

기억이론의 확장을 통한 크루즈 승객들의 자서전적 기억 유발기제 도출에 관한 연구 : 희소성 이론의 학제간 접근을 중심으로

Examining the cruise passengers' autobiographical memory triggers based on memory theory : Interdisciplinary approach on the theory of scarcity

황수지* · 현성협**

Hwang, Su-Ji · Hyun, Sung-Hyup

Abstract

The objectives of this study were: (1) to examine the triggers of cruise passengers' autobiographical memory, (2) to investigate the influence of autobiographical memory on nostalgia and future visit intention, and (3) test the moderating role of hiatus in the relationship between nostalgia and future visit intention. Based on a literature review, the five factors of cruise experience were derived: 'relaxation', 'learning', 'people', 'family relation', and 'fitness.' During the model development process, the nine hypotheses were established on the basis of theoretical relationships among constructs. To empirically test the proposed model, an online survey was carried out with tourists in the United States who have taken a cruise trip more than 6 months ago. According to the results of the survey, 366 copies were collected and utilized for structural equation modelling. Consequently, it was found that four factors of cruise experiences (relaxation, learning, family relation, and fitness) have a positive impact on autobiographical memory, while one cruise experience (people) has a negative impact. Moreover, it was revealed that autobiographical memory positively influences nostalgia and future visit intention. Nostalgia also has a positive impact on future visit intention. Furthermore, the moderating effect of hiatus was supported. These findings provide a deeper theoretical and managerial understanding of the cruise industry.

Key words : Autobiographical Memory, Cruise Experiences, Nostalgia, Future Visit Intention, Hiatus

※ 이 논문은 2017년 대한민국 교육부와 한국연구재단의 지원을 받아 수행된 연구임 (NRF-2017S1A5A2A01024220)

* 주 저 자, 황수지, 한양대학교 일반대학원 관광학과 석사 <hwangsuji@hanyang.ac.kr>

** 교신저자, 현성협, 한양대학교 관광학부 부교수 <sshyun@hanyang.ac.kr>

1. 서론

유엔세계관광기구(UNWTO)에서는 21세기 최고의 관광상품으로 크루즈관광을 선정하였으며, 크루즈 산업은 관광 및 레저 분야의 다양한 산업 가운데 가장 빠른 성장 추세를 보이고 있는 산업이다(Hyun & Kim, 2015). 크루즈관광은 운송 서비스를 제공하는 선박, 숙박 및 음식 서비스를 제공하는 호텔, 위락활동을 제공하는 리조트, 그리고 관광의 개념을 모두 포함하고 있어 일반적인 선박여행과는 다른 관광 형태이다(이경모, 2004). 따라서 이러한 독특한 특성을 지닌 크루즈에서의 경험은 다른 유형의 관광을 통해 얻을 수 있는 경험과는 명확히 차별화된 경험이라 할 수 있다. 또한, 이러한 관광경험은 서비스로 이루어져 있는 무형의 상품이기에 때문에 크루즈 관광객이 이에 대하여 기억을 해야만 의미가 있다(Clawson & Knetsch, 1966). 관광객의 기억에 저장된 과거의 관광경험은 향후 관광객의 의사결정 과정에 영향을 미친다(이현애·정남호·구철모, 2016). 이에 따라 크루즈 관광객의 의사결정 과정에 영향을 미치는 선행요인을 파악하는 것은 효율적으로 크루즈를 운영하는 데 필요한 가이드라인을 마련하는 데 필수적이라 할 수 있다(김주현·한희섭, 2016).

크루즈관광의 특성상 크루즈 관광객들은 보통 짧은 기간 내에 재탐승을 하지 않는다. Hur & Adler(2013)에 의하면, 관광객들이 크루즈관광을 다시 하기까지에는 평균적으로 1년에서 3년 사이의 시간이 존재한다고 하였다. 이를 바탕으로 크루즈 관광객들은 1년 이상 지난 오래된 기억에 근거하여 크루즈관광에 대한 의사결정을 하는 것을 알 수 있다(Hyun & Han, 2015). 이러한 측면에서 과거에 크루즈관광을 경험했던 탑승객의 장기기억은 다음 크루즈관광으로 이어질 의사결정에 결정적인 영향력을 행사한다. 하지만 이러한 중요성에도 불구하고 크루즈

분야에서 탑승객들의 장기기억에 대하여 고찰한 연구는 전무한 실정이라고 할 수 있다. 그동안 진행되어 온 대부분의 선행연구들은 크루즈 탑승객들의 감정(emotion), 만족(satisfaction), 서비스 품질(service quality) 등과 같이 단기적인 개념에 초점을 맞추어 왔기 때문에(Petrick, 2004; Petrick, Tonner, & Quinn, 2006; Chua et al., 2015) 장기기억의 일종인 자서전적 기억과 같은 장기적인 개념에 대하여 고찰할 필요가 있다.

크루즈관광을 했던 과거의 경험에 대한 장기기억이 재탐승에 대한 의사결정 과정에 중요한 영향을 미친다는 측면에서 사회심리학적 개념인 노스텔지아는 크루즈 관광객의 의사결정 과정을 이해하는 데 있어 필수적인 요소라 할 수 있다. 노스텔지아는 과거의 경험에 대한 장기기억을 자극해 향수(鄉愁)를 느끼게 하여 행동을 결정하게 만드는 자극제(stimuli)이다(Reisenwitz, Iyer, & Cutler, 2004). 지난 경험에 대하여 노스텔지아가 발생할 때, 따뜻함이나 기쁨과 같은 긍정적인 감정이 수반된다(Holbrook & Schindler, 1991, 1994). 이러한 긍정적인 감정은 결과적으로 크루즈관광을 다시 하고자 하는 행동의도를 유발한다(Kim & Moon, 2009). 또한, 노스텔지아는 재탐승까지의 시간차가 크면 클수록 그 영향력이 더욱 커진다(Hwang & Hyun, 2013). 이에 따라 크루즈 탑승객의 노스텔지아를 경험적으로 측정하여 그 효과를 증명해낸다면 이는 크루즈 분야 소비자행동학의 이론적 발전에 큰 기여를 할 것이다.

따라서 본 연구의 목적은 크루즈 승객의 자서전적 기억을 유발시키는 크루즈 경험의 요인을 탐색하고, 크루즈 승객의 자서전적 기억이 노스텔지아 및 미래방문의도에 미치는 영향을 파악하는 데 있다. 또한, 노스텔지아와 미래방문의도 간의 관계에서 재탐승까지의 시간차가

조절효과를 나타내는지 확인하고자 하였다. 이에 따른 결과를 통해 크루즈 산업에 실무적으로 시사하는 바가 클 것으로 기대된다.

II. 이론적 배경

1. 자서전적 기억

자서전적 기억(*autobiographical memory*)이란 장기기억의 일종으로, 과거의 경험적 사건에 대한 기억이다(Braun, 1999). 자서전적 기억은 개인의 지식이나 학습 능력과는 관계없이 개인이 경험했던 것에 개인의 감정과 생각이 반영되어 기억으로 저장된 것이다(Raaijmakers & Shiffrin, 1992). 자서전적 기억은 개인의 과거 기억을 형성하는 지지체계일 뿐만 아니라 현재와 미래의 행동에도 영향을 미치는 중요한 요소이기 때문에 인지심리학(*cognitive psychology*) 분야에서 주요한 관심의 대상이 되어왔다(Nelson, 1993; Hyman, 2000).

Atkinson & Shiffrin(1968)은 인간의 기억이 단기기억과 장기기억으로 나뉘어져 있다는 기억이론(*memory theory*)을 제안했다. 인간의 기억 저장고는 단기기억 저장고와 장기기억 저장고로 이원화된 체계 구조(*system structure*)를 따르고 있으며, 단기기억과 장기기억은 그 형성과정과 특성이 다르다고 주장하였다. 단기기억은 처리용량의 한계로 인하여 일정 시점에서 일정량만의 정보를 처리할 수 있는 특성을 지닌 기억이며, 반면에 단기기억에서 장기기억으로 저장된 정보는 거의 영구적으로 저장되고 장기기억에 저장된 정보는 향후 관련된 의사결정을 내릴 때 인출되어 사용된다(이단비 · 오인균, 2011).

관광은 물리적인 형태가 존재하지 않는 경험재이다. 이러한 특성으로 인해 관광객이 경험했

던 것에 대하여 기억을 해야만 그 관광경험은 가치가 있다고 할 수 있다(Clawson & Knetsch, 1966). 관광객의 기억에 저장되지 못한 관광경험은 의미가 있다고 할 수 없으며, 관광객이 기억하는 과거의 관광경험은 향후 관광객이 태도 및 재방문의도를 형성하는 데에 유의한 영향을 미치기 때문에(Lehto, O'Leary, & Morrison, 2004; Qu, Kim, & Im, 2011) 관광객의 기억은 이론적으로도, 실무적으로도 매우 중요하다고 할 수 있다.

이에 많은 연구자들은 오랜 기간 동안 관광객의 기억 형성에 영향을 미치는 요인을 파악하고자 연구를 진행하였다. Oh, Fiore, & Jeoung(2007)은 Pine & Gilmore(1998)가 제시한 체험경제 이론을 바탕으로 B&B를 이용한 관광객들의 기억에 가장 많은 영향을 미치는 경험요인을 증명해냈다. Kim(2010)은 관광객의 자서전적 기억을 형성하는 데에 영향을 미치는 관광경험의 요인에 대하여 연구를 수행하였다. 선행 연구를 바탕으로 관광경험 요인을 7가지로 구성한 연구모형을 제시하였고, 조사 및 분석을 통해 관여의 정도와 지역의 문화를 체험하는 것, 그리고 새로움을 느끼는 것이 관광객의 자서전적 기억 유발에 유의한 영향을 미치는 것을 밝혀냈다.

2. 크루즈 경험

크루즈 경험(*cruise experiences*)은 관광레저학의 경험적인 측면에서 접근해볼 때, 크루즈 승객이 크루즈관광을 하는 동안 얻은 본질적인 혜택 또는 심리적인 결과라 정의할 수 있다(Huang & Hsu, 2010). 크루즈관광은 관광객에게 혜택을 전달하는 수단인 것이다(Manfredo, Driver, & Tarrant, 1996).

크루즈관광은 운송보다는 순수관광 목적의 선박여행으로, 숙박, 음식, 위락 등 관광객을 위

한 시설을 갖추고 수준 높은 관광상품을 제공하면서 수려한 관광지를 안전하게 순항하는 여행이다(한국관광공사, 1987). 승객들은 크루즈관광을 하는 동안 선상에서 최고급 호텔 수준의 숙박을 즐길 수 있고, 시간의 제약 없이 위락을 즐길 수 있으며, 아울러 기항지에서의 육상관광을 즐길 수 있다(김창수, 2002). 또한 크루즈관광은 승객들에게 독특하고 고급스러운 분위기를 제공함과 동시에 테마파크, 카지노 및 시티투어 등의 기능을 제공함으로써 승객들이 다양한 서비스를 한꺼번에 경험할 수 있도록 한다(Moscardo, 1996). 크루즈관광만의 이러한 복합적인 특성은 크루즈에 탑승한 승객들에게 다른 유형의 관광을 통해 얻는 경험과는 색다른 경험을 제공한다(Hyun & Kim, 2015).

마케팅 분야에서는 브랜드와 상품, 그리고 관광 목적지 및 서비스에 대한 소비자의 경험이 이론적으로도, 실무적으로도 경제적인 가치를 지니고 있다는 것에 주목하고 있다(Volo, 2010; 백림정 · 한진수, 2015; 문혜영 · 문혜선, 2016; 박혜미 · 최정규 · 주승우, 2016). 관광경험은 관광객의 삶에 각별한 의미를 부여하는 결정적인 요인이며(Boswijk, Peelen, & Thijssen, 2007), 이로 인해 관광산업에서 경험의 중요성은 더욱 강조되고 있다.

Huang & Hsu(2010)는 크루즈관광 중 탑승객 간의 상호작용과 만족 사이의 관계에서 크루즈 경험의 매개효과를 파악하는 실증적인 연구를 통해 크루즈 경험의 주요 요인을 휴식, 배움, 새로운 사람을 만나는 것, 가족관계, 건강의 다섯 가지로 증명해냈다. 첫째, '휴식'은 크루즈관광을 하고자 하는 주요한 목적으로서(Qu & Ping, 1999), 신체적 · 정신적으로 피로를 감소시켜 다시 생기를 되찾는 활동이라 할 수 있다(Crompton, 1979). 둘째, '배움'은 선상에서의 다양한 강습 활동에 참여하거나 기항지의 이국

적인 풍경 및 문화를 접하며 새로운 것을 배우는 경험이다(Hosany & Witham, 2010). 셋째, '새로운 사람을 만나는 것'은 크루즈에 탑승한 다른 승객들과의 상호작용과 관련된 경험을 일컫는다(Shim et al., 2017). 넷째, '가족관계'는 크루즈관광을 함께 하는 가족, 연인, 친구 등의 동승자와의 관계 향상을 위한 유대감 형성에 대한 경험이다(Crompton, 1979). 다섯째, '건강'은 크루즈 내에 위치하고 있는 피트니스 센터, 수영장 등의 운동시설을 이용하거나 선상에서의 조깅, 요가 강습 등의 신체적인 활동에 참여함으로써 건강한 상태를 유지하는 것이다(Qu & Ping, 1999).

3. 노스텔지아

노스텔지아(nostalgia)는 사회심리학적인 개념으로서, 과거에 경험했던 대상에 대해 그리움을 느끼는 현상이라 할 수 있다(Holbrook, 1993; Reisenwitz et al., 2004). 인간은 끊임없이 행복했던 과거로 돌아가고 싶어하고 그 당시를 갈망하는 경향이 있다(Davis, 1979). 다수의 연구자들은 이 개념을 소비자행동학으로 가져와 이러한 개인의 긍정적인 정서는 소비자들의 의사결정 과정에 중요한 역할을 하며, 재구매/재방문의도에 영향을 미치는 선행변수임을 증명했다(Holbrook, 1993; Sierra & McQuitty, 2007).

노스텔지아는 최근의 기억보다 더 오래된 기억을 떠올릴 때 발생하는 경향이 있다(Sedikides, Wildschut, & Baden, 2004). 노스텔지아는 과거에 경험했던 기억에 의해 자극되어 발생하는 개인의 감정인데(Hirsch, 1992), 이 과정에서 시간은 부정적인 기억을 걸러내는 역할을 한다(Taylor & Konrad, 1980; Stern, 1992). 즉, 더 오래된 기억일수록 더 긍정적으로 기억되는 경향이 있다는 것이다. 이러한 맥락에서 Davis(1979)는 노스텔지아가 과거의 경

험을 실제보다 더 나은 방향으로 재창조한다는 기능을 한다고 하였다.

노스텔지아의 유발은 회소성 이론을 통해서도 설명할 수 있다(Cialdini, 2001). 회소성 이론에 따르면, 소비자들은 회소한 물건이나 경험에 대해 더 높은 평가를 하여 더 높은 가격을 지불하는 경향이 있다고 하였다. 인간은 다시 과거로 돌아가 같은 경험을 동일하게 할 수 없기 때문에 시간이 지나면 지날수록 기억하고 있는 과거의 경험에 대하여 회소성을 느끼게 되어 노스텔지아가 발생하게 된다는 것이다.

또한, Wildschut et al.(2006)과 Sedikides et al.(2008)은 이러한 심리적인 과정을 주인공 이론을 적용하여 뒷받침하였다. 개인은 과거의 경험에 대하여 회상할 때 자기 자신을 주인공으로 설정하여 과거를 이상적으로 재구성함으로써 개인의 정체성을 강화시키려는 경향이 있다고 한다. 이에 따라 노스텔지아는 부정적인 감정보다는 긍정적인 감정과 더 연관이 되어 있는 것이다. 노스텔지아는 긍정적인 감정에 초점을 맞추어 과거의 일로부터 따뜻하고 긍정적인 기억을 회상하게 하기 때문에(Havlena & Holak, 1991) 이는 크루즈 관광객들에게 직접적인 소비, 즉 재방문으로 유도하기에 효과적으로 사용할 수 있는 마케팅 전략이라 할 수 있다.

4. 미래방문의도

행동의도(behavioral intention)는 관광자의 미래 행동을 예측할 수 있는 중요한 선행요인으로서(Ajzen, 1991), 기업의 성과에 직접적인 영향을 미친다(Zeithaml, Berry, & Parasuraman, 1996; 황진수 · 이광호 · 현성협, 2014; 정희경 · 한희섭, 2017). 미래방문의도(future visit intention)는 관광객의 행동의도를 재방문의 측면에서 더 구체적으로 나타낸 개념으로, 고객의 충성도를 나타내는 지표라고 할 수 있다(Chen

& Chen, 2010). 충성도는 대상에 대한 개인의 태도와 행동으로 측정할 수 있는데, 행동은 연구대상의 향후 행동을 추적해야 하기 때문에 실제적으로 측정하기가 어렵다. 이러한 이유로 많은 연구자들은 행동보다는 행동의도에 대하여 조사를 해오고 있다(Chen & Tsai, 2007). 크루즈관광에 대한 미래방문의도는 향후 2년 안에 크루즈관광을 다시 하고자 하는 의도, 크루즈관광의 가격이 상승하더라도 크루즈관광을 다시 하고자 하는 의도, 크루즈관광을 계획할 때 동일한 크루즈 선사를 첫 번째로 선택하고자 하는 의도로 측정할 수 있다(Leong et al., 2015).

III. 연구방법

1. 연구모형 및 가설설정

본 연구는 이론적 고찰을 바탕으로 크루즈에서의 경험이 크루즈 승객들의 자서전적 기억, 노스텔지아, 미래방문의도에 미치는 영향을 살펴보고, 노스텔지아와 미래방문의도 간의 관계에서 재탐승까지의 시간차의 조절효과를 확인하기 위하여 Figure 1과 같은 연구모형을 제시하였다.

Kang et al.(2016)은 Pine & Gilmore(1998)가 제시한 체험경제 이론을 럭셔리 크루즈 분야에 적용하여 크루즈에서의 위락적 체험, 교육적 체험, 일탈적 체험, 심미적 체험이 크루즈관광을 회상하는 데에 미치는 영향에 대하여 파악하였다. 정창윤 · 김인신 · 김이태(2016) 역시 Pine & Gilmore(1998)의 체험경제 이론을 바탕으로 크루즈관광에 대한 기억의 선명도를 고양시킬 수 있는 체험경제의 요소가 무엇인지 규명하고자 하였다.

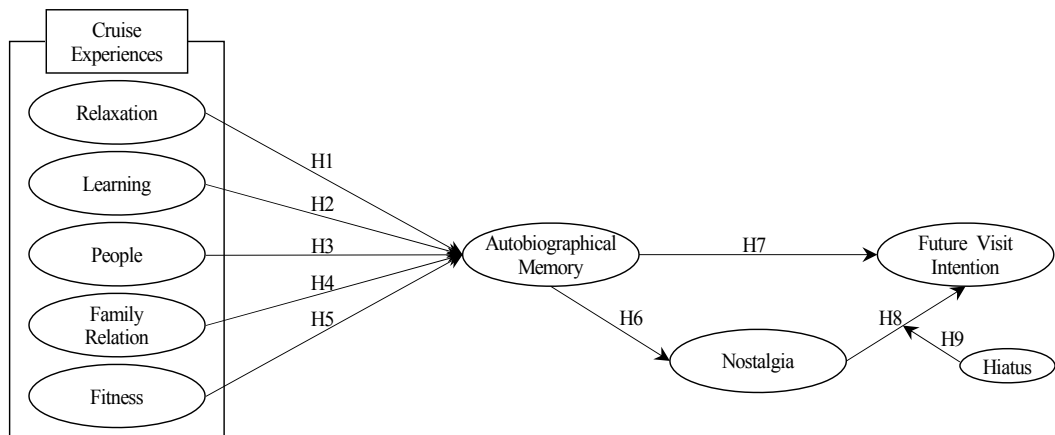


Figure 1. Proposed Model

이와 같이 관광객의 기억 형성에 영향을 미치는 선행요인을 파악한 선행연구(Pine & Gilmore, 1998; Oh et al., 2007; Kim, 2010; Kim, 2014; Kang et al., 2016; 정창윤·김인신·김이태, 2016)를 토대로 크루즈에서의 경험은 크루즈 승객들의 자서전적 기억에 영향을 미칠 것이라 추론할 수 있다. 이에 따라 휴식, 배움, 새로운 사람을 만나는 것, 가족관계, 건강의 5가지 크루즈 경험은 크루즈 승객들의 자서전적 기억에 유의한 영향을 미칠 것으로 판단하여 다음과 같은 가설을 설정하였다.

과거의 경험에 대한 기억은 노스텔지아를 발생하게 하여 행동을 결정하게 만든다(Reisenwitz et al., 2004). 또한, 과거에 대한 기억은 직접적으로 향후 행동에 영향을 미치기도 한다(Nelson, 1993; Hyman, 2000). 기억과 노스텔지아, 행동의도 간의 관계는 다수의 연구를 통해 입증되어 왔다(Holbrook, 1993; Lehto et al., 2004; Sierra & McQuitty, 2007; Kim, 2010; Kang et al., 2016; 이현애·정남호·구철모, 2016). 따라서 본 연구에서는 자서전적 기억, 노스텔지아, 미래방문의도 간의 영향관계에 대하여 다음과 같이 가설을 설정하였다.

연구가설 1(H1) : 휴식은 자서전적 기억에 유의한 영향을 미칠 것이다.

연구가설 2(H2) : 배움은 자서전적 기억에 유의한 영향을 미칠 것이다.

연구가설 3(H3) : 새로운 사람을 만나는 것은 자서전적 기억에 유의한 영향을 미칠 것이다.

연구가설 4(H4) : 가족관계는 자서전적 기억에 유의한 영향을 미칠 것이다.

연구가설 5(H5) : 건강은 자서전적 기억에 유의한 영향을 미칠 것이다.

연구가설 6(H6) : 자서전적 기억은 노스텔지아에 유의한 영향을 미칠 것이다.

연구가설 7(H7) : 자서전적 기억은 미래방문의도에 유의한 영향을 미칠 것이다.

연구가설 8(H8) : 노스텔지아는 미래방문의도에 유의한 영향을 미칠 것이다.

소비자들은 희소한 상품/경험 등에 대하여 더 높은 가치를 두는 경향이 있다는 희소성 이론에 따라 인간은 시간이 흐르면 흐를수록 기억에 저장되어 있는 과거의 경험에 대하여 희소성을 느끼게 되어 노스텔지아가 발생한다는 연구결과가 존재한다(Cialdini, 2001). 또한, 시간의 흐름은 과거의 경험을 실제보다 더욱 긍정적으로 기억하게 만든다(Taylor & Konrad, 1980; Stern, 1992). 이를 바탕으로 재탐승까지의 시간차가 길면 길수록 미래방문의도에 영향을 미치는 크루즈 승객들의 노스텔지아의 효과가 커질 것이라는 주장 역시 이를 입증한 선행연구가 있다(Hwang & Hyun, 2013). 따라서 본 연구에서는 노스텔지아와 미래방문의도 간의 관계에서 재탐승까지의 시간차가 조절효과를 보일 것이라 판단하여 다음과 같은 가설을 설정하였다.

연구가설 9(H9) : 재탐승까지의 시간차는 노스텔지아와 미래방문의도 간 관계에서 조절효과를 나타낼 것이다.

2. 측정항목의 구성

본 연구의 각 구성개념과 측정항목들은 신뢰도와 타당도가 검증된 선행연구를 바탕으로 구성되었다. 크루즈 경험은 휴식(4항목), 배움(4항목), 새로운 사람을 만나는 것(3항목), 가족관계(3항목), 건강(3항목)의 5가지 요인으로 구성되었으며, 각 요인을 측정하는 항목들은 Huang & Hsu(2010)의 측정도구를 활용하였다. 자서전적 기억을 측정하는 6항목은 Haryanto, Moutinho, & Coelho(2016)의 연구에서 이용된 측정문항을 인용하였고, 노스텔지아를 측정하는 4항목은 Sierra & McQuitty(2007)의 연구에서, 미래방문의도를 측정하는 3항목은 Leong et al.(2015)의 연구에서 사용된 항목을 적용하였다. 모든 측정

항목은 리커트 5점 척도(1=전혀 그렇지 않다~5=매우 그렇다)를 사용하여 측정하였다.

3. 자료수집 및 분석방법

본 연구에서는 설문조사법을 적용하여 조사를 진행하였으며, 설문조사는 크루즈관광을 해본 지 6개월 이상이 지난 북미지역의 관광자를 대상으로 하였다. 이를 위해 2017년 8월 24일부터 2017년 10월 3일까지 온라인 조사를 진행하였고, 응답자들에게 먼저 “크루즈관광을 해본 지 6개월 이상이 되었습니까?”라는 질문을 한 후, 이 사전질문에 “예”라고 대답을 한 응답자들만 다음 설문으로 진행할 수 있도록 하였다. 그 결과, 407명의 응답자가 크루즈 여행을 해본 지 6개월 이상이 되었다고 답하였으며, 그 중 불성실한 응답을 제외한 366명의 응답을 실증분석의 유효 표본으로 사용하였다. 본 연구에서 수집된 자료는 통계분석 패키지인 SPSS 21.0과 AMOS 21.0을 이용하여 분석하였다. 분석방법으로는 표본의 특성을 파악하기 위해 빈도분석(frequency analysis)을 수행하였고, 측정도구의 신뢰도와 타당도를 확인하기 위하여 Cronbach's α 계수를 구하고, 확인적 요인분석(CFA; confirmatory factor analysis)을 실시하였다. 또한 구조방정식모형 분석(SEM; structural equation modelling)을 수행하여 연구모형의 적합도와 연구가설을 검증하였다. 마지막으로 조절효과를 확인하기 위해 다중집단분석을 실시하였다.

IV. 분석결과

1. 표본의 특성

본 연구의 분석에 이용된 응답자 366명의 인구통계학적 특성을 살펴보면(<Table 1> 참조),

성별의 경우 남성(52.5%)의 비율이 여성(47.5%)보다 높고, 연령대는 30대(41.5%)가 상대적으로 많았다. 소득은 \$25,000~\$39,999(16.9%)와 \$40,000~\$54,999(16.9%)의 비율이 제일 높았으며, 인종은 백인(71.9%)의 경우가 제일 많았다. 교육 수준은 2년제 또는 4년제 대학을 졸업한 경우(63.4%)가 상당수를 차지하고 있었으며, 결혼 여부는 기혼(51.4%)의 비율이 가장 높았다. 직업은 회사원(68.0%)의 비율이 제일 높았으며, 1년 동안의 평균 여행횟수는 2~4회(58.7%)가 제일 많았다.

2. 측정척도의 신뢰도 및 타당도 검증

본 연구에서는 각 구성개념의 단일성(uni-dimensionality)을 확인하고자 확인적 요인 분석을 실시하였다. 분석 결과, 설명력을 뜻하는 SMC 값을 확인하여 설명력이 낮다고 나타난 항목을 제외하였다.

배움을 측정한 항목 중 'The cruise experience has made me more knowledgeable.'과 자서전적 기억의 측정항목 중 'The cruise company's logo is unique.'와 'The cruise company is a well-known brand.'를 제외한 항목을 최종적으로 사용하였다.

확인적 요인분석 모형의 적합도 지수를 살펴본 결과, $\chi^2=820.137(df=296, p<.001)$, $\chi^2/df=2.771$, RMR=.049, RMSEA=.070, CFI=.924, IFI=.925, TLI=.910으로 모든 적합도 지수가 통계적 권장기준을 만족하여 확인적 요인분석 모형의 적합도는 유의한 것으로 판단되었다(Byrne, 2001).

다음으로 각 요인의 내적 일관성(internal consistency)을 나타내는 신뢰도를 확인하기 위해 Cronbach's α 계수를 구하였다(<Table 2> 참조).

<Table 1> Profile of the sample (N=366)

Variables		n	%	Variables		n	%
Gender	Male	192	52.5	Education level	High school graduate	87	23.8
	Female	174	47.5		College or university graduate	232	63.4
Age	20~29	83	22.7		Post-graduate	47	12.8
	30~39	152	41.5	Marital status	Single	147	40.2
	40~49	82	22.4		Married	188	51.4
	50~59	35	9.6		Widowed	5	1.4
	Over 60	14	3.8		Divorced	26	7.1
Income	Under \$25,000	28	7.7	Occupation	Company employee	249	68.0
	\$25,000~\$39,999	62	16.9		Business owner	24	6.6
	\$40,000~\$54,999	62	16.9		Sales/service	45	12.3
	\$55,000~\$69,999	60	16.4		Student	6	1.6
	\$70,000~\$84,999	55	15.0		Homemaker	12	3.3
	\$85,000~\$99,999	33	9.0		Not currently employed	10	2.7
	\$100,000~\$149,999	58	15.8		Retired	8	2.2
	Over \$150,000	8	2.2		Other	12	3.3
Ethnic group	Caucasian	263	71.9	Travel frequency	Once a year	92	25.1
	Hispanic/Latino	20	5.5		2 to 4 times	215	58.7
	Black/African-American	33	9.0		5 to 7 times	41	11.2
	Asian American	39	10.7		8 to 10 times	15	4.1
	Other	11	2.9		11 or more times	3	0.8

<Table 2> Results of confirmatory factor analysis

Construct and scale item	Standardized loading	C.R.	p	Cronbach's α
Relaxation				
During the cruise, I had a worry-free vacation.	.803	17.183	.000	.875
During the cruise, I felt I was well looked after.	.791	16.830	.000	
During the cruise, I gave my mind a rest.	.783	16.603	.000	
The cruise trip was total relaxation.	.822	-	-	
Learning				
The cruise trip was a very interesting experience.	.814	12.765	.000	.759
Through the cruise trip, I discovered something new.	.685	11.181	.000	
I enjoyed the scenery on the cruise.	.649	-	-	
People				
During the cruise, I met new people on the cruise ship.	.866	15.392	.000	.861
During the cruise, I talked to new and varied people.	.919	15.658	.000	
During the cruise, I met people with similar interests.	.710	-	-	
Family Relation				
The cruise trip brought my family/partner and me closer together.	.912	17.626	.000	.895
The cruise trip enhanced my relationship with my family/partner.	.940	17.931	.000	
During the cruise, I got to spend some quality time with my family/partner.	.734	-	-	
Fitness				
During the cruise, I got a healthy amount of exercise.	.914	21.866	.000	.923
During the cruise, I kept physically fit.	.960	22.828	.000	
During the cruise, I felt good after being physically active.	.815	-	-	
Autobiographical memory				
I was impressed with the cruise trip.	.802	15.089	.000	.841
I strongly remember the cruise trip.	.752	14.104	.000	
The cruise trip was unforgettable memory to me.	.738	13.825	.000	
My family/friends were impressed with the cruise trip.	.733	-	-	
Nostalgia				
When I am reminded of the time period that I took the cruise trip, I long to revisit the era.	.858	19.907	.000	.902
Because I hold the time period that I took the cruise trip in high regard, I want to be part of that time period once again.	.898	21.265	.000	
I would like to relive the time period that I took the cruise trip because those times are much happier than other trips in my life.	.749	16.310	.000	
I wish I could return to the time period that I took the cruise trip.	.833	-	-	
Future visit intention				
I think I will take the cruise trip again within two years.	.740	14.370	.000	.835
I will take the cruise trip again even if the price goes up a little.	.835	16.112	.000	
The cruise company is my first choice when I plan a cruise travel in the future.	.806	-	-	

신뢰도 검정 결과, 휴식은 .875, 배움은 .759, 새로운 사람을 만나는 것은 .861, 가족관계는 .895, 건강은 .923, 자서전적 기억은 .841, 노스텔지아는 .902, 미래방문 의도는 .835로 모두 .7 이상의 값을 나타내어 신뢰도를 확보했다고 판단하였다.

신뢰도 검정의 다음 단계로 구성개념 타당성을 확보하였는지 검정하기 위해 집중타당성과 판

별타당성을 확인하였다. 먼저 집중타당성을 확인한 결과, 모든 측정항목의 요인부하량은 .649 ~ .960 사이의 값을 나타냈고, 통계적 유의성은 1.965($p < .001$) 이상으로 모두 유의한 수준이었다. 또한, 모든 요인의 평균분산추출값(AVE; average variance extracted)은 .582 ~ .793으로 기준치인 .5 이상의 값을 보였고, 구성개념 신뢰도(CR; composite reliability)는 .807 ~ .919로 기

준치인 .7 이상의 높은 값을 나타내어 집중타당성을 확보하였다고 할 수 있다.

우종필(2016)은 판별타당성을 확인하는 방법으로 3가지를 제시하였다. 일반적으로 사용하는 첫 번째 방법을 통해 판별타당성을 확인한 결과, <Table 3>에 나타낸 바와 같이 괄호 안에 표시된 상관계수의 제공값이 평균분산추출값보다 작은 것으로 나타나 판별타당성을 확보한 것으로 판단하였다. 그러나 배움과 자서전적 기억의 상관계수의 제공값은 .864로 자서전적 기억의 평균분산추출값인 .688보다 작은 값을 나타내어 이 방법을 보완할 수 있는 두 번째 방법을 사용하였다.

두 번째 방법은 두 구성개념 간의 상관관계를 나타내는 상관계수의 신뢰구간($\phi \pm 2 \times$ 표준오차)이 완전한 상관관계를 나타내는 1을 포함하는지에 대한 여부를 확인하는 것이다. 신뢰구간을 계산한 결과, .872~.988로 1을 포함하지 않고 있어 판별타당성을 확보하고 있다고 할 수 있다. 또한, 비제약모델과 두 구성개념 간의 공분산을 1로 고정시킨 제약모델 간의 χ^2 차이를 살펴보는 세 번째 방법도 실시해보았다. 배움과

자서전적 기억 사이에 제약을 가하지 않은 비제약모델의 χ^2 은 820.137, df는 296으로 나타났고, 두 구성개념 간의 공분산을 1로 고정시킨 제약모델의 χ^2 은 970.649, df는 297로 나타났다. 비제약모델과 제약모델의 χ^2 의 차이는 150.512로 df의 차이가 1일 때 $\Delta\chi^2$ 가 3.84보다 크면 유의하다는 기준을 만족시켜 이 역시 판별타당성을 확보하였다는 결과를 나타내었다.

3. 구조모형 및 가설검증

본 연구에서 제안된 모형의 적합도 및 구성개념 간의 인과관계는 구조방정식모형 분석을 이용하여 확인하였다. 구조방정식모형 분석 결과, 모형의 적합도는 $\chi^2=701.387(df=304, p<.001)$, $\chi^2/df=2.307$, RMR=.052, RMSEA=.060, CFI=.942, NFI=.903, IFI=.943, TLI=.934로 나타났다. 모든 적합도 지수는 Byrne(2001)가 제안한 통계적 기준을 만족하여 구조방정식모형은 적합하다고 판단하였다.

<Table 3> Correlation matrix

	AVE	C.R.	Relaxation	Learning	People	Family Relation	Fitness	Autobiographical memory	Nostalgia	Future visit intention
Relaxation	.718	.910	1.000							
Learning	.643	.842	.785 (.616)	1.000						
People	.728	.888	.411 (.168)	.533 (.284)	1.000					
Family Relation	.793	.919	.521 (.271)	.598 (.357)	.349 (.121)	1.000				
Fitness	.753	.901	.261 (.068)	.298 (.088)	.252 (.063)	.316 (.099)	1.000			
Autobiographical memory	.688	.898	.805 (.648)	.930 (.864)	.434 (.188)	.659 (.434)	.300 (.090)	1.000		
Nostalgia	.696	.901	.587 (.344)	.601 (.361)	.281 (.078)	.516 (.266)	.343 (.117)	.708 (.501)	1.000	
Future Visit Intention	.582	.807	.624 (.389)	.560 (.313)	.291 (.084)	.527 (.277)	.362 (.131)	.621 (.385)	.636 (.404)	1.000

* Notes: AVE=average variance extracted, C.R.=composite reliability. Numbers in parentheses are the squared correlations.

<Table 4> Standardized parameter estimates for the structural model

	Paths		Standardized estimate	S.E.	C.R.	p	Hypothesis	
H1	Relaxation	→	Autobiographical memory	.352	.064	4.773	.000***	Supported
H2	Learning	→	Autobiographical memory	.533	.150	5.347	.000***	Supported
H3	People	→	Autobiographical memory	-.095	.042	-2.172	.030*	Supported
H4	Family Relation	→	Autobiographical memory	.199	.049	4.243	.000***	Supported
H5	Fitness	→	Autobiographical memory	.074	.026	2.099	.036*	Supported
H6	Autobiographical memory	→	Nostalgia	.725	.069	12.701	.000***	Supported
H7	Autobiographical memory	→	Future visit intention	.485	.102	6.138	.000***	Supported
H8	Nostalgia	→	Future visit intention	.283	.080	3.736	.000***	Supported

*p < .05, ***p < .001

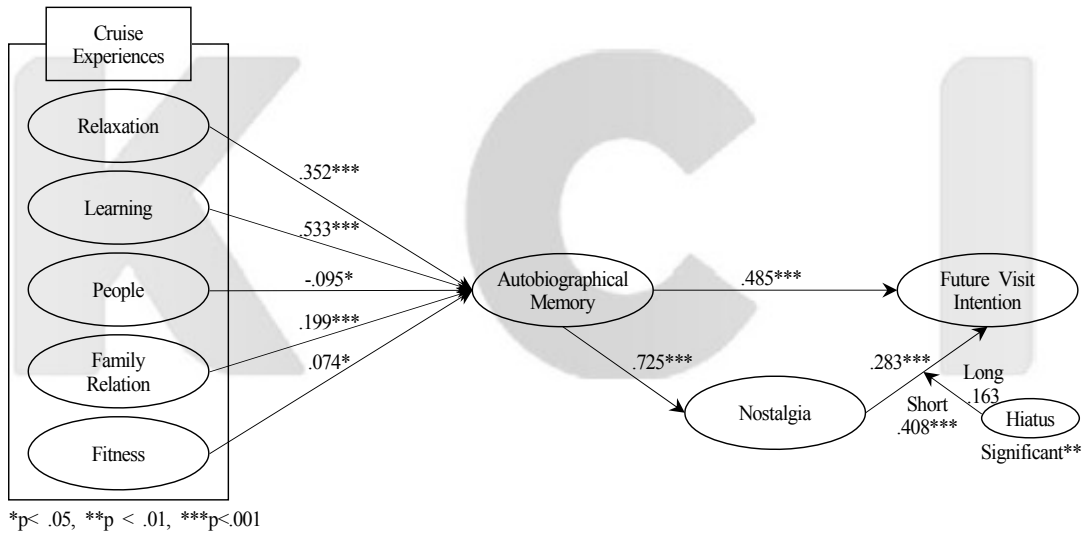


Figure 2. Results of the proposed model

구성개념 간의 인과관계를 나타내는 가설에 대한 검증 결과는 다음과 같다(<Table 4> 및 Figure 2 참조). 크루즈 경험 중 휴식, 배움, 가족관계, 건강과 자서전적 기억 간의 관계를 나타낸 가설 1, 2, 4, 5는 C.R.=4.773(p<.001), C.R.=5.347(p<.001), C.R.=4.243(p<.001), C.R.=2.099(p<.05)로 기준치인 1.965보다 높은 값을 나타내어 채택되었다. 경로계수는 .352, .533,

.199, .074로 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것을 알 수 있었다.

크루즈 경험 중 새로운 사람을 만나는 것과 자서전적 기억 간의 관계를 나타낸 가설 3은 C.R.= -2.172(p<.05)로 절대값이 기준치인 1.965보다 높은 값을 나타내어 채택되었다. 새로운 사람을 만나는 것과 자서전적 기억 간의 경로계수는 -.095로 유의한 부(-)의 영향을 미

치는 것을 알 수 있었다.

자서전적 기억과 노스텔지아 간의 관계를 나타낸 가설 6은 C.R.=12.701(p<.001)로 기준치인 1.965보다 높은 값을 나타내어 채택되었다. 자서전적 기억과 노스텔지아 간의 경로계수는 .725로 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것을 알 수 있었다.

자서전적 기억과 미래방문의도 간의 관계를 나타낸 가설 7은 C.R.=6.138(p<.001)로 기준치인 1.965보다 높은 값을 나타내어 채택되었다. 자서전적 기억과 미래방문의도 간의 경로계수는 .485로 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것을 알 수 있었다.

노스텔지아와 미래방문의도 간의 관계를 나타낸 가설 8은 C.R.=3.736(p<.001)으로 기준치인 1.965보다 높은 값을 나타내어 채택되었다. 노스텔지아와 미래방문의도 간의 경로계수는 .283으로 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것을 알 수 있었다.

4. 조절효과 검증

노스텔지아와 미래방문의도 간의 관계에서 재탐승까지의 시간차에 따른 조절효과가 있는지 검증하기 위해 다중집단분석을 실시하였다. 우선, 재탐승까지의 시간차의 중위수를 확인하고, 중위수인 12를 기준으로 재탐승까지의 시간차가 긴 집단(N=155)과 짧은 집단(N=182)으로 나누었다(Chandrashekar & Grewal, 2003; Hwang & Hyun, 2013). 이를 바탕으로 두 집단 간의 측정동질성과 형태동질성을 분석한 결과, 모든 적합도 지수가 유의한 것으로 나타나 집단 간의 구조적 영향관계를 검증할 수 있는 조건을 만족한 것으로 판단하였다.

재탐승까지의 시간차에 따른 다중집단분석을 실시한 결과, 비제약모형과 제약모형의 χ^2 차이가 22.058로 기준치인 3.84보다 큰 값을 나타내어 유의한 조절효과가 있음을 확인하였다. 재탐승까지의 시간차가 긴 집단의 경우, 노스텔지아가 미래방문의도에 미치는 영향이 유의하지 않았고, 짧은 집단의 경우, 노스텔지아는 미래방문의도에 유의한 정(+)의 영향을 미쳤다(p<.001). 따라서 재탐승까지의 시간차가 1년 이내인 경우 미래방문의도에 있어 노스텔지아가 긍정적으로 유의한 영향을 미친다는 것을 알 수 있다.

V. 결론

본 연구의 목적은 (1) 크루즈 승객의 자서전적 기억을 유발시키는 크루즈 경험의 요인을 탐색하고, (2) 크루즈 승객의 자서전적 기억이 노스텔지아 및 미래방문의도에 미치는 영향을 파악하는 데 있다. 또한, (3) 노스텔지아와 미래방문의도 간의 관계에서 재탐승까지의 시간차가 조절효과를 나타내는지 확인하고자 하였다. 선행연구를 바탕으로 크루즈 승객의 자서전적 기억을 유발시키는 크루즈 경험 요인을 (1) 휴식, (2) 배움, (3) 새로운 사람을 만나는 것, (4) 가족관계, (5) 건강으로 도출하였다. 이 5가지 선행요인과 자서전적 기억, 노스텔지아, 그리고 미래방문의도 간의 이론적 관계를 바탕으로 연구가설을 수립하였고, 재탐승까지의 시간차의 조절역할 역시 연구가설로 제시하였다.

<Table 5> The moderating effect of hiatus

Path	More than 12 (N=155)			Less than 12 (N=182)			$\Delta\chi^2$	p
	β	C.R.	p	β	C.R.	p		
Nostalgia → Future Visit Intention	.163	1.758	.079	.408	3.337	.000***	22.058	.005**

p < .01, *p < .001

본 연구에서 제안된 연구모형을 실증적으로 분석하기 위해 크루즈관광을 해본 지 6개월 이상이 지난 북미지역의 관광객을 대상으로 온라인 조사를 실시하여 수집된 407부의 자료 중 불성실한 응답을 제외한 366부를 바탕으로 구조방정식모형 분석을 사용하여 연구가설을 검증하였다. 분석결과는 다음과 같은 이론적·실무적 시사점을 제시한다.

본 연구의 실증분석 결과에 따르면, 크루즈 경험 요인 중 휴식은 크루즈 승객의 자서전적 기억 유발에 있어 결정적인 선행변수로 나타났다($\beta=.352$, $p<.001$). 이는 일상생활에서 신체적·정신적으로 누적되었던 피로감으로부터의 회복에 대한 경험이 크루즈 승객들의 주요한 목적이자 높은 우선순위를 차지하고 있다는 것을 시사한다. 이에 따라 크루즈 선사는 승객들에게 휴식을 위한 편안하고 아늑한 공간을 제공해야 하며, 긴장을 이완시킬 수 있는 음악과 조명 등 물리적인 환경의 관리가 필요하다고 할 수 있다.

크루즈 경험 중 배움은 크루즈 승객에게 자서전적 기억을 유발시키는 5가지의 요인 중에서 가장 크게 긍정적인 영향력을 나타냈다($\beta=.533$, $p<.001$). 즉, 크루즈관광 중에 새로운 것을 배울 수 있는 강좌에 참여하거나 타국의 독특한 풍습 등을 접하는 것이 가장 강력한 자서전적 기억 유발기제로서 크루즈 승객들의 기억에 오래도록 남는다는 것이다. 따라서 크루즈 선박 내에서 댄스 강습, 요리 시연, 와인/커피 테이스팅 등의 교육 프로그램을 보다 더 유익하게 구성하여야 한다. 또한, 항구에 정박하고 있는 동안은 기항지 특유의 독특한 문화를 접할 수 있는 연계 관광 프로그램을 제공하여 승객들의 욕구를 충족시킬 필요가 있다.

크루즈 경험 중 새로운 사람을 만나는 것은 크루즈 승객의 자서전적 기억을 유발시키는 데

있어 부정적인 영향관계를 보였다($\beta=-.095$, $p<.05$). 그에 반해, 크루즈 승객에게 자서전적 기억을 유발시키는 선행요인 중 가족관계는 긍정적인 영향관계를 나타냈다($\beta=.199$, $p<.001$). 이는 크루즈에 탑승한 승객들이 크루즈에서 처음 만난 다른 승객들과의 새로운 인간관계를 형성하는 것보다 여가 시간을 함께 보내고자 크루즈에 동승한 가족, 연인 또는 친구와의 시간을 더 중요하게 여긴다고 할 수 있다. 크루즈에서 승객들이 참여하는 프로그램을 구성할 때, 새로운 사람들과 이야기를 나누며 함께 하는 프로그램보다는 동승자와의 관계를 더욱 돈독히 할 수 있는 프로그램을 개발하여 탑승객들이 개별적인 시간을 보낼 수 있도록 하여야 한다.

크루즈 경험 중 건강 또한 크루즈 승객의 자서전적 기억 유발에 유의한 영향을 미쳤다($\beta=.074$, $p<.05$). 선상에서 운동시설을 이용하거나 스포츠 강습에 참여함으로써 활동적인 경험을 한 것이 승객들의 기억에 긍정적으로 저장되었다는 의미이다. 따라서 크루즈 선사는 선상에서 승객들이 이용할 수 있는 운동시설을 더 확충하고 건강관리를 할 수 있는 프로그램을 지원해야 한다.

가설검증 결과에 따르면 크루즈 경험의 5가지 요인은 모두 크루즈 승객의 자서전적 기억을 유발시키는 데에 유의한 영향을 미치며, 이 과정에서 형성된 자서전적 기억은 노스텔지아 및 미래방문의도에 결정적인 영향력을 행사한다($\beta=.725$, $p<.001$, $\beta=.485$, $p<.001$). 또한, 노스텔지아 역시 미래방문의도에 긍정적으로 유의한 영향을 미치며($\beta=.283$, $p<.001$), 이 두 구성개념 간의 관계에서 재탑승까지의 시간차는 조절효과를 나타냈다($\Delta\chi^2=22.058$, $p<.01$). 이에 따라 크루즈 승객들의 자서전적 기억과 그에 따른 노스텔지아를 자극할 수 있도록 크루즈관광을 한 지 6개월 이상 된 승객들을 대상으로 맞춤형

마케팅 전략을 시행하여야 한다. 승객들의 탑승 시기를 기록하여 마지막 탑승이 6개월 이상인 된 승객들에게 과거에 찍었던 사진 또는 유사하게 구성된 새로운 관광상품에 대한 내용을 전송하도록 한다. 이 내용을 전달받은 승객들은 그 당시를 떠올려 다시 그때로 돌아가고 싶은 감정이 유발되고, 이는 재방문으로 이어질 가능성이 높을 것이다.

선행연구에 따르면 재탑승까지의 시간차가 크면 클수록 노스텔지아의 효과가 더 커진다고 하였다(Davis, 1979; Taylor & Konrad, 1980; Hirsch, 1992; Stern, 1992; Cialdini, 2001; Sedikides et al., 2004; Hwang & Hyun, 2013). 본 연구에서는 재탑승까지의 시간차가 1년 미만인 경우에만 노스텔지아의 영향이 유의하였고, 1년을 초과한 경우에는 노스텔지아의 영향이 유의하지 않았다. 이는 노스텔지아의 효과가 아무리 길어도 최대 1년까지만 유효하다는 것을 의미한다. 크루즈에 탑승한 지 6개월 이상 1년 미만의 승객들에게 노스텔지아를 불러일으킬 수 있는 전략을 집중적으로 사용하여 그들을 재방문으로 이끌어야 한다.

위의 연구결과를 바탕으로 본 연구는 다음과 같은 이론적, 실무적인 시사점을 제시하였다. 첫째, 본 연구는 타 학문과의 융합을 근간으로 설계된 학제간 접근이라는 점에서 큰 의의를 갖는다. 인지심리학, 경제학, 사회심리학 분야가 융합되어 크루즈라는 관광레저학 분야의 이론을 확장한다는 측면에서 연구의 시도가 매우 새롭다고 할 수 있다. 둘째, 기억이론을 근간으로 하여 크루즈 탑승객들의 자서전적 기억을 측정하고 이에 미치는 영향요인을 밝힘으로써 기존의 관점과는 다른 기초자료와 근간모형을 만들어냈으며, 이를 바탕으로 새로운 연구 토대를 마련할 수 있을 것으로 판단된다. 셋째, 노스텔지아를 기존에는 심리학적인 시각에서 측정하였

으나 본 연구에서는 소비자인 크루즈 탑승객의 경험적인 측면에서 측정하고자 하였다는 점이 이례적이라 평가할 수 있다. 넷째, 크루즈에서의 경험 요인을 도출해낸 결과는 크루즈 선박의 물리적인 환경 관리 및 시설 구성, 크루즈에서의 체험 프로그램과 기항지에서의 연계 관광 프로그램을 개발하는 등 크루즈 선사가 새로운 관광상품을 만들어내는 데에 상당한 기여를 할 것으로 기대된다. 이를 바탕으로 크루즈관광 홍보 전략 수립 및 효율적인 고객관리가 가능할 것이다.

한편, 본 연구는 다음과 같은 한계점을 갖는다. 첫째, 본 연구에서는 북미지역의 관광자만을 대상으로 설문조사를 수행하였기 때문에 연구결과를 일반화하는 데에 지역적인 한계가 존재한다. 둘째, 연령대 또는 관여의 정도에 따라 과거의 경험에 대하여 기억할 수 있는 개인의 능력 차이를 반영하지 못하였다. 따라서 후속 연구에서는 위의 조건들을 고려하여 보다 정교하게 설정된 연구를 진행할 필요가 있다.

참고문헌

- 김주현 · 한희섭 (2016), 크루즈 승객들의 인지된 혼잡성, 고객만족, 태도, 재방문의도에 관한 연구, 전환비용의 조절효과를 중심으로, **관광연구**, 31(6), 171-190.
- 김창수 (2002), **관광교통론**, 서울, 대왕사.
- 문혜영 · 문혜선 (2016), 레스토랑 고객의 경험적 가치, 고객만족도 및 행동의도 간의 관계, 고객만족도의 매개효과 및 레스토랑 유형의 조절효과 중심으로, **호텔경영학연구**, 25(1), 41-60.
- 박혜미 · 최정규 · 주승우 (2016), 럭셔리 크루즈 산업에서 체험경제이론에 따른 고객세분화 및 특성에 관한 연구, **호텔경영학연구**, 25(6), 73-86.
- 백림정 · 한진수 (2015), 호텔 이용객의 고객경

- 험이 긍정적 감정, 고객감동, 재방문의도에 미치는 영향 연구, **호텔경영학연구**, 24(6), 19-39.
- 우종필 (2016), **우종필 교수의 구조방정식 모델 개념과 이해**, 서울, 한나래 아카데미.
- 이경모 (2004), **크루즈산업의 이해**, 서울, 대왕사.
- 이단비 · 오인균 (2011), 디자인경영 관점에서 본 휴대폰 제품디자인 요소에 대한 소비자 기억에 관한 연구, **한국디자인문화학회지**, 17(4), 361-373.
- 이현애 · 정남호 · 구철모 (2016), 소셜 미디어가 관광객의 자서전적 기억과 관광지 재방문 의도에 미치는 영향, **Information Systems Review**, 18(3), 51-71.
- 정창윤 · 김인신 · 김이태 (2016), 크루즈 관광 기억의 선명도를 극대화시키는 체험경제 요소 고찰과 충성도에 미치는 효과 분석, **관광레저연구**, 28(1), 173-191.
- 정희경 · 한희섭 (2017), 크루즈관광 동기요인이 재구매의도에 미치는 영향, VAB모델을 적용하여, **호텔경영학연구**, 26(3), 19-37.
- 한국관광공사 (1987), **해안관광유람선 타당성 분석**.
- 황진수 · 이광호 · 현성협 (2014), 컨벤션센터 브랜드 경험이 브랜드 애착과 구전의도 및 재방문의도에 미치는 영향, 고객 참여도의 조절 효과, **호텔경영학연구**, 23(4), 113-127.
- Ajzen, I. (1991), The theory of planned behavior, *Organizational behavior & human decision processes*, 50(2), 179-211.
- Atkinson, R. C., & Shiffrin, R. M. (1968), Human memory, A proposed system & its control processes, *Psychology of learning & motivation*, 2, 89-195.
- Boswijk, A., Thijssen, T., & Peelen, E. (2007), *The experience economy, A new perspective*, Pearson Education.
- Braun, K. A. (1999), Postexperience advertising effects on consumer memory, *Journal of Consumer Research*, 25(4), 319-334.
- Byrne, B. M. (2001), *Structural equation modeling with AMOS, Basic concepts, applications, & programming*, Hillsdale, NJ, Erlbaum.
- Chandrashekar, R., & Grewal, D. (2003), Assimilation of advertised reference prices, the moderating role of involvement, *Journal of Retailing*, 79(1), 53-62.
- Chen, C. F., & Chen, F. S. (2010), Experience quality, perceived value, satisfaction & behavioral intentions for heritage tourists, *Tourism management*, 31(1), 29-35.
- Chen, C. F., & Tsai, D. (2007), How destination image & evaluative factors affect behavioral intentions?, *Tourism management*, 28(4), 1115-1122.
- Chua, B. L., Lee, S., Goh, B., & Han, H. (2015), Impacts of cruise service quality & price on vacationers' cruise experience, Moderating role of price sensitivity, *International Journal of Hospitality Management*, 44, 131-145.
- Cialdini, R. B. (2001), *Influence, Science & practice*, 4th ed, Boston, Allyn & Bacon.
- Clawson, M., & Knetsch, J. L. (1966), *Economics of Outdoor Recreation*, Baltimore, Johns Hopkins University Press.
- Crompton, J. L. (1979), Motivations for pleasure vacation, *Annals of Tourism Research*, 6(4), 408-424.
- Davis, F. (1979), *Yearning for yesterday, A sociology of nostalgia*, New York, Free Press.
- Haryanto, J. O., Moutinho, L., & Coelho, A. (2016), Is brand loyalty really present in the children's market? A comparative study from Indonesia, Portugal, & Brazil, *Journal of Business Research*, 69(10), 4020-4032.
- Havlena, W. J., & Holak, S. L. (1991), "The Good Old Days", Observations On Nostalgia & Its Role In Consumer

- Behavior, *Advances in consumer research*, 18(1), 323-329.
- Hirsch, A. R. (1992), Nostalgia, a neuropsychiatric understanding, In, Sherry, J., Sternthal, B.(Eds.), *Advances in Consumer Research*, 19, Association for Consumer Research, Provo, UT, 390-395.
- Holbrook, M. B. (1993), Nostalgia & consumption preferences, Some emerging patterns of consumer tastes, *Journal of Consumer research*, 20(2), 245-256.
- Holbrook, M. B., & Schindler, R. M. (1991), Echoes of the dear departed past, Some work in progress on nostalgia, *ACR North American Advances*.
- Holbrook, M. B., & Schindler, R. M. (1994), Age, sex, & attitude toward the past as predictors of consumers' aesthetic tastes for cultural products, *Journal of Marketing research*, 412-422.
- Hosany, S., & Witham, M. (2010), Dimensions of cruisers' experiences, satisfaction, & intention to recommend, *Journal of Travel Research*, 49(3), 351-364.
- Huang, J., & Hsu, C. H. (2010), The impact of customer-to-customer interaction on cruise experience & vacation satisfaction, *Journal of Travel Research*, 49(1), 79-92.
- Hur, Y. K., & Adler, H. (2013), An exploratory study of the propensity for South Koreans to take cruises, Investigating Koreans' perceptions of cruise ship travel, *International Journal of Tourism Research*, 15(2), 171-183.
- Hwang, J., & Hyun, S. S. (2013), The impact of nostalgia triggers on emotional responses & revisit intentions in luxury restaurants, The moderating role of hiatus, *International Journal of Hospitality Management*, 33, 250-262.
- Hyman, I. (2000), Conversational remembering, In Neisser, U., & Hyman, I.(Eds.), *Memory observed, Remembering in natural contexts*(2nd ed., 457-471), New York, Worth Publishers.
- Hyun, S. S., & Han, H. (2015), Luxury cruise travelers, Other customer perceptions, *Journal of Travel Research*, 54(1), 107-121.
- Hyun, S. S., & Kim, M. G. (2015), Negative effects of perceived crowding on travelers' identification with cruise brand, *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 32(3), 241-259.
- Kang, J., Manthiou, A., Kim, I., & Hyun, S. S. (2016), Recollection of the sea cruise, The role of cruise photos & other passengers on the ship, *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 33(9), 1286-1308.
- Kim, J. H. (2010), Determining the factors affecting the memorable nature of travel experiences, *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 27(8), 780-796.
- Kim, J. H. (2014), The antecedents of memorable tourism experiences, The development of a scale to measure the destination attributes associated with memorable experiences, *Tourism management*, 44, 34-45.
- Kim, W. G., & Moon, Y. J. (2009), Customers' cognitive, emotional, & actionable response to the servicescape, A test of the moderating effect of the restaurant type, *International Journal of Hospitality Management*, 28(1), 144-156.
- Lehto, X. Y., O'Leary, J. T., & Morrison, A. M. (2004), The effect of prior experience on vacation behavior, *Annals of Tourism Research*, 31(4), 801-818.
- Leong, A. M. W., Yeh, S. S., Hsiao, Y. C., & Huan, T. C. T. (2015), Nostalgia as travel motivation & its impact on tourists' loyalty, *Journal of Business Research*, 68(1), 81-86.
- Manfredo, M. J., Driver, B. L., & Tarrant, M. A. (1996), Measuring leisure motivation, A meta-analysis of the recreation experience preference scales, *Journal of Leisure*

- Research*, 28(3), 188.
- Moscardo, G. (1996), Tourist perspectives on cruising, multidimensional scaling analyses of cruising & other holiday types, *Journal of Tourism Studies*, 7(2), 54.
- Nelson, K. (1993), The psychological & social origins of autobiographical memory, *Psychological science*, 4(1), 7-14.
- Oh, H., Fiore, A. M., & Jeoung, M. (2007), Measuring experience economy concepts, Tourism applications, *Journal of Travel Research*, 46(2), 119-132.
- Petrick, J. F. (2004), The roles of quality, value, & satisfaction in predicting cruise passengers' behavioral intentions, *Journal of Travel Research*, 42(4), 397-407.
- Petrick, J. F., Tonner, C., & Quinn, C. (2006), The utilization of critical incident technique to examine cruise passengers' repurchase intentions, *Journal of Travel Research*, 44(3), 273-280.
- Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (1998), Welcome to the experience economy, *Harvard Business Review*, 76, 97-105.
- Qu, H., Kim, L. H., & Im, H. H. (2011), A model of destination branding, Integrating the concepts of the branding & destination image, *Tourism management*, 32(3), 465-476.
- Qu, H., & Ping, E. W. Y. (1999), A service performance model of Hong Kong cruise travelers' motivation factors & satisfaction, *Tourism management*, 20(2), 237-244.
- Raaijmakers, J. G., & Shiffrin, R. M. (1992), Models for recall & recognition, *Annual review of psychology*, 43(1), 205-234.
- Reisenwitz, T. H., Iyer, R., & Cutler, B. (2004), Nostalgia Advertising & the Influence of Nostalgia Proneness, *Marketing Management Journal*, 14(2), 55-66.
- Sedikides, C., Wildschut, T., Arndt, J., & Routledge, C. (2008), Nostalgia, Past, present, & future, *Current Directions in Psychological Science*, 17(5), 304-307.
- Sedikides, C., Wildschut, T., & Baden, D. (2004), Nostalgia, conceptual issues & existential functions, *Handbook of experimental existential psychology*.
- Shim, C., Kang, S., Kim, I., & Hyun, S. S. (2017), Luxury-cruise travellers' brand community perception & its consequences, *Current Issues in Tourism*, 20(14), 1489-1509.
- Sierra, J. J., & McQuitty, S. (2007), Attitudes & emotions as determinants of nostalgia purchases, An application of social identity theory, *Journal of Marketing Theory & Practice*, 15(2), 99-112.
- Stern, B. B. (1992), Historical & personal nostalgia in advertising text, The fin de siècle effect, *Journal of Advertising*, 21(4), 11-22.
- Taylor, S. M., & Konrad, V. A. (1980), Scaling dispositions toward the past, *Environment & Behavior*, 12(3), 283-307.
- Volo, S. (2010), Bloggers' reported tourist experiences, Their utility as a tourism data source & their effect on prospective tourists, *Journal of Vacation Marketing*, 16(4), 297-311.
- Wildschut, T., Sedikides, C., Arndt, J., & Routledge, C. (2006), Nostalgia, Content, triggers, functions, *Journal of Personality & Social, In Social Psychology*.
- Zeithaml, V. A., Berry, L. L., & Parasuraman, A. (1996), The behavioral consequences of service quality, *The Journal of Marketing*, 31-46.

2018년 01월 22일 투고본 접수

2018년 02월 02일 1차 수정본 접수

2018년 02월 17일 최종 수정본 접수

2018년 02월 19일 최종 게재 확정

3인 익명심사 필

기억이론의 확장을 통한 크루즈 승객들의 자서전적 기억 유발기제 도출에 관한 연구 : 희소성 이론의 학제간 접근을 중심으로

Examining the cruise passengers' autobiographical memory triggers based on memory
theory : Interdisciplinary approach on the theory of scarcity

황수지* · 현성협**

Hwang, Su-Ji · Hyun, Sung-Hyup

국문초록

본 연구의 목적은 (1) 크루즈 승객의 자서전적 기억을 유발시키는 크루즈 경험의 요인을 탐색하고, (2) 크루즈 승객의 자서전적 기억이 노스텔지아 및 미래방문의도에 미치는 영향을 파악하는 데 있다. 또한, (3) 노스텔지아와 미래방문의도 간의 관계에서 재탐승까지의 시간차가 조절효과를 나타내는지 확인하고자 하였다. 선행연구를 바탕으로 크루즈 승객의 자서전적 기억에 영향을 미치는 크루즈 경험 요인을 '휴식', '배움', '새로운 사람을 만나는 것', '가족관계', '건강'으로 도출하였다. 이 5가지 선행 요인과 자서전적 기억, 노스텔지아, 그리고 미래방문의도 간의 이론적 관계를 바탕으로 연구가설을 수립하였다. 또한, 재탐승까지의 시간차의 조절역할 역시 연구가설로 제시하였다. 본 연구에서 제안된 연구모형을 실증적으로 분석하기 위해 크루즈관광을 해본 지 6개월 이상이 지난 북미지역의 관광객을 대상으로 온라인 조사를 실시하였다. 조사결과, 수집된 366부의 자료를 바탕으로 구조방정식모형 분석을 사용하여 연구가설을 검증하였다. 분석결과, (1) 크루즈 경험 중 휴식, 배움, 가족관계, 건강은 크루즈 승객의 자서전적 기억 형성에 긍정적인 영향을 미쳤고, 새로운 사람을 만나는 것은 부정적인 영향을 미쳤다. 또한, (2) 크루즈 승객의 자서전적 기억은 노스텔지아 및 미래방문의도에 긍정적으로 유의한 영향을 미쳤으며, 노스텔지아 역시 미래방문의도에 긍정적으로 유의한 영향을 미쳤다. 마지막으로 (3) 노스텔지아와 미래방문의도 사이에서 재탐승까지의 시간차는 조절효과를 나타냈다. 이와 같은 연구결과를 토대로 이론적, 실무적인 시사점을 제시하였다.

핵심용어 : 자서전적 기억, 크루즈 경험, 노스텔지아, 미래방문의도, 재탐승까지의 시간차

※ 이 논문은 2017년 대한민국 교육부와 한국연구재단의 지원을 받아 수행된 연구임(NRF-2017S1A5A2A01024220)

* 주 저 자, 황수지, 한양대학교 일반대학원 관광학과 석사 <hwangsuji@hanyang.ac.kr>

** 교신저자, 현성협, 한양대학교 관광학부 부교수 <sshyun@hanyang.ac.kr>