



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

스마트관광산업에서의 스마트폰 사용  
태도에 대한 영향 요인 연구

濟州大學校 經營大學院

經營情報學科 經營情報專攻

吳 泰 憲

2017年 2月

# 스마트관광산업에서의 스마트폰 사용 태도에 대한 영향 요인 연구

지도교수 김민철

오태헌

이 論文을 經營學 碩士學位 論文으로 提出함

2016年 12月

오태헌의 經營學 經營情報專攻 碩士學位 論文을  
認准함

審査委員長

이동철

委員

김근형

委員

김민철

濟州大學校 經營大學院

2016年 12月



# A Study on Influential factors on Smartphone Usage Attitude in Tourism Industry

Tae-Heon Oh  
(Supervised by professor Mincheol Kim)

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

2016. 12.

This thesis has been examined and approved.

Department of Management Information Systems  
GRADUATE SCHOOL OF BUSINESS ADMINISTRATION  
JEJU NATIONAL UNIVERSITY



# 목 차

## Abstract

제1장 서론 .....	1
제1절 연구 배경과 연구 목적 .....	1
제2절 연구 범위 및 논문의 구성 .....	2
제2장 이론적 고찰 .....	4
제1절 스마트폰 기반의 관광 .....	4
1.1 스마트폰 기반의 관광의 개념 .....	4
1.2 사례로 보는 스마트폰 기반의 관광 .....	5
1.3 관광산업에서의 스마트폰의 사용 행태 .....	10
제2절 정보시스템 사용 의도 모형 .....	12
제3절 스마트관광 관련 선행연구 .....	14
제3장 연구모형 및 가설설정 .....	16
제1절 연구모형 .....	16
제2절 가설설정 .....	16
2.1 몰입 .....	16
2.2 상호작용 .....	17
2.3 재사용 의도 .....	17
제3절 자료의 수집 .....	19
3.1 설문지의 구성 .....	19
3.2 조사대상 및 자료 분석 방법 .....	20

<b>제4장 자료 분석 및 가설 검증</b> .....	<b>21</b>
제1절 표본의 구성 .....	21
제2절 타당성 분석 및 신뢰성 검증 .....	22
2.1 상호작용 요인 검증 .....	23
2.2 몰입 요인 검증 .....	24
2.3 태도 및 재사용의도 요인들의 검증 .....	25
제3절 가설 검증 .....	27
3.1 상호작용과 몰입 요인의 가설 검증 .....	28
3.2 재사용의도 가설 검증 .....	29
3.3 분석결과 .....	30
<b>제5장 결론</b> .....	<b>31</b>
제1절 연구 결과의 요약 및 논의 .....	31
제2절 연구의 한계 및 향후 연구 방향 .....	32
<b>참고문헌</b> .....	<b>33</b>
<b>설문지</b> .....	<b>36</b>

## 표 차례

[표 1-1] 연구흐름 .....	3
[표 3-1] 연구 모형에 사용된 설문지 구성 항목 .....	19
[표 4-1] 서비스 이용자 현황 분석 .....	21
[표 4-2] 상호작용 요인의 타당성 및 신뢰성 분석 표 .....	23
[표 4-3] 몰입 요인의 타당성 및 신뢰성 분석 표 .....	24
[표 4-4] 태도 요인의 타당성 및 신뢰성 분석 표 .....	25
[표 4-5] 재사용 의도 타당성 및 신뢰성 분석 표 .....	26
[표 4-6] 콘텐츠/시스템 품질과 만족에 관한 관계분석 .....	28
[표 4-7] 만족과 재사용의도에 대한 관계분석 .....	29
[표 4-8] 가설검증과 요약결과 .....	30

## 그림 차례

<그림 2-1> 스마트관광의 개념 .....	4
<그림 2-2> 비콘기반 APP서비스 .....	5
<그림 2-3> 서귀포시 관광지 음성안내 시스템 .....	6
<그림 2-4> 사용자 위치기반 빅데이터 시스템 개요 .....	6
<그림 2-5> 스마트관광 플랫폼 개념도 .....	7
<그림 2-6> TourAPI 2.0 .....	8
<그림 2-7> 스마트폰으로 보는 QR코드 힐링관광지도 .....	9
<그림 2-8> 관광정보 탐색시 주 이용 매체 .....	10
<그림 2-9> 관광정보 탐색시 주 이용 모바일앱 유형 .....	11
<그림 2-10> 모바일앱 활용 이유 .....	11
<그림 2-11> 정보시스템 성공모형 .....	12
<그림 2-12> 개선된 정보시스템 성공모형 .....	13
<그림 3-1> 정보시스템 성공모형 .....	16

Abstract

## A Study on Influential factors on Smartphone Usage Attitude in Tourism Industry

As the penetration rate of smart devices has rapidly increased, many travellers are starting to use smartphone and tablet PCs among other smart devices - obtain travel information. This is one of the major factors affecting the changing travel paradigm from one focused on group tours to one that revolves around independent travel. This study will analyze the relationship between the factors affecting how travelers obtain information using their smartphone and the factors that influence their attitude and intent to reuse this information. As such, this study investigates a number of different factors that can affect user attitudes and may be used as basic data for the development of smart tourist items in the future. Using a survey questionnaire targeted at travelers who use smartphone, a hypothesis developed to analyze the effect of interactivity, flow and user attitude, and looked into whether these elements affected continuous usage intention. It was first supposed that the smartphone flow factor would have a positive effect on smartphone user attitude by travelers and that interactivity would also have a positive effect on smartphone user attitude by travelers. The second hypothesis assumed that the smartphone user attitude Factor would have a positive effect on the usage intention of smartphone by travelers. The results of the research show that the reuse intention of travelers who use smartphone to obtain travel information is affected by flow and interactivity. The study is currently looking into the relationships between factors that can influence your attitude when developing smart travel systems that utilize ICT technology. This research will later be used as basic data when developing plans for smartphone service improvement and expansion.

# 제1장 서론

## 제1절 연구 배경과 연구 목적

정보통신기술(Information and Communication Technology: ICT)의 발달은 많은 일상생활에서의 변화를 가져다주고 있고, 관광분야를 포함한 다양한 산업분야에서 새로운 서비스 모델이 생겨나고 있다. 다양한 스마트기기의 활용을 통해 여행지를 선택하고, 여행지의 정보를 수집하고, 여행과 관련된 예약 및 결제 등 여행자의 의사결정에 영향을 주는 이용체계의 변화가 이루어지고 있다(Wang et al., 2014). 다양한 가격비교 및 제품비교 서비스는 구매형태에도 영향을 미치고 있다. 관광과 스마트폰은 이제 관광업계에서는 하나의 흐름으로 작용하고 있는 것이다(구철모 외, 2015).

전 세계에서 스마트폰 사용자수가 2015년도 기준으로 27억 명이 넘을 것 이라는 전망이 나온 가운데, 소셜미디어(Social media)이용자수는 2010년 12억 명을 넘어 2016년까지 전 세계 인구의 약 50%까지 증가할 것으로 전망되며, 스마트기기를 이용한 콘텐츠 이용은 점차 증가할 것으로 예상된다(정병욱, 2015). 특히, 여행정보제공에 있어 많은 사람들이 웹(Web)과 애플리케이션(Application: 이하 앱)에서 정보를 취득함에 따라 이에 맞춰 여행정보제공은 물론이고 호텔, 음식점, 관광지등 여행업계들도 ICT 기술을 도입한 인프라 및 서비스를 제공하고 있다. 외래 관광객의 수요가 꾸준히 증가하면서 호텔수도 급속도로 증가했지만, 빈 객실 또한 늘어나면서 업계에서는 불황을 이겨나갈 새로운 서비스가 필요하게 되면서 익스피디아(Expedia), 호텔스컴바인(Hotels Combined), 호텔스닷컴(Hotels.com) 아고다(Agoda) 등의 O2O(Online To Offline) 서비스가 성장하게 된다. 이러한 신종 서비스들은 고객을 해야 하는 관광업계와 여행정보가 필요한 여행객들 사이에서 서로의 요구조건을 매칭하여 실제 여행을 하는데 있어서 불편함을 겪어야했던 시간상의 문제, 절차상의 문제, 공간적인 문제 등을 해결하는데 많은 도움을 준다(아트피큐, 2016).

이에 본 연구에서는 여행객들이 스마트폰을 활용하여 정보를 취득함에 있어 영향을 미치는 요소와 이에 대한 수용 태도와 재사용의도에 관한 관계를 분석함으로써 사용자 태도에 영향을 줄 수 있는 여러 가지 요소들에 대한 연구를 통해 향후 스마트관광 아이템 개발을 위한 기초 자료로 활용될 수 있을 것이다.

## 제2절 연구 범위 및 논문의 구성

스마트기기를 사용하는 관광객을 대상으로 조사된 본 연구는 설문자료를 바탕으로 관련 문헌과 개발 사례 연구를 함께 병행하여 아래와 같은 방법으로 연구를 진행하였다.

첫째, 스마트관광과 관련한 다양한 관련 논문 및 서적, 문서 등을 참고하여 스마트관광의 개념과 추진현황, 스마트관광 관련한 주요 추진사례에 대해서 조사하고, 둘째, 설문을 구성하여 실제 스마트기기를 사용한 여행객들에 대한 설문조사를 통하여 얻어진 데이터를 가지고 SPSS 18.0 툴을 이용하여 분석을 시행하였다.

본 연구의 구성은 총 다섯 개의 장으로 구성하였는데

제1장 서론에서는 연구를 하게 된 배경과 목적, 스마트 관광과 관련한 연구를 시행하기 위한 방법 및 조사대상에 대해서 설명한다.

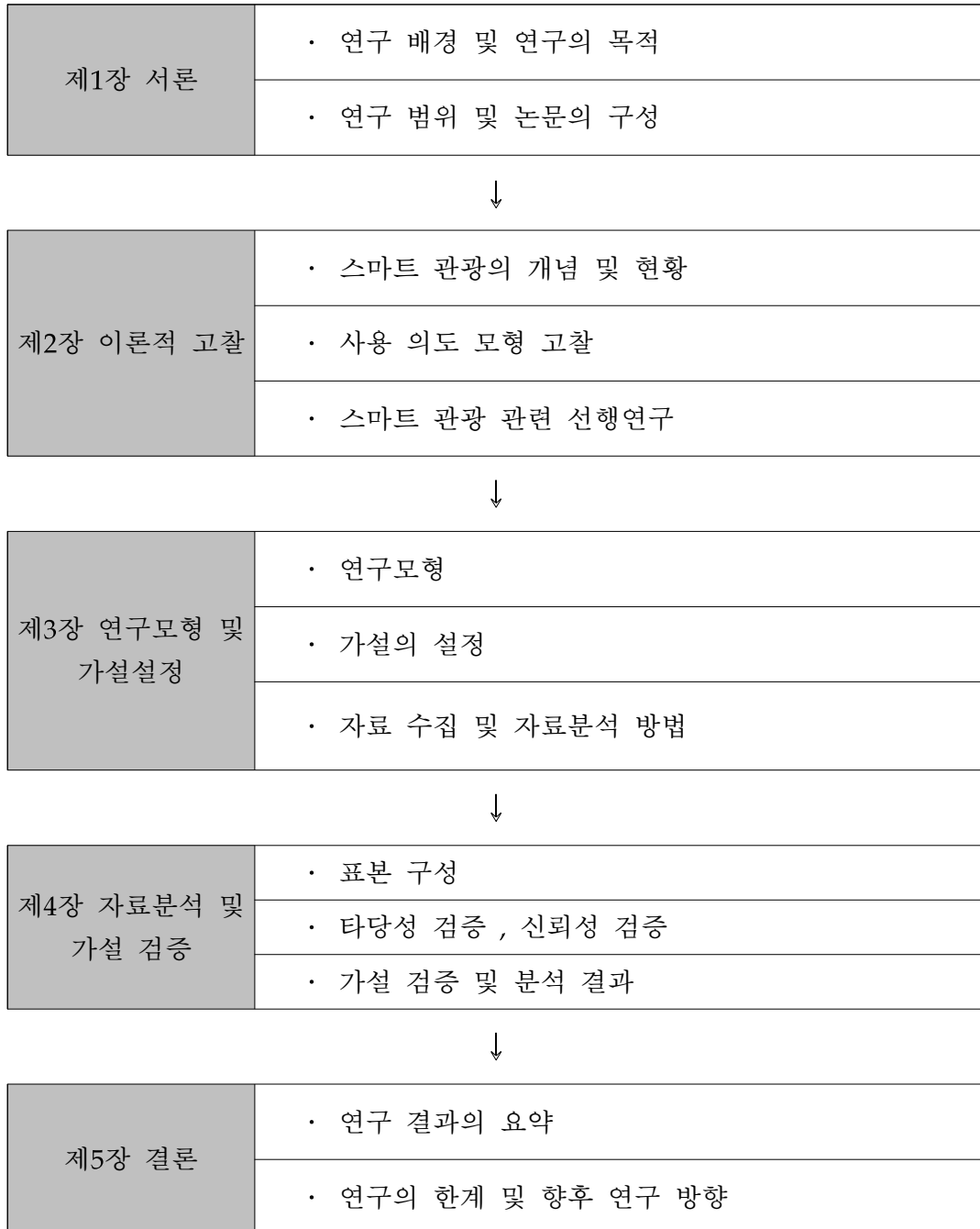
제2장 연구의 이론적 고찰에서는 스마트관광의 개념 및 개발사례, 관광산업에서의 스마트폰의 사용 행태 및 스마트관광 관련 선행 연구자료를 조사하여 결과를 기술하고자 한다. 특히 서비스의 성공모형에 대한 고찰을 통하여 스마트관광 서비스와 관련한 만족도 영향요인에 대한 특성을 검증하고자 한다.

제3장에서는 2장에서 설정한 연구모형을 기초로 가설을 설정하고 세부적인 측정항목에 대해서 정리하고, 설문을 활용한 응답자의 조사방법 및 결과자료의 분석방법에 대해서 설명한다.

제4장에서는 설문을 활용한 응답결과에 대해 분석된 자료제공과 분석결과에 대하여 검증을 실시하고 이를 기반으로 본 연구의 시사점을 도출하고자 한다.

제5장은 본 연구결과를 분석·요약하고 연구의 한계 및 향후 연구 방향 설정으로 관련 분야의 추가적인 연구, 사업화 및 정책 수립을 위한 실증자료로서의 정보제공과 향후 연구방향에 대해 기술한다.

<표 1-1> 연구흐름



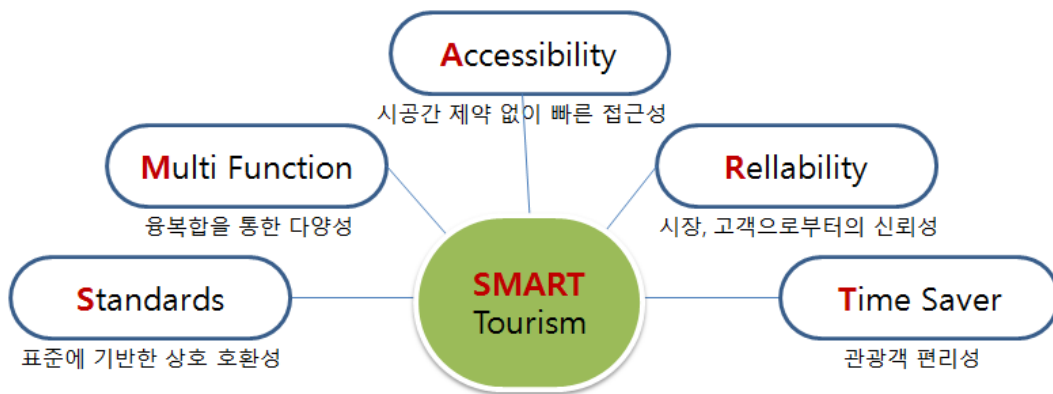


## 제2장 이론적 고찰

### 제1절 스마트폰 기반의 관광(Smart phone base Tourism)

#### 1.1 스마트폰 기반의 관광의 개념

스마트폰 기반의 관광의 개념 중 가장 유사한 개념으로서 한국문화관광연구원에서 발행한 스마트 관광으로 소개하고자 한다. 여기서 스마트관광이란 이동(관광)하는 관광객에게 상시 접목되어 있는 스마트기기 디바이스를 통해 실시간 맞춤형 서비스 또는 정보가 제공됨을 의미하며, 스마트관광은 Standards, Multi Function, Accessibility, Reliability, Time Saver의 각 첫머리 글자를 사용하여, 그 의미는 표준에 기반을 둔 상호 호환성(Standards), 융·복합을 통한 다양성(Multi Function), 시·공간 제약 없이 빠른 접근성(Accessibility), 시장, 고객으로부터의 신뢰성(Reliability), 관광객 편리성(Time Saver)을 조합한 의미로 사용하고 있다(최자은 & 유동호, 2013).



<그림2-1> 스마트관광의 개념

(최자은 & 유동호, 2013 및 연구자 재정리)

스마트관광과 유사한 개념에는 유투어리즘(U-Tourism)과 디지털 투어리즘(Digital Tourism)이 있는데, 유투어리즘은 유비쿼터스 기술이 관광에 적용되어 관광객에게 유용한 정보를 제공하는 서비스를 의미하고(이재진 & 조준서, 2012),

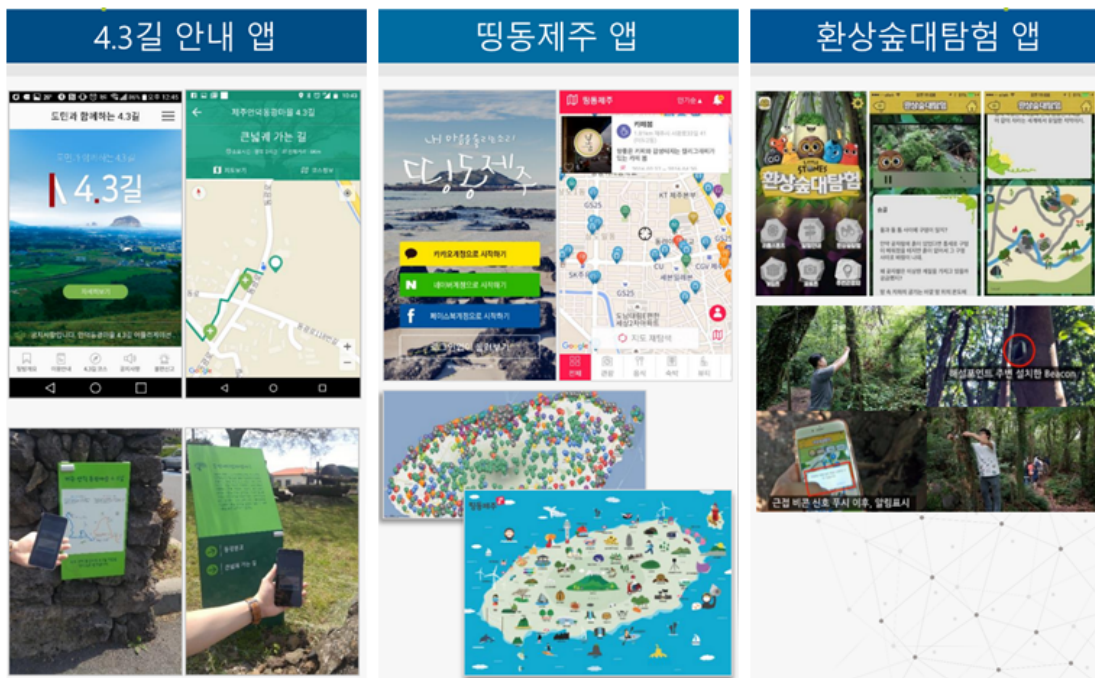
디지털 투어리즘은 관광객의 경험 전·중·후 활동에 대한 디지털 지원을 의미한다 (Benyon et al., 2013). 스마트관광은 유투어리즘(U-Tourism)과 디지털투어리즘(Digital Tourism)의 의미를 포괄한 개념으로서, ICT기술을 기반으로 한 위치기반 서비스와 집단 커뮤니케이션을 통해 관광객에게 실시간, 맞춤형 관광정보 서비스를 제공하는 것을 의미한다(최자은 & 유동호, 2016).

## 1.2 사례로 보는 스마트 폰 기반의 관광

다음 절에서는 현재 진행되고 있는 스마트폰 기반의 앱을 소개하고자 한다.

### 1.2.1 비콘 기반의 제주 스마트폰 기반의 관광 앱

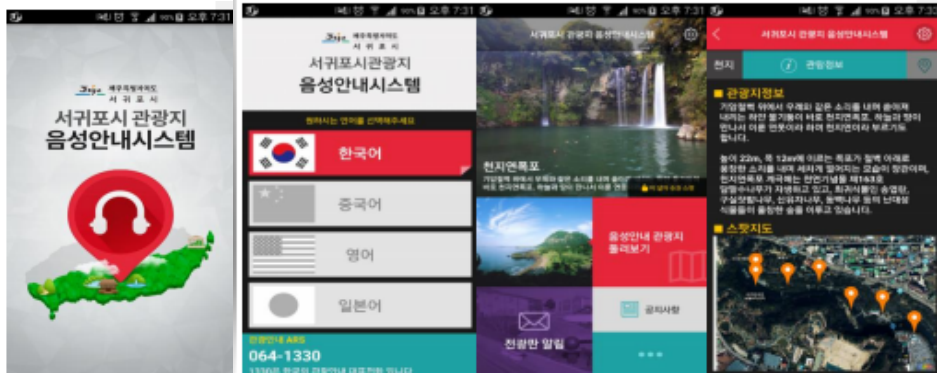
비콘기반의 다양한 개발기술들이 서비스에 활용되면서 명동제주와 같은 O2O 서비스, 길안내서비스 등 여러 스마트관광 APP들이 개발되고 있다.



<그림2-2> 비콘기반 APP 서비스 (자료제공 : (주)제주넷)

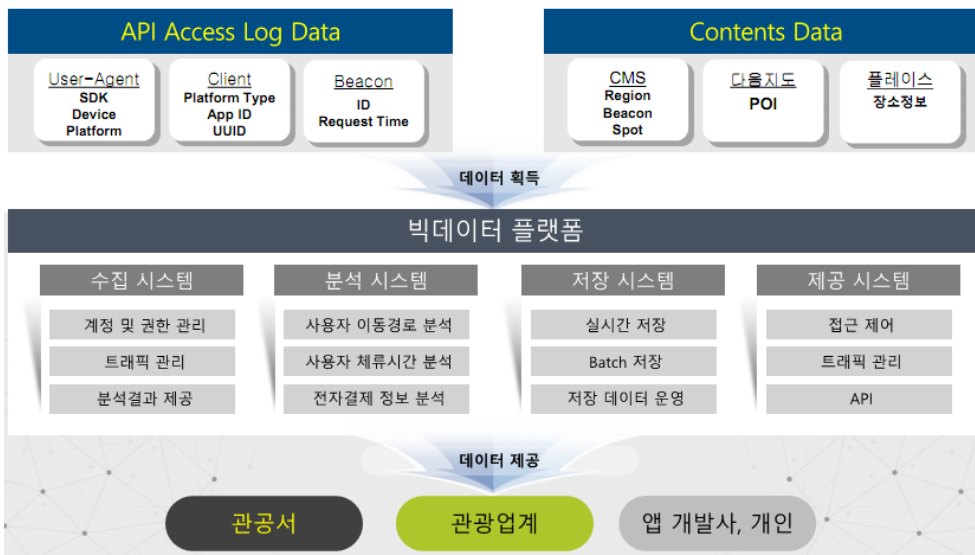
### 1.2.2 서귀포시 관광지 음성안내 시스템

서귀포시는 지역 내 관광지 일부에 대해서 다국어 음성안내시스템을 제공하고 있다. 이 시스템에서는 관광지에 대한 소개를 음성으로 제공하고, 주변 음식점, 숙박업소 등 다양한 관광정보를 함께 제공한다.



<그림2-3> 서귀포시 관광지 음성안내시스템 (자료제공: (주)인포마인드)

### 1.2.3 제주 스마트관광 시스템 - 사용자 위치기반 빅데이터 시스템

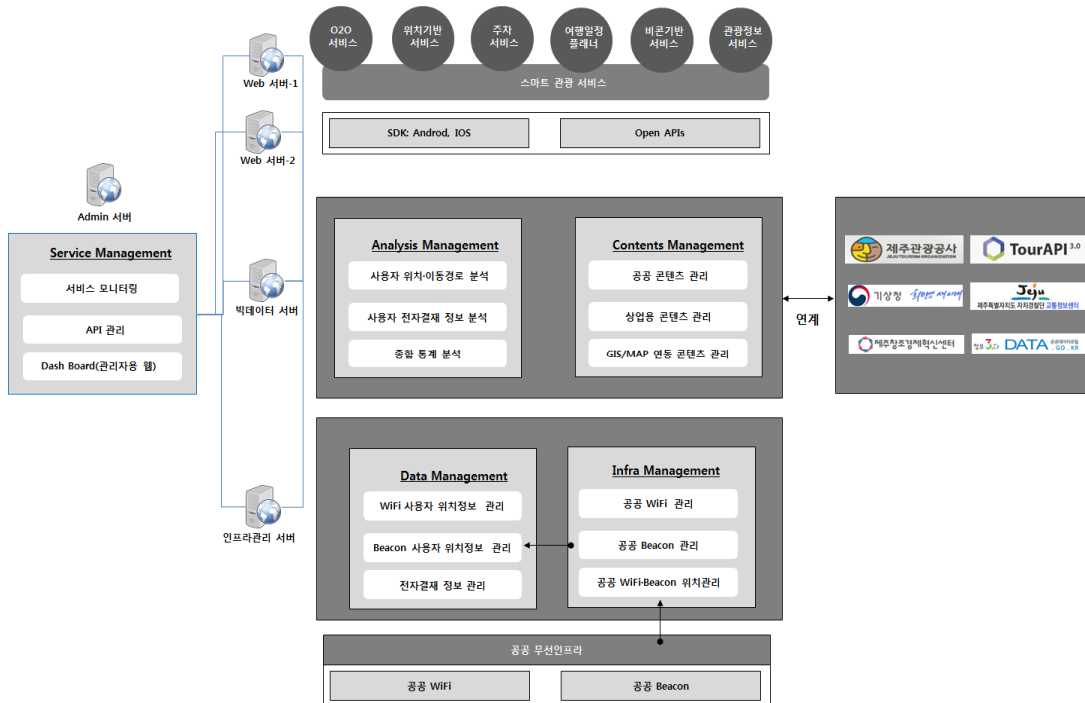


<그림2-4> 사용자 위치기반 빅데이터 시스템 개요 (자료제공:(주)씨에스)

관광·소비 패턴 정보 분석 기능은 공공 와이파이, 비콘의 접속 정보를 기반으로 관광객의 실시간 위치, 이동 동선, 머문 시간 등을 분석하여 일·월·분기·년별 관광패턴과 핀테크 기술과 연계하여 관광객 위치별 소비 패턴 정보를 Open API를 통해 제공한다.

### 1.2.4 제주의 개방형 스마트관광 플랫폼

빅데이터 기반의 관광·소비 패턴 정보를 분석하여 Open API를 통해 정보를 제공하고, 스마트관광 서비스 APP을 개발하기위한 개발용 SDK를 통해 누구나 스마트관광 서비스를 개발할 수 있는 체계를 갖추었다.



<그림2-5> 스마트관광 플랫폼 개념도 (자료제공: (주)씨에스)

### 1.2.5 한국관광공사의 TourAPI 2.0

스마트관광관련 대표적인 공공서비스로, 한국관광공사가 보유하고 있는 다양한 관광정보를 활용하여 여러 가지 앱 개발에 활용될 수 있도록 Open API 서비스를 개발하여 제공하고 있다. TourAPI는 관광지, 숙박시설, 음식점, 문화시설 등 한국관광공사가 보유하고 있는 5만여 건의 관광정보를 5개의 언어(국문, 영문, 일문, 중문간체, 중문번체)로 실시간으로 제공하고 있고, 증강현실(AR) 서비스나 위치추적 서비스와 같은 위치기반 서비스를 모바일APP에 탑재할 수도 있다.

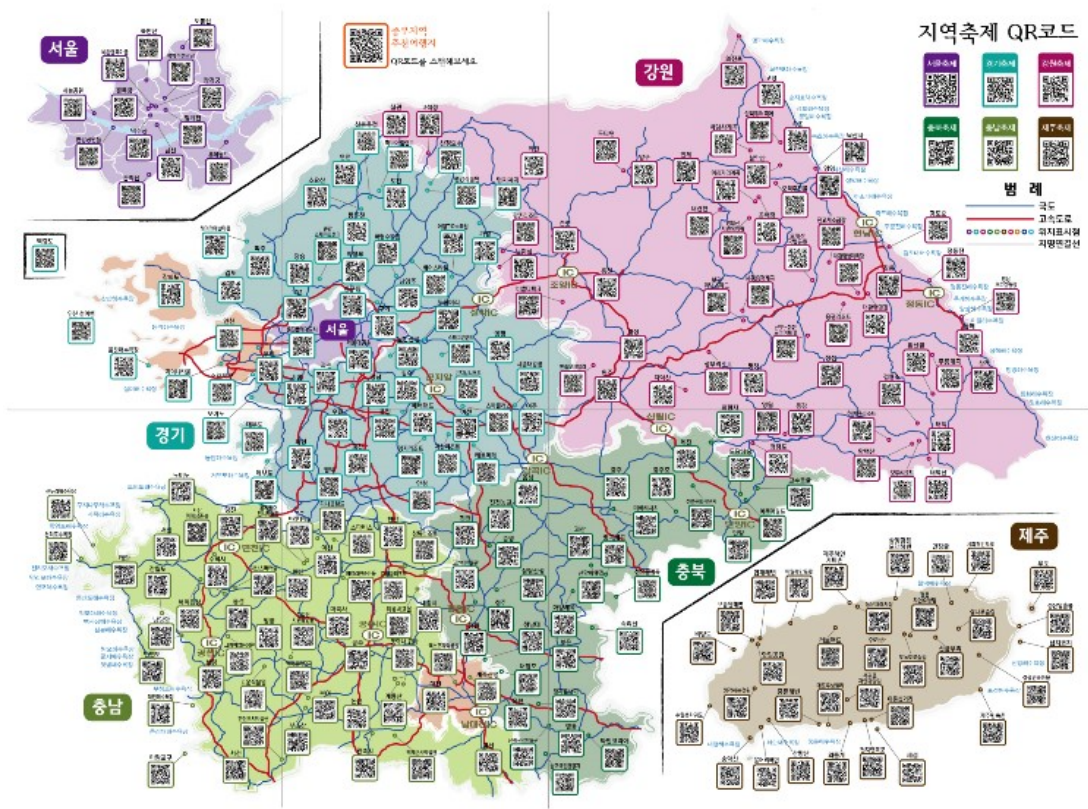


<그림2-6> TourAPI 2.0 (출처: 한국관광공사 홈페이지)

### 1.2.6 스마트폰으로 보는 QR코드 힐링관광지도

전국 각지의 관광명소를 스마트폰으로 쉽게 검색할 수 있는 여행지도로 스마트폰으로 인식시킨 QR코드를 활용해 검색 과정을 여러 번 거치지 않고서도 찾고자 하는 장소에 대한 설명과 정보가 한번에 검색되는 것이 특징이다. 각각의 QR코드 위에는 알기 쉽게 관광명소 등이 표기되어 있어 쉽게 검색할 수 있다.

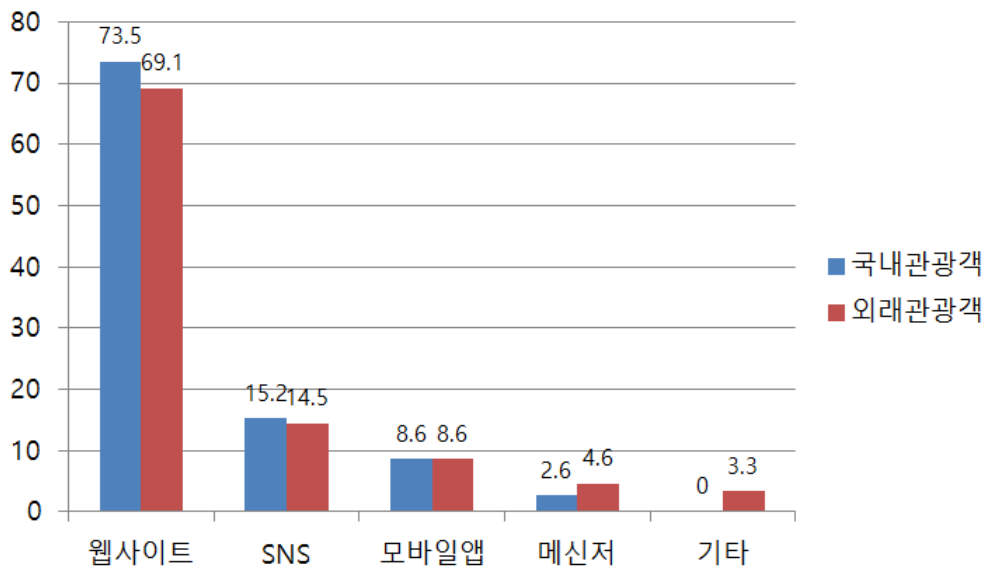




<그림2-7> 스마트폰으로 보는 QR코드 힐링관광지도 ((주)코리아지오라이프 홈페이지)

### 1.3 관광산업에서의 스마트폰의 사용 형태

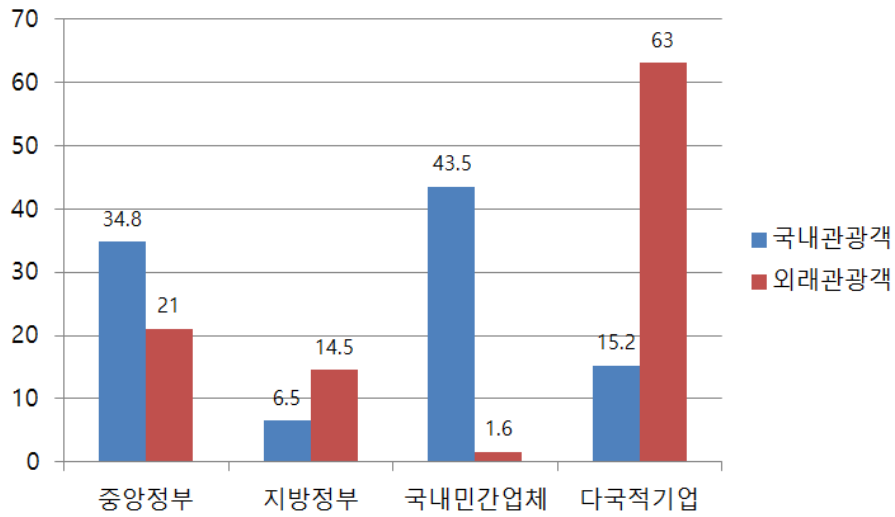
한국문화관광연구원(2015)에 의하면, 국내·외 관광객들의 관광정보서비스에 대한 인식과 모바일앱을 통한 관광정보 수집의 유형과 사용목적 등을 조사하였는데, 이 조사결과에 따르면 관광객들의 관광정보 탐색 시 주로 이용하는 매체로는 웹사이트가 71.3%로 가장 높았으며, 그 다음으로 SNS가 14.9%, 모바일앱이 8.6%, 메신저가 3.6% 순으로 나타났다.



<그림2-8> 관광정보탐색 시 주 이용 매체

(출처 : 한국문화관광연구원, 스마트관광의 추진현황 및 향후 과제, 2016)

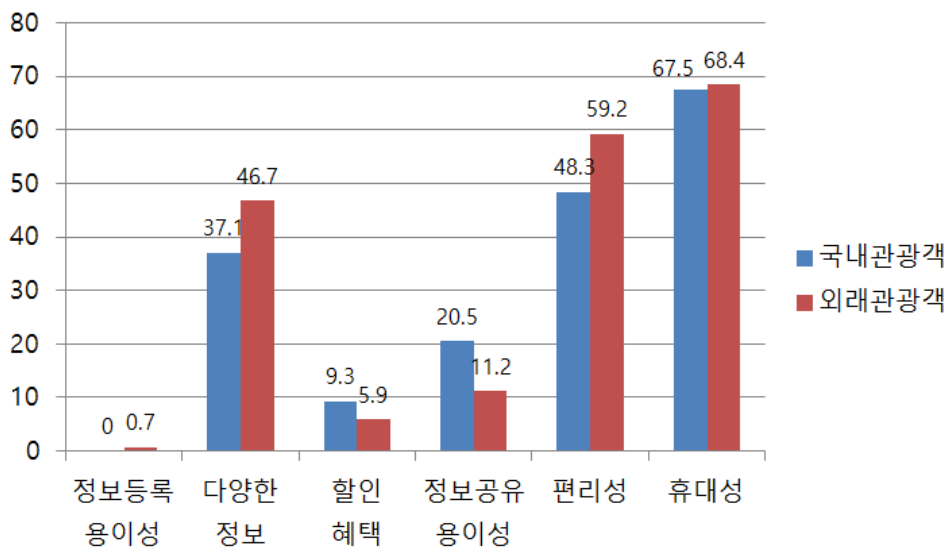
관광정보 수집을 위한 모바일APP 활용경험은 국내관광객의 29.8%가 모바일APP으로 관광정보를 수집한 것으로 나타난 반면, 외래관광객의 40.8%가 모바일APP을 활용하여 관광정보를 수집하는 것으로 나타났다. 이는 대부분의 국내관광객은 관광정보 수집시 모바일APP보다는 웹사이트를 선호하는 것으로 보여진다. 관광정보 수집을 위해 모바일APP을 이용해 본 적이 있다고 한 응답자들은 국내관광객은 국내민간업체가 제공하는 모바일APP을 주로 사용하고, 반면에 외래관광객은 다국적 기업의 모바일APP을 주로 사용하는 것으로 나타났다.



<그림2-9> 관광정보탐색 시 주 이용 모바일앱 유형

(출처 : 한국문화관광연구원, 스마트관광의 추진현황 및 향후 과제. 2016)

관광객들의 모바일앱 활용 이유는 국내·외 관광객 모두 다양한 정보획득과 모바일앱의 휴대성, 편리성을 모바일앱 이용의 주요 원인으로 응답한 반면, 정보등록이나 가격 할인, 정보공유 용이성 등의 혜택은 주요 원인이 아닌 것으로 나타났다.



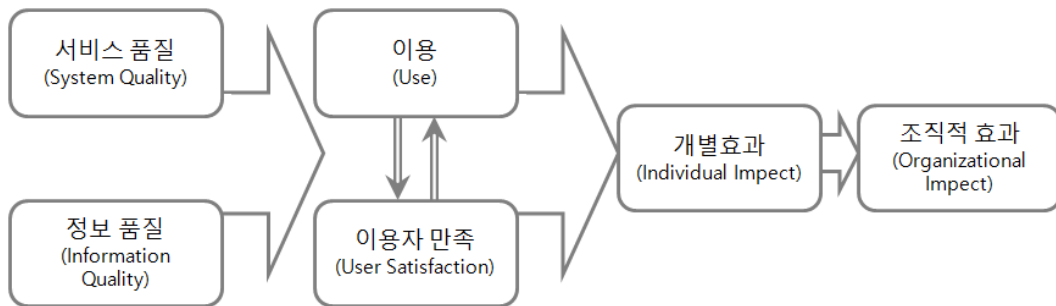
<그림2-10> 모바일앱 활용 이유

(출처 : 한국문화관광연구원, 스마트관광의 추진현황 및 향후 과제. 2016)



## 제2절 정보시스템 사용 의도 모형

DeLone & McLean (1992)의 정보시스템 성공모형(Information System Success Model)은 시스템품질(System Quality), 정보품질(Information Quality), 이용(Use), 이용자만족(User Satisfaction), 개별효과(Individual Impact), 조직적효과(Organizational Impact) 등 6개의 요소로 구분하고 있다. 이러한 DeLone & McLean(1992)의 정보시스템 성공모형(Information System Success Model)은 많은 연구자에 의하여 실제 여러 시스템 구현에 적용되고 검증되어 왔으며, 많은 연구자들은 원래의 모델을 확장하려는 시도를 해왔다.



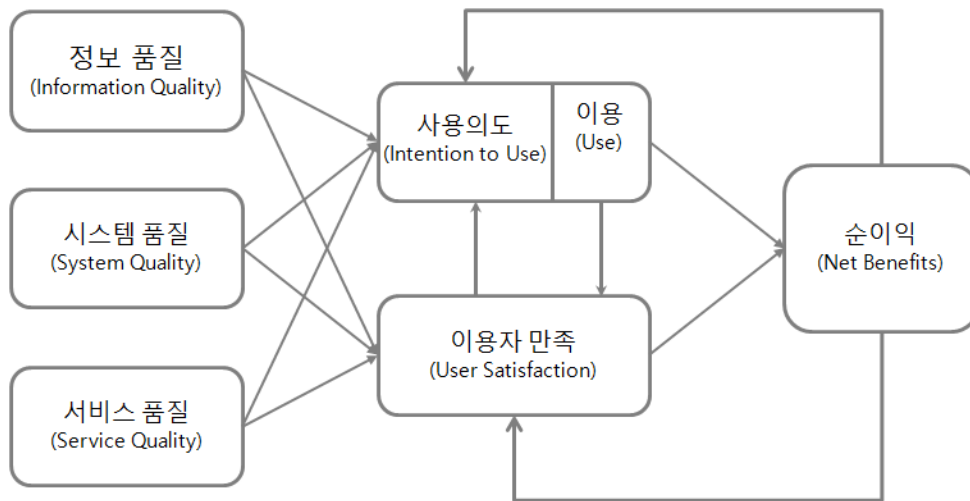
<그림2-11> DeLone & McLean의 정보시스템 성공모형

(출처 : DeLone, W.H., & McLean, E.R., 1992, 연구자 재구성)

여기서 더 진보된 모델의 요구와 타당성 검증에 대한 요구에 DeLone & McLean (2002)에 개선된 정보시스템 성공 모형을 제시하였는데, 개선된 정보시스템 성공 모형에 따르면 하나의 시스템은 시스템품질, 정보품질, 서비스품질 관점에서 평가되고, 이 3가지 특성 모두가 사용(또는 사용의도)과 사용자 만족에 영향을 미친다. 또한 사용의도와 사용자 만족도는 상호 영향관계가 성립되며, 사용의도와 사용자 만족도 이 두 가지 요소가 전체의 순이익에 영향을 미친다는 것이다.

이러한 개선된 정보시스템의 성공모형을 통해 사용의도와 사용자 만족도에 있어서는 정보 품질(Information Quality), 시스템 품질(System Quality), 서비스품질(Service Quality) 각각의 요소가 상호 영향요인을 이루며 성공적인 정보시스템을

이루기 위해서는 정보/시스템/서비스 3가지 요소에 대한 균형적으로 고려하여야 한다. 그리고 정보시스템의 전체적인 이익(Benefits)을 위해서는 사용의도(Intention to Use)와 이용자 만족도(User Satisfaction)가 동시에 고려가 되어야 하며 전체 정보시스템의 성공요소를 판단하는데 에도 이 2가지 요인이 균형적으로 고려되어야 한다고 제시하였다.



<그림2-12> 개선된 정보시스템 성공모형

(출처 : DeLone, W. H., & McLean, E. R., 2002, 2003 연구자 재구성)

### 제3절 스마트관광 관련 선행연구

스마트관광과 관련된 국내의 연구를 살펴보면 아직까지는 활발한 연구가 진행되고 있지는 않는 것을 알 수 있다. 현재는 스마트폰을 중심으로 한 연구나 ICT 기술을 활용한 관광정보 시스템개발 및 서비스관련 개발에 대한 연구가 주를 이루었으며, 일부 스마트폰이 관광산업에 미치는 영향 등의 연구, 스마트폰을 사용함에 있어 사용의도에 영향을 미치는 요인에 대한 연구가 일부 이루어져, 스마트폰이 관광객의 사용 의도에 미치는 영향에 대한 연구는 이루어진 사례가 없는 것으로 조사되었다.

이문봉(2011)은 '스마트폰 사용 의도에 영향을 미치는 요인 연구'에서 기술수용모형을 기반으로 한 스마트폰의 사용 의도에 영향을 주는 요인들을 분석하였는데, 스마트폰을 사용하고 있는 289명을 대상으로 분석한 결과 주관적 규범, 인지된 유용성, 혁신성, 비용 적합성, 인지된 유희성은 스마트폰 사용 의도에 긍정적 인(+) 영향을 주는 것으로 나타난 반면, 인지된 사용용이성은 스마트폰 사용 의도에 유의적인 영향을 주지는 못하는 것으로 나타났다. 스마트폰 사용 의도에 가장 큰 영향을 미치는 요인은 인지된 유희성으로 나타났다.

오성수 · 김성후(2012)는 '관광지선택에 SNS 관광정보 특성이 미치는 영향'을 통해 관광지를 선택할 때 SNS 관광정보의 특성이 미치는 영향을 분석하여 관광객들에게는 합리적이고 만족할 만한 관광지 선택으로 관광에 대한 만족을 극대화 시키고, 관광시설물 운영관리자에게는 시시각각 변화하는 관광의 트렌드에 맞춰진 맞춤형 관광마케팅을 수립할 수 있는 방안을 제시하였다.

윤유식 · 유예경 · 장양례(2013)는 '스마트폰 기반 관광 정보 특성에 따른 관광정보 만족도 및 신뢰도, 행동 의도 연구'를 통해 관광정보의 경쟁력 속에서 스마트폰 기반으로 제공되는 관광정보 특성들이 어떻게 평가되고 있는지, 그리고 관광정보 특성이 행동의도와 만족도, 신뢰도에 어떠한 영향을 미치는지를 연구하였다.

김은지 · 김재필(2014)은 'ICT가 열어줄 스마트 관광의 미래' 연구를 통하여 ICT기술을 활용한 국내 관광산업에서의 변화되는 사례들을 소개하고 있다. Starwood Hotel의 스마트키 서비스, Yotel의 로봇을 이용한 호텔서비스, ARIA 호텔의 객실 자동화 시스템, 모바일을 활용한 예약시스템, ICT 기술을 활용한 콘텐츠 위주의 신 한류 융합관광의 사례들을 소개하면서 호텔들이 단순한 숙박 공간이 아닌 체험공간으로의 전환이 필요한 패러다임의 변화와 한류와 관광의 융복합의 중요성을 강조하고 있다.

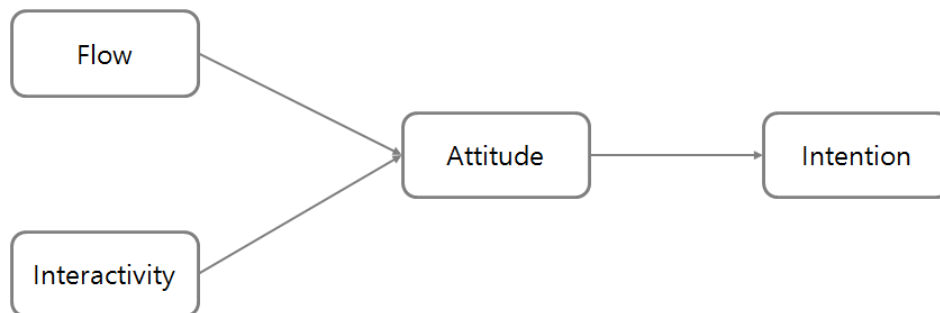
정병욱(2015)은 'ICT 신기술을 활용한 스마트관광의 추진사례 분석 및 활성화 방안 연구'에서 스마트관광 발전현황 및 국내외 사례 분석을 통해 스마트관광의 문제점을 도출하고 이에 부응하는 정책적 대안을 분야별로 제시하였다. 첫째, 인프라 구축에서는 스마트관광 유통플랫폼 및 빅데이터 분석시스템 구축을 제시하였다. 둘째, 수요자 맞춤형 관광콘텐츠 개발부문에서는 융·복합 관광콘텐츠 및 사용자경험(UX) 기반 콘텐츠 개발 등을 주문하였다. 셋째, 거버넌스(governance)에서는 스마트관광 민관협의체 구성 및 창조관광기업 육성 등을 제안하였다.

조완섭 외(2015)는 'SNS 데이터 분석을 통한 스마트 중복관광 구축' 연구에서 온라인 상에서의 충청북도 관광에 관한 글들을 수집한 후 텍스트 마이닝 기법을 활용한 분석을 통하여 효율적인 중복관광을 위한 관광진흥 정책 및 홍보전략을 수립하는 방안을 제시하였다.

## 제3장 연구모형 및 가설설정

### 제1절 연구 모형

본 연구 모형은 앞선 선행 연구에서 나온 조직적인 요인들 이외에 스마트폰 서비스라는 개인적 상황에 맞춰, Okazaki & Mendez (2013)의 연구에서 적용된 스마트폰의 개인적 사용과 관련된 선행 변수와 결과 변수들을 포함한다. 여기서는 상호작용(Interactivity), 몰입(Flow), 사용 태도(Attitude), 그리고 사용 의도(Usage intention) 등의 요인들이 포함된다. 따라서 본 연구 모형에서는 이러한 관계들을 포함하는 요인들을 근거로 제시되었고, 특히 각 경로(path)에서 개인적인 특성을 감안하는 조절적 효과(moderating effect)를 탐색하는 변수를 포함하여 추가적인 분석을 할 것이다.



<그림3-1> 정보시스템 성공모형 (연구자 재구성)

### 제2절 변수의 정의 및 가설설정

#### 2.1 몰입 (Flow)

몰입(Flow) 요인은 시간 인식 (time perception)에서의 왜곡으로 연결이 될 수 있다 (Csikszentmihalyi, 1990). 즉, 소비자 내지 사용자가 시간의 흐름을 인지 못한다는 것이다. 그리고 긍정적인 영향과 기분에의 동시대적인 주관적 인지로 연결이 된다는 것이다 (Csikszentmihalyi, 1990). 이 요인의 척도는 이전 연구들

(Engeser & Rheinberg 2008; Liu 2003; Novak, Hoffman, & Yung, 2000)을 근거로 활용되었다.

이러한 선행적 연구들을 고려하여 아래와 같은 가설을 설정하였다.

**H1 : 스마트폰의 몰입 (Flow) 요인은 관광객의 스마트 폰 사용자 태도 (Attitude)에 긍정적인(+) 영향을 미칠 것이다.**

## **2.2 상호작용 (Interactivity)**

상호작용 (Interactivity)은 스마트폰의 고유한 속성인 유비쿼티 (Ubiquity) 개념과 밀접하게 관련되어 있다 (Barnes 2002). 하지만, 실증적으로는 분석이 된 적이 없다 (Okazaki & Mendez, 2013). 본 연구 모형에서는 이러한 상호작용은 ‘제한된 자극 분야에 대한 주의 집중 (a centering of attention on a limited stimulus field)으로 정의를 내리고자 한다(Csikszentmihalyi 1990). 이는 컴퓨터 환경의 속도에 의존하게 된다는 의미를 내포하고 있으며, 이러한 속도는 인터넷 연결의 유형 및 사용자의 하드웨어와 소프트웨어를 포함하는 여러 가지 요인들에 의해 영향을 받게 된다는 것이다 (Hoffman and Novak 1996).

본 연구에서는 이러한 이론적 근거를 토대로 하여 아래와 같은 가설을 설정하였다.

**H2 : 스마트폰의 상호작용(Interactivity) 요인은 관광객의 스마트 폰 사용자 태도 (Attitude)에 긍정적인(+) 영향을 미칠 것이다.**

## **2.3 재사용 의도**

제품을 구매 또는 이용해 본 소비자라면 그 제품에 대한 기대에 비하여 만족 또는 불만족감을 느끼게 되는데, 이런 만족도의 결과는 제품에 대한 호감 또는 비호감을 가지게 되어 주위에 구매를 권유하거나 만류하거나 동일한 제품을 추가로 구매하는 등의 선택을 하게 된다. 이런 고객만족도가 제품평가와 재사용 의

도에도 적지 않은 영향을 끼친다는 점에서 의미가 있다. 여러 가지 제품 만족도에 대한 연구를 통하여 사용제품의 만족도가 재구매 의도에 영향을 미친다는 것을 알 수 있다. Croin and Taylor(1992)는 서비스 품질의 개념 및 측정, 고객만족도와 구매의도에 관한 연구를 통해서 고객만족이 사용자의 구매의도와 높은 상관관계가 있음을 검증하였다. Oliver et al.(1989)은 반복적인 구매와 긍정적인 평가, 호의적 태도를 형성 하는데 는 만족도가 영향을 미친다고 연구하였고, 구매자와 판매자간에 호의적이고 유기적인 관계를 지속하기 위한 핵심적인 요인은 만족도라고 정의하고 있다.

이러한 내용을 바탕으로 하여 다음의 가설을 설정하였다.

**H3 : 스마트폰의 사용자 태도 (Attitude) 요인은 관광객의 스마트 폰 사용자의 재사용 의도 (Continuos usage intention)에 긍정적인(+) 영향을 미칠 것이다.**

### 제3절 자료의 수집

#### 3.1 설문지의 구성

본 연구에 적용된 설문지의 총 문항 수는 24 문항이며, 이 중 인구 통계학적 설문 항목이 8문항, 스마트폰이 갖고 있는 속성인 유비쿼터 개념에 대한 질문이 17 문항, 연구모형에 사용된 기본적 요인 관련 질문이 18문항, 스마트폰 사용에 대한 4개의 개인적 문항 등으로 구성되어 있다.

<표 3-1> 연구모형에 사용된 설문지 구성 항목

구분	문항수	설문내용
몰입	3	나는 내 스마트폰에서 검색을 할 때는 종종 완전히 몰입하게 된다.
		나는 스마트폰 서비스에 접속할 때는, 완전히 몰두하게 된다.
		나는 시간이 가는 줄 모르고 스마트폰 서비스를 이용한다.
상호작용	4	이 관광정보 웹사이트는 방문자의 피드백을 수집하기에 효과적이었다.
		이 관광정보 웹사이트는 방문자와 그 웹사이트 사이의 쌍방(양방향) 통신(대화)을 용이하게 해주었다.
		이 관광정보 웹사이트는 방문자의 의견을 듣고 싶어 했다.
		이 관광정보 웹사이트는 방문자들이 응답할 수 있는 기회를 제공해주었다.
태도	3	스마트폰 서비스를 활용하는 것은 좋은 생각이다.
		스마트폰 서비스를 활용하는 것은 현명하다.
		스마트폰 서비스를 활용하는 것은 유익하다.
재사용 의도	3	향후 스마트폰 서비스에 대한 나의 사용 수준을 유지할 의향이 있다.
		향후에 나는 스마트폰 서비스를 그만두기 보다는 계속적으로 사용할 의향이 있다.
		나는 지금처럼 지속적으로 스마트폰 서비스를 사용할 것이다.



### 3.2 조사 대상 및 자료 분석 방법

본 연구를 위한 설문은 제주국제공항에서 제주관광을 체험한 스마트폰 사용자 303명을 대상으로 실시하였다. 조사대상자는 가급적 남녀의 비중을 비슷하게 하여 조사하였고, 10대부터 70대까지 연령층을 골고루 분포하여 일반인을 대상으로 설문조사를 시행하였다. 제주관광의 특성상 30~40대의 층이 주를 이루고 있어 이를 감안하여 가급적 특정 연령층에 집중되지 않게 설문조사를 하였다. 이중 유효 설문 265개를 채택하여 분석에 사용하였다.

통계분석은 SPSS 18.0을 이용하였고, 스마트폰 사용자들 대상으로 한 관광정보 서비스 이용자 현황을 분석하였고, 연구 변수의 내적 일관성을 알아보기 위한 신뢰성 분석을 하였다. 또한 요인분석을 실시하여 타당성 여부를 확인하고, 최종적으로는 요인들을 갖고, 독립변수와 종속변수간의 관련성을 회귀분석으로 각 구성 차원의 개념 간 유의적인 영향관계 분석을 실시하였다.

## 제4장 자료 분석 및 가설 검증

### 제1절 표본의 구성

본 연구의 설문조사는 제주관광을 체험한 관광객들 중 스마트폰을 사용하는 관광객들을 대상으로 실시하였다. 통계분석에 사용한 설문은 충실도가 높은 설문만을 대상으로 분석하였으며 응답충실도가 낮고 불성실하게 응답한 자료는 통계 분석대상에서 제외하여 총 256명을 대상으로 분석을 실시하였다.

<표 4-1> 서비스 이용자 현황 분석

구분	항목	빈도(명)	비율(%)
성별	남자	113	44.1
	여자	143	55.9
연령	10대	12	4.7
	20대	45	17.6
	30대	62	24.2
	40대	74	28.9
	50대	52	20.3
	60대 이상	11	4.3
학력	중졸 이하	14	5.5
	고졸 이하	64	25.0
	대(재)졸	154	60.2
	대학원(재)졸	24	9.4
직업	학생	23	9.0
	관리/사무직	49	19.1
	판매/영업직	16	6.3
	기술/생산직	20	7.8
	전문직	44	17.2
	자영업	27	10.5
	공무원	25	9.8
	주부	35	13.7
	기타	17	6.6

설문에 응한 분석표본의 구성 특성에 대해서 분석해보면 성별에 따라서는 남자 44.1%, 여자 55.9%으로 나타나, 다소 여성 응답자가 많았다. 연령별 분포는 40대 및 50대가 거의 50%에 달해서 스마트폰 사용자의 연령대가 높아지고 있음을 알 수 있다. 학력별 구성은 대학교(재학)졸업이 60.2%로 가장 많았고, 직업별 구성은 사무관리직/기술직 및 전문직 순으로 나타났다.

## 제2절 타당성 분석 및 신뢰성 검증

타당성(Validity) 분석이란 각각 분리된 변수들의 고유한 특성을 제대로 측정하고 있는지 여부를 확인하는 것이다. 즉, 측정하고자 하는 것에 대해서 얼마나 충실히 측정하였는가에 대한 것으로, 이것은 측정하고자 하는 변수와 관련된 항목들이 얼마나 잘 연관 지어 있는지를 확인하는 것이다. 본 조사에 의한 결과의 분석에서는 변수 타당성 검증을 위해서 요인 분석(Factor analysis)을 적용하였다.

요인분석의 적용을 위해서는 정보 손실을 최대한 줄이면서 다른 변수간의 공통적인 요소들을 묶어서 도출한 공통요인을 활용하여 다른 변수간의 상관관계를 기술하고, 공통요인과 각 변수간의 특성을 간단히 기술하면서 요인을 추출하는 방법으로 요인분석모델인 공통요인분석(Common factor analysis)과 주성분 분석(Principle component analysis)을 적용하고자 한다.

주성분 분석(Principle component analysis; PCA)은 다량의 데이터를 최소한의 요인으로 압축하는 것으로 고차원의 데이터를 저차원 데이터로 변환하는 것이다. 주성분 분석은 예측을 우선적으로 적용하는데 필요한 반면, 공통요인분석은 여러 측정변수들 사이에 잠재해 있는 공통요인을 추출하는 방법이다. 본 연구의 결과 분석에서는 주성분 분석 추출방법으로 요인 추출을 적용하였다. 고유치(Eigenvalue)를 1이상으로 설정하여 최소 한 개 이상의 요인이 최소한의 변수요소 1개 이상의 분산을 기술할 수 있도록 하였다. 고유치(Eigenvalue)는 요인이 설명해주는 분산의 양을 말한다. 고유치(Eigenvalue)가 1 이상이라는 것은 하나의 요소가 변수 1개 이상에 대한 분산을 설명해 주는 것을 의미한다. 또한 요인분석

의 회전방법은 직각회전(Varimax)으로 요인에 대한 차원을 대입시켰다.

신뢰성 측정의 개념에는 안정성, 정확성, 일관성, 예측가능성을 포함하고 있다. 이러한 신뢰성의 측정은 측정결과에 대한 일관성 정도와 측정결과에 대한 오차가 존재하는지, 오차 범위가 어떠한지를 나타내는 것이다.

이러한 신뢰성 측정을 통해서 데이터가 얼마나 안정적이며 분석결과의 정확성과 예측가능성에 대하여 평가하고 오차범위 측정을 통하여 분석 자료의 신뢰도를 평가할 수 있다.

본 분석에서는 크론바하 알파(Cronbach's alpha) 계수를 신뢰도 지수로 활용하고자 한다. 보통 크론바하 알파계수가 0.6 이상이며 분석 자료가 신뢰성이 있다고 볼 수 있다. 0.7이상이면 신뢰도가 높다고 판단하는데, 이에 따라 본 조사결과 분석의 신뢰성 평가에서는 크론바하 알파 계수를 0.6 이상으로 기준하고자 한다.

## 2.1 상호작용 요인

<표 4-2> 상호작용 요인의 타당성 및 신뢰성 분석 표

측정항목	요인 값	공통성	Cronbach's Alpha
이 관광정보 웹사이트는 방문자의 의견을 듣고 싶어 했다.	.894	.799	.891
이 관광정보 웹사이트는 방문자와 그 웹사이트 사이의 쌍방(양방향) 통신(대화)을 용이하게 해주었다.	.870	.757	
이 관광정보 웹사이트는 방문자들이 응답할 수 있는 기회를 제공해주었다.	.867	.751	
이 관광정보 웹사이트는 방문자의 피드백을 수집하기에 효과적이었다.	.841	.706	
설명분산(%)	75.340		
고유값(Eigen)	3.014		

위 표에 보면 상호작용 요인에 대한 타당성 및 신뢰성을 분석한 분석 자료가 나타나 있다. 이 측정 요인이 상호 연관되어 지고 각각의 요인들의 값이 기준 값인 0.5 이상으로 나타났다. 이 결과로 인해 모든 변수들의 타당성이 입증되었다고 볼 수 있다. 공통성이 0.4 이하일 경우는 일반적으로 낮다고 할 수 있는 데, 본 자료조사에서는 측정항목이 전체적으로 0.5 이상으로 나타났다. 요인 내 측정항목들 모두 80% 이상 높게 나왔고, 신뢰성을 측정하는 크론바하 알파 계수는 0.891로 산출하여, 설문자료의 내적 일관성이 확보되었다고 볼 수 있다.

## 2.2 몰입 요인 검증

다음 표에 몰입 요인에 대한 타당성 및 신뢰성을 분석한 분석 자료가 나타나 있다. 이 측정 요인이 상호 연관되어 지고 측정된 각각의 요인들의 값이 기준 값인 0.5 이상으로 나타났다. 이에 따라 모든 변수들은 그 타당성이 입증되었다고 볼 수 있다. 공통성이 0.4 이하일 경우는 일반적으로 낮다고 할 수 있는 데, 본 자료조사에서는 측정항목이 전체적으로 0.5 이상으로 나타났다. 요인 내 측정항목들 모두 80% 이상 높게 나왔고, 신뢰성을 측정하는 크론바하 알파 계수는 0.860로 산출되어 설문자료의 내적 일관성이 확보되었다고 볼 수 있다.

<표 4-3> 몰입 요인의 타당성 및 신뢰성 분석 표

측정항목	요인	공통성	Cronbach's Alpha
나는 스마트폰 서비스에 접속할 때는, 완전히 몰두하게 된다.	.932	.869	.860
나는 내 스마트폰에서 검색을 할 때는 종종 완전히 몰입하게 된다.	.896	.802	
나는 시간이 가는 줄 모르고 스마트폰 서비스를 이용한다.	.824	.680	
설명분산(%)	78.363		
고유값(Eigen)	2.351		

## 2.3 태도 및 재사용의도 요인들의 검증

태도 요인의 검증 결과를 살펴보면 요인 전체설명력은 91.251%로 높게 나타났다. 태도 요인의 내 측정항목들이 상호 연관되어 지고, 각 변수들 간의 타당성 입증에 필요한 요인 적재량이 0.9 이상으로 높게 나타났다. 신뢰성을 측정하는 크론바하 알파 계수를 살펴보면 0.952로 산출되어 신뢰도 평가측면에서 설문자료의 내적 일관성이 확보되었다고 볼 수 있다. 위 분석결과의 데이터가 아래 <표 4-4>에 나타나 있다.

<표 4-4> 태도 요인의 타당성 및 신뢰성 분석 표

측정항목	요인 (만족)	공통성	Cronbach's Alpha
스마트폰 서비스를 활용하는 것은 유익하다.	.961	.900	.952
스마트폰 서비스를 활용하는 것은 현명하다.	.956	.915	
스마트폰 서비스를 활용하는 것은 좋은 생각이다.	.949	.923	
설명분산(%)	91.251		
고유값(Eigen)	2.738		

재사용의도 요인의 검증 결과를 살펴보면 요인 전체설명력은 83.817%로 높게 나타났다. 태도 요인의 내 측정항목들이 상호 연관되고, 각 변수들 간의 타당성 입증에 필요한 요인 적재량이 0.80이상으로 높게 나타났다. 크론바하 알파 계수를 살펴보면 0.903로 산출이 되어 신뢰도 평가측면에서 설문자료의 내적 일관성이 확보되었다고 볼 수 있다. 위 분석결과의 데이터가 아래 <표 4-5>에 나타나 있다.

<표 4-5> 재사용의도 타당성 및 신뢰성 분석 표

측정항목	요인 (재사용의도)	공통성	Cronbach's Alpha
향후에 나는 스마트폰 서비스를 그만두기 보다는 계속적으로 사용할 의향이 있다.	.947	.763	.903
나는 지금처럼 지속적으로 스마트폰 서비스를 사용할 것이다.	.925	.896	
향후 스마트폰 서비스에 대한 나의 사용 수준을 유지할 의향이 있다.	.873	.856	
설명분산(%)	83.817		
고유값(Eigen)	2.515		

### 제3절 가설검증

본 연구결과의 가설검증은 다중회귀분석(Multiple Regression Analysis)을 적용하였다. 2가지 변수 이상의 독립변수들이 종속변수내 어떤 영향을 미치는지 상호 영향도를 평가하기 위하여 다중회귀분석이 쓰이는데, 일반적인 추정과정에는 결정계수를 이용한 검정, 표준추정오차를 이용한 검정, 결정계수의 유의 검정, 적합도를 이용한 검정 등이 있다. 일반 가설검증의 과정으로는 결정계수를 이용한 검정을 주로 많이 쓰며 이러한 결정계수를 이용하여 회귀식의 적합도를 측정하게 된다. 본 연구 결과의 검증에서도 결정계수에 의한 검정을 적용하였다.

회귀식의 적합도와 유의성을 살펴보기 위한 방법으로는 회귀 결정계수( $R^2$ , R-square)를 많이 사용하게 되는데, 이런 결정계수는 다중회귀분석에 쓰이는 방법으로서 모형으로 부터 나온 회귀선이 표본 관측점을 얼마나 잘 나타내고 있는가 평가하는 척도가 된다. 일반적으로 회귀 결정계수 값이 0과 1사이에 있고 그 범위 안에서 값이 1에 가까울수록 적합도가 높다고 판단을 할 수 있다. 보통 독립변수의 데이터값이 증가하며 오차 제곱합이 감소하는데, 이로인해 회귀 결정계수값이 커지는 요인이 된다. 따라서 이런 문제점 때문에 수정 결정계수(Adjusted  $R^2$ )의 값을 적용하게 된다. 여기에 분산분석(Analysis of variance, ANOVA)이 적용되며 이는 유의확률 값에 따라서 결정되고, 이 수정 결정계수를 통해서 회귀선이 통계적으로 유의한지 검정하는데 중요한 판단요소가 된다. 이것은 회귀식의 설명력이 나타내는 결정계수와는 또 다른 별도의 의미로 볼 수 있다.

이러한 수정 결정계수를 통해서 회귀식에 대한 통계학적 의미를 판단하고 유의성과 적합도의 판단척도로 적용하게 된다.

회귀식이 통계적으로 유의한지 아닌지에 대한 판단은 일반적으로 분산분석 결과를 검토하는 과정에서 필요한 사항으로서 확률적 기준에 의하면 F 값이 유의수준 판단척도를 유의수준에 비교하여 적용하게 되며,  $\alpha = .05$ 로 설정 보다 작으면 유의성이 떨어진다고 볼 수 있다. 이에 따라 수정 결정계수와 F 값 측정을 통하여 분산분석 결과에 대해서 유의성 검증을 할 수 있다.



### 3.1 상호작용과 몰입 요인의 가설 검증

H1 : 스마트폰의 몰입 (Flow) 요인은 관광객의 스마트 폰 사용자 태도 (Attitude)에 정(+)<sup>1</sup>의 영향을 미칠 것이다.

H2 : 스마트폰의 상호작용(Interactivity) 요인은 관광객의 스마트 폰 사용자 태도(Attitude)에 정(+)<sup>1</sup>의 영향을 미칠 것이다.

가설1은 <표 4-8>에서 몰입 요인과 상호작용 요인이 태도에 대한 관계 분석을 나타내고 있다. 이는 몰입 요인과 상호작용 요인이 사용자의 태도에 대한 영향관계를 측정하기 위한 데이터로 결과적으로 보면 각각의 요인들은 태도에 긍정적인(+)<sup>1</sup> 영향을 미치고 회귀모형 적합성 수치는  $p < 0.01$  으로 데이터의 유의성이 확보되었다고 볼 수 있다.

회귀선이 통계적으로 유의한지 검정하는데 판단요소가 되는 결정계수( $R^2$ )값이 0.424나 나타났고 전체 설명력 값이 41.9%로 나타났다. 따라서 변수 간 상관관계의 유의성이 확보되었고, 회귀모델 또한 통계적으로 의미가 있는 것으로 도출되었다. 또한 독립변수간의 다중공선성의 정도(VIF값)도 모두 10보다 작게 나타남에 따라서 도출된 회귀모델이 데이터로서의 적합성이 확보되었다고 볼 수 있다.

<표 4-6> 품질과 만족에 대한 관계분석

요인	비 표준화계수		표준화계수	t	유의확률
	B	표준오차	베타		
몰입	.540	.058	.540	9.346	.000
상호작용	.169	.058	.169	2.928	.004

F값=93.059  $R^2=.424$  수정된  $R^2=.419$  유의확률 0.00<sup>\*\*\*</sup>

주) \*\*\*  $p < 0.01$

결과적으로 본 분석을 통해서 제시된 가설이 채택되었음을 알 수 있다. 즉, 몰입과 상호작용 요인이 스마트폰 사용에 대한 태도에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 판명되었다. 특히 관광객들의 스마트폰에 몰입 요인이 태도에 매우 높은 영향을 미침을 알 수 있다.

### 3.2 재사용 의도 가설 검증

H3 : 스마트폰의 사용자 태도 (Attitude) 요인은 관광객의 스마트 폰 사용자의 사용 의도 (Usage intention)에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

<표 4-7>에 나타난 것과 같이 제시된 가설검증의 결과를 보면 관광객의 스마트폰 사용에 대한 태도는 재사용의도에 긍정적인(+) 영향을 미치는 것으로 나타났고, 회귀모형의 적합성은  $p < 0.01$  수준으로 나타나 결과 데이터의 유의성이 확보되었다. 결과적으로 태도는 재사용 의도에( $\beta=0.764$ )에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 판명되었다.

<표 4-7> 만족과 재사용의도에 대한 관계분석

요인		비 표준화계수		표준화 계수	t	유의 확률
		B	표준오차	베타		
재사용 의도	태도	.754	.041	.754	18.299	.000
	F값=334.839 $R^2=.569$ 수정된 $R^2=.567$ 유의확률 0.00***					

### 3.5 분석결과

본 연구를 수행하기 위하여 가설을 설정하고 검증위한 설문항목을 작성하여, 제주관광을 체험한 관광객들을 대상으로 조사된 설문결과를 분석하였다. 분석은 스마트폰 태도에 영향을 미치는 몰입과 상호작용 등 두 가지로 나누어 설문조사 결과를 분석하고, 이러한 영향 요인들이 관광객들의 스마트폰 사용 태도에 영향을 미치는 정도를 살펴보았다. 최종 도출된 결과는 아래와 같이 요약될 수 있다.

<표 4-8> 가설검증의 요약결과

가 설	관계	연구가설 채택여부	결과의 해석
가설 (H1)	몰입	채택	스마트폰에 대한 사용에 대한 관광객의 몰입이 높을수록 관광객의 스마트 폰 사용자 태도에 긍정적인(+) 영향을 미침
가설 (H2)	상호작용	채택	스마트폰에 대한 사용에 대한 관광객의 상호작용이 높을수록 관광객의 스마트 폰 사용자 태도에 긍정적인(+) 영향을 미침
가설 (H4)	태도	채택	스마트폰에 대한 관광객의 사용자 태도 요인은 사용자의 지속적인 의도긍정적인(+) 영향을 미침

## 제5장 결론

### 제1절 연구 결과의 요약 및 논의

본 연구는 스마트폰을 사용하는 관광객을 대상으로 설문조사를 통하여 가설로 설정된 상호작용(Interactivity), 몰입(Flow)이 사용 태도(Attitude)에 어떤 영향을 미치고 이러한 요인이 사용 의도(Usage intention)에 어떤 영향을 미치는지를 조사하였고, 특히 각 경로(path)에서 개인적인 특성을 감안하는 조절적 효과(moderating effect)를 탐색하는 변수를 포함하여 추가적인 분석을 하였다. 또한 가설설정을 위하여 개선된 정보시스템 성공모형을 기반으로 선행 연구의 고찰을 통하여 스마트관광에 대한 다양한 영향요인에 대한 자료를 분석하여 살펴보았다.

이에 따라서 사용태도와 사용의도의 요인을 몰입과 상호작용으로 구분하여 영향 요인을 설정하고 상호작용에 대해서는 관광정보 웹사이트에서 정보를 자유롭게 선택할 수 있었는지의 여부와 관광정보 수집에 있어 관광정보 웹사이트의 효과, 웹사이트의 양방향 통신 등의 세부 4개 항목을 설정하고 몰입에 대해서는 스마트폰 검색등의 이용시 몰입여부 등 3개의 요인을 정의하여, 이러한 상호작용과 몰입의 요소들이 사용 태도에 미치는 가설을 설정하였다.

가설검증을 위하여 설정된 설문자료를 통하여 제주공항에서 스마트폰 사용자 256명을 최종 대상으로 설문조사를 시행하였고 SPSS 18.0 툴을 이용하여 설문결과 데이터를 분석하여 요인 항목의 타당성과 신뢰성 분석을 시행하였다.

설문 분석 자료를 근거로 하여 상호작용(Interactivity)과 몰입(Flow)이 태도(Attitude)에 미치는 영향에 대하여 회귀분석을 통하여 분석하였다. 분석결과 첫째 스마트폰의 몰입(Flow) 요인은 관광객의 스마트폰 사용자 태도(Attitude)에 긍정적인(+) 영향을 미칠 것이라는 가설과 스마트폰의 상호작용(Interactivity) 요인은 관광객의 스마트폰 사용자 태도(Attitude)에 긍정적인(+) 영향을 미칠 것이라는 가설이 채택되었으며, <표 4-4>에서 몰입 요인과 상호작용 요인이 태도에

대한 관계 분석을 나타내고 있다. 이는 몰입 요인과 상호작용 요인이 사용자의 태도에 대한 영향관계를 측정하기 위한 데이터로 결과적으로 보면 각각의 요인들은 태도에 정(+)<sup>2</sup>의 영향을 미치고 회귀모형 적합성 수치는  $p < 0.01$  으로 데이터의 유의성이 확보되었다.

둘째 스마트폰의 사용자 태도 (Attitude) 요인은 관광객의 스마트 폰 사용자의 사용 의도 (Usage intention)에 긍정적인(+)<sup>2</sup> 영향을 미칠 것이라는 가설도 채택되었으며, <표 4-5>에 나타난 것과 같이 제시된 가설검증의 결과를 보면 관광객의 스마트폰 사용에 대한 태도는 재사용의도에 정(+)<sup>2</sup>의 영향을 미치는 것으로 나타났고, 회귀모형의 적합성은  $p < 0.01$  수준으로 나타나 결과 데이터의 유의성이 확보되었다. 결과적으로 태도는 재사용 의도에( $\beta = 0.764$ )에 정(+)<sup>2</sup>의 영향을 미치는 것으로 판명되었다.

## 제2절 연구의 한계 및 향후 연구 방향

본 연구는 사용자의 스마트폰에 대한 몰입도와 제공사이트의 상호작용이 사용자 태도에 미치는 영향과 이 사용자의 태도가 재사용 의도에 미치는 영향에 대해 조사하고자 시행되었다. 스마트폰의 보급이 빠르게 확산되면서 지금은 거의 모든 연령층에서 스마트폰이 사용 되고 있고 스마트폰 이용자들의 태도에 영향을 미치는 요소는 더 많을 것이나, 몰입과 상호작용 요소만 적용한 것은 본 연구의 한계라 할 수 있다.

그러나 본 연구의 결과를 통하여 관광객들이 스마트폰을 활용하여 정보를 취득함에 있어 사용자들의 재사용을 위해서는 몰입도와 상호작용이 영향을 미치고, ICT기술을 활용한 스마트관광 시스템 개발을 함에 있어 사용자의 태도에 영향을 줄 수 있는 여러 요소들에 대한 연구가 진행되면서 이를 통한 향후 서비스의 개선방안 수립과 확대를 위한 기초 자료로 활용할 수 있을 것이다.

## 참 고 문 헌

- [1] 김은지·김재필, “ICT가 열어줄 스마트 관광의 미래”, KT경제경영연구소, 디지에코 보고서, 2014.
- [2] 정병욱, “ICT신기술을 활용한 스마트관광의 추진사례 분석 및 활성화 방안 연구”, 한국콘텐츠학회논문지 ‘15, Vol 15, No 11, 2015.
- [3] 구철모·신승훈·김기현·정남호, “스마트 관광 발전을 위한 사례 분석 연구 : 한국관광공사 사례”, 한국콘텐츠학회논문지 ‘15, Vol 15, No 8, 2015.
- [4] 김조영·이충기·김정만, “스마트폰 기반 관광 정보 수용과 관광 상품 구매 의도에 관한 연구”, 대한관광경영학회, 관광연구, 제27권, 제6호, 2013.
- [5] 최자은·유동호 “스마트관광의 추진현황 및 향후과제”, 한국문화관광연구원, 2016.
- [6] 윤유식·유예경·장양례, “스마트폰 기반 관광 정보 특성에 따른 관광 정보 만족도 및 신뢰도, 행동 의도 연구”, 관광학연구, 제37권, 제5호, 2013.
- [7] 연구기획조정실 정책정보통계센터, “기술과 관광의 융합, 스마트관광”, 2014.
- [8] 조완섭·조아·권가은·류관희, “SNS 데이터 분석을 통한 스마트 충북관광 구축”, 한국데이터정보과학회지, 2015.
- [9] 오성수·김성후, “관광지선택에 SNS 관광정보 특성이 미치는 영향”, 산업경제연구, 제25권, 제5호, 2012.
- [10] 이문봉, “스마트폰 사용 의도에 영향을 미치는 요인 연구”, 한국산업정보학회논문지, 제16권, 제4호, 2011.
- [11] 김석현·김지욱·김현정·박동규, “위치 기반 서비스를 이용한 스마트폰 관광 정보 시스템”, 멀티미디어학회 논문지 제15권 제5호, 2012.
- [12] 제주특별자치도, “빅데이터 위치기반 융·복합을 통한 제주관광객 패턴 분석 연구, 제주특별자치도, 2014.
- [13] (주)제주넷 (2016), “비콘기반 APP서비스”, 내부자료.
- [14] (주)인포마인드 (2016), “서귀포시 관광지 음성안내시스템”, 내부자료.
- [15] (주)씨에스 (2016), “사용자 위치기반 빅데이터 시스템 개요”, 내부자료.

- [16] (주)씨에스 (2016), “스마트관광 플랫폼 개념도” , 내부자료.
- [17] (주)아트피큐 (2016), “개방형 스마트관광 플랫폼 구축” , 내부자료.
- [18] DeLone, W. H., & McLean, E. R. “Information systems success: The quest for the dependent variable. Information systems research“, 1992.
- [19] Delone, W. H., & McLean, E. R. “The DeLone and McLean model of information systems success: a ten-year update. Journal of management information systems“, 2003.
- [20] Ma Yong and Chen Hui-ying, “Study on the value Promotion and Development Strategy of Smart Tourism“, 2013.
- [21] Engeser, S., & Rheinberg, F. “Flow, performance and moderators of challenge-skill balance. Motivation and Emotion“ , 2008.
- [22] Cronin Jr, J. J., & Taylor, S. A. Measuring service quality: a reexamination and extension. The journal of marketing, 55-68, 1992.
- [23] Barnes, S. J. Wireless digital advertising: nature and implications. International journal of advertising, 21(3), 399-420, 2002.
- [24] Csikszentmihalyi, Mihaly, Beyond Boredom and Anxiety. 2nd ed. San Francisco: Jossey-Bass, 1990.
- [25] Engeser, S., & Rheinberg, F. Flow, performance and moderators of challenge-skill balance. Motivation and Emotion, 32(3), 158-172, 2008.
- [26] Hoffman, D. L., & Novak, T. P, Marketing in hypermedia computer-mediated environments: Conceptual foundations. The Journal of Marketing, 50-68, 1996.
- [27] Liu, Y, Developing a scale to measure the interactivity of websites. Journal of advertising research, 43(02), 207-216, 2003.
- [28] Novak, T. P., Hoffman, D. L., & Yung, Y. F, Measuring the customer experience in online environments: A structural modeling approach. Marketing science, 19(1), 22-42, 2000.
- [29] Okazaki, S., & Mendez, F, Perceived ubiquity in mobile services. Journal of Interactive Marketing, 27(2), 98-111, 2013.

- [30] Wang, D., Xiang, Z., & Fesenmaier, D. R, Adapting to the mobile world: A model of smartphone use. *Annals of Tourism Research*, 48, 11-26, 2014.



## ■ 설문지

### 관광산업에서의 스마트폰 사용 태도에 대한 설문

안녕하십니까?

본 조사는 관광산업에서의 스마트폰 사용 태도에 대한 설문으로서, 응답해주시는 내용은 맞거나 틀리는 답이 없으며, 단지 통계적 목적으로만 사용됩니다. 귀하의 응답은 모두 무기명으로 처리되며, 오직 연구 목적에만 활용될 것입니다. 감사합니다.

☞ 설문항목에서 스마트폰은 단순히 휴대폰 기기를 의미하기 보다는 스마트폰이 제공하는 여러 서비스들을 포함하는 의미입니다.

#### I. 스마트폰 사용 여부에 대한 질문

1. 귀하는 현재 스마트폰을 사용하십니까?	① 예 ( ) ② 아니오 ( )
2. 사용하신다면, 스마트폰을 이제까지 대략 얼마 정도 사용하셨습니까?	( )년 ( )개월

#### II. 스마트폰 사용과 관련된 요인들에 대한 설문

설문 항목들		전혀 동의않는다 ①-----②-----③-----④-----⑤	보통	매우 동의
1	관광정보 웹사이트는 방문자의 피드백을 수집하기에 효과적이었다.			
2	관광정보 웹사이트는 방문자와 그 웹사이트 사이의 쌍방(양방향) 통신(대화)을 용이하게 해주었다.			
3	관광정보 웹사이트는 방문자의 의견을 듣고 싶어 했다.			
4	관광정보 웹사이트는 방문자들이 응답할 수 있는 기회를 제공해주었다.			
5	향후 스마트폰 서비스에 대한 나의 사용 수준을 유지할 의향이 있다.			
6	향후에 나는 스마트폰 서비스를 그만두기 보다는 계속적으로 사용할 의향이 있다.			

7	나는 지금처럼 지속적으로 스마트폰 서비스를 사용할 것이다.					
8	나는 내 스마트폰에서 검색을 할 때는 종종 완전히 몰입하게 된다.					
9	나는 스마트폰 서비스에 접속할 때는, 완전히 몰두하게 된다.					
10	나는 시간이 가는 줄 모르고 스마트폰 서비스를 이용한다.					
11	스마트폰 서비스를 활용하는 것은 좋은 생각이다.					
12	스마트폰 서비스를 활용하는 것은 현명하다.					
13	스마트폰 서비스를 활용하는 것은 유익하다.					

#### IV. 제주 여행에 대한 개인 정보

1. 성별:        ① 남성                    ② 여성
2. 연령:        ① 19세 이하            ② 20세 - 29세            ③ 30세 - 39세  
                  ④ 40세 - 49세        ⑤ 50세 - 59세            ⑥ 60세 이상
3. 직업: ① 학생        ② 관리/사무직        ③ 판매/영업직        ④ 기술/생산직        ⑤ 전문직  
                  ⑥ 자영업        ⑦ 공무원            ⑧ 주부                    ⑨ 기타
4. 교육정도: ① 중학교 졸업    ② 고등학교 졸업        ③ 대학 졸업        ④ 대학원 졸업

**응답해주셔서 감사드립니다!**