



www.akht.or.kr

# Journal of Hospitality & Tourism Studies

The Academy of Korea Hospitality &amp; Tourism



## 코로나19 거리두기 단계에 따른 관광호텔의 고객 이용의도에 미치는 영향: 언어네트워크분석을 적용한 제주지역 2단계 전후의 차이

The impact of COVID-19 social distance on customers' intention to use of tourist hotels: differences before and after the second phase of Jeju Province applying language network analysis

김경화\* · 김재석\*\*

Kim, Kyung-Hoe · Kim, Jae-Seok

\* 국제사이버대학교 경영학과 부교수, khkim@gjcu.ac.kr, 관심분야: SNS, 관광전략, 정보시스템

\*\* 국제사이버대학교 경영학과 겸임교수, oxw@naver.com, 관심분야: 사회연결망, 관광정책(교신저자)

### 요약

본 연구의 목적은 언어네트워크를 이용하여 코로나19 거리두기 단계에 따른 제주지역 관광호텔 이용의도를 확인하여 단계 변화에 의한 추세와 영향을 확인하는 것이다. 2020년 3월부터 1년 간의 제주지역 관광호텔을 중심으로 빅데이터분석 자료를 사회연결망분석을 수행하여 2단계가 적용된 시점의 변화와 차이의 유의성을 확인하였다. 실증분석 결과 첫째, 사회적 거리두기 단계에 따른 관광호텔 고객 이용의도에 미치는 영향은 차이가 있는 것으로 나타났다. 둘째, 연결중심성분석에서 1단계와 2단계 모두 코로나19가 사회적인 현상으로 유의미하게 존재하고 있음을 확인하였다. 셋째, 코로나19로 인한 관광객의 심리적 불안감이 제주지역 관광호텔의 이용의도와 밀접한 관계가 있는 것으로 분석되었다. QAP분석을 수행한 결과, 2거리 단계의 관련성의 강도는 크지 않아서 관광호텔의 고객 이용의도에 미치는 영향은 차이를 나타냈다. 호텔업계와 관련 기관은 백신을 통한 의료적 감염 가능성 예방과 함께 사회적 거리두기를 통한 물리적 거리의 제한과 코로나 불안감을 해소할 수 있는 제도적 및 심리적 측면의 통합적 방안들을 실행해야 한다. 호텔은 사회적 거리두기로 가족 이외에 접촉을 최소화하기 원하는 이용객들을 위한 비대면 서비스를 고려할 필요가 있다. 또한 코로나 단계의 변동에 따라 호텔관광 기업의 코로나블루에 의한 코로나 불안감 감소 노력을 강화할 경우 관광객의 이용의도 개선 가능성이 나타날 수 있다는 것을 시사하고 있다.

### ABSTRACT

The purpose of this study is to use a language network to check the intention to use hotels in Jeju according to the stages of COVID-19 distancing, and to confirm the trends and effects of stage changes. A social network analysis was performed on big data analysis data centering on hotels in Jeju area for one year from March 2020 to confirm the significance of the change and difference at the time the second step was applied. As a result of the empirical analysis, first, it was analyzed that there is a difference in the influence of the social distancing stage on the customer's intention to use tourist hotels. Second, it was confirmed that COVID-19 was significantly present as a social phenomenon in both stages 1 and 2 in the determination of the focus of determination. It was analyzed that the psychological anxiety of tourists due to COVID-19 is closely related to the intention of using tourist hotels in Jeju Province. Third, it was found that the psychological anxiety of tourists caused by COVID-19 was closely related to the intention to use hotels in Jeju. As a result of performing the QAP analysis, the strength of the correlation between the 2nd distance level was not high, indicating that there was a difference in the effect on the customer's intention to use the hotel. This suggests that if hotel company efforts to reduce corona anxiety caused by corona blue are strengthened according to the change in corona stage, there may be a possibility of improving tourists' intention to use it.

### ACKNOWLEDGEMENTS

이 연구는 2021년도 국제사이버대학교 교내연구비 지원에 의하여 수행된 것임.

### 핵심용어

코로나19, 사회적 거리두기, 언어네트워크분석, 제주도

### KEYWORDS

COVID-19, social distancing, language network analysis, Jeju Province

### ACCEPTANCE INFO.

2021.06.07. 원고 접수  
2021.06.16. 1차 수정본 접수  
2021.06.20. 2차 수정본 접수  
2021.06.25. 3차 수정본 접수  
2021.06.28. 4차 수정본 접수  
2021.06.30. 최종 수정본 접수  
2021.06.30. 최종 게재 확정  
3인 익명심사필

## I. 서론

코로나19의 여파가 지속됨에 따라 모든 국가의 산업 및 경제성장률이 축소되고 대다수 국가들의 경제 지표는 2020년 기준 코로나 이전보다 크게 감소하였다. 코로나19는 관광수요 감소뿐 아니라 사람들의 생활 및 관광패턴에도 영향을 미치고 있다. 현재 대부분 국가에서 필수 인원 외 입국, 출국이 사실상 제한되고 있으며, 한국뿐만 아니라 많은 국가에서 이러한 현상이 나타나고 있다.

2020년 국제관광 수요는 전년 대비 74% 감소하였으며, 전체 관광 관련 산업 손실액은 1조 3,000억 달러로 나타났다. 관광 부문 일자리도 최소 1억 개에서 최대 1억 2,000만 개 감소한 것으로 추산하고 있다. 특히 한국이 속한 속한 아시아 태평양지역은 전년 대비 84% 감소로 유럽과 북미 지역, 세계 평균보다 감소 폭이 크게 나타났다(UNWTO, 2021). 아시아 태평양지역 관광객 대상으로 설문 조사한 결과에 따르면 코로나19 이전 수준과 동일한 수준 응답이 13%, 코로나19 이전 수준보다 감소 24%, 핵심 업무에 따른 최소한 비즈니스 여행 53%, 화상회의로 업무여행 대체 10% 등으로 나타났다(주간한국, 2021. 02. 21). 한국의 호텔 및 관광업의 변화도 나타나고 있으며, 코로나19의 영향으로 2020년 전국 관광목적지 방문자 수는 2019년도 대비 평균 18% 감소한 것으로 나타났다. 특히 대면 접촉을 꺼리는 사회 분위기가 형성되면서 인적이 적은 관광지, 비대면 자연관광지, 도서 지역, 캠핑장, 수도권 공원 등의 방문 빈도가 증가하였다(한국문화관광연구원, 2020). 지역별로 코로나 1차 유행 시기인 3~4월 중에는 대구 경북과 제주의 방문 및 이동 감소 폭이 크게 나타났으며, 여름 휴가철과 연말연시인 8월과 12월에는 서울이 전년 대비 마이너스 41%로 감소하였다. 공항 및 도심 인구 밀집지역과 실내시설인 카지노, 실내 테마파크 등은 대폭 감소하고 도서 지역과 해변 등 자연관광지, 캠핑장, 자동차 극장, 골프장 등 실외 장소의 비중은 높아졌다. 반면에 강원도 양양군(10%), 인천 옹진군(7%), 밀양시(7%), 전남 고흥(6%)과 같은 도서지역과 해안 자연관광 자원이 풍부한 지역은 방문객 수가 일부 증가하였다. 도서 지역인 제주도 전체 관광객 수와 매출은 대부분 감소하였으나, 레저스포츠 부문은 4% 소폭 증가하였는데 이는 체험형 자연관광 시설과 골프장의 수요 증가로 추정된다(매일경제, 2021. 02. 23).

그러나 2020년 초부터 시작된 코로나19 위기로 특히 호텔업계는 유례없는 고객감소와 불황으로 극심한 피해와 영향을 받고 있다. 이러한 세계 관광시장의 침체가 장기화된다면 코로나19가 종식되어도 이용 관광객의 관광·여가 및 일상생활과 호텔 이용의 큰 변화가 있을 것으로 보인다. 코로나19로 인하여 국내외 호텔 기업의 객실 회전율은 예년 대비 절반 이하로 하락하였고, 전체적인 고용률과 취업자 수도 크게 감소하고 있고 이러한 현상은 호텔업의 축소로 나타나고 있다. 이미 폐업한 경남호텔, 웨라톤 서울 팔래스 강남과 이태원 크라운호텔은 2021년 중 매각 예정이며 세 호텔은 모두 철거되어 호텔로서 기능을 상실하게 된다(조선비즈, 2021. 01. 19). 또한, 하나투어의 티마크 호텔의 매각을 포함하여 밀레니엄 서울 힐튼 호텔도 철거 예정되어 호텔업 종료가 확정된 상황이다. 서울 및 수도권 지역 호텔뿐만 아니라 제주지역의 호텔도 많은 변화와 영향에 직면하고 있다. 한진관광은 제주도 내 제주 및 서귀포 칼호텔, 제주 파라다이스 호텔을 모두 매각하고 그랜드 하얏트 인천까지 매각을 추진하고 있다(파이낸셜 뉴스, 2021. 01. 21).

경제협력개발기구(OECD)는 '2020~2022년 경제전망'에서 세계 경제가 점진적으로 회복할 것으로 예측하고 있다. 2020년 마이너스(-) 4.2% 역성장 후 2021년 4.2% 성장을 각각 전망했다. 중국과 인도는 각각 8.0%와 7.9%로 가장 높고 미국과 한국 3.2%, 유로존 3.6%, 일본 2.3% 등으로 예상하고 있다(뉴데일리경제, 2021. 01. 01). 관광시장의 예상회복 시점인 2023년 기점으로 세계 평균 60%보다 높게 아시아 태평양지역은 75%로 빠른 회복이 예측되고 있다. 그러므로 높은 유동성과 주식시장, 부동산 시장의 활황에 따른 전체적인 경기회복과 코로나 백신의 개발로 인한 향후 호텔 및 관광산업의 회복을 대비할 필요가 있다. 코로나19와 관련하여 호텔 관광산업에 관련된 여러 연구 등이 있다(김동준 등, 2020; 김성태, 2020; 김예솔·진현정, 2021; 고동우 등, 2021; Desbiolles, 2020; Škare et al., 2021; WTTC, 2020). 네트워크분석이론에 따른 중심성지수 연구로 신태진 등 (2020), 김경섭(2019), 이재운(2014)의 연구가 있다. 이재운은 연구부문별 공동연구 패턴에 대한 중심성 지수로 연결 정도를 확인하였다. 전염병 위기가 관광산업에 미치는 부정적 영향이 표출되는 현상을 구조벡터 회귀모형을 사용하여 분석하였고 코로나19 위기는 이전 다른 전염병 확산 시기보다 관광산업에 장기간으로 파괴적인 영향을 줄 가능성이 있다(Škare et al., 2021). 코로나19 위기로 인하여 호텔, 여행사, 항공사 모두 사업상 부정적인 영향을 받고 있으며, 비대면 서비스를 추가하는 것에 공통적으로 고객 접촉이 필수적인 부분이 존재하므로 한계를 보이고 있다(김동준 등, 2020). 반면에 코로나19가 관광산업에 부정적인 측면만 있는 것이 아니라 긍정적인 효과를 줄 수도 있다. 코로나19 위기는 기존 관광산업의 구조를 재설계하고 지역사회

중심과 사회 공익적 측면의 관광 프레임워크로 변화하여 친환경주의, 생태적 관광, 균형적 관광에 더 접근할 수 있는 계기가 될 수 있다(Desbiolles, 2020; Ioannides & Gyimóthy, 2020).

그러므로 코로나 사회적 거리두기(social distancing) 단계로 수요환경 변화를 겪고 있는 호텔산업의 위기를 신속하게 타개하기 위하여 제주지역 호텔이 서로 다른 사회적 거리두기 시점에서 내국인 수요 잠재 이용객의 온라인 언어네트워크 이용 영향이 어떤 차이를 보이는지 확인할 필요가 있다. 코로나 위기로 대면적인 설문과 방문 접촉이 제한된 상태에서 온라인 언어네트워크는 전체적인 사회적인 현상과 의미를 확인하는 분석에 적절하다. 온라인 언어네트워크에서 주로 표출된 언어, 용어의 의미를 확인하여 잠재 이용객의 이용 영향을 통하여 시기별 주 용어의 의미로 추세를 확인할 수 있다.

본 연구의 목적은 언어네트워크를 이용하여 국내 여행 수요가 높은 제주지역 관광호텔을 중심으로 코로나19 거리두기 단계에 따른 관광호텔 이용의도를 확인하여 코로나 단계에 따른 호텔업의 변화 추세와 영향을 확인하는 것이다. 또한, 사회적 거리두기 단계에 따른 제주지역 호텔의 연관성을 분석하여, 한국 호텔관광 산업이 다시 호전될 상황을 대비하여 사전적인 대응방안을 함께 모색하는 것에 있다. 인바운드와 아웃바운드 해외 투숙객이 급감한 호텔업의 현실을 감안하여, 주로 리조트형 호텔과 국내 관광객의 수요가 있는 제주지역 호텔을 중심으로 호텔 이용 인식변화의 경향을 확인하고자 한다.

이를 위해 사회적 거리두기 단계에 따른 코로나 1단계와 2단계에서 나타나는 현상을 언어분석네트워크 방법을 통해 각 변수 간의 연결구조가 있는가에 관하여 분석하고, 1단계와 2단계의 관광호텔과 관련된 주요 키워드를 확인하는 것이다. 이를 통해 코로나 시대 호텔산업의 이용요인과 관련된 핵심용어를 검증하고, 이와 관련된 호텔업의 재생 및 산업 활성화와 관련된 기초자료를 관광 관련 산업과 기관에 제공하고자 한다.

## II. 이론적 배경

### 1. 코로나19 사회적 거리두기와 제주지역 관광호텔업

#### 1) 코로나19 사회적 거리두기

코로나19 바이러스는 사람과 다양한 동물에 감염될 수 있는 바이러스로서 유전자 크기 27~32kb의 RNA 바이러스이다. 2019년 11월 중국 우한에서 처음 보고된 이후 현재까지도 계속 전 세계 확진자와 감염자가 발생하고 있다. 전 세계의 많은 국가에서 1억 6천만 명 이상의 감염자가 발생하였으며, 미국, 인도, 브라질, 프랑스, 터키, 영국, 러시아, 중국 등에서 많은 감염자와 사망자가 발생하였다. 코로나19 바이러스는 비 인플루엔자성 바이러스로 연령 차별성과 계절성이 있고, 주로 동절기에 확산 정도가 빠른 특성을 보이고 있으며, 인구 밀집화, 국제간의 이동성 증가로 인한 감염 확산과 유의한 영향성이 있다(박건영, 2020). 사회적 거리두기(social distancing) 또는 물리적 거리두기(physical distancing)는 코로나19 감염이 걸린 사람과 감염되지 않은 사람 사이의 접촉 가능성을 감소시켜 질병의 전파를 늦추고 감염증과 합병증에 기인한 사망률을 최소화하는 것이다. 사회적 거리두기는 2009년 인플루엔자 팬데믹(influenza pandemic) 발생 당시 세계보건기구(WHO)가 처음으로 캠페인을 시작하면서 적용되었다. 개인 또는 집단 간 접촉을 최소화하여 감염병의 전파를 감소시키는 공중보건학적 감염병 통제 전략으로 개인 간의 접촉을 최소화하는 규모부터 고위험군과 저위험군 인구집단을 분리시키는 방법까지 다양한 층위의 방식이 존재한다(위키백과, 2021). 사회적 거리두기는 감염병의 확산속도를 감소시키고, 감염자를 줄이는 방법으로 활용되고 있다. 또한, 사회적 거리두기를 통한 코로나19 감염 방지를 위한 거리두기 준수 활동은 확산을 감소에 일정한 효과성과 유효성을 나타내고 있다(Matrajt & Leung, 2020; Prem et al., 2020). 현재의 사회적 거리두기는 감염 위험을 최소화하면서도 사람들의 필요와 욕구, 기본생활에 요구되는 최소한 교류와 대면 활동을 위한 사회적 규약으로 통용되고 있다(김진우, 2020). 코로나19와 관련된 지역의 경제 상황과 사회적 거리두기 단계에 의한 연구에서 중간 단계 이상의 강한 사회적 거리두기는 대규모 코로나 확진 및 발병을 감소시키는 것이 유효하다(Ainslie et al., 2020). 코로나19 감염증 확산을 방지하기 위해서는 사람 간의 신체적 접촉을 최소화하는 것이 필요하며, 사회적 거리추적을 위한 딥러닝 플랫폼을 이용하면 유클리드 거리측정으로 감지범위 영역의 개인 간 쌍별 거리를 결정하여, 효율적인 사회적인 거리 값을 예측할 수 있다(Ahmed et al., 2021).

한국뿐만 아니라 코로나19 감염증이 확산된 미국, 중국, 일본, 러시아, 프랑스, 이탈리아 등 국가에서 단계의 유형과 명칭은 다르지만 유사한 형태의 사회적 거리두기가 실행되고 있다. 한국은 2020년 6월 단계별 거리두기가 처음 시작되었고, 이후 2020년 11월 5단계 거리두기 체계로 변화 후 다시 2021년 3월에 현재와 같은 4단계 형태로 조정되었다. 사회적 거리두기는 1단계는 지속적 억제단계로 마스크 착용 의무화, 통상적 방역활동이 실시되고, 2단계부터는 지역 유행 단계로 행사 별 100인 이상 집합금지, 9인 이상 집합금지가 실시된다. 3단계는 권역 유행 및 모임 금지 단계로 외출과 다중이용시설 접근이 제한되며, 전체 인원 재택순환 근무와 5인 이상 사적 모임 금지가 의무화된다. 최종 4단계는 가족, 직장 업무 외 만남이 사실상 제한되며, 다중이용시설 자제, 외출자제 등 전면적 외출금지 제도가 시행된다(질병관리청, 2021). 사회적 거리두기 단계에 따라서 이동이 제한되고, 이는 관광 및 기타 시설 이용객의 방문 빈도에도 영향을 미치게 된다. 사회적 거리두기 단계 변화에 따른 선형공원 이용자 유형은 코로나 이전보다 정적인 활동을 중시하고 외부이용객의 방문 빈도가 낮게 나타났다(이담, 2021).

최근 코로나19와 관련된 선행 연구가 나타나고 있다(김성일, 2020; 박성원, 2020; 이응규·구정대, 2020; Baum & Hai, 2020; Qiu et al., 2020; ). Qiu et al.(2020)은 코로나19로 인한 이동 또는 관광활동으로 인한 관광목적지 거주민의 위험 정도를 표현하고, 목적지 도시의 사회적 비용을 예상 평가하였다. 코로나19로 촉발되는 관광산업의 위기는 사회적 안전망이 확보된 선진 관광 국가와 저개발 관광국의 관광지 종사원 고용의 불안정성과 사회적 영향성에 따라 다르게 나타날 수 있다(Baum & Hai, 2020).

## 2) 제주지역 관광호텔업

관광객들이 제주 관광을 선택하는 이유로 해외여행 대체지 51.9%로 가장 많고 자연환경 47.1%와 적당한 이동거리가 가장 높은 요인으로 나타나고 있다. 또한, 제주 관광 시 수행하거나 기대되는 행동으로 자연경관 감상, 미식 여행, 오름 및 올레길 트레킹, 호캉스 순으로 선택하고 있다(제주관광공사, 2020).

제주관광협회에 따르면 2020년 월별 제주방문 관광객은 2020년 1월 125만 1,768명으로 2019년 대비 10.4% 일시 증가하였다가 코로나 위기가 시작된 2월부터 62만 9,751명으로 거의 절반가량 하락하였으며, 7~8월 여름 성수기에 내국인 관광객 수요로 감소 폭이 일시 감소하였다. 그러나 코로나 3차 유행이 확산된 가을 이후부터 크게 감소하여 2020년 12월 62만 8,639명으로 전년 동기 대비 -51.3% 수준으로 대폭 축소되었다. 제주도에 따르면 2020년 11월 기준 관광숙박업 2곳, 232객실, 휴양펜션업 2곳, 17객실, 일반숙박업 17곳, 1,169객실, 생활숙박업 3곳, 74객실, 농어촌민박 578곳, 1,647객실이 폐업했고 여행사업 1,251건 3,754명, 호텔업·휴양콘도 운영업 659건 8,601명에게 고용유지지원금이 지급되었다(제주의 소리, 2021. 01. 04). 제주지역 호텔업의 객실회전율과 이용객 수는 2020년 전체적으로 축소되었으나, 코로나 장기화로 인한 변화 수요도 일부 감지되고 있다. 실제로 코로나 위기 속에서도 2020년 입도객과 방문객 수가 크게 급감하였으나 제주 특급호텔의 투숙객 감소 폭은 한국의 호텔 평균값보다 낮게 나타났다.

한국호텔업협회에 따르면 2019년 서울·부산의 5성 호텔 외국인 투숙객 비중은 각각 56.25%, 29.40%에 달하지만, 제주는 12.5%에 불과하다. 제주는 서울 다음으로 특급호텔이 가장 많고 내국인 국내 관광의 비중이 높은 지역이다(제주매일, 2021. 02. 22). 제주지역 특급호텔은 내국인 가족 단위 해외 관광수요와 해외 신혼여행 관광시장이 단절되면서 발생한 추가적인 매출 수요를 통해서 일부 증가하기도 하였다. 반면에 1~3성급 호텔과 숙박시설은 코로나 위기로 인한 단체관광객과 외국관광객이 급감하면서 제주지역 전체 관광객 수의 감소로 나타났다(서울신문, 2021. 04. 04). 제주지역 내국인 입도객은 2020년 8월부터 11월까지 월별 100만 명 이상을 유지하였고 2020년 12월에서 2021년 3월까지 소강상태였다가 2021년 4월 106만 6천 명으로 다시 증가하고 있다(제주MBC, 2021. 05. 12). 제주지역 관광객이 100만 명이 초과했던 2020년 10월 107만 명, 11월 114만 명 이후 코로나 확진자가 증가한 것으로 나타났다. 사회적 거리두기 단계가 완화되거나 관광객 증가로 인한 밀집도의 증가는 코로나 확산과 일정한 유의성을 보이는 것으로 볼 수 있다. 인구 이동과 밀집도, 밀접 접촉의 증가는 코로나19의 발생 가능성을 높이며, 직장과 학교처럼 동일한 장소에 다수가 집합하는 형태는 시차를 두고 교차 복귀하는 형태의 신체적 거리두기가 가장 효과적인 예방 방안이다(Prem et al., 2020). 그러므로 제주지역 관광호텔업의 코로나 위기에 따른 매출 감소와 피해는 호텔 등급과 관광시설과 관련 없이 모두 나타났지만, 그 손해 규모와 강도는 다르게 나타난 것을 볼 수 있다.

## 2. 지각된 위험

지각된 위험은 특정한 상황에서 이용자가 지각하게 되는 제품이나 서비스의 선택 및 희생되는 기회비용에 대한 위험, 불확실성 등 주관적 위험이고, 행동에 대해 주관적으로 기대되는 손실, 기대 결과를 희망 시 나타날 수 있는 손실을 의미한다(Featherman & Pavlou, 2003). 이용자의 온라인 거래 측면에서 지각된 위험을 재무적 손실 위험, 시간 손실 위험, 심리적 손실 위험, 사회적 위험, 신체적 위험으로 분류하였다(Glover & Benbasat, 2011). 지각된 위험의 유형을 세분화하면 제품 및 서비스성능, 시간손실, 그리고 경제적 위험의 형태로 나타나게 된다. 즉, 이러한 유형의 위험에 대해 소비자가 지각하는 수준은 종합적으로 '지각된 위험'이다(손경희·이현규, 2003). 또한, 온라인 거래 시 특정한 행위에 대한 위험과 가치의 판단은 경제적인 가치의 단일 차원의 가치보다는 복합적이고 다차원적인 가치에 영향을 받게 된다(노미진, 2011). 이용자는 지각된 이득과 지각된 손실에 따라 의사결정에 영향을 받으며 사회적 영역에서 위험을 감수하려는 의사결정이 많은 형태를 보인다(Soane et al., 2010; Weber et al., 2002). 지각된 위험은 제품과 서비스 이용의도와 관련이 있으며, 지각된 위험 수준이 높아지면 제품과 서비스 유형과 관계없이 구매 또는 이용을 회피하는 빈도가 증가한다(이형재·심이석, 2013). 소비자는 무형의 재화와 서비스를 유형의 재화와 서비스보다 위험수준을 보다 높게 지각하는 것으로 나타났으며, 지각된 위험 수준은 이용의도에 부정적인 영향을 미치게 된다.

코로나19는 바이러스 부하검사 시 무증상이거나 감기 정도의 가벼운 증상의 환자에게서도 확진이 판정되므로 외견상 감염 여부를 판단하기가 매우 어렵다. 그리고 이러한 경증 또는 무증상 감염자들은 동일하게 다른 사람들에게 코로나바이러스를 전파할 수 있는 위험이 있다(Zou et al., 2020). 코로나19의 위험 인식은 60대 이상 고령층 보다 20대의 청년층에서 위험도를 낮게 인식하고 있으며 관광지 회피 활동과 의도도 더 낙관적 성향을 나타내고 있다(김영남·홍성화, 2020). 또한, 코로나19로 인하여 서울 및 수도권외의 여행객을 대상으로 한 연구에 의하면 관광객의 위험지각에서 물리적, 신체적, 경제적 위험지각은 관광지 숙박시설 선택 의도에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다(노성환·이창기, 2021). 그러므로 호텔이용객은 다수 인원이 밀집하는 호텔의 방문 활동이 잠재적인 코로나 감염 가능성을 내포한 위험지각의 형태로 나타날 수 있다. 무형적인 서비스 형태가 많은 호텔의 이용은 크게 객실 이용과 식음료 서비스와 관광을 포함하므로 다른 유형적인 형태의 제품 서비스보다 이용빈도에 따른 위험지각의 영향이 높게 나타날 수 있다. 포스트 코로나 시대 워터파크의 위험지각과 관련된 주요 서비스 품질요인은 언택트 고객관리, 혼잡관리 및 위생관리 요인이다(류나은·김인신, 2020). 또한, 이용자가 관광목적지를 결정할 경우 다양한 불확실성에 대한 위험지각으로 인하여 발생하는 심리적인 요인이 관광의 진행 여부에 영향을 주기도 한다.

## 3. 이용의도

의도는 특정하게 개인의 예상되는 행동으로 개인의 생각과 태도가 실제 행동으로 진행될 확률 또는 주관적 가능성을 의미한다(Blackwell et al., 2006; Engel et al., 1995). 의도란 개인의 계획된 미래행동으로 신념과 태도가 행위로 옮겨지는 확률을 의미하며 이용자는 사용 서비스에 대한 지각된 유용성 또는 신뢰성을 가질 때, 이용 태도나 이용의도에 긍정적인 성향을 보이게 된다(Luam & Lin, 2005). 그리고 이용의도는 이용자의 미래의 예상되는 행동으로 개인의 신념과 태도가 실천적인 행위로 나타나는 것으로 특정한 기술이나 시스템을 지속해서 사용하거나 이를 다른 사람들에게 추천할 의사 또는 만족의 정도를 포함한다(Boulding et al., 1993; Cronin et al., 2000; Davis, 1989; Perugini & Bagozzi, 2004). 이용의도는 소비자가 제품이나 서비스를 구매하고자 하는 의지를 의미하며 미래에도 반복하여 사용할 가능성이 있다(한태수·이애주, 2014).

호텔 및 관광 부문에서 의도와 수용모델과 관련된 연구로 김태구(2006), 성혜진·고재운(2012), 신형섭(2012), 박정숙·변정우(2013), 이태희·박일우(2013), 한송이·한진수(2013), 이형주·현성협(2014), 김민정·전현모(2016)의 연구가 있다. 김태구(2006)는 기술수용모델의 적용과 관련하여 FIDELIO를 대상으로 한 정보시스템 품질, 직무 관련성, 지각된 가치와 영향성을 분석하였고, 성혜진·고재운(2012)의 연구에 의하면 외식소비자 SNS 정보품질특성이 만족과 지속적 이용의도에 미치는 영향에서 인지된 유용성은 사용 의도와 관련성이 있는 것으로 나타났다. 그리고 확장된 기술수용모델에 따른 여행사 스마트폰 애플리케이션에 대한 수용과 확산에 관한 연구결과 인지된 유용성이 행동의도에 유의한 영향이 있는 것으로 나타났다(이태희·박일우, 2013). 그리고 일정한 기술에 의한 관광 이용의도는 이용자들이 일정한 대상에 대한 태도를 구성한 다음 행동으로 표현되는 개인적인 신념과 태도와 관련이 있다(박정숙·변정우, 2013). 호텔관광의 이용의도는 특정한 호텔 및 관광지를 방문하는 형태의 이용의도로 인지된 형성된 태도에 기반하여 미래의 행동을 표출되는 이용 관광객의 의지와 신념 및 방문 의사를 의미한다(김경훈·고은주,

2008). 또한 스마트 폰 앱 맛집 서비스 품질의 이동성, 신뢰성, 시스템 능력은 지각된 유용성에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다(김민정·전현모, 2016).

그러므로 이용자의 전자 예약서비스에 대한 이용의도는 관광목적지 이용 결정에 유의한 영향을 주게 된다(Jeng, 2019). 온라인 교육시스템에 이용의도에 관한 연구에 의하면 이용자 친화적인 인터페이스와 대화형 시스템은 정보의 질적 측면과 이용자 만족도에 개선 효과를 나타내게 된다(Boroufar et al., 2015). 사전 시스템 이용의도는 실제 시스템 또는 정보의 사용과 관련이 높으며 실제 이용으로 나타날 수 있다. 한국의 호텔이용객이 호텔 이용 시 정보를 획득하는 방법으로 블로그, 유튜브, 지인 추천이 가장 높은 편이다. 20대 등 젊은 층일수록 블로그와 유튜브의 빈도가 높고 50대 중년층인 경우 블로그와 지인 추천이 가장 높은 수치를 나타냈다. 따라서 호텔의 이용의도는 SNS와 유튜브를 통한 온라인 매체 홍보와 전문 유튜브 크리에이터의 고용, 이용경험이 있는 기존 관광객을 통한 커뮤니케이션이 유효한 것으로 볼 수 있다. 국내 호텔관광 및 여행 시 이용자가 가장 희망하는 서비스는 기본적인 객실 상태와 부대시설, 가격뿐만 아니라 코로나19 방역 인증마크 보유 호텔, 위생키트 제공 서비스 가능 정도로 나타나고 있다(글로벌경제신문, 2020. 05. 28). 그러므로 코로나19에서 안전한 호텔 및 관광목적지로 인식되는 것이 이용자의 이용의도를 증가시킬 수 있는 요인으로 볼 수 있다.

### III. 연구 설계

#### 1. 연구문제의 설정

본 연구는 앞에서 논의한 코로나19 거리두기 단계에 따른 관광호텔의 고객 이용의도에 미치는 영향을 바탕으로 언어네트워크 분석을 활용하여 키워드들에 대한 분석을 시도하였다. 기존의 선행연구는 호텔 및 관광산업 종사원의 소수 인원의 설문, 제한된 수의 온라인 설문법의 형태이지만 본 연구는 인터넷, 미디어를 통하여 용어의 출현과 빈도에 따라 전체적인 코로나19의 시기별 나타날 수 있는 언어네트워크를 사용하여 영향성 있는 키워드 중심의 용어분석을 수행하였다. 이용자의 코로나19 정보의 획득은 인터넷, 미디어를 통해 주로 이루어지며, 긍정적 태도와 함께 부정적 영향성을 표출하는 형태로 나타낼 수 있다(Rieger & Ulbricht, 2020). 그러므로 온라인 뉴스와 웹 문서의 키워드를 통하여 정제화하여 분석해야 한다.

이를 위하여 본 연구는 12월 18일 기준 7일의 기준시점을 두고 전후 각각 2개월(60일)의 빅데이터분석을 1단계 기간을 2020년 10월 12일 ~ 12월 11일, 2단계 기간 2020년 12월 26일 ~ 2021년 2월 25일 구분하였다. 1단계와 2단계 기간 동일한 시점으로 '코로나', '제주', '관광호텔'의 키워드가 들어간 자료를 구글 뉴스와 웹 문서에서 수집하여 정제화된 키워드를 언어네트워크로 분석하였다.

분석된 결과는 코로나19 거리두기 단계에 따른 관광호텔의 고객 이용의도를 파악함으로써 학술적, 실무적 연구 등에 활용할 수 있다. 또한, 코로나19 거리두기 단계에 따른 관광호텔의 고객 이용의도를 예측하여 인바운드 수요가 감소한 관광호텔 기업에 이용의도분석을 통한 사업활동 영향을 미리 예측할 수 있다.

본 연구는 키워드를 분석대상으로 기존 연구의 주관적 연구보다 객관성을 더 확보하기 위해 중심성과 고유벡터분석에 초점을 맞추어 진행하였다. 또한, Quadratic Assignment Procedure(QAP)상관분석을 적용하여 사회적 거리두기 단계에 따른 코로나 1단계와 2단계의 관광호텔의 고객 이용의도에 미치는 영향이 관련성이 있는지를 밝히는 것이다. 이와 같은 연구목적들을 위해서 본 연구는 다음과 같은 연구문제를 설정하였다.

- 연구문제 1 사회적 거리두기 단계에 따른 코로나 1단계와 2단계의 관광호텔의 고객 이용의도에 미치는 영향은 차이가 있는가?
- 연구문제 2 사회적 거리두기 단계에 따른 코로나 1단계와 2단계의 기준시점 차이는 관광호텔의 고객 이용의도와 유의한 영향이 있는가?

## 2. 조사설계

본 연구는 코로나19 거리두기 단계에 따른 관광호텔의 고객 이용의도에 미치는 영향을 분석하기 위하여 자료수집 빅데이터 프로그램인 텍스트롬을 이용하였다. 텍스트롬(<http://www.textom.co.kr>)은 빅데이터 일괄처리 서비스 솔루션으로 실시간 대용량 자료수집에서부터 데이터 처리 및 정제, 분석 데이터 생성 및 데이터 시각화 기능을 제공하는 분석방법이다. 텍스트롬을 통해 수집된 자료데이터를 실행하고 연구의 취지에 맞지 않는 언어는 제외하고 본 연구분석에 적합한 키워드로만 한정하여 추출하였다.

제주특별자치도의 경우 전국적인 단위의 거리두기를 시행함과 동시에 자체적인 사회적 거리두기가 추가적으로 실행되었다. 2020년 2월 제주도청은 외국인의 무사증 입도를 중단하고, 8월 21일 사회적 거리두기 2단계에 따른 제주형 특별방역 행정조치를 24일 발동하였다. 여름 성수기 이후 추석 시기에 잠시 코로나 확진자 발생이 소강상태였다가 2020년 11월 3일 제주 60번째 코로나19 확진자 발생되면서 다시 확산되기 시작하였다(제주도, 2021). 이는 추석 이후 제주 방문객 수의 감소 폭이 줄어든 10월 107만 7,591명(-23.8%), 11월 114만 585명(-13.8%)의 입도 관광객 수 증가에 기인한다(제주의 소리, 2021). 그러나 다시 제주도는 다시 확진자 발생으로 강도 높은 사회적 거리두기 조치를 시행하였으며, 12월 18일 2단계로 격상된 시점을 전후하여 제주지역 입도객과 관광매출이 급감하는 계기가 되었다. 따라서 본 연구는 2020년 12월 18일 기준 7일의 기준시점을 두고 전후 각각 2개월(60일, 2020년 10월 12일 ~ 12월 11일, 2020년 12월 26일 ~ 2021년 2월 25일)의 빅데이터분석 자료를 대상으로 분석하였다.

이에 대한 연구목적을 달성하기 위해 3개의 키워드 ‘코로나’, ‘제주’, ‘관광호텔’을 설정하여 관련 빅데이터에서 자료를 수집하였다. 자료수집 방법은 텍스트롬의 빅데이터 자료수집 프로그램에서 구글(Google)의 뉴스, 웹 문서를 대상으로 하였고, 자료수집 기간은 전체 2개월(60일)을 기준으로 1단계 기간 2020년 10월 12일 ~ 12월 11일, 2단계 기간 2020년 12월 26일 ~ 2021년 2월 25일로 구분하였다. 이는 1단계와 2단계의 사회적 거리두기시점 차이에 따라 코로나19 위기에 의한 제주도 관광호텔의 고객 이용의도에 본격적으로 영향을 주기 시작하여 관광업계 등에 민감하게 작용한 것으로 보고, 이를 분석하는 것이 적합하다고 판단하였다.

## 3. 분석방법

본 연구는 코로나19 거리두기 단계에 따른 관광호텔의 고객 이용의도에 미치는 영향에 관하여 언어네트워크분석을 위하여 다음과 같이 실시하였다. 첫째, 빅데이터 수집은 조사설계에 부합하도록 구성하여 텍스트롬 솔루션을 이용해 데이터를 추출하였다.

둘째, 데이터 추출은 수집된 자료에서 2회 이상 추출된 언어로 선정하였고, 본 연구에 적합하지 않은 언어는 연구자와 2인의 전문가 토론을 통해 제외하였다.

셋째, 데이터로 추출된 언어 중 불명확한 언어, 유사언어, 중복언어 등을 정리하여 언어네트워크에서 분석할 수 있도록 데이터마이닝을 수행하여 빈도수가 최소 3회 이상 나온 키워드로 1단계는 185개, 2단계는 159개의 키워드로 최종 도출하였다.

넷째, 정제화된 키워드를 넷 마이너 프로그램을 통해 언어 간의 네트워크분석을 하였다.

다섯째, 언어 간의 시각화를 위하여 워드클라우드(wordcloud), 연결중심성(degree centrality), 고유벡터중심성(eigenvector centrality)을 분석하였다. 본 연구결과에서 키워드가 사용된 빈도수나 중심성을 제시하는 수준을 넘어 키워드와 키워드 사이의 관계를 시각적으로 밝혀줌으로써 입체적으로 코로나19 거리두기 단계에 따른 관광호텔의 고객 이용의도에 미치는 영향을 분석하고 관련 연구결과와 시사점을 도출하였다. 언어 간의 시각화 연구에서 워드클라우드의 언어의 키워드 및 개념 등을 직관적으로 핵심 언어의 파악이 가능하고, 연결중심성분석은 한 언어가 얼마나 많은 언어와 관계를 맺고 있는 정도의 확인이 가능하다. 또한, 고유벡터중심성분석은 연결된 언어의 개수뿐만 아니라 연결된 언어가 얼마나 중요한지를 가중치(weighted centrality)로 하여 계산된 연결 관계 정도까지 분석한다(곽기영, 2017; 오익근 등, 2015).

여섯째, 사회적 거리두기 단계에 따른 코로나 1단계와 2단계의 관광호텔의 고객 이용의도에 미치는 영향이 관련성이 있는지를 밝히기 위하여 QAP상관분석을 통해 1단계와 2단계의 관계성에 관하여 검증하였다. 일반적으로 QAP는 2 기간 동안 조사된 언어네트워크 간의 유사성을 분석한다(곽기영, 2017; 최수진, 2016).

본 연구에 사용한 언어네트워크분석은 소셜네트워크분석(social network analysis: SNA)을 기본으로 전 세계적으로 최근 많이 활용되고 있다. 네트워크분석은 사회적 관계의 연결구조, 즉 사회네트워크를 분석하는 관점 또는 패러다임으로서 하나의 이론이나 방법론에 한정하지 않고, 사회적 관계뿐만 아니라 언어정보 간의 관계 등과 같은 물리적 관계까지 다양한 분야로 확장되었으며, 학술적, 정책적 연구에 적합하다(곽기영, 2017). 최근 언어네트워크분석방법으로 연구한 논문도 관광 분야에 나타나고 있다(윤태환, 2020; 정의석 등, 2020). 카지노 산업의 연구는 초기 직무만족, 종사원 등이 높은 편이었으나, 최근 연구는 기업의 사회적 책임, 조직시민운동, 책임도박 등 사회적인 영향성, 정책적인 측면이 많이 나타나고 있다(윤태환, 2020).

그러나 이러한 연구들은 기존 연구논문들을 방법론에 따라 분석하는 형태가 중심인 연구이다. 본 연구는 빅데이터를 통한 자료조사 방법 중 언어네트워크분석으로 제한된 설문지 조사나 양적 연구와 다른 관점에서 접근하였다. 추가적으로 QAP상관분석을 통해 사회적 거리두기 단계에 따른 코로나 1단계와 2단계의 관광호텔의 고객 이용의도에 미치는 영향에 관하여 유의미한 관련이 있는 것을 검증하고자 하였다. 코로나 시대의 언어네트워크를 활용하여 관광호텔의 고객 이용의도와 관련된 연구는 거의 없는 실정이다. 그러므로 본 연구의 방법론은 사회적, 정책연구에 타당한 기법이며, 코로나19라는 전 세계적으로 공통된 사회적 패러다임에 따른 호텔 산업의 용어 연구를 수행한 차이가 있다. 본 연구의 학술적 기여는 한국의 제주지역 호텔과 관련하여 언어네트워크분석을 통한 용어에 따른 코로나19의 2단계별 시점 연구로 시점에 따른 핵심키워드와 영향성 높은 용어를 도출한 것이다.

## IV. 실증분석

### 1. 분석을 위한 코딩체계

사회적 거리두기 단계에 따른 언어네트워크분석을 위하여 키워드분석방법을 활용하였다. 언어네트워크분석은 사회적 네트워크 이론을 적용하여 질적 및 양적 연구에서 활용하고 있다(김용학, 2011). 본 연구는 빅데이터를 통한 언어네트워크분석으로 인하여 사회적 현상에 등장하는 키워드가 서로 관련된 키워드들로 보고 분석에 방법에 맞게 마이닝 하여 코딩을 하였다. 이들을 각각 하나의 개념으로 코딩하고 개념 간의 네트워크 값으로 1을 부여하는 방식으로 자료를 수집하였다.

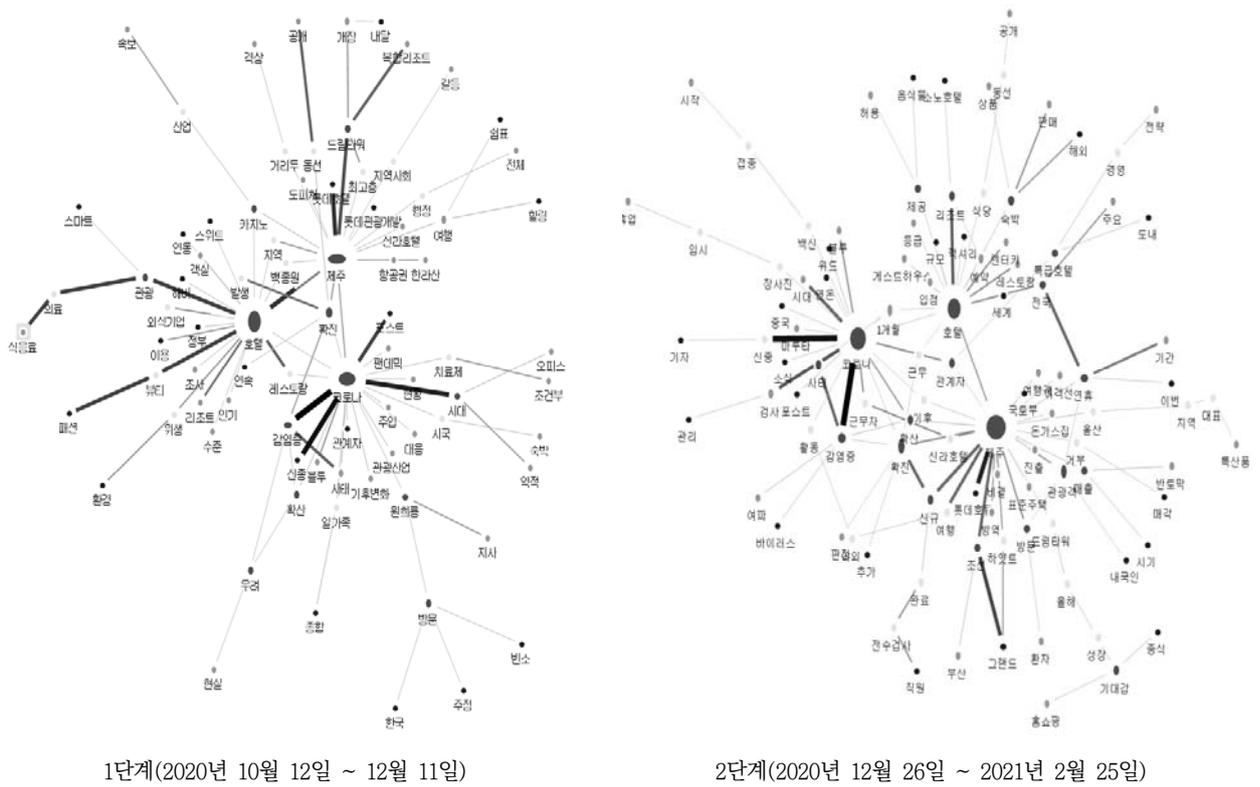
수집된 데이터를 키워드로 정의하고, 키워드 간의 전체적인 네트워크의 구조를 파악하기 위해서는 워드클라우드, 연결중심성, 고유벡터분석을 활용하였다. 연결중심성분석은 노드 간의 관계를 표현하는 네트워크 그림을 의미하며, 노드 간의 거리가 중복되어 시각적으로 파악할 수 있도록 지원하는 방법이다(곽기영, 2017). 여기에 결점 중 네트워크에서 중심적인 위치를 수치화하기 위하여 고유벡터분석을 하였다. QAP상관분석을 통해 코로나19 거리두기 단계에 따른 현상에 관한 전후, 차이를 통계적 검증하였다(Cyram, 2013).

### 2. 분석 결과

#### 1) 워드클라우드분석

워드클라우드분석은 관련 화제어를 추출하여 단어의 크기에 따라 키워드 빈도수를 시각화하는 기법이다. 이 분석은 조사자료의 키워드, 개념 등을 직관적으로 파악할 수 있도록 핵심 단어를 시각적으로 부각시킬 수 있다. 즉, 많이 언급될수록 단어를 크게 표현해 쉽게 인식될 수 있게 하는 기법이다. 워드클라우드분석은 방대한 양의 정보를 다루는 빅데이터(big data)를 분석할 때 데이터의 특징을 도출하는 것에 유용하다. 본 연구문제의 분석 결과, 사회적 거리두기 1단계에서 전반적으로 중요한 키워드가 2단계보다 많이 도출되고 있다. 사회적 거리두기 1단계에서는 ‘롯데호텔’, ‘관광’, ‘포스트’, ‘동선’ 등이 주요 키워드로 나타나고 있으며, 제주지역 호텔과 관광 관련된 용어가 중심으로 도출되고 있으며, 확진자와 관광 이용객의 동선과 관련된 사항에 관심도가 높게 나타난 것을 볼 수 있다. 이는 다양한 형태의 이용객 이동성과 사회현상이 분포한 것을 인식할 수 있다. 그러나 2단계에서는 ‘신종’ 과 ‘롯데호텔’ 외는 거의 모든 키워드가 작게 보인다(<그림 1>).





〈그림 2〉 연결중심성 분석

그러므로 밀도가 높은 주제어는 다른 주제어들과의 관계성 높고, 네트워크 내에 핵심 주제어일 가능성이 크다. 분석한 결과, 1단계와 2단계 모두 ‘제주’, ‘호텔’, ‘코로나’ 3가지 키워드를 중심으로 위치하고 있다. 먼저 1단계의 주요 키워드와 연결구조를 보면, 앞서 3개 키워드 중심으로 ‘확진’이 중심에 위치하고 있다. ‘제주’와 ‘호텔’ 키워드를 중심으로 관련 노드와 강한 연결선으로 연결됨을 확인할 수 있었고, ‘코로나’ 또한 주변 노드들과 강한 연결 구조로 연결됨을 확인할 수 있어, 1단계에서는 코로나가 진행 함에도 불구하고, 전반적으로 제주지역 관광호텔에 이용의도가 존재하고 있는 것으로 나타났다.

그러나 2단계에서는 ‘코로나’는 여전히 주변 노드들과 강한 연결선을 연결됨을 확인할 수 있었지만, ‘제주’가 주변 노드와의 연결선이 1단계보다 약해지고, ‘호텔’은 주변 노드와 연결선이 1단계보다 더 약해짐을 확인할 수 있었다. 이러한 결과는 1단계와 2단계 모두 코로나 위기가 사회적인 현상으로 존재하고 있음을 확인하였고, 정부지침에 따른 2단계로 사회적 거리두기 단계가 높아지면 관광객의 관광호텔 이용의도가 낮아짐을 증명하였다. 이와 같은 결과는 밀접 접촉을 제한하는 사회적 거리두기 단계의 상향은 외부 이용객의 방문 빈도의 저하로 나타난다는 (이담, 2021; Prem et al., 2020)의 연구결과와 일치한다.

### 3) 고유벡터중심성분석

연결중심성분석은 정도 중심성을 이용하여 노드 간에 연결되어 수가 많을수록 중심성이 높게 나타난다. 그리고 빈도수뿐만 아니라 각 주제어 간의 연결된 선까지를 포함한 주제어 들 간의 인기도를 의미한다. 연결중심성분석을 위하여 앞서 정제된 1단계는 185개, 2단계는 159개의 키워드를 대상으로 고유벡터중심성분석을 수행하였다. 고유벡터 중심성 값은 해당 언어에 연결된 선과 중심성 값의 합에 비례하여 결정한다. 고유벡터 중심성 값이 크다는 것은 언어 간의 연결 관계뿐만 아니라 노드 간의 연결에서 인기가 높다는 것을 의미한다(곽기영, 2017). 즉, 고유벡터중심성값이 높을수록 조사된 언어 중에서 중심성이 높다는 것이다.

고유벡터중심성분석 결과, 1단계 네트워크 전체의 고유벡터중심성평균(distribution of eigenvector centrality scores)은 .022(±.79)로 나타났으며, 2단계 네트워크 전체의 고유벡터 중심성 평균은 .023(±.76)으로 1단계와 2단계의 차이는 없었다.

주제어에 관한 고유벡터중심성분석 결과, 각각 상위 고유벡터중심성 10개의 키워드는 <표 1>과 같다. 1단계와 2단계의 특징적인 키워드를 보면, 2단계 기간에서 ‘검사’, ‘확산’ 키워드가 4위, 6위로 높아지고 있음을 확인하였다. 2단계는 코로나19의 확산에 따라서 사회적 이슈와 영향성이 있는 것으로 분석되었다. 이와 함께 관광호텔의 인적요소와 관련하여 ‘관계자’와 ‘근무자’의 키워드가 높아짐도 확인하였다. 코로나19가 확산되면서 제주지역뿐만 아니라 전국호텔 종사자 및 근무자의 탄력적 근무 및 휴직 일수가 증가한 것은 이러한 결과를 반증하고 있다.

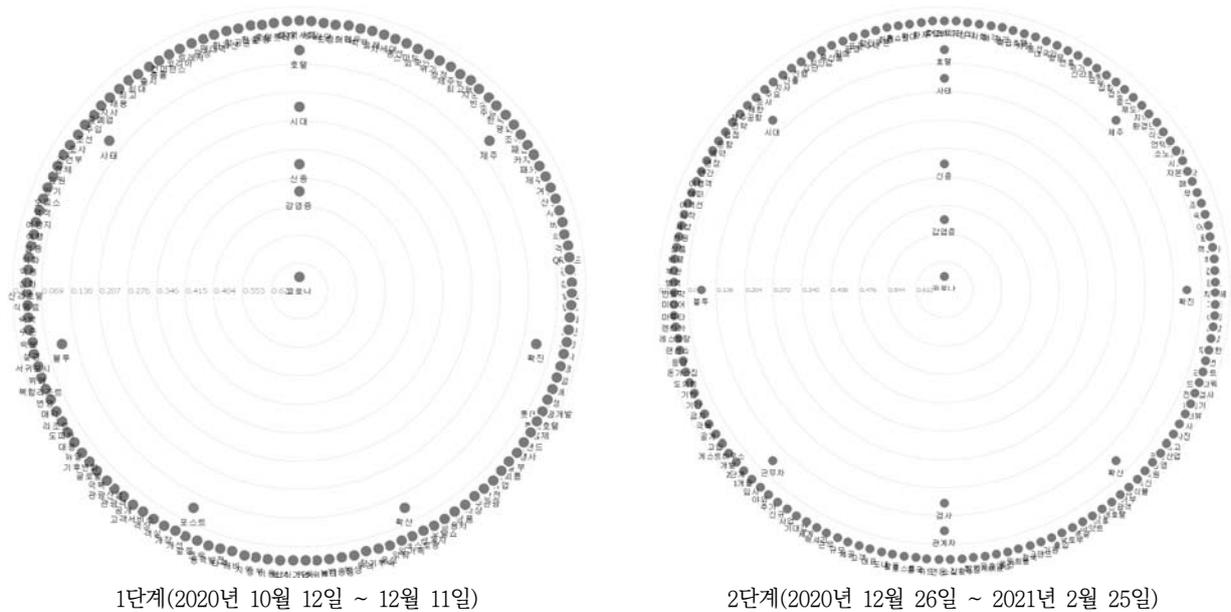
그리고 호텔 근무자 외로 관광호텔과 관련된 사업과 관계자의 영향성 증가는 관광호텔업뿐만 아니라 연관된 관련 산업과 종사자들에게도 영향을 미친 것으로 추정할 수 있다. 그러므로 이러한 결과는 2단계에서는 코로나19의 확산추세에 따라 1단계에서 나타난 ‘제주’와 ‘호텔’ 키워드가 10순위에서 순위가 하락하는 것으로 확인되어 거리두기 단계의 상승에 따라 관광객의 관광호텔 이용의도가 낮아지는 것으로 분석되었다. 실제로 2021년 1월 기준 제주지역 관광호텔의 예약률은 전년 대비 19.2%, 콘도미니엄 22.7%로 관광숙박업 전체적으로 사회적 거리두기에 따른 예약률 감소로 나타났다. 사회적 거리두기에 따른 항공편이 전년 대비 월 2000편 감소하여 제주방문 국내의 관광객 수가 감소하였다(조선일보, 2021. 01. 05). 즉 이러한 사회적 거리두기 강화로 인한 키워드값의 하락은 잠재 이용객의 이용 관심도의 하락과 예약률의 증감에 영향이 있는 것으로 볼 수 있다.

<표 1> 고유벡터중심값분석 결과

1단계(2020년 10월 12일 ~ 12월 11일)			2단계(2020년 12월 26일 ~ 2021년 2월 25일)		
순위	중심키워드	고유벡터중심성값	순위	중심키워드	고유벡터중심성값
1	코로나	.691	1	코로나	.680
2	감염증	.482	2	감염증	.496
3	신종	.391	3	신종	.354
4	시대	.215	4	검사	.153
5	포스트	.130	5	사태	.139
6	사태	.121	6	확산	.129
7	제주	.100	7	시대	.122
8	확진	.009	8	확진	.099
9	호텔	.079	9	관계자	.098
10	확산	.073	10	근무자	.095

그러므로 분석 결과 연구문제 1의 사회적 거리두기 단계에 따른 관광호텔 고객 이용의도에 미치는 영향은 차이가 있는 것을 분석되었다. 또한, 연구문제 2의 사회적 거리두기 1단계와 2단계 기준시점에 따른 이용의도 영향성이 있는 것으로 밝혀졌다. 고유벡터 시각화 분석에서 1단계에 나타난 .069값의 중심키워드로 ‘코로나’, ‘감염증’, ‘신종’, ‘시대’, ‘호텔’, ‘사태’, ‘블루’, ‘포스트’, ‘확산’, ‘확진’, ‘제주’로 나타났다.

2020년 10월에서 12월 초까지 주요 검색어를 연결해 보면 코로나 감염증, 신종 코로나 시대의 호텔 산업과 연관된 단어 중심으로 나타났으나 2단계는 ‘코로나’, ‘감염증’, ‘신종’, ‘사태’, ‘검사’, ‘관계자’, ‘근무자’, ‘블루’, ‘시대’, ‘호텔’, ‘제주’, ‘확진’, ‘확산’ 등으로 나타났다.



〈그림 3〉 고유벡터시각화분석

코로나19가 장기화되면서, 이러한 전 세계적인 보건 위기와 비상사태에 따른 검사량 증가와 관계자, 근무자의 근무 형태 변화로 인한 불안감이 증가한 것으로 볼 수 있다. 1단계의 ‘시대’, ‘포스트’가 순위에서 사라진 것은 초기에 코로나가 쉽게 증식될 것으로 인식하였으나, 2단계부터는 코로나의 장기화와 확산, 검사 등에 대한 정보의 증가와 심리적 요인이 반영된 것으로 보인다. 앞서 고유벡터중심값분석과 추가적으로 나타난 키워드는 ‘블루’로 코로나 블루는 코로나19 사태의 장기화로 인하여 개인 생활과 사회 전반적으로 발생한 변화에 따른 우울감으로 사회적 거리두기로 인한 일상 제약에 의한 현상이다.

이러한 코로나 블루 키워드는 관광객의 코로나19로 인한 심리적 불안감이 제주지역 관광호텔과 밀접한 관계가 있음을 확인하였다. 그러므로 코로나로 인한 지각된 위험의 영향 정도가 사회적 거리두기 1단계보다 2단계 시기에 증가하였다는 것을 증명하고 있다. 지각된 위험 수준이 높아지면 제품과 서비스 유형과 관계없이 이용을 회피하는 빈도가 증가한다는 이형재·심이석(2013)의 연구결과와 일치한다. 특히 이 시기에 롯데호텔 제주를 관광객의 관광호텔 이용의도를 높이기 위하여 ‘코로나 블루 극복’을 위한 신규 아웃도어 프로그램 등인 상품을 출시하기도 하였다. 이러한 활동은 제주지역 호텔이 코로나19에서 코로나 블루로 인한 관광객의 지각된 위험성을 감소시키고 관광객의 이용의도를 높이기 위한 결과로 볼 수 있다.

4) QAP상관분석

사회적 거리두기 단계에 따른 코로나 1단계와 2단계의 관광호텔의 고객 이용의도에 미치는 영향이 관련성이 있는지를 밝히기 위하여 QAP퍼어슨상관분석을 하였다. 다만, 통계적 유의성 검정을 수행하는 과정에서 QAP Permutation 검정의 개념을 활용한다는 점이 다르며, 따라서 일반적인 상관분석에서와는 다른 유의확률로 해석된다. QAP상관분석 결과(〈표 2〉), 1단계와 2단계의 유의계수가 .431으로서 유의미한 것으로 검증하였다( $p < .01$ ). 하지만, 1단계와 2단계의 연결망 간에 상관관계의 강도는 .431으로 다소 낮은 것으로 보였다. 이러한 결과는 1단계와 2단계의 코로나19 거리두기 단계에 따른 관광호텔 이용의도에 관한 사회현상을 연결망으로 해석할 때, 차이가 있음을 확인하였다. 앞서, 분석한 워드클라우드분석, 연결중심성분석, 고유벡터중심성분석이 유의미하다는 것을 증명하였다.

〈표 2〉 QAP상관분석 결과

구분	1단계	2단계
1단계 (2020년 10월 12일 ~ 12월 11일)	-	.431**
2단계 (2020년 12월 26일 ~ 2021년 2월 25일)	.431**	-

\*\*p<.01

## V. 결론 및 제언

본 연구의 목적은 코로나19 거리두기 단계에 따른 관광호텔 이용의도에 미치는 영향을 확인하기 위한 것이며, 제주지역 호텔을 중심으로 거리두기 단계에 맞추어 빅데이터를 통해 사회연결망분석으로 결론을 도출하였다. 본 연구의 결론은 다음과 같다.

첫째, 사회적 거리두기 단계에 따른 관광호텔 고객 이용의도에 미치는 영향은 차이가 있는 것으로 분석되었다. 워드클라우드분석에서 코로나19의 거리두기 단계가 2단계로 진입하면, 호텔과 관련된 전반적인 사회현상이 위축됨을 확인할 수 있었다. 특히, 1단계가 없었던 “신종”이라는 키워드가 가장 크게 나타남을 확인하였다. ‘신종’ 키워드는 2단계 시기 신종 코로나바이러스의 유입에 의한 불안감이 반영되어 호텔 이용의도에 영향을 미치는 것을 분석되었다.

둘째, 연결중심성분석에서 1단계와 2단계 모두 코로나19가 사회적인 현상으로 유의미하게 존재하고 있음을 확인하였고, 정부지침에 따라 2단계로 거리두기 단계가 높아지면 관광객의 관광호텔 이용의도가 낮아짐을 증명하였다. 거리두기 단계의 증가는 관광객의 예비 이동 의지를 감소시키고 제주지역 호텔의 이용의도에도 일정한 영향을 미치는 것으로 볼 수 있다.

셋째, 고유벡중심분석에서 2단계에서는 코로나19가 확산을 확인됨에 따라 1단계에서 나타난 ‘제주’와 ‘호텔’ 키워드의 순위 하락과 거리두기 단계에 따른 관광객의 관광호텔 이용의도에 영향이 있는 것으로 나타났다. ‘검사’, ‘확산’의 단어가 부각이 되면서 잠재적인 제주지역 호텔 이용객들의 이용의도는 감소하고 위험 인지는 높아지는 것으로 볼 수 있다.

넷째, 고유벡터시각화분석에서 앞서 고유벡터중심값분석과 추가적으로 나타난 키워드는 ‘블루’로 코로나 블루로 인한 관광객의 코로나19로 인한 심리적 불안감이 제주지역 관광호텔의 이용의도와 밀접한 관계가 있는 것으로 분석되었다.

분석 결과, 연결중심성과 고유벡터중심값분석 모두 코로나19 확산으로 인한 단계 증가에 따라 호텔의 이용의도는 감소하는 것으로 분석되었다. 지각된 위험 수준이 높아지면 제품과 서비스 유형과 관계없이 이용을 회피하는 빈도가 증가한다는 선행연구의 결과처럼 코로나19는 사회적인 영향과 함께 개별 관광객의 코로나블루 현상에도 일정한 영향을 나타낼 수 있다는 것을 확인하였다. 또한, 거리두기 단계에 따른 코로나 1단계와 2단계의 관광호텔의 고객 이용의도에 미치는 영향이 관련성이 있는지를 밝히기 위하여 QAP상관분석을 수행한 결과, 두 기간의 연결망은 서로 관련되어 있었지만, 관련성의 강도는 높지 않았다. 따라서 거리두기 단계에 따른 코로나 1단계와 2단계의 관광호텔의 고객 이용의도에 미치는 영향에 차이가 있음을 확인하였다. 기존의 선행 연구(윤설민·이충기, 2014; 조승아·김상운, 2018; Choi et al., 2013)와 같이 관광목적지의 위험인식에 따라 행동과 이용에 부정적 영향이 나타나는 것으로 선행 연구결과와 일치하였다. 따라서 코로나 단계의 변동에 따라 호텔관광 기업의 코로나블루에 의한 코로나 불안감 감소 노력을 강화될 경우 관광객의 이용의도 개선 가능성이 나타날 수 있다는 것을 시사하고 있다.

그리고 본 연구는 과거 사스(SARS) 및 메르스(MERS) 인플루엔자와 같은 질병으로 인한 팬데믹 시기 관광산업의 회복과 수요탄력성은 위험 인식, 위험에 따라 달라지는 정도에 따라 변화한다는 Mao et al.(2010)의 연구결과와 일치하고 있다. 또한, Ferguson et al.(2020)의 연구결과처럼 제주지역 사회적 거리두기 단계가 증가하면서 제주지역 호텔 입도 인원과 호텔이용객 수는 감소하였고, 이에 대한 매출과 수요 감소로 인한 고용감소, 영업장 축소 및 폐쇄, 지역 경제의 하락 등 사회적, 경제적 비용을 발생하게 됨을 확인하였다. 그러므로 코로나19 시대에는 관광객의 제주지역 관광호텔 이용의도에 영향을 미치는 것을 사회연결망 구조로 확인하였고, 거리두기 단계에 따라 차이가 있음을 증명할 수 있었다. 그럼에도 불구하고 관광객은 여전히 제주지역 관광호텔을 이용하고자 의도가 있음을 확인하였다. 특히, 관광객의 심리적인 요인 중 하나인 ‘블루’의 키워드에 관심을 가질 필요가 있으며, 추가적인 키워드를 불안 요소를 해소하기 위한 관광호텔의 노력이 필요하다. 제주지역 호텔을 이용하려는 관광객이 인식하는 가장 중요한 외부적인 요소는 코로나19에 직접적인 영향을 없이 안전하게 호텔을 이용하는 것이다. 이러한 코로나 블루로 인한 불안감을 감소하기 위하여 제주지역 관광호텔은 진행 중인 백신 접종과 사회적 거리두기 단계에 따른 활동

이외에 제주도 실시간 관광지 혼잡도 분석서비스를 이용하여 사전에 이용자의 데이터 프로그램과 올레길 투어 등 호텔과 연계된 관광패키지를 형성하는 것이 하나의 대안이 될 수 있다. 실제로 대부분 특급호텔의 매출이 감소하였으나 제주신라호텔은 해외여행이 중단된 것을 기회로 신혼 여행객과 가족 단위 고급 호텔 객실 전략을 구사하여 2020년 기준 전년 대비 매출이 14.4% 증가하였다. 내국인 투숙객이 호텔 투숙 시 선호 서비스로 조식 이용권(60.6%)과 실외 수영장 이용권, 넷플릭스 등의 OTT 이용권 등 순으로 나타나고 있다(호텔앤레스토랑, 2021. 05. 31). 정보 및 통신 기술은 코로나19와 같은 전 인류적인 재난을 극복하는 일에 중요한 역할을 할 수 있다(Gaspar et al., 2019). 그리고 기존 기술과 융합된 초연결기술은 안전성과 신뢰성을 유지하면서 코로나 시대의 지속가능한 소비를 강화시킬 수 있다(박서니, 2021). 그러므로 호텔도 기술적인 지능형 로봇, 무인 체크인, 체크아웃 시스템의 도입과 함께 사회적 거리두기로 가족 이외에 접촉을 최소화하기 원하는 이용객들을 위한 비대면 서비스를 고려할 필요가 있다.

따라서 코로나 위기에 따른 잠재 이용객의 심리적인 불안감과 위험을 상쇄하기 위한 노력으로 제주지역의 호텔 및 관광기업은 객실과 식음료 시설 그리고 호텔과 연계된 관광지를 SNS, 미디어, VR 및 AR과 같은 가상콘텐츠 형태로 복합적으로 구성하여 이용객들이 사전에 온라인으로 접촉하는 방법과 함께 코로나19 방역인증 마크와 인증서비스를 병행할 필요가 있다. 또한, 개인 내국인 관광과 가족 단위 투숙객을 유치하기 위해서 제주지역 호텔과 제주 관광 당국은 제주도를 해외여행 대체지로 포지셔닝하는 노력과 함께 지역과 연계된 힐링 및 올레길 코스와 가상 관광 프로그램을 더욱 확충할 필요가 있다. 그리고 정부와 제주도 관광 당국은 코로나 위기가 종료될 때까지 한시적으로 관광호텔 기업의 세금 감면과 보조금의 지급, 소비 쿠폰의 발행도 고려해 볼 필요가 있다. 그러나 제주지역 관광호텔 이용객의 이용의도를 개선하고 실제 이용률을 증가하기 위해서 중요한 것은 백신을 통한 의료적 감염 가능성 예방과 함께 사회적 거리두기를 통한 물리적 거리의 제한 그리고 코로나로 인한 위험성 지각 인식과 코로나 불안감을 해소할 수 있는 제도적, 심리적 방안을 통합적인 실행이 요구된다. 그러므로 포스트 코로나 시대 제주지역 호텔업은 비대면, 가상화 서비스와 함께 체험형과 가족 및 개인 투숙객 중심의 다변화 전략의 형태로 추진하는 것이 필요하다. 제주도의 호텔업 시장은 코로나 위기에 따라 일정한 영향이 있으나, 향후에도 내국인 수요의 호텔 숙박 희망 우위지역을 유지할 것을 예상된다.

본 연구의 한계로 현재 코로나19 위기가 완전히 종료되지 않은 진행형 상태에서 2기간 시점으로 구분하였다. 또한, 외국 관광객의 이용의도 및 빈도는 고려하지 않고 내국인 방문객 중심의 언어네트워크를 사용하였으므로 그에 따른 영향 정도가 일부 다르게 나타날 수 있다.

## 참 고 문 헌

- 고동우 · 이상훈 · 정소정(2021). 코로나19 팬데믹이 공동체의식과 관광개발태도에 대해 미치는 영향. *여가관광연구*, 23(1), 5-27.
- 곽기영(2017). *소셜네트워크분석*, (2판), 서울: 청람.
- 글로벌경제신문(2020. 05. 28). 펜션보단 호텔...코로나19가 소비자 여행 패턴 바꿨다. Retrieved February 2, 2021, from <https://www.getnews.co.kr/news/articleView.html?idxno=214172>
- 김진우(2020). *멈추어버린 세계, 앞당겨진 이동의 미래, 코로나 0년 초회복의 시작*, 서울: 어크로스.
- 김경섭(2019). 빅데이터를 활용한 스크린골프 네트워크 중심성 지수 비교 연구. *Journal of Golf Studies*, 13(2), 55-71.
- 김경훈 · 고은주(2008). 상표자산과 구매 의도와 의 연계에 관한 국제비교연구. *마케팅과학연구*, 18(4), 245-276.
- 김동준 · 최현준 · 조환기 · 김광용(2020). 코로나팬데믹 이후 관광산업 발전방안 연구. *호텔경영학연구*, 29(4), 129-144.
- 김민정 · 전현모(2016). 빅데이터 기반 스마트 폰 맛집 앱의 서비스품질이 지각된 유용성과 이용만족, 행동의도에 미치는 영향. *호텔관광연구*, 18(2), 198-219.
- 김성일(2020). 사회적 거리두기에 나타난 감염 불안과 공포의 변이. *문화과학*, 103(1), 79-96.
- 김성태(2020). 코로나19 확산에 따른 관광위험지각과 감정반응이 행동의도에 미치는 영향. *호텔리조트연구*, 19(5), 133-150.
- 김영남 · 홍성화(2020). 코로나19 위험인식과 낙관적 편향에 관한 탐색적 연구: 제주방문 관광객을 중심으로. *관광학연구*, 44(8), 79-101.
- 김용학(2011). *사회 연결망 이론*, 서울: 박영사.
- 김예솔 · 진현정(2021). 코로나19 발생 이후 감소된 외래관광객으로 인한 관광문화 및 전체 산업 손실 파급효과 분석. *관광학연구*, 45(3), 33-53.
- 김태구(2006). 비자발적 수용환경의 호텔 프론트오피스시스템 이용 예측: FIDELIO를 대상으로 한 정보시스템 품질, 직무 관련성, 지각된 가치와 기술수용모델(TAM)의 적용. *관광학연구*, 30(1), 129-150.

- 노미진(2011). 스마트폰 बैं킹의 지각된 위험과 가치가 신뢰 및 의도에 미치는 영향: 신뢰의 매개 효과 분석. *대한경영학회지*, 24(5), 2599-2625.
- 노성환 · 이창기(2021). 코로나19로 인한 관광객의 위험지각이 관광지 숙박시설의 선택 의도에 미치는 영향. *호텔관광연구*, 23(1), 103-118.
- 뉴데일리경제(2021. 01. 01). 2021 뉴노멀 세계경제, 빈익빈 부익부 가속. Retrieved April 2, 2021, from <http://biz.newdaily.co.kr/site/data/html/2020/12/30/2020123000229.html>
- 류나은 · 김인신(2020). 포스트 코로나 시대 워터파크 위험지각과 개선된 서비스 품질요인 탐색. *Tourism Research*, 45(4), 191-209.
- 매일경제(2021. 02. 23). 코로나 시대, 내비 검색량 1위 차지한 여행지는? Retrieved April 15, 2021, from <https://www.mk.co.kr/news/culture/view/2021/02/176521/>
- 박건영(2020). Research on major respiratory viruses in South Korea. 서울대학교 대학원, 박사학위논문.
- 박성원(2020). *코로나 이후 사회변화, 코로나19 동향과 전망*, 서울: 지식공작소.
- 박서니(2021). 초연결기술을 활용한 지속가능소비 실천 연구. 서울대학교 대학원, 박사학위논문.
- 박정숙 · 변정우(2013). 기술수용모델을 활용한 SNS의 지각된 즐거움이 고객 만족과 이용의도에 미치는 영향 연구: 호텔 외식사업부를 중심으로. *관광레저연구*, 25(1), 419-43.
- 손경희 · 이현규(2003). 매체, 소비자, 제품 특성이 지각된 위험과 구매 의도에 미치는 영향. *정보시스템연구*, 12(1), 117-144.
- 신태진 · 김석 · 정세연(2020). 코로나19 확산이 동북아 공항 네트워크 중심성 지수에 미친 영향: 소셜 네트워크 분석을 중심으로. *디지털 융복합연구*, 18(5), 179-186.
- 신형섭(2012). 호텔 관리자 커뮤니케이션 유형이 조직유효성에 미치는 영향. *호텔관광연구*, 14(4), 77-95.
- 서울신문(2021. 04. 04). 코로나19 사태로 제주 호텔 '부익부, 빈익빈'. Retrieved May 4, 2021, from [https://www.seoul.co.kr/news/newsView.php?id=20210404500023&wlog\\_tag3=naver](https://www.seoul.co.kr/news/newsView.php?id=20210404500023&wlog_tag3=naver)
- 성혜진 · 고재운(2012). 외식소비자 SNS 정보품질특성이 만족과 지속적 이용의도에 미치는 영향: 확장된 기술수용모델(ETAM)을 중심으로. *관광레저연구*, 24(2), 197-216.
- 오익근 · 이태숙 · 전채남(2015). 빅데이터 분석을 통한 한국관광 인식에 관한 연구. *관광학연구*, 39(10), 107-126.
- 이웅규 · 구정대(2020). 포스트 코로나에 대응하는 정부의 혁신적인 관광정책 연구. *관광학연구*, 44(7), 87-106.
- 이담(2021). 사회적 거리두기에 따른 선형공원 이용자의 인식과 이용행태에 관한 연구: 경의선숲길 연남동 구간을 중심으로. 서울대학교 대학원, 석사학위논문.
- 이재운(2014). 공동연구 네트워크 분석을 위한 중심성지수에 대한 비교연구. *정보관리학회지*, 31(3), 153-179.
- 이태희 · 박일우(2013). 확장된 기술수용모델(ETAM)에 따른 여행사 스마트폰 애플리케이션에 대한 수용과 확산에 관한 연구. *관광학연구*, 37(6), 287-308.
- 이형주 · 현성협(2014). 호텔리어의 커뮤니케이션이 고객의 감정반응, 고객만족과 행동의도에 미치는 영향: 부산지역 호텔 이용 고객 대상으로. *호텔관광연구*, 16(1), 141-166.
- 이형재 · 심이석(2013). 소셜커머스의 지각된 위험이 구매의도에 미치는 영향: 제품 유형의 조절효과를 중심으로. *고객만족경영연구*, 15(1), 145-165.
- 위키백과(2021). 사회적 거리두기. Retrieved May 20, 2021, from <https://ko.wikipedia.org/wiki/>
- 윤설민 · 이충기(2014). 지각된 위험, 기대-불일치, 감정, 만족도, 그리고 행동의도 간 영향관계 검증. *관광학연구*, 38(10), 153-174.
- 윤태환(2020). 언어네트워크 분석을 활용한 국내 카지노 연구동향 분석. *관광학연구*, 44(5), 141-160.
- 주간한국(2021. 02. 22). 호텔은 '변신' 중...다기능 공간으로 '진화'. Retrieved May 6, 2021, from [https://weekly.hankooki.com/lpage/economy/202102/wk20210222091037146430.htm?s\\_ref=mv](https://weekly.hankooki.com/lpage/economy/202102/wk20210222091037146430.htm?s_ref=mv)
- 정의석 · 김병석 · 황조혜(2020). 언어네트워크 분석을 활용한 핫플레이스 이미지 연구: 서울특별시 지역별 맛집을 중심으로. *관광학연구*, 44(6), 9-31.
- 질병관리청(2021). *사회적 거리두기 단계 조정안*
- 제주관광공사(2020). *2020년 제주여행 계획 조사결과*
- 제주도(2021). 제주특별자치도 브리핑자료.
- 제주매일(2021. 02. 22). 해외여행 제한...제주 럭셔리 호텔 경쟁장 예고. Retrieved May 13, 2021, from <http://www.jejuemail.net/news/articleView.html?idxno=217255>
- 제주의 소리(2021. 01. 04). 체질 개선 못한 제주관광. Retrieved February 3, 2021, from <http://www.jejusori.net/news/articleView.html?idxno=324316>
- 제주MBC(2021. 05. 12) 제주 실물 경제 지표 개선. Retrieved May 20, 2021, from [https://jejumbc.com/article/sapTyxynSupKd\\_m](https://jejumbc.com/article/sapTyxynSupKd_m)

- 조선비즈(2021. 01. 19). 줄줄이 폐업하는 호텔, 매수자는 부동산 '큰손'. Retrieved March 15, 2021, from [https://biz.chosun.com/site/data/html\\_dir/2021/01/19/2021011901211.html](https://biz.chosun.com/site/data/html_dir/2021/01/19/2021011901211.html)
- 조선일보(2021. 01. 05). 지난 2일 9487명.. 제주 관광객 10년 전으로 후퇴. Retrieved May 10, 2021, from <https://www.chosun.com/national/regional/jeju/2021/01/05/AGRZWDHT5VAX7M7T3L55ZN3DOI/>
- 조승아 · 김상운(2018). 관광지 위험지각에 대한 낙관적 편견이 관광지 전환의도 및 위험 감소 행동에 미치는 영향. *관광학연구*, 42(10), 175-190.
- 최수진(2016). *커뮤니케이션의 연구를 위한 네트워크 분석*, 서울: 커뮤니케이션북스.
- 파이낸셜뉴스(2021. 01. 21). 한진, 제주도 호텔사업 손 떤다 “제주·서귀포칼도 매물로”. Retrieved March 10, 2021, from <https://www.fnnews.com/news/202101210511289840>
- 한국문화관광연구원(2020). *코로나19의 관광산업 영향과 대응방안*.
- 한송이 · 한진수(2013). 호텔 웹사이트의 정보 품질이 예약/구매 의도에 미치는 영향. *호텔경영학연구*, 22(2), 55-72.
- 한태숙 · 이애주(2014). 특1급 호텔 기업의 SNS 속성과 이용의도와의 관계: 태도와 만족의 매개적 역할. *호텔관광연구*, 16(6), 209-238.
- 호텔앤레스토랑(2021. 05. 31). 변화무쌍, 버라이어티의 결정체 호텔 조식-호텔이용객 선호서비스 압도적 1위의 비결은. Retrieved June 4, 2021, from <https://hoteltrend.tistory.com/1993>
- <https://hoteltrend.tistory.com/1993>
- Ainslie, K. E., Walters C. E., Fu, H., Bhatia, S., Wang, H., & Xi, X.(2020). Evidence of initial success for china exiting COVID-19 social distancing policy after achieving containment. *Wellcome Open Research*, 28 April, 1-14.
- Ahmed, I., Ahmad, M., Rodrigues, J. J., Jeon, G., & Din, S.(2021). A deep learning-based social distance monitoring framework for COVID-19. *Sustainable Cities and Society*, 65(1), 1-12.
- Baum, T., & Hai, H. H.(2020). Hospitality, tourism, human rights Hospitality, tourism, human rights. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 32(7), 2397-2407.
- Blackwell, R. D., Miniard, P.W., & Engel, J. F.(2006). *Consumer Behavior*, (10th ed.), Australia: Thomson/South-Western.
- Boroufar, A., Sadeghy, S., & Shokohyar, S.(2015). Assessment of success of Saman Insurance E-education System using the Delone-Mclean modified model. *Interdisciplinary Journal of Virtual Learning*, 6(3), 70-84.
- Boulding, W., Kalra, A., Staelin, R., & Zeithaml, V. A.(1993). A dynamic process model of service quality: from expectations to behavioral intentions. *Journal of Marketing Research*, 30(1), 7-27.
- Choi, J., Lee, A., & Ok, C.(2013). The effects of consumers' perceived risk and benefit on attitude and behavioral intention: a study of street food. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 30(3), 222-237.
- Cronin, J. J., Brady, M. K., & Hult, T.(2000). Assessing the effects of quality, value, and customer satisfaction on consumer behavioral intentions in service environments. *Journal of Retailing*, 76(2), 193-218.
- Cyram(2013). *NetMiner v4.1.0.d.131001*. Seoul: Cyram Inc.
- Davis, F. D.(1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS quarterly*, 13(3), 319-340.
- Desbiolles, F. H.(2020). Socialising tourism for social and ecological justice after COVID-19. An *International Journal of Tourism Space Place and Environment*, 22(3), 610-623.
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W.(1995). *Consumer Behavior*, London: The Dryden Press.
- Featherman, M. S., & Pavlou, P. A.(2003). Predicting e-services adoption: a perceived risk facets perspective. *International Journal of Human-Computer Studies*, 59(4), 451-474.
- Ferguson, N., Laydon, D., Nedjati Gilani, G., Imai, N., Ainslie, K., Baguelin, M., & Walters, C.(2020). Report 9: Impact of non-pharmaceutical interventions (NPIs) to reduce COVID19 mortality and healthcare demand. *Imperial College London* (16-03-2020), 1-20.
- Gaspar, R., Yan, Z., & Domingos, S.(2019). Extreme natural and man-made events and human adaptive responses mediated by information and communication technologies use: a systematic literature review. *Technological Forecasting and Social Change*, 145(August), 125-135.
- Glover, S., & Benbasat, I.(2011). A comprehensive model of perceived risk of e-commerce transactions. *International Journal of Electronic Commerce*, 15(2), 47-78.

- Ioannides, D., & Gyimóthy, S.(2020). The COVID-19 crisis as an opportunity for escaping the unsustainable global tourism path. *Tourism Geographies*, 22(3), 624-632.
- Jeng, C. R.(2019). The role of trust in explaining tourists' behavioral intention to use e-booking services in taiwan. *Journal of China Tourism Research*, 15(4), 478-489.
- Luarn, P., & Lin, H. H.(2005). Toward an understanding of the behavioral intention to use mobile banking. *Computers in Human Behavior*, 21(6), 873-891.
- Mao, C. K., Ding, C. G., & Lee, H. Y.(2010). Post-SARS tourist arrival recovery patterns: an analysis based on a catastrophe theory. *Tourism Management*, 31(6), 855-861.
- Matrajt, L., & Leung, T.(2020). Evaluating the effectiveness of social distancing interventions to delay or flatten the epidemic curve of Coronavirus disease. *Emerging Infectious Diseases*, 26(8), 1740-1748.
- Perugini, M., & Bagozzi, R. P.(2004). The distinction between desires and intentions. *European Journal of Social Psychology*, 34(1), 69-84.
- Prem, K., Liu, Y., Russell, T. W., Kucharski, A. J., Eggo, R. M., & Davies, N.(2020). The effect of control strategies to reduce social mixing on outcomes of the COVID-19 epidemic in Wuhan, China: a modeling study. *The Lancet Public Health*, 5(5), 261-270.
- Qiu, Y., Chen, X., & Shi, W.(2020). Impacts of social and economic factors on the transmission of coronavirus disease 2019. *Journal of Population Economics*, 33(1), 1127-1172.
- Rieger, M. O., & Ulbricht, Y. H.(2020). German and Chinese dataset on attitudes regarding COVID-19 policies, perception of the crisis, and belief in conspiracy theories. *Data in Brief*, 33(1), 1-14.
- Riou, J., & Althaus, C. L.(2020). Pattern of early human-to-human transmission of Wuhan 2019 novel coronavirus, December 2019 to January 2020. *Euro Surveill*, 25(4), 1-5.
- Ryymin, E., Palonen, T., & Hakkarainen, K.(2008). Networking relations of using ICT within a teacher community. *Computers & Education*, 51(3), 1264-1282.
- Škare, M., Soriano, D. R., & Rochoń, M. P.(2021). Impact of COVID-19 on the travel and tourism industry. *Technological Forecasting and Social Change*, 163(1), 1-14.
- Soane, E., Dewberry, C., & Narendran, S.(2010). The role of perceived costs and perceived benefits in the relationship between personality and risk-related choices. *Journal of Risk Research*, 13(1).303-318.
- UNWTO(2021). World Tourism Organization. Retrieved March 31, 2021, from <https://www.unwto.org/news/tourist-arrivals-down-87-in-january-2021-as-unwto-calls-for-stronger-coordination-to-restart-tourism>
- Wasserman, S., & Faust, K.(1994). *Social Network Analysis: Methods and Applications*, Cambridge. NY: Cambridge University Press.
- Weber, U., Blais, A. R., & Betz, N. E.(2002). A domain-specific risk-attitude scale: measuring risk perceptions and risk behaviors. *Journal of Behavioral Decision Making*, 15(1), 1-28.
- WTTC(2020). Crisis readiness are you prepared and resilient to safeguard your people & destinations? *World travel and tourism council global rescue report*, accessed February 2020.
- Zou, L., Ruan, F., Huang, M., & Wu, J.(2020). SARS-CoV-2 viral load in upper respiratory specimens of infected patients. *The New England Journal of Medicine*, 382(12), 1177-1179.