

<http://dx.doi.org/10.17703/JCCT.2018.4.2.115>

JCCT 2018-5-15

대학생이 인식하는 스마트폰 관광정보서비스 특성과 관광정보 신뢰성에 대한 영향 관계 : 성별에 따른 차이분석

The Relationship Influence between Characteristics of Smartphone Tourism Information and Reliability of Tourist Information Perceived by University Students: Gender differences

나정미*, 여영숙**

Jeong-mi Na*, Young-suk Yeo**

요약 본 연구는 대학생을 대상으로 스마트폰을 이용한 관광정보서비스 특성과 관광정보 신뢰성에 미치는 영향을 파악하기 위하여 실시하였다. 연구대상자는 전라남도과 광주광역시 소재 대학교에 재학 중인 대학생 251명이다. 자료 수집은 2017년 10월 23일부터 10월 27일까지 5일간 전남소재 4년제 대학교 2곳과 광주광역시 소재 4년제 대학교 5곳의 캠퍼스를 방문하여 조사하였다. 연구결과, 주로 이용하는 관광정보서비스의 항목에서는 전반적으로 남성보다는 여성들이 항목별 대부분의 서비스를 훨씬 많이 이용하고 있음을 알 수 있다. 또한 남성은 스마트폰 관광정보서비스 특성 중 정보적품질 요인이 관광정보 신뢰성에 유의적인 정(+)의 영향을 미치고, 여성은 스마트폰 관광정보서비스 특성 중 용이성 요인이 관광정보 신뢰성에 유의적인 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

주요어 : 스마트폰, 관광정보서비스, 관광정보 신뢰성, 대학생, 차이분석

Abstract This study investigates characteristics of smartphone tourism information service and influence on reliability of tourist information among university students. A total of 251 students attending university in Gwang-ju city and South Jeolla province participated in this research. Data was collected for 5 days at 5 different university campus, 2 in South Jeolla province and 5 in Gwang-ju city, from October 23 to October 27, 2017. The result of this study showed that the female-group tends to use mostly every tourism service in the category far more than the male-group. Moreover, the informational quality factor among characteristics of smartphone tourism information influences on reliability of tourist information in the male-group while the ease-of-use factor among characteristics of smartphone tourism information influences on reliability of tourist information the female-group.

Key words : Smartphone, Tourist Information, Reliability, University Student

*정회원, 동강대학교 호텔관광과 (제1저자)

**정회원, 호남대학교 관광경영학과 (교신저자)

접수일: 2018년 3월 18일, 수정완료일: 2018년 3월 24일

게재확정일: 2018년 4월 9일

Received: March 18, 2018 / Revised: March 24, 2018

Accepted: April 9, 2018

**Corresponding Author: adelinay@yahoo.com

Dept. of Tourism Management, Honam University, Korea

I. 서론

최근 몇 년 사이 스마트폰은 우리 일상생활의 필수품이 되었으며 여행에 있어서도 예외는 아니다. 단지 블로그나 SNS에 여행사진을 올리는 것 이외에 여행자들은 스마트폰을 통해 현지의 지도, 날씨, 대중교통 안내 등 다양한 국내외 여행정보를 실시간 맞춤형으로 제공하는 어플리케이션을 활용할 수 있기 때문이다. 이는 2009년 이후 스마트폰의 수요와 관심이 증대되고 2011년부터 국내·외에서 스마트폰을 활용한 관광정보 서비스 어플리케이션의 개발이 급속하게 성장하면서 드디어 스마트한 관광의 시대로 전환되었음을 보여준 것이라 할 수 있다. 특히 정보집약적 산업인 관광산업에서의 스마트폰을 이용한 관광정보서비스는 기존의 오프라인 및 온라인 관광정보서비스와 비교하여 어플리케이션 내에서 다른 채널(웹사이트, 블로그, 커뮤니티)로의 연동성은 물론 SNS 기능을 활용하여 사용자간의 상호작용의 가능성이 더욱 강화되었다. 무엇보다도 사용자들의 개인화된 기호에 맞는 특화된 어플리케이션의 개발은 스마트폰의 핵심적인 소프트웨어라고 할 수 있을 것이다. 즉, 스마트폰을 이용한 관광정보서비스는 기존의 오프라인 및 온라인 관광정보 서비스를 능가하는 '사용자 친화적인 정보서비스' 즉, '수요자중심의 여행정보'를 제공하는 것이 특징이기 때문이다. 예를 들어, 최저가 항공사와 최저가 호텔을 실시간으로 검색할 수 있고, 위치기반(GPS)을 바탕으로 한 지리정보 및 이동경로 안내서비스를 통해 주요 관광지 인근에 무엇이 어떠한지를 현지에서 바로 확인해 잠시 둘러볼 곳을 최단 시간 내에 찾는 것이 가능하다. 따라서 스마트폰을 활용한 관광정보 서비스는 모바일 정보서비스의 최대 장점인 휴대성, 편의성 그리고 접속성[1][2]을 극대화하여 관광정보서비스를 송수신하는 새로운 형태의 관광정보 서비스라 할 수 있다[3].

한편, 이러한 관광정보서비스 시스템의 급격한 성장은 최근 여행 소비의 대중화 현상과 더불어 여가시간의 증가에 따른 여행에 대한 대중의 관심이 더욱 진지해지고 있기 때문이라 할 수 있다. 직장인 10명 중 8명은 다시 대학생으로 돌아간다면 가장 하고 싶은 것 1위로 '해외여행'을 꼽았다. 전공 선택과 학점 관리 등 취업을 위한 '스펙' 관리보다 해외여행이라는 여유를 누리지 못한 것을 더욱 후회한다는 것이다. 대학생과 직장인들

에게 '후회 없는 학창시절을 위해 꼭 해야 할 것은 무엇일까' 라는 질문에서도 1위는 '해외여행(68.4%)'으로 집계됐다. 이러한 답변은 특히 대학생(76.9%)이 직장인(50.3%)보다 높았다. 또한 잡코리아가 조사한 설문조사에서도 49.9%의 응답자가 '살면서 가장 기억에 남는 여행'을 학창시절의 여행이라고 대답했다. 이렇듯 여행을 할 수 있는 시간적 여유나 여행이 미치는 다양한 영향에 있어 여행은 대학생 시절의 중요한 경험이라는 인식은 일반적이라고 할 수 있으나 아직까지 대학생을 대상으로 한 관광정보탐색 연구들은 매우 제한적이다.

따라서 이러한 논의를 바탕으로 본 연구에서는 최근 주요한 여행소비시장으로 등장하고 있는 20대 및 대학생들을 대상으로 그들이 인식하는 스마트폰을 활용한 관광정보의 특성과 이용 행태를 파악하고자 한다. 이는 20대 여행시장의 특성을 올바르게 이해하여 관련 산업에 활용할 수 있는 기초적 자료를 제공할 수 있으리라 여겨지기 때문이다. 특히 스마트폰을 이용한 관광정보는 관광산업에서 그 영역이 점차 확대되고 있을 뿐만 아니라 그 활용이 세부적으로 발달하고 있음에 따라 관련 실무자들에게 유용한 자료를 제공할 수 있다고 판단된다.

II. 이론적 배경

1. 대학생의 여행활동

대학생들의 해외여행추세가 꾸준히 증가 추세를 나타내고 있음에 따라 최근 관광시장에서 대학생 여행은 빠르게 성장하고 있어 관광산업측면에서 주목받고 있을 뿐만 아니라, 대학생 교류를 통한 대학생 개인의 인성발달과 문화교류 측면에서도 중요시되고 있다[4]. 대학생들은 이러한 여행을 통해 견문확대는 물론 어학실력배양을 위해 대학생활 중 꼭 필요한 것으로 인식하고 있다. 교양이나 학업능률의 향상은 물론 욕구충족 및 스트레스 해소, 휴식, 취미생활 영위, 등 자기표현의 기회를 가질 수 있으므로 관광의 의미는 매우 중요하다고 하겠다. 따라서 대학생들의 자유 시간 및 방학 동안에 이루어지는 관광활동은 일반인과는 달리 자신을 개발해 나가며, 자신의 삶에 대한 의미와 보람을 스스로 찾으려는 강한 내면적 욕구를 지닌다고 볼 수 있다. 뿐만 아니라 미래의 삶을 개척하기 위한 능력을 개발하려는 노력과 함께 원만한 인간관계를 형성하고 개선해 나가

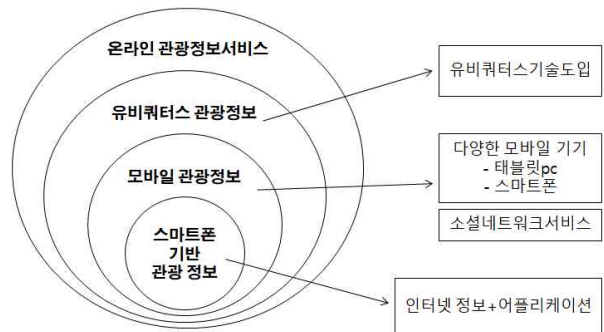
며 자신을 발견하고 생활방식을 터득하는 것이 주요 목적이라고 할 수 있다(김홍렬, 2009).

이러한 맥락을 바탕으로 선행연구들을 살펴보면 대학생들의 여행결정과정은 몇 가지 독특한 특징을 나타내고 있음을 발견할 수 있다. 노정화·김승현(2013)[5]의 연구에 따르면, 대학생들은 대부분 여행갈 때 혼자 가기보다는 친구들과 그룹으로 여행가는 것을 선호하는 것으로 나타났으며 대학생들이 여행을 갈 때 동반자는 친구가 93.7%이며 가족 또는 친지는 4.9%에 불과했다. 대학생들은 그룹여행을 갈 때 이성의 친구보다는 동성의 친구들과 여행을 가고 구성원간의 관계는 대학에서 만난 친구들보다는 오래 알고 지낸 중고등학교 친구 등으로 그룹을 이루는 것으로 나타났다. 겨울방학보다는 여름에 그룹여행을 가려하며(67.2%) 여행경비는 대부분 자신의 저축예금이나 아르바이트 등을 통하여 마련한다고 하였으며 부모님 또는 친지에 의한 지원도 여행경비 마련의 중요한 경로로 밝혀졌다. 대학생들은 여행을 계획할 때 상업적인 패키지여행(2.1%)이나 개인자유여행(23.4%)보다는 여러 명의 친구들과 같이 가는 그룹자유여행을 71.8%의 응답자가 선택한다고 응답하였다. 여행계획을 세우고 여행지에 관한 정보를 얻는 원천은 인터넷이라는 응답이 과반수에 가까운 48.5%였으며 그 다음으로 친구들의 추천이 25.4%로 조사되었다. 이러한 결과는 친구들이 대학생 그룹여행의 주요한 동반자이며 아울러 중요한 여행정보의 원천임을 나타내는 결과라고 할 수 있다. 특히 대부분의 대학생은 가족의 지원이나 아르바이트 소득으로 해외여행을 해, ‘가성비’를 가장 중요시 하는 것으로 나타났다.

2. 스마트폰 관광정보서비스 특성

스마트폰을 이용한 관광정보서비스는 인터넷서비스 외에 모바일관광정보서비스에서 제공되지 않던 어플리케이션을 활용한 ‘개별화된 관광정보서비스 제공’을 포함하는 것이 큰 특징이다. 이러한 어플리케이션들은 공통적으로 ‘사용자 친화적인 정보서비스’ 즉, ‘수요자중심의 여행정보’ 제공을 목표로 하면서 드디어 스마트폰 관광의 시대로 전환되는 주요 역할을 하였다. 예를 들어, 스마트폰을 통해 개별 여행자들의 일정에 맞춘 최저가 항공사와 최저가 호텔을 실시간으로 검색할 수 있고, 현지의 지도, 날씨, 대중교통 안내 등 다양한 국내의 여행정보를 실시간 맞춤형으로 제공하는 서비스를

활용할 수 있게 된 것이다. 나아가 여행자의 특성을 고려한 여행정보의 제공도 가능하게 하였다. 2013년부터 문화체육관광부와 한국관광공사는 장애인들에게 ‘함께하는 여행’이라는 스마트앱을 통해 장애유형에 따라 이용할 수 있는 여행지의 편의시설 항목을 픽토그램으로 표시해 장애인이 자신의 상황에 맞는 여행정보를 쉽게 찾아볼 수 있도록 제공하고 있다. 그동안 장소중심(place-centered)이던 여행정보서비스가 개별여행자의 취향을 반영한 사람중심(people-centered)의 서비스로 발전하고 있는 것이다. 즉, 유비쿼터스 관광정보 및 모바일관광정보와 비교하여 관광소비자적 관점에서의 불편해소를 강화하는 것이 크게 차별된다 할 수 있다.



주)선행연구를 바탕으로 저자 정리

그림 1. 온라인 관광정보서비스 세부영역
 Figure 1. Specific area in on-line tourism information

3. 관광정보의 신뢰성

관광은 낯선 장소와 미래의 시간에 이루어지는 서비스상품으로 불확실성과 통제의 불완전성이라는 특징으로 인하여 위험지각과 많은 관련이 있다. 아울러 관광상품 또는 관광지는 직접 경험하기 이전에 이를 평가하는 것이 매우 어려운 무형적 특징을 지니고 있을 뿐 아니라 서비스의 다양성, 비저장성, 모방의 용이성 등과 같은 특성으로 인해 매우 민감한 정보탐색과정을 거치게 되는 것이다.

따라서 마케팅적 관점에서 여행자들의 관광정보탐색 행동은 관광의사결정 주요과정에 있어 핵심요인이라 할 수 있으며 일부 연구자들[6]; 표원정·사효관·정석중, 2013)은 이때 관광정보가 갖는 신뢰성은 잠재 관광객의 의사결정과정에 매우 큰 영향력을 미치게 된다고 주장

한다.

이러한 맥락을 바탕으로 본 연구에서는 관광객의 정보탐색 과정 중 관광정보에 대한 신뢰성을 살펴보고자 한다. 관광정보원천에 따른 신뢰성이다. 여기에서 신뢰성에 대한 정의는 각 정보원천이 갖는 특징으로 인한 소비자 신뢰성의 상관관계인 것이다. 이는 정보의 신뢰성은 무엇보다도 정보원천과 매우 밀접한 관련이 있다(Petter & Wegener, 1998; Sparkman & William, 1980) 여러 연구자들의 견해를 바탕으로 한다. 왜냐하면 신뢰도가 높은 정보원천은 메시지에 대한 관심을 높이므로 사람들은 메시지에 집중하게 되고 따라서 쉽게 영향력을 미치고 설득되게 되기 때문이다(Bickart & Schindlr, 2005; Mullen & Johnson, 1990). 그러나 이러한 정보원천에 대한 분류는 학자의 관점에 따라 상이하게 나타나는데 Mill & Morrison(1998)은 공식적 원천과 비공식적 원천으로 분류하였고, Kotler & Amstronng (1999)은 개인적 원천, 상업적 원천, 경험적 원천, 중립적 원천으로 분류하였으며, Kim, Lehto & Morrison (2006)은 상업적 매체와 비상업적 매체로 분류하였다. 그러나 2010년 이후 정보원천에 대한 연구에서는 모바일 정보원천별 유용성과 사용자 특성 등을 검증한 연구들이 중심을 이루고 있다. 이는 오늘날의 급속한 정보통신 기술발전에 따른 현상으로 정보 집약적 산업의 특성이 강한 관광산업에서 역시 예외일 수 없기 때문이다.

III. 조사설계

1. 연구모형과 가설 설정

1) 연구모형

본 연구에서는 대학생을 대상으로 스마트폰을 이용한 관광정보서비스 특성과 정보원천으로서의 관광정보 신뢰성 영향관계를 살펴보고자 한다. 구체적으로 대학생들이 인식한 스마트폰 관광정보의 서비스 특징들이 성별에 따라 어떠한 차이가 있으며 이를 바탕으로 관광정보 신뢰성에 대한 영향에 집단별 차이를 나타내는지 분석해 보고자 한다. 이에 따라 <모형 1>과 같은 연구모형을 구성하였다.

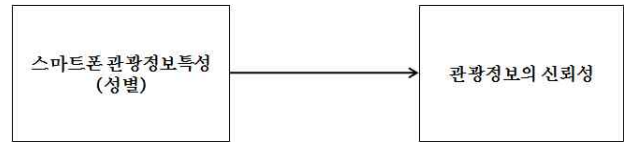


그림 2. 연구모형
Figure 2. Research model

2) 가설 설정

가설 1: 성별에 따라 대학생들이 인식하는 스마트폰 관광정보 특성은 차이가 있을 것이다.

가설 2: 성별에 따라 대학생들의 스마트폰을 이용한 관광정보서비스의 특성이 관광정보신뢰성에 미치는 영향은 차이가 있을 것이다.

2. 자료 수집 및 분석방법

본 연구에서는 전라남도와 광주광역시 소재 대학교에 재학 중인 대학생을 연구대상으로 선정하여 2017년 10월 23일부터 10월 27일까지 5일간 전남소재 4년제 대학교 2곳과 광주광역시 소재 4년제 대학교 5곳의 캠퍼스를 방문하여 조사하였다.

조사방법은 응답자가 설문항목에 직접 답변하는 자기기입방식의 설문지법을 이용하였고, 자료의 수집은 설문내용과 관련된 주의사항을 사전에 교육받은 조사원을 각 대학교에 2명씩 배정하여 응답자들에게 본 조사의 목적과 설문항목, 응답방법 및 수거요령 등을 설명한 후 설문지를 작성하도록 하였다. 총 280부의 설문지를 배포하여 268부를 회수하였으나 이 중 응답이 불성실하거나 다수의 문항에 응답하지 않은 17부를 제외하고 최종적으로 분석에 사용된 유효한 설문지는 251부였다.

IV. 연구결과

1. 표본의 일반적 특성

표1. 인구통계학적 특성
Table 1. demographic characteristic

구분		빈도(%)
성별	남성	81(32.3)
	여성	170(67.7)
연령	19	3(1.2)

	20	89(35.5)
	21	24(9.6)
	22	46(18.3)
	23	31(12.4)
	24	29(11.6)
	25	17(6.8)
	26	7(2.8)
	27	3(1.2)
	28	1(0.4)
	29	1(0.4)
학년	1학년	99(39.4)
	2학년	30(12.0)
	3학년	67(26.7)
	4학년	55(21.9)
월 평균용돈	10만원 미만	22(8.8)
	10만원 이상 ~ 30만원 미만	77(30.7)
	30만원 이상 ~ 50만원 미만	114(45.4)
	50만원 이상	38(15.1)
거주형태	가족과 거주	136(54.2)
	친척과 거주	4(1.6)
	자취	45(17.9)
	하숙	7(2.8)
	기숙사	59(23.5)

표 2. 하루 스마트폰을 통한 인터넷 사용시간
 Table 2. daily hours for internet use on smartphone

인터넷 사용시간	응답자 수(명)	빈도(%)
1시간 미만	16	6.4
1시간~2시간미만	44	17.5
2시간~3시간 미만	65	25.9
3시간~4시간 미만	45	17.9
4시간 이상	81	32.3
합계	251	100.0

2. 신뢰도와 타당도 분석

스마트폰 관광정보 서비스특성과 관광정보의 신뢰성에 대한 측정척도의 타당성을 검증하기 위하여 주성분 분석과 각 변수와 요인간의 상관관계의 정도를 나타내는 요인 적재치를 단순화하기 위하여 베리맥스 직각회전 방식을 이용하여 탐색적 요인 분석을 실시하였다. 또한 요인분석 모형의 적합성을 판단하기 위하여 KMO의 표본적합성 검사와 Bartlett의 구형성 검정을 실시하였다. 그 결과는 <Table 2>와 같다.

요인분석결과 스마트폰 관광정보의 서비스 특성은 총 4개의 요인이 추출되었고, 추출된 요인은 총 변량의 75.655%의 분산설명력을 보여주고 있다. 요인분석모형의 적합성을 판단하기 위하여 Bartlett의 구형성검사와 KMO의 표본적합성 검사를 실시한 결과 Bartlett의 구형성 검사에서 유의확률이 0.000, KMO의 표본적합성 검사 측도는 0.928으로 나타나 요인분석하기에 적합한

것으로 나타났다.

관광정보의 신뢰성은 단일요인으로 추출되었고, 추출된 요인은 총 변량의 67.770%의 분산설명력을 보여주고 있다. Bartlett의 구형성 검사에서 유의확률이 0.000, KMO의 표본적합성 검사 측도는 0.780으로 나타나 요인분석하기에 적합한 것으로 나타났다.

관광정보의 신뢰성에 대한 신뢰도 검증결과를 보면 Cronbach's alpha계수가 0.841으로 나타나 매우 높은 수치를 보이고 있어 내적 일관성이 있는 것으로 보인다.

표 3. 요인분석 스마트폰 관광정보 서비스특성과 관광정보 신뢰성의 신뢰도와 타당도 분석

Table 3. Factor analysis for characteristics of smartphone tourism information service and reliability of tourist information

요인	요인 적재량	공통 값	고유 값	분산설명력(%)	Cronbach's alpha	
용이성	요인 15	.796	.793	2.630	17.988	.861
	요인 14	.776	.737			
	요인 13	.632	.674			
	요인 12	.571	.691			
편재성	요인 7	.828	.815	2.600	16.592	.896
	요인 9	.781	.834			
	요인 8	.772	.831			
시스템적 품질	요인 1	.816	.805	2.574	15.884	.860
	요인 2	.760	.790			
	요인 3	.738	.750			
정보적 품질	요인 4	.830	.798	2.032	13.524	.756
	요인 5	.733	.717			
	요인 6	.563	.600			
Total explained variance=75.655, KMO=.928 Bartlett's test of Sphericity=2043.227, d.f=78. sig=.000						
관광정보의 신뢰성	요인 5	.844	.713	2.711	67.770	.841
	요인 4	.841	.707			
	요인 2	.814	.663			
	요인 3	.792	.628			
Total explained variance=67.770, KMO=.780 Bartlett's test of Sphericity=400.381, d.f=6. sig=.000						

3. 분석결과

1) 주로 이용하는 스마트폰 관광정보 서비스

표 4. 주로 이용하는 스마트폰 관광정보 서비스
 Table 4. Frequent use on smartphone tourism information service

서비스 항목	남성	여성	합계
모르는 길 안내서비스	52(27.1)	140(72.9)	192
현재 주변 위치 정보	49(38.0)	80(62.0)	129
대중교통 정보	56(28.4)	141(71.6)	197
호텔, 민박 등 숙박정보	34(31.5)	74(68.5)	108

관광지 정보	37(29.1)	90(70.9)	127
음식점 정보	55(29.7)	130(70.3)	185
쇼핑정보	25(19.7)	102(80.3)	127
빠른 길 안내 서비스	39(33.9)	76(66.1)	115
실시간 교통정보(시내 및 고속도로 상황 등)	34(37.0)	58(63.0)	92
여행상품, 항공권 정보	24(27.0)	65(73.0)	89
역사, 문화 정보	16(35.6)	29(64.4)	45
축제·이벤트 정보	30(27.3)	80(72.7)	110
스포츠·레저 등 위락 시설 정보	26(44.1)	33(55.9)	59
기후 및 날씨 정보	61(30.7)	138(69.3)	199

2) 성별에 따른 스마트폰 관광정보특성의 차이 분석
성별에 따라 스마트폰 관광정보특성을 지각하는 데는 차이가 있을 것이라는 연구문제를 분석한 결과 아래의 표와 같이 나타났다.

용이성은 t값이 -1.746, 편재성은 t값이 -1.711으로 절대값이 1.96보다 작아 성별에 차이가 없는 것으로 밝혀졌으나, 시스템적 품질은 t값이 -2.582, 연결성 t값이 -2.050으로 성별에 따라 각각 다르게 지각하고 있는 것으로 나타났다. 구체적으로 시스템적 품질에 있어서 남성의 평균값은 3.5062, 여성의 평균값은 3.7216이며, 정보적품질에 있어서도 남성 3.6255, 여성 3.7961로 나타나 여성이 통계적 유의수준 하에서 모두 더 높게 지각하는 것으로 밝혀졌다.

표 5. 성별에 따른 스마트폰 관광정보특성의 차이 분석
Table 5. gender difference in characteristics of smartphone tourism information service

구분	평균		표준편차		t값	P값
	남성	여성	남성	여성		
용이성	3.7593	3.9176	.73574	.63942	-1.746	.082
편재성	3.8807	4.0510	.79636	.70781	-1.711	.088
시스템적품질	3.5062	3.7216	.63925	.60753	-2.582	.010*
정보적 품질	3.6255	3.7961	.66119	.59384	-2.050	.041*

주) **p<0.01,*p<0.05

3) 스마트폰을 이용한 관광정보서비스의 특성이 관광정보신뢰성에 미치는 영향: 남녀 집단비교

먼저 남성 집단 81명의 응답내용에 대하여 다중회귀 분석을 실시한 결과 회귀모형의 설명력은 16.9%이고 회귀식은 통계적으로 유의한 것으로 분석되었으며 (F=5.078, p<.005) 다중공선상에 따른 잔차 검증을 위한 Durbin-Watson의 통계량은 2.135로 기준 값인 2에 근접하여 0 또는 4에 가깝지 않기 때문에 잔차들 간에 상관관계가 없는 것으로 판단된다.

스마트폰 관광정보서비스특성 중 정보적품질 0.043(p<0.05) 1개의 요인이 관광정보 신뢰성에 유의적인 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

표 6. 스마트폰 관광정보서비스특성이 관광정보 신뢰성에 미치는 영향(N=81)

Table 6. Multiple regression analysis of characteristics of smartphone tourism information service on reliability of tourist information(N=81)

독립변수	비표준화계수		표준화계수	t	p	공선성 통계량	
	B	표준오차	Beta			공차한계	VIF
(상수)	1.301	.506		2.573	.012	-	-
용이성	.026	.179	.024	.143	.887	.371	2.696
편재성	-.158	.149	-.160	-1.055	.295	.453	2.206
시스템적품질	.380	.198	.309	1.916	.059	.399	2.507
정보적 품질	.332	.161	.279	2.056	.043*	.563	1.776
R=.459, R ² =.211, 수정된 R ² =.169, F=5.078(p=.001), Durbin-Watson=2.135							

주) ***p<0.001,**p<0.01,*p<0.05

반면, 여성 집단 170명의 응답내용에 대하여 다중회귀 분석을 실시한 결과 회귀모형의 설명력은 20.5%이고 회귀식은 통계적으로 유의한 것으로 분석되었으며 (F=11.909, p<.000) 다중공선상에 따른 잔차 검증을 위한 Durbin-Watson의 통계량은 1.796으로 기준 값인 2에 근접하여 0 또는 4에 가깝지 않기 때문에 잔차들 간에 상관관계가 없는 것으로 판단된다.

스마트폰 관광정보서비스 특성 중 용이성 0.000(p<0.001) 1개의 요인이 관광정보 신뢰성에 유의적인 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

표 7. 스마트폰 관광정보서비스특성이 관광정보 신뢰성에 미치는 영향(N=170)

Table 7. Multiple regression analysis of characteristics of smartphone tourism information service on reliability of tourist information(N=170)

독립변수	비표준화계수		표준화계수	t	p	공선성 통계량	
	B	표준오차	Beta			공차한계	VIF
(상수)	1.246	.343		3.634	.000	-	-

용이성	.439	.119	.407	3.704	.000 ***	.389	2.571
편재성	-.128	.098	-.132	-1.307	.193	.464	2.154
시스템 적 품질	.203	.113	.178	1.797	.074	.477	2.097
정보적 품질	.035	.117	.030	.299	.765	.464	2.155
R=.473, $R^2=.224$, 수정된 $R^2=.205$, F=11.909(p=.000), Durbin-Watson=1.796							

주) ***p<0.001,**p<0.01,*p<0.05

V. 결론

본 연구는 최근 주요한 여행소비시장으로 등장하고 있는 20대 및 대학생을 대상으로 스마트폰을 이용한 관광정보의 특성과 이용 행태를 파악하기 위하여 실시하였다. 뿐만 아니라 이러한 관광정보특성이 관광정보 신뢰성에 미치는 영향을 성별에 따라 차이가 있는지 집단별 분석하였다.

연구결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 스마트폰 관광정보서비스의 항목에서는 다중 응답으로 주로 이용하는 서비스를 파악하였는데 전반적으로 남성보다는 여성들이 훨씬 많이 이용하고 있음을 파악하였다. 특히 여성들은 항목별 대부분의 서비스를 고루 많이 이용하고 있을 뿐만 아니라 이용 빈도에 있어서도 항목별 남성 집단에 비해 거의 2배 이상의 이용률을 나타내고 있었다. 이는 여성 집단이 남성 집단에 비하여 구체적인 정보에 대한 민감성이 훨씬 높다는 것을 나타낸다 할 수 있을 것이다.

둘째, 성별에 따라 인식하는 스마트폰 관광정보특성의 차이에 있어서는 용이성은 성별에 차이가 없는 것으로 밝혀졌으나, 시스템적 품질과 정보적품질은 성별에 따라 각 각 다르게 지각하고 있는 것으로 나타났다. 구체적으로 시스템적 품질과 정보적품질 요인 모두 여성이 더 높게 지각하는 것으로 밝혀졌다. 즉 스마트폰 관광정보가 여행활동에 있어 유용한지, 관광정보 탐색에 대한 시간 및 비용을 단축시켜 주었는지, 특별한 학습 없이도 사용할 수 있는지, 관광지 정보를 쉽게 검색할 수 있는지에 대하여는 남녀 모두 차이가 없었다. 그러

나 여성은 남성에 비하여 스마트폰 관광정보의 시스템적 품질이 안정적인지, 그리고 제공하는 서비스 내용의 정보적 품질 즉, 내용의 콘텐츠에 훨씬 민감하다는 것을 알 수 있다.

셋째, 스마트폰을 이용한 관광정보서비스의 특성요인이 관광정보신뢰성에 미치는 영향을 성별 비교해보면, 남성은 정보적품질 요인이 관광정보 신뢰성에 유의적인 정(+)의 영향을 미치고, 여성은 용이성 요인이 관광정보 신뢰성에 유의적인 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉 정보매체로서 스마트폰에 대한 관광정보 신뢰성에 있어서는 남성은 최신 정보, 빠른 정보, 다양한 정보에 있어 신뢰성 형성에 영향을 가지며 여성은 관광정보의 유용성, 정보탐색에 대한 시간 및 비용 단축, 학습 없이도 사용 가능, 쉽게 검색 할 수 있는지가 신뢰성 형성에 영향을 미친다고 할 수 있다.

이상과 같이 본 연구에서는 전달되는 내용이 정확하고 얼마나 나에게 유용한지, 정보에 쉽게 접근할 수 있도록 개방되어 있었는지에 따라 해당 정보에 대한 신뢰성이 형성된다고 하였던(표원정·사효란·정석중, 2013) 선행연구에 대한 결과를 성별에 따라 어떠한 차이를 갖는지에 대하여 파악하였다. 이는 세분화된 여행시장에서 표적시장에 대한 전략적 접근을 위한 유용한 기초자료로써 마케팅적 시사점을 제시 할 수 있을 것이다.

한편 향후 연구에서는 연령 및 성별, 여행패턴 등 인구통계적 특성을 바탕으로 스마트폰 관광정보 서비스 중 앱 서비스 유형에 대한 탐색적 연구도 진행해볼 수 있을 것이다. 또한 앞서 살펴본 스마트폰 기반 관광정보서비스의 특징을 바탕으로 관광정보 서비스품질 평가를 위한 하부적 구성요인에 대한 측정도구를 분석하는 것도 유용하리라 여겨진다.

References

- [1] T. M. Lee, S. A. La, & S. Y. Song (2009). MOBISQUAL: Dimensionalizing and Measuring Mobile Internet Service Quality. *Korea Marketing Review*, 24(1), 145-179
- [2] Y. F. Kuo, C. M. Wu, & W. J. Deng (2009). The relationships among service quality, perceived value, customer satisfaction, and post-purchase intention in mobile value-added services. *Computers in Human Behavior*, 25,

887-896.

- [3] Y. I. Kim, & H. S. Park (2013) The Effects of Service Quality by Smart Phone Tourism Information on User Satisfaction: Centering on The Moderating Effects of Self-Efficacy. *Journal of Tourism Sciences*, 37(4), 141-162
- [4] C. L. Guo, & H. S. Lee (2012) The Types of Adolescents Tourism's Participation Motivation and Tourism Constraints; Focused on Korea Youths' Tourism in China. *Tourism Research*, 35(35), 115-132.
- [5] J. H. Noh, & S. H. Kim (2013) A Study of University Students Decisions Making for Traveling with Friends; An Application of the Model of Goal-Directed Behavior and Social Identity Theory. *International Journal of Tourism and Sciences*, 27(6), 319-339
- [6] X. Y. Zhang, & S. D. Ceon (2014) A Study on the Effect of SNS Tourism Information Characteristics on Spread, Trust and Tourism Attraction Preference; focusing on Chinese tourists visiting Korea. *Tourism Research* 39(4), 25-45