

# HiTEL의 觀光情報 DB서비스 情報滿足도에 관한 研究

박희석\*

## A Study on the Satisfactions of Tourism Information DB Services in HiTEL

Park, Hee-Seok

### 요 약

현대는 高度 情報化社會(information society)로서 DB의 가치는 점점 증가하고 전반적인 DB 서비스는 일반적으로 많이 발전하여 우수한 정보 서비스가 제공되고 있다. 그러나 觀光情報 DB서비스의 가치는 아직까지 거의 인식되지 않고 있는 실정이다. 따라서 본 연구에서는 초보단계에 있는 觀光情報 DB서비스의 滿足도를 측정함으로써 국내 觀光情報 DB서비스의 수준을 파악하고 觀光情報 提供者에게 개선해야 될 문제점을 제시하고자 한다.

그러므로 觀光情報 DB서비스의 概念을 定立하고 觀光情報 DB서비스의 現況을 고찰하고자 Bailey와 Pearson의 研究에서 제시한 39가지 要因 중에서 觀光情報 DB서비스와 관련된 要因을 추출하고 意味를 再定義하여 HiTEL의 利用者를 대상으로 첫째, 情報서비스의 메뉴별 選好度 둘째, 觀光情報 DB서비스의 滿足도 셋째, 觀光情報 DB서비스의 각 메뉴별 選好도와 만족도 넷째, 利用者 性別 각 메뉴의 選好도를 比較分析 다섯째, 觀光情報 DB서비스의 滿足要因을 分析하였다.

觀光情報 DB서비스의 전반적인 滿足도는 평균치(4.0)보다 저조한 3.85로서 저조하게 나타나고 있다. 즉, 觀光情報의 理解度(4.55)는 평균보다 다소 좋은 반면, 다른 觀光情報의 滿足도는 평균치보다 저조하다. 특히 觀光情報의 連結事情(3.68)과 觀光情報의 提供速度(3.44)가 아주 낮게 나타났다. 한편 HiTEL이 제공하는 觀光情報 DB서비스의 각 메뉴 중에서 가장 자주 이용되는 메뉴는 알림나라(40.2%)이며, 아시아나航空(22.5%), 農協일렉트로뱅크(13.7%), 大韓航空(9.8%), 위너스 OK서비스(6.9%), MEET/매경SCOUT(6.9%)의 순으로 觀光情報는 전반적으로 골고루 이용되고 있다. 또한, 메뉴별 觀光情報 DB서비스의 滿足도가 평균만족도보다 낮은 것은 알림나라(3.48), 農協일렉트로뱅크(3.84), 大韓航空(3.90), 위너스OK서비스(3.95)로 나타났다. 그리고 각 메뉴별 利

\* 인천전문대학교 강사

用者の 계층별 選好도는 첫째, 男性은 알림나라(40%), 아시아나 항공(23.16%), 農協일렉트로뱅크(12.63%)를 많이 이용하나, 女性은 알림나라(42.86%), 農協일렉트로뱅크(28.57%)를 주로 선호하는 것으로 나타났다. 둘째, 年齡別 選好도는 나이가 많을수록 단순 觀光案内情報인 알림나라, 農協일렉트로뱅크보다는 보다 航空관련 情報를 더욱 선호하는 것으로 나타났다. 셋째, 職業別 選好도는 학생과 사무직에 종사하는 사람이 가장 많은 메뉴를 이용하며, 전문직, 관리직, 기술직은 대체적으로 항공관련정보를 더 선호하는 것으로 분석되었다. 넷째, 學力別 選好도는 고학력자일수록 많은 메뉴를 이용하고 있으며, 다섯째, 加入時期別 選好도는 가입한 시간이 길어짐에 따라 항공관련정보를 선호하는 것으로 나타났다.

## 1. 序 論

### 1. 研究의 目的

21世紀는 高度 情報化社會(information society)[李相範외 1989, 房錫炫 1993]이다. 즉, 情報가 중심이 되어 그 역할이 가장 重視되는 社會[李鳳浩 1986]로서 모든 활동이나 생활에서 情報가 支配하는 社會라는 것이다. 이러한 情報化社會가 進진되면서 情報의 생산과 유통이 급속히 증가하여 關聯産業의 비중이 빠른 속도로 증가되며, 특히 가장 중요한 사회적 기술은 情報通信 技術이며 企業 競爭力의 원천은 情報力에 있다[尹恩基 1992]고 한다. 특히 觀光情報(Tourism Infomation)의 생성과 유통에 있어서 가장 기본적인 것은 情報化社會의 전형적인 모습의 하나인 觀光情報 데이터베이스(Tourism Database)이다. 따라서 이 觀光情報 DB의 普及·活性化는 國內的으로는 觀光情報의 地域的·階層的 不均衡 打開와 國際的으로 낙후되어 있는 國內 觀光情報 DB서비스의 現況改善이라는 課題를 안고 있다.

以上과 같은 問題의 提起를 바탕으로 本 研究의 窮極的 目的은 效率的인 觀光情報의 활용

을 위하여 觀光情報 DB서비스를 고찰함으로써 國內 觀光情報 DB서비스의 水準을 파악하고 觀光情報 DB서비스 利用者の 滿足度を 測定·分析하고자 한다.

따라서 本 研究에서는 (株)韓國PC通信이 제공하는 “HiTEL”의 觀光情報 DB서비스 利用者の 滿足度を 파악한다. 첫째, HiTEL의 전반적인 메뉴에 대한 利用者の 選好도를 파악함으로써 觀光情報의 선호순위를 고찰하며 둘째, 메뉴별 觀光情報에 대한 滿足도를 15가지 항목으로 측정하며 셋째, 觀光情報 DB서비스의 滿足要因을 分析하고 넷째, 階層別(성별·연령·직업·학력·가입시기)로 각 메뉴에 대한 利用者の 選好도와 滿足도를 파악코자 한다.

이를 통하여 觀光情報 DB서비스의 滿足도와 效果성을 測定 가능케 하고 또한 情報 提供者(Information Producer:IP)에게 利用者の 不滿足 要因과 滿足도를 제시함으로써 觀光情報의 構築에 있어서 하나의 指針을 提示하고자 한다. 이러한 目的을 達成하기 위한 本 研究의 具體的인 目標은 다음과 같다. 첫째, 觀光情報 DB서비스와 觀光情報의 滿足度 理論을 體系化한다. 둘째, HiTEL이 제공하는 觀光情報 DB서비스의 現況分析을 통하여 代案探索의 基礎로 삼고자 한다. 셋째, 分析結果를 바탕으로 本

研究의 窮極的 目標인 合理的인 觀光情報의 活用을 위하여 觀光情報 構築의 基本的인 자료의 指針을 提示하고자 한다.

## 2. 研究의 方法과 範圍

本 研究에서는 Bailey. J.와 Pearson. S.의 研究에서 제시한 39가지 要因 중에서 觀光情報 DB서비스와 관련된 要因을 추출하고 意味를 再定義하여 觀光情報 DB서비스의 滿足도를 測定하였다. 또한 研究範圍는 현재 國內에서 最大의 DB서비스와 利用者를 갖고 있는 (株)韓國 PC通信이 제공하는 HiTEL의 加入者를 대상으로 한정하였으며, 利用者의 觀光情報 DB 서비스에 대한 滿足도를 分析하고자 한다.

## II. 觀光情報 DB서비스 滿足度의 理論的 考察

### 1. 觀光情報 DB서비스의 概念과 特性

觀光活動의 大衆化, 個性化, 多樣化[小池洋一 外 1989] 등으로 綜合的인 觀光情報 DB서비스의 體制와 組織의 再編이 要求[孫大鉉 1990]된다. 이러한 觀光情報의 根幹인 觀光情報 DB서비스는 觀光動機를 附與하여 潛在顧客의 需要를 誘發시키며, 觀光者의 多樣한 觀光欲求를 充足시킴과 동시에 觀光政策 立案者나 觀光 關聯企業에게 觀光情報를 提供함으로써

觀光政策의 科學化와 經營의 效率化를 期待할 수 있다.

이러한 觀光情報는 觀光環境<sup>2)</sup>[李仙熙 1993, 張秉權 1994.8]에서 合理的이고 效率的인 意思決定 支援體系로서 情報利用者에게 欲求와 必要를 充足시킬 수 있도록 하는 것으로서 觀光情報 DB서 비스란, “觀光者나 利用者에게 觀光環境과 關聯된 觀光活動의 特定한 目的을 위하여 價値있는 形態로 處理.加工된 資料나 情報原을 컴퓨터를 利用하여 效率的인 檢索이 可能하도록 體系의 으로 整理.蓄積한 有·無形的인 서비스“[朴喜錫 1993]로 定義한다. 이러한 觀光情報 DB는 重複 데이터의 最小化, 實時間 處理 可能性, 데이터 相互間의 連結性, 데이터의 獨立性, 데이터의 同時共有 等の 일반 DB의 特性[通信開發研究院 1989.9]을 갖고 있으며 이를 구체적으로 살펴보면 다음과 같다. 첫째, 重複 데이터의 最小化로서 DB는 可及의 重複을 除去하여 데이터를 統合 構成함으로써 重複性을 事전에 統制할 수 있다. 둘째, 實施間 處理<sup>3)</sup>可能性(real-time accessibility)으로서 情報化 時代에 急變하는 狀況에 能動的으로 對處하기 위해 一括處理에만 依存하는 것은 適切하지 않다. 셋째, 데이터 相互間의 連結性(interconnectedness)으로서 데이터 間의 構造性이라고도 하는데, 이는 重複 데이터를 可及의 排除하여 DB를 構築하기 때문에 DB內的 데이터들은 相互密接한 關係로 連結된다. 넷째, 데이터의 獨立性(data independence)으로서 從來의 데이터處理方式에서는 데이터파일이 프로그램에 從屬되는 데이터 파일이 生成되었으

2) 觀光環境은 人間과 觀光圈의 周邊環境을 包含하는 多義的인 用語임.

3) 生成된 데이터를 즉시 컴퓨터에 傳送한 후 그 處理結果를 기다려서 다음 意思決定에 즉각 反影할 수 있는 處理方式.

나 DB에서는 데이터파일을 프로그램과는 完全히 獨立的<sup>4)</sup>[金俊錫 1988]으로 存在시켜 그 自體에 意味를 附與하고자 하는 것이다. 다섯째, 데이터의 同時共有(concurrent sharing)로서 同時에 여러 利用者가 接近 使用할 수 있어야 한다.

## 2. 觀光情報 DB서비스의 長點 및 前提條件

### 1) 觀光情報 DB서비스의 長點

Martin과 Scott, F.R.McFadden과 J.A. Hoffer[1991]의 見解를 中心으로 傳統的 화일 處理시스템과 觀光情報 DB서비스의 長點을 比較하면 다음과 같다. 첫째, 資料重複의 減少로 一般的으로 여러 곳에 記憶되는 同一한 資料들을 DB에서는 可能하면 한곳에만 記憶시키려 하지만 경우에 따라서는 어느 程度의 重複이 發生할 수도 있으므로 重複을 完全히 없애기보다 可能하면 減少시키려 하는 것이다. 둘째, 資料의 正確性 增加로서 傳統的 화일 處理시스템과는 달리 重複記憶이 排除되고 同時에 資料의 更新이 한번의 作業에 의해 一括적으로 遂行됨으로써 항상 最新의 正確한 資料를 使用할 수 있다. 셋째, 資料接近의 容易性으로서 DB를 容易하며 迅速하게 使用할 수 있으므로 利用者들은 使用하기 위한 質疑語로 터미널을 통해 DB에 容易하게 接近할 수 있다. 넷째, 資料의 獨立性 確保로서 DB 管理시스템 下에서는 프로그램을 修正하지 않더라도 DB의 理論的 構造인 스키마(schema)만 更新하면 된다. 따라서 프로그래머가 恒常 資料의 物理的 構造를 지켜

보고 그 變化에 따라 細部的이고 複雜한 作業을 反復해야 하는 不便이 없어지게 되었다. 다섯째, 資料의 安全性 確保로서 傳統的 파일시스템과는 달리 資料의 統合, 貯藏 및 安全과 關聯된 業務가 DB 管理者(Data Base Administrator:DBA)에게 全擔되어 있기 때문에 資料의 安全性이 높아진다.

### 2) 觀光情報 DB서비스의 前提條件

觀光情報 DB서비스의 前提條件은 長點에 比하여 相對적으로 아주 적으며, 長期的인 觀點에서는 거의 無視할 수 있다. 따라서 現在까지 指摘되고 있는 觀光情報 DB서비스의 前提條件인 問題點은 다음과 같다. 첫째, DB 專門家の 不足으로 DB 運營技術이 複雜하므로 이를 適切하게 管理.運營할 專門家가 必要하나 아직 專門적으로 教育받은 專門家가 不足하기 때문에 機能을 제대로 遂行하지 못하게 되는 경우가 많다. 둘째, 費用의 增加로서 DB運營으로 인해 初期의 資料處理 業務 및 關聯費用이 增加한다. 셋째, 하드웨어와 소프트웨어의 擴張으로서 DB를 위한 直接接近 記憶藏置, 보다 強力한 通信能力 그리고 部數的인 處理機能 등이 必要하며, 이러한 機能의 補強은 하드웨어 費用의 增加를 招來하며, 關聯 소프트웨어도 追加적으로 確保되어야 한다. 넷째, 資料의 安全性으로서 DB의 長點과 問題點이 될 수도 있다. 우선 모든 資料가 한 곳에 統合되어 있으므로 物理的인 安全事故(火災, 盜難, 破壞等)가 發生할 때 全體를 잃을 可能性과 不法의 利用者가 資料에 接近할 수도 있다는 것이다.

4) 데이터의 獨立性에는 論理的 獨立性(logical independence)과 物理的 獨立性(physical independence)이 있음.

### 3. 觀光情報 DB서비스의 滿足度 定義 및 滿足要因

#### 1) 觀光情報 DB서비스의 滿足度 定義

心理學에서는 滿足度を “주어진 狀況에서 그 狀況에 影響을 미치는 여러 요인에 대한 感情 혹은 態도의 總體”[Churchill, Ford & Walker 1974]라는 것이다. 특히 Wanous와 Lawler [1972]는 滿足度란 諸要因에 대한 利用者の 加重反應의 總體라고 定義하며, 滿足度を 측정하기 위하여 다음과 같은 모델의 變數를 제시하고 있다.

$$S_i = \sum R_{ij} W_{ij}$$

$S_i$ : 개인 i의 만족도

$R_{ij}$ : 개인 i에 의한 요인 j에 대한 반응

$W_{ij}$ : 개인 i에 의한 요인 j의 중요성

이 모델은 滿足度を 要因의 합에 대한 개인의 正.負 반응의 합이라고 하며, 모델의 구현은 첫째, 滿足을 측정할 수 있는 要因들의 집합이 명시되어야 하고 둘째, 이러한 要因들에 대한 개인의 반응을 측정할 수 있는 도구가 있어야 된다는 2가지 사항에 중점을 두고 있다. 그리고 Engel, Blackwell & Kollat(1987)은 滿足을 “선택된 代替案(alternative)에 관해서 選擇者の 신념과 어느 정도 一致하고 있는지에 대한 平價”로 파악하고 있다.

따라서, 이상의 諸定義를 토대로 觀光情報 DB서비스의 滿足度を 定義하면 “觀光者나 利用者가 觀光情報 DB서비스에서 원하는 것과 실제로 얻은 것의 격차”라고 할 수 있다.

#### 2) 觀光情報 DB서비스의 滿足要因

computer/user interface의 연구[Adams

1975, Lucas 1973]에서 초기의 컴퓨터 이용자의 滿足要因이 22가지로 定義되었으며, 각각의 요인에 최저, 보통, 최고순위가 결정되었다. 이 요인들은 평균 순위를 통하여 중요도를 나타내고 있으며 이 순위는 개인의 滿足도에 대한 개인의 지각이 서로 다르다는 것을 시사한다. 또한 22가지 요인으로부터 38가지의 요인들이 추가설정되고 이 요인들의 完璧性(completeness)과 正確性(accuracy)에 관하여 연구.검토되었다. 특히 滿足에 있어서 중요한 요인순위로 정리를 한 후 시스템의 통합정도(integration of the system)의 요인이 추가되어 총 39가지 요인이 되었다.

〈表2-1〉 觀光情報 DB서비스의 滿足要因

要 因	最低	平均	最高
Accuracy	1	6.1	16
Timeliness	1	6.3	17
Reliability	1	6.4	18
Completeness	1	6.9	23
Relevancy	1	7.2	17
Response/turnaround time	1	9.1	18
Convenience of access	1	9.1	19
Perceived utility	2	10.7	24
Processing of change requests	5	11.3	22
Understanding of systems	1	11.5	22
Schedule of products and services	9	13.8	19
Format of output	3	14.1	23
Mode of interface	8	15.0	21
Volume of output	6	16.6	25
Language	10	17.3	24

資料: 李成漢, “使用者의 情報시스템 滿足도에 관한 實證的 研究”, 東亞大學校 教育大學院 碩士學位論文, 1992, P.26.에 의거 논자가 재구성함.

그러므로 觀光情報 DB서비스의 滿足要因은 일반적인 컴퓨터 사용자의 滿足要因과 거의 유사하다는 가정하에 Bailey와 Pearson의 研究에서 제시한 39가지 要因 중에서 觀光情報 DB서비스와 관련된 滿足要因을 추출하고 意味를 再定義하여 觀光情報 DB서비스의 滿足要因을 <表2-1>처럼 15가지 要因으로 定義하였다.

#### 4. 觀光情報 DB서비스의 滿足度 測定 모델

心理學이 기초이론인 滿足은 여러 要因의 複合인 現象이므로 개인에게서 어떤 과정에 의하여 결정되는지에 대해서는 그 定義의 다양성 만큼이나 여러 가지 견해가 있다. 다양한 滿足度の 모델 중에서 대표적이라 할 수 있는 Gallagher과 Jeckins & Ricketts, Laker & Lessig 그리고 Bailey & Pearson의 모델을 중심으로 滿足度 測定모델을 살펴보고 觀光情報 DB서비스의 滿足度 測定모델을 모색코자 한다.

첫째, Gallagher는 情報시스템에 의하여 제공되는 報告書의 情報價値에 대한 利用者の 認知에 초점을 두고 2가지 형태의 설문지로서 貨幣價値 推定方法과 敘述形 差等尺度 測定 모두 정보가치를 분석하는 잠재력을 갖추고 있다고 결론을 내렸다. 그러나 이 2가지 측정방법의 상관관계는 매우 낮아서 이 방법은 똑같은 현상을 측정한다고는 단정할 수 없는 문제점과 특히 시스템의 產物인 報告書에만 초점을 맞추고 있는 점에서 정보서비스 質에는 관심이 없다[安鍾一 1993]는 단점도 내포하고 있다.

둘째, Jeckins & Ricketts는 相關분야의 전

문가와 面談과 文獻檢索을 이용하여 사용자와 시스템에 관한 利用者 滿足度에 관한 20개 항목으로 구성된 척도를 개발하였다. 그러나 說明過程의 정확한 추출과정의 설명과 설문지 내용도 情報시스템의 產物 위주로 되어 있어서 정보서비스 기능을 고려하지 않았다. 또한 요인분석에서도 시스템 전반에 관한 만족도와 이용자 만족도 요인이 동시에 이루어지므로 후광 효과의 우려를 배제할 수 없다.

셋째, Laker & Lessig는 情報의 關聯性, 有意性, 重要性의 지표가 되는 주관적 중요도(perceived importance)와 명확성이나 해독성의 지표가 되는 주관적 유용성(perceived usability)의 2종류로 구성된 3항목척도를 개발하였다. 그러나 이 모델 역시 정보의 정확성과 적시성 등을 무시한 점과 이것 또한 정보시스템의 산출물에만 관심을 두었지 서비스 질과 관련된 요인은 제시하지 못하고 있다.

넷째, Bailey와 Pearson[1983]은 기존 연구에 대한 文獻調査를 통하여 利用者 滿足에 影響을 미치는 要因을 39개로 결정하였으나 표본의 크기가 상대적으로 작고 설문응답자와 면담자가 동일인이므로 편기의 우려와 6개의 평가기준이 동시에 측정되었으므로 응답의 독립성의 문제로 현혹효과의 우려가 제기된다. 그러나 이 모델은 Ives, Olson & Baroudi [1983]에 의하여 재검증되어 모델의 타당성의 보장이 이루어졌으며, 최종적으로 利用者 滿足의 영향요인을 33개로 축소 확정하였다.

上記의 滿足度에 관한 4가지의 滿足度 모델은 각각의 나름대로 滿足度를 理解하는데 공헌해 왔으며, 滿足度の 한 부분을 설명하기 때문에 어느 모델의 우월성을 주장하기 보다는 각 모델을 하나로 통합하여 가는 과정이 필요할

것으로 意料된다. 그런데 가장 많이 이용되는 것은 Bailey & Pearson의 모델로서 평가항목 및 요인의 추출이나 실증적 뒷받침, 취급범위로 볼 때 利用者 滿足度の 조사 및 측정에 가장 적절한 것으로 본다. 또한 이 모델은 Ives, Olson & Baroudi에 의하여 재검증되어 모델의 타당성이 강화되어 분석모델로서 충분한 가치가 있다고 할 수 있다.

따라서 觀光情報 DB서비스의 滿足度を 분석함에 있어서 일반적으로 利用者 滿足度を 가장 적절하게 설명하고 있다고 평가되는 Bailey & Pearson의 모델을 이용한 滿足度の 측정치는 개인의 認知된 觀光情報 DB와 관련된 要因의 反應에 대한 평가가 될 것이다.

### Ⅲ. 觀光情報 DB서비스의 現況 分析

#### 1. 觀光情報 DB서비스의 發展過程

대표적인 國內 情報서비스인 千里眼의 서비스는 1985년에 始作하였으며, 이 서비스는 1988년 5월부터 商用서비스로 轉換하였고 이 무렵부터 國內의 여러 情報提供者(Information Provider:IP)에 의한 各種 DB가 構築. 提供되었으며, 國內에서는 거의 (株)데이콤의 DNS(Dacom Net Service)網을 통하여 서비스되었다. 그리고 韓國 經濟新聞社는 1988年 9月 KETEL시스템으로 新聞記事情報를 提供 [韓國經濟新聞社 1991]하였다.

그리고 觀光情報 DB서비스는 1987年 12월에 韓國 觀光公社가 國內 最初로 觀光 案内展

示館을 開設하여 國內 觀光案内情報를 提供하였으며, 또 1988年 7月(株)韓國 데이터通信의 데이콤과 1989年 11월에 韓國 經濟新聞社의 KETEL에 各各 加入하여 國內 觀光情報를 PC를 통하여 提供[韓國觀光公社 1990]하였다. 또한 1988年 電話 自動應答시스템(ARS)을 開發하여 國內 觀光案内서비스를 하였으며, 또 이 時期에 海外 旅行情報도 提供하였다. 특히 1990年 10월 30일부터 韓國電氣通信公社는 電話番號 134번으로 全國 觀光地에 대한 交通情報와 一般 觀光案内情報를 제공[朝鮮日報 1990]하였다.

또한 韓國 觀光公社가 最初인 觀光情報의 DB서비스는 1989년부터 1991年 사이에 (株)롯데觀光, (株)世遊旅行社, 世中, (株)아시아나航空, (株)大韓航空, 漢南旅行社, (株)예음文化財團, (株)차림, 조우니컴퓨터, TRAVEL PRESS, 韓國 觀光旅行社 등이 觀光情報 DB를 構築하여 (株)韓國 데이터通信의 데이콤과 (株)韓國PC通信의 HiTEL 등 公衆通信網에 各各 情報提供者(Information Provider:IP)로서 加入함으로써 觀光者와 利用者의 多樣한 觀光欲求를 充足시켜 주고 있다.

그리고 1991年 12월에 設立된 (株)韓國PC通信은 韓國 經濟新聞社로부터 KETEL을 引受받아 1991年 12월에 KORTTEL로 名稱을 바꾸었으며, 이 (株)韓國 PC通信은 몇 個月後 韓國通信과 DB 事業運營에 關한 協定을 締結하여 92年 7月부터 HiTEL로 서비스 名稱을 改稱[오재철 1994a]하면서 本格的인 DB서비스에 나섰다. 또 1992年 7월에 農協協同組合 中央會와 世和 TOTAL레저 등도 (株)데이콤의 千里眼을 통하여 觀光情報를 提供하였다.

이와 같이 觀光情報 DB서비스는 主로 觀光

案内情報 DB를 中心으로 1988年 韓國 觀光公社를 先頭로 提供되었으며, 1990年代에 들어와서야 本格的인 觀光情報 DB서비스가 實施되고 있다.

그러므로 1970年代 後半期를 契機로 始作된 一般情報 DB는 1980年代에 널리 利用되었으나, 觀光의 要諦인 觀光情報 DB서비스는 1980年代 後半期부터 構築이 始作되었다.

## 2. 觀光情報 DB서비스의 現況

觀光情報 DB서비스의 現況을 觀光情報의 情報提供者(IP), IP의 연혁 그리고 觀光情報 DB서비스의 최근 現황을 중심으로 高찰하고자 한다.

본 연구대상인 (株)韓國PC通信의 HiTEL이 제공하는 서비스의 메뉴는 HiTEL, HiTEL-POP/KT-MAIL, 전화번호안내, FAX정보, 언론/인물, 금융/은행, 증권/보험, 기업/산업/무역, 교육/도서, 과학/기술, 법률/세무/부동산, 주문/홈뱅킹, 생활/취업/문화, 관광/여행/교통/예약, 취미/스포츠, PC통신서비스, 지역정보-INDITEL, 통신영업서비스, 해외정보의 19개의 DB로 분류·서비스되고 있으며, 이는 <表3-1>과 같다.

그리고 HiTEL이 제공하는 觀光情報 DB서비스는 관광/여행/교통/예약메뉴로서 항공기 이·착륙 정보를 제공하는 MEET/매경 SCOUT, 관광/여행, 농촌민박을 안내하는 農協 일렉트로뱅크, 공연물 위락시설 티켓예약 등을 취급하는 위너스OK서비스, 항공좌석예약, 종합 여행정보를 제공하는 아시아나航空, 예약서비스/종합여행정보를 취급하는 大韓航空, 국내관광안내를 제공하는 알림나라 등이 대표적인 메

<表3-1> 전반적인 HiTEL 서비스

('94.8.25 현재)

1. HiTEL
2. HiTEL-POP/KT-MAIL
3. 전화번호안내
4. FAX 정보
5. 언론/인물
6. 금융/은행/카드
7. 증권/보험
8. 기업/산업/무역
9. 교육/도서
10. 과학/기술
11. 법률/세무/부동산
12. 예약/주문/홈뱅킹
13. 생활/취업/문화
14. 관광/여행/교통
15. 취미/스포츠
16. PC통신서비스
17. 지역정보, INDITEL
18. 통신영업서비스
19. 해외 정보

자료: 논자가 작성함.

뉴라 할 수 있다.

이러한 觀光情報의 DB서비스는 <表3-2>처럼 첫째, 旅行情報와 豫約서비스를 제공하는 大韓航空은 대한항공의 국내·국제선 예약과 항공편 現황 서비스 뿐만 아니라 여러 지역의 여행정보도 제공한다. 둘째, '93년 9월 6일부터 新婚 旅行情報를 제공하는 世遊旅行社는 국내, 동남아, 미주 등의 新婚旅行地를 소개하며 기



〈表3-2〉 HiTEL이 제공하는 觀光情報 DB서비스 ('94.8.25 현재)

제공기관	D B 명	내 용	INDEX/TEL
동협협동조합중앙회	동협일렉트로뱅크	관광/여행/동촌민박안내	02-735-4681
대한항공	예약서비스 종합여행정보	대한항공 국내/국제선 예약 국내/국제선 예약확인 및 취소 국내선 좌석현황 국제선 항공편 및 공식조회 국내/국제선 항공기 출발 및 도착현황 상용고객 우대제(FTBS)가입 및 실적조회 대한항공 종합여행정보 기내 면세품판매	kal 02-751-7578
세유여행사	신혼여행정보	신혼여행지안내:국내,동남아,미주,유럽 이용자게시판,추억의 허니문 허니문 상담(Q/A) 여행상품안내 및 주문(9% 할인) 주문확인,서비스안내,알려드립니다	seyoo 02-734-5161
수산업협동조합 중앙회	어촌민박정보	어촌민박안내 해수욕장 교통 및 지역현황	seainn 02-730-6311
아시아나항공	항공좌석예약 종합여행정보	아시아나항공 운항시간표 안내 아시아나항공편 예약 및 항공권배달 예약확인,배달,변경,취소 국제선 주요도시간 비행편조회 아시아나항공 출.도착정보,조회 상용고객(ABC)가입 및 실적조회 아시아나 종합여행정보 안내 여행상품 조회,신청 아시아나 새소식	asiana 02-758-8463
Edu-Tour	해외배낭여행정보	배낭여행 준비:천리길도 한걸음부터 이정표짜기 배낭여행 출발:구경거리, 어디서 자고 무엇을 먹을까? 새벽부터 밤중까지 여정 어느 배낭족의 하루 여행상품 안내:해외배낭여행 상품정보 대륙별 항공일정표 배낭가죽 포럼:나의 배낭여행 선배여행자의 조언 배낭여행 BEST 5 배낭여행 상담	baenang 02-755-5588
(주)조우니컴퓨터	항공기 이착륙정보	도착(Arrival), 출발(Departure) 시간별(Time), 지연(Delayed) 취소(Canceled), 주간(Weekly) 국제선(International Line) 이용안내(Help)	jyoni 02-735-0131
Travel Press	여행뉴스	TP뉴스	
한국관광공사	국내관광지 안내	국·도립공원,명산,폭포,계곡,해수욕장 섬,온천·약수터,사찰,공원·유원지 문화유적지,박물관·기념관,스포츠·레저 민속문화재,기타명소,관광코스안내 숙박시설(호텔),서울의 공공시설 무형문화재,명칭별·지역별 검색 관광 음부즈맨제도,해외관광동향 '94한국방문의 해 정보와 관련 건의사항	kntc 02-757-6030
(주)한국관광여행사	국가여행정보	아시아,유럽,동유럽,중남미,북미, 남태평양,중동,아프리카여행 일반상식,회사소개,여행상품안내 이달의 여행상품안내	ktc 02-778-2381

자료:논자가 작성함.

획, 패키지 여행 상품 안내도 제공한다. 셋째, 水産業協同組合 中央會가 제공하는 漁村 民泊情報는 民泊이 가능한 해수욕장을 중심으로 교통편 및 해수욕장의 특징과 지역현황도 함께 소개하며, 넷째, 豫約과 綜合 旅行情報를 제공하는 아시아나航空은 아시아나에서 제공하는 旅行情報와 豫約서비스 등을 제공한다. 다섯째, 93년 12월 4일부터 海外 배낭旅行情報를 제공하는 Edu-Tour는 해외로 배낭여행을 떠나려는 분들을 위한 배낭여행 준비과정에서 출발, 여행까지의 모든 정보와 아울러 경험자들의 조언도 함께 제공하고 있다. 여섯째, 旅行뉴스를 제공하는 Travel Press는 각종 여행관련 소식을 전해주며 여섯째, 國內觀光地를 안내하는 韓國觀光公社는 文化遺蹟地에서 海水浴場까지 국내의 모든 觀光地의 交通, 宿泊案内와 함께 종류별 및 명칭별, 지역별 검색이 가능하며, 일곱째, 國家 旅行情報를 제공하는 韓國 觀光旅行社는 '93년 4월 16일부터 서비스하였으며, 세계 각국의 명소들이 대륙, 지역별로 분류, 소개하며 각 나라의 역사, 문화와 여행에 필요한 여러 가지 정보도 함께 제공하고 있다.

그리고 旅行經驗談이 살아있는 同好會[한국 PC통신 1994.7]는 첫째, 올바른 등산문화의 정착과 산에 대한 정보공유를 위한 산을 사랑하는 통신인들의 모임인 山사랑(san) 둘째, 해외 배낭여행을 통한 진취적 사고함양, 배낭여행자료 제공을 위한 정보구축 및 정보교환을 위한 모임인 世界로 가는 기차(train) 셋째, 여행을 사랑하는 사람들의 모임이며 최신의 여행정보를 교환 및 전달해 주는 요술旅行(aladin) 넷째, 우리 땅의 여행을 통하여 우리 것을 알고 배우고자 하는 모임인 나그네 사랑(nagne) 다섯째, 각 地域 古蹟踏査를 통해 산

역사를 체험하고 우리 문화에 대한 올바른 이해를 도모하는 古蹟踏査 同好會(tomo)로서 <表3-3>과 같다.

<表3-3> HiTEL의 觀光情報관련 동호회  
( '94.8.25.현재 )

同好會名	내 용	INDEX
山사랑	도와주세요, 산악정보, 산행 일지 산악정비, 기술정보, 메아리	san
世界로 가는 기차	국가별 게시판, 직장인 여행 방 여행을 떠나기 전에 권하고 싶은 여행지, 추억일기, 주의·궁 금하세요	train
요술旅行	금수강산유람, 요술여행지	aladin
나그네 사 랑	여행경험담, 고장소식, 알고 싶어요	nagne
古蹟踏査	역사탐방, 답사기행	tomb

자료: 논자 작성함.

마지막으로 觀光情報 DB서비스의 최근 현황을 살펴보면 國家旅行情報를 제공하는 韓國觀光旅行社는 여러 국가들을 소개하고 관광명소를 안내하였고, 또 여행 일반상식 및 상품안내를 통해 해외여행에 관한 정보를 제공하였다. 그리고 世遊旅行社의 신혼 여행정보 서비스는 국내는 물론 동남아, 미주, 유럽지역의 음식점, 숙박시설, 쇼핑, 환율 등과 9% 할인된 가격으로 여행 상품을 온라인 주문할 수도 있다. 또한 海外배낭旅行情報는 준비, 현지적응, 배낭여행상품, 포럼의 4가지 정보로 구성되어 있다. 배낭여행을 결심하고 준비하는 과정의 기본상

담, 선배이용자들이 직접 확인한 현지 정보, 국내 모든 여행사의 배낭여행 상품정보, 전문가이드가 함께 하는 수퍼투어에 이르기까지 다양한 정보가 구축되어 있다. 또한 국내관광지 안내 정보를 제공하던 韓國觀光公社가 속보제공과 쌍방향성인 PC통신의 특성을 활용한 관광 음부즈맨제도, 해외관광동향, 그리고 '94 韓國訪問의 해 정보를 94년 2월 16일부터 추가로 서비스하고 있다.

### 3. 觀光情報 DB서비스의 利用現況

#### 1) HiTEL 서비스 加入者의 現況

1991年 12월에 設立된 (株)韓國 PC通信은 92年 7월부터 HiTEL의 本格的인 DB서비스를 시작한 후 94년 6월 14일 현재 HiTEL 서비스의 가입자는 <表3-4>와 같이 278,950명이며 하루평균 100-150명의 신규가입이 되고 있다.

<表3-4> HiTEL의 가입자 現況

( '94.6.14 現재 )

구 분	내 용	가입자수 (명)	비 율 (%)	구 분	내 용	가입자수 (명)	비 율 (%)
연령별	10대	52,722	18.9	성 별	남 자	246,313	88.3
	20대	110,185	39.5		여 자	32,637	11.7
	30대	80,617	28.9	거 주 지역별	서 울	159,280	57.1
	40대	23,990	8.6		부 산	14,784	5.3
	50대	11,437	4.1		대 구	8,926	3.2
직업별	국교생	5,579	2.0		광 주	6,137	2.2
	중학생	10,321	3.7		인 천	9,484	3.4
	고교생	18,132	6.5		대 전	5,300	1.9
	대학생	98,748	35.4		경 기	27,337	9.8
	대학원생	25,384	9.1		강 원	3,905	1.4
	주 부	5,021	1.8		충 북	6,974	2.5
	기술직	21,479	7.7		충 남	8,090	2.9
	행정/사무직	43,516	15.6		경 북	6,695	2.4
	교 직	10,321	3.7		경 남	10,600	3.8
	영업직	9,763	3.5		전 북	4,742	1.7
	자유직	16,458	5.9	전 남	5,300	1.9	
	기 타	14,226	5.1	제 주	1,395	0.5	
총 가입자수		278,950					

자료: HiTEL의 내부자료임.

첫째, 性別은 男性이 압도적으로 88.3%나 차지하며, 女性은 11.7%로 미미함을 알 수 있다. 둘째, 年齡別은 20대가 39.5%로 제일 많으며, 그 다음은 30대로 28.9%, 10대가 18.9%를 차지하고 있다. 그러므로 이용자들의 대부분이 10대에서 30대가 전체의 87.3%나 차지하고 있다. 이는 교육용 컴퓨터 보급과 함께 PC가격이 저렴해짐에 따라 학생들을 중심으로 많이 보급되었음을 의미한다. 셋째, 職業別은 대학생(35.4%)이 가장 많으며 그 다음은 행정/사무직(15.6%), 대학원생(9.1%), 기술직(7.7%), 고교생(6.5%), 자유직(5.9%), 중학생과 교직이 각각 3.7%이며 주부도 1.8%에 해당되며, 직업에 따른 분포는 전반적으로 골고루 분포되어 있다. 넷째, 居住地域別 現況은 전체가입자의 57.1%가 서울에 집중되어 있으며 그 다음은 경기도(9.8%), 부산(5.3%), 경남(3.8%), 인천(3.4%), 대구(3.2%)의 순으로 나타난다. 그리고 서울을 포함한 직할시의 가입자가 전체의 73.8%(205,913명)을 점유하고 있어서 아직도 HiTEL 서비스 가입자는 대도시에 치우친 경향이하나, 91년 1월말 92%[千勝珍 1992a]와 비교해 보면지방 가입자가 상대적으로 많이 증가하는 추세이다.

2) HiTEL 서비스 利用現況

HiTEL 서비스 利用現況을 HiTEL 서비스 利用者의 現況과 자주이용되는 情報과 利用時間을 중심으로 고찰한다.

첫째, HiTEL 서비스 利用者의 現況은 <表3-5>처럼 서비스 개시 년도인 '92년에 연평균 8%가 넘는 높은 증가율을 나타내며, '93년은 연평균 5%정도 증가하였으며, 또한 94년도는 3%의 저조한 증가를 나타내고 있다. 이는 情

報利用者는 산술적으로 늘어나지 않고 어느 시점까지는 폭발적으로 증가하나, 그 이후는 서서히 증가함을 나타내고 있다. 이 HiTEL 서비스의 利用者는 94년 4월 7일 현재 110,192명이다.

<表3-5> HiTEL의 利用者 現況

('94.4.7 현재)

구분	이용자수	증감율	구분	이용자수	증감율
92.5	31,376		93.5	68,751	1%
6	31,761	1%	6	73,652	7%
7	35,066	10%	7	79,741	8%
8	37,107	6%	8	83,535	5%
9	39,264	6%	9	86,328	3%
10	41,535	6%	10	88,336	2%
11	48,045	16%	11	93,335	6%
12	54,475	13%	12	100,856	8%
93.1	59,992	10%	94.1	109,241	8%
2	63,849	6%	2	109,853	2%
3	67,664	6%	3	107,697	-2%
4	67,749	0%	4월 7일	110,192	2%

자료: HiTEL의 내부자료임.

둘째, '94년 5월 현재 HiTEL 서비스 중에서 자주 이용되는 利用回數는 同好會(5,381, 671회)가 가장 많으며, 다음은 證券/金融(5,336,144회), 電子郵便(3,040,171회), 揭示板(2,749,190회), 公開資料室(1,870,811회), 生活/文化(1,667,746회), 서비스案内(1,144,178회), 對話室(1,266,821회), 廣告/弘報(1,052,847회)의 순이며, 利用者의 數로 분류하면 동호회(3,047,260명), 게시판(1,484,354명), 전

자우편(1,399,698명), 공개자료실(953,266명)의 순이다. 그리고 자주 이용되는 時間別은 동호회, 대화실, 공개자료실, 게시판의 순으로 이용되고 있으며, 특히, 과학/문헌 외의 모든 정보가 전반적으로 골고루 이용되고 있는 것으로 파악되며 <表3-6>과 같다.

<表3-6> HiTEL의 서비스 이용현황  
(’94년 5월 현재)

메뉴명	이용횟수 (回)	이용자수 (명)	이용시간
서비스안내	1,144,178	610,235	15,090
하이텔 특집	805,753	393,004	85,685
뉴스/인물	955,572	505,781	32,070
생활/문화	1,667,746	887,463	45,864
교육/취업	625,376	347,642	25,557
증권/금융	5,336,144	494,473	41,933
경영/산업	347,384	162,443	20,790
과학/문헌	38,978	29,406	202
게시판	2,749,190	1,484,354	120,052
전자우편	3,040,171	1,399,698	71,055
대화실	1,266,821	473,378	302,083
여론광장	172,600	121,866	6,451
공개자료실	1,870,811	953,266	220,649
동호회	5,381,671	3,047,260	427,217
광고/홍보	1,052,847	682,229	70,269
주문/예약/ 홈뱅킹	413,855	235,733	12,651
공공정보	737,277	472,193	23,050
영문/해외 DB	66,112	43,754	1,283

자료: HiTEL의 내부자료

## IV. 觀光情報 DB서비스의 情報 滿足度 分析

### 1. 研究方法

#### 1) 假說檢證

HiTEL이 제공하는 觀光情報 DB서비스와 각 메뉴별 滿足要因과 不滿足 要因을 조사하고자 假說을 設定하였으며, 이 假說의 分析方法은 두 그룹 이상의 母平均 差異를 檢證하는 一元 分散分析에 의하여 檢證하였다. 그리고 實證的 檢證은 設問調査技法(a survey research technique)을 이용하였으며 다음과 같이 7개의 假說을 設定한다.

[歸無假說 I] HiTEL이 제공하는 觀光情報 DB서비스와 觀光情報 DB서비스의 각 메뉴별 滿足度는 이용자의 居住地에 따라 유의한 차이가 없을 것이다.

HiTEL의 접속번호인 “01410”이 없었을 당시에는 대도시 지역 특히 서울지역에 거주하는 利用者는 다른 지역 거주자보다 저렴한 이용료와 접속의 편리함으로 滿足度가 높았을 것이다. 그러나 현재는 HiTEL의 접속번호 “01410”이 있기 때문에 지역에 관계없이 觀光情報 DB서비스를 이용하기 위하여 접속이 가능하며 동일한 요금 적용되므로 利用者의 滿足度는 居住地에 따른 차이가 없을 것이다.

[歸無假說 II] HiTEL이 제공하는 觀光情報 DB서비스와 觀光情報 DB서비스의 각 메뉴별 滿足度는 이용자의 性別에 따라 유의한 차이가 없을 것이다.

일반적으로 男性은 의사결정에 도움을 주는 觀光 統計情報나 정확성과 신속성이 요구되는

航空關聯情報를 女性보다 많이 선호하며, 女性은 단순한 觀光 案内情報에 관심이 많기 때문에 여성이 오히려 더욱 만족하는 경향이 있으므로 男性과 女性의 觀光情報 DB서비스의 만족도는 차이가 없을 것이다.

[歸無假說Ⅲ] HiTEL이 제공하는 觀光情報 DB서비스와 觀光情報 DB서비스의 각 메뉴별 滿足度는 이용자의 年齡에 따라 유의한 차이가 없을 것이다.

HiTEL이 제공하는 觀光情報 DB서비스를 접할 수 있는 기회는 원로방과 꿈동산 동호회가 있듯이 이용자의 年齡에 관계가 없으므로 觀光情報 DB서비스의 滿足度는 이용자의 年齡에 따라 차이가 없을 것이다.

[歸無假說Ⅳ] HiTEL이 제공하는 觀光情報 DB서비스와 觀光情報 DB서비스의 각 메뉴별 滿足度는 이용자의 職業에 따라 유의한 차이가 없을 것이다.

일반적인 DB서비스의 滿足度는 컴퓨터를 많이 사용하는 학생이나 전문직 종사자들이 높겠으나, 觀光情報 DB서비스의 利用者는 직업과는 관계없이 관광에 관심 있는 다양한 계층의 불특정 다수인이므로 利用者의 滿足度는 職業에 따라 차이가 없을 것이다.

[歸無假說Ⅴ] HiTEL이 제공하는 觀光情報 DB서비스와 觀光情報 DB서비스의 각 메뉴별 滿足度는 이용자의 教育程度에 따라 유의한 차이가 없을 것이다.

高卒者는 실업계 고등학교 과정에서는 電算教育을 받지만 주로 기초적인 理論教育 뿐이므로 實習爲主인 學院教育이 요구되며, 大卒者도 입학 후 研修課程을 통하여 電算教育을 받으므로 觀光情報 DB서비스의 활용이나 운용면에서 滿足度는 이용자의 教育程度에 관계없이 유의

한 차이가 없을 것이다.

[歸無假說Ⅵ] HiTEL이 제공하는 觀光情報 DB서비스와 觀光情報 DB서비스의 각 메뉴별 滿足度는 이용자의 月平均 所得에 따라 유의한 차이가 없을 것이다.

초창기의 觀光은 有閑階級의 전유물이었으나, 현대는 어느 누구나 觀光을 할 수 있는 國民觀光時代이다. 따라서 觀光에 관심이 있는 사람은 所得에 관계없이 觀光情報 DB서비스를 이용할 수 있으므로 觀光情報 DB서비스의 利用者 滿足度는 차이가 없을 것이다.

[歸無假說Ⅶ] HiTEL이 제공하는 觀光情報 DB서비스와 觀光情報 DB서비스의 각 메뉴별 滿足度는 이용자의 加入時期에 따라 유의한 차이가 없을 것이다.

일반적으로는 오랫동안 이용한 이용자의 滿足度가 높겠으나, 초보단계에 있는 觀光情報 DB서비스는 많이 이용하면 할수록 장점보다는 단점을 더욱 잘 파악하여 滿足度가 낮을 것이며, 초보자는 觀光情報 DB서비스의 개괄적인 파악이 가능할 것이므로 이용자의 滿足度는 加入時期에 따라 유의한 차이가 없을 것이다.

## 2) 調査設計

본 연구는 觀光情報 DB서비스 이용자들의 滿足度를 조사하고자 Bailey와 Pearson의 연구에서 제시된 滿足度 항목 39가지 중에서 15가지 항목을 선택하여 설문지를 작성하였다. 그리고 母集團은 HiTEL의 利用者全體로서 標本抽出은 便宜的 抽出方法을 이용하였고, 1994年 5月 20日부터 31日까지 利用者 30명을 대상으로 豫備調査를 실시하였으며, 本調査는 1994年 6月 1日부터 8月 25日까지 실시하였다. 또 설문문의 구성은 전반적인 情報의 메뉴

별 選好度, 전반적인 觀光情報 DB서비스의 滿足度, 觀光情報 DB서비스의 각 메뉴별 選好도와 滿足度, 人口統計의 特性으로 구성하였으며, 사용된 척도의 종류는 順位尺度와 名目尺度 그리고 等間尺度를 사용하였다.

### 3) 資料分析 方法

본 연구의 資料分析 方法은 SAS(Statistical Analysis System)의 sub-program중 頻度分析, 記述統計分析, 相關分析, 分散分析, 要因分析 등을 실시하였다. 또한 설문지의 수집은 총 50,000부의 설문지<sup>5)</sup> [김우철의 7인 1991]를 電子郵便을 이용하여 배부[전자우편을 읽은 표본:11,080명(22.2%), 전자우편을 읽지 않은 표본:38,600명(77.2%), 배포되지 않은 표본<sup>6)</sup> [오재철 1994b]:320명(0.6%)]하였고, 전체 응답수는 122부가 회수되었으나, 이 중에서 미 완성된 설문지(18부)와 일률적인 답변(2부)을 제외하여 조사의 총표본수는 102부로서 전체 응답의 83.6%이며, 응답치 않은 항목은 누락된 결측치(missing value)로 간주하였다.

## 2. 研究調查 結果

### 1) 信賴度 檢證

相關係數나 公分散을 信賴性的 지표로 주로 사용하나, 본 연구에서는 信賴度 係數인 Cronbach Alpha를 이용하여 內部一致 信賴度를 알아보고자 SAS의 sub-program 중 CORRELATION ANALYSIS를 사용하였다. 信賴

性 檢證은 滿足要因 15가지가 설정되었으며, <表4-1>과 같이 滿足度에 대한 信賴度는 0.9169로 매우 높으므로 測定된 項目은 同質性이 높고, 尺度들의 內的一致度도 有效하다고 볼 수 있다.

### 2) 調查對象者의 人口統計學的 特性分析

본 연구의 표본은 電子郵便을 읽은 표본 11,080명(22.2%) 중에서 전체 응답자는 122명(1.1%)으로 사용 불가능한 응답 20명(16.4%)을 제외한 102명(83.6%)이 활용되었으며, 이 標本의 人口統計的 特性은 다음과 같다. 첫째, 居住地域別은 주로 이용자들이 대도시에 집중되어 있음을 알 수 있다. 즉, 서울과 각 직할시에 거주하는 이용자가 차지하는 점유율이 81명(79.4%)으로 과반수 이상을 나타내고 있다. 이를 구체적으로 살펴보면 서울이 59명(57.84%)으로 가장 많았고, 그 다음은 경기 13명(10.78%), 대전 6명(5.88%), 광주 5명(4.90%), 대구와 부산은 각각 4명(3.92%), 인천 3명(2.94%), 강원도와 충남·충북은 각각 2명(1.96%)이며, 경남과 경북은 각각 1명(0.99%)의 순으로 나타났으며, 누락된 지역은 제주도와 전남·전북으로 나타났다. 둘째, 性別分布는 남성이 95명(93.13%)으로서 압도적인 비율을 나타내며, 여성은 7명(6.87%)으로 미미하게 나타나며 셋째, 年齡別은 21세에서 25세가 41명(40.20%)으로 가장 많았고, 10대와 20대가 전체의 76.47%(78명)를 차지하여 전체 응답자의 반을 훨씬 넘었다. 즉, 15세 이하

5) 95% 信賴水準에서 誤差 最大許容範圍을 0.05로 하기 위한 標本크기 N=362이므로 有效說問을 적어도 362부로 하기위해 50,000부의 設問紙를 배포하였으며, 標本 크기 設定에 이용된 公式은 다음을 참조바람.

6) 배포되지 않은 標本은 不在通知(편지를 받지 않으려고 할 때와 長期旅行 또는 一身上의 이유로 HiTEL을 이용하지 못할때, 다른 이에게 편지를 받지 못함을 알리는 메뉴)를 해 놓은 상태임.

〈表-1〉 満足要因의 信頼度 係數

요인	구분	수정항목 의 상관 관계	항목도의 시 알파 계수	Alpha Value
관광정보의 정확성		0.4900	0.9123	0.9169
관광정보의 자세함		0.4207	0.9219	
관광정보의 신뢰성		0.6036	0.9203	
관광정보의 최신도		0.1311	0.9244	
관광정보의 도움정도		0.2636	0.9233	
관광정보의 충분성		0.1734	0.9240	
사용되는 용어의 이해도		0.0571	0.9250	
관광정보의 연결사정		0.3390	0.9226	
관광정보의 제공속도		0.3689	0.9224	
관광정보의 이해도		0.3304	0.9227	
관광정보의 형태 (모양)		0.5244	0.9210	
관광정보의 종류		0.6645	0.9198	
관광정보의 량		0.5342	0.9209	
관광정보의 수정노력		0.4791	0.9214	
관광정보의 서비스 개선정도		0.3618	0.9224	

는 6명(5.88%), 16세에서 20세까지는 16명(15.68%), 21세에서 25세까지는 41명(40.20%), 26세에서 30세까지는 15명(14.70%), 31세에서 35세까지는 14명(13.72%), 36세에서 40세까지는 7명(6.87%)으로 나타났다. 그리고 41세에서 45세까지는 2명(1.96%), 46세에서 50세까지는 1명(0.99%)으로 나타났으며, 51세 이상은 원로방[한국PC통신 1994b]이 있음에도 불구하고 누락되었다. 넷째, 職業別은 학생이 64명(62.75%)으로서 학생의 비

율이 매우 높음을 알 수 있다. 이는 교육용 PC보급이 확산됨에 따라 HiTEL의 이용자 중에서 학생들이 많이 참석하고 있음을 나타내고 있다. 반면에 주부는 1명도 없는 저조한 응답율을 나타내고 있다. 순위 별로 보면 학생이 63명(61.77%), 사무직은 14명(13.72%), 전문직 9명(8.82%), 관리직 5명(4.90%), 기술직 3명(2.94%), 판매·서비스직 2명(1.96%), 생산직 1명(0.99%), 기타 4명(4.90%) 순으로 나타났다. 다섯째, 學力別은 재학생까지 포함시켰으며, 대학(전문대)재학 및 졸업이 62명(60.78%)으로 가장 많았고, 다음은 고등학교 19명(18.62%), 대학원 14명(17.72%), 중학교 6명(5.88%), 국민학교 1명(0.99%) 순으로 나타났다. 여섯째, 月平均所得은 전체 이용자 중에서 학생이 차지하는 비율이 매우 높으므로 100만원 미만이 53명(51.97%)으로 가장 많았으며, 다음은 100만원 이상에서 150만원 미만이 26명(25.49%), 150만원 이상에서 200만원 미만이 20명(19.60%), 200만원 이상은 3명(2.94%)으로 집계되었다. 일곱째, 加入年度別은 1994년이 49명(48.04%)으로 가장 많았고, 1992년 19명(18.62%), 1993년 13명(12.75%), 1991년 9명(8.82%), 1990년 7명(6.87%), 1989년 3명(2.94%), 1989년 이전가입 2명(1.96%)의 순으로 나타났다.

### 3) 情報서비스의 메뉴별 選好度 分析

HiTEL이 제공하는 19가지의 메뉴중에서 빈번히 사용하는 메뉴 10가지를 선택하도록 하여 1순위에서 5순위까지 메뉴의 빈도수를 기초로 순위를 결정하였고, 메뉴별 선호도는 HiTEL이 17.64%로 가장 많이 이용되고 있으며, 법률/세무/부동산정보를 제외한 모든 정보는 전



반적으로 골고루 활용되고 있다.

그리고 觀光情報 DB서비스인 관광/여행/교통/예약이 과거의 연구[千勝珍 1992b]에서 제시된 선호도의 상대빈도 2.0%에서 7.05%나 차지함으로써 상대적으로 상당히 많이 이용되고 있다. 이는 '90년대 초보다 「'94 韓國訪問의 해」를 맞이하여 전반적으로 관광의식이 제고되었음을 나타내고 있다. 즉, HiTEL(17.64%), 교육/도서(11.76%), 취미/스포츠(10.

19%), HiTEL-POP/KT-MAIL(9.41%), 전화번호안내(9.41%), 관광/여행/교통/예약(7.05%), 생활/취업/문화(5.49%), 증권/보험(4.90%), 지역정보-INDITEL(4.70%), 주문/홈뱅킹(4.11%), 언론/인물(3.72%), FAX정보(3.52%), 과학/기술(3.33%), 해외정보(1.96%), PC통신서비스(1.56%), 금융/은행(0.98%), 법률/세무/부동산(0.19%)의 순으로 <表4-2>와 같다.

<表4-2> 情報서비스의 메뉴별 選好度 분석

순위	메뉴	총빈도수	상대빈도 (%)	순위	메뉴	총빈도수	상대빈도 (%)
1	HiTEL	90	17.64	10	주문/홈뱅킹	21	4.11
2	교육/도서	60	11.76	11	언론/인물	19	3.72
3	취미/스포츠	52	10.19	12	FAX정보	18	3.52
4	HiTEL-POP/KT-MAIL	48	9.41	13	과학/기술	17	3.33
5	전화번호안내	48	9.41	14	해외정보	10	1.96
6	관광/여행/교통/예약	36	7.05	15	PC통신정보	8	1.56
7	생활/취업/문화	28	5.49	16	금융/은행	5	0.98
8	증권/보험	25	4.90	17	법률/세무/부동산	1	0.19
9	지역정보-INDITEL	24	4.70				

4) 觀光情報 DB서비스의 滿足度 分析

觀光情報 DB서비스의 전반적인 滿足度는 <表4-3>과 같이 평균치(4.0)보다 저조한 3.85로서 저조한 형편을 나타내고 있다. 즉, 觀光情報의 理解度(4.55)는 평균보다 다소 좋은 반면, 다른 觀光情報의 滿足度는 평균치보다 저조함을 나타내고 있다. 특히 觀光情報의 連

結事情과 提供速度가 아주 낮게 나타났다. 이는 HiTEL 情報서비스의 전반적인 현상으로서, 특히 PC통신인들이 가장 많이 이용하는 21:00~24:00 사이에는 觀光情報 DB서비스에 접속하기 위하여 20~30분씩 접속을 시도함을 의미한다.

〈表4-3〉 觀光情報 DB서비스의 滿足度 分析

순위	설문항목	평균	표준편차
1	관광정보의 이해도	4.55	1.50
2	관광정보의 서비스개 선추구	3.89	1.57
3	관광정보의 양	3.82	1.99
4	관광정보의 종류	3.81	1.82
5	관광정보의 수정노력	3.77	0.99
6	관광정보의 연결사정	3.68	1.25
7	관광정보의 제공속도	3.44	1.16

5) 觀光情報 DB서비스의 각 메뉴별 選好度 分析

HiTEL이 제공하는 觀光情報 DB서비스의 각 메뉴중에서 자주 사용하는 메뉴를 선택하도록 하여 1순위 메뉴의 빈도수를 기초로 순위를 결정하였다. 이러한 觀光情報 DB서비스의 각 메뉴별 선호도는 韓國觀光公社가 IP인 국내관광을 안내하는 알림나라가 40.2%로 가장 많이 이용되고 있으며, 전반적으로 골고루 이용되고 있다. 특히 비행기의 좌석예약과 이착륙정보 그리고 종합여행정보를 제공하는 아시아나 항공, MEET/매경SCOUT과 대한항공의 이용률을 합하면 40%로 항공관련 정보가 상당히 많이 이용되고 있음을 알 수 있다. 이를 구체적으로 살펴보면 항공좌석예약과 종합여행정보를 제공하는 아시아나 항공은 22.5%, 관광/여행 및 농촌의 민박을 안내하는 농협일렉트로뱅크(13.7%), 예약서비스와 종합여행정보를 제공하는 대한항공(9.8%), 공연물 위탁시설 티켓 예약 등을 제공하는 위너스 OK서비스(6.9%), 항공기 이착륙정보를 제공하는 MEET/매경SCOUT(6.9%)의 순으로 〈表4-4〉와 같다.

〈表4-4〉 觀光情報 DB서비스의 각 메뉴별 選好度 分析

순위	메뉴	빈도수	상대빈도 (%)
1	알림나라 (국내관광안내)	41	40.2
2	아시아나항공 (항공좌석예약, 종합 여행정보)	23	22.5
3	농협일렉트로뱅크 (관광/여행, 농촌민 박안내)	14	13.7
4	대한항공 (예약서비스/종합여 행정보)	10	9.8
5	위너스OK서비스 (공연물위탁시설티켓 예약 등)	7	6.9
6	MEET/매경SCOUT (항공기이착륙)	7	6.9

6) 利用者 特性別 각 메뉴의 選好度 分析

利用者 特性別 각 메뉴의 選好度は 첫째, 性別 選好度は 男性은 알림나라(40%), 아시아나항공(23.16%), 農協일렉트로뱅크(12.63%)를 많이 이용하지만, 女性은 알림나라와 農協일렉트로뱅크를 주로 선호하는 것으로 나타났다. 둘째, 年齡別 選好度は 21-25세까지의 이용자가 가장 많은 수의 메뉴를 사용하며, 나이가 많을수록 단순 觀光案内情報인 알림나라, 農協일렉트로뱅크보다는 MEET/매경SCOUT, 아시아나航空, 大韓航空과 같은 航空관련정보를 더욱 선호하는 것으로 나타났다. 셋째, 職業別

選好度는 학생과 사무직에 종사하는 사람이 가장 많은 메뉴를 이용하고 있으며, 전문직,관리직,기술직은 대체적으로 항공관련정보를 더 선호하는 것으로 분석되었다. 넷째, 學力別 選好度는 대학학력을 가진 이용자가 가장 많은 메뉴를 이용하며, 국민학교와 중학교 학력을 제외한 모든 학력에서 거의 모든 觀光情報를 골고루 선호하는 것으로 나타났다. 다섯째, 加入時期別 選好度는 가입기간이 길어짐에 따라 항공관련정보를 선호하는 것으로 나타났다.

7) 觀光情報 DB서비스의 滿足 要因分析  
從屬變數 15개 중에서 주요한 滿足要因이 무엇이며, 그것이 서로 얼마나 관련이 있으며 몇가지의 要因集團으로 묶여지는지를 파악하기 위해 直角回轉 要因分析(FACTOR ANALYSIS)을 실시하였다. 이 결과 4가지의 要因集團이 추출되었으며, 선정된 要因 가운데서 요인 부하치 0.4이상인 주요요인은 <表 4-5>와 같다.

<表4-5> 觀光情報 DB서비스의 滿足要因의 직각회전 要因分析

요 인	요인 1	요인 2	요인 3	요인 4
관광정보의 도움정도	0.877	0.099	-0.017	-0.010
관광정보의 자세함	0.793	0.192	0.279	0.159
관광정보의 신뢰성	0.742	0.261	0.459	0.036
관광정보의 충분성	0.674	0.425	0.000	0.244
관광정보의 정확성	0.645	0.114	0.636	0.126
사용된 용어의 이해도	0.640	-0.055	0.012	0.617
관광정보의 최신도	0.573	0.238	0.191	0.508
관광정보의 서비스개선정도	-0.058	0.883	0.012	0.189
관광정보의 형태(모양)	0.113	0.841	0.161	0.106
관광정보의 양	0.317	0.807	0.054	-0.142
관광정보의 종류	0.398	0.783	0.104	0.016
관광정보의 수정노력	0.177	0.632	0.093	0.319
관광정보의 연결사정	0.203	-0.077	0.786	0.139
관광정보의 이해도	-0.036	0.449	0.706	-0.030
관광정보의 제공속도	0.056	0.172	0.092	0.835
아 이 겐 값	6.446	2.337	1.322	1.092
공 통 변 량 (%)	42.97	15.58	8.81	7.28

「要因1」은 觀光情報의 도움정도, 자세함, 신뢰성, 충분성, 정확성, 사용되는 용어의 이해도, 觀光

情報의 최신도가 포함되어 있는 것으로 보아 觀光情報의 질에 해당되는 「내용차원」과 觀光

정보의 충분성을 의미하는 『형태차원』, 그리고 觀光情報의 최신도를 나타내는 『시간차원』의 요인집단으로 규정할 수 있겠다. 『要因2』는 觀光情報의 서비스 개선정도, 형태(모양), 양, 종류, 수정노력, 충분성의 집단인 『형태차원의 만족요인 집단』으로, 『要因3』은 觀光情報의 연결사정, 이해도, 정확성, 신뢰성과 관련된 『시간과 내용차원의 만족요인 집단』으로 명명할 수 있겠다. 『요인4』는 觀光情報의 제공속도, 사용된 용어의 이해도, 觀光情報의 최신도로 『시간차원의 만족』과 관련된 집단으로 설명할 수 있다. 이 4개의 요인집단이 전체분산의 74.64% (공통변량의 합)를 설명하고 있다.

8) 觀光情報 DB서비스의 각 메뉴별 滿足度 分析

觀光情報 DB서비스의 각 메뉴별 滿足度가 평균(4.0)보다 높은 것은 MEET/매경SCOUT(4.77)와 아시아나航空(4.02)으로서 메뉴별 選好度는 저조하지만 滿足度는 어느 정도 좋은 것으로 분석된다. 그리고 滿足度의 평균(4.0)보다 낮은 것은 위너스OK서비스(3.95), 大韓航空(3.90), 農協 일렉트로뱅크(3.84), 알림나라(3.48)의 순으로 나타났다.

(1) MEET/매경SCOUT

항공기 이착륙정보를 제공하는 MEET/매경SCOUT(表4-6)는 평균이 4.77로서 觀光情報의 신뢰성과 정확성의 만족도가 특히 높게 나타남으로써 MEET/매경SCOUT가 제공하는 觀光情報의 滿足度는 전체 觀光情報 메뉴 중에서 가장 높게 나타나 質과 量에서 전체적으로 만족하는 것으로 나타났다. 특히 觀光情報 중에서 전반적으로 평균값보다 滿足度가 큰 것은

이 정보 뿐이지만 選好度는 아주 저조하다.

〈表4-6〉 MEET/매경SCOUT 滿足度 分析

순위	설문항목	평균	표준편차
1	관광정보의 신뢰성	5.16	0.99
2	관광정보의 정확성	5.02	1.16
3	관광정보의 도움정도	4.91	1.39
4	관광정보의 자세함	4.67	1.23
5	관광정보의 최신도	4.58	0.96
6	사용되는 용어의 이해도	4.56	1.42
7	관광정보의 충분성	4.47	1.42

(2) 農協 일렉트로뱅크

관광/여행 및 농촌의 민박을 안내하는 農協 일렉트로뱅크의 전체 滿足度는 3.84로서 평균보다 저조하나, 觀光情報의 신뢰성, 정확성과 사용되는 용어의 이해도의 만족도가 높은 반면에 觀光情報의 자세함, 도움정도, 최신도는 낮게 나타났으며, 특히 觀光情報의 충분성이 아주 저조하며 〈表4-7〉과 같다.

〈表4-7〉 農協일렉트로뱅크 滿足度 分析

순위	설문항목	평균	표준편차
1	관광정보의 신뢰성	4.73	1.33
2	관광정보의 정확성	4.47	1.22
3	사용되는 용어의 이해도	4.27	1.49
4	관광정보의 자세함	3.65	1.14
5	관광정보의 도움정도	3.60	1.14
6	관광정보의 최신도	3.37	1.28
7	관광정보의 충분성	2.79	1.62

(3) 위너스 OK서비스

공연물 위락시설 티켓예약 등을 제공하는 위

너스 OK서비스는 평균이 3.95로서 평균보다 저조하지만 觀光情報의 도움정도, 정확성과 사용되는 용어의 이해도의 滿足度는 높게 나타났고, 觀光情報의 신뢰성, 최신도, 자세함, 충분성의 만족도가 낮게 나타났으며 <表4-8>과 같다.

<表4-8> 위너스OK서비스 滿足度 分析

순위	설문항목	평균	표준편차
1	관광정보의 도움정도	4.49	1.36
2	관광정보의 정확성	4.44	0.99
3	사용되는 용어의 이해도	4.32	1.35
4	관광정보의 신뢰성	3.98	1.11
5	관광정보의 최신도	3.58	1.31
6	관광정보의 자세함	3.44	1.31
7	관광정보의 충분성	3.40	1.74

(4) 아시아나航空

항공좌석예약과 종합여행정보를 제공하는 아시아나航空은 전체 滿足度(<表4-9>)는 4.02로서 평균보다 높으며, 사용되는 용어의 이해도와 觀光情報의 신뢰성, 자세함, 최신도의 만족도가 높은 반면 觀光情報의 정확성, 도움정도,

<表4-9> 아시아나 항공 滿足度 分析

순위	설문항목	평균	표준편차
1	사용되는 용어의 이해도	4.26	1.46
2	관광정보의 신뢰성	4.20	1.51
3	관광정보의 자세함	4.08	1.54
4	관광정보의 최신도	4.08	1.25
5	관광정보의 정확성	3.97	1.61
6	관광정보의 도움정도	3.82	1.60
7	관광정보의 충분성	3.78	1.97

충분성이 낮게 나타났다.

(5) 대한항공

예약서비스와 종합여행정보를 제공하는 大韓航空 情報는 3.90로서 평균보다 낮으며, 사용되는 용어의 이해도와 관광정보의 신뢰성, 정확성, 도움정도의 만족도는 높게 나타났으나, 관광정보의 자세함, 최신도, 충분성의 만족도가 낮게 나타나 최신자료의 제공이 필요한 것으로 나타났으며 <表4-10>과 같다.

<表4-10> 대한항공 滿足度 分析

순위	설문항목	평균	표준편차
1	사용되는 용어의 이해도	4.43	1.51
2	관광정보의 신뢰성	4.31	1.15
3	관광정보의 정확성	4.04	1.45
4	관광정보의 도움정도	4.01	1.24
5	관광정보의 자세함	3.87	1.38
6	관광정보의 최신도	3.66	1.01
7	관광정보의 충분성	3.01	1.27

(6) 알림나라

韓國觀光公社가 IP로서 국내관광을 안내하는 알림나라가 가장 많이 이용되고 있으나, 만족도는 3.48로서 觀光情報 중에서 滿足度가 제일 저조한 것으로 나타났다. 그리고 觀光情報의 도움정도와 신뢰성의 滿足度는 평균보다 높게 나타났으나 관광정보의 정확성, 충분성, 최신도, 자세함 및 사용되는 용어의 이해도가 아주 저조한 만족도를 나타내고 있다. 이는 일반적으로 많은 이용자들이 국내관광 안내를 주로 이용하고 있으나 정보의 필수조건인 최신도의 정보와 자세한 정보가 요구됨을 나타내고 있으며 <表4-11>과 같다.

〈表4-11〉 알리나라 満足度 分析

순위	설문항목	평균	표준편차
1	관광정보의 도움정도	4.25	1.12
2	관광정보의 신뢰성	4.15	0.97
3	관광정보의 정확성	3.59	1.18
4	관광정보의 충분성	3.19	1.60
5	관광정보의 최신도	3.09	0.98
6	관광정보의 자세함	3.08	0.90
7	사용되는 용어의 이해도	3.04	1.34

3. 假說檢證

본 연구의 假說은 有意水準을 P(0.05로 하

였으며, 觀光情報 DB서비스의 利用者 特性과 각 메뉴별 満足度の 차이를 檢證하였다.

1) 觀光情報 DB서비스의 利用者 特性別 満足度 檢證

[歸無假說 I] HiTEL이 제공하는 觀光情報 DB서비스의 満足도는 이용자의 居住地에 따라 유의한 차이가 없을 것이다. 居住地에 따른 만족도의 유의도는 觀光情報의 연결사정(P=0.85), 觀光情報의 제공속도(P=0.16), 觀光情報의 이해도(P=0.98), 觀光情報의 형태[모양](P=0.74), 觀光情報의 종류(P=0.71), 觀光情報의 양(P=0.33), 觀光情報의 수정노력(P=0.8), 觀光情報 서비스의 개선정도(P=

〈表4-12〉 觀光情報 DB서비스의 年齡別 満足度 檢證

從屬變數	Sub-Hypothesis	F VALUE	P VALUE	觀察된 差異
관광정보의 연결사정	Ⅲ - 1	0.95	0.42	
관광정보의 제공속도	Ⅲ - 2	1.49	0.22	
관광정보의 이해도	Ⅲ - 3	1.53	0.21	
관광정보의 형태(모양)	Ⅲ - 4	2.85	0.0413*	20세이하,31-40세 집단
관광정보의 종류	Ⅲ - 5	3.04	0.0325*	20세이하 집단
관광정보의 양	Ⅲ - 6	2.42	0.07	
관광정보의 수정노력	Ⅲ - 7	6.43	0.0005*	20세이하 집단
관광정보 서비스 개선정도	Ⅲ - 8	6.00	0.0009*	20세이하,31-40세 집단
관광정보의 정확성	Ⅲ - 9	1.27	0.29	
관광정보의 자세함	Ⅲ - 10	0.84	0.47	
관광정보의 신뢰성	Ⅲ - 11	2.13	0.10	
관광정보의 최신도	Ⅲ - 12	7.24	0.0002*	20세이하 집단
관광정보의 도움정도	Ⅲ - 13	0.13	0.94	
관광정보의 충분성	Ⅲ - 14	1.78	0.16	
사용된 용어의 이해도	Ⅲ - 15	0.24	0.87	

\* : 歸無假說 棄却

從屬變數 満足要因은 15개 변수로 나누어 『리커트 7점 척도』로 測定하였으며, 獨立變數 年齡은 4집단(① 20세 이하 ② 21-30세 ③ 31-40세 ④ 41세 이상 집단)으로 분류되었음. 分析方法은 두 그룹 이상의 母平均 差異를 檢證하는 一元 分散分析임.

0.34), 觀光情報의 정확성(P=0.25), 觀光情報의 자세함(P=0.07), 觀光情報의 신뢰성(P=0.17), 觀光情報의 최신도(P=0.59), 觀光情報의 도움정도(P=0.76), 觀光情報의 충분성(P=0.51), 사용된 용어의 이해도(P=0.87)로서 모든 假說이 기각되지 않으므로 居住地에 따라 만족요인은 유의한 차이를 나타내지 않고 있다.

[歸無假說Ⅱ] HiTEL이 제공하는 觀光情報 DB서비스의 滿足度는 이용자의 性別에 따라 유의한 차이가 없을 것이다. 滿足度의 性別에 따라 검증한 결과 觀光情報의 연결사정(P=0.80), 觀光情報의 제공속도(P=0.74), 觀光情報의 이해도(P=0.41), 觀光情報의 형태[모양](P=0.88), 觀光情報의 종류(P=0.73), 觀

光情報의 양(P=0.95), 觀光情報의 수정노력(P=0.59), 觀光情報 서비스의 개선정도(P=0.43), 觀光情報의 정확성(P=0.51), 觀光情報의 자세함(P=0.71), 觀光情報의 신뢰성(P=0.59), 觀光情報의 최신도(P=0.89), 觀光情報의 도움정도(P=0.58), 觀光情報의 충분성(P=0.87), 사용된 용어의 이해도(P=0.61)로서 모든 변수들에 대한 歸無假說은 기각되지 않아 性別에 따른 만족도는 유의한 차이가 없다.

[歸無假說Ⅲ] HiTEL이 제공하는 觀光情報 DB서비스의 滿足度는 이용자의 年齡에 따라 유의한 차이가 없을 것이다. 年齡에 따른 만족도의 유의도(表4-12)는 觀光情報의 형태[모양](P=0.0413), 觀光情報의 종류(P=0.0325),

〈表 4-13〉 觀光情報 DB서비스의 職業別 滿足度 검증

從屬變數	Sub-Hypothesis	F VALUE	P VALUE	觀察된 差異
관광정보의 연결사정	IV - 1	2.51	0.06	
관광정보의 제공속도	IV - 2	0.76	0.52	
관광정보의 이해도	IV - 3	0.22	0.86	
관광정보의 형태(모양)	IV - 4	1.94	0.13	
관광정보의 종류	IV - 5	2.66	0.05	
관광정보의 양	IV - 6	1.24	0.30	
관광정보의 수정노력	IV - 7	1.67	0.18	
관광정보 서비스 개선정도	IV - 8	1.69	0.17	
관광정보의 정확성	IV - 9	4.61	0.0047*	기타집단
관광정보의 자세함	IV - 10	2.93	0.0374*	전체집단
관광정보의 신뢰성	IV - 11	2.71	0.0490*	전체집단
관광정보의 최신도	IV - 12	6.57	0.0004*	기타집단
관광정보의 도움정도	IV - 13	2.39	0.07	
관광정보의 충분성	IV - 14	3.62	0.0157*	전문, 기술, 생산직 집단, 기타집단
사용된 용어의 이해도	IV - 15	2.71	0.0490*	전체집단

\* : 歸無假說 棄却

從屬變數 滿足要因은 15개 변수로 나누어 『리커트 7점 척도』로 測定하였으며, 獨立變數 年齡은 4집단(① 20세 이하 ② 21-30세 ③ 31-40세 ④ 41세 이상 집단)으로 분류되었음. 分析方法은 두 그룹 이상의 母平均 差異를 檢證하는 一元 分散分析임.

觀光情報의 수정노력(P=0.0005), 觀光情報 서비스의 개선정도(P=0.0009), 觀光情報의 최신도(P=0.0002)는 歸無假說이 기각되어 유의한 차이가 있으며, 나머지 變數는 歸無假說이 기각되지 않아 유의한 차이가 없다.

[歸無假說Ⅳ] HiTEL이 제공하는 觀光情報 DB서비스의 滿足度는 이용자의 職業에 따라 유의한 차이가 없을 것이다. 직업에 따른 만족도의 유의도(表4-13)는 觀光情報의 정확성(P=0.0047), 觀光情報의 자세함(P=0.0374), 觀光情報의 신뢰성(P=0.0490), 觀光情報의 최신도(P=0.0004), 觀光情報의 충분성(P=0.0157), 사용된 용어의 이해도(P=0.0490)로 이 변수들의 歸無假說은 기각되어 유

의한 차이가 있으며, 나머지 변수에 대한 歸無假說은 기각되지 않아 職業에 따라 만족도는 유의한 차이가 없는 것으로 나타났다.

[歸無假說Ⅴ] HiTEL이 제공하는 觀光情報 DB서비스의 滿足度는 이용자의 教育程度에 따라 유의한 차이가 없을 것이다. 교육정도에 따른 만족도의 유의도(表4-14)는 觀光情報의 종류(P=0.0187), 觀光情報의 수정노력(P=0.0043), 觀光情報 서비스의 개선정도(P=0.0011), 觀光情報의 최신도(P=0.0135), 觀光情報의 충분성(P=0.0204)으로 이 변수에 대한 歸無假說이 기각되어 유의한 차이가 있음을 나타내지만, 나머지 변수들은 歸無假說이 기각되지 않아서 유의한 차이가 없다.

〈表4-14〉 觀光情報 DB서비스의 教育程度別 滿足度 檢證

從屬變數	Sub-Hypothesis	F VALUE	P VALUE	觀察된 差異
관광정보의 연결사정	V - 1	1.40	0.24	
관광정보의 제공속도	V - 2	1.54	0.20	
관광정보의 이해도	V - 3	1.46	0.22	
관광정보의 형태(모양)	V - 4	1.41	0.24	
관광정보의 종류	V - 5	3.11	0.0187*	전체집단
관광정보의 양	V - 6	1.80	0.13	
관광정보의 수정노력	V - 7	4.06	0.0043*	전체집단
관광정보 서비스 개선정도	V - 8	4.99	0.0011*	전체집단
관광정보의 정확성	V - 9	0.41	0.80	
관광정보의 자세함	V -10	0.53	0.72	
관광정보의 신뢰성	V -11	0.96	0.43	
관광정보의 최신도	V -12	3.32	0.0135*	전체집단
관광정보의 도움정도	V -13	0.42	0.79	
관광정보의 충분성	V -14	3.05	0.0204*	전체집단
사용된 용어의 이해도	V -15	1.33	0.26	

\*: 歸無假說 棄却

從屬變數 滿足要因은 15개 변수로 나누어 『리커트 7점 척도』로 測定하였으며, 獨立變數 教育程度는 4집단(① 중학교이하 ② 고등학교 ③ 전문·대학교 ④ 대학원 이상 집단)으로 분류되었음. 分析方法은 두 그룹 이상의 母平均 差異를 檢證하는 一元 分散分析임.



[歸無假說VI] HiTEL이 제공하는 觀光情報 DB서비스의 滿足度는 이용자의 月 平均所得에 따라 유의한 차이가 없을 것이다. 月 平均所得에 따른 만족도의 유의도(表4-

15)는 觀光情報의 최신도(P=0.0050)는 歸無假說이 각각되어 月 平均所得에 따라 유의하며, 나머지 變數들은 歸無假說이 각각 되지 않아 유의한 차이가 없다.

(表4-15) 觀光情報 DB서비스의 月 平均 所得別 滿足度 檢證

從屬變數	Sub-Hypothesis	F VALUE	P VALUE	觀察된 差異
관광정보의 연결사정	VI - 1	0.51	0.68	
관광정보의 제공속도	VI - 2	2.19	0.09	
관광정보의 이해도	VI - 3	0.46	0.71	
관광정보의 형태(모양)	VI - 4	1.51	0.22	
관광정보의 종류	VI - 5	0.94	0.43	
관광정보의 양	VI - 6	0.92	0.43	
관광정보의 수정노력	VI - 7	2.36	0.08	
관광정보 서비스 개선정도	VI - 8	0.15	0.93	
관광정보의 정확성	VI - 9	2.21	0.09	
관광정보의 자세함	VI - 10	0.87	0.46	
관광정보의 신뢰성	VI - 11	1.17	0.33	
관광정보의 최신도	VI - 12	4.55	0.0050*	전체집단
관광정보의 도움정도	VI - 13	1.44	0.24	
관광정보의 충분성	VI - 14	2.49	0.06	
사용된 용어의 이해도	VI - 15	1.80	0.15	

\*:歸無假說 棄却

從屬變數 滿足要因은 15개 變수로 나뉘 『리커트 7점 척도』로 測定하였으며, 獨立變數 月 平均 所得은 4집단(① 100만원미만 ② 100-150만원미만 ③ 150-200만원미만 ④ 200만원이상 집단)으로 分類되었음. 分析方法은 두 그룹 이상의 母平均 差異를 檢證하는 一元 分散分析임.

[歸無假說VII] HiTEL이 제공하는 觀光情報 DB서비스의 滿足度는 이용자의 加入時期에 따라 유의한 차이가 없을 것이다. 加入時期에 따라 검증한 결과 觀光情報의 연결사정(P=0.33), 觀光情報의 제공속도(P=0.99), 觀光情報의 이해도(P=0.83), 觀光情報의 형태[모양](P=0.67), 觀光情報의 종류(P=0.16), 觀光情報의 양(P=0.15), 觀光情報의 수정노력(P=0.19), 觀光情報 서비스의 개선정도(P=

0.60), 觀光情報의 정확성(P=0.83), 觀光情報의 자세함(P=0.90), 觀光情報의 신뢰성(P=0.29), 觀光情報의 최신도(P=0.12), 觀光情報의 도움정도(P=0.32), 觀光情報의 충분성(P=0.53), 사용된 용어의 이해도(P=0.83)로서 모든 假說이 각각되지 않으므로 加入時期에 따라 만족요인은 유의한 차이가 없는 것으로 나타났다.

2) 觀光情報 DB서비스의 각 메뉴별 滿足

度 檢證 [歸無假說 I] 觀光情報 DB서비스의 각 메뉴별 滿足度는 이용자의 居住地에 따라 유의한 차이가 없을 것이다. 居住地에 따른 각 메뉴별 만족도의 유의도는 MEET/매경SCOUT(P=0.57), 농협일렉트로뱅크(P=0.57), 위너스OK서비스(P=0.62), 아시아나 항공(P=0.23), 대한항공(P=0.51), 알림나라(P=0.20)로서 모든 메뉴가 歸無假說이 기각되지 않으므로 유의한 차이가 없는 것으로 나타났다.

[歸無假說 II] 觀光情報 DB서비스의 각 메뉴별 滿足度는 이용자의 性別에 따라 유의한 차이가 없을 것이다. 滿足度를 性別에 따라 검증한 결과 MEET/매경SCOUT(P=0.95), 농협일렉트로뱅크(P=0.91), 위너스OK서비스(P=0.59), 아시아나 항공(P=0.62), 대한항공(P=0.31), 알림나라(P=0.57)로 모든 변수들에 대한 歸無假說은 기각되지 않아 性別에 따른 각 메뉴별 滿足度는 유의한 차이가 없는

것으로 나타났다.

[歸無假說 III] 觀光情報 DB서비스의 각 메뉴별 滿足度는 이용자의 年齡에 따라 유의한 차이가 없을 것이다. 年齡에 따른 각 메뉴별 滿足度의 유의도는 MEET/매경SCOUT(P=0.43), 농협일렉트로뱅크(P=0.11), 위너스OK서비스(P=0.05), 아시아나 항공(P=0.91), 대한항공(P=0.39), 알림나라(P=0.60)로 모든 변수들에 대한 歸無假說은 기각되지 않아 年齡에 대한 유의한 차이가 없음을 알 수 있다.

[歸無假說 IV] 觀光情報 DB서비스의 각 메뉴별 滿足度는 이용자의 職業에 따라 유의한 차이가 없을 것이다. 직업에 따른 각 메뉴별 滿足度의 유의도(表4-16)가 농협일렉트로뱅크(P=0.0273)와 알림나라(P=0.0435)는 歸無假說이 기각되어 유의한 차이를 나타내며, 나머지는 歸無假說이 기각되지 않아 유의한 차이가 없는 것으로 나타났다.

〈表4-16〉 職業에 따른 각 메뉴의 滿足度 檢證

從屬變數	Sub-Hypothesis	F VALUE	P VALUE	觀察된 差異
MEET/매경SCOUT	IV - 1	1.55	0.22	
농협일렉트로뱅크	IV - 2	3.27	0.0273*	기타집단
위너스OK서비스	IV - 3	2.36	0.07	
아시아나항공	IV - 4	0.77	0.51	
대한항공	IV - 5	1.97	0.12	
알림나라	IV - 6	2.81	0.0435*	전체집단

\*: 歸無假說 棄却

從屬變數 각 메뉴는 6개 변수로 나누어 『리커트 7점 척도』로 測定하였으며, 獨立變數 직업은 5 집단(① 학생 ② 사무직, 관리직 ③ 전문직, 기술직 ④ 생산직, 판매·서비스직 ⑤ 기타집단)으로 분류. 分析方法은 두 그룹 이상의 母平均 差異를 檢證하는 一元 分散分析임.

[歸無假說 V] 觀光情報 DB서비스의 각 메뉴별 滿足度는 이용자의 教育程度에 따라 유의한 차이가 없을 것이다. 教育程度에 따른 각 메뉴별 滿足度の 유의도는 MEET/매경SCOUT(P=0.14), 농협일렉트로뱅크(P=0.40), 위너스OK서비스(P=0.16), 아시아나 항공(P=0.65), 대한항공(P=0.56), 알림나라(P=0.82)로 모든 변수들에 대한 歸無假說은 기각되지 않아 教育程度에 대한

유의한 차이가 없음을 나타내고 있다.

[歸無假說 VI] 觀光情報 DB서비스의 각 메뉴별 滿足度는 이용자의 月平均所得에 따라 유의한 차이가 없을 것이다. 月平均所得에 따른 각 메뉴별 滿足度の 유의도(表4-17)가 위너스OK서비스(P=0.0193)는 歸無假說이 기각되어 월평균소득에 따라 유의하며, 나머지는 歸無假說이 기각되지 않아 유의한 차이가 없다.

〈表4-17〉 月平均 所得에 따른 각 메뉴의 滿足度 檢證

從屬變數	Sub-Hypothesis	F VALUE	P VALUE	觀察된 差異
MEET/매경SCOUT	VI - 1	0.29	0.83	
농협일렉트로뱅크	VI - 2	2.23	0.09	
위너스OK서비스	VI - 3	3.47	0.0193*	200만원 이상집단
아시아나항공	VI - 4	0.14	0.94	
대한항공	VI - 5	1.76	0.16	
알림나라	VI - 6	0.97	0.41	

\*: 歸無假說 棄却

從屬變數 각 메뉴는 6개 變數로 나누어 『리커트 7점 척도』로 測定하였으며, 獨立變數 月平均 所得은 4집단(① 100만원미만 ② 100-150만원 미만 ③ 150-200만원미만 ④ 200만원이상 집단)으로 분류. 分析方法은 두 그룹 이상의 母平均 差異를 檢證하는 一元 分散分析임.

〈表4-18〉 加入時期에 따른 각 메뉴의 滿足度 檢證

從屬變數	Sub-Hypothesis	F VALUE	P VALUE	觀察된 差異
MEET/매경SCOUT	VII - 1	1.18	0.33	
농협일렉트로뱅크	VII - 2	1.29	0.28	
위너스OK서비스	VII - 3	4.61	0.0047*	전체집단
아시아나항공	VII - 4	1.65	0.18	
대한항공	VII - 5	0.26	0.85	
알림나라	VII - 6	0.26	0.85	

\*: 歸無假說 棄却

從屬變數 각 메뉴는 6개 변수로 나누어 『리커트 7점 척도』로 測定하였으며, 獨立變數 가입시기는 4집단(① '89년 이전 ② '90-'91년 ③ '92-'93년 ④ '94년 집단)으로 분류. 分析方法은 두 그룹 이상의 母平均 差異를 檢證하는 一元 分散分析임.

[歸無假說Ⅶ] 觀光情報 DB서비스의 각 메뉴별 滿足度는 이용자의 加入時期에 따라 유의한 차이가 없을 것이다. 加入時期別 滿足度(表 4-18)는 위너스 OK서비스( $P=0.0047$ )는 歸無假說이 기각되어 加入時期에 따라 유의하며, 나머지는 歸無假說이 기각되지 않아 加入時期에 따라 유의한 차이가 없음을 알 수 있다.

## V. 結 論

현대는 情報化社會로서 DB의 가치는 점점 증가하고 있다. 이는 高度 情報化社會의 특징이라 할 수 있으며, 특히 전반적인 DB서비스는 부분적으로는 많이 발전하여 우수한 정보서비스가 제공되고 있다. 그러나 觀光情報 DB서비스는 아직까지 그 價値와 重要性이 거의 인식되지 않고 있는 실정이다. 이러한 초보단계에 있는 국내 觀光情報 DB서비스의 滿足度를 측정함으로써 국내 觀光情報 DB서비스의 수준을 파악하고 觀光情報 提供者에게 개선해야 될 문제점을 제시코자 한다.

따라서 본 연구에서 觀光情報 DB서비스의 滿足度를 측정한 결과 전반적인 滿足度는 3.85로서 평균치(4.0)보다 저조하게 나타나고 있다. 즉, 觀光情報의 理解度(4.55)는 평균보다 다소 좋은 반면, 다른 觀光情報의 滿足度는 평균치보다 대부분이 저조하다. 특히 觀光情報의 連結事情(3.68)과 觀光情報의 提供速度(3.44)가 아주 낮게 나타났다. 이것은 HiTEL 情報서

비스의 전반적인 현상으로 連結事情에 대하여 불만족을 나타내고 있다. 이는 '94年 6月 14日 현재 HiTEL 서비스의 가입자가 278,950명으로서 하루평균 100-150명이 신규 가입되고 있으나 '94年 8月 1日 현재 HiTEL 서비스의 포트가 5,360개로 증설<sup>7)</sup>[한국PC통신 1994. 8b]되었지만 利用者數에 비교하면 아직은 연결회선이 부족한 형편이다. 따라서 韓國PC通信은 利用者의 불만사항을 고려하여 개선책을 더욱 강구해야 될 것이다.

그리고 從屬變數 15개 중에서 주요 滿足要因이 무엇이며, 서로 얼마나 관련이 있으며 滿足要因 集團을 파악하기 위하여 要因分析(FAC-TOR ANALYSIS)을 실시한 결과 「要因1」은 觀光情報의 「내용차원」과 「형태차원」, 그리고 「시간차원」, 「要因2」는 觀光情報의 「형태차원」, 「要因3」은 觀光情報의 「시간과 내용차원」, 「要因4」는 觀光情報의 「시간차원」과 관련된 滿足要因의 4가지 집단으로 추출되었다.

한편 觀光情報 DB서비스의 각 메뉴 중에서 빈번히 이용되는 메뉴는 韓國觀光公社가 IP로서 國內觀光을 안내하는 알림나라(40.2%)이며, 항공좌석 예약과 종합여행정보를 제공하는 아시아나航空(22.5%), 관광/여행 및 농촌의 민박을 안내하는 農協일렉트로뱅크(13.7%), 예약서비스와 종합여행정보를 제공하는 大韓航空(9.8%), 공연물 위락시설 티켓예약 등을 제공하는 위너스OK서비스(6.9%), 항공기 이착륙정보를 제공하는 MEET/매경SCOUT(6.9%)의 순으로 觀光情報 DB서비스는 전반적으로 골고루 이용되고 있다.

7) 78월 여름방학을 맞아 호폭주를 개선하기 위해서 HiNET-P망에 1,800개와 서울지역 고속서비스에 200개의 증설 사업으로 총 2000개의 시스템 접속포트를 보유함.

또한 각 메뉴별 利用者의 계층별 選好度는 첫째, 男性은 알림나라(40%), 아시아나 항공(23.16%), 農協일렉트로뱅크(12.63%)를 많이 이용하나, 女性은 알림나라, 農協일렉트로뱅크를 주로 선호하는 것으로 나타났다. 둘째, 年齡別 選好度는 21-25세까지의 利用者가 가장 많은 수의 메뉴를 이용하며 나이가 많을수록 단순 觀光案内情報인 알림나라와 農協일렉트로뱅크보다 보다 專門 情報인 航空관련정보를 더욱 선호하는 것으로 나타났다. 셋째, 職業別 選好度는 학생과 사무직에 종사하는 사람이 가장 많은 메뉴를 이용하며, 전문직, 관리직, 기술직은 대체적으로 항공관련정보를 더 선호하는 것으로 분석되었다. 넷째, 學力別 選好度는 대학학력의 利用者가 가장 많은 메뉴를 이용하고 있으며, 국민학교와 중학교학력을 제외한 모든 학력에서 모든 觀光情報 DB를 골고루 선호하는 것으로 나타났다. 다섯째, 加入時期別 選好度는 가입한 시간이 길어짐에 따라 항공관련정보를 더욱 선호하는 것으로 나타났다.

그리고 메뉴별 觀光情報 DB서비스의 滿足度는 평균만족도보다 낮은 것이 알림나라(3.48), 農協일렉트로뱅크(3.84), 大韓航空(3.90), 위너스OK서비스(3.95)로 나타났다. 또한, 각 메뉴별로 平均 滿足度(4.0)이하의 요인은 <表5-1>과 같이 각 해당 觀光情報 提供者에게 개선해야 될 사항을 제시하여, 이 자료를 활용하여 개선된 觀光情報 DB를 構築함으로써 합리적인 觀光情報의 활용을 모색할 수 있는 지침이 되고자 한다. 특히, 觀光情報 DB서비스의 전반적으로 不滿足 要因인 觀光情報의 최신성과 정확성으로서 이는 觀光情報의 UP-DATE가 절실하게 요구됨을 나타내고 있다.

따라서 觀光情報 提供者들은 계속적이고 지

<表5-1> 觀光情報 DB서비스의 각 메뉴별 不滿足 要因

메뉴명	불만족 요인	평균	표준편차
농협 일렉트로뱅크	관광정보의 자세함	3.65	1.14
	관광정보의 도움정도	3.60	1.14
	관광정보의 최신도	3.37	1.28
	관광정보의 충분성	2.79	1.62
위너스 OK 서비스	관광정보의 신뢰성	3.98	1.11
	관광정보의 최신도	3.58	1.31
	관광정보의 자세함	3.44	1.31
	관광정보의 충분성	3.40	1.74
아시아나 항공	관광정보의 정확성	3.97	1.61
	관광정보의 도움정도	3.82	1.60
	관광정보의 충분성	3.78	1.97
대한항공	관광정보의 자세함	3.87	1.38
	관광정보의 최신도	3.66	1.01
	관광정보의 충분성	3.01	1.27
알림나라	관광정보의 정확성	3.59	1.18
	관광정보의 충분성	3.19	1.60
	관광정보의 최신도	3.09	0.98
	관광정보의 자세함	3.08	0.90
	사용되는 용어의 이해도	3.04	1.34

속적으로 觀光情報 DB를 構築.改善함으로써 觀光情報 利用者와 관광자의 욕구를 충족시키고 동시에 觀光政策의 과학화와 경영의 효율화가 가능함으로써 觀光産業의 활성화를 기대할 수 있을 것이다.

### 參考文獻

김우철외 7인, 「現代 統計學」, 영지문화사, 1991, P.136.  
 김俊錫, 「經營情報시스템」, 法文社, 1988, PP. 161-163.

- 房錫炫, 「行政情報體系論」, 博英社, 1993, P. 26-30.
- 孫大鉉, 「觀光論」, 日新社, 1990, P.380.
- 오재철, 「안녕하세요 PC통신」, 정보문화사, 1994a, P.275.
- \_\_\_\_\_, 「안녕하세요 PC통신」, 정보문화사, 1994b, P.449.
- 尹恩基, 「情報學特講」, 김영사, 1992, P.168.
- 李相範외, 「電算學 概論」, 正益社, 1989, P.8.
- 李仙熙, 「관광마케팅개론」, 大旺社, 1993, PP.344-348.
- 韓國觀光公社, 「國民觀光 實態調査 및 對策研究」, 1990.12, PP.169-170.
- 韓國經濟新聞社, 「韓經 KETEL」, 1991. P.22.
- 한국PC통신, 「하이텔소식지 꿈따라」, 1994년 7월호 (통권 제29호), 1994.7, P.19.
- \_\_\_\_\_, 「하이텔소식지 꿈따라」, 1994년 8월호(통권 제30호), 1994a.8.10, P.34.
- \_\_\_\_\_, 「하이텔소식지 꿈따라」, 1994년 8월호(통권 제30호), 1994b.8.10, P.4.
- 朝鮮日報, 12面, 1990年 10月 24日.
- 김병국, “韓國과 日本에서의 地域情報化 段階 및 推進施策에 關한 比較研究,” '91 通信學術研究課題, 1992.3, PP.106-107.
- 朴喜錫, “觀光情報 시스템의 데이터베이스 構築方案에 關한 研究,” 京畿大學校 大學院 碩士學位 論文, 1993, P.15-16.
- 安鍾一, “情報시스템 發展에 따른 최종사용자 滿足에 미치는 影響에 關한 實證的 研究,” 韓國外國語大學校 經營情報大學院 碩士學位 論文, 1993, P.21-22.
- 李鳳浩, “情報의 經濟的 價値에 關한 研究,” 通信政策研究所, 1986.12, P.2.
- 張秉權, “國際 觀光政策環境의 變化에 關한 델파이 研究,” 한국관광학회, 「觀光學研究」 제18권 제1호(통권 18호), 1994.8, PP.123-125.
- 千勝珍, “國內 DB서비스의 情報滿足度에 關한 研究,” 韓國外國語大學校 經營情報大學院 碩士學位論文, 1992a, P.50.
- \_\_\_\_\_, “國內 DB서비스의 情報滿足度에 關한 研究,” 韓國外國語大學校 經營情報大學院 碩士學位論文, 1992b, P.60.
- 通信開發研究院, “데이터베이스서비스 活性化를 위한 公共部門의 役割,” 1989.9, PP.9-10.
- 小池洋一 外, 「觀光學 概論」, ミネルウァ書房, 1989, P.217.
- Engel, J.F. and Blackwell, Roger D. and Kollat, David T., *Consumer Behavior*, 3rd ed., The Dryden Press, 1987, P.493.
- McFadden, Fred R. and Hoffer, Jeffery A., *Database Management*, The Benjamin/Cummings Publishing Company, Inc., 1991, PP. 21-25.
- Adams, C.R., “How Management Users View Information Systems,” *Decision Science*, Vol.6, No.2, Apr.1975, PP.337-345.
- Bailey, J.E. & Pearson, S.W., “Development of a tool for measuring and analyzing computer user satisfaction.” *Management Science*, Vol.29, No.5, May 1983, PP.519-529.
- Churchill, G.A. and Ford, N.M. and Walker, O. C., “Measuring the job Satisfaction of Industrial Salesmen,” *Journal Marketing Research*, Vol.11, No.3, Aug.1974, PP.254-260.

Ives, B., Olson, M.H. & Baroudi, J.J., "The measurement of user information satisfaction." *Communications of the ACM*, Vol.26, No.10, Nov.1983, PP.785-793.

Lucas, H.C.JR., "User Reactions and the Management of Information Systems," *Management Information*, Vol.2, No.4, Aug.1973, PP.165-172.

Osgood, C.E., "Studies on the Generality of Affective Meaning Systems," *American Psychology*, Vol.17, No.1, Jan.1962, PP.10-28.

Wanous, J.P.and Lawer, E.E., "Measurment and Meaning of Job Satisfaction," *Journal of Applied Psychology*, Vol.56, No.2, Apr. 1972, PP.95-105.