

의미있는 동반자가 관광 경험에 미치는 영향에 대한 연구*

Effects of Significant Companion on Tourist Experiences
in Tourism Destination

윤혜진** · 김철원***

Yoon, Hye-Jin · Kim, Chul-Won

ABSTRACT

A quality of tourist experience and the tourist satisfaction are influenced by his/her interaction with natural environment, man-made environment, travel companion, and the others on destination. Therefore, the purpose of this study is to explore how the significant tourists' companion affects tourists' experience as well as a value of tourist experience and satisfaction, adopting the empirical research. This study found that as the direct effect, the tourists' companion positively influenced their tourism experience, while as an indirect effect, the tourism value, the destination satisfaction, and the overall satisfaction were influenced by tourists' companion. The results also revealed that tourist experience with his/her companion positively affected the tourism value directly, the destination satisfaction, and the overall satisfaction indirectly. The results suggested greater attention should be paid to the importance of tourist companion into tourism studies and it can make an contribute to recognizing the hidden body of knowledge in terms of symbolic interaction between tourist experience and companion's meanings.

핵심용어(Key words) : 관광 경험(Tourist experience), 여행 동반자(Travel companion),
동반자 중요성(The importance of travel companion),
관광 가치(Tourism value)

* 이 논문은 2011년도 정부(교육과학기술부)의 재원으로 한국연구재단의 지원을 받아 연구되었음 [NRF-2011-35C-2011-2-B00531]

** Indiana University(Bloomington, IN), Leisure Behavior 박사수료.
e-mail: yoon36@indiana.edu

*** 경희대학교 호텔관광대학 교수(교신저자). e-mail: kimcw@khu.ac.kr

I. 서론

관광은 “경험 경제(experience economy)”를 이끄는 대표적인 분야 중의 하나”(Quan & Wang, 2004: 297)로 관광객의 관광 경험은 관광객이 얻게 되는 관광 가치, 편익, 만족 등과 연계되어 관광지 이미지 또는 관광 평가에 긍정적/부정적 영향을 미치기 때문에 관광지 경영 및 관리에 있어 매우 중요하다. 관광 경험은 다양한 접촉 환경 및 맥락들과 연계되어 있으며, 관광객 자신은 물론 동반자나 타 관광객들과 관광 공급자, 지역 주민 등과의 상호작용을 주고받으며 일어나는 매우 복합적인 것으로 이러한 복합적인 경험의 산물을 통하여 총체적인 관광 경험의 질이 평가된다(Jennings & Weiler, 2006).

관광지에서 관광 경험은 일련의 시간과 공간의 흐름 속에서 이루어지기 때문에 관광을 하는 동안 개인은 환경과 끊임없는 상호작용을 하게 되며, 우연히 만난 사건이나 상황에 의해 관광 경험의 질이나 느낌이 변화될 수도 있고, 심리적 경험 또한 매우 구체적인 수준에서 이루어지게 된다. 즉, 관광객들은 관광지에서 관광현상의 실체를 체험하는 과정에서 상호작용하게 되는 자연 환경, 지역 사회의 문화, 지역 주민, 또 다른 관광객, 관광 서비스, 때로는 예측하지 못했던 사건이나 이벤트 등을 통하여서 관광 경험의 질을 다르게 해석하고, 해당 관광 경험의 만족도 등을 상이하게 평가할 수 있다. 따라서 이러한 관광객들의 관광 경험을 깊이 있게 이해하고, 보다 심층적이고 의미 있는 현상들을 도출하기 위해서는 이들이 경험하는 다양한 맥락 속에 들어가서 개인의 주관적이고 의식적인 측면들을 연구하고 관찰하는 것이 필수적이다(송영민, 2010; 김철원·윤혜진, 2009; 김사현, 2007; 김철원·이태숙, 2007). 그러나 기존에 수행된 관광객 경험과 행동에 대한 연구들은 주로 행위주의적 이론을 바탕으로 하는 실증적 접근이었고(한범수·김사현, 2001), 관광객의 경험을 둘러싸고 있는 맥락과 상호작용, 이를 통한 관광 경험의 의미와 본질을 탐구하는 현상학적 관점의 연구는 매우 미흡하다. 이러한 문제의식 속에서 윤혜진(2010)은 현상학적 질적 연구방법을 통해 관광지에서 관광객들의 상호작용 현상을 탐색하고 이를 기술, 정의, 분류, 유형화 하였으며 이 가운데 여행 ‘동반자’가 관광객들의 관광 경험의 질에 영향을 미치는 매우 중요한 요소임을 도출하였다.

관광객의 경험에 있어 동반자가 중요한 영향을 미친다는 사실은 직관적이고 비학문적인 측면에서 상식적으로 당연하다고 생각할 수 있지만, 모든 현상의 이론적 체계는 상식의 수준을 검증하고 체계화하여 이루어간다는 관점에서 본다면, 관광객들의 경험을 설명하는 연구에서 ‘동반자’의 영향을 체계적으로 규명하는 일은 매

우 중요한 것이다. 더욱이 질적 연구를 통해 관광 동반자는 관광 경험을 구성하고 있는 다른 차원의 상호작용물들인 인공 환경, 자연 환경, 관광지내의 또 다른 타자들 이상으로 강력한 영향력을 행사하고, 동반자와의 상호작용을 통한 관광 경험은 관광지와 관광객들의 만족도에도 영향을 미침이 규명되었다(윤혜진, 2010). 이에 본 연구에서는 관광 '동반자'에 대한 중요성 인식과 동반자와의 관광 경험이 관광객들의 관광 경험과 평가에 있어서 어떠한 영향을 미치는지 설계하여 실증적으로 검증해 보고자 한다. 정성적 연구 결과를 실증적으로 검증하는 과정을 통해 관광의 세계 안에서 일어나는 경험적 현상을 학문적으로 정립하고 체계화하여 관광객 경험 연구와 관련된 지식체계(body of knowledge) 구축에 기여하고자 한다.

II. 이론적 배경

1. 관광 경험

관광 경험이라는 용어를 사용한 국내외 선행 연구를 살펴보면 연구자들 사이에 '관광 경험(tourism experiences)' 또는 '관광객 경험(tourist experiences)'이란 용어가 혼재되어 사용되고 있으며, 아직까지 관광 경험에 대한 개념, 이를 구성하는 요소 및 척도 등에 대해 학자들간 공통된 정의 및 합의는 이루어지지 않고 있다. 이는 관광 경험과 관련된 연구가 관광학 내의 타 연구 분야에 비해서도 양적인 면에서 상대적으로 소외되고 있는 실정과 무관하지 않을 것이다.

관광지 현장에서 이루어지는 관광객의 관광 경험은 끊임없는 상호작용 과정 속에서 이루어진다. 따라서 관광을 가기 전에 기대하고 상상했던 욕구나 동기와는 또 다른 욕구가 발현될 수 있고(Pearce, 1982), 동일한 사건이나 상황들을 경험했다더라도 개별 관광객들은 다르게 보거나 해석할 수도 있으며, 관광지 현장에서의 경험이 어떠했는지에 따라 관광지에 대한 평가나 이미지가 달라질 수도 있게 된다. 특히, 관광객들의 감정이나 기분은 관광하는 동안에도 끊임없이 변할 수 있으며, 불만족스럽거나 적절하지 못했던 경험들은 후회나 불쾌감 등과 같은 부정적인 감정을 동반하기도 하는데 이처럼 소비 경험과 함께 동반된 부정적이거나 긍정적인 감정들은 소비 후 평가에 결정적인 영향을 미치게 된다(Blackwell, Miniard, & Engel, 2006). 그러므로 관광지 현장에서 관광 경험의 내용은 어떠한지, 어떤 상호과정을 겪게 되는지, 관광객들의 심리 상태와 행동에는 어떠한 변화가 있었는지 등을 탐색하고 파악해야 관광객들의 최종적인 평가 결과와 태도를 보다 잘 이

해할 수 있게 되는 것이다(윤혜진, 2010: 28-29 재인용). 이러한 맥락에서 관광 현상을 제대로 이해하기 위해서는 관광지로의 여행을 계획하고 선택하는 출발의 단계와 관광을 마치고 평가하는 회상의 단계뿐만 아니라 관광지 현장에서의 경험에 대한 연구도 활발히 수행되어야 한다. 특히, 관광객의 행동 및 경험의 상호작용적인 측면이나 사회적인 측면에 관해 탐색하고 연구할 때 다양하고 풍부한 결과들이 도출될 수 있다(Stringer & Pearce, 1984).

Ritchie & Hudson(2009)은 현재까지의 관광 경험 연구를 리뷰하고, 이를 6가지의 연구 영역으로 분류하였다¹⁾. 이 중 첫 번째 연구 영역인 '관광 경험이 제공하는 본질을 이해하기 위한 연구에 관광 경험의 연구가 집중되어 있고, 관광 경험 현상을 이해하기 위한 연구 방법으로 심층 인터뷰, 포커스 그룹, 다이어리, SITRM (self-initiated tape recording method) 등과 같은 질적 방법론들이 주로 사용되었다고 분석하였다. 더불어 관광 경험을 연구하기 위하여서는 상징적 상호작용론, 현상학적 접근 등을 통하여 사람들이 자신과 타인, 그리고 자신을 둘러싸고 있는 환경에 대해 어떻게 생각하고, 인식하고, 영향을 주고받는지를 탐색해야 함을 제안하고 있다(Ritchie & Hudson, 2009; Hayllar & Griffin, 2005; Ryan, 2000; Dan & Cohen, 1991; Colton, 1988).

본 연구에서 기술하고 있는 관광 경험은 관광을 계획하는 단계에서 회상하는 단계까지를 종합적으로 아우르는 포괄적인 개념(Craig-Smith & French, 1994; Killion, 1992; Clawson & Knetsch, 1966)이 아니라 '관광지 현장에서 관광객들이 관광 경험을 통해 얻는 독특하고, 중요하고, 특별한 사회 심리학적 현상 및 주관적 감정'의 차원(Mannell & Iso-Ahola, 1987; Iso-Ahola, 1982; Cohen, 1979)으로 한정하고자 한다. 이는 본 연구가 관광지에서 관광객이 주고받는 상호작용 현상과 그 과정에서 의미 있게 규명된 원천인 '동반자'의 의미를 탐색하고, 동반자와의 상호작용을 통한 관광 경험이 관광을 통해 얻게 되는 가치와 만족도에

1) ① 관광객 경험의 본질을 이해하기 위한 연구(understanding essence of the consumer/tourist experience), ② 관광객과 그들의 경험 추구, 의사 결정, 행동을 이해하기 위한 연구(understanding the tourist and their experience seeking, decision-making and behaviour), ③ 관광객 경험의 이해를 위한 방법론과 관련된 연구(research related to the methodologies for understanding the consumer/tourist experience), ④ 특정 관광 경험의 본질을 탐색하고 이해하기 위한 연구(seeking to explore and understand the nature of specific tourism experiences), ⑤ 기초적/만족스러운/질적/특별한/인상적인 경험의 관리와 전달을 위한 연구(managing and delivering the basic/satisfactory/quality/extraordinary/memorable experience), ⑥ 관광 경험의 계속되는 진화적 연구(the ongoing evolution of the travel/tourism experience)

어떠한 영향을 미치는지에 초점을 두고 있기 때문이다. 이러한 관점에서 본 연구에서는 관광 경험이란 “관광객들이 관광지 내의 다양한 자연 환경, 인공 환경, 타자 및 동반자와 끊임없는 상호작용을 할 때, 그들에게 특별하고 의미 있는 대상과의 상호작용 결과로 감정과 행동 변화가 유발되고, 일상에서 찾지 못했던 탈일상성, 휴식과 재충전, 자아발견 등의 의미를 찾으며 경험의 의미를 가치화하는 것” (윤혜진, 2010: 271)이라고 정의내리고자 한다.

2. 관광 경험에 영향을 미치는 ‘동반자’의 중요성

윤혜진(2010)은 현상학적 질적 연구방법을 통하여 관광지 현장에서 관광객이 상호작용하는 의미 있는 요소들을 탐색하고 이를 4가지 속성(인공 환경, 자연 환경, 타자, 동반자)으로 유형화하였다. 관광객들은 관광지에서 이러한 의미 있는 대상들과의 상호작용 경험을 통해 그들의 심리상태와 관광행동에 영향을 받고, 이는 관광객들의 경험의 질과 평가에까지 영향을 미침을 밝히고 있다. 특히, 이 가운데 가족, 연인 등과 같은 ‘의미 있는 동반자’는 관광객의 관광 경험을 질적으로 향상시키고, 관광 경험에 새로운 의미를 부각시키는 현상학적 역할을 수행하는 핵심 주체로 규명되었다.

관광객들은 관광지에 오기 전에 머릿속으로 기대했던 관광지 이미지가 실제 관광지 현장에서의 인공 환경 및 자연 환경과 불일치했을 때, 관광지에서 만나게 된 타자와 부정적인 상호작용을 하게 되었을 때, 예기치 않은 사고가 발생했을 때 불유쾌하고, 부정적이고, 이섭고, 실망스러운 등의 감정적 반응들을 겪게 된다. 그런데 이때 그들에게 ‘의미 있는 동반자’와의 상호작용의 결과가 만족스럽다면 (중략) 그들은 해당 관광지라는 물리적 실체가 다양하게 제공했던 자연 환경, 인공 환경, 또 다른 타자와의 상호작용의 경험들이 비록 부정적이었더라도 자신의 관광경험에 다른 대상들과의 상호작용보다도 더 큰 영향력을 미쳐 그날의 관광경험에 대해 만족하고 긍정적인 평가를 내리게 됨을 볼 수 있었다(윤혜진, 2010: 274-275).

최근 권점옥·이희열(2011)도 관광 동반자 유형이 관광지 방문 기대치, 만족도, 행동 의도에 미치는 영향을 분석하였는데 관광 동반자 유형(가족, 연인, 친구 및 동료, 혼자)에 따른 차이가 나타났으며, 특히 연인과 동반했을 경우 가족, 친구 및 동료, 혼자 보다 관광지에 대한 기대감이 높게 나타났다.

이처럼 관광객의 관광 기대감, 행동 의도, 관광 경험, 만족도 등에 매우 중요한 변수이자 상호작용 대상인 동반자는 그 중요성에 비하여 실제 연구에서 많이 다루어

지지 않았을 뿐만 아니라, 그 중요성과 의미에 대해 밝힌 연구는 매우 드물다. 실제 관광(여행) 동반자(혹은 동행인, 영어로는 company, companion, accompany, party 등으로 검색)와 관련한 관광 경험 현상 혹은 의미에 대해 언급한 국내외 연구들을 고찰한 결과 '관광지 현장에서 관광 경험을 할 때, 여행 동반자와의 상호작용과 그 결과가 관광객들의 감정과 심리, 관광 경험의 질과 만족, 관광지 이미지 등에 영향을 미쳤다'고 제시한 연구는 매우 미비하였고, 다만 관광을 할 때 동반자 유형에 따라 관광지 선호 또는 시설의 속성 평가에는 어떠한 영향을 미쳤는지, 지출 패턴은 어떠한지 등과 같은 실증 분석이 다소 존재하였다.

〈표 1〉은 이러한 연구 결과들을 '동반자와의 상호작용과 그 중요성에 대해 시사한 연구'와 '동반자 유형에 따른 관광 경험의 차이를 시사한 연구'의 두 가지 유형으로 분류하여 정리한 내용이다.

〈표 1〉 여행 동반자에 대한 연구 동향

관점	연구에서 나타난 동반자의 의미	연구자
동반자와의 상호작용과 중요성 시사	관광객은 관광지에서 동반자와 의미있는 상호작용을 하며, 그 중에서도 가족, 연인 등과 같은 '의미있는 동반자'는 관광객의 관광경험을 질적으로 향상시키고, 관광경험에 새로운 의미를 부각시키는 역할을 수행하는 핵심 주체임이 도출	윤혜진(2010)
	관광지에서 만나게 되는 다양한 타자와 여행 동반자는 관광경험에 중요한 영향을 미침을 기술	Guthrie & Anderson(2007)
	동반자가 여행지 선정 및 만족에 중요한 요인으로 작용함	Tierney, Dahl, & Chavez(2001)
	동반자(그룹)와의 경험에 따라 관광에 대한 평가와 만족에 있어 차이가 남	Masberg & Silverman (1996), Schuchat(1983)
	동반자 유형에 따라 관광 기대감, 행동의도, 만족에 차이가 남	권점옥·이희열(2011)
동반자 유형에 따른 관광 경험의 차이	동반자 구성에 따라 숙박시설 속성에 대한 평가와 만족에 있어 차이가 남	Brey, Klenosky, Lehto, & Morrison(2008), Hanai, Oguchi, Ando, & Yamaguchi(2008)
	동반 유형에 따라 가이드북 사용여부에 차이가 남	Nishimura, Waryszak, & King(2007)
	동반자의 유형이 관광 지출 패턴에 영향을 미침	Jang, Bai, Hong, & O'Leary(2004)
	동반자의 유형에 따라 관광지에 대한 선호에 있어 차이가 남	Basala & Klenosky(2001)
	동반자의 유형이(패키지/비패키지) 관광 패턴에 영향을 미침	Bai, Jang, Cai, & O'leary (2001)

자료 : 선행연구를 바탕으로 연구자 정리

III. 연구 방법

1. 연구 모형

본 연구는 관광 경험을 구성하는 중요한 요소임에도 간과되어져 왔던 여행 동반자의 중요성과 관광 경험과의 관계에 대하여 실증 분석함으로써 관광학 연구에 있어 '동반자'에 대한 중요성을 검증하고자 한다. 본 연구의 이론적 모형을 구성하고 있는 관광 동반자에 대한 측정도구의 개발 및 국내외 선행 연구는 미비한 상황이며, 본 연구는 윤혜진(2010)의 현상학적 질적 연구를 통해 나타난 동반자의 중요성 및 동반자와의 관광 경험 가치에 대해 실증적으로 분석하고자 다음과 같은 가설을 설정하고 이를 통계적 기법으로 검증하고자 하였다.

- [가설1] 여행 동반자에 대한 중요성 인식 정도는 동반자와의 관광 경험에 긍정적 영향을 미칠 것이다.
- [가설2] 여행 동반자에 대한 중요성 인식 정도는 관광 가치에 긍정적 영향을 미칠 것이다.
- [가설3] 여행 동반자에 대한 중요성 인식 정도는 관광지 만족도에 긍정적 영향을 미칠 것이다.
- [가설4] 여행 동반자에 대한 중요성 인식 정도는 관광 경험의 전체 만족도에 긍정적 영향을 미칠 것이다.
- [가설5] 동반자와의 관광경험은 관광 가치에 긍정적 영향을 미칠 것이다.
- [가설6] 동반자와의 관광경험은 관광지 만족도에 긍정적 영향을 미칠 것이다.
- [가설7] 동반자와의 관광경험은 관광 경험의 전체 만족도에 긍정적 영향을 미칠 것이다.
- [가설8] 관광 경험을 통해 얻은 관광 가치는 관광지 만족도에 긍정적 영향을 미칠 것이다.
- [가설9] 관광 경험을 통해 얻은 관광 가치는 관광 경험의 전체 만족도에 긍정적 영향을 미칠 것이다.
- [가설10] 관광지 만족도는 관광 경험의 전체 만족도에 긍정적 영향을 미칠 것이다.

2. 구성개념의 조작적 정의 및 측정척도

동반자와의 관광 경험 개념은 윤혜진(2010)이 제시하고 있는 내용을 토대로 “관광지에서 동반자와의 상호작용 과정에서 발현되는 다양한 감정과 만족스러움의 정도”로 정의하고자 한다. 이를 측정하기 위한 조작적 정의는 상기 연구에서 제시하고 있는 6개의 변수(동반자와 얼마나 친밀감을 느꼈는지, 동반자에게 얼마나 신뢰감을 느꼈는지, 동반자와 얼마나 즐거움을 느꼈는지, 동반자와 얼마나 평화로움을 느꼈는지, 동반자가 기뻐하는 모습을 보며 나도 기쁨을 느꼈는지, 동반자가 만족하는 모습을 보며 나도 만족감을 느꼈는지)로 구성하였으며, 모든 문항은 5점 리커트 척도로 측정하였다(1점: ‘전혀 그렇지 않다’~5점: ‘매우 그렇다’).

본 연구에서는 관광 경험을 통해 얻어지는 관광 경험 가치를 ‘관광객들이 일상에서 찾지 못했던 탈일상성, 휴식과 재충전, 자아발견, 몰입과 기대감 등의 의미를 찾아 이를 통해 특별하고 의미 있게 경험된 정도’로 조작적 정의를 하였고, 관광 경험 가치를 측정하기 위해서는 윤혜진(2010)이 제시한 6개 항목(해당 관광지에서의 관광은 나에게 일상에서 벗어난 느낌을 갖게 하였는지, 자아 성찰의 경험을 갖게 하였는지, 심신의 휴식을 경험하게 하였는지, 재충전과 활력을 제공하였는지, 시간가는 줄 모르게 시간이 빨리 간 느낌을 갖게 하였는지, 다음에 관광을 또 하고 싶은 기대를 갖게 하였는지)을 적용하여 5점 리커트 척도로 측정하였다(1점: ‘전혀 그렇지 않다’~5점: ‘매우 그렇다’).

만족도는 Oliver(1997)가 제시한 5개 문항 가운데 관광상품 만족도에 해당하는 4개 항목(이 곳은 내가 방문해 본 곳 중에서 최고의 관광지 중 하나이다, 나는 이 관광지를 방문하기로 한 결정에 만족한다, 이 관광지를 방문하기로 한 결정은 현명했던 거 같다, 이 관광지를 방문한 것은 올바른 결정이었다고 확신한다)을 적용하여 5점 리커트 척도로 측정하였다.

3. 설문 구성

이번 연구를 위한 설문은 응답자들의 인구통계학적 사항을 알아보기 위한 5개의 명목척도와 관광 행태적 특성을 알아보기 위한 2개의 명목척도 및 1개의 비율척도로 구성되었다. 그리고 함께 여행한 동반자의 중요성에 대한 인식 및 전체 관광 경험 만족도(나는 오늘의 관광이 즐거웠다)를 알아보기 위하여 각각 5점 리커트형 척도(1점: 전혀 중요하지 않다~5점: 매우 중요하다)를 적용한 항목을 구성하였으며, 동반자와의 관광 경험 의미를 측정하는 항목 6개, 관광 경험을 측정하

는 항목 6개, 관광지 만족도를 측정하는 항목 4개로 구성하였다.

4. 자료수집 및 분석

본 연구의 모집단은 본인의 의사결정에 의하여 여행을 직접 계획하고 경험해 본 만 18세 이상의 성인 남녀이다. 확률표본추출로 표본을 수집하는 것이 바람직하지만 연구수행의 어려움으로 인해 연구에 가까이 응해준 응답자들을 대상으로 편의 표본추출 하였다. 설문은 2012년 7월 6일~8일과 7월 14일~16일 국내 대표적인 관광지인 강원도 속초와 경주 보문단지에서 만난 관광객들을 대상으로 설문 내용에 대해 충분히 이해한 조사요원과 연구자가 직접 실시하였다. 설문지는 총 300부를 배포하였으며 이 가운데 설문 기입이 누락되거나 같은 번호로 일관되게 답하여 연구 자료로 부적절한 설문지 90부를 제외한 총 210부를 분석에 이용하였다.

본 연구를 위해 적용된 분석방법은 첫째, 응답자들의 인구통계학적 특성, 동반 유형 및 선호도, 동반자 중요도를 분석하기 위한 기술적 분석, 둘째, 측정도구의 신뢰성 및 타당성을 분석하기 위한 신뢰성 분석, 탐색적 요인분석 및 확인적 요인 분석이 수행되었다. 그리고 본 연구의 가설을 검증하기 위한 구조방정식 모형분석이 수행되었으며 모든 분석은 SPSS와 AMOS 21.0 통계 패키지를 사용하여 이루어졌다.

IV. 실증 분석 결과

1. 인구 통계적 특성 및 관광 행태

본 연구의 총 응답자는 210명으로 이들의 인구 통계적 특성은 다음 <표 2>와 같이 나타났다. 성별은 남성이 109명(51.9%), 여성이 101명(48.1%)으로 남성이 다소 높게 나타났으며, 이 가운데 기혼자는 150명(71.4%), 미혼자는 60명(28.6%)으로 기혼자의 비율이 두 배 이상 높게 나타났다. 응답자의 연령대를 살펴보면 10대 1명(0.5%), 20대 90명(42.8%), 30대 95명(45.2%), 40대 13명(6.2%), 50대 9명(4.3%), 60대 이상 2명(1.0%)으로 30대와 20대의 응답이 높게 나타났으며, 이들의 직업은 사무행정직 64명(30.5%), 학생 52명(24.7%), 전문직 30명(14.3%), 주부 16명(7.6%), 생산기술직 13명(6.2%), 판매서비스직 12명(5.7%), 프리랜서/쇼핑몰컨설턴트/항공물류업 등과 같은 기

타 직업군 12명(5.7%), 자영업 9명(4.3%), 농림수산업 2명(1.0%)의 순으로 나타났다. 응답자들의 월 평균 가계 소득은 100만원 미만 27명(12.9%), 100~200만원 미만 51명(24.3%), 200~300만원 미만 60명(28.6%), 300~400만원 미만 26명(12.4%), 400~500만원 미만 19명(9.0%), 500만원 이상 27명(12.8%)으로 200만원 이상~300만원 미만의 응답자의 비율이 가장 높게 나타났다.

〈표 2〉 표본의 인구 통계적 특성

구분	내용	빈도(명)	비율(%)	구분	내용	빈도(명)	비율(%)
성별	여성	101	48.1	결혼	미혼	60	28.6
	남성	109	51.9		유무	기혼	150
연령	10대	1	0.5	직업	농림수산업	2	1.0
	20대	90	42.8		사무행정직	64	30.5
	30대	95	45.2		생산기술직	13	6.2
	40대	13	6.2		판매서비스직	12	5.7
	50대	9	4.3		전문직	30	14.3
	60대 이상	2	1.0		자영업	9	4.3
소득	100만원미만	27	12.9	주부	16	7.6	
	100-200만원미만	51	24.3	학생	52	24.7	
	200-300만원미만	60	28.6	기타	12	5.7	
	300-400만원미만	26	12.4				
	400-500만원미만	19	9.0				
	500만원이상	27	12.8				

2. 관광경험에서 동반자의 중요성에 대한 인식

본 연구 응답자들의 여행 동반자와 동반자 중요성에 대한 인식 및 동반 선호도 등을 살펴본 결과 다음 〈표 3〉과 같이 나타났다. 부모님 또는 형제자매, 자녀 등을 동반한 '가족'과 함께 여행을 온 응답자가 총 210명의 응답자 가운데 48명(22.9%)으로 가장 높게 나타났으며, 친한 친구라고 응답한 응답자도 45명(21.9%)으로 높게 나타났다. 연인 및 배우자와 단 둘이 여행을 온 응답자는 각각 32명(15.2%)로 나타났으며, 혼자 여행한 응답자가 27명(12.9%), 직장(학교) 동료와 동반한 경우가 15명(7.1%), 교회 구성원들과 함께 동반한 경우가 10명(4.8%)의 순으로 나타났다. 혼자 여행한 응답자를 제외한 동반 여행자들을 대상으로 이번 여행의 동반자가 본인에게 얼마나 중요한지에 대한 인식을 5점 리커트 척도로 측정한 결과 5점 만점에 4.5로 매우 높게 나타났으며, 매우 중요하다고 응

답한 관광객이 106명(59.1%)으로 가장 높게 나타났고, 중요하다가 62명(33%), 보통이다가 14명(7.4%), 중요하지 않다가 1명(0.5%)의 순으로 나타났다. 평소 동반자와 함께 여행하는 것을 선호한다는 응답자가 전체의 185명(88%)으로 혼자 여행하는 것을 선호하는 응답자 25명(12%)보다 매우 높다는 것을 알 수 있다. 이를 통해 관광객들은 함께 여행하는 동반자가 자신에게 중요한 존재라고 인식하고 있음을 알 수 있으며, 많은 사람들이 혼자 여행하는 것보다 자신에게 의미 있는 동반자와 함께 여행하는 것을 선호한다는 것을 알 수 있다.

응답자들의 연평균 여행 횟수는 당일 여행이 5.37회, 1박 이상의 체류형 여행이 3.23회로 나타났다.

〈표 3〉 표본의 관광 행태적 특성

구분	내용	빈도(명)	비율(%)
동반 유형 (N=210)	혼자	27	12.9
	가족 (형제자매, 부모님, 자녀 동반)	48	22.9
	배우자	32	15.2
	연인	32	15.2
	친한 친구	45	21.9
	직장(학교) 동료	15	7.1
	기타 (교회모임)	10	4.8
여행 동반자의 중요성 인식도 (N=183)	전혀 중요하지 않음	0	0
	중요하지 않음	1	0.5
	보통임	14	7.4
	중요함	62	33.0
평균: 4.5	매우 중요함	106	59.1
동반여행 선호도 (N=210)	혼자 여행 선호	25	12.0
	동반자와의 여행 선호	185	88.0
연평균 여행 횟수	당일 여행	5.37 회/연	
	1박 이상의 체류형 여행	3.23 회/연	

3. 측정도구의 신뢰성 및 타당성 분석

관광지에서 동반자와의 상호작용으로 얻어지는 ‘동반자와의 관광 경험’에 대한 신뢰성 및 타당성 검증을 하였다. 다음 〈표 4〉는 측정항목의 기술통계량을 보여준다. 총 210부의 설문지 가운데 동반자와 동행한 관광객들을 대상으로 받은 설문 183부 만을 본 논문의 분석 대상으로 삼았다. 특기할만한 사항은 리커트 5점 척도로 조사를 실시했음에도 불구하고 동반자와의 관광 경험 가치 측정 항목들은 전부 평균이 4점을 넘고 표준편차가 크지 않다는 것이다. 이에 따라 동반자 가치 측

정 항목들의 분포가 좌측에 꼬리를 둔 형태로 기울어져 있으며(왜도가 마이너스), 4점 근방에서 응답이 집중됨에 따라 첨도도 높게 나타났다.

〈표 4〉 측정 항목의 출처 및 기술통계량(N=183)

요인 (출처)	측정항목	평균 (표준편차)	왜도 (첨도)
동반자와의 관광 경험 (윤혜진, 2010)	관광지에서 동반자가 만족하는 모습을 보면 나도 만족스럽다	4.36(0.74)	-1.10(1.61)
	관광지에서 동반자가 기뻐하는 모습을 보면 나도 기쁘다	4.32(0.78)	-1.20(1.74)
	해당 관광경험을 통해 나는 동반자와 즐거움을 느꼈다	4.39(0.71)	-1.29(2.70)
	해당 관광경험을 통해 나는 동반자와 친밀감을 느꼈다	4.36(0.61)	-0.98(3.95)
	해당 관광경험을 통해 나는 동반자에게 신뢰감을 느꼈다	4.21(0.76)	-0.92(1.39)
	해당 관광경험을 통해 나는 동반자와 평화로움을 느꼈다	4.12(0.88)	-0.93(0.79)
관광지 만족도 (Oliver, 1997.)	이 관광지를 방문하기로 한 결정은 현명했던 것 같다	3.79(0.81)	-0.37(-0.23)
	이 관광지를 방문한 것은 올바른 결정이었다고 확신한다	3.88(0.76)	-0.19(-0.42)
	나는 이 관광지를 방문하기로 한 결정에 만족한다	3.76(0.83)	-0.47(0.11)
	이곳은 내가 방문해 본 곳 중에서 최고의 관광지 중 하나이다	3.02(1.04)	0.15(-0.55)
관광 가치 (윤혜진, 2010)	내일을 살아갈 활력과 재충전을 얻게 하였다	3.79(0.88)	-0.25(-0.54)
	다음에 관광을 또 하고 싶은 기대를 갖게 하였다	4.11(0.90)	-0.82(0.13)
	시간 가는 줄 모르게 시간이 빨리 가는 느낌을 갖게 하였다	4.07(0.86)	-0.57(-0.47)
	심신의 휴식과 평안함을 갖게 하였다	3.81(0.89)	-0.44(-0.44)
	일상에서 벗어난 느낌을 갖게 하였다	4.21(0.82)	-1.09(1.64)
	나를 되돌아보는 시간을 갖게 하였다	3.52(0.95)	-0.09(-0.90)

잠재변인을 도출해내기 위한 측정변인에 대한 내적일관성 및 요인 적합성의 검정을 위해 Cronbach 알파 값을 이용한 신뢰성 분석과 탐색적 요인 분석을 실시하였다. 신뢰성 분석의 결과 동반자의 가치는 0.89, 관광지 만족도는 0.86, 관광의 가치는 0.81로 모두 높은 내적일관성(0.7 이상)을 확보하고 있었다(Nunnally, 1978).

탐색적 요인분석은 SPSS의 최대우도방식으로 분석되었고 Varimax 회전방식으로 정리되었다. 16개 항목 모두가 선행연구에서 제시한 그대로 3개의 요인으로 묶였으며, 최소 요인 적재량이 0.48로 일반 기준인 0.4 이상을 충족하였다(Hair, Black, Babin, & Anderson, 2009). 도출된 요인의 총 분산 설명력은 63.11%, KMO는 0.827, Bartlett의 구형성 검정 및 요인분석 모형도 유의한 것으로 나타나 요인을 잘 측정하고 있다.

<표 5> 신뢰성 분석과 탐색적 요인분석의 결과

요인 (a)	측정항목	요인 적재량	고유값	분산 설명력
동반자 와의 관광 경험 (0.89)	관광지에서 동반자가 만족하는 모습을 보면 나도 만족스럽다	.879	5.8	36.3
	관광지에서 동반자가 기뻐하는 모습을 보면 나도 기쁘다	.834		
	해당 관광경험을 통해 나는 동반자와 즐거움을 느꼈다	.706		
	해당 관광경험을 통해 나는 동반자와 친밀감을 느꼈다	.698		
	해당 관광경험을 통해 나는 동반자에게 신뢰감을 느꼈다	.647		
관광지 만족도 (0.86)	해당 관광경험을 통해 나는 동반자와 평화로움을 느꼈다	.604	2.8	17.7
	이 관광지를 방문하기로 한 결정은 현명했던 것 같다	.861		
	이 관광지를 방문한 것은 올바른 결정이었다고 확신한다	.864		
	나는 이 관광지를 방문하기로 한 결정에 만족한다	.824		
	이곳은 내가 방문해 본 곳 중에서 최고의 관광지 중 하나이다	.534		
관광 경험 가치 (0.81)	내일을 살아갈 활력과 재충전을 얻게 하였다	.714	1.5	9.1
	다음에 관광을 또 하고 싶은 기대를 갖게 하였다	.653		
	시간 가는 줄 모르게 시간이 빨리 가는 느낌을 갖게 하였다	.631		
	심신의 휴식과 평안함을 갖게 하였다	.606		
	일상에서 벗어난 느낌을 갖게 하였다	.497		
나를 되돌아보는 시간을 갖게 하였다	.480			

Varimax 회전, 총분산 설명력 = 63.11%, KMO=0.827, Bartlett의 구형성 검정 Chi-square=1585.319(df=120) Sig=0.000, 모형 Chi-square=252.763(df=75), Sig=0.000

탐색적 요인분석의 결과를 토대로 측정 항목을 확정하기 위해 AMOS 21.0을 사용하여 확인적 요인분석을 실시하였다. 일반적으로 확인적 요인분석에 사용되는 추정 방식은 최대우도(Maximum Likely: ML)법이다. 그러나 ML법을 사용하기 위해서는 수집된 자료가 다변량 정규분포의 가정을 만족해야 한다. 본 논문 데이터의 Mardia 계수는 30.62로 기준치인 5를 초과하여 다변량 정규분포가 아닌 것으로 나타났다. <표 4>의 측정항목 기술통계량에서 나타난 동반자 가치의 높은 왜도와 첨도가 영향을 미친 것으로 추정된다. 다변량 정규분포가 아닌 경우 다른 추정방식을 사용해야 하는데, AMOS에서는 일반화 최소 자승(Generalized Least Squares: GLS) 추정법과 비가중치 최소 자승(Unweighted Least Squares: ULS) 추정법을 사용할 수 있다. ULS의 경우 분포 제약을 완화시키는 많은 장점에도 불구하고, 계산 방식의 특성상 모형을 검정하는 카이스퀘어 값을 산출할 수 없으므로 실제 연구에 사용되는 경우가 드물다(Garson, 2012). 따라서 본 연구에서는 GLS 추정법을 사용하여 확인적 요인분석을 수행하였다.

분석결과 설명력이 낮거나 다른 항목과 교차 적재되는 항목들이 발견되어 동반자 가치에서 3항목, 관광지 만족도에서 1항목, 관광가치에서 3항목이 제거되었다. 확정된 모형의 적합도는 자유도(27.9)로 나누어 준 모형 Chi-square 값(27.9)이 1.162, RMR(Root Mean square Residual) 값이 0.029, CFI(Comparative Fit Index) 값이 0.976, RMSEA(Root Mean Square Error of Approximation) 값이 0.03로서 모두 일반적인 기준치 이상의 모형 적합도를 보여주었다(Garson, 2012; Hair et al. 2009).²⁾

〈표 6〉 확인적 요인분석의 결과

요인	측정항목	표준화 적재량	SMC	t값	CR (AVE)
동반자 와의 관광 경험	관광지에서 동반자가 만족하는 모습을 보면 나도 만족스럽다	.701	0.491	5.8	0.83 (0.61)
	해당 관광경험을 통해 나는 동반자와 친밀감을 느꼈다	.803	0.644		
관광지 만족도	해당 관광경험을 통해 나는 동반자에게 신뢰감을 느꼈다	.840	0.705	2.8	0.91 (0.77)
	이 관광지를 방문하기로 한 결정은 현명했던 것 같다	.924	0.824		
	이 관광지를 방문한 것은 올바른 결정이었다고 확신한다	.848	0.745		
관광 경험 가치	나는 이 관광지를 방문하기로 한 결정에 만족한다	.863	0.720	1.5	0.78 (0.55)
	내일을 살아갈 활력과 재충전을 얻게 하였다	.625	0.390		
	다음에 관광을 또 하고 싶은 기대를 갖게 하였다	.835	0.698		
	시간 가는 줄 모르게 시간이 빨리 가는 느낌을 갖게 하였다	.744	0.553		

CMIN=27.895, df=24, CMIN/df=1.162, RMR=0.029, CFI=0.976, RMSEA=0.030

이상의 요인분석 결과를 토대로 타당성을 검정하였다. Hair et.al.(2009)에 따르면, 측정모형의 잠재변인에 대한 개념타당성(construct validity)을 살펴보기 위해서는 집중타당성(convergent validity)과 판별타당성(discriminant validity)이 검토되어야 한다. 집중타당성은 평균분산추출값(Average Variance Extracted: AVE)과 합성신뢰도(Composite Reliability: CR)를 통해 파악한

2) 학자에 따라 논문에 표기해 주어야 한다고 주장하는 적합도 지수가 다르고, 일반적인 적합도 지수의 기준도 조금씩 다르다. 본 논문에서는 Garson(2012)의 권고에 따라 적합도 지수를 표기하고 Hair et al.(2009)에 나온 기준 지수를 사용했다. 이에 따르면, 상대적 Chi-square 값은 1에서 3이내, RMR과 RMSEA는 0.05 이하, CFI는 0.9 이상이어야 한다. (* 확인적 요인분석 및 구조방정식 모형에서 학자들의 적합도 지수 표기 권고와 지수 기준에 대한 자세한 논의는 Garson(2012)을 참조할 것)

다. 잠재요인의 AVE 값과 CR 값이 각각 기준치인 0.5와 0.7을 상회해야 한다 (Hair et.al, 2009). <표 6>을 살펴보면, 도출된 모든 항목들이 집중타당성을 가지고 있음을 알 수 있다. 잠재변인에 대한 판별타당성을 확인하기 위해서 본 논문에서는 AVE값을 사용하였다. <표 7>에서 어떤 R-square 값도 AVE를 넘지 않는다. 따라서 본 논문의 측정 변인들은 판별타당성도 가지고 있다. 마지막으로 신뢰성을 검증하기 위해서 새로 편성된 측정항목들의 Cronbach 알파 값을 계산해 본 결과 <표 7>에서 모두 0.7 이상의 내적 일관성을 확보하고 있음이 확인되었다. <표 6>에 나와 있는 잠재변인과 측정변인의 선형성 정도를 나타내는 다중상관계수 (Squared Multiple Correlations :SMC)도 모든 항목이 기준치인 0.3보다 높게 나타났다(Long, 1983). 따라서 새로 편성된 항목들은 신뢰성을 가지고 있음이 검증되었다.

<표 7> 측정 모형에 대한 신뢰성 및 타당성

측정항목	동반자 가치	관광지 만족도	관광 가치
동반자와의 관광경험	1		
관광지 만족도	0.203 (R2=0.04)	1	
관광경험 가치	0.522 (R2=0.27)	0.438 (R2=0.19)	1
Cronbach's	0.813	0.899	0.779
AVE	0.61	0.77	0.55

4. 연구가설 검증

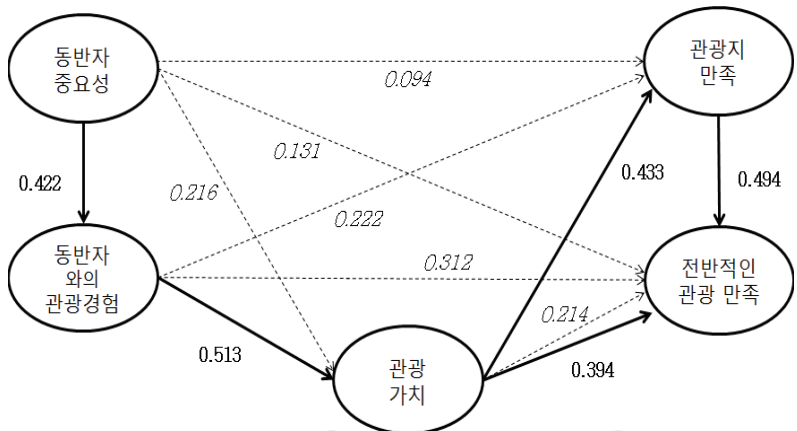
연구모형에서의 가설검정을 위해 구조방정식모형(Structural Equation Model: SEM) 분석을 실시한 결과 구조모형은 <그림 2>와 같이 추정되었다. 확인적 요인분석에서 결정된 3가지 요인에, 가설에 따라 2개의 측정변인(동반자 중요성, 전체 관광만족도)을 추가한 것뿐이므로 Mardia 계수는 44.65로 여전히 5보다 컸고, GLS 추정이 보다 합리적이므로 이를 채택하였다. SEM 모형의 적합도는 자유도(41)로 나누어 준 모형 Chi-square 값(65.539)이 1.599, RMR 값이 0.035, CFI 값이 0.868, RMSEA 값이 0.058로서 수용 가능한 수준의 모형 적합도를 보여주었다(Garson, 2012; Hair et al., 2009).

각 요인별로 직접적인 효과와 간접적인 효과를 살펴본 결과, 동반자의 중요성은 동반자와의 관광 경험(0.422)에 직접적으로 유의한 영향을 미치며(가설 1 채택), 간접적으로 관광 가치(0.216), 관광지 만족(0.094), 전체 관광 만족(0.131)에 간접적 영향을 미치고 있다(가설 2, 3, 4 채택). 동반자와의 관광 경험은 관광 가

치(0.513)에 직접적으로 영향을 미치며(가설 5 채택), 간접적으로 관광지 만족(0.222), 관광 만족(0.312)에 영향을 미치는 것으로 나타났다(가설 6, 7 채택). 관광 가치는 관광지 만족(0.433)과 관광 만족(0.394)에 직접적으로 영향을 미치는 동시에 관광 만족(0.214)에 간접적인 영향도 미치고 있다(가설 8, 9 채택). 그리고 관광지 만족은 전체 관광 경험 만족도(0.494)에 직접적인 영향을 미치는 것으로 나타났다(가설 10 채택). 비록 직접효과만의 영향력은 크지 않지만, 간접효과까지 포함하는 경우, 여행 동반자의 중요성과 동반자와의 상호작용 결과는 관광객들의 관광 경험과 만족도에 유의한 영향력을 미치는 것이 확인되었다.

〈표 8〉 SEM 모형에서 나타난 직접효과와 간접효과

종속변수 \ 독립변수	동반자 중요성	동반자와의 관광경험	관광가치	관광지 만족
동반자와의 관광경험	직접효과	0.422	0	0
	간접효과	0	0	0
관광 가치	직접효과	0	0.513	0
	간접효과	0.216	0	0
관광지 만족	직접효과	0	0	0.433
	간접효과	0.094	0.222	0
전체 관광 만족	직접효과	0	0	0.394
	간접효과	0.131	0.312	0



〈그림 2〉 연구 모형 분석 결과

V. 결론 및 시사점

관광지 현장에서의 관광객 경험 연구는 아직까지 관광학 연구 분야에서 많은 관심과 주목을 받지 못한 영역이다. 하지만, 관광객들이 관광지 현장에서 어떠한 대상과 어떻게 상호작용을 하는지, 그리고 이 상호작용 결과가 개인의 감정과 행위에 어떠한 변화를 야기하고 관광 경험의 질과 만족에 영향을 미치는지 이해하지 않고서는 관광산업의 장기적인 성장과 발전도, 관광객이 관광의 핵심 주체가 되는 관광학이라는 학문의 성숙도 이루기 힘들다. 이러한 문제의식 속에서 본 연구는 관광객의 경험에 있어 매우 중요한 역할과 상호작용을 하며 관광 경험의 질과 평가에까지 영향을 미치는 대상이지만 그동안 관광학 연구를 통해 드러나지 않았던 ‘동반자’의 영향에 대해 실증적으로 검증하고자 시도하였다.

분석 결과 본 연구에서는 부모님, 형제자매, 자녀 등을 동반한 가족과 함께 여행을 온 응답자가(22.9%) 가장 높게 나타났고, 친한 친구(21.9%), 연인(15.2%) 및 배우자(15.2%) 등의 순으로 동반자 유형이 나타났다. 동반자와 함께한 관광객들은 이번 여행의 동반자가 본인에게 매우 중요하다고(4.5점/5점) 생각하고 있었다. 이는 본 연구 응답자들의 동반자 유형이(가족, 배우자, 연인, 친한 친구 등) 대부분 친밀도가 매우 높은 의미 있는 동반자 유형이었기 때문이라고 판단된다. 여행에 함께한 ‘동반자의 중요성’은 동반자와의 관광 경험에 직접적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났고, 동시에 관광 경험을 통해 얻어지는 관광 가치와 전체 관광의 만족수준, 관광지 만족도에도 간접적 영향을 미치는 것으로 나타났다. ‘동반자와의 관광 경험’은 관광 가치에 직접적 영향을 미치는 것으로 나타났고, 또한 간접적으로 전체 관광 만족도와 관광지 만족에도 긍정적 영향을 미침을 알 수 있다. 관광 경험을 통해 얻게 되는 ‘관광 가치’는 관광지 만족에 직접적으로 전체 관광 만족에 직·간접적 영향을 미치는 것으로 분석되었고, 관광지의 만족도는 전체 관광 만족수준에 직접적인 긍정적 영향을 미치는 것으로 나타났다.

이러한 분석 결과를 통해 여행에 동반한 사람들은 관광객들에게 매우 의미 있고 중요한 존재로 인식되고 있음을 알 수 있었고, 이 동반자의 중요성은 동반자와의 관광 경험에 매우 유의한 영향을 미침이 검증되었다. 동반자와의 관광 경험을 통해 얻게 되는 상호작용 결과(동반자와 친밀감을 느꼈다, 동반자에게 신뢰감을 느꼈다, 동반자가 만족스러워하는 모습을 보면 나도 만족스럽다)는 직접적으로 관광 경험을 통해 얻게 되는 관광 가치(재충전, 다음 관광에 대한 기대감, 몰입)에 매우 유의한 영향을 미침이 검증되었다. 그리고 관광 가치는 관광지의 만족도와 전체

관광 만족도에, 관광지의 만족도는 전체 관광 만족도에 직접적이고 긍정적인 영향을 미쳤다. 비록 직접적인 효과로 나타나진 않았으나 여행 동반자를 얼마나 중요하게 생각하는지에 대한 인식 정도는 관광 가치, 전체 관광 경험 만족도, 관광지 만족도에도 긍정적인 간접 영향을 미치고 있었으며, 동반자와의 관광 경험 정도 역시 전반적인 관광 경험 만족도와 관광지 만족도에 간접적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 밝혀졌다.

연구 결과를 통해 관광학 연구의 새로운 연구 주제에 대한 가능성을 제시하였다는 학문적 시사점뿐만 아니라, 관광지 경영자들에게도 의미 있는 시사점을 제공할 수 있다. 동반 관광객들을 위한 프로그램, 이벤트, 관광 상품 및 서비스 등에 대한 관심과 개발은 이들의 관광 경험과 관광지 만족에 유의한 영향을 미칠 수 있음을 시사한다.

그러나 본 연구는 연구의 일반화 가능성을 높이기 위한 표본추출 방법과 크기에 한계성을 갖으며, 연구에서 사용한 동반자 중요도 및 전체 관광 만족도 변인이 단일척도로 측정되어 연구의 아쉬움이 남는다. 추후 연구에서는 이를 보완하고, 지속적으로 실제 관광지 현장에서 상호작용하는 다양한 요소들(인공 환경, 자연 환경, 지역 주민, 관광 공급자, 또 다른 관광객 등)을 포함하여 동반자의 요소가 실제 관광 경험과 평가에 얼마나 중요하게 영향을 미치는지 검증해 보거나, 동반자 변수를 조절 변인으로 두어 모형을 설계하여 테스트함으로써 독립변인으로 둘 경우와 어떻게 차이가 나는지 확인해 보거나, 동반자 유형에 대한 표본을 다양하게 확보하여 중요하고 의미 있게 나타나는 동반자 유형뿐만 아니라 덜 중요하다고 인식될 수 있는 집단(혹은 동반자)과의 관광 경험(예: 단체 관광, 직장 동료 등)에 대한 차이를 비교해 본다면 연구의 가치를 좀 더 제고할 수 있을 것으로 유추한다.

참고문헌

- Bai, B., Jang, S., Cai, L. A., & O'Leary, J. T.(2001). Determinants of the Travel Mode Choice of Senior Travelers to the United States. *Journal of Hospitality & Leisure Marketing*, 8(3/4), 147-168.
- Basala, S. L., & Klenosky, D. B.(2001). Travel-Style Preferences for Visiting a Novel Destination: A Conjoint Investigation across the Novelty-Familiarity Continuum. *Journal of Travel Research*, 40(2), 172-182.
- Blackwell, R. D., Miniard, P. W., & Engel, J. F.(2006). *Consumer Behavior*. (10th ed.) Canada, South-Western: Thomson.

- Brey, E. T., Klenosky, D. B., Lehto, X., & Morrison, A. M.(2008). Standard Hospitality Elements at Resorts An Empirical Assessment. *Journal of Travel Research*, 47, 247-258.
- Clawson, M., & Knetsch, J. L.(1966). *Economics of outdoor recreation*. Baltimore. MD: John Hopkins University Press.
- Colton, C. W.(1988). Leisure, Recreation, Tourism: A Symbolic Interactionism View. *Annals of Tourism Research*, 14, 345-360.
- Cohen, E.(1979). A Phenomenology of Tourist Experiences. *Sociology*. 13(2), 179-201.
- Craig-Smith, S., & French, C.(1994). *Learning to Live with Tourism*. Melbourne: Pitman.
- Dann, G., & Cohen, E.(1991). Sociology and Tourism. *Annals of Tourism Research*, 18, 155-169.
- Garson, D. G.(2012) *Structural Equation Modeling, Statistical Associates*. Publishers : Amazon Kindle Books
- Guthrie, G., & Anderson, A.(2007). Tourists on Tourists: The Impact of Other People on Destination Experience. In J. Tribe & D. Airey (Eds.), *Developments in Tourism Research* (pp.143-154). UK, Oxford: Elsevier.
- Hair, J. F. J., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E.(2009). *Multivariate data analysis*(7th ed). Upper Saddle River, N. J.: Prentice Hall.
- Hanai, T., Oguchi, T., Ando, K., & Yamaguchi, K.(2008). Important Attributes of Lodgings to Gain Repeat Business: A Comparison between Individual Travels and Group Travels. *International Journal of Hospitality Management*, 27(2), 268-275
- Hayllar, B., & Griffin T.(2005). The Precinct Experience: A Phenomenological Approach. *Tourism Management*, 26(4), 517 - 528
- Jang, S. C., Bai, B., Hong, G. S., & O'Leary, J. T.(2004). Understanding Travel Expenditure Patterns: A Study of Japanese Pleasure Travelers to the United States by Income Level. *Tourism Management*, 25(3), 331-341.
- Jennings, G., & Weiler, B.(2006). Mediating Meaning: Perspectives in Brokering Quality Tourist Experiences. In G. Jennings & N. P. Nickerson (Eds.), *Quality Tourism Experiences*. (pp.57-78). UK: Elsevier Butterworth-Heinemann.
- Killion, G. L.(1992). *Understanding Tourism. Study Guide*. Rockhampton:

Central Queensland University.

- Long, S. J.(1983). *Confirmatory Factor Analysis*. Sage: London
- Mannell, R. C., & Iso-Ahola, S. E.(1987). Psychological Nature of Leisure and Tourism Experience. *Annals of Tourism Research*, 14, 314-331.
- Masberg, B. A., & Silverman, L. H.(1996). Visitor Experiences at Heritage Sites: A Phenomenological Approach. *Journal of Travel Research*, 34(4), 20-25.
- Nishimura, S., Waryszak, R., & King, B.(2007). The Use of Guidebooks by Japanese Overseas Tourists: A Quantitative Approach. *Journal of Travel Research*, 45, 275-284.
- Nunnally, J. C.(1978). *Psychometric Theory*. New York, NY: McGraw-Hill.
- Oliver, R. L.(1997). *Satisfaction. A Behavioral Perspective on the Consumer*. Singapore: McGraw-Hill.
- Ritchie, J. R. B., & Hudson, S.(2009). Understanding and Meeting the Challenges of Consumer/Tourist Experience Research. *International Journal of Tourism Research*, 11, 111-126.
- Ryan, C.(2000). Tourist Experiences, Phenomenographic Analysis, Post-positivism and Neural network software. *International Journal of Tourism Research*, 2(2), 119-131.
- Pearce, P.(1982). *The Social Psychology of Tourist Behavior*. Oxford: Pergamon.
- Quan, S., & Wang, N.(2004). Towards a Structural Model of the Tourist Experience: An Illustration from Food Experiences in Tourism. *Tourism Management*, 25(3), 297-305.
- Schuchat, M. G.(1983). Comforts of Group Tours. *Annals of Tourism Research*, 10(4), 465-477.
- Stringer, P. F., & Pearce, P. L.(1984). Toward a Symbiosis of Social Psychology and Tourism Studies. *Annals of Tourism Research*, 11, 5-17.
- Tierney, P. T., Dahl, R., & Chavez, D.(2001). Cultural Diversity in Use of Undeveloped Natural Areas by Los Angeles County Residents. *Tourism Management*, 22(3), 271-277.