

중국소비자의 숙박공유서비스에 대한 기술수용, 지각된 위험, 서비스품질이 이용태도 및 재이용의도에 미치는 영향

The Effect of Technology Acceptance, Perceived Risk, and Service Quality on the Use Attitude and Reuse Intention of Accommodation Sharing Service by Chinese Consumers

장우 · 류미현*

건국대학교 국제통상비즈니스학과 석사 · 건국대학교 글로벌비즈니스학과 부교수*

Zhang, Yu · Ryu, Mi Hyun*

Department of International Trade & Business, Konkuk University

Department of Global Business, Konkuk University

Abstract

The perception of interest and importance of the shared economy is a global trend, and accommodation sharing services are attracting attention as the Chinese shared economy market expands. Thus, this study examine the effects of the variables related to the Technology Acceptance Model, perceived risk, service quality, and attitude to use accommodation sharing service on the intention to reuse for Chinese consumers with experience using accommodation sharing service. The main results of this study are as follow: The total causal effect of the variables that influenced the intention of reuse was the highest in use attitude, followed by perceived usefulness, information provision, perceived ease, financial risk, reliability, and responsiveness.

Keywords: Accommodation sharing service, Technology Acceptance Model, Use attitude, Reuse intention

I. 서론

4차 산업혁명 확대에 인터넷에 기초한 다양한 신산업이 나타났으며, 신산업 중 공유경제가 대표적인 기술통신산업의 중심으로 떠올랐다. 특히 공유경제는 세계 경기침체로 인해 내수시장의 중요성을 인식하면서 주목을 받고 있다. ‘공유 경제’라는 용어는 2008년 하버드 법대의 ‘로렌스 레식’ 교수에 의해 처음으로 나타났으며, 공유 경제는 개인 소유의 재화에 대한 접근권 또는 사용권을 타인

과 공유, 대여, 교환함으로써 새로운 가치를 창출하는 경제 시스템이다(Botsman & Rogers, 2011).

공유경제서비스는 다양한 소비자 욕구에 따른 수요로 인하여 관련 시장은 급격하게 성장할 것이며, 시장 상황에 맞춰 다양한 공유경제 서비스가 제공될 것이다(이정수 외, 2016). 또한 공유경제에 대한 중요성 인식과 관심은 전 세계적인 추세로 나타나고 있으며, 그 중 중국이 공유경제에 대한 선도적인 국가로 떠오른다. 중국 공유경제서비스 발전 보고서에 따르면 2019년 중국 공유경제시장이

본 논문은 장우의 2020년 건국대학교 대학원 석사학위논문 수정, 보완한 것임.

* Corresponding author: Ryu, Mi Hyun

Tel: +82-2-450-0426, Fax: +82-2-446-3615

E-mail: mihyun99@konkuk.ac.kr

© 2020, Korean Association of Human Ecology. All rights reserved.

3조 2828억 위안(약 556조 원) 규모를 차지하고 있다. 2019년 공유경제 참여자 수는 8억 명, 공유경제서비스 제공자 수는 7800만 명이었다. 최근 코로나로 인해 중국 공유경제서비스는 2020년에 8-10% 증가할 추세이며, 대표적인 공유경제서비스 영역은 숙박공유와 승차공유 분야이다(國家信息中心分享經濟中心, 2020).

숙박공유서비스란 자신이 거주하는 주택을 활용하여 숙박 서비스를 타인에게 제공하는 것이다(한국문화관광연구원, 2018). 숙박공유서비스를 통해 새로운 사람을 만나면서 서비스 이용자 및 공급자 모두가 느끼는 삶의 즐거움 또한 커지게 된다(오정민, 이상호, 2019). 특히 숙박공유서비스가 기존 숙박서비스와의 차이점은 숙박 제공자가 임의로 가격을 결정하기 때문에 소비자의 가격선택이 더욱 다양한 장점이 있다. 또한 호텔의 가격보다는 저렴하여 많은 관광객에게 경제적 혜택을 보장하며, 호텔과 비슷한 요금이지만 호텔보다 넓은 숙소를 이용할 수 있는 장점도 있다. 넓은 숙소에는 호텔에는 없는 다양한 편의 시설을 제공하여 소비자에게 중요한 이용 계기가 되고 있다(김지희, 이건웅, 2019). 따라서 숙박공유서비스에 대한 다양한 장점은 지속적으로 이용의 확대를 가져올 것임을 예측할 수 있으므로 공유경제 서비스 중 대표적인 숙박공유서비스에 대한 이용태도와 재이용의도에 관한 연구는 중요한 의미가 있다.

한편, 기술수용이론은 기술적 제품뿐만 아니라 공유경제 등 온라인기반 서비스의 이용의도 측정에도 대표적으로 활용되므로(조민, 2018), 숙박공유서비스도 온라인 플랫폼을 통하여 서비스가 제공되는 형태이기 때문에 기술수용이론을 적용하여 재이용의도와 관련된성을 보고자 한다. 숙박공유서비스 이용자가 기술수용이론 변수 중 용이성과 유용성을 지각하게 되면, 숙박공유서비스에 대한 호의적인 태도를 형성하여 재이용의도를 높일 것으로 예측되므로 기술수용이론을 본 연구에 적용하여 중국 숙박공유서비스의 재이용의도를 분석하는 것은 의미가 있을 것이다.

또한, 소비자가 지각한 위험의 감소는 공유경제 서비스 이용의도의 증가를 가져오므로(류미현, 이영희, 2017) 숙박공유서비스 재이용의도의 제고를 위해서는 지각된 위험에 대한 고려는 중요하리라고 본다. 그리고 소비자들의 서비스 이용, 구전, 재구매의도 등 행동의도는 서비스 품질을 통해 예측할 수 있으며(Bitner, 1990), 서비스 품질 구성 요인들이 고객만족과 재구매의도에 영향을 미치므로(Cronin et al., & Imershein & Taylor, 1992), 숙박공유

서비스에 대한 지각된 서비스 품질과 재이용의도 간의 관계를 분석해 보고자 한다.

Fishbein 모델에서는 행동에 영향을 미치는 것은 행동에 대한 태도라고 제안하며, 태도가 재이용의도에 영향을 미칠 수 있음을 밝혔다. 또한 서비스에 대한 만족도가 높을수록 재이용의도가 높아지며, 만족도는 재이용의도에 영향을 미칠 뿐만 아니라 호의적 태도를 유발하고 재이용의도에 영향을 미칠 수 있다(Anderson et al., 1993). 따라서 숙박공유서비스 이용 태도와 재이용의도의 관련성을 살펴보고자 한다.

최근 중국 숙박공유서비스 시장의 성장으로 인해 숙박 시설들이 활성화 되고, 숙소 제공자들의 숙박 서비스 제공이 사업화로 전환되면서 일회성이 아닌 지속적인 서비스를 제공하기에 이르렀다(김태연, 2017). 하지만 그동안 연구에서 기술수용이론을 적용하여 숙박공유서비스의 지각된 위험과 서비스품질이 이용태도 및 재이용의도에 미치는 영향에 대한 연구가 제한적이다. 따라서 본 연구에서는 중국소비자를 대상으로 숙박공유서비스 재이용의도에 영향을 미치는 요인들을 알아보기 위하여, 숙박공유서비스에 대한 지각된 위험, 서비스 품질, 그리고 기술수용이론을 적용하여 파악하고자 한다. 또한 제 변수들이 이용태도를 매개로 숙박공유서비스 재이용의도에 미치는 인과관계를 분석하고자 한다.

본 연구를 통하여 운영자측에는 소비자의 숙박공유서비스에 대한 긍정적인 태도와 재이용의도를 제고 시킬 수 있는 요인을 파악하여 마케팅 전략을 수립하기 위한 기초자료로 제공되며, 이는 결국 효율적인 경영을 유도할 것이다. 또한 숙박공유서비스가 새로운 시대의 흐름으로 자리 잡기 위해 합리적인 비즈니스 모델 구축에 도움이 될 것이다. 소비자측에는 숙박공유서비스의 합리적인 이용을 제고하기 위한 정보제공 및 소비자교육의 기초자료로 이용될 것이다.

II. 이론적 배경 및 선행연구고찰

1. 숙박공유서비스 특성 및 이용현황

공유경제 개념이 들어간 에어비앤비 등 숙박공유서비스가 등장하면서 전통적인 숙박 이용방법의 변화가 나타나게 되었다. 숙박공유서비스는 2008년 미국에서 시작하여 많은 국가의 도시에서 아파트, 빌라, 리조트 등 다양한

숙소를 제공하고 있다. 숙박공유서비스란 IT플랫폼을 기반으로 하는 개인 간(P2P) 거래 시스템으로, 전문 숙박업자가 아닌 숙소 제공자인 호스트가 자신의 유휴공간을 저렴한 가격으로 이용자에게 대여하는 공유경제 서비스다(주덕, 2016). 숙소 제공자는 유휴공간을 활용해 수익을 얻을 수 있고 이용자는 저렴한 숙소를 구하게 된다. 숙소 제공자들은 웹이나 앱 등의 플랫폼을 통해 이용자에게 숙박 서비스를 제공한다. 아파트나 리조트를 제공하면서 집과 같은 분위기를 연출해 주고, 숙박 제공자와 생활하는 경험을 통해 현지의 생활과 문화를 체험할 수 있다는 점에서 전통적인 숙박 이용방법과 구분할 수 있다(차두원, 진영현, 2015).

숙박공유서비스가 대중화하면서 소비자들은 숙박공유서비스의 특성에 대한 관심이 많아지고 있다. 숙박공유서비스가 전통적인 호텔 등 숙박 시설보다 넓은 공간을 제공할 수 있다(김지희, 이건웅, 2019). 그리고 숙박공유서비스는 거래의 편의성이 있다. 숙박 시설을 가진 제공자와 이를 필요로 하는 이용자를 연결해주는 에어비앤비 등 온라인 플랫폼으로 주로 P2P 거래를 하게 되며, 대부분의 공유서비스 기업들이 ICT 기술과 동반하여 발전되어 왔듯이 숙박공유서비스 또한 온라인을 통하여 쉽게 전 세계의 숙박 시설을 검색하고, 예약, 결제 등을 이용하며, 숙박공유서비스를 이용함으로써 다른 나라의 현지 생활을 통해 일반적인 여행으로 경험하기 어려운 현지의 문화도 체험하게 된다(심관섭, 양동우, 2019). 또한 숙박공유서비스는 숙박 제공자가 임의로 가격을 결정하기 때문에 소비자의 가격선택이 더욱 다양한 특성이 있으며, 가성비가 높고 쉽게 이용할 수 있어 점차 이용이 확대되고 있음을 알 수 있다(김지희, 이건웅, 2019).

중국 공유경제 서비스가 확대되면서 교통, 지식, 숙박 등 분야에서 경쟁력이 있는 공유경제 기업이 많이 나타났다. 예를 들어, 자동차 공유 디디택시, 자전거 공유 OFO, 숙박 공유 에어비앤비, 투지아, 샤오주 등 많은 플랫폼이 있다(박미란, 2015). 특히 숙박공유는 온라인 플랫폼을 기반으로 분산된 숙박 자원을 통합한다. 2019년에 중국 숙박공유서비스 시장 규모가 190억 위안(약 3조 원)에 달하며, 숙박공유서비스 앱의 다운로드 수가 전년 대비 7972.6만 회가 증가하였다. 2019년 상반기에 중국 숙박공유서비스 신규 이용자 수가 전체 인구의 6% 증가하였고 숙박공유서비스 플랫폼에 등록된 숙소가 970만 채로, 중국 숙박공유서비스 시장이 지속적으로 성장하고 있음을 알 수 있다(中國日報, 2019. 10. 24).

중국에서 공유숙박에 참여한 호스트의 특성을 보면 고학력, 저연령이었으며, 호스트 평균 연령은 33세, 그리고 70%가 대졸 이상이며, 60%가 여성 호스트였다. 한편 18-30세의 게스트 비중이 70%로 상당히 높았다. 지역적으로는 1선 도시와 그 외 충칭, 청두, 시안 등의 2, 3선 도시가 주요 시장이었다(인민망한국어판, 2018). 최근 중국 숙박공유서비스 이용자가 바링허우(80後)와 쥬링허우(90後) 등 청년층뿐만 아니라 칠링허우(70後)와 육링허우(60後) 등 중년층도 숙박공유서비스를 점차 많이 활용하고 있다. 또한 중국은 최근 코로나 사태 이후 주말 시간을 활용한 국내 레저여행이 인기를 끌고 있으며, 중국 국내 숙박공유서비스 시장의 성장세가 지속적으로 나타나고 있다(前瞻産業研究院, 2020).

2. 기술수용이론

기술수용이론은 ‘지각된 유용성’과 ‘지각된 용이성’의 개념을 제시하면서 행동의도에 영향을 미치고 있음을 주장하고 있다. 정보기술 이용이 용이할수록, 유용하다고 인지될수록 이용 태도 및 의도는 더 긍정적이고, 따라서 기술의 이용은 증가된다(Davis, 1989).

Davis(1989)는 개인이 새로운 기술을 사용하는 경우 업무 수행 능력을 개선할 수 있다고 믿는 정도를 나타내는 유용성과 개인이 혁신 기술을 이용하는 경우 별다른 노력이 필요하지 않다고 믿는 정도를 나타내는 용이성을 요인으로 선정하고 두 가지 요인과 새로운 기술에 대한 행동의도 간의 관계를 제시하였다. 이러한 지각된 유용성, 지각된 용이성의 요인은 태도에 영향을 주고, 이런 태도는 이를 이용하려는 행위의도에 영향을 미치게 되며, 행위 의도는 실제 이용행동에 영향을 미치고 있다(Davis et al., 1989).

기술수용이론에서 지각된 용이성과 유용성은 이용태도 혹은 행동의도와 관계가 있음을 밝혔다. 따라서, 기술수용이론은 기술적 제품뿐만 아니라 공유경제 등 온라인 기반 서비스의 이용의도에도 적용이 되므로(조민, 2018) 숙박공유서비스도 온라인 플랫폼을 통하여 서비스가 제공되는 형태이기 때문에 기술수용이론을 적용하여 숙박공유서비스의 이용태도 및 재이용의도를 분석하고자 한다.

그동안 기술수용이론의 구성요인인 지각된 용이성, 지각된 유용성이 특정한 기술이나 서비스에 대한 이용의도에 어떠한 영향을 미치는지에 대한 연구가 많이 진행되어 왔다. 먼저 공유경제서비스에 기술수용이론을 적용한 이

정수 외(2016)의 연구에서는 공유경제 특징을 반영한 실증분석 모형 개발과 공유경제 이용의도에 대한 영향 요인 분석 및 공유경제 서비스의 차별성 반영을 위해 기술수용 모형에 신뢰성과 가격민감성, 지각된 즐거움을 추가하여 연구를 수행하였다. 연구결과 지각된 유용성은 공유경제 이용의도에 정적인 관련이 있는 것으로 나타나 새로운 시스템에 유용함을 지각한다면 재이용의도를 높일 수 있음을 알 수 있었다. 또한 조민(2018)의 연구에서는 중국 차량 공유서비스인 Didi Chuxing에 대한 지각된 사용 용이성, 유용성, 신뢰성, 위험성 등 기술수용요인이 지각된 가치, 만족도에 미치는 영향을 검증하였고, 또한 지각된 가치, 만족도와 지속이용의도 간의 인과관계를 분석하였다. 연구 결과 지각된 사용용이성과 유용성은 지각된 가치에 정적인 영향을 보였고 지각된 가치는 다시 만족도에 그리고 만족도는 지속이용의도에 영향을 보이는 것으로 나타났다. 또한 김지형(2019)의 연구에서는 패션공유 어플리케이션에 대한 사용효율성이 이용의도에 정적인 영향을 미치고 있었다.

따라서 본 연구에서도 숙박공유서비스에 대한 지각된 유용성, 용이성이 재이용의도에 영향을 미칠 것으로 예측되어 숙박공유서비스 재이용의도를 분석하기 위해 기술수용이론을 적용하고자 한다.

3. 지각된 위험

숙박공유서비스는 플랫폼을 통한 P2P 거래 방식이기 때문에 숙박공유서비스 이용자가 거래에 대한 불안감을 느낄 수 있다. 따라서 이용자가 오프라인으로 공유하는 숙소에 대해 다양한 위험을 지각하게 된다(박홍석, 2016). 소비자 행동 영역에서는 처음으로 지각된 위험이라는 개념을 구매자가 브랜드, 점포 등을 선택하는 경우에 지각하는 주관적인 위험 정도라고 정의하였으며, 소비자가 불확실한 환경에서 의사결정의 결과를 예측할 수 없어 자신의 불안감으로 인해 위험이 지각된다고 하였다(Bauer, 1960). 즉, 지각된 위험이란 소비자가 위험을 느끼는 행동으로 브랜드 선택, 상점 선택, 구매 방식 등과 같은 선택 상황에서 주관적으로 지각하는 위험이다(안희정, 황영현, 2019). 따라서, 본 연구에서는 지각된 위험이란 숙박공유 서비스를 이용할 때, 예상되지 못한 상황이 발생하여, 자신에게 경제적인 손실이나 신체적인 손해에 대한 위험이 발생할 것이라고 지각하는 정도로 정의 한다.

그동안 많은 학자들이 지각된 위험을 유형별로 분류하

였다. Brooker(1984)는 지각된 위험은 성과적, 재정적, 신체적, 사회적, 심리적, 시간손실 위험으로 구분하였다. 김나영(2017)은 에어비엔비 온라인 플랫폼에 대한 지각된 위험을 시간적, 금전적, 심리적 위험으로 구분하였으며, 이혜미(2018)는 숙박공유서비스의 위험을 사회적 위험, 시설위험, 안전위험, 심리적 위험, 재무적 위험, 정책적 위험, 법적 위험 등의 유형으로 구분하였다. 김찬주(1991)의 연구에서는 지각된 위험 유형을 경제적, 사회 심리적, 성과적 위험과 기회손실 위험, 시간 및 편의성 손실위험으로 구분하였다.

학자들의 지각된 위험에 대한 유형분류 중 공통적으로 나타나는 유형은 재무적 위험, 성과적 위험, 심리적 위험 등을 볼 수 있다. Brooker(1984), 김찬주(1991), 이혜미(2018)의 연구를 기초로 본 연구에서 지각된 위험 유형을 숙박공유서비스 이용자가 지각한 심리적, 재무적, 성과적 위험으로 구분하였다.

한편 지각된 위험을 고려한 숙박공유서비스에 대한 재이용의도와 관련된성을 보면 김나영(2017)의 연구에서는 에어비엔비를 중심으로 심리적, 금전적, 시간적 환경에 대한 지각된 위험 인식이 관광객의 태도와 이용의도에 미치는 영향에 대해 분석하였다. 그 결과 시간적, 금전적, 심리적 위험은 이용의도에 부적인 영향을 미치는 결과가 나타났다. 또한 박정현, 유종식(2019)은 에어비엔비 이용자를 대상으로 지각된 위험이 태도, 신뢰 그리고 재이용의도에 미치는 영향 관계를 연구하였으며, 그 결과 지각된 위험은 재이용의도를 낮추는 부적인 결과가 나타났다.

선행연구 고찰 결과 숙박공유서비스와 관련하여 지각된 위험이 이용의도, 재이용의도에 영향을 미치고 있음을 알 수 있었다. 따라서 본 연구에서도 숙박공유서비스의 지각된 위험 요인별 파악과 함께 재이용의도와 관련된성을 파악하고자 한다.

4. 서비스 품질

1980년대 중반 이후 부터는 서비스가 경제에 미치는 비중이 높아지면서 서비스에 대한 관심을 가지기 시작하였고, 특히 제품보다 서비스의 차별적 특성에 대한 연구가 이루어졌다. 서비스 품질이란 특정한 서비스에 대한 장기적이고 전체적인 평가를 의미하는 태도로서 개념화되고 측정되어야 한다고 지적하면서 서비스품질이 소비자 만족의 선행요인이라고 정의한다(Cronin & Taylor, 1992). 서비스 품질을 파악하는 것이 기업의 경쟁우위의

결정 요인으로 중요성이 증대하므로 서비스 품질의 정의와 구성요인에 대한 연구는 의미가 있다(오지경, 2006). 서비스 품질은 소비자의 주관적인 평가로 소비자가 기대하는 서비스와 제공받은 서비스를 평가하는 결과물을 의미하며, 특정 서비스의 호의적인 평가에 대한 소비자의 판단요인으로 인식된다(이정탁, 2020). 따라서 본 연구에서는 서비스 품질은 숙박공유서비스가 신뢰성 있고 안전하게 서비스를 제공하고 또한 신속하게 문제 처리와 정확한 정보 제공을 하는 정도에 대한 주관적 평가를 의미한다.

한편 Parasuraman(1988)은 서비스 이용 고객들의 서비스품질 측정 평가항목에 대한 중요도는 상대적으로 차이가 있다라도 기본적으로 서비스 평가에는 유사한 기준이 있음을 밝혀 서비스 품질을 객관적으로 측정할 수 있는 도구인 SERVQUAL 모델을 제시하였고, 서비스 품질의 구성요인을 신뢰성, 유형성, 공감성, 확신성, 반응성으로 구분하였다. 많은 연구자들은 실증적으로 SERVQUAL 모델의 구성요인과 소비자의 재이용의도, 재방문의도 등의 관계를 연구하였다. 김희경, 이창원(2018)의 연구에서 공유자동차 및 숙박공유서비스 품질 유형을 유형성, 확신성, 반응성, 신뢰성, 공감성 등의 5개 요인으로 구성하였고 주취연 외(2019)는 공유숙박서비스의 서비스 품질을 호스트 대응성, 유형성, 안전성, 신뢰성으로 구성하였다. 따라서 본 연구에서는 선행연구를 기초로 숙박공유서비스에 대한 서비스 품질 구성 요인을 신뢰성, 반응성, 안전성, 정보 제공성으로 구성하였다.

공유경제서비스에 대한 서비스 품질 관련 연구를 보면 김희경, 이창원(2018)의 연구에서는 SERVQUAL 모델을 통해 자동차 및 숙박공유서비스의 이용자와 서비스 제공자 간에 어떤 관계가 있는지에 대해 연구하였다. 또한 주취연 외(2019)의 연구에서는 중국숙박공유 서비스 품질과 플랫폼신뢰도의 관계를 연구하였다.

또한 서비스 품질과 재이용의도간의 관련성을 선행연구를 통해 고찰해 보면 Walker(1995)의 연구에서는 지각된 서비스 품질과 이용의도 혹은 재구매의도간에 유의미한 정적인 영향을 미친다는 연구결과가 나타났다. 임한빛(2020)은 숙박공유서비스 안전정보가 재이용의도에 미치는 영향에 대한 연구를 살펴보았으며, 그 결과 이용자 숙소 제공자의 무허가 시설 설치, 불법 숙박시설 확인 요구, 안전시설 불량 및 노후, 방화문 폐쇄 등을 비롯하여 성추행, 숙소 내 무단침입 등의 부정적인 서비스 품질이 재이용의도에 부적인 영향을 미치는 것으로 나타났다.

선행연구 결과를 기초로 본 연구에서도 중국소비자를 대상으로 숙박공유서비스의 서비스 품질의 구성 요인인 신뢰성, 반응성, 안전성, 정보 제공성과 재이용의도간에 관련성이 있는지를 요인별로 구분하여 분석하고자 한다.

5. 숙박공유서비스 이용태도

태도는 시간과 상황에 따라서 쉽게 변하는 것이 아니라 지속적이고 안정적인 개념이며, 정서적인 차원으로서의 주어진 대안에 대하여 호의적인 방식으로 일관되게 반응하게 하는 학습된 경향이다. 이용과 이용 태도는 관련성이 있으며, 능동적인 이용자의 이용 동기가 해당 관련 제품, 서비스와 관련된 특정 이용 태도로 이어진다(박수철 외, 2015). 또한 이용태도는 이용자에 대한 일관성 있게 호의적 또는 비호적인 방식으로 반응하게 하는 학습된 경향(Fishbein & Ajzen, 1980)으로 단순히 사람, 사물 등에 대한 태도를 의미하는 것이 아니라 구체적 행동 실행에 있어 개인이 갖는 행동에 대한 태도를 의미한다(윤철민, 2015). 본 연구에서는 숙박공유서비스 이용자가 숙박공유서비스 이용에 대한 호의적이거나 비호적인 반응을 이용태도라고 정의한다.

이용 태도에 대한 선행연구를 고찰해 보면 김나영(2017)은 숙박공유서비스 에어비엔비를 중심으로 온라인 사용 후기 신뢰도와 심리적, 금전적, 시간적 환경으로부터 지각된 위험에 대한 인식과 관광객의 태도와의 관련성을 분석하였고 안성숙, 양수진(2018)의 연구에서는 “가치-태도-행동” 모델을 이용하여 공유숙박이용자의 소비자행동을 이해하며, 소비자의 지각된 가치가 인지도와 태도에 미치는 영향, 그리고 인지도와 태도가 브랜드충성도에 미치는 영향에 대해 연구하였다. 박현화(2020)의 연구에서는 공유숙박서비스 속성과 태도와의 관련성을 분석하였다.

또한 이용태도와 이용의도와의 관련성을 보면 김진한(2019)의 연구결과 공유숙박서비스에 대한 태도가 이용의도에 정(+)의 영향을 보였다. 김나영(2017)의 연구에서 Airbnb 온라인 플랫폼에 대한 태도가 이용의도에 정(+)의 영향을 미쳤고 박현화(2020)의 연구결과에서도 공유숙박태도가 재이용의도에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 선행연구 고찰 결과 소비자의 행동의도 분석을 위하여 태도와 행동의도, 재이용의도간의 관련성 연구가 이루어져, 태도변화가 행동변화의 선행요인으로 검증된 바 있다. 따라서 중국소비자의 숙박공유서비스에 대한 이용

태도를 재이용의도의 영향변수로 예측하여 영향 관계를 분석하고자 한다.

6. 숙박공유서비스 재이용의도

의도란 주어진 행동의 실천에 있어 노력의 정도를 측정하는 것으로 소비자들의 실제적인 행동 예측에 중요한 영향요인이며(Ajzen, 1991), 소비자행동 의도와 관련하여 구매의도, 이용의도, 재구매의도, 재이용의도 등 다양하게 측정하고 있다. 이용의도는 소비자의 행동의도를 예측하는 것으로 신념의 태도가 행동으로 이어질 가능성을 의미한다(류미현, 이영희, 2017). Oliver(1980)는 재이용의도를 소비자가 선호하는 제품, 서비스 등을 재이용하며, 미래 상품, 서비스에 대해 변경하려는 마케팅 전략에도 불구하고 동일한 상품, 서비스를 재이용하려는 의미로 정의하였다. 또한 Engel et al.(1995)은 지속적 이용 의도란 예기된 또는 계획된 미래 행동에 대한 개념으로 신념, 태도 등이 행동으로 옮겨질 확률, 또는 신념, 태도가 행동으로 옮겨질 주관적 가능성으로 정의하고 있다. 즉 지속이용의도란 고객이 정보를 접하고 이에 따른 태도 및 최종의사 결정을 확인하는 결정적 변수라고 볼 수 있다(이은지, 조철호, 2018). 본 연구에서는 숙박공유서비스에 대해 지속적으로 이용하려는 행동의도를 재이용의도로 정의한다.

숙박공유서비스가 빠르게 발전하면서 이와 관련된 연구도 많이 이루어지고 있다. 숙박공유서비스 이용의도를 파악한 연구들을 살펴보면 먼저 이에진, 윤지환(2017)은 공유숙박 잠재적 이용자의 행동의도에 대한 영향 연구에서 확장된 목표지향적 행동모델을 적용하여 분석하였다. 윤정환, 이상준(2017)은 숙박공유서비스에 대한 지각된 위험, 가치, 유용성, 신뢰, 네트워크 효과와 이용의도와의 구조적 인과관계를 검증하였고 주취연 외(2019)는 중국의 투지아(途家)와 샤오쭈(小猪)등을 대상으로 숙박공유서비스 품질요인과 플랫폼 특성요인이 플랫폼 재사용의도에 미치는 영향을 연구하였다. 김진한, 강우성(2018)은 유희적 가치, 사회적 유대감, 경제적 가치, 인지된 위험과 같은 숙박서비스의 소비가치가 이용의도에 영향을 미치는지를 연구하였다. Hamari et al.(2015)의 연구에서는 에어비엔비 이용자의 내적, 외적 동기를 파악하여, 지속성이 친환경적인 소비를 유도하여 이용의도를 향상시킴을 설명하였고 이혜미(2018)의 연구에서는 에어비엔비에 대해 사회적으로 문제가 되거나 부정적인 인식과 관련된 정보를 기초로 지각된 위험요인과 신뢰, 그리고 구매의도 간에 미치

는 영향관계를 검증하였다. 또한 이현진, 박현정(2019)은 표준화된 형태로 제공되는 전통적인 숙박서비스에 대비하여 숙박공유서비스의 차별성을 분석하였으며, 그 결과 풍속, 음식, 현지인과의 직접적 교류 등 다양한 부분의 현지 문화체험 기회가 차별점임을 파악하였고 이를 통해 형성되는 사회적 유대감과 이용의도간의 관련성을 분석하였다.

위와 같이 숙박공유서비스에 대한 선행연구를 고찰한 결과 많은 연구에서 이용의도를 높이기 위하여 다양한 영향변수와의 관계를 분석하였다. 하지만 숙박공유서비스 이용자를 대상으로 기술수용이론을 적용하면서 이용태도와 재이용의도와의 관계를 살펴본 연구가 제한적이고 중국 숙박공유서비스 이용자의 재이용의도에 대한 영향요인을 파악하는 연구도 제한적이다. 따라서 숙박공유서비스 이용의 활성화와 합리적인 이용 방안을 모색하기 위해 소비자의 이용 태도와 재이용의도에 미치는 영향 등을 파악하는 것은 의미가 있다.

Ⅲ. 연구방법

1. 연구문제

본 연구에서는 선행연구를 바탕으로 숙박공유서비스 재이용의도의 설명변수인 기술수용, 지각된 위험, 서비스 품질, 숙박공유서비스 이용 태도가 재이용의도에 미치는 영향에 대한 실증분석을 하고자 한다. 구체적인 연구문제는 다음과 같다.

<연구문제 1> 숙박공유서비스에 대한 기술수용, 지각된 위험, 서비스 품질, 이용태도 및 재이용의도 수준은 어떠한가?

<연구문제 2> 숙박공유서비스에 대한 기술수용, 지각된 위험, 서비스품질이 이용태도에 어떠한 영향을 미치는가?

<연구문제 3> 숙박공유서비스에 대한 기술수용, 지각된 위험, 서비스품질, 이용태도가 재이용의도에 어떠한 영향을 미치는가?

<연구문제 4> 숙박공유서비스의 재이용의도에 영향을 미치는 변수간의 인과관계는 어떠한가?

2. 연구대상 및 자료수집

본 연구 대상은 숙박공유서비스 이용 경험이 있는 20대-50대 중국소비자를 대상으로 하였으며, 2020년 3월 31일부터 4월 5일까지 30부 예비조사를 실시하였다. 예비조사에서 발견한 미흡한 점을 수정, 보완하여 2020년 4월 7일부터 4월 14일까지 연령, 성별을 고려하여 본 조사를 실시하였다. 중국의 온라인 리서치업체 微調查(www.weidiaoacha.cn)에서 300부 온라인 조사를 실시하여 최종 분석에 이용하였다.

본 연구에서는 조사 대상자의 일반적 특성에 대해 성별, 연령, 직업, 학력, 월평균소득을 보았으며, 전체 표본인 중국 300명의 숙박공유서비스 이용 경험이 있는 응답자를 대상으로 빈도분석을 실시한 결과는 <표 1>과 같다.

또한, 중국 소비자의 숙박공유서비스 이용특성은 <표

2>와 같다. 중국에서 이용해 본 숙박공유서비스 기업은 에어비엔비(37.7%)가 가장 많았고, 그 다음은 투지아(32.0%), 샤오쭈(23.7%), 기타(6.7%)의 순으로 나타났다. 숙박공유서비스를 이용한 기간은 1년 미만(52.3%)의 경우가 가장 많았고, 그 다음은 1년-2년 미만(40.7%), 2년 이상(7%)의 순으로 나타났다. 또한 숙박공유서비스의 이용 횟수는 5회 이상(35.7%)이 가장 높게 나타났고, 1-2회(35.0%), 3-4회(29.3%)의 순으로 나타났다. 숙박공유서비스의 이용 목적은 휴가 또는 관광(94.7%)이 가장 높게 나타났고, 그 다음은 사업 또는 출장(22.0%), 기타(2.7%)의 순으로 나타났다. 숙박공유서비스를 같이 이용한 동행자는 친구(45.5%)가 가장 많았고, 그 다음은 가족(43.4%), 혼자(9.6%), 기타(1.6%)의 순으로 나타났다.

<표 1> 조사대상자의 일반적 특성 N(%)=300(100)

구분		빈도(%)	구분		빈도(%)
성별	남자	150(50.0)	직업	전문직/사무직/공무원	169(56.3)
	여자	150(50.0)		자영업/판매·서비스직/기술직	79(26.3)
연령	20대	89(29.7)	월평균 소득	학생/주부/기타	52(17.3)
	30대	80(26.7)		5000위안 이하	103(34.3)
	40대	73(24.3)		5001 ~ 8000위안	92(30.7)
	50대	58(19.3)		8001 위안 이상	105(35.0)
	평균(표준편차)	36.57(10.585)세		평균(표준편차)	8422.67 (7183.429)위안
학력	고등학교 졸업 이하	44(14.7)			
	전문대 졸업 및 대학교 재학 이하	48(16.0)			
	대학교 졸업	169(56.3)			
	대학원 졸업 이상	39(13.0)			
	평균(표준편차)	15.48(2.140)년			

<표 2> 숙박공유서비스 이용특성 N(%)=300(100)

항목		N(%)	항목		N(%)
이용 기업	에어비엔비	113(37.7)	이용 목적 ^{a)}	휴가 또는 관광	284(94.7)
	투지아	96(32.0)		사업 또는 출장	66(22.0)
	샤오쭈	71(23.7)		기타	8(2.7)
	기타	20(6.7)		혼자	29(9.6)
이용 기간	1년 미만	157(52.3)	동행자 ^{a)}	가족	130(43.4)
	1년-2년 미만	122(40.7)		친구	137(45.5)
	2년 이상	21(7.0)		기타	5(1.6)
이용 횟수	1회-2회	105(35.0)			
	3회-4회	88(29.3)			
	5회 이상	107(35.7)			

a) 다중응답

3. 측정도구

연구문제를 수행하기 위하여 선행연구를 토대로 설문지 문항을 작성하였다. 사회인구학적 변수, 이용특성, 기술수용, 지각된 위험, 서비스 품질, 이용 태도, 재이용의도에 관한 문항으로 구성하였다(<표 3>). 먼저 조사대상의 사회인구학적 변수는 성별, 연령, 학력, 직업, 월평균 소득으로 총 5문항을 구성하였고 이용특성은 숙박공유서비스 이용 기업, 이용 기간, 이용 횟수, 이용 목적, 동행자 등 5문항으로 구성하였다. 또한 기술수용은(박상현외, 2018; 윤지호, 2016; 주지혁, 2013; Davis, 1989)를 기초로 지각된 용이성 4문항, 지각된 유용성 5문항을 5점 리커트 척도로 구성하였다. 지각된 위험 변수는 선행연구(김나영, 2017; 김찬주, 1991; 김현우, 2019; 심관섭, 양동우, 2019; 이혜미, 2018)를 기초로 심리적 위험, 재무적 위험, 성과적 위험을 각각 4문항씩 5점척도를 이용하여 구성하였다. 서비스 품질 변수는 선행연구(김희경, 이창원, 2018; 임한빛, 2020; 주취연 외, 2019)를 기초로 신뢰성, 반응성, 안전성, 정보 제공성 4가지 요인에 대해 5점 리커트 척도를 이용하여 각각 3문항씩 작성하였다. 이용태도 문항은 선행연구(김나영, 2017; 류미현, 이영희, 2017; 박수철 외, 2015)에 기초하여 5점 리커트 척도로 총 4문항으로 구성하였다. 또한 재이용의도 문항은 선행연구(김진한, 2019; 류미현, 2017)를 기초로 5점 리커트 척도를 이용하여 총

3문항을 작성하였다.

기술수용을 구성하고 있는 지각된 용이성과 지각된 유용성에 대한 요인분석을 실시하였으며, 결과는 <표 4>와 같다. 9개 문항 중 2개 문항은 공통성의 문제가 있어 요인분석에서 제외되었다. 고유값 1이상의 요인을 추출하기 위해 주성분 분석을 실시하였고 베리맥스 회전방식을 이용해 요인분석을 실시하였다. 그 결과 2개의 요인으로 도출되었다. 각각 ‘지각된 용이성’, ‘지각된 유용성’으로 명명하였다. 요인별 신뢰도는 ‘지각된 용이성’ 0.735, ‘지각된 유용성’ 0.609로 문항 간의 신뢰성이 확보되었다.

숙박공유서비스에 대한 지각된 위험을 유형화하기 위해 요인분석을 실시하였으며, 그 결과는 <표 5>와 같다. 12개 문항 중 3개 문항은 공통성의 문제가 있어 요인분석에서 제외되었다. 고유값이 1이상인 요인 추출을 위해 주성분분석을 실시하였고 베리맥스 회전방식을 이용해 요인분석을 실시하였다. 그 결과 3개의 요인으로 유형화되었으며, 각각 ‘재무적 위험’, ‘성과적 위험’, ‘심리적 위험’으로 명명하였다. 지각된 위험의 신뢰도는 모두 0.6이상으로 문항 간의 신뢰성이 확보되었다.

숙박공유서비스 서비스 품질의 구성 요인에 대한 유형화를 위하여 요인분석을 실시하였으며 결과는 <표 6>과 같다. 고유값이 1이상인 요인 추출을 위해 주성분 분석을 실시하였고 베리맥스 회전방식을 이용해 요인분석을 실시하였다. 그 결과 4개의 요인으로 유형화 되었으며, 각각을

<표 3> 척도구성

변수	내용	척도	문항수	출처
사회인구학적 변수	성별, 연령, 학력, 직업, 월평균 소득	명목척도, 비율척도	5	-
이용특성	이용 기업, 기간, 횟수, 목적, 동행자	명목척도, 비율척도	5	-
기술수용	지각된 용이성	5점 리커트 척도	5	주지혁(2013), 박상현 외(2018), 윤지호(2016), Davis(1989)
	지각된 유용성		4	
지각된 위험	심리적 위험	5점 리커트 척도	4	김나영(2017), 김찬주(1991), 김현우(2019) 심관섭, 양동우(2019), 이혜미(2018)
	재무적 위험		4	
	성과적 위험		4	
서비스 품질	신뢰성	5점 리커트 척도	3	김희경, 이창원(2018) 임한빛(2020) 주취연 외(2019)
	반응성		3	
	안전성		3	
	정보 제공성		3	
이용태도		5점 리커트 척도	4	김나영(2017), 류미현, 이영희(2017) 박수철 외(2015)
재이용의도		5점 리커트 척도	3	김진한(2019), 류미현(2017)

‘반응성’, ‘안전성’, ‘신뢰성’, ‘정보 제공성’으로 명명하였다. 서비스 품질의 신뢰도가 모두 0.7이상으로 문항 간의 신뢰성이 확보되었다.

숙박공유서비스 이용태도를 구성하는 문항들의 타당도를 파악하기 위해 탐색적 요인분석을 실시하였고 결과는

다음 <표 7>과 같다. 숙박공유서비스 이용 태도를 구성하고 있는 문항들의 요인 부하량이 0.7 이상, 공통성이 0.5 이상으로 나타나 타당함을 확인했고 신뢰도 0.828로 높게 나타났다. 다음으로 KMO값(0.800)이 0.7이상으로 양호하였으며, Bartlett의 유의확률(0.000)이 0.05보다 낮게 나

<표 4> 기술수용의 요인분석

문항		요인 부하량	공통성	고유값	누적변량 (%)	Cronbach's α
지각된 이용이성	숙박공유서비스 이용은 쉽게 능숙해 진다.	0.824	0.693	2.231	31.878	0.735
	숙박공유서비스는 이용방법이 간단하다.	0.801	0.683			
	숙박공유서비스는 다른 숙박 예약방식보다 편리하다.	0.650	0.508			
	숙박공유서비스는 장소에 관계 없이 이용할 수 있다.	0.608	0.421			
지각된 유용성	숙박공유서비스는 여행이나 출장에 유용하게 쓰인다.	0.785	0.650	1.777	57.261	0.609
	숙박공유서비스는 여행이나 출장에 도움이 된다.	0.777	0.649			
	숙박공유서비스는 나에게 유용한 정보를 제공해 준다.	0.603	0.402			

KMO=0.798

<표 5> 지각된 위험의 요인분석

문항		요인 부하량	공통성	고유값	누적 변량 (%)	Cronbach's α
재무적 위험	숙박공유서비스를 이용하는 것은 금전적인 도난 발생의 위험이 있다.	0.823	0.795	2.857	31.749	0.729
	숙박공유서비스를 이용하는 과정에서 개인정보 노출로 재무적 손실의 위험이 있다.	0.787	0.765			
	숙박공유서비스 이용에 지불한 비용 외 추가비용 발생할 위험이 있다.	0.785	0.747			
	물건파손에 대한 보상 및 위약금 문제에 대한 위험이 있다.	0.784	0.716			
성과적 위험	숙박공유서비스에 제시된 숙소 사진과 실제 숙소는 차이가 있다.	0.828	0.764	2.038	54.397	0.890
	숙박공유서비스를 이용하는 것은 기대했던 것보다 좋지 않았다.	0.765	0.697			
	숙박공유서비스에 제공한 숙소의 위치를 찾아가는 과정에 어려움을 느낀다.	0.624	0.510			
심리적 위험	숙박공유서비스를 이용할 때 모르는 사람과 함께 지내는 것에 대한 불편감이 있다.	0.827	0.761	1.627	72.472	0.693
	낯선 나라를 갔을 때 숙박공유서비스 이용에 대한 불안감이 있다.	0.820	0.766			

KMO=0.895

타나 요인분석을 실시하기에 문항들이 적합하였다.

숙박공유서비스 재이용의도 구성 문항의 타당도 분석을 위해 탐색적 요인분석을 실시했고 결과는 다음 <표 8>과 같다. KMO값(0.723)이 0.6이상으로 양호하였으며, Bartlett의 유의확률(0.000)도 0.001보다 낮아 문항들이 요인분석을 실시하기에 타당한 것으로 확인할 수 있다. 또한 숙박공유서비스 재이용의도 구성 문항들의 요인 부하량이 0.8이상, 공통성이 0.7이상으로 나타나 타당함을 보였고 신뢰도는 0.828로 높게 나타났다.

4. 자료분석

본 연구의 조사자료 분석을 위하여 통계는 SPSS Statistics 25.0 Program을 이용하였다. 조사대상자의 일반적 특성과 이용특성을 알아보기 위하여 빈도분석을 실시하였으며, 기술수용, 지각된 위험, 서비스품질, 이용태도 및 재이용의도 수준을 파악하기 위하여 평균과 표준편차를 살펴보았다. 또한 기술수용과 지각된 위험, 서비스품질변수의 유형화를 위해 요인분석을 실시하였다. 이용태도와 재이용의도에 대한 제변수들의 영향력을 분석하기

<표 6> 서비스 품질의 요인분석

	문항	요인 부하량	공통성	고유값	누적 변량 (%)	Cronbach's α
반응성	호스트에게 요청한 모든 사항은 정확하게 즉시 처리되었다.	0.814	0.716	2.177	18.138	0.781
	문제가 발생했을 경우, 문제 해결 요청은 신속하게 처리되었다.	0.798	0.702			
	나의 예약은 효율적으로 처리되었다.	0.645	0.652			
안전성	숙박공유서비스를 이용하는 것은 본인의 재물 안전에 걱정이 없다.	0.854	0.838	2.159	36.126	0.803
	숙박공유서비스를 이용하여 결제할 때 경제적 손실이 없다.	0.783	0.763			
	숙박공유서비스를 이용하는 것은 안전하다.	0.608	0.582			
신뢰성	나는 숙박공유서비스를 믿고 의지할 수 있다.	0.730	0.716	2.105	53.666	0.773
	나는 숙박공유서비스에서 제공한 숙박은 신뢰감이 든다.	0.723	0.702			
	숙박공유서비스에서 제공한 숙박은 나의 기대와 일치한다.	0.699	0.652			
정보제공성	숙박공유서비스는 숙박에 대한 상세한 정보를 제공한다.	0.774	0.744	2.034	70.619	0.770
	숙박공유서비스는 이용자에게 필요한 정보를 충분히 제공한다.	0.739	0.737			
	숙박공유서비스는 이용자에게 숙박서비스 간의 비교 정보를 제공한다.	0.670	0.643			

KMO=0.920

<표 7> 이용태도의 탐색적 요인분석

	문항	요인 부하량	공통성	고유값	누적 변량 (%)	Cronbach's α
이용태도	숙박공유서비스를 이용하는 것은 바람직하다.	0.842	0.644	2.613	65.329	0.822
	숙박공유서비스를 이용하는 것은 현명하다.	0.831	0.568			
	숙박공유서비스 이용에 대해 호의적 태도를 가지고 있다.	0.803	0.710			
	숙박공유서비스를 이용하는 것은 유익하다.	0.754	0.691			

KMO=0.800

위하여 회귀분석을 실시하였으며, 제변수가 이용태도를 경유하여 재이용의도에 미치는 인과관계를 분석하기 위하여 경로분석을 실시하였다.

IV. 연구결과

1. 숙박공유서비스에 대한 기술수용, 지각된 위험, 서비스품질, 이용태도 및 재이용의도 수준

숙박공유서비스에 대한 기술수용, 지각된 위험, 서비스품질, 이용태도 및 재이용의도 수준을 파악해 본 결과는 <표 9>와 같다. 기술수용에 대한 수준을 살펴보면, 지각된 용이성 평균 3.94점, 지각된 유용성 평균 4.04점으로 보통보다 높은 수준을 보여 숙박공유서비스를 이용하는 중국소비자들은 비교적 유용성과 이용성을 높게 지각하고 있음을 알 수 있었다. 또한 지각된 위험 수준을 유형별로 살펴보면, 재무적 위험 평균 3.05점, 성과적 위험 평균 2.79점, 심리적 위험 평균 3.52점이었다. 따라서 숙박공유

서비스를 이용하는 중국소비자의 경우 재무적 위험과 성과적 위험보다 심리적 위험을 가장 높게 인식하고 있음을 확인할 수 있다. 서비스 품질 수준을 보면 반응성 평균 3.79점, 안전성 평균 3.36점, 신뢰성 평균 3.64점, 정보 제공성 평균 3.80점으로 나타나 구성 요인별로 보통을 약간 상회하는 수준이었다. 하위 요인별로 볼 때는 상대적으로 정보제공성이 가장 높았고 반면 안전성이 가장 낮게 나타나 숙박공유서비스에 대한 안전성 확보가 필요함을 알 수 있었다.

숙박공유서비스 이용태도 수준은 전체 평균이 3.92점으로 보통 수준보다 높게 나타나 숙박공유서비스를 이용하는 중국소비자들은 숙박공유서비스에 대해 긍정적인 태도를 갖고 있다는 것을 볼 수 있다. 또한 숙박공유서비스 재이용의도 수준은 전체 평균이 3.94점으로 보통 수준보다 높게 나타나 숙박공유서비스 이용 후 재이용의도가 높다는 것을 볼 수 있다.

2. 숙박공유서비스 이용태도 및 재이용의도에 대한 관련 변수들의 영향력

<표 8> 재이용의도의 탐색적 요인분석

분항		요인 부하량	공통성	고유값	누적변량 (%)	Cronbach's α
재이용의도	나는 숙박공유서비스를 재이용할 것이다.	0.875	0.729	2.246	74.861	0.828
	나는 숙박공유서비스를 지속적으로 이용할 것이다.	0.867	0.756			
	나는 숙박을 선택할 때, 숙박공유서비스를 우선 고려할 것이다.	0.854	0.752			
KMO=0.723						

<표 9> 기술수용, 지각된 위험, 서비스품질, 이용태도 및 재이용의도 수준

변수		M(SD) ^{a)}
기술수용	지각된 용이성	3.94(0.493)
	지각된 유용성	4.04(0.493)
지각된 위험	재무적 위험	3.05(0.827)
	성과적 위험	2.79(0.734)
	심리적 위험	3.52(0.818)
서비스 품질	반응성	3.79(0.567)
	안전성	3.36(0.657)
	신뢰성	3.64(0.567)
	정보 제공성	3.80(0.600)
이용태도		3.92(0.546)
재이용의도		3.94(0.677)

a) 5점 척도 임

숙박공유서비스 이용 태도 및 재이용의도에 대한 변수들의 영향력을 살펴보았으며, 그 결과는 <표 10>과 같다. 먼저 숙박공유서비스 이용태도에 대한 영향요인을 분석하기 위하여 변수간의 다중공선성을 고려하여 VIF를 살펴 보았다. VIF 값이 10보다 작아 다중공선성 문제가 없음이 파악되었다. 수정된 R²이 0.606이므로 회귀식의 설명력이 60.6%로 나타났으며, F값이 52.054로 유의수준 0.001에서 회귀모형은 통계적으로 유의한 결과가 나타났다.

숙박공유서비스 이용 태도에 영향을 미친 변수로는 지각된 유용성($\beta=0.230$)이 가장 높게 나타났고, 다음으로는 정보 제공성($\beta=0.215$), 지각된 용이성($\beta=0.185$), 신뢰성($\beta=0.140$), 반응성($\beta=0.127$)의 순이었다. 즉 숙박공유서비스에 대한 지각된 유용성과 용이성이 높을수록, 정보 제공성, 신뢰성, 반응성의 서비스 품질이 높을수록 숙박공유서비스에 대해 이용태도가 더욱 긍정적이었다.

또한, 숙박공유서비스 재이용의도에 대한 변수들의 영향력을 살펴보기 위해 변수간의 다중공선성을 고려하여 VIF를 살펴본 결과 다중공선성 문제가 없음이 확인되었다. 수정된 R²이 0.713이므로 회귀식의 설명력이 71.3% 나타났으며, F값이 75.325로 유의수준 0.001에서 회귀모형은 통계적으로 유의한 결과가 나타났다.

숙박공유서비스 재이용의도에 영향을 미친 변수로는 이용태도($\beta=0.546$)가 가장 높게 나타났고, 다음으로는 지각된 유용성($\beta=0.146$), 재무적 위험($\beta=-0.136$), 정보 제공성($\beta=0.098$)의 순으로 나타났다. 즉 숙박공유서비스에

대한 이용태도가 긍정적일수록, 지각된 유용성이 높을수록, 서비스 품질 요인중 정보 제공성이 높을수록, 숙박공유서비스 재이용의도는 높아지는 것으로 나타났으며, 반면 재무적 위험에 대한 지각한 정도가 높을수록 숙박공유서비스 재이용의도는 낮아지는 것으로 나타났다. 숙박공유서비스 이용 태도가 재이용의도에 긍정적인 영향을 미친 결과는 박현화(2020)의 연구결과를 지지한다. 재무적 위험이 숙박공유서비스 재이용의도에 부정적인 영향을 미친 결과는 김나영(2017)의 연구결과를 지지한다.

3. 숙박공유서비스 재이용의도에 대한 경로분석

숙박공유서비스의 재이용의도에 영향을 미치는 변수들의 관계에 대해 구체화하기 위해 경로분석을 하였다. 중 회귀분석 결과 유의미하게 나타난 변수들을 경로분석에 이용하였다. 변수들간의 직접, 간접효과, 그리고 총인과효과를 알아보기 위해 인과순서와 순환관계를 가정하고 경로분석을 하였다. 회귀분석 결과 재이용의도에 유의미하게 나타난 변수들을 추출하였고 경로분석에 이용한 경로 모형은 [그림 1]과 같다.

<표 11>에는 인과모형에서 각 독립변수들이 숙박공유서비스의 재이용의도에 미치는 직접효과와 매개변수를 경유한 간접효과를 나타낸 인과적 효과의 결과를 나타내었다. 그 결과 우선 숙박공유서비스 재이용의도에 대해 직접효과만을 보인 변수는 재무적 위험과 이용태도로 나타

<표 10> 숙박공유서비스 이용태도 및 재이용의도에 대한 관련 변수들의 영향력

변수		이용태도			재이용의도		-
		B	β	VIF	B	β	VIF
기술수용	지각된 용이성	0.186***	0.185	1.761	0.054	0.043	1.850
	지각된 유용성	0.254***	0.230	1.695	0.200***	0.146	1.833
지각된 위험	재무적 위험	0.026	0.039	2.356	-0.111**	-0.136	2.360
	성과적 위험	-0.041	-0.053	2.458	-0.048	-0.052	2.465
	심리적 위험	0.005	0.008	1.529	0.040	0.049	1.529
서비스 품질	반응성	0.127**	0.132	1.882	0.001	0.001	1.928
	안전성	0.060	0.073	2.510	0.039	0.038	2.524
	신뢰성	0.140*	0.145	2.681	-0.003	-0.003	2.736
	정보 제공성	0.196***	0.215	2.384	0.110*	0.098	2.505
이용태도		-	-	-	0.677***	0.546	2.615
수정된 R ²		0.606			0.713		-
상수		0.235			0.054		-
F비		52.054***			75.325***		-

*p<.05, **p<.01, ***p<.001

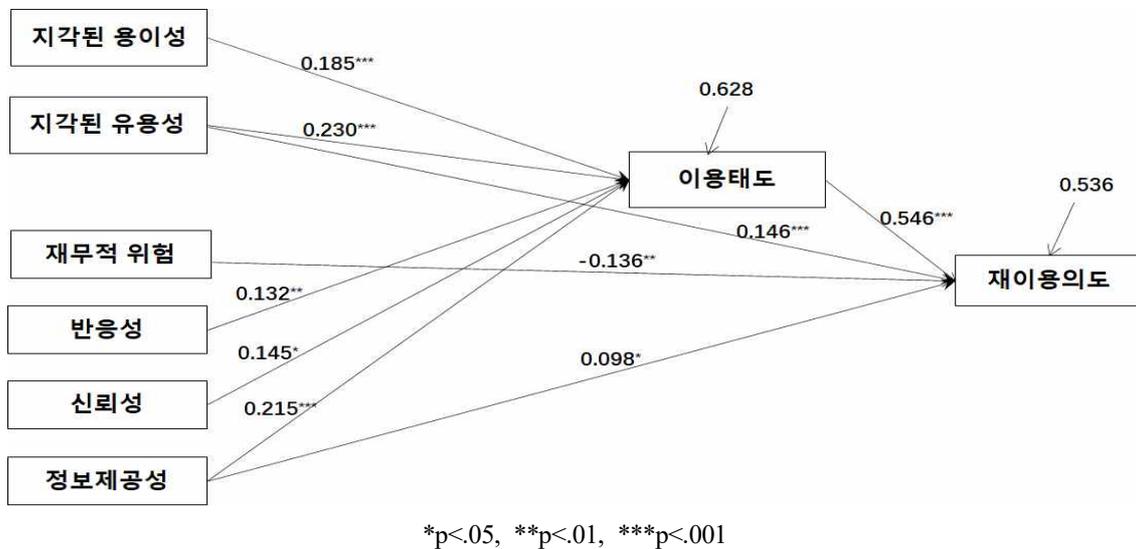
났다. 즉 숙박공유서비스에 대한 재무적 위험이 높을수록 재이용의도는 낮게 나타났고 반면 이용태도가 높을수록 재이용의도가 높게 나타남을 알 수 있었다. 둘째, 숙박공유서비스에 대한 지각된 유용성, 정보제공성은 재이용의도에 직접효과뿐 아니라 이용태도를 매개로 간접효과도 보였다. 셋째, 지각된 용이성, 반응성, 신뢰성은 이용태도를 매개로 하여 숙박공유서비스의 재이용의도에 간접효과만을 보였다. 즉 숙박공유서비스에 대한 지각된 용이성을 높게 지각할수록, 반응성, 신뢰성이 높을수록 이용태도가 긍정적으로 나타났으며, 이를 통해 숙박공유서비스에 대한 재이용의도가 높아지는 것이다. 따라서 지각된 유용성, 반응성, 신뢰성 등을 높게 인식한 것만으로는 재이용의도 향상으로 연결되지는 않으며, 반드시 이용태도를 경유하

여 재이용의도가 형성됨을 알 수 있다.

이상의 영향을 보인 변수들 중에 재이용의도에 영향을 미친 변수들의 총인과효과와 크기를 보면 이용태도가 가장 큰 영향을 보였으며, 그 다음으로는 지각된 유용성, 정보제공성, 지각된 용이성, 재무적 위험, 신뢰성, 반응성의 순으로 나타났다. 인과모형을 통해 숙박공유서비스 재이용의도 분산의 71.3%를 설명할 수 있다.

V. 결론

4차 산업혁명이 확대되면서 인터넷을 기초로 한 숙박공유서비스가 등장하였다. 특히 중국 소비자들의 소비 수



[그림 1] 숙박공유서비스 재이용의도에 대한 경로 모형

<표 11> 숙박공유서비스 재이용의도에 대한 인과적 효과

종속변수	독립변수	총효과	인과적효과		
			총인과 효과	직접 효과	간접효과
재이용의도	지각된 용이성	0.581	0.185	-	0.185
	지각된 유용성	0.624	0.272	0.146	0.126
	재무적 위험	-0.492	-0.136	-0.136	-
	반응성	0.544	0.072	-	0.072
	신뢰성	0.619	0.079	-	0.079
	정보제공성	0.661	0.215	0.098	0.117
	이용태도	0.812	0.546	0.546	-

요가 증가하면서 숙박공유서비스에 대한 관심도 점차 증가되고 있다. 따라서 본 연구에서는 중국 소비자를 대상으로 기술수용이론을 적용하고 지각된 위험, 서비스 품질이 숙박공유서비스 이용 태도 및 재이용의도에 미치는 영향을 살펴보았다. 또한 제 변수들이 숙박공유서비스의 이용태도를 매개로 재이용의도에 미치는 인과효과를 분석하였다.

본 연구를 통하여 소비자측에는 숙박공유서비스의 합리적인 이용을 제고하기 위한 정보제공 및 소비자교육의 기초자료로 이용될 것이다. 운영자측에는 소비자의 숙박공유서비스에 대한 긍정적인 태도와 재이용의도를 제고시킬 수 있는 요인을 파악하여 마케팅 전략을 수립하기 위한 기초자료로 제공되며, 이는 결국 효율적인 경영을 유도할 것이다.

본 연구결과를 토대로 결론 및 제언을 제시하면 다음과 같다.

첫째, 지각된 유용성, 용이성은 숙박공유서비스에 대한 이용태도에 정(+)의 영향을 미쳤고 이용태도를 경유하여 재이용의도에 영향을 보였다. 또한, 지각된 유용성의 경우에는 숙박공유서비스에 대한 재이용의도에 직접적인 영향도 보이고 있었다. 따라서 숙박공유서비스 운영자는 플랫폼에서 소비자의 욕구를 충족시킬 수 있는 숙박 시설을 제공하고 이용자들 각각의 이용 목적에 적절한 유용함을 제공함으로써 이용의 효율성을 제공하여 이용자들의 지각된 유용성을 높여야 하며, 숙박공유서비스를 쉽게 습득하고 이해하기가 쉬운 이용 절차를 통해 지각된 용이성을 높이는 것이 필요하다. 특히 이용자의 지각된 용이성을 높이기 위해 증강현실, 가상현실 등 기술적인 부분을 활용하여 이용자에게 다양한 숙박 시설 정보를 현실감 있게 제공하고 아울러 이용관련 방법 등을 제공해야 할 것이다. 이는 결국 이용태도 향상에 도움이 되며 이를 통해 숙박공유서비스의 재이용의도를 향상시킬 것이다.

둘째, 지각된 위험 중 재무적 위험은 숙박공유서비스 재이용의도에 부(-)의 영향을 미쳐 재무적 위험이 높을수록 숙박공유서비스 재이용의도가 낮았다. 숙박공유서비스를 이용하는 소비자들은 가격의 합리성을 중시하는 경향이 있으므로 적절한 가격책정을 하고 과도한 추가비용 등으로 이용에 불편이 없도록 해야 할 것이며, 또한 이용시 파손 등으로 인한 보상 및 위약금 등에 대한 위험 지각을 감소시켜 줄 수 있도록 이에 대한 부분을 명확하게 소비자에게 고지하여 재무적 위험에 대한 불안함을 감소시킬

필요가 있다. 아울러 숙박공유서비스 이용비용과 추가비용에 대한 관련 사항을 명확히 표시하는 것을 통해 지각된 재무적 위험을 낮춘다면 재이용의도를 높일 수 있을 것이므로 이에 대한 노력이 필요하다.

셋째, 서비스 품질 중 정보 제공성, 반응성, 신뢰성이 높을수록 숙박공유서비스에 대한 긍정적인 태도를 형성하고 이를 통해 재이용의도가 향상됨을 알 수 있었다. 또한 정보 제공성은 재이용의도에 직접적인 영향을 미치고 있음을 알 수 있었다. 따라서 서비스 품질의 구성요인 중 정보 제공성을 향상시키기 위해서는 숙박공유서비스 이용자에게 숙소 시설에 대한 정보를 정확히 제공하고 서비스에 대한 자세한 안내와 홍보 전략이 필요하다. 또한 소비자의 입장에서 다른 소비자들이 정보로 활용할 수 있도록 이용후기나 숙소별점, 추천글 등을 객관적이고 정확하게 작성하여 다른 소비자가 이용시 중요한 정보로 활용될 수 있도록 하여야 할 것이다. 이는 이용태도 및 재이용의도를 향상시킬 수 있을 것이다. 숙박서비스품질 요인 중 반응성이 이용태도에 긍정적인 역할을 하고 있으므로 숙소 이용자의 요청사항에 대해 즉시 처리해주고 문제발생시 신속하게 처리해주도록 하는 노력이 필요하다. 이를 위해 서비스를 신속하고 정확히 처리하고 제공할 수 있는 교육 시스템도 마련하여야 한다. 그리고 서비스 품질의 구성요인 중 숙박 공유서비스에 대한 신뢰성을 향상시키기 위해서는 실제 숙박시설에 대한 사진과 설명 등을 진정성 있게 게시하고, 이용자들의 평판이나 이용후기 등을 제공하여야 하며, 또한 숙박공유서비스의 다른 서비스품질 요인인 정보제공성, 안정성, 반응성 등의 향상을 전제로 한 숙박공유서비스에 대한 신뢰가 확보되어야 할 것이다. 한편 서비스품질 중 안전성은 숙박공유서비스 태도 등에 중요한 영향요인으로 작용되어야 하는 변수임에도 태도 형성에 아무런 영향을 보이지 않으며, 또한 숙박공유서비스 품질 요인 중 상대적으로 안전성이 가장 낮음에도 불구하고 이러한 결과가 나타난 것을 볼 때 소비자들의 소비자교육이 필요한 부분이라고 볼 수 있다. 최근 숙박공유서비스 안전과 관련하여 불만이나 피해도 상당 부분 보고되고 있으므로 소비자들은 안전성을 고려하여 숙박공유서비스에 대한 이용 태도가 형성될 필요가 있을 것이다.

넷째, 숙박공유서비스 이용 태도가 재이용의도에 가장 큰 영향을 미친 것으로 나타났다. 즉 숙박공유서비스를 이용한 후 긍정적인 태도가 형성되면 재이용의도가 높게 된다. 따라서 숙박공유서비스 운영자들은 서비스 활성화를 위해 이용자의 긍정적인 태도가 형성되도록 효율적인

서비스 관리 활동과 능동적이고 적극적인 숙박공유서비스 마케팅 전략을 수립한다면 재이용의도를 높이는 효과를 기대할 것이다. 즉, 숙박공유서비스 운영자들은 빠르게 변화하는 소비자 욕구를 신속하게 파악한 후 소비자 욕구에 적극적으로 대응하여 숙박공유서비스에 대한 긍정적인 이용태도를 향상시킬 필요가 있다. 이는 결국 숙박공유서비스 이용자들의 재이용의도를 높이고 주변인들에게도 긍정적인 구전을 창출할 수 있을 것이다. 소비자들의 경우에도 숙박공유서비스에 대한 다양한 측면에서의 정확한 정보와 경험을 통해 올바른 태도가 형성 될 수 있다면 숙박공유서비스에 대한 효율적인 이용이 될 것이다.

한편 본 연구의 한계점과 후속 연구를 위한 제언은 다음과 같다.

본 연구에서는 재이용의도를 설명하는데 있어 소비자 특성과 관련된 분석이 이루어지지 못했다. 따라서 향후에는 개인적인 소비자특성과 관련한 연구들이 추가되어 분석이 이루어진다면 숙박공유서비스에 대한 소비자 이용행동을 이해하고 세분화 하는데 더 많은 도움이 될 것이다. 또한 본 연구는 공유 서비스 중 숙박공유서비스 중심으로 연구하였다. 최근 공유 서비스는 자전거, 전동킥보드, 자동차 등 소비생활과 밀접한 서비스 시장이 확대되면서 공유 서비스 유형에 따라 이용 태도 및 재이용의도에 대한 연구가 필요할 것이다.

주제어: 숙박공유서비스, 기술수용이론, 이용태도, 재이용의도

REFERENCES

김나영(2017). Airbnb 온라인 후기 신뢰도와 지각된 위험이 태도와 이용의도에 미치는 영향: 범죄 인식의 조절변수를 중심으로. 한양대학교 석사학위논문.
 김지형(2019). 패션 공유 어플리케이션의 사용자 경험이 수용에 미치는 영향연구: UTAUT 모형을 중심으로. 한국콘텐츠학회논문지, 19(5), 82-93.
 김지희, 이건웅(2019). 공유숙박 서비스 성공에 미치는 요인에 대한 실증연구. Information Systems Review, 21(2), 69-89.
 김진한(2019). 공유형 숙박서비스의 제품 특성, 플랫폼 특

성, 호스트 특성이 태도와 이용의도에 미치는 영향: 이용경험, 상호의존적 성향, 불확실성 회피성향, 네트워크 효과의 조절효과를 중심으로. 동국대학교 박사학위논문.
 김진한, 강우성(2018). 공유형 숙박서비스와 호텔서비스의 소비가치가 이용의도에 미치는 영향. 관광연구저널, 32(9), 33-49.
 김찬주(1991). 의복구매시 소비자가 지각하는 위험에 관한 연구 (I): 위험의 유형분류, 소비자 인구변인과의 관련을 중심으로. 한국의류학회지, 15(4), 405-416.
 김태연(2017). 공유경제에서 서비스 품질이 고객만족, 재방문의도 및 추천의도에 미치는 영향: 숙박공유서비스를 중심으로. 한양대학교 석사학위논문.
 김현우(2019). 게스트하우스 방문객의 지각된 위험과 가치가 만족도 및 재방문 의도에 미치는 영향. 경희대학교 석사학위논문.
 김희경, 이창원(2018). 공유경제 서비스창업을 위한 서비스품질에 관한 연구. 한국창업학회지, 13(2), 77-102.
 류미현(2017). 소비자 독특성 및 편의점 관련 특성에 따른 편의점 재이용의도: 지각된 즐거움의 조절효과를 중심으로. 소비문화연구, 20(4), 181-204.
 류미현, 이영희(2017). 대학생소비자의 소비자민감성 및 공유경제 서비스 특성이 이용의도에 미치는 영향: 소비자역할태도의 조절효과를 중심으로. 소비자정책교육연구, 13(3), 67-93.
 류미현, 임해파, 장몽교(2019). 기술수용모델과 체험경제 이론을 적용한 무인주문결제서비스 이용의도에 관한 연구: 시간압박의 조절효과를 중심으로. 소비문화연구, 22(3), 71-95.
 박미란(2015. 7. 10). 中 공유경제서비스에 대규모 투자 이어져...중국의 Airbnb‘샤오쭈’, 680억 투자유치 확정, <https://platum.kr/archives/42368>에서 인출.
 박상현, 마윤상, 조운용(2018). 스포츠 웨어러블 디바이스 수용의도에 관한 메타경로분석: 확장된 기술수용모델을 중심으로. 한국스포츠 경영산업학회지, 23(5), 17-32.
 박수철, 반옥숙, 박주연(2015). 웹드라마의 이용동기가 만족도와 이용태도에 미치는 영향. 정보사회와 미디어, 16(2), 47-70.
 박정현, 유종식(2019). 에어비앤비(Airbnb)의 지각된 위험

- 이 구매의도에 미치는 영향에 관한 연구: 대안매력의 조절 효과를 중심으로. *호텔경영학연구*, 28(7), 125-144.
- 박현화(2020). 공유숙박 서비스 속성이 재이용의도에 미치는 영향에 관한 연구. 한양대학교 석사학위논문.
- 박홍석(2016). 공유경제 서비스의 지각된 위험과 가치, 신뢰, 그리고 이용의도 간의 관계 연구: 카셰어링 서비스를 대상으로. 숭실대학교 석사학위논문.
- 심관섭, 양동우(2019). 공유숙박 소비가치와 소비위험이 공유숙박 공급 참여의도에 미치는 영향: 소비자 혁신성의 조절 효과와 함께. *한국창업학회지*, 14(6), 182-209.
- 안성숙, 양수진(2018). 가치-태도-행동 모델에 기반한 공유숙박에 대한 소비자행동의 이해: 에어비앤비 서비스를 중심으로. *소비문화연구*, 21(2), 97-119.
- 안희정, 황영현(2019). 저비용항공사의 위험지각 연구: 일반 위험지각과 상황 위험지각의 비교. *관광학연구*, 42(3), 201-218.
- 오정민, 이상호(2019). 공유경제가치, 우리가 위험을 무릅쓰는 이유: 숙박공유서비스 지식보정(knowledge calibration)의 조절효과. *관광학연구*, 42(8), 11-30.
- 오지경(2006). 국내선 항공사 e-서비스품질이 고객 만족 및 충성도에 미치는 영향. *대한경영학회 학술대회 논문집(p235-259)*, 서울, 한국.
- 윤설민(2015). 기대불일치이론과 계획행동이론에 따른 관광 이벤트에 대한 지역주민의 행동의도 및 지지도 이해. *호텔경영학연구*, 24(1), 127-145.
- 윤정환, 이상준(2017). 숙박공유서비스 이용의도에 영향을 미치는 요인에 관한 연구. *정보시스템연구*, 26(3), 187-209.
- 윤지호(2016). 개인적 특성이 공유경제 플랫폼 이용의도에 미치는 영향: 자산민감성, 기술혁신성, 자기효능감, 신뢰성 중심으로. 단국대학교 석사학위논문.
- 이예진, 윤지환(2017). 공유숙박 잠재적 이용자의 이용동기와 인지된 위험이 열망과 이용의도에 미치는 영향. *한국관광학회 국제학술발표대회 논문집(p81)*, 강릉, 한국.
- 이은지, 조철호(2018). 공유경제에서 서비스품질이 공유가치창출 및 지속이용의도에 미치는 영향에 관한 연구: 중국공유자전거를 중심으로. *품질경영학회지*, 46(3), 523-538.
- 이정수, 전희성, 정명선(2016). 공유경제 서비스 이용의도에 관한 실증연구: 가격민감성·신뢰성과 기술수용모형을 중심으로. *디지털융복합연구*, 14(7), 57-72.
- 이정탁(2020). 체험형 지역축제의 서비스품질이 참여자의 여가몰입과 여가지속에 미치는 영향. *여가학연구*, 18(1), 30-50.
- 이현진, 박현정(2019). 숙박 공유경제 서비스의 제공 및 사용 의도에 대한 영향 요인. *한국콘텐츠학회논문지*, 19(5), 205-216.
- 이혜미(2018). 빅데이터를 활용한 공유숙박의 지각된 위험 인식에 관한 연구. 경희대학교 박사학위논문.
- 인민망한국어판(2018). 중국 공유숙박 ‘인기 가도’ (빅데이터 관찰), kr.people.com.cn/n3/2018/0622/c203280-9473947.html에서 인출.
- 임한빛(2020). 비콘을 활용한 공간 안전정보 알림 애플리케이션 개발 연구: 공유숙박 서비스를 중심으로. 한양대학교 석사학위논문.
- 조민(2018). 공유경제 서비스에 대한 지각된 기술수용이 지속이용의도에 미치는 영향에 관한 연구: Didi Chuxing 차량 공유 서비스 중심으로. 인천대학교 박사학위논문.
- 주덕(2016). 공유숙박업 공공 플랫폼의 사회·경제적 편익 추정. *관광레저연구*, 28(6), 45-59.
- 주지혁(2013). 아이폰 이용자를 통해 본 스마트폰의 이용의도 예측모형 비교 : 기술수용모형(TAM), 계획된행동이론(TPB) 및 통합모형을 중심으로. *디지털융복합연구*, 11(1), 89-97.
- 주취연, 조강필, 양연, 왕뢰, 박상수(2019). 온라인 후기 신뢰도가 중국의 공유숙박 플랫폼의 재사용의도에 미치는 영향 : 샤오쭈(小), 마이(蠟), 투지아(途家), 무냐오(木鳥)를 중심으로. *한중관계연구*, 5(3), 111-137.
- 차두원, 진영현(2015). *초연결시대, 공유경제와 사물인터넷의 미래*. 서울: 한스미디어.
- 한국문화관광연구원(2018). *온라인 개별관광상품 시장분석 및 정책방향*. 서울: 한국문화관광연구원.
- 國家信息中心分享經濟研究中心(2020). *中國共享經濟發展報告2020*, <http://www.sic.gov.cn/News/568/10429.htm>에서 인출.
- 前瞻產業研究院(2020). *2020年中國在線民宿行業發展現狀分析*. 前瞻產業研究院.
- 中國日報(2019). *權威發：2019上半年中國民宿行業發展研*, ex.chinadaily.com에서 인출.

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.
- Anderson, R. M., Fitzgerald, J. T. & Oh, M. (1993). The relationship between diabetes-related attitudes and patients' self-reported adherence. *The Diabetes Educator*, 19(4), 287-292.
- Bauer, R. A. (1960). Consumer behavior as risk taking. *Dynamic Marketing for a Changing World*, 67, 389-398.
- Bitner, M. J. (1990). The service encounter: Diagnosing favorable and unfavorable incidents. *Journal of Marketing*, 54(1), 71-85.
- Botsman, R., & Rogers, R. (2011). *What's mine is yours: How collaborative consumption is changing the way we live*. New York: Harper Collins.
- Brooker, G. (1984). An assessment of an expanded measure of perceived risk. *Na-Advances in Consumer Research*, 11, 439-441
- Cronin, J. J., Imershein, A. W., & Taylor, S. A. (1992). Organizational theory and paradigms of organizational behavior. *AMA Winter Educators' Conference*, 46(3), 162-176.
- Cronin, J. J., & Taylor, S. A. (1992). Measuring service quality: A reexamination and extension. *The Journal of Marketing*, 56(3), 55-68.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319-340.
- Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (1989). User acceptance of computer technology: A comparison of two theoretical models. *Management science*, 35(8), 982-1003.
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (1995). *Consumer behavior(8th ed.)*. Fort Worth TX: The Dryden Press.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1980). Predicting and understanding consumer behavior: Attitude-behavior correspondence. *Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior*, 148-172.
- Hamari, J., & Nousiainen, T. (2015). Why do teachers use game-based learning technologies? The role of individual and institutional ICT readiness. *Proceedings of the Annual Hawaii International Conference on System Sciences(682-691)*. Kauai, Hi. USA.
- Oliver, R. L. (1980). A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions. *Journal of Marketing Research*, 17(4), 460-469.
- Parasuraman, A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple item scale for measuring consumer perception of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.
- Walker, J. L. (1995). Service encounter satisfaction: Conceptualized. *Journal of Services Marketing*, 9(1). 5-14.

Received 21 August 2020;

1st Received 6 September 2020;

Accepted 23 September 2020