

모바일 어플리케이션 선택 이유 Reason for Mobile Application Selection

남 상 조
목원대학교

Nam Sang-Zo
Mokwon Univ.

요약

스마트폰의 확산과 그에 따른 모바일 앱 산업의 괄목할 성장과 발맞추어 대학생들의 스마트폰 어플리케이션 선택 이유에 대한 조사를 실시한다. 본 연구에서는 스마트폰 어플리케이션의 선택 이유에 대한 양적인 조사를 연구 범위로 하고 조사방법론으로는 대전의 한 대학교의 학생들에게 설문지를 통하여 어플리케이션을 선택하는 이유를 파악하는 방법을 취한다. 또한 어플리케이션 선택 이유에 있어 성별에 따른 차이와 학년에 따른 차이를 SPSS 20 통계패키지를 이용하여 검증한다. 조사 결과는 어플리케이션 선택 이유로 “포털 등에서 정보를 취득하는 경우”와 “친구 등 타인의 권유”가 근소한 차이로 1, 2위로 꼽히고 “앱스토어의 추천”이 가장 낮은 비중을 나타낸다. 성별 어플리케이션 선택 이유는 여자가 남자에 비해 친구 등 타인의 권유에 훨씬 크게 영향을 받는 등 통계적으로 유의한 차이를 보인다. 반면 학년별 선택 이유는 통계적으로 유의한 차이를 보이지 않는다.

I. 서론

미래창조과학부에 따르면 우리나라의 이동통신 가입자 중에 LTE급 이동통신에 가입자만도 2014년 9월말 기준 3,464만 명을 넘어섰다¹⁾. 또한 스마트폰의 확산과 발맞추어 국내 앱시장 역시 크게 성장하였다. 이렇게 괄목할 만한 성장 속에서 어플리케이션의 구매결정 요인에 대한 연구로는 콘텐츠 특성에 따른 연구 유형²⁾과 앱이나 앱쇼핑몰의 서비스 품질에 따른 연구³⁾ 등이 있으나 콘텐츠 특성에 따른 결정 요인 연구는 어플리케이션이 속한 도메인에 따라 상당히 다를 수 있으며 어플리케이션의 품질이나 쇼핑몰의 서비스품질 역시 도메인에 따라 달라질 수 있을 뿐 아니라 이용편의성이나 접근용이성 등 관념적인 개념에 매몰되는 경향이 있어 보다 현실적으로 모바일 앱을 선택하는 이유에 대한 좀 더 실증적인 조사와 연구가 필요할 것으로 사료된다. 본 연구는 모바일 어플리케이션의 선택 이유를 조사하고 성별, 학년별 선택 이유의 차이를 규명하여 향후 모바일 어플리케이션 산업의 홍보 방안을 위한 기본적 정보를 제시하고자 한다.

II. 본론

1. 모바일 어플리케이션 선택 이유 조사 방법론

모바일 어플리케이션의 선택 이유 조사를 위한 방법론으로서 조사 대상은 국내 대전 소재 모대학의 학생총 9,036명에게 설문지를 하여 응답을 한 606명으로 정하였다.

다. 응답자의 성별 분포는 표 1과 같이 남, 여 모두 303명으로 동일한 비중을 나타내고 있다.

표 1. 응답자의 성별 분포

보기	응답수	구성비
남	303	50.0%
여	303	50.0%
합계	606	100.0%

또한 응답자의 학년별 분포는 표 2와 같이 1학년이 30.9%, 2학년이 25.9%, 3학년이 18.0%, 4학년이 25.2%로 1학년이 다소 비중이 높았고 3학년의 비중이 낮은 편이었다. 그러나 각 학년별 응답자의 숫자는 모두 100명 이상으로 연구에 부족함이 없다고 할 수 있다.

표 2. 응답자의 학년별 분포

보기	응답수	구성비
1학년	187	30.9%
2학년	157	25.9%
3학년	109	18.0%
4학년 이상	153	25.2%
합계	606	100.0%

2. 모바일 어플리케이션 선택 이유 조사 결과

특정 앱을 선택하는 가장 큰 이유를 조사한 결과 “포털 등에서 정보를 획득”한 경우가 26.9%로 가장 많았고 “친구 등 타인의 권유”도 26.1%로 1위와 큰 차이가 없었다. 다음으로는 “타인이 다운받은 횟수”가 19.3%였고 기

타 이유가 16.5%로 다음을 이었으며 “앱스토아의 추천”은 11.2%로 가장 적은 응답률을 보였다. 이는 앱스토아의 추천이 신뢰성이 없거나 홍보효과를 거두지 못하고 있음을 전적으로 나타낸다고 볼 수 있다.

표 3. 특정 앱을 선택하는 가장 큰 이유

보기	응답수	구성비
타인이 다운받은 횟수 정보	117	19.3%
친구 등 타인의 권유	158	26.1%
포털 등에서 정보 획득	163	26.9%
앱스토아의 추천	68	11.2%
기타	100	16.5%
합계	606	100%

3. 성별, 학년별 선택 이유의 비교 분석

모바일 어플리케이션 선택 이유에 있어 성별, 학년별 차이가 있는지를 조사하기 위하여 SPSS 20 통계패키지의 교차분석 분석도구를 사용하였다.

3.1 성별 선택 차이 비교 분석

성별 선택 차이 비교를 위한 가설은 아래와 같다.

H0: 성별 차이가 없다.

H1: 성별 차이가 있다.

표 4. 성별 선택 빈도표

보기	남	여
타인이 다운받은 횟수 정보	17.5%	21.1%
친구 등 타인의 권유	20.1%	32.3%
포털 등에서 정보 획득	28.1%	26.1%
앱스토아의 추천	14.9%	10.2%
기타	19.5%	10.2%
합계	100%	100%

표 5. 카이제곱 검정 결과

	값	점근유의확률 (양측검정)
Pearson 카이제곱	21.154	.000

카이제곱 검정 결과 유의확률이 < .05 이므로 95% 유의수준 하에서 통계적으로 유의한 성별 차이가 있음을 나타내고 있다. 여자들이 남자들에 비해 “친구 등 타인의 권유”에 훨씬 영향을 받는 것을 알 수 있다.

3.2 학년별 선택 차이 비교 분석

학년별 선택 차이 비교를 위한 가설은 아래와 같다.

H0: 학년별 차이가 없다.

H1: 학년별 차이가 있다.

표 6. 학년별 선택 빈도표

보기	1학년	2학년	3학년	4학년
타인다운받은횟수	16.6%	18.5%	22.0%	21.6%
친구등 타인권유	27.8%	26.1%	19.3%	29.4%
포털등 정보획득	24.1%	28.0%	33.9%	24.8%
앱스토아의 추천	15.0%	12.1%	11.0%	11.1%
기타	16.6%	15.3%	13.8%	13.1%
합계	100%	100%	100%	100%

표 7. 카이제곱 검정 결과

	값	점근유의확률 (양측검정)
Pearson 카이제곱	9.413	.667

카이제곱 검정 결과 유의확률이 > .05 이므로 통계적으로 유의한 학년별 차이가 없음을 나타내고 있다.

III. 결론

조사 결과에 따르면 모바일 어플리케이션을 선택하는 현실적 이유로는 포털 등을 통해 정보를 얻는 것과 친지 등을 통해 정보를 얻는 것이 가장 많은 응답을 보였고 앱스토아의 추천이 가장 낮은 응답률을 보였다. 이는 모바일 어플리케이션을 홍보하는 데 있어 지금 현재는 포털을 잘 활용해야 함을 나타내고 있으며 입소문이 날 수 있도록 해야 함을 들어낸다. 반면 앱스토아의 입장에서는 신뢰받지 못하고 있거나 홍보 효과가 가장 낮음을 자각하고 그 이유와 대책을 마련해야 함을 나타낸다. 본 연구의 한계점으로는 설문 대상자가 대학생에 국한되어 보다 폭넓은 연령대별 선호도를 반영하지 못하고 있다는 점을 들 수 있다. 따라서 후속 연구로는 보다 폭넓은 연령대별 비교 연구와 함께 가격대별이나 기기별 비교연구 등의 양적 또는 질적 조사 분석을 들 수 있겠다.

■ 참고 문헌 ■

- [1] 미래창조과학부, 무선통신 서비스 통계 현황, 2014. 김재영 “스마트폰 혁명”, KT경제경영연구소 주간기술동향, 제1478권, pp.14, 2010.
- [2] 이중만, 박보영 “콘텐츠 특성요인에 따른 스마트기기 게임 앱 구매결정에 관한 탐색적 연구”, 디지털정책연구, 제11권, 제3호, pp.353-361, 2013.
- [3] 김희웅, 이현령, “모바일 앱 구매 결정에 끼치는 영향요인 : 탐색적 연구”, 한국전자거래학회지, 제16권, 제4호, pp.173-195, 2011.
- [4] 전주형, 임연우, “앱 쇼핑물의 서비스 품질과 구매의도에 관한 연구”, 한국산학기술학회논문지, 제13권, 4호, pp.1609-1618, 2012.
- [5] 류미애, 신성원, “관광서비스산업 브랜드앱 서비스품질이 고객의 브랜드 선호도와 구매의도에 미치는 영향: 브랜드앱 유형의 조절효과를 중심으로”, 호텔관광연구, 제 50권, pp.58-77, 2013.