

# 소비자의 숙박공유 서비스만족도 및 재이용의사 영향 요인 분석

최애연 · 허경옥 · 안정희

성신여자대학교 강사 · 성신여자대학교 교수 · 성신여자대학교 석박통합과정

## 연구목적

- 소비자의 공유경제 가치에 대한 소비자의 인식, 공유경제에 대한 위험인지, 숙박공유 서비스 이용 후 소비자만족 및 재이용의사가 소비자의 여러 사회·인구학적 특성에 따라 어떤 차이가 있는지를 분석
- 소비자의 사회·인구학적 특성과 공유경제 특성을 독립변수로 하고, 소비자의 공유경제 가치에 대한 인식, 소비자의 공유경제에 대한 위험인지를 매개변수로 하여 이들 변수들이 숙박공유 서비스에 대한 소비자만족도 그리고 재이용의사에 미치는 영향을 각각 경로분석을 통해서 분석

## 자료수집 및 연구방법

- 자료수집: 성인남녀 5대5, 전국 거주 소비자 기준 1,000명 조사하여 숙박공유 서비스 이용 경험자 398명의 최종 자료 분석
- 공유경제 가치에 대한 소비자의 인식, 공유경제에 대한 소비자의 위험인지, 숙박공유 서비스 만족도 및 재이용의사가 소비자의 여러 사회·인구학적 특성에 따라 통계적 차이가 있는지를 T-test, ANOVA 분석을 실시
- 공유경제 가치에 대한 소비자의 인식, 공유경제에 대한 소비자의 위험인지가 숙박공유 서비스 이용 후 소비자만족도와 재이용의사에 미치는 영향을 분석하기 위해 경로분석(Path Analysis)을 실시

## 측정도구

### 1. 소비자의 공유경제 가치에 대한 인식 및 위험인지 측정도구

구분	질문항	평균(SD)	요인적재량	Eigen (Cronbach's α)
경제 가치	공유경제서비스 이용으로 경제적 도움이 된다	3.70 (.73)	.85	1.44 (.61)
	공유경제서비스 가격은 합리적이다	3.47 (.78)	.85	
새로움 가치	공유경제서비스는 새로운 유형 제품/서비스를 경험하는 데 유익하다	3.76 (.69)	.72	2.50 (.79)
	공유경제서비스는 나의 호기심을 충족시켜준다	3.66 (.68)	.80	
	공유경제서비스로 다양한 서비스를 경험하게 해 준다	3.70 (.70)	.81	
친환경 가치	공유경제서비스는 친환경적 소비이다	3.54 (.80)	.86	1.50 (.67)
	공유경제서비스는 유휴자산 활용에 유익하다	3.71 (.76)	.86	
	공유경제서비스는 사회적으로 유익하다	3.75 (.72)	.90	
공동체 가치	공유경제서비스는 불필요한 소유를 억제하고 공유 소비를 활성화한다	3.67 (.78)	.90	1.62 (.76)
	공유경제서비스를 이용하면 추가비용이 발생한다	3.17 (.76)	.68	
재무 위험	예약 취소 및 환불이 곤란하다	3.34 (.83)	.75	5.11 (.72)
	예약 취소 및 환불을 하면 비용이 많이 발생한다	3.36 (.79)	.76	
정보 위험	공유경제서비스 이용 시 신원카드로 결제하면 안전하지 않을 것 같다	2.95 (.86)	.72	1.17 (.86)
	공유경제서비스 이용 시 신원카드 정보가 유출될 수도 있을 것 같다	3.16 (.89)	.85	
	공유경제서비스 이용 시 결제나 개인정보 보안 프로그램이 잘 작동되지 않을 것 같다	3.11 (.85)	.80	
심리적 위험	공유경제서비스 이용 시 불안감이 있다	3.28 (.87)	.64	1.03 (.79)
	공유경제서비스 이용 시 기대했던 것과 다를 것 같다	3.23 (.73)	.81	
	공유경제서비스 이용 시 이미 제공된 정보와 다를 것 같다	3.23 (.75)	.79	

참고: 소비자기치 4개 요인의 총 설명력은 53%, 소비자의 위험지각 3개 요인의 총 설명력은 67%임

### 2. 숙박공유서비스 만족도와 재이용의사 측정도구

구분	질문항	평균(SD)	Cronbach's α
숙박공유 만족	숙박공유에 대한 기대가 충족되었다	3.53(.76)	.86
	숙박공유 이용 시 좋은 경험을 했다	3.70(.79)	
	숙박공유로 나눔 소비 실천에 만족한다	3.43(.80)	
	숙박공유로 친환경적 소비 동참에 만족한다	3.35(.79)	
	숙박공유에 대한 경제성에 만족한다	3.69(.77)	
숙박공유 재이용의사	숙박공유에 대한 기능성에 만족한다	3.61(.73)	.88
	나는 숙박공유를 계속 이용하고 싶다	3.70(.79)	
	숙박공유는 이용할 가치가 있다	3.77(.80)	
	다른 사람들에게 숙박공유를 추천 할 것이다	3.67(.81)	

## 연구결론 및 제언

- 공유경제 가치에 대한 소비자의 인식과 소비자의 공유경제에 대한 위험인지는 숙박공유 서비스에 대한 소비자만족도에 정적 영향, 특히 새로움가치, 경제가치가 상대적으로 많은 영향, 소비자의 공유경제에 대한 이해도는 공유경제 가치에 대한 소비자의 인식에는 정적 영향을 소비자의 위험인지에는 부적 영향
- 공유경제 가치에 대한 소비자의 인식은 숙박공유 서비스에 대한 재이용의사에 정적인 영향을 미치고, 공유경제에 대한 위험인지는 재이용의사에 부적 영향
- 본 연구는 공유경제 서비스 활성화 정책을 수립하는데 기초정보를 제공, 향후 심화 연구를 통해서 숙박공유 서비스의 성공 및 실패 요인을 면밀히 파악하고 개선시킬 필요가 있음

## 연구결과

### 1. 소비자의 공유가치 인식 및 위험인지 차이 검증결과

변수	구분	공유가치 인식		공유위험인지	
		평균	t/F D	평균	t/F D
성별	남성	36.7	0.25	32.1	0.23
	여성	36.6		32.0	
결혼여부	기혼	37.3	2.58***	31.9	-0.44
	미혼	36.0		32.2	
취업여부	취업	36.6	-0.65	32.0	0.10
	미취업	37.2		31.9	
수도권 거주여부	수도권	36.7	0.00	32.2	0.71
	비수도권	36.7		31.7	
학력	고졸이하	37.8	0.65	32.6	1.34
	대졸	36.6		31.8	
	대학원졸이상	36.6		33.0	
직업유형	전문직	36.4	0.38	32.1	0.01
	비전문직	36.6		32.0	
	주부, 학생, 기타	37.2		31.9	
월평균 가계 소득	200만원미만	37.3	2.18	33.2	b
	200~400만원미만	36.6		31.8	
	400~600만원미만	37.2		31.1	
	600만원 초과	36.8	33.0	ab	
숙박공유 정보원천	자격(지인)	36.7	0.07	33.9	4.71***
	공격(지자체, 방송, 신문)	36.3		34.4	
	온라인(인터넷, SNS)	36.7		31.7	

\* p < .05, \*\* p < .01, \*\*\* p < .001  
참고: 다른 문자로 표시된 그룹 간에는 통계적으로 유의한 차이가 있음을 의미  
참고: D는 사후검정방법 Duncan test 결과

### 2. 숙박공유 서비스에 대한 소비자만족 및 재이용의사 차이 검증결과

변수	구분	소비자만족도		재이용의사	
		평균	t/F D	평균	t/F D
성별	남성	21.4	0.34	11.2	0.53
	여성	21.3		11.1	
결혼여부	기혼	21.9	3.01***	11.3	1.15
	미혼	20.8		11.0	
취업여부	취업	21.2	-1.87	11.0	-1.99**
	미취업	22.1		11.6	
수도권 거주여부	수도권	21.2	-1.17	11.1	0.08
	비수도권	21.7		11.1	
학력	고졸이하	22.3	1.11	11.5	0.42
	대졸	21.3		11.1	
	대학원졸이상	21.1		11.2	
직업유형	전문직	20.6	2.28**	10.8	a
	비전문직	21.3		11.1	
	주부, 학생, 기타	22.1		11.6	
월평균 가계 소득	200만원미만	22.2	2.39**	12.2	b
	200~400만원미만	20.6		10.8	
	400~600만원미만	21.7		11.2	
	600만원 초과	21.5	11.2	a	
숙박공유 정보원천	자격(지인) 원천	20.7	0.70	10.9	0.61
	공격(지자체, 방송, 신문) 원천	21.2		10.8	
	온라인(인터넷, SNS)	21.4		11.2	

\* p < .05, \*\* p < .01, \*\*\* p < .001  
참고: 다른 문자로 표시된 그룹 간에는 통계적으로 유의한 차이가 있음을 의미  
참고: D는 사후검정방법 Duncan test 결과

### 3. 숙박공유서비스 소비자만족도 영향 요인 경로 분석결과

종속 변수	독립 변수	인과적 효과		총 효과	F 값 (R square)
		직접효과	간접효과		
경제가치	공유경제이해도	.28	---	.28	14.46*** (.09)
	결혼여부	.12	---	.12	
새로움가치	공유경제이해도	.27	---	.27	33.41*** (.07)
	결혼여부	.10	---	.10	
환경가치	공유경제이해도	.32	---	.32	28.10*** (.12)
	결혼여부	.10	---	.10	
공동체 가치	공유경제이해도	.31	---	.31	25.65*** (.11)
	결혼여부	.10	---	.10	
재무위험	공유경제이해도	-.10	---	-.10	4.64* (.01)
	결혼여부	-.09	---	-.09	
정보위험	공유경제이해도	-.09	---	-.09	3.78* (.00)
	결혼여부	-.09	---	-.09	
심리적 위험	공유경제이해도	-.06	---	-.06	52.11*** (.52)
	결혼여부	.29	---	.29	
숙박공유 서비스 소비자만족도	경제가치	.29	---	.29	
	새로움가치	.32	---	.32	
	환경가치	.23	---	.23	
	공동체 가치	.10	---	.10	
	재무위험	-.10	---	-.10	
	정보위험	.10	---	.10	

\* p < .05, \*\* p < .01, \*\*\* p < .001, 수치는 표준화회귀계수  
---는 효과가 없음을 의미함.

### 4. 숙박공유 서비스 재이용의사 영향 요인 경로분석 결과

종속 변수	독립 변수	인과적 효과		총 효과	F 값 (R square)
		직접효과	간접효과		
경제가치	공유경제이해도	.28	---	.28	14.46*** (.09)
	결혼여부	.12	---	.12	
새로움가치	공유경제이해도	.27	---	.27	33.41*** (.07)
	결혼여부	.10	---	.10	
환경가치	공유경제이해도	.32	---	.32	28.10*** (.12)
	결혼여부	.10	---	.10	
공동체 가치	공유경제이해도	.31	---	.31	25.65*** (.11)
	결혼여부	.10	---	.10	
재무위험	공유경제이해도	-.10	---	-.10	4.64* (.01)
	결혼여부	-.09	---	-.09	
정보위험	공유경제이해도	-.09	---	-.09	3.78* (.00)
	결혼여부	-.09	---	-.09	
심리적 위험	공유경제이해도	-.06	---	-.06	52.11*** (.52)
	결혼여부	.29	---	.29	
숙박공유 재이용의사	경제가치	.22	---	.22	45.82*** (.42)
	새로움가치	.22	---	.22	
	환경가치	.16	---	.16	
	공동체 가치	.14	---	.14	
	재무위험	-.10	---	-.10	
	정보위험	-.09	---	-.09	

\* p < .05, \*\* p < .01, \*\*\* p < .001, 수치는 표준화회귀계수  
---는 효과가 없음을 의미함.