
스마트폰 정보에 의한 관광객의 행동 조사

김민철* · 강재은* · 김정규* · 박성진* · 문상철*

*제주대학교

A Research on Tourist Behavior by Smartphone Information

Mincheol Kim* · Jae-Eun Kang* · Jung-Kyu Kim* · Sung-Jin Park* · Sang-Cheol Moon*

*Jeju National University

E-mail : mck1292@jejunu.ac.kr

요 약

본 연구는 스마트폰을 통하여 수집된 정보를 활용하여 관광의 의사결정에 영향을 미치는지를 분석하는데 목적이 있다. 특히 본 연구는 제주를 방문하는 관광객들이 스마트폰이라는 기기(device)를 활용하여 관광 정보를 이용함으로써 나타날 수 있는 관광객들의 행동에 대한 조사와 더불어 수집된 데이터 분석을 통하여 제주 관광객에 대한 마케팅적인 시사점을 찾는데 있다. 본 연구는 관광객들에게 직접 설문지를 배부하여 관광을 경험한 뒤 스마트폰 정보가 각 개인의 행동 변화에 어떻게 영향을 미쳤는지를 분석하였다. 이를 위하여 본 연구에서는 2017년 4월 중 관광을 마치고 돌아가는 관광객 230명을 대상으로 스마트폰 정보의 영향 여부를 분석하였다. 분석 결과, 이러한 스마트폰의 정보는 관광객의 행동에 영향을 미침을 통계적으로 검증할 수 있었다. 결국 본 연구는 스마트폰의 정보가 관광객들의 행동 변화에 미치는 영향을 조사함으로써, 관광객들의 행동에 대한 이해와 마케팅적인 시사점을 활용한 다양한 경영 전략을 세우는데 기여할 수 있다.

ABSTRACT

The purpose of this study was to analyze whether tourism information is influenced by information collected through smartphone. Especially, this study investigated the behavior of tourists visiting Jeju by using the information of smartphone, and analyzed the collected data to find out the marketing implications for Jeju tourist. This study analyzed how smartphone information influenced individual's behavior after distributing direct questionnaires to tourists. The data of total 230 tourists who visited the tour in April, 2017 were collected and analyzed. As a result of the analysis, it was statistically verified that the information of the smartphone affected the behavior of the tourist. Though this analysis, this study can contribute to the establishment of diverse management strategies using the understanding of the behavior of tourists and marketing implications by investigating the effect of smartphone information on the behavior of tourists.

키워드

관광객, 스마트폰, 행동, 정보

1. 서 론

본 연구는 스마트폰을 통하여 수집된 정보를 활용하여 관광의 의사결정에 영향을 미치는지를 분석하는데 목적이 있다. 특히 본 연구는 관광객들이 스마트폰이라는 기기를 활용하여 관광 정보를 이용함으로써 나타날 수 있는 관광객들의 행동에 대한 조사와 더불어 수집된 데이터 분석을

통하여 제주 관광객에 대한 마케팅적인 시사점을 찾는데 있다.

이러한 연구 배경에는 제주를 방문하는 관광객이 점차로 개별적으로 이루어지고 있으며, 여행 이전의 계획보다는 관광을 하는 과정 중에 스마트폰에 의한 정보 수집에 비중이 점점 커지고 있다는 점에서 본 연구의 의미가 있다 (Wang, 2013). 특히 스마트폰을 통하여 활용할 수 있는 정보들은 2가지의 기본적인 기능인 언제(anytime)

및 어디서나(anywhere) 관광객들이 최적의 의사 결정을 할 수 있도록 해준다는 점이다(Okazaki, & Mendez, 2013).

한 데이터를 바탕으로 표 1과 같이 인구통계학적 분석 결과를 제시하였다.

표 1. 인구통계학적 분석표

II. 관련 배경

현재 가장 선호되는 휴대 기기는 현재 스마트폰이라고 볼 수 있다 (Okazaki & Mendez, 2013). 하지만, 관광 분야에서 스마트폰의 정보 제공에 대한 구체적인 실증적 연구가 희박하므로 본 연구에서는 이와 관련된 이론적 배경이 필요하다. 특히 마케팅 및 경영정보학인 분야와 달리 관광 분야에서는 스마트폰 사용에 관한 대부분의 연구는 개인 또는 개인 수준의 분석을 기반으로 한다 (Wang, 2013). 즉, 조직 환경에서 기술 사용을 설명하는 프로세스가 여행 분야와 관련하여 개인 차원에서 적절하게 적용되지 않는다. 이러한 이유로 개별 여행객 입장에서 조사를 하는 것이 중요하다.

일부 연구에 따르면 스마트폰은 관광객의 의사 결정 과정에 영향을 미치는 것으로 나타났다 (Wang, Park, & Fesenmaier, 2010; Wang, 2013). 이 중 Wang (2013)은 스마트폰 채택이 여행자의 경험에 미치는 영향을 보여주는 이론적 틀을 소개하는 등 이 분야에서 여러 가지 시사점을 제시했다. 이 연구는 여행자가 기술을 활용하도록 권장하는 기본적인 필요와 동기를 설명하고 있으며, 관광에 대한 스마트폰의 관련성을 감안할 때, 정보에 빠르게 접근해야하기 때문에 관광 및 스마트폰 기술 간의 시너지가 발생할 수 있다 (Wang, Park, & Fesenmaier, 2012). 특히 여행객의 입장에서는 속도, 연결성 및 높은 상호 작용의 본질적인 특징이 강조되기도 한다 (Lu et al., 2015).

관광객 개인정보			
	구분	빈도	퍼센트
성별	Male	124	53.9
	Female	106	46.1
연령	19 and under	1	.4
	20-29	71	30.9
	30-39	52	22.6
	40-49	47	20.4
	50-59	39	17.0
	60 and above	20	8.7
학력	Middle School	3	1.3
	High School	66	29.6
	University	132	57.4
	Graduate	27	11.7
직업	General office workers	30	13.0
	Self-employed	31	13.5
	Professionals	52	22.6
	Government official	10	4.3
	Student	41	17.8
	Housewife	36	16.5
	Unemployed	13	5.7
	Retired	7	3.0
	Others	8	3.5

III. 연구모형 및 가설

본 연구는 관광객들에게 직접 설문지를 배부하여 관광을 경험한 뒤 스마트폰 정보가 각 개인의 행동에 어떻게 영향을 미쳤는지를 분석하였다. 이를 위하여 본 연구에서는 2017년 4월 중 관광을 마치고 돌아가는 관광객 230명을 대상으로 스마트폰 정보의 영향 여부를 분석하였다. 분석 방법은 빈도분석(frequency analysis), 상관분석(correlation analysis), 그리고 회귀분석(regression analysis) 등을 실시하였다.

IV. 분석 결과1)

결과를 도출하기 위해서 SPSS를 이용하여 측정

V. 결 론

본 연구는 스마트폰의 정보가 관광객들의 행동에 미치는 영향을 조사함으로써, 관광객들의 행동에 대한 이해와 마케팅적인 시사점을 활용한 다양한 경영 전략을 세우는데 기여할 수 있다.

참고문헌

[1] Okazaki, S., & Mendez, F. (2013). Perceived Ubiquity in Mobile Services. *Journal of interactive marketing*, 27 (2), 98-111.

[2] Wang, D., & Xiang, Z. (2012). The new landscape of travel: A comprehensive analysis of smartphone apps. *Information and communication technologies in tourism 2012*, 308-319.

[3] Wang, D., Park, S., & Fesenmaier, D. R. (2012). The role of smartphones in mediating the touristic experience. *Journal of Travel Research*, 51(4), 371-387.

[4] Lu, J., Mao, Z., Wang, M., & Hu, L. (2015). Goodbye maps, hello apps? Exploring the influential determinants of travel app adoption. *Current Issues in Tourism*, 18(11), 1059-1079.

1) 자세한 분석 결과는 학회 발표에서 제시할 것임.