
모바일관광정보서비스의 특성이 만족도와 재사용의도에 미치는 영향

Effects Characteristics of Mobile Information Service on Satisfaction and Reuse Intention

최현식, 박진우
한국항공대학교 경영학과

Hyun-Sik Choi(jjangtour@naver.com), Jin-Woo Park(jwpark@kau.ac.kr)

요약

본 연구의 목적은 모바일관광정보서비스 사용자의 사용 의도에 직접적인 영향을 미치는 요인을 탐색하여, 요인간 연관관계를 제시하는 것이다. 본 연구는 기존의 모바일관광정보에 관련된 연구와 Davis의 기술수용모델(TAM)을 고찰하였으며, 선행연구를 바탕으로 모바일관광정보서비스 특성인 정확성, 상호작용성, 지각된 유용성, 지각된 용이성, 주변상황인식성, 편재접속성을 추출하고 연구모형을 설정하였다. 그리고 이 요인들이 만족도 및 재사용의도에 어떠한 영향을 미치는지 모바일 관광정보서비스 사용 경험이 있는 실제 사용자들을 대상으로 실증 분석을 수행하였다.

구조방정식을 이용하여 연구한 결과 상호작용성, 주변상황인식성, 지각된 유용성, 지각된 용이성이 만족도에 긍정적인 영향을 나타냈다. 특히 상호작용성과 주변상황인식성은 만족도와 재사용의도에 중요한 요인으로 검증되었다. 따라서 주변상황인식성과 상호작용성을 높여야 할 것이며, 정확성과 편재접속성을 높이는 것보다는 지각된 유용성과 지각된 용이성을 높이는 것을 제안한다.

본 연구는 모바일 관광정보서비스의 활성화에 응용하거나 산업·정책적 가이드라인을 제시하는데 실증적인 지표로 활용되길 기대해 한다.

■ 중심어 : | 모바일관광정보서비스 | 기술수용모델(TAM) | 만족 | 재사용의도 |

Abstract

The study seeks to explore essential factors that influence tourists' continual usage intentions to mobile tour information services. The variables such as characteristics of tour information service, accuracy, interactivity, context, ubiquitous connectivity, perceived usefulness, perceived ease of use were adopted from previous research and the hypotheses were developed on the basis of Davis's Technology Acceptance Model(TAM). The survey was conducted by users who have previously experienced mobile tourism information service.

Structural equation modeling was used to investigate the relationships between the factors. The results showed that interactivity, context, perceived usefulness and perceived ease of use were found to have a positive impact on satisfaction. In particular, interactivity and context were found to be the most significant factors that influence reuse intentions.

It suggests that increasing context and interactivity to make tourist trust about accuracy, ubiquitous connectivity is better than increasing perceived usefulness and perceived easiness. The identified factors that influence continual usage intentions on mobile services can be useful for analyzing the market trends and suggesting industrial guidelines of mobile services.

■ keyword : | Mobile Tourism Information Services | | Technology Acceptance Model(TAM) | Satisfaction |
| Reuse Intention |

I. 서론

세계는 모바일 정보기술의 발전을 축으로 새로운 문화의 시대를 맞고 있다. 이는 산업중심사회가 인터넷 정보화 사회를 거쳐 시·공간의 제약에서 탈피하여 정보의 이동과 생활이 이루어지는 유비쿼터스 사회(ubiquitous Society)로 진입하고 있음을 의미한다.

정보통신환경에 있어 화두로 등장하고 있는 유비쿼터스(ubiquitous)는 단순히 정보통신 분야에 국한하지 않고 향후 우리 사회가 받아들여야 할 새로운 패러다임으로 간주되고 있다. 한국 사회의 정보화는 전 세계적으로 유례를 찾아 볼 수 없을 만큼 빨리 진행되고 있으며, 정보기술의 발전과 이를 바탕으로 한 기기 보급과 인프라의 구축으로 상당한 수준의 정보화를 이루었으며, 점차 이동성(mobility)과 휴대성(portability)을 겸비한 수준으로 발전하고 있다[1].

한국소프트웨어진흥원(KIPA)의 통계에 따르면, 2008년 모바일 콘텐츠 매출액은 전체 1조1천689억 원으로 집계되었으며, 이 중 위치기반서비스(LBS)분야가 2008년 865억 원으로, 2007년에 비해 5.2% 성장세를 보이는 것으로 집계되었다[2]. 국내 유비쿼터스 컴퓨팅기술은 개인, 기업, 사회 전반에 걸쳐 국가 경쟁력의 핵심가치로 부각되고 있을 뿐만 아니라 관광산업분야에서도 생존전략 일환으로 새로운 기술과 접목하여야 하는 시점에 있다.

이러한 변화는 관광산업에 큰 영향을 미치고 있는데, 유비쿼터스 관광정보 서비스는 IT 정보통신 인프라를 기반으로 여행자가 언제, 어디서나 손쉽게 관광정보서비스를 이용할 수 있다. 그 예로, 국내 이동통신 3사(SK텔레콤, KTF, LGT)는 2004년부터 국내 관광지, 숙박지, 음식점 등 모바일 관광정보DB를 구축하여 위치기반 무선 관광정보서비스를 제공하고 있다. SK텔레콤은 '여행엔' 서비스를 이용하면 여행상품 정보는 물론 전화로 바로 상담, 예약신청을 할 수 있으며, 'T맵 라이프'는 길안내, 여행 및 지역정보, 교통정보 등 다양한 위치정보를 통합한 서비스로, 이용자 주변의 위치를 확인해 교통 상황 및 버스, 지하철 노선 안내 등의 교통정보도 제공한다. KTF는 테마여행, 영화, 드라마 촬영지, 축제,

레저 등 한국관광공사의 여행정보를 제공하고, '길도우미' 서비스는 네비게이션 폰 아니더라도 출발지에서 목적지까지 교통수단별 교통편 검색과 안내가 가능하다.

이와 같이 최근 정보통신의 발전으로 관광정보 시장도 상당히 빠른 속도로 진행되고 있으며, 특히 무선인터넷 단말기 보급이 활성화 되면서 모바일 콘텐츠 인기도 함께 상승하고 있다. 이러한 상황 속에서 소비자들이 모바일 인터넷 서비스를 이용하는데 영향을 미치는 중요 요인들에 관한 연구는 기업들에게 다양한 시사점과 전략에 밑거름이 될 수 있을 것이다.

본 연구의 목적은 사용자 관점에서 모바일관광정보서비스 특성에 대한 만족도와 재사용의도에 미치는 요인들을 탐색하고, 요인 간 상관성을 검증하는 실증적 연구모형을 제시하는 것이다. 특히 Davis(1989) 기술수용모형(Technology Acceptance Model, 이하 TAM)에 대한 이론적 토대로 모바일관광정보서비스의 특성에 대한 만족도에 미치는 변수들을 도출하고 확장된 기술모형을 응용하여 연구가설 및 모형을 설정하여 향후 연구의 확장성을 고려하였다. 따라서 본 연구는 시대의 흐름에 맞추어 모바일관광정보서비스 사용자를 대상으로 모바일관광정보서비스 특성을 규명하고 이에 따른 관광만족과 재사용의도에 대한 영향을 실증적 인과관계분석을 하고자 한다.

II. 이론적 고찰

1. 기술수용모형(Technology Acceptance Model)

TAM은 정보기술수용과 사용행동을 설명하는 간단하면서도 설명력이 매우 높은 모형으로 많은 실증 연구를 통해서 인정받고 있다. TAM은 1989년 Davis에 의해 제시된 모형으로 정보기술수용에 대한 설명과 예측을 하기 위한 모형으로서 Ajzen&Fishbein(1975)의 TRA(Theory of Reasoned Action)를 기초로 하고 있다.

TAM은 수용행위의 주요 변수로 지각된 유용성과 지각된 용이성을 제시하고 있다. 지각된 사용 용이성이란 쉽게 특정 시스템을 사용할 수 있다는 믿음 정도를 의

미하며 지각된 유용성이란 특정시스템을 사용하면 업무수행이 높아진다고 믿는 정도를 의미한다[3].

Davis et al(1989)은 공동으로 컴퓨터를 기반으로 하는 기술에 대한 사용자의 수용여부를 설명하기 위한 실험에서 초기의 TAM에서 태도 변수의 매개적 역할이 미약하고 지각된 용이성은 유용성과 함께 직접적으로 영향력이 있음을 발견하였다[3]. 이에 이들은 태도를 생략한 TAM을 제안하였고 이들의 연구 이후에 다른 연구들에서도 태도를 생략한 TAM이 주로 이용되었다[4].

지각된 유용성은 일반적으로 특정 제품 및 서비스를 사용하는 것이 사용자의 수행성과를 향상시켜 주었다고 생각하는 정도를 뜻한다[3]. 즉 사용자가 모바일관광정보서비스를 사용하는 것이 여행에 효율적인 역할을 해주었다고 주관적으로 믿는 정도를 지각된 유용성으로 정의 할 수 있다.

지각된 용이성은 사용자가 시스템을 쉽게 사용할 수 있는 정보를 말한다[5]. 따라서 사용 용이성은 이용자가 접속하여 상품을 주문할 때 상당히 중요하게 고려되는 사항이다. 정보시스템에 관한 기존 연구에서는 사용이 편리한 정보시스템이 그렇지 않은 시스템 보다 사용자들에 의해 사용되는 비율이 높다고 밝히고 있다[3]. 지속적인 재사용의도에서는 모바일 관광정보서비스를 앞으로 계속적으로 이용하려는 행동의도로서 조작적 정의를 내렸으며, 관광정보 서비스를 사용자가 얼마나 만족하는지에 따라 향후 사용자가 재사용을 기대 할 수 있을 것이다.

Davis(1989), Davis and Venkatesh(2000, 2003)의 연구에서 행동의도에 따라 새로운 기술에 대한 태도와 지각된 유용성의 영향을 받아 형성되는 이용에 대한 의사로서 실제 이용으로 이어지기 위한 전 단계로 설명하고 있다[3][5]. 모바일관광정보서비스와 같은 새로운 기술은 시장에서 효과적으로 재사용되도록 하기 위해서는 사용요인에 대한 중요성이 필요하다고 할 수 있다.

2. 모바일관광정보서비스 특성

모바일 서비스란 이동통신 단말기를 통해 언제, 어디서나 자유롭게 인터넷상에 존재하는 각종 데이터와 정

보를 송수신하는 서비스를 의미한다. 따라서 모바일 관광정보서비스란 관광정보에 대한 모바일 서비스로서 이때의 관광정보란 관광행위를 할 때 필요한 모든 정보를 포함한다[6]. 이때의 관광정보란 관광행위를 할 때 필요한 모든 정보, 즉 쇼핑, 오락, 교통, 식음료, 관광지 관련 정보를 등을 포함한다. 다시 말해, 언제 어디서나 정보 이용이 가능한 유비쿼터스 기술을 활용하여 관광객들이 실시간으로 위치기반의 필요 정보를 획득할 수 있는 서비스를 말한다.

현재 구축되어 있는 모바일관광정보서비스는 휴대폰의 무선인터넷으로 서비스되고 있는 위치기반 관광정보와 각 지자체에서 구축하는 PDA 또는 텔레매틱스 등 다양한 전용 단말기 기반으로 서비스하는 형태가 있다. 유비쿼터스 환경에서는 모바일 기기의 이동성(mobility)과 미디어의 편재접속성(ubiquity)특성으로 언제 어디서나 인간과 인간, 인간과 기계와의 끊임없는 상호작용이 나타날 것이며, 이러한 상호작용성을 유비쿼터스 상호작용성(Ubiquitous interactivity)으로 말할 수 있을 것이다[10].

관광정보서비스를 이용하는 동기요소는 관광지식과 탐색정보가 필요하기 때문이라고 할 수 있기 때문에 정보의 정확성은 그 매우 중요하다고 할 수 있다. 정확성은 정보품질의 정보 그 자체가 가지는 품질을 나타내며 본질적인 정보품질의 주요한 차원이 정보의 정확성이라고 하였으며, 정보의 부정확성이 고객들로 하여금 정보 제공원천에 대한 믿음과 신뢰에 관한 우려를 발생시킨다고 하였다[11][12]. 그리고 유형석 등(2007)은 모바일 텔레매틱스 서비스에서 정확성이 인지된 유용성에 정의 영향을 미친다고 분석 하였다[7].

모바일 환경이 지닌 위치확인성, 개인식별성과 같은 특성은 개개인이 처한 시간, 위치와 같은 모든 상황을 고려하여 소비자들에게 가장 효과적인 최적의 정보·서비스를 제공해 줄 수 있도록 해준다. 이러한 성격의 상호작용은 상황적 민감성, 상황적 상호작용, 상황 의존성과 같은 용어로 개념적으로 제시되고 있는데, 이와 같은 상호작용성 구성요인을 상황기반 제공성으로 개념화하고, 측정문항을 개발하여 실증했다[8].

이태민(2004)의 연구에서는 “언제, 어디서나” 접속

가능하다는 점을 잘 표현하기 위해서 유비쿼터스 접속성으로 개념화 했다[8].

웹사이트에서 상호작용성이 사용자의 태도 및 재방문의도에 영향을 준다고 하였으며, 모바일 콘텐츠 서비스에 TAM을 확장 적용하면 상호작용 측면이 모바일 콘텐츠를 사용하고자 하는 개인의 태도와 실질적인 행동의도에 긍정적인 영향을 준다는 가정을 수 있다[9].

상황인식성을 활용한 모바일 고객관리 마케팅의 연구에서는 지각된 상황인식성, 지각된 유용성, 지각된 용이성이 소비자만족에 대한 영향과 지각된 상황인식성이 재구매의도에 대한 연구를 하였다. 연구의 결과 상황인식성은 재구매의도, 소비자만족, 지각된 유용함에 중요한 영향을 미치는 것으로 나타났다[13]. 대만의 3G모바일 서비스 사용에 대한 연구에서는 지각된 유용성, 지각된 용이성, 지각된 즐거움이 태도에 영향을 미치며, 지각된 즐거움은 지각된 유용성에 긍정적인 영향을 가진다고 하였다[14].

이들의 연구는 웹과 모바일 상황에 맞게 TAM모형을 확장함으로써 기존의 지각된 사용용이성과 지각된 유용성의 유의성을 재확인하였고 새로운 변수로서 상호작용 도구가 잘 갖춰지고 감정적 유대감, 커뮤니케이션이 활발할 때 사용자는 해당 고객과 기업의 관계에 긍정적인 태도가 형성되며, 유비쿼터스 특성 요인별로 만족도 및 재사용의도에 중요한 영향이 있다고 할 수 있다.

III. 조사설계

1. 조사설계

본 조사에서는 인구통계학적인 사항과 모바일관광정보서비스 이용자의 만족도와 재사용의도를 알아보기 위해 모바일관광정보서비스 이용 경험자 대상으로 2008년 5월 15일부터 10월 01일까지 10대에서 30대층 대상으로 500부를 실시하였으며, 2008년 10월 15일부터 12월 1일까지 30대에서 60대층 250부를 실시하였다. 설문 배포는 수도권 학생들과(숙명여자대학교, 한국항공대학교, 재능대학, 인덕대학 등) 인터넷 전문 설문 업체

인(월드서베이 <http://wsurey.net>) 그리고 수도권 관광·항공업체의 종사원 대상으로 배포하였다.

아직까지 모바일 콘텐츠 서비스 사용이 많지 않기 때문에 상대적으로 친숙한 10대에서 30대 사이의 대학생, 직장인 등 젊은 층 중심이 되었다.

설문지는 총 750부를 배포하여 683부를 회수하였고, 그 중에서 631부를 분석에 이용하였으며, 수집된 자료의 통계처리는 SPSS 15.0을 이용하였고, 연구모형을 분석하기 위하여 AMOS7.0을 이용하여 모바일관광정보서비스 특성에 대한 관광만족 및 재사용의도를 분석하기 위해 확인요인분석, 구조방정식모형분석, 빈도분석 등을 적절히 활용하였다. 본 조사의 설문지는 앞에서 논의된 이론적 배경을 통하여 추출된 연구 변수들이 주로 활용되어졌으며, 이러한 변수는 크게 8부분, 총 22 문항으로 측정하였다.

2. 연구모형

본 연구의 모형을 설정하기위하여 선행연구를 바탕으로 모바일 관광정보서비스의 특성을 바탕으로 모바일관광정보서비스특성 요인으로 독립변수로 추출하고 Davis(1989)가 제시했던 기술수용모형(TAM)모형을 바탕으로 다음과 같은 모형을 설정하였다.

본 연구는 확장형 TAM 기본 모형을 정의하고 이를 바탕으로 모바일 관광정보 서비스의 특성에 관한 선행 연구를 바탕으로 다음 [그림 1]과 같이 모형을 제시하고자 한다.

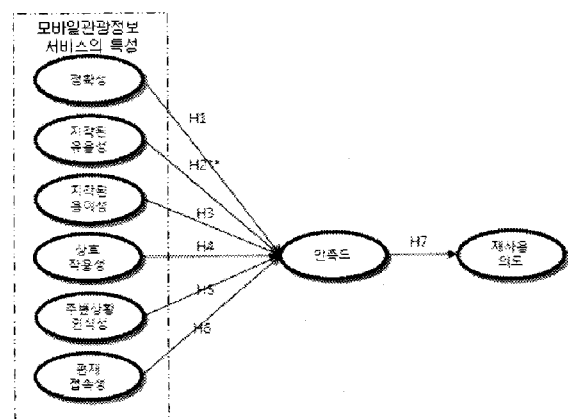


그림 1. 연구모형

3. 연구가설

관광정보의 정확성은 관광정보 내용이 중심이 되기 때문에 정확성, 신뢰성, 지속적으로 새로운 정보를 제공해주는 것으로 정의를 하였다. 모바일 관광정보 서비스에 관한 선행연구에서 관광정보의 품질은 정보 그 자체가 가지는 품질을 나타내며 그 중에서 중요한 차원이 정보의 정확성이다. 측정항목은 유형석 등(2007), Strong et al(1999)의 연구를 바탕으로, 다음과 같은 가설을 설정하였다[7][12].

가설 1. 관광정보의 정확성은 만족도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

TAM은 사용자의 기술 수용을 설명하는 모델로서 가장 광범위하게 사용되어 왔다. Davis(1989)는 컴퓨터 수용 행동의 주요 관련 변수로서 지각된 유용성과 지각된 용이성이라는 변수를 채택하였으며 지각된 유용성과 사용 지각된 용이성은 이후 TAM을 이루는 중요한 개념이 되었다. 또한 기술사용에 대한 개인의 의도는 기술의 지각된 유용성과 사용하고자 하는 기술에 대한 태도에 의해 결정이 된다고 했다. 그 동안의 TAM을 이용한 많은 연구에서도 태도나 행위의도 중 하나가 생략되는 경우가 많았고, 실제 사용에 대한 지각된 용이성과 지각된 유용성의 영향만을 연구하기도 했다[15][16].

위의 선행연구를 바탕으로 지각된 유용성과 지각된 용이성의 영향 관계 근거로 다음과 같이 가설을 설정했다.

가설 2. 관광정보의 지각된 유용성은 만족도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 3. 관광정보의 지각된 용이성은 만족도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

온라인 사용자와 상호작용이 태도 및 구매의도에 영향을 미친다는 사용자 행동과 관련된 다수의 연구가 존재한다. 웹사이트에서 상호작용성이 사용자의 태도 및 재방문의도에 영향을 준다고 하였으며, 모바일 콘텐츠 서비스에 TAM을 확장 적용하면 상호작용 측면이 모

바일 콘텐츠를 사용하고자 하는 개인의 태도와 실질적인 행동의도에 긍정적인 영향을 준다는 가정을 할 수 있다[9]. 모바일 관광정보 서비스에서 만족도는 관광활동에 대해 욕구와 충족의 결과를 의미하며, 이러한 기존의 연구들을 통해 상호작용성 지각이 만족도에 영향을 줄 것이라는 가설을 설정할 수 있다.

가설 4. 상호작용성은 만족도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

모바일 환경이 지닌 위치 확인성·개인 식별성과 같은 특성은 개개인이 처한 시간, 위치와 같은 모든 상황을 고려하여 소비자들에게 가장 효과적인 최적의 정보·서비스를 제공해 줄 수 있도록 해준다. 이러한 성격의 상호작용은 상황적 민감성, 상황적 상호작용, 상황 의존성과 같은 용어로 개념적으로 제시되고 있는데, 이와 같은 상호작용성 구성요인을 상황기반 제공성으로 개념화하고, 측정문항을 개발하여 실증했다[8]. 주변상황 인식성은 관광지 주변에 모든 상황을 관광객들에게 효과적인 서비스를 제공해 줄 수 있기 때문에 모바일 관광정보 서비스를 설명하는 주요 변수가 될 수 있게 하므로 지각된 유용성과 용이성에 긍정적 영향을 미칠 것으로 예상 할 수 있다. 다음과 같은 가설을 설정하였다.

가설 5. 주변상황인식성은 만족도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

모바일 환경이 지니고 있는 편재접속성과 이동성으로 인해서 언제 어디서나 인터넷에 접속하여 실시간으로 필요한 제품·서비스·정보 등을 제공 받거나 커뮤니케이션이 가능해진다. 김호영·김진우(2002)의 연구에서는 이와 같은 특성을 즉시접속성으로 정의하였는데, 이태민(2004)의 연구에서는 “언제, 어디서나” 접속 가능하다는 점을 잘 표현하기 위해서 유비쿼터스 접속성으로 개념화 했다[8].

편재 접속성은 언제 어디서나 무선 인터넷을 사용하여 관광정보 서비스를 이용할 수 있는 성격을 가지고 있기 때문에 유비쿼터스 관광정보 서비스를 설명하는

주요 변수가 될 수 있으므로, 다음과 같은 가설을 설정하였다.

가설 6. 편재연결성은 만족도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

본 연구에서는 모바일 관광정보 서비스가 관광만족에 미치는 결과로 사용자 만족도가 재사용의도에 영향을 미칠 것이라는 가설을 설정했다. 그 이유는 사용자가 모바일 관광정보 서비스를 이용하고 난 후에 만족했을 경우에 다시 서비스를 사용할 가능성이 높게 되지만 만족하지 않았을 경우에는 다시 상품이나 서비스를 사용하지 않을 가능성이 높지 않기 때문이다[9].

가설 7. 만족도는 재사용의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

IV. 실증분석

1. 인구통계적 특성

분석에 사용된 유효한 설문응답자는 631명으로, 표본의 일반적 특성을 분석하기 위하여 인구 통계적 사항인 성별, 연령, 직업, 교육수준, 월 소득 등의 변수에 대하여 빈도분석을 실시했다. 표본의 성별구성은 남성이 296명(46.9%), 여성이 335명(53.1%)으로 구성되었다. 응답자 연령대는 20대 미만 35명(5.5%), 20-29세 320명(50.7%), 30-39세 122명(19.3%), 40-49세 105명(16.6%), 50-59세 47명(7.4) 60세 이상 2명(0.3%)으로 구성되었다. 응답자의 직업은 대학생 324명(51.4%), 대학원생 18명(2.9%), 회사원 173명(27.4%), 사업/자영업 48명(7.6%), 전문직 28명(4.4%), 기타 8명(1.3%)으로 나타났다. 최근 이용한 모바일관광정보서비스 중 가장 많이 사용한 것은 '모르는 길 안내서비스'(196명, 31.1%)이며, 가장 많이 이용하는 매체는 '네비게이션'(222명, 35.2%)과 '이동전화'(220명, 34.9%) 두 매체가 비슷하게 나타났다. 월 평균 관광정보 서비스 이용률은 1-3회 328명으로 전체의 51.9%를 차지했다. 구체적인 결과는

다음 [표 1]와 같다.

표 1. 인구통계적 특성

항목		빈도(%)	항목		빈도(%)	
성별	남	296 (46.9)	최근사용 매체	이동전화 (PDA,스마트폰 제외)	220 (34.9)	
	여	335 (53.1)		네비게이션(GPS)	222 (35.2)	
연령	20세 미만	35 (5.5)		노트북 (UMPC,태블릿 등)	111 (17.6)	
	20-29세	320 (50.7)		PDA폰,스마트폰	27 (4.3)	
	30-39세	122 (19.3)		PMP	15 (2.4)	
	40-49세	105 (16.6)		HSDPA/와이브로 USB모뎀	8 (1.3)	
	50-59세	47 (7.4)		자동차 텔레매틱스	2 (0.3)	
	60세 이상	2 (0.3)		기타(게임기 등)	26 (4.1)	
직업	대학생	324 (51.3)		최근 사용한 관광정보 서비스	모르는 길 안내 서비스	196 (31.1)
	대학원생	18 (2.9)			대중교통 정보	92 (14.6)
	회사원	173 (27.4)	현재 주변 위치 정보		17 (2.7)	
	사업/자영업	48 (7.6)	실시간교통정보 (시내 및 고속도로 상황 등)		34 (5.4)	
	전문직	28 (4.4)	관광지 정보		43 (6.8)	
	기타	8 (1.3)	음식점 정보		38 (6.0)	
	개인소득	100만원 이하	280 (44.4)		쇼핑 정보	32 (5.1)
101~200만원		94 (14.9)	역사·문화 정보		12 (1.9)	
201~300만원		80 (12.7)	스포츠·레저 등 위락 시설 정보		27 (4.3)	
301~400만원		70 (11.1)	빠른 길 안내 서비스		30 (4.8)	
401~500만원		48 (7.6)	기후·날씨	61 (9.7)		
501만원 이상		59 (9.4)	축제·이벤트 대한 정보	28 (4.4)		
			한 달 평균 관광정보 사용	호텔, 민박 등 숙박에 관한정보	12 (1.9)	
				여행상품·항공권 정보	9 (1.4)	
				0 회	46 (7.3)	
				1-3회	328 (51.9)	
				4-6회	129 (20.4)	
			7-9회	26 (4.2)		
			10회 이상	102 (16.2s)		

2. 신뢰성 분석

본 연구에서는 신뢰도 분석(reliability analysis)을 이용하여 검증했다. 신뢰도란 측정도구에 의해 도출되는 측정값들이 얼마나 일정하게 산출되는지를 나타낸다.

측정도구의 정확성을 나타낸다는 점에서 타당도와 같으나, 신뢰도는 타당도와는 명백히 구분되는 개념이다. Cronbach's Alpha 계수는 반문법과 마찬가지로 내적 일관성에 기준한 방법으로서, 현재 신뢰도를 측정하는 기법으로 가장 널리 쓰이는 방법이다. 신뢰성평가를 위한 절대적 기준은 없으나, 일반적으로 Cronbach's Alpha 알파계수가 0.6이상면 비교적 신뢰도가 높다고 판단할 수 있다. 그리고 Cronbach's Alpha 계수와 검사 항목 간 총점을 동시에 실시했다. 각 요인 알파계수는 최소값 0.767 이상으로 나타나 전반적으로 신뢰도가 높은 것으로 확인되었다. 따라서 이들 각 요인의 항목들은 강한 내적 일관성을 지니고 있다고 볼 수 있으며, 분석에서 유용한 결과를 나타낼 것으로 판단된다.

표 2. 신뢰도 분석결과

변수의 유형	항목	측정된 설문항	Cronbach's Alpha
독립변수	정보의 정확성	정확성	0.815
	최신정보 제공		
	정보의 신뢰		
	양방향 커뮤니케이션	상호 작용성	0.830
	관심을 주는 느낌		
	검색이나 로딩의 빠르기		
	위치 파악	주변상황 인식성	0.823
	주변상황정보		
	시간과장소를 고려한 정보		
	언제 어디서나 이용	편재 접속성	0.886
	장소에 제약 없이 사용		
	즉시 제공		
	여행시간 절약	지각된 유용성	0.888
	효율적인 여행		
여행의 유용성			
이용방법이 쉬운정도	지각된 용이성	0.817	
주위의 도움이 필요한정도			
간단하고 배우기 쉬운정도			
매개변수	관광만족의 정도	관광 만족도	0.774
	유쾌한정도		
종속변수	계속 사용하려는 의도	지속적재 사용의도	0.767
	주변사람들에게 적극추천할 정도		

3. 확인요인 분석

확인요인분석을 통하여 요인과 측정변수사이의 이론적인 배경의 논리구조를 확인할 수 있다. 여기서 사용한 확인 요인분석은 다량정규성을 가정하는 최대우도법(Maximum Likelihood : ML)을 이용하였다. 구성개념과 변수구성의 최적 상태 여부를 확인하기 위해서 적합도를 평가하였다. GFI(Goodness of Fit Index : 0.9≥이상이 바람직함), AGFI(Adjusted Goodness of fit Index : 0.9≥이상이 바람직함), RMR(Root Mean Square Residual: 0.05 ≤ 이 바람직함), NFI(Normed Fit Index: 0.9≥이상이 바람직함), CFI(Comparative Fit Index: 0.9≥이상이 바람직함)등 이용 하였다. 아래의 [표 3]에서 각 요인 표준적제치가 0.5 이상이기 때문에 개념 타당성(Construct Validity)은 확보되었다고 할 수 있다.

표 3. 확인요인 분석결과

구성 개념	변수	요인적제치	표준적제치	t	p	표준 오차
정확성	정보의 정확성	1.000	0.771	-	-	0.358
	최신정보 제공	1.116	0.803	19.233	0.00	0.358
	정보의 신뢰	1.067	0.745	17.970	0.00	0.475
상호 작용성	양방향 커뮤니케이션	1.000	0.748	-	-	0.612
	관심을 주는 느낌	1.236	0.859	19.859	0.00	0.424
	검색이나 로딩의 빠르기	1.184	0.768	18.344	0.00	0.758
지각된 유용성	여행시간 절약	1.000	0.854	-	-	0.442
	효율적인 여행	1.020	0.899	27.297	0.00	0.445
	여행의 유용성	0.909	0.804	23.898	0.00	0.487
지각된 용이성	이용 방법 이 쉬운정도	1.000	0.781	-	-	0.384
	주위의 도움이 필요한정도	1.033	0.788	27.297	0.00	0.256
	간단하고 배우기 쉬운정도	0.961	0.752	23.898	0.00	0.468
주변 상황 인식성	위치 파악	1.000	0.831	-	-	0.447
	주변상황정보	1.005	0.814	21.549	0.00	0.515
	시간과장소를 고려한 정보	0.826	0.706	18.395	0.00	0.687

편재접속성	언제 어디서나 이용	1.000	0.831		0.00	0.482
	장소에 제약 없이 사용	1.119	0.879	25.865	0.00	0.395
	즉시 제공	1.069	0.842	18.344	0.00	0.504
관광만족도	관광만족의 정도	1.000	0.819	-	-	0.390
	유쾌한 정도	0.954	0.770	18.612	0.00	0.485
재사용의도	계속 사용하려는 의도	1.000	0.801	-	-	0.404
	주변사람들에게 적극추천할 정도	1.013	0.777	17.965	0.00	0.487

다음 [표 4]의 결과 개념 신뢰도는 0.7이상, 분산 추출지수는 0.5이상이면 측정모형은 적합하다고 할 수 있다. 신뢰도는 각 요인마다 0.7이상이기 때문에 타당성은 확보되었다(김계수 2007). 그리고 평균분산추출은 모두 0.5 이상의 수치를 나타내어 수렴타당성(Convergent Validity)이 확보되었다.

표 4. 개념신뢰도와 평균분산추출

구성개념	신뢰도	평균분산추출지수
정확성	0.82	0.60
상호작용성	0.76	0.63
지각된 유용성	0.83	0.73
지각된 용이성	0.83	0.60
주변상황인식	0.77	0.62
편재접속성	0.83	0.72
만족도	0.74	0.63
재사용의도	0.74	0.62

판별타당성은 constructs를 대상으로 각 constructs에 대한 평균분산추출값이 두 constructs의 상관계수의 제곱보다 크면 두 constructs 간에는 판별타당성이 있다고 제안하였다. [표 5]의 결과를 보면 각 요인사이에 구한 평균분산추출지수가 각 요인의 상관계수의 제곱, 즉 결정계수(R²) 보다 크다. 따라서 본 연구에서 사용한 척도들은 판별타당성을 갖는다[17].

표 5. 평균분산추출지수 값과 상관관계 제곱

	정확성	지각된 유용성	지각된 용이성	상호 작용	주변 상황	편재접속성	만족도	재사용 의도
정확성	0.60							
지각된 유용성	0.36	0.73						
지각된 용이성	0.38	0.27	0.60					
상호 작용	0.32	0.10	0.20	0.63				
주변 상황	0.41	0.22	0.34	0.25	0.62			
편재접속성	0.31	0.15	0.27	0.42	0.47	0.72		
만족도	0.40	0.32	0.36	0.36	0.42	0.31	0.63	
재사용 의도	0.33	0.34	0.38	0.28	0.39	0.31	0.62	0.62

4. 가설검증

구조 방정식 모형(structural equation models) 및 경로분석(path analysis)은 변수들 간 연결관계 및 인과관계가 가정되고 검증됨으로써 변수들이 어떻게 서로 영향을 미치는가에 대하여 설명해 준다[18]. 본 연구의 연구모형과 가설을 검증하기 위하여 AMOS 7.0 프로그램을 이용하여 구조방정식모형분석을 실시하였다. 표로는 χ^2 , p값(>0.05), GFI, AGFI, NFI, CFI는 0.8~0.9 이상일 때 RMR과 RMSEA는 0.05~0.08이하이면 좋은 모델로 평가된다(김계수, 2008). 본 연구모형의 적합도 검증결과는 [그림 2]의 구조모형분석과 같다.

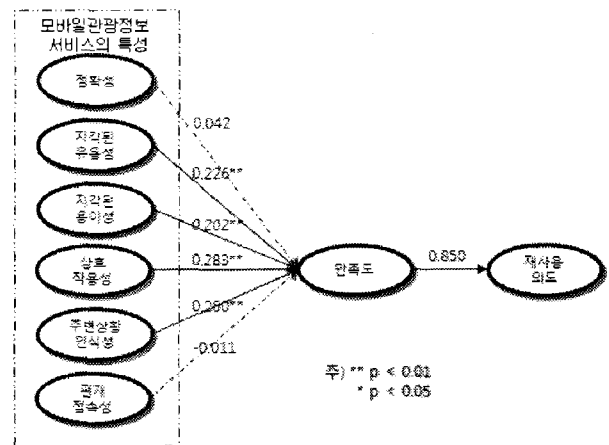


그림 2. 검증된 연구모델의 경로계수분석결과

$\chi^2=476.496(P=0.000)$, $DF=187$, $GFI=0.935$, $AGFI=0.913$, $NFI=0.941$, $CFI=0.963$, $RMSEA=0.050$ 등

의 지표가 수용수준에 만족할 만한 결과가 나타났으므로 구조모형의 적합도 수용수준에 부합된다고 볼 수 있다.

경로분석결과 각 변수들 간의 경로계수가 유의적인 영향을 미치는 것으로 판단 할 수 있으므로 본 연구에서 제시한 연구모형을 토대로 가설검증을 실시한 결과 다음과 같이 나타났다.

정확성이 만족도에 정(+의 영향을 미칠 것이라는 연구가설 1을 살펴보면, 경로계수 0.042, 표준오차 0.076, $t=0.554 < \pm 1.96$, $p=0.579$ 로 가설이 기각되었다. 관광정보의 정확성은 목적지를 선택할 만큼 매우 중요하기 때문에 정확해야 하지만 분석결과 만족하지 못하는 것으로 나타났다.

지각된 유용성이 만족도에 정(+의 영향을 미칠 것이라는 연구가설 2를 살펴보면, 경로계수 0.226, 표준오차 0.039, $t=5.755 > \pm 1.96$, $p=0.000$ 로 가설이 채택되었다. 이것은 모바일관광정보 서비스 이용에 있어서 지각된 유용성은 관광객들의 만족도에 영향을 미치는 중요한 요인임을 알 수 있다.

지각된 이용성이 만족도에 정(+의 영향을 미칠 것이라는 연구가설 3을 살펴보면, 경로계수 0.202 표준오차 0.054, $t=3.730 > \pm 1.96$, $p=0.000$ 로 가설이 채택되었다.

모바일 관광정보 서비스의 이용에 대한 이용방법이 어렵지 않고 다양한 관광정보 서비스 이용경험이 있는 관광객들의 숙련도를 고려한다면 지각된 용이성이 관광정보 서비스의 관광 만족도에 유의한 영향이 있다는 것을 알 수 있다.

상호작용성이 만족도에 정(+의 영향을 미칠 것이라는 연구가설 4를 살펴보면 경로계수 0.283 표준오차 0.052 $t=5.422 > \pm 1.96$, $p=0.000$ 로 가설이 채택 되었다.

선행연구에서 제시하고 있는 것처럼 관광정보의 상호작용성이 높을수록 만족도에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 상호작용성은 관광객-정보-매체간 상호작용성의 매개 역할을 통해 태도에 영향을 미친다고 할 수 있다.

주변상황인식성이 만족도에 정(+의 영향을 미칠 것이라는 연구가설 5를 살펴보면 경로계수 0.250 표준오차 0.053, $t=4.750 > \pm 1.96$, $p=0.000$ 로 가설이 채택 되었

다. 이것은 상황에 따라 적절한 유비쿼터스 서비스가 제공된다면 사용자들은 관광만족을 증대시키는 것으로 볼 수 있다.

편재접속성과 만족도에 정(+의 영향을 미칠 것이라는 연구 6을 살펴보면, 경로계수 -0.011, 표준오차 0.049 $t=-0.232 < \pm 1.96$, $p=0.817$ 로 가설이 기각되었다

이것은 언제 어디서나 사용자가 원할 때 관광정보 서비스를 받지만 관광만족을 증진시키지 못한다고 볼 수 있다.

표 6. 연구가설의 분석결과

가설	경로	비표준화 추정치	표준화 추정치	SE	t값	P	결과
가설1	정확성 → 만족도	0.042	0.035	0.076	0.554	0.579	기각
가설2	상호작용성 → 만족도	0.283	0.292	0.052	5.422	***	채택
가설3	지각된유용성 → 만족도	0.226	0.268	0.039	5.755	***	채택
가설4	지각된이용성 → 만족도	0.202	0.196	0.054	3.730	***	채택
가설5	주변상황성 → 만족도	0.250	0.293	0.053	4.750	***	채택
가설6	편재접속성 → 만족도	-0.011	-0.014	0.049	-0.232	0.817	기각
가설7	만족도 → 재사용의도	0.850	0.855	0.051	16.649	***	채택

V. 결론

1. 연구결과

관광객들은 관광정보만으로 관광목적지를 선택할 만큼 매우 중요하기 때문에 관광정보는 정확해야 한다. 연구 분석 결과 모바일 관광정보서비스의 정확성은 정확성과 만족도는 유의한 결과를 얻지 못하였다. 이러한 결과는 관광활동 중에 검색을 하게 되는데 정보에 대해 사용자는 만족을 하지 못한다는 것을 알 수 있다. 따라서 모바일 관광정보서비스는 정확성을 높이기 위해 최신의 관광정보와 정확한 관광정보서비스로 고객들에게 신뢰를 받을 수 있도록 해야 할 것이다.

상호작용성은 관광객-정보-매체간 상호작용성의 매개 역할을 통해 관광객에게 만족도에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 관광정보서비스를 통해 상호작용성을

통해 관광정보서비스를 만족하게 받을 수 있으며, 만족도가 높아져 지속적 이용을 하게 된다는 서비스 활성화의 주요 과정을 알 수 있다.

모바일 관광정보 서비스에 대한 지각된 유용성은 지각된 용이성, 만족도에 모두 유의한 영향을 미치는 것을 나타냈다. 이는 지각된 용이성과 지각된 유용성이 시스템 이용의 중요한 결정요인이라는 기존의 연구 결과들(Davis et al., 1989; Venkatesh & Davis, 1996, 2000)과 일치한다[3][15][16]. 이러한 결과는 관광을 효과적으로 활용되고 있다고 볼 수 있으며, 이는 서비스를 통해 관광정보를 획득하기 용이하기 때문으로 판단할 수 있다.

편재접속성은 만족도에 유의한 결과를 얻지 못하였다. 이러한 결과는 접속성에서 차별적 가치를 제공하지 못하거나 접속성이 문제가 되는 것으로 판단된다. 무선 통신 서비스가 어느 정도 확보되어 있어서 대체적으로 시간 제약 없이 모바일 서비스에 안정적으로 연결이 가능하므로 더 이상 연결성에 의해 모바일 서비스 차별적인 가치를 제공하지는 않는다는 것을 암시할 수 있다.

주변상황인식성이 만족도에 매우 큰 영향이 있는 것으로 판단된다. 이러한 결과는 만족도에 직접적인 결정요인으로 작용하고 있다. 관광객이 처한 상황을 반영하여 모바일관광정보를 사용함으로써 관광만족을 지각하여 모바일관광정보서비스를 계속해서 이용할 의사를 가지고 있음을 보여주었다. 이는 모바일관광정보서비스는 사용자에게 주변상황을 고려하여 만족도를 증가시켜주고 있으며 이것은 재사용의도에 큰 영향을 주는 요인이라는 점을 제시해주고 있다.

2. 시사점

본 연구는 모바일관광정보서비스 사용자 대상으로 모바일관광정보서비스 특성, 소비자 특성에 따라 태도 및 행동결과에 미치는 영향에 대해 조명했다. 본 연구의 이론적 시사점은 다음과 같다.

첫째, 모바일관광정보서비스에 대한 지각된 유용성과 지각된 용이성은 만족도에 모두 유의한 영향을 미치는 것을 나타냈다. 이러한 연구결과는 관광객들이 관광정보 서비스를 통해 관광시간 단축이나 관광을 유용

하게 해주는 등 긍정적 성과를 얻으면 관광만족감을 느끼게 되고, 결국 모바일관광정보서비스를 재사용의도에 긍정적으로 작용한다는 점을 알 수 있다. 이를 위해서 모바일 서비스 업체들은 더 편리한 인터페이스, 사용절차, 접속편리성을 갖추기 위해서 노력해야하며, 실시간 교통정보를 반영한 빠른길 안내나 다양한 정보서비스(여행, 맛집, 날씨) 등 정확한 정보서비스를 개발하여 고객들에게 사용가치를 더 느끼게 해야 할 것이다.

둘째, 언제·어디서나 접속이 가능한 상태에서 관광객이 있는 위치 중심으로 500m, 1km, 5km 반경에 있는 여행지, 음식점, 숙박업소 등에 대한 상세 정보를 알려주고 날씨, 긴급 전화번호 등을 개인적 서비스를 제공할 수 있다면 관광객에게 내재되어 있던 관광정보 서비스의 재사용의도 욕구가 더욱 활성화 될 수 있음을 시사한다. 뿐만 아니라 현재 주변상황인식성 부문은 디지털 지도 관련 콘텐츠 업체들의 경쟁이 치열하지만, 최근 잇따르고 있는 아동 및 부녀자를 상대로 한 범죄에 적극 대응하기 위해 모든 휴대전화에 GPS(global positioning system) 모듈 장착 의무화를 추진하고 있어 향후 위치기반정보 콘텐츠 관련 산업 규모의 확장이 기대된다.

셋째, 상호작용성은 모바일관광서비스는 만족도를 증가시키는 요인이라는 점을 제시해주었다. 모바일관광정보 서비스는 시간과 공간의 제약을 초월하여 사용자들간의 원활하고 지속적인 상호작용이 가능해지고 있다. 따라서 관광활동에 필요한 정보를 사용자간 또는 사용자와 모바일 매체간 원활한 상호작용성을 제공해야 할 것이다.

3. 연구의 한계

본 연구는 모바일 관광정보 서비스의 관광태도를 설명하는데 있어서 기존의 정보기술 수용에 관한 연구와 모바일 관광정보서비스 특성을 결합시켜 TAM 확장된 모형을 구성하고, 소비자 특성에 따라 관광객의 태도 관계를 고찰했다. 이러한 결과는 향후 모바일 관광정보 서비스 분야의 연구에 이론적 토대로 제공해 줄 수 있다는 점에서 의의가 있다고 여겨진다. 자료 수집 및 일반화 측면에서 한계점을 가진다. 자료수집 과정에서

20-29세까지의 학생이 대부분을 차지하고 있어서 일반화하기에는 무리가 따를 수 있다. 많은 소비를 하는 30-40대 층에서 표본 비중이 상대적으로 너무 작다는 점을 연구의 한계점으로 지적 할 수 있다. 그리고 IT의 경우 연령대에 따라 사용량이 다르다고 할 수 있다. 따라서 연령별에 대한 차이에 따른 집단간 검증 비교분석을 통해 차별적 영향이 있는지 향후 연구에서는 필요할 것이다.

참고 문헌

[1] 조권중, *서울시민모바일 생활양식과 공공 공간의 변화 연구*, 서울시정개발연구원, pp.3-4, 2006.

[2] 한국소프트웨어진흥원, *국내 디지털콘텐츠산업 시장조사 보고서*, pp.73-74, 2009.

[3] F. D. Davis, "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology," *MIS Quarterly*, Vol.13, No.3, pp.319-340, 1989.

[4] 이선로, 조성민, "모바일 기기의 수용형태와 사용에 관한 연구 :PDA 시스템을 중심으로", *한국경영학회*, 제34권, 4호, pp.1023-1052, 2005.

[5] V. Venkatesh and F. D. Davis, A theoretical extension of the technology acceptance model : Four longitudinal field studies. *Management Science*, Vol.46, No.2, pp.186-204, 2000.

[6] 박현지, 권영국, 이호근, 주현식, 최정순, 박중환, "유비쿼터스 관광서비스에 대한 이용관광객의 선호태도분석", *한국관광레저학회*, 제20권, 제2호, pp.249-269, 2008.

[7] 유형석, 김기연, 이봉규, "모바일 텔레매틱스 서비스 사용 의도에 영향을 미치는 사용 용이성과 유용성 분석", 제9권, 제2호, pp.15-30, 2007.

[8] 이태민, 전종근, "유비쿼터스 접속성과 상황기반 제공성이 모바일 상거래 수용의도에 미치는 영향에 관한 연구", *경영학연구*, 제33권, 제4호, pp.1043-1071, 2004.

[9] 이성호, "모바일콘텐츠 서비스의 유비쿼터스 속성이 지각된 상호작용성 및 행동결과에 미치는 영향에 관한 연구", 서울대학교 박사학위 논문, 2006.

[10] P. Kannan, A. Chang and A. Whinston, "Wireless Commerce: Marketing Issues and Possibilities," 32th HICCS, Vol.9, No.9, pp.9015-9021, 2001.

[11] K. T. Hung, Y. W. Lee, and R. Y. Wang, "Quality information and Knowledge," Upper Saddle River. NJ : Prentice Hall, 1999.

[12] D. M. Strong, Y. W. Lee, and R. Y. Wang, "Data Quality in Context. Communication of the ACM," Vol.40, No.5, pp.103-110, 1997.

[13] T. M. Lee and J. K. Jun, "Contextual perceived value? investigating the role of contextual marketing for customer relationship management in a mobile commerce context," *Business Process Management Journal*. Vol.13 No.6, pp.798-814, 2007.

[14] D. H. Liao and C. W. Tsou, and M. P. Huang, "Factors influencing the usage of 3G mobile services in Taiwan," *Business Process Management Journal* Vol.31, No.6, pp.759-774, 2007.

[15] V. Venkatesh, M. G. L. Morris, G. B. Davis, and F. D. Davis, "User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View," *MIS Quarterly*, Vol.27, No.3, pp.425-578, 2003.

[16] V. Venkatesh and S. A. Brown, "A Longitudinal Investigation of Personal Computers in Homes : Adoption Determinants and Emerging Challenges," *MIS* Vol.25, No.1, pp.71-102, 2001(3).

[17] 이학식, 임지훈, *구조방정식 모형분석과 Amos 7.0*, 법문사, 2008.

[18] 김계수. *Amos 7.0 구조방정식모형 분석*, 한나래, 2007.

저자 소개

최 현 식(Hyun-Sik Choi)

정회원



- 2001년 2월 : 순천향대학교 관광경영학과(경영학사)
- 2003년 8월 : 순천향대학교 대학원 관광경영학 졸업(관광학 석사)
- 2009년 8월 : 한국항공대학교 대학원 경영학과 박사 졸업(항공경영학박사)

▪ 2001년 ~ 현재 : 문화관광네트워크 대표

<관심분야> : 관광정보, 여행사, 항공

박 진 우(Jin-Woo Park)

정회원



- 1999년 2월 : 인하대학교 경영학과(경영학사)
- 2000년 12월 : Embry-Riddle Aeronautical University 항공경영학과(항공경영학석사)
- 2005년 8월 : University of New South Wales 항공학과(항공경영학박사)

▪ 2006년 5월 ~ 2007년 2월 : 한국교통연구원 항공교통연구실 책임연구원

▪ 2007년 3월 ~ 2007년 8월 : 청주대학교 관광경영학과 교수

▪ 2007년 9월 ~ 현재 : 한국항공대학교 경영학과 교수

<관심분야> : 항공경영, 항공관광, 항공운송