

스마트폰에 대한 선호도 및 구매의도에 관한 연구

한 성 희(강원대 전임강사)

본 연구의 목적은 스마트폰의 선택과 구매에 있어 소비자가 지불하여야 하는 비용과 기대하는 유용성 및 사용가치를 살펴보고 사회인구학적 요인 및 사회심리학적 요인이 스마트폰에 대한 선호도와 구매의사에 미치는 영향을 분석하는 것을 목적으로 한다. 가계구성원의 경제활동이 효율적이기 위해서는 투입대비 산출물의 효용이 확대되어야 한다. 본 연구는 스마트폰을 구매하려고 할 때 지각하는 비용과 위험성의 정도를 파악하고 실제 스마트폰을 구매하여 사용하게 될 경우 기대하는 유용성과 사용가치에 대해 분석함으로써 소비자 경제활동의 효율화를 꾀하고 소비자 니즈를 파악하는데 필요한 기초자료를 제공하고자 한다. 연구대상은 인터넷 리서치 전문업체(<http://www.embrain.com>)의 패널 중 20~40대 성인남녀를 대상으로 하였으며 최종적으로 300명의 설문지를 분석하였다. 스마트폰의 선호도와 구매의사는 Rimal & Real(2003), 한성희, 여정성(2007)의 척도를 참조하여 선호도는 제품에 대한 관심과 호감에 관한 내용으로 2문항을, 구매의사는 경제적 여건과 조건이 허락될 경우 구매하고 싶은 정도 등에 관한 내용으로 4개의 문항으로 구성하였다. 지각된 비용 및 위험은 김광재(2007), Crespo(2009)의 척도를 참조하여 7문항을, 인지된 유용성은 Venkatesh & Davis(2000)의 척도를 참조하여 5문항으로 구성하였다. 자료분석방법은 SPSSWIN 12.0 프로그램을 이용하였으며, 빈도와 백분율, Cronbach's α 계수, ANOVA, Duncan, 요인분석, 단계선택방식(Stepwise)방식에 의한 다중회귀분석을 실시하였다. 본 연구결과는 다음과 같다.

첫째, 스마트폰을 구매하는데 있어 지각된 위험 및 비용의 정도(3.80점)와 스마트폰을 구매함으로써 기대하는 유용성의 정도(3.85점)는 매우 높은 수준으로 나타났다. 이는 스마트폰 구매를 위한 경제적, 심리적 비용과 스마트폰 선택과 사용에 대한 두려움과 불안의 정도가 높고 스마트폰의 유용성에 대한 기대치 또한 높은 것을 의미한다. 스마트폰에 대한 선호도와 구매의사는 모두 3.82점 이상으로 나타나 20~40대 성인남녀의 스마트폰에 대한 관심과 호감의 정도가 높고 경제적 여건과 조건이 허락된다면 스마트폰을 구매하고자 하는 정도가 높은 것을 알 수 있었다. 둘째, 스마트폰에 대한 선호도와 구매의사는 연령, 결혼여부, 학력에 따라 집단 간 차이를 보였는데, 20대와 30대, 기혼, 최종학력이 대재/대졸이상인 경우 높게 나타났다. 스마트폰 구매 시 기대되는 유용성은 고졸인 경우보다 대학원졸 이상인 경우 높게 나타났고, 스마트폰 활용가치는 고졸인 경우와 주부인 경우 낮았으며 대학생과 대학원생인 경우 높게 나타났다. 셋째, 스마트폰에 대한 선호도에 영향을 미치는 요인을 분석하기 위해 단계입력식 회귀분석을 실시한 결과, 가장 큰 영향을 미치는 요인은 '유행민감도'였다. 그 다음으로 영향력이 큰 요인은 스마트폰 사용으로 기대되는 유용성과 최종학력이었다. 스마트폰 구매의사에 가장 큰 영향을 미치는 요인은 스마트폰에 대한 선호도였으며 다음으로 스마트폰 사용 시 기대되는 유용성, 소비주의성향, 연령, 사용가치의 순으로 영향력을 미치는 것으로 나타났다. 본 연구결과, 스마트폰에 대한 선호도 및 구매의사와 스마트폰 선택과 구매에 대한 경제적, 심리적 비용과 위험의 정도가 동시에 높은 것으로 나타났다. 이는 스마트폰의 구매결정에 있어 지각되는 경제적, 심리적 비용과 위험수준을 낮추고 스마트폰 사용의 효용수준을 높일 소비자정보의 생성과 전달이 원활히 진행되어야 할 필요성이 있음을 의미한다.