

라이프스타일 유형별 모바일 인터넷 사용형태 비교 연구[†]

최 훈*

<요 약>

급속한 스마트폰 보급으로 인해 모바일 기기를 이용한 모바일 인터넷 사용은 급속도로 증가하고 있는 실정이다. 하지만 사용자들은 해당 서비스나 기기를 제공하는 만큼 잘 사용하지 못하고 어려움을 겪고 있다. 많은 연구들이 정보기술의 사용에 미치는 품질요인을 이용하여 사용자들의 만족도를 향상시킴으로써 궁극적으로 정보기술을 사용하는 사용자의 삶의 질을 향상시키려고 노력을 하고 있다. 본 연구는 모바일 인터넷 사용에 있어 중요한 사용품질 요인들을 이용하여 사용자의 만족도와 삶의 질에 모바일 인터넷이 얼마나 공헌하는지를 파악하고자 한다. 또한, 사용자의 라이프스타일에 따라 그들의 행동이 어떻게 달라지는지를 파악하고자 한다. 본 연구를 진행하기 위하여 본 연구자는 사용품질 요인에 대한 이론, 라이프스타일에 대한 이론, 삶의 질에 대한 이론을 주요 이론으로 제시하였다. 이를 위해, 본 연구자는 모바일 인터넷 사용자를 대상으로 설문을 실시하였고 이를 실증적으로 분석하였다. 라이프스타일에 따른 사용자 행동차이를 규명하기 위하여 본 연구자는 모바일 인터넷 사용자의 라이프스타일을 파악하였고, 이를 기반으로 라이프스타일 성향에 따른 집단 구분을 실시하였다. 설정된 모델을 기반으로 라이프스타일 성향별 행동차이를 규명하였다. 연구결과, '호기심 많은 독립형'과 '지적 유행추구형'이라는 라이프스타일 성향이 도출되었으며 이 두 집단에 대한 행동차이가 서로 다르게 나타남을 파악할 수 있었다. 이는 모바일 인터넷 사용자들의 행동이 서로 라이프스타일에 따라 다르다는 것을 제시하였고 이를 기반으로 모바일 인터넷 서비스 제공자들이 라이프스타일 성향에 따라 다르게 전략을 구사함을 의미한다.

핵심주제어 : 라이프스타일(lifestyle), 모바일 인터넷 서비스, 정보품질, 시스템 품질, 삶의 질 공헌도, 만족도

논문접수일: 2011년 2월 11일 수정일: 2011년 3월 8일 게재확정일: 2011년 3월 9일

† 본 논문은 2009년도 부산가톨릭대학교 교내학술연구비 지원에 의하여 수행된 것임

* 부산가톨릭대학교 유통경영정보학부 조교수, chlgns@cup.ac.kr

I. 서 론

모바일 기기와 무선인터넷 시설 구축이 급속히 증가하면서 이를 이용한 모바일 인터넷의 사용 역시 급속히 증가하고 있는 상태이다. 하지만 이러한 급격한 기술 발전 및 이용발전에 비해 사용자의 요구를 잘 반영하지 못한 서비스 제공 및 기기제공이 이루어져 있어 사용자들은 시스템 사용에 어려움을 겪고 있다(Folmer et al., 2003). 이는 사용자들이 시스템 및 서비스를 중단하는 결과를 초래하며 결국 해당시스템의 실패를 의미하게 된다. 이와 관련하여 많은 연구자들에 의해 정보시스템의 성공과 관련한 연구가 진행되었다. 기존의 정보시스템 성공과 관련한 연구들을 살펴보면 크게 정보품질(information quality)과 시스템 품질(system quality)로 나누어서 살펴보고 이를 중심으로 시스템의 성공을 설명하고자 하였다. 정보 시스템과 시스템 품질은 사용자의 만족도에 영향을 주게 되며 결국 시스템 성공을 이끄는 주요 요인으로 작용하게 된다(McKinney et al., 2002; Spreng et al., 1996). 과거의 정보시스템 분야의 연구들을 살펴보면 기업 환경에서 주로 이루어졌으며 또한 조직 단위를 대상으로 연구가 진행되었다(최훈 외, 2008). 하지만 일반 사용자를 대상으로 사용 목적이 업무 목적이 아닌 일상생활에서의 정보시스템 사용은 업무목적에서 중요시하는 사용품질과는 다르게 나타나게 된다(Ryan and Gonsalyes, 2005). 따라서 본 연구에서는 모바일 기기를 사용하는 일반 사용자를 대상으로 중요 사용품질을 이용하여 연구를 진행하고자 한다. 이를 위해, 최훈 외(2008)의 연구에서 사용되었던 모바일 인터넷에 대한 중요 사용품질을 이용하여 연구를 진행하고자 하였다. 그들의 연구는 본 연구에서와 같이 모바일 인터넷을 대상으로 연구를 진행하였을 뿐 아니라 질적 연구를 통해 모바일 인터넷의 중요 사용품질을 도출하였다. 또한, 기존 연구모형에서 연구범위를 확장하여 사용자의 삶의 질을 파악하고자 한다. 기존의 정보시스템 연구들을 살펴보면 사용할 당시의 만족도 즉, 사용당시의 현상만을 파악하는데 한계가 있었다. 하지만 정보시스템을 사용하는 궁극적인 최종 목적은 정보시스템을 통하여 사용자들의 삶의 질을 향상시키는데 목적이 있다(Artz, 1995; Choi et al., 2005; Lee et al., 2005; Wei and Leung, 1998). 따라서 본 연구에서는 모바일 인터넷이 사용자들의 삶의 질을 어떻게 향상시키는지 파악하고자 하였다.

본 연구에서는 모바일 인터넷 사용 형태에 대한 연구를 진행하기 위해 라이프스타일에 따른 사용형태를 살펴보고자 한다. 사용자의 사용형태는 다양한 요

인들에 의해 영향을 받아 서로 다르게 행동하게 된다. 중요 요인으로 성별, 문화적 성향, 라이프스타일, 나이 등 다양한 요인들이 존재할 수 있다. 하지만 본 연구에서는 라이프스타일에 따른 사용자 행태를 살펴보고자 한다. 기존의 연구 결과에서 나타난바와 같이 라이프스타일에 따라 사용자의 행동이 다르게 나타나게 된다. 여기에서 라이프스타일은 개인이 삶을 영위하는데 소비하는 시간과 돈의 사용패턴으로 생활의 유형, 양식 또는 방법을 의미하고 있다(Ryan and Gronsalyes, 2005). 라이프스타일에 따라 사용자의 행동을 살펴보는 이유는 다음과 같다. 첫째, 라이프스타일에 따라 사용패턴이 달라지기 때문에 시스템 성공을 이끄는 요인 또한 달라질 수 있기 때문이다. 둘째, 라이프스타일은 다른 요인들에 비해 반영구적이며 그 영향력 또한 지속적이기 때문이다(이문규와 홍성태, 2001). 라이프스타일은 사람들이 속한 사회의 생활 패턴을 반영하기 때문에 다른 사회로 대체되지 않은 한 사람들의 라이프스타일은 크게 변하지 않게 된다. 이와 같이 라이프스타일이 사람들의 삶의 질에 중요한 영향을 끼침에도 불구하고 모바일 컴퓨팅 기기나 서비스를 대상으로 라이프스타일이 정보시스템 사용 성공에 어떠한 영향을 끼쳤는지를 살펴본 연구는 거의 없는 실정이다.

따라서 본 연구는 라이프스타일에 따라 사용품질이 만족도에 끼치는 영향과 삶의 질에 어떻게 달라지는지를 살펴보고자 한다. 이를 위해 모바일 인터넷 서비스를 대표적인 모바일 컴퓨팅 서비스로 선정하였다. 왜냐하면, 모바일 인터넷은 현재 널리 사람들에게 사용되고 있는 모바일 컴퓨팅의 대표적인 서비스이므로 다른 모바일 컴퓨팅 기기나 서비스에 비해 사람들의 생활에 더 많은 영향을 끼쳤을 뿐 아니라, 다양한 목적으로 사용될 수 있는 특징으로 인해 사용자의 다양한 라이프스타일이 나타날 수 있기 때문이다 (조규환, 2005; Lee et al., 2005).

II. 이론적 배경

1. 정보시스템 성공(IS success)

DeLone and McLean (1992)은 정보시스템 사용 성공을 설명하기 위하여 정보품질과 시스템 품질을 이용하였다. 그들은 정보품질과 시스템 품질은 사용자의 만족도와 실제 사용에 직접적인 영향을 끼친다고 주장하였다. 정보품질은 정보시스템 사용에 있어 실제 결과물(output)과 관련한 품질을 의미하며 시스템

품질은 정보시스템을 사용하는 과정 그 자체에 관련한 품질을 의미한다 (최훈 외, 2008). 많은 연구자들에 의해 정보품질과 시스템 품질 요인들의 하부요인에 대해 연구가 진행되어져 왔다. 대표적인 정보품질 요인으로 정보 관련성, 정보 즉시성, 정보이해가능성, 정보의 신뢰성, 정보의 유용성 등이 있다(DeLone and McLean, 1992). 시스템 품질의 대표적인 하부 요인으로는 시스템 접속성, 사용 편의성, 항해성, 시스템 신뢰성, 시스템 상호작용성이 있다. 본 연구 목적을 달성하기 위하여 본 연구자는 모바일 인터넷 사용에 있어 중요한 사용 품질요인으로 유용성, 이해가능성, 접속성, 사용 편의성을 이용하였다. 유용성은 정보시스템을 사용함으로써 사용자 자신이 얼마나 유용했는지 정도를 의미한다(최훈 외, 2008). 모바일 인터넷은 사용자가 핸드폰을 이용하여 다양한 목적을 달성하기 위해 이용하게 된다. 이해 가능성은 제공된 정보가 얼마나 사용자들이 이해하기 쉬운 정도를 의미한다. 모바일 인터넷에서 특히 이해 가능성은 중요한 사용 품질 요인으로 나타나게 된다. 왜냐하면, 모바일 기기의 화면 크기로 인해 제공하는 정보의 양이 기존 PC환경보다 한정되어 있기 때문에 많은 서비스 제공자들이 함축적인 언어 및 제한된 정보를 제공하고 있기 때문이다. 이로 인해 사용자들은 정보를 이해하는데 어려움을 겪을 수 있다. 접속성은 시스템의 접속 속도나 접속 가능성에 대한 정보를 의미한다. 유선이 아닌 무선으로 인터넷을 접속하는 환경에서는 유선보다 접속 속도가 느리게 나타나게 된다. 이로 인해 사용자들은 인터넷 접속에 있어 불만을 가지게 되기 때문에 이는 모바일 인터넷에서 중요 사용품질 요인으로 나타날 수 있다. 사용 편의성은 시스템 화면이나 사용 방법이 일관성 있고 사용하기 편한 정도를 의미한다. 모바일 인터넷의 경우 모바일 기기로 인해 입력 도구 및 화면 크기의 제약이 나타나게 된다. 이는 사용하는데 있어 사용자들이 어려움을 겪게 되는 주요 요인이다. 이와 같은 이유로 인해 사용편의성은 모바일 인터넷 사용 품질에 중요한 요인으로 나타날 수 있다. 본 연구에서는 이러한 요인들 외에 즐거움의 요인을 추가하여 설명하고자 한다. 모바일 인터넷은 주로 업무용으로 뿐 만 아니라 개인적인 용도로 많이 사용되고 있는 실정이다. 실제 사용 현황을 살펴보게 되면 많은 사용자들이 자신의 오락적 목적을 위해 모바일 인터넷을 사용하고 있다. 따라서 즐거움이라는 요인은 모바일 인터넷 사용에 있어 매우 중요한 품질 요인으로 작용될 수 있다. 이러한 이유로 본 연구에서는 즐거움이라는 요인을 추가하여 연구를 진행하고자 한다.

2. 라이프스타일(Lifestyle)

라이프스타일 개념을 처음으로 사용한 사회학에서는 이를 생활의 유형, 양식 또는 방법이라 정의하였지만, 오늘날에는 단순한 생활양식이라기보다는 행동과 의식을 결합한 생활양식이며 종합적 상징으로서의 성격을 갖고 있다(박종민과 장석재, 2001). 라이프스타일을 마케팅에 처음 도입한 William Lazer는 라이프스타일을 전체사회 속에서 뚜렷하게 구별되는 특정한 생활양식으로 정의하였다. 즉, 소비자의 구매패턴에 라이프스타일이 반영되기 때문에 유사한 패턴을 가진 집단끼리 소비자를 세분화함으로써 해당 집단의 소비자 구매행동을 제대로 파악할 수 있다고 하였다(Lazer, 1971). 다른 정의로서 라이프스타일은 사람들이 시간과 돈을 어떻게 소비하며, 자신들의 행동, 흥미, 견해 등을 어떻게 정의하는지를 포함하는 즉, 그들이 삶을 영위하는 일관적인 패턴이라고 정의할 수 있다(Schoell and Gultinan 1992; Zhu et al., 2009). 그러므로 라이프스타일 특성은 기존의 인구통계학적이고 사회경제학적인 마케팅 정보나 분류 변수와 비교해 볼 때, 시장과 고객의 사물 그대로의 초상(life-like portrait)에 대해 더욱 다양한 견해를 제공하는 장점을 가진다(Plummer 1971; Wells and Tigert 1971; Zhu et al., 2009). 라이프스타일은 개인의 소비행위 전과 후 및 습관행위까지를 종합적으로 설명해 줄 수 있으며 소비행위와 관련하여 지속적 일관성을 지닌다는 점에서 시장세분화와 연계된 마케팅에서 중요한 변수로 다뤄지고 있다(김의근 외, 2009). 관련 연구로서 배진한(2006)은 라이프스타일을 포함한 수용자의 인적 속성이 모바일콘텐츠 이용에 미치는 영향에 대해 연구하였으며, 모바일콘텐츠 이용에 있어서 유사한 패턴을 가진 4개의 집단의 유의미한 차이가 있음을 밝혀냈다. 또한, Zhu 등(2009)은 중국의 모바일 폰 시장에서 제품의 특성과 고객의 라이프스타일 사이의 관계에 대한 실험을 통해, 많은 제품 특성에 대해 고객 집단마다 다른 선호도를 가지고 있음을 실증적으로 분석하였다.

AIO(activity, interest, opinion), 사이코그래픽스, 가치관에 의한 분석방법(VALS)등이 라이프스타일을 측정하기 위한 방법으로 널리 사용되고 있다. VALS(value and Lifestyles) 프로그램은 SRI(Standard Research Institute)라는 사설연구소에 의해 수행된 것으로, 소비자들을 가치관과 라이프스타일에 따라 세분시장으로 구별하고, 각 세분시장의 변화를 추적하고 조사하는 방법이다. 문화적 가치와 라이프스타일에 따라 소비자를 4개 집단으로 구분한 VALS1는 세분시장이 광범위하다는 단점을 보완하기 위해 8개 집단으로 구분한 VALS2가

개발되었다. VALS기법을 이용한 라이프스타일 측정 기법은 다른 라이프스타일 측정기법보다 소비자 행동의 예측력이 높은 것으로 밝혀졌다(Kahle et al., 1986).

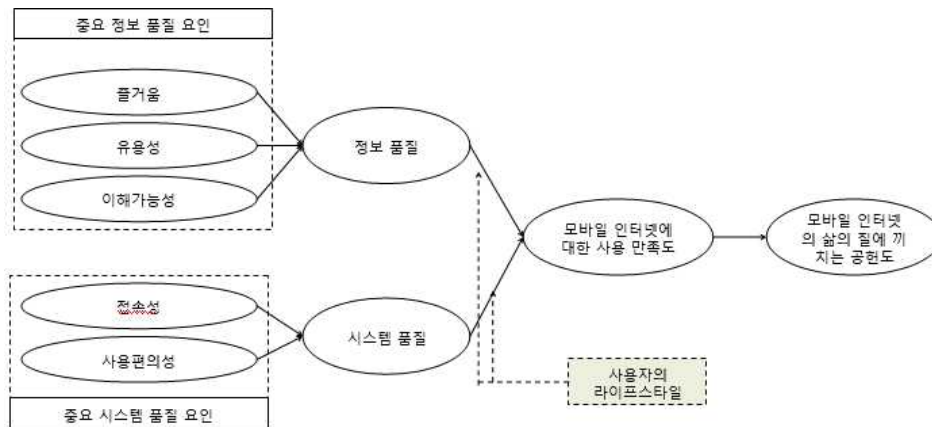
본 연구에서와 같이 모바일 인터넷을 이용한 최훈 외(2008)의 연구를 살펴보면 모바일 인터넷 사용자의 라이프스타일을 파악하기 위해 가치 기반의 VALS기법을 이용하였다. 연구 결과, 크게 ‘호기심 많은 독립형’, ‘호기심 많은 지적 리더형’, ‘진보적 유행추구형’의 3가지 라이프스타일 성향이 나타났다. 다음 절에서는 연구 모형에 대해 설명하도록 하겠다.

Ⅲ. 연구 모형

본 연구는 기존 연구 모형을 기반으로 모바일 인터넷의 사용성공에 있어 라이프스타일에 따라 각 라이프스타일 그룹별로 어떻게 사용자 행태가 달라지는지를 살펴보고자 한다. 본 연구와 관련하여 최훈 외 (2008)의 연구에서는 모바일 인터넷 사용성공 모형을 기반으로 사용자의 문화적 성향 특히 남성성/ 여성성 성향에 따라 어떻게 행동이 달라지는지를 파악하였다. 연구결과, 남성성 성향이 강한 집단에서는 정보품질이 사용자의 만족도에 끼치는 영향이 여성성 성향의 집단보다 더 강하게 나타난 반면, 여성성 성향이 강한 집단에서는 시스템 품질이 사용자의 만족도에 끼치는 영향이 남성성 성향의 집단보다 더 강하게 나타났다. 본 연구에서 사용된 모형자체가 최훈 외(2008)에서 사용한 모형을 이용하였기 때문에 모형 자체로서 이론적 의의가 많지는 않지만 이모형을 기반으로 라이프스타일에 따라 정보시스템의 성공요인을 비교하기 때문에 이에 대한 이론적 의의는 충분하다 하겠다.

본 연구에서는 [그림 1]과 같이 모바일 인터넷 사용에 영향을 끼치는 주요 정보품질과 시스템 품질을 대상으로 모형을 설정하였다. 독립변수로서 정보품질은 유용성(utility), 이해가능성(understandability), 즐거움(enjoyment)으로 구성되며, 시스템 품질은 사용 편의성(ease of use)과 접속성(connectivity)으로 구성된다. 종속변수로서 본 연구에서는 사용자의 만족도(satisfaction)와 삶의 질 공헌도(contribution to quality of life)가 사용되었다. 또한, 설정된 모형을 기반으로 사용자의 라이프스타일에 따른 행동차이를 규명하고자 하였다. 이를 위해 라이프스타일을 조절변수로서 사용하였다. 라이프스타일에 따른 사용자 분류는 변

수 그 자체가 탐색적 변수로서 이론적 기반으로 분류하기 보다는 사용자 가치에 따른 분류로서 탐색적 성격이 강하다. 따라서 본 연구에서는 모델 설정과 동시에 가설을 설명하는 것 보다는 탐색적 성격의 연구로서 탐색적인 가설설정을 통한 가설 검증을 하고자 한다.



<그림 1> 연구 모형

이론적 배경에서 설명한 바와 같이, 라이프스타일은 사람들의 가치에 의한 구분으로 각 라이프스타일별로 추구하는 가치가 달라진다. 각기 다른 가치는 사람들의 생활 패턴이 서로 다름을 의미하며 이는 다시 말해 모바일 인터넷 사용 패턴 역시 달라짐을 의미한다(최훈 외, 2008). 따라서 동일한 모바일인터넷을 사용한다 할지라도 사용자의 라이프스타일에 따라 중요시하는 사용품질 또한 달라지며 이에 따른 영향역시 달라진다. 따라서 본 연구에서는 다음과 같은 탐색적 가설을 설정하였다.

가설 : 각 사용품질이 사용자의 만족도에 끼치는 영향은 라이프스타일에 따라 서로 다르게 나타날 것이다.

위와 같은 탐색적 가설을 검증하기 위하여 본 연구자는 모바일 인터넷 사용자를 대상으로 라이프스타일을 규명하였으며 모바일 인터넷의 사용품질이 라이프스타일에 따라 어떻게 다르게 나타나는지를 파악하고자 하였다.

IV. 연구방법

본 연구는 연구모형을 통해 모바일 인터넷 사용자가 중요시 여기는 사용품질이 사용자의 만족도에 미치는 영향이 사용자의 라이프스타일에 따라 어떤 차이가 있는지를 알아보기 위해 모바일 인터넷 사용자를 대상으로 설문조사를 실시하였으며 이를 실증적으로 검증하였다.

1. 모바일 인터넷에서 중요한 사용 품질 요인 분석 결과

본 연구에서는 기존 모바일 인터넷 연구를 기반으로 모바일 인터넷의 중요 사용품질 요인을 도출하였다. 그들의 연구에서는 모바일 인터넷 사용자를 대상으로 집중집단인터뷰(FGI)를 실시하여 중요사용품질 요인을 도출하였다. 그들의 연구결과, 정보품질의 중요 정보품질 요인으로 정보범위, 정보의 유용성, 정보의 이해가능성, 정보신뢰성, 정보 관련성이 도출되었으며, 시스템 품질요인으로 접속성, 사용편의성, 시스템 신뢰성, 상호작용성, 즉시성이 중요 요인으로 도출되었다. 본 연구에서는 최훈 외 (2008)에서 제시한 여러 요인들 중 사용 편의성(ease of use), 유용성(usefulness), 이해가능성(understandability) 이외에 즐거움(enjoyment)과 접속성(connectivity)을 연구 모형에 추가하여 모형을 설정하였다.

본 연구를 진행하기 위해, 모바일 인터넷을 사용하는 대학생 200명을 대상으로 설문을 실시하였다. 설문 문항은 기존 문헌에서 제시한 정의를 기반으로 설문 문항을 작성하였으며, 설문 문항에 대한 타당성 및 신뢰성은 사전 연구를 통해 확보하였다. 이중 불성실 응답자를 제외한 설문 응답자는 총 166명으로 나타났다. 측정 모형에 사용된 변수의 타당성 및 신뢰성을 확보하기 위해 본 연구자는 변수의 신뢰성, 수렴타당성(convergent validity), 그리고 판별타당성(discriminant validity)을 파악하였다. 분석결과, 아래 <표 1>에선 제시한바와 같이 타당도와 신뢰도가 적합 기준치를 상회하여 본 연구에서 사용된 설문 문항에 대한 신뢰도와 타당도가 검증되었다.

<표 1> 측정모델 분석 결과

구성개념	항목	표준요인 적재치	Cronbach's α	AVE	합성 신뢰성	t값
사용 편의성	1	0.89	0.858	0.75	0.97	8.24*
	2	0.80				12.42*
	3	0.66				14.24*
	4	0.63				8.48*
이해 가능성	1	0.93	0.926	0.89	0.92	2.73*
	2	0.89				2.86*
	3	0.86				1.89
즐거움	1	0.87	0.942	0.85	0.96	31.83*
	2	0.87				28.02*
	3	0.86				28.78*
	4	0.81				19.23*
유용성	1	0.80	0.856	0.72	0.95	14.07*
	2	0.76				11.04*
	3	0.74				10.00*
	4	0.69				16.16*
	5	0.63				15.91*
접속성	1	0.87	0.940	0.85	0.93	23.85*
	2	0.87				28.59*
	3	0.85				29.39*
	4	0.84				25.03*
	5	0.83				26.86*
만족도	1	0.79	0.882	0.75	0.84	13.81*
	2	0.79				10.85*
	3	0.71				13.98*
	4	0.70				12.06*
삶의 질 공헌도	1	0.89	0.913	0.85	0.91	1.40
	2	0.89				7.24*
	3	0.86				6.61*
	4	0.76				7.77*

2. 모바일 인터넷 사용자의 라이프스타일 유형

본 연구에서는 모바일 인터넷 사용자의 라이프스타일에 따른 시장 세분화를 위해 기존의 모바일 인터넷을 대상으로 사용자의 라이프스타일 분석하였던 분석 방법인 VALS-II기법을 이용하였다. 그들의 연구에서와 같이 본 연구에서도 라이프스타일 하위영역별로 요인분석을 실시하여 요인 값을 기반으로 각 하위 요인들을 규명하였다.

아래 <표 2>와 같이 요인분석 결과, 요인1의 경우 ‘호기심형’으로 명명하였고

세부 문항을 살펴보게 되면 ‘신선하고 색다른 일을 하는 것을 좋아한다’, ‘재미 있고 신나는 일이 많은 인생이 좋다’, ‘언제나 스릴있는 것을 찾는다’ 등과 같이 호기심과 관련한 문항들로 구성되어 있다. 요인 2의 경우 ‘자급 및 자급형’으로 명명하였고, 구성문항들이 주로 스스로 만드는 것과 밀접한 관련이 있다. 요인 3의 경우 ‘인텔리형 및 리더형’으로 명명하였고 책임지는 것을 좋아하고 자신이 지식인이라고 생각하는 문항으로 구성되어 있다. 요인 4의 경우 ‘유형추구형’으로 명명하였고 관련 문항으로 유행이나 패션과 관련한 문항들로 구성되어 있다. 이러한 라이프스타일 분류는 기존의 연구와 비슷한 연구 결과를 보인 것으로 나타나 본 연구에서의 라이프스타일 분류는 적절하다고 판단된다.

<표 2> 라이프스타일 변수 요인분석 결과

유형	설문 문항	요인 적재치	Cronbach's Alpha
호기심형	나는 신선하고 색다른 일을 하는 것을 좋아한다	.747	.858
	나는 재미있고 신나는 일이 많은 인생이 좋다	.732	
	나는 언제나 스릴 있는 것을 찾는다	.655	
	나는 한번도 해보지 않은 새로운 일에 도전하는 것을 좋아한다	.653	
	나는 단조로운 삶보다 다양한 삶을 좋아한다	.644	
	나는 새로운 것을 시도하는 것을 좋아한다	.635	
자급 및 장인형	나는 목재나 금속과 같은 자재로 물건 만드는 것을 좋아한다	.878	.812
	나는 엔진과 같은 기계의 작동 원리에 관심이 있다	.784	
	나는 손수 무엇인가를 만드는 것을 즐긴다	.727	
	나는 물건을 사는 것보다 스스로 만드는 것을 좋아한다	.653	
인텔리형 및 리더형	나는 한 집단을 책임지는 것을 좋아한다	.792	.834
	나는 다른 사람들을 이끌어 나가는 것을 좋아한다	.766	
	나는 대부분의 사람들보다 능력이 많다	.696	
	나는 나 자신이 지식인이라고 생각한다	.662	
유형추구형	나는 최신 유행이나 패션을 따른다	.813	.761
	나는 최신 유행에 맞춰 옷 입는 것을 좋아한다	.808	
	나는 대부분의 사람들보다 옷을 멋지게 입는다	.658	

라이프스타일에 따른 응답자 분류를 위해 본 연구자는 응답자들을 요인점수에 기초하여 군집분석으로 통해 몇 개의 군집으로 분류하였다. 최훈 외(2008)의 연구에서 모바일 인터넷 사용자들에 대한 라이프스타일 군집 분석결과 3개의 주요 집단으로 구분하였다. 본 연구에서 2개의 군집으로 분류하였다. 아래 표는 요인점수를 이용한 군집화 결과를 제시한 표이다.

<표 3> 라이프스타일 변수 요인분석 결과

	호기심 많은 독립형 (N=58)	지적인 유행 추구형 (N=108)
호기심형	.66366	-.35641
자급 및 장인형	.07403	-.03976
인텔리형 및 리더형	-.25435	.13660
유행추구형	-.88324	.47433

군집1에 속한 사용자의 경우 호기심형과 자급 및 장인형에 동의하고 있으며 이러한 집단은 새로운 기술이나 서비스에 대해 관심이 많고 적극적으로 문제를 해결하려는 특성을 보이고 있다. 이는 기존의 연구 분류와 동일한 연구 결과를 제시하고 있다. 군집 2의 경우 지적인 유행 추구형으로서 다른 집단에 비해 본인이 우월하며 또한 유행에 민감한 특성을 보이는 집단이다. 과거의 연구에서는 지적인 유행 추구형이 ‘호기심 많은 지적 리더형’과 ‘진보적 유행 추구형’으로 세분화되었지만 본 연구에서는 2개의 집단이 하나로 묶여 있는 것을 볼 수 있다. 이는 응답자 수의 차이로 인해 이러한 결과가 나타난 것으로 볼 수 있다.

V. 연구 결과

1. 모바일 인터넷 주요 사용품질이 만족도 및 삶의 질에 끼치는 영향

본 연구에서는 라이프스타일에 따라 모바일 인터넷의 주요 사용품질 요인이 만족도에 미치는 영향을 살펴보기 위해 PLS(partial least squares)를 이용하여

설명하고자 하였다. PLS는 탐색적 모형을 설명하는데 매우 적합한 분석 기법이다 (최훈 외, 2008). 본 연구에서 제시한 모형자체가 탐색적 모형이고, 조절변수로서 사용된 라이프스타일 변수 역시 탐색적 변수이므로 PLS를 이용한 분석은 매우 적절하다 하겠다. 모델에 대한 영향 정도를 파악하기 위해 PLS의 Bootstrap기법을 이용하여 경로계수의 유의미성을 아래와 같이 검증하였다.

<표 3> 구조 모형에 대한 경로계수 값(* < .05)

독립변수	종속변수	경로계수	t값
즐거움	정보 품질	0.537	15.12*
유용성		0.529	14.96*
이해가능성		0.201	2.47*
접속성	시스템 품질	0.714	14.72*
사용편의성		0.436	12.24*
정보 품질	사용 만족도	0.359	4.01*
시스템 품질		0.416	4.77*
사용 만족도	삶의 질에 끼치는 공헌도	0.407	3.82*

<표 3>에 제시한 분석 결과를 구체적으로 살펴보면, 정보품질과 시스템 품질은 사용자의 만족도에 긍정적인 영향을 주는 것으로 나타났다($\beta=0.359$, $t=4.01$; $\beta=0.416$, $t=4.77$). 정보 품질에 영향을 미치는 요인들 중에서 제공되는 즐거움($\beta=0.537$, $t=15.12$)이 가장 크게 영향을 주는 것으로 나타났으며, 그 다음으로 유용성($\beta=0.529$, $t=14.96$), 이해가능성($\beta=0.201$, $t=2.47$) 순으로 나타났다. 시스템 품질의 경우에는 접속성($\beta=0.714$, $t=14.72$)이 더 큰 영향을 주는 것으로 나타났으며, 사용편의성($\beta=0.436$, $t=12.24$) 또한 긍정적인 영향을 주는 것으로 나타났다. 마지막으로 사용 만족도가 삶의 질에 끼치는 공헌도에 긍정적으로 영향을 미치는 것으로 나타났다($\beta=0.407$, $t=3.82$).

다음으로 본 연구의 연구목적인 라이프스타일에 따라 사용품질이 만족도에 끼치는 영향을 살펴보기 위해 사후 집단 차이분석(post-hoc analysis)을 실시하였다. 이 기법은 각 그룹별 경로간의 차이가 통계적으로 유의미하게 나타나는지를 검증하는 분석기법이다. 이를 위해 Keil et al.(2000)이 제시한 공식에 따라 모바일 인터넷의 사용품질 요인이 만족도에 끼치는 영향이 각 라이프스타일 집단에 따라 얼마나 유의미하게 차이가 나는지를 검증하였다.

<표 4> 집단에 따른 경로 비교(* < .05)

독립변수	종속변수	호기심 많은 독립형		지적인 유행 추구형	
		경로	t값	경로	t값
즐거움	정보 품질	0.498	11.46*	0.529	14.71*
유용성		0.548	13.28*	0.530	15.00*
이해가능성		0.244	2.68*	0.211	2.33*
접속성	시스템 품질	0.782	15.09*	0.680	15.80*
사용편의성		0.446	9.57*	0.461	17.68*
정보 품질	사용 만족도	0.681	9.21*	0.386	3.87*
시스템 품질		0.031	0.26	0.394	5.01*
사용 만족도	삶의 질에 끼치는 공헌도	0.122	0.82	0.483	6.07*

분석결과, 호기심 많은 독립형 집단의 경우 정보품질이 사용 만족도에 미치는 영향($\beta=0.681$, $t=9.21$)이 시스템 품질이 만족도에 끼치는 영향보다 강하게 영향($\beta=0.031$, $t=0.26$)을 나타냈다. 이에 반해 지적인 유행 추구형 집단은 시스템 품질이 만족도에 끼치는 영향($\beta=0.394$, $t=5.01$)이 정보품질이 만족도에 끼치는 영향($\beta=0.386$, $t=3.87$)보다 강하게 나타나긴 하지만 통계적으로 유의하지 않게 나타났다. 호기심 많은 독립형 집단과 지적인 유행추구형 집단 모두에서 정보 품질과 시스템 품질에 유용성과 접속성이 가장 강하게 나타났다.

VI. 결론 및 시사점

본 연구는 모바일 인터넷 사용에 있어 중요 사용품질 요인이 사용자의 만족도에 끼치는 영향을 살펴보고, 이를 기반으로 라이프스타일에 따라 집단 별로 어떻게 행동이 달라지는지를 살펴보았다. 이를 위해, 사용자의 라이프스타일을 파악하여 군집분석을 통해 사용자의 라이프스타일에 따른 집단 구분을 실시하였다. 분석 결과, 라이프스타일의 성향에 따라 집단별로 사용품질이 만족도에 끼치는 영향은 서로 다르게 나타났다.

본 연구는 다음과 같은 한계점을 가지고 있다. 첫째, 설문 응답자에 대한 일반화의 한계성이다. 본 연구를 진행하기 위하여 본 연구자는 모바일 인터넷을 사용하는 대학생들을 대상으로 설문을 진행하였다. 이는 다양한 일반인을 대상으로 하지 않는 한계점을 가지고 있다. 따라서 향후 연구에서는 모바일 인터넷의

인구통계학적 데이터를 이용하여 층화추출샘플링 기법을 통해 연구 결과를 검증할 필요가 있다. 둘째, 본 연구에서는 중요사용품질요인으로 기존의 최훈 외(2008)에서 제시한 6가지 변수 중 일부만을 이용하여 연구를 진행하였다. 그들의 연구에서는 기존 핸드폰에 기반을 둔 모바일 인터넷의 사용이기 때문에 스마트폰에 기반을 둔 모바일 인터넷과는 상황이 달라진다. 따라서 본 연구에서는 스마트폰 환경에 적합한 변수를 선정하고자 하였다. 하지만, 모바일 인터넷 성공에 다른 여러 요인들이 영향을 줄 수 있기 때문에 이에 대한 고려는 필요하다. 셋째, 라이프스타일 측정 변수의 한계성이다. 본 연구에서는 VALS-II기법을 이용하여 사용자의 라이프스타일 측정하였다. 하지만, 기존의 VALS-II기법에서 사용된 설문 문항은 우리나라 정서에 맞지 않는 문항이 많이 존재한다. 이러한 이유로 인해, 본 연구자는 우리나라 정서에 맞는 설문 문항을 추출하였으며, 그렇지 않은 문항은 삭제하여 진행하였다. 이러한 삭제는 기존의 라이프스타일을 측정하는데 있어 정확한 라이프스타일을 파악하는데 문제가 될 수 있다. 따라서 향후 연구에서는 정확한 라이프스타일 분석 기법을 통해 다시 한 번 사용자의 라이프스타일 성향을 파악할 필요가 있다. 또한, 라이프스타일 유형은 사회적 정서에 따라 달라질 수 있기 때문에 이에 대한 고려가 필요하다.

이러한 연구의 한계점에도 불구하고 본 연구는 다음과 같은 의의점을 가지고 있다. 첫째, 모바일 인터넷의 중요 사용 품질을 밝혀내었다. 모바일 인터넷에서 중요한 사용 품질은 기존의 정보시스템과는 다르게 나타난다. 따라서 향후 새로운 모바일 인터넷을 개발하거나 수정하고자 할 때 중요 가이드라인을 설정할 수 있다. 기존의 사용품질요인 연구와 비교하여 살펴보았을 때 본 연구는 즐거움(enjoyment)라는 새로운 변수를 추가함으로써 기존의 사용품질 요인에 대한 설명력을 증가시켰다고 볼 수 있다. 둘째, 본 연구는 연구 모형 설정 시 요인들의 반영지표(reflective constructs)보다는 조형지표(formative construct)를 사용함으로써 보다 직접적으로 어떤 요인을 강조해야 되는지를 밝혀낼 수 있을 것이다. 예를 들어, 모바일 인터넷 사용자의 만족에 큰 영향을 끼치는 요인이 사용 품질에서 정보의 범위로 나타났다면, 이를 위해 다양한 사용 품질 요인들 중에서도 다양한 주제와 폭 깊은 내용을 다루는데 초점을 뒀야 할 것이며, 사용 편의성이 사용자의 만족에 큰 영향을 끼치게 되었다면, 이를 위해 휴대 기기로 인하여 나타나게 되는 어려운 사용 방법을 최대한 쉽도록 시스템을 설계해야 할 것이다. 셋째, 라이프스타일에 따른 사용 만족도 향상 전략을 제시하였다. 이는 모바일 인터넷 관련 업체들이 서비스를 새롭게 개발하거나 기존의 서비스를 변경하고자 할 때 각 사용자의 라이프스타일에 맞게 시스템을 개발하거나 수정

해야 함을 의미한다. 예를 들어, 유행 추구형의 라이프스타일을 가진 사용자 집단에서는 모바일 인터넷 서비스의 새로운 점을 부각시켜 강조해야 할 것이다.

참고문헌

1. 김의근, 신관홍, 송재호(2009), “생태관광지 방문객의 라이프스타일 유형에 따른 웰빙 및 삶의 질 인식에 관한 연구”, 관광학연구, 제33권 제6호, pp.111-130.
2. 박종민, 장석재 (2001), LOV를 이용한 한국인의 라이프스타일과 인터넷, TV 이용 패턴, 광고연구, 제52권, pp. 167-197.
3. 배진한(2001). 이동전화의 충족과 대인커뮤니케이션 매체로서의 이동전화의 적합성 인식:세대 간 비교를 중심으로. 한국언론학보, 제45권, 제4호, pp. 160-189.
4. 이민경, 최훈, 김진우 (2008), “라이프스타일에 따라 모바일 인터넷 사용이 사용자의 삶의 질에 미치는 영향에 대한 탐색적 연구,” 정보통신정책연구, 제15권, 제1호, pp.29-64.
5. 이문규, 홍성태 (2001), “소비자 행동의 이해,” 서울: 법문사.
6. 조규환 (2010), “휴대폰 위생처리 특허출원 늘었다,” 디지털 타임스, 2005.
7. 최훈, 임건신, 김진 (2008), “모바일 인터넷 서비스의 사용에 대한 남성성/여성성 성향의 조절효과에 관한 연구: 한국사용자와 일본사용자의 비교연구, 제19권, 1호, 국제경영연구, pp.79-107.
8. Artz, J. M. "Computers and the Quality of Life," *Computers and Society*, 1995, pp.17-20.
9. Choi, H., Lee, M., Im, K., and Kim, J.(2007). "Contribution to Quality of Life: A New Outcome Variable for Mobile Data Service," *Journal of Association for Information Systems*, Vol.8, No.12, pp 598-618.
10. DeLone, W. H. and McLean, E. R. (1992). "Information Systems Success: The Quest for the Dependent Variable," *Information Systems Research*, Vol.3, pp.60-96.
11. Folmer, E. Gorp, J. and Bosch, J. (2003)."Scenario based assessment of software architecture usability," *presented at ICSE 2003 Bridging the Gaps between Software Engineering and Human-Computer Interaction workshop proceedings*.
12. Kahle, L. R., Beatty, S. E. and Homer, P. (1986) "Alternative measurement approaches to consumer values: The list of values (LOV)

- and values and life style (VALS)”, *Journal of Consumer Research* , Vol. 13, pp. 405-409.
13. Keil, M., Tan, B.C., Wei, K.K., and Saarinen, T. (2000) “A Cross-Cultural Study on Escalation of Commitment Behavior in Software Projects,” *MIS Quartely*, Vol. 24, No. 2, pp299-325.
 14. Kim, J. W. Choi, H. Hong, S. J. Lee, M. K. Naruse, K. and Tam, K. Y. (2005). "Cross-National Comparisons of Mobile Data Services on their Contribution to the Quality of Life," *presented at Proceedings of the Hong Kong Mobility Roundtable, Hong Kong.*
 15. Lee, M. K. Kim, J. W. Choi, H. Lee, D. J. and Im, K. S. (2005). "Contributing to Quality of Life: A New Outcome Variable for Information Technology in Ubiquitous Computing Environments," *presented at Proceedings of the Fourth Annual Workshop on HCI Research in MIS*, Las Vegas.
 16. Lee, I. Kim, J. S. and Kim, J. W. (2005). "Use Contexts for the Mobile data: A Longitudinal Study Monitoring Actual Use of Mobile data Services," *International Journal of Human Computer Interaction*, Vol.18, pp.269-292.
 17. McKinney, V. Yoon, K. and Zahedi, F. (2002). "The measurement of Web-customer satisfaction: An expectation and disconfirmation approach," *Information Systems Research*, Vol.13, pp.296-315.
 18. Plummer, Joseph T. (1971), "Life Style Patterns and Commercial Bank Credit Card Usage", *Journal of Marketing*, Vol. 35, No. 2, pp. 35-41.
 19. Ryan, C. and Gonsalves, A.(2005) "The Effect of Context and Application Type on Mobile Usability: An Empirical Study," *presented at Twenty-Eighth Australasian Computer Science Conference (ACSC2005), Newcastle, Australia.*
 20. Schoell, W. F. and Gultinan, J.P . (1992), *Marketing: Contemporary Concepts and Practices*, 5th edition, Boston:AllynandBacon
 21. Spreng, R. MacKenzie, S. B. and Olshavsky, R. W.(1996) "A reexamination of the determinants of consumer satisfaction," *Journal of Marketing*, Vol.60, pp.15-32.
 22. Wei, R. and Leung, L. (1998) "Owning and Using New Media

Technology as Predictors of Quality of Life," *Telematics and Informatics*, Vol.15, pp.237-251.

23. Wells, W. D. and Tigert, D. J. (1971), "Activities, Interests and Opinions", *Journal of Advertising Research*, Vol. 11, No. 4, pp. 28-35.
24. Zhu Hengyuan, Wang, Qing, Yan, Ligang, Wu, Guisheng (2009), "Are consumers what they consume? -- Linking lifestyle segmentation to product attributes: an exploratory study of the Chinese mobile phone market," *Journal of Marketing Management*, Apr2009, Vol. 25, No. 3/4, p295-314

Abstract

A Comparative Study of Users' Behavior on Mobile Internet Service Usage according to Lifestyle

Choi, Hun*

Although the rapid spread of mobile device like smart phone has increased, One of the main problems of systems is that they do not meet their quality requirements. Many researchers have tried to improve users' satisfaction and enhance their quality of life. The purpose of the study is to examine the moderating effect of lifestyle on the use of mobile internet service. To achieve our research purpose, we used lifestyle, IS success model and quality of life as the theoretical background. Based on the research model, we conducted survey and empirically analyzed the data. We classified user types according to lifestyle as a moderating variable. The results show that users' lifestyle can classify two group: curiosity-independent group and intelligence-pursuit of advanced fashion type. The impact of information and systems quality factors of mobile internet service on user satisfaction are differentiated from these lifestyle group. This paper ends with strategical implication of the study results.

Key Words : lifestyle, mobile internet service, information quality, system quality, contribution to quality of life, satisfaction

* Assistant Professor of Dept of Distribution and MIS, Catholic University of Pusan