



저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.



변경금지. 귀하는 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공할 수 없습니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

이것은 [이용허락규약\(Legal Code\)](#)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

[Disclaimer](#)

碩士學位論文

중국인 관광객 방문경험에 따른 관광동기,
관광만족 및 행동의도에 관한 연구
-제주 최초방문과 재방문의 비교를 중심으로-

濟州大學校 大學院

觀光經營學科

叶悅

2020年 2月

중국인 관광객 방문경험에 따른 관광동기,
관광만족 및 행동의도에 관한 연구
-제주 최초방문과 재방문의 비교를 중심으로-

指導教授 吳 相 勛

叶 悅

이 論文을 觀光學 碩士學位 論文으로 提出함

2019年 12月

叶悅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 大學院

2019年 12月

A Comparative Study on Motivation, Satisfaction and Behavioral Intentions According to Visit Experience by Chinese Tourists

Focused on First-time Visitors and Repeat Visitors


Yue Ye

(Supervised by professor Sang Hoon-Oh)

A thesis submitted in partial fulfillment of the requirement for the degree of Master of Tourism Science

2019. 12.

This thesis has been examined and approved.

PARK SZ SA 
Sang-Hoon, Oh
Hong, Sung-Hwa

2019. 12.

Department of Tourism Management

GRADUATE SCHOOL

JEJU NATIONAL UNIVERSITY

<목 차>

I. 서론	1
1. 연구의 배경	1
2. 연구의 목적	3
3. 연구의 방법	4
II. 이론적 고찰	5
1. 관광동기	5
1) 관광동기의 개념	5
2) 관광동기 요인에 대한 선행연구	7
2. 관광만족	13
1) 관광만족	13
2) 관광동기와 관광만족에 대한 영향	15
3. 행동의도	16
1) 행동의도	16
2) 관광만족과 행동의도에 대한 영향	18
4. 중국인 관광객 현황과 특성	20
1) 방한 중국인 관광객	20
2) 제주 방문 중국인 관광객	23
III. 연구 설계	26
1. 가설의 설정	26
2. 변수의 조작적 정의	27
3. 조사 설계	27
1) 설문지 구성과 측정	27
2) 자료수집 및 분석방법	28

IV. 실증분석	29
1. 표본의 특성	29
1) 인구통계학적 특성	29
2) 방문 특성	30
3) 관광만족 특성	32
2. 신뢰성 및 타당성 검증	32
1) 관광동기에 대한 검증	34
2) 관광만족에 대한 검증	35
3) 행동의도에 대한 검증	36
3. 가설 검증	36
1) 가설1의 검증	36
2) 가설2의 검증	38
3) 가설3의 검증	38
4) 가설4의 검증	39
5) 가설5의 검증	43
4. 검증결과의 요약	44
V. 결론	47
1. 연구요약	47
2. 연구의 시사점	48
3. 연구의 한계 및 향후 연구방향	49
참고 문헌	51
설문지	57
ABSTRACT	64

<표 차례>

1. <표 2-1> 관광동기에 대한 학자들의 정의	7
2. <표 2-2> 관광동기 요인에 관한 연구	9
3. <표 2-3> 국내외 연구에서 추진요인의 분류	11
4. <표 2-4> 국내외 연구에서 유인요인의 분류	12
5. <표 2-5> 중국인 해외관광 시장의 주요 특성	20
6. <표 2-6> 중국인 관광객 한국 선택시 주요 고려 요인	22
7. <표 2-7> 중국인 관광객 한국 방문경험 추이	22
8. <표 2-8> 방한 중국인 관광객 여행유형 변화	23
9. <표 3-1> 설문지의 구성	28
10. <표 4-1> 표본의 인구통계학적 특성	29
11. <표 4-2> 표본의 방문 특성	31
12. <표 4-3> 표본의 관광만족 특성	32
13. <표 4-4> 설문지의 전체 신뢰성 검증	33
14. <표 4-5> 설문지의 전체 타당성 검증	33
15. <표 4-6> 관광동기의 신뢰성과 타당성 검증	34
16. <표 4-7> 관광만족의 신뢰성과 타당성 검증	35
17. <표 4-8> 행동의도의 신뢰성과 타당성 검증	36
18. <표 4-9> 방문경험에 따른 추진요인의 차이분석(H1-1)	37
19. <표 4-10> 방문경험에 따른 유인요인의 차이분석(H1-2)	37
20. <표 4-11> 방문경험에 따른 관광만족의 차이분석(H2)	38
21. <표 4-12> 방문경험에 따른 행동의도의 차이분석(H3)	39
22. <표 4-13> 최초방문자의 추진요인과 관광만족의 상관분석	40
23. <표 4-14> 최초방문자의 추진요인과 관광만족의 회귀분석(H4-1)	41
24. <표 4-15> 재방문자의 추진요인과 관광만족의 회귀분석(H4-2)	41
25. <표 4-16> 최초방문자의 유인요인과 관광만족의 회귀분석(H4-3)	42
26. <표 4-17> 재방문자의 유인요인과 관광만족의 회귀분석(H4-4)	43

27. <표 4-18> 최초방문자의 관광만족과 행동의도의 회귀분석(H5-1)	44
28. <표 4-19> 재방문자의 관광만족과 행동의도의 회귀분석(H5-2)	44
29. <표 4-20> 기설검증의 결과요약	46

<그림 차례>

1. <그림 2-1> 중국 해외관광객 및 방한 중국인 관광객 추이	21
2. <그림 2-2> 제주방문 외국인 관광객과 중국인 관광객 비교	24
3. <그림 2-3> 제주방문 중국인 관광객 추세	25
4. <그림 4-1> 제주에서 주로 하는 관광활동	31

I. 서론

1. 연구의 배경

중국 경제의 지속적 성장과 그에 따른 국민 가처분소득의 증가, 교통의 향상 그리고 비자 환경의 개선 등으로 인해 중국 해외여행은 최고의 시대를 맞고 있다. 한국은 중국인 관광객 해외여행 중요한 목적지이고 2013년부터 제1위의 인바운드 시장으로 자리매김한 중국시장의 경우 경제성장 및 소득수준 향상과 아웃바운드 규모 증대 등에 힘입어 방한 중국인 관광객 수는 가파른 성장세를 유지해왔다.¹⁾

중국관광연구원 발표한 '중국 출국관광 발전연도 보고서 2019'에 따르면 2018년 중국의 해외여행 시장 규모는 1억4900만 명으로 2017년에 비해 14.7% 성장했다. 또한 중국의 해외 여행객 해외소비는 1300억 달러를 넘어 증가 속도가 13%를 넘어섰다. 이는 중국 해외여행 규모가 커진 것뿐만 아니라 관광지에서 소비가 증가한 것에서 볼 수 있듯이 중국인 관광객의 여행지 만족도가 높아지고 있다.²⁾

중국인들의 관광수요가 커지면서 자연스럽게 세계 주요 관광지와 주변국들의 관광산업에도 영향을 미치고 있다. 한국관광공사의 '2018 외래 관광객 실태조사' 결과에 따르면 중국인 관광객이 서울에 이은 두 번째 선호 도시로 제주(13.3%)를 가장 많이 선택했으며, 평균 방한횟수는 4회로, 평균 재방문율은 66.5%로 나타났다. 한국 여행에 대한 전반적 만족도는 중국인이 95.2%이다.³⁾ 이어서 중국인들이 한국 관광수요에 중요한 영향을 미친다고 볼 수 있다.

제주는 한국의 가장 큰 섬이며 대표 관광지로서 중국인 관광객들은 지방 여행지 가운데 제주를 가장 선호하고 가족여행과 휴양지로 가장 먼저 찾는 곳이다. 중국인이 육지에 가려면 비자가 필요하나 제주의 경우는 비자 없이 제주로 입국이 가능하

1) 한국문화관광연구원(2019). 2018년 기준 관광동향에 관한 연차보고서, p.27.

2) 중국관광연구원. <http://www.199it.com/archives/921618.html>

3) 문유미(2019). 제주일보(<http://www.jejuilbo.net>)

다. ‘2018제주특별자치도 방문관광객 실태조사보고서’에 따르면 외국인 관광객의 재방문율이 2016년(12.3%), 2017년(19.8%), 2018년(32.9%)의 증가세를 보이고 있어서 최초방문자와 재방문자간의 관광지 선택에 대한 차이가 분명히 있다.⁴⁾

방한 중국인 관광객 여행유형을 보면 단체관광 비중이 계속 감소하고 개별관광객이 지속적으로 증가한다. 제주방문 외국인관광객 중 개별여행이 2016년(40.8%), 2017년(75.5%), 2018년(86.8%)으로 늘어나고 있다. 중국 개별관광객은 2017년(74.7%)에서 2018년(94.9%)으로 증가하였다. 관광시장은 단체여행에서 개별여행으로 변화되었다. 이에 중국인 개별관광객을 제주도로 유인할 수 있는 전략적인 방안을 강구하고자 한다.

현재 국내외 수많은 관광지들은 차별화를 제고하면서 더욱 많은 수의 관광객을 확보하기 위하여 관광지를 방문하는 관광객의 욕구, 심리 및 행동 특성을 구체적으로 파악하며 정확한 정보를 이해할 필요가 있다. 또한 지속적인 관광수요 증진을 위해서 최초방문자와 재방문자의 특성의 차이도 확인할 필요가 있다고 본다.⁵⁾

일반적으로 최초방문자의 경우에는 다양하고 새로운 경험을 추구하는 반면 재방문자의 경우에는 익숙한 곳에서의 휴식 및 친목도모에 대한 선호도가 강조되는 등의 성향차이가 반영될 수 있기 때문이다⁶⁾.

최초방문자와 재방문자에 대한 연구에서 두 집단의 관광동기와 경기도 화성시의 지역 관광지를 방문한 관광객의 이동 네트워크의 공간적 특성 차이에 관한 연구가 있었다.⁷⁾ 서울 지역을 방문하는 외래 관광객을 최초방문자와 재방문자로 분류하여 이들이 선택한 관광목적지에 차이가 있음을 검증하는 연구가 있었다.⁸⁾ 또는 한국을 방문하는 일본인 관광객을 최초방문자와 재방문자 사이의 특성과 차이를 중심으로 이동네트워크의 공간적 특성을 분석한 연구가 있었다.⁹⁾ 경주관광 경험자의 재방문

4) 허상현·오정학·오휘영(2002). 관광이벤트 참여자의 동기분석 연구, 『관광레저연구』, 13(2), pp.45-56.
5) 김민선(2017). 최초방문자와 재방문자의 관광동기와 이동 네트워크의 공간적 특성 차이에 관한 연구-경기도 화성지역을 대상으로, 세종대학교 일반대학원, 박사학위논문, pp.1-2.
6) Fallon, P. & P. Schofield(2004). First-timer versus repeat visitor satisfaction: The case of Orlando, Florida, *Tourism Analysis*, 8(2), pp.205-210.
7) 김민선(2017). 최초방문자와 재방문자의 관광동기와 이동 네트워크의 공간적 특성 차이에 관한 연구-경기도 화성지역을 대상으로, 세종대학교 일반대학원, 박사학위논문, pp.100-103.
8) 김민선·엄혜미(2016). 최초방문자와 재방문자의 관광목적지 선택차이 연구: 서울지역을 중심으로, 『한국산학기술학회논문지』, 17(11), pp.648-654.
9) 김영래, 구분기(2012). 외래관광객 이동네트워크의 공간적 특성 분석: 일본인 최초-재방문 관광객의 특성을 중심으로, 『관광연구』, 27(1), pp.37-53.

을 통해 경주관광에 대한 충성도를 높여 단골 관광객을 확보함으로써 재방문요인을 창출하고 이러한 요인 중 재방문에 긍정적인 영향을 미치는 요인을 규명하는 연구가 있었다.¹⁰⁾

단기적인 방면에서는 최초방문자에 대한 투자가 필요하나, 장기적인 방면에서 재방문 관광객에 대한 투자가 필요하다는 양면적인 관광목적지 마케팅이 필요함을 말해준다. 이에 따라 최초방문자와 재방문광자의 차이를 고려한 연구 필요성이 대두된다.

그러나 기존 연구들(김민선, 2017; 김민선·엄혜미, 2016; 김영래·구본기, 2012; 박진영·이성각, 2012)은 관광지를 처음 방문자와 재방문한 관광자의 성향을 고려하지만 구체적인 두 집단의 관광동기, 관광만족 및 행동의도의 차이를 검증한 국내 연구는 미흡한 실정이다. 제주 관광수요를 증대하기 위해 제주방문 외국인 관광객 중 절반 이상은 중국인이어서 중국인 관광객을 대상으로 연구 필요성이 있다고 본다. 본 연구는 중국인 관광객의 관광동기를 추진요인과 유인요인으로 구분하여 최초방문자와 재방문자의 비교를 중심으로 두 집단의 차이를 파악하고자 한다.

2. 연구의 목적

제주관광에서 재방문율을 늘리고 있는 중국인 관광객의 중요성에 주목하여 제주관광의 특성과 최초방문자와 재방문자의 차이를 파악하고자 한다.

본 연구는 제주 방문한 중국인 관광객을 최초방문자와 재방문자로 구분하여 방문경험 유무에 따른 관광만족 및 행동의도의 차이에 대하여 확인하고자 한다. 관광동기를 추진요인 및 유인요인으로 구분하고 최초방문과 재방문간 차이를 확인하고자 한다. 이에 더 효율적인 마케팅 전략의 실무적인 자료로 활용되길 바란다.

이러한 목적을 달성하기 위해서 다음과 같은 세부적인 목표를 설정하였다.

첫째, 국내외 문헌자료를 통해 관광동기, 관광만족, 행동의도, 중국인 관광객 현황

10) 박진영·이성각(2012). 경주지역 관광객의 관광동기와 재방문객 유지를 위한 방안에 관한 연구, 『관광연구』, 27(3), pp.163-179.

에 관한 이론을 종합적으로 검토한다.

둘째, 연구의 실증분석을 통하여 제주를 방문한 중국인 관광객의 인구통계학 특성과 방문특성에 대해 알아보고자 한다.

셋째, 중국인 관광객 방문경험에 따른 관광동기, 관광만족, 행동의도의 차이를 확인한다. 최초방문자와 재방문자의 추진요인과 유인요인에는 차이가 있는지를 파악한다.

넷째, 최초방문자와 재방문자의 관광동기(추진요인과 유인요인)가 관광만족의 미치는 영향 및 두 집단의 관광만족이 행동의도에 미치는 영향을 실증한다.

다섯째, 이러한 연구결과를 바탕으로 제주방문한 중국인 관광시장의 마케팅적 시사점을 도출하고, 이론적 실무적 근거를 논의한다. 향후 관광객의 개발과 유치하는 관광목적지 마케팅 전략에 객관적 근거를 제공하게 될 것을 기대한다.

3. 연구의 방법

상술한 연구 목적을 수행하기 위해 문헌적 연구와 실증적 연구를 통해 진행하였다. 문헌연구는 국내외 서적 자료, 학술 자료 등을 활용하여 관광동기, 관광만족, 행동의도에 대한 개념을 정리하고, 연구 흐름을 검토하여 본 연구에서 제시한 가설에 대한 이론적 근거로 삼았다. 또한 정부 간행물, 발간보고서, 각종 통계자료 등을 참고하였으며 중국인 관광객의 특성과 현황에 대해 검토하였다.

실증연구는 문헌연구를 통해 선정된 항목들을 바탕으로 명목척도와 등간척도로 구성된 설문조사를 통해 실시하였다. 표본은 편의표본추출로 선정하여 조사를 시행하였으나, 모집단의 대표성을 최대한 잃지 않기 위해 단체관광객은 조사 대상에서 제외하였으며, 표본의 구성이 최초방문자와 재방문자 반반 분포를 유지하기 위해 노력하였다. 조사는 2019년 9월 27일부터 10월 6일까지 총10일간 실시하였으며, 수집된 자료는 SPSS 20.0을 이용하여 분석하였다. 설문 조사 대상자는 관광 목적으로 제주에 방문한 중국 개별관광객들로 선정하여 제주 국제공항 국제선에서 진행하였다.

II. 이론적 배경

1. 관광동기

1) 관광동기의 개념

‘인간이 왜 여행·관광을 하는가?’라는 질문에 대한 답을 얻기 위해 관광 마케팅은 인간이 여행을 하는 동기가 무엇인가에 대해서 이해할 필요가 있다.

동기란 ‘인간이 각성하는 내면적 상태’로 정의할 수 있다. 인간은 각성된 에너지로 목표를 성취하려고 한다. 또한 동기화된 소비자는 활력이 있고, 준비되어 있으며, 목표지향적 행동과 활동을 하려고 한다. 동기란 인간을 행동으로 유도하는 과정이며, 동기는 소비자가 무언가를 충족시키고 싶은 욕구를 각성했을 때 생긴다.

동기이론에 의하면 인간은 끊임없이 안정화 상태, 즉 항상성을 이루려고 하는데, 인간이 욕구의 결핍을 인식했을 때 항상성은 손상된다. 동기는 인간행동의 이면에 숨어 있는 ‘추진력’이고, 학습, 지각 그리고 문화적 영향요인에 의해서 지배를 받는다. 또한 인간의 동기는 개인의 성격과 관령성이 높다.¹¹⁾

동기의 본질을 이해하려면 동기의 일반적인 특성을 알아야한다. 동기는 ㉠ 욕구에 기초한다, ㉡ 행동의 방향을 제시한다, ㉢ 개인차이가 있다.¹²⁾

관광의 동기는 환경의 변화에 따라 변해왔다. 과거에는 물, 안전, 음식, 치료 등의 생리적 동기를 충족시키기 위해 관광을 주로 하였으나. 오늘날에는 권태감, 삶의 문제들로 가득한 일상에서의 탈출, 그리고 문화, 휴식, 존경, 자아실현과 같은 사회적·심리적 동기를 충족하기 위해 관광을 많이 한다. 현대 관광자의 대부분은 고차원적인 자기실현의 욕구를 추구하고 있다.¹³⁾

11) 박시사·오상훈(2018). 『관광마케팅』, 서울: 백산출판사, p.405.

12) 최병길·오상훈·조문수·박시사·서용건·홍성화·박운정(2016). 『관광학의 이해』, 서울: 백산출판사, p.46.

13) 김병용(2013). 『관광 소비자 행동론』, 서울: 한울출판사, p.12.

관광연구에서 중심적인 관심 주제는 관광동기로, 관광행동을 설명할 수 있는 많은 변수 중의 하나이다. 관광동기는 관광행동을 지배하는 ‘추진력’이라 정의할 수 있다. 일반적으로 관광의 개념은 일상생활에 벗어나 새로운 환경을 접하려는 욕구를 전제하고 있으므로, 관광행동의 동기는 일상적인 행동의 동기와 본질적으로 다르다는 것을 알 수 있다.¹⁴⁾ 관광행동을 이끄는 심리적인 원동력을 관광욕구라고 하며 관광욕구를 행동으로 나타내는 힘을 관광동기라고 할 수 있다.¹⁵⁾

많은 학자들이 관광동기에 관한 개념에서 관광은 개인 심리적 및 내면적 조건과 외부적 조건, 사회적 조건의 제약에서도 자기의 욕구가 만족될 것을 예상할 때는 비로소 이루어지고, 어떤 목적을 위하여 일정방향으로 이동하게 하는 내면적 행동으로 유발하는 추동력 또는 관광행동을 지배하는 자극제라고 정의할 수 있다¹⁶⁾. ‘일반적으로 인간의 행동 이면에 있는 사고력에 의해 어떤 방향으로 행동을 일으키는 영향력이고, 이 관광동기가 관광행동을 유발하고 어떤 목표를 지향하는 것은 내재적 욕구 때문이다’라고 하였다¹⁷⁾.

관광동기는 관광객의 욕구충족과 직·간접적으로 연결되어 있다는 점에서, 그리고 인간이 관광을 하는 원인을 설명하는 단서를 제공한다는 의미에서 관광행동의 중요한 설명변수로 간주된다.¹⁸⁾ 관광동기의 발생 원인은 관광객의 개인적, 심리적 등의 내적 환경뿐만 아니라 문화적, 시대적 등의 외적 환경에 따라 다양하게 나타나기 때문이다. 즉, 관광활동은 관광객 자신의 내적 동기에 의해 추진되고, 관광지의 매력속성에 의해 유인된다는 양측 접근이 시도되어 왔다.¹⁹⁾

관광동기는 사람들이 관광행동에 참여하거나 방문하려는 선천적인 사회·심리적 힘으로 정의되고, 관광행동을 이해하거나 관광지 선택과정에 중요한 개념으로 받아들여지고 있다.²⁰⁾ 또는 관광행동을 이끄는 심리적인 에너지를 관광동기라고 정의된

14) 한국관광학회(2017). 『관광학원론』, 서울: 백산출판사, p.196.

15) 윤대순·최병창(2007). 국외여행사 종사자 인적 서비스가 관광자 만족에 미치는 영향연구, 『관광한국연구』, 2(1), pp.117-137.

16) Chen Hong(2016). 관광동기에 따른 시장세분화 및 선호관광활동 비교: 제주도를 방문한 중국 관광객을 중심으로, 세종대학교 대학원, 석사학위논문, p.8.

17) 이후석·오민재(2005). 드라마촬영지 관광동기 유형에 따른 시장세분화에 관한연구, 『관광연구저널』, 19(1), pp.297-311.

18) 한웅범(2010). 관광동기로서 Push-Pull 요인이 관광객 만족에 미치는 영향에 관한 연구, 청주대학교 대학원, 박사학위논문, p.157.

19) 김민선(2017). 최초방문자와 재방문자의 관광동기와 이동 네트워크의 공간적 특성 차이에 관한 연구-경기도 화성지역을 대상으로, 세종대학교 일반대학원, 박사학위논문, p.15.

20) 김영우(2005). 방한 일본 여성관광객의 에스테틱 동기가 관광지 선택속성, 만족, 행동의도간의 영향관계, 『권

다.21) 관광동기는 관광행동의 근원이며22), 관광목적지 선택에 있어서도 중요한 요인이 된다.23)

이상의 관광동기에 대한 학자들의 정의를 요약하면 <표 2-1>과 같다.

<표 2-1> 관광동기에 대한 학자들의 정의

학 자 명	정 의
김영우(2005)	사람들이 관광행동에 참여하거나 방문하려는 선천적인 사회·심리적 힘
이후석·오민재(2005)	관광행동을 유발하고 어떤 목표를 지향하는 것은 내재적 욕구
윤대순·최병창(2007)	관광욕구를 행동으로 나타내는 힘
Tasci, A. D. A. & Gartner, W. C.(2007)	관광행동의 근원
한응범(2010)	관광객의 욕구충족과 직·간접적으로 연결되어 있다는 점에서, 인간이 관광을 하는 원인을 설명하는 단서를 제공한다는 의미에서 관광행동의 중요한 설명변수
사효란(2011)	관광행동을 이끄는 심리적인 에너지
Chen Hong(2016)	어떤 목적을 위하여 일정방향으로 이동하게 하는 내면적 행동으로 유발하는 추동력 또는 관광행동을 지배하는 자극제

자료: 선행연구를 바탕으로 연구자 재정리

2) 관광동기 요인에 대한 선행연구

역사적으로 사람들은 생존, 이주, 전쟁, 종교, 교육, 건강 등 인간생활의 본질인 문

벤션연구』, 6(2), pp.107-131.

21) 사효란(2011). 한국인 관광객의 관광동기, 만족도 및 재방문에 관한 연구, 관동대학교 대학원, 석사학위논문.

22) Tasci, A. D. A. & Gartner, W. C.(2007). Destination image and its functional relationships, *Journal of Travel Research*, 45(4), pp.413-425.

23) Nicolau, J. L. & Mas, F. J.(2006). The influence of distance and prices on the choice of tourist destinations: The moderating role of motivations, *Tourism Management*, 27(5), pp.982-996.

제해결을 의해 여행을 하였으나 최근에는 삶의 문제에서 벗어나려는 일탈동기, 문화향유, 휴식, 자아실현과 같은 사회·심리 동기를 충족하기 위해 여행을 떠나고 있다. 이처럼 사람들이 무엇을 때문에 거주지에 떠나고 관광을 하는지에 대한 선행연구를 통해서 살펴보고자 한다.

관광동기를 파악하기 위하여 연구들 중에는 관광객의 내부적 요인인 추진동기와 관광지가 갖고 있는 특성은 유인동기로 보고 이를 통합시켜 이용한 접근법이 자주 사용되었다.

姜智彬·郭曉玮(2016) '중국인 관광객 한국 문화관광 동기 및 행동분석' 연구에서 서울 방문한 중국인 관광객을 대상으로 동기는 편의와 신뢰, 가격과 인프라, 고전문화, 트렌드 문화로 구성하였다.²⁴⁾

于鵬·張宏梅(2016) '방한 중국인 관광객의 관광동기 및 유형연구'에서 설문조사와 네트워크 텍스트 분석 방법을 사용하여 데이터를 수집하였다. 설문조사를 통해 이국적인 경험, 역사문화 명소 방문, 지역주민의 연락, 지식 성장, 휴식, 친목도모, 다른 사람에게 자랑하기, 모험을 추구, 흥분을 찾기, 쇼핑, 명품 구매 등 방한 동기요소를 문화, 릴렉스, 표현, 쇼핑 4가지 동기요인으로 분류하였다. 또는 클러스터 분석을 통해서 방한 중국인 관광객을 문화추구형, 릴렉스추구형, 쇼핑추구형, 다양수요형, 체험향락형 이 5가지 유형을 분류해왔다. 텍스트 분석을 실시한 결과는 방한 중국인 관광객의 관광동기는 쇼핑, 릴렉스, 자연체험, 스포츠, 위락, 건강, 낭만 등 요인을 구성하였다.²⁵⁾

오상훈·이유라(2012)는 도시 관광 동기와 만족속성에 관한 연구에서 도시 관광 동기를 일상탈출, 한국문화체험, 위락, 신기성 추구, 자아실현, 도시체험, 친목도모로 분류하였다.²⁶⁾ 이대은(2012)의 문화권별 한옥 방문동기에 따른 시장세분화 연구에서 일상탈출성, 문화탐험성, 사교성, 한옥체험성, 가족친화성, 신기성 등 6개 관광동기요인으로 사용했다.²⁷⁾

24) 姜智彬·郭曉玮(2016). 中國游客赴韓國文化旅遊的動機及行爲分析, 『廣告大觀理論版』, pp.95-98.

25) 于鵬·張宏梅(2016). 旅韓中國游客的旅遊動機及類型研究-基于問卷調查與網絡文本的結合分析, 『安徽農業大學大學學報』, 25(3), pp.69-75.

26) 오상훈·이유라(2012). 도시 관광 동기와 만족속성에 관한 연구: 서울 방문 중국관광객을 중심으로, 『관광연구저널』, 26(4), pp.207-228.

27) 이대은(2012). 문화권별 한옥 방문동기에 따른 시장세분화 연구: T-Guest House를 중심으로, 경희대학교 대학원 호텔관광학과, 석사학위논문.

함수일(2013) 해외 관광객의 관광동기와 관광지 선택속성이 만족도에 미치는 영향의 연구에 관광동기는 사교성, 일상탈출성, 문화성, 기분전환성, 가족성을 제시하여²⁸⁾ 강성일·이계희(2011)는 제주 올레 관광객과 태중관광객의 특성 비교 연구에 관광동기를 4개로 구분하였고, 즉, 일상탈출, 자연과 교감, 지식욕구의 충족, 새로운 경험과 만남이다²⁹⁾.

<표 2-2> 관광동기 요인에 관한 연구

연구자	구성요인
단경화(2009)	일상탈출, 가족 및 친구 친화, 오락성, 호기심, 관광지 감상
강성일·이계희(2011)	일상탈출, 자연과 교감, 지식욕구의 충족, 새로운 경험과 만남
박인호(2011)	자아발견, 위락, 문화체험, 사교, 일상탈출, 도시체험
이대은(2012)	일상탈출성, 문화탐험성, 사교성, 한옥체험성, 가족친화성, 신기성
오상훈·이유라(2012)	일상탈출, 한국문화체험, 위락, 신기성 추구, 자아실현, 도시체험, 친목도모
함수일(2013)	사교성, 일상탈출성, 문화성, 기분전환성, 가족성
손지균·정강환·임명재(2013)	가족친목성, 문화탐색성, 신기성, 오락성, 사교성, 일탈성
장아연(2014)	일상탈출, 휴식휴양, 호기심, 친목도모
姜智彬&郭曉玮(2016)	편의와 신뢰, 가격과 인프라, 고전문화, 트렌드 문화
于鵬&張宏梅(2016)	문화, 릴렉스, 표현, 쇼핑, 자연체험, 스포츠, 위락, 건강, 낭만
호보(2017)	동반자 친목, 일상탈출 및 휴식, 자아실현, 문화 및 체험, 유희 및 오락

자료: 선행연구를 바탕으로 연구자 재정리

중국인 관광객의 관광동기에 관한 연구를 보면, 박인호(2011)는 서울을 방문한 중국관광객을 중심으로 도시 관광의 동기와 매력성에 관한 연구에서 도시 관광동기를

28) 함수일(2013). 해외 관광객의 관광동기와 관광지 선택속성이 만족도에 미치는 영향: 무안공항 중심으로, 호남대학교 대학원 관광학과, 석사학위논문.

29) 강성일·이계희(2011). 제주올레관광자와 대중관광객의 특성 비교 : 방문동기, 환경친화적 여행태도, 웰빙인식을 중심으로. 『한국관광경영학회』, 25(6), pp.23-40.

자아발견, 위락, 문화체험, 사교, 일상탈출, 도시체험 6개로 분류하였고³⁰⁾, 손지균·정강환·임명재(2013) ‘중국 하얼빈 국제빙설축제’의 참가자 대상으로 방문동기를 가족친목성, 문화탐색성, 신기성, 오락성, 사교성, 일탈성의 6개 요인으로 도출하였으며³¹⁾, 단경화(2009)는 중국관광객의 한국관광동기와 만족에 관한 연구에서 관광동기를 5개로 구분하였고, 즉, 일상탈출, 가족 및 친구 친화, 오락성, 호기심, 관광지 감상이며³²⁾ 호보(2017)의 제주방문 중국인 개별관광객의 관광동기에 따른 시장세분화에 관한 연구에서 동반자 친목, 일상탈출 및 휴식, 자아실현, 문화 및 체험, 유희 및 오락 이 5가지 요인으로 조사하였다.³³⁾

관광동기 요인에 관한연구의 검토결과를 요약하면 <표 2-2>와 같다.

또는 관광동기 요인에 대하여 학자들 간에 다양한 관점에서 접근이 이루어지고 있으며 한 가지로 규정하기 어렵지만, 연구자들은 관광동기를 추진요인과 유인요인으로 분류하는 연구가 있고 결합된 형태의 이론으로 설명하는 연구도 있다.

(1) 추진요인

추진요인과 유인요인이 서로 완전히 독립적인 관계라기보다는 이론적으로 상호관련성이 있는 것이라는 주장이 있다. 추진요인은 개인의 내적동기로서 휴식, 건강, 일상으로부터의 도피, 모험, 학습 등 잠재적인 관광객을 이끌어내기 위한 행동요소를 포함한다.³⁴⁾

추진요인에 대한 선행연구로 변수녀·최병길(2007)은 휴식, 일상탈출, 신기성, 자긍심, 체험, 가족관계 강화 등을 추진요인으로³⁵⁾ 보았고, 이은미·이계희(2006)는 휴식적 동기, 지식문화적 동기, 위신적 동기를 추진요인으로³⁶⁾ 분류하였다. 장아연

30) 박인호(2011). 도시관광의 동기와 매력성에 관한 연구 : 중국인의 서울방문을 중심으로. 제주대학교 대학원, 석사학위논문.

31) 손지균·정강환·임명재(2013). 하얼빈빙설축제방문객의 방문동기에 따른 시장세분화. 『Tourism Research』, 38(1), pp.23-38.

32) 단경화(2009). 중국 여행객의 한국관광 동기와 만족에 관한 연구. 인천대학교 대학원, 석사학위논문.

33) 호보(2017). 제주방문 중국인 개별관광객의 관광동기에 따른 시장세분화 연구, 제주대학교 대학원, 석사학위논문, p.55.

34) Kim, S. S., Lee, C. K., & Kleonsky, D. B.(2003). The influence of push and pull factors at Korean national parks, 『Tourism Management』, 24(2), pp.169-180.

35) 변수녀·최병길(2007). 관광의 동기, 만족 및 관광지 충성도간의 관계 구조모델: 제주 휴양관광객 대상, 『관광레저연구』, 19(3), pp.29-48.

36) 이은미·이계희(2006). 관광지로서의 영화촬영지에서 Push-Pull 동기모형의 유효성. 『소비문화연구』, 19(2),

(2014)은 일상탈출, 휴식휴양, 호기심, 친목도모 등의 요인을 강조하였으며³⁷⁾ Hui T, Wan D, Chi M F(2008)는 지식추구, 추억 남기, 친목도모, 일상탈출, 휴식, 호기심 등을,³⁸⁾ Lu Z(2011)는 성망, 가족 관계, 탐험, 탈출과 휴식 등을³⁹⁾, Tsang N K F, Lee Y, Liu C K L(2014)는 개인개발, 자부심과 성망, 지식, 향수와 참신, 휴식과 안전, 즐거움과 자극, 관계 증진 등을 추진요인으로 보았다.⁴⁰⁾

<표 2-3>국내외 연구에서 추진요인의 분류

연구자	요 소
한상일(2004)	일상탈출, 휴식 및 기분전환, 사회적 관계
이은미·이계희(2006)	휴식적 동기, 지식문화적 동기, 위신적 동기
변수녀·최병길(2007)	휴식, 일상탈출, 신기성, 자긍심, 체험, 가족관계 강화
Hui T, Wan D, Chi M F(2008)	지식추구, 추억 남기, 친목도모, 일상탈출, 휴식, 호기심
한응범(2010)	자아실현, 유희성, 휴식, 일상탈출, 동반자
Lu Z(2011)	성망, 가족 관계, 탐험, 탈출과 휴식
이재곤·한금희·김정아(2013)	일상탈출·휴식, 유희성, 친목도모, 자긍심
장아연(2014)	일상탈출, 휴식휴양, 호기심, 친목도모
Tsang N K F, Lee Y, Liu C K L(2014)	개인개발, 자부심과 성망, 지식, 향수와 참신, 휴식과 안전, 즐거움과 자극, 관계 증진
김민선(2017)	유희성, 휴식, 친목도모

자료: 선행연구를 바탕으로 연구자 재정리

pp.187-204.

37) 장아연(2014). 중국인 관광목적지 선택요인, 관광 동기, 만족, 재방문의도간의 관계분석: 부산을 방문한 중국 관광객을 중심으로, 동명대학교 대학원, 석사학위논문.

38) Hui T, Wan D, Chi M F(2008). Chinese tourists visiting Singapore pull and push factors, *Advances in hospitality and leisure*, 4(4), pp.229-244.

39) Lu Z(2011). The study of Chinese tourists' motivations to Canada, *Journal of China tourism research*, 7(4), pp.345-354.

40) Tsang N K F, Lee Y, Liu C K L(2014). Understanding the shopping motivation of mainland Chinese tourists in Hong Kong, *Journal of China tourism research*, 10(3), pp.323-346.

한상일(2004)의 연구에서 추진요인은 일상탈출, 휴식 및 기분전환, 사회적 관계 등 요소로 구성하였으며⁴¹⁾ 김민선(2017)은 유희성, 휴식, 친목도모의 세 변수를 추출하였다.⁴²⁾ 한응범(2010)의 ‘관관동기로서 Push- Pull요인이 관광객 만족에 미치는 영향에 관한 연구’에서 자아실현, 유희성, 휴식, 일상탈출, 동반자 등으로 추진요인을 측정하였으며⁴³⁾, 이재곤·한금희·김정아(2013)의 연구에 추진요인은 일상탈출·휴식, 유희성, 친목도모, 자긍심으로 구성하였다.⁴⁴⁾

추진요인에 대한 국내외 연구를 요약하면 <표 2-3>과 같다.

(2) 유인요인

<표 2-4>국내외 연구에서 유인요인의 분류

연구자	요 소
이은미·이계희(2006)	영화체험 동기, 오락추구 동기
변수녀·최병길(2007)	관광서비스, 관광자원 매력성, 부가적 매력성, 편의성, 접근성
Hui T, Wan D, Chi M F(2008)	도시체험, 지역주민의 라이프스타일, 쇼핑환경, 편의성, 숙박시설, 자연경관, 언어 소통, 비슷한 문화배경, 지역주민들의 친절성, 다양한 음식
Wu, Xu & Erdogan(2009)	문화·역사적 매력물, 자연자원, 음식·숙박, 교통, 기후, 개인·역사적 관련성, 평판·이미지, 신기함, 여행비용·편의, 외부 활동
한응범(2010)	편의성, 체험성, 자연·문화, 접근성
Lu Z(2011)	삶의 질, 쇼핑, 스포츠, 독특한 경관
이재곤·한금희·김정아(2013)	자연·문화, 활동·체험성, 편의성, 접근·비용성
김민선(2017)	체험성, 부가서비스, 편의시설

자료: 선행연구를 바탕으로 연구자 재정리

- 41) 한상일(2004). 축제참여의 추진요인이 유인요인에 관한 탐색적 연구: 안동국제탈춤페스티벌을 중심으로, 『관광연구』, 18(3), pp.181-196.
- 42) 김민선(2017). 최초방문자와 재방문자의 관광동기와 이동 네트워크의 공간적 특성 차이에 관한 연구-경기도 화성지역을 대상으로, 세종대학교 일반대학원, 박사학위논문, pp.39-41.
- 43) 한응범(2010). 관관동기로서 Push- Pull요인이 관광객 만족에 미치는 영향에 관한 연구, 청주대학교 대학원, 박사학위논문, pp.85-87.
- 44) 이재곤·한금희·김정아(2013). 관광자의 방문경험에 따른 관광동기 및 관광자행동에도 비교연구: 최초방문자와 재방문자의 비교를 중심으로, 『관광연구』, 28(3), pp.269-289.

유인요인은 관광목적지의 속성과 관련된 것이기 때문에 관광목적지의 특성에 따라 다르게 분류될 수 있다. 예를 들면, 관광지가 해변인 경우 유인요인은 해변 그 자체일 수 있고, 위락시설, 놀이시설, 자연경관으로 구성될 수 있다. 또한 관광대상이 축제라고 한다면 유인요인은 이용의 편리성, 문화교류, 오락 및 편의시설, 향토 음식, 전통문화 습득일 수 있다.

물론 유인요인은 관광목적지 선택요인과 다소 혼동될 수 있지만 본 연구에서는 유인요인은 관광목적지 자체가 가지는 매력속성에 의한 관광동기 요인으로 정의하고자 한다.

유인요인에 대한 국내외 연구를 요약하면 <표 2-4>와 같다.

본 연구는 관광객의 내부적 요인인 추진동기와 관광지가 갖고 있는 매력특성은 유인동기로 통합적 관광동기를 보고 최초방문자와 재방문자의 차이를 확인하겠다.

2. 관광만족

1) 관광만족

만족이란 특정 상품서비스에 대한 기대치와 자신이 인지하는 결과/연출을 비교하여 개인의 즐거움 혹은 실망감을 느끼는 정도를 일컫는다. 만약 결과물이 기대치에 미치지 못하면, 고객은 불만족스러워 한다. 반면 성과 즉 결과물이 고객의 기대에 부응하면, 고객은 만족한다. 관광객의 만족은 이론적으로 기대수준보다 지각된 체험이 높았을 때 얻어진다. 반면 관광객은 제공된 서비스와 상품수준이 기대수준을 충족시키지 못하면 불만족을 표출한다.⁴⁵⁾ 따라서 만족과 불만족은 소비자의 기대와 지각된 성과와의 차이에 따라 결정된다.⁴⁶⁾

만족이란 사업체에 의해서 제공되는 상품 및 서비스에 대해서 고객이 흡족해하는

45) 박시사·오상훈(2018). 『관광마케팅』, 서울: 백산출판사, p.86.

46) 이미혜(2014). 『관광소비자 행동』, 서울: 대왕사, p.404.

정도를 일컫는다. 만족도는 동기나 욕구의 해결을 위한 관광행위에 따른 반응이나 결과물이다. 또한 만족도는 관광활동에 따른 경험의 평가를 의미한다. 만족이 결과물에 대한 평가라는 점에서 만족도는 기대했던 수준과 실제로 얻어진 결과물의 지각된 성과수준을 비교함으로써 이루어진 평가로 볼 수 있다.

관광소비자들은 관광상품 구매후 평가를 통하여 다양한 심리적 반응과 태도를 형성한다. 여기서 심리적 반응은 이성적 판단 또는 감성적 판단으로 구성되는데, 즉 만족이나 불만족이다. 이는 관광기업에 중요한 영향을 미치는 요인 중 하나로, 앞으로 이익증대인 경제적 성과에 영향을 미친다.

관광 만족은 관광객이 기대했던 관광지의 방문 성과 측면에서 여행비용과 편익을 비교한 결과라고 할 수 있으며 관광객 만족은 관광자의 방문 전 기대와 방문 성과와의 일치 여부 과정에 초점을 두고 정의하였다⁴⁷⁾.

관광만족이란 관광활동을 통하여 여러 욕구가 충족된 정도를 의미하는 것으로 방문했던 경험에 대한 관광객 자신의 종합적이며 총체적인 긍정적 평가라고 하였으며⁴⁸⁾, 관광지의 인적, 물적, 시스템적, 가치 등에 대한 인지적인 만족정도를 의미한다고 하였다.⁴⁹⁾

관광객 만족을 진실로 이해하기 위하여 관광객의 개성과 관광목적지 선택 선호를 파악하고, 관광객의 기대와 행위적 평가라는 측면의 파악뿐만 아니라 관광객의 자아 이미지와 관광 목적지 이미지의 일치를 파악해야 한다고 본다.

관광만족도의 측정은 전반적인 만족도와 속성만족도로 구분된다. 속성만족도는 속성들에 대한 성과에 대한 관찰로 유도된 고객의 만족에 대한 주관적인 판단이다.⁵⁰⁾ 관광만족의 측정방법은 크게 직접 측정법과 간접 측정법으로 나눌 수 있다. 직접 측정법은 하나 또는 그 이상의 문항으로 직접 관광경험에 대한 느낌이나 만족, 선호도 등을 질문함으로써 관광만족을 측정하는 방법이다. 단점은 응답자가 질문자에 의해 쉽게 영향을 받을 수 있다는 점이다. 표본 선정의 오류, 면접자 오류, 무응답

47) 정윤희(2008). 영화관람 경험에서 만족에 관한 탐색적 연구. 핵심관광 경험에 대한 접근을 중심으로, 『소비자학연구』, 19(2), pp.135-160.

48) 권정택(2000). 관광이벤트의 방문동기와 사후 이미지가 만족과 재방문 의도에 미치는 영향, 대구대학교 대학원, 박사학위논문, p.38.

49) 김이향(2007). 방한 중국인의 한류태도, 관광목적지 이미지, 만족의 관계 연구, 『컨벤션연구』, 15, pp.143-159.

50) 권문화·이제역(2005). 문화관광축제의 관광매력속성이 관광객 만족 및 재방문 의도에 미치는 영향, 한국의 술과 떡 잔치 2004를 중심으로, 『관광경영학연구』, 24, pp.1-23.

오류 등의 문제로 조사 자료의 타당성이 위협을 받을 수 있다. 이에 비해 간접 측정법은 관광객으로 관광 상품의 여러 측면의 속성을 평가하도록 응답치를 다양한 방식으로 계산해서 단일점수화 한 것을 관광만족의 지표로 삼는 방법이다.⁵¹⁾

2) 관광동기와 관광만족에 대한 영향

관광객의 만족도에 관한 연구는 소비자 만족 이론을 주로 적용하여 왔으며, 만족은 관광자의 행동의도와 고객유지에 미치는 잠재적인 영향 때문에 관광분야에서도 중요한 요인으로 관광객의 관광 서비스를 평가하는 하나의 판단기준이다. 이러한 과정에서 관광객의 만족도는 참가 동기와 함께 중요한 사후 분석의 대상이 된다. 즉, 만족도가 높은 관광지는 여행상품, 혹은 관광업체가 충성도가 높은 고객을 만들어 내고, 미래에 더 많은 방문객을 유치할 수 있으며, 가격인상에 대한 인내심을 높일 수 있고, 사회적으로 좋은 평판을 받을 수 있기 때문이다.

따라서 관광만족에 직접적인 영향을 미치는 관광동기요소를 정확히 이해와 효과적인 광고를 실행할 수 있으며, 성공적인 만족과 재방문 결과가 나타났다. 관광동기를 고려하지 않고 관광만족을 연구하는 것은 아무 의미가 없는 것이라고도 표현한다.

그동안 관광동기와 관광만족에 대한 선행연구를 살펴보면 박동진·손광영(2004)의 동기와 만족 사이에 목지 이미지와 기대요인이 작용한다는 연구, 서진우·전인호·유행주(2005)의 추진동기 중심의 관광동기와 관광만족의 관계연구, 김기홍·정용용·권봉현(2004)의 동기요인과 관광목적지 선택 및 만족도와의 관계연구, 이흥규·이동희(2005)의 춘천을 방문한 일본관광객의 관광동기와 만족도 관계연구, 송지준·이종남(2006)의 관광동기에 따른 만족도가 삶의 질에 미치는 영향에 관한 연구에서 관광동기와 관광만족 간 관련성이 있는 것으로 나타났다.

간바야르(2012)의 제주 방문 몽골 관광객의 방문동기와 관광만족, 충성도에 관한 연구에서 몽골관광객의 관광동기는 휴식동기, 자기계발 동기, 경제 동기로 구분하여 관광동기와 관광만족간의 영향 관계를 살펴본 결과는 관광동기가 관광만족에 영향

51) 신현호(2013). 힐링관광 서비스상품 및 서비스품질이 관광만족과 브랜드 애호도에 미치는 영향, 관동대학교 대학원, 박사학위논문, pp.49-54.

을 미칠 것으로 나타났다. 특히 문화적, 교육적 동기가 시설만족에 정(+)⁵²⁾의 영향을 미치고, 이탈, 문화적 동기는 심리적 만족에 정(+)⁵³⁾의 영향을 미치고 있으며, 서비스 만족에는 휴식 동기가, 교육적 만족에는 문화적, 경제적 동기가 정(+)⁵⁴⁾의 영향을 미치고, 또한 경제적 만족에는 휴식동기, 교육적 동기가 정(+)⁵⁴⁾의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이러한 결과를 토대로 몽골 관광객의 동기를 파악하여 관광만족을 극대화하는데 많은 노력을 해야 할 것이다.⁵²⁾

최천문(2018)의 관광동기 및 관광지 이미지가 관광만족도 및 충성도에 미치는 영향연구에서 부산방문 중국관광객을 중심으로 관광동기가 휴식동기, 친교동기, 문화동기, 놀이동기, 신기성, 자기개발로 구성하여 관광동기와 관광객 만족도에 미치는 영향 관계가 있는지를 분석한 결과는 표준화계수가 .666로 유의수준 0.001내에서 유의한 것으로 나타났다. 즉, 관광동기가 관광객 만족도에 정(+)⁵³⁾의 영향을 미치는 것으로 드러났다.⁵³⁾

이상 많은 선행연구들을 통해 관광동기와 관광만족 간의 관련성은 물론이고 관광객의 내부 심리에서 관광욕구를 자극하여 행동을 일으키게 하는 추진요인과 관광목적지로 유인하는 목적지가 갖고 있는 매력속성은 유인요인이며 관광만족 간 분명히 관련성이 있는 것으로 확인되었다.⁵⁴⁾

3. 행동의도

1) 행동의도

행동의도란 만족에 대한 사후행동의 개념으로 만족에 대한 결과를 의미한다. 행동의도는 재 구매 행동 및 긍정적인 구전효과와 같은 잠재적인 소비자의 의사 결정에

52) 간바야르(2012). 제주 방문 몽골 관광객의 방문동기와 관광만족, 충성도에 관한 연구: 전세기 이용 관광객을 중심으로, 제주대학교 대학원, 석사학위논문, pp.66-67.

53) 최천문(2018). 관광동기 및 관광지 이미지가 관광만족도 및 충성도에 미치는 영향연구: 부산방문 중국관광객을 중심으로, 동명대학교대학원, 석사학위논문.

54) 변수녀(2009). 관광목적지 대안평가 유형별 관광동기, 관광만족 및 충성도 간의 구조모형 연구, 제주대학교 대학원, 박사학위논문.

많은 영향을 주고 있고 소비자들이 어떤 대상에 대한 태도를 형성한 후 특정한 미래행동으로 나타내려는 개인의 의지와 신념으로 정의할 수 있으며⁵⁵⁾, 소비자의 지각된 감정 또는 서비스에 대해 소비 전과 후에 갖게 되는 내적 반응과 경험을 바탕으로 미래 행동을 계획하고 수정하려는 의지 신념이다⁵⁶⁾.

행동의도는 행동을 예측하기 위한 중요한 요인으로서 개인의 주관적 상태를 의미하는 것이다.⁵⁷⁾ 관광분야에서 관광객만족의 결과변수는 추천의도와 재방문의도를 들 수 있다.

추천의도는 관광지 여러 속성과 관련한 여러 체험에 근거하여 관광객이 타인에게 긍정적으로 추천하고 싶은 정도라고 할 수 있다. 경험에 대한 총체적 평가인 만족과 달리, 구전은 개인의 직접적 혹은 간접적 경험을 통한 긍정적 혹은 부정적 정보를 소비자들이 비공식적으로 교환하는 커뮤니케이션 행위 또는 과정으로 정의된다.

재방문의도는 관광지 하위 속성과 관련한 체험들에 근거한 여가관광의 관광객이 방문하였던 관광지를 재방문하고 싶은 욕구를 의미하고 있으며, 소비자 행동분야에서 재구매의도는 서비스 또는 제품에 대해 재구매의 가능성이 있거나 계속 이용할 가능성이 높은 것을 의미하지만, 관광분야에서는 관광객이 관광지를 다시방문하거나 다시 방문할 가능성이 재방문의도가 형성된 것으로 간주할 수 있다. 따라서 관광지의 재방문의도는 방문한 관광객의 평가에 의해 많은 영향을 받게 되며, 평가가 좋으면 재방문의도가 높아질 것이고, 평가가 나쁘면 낮아질 것이다.

관광자 행동의도는 재방문의도와 추천의도 등을 포괄하고 있는데, 관광에 대하여 만족한 관광객은 재방문 또는 주변사람에게 관광지를 추천하는 등의 호의적인 태도를 보이는 반면 불만족한 관광객은 동일한 관광지를 재방문하지 않을 뿐만 아니라 주변사람에게 부정적인 구전을 함으로써 관광지 이미지에 부정적인 영향을 미치기 때문에 관광만족에 대한 결과변수로서 매우 중요하다.⁵⁸⁾

55) 이정은(2011). 관광목적지의 커뮤니케이션, 브랜드자산, 관계의 질과 행동의도 간의 관계, 동의대학교 대학원 박사학위논문, p.49.

56) 엄은아(2006). 지각된 서비스 품질과 관계몰입이 미래 행동 의도에 미치는 영향에 대한 연구, 중앙대학교 대학원, 석사학위논문, p.40.

57) 김지희·한진수(2011). 국립박물관의 물리적 환경과 감정, 방문객 만족도, 행동의도 간의 구조적 관계 연구, 『고객만족경영연구』, 13(1), pp.107-128.

58) 이재곤·한금희·김정아(2013). 관광자의 방문경험에 따른 관광동기 및 관광자행동의도 비교연구: 최초방문자와 재방문자의 비교를 중심으로, 『관광연구』, 28(3), pp.269-289.

본 연구는 이러한 선행연구들 참고하여 행동의도를 추천의도와 재방문의도로 개념화했다.

2) 관광만족과 행동의도에 대한 영향

관광활동을 통하여 여러 욕구가 충족된 정도를 의미하는 것으로서 관광객 자신의 총체적 관광체험에 대한 평가라고 할 수 있는 ‘ 전반적인 관광만족 ’이며, 관광지 하위속성과 관련한 체험들에 근거하여 참여자가 해당 관광지를 다시 방문할 욕구를 느끼는 ‘ 재방문의도 ’ 이다. 관광지의 여러 속성과 관련한 여러 체험에 근거하여 개인이 타인에게 긍정적으로 구전할 의향의 정도를 의미하는 ‘ 추천의도 ’ 이다.

일반적으로 관광객은 특정 관광목적지를 방문한 후의 만족 또는 불만족 정도에 따라 재방문의도에 대한 태도가 달라질 수 있다. 또한 관광객들은 만족과 불만족의 결과에 따라 재방문을 하거나 다른 관광지로 목적지가 바뀔 수 있다. 만족을 하는 관광객은 그 관광지를 재방문하거나, 다른 관광객들에게 추천을 한다.

따라서 많은 연구에서 관광경험에 대한 만족은 재방문의도의 주요 선행변수임을 확인하였다.

Egger & Ulaga(2002)는 방문객의 만족정도가 재방문의도를 증가시키는 것으로 나타났으며, 이는 고객만족이 재방문의도와 추천의도에 영향을 미치는 중요한 요인으로 정리되었다. 김마리나(2009)는 만족과 재방문의도 및 추천의도간의 긍정적인 관계로 관광에 만족한 고객은 나중에 재방문하게 될 뿐만 아니라 주변 사람에게도 추천하게 될 것으로 추측된다.

Amornrut Vechjatuporn(2016)의 태국관광동기가 만족도 및 행동의도에 미치는 영향에 관한 연구에서 만족도가 행동의도에 미치는 영향을 검증하여 베타=.586, 유의확률 .000으로 높은 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 태국을 방문하려는 동기(문화성, 일상탈출성, 사회성)로 인한 만족도를 통해서 한국관광객은 태국을 다시 방문하고, 주변 사람들에게 추천하는 행동의도를 하려는 의지가 강하다는 것이다.⁵⁹⁾

정추우(2018)의 라이프스타일에 따른 관광지 선택속성과 관광만족 및 행동의도에

59) Amornrut Vechjatuporn(2016). 태국관광동기가 만족도 및 행동의도에 미치는 영향에 관한 연구: 태국을 방문한 한국인 관광객을 중심으로, 경희대학교 대학원, 석사학위논문, p.62.

관한 연구에서 제주방문 중국인 개별관광객을 대상으로 관광지 선택속성 요인과 관광만족도 및 재방문의도의 관계를 살펴본 결과는 관광만족도에는 휴양휴식과 인지도 그리고 관광활동이 유의한 영향을 미치는 요인으로 나타났고, 재방문의도에는 휴양휴식과 관광활동이 유의한 영향을 미치는 요인으로 분석되었다.⁶⁰⁾

임화순·고계성(2013)은 관광지 방문객의 방문동기가 만족도와 행동의도에 미치는 영향에 대한 연구결과를 보면 방문동기 요인은 방문 만족도에 영향을 미치고 방문객의 만족도는 행동의도에도 유의한 영향을 미친다고 하였다.⁶¹⁾

류인평(2010)은 고창정보리밭 축제의 참여동기와 만족, 행동의도에 관한 연구에서 참여동기는 흥미와 유희, 가족, 일상탈출, 교육, 이벤트 등5개 요인으로 제시되었으며 참여동기와 만족의 영향관계에서는 흥미와 유희가 가장 높은 영향력을 가지는 것으로 분석되었다. 다음으로 일상탈출, 가족, 이벤트의 순으로 영향력을 갖는 것으로 나타났으며, 만족이 재방문과 추천의도에 미치는 영향력은 매우 높은 것으로 나타났다.⁶²⁾

박진영·이성각(2012)은 관광객의 방문 후 행동에서 재방문의사는 개인별 특성에 따른 전체적인 만족수준, 인지정도, 서비스 질, 구전 의사 및 불평정도가 상호영향을 미친다고 볼 수 있다고 하였으며, 산림생태 관광객의 관광만족 요인은 관광 후 태도에 유의한 영향을 미친다고 하였다. 또는 만족한 방문객은 재방문의사 및 주변인들에게 높은 추천의도를 가지게 되어 향후 지속적인 문화관광형 시장의 재방문의사를 가지게 된다고 하였고, 경험에 의한 고객만족의 효과가 서비스가치보다 고객의 행동의도에 더 큰 영향을 미친다고 하였다.⁶³⁾

이런 연구에서 관광객의 만족도가 행동의도에 유의한 영향을 미치는 것으로 파악되었다. 따라서 만족과 행동의도의 관계는 관광만족은 원인이며, 행동의도는 만족의 결과라고 할 수 있다.⁶⁴⁾ 관광만족과 행동의도에 관한 선행연구를 요약하면 관광객

60) 정추우(2018). 라이프스타일에 따른 관광지 선택속성과 관광만족 및 행동의도에 관한 연구: 제주방문 중국인 개별관광객을 중심으로, 제주대학교 대학원, 석사학위논문.

61) 임화순·고계성(2013). 관광지 방문객의 방문동기가 만족도와 행동의도에 미치는 영향 연구: 경남 통영시 기록도를 중심으로, 『관광연구저널』, 27(2), pp.289-302.

62) 류인평(2010). 지역축제의 참여동기와 만족, 행동의도에 관한 연구: 고창정보리밭 축제를 중심으로. 『관광연구』, 25(3): pp.337-352.

63) 박진영·이성각(2012). 경주지역 관광객의 관광동기와 재방문객 유지를 위한 방안에 관한 연구, 『관광연구』, 27(3), pp.163-179.

64) 최혜경(2005). 여행상품 가격과 충성도에 관한 연구, 경기대학교 대학원, 박사학위논문.

만족은 행동의도에 좋은 예시이며, 불만족 결과를 갖은 관광객들은 재방문을 하지 않으며 다른 사람에게 추천하지 않고 부정적인 설명으로 충성도가 낮으며, 관광만족은 행동의도에 긍정적으로 직접적인 영향관계가 있다는 것이다.

4. 중국인 관광객 현황과 특성

1). 방한 중국인 관광객

중국인 해외관광의 지속 성장에 힘입어 향후에도 안정적 성장세를 보일 것으로 전망이고 최근 중국인 해외관광 시장은 여성·저령화·개별여행의 경향이 커지고 있다. 중국인 해외관광객 수는 2017년 13,051만 명에서 2018년 14,972만 명으로 전년대비 14.7% 증가한다. 세계관광기구(UNWTO)에 따르면 2018년 중국인의 해외관광 소비는 세계 1위였고, 연간 해외비용은 2,773억 달러로 전년보다 5.2% 늘었다. 해외 소비 2위는 1440억 달러(7% 증가)로 미국 관광객이었다.⁶⁵⁾

중국인의 해외관광은 소비수준이 높아지고 질을 중시하는 특징을 보이고 있다. 중국인 해외관광 시장의 주요 특성을 파악하고자 <표 2-5>와 같다.

<표 2-5> 중국인 해외관광 시장의 주요 특성(2017년 기준)

구분	주요 특성
성별	남성41%, 여성59%
연령별	30대31%, 50대24%, 40대17%, 20대16%, 10대12%
여행유형	단체여행44%, 개별여행42%, Private Group Tour14%
동반자 유형	가족여행30%, 동료친구23%, 연인21%, 효도여행10%, 나홀로여행8%
주요 송출지역	상하이(1위), 베이징(2위), 칭두(3위), 광저우(4위), 선전(5위)

자료: 최경은(2018). 2016-2017년 중국인 해외관광 및 방한관광 동향과 시사점, 한중Zine INChinaBrief Vol.366. 재정리

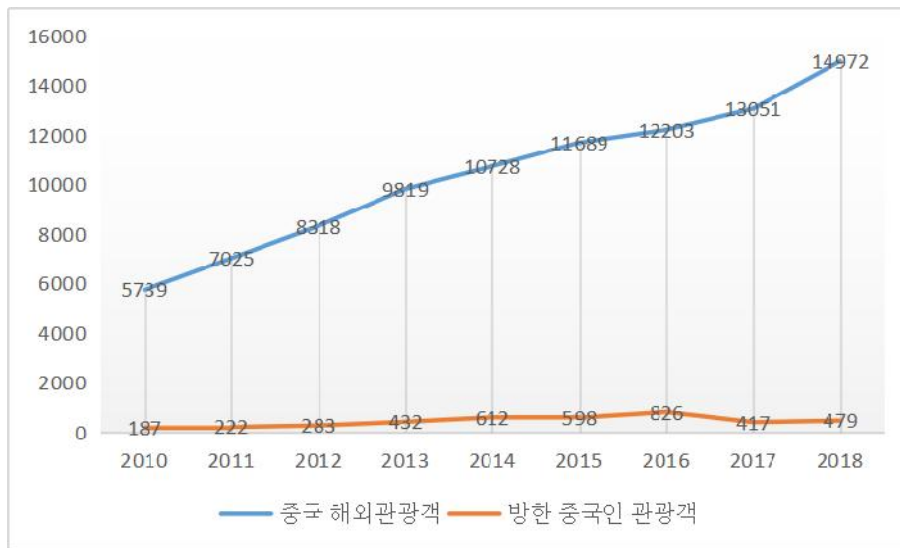
최근 중국인 해외관광 목적지 국가로는 태국과 일본을 선호하며, 목적지 도시로는 방콕, 싱가포르, 오사카, 도쿄, 치앙마이 등을 선호이다. 반면 중국인 방한관광 시장

65) 中華人民共和國商務部. <http://www.mofcom.gov.cn/article/i/jyj/e/201906>

은 사드의 영향으로 2017년부터 방한 중국인 단체관광객이 급감하여 국내 관광산업과 시장에 적지 않은 충격을 주었다. 2018년에 방한 중국인 관광객 수가 회복되고 있으나 방한 단체관광 제한조치의 조건 부적 해제로 인해 더딘 회복 양상이다.⁶⁶⁾

<그림 2-1> 중국 해외관광객 및 방한 중국인 관광객 추이

(단위: 만 명)



자료: 중국여유연구원(2019) & 한국관광공사(2019) 통계자료 재정리

<그림 2-1>에 따르면 방한 중국인 관광객 수는 2010년부터 2016년까지 총 187만 명에서 826만 명으로 꾸준한 증가추세를 보이고 2016년은 역대 최고치를 기록 하였으나 사드 배치 확정 후 중국의 방한 단체관광 제한조치 영향으로 2017년 방한 중국인 관광객 방한 중국인이 417만 명으로 감소했다. 2018년에는 전년대비 다시 소폭 증가하는 추세를 보였으며 2019년도 전년 대비 방한 중국인 관광객이 증가할 전망이다.

2019년 문화체육관광부 관광통계자료를 정리해 보면 방한 중국인 관광객의 특성은 다음과 같다.

첫째, 방한 중국인 관광객의 관광동기는 주로 자연풍경감상, 쇼핑, 패션/유행 등 세련된 문화, 음식/미식탐방, 친구/친지방문이다. 이 중의 추진요인은 친구/친지방문, 쇼핑 등이 있고; 유인요인은 자연풍경감상, 문화, 음식/미식탐방 등이 있다.

66) 최경은(2018). 2016-2017년 중국인 해외관광 및 방한관광 동향과 시사점, 한중Zine INChinaBrief Vol.366.

<표 2-6> 중국인 관광객 한국 방문의 주요 고려 요인

	1위	2위	3위
2014	자연풍경감상 38%	쇼핑 36%	패션/유행 등 세련된 문화 7.4%
2015	쇼핑 34.3%	자연풍경감상 31%	패션/유행 등 세련된 문화 10%
2016	쇼핑 33.7%	자연풍경감상 29.5%	패션/유행 등 세련된 문화 9.9%
2017	쇼핑 40.6%	자연풍경감상 21.4%	패션/유행 등 세련된 문화 8.6%
2018	쇼핑 33.4%	음식/미식탐방 30%	친구/친지방문 14.8%

자료: 문화체육관광부(2019) 외래관광객조사 통계자료 재정리

둘째, 중국인 관광객의 주요 방한 목적은 여가/위락/휴가와 쇼핑비율이 높은 것으로 나타났고, 특히 쇼핑목적으로 온 관광객은 다른 국가이나 직역에 비해 상대적으로 높은 특징을 보였다. 또는 서업 혹은 전문활동을 하는 관광객을 점차 많아져다.

셋째, 중국인의 방한 횟수는 ‘1회’ 방문비중이 2014년 79.8%에서 2018년 33.5%로 줄어들었다. 반면에 ‘4회이상’의 재방문율은 2014년의 4.8%부터 계속 증가하고 2018년까지 33.8%로 나타났다. 평균 방문횟수도 꾸준한 증가세(1.5회→4회)를 보이고 있다.

<표 2-7> 중국인 관광객 한국 방문경험 추이

	2014	2015	2016	2017	2018
1회	79.8%	62.2%	70.5%	40.3%	33.5%
2회	11.6%	16.8%	11.8%	21.7%	19%
3회	3.8%	7.2%	5.6%	11.8%	13.7%
4회 이상	4.8%	13.8%	12.1%	26.2%	33.8%

자료: 문화센터 관광통계 외래관광객조사(2019) 연구자 재정리

넷째, <표 2-8>보면 방한 중국인 관광객 중 2014년 단체여행 관광객 전체의 39.4%를 차지하였는데, 2017년 사드사건 때문에 단체 관광객이 급감하고, 개별여행 관광객이 크게 증가하고 있다. 2018년 기준으로 방한 중국인 개별관광객의 비중은 92.4%를 차지하였다.

<표 2-8> 방한 중국인 관광객 여행유형 변화

	개별여행	단체여행	Air-tel Tour
2014	57.8%	39.4%	2.8%
2015	56.7%	40.9%	2.4%
2016	56.6%	37.4%	5.9%
2017	91.7%	6.9%	1.4%
2018	92.4%	6.3%	1.3%

자료: 문화체육관광부(2019) 외래관광객조사 통계자료 재정리

다섯째, 중국인 관광객이 한국여행 중 방문지를 지역별 보면 서울이 79.1%로 가장 높고 이어 제주가 13.3%를 차지하여 서울과 제주에 대한 몰입이 심한 특성을 보여주고 있다.

여섯째, 중국 개별관광객 1인 총지출경비는 1,915.6달러로 거주국별에 2위이지만 쇼핑 비용은 타국에 비해 가장 높았다. 쇼핑이나 숙박에 비해 음식에 대한 만족도는 가장 낮은 특징을 보여주고 있다.

2). 제주 방문 중국인 관광객

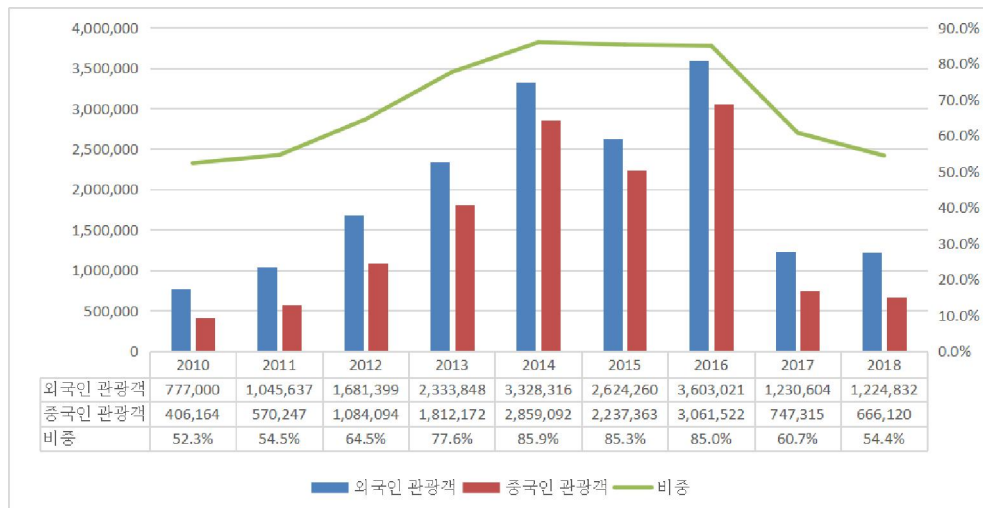
제주는 한국의 가장 큰 섬이며 대표 관광지로서 사계절 따뜻한 기후로 인해 동방의 하와이로 불리며 가족여행과 휴양지로 가장 먼저 찾는 곳이라도 하다. 또한 제주도만의 고유문화 및 자연경관 가치를 관광객들의 제주로 불러들이는 요인이 되었다. 내국인 관광객을 필두로 증가하였으며, 외국인 관광객도 꾸준히 늘어났다. 이를 주도한 집단은 중국인 관광객이다. <그림 2-2>보면 2016년 제주방문 외국인 관광객은 3,603,021명이고 2010년의 777,000명보다 4.63배가 증가하였다. 2015년은 메르스(MERS) 여파로 인해 외국인 관광객들 잠깐 감소하고 2016년은 다시 회복되었다. 2017년 사드(THAAD) 문제로 인해 방한 중국인이 급감하여 제주방문 중국인이 2016년의 3,061,522명에서 747,315명으로 감소했다. 비중이 50%이상 차지하는 중국인 관광객 감소의 영향으로 2018년 제주방문 외국인 관광객은 1,224,832명이다.

중국인 관광객 제주 방문 이유는 여러 방면으로 찾아볼 수 있다. 자국의 경제성장과 해외관광 송출 시장 규모의 확대라는 시장 환경 속에서 제주-중국 간 국제노선 확충, 인지도 상승, 국제크루즈선 입항 증가 등을 통한 접근성 개선이 큰 역할을 주었다.⁶⁷⁾ 또는 비자면제 입국 허용 시행으로 한국 기타 지역보다 입국절차가 간편한

것도 유인 요인으로 적용한다. 2013년 10월부터 시행된 중국 여유법의 영향으로 제주를 방문하는 중국인 관광객들의 관광형태가 단체관광에서 개별관광으로 점차 전환되며 관광업계마다 희비가 엇갈리고 있다.

<그림 2-2> 제주방문 외국인 관광객과 중국인 관광객 비교

(단위: 명)



자료: 제주특별자치도관광협회 통계자료 재정리

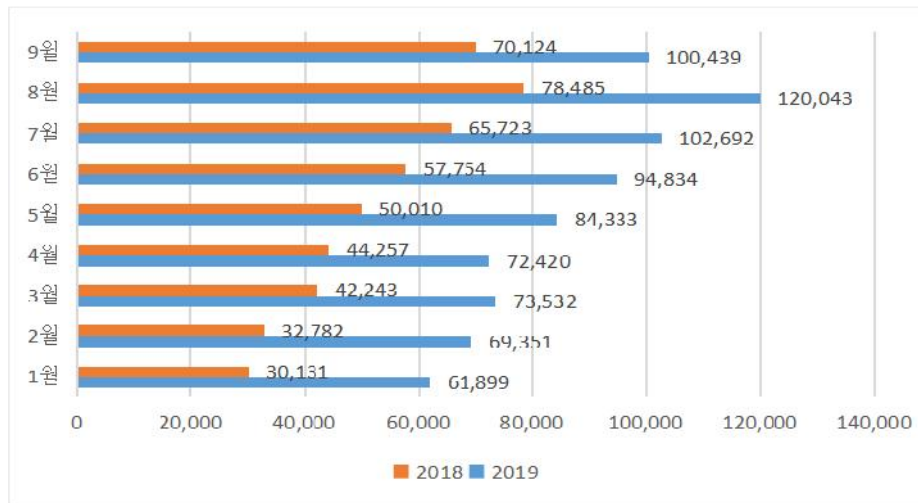
<그림 2-3>을 보면 2018년과 2019년 동기에 비해 제주를 방문하는 중국인은 다시 꾸준히 늘어나고 있는 추세이며, 방한 중국인 관광객 중 13.3%는 제주도를 방문하는 것으로 확인되었다.

2018년 제주를 방문한 외국인 관광객의 체류 기간은 평균 4.90일로 나타남으로서 중국인 관광객 체류 기간이 평균 4.89일이었다. 외국인 관광객의 재방문율이 2016년(12.3%), 2017년(19.8%), 2018년(32.9%)의 증가세를 보인다. 2017년 중국인 관광객 중 처음방문자는 76.3%이지만 2018년은 52.4%이었다. 거주국별 평균 방문횟수는 중국권이 2.87회로 가장 많은 것으로 나타났다. 또 여행목적은 ‘여가, 위락, 휴식’의 비율이 가장 높은 것으로 보이고 중국인 관광객의 ‘쇼핑’목적 비율이 타국과 비교적 높은 것으로 나타났다.

67) 호보(2017). 제주방문 중국인 개별관광객의 관광동기에 따른 시장세분화 연구, 제주대학교 대학원, 석사학위논문, pp.30-31.

<그림 2-3> 제주방문 중국인 관광객 추세

(단위: 명)



자료: 제주특별자치도관광협회 통계자료 재정리

제주여행 고려목적은 대체로 ‘자연경관 감상’과 ‘휴양/휴식’이 1·2위를 차지하고 있으나, 중국인 관광객의 경우 ‘쇼핑’(10.3%), ‘자국과의 이동 거리’(5.7%)등 고려목적은 다른 거주국 대비 상대적으로 높게 나타난다.⁶⁸⁾ 제주방문 외국인 관광객 단체관광 비중이 낮아지고 개별관광이 2016년(40.8%), 2017년(75.5%), 2018년(86.8%)으로 증가하였다. 중국인 개별관광객 2017년(74.7%)에서 2018년(94.9%)으로 늘어났다.

68) 제주관광공사(2019). 2018년 제주특별자치도 방문관광객 실태조사 최종보고서, pp.245-256.

Ⅲ 연구 설계

1. 가설의 설정

본 연구에서는 선행연구(오상훈·이유라, 2012; 변수녀·최병길, 2007; 이재곤·한금희·김정아, 2013; 호보, 2017; 于鵬·張宏梅, 2016)를 통해 관광동기 요인을 관광행동을 일으키게 하는 내적 추진요인과, 관광지의 매력으로 인해 관광객을 끌어들이는 외적 유인요인으로 구분하였다. 최초방문자와 재방문자의 관광동기와 관광만족의 영향관계(송지준·이종남, 2006; 간바야르, 2012; 최천문, 2018) 및 관광만족과 행동의도의 영향관계(박진영·이성각, 2012; Amornrut Vechjatuporn, 2016; 임화순·고계성, 2013; 정추우, 2018)를 파악하고 두 집단 간의 차이를 검증하기 위하여 다음과 같은 가설을 설정하였다.

H1: 방문경험에 따라 관광동기의 차이가 있을 것이다.

H1-1: 최초방문자와 재방문자간의 추진요인에는 차이가 있을 것이다.

H1-2: 최초방문자와 재방문자간의 유인요인에는 차이가 있을 것이다.

H2: 방문경험에 따라 관광만족의 차이가 있을 것이다.

H3: 방문경험에 따라 행동의도의 차이가 있을 것이다.

H4: 관광동기가 관광만족에 유의한 영향을 미칠 것이다.

H4-1: 최초방문자의 추진요인이 관광만족에 유의한 영향을 미칠 것이다.

H4-2: 재방문자의 추진요인이 관광만족에 유의한 영향을 미칠 것이다.

H4-3: 최초방문자의 유인요인이 관광만족에 유의한 영향을 미칠 것이다.

H4-4: 재방문자의 유인요인이 관광만족에 유의한 영향을 미칠 것이다.

H5: 관광만족이 행동의도에 유의한 영향을 미칠 것이다.

H5-1: 최초방문자의 관광만족이 행동의도에 유의한 영향을 미칠 것이다.

H5-2: 재방문자의 관광만족이 행동의도에 유의한 영향을 미칠 것이다.

2. 변수의 조작적 정의

본 연구에서는 방문경험은 관광목적지에 대한 과거 방문유무만을 방문경험으로 정의한다. 관광동기를 추진요인과 유인요인으로 구분하여, 추진요인은 관광객 내부의 심리상태로 관광욕구를 자극하여 관광행동을 발생시키는 요인으로 정의하고, 유인요인은 관광객에게 관광목적지를 선택하도록 끌어들이는 관광목적지에 존재하는 매력속성으로 정의한다. 관광만족은 관광지 방문 후 관광경험에 의해서 관광객 자신의 종합적이며 총체적인 평가라고 정의한다. 관광목적지 방문 후 동일 관광지를 다시 방문하고자 하는 욕구의 재방문의도와 타인에게 해당 관광지를 방문하도록 유도하는 추천의도로 분류하여 긍정적인 의사행위만을 행동의도라고 정의한다.

3. 조사 설계

1) 설문지 구성과 측정

본 연구는 문헌연구 및 현장 설문조사를 통해 자료를 수집한다. 설문 조사 대상은 제주를 방문한 중국인 관광객으로 정했다. 설문지는 인구통계학적 특성, 방문 특성, 관광동기, 관광만족, 행동의도 등 5부분으로 구성되었다.

방문 특성에 대한 문항과 인구통계학적 문항을 제외한 나머지 문항들은 리커트(Likert) 5점 척도를 이용하였다. 인구통계학적 특성에 대한 4문항, 방문 특성에 대한 6문항, 관광동기에 대한 28문항, 관광만족에 대한 12문항, 행동의도에 대한 4문항으로 설문지를 구성된다.

<표 3-1> 설문지의 구성

변수	구성 요인	문항 수	측정척도
인구통계학적 특성	성별, 연령, 직업, 월 평균 소득	4	명목척도
방문 특성	방문횟수, 동반자형태, 체류기간, 관광활동, 숙박시설, 여행비용	6	명목척도
관광동기	추진요인: 일상탈출·휴식, 탐험성, 동반자 친목, 자아실현 유인요인: 자연·문화, 오락·활동체험, 편의성, 접근·비용성	28	등간척도
관광만족	총체적 만족	12	등간척도
행동의도	추천의도, 재방문의도	4	등간척도
총계		54문항	

2) 자료수집 및 분석방법

본 연구의 설문조사는 제주 방문한 중국 개별관광객으로 선정하여 2019년 9월 27일부터 10월 6일까지 총10일 동안 제주국제공항 국제선에서 실시하였다. 설문 조사에 임하는 2명 조사원은 사전 교육을 충분히 숙지하여 매일 한 40부의 설문지를 배포하며, 10일간 총 400부를 배포하였다. 자료 수집은 자기기입식 설문기법을 이용하였으며, WeChat(微信)을 통해서 1대1로 설문스타(중국의 전문적인 온라인 설문조사 플랫폼, www.wjx.cn)에서 만든 설문지를 조사대상에게 보낸 방식으로 진행하였다. 설문스타를 통해 수집된 설문지를 연구자들이 데이터를 일일이 입력하지 않고 직접 SPSS에 가져가서 사용할 수 있다.

QR코드로 총 400부의 설문지를 배포하였고, 396부를 회수되었다. 설문지의 문항을 다 작성하지 않은 1부를 제외한 395부를 유효 표본으로 확정하여 실증분석에 사용하였다. 불성실한 응답을 1부를 제외하도 총 301부를 유효 표본으로 확정된다.

본 연구의 실증적 연구는 설문조사 및 통계분석을 통해 이루어졌다. 수집된 자료의 분석을 하기 위해 SPSS 20.0 통계 프로그램을 사용하여 빈도분석, 신뢰도 분석, 요인분석, 피어슨 상관분석, 단순회귀분석, 다중회귀분석, T-test분석, ANOVA분석 등을 실시하였다.

IV. 실증 분석

1. 표본의 특성

1) 인구통계학적 특성

본 연구의 실증 자료를 얻기 위해 설문조사를 실시하여 응답한 최종 유효 표본은 395명이다. 응답자의 성별, 연령, 직업, 월 평균 소득 등 인구통계학적 특성을 파악하기 위해 빈도분석을 실시한 결과가 <표 4-1>과 같다.

<표 4-1> 표본의 인구통계학적 특성

구분	빈도(명)	비율(%)
성별	남	39.7
	여	60.3
연령	20대	37.7
	30대	36.5
	40대	14.9
	50대	7.8
	60대 이상	3.1
직업	회사원	50.9
	농/임/어업	1.0
	공무원	6.1
	자영업	11.6
	전문직	4.1
	주부	1.8
	학생	12.9
	퇴직/무직	2.7
월 평균 소득	기타	8.9
	5000위안 미만	25.8
	5000-10000위안	40.0
	10000-20000위안	24.1
	20000-50000위안	6.3
50000위안 이상	3.8	

표본에 인구통계학적 특성을 구체적으로 살펴보면 성별의 경우는 남성 157명(39.7%)이고 여성이 238명(60.3%)이다. 연령별 분포는 20-40대 총293명(74%)이고 20대는 149명(37.7%)과 30대 144명(36.5%) 비슷한 비율이 나타났다. 그 뒤에 40대 59명(14.9%), 50대 31명(7.8%), 60대 이상 12명(3.1%)의 순으로 보인다.

직업 분포는 회사원이 201명(50.9%) 가장 높게 나타났고, 그 다음은 학생이 51명(12.9%), 자영업이 46명(11.6%), 기타가 35명(8.9%), 공무원이 24명(6.1%), 전문직이 16명(4.1%), 퇴직/무직이 11명(2.7%), 주부가 7명(1.8%), 농/임/어업이 4명(1%)이다.

마지막 월 평균소득의 경우 5,000-10,000위안 158명(40%)로 가장 많았고 5,000위안 미만 102명(25.8%), 10,000-20,000위안 95명(24.1%), 20,000-50,000위안 25명(6.3%), 50,000위안 이상 15명(3.8%)으로 나타났다.

2) 방문 특성

조사된 표본의 방문 특성을 살펴보기 위하여 빈도분석을 실시한 결과는 다음<표 4-2>과 같다.

응답자 중 처음 방문자는 207명(52.4%)이고 재방문자는 188명(47.6%)으로 나타났으며 이 중 두 번째 방문이 90명(22.8%) 가장 높고, 4회 이상은 69명(17.5%), 3회는 29명(7.3%)이다.

동반자유형 분포를 보면 가족/친지와 함께 방문이 136명(34.4%)으로 가장 많았고 친구와 방문이 134명(33.9%), 혼자 73명(18.5%), 직장동료/모임과 방문이 36명(9.1%), 기타 16명(4.1%)의 순으로 나타났다.

제주의 체류기간은 2박3일 108명(27.3%), 5박6일 이상 87명(22.0%), 3박4일 84명(21.3%), 1박2일 67명(17.0%), 4박5일 49명(12.4%)의 순으로 나타났다. 또는 229명(58.0%)의 응답자는 제주에서 호텔을 이용하였다, 다음으로는 게스트하우스 53명(13.4%), 리조트 43명(10.9%), 기타 36명(9.1%), 친척/친구집 34명(8.6%)이다.

제주에 있는 동안 여행비용의 분포를 보면 3,000-6,000위안 지출이 132명(33.4%)으로 가장 높게 나타났으며, 3000위안 이하 지출이 41명(10.4%)제외하고 6,000위안 이상 소비하는 관광객이 56.2%이다.

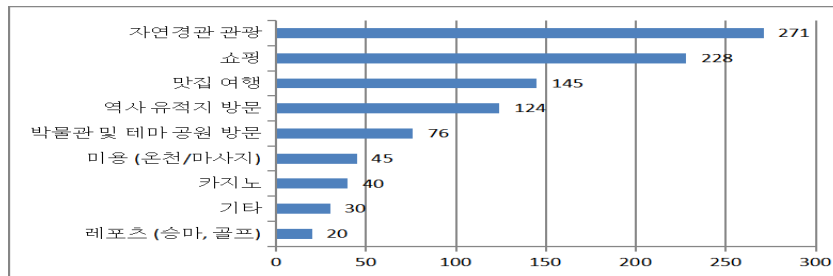
<표 4-2> 표본의 방문 특성

구분	빈도(명)	비율(%)	
방문 횟수	처음	207	52.4
	2회	90	22.8
	3회	29	7.3
	4회 이상	69	17.5
동반자유형	혼자	73	18.5
	친구	134	33.9
	가족/친지	136	34.4
	직장동료/모임	36	9.1
	기타	16	4.1
체류기간	1박2일	67	17.0
	2박3일	108	27.3
	3박4일	84	21.3
	4박5일	49	12.4
	5박6일 이상	87	22.0
숙박 시설	호텔	229	58.0
	게스트하우스	53	13.4
	리조트	43	10.9
	친척/친구집	34	8.6
	기타	36	9.1
여행비용	3000위안 미만	41	10.4
	3000-6000위안	132	33.4
	6000-9000위안	116	29.4
	9000-12000위안	43	10.9
	12000위안 이상	63	15.9

또는 중국인 관광객들이 제주에서 주로 하는 관광활동은 자연경관관광, 쇼핑 및 맛집 여행이다. 자세한 결과는 <그림 4-1>과 같다.

<그림 4-1> 제주에서 주로 하는 관광활동

(단위: 명)



3) 관광만족 특성

<표 4-3> 표본의 관광만족 특성

항 목	N	최소값	최대값	평균	표준편차
바다 산 등 자연 관광자원에 대해 만족하였다.	395	1	5	4.041	1.101
이번 여행은 전체적으로 만족하였다.	395	1	5	3.937	1.166
제주의 관광안내 정보에 대해 만족하였다.	395	1	5	3.871	1.118
오락·활동 체험에 대해 만족하였다.	395	1	5	3.868	1.126
부대시설에 대해 만족하였다.	395	1	5	3.856	1.191
제주도의 음식에 대해 만족하였다.	395	1	5	3.833	1.089
지역주민들의 태도에 대해 만족하였다.	395	1	5	3.83	1.256
이번 여행은 기대만큼 만족하였다.	395	1	5	3.818	1.041
쇼핑에 대해 만족하였다.	395	1	5	3.795	1.169
문화제, 박물관, 민속촌 등 문화자원에 대해 만족하였다.	395	1	5	3.787	1.138
관광지 종사원의 서비스에 대해 만족하였다.	395	1	5	3.729	1.069
전반적으로 여행비용이 저렴하였다.	395	1	5	3.618	1.012

응답자가 대답한 항목의 전반적인 만족도는 3.832로 상당히 상회하고 <표 4-3>을 보면 자연경관, 관광안내 정보, 오락·활동 체험, 부대시설, 제주의 음식 등 항목들은 전체 평균값 이상 점수를 나타내고 있어, 다른 속성에 다한 만족도도 크게 나쁘지 않다고 나타났다. 마케팅적으로 제안을 하면 제주의 아름다운 자연경관, 정확한 관광안내 정보, 다양한 오락 및 체험활동, 편의한 부대시설 등 잘 유치해야 하지만, 주민들의 친절도, 관광지 종사원의 서비스, 쇼핑만족, 문화자원, 적당한 여행비용 측면에도 노력해야 한다고 본다.

2. 신뢰성 및 타당성 검증

<표 4-4> 설문지의 전체 신뢰성 검증

신뢰도 통계량		
	Cronbach의 알파	항목 수
일상탈출·휴식	.927	4
탐험성	.872	3
동반자 친목	.919	3
자아실현	.937	4
자연·문화	.909	3
오락 및 활동체험	.909	4
편의성	.929	4
접근성·비용	.908	3
관광만족	.974	12
행동의도	.948	4
설문지 전체	.976	53

신뢰도는 측정 방법의 안정성과 신뢰성을 반영하며, 본 연구에서 신도로부터 설문지의 안정성과 일치성을 측정하였다. 일반적으로 신뢰도가 0.7이상이면 설문지의 신뢰성이 있다고 본다. 계산을 통해 본 설문지의 각 계량기의 Cronbach's Alpha 값은 0.87이상 나오고 데이터의 내부 일치성이 높다고 볼 수 있다.

<표 4-5> 설문지의 전체 타당성 검증

KMO와 Bartlett의 검정		
표준형성 적절성의 Kaiser-Meyer-Olkin 측도		.983
Bartlett의 구형성 검정	근사 카이제곱	22135.840
	자유도df	1378
	유의확률p	0.000

주: *는 $p < 0.05$, **는 $p < 0.01$ 에서 유의함

타당성 측정은 표본의 유효성을 말한다. Kaiser-Meyer-Olkin(KMO)는 논문 통계 중 요인분석 시 사용되어 지는 기법이다. KMO값은 0과1 사이에 취하여 1에 가까울수록 변수 간 상관관계가 잘 설명된다고 볼 수 있다. 본 설문지의 전체 KMO 값은 0.983으로 나타났으며 Kaiser는 자주 사용하는 측도 기준을 제시하여: 0.9이상

은 매우 적합함, 0.8은 적합함, 0.7은 보통, 0.6은 적합하지 않음, 0.5미만은 매우 적합하지 않음을 판단한다.

1) 관광동기에 대한 검증

<표 4-6> 관광동기의 신뢰성과 타당성 검증

요인 (Cronbach- α 값)	변수	공통성	고유치	분산설 명력%	신뢰도 계수
일상탈출·휴식 ($\alpha = .927$)	심신의 피로를 풀기 위하여	.981	10.073	17.972	0.982
	생활의 재충전을 위하여	.981			
	스트레스 해소를 위하여	.981			
	일상생활에서 잠시 벗어나고 싶어서	.982			
탐험성 ($\alpha = .872$)	새로운 경험을 하기 위하여	.981	8.261	14.972	
	호기심을 만족시키기 위하여	.981			
	모험적인 경험을 하기 위해서	.982			
동반자 친목 ($\alpha = .919$)	동반자와 더욱 친해지기 위하여	.981	7.120	12.102	
	동반자와 좋은 시간을 보내기 위하여	.981			
	동반자와 특별한 경험을 하기 위하여	.981			
자아실현 ($\alpha = .937$)	나를 되돌아보는 기회를 갖기 위하여	.981	4.764	9.102	
	자신감을 얻기 위하여	.981			
	새로운 나를 발견하기 위하여	.981			
자연·문화 ($\alpha = .909$)	고유의 독특한 문화를 즐길 수 있다	.981	3.564	6.428	
	매력적인 자연경관을 가지고 있다	.981			
	가볼 만한 장소가 많다	.981			
오락 및 활동체험 ($\alpha = .909$)	다양한 체험할 수 있는 공간이 충분하다	.981	2.821	5.388	
	레포츠(골프, 등산, 요트)를 즐기기 용이하다	.981			
	참여할만한 축제나 이벤트가 있다	.981			
	즐길 거리, 먹을거리 등이 많다	.981			
편의성 ($\alpha = .929$)	숙박시설을 쉽게 구할 수 있다	.981	2.482	4.340	
	숙박, 음식점, 관광시설 등이 깨끗하다	.981			
	지역주민이 친절하다	.981			
	치안 등이 안정적인 지역이다	.981			
접근·비용성 ($\alpha = .908$)	접근성이 용이하다	.982	1.763	2.371	
	일정에 비해 여행경비가 적정하다	.981			
	적절한 여행지의 규모	.981			

총 분산 설명력=72.675%, KMO=.981, Bartlett's test 결과 $\chi^2=12435.952(df=378, Sig.=0.000)$

관광동기 총 28개 측정항목에 대해 주성분분석과 varimax회전에 의한 탐색적 요인분석을 실시하였다. 결과를 보면 모든 수치가 요인추출의 기준이 되는 아이겐 값 1이상의 요인만이 추출되었다. KMO 값은 0.981로 나타났으며, Bartlett's test 근사카이제곱은 12435.952, 유의확률Sig.=0.000으로 유의하게 나타났다. 요인들은 일상탈출·휴식, 탐험성, 동반자 친목, 자아실현으로 명명하여 추진요인으로 분류하였으며, 자연·문화, 오락·활동체험, 편의성, 접근·비용성이라 명명하여 유인요인으로 분류하였다.

2) 관광만족에 대한 검증

관광만족에 대한 검증결과는 <표 4-7>과 같다. 관광만족 측정항목의 전체 신뢰도가 0.974로 신뢰성이 있는 것으로 검정되었으며, KMO계수는 0.978, Bartlett's test 결과 $\chi^2=5452.528$, 유의확률 Sig.=0.000 수준에서 유의한 것으로 나타났다. 고유치는 9.38이고 1이상을 나타내고, 총 분산 설명력은 78.169%, 공통성은 모두 변수가 0.9이상 제시하였다.

<표 4-7> 관광만족의 신뢰성과 타당성 검증

요인	변수	공통성	고유치	분산설명력	신뢰도 계수
관광만족	이번 여행은 전체적으로 만족하였다.	.971	9.38	78.169%	.974
	바다 산 등 자연 관광자원에 대해 만족하였다.	.973			
	문화제, 박물관, 민속촌 등 문화자원에 대해 만족하였다.	.972			
	관광지 종사원의 서비스에 대해 만족하였다.	.972			
	지역주민들의 태도에 대해 만족하였다.	.972			
	제주의 관광안내 정보에 대해 만족하였다.	.972			
	오락·활동 체험에 대해 만족하였다.	.972			
	쇼핑에 대해 만족하였다.	.973			
	전반적으로 여행비용이 저렴하였다.	.973			
	부대시설에 대해 만족하였다.	.971			
	제주도의 음식에 대해 만족하였다.	.973			
이번 여행은 기대만큼 만족하였다.	.972				
총 분산 설명력=78.169%, KMO=.978, Bartlett's test 결과 $\chi^2=5452.528$ (df=66, Sig.=0.000)					

3) 행동의도에 대한 검증

행동의도에 대한 검증결과는 <표 4-8>과 같다. 행동의도 측정항목의 전체 신뢰도는 0.948로 신뢰성이 있는 것으로 판단되었으며, KMO계수는 0.862, 좋은 편으로 볼 수 있다. Bartlett's test 결과 $\chi^2=5452.528$, 유의확률 Sig.=0.000 수준에서 유의한 것으로 나타났다. 고유치는 3.464이고 1이상을 제시하였다. 총 분산 설명력은 86.599%, 공통성은 모든 변수가 0.9이상 나타났다.

<표 4-8> 행동의도의 신뢰성과 타당성 검증

요인	변수	공통성	고유치	분산설명력	신뢰도계수
행동의도	나는 향후 제주를 다시 방문할 것이다.	.936	3.464	86.599%	.948
	나는 주변에게 제주 방문을 추천할 것이다.	.933			
	나는 휴양이나 쇼핑으로 제주를 다시 방문할 것이다.	.931			
	나는 휴양이나 쇼핑으로 주변에게 제주 방문을 추천할 것이다.	.927			
총 분산 설명력=86.599%, KMO=.862, Bartlett's test 결과 $\chi^2=1555.516$ (df=6, Sig.=0.000)					

3. 가설 검증

1) 가설1의 검증

H1: 방문경험에 따라 관광동기의 차이가 있을 것이다.

H1-1: 최초방문자와 재방문자간의 추진요인에는 차이가 있을 것이다.

방문경험에 따라 중국인 관광객의 추진요인 차이에 대한 T-test 분석하여 재방문자가 최초방문자보다 일상탈출·휴식, 탐험성, 동반자 친목, 자아실현에 대하여 평

균값이 더 높게 나타났다. 결과적으로 재방문자는 관광동기 중 추진요인에 더 영향을 받는다고 말할 수 있다. 차이분석의 결과는 <표 4-9>같이 일상탈출·휴식의 $t = -7.988(p=.000)$, 탐험성의 $t = -5.271(p=.000)$, 동반자 친목의 $t = -6.396(p=.000)$, 자아실현의 $t = -5.714(p=.000)$, 유의수준 $p < 0.05$ 에서 통계적으로 방문경험에 따른 추진요인에는 유의한 차이가 있음이 확인되었다.

<표 4-9> 방문경험에 따른 추진요인의 차이분석(H1-1)

요인	방문횟수	N	평균	표준편차	t값	p값(양쪽)
일상탈출·휴식	처음	207	3.473	1.202	-7.988	.000**
	재방문	188	4.262	0.720		
탐험성	처음	207	3.440	1.231	-5.271	.000**
	재방문	188	4.000	0.865		
동반자 친목	처음	207	3.403	1.218	-6.396	.000**
	재방문	188	4.076	0.859		
자아실현	처음	207	3.315	1.269	-5.714	.000**
	재방문	188	3.940	0.886		

주: *는 $p < 0.05$, **는 $p < 0.01$ 에서 유의함

H1-2: 최초방문자와 재방문자간의 유인요인에는 차이가 있을 것이다.

<표 4-10> 방문경험에 따른 유인요인의 차이분석(H1-2)

요인	방문횟수	N	평균	표준편차	t값	p값(양쪽)
자연·문화	처음	207	3.357	1.169	-9.484	.000**
	재방문	188	4.234	0.605		
오락 및 체험활동	처음	207	3.359	1.196	-6.964	.000**
	재방문	188	4.041	0.712		
편의성	처음	207	3.441	1.169	-8.942	.000**
	재방문	188	4.267	0.605		
접근·비용성	처음	207	3.393	1.122	-10.950	.000**
	재방문	188	4.348	0.535		

주: *는 $p < 0.05$, **는 $p < 0.01$ 에서 유의함

<표 4-10>에서 자연·문화, 오락 및 활동체험, 편의성, 접근·비용성에 대한 평균값은 최초방문자보다 재방문자가 더 높은 것으로 나타났다. 즉 재방문자는 관광동

기 중 유인요인에 더 영향을 받았다.

구체적으로 해석하면 자연·문화의 t값은 -9.484(p=.000), 오락 및 활동체험의 t값은 -6.964(p=.000), 편의성의 t값은 -8.942(p=.000), 접근·비용성의 t값은 -10.950(p=.000)로 나타내고 있어서 최초방문자와 재방문자간 유인요인에 유의한 차이가 있음이 확인되었다.

따라서 방문경험에 따라 관광동기의 차이가 있을 것은 검증하였다.

2) 가설2의 검증

H2: 방문경험에 따라 관광만족의 차이가 있을 것이다.

<표 4-11> 방문경험에 따른 관광만족 차이분석(H2)

방문횟수		N	평균	표준편차	t값	p값(양쪽)
관광만족	처음	207	3.382	1.124	-11.113	.000**
	재방문	188	4.328	0.463		

주: *는 p<0.05, **는 p<0.01에서 유의함

최초방문과 재방문 경험이 관광만족에 대한 차이를 검증하기 위해서는 T-test분석방법을 실시하였다. 차이분석 결과는 <표 4-11>과 같다.

방문회수와 만족도를 독립 샘플T모델을 구축하여 t=-11.113이고 p=.000<0.05의 값을 나타내고 있어서 최초방문자와 재방문자가 만족도에 대한 현저한 차이가 있는 것으로 보인다. 평균값을 비교하면 재방문자가 제주에 대한 만족도 더 높았다. 따라서 가설2는 채택되었다.

3) 가설3의 검증

H3: 방문경험에 따라 행동의도의 차이가 있을 것이다.

<표 4-12>의 T-검증 결과에서 최초방문자에 비해 재방문자가 긍정적인 행동의도(재방문의도/추천의도)에 대한 평균값이 더 높게 나타났다. 또한 t= -10.971,

p=.000<0.05로 최초방문자와 재방문자간 행동의도에 유의한 차이가 있다고 확인되었다.

<표 4-12> 방문경험에 따른 행동의도 차이분석(H3)

방문횟수		N	평균	표준편차	t값	p값(양쪽)
행동의도	처음	207	3.448	1.182	-10.971	.000**
	재방문	188	4.438	0.510		

주: *는 p<0.05, **는 p<0.01에서 유의함

4) 가설4의 검증

H4: 관광동기가 관광만족에 유의한 영향을 미칠 것이다.

H4-1: 최초방문자의 추진요인이 관광만족에 유의한 영향을 미칠 것이다.

최초방문자의 추진요인과 관광만족의 연관성을 알아보기 위한 피어슨 상관분석을 실행하였다. 피어슨 상관계수는 -1과+1 사이의 값을 가지며, -1은 완벽히 반대, +1는 완벽히 동일한 방향이라고 의미한다.

피어슨 상관 계수(총체) 기준은: 0.8<|R|<=1.0, 극강 상관; 0.6<|R|<=0.8, 강한 관계; 0.4<|R|<=0.6, 중간 정도 상관, 0.2<|R|<=0.4, 약한 상관; 0<|R|<0.2, 극약 상관 혹은 상관성이 없다고 본다.⁶⁹⁾ 95%의 신뢰구간에서, 다음과 같은 결론을 얻는다.

일상탈출·휴식과 만족도의 상관계수 R=.891**는 극강 관련성이 보인다. 즉 일상탈출·휴식을 추구하는 사람일수록 만족도가 높다.(p=0.000<0.05)

탐험성과 만족도의 상관계수 R=.883**는 정성적 관련성이 있다는 것을 설명함으로서 탐험성이 추구하는 사람일수록 만족도가 높다.(p=0.000<0.05)

동반자친목과 만족도의 상관계수 R=.862**은 강한 관련성이 있다고 볼 수 있으며 동반자 친목 지향적일수록 만족도가 높다.(p=0.000<0.05)

자기실현과 만족도의 상관계수 R=.883**은 정성적 관련성이 있다, 즉 자기실현 중시한 사람일수록 만족도가 높다.(p=0.000<0.05)

69) 바이두 백과사전. <https://baike.baidu.com/item/Pearson>.

<표 4-13> 최초방문자의 추진요인과 관광만족의 상관분석

		일상탈출· 휴식	탐험성	동반자 친목	자아실현	관광만족
일상탈출· 휴식	Pearson 상관계수	1	.883**	.824**	.853**	.891**
	유의확률 (양쪽)		.000	.000	.000	.000
	N	207	207	207	207	207
탐험성	Pearson 상관계수	.883**	1	.883**	.895**	.883**
	유의확률 (양쪽)	.000		.000	.000	.000
	N	207	207	207	207	207
동반자 친목	Pearson 상관계수	.824**	.883**	1	.849**	.862**
	유의확률 (양쪽)	.000	.000		.000	.000
	N	207	207	207	207	207
자아실현	Pearson 상관계수	.853**	.895**	.849**	1	.883**
	유의확률 (양쪽)	.000	.000	.000		.000
	N	207	207	207	207	207
관광만족	Pearson 상관계수	.891**	.883**	.862**	.883**	1
	유의확률 (양쪽)	.000	.000	.000	.000	
	N	207	207	207	207	207

** 상관계수는 0.01 수준(양쪽)에서 유의합니다.

따라서 최초방문자의 추진요인과 관광만족간의 상관성이 있다. 이제 최초방문자의 추진요인이 관광만족에 어떠한 영향을 미치는지 알아보기 위하여 일상탈출·휴식, 탐험성, 동반자 친목, 자아실현을 독립변수로 하고 관광만족을 종속변수로 다중회귀 분석을 실시하였다.

먼저 회귀모형의 적합도 알기 위해 F값은 432.346, 이에 대한 유의확률이 0.000으로 나타났다. 모형의 $R=.930 > 0.4$, R이 클수록 모형이 좋다는 것으로 알고 있다. $R^2=.865$ 로 나타나 독립변수가 종속변수에 대한 설명력은 86.5%이다. 또는 추진요인(일상탈출·휴식, 탐험성, 동반자 친목, 자아실현)이 순차적으로 회귀방정식에 들어가며, 이 중에서 탐험성을 제외하여($p > 0.05$), 일상탈출·휴식, 동반자 친목, 자아실

현은 현저한 수준($p < 0.05$)에서 만족도에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 지지되었다. 관광만족에 가장 크게 영향을 미치는 추진요인을 확인하기 위한 비표준화 계수 B로 비교하여 일상탈출·휴식 > 자아실현 > 동반자 친목의 순서이다.

<표 4-14> 최초방문자의 추진요인과 관광만족의 회귀분석(H4-1)

종속 변수	독립변수	비표준화 계수		표준화 계수	t	유의확률
		B	표준오차	베타		
관광 만족	(상수)	.320	.091		3.504	.001**
	일상탈출·휴식	.385	.050	.412	7.745	.000**
	자아실현	.279	.050	.315	5.537	.000**
	동반자 친목	.235	.048	.255	4.868	.000**

R=.930; R²=.865; 수정된 R제곱=.863; F=432.346

주: *는 $p < 0.05$, **는 $p < 0.01$ 에서 유의함

H4-2: 재방문자의 추진요인이 관광만족에 유의한 영향을 미칠 것이다.

<표 4-15> 재방문자의 추진요인과 관광만족의 회귀분석(H4-2)

종속 변수	독립변수	비표준화 계수		표준화 계수	t	유의확률
		B	표준오차	베타		
관광 만족	(상수)	3.241	.153		21.197	.000**
	자아실현	.175	.044	.335	3.980	.000**
	탐험성	.099	.045	.185	2.200	.029*

R=.476; R²=.226; 수정된 R제곱=.218; F=27.077

주: *는 $p < 0.05$, **는 $p < 0.01$ 에서 유의함

재방문자의 추진요인과 관광만족의 연관성을 피어슨 상관분석을 통해 검증하여 <표 4-15> 재방문자의 추진요인과 관광만족의 회귀모형에서 $R=.476 > 0.4$, $R^2=.226$ 로 22.6%의 설명력을 나타내 주고 있다. 또한 일상탈출·휴식과 동반자 친목의 회귀계수는 유의수준 p 가 0.05보다 크기 때문에 모형에서 제외됨; 자아실현의 t 값이 3.980($p=.000$), 탐험성의 t 값이 2.200($p=.029$)로 나타났으며 재방문자의 추진요인 중 자아실현과 탐험성이 관광만족에 유의한 영향을 미칠 것이다. 비표준화 계수 B로

비교하여 자아실현 > 탐험성의 순서이다.

따라서 추진요인 중 일상탈출·휴식, 자아실현, 동반자 친목이 최초방문자의 관광 만족에 유의한 영향을 미치고; 자아실현과 탐험성은 재방문자의 관광만족에 유의한 영향을 미친 것으로 나타났다.

H4-3: 최초방문자의 유인요인이 관광만족에 유의한 영향을 미칠 것이다.

최초방문자의 유인요인과 관광만족의 연관성이 피어슨 상관분석을 통해 관련성이 있다는 것을 확인하여 <표 4-16>를 보면 유인요인(자연·문화, 오락 및 체험활동, 편의성, 접근·비용성)이 순서대로 회귀방정식에 들어가며, 이 중에서 자연·문화를 제외하여($p > 0.05$), 오락 및 체험활동, 편의성, 접근·비용성은 유의수준($p < 0.05$)에서 만족도에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 지지되었다. 관광만족에 가장 크게 영향을 미치는 유인요인을 확인하기 위한 비표준화 계수 B로 비교하여 오락 및 활동체험 > 접근·비용성 > 편의성의 순서이다.

<표 4-16> 최초방문자의 유인요인과 관광만족의 회귀분석(H4-3)

종속 변수	독립변수	비표준화 계수		표준화 계수	t	유의확률
		B	표준오차	베타		
관광 만족	(상수)	1.815	.214		8.461	.000**
	오락 및 활동체험	.229	.045	.353	5.060	.000**
	접근·비용성	.189	.061	.219	3.097	.002**
	편의성	.179	.062	.234	2.869	.005**

R=.683; R²=.467; 수정된 R제곱=.458; F=53.752

주: *는 $p < 0.05$, **는 $p < 0.01$ 에서 유의함

H4-4: 재방문자의 유인요인이 관광만족에 유의한 영향을 미칠 것이다.

재방문자의 유인요인과 관광만족의 연관성이 있다는 것을 검증하여 회귀모형에서 $R = .683 > 0.4$, $R^2 = .467$ 로 46.7%의 설명력을 나타내 주고 있다. <표 4-17>보면 자연·문화를 제외하여($p > 0.05$), 오락 및 체험활동, 편의성, 접근·비용성은 유의수준(p

<0.05>에서 관광만족에 정(+의 영향을 미치는 것으로 지지되었다. 오락 및 체험 활동의 t값이 5.060(p=.000), 접근·비용성의 t값이 3.097(p=.002), 편의성의 t값이 2.869(p=.005)로 나타났으며 관광만족에 유의한 영향을 미친 것으로 검증하였다.

따라서 유인요인 중 오락 및 체험활동, 접근·비용성, 편의성이 최초방문자와 재방문자의 관광만족에 유의한 영향을 미칠 것을 확인되었다.

가설4의H4-1~H4-4 검증결과를 통해 관광동기가 관광만족에 유의한 영향을 미치고 있다는 것을 확인되는 것으로 나타났다.

<표 4-17> 재방문자의 유인요인과 관광만족의 회귀분석(H4-4)

종속 변수	독립변수	비표준화 계수		표준화 계수	t	유의확률
		B	표준오차	베타		
관광 만족	(상수)	1.815	.214		8.461	.000**
	오락 및 활동체험	.229	.045	.353	5.060	.000**
	접근·비용성	.189	.061	.219	3.097	.002**
	편의성	.179	.062	.234	2.869	.005**

R=.683; R²=.467; 수정된 R제곱=.458; F=53.752

주: *는 p<0.05, **는 p<0.01에서 유의함

5) 가설5의 검증

H5: 관광만족이 행동의도에 유의한 영향을 미칠 것이다.

제주를 방문한 중국인 관광객들의 방문경험에 따라 만족도가 행동의도에 유의한 영향을 미치는지 알기 위해 관광만족을 독립변수로, 행동의도를 종속변수로 단순회귀분석을 실시하였다.

H5-1: 최초방문자의 관광만족이 행동의도에 유의한 영향을 미칠 것이다.

분석결과는 <표 4-18>과 같이 F값은 1616.862, 이에 유의확률 0.000으로 유의수준 p<0.05에서 유의한 것으로 확인되었다. R=.942>0.4, 모형의 적합도 검증통계량

R제곱은 0.887으로 88.7%의 설명력을 보이고 있다. 비표준화 계수 B값이 0.991, t값은 40.210로 정(+의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

<표 4-18> 최초방문자의 관광만족과 행동의도의 회귀분석(H5-1)

종속 변수	독립변수	비표준화 계수		표준화 계수	t	유의확률
		B	표준오차	베타		
행동 의도	(상수)	.097	.088		1.110	.268
	관광만족	.991	.025	.942	40.210	.000**

R=.942 R²=.887; 수정된 R제곱=.887; F=1616.862

주: *는 p<0.05, **는 p<0.01에서 유의함

H5-2: 재방문자의 관광만족이 행동의도에 유의한 영향을 미칠 것이다.

<표 4-19> 재방문자의 관광만족과 행동의도의 회귀분석(H5-2)

종속 변수	독립변수	비표준화 계수		표준화 계수	t	유의확률
		B	표준오차	베타		
행동 의도	(상수)	1.038	.246		4.216	.000**
	관광만족	.785	.057	.713	13.879	.000**

R=.713; R²=.509; 수정된 R제곱=.506; F=192.626

주: *는 p<0.05, **는 p<0.01에서 유의함

분석결과는 <표 4-19>과 같이 F값은 192.626, 이에 유의확률이 0.000으로 유의수준 p<0.05에서 유의한 것으로 확인되었다. R=.713>0.4, 모형의 적합도 검증통계량 R제곱은 0.509으로 50.9%의 설명력을 보이고 있다. 비표준화 계수 B값이 0.785, t값은 13.879로 정(+의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

이러한 결과는 선행연구에서 나타난 동일한 결과로 관광만족이 행동의도에 유의한 영향을 미친 것으로 확인하여 만족도가 높을수록 재방문의도와 추천의도가 높아진다.

4. 검증결과의 요약

본 연구에서는 중국인 관광객들 제주관광의 관광동기, 관광만족 및 행동의도에 대한 선행연구를 바탕으로 최초방문자와 재방문자 두 집단으로 구분하여 관광동기, 관광만족, 행동의도의 차이가 있는지를 확인하였다. 관광동기는 추진요인과 유인요인으로 구분하여 두 집단의 관광만족에 영향을 미치는지; 두 집단의 관광만족이 행동의도에 영향을 미치는지 가설을 설정하여 실증분석을 실시하였다.

본 연구의 가설검증 결과를 종합하면 다음과 같다.

첫째, 관광동기의 추진요인과 유인요인 총 8개의 요인에 대하여 두 집단 간에 유의한 차이가 있음이 나타났다. 추진요인인 일상탈출·휴식, 탐험성, 동반자 친목, 자아실현 요인에 대해서는 재방문자가 더 높게 지각하고 있었으며, 유인요인인 자연·문화, 오락 및 활동체험, 편의성, 접근·비용성 요인에서도 재방문자가 더 높게 지각하고 있었다.

둘째, 제주관광에 대해 최초방문자보다 재방문자가 더 만족하는 것으로 나타났으나 방문경험에 따라 관광만족의 차이가 있을 것으로 확인되었다.

셋째, 제주관광에 대한 재방문의도 또는 추천의도는 재방문자가 최초방문자 보다 더 높게 나타났으며 두 집단 간 유의한 차이가 있음이 나타났다. 이러한 결과 값은 관광목적지를 다른 곳으로 변경할 경우 얻어지는 혜택보다 전환비용이 더 들어갈 수 있으며, 같은 비용 대비 더 나은 대안이 없다고 판단하기 때문이다.

넷째, 피어슨 상관분석과 다중회귀분석을 실시하여 추진요인 중 일상탈출·휴식, 자아실현, 동반자 친목이 최초방문자의 관광만족에 유의한 영향을 미치고; 자아실현과 탐험성은 재방문자의 관광만족에 유의한 영향을 미친 것으로 나타났다. 유인요인 중 오락 및 체험활동, 접근·비용성, 편의성이 두 집단의 관광만족에 유의한 영향을 미친 것을 확인되었다. 따라서 두 집단의 관광동기가 관광만족에 유의한 영향을 미친 것으로 검증되었다.

마지막 가설5는 단순회귀분석을 통해서 두 집단의 관광만족과 행동의도간의 영향 관계를 확인하였다. 따라서 관광객의 만족도가 높을수록 재방문의도와 추천의도가 높아진다.

<표 4-20> 가설검증의 결과요약

가 설		채 택여부
가설 1	H1: 방문경험에 따라 관광동기의 차이가 있을 것이다.	채택
	H1-1: 최초방문자와 재방문자간의 추진요인에는 차이가 있을 것이다.	
	H1-2: 최초방문자와 재방문자간의 유인요인에는 차이가 있을 것이다.	
가설 2	H2: 방문경험에 따라 관광만족의 차이가 있을 것이다.	채택
가설 3	H3: 방문경험에 따라 행동의도의 차이가 있을 것이다.	채택
가설 4	H4: 관광동기가 관광만족에 유의한 영향을 미칠 것이다.	부분채택
	H4-1: 최초방문자의 추진요인이 관광만족에 유의한 영향을 미칠 것이다.	
	H4-2: 재방문자의 추진요인이 관광만족에 유의한 영향을 미칠 것이다.	
	H4-3: 최초방문자의 유인요인이 관광만족에 유의한 영향을 미칠 것이다.	
	H4-4: 재방문자의 유인요인이 관광만족에 유의한 영향을 미칠 것이다.	
가설 5	H5: 관광만족이 행동의도에 유의한 영향을 미칠 것이다.	채택
	H5-1: 최초방문자의 관광만족이 행동의도에 유의한 영향을 미칠 것이다.	
	H5-2: 재방문자의 관광만족이 행동의도에 유의한 영향을 미칠 것이다.	

V. 결 론

1. 연구요약

제주는 중국인 관광객 해외여행 중요한 목적지이고 중국 경제성장 및 소득수준 향상과 아웃바운드 규모 증대 등에 힘입어 제주 방문한 중국인 관광객 수는 가파른 성장세를 유지해왔다. 관광추세는 단체관광에서 개별관광으로 점차적으로 변하고 있고 재방문율이 계속 늘리고 있다. 이러한 배경에서 제주를 방문한 중국인 개별관광객 방문경험에 따른 차별화 되는 마케팅 전략 개발은 필요한 시점이라 할 수 있다. 제주 관광수요 증진을 위해 최초방문자와 재방문자의 특성과 차이를 확인할 필요가 있다고 본다.

본 연구에서는 제주를 방문한 중국인 개별관광객을 대상으로 관광동기를 추진요인과 유인요인으로 구분하여 최초방문자와 재방문자의 비교를 목적으로 진행하였다. 또는 두 집단의 관광동기와 관광만족 및 관광만족과 행동의도의 영향관계를 알아봄으로써, 중국인 개별관광객 유치에 활용할 수 있는 자료를 제시하고자 하였다.

연구의 목적을 달성하기 위해 기존연구의 이론적 고찰과 실증적 분석을 실시하였다. 선행연구를 통해 제시된 가설을 검증하기 위해 2019년 9월 27일부터 10월 6일까지 총10일 동안 제주국제공항 국제선에서 제주 방문한 중국 개별관광객을 대상으로 실시하였다. 설문스타에서 만든 온라인 설문지를 QR코드로 총 400부를 WeChat(微信)을 통해서 1대1로 조사대상에게 보낸다. 최종 유효표본 395부를 SPSS 20.0 통계 프로그램을 사용하여 빈도분석, 신뢰도 분석, 요인분석, 피어슨 상관분석, 단순회귀분석, 다중회귀분석, T-test분석, ANOVA분석 등을 실시하였다.

분석결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 관광동기의 추진요인과 유인요인 총 8개 요인에 대하여 방문경험에 따라 유의한 차이가 있음이 나타났다. 재방문 관광객이 모든 동기요인에서 최초방문자보다

더 높게 지각하고 있다.

둘째, 최초방문자보다 재방문자가 제주 관광에 대해 더 만족스러워 한다. 만족도가 높아야 관광객이 재방문하고 재방문자가 될 수 있다.

셋째, 재방문자가 최초방문자에 비해 재방문의도 및 추천의도가 더 높게 나타났다. 따라서 두 집단 간 관광만족과 행동의도에 유의한 차이가 있다고 검증하였다.

넷째, 방문경험에 따라 두 집단의 추진요인과 유인요인이 관광만족에 영향을 미치는 것으로 확인되었다. 최초방문자의 추진요인 중 일상탈출·휴식, 자아실현, 동반자 친목이 관광만족에 유의한 영향을 미친다. 재방문자의 추진요인 중 자아실현, 탐험성이 관광만족에 유의한 영향을 미친다. 유인요인에서 두 집단이 자연·문화요인을 제외하고 오락 및 체험활동, 편의성, 접근·비용성 등이 관광만족에 유의한 영향을 미친다.

마지막, 최초방문자와 재방문자의 관광만족이 행동의도에 미치는 영향을 살펴본 결과 관광만족은 행동의도에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 선행연구에서 확인된 결과와 같이 방문객의 관광만족이 높을수록 해당 관광지에 대한 재방문의사와 추천의도가 높아진다.

2. 연구의 시사점

본 연구는 제주관광 수요의 증진을 위해 제주방문한 중국인 관광객을 최초방문자와 재방문자로 구분하여 신규 관광객의 개발과 단골 관광객의 유치하는 궁극적인 목적으로 하고 있다. 이를 위해 설문조사를 실시하였고 마케팅 전략 수립과 유용한 정보를 제공하고자 하는 것이다.

첫째, 가설검증 결과는 이재곤·한금희·김정아(2013) 관광자의 방문경험에 따른 관광동기 및 관광자행동의도 비교연구 결론과 달리, 재방문자가 최초방문자보다 만족도가 더 높게 나타났다. 따라서 관광만족이 높을수록 재방문을 하고 재방문 관광객이 된다.

둘째, 인구통계학적 특성을 보면 20-40대 관광객이 큰 비중을 차지하고 있어서

그들의 의견을 많이 수렴해야 한다. 방문특성을 보면 중국인 관광객을 주로 호텔을 선택하여 맞춤형서비스가 필요하다.

셋째, 설문조사를 도출된 관광활동 중 자연경관 감상, 쇼핑, 맛집여행, 문화체험이 차지하는 비중이 크기 때문에 이러한 방면의 만족감을 제고하면 재방문의도와 추천의도가 높아진다.

넷째, 최초방문 관광객을 유치하려면 관광제품 개발이 필요하다. 제주도만의 독특한 자연·문화를 많이 느낄 수 있는 명소 개발, 관광이벤트의 개최 및 행사 등 이에 대한 적절한 대응방안이 요구한다. 신규 방문자가 재방문 관광객을 전환되도록 관광지의 경쟁력을 강화시켜야 한다. 또는 단기적으로 최초방문 관광객의 마케팅에 대한 투자가 필요하나, 장기적인 측면에 보면 재방문 의도와 추천의도가 더 높은 재방문 관광객의 요구가 중요하다.

다섯째, 재방문자의 자아실현, 탐험성 등 추진요인과 오락 및 체험활동, 편의성, 접근·비용성 등 유인요인에 의한 관광동기가 강하게 나타났다. 따라서 재방문자들의 데이터베이스를 구축하여 상호커뮤니케이션을 통해 재방문자들을 배려하는 프로그램 개설이 필요하다. 또는 부대시설의 보완, 편리한 쇼핑환경, 더 다양한 체험활동, 오락시설, 맛집 정보의 공유, 저가교통편 등 방면에 구체적인 실행 방안이 필요하다.

본 연구는 방문경험 수준에 따른 관광동기, 관광만족, 행도의도의 차이비교와 두 집단 간 각 요소의 영향관계 검토하였다, 이를 통해 관광목적지에 적합한 마케팅 전략을 제시할 뿐만 아니라 결과적으로 관광자의 만족증대로 이어진 관광목적지 경쟁력 강화에 기여할 수 있다.

3. 연구의 한계 및 향후 연구방향

본 연구의 한계점을 제시하면 다음과 같다.

첫째, 조사기간이 짧아서 분석결과에 대해 한계가 있을 것이다.

둘째, 조사대상은 중국인 관광객으로 한정하여 조사를 실시함으로써 연구 결과를

제주관광 전체로 일반화하기에는 무리가 있을 것이다.

따라서 향후 이와 같은 연구가 더욱 일반화 되고, 적정성 인증받기 위하여 광범위한 시기에 걸친 조사를 실시할 수 있다. 또는 다른 관광목적지에도 최초방문자와 재방문자의 비교연구가 필요하다. 관광동기와 관광만족에 관련한 척도의 개발 및 변수의 영역을 넓혀야 될 필요성이 있다고 생각한다. 또한 중국 관광시장의 큰 잠재력 때문에 중국인 관광객들을 대상으로 더 깊은 연구가 필요할 것이라고 생각한다.

참고문헌

1. 국내문헌

1) 서적

- 김병용(2013). 『관광 소비자 행동론』, 서울: 한울출판사.
- 박시사·오상훈(2018). 『관광마케팅』, 서울: 백산출판사.
- 성도경·이환범·이수창·장철영·최인규(2011). 『SPSS 알기 쉬운 통계기법의 활용』, 대구: 대명.
- 이미혜(2014). 『관광소비자 행동』, 서울: 대왕사.
- 이학식·임지훈(2013). 『SPSS 20.0 매뉴얼』, 서울: 집현재.
- 최병길·오상훈·조문수·박시사·서용건·홍성화·박운정(2016). 『관광학의 이해』, 서울: 백산출판사.
- 한국관광학회(2017). 『관광학원론』, 서울: 백산출판사.

2) 논문

- 간바야르(2012). 제주 방문 몽골 관광객의 방문동기와 관광만족, 충성도에 관한 연구: 전세기 이용 관광객을 중심으로, 제주대학교 대학원, 석사학위논문, pp.66-67.
- 강성일·이계희(2011). 제주올레관광자와 대중관광객의 특성 비교: 방문동기, 환경친화적 여행태도, 웰빙인식을 중심으로, 『한국관광경영학회』, 25(6), pp.23-40.
- 권문화·이제역(2005). 문관광축제의 매력속성이 관광객 만족 및 재방문 의도에 미치는 영향: 한국의 술과 떡 잔치 2004를 중심으로, 『관광경영학연구』, 24, pp.1-23.
- 권정택(2000). 관광이벤트의 방문동기와 사후 이미지가 만족과 재방문 의도에 미치는 영향, 대구대학교 대학원, 박사학위논문, p.38.
- 김민선(2017). 최초방문자와 재방문자의 관광동기와 이동 네트워크의 공간적 특성 차이에

- 관한 연구-경기도 화성지역을 대상으로, 세종대학교 일반대학원, 박사학위논문, pp.39-41.
- 김민선·엄혜미(2016). 최초방문자와 재방문자의 관광목적지 선택차이 연구: 서울지역을 중심으로, 『한국산학기술학회논문지』, 17(11), pp.648-654.
- 김영래, 구분기(2012), 외래관광객 이동네트워크의 공간적 특성 분석: 일본인 최초-재방문 관광객의 특성을 중심으로, 『관광연구』, 27(1), pp.37-53.
- 김영우(2005). 방한 일본 여성관광객의 에스테틱 동기가 관광지 선택속성, 만족, 행동의도 간의 영향관계, 『컨벤션연구』, 6(2), pp.107-131.
- 김이향(2007). 방한 중국인의 한류태도, 관광목적지 이미지, 만족의 관계 연구, 『컨벤션연구』, 15, pp.143-159.
- 김지희·한진수(2011). 국립박물관의 물리적 환경과 감정, 방문객 만족도, 행동의도 간의 구조적 관계 연구, 『고객만족경영연구』, 13(1), pp.107-128.
- 단경화(2009). 중국 여행객의 한국관광 동기와 만족에 관한 연구, 인천대학교 대학원 석사학위논문.
- 류인평(2010). 지역축제의 참여동기와 만족, 행동의도에 관한 연구: 고창정보리밭 축제를 중심으로, 『관광연구』, 25(3), pp.337-352.
- 박인호(2011). 도시관광의 동기와 매력성에 관한 연구: 중국인의 서울방문을 중심으로, 제주대학교 대학원, 박사학위논문.
- 박진영·이성각(2012). 경주지역 관광객의 관광동기와 재방문객 유치를 위한 방안에 관한 연구, 『관광연구』, 27(3), pp.163-179.
- 변수녀(2009). 관광목적지 대안평가 유형별 관광동기, 관광만족 및 충성도 간의 구조모형 연구, 제주대학교 대학원, 박사학위논문.
- 변수녀·최병길(2007). 관광의 동기, 만족 및 관광지 충성도간의 관계 구조모델: 제주 휴양관광객 대상, 『관광레저연구』, 19(3), pp.29-48.
- 사효란(2011). 한국인 관광객의 관광동기, 만족도 및 재방문에 관한 연구, 관동대학교 대학원, 석사학위논문.
- 손지균·정강환·임명재(2013). 하얼빈빙설축제방문객의 방문동기에 따른 시장세분화, 『Tourism Research』, 38(1), pp.23-38.
- 신현호(2013). 힐링관광 서비스상품 및 서비스품질이 관광만족과 브랜드 애호도에 미치는

- 영향, 관동대학교 대학원, 박사학위논문, pp.49-54.
- 엄은아(2006). 지각된 서비스 품질과 관계몰입이 미래 행동 의도에 미치는 영향에 대한 연구, 중앙대학교 대학원, 석사학위논문, p.40.
- 오상훈·이유라(2012). 도시 관광 동기와 민족속성에 관한 연구: 서울 방문 중국관광객을 중심으로, 『관광연구저널』, 26(4), pp.207-228.
- 윤대순·최병창(2007). 국외여행사 종사자 인적 서비스가 관광자 만족에 미치는 영향연구, 『관광한국연구』, 2(1), pp.117-137.
- 이대은(2012). 문화권별 한옥 방문동기에 따른 시장세분화 연구: T-Guest House를 중심으로, 경희대학교 대학원 호텔관광학과, 석사학위논문.
- 이은미·이계희(2006). 관광지로서의 영화촬영지에서 Push-Pull 동기모형의 유효성. 『소비문화연구』, 19(2), pp.187-204.
- 이재곤·한금희·김정아(2013). 관광자의 방문경험에 따른 관광동기 및 관광자행동의도 비교연구: 최초방문자와 재방문자의 비교를 중심으로, 『관광연구』, 28(3), pp.269-289.
- 이정은(2011). 관광목적지의 커뮤니케이션, 브랜드자산, 관계의 질과 행동의도 간의 관계, 동의대학교 대학원, 박사학위논문, p.49.
- 이후석·오민재(2005). 드라마촬영지 관광동기 유형에 따른 시장세분화에 관한연구, 『관광연구저널』, 19(1), pp.297-311.
- 임화순·고계성(2013). 관광지 방문객의 방문동기가 만족도와 행동의도에 미치는 영향 연구: 경남 통영시 미륵도를 중심으로, 『관광연구저널』, 27(2), pp.289-302.
- 장아연(2014). 중국인 관광목적지 선택요인, 관광 동기, 만족, 재방문의도간의 관계분석: 부산을 방문한 중국관광객을 중심으로, 동명대학교 대학원, 석사학위논문.
- 정윤희(2008). 영화관람 경험에서 만족에 관한 탐색적 연구. 핵심관람 경험에 대한 접근을 중심으로, 『소비자학연구』, 19(2), pp.135-160.
- 정추우(2018). 라이프스타일에 따른 관광지 선택속성과 관광만족 및 행동의도에 관한 연구: 제주방문 중국인 개별관광객을 중심으로, 제주대학교 대학원, 석사학위논문.
- 최경은(2018). 2016-2017년 중국인 해외관광 및 방한관광 동향과 시사점, 한중Zine INChinaBrief Vol.366.
- 최천문(2018). 관광동기 및 관광지 이미지가 관광만족도 및 충성도에 미치는 영향연구: 부

- 산방문 중국관광객을 중심으로, 동명대학교 대학원, 석사학위논문.
- 최혜경(2005). 여행상품 가격과 충성도에 관한 연구, 경기대학교 대학원, 박사학위논문.
- 한상일(2004). 축제참여의 추진요인이 유인요인에 관한 탐색적 연구: 안동국제탈춤페스티벌을 중심으로, 『관광연구』, 18(3), pp.181-196.
- 한응범(2010). 관광동기로서 Push- Pull요인이 관광객 만족에 미치는 영향에 관한 연구, 청주대학교 대학원, 박사학위논문, pp.85-87.
- 함수일(2013). 해외 관광객의 관광동기와 관광지 선택속성이 만족도에 미치는 영향: 무안공항 중심으로, 호남대학교 대학원 관광학과, 석사학위논문.
- 허상현 · 오정학 · 오희영(2002). 관광이벤트 참여자의 동기분석 연구, 『관광레저연구』, 13(2), pp.45-56.
- 호보(2017). 제주방문 중국인 개별관광객의 관광동기에 따른 시장세분화 연구, 제주대학교 대학원, 석사학위논문, p.55.
- Amornrut Vechjatuporn(2016). 태국관광동기가 만족도 및 행동의도에 미치는 영향에 관한 연구: 태국을 방문한 한국인 관광객을 중심으로, 경희대학교 대학원, 석사학위논문, p.62.
- Chen Hong(2016). 관광동기에 따른 시장세분화 및 선호관광활동 비교: 제주도를 방문한 중국 관광객을 중심으로, 세종대학교 석사학위논문, p.8.

2. 국외문헌

- Baker, D. A. & Crompton, J. II.(2000). Quality, satisfaction and behavioral intention. *Annals of tourism research*, 27(3), pp.785-804.
- Fallon, P. & P. Schofield(2004). First-timer versus repeat visitor satisfaction: The case of Orlando, Florida, *Tourism Analysis*, 8(2), pp.205-210.
- Hui T, Wan D, Chi M F(2008). Chinese tourists visiting Singapore pull and push factors, *Advances in hospitality and leisure*, 4(4), pp.229-244.
- Kim, S. S., Lee, C. K., & Kleonsky, D. B.(2003). The influence of push and pull factors

- at Korean national parks, *Tourism Management*, 24(2), pp.169-180.
- Lu Z(2011). The study of Chinese tourists' motivations to Canada, *Journal of China tourism research*, 7(4), pp.345-354.
- Nicolau, J. L. & Mas, F. J.(2006). The influence of distance and prices on the choice of tourist destinations: The moderating role of motivations, *Tourism Management*, 27(5), pp.982-996.
- Pan, S. & Ryan, C.(2007). Mountain areas and visitor usage-motivations and determinants of satisfaction: The case of Pirongia forest park, New Zealand, *Journal of Sustainable Tourism*, 15(3), pp.288-308.
- Stock, Felix(2009). Identity, image and brand: A conceptual framework, *Place Branding and Public Diplomacy*, Vol.5 No.2, pp.118-125.
- Tasci, A. D. A. & Gartner, W. C.(2007). Destination image and its functional relationships, *Journal of Travel Research*, 45(4), pp.413-425.
- Tsang N K F, Lee Y, Liu C K L(2014). Understanding the shopping motivation of mainland Chinese tourists in Hong Kong, *Journal of China tourism research*, 10(3), pp.323-346.
- Wu(Sophia), J., Xu(Bill), J., & Erdogan, E. H.(2009). Investigating the push and pull motivation of visiting domestic destinations in China: A means-end approach, *Journal of China Tourism Research*, 5(3), pp.287-315.
- Yoon, Y. & Uysal, M.(2005). An Examination of the effects of motivation and satisfaction on destination loyalty: A structural model, *Tourism Management*, 26(1), pp.45-56.
- 姜智彬·郭曉玮(2016). 中國游客赴韓國文化旅游的動機及行爲分析, 『廣告大觀理論版』, pp.95-98.
- 于鵬·張宏梅(2016). 旅韓中國游客的旅游動機及類型研究-基于問卷調查与網絡文本的結合分析, 『安徽農業大學大學學報』, 25(3), pp.69-75.

3. 기타문헌

문유미(2019). 제주일보(<http://www.jejuilbo.net>)
바이두 백과사전. <https://baike.baidu.com/item/Pearson>.
中華人民共和國商務部. <http://www.mofcom.gov.cn/article/i/jyjl/e/201906>
제주관광공사(2019). 2018년 제주특별자치도 방문관광객 실태조사 최종보고서, pp.245-256.
제주특별자치도관광협회(2019). 제주관광통계.
중국관광연구원. <http://www.199it.com/archives/921618.html>
한국관광공사. <http://www.visitkorea.or.kr/>
한국문화관광연구원(2019). 2018년 기준 관광동향에 관한 연차보고서, p.27.

중국인 관광객 방문경험에 따른 관광동기, 관광만족 및 행동의도에 관한 연구

안녕하십니까? 바쁘신 데도 불구하고 본 설문조사에 응해주셔서 감사합니다.

본 설문지는 방문경험에 따른 관광동기 관광만족 및 행동의도의 차이를 분석하기 위하여 작성되었습니다. 응답내용은 통계처리에 의한 연구목적으로만 사용되며, 개인정보는 철저히 보호됩니다. 질문을 읽으신 후 귀하의 의견을 빠짐없이 답변해 주십시오.

2019 년 9월

지도교수: 제주대학교 관광경영학과 오상훈 교수님

연구자: 제주대학교 관광경영학과 석사 염열

■. 다음은 귀하의 이번 제주여행에 관한 일반적인 사항입니다.

1. 귀하는 제주를 몇 번 정도 방문하셨습니까?

① 처음 ② 2회 ③ 3회 ④ 4회 이상

2. 귀하는 누구와 함께 오셨습니까?

① 혼자 ② 친구 ③ 가족/친지 ④ 직장동료/모임 ⑤ 기타

3. 귀하는 이번 제주여행을 며칠 동안 계셨습니까?

① 1박2일 ② 2박3일 ③ 3박4일 ④ 4박5일 ⑤ 5박6일 이상

4. 귀하는 이번 제주여행 중 하신 활동은 무엇입니까?(중복선택 가능)

① 쇼핑 ② 자연경관 관광 ③ 역사 유적지 방문 ④ 박물관 및 테마 공원 방문
⑤ 맛집 여행 ⑥ 카지노 ⑦ 미용 (온천/마사지) ⑧ 레포츠 (승마, 골프) ⑨ 기타

5. 귀하는 이번 제주여행에서 중 이용한 숙박 시설은 무엇입니까?

① 호텔 ② 게스트하우스 ③ 리조트 ④ 친척/친구집 ⑤ 기타

6. 귀하는 제주에 와서 소비한 비용이 얼마 정도 됩니까?(왕복 항공료 제외)

- ① 3000위안 이하 ② 3000~6000위안 ③ 6000~9000위안 ④ 9000~12000위안
 ⑤ 12000위안 이상

■. 다음은 귀하의 일반적 특성에 관한 문항입니다.

1. 귀하의 성별은 어떻게 되십니까?

- ① 남 ② 여

2. 귀하의 연령은 어떻게 되십니까?

- ① 20대 ② 30대 ③ 40대 ④ 50대 ⑤ 60대 이상

3. 귀하의 직업은?

- ① 회사원 ② 농/임/어업 ③ 공무원 ④ 자영업
 ⑤ 전문직 ⑥ 주부 ⑦ 학생 ⑧ 퇴직/무직 ⑨ 기타

4. 귀하의 월 평균 소득은?

- ① 5000위안 미만 ② 5000-10000위안 ③ 10000-20000위안 ④ 20000-50000위안
 ⑤ 50000위안 이상

■. 다음은 관광동기에 대한 질문입니다.

항목		전혀 그렇지 않다	그렇 지 않다	보통 이다	그렇 다	매우 그렇다
일상탈출·휴식	심신의 피로를 풀기 위하여	①	②	③	④	⑤
	생활의 재충전을 위하여	①	②	③	④	⑤
	스트레스 해소를 위하여	①	②	③	④	⑤
	일상생활에서 잠시 벗어나고 싶어서	①	②	③	④	⑤
탐험성	새로운 경험을 하기 위하여	①	②	③	④	⑤
	호기심을 만족시키기 위하여	①	②	③	④	⑤
	모험적인 경험을 하기 위해서	①	②	③	④	⑤

동반자 친목	동반자와 더욱 친해지기 위하여	①	②	③	④	⑤
	동반자와 좋은 시간을 보내기 위하여	①	②	③	④	⑤
	동반자와 특별한 경험을 하기 위하여	①	②	③	④	⑤
자아실현	나를 되돌아보는 기회를 갖기 위하여	①	②	③	④	⑤
	자신감을 얻기 위하여	①	②	③	④	⑤
	새로운 나를 발견하기 위하여	①	②	③	④	⑤
	성취감을 느끼기 위하여	①	②	③	④	⑤
자연·문화	고유의 독특한 문화를 즐길 수 있다	①	②	③	④	⑤
	매력적인 자연경관을 가지고 있다	①	②	③	④	⑤
	가볼 만한 장소가 많다	①	②	③	④	⑤
오락 및 체험활동	다양한 체험할 수 있는 공간이 충분하다.	①	②	③	④	⑤
	레포츠(골프,등산,요트)를 즐기기에 용이하다.	①	②	③	④	⑤
	참여할만한 축제나 이벤트가 있다	①	②	③	④	⑤
	즐길 거리, 먹을거리 등이 많다.	①	②	③	④	⑤
편의성	숙박시설을 쉽게 구할 수 있다	①	②	③	④	⑤
	숙박, 음식점, 관광시설 등이 깨끗하다.	①	②	③	④	⑤
	지역주민이 친절하다.	①	②	③	④	⑤
	치안 등이 안정적인 지역이다.	①	②	③	④	⑤
접근·비용성	접근성이 용이하다.	①	②	③	④	⑤
	일정에 비해 여행경비가 적정하다.	①	②	③	④	⑤
	적절한 여행지의 규모	①	②	③	④	⑤

■. 다음은 제주도 여행을 한 후 만족도에 대한 질문입니다.

관광만족	전혀 그렇 지 않다	그 렇지 않 다	보 통이 다	그 렇 다	매우 그렇다
이번 여행은 전체적으로 만족하였다.	①	②	③	④	⑤
바다 산 등 자연 관광자원에 대해 만족하였다.	①	②	③	④	⑤
문화제, 박물관, 민속촌 등 문화자원에 대해 만족하였다.	①	②	③	④	⑤
관광지 종사원의 서비스에 대해 만족하였다.	①	②	③	④	⑤
지역주민들의 태도에 대해 만족하였다.	①	②	③	④	⑤
제주의 관광안내 정보에 대해 만족하였다.	①	②	③	④	⑤
오락·체험활동에 대해 만족하였다.	①	②	③	④	⑤
쇼핑에 대해 만족하였다.	①	②	③	④	⑤
전반적으로 여행비용이 저렴하였다.	①	②	③	④	⑤
부대시설에 대해 만족하였다.	①	②	③	④	⑤
제주도의 음식에 대해 만족하였다.	①	②	③	④	⑤
이번 여행은 기대만큼 만족하였다.	①	②	③	④	⑤

■. 다음은 이번 제주여행 사후행동의도에 대한 질문입니다.

행동의도	전혀 그렇 지 않다	그 렇지 않 다	보 통이 다	그 렇 다	매우 그렇다
나는 향후 제주를 다시 방문할 것이다.	①	②	③	④	⑤
나는 주변에게 제주 방문을 추천할 것이다.	①	②	③	④	⑤
나는 휴양이나 쇼핑으로 제주를 다시 방문할 것이다.	①	②	③	④	⑤
나는 휴양이나 쇼핑으로 주변에게 제주 방문을 추천할 것이다.	①	②	③	④	⑤

응답해주셔서 감사합니다!

中国游客济州访问经验的差异与旅游动机，旅游满足，事后行动意图的相关研究

您好，感謝您在百忙之中，抽出寶貴的時間來完成此問卷。

本問卷採用匿名的方式，調查結果將只用於學術性數據統計，不會在其他方面使用，請您閱讀問題後認真回答。再次真心感謝您的回答。

2019年 9月

指導教授：濟州國立大學 觀光經驗專業 吳相助 教授

研究者：濟州國立大學 觀光經驗作業 叶 悅

■. 以下是關於您此次濟州島旅行的一般問題。

1. 這是您第幾次來濟州島？

① 第一次 ② 第二次 ③ 第三次 ④ 四次及以上

2. 這次旅行您是和誰一起來的？

① 獨自一人 ② 朋友 ③ 家人 ④ 同事 ⑤ 其他

3. 您這次一共在濟州逗留了多久？

① 2天1夜 ② 3天2夜 ③ 4天3夜 ④ 5天4夜 ⑤ 6天5夜及以上

4. 您這次旅遊做了以下哪些活動？(可多選)

① 購物 ② 欣賞自然風光 ③ 訪問歷史遺址 ④ 訪問博物館和主題樂園

⑤ 美食旅行 ⑥ 賭場 ⑦ 美容(溫泉/汗蒸) ⑧ 運動(騎馬/高爾夫) ⑨ 其他

5. 這次濟州旅行日程中，您的主要住宿設施是什麼？

① 酒店 ② 民宿 ③ 度假村 ④ 朋友/親戚家 ⑤ 其他

6. 在這次濟州之旅中花費了多少錢？(往返機票除外)

① 3000元以下 ② 3000~6000元 ③ 6000~9000元 ④ 9000~12000元 ⑤ 12000元以上

■. 以下是關於您的一些簡單提問。

1. 您的性別是？

① 男 ② 女

2. 您的年齡是？

① 20-30歲 ② 30-40歲 ③ 40-50歲 ④ 50-60歲 ⑤ 60歲及以上

3. 您的職業是？

① 公司職員 ② 農/林/漁業 ③ 公務員 ④ 个体戶

⑤ 專職人員 ⑥ 主婦 ⑦ 學生 ⑧ 退休/無業 ⑨ 其他

4. 您的月平均收入是?

- ① 5,000元以下 ② 5,000-10,000元 ③ 10,000-20,000元 ④ 20,000-50,000元
⑤ 50,000元及以上

■. 以下是關於旅游動机的提問。

問題		完全不 同意	不同 意	一般	同意	完全同意
逃脫日常・休息	爲了解身心疲勞	①	②	③	④	⑤
	爲了生活的再充電	①	②	③	④	⑤
	爲了消除壓力	①	②	③	④	⑤
	想從日常生活中解脫出來	①	②	③	④	⑤
探險性	爲了新的人生閱歷	①	②	③	④	⑤
	爲了滿足好奇心	①	②	③	④	⑤
	爲了冒險精神	①	②	③	④	⑤
同伴親睦	爲了與同伴變得更加親近	①	②	③	④	⑤
	爲了與同伴共度美好時光	①	②	③	④	⑤
	爲了與同伴留下特別的回憶	①	②	③	④	⑤
自我實現	爲了有一個重新審視自我的機會	①	②	③	④	⑤
	爲了獲得自信心	①	②	③	④	⑤
	爲了發現真實的自我	①	②	③	④	⑤
	爲了獲得成就感	①	②	③	④	⑤
自然・文化	感受固有的獨特的文化	①	②	③	④	⑤
	擁有魅力的自然景觀	①	②	③	④	⑤
	值得一去的場所很多	①	②	③	④	⑤
娛樂和活動體驗	豐富多樣的體驗活動	①	②	③	④	⑤
	運動(高爾夫, 登山, 快艇)很方便	①	②	③	④	⑤
	可參加的慶典和比賽很多	①	②	③	④	⑤
	好玩的, 好吃的很多	①	②	③	④	⑤
便利性	住宿很好找	①	②	③	④	⑤
	住宿, 餐廳, 旅游設施等很干淨	①	②	③	④	⑤
	島民們很親切	①	②	③	④	⑤

	這裡是治安環境很好的地區	①	②	③	④	⑤
接近性・費用	到濟州旅遊很容易	①	②	③	④	⑤
	和行程相比旅行花銷很合理	①	②	③	④	⑤
	合適的旅行地規模	①	②	③	④	⑤

■. 以下是關於此次濟州旅行您的滿意度的提問。

滿意度	完全不 同意	不同 意	一般	同意	完全同 意
此次旅行整體上很滿足	①	②	③	④	⑤
對於大海，山等自然風光很滿足	①	②	③	④	⑤
對於文化節，博物館，民俗村等文化資源很滿足	①	②	③	④	⑤
對於觀光地從業人員的服務很滿意	①	②	③	④	⑤
對於島民們的態度很滿意	①	②	③	④	⑤
對於濟州的旅遊指南等情報很滿意	①	②	③	④	⑤
對於各種娛樂體驗活動很滿意	①	②	③	④	⑤
對於購物很滿意	①	②	③	④	⑤
總體上旅行費用很便宜	①	②	③	④	⑤
對於各種附帶設施很滿意	①	②	③	④	⑤
對於濟州的飲食很滿意	①	②	③	④	⑤
此次旅行和期待的一樣很滿意	①	②	③	④	⑤

■. 以下是關於此次濟州旅行之後您的行動意圖的提問。

行動意圖	完全不 同意	不同 意	一般	同意	完全同意
我會再來濟州旅遊	①	②	③	④	⑤
我會向周圍人推薦濟州旅遊	①	②	③	④	⑤
為了休養和購物，我會再來濟州旅遊	①	②	③	④	⑤
為了休養和購物，我會向周圍人推薦濟州旅遊	①	②	③	④	⑤

再次感謝您的真誠作答！

ABSTRACT

A Comparative Study on Motivation, Satisfaction and Behavioral Intentions According to Visit Experience by Chinese Tourists

Focused on First-time Visitors and Repeat Visitors

by Yue Ye

Department of Tourism Management
GRADUATE SCHOOL OF JEJU NATIONAL UNIVERSITY

With the continuously developing of China's economy, the income of Chinese people has significantly increased and Chinese overseas tourism market is growing rapidly. In particular, the scale influenced by many factors such as geography and Korean wave. The number of Chinese tourists visiting Jeju is rising. Compared with group tourists in China, the proportion of individual tourists is going up.

The increase of tourist's revisit rate, it is important for the planners of tourism destination to identify the tourism motivation of tourists to attract new tourists and increase tourists in the changing tourism market. The different characteristics of the first visitors and the repeat visitors should be identified. This study begins with the perspective that two essential motivations of tourism: internal push factors and external pull factors, attracting tourists should be elucidated.

For this reason, this paper attempts to suggest the differences between the first-time visitors and repeat visitors in tourism motivation, satisfaction & behavioral intentions according to visiting experience and non-visiting

experience. In addition to, it intends to analyse the relationship of two groups' motivation, tourism satisfaction, and behavioral intentions through regression analysis.

The results of this study are summarized as follows.

First, the difference analysis on the tourist motivation of the first-time visitors and repeat visitors shows that repeat visitors perceived higher in escaping from daily life and had relaxation, explorations, companionship, self-realization. What's more in terms of the full factors, that repeat visitors also perceived more in nature and culture, entertainment and playful experience, convenience, approach and cost.

Second, after analyzing the difference of the tourists' satisfaction between first visitors and the repeat visitors, repeat visitors shows a higher satisfaction than first visitors in their perception. And in terms of the difference analysis on the tourist behavioral intentions(revisit intention/recommend intention) of the two groups, the repeat visitors perceived higher than the first visitors in behavioral intentions.

Third, the relationship between the two groups' motivation and tourism satisfaction, it was found that first visitors' motivation(escape from daily life and relaxation, companionship, self-realization, entertainment and playful experience, convenience, approach and cost) has a significant effect on tourism satisfaction, while repeat visitors' motivation(explorations, self-realization, entertainment and playful experience, convenience, approach and cost) also has a significant effect on tourism satisfaction.

Finally, the tourism satisfaction of first-time visitors and repeat visitors is found that it has a positive influence on behavioral intentions, such as revisit intention and recommend intention.

Key words: Jeju, Chinese tourists, first-time visitors and repeated visitors, Motivation, Satisfaction, Behavioral Intentions.