

## 숙박공유서비스 이용의도에 영향을 미치는 요인에 관한 연구

윤정환\* · 이상준\*\*

### 〈목 차〉

I. 서론	IV. 실증분석
II. 이론적 고찰	4.1 자료수집 및 표본의 특성
2.1 공유경제	4.2 신뢰성 및 타당성 분석
2.2 지각된 가치와 위험	4.3 확인적 요인분석
2.3 네트워크 효과	4.4 구조방정식 모델 분석
2.4 지각된 유용성 및 신뢰	V. 결 론
2.5 이용의도	5.1 연구결과 요약 및 시사점
III. 연구 설계	5.2 연구의 한계점 및 향후 연구방향
3.1 연구모형	참고문헌
3.2 연구가설	<Abstract>
3.3 변수의 조작적 정의	

### I. 서론

“미국에는 전동드릴이 8천만 개나 있지만, 평균 사용시간은 각각 13분밖에 되지 않습니다. 모든 사람들이 전동드릴을 소유할 필요가 있을까요?” 숙박공유 업체 에어비앤비(Airbnb)의 창업자이자 최고경영자(CEO)인 브라이언 체스키(Brian Joseph Chesky)의 말이다. 전동드릴 뿐만 아니라, 개인 승용차의 경우 전체 사용기간 중 95%는 주차된 상태로 있다는 현황 조사에 따르면 소비자 입장에서는 그리 길지 않은

사용시간을 위해 자원을 낭비하고 있는 셈이다. 하지만 만약 물건을 쉽고 빠르게 안전하게 빌릴 수 있다면 어떻게 될까? 개인이 소유하고 있는 여분의 제품, 자원, 재능 등을 다른 사람들과 공유하여 새로운 가치를 창출할 수 있지 않을까? 바로 공유경제(Sharing Economy)가 이러한 질문의 해답이 될 수 있다(성낙환, 2014). 공유경제는 2008년 미국 하버드 법대 로렌스 레식(Lawrence Lessig) 교수에 의해 처음 사용된 말로, 한 번 생산된 제품을 다수가 공유하여 사용하는 협업소비를 기본으로 한 경제방식이다

\* 전남대학교 대학원 전자상거래학과 박사수료, yjh0081@gmail.com(주저자)

\*\* 전남대학교 경영학부 교수, s-lee@chonnam.ac.kr(교신저자)

(Lessig, 2008). 이러한 공유경제는 세계 경제·경영의 패러다임을 변화시키고 있는 가장 중요한 키워드이며 2011년 타임지에서 세상을 변화시키는 10개 아이디어 중 하나로 선정되었다(차두원·진영현, 2015).

최근 IT산업에서는 분야별 공유경제 주도권 경쟁이 치열해지고 있으며, 공유경제의 발전은 온라인 쇼핑몰에서부터 스마트폰 애플리케이션 마켓 등 여러 분야에 걸쳐 쪽 이어질 것으로 예상된다(김해중 등, 2016). 따라서 소비자의 공유경제에 대한 이해와 서비스 이용의도에 관한 연구가 필요하다. 현재 우리나라에서 공유경제서비스에 대한 관심은 점차 증가하고 있으나 공유경제서비스를 대상으로 한 연구는 아직 많지 않고, 공유경제서비스와 관련한 각종 보고서는 공유경제서비스의 경제적, 사회적 효과를 포괄적으로 분석한 것이 대부분이며, 새로운 경제방식에 대하여 법과 제도적으로 보완해야 할 부분을 주로 다루고 있다(박홍석, 2015).

이에 본 연구에서는 숙박공유서비스에 대한 지각된 가치와 위험, 네트워크 효과, 유용성, 신뢰와 이용의도간의 구조적 관계를 실증적으로 검증하고자 한다. 기존 공유경제서비스의 이용의도 관련 연구에서는 다루어지지 않았던 공유경제서비스의 지각된 가치 중 경험적 가치와 호혜적 가치의 영향력을 밝히고, 유용성과 신뢰의 영향 그리고 숙박공유서비스 이용경험이 조절효과가 있는지를 검증하여 숙박공유서비스 활성화 방안을 제안하는데 목적이 있다. 이는 국내 숙박공유서비스의 본격적인 활성화를 앞둔 시점에서 이용자가 숙박공유서비스에 대해 실질적으로 지각하는 가치와 위험을 알아본다는 점에서 의의가 있을 것이다. 또한 공유경제

서비스에서 핵심으로 언급되는 이용자의 유용성 지각과 신뢰 형성이 어떠한 요인에 의해 영향을 받는지 구체적으로 파악함으로써 공유경제서비스를 활성화하는 데 도움이 될 수 있다.

본 연구는 숙박공유서비스의 지각된 가치, 지각된 위험, 네트워크 효과, 유용성, 신뢰, 이용의도 간의 구조적 인과관계를 규명하고자 선행연구 탐색을 통해 연구 모형 및 가설을 제시했고, 설문지를 이용하여 자료를 수집한 후 SPSS 21.0과 AMOS 21.0을 활용하여 데이터를 분석하였고 가설을 검증했다.

## II. 이론적 고찰

### 2.1 공유경제

공유경제에 대하여 로렌스 레식(2008) 교수는 한 번 생산된 제품을 여럿이 공유해 쓰는 협업소비를 기본으로 한 경제방식이며, 공유경제인지 아닌지 구분할 수 있는 불변의 정의는 없고, ‘위키피디아(Wikipedia)’가 공유경제의 좋은 사례이며 공유하지 않아도 될 자신의 자산(정보)을 사회와 공유함으로써 새로운 부가가치가 창출되며, 소비자는 적은 비용(또는 무료)으로 그 가치를 쉽게 이용(공유)하는 것이라고 정의하였다. 또한 한국소비자원(2013)은 이미 생산된 제품을 구성원 간 공유하는 형태의 경제활동이며, 자신이 소유한 재화에 대한 사용권을 타인과 공유·교환·대여 함으로써 새로운 가치를 창출해내는 것을 의미하는 협력적 소비가 공유경제의 근간이라고 하였다. 2000년대 중반 이후 우버(Uber)나 에어비앤비(Airbnb)

등 공유경제 비즈니스 모델이 빠르게 부상 한 데는 무엇보다 초고속 무선인터넷, 모바일 결제 시스템 등 IT 기술의 발전이 크게 기여하고 있다(조용수, 2015). 공유경제 비즈니스 모델을 살펴보면, 공유경제 플랫폼을 통해 대여자는 유희자원을 포스팅하고 이에 대한 대여수익을 얻 으며, 이용자는 유희자원을 이용하면서 대여료를 지불하게 된다. 공유경제 기업은 이들을 통한 수수료로 수익을 낼 수 있다. 대여자는 유희 자원의 수입원화를, 이용자는 비교적 저렴한 가격으로 유희자원을 이용할 수 있어 비용절약을 할 수 있다(이유미, 2014).

절대 나눠 쓸 수 없을 것 같은 집을 나눠 쓰는 서비스가 처음 미국에서 등장했을 때 에어비앤 비는 급성장하며 미국과 국내에서 주목을 받는다. 브라이언 체스키(Brian Chesky)와 조 게비아 (Joe Gebbia)가 미국 샌프란시스코에서 2008년 공동 창업한 에어비앤비는 인터넷이나 모바일로 숙박 장소를 찾는 사람과 방을 빌려줄 사람을 연결해 주는 공유경제 숙박 중개업체였다(이유미, 2014). 에어비앤비 이용자는 자기가 사는 집을 출장이나 긴 여행으로 비우는 동안 다른 이용자 에게 얼마간의 돈을 받고 빌려주거나, 집세가 부족해 방 한 칸을 내어주는 경우도 있다. 여행자가 머물 곳이 부족하다고 모텔이나 호텔 등 새로운 숙박시설을 짓는 대신 에어비앤비가 활성화 되면 이미 있는 집을 활용할 수 있다. 덕분에 해당 지역 자치정부는 숙박시설이 모자란다고 추 가로 사업을 벌이지 않아도 된다.

## 2.2 지각된 가치와 위험

일반적 의미에서 가치는 제품이나 서비스를

통해 기대하는 어떤 이익이나 혜택을 의미하는 데, 가치의 평가과정에는 개인의 주관적 견해나 상황이 크게 작용한다(김영재, 2003). Williamas(1979)는 가치는 행동의 원인변수이며, 명백하고 충분히 개념화된 가치는 판단과 선호, 선택의 조건이 된다고 하였다. 또한 가치는 하나의 상호적인 상대주의적 선호경험이라고 할 수 있다(Holbrook and Corfman, 1985). 이와 같이 기존의 연구들은 지각된 가치를 구매행동 결정 과정에서 중요성을 증명하고 있고, 특히 경제적인 가치에 초점을 두고 있는 단일 차원의 가치보다는 다차원적인 가치에 관심을 가지고 있다(노미진, 2011). 숙박공유서비스는 경제적 가치뿐만 아니라 독특한 숙박체험이 가능한 경험적 가치도 함께 중요한 역할을 수행 할 수 있기 때문에 다차원의 측면에서 포괄적인 개념의 가치로 고려할 수 있다.

경험경제(Experience Economy)란 물자, 상품, 서비스를 판매하는 전통적인 방식을 거쳐 경험을 파는 새로운 단계로서, 상품에 녹아있는 무형의 가치인 스토리, 주관적 경험, 감성, 창의적 아이디어 등을 가치로 하고 있다(Pine, B. J. II & Gilmore, J. H, 1998).

호혜성(Reciprocity)은 상대방의 노력으로 인하여 다른 상대방이 혜택(Benefit)을 받거나 감사하는 마음(Gratitude)을 느끼거나 나아가 상대방에게 은혜를 입고 있다는 감정(Feeling of indebtedness)을 지각하는 것을 말한다(Gustafsson, 2005). Mauss(1990)는 ‘호혜성은 받은 선물의 가치를 즉각적이든 나중에이든 간에 상대방에게 되돌려 주어야 한다는 도덕적 의무를 수반한다’고 하였고, 나아가 ‘행정적 위계질서, 또는 시장을 통한 교환도 아닌 도덕적 의무

에 바탕을 둔 교환유형'이라고 하였다.

지각된 위협에 대하여 정승렬 등(2006)은 인터넷 쇼핑몰을 이용함으로써 인해 발생할 수 있는 경제적 손실 가능성에 대한 불안감과 구매하고자 하는 제품 및 서비스에 대한 불안감, 인터넷 쇼핑몰을 이용하여 구매한 사용자에 대한 타인의 나쁜 평가에 대한 불안감, 기술적 이해도가 낮은데 대한 불안감이 포함되고 그 외, 개인정보 유출에 대한 불안감을 갖거나 시간적으로 손실을 가져올지 모른다는 불안감 등으로 정리하였다. 손경희(2003)는 지각된 위협의 유형을 개인적, 프라이버시, 성능적, 시간손실, 그리고 경제적 위협으로 정의하였다. 즉, 이 5가지 유형의 위협에 대해 소비자가 지각하는 수준이 종합적으로 '지각된 위협'이란 개념으로 정의하였다.

### 2.3 네트워크 효과

네트워크 효과(Network effect)란 네트워크 규모가 커질수록 네트워크 가치가 증가하는 것을 말한다. 전화, 팩스, 전자우편 등은 나 혼자 가지고 있다면 아무 소용이 없다. 이들 시장에서는 가입자가 많아질수록 더 많은 통신이 가능해지기 때문에 소비자에게 더 많은 혜택을 줄 수 있다. 또한 대규모의 네트워크는 다양하고 저렴한 보완재 개발을 가져와 가입자에게 혜택을 준다. 이러한 현상들을 경제학 이론은 네트워크 효과로 인한 규모의 경제, 범위의 경제의 결과로 설명한다(홍동표 등, 2002).

### 2.4 지각된 유용성과 신뢰

지각된 유용성의 개념이 사용된 것은

Davis(1989)에 의한 기술 수용 모형(TAM: Technology Acceptance Model)으로, 이 모형은 최종 사용자의 컴퓨터 기술과 관련된 행동양상을 설명하기 위한 것이다. TAM모형에서의 주요 변수는 지각된 유용성과 지각된 용이성의 두 가지이며 이 중에서 지각된 유용성은 새로운 커뮤니케이션이나 기술을 받아들일 경우, 업무·삶의 질이 향상될 것이라고 믿는 정도를 의미하지만, 합리적 행위이론(TRA)과는 다르게 지각된 유용성이 행위 의도에 직접적인 영향을 주는 혁신확산이론(IDT)의 상대적 이점과 의미가 유사하는 것으로 볼 수 있는 것이다. 지각된 유용성은 이용자 입장에서 어떤 기술을 수용하여 자신의 과업에 얼마나 유용하게 사용할 지 주관적인 신념이라고 할 수 있는데, 즉 업무생산성을 개선시키는 효율성 측면과 관련하여 특정 기술을 이용하는 것이 자신의 직무와 연관된 성과를 어떻게 향상시킬 수 있는지에 따른 결과에 대한 평가로 이해할 수 있는 것이다(최민수, 2011).

신뢰(Trust)는 타인의 미래 행동이 자신에게 호의적이거나 또는 최소한 악의적이지는 않을 가능성에 대한 기대와 믿음', 즉 '상대가 어떻게 행동할 것이라는 믿음 하에 상대방의 협조를 기대하는 것'이라고 하였다(홍재우, 2016). 신뢰란 '한 행위자가 위협에도 불구하고 다른 행위자가 자신의 기대 혹은 이해에 맞도록 행동할 것이라는 주관적 기대'이다. 이러한 신뢰는 사회적 관계를 전제로 하며, 그 관계 속에서 존재하며, 신뢰가 있음으로 해서 관련 행위자들은 협동을 할 수 있고, 감시와 통제 비용을 줄일 수 있다는 점에서 사회적 자본의 전형적인 경우이다. 따라서 본 연구에서는 연구목적에 부합되

도록 숙박공유서비스 이용의도와 관련된 매개 변수로 유용성과 신뢰를 채택하여 연구하였다.

## 2.5 이용의도

일반적으로 의도는 개인의 예기된 혹은 계획된 미래행동의 개념으로 신념과 태도가 행위로 옮겨질 확률, 또는 신념과 태도가 행동으로 옮겨질 주관적 가능성(Engel et al., 1995)으로 정의되고 있다. Fishbein and Ajzen(1975)은 특정 대상에 대한 여러 가지 속성을 확인한 후 각 속성에 가중치를 부여하여 소비자의 태도를 연구한 다속성 태도 모형에 사회적 규범 요인을 추가하여 확장모형으로 발전시켰다. 행동의 수행 또는 비 수행에 대하여 의도가 행동의 직접적인 결정 요인이라고 보고한 개인의 행동을 예측하기 위해서는 무엇보다 행동의도를 묻는 것이 단순하고 효과적인 방법이라 주장했다. 본 연구는 이러한 선행연구를 바탕으로 숙박공유서비스의 이용의도는 ‘숙박공유서비스를 이용하고자 하는 미래행동에 영향을 주는 정도’로 정의하고 연구를 진행하였다.

## Ⅲ. 연구설계

### 3.1 연구모형

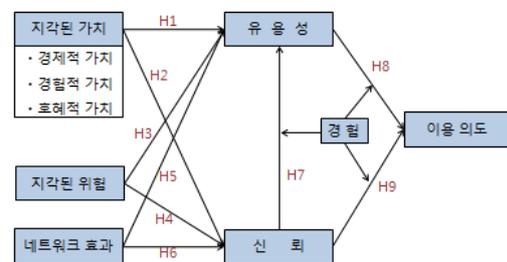
본 연구는 숙박공유서비스 이용의도 요인을 발굴하고, 숙박공유서비스에 대한 지각된 가치, 지각된 위험, 네트워크 효과와 유용성 및 신뢰 간의 구조적 관계를 규명한다. 또한, 숙박공유서비스에 대한 신뢰 및 유용성과 이용의도 간

의 구조적 관계를 규명한다.

연구모형 설계를 위한 과정은 다음과 같이 진행되었다. 먼저, 선행연구를 바탕으로 숙박공유서비스의 이용의도에 영향을 미치는 요인을 지각된 가치와 지각된 위험 그리고 네트워크 효과로 구분한 다음, Davis(1989)의 기술수용모델(TAM)을 기반으로 다음과 같은 연구모형과 가설을 설정하였다.

본 연구에서 설정한 모형에서는 독립변인은 Babin et al.(1994), Sweeney & Soutar(2001), Morales(2005), 노미진(2011) 등이 제시한 지각된 가치와 위험을 본 연구에 맞게 숙박공유서비스 환경에 적용하여 재구성하였다. 즉, 지각된 가치 요인을 경제적 가치, 경험적 가치, 호혜적 가치로 구분하여 측정하였고, Jarvenpaa & Todd(1997), Ward & Lee(2000), 노미진(2011) 등이 제시한 지각된 위험 요인과 Gilbert & Carol(1992), 정태석 등(2014)이 제시한 네트워크 효과 요인을 숙박공유서비스 환경에 맞게 재구성하였다.

이러한 독립변인들은 숙박공유서비스에 대한 유용성 지각 및 신뢰에 영향을 미칠 것으로 판단되어지고, 이를 통해 신뢰는 다시 유용성에 영향을 줄 것으로 보여지며, 최종적으로 숙박공유서비스 이용의도에 영향을 줄 것으로 판단되어 <그림 1>과 같은 연구 모형을 설정하였다.



<그림 1> 연구모형

## 3.2 연구가설

### 3.2.1 지각된 가치와 유용성 및 신뢰와의 관계

다수의 연구에서 지각된 가치는 의사결정 과정에 중요한 개념으로 인식되고 있으며 유용성의 관련성을 증명하고 있다. 일반적 의미에서 가치는 제품이나 서비스를 통해 기대하는 어떤 이익이나 혜택을 의미하는데, 가치의 평가과정에는 개인의 주관적 견해나 상황이 크게 작용한다. 이러한 특성 때문에 대부분의 소비자들은 제품이나 서비스의 질에 대해 정확히 평가할 수 없으며, 제한된 정보와 자신이 가지고 있는 지각에 기초하여 제품이나 서비스를 평가하게 된다(김영재, 2003).

기존 공유경제서비스와 관련한 연구에서 지각된 가치는 경제적 가치, 기능적 가치, 정보적 가치, 사회적 가치, 감정적 가치, 심미적 가치 등으로 정의되고 연구되었다. 하지만 최근 부각되고 있는 경험적 가치와 호혜적 가치를 연구한 것은 없었다. 따라서 본 연구에서는 경험적 가치와 호혜적 가치를 지각된 가치의 중요 원변수로 판단하고 이러한 지각된 가치가 숙박공유서비스 이용의도를 결정짓는데 중요한 매개변수인 유용성 및 신뢰에 미치는 영향을 연구하고자 다음과 같은 가설을 설정하였다.

H1 : 숙박공유서비스에 대한 지각된 가치는 유용성에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H1-1: 숙박공유서비스의 경제적 가치는 유용성에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H1-2: 숙박공유서비스의 경험적 가치는 유용성에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H1-3: 숙박공유서비스의 호혜적 가치는 유

용성에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H2 : 숙박공유서비스에 대한 지각된 가치는 신뢰에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H2-1: 숙박공유서비스의 경제적 가치는 신뢰에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H2-2: 숙박공유서비스의 경험적 가치는 신뢰에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H2-3: 숙박공유서비스의 호혜적 가치는 신뢰에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

### 3.2.2 지각된 위험과 유용성 및 신뢰와의 관계

지각된 위험에 관한 이론은 고객의 행위를 설명하기 위해서 지금까지 계속적으로 연구되어 왔다. 많은 연구에서 지각된 위험은 고객의 주관적인 평가에 의해서 측정되고 있으며 다차원적인 측면에서 연구되고 있다(노미진, 2011). 지각된 위험의 유형에 대하여 여러 가지 분류가 있으며 Lee(2009)는 지각된 위험을 성능적 위험, 사회적 위험, 시간 위험, 경제적 위험, 보안 위험으로 분류하여 측정하였고, Jacoby & Kaplan(1972)는 지각된 위험을 경제적 위험, 성능적 위험, 신체적 위험, 심리적 위험, 사회적 위험, 시간 위험으로 제안하였다. 이와 같이 많은 연구자들이 지각된 위험에 관심을 가지고 있으며 주로 경제적 위험, 기능적 위험, 심리적 위험, 보안적 위험 등을 지각된 위험의 범주에 두고 연구하고 있다. 본 연구에서는 숙박공유서비스에 대한 지각된 위험을 ‘공유경제서비스 이용 시 발생 할 가능성이 있는 예상할 수 없는 부정적 결과에 대한 불확실성과 염려’라 정의하고 이러한 지각된 위험이 숙박공유서비스 이용의도를 결정짓는데 중요한 매개변수인 유용성과 신뢰에 미치는 영향을 연구하고자 다음과

같은 가설을 설정하였다.

H3: 숙박공유서비스에 대한 지각된 위험은 유용성에 부(-)의 영향을 미칠 것이다.

H4: 숙박공유서비스에 대한 지각된 위험은 신뢰에 부(-)의 영향을 미칠 것이다.

### 3.2.3 네트워크 효과와 유용성 및 신뢰와의 관계

네트워크 효과는 ‘어느 특정 상품에 대한 수요가 다른 사람들에게 영향을 주는 효과’를 말한다. 사람들이 네트워크를 형성해 다른 사람의 수요에 영향을 준다는 뜻에서 붙여진 경제현상으로, 1950년에 미국의 하비 라이벤스타인(Harvey Leibenstein)이 이론의 기초를 세웠다. 기술수용모형을 이용해 기술수용과정을 설명한 대부분의 기존연구들에서는 지각된 용이성과 유용성의 원인변수를 제시하여 초기 연구모형을 확장하였다. 하지만 네트워크 효과와 같이 사용자 수 증가에 따른 수용의 변화 과정을 고려하지 않았다(정태석 등, 2014). 본 연구에서는 숙박공유서비스 이용의도를 결정하는데 있어 네트워크 효과가 주요 원인변수라 판단하여 숙박공유서비스의 네트워크 효과가 서비스에 대한 유용성 지각과 신뢰에 미치는 영향을 확인하고자 다음과 같은 가설을 설정하였다.

H5: 숙박공유서비스에 대한 네트워크 효과는 유용성에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H6: 숙박공유서비스에 대한 네트워크 효과는 신뢰에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

### 3.2.4 신뢰 및 유용성과 이용의도와의 관계

신뢰는 ‘타인의 미래 행동이 자신에게 호의

적이거나 또는 최소한 악의적이지는 않을 가능성에 대한 기대와 믿음’을 말한다. 즉 신뢰는 상대가 어떻게 행동할 것이라는 믿음 하에 상대방의 협조를 기대하는 것(홍재우, 2016)이라고 하였다. 장명희(2005)는 신뢰를 전자상거래활동에서 필수적으로 요구되는 중요한 요인으로서 신뢰의 선행요인을 확인한 후 이러한 신뢰가 태도와 거래의도에 미치는 영향을 확인하였다. 황의록 등(1997)은 그들의 연구에서 온라인 구전과정에서 소비자가 느낀 신뢰성은 정보의 유용성에 정(+)의 방향으로 영향을 준다고 밝혔다. 온라인상의 구전 커뮤니케이션에서 지각된 정보의 유용성은 구매를 위한 목적이나 요구에 부응하느냐를 판단함으로써 형성되며 이는 구전 정보가 가지고 있는 정보가치를 의미한다고 할 수 있다. 이때 지각된 유용성은 ‘소비자가 구매하고자하는 제품을 서로 비교하거나 평가하는데 도움이 되는 정도’라고 할 수 있다. 이와 같이 서비스에 대한 신뢰와 유용성 지각 정도는 소비자의 행동에 결정적 영향을 미치는 것으로 확인되었다. 그러나 이러한 서비스에 대한 신뢰 수준과 유용성 지각과의 직접적 관계를 연구한 사례는 많지 않았다.

다수의 연구에서 유용성은 소비자의 의사결정 과정에 중요한 개념으로 인식되고 있으며 이용의도와의 관련성을 설명하고 있다. 또한 신뢰는 고객이 느끼는 위험을 감소시킴으로써 행위의도를 증가시킬 수 있으며 이용의도를 유발할 수 있는 중요한 요인이 될 수 있다(Jarvenpaa et al., 1997). 따라서 본 연구에서는 이러한 선행 연구들을 바탕으로 숙박공유서비스에 대한 신뢰 및 유용성과 이용의도와의 관계를 알아보고자 다음과 같이 가설을 도출하였다.

H7: 숙박공유서비스에 대한 신뢰는 유용성에 정(+)<sup>1</sup>의 영향을 미칠 것이다.

H8: 숙박공유서비스의 유용성은 이용의도에 정(+)<sup>1</sup>의 영향을 미칠 것이다.

H9: 숙박공유서비스에 대한 신뢰는 공유서비스 이용의도에 정(+)<sup>1</sup>의 영향을 미칠 것이다.

### 3.2.5 숙박공유서비스 이용경험의 조절효과

Wikipedia에 의하면 사용자 경험(User Experience)은 ‘사용자가 어떤 시스템, 제품, 서비스를 직·간접적으로 이용하면서 느끼고 생각하게 되는 총체적 경험’을 말한다. 단순히 기능이나 절차상의 만족뿐 아니라 전반적으로 지각 가능한 모든 면에서 사용자가 참여, 사용, 관찰하고 상호 교감을 통해서 알 수 있는 가치있는 경험이다. 이에 숙박공유서비스 이용경험 여부에 따라 매개변수인 신뢰 및 유용성과 종속변수인 이용의도 사이에 미치는 영향은 차이가 있을 것으로 생각되어 다음과 같은 가설을 설정하였다.

H10: 숙박공유서비스 이용경험은 신뢰와 유용성 그리고 이용의도 사이에 조절 역할을 할 것이다.

### 3.3 변수의 조작적 정의

조작적 정의는 추상적이고 사전적으로 표현된 구성개념을 실제 현상에서 측정 가능하도록 관찰 가능한 형태로 정의해 놓은 것을 말한다. 본 연구에서 수행한 변수들의 조작적 정의는 <표 1>과 같다.

## IV. 실증분석

### 4.1 자료수집 및 표본의 특성

본 연구에서는 숙박공유서비스에 대한 이용의도를 파악하기 위해 관련 선행연구 및 문헌 고찰을 통해 관련된 요인들을 도출하였다. 그리고 도출된 영향 요인의 가설을 검증하기 위해

<표 1> 변수의 조작적 정의

변 수	조작적 정의
경제적 가치	숙박공유서비스 이용을 통해 얻게 되는 경제적 혜택에 기초한 가치
경험적 가치	숙박공유서비스 이용을 통해 얻게 되는 경험적 혜택에 기초한 가치
호혜적 가치	숙박공유서비스 이용을 통해 얻게 되는 호혜적 혜택에 기초한 가치
지각된 위험	숙박공유서비스 이용 시 발생 할 가능성이 있는 예상할 수 없는 부정적 결과에 대한 불확실성과 염려
네트워크 효과	숙박공유를 활용하는 이용자가 많으면 많을수록 서비스의 이용가치가 높아지는 정도
유용성	숙박공유서비스 이용을 통해 개인의 욕구를 충족시켜주는 정도
신뢰	숙박공유서비스에 대한 사용자의 전반적인 신뢰 정도
이용의도	숙박공유서비스를 이용하고자 하는 미래행동에 영향을 주는 정도

다음의 과정을 통하여 설문조사를 실시하였다. 본 연구는 여행을 좋아하는 숙박시설 이용자를 대상으로 2017년 3월 27일부터 4월 28일까지 5주간에 걸쳐 광주광역시·전남·경기·충남 지역에 거주하는 각급학교 교사, 공무원, 연구원, 학생 등을 대상으로 지인들의 도움을 받거나 직접 방문하여 면대면 설문지 조사방법을 실시함으로써 표본에 대한 객관성을 높였으며, 설문지는 총 300부를 배포하여 300부의 설문지를 회수하여 100%의 회수율을 보였다. 이 중에서 설문항목이 누락되었거나 불성실하게 응답한 설문지 9부를 제외하고 291부의 유효설문지를 최종적으로 분석에 사용하였다.

설문응답자 및 인구 통계적 특성은 아래의 <표 2>에서 요약된 것과 같다.

<표 2> 설문 응답자 및 인구 통계적 특성에 관한 빈도분석

항 목	구 분	빈도(명)	비율(%)
이 용 경 험	경험자	91	31.3
	미경험자	200	68.7
성 별	남 성	124	42.6
	여 성	167	57.4
연령대	20세 이하	6	2.1
	21-30	116	39.9
	31-40	77	26.5
	41-50	53	18.2
	50세 이상	39	13.4
최 종 학 력	고등학교 졸업	15	5.1
	대학교 재학/졸업	202	69.4
	대학원 재학/졸업 이상	74	25.4
직 업	학생	92	31.6
	관리사무/전문직	55	7.6
	기술판매/서비스직	9	3.1
	공무원	99	34.0
	자영업	4	1.4
	기타	32	11.0

## 4.2 신뢰성 및 타당성 분석

신뢰성(Reliability)이란 반복적으로 동일한 개념을 측정하였을 때 나타나는 측정값들의 분산을 의미한다. 신뢰성에는 안정성(Stability), 일관성(Consistency), 정확성(Accuracy), 예측가능성(Predictability) 등의 개념이 포함되어 있다(채서일, 1990). 본 연구에서는 요인분석 결과를 토대로 단일 차원으로 구성된 개념 내에서 신뢰성 분석을 수행하였는데, 연구에 사용된 변수들을 동일한 개념으로 측정하기 위하여 여러 항목을 이용하였으므로 이들 항목간의 평균적인 관계를 살펴보는 Cronbach's  $\alpha$  계수에 의한 내적 일관성(Internal Consistency) 분석을 실시하였다. 일반적으로 Cronbach's  $\alpha$  계수가 1에 가까울수록 신뢰도가 높고, Cronbach's  $\alpha$  계수가 0.7 이상이면 구성개념별 측정항목 간의 내적 일관성이 양호한 것으로 해석한다. 각 요인에 대한 Cronbach's  $\alpha$  계수를 분석한 결과는 위의 <표 3>과 같이 0.836에서 0.940까지 신뢰도가 높게 평가되었다. 따라서 이들 요인의 항목들은 내적 일관성을 확보하였다고 볼 수 있다.

<표 3> 연구 변수들에 대한 신뢰성 분석결과

범주	연구변수	측정 항목	신뢰계수 (Cronbach's $\alpha$ )
독립요인		경제적 가치	0.907
		경험적 가치	0.836
		호혜적 가치	0.888
		지각된 위험	0.869
		네트워크 효과	0.846
매개요인		유용성	0.931
		신뢰	0.917
종속요인		이용의도	0.940

타당성(Validity)이란 측정하고 하는 개념이나 속성의 정확한 측정여부를 검증하는 것이다. 즉, 특정한 개념이나 속성을 측정하기 위하여 개발된 측정도구가 그 속성을 정확하게 반영하고 있는가 하는 것이다(채서일, 1992). 본 연구에서도 측정도구의 타당성 확보를 위해 탐색적 요인분석을 실시하였다. 요인분석 시 요인 간에 교차 부하되거나, 이론적인 차원과는 다른 요인에 적재되거나, 적재치가 낮아 타당성을 저해하는 항목들은 모두 제거하였으며, 구체적인 분석 방법으로는 요인의 수를 최소화 하면서 정보의 손실을 최소화하는 주성분(PCA : Principal Components Analysis) 분석법을 이용하였고, 회전방식으로는 요인들 간 상호독립성을 검증하는 데 유용한 직교회전(Varimax)방식을 이용하였다. 따라서 독립변수들에 대한 탐색적 요인

분석 결과는 <표 4>, 매개변수와 종속변수에 대한 탐색적 요인분석 결과는 <표 5>와 같다.

아래의 <표 4>와 <표 5>의 결과 총 32개의 설문문항의 변수를 투입하여 지각된 가치 범주인 경제적 가치, 경험적 가치, 호혜적 가치와 지각된 위험, 네트워크 효과, 유용성, 신뢰, 이용의도 등 8개의 요인이 추출되었다. 모든 측정항목들의 요인적재치가 0.5을 상회하여 구성개념들에 대한 측정항목의 집중타당성이 확보되었다고 볼 수 있다.

### 4.3 확인적 요인분석

사전에 변수와 요인(개념)간의 사전지식이나 이론적 배경이 있는 상황 하에서 가설구조를 확인하는 것을 확인적 요인분석이라고 하며, 통

<표 4> 독립변수들에 대한 탐색적 요인분석 결과

연구변수	측정항목	요인1	요인2	요인3	요인4	요인5
경제적 가치	경제 2	.894	-.053	.165	.156	.142
	경제 1	.864	-.105	.146	.162	.171
	경제 3	.824	-.089	.169	.206	.203
	경제 4	.716	-.077	.268	.198	.144
지각된 위험	위험 3	-.090	.879	-.058	-.079	-.116
	위험 2	-.041	.848	-.008	-.163	-.085
	위험 4	-.080	.841	-.101	-.128	.034
	위험 1	-.065	.782	.003	-.073	-.019
호혜적 가치	호혜 2	.161	-.011	.882	.087	.192
	호혜 3	.211	-.053	.845	.099	.236
	호혜 1	.185	-.057	.812	.149	.256
	호혜 4	.331	-.099	.555	.199	.361
네트워크 효과	네트워크 3	.139	-.109	.155	.879	.143
	네트워크 2	.178	-.102	.047	.857	.191
	네트워크 4	.122	-.129	.176	.843	.137
	네트워크 1	.236	-.149	.054	.544	.096
경험적가치	경험 2	.118	-.014	.134	.139	.859
	경험 4	.072	-.073	.313	.119	.746
	경험 1	.244	-.012	.191	.150	.738
	경험 3	.216	-.105	.228	.175	.670

<표 5> 매개-종속변수에 대한 탐색적 요인분석 결과

연구변수	측정항목	요인1	요인2	요인3
신뢰	신뢰 3	.845	.198	.271
	신뢰 2	.830	.303	.224
	신뢰 4	.812	.224	.276
	신뢰 1	.795	.261	.277
유용성	유용성 4	.225	.826	.348
	유용성 2	.267	.809	.331
	유용성 3	.284	.803	.339
	유용성 1	.325	.740	.379
이용의도	이용 2	.268	.407	.804
	이용 4	.307	.377	.795
	이용 3	.338	.376	.758
	이용 1	.369	.357	.744

<표 6> 확인적 요인분석 결과

구성개념	측정변수	Standard Estimate	S.E	평균분산추출 지수(AVE)	개념 신뢰도
경제적 가치	경제 4	0.710	0.046	0.944	0.985
	경제 3	0.833	0.043		
	경제 2	0.935	0.040		
	경제 1	0.909	0.042		
경험적 가치	경험 4	0.756	0.049	0.919	0.978
	경험 3	0.707	0.048		
	경험 2	0.797	0.052		
	경험 1	0.742	0.051		
호혜적 가치	호혜 4	0.689	0.045	0.934	0.982
	호혜 3	0.867	0.049		
	호혜 2	0.872	0.049		
	호혜 1	0.844	0.048		
지각된 위험	위험 4	0.815	0.062	0.918	0.978
	위험 3	0.886	0.054		
	위험 2	0.805	0.053		
	위험 1	0.672	0.060		
네트워크 효과	네트워크 4	0.862	0.045	0.933	0.981
	네트워크 3	0.917	0.043		
	네트워크 2	0.836	0.045		
	네트워크 1	0.487	0.049		
유용성	유용성 1	0.862	0.051	0.938	0.984
	유용성 2	0.876	0.048		
	유용성 3	0.888	0.055		
	유용성 4	0.892	0.052		
신뢰	신뢰 4	0.839	0.053	0.939	0.984
	신뢰 3	0.874	0.048		
	신뢰 2	0.882	0.047		
	신뢰 1	0.841	0.045		
이용의도	이용 1	0.869	0.057	0.936	0.983
	이용 2	0.916	0.054		
	이용 3	0.880	0.054		
	이용 4	0.910	0.055		

상적으로 구조방정식 모형분석에는 확인적 요인분석이 활용된다. 측정모델의 신뢰성과 타당성을 분석하기 위하여 변수로 활용된 경제적 가치, 경험적 가치, 호혜적 가치, 지각된 위험, 네트워크 효과, 유용성, 신뢰, 이용의도 등 구성개념에 대한 확인적 요인분석을 위의 <표 6>과 같이 실시하였다. 또한 타당도를 검증하기 위하여 통계패키지 AMOS에서 제공되는 요인적재량을 이용하여 집중 타당도와 판별 타당도를 검증하였다

위 <표 6>과 같이 각 연구변수에 있어서 개념 신뢰도(Construct Reliability)의 경우 일반적 추천 기준치인 0.7 이상을 상회하는 것으로 나타나 내적 일관성이 있다고 볼 수 있으며, 평균 분산추출지수가 0.5 이상으로 나타나 본 연구의 측정항목들은 집중타당성을 가지고 있어 각 변수에 대하여 대표성을 갖는다고 할 수 있다.

한편 변수(개념)간 상관계수가 평균분산추출값(AVE:Average Variance Extracted)의 제곱

근 보다 작은가를 검증함으로써 판별 타당성을 평가할 수 있다. <표 7>과 같이 최대 상관계수인 이용의도와 유용성 값인 0.787이 모든 평균 분산추출값(AVE)보다 작아 판별타당성(Discriminant Validity)이 확인되었다고 할 수 있다(김계수, 2007).

#### 4.4 구조방정식 모델 분석

##### 4.4.1 구조방정식 모델의 적합도 평가

본 연구에서는 구조방정식 모델의 적합도를 검증하기 위해 카이제곱치, 비교적합지수(CFI), 증분적합지수(IFI) 등을 포함하는 다양한 지수를 활용하였다. 적합도 지수는 절대 적합도 지수와 상대 적합도 지수 등의 두 가지로 구분되며, 각 지수별로 권장 수용 기준을 가지고 있다.

이 연구에서 모델 적합성에 대한 적합도 검증결과는 <표 8>과 같다. 일반적으로 Q값의 경우 1 이하이면, 과대 적합된 모델이고 3이하 이

<표 7> 상관계수와 평균분산추출을 통한 판별 타당성

연구변수	경제적 가치	경험적 가치	호혜적 가치	지각된 위험	네트워크 효과	유용성	신뢰	이용의도
경제적 가치	<b>(0.971)</b>							
경험적 가치	.455**	<b>(0.959)</b>						
호혜적 가치	.513**	.587**	<b>(0.966)</b>					
지각된 위험	-.213**	-.159**	-.161**	<b>(0.958)</b>				
네트워크 효과	.451**	.408**	.371**	-.298**	<b>(0.966)</b>			
유용성	.634**	.534**	.515**	-.324**	.582**	<b>(0.969)</b>		
신뢰	.550**	.495**	.525**	-.345**	.433**	.628**	<b>(0.969)</b>	
이용의도	.601**	.554**	.511**	-.350**	.602**	.787**	.678**	<b>(0.967)</b>

\*\* 상관계수는 0.01 수준(한쪽)에서 유의한다.

\* 상관계수는 0.05 수준(한쪽)에서 유의한다.

주) 대각선의 ( )값은 평균분산추출(AVE)값의 제곱근 값임.

<표 8> 구조방정식 모델의 전반적 적합도 검증결과

적합도 지수	측정값	임계치 기준
$\chi^2$	830.804(p=.000)	p>.05
$\chi^2/df$	1.87964	$1.0 \leq \chi^2/df \leq 2.0 \sim 3.0$
GFI	0.849	$\geq 0.80$
AGFI	0.820	$\geq 0.80$
RFI	0.882	$\geq 0.80$
TLI	0.941	$\geq 0.80$
IFI	0.948	$\geq 0.80$
CFI	0.947	$\geq 0.80$
NFI	0.895	$\geq 0.80$

면 적합하다고 할 수 있는데 Q값이( $\chi^2=830.804$ ,  $df=442$ ) 1.879로 이상적 수준에서 모델이 적합함을 알 수 있다. 나머지 기초적합지수(GFI : Goodness of Fit Index)가 0.849, 조정적합지수(AGFI : Adjusted Goodness of Fit Index)가 0.820, 상대적합지수(RFI : Relative Fit Index) 0.882, 터커-루이스지수(Turker-

Lewis Index)인 TLI가 0.941, 증분적합지수 (IFI) 0.948, 비교부적합지수(CFI : Comparative Fit Index) 0.947, 표준적합지수(NFI : Normed Fit Index)가 0.895로서 지수가 0.8 이상이면 적합하다는 기준을 충족하였으므로 구조방정식 모델의 적합도 지수들을 고려 할 때 잠재 요인의 측정 적합도 지수는 수용할 수 있다(김계수, 2007).

#### 4.4.2 구조방정식 모델의 가설 검증

구조모델의 평가는 잠재변인과 잠재변인 간의 관계에 초점을 맞추어 진행되는데 우선 모수추정치의 유의성을 검토하는 과정이 필요하다. 본 연구의 구조방정식 모델에 대한 표준화 모수추정치, 표준오차, t-value 등의 결과는 아래의 <표 9>와 같다.

<표 9> 구조방정식 모델의 요인적재량

경로	비표준화 요인 적재량	표준화 요인 적재량	표준 오차	t-value	p	가설 검증
유용성 ← 경제적 가치	0.401	0.300	0.077	5.233 <sup>***</sup>	***	채택
유용성 ← 경험적 가치	0.216	0.185	0.077	2.793 <sup>**</sup>	0.005	채택
유용성 ← 호혜적 가치	0.02	0.014	0.087	0.229	0.819	기각
유용성 ← 지각된 위험	-0.067	-0.077	0.041	-1.655	0.098	기각
유용성←네트워크 효과	0.259	0.230	0.057	4.508 <sup>***</sup>	***	채택
신뢰 ← 경제적 가치	0.384	0.284	0.084	4.565 <sup>***</sup>	***	채택
신뢰 ← 경험적 가치	0.243	0.205	0.089	2.732 <sup>**</sup>	0.006	채택
신뢰 ← 호혜적 가치	0.339	0.237	0.103	3.298 <sup>***</sup>	***	채택
신뢰 ← 지각된 위험	-0.213	-0.243	0.046	-4.616 <sup>***</sup>	***	채택
신뢰←네트워크 효과	0.042	0.037	0.066	0.633	0.527	기각
유용성 ← 신뢰	0.262	0.265	0.063	4.158 <sup>***</sup>	***	채택
이용의도 ← 유용성	0.749	0.663	0.067	11.207 <sup>***</sup>	***	채택
이용의도 ← 신뢰	0.308	0.275	0.059	5.192 <sup>***</sup>	***	채택

\*\*\* : P<0.001, \*\* : P<0.01, \* : P<0.05

일반적으로 모수추정치의 표준오차가 0.5 이상인 경우에는 모델의 식별과정에서 문제가 발생되나(김계수, 2007), 본 연구의 구조모델에서는 대부분 0.1 미만으로 낮게 나타나 표준오차)에는 문제가 없는 것으로 나타났다.

구조방정식 모델에서는 제시된 변수들 간의 직접효과, 간접효과, 총합효과를 계산함으로써 효과를 분해할 수 있다. 변인과 변인간의 관계성은 일반적으로 직접효과와 간접효과를 분해하여 해석한다. 즉, [총합효과=직접효과+간접효과]로 표시될 수 있으며, 본 연구에서도 총합효과를 직접효과와 간접효과로 분해하여 분석하였다. 본 연구의 구조방정식 모델에서 제시된 변인들 간의 직접효과와 간접효과 및 총효과에 대한 분석 결과는 아래의 <표 10>과 같다.

연구변수 간의 직접효과 및 간접효과를 확인

한 결과, 직접효과가 가장 높은 것은 유용성과 이용의도 간의 효과로(0.663) 숙박공유서비스에 대해 느끼는 유용성이 클수록 이용의도가 높은 것으로 나타났다 또한 유용성에 대한 경제적 가치의 직접효과가 0.30, 유용성에 대한 네트워크 효과의 직접효과가 0.230, 유용성에 대한 신뢰의 직접효과가 0.265로 나타나 숙박공유서비스에 대한 유용성을 경제적 가치, 네트워크 효과, 신뢰의 정도를 기준으로 판단하는 것으로 해석된다.

간접효과와 경우 경제적 가치, 경험적 가치, 호혜적 가치, 네트워크 효과, 신뢰 등의 변수와 이용의도간의 효과가 0.169~0.327로서 상대적으로 크게 나타났는데, 이는 숙박공유서비스에 대한 지각된 가치와 네트워크 효과가 공유서비스 이용의도에 영향을 미치는 중요 변수인 것

<표 10> 구조방정식 모델의 효과 분석결과

독립변수	종속변수	Standardized estimate		
		직접효과	간접효과	총합효과
경제적가치	유용성	0.30	0.075	0.375
	신뢰	0.284	0	0.284
	이용의도	0	0.327	0.327
경험적가치	유용성	0.185	0.054	0.239
	신뢰	0.205	0	0.205
	이용의도	0	0.215	0.215
호혜적 가치	유용성	0.014	0.063	0.077
	신뢰	0.237	0	0.237
	이용의도	0	0.116	0.116
지각된 위험	유용성	-0.077	-0.064	-0.142
	신뢰	-0.243	0	-0.243
	이용의도	0	-0.161	-0.161
네트워크 효과	유용성	0.230	0.01	0.240
	신뢰	0.037	0	0.037
	이용의도	0	0.169	0.169
유용성	이용의도	0.663	0	0.663
신뢰	유용성	0.265	0	0.265
	이용의도	0.275	0.175	0.450

1) 표준오차의 값이 적을수록 모수추정치가 정확함을 의미하며, 실제로는 t-value(모수추정치/표준오차의 추정치)를 주로 사용하여 유의도를 검증한다.

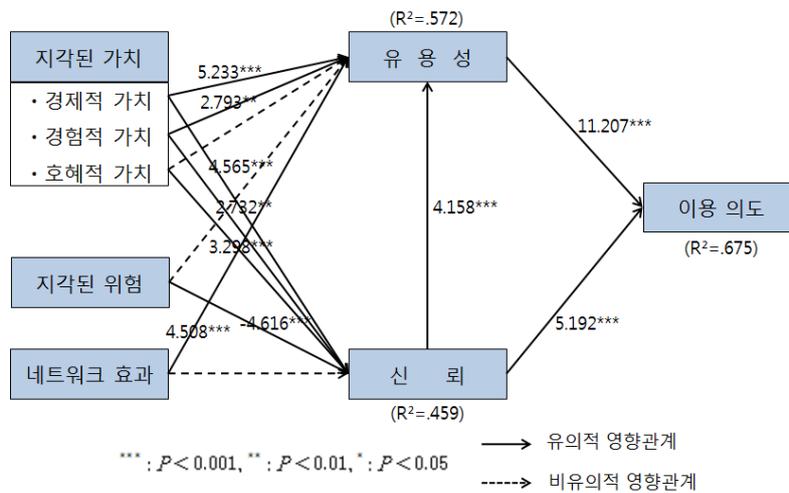
으로 판단되며, 반대로 경제적 가치, 경험적 가치, 호혜적 가치, 지각된 위험, 네트워크 효과 등의 변수와 신뢰간의 간접효과가 0으로 나타났는데, 이는 숙박공유서비스에 대한 지각된 가치와 지각된 위험 그리고 네트워크 효과가 숙박공유서비스에 대한 신뢰와 특별 상관관계가 없는 것으로 판단된다.

이상의 결과를 종합해 보면 가장 결정적인

영향을 미치는 경로는 ‘경제적 가치 → 유용성 → 이용의도’라고 할 수 있다.

아울러 이상 분석 결과에 의해 제시되는 구조방정식 최종 분석모델은 아래의 <그림 2>와 같다.

<그림 2>의 구조방정식 최종 분석모델에 나타난 총합경로를 통한 가설 검증 결과는 다음 아래의 <표 11>과 같다.



<그림 2> 구조방정식 최종 분석모델

<표 11> 구조방정식 모델의 가설 경로 검증 결과

가설적 경로		검증 결과
H1:	숙박공유서비스에 대한 지각된 가치는 유용성에 정(+)의 영향을 미칠 것이다	
H1-1:	숙박공유서비스의 경제적 가치는 유용성에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	채택
H1-2:	숙박공유서비스의 경험적 가치는 유용성에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	채택
H1-3:	숙박공유서비스의 호혜적 가치는 유용성에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	기각
H2:	숙박공유서비스에 대한 지각된 가치는 신뢰에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	
H2-1:	숙박공유서비스의 경제적 가치는 신뢰에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	채택
H2-2:	숙박공유서비스의 경험적 가치는 신뢰에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	채택
H2-3:	숙박공유서비스의 호혜적 가치는 신뢰에 정(+)에 영향을 미칠 것이다.	채택
H3:	숙박공유서비스에 대한 지각된 위험은 유용성에 부(-)의 영향을 미칠 것이다.	기각
H4:	숙박공유서비스에 대한 지각된 위험은 신뢰에 부(-)의 영향을 미칠 것이다.	채택
H5:	숙박공유서비스에 대한 네트워크 효과는 유용성에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	채택
H6:	숙박공유서비스에 대한 네트워크 효과는 신뢰에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	기각
H7:	숙박공유서비스에 대한 신뢰는 유용성에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	채택
H8:	숙박공유서비스의 유용성은 공유서비스 이용의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	채택
H9:	숙박공유서비스에 대한 신뢰는 공유서비스 이용의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	채택

#### 4.4.3 숙박공유서비스 이용경험에 따른 조절 효과

본 연구에서는 집단 간 비교를 통해 잠재요인 간의 관계에서 조절효과 검증을 실시하기 위해 조절변수의 값으로 집단을 분류하였다. 이용경험의 조절효과를 나타낸 가설을 검증하기 위해 설문 응답자중 숙박공유서비스 경험자와 비경험자를 기준으로 나누어 경로계수의 차이를 비교하였다. 경로계수의 차이를 비교하기 위해서 다중집단분석(multi-group analysis)을 실시하였으며, 다중집단분석에서는 집단간 경로계수가 동일하다는 제약을 가한 제약모델과 제약을 가하지 않은 비제약모델 간 자유도 차이에 기반한  $\chi^2$  차이로 경로계수의 차이의 유의성을 검증한다(김수현, 2013). 분석 결과에 의해 두 모형 간에  $\chi^2$  차이검증을 실시하는데 그 차이가 통계적으로 유의하다면 비제약모형이 더 좋은 모형으로 해석할 수 있으며 가설은 지지된다(최서연, 2016). 구체적으로 자유도의 차이가 1이므로  $\chi^2$  값의 차이가 3.84( $P < 0.05$ )보다 크다면 가설은 지지될 수 있다. 반면  $\chi^2$  값의 차이가 통계적으로 유의하지 않다면 제약모형이 더 좋은 것으로 해석될 수 있으며 가설은 지지되지 않는다.

구성요소와 이용의도의 영향관계에서 숙박

공유서비스 이용경험에 따른 집단간 조절효과를 분석한 결과는 <표 12>에 제시하였다. 숙박공유서비스 경험자 그룹( $n=91$ )과 미 경험자 그룹( $n=200$ )의 경로계수가 동일하다는 제약모형을 설정하였고 이를 비제약모형과 비교한 후 집단 간 조절효과를 분석한 결과 비제약모형의 적합도는  $\chi^2=1360.21(df=882)$ ,  $CMIN/df=1.542$ ,  $NFI=0.839$ ,  $RFI=0.819$ ,  $IFI=0.937$ ,  $TLI=0.928$ ,  $CFI=0.936$ ,  $RMSEA=0.043$ 로 분석되었다.

구성요소와 이용의도의 영향관계에서 경험에 따른 조절효과의 유의성을 검증한 결과, 신뢰와 유용성 사이의 경로에서, 비제약모형과 제약모형의  $\Delta\chi^2(1) = 3.844$  ( $3.84 < \Delta\chi^2$ )로 나타나 숙박공유서비스의 이용경험에 따라 조절효과가 있다고 볼 수 있다. 유용성과 이용의도 사이의 경로에서도 비제약모형과 제약모형의  $\Delta\chi^2(1) = 3.844$  ( $3.84 < \Delta\chi^2$ )로 나타나 숙박공유서비스의 경험에 따라 조절효과가 있다고 볼 수 있다. 신뢰와 이용의도 사이의 조절효과는 유의하지 않는 것으로 나타났다.

이러한 결과는 신뢰와 유용성, 유용성과 이용의도 사이에 숙박공유서비스 이용 경험집단이 미경험집단 보다 정(+ )의 영향을 더 크게 미치는 것으로 해석할 수 있으며, 아직까지 숙박

<표 12> 이용경험의 집단간 조절효과 분석 결과

경로	경험집단		비 경험집단		비제약 모델 $\chi^2$ (df=882)	제약 모델 $\chi^2$ (df=883)	$\Delta\chi^2$ (df=1)	Sig.
	$\beta$	P	$\beta$	P				
유용성 ← 신뢰	0.048	0.699	0.323	***	1360.21	1364.054	3.844	유의
이용의도 ← 유용성	0.798	***	0.597	***	1360.21	1364.054	3.844	유의
이용의도 ← 신뢰	0.183	0.036	0.322	***	1360.21	1363.918	3.708	비유의

\*\*\* :  $P < 0.001$ , \*\* :  $P < 0.01$ , \* :  $P < 0.05$

공유서비스가 완전하게 대중화되지 않은 상태에서 경험자가 많아질수록 점점 더 이용자가 확대될 것이라는 것을 예측할 수 있다.

## V. 결론

### 5.1 연구결과 요약 및 시사점

본 연구에서는 숙박공유서비스에 대한 지각된 가치와 위험 그리고 네트워크 효과가 공유서비스 이용의도에 영향을 미치는지 조사하고, 각각의 변수들이 어떻게 영향을 미치는지, 변인별로 차이가 존재하는지를 검증하였으며 다음과 같은 결론을 도출할 수 있었다.

첫째, 숙박공유서비스에 대한 경제적·경험적 가치는 매개변수인 유용성과 신뢰에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 둘째, 숙박공유서비스에 대한 호혜적 가치는 매개변수인 신뢰에 정(+)의 영향을 미치지만, 유용성에는 정(+)의 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 셋째, 숙박공유서비스에 대한 지각된 위험은 매개변수인 신뢰에 부(-)의 영향을 미치지만, 유용성에는 부(-)의 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 넷째, 숙박공유서비스의 네트워크 효과는 매개변수인 유용성에 정(+)의 영향을 미치지만, 신뢰에는 정(+)의 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 다섯째, 숙박공유서비스에 대한 신뢰는 유용성에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 여섯째, 숙박공유서비스에 대한 유용성과 신뢰는 공유서비스 이용의도에 모두 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 마지막으로 숙박공유서비스에 대한 신뢰와 유용성

이 이용의도에 미치는 영향관계에서 이용경험에 따른 조절효과를 검증하기 위해 다중집단분석을 실시한 결과 신뢰와 유용성의 경로 그리고 유용성과 이용의도의 경로에서 조절효과가 있는 것으로 나타났다. 이는 신뢰와 유용성, 유용성과 이용의도 사이에 숙박공유서비스 이용 경험집단이 미경험집단 보다 정(+)의 영향을 더 크게 미치는 것을 확인하였다.

이상의 연구결과를 토대로 본 연구의 학문적 시사점을 제시하면 첫째, 공유경제서비스에 대한 지각된 가치가 유용성과 신뢰에 미치는 영향력을 검증한 결과, 지각된 가치가 신뢰에 유의한 영향을 미친다는 박현지 등(2011), 박현희·전중욱(2012) 등의 기존 선행 연구결과와 일치됨을 확인할 수 있었다. 둘째, 공유경제서비스에 대한 지각된 위험은 신뢰에 부(-)의 영향을 미치고, 유용성에는 부(-)의 영향을 미치지 않는다는 것을 실증적으로 확인할 수 있었다. 셋째, 네트워크 효과가 공유경제서비스의 유용성에는 정(+)의 영향을 미치지만 신뢰에는 정(+)의 영향을 미치지 않는다는 것을 확인할 수 있었다. 넷째, 공유경제서비스의 유용성과 신뢰가 이용의도에 유의한 영향을 미치는 것을 실증적으로 확인했다. 마지막으로 본 연구모형은 숙박공유서비스의 이용의도에 관한 연구뿐만 아니라, 공유경제서비스 전 분야에 대한 이용의도에 대한 학문적 연구를 위한 규범적 틀을 제시하였으며 추후에 더욱 깊이 있는 연구가 이루어질 수 있도록 그 기초를 제공하였다는 점에서도 의의가 크다.

아울러 본 연구의 실무적 시사점은 첫째, 본 연구는 숙박공유서비스에 대한 이용의도를 측정하기 위하여 잠재 이용자를 대상으로 연구를

수행하였기 때문에 잠재 이용자가 실질적으로 지각하고 있는 가치와 위험, 네트워크 효과, 신뢰, 유용성, 이용의도 간의 관계를 파악하여 이에 대한 정보를 제공했다는 데 의의가 있다. 둘째, 본 연구는 숙박공유서비스에 대한 지각된 위험이 신뢰에 직접적인 부(-)의 영향을 주는 요인임을 밝혔다. 이러한 연구 결과에 따라 숙박공유서비스 제공자는 이용자들의 지각된 위험을 적극적으로 줄이려는 노력을 통해 공유경제서비스에 대한 신뢰를 향상시킬 수 있고 나아가 이용의도를 높일 수 있으므로 서비스 이용자들이 서비스를 이용할 때 발생 할 수 있는 위험요소들을 최소화하기 위해 지속적으로 노력해야한다. 셋째, 숙박공유서비스에 대한 신뢰와 유용성 인식이 이용의도에 미치는 영향을 실증적으로 검증했다. 마지막으로 국내 공유경제서비스의 본격적인 활성화를 앞둔 시점에서 본 연구를 통해서 공유경제서비스의 잠재 이용자가 지각하는 가치와 위험에 대해 이해할 수 있는 계기를 제공하였고, 나아가 서비스 활성화를 위한 전략수립의 방향성을 제시했다는 점에서 실무적 시사점이 있다고 할 수 있다.

## 5.2 연구의 한계점 및 향후 연구방향

본 연구는 숙박공유서비스의 이용의도에 지각된 가치와 위험, 네트워크 효과, 신뢰, 유용성이 어떻게 영향을 미치는지 그 인과관계를 실증적으로 규명하였지만, 다음과 같은 몇 가지 한계점이 있다. 첫째, 본 연구는 공유경제서비스 중 숙박공유서비스만을 특정하여 연구를 진행했다. 이는 숙박공유서비스를 보다 정확하게 이해하는 데 도움이 되겠지만, 공유경제서비스

는 숙박공유 외에도 차량, 도서, 공간, 의류 등 다양한 영역의 서비스가 존재하고 특히, 유형자원의 공유 뿐만 아니라 경험이나 재능, 여유 시간과 같은 인적자원, 무형자원까지 그 영역이 점차 확대되어 가는 추세이다. 그러므로 이러한 서비스의 다양성을 반영하여 서비스 간의 특이성을 비교하고, 비교연구를 통해 공유경제서비스에 대한 공통적인 속성을 이끌어 낼 수 있을 것이다. 둘째, 숙박공유서비스가 점차 확대되고 있으나 아직까지는 서비스 초기단계이기 때문에 실제로 숙박공유서비스를 이용해 본 이용자는 91명(31.3%) 만을 대상으로 설문을 진행하고, 나머지 200명은 이용경험이 없는 사람을 대상으로 설문을 진행하였다. 이는 서비스 초기단계에서 잠재 이용자들이 지각하는 가치나 위험을 파악하여 서비스를 활성화하기 위한 전략을 수립하는 데는 도움이 되겠지만, 향후 서비스가 확장되었을 때에는 주로 실제 서비스 이용자를 대상으로 연구를 수행할 필요성이 있다. 셋째, 본 연구는 횡단적 연구를 실시하였기 때문에 각 변수들 간의 관계가 시간의 흐름에 따라 어떻게 변화하는지를 파악할 수 없었다. 숙박공유서비스 이용자들에게 실질적 시사점을 제공하기 위해서는 서비스 이용의도에 대한 영향요인들이 시간의 흐름에 따라 어떻게 변화하는지 또 시대적 이슈에 따라 어떤 변수들이 영향요인으로 작용할 수 있는지 파악해보기 위해 종단적 연구를 바탕으로 한 질차적 연구가 필요하다. 또한 국내 숙박공유서비스 산업이 초기단계임으로 이에 대한 관련연구도 부족하여 본 연구결과에 대한 충분한 검토가 이루어지지 못하였다. 향후에는 이러한 점들을 보완한다면 숙박공유서비스 이용의도에 영향을 미치는 요인

을 보다 폭넓게 이해할 수 있을 것으로 기대해 본다.

## 참고문헌

- 김계수, “AMOS 16.0 구조방정식모형 분석”, 한나래, 2007.
- 김수현, “IT 서비스 전환의도에 의한 전환비용의 조절효과”, 한국콘텐츠학회논문지 제13권 제10호, 2013, pp. 453-460.
- 김영재, “소비자의 독특성 요구와 구매목적에 따른 제품 선호와 가격 민감성”, 아주대학교 대학원 석사학위 논문, 2003.
- 김윤경, “문화콘텐츠산업을 위한 IT 플랫폼 기반의 공유모델 연구 : 공유경제 사례분석을 중심으로”, 국민대학교 박사학위 논문, 2013.
- 김해중, 박종우, 조동혁, “공유경제 서비스의 성공요인에 관한 실증연구”, 한국콘텐츠학회논문지, 2016(1), pp. 214-229.
- 노미진, “스마트폰 뱅킹의 지각된 위험과 가치가 신뢰 및 의도에 미치는 영향 : 신뢰의 매개효과 분석”, 대한경영학회지, 제24권, 제5호, 2011, pp. 2599-2625.
- 박현지 · 박중환 · 이정실 · 김영하, “신뢰와 만족을 매개로 한 모바일 관광정보 서비스의 특성, 경험가치, 사용의도에 관한 관계 분석”, 호텔경영학연구, 20(1), 2011, pp. 245-265.
- 박현희 · 전중옥, “소셜커머스의 다차원적 소비가치가 태도와 재이용의도에 미치는 영향 : 기회 회소성 지각의 조절효과”, 마케팅관리연구, 17(4), 2012.
- 박홍석, “공유경제 서비스의 지각된 위험과 가치, 신뢰, 그리고 이용의도 간의 관계 연구 : 카셰어링 서비스를 대상으로”, 송실대학교 대학원 석사학위 논문, 2015.
- 성낙환, “공유경제, 소비자들의 롱테일 수요 깨운다”, Weekly 포커스, LG Business Insight, 2014.
- 손경희, “매체, 소비자, 제품 특성이 지각된 위험과 구매의도에 미치는 영향”, 정보시스템연구, 제12권, 제1호, 2003, pp. 117-144.
- 신기철, “제주관광자의 숙박시설선택속성과 만족에 관한 연구”, 경기대학교 석사학위 논문, 2005.
- 이유미, “BMC를 활용한 공유경제 기반의 스마트워크센터 모델 연구”, 과학기술연합대학원대학교, 석사학위 논문, 2014.
- 이희경, “기술기반 창업기업 성과 결정요인에 관한 연구 - 정부 지원정책의 조절효과를 중심으로”, 고려대학교 대학원, 2017.
- 장명희, “인터넷 쇼핑몰에서 신뢰와 지각된 위험이 태도 및 구매의도에 미치는 영향”, 정보시스템연구, 제14권, 제1호, 2005, pp. 227-249.
- 정승렬, 강영신, 이춘열, “전자상거래에서의 지각된 위험의 분류 및 측정도구 개발에 관한 연구”, 정보시스템연구, 제15권, 제1호, 2006, pp. 215-238.
- 정태석, 이상현, 임명성, “운영체제 플랫폼 특성이 네트워크 효과와 운영체제 사용의도에 미치는 영향에 관한 연구”, 디지털음

- 복합연구, 12(1), 2014, pp. 37-50.
- 조용수, “오래된 미래 ‘공유경제’-개방성과 시장원리로 세상 바꾼다”, *LG Business Insight*, 2015, pp. 9-12.
- 차두원 · 진영현, “초연결시대, 공유경제와 사물인터넷의 미래”, *한스미디어*, 2015.
- 채서일, “체계적 분석의 틀에 따른 라이프스타일 연구”, *소비자학연구*, 1992.
- 최민수, “개인의 혁신성, 사회적 영향력, 사용자 인터페이스 요인이 스마트폰 수용에 미치는 영향에 관한 연구”, *이화여자대학교 대학원*, 2011.
- 최서연, “확장된 목표지향적 행동이론을 적용한 건강기능식품 구매의도에 대한 영향요인 분석-영양지식 조절효과를 중심으로”, *이화여자대학교 대학원*, 2017.
- 홍동표 · 진성훈 · 이상승 · 김상택, “네트워크 효과가 시장구조에 미치는 영향과 경쟁정책”, *정보통신정책 연구보고서*, 2002.
- 홍재우, “민주주의 공고화의 이해 : 불확실성과 불신의 제도화”, *신뢰연구*, 2016.
- 황의록 · 김창호, “구전정보의 특성과 구전효과와의 관계”, *광고연구*, 1997(여름), pp. 55-75.
- Babin, B.J., William, R.D. and Griffin, M., “Work and/of Fun : Measuring Hedonic and Utilitarian Shopping Value”, *Journal of Consumer Research*, 20(3), 1994, pp. 644-656.
- Davis, F. D., “Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology”, *MIS Quarterly*, Vol.13, No.3, 1989, pp. 319-339.
- Davis, F. D., “A Technology Acceptance Model for Empirically Testing New End-user Information System : Theory and results”, *Doctoral Dissertation*, Sloan School of Management, Massachusetts Institute of Technology, 1989.
- Fishbein, M. & Ajzen, I., “Belief, Attitude, Intention and Behavior: An Introduction to Theory and Research”, Addison-Wesley. Reading, MA. 1975.
- Gustafsson, C., “Trust As an Instance of Asymmetrical Reciprocity: An Ethics Perspective on Corporate Brand Management”, *Business Ethics : A European Review*, Vol.14(April), 2005, pp. 142-150.
- Holbrook, Moriris B. and Kim P. Corfman, “Quality and Value in the Consumer Experiences: Phaedrus Rides Again,” in *Perceived Quality*, J. Jacoby and J. Olson, ed, Lexington, MA : Lexington Books, 1985, pp. 31-57.
- Jacoby, J and Kaplan, I, “The Components of Perceived Risk”, in Venkatesan, M. (Ed.) : *Proceeding of the 3rd Annual Conference*, Association for Consumer Research, 1972, pp. 382-393.
- Jarvenpaa, S. L. and Todd. P. A., “Consumer Reaction to Electronic Shopping on the World Wide Web”. *International Journal of Electronic Commerce*, 1(2), 1997, pp. 59-88.
- Lawrence Lessig, “Remix : Making Art and

Commerce Thrive in the Hybrid Economy”, Penguin Books, 2008.

Lee, M. C., “Factors Influencing the Adoption of Internet Banking : An integration of TAM and TPB with Perceived Risk and Perceived Benefit,” *Electronic Commerce Research and Applications*, 8, 2009, pp. 130-141.

Morales, A. C., “Giving Firms an "E" for Effect: Consumer Responses to High-Effort Firms”, *Journal of Consumer Research*, Vol.31 (March), 2005, pp. 806-812.

Pine, B. J. II & Gilmore, J. H., “The Experience Economy”, *Harvard Business Review*, July-August, 1998, pp. 97-105.

Sweeney, J. C. & G. N. Soutar, “Consumer Perceived Value : The Development of a Multiple Item Scale”, *Journal of Retailing*, 77, 2001, pp. 203-220.

Ward, M. R., and Lee, M. J., “Internet Shopping, Consumer Search and Product Branding”, *Journal of Product and Brand Management*, 9, 2001, pp. 6-18.

Williams, R. M, Jr., “Change and Stability in Value and Value Systems ; A Sociological Perspective”, *Understand Human Values: Individual Societal*, New York; Free Press, 1979.

#### 윤정환 (Yun, Jeong-Hwan)



전남대학교 무역학과와 연세대학교 경영학석사학위를 취득하였다. 현재 전남대학교 대학원 전자상거래학 박사과정을 수료하였으며, 주요 관심분야는 전자상거래, 공유경제 등이다.

#### 이상준 (Lee, Sang-Joon)



전남대학교 전산통계학과에서 이학사, 이학석사, 이학박사학위를 취득하였다. 현재 전남대학교 경영학부 교수로 재직하고 있으며, 주요 관심분야는 경영정보시스템, 스마트 컴퓨팅, 소프트웨어공학, 정보보호 등이다.

<Abstract>

## **A Study on Factors that Affect Intention to Use Accommodation Sharing Service**

Yun, Jeong-Hwan · Lee, Sang-Joon

### **Purpose**

The sharing economy is the most important keyword that is changing the paradigm of the world economy and management, and it was selected as one of 10 ideas to change the world in 2011 in Time magazine. The purpose of this study is to verify the structural relationship between perceived value and risk, network effect, usefulness, trust, and intention to use of accommodation service. In addition, the effects of utility and trust, and the experience of using accommodation service are controlled by the effect of empirical value and reciprocal value among the perceived value of sharing economic service, The purpose of this study is to propose a plan to activate the accommodation sharing service.

### **Design/methodology/approach**

This study was designed to investigate the structural relationship between perceived value, perceived risk, network effect, usefulness, trust, and intention to use. Empirical analysis was done using SPSS 21.0 and AMOS 21.0

### **Findings**

Based on the results of this study, the following conclusions can be drawn. First, it was concluded that the higher the economic value of the accommodation sharing service is, the more useful and reliable the service is. Second, the higher the experiential value of the accommodation sharing service is, the higher the usefulness and reliability of the service are. Third, it was concluded that the higher the value of the mutual benefit of the accommodation sharing service is, the higher the trust level of the service is, but not the usefulness of the service. Fourth, it was concluded that the higher the perceived risk of accommodation sharing service is, the lower the service trust level is, but the service usability is not affected. Fifth, it was concluded that the larger the network

effect of the accommodation sharing service is, the more useful the service is, but it does not affect the reliability of the service. Sixth, it was concluded that the higher the overall reliability of the accommodation sharing service is, the higher the usefulness of the service is. Seventh, it was concluded that the higher the overall usefulness and reliability of the accommodation sharing service are, the higher the intention to use the sharing service is. Finally, in order to test the effect of the experience on the use of trust and usefulness of the accommodation sharing service, multiple group analysis was conducted to examine the relationship between trust and usefulness, It is shown that there is a moderating effect in the path.

**Keyword:** Sharing Economy, Experience Economy, Reciprocity, Network Effect, Intention to Use Accommodation Sharing Service

\* 이 논문은 2017년 9월 1일 접수, 2017년 9월 22일 게재 확정되었습니다.