

# 인터넷 매체를 활용한 환경조경정보 이용특성 및 발전방안

최자호\* · 구분학\*\*

\*라펜트 · \*\*상명대학교

## I. 서론

산업화시대의 환경조경은 건축, 환경, 관광, 산림 등의 여러 분야 지식과 기술을 끊임없이 흡수하며 새로운 가치를 창출하여 왔다. 지식정보화시대에 진입하며 정보기술(IT)인 CAD, GIS 등을 활용하기 시작하였으며, 과학기술기본법 제27에 의한 국가과학기술표준분류체계에 진산기술을 이용하여 조경계획, 설계, 시공 등의 과정을 더욱 용이하게 하는 기술로 조경정보학(LB1106)을 추가하여 발전시켰다.

작금의 현실은 정치, 경제, 사회, 문화 등의 사회전반에서 정보기술(IT)과 통신기술(CT)이 합쳐진 정보통신기술(ICT)을 융합하여 활용하고 있다. 이제 각 분야에서는 정보통신기술을 해당 산업에 최적화된 필수 기술로 활용함으로써 새로운 가치를 창출하고 있다. 하지만, 산업별 e-비즈니스 활용률(통계청, 2013)을 살펴보면, 사업시설 관리 및 조경서비스업은 48.73%로 총 45개 산업 중 44번째에 위치하고 있다(조사기업체수가 50개 미만인 산업을 제외). 즉, 환경조경분야는 시대적 요구에 부응함과 동시에 새로운 시장으로의 진출이 촉구되고 있다.

이에 정보통신기술의 핵심인 인터넷 활용 시 이용자와의 접점, 즉, 인터넷 매체를 활용한 환경조경정보 이용특성 및 발전방안에 대해 연구하였다.

본 연구의 목적은 먼저, 인터넷 매체 수요시장의 형성구조를 이해하고, 이용성향과 서비스품질에 대한 반응 유형을 확인한다. 둘째, 서비스 이용자들의 가치부여와 평가정도를 파악한다. 셋째, 이용자 반응과 만족도간의 종합적인 연관성을 분석한다. 이로써 환경조경관련 인터넷 매체의 개선/진보를 위한 기초자료를 제시하고, 정보통신기술의 활용을 촉구하고자 한다. 이를 위해 최신정보와 연구가치가 높다고 평가된 자료를 중심으로 비교/분석하여, 연구가설을 설정하고, 연구대상 및 평가모형 설계, 측정척도 및 설문문을 구성하였다. 자료수집 및 분석방법을 설정하고, 수집된 자료를 분석하여 결과 및 결론을 도출하였다.

## II. 이론고찰

2014년에 전 세계 30억 명이 인터넷을 사용하며(ITU, 2014), 주고받는 데이터양은 월 기준 59.9엑사바이트(Cisco Systems, Inc., 2015)로 미국 의회도서관이 보유한 인쇄물의 10만 배이다.

다수의 사용자와 이용률을 바탕으로 사회전반의 변화를 주도하고 있는 인터넷 매체는 선행연구 사례(McLuhan, 2011, 국립국어원, 2015; 정보통신정책연구원, 2001; 이상록, 2014; 이상인, 2014)에 기준하여 볼 때, 정보공유 및 커뮤니케이션을 위한 서비스 최종접점으로서의 인터넷포털, 인터넷신문, 메신저, SNS 등으로 볼 수 있다. 환경조경분야에는 인터넷전문포털 라펜트, 인터넷신문 한국조경, 환경과조경, 단체/기업 웹사이트 등이 있다. 여기서 서비스 최종접점이라 함은 이용자의 특성, 성향, 만족도 등이 서비스를 포함한 조직의 성패를 결정짓는데 중요하게 작용함(Delone&McLean, 1992)을 내포한다. 이미, 관광, 문화, 교통, 의료 등의 전문분야에서는 SERVQUAL(Parasuraman et al., 1988), SERVPERF(Cronin&Taylor, 1992), WEBQUAL(Barnes&Vidgen, 2002), e-SQ(Parasuraman et al., 2005) 등의 서비스 품질평가 모형을 이용하여, 인터넷 서비스의 대표성을 갖는 웹사이트 서비스 품질평가 연구를 진행해 그 결과를 다양하게 활용하고 있다.

## III. 연구방법

연구의 목적을 효과적으로 수행하기 위해 선행연구에 대한 이론적인 검토를 거쳐 3개의 가설을 설정하였고, 각 가설을 다시 2개의 가설로 구체화하였다. 서비스 품질의 평가척도는 선행연구 사례들을 비교분석하여, 국내외에서 충분히 검증된 SERVQUAL 모형을 활용하였다. 연구대상으로는 미국, 중국, 일본 등의 전 세계에서 100만 여명의 월누적방문객이 접속하는 환경조경전문포털사이트, 라펜트(Lafent)를 선정하였다. 연구모형은 라펜트 이용자의 인구사회학적 특성을 배경변수로, SERVQUAL 모형의 5개 요인인 외형성, 신뢰성, 응답성, 확산성, 공감성은 독립변수로, 만족도를 종속변수로 가정하였다.

측정척도 및 설문구성은 인구사회학적 특성 8개 문항, 이용 행태 3개 문항, 확산성, 신뢰성, 응답성, 외형성, 공감성의 5개 요인별로 44개 문항, 만족도 3개 문항, 자유응답 1개 문항으로 총 59개 문항으로 구성하였다. 조사규모는 라펜트 이용자 5,000명을 대상으로 하였다. 수집자료 분석은 SPSS(Ver. 18.0, 2009)를 이용하였으며, 인구사회학적 특성(빈도분석), 타당도/신뢰도(요인분석, 알파값분석), 중요도/성취도(비교분석), 서비스 평가/만족도 인과관계(회귀분석)를 분석하였다.

#### IV. 결과 및 고찰

먼저 이용자의 인구사회학적 특성에 따른 성과반응의 차이는 부분적으로만 지지되는 결과를 보였다. 인구통계학적 변수 중에서는 '나이', 사회경제학적 변수 중에서는 '학력', '업무'에 따른 차이가 유의하였다. 업무와의 연관성이 사회경제학적 변수 중에서 유의한 변수로 나타난 것은 라펜트가 취미나 생활과 관련된 인터넷 매체가 아닌 환경조경이라는 전문가들의 인터넷 매체이고, 업무적인 활용도가 높기 때문인 것으로 분석된다.

SERVQUAL 모형으로 측정된 5개의 요인별 서비스 평가는 전반적인 만족도에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 또한 그 영향력은 '외형성'이 가장 컸다. 이러한 결과는 서비스 품질평가척도로서 유효성이 입증된 SERVQUAL 모형이 인터넷 조경매체에서도 활용도가 있음을 보여주며, 외형성의 영향력이 가장 큰 것은, 많은 이용자들이 서비스 이용 시 편하고 효과적으로 정보를 섭취하기를 원하고 있음을 보여준다.

만족도 결정요인에 대한 2개의 가설 또한 모두 지지되었다. 이 분석 과정에서 나이와 업무가 인터넷 조경매체의 이용자 행동을 구분하는 가장 큰 변수임이 다시한번 확인되었다. 다만, 앞으로 좀 더 시간이 흘러 인터넷 조경매체 이용이 좀 더 보편화될 경우 업무에 좀 더 비중이 실릴 수 있을 것으로 예측된다.

#### V. 결론 및 제언

본 연구에서는 '라펜트'의 이용자들을 대상으로, 이용자 특성, 서비스 품질에 대한 중요도/성취도, 만족도를 조사하였다. 전체적인 분석결과는 결과 및 고찰에서 제시한 바와 같으며, 연구 결과는 향후 인터넷 조경매체뿐만 아니라, 웹사이트를 기반으로 하는 기관, 단체, 기업 등에서 운영하는 인터넷 매체의 발전을 위한 기초자료로서의 활용도가 기대된다. 나아가, 새로운 시장 진출을 위한 정보통신기술 융합 시에 활용이 가능할 것으로 판단되어 본 연구의 가치가 더 크다고 할 수 있다.

주요 연구 결과에 따른 서비스 품질 전략 및 활성화 방안을 제안하면 다음과 같다.

먼저, 신뢰성 확보를 위해서는 관련분야 외부전문가의 활용, 내외부전문가의 지속적 모니터링, 담당자 교육을 통한 전문성 배양 등이 필요하다. 확산성은 지속적 정보 제공 및 시스템의 안정적 유지관리, 정기적인 서비스 품질평가에 의한 개선/진보, 각 실행에 따른 지속적 홍보 등이 필요하다. 응답성은 사회현안 등에 대한 지속적 파악, 품질방침 수립에 의한 요구사항 즉각 처리 등이 필요하다. 외형성은 정보통신기술 변화에 대한 지속적 감시, 트렌드 변화 파악, 모니터링을 통한 편의성 조사 등이 필요하다. 공감성은 개개인에 대한 이용자 특성 파악, 지속적 직원교육 등이 필요하다.

둘째, 활성화를 위해서는 이용자의 적극적 참여를 유도하고, 서비스 유지를 위한 수익창출에 집중해야 한다. 이용자의 궁극적 목적인 정보 및 커뮤니케이션 확충방안에 대한 전략으로는, 가장 좋은 방안인 이용자제공, 다음으로 제휴제공, 직접제공 방식이 있다. 또한, 종합포털이 접근하기 어려운 전문성, 지역성 등을 활용하는 것이 좋은 전략이 될 것으로 판단된다.

#### 참고문헌

1. 국립국어원(2015) <http://stdweb2.korean.go.kr/main.jsp>(표준국어대사전)
5. 이상록(2014) 뉴미디어 시대 뉴스소비 행태와 공공지식 수준 변화 연구. 고려대학교 대학원 박사학위논문
6. 이상인(2014) 다중미디어 환경에 따른 스포츠콘텐츠 이용행동 연구. 국민대학교 대학원 박사학위논문
7. 정보통신정책연구원(2001) 인터넷 콘텐츠:인터넷 콘텐츠 및 상거래의 정의와 범위. 정보통신정책연구원 연구보고서
8. 정보통신정책연구원(2012) 인터넷의 경제적 파급효과 분석. 정보통신정책연구원 정책연구 12-17
9. 통계청(2013) 산업중분류별 e-비즈니스 활용 기업체수 통계조사. 통계청 통계보고서
11. Barnes, S. J., Vidgen, R. T.(2000) WebQual: An Exploration of Web Site Quality. European Conference on Information Systems
12. Cisco Systems, Inc.(2015) Visual Networking Index Forecast and Service Adoption for 2014 to 2019
13. Cronin J. J., Taylor, S. A.(1992) Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension. Journal of Marketing 56(3): 55-68
14. Delone, W. H., Mclean, E. R.(1992) Information System Success: The Quest for the Dependent Variable. Information Systems Success
15. Gartner(2014) Gartner Identifies the Top 10 Strategic Technology Trends for 2015
16. IDC(2014) 올해 세계 IT 시장 4.5% 성장 전망
17. ITU(2015) <http://www.itu.int/>
18. McKinsey(2011) Internetmatters: The Net's sweeping impact on growth, jobs, and prosperity. McKinsey Global Institute, May 2011
19. McKinsey(2014) Ten IT-enabled business trends for the decade ahead. McKinsey Global Institute, February 2014
20. McLuhan, H. M.(2011) 미디어의 이해-인간의 확장. 커뮤니케이션북스, 번역 김상호
21. Parasuraman, A., Zeithaml, A. V., Berry, L. L.(1988) SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. Journal of Retailing 64(1): 12-40
22. Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., Malhotra, A.(2005) E-S-QUAL: A Multiple-Item Scale for Assessing Electronic Service Quality. Journal of Service Research 7: 213-233