

# 컨벤션 실무자 태도와 감정이 e-learning 교육성과에 미치는 영향

이기동<sup>†</sup> · 김선호<sup>†</sup> · 김학희<sup>††</sup> · 박천웅<sup>†††</sup> · 김좌현<sup>††</sup>

E-Learning Impact on the Convention Business Settings Focusing on  
the Employees' Attitude and Emotion

Ki-Dong Lee<sup>†</sup> · Sun-Ho Kim<sup>†</sup> · Hak-Hee Kim<sup>††</sup> ·  
Cheon-Woong Park<sup>†††</sup> · Jwa-Hyun Kim<sup>††</sup>

## ABSTRACT

In this paper, we studied on the e-learning impact on the employees in the convention business, focusing on the employees' learning attitudes and emotion. Since the convention business is getting more attention especially in the culture and tourism industry, the employees in this convention setting are needed to reeducated periodically. We collect and test 126 employees who have studied some conventional education in e-learning. The findings of this research are that an employees' attitude and emotion have a significant positive effect on the achievement or success of the e-learning program. Based on this study, we discuss and suggests managerial implications for building e-learning context, with the consideration of the attitudes and emotion of the participants.

**Key words** : Convention Business, e-Learning, Learning Attitude

## 1. 서 론

지식의 양이 단시일에 폭발적으로 늘어감에 따라 현대인의 교육에 대한 수요 역시 과거 그 어느 때보다 크게 증가하고 있다. 그러나 획일 되고 통제된 기존의 교육행태로

는 교육 수요에 탄력적으로 대처하기에 한계를 느끼게 되었고, 그에 따라 전통적 교육이 갖고 있는 한계를 극복하기 위해 교육매체와 수단에 대한 변화가 요구되어왔다. 인터넷 매체의 등장과 정보사회로의 급격한 변화는 종래 정해진 장소, 일방적인 전통적 교육방식 등의 일방향의 교수자 중심 교육에서 언제, 누구나, 어디서나 학습할 수 있는 열린 교육, 쌍방향의 학습자 중심 교육으로 변모하게 되었다[46]. 특히 산업적인 영향으로 기존의 오프라인 집체교육에 소요되는 비용을 절감하고, 비즈니스 교육을 강화하기 위한 수단으로 최근 기업과 산업에서 다양한 멀티미디어를 활용하여 e-learning을 실시하고 있다[21, 51].

† 인천대학교 경영학부 교수(교신저자)

†† 한국문화관광연구원 관광산업 연구원

††† 인천대학교 일반대학원 경영학과 박사과정

논문접수 : 2008년 1월 3일, 심사완료 : 2008년 2월 2일

\* 이 논문은 인천대학교 2007년도 자체연구비 지원에 의하여 연구되었음.

한국인터넷진흥원은 2006년 발간한 한국인터넷백서에서 국내 e-러닝 시장규모를 수요자 시장의 경우에는 정규 교육기관, 정부 및 공공기관, 기업 및 개인의 e-러닝 지출비용이 2005년 총 1조 4,525억원으로 2004년에 비해 12.4%증가하였고, 공급자 시장은 매출액이 2005년 1조 4,708억원으로 2004년에 비해 13.3% 증가하였다고 밝혔다. 한국전자거래진흥원[31]은 e-learning 학습자는 이미 천만 명을 넘었으며, 근로자 수 1000명 이상 기업의 66.6%가 이용하고 있는 것으로 발표하였다.

정보기술의 발달에 따른 e-learning 활용의 증가는 교육매체와 수단의 전환에 있어 매우 중추적인 역할을 하고 있다. 단순히 정보기술을 전통적인 학교 교육에 보조 수단으로 사용하는 것에서 시작한 것이 현재는 정보통신 기술 및 다양한 멀티미디어 콘텐츠를 활용한 교육으로 발전, 변모하고 있다[46]. e-learning이 빠르게 확산되고 도입되면서 이에 따른 학문적 연구[4, 15, 20, 54]도 활발하게 이루어져왔다.

선행 연구의 대부분 온라인 교육과 관련한 외부 환경적 요인이 학습자 만족과 시스템 수용에 어떠한 영향을 미치는가를 분석한 외부요인에 초점을 둔 연구들이 대부분이다[17, 51]. 이러한 e-learning 이용자의 만족과 수용에 관련된 연구는 이용변인을 외부적 환경요인과 개인적 특성에 초점을 두고 연구를 수행하였다[43]. 인터넷을 활용한 교육방식이 전통적 방식과 마찬가지로 교육 콘텐츠로 구성된다는 점에서 개인의 감정적 요인관점에서 접근해 볼 수 있을 것이다[4].

본 연구는 정보통신 기술 발달에 따라 급격히 증가하는 인터넷 이용자수의 증가와 더불어 e-learning 학습자 또한 증가하고 있는 시점에서 관광교육에서도 다양한 멀티미디어 콘텐츠를 활용한 온라인기반의 교육 연구를 통해 변화하는 관광 환경에 대응해야한다는 관점에서 시도하였다. 최근 관광산업에서도 온라인을 활용한 관광교육이 일반대학, 가상대학, 관광공사, 온라인교육기관 등에서 다양한 방법으로 실시되고 있다. 기존의 오프라인 관광교육에 대한 국내연구[13, 24]는 상당히 이루어졌으나, 관광분야에서 비즈니스 온라인 교육을 대상으로 하는 연구는 아직 부족한 편이다. 국내 관광 e-learning 연구는 가상대학에서의 관광교육 전망, 사이버관광교육의 평가[10], 교육 인식 비교[16] 등의 탐색적 수준에 머물고 있어 기존 e-learning 연구에서 주로 다루어진 학습효과, 태도 측면의 연구가 부족하다. 최근 교육분야의 연구에서는 몰입이나 즐거움과 같은 학습자의 개인감정이 기술 활용 및 마케팅요인에 중요한 요소로 부각되고 있다[2, 6, 20, 25, 41, 45]는 점에서 일반적으로 중요시되고 있는 교육성취도,

학습자의 태도 및 감정에 초점을 두는 실증연구의 필요성을 본 연구에서 제안한다.

따라서 본 연구는 관광분야의 이러닝을 대상으로 실무적 활용 사례를 선택하여 실증 분석하였다. 문화관광부가 주관하고, 한국관광공사와 한국디지털대학이 공동으로 개발하여 실시하는 ‘컨벤션 실무 온라인 교육’을 수강한 학습자를 대상으로 하였다. 연구의 목적은 비즈니스 e-learning의 만족에 학습자들의 교육성취도정도가 우선된다는 점과 이들의 기술수용모형의 이용자 태도인 유용성과 용이성이 교육성취도에 어떠한 영향을 미치며, 특히 이들의 감정이 태도와 교육성취도 사이에 어떤 효과를 주고 있는가를 검증하는데 그 목적을 두고자 한다.

## 2. e-learning에 관한 연구

### 2.1 학습자 태도

태도는 개인이 어떤 행동을 하였을 때, 그에 대한 긍정 혹은 부정적인 마음가짐을 의미하는 것으로[40] 태도를 구성하는 하부 차원 중 인지된 유용성이란 특정한 정보시스템이 자신의 성과를 증진시킬 수 있다고 믿는 정도를 의미하며, 인지된 용이성은 시스템을 사용하는데 노력이 많이 들지 않음을 의미한다[37].

Davis의 기술수용모델(TAM)은 “혁신기술의 하나인 컴퓨터 수용을 결정하는 요인을 설명하고자 개발된 것으로 정보기술 최종 사용자(end-user)의 행동을 설명한 것이며, 모델의 간결성과 이론적 정당성을 획득할 것으로 기대되는 모델”이다[38]. 사용자의 시스템 이용태도가 실제 시스템 사용을 결정하며 사용자의 시스템 사용 의도는 시스템 사용에 관한 사용자의 태도에 영향을 받아 결정된다고 보았고, 사용자 수용행동을 설명하기 위해 사용자 수용이 인지된 유용성과 용이성에 의해 이루어진다고 설명하였다. <표 1>과 같이 기술수용모델은 e-learning분야에 걸쳐 다양한 연구가 진행되었다.

<표 1> 기술수용모델을 이용한 e-러닝 선행연구

연구자	연구내용
Hassan (2003)	학생을 대상으로 전공 온라인 교육에 대한 실증분석을 수행
Wang (2003)	e-learning 시스템을 이용하는 학습자들의 태도와 학습에 대한 만족도를 성과, 결과변수로 하여 연구
Ong et. ai.(2004)	하이테크 기업에서의 기술자를 대상으로 이러닝 시스템의 수용요인을 평가

연구자	연구내용
유일, 황준하 (2002)	학습자들의 원격교육시스템 이용 의도 측정 및 교육성과에 대한 원격교육에서의 자기효능감에 대한 역할 평가
유일, 김재진, 조영만 (2003)	특정 기업을 대상으로 웹 기반 온라인 기업교육의 성과에 관한 연구를 기술수용모델의 지각된 유용성과 용이성을 활용
김수원, 오성욱 (2005)	e-learning 시스템에서 학습자의 자기효능감으로 인한 기술수용성 및 학습몰입에 관한 영향을 분석
이석용, 서창갑, 김유일 (2006)	기술수용모델을 활용하여 개인 학습자들의 e-learning 수용에 미치는 요인을 도출
안정수, 김석용 (2006)	민간 기업 구성원의 e-learning 수용태도 연구를 통해 실무 중심의 온라인 교육에 대한 성공요인을 도출
유시정, 오정철 (2006)	학습자 스타일 유형에 따라 e-learning 사이트 특성을 독립변수로하여 기술수용모형을 적용

## 2.2 학습자 감정

### 2.2.1 즐거움

즐거움(playfulness)의 특성을 명확히 서술하기는 어려우나 주로 동기적 관점(내부적 동기)으로 해석되고 있으며[47], 즐거움은 시스템의 도구적 가치 이외에 컴퓨터 시스템 사용 활동의 확장으로써 개인이 즐겁다고 인지하는 정도를 말한다[30, 39].

즐거움은 동기관점으로 해석해본다면 내부적 동기의 형태라고 할 수 있다. 일반적으로 정보기술수용에서의 동기관점을 내부적 동기와 외부적 동기로 구분하는데, 내부적 동기는 행위에서 얻어지는 결과보다는 행위 그 자체의 성과 동기로 정의될 수 있으며, 소비자들의 동기에 관한 연구에서는 즐거움을 내부적 동기의 한 형태로 구분하였다. 사용자들은 처음 정보시스템을 접할 경우 두려움을 느끼거나 스트레스를 받기 때문에 즐거움 정도가 낮게 형성된다. 하지만 어느 정도 시스템에 친숙해지면 자발적인 탐색능력과 상호작용성이 증가함을 제시하면서 즐거움의 중요성을 역설하였다[42]. 인터넷을 통하여 형성되는 인지된 즐거움이 제품이나 서비스 촉진과 정보기술수용에 중요한 결정 요인임을 증명하였고[33, 48], 즐거움과 유용성이 학습과제를 수행함에 있어 서로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다[7].

### 2.2.2 몰입(Commitment)

몰입에 대한 관심은 어떤 대상이나 활동에 생각이 깊

이 빠지게 되는 인간의 심리현상을 알아보려는 데서 출발하였으며, 몰입이란 어떤 과제해결이나 활동에 집중할 때 나타나는 최적의 심리현상을 의미한다[36]. 몰입은 개인이 활동이나 과제를 수행함에 있어서 자신의 잠재적 능력을 최대한 발휘함과 동시에 주관적인 만족감과 행복감을 느끼는 상태를 말한다. 따라서 학습몰입상태에 있을 때 학습자는 자신의 모든 의식과 신체의 각 기관은 하나의 학습목표에 초점을 맞추고 몰입활동을 통해서 자기만족감을 경험하게 된다.

신리와 비슷하게 몰입은 오랜 관계를 지속하기 위한 필수적 구성요소로 여겨지고 있다[50]. 특히 Real[53]는 개인의 기술 수준과 과제의 난이도가 균형을 이룰 때 몰입이 일어나는 현상을 설명하였으며, Chan[35]은 활동이나 자료가 제시되는 방식에 따라 몰입 정도가 달라질 수 있다는 점을 주시하고 활동이나 자료가 생동감 있거나 피드백 같은 상호작용이 적절한 경우에 몰입 현상이 증가한다고 하였다.

이와 같은 연구들은 몰입 경험이 내재적 동기 유발 및 학습으로의 적극적인 참여 유도과 높은 성취 등 학습에 긍정적인 효과를 가져 올 수 있으며, 학습자의 몰입 경험을 촉진할 수 있음을 보여주고 있다[22]. 온라인 환경에서 몰입상태에 있는 학습자는 인터넷과 상호작용하면서 피드백을 경험하고, 스스로 결정하고 통제한다는 느낌을 가지며, 온라인 활동 자체가 마치 놀이를 하고 있을 때와 같이 즐겁게 느낀다는 것이다[8].

## 2.3 e-learning 학습효과에 관한 연구

국내·외에서 이루어진 e-Learning의 교육적 효과에 관한 연구들은 대부분 학생들이나 대학생들을 대상으로 하고 있으며[14, 29], 학습효과에 영향을 미치는 변인들로는 학습자요인, 교수설계요인, 교수자요인, 학습자료, 환경요인 등이 있다[11, 27]. 학습자 요인은 학습의 수행 및 성과에 영향을 미치는 개인적 특성으로서 학습자의 성별, 동기, 성격, 태도, 학습양식, 학습전략, 선행경험과 지식 등을 포함한다[32]. 이인숙[23]은 학습전략 수준 및 학업성취도 규명에서 자기 효능감, 긍정적인 태도 수립 등의 자기주도적인 학습태도 및 능력과 학업 성취도간의 상관관계를 있음을 제시하였다. e-learning이 컴퓨터와 인터넷을 매개로 하는 교육이라는 점을 감안할 때 학습자 특성으로서 시스템을 사용하는 능력을 성공적인 학습의 요인으로 볼 수 있다고 하였다[26, 27].

### 3. 가설설정 및 연구모형

#### 3.1 가설의 설정

##### 3.1.1 학습자 태도

유용성은 Davis[37]의 기술수용모형에서 핵심적인 개념으로 기술의 사용이 직무성과를 향상시킬 것이라고 사용자가 믿는 정도로 정의되고[15, 37], 이 연구에서도 지각된 유용성을 e-learning을 이용 하는 것이 개인의 컨벤션 직무성과를 향상시키는데 유용할 것이라고 믿는 인식으로 정의한다. 용이성은 시스템을 이용하는 과정에 몰입된 노력의 평가를 다룬 개념으로 개인이 자신의 행동에 들이는 노력을 최소화하고 용이성과 사용 행동 간의 관계를 유지하고 있다는 기존의 정의를 통해, 온라인 교육에서의 용이성은 사람들이 많은 노력 없이 e-learning 시스템을 사용할 수 있는 정도를 말할 수 있다[3].

##### 3.1.2 학습자 감정

즐거움은 개인이 e-Learning 시스템을 사용하는 동안 주의가 집중되어 주위를 의식하지 못하거나, 지적 호기심이 자극을 받는다거나, 시스템 사용을 통한 몰입의 정도 또는 직무와의 상대적 즐거움 등과 관련이 있다 [34, 49]. 이는 즐거움이 클수록 집중력이 높아지고 수용할 수 있는 지식의 양이 늘어가면서 지적 호기심이 보다 강하게 자극을 받으며, 시스템 사용의 편의성과 함께 이용자의 긍정적인 태도를 형성하게 된다[21]. 몰입은 개인이 활동이나 과제를 수행함에 있어서 자신의 잠재적 능력을 최대한 발휘함과 동시에 주관적인 만족감과 행복감을 느끼는 상태를 말한다[36]. 따라서 학습몰입은 학습자가 학습활동에 최대한 참여하여 즐거움과 창조성을 경험하는 순간에 관찰되며, 학습몰입상태에 있을 때 학습자는 하나의 학습목표에 초점을 맞추고 몰입을 통해 만족감을 경험하게 될 것이다.

##### 3.1.3 학습자 만족과 교육성취도

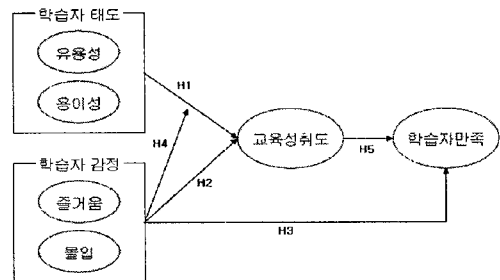
김유진[5]은 웹기반 가상연수 교육효과에 영향을 주는 요인에 대한 결과요인으로 프로그램 만족도와 학업성취도, 인터넷 활용효과, 학습효과를 측정하고 있으며, 정인성, 최성희[27]도 결과요인으로 강의 만족도와 교육효과 인식정도를 제시하고 있다. 또한 조영만[28]의 원격 교육시스템의 학습효과에 관한 연구에서 교육효과를 측정하는 결과로서 만족도를 결과요인으로 측정하였다. 따라서 학습자의 교육 및 학습에 대한 성취도가 높을수록, 이용자의 감정이 긍정적인일수록 학습자의 만족이 증가될 것으로 기대된다[18, 19].

<표 2> 연구가설

번호	가설
H1	e-learning 학습자 태도가 교육성취도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
H1-a	유용성은 교육성취도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
H1-b	용이성은 교육성취도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
H2	e-learning 학습자 감정이 교육성취도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
H2-a	즐거움은 교육성취도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
H2-b	몰입은 교육성취도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
H3	e-learning 학습자 감정이 만족도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
H3-a	즐거움은 만족도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
H3-b	몰입은 만족도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
H4	e-learning 이용 감정이 학습자 태도와 교육성취도 간에 조절효과를 줄 것이다.
H4-a	즐거움이 높을수록, 유용성은 교육성취도를 더 높게 지각해 줄 것이다.
H4-b	즐거움이 높을수록, 용이성은 교육성취도를 더 높게 지각해 줄 것이다.
H4-c	몰입이 높을수록, 유용성은 교육성취도를 더 높게 지각해 줄 것이다.
H4-d	몰입이 높을수록, 용이성은 교육성취도를 더 높게 지각해 줄 것이다.
H5	e-learning 사용자들의 교육성취도는 학습자 만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

#### 3.2 연구모형의 설정

본 연구는 온라인 교육 시스템 및 콘텐츠에 관한 다양한 관점의 연구[9, 12, 15, 32, 44, 47, 53]를 바탕으로 연구모형을 수립하였다. 본 연구의 개념적 모형은 <그림 1>과 같이 학습자의 영역을 태도와 감정으로 구분하여 4개의 독립변수와 e-learning 성과에 관한 2개의 종속변수를 설정하였다. 기술수용모형에서의 태도 요인인 유용성과 용이성을 준용하여 온라인 교육 학습자 태도의 평가 영역으로 설정하였고 또 앞선 문헌연구에서 살펴본 학습자의 감정요인을 독립변인을 구성하였다. 특히, 학습자 감정은 학습태도와 교육성취도간의 조절변수로 하여 태도와 성과간의 영향을 미칠 것으로 예상된다. e-learning의 성과 측정과 관련한 선행연구를 기초하여 교육성취도, 학습자만족도를 종속변수로 선정하였다[1, 52].



<그림 1> 연구모형

### 4. 실증분석 및 논의

#### 4.1 자료수집 및 표본의 특성

본 연구의 대상은 실무적 활용도가 높은 온라인 교육을 선정하기 위하여, 현재까지 4차례 걸쳐 실시한 컨벤션 실무 온라인 교육을 그 대상으로 선택하였다. 특히 비즈니스 적용이 가능한 교육일수록 학습자의 태도나 감정이 적극적이라는 기존의 연구를 토대로 하여 교육성과를 측정과 표본 추출이 용이한 대상으로 선정하였다. ‘컨벤션 기획 및 운영실무 온라인교육’은 한국관광공사와 한국디지털대학교가 공동으로 지난 2004년부터 매년 1회씩 컨벤션과 전시기획 및 운영, 국제회의 기획서 작성 실습, 국제회의 영어, 컨벤션 운영 IT솔루션 등 ‘관련 실무 지식뿐만 아니라’글로벌 에티켓, 프리젠테이션 기법’과 같은 기초 필수 지식 교육을 시행하고 있다.

‘컨벤션 기획 및 운영 실무 온라인 교육’을 수강한 2006년도 교육을 마친 대상으로 설문조사를 실시, 3주간 설문을 실시하였고, 총 200부 배포, 160부 수거, 오류 테

이터를 제거하여 실증연구에 사용된 데이터 수는 총126개의 표본으로 최종 분석에 사용되었다. 설문문항은 일반현황을 제외한 모든 설문문항에서 리커트척도를 이용하였다. 실증분석을 위해 SPSS 12.0을 이용하였다. 표본의 일반적인 특성을 보면 연령대는 20대와 30대가 전체의 72.5%로 가장 많은 연령대로 나타났고, 성비를 살펴보면 남성이 45.2%, 여성이 53.8%를 차지하였다. 직업별로는 학생 38.3%, 관련 종사자 32.4%, 일반 29.3% 순으로 조사되었다.

#### 4.2 요인분석 및 신뢰도 분석

본 연구를 위한 설문타당성을 검증하기 위해 SPSS를 활용하여 요인분석을 실시하였으며, 변수간의 상관관계를 살펴보고 주성분 분석기법을 활용하여 독립변인과 종속변인의 요인을 추출하였다. Varimax 기법을 활용하였다. 독립변인에 대한 요인분석 결과 4개의 요인, 종속변인은 2개의 요인으로 묶였다. 요인분석을 통해 묶인 요인을 기준으로 신뢰도 분석을 실시한 결과 신뢰성 계수(Cronbach's a)가 0.6이상으로 나타났다<표 3>.

<표 3> 요인분석 및 신뢰성 분석결과

독립변인						
구분	문항	성분 <sup>a</sup>				신뢰도
요인명	문항	요인1	요인2	요인3	요인4	
몰입	1	.881	.217	3.482E-02	4.357E-02	0.8092
	2	.868	.159	.106	6.914E-02	
	3	.614	-3.193E-02	.165	.447	
	4	.606	.127	.105	.197	
유용성	2	.186	.852	-4.677E-02	3.613E-02	0.8041
	4	-1.192E-02	.803	-4.783E-02	-2.443E-02	
	1	.314	.759	-3.727E-03	-.124	
즐거움	3	9.478E-02	.670	.196	.358	0.6987
	3	.255	.207	.774	-9.964E-02	
	4	-9.603E-02	-.132	.761	-.100	
용이성	2	8.805E-02	.107	.657	.272	0.6734
	1	.323	-.286	.613	.305	
	1	1.613E-02	-.105	1.393E-02	.832	
	3	.223	.135	-3.889E-02	.729	
	2	.351	.118	.337	.549	
종속변인						
구분	문항	성분 <sup>b</sup>		신뢰도		
요인명	문항	요인1	요인2			
만족도	3	.832	.236	0.8836		
	2	.814	.172			
	4	.774	.389			
	5	.770	.330			
교육성취도	1	.704	.129	0.8261		
	3	6.990E-02	.905			
	1	.229	.702			
	2	.277	.644			
	4	.289	.599			

4.3 가설검증 결과

4.3.1 가설검증

본 연구는 e-learning 이용자 태도와 감정요인 중 학습 효과에 영향을 미치는 주요 요인을 도출하기 위하여 다중 회귀분석을 실시하였다. 먼저 학습자 태도요인과 감정요인의 주요 4개요인과 교육성취도에 대한 회귀분석결과는 다음과 같다. 첫째, 학습자 태도요인의 유용성과 용이성이 교육성취도에 정(+)의 상관관계를 가질 것이라는 가설(H1, H2)에 대한 검정결과, 4개의 요인이 모두 통계적으로 유의한 수준(P<0.05)에서 이용자 교육성취도에 영향을 미치는 것으로 분석되었다. 둘째, 학습자 감정요인과 교육성취도가 만족도에 정(+)의 상관관계를 가질 것이라는 가설(H3)에 대한 검정결과, 2개의 요인이 모두 통계적으로 유의한 수준(P<0.01)에서 만족도에 영향을 미치는 것으로 분석되었다. 셋째, 학습자의 교육성취도가 만족도에 정(+)의 상관관계를 가질 것이라는 가설(H5)에 대한 검정결과, 교육성취도가 통계적으로 유의한 수준(P<0.01)에서 학습자 만족도에 영향을 미치는 것으로 나타났다<표 4>.

<표 4> 다중회귀 분석 결과

종속 변수	평가 요인	회귀 계수	Sig.	조정된 R <sup>2</sup>	F	Sig.F	가설 채택	
교육 성취도	태도	유용성	.276	.016	.324	14.430	.000	-
		용이성	.480	.000				-
	감정	즐거움	.303	.007	.507	15.386	.000	-
		몰입	.503	.000				-
만족도	감정	즐거움	.371	.001	.409	20.339	.000	-
		몰입	.434	.000				-
	교육성취도	.750	.000	.555	70.745	.000	-	

<표 5>는 e-learning 이용자 감정에 대한 조절효과(H4)에 대한 검정결과를 보여주고 있다. 첫째, e-learning 즐거움이 학습자 태도가 교육성취도에 영향을 미치는 것에 관한 조절효과를 줄 것이라는 가설(H4-a, H4-b)에 대한 검정결과, 즐거움은 통계적으로 유의한 수준(P<0.05)에서 학습자 태도와 교육성취도간의 조절효과를 주는 것으로 나타났다. 둘째, e-learning 이용 과정에서 몰입이 학습자 태도가 교육성취도에 영향을 미치는 것에 관한 조절효과를 줄 것이라는 가설(H4-c, H4-d)에 대한 검정결과, 몰입은 통계적으로 유의한 수준(P<0.01)에서 학습자 태도와 교육성취도간의 조절효과를 주는 것으로 나타났다.

<표 5> 조절효과 분석 결과

종속 변수	평가요인	회귀 계수	Sig.	조정된 R <sup>2</sup>	F	Sig.F	가설 채택
교육 성취도	유용성	2.135	.014	.453	12.582	.000	-
	용이성	1.304	.035				-
	즐거움×유용성	2.177	.030				채택
	즐거움×용이성	2.433	.006				채택
	유용성	1.317	.001	.507	15.386	.000	-
	용이성	.768	.016				-
몰입×유용성	2.244	.000	채택				
	몰입×용이성	1.875	.004				채택

4.3.2 검증결과의 논의

본 연구는 '컨벤션 온라인 실무교육'을 대상으로 하여 교육성취나 만족를 측정한 결과 다음과 같이 나타났다. 연구결과에 의하면 첫째, 교육성취도에 영향을 미치는 요인은 유용성, 용이성, 즐거움, 몰입으로 나타났으며, 둘째, 만족도에 영향을 미치는 요인으로는 즐거움, 몰입, 교육성취도인 것으로 나타났다. 셋째, 학습자 감정인 즐거움과 몰입은 학습자의 태도와 교육성취도간의 조절변수 역할을 하는 것으로 나타났다. 즉, 연구결과를 통해 실무적인 관광분야의 e-learning 학습을 위해서는 학습자의 태도와 감정이 교육성취를 높이는데 있어서 매우 중요한 역할을 하고 있다는 것으로 볼 수 있다.

5. 결론

본 연구는 e-learning 시스템 이용하는 학습자들의 특성 및 성과 측정을 위한 평가 요인을 개발하기 위하여 기존의 온라인 교육에 대한 평가와 관련된 국내외 연구들 토대로 e-learning에 대한 평가요인과 항목을 실증적으로 검증하였다.

실무적 시사점을 제시한다면 다음과 같다. 분석결과, 학습자의 감정이 좋을수록 학습 태도에 따라 교육성취도에 긍정적인 영향을 주는 것으로 나타나 e-learning 시스템을 구축하고 교육 프로그램의 효과를 높이기 위해서는 학습자 중심의 교육 콘텐츠를 구성하는 것이 매우 중요하다는 점이다. 프로그램 개발에 있어서는 온라인 교육 콘텐츠의 질 뿐 만아니라 시스템의 유용성과 동시에 학습자들이 쉽고 편하게 이용할 수 있는 인터페이스 구조를 개발, 이용자의 친숙한 환경을 고려해야한다. 사업자들은 새로운 e-learning 콘텐츠 및 시스템을 학습자 요구 맞게 개발하기 위한 노력과, 콘텐츠 개발에 있어서 온라인 교육의

재미와 즐거움 요소를 고려하고, 교육에 몰입할 수 있는 세밀한 콘텐츠 구성이 필요하다.

본 연구의 대상이 실무자를 주 대상으로 한 컨벤션 온라인 교육을 대상으로 연구하였다는 점에서 의의가 있다고 본다. 하지만 본 연구는 다음과 같은 한계점을 지니고 있다. 첫째, 표본의 대표성 문제이다. 본 연구의 표본이 실무 온라인 교육 중 컨벤션 e-learning 교육자만을 대상으로 다루었다는 점과 향후 컨벤션 실무를 원하는 학생이나 일반인들도 표본 대상에 포함되었다. 둘째, 본 연구에서는 외부상황변수로는 개인의 학습자 내부 특성변수만을 고려하였다. 서비스 품질이나 신뢰요인, 사용경험 등의 다양한 외적 특성변수를 겸한 연구들의 필요성도 제기된다. 따라서 추후 연구에서는 이러한 한계점을 보완한 좀더 높은 측정지표를 개발하여 모델을 검증할 필요가 있다고 판단된다.

**참 고 문 헌**

[1] 콕스아(2003), “기업 e-Learning 교육효과에 영향을 미치는 요인에 대한 실증연구”, 이화여자대학교 석사학위.

[2] 김문태, 김용호(2005), “온라인 브랜드 충성도 구축에 있어 차별적 특성에 관한 연구”, 마케팅관리연구, 제13권 3호, pp. 21-43.

[3] 김수원, 오성욱(2005), “e-learning 시스템에서 학습자의 자기효능감으로 인한 기술수용성 및 학습몰입에 관한 영향 분석”, 기업교육연구, 제7권 1호, pp. 27-50.

[4] 김영희, 김영수(2006), “온라인 영어 쓰기 학습에서 학습자 개인차 변인, 몰입, 언어 학습전략, 성취도, 만족도의 관계 규명”, 교육정보미디어교육, 제12권 4호, pp. 289-314.

[5] 김유진(1998), “웹 기반 가상연수의 교육효과에 영향을 주는 요인”, 서강대학교 교육대학원 석사학위.

[6] 김형준(2002), “배너 광고 노출에 따른 부정적 감정이 브랜드 태도에 미치는 영향에 관한 연구”, 소비자학연구, 제13권 4호, pp. 53-75.

[7] 문영주, 이종호(2007), “온라인 쇼핑물에서 UCC의 즐거움이 상호작용성, 신뢰, 친밀감, 재방문의도에 미치는 영향 연구: 몰입(Flow)을 매개로”, e-비즈니스연구, 제8권 제2호, June pp. 131-159.

[8] 박성익, 김연경(2006), “온라인 학습에서 학습몰입요

인, 몰입수준, 학업성취 간의 관련성 탐구”, 열린교육연구, 제14권 1호, pp. 93-115.

[9] 백현기, 하태현, 강정화(2007), “이러닝 활성화를 위한 이용자의 이용 동기와 만족도에 관한 실증적 연구”, 디지털정책연구, 제5권 1호, pp. 131-140.

[10] 변우희, 노정철, 최학수(2002), “퍼지수에 의한 사이버 관광교육 이용자 가치평가” 관광학연구, Vol.26, No.2, pp. 139-158.

[11] 서혜전(2001), 웹기반 평생교육 프로그램의 학습성과 관련 요인 연구, 숙명여자대학교 대학원 박사학위.

[12] 송영수(2000), “디지털 시대의 인재양성 방향과 e-learning 전략”, 산업교육연구, 제17권 2호, pp. 148-162.

[13] 신애경(2007), “관광통역안내사의 교육훈련 필요성 인식과 학습동기에 관한 연구”, 관광연구저널, 제21권 1호, pp. 193-207.

[14] 심숙영, 서혜전, 서영숙(2002), “유치원 교사 원격교육 직무연수에 대한 강좌 평가 및 효과분석”, 유아교육연구, 제22권 3호, pp. 23-41.

[15] 안성수, 김석용(2006), “민간 기업 구성원의 e-learning 수용태도에 관한 연구”, 산업경제연구, 제19권 3호, pp. 1071-1096.

[16] 안택균(2003), “관광학부 학생들의 멀티미디어 교육 인식 차이에 관한 연구” 여행학연구, Vol.18, pp. 5-26.

[17] 유시정, 오정철(2006), “e-learning사이트 특성과 기술수용모형에 관한 연구: 학습자 스타일을 중심으로”, e-비즈니스연구, 제7권 2호, pp. 97-118.

[18] 유일, 김재전, 조영만(2003), “웹기반 온라인 기업교육의 성과에 관한 연구: L기업의 사례를 중심으로”, Information Systems Review, Vol. 5, pp. 33-46.

[19] 유일, 황준하(2002), “학습자 원격교육시스템 이용의도와 성과에 대한 원격교육 자기효능감의 역할”, 경영정보학연구, 제12권, pp. 45-70.

[20] 이명무(2006), “e-learning 사이트에서 재구매 의도에 영향을 미치는 요인에 관한 연구-전반적인 만족, 신뢰, 몰입의 매개 끝에 효과를 중심으로”, 지식연구, 제4권 1호, pp. 30-69.

[21] 이석용, 서창갑, 김유일(2006), “개인의 e-learning 수용에 미치는 요인에 관한 연구”, 정보시스템연구,

- 제15권 2호, pp. 49-75.
- [22] 이은경, 한건우, 김성식, 이영준(2007), "e-learning 환경에서의 몰입(Flow) 경험을 위한 교수 학습 전략 연구", 한국컴퓨터교육학회, 제10권 1호, pp. 21-30.
- [23] 이인숙(2002), "e-Learning 학습전략 수준 및 학업 성취도 규명", 교육공학연구, 제18권 2호, pp. 51-67.
- [24] 이재섭, 전인순(2006), "전문대학 관광관련학과 관광영어교육 학습 성취에 관한 연구", 관광경영학연구, 제26권, pp. 181-200.
- [25] 임양환, 박세훈(2002), "온라인 상거래 수용에 관한 통합적 확장: 기술수용모델에 대한 신뢰와 감정의 결합", 한국마케팅저널, 제6권 1호, pp. 57-86.
- [26] 정경수, 김경준(2006), "기업의 e-learning에 대한 학습효과 및 전이에 영향을 미치는 요인", 한국정보시스템학회, 제15권 2호, pp. 1-29.
- [27] 정인성, 최성희(1999), "온라인 열린 원격교육의 효과 요인 분석", 교육학연구, 제37권 1호, pp. 369-388.
- [28] 조영만(2001), "원격교육시스템의 학습효과에 관한 연구: L기업의 원격교육 시스템을 중심으로", 전남대학교 경영학 석사학위.
- [29] 천희영(2005), "웹기반 유아교사연수 프로그램의 학습결과에 대한 영향 변인의 분석", 유아교육연구, 제25권 2호, pp. 47-78.
- [30] 한광현, 김태용(2005), "게임 콘텐츠 특성과 단말기 요인을 고려한 모바일 게임 사용의도의 영향에 관한 연구", Information Systems Review, Vol. 7, No. 2, pp. 41-59.
- [31] 한국전자거래진흥원(2006), e-러닝 백서.
- [32] 황재연, 최명숙(2006), "교원 원격연구에서 학습자 배경요인과 온라인 학습전략에 따른 학업성취도 및 교육만족도 분석", 교육정보미디어연구, 제12권 2호, pp. 255-274.
- [33] Al-Gahtani, S.S., and King, M.(1999), "Attitudes, Satisfaction and Usage: Factors Contributing to Each in the Acceptance of Information Technology", Behavior and Information Technology, Vol. 18, No. 4, pp. 277-297.
- [34] Argawal, R, and Karahanna, E.(2000), "Time Files When you're Having Fun Cognitive Absorption and Beliefs about Information Technology Usage," MIS Quarterly, Vol. 24, No. 4, pp. 665-694.
- [35] Chan, T.(1999), "Motivational flow in computer-based information access activity", Humanities & Social Sciences, Vol. 59, No. 7-A, pp. 2456.
- [36] Csikszentmihalyi, M.(1975), "Play and Intrinsic rewards" Journal of humanistic psychology, Vol. 15, pp. 41-63.
- [37] Davis, F.D.(1989), "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology", MIS Quarterly, Vol. 13, No. 3, pp. 319-340.
- [38] Davis, F.D., Bagozzi, R.P. and Warshaw, P.P.(1992), "User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models", Management Science, Vol. 30, pp. 361-391.
- [39] Davis, F.D., Bagozzi, R.P., and Warshaw, P.P.(1992), "User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models", Management Science, Vol. 30, No. 2, pp. 361-391.
- [40] Fishbein, M, and Ajzen, I.(1975), Belief, Attitude, Intention and Behavior: An Introduction to theory and Research, Addison-Wesley, Boston.
- [41] Ghani, J.A, Supnick, R., and Rooney, P.(1991), "The Experience of Flow in Computer Mediated and in Face-to-Face Groups," Proceedings of Information Systems, DeGross, J.I, I.Benbasat, G. DeSanctis, and C.M. Beath(Eds), New York.
- [42] Hackbarth, G, Grover, V. and Yi, M.Y.(2003), "Computer Playfulness and Anxiety: Positive and Negative Mediators of the System Experience Effect on Perceived Ease of Use", Information & Management, Vol. 40, pp. 221-232.
- [43] Hammond, D.(2001), "Reality Bytes", People Management, Vol. 25, pp. 26-31
- [44] Hassan, M. S.(2003), "An empirical investigation of student acceptance of course web sites," Computers and Education, Vol. 40, No. 4, pp. 343-360.
- [45] Hoffman, D.L., and Novak, T.P.(1996), "Marketing



- in Hypermedia Computer Mediated Environments: Conceptual Foundations,” Journal of Marketing, Vol. 60, pp. 50-68.
- [46] Khan, B. H.(2005), Managing e-Learning: strategies for delivering knowledge in the digital age, New York, NY:McGraw-Hill.
- [47] Lin, C.S. Wu, S. and Tsai, R.J.(2005), “Integrating Perceived Playfulness into Expectation-Confirmation Model for Web Portal Context”, Information & Management, Vol. 42, pp. 639-693.
- [48] Maignan, I. and Lukas, B.A.(1995), “The Nature and Social Uses of the Internet: A Qualitative Investigation”, The Journal of Consumer Affairs, Vol. 31, No. 2, pp. 347-371.
- [49] Moon, J.W., and Kim, Y.G.(2001), “Extending the TAM for a World-Wide Web context,” Information and Management, Vol. 38, No. 4, pp. 217-230.
- [50] Morgan, Robert M, and Shelby D. Hunt.(1994), “The commitment-Trust Theory of Relationship Marketing”, Journal of Marketing, Vol. 58, July pp. 20-39.
- [51] Ong, C.-S., Lai, J.-Y., and Wang, Y.-S.(2004), “Factors Affecting Engineers’ Acceptance of Asynchronous e-learning Systems in High-tech Companies,” Information & Management, Vol. 41, Issue 6, pp. 795-804.
- [52] Piccoli G., Ahmad, R., and Ives, B.(2001), “Web-Based Virtual Learning Environments: A Research Framework And a Preliminary Assessment of Effectiveness in Basic IT Skills Training,” MIS Quarterly, Vol 25, No. 4, pp. 401-426.
- [53] Rea, D.(2000), “Optimal motivation for talent development”, Journal for the Education of the Gifted. Vol. 23 No. 2, pp. 187-216.
- [54] Rosenberg, M.J.(2001), e-Learning: Strategies for delivering knowledge in the digital age, NewYork, NY: McGraw-Hill.

## 이 기 동



1985 서강대학교 경영학과  
(경영학사)

1992 University of Maine  
(경영학석사)

2001 Kent State University  
(경영학 박사)

2001~2002: 메타라이즈 연구부장

2005~2006 디지털정책연구 편집위원장

2002~현재 한국전자거래학회 교육이사

2002~현재 한국디지털 정책학회 상임이사

2002~현재 인천대학교 경영학부 교수

관심분야 : MIS, 인공지능, e-Commerce,  
e-Government

E-Mail : kdlee@incheon.ac.kr

## 김 선 호



1985 서강대학교 경제학과  
(경제학사)

1988 University of Iowa  
(경제학석사)

1994 State University of New York  
at Buffalo(경영학 박사)

1994~1995 삼성생명 투자분석팀 과장

1995~2000 금융연구원 부연구위원

2000~현재 인천대학교 경영학부 교수

관심분야 : 디지털금융정책, 재무관리, 국제금융

E-Mail : shkim@incheon.ac.kr

## 김 학 희



2000 단국대학교 경영회계경영정보학부 (경영정보학사)

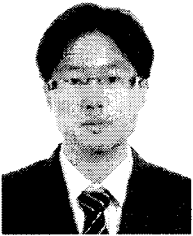
2004 인천대학교 경영학과 (경영학석사)

2004~현재 인천대학교 경영학과 박사수료

2006~현재 한국문화관광연구원 관광산업연구실 연구원  
관심분야 : MIS, 이러닝, 온라인커뮤니티, U-관광

E-Mail : hhkim@kcti.re.kr

## 박 천 응



2003 인천대학교 독어독문학과 (독문학사)

2006 인천대학교 경영학과 (경영학석사)

2004~현재 인천대학교 경영학과 박사과정

관심분야 : u-commerce, ERP, e-Government, MIS

E-Mail : blue9173@incheon.ac.kr

## 김 좌 현



2000 한남대학교 경영학과 (경영학사)

2005 경기대학교 관광e비즈니스, 문화관광건설팅학과 (관광학석사)

2000~2003 넷파워정보통신(주) 기획팀장

2003~현재 한국문화관광연구원 관광산업연구실 연구원

관심분야 : u-관광, 관광지식, 디지털여가, u-Commerce

E-Mail : jwahyun@kcti.re.kr