



저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.



변경금지. 귀하는 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공할 수 없습니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

이것은 [이용허락규약\(Legal Code\)](#)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

[Disclaimer](#)

석사학위논문

관광지 u-Ticket 서비스 수용의도에
관한 연구 : 기술수용모델 적용을
중심으로



濟州大學校 大學院

經營情報學科

高 奇 汶

2010 年 8 月

관광지 u-Ticket 서비스 수용의도에
관한 연구 : 기술수용모델 적용을
중심으로

指導教授 金民哲

高奇汶

이 論文을 經營情報學 碩士學位 論文으로 提出함.

2010年 8月

高奇汶의 經營情報學 碩士學位 論文을 認准함.

審査委員長 _____ ①

委 員 _____ ①

委 員 _____ ①

濟州大學校 大學院

2010年 8月

A Study on the Acceptance Factors of
u-Ticket Service in Tourist Destinations
: using TAM

Gi-moon Ko

(Supervised by professor Min-cheol Kim)

A thesis in partial fulfillment of the requirement for
the degree of Master of Management Information Systems.

2010. 8.

This thesis has been examined and approved.

Department of Management Information Systems
GRADUATE SCHOOL
JEJU NATIONAL UNIVERSITY

<목 차>

제 1 장 서 론	1
제1절 연구 배경과 연구 목적	1
제2절 연구 방법과 논문의 구성	3
제 2 장 이론적 고찰	4
제1절 관광정보와 관광정보시스템	4
1. 관광정보와 관광정보시스템	4
2. 모바일 관광정보 서비스	6
제2절 u-Tourism	7
1. u-Tourism의 개념	7
2. u-Tourism 서비스	9
제3절 정보기술수용모델(TAM)	13
1. 정보기술수용모델의 개요	13
2. 기술수용모델의 외부변수에 관한 연구	15
제 3 장 연구 모형 및 가설의 설정	17
제1절 연구 모형	17
제2절 연구 가설의 설정	18
1. TAM 관련 연구가설	18
2. 외부변수 관련 연구가설	19
제3절 연구 변수의 조작적 정의와 측정	22
1. 지각된 사용 용이성	22
2. 지각된 유용성	22
3. 태도와 이용의도	22

4. 사회적 영향	23
5. 이동성·연결성	23
6. 자기효능감	24
제4절 자료의 수집	25
1. 설문지의 구성	25
2. 자료수집	26
3. 자료 분석 방법	26
제 4 장 실증분석	27
제1절 표본의 특성	27
1. 인구 통계학적 특성	27
2. 측정도구의 신뢰성·타당성 검증	29
제2절 연구 가설의 검증 결과	33
1. 연구모형의 확인적 요인분석	33
2. 연구 가설의 검증	35
제 5 장 결 론	38
제1절 연구의 요약 및 시사점	38
제2절 연구의 한계	39
참 고 문 헌	41
A b s t r a c t	46
부록 설문지	48

〈표 차례〉

<표 3-1> 설문지 구성	25
<표 4-1> 응답자의 성비	27
<표 4-2> 응답자의 연령	27
<표 4-3> 응답자의 학력	28
<표 4-4> 응답자의 소득	28
<표 4-5> 직업	29
<표 4-6> 측정 항목의 신뢰성 분석 결과	30
<표 4-7> 외부 관련 변수의 요인분석 결과	32
<표 4-8> 지각된 유용성과 사용 용이성의 요인분석 결과	33
<표 4-9> 전체 개념에 대한 확인적 요인분석 결과	34
<표 4-10> 가설검증	37

〈그림 차례〉

<그림 2-1> 관광정보유형 및 활용분야	5
<그림 2-2> 관광정보서비스 영역 정의	10
<그림 2-3> 시스템 구성도	12
<그림 2-4> 시스템 내역	12
<그림 2-5> Davis(1989)의 TAM	13
<그림 3-1> 연구모형	17

제 1 장 서 론

제1절 연구 배경과 연구 목적

세계 10억 인구의 필수품이 되어버린 휴대폰은 최근의 스마트폰인 아이폰의 열풍과 같이 그 누구도 예상하지 못했던 속도로 진보하고 있다. 휴대폰과 같은 모바일 장치를 이용하여 사진을 찍고, 무선인터넷에 접속하여 다양한 멀티미디어 콘텐츠와 정보를 실시간으로 즐기고 검색하거나, 개인의 스케줄 관리는 물론 노트북 등 다른 시스템과 연결되어 원격제어, 위치기반서비스(LBS), SNS(social network service)를 제공한다. 특히 어떤 정보 기기 사용자가 어디에 있는지에 관한 정보를 활용하는 서비스인 LBS는 무선 스마트폰 사용자에게 그 사람이 여행하고 있는 지역에 관한 특별한 광고를 제공할 수 있게 하고, SNS는 여행하는 지역에 대한 살아있는 정보를 거의 실시간으로 제공함으로써 여행만족도를 높이는 데 기여하고 있는 등 관광지에 대한 정보에 대한 욕구가 큰 여행시장에서 모바일 서비스는 언제 어디서나 원하는 정보를 획득할 수 있는 통로가 된다는 점에서 중요성이 커지고 있다.

이처럼 시간과 장소에 구애받지 않고 자유롭게 네트워크에 접속하여 정보를 수용할 수 있는 정보기술 환경 또는 패러다임인 유비쿼터스 환경이 구축됨에 따라 지금까지 가정이나 사무실에서 이뤄졌던 것들이 정해진 공간을 벗어나서 모바일 환경으로 확대되고 있다(안경모·김주연, 2009, p.46). 특히, 관광산업에 있어서 그 활용도가 높을 것으로 전망되며, 새로운 관광산업의 패러다임으로서 제시될 수 있을 것으로 보인다. 실제로 유비쿼터스 서비스 발전은 정보집약적 산업이 관광분야에서도 가시화되고 있는데, 문화체육관광부는 국내관광 활성화를 위해 2006년부터 인터넷, 모바일, 유비쿼터스 등 정보기술을 응용하여 관광지, 숙박, 음식, 지리정보 등 지역 관광정보를 실시간으로 쉽고 빠르게 제공하는 기반 구축을 위한 u-Tourpia 사업을 시행해오고 있다.

이러한 시점에서 관광객들의 모바일 관광정보 서비스 이용의도에 영향을 미치

는 요인에 관하여 연구하는 것은 매우 시의적절하다고 할 수 있다. 따라서 관광객들이 관광지 u-Ticket 서비스와 같은 새로운 서비스를 어떠한 이유에서 사용하며, 이러한 서비스를 이용하는데 있어서 어떠한 요인을 주로 고려하는지와 관련한 연구의 필요성은 높다 할 수 있다. 또한 이러한 새로운 정보기술을 활용한 서비스의 이용에 있어서 다양한 요인들이 영향을 미치고 있음에도 그 특성을 반영하지 못하고 단편적인 요인으로만 분석한 경우가 많아 관광시장의 특성과 모바일이라는 특성을 반영하는 연구가 필요하다.

이러한 점에서 본 연구에서는 관광정보 서비스의 새로운 채널로 등장한 관광지 u-Ticket 서비스의 수용요인을 분석하여 사용자들이 관광지 u-Ticket 서비스를 수용하는데 미치는 영향 요인을 파악하고자 하였다. 이에 따라 기존의 기술수용이론의 대표적인 모델인 TAM을 채택하여 관광지 u-Ticket 서비스 분야에 적용해보았다. 특히, 이 기존의 관광정보 서비스와 가장 차별되는 특성이라고 할 수 있는 이동성과 연결성을 포함하여 자기효능감 등의 외부변수를 투입하여 기존의 TAM 모델의 확장을 시도하고, 관광지 u-Ticket 서비스 수용 여부에 미치는 영향에 대해 알아보았다. 이러한 연구를 통해서 u-Ticket 서비스의 확산을 위해 기업들이 주력해야 할 부분을 찾을 수 있을 것으로 기대된다.

또한, 그 동안의 연구가 서비스 제공자 측면에서 이루어진 경우가 대부분이었다는 것을 볼 때, 새로운 관광 비즈니스의 한 영역으로서 관광지 u-Ticket 분야를 살펴보는 것은 상당히 의미 있는 일이라고 생각한다.

본 연구의 과제를 정리해 보면 다음과 같다.

첫째, 새로운 기술 기반 서비스에 대한 사용자의 수용 요인을 연구한 기존 문헌 조사를 통해 관광지 u-Ticket 서비스 이용에 영향을 미칠 수 있는 요인들을 규명한다.

둘째, 관광지 u-Ticket 서비스 수용에 실제로 영향을 미치는 요인들을 체계적으로 분석함으로써 관광지 u-Ticket 서비스 활성화에 도움이 될 수 있는 시사점을 찾는다.

제2절 연구 방법과 논문의 구성

본 연구는 관광지인 제주를 방문한 관광객을 대상으로 관광지 u-Ticket 서비스에 대한 기술수용모델을 검증하고 시사점을 도출하기 위해 문헌연구와 실증연구를 병행하여 연구를 진행하였다.

구체적인 연구방법은 다음과 같다.

첫째, 전문 서적과 논문 등의 문헌 자료와 인터넷상의 각종 연구 보고서나 신문 기사, 기타 자료 등을 활용하여 관광지 u-Ticket과 기술수용이론과 관련하여 문헌연구를 진행하였다.

둘째, 이러한 선행 연구를 통해 개발한 연구모형을 구조화된 설문지를 통해 자료수집을 하고 이를 통계패키지를 활용하여 분석하였다.

본 연구는 크게 5개의 장으로 구성되어 있다.

제1장은 서론 부분으로 본 연구의 배경과 목적을 제시하고 연구 방법과 대상을 살펴보았다.

제2장은 문헌 연구로써 관광지 u-Ticket의 개념과 정의, 현황에 대한 내용과 본 연구의 모형 도출의 기반이 된 기술 수용 모형에 관한 선행연구를 살펴보았다.

제3장은 이 연구의 연구 모형과 가설의 설정, 변수의 조작적 정의에 대해 설명하였다.

제4장은 자료 분석 및 연구 가설의 검증에 관한 내용을 다루고 있다.

제5장은 본 연구의 결론 부분으로 분석된 자료를 통해 연구 결과를 정리하고 연구의 논의 및 한계, 향후의 연구 방향을 살펴보았다.

제 2 장 이론적 고찰

제1절 관광정보와 관광정보시스템

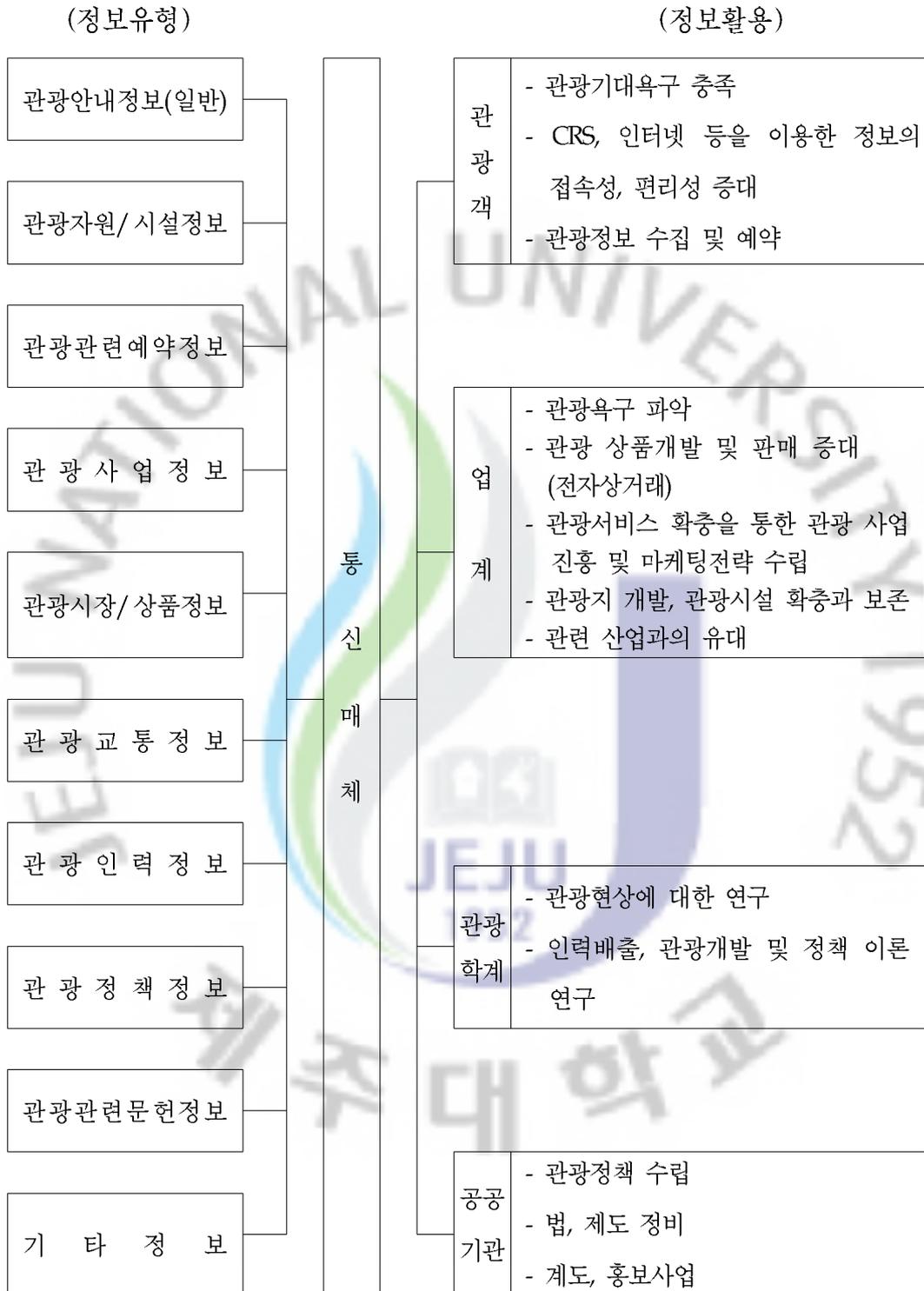
1. 관광정보와 관광정보시스템

(1) 관광정보

일반적인 관광정보의 정의를 살펴보면 “관광객의 관광목적에 부합되는 정보”라는 개념이 중심으로 통용되고 있다. 즉, 관광객의 관광을 위해 제공되어지는 관광안내정보를 의미하는 것으로 파악되고 있는 것이다. 학술적 측면에서 김천중(2000)은 관광정보는 관광객들이 목적지향적인 선택행동을 하는데 유용한 일체의 알림사항이라고 하며, 관광체계 내에서 관광정보는 교통수단과 함께 관광주체인 관광객과 관광객체인 관광대상을 연결시켜주는 관광매체로서 관광체험 욕구를 충족시키는 역할을 한다고 정의된다. 또한 김향자·손정환(1999)은 관광관련 정보를 제공함으로써 이용자의 관광욕구를 충족시키며, 목적 지향적인 관광활동을 위해 가치 있는 형태로 수집, 가공, 제공되는 일련의 관광관련 정보라 정의하고 있다.

그러나 이와 같은 정의들은 관광정보에 대한 정의라기보다는 관광안내정보에 대한 정의를 표현한 것으로 관광정보는 관광안내정보만이 아니라 관광과 관련된 모든 정보가 포함되어야 한다. 즉, 관광부문의 정보는 <그림 2-1>에서 볼 수 있듯이 관광객을 위한 관광안내정보와 더불어 정부·민간사업체·연구기관 등에서의 관광정책, 관광통계, 관광법령, 관광관련 문헌자료, 관광산업현황, 해외관광산업 동향 등 다양한 부문에서의 정보를 포괄하는 개념이다.

<그림 2-1> 관광정보유형 및 활용분야



자료원: 한국관광연구원(1999). 관광안내정보시스템 구축방안.

(2) 관광정보시스템

관광정보시스템은 관광객이 관광이라는 행위를 실시하기 전, 이에 대한 심리적 의문에서부터 관광지의 소개 및 일정작성에 이르기까지의 서비스를 특정 통신망을 통하여 제공받고, 일련의 여행상품과의 사전비교를 통하여 보다 효과적인 관광이 되도록 유통하는 시스템(박중찬, 1999)이나, 관광관련 정보를 얻고자 하는 정보이용자의 요구와 필요를 충족시킬 수 있는 관광관련 정보를 체계적, 효율적으로 제공하는 시스템으로서의 관광정보 제공원(권순조, 2001) 등으로 정의된다.

즉, 관광정보시스템은 관광안내정보시스템, 관광전자상거래시스템, 관광업무지원 시스템 등으로 구축, 운영되며, 관광과 관련된 정보들을 정보이용자의 이용요구를 충족시킬 수 있도록 관광정보를 체계적이고 효율적으로 서비스하는 시스템이라 할 수 있다.

2. 모바일 관광정보 서비스

관광에서의 정보탐색은 낯선 목적지에 대한 불안감을 해소하고 관광의 질을 높이는데 중요한 역할을 한다(Fodness & Murray, 1997). 특히, 전문가이드 없이 여행하는 개별관광객 수가 증가하는 상황에서 이들의 여러 가지 상황에 대한 의사결정에 있어서 관광지에 대한 정보는 정확하고 신속한 정보의 제공은 관광객의 입장에서 매우 중요하다고 할 수 있을 것이다.

과거의 관광객들은 책이나 경험자들의 구전 등에 의존하여 관광지에 대한 정보를 수집하였으나, 정보기술의 발달로 인해 많은 관광객들은 컴퓨터와 인터넷을 기반으로 한 온라인 관광정보에 의지하고 있다. 실제로 인터넷 기반 정보기술은 PDA, 휴대전화 등의 모바일 기기를 통한 정보검색이 가능해지면서, 그 영역이 확대되어 가고 있다. 이들 기기는 휴대할 수 있으며 실시간으로 새로운 정보를 검색할 수 있어 시·공간적 제약으로부터 자유로운 획기적인 정보제공 매체라고 할 수 있다. 이러한 경향을 인식한 많은 지자체와 기관들은 관광객들의 편의증진을 위해 모바일 기기를 이용한 관광정보 수용을 용이하게 하기 위한 시스템 구축에 노력을 기울이고 있다.

이러한 경향에 따라 모바일 관광정보 서비스에 대한 연구를 보면, 박현지·권영국(2007)은 모바일 인터넷 수용에 관한 김호영·김진우(2002)의 연구에서 사용된 지각된 유용성, 지각된 사용 용이성, 사회적 영향, 즉시접속성, 지각된 즐거움 등을 모바일 관광정보서비스 특성의 구성요소로 포함하고, 이러한 특성들이 이용객들의 태도 및 행동의도에 미치는 영향을 분석하였다. 또한 박현지(2008)는 무료 인터넷이 제공되는 대학 내 학생들을 대상으로 모바일 관광정보 서비스 경험에 따른 행동을 연구했는데, 혁신상황, 모바일 인터넷 친숙도, 지각된 즐거움의 개인적 특성, 시스템 품질, 개인화, 지각된 유용성, 지각된 사용 용이성의 기술적 특성, 사회적 영향, 연결성의 사회적 특성, 즉시접속성, 상황기반 제공성, 친화성의 U특성이 가치 및 행동의도에 미치는 영향을 밝혔다. 한편 김외영·이재은·신현욱·박현지(2008)은 홈페이지와 단말기를 활용한 u-Tour 서비스를 실시하고 있는 통영시의 u-Tour 체험관에서 관광서비스를 체험한 방문객들을 대상으로 이용동기가 만족과 행동의도에 미치는 영향을 파악하였다.

이러한 연구들은 모바일 관광정보 서비스에 관한 초기적 연구로서 의미를 가지지만, 실제 관광지를 방문한 관광객을 대상으로 하지 않아 모바일 관광정보 서비스의 특성에 관한 실질적 인식을 반영하지 못하는 한계가 있다고 할 수 있다.

제2절 u-Tourism

1. u-Tourism의 개념

u-Tourism이란 Ubiquitous Tourism의 약어로 Ubiquitous는 “언제, 어디서나 동시에 존재한다”는 뜻의 라틴어에서 유래한 말이다. 현재는 모든 곳에 존재하는 컴퓨터 또는 휴대전화, TV, 게임기, 휴대용 단말기, 카 네비게이터, 센서 등 pc가 아닌 다른 기기가 네트워크화 되어 언제, 어디서나, 누구나 통신망을 사용할 수 있다는 것을 의미하며 u-Tourism은 이러한 유비쿼터스 기술이 관광에 적용되는 것을 말하며, 유비쿼터스 기술을 이용한 정보서비스와 같은 개념으로 볼 수 있다

(김현정, 2007, p.297).

따라서 u-Tourism 정보서비스란 관광정보에 대한 모바일 서비스로서, 휴대용 단말기를 통해 언제, 어디서나 자유롭게 각종 데이터와 관광정보를 송수신하는 서비스를 의미한다. 이때의 관광정보란 관광행위를 할 때 필요한 모든 정보, 즉 쇼핑, 오락, 교통, 식음료, 관광지 관련 정보 등을 포함한다. 다시 말해, 언제 어디서나 정보이용이 가능한 유비쿼터스 기술을 활용하여 관광객들이 실시간으로 위치기반의 필요정보를 획득할 수 있게 서비스하는 것을 말한다(김현정, 2007, p.297).

u-Tourism이 성립하기 위해서는 u-Tourism을 구성하는 요소(IT 기기)가 네트워크에 연결되어 있어야만 한다. 예를 들면 관광지에서 특정 관광대상물에 RFID Tag를 부착하고 이를 RFID Reader가 내장된 휴대 단말기로 읽어 들여 관광대상물에 대한 정보안내를 제공받을 수 있다면, RFID Tag와 휴대 단말기가 네트워크에 연결되어 있는 상태이므로 u-Tourism 서비스의 한 형태라고 볼 수 있으며, 휴대단말기가 무선통신망 또는 무선인터넷망에까지 연결된다면 이는 더 진보된 u-Tourism의 서비스 형태라고 할 수 있다(조인숙, 2009, p.7).

관광이라는 자체가 움직임이 있으며, 특히 관광활동 중에 가치(value)가 발생함과 동시에 즉각적인 의사결정이 이루어져야 한다는 특성을 만족시킬 수 있는 것이 유비쿼터스 기술이라는 관점에서 유비쿼터스 기술의 관광관련 분야 적용은 다양하게 이루어 질 수 있을 것이다(박현지·권영국·이호근·주현식·최정순·박중환, 2007, p.206).

문화체육관광부 및 한국관광공사에서는 선진형 관광안내 체계를 구축하기 위해 지자체와 연계하여 2006년부터 u-Travel City 구축사업 및 u-Tourpia 사업 추진 및 다양한 u-Tourism 구축 정책을 실시하고 있으며, 각 지자체에서도 필요성을 인식하고 자체적으로 u-Tourism을 구축하면서 IT 인프라와 관광산업을 융합한 u-Tourism 산업이 빠른 속도로 전국의 관광지에 구축되기 시작하였다. 국외인 경우도 유럽지역에서는 대륙내에서 자동차를 이용한 이동이 빈번하여 지리정보를 중심으로한 GIS, GPS, LBS 등의 서비스 시연 및 구현에 매진하고 있으며 모바일 폰과의 융합에 초점을 맞춘 u-Tourism이 급속도로 확산되고 있다.

2. u-Tourism 서비스

u-Tourism 서비스에서 전효재(2006)는 관광객의 여행일정에 따라 관광안내 정보 서비스의 영역을 여행을 기획하는 단계(pre-trip), 여행 중 단계(on-trip), 여행을 마치고 돌아오는 단계(back-trip), 여행후기 단계(after-trip)의 4단계로 세분화하고 있다.

<그림 2-2>에서 U-Tourism 서비스가 실시되는 기본적인 내역을 항목별로 구분해 보면, 첫째 여행을 기획하고 후기를 남기기 위한 관광포털사이트 서비스(pre-trip, after-trip), 둘째 관광지에서 관광안내를 제공하기 위한 관광정보 안내 단말기 서비스(on-trip, back-trip), 셋째 관광대상물에 RFID Tag를 부착하여 정보 안내를 제공하거나 관광객이 RFID Card를 휴대하여 관광정보 안내를 제공받는 RFID 서비스(one-trip), 넷째 개인이 휴대하며 언제 어디서나 관광정보 안내가 제공되는 휴대단말기를 이용한 모바일 서비스(on-trip, back-trip), 다섯째 시티투어 버스나 기타 이동수단에 장착되어 관광정보 안내를 제공하는 차량 탑재형 단말기 안내서비스(on-trip)등의 5가지 형태로 구성된다고도 볼 수 있다(조인숙, 2009, p.9).

(1) RFID 서비스

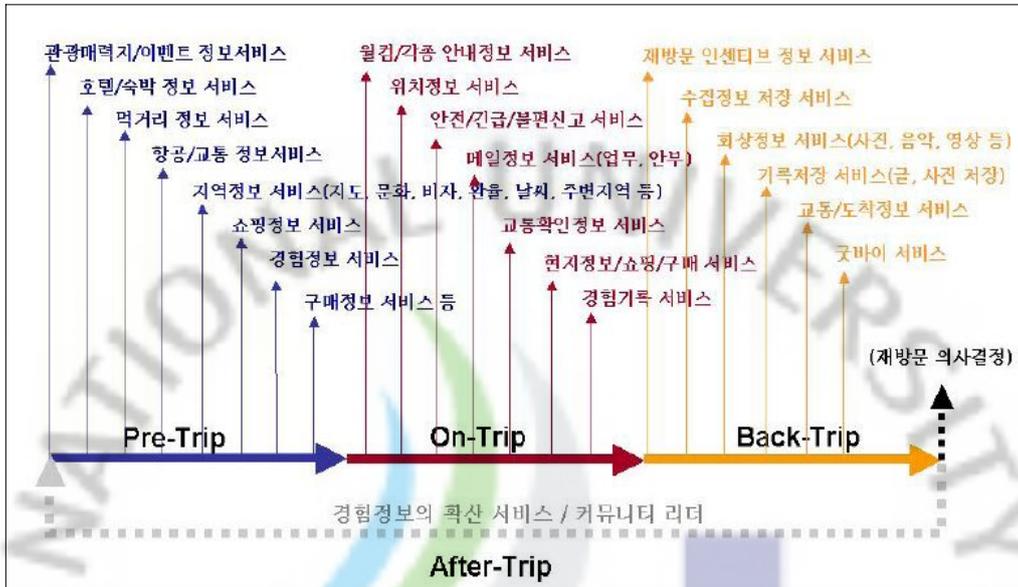
u-Tourism 서비스 중 RFID의 출현은 IC칩과 무선을 통해 식품, 동물, 사물 등 다양한 개체의 정보를 관리하게 함으로써 물류관리, 화물수송, 의료 및 헬스케어 분야, 관광산업 등 모든 산업에 유비쿼터스 개념을 급속하게 확산시키고 있다.

U-Tourism 에서는 주로 관광대상물에 RFID Tag를 부착한 서비스가 제공되고 있으며, RFID 서비스는 관광목적물에 부착된 Tag를 읽어서 화면이나 소리로 들을 수 있는 RFID Reader를 반드시 필요로 한다.

최근 IT 기기의 발전으로 초소형 RFID를 휴대폰이나 PDA에 내장할 수 있게 되면서 U-Tourism 에 급속도로 도입되기 시작하였고, RFID Tag를 Card에 내장하고 관광객이 휴대할 경우에는 관광객에 대한 개인정보를 관리할 수 있게 되므로 RFID Card를 이용한 예약이나 관광요금 결제, IT 기기 사용권한 부여, 개인

맞춤형 정보 제공 등이 가능하다(조인숙, 2009, p.15).

<그림 2-2> 관광정보서비스 영역 정의



자료원 : 조인숙(2009). 석사학위논문.

RFID Card 서비스에 대해 예를 들면, 관광객이 여행을 하기 전에 포털사이트를 통해 개인정보를 제공하고 여행예약을 하거나 관광안내소에서 신상명세를 제출하면 관광객 개인 고유정보를 인식할 수 있게 하는 RFID Card를 발급 받을 수 있게 된다. 여행시 RFID Card를 소지한 관광객은 특별한 절차 없이 관광안내용 휴대단말기를 대여 받을 수 있으며, 관광정보 안내 단말기에 RFID Card를 접근시켜 개인 관광기호에 맞는 맞춤형 관광정보 안내를 제공받을 수 있고 각종 이벤트에 참여할 수 있게 된다.

관광지에서 이동수단을 이용할 경우 RFID Card를 통한 요금결제가 이루어지며 RFID 서비스에 가입된 가맹점(식당, 호텔)을 통해서는 할인된 금액으로 결제가 가능하도록 서비스 할 수 있다. RFID 기술을 이용한 서비스가 지역마다 관광지의 특색에 맞추어 개발된다면 다양한 서비스를 제공할 수 있다.

(2) 관광지 u-Ticket 서비스

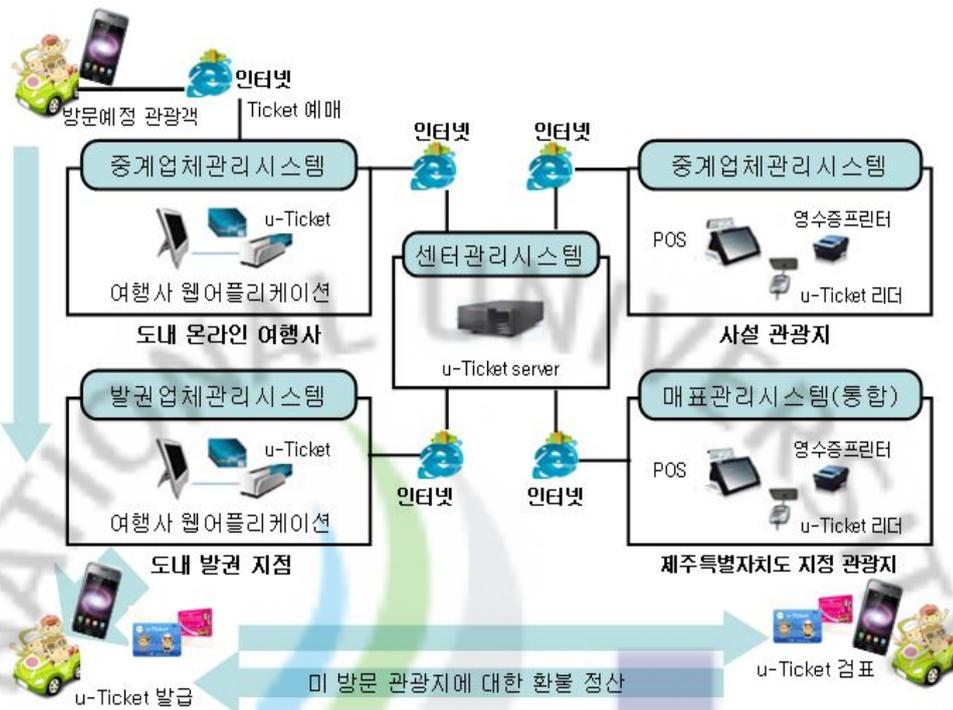
관광지 u-Ticket 서비스는 관광지에 대한 One-Ticket 서비스를 통해 관광객의 소비를 촉진시키기 위한 것으로 금융 및 소액결제 기능을 포함한 RFID 기반의 미래형 티켓 시스템이라 할 수 있다. 기존에 종이로 된 관광지 입장권을 RFID Tag가 내장된 최첨단 카드형 U티켓으로 대체하는 통합입장권 발권 서비스로 관광객의 편의를 증진시키는 유비쿼터스 관광인프라를 구현한 서비스이다.

현재 관광지 u-Ticket 서비스를 이용하기 위해서는 온라인을 통해 예매한 뒤 관광지나 공항 등 현장에서 티켓을 받아야만 한다. 'One Ticket, Multi Pass' 개념을 적용해 티켓 하나로 지정된 관광지를 이용할 수 있고 향후 음식점, 교통, 기념품 판매점과의 연계를 통한 구매 시스템으로 확산할 수 있으며, 국제영화제, 올림픽 등 단기간에 열리는 여러 곳에서 관람을 해야 하는 행사에도 활용 가능한 시스템이라 할 수 있다.

현재 구축되어 있는 u-Ticket 서비스는 인터넷에서 구매한 인쇄용 관광지 입장권을 카드형 입장권으로 대체하는 수준의 신규 서비스 단계이며, 아직까지는 많이 활성화 되지 않아 진정한 의미에서 u-Tourism이라고 할 수 없다. 또한 관광객은 티켓 하나로 다양한 관광지를 자유롭게 입장할 수 있지만 선 결제를 해야 하는 제약이 있고 관광지에 대한 정보를 실시간으로 탐색하거나 받을 수 없다는 것은 기존 관광지 u-Ticket 서비스가 가지고 있는 한계라고 말할 수 있다.

다만 현재 시행되고 있는 관광지 u-Ticket 서비스보다 좀더 발전된 개념의 관광지 u-Ticket 서비스를 개발하기 위한 움직임이 있다. 진보된 개념의 관광지 u-Ticket 서비스는 모바일기기를 통해 네트워크에 연결하여 언제 어디서나 관광지에 대한 정보를 받고 할인된 금액으로 쉽게 예약, 결제하여 정산할 수 있다. 이러한 관광지 u-Ticket 서비스를 통해 관광객의 주요 이동경로, 체류기간 등을 파악하기가 용이하며, 새로운 관광상품 개발 및 관광정책에 이바지하는 효과가 크다고 할 수 있어 모바일기기를 통한 자유로운 정보전달과 구매의 편리성을 추구하는 것은 진정한 u-Tourism에 접근하는 개념이라고 말할 수 있다.

<그림 2-3> 시스템 구성도



자료원 : 제주관광공사(<http://www.u-tour.or.kr>)

<그림 2-4> 시스템 내역

<p>센터관리 시스템</p> <p>중계업체관리, 발권업체 관리, 매표관리시스템 모니터링 및 등록, 조회, 통계 관리체계</p>	<p>중계업체 관리 시스템</p> <p>-u티켓 상품예약 판매 및 상품/패키지 판매 서비스</p> <p>-중계업체관리, 발권지점 관리, u티켓 설정관리 서비스</p> <p>-예약등록 및 티켓발권 관리, 통계관리, 정산통계관리 서비스</p>	<p>매표관리 시스템 (통합매표관리 포함)</p> <p>-매표 및 검표업무, 정산업무, 일 마감 등 업무 서비스</p> <p>- 기초자료 관리 및 통계 업무 서비스</p>	<p>RFID 티켓관리 기능 및 검표관리 서비스</p>
--	---	---	--------------------------------

자료원 : 제주관광공사(<http://www.u-tour.or.kr>)

제3절 정보기술수용모델(TAM)

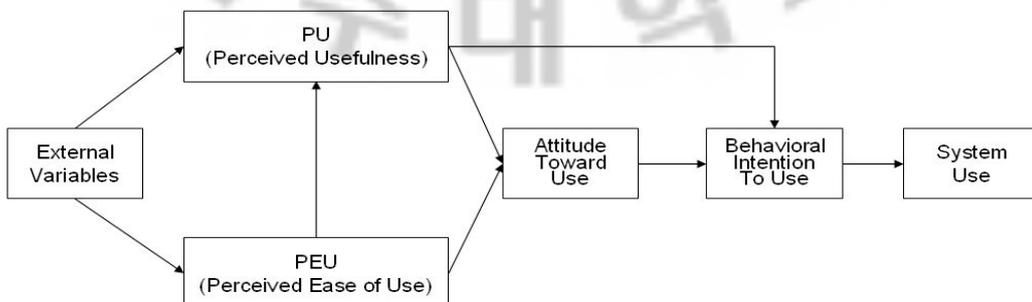
1. 정보기술수용모델의 개요

정보 기술의 수용에 대한 연구를 체계적으로 가장 먼저 실시한 논문은 Fishbein & Ajzen(1975)의 합리적 행동 이론(TRA: theory of reasoned action)이다. 이후 Davis(1989)에 의해 컴퓨터 기술의 개인적 수용을 설명하고 예측하는 기술수용 모형(TAM: technology acceptance model)이 제시되었다. TAM은 기술의 유용성과 기술사용에 대한 태도에 관해 개인이 지각하는 바를 통해 각 개인의 기술사용 의도에 대해 설명하는 것이다.

Davis(1989)에 따르면, 사용자의 시스템 사용의도가 실제시스템 사용을 결정하며, 사용자의 시스템 사용의도는 다시 시스템 사용에 관한 사용자의 태도에 영향을 받아 결정된다고 보았다. 그리고 사용자들이 정보시스템의 사용과 관련된 태도(attitude towards use)는 시스템에 대한 지각된 사용 용이성(perceived ease of use)과 지각된 유용성(perceived usefulness)에 의해 결정된다고 하였다.

Davis(1989)의 TAM의 목적은 내부적인 믿음과 태도, 의도에 대한 외부적 요인들의 영향을 밝혀냄으로써 기술수용의 결정요인에 관한 설명을 제공하는 것이다. 이 모델은 특별히 컴퓨터 기반 기술의 수용에 맞추어 만들어졌으나 적절한 조정을 통해 다른 기술의 수용요인을 연구하기 위한 여러 가지 상황에도 적용되고 있다. 이러한 TAM 모형을 <그림 2-5>과 같다.

<그림 2-5> Davis(1989)의 TAM



지각된 사용 용이성은 “특정 시스템을 사용하는 것이 자신의 노력을 덜어 줄 것이라고 사람들이 믿는 정도”을 말한다. 지각된 사용 용이성을 노력의 개념으로 정의한다면, 사용자들이 시스템 이용 과정에 대한 평가를 보고할 수 있다고 기대할 수 있다. 따라서 지각된 사용 용이성은 과정기대(process expectation)라고 볼 수 있다.

지각된 유용성은 “특정 시스템을 사용하는 것이 개인의 업무 성과를 향상시킬 수 있다고 사람들이 믿는 정도”를 의미한다. 과정기대인 지각된 사용 용이성과 대조적으로 지각된 유용성은 결과 기대이다. 지각된 유용성은 다른 조건이 동일하다면, 기술이 이용하기 쉬울수록 더욱 유용하게 지각할 것이므로 지각된 사용 용이성에 의해 영향을 받는다고 기대된다(유일 · 황준하, 2002, p.235).

이처럼 기술수용모델은 사용자의 정보기술 수용을 예측하고 평가하는데 유용하며, 시스템 사용에 대한 개인 행위의 결정요인을 설명하고 예측하는데 사용된다.

Lu, Hsu, & Hsu. (2005)는 온라인 애플리케이션 사용의도에 앞서 나타나는 인지된 위험효과에 관한 경험적 연구를 실시하였고, McCoy Everard, & Jones.(2005)은 우루과이, 미국의 문화를 중심으로 한 기술수용모형 연구를 위해 TAM 모형을 적용하였다. 또한, Ndubisi, Gupta, & Ndubisi. (2005)는 컴퓨팅에 관한 사업가용 모형을 중재효과가 있는 사용자의 페르소나를 기술수용모형에 통합하는 방안으로 연구하였다. Wixom, & Todd. (2005)는 사용자 만족도와 기술 수용도에 관한 이론적 통합을 TAM을 통해 적용하여 연구하기도 하였다.

Venkatesh & Davis(2000)는 수정된 TAM 모형의 확장을 검증하면서 사회적 영향과 지각된 영향 이라는 두 개의 구조를 정립하였다. 개인이 새로운 시스템을 수용하거나 거부해야 하는 상황에서 사회적 영향에 영향을 미치는 요인들은 주관적 규범과 자발성, 이미지의 세 가지라고 규정하였다. 그리고 지각된 영향은 직업 관련성, 성과의 질, 결과의 논증 가능성. 지각된 이용 용이성으로 구성되어 있다. 지각된 연구는 네 개의 조직에서 각기 다른 네 개의 시스템을 사용하는 사람들을 장기적으로 조사하였다. 두 개의 그룹은 시스템을 자발적으로 사용하며, 다른 두 개의 그룹은 의무적으로 사용하였다. 실험 후, 사회적 영향과 지각된 영향은 모든 사용자들의 수용에 유의하게 영향을 미친다는 것으로 밝혀졌다.

2. 기술수용모델의 외부변수에 관한 연구

Davis가 1989년 TAM 모형을 발표한 이후, 정보기술 수용분야에서 많은 다양한 논문들이 지각된 유용성과 지각된 사용 용이성에 대한 타당성, 유효성을 검증하였다. 일부 연구는 TAM 모형을 타 모형과 비교하여 TAM의 우수성을 증명하고 있다. 또한 많은 연구자들이 유용성에 영향을 미치는 외부변수와 지각된 사용 용이성에 영향을 미치는 외부변수에 대하여 연구했다.

Venkatesh & Davis(2000)는 지각된 사용 편리성에 영향을 주는 요인으로 컴퓨터와 컴퓨터의 이용에 관한 일반적인 믿음을 주는 고정(anchor)요인과 목표 시스템의 직접적인 경험에 의해 기반을 둔 조절(adjustments)요인을 제안하였다. 고정요인으로는 컴퓨터 자기효능감(computer self-efficacy), 외부 여건의 지각(perceptions of external control), 컴퓨터 불안성(computer anxiety), 컴퓨터 즐거움(computer playfulness)과 같은 요인을 제안하였다. 컴퓨터 자기효능감이란 어떠한 이용자가 컴퓨터를 이용하여 특별한 일이나 업무를 할 수 있는 능력에 대한 믿음을 뜻한다. 컴퓨터 불안성은 어떠한 사용자가 컴퓨터 사용이 가능할 때 접하게 되는 걱정이나 불안을 의미한다. 또한 컴퓨터 즐거움이란 자발적으로 컴퓨터와의 상호교류를 인지하고 있는 정도를 말한다. 조절요인으로는 인지된 즐거움(perceived enjoyment)과 객관적 사용성(objective usability)을 제안하였는데, 인지된 즐거움이란 경험에 근거한 요인으로 경험이 증가하면서 지각된 시스템 사용 용이성은 사용자의 시스템과 관련된 즐거움이라는 요소를 반영한다고 하였다.

한편 Davis, Bagozzi, & Warsaw(1989)는 자기효능감(self-efficacy)과 수단성(instrumentality)을 지각된 사용 용이성에 영향을 주는 요인으로 제시했다. 이들은 자기효능감을 '특정한 상황에 대처하는데 요구되는 일련의 행동과정을 얼마나 잘 수행할 수 있을 것인가에 대한 판단'으로 정의하였고, 수단성은 '시스템의 특징'으로 개념화하였다.

Venkatesh, & Davis(2000)는 TAM2라고 명명지은 연구모형을 제시하면서 기존 모델의 확장을 꾀하였다. TAM2 모델의 가장 큰 특징은 기존의 TAM 모델에서 외부변수를 확장하여 설명하고 있다는 데에 있다. 즉, 지각된 유용성에 영향을 미치는 외부변수는 주관적 규범(subjective norm), 이미지(image), 작업관련성(job

relevance), 결과의 질(output quality), 결과의 가능성(result demonstrability)을 제시하고 있다. 그리고 지각된 사용 용이성과 이용경험도 각각 지각된 유용성에 영향을 주는 것으로 개념화하고 있다. 한편으로 이용의도에 영향을 주는 요인도 제시하고 있는데, 이에는 지각된 유용성과 사용 용이성뿐만 아니라 주관적 규범과 이용경험, 시스템 사용의 자발성(voluntariness)의 3가지 변수를 들고 있다.



제 3 장 연구 모형 및 가설의 설정

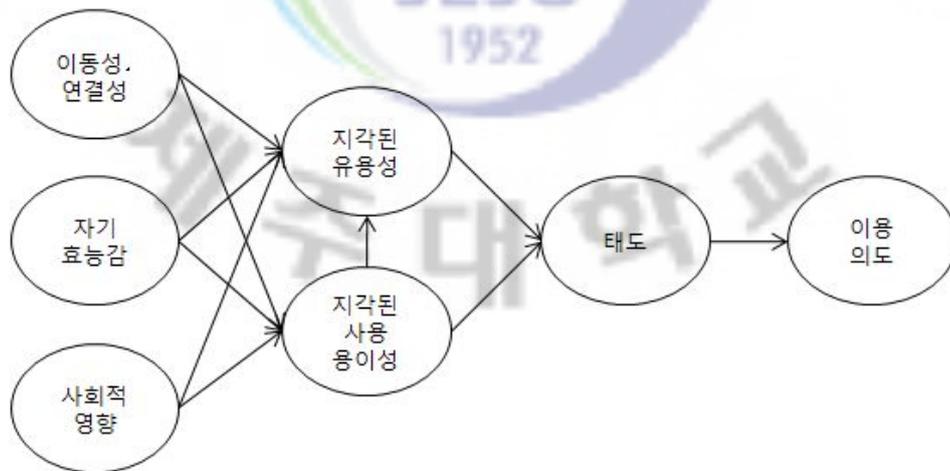
제1절 연구 모형

본 연구에서는 관광지 u-Ticket 서비스를 이용하고자 하는 관광객들을 대상으로 무선인터넷이라는 새로운 정보기술매체를 수용함에 있어서 관광객들의 새로운 정보기술 수용 과정과 이 과정에서의 주요 영향변수를 파악하고자 하는데 연구를 목적을 두고 있다.

이론적 고찰에서 살펴본 바와 같이, 정보기술수용에 관한 연구들에서 사용자의 지각, 태도, 이용의도에 영향을 미치는 외부요인은 크게 시스템적 요인, 개인적 요인, 사회·조직적 요인으로 분류되어 연구되고 있다(김태문·한진수, 2009). 이러한 측면에서 본 연구에서는 관광지 u-Ticket 서비스란 새로운 정보기술의 수용을 시스템적 요인, 개인적 요인, 사회·조직적 요인의 외부변수를 추가한 확장된 TAM 모형에 기반해 살펴보고자 하였다.

이와 같은 연구목적을 달성하기 위하여 도출된 연구모형은 (그림 3-1)과 같다.

<그림 3-1> 연구모형



제2절 연구 가설의 설정

1. TAM 관련 연구가설

TAM 모형을 준거한 다수의 선행연구들은 지각된 유용성과 지각된 사용 용이성이 태도와 구매의도에 영향을 준다는 인과관계를 검증하여 왔다(Davis, 1989; Adams, Nelson & Todd, 1992; Venkatesh, & Davis, 2000; 오상현, 2003; 김태문·한진수, 2009). 다수의 연구들에서 지각된 사용 용이성은 수단적인 측면에서 정의되어 사용이 용이한 기술은 그렇지 않은 기술보다 사용자들이 더욱 쉽게 사용하게 되어 이에 따라 결국 업무성과의 향상과 같은 지각된 유용성을 높일 수 있다. 이러한 측면에서 선행연구들에서는 지각된 사용용이성이 지각된 용이성에 영향을 미치는 것으로 가정되고 반대는 성립되지 않는다고 제시된다(Davis, Bagozzi & Warshaw, 1989). 그리고 Davis(1989)를 비롯한 Mathieson(1991), Venkatesh & Davis(2000) 등 많은 연구에서 지각된 유용성이 이용의도에 중요한 영향을 미치고 있다는 것이 검증되어 왔다.

한편, TAM 관련 연구들에서 태도나 행위의도를 모두 포함시키기 보다는 둘 중 하나를 생략하거나 태도를 생략하는 경우가 많았다. 예를 들어, Venkatesh & Davis(1996, 2000)의 연구에서는 태도를 모델에서 제외시켜야 한다고 주장하고 있기도 하다. 그러나 본 연구는 아직 다수의 사람들이 실질적으로 사용하기에는 시스템 구축이 미비해 실제 사용해 보지 않은 관광지 u-Ticket 서비스를 대상으로 하는 것이므로 실제 측정하기가 어렵다는 문제가 있다. 이러한 측면에서 관광지 u-Ticket 서비스에 대한 태도와 이용의도를 검증하고자 하였다. 마지막으로 태도가 의도에 영향을 준다는 것은 TAM에 이론적 틀을 제공하고 있는 Ajzen & Fishbein(1980)의 '합리적 행동이론'에서도 검증되고 있다. 이처럼 사용에 대한 태도는 의도와 밀접한 관련을 가지고 있어 어떠한 행동에 대해 개인의 태도가 호의적일 수록, 그 행위를 수행할 의도 또한 더 높아진다고 볼 수 있다(Wixom & Todd, 2005).

즉, 지각된 사용 용이성과 지각된 유용성은 관광지 u-Ticket 서비스를 잘 이용할 수 있으며, 관광객이 여행을 하는데 있어서 이를 이용하는 것이 그만큼 편리

하고 유용하다고 생각하고, 미래의 구매의도에 대한 태도에 긍정적인 영향을 미칠 것이라고 볼 수 있다. 이러한 주장과 연구결과를 바탕으로 본 연구에서는 TAM 관련 주요변수인 지각된 사용 용이성과 유용성, 태도, 의도의 관계와 관련하여 다음과 같은 가설을 설정하였다.

가설 1: 지각된 사용 용이성은 지각된 유용성에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 2: 지각된 유용성은 태도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 3: 지각된 사용 용이성은 태도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 4: 태도는 행위 의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

2. 외부변수 관련 연구가설

본 연구는 앞에서 제시한 연구 모형의 사회적 영향, 이동성·연결성, 자기효능감을 외부 변수로 하여 가설을 설정하였다.

(1) 사회적 영향

Venkatesh, Morris, Davis, & Davis(2003)와 Venkatesh & Davis(2000)은 수정된 TAM 모형을 제안하면서 사회적 영향이 지각된 유용성과 사용 의도에 영향을 미친다는 연구를 발표하였다.

한편, 개인혁신성(personal innovativeness)은 IT에 있어서 개인이 새로운 정보 기술을 시도하려는 개인의 의지라고 정의된다(Agrwal & Prasad, 1998). Citrin et. al.(2000)은 인터넷 사용과 인터넷 쇼핑과의 관계는 소비자의 인터넷 쇼핑분야 혁신성에 의해 매개된다는 것을 밝혔고, 박재진(2004)은 온라인 쇼핑 행동과 관련해 소비자 개인이 갖고 있는 혁신성이 소비자가 이용 편리성, 시간이나 노력의 절감이라는 지각된 용이성에 영향을 미칠 것이라고 정의했다. 이처럼 정보기술에 대해 높은 수준의 혁신성을 가진 개인은 상대적인 이점, 사용 용이성 등에 대해 좀 더 긍정적인 지각을 형성할 것으로 기대된다. 따라서 많은 학자들은 개인혁신성을 TAM에서 개인적 특성변수로 여겨왔다. 그리고 개인의 혁신성향은 개인 특

성적 측면이기도 하지만 사회가 그러한 개인의 혁신성향에 더 큰 영향을 미칠 수 있다.

이러한 주장과 연구결과를 바탕으로 본 연구는 사회적 영향이 기술 수용에 영향을 미친다고 보고 다음과 같은 가설을 설정하였다.

가설 5: 사회적 영향은 지각된 사용 용이성에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 6: 사회적 영향은 지각된 유용성에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

(3) 이동성·연결성

Kalakota & Robinson(2002)는 유비쿼터스의 특성과 관련하여 모바일 서비스란 사용자가 언제, 어디서나 모든 기기를 통해 서비스를 받을 수 있는 것이라고 보고, 그 특성을 이동성(mobility)·연결성(connectivity)이라고 보았다. 이동성은 장소적 개념과 관련되어 어디서나 장소의 구애 없이 사용할 수 있다는 것이며, 연결성은 시간적 개념으로 시간 구애없이 언제든지 원하는 때에 사용할 수 있음을 의미한다. 이러한 의미에서 이동성·연결성의 개념은 시스템적 특성의 개념으로 볼 수 있다.

따라서 관광지 u-Ticket 서비스가 유비쿼터스적 환경을 기반으로 한다는 점에서 이동성·연결성을 시스템 특성변수로 설정하여 다음과 같은 가설을 설정하였다.

가설 7: 이동성·연결성은 지각된 사용 용이성에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 8: 이동성·연결성은 지각된 유용성에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

(4) 자기효능감

Bandura(1986)의 자기효능감 이론(self-efficacy theory)에 따르면, 자기효능감은 개인이 특정 과제를 수행하는 상황에서 특정한 결과를 산출해 내는데 요구되는 일련의 조치를 조직하고 실행해 낼 수 있다는 자신의 능력에 대한 믿음으로 정의하고 있다. 정보기술의 수용에 있어서 최초의 장애요인은 복잡성이나 지식과

새로운 사용자에게 의해 직면하게 되는 불편은 자기효능감의 부족으로 해석될 수 있다. 그동안 TAM이 변천하면서 자기효능감이라는 특성변수는 TAM의 도입과 동시에 연구·평가되어진 요인으로 지각된 유용성과 사용 용이성에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다(Venkatesh & Davis, 2000; Hong, Thong, Wang & Tam, 2002; 김태문·한진수, 2009).

Venkatesh & Davis(2000)는 TAM의 지각된 이용 용이성에 영향을 주는 선행 요인으로 자신감, 객관적 이용 가능성, 직접경험 등을 검증하였다. Hong, Thong, Wang and Tam(2002)은 디지털 도서관의 사용자 수용에 관한 연구에서 컴퓨터에 대한 자기효능감이 디지털 도서관 수용에 중요한 영향을 미치는 변수라는 것이 검증하고 있다.

이러한 주장과 연구결과를 바탕으로 본 연구는 자기효능감이 기술 수용에 영향을 미친다고 보고 다음과 같은 가설을 설정하였다.

가설 9: 자기효능감은 지각된 사용 용이성에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 10: 자기효능감은 지각된 유용성에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

제3절 연구 변수의 조작적 정의와 측정

1. 지각된 사용 용이성

지각된 사용 용이성은 특정한 정보기술을 이용하는 것이 덜 수고스러울 것이고 개인이 믿는 정도로 정의된다(Davis, 1989; Venkatesh & Davis, 2000). 관광지 u-Ticket 서비스를 사용하기 위해서 단말기 이용이 얼마만큼 용이한가를 측정하기 위해서 Venkatesh, Morris, Davis, & Davis(2003)의 연구를 바탕으로 서비스 사용의 명확한 이해 용이성, 이용방법 숙련성, 개인의 이용방법 습득 용이성, 서비스 이용 용이성 등 4항목 리커트 7점 척도(1= 전혀 중요하지 않다, 4=보통, 7= 매우 중요하다)에 의해 측정되었다.

2. 지각된 유용성

지각된 유용성은 특정한 정보기술을 이용하는 것이 개인의 직무성과를 향상시킬 것이라고 개인이 믿는 정도를 의미한다. 이렇게 새로운 기술을 사용하면 효율적이고 효과적인 도움을 얻을 수 있다고 지각하는 정도인 지각된 유용성을 측정하기 위해 Venkatesh & Davis(2000)와 Venkatesh, Morris, Davis, & Davis(2003)의 연구를 바탕으로 관광지 u-Ticket 서비스 이용과 관련해 서비스의 유용성, 서비스 활용에 대한 기여도, 성과향상 기여도, 능률향상 기여도 등 4항목 리커트 7점 척도(1= 전혀 중요하지 않다, 4=보통, 7=매우 중요하다)에 의해 측정하였다.

3. 태도와 이용의도

태도는 특정행위를 수행하는 것과 관련되어 개인이 긍정적 혹은 부정적으로 느끼는 감정으로 정의된다. 따라서 정보기술수용 모델인 TAM에서 태도는 특정한 정보 시스템 어플리케이션을 사용하는데 대한 바람직성에 대한 사용자 개인의 평가라고 정의할 수 있으며, 행위 의도는 개인이 어떤 어플리케이션을 사용할 가능성에 대한 측정치이다(Ajzen and Fishbein, 1980).

이를 바탕으로 관광지 u-Ticket 서비스에 대한 사용자의 태도는 서비스의 참신성, 서비스 이용의 호감도, 서비스 이용에 대한 지각의 3항목으로, 이용의도는 서비스 사용의도, 비용지불의도 등 2항목으로 Kim, Han, Suh & Kim(2004)의 연구를 바탕으로 리커트 7점 척도(1= 전혀 중요하지 않다, 4=보통, 7=매우 중요하다)에 의해 측정하였다.

4. 사회적 영향

Venkatash & Davis(2000), Venkatesh, Morris, Davis, & Davis(2003)은 수정된 TAM 모형의 확장을 검증하면서 사회적 영향 프로세스와 인지적 도구 프로세스라는 두 개의 구조를 정립하였다. 개인이 새로운 시스템을 수용하거나 거부해야 하는 상황에서 사회적 영향 프로세스에 영향을 미치는 요인들로 사용자가 사회 구조에서 신기술을 사용하는 인지된 정도와 관련된 주관적 규범과 자발성, 이미지의 세 가지라고 규정하였다. 변수의 측정은 Venkatash & Davis(2000)의 연구를 토대로 개인관계의 영향도와 집단의 영향도, 새로운 정보기술에 대한 개인적 호기심과 신기술 수용 속도 등 4항목을 리커트 7점 척도(1= 전혀 중요하지 않다, 4=보통, 7=매우 중요하다)에 의해 측정하였다.

5. 이동성·연결성

이동성·연결성과 관련하여 이동성은 어디서나 장소의 구애 없이 사용할 수 있다는 의미이며, 연결성은 시간의 구애 없이 언제든지 원하는 때에 사용할 수 있다는 의미이다. 변수의 측정은 Kalakota(2002)의 연구를 바탕으로 장소적 제약 없이 사용가능성, 시간적 제약 없이 사용가능성, 장소와 시간적 장애시의 대체 서비스 이용가능성 등 4항목을 리커트 7점 척도(1= 전혀 중요하지 않다, 4=보통, 7=매우 중요하다)에 의해 측정하였다.

6. 자기효능감

자기효능감은 주어진 과업을 성공적으로 수행할 수 있는 기술과 능력을 소유하고 있다는 개인의 확신이라고 정의된다. 따라서 본 연구에서의 자기효능감을 이란 관광지 u-Ticket 서비스를 사용하는 자신의 능력에 대한 지각이라 볼 수 있다. 변수의 측정은 Venkatash & Davis(2000) 등의 연구를 바탕으로 관광지 u-Ticket 서비스 활용능력, 이해능력, 사용지식, 사용능력 등 4항목 리커트 7점 척도(1= 전혀 중요하지 않다, 4=보통, 7=매우 중요하다)에 의해 측정하였다.



제4절 자료의 수집

1. 설문지의 구성

본 연구에서 사용한 설문지는 크게 2개의 부분으로 구성되어 있다. 즉, 설문지는 관광지 u-Ticket 서비스란 정보기술의 수용과 관련한 주요 구성개념인 이동성·연결성, 사회적 영향, 자기효능감, 지각된 사용 용이성과 유용성, 태도, 이용의도와 관련된 25개 항목과 성별, 학력, 직업, 소득, 연령의 5항목으로 구성된 응답자의 인구통계적 특성을 묻는 질문문항으로 구성하였다.

본 연구를 위한 설문지의 구성은 <표 3-1>과 같다.

<표 3-1> 설문지 구성

설문항목	변수	척도	문항수
지각된 유용성	서비스의 유용성	등간척도 (리커트 7점척도)	4개
	서비스 활용에 대한 기여도		
	성과 향상 기여도		
	능률 향상 기여도		
지각된 사용 용이성	서비스 사용의 명확한 이해성		4개
	이용 방법 숙련성		
	개인의 이용방법 습득용이성		
	서비스 이용 용이성		
사회적 영향	개인적 호기심		4개
	신기술 수용속도		
	개인관계의 영향도		
	집단의 영향도		
자기 효능감	서비스 활용능력	4개	
	서비스 이해능력		
	서비스 사용지식		
	서비스 사용능력		
이동성·연결성	대체 서비스로서의 이용의도	4개	
	장소적 제약없는 사용가능성		
	시간적 제약없는 연결성		
	대체 서비스로서의 사용의도		
태도	서비스의 참신성	3개	
	서비스 이용의 호감도		
	서비스 이용에 대한 지각		
이용의도	서비스 사용의도	2개	
	서비스 비용지불의도		
인구통계적특성	성별, 학력, 연령, 소득, 직업	명목척도	5개

2. 자료수집

본 연구의 조사 대상은 관광지인 제주를 방문한 관광객을 대상으로 이루어졌다. 따라서 표본은 편의표본추출법이다. 조사방법은 선행연구를 바탕으로 개발된 구조화된 설문지를 이용하였다. 설문방식은 자기기입식을 원칙으로 하되, 설문에 앞서 관광지 u-Ticket 서비스에 대한 충분한 설명을 하고 경우에 따라 응답자의 이해를 돕기 위해 조사자가 보충설명으로 돕고 불충분한 사항은 추가로 기입하였다.

본 조사에 앞서 기존연구를 기초로 마련된 설문항목들에 대해 경영정보학과, 관광경영학과 재학생을 대상으로 사전조사가 이루어졌다. 사전조사에 의해 설문항목들에 대한 용어의 적절성, 질문의 순서, 소요시간, 설문지의 구성 등이 검토되었으며, 그 결과에 따라 설문지는 필요한 수정이 이루어졌다.

조사기간은 2010년 3월 5일부터 14일까지 10일간 제주국제공항에서 이루어졌으며, IT제품을 사용해 본 사람 중 관광지 u-Ticket 사용 여부와 관계없이 조사대상으로 하였다. 총 350부의 설문을 배부하였으며 317부가 회수되어 91%의 회수율을 보였다. 이 중 불성실하게 응답한 설문지 17부를 제외하여 최종적으로 300부를 분석에 이용하였다.

3. 자료 분석 방법

본 연구에서 수집된 자료의 분석은 데이터의 통계적 분석을 위해서 SPSS 15.0K for Windows와 AMOS 7.0을 이용하였다. 구체적인 분석 방법은 먼저, 인구 통계학적 분석을 위하여 빈도분석을 실시하였다.

둘째, 연구 변수의 내적 일관성을 조사하기 위해서 신뢰성 분석을 실시하였고, 타당성을 조사하기 위해 탐색적 요인분석을 실시하였다. 그리고 이를 바탕으로 모형의 검증에 앞서 확인적 요인분석을 실시하였다.

셋째, 관광지 u-Ticket 서비스 수용에 영향을 미치리라고 생각되는 구성 개념간의 유의적인 상관관계 또는 영향관계 분석을 위해서 AMOS를 활용하여 구조방정식 분석을 실시하였다.

제 4 장 실증분석

제1절 표본의 특성

1. 인구 통계학적 특성

응답자의 성비분포를 살펴보면 남자 63.2%로 여자 36.8%로 여성에 비해 남성의 비율이 상대적으로 높았다.

<표 4-1> 응답자의 성비

구분	항목	빈도(명)	비율(%)
성별	남자	190	63.2
	여자	110	36.8

응답자의 연령분포를 살펴보면, 20대 35.3%, 30대 26.7%, 40대 19.3%, 50대 이상 8.7%의 순으로 30대의 비율이 가장 높은 특성을 보였다.

<표 4-2> 응답자의 연령

구분	항목	빈도(명)	비율(%)
연령	20대	106	35.3
	30대	110	26.7
	40대	58	19.3
	50대 이상	26	8.7

응답자의 학력분포를 살펴보면, 대(재)졸 53.3%, 대학원(재)졸 24.7%, 전문대(재)졸 13.3%, 고졸이하 8.7%의 순을 보였다. 대(재)졸이 과반수 이상을 차지하고 있고, 고학력군인 대학원(재)졸도 24.7%를 차지하는 특성을 보였다.

<표 4-3> 응답자의 학력

구분	항목	빈도(명)	비율(%)
학력	고졸이하	26	8.7
	전문대(재)졸	40	13.3
	대(재)졸	160	53.3
	대학원(재)졸	74	24.7

응답자의 소득분포를 살펴보면, 150~249만원 29.2%, 250~349만원 27.8%, 150만원 미만 17.2%, 350~449만원 15.7%의 순이었으며, 450만원 이상의 고소득자도 전체의 10.1%를 차지하는 것으로 나타났다.

<표 4-4> 응답자의 소득

구분	항목	빈도(명)	비율(%)
소득	150만원미만	36	17.2
	150~249만원	61	29.2
	250~349만원	58	27.8
	350~449만원	33	15.7
	450만원 이상	21	10.1

응답자의 직업분포를 살펴보면, 기업·경영인 23.0%, 사무관리기술직 21.7%, 공무원 17.0%, 학생 11.0%, 자영업 9.3%, 판매서비스직 8.3%의 순으로 높은 비율을 나타냈다. 전문직 종사자나 주부, 농수축산업이나 무직의 기타 직업군은 상대적으로 적은 특성을 보였다.

<표 4-5> 직업

구분	항목	빈도(명)	비율(%)
직업	공무원	51	17.0
	기업·경영인	69	23.0
	사무관리기술직	65	21.7
	판매서비스직	25	8.3
	전문직	10	3.3
	학생	33	11.0
	주부	9	3.0
	자영업	28	9.3
	기타(무직 농수축산 등)	10	3.3

2. 측정도구의 신뢰성·타당성 검증

(1) 측정도구의 신뢰성 검증

가설을 검증하기 위해서는 측정 변수들의 신뢰성과 타당성을 검증하여 측정변수가 가설적인 이론개념을 대표하고 있는지를 검증해야 한다.

신뢰성(reliability)이란 동일한 개념에 대해 측정을 여러 번 반복했을 때에도 동일한 결과가 나오는 정도를 의미한다. 신뢰성에는 측정의 안정성, 일관성, 예측가능성, 정확성 및 의존 가능성 등이 내포되어 있다(채서일, 2007).

본 연구에서는 신뢰도 계수(Cronbach's alpha)를 측정하여 다항목 척도변수의 신뢰성을 측정하였다. 일반적으로 신뢰도의 척도인 신뢰도 계수가 0.6 이상이면 신뢰성이 있다고 보며, 전체 변수(항목)를 하나의 척도로 종합하여 분석할 수 있다. Nunnally(1978)에 의하면 탐색적인 연구 분야에서는 신뢰도 계수가 .60이상이면 충분하고, 기초 연구 분야에서는 .80, 그리고 중요한 결정이 요구되는 응용연구 분야에서는 .90 이상이어야 한다고 주장하고 있다. 그리고 Van de Ven & Ferry(1980)는 조직단위의 분석수준에서 일반적으로 신뢰도 계수가 .60 이상이면 측정도구의 신뢰도에는 별 문제가 없는 것으로 알려져 있다.

본 연구의 측정도구의 신뢰성을 분석한 결과는 <표 4-6>과 같이, 전반적으로 신뢰도 계수가 0.7 이상을 보여 신뢰성에는 무리가 없는 것으로 판단되었다.

<표 4-6> 측정 항목의 신뢰성 분석 결과

요인	측정 항목	Alpha if item deleted	Cronbach's Alpha
사회적 영향	신기술 수용속도	.813	.830
	집단의 영향도	.812	
	개인적 호기심	.749	
	개인관계의 영향도	.762	
이동성·연결성	대체 서비스로서의 이용의도	.873	.889
	장소적 제약없는 사용가능성	.881	
	시간적 제약없는 연결성	.823	
	대체 서비스로서의 사용의도	.849	
자기 효능감	서비스 활용능력	.837	.850
	서비스 이해능력	.774	
	서비스 사용지식	.792	
	서비스 사용능력	.831	
지각된 유용성	서비스의 유용성	.867	.876
	서비스 활용에 대한 기여도	.814	
	성과 향상 기여도	.829	
	능률 향상 기여도	.802	
지각된 사용 용이성	서비스 사용의 명확한 이해성	.887	.905
	이용 방법 숙련성	.873	
	개인의 이용방법 습득용이성	.861	
	서비스 이용 용이성	.886	
태도	서비스의 참신성	.785	.785
	서비스 이용의 호감도	.697	
	서비스 이용에 대한 지각	.589	
이용의도	서비스 사용의도	-	.762
	서비스 비용지불의도	-	

(2) 측정도구의 타당성 검증

타당성(validity)은 연구자가 파악하고자 하는 개념이나 속성을 얼마나 정확히 측정 또는 설명하였는가에 대한 지표로 평가방법에 따라 특정한 측정도구의 대

표성에 관한 내용타당성, 특정변수간의 통계적 관계를 규명하는 기준에 의한 타당성, 측정 자체의 정확성에 관한 개념타당성으로 구분된다(채서일, 1998). 일반적으로 타당성 분석은 보통 요인분석을 의미하는 탐색적 요인분석(exploratory factor analysis)을 통해 살펴본다. 요인분석은 항목간의 높은 상관관계나 패턴을 파악하고 그것을 기초로 하여 정보의 손실을 최소화하면서 변수의 개수를 보다 적은 수로 축약하는 기법이다. 동일한 요인으로 묶인 요인들을 통해 상호관련성을 분석할 수 있고 이들 간은 상호독립성을 유지하도록 한다.

요인분석은 주성분 분석법(principle component analysis : PCA)을 실시하였고, 회전방식으로는 요인행렬의 열의 분산 합계를 최대화함으로 열을 단순화하는 방식으로 요인구조를 단순, 명확화하고 해석이 가장 용이한 직각요인회전(orthogonal factor rotation) 방식의 Varimax 방식을 사용하였다. 자료를 대표하는 요인들의 수를 결정하기 위해 특정요인이 설명해주는 총 분산을 의미하는 고유값(eigen value)을 검토하였으며, 여기서 고유값이 1.0 이상인 요인만을 추출하였다. 요인분석과정에서 공통성(communality)의 값이 0.40 이하는 낮다고 평가하여 분석에서 제외하고 향후 분석에 사용하지 않았다.

선행연구를 바탕으로 외부 변수인 시스템 특성항목, 개인특성항목, 사회적 특성 12항목을 요인분석 한 결과 <표 4-7>에서 보는 바와 같이 3개의 요인이 도출되었다. 분석결과는 전체 표본적합도(KMO)값은 0.841, Bartlett의 구형성 검정 χ^2 의 값이 2443.579($p < 0.000$)로 유의한 값을 보이고 있어 변수들은 서로 독립적이지 않고 상관관계를 가지고 있어 요인분석에 이용하는데 무리가 없는 것으로 나타났다.

u-Ticket 서비스의 시스템 특성 요인은 이동성 및 연결성이란 속성적 특성을 보여 '이동성·연결성'으로, 사회적 특성 항목은 새로운 IT 서비스 수용에 따른 개인의 혁신성향 및 사회문화적 특성이 묶여져 '사회적 영향'으로, 개인특성 항목은 개인이 자신에 대해 유능하다는 믿음과 관련되어 '자기효능감'으로 각각 명명하였다. 3개의 요인이 설명하는 전체 분산설명력은 72.02%로 나타났다.

<표 4-7> 외부 관련 변수의 요인분석 결과

추구편의 측정항목	요인 적재량	공통성	고유값	분산 설명력 (%)
사회적 영향				
개인적 호기심	.816	.829	6.067	50.556
신기술 수용속도	.802	.786		
개인관계의 영향도	.750	.764		
집단의 영향도	.698	.657		
이동성·연결성				
대체 서비스로서의 이용의도	.852	.763	1.574	13.115
장소적 제약없는 사용가능성	.842	.727		
시간적 제약없는 연결성	.836	.672		
대체 서비스로서의 사용의도	.697	.608		
자기효능감				
서비스 활용능력	.841	.844	1.002	8.350
서비스 이해능력	.819	.806		
서비스 사용지식	.622	.662		
서비스 사용능력	.470	.524		
KMO=.841, Bartlett's $\chi^2=2443.579$, p=.000, 충분산설명력 72.021%				

주 1: 리커트 7점 척도(1= 전혀 중요하지 않다, 4=보통, 7=매우 중요하다)

한편, TAM의 핵심변수인 지각된 유용성과 사용 용이성을 각 4항목, 총8개 항목의 타당성을 살펴보기 요인분석을 실시한 결과, 지각된 유용성과 사용 용이성의 2개 요인이 도출되었다(<표 4-8>). 전체 표본적합도(KMO)값은 0.852, Bartlett의 구형성 검정 χ^2 의 값이 1628.858(p<0.000)로 유의한 값을 보이고 있어 변수들은 서로 독립적이지 않고 상관관계를 가지고 있어 요인분석에 이용하는데 무리가 없는 것으로 나타났다. 2개의 요인이 설명하는 전체 분산설명력은 76.05%로 나타났다.

<표 4-8> 지각된 유용성과 사용 용이성의 요인분석 결과

추구편의 측정항목	요인 적재량	공통성	고유값	분산 설명력 (%)
지각된 사용 용이성				
서비스 사용의 명확한 이해성	.884	.807	4.789	59.866
개인의 이용방법 습득용이성	.871	.757		
이용 방법 숙련성	.814	.717		
서비스 이용 용이성	.809	.698		
지각된 유용성				
서비스의 유용성	.854	.824	1.294	16.179
서비스 활용에 대한 기여도	.834	.802		
능률 향상 기여도	.772	.745		
성과 향상 기여도	.732	.7733		
KMO=.852 , Bartlett's $\chi^2=1628.858$, p=.000, 총분산설명력 76.045				

주 1: 리커트 7점 척도(1= 전혀 중요하지않다, 4=보통, 7=매우 중요하다)

제2절 연구 가설의 검증 결과

1. 연구모형의 확인적 요인분석

본 연구에서 제시된 확장된 TAM 모델의 적합성을 살펴보기 위해 측정모형(measurement model)에 대한 확인적 요인분석(confirmatory factor analysis)을 실시하였다. 확인적 요인분석은 변수와 요인(개념)간의 사전지식이나 이론적인 배경이 있는 상황 하에서 가설구조를 확인한다(김계수, 2007). 여기서 사용한 확인적 요인분석은 다변량정규성을 가정하는 최대우도법(maximum likelihood)을 이용하였다. 구성개념과 변수구성의 적합도는 GFI(goodness-of-fit index: 0.9≥), AGFI(adjusted goodness-of-fit index: 0.9≥), RMR(root mean square residual: 0.05≤), NFI(normed fit index: 0.9≥), CFI(comparative fit index: 0.9≥) 등을 기준으로 하였다.

확인적 요인분석결과 $\chi^2=1680.76$, $p=.000$, GFI=.907, AGFI=.853, RMR=.048, NFI=.894, CFI=.901으로 나타났다. 이는 χ^2 의 확률값(.05보다 커야 함)과 AGFI값이 권장수준에 미달하여 문제가 있는 것으로 보이지만 다른 지표들은 권장수준을 만족하기 때문에 전반적으로 연구모형은 적합한 것으로 판단되었다(<표 4-9>).

<표 4-9> 전체 개념에 대한 확인적 요인분석 결과

구성 개념	측정 항목	요인 적재치	t	개념 신뢰도	AVE (분산추출지수)
지각된 사용 용이성	서비스 사용의 명확한 이해성	.871	7.542	.97	.91
	이용 방법 숙련성	.840	8.177		
	개인의 이용방법 습득용이성	.841	8.166		
	서비스 이용 용이성	.814	8.559		
지각된 유용성	서비스의 유용성	.838	7.412	.96	.88
	서비스 활용에 대한 기여도	.660	9.307		
	성과 향상 기여도	.845	7.246		
	능률 향상 기여도	.816	7.837		
사회적 영향	개인적 호기심	.874	6.021	.95	.83
	신기술 수용속도	.859	6.515		
	개인관계의 영향도	.623	9.432		
	집단의 영향도	.586	9.568		
이동성· 연결성	대체 서비스로서의 이용의도	.849	7.722	.97	.90
	장소적 제약없는 사용가능성	.770	8.842		
	시간적 제약없는 연결성	.904	6.007		
	대체 서비스로서의 사용의도	.786	8.687		
자기 효능감	서비스 활용능력	.880	6.408	.95	.83
	서비스 이해능력	.852	7.287		
	서비스 사용지식	.680	9.289		
	서비스 사용능력	.542	9.764		
태도	서비스의 참신성	.824	7.280	.94	.82
	서비스 이용의 호감도	.860	6.255		
	서비스 이용에 대한 지각	.590	9.502		
이용 의도	서비스 사용의도	.700	8.039	.89	.81
	서비스 비용지불의도	.862	3.972		

$\chi^2=1680.76$, $p=.000$, GFI=.907, AGFI=.853, RMR=.048, NFI=.894, CFI=.901

또한 모든 요인에 대하여 개념신뢰도(0.7이상), AVE(분산추출지수: 0.5이상)가 임계치 이상을 보여 개념신뢰성과 수렴타당성은 확보되었다고 볼 수 있다(김계수, 2007).

2. 연구 가설의 검증

본 연구에서는 설정된 가설을 검증하기 위해 요인분석과 회귀분석이 결합된 형태인 구조방정식(SEM: structural equation model)을 이용하였다. 이미 알려진 바와 같이 구조방정식은 직접 측정이 가능한 독립변수와 종속변수들이 어떤 잠재적 변수(latent variable)로 묶어질 때, 이들 잠재변수들 간의 선형관계의 정도를 구하는 방법이다(강병서, 1999). 특히 행동과학 분야에서처럼 측정이 가능한 여러 변수들로 묶어질 때 많이 이용되는 통계적 기법이다.

연구모델의 검증은 기본적으로 독립변수와 종속변수 사이의 관계 수준을 나타내는 경로계수의 측정치에 따르며 또한 독립변수들로 설명되는 분산의 크기인 r^2 에 따라 구조모델이 검증된다. 연구모델의 적합도 평가를 위해 적합도 지수를 살펴본 결과, $\chi^2=825.12$, $p=.000$, $GFI=.896$, $AGFI=.926$, $RMR=.049$, $NFI=.903$, $CFI=.887$ 등의 값을 나타내었다. GFI , CFI 등이 권고수준에 미치지 못했지만, 나머지 적합도 지수들이 권고수준을 상회하므로 모델의 전반적인 적합도는 문제가 없는 것으로 보인다.

이러한 분석결과를 토대로 연구가설에 대한 내용을 표로 정리하면 <표 4-9>와 같다.

전체적인 연구모형의 측면에서 보면 이용의도에 영향을 미치는 요인과 경로를 분석한 결과, 태도는 이용의도에 정의 영향을 미치는 것으로 나타났고 지각된 유용성과 사용 용이성도 태도에 정의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 또한 지각된 사용 용이성이 지각된 유용성에도 정의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 기존의 연구결과가 다시 한번 입증되었음을 의미한다. 따라서 가설 1, 가설 2, 가설 3, 가설 4는 채택되었다.

요약하면, 지각된 사용 용이성이 클수록 관광지 u-Ticket 서비스의 성과변수인 지각된 용이성이 높아지고, 이에 대한 태도도 호의적이거나 흥미도가 높아지게

되며, 결과적으로 이러한 호의적인 태도가 관광지 u-Ticket 서비스의 이용의도를 높게 한다고 해석할 수 있다.

기존 TAM 연구에서 제기되지 않으며, 본 연구에서 추가된 변수로는 외부변수인 자기효능감, 사회적 영향, 이동성·연결성이라는 변수를 들 수 있다. 먼저, 사회적 영향이 지각된 사용 용이성과 지각된 유용성에 미치는 영향을 살펴보면, 사회적 영향이 지각된 사용 용이성에는 유의한 경로계수를 나타내는 반면, 지각된 유용성에는 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 따라서 가설 5는 채택된 반면 가설 6은 기각되었다.

이것이 의미하는 바는 개인적으로 정보기술 활용에 있어 새로운 것을 시도하거나 정보기술에 대한 개인관계나 집단에서 영향을 받는 수준이 높을수록 새로운 정보기술 서비스 사용에 대한 이해나 이용법에 대한 지각이 높은 반면, 이것이 성과를 높이는 결과로 이어질지에 대해서는 확신하지 못하고 있는 것으로 해석될 수 있다.

유비쿼터스를 실현하는 시스템적 특성을 대표하는 이동성·연결성이 지각된 사용 용이성과 지각된 유용성에 대한 가설 7은 기각된 반면 가설 8은 채택되었다. 이러한 결과는 쿠폰과 같이 관광지 u-Ticket 서비스에 대한 유용성은 인정하나 대체서비스가 존재하고 있고, 시스템적 상황이 실현되지 못하고 있는 상황을 반영한 것으로 해석된다.

마지막으로 자기효능감은 지각된 사용 용이성과 유용성 모두에 긍정적 영향을 미치는 것으로 나타나, 가설 9와 가설 10은 채택되었다. 이것은 개인이 정보기술을 활용해 어떤 것을 해결할 수 있는 능력과 지식에 대한 확신이 높을수록 새로운 정보기술 서비스 사용에 대한 이해나 이용법에 대한 지각, 그리고 이를 성과에 반영할 수 있다고 확신하는 정도가 높다는 것을 의미한다.

<표 4-10> 가설검증

가설	경로	표준화 계수	t	채택 여부
H1	지각된 사용 용이성 → 지각된 유용성	.339	4.84	채택
H2	지각된 유용성 → 태도	.467	4.65	채택
H3	지각된 사용 용이성 → 태도	.391	4.74	채택
H4	태도 → 이용의도	.911	6.66	채택
H5	사회적 영향 → 지각된 사용 용이성	.291	2.67	채택
H6	사회적 영향 → 지각된 유용성	.105	1.14	기각
H7	이동성·연결성 → 지각된 사용 용이성	.072	1.09	기각
H8	이동성·연결성 → 지각된 유용성	.430	5.71	채택
H9	자기효능감 → 지각된 사용 용이성	.645	10.93	채택
H10	자기효능감 → 지각된 유용성	.350	4.01	채택

주) p<.05

제 5 장 결 론

제1절 연구의 요약 및 시사점

본 연구는 관광지 u-Ticket 서비스 이용의도와 관련하여 기술수용모델과 그의 확장모델을 적용시켜, 사용자들이 주로 어떠한 요인들에 의해 영향을 받는지, 기술수용모델을 도입한 모델이 실제 관광지 u-Ticket의 이용의도와 태도에 관한 모델에도 적용이 되는지를 살펴보기 위한 것이다. 이러한 연구모델을 바탕으로 설문 조사를 실시하여 실제 검증을 하였다.

연구결과 기술수용모델에서 이용의도에 유의한 영향을 미치는 요인은 기존 연구에서와 같이 지각된 유용성과 지각된 사용 용이성이 태도를 매개로 이용의도에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이처럼 태도를 매개로 이용의도에 지각된 사용 용이성과 지각된 유용성이 영향을 미치는 것은 이것을 통하여 실제 실현되고 있지는 않지만 관광지 u-Ticket 서비스와 같이 실현이 구체화되고 있는 첨단 정보기술서비스의 수용에도 기술수용모델인 TAM 모델을 적용시킬 수 있다는 사실을 알 수 있다.

지각된 유용성에 영향을 미치는 요인으로는 지각된 사용 용이성과 자기효능감, 이동성·연결성은 유의한 것으로 나타난 반면, 사회적 영향은 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났다. 또한 지각된 사용 용이성에 영향을 미치는 요인으로는 연구 모델에서 제시했던 외부변수 중 이동성·연결성을 제외한 사회적 영향과 자기효능감이 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

한편, 각각의 경로계수를 살펴본 결과에 따르면 다음과 같은 사실을 알 수 있다.

첫째, 실현이 구체화되지 않았지만 실현이 구현될 가능성이 높은 관광지 u-Ticket 서비스와 같은 정보기술 수용에 있어서 태도는 영향력이 높다. 즉, 관광지 u-Ticket 서비스와 같은 새로운 정보기술에 대한 수용력을 높이려는 긍정적이고 호감 가는 태도의 형성이 중요하다는 것을 시사한다.

둘째, 관광지 u-Ticket 서비스에 대한 긍정적인 태도의 형성을 위해서는 지각된 사용 용이성보다 지각된 유용성의 경로계수가 높다는 점에서 이 새로운 정보기술 서비스의 유용성이 어디에 있는지, 즉, 이러한 정보기술을 활용해 관광이라는 구체적인 현실에 어떠한 도움을 주거나 관광경험의 만족을 높일 수 있는지와 같은 결과적 측면의 강조가 필요함을 시사한다.

셋째, 지각된 유용성과 관련해서는 지각된 사용 용이성보다 이동성·연결성, 자기효능감이 상대적으로 큰 영향을 미치는 변수로 밝혀졌다. 관광지 u-Ticket 서비스에 대한 지각된 유용성을 높이기 위해서는 이러한 서비스가 사용이 용이하다는 점보다는 개인에게 대체서비스로서의 가능성, 장소와 시간적 제약이 없이 사용 가능하다는 것과, 개인이 얼마나 자신에 대한 정보기술을 잘 활용할 수 있는 기술과 능력이 있는지에 대한 확신이 보다 중요함을 시사한다. 이것은 관광지 u-Ticket 서비스가 구체적으로 실현된다면, 스마트폰과 같은 최신 정보기술을 다룰 수 있는 기술과 능력이 있는 개인이 우선적으로 관심을 보일 것이라고 해석할 수 있다.

넷째, 관광지 u-Ticket 서비스에 대한 지각된 사용 용이성은 자기효능감이 사회적 영향요인보다 중요한 요인임을 나타냈다. 이는 지각된 유용성에서와 마찬가지로 정보기술에 대한 사용능력, 기술이 좋다는 자기 확신이 높을수록 지각된 사용 용이성도 높다는 것을 뜻한다.

제2절 연구의 한계

본 연구는 기술수용모델을 이용하여 관광지 u-Ticket 서비스의 이용의도에 영향을 미치는 요인을 살펴봄으로써, 앞으로의 관광지 u-Ticket 서비스를 어떻게 활성화할 것인지에 대해 기여했다는 점에서 의의를 가지나 다음과 같은 한계점도 가지고 있다.

첫째, 관광지 u-Ticket 서비스의 이용의도에 관한 기술수용모델의 적용에 있어서 외부변수의 타당성을 입증하기가 힘들다는 점이다. 본 연구에서 제시된 여러 가지 변수들 이외에 다른 변수들이 존재할 수 있다는 점이다.

둘째, 설문대상의 표집이 랜덤하지 못하다. 설문대상 표집이 대표성을 가지는 것이 실증연구에서 대단히 중요한 일이나 이에 대한 표집절차가 랜덤하지 못해 분석결과를 일반화시키기는 한계가 있다.



참 고 문 헌

국내 문헌

- 강병서(1999). 인과분석을 위한 연구방법론. 무역경영사.
- 권순조(2001). 관광정보시스템 품질평가에 관한 연구. 박사학위논문, 경기대학교 대학원.
- 김계수(2007). Amos 7.0 구조방정식모형 분석. 한라래.
- 김민철·김승욱·김민수(2005). 모바일 banking 서비스에 있어서 수용 요인 탐색 연구. 「한국산업경영시스템학회 추계학술대회 논문집」: 104-114.
- 김외영·이재은·신현옥·박현지(2008). U-TOUR 서비스의 이용동기가 관광자의 만족과 행동의도에 미치는 영향: 통영 U-TOUR 서비스를 중심으로. 「관광레저연구」, 20(4): 335-353.
- 김천중(2000). 관광정보시스템. 대왕사.
- 김태문·한진수(2009). 인터넷 여행상품의 고객구매의도에 관한 연구: 확장된 기술수용모델을 중심으로. 「관광연구」, 24(1): 185-204.
- 김향자·손정환(1999). 관광안내정보시스템 구축방안. 한국문화관광연구원.
- 김현정(2007). 유비쿼터스 관광정보서비스 구축을 위한 관광객의 정보요구에 관한 연구. 「관광연구저널」, 21(4): 295-308.
- 김호영·김진우(2002). 모바일 인터넷의 사용에 영향을 미치는 중요 요인에 대한 실증적 연구. 「경영정보학연구」, 12(3): .89-113.
- 김효정·한창희·서보밀·김근중(2004). 모바일 게임 이용의도에 영향을 미치는 요인에 관한 연구. 「한국전자거래학회지」, 10(1): 1-19.
- 박재진(2004). 소비자 혁신성이 온라인쇼핑 행동에 미치는 영향: 혁신기술수용모델을 중심으로. 「광고연구」, 63: 79-101.
- 박현지(2008). 모바일 관광정보서비스 경험에 따른 고객행동분석 - 대학생 유경험자를 대상으로. 「관광연구」, 23(1): 101-124.
- 박현지·권영국(2007). 모바일 관광정보서비스 특성과 지각된 가치, 행동의지, 실제사용간의 관계분석. 「호텔경영학연구」, 16(1): 121-138.

- 박현지 · 권영국 · 이호근 · 주현식 · 최정순 · 박중환(2008). 유비쿼터스 관광서비스에 대한 이용관광객의 선호태도 분석. 「관광레저연구」, 20(2): 249-269.
- 박종찬(1999). 인터넷을 활용한 관광목적지 정보시스템 구축에 관한 연구. 세종대학교 대학원 박사학위논문.
- 안경모 · 김주연(2009). IPA기법을 활용한 모바일 관광정보 서비스 평가. 「관광연구」, 24(5): 45-61.
- 안나은(2003). 모바일 banking 서비스의 수용 요인에 관한 연구. 서울대학교 석사학위논문.
- 연신화 · 전달영 · 권주형(2008). 유비쿼터스 응용 서비스의 수용요인이 구매 의도에 미치는 영향. 「벤처경영연구」, 11(1): 53-77.
- 오상현(2003). 인터넷쇼핑에서 고객 수용요인에 관한 연구: 기술수용모델(TAM)의 확장을 중심으로. 「고객만족경영연구」, 5(2): 225-253.
- 유일 · 황준하(2002). 학습자의 원격교육시스템 이용의도와 성과에 대한 원격교육 자기효능감의 역할. 「경영정보학연구」, 12: 46-70.
- 이정환(2008). 유비쿼터스 센서기술과 유헬스. 「KIC News」, 11(2): 1-10.
- 전효재(2006). 관광안내정보서비스 패러다임의 전환과 u-Travel 시대의 도전. 「한국관광정책」, 25: 54-61.
- 조인숙(2009). U-Tourism 모바일 서비스 속성에 대한 지각이 사용자만족 및 행동의도에 미치는 영향, 세종대학교 관광대학원 석사학위논문.
- 채서일(1998). 사회과학 조사방법론(2판). 학현사.
- 김향자 · 손정환(1999). 관광안내정보시스템 구축방안. 한국관광연구원.
<http://www.infomind.co.kr/sub.php?m=0201>
<http://www.u-tour.or.kr/Sub/?pid=0101>

해외 문헌

- Adams, D. A., Nelson, R. R., and Todd, P. A.(1992). Perceived Usefulness, Ease of Use, and Usage of Information Technology: A Replication. *MIS Quarterly*(16): 227-247.

- Agrwal, R.C., and Prasad, J.(1998). The Antecedents and Consequents of User Perceptions in Information Technology Adoption. *Decision Support Systems*, 22: 15-29.
- Ajzen, I., and Fishbein, M.(1980). *Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior*. Prentice-hall, Englewood Cliffs, NH.
- Bandura. A.(1997). *Self-efficacy: The Exercise of Control*, Freeman, New York.
- Citrin, A.V., Sprott, D.E., Silverman, S.N., and Stem, D.E. Jr.(2000). Adoption of Internet Shopping: The Role of Consumer Innovativeness. *Industrial Management & Data Systems*, 100(7): 294-300.
- Davis, F.D.(1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly (13)*: 318-339.
- _____ (1993). User Acceptance of Information Technology: System Characteristics, User Perceptions and Behavioral Impacts”, *International Journal of Man-Machine Studies*, 38(3): 475-487.
- Davis, F.D., Bagozzi, R.P. and Warshaw, P.R.(1989). User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models. *Management Science*, (35): 982-1002.
- Fensli R., Pedersen PE., Gundersen T., and Hejlesen O.(2008). Sensor Acceptance Model - Measuring Patient Acceptance of Wearable Sensors. *Methods Inf Med*, (47): 89-95.
- Fishbein, M., and Ajezen, I.(1975). *Belief, Attitude, Intention and Behavior: An Introduction to Theory and Research*. Addison-Wesley Reading, MA.
- Fodness, D., and Murray, B.(1998). A Typology of Tourist information Search Strategies. *Journal of Travel Research*, 37(2): 108-119.
- Hong, W., Thong, James Y.L., Wong, Wai-Man., and Tam, Kar-Yan.(2002). Determinants of User Acceptance of Digital Libraries: An Empirical Examination of Individual Differences and System Characteristics. *Journal of Management Information Systems*, 18(3):97-124.

- Jen-Her Wu, Wen-Shen Shen, Li-Min Lin, Robert A. Greenes and David W. Bates.(2008). Testing the Technology Acceptance Model for Evaluating Healthcare Professionals' Intention to Use an Adverse Event Reporting System. *International Journal for Quality in Health Care Advance Access published January*, 20(2): 123-129.
- Kalakota, R., and Robinson, M.(2002). *M-business : The Race to Mobility*. McGraw-Hill.
- Lu, H., Hsu, C., & Hsu, H.(2005). An Empirical Study of the Effect of Perceived Risk Upon Intention to Use Online Applications. *Information Management & Computer Security*, 13(2/3): 106-120.
- Mathieson, K.(1991). Prediction User Intention: Comparing the Technology Acceptance Model with the Theory of Planned Behavior. *Information Systems Research*, 2(3): 173-191.
- McCoy, S., Everard, A., and Jones, B. M.(2005). An Examination of the Technology Acceptance Model in Uruguay and the US: A Focus on Culture. *Journal of Global Information Technology Management*, 8(2): 27-45.
- Ndubisi, N. O., Gupta, O. K., & Ndubisi, G. C.(2005). The Moguls' Model of Computing: Integrating the Moderating Impact of Users' Persona into the Technology Acceptance Model. *Journal of Global Information Technology Management*, 8(1): 27-47.
- Nunnally, J. C.(1978). *Psychometric Theory*. (2nd ed.). McGraw Hill, New York..
- Thompson, R.L., Higgins, C.A., and Howell, J.M.(1994). Influence of Experience on Personal Computer Utilization: Testing a Conceptual Model. *Journal of Management Information Systems*, 11(1): 167-187.
- Van de Ven, A. H., and Ferry, D.L.(1980). *Measuring and Assessing Organization*. NewYork.

- Venkatesh, V., and Davis, F.D.(1996). A Model of the Antecedents of Perceived Ease of Use: Development and Test. *Decision Sciences*, 27(3): 451-481.
- _____.(2000). A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies. *Management Science*, 46(2): 186-204.
- Venkatesh, V., Morris, M.G., Davis, G.B. and Davis, F.D.(2003). User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View. *MIS Quarterly*, (27): 425-478.
- Weiyin, H., Thong, J.Y.L. Wai-Man, W., and Tam, K.Y.(2001). Determinants of User Acceptance of Digital Libraries: An Empirical Examination of Individual Differences and System Characteristics. *Journal of Management Information Systems*, 18(3): .97-124.
- Wixom, B.H., and Todd, P.A.(2005). A Theoretical Integration of User Satisfaction and Technology Acceptance. *Information Systems Research*, 16(1): 85-102.
- Ziqi Liao and Michael Tow Cheung.(2002). Internet-based E-banking and Consumer Attitudes: An Empirical Study. *Information & Management*, (39): 283-295.

Abstract

A Study on the Acceptance Factors of u-Ticket Service in Tourist Destinations : using TAM

With the significant development of ICT technology, convergence between everyday life and IT service became one of the inevitable parts of people's life.

This study seeks to provide implications that will be helpful to u-Ticket service providers and users in tourist destinations by identifying demand factors of u-Ticket service in tourist destinations, one of the IT convergence services.

I referred to Technology Acceptance Model(TAM), which was previous studies on u-Ticket service in tourist destinations and IT-related fields. Among them, I chose the David's TAM model and induced factors that can influence the acceptance of u-Ticket service in tourist destinations.

In this process, individual variables such as quality of service, personal innovation, social influence, mobility, connectivity, user-friendless, self-efficacy were induced and they provided opportunities to explore its influences on the acceptance of u-Ticket service in tourist destinations.

The study findings are as follows:

First, like prior research of the TAM, "Attitude" has a strong influence on "Behavioral Intention to Use." in acceptance of new information technology such as u-Ticket service in tourist destinations. The more people believe u-Ticket service in tourist destinations is convenient, the

more they are aware of usefulness of the service. Additionally, convenient and useful service makes people positive about u-Ticket service in tourist destinations, which also spurs Intention to Use.

Second, the "Perceived usefulness" affects "Attitude" more than "Perceived use of easy" in making the users positive about u-Ticket service in tourist destinations. This means that to strengthen the effect of the results from using the new information technology service, the high quality of tourism experience is required.

Third, mobility, connectivity and self-efficacy are revealed as more influential variables in "Perceived use of easy" than "Perceived usefulness". It can be said that if the u-Ticket service in tourist destinations is actualized in tour sites, the person who has the ability to deal with the new information technology device like "smart phone" shows interests first

Lastly, Self-efficacy is proved as more important factors in "Perceived use of easy" than social influence. Similar to "Perceived usefulness", this indicates that as the self-confidence in capability and skill of using information technology is higher, the "Perceived use of easy" becomes higher.

< 설 문 지 >

관광지 u-Ticket 서비스의

수용요인에 관한 연구

안녕하십니까? 귀하의 즐거운 여행과 평안함을 기원합니다.

본 설문지를 작성하시는데 걸리는 시간은 10분 정도입니다. 이 설문은 순수한 연구 목적으로만 사용될 것이며 그 이외의 목적으로는 사용되지 않을 것을 약속드립니다. 바쁘시더라도 성심껏 응답해 주신다면, 본 연구자의 연구와 앞으로의 u-Ticket 서비스 발전에 큰 도움이 될 것입니다.

다시 한번 이 설문에 도움을 주신 것을 진심으로 감사드립니다.

2010년 3월

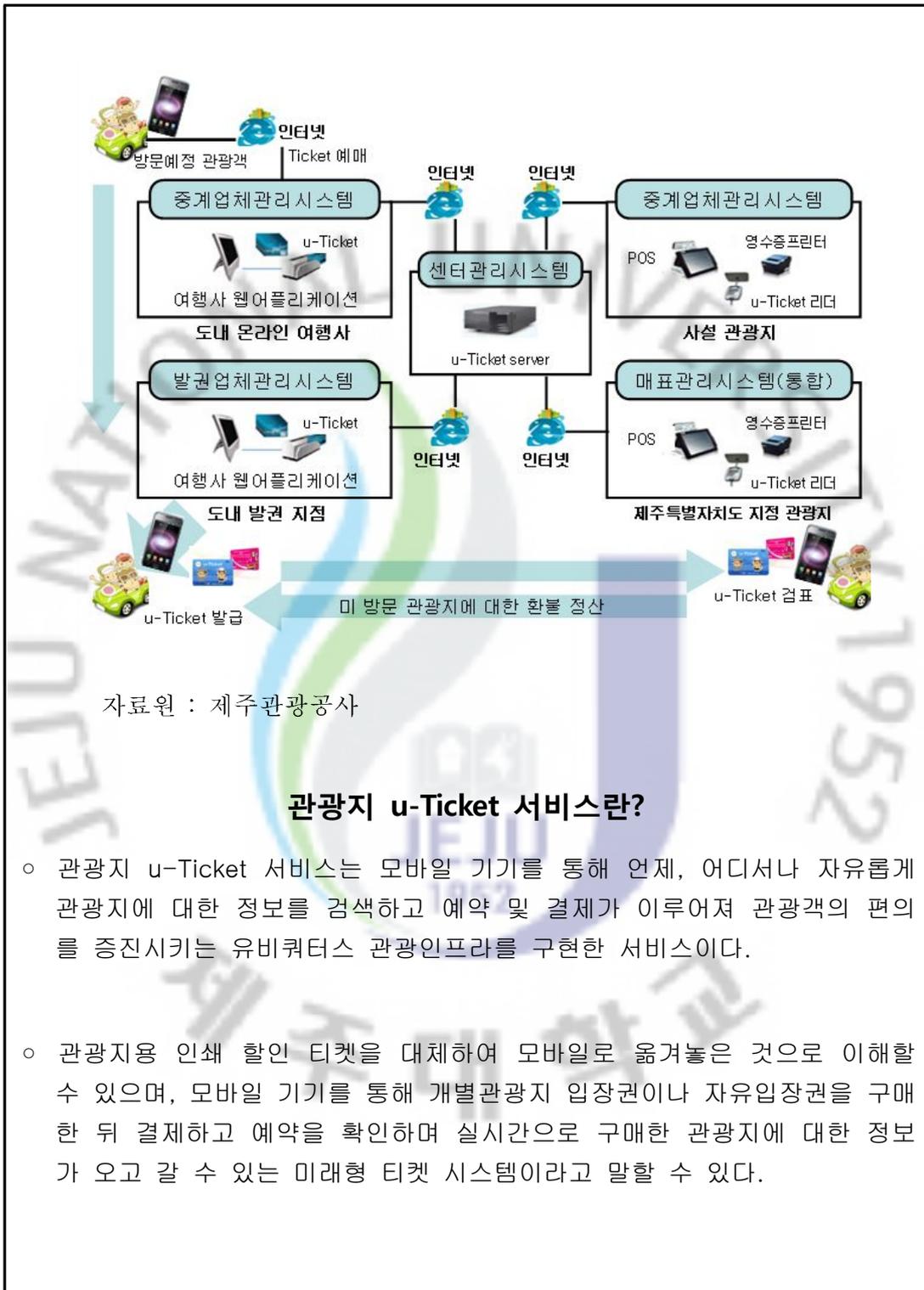
지도교수 : 제주대학교 경영정보학과 김민철

연구자 : 제주대학교 대학원 경영정보학과 석사과정 고기문

연락처 : 010-8663-2869

kokm12@naver.com

※ 다음은 관광지 u-Ticket 서비스에 대한 개념입니다.



※ 위의 관광지 u-Ticket 서비스에 대한 개념을 주위 깊게 보시고 귀하의 생각을 답하여 주시기 바랍니다.

I. 관광지 u-Ticket 서비스에 대한 의견 조사

1. 다음은 귀하의 관광지 u-Ticket 서비스의 지각된 유용성에 대한 질문입니다.

관광지 u-Ticket 서비스의 유용성에 대한 질문	전혀 그렇지 않다-----보통이다-----매우 그렇다
1) 관광지 u-Ticket 서비스를 이용하면 여행일정을 매우 효율적으로 관리할 수 있을 것이라 생각한다.	①---②---③---④---⑤---⑥---⑦
2) 관광지 u-Ticket 서비스를 이용하면 여행경험이 향상될 것이라 생각한다.	①---②---③---④---⑤---⑥---⑦
3) 관광지 u-Ticket 서비스가 여행에 유용할 것 같다는 생각이 든다	①---②---③---④---⑤---⑥---⑦
4) 관광지 u-Ticket 서비스를 활용하면 여행경비가 절약될 수 있다고 생각한다.	①---②---③---④---⑤---⑥---⑦

2. 다음은 관광지 u-Ticket 서비스 사용에 대한 사용용이성에 대한 질문입니다.

관광지 u-Ticket 서비스에 대한 사용 용이성에 대한 질문	전혀 그렇지 않다-----보통이다-----매우 그렇다
1) 관광지 u-Ticket 서비스를 이용하는 것이 나한테는 쉬운 것이다.	①---②---③---④---⑤---⑥---⑦
2) 관광지 u-Ticket 서비스에서 원하는 것을 쉽게 찾을 수 있을 것이다	①---②---③---④---⑤---⑥---⑦
3) 관광지 u-Ticket 서비스를 명확하게 이해하며 서비스를 활용할 수 있을 것이다.	①---②---③---④---⑤---⑥---⑦
4) 관광지 u-Ticket 서비스를 능숙하게 사용할 수 있게 될 것이다.	①---②---③---④---⑤---⑥---⑦

3. 다음은 관광지 u-Ticket 서비스 사용의 사회적 영향에 대한 질문입니다.

u-Ticket 사용의 사회적 영향에 대한 질문	전혀 그렇지 않다-----보통이다-----매우 그렇다
1) 나의 행동에 영향력을 미치는 사람 (직장 상사 등)이 관광지 u-Ticket 서비스를 권유하면 u-Ticket 서비스의 이용을 심각하게 고려할 것이다.	①---②---③---④---⑤---⑥---⑦
2) 내가 중요하게 생각하는 사람 (직장 상사, 동료, 가족, 친구 등)이 관광지 u-Ticket 서비스를 권유하면 u-Ticket 서비스의 이용을 심각하게 고려할 것이다.	①---②---③---④---⑤---⑥---⑦
3) 관광지 u-Ticket 서비스와 같은 새로운 방법에 대한 호기심이 많아 빨리 이용해 보고 싶다.	①---②---③---④---⑤---⑥---⑦
4) 새로운 IT서비스가 나오면 가급적 빨리 사용해 보려 한다.	①---②---③---④---⑤---⑥---⑦

4. 다음은 관광지 u-Ticket 서비스 사용에 대한 자기효능감에 대한 질문입니다.

관광지 u-Ticket 서비스에 대한 자기효능감에 대한 질문	전혀 그렇지않다-----보통이다-----	매우 그렇다
1) 관광지 u-Ticket 서비스를 이해하는 것은 쉬울 것이라 생각한다.	①---②---③---④---⑤---⑥---⑦	
2) 관광지 u-Ticket 서비스를 활용하는데 쉽게 익숙해질 것이라고 생각한다.	①---②---③---④---⑤---⑥---⑦	
3) 관광지 u-Ticket 서비스를 활용하는데 필요한 지식을 보유하고 있다.	①---②---③---④---⑤---⑥---⑦	
4) 자원, 기회, 지식을 고려해볼 때, 내가 관광지 u-Ticket 서비스를 활용하는 것은 쉽다.	①---②---③---④---⑤---⑥---⑦	

5. 다음은 관광지 u-Ticket 서비스 기술활용 측면에서의 태도에 대한 질문입니다.

u-Tour 기술활용 측면에서의 태도에 대한 질문	전혀 그렇지않다-----보통이다-----	매우 그렇다
1) 관광지 u-Ticket 서비스를 활용하는 것은 좋은 생각이다.	①---②---③---④---⑤---⑥---⑦	
2) 관광지 u-Ticket 서비스를 활용하는 것은 재미있을 것 같다.	①---②---③---④---⑤---⑥---⑦	
3) 관광지 u-Ticket 서비스를 활용하면 여행에 흥미가 생길 것 같다.	①---②---③---④---⑤---⑥---⑦	

6. 다음은 관광지 u-Ticket 서비스에 대한 행동의도에 대한 질문입니다.

관광지 u-Ticket 서비스 행동의도에 대한 질문	전혀 그렇지않다-----보통이다-----	매우 그렇다
1) 기회가 된다면 관광지 u-Ticket 서비스를 이용하기 위해서 기꺼이 이용할 용의가 있다	①---②---③---④---⑤---⑥---⑦	
2) 관광지 u-Ticket 서비스를 이용하기 위해서 자주 이용할 것 같다.	①---②---③---④---⑤---⑥---⑦	

7. 다음은 관광지 u-Ticket 서비스에 대한 이동성·연결성에 대한 질문입니다.

관광지 u-Ticket 서비스 이동성에 대한 질문	전혀 그렇지않다-----보통이다-----	매우 그렇다
1) 관광지 u-Ticket 서비스를 통해서 장소에 구애받지 않고 관광지 입장권을 구매할 것이다.	①---②---③---④---⑤---⑥---⑦	
2) 주변에 관광지 할인입장권을 구매할 수 곳이 없다면 관광지 u-Ticket 서비스를 이용할 것이다.	①---②---③---④---⑤---⑥---⑦	
3) 관광지 u-Ticket 서비스를 통해서 시간에 구애받지 않고 관광지 입장권을 구매할 것이다.	①---②---③---④---⑤---⑥---⑦	
4) 시간적·공간적 여유가 없다면 관광지 u-Ticket 서비스를 이용할 것이다.	①---②---③---④---⑤---⑥---⑦	

II. 인적 사항

1. 귀하의 성별은 ?

- ① 남 ② 여

2. 귀하의 연령은 ?

- ① 20대 ② 30대 ③ 40대 ④ 50대 이상

3. 귀하의 월평균 가계 소득은 ?

- ① 150만원 미만 ② 150만원 이상 ~ 250만원 미만
③ 250만원 이상 ~ 350만원 미만 ④ 350만원 이상 ~ 450만원 미만
⑤ 450만원 이상

4. 귀하의 학력은 ?

- ① 고졸이하 ② 전문대(재)졸 ③ 대(재)졸 ④ 대학원(재)졸

5. 귀하의 직업은 ?

- ① 공무원 ② 기업인/경영인 ③ 사무관리직, 기술직 ④ 판매/서비스직
⑤ 전문직(교수, 의사, 법률가) ⑥ 학생 ⑦ 생산, 기능, 노무직
⑧ 무직 ⑨ 농수산업 ⑩ 주부 ⑪ 기 타