

# 박물관 도슨트 모바일앱의 특성이 사용자의 만족도와 재사용 의도에 미치는 영향

## Impact of the Characteristics of Docent Mobile Apps on User Satisfaction and Intention to Re-use

정다운\*, 안형준\*\*

홍익대학교 일반대학원 문화예술학과\*, 홍익대학교 경영학과\*\*

Da-Wn Jung(dauri8318@naver.com)\*, Hyung Jun Ahn(hjahn@hongik.ac.kr)\*\*

### 요약

2000년대 후반 스마트폰의 출시 이후 박물관의 휴대용 오디오 해설장치는 스마트폰의 도슨트 모바일앱으로 바뀌기 시작하였다. 지금까지 관광, 금융 등의 분야에서는 모바일앱 적용에 대한 연구가 활발하게 이루어져 왔으나, 박물관의 도슨트 모바일앱에 대한 실증적 연구 찾아보기 힘들다. 본 연구는 스마트폰의 도슨트 모바일앱의 여러 가지 특성이 사용자의 만족도와 재사용 의도에 미치는 영향을 분석하고자 하였다. 이를 위해 관련 연구 및 기술수용성모형(TAM: Technology Acceptance Model)에 바탕을 두고, 박물관의 도슨트 모바일앱의 정보 적시성, 정보 서비스 정확성, 편재 접속성, 상호 작용성 등 4가지 특성과, TAM 모형의 핵심 요소인 지각된 유용성, 지각된 용이성 등을 활용하여 연구 모형을 수립하였다. 조사는 모든 전시품에 대한 정보를 무료로 도슨트 모바일앱을 통해 제공하는 미국의 로댕박물관을 대상으로 하였고, 해당 도슨트 모바일앱을 이용한 경험이 있는 관람객에게 210부의 설문지를 배포하여 그 중 유효한 204부의 표본을 분석에 활용하였다. 구조방정식 모형을 통한 분석 결과 정보의 적시성, 정보서비스 정확성, 상호 작용성이 지각된 유용성에, 편재 접속성, 상호 작용성이 지각된 용이성에 영향을 끼치는 것으로 나타났다. 지각된 유용성과 지각된 용이성은 관람객의 만족도에, 만족도는 다시 재사용 의도에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다.

■ 중심어 : | 박물관 | 도슨트 | 모바일앱 | TAM | 정보기술수용 |

### Abstract

With the introduction of smart phones in the late 2000's, the audio guides of museums have been gradually replaced by the mobile apps of smart phones. Although many studies have been already conducted about the mobile apps in the fields of tourism or finance, it is hard to find empirical research on the mobile docent apps. This study aimed to investigate the influence of the various factors of mobile docent apps on user satisfaction and intention to reuse. For this goal, based on the review of literature and the Technology Acceptance Model (TAM), a research model was constructed that consists of information timeliness, information service quality, ubiquitous access, and interactivity, along with the variables of TAM such as perceived ease of use, and perceived usefulness. A survey was conducted at Rodin museum in the United States where all the information about exhibitions is provided over a smart docent app. 210 surveys were collected, and 204 valid ones were used for analysis. The analysis using structural equation modeling revealed that information timeliness, information service quality, and interactivity have significant influence on perceived ease of use; ubiquitous access and interactivity showed significant impact on perceived usefulness. The perceived ease of use and usefulness then had significant impact on satisfaction and intention to re-use.

■ keyword : | Museum | Docent | Mobile App | Technology Acceptance Model |

## I. 서론

세계는 모바일 정보기술의 바탕으로 새로운 디지털 시대를 맞이하고 있다. 디지털 시대에는 다양한 매체와 디바이스들이 언제 어디서든 우리에게 필요한 정보와 서비스를 제공하게 되어, 다양한 부분에서 우리 생활의 일부가 되어가고 있다. 이에 따라 세계 각국의 많은 문화예술기관도 새로운 기술을 적극 활용해야 하는 시점에 와 있으며, 박물관도 이러한 변화의 예외가 될 수 없다. 이는 첨단 기술에 익숙해진 대중들의 기대치가 점점 높아지고 있기 때문이기도 하다[1].

또한 전 세계적으로 경제 수준의 전반적 향상에 따라 문화예술에 대한 수요가 늘어나는 추세에 있다. 더욱이 21세기 현재는 문화가 곧 산업이 되는 ‘컬덕트(culduct)’ 시대인 점을 고려할 때, 박물관 운영이 소장품 중심에서 보다 관람객을 중시하는 방향으로 전환되어야 함은 분명하다[2]. 이제 박물관은 관람객이 찾아오기만을 기다리던 수동적인 방향을 탈피하고, 다른 엔터테인먼트 산업과의 경쟁을 통해 관람객을 유치하는 능동적인 태도로 변화해야 할 필요성이 있다[3].

박물관 운영의 목적 중 가장 중요한 것은 역시 전시물에 대한 교육 및 정보 제공일 것이다[3][4]. 하지만 박물관의 물리적인 전시 공간 자체만을 통해서만 유물에 대해 제한적인 정보만을 제공할 수밖에 없고, 따라서 관람객들에게 깊이 있는 감상 경험을 제공하기 힘들다. 이러한 문제를 보완하기 위해 많은 박물관에서는 관람객에게 전시물의 해석과 감상을 위하여 도슨트 서비스를 제공하고 있다.

도슨트 서비스는 전문가의 현장 육성 서비스와 기계를 활용한 도슨트로 구분할 수 있다. 기계식 도슨트는 관람자가 소지할 수 있는 장치를 이용하여 작품에 대한 정보를 들을 수 있게 해 주는 매체로 전통적으로는 음향 재생장치를 활용한 도슨트를 사용해 왔다. 그러나 2007년 iPhone을 비롯한 스마트폰의 출시 이후, 기계식 도슨트는 대체로 스마트폰의 도슨트 모바일앱으로 바뀌기 시작하였다[5][6]. 이러한 변화에도 불구하고 아직까지 박물관의 도슨트 모바일앱에 대한 실증적 연구는 찾아보기 힘든 실정이다.

이에 따라 본 연구는 기존 연구를 바탕으로 박물관의 도슨트 모바일앱의 사용자 만족 및 재사용 의도에 영향을 끼치는 요인들에 대한 실증적 연구를 수행하였다. 이를 위해 정보기술 분야의 연구에 널리 쓰이는 모델인 Davis[7]의 기술수용모형(Technology Acceptance Model, 이하 TAM)을 바탕으로 연구 모형을 수립하였다. 본 실증 연구를 통해 점점 확산되고 있는 박물관 도슨트 모바일앱의 성공적 활용을 위한 이론적 근거 및 실무적 가이드라인을 제시하고자 하였다.

본 연구의 구성은 다음과 같다. 제2장은 이론적 배경에 대한 내용으로, 박물관의 도슨트 모바일앱, 기술수용모형 등에 관한 이론 및 국내외 선행연구를 검토하였다. 제3장은 연구 설계에 관한 것으로 연구모형 및 가설 수립에 대하여 기술하였다. 제4장은 실증분석에 관한 내용으로, 조사 방법, 분석 방법과 분석 결과에 대하여 기술하였다. 제5장은 결론으로 연구의 결과와 의의, 한계점과 향후 연구 과제를 제시한다.

## II. 연구의 이론적 배경

### 1. 박물관의 도슨트

도슨트(docent)는 라틴어 ‘docere’에서 유래한 단어로 ‘가르치다’라는 뜻을 지니고 있으며, 박물관에서는 전통적으로 관람객을 인도하며 안내할 수 있는 지식을 갖고 있는 사람을 일컫는다[8]. 도슨트 서비스는 영국에서 처음 시작된 뒤, 후에 미국 등 다른 나라들의 박물관으로도 확산되는데, 이는 박물관이 가지고 있던 종전의 기본적인 역할 외에도 교육적인 역할과 기능이 새로이 필요하다는 인식에 따른 것이었다[9]. 이후 도슨트 서비스는 세계 각지의 여러 박물관들에서도 급속도로 폭넓게 채택된다.

이와 같이 초기의 도슨트는 사람이 직접 그 역할을 수행하는 방식이었으나, 후에 기술 발전에 따라 기계를 사용하는 도슨트(MP3, PDA, 스마트폰 유형의 모바일 가이드)가 등장하게 된다. 기계의 도슨트는 관람자가 소지할 수 있는 장치를 이용하여 작품에 대한 정보를 습득할 수 있게 한 매체로, 상당기간 동안은 비교적 간

단한 휴대용 오디오 기기를 활용한 장치가 사용되어 왔다. 그러던 중 2007년 iPhone을 비롯한 스마트폰의 출시된 이후에는 기계 도슨트의 대부분이 스마트폰의 도슨트 모바일앱으로 바뀌기 시작하였다[5][6].

최근에는 스마트 폰 기술이 더욱 발전함에 따라 다양한 위치기반 서비스를 활용할 수 있게 되었고, 또한 관람객의 다양한 상황과 개별적 특성을 반영하여 관람객 개인에 맞는 관람 경험을 제공할 수 있게 되었다. 이미 상당수의 박물관들이 관람객에게 모바일 정보를 제공해주고 있으며, 그 외의 많은 박물관들도 모바일 플랫폼을 필수적인 도구로 인식하기 시작하였다. 박물관에서 대어해 주는 전통적인 오디오 가이드와는 달리 도슨트 모바일앱은 언제 어디서든지 즉시 사용할 수 있는 편재접속성과 네비게이션, 투어프로그램, 길 찾기, 지도, 북마킹, SNS 연계 등의 기능을 갖추으로써 사용이 더욱 용이하며, 전시 체험을 타인과 쉽게 공유할 수 있게 함으로써 더욱 풍부하고 다채로운 관람 경험을 이끌어낼 수 있다[5].

## 2. 도슨트 모바일앱의 특성

중전의 대어 방식의 오디오 도슨트 기기들과 달리, 도슨트 모바일앱은 애플사의 앱스토어와 같은 모바일 앱 마켓 플레이스에서 유료, 무료, 부분적 유료로 구입하여 직접 개인 스마트폰에 다운로드 받아 사용할 수 있다. 오디오 도슨트와는 다르게 모바일앱은 언제 어디서나 원하는 작품의 설명이나 사진, 동영상을 보거나 및 주변 사람들과 공유할 수 있다. 또한 박물관을 방문할 때는 박물관의 전시 지도, 구체적 전시물 위치 등에 대한 설명을 쉽게 제공할 수 있다. 즉, 지금과 같은 스마트 모바일 환경에서는 모바일 기기의 편재접속성이라는 장점이 사용자들로 하여금 항상 휴대하고 있는 기기를 통해 시간과 장소에 구애받지 않고 바로 정보를 습득할 수 있도록 해 준다[10].

기존 연구에 따르면 관람정보의 정확성은 제공되는 정보에 대해 사용자들이 느끼는 믿음과 신뢰를 의미하기 때문에 정보 서비스 품질의 중요한 요인 중 하나이다[10]. 특히 도슨트 모바일앱은 주기적으로 갱신되는 박물관의 전시 및 소장품 정보를 반영하여 정확한 최신

관람정보를 제공할 필요가 있으며, 사용자들이 이를 이용하는 데 불편이 없어야 하고, 사용자의 상황에 따라 적절한 시기에 적절한 정보 제공이 필요하다. 또한 도슨트 모바일앱은 모바일 기기가 제공하는 위치 정보 및 개인 정보를 바탕으로, 개개인이 처한 시간 및 위치와 같은 모든 상황을 고려하여 사용자들에게 가장 알맞은 정보 서비스를 제공해 줄 수 있는 기능이 필요하다[10]. 이러한 기능은 주변 상황 인식(context-awareness)과 같은 개념과도 연관된다.

또한 스마트 모바일 환경에서는 모바일 기기의 이동성과 편재성 특성 덕분에 항상 사용자간, 혹은 사용자-기기 간 다양한 상호작용이 가능하다. 상호작용은 사용자 경험에 있어 가장 중요한 요소 중 하나로, 이는 정보 기술의 만족, 즐거움, 수용, 동기 부여에 영향을 미치며, 성과의 질을 향상시키고 시간을 절약시켜줄 수 있다고 알려져 있다[11].

## 3. 기술 수용 모형

조직들이 정보기술 및 정보시스템을 도입하는 것은 매우 중요한 일이므로, 이때 어떤 요인이 새로운 기술의 수용에 영향을 끼치는지에 대해 많은 연구가 이루어져왔다. 그러한 연구들에서 가장 널리 쓰이는 이론은 Davis[7]에 의해 제시된 정보기술수용모형 혹은 TAM으로, 이는 정보기술을 사용하는 사용자의 행동을 설명하고 예측하기 위하여 개발된 모형이다. 본 연구 또한 이 모형을 채택하여 박물관 모바일앱에 대한 분석을 수행하였다.

TAM은 사용자의 기술 수용에 대한 1980년대 연구들과 1990년대 연구들을 구분하는 모형으로써, Fishbein and Ajzen[12]의 합리적 행동이론(Theory of Reasoned Action; TRA)에 바탕을 두고 있다. TAM의 핵심 목적은 신념, 태도, 의도에 대한 외부요인들의 영향을 이해하는 데 기본 바탕을 제공하는 것으로, TRA의 행위에 대한 태도와 행위 의도간의 관계를 정보기술 분야에 확장한 것으로 볼 수 있다. TAM은 정보기술을 이용하려는 개인의 행위 의도를 결정하는 두 가지 요소, 즉, 지각된 용이성과 지각된 유용성이 정보시스템의 사용과 관련된 태도에 중요한 영향을 미치는 것으로 보고, 이러

한 태도가 다시 실제 정보시스템의 사용과 관련된 행위의도에 영향을 끼쳐 결국 실제 정보시스템의 사용으로 연결된다고 보았다.

Davis 등[13]에 의하면 지각된 용이성은 ‘특정 시스템을 사용하는 것이 어렵지 않다고 개인이 믿는 정도’를 의미하며 이것은 정보시스템이 학습하기 쉽고, 사용에 있어서 신체적, 정신적으로 노력이 적게 드는 것을 의미한다. 지각된 유용성은 ‘특정 시스템을 이용하는 것이 자신의 업무성과를 개선시킬 것이라고 개인이 믿는 정도’라고 정의되며, 이는 업무의 효과성, 생산성 및 업무에 있어서 사용하는 정보시스템의 중요성과 관련된 것이다. 과정에 대한 기대인 지각된 용이성과 대조적으로, 지각된 유용성은 결과에 대한 기대이다.

TAM 모형 자체는 주로 기술의 초기 수용 여부에 그 초점이 있다. 최근에는 이러한 초기 수용 이후의 사용자들의 행태에 대한 연구들이 점차 수행되고 있다. 이러한 연구들은 TAM의 주요 변수인 사용 용이성, 유용성 등이 수용 후 행태, 즉 재사용, 심화 탐험, 혁신 등에 영향을 끼침을 보이고 있다[14]. 본 연구에서도 그러한 변수들이 도슨트 모바일 앱에 대한 만족도에 영향을 끼쳐 이후 재사용 여부에 영향을 끼칠 수 있음을 고려하였다.

모바일 환경의 발전에 따라 모바일 기기에 대한 TAM 응용 연구들이 최근에 활발히 진행되고 있다. 김두경[15]은 관광객들이 u-Tourism 정보서비스의 어떠한 속성을 중요하게 생각하며 원하고 있는지, 얼마나 만족하고 있는지에 대한 연구를 수행하였다. 김수연 등[16]은 TAM 모형을 중심으로 스마트폰의 수용에 영향을 미치는 요인들을 분석하였다. 한필구 등[17]은 모바일 앱에 대한 소비자의 수용에 영향을 미치는 요인들을 파악하기 위하여 TAM 모형을 기반으로 외부 변수인 서비스 품질, 사용자 경험, OS 호환성, 자기 효능감, 혁신 성향 등이 지각된 용이성에 미치는 영향을 분석하였다.

이와 같이 전반적으로 모바일 앱에 대한 연구는 증가하고 있지만, 박물관의 도슨트 모바일 앱에 대한 연구는 아직까지 찾아보기 힘든 실정이다. 따라서 본 연구에서는 이러한 기존 연구들 및 TAM 모형을 바탕으로 박물관의 도슨트 모바일 앱의 수용 및 재사용 의도에 대한

연구를 수행하였다.

### III. 연구모형 및 가설설정

#### 1. 연구모형

본 연구에서는 TAM 모형을 바탕으로 하고, 일반적인 모바일 앱의 수용 의도 등과 관련된 선행연구들을 활용하여 박물관의 도슨트 모바일 앱의 어떠한 특징들이 관람객의 만족도와 재사용 의도에 영향을 끼치는지 실증적으로 검증하고자 하였다. 이때 독립변수는 관련 선행 연구에서 등장한 변수들 중 도슨트 모바일 앱의 사용 환경 및 특성에 부합하는 것들로 선정하였다. 다음의 [그림 1]은 본 연구의 모형을 나타낸다.

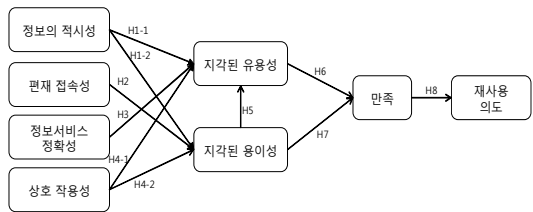


그림 1. TAM을 활용한 연구모형

#### 2. 가설 설정

##### 2.1 정보의 적시성

모바일 앱은 각 사용자의 위치 및 개인의 상황을 파악할 수 있고, 따라서 이를 사용하는 대상에게 적합한 정보를 제공해 줄 수 있다[11][18]. 즉 모바일 기술을 기반으로 하는 스마트폰에서는 위치 정보 검색이 가능하기 때문에 시간과 장소에 따라 실시간으로 개개인을 위한 ‘정보의 적시성’ 구현이 가능한 것이다. 선행 연구에서는 이러한 개념을 “사용자가 처한 시간, 위치 등을 고려하여 가장 효과적으로 서비스를 제공받을 수 있게 하는 것”으로 정의하였다[10].

정보의 적시성은 관람 경험의 모든 상황을 고려하여 관람객이 필요로 하는 관람 정보를 시간과 장소에 맞게 적절히 제공해 줄 수 있기 때문에, 사용자는 이로 인해 모바일 앱이 더욱 유용하면서 사용이 용이하다고 느낄

것으로 예상할 수 있다.

가설1-1 박물관의 도슨트 모바일앱 특성인 정보의 적시성은 지각된 유용성에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설1-2 박물관의 도슨트 모바일앱 특성인 정보의 적시성은 지각된 용이성에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

## 2.2 편재 접속성

일반적으로 모바일 환경은 사용자가 이동 중 어느 곳에 위치해 있어도 항상 정보에 접근할 수 있도록 해 준다. 즉, 모바일 환경에서의 상호작용이 온라인 환경과 가장 크게 다른 점 중 하나는 사용자가 원하는 정보나 서비스에 장소와 무관하게 접속할 수 있음, 즉 ‘편재 접속성’이라고 볼 수 있다[19]. 선행연구에서는 이러한 편재 접속성을 이동성(mobility), 개인 식별성(useridentity), 위치 확인성(localization)등과 함께 모바일 환경의 독특한 특성 중 하나로 들고 있다[20][21]. 또한 관광 분야의 연구에서도 편재성은 모바일 관광 정보 서비스의 주된 속성 중 하나로 제시된 바 있다[22].

이러한 편재 접속성은 사용자가 원하는 시점에 바로 박물관의 관람정보서비스를 이용할 수 있게 해주므로 모바일앱에 대한 사용자의 지각된 용이성에 긍정적 영향을 미칠 것으로 예상 할 수 있다.

가설2 박물관의 도슨트 모바일앱 특성인 편재접속성은 지각된 용이성에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

## 2.3 정보 서비스 정확성

정보 서비스의 정확성은 관람하는 정보의 내용에 관한 것이므로, 도슨트 모바일앱의 여러 특성 중에서도 매우 중요한 것이라고 할 수 있다. 이는 선행연구에 따르면 신뢰성 있는 정보를 정확하고 지속적으로 제공 해 주는 것으로 정의된다[23]. 정보 서비스의 정확성이 미흡할 때는 고객들이 정보 제공 원천에 대한 믿음과 신뢰를 잃을 수 있다[24]. 즉, 정보 서비스의 정확성은 관람자의 신뢰를 얻을 수 있게 해 주어 지속적으로 모바일

앱을 이용할 수 있는 가능성을 높인다고 볼 수 있다.

박물관에서도 정확한 정보 서비스를 통해 관람객들은 전시, 작품, 작가들에 대하여 유용한 정보를 습득하고 전시에 대한 이해를 높일 수 있고, 이는 더욱 의미 있는 관람경험으로 이어지게 된다. 따라서 이는 도슨트 모바일앱의 지각된 유용성에 긍정적 영향을 미칠 것으로 예상 할 수 있다.

가설3 박물관의 도슨트 모바일앱 특성인 정보 서비스 정확성은 지각된 유용성에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

## 2.4 상호작용성

상호작용성은 사용자와 모바일앱 상호 간에 검색이나 로딩의 응답 속도가 빠르며, 서비스가 원활하게 제공되고, 다양한 상호작용을 할 수 있도록 허용해 주는 것으로 정의를 할 수 있다[10]. 전통적으로 상호작용 연구는 그 대상을 그 시점 기준의 다양한 뉴미디어, 즉, 전자메일, 전자게시판, 채팅 등으로 하여왔다[25][26]. 이러한 뉴미디어들은 새로운 기능과 성능으로 보통 기존 미디어의 상호작용 능력을 확장, 강화하는 경향이 있다. 마찬가지로, 모바일앱도 새로운 미디어으로써 향상된 상호작용성을 제공한다고 간주할 수 있다.

선행연구에 따르면 상호작용성은 사용자의 경험에 있어 매우 중요한 역할을 하고 있으며 IT 시스템에 대한 만족, 즐거움, 수용, 동기부여 등에 영향을 끼치고, 업무 수행의 질을 높이며 시간을 절약시켜준다고 하였다[11].

도슨트 모바일앱에서도 상호작용을 위해 검색, 게시판, SNS 연동과 같은 기능 등을 제공하고 있으며, 이러한 모바일 앱 콘텐츠의 로딩 및 검색 속도가 사용자들의 모바일앱에 대한 지각에 영향을 끼친다고 볼 수 있다. 따라서 선행연구를 바탕으로 다음과 같은 가설들을 설정하였다.

가설4-1 박물관의 도슨트 모바일앱 특성인 상호작용성은 지각된 유용성에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설4-2 박물관의 도슨트 모바일앱 특성인 상호작용성은 지각된 용이성에 정(+의 영향을 미칠 것이다.

2.5 TAM 모형 변수

TAM 모형의 주요 구성요소인 지각된 유용성(Perceived Usefulness)은 잠재적 이용자가 해당 정보 기술을 사용하면 개인의 업무 수행 성과가 높아질 것이라고 생각하는 정도를 의미한다. TAM 모형의 또 다른 구성요소인 지각된 용이성(Perceived Ease of use)은 사용성(Usability)과 비슷한 개념으로, 이용자가 정보 기술을 쉽고 편하게 이용할 수 있는 정도로 정의된다 [27][28]. TAM을 활용한 많은 선행 연구에서 이 두 가지 지각 요인이 시스템 사용자의 시스템에 대한 태도에 영향을 주고, 이러한 태도는 정보기술을 사용하려는 사

용자의 행동의도를 결정하게 함으로써 결국 실제 사용과 재사용 의도에 영향을 미치게 됨을 보여주고 있다.

본 연구에서도 마찬가지로 도슨트 모바일앱의 지각된 유용성과 지각된 용이성이 사용자의 모바일앱에 대한 만족도에 긍정적인 영향을 미칠 것으로 예상하여 다음과 같은 가설들을 설정하였다.

가설5-1 지각된 용이성은 지각된 유용성에 정(+의 영향을 미칠 것이다.

가설5-2 지각된 용이성은 관람객의 모바일앱에 대한 만족도에 정(+의 영향을 미칠 것이다.

가설5-3 지각된 유용성은 관람객의 모바일앱에 대한 만족도에 정(+의 영향을 미칠 것이다.

표 1. 변수의 조작적 정의

연구변수	조작적 정의	항목	관련연구	
모바일앱의 특성	정보의 적시성	주변상황에 맞는 정보제공과 서비스 검색 및 응답시간이 빠른 정도	요구에 즉각적 반응 시간과 장소 고려 제공 필요한 정보 제공 위치에 맞는 정보 제공	최현식[10] 이태민[18] 이성호[11]
	편재 접속성	언제 어디서나 사용할 수 있는 정도	즉시 이용 가능 어디서든지 이용가능 언제든지 이용 가능	Lee et al.[19] Kalakota & Robinson[20] 이승환 등[22] 이태민[18] 최현식,박진우[23]
	정보서비스 정확성	다양하고, 정확하며 신뢰성 있는	다양한 정보서비스 정확한 정보서비스 신뢰성있는 정보서비스	최현식, 박진우[23], Strong et al[24]
	상호작용성	상호간 동시적이고 원활한 커뮤니케이션 제공 및 허용	실시간으로 양방향 커뮤니케이션 관심을 주는 정도 검색이나 로딩이 빠르다고 느끼는 정도	Wu[29], 이성호[11], 이윤재[30]
기술수용요인	지각된 유용성	서비스 사용에 유용한 정도	관람에 매우 유용함 관람의 효율성 증가 관람당비시간 절약 획득한 정보가 유용	최현식[10], Davis[7], Venkatesh and Davis[27],
	지각된 용이성	사용 방법이 편하고 명확한 정도	이용하기가 편리함 이용방법이 명확하고 쉬움 이용방법이 사용하기 쉬움	최현식[10], Davis[7], Venkatesh and Davis[27],
만족	만족도	박물관 모바일앱을 사용하는데 대한 긍정적 혹은 부정적인 개인의 평가 및 태도	이용하면 더욱 재미를 느끼게 함 이용하는 것이 흥미롭게 느껴짐 이용해본 결과 유쾌하였음	한필규[17], 최현식[10], 이성호[11] Davis[7], Venkatesh and Davis[27]
재사용의도	재사용 의도	향후 박물관 모바일앱 이용의도와 이용권유에 대한의도	적극적으로 추천 자주 사용할 의향이 있음 계속해서 이용할 의향 있음	최현식[10], 이성호[11], Davis[7], Venkatesh and Davis[27], Bhattacharjee[31]

### 2.6 만족도와 재사용 의도

재사용 의도란 사용자의 시스템을 재사용하고자 하는 의도를 의미한다. TAM 이론의 목표는 결국 지속적인 사용 여부 또는 정도를 예측하는 것이다. 선행 연구에 의하면 행위 의도와 행위 간에는 이미 뚜렷한 상관관계가 입증되어 있다[27][28].

또한 Davis[7], Bhattacharjee 등[31]의 연구에서는 행동에 대한 의도가 정보 기술에 대한 태도와 지각된 유용성의 긍정적 영향으로 인해 형성되는 것으로 나타났다. 본 연구에서도 사용자가 도슨트 모바일 앱을 이용하고 난 후에 만족했을 경우에 다시 서비스를 사용할 가능성이 높게 될 것으로 예상하였다[11]. 이상을 바탕으로 만족도와 재사용 의도에 대한 가설을 다음과 같이 설정하였다.

가설6 관람객의 모바일 앱에 대한 만족도는 재사용 의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

### 3. 변수의 조작적 정의

본 논문의 연구모형과 가설에서 사용되는 변수들에 대한 조작적 정의는 [표 1]에 나타난 바와 같다. 모든 측정 항목은 선행연구에서 사용된 항목들을 활용하였다. 각각의 문항은 리커트 7점 척도를 활용해 측정하였다.

### 4. 조사 및 분석 방법

본 연구에서는 미국의 필라델피아 소재 로댕박물관을 대상으로 설문을 실시하였다[그림 2]. 로댕 박물관을 선택한 이유는 첫째, 모든 전시에 대한 정보를 모바일 앱을 통해 제공하고 있기 때문이며, 둘째, 모바일 앱의 전 기능을 무료로 제공하기 있기 때문에 많은 사용자들의 이용이 예상되었기 때문이다. 조사에 앞서 로댕 박물관의 허가를 획득했으며, 로댕박물관의 도슨트 모바일 앱 이용 경험자를 대상으로 약 2개월간 현장 설문을 실시하였다. 해당 기간 동안에 평일과 주말의 방문객을 대상으로, 계통임의표본 추출방식(systematic random sampling)에 의해 설문을 실시하였다. 즉 박물관 관람을 마치고 나오는 관객들을 대상으로 박물관 출구에서 나오는 순서에 따라 설문지를 배부하되, 단체관람으로

인해 조사 자료의 신뢰성이 침해되는 것을 최소화하기 위하여 계통임의표본추출방식에 근거해 추출간격을 미리 설정하여 대상을 선정하였다.



그림 2. 로댕 박물관 도슨트 앱

설문지는 총 210부를 수거하여 그 중 부적절한 설문은 제외한 총 204부를 분석에 이용하였다.

설문 분석을 위해서는 구조방정식 모형을 활용하였다. 구조방정식 모형은 회귀분석과 다르게 변수들 간의 복잡한 관계를 동시에 통계적으로 분석할 수 있다. 또한 구조방정식 모형은 확인적 요인분석과 다중회귀분석, 경로분석 등을 동시에 수행할 수 있는 분석 방법론이라고 할 수 있다[32]. 본 연구에서는 통계패키지 SPSS 18.0과 AMOS 18.0을 이용하여 분석을 실시하였다.

## IV. 분석 결과

### 1. 기술 통계

총 210부 중 유효한 설문은 204부로, 기본적인 기술 통계 분석을 위해 성별, 연령, 교육 수준 등의 변수에 대하여 빈도분석을 실시하였다. 표본의 성별구성은 여성이 107명(52.5%)으로 남성 97명(47.5%)보다 많았고, 설문응답자 연령대는 20~30대가 주를 이루었다. 평소 미술전시에 얼마나 관심을 가지고 있는지에 대한 대답으로는 '그저 그렇다' 91명(44.6%), '관심이 많은 편이다' 78명(38%) 등의 응답이 많았으므로, 대체로 미술에 대한 응답자들의 관심도는 다양하게 분포되었다고 볼 수 있다.

표 2. 인구 통계적 특성

항목		빈도(%)	
성별	남	97(47.5)	
	여	107(52.5)	
연령	20세 미만	21(10.3)	
	20~29세	121(59.3)	
	30~39세	27(13.2)	
	40~49세	17(8.3)	
	50~59세	13(6.4)	
	60세 이상	5(2.5)	
관심	관심 정도	전혀 관심이 없다	1(0.5)
		거의 관심이 없다	20(9.8)
		그저 그렇다	91(44.6)
		관심이 많은 편이다	78(38.2)
		아주 관심이 많다	14(6.9)
	관련 전공	있다(미술관련전공)	22(10.8)
		없다(일반)	182(89.2)

2. 신뢰성 및 타당성

우선, 측정된 변수들에 대해 탐색적 요인분석이 실시되었다. 분석 결과 사용된 25개 모든 항목의 요인 적재량이 0.5 이상으로 나타났으므로 전체 항목을 분석에 포함하였다. 전체 항목에 대해 크론바흐 알파(Cronbach's Alpha) 검증을 실시한 결과 [표 3]에 나타난 바와 같이 모든 항목의 알파 값이 0.7보다 컸다. 일반적으로 계수가 0.6이상이면 신뢰도가 높다고 판단할 수 있으므로 [33], 각 요인들의 신뢰성은 확보된 것으로 볼 수 있다.

다음으로 수렴 타당도와 판별 타당도를 검증하였다 [표 3]. 우선 각 측정변수들의 표준 적재치가 0.5 이상이며 t 값도 유의하게 나타났다. 또한 개념신뢰도값 (Internal Consistency Reliability: CR)은 0.7 이상, 평균

표 3. 확인요인분석 결과

요인	항목	표준 적재치	표준오차	t값	p값	개념신뢰도	분산추출지수	Cronbach's Alpha
정보의 적시성	TS1	0.802	0.059	14.238	***	0.847	0.648	.889
	TS2	0.882	0.059	16.479	***			
	TS3	0.884	1.000	-	-			
편재 접속성	UB1	0.851	0.129	9.381	***	0.845	0.646	.813
	UB2	0.796	0.128	9.655	***			
	UB3	0.671	1.000	-	-			
정보 서비스 정확성	ACC1	0.712	0.077	10.316	***	0.804	0.579	.849
	ACC2	0.864	0.083	12.332	***			
	ACC3	0.802	1.000	-	-			
상호 작용성	INT1	0.825	0.065	14.991	***	0.886	0.721	.849
	INT2	0.908	0.062	17.475	***			
	INT3	0.874	1.000	-	-			
지각된 유용성	PU1	0.768	0.094	11.320	***	0.815	0.657	.917
	PU2	0.862	0.088	11.867	***			
	PU3	0.805	1.000	-	-			
지각된 용이성	PP1	0.868	0.063	17.543	***	0.915	0.697	.901
	PP2	0.888	0.060	16.965	***			
	PP3	0.908	1.000	-	-			
만족도	SAT1	0.771	0.048	16.802	***	0.949	0.735	.953
	SAT2	0.973	0.031	30.825	***			
	SAT3	0.919	0.020	48.475	***			
	SAT4	0.990	1.000	-	-			
재사용 의도	CIU1	0.614	0.227	6.642	***	0.839	0.721	.740
	CIU2	0.833	0.195	6.952	***			
	CIU3	0.663	1.000	-	-			



표 4. 판별타당도의 분석결과 : 상관관계와 분산추출지수

구분	정보의 적시성	편재접속성	정보 정확성	상호 작용성	유용성	용이성	만족	재사용 의도
정보의 적시성	0.648							
편재접속성	0.453	0.646						
정보 정확성	0.594	0.349	0.579					
상호 작용성	0.734	0.432	0.665	0.721				
유용성	0.304	0.597	0.534	0.212	0.657			
용이성	0.201	0.615	0.507	0.124	0.581	0.697		
만족	0.581	0.372	0.557	0.569	0.264	0.324	0.735	
재사용 의도	0.249	0.129	0.648	0.431	0.539	0.699	0.054	0.721

분산추출지수(Average Variance Extracted: AVE)도 0.5 이상의 기준을 만족하는 것으로 나타났다.

마지막으로, 이들 항목의 판별타당성 분석 결과 [표 4]를 보면 각 요인 사이에 구한 분산추출지수가 결정계수(R<sup>2</sup>)인 0.538(=0.734<sup>2</sup>)보다 모두 크기 때문에 역시 요인 사이의 판별타당성이 확보되었다고 해석할 수 있다. 따라서 이러한 결과에 따라 일반적으로 요구되는 수렴 및 판별 타당성의 기준이 충족되었다고 볼 수 있다[34].

### 3. 모형 적합도 분석

연구모형의 적합도를 분석한 결과는 다음과 같다. 우선 측정모형의  $\chi^2$  값이 402.56(p=0.000)로 유의하게 나타났다. 일반적으로 GFI(Goodness-of-fit index: 기초부합지수)는 1에 가까울수록 좋은 모형으로 보는데, 본 연구에서는 0.91로 나타나 부합도 기준을 충족한다. 또한 AGFI(Adjusted goodness-of-fit: 조정부합지수)는 보통 0.85이상에서 수용이 가능한데, 본 연구에서는 0.88로 나타났다.

RMR(Root Mean Square Residual: 잔차제곱평균제곱근)은 연구에 따라 0.05~0.08 이하의 값이면 적당하다고 간주하며, 본 연구에는 0.04로 기준을 만족하고 있다. RMSEA(Root Mean Square Error of Approximation: 근사오차제곱 평균제곱근) 값은 0.05 이하를 우수하다고 보며, 본 모형은 0.042로 충분히 낮은 값을 보이고 있다. NFI(Normed Fit Index: 표준부합지수)는 0.90(90%) 이상을 적합한 것으로 판단하며, 본 연구에서는 0.903으로 나타나 역시 기준을 충족하였다. 따라서 전반적으로 모형의 적합도는 기준을 충족한다고 판단할 수 있다.

### 4. 연구가설의 검증

AMOS의 구조방정식 분석 도구를 사용한 가설 검증 결과는 [그림 3]과 같다.

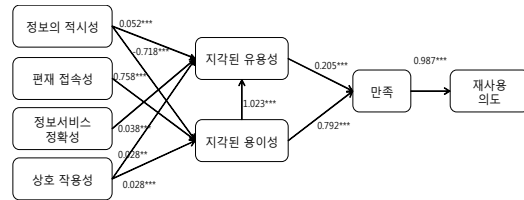


그림 3. 검증된 연구 모형의 경로계수

정보의 적시성이 지각된 용이성에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 가설 H1-1과 H1-2을 살펴보면, H1-1은 경로계수 0.052, 표준오차 0.267, t값 3.755>±2.58, p=0.000으로, 가설 H1-2은 경로계수 -0.718 표준오차 0.148, t값 -27.945>±2.58, p=0.000으로 나타나 유의한 결과를 보여주고 있다([표 5] 참조).

따라서 H1-1은 채택되었다. 그러나 H1-2의 경우 가설과 반대의 결과가 나타나 기각되었다. H1-2의 경우 가설과 달리 정보의 적시성이 지각된 용이성에 부정적인 영향을 끼치는 것으로 나타났는데, 이러한 결과는 조사시점 당시 로맹박물관의 도슨트 모바일앱의 특성에서 기인하는 것으로 추측할 수 있다. 로맹박물관의 모바일앱이 사용자의 요구에 바로 필요한 정보를 제공하긴 하지만, 이때 매번 사용자가 작품의 번호를 보고 직접 검색을 한 뒤 해당 기능을 실행해야 하거나, 전자 지도에 표시된 포인트로 정확히 이동한 후 해설 기능을 실행해야 하였다([그림 2] 우측 참고).

표 5. 가설검증 결과

가설	경로	경로계수	t값	p값	채택여부
가설1-1	정보의적시성→지각된유용성	0.052	3.755	***	채택
가설1-2	정보의적시성→지각된용이성	-0.718	-27.945	***	기각
가설2	편재 접속성→지각된용이성	0.758	19.599	***	채택
가설3	정보서비스정확성→지각된유용성	0.038	2.706	0.007***	채택
가설4-1	상호작용성→지각된유용성	0.028	1.97	0.049**	채택
가설4-2	상호작용성→지각된용이성	0.028	4.139	***	채택
가설5	지각된용이성→지각된유용성	1.023	51.617	***	채택
가설6	지각된유용성→만족도	0.205	4.075	***	채택
가설7	지각된용이성→만족도	0.792	15.692	***	채택
가설8	만족도→재사용의도	0.987	66.119	***	채택

주: \*\*\*P<0.01, \*\*P<0.05 수준에서 유의함.

몇몇 응답자들과의 인터뷰 결과, 이러한 사용자 인터페이스가 전반적으로 불편하게 느껴졌던 것을 알 수 있었다.

편재접속성이 지각된 유용성과 용이성에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 가설 H2는 경로계수 0.758, 표준오차 0.267, t값 19.599>±2.58, p=0.000 으로 채택되었다.

정보 서비스의 정확성이 지각된 유용성에 영향을 미칠 것이라는 가설 H3은 경로계수 0.038, 표준오차 0.054, t값 2.706>±2.58, p=0.007 으로 역시 채택되었다. 상호작용성이 지각된 유용성과 용이성에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 가설 H4-1과 H4-2를 살펴보면, 가설 H4-1은 경로계수 0.028, 표준오차 0.061, t값 1.970>±1.96, p=0.049 으로, H4-2는 경로계수 0.028, 표준오차 0.046, t값 4.139>±2.58, p=0.000 으로 각각 채택되었다.

지각된 용이성이 지각된 유용성에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 가설 H6는 경로계수 1.023, 표준오차 0.012, t값 51.617>±2.58, p=0.000 으로 역시 채택되었다. 지각된 용이성과 지각된 유용성이 만족도에 영향을 미칠 것이라는 가설 H7와 H8도 모두 각각 경로계수 0.792, 표준오차 0.052, t값 15.692>±1.96, p=0.000 (H7) 및 경로계수 0.205, 표준오차 0.085, t값 4.075>±2.58, p=0.000 (H8)로 채택되었다.

## V. 결론

### 1. 연구의 결과

스마트폰이 급속도로 보급되면서 박물관의 전통적인

오디오 안내장치의 역할을 도슨트 모바일앱들이 대체해 나가고 있다. 본 연구에서는 박물관의 도슨트 모바일앱에 대한 사용자들의 만족도 및 재사용 의도에 영향을 끼치는 요인들을 제시하고 이를 실증적으로 검증하였다. 이를 위해 모바일앱 관련 선행 연구 및 정보시스템 분야의 TAM 모형을 활용하였으며, 로댕박물관 방문자 중 모바일앱 사용자들을 대상으로 설문을 실시하였다. 본 연구의 결과는 다음과 같다.

첫째, 정보의 적시성은 지각된 유용성에 정의 영향을 미치지만, 정보의 적시성이 가설과 달리 지각된 용이성에 부의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 정보의 적시성의 부정적 영향은 로댕 박물관의 도슨트 모바일앱의 특성에서 기인하는 것으로 추측되며, 관람객의 상황에 맞는 적합한 정보가 유용하긴 하지만 해당 서비스의 이용 및 조작 방법이 어렵게 설계되었을 경우에는 용이성에 오히려 부정적 영향을 줄 수 있음을 보여준다. 둘째, 편재접속성이 지각된 유용성과 용이성에 영향을 미칠 것이라는 가설이 채택되었다. 셋째, 정보 서비스 정확성은 지각된 유용성에 유의한 결과가 나타났다. 넷째, 상호작용성은 관람객의 지각된 유용성과 지각된 용이성에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 다섯째, 박물관의 도슨트 모바일앱의 지각된 용이성은 지각된 유용성에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 여섯째, 박물관의 도슨트 모바일앱에 대한 지각된 유용성과 지각된 용이성은 만족도에 모두 유의한 영향을 미치는 것을 나타냈으며, 만족도는 재사용 의도에 긍정적인 영향을 주는 요인임을 알 수 있었다. 이러한 결과는 지각된 용이성과 지각된 유용성이 시스템에 대한 태도 및 수용에 긍정적인

영향을 준다고 밝힌 많은 선행 연구들의 결과와 일치한다[7][27][31].

## 2. 연구의 의의

본 연구의 학문적인 의의는 다음과 같다.

첫째, 그 중요성에도 불구하고 아직까지 많이 연구가 되지 않은 박물관의 도슨트 모바일앱에 대해 실증적 연구 모형을 제시하고 설문을 통해 이를 분석했다는 데 의의가 있다. 이러한 결과는 향후 더욱 다양한 관점에서 박물관 모바일앱을 연구하는데 중요한 토대를 제공한다.

둘째, 박물관 도슨트 모바일앱의 유용성, 용이성에 영향을 미치는 주요 요인들을 밝혀냈다는 데 의의가 있다. 즉, 정보의 적시성, 편재 접속성, 정보서비스 정확성, 상호작용성 등이 박물관의 모바일앱이라는 응용 분야에서 TAM의 주요 변수인 유용성, 용이성에 유의한 영향을 끼침을 규명해 냈다.

본 연구의 실무적인 의의는 다음과 같다.

첫째, 본 연구의 실증적 분석을 통해 실제 다양한 모바일앱의 특성이 사용자의 만족도 및 재사용 의도에 영향을 끼침을 알 수 있었다. 따라서 박물관들은 그러한 특성들에 초점을 맞추고 개선함으로써 더 나은 모바일 앱 서비스를 제공할 수 있다.

둘째, 본 연구에서는 모바일앱의 정보 적시성이 유용성에는 도움을 주지만 반대로 용이성에는 부정적 영향을 끼침을 알 수 있었다. 이는 앞서 설명한 바와 같이 연구 대상 박물관의 모바일앱 특성에서 기인하는 것으로 해석되어야 하며, 다른 박물관이나 모바일앱에 대해서도 일반화할 수는 없다. 이러한 결과가 시사하는 바는, 모바일앱의 특정 기능이 구현되는 방식에 따라 그 기능이 유용한지 여부와는 별도로 사용 용이성을 떨어뜨릴 수 있으며, 이는 TAM 모형에서 알 수 있듯이 전체 시스템에 대한 태도와 재사용 의도에 부정적인 영향을 끼칠 수 있다. 따라서 박물관들은 다양한 모바일앱 기능의 설계 시에 유용성과 용이성을 동시에 고려해야 가장 긍정적인 효과를 얻을 수 있다.

## 3. 연구의 한계 및 향후 연구 과제

본 연구의 한계 및 관련된 향후 연구 과제는 다음과 같다. 첫째, 본 연구의 응답자들은 스마트폰을 주로 많이 사용하는 20~30대가 70% 이상을 차지하고 있다. 또한 단일 박물관인 로댕 박물관의 방문자 중에서 해당 박물관의 모바일앱 사용자들만을 대상으로 연구를 수행 하였다. 또한 가설 1-2의 결과에서 보았듯이, 모바일 앱의 특성이 구체적으로 어떻게 구현되는지에 따라 사용자에게 미치는 영향은 크게 달라질 수 있다. 따라서 본 연구의 결과를 다른 사용자 집단이나 다른 박물관의 모바일앱으로 일반화 하는 것은 주의를 요한다. 둘째, 연구 모형의 수립을 위해 주로 선행연구를 참고하였으나, 기존의 박물관 및 문화예술 분야의 IT 활용에 대한 연구가 아직까지는 매우 빈약하기 때문에, 향후 연구에서는 탐색적, 질적 연구 등을 바탕으로 본 연구에서 제시하지 못한 다른 요인들을 파악하고 검증하여, 연구 모형을 확장 및 개선할 필요가 있다.

## 참 고 문 헌

- [1] 김영호, “변화하는 미술관의 기능과 역할,” 현대 미술학 논문집, 제1권, pp.7-21, 1999.
- [2] 문창현, 정성미, “박물관 관광 서비스품질의 관람객 만족도에 관한 연구,” 지역사회연구, 제17권, 제1호, pp.3-27, 2009.
- [3] 류미영, *관람객이 인식하는 박물관 이미지를 활용한 국립중앙박물관 마케팅 전략 연구*, 추계예술대학 석사학위논문, 2006.
- [4] 문창현, “지역문화축제의 관람객 만족도에 관한 연구-전주국제영화제의 관람객 특성별 비교 분석을 중심으로,” 지역사회연구, 제16권, 제3호, pp.123-152, 2008.
- [5] 이보아, “IT 기반의 융합형 콘텐츠를 활용한 스마트 전시 시스템과 모바일 해석매체의 효과성에 대한 연구,” 인문콘텐츠, 제29호, pp.143-163, 2013
- [6] 정현희, 정홍인, “디지털 아트 관람에 있어 도슨트와 전시해설매체의 활용에 관한 연구,” 디지털디

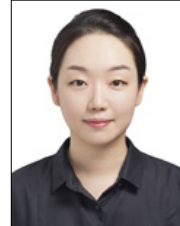
- 자인학연구, 제10권, 제4호, pp.433-442, 2010.
- [7] F. D. Davis, "Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology," *MIS Quarterly*, pp.319-340, 1989.
- [8] 이철희, "박물관 도슨트의 중요성에 대한 연구-청주 고인쇄 박물관을 중심으로," *박물관학보*, 제18권, pp.307-329, 2010.
- [9] B. I. Gilman, "The Museum Past, Present, and Future," *Museum of Fine Arts Bulletin*, Vol.5, No.27, pp.42-47, 1907.
- [10] 최현식, *모바일관광정보서비스 및 소비자 특성이 관광만족과 재사용의도에 미치는 영향 연구*, 한국항공대학교 박사학위논문, 2009.
- [11] 이성호, *모바일 콘텐츠 서비스의 유비쿼터스 속성이 지각된 상호작용성 및 행동 결과에 미치는 영향에 관한 연구*, 서울대학교 대학원, 2006.  
<http://s-space.snu.ac.kr/handle/10371/28659>
- [12] M. Fishbein and I. Ajzen, *Belief, attitude, intention and behavior: An introduction to theory and research*, MA: Addison-Wesley, 1975.
- [13] F. D. Davis, R. P. Bagozzi, and P. R. Warshaw, "User acceptance of computer technology: a comparison of two theoretical model," *Management Science*, Vol.35, No.8, pp.982-1003, 1989.
- [14] J. B. Thatcher, K. Marett, K. M. Chudoba, and P. E. Carter, "Post-Acceptance Intentions and Behaviors: An Empirical Investigation of Information Technology Use and Innovation," *Journal of Organizational and End User Computing*, Vol.24, No.1, pp.1-20, 2012.
- [15] 김두경, *u-Tourism 정보서비스에 대한 고객 수용행태 분석*, 2011.  
[ftp://203.253.194.33/chu\\_cab/1129882.pdf](ftp://203.253.194.33/chu_cab/1129882.pdf)
- [16] 김수연, 이상훈, 황현석, "스마트폰 수용에 영향을 미치는 요인에 관한 연구," *Entrue Journal of Information Technology*, 제10권, 제1호, pp.29-39, 2011.
- [17] 한필구, 박재석, 전병호, 강병구, *모바일 어플리케이션 수용 요인에 관한 연구*, 2010.
- [18] 이태민, "모바일 환경에서의 상호작용성 구성요인이 고객관계 구축 및 구매의도에 미치는 영향에 관한 연구," *마케팅연구*, 제19권, 제1호, pp.61-96, 2004.
- [19] T. Lee, "The impact of perceptions of interactivity on customer trust and transaction intentions in mobile commerce," *Journal of Electronic Commerce Research*, Vol.6, No.3, pp.165-180, 2005.
- [20] R. Kalakota and M. Robinson, *E-business 2.0: Roadmap for Success*, Addison-Wesley Professional, 2001.
- [21] P. K. Kannan, A. M. Chang, and A. B. Whinston, "Wireless commerce: marketing issues and possibilities," *Proceedings of the 34th Annual Hawaii International Conference on System Sciences*, IEEE, 2001.  
[http://ieeexplore.ieee.org/xpls/abs\\_all.jsp?arnumber=927209](http://ieeexplore.ieee.org/xpls/abs_all.jsp?arnumber=927209)
- [22] 이승환, 윤유식, 박재덕, "기술 수용성모델을 이용한 모바일 관광정보 속성평가에 따른 관광정보 수용태도 및 이용의도에 관한 연구," *관광연구저널*, 제26권, 제2호, pp.5-21, 2012.
- [23] 최현식, 박진우, "모바일관광정보서비스의 특성이 만족도와 재사용의도에 미치는 영향," *한국콘텐츠학회논문지*, 제9권, 제9호, pp.411-422, 2009
- [24] D. M. Strong, Y. W. Lee, and R. Y. Wang, "Data quality in context," *Communications of the ACM*, Vol.40, No.5, pp.103-110, 1997.
- [25] B. W. Hesse, C. M. Werner, and I. Altman, "Temporal aspects of computer-mediated communication," *Computers in Human Behavior*, Vol.4, No.2, pp.147-165, 1988.
- [26] J. B. Walther, "Computer-mediated communication impersonal, interpersonal, and

- hyperpersonal interaction,” *Communication Research*, Vol.23, No.1, pp.3-43, 1996.
- [27] 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.
- [28] V. Venkatesh, M. G. Morris, and P. L. Ackerman, “A longitudinal field investigation of gender differences in individual technology adoption decision-making processes,” *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, Vol.83, No.1, pp.33-60, 2000.
- [29] G. Wu, “Perceived interactivity and attitude toward web sites,” In *Proceedings of the conference-American Academy of Advertising*, pp.254-262, 1999.
- [30] 이윤재, “웹서비스의 기술적 상호작용성이 사용자 콘텐츠 생산 효율성과 품질 인식에 미치는 영향 연구,” *한국콘텐츠학회논문지*, 제12권, 제9호, pp.380-388, 2012.
- [31] A. Bhattacharjee, “Understanding information systems continuance: an expectation-confirmation model,” *MIS Quarterly*, pp.351-370, 2001.
- [32] 배병렬, *Amos 7 에 의한 구조방정식 모델링*, 서울: 도서출판 청람, 2007.
- [33] 채서일, *사회과학조사방법론*, 2판, 학현사, 1997.
- [34] D. Gefen and D. Straub, “A practical guide to factorial validity using PLS-Graph: Tutorial and annotated example,” *Communications of the Association for Information Systems*, Vol.16, No.1, 2005.

저 자 소 개

정 다 운(Da-Wn Jung)

정회원



- 2010년 2월 : 고려대학교 미술학부(미술학사)
- 2014년 2월 : 홍익대학교 문화예술경영학과(경영학석사)

<관심분야> : 관광, 교육, IT, 문화 콘텐츠

안 형 준(Hyung Jun Ahn)

정회원



- 2004년 2월 : KAIST 경영공학(공학박사)
- 2008년 3월 ~ 현재: 홍익대학교 경영학과(부교수)

<관심분야> : IT 경영, 문화예술과 IT, 데이터 마이닝 등