

크루즈 관광객의 동기와 ICT 기반 유비쿼터스 서비스 이용의도에 관한 연구

박현지¹, 박중환¹, 김정인², 이정실^{1*}
¹동명대학교 관광경영학과, ²동명대학교 컴퓨터공학과

The Study on the Motivation of Cruise Tourist and the Use Intention of Ubiquitous Service based upon ICT

Hyun-Jee Park¹, Joong-Hwan Park¹, Jung-In Kim² and Joung-Sil Lee^{1*}

¹The Department of Tourism Management, Tongmyong University

²The Department of Computer Engineering, Tongmyong University

요약 본 연구의 내용은 관광객의 만족을 도모할 수 있는 유비쿼터스 관광서비스 구축을 위한 크루즈관광객의 동기를 분석한 것이다. 이를 위하여 크루즈관광동기와 유비쿼터스 크루즈서비스와의 관계를 규명하고자 실증분석을 하였다. 실증분석결과에 의하면, 교육신기활동 동기와 기항지 매력추구 동기가 높을수록 크루즈 승하선 정보 보안서비스 등에 대한 이용의도가 높은 것으로 나타났다. 크루즈관광 동기 중 사교성 동기가 높을수록 지불결제서비스에 대한 이용의도가 높았다. 또한 기항지 매력 추구동기가 높을수록 맞춤형 서비스에 대한 이용의도가 높은 것으로 나타났다. 지금까지의 실증분석결과에서 크루즈관광 동기 중에서 가족친화성, 일상탈출성, 기항지매력추구형, 사교성, 교육신기활동추구성 등의 순으로 정도가 높게 나타났다.

Abstract This study investigates the needs of cruise tourists for building customer oriented ubiquitous tourism services. Through the field survey, the relationship between cruise tourism motivations and ubiquitous cruise services were analyzed. In this study, cruise tourism motivations mean destination attraction, family friendship, socialization, education/novelty and escape from daily routine. And ubiquitous cruise services are consists of boarding service, security service, safety service, customization service, and payment services. The results are as follows ;cruise tourists with more socialization motivation get more use intention of ubiquitous payment service; cruise tourists with more destination attraction have more use intention of ubiquitous customization service.

Key Words : Cruise tourist, motivation, ubiquitous cruise service, use intention

1. 서론

세계 크루즈 관광객은 2010년 예상 기준으로 약 천8백만 명, 2020년에는 2천6백만 명이 될 것으로 전망하고 있다(해양수산부, 2007). 크루즈산업의 성장률(8.1%)은 관광산업의 성장률(4.3%)에 비해 대략 2배정도 높은 성장률을 기록하였고, 특히 동북아시아 크루즈 관광객은 급속하게 성장할 것으로 추정하고 있다(UNWTO, 2006).

크루즈 관광객 및 입항 현황의 관점에서, 현재 크루즈

의 입항 횟수는 지속적으로 증가하는 것에 비해 관광객 수의 증가는 감소하고 있다. 이는 크루즈 관광의 생소함과 크루즈 내에서의 시설 활용에 대한 부담감으로 인해 신규고객의 창출이 타 관광에 비해 어려운 것으로 사료된다. 실제로 부산항 크루즈 입항현황을 살펴보면, 2003년 21회 입항횟수에 13,496명이었던 것이 2010년에는 입항횟수가 78회, 입항인원은 150,000명으로 측정되고 있다(부산일보, 2010). 이에 크루즈 관광객들을 위한 운영 관리시스템 기술을 도입하여 관광객의 호기심, 관광

본 논문은 중소기업청에서 지원하는 2009년도 산학연공동기술개발사업(No.00035150)의 연구수행으로 인한 결과물임.

*교신저자 : 이정실(jslee2@hanmail.net)

접수일 10년 10월 15일

수정일 10년 11월 03일

게재확정일 10년 11월 19일

욕구, 시설활용의 편리성 등을 자극하여 관광객을 유치해야 할 것이다.

고용효과가 높은 크루즈 산업은 차세대 유망관광산업으로 간주되고 있다. 이에 관광산업의 발전과 유비쿼터스 기술 적용의 새로운 시도로 인한 IT기술의 발전으로 신사업의 창출과 높은 고용효과를 나타낼 것이다.

이러한 크루즈관광의 발전을 도모하기 위하여 본 연구에서는 크루즈 관광객의 욕구를 분석하고자 한다. 이는 관광객들의 구매욕구 자극과 구매활동을 위한 기술적 보완이 필요하며, 높은 부가가치 창출사업의 특성상 다양한 기술의 선점이 요구되기 때문이다. 또한 향후 시스템구축 시 보안관리상 소프트웨어의 크기와 규모의 단순화를 위함이다(김정인, 2010). 따라서 첨단 IT 기술로서 유비쿼터스 기술을 접목하여 관광효율성을 증진시킬 수 있는 서비스를 개발하기 위하여 보다 심층적 고객니즈를 파악함을 본 연구의 목적으로 한다.

2. 이론적 배경

2.1 관광동기와 이용의도

동기란 인간의 행동이면에 있는 사고력에 의해서 어떤 특정한 방향으로 행동을 일으키는 영향력으로서, 관광객의 특성 중에서도 해당지역을 방문하게 되는 심리적 이유를 설명하는 요인이다(동남래저연구소, 2009). 따라서 관광객의 방문동기 및 그 유형을 밝히는 것은 각종 마케팅 전략의 수립에 있어 필수적이라고 할 수 있다(Crompton & McKay, 1997).

행동의도란 소비자들이 어떤 대상에 대한 태도를 형성한 후 특정한 미래행동으로 나타내려는 개인의 의지와 신념이라고 하였다(Boulding 등, 1993).

한편 본 연구의 주제는 현재 존재하지 않지만 미래 구축될 유비쿼터스 크루즈 서비스에 대하여 관광객의 이용의도를 분석하는 것이다. 따라서 행동의도(본 연(본 연구에서는 이용의도를 의미함)의 선행지수로서 방문동기(최해수, 2009)를 적용하여 동기와 이용의도간의 관계분석을 함으로써, Boulding 등(1993)의 개념정의에 의거한 이용의도를 본 연구의 요인으로 채택하기로 한다.

2.2 유비쿼터스 관광서비스 적용 현황

2007년 부산 국제 영화제 기간 동안 정보통신부와 SKT는 RFID 리더를 내장한 휴대폰 330대와 탈착형 RFID 리더인 '동글'1000대를 임대해 주는 'U-PIFF'서비스를 제공하였다. PIFF 파빌리온 내의 U-PIFF 체험관에서

모바일 RFID폰(RFID 리더기가 내장된 휴대폰)을 제공받아 곳곳에 설치된 RFID 태그를 통하여 영화제 기간중의 상영작에 대한 정보와 잔여좌석 수, 기타 정보까지 확인할 수 있게 하였다. 그 결과 기존의 어떤 영화제에서도 경험하지 못한 새롭고 유익한 기술적서비스로 영화제 기간중의 정보습득으로 인한 편리함을 접해 볼 수 있었다. 이에 크루즈에도 유비쿼터스 기술을 적용시킨다면 색다른 서비스의 제공으로 보다 경쟁력을 높이고, 크루즈내 시설활용의 편리성과 고객관리 서비스 제공에 큰 도움이 될 것이다. 현재 유비쿼터스 관광서비스는 발전을 거듭하고 있는 가운데 대표적인 국내사례로서는 U-해운대 테스트베드 구축사업, 보령 UTOUPIA, 통영 UTOUPIA, 부산 UTOUPIA, 공주 UTOUPIA 등이 있다([표 1]참고).

【표 1】 유비쿼터스 관광서비스의 대표적인 국내사례

U-해운대	· “언제, 어디서나, 누구나 필요로 하는 관광정보와 관광편의를 제공받는” 유비쿼터스 관광을 목표로 하여 2007년 부산광역시 「u-Tourpia」 사업을 추진
보령U-Tourpia	· 2006년 시범지역으로 UTOUPIA 사업을 추진
통영U-Tourpia	· 한려 수도 등 천혜의 관광자원을 가진 통영은 RFID 기반의 다양한 관광안내 서비스를 제공
부 산 · 공 주 U-Tourpia	· 2008년 추진된 부산 · 공주의 UTOUPIA 사업은 관광 및 지리 포털형식의 서비스를 제공

2.3 관련 선행연구

RFID를 활용한 유비쿼터스 컨벤션에 관한 노영, 변정우(2008)의 연구는 국내의 컨벤션 산업 발전을 위해 RFID의 적극적인 활용이 컨벤션 업무의 효율성을 극대화할 수 있다는 측면과 더불어 컨벤션 경쟁구들과의 차별화에도 유익할 것으로 판단하였다. 다양한 RFID 시범 사업을 통해 경쟁력있는 비즈니스 모델을 꾸준히 개발하고 적용하는 것이 필요함을 강조하였다. 최현식, 박진우(2008)는 유비쿼터스 환경하에 관광정보탐색 서비스가 수용의도에 미치는 상호작용성 요인에 관하여 연구를 하였다. 즉, 지각된 상호작용성이 미개적 역할을 통해 사용자 태도 및 행동의도에 미치는 영향을 실증적으로 규명하였다. 박찬정, 문영호, 이현수, 조규범, 이현수(2008)는 축제홍보를 위한 PDA와 2차원 바코드 기반의 u-팜플렛 개발을 위한 연구를 하였다. 모바일 기기와 2차원 바코드라는 색다른 도구를 활용하여 유비쿼터스적인 요구를 만족시킬 수 있다는 가능성을 제안하였다. u-전시안내시스템의 플로우가 사용자 만족에 미치는 영향에 대한 연구(이기동, 김학희, 2008)에서 플로우, 성취감, 관람객 만족간의 영향관계를 분석하였다. 본 연구모형에서 박물관 u-

관광정보시스템 이용자의 플로우, 매개변수와 만족도를 설명하고 예측할 수 있는 유용한 모형을 제시하였다. 상기의 선행 연구외에 크루즈관광에 관한 선행연구를 요약하면 [표 2]와 같다.

[표 2] 크루즈관광 선행연구

연구명	연구변수	연구결과	조사대상자
양·유·옥 (2009)	· 관광동기: 새로운경험 추구형, 신상체험 및 일상탈출형, 관광지 매력추구형, 가족친화 추구형 · 관광목적이미지: 흥미롭고 매력적임, 관광인프라 편리성, 관광체험성, 휴식과 안정성, 관광지원성	중저가 크루즈 여행객의 관광 동기는 3개의 시장으로 중립적 활동형, 적극적 활동형, 소극적 활동형으로 세분화 되었고, 세분화된 중저가 크루즈 여행객의 관광동기 유형과 관광목적지 이미지 간에는 유의적인 상관관계가 있는 것으로 밝혀짐	중저가 크루즈 여행객
최훈 (2008)	· 관광산업활성화요인: 항만인프라 등 기반시설의 조성, 연계된 관광 상품 개발, 크루즈 상품에 대한 홍보 마케팅 강화, 관련법·제도정비, 재정 지원 및 세계감면	크루즈 산업 활성화 방안으로 단기적으로는 크루즈 관광산업의 기반조성, 중·장기적으로는 크루즈 관광의 활성화	크루즈 관광의 협력자와 전문가들
김경희 (2008)	· 크루즈 기항지로서 한국의 장점: 관광자원, 한국역사와 문화의 독특성, 기항지와 관광지의 청결성, 자연경관우수성, 기항도시의 친절성, 관광지의 교통접근성 · 크루즈 기항지로서 한국의 단점: 크루즈선 접안시설의 미비	한국 크루즈 산업의 발전을 위하여 크루즈 관광을 촉진하는 외국 크루즈선의 기항 횟수를 증가하는 인바운드 전략을 추진	크루즈 선사와 크루즈 상품전문가는 물론 학계 전문가
하인수 (2006)	· 카리브해와 알래스카 지역의 선사 브로셔의 구성 및 외형적 특성, 고객과 커뮤니케이션 되는 용어의 빈도수, 사진의 시각적 정보변수들을 파악	브로셔의 구성, 외형적 특성은 목표시장이 달라도 표준화되어있으며, 시각적 정보에 있어 카리브해는 선내활동이 강조되고, 알래스카는 기항지 경관을 중시함	알래스카, 카리브해 브로셔
김도영 (2006)	· 크루즈 여행 참가선택속성: 차원 높은 서비스, 크루즈여행문화 관리 속성, 크루즈 경로 및 상품 속성	크루즈 선택속성→전체 만족도에 영향을 미침 크루즈 선택속성→재참가 및 추천의사에 영향을 미침	크루즈 여행객
이준 (2006)	· 관광유람선상품의 요도 요인: 시설 및 서비스, 유람선분위기, 일탈성, 선택성, 안전성	관광유람선의 서비스 품질, 안전시설, 서비스원 등 관광유람선 서비스 고객 선호도를 파악함	관광유람선 승선 관광객
박봉규 (2007)	크루즈 컨벤션 두업계의 시너지 효과를 위해 유람선 및 컨벤션을 결합하고, 크루즈 컨벤션 산업의 중요성에 따라 경제적 영향을 기반으로 논의함	크루즈 컨벤션산업의 경제적 효과를 최대화하기 위해 부산크루즈 컨벤션 산업의 마스터플랜 계획, 관련기업 육성을 통한 크루즈 컨벤션 산업의 성장촉진, 통합도시마케팅기구 설립, 컨벤션 크루즈산업의 연계프로그램개발, 크루즈노선 확충과 국제노선의 모항유치를 해결해야함	크루즈

3. 연구방법론

3.1 연구가설의 설정

관광전 참가객의 유비쿼터스 관광서비스의 동기와 행동의도간의 관계분석을 한 박중환 등(2007)의 연구에서도 관광동기는 유비쿼터스 관광서비스에 대한 행동의도에 긍정적 요인으로 작용하였다. 따라서 크루즈 관광동기와 서비스 이용의도를 분석하는 본 연구에 상기의 선행 연구를 고려한다면 다음과 같은 가설설정이 가능할 것이다.

가설1. 크루즈 관광 동기는 유비쿼터스 크루즈 서비스 이용의도에 정(+)의 유의한 영향을 미친다.

가설1-1. 크루즈 관광 동기는 크루즈 승하선·정보·보안 서비스 이용의도에 정(+)의 유의한 영향을 미친다.

가설1-2. 크루즈 관광 동기는 지불결제 서비스 이용의도에 정(+)의 유의한 영향을 미친다.

가설1-3. 크루즈 관광 동기는 안전 서비스 이용의도에 정(+)의 유의한 영향을 미친다.

가설1-4. 크루즈 관광 동기는 맞춤형 서비스 이용의도에 정(+)의 유의한 영향을 미친다.

IT 엑스포 방문동기와 U-관광서비스 선호도와와의 관계를 분석한 박현지 등(2008)의 연구에서 관광동기로서 교육동기가 U-관광서비스 선호도에 긍정적 영향을 미치는 것으로 나타났다. 또한 박람회 방문동기와 유비쿼터스 관광서비스 선호도를 연구한 박현지 등(2008)의 연구에서, 방문동기는 선호도요인로서 유비쿼터스 관광서비스 콘텐츠, 유비쿼터스 관광서비스, 유비쿼터스 관광서비스의 안내방법별 선호도 등에 부분적으로 긍정적 영향을 미치는 것으로 분석되었다. 따라서 다음과 같은 가설설정이 가능할 것이다.

가설2. 크루즈 관광 동기는 유비쿼터스 크루즈 서비스 전달방법에 정(+)의 유의한 영향을 미친다.

가설3. 크루즈 관광 동기 집단별 유비쿼터스 크루즈 서비스 이용의도에 차이가 있다.

3.2 변수의 조작적 정의 및 측정

크루즈의 유비쿼터스 관광서비스에 대한 연구로서 크루즈관광 동기와 이용의도, 유비쿼터스 관광서비스 내용과 유비쿼터스 관광서비스 안내방법간의 관계분석을 검증하고자 한다. 이러한 연구의 취지를 만족시키기 위해서

지금까지 언급한 선행연구를 포함한 관련연구들을 근거로 하여 다음과 같은 분석변수를 도출하였다. 크루즈 관광동기, 이용의도, 유비쿼터스 관광서비스 내용, 안내방법 등의 세부요인은 요약하면 [표 3]과 같으며, 응답은 리커트 5점 척도를 사용하였다.

[표 3] 측정변수의 조작적 정의 및 설문지의 구성

구분	변수	조작적 정의	관련 연구	항목 수
독립 변수	크루즈 관광동기	교육신기추구 동기	박동진·손광영(2004), 박현지 등(2006) Ajzen(1991), Agarwal & Prasad(1998), 통영시(2007)	4
		활동 추구성		4
		일상 탈출성		4
		가족 친화성		4
		사교성		4
	기향지매력 추구형	기향지의 관광을 원함	4	
종속 변수	이용의도	유비쿼터스 관광서비스의 이용의도의 정도	21	
	유비쿼터스 관광서비스 안내방법	유비쿼터스 관광서비스의 유비쿼터스 기술에 대한 만족		4

3.3 자료수집 및 검증방법

본 연구를 수행하기 위한 설문조사는 2010년 1월 10일 실시하였으며 연구의 목적을 수행하기 위해 조사대상을 부산국제여객터미널을 통해 일본으로 가는 관광객에게 설문지를 배부하고 즉석에서 회수하였으며 총 250부를 배부하고 회수된 213부를 분석에 사용하였다.

설문 내용은 크루즈 관광을 하게 될 때의 관광동기에 관한 6요인 24문항, 유비쿼터스 크루즈 관광 서비스에 대한 이용의도 정도에 관한 6요인 22문항, 유비쿼터스 관광서비스의 내용에 관한 3문항, 유비쿼터스 관광서비스를 전달하는 방법에 관한 4문항을 리커트 5점 척도로 구성하였다.

인구 통계적 특성은 8문항으로서 명목척도로 구성하였다. 또한 여객선 경험여부의 1문항과 향후 크루즈 여행의 계획에 관한 4문항으로 총 67문항으로 설문지를 구성하였다.

자료 분석을 위해 Spss win 1.4를 사용하였다. 수집된 자료는 기술통계분석을 통해 표본의 인구 통계적 특성을 고찰하고 가설을 입증하기 위해 요인분석, 신뢰도분석, 다중회귀분석을 실시하였다. 설문형태는 다지 선다형(multiple choice questions)으로 리커트(Likert)의 5점 척도법을 적용하였으며 최종 설문지를 완성하기 위해 예비조사를 실시하여 명확하지 않는 부분에 있어서 이를 전

문교수와 논의하여 수정하였다. 각 연구의 개념과 관련된 설문문항은 선행연구에서 중요하게 고려되고 있는 요인을 중심으로 본 연구에 맞게 조사를 시행하였다.

4. 분석결과 및 시사점

4.1 조사 대상자의 인구통계학적 특성

본 연구에서는 총 213부의 설문지를 회수하여 최종분석에 사용하였다. 응답자의 성별구성을 보면 남성은 109명(51.2%), 여성은 104명(48.8%)으로 차지하였으며, 연령대별로는 21세~30세가 119명(55.9%), 31세~40세가 46명(21.6%)으로 차지하였고, 결혼여부로는 미혼이 151명(70.9%), 기혼이 62명(29.1%)으로, 학력은 대학(재)졸업자가 131명(61.5%), 고등학교(재)졸업자가 65명(30.5%)으로 나타났다. 응답자의 월평균 소득면에서는 월평균 소득에 해당사항이 없는 경제적 생활수준이 되지 않는 학생신분이 85명(39.9%), 100~200만원 미만인 58명(27.2%), 100만원 미만인 28명(13.1%)으로 나타났다. 직업면에 있어서는 학생이 102명(47.9%), 회사원 44명(20.7%), 주부 26명(12.2%)으로 나타났다. 크루즈 이용시 동행자는 친구와 함께 하는 동행자가 84명(39.4%), 가족친지와 함께 하는 동행자가 83명(39.0%)으로 나타났다. 응답자의 거주지로는 부산이 92명(43.2%), 경남이 25명(11.7%), 울산이 23명(10.8%)으로 나타났다.

4.2 측정척도의 신뢰성 및 타당성 분석

4.2.1 관광동기 대한 탐색적 요인분석과 신뢰성 분석

[표 4]는 크루즈 관광동기에 대한 요인분석의 결과를 제시하고 있으며, 24개의 크루즈 관광동기 항목 중 고유치(Eigenvalue)가 1.0 이상인 5개의 요인으로 추출되었는데 이는 전체분산설명력의 71.290%를 설명하고 있다([표 4]참고).

[표 4] 크루즈 관광동기에 대한 요인분석

요인	관광활동	요인적재량	고유치	분산설명력	Cronbach's alpha
가족 친화성	가족의 친목과 화합을 위하여	.929	7.460	35.521	.959
	가족의 화목을 위하여	.924			
	가족과 더 많은 시간을 보내기 위하여	.914			
	가족과 함께 크루즈관광에 참여하기 위하여	.871			
일상탈출성	기분전환을 위하여	.840	2.504	11.926	.879
	일상적 스트레스를 해소하기 위	.839			

	하여				
	정신적 육체적 휴식을 갖기 위하여	.814			
	편에 바친 생활에 변화를 주기 위하여	.697			
기항지 매력구성	각 기항지의 경관을 감상하기 위하여	.787	2.124	10.115	.875
	각 기항지의 문화를 체험하기 위하여	.785			
	각 기항지의 경관을 감상하기 위하여	.747			
	각 기항지의 관광 상품을 체험하기 위하여	.691			
사회성	동료들과 함께 크루즈관광을 하기 위하여	.719	1.578	7.514	.749
	친구들과 함께 크루즈관광을 하기 위하여	.712			
	새로운 사람들을 만날 수 있을 것 같아서	.711			
	다양한 사람들을 만날 수 있을 것 같아서	.656			
교육·신기·활동구성	크루즈에서 무언가를 배우고자 함	.784	1.305	6.214	.793
	크루즈 문화를 알고 싶어서	.681			
	선상에서 쇼핑, 부대시설을 즐기기 위하여	.663			
	선상에서 오락, 유흥시설을 즐기기 위하여	.641			
	선상에서 카지노를 즐기기 위하여	.563			
KMO(.896), Bartlett Test χ^2 (2946.971(p<.001), 유의도(.000), 총분산(71.290)					

[표 5]는 크루즈서비스 이용의도에 대한 요인분석의 결과를 제시하고 있으며, 22개의 크루즈 관광동기 항목 중 고유치(Eigenvalue)가 1.0 이상인 4개의 요인으로 추출되었는데 이는 전체분산설명력의 66.691%를 설명하고 있다. 이러한 크루즈 이용의도 요인들은 크루즈 승·하선 정보보안서비스, 안전서비스, 맞춤형서비스, 지불·결제 서비스로 각각 명명되었다. 요인분석결과 22개 항목 모두가 분석에 활용되었다([표 5]참조).

[표 5] 유비쿼터스 크루즈 서비스 이용의도에 대한 요인분석

요인	관광활동	요인적재량
크루즈 승·하선 정보안서비스	크루즈 승선시 수하물 검사를 간단 신속하게 하는 서비스	.781
	크루즈의 타고 내림을 간단 신속하게 하는 서비스	.749
	크루즈 내의 고객이용시설에 대한 위치를 알려주는 서비스	.692
	크루즈 내의 식당/부대시설가격, 메뉴, 영업시간 등을 알려주는 서비스	.673
	당일 행사에 대한 정보(내용·시간·위치 등) 제공 서비스	.666
	크루즈 승·하선 절차를 여러 가지 IT기술로 안내하는 서비스	.660
	복잡한 크루즈 내에서 고객의 위치를 알려주는 서비스	.607
	기항지 정보 (날씨, 현지상황 등) 제공 서비스	.578
	분실/습득물을 신속하게 조회할 수 있는 서비스	.556
	소지품의 도난·분실 방지를 위하여 수하물에 전자칩 부착	.553

	분실(혹은 도난)발생 및 습득물발견 시 신속히 신고할 수 있는 서비스	.548
	고유치(10.130), 분산설명력(46.045), Cronbach's alpha(.921)	
안전서비스	화재 등의 위급 상황발생시 신속한 대처안내 서비스	.770
	미아 찾기 서비스	.766
	노약자/장애자 안전을 위한 서비스	.737
	응급환자 발생시 호출 서비스	.721
	단말기, 음성, LCD등을 통한 선내안전 서비스	.668
	고유치(1.670), 분산설명력(7.590), Cronbach's alpha(.881)	
맞춤서비스	자기가 원하는 관광 상품을 안내해주는 서비스	.863
	자기가 원하는 행사를 안내해주는 서비스	.830
	자기가 원하는 관광 스케줄을 안내해주는 서비스	.808
	고유치(1.574), 분산설명력(7.154), Cronbach's alpha(.888)	
지불·결제서비스	실시간으로 결제사항을 알려주는 서비스	.869
	전자칩을 통한 크루즈 내에서의 지불·결제 서비스	.794
	현재까지의 지출내역을 검색할 수 있는 서비스	.719
	고유치(1.298), 분산설명력(5.902), Cronbach's alpha(.855)	
KMO(.912), Bartlett Test χ^2 (3184.822(p<.001), 유의도(.000), 총 분산(66.691)		

[표 6]은 크루즈 u-관광서비스 전달방법에 대한 요인 분석의 결과를 제시하고 있으며, 4개의 u-관광서비스 전달방법 항목 중 고유치(Eigenvalue)가 1.0 이상인 1개의 요인으로 추출되었다. 이는 전체분산설명력의 69.108%를 설명하고 있다. 이러한 크루즈 u-관광서비스 전달방법요인은 대한 요인은 4개 항목 모두가 분석에 활용되었다 ([표 6]참조).

[표 6] 크루즈 u-관광서비스 전달 방법에 대한 요인분석

요인	관광활동	요인적재량	고유치	분산설명력	Cronbach's alpha
관광서비스 전달방법	동영상 정보	.848	2.764	69.108	.851
	텍스트 및 이미지 정보	.837			
	관광안내에 대한 음성정보 서비스	.828			
	지리정보(지도·네비게이션과 비슷) 이용	.811			
KMO(.818), 총 분산(69.108), Bartlett Test χ^2 (349.332(p<.001), 유의도(.000)					

4.3 군집분석 프로파일

도출된 5개의 관광동기에 대한 요인들을 기준으로 워드법(word's method)을 이용한 계층적 군집분석과 quick cluster 군집분석을 이용하여 군집분석한 결과 최종 3개의 세분집단으로 분류 되었다.

각 군집집단별 명명을 하기 위하여 군집별 분산분석을 통해, 군집 1은 관광동기가 높은 평균값을 보여 적극적 활동집단으로 명명하였고, 군집 2는 관광동기가 낮은 평균값을 보여 소극적 활동집단으로 명명하였다. 군집 3은 3개의 집단 중 평균값이 중간이어서 중간적 활동집단으로 명명하였다([표 7]참조).

[표 7] 군집분석 결과

요인명	군집1 적극적활동집단(n=138)	군집2 소극적활동집단(n=29)	군집3 중간적활동집단(n=46)	F값	유의 확률
교육신기성	2.99(a)	1.76(c)	2.57(b)	50.834	.000**
일상탈출성	3.67(ab)	2.09(c)	3.79(ab)	88.158	.000**
사교성	3.37(ab)	2.23(c)	3.12(ab)	34.827	.000**
기행지추구성	3.69(a)	2.28(c)	3.37(b)	50.889	.000**
가족친화성	3.86(a)	2.25(bc)	1.98(bc)	169.511	.000**

**P<0.01, ()안은 사후검증결과(DUNCAN검증)

4.4 세분집단에 대한 판별분석

세분집단들의 분류에 영향을 미칠 수 있는 관광동기의 영향력 정도를 파악하기 위해 요인변수를 모두 진입시키는 판별분석을 실시한 결과 [표 8]과 같이 나타났다.

판별함수 1의 경우 고유값이 2.088, 정준상관계수는 .822, 유의도는 .000으로 높게 나타났으며 판별함수 2의 경우 고유값이 .956, 정준상관계수는 .699, 유의도는 .000으로 높은 것으로 나타났다.

그리고 이 판별식이 실제의 집단을 얼마나 잘 분류해 주고 있는지를 나타내는 적중률(hit ratio)의 경우 97.2%로 평가기준인 최대우연기준 65%(=(138/213)과 비울우연 기준48%(=(138/213)2+(29/213)2+46/213)2) 보다 높게 나타남으로써 매우 높은 판별력을 보이고 있다.

[표 8] 판별분석 결과

판별함수	고유값	정준상관계수	Wilks 랏다	자유도	P값
1	2.088	0.822	0.166	10	0.000
2	0.956	0.699	0.511	4	0.000
요인	표준화판별함수		Wilks 랏다	F값	P값
	1	2			
교육신기성	0.356	0.079	0.674	50.834	0.000*
일상탈출성	0.111	0.827	0.544	88.158	0.000*
사교성	0.207	0.259	0.751	34.827	0.000*
기행지추구성	0.182	0.174	0.674	50.889	0.000*
가족친화성	0.772	-0.634	0.382	169.511	0.000*
실제집단	빈도 (전체 213명)	예측집단			
		군집1(%)	군집2(%)	군집3(%)	
군집1 (적극적집단)	138	135(97.8)	1(0.7)	2(1.5)	
군집2 (소극적집단)	29	0(0.0)	28(96.6)	1(3.4)	
군집3 (중간적집단)	46	2(4.3)	0(0.0)	44(95.7)	

*P<0.05, 적중률 : 97.2%

4.5 연구 가설의 검증

4.5.1 가설1: 크루즈관광 동기가 유비쿼터스 크루즈관광서비스의 이용의도에 미치는 영향

가설 1-1의 가설을 검증한 결과 [표 9]에서 보는 바와 같이 크루즈관광의 동기 중에서 교육신기활동 동기와 기행지 매력 추구 동기가 크루즈 승하선·정보·보안 서비스 이용의도에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 반면 그 외 동기는 크루즈 승하선·정보·보안 서비스 이용의도와 유의적 영향관계가 없는 것으로 나타나 가설 1-1은 부분적으로 채택되었다.

가설 1-2의 가설을 검증한 결과 [표 9]에서 보는 바와 같이 크루즈관광 동기 중에서 사교성 동기가 크루즈 지불결제서비스 이용의도요인에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 가설 1-2는 부분 채택되었다.

가설 1-3의 가설을 검증한 결과 [표 9]에서 보는 바와 같이 크루즈관광의 동기가 크루즈 안전 서비스 이용의도에 미치는 영향관계는 유의하지 않는 것으로 나타나 가설 1-3은 기각되었다.

가설 1-4의 가설을 검증한 결과 [표 9]에서 보는 바와 같이 크루즈관광 동기 중에서 기행지 매력 추구 동기가 크루즈 맞춤형 서비스 요인에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 결론적으로 가설 1-4는 부분 채택되었다.

[표 9] 크루즈관광 동기가 이용의도에 미치는 영향

종속 변수	독립변수	표준 오차	β	t값	유의 도	공인성통계량	
						공차한계	VIF
크루즈 승하선· 정보·보 안 서비스 이용의도	교육신기활동추구성 동기	.076	-.190	-2.322	.021	.663	1.508
	일상탈출성 동기	.068	.051	.616	.539	.653	1.532
	사교성 동기	.071	.065	.814	.416	.702	1.424
	기행지 매력 추구 동기	.070	.235	2.745	.007	.602	1.661
	가족친화성 동기	.047	.058	.771	.442	.785	1.274
수정(R ² .084), F(3.779), F유의도(.003)							
지불결제 서비스 이용의도	교육신기활동추구성 동기	.095	.013	.159	.874	.663	1.508
	일상탈출성 동기	.085	-.080	-.979	.329	.653	1.532
	사교성 동기	.089	.271	3.454	.001	.702	1.424
	기행지 매력 추구 동기	.088	.092	1.084	.280	.602	1.661
	가족친화성 동기	.059	.067	.911	.363	.785	1.274
수정(R ² .108), F(5.003), F유의도(.000)							
안전 서비스 이용의도	교육신기활동추구성 동기	.085	-.074	-.900	.369	.663	1.508
	일상탈출성 동기	.077	.010	.120	.905	.653	1.532
	사교성 동기	.080	.080	1.009	.314	.703	1.424
	기행지 매력 추구 동기	.079	.244	2.846	.055	.602	1.661
	가족친화성 동기	.053	.048	.641	.522	.785	1.274
수정(R ² .061), F(3.757), F유의도(.003)							
맞춤형 서비스 이용의도	교육신기활동추구성 동기	.089	-.060	-.738	.461	.633	1.508
	일상탈출성 동기	.081	.069	.849	.397	.653	1.532
	사교성 동기	.084	.043	.545	.586	.702	1.424
	기행지 매력 추구 동기	.083	.289	3.388	.001	.602	1.661
	가족친화성 동기	.056	-.070	-.940	.348	.785	1.274
수정(R ² .096), F(4.378), F유의도(.001)							

4.5.2 가설2: 크루즈관광 동기가 크루즈 u-관광 서비스 전달 방법에 미치는 영향

가설을 검증한 결과 [표 10]에서 보는 바와 같이 크루즈관광의 동기 중에서 기행지 매력 추구 동기와 가족친화성 동기가 크루즈 u-관광서비스 전달 방법에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 반면 그 외 동기는 u-관

광서비스 전달 방법과 영향관계가 없는 것으로 나타나 가설 2는 부분적으로 채택되었다.

[표 10] 크루즈관광 동기가 크루즈 u-관광서비스 전달 방법에 미치는 영향

종속 변수	독립변수	표준 오차	β	t값	유의도	공선성통계량	
						공차한계	VIF
u 관광서비스 전달 방법	교육신기활동추구성 동기	.080	-.113	-1.405	.161	.663	1.508
	일상탈출성 동기	.072	.019	.240	.810	.653	1.532
	사교성 동기	.075	.045	.579	.563	.702	1.424
	기항지 매력 추구 동기	.074	.222	2.631	.009	.602	1.661
	가족친화성 동기	.050	.185	2.501	.013	.785	1.274
수정R ² (.112), F(5.227), F유의도(.000)							

4.5.3 가설3: 크루즈관광 동기 집단별 유비쿼터스 크루즈관광서비스의 이용의도에 미치는 영향

가설3의 검증을 위하여 분산분석을 실시한 결과 [표 11]에서 보는 바와 같이 정보보완서비스를 제외하고는 모든 선택변수에서 통계적으로 유의한 것으로 나타났다. 따라서 가설3은 부분적으로 채택되었다.

[표 11] 집단별 이용의도와와의 차이분석

요인명	군집1	군집2	군집3	F값	유의확률
정보보완서비스	3.67	3.37	3.62	2.217	.111*
안전서비스	3.73(ab)	3.26(c)	3.61(ab)	4.826	.009*
맞춤형서비스	3.69(ab)	3.20(c)	3.72(ab)	4.921	.008*
지불결제서비스	3.63(ab)	3.18(bc)	3.35(b)	4.309	.015*

군집1: 적극적 활동집단(n=138), 군집2: 소극적 활동집단(n=29), 군집3: 중간적 활동집단(n=46) *P<0.05 ()안은 사후검증에 근거한 평균의 차이

5. 결론

본 연구의 내용은 관광객의 만족을 도모할 수 있는 유비쿼터스 관광서비스 구축을 위한 크루즈관광객의 욕구를 분석한 것이다. 이를 위하여 크루즈관광동기와 유비쿼터스 크루즈서비스 및 유비쿼터스 서비스의 전달방법과의 관계를 규명하고자 실증분석을 하였다.

요인분석에서 크루즈관광 동기는 가족친화성, 일상탈출성, 기항지매력추구, 사교성, 교육신기활동추구성 등 5개의 요인이 추출되었다. 유비쿼터스 크루즈관광서비스에 대한 이용의도로서 4개의 요인이 추출되었는데 크루

즈 승하선 정보 보안서비스, 안전서비스, 맞춤형서비스, 지불결제서비스 등이다.

가설검증에서는 교육신기활동 동기와 기항지 매력추구 동기가 높을수록 크루즈 승하선 정보 보안서비스 등에 대한 이용의도가 높은 것으로 나타났으므로 가설1은 부분적으로 채택되었다. 크루즈관광 동기 중 사교성 동기가 높을수록 지불결제서비스에 대한 이용의도가 높은 것으로 나타나서 가설 2는 부분적으로 채택되었다. 안전서비스 이용의도에 대한 크루즈관광 동기는 유의적 영향관계가 발견되지 않으므로 가설 3은 기각되었다. 기항지 매력 추구동기가 높을수록 맞춤형 서비스에 대한 이용의도가 높은 것으로 나타나서 가설 4는 부분적으로 채택되었다.

지금까지의 실증분석결과에서 크루즈관광 동기 중에서 가족친화성, 일상탈출성, 기항지매력추구형, 사교성, 교육신기활동추구성 등의 순으로 정도가 높게 나타났다. 교육동기가 가장 높은 동기부여요인으로 간주되는 일반적 현상과 대조적인 점은 향후 연구의 과제가 될 것이다. 일상탈출성과 기항지매력추구형이 크루즈관광동기로 작용함은 다각적 해석이 가능할 것이다.

본 연구를 수행하면서 발견된 점으로서 현재 내국인의 크루즈관광에 대한 정확한 지식이 미약하다는 것이다. 또한 유비쿼터스 서비스에 대한 인지도도 낮은 것으로 나타났다. 이러한 사항은 크루즈 관광시장이 아직은 초기단계라는 것과 동시에 발전의 여지가 높다는 의미가 될 수 있겠다. 한편 사람이 제작하는 소프트웨어의 크기가 커지고 복잡해질수록 위험 요소가 증가하게된다(김정인, 2010). 이러한 관점에서 ICT 기반 유비쿼터스 크루즈 서비스의 관광동기 및 이용의도를 분석함은 향후 구축할 소프트웨어의 크기 및 구조의 단순화를 의미한다는 점에서 본 연구의 학문적 기여를 발견할 수 있겠다.

본 연구의 한계는 여객선이용자를 설문조사대상으로 하였다는 점이다. 향후는 크루즈경험자를 대상으로 하여 좀 더 정확한 크루즈 관광객의 동기 및 서비스 이용의도를 연구해야 할 것이다. 또한 크루즈 관광의 만족, 충성도와 크루즈관광동기 및 서비스 이용의도와의 관계에 대한 연구도 이루어져야 할 것이다.

참고문헌

[1] 김경희, "한국 크루즈산업의 발전방안에 관한 연구-크루즈선 기항여건 및 수용태세를 중심으로" 호텔경영학 연구, 제 17권 제 1호, pp. 199-216, 2008.
 [2] 김도영, "크루즈 여행 선택속성에 기초한 마케팅전략

에 관한연구," Tourism Researc 제 22권 pp. 27-27, 2006.

[3] 김정인, "정적 링크된 ELF 파일에서의 외부 심볼 정보 복구기법", 멀티미디어학회 논문지, 13(2), pp.101-110, 2010.

[4] 노영·변정우, "RFID를 활용한 유비쿼터스 컨벤션에 관한 연구", 호텔외식경영학연구, pp. 361-371, 2008.

[5] 박봉규, "크루즈컨벤션이 지역경제에 미치는 효과". 컨벤션연구, 제 7권 제 2호, pp. 107-120, 2007.

[6] 박중환·이호근·박현지, "유비쿼터스 관광서비스의 동기, 선호도, 만족도, 행동의도간의 관계분석: 관광전 관람객을 중심으로", 한국관광레저학회 발표논문집, pp. 133-142, 2007.

[7] 박찬장·문영호·이현수·조규범·이현수, "축제홍보를 위한 PDA와 2차원 바코드 기반의 u-팸플렛 개발", 한국콘텐츠학회발표논문집, pp. 11-24, 2008.

[8] 박현지·권영국·이호근·주현식·최정순·박중환, "유비쿼터스 관광서비스에 대한 이용관광객의 선호태도분석" 관광레저연구, 제 20권 제 2호, pp. 249-269, 2008.

[9] 박현지·박경화·남미리, "u-시티투어에 대한 기대, 만족, 재방문간의 관계분석". 한국관광연구학회 추계학술대회 발표논문집, 2006.

[10] 부산일보, 3월15일자 신문기사, 2010.

[11] 이기동·김학회, "u-전시안내시스템의 플로우가 사용자만족에 미치는 영향." 한국전산회계학회 춘계학술 발표대회, pp. 35-42. 2008.

[12] 이준혁, "관광유람선 고객의 시장세분화에 관한 사례연구."마케팅 과학연구, 제 16권 제1호, pp. 73-91, 2006.

[13] 장양래·윤유식·인옥남. "중저가 크루즈 여행객의 관광동기 시장세분화와 일본 관광목적지 이미지 관계 연구." 관광연구, 제 24권 제 3호, pp. 1-22. 2009.

[14] 최용훈, "크루즈 관광산업 활성화 방안 연구." 여행학연구, 제 29권 제 0호, pp. 107-206, 2008.

[15] 최혜수, "축제 참가객들의 라이프스타일과 축제 참가동기가 고객만족 및 행동의도에 미치는 영향 -지각 가치의 매개효과를 중심으로." 대한관광경영학회. 제 24권 제 3호, pp. 211-237, 2009.

[16] 최현식·박진우, "유비쿼터스 환경하에 관광정보탐색 서비스가 수용의도에 미치는 상호작용성 요인에 관한 연구." 학술연구 발표논문집, 제 63차 제주학술 심포지엄, 제 2권, pp. 468-479, 2008.

[17] 통영시, 선진형 관광안내 정보서비스 시범구축사업 착수보고서, 2007.

[18] 하인수, "크루즈 브로서에 관한 콘텐츠 분석-카리브와 알래스카를 중심으로." 호텔경영학연구, 제 15권 제 4호, pp. 205-220, 2006.

[19] 해양수산부, "해양수산부 크루즈 자료." 해양수 산

부, 2007.

[20] Agarwal, R., & Prasad, J. "The antecedents and consequents of user perceptions in information technology adoption". Decision Support Systems, Vol. 22, No. 11, pp. 15-29, 1998.

[21] Ajzen, Icek. "The theory of planned behavior". Organizational Behavior and Human Decision Processes, Vol 50, pp. 179-211, 1991.

[22] Boulding, E. G., J. Buckland-Nicks & K. L. Van Alostyne (1993). "Morphological and allozyme variation in Littorina sitkana and related Littorina species from the northeastern Pacific". The Veliger, Vol 36, No 1, pp. 43-68, 1993.

[23] Crompton, J. L. & S. L. McKay. "Motives of Visitor Attending Festival Event". Annals of Tourism Research, Vol 24, No 2, pp. 425-439, 1997.

[24] UNWTO, "Worldtourism Barometer, UNWTO." 2006.

박 현 지(Hyun-Jee Park)

[정회원]



- 2000년 2월 : 연세대학교 대학원 경영정보(석사)
- 2003년 2월 : 연세대학교 대학원 경영정보(박사)
- 2003년 3월 ~ 현재 : 동명대학교 관광경영학과 교수

<관심분야>
관광정보, 관광경영

박 중 환(Joong-Hwan Park)

[정회원]



- 1988년 2월 : 동아대학교 대학원 경영학과(석사)
- 1992년 2월 : 동아대학교 대학원 경영학과(박사)
- 1999년 3월 ~ 현재 : 동명대학교 관광경영학과 교수

<관심분야>
호텔경영, 관광경영

김 정 인(Jung-in Kim)

[정회원]



- 1993년 2월 : 일본 게이오대학 컴퓨터과학과 (공학석사)
- 1996년 2월 : 일본 게이오대학 컴퓨터과학과 (공학박사)
- 1998년 3월 ~ 현재 : 동명대학교 컴퓨터공학과 교수

<관심분야>

기계번역, 기계학습, 시멘틱웹

이 정 실(Joung-Sil Lee)

[정회원]



- 1993년 2월 : 동아대학교 대학원 경영학과(석사)
- 2001년 2월 : 동아대학교 대학원 관광경영학과(박사)
- 2000년 3월 ~ 현재 : 동명대학교 관광경영학과 교수

<관심분야>

호텔외식, 서비스경영