

Print ISSN: 2233-4165 / Online ISSN 2233-5382  
doi:http://dx.doi.org/10.13106/ijidb.2020.vol11.no1.29

# Influence of Self-Construal on Choice of Overseas Travel Product Type

Young-Doo KIM\*

Received: November 26, 2019 Revised: December 14, 2019 Accepted: January 05, 2020

## Abstract

**Purpose:** Understanding which product types of overseas travel (free independent travel vs. package travel) consumers will choose is one of the key issues of marketing and consumer behavior in travel agency management. Prior studies on overseas travel type preferences mainly focused on comparing regional differences (e.g., Asian vs. Westerner, or Korean vs. Australian, or Korean vs. Japanese, or American, French, Italian vs. Japanese) influencing the choice of overseas travel type. Another researchers focused on comparing cultural differences (e.g., individualism vs. collectivism, or individualistic culture vs. collectivistic culture), subcultural difference (e.g., acculturation; Koreans living in Republic of Korea vs. Koreans living in Australia), travel lifestyle, and socio-demographics (e.g., age, gender, income level, education level, marital status, occupation etc.). However, there are few studies that identify individual psychological differences (i.e., individual psychological differences within the same culture) influencing the choice of overseas travel type. Self-construal is a psychological factors that greatly influences choice behavior. The purpose of this study was to examine the role of self-construal as an antecedent variable influencing choice of overseas travel product type. **Research design, data and methodology:** To achieve the purpose of this study, the questionnaire survey method was used. Self-construal items composed of independent self-construal items and interdependent self-construal items. Product types of overseas travel were free independent travel (FIT) type versus package travel type. In this study, the correlation coefficient between independent self-construal and interdependent self-construal was nonsignificant. It meant that the relationship between independent self-construal and interdependent self-construal was orthogonal. Therefore it was analyzed that independent self-construal and interdependent self-construal separately. Reliability analysis, factor analysis, and logistic regression analysis (controlling gender and age) was used as the data analysis method. **Results:** According to the results of this study, the stronger independent self-construal, the more preference for the free independent travel type rather than package travel, and the stronger interdependent self-construal, the more preference for the package travel type rather than free independent travel. **Conclusions:** Self-construal is an antecedent variable influencing the choice of travel type. Travel agencies must consider the consumer's self-construal (independent self-construal vs. interdependent self-construal) before planning and designing overseas travel products.

**Keywords:** interdependent self-construal, independent self-construal, overseas travel, free independent travel, package travel

**JEL Classification Code:** M30, M31, M39

## 1. 서론

우리나라에서는 1989 년 해외여행이 자율화된 이후 해외여행을 다녀온 사람들의 추세는 꾸준히 증가해왔다. 해외여행은 낯선 문화를 경험하고 일상생활에서 벗어나 새로운 활력소를 찾는다는 의미 이외에도 사람들의 마음의 폭을 확장시켜주고, 사고의 유연성을 넓혀주며, 창의성을 높여주는 효과(Cao, Galinsky, & Maddux, 2014; Lu,

Quoidback, Gino, Chakroff, Maddux, & Galinsky, 2017)가 있어서 사람들에게 여러 가지 긍정적인 혜택을 주는 것으로 알려져 있다.

해외여행은 여행 전 행동, 여행 중 행동 그리고 여행 후 행동으로 구분할 수 있는데(Chen & Hsu, 2000), 여행 전 의사결정에서는 해외여행을 갈 때 어디로 여행을 갈 것인지(where), 그리고 자유 해외여행 형태로 갈 것인지 혹은 패키지 해외여행 형태로 갈 것인지(how)와 관련된 결정이 주요한 의사결정 사항에 해당되며(Nishimura, King, & Wayszak, 2007), 여행 비용과 관련해서는 환율(Lee, 2012)을 고려하여 해외여행 여부를 결정할 가능성이 있다.

해외여행을 가고자 하는 사람들은 여행 전에 해외여행의 설계와 관련된 의사결정을 하는데, 여행을 설계할 때 자신이 해외여행 목적지, 숙박시설, 식사 장소, 운송 수단 등을 직접 설계하고 구매하는

\*First Author and Corresponding Author: Assistant Professor, Department of International Business, Hansei University, GyeongGi-Do, Republic of Korea, Email: ydkim@hansei.ac.kr

© Copyright: Korean Distribution Science Association (KODISA)

This is an Open Access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution Non-Commercial License (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>) which permits unrestricted non-commercial use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

의사결정을 하는 경우가 있는 반면 이러한 것들이 여행사 등을 통해 이미 패키지 형태로 설계되어 제공되는 패키지 해외여행상품 중에서 가장 적합한 해외여행상품을 구매하는 의사결정을 할 수도 있다.

패키지여행은 사전에 계획되고 단일 가격으로 지불되는 단체 여행으로서 상업적인 운송, 숙박, 식사, 관광, 여흥 등이 포함되며 여행을 하는 동안 여행 가이드 혹은 여행 리더가 호위하는 여행을 의미한다(Meng, 2010).

과거에 발표된 여행 문헌들을 살펴보면 보면 우리나라 사람 혹은 동양인들은 자유 해외여행 보다는 단체 해외여행을 선호하는 것으로 보고된 바 있는데(Kim & Prideaux, 1998; Lee & Sparks, 2007; Pizam & Jeong, 1996; Pizam & Sussmann, 1995), 이러한 단체 해외여행을 선호하는 이유를 국적 혹은 국가차원의 문화에서 찾으려는 경향이 있었다.

그런데 여행자들의 해외여행상품 유형 선택을 단순히 국가의 문화차원에서만 이해하기에는 한계가 있음을 시사하는 문헌들이 있다. 예컨대 같은 집단주의 문화에 속하는 나라의 여행객들도 여행 행동에 차이가 있고(Pizam & Jeong, 1996), 같은 개인주의 문화에 속하는 나라의 여행객들도 개별여행과 패키지여행에 대한 선호도가 상이하게 나타났는데(Pizam & Sussmann, 1995), 이것은 여행상품 유형에 대한 선호도를 단순히 국가차원의 문화로만 설명하기에는 한계가 있음을 시사하는 것이라고 하겠다.

또한 해외여행 유형인 자유 해외여행과 패키지 해외여행 간의 선호도는 변화를 겪고 있는 것으로 보인다. 예컨대 1990년대와 2000년대 초반 연구들에서는 한국인들이 단체여행을 선호하는 것으로 보고된 문헌들이 다수 있으나(Kim & Prideaux, 1998; Pizam & Jeong, 1996; Pizam & Sussmann, 1995), 2010년대에 조사가 이루어진 보고들에서는 개별여행에 대한 선호가 단체여행에 대한 선호를 앞서는 것으로 보고된 것들도 존재한다(Kang & Kim, 2014). 이와 같은 결과들은 해외여행상품 유형 선택에 있어서 개인차이를 고려해야 할 필요가 있음을 보여주고 있다.

본 연구에서는 소비자들이 해외여행을 가고자 할 때 해외여행상품 유형의 선택, 즉 자유 해외여행을 선택할 것인지 혹은 패키지 해외여행을 선택할 것인지에 자기해석(self-construal)이 미치는 영향을 검증해 보는데 목적을 두고 있다. 자기해석은 독립적 자기해석과 상호의존적 자기해석으로 구분된다(Markus & Kitayama, 1991). 독립적 자기해석은 자신을 독특하게 존재하는 객체로서 자율성을 중요하게 여기는 자기관념(self-view)이 반영된 것인 반면 상호의존적 자기해석은 자신을 사회적 관계 안에서 존재하는 객체로서 대인간의 조화와 화합을 중요하게 여기는 자기관념이 반영된 것이다(Coşcan, Phalet, Güngör, & Mesquita, 2016; Walker, Deng, & Dieser, 2001, 2005).

자기해석은 인지, 정서, 동기를 비롯한 소비자 행동의 여러 측면에서 영향을 미치며, 개인차이(individual difference)가 반영되어 측정되고 활용되는 개념(Cross, Hardin, & Gercek-Swing, 2011; Markus & Kitayama,

1991; Simpson, White, & Laran, 2018)이므로 본 연구의 목적인 개인들이 해외여행상품 유형을 선택하는데 영향을 미치는 요인으로 살펴보기에 적합한 개념이라고 할 수 있다.

자기해석은 여가 분야에서는 연구가 지속적으로 진행(Hudson, Walker, Simpson, & Hinch, 2013; Ito & Walker, 2016; Walker, 2009; Walker et al., 2001, 2005; Walker, Jackson, & Deng, 2008)되어 오고 있으나 여행 분야에 한정해서 볼 경우 자기해석이 해외여행상품 유형 선택과 어떠한 관련이 있는지에 대해서는 몇몇 연구(Lankford, Dieser, & Walker, 2005)를 제외하고는 찾아보기 어려운 실정이므로 본 연구의 결과는 여행 분야의 여행상품 유형 선택과 관련하여 유용한 정보를 제공해 줄 것으로 기대된다.

## 2. 이론적 배경

### 2.1. 동서양 문화와 해외여행상품 유형 선택

#### 2.1.1. 동서양 문화 차이와 해외여행상품 유형 선택

해외여행상품 유형 선호와 관련된 기존의 연구들은 동양과 서양의 문화 차이를 비교하는 차원(Hofstede, 2001)에서 이루어진 것들이 다수를 차지하고 있다(Correia, Kozak, & Ferradeira, 2011; Litvin, Crottd, & Hefner, 2004; Pizam & Jeong, 1996; Woodside, Hsu, & Marshall, 2011). 그리고 이러한 연구 결과들이 보여주는 전반적인 결과는 우리나라 사람 혹은 동양문화권에 속하는 사람들은 단체 해외여행을 선호한다고 보고하고 있다는 점이다(Pizam & Jeong, 1996; Money & Crotts, 2003; Wong & Lau, 2001).

문화차원의 여행 연구는 개인주의 문화 대 집단주의 문화 관점에서 여행 행동의 차이를 설명하려는 것이다. 먼저 Pizam & Sussmann(1995)은 프랑스인, 미국인, 이태리인, 일본인 순으로 단체여행을 선호함을 보고하였는데, 그 이유를 일본인들의 집단주의 문화로 설명한 바 있다.

개인 보다는 단체로 여행하는 것을 선호하는 것은 동양문화권에 속하는 한국인에게도 발견되는 현상이다(Kim & Prideaux, 1998; Pizam & Jeong, 1996). Pizam & Jeong(1996)은 서양 여행자에 비해서 한국인 여행자는 단체로 여행하는 것을 선호함을 지적한 바 있다. Kim & Prideaux(1998)는 한국인들이 그룹으로 여행하는 것을 선호함을 보여준 바 있다.

문화 차원 중 불확실성 회피 혹은 지각된 위험은 해외여행과 관련된 의사결정과 상품 유형 선택에 있어서 중요하게 고려되는 요인으로 간주된다(Crotts, 2004; Litvin et al., 2004; Money & Crotts, 2003; Ryu, King & Zuhair, 2013). 예컨대 불확실성 회피가 높은 그룹은 그렇지 않은 그룹에 비해 사전에 패키지로 제공되는 여행상품을 더 자주 구매(Money &

Crotts, 2003)하거나 혼자서 여행하는 것을 꺼리는 경향이 있는 것(Crotts, 2004)으로 나타났다.

### 2.1.2. 동서양 문화권 내에서의 해외여행상품 유형선택 차이

동서양의 문화 차이 차원에서 여행 유형을 설명하는 연구들이 존재하지만 여행자들의 개별해외여행 혹은 단체 해외여행 선호에 영향을 미치는 요인을 동서양 간의 문화 차이만으로 설명하기에는 한계가 있음을 기존 문헌들을 통해 발견할 수 있다. 예컨대 Pizam & Sussmann(1995)은 같은 개인주의 문화에 속하는 프랑스인, 이태리인, 미국인 간에도 여행 유형(개별여행 대 단체여행)에 대한 선호도에 있어서 차이가 있다는 점을 보고한 바 있다.

집단주의 문화권에 속하는 국가의 여행자 간에도 행동 특성에 있어서 차이를 보인다는 연구들이 있다. 예컨대 괌(Guam)을 방문한 한국인과 일본인 여행자 간에 여행 의사결정 시간 그리고 여행 개선 요구 사항에 있어서 차이가 있는 것으로 나타났다(Merson, 1997).

한편 동일한 문화권 내에서도 여행 유형 선호에 차이가 있다. 하와이 DBEDT(Department of Business, Economic Development and Tourism)의 조사에 의하면 2006년 하와이를 방문한 일본인 관광객 중 55% 이상은 단체관광이 아닌 자기가 스스로 가이드를 하는 관광을 한 것으로 나타났다(Martin, 2010).

한편 문화이식(accluturation)과 같은 하위문화가 여행 행동의 차이를 가져 온다는 보고도 있다. 예컨대 Lee & Sparks(2007)는 한국인이지만 거주국(한국에 거주하는 한국인 대 호주에 거주하는 한국인)에 따라 여행 행동에 차이가 있음을 발견하였다.

단체여행자 특성을 라이프스타일 관점에서 찾아보려는 연구도 있다. Lee & Sparks(2007)는 한국인과 호주 거주 한국인을 대상으로 여행 관련 라이프스타일을 조사하였다. 그 결과 '단체여행자' 세분시장(24.7%)에 속하는 사람들이 선호 하는 여행 속성은 가이드가 있는 여행, 단체로 여행하기, 다른 여행자들과 상호작용 하기, 한국어로 말할 수 있는 장소(예컨대 한국음식점, 한국 숙박시설 등)방문 등으로 나타났다. 한편 '독립적인 능동적 여행자'(independent active travelers) 세분시장(34.8%)에 속하는 사람들은 단체여행에 대해서 부정적인 반응을 보였다.

이상의 논의들을 요약해 보면 기존 여행상품 유형 선호도 차이 연구는 동양과 서양 문화 같은 국가차원의 문화 관점에서 설명하려고 하는 반면 개인 차원의 해외여행상품 유형 선호도 결정 요인에 대한 연구는 부족한 것으로 보인다.

본 연구에서는 개인들의 자기관념(self-view)이 반영된 자기해석(self-construal)을 통해 해외여행상품 유형에 대한 선호도가 개인 차원에서 차이가 있는지를 파악해 보고자 한다. 자기해석은 여가 분야에서는 연구 결과가 지속적으로 보고되어 오고 있으나(Hudson et al, 2013; Ito & Walker, 2016; Walker, 2009; Walker et al, 2001, 2005, Walker et al, 2008), 여행 분야에 한정해서 볼 경우 자기해석이 여행과 어떠한 관련이 있는지에

대해서는 미미한 상황(Lankford et al, 2005)이므로 본 연구를 통해 밝혀진 사항은 관광분야 연구에 기여를 할 것으로 판단된다.

## 2.2. 자기해석과 해외여행상품 유형 선택

### 2.2.1. 자기해석 유형

자기해석은 자기관념과 관련된 개인차를 연구하는 개념으로 발전하여오고 있다(Cross et al, 2011; Markus & Kitayama, 1991). 예컨대 관광 분야에서 자기해석을 연구한 Lankford et al.(2005)은 Matsumoto & Juang의 자기해석에 관한 정의, 즉 '개인들이 자기 자신 혹은 존재에 대한 관념(sense)을 이해하는 방식'(p. 802)을 인용하고 있는데, 이러한 정의는 자기해석을 개인 차원에서의 개인차이(individual difference)로 보는 시각을 반영한 것으로 볼 수 있다.

독립적 자기해석과 상호의존적 자기해석은 여러 가지 다른 특징들을 가지고 있다. 독립적 자기해석을 하는 사람들은 사회적 맥락으로부터 분리되는 것으로 정의된다(Markus & Kitayama, 1991). 이들은 자신을 다른 객체와는 분리되어 독특하게 존재하며, 자기만의 독특한 특징과 특성을 가지고 있다고 보고 있으며, 자율성에 높은 가치를 부여한다(Coşcan et al, 2016; Cross et al, 2011; Markus & Kitayama, 1991; Walker et al, 2001, 2005). 반면 상호의존적 자기해석을 하는 사람들은 사회적 맥락과의 연계성으로 정의를 내린다(Markus & Kitayama, 1991). 이들은 자신을 다른 객체와 상호작용을 하는 존재로 보고 있으며, 소속감과 연계성에 높은 가치를 부여한다(Coşcan et al, 2016; Cross et al, 2011; Markus & Kitayama, 1991; Walker et al, 2001, 2005).

독립적 자기해석을 하는 사람들은 욕망, 목표와 같은 자신의 내적 속성들을 실현하는 자기실현에 관심이 있고, 자신의 목표 달성을 장려하고 목표 달성을 위해 노력하는 것에 가치를 부여하는 반면 상호의존적 자기해석을 하는 사람들은 욕망, 목표와 같은 자신의 내적 속성들이 사회적으로 적절하게 인정받는 것에 관심이 있고, 집단 혹은 타인의 목표 달성을 장려하고 목표 달성을 위해 노력하는 것에 가치를 부여한다(Cross et al, 2011; Markus & Kitayama, 1991; Yang, Stamatogiannakis, & Chattopadhyay, 2015). 독립적 자기해석을 하는 사람들은 자기표현을 통해 자기 자신의 주장을 내세우는 것을 성숙함의 표현으로 보고 있는 반면 상호의존적 자기해석을 하는 사람들은 자기 자신의 주장을 억제함으로써 집단의 조화와 화합을 이루는 것을 성숙함의 표현으로 보고 있다(Cross et al, 2011; Hudson et al, 2013; Markus & Kitayama, 1991).

독립적 자기해석과 상호의존적 자기해석이 가지고 있는 이러한 특징들은 각각 혹은 복합적으로 사람들의 인지, 정서, 동기 등 다양한 분야에 영향을 미칠 수 있음이 여러 문헌을 통해 보고된 바 있다(Cross et al, 2011; Markus & Kitayama, 1991). 인지 차원에서 자기해석의 차이를 살펴 본 연구들이 있다. 예컨대 Krishna(2008)는 맥락이 판단에 미치는

영향이 자기해석에 따라 달라지는지를 살펴봤었는데, 독립적 자기해석을 하는 사람들은 공간 정보처리에 맥락(context) 요인이 개입되는 경우 상호의존적 자기해석을 하는 사람들에 비해서 공간 판단에 있어서 편향이 더 크게 나타남을 발견하였다. 이것은 상호의존적 자기해석을 하는 사람은 독립적 자기해석을 하는 사람들에 비해 의사결정 시 맥락 정보를 편향이 적은 방향으로 활용하고 있음을 보여주는 것이라고 하겠으며, 의사결정 시 맥락 정보를 포함하여 복합적인 정보를 활용하여 판단을 함을 보여주는 것이라고 하겠다.

정서와 인지 차원에서 자기해석을 살펴본 문헌이 있다. Hong & Chang(2015)은 독립적 자기해석을 하는 경우에는 정서적인 측면에 의존하여 판단을 하는 반면 상호의존적 자기해석을 하는 경우에는 이성적인 측면에 의존하여 판단을 함을 보여주었다.

동기 차원에서 자기해석의 차이를 살펴본 문헌들이 있다. Yang et al.(2015)은 독립적 자기해석을 하는 사람들은 달성 목표에 더 동기부여가 되는 반면 상호의존적 자기해석을 하는 사람들은 유지 목표에 더 동기부여가 됨을 보여준 바 있다. 한편 독립적 자기해석의 경우 자신의 의사결정이 사회적 규범에 위배되는지에 관계없이 자신의 의사결정이 타인에게 미치는 영향을 별로 고려하지 않으며, 상호의존적 자기해석 보다는 비윤리적 행동을 할 가능성이 높다(Cojuharenco, Shteynberg, Gelfand, & Schminke, 2012; Hoyt & Price, 2015).

### 2.2.2. 여가 활동과 자기해석

자기해석에서 자율성과 연계성은 중요한 역할을 수행하는 것으로 보인다. Coşcan et al.(2016)은 독립적 자기해석을 하는 사람들은 상대적으로 자율성(autonomy)을 더 중요시 여기는 반면 상호의존적 자기해석을 하는 사람들은 상대적으로 연계성(connectedness)을 더 중요시 여김을 발견하였다. Walker et al.(2001)는 독립적 자기해석이 강한 개인(유렵계 북미인들)은 자율성에 높은 가치를 부여하는 반면 상호의존적 자기해석이 강한 개인(중국계 북미인들)은 집단의 조화와 화합에 높은 가치를 부여함을 보고한 바 있다.

자율성과 연계성 중 자율성을 중심으로 자기해석을 살펴본 문헌들이 있다. Wu, Parker, Wu, & Lee(2018)는 독립적 자기해석을 하는 사람들은 자율성이 낮은 직무를 수행할 때 보다는 자율성이 높은 직무를 수행할 때 경력 몰입을 더 함을 발견하였다. Abele & Wojciszke(2007)은 독립적 자기해석을 하는 사람들은 자신의 내적 능력과 통제력을 통해 자신의 욕구와 권리가 반영된 선택을 하려고 함을 지적하고 있다. Simpson et al.(2018)은 독립적 자기해석의 경우 타인의 기대 혹은 의견과는 무관하게 자신의 이익에 일치하는 방식으로 선택을 하려고 하는 경향이 있음을 보여준 바 있다.

한편 연계성을 중심으로 살펴본 문헌들도 있다. Hudson et al.(2013)은 여가를 제약하거나 강화하는 요인에 대해 연구를 하였는데, 독립적 자기해석이 강한 캐나다 인에 비해 상호의존적 자기해석이 강한 중국계

캐나다인은 혼자서 스키를 타러 가는 것을 꺼려하는 것을 발견하였다. 이것은 상호의존적 자기해석을 하는 사람들은 다른 사람과 함께 스키를 타는 경우가 아니라 혼자서 스키를 타러 가야 하는 경우에는 스키를 타러 가는 것을 꺼려한다는 것을 의미하며, 상호의존적 자기해석을 하는 사람들에게서는 개인의 여가 활동을 강화하거나 제약하는 요인으로 타인이 함께 같은 여가 활동을 하는지의 여부가 영향을 미침을 의미한다고 하겠다.

자기해석은 사회적 관계에서 더 중요하게 여기고 있는 것이 무엇인지에 있어서도 차이를 가져온다. 먼저 독립적 자기해석은 자기 이미지, 자신의 행복을 중요하게 여기는 반면 상호의존적 자기해석은 타인과의 조화 및 타인의 행복에 더 관심을 기울인다. Zhang, Oetzel, Ting-Toomey, & Zhang(2015)은 독립적 자기해석을 하는 사람들은 자기이미지를 지키는데 관심이 높은 반면 상호의존적 자기해석을 하는 사람들은 자기와 밀접한 연관성이 있는 타인과의 조화를 중요시 여기는 경향이 있음을 발견하였고, Spiers & Walker(2009)는 중국계 캐나다인은 인적 관계와 행복이 긍정적인 관계가 있는 반면에 영국계 캐나다인은 개인적 성취와 행복이 긍정적인 관계가 있음을 밝혀냈다.

독립적 자기해석은 자기표현과 사적인 행동을 중요시 여기는 반면 상호의존적 자기해석은 사회적 규범과 공적 인정을 중요시 여긴다. Wu et al.(2018)는 기부를 하는 경우에도 상호의존적 자기해석을 하는 사람들은 사회적으로 공적인 인정을 받는 것이 기부를 증가시키는 반면 독립적 자기해석을 하는 사람들은 기부가 사적으로 수행하는 것으로 남아있는 것에 비해서 공적으로 인정받는 것으로 여겨질 때에는 기부의 의도와 양이 감소함을 보여주고 있다. Torelli(2006)는 상호의존적 자기해석이 강한 경우에는 타인의 관점에서 사고하는데 비중을 더 두며, 행동을 함에 있어서 주관적 규범이 중요한 역할을 함을 보여준 바 있다. Hudson et al.(2013)은 서양인들은 자기표현을 중요하게 생각하므로 자기주장을 높이 평가한다고 한 반면 Gao(1998)는 중국인들은 타인의 기대에 부합하여 살아가는 것, 자기 자신의 역할에서 기대되는 것에 순응하는 것 그리고 자기 위치에 어울리도록 행동하는 것을 중요하게 생각하므로 겸손과 겸양을 높이 평가한다고 하였다. 이것은 집단 안에서 개인이 행동을 함에 있어서 상호의존적 자기해석의 경우에는 집단의 규범에 순응하려는 동기가 강함을 나타내는 것이라고 하겠다.

## 3. 연구설계

### 3.1. 연구가설

Lankford et al.(2005)는 자기해석 동기는 문화에 대한 관심, 새로운 사람들과의 대화, 다른 사람을 관찰하기, 문화유산에 대한 관심 등과

유의한 상관관계를 보이고 있음을 보여주면서 자기해석이 여행 동기를 밝히는데 유용한 도구임을 언급한 바 있다. 본 연구에서는 자기해석이 해외여행상품 유형 선택에 미치는 영향을 밝히고자 한다.

독립적 자기해석이 강할수록 타인과의 관계 보다는 독특하게 존재하는 것과 자율성에 더 가치를 두며(Coşcan et al, 2016; Walker et al, 2001, 2005), 집단의 화합 보다는 개인적 자기표현을 더 중요시 여기며, 집단의 목표 보다는 자신의 목표를 성취하는데 더 관심을 둔다(Markus & Kitayama, 1991). 그리고 독립적 자기해석은 불확실성 회피 성향이 낮고, 사회적 위험을 회피하려는 성향이 낮다(Crotts, 2004; Hofstede, 2001; Money & Crotts, 2003).

자유 해외여행은 일정을 자신이 수립하고 조절할 수 있으므로 여행 일정의 자율성이 높기 부여된 상황에서 여행을 하는 것에 해당되는 반면 패키지 해외여행은 사전에 여행 일정이 정해져 있으므로 여행 일정의 자율성이 제약된 상황에서 여행을 해야 하므로 독립적 여행자들은 단체 해외여행에 대해 부정적으로 생각하는 경향이 있다(Lee & Spark, 2007).

단체 해외여행은 숙박, 쇼핑, 관광 등과 같은 여행 관련 활동들이 단체로 이루지는 소비행태이므로(Meng, 2010), 자신이 원하는 것이 있더라도 사전에 정해진 일정이 일종의 규범으로 작용하여 개인적인 자기표현에 제약이 가해질 가능성이 높으며, 자기표현을 하더라도 자기표현을 통해 이루고자 하는 목표가 성취되기는 용이하지 않은 것으로 보인다.

또한 일정에 없던 목적지를 방문하는 데에도 제약이 많을 것이다. 그러므로 독립적 자기해석을 가지고 있는 사람은 개별 해외여행과의 적합성은 상대적으로 높은 반면 단체 해외여행과의 적합성을 상대적으로 떨어진다고 할 수 있다. 따라서 가설은 다음과 같이 설정하였다.

**가설 1a** 독립적 자기해석이 강할수록 패키지 해외여행 보다는 자유 해외여행을 선호할 것이다.

한편 상호의존적 자기해석이 강할수록 독특하게 존재하는 것 보다는 타인과의 관계에 더 가치를 두며(Coşcan et al, 2016; Walker et al, 2001, 2005), 개인적 자기표현 보다는 집단의 화합을 더 중요시 여기며, 자신의 목적을 성취하기 보다는 집단의 목표를 달성하는데 더 관심을 둔다(Markus & Kitayama, 1991). 상호의존적 자기해석은 불확실성 회피 성향이 높고, 사회적 위험을 회피하려는 성향이 높다(Crotts, 2004; Hofstede, 2001; Money & Crotts, 2003).

패키지 해외여행은 사전에 여행 일정이 정해져 있는데, 이것이 사람들 사이에 있어서 사회적 규범으로 작용할 가능성이 높다. 즉, 사전에 정해진 일은 일종의 지켜야 할 규율로서 작용하여 여행자들은 이 규율을 준수하여 하며, 이 규율을 지키지 않는 것은 단체의 조화를

저해하는 것으로 작용할 가능성이 있다. 또한 여행 일정 내에서 이루어지는 여행 목적지 간의 이동 등이 단체로 이루어지는 경향이 있다.

상호의존적 자기해석의 경우 불확실성 회피 성향이 높기 때문에 혼자서 생소한 곳을 방문하는 것을 꺼려할 가능성이 높는데 패키지 해외여행은 이러한 성향을 보완해 줄 수 있다. 그러므로 상호의존적 자기해석을 가지고 있는 사람은 패키지 해외여행과의 적합성이 상대적으로 높은 반면 개별 해외여행과의 적합성은 상대적으로 떨어진다고 할 수 있다. 따라서 가설은 다음과 같이 설정하였다.

**가설 1b** 상호의존적 자기해석이 강할수록 자유 해외여행 보다는 패키지여행을 선호할 것이다.

### 3.2. 조사대상, 설문지 구성 및 변수 측정

본 연구의 목적을 달성하기 위하여 대학생들을 대상으로 설문조사를 실시하였다. 설문조사 결과 총 145 명의 응답자 자료가 분석 대상에 포함되었다. 설문조사 참여자들의 평균 연령은 21.1 세이며, 성별로 구분해 보면 남성이 52.4%(76 명), 여성이 47.6%(69 명)를 차지하고 있다.

설문지는 크게 자기해석을 측정하는 문항, 여행 유형을 선택하는 문항 그리고 인구통계적 항목들로 구성되었다. 먼저 자기해석을 측정하는 문항은 독립적 자기해석을 측정하는 6 문항과 상호의존적 자기해석을 측정하는 6 문항으로 구성되어 있다(Lawani & Shavitt, 2009, 2013; Oyseman, 1993). 여행 유형은 크게 자유 해외여행(free Independent Travel: FI)과 패키지여행(package travel)으로 구분할 수 있다(Hanai, Oguchi, Ando, & Yamaguchi, 2008; Meng, 2010; Wang, Hsieh, & Huan, 2000). 따라서 본 연구에서도 해외여행 유형을 자유 해외여행과 패키지 해외여행으로 구분하여 해외여행 시 자신이 선호하는 여행 유형을 선택하도록 하였다. 마지막으로 인구통계적 변수로는 성별 구분과 연령을 기재하도록 하였다.

## 4. 분석

### 4.1. 측정변수의 신뢰성과 타당성

자기해석 문항에 대한 신뢰성을 측정하였다. 독립적 자기해석과 관련된 6문항 중 한 문항을 제외하는 경우 Cronbach's  $\alpha$  값이 상승하여 독립적 자기해석은 한 문항을 제외한 다섯 문항을 분석에 활용하였으며, 다섯 문항의 Cronbach's  $\alpha$  값은 .688으로 나타났다.

**Table 1:** Variables measurement and factor analysis

Variables		Factor loading	Cronbach's alpha	Model Fit
Independent self-construal	Express my view	.576	.688	Rotation method = Varimax KMO measure of sampling adequacy = .646 Bartlett's test of sphericity = 278.13 ( $p < .01$ )
	Live according to my principles	.774		
	Make decisions on my own	.759		
	Determine my own destiny	.728		
	My lifestyle	.513		
Interdependent self-construal	Accept the decisions made by my group	.517	.637	
	Consider implications for my group	.555		
	Coincide my own interest with my group	.629		
	Good for my group	.814		
	Belong to group	.604		
Overseas Travel Type	Free independent travel vs. Package Travel			

한편 상호의존적 자기해석과 관련된 문항 중 한 문항을 제외하는 경우 Cronbach's  $\alpha$  값이 상승하여 상호의존적 자기해석 문항은 한 문항을 제외한 다섯 문항을 분석에 활용하였으며, 다섯 문항의 Cronbach's  $\alpha$  값은 .637로 나타났다.

한편 독립적 자기해석과 상호의존적 자기해석 간의 Pearson 상관계수는 관계는 .043( $p > .1$ )으로 나타났다. 이것은 독립적 자기해석과 상호의존적 자기해석이 서로 독립적이라는 것을 의미하므로 독립적 자기해석과 상호의존적 자기해석을 분리하여 각각 분석에 활용하였다.

자기해석 문항에 대한 요인분석을 실시해 보았다. 요인분석 방법은 요인추출 방법으로는 주성분분석을 활용하였고, 회전방법으로는 Varimax 방법을 활용하였다. 요인분석 결과 상호의존적 자기해석과 독립적 자기해석과 관련된 문항들이 각 요인별로 도출되었고, 요인분석 모형 검증을 위해 KMO 측도와 Bartlett의 구형성 검증을 실시해 본 결과 요인 모형을 적합한 것으로 판단하고 이후 가설 검증을 실시하였다.

## 4.2. 가설검증

본 연구에서 가설을 검증하기 위해서 사용한 통계적 방법론은 로지스틱 회귀분석(logistic regression)이며, 가설 검증에 영향을 미칠 가능성이 있는 인구통계적 요인의 영향을 통제하기 위하여 성별과 연령을 로지스틱 회귀분석에서 통제변수로 투입하여 분석하였다.

로지스틱 회귀분석은 마케팅 및 소비자 행동 분야에서 빈번하게 활용되는 통계분석 방법(Kamleitner, Thünicl, & Martin, 2019; Schumacher, Olinsky, Quinn, & Smith, 2010; Shih & Lu, 2019)이다. 로지스틱 회귀분석은 종속변수가 범주형 자료일 경우 활용되는 통계적 모형으로서, 범주형 종속변수는 이분형(binary) 자료인 경우가 많이 활용되며, 독립변수는 범주형 혹은 연속형 혹은 범주형과 연속형이 함께 활용될 수 있다(Gerasimovic & Bugarcic, 2018; Peng & So, 2002; Schumacher et al., 2010).

먼저 독립적 자기해석이 강할수록 패키지 해외여행 보다는 개별 해외여행을 선호하는지를 검증하기 위하여 종속변수는 여행 유형(자유 해외여행=0, 패키지 해외여행=1), 독립변수는 독립적 자기해석, 그리고

성별과 연령을 통제변수로 투입한 로지스틱 회귀분석을 실시하였다. 그 결과 독립적 자기해석이 강할수록 유의하게 패키지 해외여행 보다는 자유 해외여행을 더 강하게 선택하는 것으로 나타나( $\beta = -533$ , Wald=5.128,  $p < .05$ ) 가설 1a는 채택되었다.

**Table 2:** Logistic regression analysis for independent self-construal

Variables	B	S.E.	Wald	p
Age	.056	.048	1.373	.241
Gender	-.483	.422	1.308	.253
Independent Self-Construal	-.533	.235	5.128	.024

상호의존적 자기해석이 강할수록 자유 해외여행 보다는 패키지 해외여행을 선호하는지를 검증하기 위하여 종속변수로 여행 유형(자유 해외여행=0, 패키지 해외여행=1), 독립변수로는 상호의존적 자기해석, 그리고 인구통계적 요인이 미치는 영향을 통제하기 위하여 성별과 연령을 통제변수로 투입한 로지스틱 회귀분석을 실시하였다. 그 결과 상호의존적 자기해석이 강할수록 한계적으로 유의하게 개별 해외여행 보다는 패키지 해외여행을 더 강하게 선택하는 것으로 나타나( $\beta = 542$ , Wald=3.461,  $p < .1$ ) 가설 1b는 채택되었다.

**Table 3:** Logistic regression analysis for interdependent self-construal

Variables	B	S.E.	Wald	p
Age	.043	.048	.804	.370
Gender	-.441	.418	1.110	.292
Interdependent Self-Construal	.542	.291	3.461	.063

## 4.3. 논의

전반적으로 가설과 일치하는 결과가 나타났다. 즉, 독립적 자기해석이 강할수록 패키지 해외여행 보다는 자유 해외여행을 선호하는 반면 상호의존적 자기해석이 강할수록 자유 해외여행 보다는 패키지 해외여행을 선호하는 것으로 나타났다.

독립적 자기해석의 경우 자유 해외여행에 대한 선호도가 상호의존적 자기해석에 비해 높게 나타났는데, 이것은 비록 자기해석을 직접적으로 측정하는 연구는 아니지만 기존 연구들(Caruana Crane, & Fitchett, 2008; Hyde & Lawson, 2003)과 유사한 결과가 나타났다고 할 수 있다. 예컨대 독립적으로 여행하는 사람들의 특징을 Hyde & Lawson(2003)은 여행 일정이 점진적으로 발전해가는 것을 경험하는 것 위험을 수용하려고 하는 의지 그리고 계획되어 있지 않던 것도 경험하려는 욕구 등을 가지고 있다고 보았고, Caruana et al.(2008)는 방문목적지에 대한 접근불가(예컨대 가기가 어려움)를 거부하는 자 등으로 보았는데, 이러한 특징은 상호의존적 자기해석에 비해서 독립적 자기해석의 특징과 유사하다고 하겠다.

상호의존적 자기해석의 경우 패키지 해외여행에 대한 선호도가 독립적 자기해석에 비해 높게 나타났는데, 이것은 비록 자기해석을 직접적으로 측정하는 연구는 아니지만 기존 연구들(Wong & Lau, 2001)과 유사한 결과가 나타났다고 할 수 있다. Wong and Lau(2001)는 단체여행을 선호하는 사람들은 여행 중 발생할 수 있는 안전과 관련된 문제를 중요하게 생각하며, 해외여행에서 오는 위험을 낮추려는 위험회피 성향을 가지고 있다고 하였다.

## 5. 결론

소비자들이 해외여행상품 유형을 선택하는데 영향을 미치는 요인을 파악하는 것은 여행업 경영에 있어서 중요한 과제일 것이다. 본 연구에서는 소비자들의 해외여행상품 유형(자유 해외여행상품 대 패키지 해외여행상품) 선택에 영향을 미치는 요인을 자기해석 차원에서 살펴보았다.

본 연구 결과에 따르면 첫째, 독립적 자기해석이 강해질수록 패키지 해외여행상품 유형 보다는 자유 해외여행상품 유형에 대한 선호가 증가하는 것으로 나타났다. 둘째, 상호의존적 자기해석이 강해질수록 자유 해외여행상품 유형 보다는 패키지 해외여행상품 유형에 대한 선호가 증가하는 것으로 나타났다.

본 연구 결과가 시사하는 바는 자기해석이 관광객들의 관광 행동을 이해하는데 있어서 유용한 변수임을 발견하였다는 점이다. 자기해석이 관광 동기에 영향을 미친다는 점(Lankford et al., 2005)과 본 연구에서 자기해석이 해외여행상품 유형 선택에 영향을 미친다는 점은 자기해석이 여행자의 행동에 영향을 미칠 수 있는 유용한 변수임을 보여주었다고 할 수 있다. 자기해석이 여행자 행동에 영향을 미칠 수 있다는 점이 실무적으로 시사하는 바는 다음과 같다.

첫째, 여행사는 관광객을 모집하는 방법에 있어서 차별화를 도모할 필요가 있다. 상호의존적인 자기해석을 가지고 있는 소비자들은 독립적

자기해석을 가지고 있는 사람들에 비해 함께 여행하는 사람의 규모가 더 클 가능성이 있다. 예컨대 Crotts(2004)는 불확실성 회피가 높은 그룹에 속하는 사람은 불확실성 회피가 중간인 그룹에 속하는 사람에 비해 혼자서 여행하는 것을 기피할 뿐 아니라 함께 여행하는 사람의 규모가 2 배 이상 큰 것으로 나타났다. 따라서 여행객을 모집하는 경우에도 상호의존적 자기해석을 하는 사람들에게는 단체로 할 수 있는 프로그램을 제공하는 것이 바람직할 것이다.

여행 관련 정보제공 방법에 있어서도 차별화가 필요하다. 단체여행자들은 여행 관련 정보를 수집함에 있어서 인터넷 활용도는 낮은 반면 준거집단을 여행 정보 원천으로 활용하는 경향이 있으므로(Martin, 2010), 단체여행자들의 경우 구전을 통해 정보 제공이 효과적일 가능성이 높다.

상호의존적 자기해석을 하는 사람들이 온라인을 통해 정보를 탐색할 경우 정보의 신뢰성이 중요할 가능성이 높다. 따라서 온라인 여행업 혹은 여행 앱을 운영하는 경우 여행 콘텐츠의 품질을 높이는 동시에 정보 보안과 신뢰성을 제고하여 상호의존적 자기해석을 하는 사람들이 온라인 사이트 혹은 여행 앱의 활용도를 높이도록 할 필요가 있다(Lee & Jing, 2015; Niu & Lee, 2018).

한편 Lee & Tideswell(2005)의 노년층 한국인을 대상으로 한 여행 관련 시장세분화 조사결과에 의하면 62%의 응답자들은 여행사들이 노년들을 위한 개별여행을 제공해야 할 것으로 기대하고 있으며, 이러한 기대는 '삶의 질 추구 여행자' 세분시장과 '진기함 추구 여행자' 세분시장에서 더 크게 나타났다. 따라서 개별 여행은 '삶의 질 추구'와 '진기함 추구' 세분시장에 초점을 맞추어 소구할 필요가 있다.

둘째, 여행 프로그램 구성을 맞춤형으로 제공할 필요가 있다. Lee & Tideswell(2005)의 조사에서는 54%의 응답자들이 여행사들이 노년들을 위해 패키지 해외여행을 더 다양하게 제공하면 여행을 더 많이 할 것이라고 응답하였고, 48%는 여행사들이 노년들을 위한 여행패키지를 제공하는 경우 구매할 용의가 있다고 응답하였다. 특히 '여행에 제약을 받고 있는 자(constrained travelers) 세분시장(43% 차지) 및 '양면성 여행자(ambivalent travelers) 세분시장(22%)에서는 노년을 위한 패키지 여행상품 제공하는 경우 구매할 용의가 높은 것으로 파악되었는데, 이것은 이들 세분시장에 속한 노년의 경우 노년을 위한 맞춤형 패키지 해외여행에 대한 욕구가 강하게 있음이 반영된 것이라고 하겠다.

단체여행 상품일지라도 단체여행 일정 내에서 여행자의 선호도를 반영하는 선택옵션들을 구성할 필요가 있다. 이러한 선택옵션은 일정 내에 기본으로 정해진 방문목적지와 연계성이 있는 방문목적지로 선택 대안을 넓힘으로써 단체여행객의 욕구와 단체여행 속에서 개별여행을 추구하고자 하는 욕구를 모두 충족시켜 주는 것이 바람직할 것이다.

여행 프로그램을 맞춤형으로 구성할 때 여행 일정 부분을 맞춤형으로 다양화하는 것은 중요할 것으로 보인다. Lee & Tideswell(2005)의 여행 관련 세분시장 중 '삶의 질을 추구하는 여행자' 세분시장(29%)에서는

기존 여행사들에 제공하는 여행 일정이 길다고 응답한 강도가 높음을 알 수 있다. 이것은 패키지 해외여행상품의 여행 일정에 있어서도 다양화가 필요함을 시사하는 것이다. 특히 여행 일정의 경우 여행 일정이 짧은 상품을 다양하게 제공하는 방향으로 여행상품의 다양화를 추구할 필요가 있다.

한편 패키지 여행객들의 만족도를 높이기 위해서는 패키지 여행상품의 속성들에 대해서도 세심하게 고려할 필요가 있다.

셋째, 여행자와의 커뮤니케이션을 맞춤형으로 해야 할 필요성이 있다. 예컨대 Lee & Tideswell(2005)의 노년 한국인을 대상으로 한 연구에 의하면 노년 여행자를 위한 광고를 본적이 없다고 응답한 사람은 15%에 불과하였다. 이것은 다수의 노년 한국인들이 여행 광고에 노출되기는 하였다는 것을 의미한다.

그러나 광고에의 노출이 구매로 이어지기 위해서는 광고 내용을 통해 노년 여행자들이 여행이 주는 혜택을 명확하게 인식하는 것이 필요하다. 특히 Lee & Tideswell(2005)가 구분한 여행자 세분시장 중 '양면성 여행자(ambivalent travelers) 세분시장(22%)을 대상으로 한 광고에서는 친구 혹은 가족 동반 여행이 제공하는 혜택을 강화할 필요가 있다.

광고가 단순히 여행의 속성만을 강조하는 것 보다는 여행 경험이 제공하는 심리적 혜택을 심적으로 시뮬레이션 해 볼 수 있도록 광고를 구성하는 것이 효과적일 것이다(Hung, Song, Chao, & Guan, 2017). 이러한 방법은 여행과 관련된 욕구를 크게 느끼지 못한 사람들의 경우에는 효과적일 가능성이 높다. 예컨대 Zhang, Cole, Hirt, & Bigjhan(2017)은 이동에 장애가 있는 사람들의 여가 제약을 해소하는 방안으로 심적으로 여행과 관련된 이미지를 훈련하는 것이 여행과 관련된 동기부여를 하는데 효과적임을 보여준 바 있다. 이러한 훈련은 여행 동기가 부족한 사람들에게는 여행과 관련된 긍정적인 심상을 떠올리도록 함으로써 여행과 관련된 예견된 만족을 제공하여 여행에 대한 동기를 강화할 필요가 있다.

넷째, 여행자들의 여행 유형 선택 관련 의사결정을 지원하는 프로그램들이 강화되어야 할 필요가 있다. 단체 여행객들은 주어진 일정 내에서도 자신이 방문할 방문지에 대해 궁금해 할 가능성이 높다. 물론 가이드에 의한 설명이 가능할지라도 개인별로 맞춤형 여행 앱을 통해 정보를 스스로 추가적으로 수집할 수 있다면 여행에 대한 만족도는 제고될 수 있을 것으로 판단된다. 또한 앱뿐 아니라 휴대폰을 활용한 모바일 정보 제공도 유용한 방법으로 활용될 수 있을 것이다.

본 연구 결과는 대학생들을 대상으로 조사한 것이다. 그런데 젊은 여행자들은 패키지여행 보다는 자유여행을 선호하는 것으로 알려져 있다(Woodside et al, 2011). 따라서 추후의 연구에 있어서는 전 연령층을 대상으로 조사를 실시하여 다른 연령층에서도 동일한 결과가 나타나는지를 살펴볼 필요가 있다.

## References

- Abele, A. E., & Wojciszke, B. (2007). Agency and communion from the perspective of self versus other. *Journal of Personality and Social Psychology, 93*(5), 751-763.
- Cao, J., Galinsky, A. D., & Maddux, W. W. (2014). Does travel broaden the mind? Breadth of foreign experiences increases generalized trust. *Social Psychological and Personality Science, 5*(5), 517-525.
- Caruana, R., Crane, A., & Fitchett, J. A. (2008). Paradoxes of consumer independence: A critical discourse analysis of the independent traveler. *Marketing Theory, 8*(3), 253-272.
- Chen, J. S., & Hsu, C. H. (2000). Measurement of Korean tourists' perceived images of overseas destinations. *Journal of Travel Research, 38*(4), 411-416.
- Cojuharenco, I., Shteynberg, G., Gelfand, M., & Schminke, M. (2012). Self-construal and unethical behavior. *Journal of Business Ethics, 109*(4), 447-461.
- Correia, A., Kozak, M., & Ferradeira, J. (2011). Impact of culture on tourist decision-making styles. *International Journal of Tourism Research, 13*(5), 433-446.
- Coşcan, C., Phalet, K., Güngör, D., & Mesquita, B. (2016). Relationship context matters: Cultural differences in self-construals revisited. *Cross-Cultural Research, 50*(1), 63-84.
- Cross, S. E., Hardin, E. E., & Gercek-Swing, B. (2011). The what, how, why, and where of self-construal. *Personality and Social Psychology Review, 15*(2), 142-179.
- Crotts, J. C. (2004). The effect of cultural distance on overseas travel behaviors. *Journal of Travel Research, 43*(1), 83-88.
- Gao, J. (1998). "Don't take my word for it." - Understanding Chinese speaking practices. *International Journal of Intercultural Relations, 22*, 163-186.
- Gerasimovic, M., & Bugaric, U. (2018). Enrollment management model: Artificial neural networks versus logistic regression. *Applied Artificial Intelligence, 32*(2), 153-164.
- Hanai, T., Oguchi, T., Ando, K., & Yamaguchi, K. (2008). Importance attributes of lodgings to gain repeat business: A comparison between individual travels and group travels. *International Journal of Hospitality Management, 27*, 268-275.
- Hofstede, G. H. (2001). *Culture's consequence: international differences in work-related values* (2nd ed). Beverly Hills, CA: Sage.
- Hong, J., & Chang, H. H. (2015). "I" follow my heart and "we" rely on reasons: The impact of self-construal on reliance on feelings versus reasons in decision making.



- Journal of Consumer Research*, 41(6), 1392-1411.
- Hoyt, C., & Price, T. L. (2015). Ethical decision making and leadership: Merging social role and self-construal perspectives. *Journal of Business Ethics*, 126(4), 531-539.
- Hudson, S., Walker, G. J., Simpson, B., & Hinch, T. (2013). The influence of ethnicity and self-construal on leisure constraints. *Leisure Science*, 35(2), 145-166.
- Hung, Y. C., Song, L., Chao, C.-W., & Guan, C. (2017). Love at first: The effect of presentation order on evaluation of experiential options in luxury tour packages. *Journal of Business Research*, 81, 181-191.
- Hyde, K. F., & Lawson, R. (2003). The nature of independent travel. *Journal of Travel Research*, 42, 13-23.
- Ito, E., & Walker, G. J. (2016). Cultural commonality and specificity in Japanese and Euro-Canadian undergraduate students' leisure experiences: An exploratory study on control and positive affect. *Leisure Science*, 38(3), 249-267.
- Iverson, T. J. (1997). Decision timing: A comparison of Korean and Japanese travelers. *International Journal of Hospitality Management*, 16(2), 209-219.
- Kamleitner, B., Thürridl, C., & Martin, B. A. S. (2019). A Cinderella story: How past identity salience boosts demand for repurposed products. *Journal of Marketing*, 83(6), 76-92.
- Kang, M. S., & Kim, D. W. (2014). An analysis of the preference of characteristics of air overseas travel type by segment groups. *Journal of the Aviation Management Society of Korea*, 12(6), 77-93.
- Krishna, K. (2008). The effect of self-construal on spatial judgments. *Journal of Consumer Research*, 35(2), 337-348.
- Lalwani, A. K., & Shavitt, S. (2009). The "me" I claim to be: Cultural self-construal elicits self-presentational goal pursuit. *Journal of Personality and Social Psychology*, 97(1), 88-102.
- Lalwani, A. K., & Shavitt, S. (2013). You get what you pay for? Self-construal influences price-quality judgments. *Journal of Consumer Research*, 40(2), 255-267.
- Lankford, S. V., Dieser, R. B., & Walker, G. J. (2005). Self-construal and pilgrimage travel. *Annals of Tourism Research*, 32(3), 802-804.
- Lee, J. W. (2012). The impact of foreign exchange rates on international travel: The case of South Korea. *Journal of Distribution Science*, 10(9), 5-11.
- Lee, S. H., & Sparks, B. (2007). Cultural influences on travel lifestyle: A comparison of Korean Australians and Koreans in Korea. *Tourism Management*, 28(2), 505-518.
- Lee, S. J., & Jing, D. (2015). Use intentions of mobile tour apps through expansion of the technology acceptance model. *Journal of Distribution Science*, 13(10), 135-142.
- Litvin, S. W., Crottd, J. C., & Hefner, F. L. (2004). Cross-cultural tourist behavior: A replication and extension involving Hofstede's uncertainty avoidance dimension. *International Journal of Tourism Research*, 6(1), 29-37.
- Lu, J. G., Quoidback, J., Gino, F., Chakroff, A., Maddux, W. W., & Galinsky, A. D. (2017). The dark side of going abroad: How broad foreign experiences increase immoral behavior. *Journal of Personality and Social Psychology*, 112(1), 1-16.
- Markus, H. R., & Kitayama, S. (1991). Culture and the self: Implication for cognition, emotion, and motivation. *Psychological Review*, 98(2), 224-253.
- Martin, D. (2010). Uncovering unconscious memories and myths for understanding international tourism behavior. *Journal of Business Research*, 63(4), 372-383.
- Meng, F. (2010). Individualism/collectivism and group travel behavior: A cross-cultural perspective. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 4(4), 340-3351.
- Money, R. B., & Crotts, J. C. (2003). The effect of uncertainty avoidance on information search, planning, and purchases of international travel vacations. *Tourism Management*, 24(2), 191-202.
- Nishimura, S., King, B., & Waryszak, R. (2007). The Use of travel guidebooks by packaged and non-packaged Japanese travelers: A comparative study. *Journal of Vacation Marketing*, 13(4), 291-310.
- Niu, L. X., & Lee, J. H. (2018). The intention of repurchase on e-service quality by online travel agency site. *International Journal of Industrial Distribution & Business*, 9(7), 61-70.
- Oyserman, D. (1993). The lens of personhood: Viewing the self and others in a multicultural society. *Journal of Personality and Social Psychology*, 65(5), 993-1009.
- Peng, C. Y. J., & So, T. S. H. (2002). Logistic regression analysis and reporting: A primer. *Understanding Statistics*, 1(1), 31-70.
- Pizam, R. B., & Jeong, G. H. (1996). Cross-cultural tourist behavior: Perceptions of Korean tour-guides. *Tourism Management*, 17(4), 277-286.
- Pizam, A., & Sussmann, S. (1995). Does nationality affect tourist behavior?, *Annals of Tourism Research*, 22(4), 901-917.
- Ryu, S., King, B., & Zuhair, S. (2013). The perceived risks of traveling overseas: Evidence from Korea. *Tourism Review International*, 17(2), 75-88.
- Schumacher, P., Olinsky, A., Quinn, J., & Smith, R. (2010). A comparison of logistic regression, neural networks, and classification trees predicting success of actuarial students. *Journal of Education for Business*, 85(5), 258-263.

- Sinha, J., & Lu, F. C. (2019). Ignored or rejected: Retail exclusion effects on construal levels and consumer responses to compensation. *Journal of Consumer Research*, 46(4), 791-807.
- Simpson, B., White, K., & Laran, J. (2018). When public recognition for charitable giving backfires: The role of independent self-construal. *Journal of Consumer Research*, 44(6), 1257-1273.
- Spiers, A., & Walker, G. J. (2009). The effects of ethnicity and leisure satisfaction on happiness, peacefulness, and quality of life. *Leisure Science*, 31(1), 84-99.
- Torelli, C. J. (2006). Individuality or conformity? The effect of independent and interdependent self-concept on public judgments. *Journal of Consumer Psychology*, 16(3), 240-248.
- Walker, G. J. (2009). Culture, self-construal, and leisure motivations. *Leisure Science*, 31(4), 347-363.
- Walker, G. J., Deng, J., & Dieser, R. B. (2001). Ethnicity, acculturation, self-construal, and motivation for outdoor recreation. *Leisure Science*, 23(4), 263-283.
- Walker, G. J., Deng, J., & Dieser, R. B. (2005). Culture, self-construal, and leisure theory and practice. *Journal of Leisure Research*, 37(1), 77-99.
- Walker, G. J., Jackson, E. L., & Deng, J. (2008). The role of self-construal as an intervening variable between culture and leisure constraints: A comparison of Canadian and Mainland Chinese university students. *Journal of Leisure Research*, 40(1), 90-109.
- Wang, K. C., Hsieh, A. T., & Huan, T. C. (2000). Critical service features in group package tour: An exploratory research. *Tourism Management*, 21(2), 177-189.
- Wong, S., & Lau, E. (2001). Understanding the behavior of Hong Kong Chinese tourists on group tour packages. *Journal of Travel Research*, 40(1), 57-67.
- Woodside, A. G., Hsu, S.-Y., & Marshall, R. (2011). General theory of cultures' consequences on international tourism behavior. *Journal of Business Research*, 64(8), 785-799.
- Wu, C. H., Parker, S. K., Wu, L. Z., & Lee, C. (2018). When and why people engage in different forms of proactive behavior: Interactive effects of self-construals and work characteristics. *Academy Management Journal*, 61(1), 293-323.
- Yang, H., Stamatogiannakis, A., & Chattopadhyay, A. (2015). Pursuing attainment versus maintenance goals: The interplay of self-construal and goal type on consumer motivation. *Journal of Consumer Research*, 42(1), 93-108.
- Zhang, Q., Oetzel, J. G., Ting-Toomey, S., & Zhang, J. (2015). Making up or getting even? The effects of face concerns, self-construal, and apology of forgiveness, reconciliation, and revenge in the United States and China. *Communication Research*, 42, 1-22.
- Zhang, Y., Cole, S., Hirt, E., & Bilgihan, A. (2017). Self-determined travel facilitation with mental construal priming. *Tourism Management*, 61, 472-483