

휴가목적지 선택과정에서의 선택기준의 중요성

김성진* · 안건용**

*서울대학교 대학원 · **서울대학교 조경학과

The Importance of Choice Criteria in Vacation Destination Decisions

Kim, Sung-Jin · Ahn, Kun-Yong

Dept. of Landscape Architecture, Seoul National University

ABSTRACT

A vacation destination was conceptualized to be chosen through a three-stage process consisting of an early consideration set formation, a late consideration set formation, and a final selection stage. Choice criteria were defined as an individual's belief toward the relationships between perceived attributes, expected outcomes, and the destination. And these criteria were assumed to be divided into benefit-related dimension and perceived risk-related dimension. Through two pilot surveys, 13 items which have 4 factors were identified. Based on 4 factor structures, the benefit-related dimension was identified to be consisted of three sub-dimensions, "historic/cultural", "escaped" and "naturalness".

A longitudinal panel survey was used to test the differences of the importance of choice dimensions through the choice process. The importance of benefit-related dimension was decreased through the choice process as hypothesized except "naturalness" factor. And as hypothesized, the importance of perceived risk-related dimension was increased.

I. 서론

관광목적지의 개발계획과 경영전략을 수립하고 관광수요와 관광영향을 예측, 설명하기

위해서는 관광자의 행동을 이해해야 한다 (Pearce, 1989; Holloway & Plant, 1988; Moutinho, 1986; Dimanche & Havitz, 1994; Mansfeld, 1992). 관광휴

양자는 비용(시간, 여행경비 등)을 지불하고 편익(경험, 만족)을 구매하는 소비자로서, 관광행동은 관광목적지의 의사결정과 선택으로부터 비롯된다.

관광목적지 선택행동을 예측하고 설명하기 위한 기존의 많은 연구들은 함수모형(algebraic models; 컨조인트모형과 로짓모형)에 기초하여 접근하였다(Toy, et al., 1990; Fesenmaier, 1988; Peterson, et al., 1983; Lin, et al., 1988). 이러한 연구들은 자극(목적지 속성)과 반응(선택결과)의 구조적 관계($O=f(I)$)를 추정하여 자극의 상대적 영향력을 파악하고, 이를 통해 목적지 선택 과정을 추론하는 식이었다. 그러나 이 연구들은 선택행동에 이르는 선택과정을 암상자로 가정하기 때문에, 선택과정에 대한 통찰력을 제공하지 못하고 실제 선택행동에 대한 설명력이 낮다는 비판을 받는다(Abelson & Levi, 1985). 인간의 행동을 정확히 설명하기 위해서는 밖으로 드러난 행동 그 자체보다는 그러한 행동을 취하게 된 의사결정과정을 밝혀야 하듯이, 관광목적지 선택행동을 설명하기 위해서도 선택결과가 아닌 선택과정을 분석의 대상으로 삼아야 한다(Vinning & Fishwick, 1991).

특히, 함수모형에 기초한 연구들에 대해 의문을 제기하는 가장 큰 이유 중의 하나는 “선택집합(choice set)”의 假定 때문이다. 컨조인트모형과 로짓모형에서는 “연구자가 정의한 선택집합(researcher defined choice set)”에서 특정 대안이 선택된다고 가정한다. 즉, 시장에 존재하는 모든 대안을 선택집합에 포함시키거나 연구자가 자의적으로 선택집합을 정의하여 모든 사람들이 동일한 선택집합에서 하나의 대안을 선택한다고 가정한다(Thill, 1992; Horowitz, 1991). 그러나 두 사람이 동일한 지역에 거주하더라도 거주기간, 선호, 정보와 지식수준 등이 다르기 때문에 각자의 선택집합을 구성하는 대안은 서로 다르다(Fesenmaier, 1990). 소비자의 선택집합을 무시한 채 선택모형을 추정하면, 추정된 모수

의 부호, 크기, 유의성이 변화하고 예측한 선택확률이 부정확하다(Shocker, et al., 1991; Thill, 1992). 그리고 연구자가 선택적으로 정의한 선택집합은 소비자의 심리속에서 상호 대체/경쟁 관계에 있는 대안들을 포함하지 못한다. 특히, 공간선택(spatial choice; 관광목적지 선택)은 비공간선택(aspacial choice; 교통수단, 상표, 제품 선택)에 비하여 이용가능한 대안의 수가 매우 많기 때문에 선택집합을 정의하는 문제가 더욱 중요하다(Fotheringham & O'Kelly, 1989; Thill, 1992).

따라서, 관광목적지 선택과정에 대한 관심이 높아져 관광목적지 의사결정과정을 기술한 모형들이 제시되었고, 선택집합의 개념을 핵심요소로 다루고 있다(Woodside & Lysonski, 1989; Um & Crompton, 1990; Mansfeld, 1992; Ankomah, et al., 1996). 이 과정모형들은 “소비자들이 알고 있는 목적지 중에서 최종 선택시 적극적으로 고려하는 대안들(‘actively’ considering alternatives)을 선별하여 선택집합을 형성하고, 이 선택집합에서 최종목적지를 선택한다”고 제한한다.

의사결정이란 대체가능한 둘 이상의 대안 중에서 어느 하나를 선택하는 것으로서, 대안, 선택기준, 불확실성으로 구성되고 가치갈등과 복잡성을 특징으로 한다(Bettman, et al., 1991; Payne, et al., 1992). 소비자는 대안과 선택기준에 대해 완전한 정보를 가지고 있지 못하고 선택결과를 확신할 수 없으므로 불확실성 하에서 선택한다. 또한, 모든 기준에서 가장 최선의 대안은 존재하지 않고, 모든 대안은 각각 장단점을 가지고 있기 때문에 가치갈등이 야기되고 의사결정이 복잡해진다. 특히, 관광은 고도의 誇示的이며 象徴的인 제품이고(손대현, 장병권 譯, 1993), 선택가능한 대안의 폭이 넓고(Fotheringham & O'Kelly, 1989), 생산과 소비가 동시에 이루어지는 무형의 서비스이고(이유재, 1996), 그리고 선택 前에 試用해 볼 수 없기 때문에, 관광목적지 의사결정은 더욱 불확실하고 복잡한 상황하에서 이루어질 것으로 짐작된다. 따라서,

잠재관광자는 이해득실을 따져 최대의 효용을 갖는 목적지를 선택하지 못하고, 그보다는 편익을 최대화하거나 인지위험을 최소화하는 “만족할 만한” 대안을 선택할 것이다.

본 연구는 소비자들이 의사결정의 초기 단계에서 선호하는 대안을 선별하고, 후기 단계에서는 선별된 대안을 대상으로 인지위험이 적은 대안을 선택할 것으로 가정하였다. 의사결정의 초기에는 편익과 관련된 선택기준을 중요시하고 후기에는 인지위험과 관련된 기준을 중요시할 것이라는 가설 아래, 관광목적지 선택과정의 각 단계에서 선택기준의 중요성의 차이를 밝히는데 목적을 두었다.

II. 연구의 개념적 틀

선택집합에 대한 연구는 60년대 초 Howard가 제시한 환기집합(evoked set)¹⁾에서부터 시작된다. 환기집합은 알고 있는(認知) 대안들의 부분집합으로서 특정 구매상황에서 소비자가 구매를 고려하는 대안들로 정의된다(Howard & Sheth, 1969). 따라서, 어떤 하나의 제품이 선택받기 위해서는 구매자가 그 제품을 아는 것만으로는 충분치 않고, 일차적으로 구매자의 환기집합에 포함되어야 한다. Howard의 인지집합과 환기집합의 개념은 Narayana & Markin(1975), Brisoux & Laroche(1980), 그리고 Spiggle & Sewall(1987) 등에 의해 한층 더 정교화되었다. 그러나 Alba & Chattopadhyay(1985)는 환기집합(evoked set)과 고려집합(consideration set)이 항상 동일하지 않다고 주장한다. 구매시 고려되는 대안이 모두 기억에서 회상되었을 경우에 한해서는 동일하지만, 고려되는 대안 중 일부는 기억에서 회상되지

않은 것일 수 있고, 또는 하나의 대안도 회상되지 않았거나 회상된 대안 가운데에서 어느 하나도 구매시 고려되지 않을 수도 있다. 그들은 구매시 내적 탐색에 의하여 기억으로부터 회상된 대안들을 “evoked set(喚起集合)”으로, 이 환기집합과 외적 정보탐색에 의해 식별된 대안들을 합하여 “consideration set(考慮集合)”으로 정의하였다.

Woodside & Sherrell(1977)은 개인이 알고 있는 관광목적지는 매우 많기 때문에 인지집합의 개념보다는 인지-이용가능집합(awareness-available set)이 타당하다고 제안하였다. 그러나 Crompton(1992)은 “방문능력”이 의미하는 바가 모호하다고 지적하면서 “초기 고려집합(early consideration set)”과 “후기 고려집합(late consideration set)”의 개념을 제안하였다. 그리고 그는 잠재관광자가 특정 여행에 대한 의사결정이 활성화되기 이전에 고려하는 가능한 휴가목적지 중에서 유력한 대안들로 선택의 폭을 좁힌 후, 이 좁혀진 대안들 중에서 최종 목적지를 선택한다고 제안하였다. 그러나 Alba & Chattopadhyay(1985)가 지적한 것처럼 의사결정이 진행되면서 외적 탐색을 통해 외부의 대안이 후기 고려집합에 포함되는 상황은 고려하지 않고 있다.

본 연구에서는 잠재관광자가 (1) 초기 고려집합 형성단계, (2) 후기 고려집합 형성단계, 그리고 (3) 최종 목적지 선택단계를 거쳐 목적지를 선택한다고 가정하였다. 잠재관광자는 여행을 떠나기로 결정하기 전에 이미 특정 여행의 가능한 목적지로 고려하는 대안들의 집합인 초기 고려집합을 형성한다. 이 단계에서는 수동적이고 선택적인 지각과정을 거쳐 여행목적지에 대한 신념과 태도를 형성한다. 소비자는 자신이 원하는 원하지 않은 거의 매일 수많은

1) Howard는 evoked set이라는 용어를 조직이론 분야의 March & Simon으로부터 인용하였다. 그들은 인간의 기억은 두 부분, 특정 시점에서 행동에 영향을 미치는 부분과 영향을 미치지 않는 부분으로 나뉘어지며, ‘특정 시점에서 행동에 영향을 미치는 기억의 부분(the part of the memory that is influencing behavior at a particular time)’을 evoked set으로 정의하였다. evoked set은 喚起集合보다는 考慮集合으로 번역하는 것이 타당하다고 판단되지만, 뒤에서 제시되는 consideration set과 구별하기 위하여 환기집합으로 번역하였다.

여행목적지 정보에 노출되고, 노출된 여행목적지 정보에 흥미를 느끼면 주의를 기울이나 그렇지 않으면 주의를 기울이지 않는다. 주의를 기울인 정보에 대해서는 자신의 기존 신념에 부합되는 정보만 받아들이고, 부합되지 않는 정보는 회피한다(홍성태, 1994). 여행동기가 유발되어 의사결정이 시작되면 여행 목적지를 선별한다. 먼저, 여행동기를 충족시켜 줄 수 있으리라고 생각되는 목적지가 자연스럽게 기억으로부터 회상된다. 그리고 만족스러운 목적지가 회상되지 않거나 여행시점까지 아직 시간적 여유가 있으면 외적 탐색을 한다. 이 단계에서의 정보탐색은 강화된 주의(heightened attention)로서, 잠재관광자가 자신의 여행동기와 관련된 정보에 노출될 때마다 상당한 주의를 기울인다(이학식, 안광호, 1993). 이와 같이 초기 고려집합에서 회상된 대안과 외적 정보탐색을 통해 식별한 목적지들을 선별하여 최종 선택의 대상이 되는 후기 고려집합을 형성한다. 그런 후에, 후기 고려집합에 포함된 목적지들을 보다 세밀하게 비교 평가하여 특정 목적지를 선택한다.

소비자를 유인(誘引)하는 것은 목적지 그 자체가 아니라 지각속성과 기대결과, 그로부터 연상된 목적지의 의미 내지는 이미지이다. 목적지는 객관적이고 측정가능한 속성들의 묶음이고, 지각속성은 소비자가 지각한 목적지 속성이다. 기대결과는 잠재관광자가 특정 목적지로 여행하면 그 목적지의 지각속성이 제공할 것으로 기대하는 무형의 것이다. 따라서, 선택기준은 목적지-지각속성, 목적지-기대결과간의 관련성에 대한 개인의 신념(belief)으로 정의된다. 이 관련성은 바람직한(긍정적인) 것(便益)과 바람직하지 않은(부정적인) 것(認知危險)으로 구분된다. 소비자는 편익과 인지위험으로부터 연상작용을 거쳐 목적지의 이미지를 형성하고, 이에 근거하여 목적지를 선택한다. 따라서, 선택기준은 편익관련차원(benefit-related dimension)과 인지위험관련차원(perceived risk-related dimension)으로 구성된다.

본 연구는 “초기 고려집합 형성단계, 후기

고려집합 형성단계, 그리고 최종목적지 선택단계에서 선택요인의 중요성이 서로 다르다”는 가설을 검정하였다.

III. 연구방법

본 연구는 관광목적지의 선택과정에 초점을 두기 때문에 각 조사시점에서 동일한 사람들을 대상으로 하는 종단적 패널 연구(longitudinal panel study)로 설계되었다. 패널로 참여하여 두 번 이상의 조사에 응한다는 것은 피조사자의 헌신적 노력을 필요로 하기 때문에 많은 사람들이 패널참여를 거부할 것이고, 첫 조사는 응하였다가 다음 번 조사는 거부할 가능성이 농후하다. 따라서 표본의 대표성보다는 자료수집의 타당성을 우선적으로 고려하여 패널(固定應答者集團)을 선정하였다. 때문에 연구결과를 일반화할 수 없지만 관광목적지 의사결정이 어떻게 이루어지는지에 대한 이해를 증진시킬 것이다. 그리고 일반화는 여러 패널로부터의 연구결과가 축적됨으로써 가능하게 된다(Crompton, 1992).

1. 선택기준 측정항목의 개발

소비자가 이용하는 선택기준 속에 내재된 차원을 규명하고 측정항목을 개발하기 위하여 두 번의 예비조사를 실시하였다.

100명(대학생 60명, 일반인 30명, 여행사 직원 10명)을 무작위 선정하여, 여름 휴가(방학)에 여행을 떠난다고 가정하고서, 어떤 점들을 고려하여 여행목적지를 결정하는지 자유응답형식으로 질문하였다. 100명의 응답을 관광휴양 분야의 석박사과정 학생 5명에게 개별적으로 집계하고, 응답의 모호성을 평가하도록 하였다. 이 집계치를 모호한 항목은 제외하고 중복되는 항목은 하나로 합쳐, 최종적으로 28개의 항목을 선정하였다. 275명(대학생 150명, 일반인 125명)을 편의표출(convenience sampling)하여, 28개 항목이 여행목적지 결

정에 미치는 영향력을 7점 척도로 평가하게 하였다. 요인분석을 이용하여 28개 항목에 내재된 요인을 추출하였다.

먼저, 상관행렬, Barlett의 단위행렬, KMO의 표본적합도, 그리고 공통분산치를 검토하여 28개 항목의 상호관련성을 확인하였다(이영준, 1993). 그 결과 총 13개 항목이 다른 항목과 관련성을 갖고 있지 않은 것으로 판단하였고, 15개 항목만을 요인분석에 이용하였다. 문항의 측정결과에 공통분산뿐만 아니라 항목의 고유분산(특수분산과 측정오차)이 상당한 정도로 포함되어 있을 것으로 기대되므로 공통요인모형을²⁾ 택하였으며 다중상관계수를 공통분산의 추정치로 사용하였다. 그리고 축소상관행렬의 분해방법, 즉 기조구조의 추출을 위해 최우추정법을 사용하였다(이순목, 1995).

공통요인모형에서는 Keiser기준을 이용하지 않고, χ^2 검정, Tucker-Lewis 계수, 그리고 해석가능성을 이용하여 요인의 수를 결정한다. 그러나 χ^2 검정은 표본크기에 민감해서 표본이 크면 대부분의 영가설이 기각된다. 표본크기의 영향을 배제한 것이 Tucker-Lewis 계수로서 이 값이 0.9이상이면 적절한 요인의 수로 결정한다. 그리고 1개의 요인은 적어도 3개 이상의 변수를 기초로 추출해야 의미있는 해석이 가능하다(이순목, 1994; Zwick & Velicer, 1986). 이러한 기준을 바탕으로 4개의 요인을 추출하는 것이 가장 타당한 것으로 판단되었다. 일반적으로 사회과학에 관련된 연구에서 요인간의 관계가 독립적인 상황은 그리 흔하지 않으며 어느 정도의 관계는 항상 존재하기 때문에 사각회전을 이용하는 것이 바람직하므로, 사각회전으로 요인을 회전하였다(표 1).

선택기준은 편익관련차원과 인지위험관련차원으로 구분된다. 편익관련차원은 세 개의 하위요인으로 추출되었으며, 요인 1, 요인 3,

표 1. 요인분석과 신뢰도 검정 결과

선택요인과 측정항목	구조 계수	신뢰 계수
요인 1(자연성)		.74
패적인 환경	.77	
자연을 느낌	.69	
조용한 분위기	.58	
아름다운 경치	.59	
요인 2(인지위험)		.66
교통체증	.86	
혼잡	.53	
여행경비	.47	
오고가는 시간	.48	
요인 3(역사문화성)		.73
명승지	.77	
역사 문화적 유적	.77	
요인 4(脫일상성)		.72
새로운 것을 배움	.72	
새로운 것을 경험	.74	
지역의 고유한 특성	.58	

요인 4를, 각각 “자연성” 요인, “역사문화성” 요인, “脫일상성” 요인으로 해석하였다. 그리고 인지위험관련차원인 요인 3은 “인지위험” 요인으로 해석하였다. 각 요인의 신뢰계수 추정치는 .66~.74로서, 각 요인에 속한 항목들이 상호간에 비교적 높은 내적 일관성을 갖는 것으로 판단되었다. 항목을 제외하였을 경우 신뢰계수가 증가하는 2개의 항목을 제외한 13개의 선택기준 항목을 본조사에 포함하였다.

2. 패널의 선정과 자료의 수집

패널로 선정된 표본은 대학생과 일반인으로 구성된다. 대학생 표본은 신구전문대, 협성대, 수원대, 그리고 서울대에서 표출되었고, 일반인 표본은 서울 풍성초등학교 5, 6학년의 학부모, 농촌진흥청 직원, 협성대학교 도시행정학과 학생³⁾ 중에서 표출되었다. 1997년 5월 12~17일까지 1차 조사를 실시하였다. 자기기입식 설문지를 이용하여 여름 휴가 목적지

2) 공통요인모형은 주성분분석모형에 비해 공통분산만을 대상으로 분석하기 때문에 자료의 축소인 동시에 과학적 연구를 위한 의미 있는 구조의 추출방법이다(이순목, 1994; Hair et al., 1992).

3) 공무원 및 근로자 등을 위해 개설된 학과로서, 학생중 자녀가 있는 기혼자만을 패널로 선정하였다.

의 초기 고려집합에 대한 자료를 수집하였다. 2차 조사는 대학생 표본의 경우 여름방학 시작 직후인 1997년 6월 23~27일에 실시되었고, 일반인 표본은 1997년 6월 30~7월 5일에 실시되었다. 자기기입식 설문지를 이용하여 휴가목적지 선택 여부와 후기 고려집합 및 최종 목적지에 대한 자료를 수집하였다.

1차 조사시 390명의 응답자가 패널로 참여하였다. 그러나 이름과 주소를 기입하지 않아 2차 조사시 추적이 불가능하거나, 설문응답이 불완전하거나, 또는 여름 휴가시 여행계획이 없다고 응답한 63명은 제외하였다. 1차 조사 결과 유효한 표본은 총 327명(대학생 157명, 일반인 170명)이었다. 이들을 대상으로 2차 조사를 실시하였으나 轉學, 休學, 離職 등의 이유로 추적이 불가능한 25명은 제외하였다. 302명으로부터 설문지를 회수하였고, 휴가여행을 취소하였거나 해외여행을 떠나기로 결정한 응답자는 제외하였다. 또는 고향, 친지 방문 목적의 휴가여행은 이미 정해진 곳으로의 여행이기 때문에 선택의 여지가 좁아 역시 분석에서 제외하였다. 최종적으로 유효한 응답자는 총 248명이다(표 2).

표 2. 패널의 선정과정

	학생	일반인	합계
1차조사 실시	190	200	390
제외	33	30	63
2차조사 실시	157	170	327
추적불가	17	8	25
회수	140	162	302
제외	25	29	54
유효표본	115	133	248

3. 응답자의 유형

조사에 참여한 패널은 선택과정의 단계에 따라 세 가지 유형으로 구분된다(그림 1). 그림 1A, 유형 I의 응답자(n=125)는 2차 조사시 아직 최종 목적지를 결정하지 않았다고 응답하였다. 2차 조사시 여름 휴가의 여행목적

지로 고려하고 있는 곳(후기 고려집합)과 이때의 선택기준 항목의 중요성을 7점 척도로 질문하였다. 유형 I의 응답자의 경우, 1차 조사는 초기 고려집합 형성단계에서, 2차 조사는 후기 고려집합 형성단계에서 시행되었다. 그림 1B, 유형 II의 응답자(n=108)는 2차 조사시 이미 최종 목적지를 결정하였다고 응답하였다. 그리고 최종 결정의 후보지(후기 고려집합)와 최종목적지 선택시 선택기준 항목의 중요성에 대해 질문하였다. 따라서, 유형 II의 응답자는 1차 조사와 2차 조사의 어느 중간시점에서 후기 고려집합을 형성하였으며, 1차 조사는 초기 고려집합 형성단계에서, 2차 조사는 최종 목적지 선택단계에서 시행되었다. 그림 1C, 유형 III의 응답자(n=15)도 역시 2차 조사에서 최종 목적지를 결정하였다고 응답하였다. 그러나 유형 II의 응답자와는 달리 최종목적지 결정시 후보지가 없었다고 응답하였다. 유형 III의 응답자는 후기 고려집합을 형성하지 않았다고 보다는 1차 조사시 후기 고려집합을, 1차 조사 이전에 이미 초기 고려집합을 형성한 것으로 해석하는 것이 본 연구의 개념적 틀에 부합된다. 이를 부분적으로 검정하기 위하여, 유형 II의 응답자가 2차 조사시 보고한 여행목적지 집합의 평균 크기와 유형 III의 응답자가 1차 조사시 보고한 여행목적지 집합의 평균 크기를 비교하였다. 독립표본의 t-검정(independent sample t-test) 결과, 유의적인 차이는 없는 것으로 나타났다(표 3). 따라서, 유형 III의 응답자는 1차 조사 이전에 초기 고려집합을 형성하였으며, 1차 조사는 후기 고려집합 형성단계에서, 2차 조사는 최종 목적지 선택단계에서 시행되었다.

표 3. 유형 II, III의 선택집합의 크기에 대한 독립표본 t-검정 결과

유형	N	평균	표준오차	t-값	유의성
유형 II	108	3.63	.372	1.33	.185*
유형 III	15	3.13			

* 유의수준 .05에서 양측검정 결과 유의하지 않음.

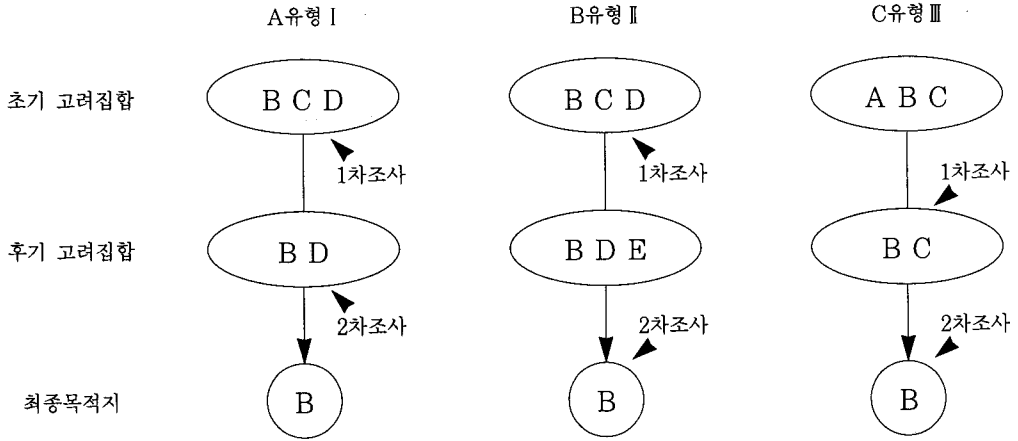


그림 1. 선택과정의 단계에 따른 응답자의 유형

IV. 연구결과

표 4는 초기 고려집합 형성단계와 후기 고려집합 형성단계에 있어서 선택요인의 중요성에 대한 종속표본의 t-검정 (dependent sample t-test) 결과를 보여준다. 유의수준 .05, 양측검정 (two-tailed test)의 결과, “脫

표 4. 초기 고려집합 단계와 후기 고려집합 단계의 선택요인의 중요성

	차의평균	표준오차	t-값 ¹⁾	유의성
자연성	-.01	.10	-.12	.90
인지위험	.18	.12	1.45	.15
역사문화성	-.11	.14	-.76	.45
脫일상성	-.41	.11	-3.64	.00*

N = 125

* 유의수준 .05에서 양측검정 결과 유의함.

¹⁾ $t = \bar{d}/S_{\bar{d}}$; $d = F_{2i} - F_{1i}$

표 5. 초기 고려집합 단계와 최종목적지 단계의 선택요인의 중요성

	차의평균	표준오차	t-값 ¹⁾	유의성
자연성	-.09	.10	.94	.35
인지위험	.25	.11	2.15	.03*
역사문화성	-.13	.13	-1.05	.29
脫일상성	-.28	.11	-2.65	.01*

N = 108

* 유의수준 .05에서 양측검정 결과 유의함.

¹⁾ $t = \bar{d}/S_{\bar{d}}$; $d = F_{3i} - F_{1i}$

일상성” 요인의 경우에 대해서만 영가설을 기각할 수 있다. 즉, “탈일상성” 요인은 초기 고려집합 형성단계에서 더욱 중요하다.

표 5는 초기 고려집합 형성단계와 최종목적지 선택단계에 있어서 선택요인의 중요성에 대한 종속표본의 t-검정 결과를 보여준다. 유의수준 .05, 양측검정의 결과, “인지위험” 요인과 “脫일상성” 요인의 경우에서 영가설을 기각할 수 있다. 즉, 인지위험 요인은 최종목적지 선택 단계에서 더욱 중요하고, 탈일상성 요인은 초기 고려집합 형성단계에서 더욱 중요하다.

표 6은 후기 고려집합 형성단계에서와 최종목적지 선택단계에 있어서 선택요인의 중요성에 대한 종속표본의 t-검정 결과를 보여준다. 유의수준 .05, 양측검정의 결과, “인지위험” 요인과 “역사문화성” 요인의 경우에서 영가설을 기각할 수 있다. 즉, 인지위험 요인은 최종

표 6. 후기 고려집합 단계와 최종목적지 단계의 선택요인의 중요성

	차의평균	표준오차	t-값 ¹⁾	유의성
자연성	.17	.27	.61	.55
인지위험	1.08	.47	2.32	.04*
역사문화성	-1.03	.40	-2.58	.02*
脫일상성	-.27	.37	-.73	.48

N = 15

* 유의수준 .05에서 양측검정 결과 유의함.

¹⁾ $t = \bar{d}/S_{\bar{d}}$; $d = F_{3i} - F_{1i}$

목적지 선택단계에서 더욱 중요하고, 역사문화성 요인은 후기 고려집합 형성단계에서 더욱 중요하다.

V. 결론 및 함의

본 연구는 관광목적지 선택행동에 대한 기존의 연구들이 횡단적(cross-sectional) 연구설계를 취하여 선택결과만을 분석으로 대상으로 삼았기 때문에, 선택행동을 명확히 규명하지 못하였다는 문제인식에서 시작되었다. 따라서, 본 연구는 390명의 패널을 대상으로 휴가목적지 선택과정에서 선택기준의 중요성의 변화를 규명하기 위하여 진행되었다.

먼저, 선택기준의 측정항목을 개발하고, 그에 내재된 요인구조를 확인할 목적으로 두 번의 예비조사를 실시하였다. 그 결과 4개의 요인구조를 갖는 13개의 선택기준 항목을 선정하였다. 편익관련차원은 “자연성”, “역사문화성”, 그리고 “탈일상성”의 세 개의 하위요인으로 구성되고, 인지위험관련차원은 하나의 요인, “인지위험” 요인으로 나타났다.

종단적 패널연구의 결과는 다음과 같다.

1. 편익관련차원은 선택과정이 진행되면서 그 중요성이 낮아진다는 가설을 설정하였다. 편익관련차원 중 역사문화성 요인과 탈일상성 요인은 중요성이 낮아졌으나 자연성 요인은 전 과정에서 중요시되었다.

2. 인지위험관련차원은 선택과정이 진행되면서 그 중요성이 높아진다는 가설을 설정하였다. 가설대로, 인지위험 요인은 선택과정이 진행되면서 그 중요성이 높아졌다.

이러한 연구결과는 패널선정의 제한점으로 인하여 일반화할 수 없지만, 다음과 같은 함의를 갖는다. 선택기준은 의사결정과정에서 대안 선별기능과 최종대안 결정기능을 수행하는데 (Bettman & Park, 1980; Park, 1978; Timmermans et al., 1987; Nedungadi, 1990), 본 연구결과에 따르면 편익관련차원은 의사결정의 초기 단계에서 여행목적지의 선별

기능을 수행하고, 인지위험관련차원은 의사결정의 후기단계에서 최종목적지의 결정기능을 한다. 그리고, 편익관련차원 중 자연성 요인은 두 기능을 모두 수행한다. Simon의 한정적 합리성(bounded rationality) 이론에 따르면, 인간은 계측능력, 기억의 조직성과 이용도 등의 한정성으로 인해 여러 구속 안에서 소위 “만족할 만한” 결정을 한다(김성철, 최문기譯, 1993). 이러한 관점에서 보면, 소비자는 편익관련차원에 기초하여 대안을 선별한 후, 인지위험(교통체증, 혼잡, 경비, 도달시간)의 구속하에서 자연성(쾌적함, 경치, 조용함)이 뛰어난 휴가목적지를 선택한다고 할 수 있다.

또한, 편익과 관련된 (지각)속성의 변화는 이용가능성 효과(선택집합에 포함되느냐?)를, 인지위험과 관련된 (지각)속성의 변화는 대체 효과(선택집합에서 선택될 것인가?)를 유발할 것으로 판단된다.

인용문헌

1. 김성철, 최문기譯(1993), 『합리적 선택』, 서울: 도서출판 신유: 11-50, 212(J. Elster, ed., 1986, Rational choice, Oxford: Basil Blackwell).
2. 손대현, 장병권譯(1993), 『여가관광심리학』, 서울: 백산출판사: 38(Mayo, E. J., & L. P. Jarvis, 1981, *The psychology of leisure travel*, Boston: CBI Publishing Co.).
3. 이순목(1994), “요인분석의 관행과 문제점”, 『한국심리학회지: 산업 및 조직』, 7(1): 1-26.
4. 이순목(1995), 『요인분석 I』, 서울: 學志社: 58-65.
5. 이영준(1993), 『다변량분석』, 서울: 도서출판 石井: 47.
6. 이유재(1996), 『서비스마케팅』, 서울: 學現社: 12-30.
7. 이학식, 안광호(1993), 『소비자행동』, 서울: 法文社: 54.
8. 홍성태(1994), 『소비자 심리의 이해』, 서울: 나남출판: 25-66, 255-292.
9. Abelson, R. P., & A. Levi(1985), Decision making and decision theory. In *Handbook of Social Psychology*(eds., G. Lindzey & E. Aronson), Volume 1, New York: Random House: 231-309.
10. Alba, J. W., & A. Chattopadhyay(1985), “Effects of context and part-category cues on recall of competing brands”, *Journal of Marketing Research*, 22: 340-349.
11. Ankomah, P. K., J. L. Crompton, & D. Baker(1996), “Influence of cognitive distance in vacation choice”.

- Annals of Tourism Research*, 23(1) : 138-150.
12. Bettman, J. R., & C. W. Park(1980), "Effects of prior knowledge and experience and phase of the choice process on consumer decision processes: A protocol analysis", *Journal of Consumer Research*, 7 : 234-248.
 13. Bettman, J. R., E. J. Johnson, & J. W. Payne(1991), Consumer decision making. In *Handbook of Consumer Behavior*(eds., T. S. Robertson, & H. H. Kassarian), Englewood Cliffs : New Jersey : Prentice Hall : 50-84.
 14. Brisoux, J. E., M. Laroche(1980), "Evoked set formation and composition: An empirical investigation under a routinized response behavior situation", *Advances in Consumer Research*, 8 : 357-361.
 15. Crompton, J. L.(1992), "Structure of vacation destination choice sets", *Annals of Tourism Research*, 19 : 420-434.
 16. Dimanche, F. & M. E. Havitz(1994), Consumer behavior and tourism: Review and extension of four study areas. In *Economic Psychology of Travel and Tourism*(J. C. Crofts and W. F. van Raaij, eds.) The Haworth Press : 37-57.
 17. Fesenmaier, D. R.(1988), "Integrating activity patterns into destination choice models", *Journal of Leisure Research*, 20(3) : 175-191.
 18. Fesenmaier, D. R.(1990), "Theoretical and methodological issues in behavioral modeling: Introductory comments", *Leisure Sciences*, 12 : 1-7.
 19. Fotheringham, A. S., & M. E. O'Kelly(1989), *Spatial interaction models: Formulation and applications*. Dordrecht : The Netherlands : Kluwer Academic Publishers : 67-76.
 20. Hair, Jr, J. F., R. E. Anderson, R. L. Tatham, & W. C. Black(1992), *Multivariate data analysis*. New York : Macmillan Publishing Co. : 223-254
 21. Holloway, J. C., & R. V. Plant(1988), *Marketing for tourism*. London : Pitman : 104-107.
 22. Horowitz, J. L.(1991), "Modeling the choice of choice set in discrete choice random utility models", *Environment and Planning A*, 23 : 1237-1246.
 23. Howard, J. A., & J. N. Sheth(1969), *The theory of buyer behavior*. New York : Wiley : 30.
 24. Lin, Y. J., G. L. Peterson, & P. A. Rogerson(1988), "A nested urban recreation site choice model", *Leisure Sciences*, 10(1) : 1-15.
 25. Mansfeld, Y.(1992), "From motivation to actual travel", *Annals of Tourism Research*, 19 : 399-419.
 26. Moutinho, L.(1986), "Consumer behavior in tourism", *Management Bibliographies and Reviews*, 12(3) : 3-42.
 27. Narayana, C. L., & R. J. Markin(1975), "Consumer behavior and product performance: An alternative conceptualization", *Journal of Marketing*, 39 : 1-6.
 28. Nedungadi, P.(1990), "Recall and consumer consideration sets: Influencing choice without altering brand evaluations", *Journal of Consumer Research*, 17 : 245-253.
 29. Park, C. W.(1978), "A conflict resolution choice model", *Journal of Consumer Research*, 5 : 124-137.
 30. Payne, J. W., J. R. Bettman, & E. J. Johnson(1992), "Behavioral decision research: A constructive processing perspective", *Annual Review of Psychology*, 43 : 87-131.
 31. Pearce, D.(1989), *Tourist development*. Longman : Essex : England : 108-159.
 32. Peterson, G. L., J. F. Dwyer, & A. J. Darragh(1983), "A behavioral urban recreation site choice model", *Leisure Sciences*, 6(1) : 61-81.
 33. Shocker, A. D., M. Ben-Akiva, B. Boccara, & P. Nedungadi(1991), "Consideration set influences on consumer decision-making and choice: Issues, models, and suggestions", *Marketing Letters*, 2(3) : 181-197.
 34. Spiggle, S., & M. A. Sewall(1987), "A choice sets model of retail selection", *Journal of Marketing*, 51(2) : 97-111.
 35. Thill, J. C.(1992), "Choice set formation for destination choice modeling", *Progress in Human Geography*, 16(3) : 361-382.
 36. Timmermans, H. & R. van der Heijden(1987), "Uncovering spatial decision-making processes: A decision net approach applied to recreational choice behavior", *Tijdschrift voor Econ. en Soc. Geografie*, 78(4) : 297-304.
 37. Toy, D., R. Rager, & F. Guadagnolo(1989), "Strategic marketing for recreational facilities: A hybrid conjoint analysis approach", *Journal of Leisure Research*, 21(4) : 276-296.
 38. Um, S. & J. L. Crompton(1990), "Attitude determinants in tourism destination choice", *Annals of Tourism Research*, 17(3) : 432-448.
 39. Um, S. & J. L. Crompton(1992), "The roles of perceived inhibitors and facilitators in pleasure travel destination decisions", *Journal of Travel Research*, 30 : 18-25.
 40. Vinning, J., & L. Fishwick(1991), "An exploratory study of outdoor recreation site choices", *Journal of Leisure Research*, 23(2) : 114-132.
 41. Woodside, A. G., & S. Lysonski(1989), "A general model of traveler destination choice", *Journal of Travel Research*, 27 : 8-14.
 42. Woodside, A. G., & D. Sherrell(1977), "Traveler evoked, inept, and inert sets of vacation destinations", *Journal of Travel Research*, 16 : 14-18.
 43. Zwick, W. R., & W. F. Velicer(1986), "Comparison of the five rules for determining the number of components to retain", *Psychological Bulletin*, 99 : 432-442.