

관광객 무계획 공간행동의 영향요인에 관한 탐색적 연구*

An Exploratory Study on Influencing Factors
of Travelers' Unplanned Spatial Behavior

金允熙**·黃永炫***

Kim, Yun-Hi · Hwang, Yeong-Hyeon

ABSTRACT

Traveller's decisions to visit any destination are tacitly assumed realized by prearranged plan. However tourist spatial behaviors are said modified often depending on various factors. Authors here observes these factors by empirical survey. The study area is Geoje Island. Unplanned spatial behavior comprises about 82% of all the trips. Logit analysis reveals that traveler's age, previous visit experience, and travel hours to the Island has a significant influence on the probability of an unplanned spatial behavior. The results of multinominal logit analysis for unplanned behavior have shown that the probability of different types of unplanned spatial behavior is significantly influenced by respondent's gender, age, number of planned visit and so on.

핵심용어(Key words) : 무계획 공간행동(Unplanned spatial behavior),
매력물 방문(Attraction visit), 개인특성(Personal characteristics),
상황특성(Situational characteristics)

* 이 논문은 2006년도 정부재원(교육인적자원부 학술연구조성사업비)으로 한국학술진흥재단의 지원을 받아 연구되었음(KRF-2006-B00635).

** 동아대학교 대학원 관광경영학과. e-mail: yhunik@paran.com

*** 교신저자. 동아대학교 관광경영학과 조교수. e-mail: dryeong@dau.ac.kr

I. 서 론

관광객의 공간적인 이동에 대한 일반적인 접근은 관광객들이 방문하고자 하는 목적지를 여행 전에 미리 계획하고 그 계획에 따라 실제 방문이 이루어진다는 규범적인 가정에 근거하고 있다. 그러나 이러한 규범적인 가정은 관광객들이 관광과 관련된 선택사항을 여행 전에 모두 결정하지 않고 실제 여행을 시작한 후 획득한 정보를 활용하여 결정 하게 되는 관광의사결정의 역동성을 반영하지 못하고 있다 (Bettman, Luce & Payne, 1998; Fesenmaier & Jeng, 2000; Hwang & Li, 2008; Jeng & Fesenmaier, 2002). 관광객의 공간행동에 있어 나타나는 계획변경은 여행 전 기대 했던 상황과 실제 여행 중 경험하게 되는 현실이 차이를 보일 때, 여행 중 새로운 정보를 습득하게 될 때, 그리고 예측하지 못했던 제약조건이 발생할 때 나타날 가능성이 높아진다(Steward & Vogt, 1999). 여행 중 발생하는 계획 변경 또는 임의적인 공간행동의 결과 여행을 시작하기 전에 방문하고자 계획했던 장소들과 실제 방문한 장소들이 일치하지 않는 경우가 발생하는 것이다.

관광소비에서 무계획 행동의 개연성은 높으며(장인정 · 엄서호, 2000; Steward & Vogt, 1999), 그것은 신기성, 흥미, 일상탈출, 엔터테인먼트 등의 동기에 의해 유발되는 소비상황에서 무계획 행동이 발생할 여지가 높기 때문이다(Nicholls, Roslow, Dublisch, & Comer, 1996). 심리학, 행동학, 경영학 등 많은 분야에서 지적된 바와 같이 무계획에 의한 행동(unplanned behavior)은 즉각적이고(immediate), 임의적이며(spontaneous), 현장(on-site)에서 결정이 이루어진다는 점에서 그 의사결정 과정이나 행동 양상이 계획 행동(planned behavior)과 많은 차이를 보인다(김효정, 2005; Beatty & Ferrell, 1998; Cobb & Hoyer, 1986; Weun, Jones & Beatty, 1998). 관광소비과정에서 나타나는 무계획 행동에 대한 연구는 이론적인 측면에서 계획 행동이라는 규범적인 가정의 한계를 벗어나 실제 현상을 기술하기 위한 이론의 발전을 지향한다는 점에서 중요한 의미를 갖는다.

본 연구는 관광객의 관광목적지 내 매력물 방문이라는 공간행동을 대상으로, 무계획 행동에 영향을 미칠 수 있는 변수를 파악하고, 이들 변수들이 무계획 행동의 발생 확률과 서로 다른 형태의 무계획 공간행동의 발생 확률에 미치는 영향을 실

증적으로 검증하는 것을 목적으로 하고 있다. 본 연구의 결과는 관광객의 공간행동에 대한 보다 폭 넓은 이해를 제공하게 될 것이며, 실무적인 측면에서 관광 계획 과정에 있는 잠재 관광객을 대상으로 한 유인요소(pull factors) 중심의 관광홍보 및 마케팅 전략과 더불어 관광 목적지에 도착한 관광객을 대상으로 그들의 계획에는 포함되지 않았던 매력물에 대한 방문을 어떻게 촉진 시킬 것인가에 대한 전략 수립을 위한 정보를 제공하게 될 것이다.

II. 선행연구 고찰

1. 이론적 배경

전망이론(Prospect theory)(Kahneman & Tversky, 1979)은 인간의 의사결정 현상을 설명하기 위해 제안된 많은 기술 이론의 근간이 되어왔다. 전망이론에 의하면 인간의 의사결정은 의사결정자의 가치 평가가 의사결정 상황의 “심리적인 비교점(Hoch & Loewenstein, 1991)”에 따라 다르게 나타난다는 준거점 의존성(reference dependence), 편익보다는 비용의 평가에 있어 더 민감하다는 손실회피(loss aversion), 그리고 추가되는 비용 또는 편익의 규모가 커짐에 따라 그 변화분이 가지는 한계가치는 점점 감소한다는 민감성 감소(diminishing sensitivity)의 작용에 의해 이루어진다(Kahneman & Tversky, 1979; Tversky & Kahneman, 1986; Tversky & Kahneman, 1991). 이 중, 준거점 의존성은 의사결정자들이 대안들의 가치를 평가하기 위해 이용하는 준거점(reference point)이 고정되어 있지 않고 상황에 따라 변화하며, 준거점 변화에 따라 대안들의 가치 평가 역시 달라짐을 의미한다. 소비자들의 행동에서 관찰되는 선호의 비일관성은 그들의 선택기준이 새로운 정보의 획득, 의사결정 과정에서 나타나는 심리적 상태의 변화 등에 의해 달라지기 때문에 나타나는 것이며(Park & Lessig, 1977; Park & Lutz, 1982), 선택기준의 변화는 준거점의 변화로 설명될 수 있는 것이다(Hoch & Lowenstein, 1991). 준거점의 변화는 특히 의사결정자들이 물리적으로 또는 시간적으로 구매하고자 하는 물품과 근접한 상황에서 나타나기 쉬우며, 유사한 소비자와의 비교에 의해서도 영향을 받는다(Brickman & Bulman, 1977).

관광객의 무계획에 의한 목적지/매력물 방문(혹은 계획되었던 장소를 방문하지

않는 행동)은 의사결정 시점에서 여행 전의 계획을 따르는 대안이 갖는 기대효용이 계획을 변경하는 대안의 기대효용보다 낮기 때문에 발생하는 것으로 해석될 수 있다. 관광객의 계획변경 또는 고수에 관한 의사결정은 여행 과정에서 발생하는 새로운 정보의 습득, 다른 관광객의 방문 행태 비교, 상황변화 등에 의한 준거점 변화에 의해 여행 전 계획수립단계에서 활용한 선택 기준과는 다른 새로운 선택기준이 적용되어 이루어지게 되는 것이다.

관광분야에서 찾아볼 수 있는 관광객의 무계획 행동에 관한 개념연구 중 하나는 Stewart와 Vogt(1999)에 의해 제시된 Case-based Vacation Planning Model이다. Case-based Vacation Planning Model은 관광객의 여행 전 계획과 실제 행동 간의 차이를 여행 도중에 나타나는 '계획변경'으로 설명하고 있다. 계획 변경은 관광객들의 사전계획이 여행 도중 기대했던 욕구를 충족시키지 못하게 될 때 나타나게 되며, 관광객이 새로운 정보에 노출되거나, 기대했던 상황과 현실이 일치하지 않을 때, 또는 기대하지 않았던 제약조건이 발생하는 경우에 더 빈번하게 발생하게 된다.

Fesenmaier와 Jeng(2000)에 의해 제시된 Multistage Hierarchical Trip Decision Net Model(MHTDNM) 또한 관광의사결정의 임의성에 대한 가능성을 언급한 개념적 모델이라는 점에서 위의 모형과의 유사성을 찾아볼 수 있다. 이들은 관광관련 의사결정을 그 결정시기와 유동성에 따라 핵심(core) 의사결정, 이차적인(secondary) 의사결정, 그리고 여행 중(en route) 의사결정으로 분류하였다. 핵심의사결정 사항은 여행을 시작하기 전에 계획되고 의사결정이 일단 이루어지면 번복이 상대적으로 어려운 사항으로 목적지의 선택, 숙박 장소의 결정 등을 포함하며, 이차적인 관광의사결정은 추가적으로 방문하고자 하는 목적지 혹은 매력물의 선택 등과 같이 여행 전에 결정이 되지만 상황에 따라 변동 가능한 의사결정 사항을 말한다.

여행 중 의사결정은 대안에 대한 파악이 여행 전에는 적극적으로 이루어지지 않는 사항으로 식당 및 휴게소, 구매할 기념품 종류 및 기념품 점 등에 대한 결정을 포함한다. 이들의 분류 중 특히 이차적인 의사결정 및 여행 중 의사결정 사항은 관광객들이 여행을 시작하면서 직면하게 되는 상황에 적극적으로 대처하면서 그들의 일정을 구성해 나갈 수 있는 있음을 제시하고 있다는 측면에서 관광객의 무계획 행동에 대한 개념적인 접근으로 이해할 수 있다.

2. 무계획 공간행동의 영향요인

거주지-목적지 간 거리가 관광객의 무계획 공간행동에 미치는 영향의 경우 거주지-목적지 간 거리를 그 여행에 투입된 매물비용으로 간주하여(Juan, 2008) 거주지로부터 가까운 목적지를 방문한 경우보다는 방문을 위해 많은 비용을 지불해야 하는 경우에 그들의(상대적으로) 값비싼 관광경험을 호의적으로 유지하기 위해 계획되지 않은 매력물의 방문 등과 같은 노력이 더 많이 나타나게 될 것이라는 관점(Arkes & Blumer, 1985; Arkes & Hutzler, 2000)이 존재한다. 선행연구에서 파악된 또 다른 관점은 거주지-목적지간 거리를 재방문 가능성으로 간주하여, 여행 거리가 짧아질수록 재방문 가능성이 높아지고, 따라서 개별 여행의 기회비용이 낮아져 저관여소비 행태를 보이며, 계획에 의한 행동보다는 임의적인 의사결정에 의한 행동이 나타날 가능성이 높아진다고 예측하고 있다(Etzel & Wahlers, 1985; Hwang & Li, 2008). 관광객의 목적지 방문 경험이 무계획 공간행동에 미치는 영향의 경우 이미 목적지를 방문해 본 재방문자들은 해당 목적지에 대한 일정 정도 수준의 정보를 이미 가지고 있기 때문에 계획행동에 의존하는 성향이 낮아질 것이라는 관점(Oppermann, 1992; Hwang, Gretzel, & Fesenmaier, 2006)과 재방문 관광객들이 보다 계획적으로 매력물을 방문한다는 상반되는 결과(Johns & Gyimothy, 2002)가 혼재하고 있다.

목적지에 대한 정보의 영향에 관한 선행연구는 정보검색을 통해 보다 많은 정보에 노출된 사람들이 획득된 정보를 활용하여 임의적인 행동을 보일 확률이 높다는 견해(Fodness & Murray, 1997; March & Woodside, 2005; Perdue, 1985; Triandis, 1980)가 지배적이다. 정보의 무계획 행동에 대한 영향은 소비행동에 부여되는 시간 변수와 함께 무계획 행동에 영향을 미친다는 연구(Iyer, 1989; Park, Iyer, & Smith, 1989)는 시간제약 또는 유동성의 역할에 주목하게 한다. 시간압박이 존재하는 상황에서는 상품에 대한 정보가 적을수록 구매 실패, 상표/상품 전환 행동이 발생할 확률이 높은 반면, 시간압박이 없는 환경에서는 정보가 적을수록 무계획 구매행동이, 정보가 많을수록 구매량을 고려한 계획 행동이 나타나게 되는 것이다(Park *et al.*, 1989).

여행의 유동성은 여행 일정을 쉽게 바꿀 수 있는지의 여부를 의미하며, 여행 일수, 계획된 방문지 수 및 동반자 수 등에 의해 결정된다. 일반적으로 여행 일정이 짧을수록 저비용, 가까운 목적지로의 여행을 의미하며, 여행 일정이 길어지는 경

우보다는 저관여 소비의 특성을 나타내게 되어 목적지 방문의 기회비용이 장기간의 여행에 비해 감소하게 되며(Etzel & Wahlers, 1985), 따라서 무계획 행동의 확률이 높아진다고 볼 수 있다. 사전 계획의 정도를 나타내는 계획된 방문지 수의 영향에 관해서는 계획된 방문지가 많은 관광객들의 경우 적은 수의 방문지를 고려하는 관광객들에 비해 보다 계획적인 관광활동을 한다는 결과(March & Woodside, 2005)와 사전계획의 정도가 높을수록 계획된 매력물을 방문하지 않게 될 확률이 높아진다(Johns & Gyimothy, 2002)는 관점이 혼재하고 있다. 여행의 동반자 수가 증가함에 따라 다수의 의견 수렴이 어렵고, 이동성이 제한되기 때문에 무계획 공간 행동의 확률이 동반자 수가 적은 경우보다 상대적으로 낮아진다(March & Woodside, 2005).

인구통계적 특성에 따른 무계획 행동의 경향에 대한 선행연구 역시 일관된 영향 관계보다는 다양한 결과를 제시하고 있다. 소비자 행동 분야의 무계획 구매행동에 관한 선행연구는 성별의 영향에 관하여 구매 의사결정에서 여성이 남성에 비해 지불하는 가격 대비 최고의 가치를 지닌 상품을 찾는 이익추구 성향을 강하게 나타내어(Gitelson & Kerstetter, 1990) 충동적인 행동을 나타낼 가능성이 높다(Mitchell & Walsh, 2004)고 예측하는 관점과 성별에 따른 충동구매행동은 유의한 차이가 없다는 연구(김효정, 2005), 남성이 충동구매자가 될 가능성 높다(Cobb & Hoyer, 1986)는 관점이 혼재하고 있다. 연령의 영향에 관한 선행연구는 관광객의 나이가 어릴수록 새로움을 추구하고자 하는 성향을 보이고(Horneman, Carter, Wei, & Ruys, 2002), 새로움을 추구하는 관광객들은 사전계획을 철저하게 수립하기 보다는 현지 도착 후 의사결정을 내리는 경향을 보인다(Hyde & Lawson, 2003)는 의미에서 연령이 낮을수록 무계획 공간행동의 확률이 높아질 수 있음을 제시하고 있다. 개인의 여행경험이 축적되게 됨에 따라 관광객은 여행 상황에 대한 일반적인 친숙도를 형성하게 되고(Oppermann, 1995; Weaver, Weber, & McCleary, 2007) 여행 중 발생하게 되는 상황변화에 대해 보다 능동적으로 대처할 수 있게 된다는 의미에서 여행 경험이 많은 관광객일수록 무계획 공간행동을 보일 확률이 높아질 수 있음을 예측하게 한다. 관광객의 여행계획에 대한 의존성은 개인별로 차이를 보이며(Fesenmaier & Jeng, 2000; Hamstead & Lester, 2000; Weun *et al.*, 1998), 계획을 구체적으로 수립해서 계획행동을 하기보다는 임의적인 의사결정에 의존하는 성향이 높아질수록 무계획 공간행동의 가능성은 높아지게 된다.

이상의 선행연구 고찰 결과 관광객의 무계획 공간행동에 영향을 미치는 요인은

관광분야 연구 및 소비자 행동론 분야의 충동구매 관련 연구에서 그 단서를 찾아볼 수 있으며, 크게 상황 특성과 개인 특성으로 구분할 수 있음을 알 수 있다. 상황 특성은 여행 특성을 의미하며, 거주지-목적지 간 거리, 목적지 사전 방문 경험, 사전 정보 습득 여부, 여행의 유동성을 포함한다. 개인 특성은 관광객의 특성을 의미하며 인구통계적 특성, 여행 경험 및 의사결정 성향을 포함한다. 상황 특성과 개인 특성의 무계획 행동에 대한 영향을 다룬 선행 연구들은 이들 변수들의 일관적인 영향관계를 제시하기 보다는 서로 다른 관점이 상존하고 있음을 보여주고 있다. 따라서 본 연구는 가설의 설정 및 검증의 접근을 지양하고 탐색적인 접근을 추구하였다.

III. 연구방법

본 연구에서는 관광객의 무계획 공간행동을 관광객이 여행도중 사전계획과 다른 장소를 방문(또는 계획된 곳의 미방문) 하는 행동으로 정의하였다. 무계획 공간행동의 구분은 Park *et al.*(1989)이 제시한 구매 실패(failure to purchase), 무계획 구매(unplanned buying), 상표/상품 전환(brand/product switching)의 개념을 참고하여 추가, 대체, 생략으로 구분하였다. Park *et al.*(1989)에 의하면 구매실패는 계획된 구매 보다 적은 수를 구매한 상황을 나타내며, 무계획 구매는 계획되지 않은 품목을 구매한 상황을, 그리고 상표/상품 전환은 계획된 품목을 다른 상표/상품으로 대체한 상황을 의미한다. 따라서 관광객의 공간행동은 우선 원래의 방문 계획과 실제 방문지간 차이가 없는 '계획 행동'과 원래의 계획 방문지와 실제 방문지 간 차이가 있는 '무계획 행동'으로 구분할 수 있으며, 무계획 공간행동은 1)계획된 방문지 이외에 추가적인 매력물을 방문한 경우(추가), 2)계획된 방문지를 방문하는 대신 계획되지 않았던 방문지를 방문한 경우(대체), 그리고 3)계획된 방문지 중 하나 혹은 그 이상의 매력물 방문을 생략한 경우(생략)로 구분할 수 있다.

본 연구의 실증 연구를 위해 거제도 관광객을 대상으로 설문조사를 실시하였다. 거제도를 사례 연구지로 선택한 이유는 대상지 내 해양자원, 문화자원, 산림자원 등 다양한 관광매력물이 분포하고, 섬이었던 지형상의 특징으로 육로의 경우 거제 대교를 통해 진입해야 하고, 일단 진입하게 되면 거제도내 매력물 방문을 마친 후 다른 지역으로 이동하게 되는 특징을 가지며, 충분한 수의 관광객이 방문하는 지

역(2006년 말 기준, 432만 명 수준)으로 조사대상자의 확보가 타 지역에 비해 상대적으로 용이할 것이라고 판단하였기 때문이다. 설문조사는 현지설문조사와 후속 웹설문조사로 수행 되었다. 현지설문조사는 2006년 9월부터 2007년 7월까지 총 6회 실시하였으며, 관광객이 주로 방문하는 거제도 내 관광지를 선정하여 편의추출법에 의해 선정된 관광객을 대상으로 실시하였다. 현지 설문조사 항목은 총 여행 일정, 거주지-거제도 소요시간, 거제도 여행시작 전에 방문을 계획했던 매력물 등을 포함하였으며, 특히 방문을 계획한 매력물의 경우 거제도의 관광명소를 제시하고 응답자로 하여금 방문이 계획된 곳을 체크하도록 요구하였다. 현지 설문조사 종료 후 후속 웹설문조사에 참여할 의사가 있는지의 여부를 물어, 참여의사가 있다는 응답자의 이메일 주소를 파악하였다. 매 현지 설문조사가 완료된 시점을 기준으로 일주일 후 후속 웹설문조사 참여를 요청하는 이메일을 발송하였으며, 응답자는 이메일에 링크된 웹설문조사 페이지로 이동하여 설문에 참여하였다. 후속 웹설문조사에는 거제도 관광홈페이지 방문여부, 거제도 사전 방문경험, 지난 1년간 국내여행 횟수, 거제도 여행 시 실제 방문했던 매력물, 동반자 수, 의사결정 성향, 무계획 공간행동의 상황적 특성, 인구통계적 특성 등에 관한 질문이 포함되었다. 응답자의 의사결정 성향은 관광관련 의사결정에서 사전 계획을 수립하고 그 계획을 따르는 성향인지 아니면 의사결정을 미루고 현지에서 주로 결정하는지 여부를 묻는 5개 항목의 응답 범주에 대한 응답자의 선택으로 측정되었으며, 점수가 높을수록 여행 중 의사결정 성향이 높음을 의미한다.

현지 설문조사의 결과 799부의 설문지가 회수되었으며, 이 중, 연령이 10대인 응답자의 설문과 거제도 거주자 설문을 제외한 723부의 설문지가 현지설문 분석에 이용되었다. 웹사이트 설문조사의 응답률을 높이기 위해 조사대상자에게 인센티브(추첨 후 관광상품권 증정)를 제공하였으며, 131명이 설문에 참여하였고 이 중 불성실한 응답을 제외한 124부가 최종 분석에 이용되었다. 획득된 자료를 활용하여 응답자의 특성 파악 및 무계획 공간행동의 비율을 파악하기 위하여 기술통계 분석을 실시하였으며, 무계획 공간행동이 나타날 확률에 영향을 미치는 요인을 파악하기 위하여 이항로짓분석을, 다양한 형태의 무계획 공간행동의 확률에 영향을 미치는 요인을 파악하기 위하여 무계획에 의해 매력물 방문을 결정한 샘플만을 추출한 후 다항로짓분석을 실시하였다.

IV. 연구결과

1. 응답자의 인구통계적 특성 및 여행특성

최종분석에 현지 설문에만 참여한 응답자(n=599)를 제거함으로써 나타날 수 있는 편차 여부를 확인하기 위하여 제거된 599명과 후속 웹설문조사의 응답자 124명에 대해 교차표 분석을 실시하였으며(〈표 1〉 참조), 그 결과 인구통계적 특성 및 여행 특성 간 유의한 차이가 없음을 알 수 있었다. 현지 설문조사를 통해 파악된 응답자들(n=723)의 일반적인 특징은 동반자 수의 경우 본인 포함 2명이 가장 많았으며(33.3%), 어린이를 동반하지 않고 거제도를 방문한 응답자가 대부분을(약 90%) 차지하였다. 응답자의 대부분이(78%) 1박 혹은 2박의 일정으로 거제도를 방문한 것으로 나타났으며, 연령대는 20대가 주류를(75%) 이루고 있음을 알 수 있다. 응답자의 약 42%가 3~4개의 거제도 내 매력물을 방문할 계획이라고 응답하였으며, 매력물 방문계획의 변경 가능성에 대해서는 '가능성이 낮다'고 응답한 비율이 약 56%로 나타났다. 거제도 방문 시 주로 이용하는 교통수단으로는 자가용이 높게(63%) 나타났으며, 거제도 관광을 위해 주로 활용한 정보매체는 친구/친척(41%), 인터넷(25%)의 순으로 나타났다.

후속 웹사이트 설문에서 사전 거제도 관광홈페이지 방문유무에 대하여 약 40%(48명)가 방문했다고 답하였으며, 거제도 방문경험에 대해서는 방문유무의 비율이 거의 비슷하게 나타나 재방문의 비율 또한 높은 것으로 나타났다. 또한 지난 12개월간의 국내여행경험은 1~3회가 가장 높은 비율을 나타냈으며(47.6%, 59명), 4~6회가 31.5%(39명), 10회 이상은 11.3%(14명)로 나타났다. 사전 계획에 대한 여행의사결정 성향은 '사전에 자세한 여행계획을 수립하고 추후 수정을 바라지 않는다' 8.9%(11명), '사전에 자세한 여행계획을 수립하지만 추후 수정에 개의치 않는다' 55.6%(69명), '중요한 여행계획(목적지 등)만을 수립하고 나머지는 여행 중에 결정한다' 22.6%(28명), '상황에 따라 사전계획을 취소, 변경할 수 있다' 12.1%(15명)로 나타났다.

〈표 1〉 응답자의 특성

구 분		현지 설문	후속 웹설문	χ^2 (sig.)
		응답자(%) (n=599)	응답자(%) (n=124)	
성별	남	46.3	40.6	1.367(.242)
	여	53.7	59.4	
연령	20대	76.0	73.3	.378 (.539)
	30대 이상	24.0	26.7	
계획한 방문지의 수	없음	0.8	2.5	6.665(.155)
	1곳	9.6	12.7	
	2곳	22.6	21.2	
	3곳	19.4	26.0	
	4곳 이상	47.6	37.6	
동반자 수 (본인포함)	1명	6.3	9.6	4.849(.435)
	2명	36.3	32.9	
	3명	7.3	12.8	
	4명	20.2	19.1	
	5명	9.7	8.7	
	6명 이상	20.2	16.9	
어린이동반 유무	예	11.3	13.2	.330 (.565)
	아니오	88.7	86.8	
거주지-목적지 간 총 소요시간 (분)	60분 이하	12.1	7.7	3.020(.554)
	61~120분	19.4	20.4	
	121~180분	29.0	30.0	
	181~240분	21.0	19.9	
	241분 이상	18.4	22.0	
예상방문지 변경가능성	높다	13.4	13.4	1.336(.513)
	보통이다	30.3	25.3	
	낮다	56.3	61.3	
총 일정	당일	.8	.2	4.529(.210)
	1~2박	83.1	77.1	
	3~4박	13.7	17.5	
	5박 이상	2.4	5.2	

2. 무계획에 의한 공간행동 빈도

거제도를 방문하는 관광객의 공간 행동에서 무계획 공간행동의 빈도를 파악하기 위하여 현지설문을 통해 파악된 계획된 방문지와 후속 웹설문조사를 통해 파악된 실제 방문지를 비교하여 매력물 방문 공간행동을 분류하였으며 그 결과가 표 2에 제시되어 있다.

〈표 2〉 계획-무계획에 의한 매력물 방문 빈도

구분	빈도	%
계획 방문	22	17.7
무계획 방문	102	82.3
추가	51	41.2
생략	35	28.2
대체	16	12.9
합계	124	100.0

최종 분석에 이용된 124명의 공간행동 분석 결과 여행 전 수립하였던 방문계획에 따라 실제 방문을 시행한 '계획 방문'을 한 응답자는 18% 정도에 불과한 것으로 나타났으며, 나머지 응답자는(82%) 추가, 대체, 생략 등 무계획 공간행동을 보였다(〈표 2〉 참조). 전체 응답자의 약 40%는 방문을 계획했던 곳 이외에 추가적으로 새로운 곳을 방문한 것으로 나타났으며, 약 13%는 계획되었던 방문지 중 일부를 계획에 없던 곳으로 대체한 것으로, 그리고 약 28%는 방문하고자 계획했던 방문지를 방문하지 않은 것으로 나타났다. 이러한 결과는 관광객의 공간행동에 있어 무계획 행동이 매우 높은 비율을 차지하고 있음을 보여주며, 특히 현지 조사에서 약 56%의 응답자가 그들의 방문지 계획의 변경 가능성이 낮다고 응답한 결과와 비교해볼 때 실제 무계획 행동이 관광객들이 인지하는 수준보다 더 빈번하게 나타나고 있음을 보여주고 있다.

124명의 응답자들이 실제 방문한 모든 매력물 수는 총 468곳으로 응답자 1인당 평균 3.8개의 거제도 내 매력물을 방문한 것으로 나타났다. 이 중 여행 전의 계획에 의해 방문한 곳은 57%(266개소)로, 무계획에 의해 추가된 방문지는 약 43%(202개)로 나타났다. 응답자 중 무계획 방문 행동을 보인 비율과 전체 방문지 중 무계획에 의한 방문의 비율은 관광객의 무계획 공간행동이 빈번하게 발생하고 있음을 나타내고 있다.

3. 무계획 공간행동의 영향 요인

거제도를 방문하는 관광객들이 계획에 의한 매력물 방문이 아닌 무계획 공간행동을 나타내는데 영향을 미치는 요인을 파악하기 위해 각 여행을 단위로 계획행동을 보인 경우를 '0'으로 무계획 행동을 나타낸 경우를 '1'로 입력하여 종속변수로 하고, 관광객의 개인특성과 여행 특성을 독립변수로 한 이항로지분석을 실시하였다.

〈표 3〉 무계획 공간행동 발생확률의 영향요인

독립변수	logit (무계획)	
	B	Exp(B)
관광객 특성		
여성 ^D	.620	1.860
연령	.117 *	1.124
거제도 방문경험(예) ^D	1.326 **	3.765
최근 1년간 국내 여행경험(횟수)	.011	1.011
거제도 홈페이지 방문여부(예) ^D	.062	1.063
의사결정 성향	.041	1.042
동반자수	.056	1.058
여행특성		
거제도까지의 소요시간	-.270 *	.763
거제도 내 계획 방문지수	.211	1.235
총 여행 일정(일)	-.181	.834
-2log likelihood	90.65	
Chi-Square (sig.)	17.12 (.072)	
Nagelkerke-R ²	.225	
N	124	

**p<.05, *p<.1, D: 이산변수

〈표 3〉에 제시된 무계획 공간행동의 이항로짓분석 결과는 독립변수를 이용하여 무계획 공간행동의 발생 확률을 예측할 경우의 분류정확도는 85%로 상수만을 이용한 예측시의 정확도(83%)보다 개선되며, 그 정확도의 향상수준이 유의수준 .1에서 통계적으로 유의함(-2 Log likelihood=90.65, Chi-square=17.12, sig.=.072)을 보여주고 있다. 표 3에 제시된 결과는 무계획 공간행동이 응답자의 연령, 거제도 사전 방문 경험, 그리고 거제도까지의 소요시간에 의해 유의하게 영향을 받고 있음을 보여주고 있다.

무계획 공간행동이 나타날 확률은 연령이 1세 증가할 때 약 12%씩 증가하는 것으로 나타났으며, 거제도 사전 방문 경험이 있는 관광객이 그렇지 않은 관광객보다 무계획 공간행동을 나타낼 확률이 약 4배 정도 높은 것으로 나타났다. 거주지로부터 거제도까지의 소요시간이 1시간 증가함에 따라 무계획 공간행동이 나타날 확률은 약 24% 감소하는 것으로 예측되어, 목적지까지 장거리의 여행을 하게 되는 경우 사전 계획에 의한 공간행동을 보이는 경향이 있음을 알 수 있다.

추가, 대체, 생략의 서로 다른 무계획 행동 패턴이 나타날 확률에 대한 요인들의 영향을 파악하기 위하여 무계획 행동을 대상으로 다항로짓분석을 실시하였다.

계획된 방문지에 대한 방문을 생략할 확률에 비춘 추가 및 대체 확률에 대한 변수들의 영향 파악이 더 직접적인 실무적 시사점을 도출하는데 적합한 것으로 판단되어 무계획 공간 행동 중 생략의 경우를 기준으로 설정하였으며, 그 분석 결과가 표 4에 제시되어 있다. 무계획 행동을 대상으로 한 다항로지분석의 결과, 전체 분류 정확도가 75.8%로 나타났으며, 응답자의 성별, 연령, 거제도 홈페이지 방문 여부 등의 개인 특성과 여행 일정의 유동성을 나타내는 거제도 내 계획된 방문지 수가 무계획에 의한 추가 방문, 대체, 생략이 나타날 확률에 유의한 영향을 미치고 있음을 알 수 있다.

〈표 4〉 무계획 공간행동 패턴의 영향 요인

독립변수	logit (추가)		logit (대체)	
	B	Exp(B)	B	Exp(B)
관광객 특성				
여성 ^D	-.581	.559	-1.657 **	.191
연령	-.148 *	.862	-.131 *	.877
거제도 방문경험(예) ^D	1.125	3.080	.393	1.481
최근 1년간 국내 여행경험(횟수)	.047	1.049	.062	1.064
거제도 홈페이지 방문여부(예) ^D	1.371 **	3.939	1.807 **	6.092
의사결정 성향	.174	1.190	.327	1.387
동반자수	.100	1.105	.191	1.211
여행 특성				
거제도까지의 소요시간	.169	1.184	.092	1.096
거제도 내 계획 방문지 수	-.636 **	.530	-1.629 ***	.196
총 여행 일정	-.653	.253	-.262	.769
-2log likelihood	123.303			
Chi-Square	75.836 (.000)			
Nagelkerke-R ²	.618			
N	99			

***p<.01, **p<.05, *p<.1, D: 이산변수, 참조변수: 무계획 행동 중 '생략'

응답자의 연령이 증가할수록 계획된 방문지를 생략할 확률보다 계획에 없던 곳을 추가 방문 할 확률은 낮아지며, 거제도 홈페이지를 방문했다는 응답자의 경우 생략할 경우보다는 추가의 확률이 약 4배(Exp(1.371)=3.939) 높아지고, 계획했던 방문지의 수가 많아질수록 추가보다는 생략할 확률이 높아짐을 알 수 있다. 계획된 방문지의 생략과 비교한 대체 확률은 여성보다는 남성의 경우에, 연령이 낮을수록, 거제도 홈페이지를 방문한 응답자가, 그리고 계획된 방문지 수가 적어

질수록 높아짐을 알 수 있다. 여성 응답자는 남성 응답자에 비해 계획 방문지를 생략하는 경우와 비교하여 대체 방문지를 방문할 확률이 약 1/5수준($\text{Exp}(-1.657) = .191$)에 불과하며, 연령이 높아질수록 대체보다는 생략할 확률이 증가하고 있다. 거제도 홈페이지를 방문한 응답자의 경우 방문하지 않은 응답자에 비해 생략보다는 대체할 확률이 약 6배가량($\text{Exp}(1.807) = 6.029$) 더 높은 것으로 나타났으며, 계획된 방문지 수가 1곳 늘어남에 따라 계획된 방문지를 생략할 확률이 대체할 확률보다 약 5배 정도 높아지고 있음을 알 수 있다.

무계획 방문 행동의 유발 요인을 파악하기 위해 무계획 공간행동을 보인 응답자 102명을 대상으로 무계획 방문의 이유를 중복응답을 통해 파악한 결과, '여행경로 이동 중 쉽게 가볼 수 있는 곳이었기 때문'이 29.1%로 가장 빈번한 이유로 파악되었으며, '출발 전에는 알지 못했던 새로운 정보를 획득했기 때문'(20.4%), '여행 일정에 여유가 있다고 판단했기 때문'(12.6%)의 순으로 나타났다.

V. 결론 및 시사점

본 연구는 관광객의 목적지 내 매력물 방문 행동을 대상으로 무계획 공간행동의 영향요인을 실증적으로 파악하고자 실시되었다. 거제도를 방문하는 관광객을 대상으로 한 현지 설문조사, 후속 웹설문조사 자료의 분석 결과는 관광객들의 공간행동이 여행 전에 수립한 계획에 따르는 계획 행동과 계획되지 않았던 곳의 방문, 계획된 방문지의 생략 및 새로운 곳으로의 대체 등 일련의 무계획 행동에 의해 구성되고 있음을 보여주고 있다. 관광객이 무계획 공간행동을 보이게 될 확률은 관광객의 연령, 목적지 사전 방문 경험 여부 등의 개인 특성과 거주지-목적지 간 거리로 대별되는 여행 특성에 의해 유의하게 영향을 받고 있음을 알 수 있다. 나아가 서로 다른 무계획 공간행동이 나타나게 될 확률의 경우 관광객의 성별, 연령, 관광정보의 수준 및 여행의 유동성을 나타내는 계획 방문지 수에 의해 유의하게 예측될 수 있음을 알 수 있었다.

본 연구의 결과는 관광객에 의한 무계획 공간행동의 중요성을 제시하고 있으며, 다음과 같은 이론적, 실무적 시사점을 제공하고 있다. 본 연구에서 파악된 무계획 공간행동의 발생 빈도는 관광객의 공간행동을 설명하기 위한 이론의 개발에 있어 무계획 행동에 관한 고려가 반드시 필요함을 제시하고 있다. 조사 응답자의 43%가 그들의 공간행동 계획이 여행 중 수정될 수 있다고 판단하고 있는 사실은

Case-based Vacation Planning Model(Stewart & Vogt, 1999)과 Multistage Hierarchical Trip Decision Net Model(MHTDNM)(Fesenmaier & Jeng, 2000)의 타당성을 지지하고 있다. 특히 분석에 이용된 124개의 여행 기록 중 82%가 계획의 수정에 의한 새로운 매력물의 방문, 생략, 대체 등 무계획 공간행동을 포함하고 있는 것으로 나타나고, 응답자들이 방문한 총 468곳의 관광 매력물 중 43%가 사전 계획에는 없던 곳이라는 사실은 관광객의 공간행동과 관련된 일련의 연구들이 근거한 계획 행동이라는 규범적인 가정이 관광객들의 실제 공간행동을 이해하고자 하는 노력에서는 왜곡된 틀이 될 수 있음을 보여준다. 관광객의 공간행동 현상을 이해하기 위해서는 계획 행동과 아울러 무계획 행동을 포함한 이론적인 틀이 제시되어야 할 필요가 있는 것이다.

무계획 공간행동이 나타나게 된 상황적 특성에 대해 '여행경로 이동 중 쉽게 가 볼 수 있는 곳이었기 때문에', '출발 전에는 알지 못했던 새로운 정보를 획득했기 때문에', '여행일정에 여유가 있다고 판단했기 때문에' 등의 상황이 빈번하게 지적된 결과는 관광객의 무계획 공간행동을 설명하기 위한 '전망이론'의 효용성을 지지하고 있다. 계획-무계획 공간행동의 의사결정 시점에 각 대안을 평가하기 위해 이용하는 준거점은 구매하고자 하는 물품과의 시간적, 공간적 근접성이 증가함에 따라 변화하게 되어(Brickman & Bulman, 1977) 여행 전에 이용한 준거점과는 달라지며, 따라서 전망이론의 '준거점의존성' 가치함수가 무계획 공간행동을 설명할 수 있는 이론적인 틀로 사용될 수 있음을 제시하고 있다.

실무적인 측면에서 본 연구의 결과는 관광지에 도착한 관광객들의 체류시간과 지출을 늘리기 위한 적극적인 노력이 요구됨을 제시하고 있다. 관광지 마케팅의 일차적인 목적은 잠재 관광객이 해당 목적지를 방문하도록 유도하는 것이지만, 일단 목적지를 찾은 관광객이 보다 많은 장소를 방문하고 충분한 체류시간을 갖도록 유도하여 관광의 긍정적인 영향을 극대화시키기 위한 노력이 필요한 것이다. 연구의 결과는 거제도 방문 경험이 무계획 행동 확률에 긍정적인 영향을 미치며, 관광 홈페이지 방문 경험이 있는 관광객들이 홈페이지 방문 경험이 없는 관광객에 비해 '추가'적인 매력물 방문 행동을 나타낼 확률이 높아짐을 보여주고 있어 사전지식이 많을수록 역동적인 의사결정을 한다는 선행연구(March & Woodside, 2005; Park *et al.*, 1989; Stewart & Vogt, 1999)와 그 궤를 같이 하고 있다. 또한 무계획 공간행동의 상황특성 중 '새로운 정보의 획득'이 주요한 이유로 지적된 결과는 Stewart와 Vogt(1999)의 주장을 지지하는 것으로 여행 전, 여행 도중 노출되는 목적지 정보가 무계획에 의한 추가 방문을 유도하기 위한 중요한 변수가

될 수 있음을 보여주는 결과이다. 목적지 내에서 활용 가능한 이정표, 관광안내소 등의 정보매체를 활용한 주변 관광지의 적극적인 추천, 개개 매력물에서 발견할 수 있는 '이곳에서 쉽게 가볼 수 있는 관광지'의 정보 등 여행 일정의 변화를 적극 수용하기 위한 정보의 제공을 통해 추가적인 방문을 유도하기 위한 노력이 필요하다. 관광객들이 일정을 구체화하기 위해 이용하는 정보매체로 인터넷의 활용이 중요하게 대두되고 있는 실정(황영현·김성진, 2006)을 감안할 때 인터넷 매체를 통한 목적지 내 관광정보의 제공이 관광객에 의한 긍정적인 영향을 극대화시킬 수 있는 방안이라는 것도 중요하게 인식되어야 할 것이다.

본 연구에 내재된 한계점을 바탕으로 향후 연구 방향을 제시해 볼 수 있다. 첫째, 소비자의 무계획 행동에 영향을 미치는 요인에 관한 선행연구의 고찰은 개별 변수의 영향에 대해 서로 다른 결과를 제시해왔다는 점에서 본 연구는 탐색적인 성격을 갖는다. 따라서 본 연구에서 제시된 개별 변수의 영향을 일반화하지 못한 다는 한계를 극복하기 위해서는 다양한 목적지에서의 관광객 공간행동을 대상으로 한 실증연구가 뒷받침 되어야 할 것이다. 둘째, 본 연구에서 활용한 관광객의 무계획 공간행동의 예측 변수는 개별 여행 수준의 변수를 중심으로 고찰되었으며, 개별 방문(stop) 수준의 변수를 반영하지 못한 한계를 지니고 있다. 전망이론의 활용성과 관광객의 공간행동에 관한 의사 결정의 역동성을 파악하기 위해서는 개별 방문 시점 단위 변수를 활용한 무계획 공간행동의 예측연구가 요구되고 있다.

참고문헌

- 김효정 (2005). 대학생 소비자의 충동구매행동에 관한 연구. 『한국생활과학회』, 14(6): 973-983.
- 장인정·엄서호 (2000). 관광기념품 소비가치가 충동구매행동에 미치는 영향: 주제공원 방문객을 중심으로. 『관광학연구』, 24(2), 31-45.
- 황영현·김성진 (2006). 관광의사결정 종류에 따른 인터넷 선호의 영향요인, 『관광학연구』, 30(4), 171-189.
- Arkes, H. R., & Blumer, C.(1985). The psychology of sunk cost. *Organizational Behavior and Human Decision Processes* 35(1): 124-140.
- Arkes, H. R., & Hutzal, L.(2000). The role of probability of success estimates in the sunk cost effect. *Journal of Behavioral Decision Making* 13: 295-306.

- Beatty, S. E., & Ferrell, M. E.(1998). Impulse buying: Modeling its precursors. *Journal of Retailing*, 74(2), 169-191.
- Bettman, J. R., Luce, M. F., & Payne, J. W.(1998). Constructive consumer choice processes. *Journal of Consumer Research*, 25(3), 187-217.
- Brickman, P., & Bulman, R. J.(1977). Pleasure and pain in social comparison. In Suls, J. M. and Miller, R. L. (Eds.), *Social comparison processes* (pp. 149-186). Washington, D. C.: Hemisphere.
- Cobb, C. J., & Hoyer, W. D.(1986). Planned versus impulse purchase behavior. *Journal of Retailing*, 62(4), 384-409.
- Etzel, M., & Wahlers, R.(1985). The use of requested promotional material by pleasure travelers. *Journal of Travel Research*, 23(4), 2-6.
- Fesenmaier, D. R., & Jeng, J-M.(2000). Assessing structure in the pleasure trip planning process. *Tourism Analysis*, 5(1), 13-27.
- Fodness, D., & Murray, B.(1998). A typology of tourist information search strategies. *Journal of Travel Research*, 37(2), 108-119.
- Gitelson, R. J., & Kerstetter, D. L.(1990). The relationship between sociodemographic variables, benefits sought and subsequent vacation behavior: A case study. *Journal of Travel Research*, 28(3), 24-29.
- Hamstead, J. R., & Lester, D.(2000). Dimensions of impulsiveness. *Psychological Reports*, 87(2), 701-702.
- Hoch, S. J., & Loewenstein, G. F.(1991). Time-inconsistent preferences and consumer self-control. *Journal of Consumer Research*, 17(4): 492-507.
- Horneman, L., Carter, R. W., Wei, S., & Ruys, H.(2002). Profiling the senior traveler: An Australian perspective. *Journal of Vacation Marketing* 41(1), 23- 37.
- Hwang, Y.-H., Gretzel, U. & Fesenmaier, D. R.(2006). Multicity trip patterns: Tourists to the United States. *Annals of Tourism Research*, 33(4), 1057-1078.
- Hwang, Y.-H. & Li, Z.(2008). Travelers' use of information obtained at tourist information centres: Comparison between information seekers and convenience stoppers. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 13(1), 1-18.
- Hyde, K. F., & Lawson, R.(2003). The nature of independent travel. *Journal of Travel Research*, 42(1): 13-23.
- Iyer, E. S.(1989). Unplanned purchasing: Knowledge of shopping

- environment and time pressure. *Journal of Retailing*, 65(1), 40-57.
- Jeng, J-M., & Fesenmaier, D. R.(2002). Conceptualizing the travel decision-making hierarchy: A review of recent developments. *Tourism Analysis* 7(1), 15-32.
- Johns, N., & Gyimothy, S.(2002). Market segmentation and the prediction of tourist behavior: The case of Bornholm, Denmark. *Journal of Vacation Marketing* 40(3), 316-327.
- Juan, L. N.(2008). Characterizing tourist sensitivity to distance. *Journal of Travel Research* 47(1), 43-52.
- Kahneman, D., & Tversky, A.(1979). Prospect theory: An analysis of decision under risk. *Econometrica*, 47(2), 263-291.
- Keeney, R. L., & Raiffa, H.(1976). *Decisions with multiple objectives: Preferences and value tradeoffs*. New York: Wiley.
- March, R., & Woodside, A. G.(2005). Testing theory of planned versus realized tourism behavior. *Annals of Tourism Research*, 32(4): 905-924.
- _____.(2005). *Tourism behavior: Travellers' decision and actions*. Cambridge, MA: CABI Publishing.
- Mitchell, V. & Walsh, G.(2004). Gender differences in German consumer decision-making styles. *Journal of Consumer Behaviour*, 3(4): 331-346.
- Nicholls, J. A. F., Roslow, S., Dubish, S., & Comer, L. B.(1996). Relationship between situational variables and purchasing in India and the USA. *International Marketing Review*, 13(6), 6-21.
- Oppermann, M.(1992). International tourist flows in Malaysia. *Annals of Tourism Research* 19(3), 482-500.
- _____.(1995). Travel life cycle. *Annals of Tourism Research*, 22(3), 535-552.
- Park, C. W., & Lessig, V. P.(1977). Judgement rules and stages of the familiarity curve: Promotional implications. *Journal of Advertising*, Winter: 10-16.
- Park, C. W., & Lutz, R. J.(1982). Decision plan and consumer choice dynamic. *Journal of Marketing Research*, 19(1), 108-115.
- Park, C. W., Iyer E. S., & Smith, D. C.(1989). The effects of situational factors on in-store grocery shopping behavior: The role of store environment and time available for shopping. *Journal of Consumer*

- Research*, 15, 422-433.
- Stewart, S. I., & Vogt, C. A.(1999). A case-based approach to understanding vacation planning. *Leisure Sciences*, 21(2), 79-95.
- Thaler, R.(1980). Toward a positive theory of consumer choice. *Journal of Economic Behavior and Organization*(1): 39-60.
- Triandis, H. C.(1980). Values, attitudes, and interpersonal behavior, In Howe, H. E. and Page, M. (eds.), *Nebraska Symposium on Motivation* (Vol.27, pp.195-259), University of Nebraska Press. Lincoln.
- Tversky, A., & Kahneman, D.(1986). Rational choice and the framing of decisions. *Journal of Business*, 59(4), 5251-5278.
- _____.(1991). Loss aversion in riskless choice: A reference-dependent model. *The Quarterly Journal of Economics*, 106(4), 1039-1061.
- von Newman, J., & Morgenstern, O.(1944). *Theory of games and economic behavior* Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Weaver, P. A., Weber, K., & McCleary, K. W.(2007). Destination evaluation: The role of previous travel experience and trip characteristics. *Journal of Travel Research*45(3), 333-344.
- Weun, S., Jones, M. A., & Beatty, S. E.(1998). Developing and validation of the impulse buying tendency scale. *Psychological Reports*, 82(3), 1123-1133.

2008년 10월 24일 최초투고논문 접수
 2008년 12월 5일 최종심사완료 및 게재확정일 통보
 2009년 2월 9일 최종논문 도착
 3인 익명심사 룩