

碩士學位 論文

승마 동기가 지각된 가치와 만족에  
미치는 영향

-제주지역 관광객과 주민을 대상으로-

濟州大學校 經營大學院

觀光經營學科

韓 汜

2010年 8月

# 승마 동기가 지각된 가치와 만족에 미치는 영향

-제주지역 관광객과 주민을 대상으로-

指導教授 趙文秀

韓 汜

이 論文을 觀光學 碩士學位 論文으로 提出함

2010年 8月

韓汜의 觀光學 碩士學位 論文을 認准함

審査委員長 \_\_\_\_\_

委 員 \_\_\_\_\_

委 員 \_\_\_\_\_

濟州大學校 經營大學院

2010年 8月

A study on the effect on  
perceived value and satisfaction  
by motivation of equestrian  
-Focused on tourists and jeju residents-

Bum, Han  
(Supervised by professor Moon-Soo, Cho)

A thesis submitted in partial fulfillment of the requirement for the degree  
of master of business administration

2010. 8.

This thesis has been examined and approved.

---

---

---

---

DEPARTMENT OF TOURISM MANAGEMENT  
GRADUATE SCHOOL OF BUSINESS ADMINISTRATION

JEJU NATIONAL UNIVERSITY

# 목 차

<b>I. 서 론</b> .....	<b>1</b>
제1절 연구의 필요성 .....	1
제2절 연구의 목적 및 절차 .....	4
제3절 연구의 방법 및 범위 .....	6
<b>II. 이론적 배경</b> .....	<b>8</b>
제1절 관광과 레저 활동 .....	8
1. 관광과 레저 .....	8
2. 관광 및 레저 동기 .....	10
제2절 승마와 승마 동기 .....	20
1. 승마의 역사 .....	20
2. 관광 및 레저 활동으로의 승마 .....	22
3. 승마 동기 .....	24
제3절 지각된 가치 · 만족 · 충성도 .....	29
1. 지각된 가치 .....	29
2. 관광만족 · 레저만족 .....	33
3. 충성도 .....	37
제4절 선행연구의 검토 .....	39
<b>III. 연구방법</b> .....	<b>42</b>
제1절 조사의 연구모형 및 가설설정 .....	42
1. 연구모형 .....	42
2. 연구가설의 설정 .....	43
제2절 설문문의 구성과 변수의 조작적 정의 .....	46

제3절 조사 설계와 자료의 처리	48
1. 조사 설계	48
2. 자료처리방법 .....	50
<b>IV. 실증분석 및 결과 .....</b>	<b>51</b>
제1절 표본의 구성과 특성 .....	51
제2절 연구모형 및 가설의 검증 .....	54
제3절 분석결과의 요약 .....	77
<b>V. 결 론 .....</b>	<b>80</b>
제1절 요약 및 연구의 의의 .....	80
1. 요약 .....	80
2. 연구의 의의 .....	82
제2절 연구의 한계 및 제언 .....	84
<b>참고문헌 .....</b>	<b>86</b>
<b>설문지 .....</b>	<b>96</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>99</b>

## 표 차례

<표 1-1> 연구의 흐름 .....	5
<표 2-1> 관광 동기 연구사례 .....	16
<표 2-2> 승마장 경영진 및 교관 집단 .....	26
<표 2-3> 인터뷰를 통하여 추출된 승마 동기 요인 .....	27
<표 2-4> 지각된 가치의 측정 척도 .....	30
<표 3-1> 설문지의 구성 .....	46
<표 3-2> 변수의 조작적 정의와 참고문헌 .....	47
<표 3-3> 제주특별자치도내 승마장 현황 .....	48
<표 4-1> 표본의 인구통계적 특성 .....	51
<표 4-2> 관광객과 지역주민 교차분석 결과 .....	52
<표 4-3> 승마 동기 요인에 대한 신뢰성 및 타당성 검증 .....	56
<표 4-4> 지각된 가치의 신뢰성 및 타당성 분석 .....	57
<표 4-5> 만족의 신뢰성 및 타당성 분석 .....	58
<표 4-6> 지각된 가치의 신뢰성 및 타당성 분석 .....	59
<표 4-7> 승마 동기가 지각된 가치에 미치는 영향 .....	61
<표 4-8> 지각된 가치가 만족에 미치는 영향 .....	62
<표 4-9> 승마 동기가 만족에 미치는 영향 .....	63
<표 4-10> 만족이 충성도에 미치는 영향 .....	64
<표 4-11> 성별에 따른 승마 동기 차이 .....	65
<표 4-12> 연령대에 따른 승마 동기 차이 .....	66
<표 4-13> 가족생애주기에 따른 승마 동기 차이 .....	68
<표 4-14> 직업에 따른 승마 동기 차이 .....	69
<표 4-15> 학력에 따른 승마 동기 차이 .....	71
<표 4-16> 소득에 따른 승마 동기 차이 .....	73
<표 4-17> 방문객에 따른 승마 동기 차이 .....	74
<표 4-18> 방문객 특성에 따른 지각된 가치 차이 .....	76

<표 4-19> 방문객 특성에 따른 만족 차이 .....	76
<표 4-20> 방문객에 따른 지각된 가치·만족·충성도 차이 .....	77
<표 4-21> 가설검증 결과의 요약 .....	79

## 그림 차례

<그림 2-1> 욕구, 필요, 동기의 관계 .....	10
<그림 2-2> Iso-Ahola의 관광 사회심리학 모형 .....	14
<그림 3-1> 연구 모형 .....	42

# I. 서론

## 제1절 연구의 필요성

현대사회는 고도산업화와 물질적인 풍요로움이 넘치는 후기 자본주의시대로 근로시간의 단축과 삶의 질(quality of life)의 향상 및 레저 시간의 증가로 인하여 국민들의 건강에 대한 인식과 삶의 질에 대하여 높은 관심을 가지게 되었으며 이러한 단면을 보여주는 사례로 레저 문화의 발달 및 관광 활동, 다양한 레저 스포츠 활동에 대한 일반인의 참여확대와 관심의 증가를 들 수 있다<sup>1)</sup>.

최근 레저 문화의 발달과 함께 관광 활동 및 다양한 레저 스포츠 활동에 대해서 다양한 학문적 접근이 이루어지고 있다. 이러한 현상의 배경에는 국민소득의 향상으로 인한 가처분 소득의 증대와 주 5일제 근무의 확대 및 일반화 두 가지로 함축된다고 할 수 있다.

첫째, 국민소득의 향상으로 인한 가처분 소득의 증가이다. 우리나라 국민총소득(GNP)은 2008년 기준으로 1만 9천불을 넘어섰으며(통계청, 2008)<sup>2)</sup> 국민소득의 향상과 이로 인한 가처분소득의 증대는 국민들의 레저에 대한 인식을 단순히 시간을 보내는 개념을 넘어 관광을 포함하는 다양한 야외활동, 레저 스포츠 활동 등을 견인하는 결과를 가져왔다.

둘째, 2004년 7월부터 시행된 주 5일 근무제의 확산과 일반화이다. 주 5일 근무제의 기대효과는 크게 ① 레저·취미 시간의 증가로 인한 삶의 질 향상, ② 직장 중심의 음주문화에서 가족 중심 레저 문화로의 변화 및 건전한 소비 풍토 조성, ③ 국제 기준에 맞는 근로복지 관련 제도의 정비를 통한 기업 경쟁력 강화, ④ 여성의 사회 참여 확대 등이다. 이러한 주 5일제 근무제가 확산되고 일반화되는 과정에서 잉여시간의 활용방안으로 인해 관광활동 및 다양한 레저 스포츠 활동이 각광을 받는 결과를 가져왔다.

1) 김장환·박진기·엄대영(2003). 『스쿼시시장에서의 접촉유형이 서비스 품질, 고객만족 및 구매 후 행동에 미치는 영향』. 한국체육과학회지, 12(2).

2) 통계청(2008). 『우리나라 국민 총소득(GNP) 통계자료』



소득증대와 잉여시간의 확대에 의한 상기 현상들에 대해서 지금까지 일반인들의 레저에 대한 인식은 열심히 일하기 위한 휴식시간 정도로 여겨졌으나, 소득수준이 향상된 이후 현대인들이 선호하는 레저 활동은 테니스, 스키, 골프, 승마 등의 활동과 스노우 보드, 레프팅, 윈드서핑, 스쿠버 다이빙, 초경량 항공기 등의 모험 스포츠가 주류를 이뤄 나갈 것이라고 분석했다<sup>3)</sup>.

또한, 주 5일 근무제가 확산 및 정착되어 감에 따라 레저시간이 늘어나고 참여·레저 스포츠에 대한 관심이 증대되면서 암벽등반, 트래킹 등의 자연 친화적 스포츠, 그리고 이러한 분야들이 상호 결합된 스포츠 등에 대한 소비도 크게 늘어날 것으로 기대된다고 분석하였다<sup>4)</sup>.

한편, 국민체육활동 참여 실태조사(2009)<sup>5)</sup>의 결과에서 우리나라 사람들이 가장 해보고 싶은 레저 스포츠 종목으로 수영이 1위, 골프가 2위로 분석되었으며, 이외에도 스키(2.3%), 스킨스쿠버(3.0%), 승마(2.5%) 등에 대한 국민의 관심이 증가한 것으로 나타났다. 이처럼 관심을 받고 있는 여러 가지 레저 활동 중에서 본 연구의 주된 관심사는 ‘승마’이다.

레저 활동 분야에서 세계적인 추세와 학술 보고에 의하면 국민소득 1만 달러가 넘으면 테니스 인구가 늘어나고, 1만 5000 달러에 진입하면 골프 인구가 늘어나며, 2만 달러를 돌파하면 승마인구가 골프인구를 앞질러 늘어난다. 이는 앞으로 국내에서도 승마인구가 폭발적으로 늘어날 것임을 암시한다<sup>6)</sup>.

또한, 승마가 대중들에게 심신의 건강과 행복한 삶을 위한 최상의 레저 스포츠로 인식되어가고 있으며 승마 인구의 저변이 급속히 확대되어가고 있다<sup>7)</sup>.

한편, 제주특별자치도의 승마장현황의 경우 2009년 현재 총 25개의 승마장이 성업 중에 있으며 지역주민들이 레저를 활용하기 위해 레저 스포츠를 즐기는 ‘장(場)’으로서의 역할과 관광 매력물(attraction)로서의 역할을 겸하고 있다.

제주특별자치도에서의 승마활동은 레저 스포츠와 스포츠 관광활동으로서의 가능성을 보여주고 있지만 아직까지 승마에 관한 연구는 부족한 현실이다. 승마와

3) 서천범(2004). 『레저백서, 2004-2005』, 서울: 한국레저산업 연구소[편]

4) 문화체육관광부(2009). 『체육백서』. 문화체육관광부.

5) 문화체육관광부(2009). 『국민생활체육활동 참여 실태조사』. 문화체육관광부.

6) 김도균(2003). 『스포츠비즈니스』, 서울: 오성출판사.

7) 이상기(2000). 『실내 승마운동이 여대상의 건강관련 체력요소, 혈중 지질농도 및 배변만족도에 미치는 효과』. 미간행 석사학위논문. 충남대학교 대학원

관련된 학위논문의 경우 총 20여편의 연구만이 이루어졌다.

총 20편의 논문을 분석해보면 특수체육 분야<sup>8)</sup>와 운동처방<sup>9)</sup>, 행정학적 측면<sup>10)</sup>, 심리학적 측면<sup>11)</sup> 등 주로 체육학 관련 연구 위주로 이루어 졌다.

레저와 관광 관련 분야의 연구는 2편의 연구<sup>12)</sup>가 이루어졌지만 ‘만족도’ 및 ‘참여만족 요인’, ‘삶의 질’에 대한 연구이었으며, 레저 활동으로의 레저 스포츠 측면에서 승마활동의 참여 동기와 이용자의 지각된 가치, 만족 간의 관계에 관한 연구는 부족하다

이에 관광객 및 지역주민을 대상으로 승마활동에의 참여 동기를 알아보고 참여 동기와 승마장 이용자의 지각된 가치, 만족 간의 관계에 관한 연구와 관광객의 관광 활동으로의 승마와 지역주민의 레저 활동으로의 승마에 대한 동기와 만족, 지각된 가치, 충성도 차이가 무엇인가에 대한 연구 또한 필요하다.

- 
- 8) 노재철(2007) 『장애아동의 치료승마 레크리에이션 적용』. 미간행 석사학위 논문. 수원대학교 대학원.
  - 9) 김희경(2007) 『재활승마에서 나타나는 자폐아동의 공포증 제거를 위한 웨이핑(shaping)방법의 실효성에 관한 연구』. 미간행 박사학위 논문. 명지대학교 대학원; 김은진(2005). 『뇌성마비 환자에서 승마의 치료적 효과』. 미간행 석사학위 논문. 경상대학교 대학원; 박재현(2005). 『승마운동이 정신지체아동의 신체조성 및 평형성 기능에 미치는 영향』. 미간행 석사학위 논문. 용인대학교 교육대학원; 김태웅(2004) 『승마가 자폐아동의 문제행동 감소에 미치는 영향』. 미간행 석사학위 논문. 한국체육대학교 대학원; 추호근(2004) 『승마운동이 뇌성마비 아동의 평형성 향상에 미치는 효과』. 미간행 석사학위 논문. 인천대학교 대학원.
  - 9) 정우영(2007) 『승마 운동에 관한 연구: 운동효과 및 승마전수의 체력적 특성』. 미간행 석사학위논문. 전주교육대학교 교육대학원; 김광배(2005) 『승마 운동이 기승자의 에너지 기질 및 호르몬의 변화에 관한 분석』. 미간행 석사학위 논문. 단국대학교 스포츠과학대학원; 김형철(2005) 『장기간 승마운동이 여성들의 요추 골 밀도 및 골 대사에 미치는 영향』. 미간행 박사학위 논문. 용인대학교 대학원; 이하윤(2004) 『승마운동이 비만 여고생의 체지방 및 체력에 미치는 영향』. 미간행 석사학위논문. 전주대학교 교육대학원; 이상기(2000). 전개서.
  - 10) 김정옥(2006), 『승마스포츠 활성화를 위한 서비스품질 인식에 관한 연구』. 석사학위논문. 원광대학교 교육대학원; 김운영(2006) 『한국 승마의 발전방향에 관한 연구』. 미간행 석사학위논문. 경희대학교 체육대학원
  - 11) 이은정(1997). 『승마경기의 불안상태에 관한 연구』. 석사학위논문. 한양대학교 교육대학원.
  - 12) 정호진(2004). 『여가활동으로서 승마의 역할: 대중화와 만족도 조사 중심으로』. 미간행 석사학위논문. 고려대학교 교육대학원; 이미경(2002). 『승마활동 참여가 인지된 삶의 질에 미치는 영향』. 석사학위논문. 조선대학교 대학원.

## 제2절 연구의 목적 및 절차

본 연구의 목적은 관광객 및 지역주민을 대상으로 승마활동에의 참여 동기를 알아보고 승마 동기와 승마장 이용자의 지각된 가치, 만족, 충성도 간의 관계를 파악하는데 있다. 즉, 승마 동기와 참여 후 만족도, 재방문 의도를 포함한 충성도에 이르는 의사결정과정 에 대한 체계적인 모형을 도출하고 이를 검증하는 것이 본 연구의 목적이며 각각의 세부적인 목적은 다음과 같다.

첫째, 승마 동기의 요인을 질적·양적 연구를 통해 파악한다.

둘째, 승마활동 참여자의 인구통계적 특성에 따른 승마 동기, 승마장 이용자의 지각된 가치, 만족, 충성도의 차이를 파악한다.

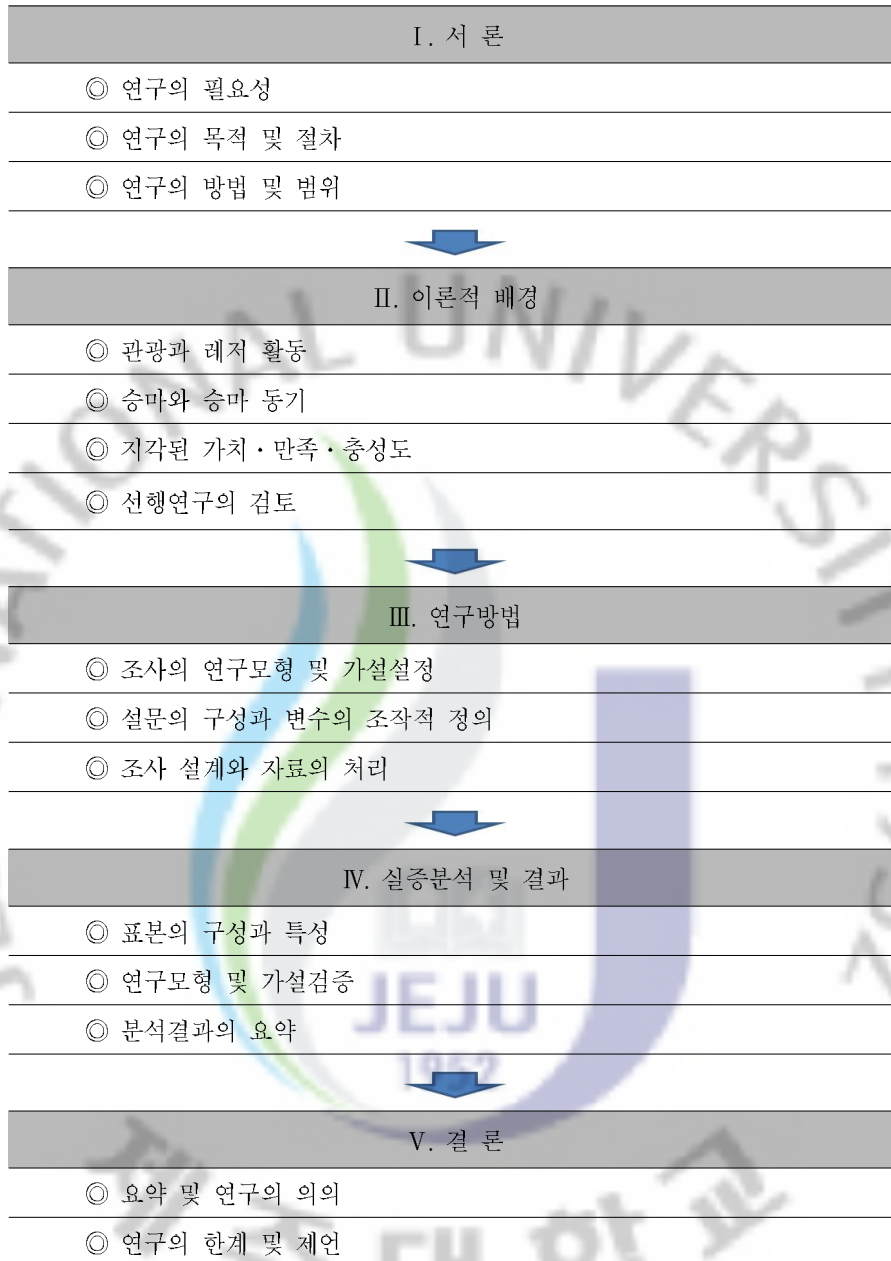
셋째, 승마 동기 및 지각된 가치, 만족, 충성도 간의 인과관계를 분석함으로써 관광활동 및 레저 활동으로서의 승마 동기와 이용자의 지각된 가치, 만족, 충성도 간의 관계를 구명한다.

마지막으로, 승마 동기 및 지각된 가치, 만족, 충성도 간의 인과관계를 분석함으로써 관광활동 및 레저 활동으로서 승마 동기와 이용자의 지각된 가치, 만족, 충성도 간의 인과관계를 바탕으로 관광 및 레저 활동으로의 '승마'를 재조명하고 관광객 및 레저 활동 참여자의 만족도를 제고 할 수 있는 방안을 제시하여 제주 지역의 관광활동 및 레저문화에 대한 이해도를 높인다.

상기한 목적의 연구결과를 바탕으로 시사점 및 향후 연구방향을 제시함으로써 상대적으로 부족한 관광 및 레저 분야에서의 '승마'에 대한 연구를 보충한다는데 이 연구의 의의가 있다고 할 수 있다.

상기한 연구의 목적을 달성하고 그 결과를 바탕으로 한 의의를 찾기 위해 <표 1-1>과 같이 연구를 진행하였다.

<표 1-1> 연구의 흐름



### 제3절 연구의 방법 및 범위

본 연구는 관광객 및 지역주민을 대상으로 승마활동에의 참여 동기를 알아보고 참여 동기와 승마장 이용자의 지각된 가치, 만족, 충성도 간의 관계를 파악하는데 그 목적이 있다. 이러한 연구의 목적을 달성하기 위하여 채택한 연구방법은 문헌적 연구방법(documentary study)과 실증적 연구방법(empirical study)을 병행하였으며 승마 관련 측정항목 도출을 위한 전문가 인터뷰를 실시하였다.

문헌연구에서는 국·내외 서적, 논문, 웹사이트, 기타 각종 간행물 등 관련 자료들을 검토하여 승마 동기와 승마장 이용자의 지각된 가치, 만족도, 충성도 등에 관한 일반적인 이론과 주요 특징 및 속성·관련 변인 등을 파악하는데 주안점을 두었다. 또한, 승마와 관련된 문헌과 선행연구의 절대적인 부족으로 인하여 승마 동기와 관련된 측정항목 도출을 위해 승마관련 전문가와의 인터뷰를 통한 질적연구를 병행할 필요성에 따라 전문가 인터뷰를 실시하였다.

실증연구에서는 승마 참여 동기를 독립변수로 설정하고 매개변수로는 만족, 종속변수로는 충성도로 설정해 그 관계를 고찰하였다. 또한, 독립변수인 승마 동기와 매개변수인 만족 사이에 지각된 가치를 조절변수로 설정해 지각된 가치의 조절효과를 살펴보았다.

구체적인 실증연구 방법은 다음과 같다.

연구를 위해 필요한 측정항목에 대해 설문문을 구성하고 사전조사를 실시한 후 설문지를 재구조화하였다. 이러한 과정을 거쳐 재구성된 설문문을 바탕으로 조사를 실시하였다.

연구모형 및 가설은 문헌연구 결과와 전문가 인터뷰 결과에 근거하여 설정하였으며, 설문조사 자료 분석을 통하여 가설을 검증하는 경험적 연구방법을 채택하였다. 경험적 연구방법을 채택한 이유는 설문조사가 연구조사과정에서 연구목적에 맞는 유용한 자료를 수집하는 수단이며, 이를 통해 얻어진 자료를 분석하여 조사의 결론에 이를 수 있는 대표적이면서도 중요한 방법이기 때문이다.

또한, 연구의 시·공간적 범위와 그 내용을 살펴보면 아래와 같다.

첫째, 연구의 모집단은 제주특별자치도내 25개 승마장 중 6곳에서 승마를 체험하는

관광객 및 지역주민을 대상으로 하였다.

둘째, 설문지 대상인 6곳의 승마장에 대한 선택기준은 다음과 같다. 제주특별자치도내 25개 승마장 중 방문객이 가장 많은 승마장을 전문가에게 추천 받았으며 연구자의 현장 실사 및 사전조사를 통해 관광객과 지역주민의 비율이 비슷한 곳을 선정하였다. 또한, 지역적 편차를 줄이기 위해 한라산을 기준으로 서남지역 3곳과 동북 지역 3곳을 선별하여 지역적 편차를 줄이고자 노력하였다.

셋째, 자료의 수집은 사전에 연구조사의 목적과 방법을 숙지시킨 조사원 4명이 서남지역 3곳과 동북 지역 3곳에 승마를 즐기기 위해 방문한 관람객을 대상으로 편의표본추출(convenience sampling)하여 1:1 면접법(face-to-face interview)으로 설문 조사를 실시하였다.

넷째, 자료 수집을 위한 설문조사는 2010년 4월 17일부터 26일까지 10일간 실시하였으며 표본의 오차를 줄이기 위해 오전 개장 시간부터 폐장 시간까지 조사에 임하였다.

다섯째, 설문지는 총 400부를 배포하고 그 자리에서 회수하였다. 회수된 설문지 중 응답이 불성실하거나 설문작성이 종료되지 않은 8부를 제외한 392부가 최종 분석에 사용되었다.

여섯째, 수집된 자료의 처리는 SPSS 12.0 통계패키지를 이용하였으며 분석방법은 인구통계적 특성을 확인하기 위한 빈도분석을 실시하였다.

일곱째, 측정 변수의 신뢰성 확보를 위한 신뢰도 분석을 실시하였다,

여덟째, 측정 변수의 타당성을 확보하기 위하여 직각회전을 통한 요인분석을 실시한 후 요인별 점수를 평점 하였다.

아홉째, 각 변수의 인과관계를 확인하기 위한 일반/다중 회귀분석을 실시하였다.

열 번째, 인구통계적 특징에 따른 차이를 검증하기 위한 t-test 및 일원분산분석(ANOVA)을 실시하였다.

## II. 이론적 배경

### 제1절 관광과 레저 활동

#### 1. 관광과 레저

관광의 사전적 의미는 ‘즐거움을 목적으로 하는 여행’, ‘다른 나라의 문물이나 제도를 시찰’, ‘다른 지역의 풍광이나 풍습을 유람’, ‘보양이나 유람 등의 위락 목적의 여행’ 등으로 설명되어 있는데 이를 종합해보면 “관광은 인간이 일시적으로 일상 생활권을 떠나 일상의 따분함에서 벗어나고 다시 그 생활권으로 복귀할 것을 전제로 다른 지역의 제도, 풍습, 자연 등을 느끼며 배우고 견문하는 행위이며, 이런 행위는 대개 여행이란 형태로 이루어지고 있다.”로 정리 할 수 있다.

이러한 ‘관광’이라는 사회적 현상을 이루는 특징에는 여러 가지가 있으며 이러한 특징을 각각 알아보면 다음과 같다. ① 장소(場所): 관광행위는 일상생활권을 벗어나 관광객의 주거지나 직장 이외의 다른 지역에서 발생한다는 장소적인 전제를 뜻한다. ② 방향(方向): 관광은 여러 목적지로의 이동과 체재로 시작되고 관광이 종료되면 반드시 원래의 주거지로 돌아오는 특징이 있다. ③ 활동(活動): 관광에는 목적지로의 이동행위, 목적지에서의 체재행위, 휴식 및 오락행위 등 여러 활동이 포함된다. ④ 기간(期間): 목적지로의 이동 및 체재는 일시적이고 단기적이다. 따라서 영주목적의 장기적 인구이동, 계절적 일시적인 노동인구의 이동 등은 관광에서 제외된다. ⑤ 성격(性格): 관광은 레저 활동의 하나이다. 즉 보수를 목적으로 하는 것이 아닌 순수한 위락관광 및 비즈니스 관광이라야 한다<sup>13)</sup>.

관광과 인접하고 유사한 뜻을 내포한 개념들이 있으며 대표적으로 ‘놀이’와 ‘레저’, ‘위락’ 등이 있고 그 의미는 다음과 같다. ① 놀이(Play): 놀이는 인간의 본능적이고 무조건적인 욕구를 반영하는 행동을 의미한다. 「놀이하는 인간」(Homo Ludens, 1950)의 저자 호이징하(Huizinga)는 신이 인간을 창조한 주요한

13) 오상훈(2009). 『관광과 문화의 이해』. 서울: 형설출판사. pp. 19-25.

목적 가운데 하나가 ‘놀이하는 인간’ 또는 ‘축제하는 인간’(Homo Festivus)라고 주장하며, 인간 본성에 존재하는 놀이적 요소가 생물학적, 문화적 보편요소이기 때문에 놀이를 한다는 것은 ‘인간이 인간답다’는 것을 의미한다고 주장하였다.

② 여가(Leisure)<sup>14)</sup>: 레저는 일반적으로 개인의 전체 생활시간에서 생리적 필수 시간(식사, 수면 등), 노동시간, 노동부속시간(통근 등)을 뺀 나머지 시간으로 개인이 자유롭게 쓸 수 있는 시간을 의미한다.

③ 위락(Recreation): 위락은 라틴어의 recreatio가 어원으로 ‘새로운 것의 창조’ 또는 ‘회복과 재생’의 의미를 갖는다. 위락은 ‘노동으로부터 휴식을 취하고 기분 전환하며 노동 재생산을 위한 활동’으로 정의할 수 있으며, 자발적 참여를 통한 만족과 즐거움을 경험하는 레저의 일종이라고 볼 수 있다. 레저와 위락의 차이점은 레저보다 위락이 더 활동적이고 조직적이며 사회적 목적이 강하다. 또한 관광과 위락의 차이점은 관광이 넓은 의미에서 옥외위락과 같은 의미를 지니지만, 위락은 일상생활권에서 이루어지고 이동의 길이가 그리 길지 않다는 차이점이 있으며 개념간의 관계는 놀이>레저>위락>여행으로 볼 수 있다<sup>15)</sup>.

한편, 레저의 정의를 살펴보면 여러 가지 정의 중 일반적으로 시간, 활동, 상태, 제도적, 포괄적 관점과 같이 5가지로 분류할 수 있으며 이에 따른 정의는 아래와 같다.

시간적 정의로는 “일이나 그 밖의 의무적인 활동에서 벗어난 자유로운 시간 (free time)”이며 활동적 정의로는 “레저 자체를 ‘자유시간 중에 행하는 활동 그 자체’로 보는 견해”, 상태적 정의는 “레저를 단순히 시간적인 관점에서 정의하는 것이 아니라, 참여하는 활동이나 참여자의 정신적 상태에 의해 레저를 정의하는 것”, 제도적 정의는 “레저의 본질을 노동, 결혼, 교육, 정치 경제 등 사회제도의 상태나 가치패턴과의 관련성을 검토해서 그 의미를 규정하고자 하는 것”, 마지막으로 포괄적 정의로는 “레저란 시간·활동·상태·제도적 요소를 가진 통합적인 속성을 갖고 있는 것”으로 정리 할 수 있다<sup>16)</sup>.

14) 이하 “레저”로 용어 통일

15) 한국관광학회(2009). 전게서, pp.30-34.

16) 오상훈·임화순·고미영(2009). 『현대 여가론』, 서울: 백산출판사. pp. 17-24.

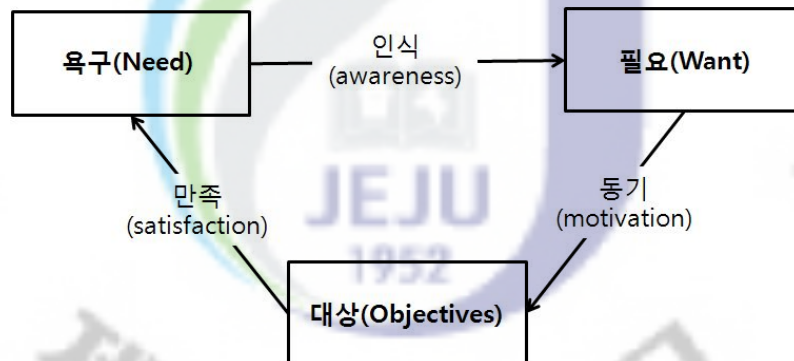


## 2. 관광 및 레저 동기

### 1) 동기 이론

동기란 행동을 불러일으키는 개인 내부의 추동력(driving force) 또는 신체적 에너지를 활성화시켜 외부환경에 존재하는 목표를 달성하도록 지시하는 내적상태(inner state)를 뜻한다<sup>17)</sup>. 이때 인간이 느끼는 부족함을 욕구(欲求: need)라 한다. 또한, 자신이 필요한 것을 인식할 때 욕구(need)는 필요(want)로 변화되고 욕구와 필요가 있다하더라도 동기가 없으면 어떠한 행위도 일어나지 않는다. 즉 동기는 욕구를 만족시키고 할 때 발생하고, 또한 행동을 내포한다<sup>18)</sup>. 따라서 동기는 사람들의 행동을 유발시키는 근원이 되며, 사람들의 동기와 불가분의 관계를 가지고 있다. 욕구, 필요, 동기의 관계를 도식화하면 <그림 2-1>과 같다.

<그림 2-1> 욕구, 필요, 동기의 관계



자료 R C Mill, & A M Morrison(1992). *The Tourism System* (3rd ed), p.53 장호찬·라선아(2008). *관광행동론* 서울 서울대학교 출판부, p.53 재인용.

동기와 관련된 연구는 다양하게 접근되고 있으며 그 내용을 살펴보면 다음과 같이 정리 할 수 있다.

첫째, “무엇이 행동을 일으키는가”하는 문제이다. 동기는 행동의 시작, 지속, 변화,

17) 박시사(2003). 『관광소비자 행동론, p.224.

18) R. C. Mill & A. M. Morrison(1992). *The Tourism System* (2nd ed). Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.;장호찬·라선아(2008), *관광행동론*, 서울: KNOU press, p.53. 재인용

목표유도 및 종결에 영향을 미치는 방식이다. 즉, 행동에 대한 동기분석에서 동기가 어떻게 행동에 관여하고 영향을 주며 행동을 설명하는데 도움을 주는 어떤 것에 대한 이해가 중요하게 고려되고 있는 문제의 접근이다.

두 번째 “왜 행동의 강도에서 변화가 있는가”라는 문제이다. 동기가 개인에 따라 변화할 수 있다는 것은 동일한 상황에서도 어떤 사람은 능동적으로 참여하고, 어떤 사람은 수동적으로 참여한다는 것이다. 즉, 어떤 사람들은 강하게 동기화가 되고, 어떤 이들은 동기화되지 않을 수도 있다. 그래서 동기에 관한 연구는 광범위한 개인차가 존재하는 동기들에 대해 그 차이들이 발생하는 방식과 그것들이 함축하는 의미를 탐구하는데 의미가 있다<sup>19)</sup>.

이러한 동기 관련 연구에서 인식해야 될 점은 자신과 타인을 동기화시키는데 있어서 최소한 두 가지의 아주 상이한 접근이 있다는 점이다. 하나의 접근법은 동기가 사람들에게는 결핍되었는가에 대한 것이다. 그래서 외부로부터 동기가 발생할 필요가 있다고 가정한다. 다른 접근법은 동기가 모두 우리에게 내재하는 어떤 것이고, 동기를 촉진하는 수단은 사람들이 이미 소유하고 있는 내적 동기차원(예능, 호기심, 흥미 등)을 배양하는 것이라고 가정한다. 하지만 이러한 동기 이론에 대한 합일점은 현재 구축되지 못했다. 예를 들어 일반적인 교육심리학자들은 자존심을 증대시켜 학습효과를 증대시킬 수 있다고 말은 하지만 실제적인 분석 결과 학생의 자존심의 증가가 학업성적의 증가를 가져오지 않는다고 주장하는 학자들도 존재 한다<sup>20)</sup>.

## 2) 관광 동기

관광분야에서도 관광 동기에 관한 연구가 많이 진행되고 있는데 앞에서 논의한 동기의 개념과 접근을 바탕으로 관광 동기 연구의 의의를 살펴보면 다음과 같다.

첫째, 관광 동기 연구는 “무엇이 관광행동을 일으키는가?”를 분석하는데 목적으로 하고 있으며 둘째, 관광 동기 연구는 “왜 개인에 따라 관광행동 강도에 차이가

19) 정봉교·현성용·윤병수 역(2003). 『동기와 정서의 이해』. 서울: 박학사, pp.4-53.( J. Reeve(2001). *Understanding Motivation and Emotion*. John Wiley & Sons Inc.)

20) E. M. Shaalvik & K. A. Hagtvet(1990). Academic achievement and self-concept. *Journal of Personality & Social Psychology*, 58, pp.292-307.

있고 변화하는가?”라는 문제를 파악하는데 도움을 준다.

앞서 살펴본 것과 같이 일반적으로 동기는 사람들이 욕구를 충족시키고자 할 때 발생하는 것이며, 욕구는 무엇인가 부족한 상태로써 욕구가 발생했다는 것은 심리적 평형상태가 유지되지 못하고 있다는 것을 의미한다. 심리적으로 불안정한 상태에서 사람들은 신체적, 사회적, 심리적 욕구가 충족되는 정도에 따라서 안정된 상태로 돌아가며 이러한 평형성은 동기이론에서 일반적으로 수용되고 있다.

인간은 다양한 이유와 동기를 가지고 관광에 참여한다. 동기는 모든 행동을 추진하는 힘이기에 때문에 관광행동을 이해하고 관광목적지 선택과정에 중요한 개념으로 받아들여지고 있다<sup>21)</sup>. 일반적으로는 동기는 관광 행동에 참여하거나 참여하도록 하는 사회·심리적 힘으로 정의된다<sup>22)</sup>.

이처럼 관광 동기는 관광행동 뒤에 숨어있는 동인이다. 관광 동기는 관광행동의 이유를 설명할 수 있는 근원이며, 관광객의 의사결정 행동은 동기와 불가분의 관계를 맺으며 의사결정자의 욕구 충족과 직·간접적으로 연결되어 있다. 그래서 동기이론은 관광행동에 대한 분석에서 가장 근본적인 접근의 하나로 간주되고 있다<sup>23)</sup>.

관광 동기에 대한 연구는 매우 다양한 측면에서 이루어져 왔으며 주로 관광객의 심리현상에 바탕을 둔 것으로서 관광 동기의 특성파악이나<sup>24)</sup>, 관광 동기와 목적지 선택과의 관계<sup>25)</sup>, 관광 동기와 관광목적지 이미지와의 관계<sup>26)</sup>, 그리고 관광 동기와 관광만족과의 관계에 관한 연구<sup>27)</sup> 등의 관점에서 연구가 이루어져 왔다.

Iso-Ahola(1982)<sup>28)</sup>는 인간을 여행으로 이끄는 힘을 본질적으로 규명하고자 노

21) H. C. Oh, M. Uysal & P. A. Weaver(1995). Product bundles and market segments based on travel motivations: A canonical correlation approach. *International Journal of Hospitality Management*, 14(2), pp.123-137.

22) S. E. Iso-Ahola(1982). Toward a social psychological theory of tourism motivation: A rejoinder. *Annals of Tourism Research*, 8(2), pp.256-262.

23) 김원인(1994). 관광지선호에 관한 실증적 연구. 『관광학연구』, 18, pp.1-22.

24) M. Kozak(2002). Comparative analysis of tourist motivations by nationality and destinations. *Tourism Management*, 23(2), pp.221-232.

25) Z. Q. Hanqin & T. Lam(1999). An analysis of mainland Chinese visitors' motivations to visit Hong Kong. *Tourism Management*, 20(5), pp.587-594.

26) 김덕경·최영준·윤중엽(2004). 관광 동기에 따른 관광지 이미지가 관광만족도에 미치는 영향에 관한 연구: 부산방문 일본관광객을 중심으로. 『관광학연구』, 28(2), pp.95-111.

27) H. Qu & E. W. Y. Ping(1999). A service performance model of Hong Kong cruise travelers' motivation factors and satisfaction. *Tourism Management*, 20(2), pp.237-244; 김기홍·정용용·권봉현(2004). 관광 동기요인이 관광지 선택과 만족도에 미치는 영향-서울 시내 대학생을 중심으로. 『호텔관광연구』, 6(1), pp.50-74.

28) S. Williams(1998). *Tourism Geography*. London: Routledge.; 신용석·정선희(1999). 『현대관광의 이

력하였으며 두 가지의 동기적 차원을 제시하였다. 하나는 일상적인 환경에서 탈출(escaping)하고자 하는 동기이며 또 하나는 심리적·내재적 보상(psychological·intrinsic rewards)을 추구(seeking)하는 동기이다. 인간은 개인적인 세계, 즉 개인의 고통·문제·복잡함·실패로부터 벗어나고자 하며, 직장동료·가족·친척·친구·이웃(대인적인 세계)으로부터 떠나고자 하는 욕망을 가진다.

또한, 인간은 개인적인 보상 즉 승리의 감정·이문화·습득·휴식·재충전·기분전환·자아향상을 얻고자 하고, 대인적인 보상 즉 사회적 관계를 다양하고 확장하는 것, 여행 동반자 또는 지역민들과의 관계, 새로운 곳에서의 옛 친구 또는 익숙한 곳에서의 새 친구와의 상호작용을 추구한다. 이와 같은 맥락에서 관광 동기를 파악한 Iso-Ahola는 관광객의 이동이 거주지를 떠나게 하는 요인과 다른 장소로 끌어들이는 요인들의 결합의 산물이라는 점, 즉, 추진과 유인(push-pull)의 영향을 강조하였다<sup>29)</sup>.

이러한 관점은 많은 동기이론의 밑바탕에 내포되어 있으며 Iso-Ahola의 관광 사회심리학 모형에서 상세히 묘사되고 설명하고 있다. 이 모형에서는 일상적인 환경으로부터 탈출하고 싶은 욕구와 방문할 장소에서 얻고 싶은 내적 보상에 대한 욕구가 대비되어 정교하게 병치되고 있다. 이 욕구의 요소들을 결합한 행렬을 만들어서 현재의 탈출과 방문지의 보상요소들이 다른 방식으로 결합되고 어떤 한 시점에서 특정한 환경과 목적에 따라서 관광 동기가 달라지는 이론의 세포(cell) 조합을 구축할 수 있다.

<그림 2-2>과 같은 모형은 Iso-Ahola가 관광객의 동기는 소비자행동론에서 다루어지는 내용과 같이 이해될 수 없음을 진단하고, 관광이라는 특징을 반영하여 개념적으로 설계한 관광 동기의 모델이라고 볼 수 있다. 관광은 관광객이 거주하는 지역에서 관광목적지로 직접 이동하면서 상품이 소비된다는 비분리성(inseparability)을 가장 대표적으로 나타내는 서비스 산업의 한 분야라고 볼 수 있다. 그래서 아래 그림에서 제시된 모형은 기존 관광 동기가 추진요소에 집중된 것을 관광목적지와 관광객이 일상적으로 존재하는 공간이라는 두 개의 축으로 설명하고자 한 것이다.

론과 실제』, 서울: 한울 아카데미, pp. 20-25. 재인용.

S. E. Iso-Ahola(1982). *ibid*, p.259.

29) S. Williams(1998). *Tourism Geography*. London: Routledge.; 신용석·정선희 옮김(1999). 상계서, p.24.

<그림 2-2> Iso-Ahola의 관광 사회심리학 모형

		개인적 (personal)	개인 간 (interpersonal)
일상 탈출	개인적 환경	(1)	(2)
	개인 간 환경	(3)	(4)

자료: S. Williams(1998). *Tourism Geography*. London: Routledge.; 신용석·정선희(1999). 『현대관광의 이론과 실제』, 서울: 한울 아카데미, p.24.재인용

이처럼, 관광 동기에 관한 대부분의 연구는 관광목적지에 의해 자극되어지는 외부적 동기요인보다 관광객에 의해 유발되는 내부적 동기요인에 초점이 맞추어져왔다. 어디론가 가려는 것 즉, 관광 동기를 동기유발 요인 중심으로 진행되어 왔으며, 어디로 가려는 것 즉, 매력 요인은 주로 관광목적지의 선택속성이나 매력물 관점에서 서로 독립적으로 연구가 이루어져 왔다. 추진-매력 요인이론은 인간의 내면에 있는 동기에 의해 관광에 대한 의사결정을 내리고 관광목적지의 여러 속성들과 같은 외부적 요인을 고려하여 관광목적지를 결정하기 때문에 사람들이 왜, 어디로 여행을 하는가를 동시에 설명해주는 이론이다<sup>30)</sup>.

일반적으로 동기유발 요인은 관광객의 관광 동기와 관련이 있으며, 매력 요인은 관광목적지의 매력성과 관련이 있는 것으로 설명하고 있다<sup>31)</sup>. 일반적으로 관광 동기에 대한 연구는 앞서 연구에서 살펴본 것처럼 어디론가 떠나는 인간의 내적(심리적) 요인인 동기유발 요인 관점에서 연구되어져 왔다.

일반적으로 일상탈출의 방법을 선택하였을 경우 사회·심리적 동기와 문화적 동기가 존재하며 사회·심리적 동기는 일상탈출, 탐험, 자기평가, 휴식, 명예, 회

30) M. Uysal & M. Jurowski(1994). Testing the push and pull factors. *Annals of Tourism Research*, 21(4), pp.844-846.

31) 박시사(2003). 전제서, pp.35-36.

귀, 사회관계 개선의 7가지, 문화적 동기는 신기성, 교육의 2가지가 존재한다.

또한, 사회·심리적 동기는 개인의 심리적 상태와 사회적 환경에 의해서 유발되며 문화적 동기는 관광 목적지에서 제공되는 것으로 독특한 상품, 서비스, 문화 등에 의해 유발된다.

동기유발 요인의 분류는 매우 다양하며, 자존 증진, 자아 존경, 지식추구, 휴식, 사회화와 같은 개인적 의지와 관련된 내용으로 분류된 경우와 일상탈피, 휴식, 명성 추구, 건강증진, 모험, 교류, 가족관계 강화 등으로 분류된 경우도 있다. 또한 동기유발 요인은 관광목적지의 성격에 따라 그 측정방법들이 다양하게 제공될 수도 있다.

동기유발 요인은 관광객의 내적심리에서 관광욕구를 자극하여 관광행동을 일으키게 하는 관광 동기 그 자체이고, 매력 요인은 관광객을 관광목적지로 끌어들이는 것으로써 목적지에 존재하는 모든 것을 의미 하며 인간은 건강, 호기심, 일상탈출, 새로움의 추구하고 같은 내적인 힘에 의해 추진되고 시설, 자연경관, 이벤트 등의 외적인 힘을 말한다.

동기유발 요인은 관광객이 어떤 의지로 자신이 선택한 관광목적지로 떠나는가에 대한 이유를 말해주며, 매력 요인은 관광목적지의 어떤 속성들이 관광객을 매료시켜 관광객을 끌어들이는 힘으로 작용하는지를 설명해준다. 이렇게 사람들은 자신의 내적인 힘에 의해 추진되며 동시에 관광목적지의 속성이라는 외적인 힘에 의해 유인되어 여행을 한다는 것이다.

동기유발 요인이 관광객 내부의 심리상태에 관한 것이라면 매력 요인은 관광목적지의 속성과 관련된 것이기 때문에 관광목적지의 특성에 따라 달라질 수가 있다. 예를 들면, 관광목적지가 해변인 경우 유인 요인은 해변 그 자체일 수 있고, 위락시설, 놀이시설, 자연경관으로 구성될 수 있다. 예를 들면, 노인관광객의 경우 청결성과 안전이 무엇보다 중요할 수 있으며, 젊은 사란의 경우 시설·이벤트·비용, 자연 경관과 역사적 의미 등이 될 수도 있다.

<표 2-1> 관광 동기 연구사례

구분	연구자	동기유발 요인(push factor)	매력 요인(pull factor)
국 내 연 구	민창기 (2001)	자연에서의 휴식, 자기탐색, 가족관계 강화, 해수욕장과 운동, 일상성 탈피, 지위향상	섬의 이미지, 해수욕장, 여행 상품, 자연 관광 명소
	김영우 (2005)	호기심 및 지식, 소속감, 심리적 안정, 자기개발, 유희 및 흥미, 신경험.	여유 및 스포츠 활동, 고유적지탐방, 학술 및 교육활동, 이국적 정취, 이벤트참가, 도시문화 활동
	김계섭 최나리 (2006)	위락활동추구, 자연휴식추구, 여유로움 추구.	자연환경 매력성, 관광자원 매력성, 관광활동 매력성
	이은미 이계희 (2006)	휴식적 동기, 지식 문화적 동기, 위신적 동기.	영화체험동기, 오락추구동기.
	김영우 김홍범 (2006)	호기심 및 지식, 소속감, 심리적 안정, 자기개발, 유희 및 흥미, 신경험	서비스 및 최신시설, 유희활동, 공간적 여유 및 스포츠 활동, 고유적지탐방, 학술 및 교육활동, 이국적 정취, 이벤트참가, 도시 문화활동.
국 외 연 구	Dann (1977)	아노미	자아증진
	Crompton (1979)	사회심리적 동기: 일상탈출, 자기 탐구와 평가, 휴식, 명성, 회상, 친족관계 증진, 사회적 상호작용촉진	문화적 동기: 신기성, 교육
	Yuan & McDonald (1990)	탈출, 신기성, 위신, 유대관계증진, 휴식 취미	여행비용, 문화/역사, 자연환경, 여행편의성, 도시환경, 시설, 사냥.
	Hanqin & Lam(1999)	지식, 명성, 인간관계증진, 휴식, 신기성	하이테크 이미지, 소비, 접근성, 서비스 태도 및 질, 다양한 볼거리, 문화적 연계성
	Yoon & Uysal (2005)	흥미, 지식/교육, 휴식, 성취감, 가족과 함께, 해방감, 안전/재미, 일상생활 탈출 /구경	현대적분위기, 활동, 해방감/활동, 소 규모 와 좋은 날씨, 자연 경관, 차별화된 문화, 청결함/쇼핑, 유희/지역요리, 흥미로운 도시/마을, 수상활동
	Jang & Wu (2006)	자아향상, 자아존중, 지식추구, 휴식, 사회화	청결/안전, 시설/행사/비용, 자연/역사적 경관

자료: 선행연구를 바탕으로 연구자 재정리

### 3) 레저 동기

최근 들어 무엇 때문에 사람들이 레저와 스포츠 활동 등에 참여하고, 어떠한 요인들이 그들의 행동에 영향을 미치는가 하는 문제가 연구자들의 관심주제가 되어 왔듯이 레저행동으로 스포츠 참여에 관한 가장 기초적 문제 중의 하나는 동기와 관련되어 있다.

연구자들은 “레저의 선택과 행동은 타고난 본능에 의해 결정되는 것인가? 아니면 합리적(rational)이고 계산된 결정에 의한 것인가? 어떤 레저를 행할 때 또는 어떤 레저 행동이 생길 때 그들이 학습하는 것들은 내재적 감각이 타고 났기 때문인가?” 등의 문제를 제기하였다. 즉, ‘레저 활동에는 직무동기, 학습동기 등과 같이 레저 활동의 참여 동기가 있을 것이다.’ 라는 견해도 있다.

앞서 언급했듯이 일반적으로 동기란 유기체를 각성시키고 어떤 목표를 향하여 행동을 이끌어 가는 내적인 요구 내지 욕구이다. 인간의 성격에는 행동을 활성화시켜 일정한 방향을 조직화하는 어떠한 ‘힘’들이 존재하는데, 이러한 힘들은 추동 내지 충동(drives)이나 자극 욕구(stimulus needs)와 같은 것일 수도 있으며, 본능과 같은 것도 포함되어 있는데 이러한 힘들을 동기라고 한다.

‘동기란 일반적으로 인간이 특정한 행동을 선택하여 활성화시키고 일정한 방향과 강도를 가지고 지속시키는 힘을 말한다’라는 관점에서 동기의 기본적 문제는 행동의 방향과 강도 그리고 지속성에 관련되어 있다. 방향은 선택 또는 방향 선회와 연결될 수 있으며, 강도는 생리적 각성과 연결될 수 있다. 각기 이러한 범주 내에는 행동의 질과 양, 노력과 각성, 잠재력과 내구력 상황 특성 같은 하위 문제가 있다. 이러한 모든 문제들이 엇갈려서 개인차와 상황제약에 따라 동기와 차후 수행의 수준에 적절한 공헌을 하고 있다.

대부분의 심리학자들은 동기를 개인에게 가치가 있다고 생각되는 목표에 도달하고자 하는 욕망이라고 정의하고 있다. 동기에 대한 연구를 하는 심리학자들은 왜 이러한 목표가 많은 시간을 요할 만큼 다른가, 왜 이러한 목표가 사람마다 크게 다른가와 같은 문제를 제기하고 있다.

심리학자들은 인간의 목표와 동기가 인간의 생물학적인 특질에 의해서 일부 결정되며, 다른 일부는 학습에 의해서 결정된다는데 동의한다. 그러나 이 두 가



지 요인이 어떻게 작용하며, 또 어떤 요인이 더 중요한 것인가에 대해서는 의견을 달리하고 있다. 이것은 유전 대 환경 논쟁에 해당된다. 이와 같은 논점에서 전형적으로 동기는 과제평가, 경쟁, 성취 상황에서 작용하는 개인의 성격과 또는 상황-인지 요인에 의해서 생긴다고 설명되어 왔다.

동기에 관한 중요한 문제 중 하나는 생리적 기초와 관련되어 있다. 그것은 항상성(homeostasis)이라고 하며, 인체의 생존을 잘 유지하도록 내적 균형을 안정시켜 주는 것이다. 그러나 항상성은 중요한 것이지만 심리적 동기 또는 추동과 함께 생리적 요구 또는 항상성의 불균형의 평형상태가 모든 동기 상태를 설명하는 것은 아니다.

외적 자극인 환경적 조건과 상황의 영향으로 항상성 불균형보다도 주로 심리적 조건에 의하여 비항상성 동기가 발생되기도 한다. 오늘날 심리학자들은 일반적으로 심리적 동기의 기초로 초적 각성의 수준 또는 일반적 자극을 위한 추구를 주장하고 있다. 또한 자극의 과잉 또는 결핍은 인간에게 생리적, 심리적 손상을 준다. 이러한 결과는 자극의 최적 수준을 위한 하나의 연속적인 탐색으로 동기의 기초가 되는 것이다.

따라서 많은 사람들은 많은 시간을 최적 수준으로의 변화를 유지하기 위하여 각성의 기본적 경향을 변화시키려 한다는 것이다. 일반적으로 최적의 수행이 감소되는 것은 동기화의 영향에 의한 것이란 연구가 많이 이루어져야 한다.

인간의 행동은 이러한 특성 요인들의 작용에 의하여 행동의 수준이 결정될 것이다. 인간의 내부동기에 있어서의 문제는 인간행동을 야기 시키는 내적 그리고 외적 자극에 의해서 오는 의미를 어떻게 자각하느냐 하는 것이다. 내적 자극은 레크리에이션적 스포츠를 즐기고 좋은 시간의 기억 모든 것을 의미하는 반면에 외적 자극은 물리적, 사회적 환경요인들에 연결되어 있다.

그러나 레저 스포츠 동기의 연구는 성취행동에 관심을 두면서 최근 동기이론이 설명하는 성취행동은 행동 강도, 지속성, 활동가능성, 선택, 회피(avoidance) 동인, 기대(expectancy), 성공에 대한 유인(incentives), 성공과 실패의 인지적 평가 등으로 가정되고 있다. 따라서 스포츠 상황에서 성취행동은 스포츠 참여자가 그 활동의 선택과 회피 또는 일탈과 관련되며 얼마나 오랫동안 지속적으로 주어진 활동에 열심히 주의력을 기울여 노력하고 나아가 얼마나 좋은 수행결과를 산

출하는가에 관한 행동들이다. 그러므로 스포츠 동기란 바로 이러한 행동패턴에 내재된 역동적 과정의 원천인 것이다.

한편, 많은 동기 이론들은 행동 수행에 영향을 주는 요인으로서 감정과 정서를 포함시키고 있다. 즐거움과 행복감 같은 긍정적인 감정은 동기와 미래 숙련 시도를 증진시키지만, 불안과 실망, 그리고 수치심 등의 부정적 감정은 미래 참여 동기를 감소시킬 것으로 예상된다.

레저 스포츠 참여 상황에서 학습과 과정을 강조하는 내적 또는 숙련 지향적 개인들은 단지 승리의 조건하에서만 긍정적인 가정을 경험 할 것이다. 이러한 사람들은 성취 상황에서 더욱 높은 불안을 보이며, 결국 수행의 감소와 낮은 동기를 초래할 가능성이 크다고 예상된다.

이와 같이 동기는 동기로서 독립된 정의가 되는 것이 아니라 각성, 정서와 관련되어 동기수준이 결정되기 때문에 다차원적 접근에 의한 행동의 연구가 필요하다.

## 제2절 승마와 승마 동기

### 1. 승마의 역사

인간이 말을 길들이기 시작한 것은 BC 2천년 전 부터이고 마술이 스포츠로 등장한 때는 BC 690년 제 25회 고대 올림픽이 개최된 후였다. 이때는 4두 마차 경기가 실시되었고 15세기 이탈리아에서 근대마술이 태동하면서 영국, 독일 등 유럽지역에 널리 퍼지기 시작한 때이기도 하다. 인간이 말을 직접 타고 출전한 것은 BC 648년 제 33회 올림픽부터이다. 근대승마는 프랑스를 중심으로 발달해 왔는데 18세기 후반 프랑스의 근대마술의 대가 '도오르 백작' 과 19세기 중반 프랑스의 명마술가 '보세(Baucher, F 1805-1973)' 에 의해 근대 승마의 기초가 확립한 것으로 전해지고 있다<sup>32)</sup>.

유럽에서 승마는 일부 부유층의 스포츠로 성장되었지만 차츰 단순한 근대 스포츠로 발전하였고, 올림픽에서 승마경기를 정식종목으로 채택시키기 위해 프랑스를 위시한 8개국이 주축으로 모임을 가진 것이 계기가 되어 1912년 세계 승마를 통합하는 단체인 FEI<sup>33)</sup>가 파리에서 창립되었다. 올림픽에서 승마가 채택된 것은 제2회 파리대회(1900)에서 개인 장애물 경기가 실시되었고, 1912년 제5회 스톡홀름대회에서는 개인과 단체로 구분, 장애물 경기와 종합마술 경기가 벌어졌다. 이어 1928년 9회 암스테르담 대회에서 마장 마술경기가 추가되었고, 1952년 15회 헬싱키대회부터 남녀구별 없이 여자도 동등한 자격으로 출전할 수 있게 되었다<sup>34)</sup>.

한국에 근대 형태의 스포츠 승마가 시작된 것은 1898년경 외국인 선교사, 가톨릭 신부 및 외국인 교수들로부터 유래하였다. 당시에는 당나귀를 이용한 경마가 성행을 하였으나 도박성이 아닌, 운동회에서 학생들의 흥을 돋우기 위한 방법으로 사용되었다. 학생들의 당나귀의 경주도 1900년대에 들면서 자취를 감춘 반면 근대에서는 승마술이 계승되어 1900년 11월 29일 기병대가 설치되었으며 1901년

32) 한국마사회(1985). 『승마 이론과 실제. 한국마사회』, 서울: 문선사.

33) 국제승마연맹 ; Federation Equestrian International

34) 삼성전자승마단 홈페이지 (<http://horse.samsung.com>)

4월 무관학교에서 신체 건강한 학생들을 기병대로 선발하여 승마 훈련을 시킴으로써 승마의 기틀이 잡히기 시작하였다고 볼 수 있다.

당시의 승마의 형태는 당나귀 경주로부터 시작하여 이후 학생과 군인들에 의해서 개화기의 풍물의 하나로 인식되기 시작하였다. 이후 1904년 러·일 전쟁에서 일본이 승리함으로써 한반도의 역사적 비극이 시작되었다. 이러한 사회적 혼란기에도 기마대는 존속 하였으며 경마와 같은 경주도 행해졌고 또한 일반인에게 승마를 선보이는 행사도 종종 있었다.

그러나 1909년 7월 31일 한국의 군보와 무관학교가 폐지되면서 우리나라의 승마의 근간이 일제에 빼앗겼다. 하지만 당시 애국청년 학생들은 기를 꺾이지 않기 위해 각종 체육행사를 개최하고 승마를 선보였으나 당시에도 승마는 스포츠로서는 생소한 분야에 머무르고 있었다.

조선총독부의 관리들과 우리나라에 주둔한 일본군 지휘관들이 주동이 되어 1913년 서울의 수표동에 마술연습소를 낸 것이 승마단체 모임의 시초였다. 이듬해인 1914년 4월에 승마장을 울지로 5가로 확장하여 옮기면서 '경성승마구락부'로 개칭되었고, 비록 주축은 일본인이었으나 '경성승마구락부'는 한반도 최초의 승마 동호회가 되었다. 당시의 경성승마구락부는 경마위주로 한 단체로 활동을 하였으며 3·1운동 이후 승마경기의 틀이 잡혀가기 시작하였다.

1920년 5월 30일 지금의 울지로 5가에 있던 승마장에서 승마대회가 개최되었는데 당시 종목으로 조마색, 마상체조, 장애물 비월 등이 있었다. 이 당시 승마인들은 자신들의 마술 향상 이외에 경마도 주로 하였고, 1920년 7월에는 한국인 중심으로 조선체육회(현 대한체육회의 전신)가 창립되었다.

상기한 배경으로 한국의 승마는 1945년 9월을 맞아 학생이 주축이 되는 승마단체인 '한국학생마술연맹'이 결성되었고 같은 해 10월에 '대한승마협회'가 정식으로 발족하게 되었다. 1948년에는 최초의 올림픽 참가를 위하여 노력했음에도 불구하고 예산부족 등의 이유로 출전할 수 없었다. 1952년 제15회 헬싱키 올림픽 때 처음으로 출전하였으며 이후, 1960년 제 17회 로마 올림픽 경기, 1964년 제 18회 동경 올림픽경기에 참가 하였으며, 그 이후 20여 년의 침체기를 거쳐 마침내 1986년, 1988년 스포츠 장려 정책으로 서울올림픽(88년), 바르셀로나 올림픽(92)에 참가하였고 국위선양 하는데 일익을 담당하게 되었다.

지난 2004년 아테네 올림픽에서는 삼성전자 승마단 선수들이 국가대표로서 참가하여 장애물 비월 단체 9위, 개인 15위라는 괄목할 만한 성장을 이루었다<sup>35)</sup>.

## 2. 관광 및 레저 활동으로의 승마

주 5일제가 시행되면서 관광 및 레저 스포츠 부흥의 조짐이 보이고 있으며, 주말 TV 시청률이 감소하는 한편, 고속도로 통행료 수입이 증가하였다. 주 5일제가 시행되고 이전에는 볼 수 없었던 사회현상이 나타나고 있는 것이다<sup>36)</sup>.

특히 많은 사람들이 골프나 승마, 수영, 승마 등 레포츠 쪽으로 많은 관심을 가지게 되었다. 특히 승마가 대중들에게 자연을 벗삼아 심신의 건강을 위한 최상의 스포츠로 인식되어가고 있다. 이렇게 삶의 질 향상을 위한 레저 스포츠로의 자리매김 때문에 승마 인구의 저변이 급속히 확대되고 있는 추세이다. 레저 스포츠로서 승마는 상기한 육체적·정신적 효과를 누릴 수 있게 한다<sup>37)</sup>.

승마는 다른 스포츠와는 달리 살아있는 생명체인 말을 이용한다는 것이다. 이는 말과 사람이 일체가 되어야하는 것을 의미한다. 승마는 신체의 평형성과 유연성을 길러 올바른 신체발달을 돕는 전신운동이다. 이와 같은 운동 효과에 대해서 학자들은 평형성과 유연성 등 체력적인 부분에 매우 효과가 있으며 특히 전신운동, 하체단련에 효과가 있다고 하였다<sup>38)</sup>.

또한, 승마는 현존하는 올림픽 스포츠 종목 중에서 유일하게 동물과 인간이 함께하는 스포츠이다. 따라서 이에 따른 심리적 효과도 매우 다양하게 나타나고 있다. 승마운동은 대담성과 건전한 사고력을 길러주는 정신운동으로서 동물애호정신을 함양하고, 인간애의 함양을 가져다주는 특색 있는 레저 스포츠다. 또한, 승마 운동에 오랫동안 참여하는 사람들은 대부분 내적 만족감이 충분하다는 연구결과가 제시되고 있으며 동물애호 정신의 증가하고 대담성을 길러주는 스포츠라

35) 삼성전자승마단 홈페이지 (<http://horse.samsung.com>)

36) 문화관광부(2009). 『국민 생활체육 활동 참여 실태조사』

37) 문화체육관광부(2009). 『체육백서』

38) 이상기(2000). 『실내 승마운동이 여대상의 건강관련 체력요소, 혈중 지질농도 및 배변만족도에 미치는 효과』, 미간행 석사학위논문. 충남대학교 대학원

할 수 있다<sup>39)</sup>.

한국의 승마산업은 동 분야 선진국인 독일, 영국, 프랑스 등에 비하여 사회적, 경제적 기반이 취약한 것이 사실이나 소득수준의 향상과 건강하고 행복한 삶을 추구하는 사회 환경적 변화에 따른 여가수요의 증대는 승마인구의 저변확대와 대중화에 긍정적인 촉진역할을 하고 있다. 도시환경의 밀집화와 산업사회가 발달할수록 참여하는 스포츠나 여가활동에 대한 물리적 환경이 자연친화적이고 아름답게 잘 되어 있을 경우 더욱 높은 만족도를 얻게 되며, 휴식 및 원기회복의 기회를 제공한다. 또한, 일상 속에서 일어나는 각종 스트레스 해소에 다양하게 도움을 주는 적합한 스포츠인 승마는 아주 높은 가치를 갖고 있다<sup>40)</sup>.

선진국의 예로는, 국민소득 2만 달러 시대에 들어서면 승마 및 해양 스포츠 등이 비약적인 발전을 한다고 나와 있고, 정부 발표로는 2008년에 2만 달러 달성이 이루어진다고 전망함과 동시에 우리나라도 선진국처럼 되리라고 예상<sup>41)</sup>한 바도 있다.

승마는 웰빙에 맞춰 이용할 수 있는 레저·스포츠로서 현재 우리나라 승마인구는 공식적으로 집계되지 않았지만 문화관광부의 조사(국민 생활체육 활동 참여 실태 조사, 2003)에 의해 간접적으로 확인하였다. 이 조사에 따르면 현재 주로 하고 있는 운동종목을 조사한 결과 전체 조사대상자 2,898명 중 0.1%만이 승마를 한다고 답하였고 이는 매우 낮은 수치로 극소수의 사람들만이 승마를 즐기는 것으로 나타났다. 그러나 가장 해보고 싶은 운동종목에 대한 조사에서는 94종목 중 13번째(0.9%)에 해당하는 높은 수치로 나타나 승마의 대중화의 발전을 시사하고 있었다.

따라서 승마가 발전하기 위해서는 정부와 승마계가 상호 협력할 때 저변 확대가 이루어질 수 있을 것으로 판단된다. 정부에서는 승마와 관련된 각종 불필요한 규제를 완화하고자 하는 노력이 필요하다. 승마가 특정인을 위한 귀족스포츠라는 인식이 뿌리내리고 있어 일반인들에게 승마를 자주 접할 수 있는 환경을 제공하고 동시에 특정 기업의 독자적인 스폰서십 보다는 정부차원에서 엘리트 스포츠

39) 케이트 박(2010). 『승마교감의 예술』, 서울: 느린걸음.

40) 한국마사회(1985). 『승마 이론과 실제. 한국마사회』, 서울: 문선사.

41) 문화관광부(2003). 『국민 생활체육 활동 참여 실태조사』

로서 승마를 발전시키는 정책을 제시하여 일반인에게 보다 친근하게 다가가는 혁신적인 대안이 필요하다. 승마인들도 사회적으로 널리 만연되어있는 ‘귀족스포츠’라는 사회적 인식을 개선할 수 있도록 노력하는 의지를 보이는 것이 매우 중요하다고 판단된다.

승마산업의 발전은 문화의 다양성에 기여하고 개인의 레저 활동으로 인해 얻게 되는 가치 및 개인의 욕구와 성향에 부합되므로 승마의 대중화는 어느 때보다 필요한 시점이다.

### 3. 승마 동기

승마의 참여동기는 ‘승마’가 스포츠의 한 장르라는 것에 근거하여 스포츠 참여 동기에서부터 알아볼 필요성이 있다. 일반적으로 스포츠에 대한 긍정적인 생각은 스포츠에 참여하려는 행동을 유발하게 되고 운동이 목적하는 바를 효과적으로 달성할 수 있게 해주는 인지적 행동 기능을 내포하고 있다.

스포츠 활동에 참여하는 동기의 형성과정에 가장 크게 영향을 미치는 것은 스포츠 활동의 선행된 참여경험이라고 할 수 있다. 김동진(1988)에 의하면 ‘새로운 상황에 대한 적응 능력을 득하는 것이 아니고 경험의 과정에서 학습되었을 뿐이다’ 라고 강조하였다. 스포츠 활동의 경험은 일상생활에서 경험 할 수 없는 특별한 가치를 학습하며, 이를 내면화함으로써 스포츠에 대한 동기를 유발하고, 반면에 스포츠 활동을 경험하지 못하면 이와 같은 변화가 일어날 기회가 줄어든다고 한다.

한국관광공사(1996) 보고서에 의하면, 승마와 성격이 비슷한 골프관광은 스포츠관광의 개념을 가지고 있는데, 스포츠관광은 “스포츠 참가나 관람을 목적으로 하고 일시적으로 일상 생활권을 떠나 다시 일상 생활권으로 돌아오기까지 사람들의 행동”이라고 할 수 있다. 이에 본 연구에 쓰이는 승마관광이라는 용어인 경우 골프관광과 그 테마만이 다를 뿐 그 의미나 맥락적 측면에서 별반 다르지 않다고 사료된다.

Hall(1992)<sup>42)</sup>은 스포츠에 대한 관광객의 참여활동 정도(능동적/수동적)와 경쟁

의 정도(경쟁적/비경쟁적)를 기준으로 스포츠관광, 모험관광, 그리고 건강관광으로 구분하였다. 예를 들어, 스포츠관광은 요트레이스와 같이 경쟁적인 스포츠를 능동적으로 직접 참가하는 경우와 올림픽 게임처럼 경쟁적인 경기를 수동적으로 관람하는 것으로 분류하고 있다.

관광목적과 관광형태에 따라 스포츠관광을 크게 레저형태와 비즈니스 형태 내에서 세부적으로 구분하고 있다. 레저형태로는 이벤트스포츠관광, 문화유산관광, 캠프스포츠관광, 스포츠크루즈, 실외, 모험관광, 건강온천관광, 그리고 리조트목적지 관광으로 분류하고, 비즈니스형태로는 전문선수 스포츠팀 관광, 교육용스포츠 관광, 그리고 스포츠조직관광으로 구분한다.

참여활동 정도와 관광 동기 우선에 따라 관광객의 참여활동 정도와 관광 동기를 스포츠와 관광 중 어느 곳에 우선하느냐에 따라 '스포츠 관광' 과 '관광 스포츠'로 구분하여 설명하고 있다.

또한, 스포츠관광과 유사한 개념으로 관광스포츠(tourism sport)가 있다. 일반적으로 "스포츠 이외의 목적으로 거주지를 떠나 여행을 하는 관광객이지만, 부수적으로 스포츠 활동에 참여하는 것을 말하고 넓은 의미로는 스포츠 이외의 목적으로 여행을 하지만 비계획적으로 스포츠에 참여하는 관광"이라고 제시하였다. 즉, 상기한 맥락에 따르면 '승마' 이외의 사업적인 목적이나 문화관광적인 목적으로 관광에 참여했지만 부수적으로 승마활동에 참여한 형태를 의미하는 것이다.

Punch(1998)<sup>43)</sup>에 의하면 정성적 연구는 정량적 연구에서 충족시키기 어려운 개인 또는 사회현상에 대한 심층적이고 의미있는 분석과 설명이 가능하여 정량적 연구조사에 활용할 설문지 설계에 도움을 준다고 하였다. 그리고 정량적 연구는 정성적 연구가 충족시키기 어려운 연구결과의 일반화를 최대화시킬 수 있는 장점을 가지고 있다고 하였다. 따라서 문헌적 연구에서 부족한 부분을 승마관련 업계 전문가들에게 인터뷰를 요청하여 연구의 정량적 설문 구성을 위한 측정항목을 도출하였다.

제주특별자치도 상황에 맞는 레저 스포츠로의 승마와 관광객들의 관광활동으

42) Hall, C. M.(1992) Adventure, Sport and Health Tourism, In Special Interest Tourism. Weiler B, Hall CM, Belhaven Press: London.

43) Punch, K. F. (1998). *Introduction to Social Research: Quantitative and Qualitative Approaches*. London: SAGE Publications Ltd.



로의 승마에 대한 동기를 규명하기 위해 총 12명의 승마 업계 전문가를 대상으로 개인 인터뷰를 실시하였으며 인터뷰방법은 특정한 절차없이 진행하는 비구조적 개인면접으로 실시하였다.

먼저 인터뷰에 응한 12명의 최종 피면접자를 선정하기 위하여, 제주승마협회 임원들의 추천과 제주특별자치도 문화·관광·교통·스포츠 현황에 나타난 연락처를 이용하여 전화접촉을 하였으며, 공식적인 인터뷰 요청을 하고 구두상 동의하는 형식을 취하였다. 인터뷰 시 연구자의 신상, 인터뷰의 목적·방법·예정소요시간과 피면접자로 선택된 이유 등을 명시하고, 아울러 참여의 자율성, 참여자의 익명성과 응답의 비밀유지 등 연구윤리와 관련된 사항을 피면접자들에게 알려주었다.

면접시 피면접자로 하여금 가능한 많은 말을 하게끔 분위기를 조성하고, 부족한 응답에 대해서는 부수적인 설명까지 유도하였다. 노트 기입방법을 사용하여 연구자는 정확하고 빠짐없는 기록을 위해 노력하였으며, 인터뷰 내용의 정확성을 검증하기 위해 수집한 내용을 정리하여 피면접자에게 확인을 요청했다. 분석방법은 정성적 연구조사에서 주로 이용하는 자료의 최소화(data reduction) 과정을 거쳐, 피면접자들이 보인 공통된 의견을 구성하여 통합된 주제로 분석하는 형식을 취한 뒤 이를 정량적 연구를 수행하기 위한 설문지 설계에 참고 하였다(Miles & Huberman, 1994)<sup>44</sup>.

<표 2-2> 승마장 경영진 및 교관 집단

구 분	승마장 명	직 위	비 고
승마장 경영진	A 승마장	대표	K 씨
	B 승마장	홍보마케팅팀장	S 씨
	C 승마장	대표	L 씨
	D 승마장	대표	P 씨
	E 승마장	이사	P 씨
	F 승마장	이사	Y 씨
	G 승마장	임원	K 씨

44) Miles, M. B. & Huberman, A. M. (1994) *Qualitative Data Analysis: An expanded Sourcebook* (2nd ed.). London: Sage Publication Ltd.

	H 승마장	대표	H 씨
승마장 교관	A 승마장	교관	J 씨
	C 승마장	교관	P 씨
	E 승마장	교관	Y 씨
	G 승마장	교관	K 씨

연구자가 심층적 연구를 위하여 정리한 제주특별자치도내 승마 동기 측정항목을 <표 2-2>의 승마장 경영진 및 교관을 대상으로 면접을 실시하여, 항목별로 승마 동기에 대한 측정항목을 정리할 수 있었다. 추출된 측정항목은 아래와 같다.

<표 2-3> 인터뷰를 통하여 추출된 승마 동기 요인

주요 요인	공 통 의 견
승마장 시설	대기소의 시설, 승마코스의 다양성, 승마코스의 관리상태, 승마코스의 자연경관, 부대시설의 편의성, 주차장 시설, 승마 장비
교육/서비스	교관의 자질, 직원들의 서비스, 교관의 태도
비용	승마 비용, 장비대여비용, 식음료비용
마필	말이 좋아서, 마필의 관리상태, 마필의 품종
육체/건강	비만의 치료 및 예방, 디스크의 치료, 체중감소, 하체단련, 전신운동을 통한 건강증진, 체력유지, 승마기술 습득, 운동부족 해소
정신/심리	즐거워서, 기분이 상쾌 해져서, 스트레스 해소, 레저의 다양성 추구, 일상 탈출
가족애	가족과 함께 운동, 가족의 화합, 가족중 애호가가가 있음,
사회성	동료와의 운동, 사교목적, 동호회 활동

위와 표<2-3>과 같이 추출된 35개 항목을 분석해보면 승마장 시설과 교육·서비스, 비용, 마필에 관한 내용들은 매력 요인(pull factor)로 육체·건강과 정신·심리, 가족애, 사회성에 포함된 내용은 동기유발 요인(push factor)으로 분류

할 수 있다.

매력 요인과 동기유발 요인으로 이루어진 35개 항목에 대하여 체육학전문가 및 제주승마협회 임원들에게 변수의 내용타당성을 물어, 상대적으로 중요성이 떨어지는 18개 문항을 제거하였다.

최종적으로 “기분전환을 위하여”, “승마 후 기분이 상쾌해지기 때문에”, “승마가 즐거워서”, “일상생활에서 오는 스트레스 해소를 위해”, “일상생활의 지루함 때문에”, “관광/레저 활동을 효과적으로 활용하기 위하여”, “친구나 동료와 함께 운동하기 위하여”, “승마를 통해 다른 사람을 사귀기 위해”, “여가/관광 활동의 다양성을 위해”, “승마 기술을 배우기 위하여”, “가족과 함께 운동하기 위하여”, “가족의 화합에 도움이 될 것 같아서”, “가족이 승마를 좋아하기 때문에”, “운동 부족을 느껴서”, “체력 및 건강유지를 위하여”, “비만의 예방 및 치료를 위하여”, “디스크 등 질병의 치료를 위하여” 17개의 동기유발 요인 항목만이 남았으며 이 문항을 승마 동기 측정항목 문항으로 채택하였다.

### 제3절 지각된 가치 · 만족 · 충성도

#### 1. 지각된 가치

일반적으로 고객에게 전달된 가치란, 고객의 욕구를 충족시키는 제품과 서비스의 전반적인 능력에 대한 고객의 평가를 의미한다. 전체 고객가치와 전체 고객비용과의 차이가 고객에 대한 이익 또는 고객에게 전달된 가치이다. 전체 고객가치는 구매자가 기업의 마케팅 활동으로 얻을 수 있는 모든 상품, 서비스, 인적자원, 이미지 가치 등의 총집합이라 할 수 있고, 전체 고객비용은 마케팅 활동과 관련된 금전, 시간, 에너지 및 심리적 비용의 총합계라 할 수 있다.

소비자가 소비선택을 할 때 가치의 영향력이 행사되는 과정이나 방법 등에 대한 명확한 관계규명이 소비자 연구에서는 미진하였다. 이는 가치라는 개념이 실제로 소비자의 인지구조 속에 위치하기 때문에 추상적이고 또 이를 구체화시킨다는 것도 어려웠기 때문이었다. 소비자 행동의 예측지표로서 소비자들의 중요시하는 가치가 무엇이며 어떻게 측정할 것인가에 대해 알 수 있다면 시장세분화, 신제품개발, 광고매체의 이용 행동 등 마케팅의 여러 분야에 적용할 수 있을 것이다.

지각된 가치란 추상적인 것으로서 낮은 가격이나 제품으로부터 얻고자 하는 것과 지불한 비용에 대한 보상으로 이용자가 무엇을 주고, 무엇을 받는지에 대한 지각에 근거하여 효용에 대한 전반적인 평가로 설명하고 있다. 따라서 지각된 가치는 고객에 따라 달라질 수 있다는 점을 시사한다. 어떤 고객은 양적인 측면에서 가치를 평가하는 반면, 다른 고객은 금전적인 지불 외에 시간적 비용이나 개인적 노력도 가치에 포함시키기 때문이다.

이러한 관점에서 가치란 낮은 가격을 의미하고, 제품이나 서비스에서 원하는 것이며, 지불한 가격에 대한 품질로 얻어지는 것이라고 언급하고 있다. 또한 지각된 가치는 금전적 가치와 비금전적 가치로 구분되며 때로는 비금전적 가치는 서비스에서 금전적 가치보다 더 중요한 요인이 될 수 있음을 밝히고 있다. 비금전적 가치란 고객이 서비스를 이용할 때 지불되는 시간비용, 정보탐색비용, 심리

적 비용 등에 의해서 평가된다고 볼 수 있다.

가치란 가격 대 품질을 말하며, 품질은 모든 비가격속성(제품·고객서비스)을 포함하고 품질, 가격, 가치를 상대적이라고 하면서, 소비자들은 기업이 생산하고 존재하는 제품의 가치(product value)를 지각하고 인정하기 때문에 구매한다고 하였다. 여기서 “지각된 가치(perceived value)는 받는 것과 주는 것에 대한 지각을 바탕으로 한 하나의 제품효용에 대한 소비자의 전반적인 평가이다”라고 할 수 있다. 소비자들에 따라 받는 것과 주는 것이 다름에도 불구하고 가치는 주는 요소와 받는 요소간의 상쇄관계(trade Off)를 나타내고 있다<sup>45)</sup>.

<표 2-4> 지각된 가치의 측정 척도

연구자(연도)	측정 척도
Lichtenstein & Bearden(1986) Drew & Bolton(1987)	투입된 값어치대비 가치
Zeithaml(1988)	저렴한 비용, 바라는 것, 지불한 것에 대해 획득한 그 무엇
Gale(1994)	지각된 품질
Bojanic(1996)	비교 가격에서 비교 품질 제공, 높은 가격에서의 우수 품질 제공, 할인 가격에서의 낮은 품질 제공
Bojanic(1996)	지각된 가격, 지각된 품질
Grewal et al. (1996)	비교가격, 판매가격 수준
Jayanti & Ghosh (1996)	지각된 품질, 거래 가치
안운석·전주형(1997)	회폐 가치, 비회폐적 가치, 사회적 가치
조선배·최웅(1998)	지불비용에 대한 서비스 가치, 인상적인 서비스, 적절한 서비스
Grewal, Monroe & Krishnam(1998)	획득 가치, 거래 가치
Oh(2000)	제품과 서비스 가격, 금전적 가치, 가격보다 우수함, 가격에 상응한 그 무엇
Naylor & Frank(2001)	금전적 원가, 기대된 금전적 원가, 품질, 전반적인 금전, 기대하는 전체가격

출처: Lichtenstein & Bearden(1986), Bojanic(1996), Zeithaml(1988), Grewal, Monroe & Krishnam(1998), Oh(2000), Naylor & Frank(2001) 등 선행연구를 바탕으로 연구자가 정리

45) V. A. Zeithaml, L. L. Berry, A. Parasuraman (1996). The behavioral consequences of service quality. *Journal of Marketing*, 60(2), pp.31-46.

소비자들의 지각된 가치라 함은 브랜드의 가격이 품질과 관련하여 어느 정도 합리적으로 결정되었는가를 인식하는 것이다. 이러한 가격은 소비자들에게 두 가지 의미를 내포하고 있다. 첫째는 생산원가 척도로서의 의미와 둘째는 품질 지표로 소비자들은 가격이 높을수록 제품의 품질이 좋은 것으로 기대하므로 제품의 구매확률에 긍정적 영향을 준다는 의미이다. 따라서 가치인식이란 가격이 생산원가와 품질수준을 얼마나 충실하게 반영하고 있는가에 대한 인식이라 할 수 있다.

지각된 가격이 실제 가격보다 작으면 제품이나 서비스는 양의 가치를 가지게 되며, 지각된 가치는 구매의도와 밀접한 관계가 있다고 제시하고 있다. 서비스에 대한 지각된 가치란 고객이 서비스를 제공받기 위한 접점의 불확실성과 지각위험이 높을수록 많은 차이가 있는 것으로 밝혀지고 있으며, 지각된 서비스가치에 있어서 효용인지의 영향은 지각된 품질인지 보다도 관련이 미약한 것으로 나타나고 있다.

지각된 가치란 지각된 품질, 지각된 심리적 상태뿐만 아니라 금전적 희생간의 교환이라고 주장한다. Zeithaml(1988)에 의하면 가치는 브랜드 품질에 대한 최저가격이다. 즉 지각된 가치란 이용한 제품의 품질에 대해 지불한 가격의 지각정도라고 할 수 있다. 또한 그는 가격, 품질과 가치와 관련한 수단-목적 모형에서 지각된 가치는 지각된 품질과 지각된 희생, 내·외부적 속성 및 상위 속성들에 영향을 받는다고 하였으며, 이러한 지각된 가치는 구매의도에 영향을 미치는 것으로, 지각된 희생을 지각된 금전적 가격과 비금전적 가격을 하위 요인으로 설명하고 있다.

지각된 가치란 고객들이 그것을 위해서 어떠한 것이 소비되고 무엇을 제공받았는지에 대한 지각에 근거한 것으로서 제품의 효용을 명확하게 평가할 수 있는 것으로 주장하고 있다. 또한 그는 4가지 관점에서 지각된 가치를 측정하고 있다. 즉, 가치란 저렴한 가격, 특정 제품에 대해서 고객이 원하는 것, 고객이 지불한 것에 대해서 제공받은 품질의 의지, 고객이 지불한 것에 상응한 그 무엇을 얻게 되는 것으로 보고 있다.

이러한 가치 개념은 기대 또는 획득한 가치로 통합된 관점이며, 고객들이 제품에 대해서 인식적인 관점에서 개념화를 시도하기도 한다. 지각된 가치의 구성이란 경쟁 우위적인 관점에서 측정하는 가장 중요한 것으로 받아들여지고 있는 가

운데 아직까지도 지각된 가치를 어떻게 측정해야 하는지에 대한 연구는 미비한 실정이다.

지각된 가치의 개념은 소비자에 따라 다르다는 점, 문화에 따라 다르다는 점, 그리고 시간에 따라 다르다는 점에서 주관적인 개념이라 할 수 있다<sup>46)</sup>. 이로 인해 지각된 가치를 어떻게 정의할 것인가에 대해 많은 논란이 있어왔다. 지금까지 지각된 가치는 소비자 효용, 희생에 대비되는 지각된 편익, 심리적 가격, 적합함, 그리고 질 등과 같이 다양하게 정의되어 왔으나 가장 광범위한 의미로는 소비행동과 관련하여 이루어진 희생과 얻은 편익 사이의 상쇄(trade-off)를 나타내는 인지적 평가라고 정의된다.

즉, 소비자가 특정 재화·서비스를 소유 및 이용함으로써 얻는 편익과 해당 재화·서비스를 소유 및 이용하기 위해 지불한 비용 사이의 차이를 의미하는 것이다. 한편, 지각된 가치의 조작적 정의에 있어서 지각된 가치를 금전가치(value for money)의 단일 차원으로 측정할 예도 있으나 대부분의 학자들은 지각된 가치는 다차원성(multi-dimensionality)을 내포한다는 데에 의견의 일치를 보이고 있다.

예를 들어 어떤 학자들은 소유 가치와 거래 가치로 분류하였으며, 다른 학자들은 헤도닉 가치와 효용 가치로 분류하였다. 한편 Holbrook(1999)은 3차원 패러다임(내적-외적, 자아 지향-타인 지향, 적극적-수동적)에 근거하여 효율성, 우수성, 유희성, 심미성, 자존심, 지위, 도덕성, 영성 등과 같은 가치의 유형을 제시하였다. Parasuraman 과 Grewal(2000)은 소비자들의 구매 단계에 따라 소유가치, 거래가치, 사용가치, 그리고 보상가치로 구분할 것을 제안하였으며 Sweeney & Soutar(2001)은 정서적 가치, 사회적 가치, 금전가치, 실행가치 등 네 가지 측면으로 지각된 가치를 구분하였다. Petrick(2002, 2003)은 행태적 가격, 금전적 가격, 정서적 반응, 질, 그리고 명성 등 다섯 가지 측면을 제시하면서 이는 모든 서비스 분야에 적용 가능하다고 주장하였다.

관광상품을 구매하는 경우에도 마찬가지로 관광자들의 구매행동과 관련하여 지각하는 가치에 대한 이해는 관광 상품·서비스를 공급하는 기업의 경쟁우위를

---

46) A. Parasuraman (1997). Reflections on gaining competitive advantage through customer value, *Journal of the Academy of Marketing Science*. 25(2). 154-161.

점하기 위한 전략을 도출하는데 필수적이라 할 수 있다. 이러한 측면에서 최근 지각된 가치 개념은 관광지, 관광 상품, 대학생들의 관광행동, 호텔과 레스토랑, 컨벤션 등 다양한 분야에 적용되고 있다.

## 2. 관광만족 · 레저만족

### 1) 관광만족

관광만족은 관광객의 느끼는 하나의 감정이라는 개념에서 관광활동의 궁극적 목적이라 할 정도로 중요한 개념이다<sup>47)</sup>. 관광만족은 인간행동의 일부, 즉 관광객이 방문했던 곳을 다시 찾아가고 싶도록 관광경험의 결과라 할 수 있으며, 관광객이 관광목적지에 대해 기대했던 것과 관광목적지를 방문한 측면에서는 방문의 투자비용과 편익을 비교한 결과라 할 수 있다.

만족은 개인의 느끼는 만족감으로부터 최종단계인 평가에서 기대와 실제 방문 간의 차이를 나타내고 이는 결국 향후 관광목적지 선택에도 깊이 영향을 미치게 된다. 그러므로 관광만족의 긍정적 결과를 갖는 관광객은 재방문하거나 다른 관광객에게 해당 관광목적지에 대하여 호의적인 설명으로 표현하게 된다.

Oliver(1980)<sup>48)</sup>의해 발견된 기대-불일치 모형에 의하면 소비자는 구매하기 전의 상품에 대한 기대와 실제적인 경험 후를 비교할 수 있다. 만약 실제경험에서의 가치가 기대치보다 높다면 소비자는 만족으로 재구매의 의사가 생기고 기대치보다 낮다면 불만족하게 된다. 이러한 관광만족을 향상시키기 위해서는 여행 전 기대와 실제 차이점을 줄이는 것이 핵심이라는 것을 밝히고 있다<sup>49)</sup>. 마케팅 분야에서 고객만족형성과정에 대한 대부분의 연구는 이러한 기대-불일치모형을 기본적으로 채택하고 있다.

47) 김경자·송인숙·제미경역(1999). 전계서, p.2.

48) R. L. Oliver(1980). A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions. *Journal of Marketing Research*, 17, pp.460-469.

49) H. Qu & E. W. Y. Ping(1999). A service performance model of Hong Kong cruise travelers' motivation factors and satisfaction. *Tourism Management*, 20(2), pp.237-244.



만족은 기대불일치로 인한 감정이 소비자가 사전에 갖는 감정에 의해 증폭될 때 나타나는 총체적인 심리상태<sup>50)</sup>라고도 정의된다. 이는 사전기대와 제품 사용 후 인지된 실제 성능과 지각된 불일치에 대한 소비자반응으로 인지적 측면이<sup>51)</sup> 전반적인 구매행동 패턴, 소매점의 전시상태, 구매제품과 서비스의 사용결과로 나타나는 감정적 반응과 같은 정서적 측면이 강한 개념이다.<sup>52)</sup>

관광만족<sup>53)</sup>은 “실제와 기대하는 상황에서 인식된 모순과 기대하는 상황을 가로막는 내적 조건(개인의 지위, 능력, 지식) 및 외적조건(환경, 시간 금전적 부족, 거리, 시설의 부족)의 인식에서 결정되는 것”이라고 정의하고 있다. 관광만족은 어떤 관광객들에게는 허용 가능한 최소수준을 의미할 수 있지만 다른 사람에게는 거의 완벽함을 의미할 수도 있는 것이다. 그러나 만족의 의미는 시간이 지나 감에 따라 퇴색되고 달라질 수 있다.

이러한 관광객 만족을 크게 두 가지로 측면으로 볼수있다<sup>54)</sup>.

첫째, 여행경험에 대한 결과(outcome)에 초점을 두는 것이다. 이때의 관광만족은 관광경험 전체에 대해 사후 이미지를 평가하는 것이다. 구체적으로는 전체 관광경험의 평가, 그 시점에서의 긍정적 감정상태<sup>55)</sup>, 기대불일치에 대한 경험 또는 감정, 여행경험과 관련한 복합적이고 전체적인 심리상태<sup>56)</sup> 등으로 설명할 수 있다.

둘째, 평가과정(process)<sup>57)</sup>에 초점을 두는 것이다. 관광만족은 관광객이 미리 갖고 있던 신념과 선택된 대안이 일치되는지에 대한 평가, 관광 전에 최소한 기대했던 것보다 경험이 좋았던 평가<sup>58)</sup>, 사전기대와 관광 후 지각된 성과 사의의

50) R. L. Oliver & G. Linda(1981). Effects of satisfaction and its antecedents on consumer preferences and intention. *Advances in Consumer Research*, 8, pp. 88-93.

51) D. K. Tse & P. C. Wilson(1988). Model of consumer satisfaction: an extension, *Journal of Marketing* 25, pp.204-212

52) R. A. Westbrook(1987). Product/Consumption-based affective responses and postpurchase processes. *Journal of Marketing Research*, 24(3), pp.258-270.; 이병희(2004). 서비스품질이 만족도 및 충성도의 행위적 반응에 미치는 영향에 관한연구. 연세대학교 대학원박사학위논문. p.48.

53) W. F. Van Raaji & D. A. Francken(1984). Vacation decision, activities, and satisfaction. *Annals of Tourism Research*, 11, pp.101-112.; Yoon & Uysal(2005). *op.cit.*

54) 전원배·황봉취(2004). 관광자의 관광지 요인 만족이 재방문에 미치는 영향. 『한국관광산업학회』, 18, pp.22-39; 홍수희(2003). 상계논문.

55) J. W. Lounsbury & J. R. Polik(1992). Leisure Needs and Vacation Satisfaction, *Leisure Sciences*, 14, pp.105-119.

56) G. M. S. Dann(1979). Tourist satisfaction: A highly complex variable. *Annals of Tourism Research*, 5, pp.440-443.

57) A. Geva & Goldman(1991). Duality in consumer post-purchase attitude. *Journal of Economic Psychology*, 12, pp. 141-164.

58) D. K. Tse & P. C. Wilton(1988). Models of consumer satisfaction formation: An extension.

차이에 대한 관광객반응과 같이 인지적 측면으로 설명할 수 있다. 평가과정에 초점을 두고 있는 관광만족은 관광객의 전체 관광경험을 각 단계별로 측정함으로써 관광체험의 세부 과정을 측정할 수 있다는 점이 장점이다<sup>59)</sup>.

관광만족을 정확히 파악하기 위해서는 관광이 가지는 지역의 특수성을 반드시 고려해야 한다. 관광객의 관광활동 만족에 대한 개념정의와 측정에 있어서 지역의 특수성과 관광이라는 현상의 특수성을 고려해야 한다는 뜻이다.<sup>60)</sup> 그리고 관광객이 지각하는 관광목적지에 대한 기대는 주관적 가치관이 반영되기 때문에 관광목적지에 대한 기대와 깊은 관계가 있다고 볼 수 있다.

## 2) 레저만족

사람들은 어떤 활동이 가져다주는 결과가 만족스러울 때 그 활동이 만족스럽다고 말한다. 건강 증진과 같은 보상을 얻거나 이끌어 내었을 때 그 레저 활동이 만족스러운 행위였다는 의미로 생각 해 볼 수 있다.

레저만족의 개념은 간단히 정의하면 레저 활동에서 인지하는 만족의 정도라고 설명할 수 있겠지만 앞서 본 바와 같이 이는 정의하기가 매우 어려운 주관적인 감정을 나타내는 극히 개인적인 것으로, 개인이 기대와 충족 여부에 의해 결정된다고 볼 수 있다.

레저만족과 레저 활동과의 관계를 가장 명확히 제시한 이론으로는 몰입이론을 들 수 있다. 개인의 능력에 맞는 레저 활동을 할 때에 최고의 몰입을 경험할 수 있다는 몰입이론은 흥미 있는 활동을 통해 생활의 만족도가 높아진다는 사실을 의미하기도 한다. 즉, 레저 만족도란 일반적인 레저 경험이나 상황에 대해 현재 즐겁거나 만족하는 정도를 의미하며 이러한 레저의 만족스러운 감정은 개인의 의식적인 욕구가 충족됨으로써 야기된다.

레저 활동과 레저만족에 관련된 사회심리학적 변수들은 여전히 연구 중에

---

*Journal of Marketing Research*, 25(2), pp.204-212.

59) M. J. Bitner(1990). Evaluating service encounters: The effects of physical surroundings and employee responses. *Journal of Marketing Research*, 54(Apr.), pp. 69-82.

60) K. S. Chon & M. D. Olsen(1991). Functional and symbolic congruity approaches to consumer satisfaction/dissatisfaction consumerism. *Journal of the International Academy of Hospitality Research*, 3, pp.2-22.

있으며, 레저 활동유형과 레저만족의 관련성 또한 경험적으로 명확하게 규명되지 않았다. 레저만족을 활동의 선택과 그에 따른 참여의 결과로서 개인적으로 형성된 감정이나 인지 혹은 일반적인 경험이 상황에 즐거워하거나 만족하는 정도라고 정의된 바도 있으며, 레저만족은 개인이 선택한 레저 활동에 참여한 후에 형성되는 긍정적인 감정이나 인지의 정도라고 설명하는 경우도 있다.

많은 변인들이 레저만족에 영향을 미치는 것으로 확인되어 왔으며, 이러한 변인들에는 레저 자원에 대한 지식과 레저 가치, 자아 개념, 사회적 능력, 레저 활동과 레저경험 등이 포함된다.

레저만족에 대한 여러 개념 규정에도 불구하고 정확한 레저 만족의 질적 구조 및 평가에 대한 이론은 확립되지 않고 있는 실정이다. 이것은 레저만족이 갖는 비 물질성과 각각의 개인마다 갖는 레저만족의 주관적 개념의 차이에서 오는 것으로 볼 수 있다.

Beard와 Ragheb(1980)는 총 24개의 문항으로 이루어진 레저만족척도(Leisure Satisfaction Scale)를 개발하였다. 이는 심리적·교육적·사회적·휴식적·신체적·심미적 요인의 6가지 범주로 구성되어 있으며 각각의 내용은 다음과 같다.

첫째, 심리적 요인은 다양한 지표들로 구성되어 있는데, 각 개인들은 자연적으로 레저 활동 선택의 자유를 제공받게 되고, 자신의 자아실현을 충족시키는 활동에 참가하도록 동기 유발된다. 아울러 이들은 자신의 능력과 재능을 발휘할 수 있는 다양한 레저 활동에 참여하게 되며, 이를 통해 성취감 향유 및 개성연출, 그리고 새로운 경험에 대한 욕구 등을 추구할 수 있다.

참가자들은 레저 활동에 참가함으로써 흥미를 유발할 수 있고, 기쁜 감정은 물론, 즐거움 발산, 그리고 자아의 탐구 및 발견이 가능하게 되며 결국 이로 인해 활동을 반복하게 된다.

둘째, 교육적 요인으로서 레저 활동을 통해 레저 활동 참여자 자신과 환경에 대해서 알고 싶어 하는 욕구의 충족을 의미한다. 이에 해당되는 레저 활동은 새로운 경험, 호기심 충족, 그리고 새로운 시도에 대한 욕구 등을 자연스럽게 발생시킨다.

셋째, 휴식적 요인으로서 레저 활동이 새로운 노동을 위한 휴식의 효과를 가지고 있다. 레저 활동은 인간에게 휴식 및 원기회복의 기회를 제공할 뿐만 아니라,

이상 속에서 일어나는 각종 스트레스를 해소하는데 직·간접적으로 도움을 준다는 사실이 명백하다는 것이다.

넷째, 신체적 요인으로 레저 참여자들은 신체피로회복, 체력증진, 근육 및 심장 강화를 위한 활동에도 영향을 준다. 이러한 신체활동은 체내에 축적된 지방을 연소시킴으로써 체중조절, 비만방지에 도움을 준다.

끝으로, 환경적 요인은 레저 활동 시 물리적 환경들이 아름답게 꾸며져 있을 때 참여자들이 더욱 큰 만족감을 얻을 수 있고 흥미와 재미를 더 할 수 있다는 것을 의미한다.

### 3. 충성도

대부분의 상품의 경우에 소비가 이루어지는 시장에서 소비자의 구매가 이루어지지 않는다면 시장경쟁에서 존속하기는 어려울 것이다. 관광산업의 경우 재방문 의도는 관광지를 구성하고 있는 하위 속성에 대한 경험을 바탕으로 그 관광지를 다시 방문할 욕구를 의미하는 것으로 직접 방문의도와 간접방문의도가 있다.

직접 방문 의도는 만족한 관광지 또는 유사 관광지를 다시금 방문하는 것이며, 간접 방문 의도는 천지 등 타인에게 추천하는 등의 구전 의도를 보유한 정도를 의미하고 있다.

재방문 의도는 만족한 관광객에게 발생하는 것으로, 관광마케팅과 직접 연계될 수 있으며 잠재 관광객을 발생시킨다. 재방문 현상과 같이 관광행동의 결과로서 나타나는 관광객 태도변화에 대한 연구들은 그들간의 접촉이 상호 친밀감과 이해를 촉진시키고, 이질감과 편견을 감소시키며, 정서적 긴장과 거리감을 완화시킨다는 접촉모델에 기초한다(이화인, 1999)

Oliver(1980)는 고객의 만족이 재방문 의도와 깊은 관계를 갖고 있다고 생각하여 그의 연구를 통해 고객만족이 태도에 영향을 미치고, 이태도가 재방문 의도에 영향을 미치는 것을 확인하였다.

충성도는 미래에도 지속적으로 선호 제품이나 서비스를 재구매(再購買) 혹은 재애고(再愛顧) 하고자 하는 고객의 깊은 몰입으로도 볼 수 있으며, 이 몰입에

의해서 사람들은 다른 제품으로의 구매 전환의 잠재력을 가진 마케팅 활동에 의한 상황적 영향에도 불구하고 반복적으로 동일한 브랜드 혹은 브랜드 집합을 구매하게 된다<sup>61)</sup>.

이러한 충성도는 인지적, 감성적, 행위 의도적 요소에 의해 생성된 상대적 태도와 반복적 애고(愛顧) 사이의 관계라고 할 수 있다. 상대적 태도란 절대적인 평가가 아닌 상대적인 평가를 강조하는 것이다. 진정한 고객 충성도는 반복적 애고(愛顧)가 높은 상대적 태도와 공존할 때 존재한다는 것이다.

충성도는 마케팅 관리자에게 좀 더 중요한 개념이 되는데 그 이유는 적어도 4가지 측면에서 찾아 볼 수 있다. 첫째, 소비자들의 개발과 유지에 기업의 수익성과 관련된다. 둘째, 시장세분화의 기준으로서 충성도의 이용이 가능하다. 셋째, 판매수입과 이윤의 예측이 가능하다. 넷째, 주어진 시장에서 충성도의 정도에 따라 기업이 마케팅 전략이 바뀔 수 있기 때문이다.

충성도를 마케팅 비용의 감소, 매장 진열 우위, 새로운 고객의 유치 그리고 경쟁적 위협에 대응할 수 있는 여유로 구분하여 설명하였다. 충성도는 특정 브랜드의 마케팅 연구의 변수로 설정하였을 때 소비자의 반응을 예측할 수 있을 뿐만 아니라 높은 충성은 시장을 선점하고 경쟁자의 공격으로부터 소비자를 지키는 강력한 무기가 됨을 시사한다.

일단 충성도가 형성되면 타 기업의 정보에 대한 검색이 줄어들고, 그들의 구매 권유에 저항하고 다른 사람에게 입소문을 낸다. 제품과 서비스를 구매·이용한 후 소비에 대한 만족·불만족은 재방문과 구전(word-of-mouth)등의 방식으로 다양하게 표출되고 있다는 뜻이다.

추천의도 또는 구전(word-of-mouth)이라 할 수 있는 이 개념은 1954년 Fortune지에 소개된 William H. Whyte, Jr의 고전적 마케팅 연구에서 비롯되었으며, 준거집단의 구성원들, 고객과 판매원 등과 같은 둘 이상의 개인들 사이에서 일어나는 대인간 커뮤니케이션을 말하는데, 박진우(2002)는 소비자는 상업광고 보다는 친구나 이웃, 가족 등의 인적 정보원으로 부터의 정보를 더욱 신뢰하려는 경향이 있으며, 소비자는 특정한 소비행위와 관련하여 다른 소비자의 경험을 전해 듣거나 그러한 경험으로부터 정보를 획득하게 된다고 하였다. 특별히 지

61) Oliver (1999). Whence consumer loyalty?, *Journal of Marketing*, 63, p.34

각된 위험이 많은 경우에는 구전에 의한 정보의 획득은 소비자에게 정보의 원천으로서 큰 기여를 하게 된다고 하였다.

환대산업에서 추천의도에 대해 독자적으로 다루는 연구가 거의 없지만, 소비자 행동연구에서는 ‘구전현상’으로 연구되어 왔으며, 경험에 대한 총체적인 평가인 ‘만족’과는 달리 구전의 개인의 직·간접적 경험을 통한 긍정적 혹은 부정적 내용의 정보를 소비자들 사이에서 비공식적으로 교환하는 커뮤니케이션 행위 또는 과정으로 정의하였다.

재방문 의도는 소비자가 어떠한 서비스가 제공 되었을 때, 그러한 서비스를 반복적으로 계속하여 이용할 가능성 이라고 볼 수 있으며, 생각과 태도가 행동으로 옮겨질 수 있는 행위적 의도를 의미한다.

재방문 의도의 측정은 동일한 종류의 브랜드나 동일한 종류의 제품, 서비스를 반복하여 구입하려는 소비자들의 경향을 평가함으로써 가능하다, 재방문 의도는 장기적인 관점에서 기업의 이윤이나 성과를 지속적으로 창출 시키는 중요한 요인인 고객유지 및 재방문행동의 대응으로서 마케팅에 있어 가장 핵심적인 중요 개념으로 인식되고 있다.

#### 제4절 선행연구의 검토

전술한 1절~3절에서 관광과 레저 활동의 개념과 관광과 레저 동기, 승마의 역사, 관광 및 레저 활동으로의 승마의 의미, 지각된 가치·만족·충성도에 대한 이론적 고찰을 실시하였다. 전술한 이론적 배경을 종합하여 요약하면 아래와 같다.

첫째, 관광과 레저 활동의 개념에서 관광은 “인간이 일시적으로 일상 생활권을 떠나 일상의 따분함에서 벗어나고 다시 그 생활권으로 복귀할 것을 전제로 다른 지역의 제도, 풍습, 자연 등을 느끼며 배우고 견문하는 행위”라 정리 할 수 있다. 또한, 레저는 “일이나 그 밖의 의무적인 활동에서 벗어난 자유로운 시간(free time)이며 시간·활동·상태·제도적 요소를 가진 통합적인 속성을 가진다”라 정리할 수 있다.

둘째, 관광과 레저의 동기는 일반적인 동기이론에서 시작되며 이는 동기 유발 요인과 매력요인으로 크게 나눌 수 있다. 동기 유발요인은 인간의 욕구와 필요에 의해 발현된 심리적인 현상이며 매력요인은 각 대상(관광활동·관광지·레저 활동·레저 활동 대상 및 목적지)이 가지는 속성으로 인해 유인력을 가지는 것으로 정리할 수 있다. 또한, 동기는 동기로서 독립된 정의가 되는 것이 아니라 각성, 정서와 관련되어 동기수준이 결정되기 때문에 다차원적 접근에 의한 행동의 연구가 필요하다는 특징이 있다.

셋째, 승마의 역사는 BC 2천년 전부터 시작되었으며 우리나라에서는 1898년 경 외국인 선교사, 가톨릭 신부 및 외국인 교수들로부터 유래하여 일제시대를 지나며 차츰 보급되기 시작하였으며 지금까지 이어져오고 있다. 2004년 아테네 올림픽에서는 삼성전자 승마단 선수들이 국가대표로서 참가하여 장애물 비월 단체 9위, 개인 15위라는 괄목할 만한 성장을 이루었다.

넷째, 레저 활동으로의 승마는 살아있는 생명체인 말과 사람이 일체가 되어 행해지는 레저 스포츠이다. 이는 신체를 단련시키고 신체의 평형성과 유연성을 길러 올바른 신체발달을 돕는 전신운동의 기능을 하고 있다. 또한, 대담성과 건전한 사고력을 길러주는 정신운동으로서 동물애호정신을 함양하고, 인간애의 함양을 가져다주는 심리적 특색이 있는 레저 스포츠이기도 하다. 한편, 관광활동으로서 승마는 관광활동의 다양성을 가져다주는 활동이다. 관광활동의 대상이 승마라는 스포츠이기 때문에 관광객의 참여활동 정도와 관광 동기의 중점을 스포츠와 관광 중 어느 곳에 우선하느냐에 따라 '스포츠 관광' 과 '관광 스포츠'로 구분하여 설명할 수 있다.

다섯째, 지각된 가치는 고객에게 전달된 가치라 할 수 있으며 고객의 욕구를 충족시키는 제품과 서비스의 전반적인 능력에 대한 고객의 평가를 의미한다. 전체 고객가치와 전체 고객비용과의 차이가 고객에 대한 이익 또는 고객에게 전달된 가치이다. 전체 고객가치는 구매자가 기업의 마케팅 활동으로 얻을 수 있는 모든 상품, 서비스, 인적자원, 이미지 가치 등의 총집합이라 할 수 있고, 전체 고객비용은 마케팅 활동과 관련된 금전, 시간 에너지 및 심리적 비용의 총합계라 할 수 있다.

이를 다시 요약하면 “지각된 가치(perceived value)는 받는 것과 주는 것에 대

한 지각을 바탕으로 하나의 제품효용에 대한 소비자의 전반적인 평가이다”라고 할 수 있다.

여섯째, 만족은 기대불일치로 인한 감정이 소비자가 사전적으로 갖는 감정에 의해 증폭될 때 나타나는 총체적인 심리상태라고도 정의된다. 이는 사전기대와 제품 사용 후 인지된 실제 성능과 지각된 불일치에 대한 소비자반응으로 인지적 측면이며 전반적인 구매행동 패턴, 소매점의 전시상태, 구매제품과 서비스의 사용결과로 나타나는 감정적 반응과 같은 정서적 측면이 강한 개념이다.

또한, 관광만족은 “실제와 기대하는 상황에서 인식된 모순과 기대하는 상황으로 가로막는 내적 조건(개인의 지위, 능력, 지식) 및 외적조건(환경, 시간 금전적 부족, 거리, 시설의 부족)의 인식에서 결정되는 것”이라고 정의할 수 있다.

레저만족은 레저 활동에서 인지하는 만족의 정도라고 설명할 수 있으며 이는 정의하기가 매우 어려운 주관적인 감정을 나타내는 극히 개인적인 것으로, 개인이 기대와 충족 여부에 의해 결정된다고 볼 수 있다.

일곱째, 충성도는 미래에도 지속적으로 선호 제품이나 서비스를 재구매(再購買) 혹은 재애고(再愛顧) 하고자 하는 고객의 깊은 몰입이라 할 수 있다. 이러한 충성도는 인지적, 감성적, 행위 의도적 요소에 의해 생성된 상대적 태도와 반복적 애고(愛顧) 사이의 관계라고 할 수 있다. 상대적 태도란 절대적인 평가가 아닌 상대적인 평가를 강조하는 것이다. 진정한 고객 충성도는 반복적 애고(愛顧)가 높은 상대적 태도와 공존할 때 존재한다. 충성도에는 일반적으로 구전 및 추천 의도와 재방문 및 재구매 의도와 같은 구성개념이 내포되어 있다.

재방문 및 재구매 의도는 소비자가 어떠한 서비스가 제공 되었을 때, 그러한 서비스를 반복적으로 계속하여 이용할 가능성 이라고 볼 수 있으며, 추천의도 또는 구전(word-of-mouth) 의도는 경험에 대한 총체적인 평가인 ‘만족’과는 달리 구전의 개인의 직·간접적 경험을 통한 긍정적 혹은 부정적 내용의 정보를 소비자들 사이에서 비공식적으로 교환하는 커뮤니케이션 행위 또는 과정으로 정의할 수 있다.



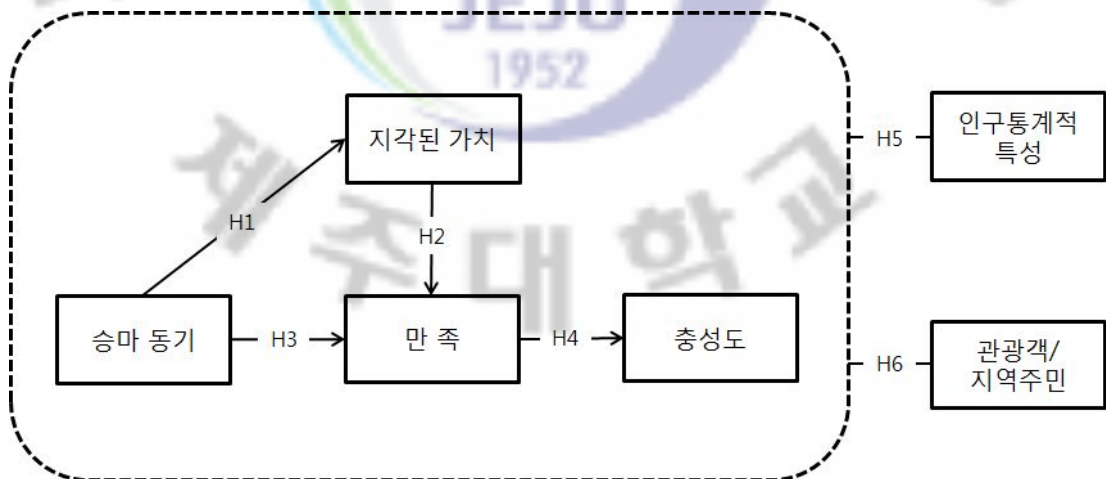
### Ⅲ. 연구방법

#### 제1절 조사의 연구모형 및 가설설정

##### 1. 연구모형

본 연구의 목적은 지역주민들이 레저를 활용하기 위해 레저 스포츠를 즐기는 ‘장(場)’으로서의 역할과 관광객들에게 매력물(attraction)로서의 역할을 겸하고 있는 제주특별자치도 소재 승마장 방문객을 대상으로 승마활동에의 참여 동기를 알아보고 참여 동기와 승마장 이용자의 지각된 가치, 만족, 충성도 간의 관계를 알아보는 것이다.

연구의 목적을 달성하기 위하여 앞에서 살펴본 선행연구를 토대로 승마장 방문객의 승마 동기가 지각된 가치, 만족에 영향을 주며 만족은 충성도에 영향을, 지각된 가치는 승마 동기와 만족 사이에서 조절효과를 내는 연구모형을 <그림 3-1>과 같이 도출하였다. 또한, 인구통계적 특성에 따라 승마 동기와 지각된 가치, 만족, 충성도에 차이 검증은 연구모형에 포함하였다.



<그림 3-1> 연구 모형

## 2. 연구가설의 설정

연구의 목적을 달성하기 위하여 상기한 연구모형과 선행연구를 바탕으로 아래와 같은 가설을 설정하였다.

승마는 신체를 단련시키고 신체의 평형성과 유연성을 길러 올바른 신체발달을 돕는 전신운동이다(한국마사회, 1994). 이와 같은 운동 효과에 대해서 이은경(1997)은 평형성과 유연성 등 체력적인 부분에 매우 효과가 있다고 제시하였으며, 이원일(2006)의 연구에서도 승마 운동 참여자들의 신체적 효과에 대해서 전신운동과 하체단련에 효과가 있다고 제시하였다.

또한, 김문철(2003)은 승마운동이 대담성과 건전한 사고력을 길러주는 정신운동으로서 동물애호정신을 함양하고, 인간애의 함양을 가져다주는 특색 있는 스포츠라고 언급하였다. 한상덕(2004)은 승마 운동에 오랫동안 참여하는 사람들은 대부분 내적 만족감이 충분하다고 주장하였으며 이원일(2006)의 연구에서는 승마 운동의 심리적인 효과에 대해서 동물애호 정신의 증가하고 대담성을 길러주는 스포츠라고 주장하였다.

상기한 내용은 승마 동기 요인 중 2가지를 포함하고 있으며 많은 동기 이론들은 행동 수행에 영향을 주는 요인으로서 감정과 정서를 포함시키고 있다. 또한, 관광 동기의 특성과악이나<sup>62)</sup>, 관광 동기와 목적지 선택과의 관계<sup>63)</sup>, 관광 동기와 관광목적지 이미지와의 관계<sup>64)</sup>, 그리고 관광 동기와 관광만족과의 관계에 관한 연구<sup>65)</sup> 등의 관점에서 연구를 바탕으로 동기는 만족과 관계가 깊은 지각된 가치에 영향을 미친다는 가설을 설정하였다.

H1: 승마 동기는 지각된 가치에 영향을 미친다.

62) M. Kozak(2002). Comparative analysis of tourist motivations by nationality and destinations. *Tourism Management*, 23(2), pp.221-232.

63) Z. Q. Hanqin & T. Lam(1999). An analysis of mainland Chinese visitors' motivations to visit Hong Kong. *Tourism Management*, 20(5), pp.587-594.

64) 김덕경·최영준·윤중엽(2004). 관광 동기에 따른 관광지 이미지가 관광만족도에 미치는 영향에 관한 연구: 부산방문 일본관광객을 중심으로. 『관광학연구』, 28(2), pp.95-111.

65) H. Qu & E. W. Y. Ping(1999). A service performance model of Hong Kong cruise travelers' motivation factors and satisfaction. *Tourism Management*, 20(2), pp.237-244; 김기홍·정용용·권봉현(2004). 관광 동기요인이 관광지 선택과 만족도에 미치는 영향-서울 시내 대학생을 중심으로. 『호텔관광연구』, 6(1), pp.50-74.

지각된 가치는 소비자 효용, 희생에 대비되는 지각된 편익, 심리적 가격, 적합함, 그리고 질 등과 같이 다양하게 정의되어 왔으나 가장 광범위한 의미로는 소비행동과 관련하여 이루어진 희생과 얻은 편익 사이의 상쇄(trade-off)를 나타내는 인지적 평가라고 정의된다. 즉, 소비자가 특정 재화·서비스를 소유 및 이용함으로써 얻는 편익과 해당 재화·서비스를 소유 및 이용하기 위해 지불한 비용 사이의 차이를 의미하는 것이다.

지각된 가치의 개념은 관광지, 관광 상품 등에서 적용되었으며 일반적으로 지각된 가치와 만족의 관계는 상관관계가 높다고 보고되고 있으므로 다음과 같이 가설을 설정하였다.

H2: 승마의 지각된 가치는 만족에 영향을 미친다.

상기한 가설 H1과 같은 맥락에서 많은 동기 이론들은 관광 동기의 특성파악이<sup>66)</sup>, 관광 동기와 목적지 선택과의 관계<sup>67)</sup>, 관광 동기와 관광목적지 이미지와의 관계<sup>68)</sup>, 그리고 관광 동기와 관광만족과의 관계에 관한 연구<sup>69)</sup> 등의 관점에서 연구가 이루어져 왔으며 지각된 가치가 만족과 많은 상관관계를 가진다는 점을 감안하여 승마 동기는 만족과 관계가 깊은 지각된 가치에 영향을 미친다는 가설을 설정하였다.

H3: 승마 동기는 만족에 영향을 미친다.

선행된 연구결과 관광·레저 시설 이용객의 각종 관광·레저 시설 방문의 결과 변수인 만족은 관광·레저 활동을 통해 관광·레저 시설 이용객이 얻게 되는

66) M. Kozak(2002). Comparative analysis of tourist motivations by nationality and destinations. *Tourism Management*, 23(2), pp.221-232.

67) Z. Q. Hanqin & T. Lam(1999). An analysis of mainland Chinese visitors' motivations to visit Hong Kong. *Tourism Management*, 20(5), pp.587-594.

68) 김덕경·최영준·윤중업(2004). 관광 동기에 따른 관광지 이미지가 관광만족도에 미치는 영향에 관한 연구: 부산방문 일본관광객을 중심으로. 『관광학연구』, 28(2), pp.95-111.

69) H. Qu & E. W. Y. Ping(1999). A service performance model of Hong Kong cruise travelers' motivation factors and satisfaction. *Tourism Management*, 20(2), pp.237-244; 김기홍·정용용·권봉현(2004). 관광 동기요인이 관광지 선택과 만족도에 미치는 영향-서울 시내 대학생을 중심으로. 『호텔관광연구』, 6(1), pp.50-74.

심리적 효용 뿐 아니라 관광·레저 시설의 물리적 부분에 대한 평가를 의미한다. 관광·레저 시설이 일종의 서비스 시설 및 상품으로 구성되어 있다는 점에서 서비스 상품의 질에 대한 평가방법과 같은 맥락에서 접근되어진다. Lee(2005) 등의 연구에서 관광객의 만족은 재방문의사 및 추천의사에 긍정적인 영향을 미치는 결과가 도출되었다.<sup>70)</sup> 이러한 결과는 Cronin과 Taylor(1992), Fronell(1992)등의 연구에 의해 지지되고 있다.

H4: 승마의 만족은 충성도에 영향을 미친다.

일반적으로 인구통계적 특성은 인간의 소비욕구 및 행동 패턴을 나누고 분석하는 기초적 기준으로 활용된다. 이에 따라 연구에서도 연령 및 성별, 직업군, 소득수준 등을 포함하는 인구통계적 특성이 승마 동기에 영향을 미친다는 가설 H5를 설정하고 이에 따른 세부가설 H<sub>5-1</sub>~H<sub>5-6</sub>을 아래와 같이 설정하였다.

H5: 승마장 이용객의 인구통계적 특성에 따라 승마 동기에 차이가 있을 것이다.

H<sub>5-1</sub>: 승마장 이용객의 성별에 따라 승마 동기에 차이가 있을 것이다.

H<sub>5-2</sub>: 승마장 이용객의 연령대에 따라 승마 동기에 차이가 있을 것이다.

H<sub>5-3</sub>: 승마장 이용객의 가족생애주기에 따라 승마 동기에 차이가 있을 것이다.

H<sub>5-4</sub>: 승마장 이용객의 직업에 따라 승마 동기에 차이가 있을 것이다.

H<sub>5-5</sub>: 승마장 이용객의 학력에 따라 승마 동기에 차이가 있을 것이다.

H<sub>5-6</sub>: 승마장 이용객의 소득수준에 따라 승마 동기에 차이가 있을 것이다.

관광 관련 연구에서는 인구통계적 특징중 거주지에 관한 사항이 만족, 충성도 등에 영향을 미치는 사례가 많으며, 연구의 설문대상의 특징(관광객/지역주민)과 이 두 집단의 승마장 방문 목적이 확연히 다르다는 점에서 거주지에 따른 만족 등에 대한 인지가 다를 것이다. 설문대상의 특징(관광객/지역주민)이 승마 동기

---

70) C. K. Lee, Y. S. Yoon, & S. K. Lee (2007). "Investigating the relationships among perceived value, satisfaction, and recommendations: The case of the Korean DMZ," *Tourism Management*, 28, pp.204-214

와 지각된 가치, 만족, 충성도에 영향을 미친다는 가설 H6를 설정하고 이에 따른 세부가설 H<sub>6-1</sub>~H<sub>6-4</sub>를 아래와 같이 설정하였다.

H6: 관광객/지역주민에 따라 승마 동기와 지각된 가치, 만족, 충성도에 차이가 있을 것이다.

H<sub>6-1</sub>: 관광객/지역주민에 따라 승마 동기에 차이가 있을 것이다.

H<sub>6-2</sub>: 관광객/지역주민에 따라 지각된 가치에 차이가 있을 것이다.

H<sub>6-3</sub>: 관광객/지역주민에 따라 만족에 차이가 있을 것이다.

H<sub>6-4</sub>: 관광객/지역주민에 따라 충성도에 차이가 있을 것이다.

## 제2절 설문지의 구성과 변수의 조작적 정의

연구의 목적을 달성하기 위하여 자료의 수집과 측정을 위한 조사방법으로 구조화된 설문지를 사용한 실증적 연구방법을 택하였다. 설문지는 사전 문헌조사 및 전문가 인터뷰를 통한 항목도출을 거쳐 작성하였다.

설문지 구성은 방문자의 인구통계적 특성 등 일반적 사항을 포함하여 총 6개 항목으로 설정하였다. 일반적인 질문으로 인구통계적 특성 7문항과 승마 동기에 대한 17문항, 방문자의 만족 4문항, 지각된 가치 4문항, 추천의도, 재방문 의도를 포함한 충성도 2문항 등 총 34문항으로 <표 3-1>과 같이 구성하였다.

<표 3-1> 설문지의 구성

구성개념	문항 수	문항	척도
인구통계적 특성	7	1~7	명목척도
승마 동기	17	A: 1~17	등간(Likert 5점) 척도
만족	4	B: 1~4	등간(Likert 5점) 척도
지각된 가치	4	C: 1~4	등간(Likert 5점) 척도
충성도	2	D: 1~2	등간(Likert 5점) 척도

연구개념은 승마 동기, 지각된 가치, 만족, 충성도와 같이 4가지 구성개념으로 이루어 졌으며 각 각의 조작적 정의는 다음과 같다.

승마 동기의 조작적 정의는 “승마장 방문에 대한 방문객의 동기”로하고 그 근거는 전문가 인터뷰를 통해 도출한 17개 측정항목으로 하였다.

지각된 가치의 조작적 정의는 “승마장 방문에 투입한 노력, 시간, 비용, 기회비용 등에 대한 지각된 가치정도”로 정의하고 Sweeney & Soutar(2001)와 Petrick(2002, 2003), 여호근·박경태(2005) 등의 선행연구를 바탕으로 측정항목 4가지를 적용하였다.

만족의 조작적 정의는 “방문객이 지각하는 승마장의 시설, 서비스, 가격 및 전반적 만족정도”로 정의하고 Bolton과 Lemon(1999), Bigne et al(2001), Fornell et al(1996) 등의 선행연구를 바탕으로 측정항목 4가지를 적용하였다.

충성도의 조작적 정의는 “재방문의사, 추천의사를 포함하는 충성도”로 정의하고 Cronin과 Taylor(1992), Fronell(1992), Lee et al(2005) 등의 선행연구를 바탕으로 측정항목 2가지를 적용하였다.

<표 3-2> 변수의 조작적 정의와 참고문헌

연구개념 (측정항목 수)	조작적 정의	참고문헌
승마 동기 (17)	승마장 방문에 대한 방문객의 동기	승마 관련 전문가 인터뷰 결과를 활용
지각된 가치(4)	승마장 방문에 투입한 노력, 시간, 비용, 기회비용 등에 대한 지각된 가치정도	Sweeney & Soutar(2001) Petrick(2002, 2003) 여호근·박경태(2005)
만족(4)	방문객이 지각하는 승마장의 시설, 서비스, 가격 및 전반적 만족정도	Pizam, Newman & Reichel(1978) 박창규(1999) Bolton & Lemon(1999) Bigne et al(2001) Fornell et al(1996)
충성도(2)	재방문의사, 추천의사를 포함하는 충성도	Cronin & Taylor(1992) Fronell(1992) Lee et al(2005)

### 제3절 조사 설계와 자료의 처리

#### 1. 조사 설계

연구의 목적에 맞는 설문지를 구성하기 위하여 사전 문헌조사와 전문가 인터뷰를 병행하여 진행하였으며, 각 구성개념들은 조작적 정의에 의해 재정의하였다. 이를 측정하기 위한 항목들은 연구와 학문영역 특성에 맞게 수정하였으며 연구의 목적에 부합하는 구조화된 설문지가 구성되었다.

배부된 설문지는 자기평가기입법(self-administrated method)으로 응답하도록 하였으며 응답요령 등을 상세히 설명하고 개별적인 의문에 대해 설명을 한 후, 이 조사에 응답할 준비가 되었다고 판단될 때 조사를 실시하였다. 조사 시 문항에 관한 질문을 할 경우 알기 쉽게 설명하였으며, 완성된 질문지는 그 자리에서 회수하였다.

<표 3-3> 제주특별자치도내 승마장 현황

소재지	명칭	주소	마장면적(m <sup>2</sup> )	보험 가입	지도자 배치 상황		
					1급	2급	3급
제 주 시	어승생	노형 산 14-1	10,000	o			1
	봉개관광	봉개 275-66	9,900	o			1
	제주	조천 교래 산 10-3	4,500	o			1
	제주관광	조천 교래 산 60-6					
	탐라	조천 교래 산 42	3,000	o		1	
	송당	구좌 송당 산 126	3,000	o			1
	제주드림랜드	애월 봉성 4554	3,000	o			1
	한라승마랜드	애월 소길 산 196	3,000	o			1
	서진	조천 교래 산 11	3,500	o			1
	준 승마 아카데미	애월상가 2516-16	8,000	o			1
	제주승마공원	애월 유수암 1175					
	라운 더마파크	한림 월림 산 8	107,675	o			2
	초원	상예 150	3,960	o			1

서 귀 포 시	한라	안덕 동광 산 32-2	3,500	o		1
	정의	표선 성읍 2422	3,200	o		1
	성읍	표선 성읍 2045	3,100	o		2
	알프스	표선 성읍 475	3,500	o		1
	동부	표선 성읍 2873	3,200	o		1
	이어도	성산 수산 2712	3,500	o		1
	명예	성산 난산 2815	3,050	o		1
	서광	안덕 서광 산 15	4,200	o		1
	중문승마클럽	중문 2475				
	오케이	표선 성읍 3138	3,500	o		1
	조랑말타운	표선 성읍 2867	3,200	o		1
	우리	성산 삼달 254-9	3,286	o		1

주1) 제주특별자치도(2009, 2010) 문화·관광·교통·스포츠 현황 자료를 바탕으로 연구자 재정리

연구의 모집단은 제주특별자치도내 25개 승마장 중 6곳에서 승마를 체험하는 관광객 및 지역주민을 대상으로 하였다. 제주특별자치도내 25개 승마장 중 방문객이 가장 많은 승마장을 전문가에게 추천 받았으며 연구자의 현장실사 및 사전 조사를 통해 관광객과 지역주민의 비율이 비슷한 곳을 선정하였다. 또한, 지역적 편차를 줄이기 위해 한라산을 기준으로 서남지역 3곳과 동북 지역 3곳을 선별하여 지역적 편차를 줄이고자 노력하였다.

자료의 수집은 사전에 본 연구조사의 목적과 방법을 숙지시킨 조사원 4명이 서남지역 3곳과 동북 지역 3곳에 승마를 즐기기 위해 방문한 관람객을 대상으로 편의표본추출(convenience sampling)하여 1:1 면접법(face-to-face interview)으로 설문조사를 실시하였다.

조사기간은 2010년 4월 17일부터 26일까지 10일간 실시하였으며 표본의 오차를 줄이기 위해 오전 개장 시간부터 폐장 시간까지 조사에 임하였다. 설문지는 총 400부를 배포하고 그 자리에서 회수하였다. 회수된 설문지 중 응답이 불성실하거나 설문작성이 종료되지 않은 8부를 제외한 392부가 최종 분석에 사용되었다.



## 2. 자료처리방법

연구를 위해 수집된 자료는 연구의 목적에 따라 개인용 컴퓨터를 이용해서 입력 하였다. 입력된 자료는 Windows용 SPSS 12.0을 이용하여 분석을 실시하였으며, 구체적인 분석방법은 다음과 같다.

첫째, Windows용 SPSS 12.0을 이용하여 설문자료의 인구통계적 특성 및 기초분석을 위해 빈도분석을 실시하였다.

둘째, 측정변수를 평가하기 이전에 각 연구 개념에 대한 수의 타당성을 확보하기 위하여 직각회전을 통한 요인분석을 실시하였다.

셋째, 측정변수 및 구성개념의 신뢰도의 검증을 위하여 크론바하(Cronbach)의 알파( $\alpha$ )계수를 이용한 신뢰도분석을 실시하였다.

넷째, 구성개념 간 인과관계를 검증하기 위하여 일반/다중선형 회귀분석을 실시하였다.

다섯째, 인구통계적 특성 등에 따른 각 구성개념 간의 차이를 검증하기 위하여 t-test 및 일원분산분석(ANOVA)을 실시하였다.

## IV. 실증분석 및 결과

### 제1절 표본의 구성과 특성

연구의 목적을 달성하기 위한 표본 구성은 제주특별자치도 내 승마장 중 선별된 6곳의 승마장을 방문한 지역주민 및 관광객으로서 구조화된 설문지에 응답한 392명이며 그 결과는 <표 4-1>와 같았다.

<표 4-1> 표본의 인구통계적 특성

구 분		빈도수(명)	비율(%)	구 분		빈도수(명)	비율(%)
성별	남성	190	48.5	방문객 특성	관광객	199	50.8
	여성	202	51.5		지역주민	193	48.2
연령대	30대 이하	81	20.7	월평균 수입	200만원 미만	69	17.6
	30대	116	29.6		200-400만원미만	180	45.9
	40대	92	23.5		400만원 이상	143	36.5
	50대	73	18.6	학력	고졸이하	134	34.2
	60대 이상	30	7.7		대졸이하	85	21.7
직업	사무직	47	12.0		대졸이상	160	40.8
	생산직	39	9.9		대학원졸	13	3.3
	전문직	55	14.0	미혼	미혼	85	21.7
	서비스직	49	12.5		신혼기	43	11.0
	학생	32	8.2	생애주기	자녀 육아기	31	7.9
	주부	76	19.4		자녀 교육기	131	33.4
	공무원	29	7.4		자녀 성인기	48	12.2
	기타	65	16.6		자녀 출가기	54	13.8
					총계	392	100

응답자의 인구통계적 특성을 살펴보면 지역주민이 193명(48.2%)이었으며 관광객이 199명(50.8%)으로 관광객과 지역주민의 비율이 비슷하였다. 성별의 경우에도 남성이 190명(48.5%), 여성이 202명(51.5%)로 관광객과 지역주민의 비율과 비슷하게 나타났다. 연령의 경우에는 30대 이하가 81명(20.7%), 30대가 116명(29.6%), 40대가 92명(23.5%), 50대가 73명(18.6%), 60대 이상 30명(7.7%) 순으로

나타나 30·40대가 53.1%로 가장 많은 분포를 보였다.

가족생애주기(Family Life Cycle: FLC) 측면에서는 미혼이 85명(21.7%), 신혼(자녀 없음)이 43명(11.0%), 자녀 양육기(자녀가 초등학교 입학 전)가 31명(7.9%), 자녀 교육기(자녀가 학교 재학)가 131명(33.4%), 자녀 성인기(자녀가 대학생/직장인)가 48명(12.2%), 자녀 출가기가 54명(13.8%)로 나타나 자녀교육기의 빈도가 33.4%로 가장 높게 나타났다.

월평균 수입은 200만원 미만이 69명(17.6%), 200-400만원 미만이 180명(45.9%), 400만원 이상이 143명(36.5%)으로 나타나났으며 학력별로는 고졸이하 134명(34.2%), 대졸 이하 85명(21.7%), 대졸 이상이 160명(40.8%), 대학원 졸업 13명(3.3%)으로 나타났다.

직업별로는 사무직이 47명(12.0%), 생산직 39명(9.9%), 전문직 55명(14.0%), 서비스직 49명(12.5%), 학생 32명(8.2), 주부 76명(19.4%), 공무원 29명(7.4%), 기타 65명(16.6%)로 나타났다.

상기한 인구통계적 특성을 보이는 표본에 대하여 관광객과 지역주민 집단별 구성 및 특성을 알아보고자 교차분석을 실시하였으며 그 결과는 아래의 <표 4-2>와 같다.

<표 4-2> 관광객과 지역주민 교차분석 결과

관 광 객				지 역 주 민			
구 분		빈도수(명)	비율(%)	구 분		빈도수(명)	비율(%)
성별	남성	100	25.5	성별	남성	90	23.0
	여성	99	25.3		여성	103	26.3
연령대	30대 이하	55	14.0	연령대	30대 이하	26	6.6
	30대	55	14.0		30대	61	15.6
	40대	33	8.4		40대	59	15.1
	50대	41	10.5		50대	32	8.2
	60대 이상	15	3.8		60대 이상	15	3.8
직업	사무직	30	7.7	직업	사무직	17	4.3
	생산직	23	5.9		생산직	16	4.1
	전문직	24	6.1		전문직	31	7.9
	서비스직	24	6.1		서비스직	25	6.4
	학생	24	6.1		학생	8	2.0

	주부	28	7.1		주부	48	12.2
	공무원	15	3.8		공무원	14	3.6
	기타	31	7.9		기타	34	8.7
월평균 수입	200만원 미만	47	12.0	월평균 수입	200만원 미만	22	5.6
	200-400만원미만	97	24.7		200-400만원미만	83	21.2
	400만원 이상	55	14.0		400만원 이상	88	22.4
학력	고졸이하	64	16.3	학력	고졸이하	70	17.9
	대졸이하	47	12.0		대졸이하	38	9.7
	대졸이상	83	21.2		대졸이상	77	19.6
	대학원졸	5	1.3		대학원졸	8	2.0
가족 생애주기	미혼	51	13.0	가족 생애주기	미혼	34	8.7
	신혼기	25	6.4		신혼기	18	4.6
	자녀 육아기	22	5.6		자녀 육아기	9	2.3
	자녀 교육기	44	11.2		자녀 교육기	87	22.2
	자녀 성인기	32	8.2		자녀 성인기	16	4.1
	자녀 출가기	25	6.4		자녀 출가기	29	7.4

교차분석 결과를 살펴보면, 성별의 경우 지역주민과 관광객의 구성비가 비슷하게 나타났으며, 연령대에서는 관광객의 경우 30대와 30대 이하의 분포가 많은 반면 지역주민은 30-40대가 가장 많은 분포를 나타냈다. 직업군에서는 관광객의 경우 사무직, 주부, 기타가 많이 나타났으며 지역주민은 주부, 기타, 전문직이 가장 많은 분포를 나타냈다. 따라서, 공통적으로 나타나는 주부와 기타, 전문직/사무직이 가장 많이 방문한 것으로 나타났다.

소득수준에서는 관광객의 경우 200-400만원 미만의 분포가 많은 반면 지역주민은 400만원 이상이 가장 많은 분포가 나타나 지역주민 방문객의 소득수준이 더 높은 것으로 나타났다.

학력의 경우에는 관광객과 지역주민의 분포가 대졸이상에서 높게 나타났으며, 가족 생애주기에서는 관광객의 경우 미혼과 자녀 교육기가 비슷하게 빈도가 높은 반면 지역주민은 자녀 교육기에서만 월등히 높은 빈도를 보였다.

## 제2절 연구모형 및 가설 검증

### 1. 측정척도의 평가

연구에서는 다수의 문항으로 측정한 측정항목의 신뢰성과 타당성을 확인하기 위하여 각각의 측정항목은 선별과 정교화, 신뢰성 분석, 타당성 분석 등의 순으로 정교화 과정을 진행하였다.

신뢰성이란 비교 가능한 독립된 측정방법에 의해 대상을 측정하는 경우 결과가 비슷하게 되는 것을 의미하며 이는 측정결과에 오차가 들어있지 않은 정도로, 변량에 대한 체계적 정도를 나타낸다. 이러한 신뢰성 측정은 측정의 정확성과 결과의 일관성이 중요하다. 보통 동일한 개념을 측정하기 위하여 여러 개의 항목을 이용하는 경우 신뢰도를 높이기 위해 크론바하 알파계수(Cronbach's alpha)를 이용한 내적일관성 검증을 하였다. 일반적으로 사회과학 분야에서 알파계수는 0과 1사이의 값을 가지며, 사회과학 자료의 경우 0.6이상이면 비교적 신뢰도가 높다고 보고 있다.<sup>71)</sup>

타당성이란 측정하고자 하는 것을 실제로 측정해 내는 정도를 나타내는 것으로 그 평가방법에 따라 내용타당성(content validity), 기준에 의한 타당성(criterion-related validity), 개념 타당성(construct validity) 등 3가지로 나누어진다.<sup>72)</sup> 내용타당성은 측정도구의 대표성(representative)에 관한 개념으로서 측정하고자 하는 속성이나 개념을 얼마나 대표할 수 있는지 평가하는 것이다. 기준에 의한 타당성은 특정변수간의 통계적인 관계를 규명하는 것으로 속성을 측정해 줄 것으로 알려진 기준과 측정도구의 측정결과인 점수간의 관계를 비교함으로써 타당도를 파악하는 방법이다. 마지막으로 개념타당성은 심리학적 특성의 측정과 관련된 개념으로 추상적인 개념이 실제로 측정도구에 의해서 적절하게 측정되었는가를 파악한다.

연구에서의 요인분석은 적합성을 나타내는 지수로 Kaiser(1970; 1974)의 표본 적합도를 산출하여 변수들 사이의 내부 상관관계의 정도를 살펴보았다. 표본 적

71) 채서일(2005). 「사회조사방법론」, B&M Book, pp.179~183

72) 채서일, 상계서, pp.179~183

합도는 일반적으로 그 값이 0.8이상이면 상당이 좋으며, 0.4이상이면 문제가 되지 않지만 그 미만이면 요인분석을 실행하기 곤란한 값으로 알려져 있다.

따라서 연구에서는 요인분석에서 우선적으로 각 구성개념의 타당도를 높이기 위해 각 척도에 포함된 항목들 가운데 관련 요인적재값(factor loading)이 0.4이상인 문항들만을 가려냈으며(Steven, 1986), 또한 0.4 이상의 요인적재값이 한 요인에만 적재되지 않고 다른 요인에도 함께 적재되어 있는 항목을 제거하였다. 마지막으로 각 요인의 척도 신뢰도를 Cronbach  $\alpha$ 계수에 의해 산출하여 0.6 이상인 척도를 사용하였다.

### 1) 승마 동기에 대한 신뢰성 및 타당성 검증

승마 동기 요인은 측정된 17개 항목을 대상으로 신뢰도 분석 및 요인분석을 실시하였다. 신뢰도 분석을 통하여 17개 항목 중 2개의 항목(즐거워서, 친구와의 사교증진)은 신뢰도확보 측면에서 제거 되었고 나머지 15개 항목으로 최종 신뢰도 분석을 실시하였다. 신뢰도 분석의 결과는 표준화된 Cronbach's Alpha의 값이 0.813으로 양호하게 나타났다.

요인분석의 결과를 구체적으로 살펴보면 표본 적합도를 검증하는 KMO 값이 .782, Bartlett의 단위행렬검증(test of sphericity) 값이 3557.307(sig=.000)로 유의하였다. 즉 변수들은 서로 독립적이지 않고 관계를 가지고 있으며 변수들 간의 상관관계가 존재하기 때문에 요인분석이 가능함을 의미한다.

제 1요인(F1)은 비만의 예방 및 치료, 디스크 및 질병의 치료, 건강의 유지관리, 운동부족이라는 느낌이 들어서, 승마 기술을 습득하기 위해, 친구 및 동료와 함께 운동하기 위해, 총 6개 항목으로 구성되었으며 '육체적 효과'로 명명하였다. 제 2요인(F2)은 기분전환을 위하여, 승마 후 기분이 상쾌해지기 때문에, 스트레스 해소, 레저의 활용, 일상의 지루함 탈피, 레저 및 관광 활동의 다양성을 위해의 6가지 항목으로 구성되었으며 '심리적 효과'로 명명하였다. 제 3요인(F3)은 가족화합에 도움이 되서, 가족과 함께 운동하기 위해, 가족이 승마를 좋아해서, 3개 항목으로 구성되었으며 '가족효과'로 명명하였다.

상기한 요인분석을 통해 도출된 3개 요인의 고유값은 각각 4.850, 2.286, 1.917

로 나타났고 분산설명력은 각각 32.336%, 18.839%, 12.779% 등으로 총 63.954%로 나타났다. 또한 신뢰도 계수를 살펴보면 모두가 0.8이상을 보여 내적일관성이 확보되었다고 말할 수 있다.

<표 4-3> 승마 동기 요인에 대한 신뢰성 및 타당성 검증

요인명	측정항목	요인 적재량	공통성	항목제거시 신뢰도계수	고유치	분산 설명력 (%)	신뢰도 계수
육체적 효과	비만의 예방 및 치료	.890	.805	.825	4.850	32.336	.871
	디스크 및 질병의 치료	.873	.762	.836			
	건강의 유지관리	.865	.815	.823			
	운동부족이라는 느낌이 들어서	.850	.778	.830			
	승마 기술 습득	.583	.415	.874			
	친구 및 동료와 함께 운동	.453	.233	.892			
정신적 효과	기분전환을 위하여	.773	.642	.769	2.826	18.839	.816
	승마 후 기분이 상쾌	.765	.675	.765			
	레저의 활용	.740	.561	.793			
	일상의 지루함 탈피	.710	.526	.785			
	스트레스 해소	.700	.564	.783			
	레저 및 관광 활동의 다양성 추구	.553	.323	.825			
가족 효과	가족화합에 도움이 되서	.946	.895	.794	1.917	12.779	.896
	가족과 함께 운동하기 위해	.904	.827	.848			
	가족이 승마를 좋아해서	.860	.771	.910			

주1) 누적 분산설명력 63.954%

주2) KMO=.782 Bartlett의 구형성 검증  $\chi^2=3557.307$  유의확률=.000

상기한 표에서 일수 있듯이 직각회전을 통하여 추출된 각 요인들에는 ‘항목제거시 신뢰도’가 전체의 신뢰도 계수를 넘는 경우가 각 1개 항목씩 존재하지만 각 항목의과 추출된 요인과의 내용타당성 측면에서는 충분한 타당성이 존재하기 때문에 항목을 제거하지 않고 그대로 사용하였음을 밝힌다.

## 2) 지각된 가치에 대한 신뢰성 및 타당성 검증

지각된 가치를 측정하는 4개 항목에 대한 요인분석 결과 <표 4-4>과 같이 나타났다. 요인분석 결과를 구체적으로 살펴보면 표본 적합도를 검증하는 KMO값이 .856, Bartlett의 단위행렬검증(test of sphericity) 값이 1224.551(sig=.000)로 유의하였다. 즉 변수들은 서로 독립적이지 않고 관계를 가지고 있으며 변수들 간의 상관관계가 존재하기 때문에 요인분석이 가능함을 의미한다.

직각회전 요인분석을 통해 도출된 단일요인의 고유값은 3.285, 분산설명력은 82.121%로 나타났다. 또한 신뢰도 계수를 살펴보면 0.926으로 나타나 내적일관성이 확보되었다고 말할 수 있다.

지각된 가치 요인은 방문에 따른 노력 대비 가치, 방문에 따른 시간 대비 가치, 방문에 따른 비용 대비 가치, 타 시설 방문 대비 가치, 총 4개 항목으로 구성되었으며 ‘지각된 가치’로 명명하였다.

<표 4-4> 지각된 가치의 신뢰성 및 타당성 분석

요인명	측정항목	요인적 재량	공통성	항목제거시 신뢰도 계수	아이젠 값	분산설 명력	신뢰도 계수
지각된 가치	방문에 따른 노력 대비 가치	.893	.798	.912	3.285	82.121	.926
	방문에 따른 시간 대비 가치	.918	.843	.898			
	방문에 따른 비용 대비 가치	.906	.820	.905			
	타 시설 방문 대비 가치	.908	.824	.902			

주1) 누적 분산설명력 82.121%

주2) KMO=.856 Bartlett의 구형성 검증  $\chi^2=1224.551$  유의확률=.000



### 3) 만족에 대한 신뢰성 및 타당성 검증

만족을 측정하는 4개 항목에 대한 요인분석 결과 <표 4-5>와 같이 나타났다. 요인분석 결과를 구체적으로 살펴보면 표본 적합도를 검증하는 KMO값이 .808, Bartlett의 단위행렬검증(test of sphericity) 값이 830.716(sig=.000)으로 유의하였다. 즉 변수들은 서로 독립적이지 않고 관계를 가지고 있으며 변수들 간의 상관관계가 존재하기 때문에 요인분석이 가능함을 의미한다.

직각회전 요인분석을 통해 도출된 단일요인의 고유값은 2.901, 분산설명력은 72.523%로 나타났다. 또한 신뢰도 계수를 살펴보면 0.871으로 나타나 내적일관성이 확보되었다고 말할 수 있다.

만족 요인은 승마장 시설 만족, 승마장 교육 등 서비스 만족, 마필의 품종 및 관리상태 만족, 전반적 만족, 총 4개 항목으로 구성되었으며 ‘만족’으로 명명하였다.

<표 4-5> 만족의 신뢰성 및 타당성 분석

요인명	측정항목	요인적 재량	공통성	항목제거시 신뢰도 계수	아이젠 값	분산설 명력	신뢰도 계수
만족	승마장 시설 만족	.854	.729	.837	2.901	72.523	.871
	승마장 교육 등 서비스 만족	.767	.589	.877			
	마필의 품종 및 관리상태 만족	.873	.763	.822			
	전반적 만족	.906	.821	.797			

주1) 누적 분산설명력 72.523%

주2) KMO=.808 Bartlett의 구형성 검증  $\chi^2=830.716$  유의확률=.000

상기한 표에서 일수 있듯이 직각회전을 통하여 추출된 요인에는 ‘항목제거시 신뢰도’가 전체의 신뢰도 계수를 넘는 경우가 1개 항목 존재한다. 척도의 신뢰도를 높이기 위해서는 제거를 해야 하지만 각 항목의과 추출된 요인과의 내용타당성 측면에서는 충분한 타당성이 존재하기 때문에 항목을 제거하지 않고 그대로 사용하였음을 밝힌다.

#### 4) 충성도에 대한 신뢰성 및 타당성 검증

충성도를 측정한 2개 항목에 대한 요인분석 결과 <표 4-6>와 같이 나타났다. 요인분석 결과를 구체적으로 살펴보면 표본 적합도를 검증하는 KMO 값이 .500, Bartlett의 단위행렬검증(test of sphericity) 값이 378.963(sig=.000)으로 유의하였다. 즉 변수들은 서로 독립적이지 않고 관계를 가지고 있으며 변수들 간의 상관관계가 존재하기 때문에 요인분석이 가능함을 의미한다.

직각회전 요인분석을 통해 도출된 단일요인의 고유값은 1.789, 분산설명력은 89.435%로 나타났다. 또한 신뢰도 계수를 살펴보면 0.880으로 나타나 내적일관성이 확보되었다고 말할 수 있다.

충성도 요인은 재방문 의사, 추천 및 구전 의사치, 총 2개 항목으로 구성되었으며 ‘충성도’로 명명하였다.

<표 4-6> 지각된 가치의 신뢰성 및 타당성 분석

요인명	측정항목	요인적 재량	공통성	항목제거시 신뢰도 계수	아이젠 값	분산설 명력	신뢰도 계수
지각된 가치	재방문 의사	.946	.894	.912	1.789	89.435	.880
	추천 및 구전 의사	.946	.894	.898			

주1) 누적 분산설명력 89.435%

주2) KMO=.500 Bartlett의 구형성 검증  $\chi^2=378.963$  유의확률=.000

## 2. 가설의 검증

측정항목의 신뢰성과 타당성을 확인하기 위한 측정항목의 선별과 정교화, 신뢰성 분석, 타당성 분석 등의 정교화 과정을 거친 각 요인을 사용해 기 설정된 H1~H5의 각 가설의 검증을 실시하였다. 가설의 검증은 통계패키지인 SPSS 12.0을 사용하였으며 분석방법으로는 인과관계를 확인하기 위한 일반/다중선형 회귀분석, 인구통계적 특징에 따른 차이를 검증하기 위한 t-test 및 일원분산분석(ANOVA)을 실시하였으며 각 분석에 대한 개요는 다음과 같다.

회귀분석이란 두 연속형(서열/등간/비율척도)변수의 관계에서 상관관계를 살펴보는 차원을 넘어 관찰된 연속형 변수에 대해 독립변수와 종속변수 사이의 선형식을 구하고 그 식을 이용하여 독립변수가 주어졌을 때 종속변수를 예측하는 분석방법이다. 1개의 종속변수와 1개의 독립변수 사이의 관계를 분석할 경우를 단순회귀분석(Simple Regression Analysis), 1개의 종속변수와 여러 개의 독립변수 사이의 관계를 규명하고자 할 경우를 다중회귀분석(Multiple Regression Analysis)이라 하며 그 기본 가정은 다음과 같다. ① Homoscedasticity: 오차항은 모든 X값에 대하여 동일한 분산을 갖는다, ② 2. Independence of Error: 오차항 간에는 상관관계가 없어야 한다, ③ 3. Normality: 오차항의 평균은 0이며 분산은 인 정규분포를 이루어야 한다, ④ 4. Nomulticollinearity: 독립변수 상호간에는 상관관계가 없어야 한다.

t-test는 두 집단간의 평균의 차이가 통계적으로 유의한지를 파악할 때 필요한 통계적 기법이다. 두 집단의 평균을 비교하는 분석방법에는 Z-test와 t-test 두 가지 방법이 있으며 Z-test의 경우에는 모집단의 분산을 알고 있는 경우에 사용되고 t-test는 모집단의 분산을 모르는 경우 사용된다. 대부분의 경우 분산을 모르기 때문에 t-test가 주로 사용되게 된다.

ANOVA는 분산분석 또는 변량분석의 한 종류이며 명목 척도로 측정된 독립변수와 등간 또는 비율 척도로 측정된 종속 변수 사이의 관계를 연구하는 통계 기법으로 둘 이상의 집단간에 어떤 변수의 평균 점수에 차이가 있는지를 검정한다.

### 1) 가설 H1의 검증

“승마 동기는 지각된 가치에 영향을 미친다.”라고 설정한 가설 H1의 검증을 실시하였다. 승마 동기의 각 요인 중 어떤 요인이 지각된 가치에 영향을 주는지 알아보기 위하여 중다선형 회귀분석(Multiple Linear Regression)을 실시하였다. 그 결과 본 회귀선은 전체의 32.0%를 설명( $R^2$ )하고 있으며 유의미( $p < 0.001$ )한 영향을 주는 요인을 살펴보면 육체적 효과와 정신적 효과만이 영향을 미치는 것으로 나타났으며 나머지 가족효과 요인에 있어서는 유의미한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 따라서 가설 H1은 부분채택 되었고 이러한 영향정도를 정리하면 다음과 같다.

<표 4-7> 승마 동기가 지각된 가치에 미치는 영향

모형		비표준화 계수		표준화 계수	t값	p값	공선성 통계량	
종속변수	독립변수	B	표준오차	베타			공차	VIF
지각된 가치	(상수)	1.257	.218		6.806	.000***		
	육체적 효과	.371	.047	.365	2.672	.000***	.830	1.206
	정신적 효과	.402	.056	.324	.784	.000***	.860	1.163
	가족 효과	-.048	.037	-.056	4.764	.191	.952	1.051

$R^2 = .320$ , 수정된  $R^2 = .314$ ,  $F=60.759$ ,  $p=.000^{***}$

주) \*\* $p < .01$ , \*\*\* $p < .001$

상기한 표에서 정리된 내용을 상세히 알아보면 VIF 값이 모두 2이하로 나타나 구성개념간의 다중 공선성에 문제가 없는 것으로 나타났다. 지각된 가치에 대한 선형회귀식에서 y절편을 뜻하는 상수는 1.257로 나타났으며, 독립변수인 ‘육체적 효과’와 ‘정신적 효과’, ‘가족 효과’의 기울기를 나타내는  $\beta$ 값은 각각 .371, .402, -.084로 나타났다. 또한 결과의 유의미성을 나타내는 p값은 육체적 효과(.000)과 정신적 효과(.000), 가족 효과(.191)로 나타나 육체적 효과와 정신적 효과만이 지각된 가치에 영향을 주는 요인임이 밝혀졌다.

상기한 내용을 바탕으로 독립변수와 종속변수간의 선형회귀방정식을 나타내면 아래와 같이 나타낼 수 있으며 회귀방정식으로 32.0%가 설명 될 수 있음을 뜻하며 이를 회귀식으로 표현하면 다음과 같다.

$$\text{지각된 가치} = 1.257 + .371 \times \text{육체적 효과} + 0.402 \times \text{정신적 효과} + -.048 \times \text{가족 효과}$$

## 2) 가설 H2의 검증

“승마의 지각된 가치는 만족에 영향을 미친다.”라고 설정된 가설 H2의 검증을 실시하였으며, 지각된 가치가 만족도에 미치는 영향을 알아 보기위해 일반 선형 회귀분석(General Linear Regression)을 실시하였다. 그 결과 본 회귀선은 전체의 59%를 설명( $R^2$ )하고 있으며 유의미( $p < 0.001$ )한 영향을 주는 것으로 나타났다. 따라서 가설 H2은 채택 되었고 이러한 영향정도를 정리하면 다음과 같다.

<표 4-8> 지각된 가치가 만족에 미치는 영향

모형		비표준화 계수		표준화 계수	t값	p값	공선성 통계량	
종속변수	독립변수	B	표준오차	베타			공차	VIF
만족	(상수)	.983	.109		9.049	.000***		
	지각된 가치	.699	.030	.768	23.678	.000***	1.000	1.000

$R^2 = .590$ , 수정된  $R^2 = .589$ ,  $F=560.666$ ,  $p=.000$ \*\*

주) \*\* $p < .01$ , \*\*\* $p < .001$

상기한 표에서 정리된 내용을 상세히 알아보면 만족에 대한 선형회귀식에서 y 절편을 뜻하는 상수는 .983으로 나타났으며, 독립변수인 지각된 가치의 기울기를 나타내는  $\beta$ 값은 .699로 나타났다. 또한 결과의 유의미성을 나타내는 지각된 가치의 p값은 .000으로 나타나 지각된 가치가 만족에 영향을 주는 요인임이 밝혀졌다.

상기한 내용을 바탕으로 독립변수와 종속변수간의 선형회귀방정식을 나타내면 아래와 같이 나타낼 수 있으며 회귀방정식으로 59.0%가 설명 될 수 있음을 뜻하며 이를 회귀식으로 나타내면 다음과 같다.

$$\text{만족} = .983 + .699 \times \text{지각된 가치}$$

## 3) 가설 H3의 검증

“승마 동기는 만족에 영향을 미친다.”라고 설정된 가설 H3에 대한 검증을 실시하였다. 승마 동기의 각 요인 중 어떤 요인이 만족에 영향을 주는지 알아보기 위하여 중다선형 회귀분석(Multiple Linear Regression)을 실시하였다. 그 결과 본 회

귀선은 전체의 26.3%를 설명( $R^2$ )하고 있으며 유의미( $p < 0.001$ )한 영향을 주는 요인을 살펴보면 육체적 효과와 정신적 효과만이 영향을 미치는 것으로 나타났으며 나머지 가족효과 요인에 있어서는 유의미한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 따라서 가설 H3 “승마 동기는 만족에 영향을 미친다.”는 부분 채택 되었고 이러한 영향 정도를 정리하면 다음과 같다.

<표 4-9> 승마 동기가 만족에 미치는 영향

종속변수	모형 독립변수	비표준화 계수		표준화 계수	t값	p값	공선성 통계량	
		B	표준오차	베타			공차	VIF
만족	(상수)	1.424	.208		6.851	.000***		
	육체적 효과	.301	.044	.325	6.808	.000***	.836	1.196
	정신적 효과	.337	.053	.298	6.344	.000***	.864	1.157
	가족 효과	.008	.035	.010	.229	.819	.953	1.049

$R^2 = .263$ , 수정된  $R^2 = .258$ ,  $F=46.121$ ,  $p=.000$ \*\*\*

주) \*\* $p < .01$ , \*\*\* $p < .001$

상기한 표에서 정리된 내용을 상세히 알아보면 VIF 값이 모두 2이하로 나타나 구성개념간의 다중 공선성에 문제가 없는 것으로 나타났다. 만족에 대한 선형회귀식에서 y절편을 뜻하는 상수는 1.424로 나타났으며, 독립변수인 ‘육체적 효과’와 ‘정신적 효과’, ‘가족 효과’의 기울기를 나타내는  $\beta$ 값은 각각 .301, .337, .008로 나타났다. 또한 결과의 유의미성을 나타내는 p값은 육체적 효과(.000)과 정신적 효과(.000), 가족 효과(.819)로 나타나 육체적 효과와 정신적 효과만이 만족에 영향을 주는 요인임이 밝혀졌다.

상기한 내용을 바탕으로 독립변수와 종속변수간의 선형회귀방정식을 나타내면 아래와 같이 나타낼 수 있으며 회귀방정식으로 26.3%가 설명 될 수 있음을 뜻하며 이를 회귀식으로 나타내면 다음과 같다.

$$\text{만족} = 1.424 + .301 \times \text{육체적 효과} + 0.337 \times \text{정신적 효과} + 0.008 \times \text{가족 효과}$$

#### 4) 가설 H4의 검증

“승마의 만족은 충성도에 영향을 미친다.”라고 설정된 가설 H4의 검증을 실시하였으며, 만족이 충성도에 미치는 영향을 알아 보기위해 일반 선형 회귀분석 (General Linear Regression)을 실시하였다. 그 결과 본 회귀선은 전체의 52.6%를 설명( $R^2$ )하고 있으며 유의미( $p < 0.001$ )한 영향을 주는 것으로 나타났다. 따라서 가설 H4은 채택 되었고 이러한 영향정도를 정리하면 다음과 같다.

<표 4-10> 만족이 충성도에 미치는 영향

모형		비표준화 계수		표준화 계수	t값	p값	공선성 통계량	
종속변수	독립변수	B	표준오차	베타			공차	VIF
충성도	(상수)	.556	.151		3.696	.000***		
	만족	.876	.042	.725	20.783	.000***	1.000	1.000

$R^2 = .526$ , 수정된  $R^2 = .525$ ,  $F=431.922$ ,  $p=.000$ \*\*\*

주) \*\*  $p < .01$ , \*\*\*  $p < .001$

상기한 표에서 정리된 내용을 상세히 알아보면 충성도에 대한 선형회귀식에서 y절편을 뜻하는 상수는 .556으로 나타났으며, 독립변수인 만족의 기울기를 나타내는  $\beta$ 값은 .876으로 나타났다. 또한 결과의 유의미성을 나타내는 만족의 p값은 .000으로 나타나 지각된 가치가 만족에 영향을 주는 요인임이 밝혀졌다.

상기한 내용을 바탕으로 독립변수와 종속변수간의 선형회귀방정식을 나타내면 아래와 같이 나타낼 수 있으며 회귀방정식으로 52.6%가 설명 될 수 있음을 뜻하며 이를 회귀식으로 나타내면 다음과 같다.

$$\text{충성도} = .556 + .876 \times \text{만족}$$

#### 5) 세부가설 H5-1의 검증

“승마장 이용객의 인구통계적 특성에 따라 승마 동기에는 차이가 있을 것이다.”라고 설정된 H5의 검증을 위해 t-test 및 일원분산분석을 실시하였다. H5의 세부가설 중 “승마장 이용객의 성별에 따라 승마 동기에는 차이가 있을 것이다.”라고 설정된 가설 H5-1의 검증을 위해 t-test를 실시하였으며 t-test 결과는 <표 4-11>

과 같이 나타났다.

<표 4-11> 성별에 따른 승마 동기 차이

승마 동기 요인	성별	N	평균	표준편차	t값	p값
육체적 효과	남성	190	2.8667	.89453	.496	.620
	여성	202	2.8226	.86340		
정신적 효과	남성	190	3.4211	.71818	-1.660	.098
	여성	202	3.5413	.71504		
가족 효과	남성	190	2.7088	.96894	-2.858	.004**
	여성	202	3.0066	1.08661		

주) \*\*p<.01, \*\*\*p<.001

성별에 따른 차이를 알아본 결과, 승마 동기 요인 중 ‘육체적 효과’에 대하여 남성(N=190)의 평균은 2.8667, 표준편차 .89453로 나타났으며 여성(N=202)의 평균은 2.8226, 표준편차 .86340으로 나타나 육체적 효과 요인에 있어서 남성이 여성의 평균보다 높게 나타났다. 또한 두 집단간 t값은 .496, p값은 .620으로 나타나 두 집단간 평균의 차이는 없는 것으로 나타났다.

승마 동기 요인 중 ‘정신적 효과’에 대하여 남성(N=190)의 평균은 3.4211, 표준편차 .71818로 나타났으며 여성(N=202)의 평균은 3.5413, 표준편차 .71504로 나타나 정신적 효과 요인에 있어서 여성이 남성의 평균보다 높게 나타났다. 또한 두 집단간 t값은 -.1660, p값은 .098로 나타나 두 집단간 평균의 차이는 없는 것으로 나타났다.

승마 동기 요인 중 ‘가족 효과’에 대하여 남성(N=190)의 평균은 2.7088, 표준편차 .96894로 나타났으며 여성(N=202)의 평균은 3.0066, 표준편차 1.08661로 나타나 가족 효과 요인에 있어서 여성이 남성의 평균보다 높게 나타났다. 또한 두 집단간 t값은 -.2858, p값은 .004로 나타나 두 집단간 평균의 차이가 있는 것으로 나타났다.

상기한 내용을 정리하면 승마 동기 요인 중 가족 효과에서만 유의미한 차이(p<0.01)가 나타났다. 나머지 육체적 효과 및 정신적 효과 요인에 있어서는 유의미한 차이가 나타나지 않는 것으로 나타났다.



### 6) 세부가설 H<sub>5-2</sub>의 검증

H5의 세부가설인 “승마장 이용객의 연령대에 따라 승마 동기에 차이가 있을 것이다.”라고 설정된 H<sub>5-2</sub>의 검증을 위하여 일원분산분석(ANOVA)을 실시하였으며 그 결과는 <표 4-12>과 같다.

<표 4-12> 연령대에 따른 승마 동기 차이

구분		N	평균	표준편차	p값
육체적 효과	30대 이하	81	2.3765	.83615	.000***
	30대	116	2.7644	.77368	
	40대	92	3.2228	.85209	
	50대	73	2.9429	.95186	
	60대 이상	30	3.0111	.64317	
정신적 효과	30대 이하	81	3.3169	.66854	.082
	30대	116	3.4626	.74603	
	40대	92	3.6268	.70727	
	50대	73	3.5091	.76219	
	60대이상	30	3.5056	.59610	
가족효과	30대 이하	81	2.6255	1.07028	.129
	30대	116	3.0057	1.12072	
	40대	92	2.8732	.95547	
	50대	73	2.8219	.97354	
	60대이상	30	3.0111	.98837	

주) 사후검정은 Duncan's 다중검정방법을 이용함(a>b>c)의 각 부 집단은 유의수준 5%이내에서 유의한 차이가 있음

주) \*p<.05, \*\*p<.01, \*\*\*p<.001

승마장 이용객의 연령대에 따른 차이를 알아본 결과, 승마 동기 요인 중 ‘육체적 효과’에 대하여 30대 이하(N=81)의 평균은 2.3765, 표준편차 .83615로 나타났으며 30대(N=116)의 평균은 2.7644, 표준편차 .77368로, 40대(N=92)의 평균은 3.2228, 표준편차 .85209로, 50대(N=73)의 평균은 2.9429, 표준편차 .95186로, 60대 이상(N=30)의 평균은 3.0111, 표준편차 .64317로 나타났다. 집단간 평균 크기의 순서는 40대>60대 이상>50대>30대>30대 이하로 나타났다. 또한 집단간 p값은 .000

으로 나타나 집단간 차이가 있는 것으로 나타났다.

승마 동기 요인 중 ‘정신적 효과’에 대하여 30대 이하(N=81)의 평균은 3.3169, 표준편차 .66854로 나타났으며 30대(N=116)의 평균은 3.4626, 표준편차 .74603으로, 40대(N=92)의 평균은 3.6268, 표준편차 .70727로, 50대(N=73)의 평균은 3.5091, 표준편차 .76219로, 60대 이상(N=30)의 평균은 3.5056, 표준편차 .59610로 나타났다. 집단간 평균 크기의 순서는 40대>50대>60대 이상>30대>30대 이하로 나타났다. 또한 집단간  $p$ 값은 .082로 나타나 집단간 차이가 없는 것으로 나타났다.

승마 동기 요인 중 ‘가족 효과’에 대하여 30대 이하(N=81)의 평균은 2.6255, 표준편차 1.07028로 나타났으며 30대(N=116)의 평균은 3.0057, 표준편차 1.12072로, 40대(N=92)의 평균은 2.8732, 표준편차 .95547로, 50대(N=73)의 평균은 2.8219, 표준편차 .97354로, 60대 이상(N=30)의 평균은 3.0111, 표준편차 .98837로 나타났다. 집단간 평균 크기의 순서는 60대 이상>30대>40대>50대>30대 이하로 나타났다. 또한 집단간  $p$ 값은 .129로 나타나 집단간 차이가 없는 것으로 나타났다.

상기한 내용을 요약하면, 승마장 이용객의 연령대에 따라 유의수준  $p < 0.001$ 에서 육체적 효과 요인에만 차이가 있는 것으로 나타났으며 정신적 효과 및 가족 효과 요인에는 차이가 없는 것으로 나타났다. Duncan’s 사후검정에서는 각 요인별로  $p < 0.05$ 에서 평균에 차이가 있는 것으로 나타났다.

### 7) 가설 H<sub>5-3</sub>의 검증

“승마장 이용객의 가족생애주기에 따라 승마 동기에 차이가 있을 것이다.”라고 설정한 가설 H<sub>5</sub>의 세부가설 H<sub>5-3</sub>의 검증을 위하여 일원분산분석(ANOVA)을 실시한 결과는 <표 4-13>와 같다.

승마 동기 요인 중 ‘육체적 효과’에 대하여 승마장 이용객의 가족생애주기에 따른 차이를 알아본 결과, 미혼(N=85)의 평균은 2.5490, 표준편차 .85944로 나타났으며 신혼기(N=43)의 평균은 2.4302, 표준편차 .65691로, 자녀 육아기(N=31)의 평균은 2.3656, 표준편차 .67689로, 자녀 교육기(N=131)의 평균은 3.1132, 표준편차 .88464로, 자녀 성인기(N=48)의 평균은 3.1181, 표준편차 .80627로, 자녀 출가기(N=54)의 평균은 3.0154, 표준편차 .85246으로 나타났다. 집단간 평균 크기의 순서는 자

녀 성인기>자녀 교육기>자녀 출가기>미혼>신혼기>자녀 육아기 순으로 나타났다. 또한 집단간  $p$ 값은 .000으로 나타나 집단간 차이가 있는 것으로 나타났다.

<표 4-13> 가족생애주기에 따른 승마 동기 차이

구분		N	평균	표준편차	p값
육체적 효과	미혼	85	2.5490	.85944	.000***
	신혼기	43	2.4302	.65691	
	자녀 육아기	31	2.3656	.67689	
	자녀 교육기	131	3.1132	.88464	
	자녀 성인기	48	3.1181	.80627	
	자녀 출가기	54	3.0154	.85246	
정신적 효과	미혼	85	3.2784	.65131	.001**
	신혼기	43	3.2674	.66183	
	자녀 육아기	31	3.6882	.65368	
	자녀 교육기	131	3.6425	.78068	
	자녀 성인기	48	3.5174	.73677	
	자녀 출가기	54	3.4414	.61015	
가족 효과	미혼	85	2.4588	.94418	.001**
	신혼기	43	2.7752	1.06090	
	자녀 육아기	31	3.1828	1.24674	
	자녀 교육기	131	3.0025	1.05368	
	자녀 성인기	48	2.9236	.92058	
	자녀 출가기	54	2.9877	1.04067	

주) 사후검증은 Duncan's 다중검정방법을 이용함(a>b>c)의 각 부 집단은 유의수준 5%이내에서 유의한 차이가 있음

주) \*\*p<.01, \*\*\*p<.001

승마 동기 요인 중 '정신적 효과'에 대하여 승마장 이용객의 가족생애주기에 따른 차이를 알아본 결과, 미혼(N=85)의 평균은 3.2784, 표준편차 .65131로 나타났으며 신혼기(N=43)의 평균은 3.2674, 표준편차 .66183으로, 자녀 육아기(N=31)의 평균은 3.6882, 표준편차 .65368로, 자녀 교육기(N=131)의 평균은 3.6425, 표준편차 .78068으로, 자녀 성인기(N=48)의 평균은 3.5174, 표준편차 .73677로, 자녀 출가기(N=54)의 평균은 3.4414, 표준편차 .61015로 나타났다. 집단간 평균 크기의 순서

는 자녀 육아기>자녀 교육기>자녀 성인기>자녀 출가기>미혼>신혼기 순으로 나타났다. 또한 집단간  $p$ 값은 .001로 나타나 집단간 차이가 있는 것으로 나타났다.

승마 동기 요인 중 ‘가족 효과’에 대하여 승마장 이용객의 가족생애주기에 따른 차이를 알아본 결과, 미혼(N=85)의 평균은 2.4588, 표준편차 .94418로 나타났으며 신혼기(N=43)의 평균은 2.7752, 표준편차 1.06090으로, 자녀 육아기(N=31)의 평균은 3.1828, 표준편차 1.24674로, 자녀 교육기(N=131)의 평균은 3.0025, 표준편차 1.05368로, 자녀 성인기(N=48)의 평균은 2.9236, 표준편차 .92058로, 자녀 출가기(N=54)의 평균은 2.9877, 표준편차 1.04067로 나타났다. 집단간 평균 크기의 순서는 자녀 육아기>자녀 교육기>자녀 출가기>자녀 성인기>신혼기>미혼 순으로 나타났다. 또한 집단간  $p$ 값은 .001로 나타나 집단간 차이가 있는 것으로 나타났다.

상기한 내용을 요약하면, 승마장 이용객의 가족생애주기에 따라 육체적 효과( $p=000$ ), 정신적 효과( $p=001$ ) 및 가족 효과( $p=001$ ) 요인 모두에서 평균의 차이가 있는 것으로 나타났다. Duncan’s 사후검정에서는 각 요인별로  $p<0.05$ 에서 차이가 있는 것으로 나타났다.

#### 8) 가설 H<sub>5-4</sub>의 검증

H<sub>5</sub>의 세부가설 중 “승마장 이용객의 직업에 따라 승마 동기에 차이가 있을 것이다.”라고 설정한 H<sub>5-4</sub>를 검증하기 위하여 일원분산분석(ANOVA)을 실시한 결과는 다음의 <표 4-14>와 같다.

<표 4-14> 직업에 따른 승마 동기 차이

구분		N	평균	표준편차	p값
육체적 효과	사무직	47	2.4007	.77682	.000***
	생산직	39	2.8974	.78604	
	전문직	55	3.1121	.74332	
	서비스직	49	2.7653	.90198	
	학생	32	2.3802	.92480	
	주부	76	2.9627	.80627	
	공무원	29	2.8218	.94379	
	기타	65	3.0641	.93713	
정신적 효과	사무직	47	3.4574	.60739	.293

	생산직	39	3.3462	.65492	
	전문직	55	3.4636	.76018	
	서비스직	49	3.5442	.80131	
	학생	32	3.3229	.66389	
	주부	76	3.6272	.76926	
	공무원	29	3.3161	.73913	
	기타	65	3.5385	.66912	
가족효과	사무직	47	2.5390	.84714	.015*
	생산직	39	2.8120	.86786	
	전문직	55	2.9394	.91420	
	서비스직	49	3.0952	1.24536	
	학생	32	2.4063	1.07341	
	주부	76	3.0921	1.12822	
	공무원	29	2.8506	.99836	
	기타	65	2.8462	1.00360	

주) 사후검정은 Duncan's 다중검정방법을 이용함(a>b>c)의 각 부 집단은 유의수준 5%이내에서 유의한 차이가 있음

주) \*p<.05, \*\*p<.01, \*\*\*p<.001

승마 동기 요인 중 ‘육체적 효과’에 대하여 승마장 이용객의 직업에 따른 차이를 알아본 결과, 사무직(N=47)의 평균은 2.4007, 표준편차 .77682로 나타났으며 생산직(N=39)의 평균은 2.8974, 표준편차 .78604로, 전문직(N=55)의 평균은 3.1121, 표준편차 .74332로, 서비스직(N=49)의 평균은 2.7653, 표준편차 .90198로, 학생(N=32)의 평균은 2.3802, 표준편차 .92480로, 주부(N=76)의 평균은 2.9627, 표준편차 .80627로, 공무원(N=29)의 평균은 2.8218, 표준편차 .94379로, 기타(N=65)의 평균은 3.0641, 표준편차 .93713로 나타났다. 집단간 평균 크기의 순서는 전문직>기타>주부>생산직>공무원>서비스직>사무직>학생 순으로 나타났다. 또한 집단간 p값은 .000으로 나타나 집단간 차이가 있는 것으로 나타났다.

승마 동기 요인 중 ‘정신적 효과’에 대하여 승마장 이용객의 직업에 따른 차이를 알아본 결과, 사무직(N=47)의 평균은 3.45747, 표준편차 .60739로 나타났으며 생산직(N=39)의 평균은 3.3462, 표준편차 .65492로, 전문직(N=55)의 평균은 3.4636, 표준편차 .76018로, 서비스직(N=49)의 평균은 3.5442, 표준편차 .80131로, 학생(N=32)의 평균은 3.3229, 표준편차 .66389로, 주부(N=76)의 평균은 3.6272, 표준편차 .76926로, 공무원(N=29)의 평균은 3.3161, 표준편차 .73913로, 기타(N=65)의 평

균은 3.5385, 표준편차 .66912로 나타났다. 집단간 평균 크기의 순서는 주부>서비스직>기타>전문직>사무직>생산직>학생>공무원 순으로 나타났다. 또한 집단간  $p$ 값은 .293으로 나타나 집단간 차이가 없는 것으로 나타났다.

승마 동기 요인 중 ‘가족 효과’에 대하여 승마장 이용객의 직업에 따른 차이를 알아본 결과, 사무직(N=47)의 평균은 2.5390, 표준편차 .84714로 나타났으며 생산직(N=39)의 평균은 2.8120, 표준편차 .86786로, 전문직(N=55)의 평균은 2.9394, 표준편차 .91420으로, 서비스직(N=49)의 평균은 3.0952, 표준편차 .1.24536으로, 학생(N=32)의 평균은 2.4063, 표준편차 1.07341로, 주부(N=76)의 평균은 3.0921, 표준편차 1.12822로, 공무원(N=29)의 평균은 2.8506, 표준편차 .99836으로, 기타(N=65)의 평균은 2.8462, 표준편차 1.00360으로 나타났다. 집단간 평균 크기의 순서는 서비스직>주부>전문직>공무원>기타>생산직>사무직>학생 순으로 나타났다. 또한 집단간  $p$ 값은 .015로 나타나 집단간 차이가 있는 것으로 나타났다.

상기한 내용을 요약하면, 승마장 이용객의 직업에 따라 육체적 효과( $p=000$ )와 가족 효과( $p=015$ )는 집단간 평균의 차이가 유의미했으며, 정신적 효과( $p=293$ )은 집단간 평균의 차이가 없었다. 또한, Duncan’s 사후검정에서는 각 요인별로  $p<0.05$ 에서 차이가 있는 것으로 나타났다.

### 9) 세부가설 H<sub>5-5</sub>의 검증

H<sub>5</sub>의 세부가설 중 “승마장 이용객의 학력에 따라 승마 동기에 차이가 있을 것이다.”라고 설정된 H<sub>5-5</sub>를 검증하기 위하여 일원분산분석(ANOVA)을 실시하였으며 그 결과는 <표 4-15>와 같다.

<표 4-15> 학력에 따른 승마 동기 차이

구분		N	평균	표준편차	p값
육체적 효과	고졸이하	134	2.9813	.87039	.000***
	대졸이하	85	2.4843	.80984	
	대졸이상	160	2.8938	.87745	
	대학원졸	13	3.1667	.80220	
정신적 효과	고졸이하	134	3.6119	.67314	.002**
	대졸이하	85	3.2549	.66547	
	대졸이상	160	3.4740	.75503	
	대학원졸	13	3.7564	.70256	

가족효과	고졸이하	134	2.8657	1.06992	.007**
	대졸이하	85	2.5490	1.06123	
	대졸이상	160	3.0333	1.00189	
	대학원졸	13	2.7692	.56740	

주) 사후검정은 Duncan's 다중검정방법을 이용함(a>b>c)의 각 부 집단은 유의수준 5%이내에서 유의한 차이가 있음

주) \*p<.05, \*\*p<.01, \*\*\*p<.001

승마 동기 요인 중 '육체적 효과'에 대하여 승마장 이용객의 학력에 따른 차이를 알아본 결과, 고졸이하(N=134)의 평균은 2.9813, 표준편차 .87039로 나타났으며 대졸이하(N=85)의 평균은 2.4843, 표준편차 .80984로, 대졸이상(N=160)의 평균은 2.8938, 표준편차 .87745로, 대학원졸(N=13)의 평균은 3.1667, 표준편차 .80220으로 나타났다. 집단간 평균 크기의 순서는 대학원졸>고졸이하>대졸이상>대졸이하의 순으로 나타났다. 또한 집단간 p값은 .000으로 나타나 집단간 평균의 차이가 있는 것으로 나타났다.

승마 동기 요인 중 '정신적 효과'에 대하여 승마장 이용객의 학력에 따른 차이를 알아본 결과, 고졸이하(N=134)의 평균은 3.6119, 표준편차 .67314로 나타났으며 대졸이하(N=85)의 평균은 3.2549, 표준편차 .66547로, 대졸이상(N=160)의 평균은 3.4740, 표준편차 .75503으로, 대학원졸(N=13)의 평균은 3.7564, 표준편차 .70256으로 나타났다. 집단간 평균 크기의 순서는 대학원졸>고졸이하>대졸이상>대졸이하의 순으로 나타나 상기한 육체적 효과와 동일하게 나타났다. 또한 집단간 p값은 .002로 나타나 집단간 평균의 차이가 있는 것으로 나타났다.

승마 동기 요인 중 '가족 효과'에 대하여 승마장 이용객의 학력에 따른 차이를 알아본 결과, 고졸이하(N=134)의 평균은 2.8657, 표준편차 1.06992로 나타났으며 대졸이하(N=85)의 평균은 2.5490, 표준편차 1.06123으로, 대졸이상(N=160)의 평균은 3.0333, 표준편차 1.00189으로, 대학원졸(N=13)의 평균은 2.7692, 표준편차 .56740으로 나타났다. 집단간 평균 크기의 순서는 대졸이상>고졸이하>대학원졸>대졸이하의 순으로 나타나 상기한 육체적 효과와 정신적 효과와는 다르게 나타났다. 또한 집단간 p값은 .007로 나타나 집단간 평균의 차이가 있는 것으로 나타났다.

상기한 내용을 요약하면, 승마장 이용객의 학력에 따라 육체적 효과(p=000)와 정신적 효과(p=007), 가족 효과(p=002) 모든 승마 동기 요인에 대하여 집단간 평균

의 차이가 유의미하게 나타났다. 또한, Duncan's 사후검정에서는 각 요인별로  $p < 0.05$ 에서 차이가 있는 것으로 나타났다.

### 10) 가설 H<sub>5-6</sub>의 검증

H<sub>5</sub>의 세부가설 중 “승마장 이용자의 소득수준에 따라 승마 동기에 차이가 있을 것이다.”라고 설정된 H<sub>5-6</sub>을 검증하게 위하여 일원분산분석(ANOVA)을 실시하였으며 그 결과는 <표 4-16>와 같다.

<표 4-16> 소득에 따른 승마 동기 차이

소득		N	평균	표준편차	p값
육체적효과	200만원 미만	69	2.6570	.96714	.000***
	200만-400 만원	180	2.7287	.84361	
	400만원 이상	143	3.0793	.82882	
정신적효과	200만원 미만	69	3.3237	.74034	.014*
	200만-400 만원	180	3.4426	.66418	
	400만원 이상	143	3.6107	.75551	
가족효과	200만원 미만	69	2.4734	.99082	.001**
	200만-400 만원	180	3.0019	1.05674	
	400만원 이상	143	2.8741	1.00297	

주) 사후검정은 Duncan's 다중검정방법을 이용함(a>b>c)의 각 부 집단은 유의수준 5%이내에서 유의한 차이가 있음

주) \*p<.05, \*\*p<.01, \*\*\*p<.001

승마 동기 요인 중 ‘육체적 효과’에 대하여 승마장 이용자의 소득수준에 따른 차이를 알아본 결과, 200만원미만(N=69)의 평균은 2.6570, 표준편차 .96714로 나타났으며 200만-400만(N=180)의 평균은 2.7287, 표준편차 .84361로, 400만원 이상(N=143)의 평균은 3.0793, 표준편차 .82882로 나타났다. 집단간 평균 크기의 순서는 400만원이상>200-400만원>200만원 미만의 순으로 나타났다. 또한 집단간 p값은 .000으로 나타나 집단간 평균의 차이가 있는 것으로 나타났다.

승마 동기 요인 중 ‘정신적 효과’에 대하여 승마장 이용자의 소득수준에 따른 차이를 알아본 결과, 200만원미만(N=69)의 평균은 3.3237, 표준편차 .74034로 나타났으며 200만-400만(N=180)의 평균은 3.4426, 표준편차 .66418로, 400만원 이상(N=143)의 평균은 3.6107, 표준편차 .75551로 나타났다. 집단간 평균 크기의 순서



는 400만원이상>200-400만원>200만원 미만의 순으로 나타났다. 또한 집단간  $p$ 값은 .014으로 나타나 집단간 평균의 차이가 있는 것으로 나타났다.

승마 동기 요인 중 ‘가족 효과’에 대하여 승마장 이용객의 소득수준에 따른 차이를 알아본 결과, 200만원미만(N=69)의 평균은 2.4734, 표준편차 .99082로 나타났으며 200만-400만(N=180)의 평균은 3.0019, 표준편차 1.05674로, 400만원 이상(N=143)의 평균은 2.8742, 표준편차 1.00297로 나타났다. 집단간 평균 크기의 순서는 200-400만원>400만원 이상>200만원 미만의 순으로 나타났다. 또한 집단간  $p$ 값은 .001으로 나타나 집단간 평균의 차이가 있는 것으로 나타났다.

상기한 내용을 요약하면, 승마장 이용객의 소득수준에 따라 육체적 효과( $p=000$ )와 정신적 효과( $p=014$ ), 가족 효과( $p=001$ ) 모든 승마 동기 요인에 대하여 집단간 평균의 차이가 유의미하게 나타났다. 또한, Duncan’s 사후검정에서는 각 요인별로  $p<0.05$ 에서 차이가 있는 것으로 나타났다.

### 11) 세부가설 H<sub>6-1</sub>의 검증

“관광객/지역주민에 따라 승마 동기와 지각된 가치, 만족, 충성도에 차이가 있을 것이다.”라고 설정한 H<sub>6</sub>의 세부가설 H<sub>6-1</sub>을 검증하기 위하여 t-test를 실시하였다. t-test를 통하여 방문객의 특성(관광객/지역주민)에 따른 승마 동기의 차이를 알아본 결과는 다음과 같다.

<표 4-17> 방문객에 따른 승마 동기 차이

승마 동기 요인	구분	N	평균	표준편차	t값	p값
육체적 효과	지역주민	193	3.1917	.79264	.123	.000***
	관광객	199	2.5067	.82468		
정신적 효과	지역주민	193	3.6105	.75893	-.008	.001**
	관광객	199	3.3593	.65479		
가족 효과	지역주민	193	2.8411	1.06885	-.883	.693
	관광객	199	2.8827	1.01487		

주) \*\*  $p<0.01$ , \*\*\*  $p<0.001$

승마장 이용객의 특성(관광객/지역주민)에 따른 차이를 알아본 결과, 승마 동기 요인 중 '육체적 효과'에 대하여 지역주민(N=193)의 평균은 3.1917, 표준편차 .79264로 나타났으며 관광객(N=199)의 평균은 2.5067, 표준편차 .82468로 나타나 육체적 효과 요인에 있어서 지역주민이 관광객의 평균보다 높게 나타났다. 또한 두 집단간  $t$ 값은 .123,  $p$ 값은 .000으로 나타나 두 집단간 평균의 차이가 있는 것으로 나타났다.

승마 동기 요인 중 '정신적 효과'에 대하여 지역주민(N=193)의 평균은 3.6105, 표준편차 .75893으로 나타났으며 관광객(N=199)의 평균은 3.3593, 표준편차 .65479로 나타나 정신적 효과 요인에 있어서도 지역주민이 관광객의 평균보다 높은 것으로 나타났다. 또한 두 집단간  $t$ 값은 -.008,  $p$ 값은 .001로 나타나 두 집단간 평균의 차이가 있는 것으로 나타났다.

승마 동기 요인 중 '가족 효과'에 대하여 지역주민(N=193)의 평균은 2.8411, 표준편차 1.06885로 나타났으며 관광객(N=199)의 평균은 2.8827, 표준편차 1.01487로 나타나 가족 효과 요인에 있어서 관광객의 평균이 지역주민의 평균보다 높게 나타났다. 또한 두 집단간  $t$ 값은 -.883,  $p$ 값은 .693으로 나타나 두 집단간 평균의 차이가 없는 것으로 나타났다.

이상의 결과를 정리하면, 승마장 이용객의 특성(관광객/지역주민)에 따라 승마 동기 요인 중 육체적 효과( $p < 0.001$ ) 및 정신적 효과에서만 유의미한 평균의 차이 ( $p < 0.01$ )가 나타났으며 나머지 가족효과 요인에 있어서는 평균의 차이가 나타나지 않는 것으로 나타났다.

## 12) 세부가설 H<sub>6-2</sub>의 검증

“관광객/지역주민에 따라 지각된 가치에 차이가 있을 것이다.”라고 설정한 가설 H<sub>6</sub>의 세부가설 H<sub>6-2</sub>을 검증하기 위하여  $t$ -test를 실시하였다.  $t$ -test를 통하여 방문객의 특성(관광객/지역주민)에 따른 지각된 가치의 차이를 알아본 결과는 다음과 같다.

<표 4-18> 방문객 특성에 따른 지각된 가치 차이

	구분	N	평균	표준편차	t값	p값
지각된 가치	지역주민	193	3.8355	.84460	5.934	.000***
	관광객	199	3.3229	.86513		

주) \*\* p<.01, \*\*\* p<.001

승마장 이용객의 특성(관광객/지역주민)에 따른 지각된 가치의 차이를 알아본 결과, 지역주민(N=193)의 평균은 3.8355, 표준편차 .84460으로 나타났으며 관광객(N=199)의 평균은 3.3229, 표준편차 .86513으로 나타나 지각된 가치에 있어서 관광객보다 지역주민의 평균이 높게 나타났다. 또한 두 집단간 t값은 5.934, p값은 .000으로 나타나 두 집단간 평균의 차이가 있는 것으로 나타났다.

### 13) 세부가설 H6-3의 검증

“관광객/지역주민에 따라 만족에 차이가 있을 것이다.”라고 설정한 H6의 세부가설 H6-3를 검증하기 위하여 t-test를 실시하였다. t-test를 통하여 방문객의 특성(관광객/지역주민)에 따른 만족의 차이를 알아본 결과는 다음과 같다.

<표 4-19> 방문객 특성에 따른 만족 차이

	구분	N	평균	표준편차	t값	p값
만족	지역주민	193	3.6593	.80092	4.438	.000***
	관광객	199	3.3043	.78081		

주) \*\* p<.01, \*\*\* p<.001

승마장 이용객의 특성(관광객/지역주민)에 따른 만족에 차이를 알아본 결과, 지역주민(N=193)의 평균은 3.6593, 표준편차 .80092로 나타났으며 관광객(N=199)의 평균은 3.3043, 표준편차 .78081로 나타나 만족 있어서 지역주민이 관광객의 평균보다 높게 나타났다. 또한 두 집단간 t값은 4.438, p값은 .000으로 나타나 두 집단간 만족에 대한 평균의 차이가 있는 것으로 나타났다.

#### 14) 세부가설 H6-4의 검증

“관광객/지역주민에 따라 충성도에 차이가 있을 것이다.”라고 설정한 H6의 세부가설 H6-4을 검증하기 위하여 t-test를 실시하였다. t-test를 통하여 방문객의 특성(관광객/지역주민)에 따른 충성도에 차이를 알아본 결과는 다음과 같다.

<표 4-20> 방문객에 따른 지각된 가치·만족·충성도 차이

	구분	N	평균	표준편차	t값	p값
충성도	지역주민	193	3.8912	.91633	5.899	.000***
	관광객	199	3.3317	.96035		

주) \*\*p<.01, \*\*\*p<.001

승마장 이용객의 특성(관광객/지역주민)에 따른 충성도 차이를 알아본 결과, 지역주민(N=193)의 평균은 3.8912, 표준편차 .91633으로 나타났으며 관광객(N=199)의 평균은 3.3317, 표준편차 .96035로 나타나 충성도에 있어서 지역주민이 관광객의 평균보다 높게 나타났다. 또한 두 집단간 t값은 5.899, p값은 .000으로 나타나 두 집단간 평균의 차이가 있는 것으로 나타났다.

#### 제3절 분석결과의 요약

연구의 목적을 달성하기 위하여 데이터의 분석은 통계패키지인 SPSS 12.0을 이용하였으며 분석방법은 인구통계적 특성을 확인하기 위한 빈도분석, 측정 변수의 신뢰성 확보를 위한 신뢰도 분석, 변수의 타당성을 확보하기 위하여 직각회전을 통한 요인분석, 각 변수의 인과관계를 확인하기 위한 일반/다중 회귀분석, 인구통계적 특징에 따른 차이를 검증하기 위한 t-test 및 일원분산분석(ANOVA)을 실시하였다.

승마 동기를 알아보기 위한 직각회전을 통해 요인분석에서 ‘육체적 효과’와 ‘정신적 효과’, ‘가족 효과’로 명명되어진 요인들이 추출되었으며 각 요인을 사용한

일반/다중 선형회귀 분석, t-test, 일원분산분석(ANOVA)을 통하여 각 구성개념 간의 관계를 파악하였다. 그 결과와 의의를 요약하면 다음과 같다.

승마 동기와 승마장 이용자의 지각된 가치, 만족, 충성도 간의 관계를 알아보기 위한 일반/다중 회귀분석과 승마 참여자의 인구통계적 특성에 따른 승마 동기에 대한 차이검증을 위한 t-test, ANOVA 분석을 통한 분석을 요약하면 다음과 같다.

승마 동기를 3가지 요인 즉, “육체적 효과”와 “정신적 효과”, “가족 효과”로 분류할 수 있었으며 각 각의 요인은 내적일관성 및 내용 타당성에 있어서 문제가 없었다. 또한 각 가설의 검증을 요약하면 아래와 같다.

“승마 동기는 지각된 가치에 영향을 미친다.” 라고 설정한 가설 H1은 부분채택 되었으며, “승마 동기는 만족에 영향을 미친다.” H3 또한 부분채택 되었다.

“승마의 지각된 가치는 만족에 영향을 미친다.”라고 설정한 가설 H2와 “승마의 만족은 충성도에 영향을 미친다.”라고 설정한 가설 H4는 채택되었다.

각 각 “승마장 이용객의 성별에 따라 승마 동기에 차이가 있을 것이다.”와 “승마장 이용객의 연령대에 따라 승마 동기에 차이가 있을 것이다.”, “승마장 이용객의 직업에 따라 승마 동기에 차이가 있을 것이다.”라고 설정한 가설 H<sub>5-1</sub>, H<sub>5-2</sub>, H<sub>5-4</sub>는 부분채택이 되었다.

각 각 “승마장 이용객의 가족생애주기에 따라 승마 동기에 차이가 있을 것이다”와 “승마장 이용객의 학력에 따라 승마 동기에 차이가 있을 것이다”, “승마장 이용객의 소득수준에 따라 승마 동기에 차이가 있을 것이다”라고 설정한 세부가설 H<sub>5-3</sub>와 H<sub>5-5</sub>, H<sub>5-6</sub>은 채택되었다.

H6의 세부가설 “관광객/지역주민에 따라 승마 동기에 차이가 있을 것이다”와 “관광객/지역주민에 따라 지각된 가치에 차이가 있을 것이다”, “관광객/지역주민에 따라 만족에 차이가 있을 것이다”, “관광객/지역주민에 따라 충성도에 차이가 있을 것이다”라고 설정한 세부가설 H<sub>6-1</sub>과 H<sub>6-2</sub>, H<sub>6-3</sub>, H<sub>6-4</sub>는 모두 채택되어 가설 H6은 채택 되었다.

상기하듯이 “승마장 이용객의 인구통계적 특성에 따라 승마 동기에 차이가 있을 것이다.”라고 설정한 가설 H5는 부분채택 되었고 “관광객/지역주민에 따라 승마 동기와 지각된 가치·만족·충성도에 차이가 있을 것이다”라고 설정한 가설

H6은 채택 되었다. 가설검증의 결과를 종합하여 다음의 <표 4-21>과 같이 요약 하였다.

<표 4-21> 가설검증 결과의 요약

가설	내 용	검증결과
H1	승마 동기는 지각된 가치에 영향을 미친다.	부분채택
H2	승마의 지각된 가치는 만족에 영향을 미친다.	채택
H3	승마 동기는 만족에 영향을 미친다.	부분채택
H4	승마의 만족은 충성도에 영향을 미친다.	채택
H5	승마장 이용객의 인구통계적 특성에 따라 승마 동기에는 차이가 있을 것이다.	부분채택
H5-1	승마장 이용객의 성별에 따라 승마 동기에 차이가 있을 것이다.	부분채택
H5-2	승마장 이용객의 연령대에 따라 승마 동기에 차이가 있을 것이다.	부분채택
H5-3	승마장 이용객의 FLC에 따라 승마 동기에 차이가 있을 것이다.	채택
H5-4	승마장 이용객의 직업에 따라 승마 동기에 차이가 있을 것이다.	부분채택
H5-5	승마장 이용객의 학력에 따라 승마 동기에 차이가 있을 것이다.	채택
H5-6	승마장 이용객의 소득수준에 따라 승마 동기에 차이가 있을 것이다.	채택
H6	관광객/지역주민에 따라 승마동기와 지각된 가치·만족·충성도에 차이가 있을 것이다.	채택
H6-1	관광객/지역주민에 따라 승마 동기에 차이가 있을 것이다.	채택
H6-2	관광객/지역주민에 따라 지각된 가치에 차이가 있을 것이다.	채택
H6-3	관광객/지역주민에 따라 만족에 차이가 있을 것이다.	채택
H6-4	관광객/지역주민에 따라 충성도에 차이가 있을 것이다.	채택

## V. 결 론

### 제1절 요약 및 연구의 의의

#### 1. 요약

연구에서 관광객 및 지역주민을 대상으로 승마 동기를 알아보고 승마 동기와 승마장 이용자의 지각된 가치, 만족, 충성도 간의 관계를 파악 즉, 승마 동기와 참여 후 만족, 재방문 의사를 포함한 충성도에 이르는 의사결정과정 에 대한 체계적인 모형을 도출하고 이를 검증하는 것이 연구의 목적이다.

이러한 연구의 목적을 달성하기 위하여 승마관련 전문가와의 대면 인터뷰를 통해 얻어진 동기 측정항목과 설문 을 통한 데이터를 분석한 결과 내용을 통한 연구의 의의를 살펴보면 다음과 같다.

승마 동기는 건강, 운동, 질병치료 등의 동기가 포함된 “육체적 효과”와 스트레 스해소, 레저의 활용, 기분진환 등을 포함한 “정신적 효과”, 가족화합에 도움이 되는 것과 가족이 승마를 좋아해서 등의 동기가 포함된 “가족 효과” 3가지의 요 인으로 분류할 수 있었다.

상기한 요인분석 결과는 전문가 인터뷰를 통해 구성된 측정항목을 기반으로 과학적인 측정 및 요인 추출절차를 거쳐 도출된 결과이므로 그간 밝혀지지 않았 던 ‘승마 동기’에 대한 구성개념 요인을 밝혔다는 측면에서 학술적 가치가 있다 고 하겠다.

또한, 연구의 목적을 달성하기 위하여 설문 데이터를 분석한 결과와 연구모형 을 토대로 제시한 가설검증의 내용을 통한 각 각의 의미를 가설별로 정리하면 다음과 같다.

첫째, “승마 동기는 지각된 가치에 영향을 미친다”라고 설정한 가설 H1에서는 승마 동기중 육체적 효과와 정신적 효과가 지각된 가치에 영향을 주는 것으로 나타났다. 또한 설명력도 32%로 비교적 양호하게 나타났다. 이는 만족의 선행변

수가 되는 지각된 가치를 높이는데 육체적 효과와 정신적 효과가 정(+)<sup>의 영향을 미치며 가족 효과는 영향을 미치지 않는 것을 뜻한다.</sup>

둘째, “승마의 지각된 가치는 만족에 영향을 미친다”라고 설정한 가설 H2에서는 지각된 가치가 만족에 영향을 주는 것으로 나타났으며 설명력도 59%로 높게 나타났다. 이는 지각된 가치가 만족의 선행변수라는 것과 두 변인 사이에 인과 및 상관관계가 높다는 선행연구를 뒷받침하는 결과라 할 수 있으며 관광객과 지역주민 모두에게 있어서 공통적으로 만족에 영향을 미친다는 것을 뜻한다.

셋째, “승마 동기는 만족에 영향을 미친다”라고 설정한 가설 H3에서는 승마 동기중 육체적 효과와 정신적 효과가 만족에 영향을 주는 것으로 나타났다. 또한 설명력도 26.3%로 비교적 양호하게 나타났다. 이는 승마 동기중 육체적 효과와 정신적 효과가 만족의 선행변수인 지각된 가치 뿐아니라 만족 자체에도 영향을 주는 것을 뜻한다. 또한, 육체적 효과와 정신적 효과가 만족에 정(+)<sup>의 영향을 미치며 가족 효과는 만족에 영향을 미치지 않는 것을 뜻한다.</sup>

넷째, “승마의 만족은 충성도에 영향을 미친다”라고 설정한 가설 H4에서는 만족이 충성도에 영향을 주는 것으로 나타났으며 설명력도 52.6%로 높게 나타났다. 이는 충성도가 만족의 선행변수라는 것과 두 변인 사이에 인과 및 상관관계가 높다는 선행연구를 뒷받침하는 결과라 할 수 있으며 관광객과 지역주민 모두에게 있어서 공통적으로 만족이 충성도에 영향을 미친다는 것을 뜻한다.

다섯째, “승마장 이용객의 인구통계적 특성에 따라 승마 동기에는 차이가 있을 것이다”라고 설정한 가설 H5는 가설검증 결과 부분채택 되었으며, FLC, 학력, 소득수준 등 많은 부분의 인구 통계적 특성이 승마 동기에서 차이가 남을 뜻한다. 이 중 일부 지각된 요인도 그 차이가 전무한 것은 아닌 것으로 나타났다. 즉, 인구 통계적 특성은 승마 동기에 있어서 중요한 변인 중 하나인 것으로 나타났다.

여섯째, “관광객/지역주민에 따라 승마동기와 지각된 가치·만족·충성도에 차이가 있을 것이다”라고 설정한 가설 H6는 가설검증 결과 모두 채택 되었으며, 관광객/지역주민의 차이에 의해 승마동기와 지각된 가치·만족·충성도에 차이가 남을 뜻한다. 즉, 관광활동으로의 승마와 레저 활동으로의 승마는 승마 동기는 물론 지각된 가치와 만족·충성도에 이르는 모든 변인에 차이를 일으키는 중요한 변인이라는 것이 밝혀졌다.



## 2. 연구의 의의

상기한 가설 검증 결과 요약을 바탕으로 종합적인 연구의 의의와 시사점을 살펴보면 다음과 같다. 첫째, 구성개념간의 인과관계 파악을 위한 일반/다중 선형회귀분석의 결과 육체적 효과와 정신적 효과가 만족에 영향을 미치는 것으로 나타나 승마에서 추구하는 편익 중 가장 중요한 요인인 것으로 나타났다.

이는 승마의 특성이 육체적 건강 뿐 아니라 정신적 건강을 함께 추구하는 현대의 로하스(LOHAS)적 웰빙 트렌드에 승마가 적합한 관광·레저 활동이라는 뜻이기도 하며 승마가 관광·레저 산업에서 활용가치가 높다는 것을 뜻한다.

둘째, 육체적 효과와 정신적 효과가 만족 뿐 아니라 지각된 가치에도 동일하게 영향을 미치는 것으로 나타나고 승마의 지각된 가치는 만족에 영향을 미치는 것으로 나타나 지각된 가치와 만족에 대한 선행연구의 결과를 재확인 시켜 주었다.

즉, 지각된 가치와 만족에 대한 그 간의 연구에서 나타나는 특징이 승마를 대상으로 한 연구에서도 동일하게 나타났다. 즉, 만족에 영향을 미치는 요인은 지각된 가치에도 동시에 영향을 주며 지각된 가치와 만족사이에는 선형적 인과 내지 영향관계가 존재한다는 것을 나타낸다.

셋째, 승마의 만족은 충성도에 영향을 미치는 것으로 나타나 만족과 충성도에 대한 선행연구의 결과를 재확인 시켜 주었다. 이는 상기한 지각된 가치와 만족의 관계에 대한 인과관계와 그 맥락을 같이 하는 결과이다. 그간의 선행 연구에서 지각된 가치-만족-충성도 간의 연구가 여러 차례 이루어 졌고 그 결과도 연구의 결과와 동일한 인과관계가 있는 것으로 도출 되었다.

넷째, 승마 동기 요인중 가족 효과만이 남녀 성별에 따라 유의한 평균차이를 보였으며 여성의 평균이 남성보다 높은 결과가 나타났다. 이는 승마에 있어서 여성이 남성보다 가족을 배려하고 위하는 심리적 성향과 요인이 강함을 뜻한다.

즉, 관광 및 레저 목적에 있어서 가족단위의 방문객들에게 있어서 여성을 목표로 홍보 및 마케팅 활동을 펼쳐야 주요한 효과를 얻을 수 있다는 마케팅 관점에서 시사점이 도출 되었다 할 수 있다.

다섯째, 승마 동기 요인중 육체적 효과와 정신적 효과에 대하여 이용객의 특성

(관광객/지역주민)에서 유의미한 결과가 도출되었다. 지역주민이 관광객에 비해 높은 평균을 보이고 있어 지역주민이 레저를 활용하여 즐기는 승마가 일시적으로 행해지는 관광승마의 형태 보다 육체적 효과와 정신적 효과에 대하여 더 많은 동기부여를 하는 것으로 나타났다.

이 또한 마케팅 측면에서 유의미한 결과로서 육체적 승마효과와 정신적 승마효과를 지역주민에게 홍보한다면 레저 스포츠 활동으로서의 승마 활성화에 기여할 것이다.

여섯째, 승마 동기 요인중 육체적 효과에 대해서만 연령대별로 유의미한 결과가 도출 되었다. 또한 40대와 60대 이상의 고령층에서 평균이 높게 나타났다. 이는 건강을 추구하는 현 세대를 반영한 결과라 볼 수 있으며 마케팅 측면에서도 유의미한 결과라 할 수 있다. 40대 이상의 연령을 목표집단으로 하는 홍보·마케팅 전략이 주효할 수 있음을 의미하기 때문이다.

일곱째, 승마 동기 중 육체적 효과와 가족 효과에서만 직업별 유의미한 차이가 나타났다. 이는 직업에 따른 라이프 스타일의 차이가 승마 동기 중 육체적 효과와 가족 효과에 영향을 주는 것을 암시한다. 이러한 결과 또한 마케팅 측면에서의 의미가 있으며 직업군별로 홍보·마케팅 전략이 주효 할 수 있음을 뜻한다.

여덟째, 승마장 이용객의 특성(관광객/지역주민)에 따라 승마동기와 지각된 가치, 만족, 충성도에 모두 유의미한 차이가 있는 것으로 나타났다. 또한, 승마동기와 지각된 가치, 만족, 충성도 모두에서 지역주민의 평균이 관광객의 평균보다 높게 나타났다.

선행연구에서 밝혔듯이 지각된 가치와 만족, 충성도는 소비자의 미래행동을 예측할 수 있는 중요한 변인이자 척도이다. 지역주민의 평균이 높다는 것은 지역주민을 대상으로 회원제로 운영하는 승마장의 필요성을 역설하는 결과이며 현재 대부분의 승마장이 관광객 대상으로 영업을 하고 있다는 현실에 비추어 향후 회원제 승마장이 각광받을 수 있다는 예측이 가능하다. 관광객만을 대상으로한 영업보다는 지역주민과 관광객을 동시에 수용하고 만족시킬 수 있는 시스템과 승마 관련 콘텐츠의 보강이 필요한 시점이라 할 수 있다.

이 연구를 통하여 승마 동기 요인을 도출한 학술적 공헌과 홍보·마케팅에 활용가능한 실무적 제언을 도출한 것이 연구의 의의라 할 수 있다.

## 제2절 연구의 한계 및 제언

전절에서 제시한 연구의 결론과 의의에도 불구하고 다음과 같은 한계가 존재한다.

첫째, 관광학 분야에서 승마에 관한 선행 연구와 문헌의 부족으로 인하여 개념간의 논리전개와 구성에 있어서 한계점이 있었다.

둘째, 설문자료의 수집에 있어서 횡단적 자료수집의 한계가 존재한다.

상기한 두 가지 연구의 한계에도 승마 동기 요인을 도출한 학술적 공헌과 홍보·마케팅에서 활용할 수 있는 유의미한 결과가 도출됨으로서 이 연구의 가치가 있다고 할 수 있다.

첫째, 승마의 특성이 육체적 건강 뿐 아니라 정신적 건강을 함께 추구하는 현대의 로하스(LOHAS)적 웰빙 트렌드에 적합한 관광·레저 활동이라는 결론은 마케팅 측면에서 승마의 육체적 효과만을 강조하지 말고 로하스적 특징을 함께 부각하여야 한다는 것을 뜻하며 이를 활용함으로써 관광·레저 산업에서 승마의 존재를 부각 시킬 수 있을 것이다.

둘째, 승마장의 가족단위 방문객들에게 있어서 여성을 목표로 홍보 및 마케팅 활동을 펼친다면 가족 효과에 민감한 여성고객의 마음을 사로잡아 매출증대에 기여할 것이라 사료된다. 또한, 가족단위 방문객의 편의도모 및 교육적 욕구를 충족시킬 수 있는 시설(놀이방·간이 도서관)을 갖춘다면 가족단위 방문객의 유인효과를 최대화 할 수 있으리라 사료된다.

셋째, 40대와 60대 이상의 노년층 및 예비 노년층에서 육체적 효과에 대한 고려와 관심이 높게 나타났다. 이는 건강을 추구하는 현 세태와 고령화 사회로 접어드는 현실을 반영한다고 볼 수 있다. 향후 승마업계에서는 실버계층을 대상으로 한 승마교실의 운영 등을 고려 할 수 있으며 실버계층의 안전을 확보할 수 있는 안전 수칙 및 교육방법 강구, 안전장비 확보 등의 노력을 해야 할 것이다.

넷째, 승마 동기 및 지각된 가치, 만족, 충성도에서 모두 관광객보다 지역주민의 평균이 높게 나타났다. 이는 현재 대부분의 승마장이 관광객만을 대상으로 영업을 한다는 현실과 배치되는 결과이며 향후 관광객만을 대상으로 하는 영업보

다는 지역주민과 관광객을 동시에 수용하고 만족시킬 수 있는 승마장이 각광 받  
으리라는 예상을 수 있는 시사점이다. 이에 따른 승마장의 변신이 요구된다.

상기한 유용한 제언과 함께 이번 연구가 “승마”라는 주제에 대하여 관광·레저  
활동 두가지 관점에서 동시에 수행되었다는 점은 후학의 연구에 밑거름이 될 수  
있으리라 사료된다.

향후 발전된 연구모형의 개발과 측정항목 및 요인도출을 위하여 다양한 방법  
론과 다차원적 접근을 통해 지속적인 연구의 필요성 또한 제기된다.



## 참고문헌

### 1. 국내문헌

#### 1) 서적

- 곽한병 (2005). 『여가문화론』, 서울: 대왕사.
- 김광득 (2000). 『여가와 현대사회』, 백산출판사.
- 김도균(2003). 『스포츠비즈니스』, 서울: 오성출판사.
- 김오중(2004). 『여가·레크리에이션 총론』, 서울: 대경북스.
- 김운영(2009). 『클래식 승마』, 서울: 김영사.
- 김재학 · 정경일(2009). 『스포츠 관광론』, 서울: 학현사.
- 남병곤(2000). 『벤처승마』, 서울: 민예원.
- \_\_\_\_ 박광동 · 이종화(2007). 『승마와 조교』, 서울: 대한미디어.
- 노용구(2001). 『여가학』, 서울: 대경북스.
- 박시사(2003). 『관광소비자 행동론』, 서울: 대왕사.
- 서천범(2004). 『레저백서, 2004-2005』, 서울: 한국레저산업 연구소[편].
- 스탠리 파커 저 · 이연택 역(2000). 『현대사회와 여가』, 서울 : 일신사.
- 오상훈 · 임화순 · 고미영(2009). 『현대 여가론』, 서울: 백산출판사.
- 유진(1994). 『스포츠 심리학: 스포츠 동기이론의 통합적 모델』, 서울: 박영사.
- 임번장(1993). 『체육프로그램 순회지도사업운영지침서』, 서울: 국민생활체육협의회.
- 장동환 · 김영채 · 손정락(1991). 『스포츠 심리학 입문』, 서울: 박영사.
- 조명렬(1997). 『체육사회학』, 서울: 형설출판사.
- 제니퍼 메이슨 저 · 김두섭 역(2004). 『질적 연구방법론』, 서울: 나남출판사.
- 제주특별자치도(2009). 『문화·관광·교통·스포츠 현황』, 제주: 제주특별자치도.
- 제주특별자치도(2010). 『문화·관광·교통·스포츠 현황』, 제주: 제주특별자치도.
- 채서일(2005). 『사회조사방법론』, 서울: B&M Book.

- 카이요아 저·이상률 역(1994), 『놀이와 인간』, 서울: 문예출판사.
- 케이트 박(2010). 『승마교감의 예술』, 서울: 느린걸음.
- 한국관광공사(1985). 『국민여가생활의 실태분석과 대책』, 서울: 한국관광공사.
- 한국마사회(1985). 『승마 이론과 실제. 한국마사회』, 서울: 문선사.
- 한국마사회(1993). 『한국경마 60년사 I.II』, 서울: 문선사.
- 한이석 (2001). 『여가사회학』, 서울: 형설출판사.
- 한철연(2001). 『21세기 스포츠관광』, 서울: 백산출판사.
- 호이징아 저·김윤수 역 (1993). 『호모루덴스』, 서울: 까치.
- 홍성태(2006). 『대한민국 여성소비자 그들의 라이프스타일과 소비패턴』, 서울: 세종서적.

## 2) 논문

- 강신욱(1998). 사회체육 프로그램 참가와 여가만족의 관계. 『한국체육학회지』, 37(4), 87-98.
- 강효민, 남재화(2000). 야외 스포츠활동 참가자와 자유인지 및 여가만족의 관계. 『한국스포츠사회학회지』, 13(1), pp. 13-24.
- 김광배(2005). 『승마 운동이 기승자의 에너지 기질 및 호르몬의 변화에 관한 분석』. 미간행 석사학위 논문. 단국대학교 스포츠과학대학원.
- 김남조(2001). 관광목적지에 대한 지역주민과 관광객의 지각·태도·기대행위 차이, 『관광학 연구』, 25(3), pp.43-63
- 김동진 (1988). 『스포츠참여의 형성 요인에 대한 분석』. 미간행 박사학위논문, 한양대학교 대학원.
- 김동훈(2005). 『관광지 속성이 지각된 관광가치, 관광만족 및 재방문 의도에 미치는 영향에 관한 연구』. 제주대학교 대학원 석사학위논문.
- 김성혁·고호석(1999). 우리나라 해외여행객의 동기에 따른 시장세분화에 관한 실증적 연구. 『관광·호텔경영연구』. 1(1). 77-89.
- 김운영(2006) 『한국 승마의 발전방향에 관한 연구』. 미간행 석사학위논문. 경희대학교 체육대학원
- 김원인(1994) 관광지의 공간환경에 대한 의사결정자의 관광매력속성평가에 관한 연구. 『관광학

- 회』, 4(1).
- 김은진(2005). 『뇌성마비 환자에서 승마의 치료적 효과』. 미간행 석사학위 논문. 경상대학교 대학원
- 김장환(2003). 삶의 질과 여가생활. 『한국사회체육학회 학술대회 주제발표』, pp. 3-9
- 김정욱(2006). 『승마스포츠 활성화를 위한 서비스품질 인식에 관한 연구』. 석사학위논문. 원광대학교 교육대학원.
- 김채욱·송운강(2006). 관광경험이 관광만족, 삶의 질에 미치는 영향. 『대한관광경영학회 제28차 학술연구 발표 논문집』, pp.225-244
- 김천중·정진철(2004) 한국 스포츠관광 활성화에 관한 연구. 『산업경영논총』. 10.
- 김철우 (2004). 『스포츠관광의 참가동기, 관광지 속성평가가 재 참가 및 전환의도에 미치는 영향』, 계명대학교 대학원. 박사학위논문. 21-39.
- 김태웅(2004) 『승마가 자폐아동의 문제행동 감소에 미치는 영향』. 미간행 석사학위 논문. 한국체육대학교 대학원.
- 김향자(1996). 『휴가 목적지 선택행동의 지각행동의 지각행동조절 요인에 관한 연구』, 경기대학교 박사학위논문.
- 김형철(2005). 『장기간 승마운동이 여성들의 요추 골 밀도 및 골 대사에 미치는 영향』. 미간행 박사학위 논문. 용인대학교 대학원.
- 김희경(2007). 『재활승마에서 나타나는 자폐아동의 공포증 제거를 위한 셰이핑(shaping)방법의 실효성에 관한 연구』. 미간행 박사학위 논문. 명지대학교 대학원
- 노재철(2007). 『장애아동의 치료승마 레크리에이션 적용』. 미간행 석사학위 논문. 수원대학교 대학원.
- 노형규(1998). 『장애인의 생활체육 참가와 여가만족 및 생활 만족의 관계』, 미간행 석사학위 논문. 서울대학교 대학원
- 박문환·이재홍(2007) 여성의 생활체육 참가와 자아개념의 관계. 『한국체육학회지』, 36(4), 102-113.
- 박재현(2005). 『승마운동이 정인지체아동의 신체조성 및 평형성 기능에 미치는 영향』. 미간행 석사학위 논문. 용인대학교 교육대학원
- 방지선·하지원(1997) 여성의 스포츠 참여 형태가 자아개념에 미치는 영향. 『한국 스포츠사회학회지』, 8, 53-66.
- 신찬혁(1995). 『관광지 이미지에 관한 지각구조 분석: 방문자와 비 방문자를 대상으로』, 경기대학교 대학원 석사학위 논문.

- 유준호(2008), 『승마 참여동기와 여가만족 및 생활만족 관계 분석』, 연세대학교 석사논문
- 윤길진(1988) 관광지의 선호와 인지에 관한 연구 - 국립공원을 중심으로. 『대한지리학회지』, 23(1)
- 윤용진 (1999) 여가경험의 조작적 정의와 측정: 주관적 심리관점. 『한국여가레크리에이션학회지』, 17, 123-131.
- 이경자(1984) 현대사회에서의 여가가치 인식에 대한 비교연구. 『한국체육학회지』, 23(2), 17-25.
- 이광수(2003). 『모험스포츠 참가자의 참여동기, 스포츠몰입, 참여 후 행동과의 관계』, 미간행 박사학위 논문. 건국대학교 대학원
- 이미경(2002). 『승마활동 참여가 인지된 삶의 질에 미치는 영향』. 석사학위논문. 조선대학교 대학원.
- 이상기(2000). 『실내 승마운동이 여대상의 건강관련 체력요소, 혈중 지질농도 및 배변만족도에 미치는 효과』, 미간행 석사학위논문. 충남대학교 대학원
- 이원일(2006). 승마 활성화를 위한 참여자들의 인식에 관한 질적 연구. 『한국체육학회지』, 45(3), 283-293
- 이은정(1997). 『승마경기의 불안상태에 관한 연구』. 석사학위논문. 한양대학교 교육대학원.
- 이재후(2005) 국내 섬 관광지 선택속성에 관한 연구. 『여행학연구』. 23.
- 이정규(2004). 골프활동 참여가 여가유능감과 정서상태, 결혼만족에 미치는 영향. 『한국스포츠리서치』. 15(1)
- 이종길(1992). 『사회체육활동과 생활만족의 관계』. 미간행 박사학위논문. 서울대학교 대학원.
- 이종훈(2009). 『국내 골프관광객의 동기와 목적지 선택 속성에 관한 연구』, 석사학위논문, 세종대학교 대학원.
- 이하윤(2004). 『승마운동이 비만 여고생의 체지방 및 체력에 미치는 영향』. 미간행 석사학위논문. 전주대학교 교육대학원.
- 이훈(2002). 스포츠의 관광 매력분석. 『한양대학교 관광 연구론집』, 14. 47-62
- 임변장 정영린(1995) 여가활동 유형과 여가만족의 관계. 『한국체육학회지』, 34(3), 56-69
- 임병훈·안광호·하재은(2005) 관광지 개성과 속성이 관광지 선택에 미치는 영향에 관한 연구. 『마케팅과학연구』. 15(3).
- 정영린(1997). 『생활체육 참가와 여가만족의 관계』, 미간행 박사학위논문, 서울대학교 대학원
- 정우영(2007) 『승마 운동에 관한 연구: 운동효과 및 승마선수의 체력적 특성』. 미간행 석사학위



- 논문. 전주교육대학교 교육대학원
- 정호진(2004). 『여가활동으로서 승마의 역할: 대중화와 만족도 조사 중심으로』. 미간행 석사학위논문. 고려대학교 교육대학원.
- 조영남, (2001) 질적연구와 양적연구. 『초등교육연구논총』. 17(2).
- 최인석(2007). 『국내 골프관광 동기, 관광지 속성평가, 만족, 불평행동, 재방문 의도간의 관계』, 연세대학교 대학원 박사학위논문.
- 추호근(2004). 『승마운동이 뇌성마비 아동의 평형성 향상에 미치는 효과』, 미간행 석사학위논문. 인천대학교 대학원.
- 하수영(2005). 『스포츠관광객의 선택속성 및 만족구조』, 숙명여자대학교 대학원 박사학위논문.
- 홍서희(1996) 주부의 가족여가활동 참여도와 생활만족도에 관한연구. 『대한가정학회지』, 34(2), 71-84
- 황현철(1994) 가치관이 관광목적지선호에 미치는 영향에 관한 연구. 『관광레저연구』. 6.

## 2. 국외문헌

### 1) 서적

- Assael, H. (1998). *Consumer Behavior and Marketing Action(3rd)*, Boston: PWS-Kent & Nelson
- \_\_\_\_\_ (2004). *Consumer Behavior: a Strategic Approach*, Boston: Houghton Mifflin Co
- Biddle S. (1993) *Motivation and participation in exercise and sport*. In the 8th world congress of sport psychology proceeding, Lisbon, Portugal, 22-42
- Carron, J. G., Ragheb, M. G. (1980). *Measuring leisure satisfaction. Social psychology do sport, Ithaca NY: Movement.*
- Douglas, N., Douglas, N. & Derret, R. (2001). *Special Interest Tourism*, New York: John

Wiely

- Engel, J. F., Blackwell, R. D. & Paul, W. M. (1993). *Consumer Behavior*(7th ed), Dryden.
- Fridgen, J. D.(1991) *Dimension of tourism East Lansing. Michigan*: Educational Institute of the American Hote & Motel Association.
- Gene Bammel & Lei Lane Burrus-Bammel, (1992), *Leisure and Human Behavior*, Wm. C. Brown Company.
- Hall, C. M.(1992) *Adventure, Sport and Health Tourism, In Special Interest Tourism*. Weiler B, Hall CM, Belhaven Press: London.
- Hall, C. M. (2003). *Spa and Health Tourism, Sports and Adventure Tourism*, London: Hayworth Hospitality Press
- Kelly J. R. (1990). *Leisure*(2nd ed.) Englewood cliffs, NJ: Prentice-Hall
- Mannell R. C. (1999) *Leisure experience and satisfaction*.
- Middleton, V. T. C. & Clarke, J. (2001) *Marketing in Travel and Tourism*. (3rd ed.). Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Miles, M. B. & Huberman, A. M. (1994) *Qualitative Data Analysis: An expanded Sourcebook*. (2nd ed.). London: Sage Publication Ltd.
- Punch, K. F. (1998). *Introduction to Social Research: Quantitative and Qualitative Approaches*. London: SAGE Publications Ltd.
- Read, S. E. (1980). "A Prime Force in the Expansion of Tourism in the next decade: Special interest travel" In *Tourism Marketing and Management Issues*
- Revelle, W. (1993). *Individual differences in personality and motivation 'Noncognitive' determinants of cognitive performance*. In A. Baddeley & L. Weiskrants(Eds.), *Attention selection, awareness and control a tribute to Donald Broadbent*, 346-372. Oxford University Press.
- Richard Kraus (1998), *Recreation and Leisure In Modern Society*, Johns and Bartlett Publishers.
- Richards, G. (2000). *Cultural Attractions and European Tourism*, New York: CABI
- Thomas L. Goodale, Peter A. Witt (1991), *Recreation and Leisure*, Venture Publishing, Inc.

- Tyzack, Anna. (2007). *New strategy for the equine industry. British Horse Industry Confederation.*
- Standeven, J. & P. De Knop (1999) *Sport Tourism.* United States: Human Kinetics.
- Weiler & Hall (1995). "Introduction: What's special about Special Interest Tourism" In *Agenda 21 for the Travel and Tourism Industry: Towards Environmentally Sustainable Development,* WTO & WTTC
- WTO. (1985). The role of recreation management in the development of active holidays and special interest tourism and consequent enrichment of the holiday experience, WTO
- \_\_\_\_ (1998). *Guide for local authorities on development sustainable tourism.* A Tourism and The Environment Publication
- \_\_\_\_ (2001). *Tourism 2020 Vision,* WTO

## 2) 논문

- Anderson, E. W., Fornell, C. & Lehmann, D. R. (1994). Customer Satisfaction, Market Share and Profitability: Finding Form Sweden, *Journal of Marketing*, 58, pp.53-66
- Anderson K. J.(1990) Arousal and the inverted hypothesis a critique of Neiss's reconceptualizing arousal. *Psychological Bulletin*, 107, 96-100
- Caldwell L. & Weissinger E. (1994) Factors influencing free time boredom in sample of persons with spinal cord inquires. *Therapeutic Recreation Journal*, 1, 18-24
- Campbell, L. A. (1999). Ecotourism in rural developing communities, *Annals of Tourism Research*, 26(3), pp.534-553
- Delpy, L.(1998) An Overview of Sport Tourism: Building Towards a Dimensional Framework. *Journal of Vacation Marketing*, 4(1).
- Di Bona (2000) What are the venefit of leisure?, *British Journal of Occupational Therapy*, 63, 50-58

- Dowling, R. (1993). Tourism Planning, People and the Environment in Western Australia, *Journal of Travel Research*, 31(4), pp.52-58
- Ewert A. W. (1993) Difference in the level of motive importance based on trip outcome, experience level and group type. *Journal of Leisure Research* 25, 335-349
- Fines L. & Nichols D. (1994) An evaluation of a twelve week recreational kayak program: Effects on self-concept, leisure satisfaction and leisure attitude of adults with traumatic brain injuries. *Journal of Cognitive Rehabilitation*, 12, 10-15
- Fomell, C., Johnson, M. D., Anderson, E. W., Cha, J. & Bryant, B. E. (1996). The American customer satisfaction index: Nature, purpose, and findings, *Journal of marketing*, 60(4), pp.7-18
- \_\_\_\_\_(1992). A national customer Satisfaction Barometer: The Swedish Experience, *Journal of Marketing*, 56, pp.67-90
- Gibson, H. J. (1999). Festivals, Special Events Tourism: The rules of the game. *park & Recreation*, June. 36-45
- Gorden W. & Caltabiano M. (1996) Urban-rural differences in adolescent self-esteem, leisure boredom and sensation-seeking as predictors of leisure time usage and satisfaction. *Adolescence*, 31, 883-910
- Griffin J. & McKenna K. (1998) Influences on leisure and life satisfaction of elderly people. *Physical and Occupational therapy in Geeriatrics*, 15, 1-16
- Jones, I. (2000). A model of serious leisure identification: the case of football fandom. *Leisure Studies*. 19. 283-289
- Lee, C. K., Yoon, Y. S. & Lee, S. K. (2007). "Investigating the relationships among perceived value, satisfaction, and recommendations: The case of the Korean DMZ", *Tourism Management*, 28, pp.204-214
- Lounsbury, J. J., & Timmermans, H. (1992). Testing the external validity of hierarchical conjoint analysis models of recreational destination choice. *Leisure Science*, 14. 179-194
- Martina, G. Gallarza & Saura, I. G. (2006). Value dimensions, perceived value, satisfaction and loyalty: an investigation of university students' travel behaviour, *Tourism*

- Management*, 27(3), pp.437-452
- Parasuraman, A. (1997). Reflections on gaining competitive advantage through customer value, *Journal of the Academy of Marketing Science*, 25(2), pp.154-161
- \_\_\_\_\_, Zeithaml, V. A. & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple item scale for measuring consumer perceptions of service quality, *Journal of Retailing*, pp.64-40
- Petrick, J. F., Morais, D. D. & Norman, W. C. (2001). An examination of the determinants of entertainment vacationers' intention to revisit, *Journal of Travel Research*, 40, pp.41-48
- P. Clough, J. Shepherd and R. Maughan (1991), "Motives for participation in Recreational running", *Journal of Leisure Research*, Vol, 21. 4,
- Ping Jr, R. A. (2004). On assuring valid measures for theoretical models using survey data. *Journal of Business Research*, 57, pp.125-141
- Oliver, R. L. & Linda, G. (1981). Effects of satisfaction and its antecedents on consumer preferences and intention, *Advances in Consumer Research*, 8, pp.88-93
- \_\_\_\_\_. (1993). A conceptual model of service quality and service satisfaction: compatible goals, different concepts. *Advances in Service Marketing and Management*, 2, p.72
- \_\_\_\_\_. (1980). A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions, *Journal of Marketing Research*, 17, pp.460-469
- \_\_\_\_\_. (1999). Whence consumer loyalty?, *Journal of Marketing*, 63, pp.33-44
- Sánchez, J., Callarisa, L., Rodríguez, R. M. & Miguel, A. M. (2006). Perceived value of the purchase of a tourism product, *Tourism Management*, 27(3), pp.394-409
- Soderlund, M. & Ohman, N. (2005). Assessing behavior before it becomes behavior: an examination of the role of intentions as a link between satisfaction and repeatronizing behavior, *International Journal of Service Industry Management*, 16(2), pp.169 - 185
- Stebbins, R. (1997). Casual leisure: A conceptual statement. *Leisure Studies*, 16. 17-25.
- Stebbins, R. (2001) The costs and benefits of hedonism: Some consequences of taking

casual leisure seriously. *Leisure Studies*, 20. 305-309.

Zeithaml, V. A., Berry, L. L., Parasuraman, A. (1996). The behavioral consequences of service quality, *Journal of Marketing*, 60(2), pp.31-46

### 3. 기타문헌

문화관광부(2003). 『국민 생활체육 활동 참여 실태조사』

문화관광부(2006). 『국민 생활체육 활동 참여 실태조사』

문화관광부(2009). 『국민 생활체육 활동 참여 실태조사』

문화체육관광부(2009). 『체육백서』

안덕기, 일간스포츠(2007년5월15일) 『승마협회장의 ‘애마 대중화’』

통계청(2008), 우리나라 국민 총소득(GNP) 통계자료

두산백과사전 (한국승마근대역사)

삼성전자승마단 홈페이지 (<http://horse.samsung.com>)

한국관광공사. 한국관광통계. [http://www.knto.or.kr/js/kt/jskt\\_man.jsp](http://www.knto.or.kr/js/kt/jskt_man.jsp)

# 설문지

안녕하십니까? 먼저 바쁘신 중에도 귀중한 시간을 내 주신데 대해 깊이 감사드립니다.

본 설문지는 「승마 동기가 지각된 가치와 만족에 미치는 영향」을 연구하기 위해서 만들어진 설문지입니다. 귀하께서 응답한 내용은 오직 연구목적으로만 사용되며, 모든 것은 익명으로 처리되기 때문에 특정 개인의 정보나 기업의 특성은 절대로 노출되지 않을 것을 약속드립니다. 귀하께서 응답하신 내용은 저의 석사학위논문에서 소중한 자료로서 좋은 연구 결과를 얻기 위한 기초가 될 것입니다. 진심으로 감사드립니다.

2010년 4월

연구자: 제주대학교 경영대학원 관광경영학과 석사과정 한 범  
(C/P: 019-694-3736, e-Mail: hb701021@naver.com)

지도교수: 제주대학교 관광경영학과 조문수

※ 다음은 귀하의 「일반적인 사항」에 관한 질문입니다.

1. 관광객 (     ), 지역주민(     )
2. 귀하의 성별은? ① 남          ② 여
3. 귀하의 연령은? (                 )세
4. 귀하의 가족 생애주기(현재상태)는?
 

① 미혼	② 아직 자녀가 없음
③ 자녀가 초등학교 입학 전	④ 자녀가 초·중·고등학교 재학 중
⑤ 자녀가 대학이나 군대·직장에 있음	⑥ 자녀가 결혼하여 출가함
5. 귀하의 직업은?
 

① 사무직	② 생산직	③ 전문직	④ 서비스직	⑤ 학생	⑥ 주부	⑦ 공무원	⑧ 기타
-------	-------	-------	--------	------	------	-------	------
6. 귀하의 최종학력은?
 

① 고졸이하	② 대졸이하(재학중)	③ 대졸이상	④ 대학원졸
--------	-------------	--------	--------
7. 귀하의 가정의 월평균 수입은?
 

① 200만원 미만	② 200 ~ 400만원 미만	③ 400만원 이상
------------	------------------	------------

A. 다음은 귀하의 『승마 동기』에 관한 항목입니다. 귀하께서 생각하시는 정도에 √ 혹은 ○로 표시하여 주십시오.

설문항목	전혀 아니다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
1. 기분전환을 위하여	①	②	③	④	⑤
2. 승마 후 기분이 상쾌해지기 때문에	①	②	③	④	⑤
3. 승마가 즐거워서	①	②	③	④	⑤
4. 일상생활에서 오는 스트레스 해소를 위해	①	②	③	④	⑤
5. 일상생활의 지루함 때문에	①	②	③	④	⑤
6. 관광/레저 활동을 효과적으로 활용하기 위하여	①	②	③	④	⑤
7. 친구나 동료와 함께 운동하기 위하여	①	②	③	④	⑤
8. 승마를 통해 다른 사람을 사귀기 위해	①	②	③	④	⑤
9. 관광/레저 활동의 다양성을 위해	①	②	③	④	⑤
10. 승마 기술을 배우기 위하여	①	②	③	④	⑤
11. 가족과 함께 운동하기 위하여	①	②	③	④	⑤
12. 가족의 화합에 도움이 될 것 같아서	①	②	③	④	⑤
13. 가족이 승마를 좋아하기 때문에	①	②	③	④	⑤
14. 운동부족을 느껴서	①	②	③	④	⑤
15. 체력 및 건강유지를 위하여	①	②	③	④	⑤
16. 비만의 예방 및 치료를 위하여	①	②	③	④	⑤
17. 디스크 등 질병의 치료를 위하여	①	②	③	④	⑤



B. 다음은 『만족』에 관한 항목입니다. 귀하께서 생각하시는 정도에 √ 혹은 ○로 표시하여 주십시오.

설문항목	매우 불만족	불만족	보통이다	만족	매우 만족
1. 승마코스, 대기장소, 승마장비 등 시설에 만족한다.	①	②	③	④	⑤
2. 승마장 직원의 태도 및 서비스에 만족한다.	①	②	③	④	⑤
3. 마필의 품종 및 관리 상태에 만족한다.	①	②	③	④	⑤
4. 전반적으로 만족한다.	①	②	③	④	⑤

C. 다음은 귀하가 느끼신 승마장에서의 『지각된 가치』에 관한 내용입니다. 귀하께서 생각하시는 정도에 √ 혹은 ○로 표시하여 주십시오.

설문항목	전혀 아니다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
1. 승마장을 방문하는데 들인 노력에 비해 가치가 있다.	①	②	③	④	⑤
2. 승마장을 방문하는데 들인 시간에 비해 가치가 있다.	①	②	③	④	⑤
3. 승마장을 방문하는데 들인 비용에 비해 가치가 있다.	①	②	③	④	⑤
4. 다른 관광지나 레저시설을 방문하는데 비해 가치가 있다.	①	②	③	④	⑤

D. 다음은 『승마』를 경험하신 후에 귀하의 의견에 관하여 조사하는 항목입니다. 귀하께서 생각하시는 정도에 √ 혹은 ○로 표시하여 주십시오.

설문항목	전혀 아니다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
1. 기회가 된다면 다시 방문하고 싶다.	①	②	③	④	⑤
2. 타인에게 추천할 의사가 있다.	①	②	③	④	⑤

설문에 응해 주셔서 감사합니다.

## ABSTRACT

A study on the effect on perceived value and satisfaction by  
motivation of equestrian

-Focused on tourists and jeju residents-

by Bum, Han

Department of Tourism Management

The Graduate School of Business Administration

Jeju National University

*The purpose of this study was carried out to explore and identify the motivation of equestrian and its effect on perceived value and satisfaction.*

*In methodological sense, the survey was employed in Jeju for locating findings and applied with the frequency analysis, cross-tabulations analysis, factor analysis, simple/multiple regression analysis, t-test and NOVA test for carried out results. Data for this study were drawn from the tourists and residents who visit equestrian course in jeju island. Data collecting method was a convenience sampling with face-to-face interview. A total of 400 questionnaires were collected from the survey and 392 questionnaires were coded for a data analysis on this study.*

*The findings deriving from this study are followings: First, from the factor analysis, the motivation of equestrian is consist of 3 factors that family effect, mental effect and physical effect. Second, from the multiple regression analysis, mental effect and physical effect have positively related with a perceived value. Third, from the simple regression analysis, perceived value has positively related with a satisfaction of equestrian. Fourth, from the multiple regression analysis, mental effect and physical effect have positively related with a satisfaction of equestrian. Fifth, from the simple regression analysis, satisfaction of equestrian has positively related with a loyalty. Sixth, from the t-test and NOVA test, the motivation of equestrian have meaningful difference in population characteristic. Seventh, from the t-test, the perceived value, satisfaction and loyalty have meaningful difference between tourists and local residents.*

*Finally, in the composite of this study, that carried out to explore and identify the motivation of equestrian consists of family effect, mental effect and physical effect that of 3 factors, and it is most important factors on the perceived value, satisfaction and loyalty.*