



저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

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

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.



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

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

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

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

[Disclaimer](#)

석사학위논문

확장된 기술수용모델을 적용한 스마트관광  
정보기술속성이 지속적 사용의도에 미치는 영향  
: 자기효능감의 조절효과

양 회 찬

제주대학교 대학원

관광개발학전공

2023년 8월

확장된 기술수용모델을 적용한 스마트관광  
정보기술속성이 지속적 사용의도에 미치는 영향  
: 자기효능감의 조절효과

이 논문을 관광학 석사 학위논문으로 제출함

양 회 찬

제주대학교 대학원

관광개발학전공

지도교수 정 승 훈

양회찬의 관광학 석사 학위논문을 인준함

2023년 6월

심사위원장 任和淳 

위 원 南玗燮 

위 원 鄭丕勳 

Thesis for the degree of Master of Tourism

The Effect of Smart Tourism  
Information Technology Attributes  
Applying the Extended Technology  
Acceptance Model on Continuous  
Use Intention  
: The Regulating Effect of Self-Efficacy

Hoi-Chan, Yang

Department of Tourism  
The Graduate School  
Jeju National University

August 2023

## 〈목 차〉

<b>제1장 서론</b> .....	1
제 1절 연구배경 및 목적 .....	1
제 2절 연구의 내용 및 방법 .....	3
제 3절 연구의 구성 .....	4
<b>제2장 이론적 고찰</b> .....	6
제 1절 스마트관광 정보기술속성 .....	6
1. 스마트관광의 개념 .....	6
2. 스마트관광 정보기술속성 .....	11
제 2절. 기술수용모델(TAM) .....	15
1. 기술수용모델의 개념 .....	15
2. 확장된 기술수용모델 .....	19
3. 지속적 사용의도 .....	24
제 3절. 자기효능감 .....	27
1. 자기효능감의 개념 .....	27
2. 정보기술분야의 자기효능감 .....	28
<b>제3장 연구설계</b> .....	32
제 1절 연구모형과 가설설정 .....	32
1. 연구모형 .....	32
2. 가설 설정 .....	33
제 2절 조사설계 .....	37
1. 변수의 조작적 정의 .....	37
2. 설문지 구성 .....	41

3. 표본의 구성 .....	41
4. 분석 방법 .....	42
<b>제4장 실증분석 .....</b>	<b>43</b>
제1절 표본의 일반적 특성 및 기술통계 .....	43
1. 응답자의 인구통계학적 특성 .....	43
2. 응답자의 스마트폰 사용 특성 .....	45
3. 측정 항목의 기술 통계량 분석 .....	47
제2절 신뢰성과 타당성 검증 .....	48
1. 신뢰성 검증 .....	48
2. 탐색적 요인분석 .....	48
제3절 확인적 요인분석 .....	51
1. 상관관계분석 .....	51
2. 확인적 요인분석 모형 및 적합도 .....	52
3. 집중타당도 분석 .....	53
4. 판별타당도 분석 .....	56
제4절 가설검증 .....	57
1. 구조모형 적합도 검증 .....	57
2. 구조 모형의 경로분석 .....	59
3. 조절효과 검증 .....	63
4. 연구가설의 검증결과 요약 .....	65
<b>제5장 결론 .....</b>	<b>66</b>
제1절 연구의 요약 .....	66
제2절 연구의 시사점 .....	69
1. 학술적 시사점 .....	69

2. 실무적 시사점 .....	70
제3절 연구의 한계 및 제언 .....	72
참고문헌 .....	74
부록<설문지> .....	88

## 〈표 차례〉

〈표 II-1〉 스마트관광의 개념 .....	9
〈표 II-2〉 e-tourism과 스마트관광 .....	10
〈표 II-3〉 스마트관광 정보기술속성 구성요소 .....	14
〈표 II-4〉 스마트관광 정보기술속성 개념 .....	15
〈표 II-5〉 확장된 기술수용모델 선행연구 .....	23
〈표 II-6〉 지속적 사용의도 선행연구 .....	26
〈표 II-7〉 자기효능감의 선행연구 .....	31
〈표 III-1〉 스마트관광 정보기술속성 측정문항 .....	38
〈표 III-2〉 지각된 유용성·용이성 측정문항 .....	39
〈표 III-3〉 지속적 사용의도 측정 문항 .....	40
〈표 III-4〉 자기효능감 측정 문항 .....	40
〈표 III-5〉 설문지 구성 .....	41
〈표 III-6〉 표본선정과 자료 수집 .....	42
〈표 IV-1〉 연구 대상자의 일반적 특성에 대한 빈도분석 .....	44
〈표 IV-2〉 스마트폰 사용 특성에 대한 빈도분석 .....	46
〈표 IV-3〉 기술 통계 분석 .....	47
〈표 IV-4〉 신뢰도 분석 결과 .....	48
〈표 IV-5〉 스마트관광 정보기술속성의 요인분석 .....	49
〈표 IV-6〉 용이성·유용성의 요인분석표 .....	50
〈표 IV-7〉 지속적 사용의도의 요인분석표 .....	50
〈표 IV-8〉 자기효능감에 대한 요인분석 .....	51
〈표 IV-9〉 상관관계 분석 .....	52
〈표 IV-10〉 확인적 요인분석 모델 적합도 .....	52
〈표 IV-11〉 확인적 요인분석에 대한 집중타당도 .....	54
〈표 IV-12〉 확인적 요인분석에 대한 판별타당도 .....	56
〈표 IV-13〉 구조모형 적합도 .....	57



〈표 IV-14〉 구조모형 경로분석 결과 .....	59
〈표 IV-15〉 다중집단 확인적 요인분석 적합도 .....	63
〈표 IV-16〉 자기효능감의 조절효과 검증 .....	64
〈표 IV-17〉 가설 검증결과 요약 .....	65

## 〈그림 차례〉

〈그림 I〉 연구흐름도 .....	5
〈그림 II-1〉 합리적 행동이론(TRA) .....	16
〈그림 II-2〉 계획 행동이론(TPB) .....	16
〈그림 II-3〉 기술수용모델(TAM) .....	17
〈그림 II-4〉 확장된 기술 수용 모델(ETAM) .....	20
〈그림 III-1〉 연구 모형 .....	33
〈그림 IV-1〉 확인적 요인분석 .....	55
〈그림 IV-2〉 구조 모형 .....	58

# 확장된 기술수용모델을 적용한 스마트관광 정보기술속성이 지속적 사용의도에 미치는 영향 : 자기효능감의 조절효과

양 회 찬

제주대학교 대학원 관광개발학전공

요약

정보통신기술(ICT)의 발달로 인해 스마트폰을 포함한 스마트기기 등이 대중화, 일반화되어 사회 전반에 영향을 미치고 있다. 특히 관광산업은 정보통신기술을 통해 숙박, 여행 정보 등을 이용자가 직접 예약하고 이용하며, 스마트관광으로 패러다임이 변화하고 있다. 이처럼 관광산업의 변화로 인해 스마트관광에 대한 연구가 활발하게 이루어지고 있으나, 기존의 연구는 소비자 행동 연구에 집중되어 있으며, 상대적으로 스마트관광 정보기술의 구성요인과 이에 영향을 주는 요인에 대한 연구가 부족하다. 따라서 본 연구에서는 스마트관광 정보기술 속성의 요인과 확장된 기술수용모델의 지각된 용이성과 유용성이 관광객의 지속적 사용의도에 미치는 영향관계를 알아보려고 한다. 또한 지각된 용이성과 지각된 유용성이 지속적 사용의도에 미치는 영향에서 자기효능감의 조절효과를 파악하고자 한다.

설문조사는 2023년 4월 18일~4월 21일 4일간 제주국제공항에서 내국인 관광객 330명을 대상으로 진행하였고, 설문지 구성은 크게 스마트기기의 활용, 스마트관광 정보기술, 기술의 수용, 지속적 사용의도, 자기효능감, 인구 통계학적 특성의 6개 부분으로 구성하였다. 수집된 자료는 SPSS 22.0과 AMOS 22.0을 활용하여 빈도분석, 탐색적 요인분석, 확인적 요인분석 등을 진행하였다. 이를 위해 본 연구는 선행연구를 통해 개념에 대한 이론적 고찰을 진행하여 제주도에서 스마트 관광을 경험한 내국인 관광객을 대상으로 크게 7가지 연구가설을 설정하였다. 이 후 그 관계를 규명하기 위해 가설을 검증하였고, 결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 스마트관광 정보기술속성이 지각된 유용성에 미치는 영향은 접근성을 제외한 정보성, 개인화, 상호작용은 유의한 영향관계를 나타내지 못하였다. 둘째, 스마트관광 정보기술 속성이 지각된 용이성에 미치는 영향은 모든 요인이 정(+ )의 유의한 영향관계가 나타났다. 셋째, 지각된 용이성이 지각된 유용성에 미치는 영향은 정(+ )의 유의한 영향관계가 나타났다. 넷째, 지각된 유용성은 지속적 사용의도에 유의한 영향관계를 나타내지 못하였고, 지각된 용이성은 정(+ )의 유의한 영향관계가 나타났다. 다섯째, 자기효능감에 따른 지각된 유용성과 지각된 용이성이 지속적 사용의도에 미치는 영향은 모두 차이가 있는 것으로 확인 되었다.

본 연구는 스마트관광의 중요성이 대두되는 현 시점에서, 그 기반이 될 수 있는 스마트관광 정보기술속성에 대하여 연구하고, 기술 수용에 대한 용이성, 유용성과 실제 관광객이 스마트기기를 통해 관광정보 및 서비스를 수집, 사용하고자 하는 지속적 사용의도를 실증하는 것에 연구의 의의가 있다. 기존의 선행연구를 살펴보면 관광객의 관광 의사결정과 소비자의 행동 변화연구, 스마트관광의 개념, 역할에 대한 연구, 스마트관광의 가치 확대를 위한 연구 등 소비 행동을 분석하는데 목적으로 진행되었다. 하지만 본 연구는 스마트관광 정보기술을 통해 관광을 경험하는 관광객의 행동을 설득력 있게 해석하기 위해 기존에 이루어지지 않은 '자기효능감'의 요인을 조절효과로 검증하였다. 이는 스마트관광을 경험하는 관광객이 지속적으로 사용하려는 의도를 강화시키는 측면에서 중요한 시사점을 가진다.

주제어 : 스마트관광, 스마트관광 정보기술속성, 확장된 기술수용모델, 자기효능감

# 제1장 서론

## 제 1절 연구배경 및 목적

최근 관광산업의 세계적인 추세는 소비자의 수요에 초점을 맞춘 양적 성장보다 자세한 요구사항까지 만족시키는 질적 성장에 중점을 두고 발전하고 있다(김기병, 봉미희, 서원석, 2015). 그 과정에서 정보통신기술(ICT: Information Communication and Technology)의 발달은 사회 전반에 큰 영향을 나타내며, 특히 관광산업에 많은 영향을 주었다(정희정·정남호·양성병, 2019). 최근 관광산업은 모바일, 인터넷 등을 활용하여 관광지를 선택하고 관광상품에 대한 의사결정을 웹, 스마트폰 앱을 이용한 소비가 이루어지고 있으며(이선영, 정남호, 구철모, 2018), 여행정보와 관련한 채널이 어플리케이션, 웹 등을 이용하는 ‘스마트관광’이라는 새로운 추세로 변화하였다(김정수, 2021). 또한 코로나 19로 인해 관광트렌드가 소규모, 언택트 중심의 관광소비가 이루어지고 있으며, 이를 해결하기 위해 모바일, ICT를 접목하여 교통, 언어, 예약, 결제를 한 번에 해결 할 수 있는 스마트관광 인프라를 구축하는 등 적극적인 관광객 유치 방안을 마련하고 있다(오승욱, 2022). 이러한 스마트 기술은 관광객들이 의사결정을 위한 정보를 수집하는 방법과 여행간 목적지를 경험하는 방법을 변화시켰다(Dickinson et al., 2014; Wang, Xiang & Fesenmaier, 2016).

현대사회에서는 스마트폰을 커뮤니케이션, 검색 등 다양한 목적으로 이용하며, 일상에서도 필수로 자리 잡을 뿐만 아니라 관광의 영역까지 필요한 존재로 보편화되어가고 있다(Buhalis, 2019; Magasic & Gretzel, 2020). 특히 스마트폰을 접목한 스마트관광이 발달하며 관광지에서 스마트폰을 이용할 수 있는 환경이 조성되었다(Buhalis, 2019; Magasic & Gretzel, 2020). 정리하면, 스마트관광은 관광, 정보통신기술이 결합되어 야기되는 관광객의 행동, 관광생태계의 변화 등을 아우르는 개념으로 인식되고 있으며(오승욱, 2022), 그 중 스마트폰의 사용 증가는 관광 및 여행의 방식에 큰 변화를 가져왔다(구철모 등, 2021). 이처럼 관광과 정보통신기술이 결합한 ‘스마트관광’은 국가적 산업으로 발전하여 관광발전의 핵심으로 자리 잡고 관광시장 또한 빠르게 재편됨에 따라 스마트관광, 스마트관

광 정보기술 속성과 관련한 연구에 대한 관심도 증가하고 있다(No & Kim, 2015; Huang, Goo, Nam & Yoo, 2017; Jeong & Shin, 2019).

기술이 발달함에 따라 PC, 스마트폰과 같은 도구의 등장은 시간과 공간의 제약이 없어진 형태의 정보공유, 전달을 가능하게 하였다. 이를 통해 오프라인 공간에서의 활동이 가상공간으로 확장되면서, 이를 활용할 수 있는 사용자의 능력인 자기효능감에 대한 관심이 증가하고 있다(Whitty & McLaughlin, 2007; Vekiri & Chronaki, 2008). 자기효능감은 정보통신기술이 발달하며 새로운 정보의 생산 혹은 통제 할 수 있는 수용능력을 극대화하고, 정보수용자의 불확실성을 감소시켜 긍정적인 기대를 형성하게 한다(김용일·이관표, 2012). 이는 사용자의 능력 및 자신감에 따라 동일한 정보, 서비스일지라도 수용자의 수용태도에 미치는 영향에 유의한 차이가 있을 수 있음을 추론할 수 있다(김용일·박한수, 2013).

한편, Davis(1989)는 새로운 혁신기술과 서비스가 개발되었을 때, 소비자들이 그것에 접근 및 사용하는 행동을 예측하기 위하여 기술수용모델(Technology Acceptance Model)을 제시하였다. 이후 기술수용모델은 종속변수에 대한 직·간접적인 영향을 검증하고자 외부변수를 확장하여 확장된 기술수용모델로 정교화 하였다. 특히 확장된 기술수용모델은 새로운 혁신 기술, 서비스의 수용에 대한 설명력이 매우 높은 모형으로 인정받고 있다(유재현·박철, 2010). Kim and Chiu(2019)는 개인차가 있는 변수를 모델에 적용하는 것은 기술 가치에 대한 개인의 심리적인 과정을 연구하는 데 필요한 첫 번째 단계라고 하였으며, 연구자들은 자기효능감 같은 개인적 특성과 확장된 기술수용 모델을 이용한 연구가 다양하게 이루어지고 있다(왕이연, 2021).

이에 본 연구는 관광산업에서 주목받고 있는 스마트관광에 대하여, 스마트관광 정보기술속성과 확장된 기술수용모델을 적용하여 이들 변수 간의 인과관계를 파악하고, 확장된 기술수용모델의 지각된 용이성과 지각된 유용성 변수를 매개로 사용의도에 미치는 영향관계를 알아보고자 한다. 또한 지각된 용이성과 지각된 유용성이 사용의도에 미치는 영향에서 자기효능감의 조절효과를 파악하고자 한다. 본 연구의 세부적인 연구 목적은 다음과 같다. 첫째, 선행 연구에 밝힌 스마트관광 정보기술속성의 구성요인을 재확인하고, 각각 상이한 영향력을 살펴봄으로써 우선적으로 영향을 미치는 요인을 살펴볼 것이다. 둘째, 스마트관광 정보기술속성이 지각된 유용성, 지각된 용이성에 미치는 영향을 확인하며, 각 요인들 중 어떤 요인이 유용성과 용이성에 보다 큰 영향을 미치는지 확인하며 스마트관광에서 유용함과 용이함을 느낄 수 있는 유효한 요인을 탐색한다. 셋째, 지각된 유용성, 용이성이 지속적 사용의도에 미치는 영향

을 분석하여 유용함과 용이함을 느끼는 요인이 직접적인 지속적 사용과 연관성이 있는지 확인한다. 넷째, 자기효능감이라는 조절효과에 따라 지각된 유용성, 유용성이 지속적 사용의도에 미치는 영향이 차이가 있는지 분석하여, 스마트관광을 지속적으로 이용하는데 영향을 미칠 수 있는 개인적 요인을 탐색한다.

본 연구를 통해 스마트관광 정보기술속성과 그 요인에 대해 이해하고, 그 요인이 지각된 유용성, 용이성과 자기효능감의 조절효과를 통해 지속적 사용의도에 미치는 영향 요인을 도출하여 기존 연구들과의 차별성을 나타내고자 한다. 유의미한 연구결과가 도출된다면, 향후 스마트관광의 경쟁력을 위한 정책 수립과 위기 대응에 도움이 되는 이론적, 학술적 자료를 얻을 수 있을 것이다.

## 제2절 연구의 내용 및 방법

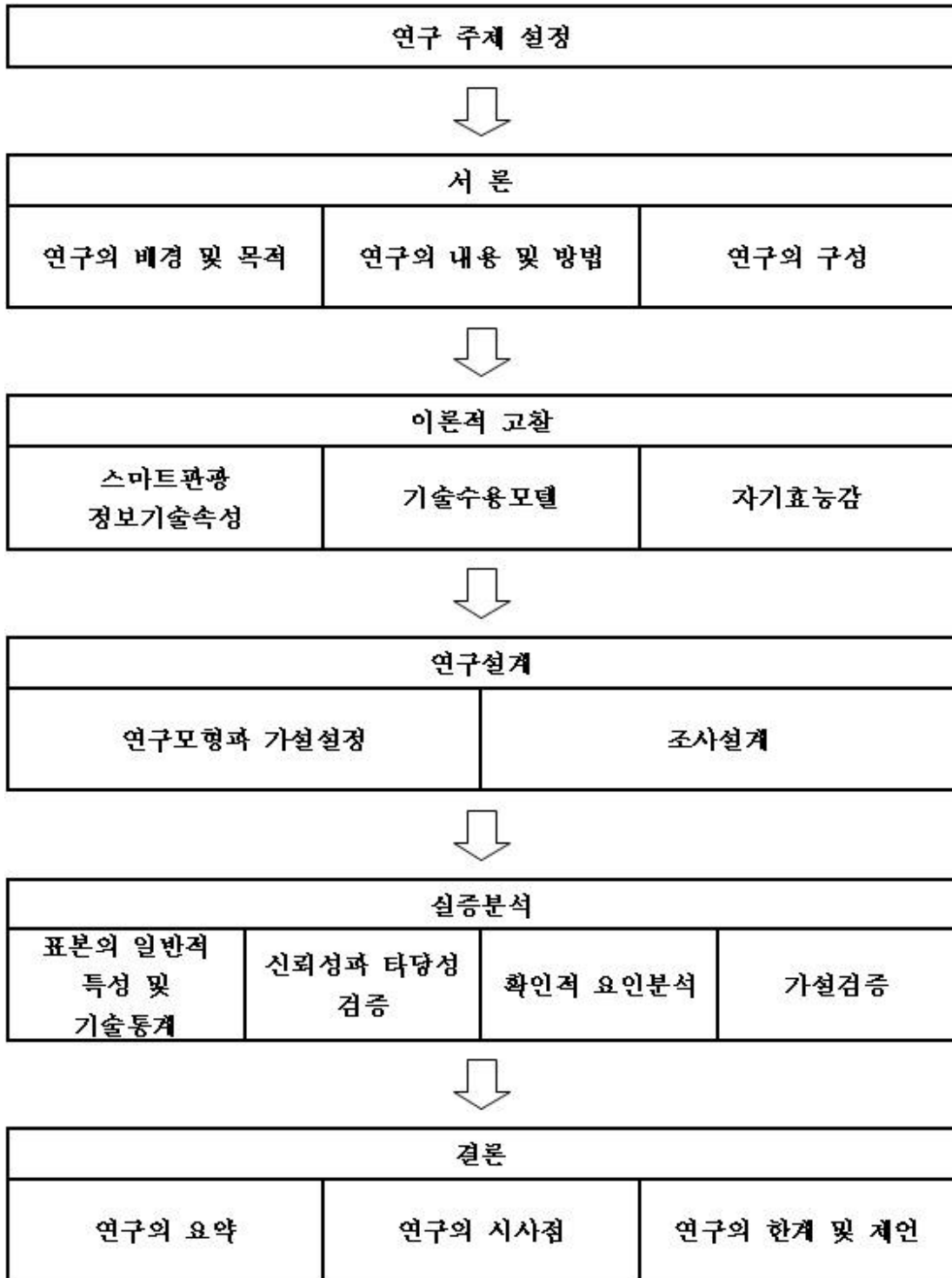
본 연구는 Huang et al.(2017)이 제시한 스마트관광 정보기술속성과 Venkatesh & Davis(2000)의 확장된 기술수용모델을 통해 스마트관광 정보를 수용하는 과정에서 이용자들의 지각된 유용성과 용이성, 지속적 사용의도를 분석하고, 더하여 자기효능감의 변인에 따라 조절효과가 있는지 연구하고자 한다. 이와 같은 연구 내용을 위하여, 본 연구는 다음과 같은 방법론을 활용하였다. 첫째, 선행연구를 바탕으로 연구의 측정항목들인 ‘스마트관광 정보 기술속성’, ‘지각된 유용성’, ‘지각된 용이성’, ‘지속적 사용의도’, ‘자기효능감’의 개념과 특성, 구성요인에 대한 이론, 문헌 고찰을 실시하였다. 둘째, 앞선 고찰을 바탕으로 측정항목들에 대한 조작적 정의를 제시하였다. 셋째, 이론적 배경, 연구 목적을 바탕으로 연구의 틀이 되는 연구 모형을 설계하여 연구 가설을 수립하였다. 넷째, 연구모형과 가설의 타당성, 신뢰도를 측정 및 분석할 수 있는 설문 항목을 선행연구를 통해 선정한 후, 연구 목적에 적합하게 수정하여 설문지를 제작하였다. 다섯째, 연구 목적에 적합한 조사 대상자에게 설문조사를 실시하였으며, 설문 대상자들에게 연구의 목표, 설문 조사 방식, 기재 방법을 사전에 설명한 후, 직접 기재하는 ‘자기 기입법’을 이용하여 설문을 진행하였다. 여섯째, 수집된 설문자료의 타당성, 신뢰성 등을 실증적으로 검증하기 위하여 SPSS 22.0 프로그램을 사용하여 일반적 사항(인구통계학적 특성, 스마트폰 사용의 일반적 사항)에 대한 빈도분석, 기술통계량 분석, 타당

성·신뢰성 검증, 상관관계분석을 진행하였다. 일곱째, 본 연구의 핵심 변수들의 영향 관계, 조절효과의 분석을 위하여 AMOS 22.0 프로그램을 사용한 집중타당도, 판별타당도, 경로분석, 측정동일성을 분석하여 가설을 검증하였으며, 이를 통해 본 연구의 모형과 설계의 타당성을 입증하였다. 마지막으로, 분석, 검증의 결과를 종합하여 결론 및 시사점, 한계점, 향후 과제 등을 제시함으로써, 스마트관광 발전에 도움이 될 수 있는 이론적, 실무적 시사점을 제공하고자 한다.

### 제3절 연구의 구성

본 연구는 총 5개의 장으로 구성되었으며, 각 장의 구성은 다음과 같다. 제1장은 서론으로 연구 배경 및 목적, 연구 범위 및 방법으로 구성되어 있다. 제2장은 본 연구의 변수들의 문헌 고찰로 스마트관광 정보기술속성, 기술수용모델(유용성, 용이성), 확장된 기술수용모델, 지속적 사용의도, 자기효능감에 관한 개념과 구성요인, 선행연구를 통하여 연구에 필요한 이론과 개념, 연구 동향에 대해 기술하였다. 제3장은 연구설계로 연구 모형 및 연구가설을 제시하였으며, 변수의 조작적 정의, 설문과 표본의 구성을 기술하였다. 제4장은 실증연구를 진행하여 분석 결과에 따른 가설의 검증결과의 내용을 기술하였으며, 제5장은 본 연구의 결론과 시사점 및 한계점을 기술하였다. 연구의 흐름도는 <그림 I>과 같다.

〈그림 1〉 연구 흐름도





## 제2장 이론적 고찰

### 제 1절 스마트관광 정보기술속성

#### 1. 스마트관광의 개념

관광산업은 정보통신기술의 발전과 함께 크게 변화하고 있다. 정보통신기술은 데이터를 저장, 계산, 처리하는 데이터 처리기술, 데이터를 유용한 형태로 출력하는 사용자접속기술, 사용자와 정보원을 상호 연결해주는 정보통신기술의 유형으로 나뉘며(윤신일, 1997), 이는 인터넷, 모바일 등의 발전을 통해 개인들 간의 자유로운 의사소통과 정보의 사용·유통 속도를 가속화 시켰다(백옥인, 2001). 관광과 정보통신기술에 관련하여, 1960년대부터 ARS(항공 예약 시스템), CRS(컴퓨터 예약 시스템), GDS(관광의 백본 정보시스템) 등 과 같은 시스템의 도입으로 관광산업이 변화했다(Buhalis, 2008). 정보통신기술 또한 그 기능과 역할 등 다양한 측면에서 발전하였는데, 그 중, 1980년대 이후 정보통신기술의 발달을 통해 관광의 글로벌화가 이루어졌다(Buhalis, 2008). 또한 정보 집중도가 높은 관광 산업은(Poon, 1993) 인터넷, e-Tourism(Buhalis, 2003)과 같은 새로운 개념이 등장하기 시작하였다(오승욱, 2021).

이와 같은 관광의 글로벌화와 함께한 변화의 요소 중 핵심은 2000년대에 이루어진 스마트폰의 보급이 일상생활의 필수품으로 자리 잡은 것인데(석윤지, 2022), 스마트 폰과 함께 태블릿PC, 스마트워치 등 스마트기기와 소셜미디어, 관광어플리케이션 등을 사용함으로써 관광과 정보통신기술이 지속적으로 상호작용, 발전하였다(구철모·김정현·정남호, 2014b).

스마트(smart)라는 용어는 특수기능, 지능을 나타내기 위한 기술용어의 접두어로 이용되는데, 시간과 장소에 제한 없이 다양한 정보통신서비스를 활용하는 환경을 의미하는 용어인 유비쿼터스(Ubiquitous)와 이해능력과 경험을 바탕으로 지식을 습득하고 새로운 상황에 성공적으로 대응할 수 있는 능력을 의미하는 인텔리전스(Intelligence)의 의미를 포괄하는 광의의 개념이다(구철모·정남호, 2019). Gretzel et al.(2015a)는 스마트라는 용어를 센서,

빅데이터, 개방형 데이터, 사물인터넷 등 기술과 경제, 사회의 발전을 설명하는 새로운 유행어라고 하였고, Höjer, Wangel(2015)은 스마트함은 개별 기술의 발전보다 서로 다른 기술의 상호 연결, 동기화, 공동사용이라고 주장하였다. 즉, '스마트'라는 용어는 다른 기술과의 상호 연결과 조화를 기반으로 하여 자원을 최대한 활용할 수 있는 기술이라는 의미를 담고 있으며, 스마트 기술의 발전을 의미할 뿐만 아니라, 서로 다른 기술 간의 연결과 조정을 강조한다(Chen et al, 2022).

관광의 정보 집약도와 정보통신기술에 대한 높은 의존도를 고려하면(Law et al. 2014; Koo et al. 2015; Werthner and Klein 1999; Benckendorff et al. 2014), '스마트'라는 개념 안에 관광이 포함되는 것은 매우 자연스럽다(Gretzel, 2015a, 2015b). 관광객들은 스마트 기기를 활용하여, 시공간의 제약 없이 개인화된 정보를 수집 할 수 있게 되었고 이는 과거, 여행 이전에 수집한 정보에 의존하던 전통적인 관광객들과 차별화된 스마트관광을 즐길 수 있게 되었다(정남호, 2016; 전유희·구철모, 2017). 스마트관광은 관광관련 홈페이지, 온라인 여행사, 개인 블로그, SNS, 스마트폰 어플리케이션 등 관광과 관련한 채널과 정보를 아우르며 스마트 기술을 통해 이루어지는 모든 관광 활동을 포함하고, 관광상품 공급자 및 소비자의 상호작용으로 시간과 공간을 초월한 의사결정을 가능하게 하였다(김정수, 2021; 오승욱, 2021; Gretzel, Werthner, Koo, & Lamsfus, 2015b; Huang et al., 2017). 스마트관광은 새로운 기술(사물인터넷, 인공지능, 클라우드 컴퓨팅, 빅데이터, 생체 인식 등)의 급속한 발전의 흐름에서 함께 발전하고 있다(Chen et al, 2022). 이러한 발전은 관광객의 여행경험을 풍부하게하고, 관광에 대한 기억을 오래 지속할 수 있는 기회를 제공하며(Zhang et al, 2018), 개인화된 정보를 얻고 공유하는 등 긍정적인 효과를 통해, 관광의 패러다임이 변화하고 있다(정남호 등, 2019; 석윤지, 2022). 즉 스마트관광은 관광활동에 정보통신기술이 개입되어 이를 매개로 많은 정보가 교환되는 경제 및 사회 문화적 활동이며(Buhalis & Amaranggana 2013, 2015; Gretzel et al. 2015a, 2015b), 관광 이용자들은 정보통신기술과 융합된 스마트관광을 통해 시공간을 초월하여 공급자 및 소비자 간의 상호작용과 의사결정이 가능하게 되었다(김정수, 2021). 스마트관광에 관련한 연구는 '스마트관광', 'e-tourism', '가상관광' 등 유사한 언어로 연구되어 왔고, 때문에 그 개념과 범위도 연구자에 따라 상이하게 정의되어지고 있다.

최자은(2013)은 스마트관광이 유투어리즘, 디지털투어의 의미를 포괄하며, 관광객이 상시 소지하고 있는 스마트폰으로 실시간 맞춤형 관광정보를 '스마트' 하게 제공받음으로써 관광의

전반적인 과정을 혁신시킬 수 있는 것이라고 하였다.

고길준(2014)은 스마트관광은 스마트폰의 보급과 정보통신기술의 중요성이 심화되며 이를 통한 관광서비스 개발을 기본 목표로 시작되었으며, 이러한 개념이 확장되어 IT기술 개발 활용 및 IT서비스 개발로 확장된 것이라고 하였다.

구철모 등(2014b)은 스마트관광이 정보통신기술과 관광이라는 각각의 발전이 하나의 기기인 '스마트폰'으로 집중되어, 스마트관광은 유용성, 용이성, 휴대성, 실시간 접근성의 특징을 가지는 정보기술을 통해, 언제 어디서나 정보탐색, 커뮤니티 구성, 서비스, 의사결정까지 관광에 참여하는 모든 사람과 서비스 제공자까지도 최적화된 서비스를 지원하는 관광이라고 하였다.

Gretzel at al.(2015a)은 스마트관광이 물리적 인프라, 사회적 연결, 정부 및 조직적 자원, 인적자원에서 파생되는 데이터를 수집하여, 이를 진보된 기술을 통해 효율성, 지속가능성, 경험 풍부화 라는 명확한 초점을 두고 현장 경험 및 사업적 가치가 있는 것으로 활용하기 위한 노력이라고 하였다.

김경태(2015)는 스마트관광을 시간, 장소의 제한 없이, 정보통신기술을 통해 여행 정보에 상시 접근하여 여행 전·중·후의 의사결정에 필요한 정보를 얻으며, 온·오프라인 속에서 자유롭게 이동, 소비하고 흔적을 남기는 관광의 형태라고 하였다.

정병옥(2015)은 '스마트'를 각종 센서, 유무선 통신기술 등의 IT기술의 혁신과 일상화, 소비자들의 가치변화 등 궁극적으로 삶이 편리해지고 똑똑해 지는 세상으로 나아가기 위해 일어나는 일체의 활동이라고 정의하였다. 나아가 스마트관광은 협의의 스마트관광, 광의의 스마트관광으로 구분하여 각각, 스마트폰과 같은 관광에 접목된 스마트 기술을 통해 관광객에게 언제 어디서나 실시간 맞춤형 관광서비스를 제공 할 수 있는 똑똑해진 관광과 유비쿼터스 관광, 디지털 관광을 포괄하여 스마트기기 및 정보통신기술을 활용하여 관광수요자간 혹은 공급자와 수요자간에 양방향, 실시간으로 정보가 공유되어 관광 만족도가 극대화되는 지능형 관광이라고 정의하였다.

김현정(2021)은 스마트관광을 관광객이 정보통신기술의 발전에 따라 스마트기기를 이용하여 웹(web)이나 앱(app)을 통해 소셜 미디어에서 다양한 정보를 수집하여 실시간 맞춤형 관광서비스를 이용 및 공유 하는 것이며, 이는 관광 상품의 특성에 의해 발생하는 대한 불확실성을 줄이기 위함이라고 하였다.

오승옥(2021)은 스마트관광을 관광객에게 어플리케이션과 플랫폼 서비스를 통해 실시간, 맞춤형 정보를 제공받아서 새롭고 지능화된 스마트한 경험을 할 수 있는 관광을 의미한다고 하였다.

김정수(2021)는 스마트관광을 관광에 스마트기술을 적용하여 이를 수용하는 관광객들에게 실시간으로 맞춤형 서비스를 제공 할 수 있는 관광이라고 하였으며, 이를 넓은 의미로 디지털, 유비쿼터스를 포함하여 스마트기기, 초고속 무선통신과 같은 정보통신기술을 이용하여 관광수요자와 공급자 간의 실시간 정보를 원활하게 주고받으며 관광 만족도를 극대화 하는 맞춤형 관광이라고 하였다. 이와 같은 스마트관광의 선행연구를 하면 다음 <표 II-1>과 같다.

다음과 같은 국내·외 스마트관광과 관련한 선행연구를 바탕으로 본 연구에서는 스마트관광을 ‘여행 전반의 과정에서 스마트폰을 활용하여 풍부한 여행경험과 정보 공유를 위해 언제 어디서나 실시간으로 앱과 웹을 통해 개인화된 정보를 수집하며 여행 만족도를 강화하는 관광’이라고 정의하였다.

<표 II-1> 스마트관광의 개념

구 부	개 념
최자은 (2013)	유투어리즘, 디지털투어의 의미를 포함하며 스마트폰을 통해 관광정보를 제공받는 관광의 과정을 혁신 시킬 수 있는 것
고길준 (2014)	스마트폰의 보급과 정보통신기술의 중요성 심화로 관광서비스 개발의 목표를 위해 기존의 관광이 IT기술 활용과 서비스 개발로 확장 된 것
구철모 등 (2014b)	정보통신기술과 관광의 발전이 스마트폰으로 집중되어, 스마트폰의 다양한 특징을 통해 언제 어디서나 관광에 참여하는 모든 사람들에게 최적화된 서비스를 지원하는 관광
Gretzel at al (2015a)	인프라, 연결, 조직적·인적자원에서 파생되는 데이터를 수집하여 최신택을 통해 효율성, 지속가능성, 경험풍부화 등 이라는 명확한 목적을 가지고 현장경험, 사업적 가치가 있는 것으로 활용하기 위한 노력의 형태
김경태 (2015)	시간과 장소에 제한없이 정보통신기술을 이용하여 여행정보에 접근함으로써 여행의 전 과정에 필요한 정보를 얻으며, 온·오프라인에서 자유롭게 이동, 소비하고 흔적을 남기는 관광의 형태
정병욱 (2015)	다양한 IT기술의 일상화, 소비자의 가치변화 등 삶이 편리해지고 스마트해지는 세상을 위해 일어나는 활동이며, 스마트기술을 통해 사용자에게 실시간, 맞춤 정보를 제공할 수 있고, 유비쿼터스, 디지털 관광을 포함하여 관광만족도가 극대화 되는 지능형 관광
김현정 (2021)	관광객이 정보통신기술의 발전으로 스마트기기를 이용하여 웹 혹은 앱에서 획득하는 다양한 정보를 통해 실시간으로 맞춤형 관광서비스를 이용, 공유하는 것
오승욱 (2021)	관광객이 어플리케이션과 플랫폼 서비스를 이용하여 실시간, 맞춤형 정보를 제공받고 지능화된 스마트한 경험을 가능하게 하는 관광
김정수 (2022)	스마트기술을 수용하는 관광객들에게 실시간, 맞춤형 서비스를 제공 할 수 있는 관광이며 스마트기기, 초고속 무선통신과 같은 정보통신기술을 통해 수요자·공급자 간의 정보 교류가 원활하게 되어 관광 만족도를 극대화 하는 맞춤형 관광
본 연구자	여행 전반의 과정에서 스마트폰을 활용하여 풍부한 여행경험을 위해 언제 어디서나 실시간으로 개인화된 관광 정보를 수집, 공유하며 여행 만족도를 강화하는 관광

출처 : 선행연구를 바탕으로 연구자 제작성

스마트 관광의 발전 과정에서 스마트관광과 유사한 개념의 선행연구를 통해 살펴보면 초기에는 e-tourism이라는 개념이 등장하였다(Gretzel et al, 2015a). e-tourism은 웹사이트를 주축으로 여행 전, 인터넷을 통해 정보를 탐색하고, 여행 이후 또한 인터넷을 통해 후기를 공유하는 등 웹사이트를 통해 기업과 고객, 고객과 고객 간의 연결과 상호작용이 중심이 되는 가치사슬이 형성되는 개념이다(Gretzel et al, 2015a; 김이은, 2022). 이후 스마트관광이라는 개념으로 여행 전반의 과정에서 최첨단기술과 함께 스마트폰을 이용하며 빅데이터가 생겨나고, 이를 기반으로 기업·관광객·공공·주민 모두가 영위할 수 있는 공유가치를 창출하는 협력적 네트워크가 형성되는 개념으로 자리 잡았다(Gretzel et al, 2015a; 김이은, 2022). 이와 같은 e-tourism과 스마트관광의 차이를 표로 비교 정리하면 <표 II-2>와 같다.

<표 II-2> e-tourism과 스마트관광

구분	e-tourism	스마트관광
영역	디지털	디지털과 물리적 영역의 연결
핵심기술	웹사이트	센서, 스마트폰
여행단계	여행 전 · 후	여행 전반
핵심요소	정보	빅데이터
패러다임	상호작용	기술을 기반으로 한 공유가치 창출
구조	가치사슬, 중개인	생태계
거래/교환관계	B2B, B2C, C2C	기업, 공공, 주민, 소비자(관광객) 등의 협력

출처 : Gretzel et al.(2015a)

또한, 스마트관광과 유사한 개념으로 관광정보시스템 혹은 서비스의 개념이 사용되어지고 있는데, 해당 개념에 대한 선행연구는 <표 II-3>과 같다. 스마트관광은 4차 산업혁명에 있어서 단순하게 정보, 기술, 프로세스의 제공을 의미하기보다 빅데이터를 기반으로 한 최첨단기술을 사용하여 혁신을 도모 하고자 하는 전체적인 흐름을 의미한다(박성순·조광섭, 2021; 정광민·송수엽·한희정·박문수·변재문, 2021). 즉, 결과의 의미보다 디지털로 전환하는 과정의 의미가 강하여 단순하게 새로운 기술과의 융합을 강조하기보다 전반적인 과정에서의 혁신을 뜻하는 점에서 앞선 개념들과 차이가 있다(김이은, 2022). 나아가 스마트관광은 5세대(5G) 이동통신 기술의 대중화에 따라 스마트 폰에 다른 기능이 부여되며, 스마트관광에 점점 더 중요한 역할을 하게 될 것이다(Chen et al, 2022).

## 2. 스마트관광 정보기술속성

기술속성에 대한 확인은 기술 수준의 현 주소와 발전 방향을 예측할 수 있고, 서비스와 기술의 적합도를 분석 할 수 있다(김동관, 백동현, 진희채, 2010). 이를 스마트관광에 적용한다면 스마트관광 정보기술속성은 정보통신기술과 스마트기기의 발달에 따라 그 기술 수준을 확인하고, 관광객의 태도와 의도에 영향을 미칠 수 있는 다양한 요소를 파악하여 앞으로의 발전 방향을 예측 할 수 있다(석윤지, 2022). 스마트관광 정보기술 속성은 사용자들의 기술사용태도, 관광만족, 관광관련 상품 거래 만족 등에 영향을 미치는 요인이며(이선영·정남호·구철모, 2018), 이것은 관광의사결정의 만족도에 긍정적인 영향을 미칠 수 있다(Yoo, Goo, Huang, Nam & Woo, 2017).

본 연구에서 스마트관광 정보기술속성의 이론적 근거로 이용되는 Huang et al.(2017)의 연구는 스마트관광 정보기술속성을 정보성(informativeness), 접근성(accessibility), 상호작용(interactivity), 개인화(personalization)로 구분하여, 이를 탐색적 정보사용, 활용적 정보사용을 통해 관광 경험, 만족도에 미치는 영향을 연구하였다. 이에 앞서 No and Kim(2015)은 관광객의 정보탐색, 획득의 과정에서 온라인 채널에 대한 특성인 상호작용, 정보신뢰성, 접근성, 보안성, 개인화의 속성을 탐색하였고, 기술에 대한 유용성을 향상시킬 수 있는 정보성, 접근성, 상호작용성, 개인화의 4가지 주요 속성을 식별하였다. 이를 기반으로 Huang et al.(2017)은 스마트관광 정보기술속성을 접근성, 정보성, 상호작용, 개인화 등의 속성으로 이루어지는 요인으로 가정하고, 이 4가지 요인을 스마트 기술에 대한 탐색적·활용적 사용과 관광 경험의 만족에 대한 관계를 검증하였다.

스마트관광 정보기술속성을 4가지 요인으로 구분하여 제시하면 다음과 같다.

첫째, 접근성(accessibility)은 여행자들이 특정 온라인 관광정보원을 쉽게 이용할 수 있고(Huang et al, 2017), 검색을 통해 어렵지 않게 정보를 획득 할 수 있는 정도를 의미한다(Petrie & Kheir, 2007). 이는 여행 중에도 관광플랫폼을 통해 시공간의 제약 없이 검색과 구매 및 예약이 가능하도록 하는 것을 의미하며(윤성욱, 2020), 접근성이 높다는 것은 이용자의 나이, 여행 경험 등 다른 요소와 관계없이 정보에 대한 접근이 가능함을 의미한다(Yoo et al., 2017).

둘째, 정보성(Informativeness)은 온라인 관광정보원이 제공하는 정보의 품질과 신뢰의 결합을 의미한다(Huang et al, 2017). 정보의 품질은 이용자가 정보에 대한 설득력이 있다

고 인지할 때, 긍정적인 영향을 나타내는 정보의 성격을 의미하며, 정확성, 완전성, 적시성의 개념을 포괄한다(박재은, 이은지, 정남호, 구철모, 2021). 정보의 신뢰는 이용자의 정보 수용을 설득하는 정도를 의미하며, 정보 자체의 품질 이외에도 다양한 요인에 의해 영향을 받는다(Bitner & Obermiller, 1985).

셋째, 상호작용(interactivity)은 관광에 대한 실시간 피드백과 능동적인 커뮤니케이션을 통해 이용자의 즉각적인 행동을 용이하게 한다(Huang et al, 2017). 이는 관광 상품의 검색, 구매, 예약을 활발하게 할 수 있는 쾌적한 환경(No & Kim, 2015)과 관광객의 여행 계획에 많은 영향을 미치는 모바일 어플리케이션 콘텐츠, 인터페이스 등을 포괄한다(Tierney, 2000).

넷째, 개인화(personalization)는 관광객 개인의 여행 계획에 대한 요구에 적합한 정보를 얻을 수 있는 능력이며(Huang et al, 2017), 관광객이 관심 있는 상품·서비스에 따라 개인화한 것이라고 할 수 있다(Park & Gretzel, 2007).

스마트관광 정보기술속성과 관련한 선행연구는 다양하게 이루어지고 있으나, 주로 소비자 행동 연구에 집중되어 있으며, 상대적으로 정보기술의 구성요인에 대한 연구는 부족하다(김정수, 2021; 석윤지, 2022). 따라서 본 연구에서는 스마트관광 정보기술속성의 연구에서 가장 많이 사용되는 Huang et al.(2017)의 스마트관광 정보기술속성인 정보성, 접근성, 개인화, 상호작용을 구성요인으로 사용하고자 한다.

Huang et al.(2017)은 관광 관련 웹사이트, 소셜미디어, 스마트폰 등 스마트 관광 정보기술이 관광을 계획할 때 사용되고 있으며, 이러한 기술의 사용이 여행 만족도를 향상시키는 메커니즘을 연구하고자 하였다. 정보기술에 대한 속성을 접근성, 정보성, 상호작용, 개인화로 구분하였으며, 이는 관광객들이 전통적인 정보제공원보다 많은 대안을 수집할 수 있게 하였고, 풍부한 관광경험과 관광 만족도에 큰 영향을 미친다고 하였다.

이선영 등(2018)은 서울을 사례로, 스마트관광 경쟁력 강화를 위한 스마트관광 만족 결정요인에 관한 연구에서 스마트관광 정보기술속성이 실제 관광도시의 관광 상품 및 서비스의 품질, 만족에 미치는 영향관계를 분석하였으며, 향후 주요 도시의 스마트 관광 만족 및 경쟁력과 관련한 연구의 기초 자료를 제공하였다.

윤성욱 등(2020)은 스마트관광 정보기술속성이 지각된 품질, 지각된 가치 및 장소애착에 미치는 영향에 관한 연구에서 관광지에서 경험한 지각된 품질과 가치는 관광지의 장소애착형성에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 단순히 관광지에 대한 출입까지만 서비스라고

여겨져 왔던 것과는 달리, 관광객은 관광을 계획하는 시점에서부터 일상으로 복귀하여 관광에 대한 정보를 공유하는 시점까지 관광의 연장선이라는 것을 밝혔으며, 관광지에 대한 장소 애착을 강화해야한다고 하였다.

김정수(2021)는 스마트관광 기술속성이 용이성, 유용성을 통한 관광객의 행동의도에 미치는 영향에 관한 연구에서 접근성, 상호작용, 개인화가 용이성, 유용성에 영향이 있는 것으로 나타났으며, 용이성, 유용성은 행동의도에 영향이 있는 것으로 나타났다. 또한 연령, 즐거움의 조절효과를 확인하여 연령은 용이성을 향하는 상호작용요인에, 즐거움은 행동의도를 향하는 용이성요인에 미치는 영향관계를 조절한다고 하였다.

김현정(2021)은 스마트 관광 기술이 문화관광축제 경험과 재방문 의도간의 관계에 미치는 영향에 관한 연구에서 스마트관광 정보기술속성 중 정보성, 상호작용, 개인화가 높을수록 재방문 의도에 미치는 영향이 강화된다고 하였다. 이는 스마트관광 기술속성이 문화관광축제 경험과 재방문의도 간의 영향관계를 실증적으로 분석하여 조절효과를 나타냄을 밝혔다.

박재은 등(2021)은 스마트관광 정보기술속성에 따른 여행 서비스 만족도와 행복, 재방문의도에 관한 연구에서 스마트관광 정보기술의 구성요소를 만족도라는 인지적 평가, 행복이라는 정서적 평가, 재방문 의도라는 행동의 단계에서 관광객에게 미치는 영향을 실증하였다는 학문적 시사점을 지닌다. 또한 기술의 이용에 접근성이 가장 기본적인 속성이고, 이에 대한 관광객의 욕구 충족이 되지 않는다면, 다른 특성 또한 관광 분야 서비스 만족에 긍정적인 영향을 미칠 수 없다고 하였다.

오승옥(2021)은 전주시를 중심으로 스마트관광 정보기술속성, 기억에 남는 관광경험, 지각된 가치, 만족도 연구에 대하여, 접근성, 정보성, 상호작용, 개인화가 기억에 남는 관광경험, 관광객의 정서적 가치에 직접적인 영향이 있음을 밝히며, 전주시를 비롯한 많은 도시에서 스마트 관광도시를 구축하기 위해 반드시 고려해야 할 속성이라고 하였다.

석윤지(2022)는 기술수용모델을 활용한 스마트관광 정보기술과 기억에 남는 관광경험이 지속적 사용의도에 미치는 영향에 관한 연구에서 스마트관광 정보기술속성의 선행연구들에서 밝힌 측정변수인 정보성, 접근성, 상호작용성, 개인화의 구성 여부와 결과를 재확인하였다. 또한 실제 관광객의 스마트기기 활용과 관광정보 수집 및 활용에 있어서 지속적 사용의도, 사용의도에 미치는 태도와 기억에 남는 관광경험의 영향관계를 실증하였다.

위중비(2022)는 스마트관광 정보기술속성이 관광지 애호도에 미치는 영향에 관한 연구에서 스마트관광 정보기술속성이 접근성, 정보성, 상호작용성, 개인화로 구성된다는 것을 재확



인하였다. 또한 스마트관광 정보기술속성과 기억에 남는 관광경험은 관광지 만족도 및 충성도를 높이는데 필요한 강력한 기반이라고 하였으며, 이를 위해 관광객들에게 가상현실(VR), 스마트 교통정보시스템 등 편리한 관광경험을 제공해야한다고 하였다. 이와 같은 스마트관광 정보기술속성의 선행연구를 통한 구성요소를 정리하면 다음 <표 II-4>과 같다.

정리하면, 스마트관광 정보기술은 Huang et al.(2017)이 제시하여, 정보통신기술을 바탕으로 실시간, 맞춤형 정보를 ‘스마트’ 하게 제공하기 위한 속성이라고 할 수 있다(오승욱, 2022). 또한 Gretzel et al.(2015), Huang et al.(2017), 이선영 등(2018), 윤성욱 등(2020), 김정수(2021), 석윤지(2022)의 연구를 바탕으로 스마트 관광정보기술을 ‘스마트폰을 활용하여 언제, 어디서나 관광에 필요한 실시간 정보 습득과 이를 공유하는 모든 활동’이라고 정의하며, 스마트관광 정보기술속성을 접근성, 정보성, 상호작용, 개인화로 분류하였다. 스마트 관광정보기술속성의 접근성은 ‘시간과 장소에 제한 없이 관광 정보를 제공받는 정도’, 정보성은 ‘스마트 기기를 이용해 얻는 관광정보의 유용함과 정확성’, 상호작용은 ‘실시간 피드백과 정보에 대한 능동적인 공유, 구매 및 예약’, 개인화는 ‘관광객 개인의 요구에 적합한 맞춤형 정보’라고 정의하였다(Huang et al. 2017). 본 연구에서는 선행연구를 바탕으로 Huang et al.(2017)이 채택한 접근성, 정보성, 상호작용, 개인화의 네 가지 스마트관광 정보기술속성을 채택하여 연구를 진행하였으며, 각 연구의 구성요소과 개념의 정리는 다음과 같다.

<표 II-3> 스마트관광 정보기술속성 구성요소

구 분	구성요소
Huang et al.(2017)	접근성, 정보성, 상호작용, 개인화
이선영 등(2018)	접근성, 정보성, 상호작용, 개인화
윤성욱 등(2020)	접근성, 정보성, 개인화
김정수(2021)	접근성, 상호작용, 개인화
김현정(2021)	접근성, 정보성, 상호작용, 개인화
박재은 등(2021)	접근성, 정보성, 상호작용, 개인화
오승욱(2021)	접근성, 정보성, 상호작용, 개인화
석윤지(2022)	접근성, 정보성, 상호작용, 개인화
위중비(2022)	접근성, 정보성, 상호작용, 개인화

출처 : 선행연구를 바탕으로 연구자 재작성

〈표 II-4〉 스마트관광 정보기술숙성 개념

구 분	개 념
정보성	시간과 장소에 제한 없이 관광 정보를 제공받는 정도
접근성	스마트 기기를 이용해 얻는 관광정보의 유용함과 정확성
상호작용	실시간 피드백과 정보에 대한 능동적인 공유, 구매 및 예약
개인화	관광객 개인의 요구에 적합한 맞춤형 정보

출처 : 선행연구를 바탕으로 연구자 제작성

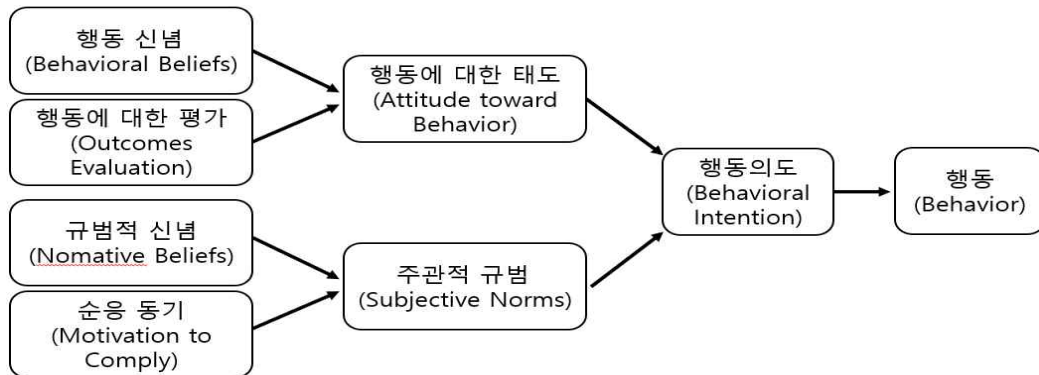
## 제 2절. 기술수용모델(TAM)

### 1. 기술수용모델의 개념

기술수용모델 (Technology Acceptance Model: TAM)은 1989년 Davis가 처음 제안한 이론으로, Fishbein과 Ajzen(1975)의 합리적 행동이론(Theory of Reasoned Action : TRA)과 Ajzen(1985)의 계획 행동이론(Theory of Planned Behavior : TPB) 이론을 기반으로 제안되었다(이슬비, 2017). Davis(1989)는 기술수용모델이 당시 혁신 기술인 정보기술의 이용과 수용의 과정에 영향을 주는 요인들을 설명, 활용하고자 개발된 이론적 모형으로, 인지된 유용성, 인지된 용이성의 개념을 통해 광범위한 기술에 대한 이용자들의 행동을 설명하는 것에 대한 설명력과 이론적 근거가 풍부한 모형이라고 하였다(Davis, Bagozzi & Warsaw, 1989; 박일우, 2012).

〈그림 II-1〉과 같은 Fishbein과 Ajzen(1975)의 합리적 행동이론은 개인의 행동이 행동 의도에 직접적인 영향을 받는다는 논리를 바탕으로, 행동신념과 결과에 대한 개인의 행동 평가에 따라 태도가 달라지고, 타인의 의견에 대한 개인의 주관적 신념과 그 신념을 따르려는 동기에 따라 주관적인 규범이 달라진다고 하였으며, 이를 통해 인간의 행동을 예측할 수 있다고 제시하였다(왕이연, 2021; 정성진, 2021). 즉 행동에 대한 예측 및 이해가 가능하다는 사실을 기반으로(김진아, 2018), 행동을 결정하는 가장 중요한 요인은 행동의도이며, 이는 태도, 주관적 규범으로 인해 복합적으로 나타난 것이라 하였다(김경태, 2018).

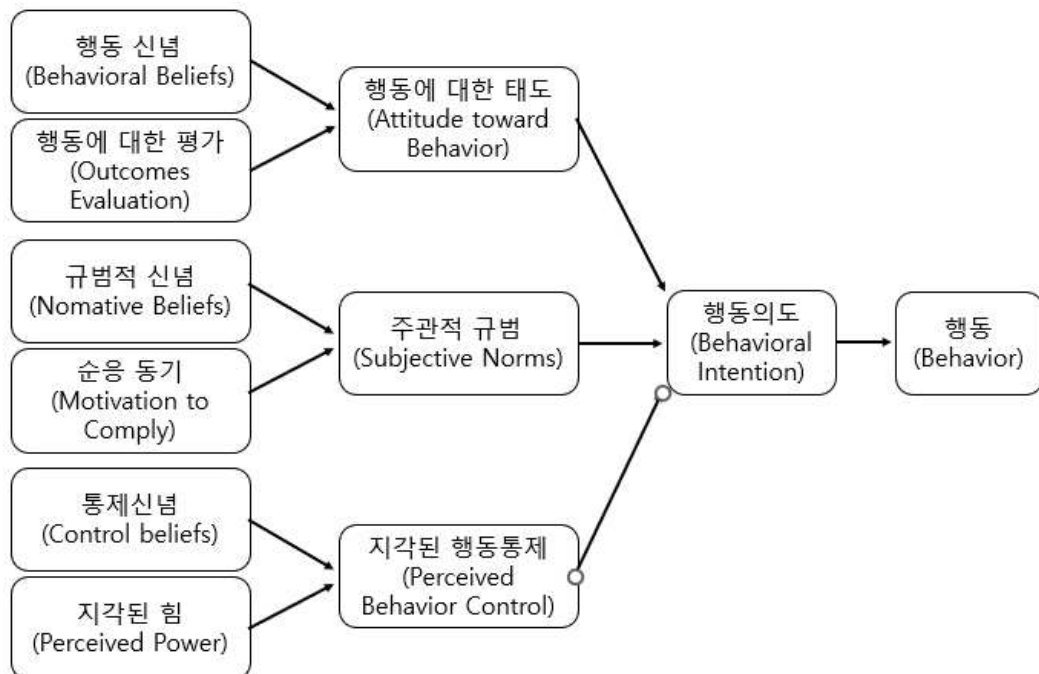
〈그림 II-1〉 합리적 행동이론(TRA)



출처 : Fishbein & Ajzen(1975)

한편, 합리적 행동이론의 행동은 행동의도 혹은 행동에 대한 의지, 동기의 강세에 따라 결정되며, 개인의 의지로 통제가 가능한 행동을 의미 하지만(하준석, 2017), 자발적인 행동만을 예측하기 때문에, 행동 목표에 대한 개인의 통제 밖이나 의지를 벗어난 행위의 경우에는 외생변수를 고려해야 한다(Ajzen & Madden, 1986; Sheppard, Hartwick, & Warshaw, 1988).

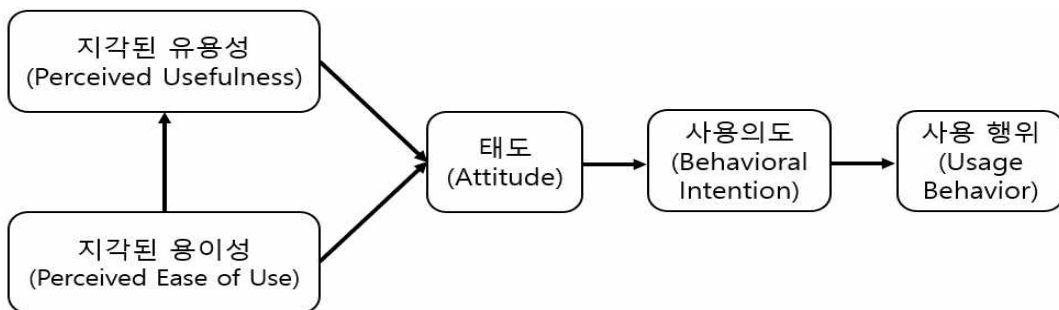
〈그림 II-2〉 계획 행동이론(TPB)



출처 : Ajzen(1985)

Ajzen(1985)는 행동의도로 행동을 명확하게 예측할 수 없는 Fishbein & Ajzen(1975)의 합리적 행동이론의 한계를 수정하여 행동에 대한 개인의 통제가 가능하다고 여기는 정도를 나타내는 지각된 행동 통제 변인을 추가한 계획 행동이론을 제시하였다. 계획 행동이론은 태도와 행동의 관계를 조금 더 명확하게 예측하고자 하였는데, 개인의 행동이 보유 자원, 기회 등 내부, 외부의 통제 요인에 의해 영향을 받는다고 하였다(이현수, 2023). 즉 의지만으로 통제가 가능한 행동은 행동의도를 통한 예측이 가능하지만, 의지만으로 통제가 불가능해질수록 행동 의도에 대한 설명력이 낮아지게 되어 지각된 행동통제의 중요성이 커지게 된다(조가령, 2020).

〈그림 II-3〉 기술수용모델(TAM)



출처 : Davis(1989)

앞선 행동이론을 근간으로 Davis(1989)는 정보기술과 정보시스템 이용자에 대한 수용과 행동의도를 파악하기 위해 기술수용모델(Technology Acceptance Model: TAM)을 제안하였다(고해운, 2022). 기술수용모델은 기술을 이용하는 태도, 이용의도, 이용행위의 영향 관계를 파악하고 이용태도에 대한 영향 요인들을 규명하기 위해 제시된 이론이다. 또한 정보 기술을 채택하는 행동, 행동의도를 설명하기 위해 개발되었으며, 이를 결정하는 요인에 대한 당위성을 제시하기 위해 지각된 용이성, 지각된 유용성, 사용태도, 사용의도, 실제 사용 혹은 사용 행위의 변수를 구성하였다(김현정, 2021; 차재빈·이훈영, 2015; Davis, 1989). 그 중 기술수용모델에서 이용자 사용태도에 영향을 주는 결정 변수로 지각된 유용성, 지각된 용이성이라는 신념 변수를 제시하였으며, 두 가지의 이용자 신념변수가 사용태도, 행동의도에 영향을 나타낼 것이라고 설명하였다(정병옥, 2016).

Davis(1989)는 지각된 유용성이 정보기술 및 시스템을 사용하며 업무 성과가 향상 될 것이라고 믿는 정도라고 하였다. 즉, 새로운 기술, 시스템을 이용, 수용할 때, 다른 것들과 비교

하여 효율성이 높아지고, 능력이 향상 될 것이라고 믿는 정도를 의미한다(김용일·임재문, 2014; 김용일·허준·김철원, 2015; 김태호·김학선, 2016; 이위·김문홍, 2016). 지각된 유용성은 지각된 용이성의 영향을 받게 되어, 특정 기술, 시스템에 대하여 이용자가 편리하고 쉽다고 느낄수록 유용하다고 느끼고, 해당 기술, 시스템을 긍정적으로 태도가 변하며, 이는 시스템 이용 증대에 영향을 미친다고 하였다(Davis, 1989). 지각된 유용성과 지각된 용이성은 기술수용모델 또는 이를 확장한 연구에서 정보기술의 수용에 중요하고 강력한 변수로서 구성 타당성이 검증되었다(임화연·조성호·고형석·한경석, 2019).

Davis(1989)는 지각된 용이성이 특정한 기술, 서비스를 사용하기 쉽다고 믿는 정도라고 하였으며, Venkatesh & Davis(2000)는 특정 시스템을 이용하는 데 노력이 적게 들 것이라고 믿는 정도라고 하였다. 즉 지각된 용이성은 기술, 서비스, 시스템 등을 쉽게 이용할 수 있다고 느끼는 정도를 의미하며(이진희 등, 2019), 이는 이용에 따른 시간 소모 및 노력이 많이 들지 않을 것 이라고 믿는 정도라고 할 수 있다(김수정, 2020). 또한 지각된 용이성은 정보기술, 혁신기술과 관련한 시스템을 이해하여 이용자의 물리적, 정신적 노력이 감소되어 가는 과정이며(강은희, 2018), 이용자가 정보시스템기술을 쉽게 이용하는 정도를 의미하기도 한다(장안연, 2020). 해당 개념을 스마트관광 정보기술의 사용에 적용한다면, 이용자가 스마트기기를 사용하여 정보를 얻을 때, 시간과 노력을 적게 들여 양질의 정보를 얻는 것이라고 할 수 있다(석윤지, 2022).

정리하면, 정보, 기술수용모델은 최근 무선인터넷, 스마트기기 등 새로운 미디어의 소비자 행동을 측정하는데 유용한 모델임이 검증되고 있다(이현수, 2023). 지각된 유용성은 정보기술을 사용하며 업무의 성과가 향상될 것이라고 믿는 정도이며(Davis, 1989), 특정한 정보기술을 수용하는 이용자가 판단하는 생산 및 효율성의 결과 평가라고 하였다(김정수, 2022). 지각된 용이성은 개인이 특정한 시스템, 기술을 이용하는데, 정신적 혹은 신체적으로 노력이 적게 들고 어렵지 않을 것 이라고 믿는 정도이며, 이용에 따른 시간 소모 및 노력이 크게 사용되지 않을 것이라고 믿는 정도라고 하였다(Venkatesh·Davis, 2000; 이진희 등, 2019; 김수정, 2020).

한편, 초기의 기술수용모델은 이용자의 이용의도를 측정하기 위해 매개변수로서 지각된 유용성, 지각된 용이성, 태도의 변수가 사용되었는데, 태도는 이용의도에 대한 매개의 역할이 부족하고 설명력이 낮아 검증 결과가 일관되지 않았으며, 지각된 용이성은 지각된 유용성과 함께 이용의도에 직접적으로 영향을 주는 것으로 발견되어 후속 연구인 확장된 기술수용모델

에서는 태도 변수를 제외하기도 한다(정병옥, 2016).

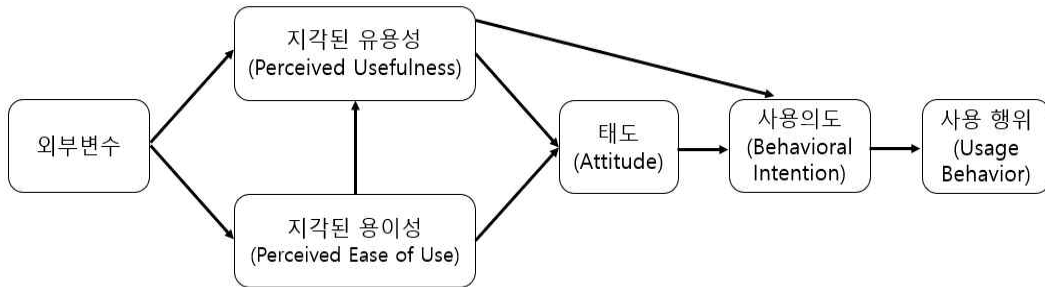
본 연구에서는 Davis(1989), 박일우(2012), 김정수(2021), 석윤지(2022)의 선행연구를 바탕으로 지각된 유용성은 '스마트관광 정보기술을 통해 소비자가 얻은 관광 정보가 얼마나 유용한지 인지하는 정도'로 구성하였으며, 지각된 용이성을 '관광정보를 얻기 위해 이용하는 스마트 정보기술이 얼마나 쉬운지 인지하는 정도'로 구성하였다.

## 2. 확장된 기술수용모델

기술수용 모델의 핵심은 앞선 행동이론의 행동에 대한 태도, 행동의도간의 영향관계에서 사용자의 정보기술 채택 연구로 확장하여 신념, 태도, 의도에 대한 외부요소들의 영향에 대한 기초를 제공하였다(성혜진·고재윤, 2012). 이에 해당하는 대부분의 연구들은 지각된 유용성, 지각된 용이성이라는 핵심 변수를 측정하여 측정 지표의 타당성을 평가하는 연구가 주된 연구이며, 단순한 정보기술을 대상으로 연구가 이루어져왔다(박원호, 2017). 하지만 1900년대 후반부터 뉴미디어의 보급으로 학자들이 이에 대한 기술수용과정을 설명하기 위해 다양한 형태의 기술수용모델을 적용하며(김광재, 2009), 정보기술에 대한 이용자의 수용과정을 설명하는 이론적 틀로 활용되며 이론적 확장을 지속해왔다(정성진, 2021).

Davis et al.(1989)는 초기의 기술수용모델에서 태도변수가 매개적 효과가 미약하고 지각된 용이성, 지각된 유용성이 행동의도에 직접적으로 영향을 준다고 증명하여 태도변수를 생략한 기술수용 모델을 제안하였으며, 이는 이후 발표된 대부분의 연구들에서 태도변수를 생략시킨 모델로 연구되고 있다(Morris & Venkatesh, 2000). 더하여 핵심 변수인 지각된 유용성, 지각된 용이성에 영향을 주는 사회적, 환경적 요인이 고려되지 않았다는 문제가 제시되고(Johansen & Swigart, 1996), 새로운 기술의 등장과 함께 연구의 범위가 확장되어, 연구자들은 기술수용모델의 단순함을 보완하기 위해 외부변인을 적용하여 기술 채택 행동에 설명력을 높이는 기술수용모델의 확장연구를 진행하였다(임선아, 2016).

〈그림 II-4〉 확장된 기술 수용 모델(ETAM)



출처 : Venkatesh & Davis (2000)

〈그림 II-4〉 과 같이 Venkatesh & Davis (2000)는 기존 기술수용모델의 핵심 변수인 지각된 유용성, 지각된 용이성, 행동의도는 포함하지만 지각된 유용성, 지각된 용이성에 영향을 줄 수 있는 외부변수를 추가시키며 확장된 기술수용모델을 제시하였다. 확장된 기술수용모델은 사회·환경적 요인을 중요시하고 있으며, 혁신기술에 대한 이용자의 수용에 설명력을 높이는 유연성을 제시하여, 복합적인 환경적 변수를 고려하는 혁신기술의 확산, 수용, 채택을 설명하는 연구에 유용하게 사용되고 있다(김미선, 2010; 임선아·김창수, 2017).

확장된 기술수용모델과 관련한 선행연구를 살펴보면 이인숙·윤혜현(2011)은 외부변수로 개인의 정보기술능력, 이미지, 교육, 훈련지원을 기술수용모델의 요인으로 적용하여 외식업 종사자의 정보기술 수용 및 시스템 사용 활동에 미치는 영향을 연구하였다.

현용호·남장현(2012)는 확장된 기술수용모델을 이용하여 패밀리 레스토랑의 스마트폰 앱의 품질로 시스템, 정보, 서비스 품질을 외부변수로 구성하여 영향관계를 분석한 결과, 시스템 품질이 용이성에 영향을 나타내지 않는 것을 제외한 모든 요인은 지각된 용이성, 지각된 유용성, 재사용의도에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 정재선·박정민·노기영(2019)은 모바일 헬스케어 앱의 특성을 건강정보 지향, 정보적·도구적 효능감으로 구분하고, 지각된 용이성을 도구적 차원의 기기 용이성, 내용이해 차원의 이해 용이성으로 확장하여 영향관계를 분석하였다. 정은유(2019)는 확장된 통합기술수용모델을 이용하여 항공사 앱 재사용의도에 관련한 연구를 진행하였으며, 심태용·윤성준(2020)은 확장된 기술수용모델을 이용하여 온라인 쇼핑몰의 특성요인과 감성적 반응, 지각된 가치, 재이용의도의 영향관계를 파악하는 연구를 진행하였다.

한영주·이상호(2019)는 AI스피커의 지속사용의도에 영향을 미치는 요인을 파악하고자 미

디어 효능감, 사회적 실재감을 외부변수로 삼고, 지각된 용이성, 지각된 유용성, 만족적 태도를 매개변수로 삼아 AI스피커의 이용자가 만족적 태도를 가질 때 지속적으로 이용할 의도가 있는 것으로 파악되었고, 지각된 유용성의 만족도 태도 매개를 통해 지속적인 이용 의도에 가장 큰 영향을 미치는 것으로 조사되었다. 황현철·송상화(2019)는 물류로봇의 특성을 연관된 경험, 혁신성, 지각된 위험, 가격 효율성, 사회적 영향의 5가지 요인으로 구분하여 용이성, 유용성 및 구매의도의 영향관계를 연구하였으며, 김재현·이형룡(2020)은 확장된 통합기술수용모델을 이용하여 프랜차이즈 분식점의 키오스크 서비스와 관련한 소비자의 수용의도와 수용증의 조절효과에 따른 영향관계를 연구하였다.

이예림·김학민(2019)는 카카오뱅크 이용자를 중심으로 SNS뱅킹서비스의 지각된 위험과 SNS뱅킹의 특성이 사용저항, 사용만족 및 SNS 확산의도에 미치는 영향을 연구하였고, 서은주(2018)는 항공사의 소셜 미디어 이용 특성을 개인·사회·정보 특성으로 구분하여 온라인 구전과 브랜드 자산, 신뢰간의 영향관계를 연구하였다. 최훈·이광옥(2019)는 통합기술수용모델과 사회영향이론을 토대로 지각된 용이성, 지각된 유용성, 유희성, 정보적 사회영향, 몰입, 사회갈등회피의 외부변수를 도출하여 관광전공 대학생을 대상으로 SNS이용 태도와 지속적인 사용의도를 연구하였다. 성혜진·고재운(2013)은 확장된 기술수용모델을 이용하여 기술, 개인, 사회적 특성을 외식소비자의 SNS특징 요인으로 도출하여 외식기업의 SNS특성이 고객만족, 지속적 사용의도에 미치는 영향관계를 파악하였다.

관광과 관련한 확장된 기술수용모델의 선행연구를 살펴보면, 민소라(2020)는 모바일 SNS를 이용하여 여행정보를 수집하고 국내·외 여행 경험이 있는 소비자를 대상으로 지각된 관광가치, 지각된 용이성, 지각된 유용성, 지속적 사용의도의 영향관계를 연구하였는데, 모바일 SNS를 이용하여 관광지의 정보를 지속적으로 얻고자 하는 관광객의 의도를 향상시키기 위해 정보획득의 용이성, 유용성을 향상시켜야 한다는 필요성을 제기하였다.

가이위팅(2020)은 확장된 통합기술수용모델을 이용하여 한국에 방문한 중국인 관광객의 스마트폰 결제 앱 이용에 관련한 연구를 진행하였는데, 세부적으로 외부요인을 기대조건의 성과기대, 노력기대, 지각된 위험으로, 기반조건을 촉진요인, 사회적 영향으로 구분하여 이용자 만족도와 행동의도에 미치는 영향관계를 연구하여 기대조건 중에서는 성과 기대가 만족에 가장 큰 영향이 있었으며, 기반조건에서는 사회적 영향이 만족에 가장 적은 영향을 나타내었다. 또한 스마트폰 결제 앱 사용에 만족할 경우 지속적인 사용을 할 수 있게 되고, 한국에서 중국 스마트폰 결제 앱을 사용하는 것에 만족하고 있다고 하였다.



왕이연(2021)은 확장된 기술수용모델을 사용하여 한국을 방문한 중국인 관광객의 모바일 결제 어플리케이션의 지속사용의도와 이를 조절하는 지각된 관계혜택의 영향관계를 연구하였는데, 사회적, 개인적, 기술적 요인의 3가지 외부 변수 중 사회적 이미지, 자기효능감, 보안성, 편의성 등이 모바일 결제 어플리케이션의 지각된 유용성, 지각된 용이성에 영향을 미치는 것으로 나타났다.

유현정(2021)은 SNS 밀레니얼 세대 사용자를 대상으로 SNS 관광정보 특성이 확장된 기술수용태도와 정보의 지속적 사용에 미치는 영향관계를 파악하였다. 기존의 다수 SNS 관광정보와 관련한 연구는 관광지의 행동 혹은 방문의도, 선택, 정보신뢰, 만족도 등의 연구가 많았다면, 해당 연구에서는 이를 확대하여 인지적·기술적 특성으로 세분화하여 연구를 확장하였다. 인지적 특성 중 상호작용, 동의성이 지각된 유용성과 신뢰도에 직접적인 영향을 미쳤고, 인지적 특성 중 동의성은 지각된 용이성·유용성 및 신뢰도 모두에 직접적인 영향을 미치는 것으로 나타났다.

이처럼 과거 정보시스템 분야에서는 이용자가 정보기술을 수용하는 이유와 어떻게 수용하는지 예측·설명하기 위해 사회 심리학적 측면에서 신념 및 태도, 행동의도 등 개개인의 행동을 유발하는 요인에 대한 연구가 진행되어오고 있다(임선아, 2016). 이와 함께 외부변수를 확장하여 확장된 기술 수용모델 연구가 활발하게 진행되고 있으며, 새로운 정보기술, 서비스 등과 같은 외부요인의 수용연구에서 유용한 모델로 사용되어 이를 수용하는 요인에 관련한 다양한 연구를 위해서 외부 변수를 확장시킬 필요가 있다(정성진,2021).

〈표 II-5〉 확장된 기술수용모델 선행연구

확장된 기술수용모델		
개인의 정보기술 능력	이인숙 윤혜현 (2011)	개인의 정보기술능력, 이미지, 교육, 훈련지원의 외부요인으로 삼아 확장된 기술수용모델에 적용하여 외식업종사자의 정보기술 수용, 시스템 사용 활동 간의 영향관계 연구 진행
스마트폰 및 모바일 앱	현용호 남장현 (2012)	패밀리레스토랑 어플리케이션의 품질을 정보 품질, 서비스 품질, 시스템 품질의 3가지 외부변수로 구성하고 확장된 기술수용모델에 적용한 요인들 간의 영향관계 연구 진행
	정재선 박정민 노기영 (2019)	모바일 헬스케어 어플리케이션 특성을 건강정보 지향, 정보적 효능감, 도구적 효능감의 3가지 외부변수로 구성하며, 지각된 용이성을 도구적 차원의 기기 용이성으로, 내용이해차원의 이해 용이성으로 확장한 요인들 간의 영향관계 연구 진행
	정은유 (2019)	이용자들의 항공사 어플리케이션의 재사용의도를 파악하기 위해 확장된 기술수용모델을 적용한 요인 간 영향관계 연구 진행
	심태용 윤성준 (2020)	온라인 쇼핑몰 특성요인과 감성적 반응, 지각된 가치, 재이용의도의 영향관계 연구 진행
최신 기술 수용	한영주 이상호 (2019)	AI스피커의 지속적 사용의도에 미디어 효능감, 사회적 실재감의 외부변수와, 용이성, 유용성, 태도를 매개 변수로 삼은 영향관계 연구 진행
	황현철 송상화 (2019)	물류로봇의 특성을 연관된 경험, 혁신성, 지각된 위험, 가격 효율성, 사회적 영향의 5가지 요인으로 용이성, 유용성, 구매의도간의 영향관계 연구 진행
	김재현 이형룡 (2020)	프랜차이즈 분식점의 키오스크 서비스에 대하여 수줍음의 조절효과에 따른 소비자 수용의 영향관계 연구 진행
모바일 SNS 관련	이에림 김학민 (2019)	카카오뱅크 이용자를 대상으로 SNS 뱅킹서비스의 지각된 위험, SNS뱅크의 특성, 사용저항, 사용만족 및 SNS 확산의도의 영향관계 연구 진행
	최훈 이광욱 (2019)	관광전공 대학생을 대상으로 사회영향이론을 토대로 한 용이성, 유용성, 유희성, 정보적 사회영향, 몰입, 사회갈등회피 등의 외부변수로 SNS 이용태도와 지속적 사용의도의 영향관계 연구 진행
	성혜진 고재윤 (2013)	외식기업의 SNS특성의 요인을 기술, 개인, 사회적 특성으로 구분하여 고객만족, 지속적 사용의도의 영향관계 연구 진행
관광관련	민소라 (2020)	SNS를 이용한 여행정보를 수집하여 국내·외 여행 경험이 있는 소비자를 대상으로 지각된 관광가치, 용이성, 유용성, 지속적 사용의도의 영향관계 연구 진행
	가이위팅 (2020)	한국방문 중국인을 대상으로 성과기대, 노력기대, 지각된 위험, 촉진요인, 사회적영향의 외부요인과 만족도, 행동의도의 영향관계 연구 진행
	왕이연 (2021)	한국방문 중국인 관광객을 대상으로 모바일 결제 앱의 지속사용의도의 영향관계에서 사회적, 개인적, 기술적 요인의 3가지 외부변수와 이를 조절하는 지각된 관계혜택으로 구분하여 유용성, 용이성, 및 지속적 사용의도의 영향관계 연구 진행
	유현정 (2021)	SNS밀레니얼 세대 사용자를 대상으로 SNS관광정보 특성을 행동, 행동의도, 선택 및 만족도의 연구에서 확장하여 인지적·기술적 특성으로 세분화하여 정보의 지속적 사용에 미치는 영향연구 진행

출처 : 선행연구를 바탕으로 연구자 재작성

### 3. 지속적 사용의도

의도는 개인의 계획되거나 예기된 미래 행동에 대한 의지를 의미하며, 개인의 태도와 실제 행동 간의 중간 변수로 매개적 역할을 한다(Ajzen, 1985). 의도는 연구의 목적과 구성에 따라 다양한 방면으로 연구되어지고 있는데, 연구 대상이 제품일 경우 구매의도, 이것이 반복적이라면 재구매 의도, 관광지의 경우 방문의도, 재방문 의도 등으로 사용되고 있는 것을 확인할 수 있다(최규환, 2005).

Bolton & Lemon(1999)은 지속적 사용의도란 사용자가 과거에 이용했었던 서비스에 대하여 현재의 기준으로 미래에 대한 서비스 재이용 여부를 선택하는 것을 의미한다고 하였으며, Garbarino & Johnson(1999)은 지속적 사용의도란 이용자가 미래에도 관련한 서비스나 제품을 반복적으로 사용할 가능성이라고 하였다.

Venkatash et al. (2000)은 지속적 사용의도에 대하여 기업과 소비자 간의 관계가 지속적인 관계를 유지하려는 것이라고 하였는데, 정보기술 분야에서는 이용자가 정보기술을 수용한 후 실제 이용과정에서 얻는 경험에 영향을 받으며, 이는 이용 이후 경험의 영향력이 초기 채택의 결정을 뒤바꿀 수 있을 만큼 매우 중요하게 작용한다(Bhattacharjee, 2001). 기술을 수용하는 의도에서 지속적 사용의도는 새로운 기술을 이용해본 이용자가 한 번만 사용하는 것이 아니라 더 오랜 기간 사용할 의지가 있는 것을 의미하는데(Davis, 1989), 소비자가 대상에 대한 태도 형성 이후 미래의 행동으로 나타내려는 개인적인 의지 및 신념이라고 말할 수 있다(Boulding et al., 1993)

즉, 지속적 사용의도를 가지고 있는 이용자는 그 기술에 대한 믿음을 가지고 사용하며 주변에 관계를 맺고 있는 사람들에게 해당 기술을 사용할 것을 권유하고자 하며(Venkatash et al., 2000), 제품, 서비스를 반복적으로 이용하여 과거의 구매경험에 대한 평가를 통해 다시 이용하고자 하는 이용자의 태도 및 신념으로 나타내기도 한다(Dick & Basu, 1994; 박성준 등, 2015). 지속적 사용의도는 기술수용모델의 궁극적인 종속변수로(나지영, 2019), 관광객들은 스마트기기를 이용하며 관광정보를 이용한 후 이와 같은 정보를 지속적으로 이용할지 판단하게 되며, 이러한 사용의도가 나타나게 된다면, 재사용, 추천의사, 구전의사 등의 행동의 모습으로 나타나게 된다(석윤지, 2022). 때문에 정보기술분야의 초기 수용 뿐 만 아니라 지속적인 이용과 관련한 관심이 증가하였고, 새로운 정보기술과 관련한 지속적 사용의도를 설명하기 위한 연구들이 수행되어 왔다(정서연, 2014).

박일우(2012)는 기술수용모델의 확장을 통한 여행사 스마트폰 어플리케이션의 수용과 확산의 연구에서 행동 의도에 영향을 미치는 선행 변수들 간 가설검증을 진행하여, 행동의도는 실제 발생할 수 있는 미래의 재이용 행동에 대한 잠정적인 평가의 영역이라고 하였으며, 앱 태도가 행동 의도에 긍정적인 영향을 나타낸다고 하였다.

안지미·이병철(2014)은 관광정보탐색을 위한 스마트폰 사용행동과 관련한 분석을 통해 지속적 사용의도를 향후 관광정보의 탐색을 위해 스마트폰을 지속적으로 사용하고자 하는 의지라고 하였으며, 지각된 유용성, 지각된 용이성은 지속사용의도에 긍정적인 영향을 나타낸다고 하였다.

박성준·박철호·한수정(2015)은 기술수용모델을 사용한 모바일 여행콘텐츠 정보품질이 재이용의도에 미치는 영향에 대하여 연구하여 재이용의도를 여행 콘텐츠를 구매, 사용한 과거의 경험에 대한 평가를 바탕으로 재사용하고자 하는 개인의 신념이라고 하였으며, 사용편의성, 지각된 유용성은 사용 태도와 재이용의도에 긍정적인 영향을 나타낸다고 하였다.

차재빈·이훈영(2015)는 관광지 스토리텔링 모바일 어플리케이션의 사용의도에 관련한 연구에서 사용의도를 정보기술의 결정요인에 대한 설명을 제공하여 지각된 용이성, 지각된 유용성은 사용의도에 긍정적인 영향을 나타낸다고 하였다.

채정숙·이승곤(2022)은 SNS관광정보의 사용을 통한 지각된 용이성, 지각된 유용성이 관광객의 SNS사용 태도와 지속적 사용의도에 대한 영향연구에서 지속적 사용의도는 실제 사용의 시작점으로 간주되어, 정보기술의 이용에 직접적인 결정요소가 된다고 하였으며, 지각된 용이성, 지각된 유용성은 태도와 지속적 사용의도에 긍정적인 영향을 나타낸다고 하였다.

석윤지(2022)는 스마트관광 정보기술과 기억에 남는 관광경험이 지속적 사용의도에 미치는 영향 연구에서 지속적 사용의도를 스마트관광 정보기술을 앞으로도 지속적으로 사용하고자 하는 의도로 정의하며, 지각된 용이성, 지각된 유용성은 태도와 지속적 사용의도에 긍정적인 영향을 나타낸다고 하였다.

정리하면, 지속적 사용의도란 이용자가 향후 미래에도 사용한 서비스, 제품 등을 반복하여 다시 이용할 가능성을 의미하며, 이는 특정 서비스에 대한 이용자의 평가에 따라 결정된다고 할 수 있다(Garbarino & Johnson, 1999; 민소라 등, 2020). 본 연구는 Davis(1989), 박일우(2012), 석윤지(2022), 이현수(2023)의 선행연구를 바탕으로 지속적 사용 의도를 '스마트관광 정보기술을 앞으로 지속적으로 사용하고자 하는 의도'로 구성하였다. 이와 같은 지속적 사용의도의 선행연구를 정리 하면 다음 <표 II-6>과 같다.

〈표 II-6〉 지속적 사용의도 선행연구

지속적 사용의도 선행연구	
Bolton & Lemon (1999)	지속적 사용의도란 사용자가 과거에 이용했었던 서비스에 대하여 현재의 기준으로 미래의 서비스 재이용여부를 선택하는 것
Garbarino & Johnson (1999)	지속적 사용의도란 사용자가 미래에도 관련된 서비스나 제품을 반복적으로 사용할 가능성을 의미
Venkatesh et al. (2000)	지속적 사용의도란 기업·소비자 간의 관계가 지속적인 관계를 유지하려는 것이며, 정보기술 분야에서는 사용자가 정보기술을 수용한 후 실제 이용과정에서 얻는 경험에 영향을 받아, 이는 이후 초기 채택의 결정에 큰 영향을 줌
박일우 (2012)	행동의도는 미래의 재이용 행동에 대한 잠정적인 평가라고 하며, 기술수용모델의 확장을 통해 스마트폰 어플리케이션의 수용, 확산의 연구에서 행동의도에 미치는 영향연구 진행
안지미·이병철 (2014)	지속적 사용의도를 향후 관광정보 탐색을 위해 지속적으로 사용하고자 하는 의자라고 하였으며, 관광정보탐색을 위한 스마트폰 사용행동 관련 연구 진행
박성준·박철호·한수정 (2015)	재이용의도를 여행 콘텐츠를 구매, 사용한 과거의 경험에 대한 평가를 바탕으로 재사용하고자 하는 개인의 신념이라고 하였으며, 기술수용모델을 사용한 모바일 여행콘텐츠 정보품질이 재이용에 미치는 영향연구 진행
차재빈·이훈영 (2015)	연구에서 사용의도를 정보기술의 결정요인에 대한 설명을 제공하며, 관광지 스토리텔링 모바일 어플리케이션의 사용의도와 관련 연구 진행
채정숙·이승곤 (2022)	지속적 사용의도는 실제 사용의 시작점으로 간주되어, 정보기술의 이용에 직접적인 결정요소가 된다고 하였으며, SNS관광정보의 사용을 통한 지각된 용이성, 지각된 유용성이 관광객의 SNS사용 태도와 지속적 사용의도에 대한 영향연구 진행
석윤지 (2022)	지속적 사용의도를 스마트관광 정보기술을 앞으로도 지속적으로 사용하고자 하는 의도로 정의하며, 스마트관광 정보기술과 기억에 남는 관광경험이 지속적 사용의도에 미치는 영향연구 진행

출처 : 선행연구를 바탕으로 연구자 재작성

## 제 3절 자기효능감

### 1. 자기효능감의 개념

현대 심리학에서 주목하기 시작한 자기효능감의 개념은 개인적 특성, 개인의 환경, 행동간의 상호작용에 의해 학습이 된다고 보는 사회인지이론에서 성취를 이루기 위한 주요한 변수로 연구되고 있다(박애경, 2022). 사회인지 이론에서 자기효능감이 높은 사람은 낮은 사람보다 행동, 과제의 수행에 효율적이고 적극적인 행동, 사고로 보다 높은 성취를 달성한다고 하였다(Bandura & Schunk, 1981).

자기효능감(Self-efficacy)이란 특정 과제의 바람직한 결과를 도출하기 위해 필요한 행동을 조직화 하여 이를 성공적으로 수행할 수 있는 개인의 능력, 노력 및 인내에 대한 자기 평가와 결과를 달성하고 문제 해결을 위한 자아능력의 믿음이다(Bandura, 1982). 자기효능감은 특정한 상황과 과제의 수행능력에 대한 개인의 주관적 판단에 한정되어 있으며, 비슷한 기술 수준을 가진 사람들이라도 자기효능감의 차이에 따라 수행의 정도가 달라질 수 있다(이수정, 2004) 즉, 사람들이 새로운 상황, 과업을 마주할 때 자기 효능감이 높은 사람은 자기의 능력에 대한 확신을 가지고 극복하고자 노력하는 성향이 강하고, 자기효능감이 낮은 사람은 자신의 능력에 대한 확신이 부족하여 회피하는 성향이 크다(Bandura, 1999). 자기효능감의 개념과 관련한 선행연구를 살펴보면 Bandura(1977)는 자기효능감은 인지적 개념을 통해 설명되며, 인간의 행동에 대한 선택과 실행은 그 행동을 완수하기 위한 노력의 과정이며, 마주한 과제에 대한 수행능력의 개인적 믿음이자 자기 기대감이라고 하였다.

Schunk(1982)는 자기효능감이 주어진 목표에 대한 과업을 수행하는데 자신의 능력을 판단하는 것이라고 보았으며, Lazarus & Folkman(1984)는 자기효능감이 개인행동의 선택과 지속에 영향을 미친다고 하였으며, 자기효능감이 높은 사람은 어려운 과제를 해결하기 위해 포기하지 않고 도전적인 자세로 목표를 세워 문제와 관련한 고민과 노력을 기울여 완수하려고 한다고 하였다.

Vealey(1986)는 자기효능감이 개인이 가지고 있는 능력을 의미하는 것이 아니라, 가지고 있는 능력을 얼마나 발휘할 수 있는지 판단하는 것이라고 제시하였으며, Wood et al.(1987)는 자기효능감이 개인의 전체적인 수행능력의 믿음으로, 문제 상황을 마주하였을

때 필요한 행동을 수행하는 자신의 능력의 개인적인 평가라고 하였다.

Gellathy & Meyer(1992)은 자기효능감이 과제, 과업 등의 수행능력에 대한 믿음이고, 과제 수행에 대한 중요성을 강조하며, 어떤 과제를 성취하기 위한 자기조절, 자기반응, 동기 과정 및 자기관찰, 자기 판단 등의 인지과정을 잘 이용할 수 있는지에 대한 효능 기대라고 하였다. Gardner & Pierce(1998)는 자기효능감이 개인의 많은 상황에 대한 과제 및 과업을 성공적으로 수행할 수 있는 전체적인 능력에 대한 동기적 신념이라고 하였다.

## 2. 정보기술분야의 자기효능감

정보통신기술의 발달과 도구의 등장은 시간과 공간을 초월하여 정보 공유 및 전달을 가능하게 하였고, 개인의 업무, 학습, 커뮤니케이션, 여가활동에 이르기까지 가상공간으로 확장되어가며 이것을 활용하는 이용자의 능력인 자기효능감에 대한 관심이 커지고 있다(Whitty & McLaughlin, 2007; Vekiri & Chronaki, 2008). Venkatesh & Davis(1996)는 자기효능감이 이용자의 인식, 조직 내 특정한 이용자 그룹 간 시스템을 수용하고 이용하는 행동을 가장 잘 예측 할 수 있다고 하였다. 이는 기술 수용의 측면에서 이용자 스스로 기술과 관련한 문제를 해결 할 수 있는 자기믿음이라고도 말할 수 있다(김배성·우형진, 2019). 때문에 신기술의 사용에 있어서 자기효능감이 높은 사람은 관련 정보를 능숙하게 이용하며 유용성을 크게 인식하는 등 시스템 이용능력에 대한 자신감이 높다고 판단할 수 있다(Chan, 2004).

Compeau & Higgins(1995)는 자기효능감을 개인이 정보기술을 사용하는 능력으로 정의하였으며, 자기효능감이 개인 컴퓨터를 이용하는 것에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 자기효능감 이론에 따라, 자기효능감이 높은 소비자들이 낮은 수준의 자기효능감을 가진 소비자보다 기술의 특징, 기능에 대한 이용의 용이성, 유용성을 인식하는데 많은 관심을 가지며 해당 기술 및 서비스를 이용하려는 경향이 있다(Yang, 2012; Basak et al., 2015).

Iconaru(2013)는 온라인 구매의도에 관한 연구를 통해 자기효능감은 온라인 구매의 용이성과 구매의도 사이의 관계에 조절효과가 있다는 결과를 도출하였다.

김용일(2013)은 스마트폰 관광정보를 통한 서비스의 품질이 이용자 만족도에 미치는 영향과 자기 효능감의 조절효과를 연구하였으며, Isaac et al.(2017)은 인터넷 사용에서 직원들의 기술 자기효능감이 유용성, 용이성에 미치는 영향을 분석하여 기술 자기효능감이 유용성,

용이성에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다.

Zhang et, al(2017)은 자기효능감이 높은 이용자가 새로운 기술을 습득하기 위한 노력에 자유로움을 느끼며, 그 기술과 관련하여 인지하는 용이성, 유용성이 사용의도에 미치는 영향이 강화될 것이라고 하였으며, 광대영(2019)은 SNS관광정보서비스 품질(편의성, 기능성, 유용성, 응답성, 흥미성)이 정보공유의도 간 영향관계에서, 사회적 네트워크, 정보 자기효능감의 조절효과를 연구하였다.

Huang & Ren(2020)은 피트니스 모바일 어플리케이션의 지속적 사용의도에 관한 연구에서 운동 자기효능감이 모바일 어플리케이션의 지각된 유용성 및 지속적 사용의도 사이에 조절효과가 있는 것을 발견하였다. 하지만 운동에 대한 자기효능감이 높은 사람이 낮은 사람보다 어플리케이션을 지속적으로 사용하려는 의도가 낮은 것으로 나타났다.

장안연(2020)은 커피 프랜차이즈의 모바일 어플리케이션 품질과 자기효능감이 재이용 의도에 미치는 영향 연구에서 자기효능감을 조절효과로 사용하였으며, 장준혁(2021)은 호텔정보화시스템의 품질(시스템, 정보, 서비스)이 자기 효능감과 컴퓨터 자기효능감에 따라 사용자 만족에 미치는 영향을 분석하였다.

나정(2022)은 기술수용모델을 적용한 호텔 서비스 로봇의 지속적 사용의도에 관한 연구에서 지각된 용이성, 지각된 유용성 모두 유의한 영향이 있는 것으로 나타났으며, 자기효능감의 조절효과를 검증할 통해 지각된 유용성과 지속적 사용의도를 조절한다고 하였다.

정리하면, 자기효능감은 개인이 성과를 도출하기까지 필요한 개인의 능력에 대한 믿음, 신념을 의미한다(Bandura, 1977). Bandura(1978)는 자기효능감을 인지적 개념을 통해 설명하며, 인간의 행동에 대한 선택과 실행을 하며, 그 행동을 완료하기 위해 지속적으로 노력하는 과정이며, 당면한 과제에 대한 수행 능력의 개인적인 믿음과 자기 기대감이라고 하였다. 또한 Sanchez & Hueros(2010)는 자기효능감이 정보기술을 채택함에 있어서 개인의 성향에 따라 수용태도, 이용행동에 영향을 미친다고 하였으며, Agarwal, Karahanna(2000)는 기술수용의 판단 근거로 이성적 측면뿐 만 아니라 이용자의 감성적 정서 혹은 주관적 판단에 의해서도 결정 될 수 있다고 하였다. 이는 기술수용모델에 관련한 변인들이 이용만족도 및 지속이용의도에 미치는 효과가 자기효능감과 같은 개인의 특성에 의해 조절 될 수 있으며, 정보기술이 빠르게 발전하는 상황에서 개인의 역량과 상황에 맞게 사용할 수 있는 자기효능감이 중요하다고 할 수 있다(이용규, 이종기, 2003).

본 연구에서는 Bandura(1977)의 자기효능감 이론을 바탕으로 하여 진행된 여러 가지 연



구들 중, 정보통신기술 분야에서 진행된 자기효능감의 개념을 중심으로 연구를 진행하였다. 더하여 Bandura(1977), 오경수(2012), 야렌 악균(2022)의 선행연구를 바탕으로 '새로운 기술이나 서비스와 관련한 적응 능력과 능력에 대한 믿음을 가지고 있다고 인지하고 있는 정도'로 정의하였다.

〈표 II-7〉 자기효능감의 선행연구

자기효능감 선행연구		
자기효능감	Bandura (1977)	인지적 개념을 통해 설명되는데, 행동에 대한 선택과 실행은 그 행동을 완수하기 위한 노력의 과정이며 해당 과제에 대한 수행능력의 개인적인 믿음과 자기 기대감
	Schunk (1982)	주어진 목표에 대한 과업의 수행과 달성을 위한 자신의 능력을 판단하는 것
	Lazarus, Folkmam (1984)	개인행동의 선택과 지속에 영향을 미치며, 자기효능감이 높은 사람은 어려운 과제를 해결하기 위해 포기하지 않고 도전적인 자세로 목표를 완수하려 함
	Vealey (1986)	개인이 가지고 있는 능력을 말하는 것이 아닌 가지고 있는 능력을 얼마나 발휘할 수 있는지 판단하는 것
	Wood et al.(1987)	개인의 전체적인 수행능력에 대한 믿음이며, 문제 상황을 마주하였을 때 필요한 행동을 수행할 때 자신의 능력에 대한 개인적인 평가
	Gellathy, Meyer (1992)	과제, 과업의 수행능력에 대한 믿음이며 과제를 성취하기 위한 자기조절, 자기반응, 자기관찰, 자기판단 등 인지과정에 대한 효능기대
	Gardner, Pierce (1998)	개인의 많은 상황에 대한 과제, 과업을 성공적으로 수행 할 수 있는 전체적인 능력과 그에 대한 동기가 될 수 있는 신념
정보통신기술 분야의 자기효능감	Davis (1996)	이용자의 인식과 조직 내 특정한 이용자 그룹의 시스템 수용 및 이용 행동을 가장 잘 예측 할 수 있으며, 기술수용의 측면에서 이용자 스스로 기술과 관련한 문제를 해결할 수 있는 자기믿음
	Compeau, Higgins (1995)	개인이 정보기술을 사용하는 능력이며, 그 중 개인 컴퓨터를 이용하는 것에 긍정적인 영향을 나타냄을 증명, 기존의 자기효능감 이론에 따라 자기효능감이 높은 사용자들이 기술의 특징, 기능에 대한 용이성, 유용성인식에 관심을 가지며 이용하려는 경향이 있음을 밝힘
	Iconaru (2013)	자기효능감에 따른 온라인 구매의 용이성, 유용성 및 구매의도 관계에서 조절효과가 나타남을 증명함
	김용일 (2013)	스마트폰 관광정보의 서비스 품질이 이용자 만족도와 자기효능감의 조절효과의 영향연구 진행
	Isaac et al. (2017)	직원들의 인터넷 사용에서 기술 자기효능감이 유용성, 용이성에 미치는 영향연구 진행
	Zhang et, al.(2017)	자기효능감이 높은 사람은 새로운 기술을 습득하기 위한 노력에 자유로움을 느끼며, 기술을 인지하는 용이성, 유용성, 사용의도가 강화됨
	곽대영 (2019)	SNS관광정보서비스 품질인 편의성, 기능성, 유용성, 응답성, 흥미성과 정보공유의도간 영향관계 연구에서 사회적 네트워크와 정보 자기효능감의 조절효과 연구 진행
	Huang, Ren (2020)	피트니스 모바일 앱의 지속적 사용의도에 운동 자기효능감이 모바일 앱 이용의 유용성, 용이성, 지속적 사용의도에 대한 조절효과 연구 진행
	장안연 (2020)	커피 프랜차이즈 모바일 앱 품질과 자기효능감이 재이용 의도에 미치는 영향연구 진행
	나정 (2022)	호텔 서비스 로봇의 특성과 유용성, 용이성, 지속적 사용의도의 영향관계에서 자기효능감의 조절효과 연구 진행

출처 : 선행연구를 바탕으로 연구자 재작성

## 제3장 연구 설계

### 제 1절 연구모형과 가설설정

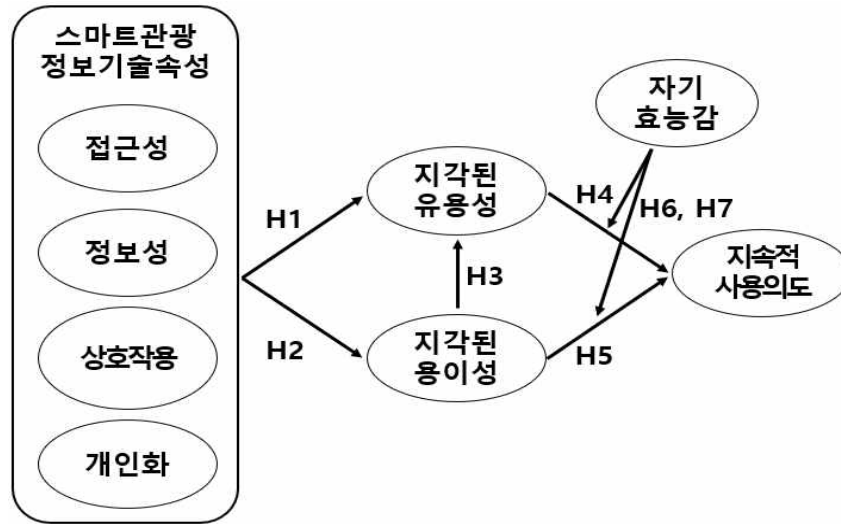
#### 1. 연구모형

본 연구에서 적용한 스마트관광 정보기술속성의 경우 다수의 연구(Gretzel et al., 2015; Huang et al., 2017; 이선영 등, 2018; 윤성욱 등, 2020; 김정수, 2021; 석윤지; 2022)를 기반으로 채택한 4가지 속성(접근성, 정보성, 상호작용, 개인화)으로 구성하였다. 한편, 연구에 따라 상호작용의 속성은 사용자 통제성, 응답성, 실시간 상호작용 등 다차원적인 개념으로 사용되어(이태민, 2004), 속성의 구성에 제외하기도 한다(김정수, 2022).

본 연구 모형은 Huang et al.(2017)의 스마트관광 정보기술속성의 탐색적 정보사용, 활용적 정보사용을 통해 관광 경험, 만족도에 미치는 영향연구, 석윤지(2022)의 스마트관광 정보기술과 지속적 사용의도에 미치는 영향 연구, 오승욱(2021)의 스마트관광 정보기술속성, 기억에 남는 관광경험, 지각된 가치, 만족도 연구, 김정수(2021)의 스마트관광 기술속성이 용이성, 유용성을 통한 관광객 행동의도에 미치는 영향연구, 김현정(2021)의 스마트관광 정보기술이 문화축제 관광경험과 재방문 의도에 미치는 영향 연구 등 기존의 스마트관광 정보기술속성의 변수와 기술수용모델, 관광객의 태도, 행동의도를 확인하는 연구와 비교하여 관광객의 자기효능이론을 이용한 '자기효능감'의 조절효과를 추가하여 연구의 영역을 확대시켰다.

본 연구는 확장된 기술수용모델을 기본 틀로 하여 기존의 정보기술 수용변수(지각된 용이성, 지각된 유용성)에 영향을 미치는 외부변수로 스마트관광 정보기술속성을 적용하였다. 아울러 정보기술 수용변수가 지속적 사용의도에 미치는 영향 관계에서 자기효능감 변수를 조절변수로 추가하여 연구를 진행하고자 한다. 연구모형은 다음 <그림Ⅲ-1>과 같다.

〈그림 III-1〉 연구 모형



## 2. 가설 설정

### 1) 스마트관광 정보기술속성과 지각된 유용성 간의 관계

지각된 유용성은 정보기술을 이용하며 업무 성과의 향상이 이루어 질 것이라고 믿는 정도이며(Davis, 1989), 이용자가 정보시스템을 이용하여 행동을 쉽고 유용하게 사용하여 업무 수행의 향상과 성과에 도움을 주는 정도로 정의하고 있다(Venkatesh & Davis, 2000). 특히 정보기술과 관광이 결합되어 넓어진 접근성은 스마트기기를 활용하는 관광객이 개인화된 정보를 시간, 장소에 제한 없이 이용하고 시행착오를 줄여 편리함을 증진하고 여행의 질을 높일 수 있을 것으로 여겨진다(구철모 등, 2014a, 2014b; 석윤지, 2022).

박일우(2012), 이진희(2019), 김정수(2021), 석윤지(2022) 등 다수의 선행연구를 살펴보면, 관광 및 여행과 관련한 어플리케이션, 웹사이트 등을 활용한 스마트관광 정보기술속성과 기술수용모델의 지각된 유용성이 정(+)의 유의한 영향관계가 있다고 밝혔다. 본 연구에서 Huang et al.(2017)이 제시하는 네 가지 스마트관광 정보기술속성과 함께 기술수용모델의 지각된 유용성의 관계에서, 선행연구를 통해 다음과 같은 가설을 설정하였다.

H1. 스마트관광 정보기술속성은 지각된 유용성에 정(+)<sup>1</sup>의 유의한 영향을 미칠 것이다.

H1-1. 스마트관광 정보기술속성 중 접근성은 지각된 유용성에 정(+)<sup>1</sup>의 유의한 영향을 미칠 것이다.

H1-2. 스마트관광 정보기술속성 중 정보성은 지각된 유용성에 정(+)<sup>1</sup>의 유의한 영향을 미칠 것이다.

H1-3. 스마트관광 정보기술속성 중 상호작용은 지각된 유용성에 정(+)<sup>1</sup>의 유의한 영향을 미칠 것이다.

H1-4. 스마트관광 정보기술속성 중 개인화는 지각된 유용성에 정(+)<sup>1</sup>의 유의한 영향을 미칠 것이다.

## 2) 스마트관광 정보기술속성과 지각된 용이성 간의 관계

Davis(1989)는 지각된 용이성이 정보기술을 이용할 때 신체적·정신적 수고를 덜어 정보를 손쉽게 얻을 수 있는 지각의 정도를 말하며, 쉽게 이용할 수 있는 기술은 반대의 경우보다 이용자들이 이용하는 비율이 높다는 것을 설명하였다(김진아, 2018; 심민섭, 2022). 즉, 정보기술의 발달로 인해 이용자들은 관광지, 관광 상품에 직접적인 개입이 가능하게 되어, 다른 관광객과 정보를 공유하며 수집하고 여행의 전반적인 계획을 수립하는 데 이용되며, 이는 정보기술을 사용하는 사람이라면 누구나 시간과 장소에 제한 없이 관광 정보를 쉽게 얻을 수 있게 된 것을 의미한다(최은희, 2017; 석윤지, 2022).

이위, 김문홍(2016), 김진아(2018), 민소라, 양지인, 배채수(2020), 유현정(2021) 등 다수의 선행연구를 살펴보면, 관광 및 여행과 관련한 어플리케이션, 웹사이트 등을 활용한 스마트관광 정보기술속성과 기술수용모델의 지각된 용이성이 정(+)<sup>1</sup>의 유의한 영향관계가 있다고 밝혔다. 이처럼 스마트폰, SNS 관광정보, 관광어플리케이션 등과 같은 스마트관광 정보기술과 지각된 용이성의 선행연구를 통해 본 연구에서는 스마트관광 정보기술속성이 지각된 용이성과 영향관계에서 다음과 같은 가설을 설정하였다.

H2. 스마트관광 정보기술속성은 지각된 용이성에 정(+)<sup>1</sup>의 유의한 영향을 미칠 것이다.

H2-1. 스마트관광 정보기술속성 중 접근성은 지각된 용이성에 정(+)<sup>1</sup>의 유의한 영향을 미칠 것이다.

H2-2. 스마트관광 정보기술속성 중 정보성은 지각된 용이성에 정(+)<sup>1</sup>의 유의한 영향을 미칠 것이다.

H2-3. 스마트관광 정보기술속성 중 상호작용성은 지각된 용이성에 정(+)<sup>1</sup>의 유의한 영향을 미칠 것이다.

H2-4. 스마트관광 정보기술속성 중 개인화는 지각된 용이성에 정(+)<sup>1</sup>의 유의한 영향을 미칠 것이다.

### 3) 지각된 유용성과 지각된 용이성의 관계

이용편리성이 증가하면 성과도 증가한다는 점은 지각된 용이성이 지각된 유용성에 직접적인 영향을 미친다는 것을 의미한다(채정숙, 이승곤, 2022). Davis(1989)는 연구에서 지각된 용이성과 지각된 유용성을 측정하는 척도의 타당성, 신뢰성의 확보를 통해 측정도구의 정교화를 시도하였으며, 이는 두 변수의 관계에서 지각된 용이성이 지각된 유용성에 영향을 미친다고 제시하였다. 이후 많은 연구들을 통해 지각된 용이성이 지각된 유용성의 선행변수임이 증명되어지고 있는데, 조대연, 권현정(2008), 김배성(2019), 임종석(2019) 등은 모바일, 인공지능 등 정보기술의 사용과 관련한 연구에서 지각된 용이성이 인지된 유용성에 정(+)의 유의한 영향관계가 있다고 하였다. 이 외에 지각된 유용성, 지각된 용이성을 다루는 선행연구(심성욱, 2009; 최환석·조주은·함성필, 2009; 강재정, 2010; 김미선, 2010; 정철·이준남, 2010; 김용일·임재문, 2014; 안지미·이병철, 2014; 곽비송·이정실, 2017)를 바탕으로 본 연구에서는 지각된 유용성과 지각된 용이성의 영향관계에서 다음과 같은 가설을 설정하였다.

H3. 지각된 용이성은 지각된 유용성에 정(+)의 유의한 영향을 미칠 것이다.

### 4) 지각된 유용성, 용이성과 지속적 사용의도 간의 관계

기술수용모델에서 새로운 기술에 대한 수용과 행동 의도에 영향을 미치는 주요한 변수로 지각된 유용성, 지각된 용이성을 제안하였으며, 많은 선행연구가 이루어져있다(Venkatesh & Davis, 2000; Moon & Kim, 2001; 박정숙, 변정우, 2013). 이외에도 이경근·노영(2009), 하준석(2017), 김수원(2012), 이인옥(2017), 배성일(2018), 남수태·진찬용(2017), 김미주(2009) 등 스마트폰, 모바일을 활용한 결제 및 예약 서비스의 수용의도, 재구매 의도 등을 다루는 다수의 선행연구에서 지각된 유용성, 용이성이 지속적 사용의도에 정(+)의 유의한 영향관계가 있다고 밝혔다. 한편 류정열(2017)은 자기효능감이 지각된 유용성과 행동의도에 영향을 미치는 요인이라고 밝혀졌다. 이외에도 다수의 후속 연구에서 지각된 유용성과 지각된 용이성이 사용의도에 유의한 영향을 미친다는 것을 검증하고 있으며(Venkatesh & Davis, 2000, 박종구, 2011; 유재현·박철, 2010), 이와 같은 선행연구를 통해 본 연구에서는 기술수용요인과 행동의도의 영향관계에서 다음과 같은 가설을 설정하였다.

H4. 지각된 유용성은 지속적사용의도에 정(+)<sup>1</sup>의 유의한 영향을 미칠 것이다.

H5. 지각된 용이성은 지속적사용의도에 정(+)<sup>1</sup>의 유의한 영향을 미칠 것이다.

#### 5) 자기효능감의 조절효과

자기효능감은 개개인이 설정한 특정 과업을 수행하기 위해 필요한 행동을 조직화하여 이를 수행할 수 있는 자신의 노력, 인내에 대한 자기평가이며 문제 해결과 성과달성을 위한 자아능력의 믿음이라고 할 수 있다(Bandura, 1982). 그 중 기술수용 분야에서는 매우 중요한 요인으로 이용 되고 있는데(성혜진, 2012), 온라인 환경에서 자기효능감이 낮은 이용자들은 인터넷 수용에 대한 효율성이 떨어지며 불편을 느낀다고 증명되기도 하였다(Eastin, LaRose, 2000). 이것은 기술의 채택과 수용에서 개인의 자기효능감이 인지된 유용성과 용이성에 영향을 나타낸다고 볼 수 있다(박혜진, 2003). 때문에 자기효능감은 새로운 정보기술과 서비스를 성공적으로 수용하는 능력으로, 이러한 영향요인과 내생변수 간 관련성에 상호 유의한 영향관계의 조절효과 연구가 진행되고 있다(김용일·양현교, 2012). 본 연구에서는 자기효능감의 연구 중 정보통신기술 분야의 자기효능감에 집중하여 기술을 수용하며, 유용함, 용이함과 지속적으로 이용하고자 하는 의도의 관계를 살펴보고자 한다. 김용일(2013), Isaac et al.(2017), Zhang et, al(2018), 광대영(2019), 장안연(2020), 장준혁(2021) 등은 관광정보, SNS 관광정보과 같은 변수가 용이성, 유용성, 만족도 등에 대한 자기효능감의 조절효과를 연구하였다. 한편, 조절효과를 살펴본 기술수용모델 관련 선행연구를 살펴보면, 대다수 독립변수와 종속변수 사이에 조절효과의 연구가 이루어지고 있다(김정수·윤성욱, 2021; 이은지·문재영, 2020; 김태중·정지영·이승로, 2017; Choi et al., 2010; Chung et al., 2010; Leong et al., 2018).

반면, 나정(2022)은 기술수용모델을 적용한 호텔 서비스 로봇의 지속적 사용의도에 관한 연구에서 자기효능감이 지각된 유용성과 지속적 사용의도를 조절한다고 하였다. Huang and Ren(2020)은 피트니스 앱의 지속사용의도와 관련한 연구, Iconaru(2013)는 온라인 구매의도와 관련한 연구를 통해 자기효능감의 조절효과를 연구하였다. 본 연구에서는 자기효능감의 조절효과와 관련한 선행연구를 기초로 하여 용이성과 유용성이 지속적사용의도의 관계에서 자기효능감이 조절효과가 있을 것으로 예상하여 다음과 같은 가설을 설정하였다.

H6. 자기효능감은 지각된 유용성이 지속적사용의도 사이에 조절역할을 할 것이다.

H7. 자기효능감은 지각된 용이성이 지속적사용의도 사이에 조절역할을 할 것이다.

## 제 2절 조사설계

### 1. 변수의 조작적 정의

본 연구의 실증 분석에 사용되는 설문지는 스마트관광 정보기술속성, 확장된 기술수용모델, 자기효능감의 이론적 고찰과 선행연구를 통해 구성되었다. 변수의 문항 구성은 선행 연구를 바탕으로 Likert 5점 척도로 구성하였으며, 설문지에 사용된 변수들의 조작적 정의는 다음과 같다. 조작적 정의란 모든 현상, 사물에 대한 일반적이고 보편적인 정의를 연구에서 조사하고 측정이 가능한 형태와 범위로 한정하여서 새롭게 정의하는 과정을 의미한다(이은수·조재범, 2016).

#### 1) 스마트관광 정보기술속성

스마트관광 정보기술속성과 관련한 선행연구를 살펴보면 주로 소비자 행동연구에 집중되어 있으며(Huang et al., 2017; 김정수, 2021; 김현정, 2021; 박재은 등, 2021; 위중비, 2022) 상대적으로 정보기술의 요인을 확인하는 연구가 부족하다. 따라서 Huang et al.(2017)의 스마트관광 정보기술속성 연구의 구성요인 구분을 바탕으로 Gretzel et al.(2015), 이선영 등(2018), 윤성욱 등(2020), 김정수(2021), 오승욱 등(2021), 석윤지(2022)의 선행 연구를 바탕으로 스마트 관광정보기술을 ‘스마트 폰을 활용하여 언제, 어디서나 관광에 필요한 실시간 정보 습득과 이를 공유하는 모든 활동’이라고 정의하였다. 본 연구에서는 스마트관광 정보기술속성을 Huang et al.(2017)이 분류한 접근성, 정보성, 상호작용, 개인화로 분류하여 접근성은 ‘시간과 장소에 제한 없이 관광 정보를 제공받는 정도’, 정보성은 ‘스마트 폰을 이용해 얻는 관광정보의 유용함과 정확성’, 상호작용은 ‘실시간 피드백과 정보에 대한 능동적인 공유, 구매 및 예약’, 개인화는 ‘관광객 개인의 요구에 적합한 맞춤형 정보’라고 정의하였다. 따라서 스마트폰 활용에 관한 4개 세부요인으로 구분되어 있으며, 본



연구의 목적에 맞게 수정하여 각 3문항씩 12개의 문항을 도출하였다. 설문지에 구성된 요인에 대한 항목은 Likert 5점 척도를 이용하여 측정하였다.

〈표 III-1〉 스마트관광 정보기술속성 측정문항

구성개념		측정내용	척도	선행연구
		여행 중, 관광웹사이트 및 앱은		
스마트관광 정보기술속성	접근성	시간의 제약없이 이용할 수 있었다.	Likert 5점 척도	Gretzel et al.(2015), Huang et al.(2017), 석윤지(2022), 김정수(2021), 오승욱 등(2021), 윤성욱 등(2020), 이선영 등(2018)
		장소의 제약 없이 이용할 수 있었다.		
		쉽게 이용할 수 있었다.		
	정보성	나에게 유용한 정보를 제공하였다.		
		상세한 정보를 제공하였다.		
		걱정 없이 여행을 잘 마치는데 도움을 주었다.		
	상호작용	다른 여행자들이 공유한 여행정보를 이용할 수 있었다.		
		다른 여행자들과 커뮤니케이션 할 수 있었다.		
		콘텐츠를 쉽게 공유할 수 있었다.		
	개인화	맞춤 정보를 받을 수 있었다.		
		필요한 관광 정보를 제공해 주었다.		
		관광 정보를 확인할 수 있었다.		

## 2) 지각된 유용성과 지각된 용이성

기술수용모델의 지각된 유용성과 지각된 용이성과 관련한 선행연구를 살펴보면 주로 스마트폰 및 모바일 앱의 이용에 관련된 연구(현용호 등, 2012; 정재선 등, 2019; 정은유, 2019; 심태용 등, 2020)와 최신기술의 수용과 관련된 연구(한영주 등, 2019; 황현철 등, 2019; 김재현 등, 2020)와 모바일 SNS의 이용 및 관광관련 연구(성혜진 등, 2013; 이예림 등, 2019; 최훈 등, 2019; 민소라, 2020; 가이위팅, 2020; 왕이연, 2021, 유현정, 2021)가 이루어지고 있다. 그 중 기술수용모델을 소개하는 Davis(1989)의 논문과 스마트관광 정보기술속성과 관련한 연구인 박일우(2012), 김정수(2021), 석윤지(2022)의 선행연구를 바탕으로 지각된 유용성은 ‘스마트관광 정보기술을 통해 소비자가 얻은 관광 정보가 얼마나 유용한지 인지하는 정도’로 구성하였으며, 지각된 용이성을 ‘관광정보를 얻기 위해 이용하는 스마트 정보기술이 얼마나 쉬운지 인지하는 정도’로 구성하였다. 따라서 본 연구에서는 지각된 유용성, 지각된 용이성 각각 4개의 문항으로 총 8문항을 구성하였고, 연구의 목적에 맞도록 수정하였으며, 설문지에 구성된 요인에 대한 항목은 Likert 5점 척도를 이용하여 측정하였다.

〈표 III-2〉 지각된 유용성·용이성 측정문항

구성개념	측정내용	척도	선행연구
	스마트관광 정보기술을 이용한(이용하여)		
지각된 유용성	여행정보는 유용하였다.	Likert 5점 척도	Davis(1989), 박일우(2012), 김정수(2021), 석윤지(2022)
	여행정보의 활용은 효율적이었다.		
	여행정보의 활용은 편리하였다.		
	시간과 비용을 절감할 수 있었다.		
지각된 용이성	이용하기 간편하게 구성되어 있었다.		
	수집한 정보는 이해하기 쉬웠다.		
	여행 정보를 쉽게 얻을 수 있었다.		
	시간과 장소의 제약 없이 여행정보를 얻을 수 있었다.		

### 3) 지속적 사용의도

기술수용모델의 지속적 사용의도와 관련한 선행연구를 살펴보면 주로 이용자의 행동연구가 주된 목적이며, 관광정보탐색이나 모바일 어플리케이션, SNS의 이용 등 스마트폰의 사용연구(안지미 등, 2014; 박성준 등, 2015; 차재빈 등, 2015; 채정숙 등, 2022; 석윤지, 2022)가 이루어지고 있다. 그 중 기술수용모델을 사용하는 Davis(1989)의 논문과 함께 스마트관광 정보기술속성과 관련한 연구인 박일우(2012), 석윤지(2022), 이현수(2023)의 선행연구를 바탕으로 지속적 사용 의도를 ‘스마트관광 정보기술을 앞으로 지속적으로 사용하고 자 하는 의도’로 구성하였다. 따라서 본 연구에는 선행연구를 통해 지속적 사용의도에 대한 4개의 문항을 구성하였고, 연구의 목적에 맞게 수정하였으며, 설문지에 구성된 요인에 대한 항목은 Likert 5점 척도를 이용하여 측정하였다.

〈표 III-3〉 지속적 사용의도 측정 문항

구성개념	측정내용	척도	선행연구
	스마트관광 정보기술을 이용한(이용하여)		
지속적 사용의도	관광정보를 통해 관광을 다시 할 것이다.	Likert 5점 척도	Davis(1989), 박일우(2012), 석윤지(2022), 이현수(2023)
	관광정보를 주변사람들에게 추천 할 것이다.		
	관광정보에 대하여 긍정적으로 이야기 할 것이다.		
	관광정보를 지속적으로 얻을 것이다.		

4) 자기효능감

자기효능감과 관련한 선행연구를 살펴보면 주로 심리학 분야에서의 선행연구가 많이 이루어져 있으나 정보통신기술 분야에서 자기효능감을 이용하는 선행연구(Davis, 1996; Compeau et al., 1995; Iconaru, 2013; Isaac et al., 2017; Zhang et al., 2017; Huang et al., 2020; 김용일, 2013; 광대영, 2019; 장안연, 2020; 나정, 2022) 또한 다수 이루어지고 있다. 그 중 본 연구는 자기효능감을 제시한 Bandura(1977)의 연구와, 관광 관련 정보통신기술 분야의 자기효능감의 연구인 오경수(2012), 야렌 악균(2022)의 선행연구를 바탕으로 '새로운 기술이나 서비스와 관련한 적응 능력과 능력에 대한 믿음을 가지고 있다고 인지하고 있는 정도'로 정의하였다. 따라서 본 연구에서는 선행연구를 통해 자기효능감에 대한 4개 문항을 구성하였고, 연구의 목적에 맞도록 수정하였으며, 설문지에 구성된 요인에 대한 항목은 Likert 5점 척도를 이용하여 측정하였다.

〈표 III-4〉 자기효능감 측정 문항

구성개념	측정내용	척도	선행연구
	나는 스마트폰의 새로운 기술이나 서비스를(에)		
자기효능감	다른 사람들 보다 잘 이용하는 편이다.	Likert 5점 척도	Bandura(1977), 오경수(2012), 야렌 악균(2022)
	기꺼이 이용하려고 한다.		
	잘 적응하는 편이다.		
	이용하는 방법을 스스로 터득할 자신이 있다.		

## 2. 설문지 구성

본 연구에 적용한 설문지는 크게 ‘스마트폰의 일반적 사용’ 3 문항, ‘스마트 관광정보기술’ 12문항, ‘기술의 수용’ 8문항, ‘지속적 사용의도’ 4문항, ‘자기효능감’ 4문항, ‘인구통계적 특성 6문항’의 여섯 부분으로 구성되며, 총 37개의 문항수로 구성하였다. 구성된 설문지의 항목은 <표 III-5>와 같다.

〈표 III-5〉 설문지 구성

구 분		선행연구	
스마트기기의 활용	3	Gretzel et al.(2015), Huang et al.(2017), 석윤지(2022), 김정수(2021), 오승욱 등(2021), 윤성욱 등(2020), 이선영 등(2018)	
스마트관광 정보 기술	접근성		3
	정보성		3
	상호작용		3
	개인화	3	
기술의 수용	지각된 유용성	4	Davis(1989), 박일우(2012), 김정수(2021), 석윤지(2022)
	지각된 용이성	4	
지속적 사용의도	스마트관광 정보기술에 대한 지속적 사용의도	4	Davis(1989), 박일우(2012), 석윤지(2022), 이현수(2023)
자기효능감	4	Bandura(1977), 오경수(2012), 야렌 악균(2022)	
인구 통계적 특성	6	연구자	
합 계	37		

## 3. 표본의 구성

본 연구는 연구의 목적을 달성하기 위해 이론적 배경에 대한 연구와 실증적 연구를 병행하여 진행하였다. 선행연구를 바탕으로 연구 모형을 설정하고, 이를 토대로 연구 모형의 타당성과 가설의 검증을 위하여 실증조사를 실시하여 수집된 자료를 분석하였다.

본 연구의 대상적 범위는 제주도 방문 내국인 관광객을 대상으로 하였으며, 제주지역 관광경험이 있는 사람 중, 스마트폰을 이용하여 관광정보를 검색, 공유, 관광 상품 예약, 결제 등의 스마트 관광을 경험한 사람을 모집단으로 하였다. 조사 기간은 2023년 4월 18일 ~ 4월 21일까지이며, 제주국제공항에서 제주도를 방문한 관광객을 대상으로 대면조사를 병행하여 실시하였다.

〈표 III-6〉 표본선정과 자료 수집

구분	내용	비고
조사 기간	2023. 04. 18 ~ 2023. 04. 21	
조사 대상	대면설문	설문대상 (330) 부
조사 장소	제주국제공항	

#### 4. 분석 방법

본 연구에서는 이론적 배경을 바탕으로 설정한 가설을 바탕으로 실증적 검증을 위해 설문 조사를 실시하였다. 총 305개의 유효한 표본을 모집하였으며, 데이터 코딩 과정을 거쳐 SPSS 22.0, AMOS 22.0 프로그램을 이용하여 다음과 같은 통계 분석을 실시하였다.

첫째, 표본의 인구통계학적 특성에 대한 분포와 스마트폰 사용에 대한 일반적인 특성을 파악하기 위해 빈도 분석을 진행하였으며, 변수들의 일반적인 경향과 정규성을 살펴보기 위하여 기술 통계량 분석을 진행하였다.

둘째, 본 연구에서 사용된 측정 도구의 신뢰도, 타당도를 평가하기 위해 스마트관광 정보기술 속성, 지각된 유용성, 지각된 용이성, 지속적 사용의도, 자기효능감 측정항목의 내적 일관성 지수(Cronbach's  $\alpha$ )를 도출하였으며, 연구가설의 검증에 앞서 측정 도구들이 공통된 요인으로 묶이는지 확인하고, 구분되는지 확인하기 위해 탐색적 요인 분석을 진행하였다.

셋째, 스마트 관광정보기술이 지각된 용이성, 지각된 유용성에 미치는 영향관계, 지각된 용이성이 지각된 유용성에 미치는 영향관계, 지각된 용이성과 지각된 유용성이 지속적 사용의도에 미치는 영향 관계, 자기효능감의 조절효과를 살펴보기 위해 확인적 요인분석을 실시하였다. 먼저 상관관계 분석을 통해 주요 변수 간 관련성 파악을 위해 상관관계 분석을 진행하였고, 확인적 요인분석의 모형과 그 적합도를 확인하였다. 이후 집중타당도, 판별타당도 분석을 통해 관측변수의 유의성, 신뢰도, 타당도를 확인하였다. 마지막으로 구조 모형의 적합도 검증과 함께 구조모형의 경로분석을 통해 가설검증을 진행하였다.

넷째, 자기효능감의 조절효과가 미치는 영향관계를 살펴보기 위해 측정 동일성 검증을 진행한 후, 자기효능감 값의 평균을 기준으로 '저집단', '고집단'으로 분류하여 경로계수 확인을 통해 조절효과를 확인하였다.

## 제4장 실증분석

### 제1절 표본의 일반적 특성 및 기술통계

#### 1. 응답자의 인구통계학적 특성

본 연구는 설문조사를 통하여 305명의 유효한 표본을 모집하였다. 이에 대한 인구통계학적 특성의 분석 결과는 <표 IV-1>과 같다. 먼저 성별을 살펴보면, 남성은 146명(47.9%), 여성은 159명(52.1%)로 나타났다. 연령을 살펴보면, 20대는 109명(35.7%), 30대는 69명(22.6%), 40대는 62명(20.3%), 50대는 50명(16.4%), 60대 이상 15명(4.9%)으로 조사되었다. 직업을 살펴보면, 학생은 62명(20.3%), 사무직은 61명(20.0%), 생산은 7명(2.3%), 판매는 37명(12.1%), 공무원은 26명(8.5%), 자영업은 37명(12.1%), 전문직은 26명(8.5%), 주부는 32명(10.2%), 기타 18명(5.9%)으로 나타났다. 학력을 살펴보면, 고졸 졸업/재학은 27명(8.9%), 전문대 졸업/재학은 51명(16.7%), 대학교 졸업/재학은 189명(62.0%), 대학원 졸업/재학은 38명(12.5%)으로 나타났다. 수입을 살펴보면, 100만 미만은 61명(20.0%), 100~200만원 미만은 38명(12.5%), 200~300만원 미만은 71명(23.3%), 300~400만원 미만은 62명(20.3%), 400만원 이상은 73명(23.9%)으로 나타났다. 거주 지역을 살펴보면, 서울/경기/인천은 136명(44.6%), 대전/세종/충청도는 57명(18.7%), 광주/전라도는 48명(15.7%), 부산/울산/대구/경상도는 43명(14.1%), 강원도는 21명(6.9%) 순으로 나타났다.

〈표 IV-1〉 연구 대상자의 일반적 특성에 대한 빈도분석

	구 분	빈 도(명)	구성비(%)
성별	남성	146	47.9
	여성	159	52.1
연령	20대	109	35.7
	30대	69	22.6
	40대	62	20.3
	50대	50	16.4
	60대 이상	15	4.9
직업	학생	62	20.3
	사무직	61	20.0
	생산	7	2.3
	판매	37	12.1
	공무원	26	8.5
	자영업	37	12.1
	전문직	26	8.5
	주부	31	10.2
	기타	18	5.9
학력	고졸	27	8.9
	전문대 졸업/ 재학	51	16.7
	대학교 졸업/ 재학	189	62.0
	대학원 졸업/ 재학	38	12.5
수입	100만원 미만	61	20.0
	100~200만원 미만	38	12.5
	200~300만원 미만	71	23.3
	300~400만원 미만	62	20.3
	400만 이상	73	23.9
거주지역	서울/경기/인천	136	44.6
	대전/세종/충청도	57	18.7
	광주/전라도	48	15.7
	부산/울산/대구/경상도	43	14.1
	강원도	21	6.9

## 2. 응답자의 스마트폰 사용 특성

본 연구에서 활용한 표본의 스마트폰 사용 특성을 살펴보면 <표 IV-2>와 같다. 관광정보채널을 살펴보면, 블로그는 94명(30.8%), 인스타그램은 105명(34.4%), 유튜브는 58명(19.0%), 제주메타버스는 0명(0.0%), 제주관광홈페이지는 17명(5.6%), 페이스북은 7명(2.3%), 트위터는 2명(0.7%), 커뮤니티는 15명(4.9%), 기타는 7명(2.3%)으로 나타났다. 관광정보를 살펴보면, 맛집은 111명(36.4%), 지리정보는 8명(2.6%), 기후/날씨는 18명(5.9%), 추천관광코스는 48명(15.7%), 인증샷은 6명(2.0%), 숙박업소는 27명(8.9%), 카페는 38명(12.5%), 여행정보는 46명(15.1%), 기타 3명(1.0%)으로 나타났다. 스마트폰 이용시간을 살펴보면, 30분 미만은 45명(14.8%), 30분 이상-1시간 미만은 95명(31.1%), 1-2시간 미만은 113명(37.0%), 2-3시간 미만은 34명(11.1%), 3시간 이상 18명(5.9%)으로 나타났다. 본 연구의 표본은 인스타그램, 블로그, 유튜브의 순으로 관광정보채널을 주로 이용하는 것으로 나타났으며, 찾아보는 관광정보는 맛집, 추천관광코스, 여행정보, 카페 등의 순으로 이용하는 것으로 나타났다. 더하여 필요한 관광정보 습득을 위해 사용된 1일 평균 스마트폰 이용시간은 1-2시간 미만, 30분 이상-1시간 미만의 순으로 이용하는 것으로 나타났다.



〈표 IV-2〉 스마트폰 사용 특성에 대한 빈도분석

	구 분	빈 도(명)	구성비(%)
관광정보채널	블로그	94	30.8
	인스타그램	105	34.4
	유튜브	58	19.0
	제주메타버스	0	0.0
	제주관광홈페이지	17	5.6
	페이스북	7	2.3
	트위터	2	0.7
	커뮤니티	15	4.9
	기타	7	2.3
관광정보	맛집	111	36.4
	지리정보	8	2.6
	기후/날씨	18	5.9
	추천관광코스	48	15.7
	인증샷	6	2.0
	숙박업소	27	8.9
	카페	38	12.5
	여행정보	46	15.1
	기타	3	1.0
1일 평균 스마트폰 이용시간	30분 미만	45	14.8
	30분 이상-1시간 미만	95	31.1
	1-2시간 미만	113	37.0
	2-3시간 미만	34	11.1
	3시간 이상	18	5.9

### 3. 측정 항목의 기술 통계량 분석

본 연구는 변수들의 일반적 경향성과 정규성을 살펴보기 위해 평균, 표준편차, 왜도, 첨도를 산출하였으며, <표 IV-3>과 같다. 정규성 검정은 일변량 정규성, 다변량 정규성을 검토하였으며, 정규성 항목 중 왜도와 첨도를 파악하였다. 왜도는 자료의 대칭성정도를 나타낸 것으로 평균에 대한 정규분포와는 다르게 양의 왜도는 자료가 평균 좌측에, 음의 왜도는 평균의 우측에 몰려있어 평균에 대한 비대칭적 분포를 이룬다. 본 연구에서 사용한 변수들의 왜도 값은 -0.989에서 -0.161이며, 첨도 값은 0.374에서 2.924으로 나타났다. Kline(2005)에 따르면 왜도는 절대값이 3, 첨도는 절대값이 10을 벗어나지 않으면 해당 변수의 정규성을 가정할 수 있다고 하였다. 따라서 본 연구에서 사용된 모든 변수는 정규성 가정에 문제가 없는 것으로 나타났다.

<표 IV-3> 기술 통계 분석

변수	요인	평균	표준편차	왜도	첨도
스마트관광 정보기술속성	접근성	4.21	0.654	-0.989	2.732
	정보성	3.83	0.650	-0.499	1.479
	상호작용	3.62	0.771	-0.402	0.374
	개인화	3.82	0.614	-0.569	1.699
기술수용모델	유용성	4.04	0.539	-0.182	0.711
	용이성	4.02	0.518	-0.161	0.402
	지속사용	3.98	0.591	-0.802	2.924
자기 효능감		3.82	0.646	-0.443	0.817

## 제2절 신뢰성과 타당성 검증

### 1. 신뢰성 검증

신뢰도 분석은 SPSS 22.0을 사용하여 내적 일관성을 말하는 크론바흐 알파(Cronbarch's  $\alpha$ )값을 확인하였다. 본 연구에서는 타당도 분석에서 제거된 문항을 제외한 문항을 대상으로 분석을 시행하였다. Cronbarch's  $\alpha$ 값은 0.7 이상 일 때 해당변수의 일반적인 내적일관성 신뢰도가 양호하다고 하는데, <표 IV-4>를 살펴보면 본 연구의 모든 변수들은 Cronbarch's  $\alpha$  값이 0.7 이상으로 양호한 신뢰도를 나타낸다고 할 수 있다. 세부적으로 접근성은 0.871, 정보성은 0.820, 개인화는 0.767, 상호작용은 0.739, 유용성은 0.813, 용이성은 0.795, 지속적 사용의도는 0.833, 자기 효능감은 0.842로 나타났다.

<표 IV-4> 신뢰도 분석 결과

변수	요인	문항수	Cronbarch's $\alpha$
스마트관광 정보기술숙성	접근성	3	0.871
	정보성	3	0.820
	개인화	3	0.767
	상호작용	3	0.739
기술수용모델	유용성	3	0.813
	용이성	4	0.795
	지속적 사용의도	4	0.833
자기 효능감		4	0.842

### 2. 탐색적 요인분석

본 연구는 연구 가설의 검증에 앞서 변수들의 서로 구분되는지 확인하기 위해 탐색적 요인 분석을 실시하였다. 요인분석은 측정 도구들이 어떠한 공통된 요인으로 묶이는지 확인하는데, 상호관계에 근거하여 각 변수 내에 있는 요인들은 상관관계가 큰 것 끼리 모이게 되고, 다른 요인들에 포함된 요인들은 상관관계가 낮게 표현이 된다. 요인 분석 시 타당성이나 공통

성이 낮으면 그 질문은 제외되고, 또한 질문이 다른 요인(변수)로 묶이게 되면 그 질문도 제외하여 변수변환이 된다. 본 연구에서는 요인분석을 위하여 주성분 분석 방법을 사용하며, 회전 방법은 직교 회전 방법의 베리맥스 회전을 사용하였고, KMO와 Bartlett의 구형성 검증도 함께 진행하였다. 사회과학 분야에서 고유값(Eigen value)은 1.0이상과 요인 적재치 0.40 이상을 판단기준으로 삼고있으며, KMO 값은 0.7이상이면 양호한 것으로 판단된다.

본 연구의 스마트관광 정보기술속성의 요인분석을 살펴보면 KMO값은 0.862로 양호하다고 판단되며, Bartlett 구형성 검증에서 탐색적 요인 분석의 결과 값의 유의도가  $p < 0.01$ 이하로 통계적으로 유의미한 데이터로 요인분석의 사용이 적합하다고 나타났다. 또한 고유값 1 이상을 만족하며 요인 공통성과 타당성이 확보된 문항을 분석에 활용하였다. 그 결과 스마트 관광 정보기술속성 변수들의 고유값은 각각 2.651, 2.337, 2.047, 1.862이다.

〈표 IV-5〉 스마트관광 정보기술속성의 요인분석

변수명		요인명				고유값 (Eigen 값)	변량(%)
		접근성	정보성	개인화	상호작용		
접근성	1	.856	.204	.156	.102	2.651	22.088
	2	.876	.198	.145	.105		
	3	.777	.182	.162	.156		
정보성	1	.316	.648	.308	.158	2.337	19.475
	2	.158	.872	.231	.113		
	3	.201	.746	.265	.173		
개인화	1	-.041	.313	.659	.350	2.047	17.058
	2	.250	.311	.783	.192		
	3	.275	.163	.788	.064		
상호작용	1	.355	.479	.029	.520	1.862	15.159
	2	-.008	.152	.175	.872		
	3	.339	.111	.239	.745		
<b>Kaiser-Meyer-Olkin</b>		0.862					
<b>Bartlett 구형성 검증</b>	<b>근사 <math>\chi^2</math></b>	1876.909					
	<b>자유도(df)</b>	66					
	<b>p</b>	p<0.01**					

\*p<0.05, \*\*p<0.01

용이성·유용성의 요인분석을 살펴보면 KMO값은 0.840로 양호하다고 판단되며, Bartlett 구형성 검증에서 탐색적 요인 분석의 결과 값의 유의도가  $p < 0.01$ 이하로 통계적으로 유의미한 데이터로 요인분석의 사용이 적합하다고 나타났다. 또한 고유값 1 이상을 만족하며 요인 공통성과 타당성이 확보된 문항을 분석에 활용하였다. 이 과정에서 유용성의 4번 문항이 용이성의 항목으로 묶이게 되어 제거하였으며, 결과적으로 용이성·유용성 변수들의 고유값은 각각 2.445, 2.279이다.

〈표 IV-6〉 용이성·유용성의 요인분석표

변수명		요인명		고유값 (Eigen 값)	변량(%)
		용이성	유용성		
용이성	1	.610	.380	2.445	34.928
	2	.797	.296		
	3	.827	.181		
	4	.746	.187		
유용성	1	.242	.805	2.279	32.551
	2	.206	.851		
	3	.312	.780		
	4	제거			
<b>Kaiser-Meyer-Olkin</b>				0.840	
<b>Bartlett 구형성 검정</b>		<b>근사 <math>\chi^2</math></b>		846.198	
		<b>자유도(df)</b>		21	
		<b>p</b>		p<0.01**	

\*p<0.05, \*\*p<0.01

지속적 사용의도의 요인분석을 살펴보면 KMO값은 0.760로 양호하다고 판단되며, Bartlett 구형성 검증에서 탐색적 요인 분석의 결과 값의 유의도가 p<0.01이하로 통계적으로 유의미한 데이터로 요인분석의 사용이 적합하다고 나타났다. 또한 고유값 1이상을 만족하며 요인 공통성과 타당성이 확보된 문항을 분석에 활용하였다. 그 결과 지속적 사용의도 변수들의 고유값은 2.686 이다.

〈표 IV-7〉 지속적 사용의도의 요인분석표

변수명		요인명		고유값 (Eigen 값)	변량(%)
		지속사용			
지속적 사용의도	1	.811		2.686	67.148
	2	.796			
	3	.869			
	4	.800			
<b>Kaiser-Meyer-Olkin</b>				0.760	
<b>Bartlett 구형성 검정</b>		<b>근사 <math>\chi^2</math></b>		495.463	
		<b>자유도(df)</b>		6	
		<b>p</b>		p<0.01**	

\*p<0.05, \*\*p<0.01

자기효능감의 요인분석을 살펴보면 KMO값은 0.740로 양호하다고 판단되며, Bartlett 구형성 검증에서 탐색적 요인 분석의 결과 값의 유의도가  $p < 0.01$ 이하로 통계적으로 유의미한 데이터로 요인분석의 사용이 적합하다고 나타났다. 또한 고유값 1이상을 만족하며 요인 공통성과 타당성이 확보된 문항을 분석에 활용하였다. 그 결과 지속적 사용의도 변수들의 고유값은 2.714 이다.

〈표 IV-8〉 자기효능감에 대한 요인분석

변수명		요인명	고유값 (Eigen 값)	변량(%)
		자기 효능감		
자기효능감	1	.836	2.714	67.859
	2	.765		
	3	.874		
	4	.816		
Kaiser-Meyer-Olkin			0.740	
Bartlett 구형성 검증	근사 $\chi^2$		537.156	
	자유도(df)		6	
	p		$p < 0.01^{**}$	

\* $p < 0.05$ , \*\* $p < 0.01$

### 제3절 확인적 요인분석

#### 1. 상관관계분석

본 연구의 가설적 모형의 검증과 확인적 요인분석을 진행하기에 앞서 피어슨 상관관계 분석을 통해 주요 변수 간 관련성을 분석하였다. 변수들 간 상관계수가 0.80 이상일 때는 다중 공선성의 문제가 발생할 가능성이 있다. 본 연구의 변수 관계는 모두 0.80 이하로 다중 공선성의 문제가 없는 것으로 나타났다. 더하여 모든 관계에서 유의미한 상관관계가 있는 것으로 나타났다.

〈표 IV-9〉 상관관계 분석

	1	2	3	4	5	6	7	8
1. 접근성	1							
2. 정보성	.515**	1						
3. 상호작용	.449**	.533**	1					
4. 개인화	.429**	.628**	.529**	1				
5. 유용성	.460**	.576**	.464**	.541**	1			
6. 용이성	.529**	.556**	.492**	.510**	.589**	1		
7. 지속사용	.574**	.588**	.532**	.569**	.526**	.586**	1	
8. 효능감	.436**	.320**	.371**	.269**	.345**	.346**	.429**	1

\*p<0.05, \*\*p<0.01

## 2. 확인적 요인분석 모형 및 적합도

구조방정식 모형 분석을 진행하기 전, 각 잠재변인을 구성하는 관측 변인이 타당하게 구성되었는지 파악하기 위해 확인적 요인분석을 진행하였다. 본 연구에서는 적합도 평가 지수의 기준인 CFI(Comparative Fit Index), TLI(Tucker-Lewis Index), RMSEA(Root-Mean Square Error of Approximation)를 이용하여 모형의 적합도를 평가하였다. 증분적합지수 중 CFI 값과 TLI 값이 높을수록 모형 적합도가 좋은 것으로 판단하며, 대략 0.9이상이면 좋은 적합도로 해석되어 진다. 반면 RMSEA(근사오차평균자승의 이 중근)값은 작을수록 좋은 적합도로 해석한다. 보편적으로 0.05 미만이면 아주 좋은 적합도, 0.08미만 이면 좋은 적합도, 0.10 미만이면 보통 적합도, 0.10 이상이면 나쁜 적합도를 나타내며, RMR 값은 .05에서 .08 사이면 양호한 기준으로 본다(Joreskog & Sorborm, 1998). 본 연구에서 TLI의 값은 기준치인 0.9 값을 보였으며, CFI는 기준치인 0.9보다 높은 값을 보였다. SRMR의 값 또한 0.1 이하로 적합하다고 할 수 있다. 더하여 절대적합지수인 RMSEA는 기준치인 .10보다 낮은 값을 보이며 전반적으로 양호한 적합도를 보여, 확인적 요인분석 모형은 적합한 것으로 나타났다.

〈표 IV-10〉 확인적 요인분석 모델 적합도

연구모형의 카이제곱 값			증분적합지수		RMSEA			SRMR
$\chi^2$	DF	P	TLI	CFI	Value	Lower Bound	Upper Bound	
551.391	209	.000	.900	.909	.073	.066	.081	.056

### 3. 집중타당도 분석

관측변수의 유의성, 신뢰도를 파악하기 위하여 확인적 요인분석에 대한 집중타당도의 결과는 <표 IV-11>과 같다. 또한 수렴타당도의 검정으로 개념신뢰도(Construct Reliability) 및 평균분산추출(AVE)을 확인할 수 있었다. 평균분산추출 AVE의 값은 잠재변수의 표준적재량(표준회귀계수)과 측정오차의 분산인 표준적재량(오차분산)을 통해 계산하여 얻는 수치이며, 일반적인 기준치는 AVE 값 0.5 이상, 개념 신뢰도 값 0.7보다 높은 수치가 나와야 한다.

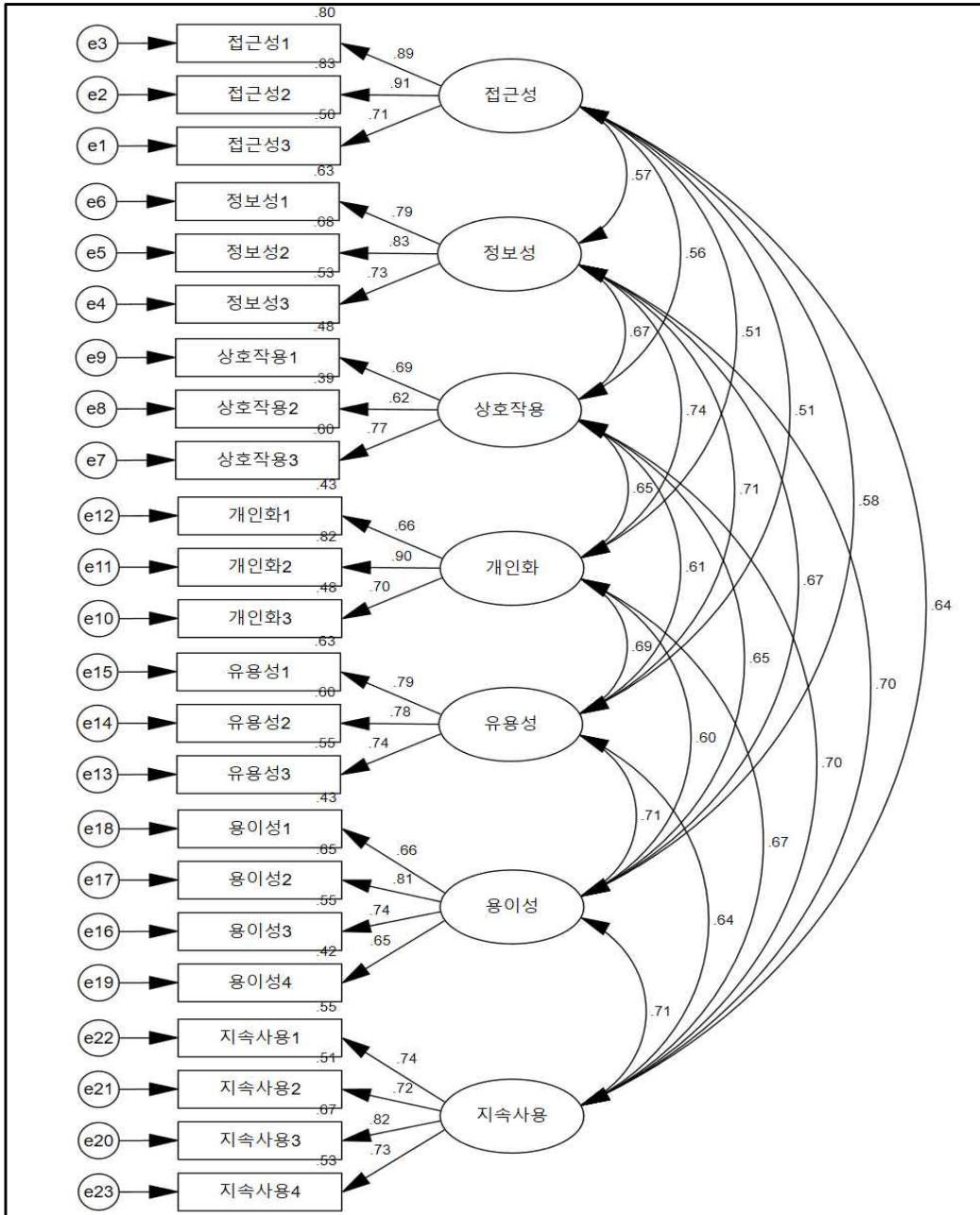
스마트관광 정보기술속성 중 접근성의 수렴타당도인 개념 신뢰도 값은 .824, 평균분산추출 AVE값은 0.933이었다. 정보성의 개념 신뢰도 값은 .735, 평균분산추출 AVE값은 .893이었다. 상호작용의 개념 신뢰도 값은 .511 평균분산추출 AVE값은 .756이었다. 개인화의 개념 신뢰도 값은 .699, 평균분산추출 AVE값은 .872였다. 지각된 유용성의 개념 신뢰도 값은 .785, 평균분산추출 AVE값은 .916이었다. 지각된 용이성의 개념 신뢰도 값은 .707, 평균분산추출 AVE값은 .905이었다. 마지막으로 지속적 사용의도의 개념 신뢰도 값은 .713 평균분산추출 AVE값은 .908이었다. 이를 통해 본 연구의 측정 값은 모두 기준치에 속하는 값으로 확인되어 타당도를 확보하고 있다고 할 수 있다.



〈표 IV-11〉 확인적 요인분석에 대한 집중타당도

경로	비표준화계수	표준화계수	S.E.	C.R.	P	AVE	개념 신뢰도	
접근성 →	접근성3	1.000	.707	-	-	-	.824	.933
	접근성2	1.357	.910	.093	14.578	***		
	접근성1	1.328	.895	.092	14.466	***		
정보성 →	정보성3	1.000	.726	-	-	-	.735	.893
	정보성2	1.186	.827	.090	13.238	***		
	정보성1	1.142	.791	.090	12.756	***		
상호작용 →	상호작용3	1.000	.773	-	-	-	.511	.756
	상호작용2	.914	.623	.094	9.744	***		
	상호작용1	.846	.694	.079	10.751	***		
개인화 →	개인화3	1.000	.696	-	-	-	.699	.872
	개인화2	1.262	.904	.097	13.004	***		
	개인화1	1.197	.656	.115	10.436	***		
지각된 유용성 →	유용성3	1.000	.741	-	-	-	.785	.916
	유용성2	1.039	.777	.083	12.488	***		
	유용성1	.984	.791	.078	12.663	***		
지각된 용이성 →	용이성3	1.000	.741	-	-	-	.707	.905
	용이성2	1.119	.808	.086	13.003	***		
	용이성1	1.086	.659	.101	10.742	***		
	용이성4	.917	.650	.087	10.595	***		
지속적 사용의도 →	지속사용3	1.000	.821	-	-	-	.713	.908
	지속사용2	.997	.717	.076	13.108	***		
	지속사용1	.849	.741	.062	13.654	***		
	지속사용4	.887	.727	.067	13.334	***		

〈그림 IV-1〉 확인적 요인분석



#### 4. 판별타당도 분석

본 연구에서는 판별타당도를 평가하기 위해 변각 변인에 대한 평균분추출값(AVE)을 측정하였고, 변인들 간의 상관계수를 산출하였다. 판별타당도를 평가하는 기준은 각 변인 간 상관계수 제곱값이 평균분산추출값을 상회하지 않아야 하는데(Fornell et al., 1981), 모든 변인이 모두 평균분산추출지수보다 낮게 나타남으로서 판별타당도가 확보되었음을 확인할 수 있었다. 확인적 요인분석에 의한 판별 타당도를 살펴보면 <표 IV-12>과 같다.

<표 IV-12> 확인적 요인분석에 대한 판별타당도

변 인		상관계수제곱	평균분산추출지수 AVE	
접근성	↔	정보성	0.324	.824
	↔	상호작용	0.316	
	↔	개인화	0.257	
	↔	유용성	0.260	
	↔	용이성	0.334	
	↔	지속사용	0.404	
정보성	↔	상호작용	0.450	.735
	↔	개인화	0.546	
	↔	유용성	0.501	
	↔	용이성	0.444	
	↔	지속사용	0.493	
상호작용	↔	개인화	0.421	.511
	↔	유용성	0.366	
	↔	용이성	0.428	
	↔	지속사용	0.486	
개인화	↔	유용성	0.471	.699
	↔	용이성	0.360	
	↔	지속사용	0.444	
유용성	↔	용이성	0.498	.785
용이성	↔	지속사용	0.498	.707
유용성	↔	지속사용	0.407	.713

## 제4절 가설검증

### 1. 구조모형 적합도 검증

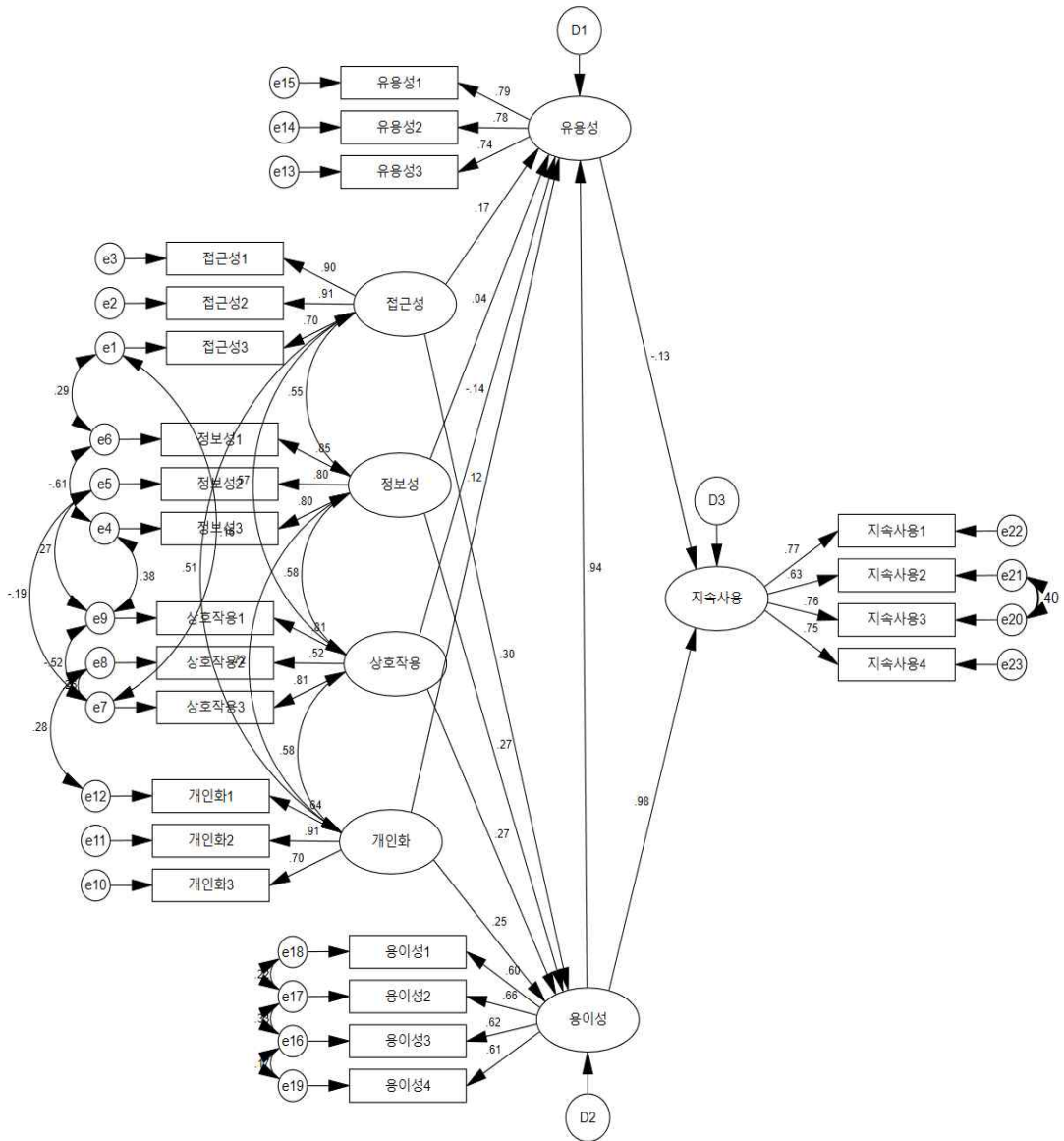
본 연구의 구조 모형인 <그림 IV-2>가 연구에 적합한지 판단하기 위하여, 전반적인 부합지수를 확인하였다. 적합도 지수는 GFI, NFI, TLI, CFI는 .90 이상, AGFI값은 .90 이하, RMR값은 0.8이하, RMSEA값은 .06 이하이면 좋은 모형, .08 이하이면 적절한 모형, .10을 넘으면 나쁜 모형으로 간주하였다(Hu & Bentler, 1999).

본 연구의 구조 모형에 대한 적합도 지수는 <표 IV-13>과 같으며, 각 적합도를 살펴보면 GFI=.903, NFI=0.903, TLI=.936, CFI=.949 AGFI=.866, RMR=0.027, RMSEA=.056 로 나타나 범위에 해당하게 되었다. 따라서 해당 모형을 채택 후, 연구를 진행하였다.

<표 IV-13> 구조모형 적합도

	$\chi^2$	df	CMIN	GFI	AGFI	NFI	TLI	CFI	RMR	RMSEA
구조 모형	390.926	200	1.955	.903	.866	.903	.936	.949	.027	.056
기준치	-	<2	>.90	<.90	>.90	>.90	>.90	>.90	<.08	<.06

〈그림 IV-2〉 구조 모형



## 2. 구조 모형의 경로분석

구조모형분석 결과 <그림 IV-2>와 같이 연구 개념간의 관계는 유의한 수준의 적합도를 보였으며, 따라서 연구개념 간의 관계 또한 의미 있는 것으로 나타났다. 모형의 적합성을 바탕으로 경로의 유의성을 분석하였고, 분석결과는 <표 IV-14>와 같다. 가설의 채택, 기각은 가설채택 여부를 나타내는 C.R.(Critical Ratio)값으로 측정하였다. C.R.값은 추정치를 표준오차로 나눈 것으로 유의수준 0.05에서는 이 값이 1.96보다 크게 되면 의미가 있는 것으로 해석한다.

<표 IV-14> 구조모형 경로분석 결과

가설	경로		비표준화계수 Estimate	표준오차 S.E.	표준화계수 $\beta$	C.R	P	가설	
H1-1	접근성	→	유용성	.168	.093	.173	2.814	.000	채택
H1-2	정보성	→	유용성	.031	.085	.038	.372	.710	기각
H1-3	상호작용	→	유용성	-.093	.066	-.143	-1.404	.160	기각
H1-4	개인화	→	유용성	.124	.109	.122	1.139	.255	기각
H2-1	접근성	→	용이성	.224	.051	.297	4.396	.000	채택
H2-2	정보성	→	용이성	.170	.048	.268	3.547	.000	채택
H2-3	상호작용	→	용이성	.138	.044	.275	3.128	.002	채택
H2-4	개인화	→	용이성	.195	.062	.248	3.154	.002	채택
H3	용이성	→	유용성	1.207	.313	.937	3.857	.000	채택
H4	유용성	→	지속사용	-.145	.159	-.130	-.907	.364	기각
H5	용이성	→	지속사용	1.408	.233	.980	6.040	.000	채택

본 연구는 확장된 기술수용모형을 바탕으로 스마트관광 정보기술속성이 지각된 유용성, 지각된 용이성, 지속적 사용의도 간의 영향관계에 대한 검증을 하고자 하였으며, 분석 결과는 다음과 같다.

1) 스마트관광 정보기술속성이 지각된 유용성에 미치는 영향 (H1)

스마트관광 정보기술속성(접근성, 정보성, 상호작용, 개인화)이 지각된 유용성에 대하여 정(+)<sup>의</sup> 유의한 영향을 미칠 것 이라는 가설을 검증한 결과, 접근성을 제외한 정보성, 상호작용, 개인화는 지각된 유용성에 유의한 영향을 나타내지 못하였다.

스마트관광 정보기술속성 중 접근성과 지각된 유용성의 관계를 살펴보면, 관계에 대한 경로계수는 .168(C.R.=2.814;  $p < .001$ )로 확인되어 통계적으로 유의한 영향관계로 확인되었다. 이는 스마트폰을 이용하여 제공받는 관광정보가 시간과 장소에 관계없이 쉽고 편하게 접근할 수 있으며, 이에 따라 관광객들이 구체적인 유용성을 느끼는 것을 의미한다.

스마트관광 정보기술속성 중 정보성과 지각된 유용성의 관계를 살펴보면, 관계에 대한 경로계수는 .031(C.R.=.372;  $p > .10$ )로 확인되어 통계적으로 유의하지 않은 영향관계로 확인되었다. 이는 스마트폰을 이용하여 제공받는 관광정보가 부정확할 경우도 있어, 관광객들이 구체적인 유용성을 느끼지 못한 것으로 판단된다.

스마트관광 정보기술속성 중 상호작용과 지각된 유용성의 관계를 살펴보면, 관계에 대한 경로계수는 -.093(C.R.=-1.404;  $p > .10$ )로 확인되어 통계적으로 유의하지 않은 영향관계로 확인되었다. 이는 스마트폰 사용 특성에 대한 빈도분석을 살펴보면 블로그, 인스타그램 사용의 비율이 60%이상 차지하는 것으로 보아 정보와 관련한 댓글, 게시글 등으로 한정되어 관광객들이 상호작용에 대한 지각이 낮은 것으로 판단되며, 이는 관광객들이 구체적인 유용성을 느끼지 못하는 것을 의미한다.

스마트관광 정보기술속성 중 개인화와 지각된 유용성의 관계를 살펴보면, 관계에 대한 경로계수는 .124(C.R.=1.139;  $p > .10$ )로 확인되어 유의하지 않은 영향관계로 확인되었다. 이는 스마트폰을 이용하여 제공받는 관광정보가 관광객 개개인이 요구한 맞춤형 정보가 아니었음을 의미하며, 관광객들이 구체적인 유용성을 느끼지 못하는 것을 의미한다.

스마트관광 정보기술속성이 지각된 유용성에 대하여 긍정적인 영향을 미칠 것이라는 가설은 접근성을 제외한 정보성, 상호작용, 개인화 세 가지 변수는 지각된 유용성에 유의한 인과관계가 성립하지 않았다. 따라서 가설 H1은 부분 채택되었다.

## 2) 스마트관광 정보기술속성이 지각된 용이성에 미치는 영향 (H2)

스마트관광 정보기술속성(접근성, 정보성, 상호작용, 개인화)이 지각된 용이성에 대하여 정(+)<sup>2</sup>의 유의한 영향을 미칠 것 이라는 가설을 검증한 결과, 접근성, 정보성, 상호작용, 개인화 모두 지각된 용이성에 유의한 영향이 나타났다.

스마트관광 정보기술속성 중 접근성과 지각된 용이성의 관계를 살펴보면, 관계에 대한 경로계수는 .224(C.R.=4.396;  $p < .001$ )로 확인되어 통계적으로 유의한 영향관계로 확인되었다. 이는 스마트폰을 이용하여 제공받는 관광정보에 대하여 시간과 장소에 관계없이 접속, 사용법이 간편해지고 쉽게 접근할 수 있게 되어 관광객들이 구체적인 용이성을 느끼는 것을 의미한다.

스마트관광 정보기술속성 중 정보성과 지각된 용이성의 관계를 살펴보면, 관계에 대한 경로계수는 .170(C.R.=3.547;  $p < .001$ )로 확인되어 통계적으로 유의한 영향관계로 확인되었다. 이는 스마트폰을 이용하여 제공받는 관광정보가 정확하고 신뢰할 수 있는 정보를 획득하게 되어 관광객들이 구체적인 용이성을 느끼는 것을 의미한다.

스마트관광 정보기술속성 중 상호작용과 지각된 용이성의 관계를 살펴보면, 관계에 대한 경로계수는 .138(C.R.=3.128;  $p < .01$ )로 확인되어 통계적으로 유의한 영향관계로 확인되었다. 이는 스마트폰을 이용하여 제공받는 관광정보가 정보에 대한 능동적인 공유나 피드백을 받는 과정을 통해 관광객들이 구체적인 용이성을 느끼는 것을 의미한다.

스마트관광 정보기술속성 중 개인화와 지각된 용이성의 관계를 살펴보면, 관계에 대한 경로계수는 .195(C.R.=3.154;  $p < .01$ )로 확인되어 통계적으로 유의한 영향관계로 확인되었다. 이는 스마트폰을 이용하여 제공받는 관광정보가 관광객 개개인에게 맞춤 정보를 제공하여 관광객들이 구체적인 용이성을 느끼는 것을 의미한다.

스마트관광 정보기술속성이 지각된 용이성에 대하여 긍정적인 영향을 미칠 것이라는 가설은 접근성, 정보성, 상호작용, 개인화 네 가지 모두 지각된 용이성에 유의한 인과관계가 성립하였다. 따라서 가설 H2는 채택되었다.



### 3) 지각된 용이성이 지각된 유용성에 미치는 영향 (H3)

지각된 용이성이 지각된 유용성에 미치는 영향에 대하여 정(+)<sup>의</sup> 유의한 영향을 미칠 것이라는 가설을 검증한 결과, 용이성은 유용성에 유의한 영향이 나타났다.

지각된 용이성과 지각된 유용성의 관계를 살펴보면, 관계에 대한 경로계수는 1.207(C.R.=3.857;  $p < .001$ )로 확인되어 통계적으로 유의한 영향관계로 확인되었다. 이는 관광객이 스마트폰을 이용하여 관광정보를 제공받을 때, 사용하기 쉽고 편리할수록 효율적이며 유용하다고 느끼는 것을 의미한다.

### 4) 지각된 유용성이 지속적 사용의도에 미치는 영향 (H4)

지각된 유용성이 지속적 사용의도에 미치는 영향에 대하여 정(+)<sup>의</sup> 유의한 영향을 미칠 것이라는 가설을 검증한 결과, 유용성은 지속적 사용의도에 유의한 영향이 나타나지 않았다.

지각된 유용성과 지속적 사용의도의 관계를 살펴보면, 관계에 대한 경로계수는  $-0.145$ (C.R.=0.907;  $p > .01$ )로 확인되어 통계적으로 유의하지 않은 영향관계로 확인되었다. 이는 스마트폰을 이용하여 제공받는 관광정보가 유용하고 효율적이라고 지각하여도 관광객은 지속적인 사용에 유의한 영향을 미치지 않는 것을 의미한다.

### 5) 지각된 용이성이 지속적 사용의도에 미치는 영향 (H5)

지각된 용이성이 지속적 사용의도에 미치는 영향에 대하여 정(+)<sup>의</sup> 유의한 영향을 미칠 것이라는 가설을 검증한 결과, 용이성은 지속적 사용의도에 유의한 영향을 나타냈다.

지각된 용이성과 지속적 사용의도의 관계를 살펴보면, 관계에 대한 경로계수는 1.408(C.R.=6.040;  $p < .001$ )로 확인되어 통계적으로 유의한 영향관계로 확인되었다. 이는 스마트폰을 이용하여 제공받는 관광정보에 대하여 수집하기 쉽고, 이용 플랫폼이 사용하기 쉽다고 지각할수록 지속적인 사용에 유의한 영향을 미치는 것을 의미한다.

### 3. 조절효과 검증

#### 1) 측정동일성 검증

본 연구에서는 조절효과와 다중집단분석을 실시하기 위하여 측정 문항 간 동일성 검정을 진행하였으며, 결과는 <표 IV-15>와 같다. 측정동일성은 설문 응답자들이 측정 항목을 동등하게 인식했는지 검증하는 것으로, 집단 간의 측정 항목 요인적재량에 차이가 없을 때 확보된다(우종필, 2012).

1단계(Unconstrained)는 형태동일성 검증으로 집단 간의 연구모형이 동일한가를 측정한다. 2단계(Measurement weights)는 요인계수 동일성 검증으로 잠재변수에서 측정변수에 이르는 요인계수의 동일성을 측정한다. 3단계(Model)는 공분산 동일성으로 잠재변수간의 공분산과 잠재변수의 분산이 동일한지 측정한다. 4단계(Structural covariance)는 요인 계수와 공분산의 일치성을 보는 것으로 2단계와 3단계를 동시에 측정한다. 마지막으로 5단계(Measurement residuals) 2단계, 3단계 그리고 4단계를 합쳐서 동일성 여부를 판단한다. 비제약모형과 제약모형1의  $\Delta\chi^2$ 이 24.832 이고 p값이 0.073으로 유의하지 않는 것으로 나타났다. 즉, 자기효능감 집단은 모형뿐만 아니라 잠재변수와 측정변수간의 요인계수의 측정동일성을 가지므로 다중집단분석이 가능한 것으로 나타났다.

<표 IV-15> 다중집단 확인적 요인분석 적합도

구분	$\chi^2$	$\Delta\chi^2$	p	TLI	CFI	RMSEA		
						Value	Lower Bound	Upper Bound
비제약	900.972			.844	.871	.062	.056	.067
제약모형1	925.804	24.832	.073	.847	.869	.061	.056	.067
제약모형2	959.016	58.044	.001	.845	.863	.062	.056	.067
제약모형3	982.609	81.637	.000	.848	.861	.061	.056	.066
제약모형4	1042.688	141.715	.000	.845	.851	.062	.056	.067

2) 자기효능감의 조절효과 (H5, H6)

본 연구에서 조절효과를 검증하기 위하여 자기효능감을 나누어 다중집단분석을 실시하였다. 대개 조절효과를 분석할 목적으로 다중집단분석을 사용하는데, 둘 이상의 집단을 분석하여 모델간의 경로계수가 통계적으로 유의한지 확인한다.

먼저 조절변수인 자기효능감을 측정하는 4개 문항 답변의 평균값을 기준으로 '자기효능감이 낮은 집단', '자기효능감이 높은 집단' 두 집단으로 분류하였다. 조사자 제약에 의한 분석방법으로 가설을 검증하기 위하여 제약모형, 자유모형의 자유도 변화에 따른 카이제곱검증을 통하여 평가하였다. 다중집단분석의 자유모형은 두 집단의 계수의 크기 차로서 제약모형은 두 집단의 계수가 동일함을 의미한다. 다시 말해, 자유모형을 지지하면 조절효과가 있음을, 제약모형은 조절효과가 없음을 판단 한다고 할 수 있다. <표 IV-16>을 보면  $\chi^2$  분포표를 참고하여 유의수준 0.05 이하에서 자유도가 1일 때 임계치 값은 3.84이므로 첫 번째 제약모형은  $\chi^2/df$  (5.194), 두 번째 제약모형은  $\chi^2/df$  (4.764)으로 통계적으로 유의한 차이가 있음이 나타났다.

지각된 유용성이 지속적 사용의도에 미치는 영향은 통계적으로 유의하지 않은 결과가 나타났다. 하지만, '자기효능감은 지각된 유용성이 지속적 사용의도 사이에 조절역할을 할 것이다'에 대한 분석결과는 지지되어 자기효능감이 낮은 집단(경로계수=.711)은 정(+ )의 영향이 나타났고, 자기효능감이 높은 집단(경로계수=-.240)은 부(-) 영향이 나타났다. 이는 스마트폰 이용에 대한 자기효능감이 낮은 그룹에서 인식하는 지각된 유용성이 지속적 사용의도에 미치는 영향력이 더 큰 것을 의미한다.

'자기효능감은 지각된 용이성이 지속적 사용의도 사이에 조절역할을 할 것이다'에 대한 분석결과는 지지되어 자기효능감이 낮은 집단(경로계수=.142)에서 정(+ )의 영향이 나타났고, 자기효능감이 높은 집단(경로계수=.956) 또한 정(+ )의 영향이 나타났다. 이는 스마트폰이용에 대한 자기효능감이 낮은 그룹보다 높은 그룹에서 인식하는 지각된 용이성이 지속적 사용의도에 미치는 영향력이 더 큰 것을 의미한다.

<표 IV-16> 자기효능감의 조절효과 검증

경로항목			경로 계수		$\chi^2/df$	가설
			저	고		
유용성	→	지속적사용의도	.711**	-.240	5.194*	차이 있음
용이성	→	지속적사용의도	.142	.956**	4.764*	차이 있음

#### 4. 연구가설의 검증결과 요약

본 연구에서 설정한 연구가설에 대한 결과를 종합하면 <표 IV-17>와 같다.

<표 IV-17> 가설 검증결과 요약

가설		채택여부
<b>H1: 스마트관광 정보기술속성은 지각된 유용성에 정(+)</b> 의 유의한 영향을 미칠 것이다.		
H1-1	접근성은 지각된 유용성에 정(+)의 유의한 영향을 미칠 것이다.	채택
H1-2	정보성은 지각된 유용성에 정(+)의 유의한 영향을 미칠 것이다.	기각
H1-3	상호작용은 지각된 유용성에 정(+)의 유의한 영향을 미칠 것이다.	기각
H1-4	개인화는 지각된 유용성에 정(+)의 유의한 영향을 미칠 것이다.	기각
<b>H2: 스마트관광 정보기술속성은 지각된 용이성에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.</b>		
H2-1	접근성은 지각된 용이성에 정(+)의 유의한 영향을 미칠 것이다.	채택
H2-2	정보성은 지각된 용이성에 정(+)의 유의한 영향을 미칠 것이다.	채택
H2-3	상호작용은 지각된 용이성에 정(+)의 유의한 영향을 미칠 것이다.	채택
H2-4	개인화는 지각된 용이성에 정(+)의 유의한 영향을 미칠 것이다.	채택
<b>H3 : 지각된 용이성은 지각된 유용성에 정(+)</b> 의 유의한 영향을 미칠 것이다.		채택
<b>H4 : 지각된 유용성은 지속적 사용의도에 정(+)</b> 의 유의한 영향을 미칠 것이다.		기각
<b>H5 : 지각된 용이성은 지속적 사용의도에 정(+)</b> 의 유의한 영향을 미칠 것이다.		채택
<b>H6 : 자기효능감은 지각된 유용성이 지속적사용의도 사이에 조절역할을 할 것이다.</b>		차이있음
<b>H7 : 자기효능감은 지각된 용이성이 지속적사용의도 사이에 조절역할을 할 것이다.</b>		차이있음

## 제5장 결론

### 제1절 연구의 요약

본 연구는 스마트관광 정보기술속성을 이용하여 관광을 경험한 관광객을 통해 스마트관광 정보기술속성과 지속적 사용의도에 미치는 영향과 자기효능감의 조절효과에 대한 연구이다.

세부적으로 스마트폰을 이용하여 관광정보를 얻고 관광을 경험한 관광객 305명에 대한 설문 결과를 바탕으로 스마트관광 정보기술에 대한 인식과 정보기술속성이 지각된 유용성과 지각된 용이성에 미치는 영향, 지각된 유용성, 용이성이 지속적 사용의도에 미치는 영향, 그 관계에서 자기효능감의 조절효과를 알아보고자 하였다.

첫째, 연구에 진행된 측정 항목에 대한 요인분석을 살펴보면, 탐색적 요인분석의 경우, 스마트관광 정보기술의 4가지 요인, 지각된 용이성, 지속적 사용 의도는 모두 양호한 수준의 값으로 판단되었다. 하지만 지각된 유용성의 경우 한 가지 문항이 용이성의 항목에 포함되어 제거하였다. 확인적 요인분석의 경우 상관관계 분석, 확인적 요인분석 및 적합도, 집중타당도, 판별타당도, 구조모형 적합도 모두 기준치 내에 속하는 값으로 확인되었다.

둘째, 일반적 특성의 주요 사항을 살펴보면, 성별은 남성이 146명(47.9%), 연령은 20대가 109명(35.7%), 직업은 학생이 62명(20.3%), 학력은 대학교 재학이상이 189명(62%), 수입은 400만 원 이상이 73명(24.9%), 거주지는 서울/경기/인천이 136명(44.6%)이었고, 관광정보를 주로 얻는 채널은 인스타그램 105명(34.4%), 블로그 94명(30.8%)의 순으로 나타났으며, 습득하는 관광정보는 맛집 111명(36.4%), 추천관광코스 48명(15.7)의 순으로 나타났다. 구성 개념들의 타당도, 신뢰도의 검증을 위하여 신뢰도 분석 및 확인적 요인 분석을 실시하였으며, 모두 높은 타당도와 신뢰성을 갖는 것으로 나타났다.

셋째, 스마트관광 정보기술속성이 지각된 유용성에 미치는 영향을 살펴보면 접근성을 제외한 정보성, 상호작용, 개인화는 통계적으로 유의하지 않았다. 이는 본 논문에서 이용된 접근성을 제외한 변수들은 제주도에서 스마트폰을 이용하여 관광활동에 도움을 받는 스마트관광

활동이 관광객들에게 하여금 쉽고 편하게 접근하여 유용하였지만, 정보에 대한 신뢰도, 타인과의 교류, 맞춤형 정보와 관련하여 유용하거나 유익하지 않았던 것인데, 스마트폰의 기술속성이 제공되었음에도 불구하고, 습득한 정보나 서비스가 유용하다고 느끼지 못했다고 판단된다. 더하여 본 연구의 설문지 구성 상 스마트폰 사용의 일반적 사항의 내용이 먼저 구성되어 있어서, 설문을 진행하는 과정에 응답자가 선택한 플랫폼과 정보 유형에 매몰되어 응답하였을 우려가 있다. 유사한 결과를 가진 선행연구를 살펴보면, Huang et al.(2017)과 No, Kim(2015)의 연구에서 스마트관광 정보기술속성 중 접근성, 정보성, 개인화가 관광객의 경험에 영향을 주는 요인이며, 상호작용은 채택되지 못하였다. 또한 김조영·이충기·김정만(2013)의 연구를 살펴보면 스마트폰을 이용하여 관광정보를 활용함에 있어서 그 정보의 품질, 즉 정보성의 영역에서 유용함을 느끼지 못한다고 하였으며, 윤성욱·김정수(2020)의 스마트관광 정보기술속성이 지각된 품질, 지각된 가치 및 장소애착에 미치는 영향연구를 살펴보면 4가지 속성 중 개인화는 지각된 가치에 영향을 나타내지 못하였다.

넷째, 스마트관광이 지각된 용이성에 미치는 영향을 살펴보면 접근성, 정보성, 상호작용, 개인화 모두 통계적으로 유의한 영향을 미치며, 접근성, 상호작용, 정보성, 개인화의 순으로 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 관광객들이 스마트폰과 관련한 기술, 애플리케이션 등이 발전하며 사용자 중심으로 변화함에 따라 관광객들이 스마트관광 정보기술에 쉽게 접근하고 이용하기 간편해진 것을 의미한다. 더하여 정확하고 신뢰할 수 있는 정보를 얻을 수 있고, 정보에 대한 피드백과 공유가 가능하여 시간의 투자와 노력이 쉽다고 느끼는 것이다. 즉, 관광객들이 제주도에서 스마트폰을 이용한 모든 관광활동에 큰 제약 없이 스마트관광 정보를 이용할 수 있었음을 의미하며 스마트폰의 UI, 애플리케이션 등 접근하기가 가장 용이했으며 뒤따라 정보의 상호작용과 맞춤 정보, 개인화된 정보를 불편함 없이 이용한 것을 의미한다. 이러한 결과는 이선영 등(2018), 김정수(2021), 석윤지(2022) 등의 스마트관광 정보기술속성 지각된 가치들에 통계적으로 유의한 결과를 나타낸 선행연구들의 결과를 뒷받침한다.

다섯째, 지각된 유용성과 지각된 용이성의 영향관계에서, 용이성이 유용성에 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 제주도에서 관광객이 스마트관광 정보기술을 사용하는데 쉽고 편리하다고 평가할수록 더 유용하고 효율적이라고 생각하는 것으로 이해할 수 있다. 지각된 용이성은 지각된 유용성의 선행 변수임을 다수의 선행연구에서 밝히고 있으며, 이러한 결과는 Davis(1989)의 기술수용모델의 선행연구와 기술수용모델의 용이성, 유용성을 사용한 선행연구(심성욱, 2009; 최환석·조주은·함성필, 2009; 강재정, 2010; 김미

선, 2010; ; 정철·이준남, 2010; ; 김용일·임재문, 2014; 안지미·이병철, 2014; 광비송·이정실, 2017)와 일치하는 결과이다.

여섯째, 유용성과 용이성이 지속적 사용의도에 미치는 영향관계를 살펴보면 유용성은 지속적 사용의도에 통계적으로 유의하지 않았으며, 용이성은 통계적으로 유의한 영향을 나타내었다. 이는 본 연구에서 제주도 관광객들이 스마트폰을 이용한 스마트관광 정보기술 속성에 대하여 접근성을 제외한 모든 부분에 직접적인 유용성을 느끼지 못하였기 때문에, 실질적으로 지속적인 사용의도까지 영향을 미치지 못하는 것으로 해석할 수 있다. 유사하게 용이성의 경우 스마트폰을 이용한 스마트관광 정보기술 속성에 대하여 모든 부분에 직접적인 용이성을 느끼며, 이는 지속적으로 사용할 수 있다는 의도에 영향을 미치는 것으로 해석할 수 있다. 결과를 종합적으로 살펴보면, 관광객들이 스마트관광 정보기술을 이용하여 여행을 할 때 여행에 대한 효율성과 유용성이 증가하는 것보다 정보기술의 사용이 쉽고 편리하다고 인식하는 용이성이 증가할수록 스마트관광에 대한 재이용, 긍정적 추천 등 재이용으로 이어지는 것을 확인할 수 있다. 기존 연구에서는 지각된 용이성, 유용성은 지속적 사용의도에 유의한 영향관계를 보이는 선행연구(Venkatesh & Davis, 2000; Moon & Kim, 2001; 박정숙, 변정우, 2013) 결과가 다수이다. 한편 일부연구를 살펴보면, 조성호(2019)의 연구에서 모바일 관광앱의 서비스 특성이 지각된 가치에 미치는 영향 요인 중 지각된 유용성이 지속적 사용의도에 유의한 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났다. 또한 진한(2017)의 관광객이 모바일 정보이용이 만족과 지속적 사용의도에 미치는 영향을 살펴보는 연구에서 유용성에 대한 지각은 지속적 사용의도에 유의미한 영향을 나타내지 못하는 등 지각된 유용성이 지속적 사용의도에 영향을 미치지 못하는 선행연구도 일부 존재한다.

일곱째, 지각된 유용성, 지각된 용이성이 지속적 사용의도에 미치는 자기효능감의 조절효과를 검증한 결과, 유용성과 용이성 모두 지속적 사용의도에 미치는 영향은 자기효능감의 조절효과에 따라 차이가 있다고 나타났다. 지각된 유용성은 자기효능감이 높은 집단보다 낮은 집단에서 지속적 사용의도를 더 높게 인식하는 것으로 나타났는데, 이는 직관적으로 관광객이 스마트관광정보기술을 사용할 때 스스로 자기효능감이 낮다고 생각하고, 유용하다고 느낄 때 지속적으로 사용하려는 의도가 높다는 것을 확인할 수 있다. 하지만 지각된 유용성이 지속적 사용의도에 영향을 미치지 못하는 것으로 나타나 해석에 큰 의미를 가지지 못하였다.

지각된 용이성은 자기효능감이 두 집단 모두 지속적 사용의도를 높이는 인식을 가지고 있으나, 낮은 집단보다 높은 집단에서 지속적 사용의도를 더 높게 인식하는 것으로 나타났다.

이는 제주도 관광객이 스마트관광정보기술을 사용할 때 스스로 스마트폰 이용에 대한 자기효능감이 높고 용이하다고 생각할수록 지속적으로 사용하려는 의도가 높아진다는 것을 확인할 수 있다.

## 제2절 연구의 시사점

### 1. 학술적 시사점

본 연구는 확장된 기술수용모델을 활용하여 스마트관광 정보기술속성이 지속적 사용의도에 미치는 영향에서 자기효능감의 조절효과를 연구하였다. 특히 스마트관광 정보기술속성과 관련하여 기존 연구에서 다루지 않았던 기술속성의 요인과 확장된 기술수용모델의 용이성, 유용성과의 인과관계를 살펴보았다. 또한 스마트 정보기술속성인 접근성, 정보성, 상호작용, 개인화가 지속적 사용의도에 미치는 영향 관계와 함께 지각된 유용성, 용이성과 지속적 사용의도 간의 관계에서 자기효능감의 조절효과를 규명하고자 하였다. 앞선 변인은 Huang et al.(2017), 이선영 외(2018) 등 선행연구를 바탕으로 관계가 검증된 것들이지만, 스마트관광 환경에서 어떠한 변수들과 인과관계를 가지는지 분석하는 것은 학술적 의미가 있다.

현재까지 진행되어온 스마트관광과 관련한 선행연구를 살펴보면 스마트관광으로의 패러다임 변화를 중요한 문제로 인식하여, 관광객의 관광 의사결정과 소비자의 행동 변화에 연구에 초점이 맞추어져 있으며, 스마트 관광의 개념, 역할에 관한 연구(구철모 등, 2014a,b; Gretzel et al., 2015; Buhalis, 2015)와 스마트관광의 가치 확대를 위한 경험적 방법 구축과 관련한 연구(Huang et al. 2017; 이현애, 정남호, 2017; 정희정 외, 2019) 등 소비 행동을 분석하는 데 목적으로 진행되어 왔다. 또한 모바일 및 SNS를 기반으로 한 관광정보 수용 혹은 이용특성에 관한 연구(민소라, 2020, 왕이연, 2021, 유현정, 2021)도 진행되어 왔다. 이러한 선행연구는 궁극적으로 관광객의 행동의도를 유발하여 관광객을 유치하기 위함이며, 이와 함께 지속적으로 사용하고자 하는 의도는 직접적인 행동에 영향을 미치는 중요한 요인이다. 하지만 스마트관광 정보기술을 사용하여 관광을 경험하는 상황에서 관광객의 행동을 설득력 있게 해석하기 위해서는 기존의 선행연구와 다른 변인을 통해 추가적으로 검증할 필요가 있다. 따라서 본 연구에서는 사회심리학적 요소인 '자기효능감'을 다른 요인들과 함께



조절효과의 요인으로 검증하고자 하였으며, 관광객들이 지각하는 유용성, 용이성과 지속적 사용의도에서 자기효능감의 조절효과의 영향을 실증적으로 검증한 것에 의의가 있다.

## 2. 실무적 시사점

연구 결과에서 지각된 유용성은 자기효능감이 낮은 집단에서 지속적 사용의도에 차이가 있으며, 지각된 용이성은 자기효능감이 높은 집단에서 지속적 사용의도에 차이가 있는 것으로 밝혀졌다. 이는 자기효능감과 같은 외부요인들이 관광객들이 여행 중, 스마트폰을 사용하여 관광정보, 서비스를 습득하며 유용함, 용이함의 요인과 지속적사용의도 간의 요인에 직접적으로 영향을 줄 수 있다는 가능성을 보여주는 것이며, 이는 미래의 스마트 관광의 발전 전략 수립에 이론적, 실무적 의미가 있다고 할 수 있다. 연구 결과를 세부적으로 살펴보면, 기존 연구에서 지각된 유용성에 정(+ )의 유의한 영향을 주었던 변수인 스마트관광 정보기술속성 중 정보성, 상호작용, 개인화는 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 이는 관광객들이 제주도에서의 관광 경험 중 스마트폰을 이용하여 얻은 정보에 접근하기에는 유용하였으나 그들의 관광활동에 유용하지 않다고 인식하고, 이러한 기술속성들이 관광객들의 선호나 필요에 부합하지 않았다는 것을 의미한다. 이러한 결과는 스마트폰 사용의 일반적 사용 특성을 살펴볼 필요가 있다. 설문조사에서 스마트폰 사용의 일반적 특성을 살펴보면 여행에 이용한 관광정보 채널이 인스타그램 34.4%, 블로그 30.8%, 유튜브 19.0% 인 점을 고려하면 주로 SNS의 비중이 높은 것을 볼 수 있다. 이는 관광객들이 스마트폰을 이용하여 수집한 관광정보는 SNS 등에서 나타나는 주관적인 견해, 근거가 모호한 리뷰와 댓글, 광고 등 혼재하여 정확하거나 신뢰할 수 있을 만한 정보를 찾기 어렵고 개인이 원하는 정보가 아니며 기존의 정보와 다르거나 이득이 되지 못하여 유용하지 않다고 인식했기 때문이라고 보여진다. 하지만 스마트관광 정보기술의 속성이 지각된 유용성을 체감하게 하는 정도가 상황에 따라 다르며, 사용자들의 인식 및 수용에 영향을 미치는 다양한 요인들이 존재한다는 것을 시사하기도 한다.

더하여, 스마트관광 정보기술속성 네 가지 요인 모두 지각된 용이성에 정(+ )의 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 그 중 가장 영향력이 큰 요소는 접근성이었으며, 그 뒤로 상호작용, 정보성, 개인화의 순으로 나타났다. 이는 관광객들이 스마트폰의 기술, 환경 등이 지속적으로 발전하고 사용자 중심으로 바뀌어가며 관광객들은 스마트관광 정보기술을 사용함에

있어서 쉽고 편리하게 이용하며, 정확하고 믿을 수 있는 맞춤형 정보를 쉽게 획득하고 이를 공유할 수 있다고 느끼는 것이다.

또한 지각된 용이성과 지속적 사용의도 간의 관계에서 지각된 용이성은 지속적 사용의도에 통계적으로 유의한 영향관계가 나타났다. 이러한 결과는 관광객이 스마트관광정보 정보기술을 사용하여 제공받은 정보가 사용하기 편리하여 용이하다고 느껴질 때 지속적으로 사용의도가 있음을 의미한다. 즉, 스마트관광 정보기술을 이용하여 여행을 할 때, 시간과 장소의 제약 없이 이용하기 간편하게 구성되어 쉽게 정보가 수집되어야 하며, 그 정보가 이해하기 쉬워야 지속적으로 사용할 것이라는 의도가 형성되는 것이다. 반면, 지각된 유용성과 지속적 사용의도 간의 관계에서 지각된 유용성은 지속적 사용의도에 통계적으로 유의한 영향관계를 나타내지 못하였다. 이는 본 연구의 결과에서 관광객들이 스마트관광 정보기술 속성에 대하여 접근성을 제외한 부분에 직접적인 유용성을 느끼지 못하였기 때문에 지속적 사용의도에도 유의한 영향을 미치지 못한 것으로 사료된다. 따라서 부(-)의 영향을 주고 있는 요인의 경우를 배제할 수는 없지만, 관광객들이 스마트 관광을 지속적으로 사용하려는 의도를 높이기 위해서는 상대적으로 유용함보다 용이함의 요소에 집중할 필요가 있다.

마지막으로, 본 연구에서는 기존에 연구가 이루어지지 않은 스마트관광 정보기술에 대한 지각된 유용성, 지각된 용이성과 지속적 사용의도 간의 관계에서 자기효능감의 조절효과는 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 지각된 용이성과 지속적 사용의도간의 영향관계 가설은 기각이 되었지만 조절효과를 살펴보면, 자기효능감이 높은 집단은 음(-)의 조절효과를, 낮은 집단에서는 유의성에 따라 지속적 사용의도에 정(+ )의 조절효과를 가지는 것으로 나타났다. 지각된 용이성과 지속적 사용의도간의 조절효과를 살펴보면, 자기효능감이 낮은 집단이 영향관계에서 정(+ )의 조절효과가 있는 것으로 나타났지만, 자기효능감이 높은 집단이 낮은 집단보다 정(+ )의 조절효과의 영향관계가 더 크게 나타난 것으로 확인되었다. 즉 스마트폰 사용에 자기효능감이 높은 관광객들은 스마트관광을 행할 때 용이하다고 인지할수록 지속적 사용의도가 높아지는 것이다. 이러한 결과는 자기효능감이 높은 사람이 새로운 기기를 수용하는데 더 적극적으로 받아들이고 이용하는 것이라고 할 수 있다. 즉 개인의 자기효능감을 높이는 전략 수립을 통해 스마트폰, 더 나아가 스마트 기기를 이용한 스마트관광을 지속적으로 이용하게끔 해야 한다.

본 연구에서는 스마트관광 분야에서 스마트관광 정보기술 속성의 유용성과 용이성, 지속적 사용의도에 있어서 자기효능감에 대한 조절효과 검증은 본 연구에서 처음 실시하였다. 스마

트관광의 중요성이 대두되는 현 시점에서, 그 기반이 될 수 있는 정보기술 속성에 대하여 연구하고, 기술 수용에 대한 용이성, 유용성과 실제 관광객이 스마트기기를 통해 관광정보 및 서비스를 수집, 사용하고자 하는 지속적 사용의도를 실증하는 것과 자기효능감의 조절효과를 파악한 것에 연구의 의의가 있다. 스마트관광을 경험하는 관광객이 지속적으로 사용하려는 의도를 강화시키는 측면에서 스마트관광, 스마트관광 정보기술속성에 대해 연구하였다는 것은 중요한 시사점을 가진다.

### 제3절 연구의 한계 및 제언

본 연구에서는 스마트관광과 그 정보기술속성에 관한 선행연구를 바탕으로 제주지역 관광객을 대상으로 지각된 유용성, 용이성 및 지속적 사용의도에 미치는 영향요인을 연구하였다. 그 결과 기존의 일반적인 요인의 영향관계 검증과 함께, 자기효능감이라는 조절효과를 통해 지속적 사용의도에 유의한 영향을 미친다는 것을 입증하였다. 하지만 본 연구에서도 보완되거나 고려되어야 할 한계점이 있으며, 다음과 같다.

첫째, 연구를 위해 진행한 설문조사는 제주도를 방문한 내국인 관광객들을 대상으로 진행한 설문조사에 330명 중 유효표본 305명을 대상으로 실증분석을 진행하였다. 이 연구결과를 스마트기기를 활용한 정보 및 서비스를 얻는 관광객 전체에 대한 결과로 일반화하기에는 어려움이 있다.

둘째, 본 연구의 인구통계학적 특성을 살펴보면, 20대 35.7%, 30대 22.6%, 40대 20.3%, 50대 16.4%, 60대 이상 4.9%로 나타났다. 20대와 30대의 비율이 58.3%로 이는 상대적으로 스마트기기의 활용에 익숙한 젊은 세대이기 때문에, 향후 객관적인 연구와 깊이를 위하여 연령대를 확장하여 연구할 필요성이 있다.

셋째, 본 연구 모형에서 스마트관광 정보기술속성이 기술수용 요인을 통해 지속적 사용의도에 미치는 영향을 파악하였다. 향후 연구에서는 사용자들의 능동적인 참여를 끌어낼 수 있는 지각된 즐거움(문영주·이종호, 2009)이라는 변인을 추가하여 스마트기기를 사용하는데 사용자가 즐거움을 자각하면 실제 용이성, 유용성, 지속사용의도 등의 반응을 효과적으로 설명할 수 있을 것이다.

넷째, 최신 기술과 서비스 사용에 있어서 자기효능감은 나이, 성별, 소득 등 많은 요인에 영향을 받을 수 있다. 본 연구에서는 설문 답변의 자기효능감을 평균기준으로 고집단, 저집단으로 나누어 연구를 진행하였지만, 향후 연구에서는 나이, 성별, 소득 등 다양한 요인들을 고려하는 등 세분화하여 연구를 진행한다면, 더 깊이 있는 연구로 발전 할 수 있을 것이다.

## 참고문헌

---

### 1. 국내문헌

- 가이위팅(2020). 방한 중국인 관광객의 스마트폰 결제 앱 이용에 관한 연구: 확장된 통합기술수용모델(UTAUT)의 적용. 부산대학교 석사학위논문.
- 강은희(2018). 온라인여행사의 지각된 위험이 태도와 구매의도에 미치는 영향 : 기술수용모델(TAM)을 중심으로. 경희대학교 석사학위논문.
- 강재정(2010). 정보수용모델에서 정보 리터러시 역량의 역할. 인터넷 전자상거래연구, 10(4), 13-33.
- 곽대영(2019). SNS 관광정보 서비스품질이 정보공유의도에 미치는 영향 : 사회적 네트워크와 정보 자기효능감의 조절효과를 중심으로, 관광진흥연구, 7(2), 21-38.
- 권순조(2002). 관광정보시스템 품질평가에 관한 연구, 경기대학교 박사학위논문.
- 고길준(2014). 스마트관광의 열쇠는 DTI 표준화 구축에서 시작된다. 한국관광정책 55, 67-78.
- 고해운(2022). 여행슈퍼앱의 특성요인이 지각된 유용성, 용이성 및 지속적 사용의도에 미치는 영향: 여행 관여도를 조절변수로, 경희대학교 석사학위논문.
- 곽비송·이정실(2017). SNS 특성이 레스토랑의 몰입 및 신뢰 그리고 행동의도에 미치는 영향. 동북아관광연구, 9(2), 103-123.
- 구철모·김정현·전유희·정남호(2014a). 스마트관광 생태계의 개념화. 한국관광학회 국제학술발표대회집, 75(2), 283-290.
- 구철모·김정현·정남호(2014b). 스마트 관광 생태계의 이론화와 활용. Information Systems Review, 16(3). 69-87.
- 구철모·정남호(2019). 스마트관광, 파주: 백산출판사.
- 김광재(2009). DMB 의 수용결정요인에 관한 연구. 한국언론학보, 53(3), 296-323.
- 김경태(2015). 정보통신기술(ICT) 기반 스마트관광 서비스 활성화 방안. 한국관광정책, 62, 69-77.
- 김경태(2018). SNS 외식정보특성이 메뉴선택속성과 방문의도에 미치는 영향 : 확장된 기술수용모델(ETAM) 중심으로. 한양대학교 석사학위논문.
- 김기병·봉미희·서원석(2015). 자기효능감이 관광 몰입과 관광 만족에 미치는 영향: 국민해외관광객

- 을 중심으로, 한국관광레저학회, 27(2), 265-386.
- 김남희(2021). 문화예술교육 참여 노인의 여가몰입, 사회적 지지, 자기효능감, 우울 및 웰에이징 간의 구조관계 분석. 동아대학교 박사학위논문.
- 김동관·백동현·진희채(2010). IT 융합기술의 기술속성에 관한 연구. 한국경영정보학회 학술대회, 2010(1), 781-786.
- 김미선(2010). 상호작용적 TV 초기 이용자의 이용인식과 이용형태에 관한 연구: IPTV 이용을 중심으로. 이화여자대학교 박사학위논문.
- 김미주(2009). 보이는 라디오의 사용의도에 영향을 미치는 요인들에 관한 연구, 중앙대학교 석사학위논문.
- 김배성(2019). 인공지능(AI)스피커 사용의도에 관한 연구 : 확장된 기술수용모델을 중심으로. 한양대학교 석사학위논문.
- 김배성·우형진(2019). 인공지능(AI)스피커 사용의도에 관한 연구: 확장된 기술수용모델을 중심으로. 한국콘텐츠학회논문지, 19(9), 1-10.
- 김석현(2012). 위치 기반 서비스를 이용한 스마트폰 관광 정보 시스템, 창원대학교 석사학위논문.
- 김수원(2012). 여행사 모바일 서비스 특성이 사용의도에 미치는 영향 연구. 관광레저연구, 24(4), 179-198.
- 김수정(2020). 데이터 인텔리전스 기반 경험 마케팅 특성이 수용의도에 미치는 영향에 관한 연구-지각된 용이성과 유용성, 혁신성의 매개효과를 중심으로. 홍익대학교 박사학위논문.
- 김아영(1997). 학구적 실패에 대한 내성의 관련 변인 연구. 교육심리연구, 11(2), 1-19.
- 김용일·박한수(2013). 스마트폰 관광정보 서비스 사용자의 자기효능감 수준에 따른 서비스품질과 사용자 만족간의 관련성 연구. 관광학연구, 37(4), 141-162.
- 김용일·양현교(2012). 정보시스템 수용자의 컴퓨터 자기효능감, 정보시스템 품질, 수용태도와 업무성과 간의 구조적 관계에 관한 연구: 서울 시내 특1급 POS 정보시스템 수용자를 대상으로. 관광연구, 27(2), 75-93.
- 김용일·이관표(2012). 펜션 웹사이트 인터넷 비즈니스 유형에 따른 인터넷 자기효능감과 수용태도 및 고객만족 간 구조적 관계 연구. 『관광·레저연구』, 24(5), 221-239.
- 김용일·임재문(2014). 확장된 기술수용 모델을 적용한 스마트폰 외식정보 서비스 사용자의 수용태도에 관한 연구. 호텔경영학연구, 23(5), 275-289.
- 김용일·허준·김철원(2015). 확장된 기술수용모델을 적용한 관광정보 애플리케이션의 지각된 유용성과 즐거움에 영향을 미치는 선행변수 연구. 한국관광레저학회, 27(8), 137-157.

- 김이은(2022). 지역의 스마트관광 생태계가 지역지적자본 및 지역지속발전에 미치는 영향. 부산대학교 대학원 박사학위 논문.
- 김재현·이형룡(2020). 확장된 통합기술수용이론 (UTAUT2) 을 기반으로 프랜차이즈 분식점 키오스크 서비스에 대한 소비자 수용: 수줍음의 조절효과를 중심으로. 호텔경영학연구, 29(5), 99-118.
- 김정수(2021). 스마트관광 기술속성이 용이성, 유용성을 통한 관광객의 행동의도에 미치는 영향. 동아대학교 박사학위논문.
- 김진아(2018). 기술수용모델(TAM)을 이용한 스마트폰 관광정보 이용의도에 관한 연구: 지역관광 이벤트 참가자를 중심으로, 경희대학교 석사학위논문.
- 김태호·김학선 (2016). 수정된 기술수용모델을 이용한 푸드테크산업 소비자의 배달앱 기술수용의도에 관한 연구. 관광학연구, 40(5), 127-144.
- 김현정(2021). 스마트 관광 기술이 문화관광축제 경험과 재방문 의도 간의 관계에 미치는 영향. 융합관광콘텐츠연구(JCTC), 7(3), 5-20.
- 나정(2022). 기술준비수용모델을 적용한 호텔 서비스 로봇의 지속적사용의도에 관한 연구: 자기효능감의 조절효과를 중심으로, 동아대학교 박사학위논문.
- 남수태·진찬용 (2017). 기술수용모델 기반 스마트폰 지속사용의도에 미치는 영향. 한국정보통신학회논문지, 21(11), 2076-2082.
- 노정철(2003). 인바운드 활성화를 위한 관광정보시스템 가치평가, 경주대학교 대학원 박사학위논문.
- 류정열(2017). 모바일 외식업의 품질특성과 소비자 혁신성 및 자기효능감이 긍정적 행동의도에 미치는 영향: 기술수용모델을 중심으로, 배재대학교 박사학위논문.
- 문영주·이종호(2009). B2C 전자상거래에서 사회적 실재감, 즐거움, 만족, 신뢰형성이 재구매의도에 미치는 영향 연구: 오픈마켓 이용자를 중심으로. e-비즈니스연구, 10(1), 63-87.
- 민소라(2020). 모바일 SNS를 통해 지각된 관광가치가 지속사용의도에 미치는 영향. 서비스경영학회지, 21(3), 83-104.
- 민소라·양지인·배채수(2020). 기술수용모델(TAM)을 적용한 소셜미디어 관광정보경험이 지속사용의도에 미치는 영향에 관한 연구. 관광진흥연구, 8(4), 97-115.
- 박무진(2008). 관광정보 웹사이트에서 사용자 만족과 재방문의도에 영향을 미치는 요인에 관한 연구, 충주대학교 석사학위논문.
- 박성순·조광섭(2021). Digital Transformation. 삼성 SDS 인사이트 리포트.

- 박성준·박철호·한수정(2015). 기술수용모델(TAM)을 활용한 모바일 여행콘텐츠 정보품질이 재이용의도에 미치는 영향 연구. 관광연구, 30(3), 57-80.
- 박애경(2022). 웰니스관광 요인이 관광객의 지각된 가치와 자기효능감, 삶의 질에 미치는 영향. 경기대학교 박사학위논문.
- 박원호(2017). 기술수용모델(TAM)과 후기수용모델(PAM)을 이용한 O2O 서비스 지속사용의도에 관한 연구, 고려대학교 석사학위논문.
- 박일우(2012). 기술수용모델(TAM)의 확장을 통한 여행사 스마트폰 애플리케이션의 수용과 확산. 경희대학교 박사학위논문.
- 박재은·이은지·정남호·구철모(2021). 스마트관광 정보기술에 따른 여행 서비스 만족도와 행복 및 재방문 의도. 관광학연구, 45(4), 157-183.
- 박정숙·변정우(2013). 기술 수용모델을 활용한 SNS 의 지각된 즐거움이 고객만족과 이용의도에 미치는 영향 연구: 호텔 외식사업부를 중심으로. 관광레저연구, 25(1), 419-435.
- 박종구(2010). 뉴미디어 채택에 관한 통합모델 IAN-NM: 트위터와 페이스북에 대한 실증분석을 중심으로, 서강대학교 박사학위논문.
- 박종찬(1999). 인터넷을 활용한 관광목적지 정보시스템 구축에 관한 연구, 세종대학교 박사학위논문
- 박현미(2013). 대학생의 자기효능감, 스트레스, 우울이 대인관계에 미치는 영향. 관동대학교 박사학위논문.
- 박혜진(2003). 자기에, 자기효능감, 자의식 및 우울간의 관계. 석사학위논문, 아주대학교.
- 박희석(1993). 관광정보시스템의 데이터베이스 구축방안에 관한 연구, 경기대학교 석사학위논문.
- 배성일(2018). 외식기업 스마트폰 애플리케이션의 콘텐츠 품질과 지각된 위험이 지각된 유용성·용이성 및 행동의도에 미치는 영향. 관광연구저널, 32(6), 179-195.
- 백육인(2001). '인터넷' 전자 아카이브와 디지털 리더라시. 황해문화, 30, 448-452.
- 서은주(2018). 항공사 소셜 미디어 마케팅 활동과 소셜 미디어 이용 특성이 온라인 구전과 브랜드 자산에 미치는 영향에 관한 연구. 한국항공대학교 박사학위논문.
- 석윤지(2022). 스마트관광 정보기술과 기억에 남는 관광경험(MTE)이 지속적 사용의도에 미치는 영향 : 기술수용모델(TAM)을 활용하여, 경희사이버대학교 석사학위논문.
- 성혜진(2012). 외식정보 SNS특성이 사용자 만족 및 지속적 사용의도에 미치는 영향: 자기효능감의 조절효과 중심으로. 관광레저연구, 24(8), 201-218.
- 성혜진·고재운(2013). 외식기업의 온라인 소셜 네트워크 서비스(SNS)특성이 고객만족 및 이용의도에 미치는 영향에 관한 연구: 확장된 기술수용모델(ETAM)을 중심으로. 관광학연구, 37(2),



- 187-211.
- 손병모(2001). 관광정보시스템의 사용자 만족에 관한 연구, 경기대학교 석사학위논문.
- 신상준(2017). 모바일 관광정보서비스특성이 지각된 가치와 사용의도에 미치는 영향, 관광경영연구, 77, 113-13.
- 신영기(2011). 관광안내정보시스템 품질요인과 지각된 유용성이 사용자 만족과 관광지 이미지에 미치는 영향, 경기대학교 박사학위논문.
- 심민섭(2022). 기술수용모델(TAM)을 활용한 사용자 인식 경향에 관한 유용성 연구: 비대면 사회 현상의 인터랙션 디자인 키워드를 중심으로, 경희대학교 박사학위논문.
- 심성욱(2009). 인터랙티브 TV 광고 수용에 한 연구: 플로우 이론, 상호작용성, 기술수용 모델 확장을 중심으로. 광고 연구, 83, 63~97.
- 심태용·윤성준(2020). 온라인 쇼핑물 특성이 감성적 반응과 지각된 가치, 재이용의도에 미치는 영향: 확장된 기술수용모델 (TAM2) 을 중심으로. 한국산학기술학회 논문지, 21(4), 374-383.
- 안지미·이병철(2014). 관광정보탐색을 위한 스마트폰 사용행동에 관한 연구: 확장형 정보기술수용 모형(TAM)을 적용하여. 관광레저연구, 26(3), 25-44.
- 야렌 약균(2022). 수정된 기술수용모델을 적용한 유료 OTT 서비스의 이용행태에 관한 연구: 자기효능감과 개인의 혁신성의 조절효과를 중심으로. 인하대학교 석사학위논문.
- 양희승(2017). 중학생의 사후반추사고와 사회불안의 관계: 자기효능감의 조절효과. 아주대학교 석사학위논문.
- 오경수(2012). N스크린 서비스 잠재적 수용자의 수용의도 영향요인 연구, 한국콘텐츠학회, 12(9), 80-92.
- 오승욱 (2021). 스마트관광 정보기술속성, 기억에 남는 관광경험, 지각된 가치, 만족도 연구 : 전주시를 중심으로, 전주대학교 박사학위논문.
- 왕이연(2021). 방한 중국인 관광객의 모바일 결제앱의 지속사용의도에 관한 연구: 확장된 기술수용 모델(TAM2)을 고려한 지각된 관계혜택의 조절효과, 동아대학교 박사학위논문.
- 우종필(2012). 구조방정식 구조와 이해. 서울: 한나래 출판사.
- 위중비(2022). 스마트관광 정보기술속성이 관광지 애호도에 미치는 영향, 전남대학교 석사학위논문.
- 유재현·박철(2010). 기술수용모델(Technology Acceptance Model) 연구에 대한 종합적 고찰. Entru Journal of Information Technology, 9(2), 31-50.

- 유현정(2021). SNS 관광정보특성이 확장된 기술수용태도와 정보의 지속적 사용의도에 미치는 영향 연구: SNS 밀레니얼 세대 사용자를 중심으로, 경기대학교 석사학위논문.
- 윤성욱·김정수(2020). 스마트관광 정보기술속성이 지각된 품질, 지각된 가치 및 장소애착에 미치는 영향에 관한 연구. 동북아관광연구, 16(2), 123-143.
- 윤신일(1997). 정보통신기술의 전략적 활용에 관한 연구. 사회과학논총, 3, 137-157.
- 이경근·노영(2009). 모바일 지불 결제에 영향을 미치는 요인에 관한 연구: 위험과 신뢰를 중심으로. e-비즈니스연구, 10(1), 281-301.
- 이병관(2020). 관광기업의 정보통신기술이 업무효율성, 기술수용모델, 테크노스트레스 및 경영성과에 미치는 영향, 영산대학교 박사학위논문.
- 이선영·정남호·구철모(2018). 스마트관광 경쟁력 강화를 위한 스마트관광 만족 결정요인에 관한 연구-스마트관광도시, 서울을 사례로-. 관광학연구, 42(5), 151-169.
- 이수정 (2004). 여대생의 대인불안, 자기효능감 및 신체상과의 관계. 서울여자대학교 석사학위 논문.
- 이슬비 (2017). 여행블로그 정보성이 관광객의 행동의도에 미치는 영향 : 기술수용 모델(TAM)을 중심으로. 경희대학교 석사학위논문.
- 이예림·김학민 (2019). 소비자의 SNS뱅킹 이용시 지각된 위험과 기술적 특성이 SNS를 통한 확산 의도에 미치는 영향: 카카오뱅크 이용자를 중심으로. e-비즈니스연구, 20(1), 97-112.
- 이용규(2000). 지방정부 인터넷 관광정보서비스의 중요 성공요인에 관한 연구, 한양대학교 석사학위 논문.
- 이용규, 이종기(2003). 자기효능감과 서비스 품질이 e-학습 시스템의 사용용이성과 유용성에 미치는 영향. 정보시스템연구, 12(2), 41-56.
- 이위, 김문홍(2016). 모바일 관광애플리케이션의 서비스품질에 따른 소비자의 사용의도에 관한 연구: 기술수용모델(TAM) 중심으로. 관광경영연구, 73, 393-414.
- 이인숙·윤혜현(2011). 외식업체 조리사들의 테크놀로지 주방시스템이 지각된 용이성, 유용성과 태도 및 직무성과에 미치는 영향연구. 한국식품조리과학회지, 27(3), 71-79.
- 이인옥(2017). 청소용 로봇 사용자의 품질 지각과 혁신성이 지각된 유용성과 재구매 의도에 미치는 영향, 서울벤처대학원, 박사학위논문.
- 이재만(2017). 감정-규칙 부조화와 감정노동전략 및 감정-표현 부조화 간의 관계에서 조절초점의 매개효과: 자기효능감의 역할을 중심으로. 호남대학교 대학원박사학위논문.
- 이진희·김남조(2019). 스마트폰을 활용한 관광정보탐색이 삶의 질에 미치는 영향-기술수용모형

- (TAM: Technology Acceptance Model)의 적용. 관광연구논총, 31(4), 139-164.
- 이현수(2023). 확장된 정보기술수용모델(ETAM)을 적용한 SNS 특성이 온라인 구전(e-WOM)에 미치는 영향. 세종대학교 박사학위논문.
- 이현애, 정남호(2017). 스마트관광 생태계 구현을 위한 사회관계망 분석을 활용한 국내 관광객 이동 패턴에 대한 탐색적 연구. 서비스경영학회지, 18(4), 57-74.
- 임선아(2016). 축제 소셜네트워크서비스의 지각된 기술수용과 수용의도의 관계 연구, 경기대학교 박사학위논문.
- 임선아·김창수(2017). 축제 소셜 네트워크 서비스의 지각된 기술수용과 수용의도의 관계 연구: 확장된 기술수용모델을 중심으로. 관광학연구, 41(6), 11-30.
- 임종석(2019). 스마트폰을 활용한 미세먼지 예방행동 연구: 확장된 기술수용모델과 건강신념모델을 중심으로, 강원대학교 대학원 박사학위논문.
- 임화연·조성호·고형석·한경석(2019), 이미지 검색 서비스가 모바일 쇼핑몰 사용자 구매의도에 미치는 영향에 대한 연구. 한국디지털콘텐츠학회, 20(2), 363-375.
- 장안연(2020). 커피 프랜차이즈의 모바일 어플리케이션 품질과 자기효능감이 재이용의도에 미치는 영향 연구: 기술수용모델을 중심으로, 건국대학교 석사학위논문.
- 장준혁(2021). 호텔 정보시스템의 품질이 이용자만족에 미치는 영향 -자기효능감과 컴퓨터 자기효능감의 조절효과를 중심으로, 세종대학교 석사학위논문.
- 전유희·구철모(2017). 관광정보 획득을 위한 소셜큐레이션 기반의 해시태그 활용에 대한 연구: 이용과 충족 이론 및 SNS 피로감을 적용하여. 서비스경영학회지, 18(5), 133-163.
- 정광민·송수엽·한희정·박문수·변재문(2021). 관광산업의 디지털 전환 수준 진단과 정책대응 방향. 한국문화관광연구원.
- 정남호(2016). 지자체 관광앱은 지역중심의 스마트관광을 이끌어 가는 촉매제 : 전국 지자체별 관광 앱 서비스 현황과 개선방안. 지역정보화, 99, 56-61.
- 정남호·구철모·이팜·이선영·윤아영·양성병·함주연·홍태호·Hunter, W. C. (2019). 스마트관광 도시 포용적 혁신의 플랫폼, 서울: 경희대학교 출판문화원.
- 정병욱(2015). ICT 신기술을 활용한 스마트관광의 추진사례 분석 및 활성화 방안 연구, 한국콘텐츠학회논문지, 15(11), 509-523.
- 정병욱(2016), 관광애플리케이션의 지각된 유용성, 지각된 사용용이성, 지각된 유희성이 사용의도에 미치는 영향: 인구통계학적 특성의 조절효과를 중심으로. 관광연구저널, 30(1), 101-121.

- 정성진(2021). 확장된 기술수용 $\pi$ 모델(ETAM)을 활용한 배달앱 서비스품질 수용의도에 관한 연구: 성별의 조절효과를 중심으로, 경성대학교 박사학위논문.
- 정은유(2019). 항공사 애플리케이션 재사용의도에 대한 연구: 확장된 통합기술수용모델 2 (UTAUT 2) 을 적용하여. 관광경영연구, 88, 719-735.
- 정재선·박정민·노기영(2019). 모바일 헬스케어 앱의 지속적 수용에 관한 연구: 인지된 용이성의 확장을 중심으로. 사이버커뮤니케이션학보, 36(2), 81-113.
- 정철·이준남(2010). 인터넷 관광정보에 대한 사용자의 지각, 태도, 그리고 정보탐색노력. 관광학연구, 34(5), 265-286.
- 정희정·정남호·양성병(2019). 스마트관광객의 관광경험 및 자서전적 기억이 관광지 이미지 형성에 미치는 영향. 호텔관광연구, 21(2), 1-15.
- 조가령(2020). 가치기반수용모델을 적용한 공유숙박플랫폼의 특성요인과 공동가치창출 및 재이용의도 간 구조관계 연구. 경희대학교 대학원 박사학위논문.
- 조대연·권현정(2008). 모바일 상거래에서의 신뢰와 기술수용에 관한 연구. 인터넷전자상거래연구, 8(2), 151-182.
- 조성호(2019). 모바일 관광앱 서비스특성이 지각된 가치, 만족 및 행동의도에 미치는 영향, 한국유통학회, 10(9), 45-52.
- 조성호·송승현(2021). SNS 관광정보품질이 자기효능감, 사회적 네트워크 및 정보공유의도에 미치는 영향, 호텔리조트연구, 20(3), 135-156.
- 진한(2017). 관광객이 모바일 정보이용이 만족과 지속적 사용의도에 미치는 영향: 관광객 유형 중심으로, 경희대학교 대학원 석사학위 논문.
- 차재빈·이훈영(2015). 관광지 스토리텔링 모바일 어플리케이션 사용의도에 관한 연구: 기술수용모델 (TAM)을 중심으로. 관광연구, 30(1), 69-89.
- 채정숙·이승곤(2022). 기술수용모델(TAM)을 적용한 SNS 관광정보 지속사용의도에 관한 연구: SNS 관광정보 활용도에 따른 조절효과. 한국관광연구학회, 36(9), 79-92.
- 차정은(1997). 일반적 자기효능감 척도개발을 위한 일 연구. 이화여자대학교 석사학위논문.
- 최자은(2013). 스마트 관광의 추진현황 및 향후과제, 연구보고서, 한국문화관광연구원.
- 최환석·조주은·함성필(2009). 셀프서비스 체크인 키오스크 사용의도: 기술 수용 모델을 중심으로. 관광레저연구, 21(4), 295-315.
- 최훈·이광옥(2019). 관광전공 대학생들의 SNS 지속이용의도에 관한 연구: 통합기술수용모델과 사회영향이론을 중심으로. 관광연구저널, 33(8), 201-212.

- 하준석(2017). 간편 결제 서비스 수용의도의 결정요인에 관한 연구, 계명대학교 박사학위논문.
- 한영주·이상호(2019). AI 스피커의 지속적 사용의도에 미치는 요인에 관한 연구: 미디어 효능감과 사회적 실재감을 중심으로. *경영컨설팅연구*, 19(3), 83-95.
- 황현철·송상화(2019). 기술수용모형을 통한 물류센터 내 물류로봇 구매의도에 영향을 미치는 요인에 관한 연구. *한국산학기술학회논문지*, 20(12), 287-297.
- 현용호·남장현(2012). 패밀리레스토랑 스마트폰 어플리케이션 품질의 기술 수용모델(TAM)적용에 관한 연구: 자발성(Voluntariness) 요인의 조절효과를 중심으로. 『*기업경영연구*』, 19(2), 149-167.
- Agarwal, R. & Karahanna, E. (2000). Time flies when you're having fun: Cognitive absorption and beliefs about information technology usage. *MIS Quarterly*, 24(4), 665 - 694.
- Ajzen, I. (1985). From intentions to actions: A theory of planned behavior. In *Action control*. Springer, Berlin, Heidelberg. 11-39.
- Ajzen, I., & Madden, T. J. (1986). Prediction of goal-directed behavior: Attitudes, intentions, and perceived behavioral control. *Journal of experimental social psychology*, 22(5), 453-474.
- Bandura, A. (1977). Self-efficacy: Toward a unifying theory of behavioral change. *Psychological Review*, 84(2), 191-215.
- Bandura, A. (1978). Self-Efficacy: Toward a Unifying Theory of Behavioral Change. *Advances in Behaviour Research and Therapy*, 1(4), 139-161.
- Bandura, A. & Schunk, D. H. (1981). Cultivating Competence, Self-Efficacy, and Intrinsic Interest through Proximal Self-Motivation. *Journal of personality and social psychology*, 41(3), 586-598.
- Bandura, A.(1982). Self-efficacy Mechanisms in Human Agency. *American Psychologist*, 37, 122-147.
- Bandura,A(1986). *Social foundations of thought and action: A social cognitive theory*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Bandura, A. (1995). *Self-efficacy changing societies*. NY: Cambridge.
- Bandura,A(1997). *Self-efficacy:The exercise of control*. New York: Freeman & Company.

- Bandura, A.(1999). Self-efficacy: Toward a Unifying Theory of Behavioral Change. In R. F. Baumeister(Ed.), *The Self in Social Psychology. Key Readings in Social Psychology*. Philadelphia, PA: Psychology Press. 285-298.
- Basak, E., Gumussoy, C. A., & Calisir, F. (2015). Examining the factors affecting PDA acceptance among physicians: an extended technology acceptance model. *Journal of Healthcare Engineering*, 6(3), 399-418.
- Benckendorff, P., Sheldon, P., & Fesenmaier, D. R. (2014). *Tourism information technology*. Oxford: CAB International.
- Bitner, M. J., & Obermiller, C. (Eds.). (1985). *The elaboration likelihood model: Limitations and extensions in marketing*. ACR North American Advances.
- Bolton, R. N., & Lemon, K. N. (1999). A dynamic model of customers' usage of services: Usage as an antecedent and consequence of satisfaction. *Journal of marketing research*, 36(2), 171-186.
- Buhalis, D.(2003). 'eTourism: Information Technology for Strategic Tourism Management', Great Britain.
- Buhalis, D. (2019). Technology in tourism—from information communication technologies to eTourism and smart tourism towards ambient intelligence tourism: a perspective article. *Tourism Review*.
- Buhalis, D. & R. Law.(2008). Progress in information technology and tourism management: 20 years on and 10 years after the internet the State of Etourism Research, *Tour. Manage.* 9 (4) 609 - 623.
- Buhalis, D., & Amaranggana, A. (2013). 'Smart tourism destinations,'In *Information and communication technologis in tourism 2014*, Springer, cham. 553~564.
- Buhalis, D., & Amaranggana, A. (2015). Smart tourism destinations enhancing tourism experience through personalisation of services. *Information and Communication Technologies in Tourism* (pp.377-389). Springer, Cham.
- Chan, S. C. (2004). Understanding internet banking adoption and use behavior: A Hong Kong perspective. *Journal of Global Information Management*, 12(3), 21-43.
- Chen, S., Tian, D., Zhang, M., &Law, R. (2022). Bibliometric and visualized review

- of smart tourism research, *International Journal of Tourism Research*, 24(2), 298-307.
- Compeau, D. R., & Higgins, C. A. (1995). Computer self-efficacy: Development of a measure and initial test. *MIS Quarterly*, 19(2), 189-211.
- Davis, F. D.(1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 319-340.
- Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R.(1989). User acceptance of computer technology: A comparison of two theoretical models. *Management Science*, 35(8), 982-1003.
- Dickinson, J. E., Ghali, K., Cherrett, T., Speed, C., Davies, N., & Norgate, S. (2014). Tourism and the smartphone app: capabilities, emerging practice and scope in the travel domain. *Current issues in tourism*, 17(1), 84-101.
- Eastin, M. S., & LaRose, R. (2000). Internet self-efficacy and the psychology of the digital divide. *Journal of computer-mediated communication*, 6(1), JCMC611.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). Belief, attitude, intention, and behavior: An introduction to theory and research. *Philosophy and Rhetoric*, 10(2).
- Fornell, C. Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *J. Mark. Res.* 18, 39 - 50.
- Garbarino E. and M. S. Johnson(1999). The different roles of satisfaction, trust, and commitment in customer relationships. *Journal of Marketing*, 62(2), 70-87.
- Gardner, D. G., & Pierce, J. L. (1998). Self-Esteem and Self-Efficacy within the Organizational Context. *Group and Organizational Management*, 23(1), 48-70.
- Gellatly, I. R., & Meyer, J. P. (1992). The Effects of Goal Difficulty on Physiological Arousal, Cognition, and Task Performance. *Journal of Applied Psychology*, 77(5), 694-704.
- Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z., & Koo, C. (2015a). Smart tourism: foundations and developments. *Electronic Markets*, 25(3), 179-188.
- Gretzel, U., Werthner, H., Koo, C., & Lamsfus, C. (2015b). Conceptual foundations for understanding smart tourism ecosystems. *Computers in Human Behavior*, 50, 558-563.

- Höjer, M., & Wang, J. (2015). Smart Sustainable Cities: Definition and Challenges. In L. M. Hilty & B. Aebischer (Eds.), *ICT Innovations for Sustainability, Advances in Intelligent Systems and Computing*, 333 - 349.
- Huang, C. D., Goo, J., Nam, K., & Yoo, C. W. (2017). Smart tourism technologies in travel planning : The role of exploration and exploitation. *Information & Management*, 54, 757 - 770.
- Huang, G., & Ren, Y. (2020). Linking technological functions of fitness mobile apps with continuance usage among Chinese users: Moderating role of exercise self-efficacy. *Computers in Human Behavior*, 103, 151-160.
- Iconaru, C. (2013). The moderating role of perceived self-efficacy in the context of online buying adoption. *BRAND. Broad Research in Accounting, Negotiation, and Distribution*, 4(1), 20-29.
- Jeong, M., & Shin, H. H. (2019). Tourists' Experiences with Smart Tourism Technology at Smart Destinations and Their Behavior Intentions. *Journal of Travel Research*, 0047287519883034.
- Johansen, R. & Swigart, R. (1996). *Upsizing the individual in the down sized organization*. Reading, MA: Addison-Wesley.
- Kim, T., & Chiu, W. (2019). Consumer acceptance of sports wearable technology: The role of technology readiness. *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*. 20(1), 109-126.
- Koo, C., Gretzel, U., Hunter, W. C., & Chung, N. (2015). The role of IT in tourism. *Asia Pacific Journal of Information Systems*, 25(1), 99 - 104.
- Law, R., Buhalis, D., & Cobanoglu, C. (2014). Progress on information and communication technologies in hospitality and tourism. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 26(5), 727 - 750.
- Lazarus, R. S., & Folkman, S. (1984). *Stress, Appraisal and Coping*. NY: Springer.
- Magasic, M., & Gretzel, U. (2020). Travel connectivity. *Tourist Studies*, 20(1), 3-26.
- Moon, J. W., & Kim, Y. G. (2001). Extending the TAM for a WorldWide-Web context. *Information & Management*, 38(4), 217-230.
- Morris, M. G., & Venkatesh, V. (2000). Age differences in technology adoption



- decisions: Implications for a changing work force. *Personnel psychology*, 53(2), 375-403.
- No, E., & Kim, J. K. (2015). Comparing the attributes of online tourism information sources. *Computers in Human Behavior*, 50, 564 - 575.
- Park, Y. A., & Gretzel, U. (2007). Success factors for destination marketing web sites: A qualitative meta-analysis. *Journal of travel research*, 46(1), 46-63.
- Petrie, H., & Kheir, O. (2007). The relationship between accessibility and usability of websites. In *Proceedings of the SIGCHI conference on Human factors in computing systems*, 397-406.
- Poon, A. (1993). *Tourism, technology and competitive strategies*. CAB international.
- Schunk, D. H. (1982). Modeling and Attributional feedback effects on children's Received self-efficacy and achievement. *Journal of Educational Psychology*, 74(4), 548-556.
- Sheppard, B. H., Hartwick, J., & Warshaw, P. R.(1988). The theory of reasoned action: A meta-analysis of past research with recommendations for modifications and future research. *Journal of Consumer Research*, 15(3), 325-343.
- Sherer, M., Maddux, J. E., Mercandante, B., Prentice-dunn, S., Jacobs, B., & Rogers, R. W. (1982). The Self-Efficacy Scale: Construction and Validation, *Psychological Reports*, 51(2), 663-671.
- Syed, I(2007). General Self-Efficacy Scale: Dimensionality, International Consistency, and temporal Stability, *Proceedings of the Redesigning Pedagogy. Culture, Knowledge and Understanding Conference*. Singapore.
- Tierney, P. (2000). Internet-based evaluation of tourism web site effectiveness: Methodological issues and survey results. *Journal of Travel Research*, 39(2), 212-219.
- Zhang, H., Wu, Y., & Buhalis, D. (2018). A model of perceived image, memorable tourism experiences and revisit intention. *Journal of Destination Marketing & Management*, 8, 326 - 336.
- Zhang, X., Han, X., Dang, Y., Meng, F., Guo, X., & Lin, J. (2017). User acceptance

- of mobile health services from users' perspectives: The role of self-efficacy and response-efficacy in technology acceptance. *Informatics for Health and Social Care*, 42(2), 194-206.
- Vealey, R. S. (1986). Conceptualization of Sport-Confidence and Competitive Orientation: Preliminary Investigation and Instrument Development. *Journal of Sport Psychology*, 8(3), 221 - 246.
- Vekiri, I. & A. Chronaki(2008). Gender issues in technology use: Perceived social support, computer self-efficacy and value beliefs, and computer use beyond school.*Computer & Education*, 51(3), 1392-1404.
- Venkatesh, V., & Davis, F. D.(2000). A theoretical extension of the technology acceptance model: Four longitudinal field studies. *Management Science*, 46(2), 186-204.
- Wang, D., Xiang, Z., & Fesenmaier, D. R. (2016). Smartphone use in everyday life and travel. *Journal of travel research*, 55(1), 52-63.
- Werthner, H., & Klein, S. (1999). *Information technology and tourism: a challenging relationship*. Vienna: Springer.
- Whitty, M. T., & McLaughlin, D.(2007). Online recreation: The relationship between loneliness , internet self efficacy and the use of the internet for entertainment purpose. *Computers in Human Behavior*, 23
- Wood, R. E., Mento, A. J., & Locke, E. A. (1987). Task Complexity as a Moderator of Goal Effects: A Meta-Analysis. *Journal of Applied Psychology*, 72(3), 416-425.
- Xiang, Z., Magnini, V.P. & Fesenmaier, D.R.(2015). Information technology and consumer behavior in travel and tourism: Insights from travel planning using the internet, *Journal of Retailing and Consumer Services*, 22, 244-249.
- Yang, S. H. (2012). Exploring college students' attitudes and self-efficacy of mobile learning. *Turkish Online Journal of Educational Technology*, 11(4), 148-154.
- Yoo, C. W., Goo, J., Huang, C. D., Nam, K., & Woo, M. (2017). Improving travel decision support satisfaction with smart tourism technologies: A framework of tourist elaboration likelihood and self-efficacy. *Technological Forecasting and Social Change*, 123, 330-341.



3. 귀하가 이번 여행 중 필요한 관광정보 습득을 위해 사용한 1일평균 스마트폰 이용시간은?

- ① 30분 미만                      ② 30분 이상-1시간 미만 ③ 1시간 이상-2시간 미만  
 ④ 2시간 이상-3시간 미만 ⑤ 3시간 이상

**II. 스마트폰을 이용한 스마트관광 정보기술의 이용**

(모든 관광활동에 이용되는 앱과 시스템, 기술, 서비스 등) 에 관한 질문입니다.

여행 중, 관광 웹사이트 및 앱은 _____		전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
1	시간의 제약 없이 이용할 수 있었다.	①	②	③	④	⑤
2	장소의 제약 없이 이용할 수 있었다.	①	②	③	④	⑤
3	쉽게 이용할 수 있었다.	①	②	③	④	⑤
4	나에게 유용한 정보를 제공하였다.	①	②	③	④	⑤
5	상세한 정보를 제공하였다.	①	②	③	④	⑤
6	걱정 없이 여행을 잘 마치는데 도움을 주었다.	①	②	③	④	⑤
7	다른 여행자들이 공유한 여행정보를 이용할 수 있었다.	①	②	③	④	⑤
8	다른 여행자들과 커뮤니케이션 할 수 있었다.	①	②	③	④	⑤
9	콘텐츠를 쉽게 공유할 수 있었다.	①	②	③	④	⑤
10	맞춤 정보를 받을 수 있었다.	①	②	③	④	⑤
11	필요한 관광 정보를 제공해 주었다.	①	②	③	④	⑤
12	관광 정보를 확인할 수 있었다.	①	②	③	④	⑤

Ⅲ. 스마트폰을 이용한 스마트관광 정보기술에 대하여, 귀하가 느끼는  
 유용성·용이성에 관한 질문입니다.

스마트관광 정보기술을 이용한 (이용하여) _____		전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
1	여행정보는 유용하였다.	①	②	③	④	⑤
2	여행정보의 활용은 효율적이었다.	①	②	③	④	⑤
3	여행정보의 활용은 편리하였다.	①	②	③	④	⑤
4	시간과 비용을 절감할 수 있었다.	①	②	③	④	⑤
5	이용하기 간편하게 구성되어 있었다.	①	②	③	④	⑤
6	수집한 정보는 이해하기 쉬웠다.	①	②	③	④	⑤
7	여행 정보를 쉽게 얻을 수 있었다.	①	②	③	④	⑤
8	시간과 장소의 제약 없이 여행정보를 얻을 수 있었다.	①	②	③	④	⑤

**IV. 스마트폰을 이용한 스마트관광 정보기술에 대한 귀하의 지속적인 사용의도에 관한 질문입니다.**

스마트관광 정보기술을 이용한(이용하여) _____		전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
1	관광정보를 통해 관광을 다시 할 것이다.	①	②	③	④	⑤
2	관광정보를 주변사람들에게 추천 할 것이다.	①	②	③	④	⑤
3	관광정보에 대하여 긍정적으로 이야기 할 것이다.	①	②	③	④	⑤
4	관광정보를 지속적으로 얻을 것이다.	①	②	③	④	⑤

**V. 스마트폰 이용에 대한 귀하의 자기효능감에 관한 질문입니다.**

나는 스마트폰의 새로운 기술이나 서비스를(에) _____		전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
1	다른 사람들 보다 잘 이용하는 편이다.	①	②	③	④	⑤
2	기꺼이 이용하려고 한다.	①	②	③	④	⑤
3	잘 적응하는 편이다.	①	②	③	④	⑤
4	이용하는 방법을 스스로 터득할 자신이 있다.	①	②	③	④	⑤



The Effect of Smart Tourism Information Technology  
Attributes Applying the Extended Technology Acceptance  
Model on Continuous Use Intention  
: The Regulating Effect of Self-Efficacy

Hoi-Chan, Yang

Department of Tourism  
The Graduate School  
Jeju National University

Abstract

Due to the development of information and communication technology (ICT), smart devices, including smartphones, have become popular and generalized, affecting society as a whole. In particular, in the tourism industry, users directly book and use accommodation and travel information through information and communication technology, and the paradigm is changing to smart tourism. As such, research on smart tourism is being actively conducted due to changes in the tourism industry, but existing research is focused on consumer behavior research, and research on the components of information technology and the factors that affect it is relatively insufficient. Therefore, this study aims to find out the relationship between the factors of smart tourism information technology attributes and the perceived ease and usefulness of the extended technology acceptance model on tourists' intention to use it continuously. In addition, it is intended to understand the moderating effect of self-efficacy in the effect of perceived ease and perceived usefulness on continuous use intention.



The survey was conducted on 330 Korean tourists at Jeju International Airport for four days from April 18 to April 21, 2023, and the composition of the questionnaire consisted of six parts: smart device utilization, smart tourism information technology, technology acceptance, continuous use intention, self-efficacy, and demographic characteristics. Frequency analysis, exploratory factor analysis, and confirmatory factor analysis were conducted on the collected data using SPSS 22.0 and AMOS 22.0. To this end, this study conducted a theoretical consideration of the concept through prior research and established seven major research hypotheses for Korean tourists who experienced smart tourism in Jeju Island. After that, the hypothesis was verified to investigate the relationship, and the results are summarized as follows.

First, the impact of smart tourism information technology attributes on perceived usefulness did not show a significant influence relationship between informativeness, personalization, and interaction, excluding accessibility. Second, the effect of smart tourism information technology attributes on perceived ease showed a significant positive (+) influence on all factors. Third, the effect of perceived ease on perceived usefulness showed a significant positive (+) influence relationship. Fourth, perceived usefulness did not have a significant impact on the intention to continue use, and perceived ease had a significant impact on positive (+). Fifth, it was confirmed that there was a difference in the effect of perceived usefulness and perceived ease on continuous use intention due to self-efficacy.

At a time when the importance of smart tourism is emerging, this study is meaningful in that it studies the properties of smart tourism information technology that can be the basis and demonstrates the ease and usefulness of technology acceptance and the intention of actual tourists to collect and use

tourism information and services. Looking at previous studies, the purpose of this study was to analyze consumption behavior such as research on tourism decisions of tourists and changes in consumer behavior, research on the concept and role of smart tourism, and research to expand the value of smart tourism. However, in order to convincingly interpret the behavior of tourists experiencing tourism through smart tourism information technology, this study verified the factors of "self-efficacy" that have not been previously made as a moderating effect. This has important implications in terms of strengthening the intention of tourists experiencing smart tourism to continue to use it.

Keywords: smart tourism, smart tourism information technology attributes, expanded technology acceptance model, and self-efficacy