

방한 중국인의 온라인 여행 예약 서비스 사용의도 영향 요인 분석

Analysis of Factors Influencing Chinese Tourists' Reservation of Online Travel Services

韩景昊(JingHao Han)*, 권혁진(HyukJin Kwon)**, 김동수(Dongsoo Kim)***
Hanjh5215@gmail.com, sky9855@nate.com, dskim@ssu.ac.kr

초 록

최근 방한 중국인 여행객이 점차 늘어남에 따라 온라인 여행예약 서비스를 이용하는 중국인이 증가하였으며, 온라인 여행예약 서비스의 성장속도는 매우 빠른 추세를 보인다. 이에 따라, 방한 중국 여행객의 온라인 여행예약 서비스 사용의도에 영향을 미치는 요인을 연구할 필요성이 있다. 본 논문은 기술수용모델을 기반으로 새로운 모형을 생성하여 지각된 위험성, 서비스 요인, 온라인 리뷰 및 사용만족도를 포함하였고, 사용자에 대해 여행예약 사용의도 결정요인들을 분석하였다.

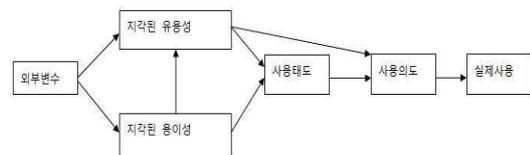
1. 서론

CNNIC(중국 인터넷정보센터)의 <제30기 중국 인터넷발전상황통계보고>조사에 의하면 2012년 6월까지 중국 인터넷 사용자가 5억3천8백만 명에 달하였으며, 2011년 보다 약 5260만 명이 증가하였음을 알 수 있다. 네트워크의 보급률 또한 점점 상승하고 있다. 인터넷기술의 빠른 발전에 따라 사람들은 풍부한 정보를 제공받고 있을 뿐만 아니라 이에 따라 소비방식 역시 변하고 있다. 본 연구는 여행에 관련된 지식과 중

국 온라인 여행 산업의 기본상황을 결합하고 온라인 사용자의도 결정요인들이 무엇인지 연구하고 가설을 검증한다.

2. 관련연구

2.1 기술수용모델 연구



<그림 1> 기술수용모델

본 연구는 2011년도 산업통상자원부의 재원으로 한국에너지기술평가원(KETEP)의 지원을 받아 수행한 연구 과제(No. 20114010203140)입니다.

* 숭실대학교 산업정보시스템공학과 석사

** 숭실대학교 산업정보시스템공학과 석사과정

*** 숭실대학교 산업정보시스템공학과 교수, 교신저자

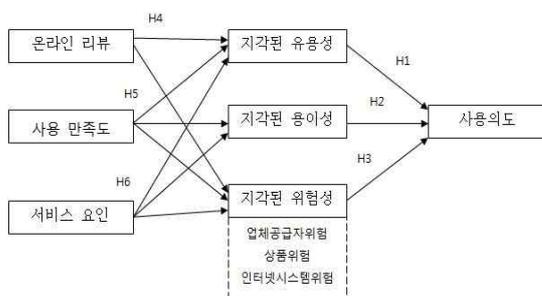
기술수용모형 (Technology Acceptance Model: TAM) <그림 1>은 개인과 기업 수준에서 기술수용 과정을 규명하는 인정받고 있는 가장 일반화된 이론으로써 Davis 에 의해 컴퓨터 사용행위를 설명하기 위해 개발되었다[3,4]. TAM에서 외부변수들은 행동에 직접 영향을 미칠 수 있지만, TAM 모형에서 외부변수는 지각된 유용성과 지각된 용이성의 형성에 간접적인 영향을 미치는 것으로 제시되고 있다[2,5]. 지각된 유용성 및 지각된 용이성은 자아효율성지각, 컴퓨터 사용경험, 교육훈련, 웹 사이트의 콘텐츠 등과 같은 다큐멘테이션, 사용자 지원서비스, 시스템 기능상 특징(features) 등과 같은 환경변수의 영향을 받아 형성된다[1].

본 연구에서는 온라인 여행예약은 새로운 형태의 전자상거래 방식을 수용하는데 있어서 온라인 여행 예약의 특성을 반영한 외부변수를 이용하여 이를 기술 수용모델에 적용시킨 모형을 보여주고자 한다.

3. 연구 모형 및 가설

3.1 연구 모형 설계

<그림 2> 연구 모형



본 연구에서는 기술수용모델모형을 기반으로 새로운 모형을 설정하여, 온라인 사용자에 대해 여행예약 사용의도 결정요인들을 분석한다. 온라인여행상품의 구매에 영향을

미치는 요인들을 알아보고, 각 요인 사이의 영향관계를 조사하고 검증하기 위한 것이다. <그림 2>에 제시된 바와 같이 온라인 여행 예약에 지각된 유용성, 지각된 용이성, 지각된 위험성, 온라인 리뷰, 사용 만족도, 서비스 요인을 독립변수로 설정하였으며, 종속변수로 사용의도 설정하였다.

3.2 가설 설정

본 연구에서는 사용자가 온라인 여행예약 서비스를 이용하는 사용의도를 관찰하고자 다음과 같은 가설을 설정하였다. H1: 온라인 예약의 지각된 유용성은 사용의도에 유의한 영향을 미칠 것이다. H2: 온라인 예약의 지각된 용이성은 사용의도에 유의한 영향을 미칠 것이다. H3: 온라인 예약의 지각된 위험성은 사용의도에 유의한 영향을 미칠 것이다. H3-1: 온라인 예약의 지각된 업체의 위험성은 사용의도에 유의한 영향을 미칠 것이다. H3-2: 온라인 예약의 지각된 상품 위험성은 사용의도에 유의한 영향을 미칠 것이다. H3-3: 온라인 예약의 지각된 인터넷 시스템 위험성은 사용의도에 유의한 영향을 미칠 것이다. H4: 온라인 리뷰는 지각된 유용성, 위험성에 유의한 영향을 미칠 것이다. H4-1: 온라인 예약에 대한 리뷰내용의 수량은 지각된 유용성에 유의한 영향을 미칠 것이다. H4-2: 온라인 예약에 대한 리뷰내용의 품질은 지각된 유용성에 유의한 영향을 미칠 것이다. H4-3: 온라인 예약에 대한 리뷰내용의 수량은 지각된 위험성에 유의한 영향을 미칠 것이다. H4-4: 온라인 예약에 대한 리뷰내용의 품질은 지각된 위험성에 유의한 영향을 미칠 것이다. H5: 온라인 예약에 대한 사용만족도는 지각된 유용성, 용이성, 위험성에 유의한 영향을 미

칠 것이다. H5-1: 온라인 예약에 대한 사용 만족도는 지각된 유용성에 유의한 영향을 미칠 것이다. H5-2: 온라인 예약에 대한 사용만족도는 지각된 용이성에 유의한 영향을 미칠 것이다. H5-3: 온라인 예약에 대한 사용만족도는 지각된 위험성에 유의한 영향을 미칠 것이다. H6: 온라인에서 서비스요인은 지각된 유용성, 용이성, 위험성에 유의한 영향을 미칠 것이다. H6-1: 온라인에서 서비스요인은 지각된 유용성에 유의한 영향을 미칠 것이다. H6-2: 온라인에서 서비스요인은 지각된 용이성에 유의한 영향을 미칠 것이다. H6-3: 온라인에서 서비스요인은 지각된 위험성에 유의한 영향을 미칠 것이다.

4. 연구 결과 및 분석

4.1 조사 방법

본 연구는 방한 중국 여행객을 대상으로 2012년 7월부터 9월까지 설문조사를 통해 표본을 설계하였으며, 총 140부의 설문조사를 통해 유효한 105개의 설문지를 분석에 사용하였다.

4.2 타당성 및 신뢰성 분석

본 연구에서 설정한 변수가 정확히 측정되었는지를 확인하기 위해서 타당성 분석과 신뢰성 분석을 실시하였다. 타당성 분석에서는 측정변수들에 대한 요인분석(Factor analysis)을 실시하였고, 신뢰성 분석에서는 검증에 활용되는 Cronbach's α 계수 측정을 실시하였다. 요인분석은 요인추출 방법으로 주성분 요인분석(Principal component factor analysis)을 실시하였고, 주성분 요인분석은 여러 개의 상관되어 있는 변수들에 대해 얻어진 자료를 변수들의 개수 보다 낮은 차원에서 요약하고 이를 통해 변수들 간

의 상호의존관계를 분석하는 방법을 사용하였다. 요인분석의 적합성을 측정한 결과, KMO값은 0.890로 나타났고, Bartlett의 구형성 측정값은 5201.437로 나왔으며, 유의확률(P값)은 0.000으로 나타났다. 이에 따라 본 연구를 위해 요인분석을 하기 적합성을 보이고 있다. 또한 요인의 적재값은 모두 0.6이상으로 나타났고 타당성을 증명하였다. 요인 분석 결과 “지각된 유용성”, “지각된 용이성”, “지각된 위험성”, “온라인 리뷰”, “사용만족도”, “서비스 요인”, “사용의도” 7개의 요인이 추출된 것을 확인하였다. Cronbach's α 를 이용한 신뢰도 분석의 결과는 7개의 변수의 값을 0.610~0.996로 분포되어 있고 모두 0.6이상으로 나타났으며 신뢰도는 양호한 내적일관성을 보였다.

4.3 가설검증결과

SPSS를 통해 나타난 가설의 검증결과를 정리하며, 세부가설을 포함한 15개의 가설 중에서 채택된 가설은 지각된 유용성은 $p=.002$ 수준에서 β 값은 .482로 나타나 가설 H1을 채택, 지각된 용이성은 $p=.004$ 수준에서 β 값은 .501으로 나타나 가설 H2를 채택, 업체 공급자 위험성은 $p=.001$ 수준에서 β 값은 .356으로 나타나 가설 H3-1을 채택, 상품 위험성은 $p=.000$ 수준에서 β 값은 .446으로 나타나 가설 H3-2는 채택, 인터넷 시스템 위험성은 $p=.000$ 수준에서 β 값은 .342로 나타나 가설 H3-3은 채택되어, 사용의도에 영향을 미치는 요인으로 분석되었다. 지각된 유용성에 미치는 영향 분석한 결과로는 온라인 리뷰 수량이 $p=.003$ 수준에서 β 값은 .456로 나타나 가설 H4-1은 채택, 온라인 리뷰 품질은 $p=.000$ 수준에서 β 값은 .419로 나타나 가설 H4-2는

채택, 사용만족도는 $p=.000$ 수준에서 β 값은 .279로 나타나 가설 H5-1은 채택되어, 지각된 유용성에 영향을 미치는 요인으로 분석되었다. 지각된 용이성에 미치는 영향 관계에서는 사용만족도는 $p=.000$ 수준에서 β 값은 .638로 나타나 가설 H5-2은 채택되어, 지각된 용이성에 영향을 미치는 요인으로 분석되었다. 지각된 위험성에 미치는 영향관계에 대한 검증결과는 온라인 리뷰 수량은 $p=.000$ 수준에서 β 값은 .407로 나타나 가설 H4-3은 채택, 온라인 리뷰 품질은 $p=.000$ 수준에서 β 값은 .263로 나타나 가설 H4-4은 채택되어, 지각된 위험성에 영향을 미치는 요인으로 분석되었다.

5. 결론

본 논문에서는 방한 중국인의 온라인 여행 예약에 있어서 소비자의 사용의도에 미치는 영향에 관한 연구를 진행하였다. 향후 실증분석 결과를 바탕으로 방한 중국인을 위한 온라인 여행의 발전 방안과 온라인 여행 산업에서 개선방안을 도출하여 활성화 방안에 대하여 연구를 진행할 것이다.

참고문헌

- [1] 구동모. "혁신기술수용모델 (TAM) 을 응용한 인터넷쇼핑행동 고찰", Asia Pacific Journal of Information Systems, 제13권 제1호, pp.141-170, 2003.
- [2] 양희동, 최인영, "사회적 영향이 정보 시스템 수용에 미치는 영향-정보기술 수용모형 (Technology Acceptance

Model) 에서", Asia Pacific Journal of Information Systems, 제11권 제3호, pp.165-184, 2001.

- [3] 유재현, 박철, "기술수용모델 (Technology Acceptance Model) 연구에 대한 종합적 고찰." Entrue Journal of Information Technology, 9권 2호, pp.31-50, 2010.
- [4] Adams, D. A., Nelson, R. R., & Todd, P. A., "Perceived usefulness, ease of use, and usage of information technology: A replication", MIS Quarterly, Volume 16 Issue 2, pp.227-247, 1992.
- [5] Venkatesh, Viswanath, Fred D. Davis, "A theoretical extension of the technology acceptance model: four longitudinal field studies", Management science, Volume 46 no 2, pp.186-204, 2000.