[붙임 3]

2021년 한국마케팅관리학회 Full Paper 신청 양식

※ 발표방식에 √ 표기를 해 주세요

온라인 발표		오프라인 현장발표	O

1. 논문제목

(국문) 문화, 호텔, 리뷰 특성이 온라인 리뷰 유용성에 미치는 영향

(영문) The Effects of Culture, Hotel, and Reviews on the Helpfulness of Online Reviews

2. 모든 저자명 및 소속, 직위

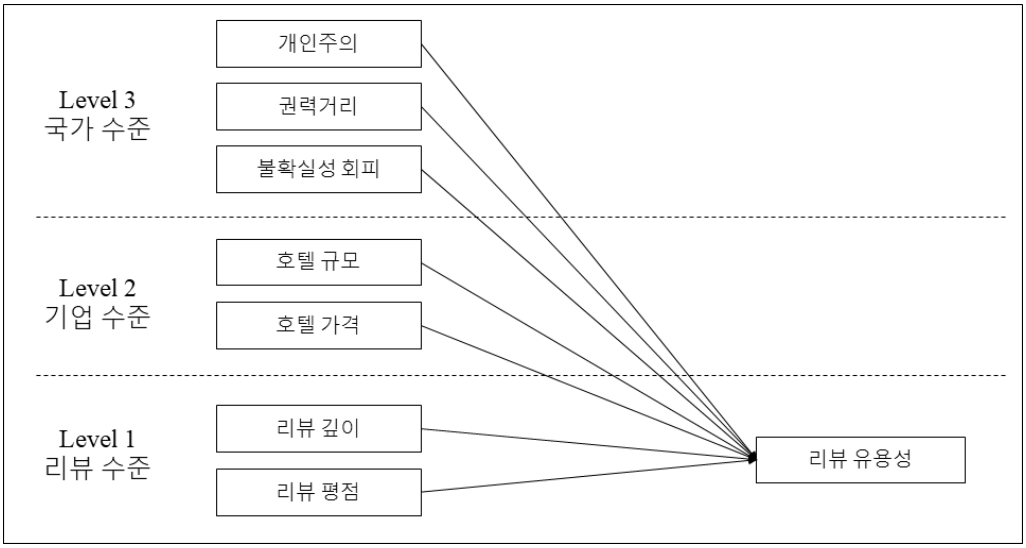
구분	주저자	교신저자	공동저자
성명	이중원	박 철	
소속	고려대학교	고려대학교	
직위	박사수료	교수	
이메일		cpark@korea.ac.kr	
전화번호		010-5520-2281	
발표자 (○표시)		O	

문화, 호텔, 리뷰 특성이 온라인 리뷰 유용성에 미치는 영향

The Effects of Culture, Hotel, and Reviews on the Helpfulness of Online Reviews

이중원(고려대학교 기업경영학과 박사수료), 박 철(고려대학교 융합경영학부 교수)

온라인 리뷰는 호텔 이용자들이 신뢰하는 정보원이며, 호텔선택과 관련된 불확실성을 줄여주는 역할을 한다. 하지만 온라인 구전 정보가 너무 많으면, 호텔 이용자가 정보 과부하를 겪거나 상반된 리뷰로 인해 혼란을 겪기도 한다. 그래서 최근에는 리뷰의 유용성이 호텔선택과 관련하여 중요한 단서로 떠오르고 있으며, 호텔의 온라인 리뷰 효과를 결정하는 중요한 요인이 되고 있다. 그러나 기존의 온라인 리뷰 유용성 연구들은 리뷰와 리뷰어 요인에 주로 초점을 맞추었을 뿐, 기업요인 또는 문화요인에 대해서는 충분한 연구 결과가 보고되지 않았다. 이러한 배경에서 본 연구는 호텔산업을 대상으로 리뷰 유용성에 영향을 미치는 요인에 대해 문화, 호텔, 리뷰 수준으로 구분하여 분석하였다. 트립어드바이저에 올라와 있는 9개 국가의 225개 호텔 온라인 리뷰 10,611개 수집하여, 다수준(multi-level) 음이항(Negative binomial) 회귀분석으로 문화, 호텔, 리뷰 수준의 요인들이 리뷰 유용성에 미치는 영향을 분석하였다. 분석결과 문화 및 기업요인에 따라 리뷰 유용성에 체계적인 차이가 있는 것으로 나타났다.



<그림 1> 연구모형