 정보서비스를 이용함에 있어 자각되는 만족도와 재사용 의도에 어떠한 요인이 영향을 미치는지를 밝힘으로써, 이러한 실증연구 결과를 바탕으로 모바일 부동산 정보서비스의 활성화에 대한 전략적 시사점을 제시하는데 목적을 두고 있다.

구조방정식 모형에 의해 가설을 검증한 결과를 정리하여 보면, 먼저 모바일 부동산 정보서비스에 대한 지각된 유용성은 만족도에 정(+)의 영향을 미친다는 것이다. 이는 모바일에 의해서 획득되는 부동산 정보가 부동산활동에 유용할수록 만족도가 향상된다는 것을 의미하고 있어 지각된 유용성이 시스템 이용의 중요한 결정 요인이라는 기존의 연구 결과 (Davis et al. 1989 ; Venkatesh & Davis. 2000)과 일치하고 있다.

반면 모바일 부동산 정보서비스에 대한 지각된 용이성은 선행연구 결과에 따른 예상과는 달리 만족도에 영향을 미치지 않는다는 것이다. 모바일에 의한 스마트기기는 사용자들의 의식 수준과 사용 숙련도가 과거에 비하여 높아졌기 때문에 스마트기기 사용 방법에 대한 수월성이 정보 단말기 수용 요인에 더 이상 포함되지 않을 수도

있음을 시사하고 있는 것으로 판단된다.

모바일에 의해 제공되는 부동산 정보서비스의 신뢰성은 만족도에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 웹 사이트 사용의 만족적인 경험은 웹사이트 신뢰도와 상관관계가 있음을 밝힌 윤성준(2000)의 연구 결과와도 일치하고 있다.

상황인식성은 만족도에 매우 큰 영향이 있는 것으로 밝혀졌으며, 이러한 결과는 만족도에 직접적인 결정요인으로 작용하고 있다. 즉 이용자가 처해진 상황에서 모바일 부동산 정보를 사용함으로써 정보사용의 만족은 지각하여 모바일 부동산 정보를 계속해서 이용할 의사를 가지고 있음을 의미하는 것이다.

모바일 부동산정보 서비스는 이용자에게 주변 상황을 고려한 정보를 제공함으로써 만족도를 증가시켜 줄 것이며, 이는 재사용 의도에 큰 영향을 주는 요인이라는 점을 의미하고 있다.

2. 시사점

본 연구는 모바일 부동산 정보서비스 이용자를 대상으로 모바일 부동산 정보서비스의 특성이 이용자의 태도(만족도) 및 행동 결과(재사용)에 미치는 영향에 대해 조명하여 얻은 이론적 시사점은 다음과 같다.

첫째, 모바일 부동산 정보서비스에 대한 지각된 유용성과 신뢰성은 만족도에 유의한 영향을 미친다는 것이다. 이러한 연구결과는 이용자에게 유용하고 신뢰할 수 있는 부동산 정보서비스를 통해 부동산 활동의 의사결정 시간을 단축하고 유용하게 해주는 긍정적인 성과를 얻게 되면 더욱 만족감을 느끼게 되고 결국 모바일 부동산 정보서비스의 재사용하게 된다는 것이다. 따라서

모바일 부동산 정보서비스를 제공하는 공공기관과 민간업체에서는 정확하고 다양한 부동산 정보 서비스를 제공할 수 있는 시스템을 개발하여 이용자들이 사용가치를 더 느끼게 하여야 할 것이다.

둘째, 언제 어디서나 접속이 가능한 상태에서 이용자를 중심으로 위치기반서비스(LBS)에 의한 다양하고 상세한 부동산 정보가 제공된다면 부동산 정보서비스의 만족도와 재사용 욕구가 더욱 활발해 질 수 있음을 시사한다. 뿐만 아니라 현재 상황인식성 부분은 디지털 지도 관련 콘텐츠 업체들의 경쟁이 치열하여 향후 위치기반에 의한 정보 콘텐츠 관련 산업 규모의 확장이 예상된다.

셋째, 상호작용은 모바일 부동산 정보서비스의 만족도를 증가시키는 요인으로 부동산 활동에 필요한 정보를 사용자간 또는 사용자와 모바일 매체 간 원활한 상호작용성이 더욱 중요하다는 것이다.

3. 연구의 한계

본 연구는 모바일 부동산 정보서비스의 이용을 설명하는데 기존의 정보기술수용 이론에 모바일 부동산 정보서비스 특성을 결합시킨 확장된 TAM 모형을 구성하여 이용자의 만족도와 재사용 의도를 고찰하였다. 이러한 연구결과는 향후 모바일 부동산 정보서비스 분야의 연구에 이론적 토대를 제공해 줄 수 있다는 점에서 의미가 있다고 하겠다.

그러나 자료수집과 연구의 일반화 측면에서 한계점을 가진다. 먼저 자료수집 과정에서 아직은 모바일에 의한 부동산 정보를 이용하는 일반인은 제한되어 부동산학을 전공한 학생과 부동산 공인중개사를 대상으로 인식분석을 함으로써 일

반화하기에는 한계가 있어 보인다. 그리고 연령대에 따라 모바일에 의한 정보수집 사용이 다를 수 있다.

따라서 연령대에 대한 집단 간 비교 분석을 통해 차별적 영향이 있는지에 대해 향후 연구가 요구되어 진다.

논문접수일 : 2012년 5월 23일

논문심사일 : 2012년 6월 7일

게재확정일 : 2012년 7월 5일

참고문헌

1. 강병기 · 이국철 · 이창석, 「부동산 정보서비스업」, 형설출판사, 2005
2. 김정익 · 임병준, “부동사 정보시스템의 품질이 중개업무성과에 미치는 영향 : 부동산 공인중개사를 대상으로”, 「부동산학연구」, 제16집 제1호, 한국부동산분석학회, 2010, pp. 5-23
3. 광기영, 이유진, “디지털 컨버전스 시대의 모바일 뱅킹 사용의도 결정요인에 관한연구”, Information Systems Review, 제7권 제2호 2005, pp. 85-100
4. 김근형 · 김시연 · 이봉규, “모바일콘텐츠 서비스의 성공전략에 관한 실증 연구”, 「한국콘텐츠학회논문지」 제6권 제10호, 한국콘텐츠학회, 2006, pp. 89-98
5. 김상훈 · 진동욱 “모바일상거래성과의 영향요인에 관한연구”, 「e-비즈니스연구」 제7권 제2호, 국제 e-비즈니스학회, 2006, pp. 185-213
6. 김종욱 · 신승균 · 김병곤, “정보시스템 사용자의 기대, 시스템의 지각된 성능, 기대불일치가 사용자 만족에 미치는 영향에 관한 실증적 연구”, 「경영정보학연구」, 제14권 제1호, 한국경영정보학회, 2004, pp.101-123
7. 김현명, “IT 서비스 관리시스템 성숙도가 정보시스템 아웃소싱 성공에 미치는 영향에 관한 연구”, 건국대학교 대학원 석사학위논문, 2007
8. 김영진, 「부동산학 총론」, 서울: 경기문화원, 1980
9. 김호영 · 김진우, “모바일 인터넷의 사용에 영향을 미치는 중요 요인에 대한 실증적 연구”, 「경영정보학연구」, 제12권 제3호, 한국경

- 영정보학회, 2002, pp. 90-113.
10. 김효정 · 한창희 · 서보밀 · 김근중, “모바일게임 이용의도에 영향을 미치는 요인에 관한연구”, 「한국전자거래학회지」 제10권 제1호, 한국전자거래학회, 2005, pp. 1-19
 11. 문제학, “인터넷쇼핑몰 유형별 상호작용성이 만족도와 추천의도에 미치는 영향”, 「한국콘텐츠학회논문지」, 제10권 제1호, 한국콘텐츠학회, 2010, pp. 239-246
 12. 박현지 · 권영국 · 이호근 · 주현식 · 최정순 · 박중환, “유비쿼터스 관광서비스에 대한 이용관광객의 선호태도 분석”, 「관광레저연구」, 제20권 제2호, 한국관광레저학회, 2008, pp. 249-269
 13. 서진형, “부동산 정보의 효율적 관리를 위한 발전방안 모색”, 「대한부동산학회지」, 제20권, 대한부동산학회, 2002, pp. 94-95
 14. 손병모, "WEB기반 여행사 정보시스템의 사용자 만족도에 관한연구", 경기대학교 관광전문 대학원 박사학위논문, 2005
 15. 송지준, 「SPSS/AMOS 통계분석」, 21세기사, 2009
 16. 신영미 · 이승창 · 이호근 “무선인터넷서비스 수용에 영향을 미치는 요인에 대한 연구: 시스템 특성 사용자인지 그리고 사용”, 「경영학연구」 제33권 제5호, 한국경영학회, 2004, pp. 1283-1310
 17. 신현식 · 송용욱 · 성낙현, “모바일 인터넷과 PC인터넷의 특성차이에 대한 인식이 모바일 인터넷 사용의도에 미치는 영향에 관한 연구”, 「한국전자거래학회지」 제15집 제3권, 한국전자거래학회, 2010, pp. 49-77
 18. 윤성준, “웹쇼핑몰 사이트 신뢰도의 결정요인과 구매의향에 미치는 영향에 관한 시뮬레이션 접근방법”, 「경영학연구」, 제29권 제3호, 한국경영학회, 2000, pp. 353-376
 19. 윤호진, “거래정보망의 활성화방안에 관한 연구”, 동국대학교 석사학위논문, 2004
 20. 이성호, “모바일콘텐츠 서비스의 유비쿼터스 속성이 지각된 상호작용성 및 행동결과에 미치는 영향에 관한 연구”, 서울대학교 박사학위 논문, 2006
 21. 이태민 · 정종근, “유비쿼터스 접속성과 상황기반 제공성이 모바일 상거래 수용의도에 미치는 영향에 관한 연구-기술수용 모델 적용을 중심으로”, 「경영학연구」 제33권 제4호, 한국경영학회, 2004, pp.1043-1071
 22. 임규홍 · 이종호, “모바일 디바이스 특성에 따른 고객만족에 관한 연구”, 「한국전산회계학회지」 제7권 제1호, 한국전산회계학회, 2003, pp. 35~60
 23. 장영철, ‘일산 신도시의 거래정보망에 관한 연구’, 경희대학교 석사학위논문, 2003
 24. 전남예 · 이창석, “민간차원의 부동산거래정보망 실태분석과 전망”, 「부동산학보」, 제25권, 한국부동산학회, 2005, pp. 54-84
 25. 최민섭, “인터넷 부동산 서비스 품질척도의 개발 및 상호인과관계 분석에 관한 연구 - 기술 수용모델(TAM)을 중심으로”, 「부동산학연구」, 제11집 제1호, 한국부동산분석학회, 2005, pp. 69-91
 26. 최민섭 · 신종철, “인터넷 부동산 서비스 품질이 재방문의도에 미치는 영향에 관한 연구”, 「주택연구」 제15권 제1호, 한국주택학회, 2007, pp. 63-98
 27. 최현길 · 문영기 · 서진형, “부동산거래정보망

- 의 선택요인과 만족도에 관한 연구”, 「부동산연구」, 제19집 제2호, 한국부동산연구원, 2009, pp. 237-257
28. 최현식·박진우, “모바일 관광정보서비스의 특성이 만족도와 재사용의도에 미치는 영향”, 「한국콘텐츠학회논문지」 제9권 제9호, 한국콘텐츠학회, 2009, pp. 411-422
 29. 최현식·최현민, “모바일관광정보의 정확성이 관광만족 및 재사용의도에 미치는 영향”, 「관광학연구」 제34권 제5호, 한국관광학회, 2010, pp. 287-306
 30. 한국정보화진흥원, 「스마트시대의 패러다임 변화전망과 ICT 전략」, 2010
 31. Ajzen, I., & M. Fishbein, *Understanding attitude, and predicting social behavior*, New York: Prentice-Hall. 1980
 32. DeLone, W., & E. McLean, “The DeLone and McLean model of information systems success: A ten-year update”, *Journal of Management Information Systems*, Vol. 19, 2003, pp. 9-30
 33. Davis F. D., “Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use and Acceptance of Information Technology,” *MIS Quarterly* Vol. 13, 1989, pp. 318-339
 34. Fogg, B. J. Marshall, J., O. Laraki, A. Osipovich, C. Varma, N. Fang, J. Paul, A. Rangnekar, J. Shon, P. Swani and M. Treinen. “What makes Web sites credible? A report on a large quantitative study”, *CHI 2001 Conference Proceedings*, Vol. 3 No. 1, 2001, pp. 61-68
 35. Gefen, D., E. Karahanna, and D. Straub, W., “Trust and TAM in Online Shopping: An intergrated model”, *MIS Quarterly*, 27(1), 2003, pp. 51-90.
 36. Kannan, P. K., Ai-Mei, A. Winston B, Wireless Commerce: Marketing Issues and Possibilities“, *Proceedings of the 34th Annual Hawaii International Conference System Sciences*, IEEE Computer Society Press, Los Alamitos, 2001
 37. Lederer, A., D. Maupin, J., M. Senza, P., & Y. Zhuang, “The technology acceptance model, and the world wide web”, *Decision Support System*, Vol. 29 No. 3, 2000, pp. 269-282
 38. T. M. Lee and J. Jun K., "Contextual perceived value? investigating the role of contexture marketing for customer relationship management in the mobile commerce context." *Business Process Management Jounaral*. Vol. 13 No. 6, 2007, pp. 798-814
 39. Liu, Yuping and Shrum, L. J., “What Is Interactivity and Is It Always Such a Good Thing? Implications of Definition, Person, and Situation for the Influence of Interactivity on Advertising Effectiveness”, *Journal of Advertising*, Vol. 31 No. 4, 2002, pp. 53 – 64
 40. Venkatesh, V. and F. Davis, D., “A theoretical extension of the technology acceptance model: Four Longitudinal field studies,” *Management Science*, Vol. 46 No. 2, 2000, pp. 186-204
 41. Weiser, M., “The Computer for the 21st Century”, *Science American magazine*. Vol. 265 No. 3, September, 1991, pp. 94-104