



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 정보사용과 개인특성
간의 관계 연구

濟州大學校 經營大學院

經營情報學科 經營情報專攻

池 根 成

2017年 08月

스마트폰 정보사용과 개인특성 간의 관계 연구

지도교수 김 민 철

지 근 성

이 論文을 經營學 碩士學位 論文으로 提出함

2017年 06月

지근성의 經營學 經營情報專攻 碩士學位 論文을
認准함

審査委員長 _____ (印)

委 員 _____ (印)

委 員 _____ (印)

濟州大學校 經營大學院

2017年 06月

Relationship Analysis between Smartphone Information Use and Personal characteristics

Geun-Sung Jee
(Supervised by professor Mincheol Kim)

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

2017. 08.

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 개념과 각종 이용현황	4
1.1 스마트폰의 정의	4
1.2 스마트폰의 특징	6
1.3 스마트폰의 기능적 특징	7
1.4 스마트폰 이용현황	7
1.5 스마트폰 어플리케이션 다운로드 현황	8
1.6 스마트폰 어플리케이션 유지 현황	9
1.7 디지털 미디어의 이용형태	10
제2절 스마트폰 정보사용 관련 선행 연구	11
2.1 스마트폰 정보사용 기반의 선행 연구 사례	11
2.2 스마트폰 확산에 따른 정보이용 패러다임 변화	12
2.3 스마트폰 정보 활용한 선순환 생태계 플랫폼 모델	13
2.4 스마트폰 확산으로 개인화된 정보이용 서비스 제공	13
제3장 연구모형 및 가설설정	15
제1절 연구모형	15
제2절 변수의 정의 및 가설설정	15
2.1 자기효능감	15

2.2	충동성	16
2.3	인구통계적 변수	16
제3절	자료의 수집	16
3.1	설문지의 구성	16
3.2	조사대상 및 자료 분석 방법	17
제4장	자료 분석 및 가설 검증	18
제1절	표본의 구성	18
제2절	타당성 분석 및 신뢰성 분석	19
2.1	자기효능감 요인 검증	19
2.2	충동성 요인 검증	20
2.3	스마트폰 사용 요인 검증	21
제3절	가설 검증	22
3.1	자기효능감과 충동 요인 가설 검증	22
3.2	인구 통계적 변수 관련 가설 검증	23
3.3	분석결과	24
제5장	결론	25
제1절	연구 결과의 요약 및 논의	25
제2절	연구의 한계 및 향후 연구 방향	26

참고문헌27

설문지31

표 차례

[표 1-1] 연구흐름	3
[표 1-2] 연구자별 스마트폰의 정의	5
[표 1-3] 피쳐폰과 스마트폰의 비교	6
[표 1-4] 스마트폰의 기능적 특성	7
[표 1-5] 국내 이동통신 회선 내역 및 인구수	8
[표 4-1] 인구통계 분석표	18
[표 4-2] 자기효능감 요인의 타당성 및 신뢰성 분석표	20
[표 4-3] 충동성 요인의 타당성 및 신뢰성 분석표	20
[표 4-4] 스마트폰 사용요인의 타당성 및 신뢰성 분석표	21
[표 4-5] 자기효능감과 충동에 대한 관계 분석	22
[표 4-6] 인구 통계적 변수에 따른 차이 분석	23
[표 4-7] 가설검증의 요약 결과	24

그림 차례

[그림 1-1] 스마트폰의 및 태스크탑 이용현황	8
[그림 1-2] 국가별 스마트폰 어플리케이션 다운로드 현황	9
[그림 1-3] 스마트폰 앱 유지현황	9
[그림 1-4] 디지털 미디어 이용형태	10
[그림 2-1] 스마트폰 확산에 따른 정보사용 패러다임 변화	13
[그림 2-2] 스마트폰 정보 활용한 선순환 생태계 플랫폼모델	13
[그림 3-1] 연구 모형	15

스마트폰 정보사용과 개인특성 간의 관계분석

스마트폰 보급이 보편화되고 일반화 되면서 그 영역이 확대되고 있다. 필요한 정보를 언제 어디서나 이동성에 구애받지 않고 스마트폰을 통해 얻을 수 있는 여건은 우리 일상생활의 환경에 많은 변화와 이슈를 만들고 있다. 이러한 스마트폰에 대한 선행연구들은 지금까지는 정보시스템 품질에 대한 개인성과, 접근성 및 정보격차 등에 대한 논의가 있어 왔다.

본 연구는 스마트폰 정보사용과 개인특성간의 관계를 분석하기 위해 제주공항에서 관광을 경험하고 돌아가는 관광객 300명을 대상으로 설문조사를 하였으며, 이 중 성실하게 응답한 289개의 표본을 가지고 분석을 진행하였다. 가설 검증을 위해 3가지 요인을 가지고 분석을 하였는데, 첫 번째는 자신이 원하는 결과를 산출하기 위해 행동 능력에 대한 자신감을 정의하는 “자기효능감”, 두 번째는 자기효능감과 상반되는 의사결정이 짧고 자발적이며 통제 불능으로 느껴질 수 있는 충동성의 변수를 가지고 분석하였으며, 세 번째는 개인적 특성을 가지는 스마트폰의 인구 통계적 변수(연령, 성별, 교육수준 등)를 통해 분석을 하였다.

결과적으로 보면, 자기효능감과 충동성이 스마트폰 사용에 긍정적으로 나타나는 것이 원하는 시간에 원하는 정보를 취득할 수 있는 생활환경이 만들어져 있기 때문으로 보인다. 다시 말해, 이동통신시장이 3G/4G에서 LTE 및 5G로 급속히 전환되고 다양한 스마트폰 App보급이 일반화 되면서 신중한 정보탐색과 즉시 정보를 얻을 수 있는 환경이 스마트폰 사용에 긍정적인 영향을 주었다는 것은 큰 의미가 있다고 하겠다. 또한 온라인과 오프라인의 경계가 없어지고 항상 온라인으로 연결되어 있는 모바일 네이티브(Mobile native)의 환경과 40~50대의 디지털리터러시(digital literacy)의 환경은 차이가 있다고 보인다. 이러한 점은 기존 연구와 다른 추가적 분석 결과라고 볼 수 있다.

제1장 서론

제 1 절 연구 배경과 연구 목적

최근 정보통신기술(Information and Communication Technology; ICT)의 발전에 따라 스마트폰(Smartphone) 보급이 보편화되면서 그 영역이 확대되는 상황이다. 이로 인해 필요한 정보를 이동성에 구애받지 않고 스마트폰을 통해 손쉽게 알아낼 수 있다 (Okazaki & Mendez, 2013).

이러한 스마트폰 확산은 전 세계적으로 많은 이슈를 만들어 갈 뿐만 아니라 여러 측면에서 모바일 비즈니스의 활성화, 무선 네트워크 서비스로의 증가, 빅데이터(Big data) 기반의 서비스, 인공지능(Artificial intelligence; AI)기반의 서비스 등 우리 생활 방식에 많은 변화를 일으키고 있다고 볼 수 있다. 특히, 스마트폰의 보급률을 살펴보면, 2016년에 세계 스마트 보급률이 처음으로 50%를 넘어섰고, 한국은 85%로 나타나고 있으며 세계이동통신사업자회(2017)에서는 2020년이 되면 세계 스마트폰 보급률이 75%로 높아질 것이라는 전망을 한다(코리아타임즈, 2017. 02. 08).

스마트폰은 기존 휴대전화의 기능에 오픈 운영체제(OS)를 탑재하는 방식으로써 이용자들은 안드로이드 오픈 스토어(Store)인 플레이 스토어, 또는 애플사의 앱 스토어에서 각종 어플리케이션을 설치해 이용할 수도 있고, 무선 데이터 네트워크 및 Wi-Fi 망을 통해 인터넷 검색, 음악 및 동영상 감상, SNS 등 디지털 콘텐츠를 이용할 수 디지털 컨버전스 기기이다(김수현, 2010).

이에 본 연구에서는 스마트폰을 통한 정보사용이 보편화되고 스마트폰에 대한 급속한 업무환경 변화, SNS를 통한 소통방식의 변화 등의 다양한 문화로 자리 잡고 있는 스마트폰 정보이용에 대해 개인특성의 자기효능감과 충동성에 대한 상관관계를 분석함으로써 ICT를 활용한 모바일 디바이스, 빅데이터(Big data), 웨어러블(Wearable), 사물인터넷(Internet of thing; IoT), 3D프린팅(Printing) 등 다양한 분야에서 새로운 융합형태의 서비스가 제공되어 질 수 있는 기초자료로 활용될 수 있을 것이다.

제 2 절 연구 범위 및 논문 구성

본 연구는 스마트폰 서비스라는 개인의 심리적 특성과 인구 통계적 개인의 특성에 따른 스마트폰 정보이용자, 즉 제주관광을 마치고 돌아가는 스마트폰 이용자들 대상으로 설문조사를 실시하였고, 관련 보고서와 문헌, 개발 연구 사례와 함께 병행하여 연구를 진행하였다.

첫째, 스마트폰 정보이용에 관한 다양한 관련 서적 및 논문, 보고서등을 참고하여 스마트폰의 개념과 이용현황, 스마트폰과 관련된 주요 추진 사례에 대해 조사하였다.

둘째, 개인 특성에서 인구통계학적 변수와 개인의 심리적인 특성 요인을 포함한 설문을 구성하고 실제로 스마트폰 정보사용을 하고 있는 여행객이용자를 대상으로 설문조사 데이터를 가지고 분석을 시행하였다.

본 연구는 총 다섯 개의 장으로 구성하였다.

제1장 서론에서는 스마트폰 정보사용과 개인특성에 관한 연구의 배경과 목적, 스마트폰 정보사용과 관련한 연구를 시행하기 위한 방법과 논문의 구성에 대해 설명한다.

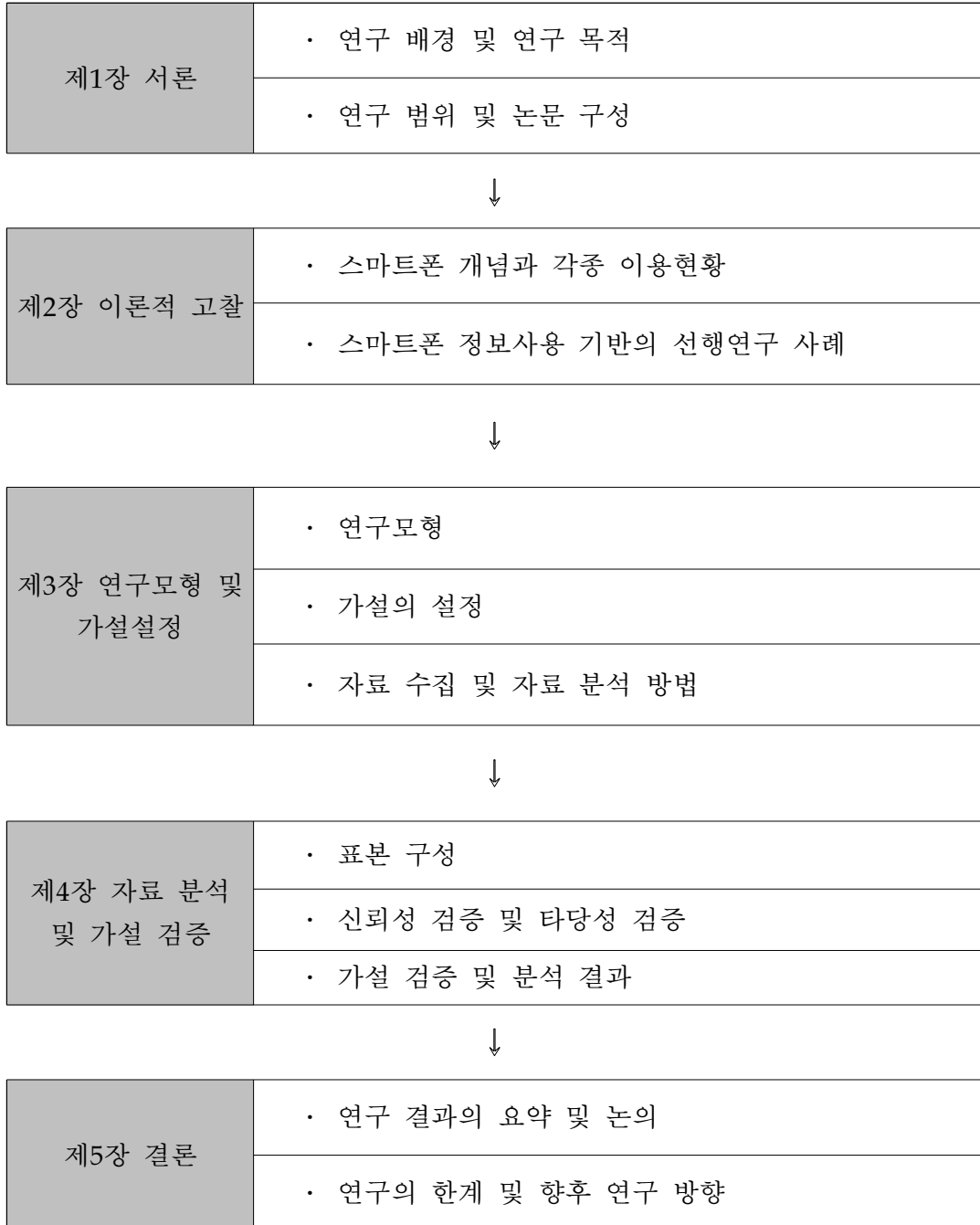
제2장 이론적 고찰에서는 스마트폰의 개념과 각종 이용현황, 스마트폰 정보사용에 관한 선행 연구 사례, 스마트폰 정보이용 패러다임 변화, 스마트폰 정보 활용을 통한 선순환 생태계 모델 사례에 대해서 설명한다.

제3장에서는 개인적 특성 등의 요인들에 대한 연구모형을 기초로 가설을 설정하고, 개인의 심리적 특성과 인구 통계학적 설문 문항에 대한 조사 대상, 조사방법 및 자료 분석방법에 대해서 설명한다.

제4장에서는 설문에 대한 표본 구성내용과 응답결과에 대해 타당성 분석 및 신뢰성분석을 통해 자료제공과 분석결과에 대하여 요인 검증을 실시한다.

제5장에서는 본 연구결과를 요약 및 논의하고 연구의 한계 및 향후 연구 방향에 대해 기술한다.

[표 1-1] 연구의 흐름



제2장 이론적 고찰

제 1 절 스마트폰 개념

1.1 스마트폰(Smartphone)의 정의

스마트폰에 대한 표준화된 정의는 없지만, Laudon & Laudon (2006)의 연구에서는 스마트폰을 휴대전화 기능과 개인휴대단말기(Personal digital assistant, PDA)의 기능이 결합된 하이브리드(Hybrid) 장치라고 정하였으나, 스마트폰은 휴대전화에 인터넷 통신과 정보검색 등 컴퓨터 지원 기능을 추가한 지능형 단말기로서 사용자가 원하는 어플리케이션을 설치·제거할 수 있고 인터넷도 자유롭게 사용할 수 있는 휴대폰이다(남종훈, 2010).

스마트폰은 휴대전화와 PDA의 장점을 결합한 것으로, 휴대전화 기능과 무선 인터넷 접속 등의 데이터의 통신기능을 갖추고 있으며, 이메일, 웹브라우징, 인터넷 쇼핑이나 인터넷 बैं킹 등이 가능하다. 방송 서비스와 카메라, DMB(Digital multimedia broadcasting), MP3 기능, 캠코더, 무전기 기능까지 갖추고 있으며 엑셀이나 워드 등과 같은 문서작성도 가능하다. Wi-Fi 기능이나 데이터망을 활용해 음성데이터를 인터넷 프로토콜로 변환하여 전화 통화도 할 수 있다. 다양한 기능의 수용을 위하여 표준화된, 또는 전용 운영 체제(OS)를 가지고 있다. 또한 단말기의 다양한 기능을 복합적으로 수행할 수 있어서 다기능 복합 단말기라고도 한다(강병희, 2016). 이러한 스마트폰의 등장은 시간·공간의 제약 없이 전화가 되는 곳이면 어디든지 인터넷을 사용할 수 있으며, 이를 통해 문서 편집 앱(App) 등으로 문서를 작성하고, 일정관리, 이메일(e-mail), 게임, SNS (Social Network Service), 음악, 쇼핑, 폰 बैं킹 등을 스마트폰을 이용해 모든 일을 실행 가능하게 만들고 있다(장영빈, 2017).

스마트폰의 정의에 대한 선행연구 자료를 조사한 결과는 다음과 같다.

[표 1-2] 연구자별 스마트폰의 정의(출처: 손은하, 2012; 성미애, 2015)

연구자	정 의
임창영(2004)	핸드폰에 PC기능을 결합한 형태의 지능형 복합단말기
Laudon&Laudon (2006)	디지털 이동전화의 기능과 PDA의 기능이 결합된 하이브리드 장치
배재권 · 정화민 (2009)	음성통화 기능과 PDA의 장점을 결합한 제품으로 일반 휴대전화기에 인터넷 접속, E-Mail, 일정관리 등의 부가기능을 결합한 제품
한국인터넷진흥원 (2009)	휴대전화 기능을 기본으로 e-mail, 웹브라우저, 멀티미디어, 메시지 등 무선 인터넷과 각종 응용프로그램을 설치운영하는 기능을 보장된 고급형 휴대전화
오수원(2009)	모바일 환경에서 음성통화 기능과 무선인터넷 기능을 기본으로 하여 멀티미디어 기능이 수행 가능토록 구현된 사용자 중심의 모바일 PC 플랫폼
황주성 · 이재현 · 이나경(2010)	무선인터넷에 접속하여 여러 가지 웹브라우저 프로그램을 이용할 수 있으며 사용자가 다양한 어플리케이션 설치 · 운영을 통해 자신에게 알맞은 사용자인터페이스를 구현할 수 있는 휴대전화
방송통신위원회 (2013)	휴대전화 기능과 운영체제(OS)를 탑재하여 다양한 어플리케이션을 자유롭게 설치 · 운영시킬 수 있는 고기능 기기

최초의 스마트폰은 1992년 개발된 ‘사이먼(Simon)’으로 1993년 일반 사람들에게 공개되었다. 1996년 노키아에서 휴대전화에 휴렛팩커드의 PDA를 결합한 스마트폰을 출시하였으나, 비싼 가격 등의 이유로 대중화에 많은 어려움이 있었다. 이후 스마트폰을 위한 여러 가지 모바일 운영체제(OS)가 개발되기 시작했으며 2000년대 중반 RIM사의 블랙베리 폰을 시작으로 스마트폰 대중화가 시작되었다. 그와 함께 터치스크린 기술과 결합되면서 PDA를 스마트폰이 대체하게 되었다. 국내에서는 2009년 말 한국통신이 애플사의 아이폰(iPhone)이 출시되면서 스마트폰에 대한 관심과 이용자 증가가 급격히 이루어졌으며, LG 유플러스, 삼성 갤럭시, 구글 넥서스원, SKY 베가 등 다양한 스마트폰이 출시되면서 시장 경쟁이 치열해졌다(강병희, 2016).

1.2 스마트폰 특징

스마트폰은 PC처럼 자체 운영체제(OS)를 가지고 다양한 어플리케이션을 설치·제거할 수 있고, 인터넷도 자유롭게 사용할 수 있는 휴대폰이다(남종훈, 2010). 스마트폰(Smartphone)과 같은 범용 운영체제(OS)가 탑재되지 않은 기존의 휴대폰을 피쳐폰(FeaturePhone)으로 일컫는 말로써, 특화된 운영체제를 사용하는 기기를 말한다. 휴대폰을 분류한다면 3rd-party의 어플리케이션 설치·운용이 가능 하는지에 따라 음성 위주의 피쳐폰과 데이터중심의 스마트폰으로 분류되어 지고 있다(장미란, 2014).

다음은 피쳐폰과 스마트폰의 특징을 비교한 내용이다.

[표 1-3] 피쳐폰과 스마트폰의 특징 비교 (출처: 신일환, 2012)

구 분	피쳐폰(FeaturePhone)	스마트폰(Smartphone)
주요기능	음성중심의 서비스	멀티태스킹 데이터 중심 서비스
운영체제(OS)	휴대폰별 프로그램 지원.	리눅스, 윈도우, 모바일 등 범용 OS 사용
인터넷	인터넷은 가능하나 파일 다운로드를 비롯한 고급기능은 제한적	PC와 같은 환경, Full 브라우징 웹서핑 등 지원 와이파이(wi-fi), 블루투스(Bluetooth)지원 가능
입력장치	단순 LCD 디스플레이	터치스크린, 디스플레이
어플리케이션	개방성 어플리케이션 설치 불가	3rd-party 어플리케이션 설치·사용 가능
동영상	제한적	다양한 플레이어와 코덱지원

1.3 스마트폰 기능적 특징

스마트폰(Smartphone)은 기존 이동전화기보다 혁신적인 사용자 인터페이스(User Interface, 이하 UI)와 사용이 편리한 무선 통신망을 이용하여 기존인터넷에 접속할 수 있으며, 여러 가지 기능 및 어플리케이션들의 수용과 활용을 위한 표준화 된 전용 운영체제(OS)를 선택하고 있는 것이라 말하고 있다(황경호,

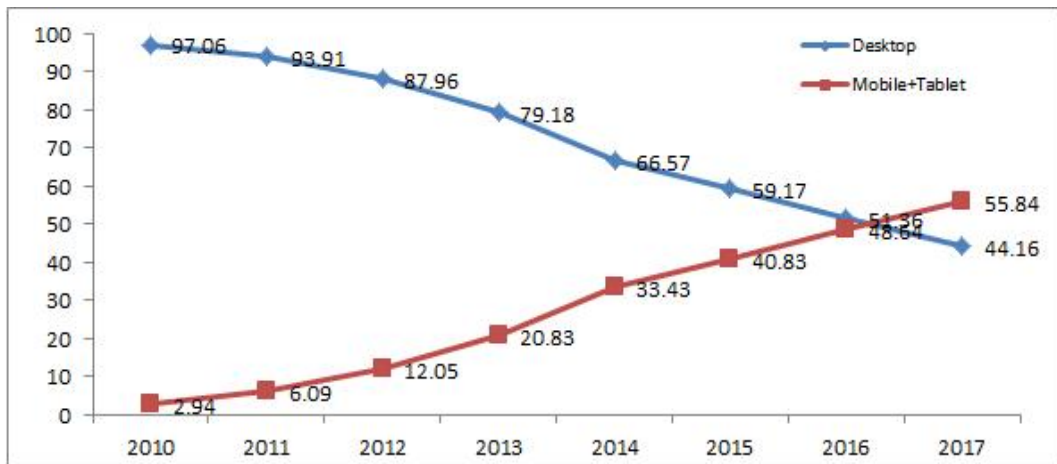
2011). 일반적인 전화통화 외에 스마트폰에 추가되는 기능으로 첫째, 운영체제 둘째, 어플리케이션의 설치·운영 가능성 셋째, 무선인터넷(3G, LTE, Wi-Fi등) 넷째, 다양한 PC기능의 동기화 등이 있다고 볼 수 있다(풍운운, 2012).

[표 1-4] 스마트폰의 기능적 특성 (출처: 김소이, 2010)

기능	기능 설명
휴대전화기능	통화기능, 무선인터넷 기능, 문자전송기능, MP3 기능
네트워크기능	무선 네트워크 가용성 확대 기존 이동통신망이외 와이파이(Wi-Fi), 와이브로(Wibro), 블루투스(Bluetooth) 등 네트워크 사용 가능
정보검색기능	무선인터넷을 이용하여 기존 유선기반 웹사이트와 동일한 형태의 자료를 검색할 수 있으며 HTML언어도 지원
멀티미디어기능	MP3, 카메라, 전자사전, 동영상 재생, GPS(Global Positioning System) 기능 등
업무용 기능	이메일, 문서작업, 일정관리 등 각종 비즈니스 솔루션
입력장치	터치 스크린(touch screen), 퀴티(QWERTY)키보드

1.4 스마트폰 이용 현황

2016년 11월 기준 글로벌 스마트폰 사용자 수가 39억 명을 기록해 글로벌 전체 인구의 50% 넘어섰으며, 웹 분석 업체인 StatCounter (2017) 발표에 의하면, 2016년 기준 스마트폰과 태블릿PC를 통한 인터넷이용률이 51%로 일반PC를 통한 인터넷 이용률(49%)을 추월하고 있다. 인도의 경우 스마트폰을 통한 인터넷 이용률이 전체 인터넷 이용률의 75%를 차지했으며, 중국의 경우 스마트폰을 통한 인터넷 이용률이 51.5%로 데스크톱 (45.5%)보다 높은 수준을 나타내고 있다.



[그림 1-1] 스마트폰 및 데스크톱 이용 현황(출처: StatCounter, 2017)

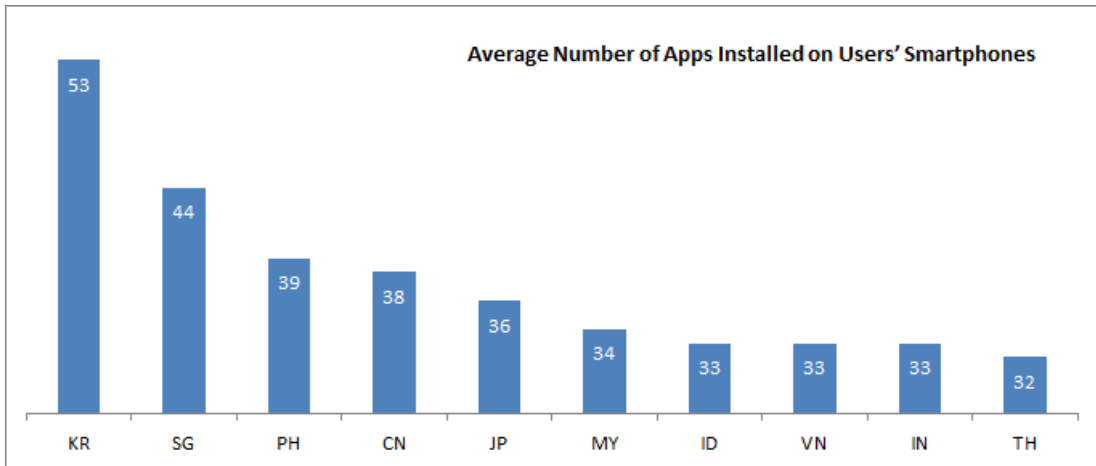
‘아태지역 모바일 앱 보고서(2016)’에 의하면, 한국 시장에서 스마트폰 사용률이 85%로, 데스크톱 PC와 노트북 등 일반PC 사용률 73%보다 높게 나타났다. 이것은 컴퓨터 없이 스마트폰을 통해 인터넷을 사용하는 사람이 많다는 것을 뜻한다.

[표 1-5] 국내 이동통신 회선내역 및 인구수 (출처: 미래창조과학부, 2017)

구 분		2014년	2015년	2016년	2017년 3월
이동통신	스마트폰	40.2	43.6	46.3	47
	피쳐폰	12.6	9.9	8.4	8.2
	사물인터넷	3.3	4.2	5.3	5.7
	소계	56.1	57.7	60	60.9
한국 인구수		51.2	51.3	51.5	51.7

1.5 스마트폰 앱(App) 다운로드 현황

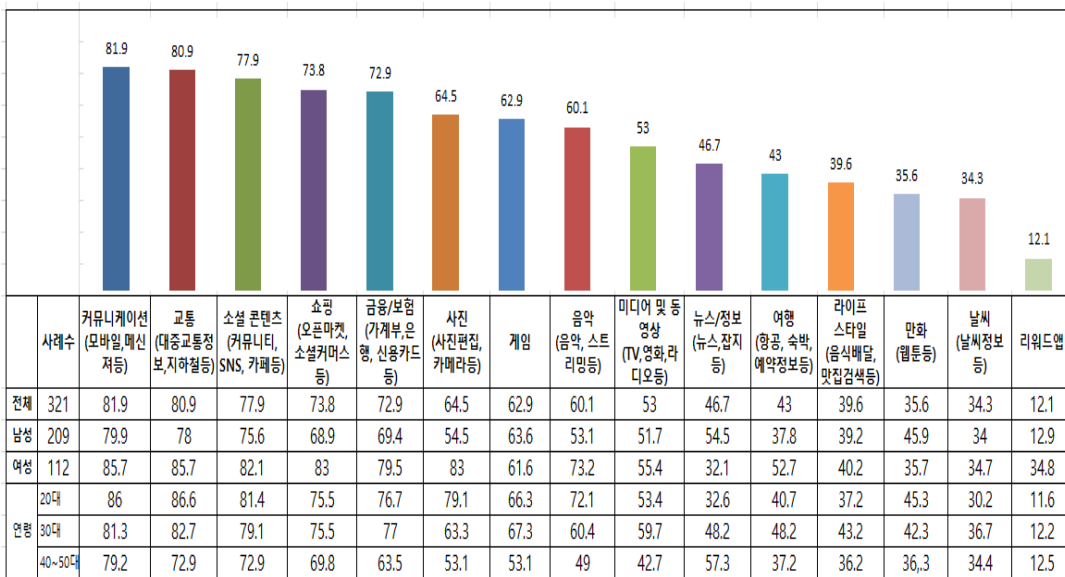
TNS/GOOGLE “Mobile App Usage Study(2016)”에 따르면 국가별로 스마트폰에 설치된 어플리케이션 수가 가장 많은 나라는 한국이며, 한국에 스마트폰이 널리 보급되면서 성장률 자체는 정체되어 있을 수 있으나, 앱 사용시간과 사용빈도는 여전히 높아서 한국은 최고의 앱(App) 시장이라는 분석을 하고 있다 (TNS/GOOGLE, 2016).



[그림 1-2] 국가별 앱(App) 어플리케이션 다운로드 현황(출처: TNS/GOOGLE, 2016)

1.6 스마트 앱 유지 현황

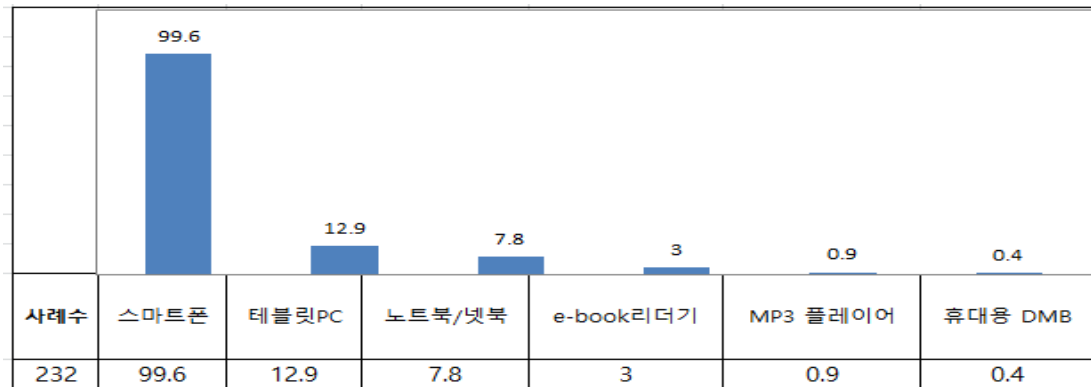
스마트폰 사용자의 66%가 앱(App)을 사용하고 있고 스마트폰에 가장 많이 설치되어 있는 앱은 커뮤니케이션 앱으로 10명중 8명이상 사용하고 있는 것으로 문자서비스를 대체할 어플리케이션으로 보여 지고 있다. 나이가 젊을수록 커뮤니케이션, 교통, 소셜 콘텐츠를 사용하고 있고, 나이가 많을수록 날씨, 뉴스관련 앱(App)을 주로 사용한다고 나타나고 있다 (디지에코, 2016).



[그림 1-3] 스마트폰 앱(App) 유지현황 (출처: 디지에코, 2016)

1.7 디지털 미디어의 이용형태

휴대성에 다양하고 편리한 기능까지 겸비한 디지털 미디어 이용이 일반화되면서, 소비자는 언제 어디서나 장소에 구애 받지 않고 다양한 미디어 콘텐츠를 사용할 수 있다. 이동시 이용하는 디지털 디바이스는 스마트폰이 99.6%로 가장 많았고, 다음으로는 태블릿PC, 노트북/넷북 등의 순으로 나타나고 있다(디지에코, 2017).



[그림 1-4] 일상생활 속 디지털 미디어 이용형태 (출처: 디지에코, 2017)

제 2 절 스마트폰 정보 관련 선행 연구

2.1 스마트폰 정보사용 기반의 선행연구

2009년 KT가 아이폰(iPhone) 공급이후 스마트폰 보급이 보편화 되고 일반화되면서 스마트폰 정보이요에 관한 연구는 정보시스템 품질과 이용자 만족, 이용 동기, 개인성과 등에 관한 선행 연구들로 이루어져 왔다. 이런 스마트폰 정보에 관한 선행 연구들을 살펴보면 다음과 같다.

서정화(2011)의 연구에서는 스마트폰의 뉴스 어플리케이션은 최신 정보를 쉽게 습득하거나 새로운 학습의 도구로 활용할 수 있다는 것을 가지고 직장인 대상으로 동기와 만족도에 미치는 상황에 대한 연구를 진행하였다. 스마트폰의 뉴스 어플리케이션의 질적 개선과 향후 발전을 위한 제언으로써 정보습득 동기, 사회적 관계 유지 동기, 정보추구 동기, 시간 소비 동기 등 5가지의 요인을 제시하였고, 이용형태로는 정독, 속도, 활용 등의 요인을 제시하면서 편재적 동기가 높고, 스마트폰에 의한 뉴스 청취를 선호하는 사용자들이 스마트폰 어플리케이션에 대한 만족도가 높은 것을 나타낸다고 한다.

김성욱(2012)에 의하면, 스마트폰을 통하여 사용자의 만족에 영향을 미치는 요인과 사용자의 개인성과에 영향을 미치는 요인을 분석하였다. 이동성, 정확성, 편리성, 적시성, 적합성과 실시간성과 사용자 만족, 개인성과에 대해 고찰하였고, 직장인 대상으로 설문조사를 하여 이동성, 편리성, 정확성이 사용자의 만족과 개인성과에 만족을 주는 것으로 파악이 되었다.

신일환(2012)은 스마트폰을 사용하면서 느끼는 품질(서비스, 기능, 감성) 특성이 고객만족과 충성도에 어떻게 영향을 미치는가에 대한 연구를 I제품과 G제품을 사용하는 이용고객 중심으로 설문을 조사하여 진행하였다. I제품과 G제품의 비교 분석을 통하여 기업에게 관리적 측면과 고객지향적인 제품 설계의 방향성과 무형의 서비스 품질 및 기존의 유형의 기능적 품질 특성을 제시하였다.

이지수(2014)는 고객 유형화를 스마트폰 사용자의 이용 동기에 따라 구분한 연구에서 인터넷 연구과 모바일 인터넷 연구, 모바일 연구 등 스마트폰의 선행연구를 바탕으로 스마트폰 이용 동기 요인 측정항목을 구성하여 분석한 결과 다양

한 기능요인, 모바일 검색요인, 비즈니스 사회적 관계요인, 요금·이용편리성 요인, 유행·과시 요인 등 5가지 요인을 도출하였다.

이상민(2014)에 의하면, 23세 이하 대학생을 대상으로 스마트폰 사용과 스마트폰 중독에 대한 연구를 하면서, 자기효능감과 문제해결 능력의 상관관계를 분석을 통하여 스마트폰 중독관련 요인을 밝혔다. 스마트폰 중독성이 높을수록 사회불안, 우울감이 높고 자기효능감이 낮다고 볼 수 있다고 하였으며, 편리한 휴대성으로 언제 어디서든지 사용할 수 있다는 특성으로, 타인과의 의사소통에서 자기통제가 쉽지 않고 소외되지 않기 위해 끊임없이 소셜 네트워크(Social Network Service)를 사용하기 때문에 스마트폰 과다 사용이 문제로 대두되고 있고 사회적 문제점으로 인식되고 있다. 대인관계를 중시하는 남학생은 자기효능감, 삶의 만족도가 높게 나타나고 스마트폰 중독 가능성이 낮은 것으로 나타난다고 한다.

이재식(2015)에 의하면, 스마트폰 보급이 보편화 되고 스마트폰 활용이 일상화 되어가는 기업의 업무 환경 변화에 대한 연구를 하였다. 정보시스템 품질은 서비스 품질, 시스템 품질, 정보 품질 등의 3가지 요인으로 분류하고 스마트폰 접근성은 이용 편리성, 이용 속도로 분류하여, 기존 인터넷을 도구로 사용했던 것을 스마트폰을 도구로 기업 정보시스템을 활용하는 것이 경쟁력을 확보하는 것이라고 제시하였다.

위 선행 연구들은 정보시스템 품질과 이용자 간의 이용 동기, 만족도란 요인을 통해 분석하여 왔음에 비추어, 본 연구는 자기효능감과 인구 통계적 변수를 통해 스마트폰 개인적인 특성을 기초로 한 접근이 의미가 있다고 본다.

2.2 웹 보급에 따른 편의·맞춤·체험·융복합 정보이용으로 진화

스마트 기기의 확산 및 ICT의 발전으로 관광에서 나타나는 중요한 변화의 움직임은 고객의 경험, 예약, 관광 상품 개발 등 관광 산업 전반에 걸쳐 활발하게 일어나고 있다. 전화나 팩스로 이루어지던 예약들이 스마트폰 보급 및 웹(App)의 확산으로 실시간 예약을 할 수 있도록 하는 예약 프로세스가 한결 편리해 졌다. 이러한 인터넷 모바일의 정보 매체의 발달로 유리한 입장에서 리조트&호텔 모바일 디바이스 상에서 실시간적으로 상품을 제공할 수 있게 되었다. 예약뿐만이 아니라, GPS를 활용해 사용자의 위치에 기반 하여 스마트폰상의 지도 검색 및 내

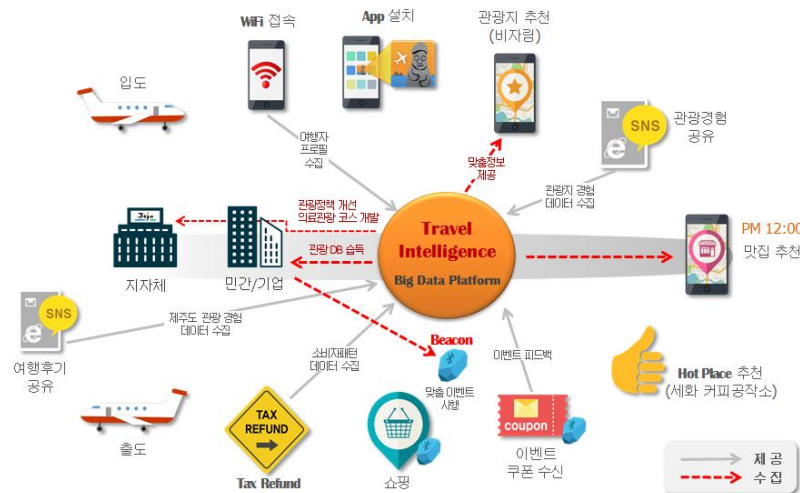
비게이션 (Navigation)을 이용할 수 있게 하고 있다(김은지 · 김재필, 2014).

	인터넷의 확산	스마트 기기의 확산
특징	온라인 여행사의 등장	·플래시 트립의 확산 (실시간 예약) ·호텔 내 운영 효율화 (스마트키를 통한 입퇴실 간소화) ·맞춤형 프로모션 (식음료,부대시설) ·객실의 저렴한 유통이 가능
기술	유·무선 인터넷의 확산	·블루투스, GPS, 센서
서비스	인터넷 예약 서비스	·당일호텔예약 앱 등장 ·위치기반 관광/길찾기 서비스 등장

[그림 2-1] 스마트폰 확산에 따른 정보사용 패러다임 변화(출처: 김은지 · 김재필, 2014).

2.3 스마트폰 정보 활용한 선순환 생태계 플랫폼 모델

지역 관광 활성화를 위해 공공(지자체)에서는 ICT에 기반을 둔 와이파이 망 인프라를 제공하고, 이용자는 단순한 개인정보(MAC) 정보를 수집동의를 제공함으로써 실시간 소통과 위치정보 기반의 빅 데이터 에코시스템(생태계) 구축하는 모델을 제시하고 있다.



[그림 2-2] 스마트폰 정보 활용 선 순환 생태계 플랫폼 모델(출처: kt 내부 자료: 스마트아일랜드 구현 모델, 2016)

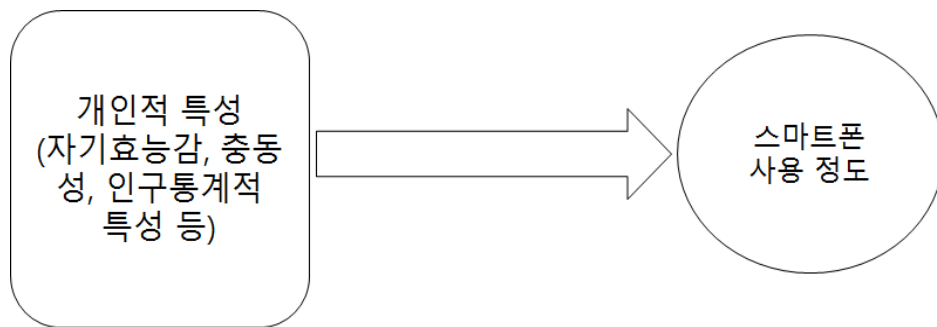
특히, 공공분야에서는 실시간으로 수집되는 위치기반의 정보와 각종 카드정보의 통계자료를 관광종사들에게 제공함으로써 위치기반의 다국어 콘텐츠, 빅 데이터 분석 모델 등을 활용한 관광 상품들을 개발하고 제공할 수 있는 스마트시티 구현의 활동들이 전개 되고 있다(kt 제주본부 내부 자료: 스마트아일랜드 구현 모델, 2016).

제 3 장 연구모형 및 가설설정

제 1 절 연구 모형

본 연구를 조직의 정보시스템 사용 요인과는 달리 스마트폰 서비스라는 개인적 특성에 초점을 두어, Okazaki & Mendez (2013)의 연구에서 적용된 연구 모형은 스마트폰의 개인적 특성(Personal trait)인 자기효능감, 충동구매의 요인과 인구 통계적 변수(연령, 성별, 교육수준 등)들을 포함하였다.

따라서 본 연구는 스마트폰 정보사용과 개인특성간의 관계 연구로 연구 모형은 [그림 3-1]과 같이 도출하였다.



[그림 3-1] 연구 모형

제 2 절 변수의 정의 및 가설설정

2.1 자기효능감 (Self-efficacy)

Bandura (1977)는 자기효능감(Self-efficacy)을 '자기 자신의 능력을 믿는 것'또는 '자신이 원하는 결과를 산출하기 위해 행동을 수행하는 능력에 대한 자신감'으로 정의하였다. Bandura (1977)는 자기 효능감과 행동 변화 사이의 관계가 가설로 수립 될 수 있다고 제시하였다. 이러한 선행적 연구를 근거로 아래와 같은 가설을 설정하였다. 이를 위하여 회귀분석(Regression analysis) 방법을 사용하였다.

H1 : 스마트폰 사용자의 자기효능감은 스마트폰 사용에 긍정적인(+) 영향을 미칠 것이다.

2.2 충동성 (Impulsive buying)

통상적으로 소비자가 제품을 필요로 하는 이유와 이유에 대해 사려 깊게 고려하지 않고 충동을 겪을 때 충동구매(Impulsive buying)가 발생한다. 이러한 충동은 일시적으로 통제 불능으로 느껴질 수 있으며, 의사 결정은 일반적으로 짧고 자발적이다(Vohs & Faber, 2009). 이는 앞서 첫 번째 가설에서는 스마트폰의 긍정적인 사용 측면과 반대의 개념으로서, 관광객들의 신중한 정보탐색을 위한 스마트폰의 사용에 부정적인(-) 영향을 미칠 수 있다는 것이다. 따라서 본 연구에서는 위와 같은 이론적 근거를 바탕으로 다음 가설을 설정하였다. 이를 위하여 회귀분석(Regression analysis)방법을 사용 하였다.

H2 : 스마트폰 사용자의 충동성은 스마트폰 사용에 부정적인(-) 영향을 미칠 것이다.

2.3 인구 통계적 변수

본 연구에서는 개인적 특성(personal trait) 중 인구 통계적 변수(demographic variable)에 초점을 두고 그 관계를 분석하였다(Capella & Greco(1987); Pearce, 2005). 여기서는 본 연구의 설문지에 제시된 성별, 연령, 교육에 따라 스마트폰 사용이 다를 수 있음을 탐색하고자 하였다. 이러한 내용을 근거로 아래 가설을 설정하였다. 이를 위하여 분산분석(ANOVA) 방법을 사용하였다.

H3: 스마트폰 사용자의 인구 통계적 변수에 따라 스마트폰 사용이 다르다.

제 3 절 자료 수집

3.1 설문지 구성

설문지의 총 문항은 26개의 문항이며, 이 중 개인의 심리적 특성에 대한 설문 조사는 11개의 문항, 인구 통계학적 변수 항목은 3개의 문항, 스마트폰의 사용 정도에 대한 질문이 3개의 문항 등으로 구성되어 있다.

3.2 자료 수집 및 분석 방법

본 연구의 설문은 제주시에 위치한 제주국제공항에서 관광을 실제 체험한 스마트폰 사용자 300명을 대상으로 설문지를 배부하여 부실한 응답지를 제외한 총 289부를 가지고 분석을 실시하였다. 통계분석은 SPSS 18.0을 이용하였고, 변수의 내적 일관성을 조사하기 위해 신뢰성 분석, 그리고 타당성 분석을 체크하기 위하여 요인 분석을 실시했다. 그런 뒤 각 요인들 간의 관계를 파악하기 위해서 회귀 분석 및 ANOVA 분석을 실시하였다.

제 4 장 자료 분석 및 가설 검증

제 1 절 표본의 구성

본 연구의 설문대상자는 관광객 중 스마트폰 사용자에게 한정하여 분석을 실시하였다. 특히 관광을 경험하고 돌아가는 응답자들을 대상으로 통계 분석에 활용하였다. 본 연구에서는 성실한 응답한 자료로서 총 289명을 표본으로 삼았다.

[표 4-1] 인구통계 분석표

구분	항목	빈도(명)	비율(%)
성별	남자	133	46.0
	여자	156	54.0
연령	10대	11	3.8
	20대	89	30.8
	30대	68	23.5
	40대	38	13.1
	50대	61	21.1
	60대 이상	22	7.6
학력	중졸 이하	16	5.5
	고졸 이하	105	36.3
	대(재)졸	147	51.2
	대학원(재)졸	19	6.6
직업	관리/사무직	42	14.5
	자영업	49	17.0
	전문직	71	24.6
	공무원	13	4.5
	학생	53	18.3
	주부	33	11.4
	무직	14	4.8
	은퇴자	10	3.5
	기타	4	1.4

설문에 응한 표본구성의 특성을 보면 총 289명의 응답자중 남자가 133명(44.1%), 여자는 155명(55.9%)을 차지하여 여성 응답자가 많은 것으로 나타났고, 연령을 묻는 질문에 10~20대 100명(33.3%), 30~40대 106명(35.9%), 50~60대 83명(30.9%)로 골고루 분포가 되어 있으며, 교육수준 별로는 대학졸업이 147명(51.2%)로 가장 많았고, 직업별 구성은 판매·영업직 및 전문직, 관리사무직 순으로 조사되었다.

제 2 절 신뢰성 검증 및 타당성 분석

신뢰성(Reliability) 측정의 개념에는 얼마나 일관성 있게 측정하였는가? 그리고 동일 개념에 대해 반복 측정 시 측정값은 동일한가를 나타내는 것으로 일관성, 정확성, 의존가능성, 예측가능성을 포함하고 있다. 이러한 신뢰성의 측정은 측정 결과에 대한 정도와 측정결과에 대한 오차가 존재하는지, 오차의 범위가 어느 정도인지를 나타내는 것이다. 본 분석에서는 신뢰성 측정의 척도인 크론바하 알파(Cronbach's alpha) 계수의 측정 기준치를 0.7 이상으로 기준하고자 한다.

타당성(Validity) 분석이란 측정 변수들에 대해 얼마나 충실히 측정 하였는가를 보는 것으로서 각각 분리된 변수들의 고유한 특성에 대해 정확히 측정하였는가를 확인하는 것이다. 그리고 측정 변수와 관계된 항목이 얼마나 잘 연관되어 있는지를 확인하는 것이다.

본 조사의 분석에는 타당성 검증을 위해 요인 분석(Factor analysis)을 사용하였다. 본 연구에서는 요인분석 중 주성분 분석(Principle component analysis : PCA)을 적용하고자 하였다. 여기서는 고유치(Eigenvalue)가 1 이상을 근거로 하였다.

2.1 자기효능감 요인

표 4.2를 참고해 보면 자기효능감 요인에 대한 타당성 분석 및 신뢰성 분석의 결과치가 나타나 있다. 여기서 공통성(Communality) 수치가 전체적으로 0.5 이상으로 나타났다. 또한 크론바하 알파 계수는 0.875로 산출되어 설문지의 신뢰성을 확보되었다고 볼 수 있다.

[표 4-2] 자기효능감 요인의 타당성 및 신뢰성 분석표

측정항목	요인 값	공통성	Cronbach's Alpha
나는 내가 설정한 목표 대부분을 달성 할 수 있다고 본다.	.740	.548	.875
어려운 일에 직면 할 때 나는 그 일을 성취 할 것이라고 확신한다.	.826	.682	
일반적으로 나는 나에게 중요하다고 생각하는 결과를 얻을 수 있다고 생각한다.	.877	.769	
나는 내가 생각하기에 최대한의 노력을 통해서 성공할 수 있다고 믿는다.	.820	.672	
나는 많은 도전들을 성공적으로 극복 할 수 있다.	.820	.673	
설명분산(%)	66.874		
고유값(Eigen)	3.344		

2.2 충동성 요인 검증

다음 표에 충동성 요인에 대한 타당성 분석 및 신뢰성 분석 수치가 나타나 있다. 여기서 공통성 측정항목이 전체적으로 0.7 이상으로 나타났다. 또한 크론바하 알파 계수는 0.950으로 산출되어 설문지의 신뢰성을 확보되었다고 볼 수 있다.

[표 4-3] 충동성 요인의 타당성 및 신뢰성 분석표

측정항목	요인	공통성	Cronbach's Alpha
나는 자주 자발적 내지 충동에 의해 물건을 구입한다.	.898	.806	.950
나는 “일단 사고보지 뭐’ 라는 기분에 사는 편이다.	.910	.828	
나는 종종 (많이) 생각하지 않고 물건을 산다.	.892	.795	
내게 어울리는 상품을 발견하고 순간적으로 구매하는 편이다.	.853	.728	
나는 충분히 생각하지 않고 상품을 구입하는 편이다.	.904	.818	
때때로 나는 충동적으로 물건을 사는 것 같다.	.914	.836	
설명분산(%)	80.189		
고유값(Eigen)	4.811		

2.3 스마트폰 사용 요인의 검증

스마트폰 사용 요인의 검증 결과를 살펴보면 요인 전체설명력은 88.3%로 높게 나타났다. 이것은 요인 내 각 변수들 간의 타당성 여부의 기준치인 요인 적재량이 0.88 이상으로 높게 나타나 유의하다고 볼 수 있다. 신뢰성 평가와 관련하여 크론바하 알파계수를 살펴보면 0.883으로 산출되어 내적 일관성이 확보 되었다 (표 4-4 참조).

[표 4-4] 스마트폰 사용 요인의 타당성 및 신뢰성 분석표

측정항목	요인 (만족)	공통성	Cronbach's Alpha
관광지 어느 곳에 있는지 스마트폰을 어려움 없이 사용할 수 있었기 때문에 스마트폰은 실용적이라고 본다.	.916	.783	.883
스마트폰은 특정 관광 장소와 상관이 없이 사용이 편리하였다.	.900	.810	
스마트폰을 이용하면 언제든지 관광 정보를 얻을 수 있었다.	.885	.839	
설명분산(%)	81.086		
고유값(Eigen)	2.433		

제 3 절 가설검증

3.1 자기효능감과 충동 요인의 가설 검증

가설1은 <표 4-6>에서 자기효능감과 충동 요인이 스마트폰 사용에 대한 관계 분석을 나타내고 있다. 이는 각 요인들이 스마트폰 사용에 대한 영향관계를 측정하기 위한 데이터로서 각 요인들은 태도에 긍정적인(+) 관계를 갖고 있고, 최종적으로 회귀모형의 적합도 수치는 1% 유의성으로 통계적 의미가 확보되었다고 볼 수 있다. 또한 회귀선이 통계적으로 유의성의 판단요소가 되는 결정계수(R^2) 값이 0.134로 나타났고 전체 설명력 값이 13.4%로 나타났다. 또한 독립변수들 간의 상관성을 보여주는 다중공선성의 정도(VIF값)도 모두 1에 근접하여 2개의 독립변수 간의 상관성이 없어서 본 회귀모델의 적합성이 확보되었다고 볼 수 있다.

결론적으로 관광객의 자기효능감이 높을수록, 스마트폰 사용 수준이 높다고 볼 수 있다. 하지만, 두 번째 가설에서 제시한 주장과는 달리 충동적인 사람일수록 스마트폰 사용의 수준이 높다는 것을 알 수 있었다.

[표 4-5] 자기 효능감과 충동에 대한 관계분석

요인	비 표준화계수		표준화 계수	t	유의 확률	VIF
	B	표준오차	베타			
자기효능감	.322	.055	.322	5.852	.000	1.000
충동	.177	.055	.177	3.211	.001	1.000

F값=22.093 R^2 =.134 수정된 R^2 =.128 유의확률 0.00***

주) *** $p < 0.01$

3.2 인구 통계적 변수 관련 가설 검증

다음 표에 제시된 가설검증의 결과를 보면 관광객의 스마트폰 사용 수준은 인구 통계적 변수(성별, 나이 및 교육) 중 나이 변수가 유일하게 차이를 보여주었다. 이러한 결과는 성별 및 교육 수준에 따라 스마트폰 사용 수준이 차이가 없어서 의미가 없고, 단지 나이가 낮을수록 스마트폰 사용 빈도에 노출이 높음을 확인할 수 있었다.

[표 4-6] 인구 통계적 변수에 따른 차이 분석

성별	제공합	df	평균 제공	거짓	유의확률
집단-간	.002	1	.002	.002	.962
집단-내	287.998	287	1.003		
합계	288.000	288			

연령	제공합	df	평균 제공	거짓	유의확률
집단-간	50.965	5	10.193	12.170	.000
집단-내	237.035	283	.838		
합계	288.000	288			

교육수준	제공합	df	평균 제공	거짓	유의확률
집단-간	5.896	3	1.965	1.984	.117
집단-내	280.360	283	.991		
합계	286.256	286			

3.3 분석결과

본 연구를 수행하기 위하여 가설을 설정하고 검증을 위한 설문항목을 작성하여 제주관광을 마치고 돌아가는 스마트폰 이용자들 대상으로 조사된 설문결과를 분석하였다. 분석은 스마트폰 사용 수준에 영향을 미치는 자기효능감과 충동 요인 두 가지로 나누어 분석하였고, 추가적으로 관광객 인구 통계적 특성에 따라서 스마트폰 사용 수준에 영향을 미치는 정도를 살펴보았다. 최종 결과는 아래와 같이 요약될 수 있다.

[표 4-7] 가설검증의 요약결과

가 설	관계	결과의 해석
가설 (H1)	자기효능감	스마트폰 사용에 대한 이용자의 몰입이 높을수록 이용자의 스마트 폰 사용 수준에 긍정적인(+) 영향을 미침
가설 (H2)	충동	스마트폰에 대한 사용에 대한 이용자의 상호작용이 높을수록 이용자의 스마트 폰 사용 수준에 긍정적인(+) 영향을 미침
가설 (H3)	성별	스마트폰에 대한 사용 수준은 성별(남자 및 여자)에 따라 차이가 나지 않는다.
	나이	스마트폰에 대한 사용 수준은 나이에 따라 차이가 난다.
	교육수준	스마트폰에 대한 용 수준은 교육수준에 따라 차이가 나지 않는다.

제 5 장 결론

제 1 절 연구 결과 요약 및 논의

본 연구는 스마트폰을 통해 정보사용을 하는 관광객을 대상으로 설문조사를 하였다. 가설로 설정된 자기효능감(Self-efficacy), 충동성(Impulsive buying) 특성과 이러한 요인들이 스마트폰 사용에 어떤 영향을 미치고 있는지 심층 조사 하였다. 선행연구고찰을 통해 스마트폰 서비스라는 개인적인 특성(Personal trait)을 고려한 인구 통계적 변수와 개인의 심리적인 특성인 자기효능감, 충동구매 등의 요인을 분석하여 살펴보았다.

스마트폰 사용에 관한 요인을 자기효능감과 충동구매로 구분하여 영향 요인을 설정하고, 요인의 상호작용에 대해서는 첫째, 스마트폰 웹(App)어플리케이션에서 정보를 자유롭게 사용할 수 있었는지의 여부와 둘째, 스마트폰 정보사용에 있어 상호 간 어떠한 영향을 주었는지에 대한 가설을 설정하여 진행하였다.

가설검증을 위해 제주공항 관광객 중 스마트폰 사용자 300명을 대상으로 설문 조사를 실시하였고, SPSS 18.0툴을 사용하여 데이터를 요인분석과 회귀분석, ANOVA분석을 실시하여 요인 항목의 신뢰성과 타당성 분석을 하였다.

연구 가설을 통해 분석 결과를 요약하면 다음과 같다.

첫 번째, 자신의 원하는 결과를 산출하기 위해 수행하는 능력을 나타내는 자기효능감은 스마트폰 사용에 긍정적인(+) 영향을 미치는 것으로 나타났다.

두 번째, 소비자가 필요로 하는 정보에 대해 사려 깊게 고려하지 않고 충동을 겪을 때 충동구매가 일어나는 충동성은 스마트폰의 사용에 부정적으로 나타나는 것이 아니라 긍정적으로 나타났다. 이것은 와이파이, LTE등 무선 네트워크의 급속한 발전과 PC를 대체할 수 있을 정도로 개발된 고성능 스마트폰을 통해 언제, 어디서나 정보를 쉽게 접할 수 있는 환경 때문으로 보인다.

세 번째, 개인적 특성 중 사용자의 인구 통계적 변수에 따라 스마트폰 사용이 다르다는 가설은 나이에 따라 스마트폰 사용 수준이 다르다는 것으로 가설 검증이 되었다.

결과적으로, 이동통신시장이 3G/4G에서 LTE 및 5G로 급속히 전환되고 다양한 스마트폰 App보급이 보편화 되면서 신중한 정보탐색과 즉시 정보를 얻을 수 있는 환경이 스마트폰 사용에 긍정적인 영향을 주었다는 것은 큰 의미가 있다고 하겠다. 또한 인구 통계적으로 나이에 따라 스마트폰 사용이 다르다는 것은 온라인과 오프라인의 경계가 없어지고 항상 온라인으로 연결되어 있는 모바일 네이티브(Mobile literacy)의 환경과 40~50대의 디지털 리터러시의 환경은 차이라고 여겨진다. 위와 같은 결과는 결국 심리학적인 변수인 충동 요인이 스마트폰 환경에서는 다르게 해석될 수 있음을 본 연구에서 알 수 있었다. 이러한 분석 결과는 본 연구에서 통계적 측면에서 의미적인 결과라고 본다.

제 2 절 연구의 한계 및 향후 연구 방향

본 연구는 스마트폰 사용자의 정보검색에 대한 자기효능감과 충동성의 상호작용이 사용자의 태도에 미치는 영향을 연구하였다. 미래창조과학부(2017.3)의 발표에 의하면 스마트폰 보급률이 85%이며, 구글이 발표한 아태지역 앱 보고서(2016)에 따르면 한국의 스마트폰 사용률이 91%로 컴퓨터 없이도 스마트폰 이용자가 많다는 것은 많은 의미를 주고 있으며, 빠르게 진화하는 이동통신시장이 4G에서 5G로 이동하는 이용자 환경에서 많은 변화가 일어나고 있다는 것을 확인할 수 있었다.

향후 연구에서는 추가적인 심리학적인 요인 및 인구 통계적 변수와 그 외 다양한 요인을 가지고 세분화하여 비교분석할 필요가 있다고 본다. 그런 의미에서 본 연구는 가설검증 요인을 분석하는데 필요한 기초자료로서 의의가 있을 것이다.

참 고 문 헌

- 강병희, 확률적 방법을 기반으로 Lotka-Volterra 모형을 이용한 경쟁기업의 경쟁분석, 대구대학교 석사논문, 2010.
- 김성욱, 스마트폰의 특성과 정보품질이 개인성과에 미치는 영향에 관한 연구, 사용자 만족의 매개 효과를 중심으로, 부경대학교 경영대학원 석사논문, 2012.
- 김소이, 스마트폰과 지급결제 부문의 컨버전스 현황 및 시사점, 금융감독원, 2010.
- 김수현, 스마트폰에 대한 지각특성이 스마트폰 채택의도에 미치는 영향, 한국 콘텐츠학회논문지, 제10권, 제9호, 318-326, 2010.
- 김은지·김재필, KT경제경영연구소 디지에코보고서, 2014.
- 남중훈, 모바일 융합시대 스마트폰의 확산과 전망에 대한 탐색적 연구, 한국언론학회 학술대회 발표논문집, 88-87, 2010.
- 미래창조학부 통계자료, 무선통신서비스/유선통신서비스 통계 현황, 2017.
- 방송통신위원회 2012년 스마트폰 이용실태 조사 보고서, 2013.
- 배재권 · 정화민, e-Learning 재이용의도의 영향요인 분석, e-비즈니스 연구, 제10권 제3호, 2009.
- 서정화, 스마트폰 뉴스 어플리케이션 이용 동기 및 이용이 뉴스 앱 만족도에 미치는 영향, 중앙대학교 신문방송대학원 석사논문, 2011.
- 성미애, 스마트폰 중독 잠재적 위험군 고등학생의 스마트폰 중독 예방을 위한 집단 상담 프로그램 개발, 한국교원대학교 대학원 석사논문, 2015.
- 세계이동통신사업자협회(GMSA), 아태지역 앱(App) 보고서, 2017, (<https://www.gsma.com/mobileeconomy/>).
- 신일환, 기능적 품질과 서비 품질 및 감성품질이 고객 만족과 충성도에 미치는 연구, 스마트폰(G제품, I제품을 대상으로, 숭실대학교 대학원 석사 논문, 2012.
- 손은하, 스마트폰 중독과 예방에 대한 인식연구, 스마트폰 이용자와의 질적 심

- 충인인터뷰를 중심으로, 중앙대학교 석사논문, 2012.
- 오수원, 웹서비스와 스마트폰간의 연동, 인하대학교 대학원 석사 논문, 2009.
- 이상민, 스마트폰 중독과 자기효능감 및 문제해결능력의 상관성 연구, 건국대학교 교육대학원 석사논문, 2014.
- 이지수, 스마트폰 품질이 만족도와 재구매 의도에 미치는 영향, 홍익대학교 대학원 박사논문, 2014.
- 이재식, 정보시스템 품질이 스마트폰 접근성과 정보만족에 미치는 영향, 대전대학교 대학원 석사논문, 2015.
- 임창영, 유비쿼터스 환경에서 신제품 개발을 위한 디자인 정보시스템에 관한 연구:디지털 가전기기중심으로, 산업자원부 한국산업디자인진흥원 편, 2004.
- 장미란, 스마트폰 기반 쇼핑몰 UI 디자인에 관한 분석 연구, 아이폰과 갤럭시 노트의 기기환경 비교를 통하여, 홍익대학교 대학원 석사논문, 2014.
- 장영빈, 스마트폰에 관한 고객만족이 지속사용의도와 전환 의도에 미치는 영향의 요인에 대한 연구, 전남대학교 석사논문, 2017.
- 디지에코(Digieco, 2017), 일상생활 속 미디어 이용형태, 이동 중/가정내 디지털 활동 유형과 이용 디바이스 그리고 TV 시청중 세컨드 스크린 이용 현황 및 이유. DMC Report (<http://www.dmcreport.co.kr/>).
- 디지에코(Digieco, 2016) 스마트폰 앱 이용 형태, 스마트폰 앱 이용 형태와 인앱 광고에 대한 소비자 태도 분석. DMC Report (<http://www.dmcreport.co.kr/>).
- 코리아타임즈(2017-02-08 10:21)“2020년까지 75%로 상승 후 성장세 둔화. “(http://www.koreatimes.co.kr/www/news/nation/2017/03/515_223477.html)“.
- 풍운운, 스마트폰에 지각된 중국 소비자의 만족도가 재 구매의도에 미치는 영향, 강원대학교 대학원, 2012.
- kt 제주본부 내부 자료: 스마트아일랜드 구현 모델, 2016.
- 황경호, 스마트폰의 진화와 신 문화자본에 관한 연구, 성균대학교 경영대학원 논문, 2011.

- 한국인터넷진흥원, 모바일 인터넷으로 인한 미디어 이용패턴의 변화, 2009.
- 황주성, 이재현, 이나경, 모바일 인터넷으로 인한 미디어 이용패턴의 변화 : 스마트폰 이용자를 중심으로, 정보통신정책연구원, 2010.
- Vohs, K. D. & Faber, R. J. (2009). Spent resources: self-regulatory resource availability affects impulse buying, *Journal of Consumer Research*, 33(4), 537-547.
- Bandura, A. (1977). Self-efficacy: toward a unifying theory of behavioral change. *Psychological review*, 84(2), 191.
- Okazaki, S., & Mendez, F. (2013). Perceived ubiquity in mobile services. *Journal of Interactive Marketing*, 27(2), 98-111.
- Capella, L. M., & Greco, A. J. (1987). Information sources of elderly for vacation decisions. *Annals of Tourism Research*, 14(1), 148-151.
- Pearce, P. L. (2005). *Tourist behaviour: Themes and conceptual schemes*. Channel View Publications.
- Laudon, J. P., & Laudon, K. C. (2006). *Essentials of business information systems*. Prentice-Hall, Inc..
- Mobile Apps in APAC: 2016 Report, ,
(<http://apac.thinkwithgoogle.com/articles/mobile-apps-in-apac-2016-report.html>).
- StatCounter, Desktop vs Mobile_Tablet Market Share Worldwide (2017),
(<http://gs.statcounter.com/platform-market-share/desktop-mobile-tablet/worldwide/#yearly-2010-2017>).

Relationship Analysis between Smartphone Information Use and Personal characteristics

As the spread of smartphone becomes more common and generalized, the area is expanding. The necessary conditions to obtain the necessary information through the smartphone regardless of the mobility at anytime and anywhere are making many changes and issues in the environment of our lifetime. Previous studies on such smart phones have so far focused on personal performance, accessibility, and information gaps in information system quality. In order to analyze the relationship between the use of smartphone information and personal characteristics, this study conducted a survey of 300 tourists who had experienced sightseeing at Jeju Airport and conducted a survey with 289 respondents who responded positively. The first is the self-efficacy, which defines self-efficacy in order to produce the desired result. The second is the short and spontaneous decision-making that is contrary to the self-efficacy. Third, we analyzed the demographic variables (age, gender, education level, etc.) of smartphone with personal characteristics. As a result, the self-efficacy and impulsiveness seem to be positive for smartphone use because it seems that the living environment that can acquire the desired information at the desired time is made. In other words, as the mobile communication market has rapidly shifted from 3G / 4G to LTE and 5G and the spread of various smartphone applications has become common, I would say. In addition, there seems to be a difference between a mobile native environment in which online and offline boundaries are permanently connected and an environment of 40 to 50 digital literacy environments.

■ 설문지

스마트폰 사용 관련 설문

안녕하십니까?

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

귀하의 응답에 감사드립니다.

1. 스마트폰 사용 영향 요인들에 대한 질문
해당 번호에 체크하여 주시기 바랍니다.

	설문 항목들	①-----②-----③-----④-----⑤				
		전혀 동의않는다	보통			매우 동의
1	나는 자주 자발적 내지 충동에 의해 물건을 구입한다.	1	2	3	4	5
2	나는 “일단 사고보지 뭐” 라는 기분 에 사는 편이다.	1	2	3	4	5
3	나는 종종 (많이) 생각하지 않고 물건을 산다.	1	2	3	4	5
4	내게 어울리는 상품을 발견하고 순간 적으로 구매하는 편이다.	1	2	3	4	5
5	나는 충분히 생각하지 않고 상품을 구입하는 편이다.	1	2	3	4	5
6	때때로 나는 충동적으로 물건을 사는 것 같다.	1	2	3	4	5

해당 번호에 체크하여 주시기 바랍니다.

	설문 항목들	①-----②-----③-----④-----⑤				
		전혀 동의않는다	보통			매우 동의

1.	나는 내가 설정한 목표 대부분을 달성할 수있다고 본다.	1	2	3	4	5
2.	어려운 일에 직면 할 때 나는 그 일을 성취 할 것이라고 확신한다.	1	2	3	4	5
3.	일반적으로 나는 나에게 중요하다고 생각하는 결과를 얻을 수 있다고 생각한다.	1	2	3	4	5
4.	나는 내가 생각하기에 최대한의 노력을 통해서 성공할 수 있다고 믿는다.	1	2	3	4	5
5.	나는 많은 도전들을 성공적으로 극복 할 수 있다.	1	2	3	4	5

II. 스마트폰에 대한 질문들

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

1. 스마트폰 사용에 대한 질문들

1. 귀하는 현재 스마트폰을 사용하십니까?	① 예 () ② 아니오 ()
1_2. 사용하신다면, 스마트폰을 이제까지 대략 얼마 정도 사용하셨습니까? (* 참고로 10년 전(2007년)부터 스마트폰 도입됨.	()년 ()개월
2. 이번 제주 방문동안 관광 정보를 탐색하기 위해 스마트폰을 사용하셨습니까?	① 예 () ② 아니오 ()

2. 스마트폰의 사용에 대한 설문 내용

해당 번호에 체크하여 주시기 바랍니다.

	설문 항목들	전혀 동의않는다 ----- 보통 ----- 매우 동의				
		①	②	③	④	⑤
1.	관광지 어느 곳에 있든지 스마트폰을 어려움이 없이 사용할 수 있었기 때문에 스마트폰은 실용적이라고 본다.	1	2	3	4	5
2.	스마트폰은 특정 관광 장소와 상관이 없이 사용이 편리하였다.	1	2	3	4	5
3.	스마트폰을 이용하면 언제든지 관광 정보를 얻을 수 있었다.	1	2	3	4	5

Ⅲ. 개인 정보

성별: ① 남성 ② 여성

연령: ① 19세 이하 ② 20세 - 29세 ③ 30세 - 39세

 ④ 40세 - 49세 ⑤ 50세 - 59세 ⑥ 60세 이상

교육정도: ① 중학교 졸업 ② 고등학교 졸업 ③ 대학 졸업 ④ 대학원 졸업

직업: 1. 일반사무직 () 2. 자영업 () 3. 전문직 ()

4. 공무원 () 5. 학생 () 6. 주부 () 7. 무직 ()

8. 은퇴자 ()

9. 기타 (직접 기술하여 주시기 바랍니다.): _____

응답해주셔서 감사드립니다!

감사의 글

학교를 졸업한 지 20여년 지나 설렘과 두려움을 안고 시작한 경영대학원 석사과정도 비로소 마무리되어 가고 있습니다. 지난 2년 반 동안 바쁜 업무시간을 쪼개어 가며 새로운 도전을 하려던 부족한 제게 든든한 힘이 되어 주신 분들에게 이렇게 글로나마 고개 숙여 감사함을 전합니다. 저에게 용기를 주신 여러분이 계셨기에 무탈하게 마무리 할 수 있었습니다.

“나이 들어 왜 공부를 하나?”며 편잔을 주면서도 공부하는 내내 곁에서 지원군이 되어 주시고 자그마한 것 하나하나 챙겨주시고 지적해 주시던 경영정보학과 수장이신 김두경 교수님께 진심으로 깊은 감사를 드립니다. 그리고 항상 유대강화를 강조하시면서 깊이 있고 넓은 시야로 지도해 주시던 이동철 교수님, 데이터베이스에 많은 관심을 가지고 있었던 저에게 늘 뒤에서 쉽게 접근할 수 있도록 소중한 조언을 해 주셨던 김근형교수님, 창의와 원리원칙을 가르치시며 한 발 더 앞서 나가시는 현정석 교수님께도 감사를 드립니다.

무엇보다도 연구가 순조롭게 진행될 수 있도록 설문작성에서부터 논문의 형식 등 기초적인 부분까지 단계적으로 아낌없는 조언과 격려를 해 주신 김민철 지도교수님께 진심으로 고마움을 전하고 싶습니다. 덕분에 학기를 포기하지 않고 끝까지 마칠 수 있었습니다. 그리고 동기이면서 동갑내기 친구인 김종만 원우가 있어 항상 즐겁게 학교를 다닌 것 같습니다. 석사일정 및 논문준비 등에 많은 도움을 주신 조교 이경은 선생님께도 고마움을 전합니다.

늘 바쁜 업무에도 이해를 해 주시고 적극적으로 자료를 챙겨주시며 힘내라고 응원해 주신 KT직원여러분 정말 고맙고 잊지 않겠습니다.

마지막으로, 같이 대학원공부를 시작하면서 가정과 일 공부에 힘들었음에도 불구하고 열성적으로 응원과 지지를 보내 주며 멘토가 되어 준 아내 대화, 그리고 부족한 아빠를 볼 때마다 자랑스럽다며 힘껏 박수를 쳐준 민정, 민주 사랑한다.

이번 과정 속에서 배운 것이 있다면 새로운 나를 발견하고 더 성장 된 나를 만나고 싶다면 새로운 도전에 두려움이 없어야 한다는 것입니다. 이 작은 결실을 바탕으로 계속 도전하는 삶을 살겠습니다. 논문이 완성되기까지 저에게 힘이 되어주신 모든 분들께 다시 한 번 깊은 감사의 말씀을 드립니다.

2017년 8월

지근성 올림