

여행 블로그의 서비스 품질과 동기요인이 이용자 만족과 재이용의도에 미치는 영향에 관한 연구

이기동[†] · 김학희^{**} · 박천웅^{***}

An Intention using Travel-Blog on Service Quality and Motivation

Ki-Dong Lee[†] · Hak-Hee Kim^{**} · Cheon-Woong Park^{***}

ABSTRACT

The purpose of this study was to verify and analyze the factors that influence the intention using the travel-blog. This study sought to find out the motivation factors of a Blog. Also, This paper tests the updated model of information systems success proposed by Delone and McLean using a field study of a travel-blog. The three dimensions of the blog Quality were information, design and system. And The three dimensions of the motivation factors were pride, enjoyment and ease of use . Questionaries are collected from 196 peoples who are using the travel-blog. The results of study show, first, that information quality, pride and enjoyment are significant predictors of user satisfaction, second, that pride, enjoyment, and satisfaction are significant of reuse intention with the travel-blog. Third, ease of use did not have positive effects on reuse intention to travel-blog.

Key words : Travel-blog, e-Communication, Motivation, Service Quality

1. 서론

인터넷 기반의 정보기술 발달에 따라 다양한 공간에서 온라인 커뮤니티 형성되기 시작하였으며, 이는 과거 단방향 중심의 일방적 채널에서 벗어나 양방향의 e-커뮤니케이션 문화 형태로 발전하고 있다. 현재 국내에서 인터넷

을 사용하는 인구는 약 3천만명을 넘었으며, 국민 10명 중 7명은 인터넷을 이용하고 있다[12].

인터넷 기술의 발달과 인터넷의 대중화로 쇼핑, 채팅, 커뮤니티, 게임, 학습 등의 다양한 서비스를 포함하는 웹 서비스 및 비즈니스가 탄생하였고, 특히, 양방향 e-커뮤니케이션인 블로그(blog)는 인터넷 기반 서비스로써 수익 비즈니스 모델로 자리를 잡고 있다. 2007 국가정보화 백서에 따르면 블로그 가입자는 2,000만 명을 넘어 생활 속의 공간으로 활용도가 높아지고 있고, 또한 UCC(User Created Contents) 창구로 이용하고 있는 블로그, 미니홈피 이용 경험자는 48%에 이르며, 40%는 본인의 블로그를 보유하고 있는 것으로 조사되었다[12].

오늘날 사람들은 디지털 기기의 소형화와 대중화로 다

† 인천대학교 경영학과 교수(교신지자)

** 한국문화관광연구원 통계정보센터 연구원

*** 한국문화관광연구원 통계정보센터 연구원

논문접수 : 2008년 10월 5일, 심사완료 : 2008년 11월 25일

* 이 논문은 2008년 한국디지털정책학회 춘계학술대회(2008. 6. 13)에서 최우수논문으로 선정되었으며, 일부 수정 및 가필한 내용임.

양한 UCC를 제작하게 되면서 블로그 이용 빈도는 더욱 높아지게 되었다[11]. 유비쿼터스 시대 등장과 디지털 시대로의 급격한 환경변화는 사람들의 개인화로 인하여 맞춤형 커뮤니티인 블로그가 등장하게 되었으며, 블로그의 급속한 성장으로 가상공간에서 자신만의 영역을 형성하려는 노력에 따라 다양한 정보, 이야기, 콘텐츠를 생산하게 되었다. 이러한 블로그에 관한 연구를 수행하기 위해서 기존 인터넷 관련한 선행연구들에서 분석된 이용 동기요인을 활용되어왔고, 주로 인용되는 연구인 이용 충족 이론을 통해서[1][3][5][10], 블로그 관련 연구 또한 이용 동기 측면으로 사용자 만족과 재이용의도를 도출하여, 여행 블로그 이용형태를 분석하고 시사점을 도출하려는 노력이 있어왔다.

지금까지 블로그 이용 의도와 동기에 대한 연구는 지속적으로 연구되어오고 있다. 특히, 여행관련 블로그는 개인, 친구들 또는 친지들과의 여행 사진, 동영상 그리고 여행후기에 대한 글을 자유롭게 공유한다는 측면에서 여행관련 소재를 중심으로 이용되고 있는 실정이다. 여행에 관한 블로그 이용자들의 이용동기와 여행 후 이용하게 되는 블로그 이용동기가 여행에서의 즐거움이나, 새로운 여행정보에 대한 기대나 만족은 동일한 동기요인을 포함하고 있지만 이에 대한 여행 블로그를 대상으로 하는 연구는 거의 없다.

따라서 본 연구에서는 블로그 품질과 동기요인이 이용 의도에 미치는 영향에 대하여 알아보기 위해 여행관련 블로그를 대상으로 조사하였다. 연구 결과를 통해서 사용자 만족에 영향을 주는 블로그 품질과 동기요인을 살펴봄으로서, 블로그를 활용하고 있는 여행관련 기업들에게 시사점을 제공 할 수 있을 것이다.

2. 이론적 배경

2.1 여행 블로그 현황

대표적 포털사이트인 다음(www.daum.net)은 여행/관광의 주제로 운영되는 카페 수는 약 46,552개, 블로그의 수는 1,379,903개로 조사되었고, 네이버(www.naver.com)는 여행관련 카페는 20,552개 블로그의 수는 3,285,628개로 조사되고 있다. 블로그 국내 최대사이트인 싸이월드(www.cyworld.com)의 여행관련 미니홈피는 총 174,062건으로 조사되었고, 열린 블로그의 수는 3,1743개로 조사되었고, 이외에도 일본 여행 동아리 수는 245,259개, 투어짱 동아리는 220,079개, 일상탈출카페는 222,033개 그리

고 No.1 유럽여행 동아리는 196,145개로 조사되었다.

2.2 블로그 품질

블로그 품질은 웹 사이트 품질의 기본개념 측정을 기본으로 하고 있으며, 웹 사이트 품질에 대한 측정은 개념적으로 다양한 차원에서 이루어져야 하기 때문에, 품질 측정은 사용자가 인지한 웹 품질, 웹 사이트 평가를 통해 요인들을 탐색하거나 도출하여 측정도구가 개발되고 있다[7][12][15][22][20].

DeLone & McLean[17]의 정보시스템 성공모델 연구에서 정보품질과 시스템품질, 서비스품질이 사용자 사용자 만족에 영향을 미치고 있다는 결과를 확인하였고, 또한 사용성, 이용가능성, 신뢰성, 적응성, 대응시간, 다운로드 시간 등의 요인이 사용되었다. 이 연구는 기존의 품질 요인, 사용자, 의도, 순 이익과 같은 단계로 구분하였다. 따라서 본 연구는 기존의 Liu & Arnett[20], 박상철 외[4], 이문규[7] 등의 연구에서 사용되었던 블로그에 관한 선행 연구에서 기존의 서비스 품질 척도로 많이 활용되었던 SERVQUAL보단, 블로그를 DeLone & McLean[17]의 정보시스템 성공모델 연구에 적용하여 블로그 품질요인을 살펴 볼 것이다.

2.3 블로그 이용 동기

블로그 이용 동기에 따른 이용 충족 이론은 개인의 커뮤니케이션 선택은 능동적이고 목적지향적인 것이고, 인간의 기본적 욕구는 이용 동기 생성을 통한 욕구 충족 행동을 이끌어 내며, 커뮤니케이션 행동을 생성하는 기대이기도 하다[8].

이용 동기에 따른 이용 충족 이론은 수용자들의 능동적 속성을 잘 반영하는 인터넷 매체 이용자들의 이용행태를 설명하는데 적합한 분석 방법이라 할 수 있다[5][24].

인터넷 이용 충족 이론에 관한 연구에서 유용성과 시간 보내기, 정보추구, 편의성, 오락성 대인간 활용 등의 이용 동기 요인을 지적하고 있고[23], 현실도피, 오락, 상호 작용성, 감시 등 이용 동기 요인을 발견하였고, 이러한 요인이 이용 만족에 유의한 영향을 미친다는 것을 연구하였다[21]. 인터넷 이용 동기와 태도에 대해 사회적으로, 시간 보내기, 상호 작용성, 정보추구의 이용 동기 요인을 추출하였고, 응답자가 자주 방문하는 사이트를 대상으로 한 동기요인으로 개인의 정체성, 정보추구, 흥미, 오락, 교육 등의 요인으로 구성되어 있는 것으로 연

구하였다[19].

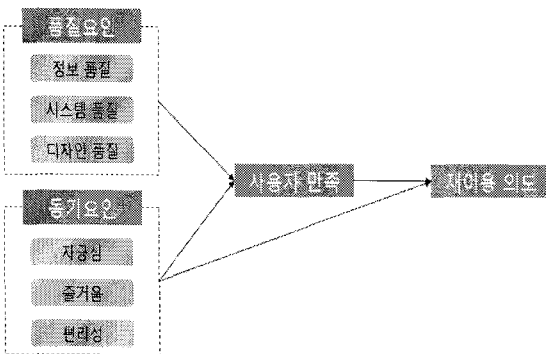
박광순과 조명휘[3]는 이용 동기에 관하여 이용의 편리성, 교체관계와 흥미, 현실도피 외 10개의 요인을 추출하였고, 이용동기와 이용행위 간에는 이용기간과 학습도구의 관계, 이용시간과 영상물 게재 및 감상, 블로그 방문수와 자긍심/정체성의 관계, 블로그 방문수와 상호작용성의 관계, 블로그 이용기간과 교체관계, 블로그 이용기간과 편리성의 관계가 유의한 상관관계가 있다고 나타났다. 이에 본 연구에서는 자긍심, 즐거움 그리고 편리성을 여행 블로그 이용 동기 요인으로 사용할 것이다.

3. 연구 설계

3.1 연구 모형 및 변수의 조작적 정의

본 연구는 기존의 선행연구를 통해 품질요인과 동기요인이 사용자 만족에 영향을 주는 요소인지, 사용자 만족과 동기요인이 블로그 재이용의도에 미치는 영향에 대하여 알아보려 한다.

선행연구에서 나타난 품질요인(정보품질, 시스템품질, 디자인품질)을 독립변수로 하여 블로그의 사용자 만족을 측정할 것이고 이용 동기요인으로부터 도출된 동기요인(자긍심, 편리성, 즐거움)의 요인을 독립변수로 하여 블로그 재이용의도를 측정하고, 또한 사용자 만족이라는 매개 변수를 통해 블로그 재이용의도에 미치는 간접적인 영향을 알아볼 것이다. 그리고 동기요인이 블로그 재이용의도에 미치는 영향을 알아볼 것이다. 본 연구에서 제시하는 연구모형은 <그림 1>과 같다.



<그림 1> 연구모형

본 연구를 위한 변수의 조작적 정의를 살펴보면 <표 1>과 같다.

<표 1> 변수의 조작적 정의

차원	요인	항목
동기 요인	편리성	사용방법을 배우는 것이 쉬움
		블로그 기능을 사용하기 쉬운 정도
		블로그 사용에 능숙해 지는 정도
		다른 사람과의 상호작용 과정이 쉬운 정도
	즐거움	즐거움 경험제공
		과정의 즐거움
		재미의 정도
	자긍심	이용자체의 즐거움
		자긍심을 느끼는 정도
나만의 개성표현 정도		
블로그 품질	정보 품질	내용과 정보품질 우수성
		컨텐츠, 서비스의 시기적절한 제공
		타인 블로그 평가 정보제공
	디자인 품질	전체적인 분위기와 이미지품질 우수
		내용 인지정도
	시스템 품질	화면 전환 신속성
		전송시간 정도
		사이드의 안정성
		서비스에 만족정도
사용자 만족	컨텐츠가 자신의 요구에 부합하는 정도	
	블로그 이용의 만족정도	
	적극적 이용계획	
재이용 의도	지속적 이용계획	
	블로그 사용 권장의도	

3.2 연구가설의 설정

3.2.1 블로그 품질에 대한 사용자 만족의 관계

블로그 품질은 블로그의 사용자 만족에 직접적인 영향을 줄 수 있는 요인으로, 기존 연구들을 바탕으로 사용자 만족에 영향을 주는 품질요인으로 정보품질, 시스템 품질, 디자인 품질을 추출하였다. DeLone and McLean[17]의 정보시스템 성공 모형 척도 중에도 정보품질, 시스템 품질, 서비스 품질이 사용과 사용자 만족에 영향을 주었으며, 박상철 등[4]의 연구를 통해서 정보 품질, 시스템 품질, 디자인 품질이 사용자 만족과 이용의도에 영향을 미치고 있다.

정보품질은 블로그를 이용하는데 있어 블로그가 자신에게 얼마나 필요한 정보를 제공하고 있는가에 있다고 할 수 있으며, 블로그를 통해 자신이 얻고자 하는 정보를 검색을 통해서 수집하는 것과 관련이 있으며, 이러한 정보의 검색은 블로그에 대한 사용자의 만족에 영향을 미칠 것이다[4][14][18]. 시스템품질은 블로그의 사용자 만족에 중요한 요인으로, 실제 블로그의 시스템 속도 등의 안정적 운영은 사용자의 만족에 있어서 중요한 결정요인이 될 것이다[4][18][20]. 블로그 디자인 품질 관련한 요소들은 화면 구성과 그래픽의 조화, 색상과 스타일 등으로

제시되고 있다[4][10]. 따라서 블로그의 정보품질, 시스템 품질 그리고 디자인품질은 블로그 사용자 만족에 정의 영향을 미칠 것이라는 가설을 수립할 수 있다.

3.2.2 블로그 이용 동기에 대한 사용자 만족관계

김봉수[2]의 연구에 의하면 이용 동기요인에서는 미디어 수용자를 능동적 수용자로 규정하여 이들이 어떻게 미디어를 이용하는지에 대한 이용 동기와 어떠한 충족을 얻는가에 대한 효과 또는 만족도를 통한 연구방법을 제시하고 있다. 박광순, 조명휘[3]에 따르면 웹 블로그 이용 동기 요인은 사용자 만족도에 미치는 영향의 정도가 높게 나타났다. 이는 자긍심, 즐거움, 편리성의 동기요인이 사용자 만족에 정의 영향을 미칠 것이라는 가설을 수립할 수 있다.

3.2.3 블로그 이용동기 요인에 대한 재이용의도관계

박광순, 조명휘[3], 최재용외[9]의 연구에 의하면 블로그의 이용동기 요인은 사용자 만족도에 미치는 영향의 정도가 이용행위요인보다 더 높은 것으로 나타났다. 또한 13개의 요인 중 자긍심/정체성, 교제수단, 상호작용성, 유행성, 영상물 게재 및 감상 등이 주도적인 요인으로 밝힌 바 있다. 이러한 동기요인은 이용의도에 직접적으로 정의 영향을 미칠 수 있을 것이라고 예상할 수 있다. 본 연구에서는 자긍심, 즐거움, 편리성의 동기요인이 재이용의도에 정의 영향을 미칠 것이라는 가설을 수립할 수 있다.

3.2.4 블로그 사용자 만족과 재이용의도간의 관계

Cronin과 Taylor[16]의 연구에 따르면 서비스 품질과 고객만족이 구매의도에 미치는 영향을 구조모형을 통해 실증적으로 분석한 결과 서비스 품질 요인이 고객만족에 정의 영향을 미치며, 고객만족은 구매의도에 정의 영향을 미치는 것으로 확인되었다. 본 연구에서는 사용자 만족이 재이용의도에 정의 영향을 미칠 것이라는 가설을 수립할 수 있다.

4. 자료 분석

4.1 설문지의 구성

본 연구에 사용된 각 변수들은 선행연구에서 분석에 사용된 설문척도를 참고하여 사용하였다. 예비조사를 거치면서 응답자들이 이해하기 힘들거나 중복되는 설문항목의 경우 이를 보완하거나 제거하는 과정을 거쳐서 설문을 구성하였다. 연구모형 설계시의 완성도를 높이기 위해 리커트 7점 척도로 측정하고자 하였다. 특히 연구대상 선정은 인터넷 주 이용자층인 20대를 중심으로 하였으며, 여행 블로그 사용자를 대상으로 하였다. 본 조사 실시 전에 실증적 분석의 정확성을 기하기 위하여 예비조사를 실시, 예비 설문지의 타당성과 신뢰성을 검토하여 본 연구에 적절하게 측정된 항목들을 선별하여 조사하였다.

블로그 이용률이 가장 높은 20대를 위주로 무작위 표본을 선정하여 설문을 실시하였다. 전체 220부의 설문에서 회수된 설문은 200부로 91%의 회수율을 보였다. 이중 불성실한 응답을 보인 설문 4부를 제외하고 실제로 196부의 자료가 본 연구에 사용되었다.

수집된 자료 분석을 위하여 SPSS 12.0과 AMOS7.0 프로그램을 활용하여 분석하였다. 실증을 위해 이용된 분석 방법들은 먼저 각종 변수들에 대한 신뢰성을 검증하기 위해 Cronbach's Alpha 계수를 사용하였다. 또한 타당성 검증을 위해 확인적 요인분석 실시하였으며, 가설검증을 하기 위해 구조방정식 모형을 이용하여 분석하였다.

4.2 표본의 특성

본 연구에서는 설계된 연구모형을 검증하기 위해 수집된 표본을 살펴보면, 성별 구분에서 남자가 93명(47.4%), 여자 103명(52.6%)으로 구성되었으며, 연령별 분포를 살펴보면, 10대가 5명(2.6%), 20-24세가 101명으로(51.5%) 가장 많았고, 25-29세가 70명(35.7%), 30-34세가 12명

〈표 2〉 연구가설

번호	가 설
H1	여행 블로그 정보품질은 블로그 사용만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
H2	여행 블로그 시스템품질은 블로그 사용만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
H3	여행 블로그 디자인품질은 블로그 사용만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
H4	여행 블로그 동기요인의 자긍심은 블로그 사용만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
H5	여행 블로그 동기요인의 즐거움은 블로그 사용만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
H6	여행 블로그 동기요인의 편리성은 블로그 사용만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
H7	여행 블로그 동기요인의 자긍심은 블로그 재이용의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
H8	여행 블로그 동기요인의 즐거움은 블로그 재이용의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
H9	여행 블로그 동기요인의 편리성은 블로그 재이용의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
H10	여행 블로그의 만족감은 블로그 재이용의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

(6.1%), 35세 이상이 7명(3.6%)을 차지하고 있다.

주로 사용하는 블로그에 대한 복수응답을 실시한 결과, 싸이월드 이용자가 170명으로 설문 응답자의 약 86.7% 정도로 가장 많이 이용 하고 있는 것으로 조사되었고, 네이버 블로그가 40명으로 약 20%정도가 이용하고 있는 것으로 나타났다. 블로그 사용정도 및 사용 시간을 분석해 보면, 대다수의 응답자들은 하루 30분에서 1시간 정도를 사용하는 사용자가 전체 59% 이상의 비율을 보이고 있다.

4.3 측정도구의 신뢰성과 타당성 검증

본 연구의 가설에 앞서 여러 항목들을 측정된 변수들로 재구성하고 각 요인별로 내적 일관성을 검토하는 작업을 수행하였다. 먼저, 신뢰성 분석을 실시하여 동일한 개념에 대한 설문 항목의 신뢰성을 측정하였다. 신뢰도 계수가 어느 정도 이상 되어야 한다는 정해진 기준이 있는 것은 아니며, 일반적으로 탐색적인 연구 분야에서는 Cronbach's Alpha 계수가 0.6 이상이면 충분하다고 나타남으로서 본 연구에서도 이를 이용하여 내적일관성(internal consistency)의 여부를 측정하였다[6]. <표 3>은 블로그 재이용의도에 영향을 주는 변수들의 신뢰성을 나타냈다.

<표 3> 요인의 신뢰성 검증

요인	항목의 수	Cronbach's α
정보품질	3	.772
시스템품질	3	.692
디자인품질	2	.810
상호관련성	3	.839
자긍심	3	.840
즐거움	4	.937
편리성	4	.882
만족감	3	.827
이용의도	3	.875

본 연구의 이론적 연구 모형의 검증을 위해, 개념적으로 유사한 동기요인과 품질요인에 대한 각각의 확인적 요인분석(CFA: confirmatory factor analysis)을 실시한 결과 <표 3>과 같다. CFA의 적합도를 평가하기 위하여 모형적합 지수와 비교한 결과, CFA 적합지수에서 GFI, RMR, NFI가 한계 지지되고 있고, 다른 적합도 지수는 모형 추천 값 이상으로 나타나 연구를 수행하는데 있어서 큰 무리가 없다고 볼 수 있다. <표 4>에서 같이 측정항목들과 구성 개념을 연결하는 요인적재량들이 모두 통계적으로 유의하여 타당성이 확보되었다고 할 수 있다.

<표 4> 구성개념들에 대한 확인적 요인분석 결과

구성개념 (변수)	문항 (척도)	회귀 계수	C.R.*	표준화된 회귀계수	모형적합도**	
품질 요인	정보 품질	3	1.000	.626	$\chi^2 = 458.078$ $\chi^2/df = 1.855$ GFI = .848 AGFI = .800 RMR = .103 NFI = .863 CFI = .931	
		2	1.183	8.043		.746
		1	1.332	8.446		.826
	시스템 품질	8	1.000	.637		
		7	.816	5.424		.473
		6	1.364	7.327		.815
디자인 품질	5	1.000	.801			
	4	1.021	9.744	.850		
동기 요인	자긍심	1	1.000	.755		
		2	1.127	10.875		.806
		3	1.154	11.333		.851
	즐거움	4	1.000	.886		
		3	1.028	17.601	.879	
		2	1.011	18.866	.908	
	편리성	1	.958	17.488	.877	
		4	1.000	.661		
		3	1.340	10.120	.855	
종속 변수	만족감	2	1.357	10.192	.864	
		1	1.324	10.189	.863	
		3	1.000	.710		
	재이용 의도	2	1.046	10.896	.871	
		1	.938	10.349	.810	
		3	1.000	.734		
2	1.351	12.889	.943			
1	1.268	12.030	.856			

주) * C.R. = 회귀계수 / 표준오차, 회귀계수의 t값

** 모형적합 추천값¹⁾ ($\chi^2/df \leq 3.00$, GFI $\geq .90$, AGFI $\geq .80$, RMR $\leq .10$, NFI $\geq .90$, CFI $\geq .90$.)

4.4 가설의 검증

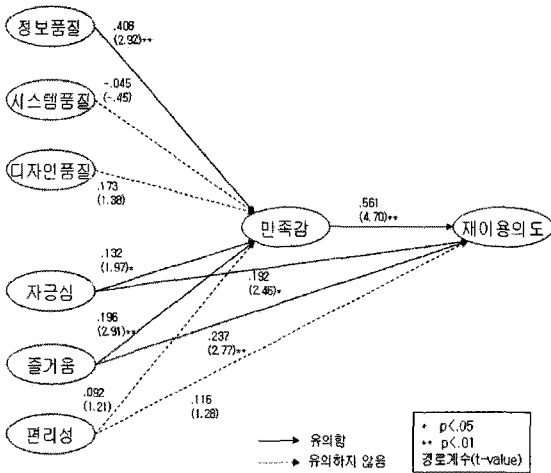
4.4.1 연구 모형의 적합도 평가

본 연구에서는 전체적인 모형 적합도를 평가하기 위해 블로그 이용 동기요인인 자긍심, 편리성, 즐거움, 블로그의 품질 요인인 정보품질, 디자인품질, 시스템품질, 사용자 만족, 재이용 의도의 관계를 검증하기 위하여 구조방정식을 이용하였다. 연구모형의 적합도 지수를 살펴보면, $\chi^2/df = 1.838$, $p = .000$, GFI = .847, AGFI = .802, RMR = .104, NFI = .863, CFI = .931을 갖는 모형이 도출되었다. 모형의 적합지수에서 GFI와 NFI, RMR 값은 한계지지되었고, 다른 적합도 지수는 평가기준²⁾을 만족하고 있다. 따라서 제안된 연구 모형은 가설검증을 하기위해 적합한 것으로 판단해 볼 수 있다.

1) Carmines and Mciver(1981), Byrne(1998), 조현철(2003)
 2) 모형적합 추천값 ($\chi^2/df \leq 3.00$, GFI $\geq .90$, AGFI $\geq .80$, RMR $\leq .10$, NFI $\geq .90$, CFI $\geq .90$, $p \geq .05$)

4.4.2 가설 검증

본 연구에서 설정한 사용자의 이용 동기요인과 블로그 품질 요인이 사용자 만족과 재이용 의도에 미치는 영향을 분석하기 위해서 경로분석을 실시하였다. 본 연구에서 제시한 전체모형을 검증한 결과, 품질요인의 시스템 품질과 디자인 품질, 동기요인의 편리성을 제외한 모든 요인이 사용자 만족에 유의한 영향을 미치고 있으며, 재이용 의도에는 동기요인의 편리성을 제외한 자긍심과 즐거움이 유의한 영향을 미치고 있음을 알 수 있다.



〈그림 2〉 경로분석

사용자 만족에 영향을 미치는 선행변수에 대한 가설을 검증해 보면, 블로그의 품질 요인인 정보품질, 시스템품질, 디자인품질이 사용자 만족에 영향을 미치는가에 대한 가설검증 결과 정보품질(가설 1 : 경로계수 = .408, t = 2.92)만이 유의한 영향을 미치고 있으며 시스템 품질요인과 디자인 품질요인에 대한 가설은 사용자 만족에 유의하지 않아 기각되었다(가설 2 : 경로계수 = -.045, t = -.45, 가설 3 : 경로계수 = .173, t = 1.38). 블로그 이용 동기 요인인 자긍심, 즐거움, 편리성이 사용자 만족에 영향을 미치는가에 대한 가설검증 결과 자긍심과 즐거움(가설 4 : 경로계수 = .132, t = 1.97, 가설 5 : 경로계수 = .196, t = 2.91)은 유의한 영향을 미치고 있으며, 편리성은 사용자 만족에 유의하지 않아 기각되었다(가설 6 : 경로계수 = .092, t = 1.21). 블로그 재이용 의도에 대한 가설 검증 결과 이용 동기 요인인 자긍심과 즐거움(가설 7 : 경로계수 .192, t = 2.46, 가설 8 : 경로계수 .237, t = 2.77)은 여행 블로그 재이용의도에 유의한 영향을 미치고 있는 것으로 나타났으며, 편리성은 여행 블로그 재이용 의도에 유의하지 않은 것으로 나타났으며(가설 9 : 경로계수 .116, t =

1.28), 사용자 만족이 재이용 의도에 미치는 영향은(가설 10 : 경로계수 = .561, t = 4.70) 유의한 영향을 미치고 있는 것으로 판명되었다.

〈표 5〉 가설검증 결과

번호	가설	검증결과
H1	여행 블로그 정보품질은 블로그 사용만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	채택
H2	여행 블로그 시스템품질은 블로그 사용만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	기각
H3	여행 블로그 디자인품질은 블로그 사용만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	기각
H4	여행 블로그 동기요인의 자긍심은 블로그 사용만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	채택
H5	여행 블로그 동기요인의 즐거움은 블로그 사용만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	채택
H6	여행 블로그 동기요인의 편리성은 블로그 사용만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	기각
H7	여행 블로그 동기요인의 자긍심은 블로그 재이용의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	채택
H8	여행 블로그 동기요인의 즐거움은 블로그 재이용의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	채택
H9	여행 블로그 동기요인의 편리성은 블로그 재이용의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	기각
H10	여행 블로그의 만족감은 블로그 재이용의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	채택

5. 요약 및 시사점

본 연구는 여행 블로그 사용 계층에 대한 설문조사로 블로그 사용자 만족과 재이용의도에 어떠한 동기요인과 어떠한 품질요인들이 영향을 미치는지 분석하고, 이를 통하여 여행 블로그 이용자의 충성도를 유인할 수 있는 마케팅적 요소를 실증적으로 도출하였다.

블로그 사용자들이 블로그 재이용의도에 큰 영향력을 나타낸 것이 즐거움이다. 즉, 블로그 이용자는 블로그가 주는 즐거움을 갖기 위하여 여행 블로그를 이용한다고 할 수 있다. 즉 개인적인 재미나 취미 같은 이용의도를 가지고 사용한다고 볼 수 있다. 결국 여행 블로그는 독특한 즐거움을 주는 서비스나 특징적인 인터페이스가 필요하며, 블로그가 주는 즐거움을 살려야 한다.

정보품질은 사용 경험이 많을수록, 타인이 블로그 사용을 촉진할수록, 그리고 블로그 사용에 대해 정보의 품질이 좋은 경우 만족을 나타내는 것이 정보품질에 영향을 주는 요인으로 영향을 준다는 것을 알 수 있었다. 하지만, 시스템품질과 디자인품질은 사용자 만족에 유의하지 않은 것으로 나타났다. 이는 블로그 사용에 있어서 시스템품질에 불만족을 느끼지 않는 것이라고 생각되고, 디자

인품질의 경우 블로그는 개별 인터페이스를 구성할 수 있으며, 사용자의 특성을 표출하기 위해서는 비용 지불을 통한 특정 인터페이스 구성요소를 구매해야 하기 때문에 사용자 만족에 유의하지 않은 것으로 나타났다. 시스템품질이 유의하지 않은 이유는 우리나라의 IT기술의 발달과 높은 컴퓨터 보급률, S/W나 H/W의 안정성, 빠른 인터넷 속도로 인해 시스템에 대한 품질 지각에 대한 영향요인이 거의 없는 것으로 생각된다. 디자인 품질이 기각된 이유를 살펴보면, 여행 블로그를 이용하는 이용자들은 여행 지나 관광지와 같은 정보획득을 원하고, 동기요인에 대한 분석결과로 볼 때, 여행 블로거(blogger)들은 즐거움이나 자긍심을 주요한 동기로 나타나 편리한 인터페이스와 같은 디자인품질에 대한 미치는 영향이 미비한 것으로 판단된다.

본 연구에서 갖는 한계점은 기존의 선행 연구 중, 여행 블로그에 대한 연구의 부족으로, 여행 온라인 커뮤니티를 토대로 일부 요인을 추출하였고, 설문지의 측정 항목을 구성하였다는 점은 본 연구가 지니는 한계점이다. 따라서 여행 블로그 재이용의도에 영향을 미칠 수 있는 다른 변수의 가능성을 염두해 두어야 할 것이다.

둘째, 본 연구는 여행 블로그를 대상으로 연구를 진행하였지만, 표본의 대부분이 싸이월드의 미니홈피 사용자로 결과를 일반화 하는데 무리가 있을 수 있다. 물론 싸이월드 미니홈피 사용자가 블로그 사용자 중 가장 많은 비중을 차지하고 있지만, 다양한 서비스 유형과 특화된 특성을 가진 블로그가 존재하므로 연구결과를 일반화하는데 부족한 부분인 있을 수 있다.

향후 연구는 다음과 같은 방향으로 이루어진다면 좀 더 유의한 결과를 얻을 수 있을 것이다.

블로그는 이미 사회적 현상으로 자리 잡았으며, 비즈니스 가치가 높은 만큼 다양한 관점에서 블로그 특성 요인을 도출하는 연구가 필요할 것이다. 본 연구에서는 재이용의도에 영향을 미치는 블로그의 특성요인으로 품질요인과 이용동기 요인을 도출하였으나, 이들 외의 다른 요인이 존재할 것이다. 따라서 다양한 관점에서 블로그의 특성 요인을 규명하는 연구가 필요하다.

참 고 문 헌

- [1] 구교태(2005), "가상 커뮤니티 이용 욕구(needs)와 행위(behavior)에 관한 연구 : 대학생들의 인터넷 카페 이용을 중심으로", 한국언론정보학보, Vol.30, pp.1-28.
- [2] 김봉수(2004), 무선인터넷 이용 동기에 따른 모바일 광고의 효과성에 관한 실증 연구, 서경대학교 석사 학위논문.
- [3] 박광순, 조명휘(2004), "인터넷의 웹블로그(Web-blog) 이용동기와 만족도에 관한 연구 : 대학생 집단을 중심으로", 한국언론학보, 48(5), pp.270-294.
- [4] 박상철, 이원준, 김종옥(2004), "웹 사이트품질이 인터넷 쇼핑 거래의도에 미치는 영향에 관한 연구 : 신뢰와 만족의 매개효과를 중심으로", 경영과학, 21(2), pp.123-143.
- [5] 박지영(2004), "젠더(Gender) 차이에 따른 "블로그(Blog)" 이용 동기와 행태에 관한 연구 : <싸이월드> 사례를 중심으로", 사이버커뮤니케이션학회, pp.1-19.
- [6] 이근희(2003), 사회과학 연구방법론, 법문사.
- [7] 이문규(2002), "e-SERVQUAL: 인터넷 서비스 품질의 소비자 평가 측정 도구", 마케팅연구, 17(1), pp.73-95.
- [8] 이중탁(2002), 한국 대학생들의 이동전화 이용 동기와 사용 행태, 한양대학교 대학원.
- [9] 최재웅, 이정훈, 김병초(2005), "온라인 커뮤니티 이용 의도: 블로그 사용자를 중심으로", 한국경영정보학회 춘계학술대회.
- [10] 한은미(2005), 블로그(Blog)의 이용동기 분석 및 서비스 품질이 고객 만족에 미치는 영향, 숙명여자대학교 정보통신대학원.
- [11] 한국인터넷진흥원(2006), 2006 한국인터넷백서.
- [12] 한국정보사회진흥원(2007), 2007 국가정보화백서.
- [13] Aldwani, A. M. and P. C. Palvia.(2002), "Developing and validating an instrument for measuring user-perceived web quality", Information and Management, Vol 39, pp.467-476.
- [14] Barrow, A. S., Swanson, D. L.(1988), "Disentangling antecedents of audience exposure levels: Extending expectancy-value analysis of gratification sought from television news", Communication Monographs, 55(1), pp.1-21.
- [15] Bell, H, N. Tang.(1998), "The effectiveness of commercial Internet web sites : a user's perspective", Internet Research, 8(3), pp.9-31.
- [16] Cronin, J., Joseph, Jr. and Taylor, Steven A.(1992), "Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension", Journal of Marketing. Chicago: 56(3), pp55-68.

- [17] DeLone, W.H. and E.R. McLean(1992), "Information System Success : the quest for the dependent variables", Information Systems Research, 3(1), pp.60-92.
- [18] DeLone, W.H. and E.R. McLean(2003), "The Delone and McLean Model of Information System Success : A Ten-Year Update", Journal of Management Information Systems, 19(4) pp.9-30.
- [19] Ko, H.(2001), Internet uses and gratification: understanding motivation for using the internet, AEJMC Conference papers, <AEJMC@LIST.MSU>EDU>
- [20] Liu, C, K.P. Arnett(2000), "Exploring the factors associated with Web Site success in the context of electronic commerce", Information Management, 38(4), pp.421-432.
- [21] Miller(1996, July), "Segmenting the Internet", American Demographics, pp.48
- [22] Mistic, M. M., K. Johnson.(1999), "Benchmarking : a tool for web site evaluation and improvement", Internet Research, 9(5), pp.383-392.
- [23] Papacharissi Z., Rubin, A. M.(2000), "Predictors of Internet Use.", Journal of Broadcasting & Electronic Media, 44(2), pp.175-196.
- [24] Ruggiero, T. E. (2000), "Uses and gratifications theory in the 21st century", Mass communication & Society, 3(1), pp.3-37.



김 학 희

2000 단국대학교 경영회계경영
정보학부 (경영정보학사)
2004 인천대학교 경영학과
(경영학석사)
2007 인천대학교 경영학과 박사수료
2006~현재 한국문화관광연구원 통계정보센터 연구원
관심분야 : MIS, 이터닝, 온라인커뮤니티, U-관광, 전자
거래
E-Mail : hhhkim@kcti.re.kr



박 천 응

2003 인천대학교 독어독문학과
(독문학사)
2006 인천대학교 경영학과
(경영학석사)
2004~현재 인천대학교 경영학과
박사과정
2007~현재 한국문화관광연구원 통계정보센터 연구원
관심분야 : u-commerce, ERP, e-Government, MIS
E-Mail : cwpark@kcti.re.kr



이 기 동

1985 서강대학교 경영학과
1992 Univ. of Maine MBA
2001 Kent State Univ.
(경영학 박사)
2002~현재 인천대학교 경영학부
교수

2003~현재 한국디지털 정책학회 이사
2007~현재 한국정보시스템학회 상임이사
2005~현재 한국데이터베이스학회 편집위원
2008~현재 한국경영정보학회 이사
2008~현재 한국전산회계학회 부회장
관심분야 : MIS 인공지능, eCommerce
E-Mail : kdlee@incheon.ac.kr