

결정적 사건기법을 이용한 프리미엄 모빌리티 고객의 이용경험 구성요인 분석¹⁾

Configuration of Premium Mobility Customer's Experience Using a Critical Incident Technique

정혜인 (Jeong, Hyein)

경희대학교 스마트관광원²⁾

홍석표 (Hong, Seokpyo)

경희대학교 스마트관광원³⁾

정남호 (Chung, Namho)

경희대학교 스마트관광원⁴⁾

< 국문초록 >

최근 스마트관광도시의 등장으로 프리미엄 모빌리티가 중요한 관광분야의 교통수단으로 간주되고 있다. 그런데, 아직까지 관광목적으로 활용될 수 있는 프리미엄 모빌리티 이용고객의 이용경험에 대해서는 충분히 연구된 바가 없다. 이에 이 연구는 결정적 사건기법(critical incidents technique: CIT)을 이용하여 프리미엄 모빌리티를 이용했던 고객의 이용경험에 대한 구성요인을 분석하였다. 프리미엄 모빌리티 이용경험을 구성하는 요인을 구체적으로 파악하기 위해 총 273부의 온라인 설문조사를 통해 만족에 관한 사건수는 366건, 불만족에 관한 사건수는 13건을 수집하였다. 연구결과 고객이 프리미엄 모빌리티를 이용했던 경험을 바탕으로 CIT를 적용하여 프리미엄 이용경험 인식을 구성하는 6개 범주와 9개의 하위요인들을 도출하였다. 특히 이 연구는 6개의 범주 중 편리성이 새로운 범주로 추가되었고 9개의 하위요인 중 넓은 승차감과 고가성(高價性)은 새로운 하위요인으로 도출되었기에 기존 연구들과는 차별성이 있다. 따라서 향후 도출된 구성요인들을 바탕으로 구조방정식과 같은 양적연구에서 활용될 수 있는 척도를 개발하고, 신뢰성과 타당성을 확보할 수 있다면 관광분야의 프리미엄 모빌리티와 관련된 주제에 다양하게 적용될 수 있을 것이다.

주제어: 프리미엄 모빌리티, RECSA 모델, 스마트관광도시, 결정적 사건기법, 지식경영

1) 이 논문은 2023년 대한민국 교육부와 한국연구재단의 지원을 받아 수행된 연구임(NRF-2023S1A5C2A03095253)

2) 제1저자, hyein22@khu.ac.kr

3) 공저자, eric@mhqglobal.com

4) 교신저자, nhchung@khu.ac.kr

1. 서론

현대정보통신기술(ICT)의 발달로 인하여 최근 관광산업은 플랫폼을 활용한 스마트관광이 크게 각광받고 있으며 여행 플랫폼은 새로운 사업 전략으로 떠오르게 되었다(김민호, 2023; Casaisa et al., 2020). 이러한 여행 플랫폼은 오프라인 여행 상품과 첨단기술을 통합시키면서 여행 산업에서 대세로 자리매김했다(Wei, 2022). 대표적인 국내 여행 플랫폼(OTA)에는 야놀자, 네이버여행상품, 여기어때, 마이리얼트립, 데일리호텔, 와그 등이 있으며 카테고리별로 숙박, 액티비티, 항공, 모빌리티 등으로 나누어 진다(파이낸셜뉴스, 2023). 이처럼 여행 플랫폼은 가격 비교와 정보를 검색하기 편리하다는 점에서 소비자들은 많이 이용하고 있다(주신욱, 2018; Chung et al., 2022).

여행 업계에서 플랫폼 시장이 활성화됨에 따라 관광의 이동수단인 모빌리티(Mobility) 업계도 영향을 받았다. 모빌리티는 관광자가 관광지에 가기 위해 이용하는 기차, 택시, 버스 등의 다양한 교통수단을 의미하며(Shaheen et al., 2016) 편리하고 신속한 모빌리티는 여행 만족도를 높이는 중요한 요소가 되었다(김현지 등, 2021). 교통은 인간이 이동하는 데 필수적이기 때문에 다양한 교통수단의 발전은 관광자들이 관광지를 선택하는 데 큰 영향을 주었다(홍미영, 임은순, 2010). 기존 관광교통에 대한 선행 연구들을 보면 Virkar and Mallya (2018)은 관광교통 시스템이 여행객들의 만족에 미치는 영향에 대해 연구하였으며 홍미영, 임은순 (2010)은 교통수단에 따라 내국인의 해외관광수요에 미치는 요인들을 분석하였다.

현재 관광교통의 핵심인 모빌리티 산업은 첨단기술이 도입되면서 서비스로서의 모빌리티(Mobility as a Service: MaaS)가 떠오르고 있다. MaaS는 모든 교통수단을 통합시켜 하나의 플랫폼 서비스를 제공하는 것으로 소비자에게 모빌리티를 안전하고 편안하게 사용할 수 있도록 한다(홍승혜 등, 2019). 최근 모빌리티 산업이 관광분야에

서 주목을 받는 이유는 스마트관광도시(Smart Tourism Cities)의 등장으로 차량공유서비스, 차량호출서비스, 공유 전기자전거(킵보드), 통합교통서비스, 스마트주차, 자율주행 등을 스마트관광모빌리티(Smart Tourism Mobility)라는 관점에서 관광의 주요한 교통수단으로 간주하기 때문이다(한국관광공사, 2021). 이에 따라 많은 모빌리티 업체들이 관광목적으로 모빌리티가 사용될 수 있음을 확인하고 사업확장을 고민하고 있다.

이러한 상황에서 대표적인 국내 모빌리티 플랫폼인 카카오모빌리티, 티맵모빌리티, 아이엠택시 등은 MaaS 구축을 하면서 사업을 확장하고 있다(조선일보, 2023). 특히 프리미엄 모빌리티 기업인 아이엠(i.M)택시는 기존 모빌리티 플랫폼과는 달리 대형 승합차 사용, 무료 와이파이 제공, 리무진 시트 설치 등 고객들에게 프리미엄 서비스를 제공하여 ‘프리미엄 모빌리티’로서의 경쟁력을 갖추고 있다. 기존의 일반 모빌리티는 시민들에게 단순히 이동을 위한 교통 서비스만을 제공하였다. 하지만 시민과 관광객 모두에게 관광에 대한 책임을 강조하려는 관광업의 흐름에 맞춰(아시아경제, 2018) 프리미엄 모빌리티는 관광시민들(일상 속에서 관광을 목적으로 이동하려는 지역주민과 관광객들)에게 관광을 위한 교통 서비스도 제공하고 있다. 최근에는 의료관광 및 레저 분야로 사업을 확장하려는 모빌리티 업계의 흐름에 맞춰 의료관광, 공항, 골프를 가기 위한 프리미엄 이동 서비스를 제공하고 있다(ZDNET Korea, 2022). 따라서 플랫폼을 활용한 스마트관광 산업으로 진출하려는 모빌리티 업계의 행보에 따라, 본 연구에서는 넓은 차량과 최상의 서비스를 제공하여 관광시민들의 교통수단이 되는 모빌리티 서비스를 프리미엄 모빌리티 서비스라고 정의하고자 한다.

모빌리티 관련 국내 선행 논문들을 살펴보면 김지현, 김승인 (2019)은 카카오택시와 타다를 바탕으로 모빌리티 플랫폼의 사용자 경험에 대한 연구를 진행하였으며 조민지, 이영주(2016)는 카카오택시를 이용했던 사람들

을 대상으로 그들의 이용동기와 불만족 요인에 대해 연구를 진행하였다. 한편 모빌리티 관련 국외 선행 논문들을 살펴보면 Rose and Hensher (2018)는 관광객들을 대상으로 호주 멜버른에서의 리무진과 택시 서비스의 만족에 대한 연구를 진행한 바가 있다. Fajri and Kartika(2016)는 인도네시아 관광지인 반둥의 택시서비스 만족에 대한 연구를 진행하여 관광교통의 서비스 품질이 관광산업에 미치는 영향을 분석한 바가 있다. 하지만 해당 연구들은 국내의 일반 모빌리티 업체를 이용했던 고객들을 대상으로 하여 일반 모빌리티 이용경험만을 조사한 연구로서 프리미엄 모빌리티 이용경험에 대한 결과는 보여주지 못했다. 이처럼 일반 모빌리티 이용인식에 대한 연구는 진행되었지만 관광산업으로의 사업확장을 모색하는 프리미엄 모빌리티 이용인식에 초점을 맞춘 연구는 부족한 실정이다.

따라서 일반 모빌리티 이용인식을 통해 프리미엄 모빌리티 이용인식을 파악하는 것은 한계가 있으며, 모빌리티 업계의 관계자들은 의료관광, 레저 등의 목적으로 주로 많이 활용되는(Ciociso 매거진, 2023) 프리미엄 모빌리티 시장만의 이용인식을 구성하는 요인들을 이해할 필요가 있다. 따라서 새로운 유형의 프리미엄 모빌리티가 사람들에게 어떻게 인식이 되는지를 이해하는 것은 관광 분야로 확장을 노리는 프리미엄 모빌리티 시장의 확산에 기여할 것으로 보인다.

이 연구는 결정적 사건 기법(critical incident technique: CIT)을 활용하여 프리미엄 모빌리티를 이용했던 이용자의 이용경험을 구성하는 요인에 대해 탐색한다. CIT는 응답자가 경험했던 사건들에 대해 직접 서술을 하고 이를 바탕으로 데이터를 얻기 때문에 명확하고 구체적인 정보를 제공하는 질적연구 방법이다 (차성미, 김수연, 2015). 따라서 본 연구는 고객들이 서술한 전반적인 경험을 토대로 이들이 느꼈던 심리적 상태를 파악하면서(Chell & Pittaway, 1998) 프리미엄 모빌리티의 이용경험 인식

과 관련하여 더욱 깊이 있는 분석을 하고자 하였다.

구체적으로 연구의 세부 목적은 다음과 같다. 첫째, 프리미엄 모빌리티 이용자들을 대상으로 프리미엄 모빌리티의 이용경험을 파악한다. 둘째, 구체적으로 경험한 내용을 바탕으로 프리미엄 모빌리티 서비스의 선택에 미치는 영향요인을 찾아보고자 한다. 모빌리티 업계는 현재 의료관광, 레저 등으로 사업 분야를 확장하고 있다. 하지만 일반 모빌리티를 이용했던 고객의 이용경험에 대한 연구는 다수 이루어졌지만 프리미엄 서비스를 지향하는 모빌리티 업계의 방향성에 비해 프리미엄 모빌리티에 대한 연구는 아직 부족한 실정이다. 프리미엄 모빌리티를 이용하는 이용자들은 거주민뿐만 아니라 공항, 의료, 레저 관광의 목적으로 이용하는 시민들도 있기 때문에 스마트관광모빌리티의 발전을 위해 프리미엄 모빌리티 이용자의 이용경험 분석은 중요하다. 따라서 본 연구는 프리미엄 모빌리티를 이용했던 고객들의 이용경험을 분석함으로써 프리미엄 모빌리티에 대한 문헌의 기초가 될 것이며 프리미엄 모빌리티 업체가 관광산업에 진출하기 위한 기초자료로써 도움이 될 것이다.

2. 기존문헌 연구

2.1. 관광 모빌리티 플랫폼과 프리미엄 모빌리티

모빌리티(Mobility)란 목적지로 이동을 할 경우 사용하는 교통수단을 의미하며(Signorile et al., 2018), 모빌리티에는 관광자가 관광지로 여행을 할 경우 사용하는 공유 자전거, 공유 자동차, 공유 키포드 등의 모든 교통수단이 포함된다(김현지 등, 2020). 이에 모빌리티 플랫폼은 이용자에게 신속하고 편리한 교통수단을 제공한다는 점에서 빠르게 성장하고 있으며 관광산업에서도 모빌리티의 영향력은 커지고 있다.

최근 모빌리티 플랫폼은 MaaS의 형태로 나타나고 있으며 공유형 교통수단을 도입하여 통합된 관광 정보를 제공하는 서비스로 제공되고 있다(강형중 등, 2022). MaaS는 모빌리티 산업에서 편의성을 향상시키기 위해 나온 개념으로 서비스로서의 모빌리티를 의미한다. 이러한 MaaS는 편리하고 빠른 이동을 가능하게 하여 여행 만족도에도 큰 영향을 미치고 있다(Signorile et al., 2018). 그 예로 모빌리티 플랫폼을 통하여 관광객들은 버스와 지하철의 대기시간을 확인할 수 있고, 자가용을 이용할 시에는 최단경로 및 교통혼잡도를 파악하게 하여 이동시간을 단축시켜 여행의 질에 큰 영향을 미치고 있다(김현지 등, 2020). 그리고 여행은 숙박, 교통수단, 매력물 등으로 세부 활동이 구성이 된다. 그 중 모빌리티는 관광객이 관광지로의 이동을 편리하게 하는 교통수단으로 여행을 구성하는 주요 구성요소이며(Song et al., 2012), 모빌리티는 여행 만족도를 결정시키는 중요한 요소가 될 수 있다(Neal et al., 1999).

또한 모빌리티 플랫폼은 교통수단의 이용정보뿐만 아니라 관광정보를 제공하는 통합 모빌리티 플랫폼의 형태로 변화되고 있으며 관광시민들에게 낯선 여행지로 편하게 여행할 수 있도록 다양한 서비스를 제공하고 있다(김민호, 2023). 모빌리티 업계는 이러한 상황 속에서 관광시민을 위해 공항, 호텔, 레저 등을 목적으로 운영하는 프리미엄 모빌리티 택시 서비스를 운영하고 있다(Chosun Biz, 2023). 프리미엄 택시는 고급 택시 면허를 기반으로 고객들에게 대형 승합을 가능하게 하며 차량 내에 무료 와이파이 및 다양한 엔터테인먼트 시스템들을 제공하는 서비스이다(한국경제, 2024). 따라서 이 연구에서는 넓은 차량과 최상의 서비스를 제공하며 관광시민들의 교통수단이 되는 모빌리티를 프리미엄 모빌리티로 정의하고자 한다. 한편 모빌리티에 대한 선행연구들을 살펴보면 이은주, 김승인(2018)은 카카오택시를 사용했던 이용자들을 대상으로 심층인터뷰를 진행하여 카카오택시 이용경

험에 대한 연구를 진행하여 택시 서비스 개선방안을 제시하였다. 연구결과에 따르면 특정시간에 배차가 잘 되지 않으며 목적지에 따라 택시이용을 못한다는 점이 주요 문제점으로 나타났으며 가변요금 정책이나 목적지 미공개 방안을 도입하는 것을 개선방안으로 제시하였다. Alonso et al. (2018)은 택시 이용자에게 택시 서비스 만족도조사를 실시하여 택시 서비스 품질에 대한 기초방안을 제시하였다. 연구결과에 따르면 택시 이용객들은 택시를 이용할 때 대기시간이 가장 중요하며 이동시간, 안전성, 편안한 내부환경이 서비스 만족도를 높이는 것으로 나타났으며 해당 사항들을 고려하여 서비스 품질을 높여야 한다고 하였다. 이처럼 일반 모빌리티 이용에 대한 만족에 대한 경험은 연구가 다수 있지만, 모빌리티 업계는 프리미엄 서비스를 제공하여 경쟁력을 향상시키고 관광산업으로의 영역 확장을 노리고 있음에도 불구하고 프리미엄 모빌리티에 대한 연구는 부족하다고 볼 수 있다.

2.2. 고객만족과 RECSA 모델

고객만족(Customer satisfaction)은 고객들이 기업의 서비스를 이용했던 경험을 바탕으로 전반적인 평가를 하는 것을 의미한다(Oliver, 1980). 만약 고객이 기업의 서비스에 대해 긍정적인 경험을 하여 만족감을 느낀다면 고객은 기업의 서비스나 상품에 대해 관심을 가지게 된다. 이처럼 고객만족은 고객이 느끼는 가치에 대한 결과변수이며 고객의 후속행동을 결정시키는 중요한 개념이다. 즉 고객만족은 향후 고객들이 기업에 대해 긍정적인 평가를 하는 기준이 되기 때문에 기업의 수익성을 향상시키거나 경쟁 우위를 가질 수 있게 하는 데 중요도를 기여하고 있다(Garbarino & Johnson, 1999). 고객만족에는 친절한 직원, 서비스 품질, 빠른 서비스, 경쟁력 있는 가격 등과 같은 요인들이 영향을 미친다. 특히 서비스 품질은 서비스를 제공하는 분야에서 가장 중요한 요소로 평가되고

있으며 양질의 서비스는 고객만족으로 이어진다(Horsu & Yeboah, 2015).

대중교통의 서비스의 품질 또한 고객들의 고객만족 형성에 가장 큰 영향을 미쳐왔다. 따라서 대중교통 서비스 품질 변수는 중요하다고 볼 수 있다(Islam et al., 2014). 하지만 대중교통의 서비스품질은 파악하기 어렵기 때문에 대중교통의 서비스 성과지표에 대한 데이터는 모호하다(Govender, 2016). 이에 McKnight et al. (1986)은 신뢰성, 서비스, 편안함, 안전성, 경제성을 대중교통의 서비스를 측정할 수 있는 품질로 구성하여 RECSA(reliability, extent of service, comfort, safety, affordability)모델을 제안하였다. 대중교통 서비스의 품질은 위와 같은 5가지 요소들에 의해 영향을 많이 받는다. RECSA모델에서 신뢰성은 이용자가 대중교통 서비스를 신뢰할 수 있는지를 평가하는 것을 의미하며 편안함은 대중교통의 장비나 시설을 이용하고 느낀 편안한 상태를 파악하는 것을 말한다. 그리고 서비스의 정도는 서비스의 양뿐만 아니라 서비스의 지리적, 시간적 상황을 고려한 상태에서 서비스에 대한 높은 기대수준을 파악하는 것이며, 안전성은 대중교통을 이용하면서 느낀 안전함과 보호감을 느끼는 것을 의미한다. 또한 경제성은 이용자들이 주로 교통 서비스 비용을 지불하는 데 있어 감수하는 재정적 부담을 파악하는 요소를 의미한다(Luke & Heyns, 2020). RECSA 모델에서 세부적으로 신뢰성에 해당하는 속성으로는 정시 차량 도착, 지연에 대한 통보, 연착되지 않는 서비스가 해당되며, 편안함의 속성에는 보호시스템을 갖춘 차량 대기 장소, 편안한 운전, 에어컨 설치, 안전한 좌석이 해당된다. 또한 서비스 품질에 해당하는 속성으로는 공휴일 및 주말 이용 서비스가 해당되며 안전성에는 낮은 사고율과 기사로부터 폭행을 당할 낮은 가능성이 해당된다. 경제성에 해당하는 속성에는 저렴한 비용과 합리적인 비용 및 할인티켓 등이 해당된다. 이러한 RECSA 모델은 대중교통을 이용한 고객들이 인식하는 서비스 품질

의 중요성을 확인하기 위해 개발되었으며(McKnight et al., 1986), 대중교통의 서비스 품질을 측정하는 데 효과적인 도구로 평가된다(Govender, 2016; Horsu & Yeboah, 2015).

선행연구를 살펴보면 Rouf et al. (2019)은 RECSA 모델을 활용하여 개발도상국 관광객들을 대상으로 관광 버스의 서비스 품질 인식에 대해 분석하였으며 신뢰성, 편안함, 서비스, 민감성, 안전성, 경제성, 차량 접근성에 대한 인식은 관광객들의 버스 서비스에 대한 만족을 향상시키는 요인으로 측정되었다. Horsu and Yeboah (2015)은 RECSA모델을 사용하여 가나의 택시 서비스 품질과 고객만족 사이에 대한 영향을 연구하였다. 연구결과로는 신뢰성, 서비스, 편안함, 경제성은 고객만족에 영향을 미치는 것으로 나타났으나 안전성과 운전자의 행동은 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. Govender (2016)은 RECSA모델을 활용하여 남아프리카의 전반적인 택시 서비스 품질에 미치는 영향에 대해 연구하였다. 연구결과로는 신뢰성, 경제성, 서비스의 3개의 요소만이 택시 서비스의 전반적인 품질에 영향을 미치는 것으로 나타났으며 대중교통의 서비스 품질을 향상시킬 수 있는 중요한 요소로 측정되었다.

이 연구에서는 CIT를 통해 프리미엄 모빌리티 이용고객의 탑승 경험을 분석하여 범주화하는데 있어서 RECSA 모델을 토대로 상·하위범주를 수정하여 분류하였다.

2.3. 결정적 사건기법

CIT(Critical incident technique)는 결정적 또는 중요사건기법으로 부르며 만족한 상황과 불만족한 상황을 분류하여 나누고 그 상황들을 분석하여 연구하는 질적연구 중 하나이다(박설 등, 2022; 차성미, 김수연, 2015). 즉 이 연구방법은 인간의 행동을 분석한 후 해당 행위를 하게 된 원인을 만족과 불만족의 상황으로 분류하는 연구방법

이다(Grove & Fisk, 1997). 즉 CIT에서 결정적사건은 모든 사건들을 포함하는 것이 아니라 만족이나 불만족했던 결과를 유발했던 사건들을 의미한다. CIT는 자료를 분석하고 분류하는 과정에서 질적 데이터와 양적 데이터를 동시에 분석할 수 있다는 특징이 있다(송영민, 강준수, 2018). 이와 같은 CIT는 인간의 중요한 행동을 분석하기 위해서 Flanagan (1954)이 만든 연구방법이다.

Flanagan (1954)은 연구의 과정을 5단계로 분류하여 진행하였다. 첫째, 핵심문장을 사용하여 연구목적을 설정한다(Flanagan, 1954). 단순한 표현이나 문장을 사용하여 조사대상자에게 연구의 목적에 대해 설명해야 한다(Butterfield et al., 2005). 둘째, 자료를 수집하기 위한 계획을 구성하고 연구에 대한 설명서를 제작해야 한다. 구체적인 응답을 유도할 수 있는 내용으로 연구 계획을 하며, 설명서 제작은 인터뷰 등을 동일한 기준으로 객관적인 판단을 할 수 있도록 작성한다(송영민, 강준수, 2018). 셋째, 데이터수집을 하는 과정으로 조사자의 경험이 세부적이게 작성이 되었으면 해당 정보는 정확한 데이터라고 볼 수 있다. 만약 모호하게 서술되었다면 해당 데이터는 부정확한 정보라고 볼 수 있기 때문에 최근의 사건을 바탕으로 조사하는 게 중요하다(Flanagan, 1954). 샘플의 수는 명확하게 규정할 수는 없지만 대략 50~100개 사이의 샘플의 사건이 수집되어도 상관없다(Flanagan, 1954). 넷째, 자료를 분석하는 단계이며 연구의 모집단은 대표성을 확보를 해야한다. 진술한 내용들은 타당하고 구체적이어야 한다(송영민, 강준수, 2018). 마지막은 분석했던 CIT 결과를 해석하는 단계이다(송영민, 강준수, 2018). 결과를 해석하는 단계에서 가장 많은 오류가 나타난다. 따라서 데이터 결과를 해석하는 단계에서는 논리성과 신뢰성이 뒷받침되어야 한다. 결과를 해석하는 데 있어 적당한 논리적인 근거가 있는지 확인해야 한다(Flanagan, 1954). CIT는 고객의 서비스에 대한 인식을 만족과 불만족으로 구별할 수 있어서 서비스 산업에서

활발히 연구되어 왔다.

관광분야에서 적용된 CIT 국내 선행연구들을 살펴보면, 박설 등 (2022)는 관광자의 안전 인식 구성 요인을 탐색하기 위해서 CIT를 활용하였는데 253명에게 설문지를 배포하고 총 388건의 결정적 사건을 수집하였다. 연구결과로는 안전인식 요인을 ‘전염병’, ‘숙박시설’, ‘지역’, ‘길거리’, ‘인적집단’으로 나누었고 ‘전염병’이 새로운 요인으로 나타났다. 차성미, 김수연(2015)은 외식업체를 이용하는 고객의 참여행동과 시민행동 본질적인 차원과 구성개념을 찾아내고자 CIT를 활용하였는데 외식업체를 방문한 경험이 있는 230명을 대상으로 543개의 경험을 분석한 결과 고객참여행동은 ‘정보탐색행동’, ‘정보전달행동’, ‘책임행동’으로 범주화할 수 있었으며, 고객 시민행동은 ‘도움’, ‘인내’, ‘피드백’, ‘추천’으로 분류하였다. 한편, Tsauro and Lo (2020)은 파인다이닝 레스토랑을 이용했던 고객들을 대상으로 기억에 남았던 식사 경험 척도를 분석하기 위해 CIT를 활용하였고 총 50명에게 인터뷰를 진행하고 138개의 결정적 사건을 분석하여 식사경험에 대한 17개의 척도를 개발하였다.

3. 연구방법

3.1. 자료수집

이 연구는 프리미엄 모빌리티를 이용했던 고객들이 만족하거나 불만족하다고 느꼈던 결정적 사건을 바탕으로 이용경험에 대한 요인을 탐색하는 것이며, 연구에 맞는 표본을 설정하여 설문지를 만들었다. 먼저 정확한 자료를 수집하기 위해 반구조화된 설문지를 만든 후 일반인을 대상으로 예비조사를 실시하였다. 그 후 전문가를 통해서 설문지의 내용이 적합한지 파악하였으며 보완이 필요한 일부 내용은 수정을 하여 설문지를 재구성하였다.

이 연구에서는 프리미엄 모빌리티를 이용했던 관광객들을 대상으로 모집단을 선정하였다. CIT는 개방형 질문이나 인터뷰, 온라인 설문조사 등 다양한 방법으로 데이터를 수집할 수 있으며(Butterfield et al., 2005) 그중에서도 온라인 설문조사는 데이터를 수집하는 데 비교적 적은 시간이 들어서 유용하다고 평가되고 있다(Rice et al., 2017). 특히, 이 연구는 프리미엄 모빌리티 택시기업인 아이엠(i.M)택시가 SMS 마케팅 동의를 했던 실제 고객들에게 설문 문자를 보내고, 응답한 사람들에게는 포인트를 주는 방식으로 하여 실제 프리미엄 모빌리티 사용자에게 정확하게 설문조사를 진행할 수 있었다. 온라인 설문은 2022년 11월 17일~25일 동안 최근 2달 이내 2회 이상의 하차를 한 고객을 대상으로 실제 프리미엄 모빌리티 택시기업인 아이엠(i.M)택시를 통해 실시하였다. 총 320부의 데이터를 수집하여 프리미엄 모빌리티를 이용했던 경험을 기술한 설문지 320부 중 불성실한 응답 47부는 제외한 273개의 응답을 분석에 활용하였다. 이때 수집된 경험은 총 379건이다.

3.2. 설문지의 내용

CIT의 설문지는 응답자로부터 자유롭고 생생한 응답을 얻기 위하여 설문의 내용이 구조화되어 있지 않다(Teng et al., 2020). 하지만 만족 및 불만족한 경험에 대한 사건을 기술하는 것이기 때문에 양적연구의 설문보다는 비교적 간단하다(박설 등, 2022). CIT의 결정적 사건은 과거의 경험을 바탕으로 응답이 수집되기 때문에 오래된 정보는 부정확한 정보가 될 수 있다. 따라서 비교적 최근에 발생한 일을 수집해야 한다(Flanagan, 1954). 그리고 사건이 발생되었던 당시의 장소나 시간에 대해 질문을 구성하는 것이 좋다. 이 연구는 총 3차에 걸쳐 설문지를 배포하였으며 설문지의 내용은 ‘아이엠택시를 이용한 경험’을 토대로 ‘가장 기억에 남았던 경험’을 선정하

여 ‘6하원칙’을 바탕으로 자세한 답변을 기술하도록 설정하였다. 설문내용은 기존 선행연구들(박설 등, 2022; 송영민, 강준수, 2018)이 사용했던 방식을 참고하여 설문 대상자들이 경험했던 내용을 생생하게 작성하도록 하기 위해 ‘IM택시를 이용한 경험 중 가장 기억에 남았던 경험을 6하원칙에 준해서 자세하게 답변해주세요’라고 설정하였으며 설문문항의 끝에는 인구통계학적인 변수에 해당하는 항목으로 응답자의 성별, 연령, 최종학력, 직업, 월소득, 결혼여부에 관해 조사하였다.

3.3. 분석 방법

CIT는 분석을 할 때 연구자의 주관적인 판단이 개입될 수 있기 때문에 신뢰성을 확보하는 것이 가장 중요하다(Teng et al., 2020). 이에 Flanagan (1954)의 CIT 분석과정을 적용하여 두 명의 연구자가 각자 직접 범주화 분석을 실시하였으며 자료를 수집하고 분류의 틀을 선정할 후 구성개념과 하위구성요소를 개발하고 할당하는 절차를 거쳐 분석하였다. 이 연구를 위해 수집된 데이터들은 응답자들이 직접 서술한 내용으로 Excel 프로그램에 정리를 하여 만족과 불만족한 사건들을 나누어서 분류하였다. 이후 연구의 목적과 부합하는 내용들을 선정하여 여러번 읽은 후 의미있는 단어 중심으로 코딩을 하여 사례를 분류하였다. 코딩을 하면서 반복적으로 나오는 단어를 중심으로 묶고 각 사례별로 범주화하였다. 이때 이 연구에서는 기존 선행연구(Horsu & Yeboah, 2015; Rose & Hensher, 2018)를 바탕으로 하되 RECSA모델(McKnight et al., 1986)의 연구를 토대로 프리미엄 모빌리티의 이용 경험에 적합하게 상·하위 범주를 수정하여 분류하였다. 분류된 자료들의 신뢰성과 타당성을 확보하기 위해 연구자들은 분류된 자료를 반복적으로 면밀하게 검토하였으며 지속적으로 협의하고 외부 전문가의 의견을 수렴하여 수정 및 보완하였다. Excel로 분류된 자료들과 인구통계

학적 특성을 파악하기 위해 SPSS를 사용하여 빈도분석을 하였다.

4. 분석결과

4.1. 응답자의 인구통계학적 특성

응답자의 인구통계학적 특성은 <표 1>과 같다. 응답자의 인구통계학적 특성은 여성(58.2%)이 남성(41.8%)보

다 많이 구성되어 있으며, 연령은 30대(46.2%), 20대 이하(22.3%), 40대(20.9%), 50대(8.4%), 60대 이상(2.2%)의 순으로 나타났다. 최종학력은 대학교 졸업(66.3%), 대학원 재학 이상(19.8%), 고등학교 졸업(13.9%) 순으로 나타났다. 직업은 사무직(38.5%), 전문직근로자(23.1%), 서비스직(13.6%), 기타(12.5%), 전업주부(5.9%), 대학생/대학원생(5.1%), 기능직(1.5%) 순으로 나타났다. 월소득은 500만원 이상(35.9%), 300만원 이상 400만원 미만(25.6%), 200만원 이상 300만원 미만(18.3%), 400만원 이상 500만원 미만(12.1%), 200만원 이하(8.1%) 순으로 나타났다. 마지

<표 1> 응답자의 인구통계학적 특성

구분	상세구분	빈도	비율(%)
성별	남	114	41.8
	여	159	58.2
연령	20대 이하	61	22.3
	30대	126	46.2
	40대	57	20.9
	50대	23	8.4
	60대 이상	6	2.2
최종학력	고등학교 졸업	38	13.9
	대학교 졸업	181	66.3
	대학원 재학 이상	54	19.8
직업	대학생/대학원생	14	5.1
	사무직	105	38.5
	기능직	4	1.5
	전문직근로자	63	23.1
	서비스직	37	13.6
	전업주부	16	5.9
	기타	34	12.5
	월소득	200만원 이하	22
200만원 이상 ~ 300만원 미만	50	18.3	
300만원 이상 ~ 400만원 미만	70	25.6	
400만원 이상 ~ 500만원 미만	33	12.1	
500만원 이상	98	35.9	
결혼여부	미혼	139	50.9
	기혼	129	47.3
	기타	5	1.8
총		273	100

막으로 결혼은 미혼(50.9%), 기혼(47.3%), 기타(1.8%) 순으로 나타났다.

4.2. 신뢰성 및 타당성 검증

CIT는 질적연구의 한 방법으로 데이터를 수집한 후 반복되는 요인을 한 항목으로 분류하여 세분화 과정을 거친다. 그리고 하위항목과 상위항목을 만들어서 구분한다. 요인을 분석하는 과정은 상당한 시간이 걸리기 때문에 연구자의 주관적인 의견이 개입될 수 있다(이미연, 전의기, 2016). 프리미엄 모빌리티 이용경험에 대한 자료수집은 2022년 11월 17일~25일 사이에 3번의 설문조사를 통해 이루어졌으며 설문을 통해 273건의 이용경험에 대한 유용한 자료를 수집하였다. 분석은 선행연구(박설 등, 2022; Flanagan, 1954)에 나타난 것과 같이 2명의 연구자들이 의견을 교류하는 작업을 하여 상위항목 6개와 하위항목 9개를 도출하였으며 만족에 관한 사건수 366건과 불만족에 관한 사건수 13건으로 분류하였다. 이 연구는 신뢰성을 확보하기 위해서 연구자 간 검토를 하는 신뢰성 검증을 하였고, 두 연구자 간 같은 자료를 검토한 결과 총 379건의 경험 중 369건이 일치하여 97.3%의 신뢰계수를 확보하였다. 분석한 결과는 타당성을 확보하기 위해서 다수의 관광 전문가를 데이터 분석을 하는 데 추가하여 수차례 분석하고 해석하여 데이터를 분류하게 하였다. 참여자들의 응답이 서술형으로 작성되었기 때문에 데이터 해석을 하는 데 해석의 오류가 발생할 수 있다. 따라서 연구자는 분류된 데이터를 전문가들과 같이 분석하고 해석하여 분류하는 작업을 수차례 반복하였다. 이러한 과정 속에서 전문가와 의견을 일치시켰고 신뢰성과 타당성을 확보하였다.

4.3. 프리미엄 모빌리티 이용경험 분석

이 연구는 프리미엄 모빌리티 이용과 관련한 결정적사

건을 토대로 만족했던 경험과 불만족했던 경험으로 나누고, CIT를 적용하여 각각을 범주화하였다. 이 연구는 개방형 설문지를 사용하였으며 참여자들의 이용인식을 파악하기 어려운 불성실한 답변을 제외하고 총 379건의 경험 중에서 만족에 관한 사건은 366건, 불만족에 관한 사건은 13건을 수집하여 분석하였다. 이용인식 경험은 6개 범주(신뢰성, 차별화된 서비스, 편안함, 안전성, 고가성의 9개 하위 구성요인들을 도출하였다. 또한 6개의 범주 중 편리성은 RECSA모델에 없는 요인으로 새롭게 추가되었으며 이용인식 중 9개의 하위 요인 중 넓은 승차감과 비싼가격은 기존 선행연구(조민지, 이영주, 2016; Horsu & Yeboah, 2015; Rose & Hensher, 2018)에서 나타나지 않은 프리미엄 모빌리티만의 새로운 하위 요인으로 나타났다.

4.3.1. 신뢰성

모빌리티를 이용할 때 고객들은 신뢰가 가는 모빌리티를 이용하고자 하며 이는 모빌리티 이용에 있어 이용자들의 만족감을 높게 된다. 빠른배차는 모빌리티를 이용하는 가장 중요한 요인이며 높은 신뢰도를 형성하는 것으로 나타났으며(이은주, 김승인, 2018), 선행연구(Govender, 2016; Horsu & Yeboah, 2015; McKnight et al., 1986)에 따르면 빠른배차를 신뢰성의 영역으로 보았다. 따라서 본 연구의 신뢰성의 하위 구성요인으로는 빠른배차가 해당되었다. 이용객들은 시간에 상관없이 변화거나 택시를 호출하기 어려운 곳에서도 쉽고 빠르게 프리미엄 모빌리티를 이용할 수 있기 때문에 만족감을 느낄 수 있다. 특히 새벽에도 지체없이 차가 빨리 호출이 되어 이용할 수 있기 때문에 만족감을 느끼는 것으로 나타났다. 특히, 아이엠택시의 경우 카카오, 우터, 타다 등이 모두 잡히지 않는 경우에도 빨리잡혀서 연락을 하면 반드시 이용이 가능하다는 신뢰감을 주고 있었다. 신뢰성에 해당하는 결정적 사건의 수를 확인하면 75건(19.8%)으로 구성되어 비교적 높은 비율을 차지하고 있는 것으로 나타났다.

4.3.2. 편안함

모빌리티 이용자들은 편안한 상태에서 모빌리티 서비스를 이용하기를 원하기 때문에 편안한 환경을 구축하는 것은 중요하다. 편안함의 하위 구성요인들을 살펴보면 쾌적함, 넓은 승차감, 편안한 승차감으로 구성되어 있다. 아이엠(i.M)택시는 모든 차량이 11인승 대형 카니발 차량으로 구성되어 있어 기존의 택시보다 매우 넓고 편하게 탑승할 수 있다. 쾌적함은 차량 내부가 청결하다고 느낄 때 만족감을 느끼는 것을 의미한다. 그리고 넓은 승차감은 가족이나 친구 등 다수의 인원이 함께 프리미엄 모빌리티를 이용할 수 있어 만족감을 느끼는 것을 말한다. 편안한 승차감은 차량을 타고 이동하는 데 편해서 만족감을 느끼는 것이다. 넓은 승차감과 편안한 승차감은 유사하게 보일 수 있으나 승차감이 편안한 이유에는 다양한 이유들이 있으며 넓은 승차감은 기존 선행연구(조민지, 이영주, 2016; McKnight et al., 1986; Rose & Hensher, 2018)와 다르게 프리미엄 모빌리티 이용경험에서 새롭게 많이 나타난 요인이기 때문에 두 요인을 구분하였다. 즉 편안한 이동을 해서 얻는 만족감과 넓은 차량을 이용해서 얻는 만족감은 다르다고 볼 수 있다. 이 세가지 사건은 별도로 구분하였으나 모든 사건이 서로 연결되어 프리미엄 모빌리티의 중요한 인식을 구성하고 있음을 알 수 있었다. 편안함에 해당하는 결정적 사건의 수를 확인해보면 쾌적함은 40건(10.6%), 은 승차감은 35건(9.2%), 차량의 편안함은 32건(8.4%)으로 구성되어 있으며 전체는 107건(28.2%)를 차지하여 프리미엄 모빌리티는 편안한 서비스를 제공하는 차량이라는 이미지를 심어주고 있음을 알 수 있었다.

4.3.3. 차별화된 서비스

프리미엄 모빌리티가 제공하는 서비스들은 이용자들에게 긍정적인 이미지를 형성시키기 때문에 질 좋은 서비스를 제공하는 것은 필수적이다. Rose and Hensher

(2018)은 친절한 기사의 태도와 쉬운 예약이 모빌리티를 이용하면서 만족했던 요인으로 나타났으며 서비스의 영역으로 구분하였다. 따라서 본 연구도 서비스를 구성하는 하위요인들을 보면 기사의 친절함, 예약가능으로 구성되어 있다. 통상적으로 택시 기사는 불친절하다는 인식이 팽배해 있는 한국시장에서 기사의 친절함은 103건(27.2%)로 전체 이용경험 중 가장 많은 비중을 차지하였다. 구체적으로는 짐을 들어서 트렁크에 실어준다거나 경로가 변경되어도 친절하게 배려해 주었다는 것이다. 이는 아이엠택시가 프리미엄 모빌리티로서 고객들에게 차별화된 서비스를 제공하기 위해 특히 차량 기사들의 관리에 많은 노력을 했음을 유추할 수 있다. 또한, 예약 가능 사건은 앱을 이용하여 예약을 통해 약속 시간에 대기시간 없이 모빌리티를 이용할 수 있기 때문에 만족감을 느끼는 것이다. 예약가능은 9건(2.4%)으로 전체적으로는 많은 비중을 나타내지 못했지만 기사의 친절함과 함께 프리미엄 모빌리티의 차별화된 서비스를 구성하는 중요한 요소로 보았다.

4.3.4. 안전성

이용자들이 모빌리티를 이용하면서 안전한 상태를 느끼는 것은 모빌리티 서비스에 대한 긍정적인 이미지를 형성시키기 때문에 중요한 요소이다. 모빌리티의 안전성은 프리미엄 모빌리티 이용의사에 가장 큰 영향을 미친다(조민지, 이영주, 2016). 따라서 안전성의 하위 구성요인은 안전한 운전으로 구성되었다. 안전한 운전은 기사가 목적지까지 안전하게 운전을 하여 이용객들이 만족감을 느끼는 것을 의미한다. 안전한 운전은 편안한 승차감과 유사한 사건처럼 보이지만 기사들이 안전하게 목적지까지 데려다준다는 점을 많은 응답자들이 언급하여 승차감과 다른 차원으로 보았다. 또한, 안정성을 차별화된 서비스와는 다른 프리미엄 모빌리티가 제공하는 경험으로 판단하였다. 안정성은 총 43건(11.3%)으로 나타났는데 개별 사건

으로는 기사의 친절함과 빠른 배차 다음으로 아이엠(i.M) 택시의 이용경험을 구성하는 중요한 요소로 나타났다.

4.3.5. 편리성

편리하게 이용할 수 있는 모빌리티는 이용자들에게 만족감을 제공하기 때문에 다시 해당 모빌리티를 찾게 되는 원인이 될 수 있다. 편리성은 이용의 편리함이라는 하위구성요소 하나로 구성되어 있는데 앱을 이용하여 편하게 배차받을 수 있다는 내용을 포함하여 아이엠(i.M)택시를 이용할 때 다른 경쟁 모빌리티업체보다 이용하기 편리하다는 내용이 주를 이루었다. 결정적 사건의 수는 이용의 편리함은 29건(7.7%)으로 구성되었다.

4.3.6. 고가성(高價性)

경제적으로 합리적인 모빌리티는 이용자들에게 가격

면에서 긍정적인 이미지를 형성시켜 더 많은 이용을 하도록 하기 때문에 중요하다. 그런데, 조사결과 아이엠(i.M)택시는 고객들에게 다소 비싸다는 인식을 주고 있는 것으로 나타났다. 선행연구(조민지, 이영주, 2016)에 따르면 프리미엄 모빌리티 서비스의 이용금액이 높으면 이용자들의 모빌리티 이용의사가 줄어드는 것으로 나타났다. 따라서 고가성은 다른 하위개념과는 달리 프리미엄 모빌리티에 대해서 불만족스러운 부분으로 작용할 수 있다. 그러나, 프리미엄이라는 부분이 가격적으로 다른 업체에 비해서 비쌀 수밖에 없기 때문에 고가성에 대한 결정적 사건의 수는 상대적으로는 많지 않은 13건(3.4%)로 구성되었다.

다음 <표 2>는 최종적으로 도출된 프리미엄 모빌리티 이용경험 인식에 대한 구성개념과 하위 구성요인이다.

<표 2> 프리미엄 모빌리티 이용경험 인식

구성개념	하위구성요소	사건수(%)	응답자의 구체적 서술
신뢰성 (75, 19.8%)	빠른배차	75 (19.8%)	제가 종로에서 연말에 택시가 잘 잡히지않아 시간을 거리에서 소비하고 있을 때 이 앱을 우연히 알게되어 빠르게 승차하여 귀가 할 수 있었습니다.
편안함 (107, 28.2%)	쾌적함	40 (10.6%)	친정 식구들과 청와대를 가야하는데 비오는 날임에도 불구하고 지하 주차장까지 와주셨고 총 6명인데 일반택시 이용이 어려웠지만 아이엠택시는 넓고 쾌적하게 이용해서 좋았어요
	넓은 승차감	35 (9.2%)	아이들과 여행을 다녀오는 날 서울역에서 밤늦게 도착하여 집에 가는데, 친구집 일행은 아빠가 데리러 나왔는데 우리는 어쩔수 없이 택시를 탔습니다. 그런데 제가 아이엠택시를 부르니 아이들이 너무 넓고 편안하게 탑승해서 행복했었어요. 문도 자동으로 열리고 차도 친구차보다 훨씬 넓어서 좋아했어요.
	편안한 승차감	32 (8.4%)	8월 경 공항에서 집으로 오는 길에 홍대에서 차가 끊기고 택시가 안잡혀서 탔었습니다. 남자 기사분께서 친절하게 짐을 들어주시고 응대해주셨습니다. 여행의 피로가 누적된 상황이어서 꽤나 피로했는데 탑승이 굉장히 편하고 좋았습니다.
차별화된 서비스 (112, 29.6%)	기사의 친절함	103 (27.2%)	짐이 있었는데 기사님이 내리셔서 트렁크에 짐을 같이 실어주셔서 친절하시다는 느낌을 받았고 운행중에도 천천히 가주셔서 편안했습니다.
	예약가능	9 (2.4%)	공항에 가느라 아침 이른 시간으로 예약을 해놨었는데 시간약속이 철두철미하셨고, 한시간이나 먼저 오셔서 대기하고 계셨습니다. 친절하시고, 아기들과 부모님과 같이 탑승했는데 안전운행 해주셔서 대만족이었습니다.

구성개념	하위구성요소	사건수(%)	응답자의 구체적 서술
안전성 (43, 11.3%)	안전한 운전	43 (11.3%)	한달전 아차산역쪽에 늦을것 같던 공연장에 아이엠 기사님께서 안전하게 지름길로 데려다 주셨습니다. 다행히 7:00시 공연 시간을 맞출 수 있었고, 가지고 갔던 꽃 바구니도 트렁크에서 직접 꺼내 주셔서 너무 감사했던 기억이 납니다. 직접 운전했다더라면 마음이 너무 급하고 힘들었을텐데 아이엠 을 이용해서 편하게 절 도착했습니다.
편리성 (29, 7.7%)	이용의 편리함	29 (7.7%)	폰 충전기가 배치되어 있어 충전할 수 있어 편리했습니다.
고가성 (13, 3.4%)	비싼 가격	13 (3.4%)	다른 타 동종 업계 서비스에 비해만원 혹은 8000원 정도 항상 차이가 나서 비싸다고 생각합니다.

전체: (379건, 100%)

5. 결론 및 논의

스마트관광도시의 등장으로 주요 관광지가 아닌 지역이 관광에 눈을 돌리게 되었고 그 과정에서 다양한 모빌리티 서비스가 스마트관광모빌리티라는 명칭으로 관광 산업에 뛰어들고 있다. 이중에서도 대형 차량을 이용한 프리미엄 서비스를 지향하는 프리미엄 모빌리티는 다른 경쟁업체와는 달리 택시면허를 기반으로 관광 및 레저분야로 그 시장을 넓히고 있는 실정이다 (Chosun Biz, 2023). 따라서 프리미엄 모빌리티에 대한 탑승객의 이용 경험을 면밀하게 검토한다면 프리미엄 모빌리티가 관광 산업에 정착하는데 큰 도움이 될 것이다. 이에 이 연구에서는 모빌리티에 대한 선행연구를 검토하고 프리미엄 모빌리티 고객을 대상으로 질적연구방법론인 CIT를 적용하여 프리미엄 모빌리티 고객의 이용경험을 구성하고자 하였다.

이를 위해서 모빌리티 플랫폼, CIT에 관한 문헌을 구체적으로 파악한 후 고객들을 대상으로 프리미엄 모빌리티를 이용하면서 느낀 경험들을 심층적으로 분석하여 연구자들의 주관적인 판단으로 이용인식을 구성하는 6개의 범주와 9개의 하위요인들로 도출하였다. 총 최근 2개월간 아이엠(i.M)택시를 이용한 273명의 응답자들이 응답한 프리미엄 모빌리티의 만족 및 불만족과 관련된 결

정적 사건들은 379건으로 나타났다. 개방코딩 방법을 이용해서 RECSA모델의 요인을 바탕으로 6개의 구성범주는 ‘신뢰성’, ‘차별화된 서비스’, ‘편안함’, ‘안전성’, ‘편리성’, ‘고가성’으로 범주화 하였다. 한편, 6개의 범주 중 편리성은 기존 RECSA모델에 없는 요인으로 새로 추가되었으며 9개의 하위 구성요인 중 넓은 승차감과 비싼가격은 기존의 선행연구(조민지, 이영주, 2016; Horsu & Yeboah, 2015; Rose & Hensher, 2018)에서 나타나지 않은 새로운 구성요인으로 나타났다. 이를 통해 프리미엄 모빌리티를 이용하는 고객들은 넓은 승차감과 비싼가격이 이들의 이용인식에 큰 영향을 주는 것을 알 수 있었다. 따라서 넓은 승차감과 비싼가격이 관광과 레저목적으로 프리미엄 모빌리티를 이용하려는 고객들에게 어떤 영향을 미칠지에 대한 보다 심도있는 연구가 필요하다.

이 연구의 학술적 시사점은 다음과 같다. 첫째, CIT를 적용하여 아직 잘 알려지지 않은 프리미엄 모빌리티의 고객들의 이용경험 인식을 구성하는 요인들을 분석하고 고객들이 경험한 사건에서 만족했던 경험과 불만족했던 경험으로 분류하여 데이터들을 얻는 데 기여하였다. 관광시민들이 직접 경험한 내용을 바탕으로 이용경험 인식을 도출하였으므로 이들의 만족에 대한 사건들은 향후 관광교통 분야에서 참고할 수 있는 기초적인 토대가 될 것이다. 둘째, 구성요인들을 파악하는 방법론으로는 FGI,

델파이 등의 방법들이 주로 사용되어 왔으나(손해경, 2023; 장유현, 2018) 실증적인 결과에 있어 CIT와 차이점이 있다. FGI는 다양한 참여자들과 의견을 공유하는데 몇몇 의견이 강한 사람들의 의견이 주로 받아들여져서 소수의 의견이 무시되는 편향된 결과를 도출할 수 있다. 하지만 CIT는 참여자가 다른 참여자들의 의견을 신경 쓸 필요 없이 연구목적에 맞게 자신의 경험을 자유롭게 말할 수 있기 때문에 많은 양의 데이터를 얻을 수 있다. 따라서 본 연구는 CIT를 활용하여 다양한 데이터들을 얻을 수 있고 참여 대상자들의 한계가 적어서 FGI와 델파이 기법으로 구성요인을 파악했던 선행연구들(박복만, 원철식, 2020; 황수영, 2009)의 일반화의 한계점을 보완할 수 있는 연구방법이라고 볼 수 있다. 셋째, 고객들이 직접 경험한 사건들을 바탕으로 CIT를 적용하였고 ‘신뢰성’, ‘편안함’, ‘차별화된 서비스’, ‘안전성’, ‘편리성’, ‘고가성’으로 6개의 구성개념과 9개의 하위 구성요인들을 도출하였다. 특히 ‘편리성’, ‘넓은 승차감’과 ‘비싼가격’은 프리미엄 모빌리티만이 가지는 새로운 요인으로 기존 연구들과 차별성을 지닌다. 넷째, 프리미엄 모빌리티 고객들의 이용경험 인식은 프리미엄 모빌리티 이용을 유인하기 위한 매우 중요한 요인이다. 스마트관광모빌리티에서 프리미엄 모빌리티를 이용하는 이용자들은 공항, 골프, 의료관광 등의 관광목적으로 이용하는 경우도 많기 때문에 프리미엄 모빌리티 이용자들의 이용경험 분석은 가치가 있다. 따라서 이러한 요인의 발견은 향후 스마트관광 모빌리티를 연구하고자 하는 연구자들이 사용할 수 있는 중요한 개념의 발견으로 판단된다.

실무적 시사점으로는 첫째, 프리미엄 모빌리티 이용경험 인식을 구성하는 하위 구성요인들 중에서 ‘기사의 친절함’이 가장 많은 사건수로 나타났다. 앞으로 프리미엄 모빌리티 업체는 일반 모빌리티 서비스와는 차별을 두어 기사의 친절한 서비스를 강조할 필요성이 있다. 따라서 프리미엄 모빌리티 업체는 기사에게 양질의 교육을 제공

하여 친절한 서비스 마인드를 가질 수 있도록 교육할 필요가 있다. 둘째, 편안함의 넓은 승차감과 고가성의 비싼 가격은 프리미엄 모빌리티의 이용인식을 구성하는 하위 요인으로 새롭게 추가된 요인들이다. 따라서 프리미엄 모빌리티 업체는 기존 모빌리티와는 달리 넓은 승차감이 들 수 있도록 고객들에게 제공할 필요가 있다. 그리고 프리미엄 모빌리티 업체는 비싼가격을 보완하기 위해서 경제적인 측면에서 쿠폰과 같은 다양한 혜택을 제공하여 가격을 인하시키는 활동을 하는 것이 필요하다. 모빌리티 회사는 이용자들에게 넓은 승차감을 제공하고 비싼가격을 보완하는 정책을 시행한다면 이용자의 만족감은 향상시키고 불만족감은 줄어들도록 할 수 있게 될 것이다. 셋째, 대부분 일반 모빌리티의 이용인식을 분석한 사례는 많았지만 프리미엄 모빌리티의 이용인식을 분석한 사례는 적었다. 따라서 이 연구 결과는 이용자들의 프리미엄 모빌리티 서비스의 이용인식을 분석하여 프리미엄 모빌리티 업체에 이용자들의 만족, 불만족의 사례를 제공하면서 향후 모빌리티 서비스의 질을 향상시킬 수 있는 자료가 될 것이다. 넷째, 프리미엄 모빌리티 이용자들의 이용인식 결과로 도출된 9개 요인들은 프리미엄 모빌리티 업체가 관광업으로의 사업확장을 위한 기초자료로써 활용될 수 있다. 관광업계는 의료관광과 레저관광이 흥행되고 있으며 모빌리티 업체도 이에 맞춰 의료관광 및 레저를 이용하는 고객들을 위한 프리미엄 모빌리티 서비스를 제공하기 위해서 사업을 확장하고 있다. 도출된 요인들을 보면 모빌리티의 프리미엄 서비스로 인해 가격이 고가로 형성되었지만 전반적으로 만족했던 이용경험이 많은 것을 확인할 수 있다. 이는 향후 관광자들이 공항, 의료, 레저 관광을 위해 모빌리티를 이용할 때, 프리미엄 모빌리티가 고가일지라도 질 좋은 서비스를 제공한다면 관광자들이 특정 관광을 위해 많은 이용을 할 것임을 알 수 있다. 따라서 본 연구의 프리미엄 모빌리티를 이용했던 고객들의 이용경험 인식은 향후 관광자들에게

좋은 서비스를 제공할 수 있는 원천이 될 것이다.

마지막으로 이 연구의 한계점은 첫째, 이 연구는 온라인 설문을 통해 개방형 질문을 사용하여 데이터를 수집하였으나 온라인으로 데이터를 수집하는 것은 참여자들의 생각이나 표현 등을 제대로 파악할 수 가 없어 심층적인 데이터를 수집하기 어렵다. 따라서 향후 연구에서는 참여자를 직접 만나 인터뷰를 진행한다면 참여자의 생각, 감정, 표현 등을 심층적으로 분석할 수 있기에 더욱 풍부한 연구결과를 얻을 수 있을 것이다. 둘째, 본 연구는 아이엠(i.M)택시라는 단일 업체의 고객들을 대상으로만 분석이 되었다는 점에서 연구결과를 일반화하는데 어려움이 있다. 향후에는 보다 다양한 고객들을 대상으로 연구할 필요가 있다. 셋째, 질적연구 방법인 CIT를 이용하여 프리미엄 모빌리티의 이용경험 인식을 구성하는 요인을 도출하였다. 따라서 도출된 구성개념과 하위구성요인을 객관적으로 척도화 하는 작업이 중요하다. 모빌리티 업계는 현재 의료관광 및 레저를 목적으로 프리미엄 모빌리티가 이용되도록 사업을 확장하고 있다. 향후에는 특정 관광을 목적으로 프리미엄 모빌리티를 이용한 고객들의 이용경험을 파악하여 만족과 불만족에 대한 사례를 체계적으로 분석할 필요가 있다. 그리고 본 연구는 국내 관광시민을 대상으로 연구를 진행하였지만 향후 연구에서는 외래 방문객들을 대상으로 연구를 진행한다면 다른 결과가 도출될 것이다. 본 연구는 CIT를 바탕으로 연구자가 프리미엄 모빌리티를 이용했던 이용자의 개인적인 경험을 분석하였으므로 향후 연구에서는 양적연구에서 활용될 수 있도록 타당성을 검증할 수 있는 척도로 구성하여 프리미엄 모빌리티 관련 주제에 다양하게 적용될 수 있기를 기대한다.

<참고문헌>

[국내 문헌]

1. 강형중, 정남호, 부백 (2022). 모빌리티 앱 사용 관광객의 추구 가치에 따른 시장세분화 연구. **인터넷전자상거래연구**, 22(1), 107-126.
2. 김민호 (2023). **관광 전용 통합 모빌리티 플랫폼의 품질이 여행만족과 재방문 의도에 미치는 영향**. 석사학위논문, 한양대학교 대학원.
3. 김지현, 김승인 (2019). 모빌리티 플랫폼 서비스의 사용자 경험 연구: 카카오택시와 타다를 중심으로. **디지털융복합연구**, 17(7), 351-357.
4. 김현지, 구철모, 정남호 (2020). 관광객의 모빌리티 애플리케이션 수용에 관한 연구: 스트레스와 관광 경험의 관점에서. **한국경영정보학회 정기학술대회**, 170-176.
5. 김현지, 최정원, 구철모, 정남호 (2021). 여행 모빌리티 및 모빌리티 애플리케이션의 품질이 여행 만족도에 미치는 영향: 대중교통 이용 시 발생하는 스트레스의 조절 효과를 중심으로. **관광학연구**, 45(2), 149-173.
6. 박복판, 원철식 (2020). 부산 호텔산업의 문제점 조사 및 활성화 방안 연구: 호텔총지배인 FGI (Focus Group Interview) 를 중심으로. **관광레저연구**, 32(3), 253-270.
7. 손해경 (2023). 인천 섬 관광 체험에 관한 연구: 포커스 그룹 인터뷰 (FGI) 를 중심으로. **관광진흥연구**, 11, 141-160.
8. 송영민, 강준수 (2018). CIT 를 통한 국내 관광지 불평 사례 분석-강화도를 중심으로. **관광학연구**, 42(8), 85-107.
9. 이미연, 전악기 (2016). 결정적 사건기법 (CIT) 을 이용한 태권도장 블랙건슈머의 유형분류 및 대응방안 모색. **한국체육학회지**, 55(2), 301-319.
10. 이은주, 김승인 (2018). 카카오택시 사용자 경험에 관한 연구. **Journal of Digital Convergence**, 16(9), 359-364.
11. 장유현 (2018). 관광스타트업 창업경험에 대한 현상학적 연구-진화론적 관점에서 비즈니스 생태계를 중심으로. **관광학연구**, 42(9), 191-214.
12. 조민지, 이영주 (2016). 카카오택시 서비스 이용자의 이용 동기와 불만족 요인이 서비스 지속이용의사에 미치는 영향에 관한 연구. **e-비즈니스연구**, 17(3), 93-116.
13. 주신옥 (2018). 기술수용모델 (TAM) 을 적용한 관광전문플랫폼 이 고객만족과 행동의도에 미치는 영향. **관광연구**, 33(4),

57-74.

14. 차성미, 김수연 (2015). 외식업체의 고객참여행동과 고객시민행동에 관한 탐색적 연구: 결정적 사건기법(CIT) 활용. **관광학연구**, 39(8), 169-193.
15. 홍미영, 임은순 (2010). 교통수단에 따른 내국인 해외관광수요 결정요인 분석. **관광연구**, 25(2), 179-195.
16. 홍승혜, 변영시, 이정명 (2019). Q 방법론을 적용한 공유 모빌리티 서비스의 이용자 유형 연구 및 모빌리티 서비스 UX 디자인 전략. **한국콘텐츠학회논문지**, 19(10), 568-580.
17. 한국관광공사 (2021). **스마트관광도시 조성 가이드라인 소개**.
18. 황수영 (2009). 델파이기법을 이용한 관광산업의 e-CRM 활동 척도 개발-여행·호텔·항공·외식업을 중심으로. **관광학연구**, 33(5), 453-475.

[국외 문헌]

19. Alonso, B., Barreda, R., dell' Olio, L., & Ibeas, A. (2018). Modelling user perception of taxi service quality. **Transport Policy**, 63, 157-164.
20. Butterfield, L. D., Borgen, W. A., Amundson, N. E., & Maglio, A. S. T. (2005). Fifty years of the critical incident technique: 1954-2004 and beyond. **Qualitative Research**, 5(4), 475-497.
21. Casais, B., Fernandes, J., & Sarmento, M. (2020). Tourism innovation through relationship marketing and value co-creation: A study on peer-to-peer online platforms for sharing accommodation. **Journal of Hospitality and Tourism Management**, 42, 51-57.
22. Chell, E., & Pittaway, L. (1998). A study of entrepreneurship in the restaurant and café industry: Exploratory work using the critical incident technique as a methodology: Prize-winning Paper from the IAHS Conference at Sheffield Hallam University, England, November 1997. **International Journal of Hospitality Management**, 17(1), 23-32.
23. Chung, H. C., Chung, N., & Kim, J. Y. (2022). How do online hotel consumers perceive room rates? **Journal of Vacation Marketing**, 28(3), 350-365.
24. Fajri, K., & Kartika, T. (2016, May). The service quality of taxi in supporting tourism industry (case study in Bandung). In **Asia Tourism Forum 2016-the 12th Biennial**

- Conference of Hospitality and Tourism Industry in Asia* (pp. 518–522). Atlantis Press.
25. Flanagan, J. C. (1954). The critical incident technique. *Psychological Bulletin*, *51*(4), 327.
 26. Garbarino, E., & Johnson, M. S. (1999). The different roles of satisfaction, trust, and commitment in customer relationships. *Journal of Marketing*, *63*(2), 70–87.
 27. Govender, K. K. (2016). Exploring public transport service quality: the case of mini-bus taxi service in South Africa. *Eurasian Business Review*, *6*, 101–116.
 28. Grove, S. J., & Fisk, R. P. (1997). The impact of other customers on service experiences: A critical incident examination of “getting along”. *Journal of Retailing*, *73*(1), 63–85.
 29. Hansemark, O. C., & Albinsson, M. (2004). Customer satisfaction and retention: The experiences of individual employees. *Managing Service Quality: An International Journal*, *14*(1), 40–57.
 30. Horsu, E. N., & Yeboah, S. T. (2015). Influence of service quality on customer satisfaction: A study of minicab taxi services in Cape Coast, Ghana. *International journal of economics, commerce and management*, *3*(5), 1451–1464.
 31. Islam, R., Chowdhury, M. S., Sarker, M. S., & Ahmed, S. (2014). Measuring customer’s satisfaction on bus transportation. *American Journal of Economics and Business Administration*, *6*(1), 34–41.
 32. Kim, H., Koo, C., & Chung, N. (2021). The role of mobility apps in memorable tourism experiences of Korean tourists: Stress-coping theory perspective. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, *49*, 548–557.
 33. Li, L., Bai, Y., Song, Z., Chen, A., & Wu, B. (2018). Public transportation competitiveness analysis based on current passenger loyalty. *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, *113*, 213–226.
 34. Luke, R., & Heyns, G. J. (2020). An analysis of the quality of public transport in Johannesburg, South Africa using an adapted SERVQUAL model. *Transportation Research Procedia*, *48*, 3562–3576.
 35. McKnight, C. E., Pagano, A. M., & Paaaswell, R. E. (1986). Using quality to predict demand for special transportation. In *Behavioural Research for Transport Policy/International Association for Travel Behaviour*.
 36. Neal, J. D., Sirgy, M. J., & Uysal, M. (1999). The role of satisfaction with leisure travel/tourism services and experience in satisfaction with leisure life and overall life. *Journal of Business Research*, *44*(3), 153–163.
 37. Oliver, R. L. (1980). A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions. *Journal of Marketing Research*, *17*(4), 460–469.
 38. Perelygina, M., Kucukusta, D., & Law, R. (2022). Digital business model configurations in the travel industry. *Tourism Management*, *88*, 104408.
 39. Rice, S., Winter, S. R., Doherty, S., & Milner, M. (2017). Advantages and disadvantages of using internet-based survey methods in aviation-related research. *Journal of Aviation Technology and Engineering*, *7*(1), 5.
 40. Rose, J. M., & Hensher, D. A. (2018). User satisfaction with taxi and limousine services in the Melbourne metropolitan area. *Journal of Transport Geography*, *70*, 234–245.
 41. Rouf, K. B. A., Hossain, D. M., & Hossain, M. (2019). Female passengers’ perception on the service quality of public bus services: an exploratory study on Dhaka City, Bangladesh. *International Journal of Gender Studies in Developing Societies*, *3*(2), 99–125.
 42. Shaheen, S., Cohen, A., & Zohdy, I. (2016). *Shared mobility: Current practices and guiding principles* (No. FHWA-HOP-16-022). United States, Federal Highway Administration.
 43. Signorile, P., Larosa, V., & Spuru, A. (2018). Mobility as a service: A new model for sustainable mobility in tourism. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, *10*(2), 185–200.
 44. Song, H., Van der Veen, R., Li, G., & Chen, J. L. (2012). The Hong Kong tourist satisfaction index. *Annals of Tourism Research*, *39*(1), 459–479.
 45. Teng, C. C., Hsu, S. M., Lai, H. S., & Chen, H. (2020). Exploring ethical incidents in the Taiwanese hotel industry. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, *21*(4), 422–439.
 46. Tsaor, S. H., & Lo, P. C. (2020). Measuring memorable dining experiences and related emotions in fine dining

restaurants. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 29(8), 887–910.

47. Virkar, A. R., & Mallya, P. D. (2018). A review of dimensions of tourism transport affecting tourist satisfaction. *Indian Journal of Commerce and Management Studies*, 9(1), 72–80.
48. Wei, D. (2022). Gemiverse: The blockchain-based professional certification and tourism platform with its own ecosystem in the metaverse. *International Journal of Geoheritage and Parks*, 10(2), 322–336.

[URL]

49. 아시아경제 (2018). <https://www.asiae.co.kr/article/2018100511331828466>
50. 한국경제 (2024). <https://www.hankyung.com/article/2024011430811>
51. 조선일보 (2023). https://it.chosun.com/site/data/html_dir/2023/01/12/2023011202040.html
52. 파이낸셜뉴스 (2023). <https://www.fnnews.com/news/202302230801315274>
53. ZDNET Korea (2022). <https://zdnet.co.kr/view/?no=2023024175255>
54. Chosun Biz (2023). https://biz.chosun.com/it-science/ict/2023/12/15/T62VQJRZCJA6XJPXRZWVEOVVGE/?utm_source=naver&utm_medium=original&utm_campaign=biz
55. Ciociso 매거진 (2023). http://ciociso.com/bbs/board.php?bo_table=news&wr_id=7967

저 자 소 개



정 혜 인 (Hyein, Jeong)

현재 경희대학교 스마트관광원 석사과정에 재학 중이다. 국가전문자격증인 관광통역안내사(영어, 중국어), 국제의료관광코디네이터, 국외여행인솔자 등을 취득하여 관광산업에서 활동하고 있다. 주요 관심분야는 스마트관광, 문화관광, 관광경영 등이다.



홍 석 표 (Seokpyo, Hong)

현재 (주)진모빌리티 부사장, MHQ Ltd 대표이사 업무를 수행하고 있다. 금융에서 업무를 시작하여 게임분야의 국내 및 해외에서 16년 근무 후 스마트관광, 스마트모빌리티 분야에서 종사 중이다. 연세대학교 경영학과 학사를 졸업하고 현재 경희대 학교 스마트관광원에 재학 중이다. 스마트관광 분야의 이동, 통합시스템, 결제분야에 대하여 많은 관심을 가지고 있다.



정 남 호 (Namho, Chung)

현재 경희대학교 호텔관광대학 학장, 스마트관광연구소장, BK21 Four 교육연구단장을 맡고 있으며 2023년부터 한국연구재단의 인문사회연구소사업을 수행하고 있다. 성균관 대학교에서 경영정보학 전공으로 박사 학위를 취득하였다. 소비자의 정보시스템 사용과 지식공유 활동에 관심을 가지고 이를 호텔 및 관광분야로 확장하여, 스마트관광 관련 연구를 진행하고 있다. Journal of Travel Research, Tourism Management, Decision Support Systems, Information & Management 등 주요 학술지에 논문을 발표하였다. 2013년 그간의 업적을 인정받아 경희대학교 명예의 전당에 이름을 올렸다.

〈 Abstract 〉

Configuration of Premium Mobility Customer's Experience Using a Critical Incident Technique

Jeong, Hyein^{*}, Hong, Seokpyo^{**}, Chung, Namho^{***}

With the recent emergence of smart tourist cities, premium mobility is being considered an important means of transportation in the tourism. However, there has been insufficient research conducted on the experience of premium mobility among its users. Accordingly, this study used CIT to analyze the components of the user experience of customers who used premium mobility. In order to specifically identify the factors that make up the premium mobility experience, 366 cases of satisfaction and 13 cases of dissatisfaction were collected through a total of 273 online surveys. As a result of the study, based on the customer's experience using premium mobility, CIT was applied to derive 6 categories and 9 sub-factors that constitute the perception of premium mobility. In particular, this study is different from existing studies in that convenience was added as a new category out of the 6 categories, and wide ride comfort and high price were derived as new sub-factors among the 9 sub-factors. Because of this, it has academic significance. Therefore, if scales suitable for quantitative research are developed based on the derived constructs, they could be widely applied to various topics related to premium mobility in the tourism field.

Key words: Premium Mobility, RECSA model, Smart Tourism Cities, Critical Incident Technique, Knowledge management

* Smart Tourism Education Platform, Kyung Hee Univ.

** Smart Tourism Education Platform, Kyung Hee Univ.

*** Smart Tourism Education Platform, Kyung Hee Univ.