

관광산업에서 혁신성, 기술자원, 시장지향성이 개인의 업무성과에 미치는 영향 : 정보기술사용의 매개적 역할

구철모* · 이창석** · 정남호***

The Effect of Innovativeness, Technology Resources, and Market Orientation on Individual Task Performance : Mediating Role of Information Technology Use

Chulmo Koo* · Chang Seok Lee** · Namho Chung***

Abstract

Tourism industry increasingly rely on information technology (IT) to improve the task performance. Many studies suggested that the evidence of IT showed not only task performance improvement but also organizational performance. Drawing from the resource-based view, technology and task fitness, and marketing orientation theories, this study proposes that IT use influences directly the task performance and proved the effectiveness of IT in the organizations of tourism industry. Further, the innovativeness, resources, and marketing orientation are identified as main determinants of IT use. The use of IT can serve as a catalyst in improving task performance for organizations in tourism industry. Based on data collected from surveying people who work in the tourism industry, the present study shed light on these issues. The findings provide a new perspective of IT effectiveness in the tourism industry. Then, we discussed the theoretical and practical implications.

Keywords : Information Technology, Resource-Based View, Task-Technology Fit, Smart Tourism, Tourism Industry, Task Performance

논문접수일 : 2014년 06월 11일 논문수정일 : 2014년 06월 19일 논문게재확정일 : 2014년 06월 19일

※ 이 논문은 2013년 정부(교육부)의 재원으로 한국연구재단의 지원을 받아 수행된 연구임(NRF-2013S1A3A2043345).

* 경희대학교 호텔관광대학 부교수, e-mail : helmetgu@khu.ac.kr

** 경희대학교 일반대학원 컨벤션전시경영학과 석사과정, e-mail : lcs0102@khu.ac.kr

*** 교신저자, 경희대학교 호텔관광대학 교수, e-mail : nhchung@khu.ac.kr

1. 서 론

정부와 민간의 활발한 육성정책 및 공동투자의 결과 대한민국은 세계적인 ICT 강국이 되었으며, 다양한 국가들의 IT산업 롤 모델로 벤치마크의 대상이 되었다. 우리나라 산업 정보화 추진의 시작인 1960년대 행정부에서 국가적인 수준의 통계자료 처리를 위하여 전자 계산기를 도입한 것을 그 시초로 보고 있으며 이후 1970년대부터 대기업들과 금융업계를 필두로 하여 정보화에 대한 투자가 눈에 띄게 활발하게 진행되었다.

특히 이 시기는 본격적인 산업 정보화에 들어서기 전, 대학 및 교육기간들에서 전산관련 학과를 신설하여 인력 양성에 나서는 등 정보화 개발을 위한 기업 정보화의 준비 시기라고 할 수 있다. 이후 1980년대 개인 PC의 보급 확산과 함께 기업경영의 국제화와 업무 프로세스의 정보화 및 선진화를 위하여 전사적 자원관리 시스템(ERP), 지식관리 시스템(KMS), 경영정보시스템(MIS) 등 다양한 경영정보 솔루션 시스템이 지속적으로 개발되고 보급되면서 본격적으로 기업의 정보화가 진행되었다[기록으로 본 한국의 정보통신 역사 2, 2012].

산업의 정보화에 따라, 기업에서는 점차 경영정보시스템(MIS : Mangement Information system)의 중요성이 강조되고 있다. 경영정보시스템은 조직 내에서 임직원들 및 각각의 조직들간 정보의 전달과 공유의 역할, 그리고 이를 활용하여 업무의 성과향상에 기여를 하고 관련된 지식을 통합하는 핵심적인 기능을 담당하고 있다. 이것은 정보시스템이 조직 내에서 커뮤니케이션의 역할 뿐 아니라 원활한 정보의 공유 및 유통, 지식자원의 통합을 하는 도구의 역할을 담당하기 때문이다[이형룡, 2012].

한국 정보사회진흥원[2012]의 통계자료에 따

르면 우리나라의 기업 정보화 수준은 100점 만점을 기준으로 대기업이 59.91점을 기록하고 있으며 중소기업이 50.34점을 기록하고 있는 것으로 집계되었다. 이는 기업의 정보화가 점차 높아지고 있다는 것을 의미하며, 정보시스템의 구축이 개별적인 업무단위 뿐만 아니라 기업의 전반적인 부분을 관리하는 수준이기는 하지만 아직까지는 기업의 가치 창출에 기업할 수 있을 정도의 수준은 아니라는 것을 나타낸다. 그럼에도 불구하고 정보통신 기술 및 기업의 정보화에 대한 관심과 정보화에 대한 투자는 지속적으로 이루어지고 있으며, 특히 정보시스템의 특히 정보시스템에 대한 평가 측면의 중요성이 증가하고 있으며 이러한 현상은 스마트폰을 필두로 각종 스마트 기기들의 개발과 더불어 정보화에 대한 기업의 관심을 다시 한번 주목하게 되는 계기가 되었다[김용겸, 2005].

기업의 전반적인 정보화 현상 즉, 정보시스템의 구축활동과 사용에 대한 관심은 관광산업에서도 크게 주목을 받고 있다. 대표적인 관광산업인 여행산업에서는 인터넷의 등장과 스마트 기기의 등장과 더불어 여행자가 직접 여행정보를 수집 할 수 있게 되었다. 또한, 인터넷이나 모바일 기기를 활용하여 예약 시스템에 접속하고 항공권을 예매하거나 숙박시설을 예약할 수 있으며, 관광지에 대한 기본적인 관광정보를 수집하는 등 다양한 분야에서 정보시스템을 활용할 수 있게 되었다. 때문에 항공업체나 숙박업체 등 관광산업에 밀접한 연관이 있는 산업들에서 공급자들의 환경변화와 구매자들의 다양한 요구사항을 충족시키기 위하여 정보시스템 구축이 필요하게 되었으며 이러한 정보시스템 구축의 중요성에 대하여 인식하게 되었다. 그러나 일부 대형업체를 제외한 중소기업의 기업은 자금력의 부족과 기술력의 한계 등으로 인하여 정보시스템의 구축과 정보화를 위한 투자에 소극

적인 경우가 많았다. 하지만 정보시스템의 구축이 매출향상과 기업의 성과를 위하여 꼭 필요하다는 인식이 관광산업 뿐만 아니라 산업 전반적인 부분으로 확산됨에 따라 관광산업 분야에서도 정보화를 위한 다양한 움직임을 보이고 있으며 홈페이지 운영이나 모바일 어플리케이션 제작 등 다양한 분야에서 정보화를 시도하고 있다. 정보통신 기술 및 정보시스템이 발달함에 따라 새로운 시대의 기업 경쟁의 핵심요소로 기업의 정보력과 정보시스템이 각광받고 있으며 마케팅, 기업관리, 경영 등 다양한 분야에서 정보시스템을 활용하고 있다[한국정보사회진흥원, 2012]. 그러나 이러한 관심에도 불구하고 관광산업 분야에서는 아직까지 정보시스템의 사용이 매우 부족하다고 할 수 있다.

2013년 한국 정보사회 진흥원에서 실시한 국내기업의 IT 활용조사 보고서에 따르면 2013년 기준 숙박 및 음식점업의 정보화 수치는 100점 만점을 기준으로 하여 금융업(65점), 영상 및 방송 서비스업(59.1점), 제조업(52.5점), 전기 가스 시설업(51.2점)에 비하여 낮은 수치를 기록하고 있다. 또한 기업이 기업내부의 경영활동과 외부의 경쟁기업과의 경쟁을 위하여 정보시스템 및 정보기술을 활용하는 전략적 경영 IT 활용지수에 대한 조사에서도 2013년 기준으로 하여 관광산업이 30.6점을 기록하여 전반적으로 정보시스템 및 정보기술에 대한 활용이 매우 낮은 것을 알 수 있다.

또한 국가통계포털의 '관광사업체 전자상거래 활용 형태 추이 보고서 2013'을 살펴보면 2011년 기준 관광사업체에 대한 전자상거래 활용형태 추이가 전체 사업체 16,144개 업체 가운데 75%인 12,095개의 업체가 전혀 전자 상거래 시스템을 활용하고 있지 않은 것으로 나타났다. 그러나 인적자원에 대한 의존도가 높은 관광산업의 경우, 최첨단의 정보시스템 기술이 활용된 다양

한 고객과의 소통과 서비스가 필요하며 이를 바탕으로 고객의 정보를 획득할 수 있기 때문에 정보시스템 및 정보기술의 도입 필요성이 매우 중요하게 인식되고 있다[아시아 경제, 2011]. 정보화가 경영성과에 미치는 영향에 대한 연구는 경영학과 마케팅 분야에서 주로 이루어 졌으며 다양한 연구들을 통하여 경영정보시스템이나 정보기술 및 산업의 정보화가 경영성과에 긍정적인 영향을 미친다는 결과가 제시 되었으며[김경운, 2008; 김태구, 2007 박종영, 2001], 주로 기술수용 모델이나 정보기술의 적합성과 관한 이론을 기반으로 정보시스템과 조직 내의 구성원에 대한 영향관계를 검증하고 있다. 관광산업분야에서는 2014년 4월 학술을 기준으로 학술연구정보 서비스에 등록된 정보시스템과 관련이 있는 342개의 국내 학술논문 가운데 대다수의 연구가 관광정보의 수용에 관한 연구이거나 구매의도, 고객 만족에 관한 내용이 대부분이며, 정보시스템의 사용이 기업의 성과나 개인의 성과에 어떠한 영향을 미치는지 알아보는 연구는 이루어지지 않고 있다. 그러나 정보시스템과 정보기술은 기업의 성장과 경쟁을 위하여 중요한 핵심역량으로 평가되고 있으며 그 중요성이 점차 부각되어 다양한 분야에서 정보시스템의 활용과 성과에 대한 연구가 활발하게 이루어지고 있기 때문에 관광산업분야에서도 관광산업의 정보화와 경영성과의 관계를 연구하는 것은 매우 의미 있는 연구라고 할 수 있다. 따라서 본 연구에서는 새로운 산업성장 동력으로 주목 받고 있는 정보기술의 중요성을 감안하여 기업의 성장동력 및 경쟁자원인 정보기술자원과 정보기술에 대한 역량에 대하여 살펴보고, 이러한 기술 및 변화에 대한 혁신성과 시장지향성을 통하여 정보기술의 사용과의 관계를 분석해보며, 관광산업에서 어떠한 영향을 주는지 연구모형을 설정하여 실증연구를 수행 하였다. 본 연구

의 목적을 정리하면 다음과 같다.

첫째, 업무기술적합도(TTF : Task-Technology Fit)을 바탕으로 하여 관광산업에서 개인의 업무 수행에 있어서 정보기술이 얼마나 영향을 미치는지 다양한 이론을 접목시켜 그 효과에 대하여 검증하고자 한다. 둘째, 자원기반이론(RBV : Resource Based View)을 바탕으로 기업의 경쟁자원인 정보기술의 효과와 역량에 대하여 검증하고자 한다. 셋째, 기술혁신이론에 근거하여 개인의 혁신성 및 관리자의 정보기술에 대한 혁신성이 개인의 성과에 어떠한 영향을 주는지 검증하고자 한다. 넷째, 시장지향성에 따라 적극적인 시장지향성과 대응적인 시장지향성이 각각 관광산업에서 정보기술에 어떠한 영향을 미치는지를 알아보고 개인의 성과에 어떠한 영향을 주는지 검증하고자 한다. 마지막으로 관광산업에서 정보기술의 사용을 통하여 개인의 성과에 어떠한 영향을 줄 수 있는지 검증하고자 한다.

본 연구는 관광산업에서 정보시스템의 사용과 업무성과에 관한 실증 연구로서 관광산업의 전반적인 정보기술의 활용 실태에 대하여 먼저 조사하였다. 그리고, 업무기술적합도, 자원기반이론, 혁신성이론, 시장지향성에 대한 이론적인 토대를 바탕으로 하여, 연구의 가설 및 연구 모형을 제시 하였다. 또한 변수들을 각각 관광산업에 적합하게 정의하고 설정하였으며 관광산업 전문가와 관련업계 종사자들의 의견을 수렴하였고 선행연구와 관련 이론들을 충분히 분석하여 설문지를 작성한 후, 관광산업관련업계 종사자들을 대상으로 하여 설문 데이터를 획득하였다.

2. 이론적 배경

2.1 관광 산업의 정보화

인터넷의 급속한 발달로 인하여 세계 경제의

글로벌화와 IT기술의 혁명을 기업에 있어서 새로운 기회요인인 동시에 생존을 위협하는 경영환경의 변화를 야기하고 있으며 이러한 사회의 변화속에서 관광산업의 정보화는 대 내외적인 환경변화에 대한 적응을 넘어서 경쟁력 향상을 위한 핵심 동력이 되고 있다.

기업에서는 점차적으로 정보기술과 정보시스템을 활용하여 정보의 저장이나 처리와 같은 활동에 지속적으로 사용하고 있으며 경영활동에 필요한 전반적인 의사결정 과정에서도 이러한 정보기술을 활용하고 있다.

기업의 정보화는 내부 업무의 효율성과 더불어 기업의 생산성을 향상시킬 뿐만 아니라 산업 전반적인 부분에서 가치를 창출 할 수 있으며 업무 전반적인 부분에서 효율적으로 접근할 수 있다는 점에서 매우 중요하다고 할 수 있다[한국정보사회진흥원, 2013]. 기업은 정보화를 통하여 신속한 정보의 처리가 가능하며, 또한 업무처리 과정에 있어서 단순화가 가능하고 효율화가 가능해 업무성과 및 생산성에 지속적인 향상을 가능하게 하는 것이다.

이러한 정보통신기술 및 정보시스템에 대한 관심이 높아지면서 과거 기업의 경쟁력인 유형의 자원이나 기업에서 생산하는 생산품, 그리고 기업이 가지고 있는 경쟁력 있는 핵심기술과 같은 자원이 점차 기업이 가지고 있는 다양하고 독특한 지식자원과 기술력, 정보 그리고 기업이 보유하고 있는 인적자원 등으로 변화 하였다.

이제 기업들은 새로운 시대의 기업 경쟁력이 되고, 지속가능한 경영활동을 위한 핵심요소로 기업의 정보력과 정보시스템을 주목 하고 있으며 마케팅 분야나 기업관리, 경영 등 다양한 분야에서 정보시스템을 활용 하고 있다[한국정보사회진흥원, 2012].

관광산업에서도 이러한 정보화 시대에 접어들면서 다양한 부분에서 정보화를 진행하고 있다.

관광산업 분야에서는 여행산업을 중심으로 하여 정보시스템의 구축과 사용에 관심이 크게 확산되고 있다.

과거 관광산업에서 여행객들은 자신의 여행계획을 수립하기 위하여 여행지에 대한 기본적인 정보나 교통정보, 숙박정보, 식음료 정보와 같은 다양한 여행정보를 수집하기 위하여 관련된 소책자나 홍보자료, 신문, 잡지등을 통하여 정보를 획득하고 공유하였다. 그러나 정보통신기술이 발달하면서 현재는 온라인 커뮤니티나 스마트폰을 활용한 다양한 어플리케이션을 활용하여 기본적인 여행지에 대한 관광정보에 대하여 검색 할 수 있으며, 소셜 네트워크 서비스를 통하여 다른 사람들에게 여행지에 대하여 추천을 받거나 의견을 공유하고, 여행 상품들을 비교할 수 있다. 또한 여행을 거쳐야만 구입을 하던 항공권이나 호텔 숙박권과 같은 관련 상품들도 점차 온라인을 활용한 예약이나, 다양한 소셜커머스를 활용하여 가격비교를 하면서 자신에게 적합한 맞춤 상품을 구매 할 수 있는 시대가 도래한 것이다.

이러한 스마트폰의 확산은 관광산업 전반적인 부분에서 혁신적인 변화를 가져왔다. 관광산업과 관련된 다양한 어플리케이션이 출시되어 여행 중에도 현재 위치를 중심으로 하여 주요 관광지에 대한 관광정보나 근처의 식음료, 숙박 시설등의 정보가 실시간으로 제공되어 여행자들의 편의성을 증대 시켰고 또한 다양한 커뮤니티 서비스를 통하여 실시간으로 다른 여행자들의 의견의 공유하는 활동을 통하여 여행을 즐길 수 있게 되었다. 이전에는 관광지에서도 관광안내원이나 여행안내 프로그램을 통하여 여행 정보들을 홍보물과 책자를 중심으로 설명하였으나, 이제는 해당 관광지의 어플리케이션이나 관광공사의 어플리케이션과 같은 프로그램을 통하여 관광지에 대한 해설을 듣거나 GPS를

활용하여 해당지역의 관광정보를 획득하는 등 다양한 형태의 관광산업의 정보화가 이루어지고 있다.

여행산업에서는 스마트 기기의 보급과 확산에 따라 여행자가 직접 스마트폰을 활용 하여 관광지에 대한 다양한 여행정보를 수집 할 수 있으며 인터넷이나 모바일 어플리케이션을 활용하여 예약 시스템에 접속하여 항공권을 예매하거나 숙박시설을 예약할 수 있고, 관광지에 대한 기본적인 정보에 대하여 실시간으로 받아 볼 수 있는 등 다양한 분야에서 정보시스템을 활용할 수 있게 되었다.

때문에 이러한 예약 시스템을 활용하는 항공사나 여행사와 같은 관광산업과 밀접한 관련이 있는 산업들에서는 기업들이 다양한 공급 환경의 변화와 여행객들의 지속적인 요구사항과 불만사항들을 해결 위해 정보시스템을 구축할 필요성이 제기되었으며 이러한 시스템 구축의 중요성에 대하여 인식하고 있다.

하지만 일부 대형 기업들을 제외하면 정보시스템의 구축과 관련 인프라의 확충과 같은 시설에 필요한 자금력이나 이러한 정보기술 시스템을 가동할 수 있는 핵심 기술력이 부족한 대다수의 영세한 중소기업의 경우 이러한 한계점으로 인하여 정보시스템의 구축과 정보화에 대하여 소극적인 경우가 많다.

그러나 정보 시스템의 구축활동은 경쟁기업과의 경쟁력 강화와 산업 전반적인 매출의 향상과 국제적인 경쟁력의 제고를 위하여 꼭 필요하다는 인식이 전반적인 부분에서 확산되었으며 관광산업 분야에서도 정보화를 위한 움직임을 보이고 있다[임연우, 2010].

한국정보사회진흥원에서 조사한 국내 기업의 IT 활용 조사 보고서에 따르면 산업별로 IT 기술을 활용한 정도를 100점 만점으로 하여 평가하였는데, 관광산업군인 숙박시설업과 음식점업

의 경우 정보화 수치가 100점 만점에 49.4점으로 다른 비슷한 서비스 산업군인 금융업이나 보험업(64.4점) 전기서비스 및 가스서비스(51.2점)등에 비하여 낮은 수치를 보이고 있는 것으로 조사 되었다. 이는 숙박 및 음식업의 경우 서비스업종 가운데 정보화 수준이 가장 낮은 수치를 기록하고 있다는 것을 알 수 있다. 그러나 2011년부터 최근 3년간 지속적으로 IT 활용이 증가하고 있는 것으로 나타났으며 이것은 관광 산업에서도 앞서 말한 것 처럼 산업의 정보화에 지속적인 관심을 나타내고 있고 정보화를 진행 중이라는 것을 알 수 있다.

또한 이 기관에서 조사한 보고서에는 기업의 전략적 경영 IT 활용지수를 조사 하여 기록하고 있는데, 전략적 경영 IT 활용지수란 사업계획의 수립 및 경영성과의 파악 등 '경영성과 관리'와 신규 사업의 확장 및 신제품, 서비스 출시 등의 '신 사업 창출'이라는 두 가지 영역에서 정보 통신 기술을 활용하는 수준에 대하여 수치로 평가한 지표이다.

이 평가 지표에 따르면 관광산업인 숙박 음식점업의 경우 100점 만점 중에서 30.6점을 기록하여 다른 비슷한 서비스 산업군인 금융보험업(45.9점), 출판방송정보통신업(42.7점)에 비하여 낮은 수치를 기록하여, 숙박 음식점업이 다른 서비스 산업군보다 정보시스템 활용이 부진하다는 것을 지적하고 있다. 이것은 관광산업도 다른 서비스업처럼 정보화의 필요가 시급하다는 것을 나타낸다.

마지막으로 국가통계포털의 관광사업체 전자상거래 활용 형태 추이 2011 자료를 살펴보면, 2011년 기준으로 관광사업체(여행업, 관광숙박업, 관광객 이용시설업, 국제회의업, 카지노업, 유원시설업, 관광편의 시설업) 총 16,144개 업체 중에서 IT기술을 활용하여 전자상거래 시스템을 사용하고 있는 추이를 분석 하였는데, 전체

사업체 수의 75%인 12,095개의 업체가 전자상거래 시스템을 전혀 사용하고 있지 않은 것으로 나타났다. 물론 전자상거래가 정보시스템의 전부인 것은 아니지만, 서비스업에서 가장 활발하게 사용하고 있는 시스템이 전자상거래 시스템이기 때문에 이 자료는 관광산업에서 정보시스템 활용 실태에 대하여 나타내주는 중요한 자료라고 할 수 있다.

한국 정보사회 진흥원의 통계자료와 국가 통계포털 전자상거래 활용형태 자료에 따르면 산업의 정보화는 지속적으로 이루어지고 있으나, 아직까지 관광산업과 관련된 분야에서는 일부 업체(전체 사업체의 25%)만 정보시스템을 사용하고 있는 것에서 알 수 있듯이 정보화가 미흡하다. 때문에 본 연구에서는 관광산업 종사자들을 대상으로 하여 정보시스템의 사용을 통한 개인의 업무 성과와 효과를 측정하여, 관광산업에서 정보시스템 사용의 필요성과 효율성에 대하여 제시하고자 연구를 진행 하였다.

2.2 자원 기반 이론

자원 기반 이론(RBV : Resource Based View)은 1980년대 중반까지 전략이론의 중심을 형성한 산업의 조직적인 접근법에 대한 한계점에 관하여 다양한 학자들이 반론을 제기하면서 기본적인 이론이 시작 되었다.

자원 기반 이론은 기업이 지속적인 경영을 하기 위하여 경쟁 우위를 획득하고 또한 장기간 동안 효율적인 성과를 이끌어 내기 위하여 이를 위한 기반으로 자원들을 소유 하고 있다고 주장한다. 이러한 자원들은 값지고 진귀한 자원일수록 다른 기업과의 경쟁에서 우위를 점할 수 있으며 이러한 경쟁 우위를 위하여 기업은 복제가 불가능한 독특한 자원을 소유하여야 하며, 대체가 불가능한 자원을 소유하고 있을수록 기업이

장기간 유지 될 수 있다고 주장 하였다.

자원 기반 이론에 따르면 기업은 경영자원의 단순한 집합체가 아니라 경영자들을 효율적으로 결합하여 기업의 성과와 경쟁을 위한 새로운 가치를 창출하는 곳이기 때문에 기업마다 고유의 특성이 나타난다고 주장 하였다[Penerose, 1959; Wernerfelt, 1984].

같은 산업군에 속한 기업이라고 하더라도 기업이 보유하고 있는 자원들에 따라서 경쟁 우위가 달라지게 되고, 이러한 자원을 통하여 서로 다른 성과를 도출하게 된다는 주장을 토대로 자원기반 이론의 이론적인 기반이 수립되었다. 이러한 관점에 따라 기업은 시장에서 쉽게 거래될 수 없는 독특한 자원들로 이루어져 있는 자원의 집합체라고 정의할 수 있으며, 자원들의 이질성과 비 이동성이 전제되었을 때 기업은 지속적인 경쟁 우위를 가질 수 있는 것으로 보았다[Barney, 1991].

기업의 차별적인 성과를 설명하기 위한 관점인 자원기반 관점의 핵심은 기업을 형태가 있는 유형의 자원과 형태가 없는 무형자원의 독특한 집합체로 파악하는 것이다. 특히 자원 근거 이론은 기존의 연구자들이 상대적으로 연구하지 않은 부분인 조직의 능력과 기업의 핵심적인 역량, 그리고 기업이 가지고 있는 독특한 기업문화와 경영자들의 능력과 같은 무형적인 자산을 중요하게 다루고 있는 관점이다. 앞에서 언급한 자원들은 대부분 형태가 없는 무형의 자산이기 때문에 경쟁기업이 쉽게 모방하기 어려운 성격을 가지고 있으며 기업의 경쟁 우위는 이러한 특성을 지닌 무형의 자원과 기업의 핵심적인 역량에 의하여 뒷받침 될 때 지속 가능한 것이다.

자원 기반이론에서의 첫 번째 전제 조건은 자원의 이질성이다. 이는 기업이 보유하고 있는 자원과 핵심 역량과 같은 능력들이 경쟁기업들과는 다르다는 것이 자원의 이질성이다. 즉 자원

의 이질성이란 본질적으로 기업이 보유하고 있는 자원들이 기업의 효율성과 생산성에 있어서 기업들간 차이가 발생한다는 것을 의미한다.

개별적인 기업이 보유하고 있는 자원들은 각각의 기업의 특성에 따라 그 자원들이 효율성의 측면에서 수준 차이가 나타나며, 경쟁기업에 비하여 독특하고 뛰어난 자원과 역량을 보유한 기업들이 고객의 욕구를 충족시키는 활동에 있어서 보다 유리 하다고 할 수 있다.

자원 기반 이론에서의 두 번째 전제는 자원의 비 이동성이다. 기업에게 있어서 경쟁기업과의 경쟁에서 우위를 점하기 위한 성공적인 전략의 수립에 있어서 가장 쉽고 일차적인 전략은 기업 활동에 필요한 자원이나 요소들을 구입하는 것이다. 이때 가장 중요한 개념이 자원의 이동성이다.

기업의 자원과 핵심역량의 이동이나 전파가 용이하게 되면, 그 만큼 경쟁 기업에서 모방하기에 쉽고 전파되는 속도도 매우 빠르게 된다. 그러나, 이러한 자원들 가운데는 쉽게 모방할 수 없는 기업들만의 독특한 자원이 존재한다. 이러한 자원들은 경영자의 독특한 리더십이나 종업원들의 학습능력, 기업만의 독특한 기업문화와 같이 해당 기업만의 특유의 자원이기 때문에 쉽게 모방할 수 없다. 이와 같이 자원이나 역량이 독특하고 기업의 특유의 원천을 통하여 모방이나 시장에서의 구매가 어려운 것을 자원의 비 이동성이라고 한다. 즉 자원의 비 이동성은 기업이 다른 경쟁업체가 모방하기 어려운 독특한 자원을 소유하고 있음을 의미하며 공급이 제한된 효율적인 자원이 존재 한다는 것을 의미한다. 특히 무형자원의 경우 모방이 불가능하기 때문에 이러한 자원들은 기업의 수요를 충족 시킬 수 없는 희소한 가치를 가지고 있는 자원이라고 할 수 있다. 다시 말해 이러한 희소 가치가 높은 비 이질성을 가지고 있는 자원을

소유하고 있는 기업일수록 경쟁에서 우위를 점할 수 있다. 우수한 성과를 나타내는 기업은 시장에서 지배적인 위치를 가지고 있거나 생산량이 월등히 뛰어난 기업이기 보다 효율성이 높은 자원을 보유한 기업이라고 할 수 있으며 따라서 효율적인 자원은 기업이 보유한 자원의 공급이 제한되거나 다른 기업들이 쉽게 모방할 수 없을 때 경쟁 우위를 유지할 수 있다는 것이 자원기반 이론의 주요 이론이라고 할 수 있다[MBA News Letter, 2006].

기업이 우수한 R&D 인력이나 고도의 생산설비시설, 경쟁력있는 구매시장의 유통망과 같이 경쟁력이 있는 자원을 보유하는 것만으로 경쟁 기업들에 비하여 성과적인 측면에서 높은 성과를 달성할 수 있는가에 대하여 초기의 자원기반 이론 연구만으로는 설명하지 못하는 한계를 가지고 있다. 때문에 유사한 자원을 가진 기업들 간의 성과에 대한 차이를 설명하고자 하는 연구들이 그 뒤를 이어 활발하게 진행 되었다[Barney, 1991].

기존 산업구조론에서 말하는 기업의 경쟁 우위의 원천은 동일한 산업 내에서 기업들 간에 발생하는 성과의 차이에 대하여 설명이 미흡하였다. 기업의 경쟁 우위에 대하여 평가하는 산업구조 모형은 산업의 매력도와 성장가능성을 평가 함으로써 해당 산업에 속한 기업들의 수익성을 예측하는 중요한 기초 자료로 활용되어 왔다. 그러나 이러한 방법의 경우 그 산업의 대표적인 기업이 얻을 수 있는 수익에 대하여 평균적으로 설명하고 있을 뿐 개별적인 기업의 수익성에 대한 차이는 설명해주지 못한다는 한계를 지니고 있다.

이러한 산업구조 분석이 지니고 있는 한계는 마이클 포터가 제시한 경쟁우위모형을 통하여 한계점을 어느 정도 극복하였으나 자원기반이론은 더 나아가 개별 기업의 수익성의 차이를 설

명하기 위하여 기업 내부의 자원과 핵심역량을 고려하여 기업의 성과를 설명할 수 있다는 장점을 가지고 있다. 자원 기반관점은 기업이 보유하고 있는 독특한 자원이 경쟁우위의 원천이 되는 근거에 대하여 설명하였으며 이러한 자원의 특성을 제시하여 자원의 특성이 어떻게 기업의 성과를 창출하는가에 대하여 분석을 시도 하였다.

기업의 역량(Capacity)은 이러한 맥락에서 등장한 개념으로 기업의 경영자원 중에서 기업 내에서 오랜 기간 동안 기업 활동을 하면서 축적된 기업 고유의 경험, 기업 내에서 축적된 지식, 다양한 학습요소와 같은 무형의 경영자원들에 대한 집합을 의미하며 형태가 있는 유형의 자원을 보다 효율적으로 활용할 수 있도록 할 뿐 아니라 경쟁사보다 높은 경쟁 우위를 달성하는 요인으로 작용한다.

Prahalad and Hamel[1990]은 자신들의 연구를 통하여 1980년대 일본의 기업들이 세계적으로 주목을 받고 기업의 높은 성과를 나타낼 수 있게 된 원인을 자원근거 이론을 통하여 분석하였으며 그 결과 개별 기업이 지니고 있는 기업의 능력과 이러한 능력들에 대한 기반구축 및 능력을 활용하는 방식에 대한 차이로 인하여 기업들 간 성과가 달라지는 것을 발견하였다. 이러한 역량들을 ‘핵심역량(Core Competence)’라고 정의하여 자원 기반이론에서의 기업의 역량에 대한 역할과 중요성을 강조 하였으며 그 필요성에 대하여 제시 하였다.

기업이 보유하고 있는 자원들에 대하여 지속적인 경쟁 우위를 가질 수 있도록 하는 속성들에 대한 연구들도 지속적으로 진행되어 왔다.

경영자원이라는 포괄적인 범위 내에서는 Barney[2001]가 제안한 VRIO 분석 프로그램이 대표적인 연구이다.

VRIO 분석은 경영자원들의 개별적인 특성들에 대하여 효과적으로 파악하기 위하여 각각의

자원에 대하여 가치있고(Value), 얼마나 그 자원이 희소성이 있으며(Rarity), 기업 고유의 자원을 경쟁기업이 얼마나 모방하기 어려운지(Imitability), 조직적인 특성(Organization)과 결합되어 있는 경영자원인가를 평가하는 연구이다. 이후 Collis and Montgomery[1995]는 자신들의 연구를 통하여 VRIO 분석에 이러한 자원들의 지속가능성(Durability), 얼마나 기업의 상황에 적합한지를 나타내는 정합성(Appropriability), 그리고 기업의 자원이 경쟁 기업이나 경쟁요소에 있어서 얼마나 우월 한지를 나타내는 우월성(Superiority)에 대하여 추가적인 분석을 제안하여 VRIO 분석법을 확장하였다.

따라서 기업이 경쟁기업보다 우위를 점하거나 성과를 도출하기 위해서는 기업이 가지고 있는 자원과 역량의 역할이 매우 중요한 요소이며 자원들을 성과창출에 기여 할 수 있도록 그 효과를 극대화하기 위해서는 상황에 적합한 자원들을 선별적으로 확보하고 활용하는 전략을 수립해야 한다[이춘우, 2009].

2.3 혁신 이론

혁신은 경제 성장의 중심 개념이며 기업의 활동과 경쟁에 지속적인 경쟁우위를 위한 원천이 될 수 있다. 산업발전과 기업들 간의 경쟁시대에서 기업들이 급속도로 변화하는 경영환경에 적응을 하고 경쟁우위를 점하기 위한 기업 경쟁력을 갖추기 위해서는 조직 내부의 분위기의 변화를 통한 조직의 혁신 환경구성이 필수적인 요소이다. 기업에서 조직의 효율성과 효과성을 높이기 위해서는 조직의 구성요소를 바꾸려는 노력이 필요하며, 이러한 노력을 조직변화라고 한다.

현대 사회와 같이 빠르게 변화하는 경영환경에서 기업이 경쟁력을 갖추고 기업들 간의 경쟁에서 지속적으로 경영활동을 영위하기 위해서

는 조직을 급격하게 변화 시킬 수 있는 노력이 필요하다. 혁신은 이러한 노력의 대표적인 유형이라고 할 수 있다. 혁신은 농업과 사회학분야, 교육학, 의사소통, 공중보건, 의학, 경제학, 그리고 경영학에 이르기까지 다양한 분야에서 지속적으로 연구되어 왔다[최만기, 이지우, 1997].

혁신이란 기업환경에서 새로운 기술이나 상품의 도입, 새로운 제조방법과 제조공정의 도입, 새로운 시장의 개척, 새로운 자재 및 제품 공급원의 확보 그리고 새로운 조직의 수행 등에 의하여 발생하는 것이라고 정의할 수 있다.

경영학의 관점에 따르면 먼저 Rogers[1995]는 혁신에 대하여 개인이나 조직이 새로운 것이라고 인지하는 아이디어나 그러한 아이디어를 실행 할 수 있는 실행방법 그리고 대상을 채택하고 활용하는 것이라고 정의하였다. 그의 연구에 따르면 혁신은 새로운 것을 초래하는 창조적인 과정이며 새로운 제품을 개발하여 사용자들에 의하여 새로운 제품이 선택되고 이러한 사용자들에 의하여 실행되는 과정이며, 또한 새로운 것이 발명되어지고 새롭게 인지되는 것이라고 정의 하였다.

Drucker[1993]는 자신의 연구를 통하여 혁신은 경제적인 이익을 가져다주는 요소라고 주장하였으며 혁신은 자원에 기본적인 가치뿐만 아니라 이에 더하여 경제적인 가치를 부여해주는 행위라고 정의하여 혁신의 가치에 대하여 제시 하였다.

이러한 혁신 이론들은 1962년 Everett M Rogers가 제시한 혁신 확산이론(Innovation Diffusion Theory)을 기반으로 발전되어 왔다.

혁신 확산 이론은 사회 구성원이 새로운 것으로 인식하는 아이디어나 새로운 관행 또는 사물로 정의되는 혁신의 확산 속도와 채택 시점의 차이를 가져오는 원인 등을 파악하는데 그 초점을 맞추어 왔다.

혁신확산이론을 이론적 근거로 삼았던 다양한 실증 연구들은 혁신확산 속도에 영향을 미치는 여러 가지 요인들 중에서 인지된 혁신의 특성들이 채택률에 미치는 영향을 가장 폭넓게 검증해 왔으며, 인지된 혁신의 특성이 소비자 특성보다 혁신 채택에 관한 설명력이 크다는 연구 결과를 제시했다.

혁신확산이론에 기초해서 이루어진 다양한 연구들은 기존 제품이나 서비스보다 더 좋은 가치와 혜택을 제공하는 혁신의 상대적인 이점, 기존의 가치관이나 경험, 그리고 필요에 부합하는 것으로 인식하는 정도인 적합성(compatibility), 채택 이전에 경험해 볼 수 있는 시험가능성(trialability), 그리고 혁신 채택의 결과를 확인해 볼 수 있는 관찰 가능성(observability)이 높다. 혁신을 이해하거나 사용하기 어렵다고 느껴지는 정도를 의미하는 복잡성(complexity)이 낮다고 인식되는 혁신일수록 확산이 빠르게 진행된다는 실증적인 연구 결과를 제시해 왔다[Arts et al., 2011].

West[1996]는 자신들의 연구를 통하여 혁신에 대하여 보다 광범위하게 정의 하였는데, 혁신은 변화로부터 기대되는 여러 가지 혜택을 이끌어 내기 위한 의도적인 시도이고, 또한 기대되는 혜택의 범위는 경제적인 범위 뿐만 아니라 개인의 성장요소, 만족감의 증진과 집단응집력의 제고, 사람들간의 의사소통 개선등을 포함하는 매우 포괄적인 성격을 갖는 것이라고 정의 하였다.

혁신은 이러한 혜택이 개인이나 집단 또는 조직에만 그치는 것이 아니라 사회전반적인 부분으로 전파 되어야하며 기술적인 영역에만 국한된 것이 아니라 관리나 인적자원관리 영역까지 포함하는 포괄적인 요소여야 한다고 주장하였다.

따라서 혁신의 의미는 그 단어 자체로 새로운 것 혹은 참신한 것이라는 의미를 포함하고 있으며 다양한 산업에서 새로운 기술의 도입이

나 새로운 전략의 수립등의 활동에 유용하게 사용되는 개념이다[Cooper, 1998].

이와 함께 조직의 혁신성에 관한 연구도 활발하게 진행되어 왔다. 조직의 혁신성은 정보시스템분야 연구에서 혁신적인 조직문화와 관련된 연구들에서 중요하게 다루어져 왔다.

Brown[1995]의 연구에서는 조직의 혁신적인 분위기가 전략 정보시스템의 투자전략에 긍정적인 영향을 미치며, 전략 정보시스템의 성공에 영향을 준다는 실증연구를 통하여 조직의 혁신성이 정보시스템의 도입과 성과에 영향을 준다는 가설을 검증 하여 조직의 혁신성의 중요성에 대하여 제시하였다.

또한 혁신적인 조직은 그렇지 않은 조직들보다 새로운 기술을 도입하고 구현하는데 있어서 경험이 풍부하기 때문에 새로운 정보기술을 더 잘 도입하는 것으로 나타났으며, 혁신적인 조직의 문화는 E-비즈니스의 성과에 영향을 주며 기업의 성과에도 바람직한 효과를 나타낸다고 하였다[Wang and Cheung, 2004].

선행 연구들을 바탕으로 하여 혁신의 정의를 내리면 혁신이란 개인적인 차원으로 조직 내에서 새로운 아이디어나 새로운 기술 혹은 새로운 전략을 경쟁기업보다 빨리 제시하거나 받아들여서 이에 적응하고 익숙해져서 실제 업무에 적용하는 것이라고 정의 할 수 있다.

2.4 시장지향성

시장지향성(Marketing Orientation)은 주로 마케팅 분야에서 사용되어 왔으며, 마케팅 전략의 실행을 의미한다. 또한 시장지향성 조직은 마케팅 전략을 통하여 이에 따른 행동을 하는 조직을 의미한다[Kohli and Jaworski, 1990].

시장지향성은 전체적인 기업활동의 수준에서 고객들로 하여금 현재의 요구사항과 미래의 요

구사함에 대한 기본적인 시장정보를 창출하며, 기업 내부에서 수평적, 수직적으로 확산되고, 정보에 대한 기업 전체적인 수준에서 발생하는 행동이나 반응으로 정의 할 수 있다. 즉 시장지향성을 기업분위기 형성에 필요한 기업의 고유한 문화로 그 의미를 설명 할 수 있다.

McCathy and Perrealt는 마케팅 관점에서 마케팅 개념의 실행 정도를 시장지향성이라고 정의 할 수 있으며, 시장지향적인 기업을 마케팅 개념에 근거하여 기업 활동을 전개하는 기업이라고 정의 하였다.

또한 Kohli and Jaworski[1990]는 시장지향성에는 정보를 창출하는 활동, 정보의 확산 활동, 정보에 대한 반응 등의 내용이 포함되어 있으며, 정보의 확산활동은 기업 내부의 부서간의 역학적인 관계, 즉 갈등요소와 연계성에 따라 정보 확산정도에 차이가 있으며 정보에 대한 반응은 조직 시스템의 공식화, 집중화, 부문화, 또는 보상 시스템의 구축 정도에 따라 정보에 대한 반응이 다르다고 하였다.

즉, 시장지향성을 단순히 마케팅적인 요소로 본 것이 아니라, 전체적인 기업 내부의 조직의 모든 행동에 영향을 주는 추상적인 일반화된 개념으로 그 의미를 해석 할 수 있다.

시장지향성의 핵심적인 요소는 고객들을 위한 가치 극대화를 목표로 하여 시장의 다양한 구성 요소들이 부가가치를 창출하기 위하여 상호작용을 하여야 하며, 이를 효과적으로 관리해야 하며 이용해야 한다는 것을 의미한다.

시장지향성은 기업의 동기부여와 능력 그리고 외부의 사업이나 이익들을 확인하고 시장에 관련된 다양한 정보를 기업의 내부 부서들이나 관련 업체들이 쉽게 접근 할 수 있으며, 외부의 기회 요소에 대하여 정확한 방법으로 신속하게 반응함으로써 인하여 다른 경쟁기업들보다 고객에게 더 큰 가치를 제공하기 위한 것이라고 할 수 있다.

시장지향성은 소비자의 다양한 기호나 잠재적인 욕구를 파악하기 위하여 이에 적응할 수 있는 전략적인 마케팅 활동을 추진하고자 한다는 의미에서 마케팅 관점의 마케팅 컨셉과 유사한 성질을 가지고 있다. 그러나 시장지향성은 마케팅보다 폭 넓은 의미로서 소비자들을 비롯한 기업들에 영향을 미칠 수 있는 여러 가지 환경적인 변수들을 시장 정보로 인식한다는 것을 포함하고 있다[Shapiro, 1988].

시장지향성은 단순히 기업의 활동에서 마케팅적인 중요성만을 강조하는 것이 아니라 최종적으로 고객들의 가치 창출을 위하여 모든 구성원들이 시장지향성 사고를 기업의 핵심적인 경영철학으로 인지하고 갖추고 있어야 한다는 것을 의미하는 것이다.

2.5 업무 기술 적합이론

업무 기술 적합이론(Task Technology Fit theory)은 개인이 기업에서 자신의 업무를 수행하는데 있어서 정보기술 시스템이 얼마나 효율적으로 지원해주는지를 의미한다. 이러한 관점에서 개인은 업무성과를 증대시키기 위하여 다양한 기술을 접목시키고 사용하는 주체로 정의할 수 있다.

업무 기술 적합이론에서 기술자원이란, 목표 성과를 달성하기 위한 개인의 업무를 수행하는데 필요한 지원 수단이라고 할 수 있으며, 이러한 업무수행과정은 개인이 다양한 데이터를 입력하여 필요한 정보를 구성하고 출력하는 정보처리 행위를 의미한다[장소라, 전방지, 2007].

업무 기술 적합 이론은 즉 개인이 업무를 수행 할 때, 기술이 업무수행에 필요한 적절한 정보들을 제공해주고, 원만하고 효율적으로 업무를 처리할 수 있도록 함으로써 개인이 최적의 의사결정을 할 수 있도록 지원해주며 이를 통하

여 결과적으로 높은 성과를 이끌어 낼 수 있다는 것을 의미하는 이론이다[Goodhue Thompson, 1995].

업무기술 적합이론의 대표적인 연구자인 Goodhue[1995]는 그의 연구를 통하여 업무와 기술의 적합성이 개인이 최상의 의사결정을 할 수 있도록 지원해주는 역할을 하며 이는 개인의 업무 성과에 다른 요소들에 비하여 더 높은 영향을 준다는 것을 밝혀내었다.

일반적인 정보시스템에 있어서 업무의 특성과 관련된 연구는 매우 중요한 요인으로 작용하고 있다. Goodhue and Thompson[1995]은 과업기술 적합이론(TTF : Task Technology Fit)을 제시하면서 정보기술이 개인의 업무성과에 긍정적인 영향을 주기 위해서는 정보 기술이 사용되어야 하며 이러한 정보 기술들이 개인의 업무에 있어서 과업의 특성(Task Characteristics)에 적합해야 한다고 주장 하였다.

또한 Goodhue[1995]는 업무기술의 적합성이라는 개념을 측정하기 위하여 업무수행 과정을 확인과정, 획득과정, 해석과정의 3가지 세부 과정으로 구분하였으며 이를 다시 12개의 차원으로 세분화 하였고 총 26개의 측정 항목을 개발 하였다. 또한 Goodhue[1995]는 업무기술의 적합성이라는 개념을 측정하기 위하여 업무수행 과정을 확인과정, 획득과정, 해석과정의 3가지 세부 과정으로 구분하였으며 이를 다시 12개의 차원으로 세분화 하였고 총 26개의 측정 항목을 개발 하였다.

Goodhue와 Thompson은 업무활동에 필요한 기술정보와 이를 지원해주는 기술과의 적합성을 시스템 가치 사슬이라고 정의 하였으며, 업무의 적합성에 대한 사용자들의 태도가 개인의 업무 성과에 영향을 준다고 하였다.

시스템 가치 사슬은 가치를 창출하기 위한 업무활동의 요구사항과 정보기술 시스템의 기능적

인 측면의 적합성에 초점을 맞춘다는 점에서 직접적인 성과를 측정하는 기존의 성과 측정 모형과는 다른 형태를 보인다고 하였다.

또한 개인의 업무성과에 관하여 두 가지의 핵심적인 연구 방향인 사용(Utilization) 중심의 연구 관점과 적합성(Fit) 중심의 연구를 융합하여 기술성과사슬이라는 연구 모형을 개발하여 연구하였다. 사용중심의 연구에서는 주로 사용자가 정보 시스템을 사용하는 빈도가 증가할수록 업무의 성과도 지속적으로 상승하는 영향을 준다고 주장하였으며, 적합성 중심의 연구에서는 개인의 업무와 사용하는 기술이 적합할 경우에 업무 성과가 높아질 것이라고 가정하였다.

그러나 이러한 두 가지 관점의 연구에서는 한계점이 나타났는데, 사용 중심의 연구는 많은 수의 사용자들에게 정보기술의 사용은 일상적인 일을 하는 방식이며, 그것은 업무를 위하여 사용하는 행동일 뿐이지 사용자가 스스로 자발적인 환경에서 사용하는 것은 아니며, 부적절한 시스템을 사용하는 활동은 오히려 업무성과에 지장을 줄 수 있다는 의문이 다른 학자들에 의해 제기되었다. 적합성 중심의 연구 관점에서는 사용자가 정보기술을 사용하는 것은 사용자의 습관이나 기업내부의 사회적 분위기와 같은 외부 환경적 요인에 의하여 영향을 받을 수 있기 때문에 적합성에만 초점을 두고 연구하는 것은 업무의 성과를 측정하는데 적절하지 않다는 문제점이 제기 되었다[강소라, 전방지, 2007].

따라서 최근의 업무기술 적합이론과 관련된 연구에서는 개인의 업무성과에 긍정적인 영향을 주는 정보기술에 대하여 정보기술은 반드시 사용되어야 하고, 이러한 정보기술은 관련된 업무에 적합한 기술이어야 한다고 전제 하였다. 즉 개인의 업무환경과 관련된 적합한 기술을 사용하여야만 성과에 영향을 준다는 것이다.

선행 연구들을 바탕으로 정리해 보면, 관광산

업에서 정보시스템이 개인의 성과에 미치는 영향을 파악하기 위해서는, 관광산업에서 업무를 수행하는 활동에서 정보기술을 충분히 활용하는 환경이 마련되어 있어야 하며, 또한 관련 분야의 업무환경과 관련된 적합한 기술이 사용되어야만 업무 성과에 영향을 주는지 검증할 수 있기 때문에, 본 연구에서는 업무기술적합성과 관련된 전제 조건을 충분히 고려하여 관광산업에서 사용되는 정보기술 시스템이 업무성과에 미치는 영향을 검증하기 위한 연구 가설을 설정하였다.

3. 연구 모형 및 가설

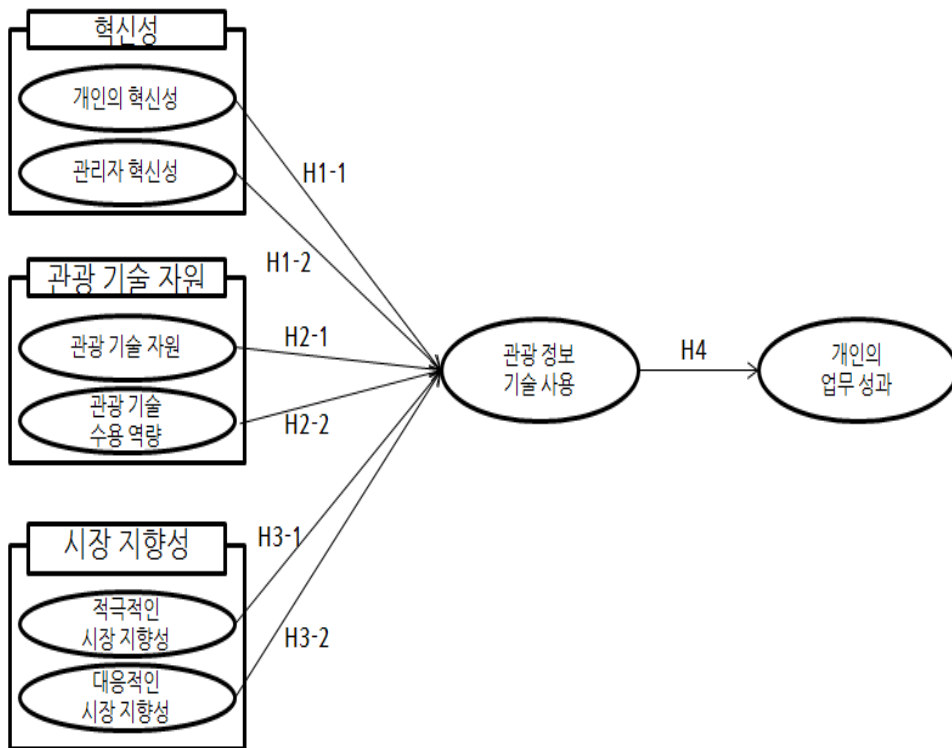
3.1 연구 모형

본 연구에서는 자원기반이론, 시장지향성, 혁신이론을 바탕으로 하여 정보기술의 사용에 영향을 주는 요인으로 혁신성(개인의 혁신성, 관리자 혁신성), 기술자원(기술자원, 역량), 시장지향성(적극적인 시장지향성, 대응적인 시장지향성)의 3가지 요소로 구분하였으며 이들 요소가 정보기술의 사용에 어떠한 영향을 주고, 이러한 정보 기술의 사용이 관광산업에서 기업의 성과에 어떠한 영향을 주는지 알아보기 위하여 <그림 1>과 같이 연구모형을 설정하였다.

본 연구에서는 관광산업에서 정보기술의 사용에 영향을 주는 요인을 혁신성과 기술자원, 시장지향성 이라고 보고, 3가지 요인에 대하여 가설을 설정 하였다.

3.2 연구 가설 설정

James and Yao[2005]는 그들의 연구에서 기



<그림 1> 연구 모형

술수용 이론(TAM)을 바탕으로 하여 정보기술에 대한 개인의 혁신성이 인지된 정보기술의 사용과 정보기술의 사용에 대한 용이성에 영향을 준다는 가설을 검증 하였다.

또한 Yi[2006]는 수정된 기술수용이론(TAM2)과 계획된 행동이론(TPB), 혁신확산이론(IDT)을 활용 하여 정보통신기술에 대한 혁신성이 정보기술의 사용에 동기를 부여하여 정보기술의 사용에 영향을 미치고, 이를 통해 개인의 행동의도에 긍정적인 영향을 준다는 가설을 검증하였다.

본 연구에서는 혁신성과 정보기술에 관계에 대한 연구결과들을 토대로 하여 혁신성을 다음과 같이 정의 하였다.

개인의 혁신성은 관광산업에서 새로운 기술이나 새로운 시스템을 도입하는데 따른 개인의 혁신 요소라고 정의 하였으며 추가적으로 중간관리자의 혁신성 변수를 추가하여 기업의 중간관리자들의 혁신성 또한 정보기술의 사용에 긍정적인 영향을 줄 것이라고 판단하여 가설을 설정 하였다.

H1-1 : 관광산업에서 개인의 혁신성은 정보기술의 사용에 긍정적인 영향을 줄 것이다.

H1-2 : 관광산업에서 중간관리자의 혁신성은 정보기술의 사용에 긍정적인 영향을 줄 것이다.

Zhuanang and Leader[2006]는 그들의 연구에서 자원근거이론(RBV)을 바탕으로 자원을 E-commerce, 인적자원요소, 비즈니스 요소의 3가지로 구분하여 정의 하였으며 이들이 각각 E-commerce의 성과에 긍정적인 영향을 주고, 이를 통해 기업의 성과에 영향을 미친다는 가설을 설정하여 실증분석을 통하여 검증 하였다.

Ray, Barney, and Muhanna[2004]는 마찬가지로

자원으로 자원근거이론(RBV)을 바탕으로 하여 고객서비스에 상용된 기술자원과 IT에 관한 지식, 그리고 핵심역량이 비즈니스 프로세스와 기업의 성과에 영향을 미친다는 가설을 설정하여 검증 하였다.

그리고 Baharadwaj[2000]는 자원근거이론(RBV)을 바탕으로 하여 정보기술 역량이 기업의 성과에 긍정적인 영향을 준다는 가설을 검증 하였다.

본 연구에서는 기술자원과 핵심역량에 대한 선행 연구들의 결과를 토대로 하여 기술자원과 핵심 역량을 다음과 같이 정의 하였다.

기술자원은 관광산업에서 사용하고 있거나 새로 도입된 경쟁력 있는 기술자원이라고 정의 하였으며 핵심역량은 관광산업에서 사용하고 있거나 새로 도입된 기술에 대한 개인 또는 기업의 핵심적인 역량이라고 정의 하였다.

이를 바탕으로 다음과 같은 가설을 설정 하였다.

H2-1 : 관광산업에서 기술자원은 정보기술의 사용에 긍정적인 영향을 줄 것이다.

H2-2 : 관광산업에서 역량은 정보기술의 사용에 긍정적인 영향을 줄 것이다.

Sain and Johnson[2005]은 자원기반이론(RBV)을 바탕으로 하여 기술자원과 기술역량이 개인의 업무 성과에 긍정적인 영향을 준다는 가설을 설정 하였으며, 시장지향성을 조절변수로 설정하여 그 영향을 검증 하였다.

또한 Doinguez, Lgnacio and Torres[2010] 는 관리자의 적극적인 시장 지향성이 기술에 대한 습득과 새로운 기술의 개발에 대하여 영향을 미치며, 이를 통해 개인의 업무 성과에 긍정적인 영향을 준다는 가설을 검증 하였다.

본 연구에서는 시장지향성과 정보기술에 대

한 선행연구들을 바탕으로 하여 다음과 같이 정의 하였다.

시장지향성은 관광산업의 시장상황에 대하여 기업 혹은 개인이 어떠한 시장지향성을 가지고 있는지에 대한 변수로, 시장지향성을 시장상황에 대하여 적극적인 태도를 보이는 적극적인 시장지향성과 대응적인 태도를 보이는 대응적인 시장지향성의 2가지로 정의하였으며 이를 바탕으로 가설을 설정 하였다.

H3-1 : 관광산업 시장에 대한 적극적인 시장지향성은 정보기술의 사용에 긍정적인 영향을 줄 것이다.

H3-2 : 관광산업 시장에 대한 대응적인 시장지향성은 정보기술의 사용에 긍정적인 영향을 줄 것이다.

Lucas and Spittler[2007]는 기술수용이론(TAM)을 바탕으로 중개상인(Broker)과 판매 활동(Sales)을 보조해주는 시스템인 브로커워크스테이션의 사용이 기업의 성과와 개인의 업무성과에 어떠한 영향을 주는지를 검증하였다.

또한 Sundaram[2007]은 기술수용이론(TAM)을 바탕으로 IT기술의 사용에 대한 의도가 IT기술사용의 사용빈도에 영향을 줄 것이며 이를 통하여 개인과 관리자의 성과를 창출할 수 있다는 가설을 검증하였으며 추가적으로 기술에 대한 사용경험과 개인의 연습, 기술에 대한 교육 훈련, 기술에 대한 지원요소에 대하여 조절효과를 검증하였다.

본 연구에는 선행연구의 연구결과를 바탕으로 하여 정보기술과 성과에 대하여 다음과 같이 정의 하였다. 정보기술은 관광산업에서 적용되거나 도입될 정보기술에 대한 사용이라고 정의하였으며 예를 들어 숙박 및 항공사의 예약 시스템이나, 여행정보제공 시스템과 같은 기술을 정

보기술이라고 정의 하였으며, 개인의 업무 성과는 관광산업에서 정보기술의 사용을 통하여 얻게 되는 개인의 업무성과라고 정의하였다. 이를 바탕으로 다음과 같은 가설을 설정하였다.

H4 : 관광산업에서 정보기술의 사용은 개인의 성과에 긍정적인 영향을 줄 것이다.

3.3 연구 조사 방법

본 연구의 설문 구성은 크게 혁신성과 관련된 부분, 기술자원과 관련된 부분, 시장지향성, 정보기술의 사용, 성과, 기타항목의 6개의 부분으로 구분 하여 설문조사를 실시하였다. 혁신성은 각각 개인의 혁신성을 측정하는 문항과 기업의 중간관리자들의 혁신성을 측정하는 두 가지 영역으로 구분하여 측정하였다.

기술자원과 관련된 부분은 자원기반이론에 근거하여 관광산업에서 각각의 기업이 가지고 있는 경쟁력있는 기술자원에 대하여 측정하는 문항과, 이러한 자원들을 효율적으로 사용할 수 있는 능력과 관련된 요소인 핵심 역량의 두 가지 영역으로 구분하여 측정 하였다.

시장지향성과 관련된 영역에서는 시장의 상황변화에 따라 적극적인 대응과 관련된 문항과 시장의 상황변화에 따라 반응적 대응을 하는 문항의 두 가지 영역으로 구분하여 측정 하였다.

정보기술의 사용영역에서는 정보기술사용의 빈도를 묻는 문항과 사용 횟수와 같은 일반적인 사용과 관련된 문항과 익숙하고, 탐색적으로 사용하는 정보시스템의 내재화와 관련된 문항으로 구성하여 측정 하였다.

또한 성과와 관련된 문항은 과업기술적합이론에 근거하여 정보기술의 사용으로 인하여 개인이 업무성과에 어떠한 영향을 주는지 측정하는 문항들로 구성하였다.

마지막으로 기본사항과 관련된 문항은 응답자의 특성을 알아보기 위한 인구 통계학적인 문항으로 구성하여 응답자들의 기본적인 특성을 조사 하고자 하였다.

설문 문항은 국내외의 선행연구들을 바탕으로 하여 리커트 5점 척도를 활용하여 측정 하였으며, 기타 항목은 설문 응답자들의 특성을 파악하기 위한 변수로 구성되어 있으며 이는 일반적인 인구 통계특성에 해당하는 성별, 연령대, 소득수준, 학력 등의 내용으로 구성되어 있으며 이를 통하여 분석에 활용하였다.

설문조사는 관광산업 종사자들을 대상으로 하여 설문지를 설문기간 동안 설문지를 배포한 후 회수하는 방식으로 데이터를 획득 하였다.

본 연구는 업무기술적합도(TTF)를 중심이론으로 하여 세부적으로 혁신성과 기술자원, 시장지향성이 각각 관광산업에서 정보기술의 사용에 어떠한 영향을 주고, 개인의 업무 성과에 어떠한 영향을 미치는지 검증하기 위해 선행 연구들을 바탕으로 하여 측정변수를 도출하였으며 이를 통하여 세부적인 측정도구를 개발하였고, 세부적인 측정도구들을 활용하여 연구 모형을 제시하였다.

또한 설문조사된 데이터를 바탕으로 하여 응답자의 기본적인 성향과 특성을 파악하기 위하여 인구 통계적인 특성 및 기타 사항에 해당하는 항목들을 통계분석 프로그램인 SPSS 20.0을 활용하여 측정하였으며, 척도들의 집중타당성과 판별타당성을 검증하기 위하여 본 연구 모형에 포함된 측정변수들을 활용하여 측정 모형 분석을 하였다[Anderson and Gerbing, 1992]. 먼저 집중타당성 분석을 위하여 탐색적 요인분석과 신뢰성 지표를 이용하여 타당성을 검증하였다. 요인분석은 통계분석 프로그램 Smart PLS 2.0을 활용하여 확인적 요인분석을 진행 하였는데, 본 연구에서 사용된 변수들은 이미 경영학분야

와 마케팅 분야에서 다양한 연구들을 통하여 충분히 검증된 변수들을 활용하여 관광산업분야에 적용하였기 때문에 확인적 요인분석의 방법을 사용하여 요인분석을 진행 하였다. 또한 변수의 각 문항의 신뢰성 검증을 위하여 Cronbach's α 값을 측정하였다.

측정 모형의 검증을 통하여 신뢰성과 타당성을 확보한 후, 구조방정식 모형의 분석을 위하여 구조방정식 소프트웨어 중 하나인 Smart PLS 2.0을 활용하여 가설검증을 위한 경로 분석을 수행 하였다[Chin, 1998].

4. 분석 결과

4.1 측정 변수

기존의 연구에서 사용되던 정보시스템과 업무성과에 대한 측정도구는 대부분 마케팅 분야와 경영학과 같은 환경에 적합하게 구성되어 있기 때문에 관광분야에 적합하게 변수의 정의를 해야 할 필요가 있으며, 관광산업의 환경에 적합한 측정변수의 개발 또한 필요하다.

이에 따라 본 연구에서는 관광산업의 환경에서 정보기술의 사용에 영향을 주는 요인을 혁신성과 관광기술자원, 그리고 시장지향성의 3가지 요인으로 구분하였으며, 각각의 요인들은 다시 세부적으로 혁신성을 개인의 혁신성과 관리자의 혁신성으로 구분하였고, 관광기술자원을 각각 관광 기술자원과 관광기술 수용역량으로 구분하였으며, 시장지향성을 적극적인 시장지향성과 대응적인 시장지향성으로 구분하여 총 6가지 요인으로 분류하였으며 이러한 변수들이 관광산업에서 정보기술의 사용에 어떠한 영향을 주는지 측정 하였다. 또한 관광산업에서 정보기술의 사용을 통하여 관련업계 종사자들이 자신의 업무에 어느 정도 영향을 미치는지 알아보기

위하여 정보기술의 사용과 개인의 업무성과와의 관계를 측정 하였다.

4.2 기초 분석

가설의 검증을 위한 설문데이터는 관광산업 관련 업계 종사자들을 대상으로 하여 2014년 4월 14일부터 2014년 5월 13일까지 총 30일간 진행 되었으며 총 130명을 대상으로 응답자의 동의를 구한 후, 설문조사에 참여할 의향이 있는 인원을 대상으로 하여 총 4페이지로 구성된 설문지를 배부한 후, 약 10분 정도 후, 회수하는 방식으로 하여 설문 데이터를 회수 하였다. 총 130부를 배부하였으며, 설문지를 배부하고 바로 회수하는 방식을 취하였기 때문에, 130부 전량을 회수 할수 있었으며, 이중 불성실 하거나 미기입 등의 오류가 있는 데이터 10부를 제외한 총 120부의 유효한 데이터를 획득하였다.

설문조사는 응답자들의 특성을 살펴보기 위하여 인구 통계적인 특성에 관한 16개의 문항을 측정하였으며, 설립 연도나 월평균 소득 기업의 총 예산과 같은 응답하기 민감한 항목에 대한 것은 가설검증에 특별히 영향을 미치지 않는 기본적인 문항이라고 판단하여, 응답자들로 하여금 기입하기 어려울 경우에 한하여 미 기입도 허용하기로 공지한 후 설문조사를 진행하였다.

본 연구의 인구 통계적인 특성은 <표 1>과 같다. 응답자는 남성이 48명(40%), 여성이 72명(60%)로 여성응답자가 조금 더 많은 것으로 측정 되었다.

응답자의 연령대를 살펴보면, 관련 업계에 종사하고 있는 인원을 대상으로 한 설문 조사가 때문에, 20세 미만은 없는 것으로 측정 되었으며, 마찬가지로 60세 이상인 응답자도 없는 것으로 나타났다. 응답자들은 20세~29세가 26명(21.7%), 30~39세가 57명(47.5%), 40~49세가 29명(24.2%),

<표 1> 인구 통계적 특성

구 분	범주	빈도	비율
성별	남성	48	40.0%
	여성	72	60.0%
	합계	120	100%
연령	20세 미만	0	0%
	20~29 세	26	21.7%
	30~39 세	57	47.5%
	40~49 세	29	24.2%
	50~59 세	8	6.7%
	60세 이상	0	0%
	합계	120	100%
최종 학력	고등학교 졸업 이하	10	8.3%
	대학(전문대포함) 재학	8	6.7%
	4년제/전문대학 졸업	82	68.3%
	대학원 졸업 이상	20	16.7%
	합계	120	100%
전체 표본 수(N)		120	

50~59세가 8명(6.7%)으로 30대가 가장 많은 것으로 나타났으며 다음으로 40대, 20대 순으로 나타나 대다수의 응답자가 관련 업계에서 종사 중인 인원을 대상으로 했기 때문에 30대 이상인 것으로 나타났다.

다음으로 응답자들의 학력 수준을 살펴보면, 고등학교 졸업 이하인 집단이 10명(8.3%), 대학 및 전문대 재학중인 응답자가 8명(6.7%), 4년제 및 전문대학 졸업이 82명(68.3%) 대학원 졸업 이상이 20명(16.7%)로 대다수의 응답자가 대학 졸업 이상의 학력을 가지고 있다고 조사 되었다.

또한 본 연구는 관광산업 종사자들의 정보기술의 사용과 업무성과를 측정하기 위한 연구이기 때문에 응답자들의 직업에 대한 특성이 추가적으로 조사되어야 한다고 판단하여, 응답자들의 직업 특성과 관련된 직업, 종사하는 업종, 그리고 응답자들이 일반종사자인지, 관리자인지 파악하기 위하여 직급에 관련된 문항을 추가하여 측정 하였다.

먼저 응답자들의 직업을 살펴보면, 학생이 3명(2.5%), 회사원이 81명(67.5%)으로 나타났으며 전문직 종사자가 10명(8.3%), 자영업 9명(7.5%) 공무원 1명(0.8%), 그리고 기타 직업군이 16명(13.3%)로 나타나 응답자들의 대부분이 회사원인 것으로 나타났다. 또한 학생이라고 응답한 3명의 응답자는 관광분야에서 석사 및 박사과정을 공부중인 학생으로 응답자들은, 관광분야에서 공부하거나, 관광업계와 관련된 일을 하고 있는 집단인 것이 확인 되었다.

세부적인 응답자들의 업종을 살펴보면 호텔업에 종사하고 있는 집단이 36명(30%), 외식산

업 18명(15%), 관광공사나 문화체육관광부와 같은 공공기관 종사자 15명(12.5%), 여행업계 7명(5.8%), 기업 연구소 1명(0.8%), 컨벤션 산업 16명(13.3%)로 조사 되었으며 이외에 서비스업, 유통업, 지방공기업, 교육업과 같은 기타라고 응답한 업종이 총 24명(20%)으로 나타나 응답자들은 대부분 호텔업과 외식산업 컨벤션 산업과 같은 관광산업에 종사중인 것으로 추정되어 연구의 표본 집단으로 선정하기에 충분한 집단이라고 판단되었다.

마지막으로 응답자들의 직급을 살펴보면, 일반직원이 40명(33.3%), 대리 및 과장이 35명(29.2%), 차장 및 부장이 18명(15%), 임원 및 사장이 16명(13%), 전임강사나 인턴과 같은 기타 직급이 총 8명(6.7%) 그리고 응답하지 않은 인원이 2명으로 추정되어 일반 종사자와, 중간관리자 집단, 그리고 임원급 집단이 골고루 분포 되어 있는 것으로 나타났다. 조사된 결과를 표로 정리하면 <표 2>와 같다.

<표 2> 직업, 업종, 직급 분석

구 분	범주	빈도	비율
직업	학생	3	2.5%
	회사원	81	67.5%
	전문직 종사	10	8.3%
	자영업	9	7.5%
	공무원	1	0.8%
	기타	16	13.3%
	합계	120	100%
업종	호텔업	36	30.0%
	외식산업	18	15.0%
	IT 기업	0	0%
	공공기관(관광공사 등)	15	12.5%
	여행업	7	5.8%
	제조업	2	1.7%
	기업 연구소	1	0.8%
	컨벤션 산업	16	13.3%
	기타	24	20.0%
	합계	120	100%
직급	직원	40	33.3%
	대리/과장	35	29.2%
	차장/부장	18	15.0%
	임원/사장	16	13.3%
	기타	8	6.7%
	합계	118	98.3%
전체 표본 수(N)		120	

4.3 연구 변수의 측정 방법

본 연구의 설문문항은 인구 통계적인 특성과 관련된 16개의 문항과 가설검증을 위한 측정항목 총 80개로 구성되어 있다. 연구변수는 업무 기술 적합도 이론과, 자원기반이론, 혁신성 이론, 시장지향성과 관련된 선행연구 및 자료를 토대로 관광산업 분야에 적합하도록 작성되었으며, 연구 변수의 각 항목들은 리커트 5점 척도를 활용하여 측정 하였다. 변수들을 측정하기 위한 설문 항목들은 기존 연구들에서 사용하였던 항목들을 기반으로 하여 본 연구의 상황에 적합하도록 수정하여 완성 하였으며 인구통계적인 특성과 관련된 16개 문항을 제외한 최초의 80개 문항을 전문가 2명의 검토 및 변수들의 분석을 통하여 최종적으로 36개 문항을 분석에 활용하

였다.

우선 혁신성을 측정하기 위하여 개인의 혁신성과 관련하여 4개 문항을 사용하였으며 관리자의 혁신성과 관련된 문항은 4개 문항이 사용되었다.

다음으로 관광기술자원을 측정하기 위하여 관광기술자원과 관련된 4개 문항과 관광기술 수용역량과 관련된 4개 문항을 사용하였다.

시장지향성을 측정하기 위하여 반응적인 시장지향성과 관련된 4개 문항, 대응적인 시장지향성과 관련된 3개 문항을 사용하여 측정하였으며, 관광정보 기술사용을 측정하기 위하여 8개 문항을 사용하였으며 마지막으로 개인의 업무성과를 측정하기 위하여 5개의 문항을 사용하여 측정하였다.

4.4 신뢰성 및 타당성 분석

본 연구는 측정변수들의 신뢰성과 타당성을 검증하기 위하여 연구 모형에 포함된 연구 단위들의 측정 모형을 분석하였다[Anderson, 1992].

연구 모형은 혁신성과 관광기술자원, 시장지향성, 관광 정보 기술의 사용, 그리고 개인의 업무 성과에 대한 변수를 사용하여 측정 하였으며 이를 통하여 확인적 요인분석의 방법과 신뢰성 지표를 활용하여 연구 모형의 신뢰성과 타당성을 검증 하였다.

요인분석은 기존의 선행 연구들에서 이미 많이 검증되었고, 충분히 분석이 된 변수들을 차용하였기 때문에 탐색적 요인분석의 방법보다 확인적 요인분석이 적합하다고 판단하여 요인분석을 실시하였으며, 분석에는 Smart PLS 2.0 프로그램을 활용하여 분석하였다. 또한 변수의 측정을 위하여 사용된 각 문항들의 신뢰성을 검증하기 위하여 Cronbach's α 값을 측정하여 검증 하였다(<표 3> 참조).

우선 요인분석은, 확인적 요인분석의 결과 각 요인의 적재량은 0.4 이하일 경우 수치가 낮다고 판단 하지만[정충영, 1998], 본 연구에서는 요인 적재량이 <표 4>와 같이 대부분 0.5 이상으로 나타나 기준 요구사항을 충족하는데 무리가 없다고 판단되어 타당성이 입증 되었다[Challagalla and Shevani, 1996].

다음으로 측정 요인들의 신뢰성을 확보하기 위하여 Cronbach's α 계수를 확인 하였다. 신뢰도의 경우 기준치인 0.7 이상으로 측정될 경우 일반적으로 항목들의 신뢰성을 확보 하였다고 판단하는데[Nunnally 1978], Cronbach's α 계수의 범위가 0.871~0.945의 범위로 나타나 기준치인 0.7 이상을 상회하는 수치로 나타났기 때문에 각각의 측정 변수들은 신뢰도를 확보 한 것으로 검증 되었다. 또한 합성신뢰성(CR : Composite Reliability)을 검증 하였는데, 합성신뢰성은 개념신뢰성 이라고도 하며, 동일한 조건에서 동일한 개념에 대하여 반복측정 하였을 경우 같은 결과를 보이는 정도를 나타낸 지수로, 측정변수들의 내적 일관성을 설명하는 것이다. 일반적으로 0.7보다 크면 수용할 만한 수준을 나타내는데[Thompson, 1995], 검증결과 기준치보다 높은 0.914~0.960의 범위로 나타나 구성요인들이 내적 일관성을 가지고 있는 것으로 나타났다.

마지막으로 수렴 타당성을 검증하기 위하여 평균분산 추출값(AVE : Average Variance Extracted)을 측정 하였다. AVE 값이 클 경우 잠재 변수가 설명하고 있는 측정요인의 분산이 크다는 것을 의미하며 이것은 수렴타당성이 크다는 것을 나타낸다. AVE 값의 검증결과를 살펴보면 0.722~0.858의 범위로 나타나 기준치인 0.5를 상회하는 값이 측정되었기 때문에 수렴타당성을 확보하고 있는 것으로 검증 되었다[Chin, 1998].

마지막으로 타당성을 검증하기 위하여 판별

타당성 또한 측정 하였는데, 판별 타당성은 AVE 값을 활용하여 측정하며, AVE의 제곱근의 값이 다른 상관계수들보다 클 경우, 판별타당성이 있는 것으로 판단한다[Fronell and Larcker, 1981]. 측정결과 모든 잠재 변수들의 상관계수 값과 AVE의 제곱근의 값을 비교한 결과 AVE의 제곱근 값이 다른 상관계수들과 비교하여 높은 수치로 나타났기 때문에 측정요인들의 판별 타당성이 충족되었음을 알 수 있다. 신뢰성과 타당성의 검증결과를 정리하면 <표 5>와 같다.

<표 3> 신뢰성 및 타당성 분석

구 분	AVE	Cronbachs Alpha	Composite Reliability
개인의 업무성과	0.814	0.943	0.956
개인의 혁신성	0.736	0.881	0.918
관리자 혁신성	0.762	0.897	0.927
관광기술 수용역량	0.858	0.945	0.960
관광 기술자원	0.810	0.921	0.944
대응적인 시장지향성	0.727	0.874	0.914
적극적인 시장지향성	0.795	0.871	0.921
관광정보 기술의사용	0.722	0.945	0.954

4.5 가설의 검증

본 연구는 측정 변수들의 검증을 통하여 신뢰성과 타당성이 확보 되었다고 판단하였기 때문에 구조 방정식 모형의 분석을 통하여 가설을 검증 하였다. 구조 방정식 분석에는 PLS 소프트웨어인 Smart PLS 2.0 프로그램을 사용하여 분석 하였으며, 가설검증을 위한 경로분석을 위하여 부트스트랩(Bootstrap) 분석을 이용 하였다[Chin, 1998]. PLS 분석은 표본의 크기와 잔차의 분포에 대한 요구사항이 비교적 엄격하지 않으며, 이론적인 구조모형의 평가와 동시에 측정 모형에 대하여 평가를 할 수 있는 기법이다. 또한 측정항목과 구성 요인들 간의 관계가 인과적

인 관계를 형성하고 있을 경우 매우 효과적인 분석 방법인데, 본 연구의 구성요인들의 관계가 인과관계의 성격을 가지고 있으며 관광정보기술의 사용과 개인의 업무성과에 미치는 요인들의 효과를 분석하는 것이 연구의 목적이기 때문에 PLS를 분석 도구로 선택 하였다. 또한 PLS의 경우 정보시스템과 관련된 사회현상을 연구하는데 매우 적절한 도구라고 평가되며, 연구모형이 비교적 이론의 초기 단계에 있을 경우 매우 효과적인 분석기법이라고 평가되는데, 현재 관광 분야에서 정보기술의 사용과 업무성과에 관련된 연구가 미흡하다고 판단하였기 때문에 PLS 분석 기법이 본 연구에 적합하다고 판단하여 분석기법으로 선택 하였다[Barclay, 1995].

요인들의 가설검증 결과는 다음과 같다. 본 연구의 가설검증 결과는 총 2가지로 범주화 하여 구분할 수 있는데, 혁신성과 관광기술자원 그리고 시장지향성과 관광정보기술 사용과의 관계, 관광정보기술의 사용과 개인의 업무성과와의 관계의 2가지 부분으로 살펴 볼 수 있다.

우선 혁신성과 관광정보기술의 사용과의 관계를 살펴보면, 개인의 혁신성과 관광정보기술과의 관계(H1-1 : $\beta = 0.457$, $t = 5.430$)는 통계적으로 유의한 것으로 나타났다. 그러나 관리자의 혁신성과 관광정보기술과의 관계(H1-2 : $\beta = -0.205$, $t = 2.219$)는 부의 영향을 주는 것으로 나타났는데, 이러한 결과는 관광산업의 특성과 관련이 있다.

관광산업의 경우 다른 산업군에 비하여 조직의 성격이 집권화가 강한 조직이다. 관광산업의 경우 관광정책이나 관광행적 조직들이 중앙으로 집권화 되어있는 성격이 강한 집단으로 개발정책이나 정보기술의 도입에 있어서 효율성을 달성하기에 많은 문제점이 도출되고 있다[이광원, 1998].

집권화란 의사결정권과 명령 및 지휘권이 조

〈표 4〉 확인적 요인 분석

	대응적 시장 지향성	개인 업무 성과	개인의 혁신성	관리자 혁신성	기술 역량	기술 자원	적극적 시장 지향성	정보기술 사용
REA1	0.891							
REA2	0.891							
REA3	0.819							
REA4	0.807							
IP1		0.892						
IP2		0.877						
IP3		0.921						
IP4		0.902						
IP5		0.917						
PINO1			0.889					
PINO2			0.830					
PINO3			0.845					
PINO4			0.867					
MINO1				0.869				
MINO2				0.872				
MINO3				0.877				
MINO4				0.873				
ITC1					0.939			
ITC2					0.945			
ITC3					0.933			
ITC4					0.887			
IF1						0.845		
IF2						0.899		
IF3						0.914		
IF4						0.939		
PRO2							0.878	
PRO3							0.919	
PRO4							0.878	
INFU1								0.883
INFU2								0.834
INFU3								0.862
INFU4								0.886
ISU1								0.863
ISU2								0.897
ISU3								0.743
ISU4								0.817

주) REA : 대응적인 시장지향성, IP : 개인의 업무성과, PINO : 개인의 혁신성, MINO : 관리자 혁신성, ITC : 관광기술 수용역량, IF : 기술자원, PRO : 적극적인 시장지향성, INFU, ISU : 정보기술 사용.

〈표 5〉 상관관계 및 판별타당성 분석결과

	개인의 업무성과	개인의 혁신성	관리자 혁신성	기술역량	기술자원	대응적 시장 지향성	적극적 시장 지향성	정보기술 사용
개인의 업무 성과	0.902							
개인의 혁신성	0.479	0.858						
관리자 혁신성	0.524	0.580	0.873					
기술역량	0.790	0.501	0.451	0.926				
기술자원	0.693	0.614	0.551	0.679	0.900			
대응적 시장 지향성	0.627	0.635	0.787	0.593	0.648	0.853		
적극적 시장 지향성	0.480	0.513	0.690	0.484	0.498	0.784	0.891	
정보기술 사용	0.653	0.712	0.442	0.657	0.668	0.592	0.532	0.850

직의 상부층이나 상급조직에 집중되어 있는 것을 말하는데[Hall, 1991], 조직의 집권화가 심한 조직일수록 최고 관리자들은 직원들에 대하여 좀 더 많은 권한을 가지고 있으며 하위 직원들과의 의사소통이 원활하지 않기 때문에, 관리자 계층과 하위그룹, 그리고 하위 직원들간에 정보의 교환이나 지식의 교환이 활발하지 않게 된다[Moon, 1999].

조영복[1996]은 조직문화와 정보기술의 성공과의 관계를 검증 하였는데, 집권화된 조직일수록 정보기술의 성공에 음의 상관관계가 있다고 검증 하였으며, 이향수[2005] 또한 정보기술의 사용과 지식관리 활동에 있어서 집권화된 조직일수록 부의 영향을 주는 것으로 주장하였다. 따라서 관광산업 또한 집권화된 성격이 강한 조직이기 때문에 관리자의 혁신성이 정보기술의 사용에 있어서 부의 영향을 준다고 판단하였다.

다음으로 관광 정보기술자원과 관광 정보기술의 사용과의 관계를 살펴보면 관광정보기술자원과 관광정보기술의 사용(H2-1 : $\beta = 0.209$, $t = 2.573$), 그리고 관광기술수용 역량과 관광정보기

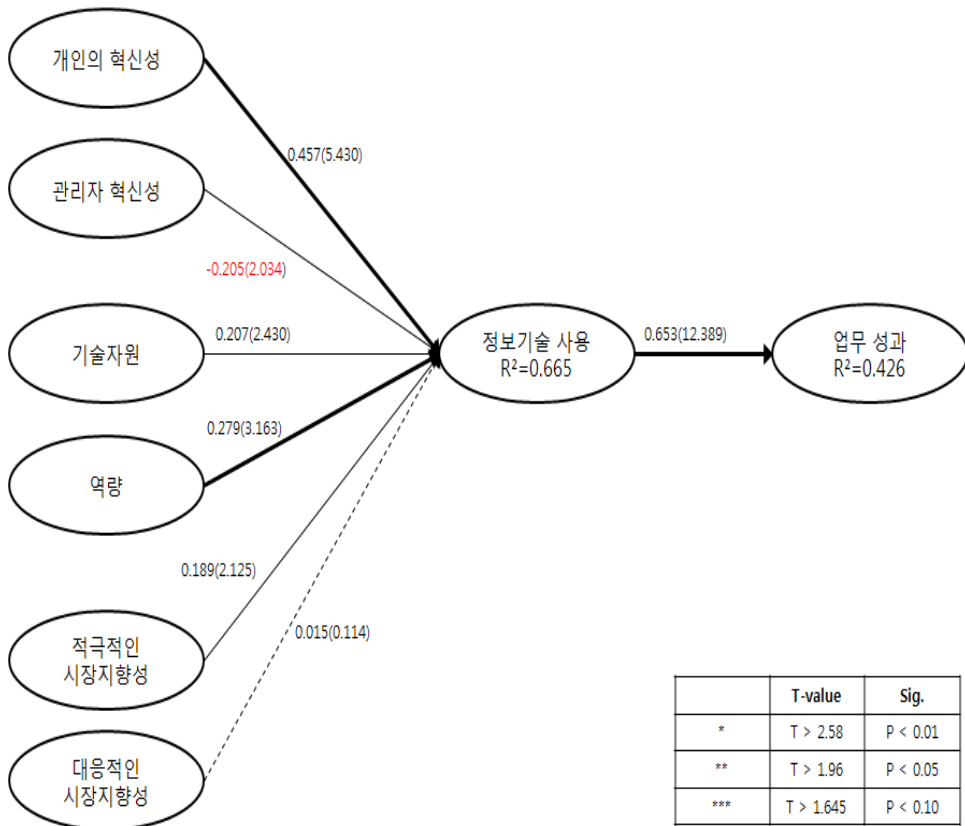
술의 사용과의 관계(H2-2 : $\beta = 0.281$, $t = 3.538$)가 모두 긍정적인 영향을 주는 것으로 나타났다. 이는 자원근거이론(RBV)과 유사한 결과가 나타났다으며, Leader[2006]와 Barney[2004]의 연구 결과에서 나타난 것처럼 정보기술자원과 정보기술역량이 정보기술의 사용과 성과에 긍정적인 영향을 준다는 것과 유사한 결과가 나타났다. 따라서 관광산업에서도 관광정보기술자원과 관광기술 자원수용 역량이 관광정보기술의 사용에 긍정적인 영향을 준다고 판단하였다.

다음으로 시장지향성과 관광정보기술 사용과의 관계를 살펴보면, 적극적인 시장지향성과 관광정보기술 사용과의 관계(H3-1 : $\beta = 0.189$, $t = 2.125$)는 긍정적인 영향을 주는 것으로 나타났지만, 대응적인 시장지향성과 관광정보기술 사용과의 관계(H3-2 : $\beta = 0.015$, $t = 0.114$)는 영향이 없는 것으로 나타났다. 대응적인 시장지향성의 경우 측정문항이 주로 경쟁기업의 전략이나 기술에 대한 자신의 기업의 반응에 대한 문항으로 구성되어 있는데, 관광산업의 경우 앞서 통계수치에 나온 것처럼 전체 사업체의 25% 정도만 전자상거

래시스템을 사용하고 있으며 또한 관광산업의 경우 기본적인 예약 시스템이나 숙박, 항공예약과 같은 기초적인 정보기술을 사용하고 있는 것으로 나타났다. 이와 같이 경쟁업체와 비슷한 수준의 정보기술을 사용하고 있기 때문에 내부적으로 발전을 원하거나 고객과의 관계를 개선하기 위한 적극적인 시장지향성의 경우 유의한 영향을 주지만, 경쟁업체와의 상황과 관련된 반응적인 시장지향성의 경우 정보기술의 사용에 영향을 주지는 않는 것으로 판단되었다. 그러나 선행연구의 결과에서 나타난 것 처럼, 대응적인 시장지향성 또한 정보기술의 사용에 긍정적인 영향을 준다는 것이 다른 산업을 통하여 충분히 증명되었기 때문에, 관광산업에서도 적극적인

시장지향성을 간과하지 말고 충분히 고려해야 할 것이다.

마지막으로 정보기술의 사용과 개인의 업무성과와의 관계(H4 : $\beta = 0.653, t = 12.389$)는 긍정적인 영향을 주는 것으로 나타났는데, 이는 기술수용이론(TAM)과 업무기술적합도(TTF)와 유사한 결과로 나타났으며 Spittler[2007]와 Sundaram[2007]의 연구에서 나타난 것 처럼, 정보기술사용의 빈도가 개인과 관리자의 업무에 대한 성과를 창출 할 수 있다는 연구 결과와 유사한 결과가 나타났다. 따라서 관광 산업에서도 관광 정보기술 사용을 통하여 종사자들의 업무성과에 긍정적인 영향을 줄 수 있다고 판단 하였다. 가설의 검증 결과를 정리하면 <그림 2>와 같다.



<그림 2> 구조방정식 분석결과

5. 결 론

본 연구는 관광산업에서 관광정보기술의 사용이 개인의 업무성과에 어떠한 영향을 미치는지를 알아보기 위하여 업무기술적합도(TTF)를 바탕으로 자원근거이론, 혁신성이론, 시장지향성을 기반으로 하여 관광정보기술의 사용에 영향을 주는 요인들을 알아보고 개인의 업무성과와의 관계를 파악하고자 연구를 진행 하였다.

연구 결과 관광정보기술에 영향을 주는 요인을 선행연구들의 결과를 기반으로 하여 혁신성과 관광정보기술자원, 시장지향성의 3가지로 구분하였으며 각 항목들에 대하여 신뢰성과 타당성을 검증한 결과 유의한 결과를 얻었다. 연구 목적을 달성하기 위한 연구 가설을 총 7개로 구성하였으며 이중 기각된 가설 1개와 부의영향을 미치는 가설 1개를 제외한 5개의 가설이 채택 긍정적인 영향을 주는 것으로 검증되었다.

연구결과는 첫 번째로, 혁신성과 관광정보기술의 사용과의 관계를 검증 하였는데, 개인의 혁신성은 관광정보기술의 사용에 긍정적인 영향을 주는 것으로 나타났지만, 관리자 의 혁신성의 경우, 관광산업의 특성상 집권화된 성격이 강한 조직이기 때문에 정보기술의 사용에 음의 영향을 주는 것으로 검증 되었다.

두 번째로 관광기술자원과 관광기술의 사용과의 관계를 검증한 결과 높은 수준의 관광정보기술자원 일수록 관광정보기술 사용에 긍정적인 영향을 주는 것으로 검증 되었으며, 또한 이를 수용할 수 있는 관광기술 수용역량 또한 관광정보 기술사용에 긍정적인 영향을 주는 것으로 나타나, 자원기반이론 및 과업기술 적합도이론과 유사한 결과가 검증되었다. 이는 관광산업분야에서도 독특하고 경쟁력 있는 기술자원과, 또한 이러한 기술자원을 수용할 수 있는 역량이 정보기술을 도입하고 사용하는데 중요한 역할을 한다는 것으로 여겨진다.

세 번째로 시장지향성과 정보기술의 사용과의 관계 에서는 내부 고객의 요구사항과 발전을 위한 적극적인 시장지향성의 경우 정보기술의 사용에 긍정적인 영향을 주는 것으로 나타났다. 그러나, 아직까지 정보기술의 사용이 미흡한 관광산업의 경우 경쟁업체의 상황에 따라 반응하는 반응적인 시장지향성의 경우 관광정보기술의 사용에는 영향을 주지 않는 것으로 검증 되었다. 마지막으로 관광정보기술의 사용과 개인의 업무성과와의 관계에서는 관광정보기술의 사용이 활발할수록, 개인의 업무성과에도 긍정적인 영향을 주는 것으로 나타나, 관광산업에서도 종사자들의 업무성과를 향상시키기 위하여 정보기술이 중요한 역할을 한다는 것을 검증 하였다. 본 연구에서는 통계자료들에서 나타난 것처럼 관광산업에서 정보기술의 사용이 미흡하고 또한 관광산업에서 정보기술활용과 업무성과와의 관계에 관한 연구가 미흡한 상황에서, 정보기술 시스템의 사용이 업무성과에 충분한 영향을 미친다는 결과를 보여줌으로 인하여 관련 연구의 범위를 확대 시켰으며, 이미 경영학분야에서 충분한 검증이 이루어진 업무기술적합도(TTF)와 자원 기반이론(RBV) 그리고 시장지향성과 혁신성이론을 관광산업 분야에 적용하여 검증함으로써 관련 연구의 범위를 확대 시킨데 이론적 의의가 있다고 할 수 있다.

또한 실무적인 관점에서는 정보기술의 사용을 활발하게 하기 위한 효율적인 지침을 제시한다고 할 수 있다. 정보기술의 사용에 부정적인 영향을 미치는 집권화 된 조직문화가 개선되어야 할 필요가 있다고 검증 되었다. 조직의 문화가 집권화 되어 있을수록, 정보기술의 교류 및 공유가 어려워지기 때문에, 집권화 된 조직보다는 의사결정과정에 분권화를 추구해야 한다는 것을 시사하고 있다.

시장지향성 측면에서 보면, 내부적인 시장지

향성뿐만 아니라 경쟁기업과의 상황과 관련된 대응적인 시장지향성 또한 정보기술의 사용에 영향을 줄 수 있는 요소이기 때문에, 충분히 고려하여야 할 것임을 시사하고 있다.

본 연구는 이미 경영학과 마케팅 분야에서 충분히 검증된 이론과 선행연구를 분석하여 체계적으로 연구를 추진하였으나 몇 가지 한계점을 가지고 있다.

본 연구의 한계점으로는 조사대상의 표본집단이 120명으로 검증에는 충분하지만, 결과를 일반화 시키기에는 표본의 수가 부족하다. 따라서, 추후 지속적인 연구를 통하여 다양한 표본과 많은 수의 표본을 확보하여 연구를 진행해야 할 필요가 있다. 또한 표본을 수집한 장소가 서울로 한정되어 있기 때문에, 지역적인 특성이 반영되지 않은 점을 한계점으로 들 수 있다. 추후 후속연구를 통하여 지역적인 특성을 반영할 수 있는 연구를 진행할 필요가 있다.

마지막으로, 정보기술의 사용에 영향을 줄 수 있는 요인으로 혁신성과 기술자원, 시장지향성의 3가지 요소만 고려하였기 때문에 구성 개념에 대한 한계점을 들 수 있다. 따라서, 추후 연구에서는 정보기술의 사용에 영향을 줄 수 있는 다양한 요인들을 추가적으로 분석한 연구가 이루어 진다면 관광산업에서 정보기술의 사용에 대한 다양한 관점에서의 평가가 가능할 것이다.

참 고 문 헌

- [1] 강소라, 전방지, “과업기술적합도(TTF)가 그룹지원 시스템(GSS)의 사용 및 성과에 미치는 영향”, *기술혁신학회지*, 제10권, 제2호, 2007, pp. 755-788.
- [2] 기록으로 본 한국의 정보통신 역사 2, 진한 엠앤비, 2012.
- [3] 김용겸, 김인호, “정보시스템 전략과 기업 전략 간 전략적 연계의 연구에 관한 연대 기적 고찰 : 경영관리과정을 중심으로”, *기업경영연구*, 제20권, 2005, pp. 107-137.
- [4] 국가통계포털 관광사업체 전자상거래 활용 형태 추이, 국가통계포털, 2013.
- [5] 김경윤, 윤세목, “호텔회계 시스템 품질이 이용자 태도와 호텔경영성과에 미치는 영향”, *대한관광경영학회*, 제23권, 제2호, 2008, pp. 79-102.
- [6] 김태구, 조문수, “사회적 영향, 적합성과 개인 혁신성이 호텔정보시스템 수용행동에 미치는 영향”, *관광학연구*, 제31권, 제5호, 2007, pp. 137-156.
- [7] 박종영, “중소기업 정보화 수준 평가 체계 개발 및 실태조사”, *중소기업연구원*, 2001.
- [8] 아시아경제, 호텔 스마트해지다 www.asiae.co.kr, 2011.
- [9] 이광원, *관광자원론*, 기문사, 1998.
- [10] 이춘우, “자원기반관점의 연구지평 확장 방향 탐색 : 중소기업 자원경영의 전략적 과제를 중심으로”, *중소기업연구*, 제31권, 제1호, 2009, pp. 51-71.
- [11] 이향수, “정부조직 지식관리활동 영향요인에 관한 연구”, *한국행정학보*, 제39권, 제4호, 2005, pp. 273-298.
- [12] 이형룡, 이금실, “호스피탈리티 기업의 스마트 모바일 오피스(SMO) 수용에 관한 탐색적 연구 : 하드 래더링 기법을 적용한 사용자의 가치구조 분석”, *관광학 연구*, 제36권, 제3호, 2012, pp. 11-34.
- [13] 임연우, 유희경, “여행의 정보화가 경영성과에 미치는 영향분석”, *대한관광경영학회*, 제24권, 제6호, 2010, pp. 333-351.
- [14] 정충영, 최이규, “SPSSWIN을 활용한 통계분석”, 서울 : 무역경영사, 1998.
- [15] 조영복, “조직 구성원의 심리적인 특성과 조

- 직구조, 그리고 조직문화가 정보기수의 성공에 미치는 영향”, *대한경영학회*, 제14권, 1997, pp. 73-104
- [16] 최만기, 이지우, “조직혁신에 관한 통합모형의 탐색 : 한국인사조직학”, 한국 기업의 변화와 혁신, 다산출판사, 1997.
- [17] 한국정보사회진흥원, 2013년 국내 기업 E-비즈니스와 IT 활용 조사 보고서, 2012.
- [18] 휴넷 MDA News Letter 2006년 27권 7월호 자원준거관점의 전략적 의의, 2006.
- [19] Arts, J. W. C., Frambach, R. T., and Bijmolt, T. H. A., “Generalizations on consumer innovation adoption : A meta-analysis on drivers of intention and behavior”, *International Journal of Research in Marketing*, Vol. 28, No. 2, 2011, pp. 134-144.
- [20] Baharadwaj, A. S., “A Resource-Based Perspective on Information Technology Capability and Firm Performance : An Empirical Investigation”, *MIS Quarterly*, Vol. 24, No. 1, 2000.
- [30] Barney, J. B., “Resource-based theories of Competitive Advantage : A Ten-year Retrospective on the Resource-based view”, *Journal of Management*, Vol. 27, No. 6, 2001, pp. 643-650.
- [31] Barney, J. B., “Integrating Organizational Behavior and Strategy Formulation Research : A resource based analysis”, *Advances in Strategic Management*, 1991.
- [22] Birger, W., “A resource-based View of the Firm”, *Strategic Management Journal*, Vol. 5, 1984, pp. 171-180.
- [21] Brown, R. M., Amy, W. G., and James, O. H. Jr, “Strategic information systems and financial performance”, *Journal of Management Information Systems*, Vol. 11, No. 4, 1995, pp. 215-248.
- [24] Cooper, C. L., “Can We Live with the Changing Nature of Work?”, *Journal of Managerial Psychology*, 1998, pp. 569-572.
- [25] Drucker, P. F., *Post-capitalist society*, Routledge, 1993.
- [27] Goodhue, D. L. and Thompson, R. L., “Task-technology Fit and Individual Performance”, *MIS Quarterly*, 1995, pp. 213-236.
- [28] Haro-Domínguez, Carmen, T. O.-E., and Ignacio, T.-T., “Proactive orientation and its influence for technology acquisition”, *Industrial Management and Data Systems*, Vol. 110, No. 7, 2010, pp. 953-970.
- [29] Hall, R. H., *Organizations*, Englewood Cliffs, New Jersey : Prentice-Hall, 1977.
- [32] Kohli, A. K. and Jaworski, B. J., “Market orientation : the construct, research propositions, and managerial implications”, *The Journal of Marketing*, 1990, pp. 1-18.
- [33] Lu, J., Yao, J. E. and Yu, C.-S., “Personal innovativeness, social influences and adoption of wireless Internet services via mobile technology”, *The Journal of Strategic Information Systems*, Vol. 14, No. 3, 2005, pp. 245-268.
- [34] Moon, M. J., “The pursuit of managerial entrepreneurship : Does organization matter?”, *Public Administration Review*, 1999, pp. 31-43.
- [35] Penrose, E. T., *The Theory of the Growth of the Firm*, 3rd ed. Oxford Univer-

- sity press, Oxford, Uk, 1959.
- [23] Prahalad, C. K. and Hamel, G., "The Core Competence of the Corporation", *Harvard Business Review*, 1990, pp. 79-91.
- [36] Ray, G., Barney, J. B., and Muhanna, W. A., "Capabilities, business processes, and competitive advantage : choosing the dependent variable in Empirical tests of the Resource-based View", *Strategic Management Journal*, Vol. 25, No. 1, 2004, pp. 23-37.
- [26] Rogers, E., *Diffusion of innovations* 4th ed, New York, 1995.
- [37] Shapiro, B. P., *What the hell is market oriented?*. HBR Reprints, 1988.
- [39] Wang, Y., Fischle, W., Cheung, W., Jacobs, S., Khorasanizadeh, S., Allis, C. D., "Beyond the double helix : writing and reading the histone code", *Novartis Foundation Symposium*, 2004, pp. 3-21.
- [38] West, M. A. and Altink, W. M. M., "Innovation at Work : Individual, Group, Organizational, and Socio-historical Perspectives", *European Journal of Work and Organizational Psychology*, Vol. 5, No. 1, 1996, pp. 3-11.
- [40] Yi, M. Y., Jackson, J. D., Park, J. S., and Probst, J. C., "Understanding information technology acceptance by individual professionals : Toward an integrative view", *Information and Management*, Vol. 43, No. 3, 2006, pp. 350-363.

■ 저자소개



구철모

경희대학교 호텔관광대학 컨벤션경영학과에서 부교수로 재직하고 있다. University of Minnesota, MIS Research Center에서 포닥 연구원과 Marshall

University 경영학과, 조선대학교 경영학부에서 MIS 전임교수로 재직하였다. 주요 관심분야는 그린 IT 전략과 성과 그리고 헬스케어 시스템 연구 등이며 주요 논문을 International Journal of Electronic Commerce, International Journal of Information Management, Information Systems Frontiers, Journal of Internet Commerce, Industrial Management and Data Systems, Cyber Psychology, Behavior and Social Networking 등을 게재해오고 있으며 국내논문으로 경영학연구, 경영정보학연구, 그리고 경영과학지 등에 논문을 게재하고 있다.



이창석

경희대학교 일반대학원 컨벤션전시경영학과 석사과정에 재학 중이다. 주요 관심분야는 개인의 정보시스템 수용과 특히 관광분야와 정보시스템을 접

목한 Smart Tourism 등이다. 최근에는 주로 관광산업에서 정보시스템의 사용과 성과에 대하여 연구하고 있다.



정남호

성균관대학교 경영학과에서 MIS 전공으로 박사학위를 취득하고, 현재 경희대학교 호텔관광대학 Hospitality 경영학부 교수로 재직 중이다. 주요 연구관

심분야는 Hospitality and Tourism 산업에서 소비자 행동 및 HCI(Human Computer Interface), 지식경영 등이다. 주요 연구성과는 Journal of Travel Research, Tourism Management, International Journal of Tourism Research, Information and Management, Computers in Human Behavior, Interacting with Computers, Behaviour and Information Technology 등의 국제학술지와 지식경영연구, 경영정보학연구, 경영학연구 등의 국내학술지에 발표되었다.