

스마트폰 특성 및 서비스 품질과 몰입에 관한 연구

조 현 숙*, 양 승 복**

(A Research about Smartphone Characteristics and Service Quality and Commitment)

Cho Hyen Suk , Seong-Bok Yang
Faculty of liberal education, Daegu University
Public medical computer science, Daegu Health College

요 약

본 연구에서는 스마트폰 특성과 서비스 품질이 몰입에 미치는 영향을 분석하고, 편리성, 오락성, 편재성으로 구성된 스마트폰 특성과, 상호작용성, 개인화로 구성된 서비스 품질이 정서적 몰입 및 규범적 몰입에 유의한 영향을 미치는 가를 검증하였다. 실증분석결과 스마트폰 특성 중 오락성은 정서적 몰입 및 규범적 몰입에 모두 유의한 영향을 미치고 있으며, 편재성은 규범적 몰입에 유의한 영향을 미치고 있다. 서비스 품질 중 개인화는 정서적 몰입 및 규범적 몰입에 유의한 영향을 미치는 것으로 분석되었다. 이는 스마트폰 특성 중 오락성과 서비스 품질 중 개인화 기능을 강조하면, 정서적으로 규범적으로 몰입을 증가시킬 수 있음을 알 수 있다.

Keywords : 스마트폰 특성, 서비스 품질, 정서적 몰입, 규범적 몰입

Abstract

In this study, the smartphone features and service quality to analyze the effects of immersion. Smartphone attribute convenience, entertainment, and a ubiquity. The quality of service is composed of interactivity and personalization. Empirical analyzed. Results of the characteristics entertaining smartphone has a significant impact on both the affective commitment and normative commitment. Ubiquity have had a significant effect on normative commitment. Personalization of service quality has a significant impact on affective commitment and normative commitment. Entertainment and of smartphone features, let's highlight of the personalization of service quality. Emotionally can increase the normative commitment.

Keywords : Smartphone, Service Quality, Affective commitment, Normative commitment.

*제1저자 : 대구대학교 기초교육원 외래교수 **교신저자 : 대구보건대학교 교수
• 투고일 : 2014. 10. 30, 심사일 : 2014. 11. 30, 게재확정일 : 2014. 12. 30.

I. 서론

오늘날 IT기술의 발달 및 혁신은 우리들의 개인 삶에 많은 변화를 야기시켜 왔다. 급속도로 확대되고 있는 스마트폰은 이전의 휴대전화기기와는 다른 형태로 다양한 서비스를 제공하고 있으며, 이로 인한 생활의 편리함이라는 긍정적인 면과 시간낭비라는 부정적인 면이 대두되고 있는 실정이다.

인터넷 이용을 포함한 스마트폰의 잦은 접속은 일명 “확인습관(checking habit)”이라는 새로운 습관을 만들어내기도 한다. 스마트폰 사용자들은 실질적인 필요를 위해 스마트폰을 사용한다기보다는 자신도 모르게 반복적으로 스마트폰을 확인하고 이용한다고 한다.^[1]

어떤 스마트폰 특성 및 서비스 특성이 개인들로 하여금 몰입을 야기시키는가에 대한 깊은 고찰이 필요한 시점으로, 몰입을 정서적 몰입 및 규범적 몰입으로 구분하여 연구하고자 한다.

II. 이론적 배경

스마트폰 특성인 편리성, 오락성, 편재성에 대한 기존 연구를 살펴보면 다음과 같다. 편리성은 스마트폰을 이용함으로써 상대적으로 적은 노력을 들이고도 필요한 정보와 서비스를 얻을 수 있다고 지각하는 정도로 정의된다.^{[2][3]} 사용자가 새로운 제품이나 서비스의 사용법을 쉽게 습득할 수 있고, 습득하는 정도가 빠르면 빠를수록 신제품이 시장에서 수용되는 속도는 빨라진다. 또한, 시스템에 대한 편리성이나 사용 용이성을 향상시키는 것은 사용자가 정보시스템을 더 효율적으로 사용할 수 있게 해주고 시장에서 확산되는 속도를 높여주며, 이를 통해 사용자들은 서비스에 대해 높은 가치를 지각하고 높은 만족을 느낄 수 있다.^[4]

오락성은 스마트폰 애플리케이션이 제공하는 정보 또는 서비스가 재미와 즐거움을 제공한다고 사용자가 지각하는 정도로 정의된다.^[5] 선행 연구들에서 오락성은 정보시스템에 대한 사용자 만족과 지각된 가치에 유의한 영향을 미치는 선행변수임이 증명되었으며, 제품이나 서비스를 이용하면서 지각하는 즐거움의 정도

가 높을수록 만족도가 높아지고 제품이나 서비스가 높은 가치를 가지고 있다고 인지할 가능성이 높은 것으로 나타났다.^{[6][7]}

편재성에 관해 모바일 디바이스의 발달과 함께 통신기술의 발달, 다양한 콘텐츠의 개발됨에 따라 스마트폰이 정보를 생산하고, 저장하며, 물리적·공간적으로 매우 개인적으로 활용될 수 있는 도구로서, 언제 어디서나 활용 가능하기 때문에 매우 이상적인 시스템으로 정의 하였다.^[8] PDA와 스마트폰과 관련한 연구에서, 스마트폰이 사용자들에게 친숙하고, 이동성이 좋기 때문에 사회적 기기로 자리잡고 있음을 지적하였다.^[9]

서비스 품질인 상호작용성, 개인화에 대한 기존 연구를 살펴보면 다음과 같다. 상호작용성에 관해 스마트폰을 혁신적 제품으로 상정하고, 혁신저항의 관점에서 수용에 영향을 미치는 요인에 관한 연구를 수행하였다.^[9] 그 결과 스마트폰 이용에 있어서, 사회적 관계속에서 서로간의 행위를 의미하는 사회적 영향인 동료 및 주변 사람들의 스마트폰 이용을 중요한 변수로 도출하였다.^[10]

개인화는 스마트폰 애플리케이션이 개인의 요구에 맞춤형 정보 또는 서비스를 제공한다고 사용자가 지각하는 정도로 정의된다. 서비스 제공업자가 각각의 개인에 차별화 된 서비스를 제공할 수 있다면 고객의 만족도를 높일 수 있고 사용자가 제품 및 서비스에 대해 지각하는 가치를 높일 수 있는 효율적인 수단이 될 수 있다.^{[11][12]}

III. 연구모형

1. 연구 모형

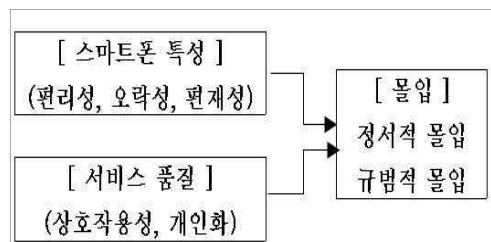


그림 1. 연구 모형

Fig. 1 Research Model

본 연구에서 스마트폰 특성은 편리성, 오락성, 편재성으로, 서비스 품질은 상호작용성, 개인화로, 몰입은 정서적 몰입과 규범적 몰입으로 나눌 수 있으며, 다음과 같이 연구모형과 연구가설을 설정하였다.

- 가설1. 스마트폰 특성(편리성, 오락성, 편재성)은 정서적 몰입에 정(+의 영향을 미칠 것이다.
- 가설2. 스마트폰 특성(편리성, 오락성, 편재성)은 규범적 몰입에 정(+의 영향을 미칠 것이다.
- 가설3. 서비스 품질(상호작용성, 개인화)은 정서적 몰입에 정(+의 영향을 미칠 것이다.
- 가설4. 서비스 품질(상호작용성, 개인화)은 규범적 몰입에 정(+의 영향을 미칠 것이다.

IV. 분석 결과

1. 표본의 특성

본 연구의 조사대상은 스마트폰을 사용하고 있는 사람들을 대상으로 설문조사하였다. 본 연구의 분석을 위해 122개 설문지가 사용되었으며, 응답자의 인구통계학적 특성은 <표 1>과 같다.

표 1 인구통계학적 자료 분석
Table 1 Demographic Statistical Data

구분		빈도	비율
성별	남	49	40.2
	여	73	59.8
기간	3년이하	42	34.4
	5년이하	42	34.4
	5년초과	38	31.1
직업	회사원	46	37.7
	학생	64	52.5
	기타	12	9.8
연령	20대이하	66	54.1
	30대	26	21.3
	40대이상	30	24.6
시간	2시간이하	16	13.1
	3시간이하	27	22.1
	4시간이하	38	31.1
	4시간초과	41	33.6
총 계		122	100%

2. 연구변수의 신뢰성 및 타당성 검증

측정변수들의 평가 차원 내 항목간의 내적 일관성을 의미하는 수렴타당성과 차원간의 독립성을 의미하는 판별타당성을 검증하기 위해 탐색적 요인분석을 실시하였다. 요인 추출방법은 주성분 추출방법을 이용하였고, 요인회전 방법은 직교회전방식의 하나인 Varimax 회전을 수행하고, 요인분석시 다른 요인에 적재되거나 요인적재량이 0.4미만인 항목은 제외시켰다. 요인분석 결과는 표 1과 같다.

설문내용의 변수에 대해 신뢰성 분석을 하기 위하여 Cronbach's alpha 검증을 수행하였으며, 일반적으로 문항 전체 수준의 경우 Cronbach's alpha의 값이 0.6이상이면 신뢰성이 높다고 할 수 있다.

표 2 신뢰성 및 타당성 분석
Table 2 Reliability & Validity

문항\요인	요인부하량						
	편재성	상호작용성	편리성	오락성	개인화	정서적 몰입	규범적 몰입
a1			.863				
a2			.900				
a3			.774				
a4				.873			
a5				.837			
a6				.753			
a7	.887						
a8	.872						
a9	.814						
a10						.760	
a11						.810	
a12						.680	
a13							.742
a14							.710
a15							.727
b01		.859					
b02		.886					
b03		.915					
b04					.740		
b05					.857		
b06					.830		
누적분산	13.682	27.210	40.124	52.340	63.292	73.838	84.100
신뢰도	0.967	0.919	0.915	0.900	0.843	0.833	0.758

2. 연구가설의 검증

가. 스마트폰 특성과 정서적 몰입

스마트폰 특성과 정서적 몰입에 대한 가설검증 결과를 보면 스마트폰 특성은 정서적 몰입에 정(+)의 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다.

표 3 분석 결과 I
Table 3 Analysis result table I

독립 변수	비표준화 계수		표준화 계수	t	유의 확률
	b	표준오차	Beta		
(상수)	.521	.331		1.575	.118
편리성	.122	.081	.138	1.500	.136
오락성	.617	.092	.537	6.705	.000
편재성	.041	.084	.045	.484	.629
종속변수: 정서적 몰입 F = 25.718, Sig · F = .000					

분석결과와 통계적 의미를 요약하면 F 통계량은 25.718로 유의수준 .000에서 통계적으로 유의하다. 오락성의 p값이 0.05보다 낮게 나타나 종속변수인 정서적 몰입에 유의한 영향을 미치는 것으로 분석되었다.

나. 스마트폰 특성과 규범적 몰입

스마트폰 특성과 규범적 몰입에 대한 가설검증 결과를 보면 스마트폰 특성은 규범적 몰입에 정(+)의 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다.

표 4 분석 결과 II
Table 4 Analysis result table II

독립 변수	비표준화 계수		표준화 계수	t	유의 확률
	b	표준오차	Beta		
(상수)	1.128	.303		3.723	.000
편리성	-.028	.075	-.036	-.369	.713
오락성	.440	.084	.445	5.214	.000
편재성	.184	.077	.233	2.375	.019
종속변수: 규범적 몰입 F = 17.901 Sig · F = .000					

분석결과와 통계적 의미를 요약하면 F 통계량은 17.901로 유의수준 .000에서 통계적으로 유의하다. 오락성과 편재성의 p값이 0.05보다 낮게 나타나 종속변수인 규범적 몰입에 유의한 영향을 미치는 것으로 분석되었다.

다. 서비스 품질과 정서적 몰입

서비스 품질과 정서적 몰입에 대한 가설검증 결과를 보면 서비스 품질은 정서적 몰입에 정(+)의 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다.

표 5 분석 결과 III
Table 5 Analysis result table III

독립 변수	비표준화 계수		표준화 계수	t	유의 확률
	b	표준오차	Beta		
(상수)	2.278	.353		6.459	.000
상호작용성	-.022	.096	-.023	-.232	.817
개인화	.301	.106	.282	2.829	.005
종속변수: 정서적 몰입 F = 4.751 Sig · F = .010					

분석결과와 통계적 의미를 요약하면 F 통계량은 4.751로 유의수준 .010에서 통계적으로 유의하다. 개인화의 p값이 0.05보다 낮게 나타나 종속변수인 정서적 몰입에 유의한 영향을 미치는 것으로 분석되었다.

라. 서비스 품질과 규범적 몰입

서비스 품질과 규범적 몰입에 대한 가설검증 결과를 보면 서비스 품질은 규범적 몰입에 정(+)의 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다.

표 6 분석 결과 IV
Table 6 Analysis result table IV

독립 변수	비표준화 계수		표준화 계수	t	유의 확률
	b	표준오차	Beta		
(상수)	2.031	.293		6.924	.000
상호작용성	.121	.080	.147	1.520	.131
개인화	.251	.088	.273	2.835	.005
종속변수: 규범적 몰입 F = 9.167 Sig · F = .010					

분석결과와 통계적 의미를 요약하면 F 통계량은 9.167로 유의수준 .005에서 통계적으로 유의하다. 개인

화의 p값이 0.05보다 낮게 나타나 종속변수인 규범적 몰입에 유의한 영향을 미치는 것으로 분석되었다.

IV. 결론

1. 연구결과의 요약

본 연구는 정서적 몰입 및 규범적 몰입에 영향을 미치는 변수로서 편리성, 오락성, 편재성을 스마트폰 특성으로 규정하고, 상호작용성, 개인화를 서비스 품질로 규정하였다. 스마트폰 특성과 서비스 품질이 몰입에 미치는 영향을 분석하였다.

연구의 실증분석결과를 간략히 요약하면, 첫째, 스마트폰 특성인 편리성, 오락성, 편재성 중 오락성은 정서적 몰입에 유의한 영향을 미치는 것으로 분석되었다.

둘째, 스마트폰 특성인 편리성, 오락성, 편재성 중 오락성과 편재성은 규범적 몰입에 유의한 영향을 미치는 것으로 분석되었다.

셋째, 서비스 품질인 상호작용성과 개인화 중 개인화는 정서적 몰입 및 규범적 몰입에 모두 영향을 미치는 것으로 분석되었다.

결론적으로 오락성은 정서적 몰입 및 규범적 몰입에 유의한 영향을 미치는 것으로 분석되는 바, 긍정적 몰입이라면 오락성을 강조하는 것이 유용하며, 부정적 영향을 미치는 것이라면, 오락성을 감소시킴으로서 몰입의 강도를 약화시킬 수 있을 것이다. 서비스 품질 중 개인화는 정서적 몰입과 규범적 몰입에 모두 유의한 영향을 미치는 바, 개인화 기능을 강화시킬 방안을 강구한다면 고객들을 몰입시킬 수 있을 것이다.

2. 연구의 한계 및 향후 연구방향

본 연구는 스마트폰 특성 및 서비스 품질에 대해 살펴보았지만, 스마트폰 특성의 다양한 부분을 포함하지 않았다. 향후에는 다양한 변수들을 연구 설계에 추가한 심층연구가 필요할 것이다.

참고 문헌

- [1] 임상수, “정치경제, 사회문화 이론과 도덕교육 : 국가 국민적 정체성과 도덕교육 : 국가 정체성과 도덕교육에 대하여,” 한국초등도덕교육학회 학술대회, 제 2011집, 125-127, 2011.
- [2] 조철호, 강병서, “블로그 서비스품질이 서비스 가치와 고객만족에 미치는 영향 : 싸이월드를 중심으로 2008,” 품질경영학회지, 제35집 제1호, 35-51, 2007.
- [3] 김창수, 박종진, “지역축제의 핵심프로그램 서비스 품질이 방문객 행동의도에 미치는 영향 -예약 유형 역할 분석을 중심으로,” 관광경영연구, 제44권, 49-68, 2010.
- [4] 노영, 이경근, “인터넷 बैं킹 서비스 품질이 고객 가치와 고객만족에 미치는 영향에 관한 연구,” e-비즈니스연구, 제6집 제3호, 221-247, 2005.
- [5] Yi and Hwang, “Predicting the use of web-based information systems: self-efficacy, enjoyment, learning goal orientation, and the technology acceptance model,” *International journal of human-computer studies*, Vol. 59, no. 4, pp. 431-449, 2003.
- [6] 박현지, 권영국, “모바일 관광정보서비스 특성과 지각된 가치, 행동의지, 실제사용간의 관계분석,” 호텔경영학연구, 제16집, 제1호, 121-138, 2007.
- [7] 범경기, 김원경, “웹 사이트 서비스품질요인, 고객 만족 및 행동의도의 관계,” 한국콘텐츠학회논문지, 제8집, 제10호, 180-188, 2008.
- [8] Ballagas, R. , Memon, F. , Reiners, R. , Borchers, J. “iStuff Mobile: Rapidly Prototyping New Mobile Phone Interfaces for Ubiquitous Computing,” *CHI - CONFERENCE-*, pp. 1107-1116, 2006.
- [9] Beale, R “Supporting Social Interaction with Smart Phones,” *IEEE PERSASIVE COMPUTING*, Vol. 4, no. 2, 2005.
- [10] 권민택, 신민수, “스마트폰 시장 활성화 장애요인 연구: 소비자의 혁신저항을 중심으로”, 한국경영정보학회 학술대회, 한국경영정보학회, 90-95, 2009.
- [11] 정영수, 강준규, “모바일인터넷에서 고객만족 및 고객가치에 영향을 미치는 요인에 관한 연구,” 경영경제연구, 제29집, 제1호, 131-149, 2006.
- [12] 김홍범, 김나은, “온라인 여행업의 e-서비스품질, 인지된 가치, 그리고 고객 만족도가 고객 충성도에 미치는 영향,” 서비스경영학회지, 제10집, 제2호, 251-276, 2009.