



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](#)

碩士學位論文

스마트폰 서비스 품질이 사용자
만족에 미치는 영향에 관한 연구

이 論文을 經營學 碩士學位 論文으로 提出함

스마트폰 서비스
만족에 미치는 영향에 관한 연구

_____ ㉠
_____ ㉠
_____ ㉠

정재엽의 經營學

濟州大學校 經營大學院

經營情報學科 經營情報學專攻

Study on the Influence of the Quality of Smart Phone Service on the User's Satisfaction

Jae-yeop Jung
(Supervised by professor Do-gyung Kim)

A thesis submitted in partial fulfillment of the requirement for
the degree of Master of Business Management

2011. 8.

This thesis has been examined and approved.

Abstract

제1장 서론

제1절 연구 배경과 연구

제2절 연구 범위 및 논

제2장 이론적 고찰

제1절 스마트폰 정의 및

1.1 스마트폰 역사

1.2 스마트폰 정의와

제2절 전통적 서비스 품

제3절 모바일 서비스 관

제3장 연구모형 및 가

제1절 연구모형

제2절 가설설정

2.1 사용품질

2.2 성과품질

제4절 자료의 수집 27

4.1 설문지의 구성 27

4.2 조사대상 및 자료 분석 방법 28

제4장 자료 분석 및 가설 검증 29

제1절 표본의 구성 29

1.1 인구 통계학적 분석 29

1.2 스마트폰 사용현황 분석 30

제2절 타당성 및 신뢰성 검증 33

2.1 사용품질 검증 34

2.2 성과품질 검증 35

2.3 상호작용 품질 검증 35

2.4 만족도, 재사용의도 검증 36

제3절 가설 검증 38

3.1 사용품질 검증 39

3.2 성과품질 검증 49

3.3 상호작용 품질 검증 41

3.4 만족도 검증 42

3.5 분석결과 43

참고문헌

설문지

표 차 례

[표 1-1] 연구흐름	5
[표 2-1] 세계 스마트폰 시장 전망	7
[표 2-2] 노트북, PC, 스마트폰, 일반이동전화의 비교	8
[표 2-3] 스마트폰 주요 OS 분류	9
[표 2-4] 서비스 품질의 측정을 위한 10가지 차원	12
[표 2-5] ERVQUAL 22개 구성항목	13
[표 2-6] 모바일 서비스 차별화된 특성	15
[표 2-7] 스마트폰 및 모바일 서비스 관련 선행연구	17
[표 3-1] 변수의 조작적 정의 및 측정항목	23
[표 3-2] 스마트폰 서비스 설문지 구성 항목	27
[표 4-1] 인구 통계학적 분석	29
[표 4-2] 응답자의 스마트폰 사용 통신사	30
[표 4-3] 응답자의 스마트폰 사용 브랜드	30
[표 4-4] 응답자의 스마트폰 사용 기간	31
[표 4-5] 응답자의 주이용 스마트폰 기능	31
[표 4-6] 응답자의 스마트폰 하루평균 이용시간	32
[표 4-7] 사용품질 타당성 및 신뢰성 분석 표	34

[표 4-13] 성과품질과 만족	35
[표 4-14] 상호작용품질과 만족	35
[표 4-15] 만족과 재사용의도	35

그림 차례

<그림 2-1> 스마트폰 사용자 증가추이	7
<그림 2-2> 스마트폰 OS 시장전망	10
<그림 2-3> 스마트폰 애플리케이션 오픈장터	11
<그림 2-4> SERVQUAL 개념도	13
<그림 3-1> 연구 모형	18

Abstract

A Study on quality of service the use

The purpose of this study is to investigate the user's satisfaction on mobile smart phone service. First, it identifies the factors of mobile smart phone service quality or performance. To summarize the subject of this study, it identifies concept, trait and scale of mobile device. Second, it selects the users by analyzing user's satisfaction on mobile phone to identify how satisfied they are with the intention of reuse.

Finally, it tries to provide a practical solution for using smart phone by conducting a survey.

제1장 서론

2000년대 이후 인터넷의 등장과 모바일의 급격한 확산은 기존의 전통 미디어의 역할과 개념을 새롭게 바꾸고 있으며, 현재 그 중심에는 ‘손안의 PC’라 불리는 스마트폰이 있다.

“스마트폰으로 하루를 시작하여 스마트폰으로 마감한다”는 소비층이 등장할 정도로 스마트폰의 영향력이 커지고 있다. 2010년 전 세계 스마트폰 판매는 2.5억대에 달해 전체 휴대폰중 20%의 비중을 상회하고, 2013년에는 그 비중이 40%에 육박할 것이다.(삼성경제연구소, 2010)

이런 가운데, 우리나라 스마트폰 시장의 급격한 성장세가 눈에 띈다. 국내 시장에 스마트폰이 본격적으로 공급되기 시작한 2009년 4분기에는 판매량이 70만대 규모였는데, 1년이 지난 2010년 4분기에는 340만대 규모로 늘어났다. 이로서 우리나라는 세계 스마트폰 Top 10 시장에 이름을 올렸으며 국내 스마트폰 사용자는 2011년 3월 23일 기준으로 이미 1,000만명이 넘어서고 있다.(방송통신위원회, 2011) 국민 5명 중 1명은 스마트폰을 가지고 있으며 20~30대가 모여 있는 자리에선 10명 중 6명 이상이 스마트폰을 가진 것으로 집계되고 있다.

삼삼오오 모이는 자리마다 스마트폰을 꺼내 대화의 소재로 삼는 모습은 흔한 풍경이 됐다. 스마트폰이 사용자의 일상의 모습을 바꾸고 관련 산업의 패러다임을 흔들고 있는 것이다.

2010년 방송통신위원회의 스마트폰 사용자 대상으로 실시한 스마트폰 이용실태 조사결과에 의하면, 스마트폰 이용자가 약 77%가 이동중이 교통수단 안에서 이용하

스마트폰이 급격히 성장을 이룬 정보의 바다인 인터넷에 접속할 수 있도록 도와주는 도구로 인터넷과 이동전화와 같은 형태로 언제 어디서나 인터넷, 멀티미디어를 이용할 수 있기 때문이다. 스마트폰은 언제 어디서나 인터넷에 접속할 수 있으며 이러한 특성 덕분에 속하여 소통함으로써 수많은

스마트폰이 제공하는 서비스들이 사용되고 있으며 특히 자신만의 기능을 활용할 수 있다. 또한 사물인터넷을 설치하거나 제거할 수 있는 인터넷을 사용할 수 있다. 소프트웨어설치·이용의 매력도 있다. 이제는 스마트폰 가입자 수가, 메신저, SNS, 교통, 여행, 쇼핑 등이 폭발적으로 늘어나고 있다. 라이프 스타일도 바뀌고 있다.

기업에 입장에서는 스마트폰을 마케팅 활용 수단으로서 제공하는 스마트폰 애플리케이션으로 만들어지는 것은 곧 기존의 정보 미디어를 이용한 다양한 응용 서비스가

제2절 연구 범위 및 논문의 구성

스 품질의 중요성은 대단히 중요하다고 볼 수 있다. 이러한 중요성이 제기되는 시점에서 스마트폰이 제공하는 서비스 품질이 사용자 만족에 어떠한 영향을 미치는가에 대해 알아보하고자 한다.

본 연구의 과제를 정리해 보면 다음과 같다.

첫째, 새로운 모바일 디바이스로서 스마트폰의 개념, 특성, 서비스 품질을 파악하고, 둘째 스마트폰을 사용하고 있는 사람들을 대상으로 스마트폰이 제공하는 서비스 품질이 대한 사용자 만족에 요인을 분석하고 이에 대하여 스마트폰 서비스 만족이 재사용의도에 미치는 영향을 연구해 보고자 한다.

본 연구는 스마트폰을 보유
와 실증연구를 병행하여 다음

첫째, 전문 서적과 논문 등의
기사, 기타 자료 등을 활용하
영향에 관한 연구를 하였다.

둘째, 이러한 선행 연구를 통
계패키지를 사용하여 분석하
Windows 15.0를 사용하였다.

본 연구의 범위는 서론부터
1장은 서론 부분으로 본 연
대에 설명을 하고 2장 연구의
바일 서비스 관련 문헌 고찰
토할 것이다.

3장에서는 본 연구를 위한
설을 설정하고 연구에 사용된
에 대해서 상세하게 정리하였
석방법을 설명한다. 4장에서는
이를 기반으로 시사점을 도출
5장은 결론으로 연구 결과 1

	<표 1-1> 연구흐름
--	--------------

개장 서론	↓ · 연구 배경과 연구 목적
	· 연구 범위와 방법

이론적 고찰	↓ · 스마트폰 정의 및 현황
	· 전통적 서비스 품질 모형
	· 모바일 서비스 관련 선행연구

연구모형 및 가설설정	↓ · 연구모형
	· 가설설정

	↓ · 변수의 조작적 정의
	· 자료의 수집

제4장 자료분석 및 가설 검증

- 표본의 구성
- 타당성 및 신뢰성 검증
- 가설 검증

제1절 스마트폰 정의 및 현황

1.1 스마트폰 역사

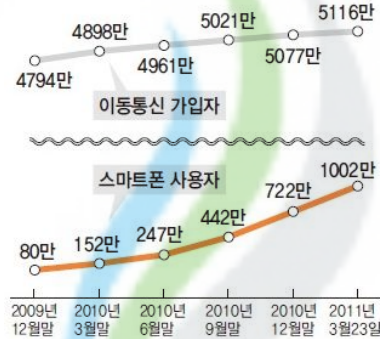
스마트폰의 역사는 PDA 계통에서 시작되었으며 최초의 스마트폰은 사이먼이 1996년에 미국 네바다 주의 라스베이거스에서 출시되었다. 이 제품은 휴대폰이면서 이메일 등의 기능을 제공하여 IT시장이 미치는 영향, 2009)

초기 스마트폰 시장은 1996년 Nokia9000을 출시하면서 본격화되었다. 2004년 리서치 모션(Research Motion)은 사무 종사자를 중심으로 보급되는 자사의 MP3 플레이어인 'iPhone'을 출시하였고, 폴 터너는 애플리케이션 중심의 서비스로

2009년 이후에 출시된 스마트폰은 재생, e-book, 카메라, GPS 등 다양한 기능이 추가되어 있다.

1.2 스마트폰 정의와 특성

서도 최근 방송통신위원회에 따르면 2011년 스마트폰 사용자가 사상 첫 1,000만을 넘었다고 발표하였다.



가 증가추이(방송통신위원회, 2011)

스마트폰에 대한 정의는 사...
한 정의가 없으며 스마트폰이...
이 일치한다. 일반적으로 스마...
하는 휴대전화(위키피디아, 2...
'PC와 같이 운영체제(OS)를...
있는 휴대폰을 통칭'한다고 정...

구분	2007년	2008년	2009년	2010년	2011년	2012년	2013년
휴대폰 판매대수	1,151	1,209	1,114	1,202	1,306	1,432	1,568

삼성경제연구소는(2010)는 2011년 휴대폰 시장에서 스마트폰 비중은 약 26.9%에 육박하며 2013년에는 40%까지 이 수치가 늘어날 것으로 예상하였다.

<표 2-1> 세계 스마트폰 시장 전망 - 삼성경제연구소(2010)

(단위 : 백만대, %)

구분	스마트폰	일반 휴대폰
운영체제	Android, iOS, Symbian, etc.	Symbian, etc.
주요 하드웨어	터치스크린, 카메라, GPS, etc.	키보드, 터치스크린, etc.

<표 2-2> 노트북 구분
노트북
· 범용OS탑재
· 마이크로소프트
사실상 독점

응용 소프트웨어 및 콘텐츠
· 제3자개발
· 적용이 용이
· 오픈라인,
통해 개별적
· 프로세서 :
주요 하드웨어
· 메모리 : ~5
· 디스플레이 :

GB의 메모리, 3~4인치급 터치스크린의 하드웨어 탑재가 기본 사양화되고 있다.
(삼성경제연구소, 2010)

스마트폰은 OS의 성능과 성격에 따라 스마트폰의 성능과 활용도가 달라져 OS 경쟁이 치열하다 현재 스마트폰 시장에는 심비안(핀란드 노키아)과 림(캐나다 림), 아이폰OS(미국 애플), 윈도모바일(미국 마이크로소프트), 안드로이드(미국 구글),

LiMO(리눅스 기반) 등과 같은 모바일 OS들이 존재한다. 실제로 최근 1~2년간 스마트폰 시장 참여 기업이 늘어남에 따라 모바일 OS간 경쟁도 심화되고 있다.

<표2-3> 스마트폰 주요 OS 분류- 한국수출입은행(2010)

OS	성격	주도사	내용
심비안	첫번째 상업용 스마트폰 운영체제로 음성과 무선데이터 통신을 타깃용 개발	노키아	- 심비안에서 개발하고 노키아가 인수 - 스마트폰 OS중 가장 많이 탑재 - 2010년 2월부터 무료로 개방
윈도모바일	전 세계 대부분의 PC에 쓰이는 윈도 OS와 호환	MS	- MS Windows의 모바일 버전 - 6.5버전 후 버전업그레이드가-6.5버전 후 버전업그레이드가 무의미하다고 느낀 MS가 새로운 OS를 개발한 것이 '윈도폰'
아이폰 OS	1개 기업 주도 개발/패쇄형 (소스코드 일부 개방)	애플	- Mac OS X 10.5 기반 - 기존 iPod 및 iTunes 서비스와 연계 - 터치에 최적화된 직관적 인터페이스
림 OS		림	- 기업 비즈니스 용도로 개발 - Push-메일 서비스 중심, 블랙베리에 특화된 OS - 미주, 유럽에서 유명
리눅스			- 54개국이 참여한 LiMo Foundation에서 개발한 Linux 기반 운영체제

최근 세계적인 시장조사기관 스마트폰 OS 점유율을 지배할 2011년에 9,200만 대를 출하할 것으로 예상하였고, 마이크로

Forecast: Mobile Communications Device Open OS Sales to End Users by OS (Thousands of Units)

OS	2009	2010	2011	2014
Symbian	80,876.3	107,662.4	141,278.6	264,351.8
Market Share (%)	46.9	40.1	34.2	30.2
Android	6,798.4	47,462.1	91,937.7	259,306.4
Market Share (%)	3.9	17.7	22.2	29.6
Research In Motion	34,346.8	46,922.9	62,198.2	102,579.5
Market Share (%)	19.9	17.5	15.0	11.7
iOS	24,889.8	41,461.8	70,740.0	130,393.0
Market Share (%)	14.4	15.4	17.1	14.9
Windows Phone	15,031.1	12,686.5	21,308.8	34,490.2
Market Share (%)	8.7	4.7	5.2	3.9
Other Operating Systems	10,431.9	12,588.1	26,017.3	84,452.9
Market Share (%)	6.1	4.7	6.3	9.6
Total Market	172,374.3	268,783.7	413,480.5	875,573.8

Source: Gartner (August 2010)

시장 점유율을 차지할 점유율이 3.9%로 떨어

<그림2-2> 스

제2절 전통적 서비스 품질 모형

스를 제공한다(김웅식, 2010)

이렇듯 스마트폰은 모바일 기기이면서 PC와 거의 같은 구조와 특성을 가지고 볼 수 있으며 차이가 있다면 휴대성으로 인해 디스플레이 크기에 제약이 있다는

점 장터를 통해 구입한다는 것이다.



리케이션 오픈장터

1980년대부터 많은 학자들에
는 서비스 품질이란 인도된 사
일치하는가의 척도(measure)라
소비자의 지각된 서비스와 기
기능적 품질, 이미지와 같은
품질 측정도구로 현재 가장
장 대표적인 연구자인 Parasu
이 모형에 의하면 소비자들에
만 한다고 느끼는 소비자의
을 비교함으로써 서비스 품질
다루어지는 '기대 불일치 패러

	Parasurman, Zeithaml & B
	을 측정할 도구로서 SERVQU
	였으며, <표 2-4>와 같이 은
	답 (focus group interview)을
	을 도출하였으며, 이를 서비스

스마트폰의 특성을 요약해보면 첫째, 작지도 크지도 않은 스마트한 사이즈로 스

마트폰은 일반 휴대폰에 비해 디스플레이가 크지만 한손으로 작동할 수 있을 정

도의 크기로 PDA폰이 가진 사이즈 문제를 극복하였다. 둘째, 다양하고 편리한

문자 입력 방식으로 일반 휴대폰의 키패드 입력방식과 PDA의 터치펜 입력방식

을 모두 지원하여 다양하고 편리한 문자 입력 방식이 가능하도록 하였다. 셋째,

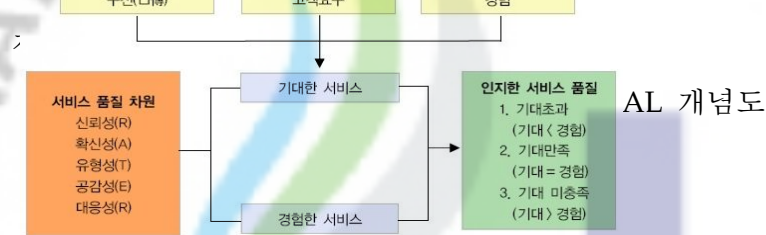
대용량 메모리/다양한 프로그램으로 일반 휴대폰의 저용량 메모리에 비해 OS하

<표2-4> 서비

- 차원(dimension)
- 신용도(credibility)
- 안정성(security)
- 접근가능성(access)
- 의사소통(communication)

용카드 회사, R&M(Repair& Maintenance)회사, 장거리 전화회사 등 4개의 서비스
 기업을 대상으로 서비스품질 척도를 연구한 결과 22개의 항목을 개발하여 유형

서 지리적 서비스 지리적 서비스 지리적 서비스 지리적 서비스 지리적 서비스 차원으로 구성된 서비스품질 차원을



<표2-5> SERVQUAL 22개 구성항목

차원	구성항목
신뢰성(F2)	1. 서비스의 약속시간 준수
	2. 고객이 문제에 봉착 했을때 적절한 대응
	3. 첫 번에 제대로 서비스를 수행함
	4. 약속한 시간내에 서비스를 제공함
확신성(F4)	5. 작은 실수조차 없는 완벽함
	6. 고객에게 믿음을 주는 행동
	7. 고객에 대한 거래의 안정성
	8. 고객에 대한 친절함
	9. 고객의 어떤 문의에도 대답 가능한 종사원
	10. 현대적 장비
유형성(F1)	11. 물리적 시설의 매력적인 외관
	12. 종사원들의 깔끔함 및 단정함
	13. 서비스와 관련된 제반자료(관플렛, 설명서 등)

여기서 말하는 “신뢰성(reliability)”은 약속한 대로 서비스할 수 있는 능력을 뜻한다. “신뢰성”은 고객에게 약속한 서비스와 실제 서비스 간의 차이를 측정하는 척도이다. 그리고 신뢰와 믿음을 전달하는 서비스의 질적 측면(물적 시설,장비, 인력, 의사소통 능력 등)을 측정하는 척도이다. “공감성(empathy)”은 고객에게 사려 깊은 서비스를 제공하는 것을 의미한다. 마지막으로 “대응성(responsiveness)”은 서비스를 제공하겠다는 의사를 신속하게 나타내주는 서비스를 제공하는 것을 의미한다. 마지막으로 “대응성(responsiveness)”은 서비스를 제공하겠다는 의사를 신속하게 나타내주는 서비스를 제공하는 것을 의미한다. SERVQUAL 모형의 한계점은 측정 항목의 중복성, 측정 항목의 중복적인 요인구조로 인한 타

Cronin and Taylor(1992)는 SERVQUAL을 측정하는데 있어 고객의 기대 수준보다 지각점수로 측정하는 SERVPERF라고 하였다. Teasdale(1993)는 고객 기대 수준에 대한 개념 정의와 측정 타당성 문제를 지적하며 기대수준이므로 SERVQUAL은 고객 기대 수준에 대한 서비스와 제공된 서비스의 차이를 측정하는 척도이다.

SERVPERF 모델의 서비스 품질 척도는 SERVQUAL과 동일하지만 SERVQUAL에서 기대 수준을 측정하지 않고, 실제 서비스에 대한 성과(지각)만을 측정하는 것이고, S

제3절 모바일 서비스 관련 선행연구

스마트폰 확산이 최근들이 많이 되었기 때문에 국내외적으로 스마트폰 서비스에 대한 연구는 많이 이루어지지 않았고 이제 연구가 시작단계라고 볼 수 있다. 그러나 스마트폰도 역시 정보를 제공하는 모바일 기기 한 분야로 볼 수 있고 스마트폰이 제공하는 이동전화 서비스 및 모바일 인터넷 서비스의 관점에 볼 때 많은 연구가 이루어져 왔다.

Durlacher Research(2003)에서는 모바일 서비스의 차별화된 특성을 7가지로 정리하고 있다.

<표2-6> 모바일 서비스 차별화된 특성(Durlacher Research, 2003)

구분	내용
편재성(ubiquity)	- 어디서나 실시간 정보 검색이 가능하다는 속성
접근가능성(reachability)	- 언제,어디서나 인터넷 접속이 가능한 속성
보안성(security)	- 안전용 단말기 보안과 안전이 보장된다는 속성
편의성(convenience)	- 휴대가 용이하고 사용이 간단하다는 도구 속성
위치확인성(localization)	- 특정 시점 사용자의 현 위치가 어디인지 보여주는 속성
즉시접속성(instantconnectivity)	- 빠른 시간 내 필요한 정보를 탐색할 수 있는 속성
개인화(Personalization)	- 이동통신 사용자의 개인화와 차별화된 고객 서비스가 가능하다는 속성

이국용(2004)은 모바일 인터넷 서비스 이용자 충성도 영향요인을 검증하기 위해 모바일 인터넷 서비스 특성으로 놀이성, 콘텐츠, 편리성 등의 세가지를 설정하였

(customer service quality)의
 객만족도와 충성도에 미치는

정철호, 강준규, 한재용(2006)
 만족 및 충성도에 미치는 영
 화, 편리성, 보안성, 즉시 접속
 족에 미치는 영향을 실증 분
 위치성이 고객 만족에 긍정적

김대업, 오재신(2006)은 모바일
 서비스 품질이 3차원적인 요인
 면서 2차요인 모형의 대표적
 여 기능적 품질(신뢰성, 반응
 인 대표 모형인 Rust와 Olive
 품질은 사용품질(디자인, 편리
 차원적 요인 구조를 제시하였

이태민, 라선아, 송상연(2007)
 를 지닌것에 대해 모형화하고
 모바일 인터넷 서비스 품질을
 상호품질, 정황적 상호작용
 들은 각각 2~3개씩 하위차원

황태균(2008)은 컨버전스 제
 PDA, IPTV 휴대용 게임기 등

도에 영향을 미치는 요인으로
 된 위험, 커뮤니케이션이라는

족도 및 전반적인 만족도에 대하여 스마트폰 기종별로 조사를 실시하여 조사 결과, 연구 모형을 비교하기도 하였다. 김소영(2010)은 모바일 서비스 특성 및 개인 특성이 스마트폰 모바일뱅킹 수용의도에 미치는 영향 요인을 도출하기 위하여, 문헌 연구와 실제 설문 조사의 두 가지방법을 병행하여 조사하였으며, 선행연구의 고찰을 토대로 도출된 모바일 서비스 특성과 개인 특성, 수용의도를 변수로 설문지를 구성하여, 현재 스마트폰 사용자들 중 모바일뱅킹 비수용자들을 대상으로 온라인, 오프라인 설문 조사를 통해 실증 분석을 하였다.

지금까지 검토한 스마트폰 모바일 서비스 수용에 영향을 연구모형을 설계하였다.

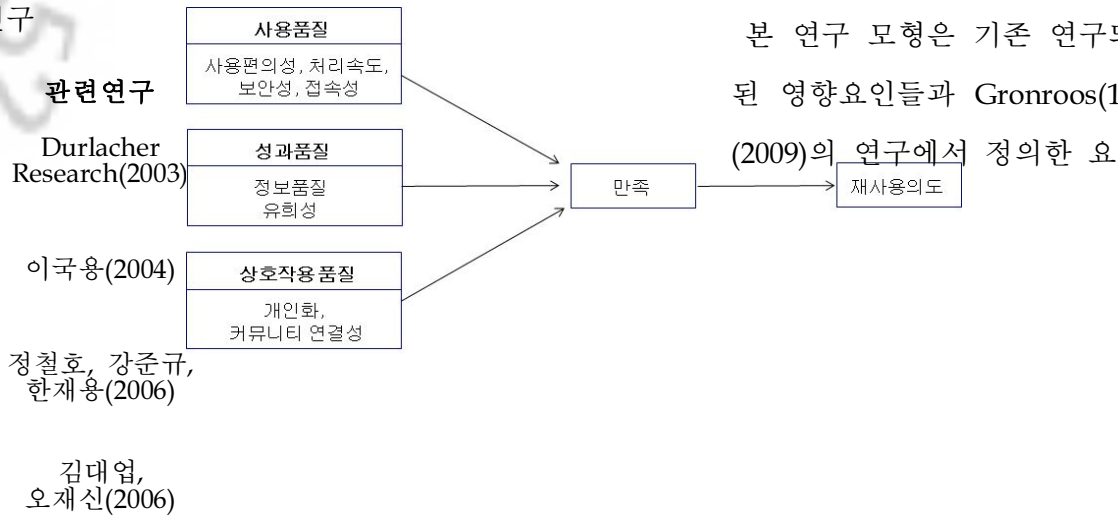
본 연구 모형은 기존 연구로 된 영향요인들과 Gronroos(1984)의 연구에서 정의한 요인

(2009)의 연구에서 정의한 요인

를 포함하여 연구모형을 설계하였다.

<표2-7> 스마트폰 및 모바일 서비스 관련 선행연구

주요요인	연구내용
편재성, 접근가능성, 보안성, 편의성, 위치확인성, 즉시접속성, 개인화	모바일 서비스의 성공을 위해 모바일 시장 세분화의 필요성을 제기하며, 모바일 서비스의 특성을 제시
놀이성, 콘텐츠, 편리성	모바일 인터넷 서비스 특성 요인 도출 및 이 요인들이 만족과 신뢰를 통한 충성도에 유의적인 영향을 있음을 발견
개인화, 편리성, 보안성, 즉시접속성, 위치성	모바일 환경 하에서 모바일 인터넷 특성이 고객 만족 및 충성도에 미치는 영향을 검증
3차 요인구조(기능품질, 사용품질, 성과품질)	3차요인구조인 기능품질, 사용품질, 성과품질등의 세가지 상위 구별하고 이것이 구성된 3차요인구조의 초기 연구모형 제시
모바일 서비스 품질을 가격구조에 대한 지각, 네트워크 품질, 모바일 데이터 서비스, 지불시스템, 고객 서비스 품질	5가지의 차원에 대한 각 구성차원이 고객만족도와 충성도에 미치는 영향력 검증



결과품질, 유동적 상호품질, 정형적 상호작용 품질, 서비스케이프 품질, 유용성, 편리성, 제품 혁신성, 소비자 혁신성, 지각된 위험, 커뮤니케이션

모바일 인터넷 서비스 품질이 3차원 적 위계구조를 지닌것에 대해 모형 화하고 실증적으로 검증

컨버전스 제품의 구매의도 및 만족 도에 영향을 미치는 요인을 파악하 고 실증 분석함

제2절 가설설정

2.1 사용품질

Rust와 Oliver(1994)와 Brady와 Cronin(2001)에서 제시한 환경적 품질을 김대업, 오재신(2006)이 사용품질이라 정의를 하였고 하위품질 차원 구성요소들을 살펴보면 먼저 사용 편의성은 모바일 디바이스를 통한 거래 시의 시간단축과 모바일 서비스 사용법, 거래주문 및 취소의 편리함을 뜻한다.(Childer et., 2001). 또한 모바일 서비스 사용시 모바일 디바이스 화면상의 디자인 적절성 및 서비스의 특징과 어울림 말한다.(Cho and Park, 2001).

이국용(2004)는 모바일 인터넷 서비스 사용자의 충성도에 대한 요인을 분석하기 위해 특성으로 편리성을 설정하였고, 이 요인이 충성도에 영향을 미친다는 결론을 얻었다. 처리속도는 모바일 디바이스의 화면 로딩속도, 거래처리 속도, 접속속도의 적절함을 말한다.(Szymanski and Hise, 2000)

보안성은 모바일 서비스 사용시 개인정보,지불의 안정성 및 모바일 서비스 시스템의 안전성을 뜻한다.(Salisbury et al., 2001). 유비쿼터스 접속성의 정의는 연구자들마다 다양하게 정의되고 있으나, 모바일을 이용하여 시간과 공간의 제약없이 모바일 기기에 접속하여 실시간으로 필요한 정보와 서비스를 제공 받을 수 있는지에 대한 여부이다.

이태민(2004)는 이동성, 편재성이라는 특성을 종합해서 언제 어디서나 장소에 구애받지 않고 인터넷에 접속해서 실시간으로 필요한 정보 또는 서비스를 제공 받을 수 있는 모바일 상호작용성의 구성요인을 유비쿼터스 접속성(ubiquitous connectivity)으로 개념화하여 제시하였다. 이러한 내용들을 고려하여 다음과 같

2.2 성과품질

H1-2 : 스마트폰 서비스 품질이 성과품질에 미치는 영향은 긍정적이다.

H1-3 : 스마트폰 서비스 품질이 성과품질에 미치는 영향은 부정적이다.

H1-3 : 스마트폰 서비스 품질이 성과품질에 미치는 영향은 부정적이다.

Gronroos(1984)의 기술적품질과 기능적품질의 차이를 구분하여 연구하였다. 여러 문헌에서 전자는 서비스의 질을 나타내며, 후자는 서비스의 성과를 나타내며 있다고 있는데, 이들 연구들의 공통점은 서비스의 질이 성과품질에 영향을 미친다는 점이다. 이러한 관점에서 서비스의 질은 정보의 다양함, 정확성, 신뢰성, 접근성, 반응성, 경쟁성 등을 포함하여 정의된다. 두번째 유희성은 스마트폰 서비스 사용자의 흥미를 유발할 수 있다. 개개인의 스마트폰 사용에 따른 즐거움등을 말한다. 윤승욱(2007)은 서비스 사용자의 행위의도에 있어 유희성이 직접적인 영향을 미친다고 하였다. 남종훈(2007)은 DMBS(디지털 마케팅 서비스)의 사용에 있어 지각하는 정도라고 정의하여 서비스 사용자의 행위의도에 있어서는 이러한 연구이론을

H2-1 : 스마트폰 서비스 품질인 정보품질은 사용자 만족에 정(+)^{의 영향을 미칠 것이다.}

H2-2 : 스마트폰 서비스 품질인 유희성은 사용자 만족에 정(+)^{의 영향을 미칠 것이다.}

Lehitinen(1982)는 서비스 품질차원을 상호작용품질과 물리적 품질을 제시하였다. 상호작용적 품질은 고객과 서비스 제공자간의 쌍방향적인 서비스의 특성과 관련되어 있다. 이에 대한 하위품질을 살펴보면 Ha and James(1998)는 커뮤니티 연결성을 자신의 관심사항과 관련된 토론방, 채팅방, 뉴스그룹 등의 하이퍼링크를 통해 연결되어 있다는 느끼는 정도라고 정의 하였다. 본 연구에서는 온라인 커뮤니티에 대한 사용자의 관심사항, 토론, 채팅, 뉴스그룹 등을 통해 사용자간 관심사 가치관을 공유하고 유용한 정보 교환이 가능한 항목으로 정의하였다.

Durlacher Research(2003)는 연구에서 모바일 서비스의 차별화된 7가지 특성중 개인화(Personlization)를 제시하여 차별화된 고객 서비스가 가능하다는 것으로 정의하였다. 이태민, 라선아, 송상연(2007)은 모바일 상호작용 특성은 바로 개인이 처한 시간, 위치, 개인 선호 정보 등과 같은 정황을 고려하여 소비자들에게 최적의 맞춤형 정보 또는 서비스를 제공해줄 수 있다는 것으로 개인화를 정의하였고, 모바일 모바일인터넷 서비스 품질(MOBISQUAL)구조 및 측정항목 연구에서 개인화 항목 모형화하여 검증하였다. 상호작용 품질에 대한 가설은 아래와 같다

H3 : 스마트폰 서비스 품질인 상호작용품질은 사용자 만족에 정(+)^{의 영향을 미칠 것이다.}

소비자는 제품이나 서비스에 따라 계속 사용 또는 구입할 것인지 등 다양한 구매 후 행동에 대해 고객만족이 중요한 역할을 차지하고 있다. 이미 많은 실증연구가 고객만족이 재구매의도에 긍정적인 영향을 입증하고 있다.

Croin and Taylor(1992)는 고객만족도와 구매의도에 관한 연구를 검증하였다. Oliver et al(1997)은 고객만족이 재구매의도에 긍정적인 태도형성에 영향을 미치는 핵심적인 선행요인이라고 하였다.

H4 : 만족도는 재사용의도에

제3절 변수의 조작적 정의

3.1 조작적 정의와 측정방법

본 연구에서는 스마트폰 서비스의 특징을 고려하여 사용품질, 성과품질, 상호작용 품질의 세가지 상위 차원으로 구분하였다. 사용품질은 사용편의성, 처리속도,

변수	관련문헌	조작적 정의
사용 편의성	Cho and Park (2001) 이국용(2004) Childer et.(2001)	o 모바일 서비스 사용시 모바일 디바이스 화면상의 디자인 적절성 및 서비스의 특징과 어울림 o 모바일 디바이스를 통한 거래시의 시간단축과 모바일 서비스 사용법, 거래주문 및 취소의 편리함
사용 품질	Szymanski and Hise(2000) 김소영(2010)	o 모바일 디바이스의 화면로딩 속도, 거래처리 속도, 접속속도의 적절함
정보품질	Sailisbury et al., (2001)	o 모바일 사용시 개인정보, 지불의 안정성, 모바일 서비스 시스템의 안전성
유회성	이태민 2004 Madu and Madu(2002) Negash(2003) (Venkatesh, 2000; 윤승욱,2006)	o 시간과 공간의 제약없이 모바일 서비스 이용가능성 및 상호작용이 가능한가 o 정보의 다양함, 정확함, 믿을만함, 즉시 제공성, 소비자에 원했던 서비스가 충실히 제공되는가 o 모바일 서비스를 사용하는 소비자들이 얼마나 즐겁게 서비스를 이용할 수 있었는가

조작적 정의에 대한 각 측정항목의 첫 번째 사용품질 측정항목은 1=전혀 그렇지 않다, 3=보통이다, 5=매우 그렇다. 사용편의성

항목	1	2	3	4	5
가. 사용편의성					
나. 처리속도					
다. 보안성					

글자/아이콘 등 디자인이 보기 좋거나 화면 디자인이 잘 구성되어 화면 디자인이 서비스 특징이 잘 드러나도록 사용방법을 편리하게 익힐수 원하는 메뉴를 편리하게 배치할 입력 등 키패드 조작이 편리 음악듣기 등 콘텐츠 사용이 편리

나. 처리속도

이용자 화면 로딩속도가 적 무선인터넷 접속속도가 적 무선인터넷 수신이 적절

다. 보안성

라. 접속성						
항목	반응척도					
	그렇지 않다	보통이다	매우 그렇다			
언제 어디서나 접근이 용이함	①	②	③	④	⑤	
원하는 기능을 즉각적으로 이용할 수 있음	①	②	③	④	⑤	
언제든지 필요한 정보를 이용할 수 있음	①	②	③	④	⑤	

두 번째 성과품질 측정항목으로 정보품질, 유희성을 정의하였고 리커트 5점 척도(1=크렇지 않다, 3=보통이다, 5=매우 크렇다)로 측정하였다.

가. 정보품질						
항목	반응척도					
	그렇지 않다	보통이다	매우 그렇다			
제공되는 정보서비스가 다양함	①	②	③	④	⑤	
제공되는 정보서비스가 정확함	①	②	③	④	⑤	
제공되는 정보서비스가 신뢰함	①	②	③	④	⑤	

나. 유희성

항목 25 -		반응척도				
항목	반응척도					
	그렇지 않다	보통이다	매우 그렇다			
실시간 정보를 받을 수 있음	①	②	③	④	⑤	
자체가 재미있고 흥미로움	①	②	③	④	⑤	

		가. 커뮤니티 연결성				
항목	반응척도					
	그렇지 않다	보통이다	매우 그렇다			
원하는 커뮤니티 구성이 가능함						
원하는 커뮤니티 콘텐츠를 접할 수 있음						
커뮤니티 서비스가 적절히 제공됨						
커뮤니티를 통해 의견교환이 가능함						
이용자간 토론 서비스가 제공됨						

나. 개인화

항목
 개인이 원하는 정보를 제공함
 개인에게 최적의 맞춤형 정보 제공함

제4절 자료의 수집

4.2 조사 대상 및 자료 분석 방법

4.1 설문지의 구성

본 연구의 총 문항 수는 42 문항이며, 이 중 인구 통계학적 설문 항목이 5문항, 스마트폰 사용에 현황에 대한 질문이 5문항, 만족과 재사용의도 7문항, 나머지 30문항이 본 연구의 주제인 스마트폰 서비스 사용품질 설문이었다. 사용품질로써

사용편의성	7문항	처리속도 3문항, 보안성 3문항, 성과품질로써 정보품질 3문항, 유희성 4문항, 상호작용품질로써 개인화 2문항, 커뮤니티 연결성 5문항으로 구성되어 있다.
<표 3-2> 스마트폰 서비스 품질 설문지 구성 항목		
	구분	문항수
		설문내용
		클자/아이콘 등 디자인이 보기 쉬움
		화면 디자인이 잘 구성되어 있음
		화면 디자인이 서비스 특징이 잘 어울림
	사용편의성	7
		사용방법이 편리하게 익힐 수 있음
		원하는 메뉴를 편리하게 배치할 수 있음
		입력 등 키패드 조작이 편리함
		음악듣기 등 콘텐츠 사용이 편리함
사용		이용서 화면 로딩속도가 적절함
품질	처리속도	3
		무선인터넷 접속속도가 적절함
		무선인터넷 수신이 적절함
		개인정보 보호로부터 안전함
	보안성	3
		이용요금 결제시 지불에 대해 안전함
		해킹으로부터 안전함
		언제 어디서나 접근이 용이함
	접속성	3
		원하는 기능을 즉각적으로 이용할 수 있음
		언제든지 필요한 정보를 이용할 수 있음
		제공되는 정보서비스가 다양함
	정보품질	3
		제공되는 정보서비스가 정확함
		제공되는 정보서비스가 신뢰함
		실시간 정보를 받을 수 있음

본 연구는 스마트폰 사용자 50%로 두고, 연령대별로는 20대 데이터의 통계적 분석을 위 통계학적 분석 및 스마트폰 하였다. 연구 변수의 내적 일 상관관계분석을 통해서 독립 마트폰 서비스 품질에 사용자 의 유의적인 상관관계 또는

제4장 자료 분석 및 가설 검증

제1절 표본의 구성

1.1 인구 통계학적 분석

본 연구는 스마트폰 사용자 200명을 대상으로 설문조사 하였으며, 실제 분석에 사용된 자료는 불성실하게 응답한 자료로 판단되거나 조사내용의 일부가 누락된 설문지는 제외하였다. 인구통계학적 분석은 아래 표와 같다

구분	항목	빈도(명)	비율(%)
성별	남자	100	50.0
	여성	100	50.0
연령	10대	8	24.0
	20대	6	33.0
	30대	4	22.0
	40대	6	13.0
	50대	0	5.0
	60대 이상	0	3.0
학력	초등학교	6	8.0
	중학교	0	0.0
	고등학교	6	8.0
	전문대학(재학) 졸업	36	18.0
	대학교(재학) 졸업	122	61.0
	대학원(재학) 졸업 이상	26	13.0
직업	- 29 - 전문직	35	17.5
	서비스직	18	9.0
	전업주부	6	3.0
	학생	43	21.5
	사무직	21	10.5
	기타	12	6.0

1.2 스마트폰 사용현황 분석

구분	항목	빈도(명)	비율(%)
스마트폰 사용	사용	175	87.5
	사용 안함	25	12.5

표본의 일반적인 특성에 따라 연령대별로는 10대가 24%, 20대가 33%, 30대가 22%, 40대가 13%, 50대가 5%, 60대 이상은 3%로 나타났다. 직업별 분포는 사무직이 10.5%, 서비스직 9%, 관리직 17.5%, 전문직 17.5%, 전업주부 3%, 학생 21.5%, 기타 6%이다. 월 평균 200만원 미만 33%, 200만원 ~ 400만원 미만 16%로 나타났다.

구분	항목	빈도(명)	비율(%)
스마트폰 사용 브랜드에 대한 선호	KT	66	37.5
	LG	6	3.0
기타	기타 1	12	6.0
	기타 2	12	6.0
	기타 3	12	6.0

응답자의 스마트폰 사용 통신회사에 대한 선호는 KT 38%, LGU+ 6%순으로 나타났다.

스마트폰 사용 브랜드에 대한 선호는 KT 37.5%, LG 6%, 기타 12.5%로 나타났다.

응답자의 스마트폰 사용기간에 대한 질문에서는 4~6개월이 32%로 가장 많았고 7~9개월 22%, 1~3개월 18%, 기타 28%로 나타났다.

22%, 1시간~2시간이 19.5%, 만이 8%로 조사되었다. 주말 시간이 16.5%, 2시간~3시간이 시간 미만이 11%로 조사되었

<표 4-4> 응답자의 스마트폰 사용 기간

구분	항목	빈도(명)	비율(%)
스마트폰 사용기간	1개월미만	11	5.5
	1~3개월	36	18.0
	4~6개월	64	32.0
	7~9개월	44	22.0
	10~12개월	19	9.5
	12개월 이상	26	13.0

응답자의 주로 이용하는 스마트폰 기능에 대한 질문에서는 무선인터넷이 46%, 사회적 네트워크 15%, 정보관리 9%, 기타로 전화, 음악, PC 연동기능 등 30%로 나타났다.

<표 4-5> 응답자의 주이용 스마트폰 기능

구분	항목	빈도(명)	비율(%)
주로 이용하는 스마트폰 기능	무선인터넷	92	46.0
	사회적 네트워크	30	15.0
	정보관리	18	9.0
	전화	17	8.5
	음악	11	5.5
	PC연동기능	9	4.5
	게임	9	4.5
	이메일	7	3.5
	캘린더	3	1.5
	기타	3	1.5

구분	항목	빈도(명)	비율(%)
스마트폰 하루평균 이용시간	시간 미만이	11	11.0
	1시간미만	19	19.5
	1시간~2시간	19	19.5
	2시간미만	8	8.0
	2시간~3시간	16	16.5
	3시간미만	16	16.5
	3시간~4시간	16	16.5
	4시간미만	16	16.5
	4시간~5시간	16	16.5
	5시간이상	16	16.5

(주말)

타당성 분석은 변수들이 각각 분리되어 고유한 특성을 측정하고 있는지를 파악하는 것으로, 측정변수와 관련된 항목들이 잘 묶여지는지를 검증하는 것이다. 본 연구에서는 변수들의 타당성을 검증하기 위해 요인 분석을 실시하였다.

요인분석은(Factor analysis)은 정보의 손실을 최소화하면서 많은 변수간의 공통요인으로 묶어 그 공통요인을 이용해서 변수간의 상관관계를 설명하고, 공통요인과의 관계에 의해서 각 변수의 성질을 간결한 형태로 기술하는 것으로 이러한 요인을 추출하는 방법은 여러 가지가 있으나 가장 널리 이용되는 요인분석모델은 주성분 분석(Principle component analysis) 과 공통요인분석(Common factor analysis)이 있다.

요인분석 방법은 연구의 목적에 따라 달리 선택할 수 있으나 일반적으로 주성분분석은 가능한 한 많은 정보를 최소한의 요인으로 압축시켜 예측을 목적으로 사용되며 공통요인분석은 쉽게 발견되지 않고 변수들 사이에 숨어있는 요인이나 차원을 발견하려 할 때 사용된다. 본 연구에서는 요인추출 방법을 주성분 추출방법으로 이용하였다. 하나의 요인이 적어도 변수 1개 이상의 분산을 설명하도록 고유치(Eigenvalue)가 1이상으로 하였다. 고유치(Eigenvalue)란 요인이 설명해주는 분산의 양을 말하는 것으로 1이상이라는 의미는 하나의 요인이 변수 1개 이상의 분산을 설명해 주는 것을 의미한다. 또한 요인의 차원에 적합시키기 위해 직각회전(Varimax)를 실시하였다.

신뢰성은 측정의 안정성, 일관성, 예측가능성, 정확성이 내포된 개념으로서 측정 결과가 어느 정도 일관성 있게 측정되었는지 또는 측정결과에 오차가 존재하는

먼저 사용품질을 살펴보면 <표 4-7>에 나타난 바와 같이 사용품질에 대해 위해 개념적으로 도출한 4개의 사용품질 항목이 1이상으로 나타나 모든 변수들의 신뢰도가 0.4이하라면 낮다고 하는데 측정된 신뢰도는 0.4이상으로 나타났다. 사용품질 요인분석 결과 첫 번째 요인(요인1)은 가장 높은 설명력(39.1%)을 나타냈다. 다음으로 크론바하 알파 계수는 0.840에서 0.896으로 나타났다.

측정항목	요인1 (사용편의성)
화면디자인서비스 특징	.832
화면디자인구성	.815
글자/아이콘 등 디자인	.750
콘텐츠사용 편리성	.657
원하는 메뉴 배치	.650
무선인터넷 접속속도	.148
무선인터넷수신정도	.130
화면도밍속도	.327
개인정보 보호 안전	.121
해킹으로부터 안전	.124

2.2 성과품질 검증

성과품질을 살펴보면 <표4-8>에 제시된 바와 같이 상호작용성을 측정하기 위해 개념적으로 도출한 2개의 요인으로 명확히 묶여졌고 요인들의 적재량이 0.6이상으로 나타나 모든 변수들의 타당성이 입증되었다. 측정항목중 요인1(정보품질), 요인2(유희성)의 적재치가 각각 .543, .538로 비슷한 두가지 항목은 제외하였다. 성과품질 요인분석 결과를 살펴보면 2가지 요인 중 정보품질 요인이 가장 높은 설명력(59.8%)을 나타내고 있으며, 요인들의 전체 설명력은 77.72%로 나타났다.

다음으로 요인분석을 통해 타당성에 문제가 있는 항목들을 제거한 후 도출된 차원에 대한 신뢰성 검증을 위해 크론바하 알파(Cronbach's Alpha) 분석결과 각 변수들의 신뢰도가 0.846에서 0.872으로 나타나 내적 일관성이 확보된 것으로 나타났다.

<표 4-8> 성과품질 타당성 및 신뢰성 분석 표

측정항목	요인1 (정보품질)	요인2 (유희성)	공통성
무료함을 탈래줌	.894	.138	.819
이용자의 중개유형 향상	.868	.221	.802
흥미롭고 재미로움	.845	.250	.777
실시간 정보 취득	.622	.410	.554
제공서비스의 정확성	.199	.910	.867
제공되는 정보서비스 신뢰성	.254	.883	.844
설명분산(%)	59.873	17.848	

2.3 상호작용품질 검증

으로 나타나 모든 변수들의 타당성이 입증되었다. 성과품을 살펴보면 2가지 요인 중 개인화 요인이 가장 높은 설명력(59.8%)을 나타내고 있으며, 요인들의 전체 설명력은 77.72%로 나타났다. 다음으로 요인분석을 통해 타당성에 문제가 있는 항목들을 제외하였다. 측정항목중 요인1(개인화), 요인2(커뮤니티 의견교환 용이)의 적재치가 각각 .543, .538로 비슷한 두가지 항목은 제외하였다. 상호작용품질 요인분석 결과를 살펴보면 2가지 요인 중 개인화 요인이 가장 높은 설명력(59.8%)을 나타내고 있으며, 요인들의 전체 설명력은 77.72%로 나타났다.

<표 4-9> 상호작용품질 타당성 및 신뢰성 분석 표

측정항목	요인1 (개인화)	요인2 (커뮤니티 의견교환 용이)
커뮤니티 서비스 적절한 제공	.885	.864
원하는 커뮤니티 콘텐츠 제공	.792	.763
원하는 커뮤니티 구성 가능	.763	.754
이용자간 토론 서비스 제공	.754	.710
개인이 원하는 정보 제공	.710	.696
개인에게 최적의 맞춤형 정보 제공	.696	.538
설명분산(%)	53.880	3.772
고유값(Eigen)	3.772	

2.4 만족도, 재사용의도 검증

Cronbach's Alpha .872
.846

제3절 가설검증

Alpha) 분석결과 0.872로 내적일관성이 확보되었다. 재사용의도 또한 <표4-11>에 각각 하나의 요인으로 묶여졌고 요인들의 적재량이 0.6이상으로 나타나 모든 변수들의 타당성이 입증되었다. 만족도의 경우 전체 설명력은 76.18%로 나타났고 신뢰성 검증을 위해 크론바하 알파(Cronbach's Alpha) 분석결과 0.894로 내적일관성이 확보되었다.

<표 4-10> 만족도 타당성 및 신뢰성 분석 표

측정항목	요인 (만족)	공통성
제공 서비스 만족	.0909	.790
제공 내용 만족	.889	.775
전반적으로 만족	.880	.827
설명분산(%)	79.741	
고유값(Eigen)	2.392	

Cronbach's Alpha

.872

<표 4-11> 재사용의도 타당성 및 신뢰성 분석 표

측정항목	요인 (재사용의도)	공통성
계속사용 의향	.890	.739
자주사용할 의향	.885	.734
공정적으로 말할것입	.860	.791
적극적으로 추천	.857	.783
설명분산(%)	76.186	

Cronbach's Alpha

.894

스마트폰 서비스 품질이 사-
다중회귀분석(multiple regres
수 이상의 독립변수(영향변수
을 미치는 가를 알기 위한 분
한 검정, 적합도검정, 결정계
하는데 여기서는 결정계수에

다중회귀분석의 결과를 분석
성 등을 살펴보게 되는데 이
해서 결정된다. 결정계수 R
마나 잘 설명하고 있는가를
값이 클수록 잘 적합한다고
표본회귀함수의 적합성을 판
가 있다. 왜냐하면 일반적으로
되고, 따라서 R2는 커지게 되
R2가 높아지기 때문에 경우에
이러한 문제점을 보완하기
를 사용한다. 회귀식의 설명력
으로 유의한가를 검정하는 것
분산분석을 통해 유의확률을

3.1 사용품질 가설검증

만족 사용편의성 처리속도 보안성 접속성

$$Y() =$$

$$i=1, j=1, k=1$$

H1 : 스마트폰 서비스 품질인 사용품질은 사용자 만족에 정(+의 영향을 미칠 것이다.

H1-1 : 스마트폰 서비스 품질인 사용편의성은 사용자 만족에 정(+의 영향을 미칠 것이다.

H1-2 : 스마트폰 서비스 품질인 처리속도는 사용자 만족에 정(+의 영향을 미칠 것이다.

H1-3 : 스마트폰 서비스 품질인 보안성은 사용자 만족에 정(+의 영향을 미칠 것이다.

H1-3 : 스마트폰 서비스 품질인 접속성은 사용자 만족에 정(+의 영향을 미칠 것이다.

						요인	
							사용편의성

<표 4-12>

비 표준

B

.259

처리속도 .161

사용
품질
보안성 .134

접속성 .356

F값=15.215

주) *** p<0.01

3.2 성과품질 가설검증

H2 : 스마트폰 서비스 품질인
이다.

H2-1 : 스마트폰 서비스 품질인
것이다.

H2-2 : 스마트폰 서비스 품질인
것이다.

가설1은 서비스 사용품질과 만족의 영향관계를 살펴보기 위한 것이다. 이를 위해 스마트폰 사용자를 대상으로 설문한 자료를 가지고 사용품질과 만족의 관계를 살펴보았으며, 그 결과는 <표 4-12>와 같다.

사용편의성은 만족에 정(+의 영향을 미치고, 회귀모형의 적합성은 p<0.01 수준에서 유의한 것으로 나타났다. 처리속도는 만족에 정(+의 영향을 미치고, 회귀모형의 적합성은 p<0.01 수준에서 유의한 것으로 나타났다. 처리속도는 만족에 정(+의 영향을 미치고, 회귀모형의 적합성은 p<0.05 수준에서 유의한 것으로 나타났다. 접속성은 만족에 정(+의 영향을 미치고, 회귀모형의 적합성은 p<0.01 수준에서 유의한 것으로 나타났다.

도출된 회귀모형에서 독립변수가 종속변수를 설명해 주는 결정계수(R²)는 0.222를 보여 전체 설명력은 22.2%로 분석되었다. 따라서 종속변수와 독립변수 간에

전체 설명력은 18.7%로 분석되었다. 따라서 종속변수와 독립변수 간에 상관관계가 있다고 할 수 있으며, 또한 회귀모델이 통계적으로 유의한 것이라고 판명되었다고 말할 수 있다. 한편 독립변수간의 다중공선성의 정도를 나타내는 VIF값은 모두 10보다 작아 회귀모델은 문제가 없는 것으로 판명되었다. 이와 같이 정보품질, 유희성은 만족에(=0.346, 0.276)에 (+)영향을 미치는 것으로 나타났다.

따라서 가설H2은 채택되었다.

$$Y(\beta) = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_n X_n$$

상수, $i=1, j=1, k=1, p=1 \dots n$

요인	B	표준오차	계수	t	유의 확률	공선성 통계량	공차한계	VIF
정보품질	.346	.064	.346	5.410	.000	1.000	1.000	1.000
성과 유희성	.276	.064	.276	4.313	.000	1.000	1.000	1.000
F값=23.936		R ² =.195		수정된 R ² =.187		유의확률 0.00***		

주) *** p<0.01

H3 : 스마트폰 서비스 품질인 상호작용품질은 사용자 만족에 정(+)의 영향을 미친다

β
만족 개인화

요인	B	표준오차	계수	t	유의 확률	공선성 통계량	공차한계	VIF
커뮤니티 연결성	.021	.064	.021	0.328	.743	1.000	1.000	1.000
개인화	.469	.064	.469	7.328	.000	1.000	1.000	1.000
F값=27.884		R ² =.195		수정된 R ² =.187		유의확률 0.00***		

다음으로 H3 상호작용품질과 개인화는 <표 4-14>와 같다. 개인화는 p<0.01 수준에서 유의한 것으로 나타났다. 상호작용품질은 p<0.01 수준에서 유의한 것으로 나타났다. 다중공선성의 정도를 나타내는 VIF값은 모두 10보다 작아 회귀모델은 문제가 없는 것으로 판명되었다. 이와 같이 개인화는 만족에(+)

따라서 가설H3-2은 채택되었다. 커뮤니티 연결성은 만족의 유의한 영향을 미치지 않는다. 개인화는 만족에 정(+)의 영향을 미친다.

<표 4-14> 상

비 표준

요인	B
커뮤니티 연결성	.021
개인화	.469
F값=27.884	

주) *** p<0.01

제2절 연구의 한계 및 향후 연구 방향

사용자 만족에 정(+)의 영향을 미치는 걸로 나왔으나 커뮤니티연결성 서비스는 사용자 만족에 부(-)의 영향을 미치는 걸로 결과가 도출되었다. 커뮤니티연결성인 경우는 최근 SNS(소셜네트워크)등 사용자 커뮤니티가 인터넷 웹을 통해 많이 보급되었 많은 사용자들이 사용하고 있으나 스마트폰 전용 커뮤니티 관련 애플리케이션은 최근에야 사용자들에게 확산되는 과정이기 때문에 실제 사용자들은 많은 관심을 가지고 있는 분야이긴하나 연구결과 사용자 만족에 크게 영향을 미치지 않는 걸로 보인다.

본 연구는 스마트폰 서비스 스마트폰 서비스에 도움이 될 수 서비스 품질 관련 스마트폰 모 서비스가 시시각각 변하는 시 할 수록 그 환경에 맞는 연구 그리고 다음과 같은 문제가 있 첫째, 서비스 품질 개념이 기 우 기존 모바일 단말기가 기 '개방성'과 '확장성'으로 인하 수 있다. 둘째, 스마트폰을 사용하는 추세인데 표본을 한정해 조사 일반화시키는데 문제가 있을 확대시켜 모든 연령층을 대상 셋째, 독립변수인 서비스 품질 요하다고 생각되는 것만을 선 스 품질로 제시한 서비스외에 미치는 또다른 변수를 추가로

끝으로 앞에서 제시한 한계 제시할 수 있는 과제로는 다

참 고 문 헌

[국내 문헌]

- [1] 김대업, “모바일 서비스 품질 모형에 관한 연구 : 위계적 구조를 중심으로”, 석사학위논문, 2005
- [2] 김대업, 오재신, “모바일 서비스 품질의 구조”, 「한국서비스경영학회」 Vol. 7, No 3, 2006, pp. 51-82
- [3] 김용식, “스마트폰 기술 개발 동향”, 「한국정보처리학회지」, 제17권, 제3호, 2010, pp. 29-33
- [4] 김소영, “모바일 서비스 특성 및 개인특성이 스마트폰 모바일뱅킹 수용의도에 미치는 영향”, 석사학위 논문, 2010
- [5] ZHU BO, 김태원, 김상욱, “스마트폰의 수용-확산 영향 요인 연구 : 한국과 중국 사용자를 중심으로”, 석사학위 논문, 2010
- [6] 남종훈, “DMB의 수용결정요인에 관한 연구: 위성 DMB와 지상파DMB의 비교를 중심으로.” 「언론과학연구」, 7-2호, 2007, PP. 143~188.
- [7] 이국용, “휴대전화를 이용한 모바일 인터넷 서비스 충성도 영향요인에 관한 연구”, 산업경제연구, 제17권 제5호, 2004.
- [8] 이태민, 라선아, 송상연. “모바일 인터넷 서비스 품질구조 및 측정항목에 관한 연구”, 2007, pp. 150~160
- [9] 이태민, 전종근, “유비쿼터스 접속성과 상황기반 제공성이 모바일 상거래 수용의도에 미치는 영향에 관한 연구기술수용모델 적용을 중심으로-.” 「경영학연구」, 22권 4호, 2004

- [13] 정철호, 강준규, 한재용, “모바일 서비스 품질 모형에 관한 연구 : 위계적 구조를 중심으로” 족 및 충성도에 미치는 영향에 관한 연구, pp. 77-107
- [14] 한국소비자원, “스마트폰 소비자 만족도 조사 결과”, 2010-14, 2010,
- [15] 한국수출입은행, “IT산업의 해외진출 현황”, 2010-14, 2010,
- [16] 황태균, “컨버전스 제품 시장 확대에 따른 IPTV, 휴대용 게임기 시장 전망”, 2010-14, 2010,

[국외 문헌]

- [17] Brady, Michael K. and Cronin, Joseph Jr "Some New Thoughts on Conceptualizing Perceived Service Quality: A Hierarchical Approach," *Journal of Marketing*, Vol 65, No. 3, 2001, pp. 34-49
- [18] Childers, Terry L., Carr, Christopher L., Peck, Joann, and Carson, Stenpen 'Hedonic and Utilitarian Motivations for Online Retail Shopping Behavior." *Journal of Retailing*. Vol. 77. No. 4, 2001, pp. 511-535.
- [19] Cho, Namje and Park, Sanghyuk. "Development of Electronic Commerce User-Consumer Satisfaction Index(ECUSI) for Internet Shopping," *Industrial Management & Data Systems*, Vol. 101, No 8, 2001. pp. 400-405.
- [20] Cronin J. J. Jr. and Taylor. S. A, "Measuring Service Quality : A Reexamination and Extension.. *Journal of Marketing*. Vol. 58, 1992, PP. 55-68
- [21] Durlanher "Mobile Commerce Report", 2003
- [22] Gronroos, G., "A Service-oriented Approach to Marketing of Service", *European Journal of Marketing*, Vol.12, 1984, pp. 588-601.
- [23] Ha. L. and E. L. James "Interactivity Reexamined: A Baseline Analysis of Early Business Web Site." *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 42(4), 1998, pp. 457-474
- [24] Lim, H., Widdows, R. and Park. J. "M-loyalty:winning strategies for mobile carriers," *Journal of Consumer Marketing*, 23(4), 2006, pp. 208-218
- [25] Lehitinen. J. E. and Lehitinen, U. "Service Quality: A Study of Quality

- [27] Negash Solomon, Terry in *Web-based Customer* 2003, PP. 757-768.
- [28] Oliver, R. L. & Swan, Influences on Merchant Research" 16(Dec), 1986,
- [29] Parasuraman, V.A., A. Service Quality and IT Marketing, Vol.49, Fall,
- [30] Rust, Roland T. and Managerial Implications Directions in Theory and eds. Thousand O만, CA
- [31] Salisbury, W. D. Pearson W."Perceived Security Industrial Management 165-176.
- [32] Szymanski, David M. on." *Journal of Retailing*
- [33] S, R.C. and Booms, Perspectives on Service Upah, G., AMA, Chicago
- [34] Teas, R. Kenneth, "Expe

<설문지>

설문지

안녕하십니까?

스마트폰은 새로운 혁신 모바일 기기로서 이미 우리 생활에 급속도로 많은 사람들이 사용하고 있습니다. 이러한 스마트폰이 제공하는 서비스 품질의 중요성이 날로 높아가고 있는 상태에서 스마트폰이 제공하는 서비스 품질이 대한 사용자 만족에 어떠한 영향을 미치는가에 대한 자료 수집을 위해 작성되었습니다. 본 설문에 대해 귀하께서 평소에 생각하신 바를 솔직하게 답변해 주시면 연구에 많은 도움이 될 것입니다. 설문결과는 본 연구의 참고자료로만 사용될 것이며, 연구 목적 외에 다른 용도로는 이용되지 않습니다. 다소 시간이 소요되더라도 한 문항도 빠짐없이 응답해 주시기 바랍니다. 감사합니다.

감사합니다.

2011. 4.

◎ 다음은 귀하의 일반적인

1. 귀하의 스마트폰을 사

① 이용하고 있다.

2. 귀하가 사용하고 계

① 삼성 ② LG ③ 애플

⑧ 소니 ⑨ 스카이 ⑩

3. 귀하가 스마트폰을 구

① 1개월미만 ② 1~3

⑥ 기타()

4. 귀하가 가장 많이 사

① 정보관리 ② PC연동

⑦ 사회적 네트워크 ⑧

⑫ 사진 ⑬ 기타()

5. 하루 평균 이용 시간

평일 하루 평균 ()

주말 하루 평균 ()

조사자 : 5제주대학교 대학원 경영정보학과 석사과정 정 재 업

dCollection @ jeju 시도교수 : 제주대학교 경영정보학과 김 두 경

◎ 다음은 '스마트폰 서비스 품질'과 관련된 사항입니다. 해당되는 곳에

표시(√)에 구십시오.

NO	내 용	전혀 그렇지 않다 보통 매우 그렇다					NO	내 용
		①	②	③	④	⑤		
6	글자/아이콘 등 디자인이 보기 쉬움	①	②	③	④	⑤	21	언제든지 필요한 자료가 제공될 수 있음
7	화면 디자인이 잘 구성되어 있음	①	②	③	④	⑤	22	제공되는 정보서비스의 질이 높음
8	화면 디자인이 서비스 특징이 잘 어울림	①	②	③	④	⑤	23	제공되는 정보서비스의 질이 높음
9	사용방법이 편리하게 익힐 수 있음	①	②	③	④	⑤	24	제공되는 정보서비스의 질이 높음
10	원하는 메뉴를 편리하게 배치할 수 있음	①	②	③	④	⑤	25	실시간 정보를 받을 수 있음
11	압력 등 키패드 조작이 편리함	①	②	③	④	⑤	26	자체가 재미있고 흥미 있음
12	음악듣기 등 콘텐츠 사용이 편리함	①	②	③	④	⑤	27	무료함을 달래주어 만족스러움
13	이용시 화면 로딩속도가 적절함	①	②	③	④	⑤	28	이용자의 즐거움을 높여줌
14	무선인터넷 접속속도가 적절함	①	②	③	④	⑤	29	개인 정보관리에 유용함
15	무선인터넷 수신이 적절함	①	②	③	④	⑤	30	개인 정보관리의 활용도가 높음
16	개인정보 보호로부터 안전함	①	②	③	④	⑤	31	원하는 정보의 구성이 다양함
17	이용요금 결제시 지불에 대해 안전함	①	②	③	④	⑤	32	원하는 콘텐츠를 자유롭게 이용할 수 있음
18	해킹으로부터 안전함	①	②	③	④	⑤		

◎ 다음은 '스마트폰 서비스 품질 만족도'와 관련된 사항입니다. 해당되

NO	내 용	←-----→				
		전혀	그렇지 않다	보통	매우	그렇다
36	정보서비스에 대해 만족함	①	②	③	④	⑤
37	정보제공에 대한 내용에 만족함	①	②	③	④	⑤
			②	③	④	⑤

◎ 다음은 '스마트폰 서비스 사용의도'와 관련된 사항입니다. 해당되는 곳에 표시(✓)해 주십시오.

NO	내 용	전혀	그렇지 않다	보통	매우	그렇다
39	계속해서 이용할 의향이 있음	①	②	③	④	⑤
40	자주 사용할 이용할 의향이 있음	①	②	③	④	⑤
40	주변사람들에게 긍정적으로 말할 것임	①	②	③	④	⑤
42	주변사람들에게 적극적으로 추천할 것임	①	②	③	④	⑤

설문에 응해 주셔서 대단히 감사합니다.