숙박공유 플랫폼 용이성, 유용성, 개인화 서비스, 숙박서비스 품질이 소비자 재이용의도에 미치는 영향에 관한 연구

- Airbnb 사용자를 대상으로 -

연구의 혁신 점

1. 선행연구와 달라 플랫폼 기술적 요인, 오프라인 서비스 요인, 숙박정보 서비스요인 3개 요인을 동시에 고려해서 소비자의 숙박공유 플랫폼 재이용의도를 연구하였다
2. 최근에 유행되고 있는 개인화 서비스를 변수로 이용해서 숙박정보 서비스 요인을 연구하였다.

연구 배경

소비자들이 숙박 공유플랫폼을–통해 받은 서비스로는 숙박 정보 서비스, 예약 및 지급 등 플랫폼 기술적 서비스, 호스트 숙박 서비스 등이 있다. 대부분 연구자들은 상기 3 가지 내용 중 일부를 선정하여 연구하였다. 공유 경제 플랫폼의 모든 참여자 및 모든 서비스 내용을 같이 연구하는 자료가 많지 않다.

그리고 최근 공유경제 이용의도 관련한 연구들은 주로 4 가지로 나눌 수 있다. 첫째는 플랫폼의 기술적인 특성을 고려하여 기술 수용차원에서 지각 용이성, 지각 유용성 그리고 기타 변수들이 이용의도에 미치는 영향의 연구, 둘째는 소비자 구매 차원에서 공유경제의 가치나 지각 가치가 이용의도에 주는 영향의 연구, 셋째는 공유경제의 서비스 차원에서 서비스 품질이 소비자 이용의도에 미치는 영향의 연구, 그 외의 연구들은 신뢰, 태도, 사회자본, 소비자 특성 등 다양한 변수들이 이용의도에 미치는 영향을 연구하였다.

또는 Airbnb 가 Real-time Personalization using Embeddings for Search Ranking at Airbnb 에서 Airbnb 의 개인화 정보서비스 기술을 알렸고 다양한 소비자를 위한 개인화된 서비스가 Airbnb 정보 서비스의 핵심이라고 주장하였다.

이 것은 숙박 공유분야에서 빅데이터, AI 등 기술을 바탕으로 하고 다양한 고객들의 개인화 정보수요를 맞춘 소비자 개인화 서비스가 매우 깊고 성숙하게 사용되고 있다고 말할 수 있다. 공유경제 플랫폼의 정보 서비스는 전통적이고 수동적인 열람이 아니라 소비자에게 개인화된 정보를 적극적으로 추천하는 서비스이다.

이상 배경 토대로 본 연구에서는 TAM 모형을 이론적 기초로 사용하고 개인화 서비스(플랫폼의 숙박정보 서비스), 플랫폼의 기술적 특성(유용성, 이용성), 숙박서비스 품질 등 요인들을 독립변수로 활용하며 소비자 지각 가치를

매개변수로 이용하여 플랫폼의 재이용의도에 미치는 영향을 연구하였다.

연구방법

본 연구는 Airbnb 이용자들을 대상으로 설문조사를 실시하여 총 436 부의 데이터를 수집하였으며, SPSS 및 AMOS 의 분석을 통해 검증하였다.

연구결론

첫째, 숙박 공유 플랫폼 용이성 및 유용성은 소비자 재이용의도에 정 (+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

둘째, 플랫폼 용이성, 플랫폼 유용성, 개인화서비스, 숙박서비스 품질은 소비자 지각가치에 정 (+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

셋째, 플랫폼 용이성, 유용성과 소비자 재이용의도 관계에서 지각된 가치는 부분 매개 효과가 있는 것으로 나타났다.

마지막으로, 개인화서비스, 숙박서비스 품질과 재이용의도의 관계에서 지각된 가치는 완전 매개 효과가 있는 것으로 나타났다.