

소비자의 추론수준(construal level)이
다양성 추구(variety-seeking)에 미치는 영향:
효용 균등화(utility equalization) 메커니즘의 제안

I. 서론

소비자의 과거 선택이 현재 선택에 미치는 영향과 관련하여 두 가지 주된 설명이 있다(김동훈 1999). 하나는 소비자의 과거-현재 선택의 관계는 양(+)의 의존성, 즉 관성(inertia)을 보일 수 있다는 것이며, 다른 하나는 음(-)의 의존성, 즉 다양성 추구(variety-seeking)를 보일 수 있다는 것이다. 전자의 경우는 소비자가 직전의 구매시점에서 어느 브랜드를 구매하였다면 현재 구매시점에서도 동일한 브랜드를 재구매할 확률이 높아지는 것을 의미하는 반면, 후자는 현재 구매에 있어 직전에 선택된 브랜드를 재구매할 확률이 낮아지는 것을 의미한다.

소비자의 다양성 추구에 대한 연구들은, 그 단어의 뉘앙스만큼이나 다양한 요인들을 다양성 추구의 원인으로 제시하고 있다. 그러나 소비자의 다양한 추구 성향을 제고시키는 조건에 대한 몇 가지 연구들을 살펴보면, 소비자의 추론수준이 다양성 추구 성향에 유의미한 영향을 미쳤을 가능성을 발견할 수 있다. 예를 들어 긍정적인 기분을 느끼는 경우(Kahn and Isen 1993; Roehm Jr. and Roehm 2005), 소비 시점이 시간적으로 미래인 경우(Simonson 1990), 그리고 타인을 위한 소비의 경우(Choi et al. 2006) 각각 다양성 추구가 더욱 촉진되는 것으로 알려져 있다. 그런데 이러한 조건들은 공통적으로 추론수준이론(construal level theory: Trope and Liberman 2003)에서 이야기하는 상위추론(high-construal)과 깊은 연관을 지니고 있음을 발견할 수 있다. 즉, 긍정적인 기분이 유발하는 확장된 시각은 포괄적 정보 처리(global processing)라는 상위추론의 중요한 특징과 유사한 맥락이라고 할 수 있으며, 미래라는 시간적으로 먼 거리, 타인이라는 사회적으로 먼 거리는 상위추론을 야기하는 원인 또는 조작방법으로 알려져 있다. 따라서 상기 개별 연구들이 주장하는 메커니즘 이외에, 소비자가 지닌 추론수준이 다양성 추구에 영향을 미치는 또 하나의 요인일 가능성을 배제할 수 없다 하겠다.

따라서 본 연구에서는 기존 연구에서 제시된 다양성 추구에의 유발 조건들, 즉 긍정적 기분의 상태, 미래를 위한 선택 상황, 그리고 남을 위한 선택 상황이 유발하거나 연관되어 있는 인지적 과정의 공통점에 주목하여, 소비자의 추론수준이 다양성 추구에 영향을 미칠 가능성을 검증하고자 한다. 구체적으로는 상기의 다양성 추구 촉진 조건들이 상위추론의 유발 조건에 해당됨을 논거의 출발점으로 하여, 소비자의 상위추론이 다양성 추구에 영향을 미침을, 이러한 영향 관계의 기저에는 추론수준으로 인한 대안 간 효용 시각의 차이가 메커니즘으로 작용하고 있음을 실증할 것이다.

II. 이론적 배경

1. 한계효용 역전의 결과로서의 다양성 추구

좁은 의미에서의 다양성 추구는 최선호 대안 또는 과거에 이미 소비해 왔던 기존 대안 대신 새로운 (심지어 덜 선호하는) 대안을 선택하는 것(Ratner 2006 등)이라 할 수 있겠으나, 이보다는 조금 완화된 의미에서 연속된 선택 상황에서 제품이나 브랜드의 변경(Kahn and Isen 1993 등)을 나타내기도 한다. 이를 모두 포함하는 일반적인 정의를 내리자면, 다양성 추구란 특정 브랜드의 구매가 다음 번 구매상황에서 해당 브랜드의 선택확률을 감소시키는 경우를 의미한다 할 것이다(Bawa 1990; Khan, Kalwani, and Morrison 1986). 특히 마케팅에서는 다양성 추구가 브랜드 전환(brand switching)의 결정요인으로 여겨졌기에, 브랜드 점유율을 높이기 위한 전략 개발의 일환으로 관심을 끌어왔다(양윤·최윤희 2002).

소비자의 다양성 추구에 관한 연구들은 크게 다음과 같은 두 가지 흐름으로 분류가 가능하다(Ratner, Kahn, and Kahneman 1999). 하나는 소비자들은 매 선택시점 별로 가장 효용이 큰 대안을 선택한다는 것이다. 이와 같은 패러다임에서는 소비자들의 다양성 추구는 직전의 선택시점에 가장 선호되었던 대안의 효용이 그 다음 선택시점에서는 다른 대안들에 비해 낮은 수준으로 하락한 결과이거나(예: 포만(satiation)으로 인한 최선호 대안의 효용 하락: Chintagunta 1998; Lattin 1987), 최선호 대안의 효용 하락이 발생할 가능성이 두드러지게 지각된 결과이다(예: 미래의 선호 변화에 대한 우려: Simonson 1990; Simonson and Winer 1992). 이러한 패러다임에서는 각 대안을 아우르는 전체적인 선택군(choice set)의 총효용은 바로 그 선택군을 구성하는 개별 대안의 효용의 총합이 되며, 다양성 추구는 바로 효용이 가장 높은 대안들을 선택하여 총효용을 극대화하고자 하는 선택전략의 산물이 된다.

또다른 패러다임에서는 소비자들이 보다 덜 선호되던 대안을 선택하는 것은 바로 다양성 자체를 추구한 데 따른 결과라고 해석한다(예: Kahn, Ratner, and Kahneman 1997). 이 패러다임에서는 개별적으로 가장 선호하는 대안들로 전체 선택군을 구성하더라도 전체적인 효용이 반드시 극대화되는 것은 아니며, 개별적으로는 다소 불만족스러운 대안이라 하더라도 이를 선택군에 포함시키는 것이 전체적인 효용을 높이기도 한다(Ratner, Kahn, and Kahneman 1999).

본 연구에서는 소비자의 다양성 추구를 다루는 데 있어 대조적인 상기 두 가지 연구흐름 중 전자의 관점에서 접근하고자 한다. 후자의 연구흐름의 경우 음악 선곡 등 쾌락재(hedonic goods)의 선택에 치중한 면이 있어 주로 요구르트, 과자류 등 감각적인(sensory) 효용이 두드러지는 식품재들을 활용한 전자의 연구흐름과는 맥락을 다소 달리한다. 뒤에서 상술하겠지만 본 연구는 개별 대안의 속성 차이에 따른 대안 간 효용 차이의 지각이 소비자의 추론수준에 따라 달라지는 현상을 다루고 있기 때문에, 대안의 효용을 개별 속성의 효용의 관점에서 접근하기 용이하지 않은 음악 등의 쾌락재의 경우에는 적용하기가

적절치 않다고 생각되기 때문이다.

소비자들은 매 선택시점 별로 가장 효용이 큰 대안을 선택하며 소비자의 다양성 추구는 바로 이러한 대안들의 선호도 순위가 변동했기 때문이라는 첫 번째 연구흐름을 받아들인다면, 다양성 추구는 바로 개별 대안이 지니는 한계효용 또는 기대 한계효용의 역전으로 인한 현상이라고 추론할 수 있다. 포만으로 인한 다양성 추구는 전형적으로 이러한 사례에 속한다. 어느 시점에서는 효용이 가장 높아 우선적으로 선호되었던 대안이 해당 대안을 소비 또는 선택한 이후에는 그에 대한 포만으로 인해 추가적인 한계효용이 차선호 대안보다도 낮아지기 때문에 이후에는 다른 대안이 선택되는 것이다. 미래 시점에서의 선호에 대한 불확실성으로 다양성 추구가 발생하는 경우 역시, 현재에는 최선호되는 대안이라 할지라도 미래에는 다른 대안에 의해 효용의 1순위, 나아가 선호의 1순위를 빼앗길 가능성이 현재에 비해서는 상대적으로 크게 두드러지기 때문이라 할 수 있다.

다양성 추구는 바로 개별 대안이 지니는 한계효용 또는 기대 한계효용(이하 한계효용으로 통일)의 역전으로 인해 발생하는 현상임을 받아들인다면, 어떠한 경우에 다양성 추구가 보다 촉진되는 지에 대한 모색 역시 가능하다. 바로 한계효용의 역전이 보다 수월하게 일어나는 상황이다. 이러한 역전이 보다 수월하게 일어날 수 있는 조건으로는 다음의 두 가지 경우가 모두 가능할 것이다. 첫째, 대안의 효용 변동의 정도가 큰 경우. 둘째, 애초에 개별 대안들의 효용 자체에 큰 차이가 없는 경우. 전자의 경우는 다양성 추구에 대한 기존의 연구들에서 비교적 활발히 다루어져 왔다. 미래에 변화할지 모르는 자신의 선호에 대비한다든지(Simonson 1990; Simonson and Winer 1992), 타인의 선호를 예측하는 경우 기존 선택 대안에 대한 포만의 정도가 보다 급격할 것으로 예상한다든지 하여(Choi, Kim, Choi, and Yi 2006) 보다 다양한 대안을 선택하는 것은 모두 대안이 지닌 효용의 변동 정도를 크게 지각 또는 예상하기 때문에 발생하는 현상이라 할 수 있다. 반면 후자의 경우, 즉 개별 대안들의 효용 자체에 상대적으로 차이가 덜하여 다양성 추구가 촉진되는 경우는 기존의 연구에서는 거의 다루어진 적이 없다. 예외적으로 Kim, Allenby, and Ross (2002)의 경우 대안들 사이의 효용 차이가 적을수록 선택군을 구성하는 대안들의 다양성은 더욱 커질 것이라고 개념적으로는 예측한 바 있으나, 그러한 효용의 분포를 실제로 측정할 바는 없다.

본 연구에서는 바로 후자의 경우, 즉 개별 대안들의 효용의 차이의 정도가 한계효용이 역전되는 정도의 차이, 나아가 다양성 추구의 정도의 차이를 가져오는 메커니즘에 주목한다. 구체적으로는, 소비자의 추론수준에 따라 개별 대안들 사이의 효용 차이에 대한 지각이 달라지고 이로 인해 다양성 추구의 정도가 달라지는 현상을 검증할 것이다. 이를 위해 다음 절에서는 우선 다양성 추구의 촉진 요인들과 소비자의 추론수준에 대해 간략히 살펴볼 것이다.

2. 다양성 추구의 촉진 요인들

소비자의 다양성 추구에 대한 연구들은, 그 단어의 뉘앙스만큼이나 다양한 요인들을 다양성 추구의 촉진 요인으로 제시하고 있다. 그러나 소비자의 다양성 추구를 촉진시키는 조건에 대한 몇 가지 연구들을 살펴보면, 그리고 이들 조건들이 공통적으로 야기하거나 연관되어 있는 인지적 과정을 모색해 보면 소비자의 추론수준이 다양성 추구 성향에 유의미한 영향을 미쳤을 개연성이 제기된다.

먼저 안전하고 즐길 수 있는 자극물에 노출된 소비자들의 경우 긍정적인 기분을 느낄 때 더욱 다양한 선택을 한다는 결과가 보고된 바 있다(Kahn and Isen 1993; Roehm Jr. and Roehm 2005). 이에 따르면 긍정적인 기분은 소비자로 하여금 정보를 더욱 폭넓게 처리하도록 유발한다. 그 결과 소비자는 보다 확장된 시각을 가지게 되며 그 결과 더 다양한 선택을 하게 된다는 것이다.

또한 미래의 선호에 대한 불확실성으로 인해 다양한 선택이 더욱 촉진되는 조건을 살펴보면, 소비자들로 하여금 앞으로 3주에 걸쳐 소비할 제품을 모두 지금 선택하도록 하는 경우에, 해당 주에 소비할 제품을 매주 선택하도록 하는 상황에 비해서 소비자들이 더 다양한 제품으로 선택군을 구성하는 것을 알 수 있다(Simonson 1990). 이는 그 주에 소비할 제품을 고르는 상황, 즉 가까운 미래에 대한 선택 상황에서보다 앞으로 3주 동안이라는 먼 미래를 생각하는 상황에서 선호에 대한 불확실성이 더 높아지기 때문에, 혹시 미래에 변화할지 모르는 자신의 선호에 대비하고자 더욱 더 다양한 선택을 시도한다는 설명이다.

위와 같이 미래라는 시간적 거리(temporal distance) 이외에도, 사회적 거리(social distance)로 인한 불확실성을 감소시키기 위해 다양성 추구가 더욱 촉진되는 경우도 보고된 바 있다. 소비자들은 자기 자신의 선호보다 타인의 선호를 예측할 때 더 높은 불확실성을 느끼며, 이에 대비하기 위해 타인을 위한 선택 상황에서는 자신을 위한 선택의 경우에서보다 더욱 더 다양한 선택을 한다. 아울러 타인을 위한 선택 상황에서는 선택한 제품의 반복된 소비 상황에만 집중하게 되는 “초점(focusing)” 현상이 두드러져 타인의 경우 해당 제품에 대한 싫증이 더 빨리 일어날 것으로 예상하여 이를 해소하고자 더 다양한 선택을 하기도 한다(Choi et al. 2006).

위에서 예로 든 다양성 추구에 대한 일련의 촉진 요인들은 공통적으로, 추론수준이론에서 이야기하는 상위추론에 해당하거나 그에 깊은 연관을 지니고 있음을 발견할 수 있다. 이러한 가능성을 모색하기에 앞서 사전 설명 차원에서, 먼저 추론수준이론에 대해 간략히 살펴보고자 한다.

3. 추론수준이론

추론수준 이론(construal level theory: Trope and Liberman 2003)에 따르면, 소비자들은 자신과 자신이 노

출된 상황과 사건, 즉 상호작용의 대상과의 심리적 거리감(psychological distance)에 따라 대상에 대한 추론의 수준을 달리하게 된다. 즉, 자신과 대상의 거리가 가까울수록 하위추론(low construal)을 하게 되며 거리가 멀수록 상위추론(high construal)을 하게 된다. 상위추론은 직면한 자극물이나 사건을 도식적으로 문맥에서 떼어내 몇 가지의 주요 정보를 중심으로, 추상적으로 해석하는 것을 의미한다. 반면 하위추론은 자극물이나 사건을 문맥이나 상황에 맞춰 좀 더 구체적 수준으로, 상대적으로 덜 조직화하여 해석하는 것을 의미한다.

서로 다른 추론수준은 상황의 해석·예상·평가, 나아가 이에 근거한 행동에 영향을 미친다고 알려져 있다. 상위추론을 할수록 추상적 사고를 하게 되어 포괄적인 정보처리(global processing)가 두드러지는 반면, 하위추론을 할수록 구체적 사고를 하게 되어 국지적 정보처리(local processing)에 치우치게 된다(Dhar and Kim 2007; Wakslak and Trope 2010). 그 결과 상위추론 상황에서 개인은 사건을 보다 핵심적인 사안을 중심으로, 주어진 정보의 중요한 몇 가지 요점이나 상황의 바람직성(desirability)에 기반하여 판단하는 반면, 하위추론 상황에서 개인은 사건의 세부사항에 주목하며 많은 수의 구체적인 사항 중심으로, 실행 가능성(feasibility)에 근거하여 평가하고 판단한다. 예를 들어 Liberman and Trope(1998)은 하위추론 상황에 해당하는 가까운 미래를 위한 선택에서는 학생들이 작성하기 쉬운, 즉 실행가능성이 높은 과제를 상대적으로 더 선호하는 반면 상위추론 상황에 해당하는 먼 미래를 위한 선택에서는 작성하기는 어렵지만 바람직성은 높은 과제를 더 선호함을 보여준 바 있다.

상위추론과 하위추론의 원인이 되는 심리적 거리감은 보통 시간적(temporal)·사회적(social)·공간적(spacial) 거리 등을 통해 조작된다. 즉, 시간적으로 먼 미래일수록 상위 수준의 추론이, 가까운 미래일수록 하위추론이 유발되며(Trope and Liberman 2003), 사회적 거리가 먼 관계에 대해 추론하는 경우일수록 대상이 자신과는 서로 다르다고 생각하게 되어 상위추론을, 거리가 가까울수록 유사성(similarity)을 느껴 하위추론을 하게 된다(Liberman et al. 2007; Trope and Liberman 2003).

추론수준에 대한 이상의 요약으로부터, 그리고 앞서 언급한 다양성 추구의 촉진 요인들로부터 다음과 같은 점을 발견할 수 있다. 우선 긍정적인 기분이 유발하는 확장된 시야(Kahn and Isen 1993)는 추론수준이론에서 이야기하는 상위추론의 특징인 포괄적 정보처리(global processing; Dhar and Kim 2007; Wakslak and Trope 2010)와 유사한 맥락이라 할 수 있다. 또한 미래라는 시점이 가져다주는 시간적으로 먼 거리(Simonson 1990; Simonson and Winer 1992), 그리고 타인이라는 대상이 유발하는 사회적으로 먼 거리(Choi et al. 2006)는 모두 상위추론을 야기하는 원인 또는 조작방법으로 알려져 있다. 따라서 상기 개별 연구들이 주장하는 메커니즘 이외에 소비자가 지닌 추론수준이 다양성 추구에 영향을 미치는 또 하나의 요인일 가능성을 배제할 수 없으며, 본 연구의 이후 부분은 바로 이러한 가능성에 대한 가설 수립과 검증이 될 것이다.

III. 가설 수립

앞서 소비자의 다양성 추구 성향을 제고시키는 일련의 요인들(긍정적 기분, 미래의 선호에 대한 예측, 타인의 선호에 대한 예측)이 추론수준이론의 관점에서는 공통적으로 상위추론수준(high construal level)에 해당함을 살펴본 바 있다. 그러나 이러한 요인들에 내재된 상위추론수준이라는 공통점 자체가 추론수준이 다양성 추구에 미치는 영향을 자동적으로 입증하거나 그 기저 메커니즘을 제시해 주는 것은 아니다. 따라서 본 장에서는 소비자의 추론수준이 다양성 추구의 수준에 미치는 영향의 방향과 그 기저 메커니즘을 모색하고자 한다.

상위추론수준에 대한 정의를 다시 살펴보면, 대상(action, object)에 대한 추론이 추상적·상위 수준(abstract, super-ordinate level)에서 이루어지는 것을 말한다. 행위정의이론(action identification theory)에 따르면 동일한 행위라 하더라도 왜(why)의 관점이나, 어떻게(how)의 관점이나에 따라 다르게 해석될 수 있는데(Vallacher & Wegner 1989), 예를 들어 아파트의 문을 잠그는 행위는 ‘어떻게’라는 관점에 주목할 경우 “키를 열쇠구멍에 넣어 돌리는 행위”로 해석되는 반면, ‘왜’라는 관점에서 바라본다면 ‘도난 방지’로 해석된다. 추론수준이론에 따르면 바로 ‘왜’의 관점이 상위추론수준에 해당되며, 심리적으로 먼 거리에서 일어나는 사건에 대해서는 상대적으로 상위수준의 추론이 유발된다고 알려져 있다(Fujita et al. 2006).

추론수준에 대한 정의는 위와 같이 주로 행위의 관점에서 이루어져왔지만, 원론적으로 추론수준이론에서 이야기하는 추론의 대상은 행위 뿐 아니라 사물 역시 포함된다. Trope, Liberman, and Levin-Sagi (2006)에서는 사물에 대한 정의(identification)를 서로 다른 방법으로 수행하도록 함으로써 소비자의 추론수준을 조작한 바 있다. 즉 다수의 단어들을 제시한 후에 이들을 공통적인 범주로 묶는 작업을 통해서 상위추론의 활성화를, 반대로 주어진 단어에 대해 구체적인 사례들을 떠올리게 하는 작업을 통해서 하위추론수준의 활성화를 유도하였다. 이를 개별 개체 vs. 카테고리라는 관점에 적용한다면, 상위추론은 개별 개체들이 공유하는 카테고리 공통의 요소(category-common component)에 보다 주목하고, 하위추론은 각 개체 특유의 개별적인 요소(instance-specific component)에 보다 주목하는 것이라 할 수 있다. 사물의 여러 개체들 사이에는 외형적/물리적 공통점이 존재한다. 가령 가수·영화배우·코미디언·오락패널은 모두 ‘연예인’이라는 카테고리의 공통적인 특징을 지니며, 핸드폰·PC·TV·오디오는 모두 ‘전자제품’이라는 카테고리의 공통적인 특징을 지닌다. 추론수준이론의 요지 그리고 Trope, Liberman, and Levin-Sagi (2006)을 토대로 하면, 여러 대안들이 주어졌을 때 상위추론의 성향을 지니거나 그렇게 유도된 개인은 반대의 경우에 비해 해당 대안들이 지닌 카테고리적 공통점에 더욱 주목할 것으로 예상할 수 있다.

이러한 예상을 확장시켜, 소비자의 추론수준이 대안들의 효용 차이 지각에 어떠한 영향을 미칠 것인지를 모색해 보도록 하자. 가령 한 카테고리 내에서 다양한 속성을 지닌 여러 종류의 대안들이 주어졌다고 가정해 보자. 그리고 이들 대안 j 에 대해 소비자 i 가 지각하는 효용 u_{ij} 는 바로 다음과 같이 각 대

안들이 지닌 속성에 의해 결정된다고 모형화할 수 있을 것이다.

$$u_{ij} = \alpha + \beta X_j + e_{ij}$$

<수식 1> 개인 i가 대안 j에 대해 지각하는 효용

여기서 X_j 는 대안 j가 지닌 속성들의 수준을 의미하며, e_{ij} 는 오차항을 나타낸다. 이 모형에서 절편 α 는 카테고리의 공통 속성(category-common feature)으로 인한 효용, βX_j 는 대안의 개별 특성(alternative-specific feature)으로 인한 효용이라 할 수 있을 것이다. 상위추론수준에서는 이들 제품들이 지니는 공통의 속성에 보다 주목하는 반면 하위추론수준에서는 각 제품들의 개별적인 특성이 더욱 두드러질 것이라는 예상을 받아들인다면, 상위추론에서는 u_{ij} 에서 α 대비 βX_j 가 차지하는 비율이 상대적으로 작을 것이다. 즉, 상위추론수준의 개인의 경우 카테고리 내의 서로 다른 대안들을 같은 범주로 묶어 취급하는 경향이 강하기 때문에(예: 요거트의 경우 딸기향이든 사과향이든 대안들을 모두 ‘요거트’로 간주), 대안의 효용에서 대안 특유의 특성(예: 요거트의 경우 브랜드, 향 등)에 따른 효용 βX_j 가 차지하는 비중은 상위추론수준의 개인의 경우에 상대적으로 작을 것이다.

어느 대안의 전체 효용에서 대안 특유의 특성에 따른 효용 βX_j 가 차지하는 비중이 상위추론수준의 경우에 상대적으로 작다는 것은, 바로 상위추론수준의 경우에 대안 간 효용 균등화(utility equalization)가 더욱 두드러지게 유발될 것이라는 추론을 가능케 한다. 즉, 서로 다른 두 대안 j, k 사이의 효용 차이는 다음과 같이 정의되는데,

$$\begin{aligned} u_{ij} - u_{ik} &= (\alpha + \beta X_j + e_{ij}) - (\alpha + \beta X_k + e_{ik}) \\ &= \beta X_j - \beta X_k + e_{in} = \beta(X_j - X_k) + e_{in} \\ &= \beta X_n + e_{in} \end{aligned}$$

<수식 2> 개인 i가 대안 j, k에 대해 지각하는 효용의 차이

같은 카테고리 내의 대안들끼리는 카테고리의 공통 특성으로 인한 효용 α 를 공유하기 때문에 이들 대안 사이의 효용 차이는 결국 βX_j 와 βX_k 의 차이에 의해 나타날 것이다. 그런데 상위추론수준에서는 βX 들의 값이 대안의 전체 효용에서 차지하는 비중 자체가 작기 때문에, 대안 간 효용의 차이 역시 하위추론수준에서에 비해 상대적으로 작게 나타날 것이다. 즉, 상위추론수준에서는 대안 간의 효용 균등화가 상대적으로 두드러질 것이다. 이는 전장에서 본 것처럼 대안 간 한계효용의 역전이 보다 수월하게 일어날 조건에 해당하므로, 상위추론수준에서는 다양성 추구가 상대적으로 강력하게 나타날 것임을 예

상할 수 있다. 따라서 다음과 같이 가설을 제안한다.

가설1: 소비자의 추론수준은 다양성 추구에 영향을 미칠 것이다. 구체적으로, 상위추론수준의 소비자의 경우 하위추론수준의 소비자에 비해 다양성 추구가 더욱 높은 수준으로 나타날 것이다.

아울러 소비자의 추론수준이 다양성 추구에 미치는 영향이 본 연구에서 주장하는 것처럼 상위추론수준에서 대안 간 효용 균등화가 보다 강하게 일어나기 때문이라면, 소비자가 최선호 대안과 그렇지 않은 대안 사이에 지각하는 효용의 차이는 상위추론수준에서 상대적으로 적게 나타날 것이며 최종적으로는 추론수준이 다양성 추구에 미치는 영향은 대안 간 효용 차이의 지각에 의해 매개될 것이다.

가설2: 대안 간 효용 차이에 대한 지각은 추론수준이 다양성 추구에 미치는 영향을 매개할 것이다.

IV. 실증분석

3.1 실증분석 개요

본 장에서는 피실험자의 내재적인(chronic) 추론수준 성향이 다양성 추구에 미치는 영향을 실증한다. 구체적으로 한 카테고리 내의 다양한 대안들로부터 복수의 대안을 선택하는 상황에서, 선택군 내의 대안의 다양성이 피실험자의 내재적인 추론수준에 따라 어떻게 달라지는 지를 검증한다. 아울러 이러한 현상이 과연 추론수준에 따른 효용 균등화의 차이에 의한 것인지를 검증하기 위하여, 대안 간 효용의 차이 역시 측정하여 매개분석을 실시한다.

3.2 실험방법

자극물(stimuli)

자극물로는 요거트 카테고리에 속하는 9개의 제품을 담은 카탈로그가 사용되었다. 각 제품을 구분 짓는 속성은 브랜드와 향의 두 가지이며, 각 속성별로 3개의 수준이 제시되어 총 $3^2=9$ 개의 제품이 카탈로그에 포함되었다. 카탈로그의 제시는 프로젝터 스크린 화면을 통해 이루어졌다.

실험절차(procedure) 및 피실험자(subject)

서울 소재 모대학교에서 마케팅 교과목을 수강 중인 학부생 79명이 실험에 참가하였으며, 이들 중 응답 결측치를 포함하고 있는 것을 제외한 76명의 응답 결과를 분석에 활용하였다. 이들을 BIF 측정결과에 따라 중위수 분할(*median split*)하여 각각 상위추론수준과 하위추론수준의 2 집단으로 분류하였다.

실험절차는 (1) 대안군으로부터의 제품 선택, (2) 추론수준 측정 항목 응답, (3) 대안간 효용 차이 지각에 관한 항목 응답의 순서로 이루어졌다. (3)의 대안간 효용 차이 지각은 순차적으로 측정된 복수의 항목으로부터 일련의 연산 과정을 거쳐 산출되는 바, 이들 항목들은 응답자에 따라 순서를 섞어(*counter balancing*) 제시하였다.

측정(*measurement*)

소비자의 다양성 추구 정도는 제시된 9개의 요거트 제품들로부터 본인이 소비할 5개의 제품을 선택하도록 하여, 이 5개의 제품으로 이루어진 선택군 내에서 서로 다른 제품의 가짓수가 몇 개인지로 측정하였다(Choi et al. 2006).

추론수준은 대상에 대한 심리적 거리를 통해 조작 가능한 변수이기도 하지만 내재적 변수로서 측정하여 사용하기도 한다. 개별 피실험자의 추론수준 성향은 BIF(*Behavioral Identification Form*: Vallacher and Wegner 1989) 항목들을 통해 측정하였다. 다만 본 연구의 경우 측정 항목의 수가 많아 피로감 또는 지겨움으로 인해 피실험자의 답변의 정확도가 저하될 것을 예방하기 위하여, Vallacher and Wegner(1989)에서 25개의 BIF 원본 항목들 중 항목-전체점수 간 상관관계(*item-total correlation*)가 상대적으로 높게 나타난 18개 문항을 발췌하여 측정에 사용하였다.

최선호 대안과 차선호 대안 사이의 효용 차이는 최선호 대안 대비 차선호 대안의 예상 효용 증가치(*expected gain*)로부터 예상 효용 감소치(*expected loss*)만큼을 감(-)함으로써 산출되었다(*expected net utility = expected gain - expected loss*). 구체적으로 최선호 대안 대신 다른 차선의 대안을 선택함으로써 얻을 것으로 예상되는 효용의 증가치(*expected gain*)는 (1) 본인의 최선호 대안이 아닌 다른 대안을 골라 소비할 경우 이 새로운 대안이 원래의 최선호 대안보다 더욱 만족스러울 가능성, (2) 그러한 경우가 발생하였을 경우 새로 대안이 만족스러울 정도에 대한 예상치를 각각 측정하여 이 둘을 곱함으로써 산출되었다. 최선호 대안 대신 다른 차선의 대안을 선택함으로써 얻을 것으로 예상되는 효용 감소치(*expected loss*) 위와는 방향만 다르되 역시 동일한 방식으로 측정되었다. 최종적으로는 최선호 대안 대비 다른 대안의 예상 효용 증가치로부터 예상 효용 감소치를 감하여(*expected gain - expected loss*) 이를 최선호 대안과 차선호 대안 사이의 효용 차이 예상치(*expected net utility*)로 삼았다. 각 측정항목은 모두 비율척도인 퍼센트(%) 척도로 측정되었다.

3.3 분석

먼저 BIF 측정항목들에 대해 신뢰성을 검증한 결과, 크론바흐 알파(Cronbach's alpha) 값이 .798로 양호한 것으로 나타나 이들 항목들의 값을 평균하여 그에 따라 전체 집단을 상위추론 집단과 하위추론 집단으로 중위수 분할하였다.

이렇게 하여 각 피실험자별로 부여된 추론수준을 독립변수로, 선택군 내에서 서로 다른 대안의 개수를 종속변수로 하여 일원분산분석을 시행한 결과, <표 1>에서 보듯 추론수준의 효과는 유의수준 .10 기준으로 한계적으로(marginally) 유의한 것으로 나타났으며($F=2.727$, $p=.103$) 효과크기는 .036으로 중간 크기에 다소 못 미치는 것으로 나타났다(Keppel and Wickens 2004, p. 162). 집단 간 평균 비교를 통해 좀 더 살펴보면, 5개의 제품으로 이루어진 선택군 내에서 서로 다른 제품의 가짓수가 상위추론 집단에서는 평균 3.21가지, 하위추론 집단에서는 평균 2.74가지로 상위추론 집단의 경우에 다양성 추구 수준이 보다 높은 것으로 나타났다. 이상으로부터, 추론수준이 다양성 추구에 영향을 미친다는 가설 1은 명확한 수준은 아니지만 한계적으로나마 지지되었다고 볼 수 있을 것이다.

대안 간 효용 차이 지각의 매개효과를 검증하기 위하여 먼저 추론수준을 독립변수로, 대안 간 효용 차이 지각을 종속변수로 일원분산분석을 실시한 결과 <표 2>에서 보듯 추론수준의 효과는 유의수준 .10 기준에서 유의한 것으로 나타났으며($F=3.367$, $p=.071$) 효과크기는 .044으로 중간 크기에 다소 못 미치는 것으로 나타났다. 집단 간 평균 비교를 통해 좀 더 살펴보면, 하위추론 집단에서는 새로 선택한 대안의 효용이 기존의 최선호 대안의 효용 대비 평균적으로 17.44% 낮을 것으로 예상하는 반면, 상위추론 집단에서는 이 값이 단지 6.72%만 낮을 것으로 예상하는 것으로 나타났다. 즉, 최선호 대안과 차선의 대안 사이의 효용 차이에 대한 지각은 상위추론 집단에서 더 작은 것으로 나타나, 상위추론 집단이 대안 간의 효용 차이가 덜할 것으로 지각하는 것으로 나타났다. 즉, 상위추론 집단에서 대안 간의 효용 균등화가 더 강력한 것으로 나타났다.

마지막으로 추론수준을 독립변수로, 대안 간 효용 차이 지각을 공변량(covariate)으로 투입하여 다양성 추구에 대한 공분산분석(ANCOVA)을 실시한 결과, 추론수준이 다양성 추구에 미치는 영향은 대안 간 효용 차이 지각에 의해 매개됨이 역시 한계적으로 유의한 것으로 나타났다. <표 3>에서 보듯이 대안 간 효용 차이의 주효과가 유의수준 .10 기준에서 한계적으로 유의하며($F=2.751$, $p=.101$), 추론수준의 주효과는 <표 2>의 결과와 비교하면 $F=2.727(p=.103)$ 에서 $F=1.659(p=.202)$ 로 변화됨을 알 수 있다. 즉, 대안 간 효용 차이 지각의 매개효과를 찾을 수 있다. 이상으로부터, 가설 2 역시 명확한 수준으로는 아니지만 한계적으로나마 지지되었다고 볼 수 있을 것이다.

<표 1> 다양성 추구에 대한 ANOVA 결과

소스	제공합	자유도	평균제공	F	Sig.	효과크기
수정모형	4.263	1	4.263	2.727	.103	.036
절편	672.053	1	672.053	429.894	.000	.853
추론수준	4.263	1	4.263	2.727	.103	.036
오차	115.684	74	1.563			
합계	792.000	76				
수정합계	119.947	75				

<표 2> 대안 간 효용 차이 지각에 대한 ANOVA 결과

소스	제공합	자유도	평균제공	F	Sig.	효과크기
수정모형	.219	1	.219	3.367	.071	.044
절편	1.110	1	1.110	17.093	.000	.188
추론수준	.219	1	.219	3.367	.071	.044
오차	4.804	74	.065			
합계	6.132	76				
수정합계	5.022	75				

<표 3> 다양성 추구에 대한 ANCOVA 결과(대안 각 효용 차이 지각을 공변량으로 투입)

소스	제공합	자유도	평균제공	F	Sig.	효과크기
수정모형	8.464	2	4.232	2.771	.069	.071
절편	588.226	1	588.226	385.175	.000	.841
대안 간 효용 차이 지각	4.201	1	4.201	2.751	.101	.036
추론수준	2.534	1	2.534	1.659	.202	.022
오차	111.483	73	1.527			
합계	792.000	76				
수정합계	119.947	75				

V. 결론 및 토의

본 연구는 일련의 연구들이 제시하는 다양성 추구의 촉진 요인들(긍정적 기분, 미래의 선호에 대한 예측, 타인의 선호에 대한 예측)에 공통적으로 내재되어 있거나 연관된 상위추론수준이라는 조건에 주목하여, 소비자의 추론수준이 다양성 추구에 영향을 미칠 가능성을 모색하였다. 실증 결과 비록 추론수준의 영향이 단지 한계적으로 유의한 수준에 그친 부족함은 있으나, 상위추론이 대안 간의 효용 균등화를 유발할 가능성, 그리고 이러한 효용 균등화에 의해 다양성 추구가 더욱 촉진될 가능성에 대한 이론적 토대를 마련했다는 데 의의를 둘 수 있다 하겠다. 실증 결과의 엄밀성 부족이 단순히 실험 방법상의 부족함으로 인한 것인지 아니면 보다 근본적인 가설 자체의 타당성 부족에 따른 것인지 명확하게 판단을 내리기는 현재로서는 다소 이른 감이 있다. 그러나 적어도 추론수준이 효용 균등화를 유발할 가능성은 이

론적·실증적으로 상당한 근거를 지니고 있다 할 것이며, 따라서 추론수준이 다양성 추구에 미치는 영향은 향후 충분한 검토와 탐색을 필요로 하는 사항으로 판단된다.

향후 본 연구의 방향은, 본 연구에서 제안하는 효용 균등화 메커니즘에 초점을 맞추는 것은 물론 다양성 추구에 대한 기존 연구와의 연관성 하에서도 모색되어야 할 것이다. 추론수준이 다양성 추구에 영향을 미칠 가능성은 일련의 기존 연구에서 제시하는 조건들이 지니는 공통점으로부터 착안하여 제시된 것이기는 하나, 그것이 본 연구에서 제안하는 메커니즘에 대한 엄밀한 실증이 곧 기존 메커니즘들의 폐기나 대체를 의미하는 것은 결코 아닐 것이다. 설령 상위추론이 효용 균등화를 유발하고 그로 인해 다양성 추구가 제고되는 현상이 확고한 것으로 받아들여진다 하더라도, 그 역시 다양성 추구를 촉진할 수 있는 하나의 요인일 뿐이다. 따라서 다양성 추구의 촉진 메커니즘을 보다 상세하게 파악하기 위해서는 추론수준과 기존의 다른 요인들과의 관계를 살펴보는 것이 필수적이다.

아울러 추론수준의 관점에서 다양성 추구를 고찰하는 것은 기존의 연구에서 밝혀내지 못한 다양성 추구의 촉진 메커니즘을 이해하는 데도 도움이 될 것으로 기대된다. 다양성 추구는 문화적 성향과도 밀접한 관계가 있는 것으로 알려져 있으며, 구체적으로 서구문화권의 소비자들이 동양문화권의 소비자들보다 더욱 다양한 선택을 선호하는 현상이 보고된 바 있다(Kim and Drolet 2002; Yoon et al. 2010). 하지만 정작 그 기저 메커니즘으로 사회적 영향력 이외의 명확한 설명은 제시되지 못한 것이 현실이다. 그러나 본 연구에서 제기한, 추론수준이 다양성 추구에 영향을 미칠 가능성을 염두에 둔다면 이는 충분히 설명 가능한 현상이다. 일반적으로 서구문화권의 개인들은 상대적으로 독립적 자기해석(*independent self-construal*)을 하는 반면 동양문화권의 개인들은 상호의존적 자기해석(*interdependent self-construal*)이 두드러지는 것으로 알려져 있다. 그런데 상호의존적 자기해석의 개인들은 자기 자신을 타인과의 관계 하에서 파악하는 경향이 있는데, 이러한 자신과 타인의 관계는 구체적이며 특정한 사회적 맥락을 수반하기에(Markus and Kitayama 1991; Masuda and Kitayama 2004; Morris and Peng 1994) 하위수준의 추론을 유발함이 보여진 바 있다(Spassova and Lee 2008). 반대로 독립적 자기해석의 개인들은 구체적인 상황은 무시하고 보다 포괄적이고 맥락을 초월한 특질에 초점을 맞추는 경향이 있어 상대적으로 상위수준의 추론을 하게 된다는 것이다. 서구문화권의 개인들이 독립적 자기해석에 치우쳐 있다는 연구(Markus and Kitayama 1991 등), 그리고 독립적 자기해석이 상위추론을 유발한다는 연구(Spassova and Lee 2008)의 바탕 위에 상위추론이 다양성 추구를 제고시킨다는 본 연구의 제안을 접목시킨다면, 왜 서구문화권의 개인들 사이에서 다양성 추구가 더욱 촉진되는 지에 대해 보다 구체적이고 새로운 설명을 제시할 수도 있을 것이다.

참고 문헌

- Choi, Jinhee, B. Kyu Kim, Incheon Choi, and Youjae Yi (2006), "Variety-Seeking Tendency in Choice for Others: Interpersonal and Intrapersonal Causes," *JournalofConsumerResearch*,32(March),590-595.
- Dhar, Ravi and Eunice Y. Kim (2007), "Seeing the Forest or the Trees: Implications of Construal Level Theory for Consumer Choice," *JournalofConsumerPsychology*,17(2),96-100.
- Kahn, Barbara E. and Alice M. Isen (1993), "The Influence of Positive Affect on Variety Seeking among Safe, Enjoyable Products," *JournalofConsumerResearch*, 20(2), 257-270.
- Kim, Heejung and Aimee Drolet (2002), "Choice and Self-Expression: A Cultural Analysis of Variety-Seeking," *JournalofPersonalityandSocialPsychology*, 85(2), 373-382.
- Kim, J., G.M. Allenby, and Rossi P.E. (2002), "Modeling Consumer Demand for Variety," *MarketingScience*,Vol.21,pp.229-250.
- Liberman, Nira, Yaacov Trope, and Cheryl Wakslak (2007), "Construal Level Theory and Consumer Behavior," *JournalofConsumerPsychology*,17(2),113-117.
- Markus and Kitayama (1991), "Culture and the Self: Implications for Cognition, Emotion, and Motivation," *PsychologicalReview*,98(2),224-253.
- Raju, P. S. (1980). "Optimum Stimulation Level: Its Relationship to Personality, Demographics, and Exploratory Behavior," *JournalofConsumerResearch*,7(December),272-282.
- Roehm Jr., Harper A. and Michelle L. Roehm (2005), "Revisiting the Effect of Positive Mood on Variety Seeking," *JournalofConsumerResearch*,32(2), 330-336.
- Simonson, Itamar (1990), "The Effect of Purchase Quantity and Timing on Variety-Seeking Behavior," *JournalofConsumerResearch*,27(May),150-162.
- Singelis (1994), "The Measurement of Independent and Interdependent Self-Construals," *PersonalityandSocialPsychologyBulletin*,20(5),580-591.
- Steenkamp, J.-B. E. M., & Baumgartner, H. (1992). "The Role of Optimum Stimulation Level in Exploratory Consumer Behavior," *JournalofConsumerResearch*,19(3),434-448.
- Triandis (1989), "The Self and Social Behavior in Differing Culture Contexts," *PsychologicalReview*,96(3),506-520.
- Trope, Yaacov and Nira Liberman (2003), "Temporal Construal," *PsychologicalReview*,110(3),403-421.
- _____, _____, and Cheryl Wakslak (2007), "Construal Levels and Psychological Distance: Effects on Representation, Prediction, Evaluation, and Behavior," *JournalofConsumerPsychology*,17(2),83-95.
- Vallacher, Robin R. and Daniel M. Wegner (1989), "Levels of Personal Agency: Individual Variation in Action Identification," *JournalofPersonalityandSocialPsychology*,57(4),660-671.

Wakslak, Cheryl and Yaacov Trope (2010), "The Effect of Construal Level on Subjective Probability Estimates," *Psychological Science*, 20(1), 52-58.

Yoon, S. O., Suk, K., Lee, S. M., & Park, E. Y. (forthcoming). "To Seek Variety or Uniformity: The Role of Culture in Consumers' Choice in a Group Setting." *Marketing Letters*.