



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](#)

석사학위논문

COVID-19 팬데믹 상황에서
관광목적지 선택속성이 관광만족도와
재방문의도에 미치는 영향

- 제주지역 내국인 관광객을 중심으로 -

제주대학교 대학원

관광개발학전공

고 윤 길

2022 년 8 월

COVID-19 팬데믹 상황에서 관광목적지 선택속성이 관광만족도와 재방문의도에 미치는 영향

- 제주지역 내국인 관광객을 중심으로 -

지도교수 남 윤 섭

고 윤 길

이 논문을 관광학 석사학위 논문으로 제출함

2022 년 6 월

고윤길의 관광학 석사학위 논문을 인준함

심사위원장

위 원

위 원

任和淳
鄭丞勛
南玗燮



제주대학교 대학원

2022 년 6 월

A Study on the Effect of Tourism Destination
Selection Attributes on Tourism Satisfaction and
Revisit Intention in the COVID-19 Pandemic Situation
- Focusing on visitors to Jeju Island -

Yun-Kil Ko

(Supervised by professor Yoon-Seob Nam)

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

2022. 6

This thesis has been examined and approved.

Department of Tourism Development
GRADUATE SCHOOL
JEJU NATIONAL UNIVERSITY

< 목 차 >

< 국문초록 >	vi
제1장 서론	1
제1절 연구의 배경 및 목적	1
제2절 연구의 내용 및 방법	5
제3절 연구의 구성	6
제2장 이론적 고찰	8
제1절 감염병 재난과 관광	8
1. 감염병 재난	8
2. 관광위기 및 극복방안	10
3. 선행연구	14
제2절 관광목적지 선택속성	20
1. 관광목적지 선택속성의 개념	20
2. 관광목적지 선택속성의 구성 요인	22
3. 선행연구	24
제3절 관광만족도 및 재방문의도	31
1. 관광만족도 및 재방문의도의 개념	31
2. 관광만족도 및 재방문의도의 구성 요소	36
3. 선행연구	38
제3장 연구 방법	46

제1절 연구모형 및 가설설정	46
1. 연구모형	46
2. 가설설정	47
제2절 조사 설계	50
1. 연구 대상지 선정	50
2. 변수의 조작적 정의	52
3. 자료수집 및 분석방법	56
제4장 연구 실증 분석	58
제1절 응답자의 특성 및 기술통계	58
1. 응답자의 인구통계학적 특성	58
2. 응답자의 관광행태적 특성	59
3. 측정 항목의 기술 통계량 분석	60
제2절 신뢰성과 타당성 검증	61
1. 신뢰성 검증	61
2. 타당성 검증	62
제3절 가설 검정	64
1. 상관관계 분석	64
2. 회귀분석	65
3. 가설 검정 결과	67
제5장 결 론	69
제1절 연구 결과 요약	69
제2절 연구의 의의 및 시사점	70
제3절 연구의 한계 및 제언	73

참고문헌	74
부록 <설문지>	101
ABSTRACT	105

< 표 차례 >

<표 II-1> 신종 감염병 발생원인	10
<표 II-2> 관광위기의 유형	13
<표 II-3> 감염병과 관광 분야가 연계된 선행연구	15
<표 II-4> 관광 안전 위협 요인의 한 변수로 감염병을 다룬 선행연구	18
<표 II-5> 관광목적지 선택속성 구성 요인	24
<표 II-6> 관광목적지 선택속성에 관한 선행연구	29
<표 II-7> 관광 만족에 관한 선행연구	41
<표 II-8> 재방문의도에 관한 선행연구	44
<표 III-1> 연도별 제주 입도 관광객 통계	50
<표 III-2> 선택속성 유형별 설문지 구성 내용	53
<표 III-3> 관광만족도 유형별 설문지 구성 내용	55
<표 III-4> 재방문의도 유형별 설문지 구성 내용	56
<표 IV-1> 표본의 인구통계학적 특성	59
<표 IV-2> 표본의 관광행태적 특성	60
<표 IV-3> 기술 통계 분석	61
<표 IV-4> 신뢰도 분석 결과	62
<표 IV-5> 탐색적 요인 분석 결과	63
<표 IV-6> 상관관계 분석 결과	64
<표 IV-7> 관광목적지 선택속성이 관광만족도에 미치는 영향	65
<표 IV-8> 관광목적지 선택속성이 재방문의도에 미치는 영향	66
<표 IV-9> 관광만족도가 재방문의도에 미치는 영향	67
<표 IV-10> 가설 검증 결과 요약	68

< 그림 차례 >

[그림 I] 연구의 구성	7
[그림 II-1] 관광부문 위기의 전개과정	12
[그림 II-2] 공간 규모 측면의 관광목적지와 관광지	21
[그림 III] 연구 모형도	46

< 국문초록 >

COVID-19 팬데믹 상황에서 관광목적지 선택속성이 관광만족도와 재방문의도에 미치는 영향 - 제주지역 내국인 관광객을 중심으로 -

고 윤 길
제주대학교 일반대학원
관광개발학전공
지도교수 남 윤 섭

감염병이 발생할 경우 소비자들의 소비 행동에 큰 변화가 생긴다. 이는 관광지 선택에 있어 서도 마찬가지이다. 소비자들은 감염병의 존재로 인해 기존의 관광지 선택 의도와는 다르게 관광지를 선택하게 될 것이며 이는 감염병이 종식되더라도 하나의 영향요인으로 남게 될 것이다. 실제로 COVID-19 팬데믹으로 인해 전 세계의 경제와 산업·무역·의료·복지·교육 등은 치명적인 타격을 입게 되었다. 특히, 장소 간 이동을 필수 전제로 하는 관광업계는 지금까지 한 번도 경험해 본 적이 없는 최악의 여행 절벽 사태에 직면하게 되었다. 이러한 상황은 한국에서도 마찬가지로 발생하고 있다.

본 연구는 이러한 문제의식 하에, 국내 최대 관광지이자 세계적인 관광 휴양지라고 해도 과언이 아닌 제주지역 관광객들을 대상으로, 감염병 재난이라는 특수한 상황에서 개인 관광객들의 관광목적지 선택속성이 관광만족도 및 재방문의도에 미치는 영향을 설문 조사 및 통계 분석을 통해 규명하고자 하였다. 특히 본 연구는 그동안 관광목적지의 선택속성과 관련된 선행연구들이 COVID-19 팬데믹 등과 같은 대재난 시기에 고려할 만한 특화된 선택속성보다는 재난이 발생하지 않은 안전한 시기나 일상적인 상황에서의 전반적, 보편적인 선택속성을 분석하는 데 집중한 것과는 다르게 관광목적지 선택속성들 중에서도 글로벌 감염병 대재난이라는 시기적, 상황적 특수성과 직접적으로 연관된 요인인 '감염병·안전요인'과 다른 일반적 요인들 간의 차이점 및 차별적 영향력을 집중적으로 살펴보았다.

설문 조사는 2022년 4월 13일~4월 15일 3일간 제주 국제공항에서 한국인 320명 대상

으로 실시하였고, 설문지 구성은 크게 관광목적지 선택속성, 관광 만족 및 재방문의도, 인구 통계학적 특성, 관광 형태의 4개 부분으로 구성하였다. 이중 관광목적지 선택속성은 리커트 5점 척도를 사용하였다. 수집된 자료는 SPSS 22.0을 활용하여 분석하였다. 특히, 피어슨 상관관계 분석을 통하여 주요 변수 간의 상관관계를 확인하였다. 그리고 다중회귀분석과 회귀분석을 통하여, 관광목적지 선택속성이 관광만족도와 재방문의도에 미치는 영향을 각각 분석하였으며, 관광만족도가 재방문의도에 미치는 영향을 살펴보았다.

이를 위해 본 연구는 기존의 선행연구를 바탕으로 각 개념에 대한 이론적 고찰을 실시하여 COVID-19 팬데믹 기간 제주지역 방문 관광객을 대상으로 크게 3가지 연구 가설을 설정하였다. 이러한 대 가설을 바탕으로 본 연구는 세부적으로 관광목적지의 선택속성과 관광 만족 간의 관계, 관광목적지 선택속성과 재방문의도 간의 관계, 관광객 만족과 재방문의도 간의 관계를 규명하기 위하여 자연·환경요인, 역사·문화요인, 위락·경제요인, 감염병·안전요인 차원에서 가설을 설정하여 검증하였다. 그 결과는 간략히 요약하면 다음과 같다.

첫째, 관광목적지 선택속성과 관광만족도 간의 관계를 분석한 결과, 관광지목적지 선택속성 변수들 중 위락·경제요인과 감염병·안전요인은 관광만족도에 통계적으로 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 위락·경제요인과 감염병·안전요인이 높을수록 관광객들의 관광만족도가 높아진다는 것을 의미한다. 둘째, 관광목적지 선택속성과 재방문의도 간의 관계를 분석한 결과 자연·환경요인, 위락·경제요인, 그리고 감염병·안전요인은 재방문의도에 통계적으로 유의미한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 확인되었다. 반면, 역사·문화요인은 재방문의도에 부(-)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 셋째, 관광만족도와 재방문의도 간의 관계를 분석한 결과 재방문의도에 대한 관광만족도의 영향력은 통계적으로 유의하게 나타났다. 즉, 관광객들의 관광만족도가 높을수록 재방문의도는 높아지는 것을 확인하였다.

본 연구의 가장 큰 의의는 관광목적지 선택속성들 중에서 최근 발생한 COVID-19와 같은 감염병·안전요인과 다른 일반적 요인들 간의 관계 및 영향력을 분석하였다는 데 있다. 기존 연구들은 COVID-19 팬데믹 등과 같은 대재난 시기에 중요하게 고려할 만한 특화된 선택속성보다는 안전한 시기나 일상적인 상황에서의 전반적, 보편적인 선택속성을 분석하는 데 집중해 왔기 때문이다. 물론 감염병 대재난 상황이라고 해서 이러한 보편적인 관광 선택속성이 전면 배제될 수는 없다. 하지만, COVID-19 팬데믹을 경험한 상황에서 관광객들의 행동을 보다 의미 있고 설득력 있게 해석하기 위해서는 선행연구들이 분석해 온 일반적인 선택속성 이외에 또 다른 '특수한 선택속성'을 추가적으로 검증할 필요성이 매우 크다. 따라서 이러한

현 상황에 부합하는 '감염병·안전요인'을 다른 요인들과 함께 제주지역에 대한 관광목적지 선택속성으로 재구성하고 그것이 관광객들이 지각하는 관광만족도와 재방문의도에 미치는 영향을 실증적으로 규명하였다는 것은 그 의의가 크다고 할 것이다.

이와 함께 본 연구는 관광을 자유롭게 즐길 수 있는 안전한 시기가 아닌 감염병 대재난이라는 위험 요소가 지배하는 특수한 시기에서 관광객들의 선택속성을 확인함으로써 제주도는 물론 관광산업 전반의 위기를 극복할 수 있는 차별화된 전략을 모색하는데 의미 있는 시사점을 제공하고 있다. 즉 거시적, 장기적 관점에서 현재 국내·외 관광업계가 처한 위기에 대처하면서, 관광산업의 미래 지향적 발전 동력과 재난에도 쉽게 무너지지 않는 높은 복구 능력을 가진 비즈니스 모델 등을 탐색하는데 큰 기여를 하게 될 것이다.

주제어: 감염병·안전요인, 관광목적지, 선택속성, 관광만족, 재방문의도

제1장 서론

제1절 연구의 배경 및 목적

2020년 3월 11일 세계보건기구(World Health Organization, WHO)에서 COVID-19를 국제적인 팬데믹으로 선언하였다. 세계보건기구에 의한 팬데믹(Pandemic) 선언은 2009년의 신종플루 이후 11년 만의 일이며 역사적으로도 1968년의 홍콩 독감과 2009년의 신종플루에 이어 세 번째 사례이다(홍윤철, 2022). 2020년에 선언된 COVID-19 팬데믹이 전 세계적으로 훨씬 심각한 인명 피해와 치명적인 경제적, 사회적, 의료적 위기를 몰고 오게 된 것은 2010~2020년대에 ‘글로벌적 초연결성’(Hyper-connectivity)이 대폭 강화되었기 때문이라고 할 수 있다. 즉, 20세기 후반과는 비교가 안 될 정도로 글로벌 초연결성이 강화된 동시에 국가 간 장벽도 함께 취약해진 모순적인 상황을 감염병이 파고들면서 과거보다 훨씬 단기간에 전 세계적으로 감염병의 대유행이 확산되는 구조가 형성된 것이다(신윤정, 2020).

국지적으로 심각한 감염병이 발생할 경우 관광객들은 감염병 유행 지역으로의 여행을 회피하거나 자제하게 된다(Sönmez & Graefe, 1998). 즉, 감염병이 발생할 경우 소비자들의 소비 행동에 큰 변화가 생기는 것이다. 이는 관광지 선택에 있어서도 마찬가지이다. 소비자들은 감염병의 존재로 인해 기존의 관광지 선택 의도와는 다르게 관광지를 선택하게 될 것이며 이는 감염병이 종료되더라도 하나의 영향요인으로 남게 될 것이다(Sakti & Saudi, 2021).

또한, 감염병 팬데믹과 같은 글로벌 재앙 하에서는 개인의 의사와는 무관하게 전 세계 대부분의 국가들이 국가 간 이동은 물론 국내에서의 단거리 이동까지도 강제적으로 제한할 수밖에 없으며 실제로 COVID-19 팬데믹이 급격하게 악화된 2021~2022년에는 대부분의 국가들이 소규모 모임까지도 통제하는 미증유의 상황이 전개되었고(Oh, 2020), 이로 인해 전 세계의 경제와 산업·무역·의료·복지·교육 등은 치명적인 타격을 입게 되었다. 특히, 장소 간 이동을 필수 전제로 하는 관광업계는 지금까지 한 번도 경험해 본 적이 없는 최악의 여행 절벽 사태에 직면하게 되었다(오미영·오미숙, 2020).

세계관광기구(World Tourism Organization, UNWTO)의 보고에 따르면, COVID-19

팬데믹이 본격화된 2020년의 국가 간 관광객 수는 전년도 대비 80%나 감소한 10억 명에 불과하였는데 이는 전 세계 관광객에 대한 통계 조사를 시작한 1950년 이래 최악의 감소세였다(UNWTO, 2020). 대유행 이전에 여행 및 관광부문은 전체 일자리(3억 3,400만 개)의 10.6%, 세계 GDP(9조 2,000억 달러)의 10.4%를 차지하였다. 그러나 COVID-19 위기와 관광객의 이동성이 크게 감소한 결과, 2020년에 이 부문이 4조 7천억 달러를 창출하여 GDP에서 차지하는 비중이 5.5%로 감소하였다(WTTC, 2022). 2020년 상반기 동안 전 세계 관광객 수는 전년도(2019년) 대비 동 기간 비율을 살펴보면, 2020년 2월에는 16%, 3월 64%, 4월 97%, 5월 96%, 6월 96% 등 사상 유례없는 감소 추세를 보이고 있다(고은정, 2021). 아울러 UNWTO가 추산한 2020년 전 세계 관광업계의 손실액은 무려 1조 3,000억 달러(한화 1,453조 원)나 되는데, 이는 2009년 글로벌 경제 위기 당시의 세계 관광업계의 손실액의 11배가 넘는 규모이다. 이런 참상을 기반으로 UNWTO는 2020년을 ‘관광 역사상 최악의 한 해’(Worst year in tourism history)라고 규정하기도 하였다(UNWTO, 2020). 이러한 상황은 한국에서도 마찬가지로 발생하고 있다. 한국관광공사의 보고에 따르면, 모든 여행사들의 매출 규모가 폭락하였으며 국내 중소 규모의 여행사들은 운영난을 견디지 못해 대거 폐업하기도 하였다.

이렇듯 COVID-19 팬데믹이라는 미증유의 사태 속에서 한국 정부는 국민들의 생명과 안전 보호를 위해 2020년 3월 23일부터 2022년 4월 14일까지 2년 동안 석 달 단위로 해외는 물론, 국내 전체 지역에 대해 “특별 여행주의보”를 발령해 왔다. 이에 따라, 지난 2년간 일상적인 가족여행은 물론, 신혼여행조차 제대로 떠나지 못하는 상황들이 발생하였다. 따라서 2년 이상 악화되고 위축된 개인 관광객들의 관광 심리, 관광 의도, 관광 행동 등을 회복시키면서 관광산업을 예전과 같은 상태로 되돌리기 위해서는 안전한 시기만이 아니라 감염병과 같은 재난 시기에서도 관광 심리나 관광 의도 등이 크게 타격을 입지 않고 어느 정도 현상 유지를 할 수 있는 탄력적, 건설적인 위기관리 전략이 관광업계 차원에서 모색될 필요가 있다.

본 연구는 이러한 문제의식 하에, 국내 최대 관광지이자 세계적인 관광 휴양지라고 해도 과언이 아닌 제주지역 관광객들을 대상으로, 감염병 재난이라는 특수한 상황에서 개인 관광객들의 관광목적지 선택과 결정 및 관광만족도, 재방문의도 등에 영향을 미칠 수 있는 변인들을 설문 조사 및 통계 분석의 양적 연구를 통해 규명해 보고자 한다. 감염병 재난 상황 속에서의 관광객들의 의도, 행동, 선택 등에 주목해야 하는 이유는 COVID-19 팬데믹과 같은 감염병 재난이 일회성 사건으로 그치는 것이 아니라, 앞으로 주기적으로 발생할 위험성이 있다고 지

적되기 때문이다(홍윤철, 2020).

이미 다수의 전문가들이 COVID-19 팬데믹을 미래에 간헐적으로 반복될 다수의 팬데믹의 전조로 예측하고 있으며, 이런 의미에서 21세기의 인류는 결코 과거와 같은 상황으로 돌아갈 수 없을 것이라고 주장하고 있다(최병대, 2021). 따라서 지구 환경 파괴 및 글로벌 초연결성 등으로 인해 감염병 대재난의 주기적 반복이라는 거시적 흐름을 어차피 막을 수 없다면 지금 보다 훨씬 합리적, 체계적인 글로벌 차원의 대응 시스템을 구축함으로써 피해를 최소화하는 동시에 피해 복구 및 일상 회복에서도 성숙한 태도와 마인드를 함양하고, 이를 전 세계적으로 확산시켜야 할 필요가 있다(김기봉, 2021).

이에 본 연구는 거시적, 장기적 관점과 성찰적 목표 의식 등을 공유하면서 감염병 재난이라는 위기 상황 하에서 관광객들의 관광목적지 결정은 물론, 관광만족도, 재방문의도 등에 두루 영향을 미칠 수 있는 다양한 선택속성 및 구성 요인들을 탐색해 보고자 한다. 특히 본 연구는 그동안 관광목적지의 선택속성과 관련된 선행연구들이 COVID-19 팬데믹 등과 같은 대재난 시기에 고려할 만한 특화된 선택속성보다는 재난이 발생하지 않은 안전한 시기나 일상적인 상황에서의 전반적, 보편적인 선택속성을 분석하는 데 집중한 것과는 다르게 관광목적지 선택속성들 중에서도 글로벌 감염병 대재난이라는 시기적, 상황적 특수성과 직접적으로 연관된 요인인 '감염병·안전요인'과 다른 일반적 요인들 간의 차이점 및 차별적 영향력을 집중적으로 살펴볼 것이다. 여기서 말하는 일반적인 관광 선택속성 요인들이란 다수의 선행연구들을 통해 평상시 또는 안전한 시기의 관광 선택속성의 세부 요인들로서의 타당성, 효용성 등이 입증된 관광지의 자연·환경적요인(고한두, 2021; 손일화, 2000; 심우석, 2015), 역사·문화적 요인(성낙봉, 2016; 정민채, 2009; 정효숙, 2017), 위락·경제적요인(심우석, 2015; 주형석, 2015) 등을 의미한다.

감염병의 발생은 사람들의 행동을 변화시키는 핵심 요인이다. 즉, 사람들은 감염병을 예방하는 노력에 최선을 다할 것이며 그로 인해 일상생활은 물론 관광에 있어서도 많은 영향을 주게 될 것이다. 예를 들어 관광 시행 여부, 관광 기간, 관광목적지 결정 등 다양한 요인들에 있어서 사람들의 예방 행동이 적용됨으로써 변화를 야기하게 될 것이다(Mirakzadeh et al., 2021). 이러한 점을 고려하여 본 연구는 감염병·안전요인이라는 특수요인에 초점을 맞추어 현재와 미래에 제주지역 관광을 선택하거나 선택할 가능성을 지닌 실질적, 잠재적 관광객들의 관광목적지 선택속성 및 세부적인 영향력의 차이를 검증해 볼 것이다.

이 같은 차별화된 문제의식과 종합적인 맥락 하에 본 연구는 다음과 같은 연구 목적을 수립

하였다. 첫째, 감염병 대재난이라는 위험한 상황 속에서도 개인 관광객들이 자발적으로 관광 목적지를 선택하도록 유도하는 '관광목적지 선택속성'의 다양한 구성 요인들과 각각의 상이한 영향력의 차이를 분석한다. 특히 평화롭고 안정적인 시기의 관광목적지 선택에 영향을 미치는 자연·환경요인, 역사·문화요인, 위락·경제요인 등과 같은 일반적, 보편적 요인들과 함께, 대재난의 특수한 상황 속에서 관광객들의 선택에 보다 직접적, 우선적인 영향을 미칠 것으로 예측되는 감염병·안전요인(즉, 감염병으로부터 관광객들을 안전하게 보호해 줄 것으로 기대되는 관광목적지의 공공 위생, 보건, 청결, 감염병 관련 정보, 지역 사회의 감염병 관리 시스템 등)이 지닌 영향력의 정도를 다른 일반적인 요인들과의 비교 하에 중점적으로 살펴볼 것이다.

둘째, 관광목적지 선택속성이 관광만족도에 미치는 영향을 분석한다. 특히 일반적, 보편적인 관광목적지 선택속성과 감염병 재난 상황과의 직접적인 연관성을 지니는 감염병·안전요인 중 어떤 요인이 관광만족도에 보다 큰 영향을 미치는지를 확인함으로써, 감염병 재난이라는 이례적인 상황 속에서도 관광객들의 만족도를 보장하고 그를 통해 관광산업의 지속적 발전을 가능하게 하는 근본 동력과 유효한 전략을 탐색한다.

셋째, 관광목적지 선택속성이 재방문의도에 미치는 영향을 분석한다. 관광만족도와 마찬가지로, 일반적, 보편적인 관광목적지 선택속성과 감염병 재난 상황과의 직접적인 연관성을 지닌 감염병·안전요인 중 어떤 요인이 재방문의도에 더욱 큰 영향을 미치는지를 규명함으로써, 관광산업의 항구적, 지속적 발전을 위한 핵심 전략을 도출한다.

넷째, 관광만족도가 재방문의도에 미치는 영향을 분석함으로써 재난 시기에도 관광산업의 경쟁력과 부가 가치를 크게 훼손하지 않고 평균적으로 유지할 수 있는 본질적, 중추적인 비즈니스 전략과 발전 방안을 관광객의 입장과 관점에서 논의한다. 그를 통해 인간을 응대하고 존중하는 관광산업의 본질적인 가치를 세계적 또는 국지적 재난 유무나 시기별 경기 변동 등과 무관하게 관철하고 구현할 수 있는 장기적, 미래 지향적 동력을 모색하고 성찰한다.

본 연구를 통해 감염병·안전요인이라는 특성화·세분화 된 관광 선택속성 요인이 감염병 대재난이라는 이례적인 상황 속에서도 관광목적지 선택에 유의한 영향을 미치거나, 혹은 다른 일반적인 요인들보다도 더욱 강력한 영향을 미치는 사실이 입증된다면, 예기치 못한 재난에도 크게 흔들리거나 붕괴되지 않는 안정적, 항구적인 관광산업의 경쟁력과 기민한 재난 대응 능력, 피해 복구 능력, 산업 생존 능력 등을 개척하고 발전시키는 데 도움이 되는 이론적, 학술적 지침을 얻을 수 있을 것이다. 특히, 제주지역을 대상으로 이러한 의미 있는 전략적, 실용적 시사점을 도출하고 확인하게 된다면, 이를 전국의 다른 관광 지역으로도 확대 적용하고

지역별 특성에 맞게 응용함으로써 한국 관광산업의 경쟁력을 높이는 데 기여할 수 있을 것이다.

제2절 연구의 내용 및 방법

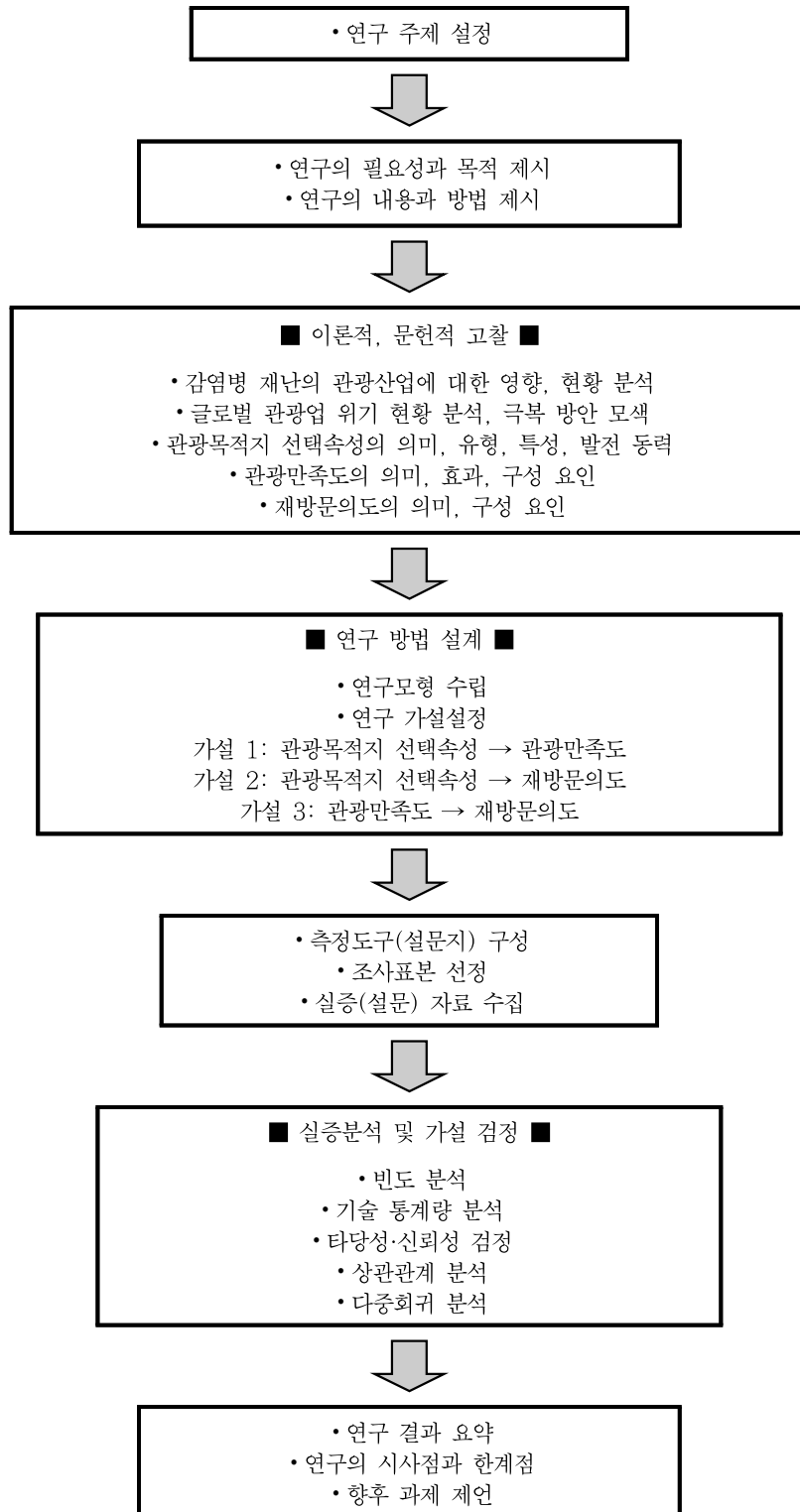
이상과 같은 연구 질문에 대한 해답을 찾기 위해, 본 연구는 다음과 같은 방법론을 활용할 것이다. 첫째, 관련 선행연구들을 중심으로 본 연구의 핵심 변수이자 주요 측정 항목들인 ‘관광목적지 선택속성’(독립 변수), ‘관광만족도’, ‘재방문의도’(이상 종속 변수) 등의 개념과 의미, 특성, 세부적인 구성 요인 등에 대해 이론적, 문헌적 고찰을 실시한다. 둘째, 이론적, 문헌적 고찰 내용 등을 토대로 본 연구의 핵심 변수인 관광목적지, 선택속성, 관광만족도, 재방문의도 등에 대해 본 연구의 주제 및 목적에 맞게 ‘조작적 정의’를 제시한다. 여기서 말하는 조작적 정의란 모든 현상이나 사물에 대해 일반적, 보편적 정의를 연구 활동에서 조사하고 측정이 가능한 내용과 형태, 범위를 한정하여서 새롭게 정의하는 작업을 의미한다(이은수·조재범, 2016). 셋째, 이론적 고찰 내용과 연구 목적, 문제의식 등을 합리적으로 조합하여 본 연구를 과학적으로 실행하는 근거이자 지침이 되는 연구모형을 설계하고 이를 토대로 적절한 연구 가설들을 수립한다. 넷째, 연구모형과 연구 가설들의 타당성 및 신뢰성 등을 유효하게 측정·입증·분석할 수 있는 적절한 항목들을 문헌 고찰 등을 통하여 선정·도출하고, 선정된 측정 항목들을 실증 조사에 적합한 내용과 양식으로 수정·보완·재구성하여 실증 조사에 활용될 설문지를 제작한다. 다섯째, 연구모형과 연구 가설에 적합한 조사 대상자들을 모집하여 설문 조사를 실시한다. 이 설문 조사는 연구의 시간과 인력의 한계를 고려하여 표본 조사 방식을 채택한다. 설문 조사에 참여하는 대상자들에게는 본 설문 조사의 취지와 목표, 설문 조사 방식, 설문 답변의 기재 방법 등을 사전에 정확히 설명하고, 그에 따라 설문자들이 직접 기재하는 ‘자기 기입법’을 활용한다. 여섯째, 조사·수집된 설문자료들의 타당성, 신뢰성 등을 정량적(Quantitative), 실증적으로 검증하기 위하여 IBM SPSS 22.0 Statistics 프로그램을 활용하여 분석·정리한다. 즉, 설문응답자들의 인구통계학적 특성에 대한 빈도 분석(Frequency analysis), 세부 측정 항목들에 대한 기술통계량 분석(Descriptive statistics analysis), 세부 측정 항목들의 타당성·신뢰성 검증(Validity analysis, Reliability analysis), 상관

관계 분석(Correlation analysis) 등을 수행한다. 일곱째, 본 연구의 주요 변수들 간의 상호 영향 관계, 인과 관계 등을 다중회귀분석(Multiple regression analysis)을 통하여 실증 분석하여 본 연구의 가설을 검증하고, 이를 통해 본 연구의 모형과 설계의 타당성 등을 입증한다. 본 연구의 검증·분석 결과를 종합하여 결론 및 시사점, 한계점, 향후 과제 등을 도출함으로써, 관광업계의 글로벌 위기 극복 및 새로운 미래 발전 동력을 탐색하는 데 도움이 되는 유효한 이론적, 실무적 지침과 기초 참고자료를 제공하고자 한다.

제3절 연구의 구성

본 연구의 구성은 총 5개의 장으로 구성되었다. 제1장은 서론으로 연구의 배경 및 목적, 연구의 내용 및 방법, 연구의 구성 등에 대해 설명한다. 제2장은 이론적 고찰로서, 본 연구를 구성하는 핵심 주제와 개념 및 변수들에 대한 이론적, 문헌적 고찰을 진행한다. 세부적으로는 감염병 재난과 관광, 관광목적지 선택속성, 관광만족도 및 재방문의도 등을 살펴본다. 특히, 본 연구의 핵심 변수들의 의미, 특성, 효과 및 구성 요인들을 고찰하는 부분에서는 일반적인 문헌 고찰과 함께, 변수들 간의 관계를 중점적으로 살펴보는 선행연구 고찰을 병행할 것이다. 제3장은 연구 방법으로 본 연구의 수행방법과 연구 설계 등을 설명한다. 우선, 연구모형 설계, 가설을 설정하고 이를 바탕으로 조사 설계를 제시한다. 세부적으로는 연구 대상지 선정, 변수의 조작적 정의, 자료수집 및 분석 방법 등으로 구성되었다. 제4장은 연구 실증 분석으로서, 제3장 연구 방법을 통하여 구축된 방식으로 실증 자료들을 수집(설문 조사)한 후, 통계 처리, 자료 분석 및 검증 작업을 수행하고자 한다. 세부적으로는 설문응답자의 특성 및 기술 통계로, 응답자의 인구통계학적 특성, 관광행태적을 분석, 측정 항목의 기술 통계량을 분석하고, 이후 측정 항목의 신뢰성, 타당성 검증하며, 가설 검정 및 상관관계 회귀분석 등을 통해 설정된 가설들을 차례대로 검증하고 그 결과를 종합적으로 해석할 것이다. 그리고 분석된 결과를 바탕으로 본 연구의 학술적, 실무적, 산업적 가치를 포괄적, 심층적으로 논의하고자 한다. 제5장은 결론으로서, 연구 결과 요약, 의의 및 시사점, 연구의 한계점 및 제언 등으로 구성된다. 본 연구의 구성과 내용 체계를 일목요연하게 도식화하면 아래 [그림 I]과 같다.

(그림 1) 연구의 구성



제2장 이론적 고찰

제1절 감염병 재난과 관광

1. 감염병 재난

감염병은 인류 역사에서 빠지지 않고 등장해 왔으며 성별, 인종, 나이, 사회적 지위를 불문하고 전 세계 사람들에게 언제든지 발생할 수 있는 현재 진행형의 위협이라 할 수 있다. 감염병은 전염병이라는 용어와 함께 사용되고 있는데 본 연구에서는 종전의 전염병 예방법이 2009년 ‘감염병의 예방 및 관리에 관한 법률’(2009. 12. 29. 법률 제9847호 전부 개정)로 개정되었다는 점을 고려하여 “전염병”이라는 용어를 “감염병”으로 통일하여 사용하였다.

감염병은 경제뿐만 아니라 사회·정치에도 큰 영향을 미치고 있다. 의학 기술의 발전으로 항생제와 백신(antibiotics and vaccines)이 개발되면서 많은 감염병이 적절하게 통제되고 있지만, 여전히 우리는 새롭게 생겨나고 있는 신종 감염병의 위협에 노출되어 있다. 기존에는 전염병이라는 용어를 일반적으로 사용하였지만, 현재는 전염병이라는 용어 자체가 사람들 사이에 전파되는 질환을 의미하기 때문에 관리에도 어려움이 있어서, 전염성 질환과 비전염성 질환을 모두 포함하는 감염병이라는 용어로 변경되었다(송성철, 2009).

감염병(infectious disease or communicable disease)은 어떠한 특정 병원체 또는 병원체들의 독성물질로 인하여 나타나는 질병으로써, 이 병원체 혹은 독성물질에 감염된 사람이나 동물 및 기타 병원소로부터 감수성이 존재하는 숙주, 즉 사람들에게 직접적 또는 간접적으로 전파되는 질환이다(Morrison et al., 2017). 또한 감염병은 1급에서 4급으로 나뉘는데 1급 감염병은 치명률이 높게 나타나고 집단 발생 우려가 큰 것이 특징으로 에볼라 바이러스, SARS, MERS, 페스트, 탄저, 신종플루 등이 포함되고 최근 발생한 COVID-19도 법정 감염병 1급에 해당한다(질병관리본부 감염병 포털, 2020).

현대 사회에 이르러 과학기술과 의료기술의 발달, 주거와 위생의 개선, 소득의 증가 등으로 인하여 감염병의 발생은 감소하였으나, 1990년을 기점으로 사회적 환경의 변화로 인해 신종

감염병이 발병하거나 오래된 질병이 재출현하는 현상이 급속도로 증가하였다. 사람들의 국가 간 이동이 잦아지고, 환경 파괴, 기후, 생태계의 변화로 인해 신종 감염병 및 해외 유입 감염병의 위협이 거세어지고 있는 가운데, 21세기에 들어서면서 각종 감염병 발생이 초국가적으로 증가 추세이며, 이로 인한 인류의 피해도 점차 반복적으로 발생 되고 있다. 관광업계는 감염병 환경 속에서 가장 쉽게 노출되어있는 산업으로 피해 규모도 감염병의 전파력과 확산 속도에 따라 크게 차이를 나타낸다. 2000년대 이후 해외여행이 자유로워지고, 전 세계적으로 감염병 대유행이 나타나면서 감염병에 대한 관광객의 위험지각과 행동에 관한 연구가 중요해지고 있다. 관광객들의 여행 일정 취소 등을 야기하면서 관광목적지의 경제 어려움과 관광객과 해당 지역 지역주민들의 건강 문제 등 엄청난 위기를 초래하게 된다(박희석 외3, 2020).

과거에 유행한 감염병의 경우에는 인구분포의 벽에 부딪혀 국지적으로 발생한 후 자연히 사그라지는 경우가 많았으나, 최근 발생하는 감염병은 세계화와 교통의 발달 등으로 인해 시공간적으로 빠르게 확산하면서 피해의 규모가 증가하고 있다. 감염병의 확산이 사회·경제적으로 미치는 영향력은 계속해서 증가하고 있다. 과거 감염병은 가뭄, 홍수 등과 같이 자연의 섭리로부터의 재난, 즉 자연 재난으로 분류되었지만, 현재 우리는 감염병을 사회적 재난으로 분류하고 있다(김은성, 2015).

재난이란 자연 현상이나 인위적 원인에 의해 국민의 생명이나 신체 그리고 재산에 피해를 주는 모든 현상이라고 정의할 수 있다(위키백과, 2021). 재난 상황의 다양한 형태 가운데, 바이러스의 경우 발병 이후 급격하게 확산이 이루어지면 감염에 대한 우려로 국·내외 여행은 사실상 중단이 되고 외출 및 여가 활동의 감소로 숙박업 및 요식업 등의 경영상 어려움이 가중되게 된다(이재윤·김준현, 2020). 재난은 위기관리 실패로 통제 능력을 초과한 재산과 인명 피해가 발생한 상황이라 할 수 있겠다. 다시 말하면, 일반적으로 재난은 위기 다음 단계로 인식할 수 있으며, 재난은 생명과 재산 등의 손상 또는 위협을 받는 경우라고 말할 수 있다. 즉, 어떤 위험 요소가 발전하면 위기가 되고, 위기가 생명이나 재산, 환경 등에 심각한 피해 및 손실을 줄 경우 재난이라고 할 수 있다(김대관, 2015). 시계열 상으로 본다면 재난은 위기관리 실패로 통제 능력을 초과한 재산과 인명 피해가 발생한 상황이라 할 수 있겠다(김용순·최돈목, 2019).

〈표 II-1〉 신종 감염병 발생원인

구 분	원 인
사회적 상황	경제적 빈곤, 전쟁, 분쟁, 인구증가와 이주, 도시 빈민화
보건 의료 조직	장기이식 증가, 면역억제 약물 사용, 광범위한 항생제 사용 증가
식품 생산	식품공급의 세계화, 식품가공·식품포장과 조리방법의 변화
인간 행태	자유로운 성관계, 약물 복용, 해외여행 증가, 식이습관의 변화, 야외 여가 활동 증가, 보육시설 이용 확대
환경 변화	산림벌채와 재조림, 수자원 생태계 변화, 홍수, 가뭄 기근 등 변화무쌍한 기후, 지구온난화
공중보건체계	감염병 예방사업의 감축 축소, 부적절한 감염병 감시체계, 감염병 전문 요원 부족
미생물 적응 변화 독성 변화	약제 내성 질병 출현, 만성질환 발병 요인

자료: 주간조선, “전염병의 진화 원인”, 2009. 10. 19(2076호) 재인용

2. 관광위기 및 극복방안

관광위기(tourism crisis)는 전반적인 관광산업의 체계에 대한 부정적인 영향을 미치는 종합적인 위기의 상황을 지칭하는 것으로서 관광객, 관광산업, 관광 정부, 관광지 등에 부정적 영향이 발생한 사건이나 상황을 의미한다고 할 수 있다(오은비, 2018). 정부는 COVID-19 확산을 막기 위해 여행, 사적 모임, 회식 등의 관광 레저 활동 제한에 관한 권고 조치를 내렸고(Oh, 2020. 02. 26), 제주도를 비롯한 관광산업의 비중이 지역들은 관광객 감소로 인한 경제적 손실이 크게 발생하였다.

COVID-19 확진자 수가 폭발적으로 급증하고, 정부의 방역 수칙이 4단계로 강화되는 기간에도 제주 관광은 꾸준히 진행되고 있다. 8월 들어 신종 코로나바이러스 감염증 (COVID-19) 일일 확진자가 처음으로 2천 명대를 넘어서는 급격한 확산세를 보이고 있지만, 제주도의 경우 2019년의 방문 전년 대비 6.8% 증가하는 수치를 기록하였고, 2020년 1월 대비 10.5% 증가하는 수치를 보여 주는 등 완만한 상승세를 이어가고 있었다. 그러나 COVID-19 바이러스가 확산하던 2월에는 방문 관광객 수가 62만 명으로 전년 동월 대비 43.4%가 감소하였고, 이 중 내국인은 59.9만 명으로 전년 대비 40% 감소한 수치를 나타냈다(Jeju Tourism Association, 2020). COVID-19 확산 상황은 관광산업에 업종별로 각기 다른 영향을 미치고 있다. 크루즈, 여행업, 컨벤션 등 다양한 관광산업에서 매출 감소로 큰 어려움을 겪고

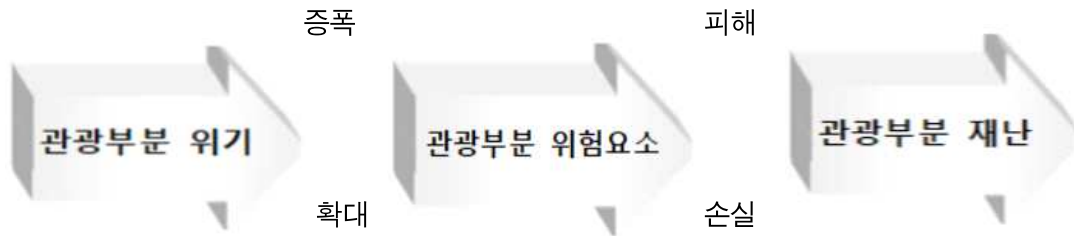
있지만, 국내의 골프장, 캠핑장들은 전에 없던 호황을 누리고 있다(Hong, 2020. 06. 21).

일반적으로 관광객은 관광 위험 상황에 위험이 발생하면 여행 계획을 취소하거나 또는 목적지 대체, 여행심리 위축 등과 같은 관광 수요의 감소, 국가 간의 외교 문제, 발생 국가의 신뢰도 하락 등 다양하고도 복잡하게 반응한다(Evans & Elphick, 2005; Reisinger & Mavondo, 2005; Huang, Tseng & Petrick, 2008; 장병권·강문호, 2009; 김대관, 2011).

잠재적 관광객들이 특정 지역 혹은 관광목적지에 대해 어떤 위협 및 불안전을 느끼게 되면 이들은 해당 지역에 대해 부정적 인식을 가질 것이고 이러한 영향은 해당 지역의 관광산업에 큰 위협을 줄 수 있으며 지역에 대한 관광 수요를 감소시킬 것이다. 나아가 잠재적 관광객들은 해당 지역에 대해 재난 발생 지역이라는 이미지를 가지게 될 것이며, 그 지역을 방문하는 것을 기피 하게 될 것이다(김대관, 2015). 관광객의 경우 특정 관광지를 선택하는 과정에서 지각된 위험요인들이 방문 의사를 결정하는 데 있어 가장 주요하게 영향을 미치는데(Sönmez & Graefe, 1998), 관광객이 지각하는 위험 수준이 높을수록 다른 관광지로 전환하고자 하는 의도가 상승하기도 하고(최재우 외2, 2015), 구매에 대한 걱정과 두려움으로 관광 결정에 제약을 가져오기도 한다(Le, Truc & Arcodia, Charles, 2018).

내·외부적 충격에 대한 관광의 취약성에 대한 결과를 관광위기라 할 수 있다(김대관, 2015). 그러나 관광위기는 충격의 속성이나 규모에 의한 정의보다는 재난이 발생하여 재난으로 인한 피해가 완전하게 회복될 때까지의 기간으로 보아야 할 것이다. 재난(disaster)과 위기(crisis)는 그 규모와 원인에 의해 구별이 가능하다(Henderson, 2003). 위기는 내부적으로 감소되며 부분적 통제될 수 있는 반면, 재난은 외부적으로 발생하며 규모 면에서 더욱더 파멸적이라는 점에서 구별할 수 있다(Faulkner & Vikulov, 2001). 그러나 양자가 많은 특징들을 공유하면서 밀접하게 관련되어 있어 언제나 그 구분이 명확하지는 않다. 이러한 재난이나 위기 중 자연재해는 관광 흐름을 방해할 뿐이지만, 테러리즘의 위험은 국제 관광 흐름을 재편성하거나, 관광 부분의 위험은 관광객, 지역 사회, 관광 종사원 등의 안전과 안정을 직접적으로 위협할 수 있다. 이러한 위험을 동반하는 근원으로는 첫째, 관광 외부 환경에 있는 사람 또는 제도적 환경 둘째, 관광 부분 및 관광 관련 상업 부분 셋째, 개별 관광객 그리고 넷째, 물리적 환경적 위험 등이 있다. 관광산업에 있어서 관광객을 비롯해 지역 및 지역 사회, 국가 등에 영향을 미칠 수 있는 잠재적인 충격이나 위험을 바라보는 제3의 시각은 사고·사건을 직접적·간접적 영향으로 나눌 수 있으며, 이를 다시 장기간·중기간·단기간 영향으로 나눌 수 있다.

(그림 II-1) 관광부문 위기의 전개과정



관광위기도 일반 위기 또는 재난과 마찬가지로 그 유형을 크게는 자연재해와 인위적 재해 등으로 나누고 있으나 기구나 학자 등에 따라 유형 분류에는 다소 차이가 있는 것으로 파악되고 있다. Beirman(2003)은 관광위기를 초래할 수 있는 사건·사고의 유형으로 크게 다섯 가지를 제시하고 있다.

첫째, 국제적 갈등·전쟁, 특히, 국제적인 갈등의 장기적 대치국면 등

둘째, 테러 행위, 관광자가 직·간접적으로 타깃이 되었을 경우

셋째, 범죄 극성 또는 대형 범죄, 특히 관광자가 타깃이 될 경우

넷째, 자연재해, 즉 자연환경 지역이나 도시 지역에 피해를 주거나 특히 관광 기반시설에 영향을 미치는 폭풍, 화산, 지진 등

다섯째, 질병, 감염병 등 건강 및 보전에 관련된 것으로 사람에게 직접적 영향을 미치거나 동물 등에게 영향을 미쳐 관광자가 관광목적지 및 관광 매력물에 접근하는 것을 제한 시키는 등

한편 PATA(2003)는 관광산업에 영향을 미칠 수 있는 위기를 자연재해와 인위적 재해로 분류하고 있으며 세부적 항목을 다음 아래의 <표 II-2>와 같이 제시하고 있다.

〈표 II-2〉 관광위기의 유형

구 분		위기유형	내 용
직접 위기	관광기업	기업경영	대형 관광기업의 분쟁, 파업, 도산, 법적 분쟁 - 항공사 파업, 대형 여행사 파업, 여행객 농성 등
	관광지	자연재해	관광지의 대규모 자연재해 - 쓰나미, 화산 폭발, 대형 화재, 태풍, 지진, 홍수, 폭설 등
	관광객	안전	관광객 안전에 대한 직접적 위협 - 살인, 납치, 강도, 폭행, 교통사고 등
간접 위기	정치	전쟁 및 테러	정치적 테러, 전쟁, 군사행동, 군사위기 - 9.11 테러, 이라크 전쟁, 폭동, 핵위기 등
	경제	경제 불안	경제 불안, 경제 침체 등 경제 위기 - 경기침체, 오일쇼크, 환율 등
	보건	질병 및 감염병	질병 및 감염병, 신종 감염성 질환의 출현 - SARS, 구제역, 조류인플루엔자, 신종플루, 슈퍼박테리아 등
	기술	기술 사고	기술적 사고 및 인재 - 유류유출사고, 방사능 유출, 교통재난, 항공사고 등

자료: 유지윤(2011), 관광위기 유형화에 따른 위기관리 전략에 관한 연구 재인용.

감염병 도래 위기 이전의 현명한 전략 선택과 결정은 관광위기의 최소화, 시간 손실, 자원 관리 등 긍정적 영향을 초래하게 된다. 지속적인 잠재위기에 대한 조사나 관찰은 다가올 미래의 위기를 효율적으로 예측 관리할 수 있는 전략을 도출하는데 도움을 제공하게 된다(Kash & Darling, 1998). 단계별 대응 전략을 제시하면 다음과 같다.

첫째, 감염병 위기 이전단계는 예측, 계획, 사전분석, 그리고 가상 시나리오 분석으로 구성된다. 현재 개개인의 위생 강화 및 감염자 격리, 통제 등의 예방 활동에 머무르고 있는 상태보다는 감염차단 차원의 계획 단계로서 신종플루 대처수단으로 지자체 및 관광사업체 대상으로 비즈니스 연속성 확보를 위한 공통의 지침서 혹은 예방 매뉴얼 제작 및 배포를 통한 적극적으로 체계적인 준비와 대응이 절실하다. 안전 보호를 위한 기본계획 수립과 의료 서비스와 연계한 관광 안전프로그램 개발, 정부 재난 조직 - 관광사업체 간 효율적인 커뮤니케이션 채널가동과 적극적인 언론과의 공조, 긴급예산안 마련, 종사원과의 내부 소통 원활 및 관광객에게 정확한 정보제공 등의 조직과 사업체 간 대응 전략이 우선시된다. 「싱가포르 기업연합회」(SBF)에서는 정부 지원을 받아 2010년 말까지 1,000개 이상 기업에 신종플루 대응 프로그램 'Flu Pandemic Business Continuity Programme'을 도입하고 유효성을 국가 인증 획득을 통해 검증받을 준비를 하고 있다(<https://www.econovill.com>).

둘째, 감염병 위기대응 단계는 전략의 실행단계로서 복잡하고, 무질서이기 때문에 유동적이고 지속적인 감시체계의 가동이 요구된다. 상황 발생 시 위기에 대한 통제력을 확보할 수 있는 가장 중요한 시기로서 대책단 상황실, 위기 커뮤니케이션 가동, 공중파 방송 통한 체계적인 대응의 중요성이 필요한 시점이고, 주민 및 관광객들의 건강과 안전을 위한 24시간 검진체계 등과 비상 응급 서비스(SOS), 관광사업체 간 공동상황 대처, 관광객 정보 안내 가동, 콜 센터 활용 통한 비상시 의료정보와 치료지원이 필요하다. 여행자 보호 위원회를 구성하고 성수기 대규모 관광객의 관광지 방문의 경우를 대비한 의료 기관 및 담당자의 관광지 파견이 요구된다. 특히 정부와 지자체 주도 대책 하에 관광사업체별, 개별 계획안을 가동하면서 동시에 관광객 상태 파악과 점검, 웹 사이트 통한 정보 제공, 안전이 담보된 프로모션 메시지 전달과 예산확보, 지속적인 미디어 정보 파악 등의 대응 전략이 필요하다.

셋째, 회복 단계는 복구 전략이 실행되는 단계로서, 회복 이미지 전달을 통한 수요 확대, 공격적인 홍보, 관광산업의 타격 최소화, 관광위기 시스템 평가 및 개선을 통한 보완책 마련과 강화로 제시될 수 있다. 특히 정부 주도의 국외권 여행 관련 팸투어 추진을 통한 안전한 나라, 한국의 이미지를 만들 수 있는 마케팅 전략 운영이 요구된다. 국가 간 공동대처를 위한 글로벌 캠페인 참여, 대응 시스템 운영과 관광사업체 간, 비즈니스 파트너 간 연계 참여도 필요하다. 기타 관광산업 관련 위기 이론에 접목될 수 있는 모델을 검토, 컴퓨터화된 시뮬레이션 모델을 통한 사전적용, 현상에 대한 의견조사, 그리고 사례 검토 등 위기 영향을 최소화할 수 있는 전략 모색은 지속적으로 강구되어야 할 것이다. 사업체는 개별적 회복형 마케팅 전개 차원에서 틈새시장을 겨냥한 상품개발, 특별 할인행사, 프로모션, 팸투어 확대, 감염병 방지 안전장치 강화, 서비스 및 시설 품질 향상 등의 대응 노력은 필수적이다(고계성, 2010 재인용).

3. 선행연구

COVID-19가 발생한 지 아직 2년이 지나지 않은 시점이지만 COVID-19에 관한 연구는 생물학, 의학 분야 등에서 가장 활발히 진행되고 있고, 관련 논문이 약 1만 7,000여 편에 이른다. 그러나 COVID-19로 인해 가장 직접적 영향을 받는 서비스 업종 중 하나인 관광업에 대한 연구는 부재하다고 할 수 있다(김동준 외3, 2020). 이미 세계적인 유행을 일으켰던 사스, 조류 독감, 신종플루 등과 같은 감염병의 확산은 여행객의 수요를 급감시켜 관광산업에

큰 경제적 타격을 입힌다는 것이 선행연구들을 통해 증명되었으며(Kuo & Young, 2008; Monterrbio, 2010; Yang & Chen, 2009), 2020년 3월 11일 세계보건기구(World Health Organization, WHO)는 COVID-19가 세계적 유행(Pandemic) 단계에 도달하였다고 발표하였다(WHO, 2020).

「한국문화관광연구원」(2015)은 감염병 사례를 통해 관광 수요의 변화를 고찰하였으며, 사스와 메르스를 중심으로 감염병 발생에 따른 국제 관광 수요 변화를 살펴보고, 감염병이 부정적인 영향을 주고 있음을 발견하였다. 또한, 2015년 국내에서는 메르스(MERS)가 창궐하였고 이것을 필두로 감염병의 관리체계에 대한 문제점들이 지적됨과 동시에 많은 연구가 진행되었다. 먼저 감염병으로 인한 재난들을 국가의 위기로 생각하는 시각으로 법학, 행정학 분야에서 위기관리를 위한 법률 및 행정의 문제점들을 주제로 하는 연구들이 진행되었다. 이어 최근 감염병에 관한 연구는 감염병 관리에 대한 연구(황창용 외4, 1998; 오인환, 2008), 감염병 발생의 예측에 관한 연구(최병엽, 2008; 전상은, 2016), 감염병 확산에 관한 연구(한무영, 2006; 전상은, 2016)로 발전하고 있으나, 관광 분야에서 감염병을 연구한 경우는 많지 않다. 감염병과 관광 분야가 연계된 선행연구를 살펴보면, 항공 여행으로 인한 감염병 예방이나 전파 등에 관한 현황 연구, 감염병 문제와 국내·외 여행을 연계한 내용이 대부분이었으며, 구체적인 내용은 <표 II-3>과 같다.

〈표 II-3〉 감염병과 관광 분야가 연계된 선행연구

연구자	연 도	연구 내용
송재훈	2001	해외여행 시의 감염병 문제
이수진·최보울	2003	항공 여행을 통해 전파되는 전염병
한동열	2007	우리나라 여행자 설사에 대한 검역 실태
Kuo & Young	2008	사스와 조류 독감이 아시아 지역 관광 수요에 미치는 영향 연구
Evans & Elphick	2009	항공 여행에 대한 감염병 확산 예방
Singh. J.	2010	항공 여행으로 인한 감염병 확산 감소
최성희	2012	항공운송을 통해 전파되는 감염병의 확산방지를 위한 국제적 대응 연구
George & Booyens	2014	2014 FIFA 월드컵: 브라질 여행객에 대한 전염병에 위협과 충고
김수정	2017	메르스가 항공산업과 호텔산업의 경영성에 미치는 영향에 관한 연구. 메르스 이후 호텔산업은 재고 자산 회전율이 낮아졌으며, 항공산업은 매출액 영업이익률이 높아지고, 활동성 지표 중 자산 회전율이 낮아짐

〈표 계속〉

연구자	연 도	연구 내용
오정준	2017	메르스 사태와 제주 관광
안동·유효강	2020	코로나19의 발생이 중국 관광산업에 미치는 영향 및 대응책
최재우·최영택·주위	2020	COVID-19에 의한 관광산업 현황분석 및 대응 방안 모색
Pereira, F. C.	2021	COVID-19 팬데믹이 유럽 항공사의 승객에 미치는 영향 대응 연구
Yeh, S. S.	2016	COVID-19 감염병에 대한 관광 복구 전략
Guardia et al.	2022	코로나 바이러스 감염병(COVID -19)이 북동부의 관광부문에 미치는 영향을 논의
Schäfer, M., et al.	2022	COVID-19 감염병 기간 동안 감염 사례를 통제하는데 여행자가 중요한 요소임. 여행자의 대한 감독은 앞으로 몇 년 동안 또 다른 예방접종 및 기본 위생 규칙만으로는 추가 감염 파동을 예방할 수 없기 때문에 항상 수행되어야 함

자료: 선행연구를 토대로 연구자가 작성

최근 들어 대규모 재난, 재해, 사고 등이 급속히 증가하고 있어, 관광객의 안전을 위협하고 있다(김재호, 2016). 관광산업에서 안전 문제가 대두된 것은 1970년대부터이고, 1990년대 초부터 관광 안전 문제는 본격적으로 주목받기 시작했다(염명하, 2009; , 2018). 관광객의 관광 안전과 관련하여 질병이나 감염병을 다룬 선행연구는 전염병을 관광 안전 위협 요인 중 하나의 변수로만 다룬 연구들이 대부분이어서, 감염병을 중심으로 한 연구는 아니었다.

Lepp and Gibson(2003)은 관광객에게 악영향을 미치는 요인으로 테러리즘, 전쟁과 정치적 불안정, 건강에 대한 고려, 범죄 등의 네 가지를 들고 있다.

감염병에 관광 분야의 전략을 제시한 연구는 고계성(2010)의 연구가 대표적인데, ‘전염병 위협에 따른 관광산업 위기관리 전략에 관한 탐색적 연구’를 통해 감염병과 관광산업, 관광위기와 영향력, 신종플루의 영향과 대응에 대한 이론적 배경을 제시하고, 위기관리 단계와 대응 전략을 제시하였으나, 탐색적 연구에 그쳐 실증 조사를 통한 전략은 제시하지 못하였다.

21세기에 들어서면서 관광산업의 급성장과 관광 유형과 방식의 다변화로 인한 관광객의 증가가 나타나고 이에 따른 관광객이 위협에 직면할 가능성이 높아지고 있음에도 불구하고 관광 분야에서의 재난이나 위기관리에 관한 체계적 연구가 부족함을 지적하였다(Faulkner, 2001). (오미영·오미숙, 2013)은 ‘관광지 위험지각에 있어 낙관적 편견이 미치는 영향에 대한 연구’를 수행하며 관광지 위험지각을 먹거리나 질병·감염병 등의 환경위험과 자연재해, 범죄 등의 사고위험의 2개 요인으로 구분하였는데, 여기서 환경위험에 대한 낙관적 편견이 원

전 재해 이후 일본 방문에 영향을 미친 것으로 나타났다. 2015년 최충익은 서울의 감염병 발생 특성을 연구사적으로 고찰하였으며, 연구 결과를 통해 향후 서울의 전염병 대응 방안을 모색하였고, 장정민(2015)은 감염병에 대한 은유적 표현이 소비자의 위험지각에 미치는 효과를 검증하였다. 그리고 윤종태(2015)는 메르스로 인해 2015년 7월 6일 일부 개정된 ‘감염병의 예방 및 관리에 관한 법률’의 내용 소개와 개정 내용의 적절성 검토, 발전적 대안을 제시하였다. 구체적으로 감염병과 관련된 법률을 검토하고 이에 대한 대안으로 정부는 향후 각종 필요한 정보를 공개함으로써 감염병에 대한 정부 정책을 투명하게 집행하여 지자체와 국민들이 지역 사회 감염에 대처할 수 있도록 전염병 대처 백서 등을 개발하는 등 감염병 전파 예방에 노력해야 한다는 연구 결과를 제시하였다.

염명하(2018)의 연구에서는 감염병에 대한 대처 능력으로 ‘감염병에 대해 안전한 국가라고 생각하는지’, ‘여행 기간 주의해야 할 감염병에 대해 잘 알고 있는지’, ‘감염병 예방을 위한 방안을 잘 알고 있는지’ 등으로 관광업계 종사자와 일반 관광객의 의식 차이를 비교했다. 최경은·김형중(2020)은 COVID-19를 계기로 향후 관광 행태를 7가지로 전망하였는데 여행 유형의 개별화 및 소규모화, 안전 및 위생이 관광지 선택의 중요 고려요인으로 부상, 상대적으로 덜 알려진 관광지 방문 선호 증가, 비수기 여행수요 증가, 비대면 관광 서비스 수요 증가, 근거리 중심의 일상 여행수요 증가, 건강 추구 및 아웃도어형 또는 자연 친화적 여행수요 증가를 제시하였다. 김태영(2020)은 COVID-19 발생 후 세계 관광시장과 국내 관광시장의 수요 분석과 일부 국가와 우리나라 정부 및 지자체의 신규 관광정책을 살펴보고 안전, 개별 관광, 비대면 언택트 관광, 실외 관광, 웰니스 관광, 디지털 관광, 업무(Business)와 레저(Leisure)의 합성어인 블레저(BLeisure)와 같은 7개의 키워드로 포스트(Post) 코로나 시대의 관광산업 대응 방안으로 제시하였다. 김영남·홍성화(2020)의 ‘제주방문 관광객을 대상으로 한 COVID-19 위험 인식과 낙관적 편향에 대한 연구’에서도 관광객의 COVID-19 감염 위험지각이 높을수록 낙관적 편향적인 영향을 미치는 것으로 나타났다.

관광객의 관광 안전과 관련하여 질병이나 감염병을 다룬 선행연구는 감염병을 관광 안전 위협 요인 중 하나의 변수로만 다룬 연구들이 대부분이어서, 감염병을 중심으로 한 연구는 아니었으며, 구체적인 내용은 다음 <표 II-4>와 같다.

〈표 II-4〉 관광 안전 위협 요인의 한 변수로 감염병을 다룬 선행연구

연구자	연 도	연구 내용
Lepp & Gibson	2003	건강, 정치적 불안, 테러리즘, 이상한 음식, 문화적 장벽, 정치적·종교적인 독단적 행동
이정충	2003	범죄, 테러리즘, 질병(건강 고려), 정치적 불안과 전쟁, 사고 및 자연재해
오현득	2005	테러에 의한 위협, 단순 위해행위, 불법집회 및 시위행위, 각종 감염병, 시설물 안전사고, 기타 위협 요인
Dolnicar	2005	자연재해, 테러 발생, 정치적 불안정, 건강 위협, 사회시설 위협, 범죄 위협
허지현	2007	기능·설비적 위협, 사회·심리적 위협, 신체적 위협, 테러·전쟁 위협, 감염병 위협, 자연재난 위협
염명하	2009	전쟁, 테러, 불법 집회시위, 일반범죄, 강력범죄, 성범죄, 일반 질병, 감염병, 동·식물에 의한 질병, 교통사고, 시설물 사고, 스포츠 안전사고 (스포츠 사고), 자연재해
최해수·김정훈·이상진	2010	금전적 위협, 기능적 위협, 사회·심리적 위협, 신체적 위협, 만족적 위협
김경미	2011	정치적 불안, 전쟁, 테러, 불법집회시위, 일반범죄, 강력범죄, 성범죄, 음식 관련 질병, 일반 질병, 전염병, 동·식물에 의한 질병, 교통사고, 시설물 사고, 스포츠 안전사고, 자연재해
류인평·김영주	2011	재무적 위협, 기능적 위협, 신체적 위협, 사회·심리적 위협, 테러적 위협, 만족적 위협
오미영·오미숙	2013	관광지 위험지각을 먹거리나 질병·전염병 등의 환경 위험과 자연재해, 범죄 등 사고 위험의 2개 요인으로 구분, 환경 위험에 대한 낙관적 편견이 원전 재해 이후 일본 방문에 영향을 미친것으로 나타남
윤종태	2015	메르스로 인해 2015년 7월 6일 일부 개정된 '감염병의 예방 및 관리에 관한 법률'의 내용 소개와 개정 내용의 적절성 검토, 발전적 대안을 제시함
장정민	2015	감염병에 대한 은유적 표현이 소비자의 위험지각에 미치는 효과를 검증
김상범·서정원	2016	2012년 메르스 발생 이후 관광위기로 인해 여행업계 직원들에게 앞으로의 업계에 대한 태도 및 관광 행동 의도를 알아봄. 위기 상황에 대한 영향을 경제·사회·문화적으로 구분, 질병 원인의 위기 상황은 경제 영향만이 태도 형성에 영향을 미쳤으며, 태도가 관광 행동 의도에 긍정적인 영향을 미침
박득희·강상훈·이계희	2017	빅데이터 정보를 기반으로 관광객들의 관광 정보탐색 행동의 구조적 특징을 메르스 발생 이전과 이후로 비교. 메르스 발생 이전보다 이후에는 연결망이 낮음. 이는 관광 정보 수요가 줄고, 소수 핵심적인 정보 중심으로 집중적인 정보탐색을 한 결과로 봄. 홈페이지상의 정보 신속성 및 신뢰를 기반으로 둔 투명성을 강조
염명하	2018	전쟁, 테러, 불법집회시위, 일반범죄, 강력범죄, 성범죄, 일반 질병, 감염병, 동물·식물에 의한 질병, 교통사고, 시설물 사고, 스포츠 사고, 자연재해, 음식의 위생 문제, 숙박시설 보안 문제, 정보유출, 환경 오염, 종교적 문제, 문화적 차이
윤인하	2019	감염병이 발발한 상황에서 감염원을 찾고 확산을 방지하기 위한 접촉자 추적 조사 방법 연구. 그동안 정부가 보여준 감염병에 대한 대응은 국민들에게 신뢰감을 주지 못했고 실제로도 부정확한 정보로 인해 감염병 감염원을 제대로 추적·관리하기 어려웠던 점에 착안한 연구 결과 방안

〈표 계속〉

연구자	연 도	연구 내용
홍민정·오문향	2020	COVID-19 상황에서 관광욕구를 가진 잠재 관광객들의 감정 반응을 파악 1) 놀라움: 여행 후 감염 뉴스 2) 억눌림: 강한 여행욕구 3) 불안: 여행 경보와 관광업계 경영난 4) 분노: 입국 금지에 대한 반응으로 구분
김혜진·임영희	2020	감염병 위협에 따른 호텔산업의 위기관리에 관한 연구. 위기대응을 주체 하는 관점에서 경영진과 실무진으로 구분. 경영진은 위기 발생 전, 위기 발생, 위기 종료로 구분하여 대응책을 제시, 실무진 입장에서 고객을 대면 하는 운용 부서, 비대면 부서, 지원 부서로 구분 부서별 대응 방안을 제시
김태영	2020	COVID-19 발생 후 세계 관광시장과 국내 관광시장의 수요 분석. 일부 국가와 우리나라 정부 및 지자체; 신규 관광정책, 안전, 개별 관광, 비대면 언택트 관광, 실외 관광, 웰니스 관광, 디지털 관광, 블레저와 같은 7개의 키워드로 포스트 코로나 시대의 관광산업 대응 방안 제시
김영남·홍성화	2020	제주방문 관광객을 대상으로 한 COVID-19 위험 인식과 낙관적 편향에 대한 연구. 관광객의 COVID-19 감염 위험지각이 높을수록 낙관적 편향 적인 영향을 미치는 것으로 나타남
Mawby R. I., et al.	2000 2020	관광객의 안전에 대한 인식 연구. 범죄와 무질서에 대한 두려움, 위험 역설 테러 사건 등이 목적지 선택에 미치는 영향, 범죄 예방과 지역 사회 안전의 중요성을 강조
이경민	2021	관광객의 감염병 인식이 지각된 위험
Sánchez-Cañizares, Sandra M., et al.	2021	COVID-19로 인한 인식된 위험이 여행 의도에 미치는 영향. 관광위기 및 재난 관리, 향후 연구 방향 제안
Rudyanto, R., et al.	2021	여행 의도 및 관광여행 권장 사항에 관한 COVID-19 감염병의 위험에 대한 지식을 인식
Wang, X., et al.	2021	저위험 인식의 개념을 긍정적인 요인으로 도입함으로써 관광 위험 관리 연구에 기여. 관광 회복을 위해 휴식, 가치 및 편리함이 사람들을 여행으로 이끄는 이점
Matiza, T., & Slabbert, E.	2021	COVID-19로 인한 인식된 위험 사이의 연관성 연구. 관광 활동의 인식된 위험과 주관적인 안전 관련, 관광 활동에 대한 인식된 위험의 영향에서 이질성과 통찰력을 나타냄
Godovykh, M., et al.	2021	관광에서 건강 위험 인식 요인, 관광객의 여행 의도 간의 관계 제안
Han, H., et al.	2021	코로나 바이러스 질병 내 지속 가능한 관광을 위한 신뢰의 중재 효과 환경의 인식된 안전, 시설 및 장비 요소의 인식된 안전, 인간 요소의 인식 된 안전, 관리 요소의 인식된 안전, 자연환경의 인식된 안전
Bustamante, M.E.O.	2021	관광객들은 COVID-19를 잠재적인 위협으로 간주하고 가능한 다양한 보호 행동 참여의향, 위험 인식 테러 공격, 건강위기 및 자연재해를 포함 행동 변화, 미래 이동의 자유에 영향을 줄 수 있는 다양한 건강위기 상황 행동 예측
Bulfone, Tommaso C., et al.	2022	COVID-19 전염병 발생 이후 기상 요인이 공격에 미치는 영향 연구. 공기 온도의 증가는 감염병의 확산에 도움이 됨. 다른 국가 및 지역에서는 풍속, 상대 습도 및 표면 압력은 진단된 사례 수와 일관성 없는 상관관계를 보여 주지만 일부 규칙성을 보여 줌
Huang, Arthur, et al.	2022	COVID-19 대유행 기간 동안 관광 및 접대 시설에서 병원균 신호에 대한 고객의 행동 면역체계 반응, 행동 면역체계는 병원균 감염에 개인의 행동 을 결정하는데 동기부여 혐오스러운 인식·정서·인지 반응, 회피 행동

자료: 선행연구를 토대로 연구자가 작성

제2절 관광목적지 선택속성

1. 관광목적지 선택속성의 개념

관광지는 관광, 여행, 유람에서 역사, 문화, 자연경관 등의 관광 자산을 가지고 있고, 교통 기관과 숙박시설 등 관광객을 유치할 수 있는 역사 유적지, 경관 자연지, 유원지, 놀이공원, 온천지 등을 말한다(위키백과, 2021). 속성(attributes)은 특정 상품이 갖는 물리적 특성을 뜻하며, 관광목적지의 선택은 일반적으로 '관광목적지나 장소의 매력 속성에 대한 관광객의 지각을 통해 관광객이 추구하는 욕구를 충족시킬 수 있는 곳으로 결정된다'라고 정의하였다(Gardial, Clemons, Woodruff, Schumann & Burns, 1994).

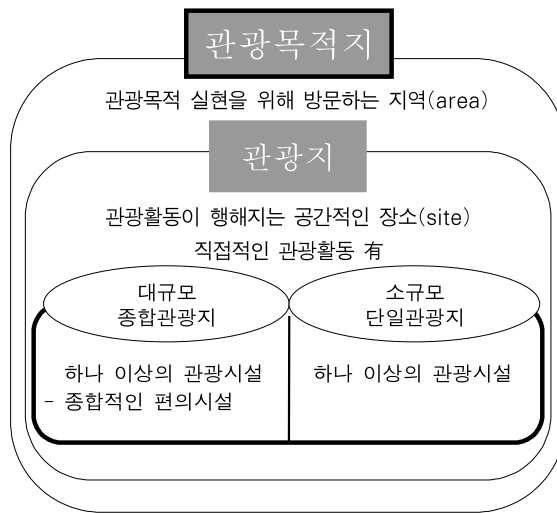
관광목적지는 영어로 'tourist destination'으로 표기하고, 'tourist area'로 혼용해서 쓰이고도 있다. 사전적 의미의 관광목적지(tourist destination)는 관광객이 관광에 매력을 느끼는 자원을 가지고 있으며, 관광으로 인해 세입이 증가하는 도시나 마을, 기타 지역으로 정의하고 있다(위키피디아: wikipedia.org).

관광목적지는 관광자의 욕구와 동기를 충족시킬 수 있게끔 유·무형의 관광 서비스가 제공되는 매력 공간으로 경제적 편익까지 추구하는 지역을 말한다. 이러한 관광목적지는 관광객의 동기를 충분히 만족시킬 수 있는 종합공간이어야 하며 관광객의 관광 동기를 만족시킬 수 있는 자원을 충분히 보유하고 있어야 한다.

Mill and Morrison(1992)은 관광목적지를 관광객의 만족을 위해 매력물, 시설, 기반시설, 교통, 환대, 등으로 구성된 지역으로 정의하 Kelly and Nankervis(2001)는 관광객 등이 요구하는 서비스 시설과 더불어 수많은 매력물 들을 포함하는 지역으로 보고 있다. 대부분의 국외 연구에서는 관광목적지를 국가, 섬, 도시와 같이 관광에 적합하도록 잘 정리된 지역(Hall, 1994)으로 인식하고 있다. 이러한 인식은 국외 연구에서의 연구 대상지 적용사례를 보면 명확하게 확인할 수 있다. 관광목적지의 경우 섬 전체, 지역 전체, 국가 전체를 대상지로 보고 있지만, 관광지의 경우 폭포, 호수, 테마파크 등의 장소를 대상지로 하고 있다. 즉 관광목적지는 관광지와는 다르게 일정 규모 이상의 공간으로서 지역(area)을 의미한다는 것을 알 수 있다. 다시 말해 관광목적지는 휴양지와 그 지역 사회를 포함하는 범위이다(Gee & Eduardo, 1997).

공간 규모 측면에서는 관광목적지가 관광지보다 큰 개념으로 이해할 수 있고, 관광지는 대규모 종합관광지와 소규모 단일 관광지로 구분될 수 있다. 대규모 종합관광지는 관광진흥법상 관광단지(觀光團地)와 리조트와 같은 종합 휴양 레저시설 등이 해당되며 소규모 단일 관광지는 온천, 박물관, 미술관, 동물원 등 하나 이상의 관광시설이 들어선 지역으로 볼 수 있다(남윤섭, 2013).

[그림 II-2] 공간 규모 측면의 관광목적지와 관광지



출처: 남윤섭, '관광지 입지 결정요인 개발과 적용에 관한 연구' 제주대학교 일반대학원 박사학위논문, p16.

관광객은 관광목적지를 선택할 때 관광지의 속성들을 비교 평가한 후 결정하게 된다. 이렇게 선택속성은 관광객이 관광목적지의 선택 여부를 결정하는 데 중요한 요소로 작용하게 된다. 이러한 관광목적지 속성을 관광목적지 선택속성이라고 한다(이재곤·고선희, 2010). 관광목적지 선택속성은 관광객이 관광목적지 선택 시 자신의 의사 결정의 기준이 되는 가치관이 중요한 영향을 미치며 관광목적지를 선택하는 데 있어 매력적이고 중요하다고 생각하고 관광과 관련된 물리적, 사회적 특징이라고 하였다(박진영 외2, 2010). 관광객은 개인적 특성, 목적지의 특성, 환경적 요인 등에 의해 관광목적지를 선택하는데 영향을 받으며 관광객의 행동은 사회가 발전하고 복잡해질수록 여러 요인이 복합적으로 작용하여 다양하게 나타나는 특징이 있는데 일반적으로 관광객들은 관광객이 처해있는 사회 인구학적 상태와 가치관, 각

중 관광 정보, 심리적 동기, 관광목적지의 촉진 활동에 의한 유인요인에 의해 관광목적지를 최종 선택하게 된다. 또한, 관광목적지 선택속성은 관광객의 만족과 추천 의도 등의 행동 의도, 충성도에 긍정적인 인과 관계를 가지는 것으로 확인되었다.

이러한 관광목적지 선택에 있어 태도가 중요시 여겨지는 이유는 행동에 영향을 끼치는 중요한 심리적 변수이기 때문이다. 이와 같이 인간의 모든 활동이 선택과 관련되어 있는 것처럼 관광 행동은 모든 선택을 포함한다고 할 수 있으며, 이러한 관광지 선택속성은 고객의 욕구를 유발하고 충족시키는 서비스 및 제품을 뜻하는 상품이 가진 유형 및 무형의 특성을 의미하고, 상품의 선택 여부를 결정하는 중요한 요소로 작용한다(고영길·박용민, 2011). 관광지의 평가나 선택은 관광 의사 결정자의 주관적인 인지구조에 의한 주관적 지각이기 때문에 개인의 대안 관광지의 평가는 인식된 물리적 속성들에 의해 서로 다르게 정의될 수 있다. 이는 매력 속성에 대한 개인의 인지구조에 의한 정의로서 속성의 정보를 통합하고 대안을 평가하는 주관적인 지각임을 의미한다. 관광객은 목적지 속성들의 조합·묶음으로써 대안의 효용성을 토대로 평가하는 인지구조를 갖고 있다(Louviere & Timmermans, 1990). 특히 관광지를 하나의 상품으로 파악하는 이들은 관광지가 지니는 개별속성들을 중심으로 그 관광지에 대한 선호도를 고려해 왔으며, 이러한 연구들이 나중에는 '관광지 속성' 이론으로 불리게 된 것이다. 즉, 관광지 속성 이론은 관광지의 여러 물리적인 요소들을 경험적으로 분류하여 각 요소별로 선호도나 기대, 혹은 만족도 등을 측정함으로써 그 관광지에 대하여 관광자의 태도를 측정할 수 있는 이론적인 틀을 의미하는 것이다. 이는 관광자를 유인할 수 있는 요소들이 관광지가 얼마나 어떻게 보유하고 있느냐에 대한 문제를 강조하고 있는 관광지 포지셔닝(차별화) 개념이라 할 수 있다(이운섭, 2006).

2. 관광목적지 선택속성의 구성 요인

관광 선택속성이란 관광자가 가고자 하는 목적지를 선택할 때 중요하게 고려하는 요인으로서, 관광을 하는 동안 체험하는 각각의 요소들이 개별속성에 대해 개인이 지니는 선택 정도를 의미한다고 하였다(노정연·조우제, 2001). 즉, 관광목적지 선택속성은 관광목적지 내에서 관광객이 보고, 경험하고, 느끼는 것으로 관광과 관련된 사회적, 물리적, 행동적인 특징이라 할 수 있다. 다시 말해 관광객들의 관광 욕구를 만족시켜주는 총체적 구성 요소이자 관광지만의 특이한 성질로써, 관광자들에게 매력을 끌고 그들의 욕구를 충족시키는 요소들인 자연관

광 자원, 인문 관광 자원, 관광시설 자원을 포함한다.

어떠한 목적지를 선택하는 과정에서 관광객이 관광지의 서비스나 유인물에 근거하여 대안적 목적지 중에서 행동 의도를 결정하는 데 기여한다고 할 수 있다(주영환, 1998). 관광지는 일상생활에 지친 사람들에게 휴양과 휴식 및 충전의 공간을 제공하고 관광객을 끌어갈 수 있는 매력적인 관광시설과 자원을 갖추고 있어야 한다. 이러한 요소를 관광지 속성이라고 한다. 관광객은 관광지를 선택하는 데 있어서 이러한 속성들을 고려하고 비교하면서 관광목적지를 결정한다(고영길·박용민, 2011).

관광객이 관광지를 선택하는 데 있어서 다양한 여러 가지 요인들이 작용하게 되는데, 이러한 관광객의 관광지 선택 의사 결정 과정(목적지 선택 행동)과 그것에 관한 여러 학자의 연구가 다양하게 진행되어왔다. 관광지는 복합적이고 다양한 요소들과 자원적 특성, 사업 주체의 특성 등 적절히 구성이 결합되어 있는 곳이다. 관광객들은 자신의 목적지의 특성이나 개인적인 특성, 환경적인 특성 등 여러 가지 다양한 요인들에 의해 관광지를 선택하고 또 결정하게 된다. 관광객들은 관광지가 제공하는 모든 요소들을 실체로서가 아니라 그대로 그 요소들이 결합해서 갖는 다속성에 의해 의미를 갖는 대상으로 인식한다. 관광지 속성 구조에 대하여 기본적인 개념은 관광지의 모든 구성 요소를 관광 공급자들은 객관적인 속성으로 인식하는데 비해 관광객들은 편익이라 인식한다(엄서호, 1998).

관광객이 관광지의 선택 의사 결정 과정을 보면 최종 목적지 결정에 있어서 대상 관광지가 가지는 특성에 기인하여 최종 목적지를 판단하게 되는데 이때 가장 큰 영향을 미치는 요인이 관광지의 속성이라고 할 수 있다(노재현, 2010).

장양례(2007)는 관광지 선택속성 구성 요인을 목적지 안전 및 숙식 추구형 요인, 상품 편리성 추구형 요인, 관광자원 추구형 요인 등 3개 요인으로 구분하였다. 김영우(2006)는 '방한 일본 여성 관광객의 에스테틱 동기가 관광지 선택속성, 만족, 행동 의도 간의 영향 관계 연구'에서 일본인 고객을 대상으로 선택속성 10개 측정 항목을 통해 관광지 선택 속 요인을 여행의 편리성, 미용 관련 시설, 안전성 등의 3개 요인으로 도출하였다.

박은숙(2010)은 관광지 선택속성 구성 요인을 관광객 준비 태도 요인, 축제 및 이벤트 요인, 관광지 접근성 요인, 즐길 거리 요인을, 서원만·김동준(2011)은 관광지 속성 요인을 관광시설 요인, 식음료 요인, 여행 서비스 요인, 관광지 접근성 요인, 정균표(2011)는 관광지 속성 구성 요인을 사회적 요인, 문화적 요인, 안전적 요인, 자연적 요인, 한상겸(2011)은 관광지 선택속성 구성 요인을 휴식·여가 요인, 문화체험 요인, 경관 및 서비스 요인, 주변 관광

요인 등 각각 4개 요인으로 구분하였다.

강영석(2021)은 코로나 팬데믹 상황에서 방역과 관련된 새로운 관광지 선택속성 요인을 확인함으로써 관광객이 관광지 선택에서 어떤 요인을 중요하게 생각하고 그에 따라 만족하는지 행동 의도에 영향을 미치는지를 파악하여 관광지 선택속성을 방역 수준, 관광 체험, 지역 특성, 접근 편의, 지원시설의 5개 요인으로 도출하였다.

관광목적지 선택속성 구성 요인의 선행연구 목록은 다음 아래의 <표 II-5>와 같다.

<표 II-5> 관광목적지 선택속성 구성 요인

구성 요인	세부 속성 요인
자연환경	자연경관, 해변·바다, 기후·날씨, 산·오름, 독특한 동·식물
사회문화	명성·이미지, 역사적·문화적 자원, 지역주민의 환대, 지역 전통과 관습
체험활동	관광·체험 프로그램, 축제·이벤트·공연, 해양 스포츠 레크리에이션 활동, 주변 관광지에 대한 연계성,
여행경비	숙박비, 여행경비, 여행지의 물가, 음식 가격,
지역쇼핑	쇼핑시설, 기념품·토산품, 전통음식,
교통수단 및 편의시설	숙박시설 편의성, 관광 정보 시설, 식음료 시설 편의성, 제주도 내의 교통수단 편의성, 제주도까지의 교통수단 편의성,
접근성	제주도까지의 운임 및 제주도 내 운임,
방역·안전성	시설 안전성, 청결성, 감염병 정보, 방역 수준

자료: 선행연구를 토대로 연구자 재구성

3. 선행연구

지금까지 관광목적지 선택속성에 관한 선행연구의 대부분은 라이프스타일 유형에 따른 관광지 속성 간의 관계 연구(이진희, 2008; 최영기·홍영호, 2011)와 관광 동기에 따른 관광지 속성에 관한 연구(Scott, 1996; 박진영 외2, 2010), 관광지 속성과 만족도 및 행동 의도 간의 관계에 관한 연구(서원만·김동준, 2011; 이종주, 2012; 이미순, 2013)가 주로 이루어졌다. 더 나아가 기존 연구들 중 관광목적지 선택속성의 구성 요인을 살펴보면 연구자의 연구 목적과 방법에 따라 매우 다양하게 구성되어 있다.

Dann, G.(1991)는 관광 동기는 관광목적지가 지녀야 할 선택속성을 매력물과 문화적 구

조로 구분하였다. 구체적으로 문화적인 설비는 통신, 항만, 역, 도로 등의 접근시설과 같은 하부구조와 식음료, 오락시설, 쇼핑, 숙박 등의 주로 기업이 운영하는 상부구조와 시설로 구분하였다. 매력적 자연·경치 등 자연적인 공원, 위락시설, 쇼핑센터와 주제공원 등 인위적인 매력물로 구분하였다.

Law(1993)는 도시관광에 대한 선택속성을 측정하기 위해 특별함 및 흥미, 오락성, 문화적 요소, 숙박 및 음식 등을 구분하여 도시관광 발전을 위한 연구를 실시하였으며, Baloglu and Gearing, Swart and Var(1974)는 관광지 속성을 5개의 요인으로 구분하였으며 이는 자연 요인, 역사적 요인, 사회적 요인, 레크리에이션, 쇼핑시설 등이다.

Ferrario(1986)는 남아프리카 공화국에 거주하는 인종을 백인, 흑인, 인디언 계, 유색인종으로 나누어 국내 휴가에 대해 연구하였는데, 축제, 공원, 해변, 자연경관, 카지노, 캠핑과 같은 관광지 속성에 대하여 각 인종별로 다른 관심을 갖고 있다고 주장하였다. Haahiti(1986)는 관광목적지를 선택하게 되는 결정 인자와 관광지의 속성에 대한 관광객의 지각과 선호를 규명하였고 관광지 속성은 평화롭고 조용한 휴가, 문화적 경험, 아름다운 풍경, 친근하고 친절할 사람들, 자연공원 및 캠핑, 화폐가치, 접근성, 스포츠 시설, 심야 유흥 및 위락, 새로운 목적지 등의 10개 관광지 속성 변수로 나누어 연구하였다. 한편, 관광지의 매력성에 관한 연구에서는 매력성을 자연 매력성, 문화 매력성, 특별 매력성으로 구분하고, 자연 매력성은 기후, 경관미, 해변과 바다, 동·식물 군으로, 문화 매력성은 관습이나 문화적 전통, 경제활동, 예술 및 수공예품 등 인간의 활동으로 특별 매력성은 주제공원, 위락공원, 쇼핑, 특별 이벤트 카지노, 각종 회의 등의 인위적 편의시설로 이루어진다고 보았다(Inskeep, 1991).

관광지 속성에 관한 다른 연구에서는 잠재 관광객이 관광지를 선택하는 속성을 욕구 만족 차원(관광지의 기후, 즐거움, 행복감, 매력적인 자연환경, 다양성, 특별한 야외 오락활동, 휴식, 사람들과의 만남, 도전성), 사회적 차원, 여행 능력 차원(안전, 건강, 시간, 금전)으로 구분하여 선호 선택모델을 제시하였다(Crompton & Ancamah, 1993). McCleary(1999)는 관광지의 선택속성을 적절한 여행비용, 아름다운 자연경관, 좋은 기후, 여가, 문화유적지, 적합한 숙박시설, 토속 음식, 멋진 수상 스포츠, 질 높은 관광시설, 안전함, 청정한 환경, 밤의 유흥활동, 주변의 청결성 및 친절할 사람들로 구분하였다.

관광지 선택속성을 내부적 요인과 외부적 요인으로 구분한 연구에서는 내부 요인의 속성 변수로써 탈출, 자기실현, 휴식, 치료, 건강, 친지 방문, 새로운 친구의 만남, 명성 추구, 문화적 탐험, 탐험 추구, 밤 생활 즐거움 등으로 세부 변수를 제시하였고, 외부 요인의 속성 변수

로써 교통시설, 사람들의 친근감, 음식의 다양함과 질, 숙소시설, 개인적 안정, 가격, 문화적 자원, 쇼핑하기 좋은 곳, 환경적 안정과 질, 관광지 이미지와 기대 등을 제시하여 각각 11개의 변수로 구분하여 전체 관광지 선택속성을 22개로 제시하였다(Hsu, Tsai, Wu, 2009).

속성의 조합을 통해 개인의 선호 체계를 측정하는 컨조인트 분석 기법을 통하여 개별 관광객의 관광지 주요 속성에 대한 선호도를 분석한 연구에서는 관광지의 8개 속성을 도출한 예비조사 결과 저렴한 비용, 좋은 경치, 적절한 숙박, 용이한 접근, 풍부한 볼거리, 여러 이용 활동 시설, 친절한 서비스, 다양한 먹거리의 순으로 상대적으로 중요하게 나타났다(곽노엽, 1999). 또 다른 연구를 살펴보면 관광 속성을 자연경관에 의한 속성, 문화 및 사회적 속성, 인위적 속성으로 분류하고 쇼핑시설, 숙박시설, 자연경관 등 10개의 속성을 제시하였고(이애주, 1988), 교통의 편리성, 관광지의 청결성, 야간관광 등의 변수를 추가하여 16개 속성을 변수로 선택한 연구가 있으며(김성혁·전정아, 2004), 관광지 선택과 관광지 속성과의 관계에서 관광지 선택 행동은 관광지의 속성을 구성하고 있는 매력성, 접근성, 시설, 서비스, 등에 대하여 물리적·심리적 거리, 여행 시간, 여행비용 등 판단에 의해 달라질 수 있다고 주장한 연구가 있다(이경하 외2, 2002). 김홍렬·윤설민(2008)은 선택에 영향을 미치는 관광지 속성으로 기온·기후·계절, 자연경관, 안전 등, 빼어난 역사·유적 및 다양한 문화적 매력, 여행비용의 적합성, 관광지의 물가 수준, 관광지까지의 접근성 및 교통 편리성, 다양하고 쾌적한 숙박시설, 관광지의 청결성, 혼잡도, 친절과 전반적인 서비스, 즐겁고 다양한 쇼핑시설, 다양한 유희·오락시설, 색다르고 교육적인 생활양식의 경험을 도출하였다.

(Žabkar et al., 2010)은 접근성, 청결성, 문화·역사적 매력물, 숙박시설의 본질, 지역주민들의 안전, 휴식, 친절성, 깨끗한 자연, 현지 음식 등으로 구분하여 관광목적지의 선택속성을 구성해 놓았다. 해외 관광지 선택속성에 관한 연구로는 유럽 관광지의 매력 속성을 위락 및 체험, 가치, 교육 및 다양성, 환경 및 환대, 자원, 안전 및 휴식시설 등과 관련된 24개의 속성을 도출한 연구에서, 관광지의 매력 속성 중 자연경관의 아름다움, 문화적 색채, 볼거리가 중요도가 높은 속성으로 나타났으며, 즐길 거리, 볼거리, 문화적 체험, 문화적 가치, 역사적 가치, 신기, 쇼핑의 다양성, 안내시설의 적소 배치, 주차시설의 편리성, 안전 등의 변수가 기대 수준과 만족 수준에 유의한 차이가 있는 것으로 분석되었다(조장현·권종현, 2004).

관광지 속성을 IPA(Importance Performance Analysis)를 이용하여 분석한 연구에서 섬 관광지(제주도)의 매력 속성은 자연적 매력성에 있는 것으로 나타났으며, 관광객을 유치하기 위해 집중 관리해야 할 항목으로 주민 환대 태도, 교통 편리성, 종사원의 서비스 등을

제시했으며, 관광 정보, 먹거리, 야간관광, 축제, 쇼핑 등이 가장 개선이 필요한 속성으로 나타났다(오상훈·고계성, 2005). 노인 관광객의 관광 특성에 관한 연구에서는 관광지 선택속성을 관광객에게 매력을 주는 요소로 정의하고 자연 매력성, 가격 적합성, 시설 다양성, 교육·문화 중요성을 선택속성 요인으로 구분하였고(곽재용·하정순, 2006), 관광객의 리조트 선택속성에 관한 연구에서는 리조트 선택속성을 시설 요인, 내적 서비스 요인, 환경 요인, 프로그램 요인을 구분하고, 입지 유형에 따른 선택속성의 차이를 연구 하였다(김유하, 2008), 최용훈(2008)은 관광객 목적지 선택은 개인적인 특성, 환경적 요인, 목적지의 특성 등의 영향 받음을 강조하며 접근성·매력성, 숙박시설의 편리성·가격·서비스·음료·환경성·적절성, 쇼핑시설의 유명도·품질·가격, 서비스의 정보성·시간성·안정성·경제성, 교통수단, 안정성 등 15개의 항목으로 접근성 및 매력을 4가지 등으로 구성하여 관광목적지의 선택속성을 제시하였다. 국내·외 신희여행 목적지 선택에 관한 연구에서는 관광지 선택속성으로 자연경관, 안전, 기온·기후·계절, 빼어난 역사·유적 및 다양한 문화적 매력, 색다르고 교육적인 생활양식의 경험, 여행비용의 적합성, 관광지의 물가 수준, 다양하고 쾌적한 숙박시설, 관광지의 청결성·혼잡도, 친절과 전반적인 서비스, 즐겁고 다양한 쇼핑시설, 다양한 유희·오락시설, 관광지까지의 접근성 및 교통 편리성 등을 제시하였다(김홍렬·윤설민, 2008).

해외 관광객이 국내 제주지역을 관광목적지로 선택한 속성에 관한 연구에서는, 제주지역을 방문한 중국인 관광객과 일본인 관광객의 두 집단 간 비교를 통해 선택속성 관련 요인들 간의 구조 관계를 분석하여 중국인 관광객은 관광자 편리성이 서비스 가치에, 그리고 문화체험이 만족도에 유의하게 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 일본인 관광객은 관광자 편리성이 만족에, 서비스 가치가 의도에 유의하게 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다(김민철 외2, 2008). 또한, 제주지역을 방문한 내국인 관광객들을 대상으로 선택속성 요인들 간의 구조 관계를 분석한 결과, 시설 및 편리성, 문화 및 레저 체험 요인들은 서비스 가치 및 전반적인 만족도에 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 행동 의도에 가장 영향을 미치는 요인은 음식으로 나타나 이러한 측면을 고려한 관광 서비스 정책이 우선적으로 수립될 필요가 있음을 시사했다(김민철 외3, 2008). (김성혁 외2, 2009)의 연구에서는 선택속성을 기반시설, 관광자원, 유명함, 접근성, 독특성으로 요인 화하여 세대별 관광지 선택속성의 차이를 제시하였다. 차재만(2013)은 접근성, 부대시설, 가격, 서비스, 주변 환경 등으로 나누어 연구하였고, (이재곤·고선희, 2010)의 연구에서 방한 일본 관광객은 한국 음식의 다양성을 한국 방문 시 가장 중요하게 여기고 있는 것으로 나타났다. 다음으로 관광의 안전성, 물가 청결과 위생, 다양한

관광 상품, 쇼핑 등이 중요한 선택속성으로 분석되었다. 강원도 동해안 지역을 방문한 관광을 대상으로 진행한 연구에서는 관광지 선택속성의 변수를 서비스 품질, 물리적 속성, 지각된 위험, 접근성을 제시하였고(손병모, 2011), 인천광역시의 도서(섬)를 중심으로 진행한 연구에서는 관광지 선택속성을 여가·휴식·경험, 드라마 촬영지 매력, 안내 서비스·친절성·숙박시설, 교통시설·안내정보·여객시설을 제시하였으며(한상겸, 2015), 방한 중국인을 대상으로 진행한 연구에서는 프로그램, 서비스 품질, 지각된 위험, 물리적 속성, 접근성을 선택속성으로 제시하였다(이경숙·전보람, 2018). 또한, '라이프스타일 유형에 따른 해양관광지 선택에 관한 연구'에서는 선택속성을 사고 지향, 자기 확산, 성실 지향, 내실 추구, 책임추구를 제시하였고(박종찬, 2011), '기후 변화에 따른 국제 관광산업 경쟁력 강화를 위한 연구'에서는 국제 관광지의 선택속성을 관광 형태, 동행 자유형, 관광지 매력성, 관광 유형, 접근성, 숙박 부대시설 등 총 6개의 속성으로 제시하였다(안성식 외2, 2018).

섬은 지리적으로 고립된 장소로 육상과는 다른 특이한 자연 생태계와 인문·문화자원을 보유하고 있어 관광지 선택속성에서도 차별성을 가지고 있다. 섬 관광을 대상으로 한 관광지 선택속성 선행연구를 살펴보면 안태기(2017)는 전남지역 섬 관광객을 대상으로 연구를 진행하였으며 섬 관광 선택속성으로 고유한 매력, 사회·문화적 특징, 여행의 합리성 3개 요인으로 구성하여 섬 관광 동기가 선택속성에 미치는 영향을 밝혔다. 김지인(2015)은 기존 관광지 어메니티의 개념과 섬 관광 어메니티의 개념적 구조를 검토하고 전문가 AHP 분석을 통하여 섬 관광 어메니티 평가 요인을 고유성, 기능성, 심미성, 친환경성, 문화·사회성으로 구분한 바 있다. 김현철(2019)은 기장군의 향토 음식 이미지가 관광지 선택속성에 미치는 영향 관계를 분석하였는데, 학습, 체험, 탐방, 쇼핑, 휴양, 시설 등 6개의 요인 중 학습을 제외한 모든 속성이 전반적인 만족도에 영향을 미치고 향토 음식 이미지가 체험, 탐방, 휴양 속성과 만족도의 관계에서 조절 효과를 보이는 것으로 나타났다. 김주진·신우진(2020)은 전라북도 남원 관광단지를 방문한 관광객을 대상으로 관광지 선택속성을 매력성, 역사·문화성, 프로그램, 편의성, 접근성, 서비스 품질 등 6개로 요인 화하여 분석한 결과, 매력성과 접근성, 서비스 품질이 만족도에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

그 밖에 김동한(2019)은 도시관광 선택속성 개선에 관한 연구를 통해 도시 관광목적지에 대한 선택속성을 편의 및 휴게시설, 매력성, 안전 및 청결도를 제시하였으며, 남은경·이승곤(2018)은 역사·문화자원을 활용한 관광 활성화와 관광산업의 새로운 정책 방향을 제시하고자 관광목적지로서 역사·문화 도시인 고령군의 관광목적지 선택속성에 대한 평가를 위해 목

적지 선택속성을 관광환경, 관광 수용태세, 특이성 요인으로 제시하였다.

관광목적지 선택속성에 관한 선행연구를 정리한 목록은 다음 아래의 <표 II-6>와 같다.

<표 II-6> 관광목적지 선택속성에 관한 선행연구

연구자	연도	연구 내용
Haahti	1986	관광목적지를 선택하게 되는 결정 인자와 관광지의 속성에 대해 관광객의 선호와 지각을 규명, 새로운 목적지 등 10개 관광지 속성 변수로 연구
Middleton	1988	사회적, 인공적, 문화적, 서비스 및 시설, 여행수단, 관광지 접근성, 관광지의 이미지, 운영요소, 비용, 시간, 제약 요소, 총 여행비용 등
Urbain	1989	제도, 지형, 기후, 훌륭한 볼거리, 합리적인 가격
Dann, G.	1991	매력물과 문화적 구조로 구분
Um, S. & Crompton	1992	기후, 즐거움, 타인과의 만남, 자연환경, 금전, 시간으로 구분
Law	1993	도시관광에 대한 선택속성을 측정하기 위해 특별함 및 흥미, 오락성, 문화적 요소, 숙박 및 음식 등으로 구분하여 도시관광 발전을 위한 연구
Crompton et al.	1993	관광지의 기후, 매력적인 자연환경, 사람들과의 만남, 즐거움, 다양성, 행복감, 도전성, 특별한 야외·오락 활동, 후식, 금전, 건강, 시간, 안전
김성혁·전정아	2004	숙박시설, 자연경관, 관광지의 청결성, 교통의 편리성, 야간관광 등
오상훈·고계성	2005	자연적 매력성, 서비스, 주민 환대, 교통 편리성, 종사원, 관광 정보, 축제, 먹거리, 야간관광, 쇼핑
오상훈·임화순·고계성	2005	자연적 매력물, 계절과 기후, 자연경관, 역사·문화, 매력물, 지방색, 물가, 주제공원, 축제, 접근성, 다양한 레저스포츠, 숙박시설, 쇼핑, 정보 안내, 교통 편리성 등
김민철 외2	2008	관광자 편리성이 서비스 가치, 레저 및 음식, 편의시설, 문화체험
김민철 외3	2008	쇼핑, 야간관광, 문화 및 레저 체험, 음식, 시설 편리성, 안내 및 불만처리
김유하	2008	리조트 선택속성을 시설 요인, 내적 서비스 요인, 비용과 편의성 요인, 환경 요인, 프로그램 요인으로 구분. 입지유형에 따른 선택속성 차이 연구
김홍렬·윤설민	2008	기온·기후·계절, 자연경관, 안전, 역사·유적 다양한 문화적 매력, 관광지 물가 수준, 여행비용의 적합성, 숙박시설, 관광지 청결성·혼잡도, 친절·전반적인 서비스, 쇼핑시설, 유흥·오락 시설, 관광지까지 접근성, 교통 편리성, 색다르고 교육적 생활양식 경험
최용훈	2008	목적지 특성, 개인적 특성, 환경적 요인 등에 영향 받음. 4가지로 구성된 관광목적지 선택속성을 제시
김성혁 외2	2009	기반시설, 관광자원, 유명함, 접근성, 독특성
지봉구	2009	관광객 준비태세, 관광 매력물, 축제 이벤트, 접근성
정민채	2009	인지도, 독특함, 방문 가치, 인지도 선호도, 가격 프리미엄

<표 계속>

연구자	연도	연구 내용
Hsu, Tsai & Wu	2009	·내부적 요인: 탈출, 휴식, 자기실현, 치료, 건강, 새로운 친구의 만남, 명성·탐험 추구, 친지 방문, 문화적 탐험 등
		·외부적 요인: 교통시설, 음식의 다양함과 질, 사람들의 친근감, 숙소 시설, 개인적 안정, 가격, 쇼핑하기 좋은 곳, 문화적 자원, 관광지 이미지와 기대, 환경적 안정과 질
Shani 외2	2010	쾌적하고 깨끗한 환경, 좋은 날씨, 독특한 자연 매력, 독특한 역사와 문화, 친절함, 접근성, 관광정책, 안전, 선도, 돈에 대한 가치, 사회·정치적 안정, 관광 인프라, 현대적 숙박, 지역 음식, 편리한 현지 교통, 쇼핑시설, 다양한 이벤트와 축제, 레크리에이션 기회, 유흥, 레저 스포츠
Žabkar et al.,	2010	접근성, 문화·역사적 매력물, 깨끗한 자연, 숙박시설의 본질, 청결성, 자연 주민들의 환대, 안전, 휴식, 친절성, 현지 음식 등으로 구분하여 관광 목적지의 선택속성 구성
박종찬	2011	라이프스타일 유형에 따른 해양관광지 선택에 관한 연구에서는 선택속성을 사고 지향, 자기확산, 성실 지향, 내실 추구, 책임추구를 제시
정균표	2011	아름다운 풍경, 경치, 유물·유적, 자연 생태, 기후, 조망 전망, 안전성, 청결, 공중위생, 의료시설, 문화유산 다양성, 역사적 유물, 전통문화, 역사와 교육, 전통음식, 친구와 친밀한 교류, 가족관계, 동행자와의 이해
손병모	2011	주민의 친절과 호의, 종업원의 서비스, 전문성, 관광지 다양한 매력물, 주변 환경과의 조화, 쾌적성·청결성, 사기·범죄 노출 위험, 자연재해에 대한 염려, 감염병 위험 등, 정보 접근성, 교통, 주차 편리성
김효중·김시중	2012	활동·체험성, 접근·비용성, 자연·문화성, 친숙성
송학준	2012	역사성, 교육성, 편의성, 프로그램 및 전시
차재만	2013	접근성, 부대시설, 가격, 서비스, 주변 환경
장혜정	2013	여행사 요인, 교통 요인, 홈페이지 정보 요인, 여행상품, 숙박 요인
한상겸	2015	여가·휴식·경험, 안내 서비스·친절성·숙박시설, 드라마 촬영지 매력, 교통 시설·안내정보·여객시설
김지인	2015	섬 관광 어메니티 평가요인을 고유성, 기능성, 심미성, 친환경성, 문화 사회성으로 구분 섬 관광만의 차별적인 선택속성을 분석
김도훈·김지훈	2015	자연적 요인, 역사적 요인, 사회·문화적 요인, 쇼핑·여가, 관광 기반시설
주형석	2015	해변과 자연경관, 다양한 위탁시설(수영장 및 레포츠 관광지 둘 다 선호), 접근성 중시형(2시간을 가장 선호)
박선심	2016	서비스 품질, 물리적 속성, 지각된 위험, 접근성, 프로그램
강혜숙	2017	정서적 이미지, 관광 자원, 위탁성 요인이 가장 크게 영향을 미침
안태기	2017	전남지역 섬 관광객을 대상으로 연구 고유한 매력, 사회·문화적 특징, 여행의 합리성

〈표 계속〉

연구자	연도	연구 내용
정효숙	2017	선택속성, 관광 동기, 태도, 주관적 규범, 지각된 행동통제, 추천 의도
남은경·이승곤	2018	역사·문화자원을 활용한 관광 활성화와 관광산업의 새로운 정책 방향 제시, 관광목적지로서의 선택속성, 관광수용태세, 특이성 요인으로 제시
안성식 외2	2018	기후 변화, 관광 형태, 관광지 매력성, 관광 유형, 동행자 유형, 접근성, 숙박, 부대시설 등
이경숙·전보람	2018	방한 중국인을 대상으로 진행한 연구, 프로그램, 서비스 품질, 지각된 위험, 물리적 속성, 접근성을 선택속성으로 제시
김동한	2019	도시관광 선택속성 개선에 관한 연구, 도시관광목적지에 대한 선택속성을 편의 및 휴게시설, 매력성, 안전 및 청결 도로 등 개선 제시
김현철	2019	기장군의 향토 음식 이미지가 관광지 선택속성에 미치는 영향 관계를 분석: 학습, 체험, 탐방, 쇼핑, 휴양, 시설
김주진·신우진	2020	매력성, 역사·문화성, 프로그램, 편의성, 접근성, 서비스 품질
진동봉·박현지	2021	COVID-19 이후 기간에 중국의 국내 관광목적지에 대한 새로운 마케팅 방향을 제시
박규태	2022	관광목적지의 선택속성이 관광객 만족, 행동 의도에 미치는 영향에 대해 실증 분석을 진행. 순천만 국가정원을 방문하는 구성 요소, 관광객들의 관광 만족과 행동 의도 영향 관계를 파악

자료: 선행연구를 토대로 연구자가 작성

제3절 관광만족도 및 재방문의도

1. 관광만족도 및 재방문의도의 개념

만족(satisfaction)은 라틴어인 satis(enough)와 facere(to do or make)에서 유래한 용어로 ‘채우기(filling)’, ‘충족(fulfillment)’(이지현 등, 2018; 오승욱, 2021), ‘마음에 흡족함’, ‘모자람이 없이 충분하고 넉넉함’이란 의미이다(최종남, 2021). Oliver(1997)는 만족은 경험을 바탕으로 한 상품이나 서비스에 대한 지각이나 느낌이 긍정적인 것 경험 뒤 품질과 성과에 대해 지각된 가치에서 오는 전반적인 느낌과 감정의 결과라고 정의하였다. 그러나 만족은 다양한 관점에서 고찰할 수 있고 그 개념 또한 매우 추상적이기 때문에 만족의 개념은 매우 다양하다. 고객 만족은 기업의 마케팅 활동에서 핵심적인 요소로 만족을 통한 고객의 긍

정적인 행동 의도, 재방문 가능성, 주변에 긍정적인 구전과 충성도는 기존 고객 확보로 인한 신규 고객 확보 대비 저비용의 측면과 신규 고객 창출이라는 효과 때문에 기업의 이윤 추구하고 지속적인 성장을 위해 매우 중요하다(Reichheld, 2000). 결국 고객 만족은 소비자들의 상표 충성도를 높이게 하여 해당 제품 재구매 또는 매출 증대로 이어진다.

따라서 관광 만족 또한 재방문의도와 추천 의도를 높이는 관광 마케팅과 직접적으로 연관되는 변인임을 강조하였다(Fornell, 1992). 이렇듯 만족의 중요성은 기존에 많은 연구를 통해서 실증적으로 입증되었으며 관광 분야를 포함한 여러 분야에서 만족에 관한 연구가 지속해서 이어지고 있다. 마케팅 영역에서 주로 연구되었던 만족은 1960년대 이후 관광 분야에서 연구되기 시작했고 Pizam, Newmann and Reichel(1979)에 의해 관광객을 대상으로 소비자 만족 개념을 이용하여 관광 서비스를 평가하는 데 있어 관광 만족이 중요 변수로 다루어지게 되었다. 이후 1990년대에는 관광 만족에 영향을 미치는 변수와 만족 간 관계에 관한 연구의 경향이 우세했다. 즉, 관광 만족은 동기, 선호도, 심리적 결과, 경험에 대한 기대 등과 같은 다양한 변수들과의 영향 관계를 갖는 요인으로서 중요한 변인으로 다루어져 왔다(남윤정, 2017).

일반적으로 기업들이 1990년대 접어들면서 고객 만족에 대해 기업경영에 있어 매우 중요하게 인식하게 되는데, 기업 경영자들이 제공하는 제품이나 서비스 등을 고객 지향적으로 구성하게 된다면 고객 만족이 좋아질 것이라 주장하고 있다(전인오·강명석, 2013). 이러한 주장과 마찬가지로 만족의 개념은 경험과 기대 간의 비교로 평가할 수 있으며, 지각된 실제 경험과 사전에 기대했던 것과의 일치 정도를 표현하기도 한다(Richter, 1983). 또한, 어떤 특정한 제품이나 서비스 구매나 소비 경험에 대한 구매자의 주관적이고 전반적인 평가 반응이라 할 수 있다(김도훈·김지훈, 2015). 소비자 만족에 대한 정의는 감정적 측면과 인지적 측면에서의 정의, 과정 중심적 정의와 결과 중심적 정의 등으로 나누어 이루어지고 있다(김규동, 1996). 개인의 모든 활동에 있어 궁극적인 목적은 만족에 있다고 하여도 과언이 아니다(Lounsbury & Polik, 1992). 만족은 소비자 행동의 하나로서 인간의 행동을 이해하며 이를 설명하고 예측하는데 필수적인 개념이라 할 수 있으며 경험의 발생 결과로써 보는 측면에 있어 만족은 관광객 여행 경험 전체에 대한 태도인 것이다(김도훈·김지훈, 2015).

즉, 관광 만족이란 관광목적지의 모든 환경과 전체적인 서비스 품질과 서비스에 대하여 만족하는 정도, 또는 서비스를 경험하고 난 후 나타나는 감정이나 정서의 종합 또는 전반적인 평가라 할 수 있다(박경심 외2, 2018; 최자은·박은경, 2018). 결국 만족한 고객들은 그 관

광목적지에 대한 호의적인 예측을 보이고 주위의 지인에게 긍정적인 구전을 퍼뜨릴 가능성이 높은 것으로 알려져 있다.

관광 만족은 관광 서비스를 평가하는 판단 기준 중 하나로써 관광객의 행동 의도와 고객 유지에 미치는 잠재적인 영향으로 인해 관광객 연구에서 중요한 개념으로 여겨지고 있다 (Anderson & Sullivan, 1993). 관광에서의 만족이란 관광 상품 및 서비스와 같은 상품 구매와 관광 활동이 관광객 스스로의 경험을 토대로 관광을 하면서 얻을 수 있는 기대 수준과 실제 관광객이 얻는 지각 수준과의 비교에 의해 만들어지는 주관적인 심리상태라고 할 수 있다(이재곤·김은혜, 2014). 이에 따라 관광객은 총체적인 관광 경험에 대한 평가를 내리므로 관광 만족은 관광객이 관광 서비스를 평가하는 판단 기준이 되며, 관광 상품 및 서비스에 대한 만족과 불만족은 해당 상품의 재이용이나 관광지 재방문 여부를 결정하는 것에도 중요한 영향을 미친다(현은지, 2016). 다시 말해 관광 만족은 관광 체험의 후속 단계를 대표하는 심리적 구성 개념으로(고동우, 1998), 관광 활동 참여의 궁극적인 목적이라고 할 수 있다(이후석, 2015; 장호·조태영, 2016).

관광 만족에 대한 개념은 학자들마다 약간의 차이를 보이고 있으나 대부분 인지적인 관점과 정서적인 관점에서 관광 만족을 정의하고 있다. Dann, G.,(1978)는 관광객이 관광 행위 이전에 가지고 있었던 사전 기대와의 일치성에 따른 감정과 관광 소비과정을 통해 관광객이 가지게 되는 감정이 복합적으로 야기하는 심리적 상태로 관광 만족을 정의하였으며, 박은경(2014) 등은 관광하는 동안 관광객의 정서와 인지적 측면에 영향을 미치는 관광목적지의 속성에 대한 긍정적 평가이자 관광목적지에 대한 관광객의 호감 수준으로 관광 만족을 정의하였다. 김구미(2015)는 관광 만족을 인간이 느끼고 싶어 하는 인간 활동의 목적으로 보면서 자신에게 의미 있는 관광 활동을 통해 긍정적인 감정을 가지고 욕구를 충족시키는 것으로 정의하였다. 이러한 만족은 연구 대상 및 목적에 따라 생활 만족, 경제적 만족, 관광 만족, 심리적 만족, 감성적 만족 등으로 다양하게 분류되고 있는 것이 현실이고, 동일한 용어를 사용하더라도 개념이 상이한 경우가 많다.

Baker and Crompton(2000)은 관광 만족이란 관광객의 관광 사전 기대에 대한 인지적 반응으로 관광 경험 후에 평가되는 긍정적인 상태라고 하였다. 이러한 관광 만족은 관광 체험에 대하여 전체적인 이미지를 평가하는 것으로 일종의 주관적 태도이자 긍정적인 감정 상태로 볼 수 있다. 그리고 관광 만족은 관광객의 전반적인 관광 경험에 대한 평가인 동시에 관광지에 대한 전반적인 평가이기도 하다. 관광지에 만족한 관광객은 그 관광지에 더욱 재방문하

고 싶어 하고 구전 효과 등으로 인하여 잠재적 관광객을 더욱 많이 발생시킬 수 있으며, 관광 산업의 발전에도 긍정적으로 작용할 가능성이 높다. 관광객의 만족은 관광 활동의 주요 목적이며, 관광객의 주관적 평가로 정서적인 지적 측면에서의 총체적인 느낌이라고 할 수 있다(이현중, 2019). 또한, 관광 활동의 결과로 관광목적지에 대한 호의적인 감정과 태도라고 할 수 있다. 관광객은 관광목적지의 매력성 때문에 방문하게 되고 이러한 경험은 향후 관광객의 행동인 만족, 재방문, 충성도 등에 영향을 준다(손일락, 2019; 오민재, 2018). 관광에서 만족에 관한 이론은 사전 기대와 이용 후의 느낌 간의 지각된 불일치로 정의되며, 관광지의 문화·사회적, 물리적 특성과 휴식, 안전시설과 신념, 여가 활동과 관련된 상황, 교통, 상업적 서비스 등 무형성에 의해 영향을 받을 수 있는 대체로 관광지의 유·무형의 속성에 대하여 관광객의 종합적인 평가로 볼 수 있다(유승각, 2011). 관광지의 다양한 요소와 특성에 대한 긍정적인 평가로 관광에 대한 호의적인 태도 또는 감정이라고 정의할 수 있다(송주연·김남조, 2018; 이현중, 2019; Wang et al., 2009).

관광 만족과 함께 관광객의 심리상태에 대한 이해를 돕는 요소가 재방문의도이다. 현대에는 관광지에 대한 재방문을 상품의 재구매 의사와 동일하게 판단하여, 마케팅 관련 연구에서는 가장 중요한 주제 중의 하나로 인식하고 있다(Shoemaker & Lewis, 1999; 임화순·남윤섭, 2017). 재방문의도란 관광지의 하위 속성들과 관련된 경험들에 근거하여 비용이 조금 부담된다 하더라도 같은 관광지를 다시 재방문할 욕구를 느끼게 되는 것을 말한다(송광인·김정준, 2009).

의도란 개인의 얘기된 혹은 계획되어 있는 미래 행동을 의미하는 것으로 개인의 신념이나 태도가 행동에 옮겨질 확률이라 볼 수 있다(Blackwell, 2015). 즉 재방문의도는 관광지 관련된 체험들에 근거하여 참여자가 해당 관광지를 다시 방문하고 싶은 욕구를 느끼는 정도이다(고동우, 1998). 특정한 관광지의 과거 경험에 대한 개인의 의견을 바탕으로 다시 방문하려 하는 신념이라 할 수 있다. Pearce(1989)는 관광객들은 만족과 불만족의 결과에 따라 재방문하거나 다른 관광지로 목적지를 바꾼다고 주장하였고, 만족하는 관광객은 그 관광지를 재방문하거나 타인에게 권유, 호의적으로 설명하지만, 불만족한 경우는 재방문하지 않으며 타인에게 권유하지 않고 부정적인 설명으로 표현하여 관광지의 이미지에 크게 영향을 미칠 것이라고 설명하였다.

재방문의도는 관광객들이 제공된 상품과 서비스 등을 이용할 때 느끼는 품질이나 만족, 서비스 가치의 결과로 관광에 대한 소비자의 구매 의도가 형성할 수 있고, 제공 되어진 상품과

소비자 사이에 긍정적인 관계가 미래 거래에 있어서 불확실성을 감소시켜 장기적으로는 재방문의도에 우호적인 영향을 끼친다(Binter, 1990). 상품에 관련하여 품질 및 서비스가 우수하더라도 비용이 너무 비싸다면 소비자의 만족도는 떨어질 수도 있을 것이다. 따라서 행위의도를 포괄적으로 측정하는 방식으로는 재방문의도나 구전 의도에 만족의 정도가 반영되어 있다. 재방문의도는 구매 후 평가와 밀접한 관련성을 갖는데 구매 후 평가란 소비자의 의사 결정 과정 중 구매 후 행동의 한 단계로써 구매된 제품 또는 서비스의 소비 후 만족, 불만족의 평가 과정으로 정의된다. 서비스의 구매 후 평가는 서비스 상품이 지니고 있는 특성으로 인하여 제품 구매 후 평가와는 달리 독특한 형태를 취한다. 이것은 흔히 '진실의 순간 또는 결정의 순간'으로 지칭되는 개념으로 소비자와 서비스 제공자 사이의 이분적인 상호작용으로 정의되고 있다(조장현·권종현, 2004). 실제로 많은 연구는 저성장 및 치열한 경쟁 환경하의 서비스산업에서는 신규 고객 창출보다 기존 고객의 유지가 더욱 중요하다는 인식이 확산되면서 방역 전략의 핵심인 고객 유지 및 재구매 의도에 대한 연구가 활발히 이루어져야 할 필요성이 제기되고 있으나 서비스 마케팅의 기존 연구들은 고객 유지와 재방문의도에 대한 연구보다 고객 만족이 재방문을 유도한다는 가정하에 고객 만족에 초점을 두고 고객 만족과 서비스 질간의 관계에만 집중하여 왔다(정민채, 2009).

관광에 대한 욕구를 느낀 잠재적 관광객은 구매 결정 단계에서 관광지의 매력도와 관광지를 방문하는 데 투입된 비용, 조건 등 관광지 선택속성 등을 고려하여 관광 행동을 위한 결정을 하게 된다. Fishbein마케팅 모델은 소비자들이 제품이나 상표 등 여러 가지 속성들에 대해 가지고 있는 신념이 태도의 바탕이 되기 때문에 신념이 결합하여 태도가 형성된다는 다속성 태도를 측정하는 연구이다. 이에 따르면 관광지 선택속성들 각각에 대하여 만족도와 중요성을 결합해 각 속성에 대한 태도가 형성되며, 관광지의 선택이 이루어지는 것으로 파악해 볼 수 있다. 특히, 선택속성을 고려하는 이 단계에서는 소비 이전단계로써 자신이 지닌 동기와 선택한 속성들로, 선택한 관광 소비 활동에 대해 다양한 기대를 형성하게 되고, 관광지를 선택한 후 관광객들은 여러 가지 과정을 거치고 경험하면서 만족이 형성되게 된다(박창규·엄서호, 1998). 관광객들은 자신이 선택한 결과에 따라서 관광을 경험하게 되고 그 후 만족도와 재방문 의사까지 연결되고 관광객들의 욕구에 맞는 선택속성을 제공하는 것은 행위 의도에 긍정적인 영향을 끼친다 할 수 있다(손수진, 2015). 관광 동기는 이렇듯 행동을 유발하고, 선택속성에 영향을 주며 관광객의 만족 또는 불만족과 재방문에 대하여 의사 결정 과정에 영향을 미친다.

Moscardo, Pearce(1989)는 만족과 재방문 의사 결정 관계에 관한 영향 평가 연구에서 관광객들은 관광지에 대한 만족 여부에 따라 재방문을 결정하거나 다른 관광지로 방문 목적지를 바꾼다고 주장하였다. 즉, 특정 관광지에 대하여 만족을 경험한 관광객은 그 관광지를 다시 방문하거나, 주변 사람에게 권유하거나, 호의적이고 긍정적으로 전달하지만, 불만족을 경험한 관광객은 해당 관광지를 다시 방문하지 않을 뿐만 아니라, 주변 사람에게 권유하지도 않고 부정적인 구전을 하여 해당 관광지의 이미지 등 여러 가지 면에 크게 부정적 영향을 미칠 수 있다고 제시하였다. 유승각(2011)의 경우는 관광지에 대한 만족도에 따라 재방문의도가 높아지지만, 관광의 속성상 만족을 경험할지라도 새로운 지역에 대한 호기심으로 인해 다른 지역으로 전환하고자 하는 의도가 발생할 수 있음을 강조하였다. 신민정 외2(2018)은 공정 여행 관광 동기 및 선택속성이 관광만족도와 재방문의도에 미치는 영향 관계에서 동기 및 선택속성이 관광만족도에 긍정적 영향을 주는 것으로 나타났다. 김정훈(2005)은 관광 만족을 관광객 개인의 다양한 욕구가 충족된 정도로서의 만족도와 후속적인 행동 의사인 재방문의도와 추천 의도로 구분하여 설명하고 있다. 즉, 만족도와 후속적 행동 의사 간에는 긍정적 관계가 형성되어있으며 만족한 관광객들은 해당 관광지에 대하여 우호적 평가를 하며 재방문의도에도 긍정적 태도를 취하는 것으로 제시하고 있다.

2. 관광만족도 및 재방문의도의 구성 요소

만족의 구성 요소 측정을 위하여 학자들이 만족을 다차원 요소로 구분하였다. 먼저 Oliver(1981)는 만족을 인지적 개념에 의한 단순 차원으로 제시하였다.

Bagozzi, Gopina and Nyer(1999)은 복합적으로 구성된 만족에 인지와 감정 두 요소가 있다고 하였다. 이후에 Odek erken Schröder et al.,(2000)은 만족을 제시하는 내용으로 서비스나 제품에 대하여 감정적과 인지적인 평가가 포함된다고 하였다.

Yu and Dean(2001)는 인간의 본성이 긍정적 감정은 유지하며 부정적 감정은 회피하려고 하기 때문에 소비자들의 감정은 행동에 영향을 미친다라고 하였다. 즉 관광객들 역시 긍정적인 관광 경험을 추구하면서 부정적인 경험을 회피하려고 한다. 또한 관광 분야에서 세분화하게 구분하면 김채옥·송운강(2007)은 관광 만족을 교통 만족, 음식 만족, 숙박 만족, 관광지 만족 4가지로 분류하였으며 박상훈(2011)은 심리·정서적 만족과 사회·환경적 요인으로 분류

하였다. 관광 만족의 관계 연구를 살펴보면, 황동필(2014)은 관광 만족을 지역 특성 만족, 방문 만족, 관광 매력물 만족, 체험 프로그램 만족 4가지 요소로 구성하였다. 관광 만족에 관련된 선행연구를 고찰하면 만족은 여러 가지 요소로 측정할 수 있지만, 김수현·이우진(2014)의 연구가 '단일 문항으로 전반적인 만족을 측정하기도 한다'라고 하였다. 즉 관광 만족 측정 방법에 이용하는 측정척도는 단일항목척도와 다항목척도로 분류된다(Zhang, 2019). 관광 만족을 측정하는 데 있어 일부 연구자들은 '매우 불만족한다'에서 '매우 만족한다'까지 각 5개, 7개 등 간으로 나누어 있어 단순한 단일항목척도를 사용하였다(김근우, 2004; Zhang, 2019). 박창규·엄서호(1998)는 '기대와 지각된 성과가 관광객 만족에 미치는 영향에 관한 연구'에서 만족에 대해서 서비스, 접근성, 가격 이용성으로 구성하였다. 박석희(2002)는 '제주도 관광객을 대상으로 관광 후 이미지와 만족도 간의 관련성 연구'에 만족 요인을 잘 왔다라고 생각, 전반적인 만족, 행복감을 느낌 등으로 항목을 구성하였다. 연구 결과 관광 후 이미지와 만족도 간의 인과관계는 방문 목적과 방문 경험에 따라 다르다는 것을 밝혀내었다.

고동우(1998)는 관광지 속성과 관련된 체험에 근거하여 참여자가 해당 관광지를 앞으로 다시 방문하고 싶은 욕구를 느끼는 정도로 정의하면서 추천 의도와 재방문의도 등으로 구분 가능하다고 하였고, 김영구·김준국(2004)은 '고객 재방문의도 결정요인에 관한 연구'에서 고객 가치, 서비스 명성, 다양성 추구 지향, 전환 비용, 고객 만족이 재방문의도에 영향을 미침을 밝혀냈으며, 다양성 추구 성향이 높은 고객일수록 고객 만족, 재방문의도, 전환 비용이 낮아짐을 밝혔다.

최용복·부창산(2007)은 '지역 축제의 만족 속성이 방문객의 만족도와 재방문 및 추천 의도에 미치는 영향에 관한 연구'에서 축제 평가 속성 요인을 상품 요인, 먹거리 요인, 즐길 거리 요인, 운영 요인으로 구성하고 참가한 방문객의 만족 요인은 전반적인 만족도에 가장 큰 영향을 미치고 방문객의 전반적인 만족도는 재방문에 영향을 미친다고 하였다. 장성수 외2(2008)는 '축제 방문객 만족도와 재방문의도에 관한 연구'에서 축제 만족 요인을 서비스 및 유희성, 편의시설, 접근성, 식음료 및 기념품 요인으로 구성하고 4가지의 요인 모두 재방문의도에 유의한 영향을 미친다고 하였다. 또한, 방문객의 높은 만족도는 재방문 의사에 영향을 미치고 결국 많은 잠재 방문객들을 유인하게 된다고 하였다. 장경숙(2008)은 '서비스 품질이 고객 만족과 재방문의도, 구전효과에 미치는 연구'에서 서비스 품질을 신뢰성, 확신성, 유형성, 반응성 등의 요인으로 구성하고 고객 만족이 높을수록 만족의 정도가 클수록 재방문의도도 커진다고 검증하였다. 그리고 재방문의도에 대하여 다시 이용할 생각, 앞으로도 지속적으로 방

문할 생각 등의 항목으로 구성하였다. 광병호(2011)는 '장소마케팅이 장소이미지, 만족도, 재방문에 미치는 영향에 관한 연구'에서 만족에 대하여 방문에 대한 좋은 감정이 있음, 방문에 대해 만족함, 방문에 대하여 불편함이 없음 등의 항목으로 구성하였다.

관광객들이 관광 후에 상품 및 서비스에 대한 생각과 평가가 좋으면 소비자들의 재방문의도는 커질 것이고, 관광 후의 평가가 좋지 않으면 재방문의도 역시 작아진다. 의도에 관한 연구들에서 많은 영향을 미치는 요인은 만족으로 볼 수 있다. 재방문의도의 결정요인은 만족 외에도 비용 요인이 있다. 소비자 경험의 서비스 품질에는 반드시 비용이 존재하기 때문에 고객들이 느끼는 편익에 해당하는 서비스 품질만이 만족과 재방문의도를 결정하기보다 비용까지 생각한 소비자 가치가 만족과 재방문의도에 영향을 미치는 것으로 보는 것이 타당하다(임수민, 2010).

3. 선행연구

관광 만족에 관한 선행연구에서 Pearce(1980)는 다른 관광객들에게 구전으로 혹은 재방문하거나 그 관광지를 추천할 때 호의적으로 표현하는 관광객은 긍정적 만족을 갖는다고 하였다. 관광지를 재방문하지 않고 다른 사람에게 추천하지도 않으며 부정적 표현을 하는 관광객은 불만족 관광객이다. 제품이나 서비스에 대한 만족도는 재방문의도, 충성도와 같은 소비자의 호의적 태도를 형성하게 된다(Cronin & Taylor, 1992). Oliver(1997)는 소비자에 대한 행동적 관점에서 만족이란 기대 불일치의 견지에서 고객의 기대치와 고객의 소비 경험에 의해 사전에 기대했던 감정이 결합하여 나타나게 된 총체적인 심리상태라고 정의하였고 Reichheld(2001)에 의하면 만족도가 높은 고객은 더 자주 구매하는 것으로 나타났으며, 경쟁·업체의 가격 유인에도 덜 예민하게 반응하는 것으로 나타났다.

관광 만족은 만족의 개념을 관광의 영역으로 확장한 개념으로 고동우(1998)는 관광 만족을 관광 체험의 후속 단계를 대표하는 심리적 구성 개념으로 바라보고 있으며, 권정택(2000)은 관광목적지의 경험에 대한 관광객의 종합적이고 총체적이며 긍정적 평가라 언급하고 있다. 또한, Uysal and Noe(2003)는 관광 활동으로 생성되는 심리적 혜택과 관광지의 자연환경에 대한 평가라고 한 반면에 Lounsbury and Polik(1992)는 개인이 선택하게 되는 여가 활동이나 참여한 후 형성되게 되는 긍정적인 감정이나 인지의 정도라 할 수 있으며, 목적지에

대한 평판과 이미지는 높아지게 되며(황인창 외3, 2007), 이러한 긍정적인 이미지는 해당 지역을 관광목적지로서 재방문을 유도하거나 다른 사람에게 추천하여 지속적으로 재방문이 이루어질 수 있다는 것으로 예측해 볼 수 있다. (이성호, 2010; 박은숙·최해수, 2013)는 자신의 욕구가 얼마나 채워졌는가에 대하여 판단하는 반응이라고 하였는데 다시 말해 만족은 소비자의 욕구 및 동기나 기대 등의 충족 정도를 나타내는 용어으로써(김미라, 2020), 사전의 기대와 사후 경험이 주관적인 판단의 결과로써 결정되며 사람들이 추구하는 욕구에 대한 가치와 목표의 성취에서 생기는 주관적이며 다차원적인 심리적 상태라고 할 수 있다(박은병 외 2, 2012; 송복 외2, 1996; 임석·박용순, 2019).

관광객 자신이 관광 체험에 대한 사후 이미지를 평가하는 것으로 관광 체험에 대한 일종의 태도로서 관광 경험의 평가 결과 긍정적인 감정의 상태로 정의하고 있고(김성곤 외2, 2017), Truong and Foster(2006)는 관광 활동에서 느끼는 체험 요소를 중시하여 만족은 관광 체험에 대해 전체적인 이미지를 평가하는 것으로 일종의 주관적인 태도이며 긍정적인 감정 상태로 규정하고 있다(김미라, 2020). 이상과 같이 관광에서의 만족은 특정한 장소에서의 관광 활동으로 인한 관광객 자신의 경험을 바탕으로 관광객 개인이 얻을 수 있는 기대 수준과 실제로 얻은 지각 수준과의 비교에 의해서 생겨나는 주관적인 심리상태라고 할 수 있다.

연나미(2011)는 문화관광지를 대상으로 관광 만족을 조사하였으며, 만족도는 재방문의도, 추천 의도 등 충성도에 긍정적 영향을 미치는 것으로 나타났다. 손병모·김동수(2011)는 관광 스토리텔링을 대상으로 만족도를 조사한 결과 만족도는 충성도에 긍정적 영향을 미치는 것으로 나타났다. 나혜현(2011)은 동기가 관광 만족, 행동 의도에 미치는 영향을 밝혔으며 관광 만족은 관광객의 이용행태 및 관광 동기에 유의한 영향을 받는 것으로 나타났다, 박은경(2013)의 연구 또한 만족도는 인지적 충성도, 능동적 충성도에 긍정적 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이렇듯 만족은 개인적 경험에 대한 개인적 기대나 타인에 의해 파악되는 수준이기 때문에 사람들 개개인이 가지는 사전 기대와 지각된 성과를 비교하여 측정된다고 할 수 있다(이용민 외3, 2017). 개인에 따라서 지각하는 정도가 다른 상대적인 척도로 기대와 실제 상황 간의 차이가(Van Raaij & Francken, 1984; 최자은·박은경, 2018) 개인의 인식과 감정에 의존하는 주관적인 경험으로 개인의 인지적, 정서적 평가를 포함하고 있다고 할 수 있다(박용순·이상훈, 2019).

이러한 관광 만족을 다루고 있는 국내·외 선행연구를 살펴보면, 동굴 관광지를 대상으로 관광 이미지가 관광 만족에 미치는 영향 관계를 다루고 있는 김현기·박용순(2019)의 연구에서

는 관광 만족을 구성하고 있는 4개의 요인(매력성, 편리성, 경관성, 체험성)에 인지적 관광 이미지는 긍정적인 영향 관계를 형성하고 있는 반면에 정서적 관광 이미지는 부정적인 영향 관계를 형성하고 있는 것을 확인할 수 있다. 강릉지역을 방문한 관광객을 대상으로 관광목적지 이미지와 방문객 만족을 다루고 있는 강혜숙(2017)의 연구에서는 관광목적지 이미지를 구성하고 있는 3개의 요인(정서적 이미지, 관광 자원, 위락성)은 방문객의 관광 만족에 유의한 영향 관계를 보여주고 있는데, 이중 관광지의 외적 자극이라고 할 수 있는 위락성 요인이 가장 크게 영향을 미치고 있는 것을 확인할 수 있다. 문화유산 관광객을 대상으로 경험의 질이 지각된 가치와 만족, 행동 의도에 미치는 영향 관계를 파악하고 있는 Chen and Chen(2010)의 연구에서는 경험의 질과 지각된 가치는 만족에 유의한 영향을 미치고 이는 곧 행동 의도에도 영향을 주고 있는 것을 확인하고 있다. 도시 이미지와 관광 만족을 다루고 있는 연구 중 대구시를 방문하는 중국 관광객을 대상으로 도시 이미지 요인과 관광 만족 간의 관계를 살펴보고 있는 권중록(2018)의 연구에서는 관광 이미지를 구성하고 있는 2개의 요인(인지적, 정서적)은 관광 만족에 영향을 미치지만, 정서적 관광 이미지가 인지적 관광 이미지에 비해 상대적으로 더 크게 영향을 미치고 있는 것으로 나타난 것으로 확인되고 있으며, 대전 시민 중 최근 1년 이내에 관광 경험이 있는 도시민을 대상으로 관광 경험 집단에 따라 관광목적지 이미지, 만족도 및 행동 의도의 차이를 탐구하고 있는 윤유식 외3(2017)의 연구에서 지역 전통문화나 지역 환대 경험이 높을수록 관광 이미지와 만족도 또한 높게 나타나고 있는 것을 확인하고 있다. 김영미(2013)는 창경궁을 대상으로 문화유산 관람 선택속성이 관광 만족도와 행동 의도에 미치는 영향 연구에서 관광만족도는 고궁을 관람하는 관광객들이 느끼는 관광지에 대한 기대 욕구가 어느 정도 충족되었는지에 대한 전반적인 평가로 정의하였다.

이상과 같이 관광 만족을 다루고 있는 선행연구를 살펴본 결과, 특정 지역을 방문한 관광객이 지각하는 관광 이미지, 지각된 가치와 경험의 정도는 관광 만족에 유의한 영향 관계를 나타내고 있는 것을 확인할 수 있다. 또한 그들이 특정 지역에서 경험한 전반적인 관광 경험은 해당 지역을 재방문하는 의사 결정 과정에 영향을 미치고 있는 것을 알 수 있다. 즉, 관광객의 만족 정도가 높을수록 특정한 관광목적지에 대한 평판과 이미지는 높아지게 되며(황인창 외3, 2007), 이러한 긍정적인 이미지는 해당 지역을 관광목적지로서 재방을 유도하거나 다른 사람들에게 추천하여 지속적으로 재방문이 이루어질 수 있다는 것으로 예측해 볼 수 있다.

관광 만족에 관한 선행연구를 정리한 목록은 다음 아래의 <표 II-7>와 같다.

〈표 11-7〉 관광 만족에 관한 선행연구

연구자	연도	연구 내용
Oliver	1981	불일치된 기대와 소비 경험에 대한 사전에 갖고 있는 감정이 복합적으로 결합되어 발생한 종합적인 심리상태
Noe, F. P.	1987	사전 동기 혹은 요구의 충족 관광목적지의 사회·문화적, 특성, 교통, 숙박, 안전, 물리적 특성, 상업적 서비스, 흥미와 성취감, 여가 활동과 관련된 상황 같은 심리상태까지 포함 유·무형적 속성에 관하여 관광자의 종합적인 평가
Lounsbury & Poilk	1992	관광객이 관광 경험에 대해서 사후 그 이미지를 평가하는 것으로 전체 경험에 대한 일종의 태도
김인호	1993	관광객의 만족은 관광지에 대한 기대와 이미지로부터 영향을 받음
정강환	1995	이벤트 방문객들의 정보 원천을 조사, 동반형태, 방문 동기, 만족도를 높이기 위해선 프로그램 구성, 마케팅 전략수립 시 가족 지향적이어야 함
고동우	1998	관광 경험의 사후 평가의 4가지 개념을 분류, 제주도의 패키지여행 관광객들을 대상으로 조사, 6개의 변수로 분류하여 연구
강승구·이창근	2002	관광 이미지는 관광 방문객의 만족도에 영향을 미치고, 방문객 만족도는 관광 추천 의도에 매우 강한 영향을 미치는 것으로 주장
Hellier, Geursen, Carr & Rickard	2003	관광 만족을 관광객들의 기대와 욕구를 만족시키기 위한 서비스의 결과로부터 고객들이 느끼는 즐거움 또는 흡족함의 정도를 말함
Yoon & Uysal	2003	상품과 서비스의 인식과 감정적 결합에서 기대에 도달, 초과할 때 발생함
이정순	2005	관광 활동 경험에서 발생한 결과에 중점, 기대 수준과 실제 기대 수준과 비교·평가에서 생긴 주관적인 심리상태로 종합적이고 총체적인 평가
최병창	2005	여행사의 인적서비스와 국외 관광 상품의 조건, 인솔자와 현지 가이드의 인적서비스가 관광자 만족과 재구매·추천 의도에 미치는 영향을 검증
양봉석	2007	기대와 실제 경험 간 상호작용의 결과로써 관광객이 관광 체험의 평가
황인창 외3	2007	여행 목적지가 성공적으로 활용되기 위해서는 목적지에 대한 인식 및 긍정적인 이미지를 창출해야 함을 제안
최용복·부창산	2007	지역 축제 만족 속성이 관광만족도와 재방문 추천 의도에 미치는 영향 연구 상품 요인, 먹거리 요인, 즐길거리 요인
정민채	2009	역사·문화유적지를 방문하는 관광자를 대상으로 그들이 지각하는 유적지의 방문 만족도, 재방문 의사, 추천 의사와의 영향 관계를 구조적으로 검증
고한익	2010	서비스를 제공받기 위하여 지출한 비용에 대해서 고객이 받은 편익, 결과로 비용과 편익, 서비스에 대한 가격평가와 가격에 대한 서비스 평가로 정의
나혜현	2011	관광 만족, 행동 의도에 미치는 영향을 밝혔으며 관광 만족은 관광객의 이용 행태 및 관광 동기에 유의한 영향을 받는 것
연나미	2011	관광지에 대한 지각된 가치 요인인 정서적 가치, 기능적 가치, 사회적 가치는 관광객 만족도와 실제적인 상관관계를 보임
최병길·이영관	2011	구매한 특정 제품 경험한 서비스를 포함 소비 경험에 대하여 인지적·감정적 반응을 포함하고 있는 구매자의 전반적 평가·반응
손병모·김동수	2011	관광 스토리텔링을 통해 관광객의 흥미나 감성이 높아지고, 이해가 용이하도록 교육적 효과나 제공될 때 관광객들의 만족이 높아지고 이에 따른 긍정적인 주변에의 구전 및 추천으로 이어져 관광 활성화에 기여

〈표 계속〉

연구자	연도	연구 내용
김영미	2013	창경궁을 대상으로 문화유산 관람 선택속성이 관광만족도와 행동 의도에 미치는 영향 연구. 관광만족도는 고궁을 관람하는 관광객들이 느끼는 관광지에 대한 기대 욕구가 어느 정도 충족되었는지에 대해 전반적인 평가로 정의
	2015	경험에 의해 이루어지는 체험에 대한 결과
박은경	2013	문화유산 관광에서의 진정성이 관광자의 만족도와 충성도에 미치는 영향. 관광객은 태도 개발 구조의 다른 요소와 관련하여 각 단계에서 충성 각 충성도 단계에서 충성도에 영향을 미치는 다른 요인을 감지할 수 있음
이덕순	2013	관광 상품에 대해 사전적으로 가지고 있는 기대와 관광 활동 후 지각된 실제의 성과 간 평가에 차이에 대해 관광자의 반응
전인오·강명석	2013	관광객의 방문 전, 기대와 성과의 일치 여부와 과정에서 형성되는 소비자의 태도
안세길	2020	관광객의 만족은 향후 행동 의도에 유의한 영향을 미침
강영석	2021	관광지 선택속성이 전반적인 관광만족도에 미치는 영향은 지역적 특성, 접근성, 검역수준, 관광경험 순으로 관광만족도에 유의한 영향을 미침
고한두	2021	지각된 가치, 관광지 선택속성, 관광 만족, 자기 효능감, 행동 의도
신포나오미	2021	관광 전 기대했던 욕구 수준이 관광 후에 충족되었다고 느끼는 상태
배승현	2021	기억에 남는 관광 경험이 관광 만족, 생활 만족과 충성도, 온라인 구전에 미치는 영향
박재은 외3	2021	스마트관광 정보기술 속성 중 접근성을 제외한 정보성, 상호작용, 여행 서비스 만족도에 유의한 영향을 미침. 여행 서비스 만족, 행복 및 재방문의도의 관계에 있어, 재방문의도에 대한 행복의 매개 효과를 검증
장유재	2021	제주 관광객에게 필요한 인프라와 서비스를 제대로 갖추고 있는지 중점적으로 연구. 숙박시설, 관광가이드, 레스토랑, 교통시설은 적절한 인프라와 서비스 요인이 관광 만족, 재방문의도에 유의한 영향을 미침.
이윤희·임근욱	2022	관광목적지 이미지와 지각된 가치를 '만족 - 행동 의도'의 패러다임에 포함시켜 관광 소비 모델을 실증적으로 조사

자료: 선행연구를 토대로 연구자가 작성

재방문의도에 관한 선행연구는 Oliver(1999)의 연구에 의하면 방문객은 한번 방문을 결정하는데 시간과 비용 투자가 수반되며, 이러한 점을 고려할 때 고객이 목적을 달성했다고 지각할수록 재방문의도는 높아지게 된다. 또한 서비스를 대상으로 한 흥정임(2011)의 연구에서는 고객 만족도가 재방문의도에 매우 강한 긍정적 영향을 미치는 것으로 나타났다.

Eggert and Ulaga(2002)의 연구 또한 고객의 만족 정도가 재방문의도를 증가시키는 요인임을 밝혔으며, 고객은 만족하면 재방문의도와 추천 의도에 긍정적 영향을 미친다는 것을 밝혔다. 일반적으로 긍정적인 구전 활동과 충성도는 만족 수준이 높을수록 재방문의도가 높아지는 것으로 마케팅 및 소비자 연구에서 입증되고 있다(이주호, 2009). 전반적 관광 만

족과 함께 재방문의도와 추천 의도가 관광 경험 후속의 심리적 변수라고 보고 기존의 관광학 연구에서도 관광자 만족의 결과 변수로서 소비자 구매 의도, 재방문의도와 긍정적 구전 의도(추천 의도)를 행동 의도의 개념으로 논의하여 왔다(하광수·한범수, 2001). 이처럼 관광 마케팅과 직접 연계되어 잠재 관광객을 발생시키는 재방문은 만족한 관광객에게 발생 되는 것으로 나타난다. 구매 후 평가와 밀접한 관련성을 갖는 재방문의도는 소비자의 의사 결정 과정에서 구매 후 평가란 구매된 제품 또는 서비스의 소비 후 행동의 한 단계로서 만족, 불만족의 평가 과정으로 구매 후 나타나는 것으로 정의된다(최용훈, 2008).

Moscardo(1986)의 대표적인 연구들을 살펴보면 관광지의 체험이 특성에 관련된 재방문과 관광 만족에 영향을 미치는 것은 관광지를 재방문하는 사람과 재방문하지 않은 사람의 심리적 차이를 연구한 결과 재방문하는 사람이 체험 관광 만족에 영향을 주는 것으로 나타났다. 그리고 Mazursky(1989)의 연구에서도 재방문에 유의한 영향을 미치는 것에는 과거 다른 경험, 관광지에 대한 기대, 만족도 및 사회적 규범의 정도가 영향을 준다고 분석하였다. 또한 Baker and Crompton(2000)는 만족이 높을수록 마케팅 분야에서 구전 의도가 높다는 것을 만족과 성과 품질로 연구되어왔고 구전과의 관계를 검증하여 미래의 행동 의도를 나타내었다. 그리고 Szivas and Airey(2003)는 만족한 관광객은 관광 마케팅과 연계하여 잠재적 관광객을 더 많이 발생시키고 관광지를 더욱 재방문 하고 싶어 한다고 하였다. 국내의 연구에서도 이유재(1994)는 반응 변수인 불평 행동, 태도, 구전, 충성도, 재구매 의사, 상표 전환 등과 같은 요소가 고객 만족의 결과 변수라고 주장하였다. 그리고 권종현·조장현(2004)의 연구에서도 여행 경험에 대한 구전, 재방문 및 권유와 같은 추천 의도에 긍정적인 영향을 미치는 것은 여행객의 전반적 만족이라고 하였다. 또한 최용훈(2008)의 연구에서도 관광자 만족과 관광지 선택속성이 재방문의도에 미치는 영향 관계를 연구하여 관광자 만족은 재방문의도에 긍정적인 영향을 미친다고 하였다. 또한 이주호(2009)의 연구에서도 재방문의도에 긍정적인 영향을 미치는 것은 장소 이미지, 체험가치, 재방문의도를 연구하여 장소 이미지와 방문 만족을 가져온다고 하였다. 이처럼 평가에 의해 방문한 관광객이 많은 영향을 받게 되는 관광지의 재방문의도는, 기존 선행연구들의 일반적인 결과인 평가가 나쁘면 재방문의도가 낮아질 것이고, 평가가 좋으면 높아진다는 것이다(허지현·김정준, 2013). 정용해(2011)의 연구에서는 행사장 방문객을 대상으로 그들의 방문 만족도, 재방문의도, 추천 의도의 관계를 연구하였으며, 연구 결과 만족도가 재방문의도에 긍정적 영향을 미친다는 것을 밝혔다.

재방문의도에 관한 선행연구를 정리한 목록은 다음 아래의 <표 II-8>와 같다

〈표 11-8〉 재방문의도에 관한 선행연구

연구자	연도	연구내용
Moscardo	1986	관광지를 재방문하는 사람과 재방문하지 않은 사람의 심리적 차이를 연구한 결과 재방문하는 사람이 체험 관광 만족에 영향을 주는 것 살펴봄
Mazursky	1989	재방문에 유의한 영향을 미치는 것에는 과거 다른 경험, 관광지에 대한 기대, 만족도 및 사회적 규범의 정도가 영향을 준다고 분석
이유재	1994	반응 변수인 불평 행동, 태도, 구전, 충성도, 재구매 의사, 상표 전환 등과 같은 요소가 고객 만족의 결과 변수라고 주장
고동우	1998	관광 의도를 포괄적으로 측정하는 방식은 재방문의도나 구전 의도에 만족의 정도가 반영되어 있음
Oliver	1999	방문객은 한번 방문을 결정하는데 시간과 비용 투자가 수반되며, 이러한 점을 고려할 때 고객이 목적을 달성했다고 지각할수록 재방문의 도는 높아지게 됨
Baker & Crompton	2000	만족이 높을수록 마케팅 분야에서 구전 의도가 높다는 것을 만족과 성과 품질로 연구되어왔고, 그리고 구전과의 관계를 검증하여 미래의 행동 의도를 나타냄
하광수·한범수	2001	재방문의도와 긍정적 구전 의도(추천 의도)를 행동 의도의 개념으로 논의
Eggert & Ulaga	2002	고객의 만족 정도가 재방문의도를 증가시키는 요인임을 밝혔으며, 고객은 만족하면 재방문의도와 추천 의도에도 긍정적 영향을 미친다는 것을 밝힘
Szivas & Airey	2003	만족한 관광객은 관광 마케팅과 연계하여 잠재적 관광객을 더 많이 발생시키고 관광지를 더욱 재방문하고 싶어 한다고 하여 연구
조장현·권종현	2004	여행 경험에 대한 구전, 재방문 및 권유와 같은 추천 의도에 긍정적인 영향을 미치는 것은 여행객의 전반적 만족에 관한 연구
김동훈	2005	관광지 속성 지각된 관광 가치와 관광객 만족 및 재방문의도에 어떻게 영향을 미치는지의 여부를 실증분석. 관광지 속성 중 자연적요인, 소평 요인, 사회적 요인, 오락적 요인들이 재방문의도에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타남
김이향	2006	방한 중국인 관광객들의 환류 태도가 관광목적지 이미지와 관광지 선택속성에 미치는 영향, 관광목적지 이미지와 관광지 선택속성이 관광 만족에 미치는 영향, 관광 만족이 재방문의도에 미치는 영향을 규명
김현구	2007	철도 관광 상품 이용자들이 속성에 만족을 하게 되면, 고객 만족도가 향상됨 고객 만족도는 구전 의도에, 구전 의도는 재구매 의도에 유의한 영향을 미침
최윤정	2007	가족 관광 의사 결정에서 자녀의 영향력 요인으로 부모의 특성과 가족 관광 관여도에 따른 자녀의 영향력을 알아보고 단계별 차이를 분석, 여행을 결정하는 단계에서 즐거움을 지각할수록 자녀의 영향력이 커지는 것을 알 수 있음
장성수 외2	2008	방문객의 높은 만족도는 재방문의사에 영향을 미치고 결국 많은 잠재 방문객을 유인하게 됨
최용훈	2008	재방문의도는 소비자의 의사결정 과정 중 구매 후 평가란 구매된 제품 또는 서비스의 소비 후 행동의 한 단계로서 만족, 불만족의 평가 과정으로 구매 후 나타나는 것으로 정의
이주호	2009	구전 활동과 충성도는 만족 수준이 높을수록 재방문의도가 높아지는 것으로 마케팅 및 장소 이미지와 방문 만족에 따른 결과 변수로 재방문의도에 대한 입증
임수민	2009	서비스 품질만이 만족과 재방문의도를 결정하기보다 비용까지 생각한 소비자의 가치가 만족과 재방문의도에 영향을 미치는 것으로 보는 것이 타당하다 봄

〈표 계속〉

연구자	연도	연구내용
김정준	2009	재방문의도란 관광지 하위 속성 등과 관련된 경험들에 근거하여, 가격이 조금 부담되더라도 같은 관광지를 다시 재방문할 욕구를 느끼는 것을 말함
유승각	2011	춘천시 관광의 만족 속성으로는 볼거리와 어메니티를 가장 중시하고 있으며, 환경배치상태, 주변 자연경관, 적합한 환경 상태를 맑고 깨끗한 이미지로 변화 일정한 서비스 유지와 안정적인 수준의 시설을 결합한 질적 관리에 도달
정용해	2011	행사장 방문객을 대상으로 방문 만족도, 재방문의도, 추천 의도 관계 연구 만족도가 재방문의도에 긍정적 영향을 미침
권희석 외2	2013	서비스를 제공 받았던 고객이 그 서비스를 반복적으로 이용할 가능성
이덕순	2013	관광 명소 이미지가 방문객의 만족과 행동 의도에 미치는 영향 조사 구성 요소인 심리적·기능적 이미지 요인이 관광만족도, 재방문 및 권장 의도에 크게 영향을 미침. 심리적 이미지 요소는 관광만족도에 더 큰 영향을 미침.
허지현·김정준	2013	관광지의 재방문의도는 기존 선행연구들의 일반적인 결과인 평가가 나쁘면 재방문의도가 낮아질 것이고, 평가가 좋으면 높아진다는 것
김연수	2015	정의를 전체적인 평가결과로 누적적 관점의 경험들이 축적되어 행해지는 것이 각각에 대해 나타난다고 함
Blackwell	2015	의도란 개인의 예기된 또는 계획된 미래 행동을 의미하는데 개인의 신념, 태도가 행동으로 옮겨질 확률이라고 봄
진평	2016	한국 관광 체험을 문화관광 체험, 쇼핑관광 체험, 음식관광 체험, 자연경관 체험으로 관광 만족, 재방문·추천 의도 간의 인과 관계가 부분 검증
임화순·남윤섭	2017	관광지 이미지가 재방문의도에도 일부 요소만이 영향을 미침. 관광지 만족은 재방문의도에 영향을 미치는 것으로 나타남
신민정 외2	2018	계획된 미래 행동에 대한 고객의 의지를 가지고 상호관계를 지속하려는 의도
이경숙·전보람	2018	서비스 품질은 추천 의도에, 관광선택속성의 접근성은 관광지 재방문에 중요한 요인임. 프로그램 요인이 지각된 가치에 가장 큰 영향을 미침
정현아	2018	재방문의도는 고객 만족도와 밀접한 관련이 있다고 함
홍정화	2019	인지적 이미지는 정서적 이미지에 부분적으로 재방문의도에 영향을 미침
강문실·김윤숙	2019	제주 올레길의 방문 동기, 관광 만족, 재방문의도간의 관계 및 공익관여도 조절효과를 파악. 방문 동기가 관광 만족, 재방문의도에 긍정적인 영향을 미침
이수진·한진수	2020	고객만족도와 재방문의도를 높이기 위해 고객의 변화와 요구, 트렌드 등을 파악하여 환경, 시설, 서비스, 분위기를 조성하는 노력과 관심이 필요하다고 강조
정용복	2020	관광지 선택속성(문화체험, 자연경관, 접근성, 관광지 차별성)은 관광 만족과 재방문의도에 영향을 미치며, 관광 만족은 재방문의도에 어떠한 영향을 미침
전정아	2021	푸드 라이프스타일 유형과 서비스품질 특성이 만족과 행동 의도에 미치는 영향을 파악. 건강·단순·다양성·미각·제조일자별 추구 라이프스타일로 비교 조사
정현석	2021	방문객 만족은 행동 의도(재방문의도, 추천 의도)에 유의한 영향을 미침
양지선	2021	HUEREE 방문객의 재방문의도를 높이기 위한 방안을 논의. 관광 경험, 관광 만족, 재방문의도 간에 사회적 교류와 자연적 교류 간에도 유의한 영향을 미침
원민·노정희	2022	관광만족도를 향상시키고 문화 유적지를 재방문하는 데 있어 제약을 명확히 하는데 도움이 됨. 관광 제약이 강할수록 문화유적지로 돌아갈 가능성이 낮아짐

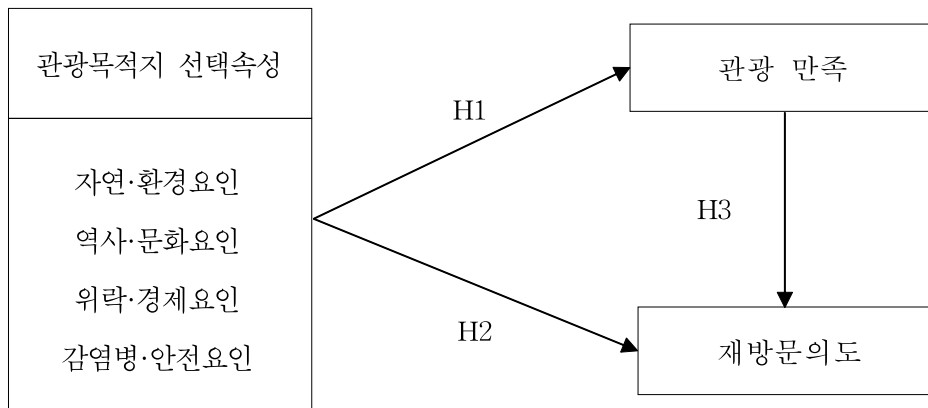
자료: 선행연구를 토대로 연구자가 작성

제3장 연구 방법

제1절 연구모형 및 가설설정

1. 연구모형

본 연구는 기존의 선행연구를 바탕으로 국내 최대 관광지이자 세계적인 관광 휴양지라고 해도 과언이 아닌 제주지역 관광객들을 대상으로, 관광목적지 선택속성과 관광 만족 재방문 의도를 일반적 개념 정의를 바탕으로 자연·환경요인, 역사·문화요인, 위락·경제요인, 감염병·안전요인 등으로 구별하여 분석하고, 실제 영향을 미칠 수 있는 변인들을 통하여 제주도 지역의 위기 상황에 보다 큰 효력을 발휘할 수 있는 특화된 비즈니스 전략과 맞춤형 관광객 서비스 방안 활용에 학술적, 실무적 작업에 도움이 되도록 기초 자료로 활용하고자 다음과 같은 연구모형을 제시하였다.



[그림 III] 연구 모형도

2. 가설설정

본 연구는 기존의 선행연구를 근거로 각 개념에 대한 이론적 고찰을 토대로 COVID-19 팬데믹 기간 제주지역 방문 관광객을 대상으로 다음과 같은 연구 가설을 설정하였다. 특히, 본 연구는 연구의 목적에 부합할 수 있도록 기존 연구들 중 관광목적지 선택속성과 관광만족도 및 재방문의도 간의 관계를 설명하고 있는 연구와 관광만족도와 재방문의도 간의 관계를 규명하고 있는 연구를 바탕으로 하였다. 감염병 요인의 경우 COVID-19가 현재까지 벌어지고 있는 상황임을 감안하여 이와 가장 유사한 상황이었던 감염병 사례를 다룬 연구들을 검토하여 가설을 설정하고자 하였다. 예를 들어, 한국문화관광연구원(2015)이 사스와 메르스를 중심으로 감염병 발생에 따른 국제 관광 수요 변화를 분석한 연구에서 감염병이 부정적인 영향을 주고 있다는 연구 등을 핵심적인 가설 설정의 준거 기준으로 하였다. 세부 가설 설정은 아래와 같다.

1) 관광목적지의 선택속성과 관광 만족 간의 관계

관광목적지에 관한 선행연구에서 (나혜현, 2011; 손병모·김동수, 2011; 최일선 외2, 2019)에서 관광목적지 선택속성이 관광객 만족에 영향을 미친다는 연구 결과들이 제시되었다. 나혜현의 연구에서는 대구 올레 팔공산 코스를 방문하는 관광객들을 대상으로 슬로우 투어리즘 관광객의 인구 통계적 특성 및 이용행태에 따른 관광 동기의 차이, 관광 동기와 만족도 간의 관계, 만족도와 행동 의도와의 관계에 대해 살펴보고 이에 따른 관리적 시사점을 제공하였다. 이 연구 결과 관광 동기와 전반적 만족도는 유의한 정(+)의 관계가 있는 것으로 나타났다. 손병모·김동수(2011)는 관광 몰입도에 따른 차이와 관광객의 관광 동기가 관광 만족 및 행동 의도에 미치는 영향을 규명하고자 하였다. 연구 결과 관광객의 관광 동기가 관광 만족에 미치는 영향의 경우 휴식/도피, 지적 추구, 심미 추구 요인이 관광 만족에 통계적으로 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 최일선 외2(2019)의 연구에서는 섬을 찾는 관광객들의 속성과 관광 제약 요인, 관광객 만족도 및 관광객 재방문의도 간의 관계를 파악하였다. 그 결과, 섬의 관광 속성은 관광 만족에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

이상의 연구 결과에 따르면, 관광객의 관광 동기는 관광 만족과 행동 의도에 긍정적인 영향을 미치는 임이 입증되었다. 따라서 본 연구에서는 이러한 선행연구를 바탕으로 COVID-19

팬데믹 기간 제주지역의 선택속성 요인이 방문한 관광객들의 만족에 영향을 미치는지 검증하고자 다음의 가설을 도출하였다.

H1: 관광목적지 선택속성은 관광 만족에 유의한 영향을 미친다.

H1-1: 자연·환경요인은 관광 만족에 유의한 영향을 미친다.

H1-2: 역사·문화요인은 관광 만족에 유의한 영향을 미친다.

H1-3: 위락·경제요인은 관광 만족에 유의한 영향을 미친다.

H1-4: 감염병·안전요인은 관광 만족에 유의한 영향을 미친다.

2) 관광목적지 선택속성과 재방문의도 간의 관계

관광목적지 선택속성에 관한 선행연구 (최용훈, 2008; 허지현·김정준, 2013; 정용해, 2020)에서 관광목적지 선택속성이 재방문의도에 영향을 미친다는 연구 결과들이 제시되었다. 허지현과 김정준의 연구는 관광지 브랜드 차별화 전략의 중요성이 증대됨에 따라 관광지에서의 감성적이고 진정성 있는 스토리텔링은 관광객들에게 어필할 수 있는 효과적인 방법이자 경쟁력의 원천이 되고 있다고 주장하고 있다. 즉, 해당 연구는 관광지의 스토리텔링이 관광객의 지각된 가치와 행동 의도에 미치는 영향을 분석하였다. 그 결과, 관광지의 스토리텔링과 같은 선택속성과는 관광객의 행동 의도에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 정용해의 연구에서는 관광지의 정서적 이미지, 인지적 이미지와 지역 특산물 음식점의 행동 의도 간의 관계에 대하여 규명하였는데 관광지 이미지는 관광객의 행동 의도에 유의한 정(+)의 영향을 주는 것으로 밝혀졌다. 따라서 본 연구에서는 이러한 선행연구를 바탕으로 COVID-19 팬데믹 기간 제주지역의 선택속성 요인이 재방문의도에 미치는 영향을 검증하고자 다음의 가설을 도출하였다.

H2: 관광목적지 선택속성은 재방문의도에 유의한 영향을 미친다.

H2-1: 자연·환경요인은 재방문의도에 유의한 영향을 미친다.

H2-2: 역사·문화요인은 재방문의도에 유의한 영향을 미친다.

H2-3: 위락·경제요인은 재방문의도에 유의한 영향을 미친다.

H2-4: 감염병·안전요인은 재방문의도에 유의한 영향을 미친다.

3) 관광객 만족과 재방문의도 간의 관계

만족도와 재방문의도에 대한 많은 선행연구 (최용복·부창산, 2007; 장성수 외2, 2008; 김희철 외2, 2007; 홍선욱, 2013; 원민·노정희, 2022)에서 만족도가 높을수록 재방문의도 또한 높아진다고 주장하였다. 김희철 외2(2007) 연구에서는 제주지역에서 활성화된 방어축제의 지속적인 재방문을 유도하기 위한 방안을 모색하였는데 분석 결과 관광객이 축제 프로그램, 축제장 편의성 등에 만족할 경우 재방문의도가 증가하는 것으로 나타났다. 원민·노정희의 연구에서는 문화유산 관람객들 만족도가 재방문 의사에 미치는 영향을 분석하였다. 연구 결과, 관광 동기는 관광 만족에 영향을 미치고, 이는 다시 재방문의도에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 하지만, 서비스 만족은 재방문의도에 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 본 연구에서는 이러한 선행연구를 바탕으로 COVID-19 팬데믹 기간 제주지역에 내방한 관광객들의 만족도가 재방문의도에 미치는 영향을 검증하고자 다음의 가설을 도출하였다.

H3: 관광 만족은 재방문의도에 유의한 영향을 미친다.

제2절 조사 설계

1. 연구 대상지 선정

본 연구의 분석 대상 지역인 제주 역시 지난 2년 간 COVID-19 팬데믹으로 인한 타격을 완전히 피해 가지는 못하였다. 2020년 1월에 제주지역을 방문한 국내·외 관광객 수는 120만여 명이었는데, 3월에는 48만여 명으로, 불과 두 달 사이에 60%나 급감하였다(제주특별자치도관광협회, 2020). 이는 대단히 이례적인 단기 감소세라고 할 수 있다. 2020년 초반에 이처럼 급격한 감소세를 보였던 제주지역 관광객은 2020년 하반기와 2021년에는 서서히 회복세를 나타내어, 2020년 한 해 동안에는 총 1,023만 6,445명, 2021년에는 총 1,200만 8,437명의 국내·외 관광객들이 제주지역을 방문한 것으로 집계되었다(제주특별자치도관광협회, 2021). 즉 2020~2022년간에 2년 이상 이어진 팬데믹 시기에도 제주지역의 관광객 수는 국내의 다른 지역과 비교할 때 적게 감소한 편이며, COVID-19 감염 상황이 최악이었던 시기조차도 최소한 일일 평균 1만 명 이상의 관광객이 제주지역을 꾸준히 찾은 것으로 확인되었다. 제주지역의 비교적 안정적인 관광객 수는 아래의 <표 III-1>을 통해서도 확인된다.

<표 III-1> 연도별 제주 입도 관광객 통계

구 분	2018	2019	2020	2021
계	14,313,961	15,286,136	10,236,445	12,008,437
1월	1,102,378	1,130,843	1,250,046	468,016
2월	949,909	1,110,817	628,804	793,768
3월	1,114,393	1,164,834	480,762	893,326
4월	1,311,203	1,298,026	542,258	1,082,861
5월	1,296,975	1,323,866	768,102	1,136,452
6월	1,293,728	1,307,217	863,417	1,138,867
7월	1,237,049	1,310,076	992,476	1,131,512
8월	1,278,528	1,421,455	1,133,095	974,194
9월	1,221,589	1,181,516	729,677	872,396
10월	1,263,722	1,422,312	1,078,243	1,222,094
11월	1,153,595	1,323,551	1,143,700	1,204,344
12월	1,090,892	1,291,623	625,865	1,090,607

출처: 제주특별자치도 제주 입도 관광객 통계(2022.01.20)

이상과 같이 다른 지역에 비해 변동 폭이 상대적으로 적은 제주지역의 관광객 수를 고려할 때, 감염병이나 자연재해 등 각종 재난이 관광 심리나 관광 의도 등을 완전히 파괴하는 것은 결코 아니며, 오히려 지역 사회가 감염병이나 기타 재난 상황을 어떻게 효율적으로 관리하면서 관광객들을 안전하게 보호하고 관광만족도 등을 충족시킬 수 있는지에 따라, 재난에 대한 내구성과 복구력을 지닌 우수한 관광 자원 및 관광 산업적 역량을 구축할 수 있음을 짐작해 볼 수 있다. 본 연구는 이와 같은 제주지역의 타 지역 대비 우수한 관광 역량에 주목하면서, 제주지역 관광객들을 대상으로 감염병 재난 시기에 불구하고 원거리 관광을 선택하고 결정하는 직접적인 동기가 된 선택속성 및 세부 요인들을 조사하고, 그들이 관광만족도 및 재방문의도에 미치는 영향을 살펴볼 것이다.

그동안 관광목적지의 선택속성과 관련된 선행연구들은 COVID-19 팬데믹 등과 같은 재난 시기, 위급한 시기에 중요하게 고려할 만한 특화된 선택속성보다는 재난이 발생하지 않은 안전한 시기나 일상적인 상황에서의 전반적, 보편적인 선택속성을 분석하는 데에만 집중해 왔다. 즉, 관광객들이 보편적으로 가장 선호하는 아름답고 빼어난 자연경관이나 청정하고 건강한 환경 등과 같은 관광지의 우수한 자연적, 환경적 특성(고한두, 2021; 손일화, 2000; 심우석, 2015), 유구한 역사유적이나 전통문화유산, 혹은 전통적인 생활 풍습 등을 풍부하게 관람하고 체험할 수 있는 역사적, 문화적 특성(성낙봉, 2016; 정민채, 2009; 정효숙, 2017), 휴양이나 힐링, 엔터테인먼트 등의 욕구를 최대한 충족시킬 수 있는 위락적 특성(심우석, 2015; 주형석, 2015; 신기철, 2005), 혹은 고가의 해외 패션 명품이나 진귀한 예술품 등을 보다 용이하게 구득하거나 수집하는 등의 특별한 경제적, 물질적 수요를 충족시켜 주는 특성(진평, 2016; 최미선, 2011; 최병창, 2005) 등이 주로 논의되어 왔다.

감염병 재난 상황이라고 해서 이러한 보편적인 관광 선택속성이 전면 배제될 수는 없겠지만, 그리고 제주지역의 (이미 널리 정평이 나 있는) 우수한 자연적, 환경적 특성과 위락적, 고유한 역사적, 문화적 자원 등을 고려할 때 일반적인 관광 선택속성들을 경시해서는 안 될 것이지만, COVID-19 팬데믹에서의 제주지역 관광 행동을 보다 의미 있고 설득력 있게 해석하고 논의하기 위해서는 선행연구들이 분석해 온 일반적인 선택속성 말고도, 또 다른 '특수한 선택속성'을 추가적으로 검증할 필요가 있을 것이다. 본 연구는 이러한 문제의식 하에, 지금의 위기 상황에 걸맞은 최적화된 요인이라고도 할 수 있는 감염병·안전요인을 다른 요인들과 함께 제주지역에 대한 관광목적지 선택속성으로 재구성하고, 그들이 관광객들이 지각하는 관광만족도와 재방문의도에 미치는 영향을 실증적으로 규명해 볼 것이다.

본 연구를 통해, 감염병·안전요인이라는 특성화·세분화 된 관광 선택속성 요인이 감염병 대재난이라는 이례적인 상황 속에서도 관광목적지 선택에 유의한 영향을 미치거나, 혹은 다른 일반적인 요인들보다도 더욱 강력한 영향을 미치는 사실이 입증된다면, 예기치 못한 재난에도 크게 흔들리거나 붕괴되지 않는 안정적, 항구적인 관광산업의 경쟁력과 기민한 재난 대응 능력, 피해 복구 능력, 산업 생존 능력 등을 개척하고 발전시키는 데 도움이 되는 이론적, 학술적 지침을 얻을 수 있을 것이다. 제주지역을 대상으로 이러한 의미 있는 전략적, 실용적 시사점을 도출하고 확인하게 된다면, 그를 전국의 다른 관광 지역으로도 확대 적용하고 지역별 특성에 맞게 응용함으로써, 우리나라의 전체 관광산업 경쟁력을 높이는 데에도 기여할 수 있을 것이다. 그러므로 제주도 지역이 연구에 적합한 대상지이므로 선정하였다.

2. 변수의 조작적 정의

1) 관광목적지 선택속성

관광목적지가 지녀야 할 선택속성을 매력물과 문화적 구조로 구분하였다. 김홍렬·윤설민(2008)은 선택에 영향을 미치는 관광지 속성으로 자연경관, 기온·기후·계절, 안전, 관광지의 물가 수준, 여행비용의 적합성, 즐겁고 다양한 쇼핑시설, 다양한 유흥·오락 시설, 다양하고 쾌적한 숙박시설, 관광지의 청결성, 혼잡도, 관광지까지의 접근성 및 교통 편리성, 친절과 전반적인 서비스, 빼어난 역사·유적 및 다양한 문화적 매력, 색다르고 교육적인 생활양식의 경험을 도출하였다. 청결성, 문화·역사적 매력물, 숙박시설의 본질, 지역주민들의 안전, 휴식, 친절성, 깨끗한 자연, 현지 음식 등으로 구분하여 관광목적지의 선택속성 요인으로 분류하여 리커트 5점 척도로 측정하였다.

선택속성 유형 별 설문지 구성내용 아래의 <표 III-2>과 같다.

〈표 III-2〉 선택속성 유형별 설문지 구성 내용

항목	세부항목	참고문헌	척도	문항
자연·환경요인	자연 자원 및 아름다운 경관	Dann, G.(1991), 조장현·권중현(2004) 김홍렬·윤설민(2008), 나혜현(2011), 한상겸(2011), 주형석(2015), 고한두(2021)등	리커트 5점 척도	5
	제주의 기후와 쾌적한 날씨	오상훈·고계성(2005), Shani 외2(2010), 이영진 외2(2011), 정근표(2011), 이민재 외2(2015), 안성식 외2(2018) 등		
	청정한 해변과 바다	임화순·고계성(2006), 강석규(2015), 김지인(2015), 안태기(2017), Gurragchaa Naranzol(2020) 등		
	한라산이나 오름 등의 자연 관광지	손일화(2000), 신영대(2004), 강정효(2008), 박은미(2011), 임진영 외2(2018), 강문실·김윤숙(2019), 임재영(2020), 김영남(2021) 등		
	제주의 이국적 분위기	박창규·엄서호(1998), 노정연·조우재(2001), 임화순·고계성(2006), 광재용·하정순(2006), 김현지(2012), 김영남·홍성화(2020) 등		
역사·문화요인	역사·문화자원 및 유적지	오상훈·고계성(2005), 박은경(2013), 전영준(2015), 김영미(2015), 성낙봉(2016), 안태기(2017), 남은경·이승곤(2018), 김주진·신우진(2020), 홍란지(2021) 등	4	
	제주의 독특한 생활양식	고계성(2006), 최용복(2006), 최병길 외2(2009), 형홍준(2010), 안성식 외2(2018), 이병관·김원(2020) 등		
	다양한 축제 및 이벤트	Law(1993), 문성중(2002), 오상훈·고계성(2005), 최용복·부창산(2007), 이완복(2009), 박은숙(2010), 현종협(2015), 이홍인(2017), 정현석(2021) 등		
	제주의 토속음식과 먹거리	Law(1993), 안소정(2014), 이창미 외2(2015), 양승필(2018), 김현철(2019), 최광수(2019), 김용환(2020), 김기봉(2021) 등		

〈표 계속〉

항목	세부항목	참고문헌	척도	문항
위락·경제요인	지역주민의 환대	Dann, G.(1991), 양성수 외2(2009), 오상훈·고계성(2005), 신기철(2005), 심우석(2015), 김용희·최병길(2019), 고선영(2021), 오문향·서정모(2021) 등	리커트 5점 척도	5
	합리적인 관광상품 비용	Dann, G.(1991), 오상훈·고계성(2005), 전형진(2011), 이덕순(2013), 한상겸(2015) 권난경(2016), 권중록(2018), 정후연(2018), 장유재(2021) 등		
	합리적인 숙박시설 비용	Dann, G.(1991), 손병모(2011), 이진희(2012), 김영진(2013), 오정(2018), 전인오·강명석(2013), 최슬기(2021) 등		
	합리적인 쇼핑 비용	Dann, G.(1991), 오상훈·고계성(2005), 오상훈 외3(2008), 장보경(2009), 고미영(2010), 정철흠(2011), 서하(2018), 최미선 외2(2011), 김형수(2014), 서하(2018), 강정임(2019), 엄하연(2021) 등		
	합리적인 교통이동 비용	Dann, G.(1991), 임화순(2006), 손병모(2011), 장혜정(2013), 한상겸(2015), 윤구용(2018), 남승민(2020) 등		
감염병·안전요인	관광시설 청결과 안전성	Dann, G.(1991), 최수정(2009), 이창남 외2(2011), 손병모(2011), 박지연(2013), 염명하(2018), 김동한(2019) 등	리커트 5점 척도	5
	공항 등 다중이용 시설 청결과 안전성	임화순·고계성(2005), 김진보(2010), 이미숙(2011), 김영남·홍성화(2020), 박성일(2021), 노성환·이창기(2021), 윤태연(2021), 위훈초(2021) 등		
	감염병에 대한 투명한 정보	한무영(2006), 류광훈(2015), 서경화 외(2015), 전상은(2016), 오정준(2017), 김동한 외2(2020), 이서현 외2(2020) 등		
	제주도 감염병 관리 수준	염명화(2018), 홍민정·오문향(2020), 김태영(2020), 신동일(2020) 정승훈·양성수(2021), 오문향·서정모(2021) 등		
	감염병 확진 이후 대처 가능성	오상훈(2008), 김대관(2015), 김태영(2020), 최경은·김형중(2020), 이승화·김종명(2020), 홍승원 외2(2021) 등		

2) 관광객 만족

Baker and Crompton(2000)은 관광객 만족이 기회에 노출된 후, 생성되는 관광객의 정서적인 상태로 경험의 질이라고 하였다(윤동구, 2001. 재인용). 고한익(2010)은 관광객 만족은 개인적 차원에서의 전반적인 서비스에 대한 지각된 성과라고 정의하였다. 관광객 만족이 관광객이 방문 전의 기대와 실제 방문하여 직접 경험한 후에 느끼는 심리적인 감정이라고 정의하였다. 따라서 본 연구에서는 관광객 만족에 대한 다양한 견해를 고려하여 관광객 만족은 관광객이 관광 경험 전에 가지고 있었던 기대와 실제 경험에서 오는 차이에 대한 주관적인 감정과 견해라 정의하였다. 그리고 설문 내용을 참고하여 리커트 5점 척도로 측정하였다.

관광만족도 유형별 설문지 구성내용은 아래의 <표 III-3>과 같다.

<표 III-3> 관광만족도 유형별 설문지 구성 내용

항목	세부항목	참고문헌	척도	문항
관광만족도	제주관광에 대해 전반적으로 만족한다	김민철 외2(2008), 박선심(2016), 정용복(2021), 고한두(2021), 엄하연(2021), 장유재(2021) 등	리커트 5점 척도	4
	지불비용과 편익에 만족한다	최미선(2011), 고한익(2010), 진평(2016), 송미영(2021) 등		
	코로나시기에 제주도 청결성에 대해 만족한다	shani 외2(2010), 정호균(2013), 이창미 외2(2015), 임영희(2019) 등		
	코로나시기에 제주도 안전성 대해 만족한다	김홍렬·윤설민(2008), 강정임(2019), 고선영(2021), 강영석(2021) 등		

3) 재방문의도

재방문의도를 관광지에 방문하고 나서 방문자가 직접 또는 간접적인 재방문을 할 가능성이 라 정의하고, 관광지에서 기존의 방문객들을 미래에 지속적으로 재방문하게 하고, 기존 방문객들의 고정 방문객 화하는 전략을 세우는 데에 필요한 요소로 이해하였다. 재방문의도에 대하여 관광지를 방문하는 과정에 있어서 일어나는 만족의 결과로 방문자가 그 지역을 다시 방문 할 의도 여부의 관련한 판단을 의미하고 본인이 만족한 관광지나 그와 유사한 관광지를 재 방문하는 직접 방문 의도와 본인이 만족했던 관광지를 지인에게 추천을 하는 간접 방문 의도로 나누어서 볼 수 있다고 하였다. 따라서 본 연구에서는 재방문의도에 대한 다양한 견해를

고려하여 재방문의도란 관광객이 서비스 등을 제공 받았을 때에 그 서비스에 대한 평가에 따라서 관광객이 방문했던 관광목적지에 다시 재방문할 가능성과 그 관광지를 다른 사람에게 권유할 가능성을 의미하는 것이라고 정의하였다. 그리고 설문 내용을 참고하여 재방문의도, 방문추천 등에 대하여 리커트 5점 척도를 이용하여 측정하였다. 재방문의도 유형별 설문지 구성내용은 아래 <표 III-4>와 같다.

<표 III-4> 재방문의도 유형별 설문지 구성 내용

항목	세부항목	참고문헌	척도	문항
재방문의도	기회가 된다면 제주도에 다시 방문할 것이다	김현구(2007), 이덕순(2013), 임희순·남윤섭(2017), 강문실·김윤숙(2019), 홍정화(2019), 김미라(2020), 김영남(2020), 정용복(2020), 양지선(2021) 등	리커트 5점 척도	2
	다른 구성원들과 제주도에 다시 방문할 것이다	Moscado & Pearce(1999), 김정훈(2005), 최윤정(2007), 유승각(2011), 이진영외3(2018), 이경숙·전보람(2018), 고한두(2021), 박재은 외3(2021), 전정아(2021) 등		

3. 자료수집 및 분석방법

본 연구에서는 관광목적지 선택속성에 관한 기존의 선행연구를 근거로 COVID-19 팬데믹 기간 제주지역 방문하는 관광객을 선정하여 관광객 만족과 재방문에 미치는 영향 관계를 파악하여 감염병·안전요인이라는 특성화·세분화 된 관광 선택속성 요인이 감염병 재난이라는 이례적인 상황 속에서도 관광목적지 선택에 유의한 영향을 미치거나, 혹은 다른 일반적인 요인들보다도 더욱 강력한 영향을 미치는 사실이 입증된다면, 관광 지역으로도 확대 적용하고 지역별 특성에 맞게 응용함으로써, 전체 관광산업 경쟁력을 높이는 데에도 기여할 수 있을 것이다.

설문 조사는 2022년 4월 13일~4월 15일 3일간 제주 국제공항 3층 출발 층에서 수속을 끝내고 대기 중인 출도 관광객 내국인 320명의 대상에게 배포하여 307부가 회수되었고, 응답이 불성실하다고 판단되는 3부를 제외한 304부를 유효 표본으로 사용하였다. 작성자의 이

해를 돕기 위해 조사자가 옆에서 부족한 부분은 추가로 보충 설명을 하며 기입하도록 하였다.

설문지 구성은 크게 관광목적지 선택속성, 관광 만족 및 재방문의도, 인구통계학적 특성, 관광 형태의 4개 부분으로 구성되었다. 관광목적지 선택속성은 자연·환경요인 5개, 역사·문화요인 5개, 위락·경제요인 4개, 감염병·안전요인 5개, 관광 만족 및 재방문의도는 관광만족도 4개, 재방문의도 2개 항목으로 각각 선정하였고, 측정 항목의 설문 형식은 리커트 5점 척도(1=전혀 그렇지 않다/2=그렇지 않다/3=보통이다/4=그렇다/5=매우 그렇다)를 사용하였다. 응답자의 인구통계학적 특성은 성별, 연령, 직업, 수입 등 4개 항목으로 구성하였고, 관광 형태는 최근 1년 내 국내 방문횟수, 제주 관광 동반한 구성원 등 2개의 항목으로 구성하였다. 인구통계학적 특성과 관광 형태는 모두 명목 척도로 사용하였다.

본 연구 내용에서는 신뢰성 있는 결과를 얻기 위해 선행연구에서 검토하여 이들 측정 항목의 조사 대상자인 COVID-19로 인하여 사실상 해외여행이 금지된 시기인 제주도의 관광객들을 대상으로 안전요인을 중심으로 조사하였다. 또한, 본 연구는 양적 연구로 관광목적 선택속성, 관광만족도, 그리고 재방문의도의 관계를 알아보는 것이다. 이 목적을 수행하기 위하여, 본 연구는 SPSS 22.0을 활용하여, 다음의 분석절차로 수집된 자료를 분석하였다.

첫째, 본연구가 수집한 표본의 특성을 확인하기 위하여 빈도 분석을 통하여 인구통계학적 특성과 관광행태적을 살펴보았다.

둘째, 수집된 자료와 문항의 타당성을 확보하기 위하여 탐색적 요인 분석을 시행하였다. 분석방법으로는 주성분 분석을 활용하였으며, 직각 회전 방식인 베리맥스 회전방법을 사용하였다. 분석 결과, 고유값 1.0 이상의 기준을 근거로 요인을 추출하였으며, 요인 적재량과 공통성에 근거하여 타당한 문항을 선택하였다. 추가적으로 타당성이 확보된 문항을 바탕으로 변수를 생성하였으며, Cronbach's α 값을 통하여 변수의 신뢰도를 확인하였다.

셋째, 본 연구가 사용한 변수들의 경향성, 정규성, 그리고 관련성을 알아보기 위하여 기술 통계 분석과 상관관계 분석을 사용하였다. 구체적으로, 평균, 표준편차, 왜도, 그리고 첨도를 기술 통계 분석으로 활용하였으며, 피어슨 상관관계 분석을 통하여 주요 변수 간의 상관관계를 확인하였다.

넷째, 다중회귀분석과 회귀분석을 통하여, 관광목적지 선택속성이 관광만족도와 재방문의도에 미치는 영향을 각각 분석하였으며, 관광만족도가 재방문의도에 미치는 영향을 살펴보았다. 이 과정에서 다중 공선성 지표를 추가적으로 확인하였다.

제4장 연구 실증 분석

제1절 응답자의 특성 및 기술통계

1. 응답자의 인구통계학적 특성

설문 조사를 통하여 본 연구는 304명의 유효 표본을 모집하였다. 이들에 대한 인구통계학적 특성에 대한 분석 결과는 <표 IV-1>과 같다.

먼저 전체 표본 중 성별은 남성이 204명, 여성이 100명으로 각각 67.1%와 32.9%를 차지하였다. 연령은 20대가 67명(22%), 30대가 83명(27.3%), 40대가 96명(31.6%), 50대가 28명(9.2%), 그리고 60대가 30명(9.9%)으로 분포하였다. 본 연구의 표본은 40대의 비중이 가장 높았으며, 다음으로 30대와 20대의 비중이 높은 것을 확인하였다. 학력은 대학 졸업(재학)이 163명(53.6%)으로 가장 비중이 높았으며, 다음으로는 대학원 졸업(재학) 이상이 76명(25%), 고졸 이하 44명(14.5%), 그리고 전문대졸(재학) 21명(6.9%)이었다. 결혼 여부는 기혼이 143명(53%)으로 미혼인 143명(47%) 보다 많았다. 거주지는 수도권 이 203명(66.8%)으로 과반 수 이상을 차지하였다. 차례로 경상권 46명(15.1%), 전라권 32명(10.5%), 충청권 15명(4.9%), 강원권 7명(2.3%), 그리고 기타 1명(0.3%) 순이었다. 마지막으로 수입은 300만 원대 104명(34.2%)과 200만 원 미만 102명(33.6%)의 비중이 가장 높았으며, 다음으로는 200만 원대 53명(17.4%), 400만 원대 104명(34.2%), 그리고 500만 원대 이상 11명(3.6%)으로 나타났다.

〈표 IV-1〉 표본의 인구통계학적 특성

구 분		빈 도(명)	구성비(%)
성 별	남 성	204	67.1
	여 성	100	32.9
연 령	20대	67	22
	30대	83	27.3
	40대	96	31.6
	50대	28	9.2
	60대	30	9.9
학 력	고졸 이하	44	14.5
	재문 대졸(재학)	21	6.9
	대학 졸업(재학)	163	53.6
	대학원 졸업(재학) 이상	76	25
결혼여부	미 혼	143	47
	기 혼	161	53
거주지	수도권	203	66.8
	강원권	7	2.3
	충청권	15	4.9
	전라권	32	10.5
	경상권	46	15.1
	기타	1	0.3
수입	200만원 미만	102	33.6
	200만 원대	53	17.4
	300만 원대	104	34.2
	400만 원대	34	11.2
	500만 원대 이상	11	3.6

2. 응답자의 관광행태적 특성

다음으로 본 연구가 활용한 표본의 관광행태적 특성을 살펴보면 다음과 같다. 〈표 IV-2〉를 바탕으로 할 때 국내 관광 회수는 3-4회가 132명(43.4%)으로 가장 높았으며, 1-2회가 88명(28.9%), 5-6회가 47명 (15.5%), 7-8회가 21명(6.9%), 그리고 9회 이상이 16명(5.3%)이었다. 동반구성원은 가족이 132명(43.4%)으로 가장 높은 비중을 차지하였으며,

다음으로 친구(지인)가 109명(35.9%)으로 비중이 높았다. 그 외에는 친목 단체(모임)가 29명(9.5%), 기타 16명(5.2%), 개별 13명(4.3%), 업무관련자 5명(1.6%) 순이었다.

〈표 IV-2〉 표본의 관광행태적 특성

구 분		빈도(명)	구성비(%)
국내 관광횟수	1-2회	88	28.9
	3-4회	132	43.4
	5-6회	47	15.5
	7-8회	21	6.9
	9회 이상	16	5.3
동반구성원	개별	13	4.3
	가족	132	43.4
	친구(지인)	109	35.9
	친목단체(모임)	29	9.5
	업무관련자	5	1.6
	기타	16	5.2

3. 측정 항목의 기술 통계량 분석

본 연구는 사용한 변수들의 일반적인 경향성과 정규성을 알아보기 위하여 평균, 표준편차, 왜도, 그리고 첨도를 산출하였다 <표 IV-3>. 정규성 검정은 일변량 정규성과 다변량 정규성 모두 검토하였으며 정규성 항목 중 왜도와 첨도를 통해 파악하였다. 왜도는 자료의 대칭성 정도를 나타낸 것으로 평균에 대한 대칭적 정규 분포와는 달리 양의 왜도는 자료가 평균 좌측에 몰려있고, 음의 왜도는 평균의 우측에 몰려있어 평균에 대한 비대칭적 분포를 이룬다. 본 연구에 사용한 변수들의 왜도 값은 -0.462에서 1.038이었으며, 첨도 값은 -0.436에서 1.643으로 나타났다. Kline(2005)에 따르면, 왜도의 절대 값이 3 이상, 첨도의 절대 값이 10 이상일 때 측정된 변수의 정규성을 가정하기 어렵다. 따라서 본 연구가 사용한 모든 변수들은 정규성 가정을 충족하는 것으로 나타났다.

〈표 IV-3〉 기술 통계 분석

변수명	평균	표준편차	왜도	첨도
자연·환경요인	4.254	0.541	-0.462	-0.404
역사·문화요인	3.089	0.724	0.556	-0.423
위락·경제요인	3.322	0.637	0.015	1.643
감염병·안전요인	3.262	0.617	1.038	1.502
관광만족도	3.776	0.495	0.533	0.320
재방문의도	4.400	0.536	-0.400	-0.436

제2절 신뢰성과 타당성 검증

1. 신뢰성 검증

신뢰도 분석으로 SPSS 22.0을 사용하여 내적 일관성을 나타내는 크론바흐 알파 (Cronbarch's α) 값을 확인하였다. 본 연구는 타당도 분석에서 제거된 문항을 제외하고 신뢰도 분석을 시행하였다. Nunnally(1994)의 주장을 바탕으로 할 때, 알파 값 0.7(0.6) 이상 일 때 해당 변수의 신뢰도가 양호하게 나타났다고 판단할 수 있다. 〈표 IV-4〉에 근거할 때, 모든 변수들의 크론바흐 알파 값은 0.7(0.6) 이상으로 위의 기준을 충족하는 것으로 나타났다. 구체적으로 자연·환경요인은 0.766, 역사·문화요인은 0.801, 위락·경제요인은 0.854, 감염병·안전요인은 0.898, 관광만족도는 0.780, 그리고 재방문의도는 0.797이다. 따라서 본 연구가 활용한 변수들의 타당도와 신뢰도는 양호하게 나타났다.

〈표 IV-4〉 신뢰도 분석 결과

변수명	문항수	Cronbach's α
자연·환경요인	5	0.766
역사·문화요인	4	0.801
위락·경제요인	4	0.854
감염병·안전요인	3	0.898
관광만족도	4	0.780
재방문의도	2	0.797

2. 타당성 검증

본 연구는 연구 가설들을 검증하기에 앞서 사용한 변수들의 측정 도구 개념들이 서로 구분되는지 확인하기 위하여 탐색적 요인 분석(exploratory factor analysis)을 실시하였다. 요인 분석은 측정 도구들이 어떤 공통된 요인으로 묶이는지 확인함으로써, 동일한 변수를 측정하는 개별 문항들이 통계적으로 타당하게 동일한 문항을 측정하는지 확인하는 방법이다. 본 연구는 탐색적 요인 분석을 실시하기 위하여 주성분 분석(principle component analysis) 방법을 활용하였으며, 회전 방법은 직교 회전 방법인 베리맥스 회전(varimax rotation)을 사용하였다. 판단 기준은 사회과학 분야에서 통용되는 고유값(eigen value) 1.0 이상과 요인 적재치 0.40 이상을 근거로 하였다(송지준, 2011).

타당도 분석 결과는 〈표 IV-5〉와 같다. 먼저 KMO(Kaiser-Mayer-Olkin) 지표를 살펴보면, 일반적으로 값이 0.7(0.6) 이상이면 양호한 것으로 판단된다. 본 연구가 사용한 데이터의 KMO 값은 0.869이기 때문에 양호하다고 판단이 된다. 다음은 Bartlett 구형성 검증으로 본 데이터에 요인 분석의 사용이 적합한지 판단할 수 있는데 값이 유의도가 $p < 0.001$ 이하로 통계적으로 유의미하게 나타났으므로 요인 분석의 사용이 적합하다고 할 수 있다. 본 연구는 탐색적 요인 분석 결과 고유값 1 이상을 만족하는 4개의 요인을 추출하였다. 그리고 요인 공통성과 요인 적재 값이 0.40 이상 기준에 근거하여 이를 만족하지 못하는 문항들은 제거하였고, 타당성이 확보된 문항만을 분석에 활용하였다(Hair et al., 1998). 과정에서 역사·문화요인의 4번 문항과 감염병·안전요인의 1번과 2번 문항이 제거되었다. 따라서 탐색적

요인 분석을 시행한 결과, 자연·환경요인, 역사·문화요인, 위락·경제요인, 그리고 감염병·안전요인이라는 네 개의 변수들이 확보되었으며, 본 연구의 데이터는 각 요인을 적절하게 반영하여 요인들은 서로 통계적으로 타당하게 구분이 되는 변수임을 확인하였다. 추가적으로 각 변수들의 고유값인 아이겐 벨류 값은 각각 1.275, 1.543, 2.170, 그리고 6.283이었으며, 네 요인은 전체 데이터의 분산을 70% 이상 설명하는 것으로 나타났다.

〈표 IV-5〉 탐색적 요인 분석 결과

변수명		요인분석(타당도)			
		요인적재량	공통성	고유값	분산설명(%)
자연·환경요인	1	0.788	0.707	1.275	7.971
	2	0.857	0.761		
	3	0.802	0.704		
	4	0.571	0.458		
	5	0.405	0.691		
역사·문화요인	1	0.852	0.816	1.543	9.643
	2	0.737	0.637		
	3	0.528	0.663		
	5	0.755	0.631		
	4	제거			
위락·경제요인	1	0.770	0.721	2.170	13.562
	2	0.753	0.604		
	3	0.766	0.780		
	4	0.820	0.718		
감염병·안전요인	3	0.760	0.685	6.283	39.271
	4	0.887	0.847		
	5	0.870	0.848		
	1	제거			
	2				
Kaiser-Meyer-Olkin		0.869			
Bartlett 구형성 검정	근사 χ^2	2731.111			
	자유도	120			
	p	0.000			

p* < 0.05, p** < 0.01, p*** < 0.001

제3절 가설 검정

1. 상관관계 분석

가설을 검증하기에 앞서 본 연구는 피어슨 상관관계 분석을 통하여 주요 변수 간의 관련성을 알아보았다. Hair et al.,(1998)에 따르면 변수들 간에 상관계수가 0.80 이상인 경우에는 다중 공선성(multi collinearity) 문제가 발생할 가능성이 있다. 본 연구의 변수들 사이의 관계는 모두 0.80 이하로 다중 공선성 문제가 없는 것으로 보았다. <표 IV-6>. 주요 변수들의 관련성을 살펴보면, 재방문의도는 자연·환경요인($r=0.180$, $p<0.01$), 위락·경제요인($r=0.222$, $p<0.001$), 감염병·안전요인($r=0.249$, $p<0.001$), 관광만족도($r=0.495$, $p<0.01$)와 유의미한 정적 상관이 있는 것으로 나타났지만, 역사·문화요인과는 유의미한 상관관계를 보이지 않았다. 관광만족도는 모든 관광지 목적 변수들과 유의미한 정적 상관이 있는 것으로 나타났는데, 구체적인 값은 자연·환경요인($r=0.341$, $p<0.001$), 역사·문화요인($r=0.341$, $p<0.001$), 위락·경제요인($r=0.525$, $p<0.001$), 그리고 감염병·안전요인($r=0.605$, $p<0.001$)이다.

<표 IV-6> 상관관계 분석 결과

	1	2	3	4	5	6
1. 자연·환경요인	1					
2. 역사·문화요인	0.565***	1				
3. 위락·경제요인	0.317***	0.511***	1			
4. 감염병·안전요인	0.424***	0.475***	0.513***	1		
5. 관광만족도	0.341***	0.341***	0.525***	0.605***	1	
6. 재방문의도	0.180**	-0.069	0.222***	0.249***	0.495***	1

N=304.

* $p<0.05$, ** $p<0.01$, *** $p<0.001$

2. 회귀분석

본 연구의 목적은 관광지 목적 속성 변수들이 관광만족도와 재방문의도에 미치는 영향과 관광만족도가 재방문의도에 미치는 영향을 살펴보는 것이다. 이를 위하여 다중회귀분석을 실시하였다. 가설 검증에 앞서, 본 연구는 다중 공선성의 문제가 제기될 수 있는지 확인하기 위하여 공선성 통계량을 각 분석에서 활용하였다. 일반적으로 공차 한계는 0.1이하 일 경우, 분산 팽창 지수(VIF)는 10이상일 경우 다중 공선성의 문제가 제기될 수 있다. <표 IV-7>과 <표 IV-8>을 바탕으로 할 때, 독립변수 간의 공차 한계 값은 0.545~0.649였으며, VIF값은 1.552~1.835로 확인되었다. 따라서 본 연구가 활용한 변수들의 다중 공선성 문제는 존재하지 않는 것으로 판단하였다.

1) 관광목적지 선택속성과 관광만족도 간의 관계

관광지 목적 선택속성 변수들이 관광만족도에 미치는 영향을 알아보기 위하여 다중회귀분석을 실시하였다. 분석 결과는 <표IV-7>과 같다. 모형에 대한 결과를 먼저 살펴보면, 본 연구 모형은 통계적으로 타당한 모형이며($F=57.952$, $p<0.001$), 설명력은 42.9%인 것으로 나타났다. 관광지 목적 선택속성 변수들의 영향력을 구체적으로 살펴보면, 위락·경제요인($B=0.240$, $p<0.001$)과 감염병·안전요인($B=0.356$, $p<0.001$)은 관광만족도에 통계적으로 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 위락·경제요인과 감염병·안전요인이 높을수록 관광객들의 관광만족도가 높아진다는 것을 의미한다. 반면 자연·환경요인과 역사·문화요인은 관광만족도에 통계적으로 유의미한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 따라서 가설 H1-1과 가설 H1-2는 기각되고, 가설 H1-3과 가설 H1-4는 채택되었다.

<표 IV-7> 관광목적지 선택속성이 관광만족도에 미치는 영향

독립변수	비표준화 계수		표준 계수	t	p	공선성진단	
	B	SE	β			공차한계	VIF
상수항	1.596	0.186		8.570	0.000***		
자연·환경	0.095	0.049	0.104	1.924	0.055	0.649	1.542
역사·문화	-0.059	0.040	-0.086	-1.462	0.145	0.545	1.835
위락·경제	0.240	0.042	0.308	5.694	0.000***	0.644	1.553
감염병·안전	0.356	0.043	0.444	8.217	0.000***	0.644	1.552

$R^2 = 0.437$, $Adj R^2 = 0.429$, $F = 57.952$ ($p = 0.000$)

$p^* < 0.05$, $p^{**} < 0.01$, $p^{***} < 0.001$

2) 관광목적지 선택속성과 재방문의도 간의 관계

관광지 목적 선택속성이 재방문의도에 미치는 영향을 알아보기 위한 다중회귀분석 결과는 <표 IV-8>과 같다. 분석 모형은 통계적으로 타당한 모형이며($F=17.585$, $p<0.001$), 독립 변수들은 종속 변수인 재방문의도를 18% 설명하는 것으로 나타났다.

<표 IV-8> 관광목적지 선택속성이 재방문의도에 미치는 영향

독립변수	비표준화계수		표준계수	t	p	공선성진단	
	B	SE	β			공차한계	VIF
상수항	2.991	0.242		12.366	0.000***		
자연·환경	0.258	0.064	0.260	4.027	0.000***	0.649	1.542
역사·문화	-0.335	0.052	-0.453	-6.423	0.000***	0.545	1.835
위락·경제	0.216	0.055	0.256	3.954	0.000***	0.644	1.553
감염병·안전	0.193	0.056	0.222	3.428	0.001***	0.644	1.552

$R^2 = 0.190$, $Adj R^2 = 0.180$, $F=17.585(p=0.000)$

$p^*<0.05$, $p^{**}<0.01$, $p^{***}<0.001$

독립변수들의 개별 효과를 살펴보면, 자연·환경요인($B=0.258$, $p<0.001$), 위락·경제요인($B=0.216$, $p<0.001$), 그리고 감염병·안전요인($B=0.193$, $p<0.001$)은 재방문의도에 통계적으로 유의미한 정의 영향을 미치는 것으로 확인되었다. 반면 역사·문화요인은 재방문의도에 부적인 영향을 미쳤다($B=-0.335$, $p<0.001$). 이는 자연·환경요인, 위락·경제요인, 그리고 감염병·안전요인이 높을수록 관광객들의 재방문의도는 높아지지만, 역사·문화요인이 높을수록 재방문의도가 낮아지는 것을 의미한다. 따라서 모든 관광지 목적 선택속성 변수들이 재방문의도에 유의미한 영향을 미쳤으므로 가설 H2-1, 가설 H2-2, 가설 H2-3, 가설 H2-4는 모두 채택되었다.

3) 관광만족도와 재방문의도 간의 관계

마지막으로 관광만족도가 재방문의도에 미치는 영향을 살펴보기 위한 회귀분석 결과는 <표 IV-9>와 같다. 해당 회귀모형은 통계적으로 타당한 모형인 것으로 나타났으며 ($F=97.780$, $p<0.001$), 관광만족도는 재방문의도의 분산을 24.5% 설명하였다. 구체적인 효과 크기를

살펴보면, 재방문의도에 대한 관광만족도의 영향력은 $B=0.536$, $p<0.001$ 로 통계적으로 유의하게 나타났다. 따라서 관광객들의 관광만족도가 높을수록 재방문의도는 높아지는 것을 확인하였고 가설 H3은 채택되었다.

〈표 IV-9〉 관광만족도가 재방문의도에 미치는 영향

독립변수	비표준화계수		표준계수	t	p
	B	SE	β		
상수항	2.376	0.206		11.516	0.000***
관광만족도	0.536	0.054	0.495	9.888	0.000***

$R^2 = 0.245$, $Adj R^2 = 0.242$, $F=97.780(p=0.000)$

$p^*<0.05$, $p^{**}<0.01$, $p^{***}<0.001$

3. 가설 검정 결과

본 연구는 관광목적지 선택속성이 관광만족도와 재방문의도 그리고 관광만족도가 재방문의도에 미치는 영향을 각각 알아보았다. 다중회귀분석을 통해 검증한 본 연구의 가설 검증 결과를 요약하면 〈표 IV-10〉과 같다. 먼저 관광목적지 선 속성 중 자연·환경요인과 역사·문화요인은 관광만족도에 통계적으로 유의미한 영향을 미치지 않아 가설 H1-1과 H1-2는 기각되었다. 반면 위락·경제요인과 감염병·안전요인은 유의미한 정의 영향을 미쳐 가설 H1-3과 H1-4는 채택되었다. 즉 위락·경제요인과 감염병·안전요인이 높을수록 관광객들의 관광만족도는 높아지는 것을 확인하였다.

다음으로 재방문의도에 대한 관광목적지 선택속성의 영향을 살펴보면, 네 독립변수는 모두 통계적으로 유의미한 영향을 미쳤다. 구체적으로 자연·환경요인, 위락·경제요인, 그리고 감염병·안전요인은 재방문의도에 정의 영향을 미쳤으므로, 이 요인들이 높을수록 관광객들의 재방문의도가 높아지는 것을 확인하였다. 반면 역사·문화요인은 재방문의도에 부적인 영향을 미쳤으며, 이는 역사·문화요인이 높을수록 관광객들의 재방문의도는 감소하는 것을 의미한다. 따라서 가설 H2-1, 가설 H2-2, 가설 H2-3, 그리고 가설 H2-4 모두 지지되었다.

마지막으로 관광 만족과 재방문의도의 관계에 대한 가설 H3의 결과를 살펴보면 관광만족도는 재방문의도에 유의미한 정적 영향을 미쳤다. 즉, 관광객들의 관광만족도가 높을수록 재방문의도가 높게 나타나는 것으로 확인되었다. 따라서 가설 H3은 채택되었다.

〈표 IV-10〉 가설 검증 결과 요약

구분	가 설	결과
H1	관광목적지 선택속성은 관광 만족에 유의한 영향을 미친다.	부분 채택
H1-1	자연·환경요인은 관광 만족에 유의한 영향을 미친다.	기각
H1-2	역사·문화요인은 관광 만족에 유의한 영향을 미친다.	기각
H1-3	위락·경제요인은 관광 만족에 유의한 영향을 미친다.	채택
H1-4	감염병·안전요인은 관광 만족에 유의한 영향을 미친다.	채택
H2	관광목적지 선택속성은 재방문의도에 유의한 영향을 미친다.	채택
H2-1	자연·환경요인은 재방문의도에 유의한 영향을 미친다.	채택
H2-2	역사·문화요인은 재방문의도에 유의한 영향을 미친다.	채택
H2-3	위락·경제요인은 재방문의도에 유의한 영향을 미친다.	채택
H2-4	감염병·안전요인은 재방문의도에 유의한 영향을 미친다.	채택
H3	관광 만족은 재방문의도에 유의한 영향을 미친다.	채택

제5장 결 론

제1절 연구 결과 요약

본 연구의 핵심 목적은 COVID-19라는 상황에서 거시적, 장기적 관점을 바탕으로 감염병 재난이라는 위기 상황 하에서 관광객들의 관광목적지 결정은 물론, 관광만족도, 재방문의도 등에 영향을 미칠 수 있는 다양한 선택속성 및 구성 요인들을 탐색해 보는 것이다. 이에 본 연구는 관광객들의 목적지 선택속성들에 어떠한 변수들이 영향을 주는지를 확인하기 위하여 제주지역 관광객들을 대상으로 실증적 연구를 진행하였다. 즉, 감염병 확산이라는 특수한 상황 하에서 개인 관광객들의 관광목적지 선택과 결정, 관광만족도, 재방문의도 등에 영향을 미칠 수 있는 변인들은 과연 어떠한 것이 있는가를 설문 조사 및 통계 분석을 통해 규명해 보고자 하였다.

이를 위해 본 연구는 기존의 선행연구를 근거로 각 개념에 대한 이론적 고찰을 토대로 COVID-19 팬데믹 기간 제주지역 방문 관광객을 대상으로 크게 3가지 연구 가설을 설정하였다. 이러한 대 가설을 바탕으로 본 연구는 세부적으로 관광목적지의 선택속성과 관광 만족 간의 관계, 관광목적지 선택속성과 재방문의도 간의 관계, 관광객 만족과 재방문의도 간의 관계를 규명하기 위하여 자연·환경요인, 역사·문화요인, 위락·경제요인, 감염병·안전요인 차원에서 가설을 설정하여 검증하였다. 그 결과는 다음과 같다.

첫째, 관광목적지 선택속성과 관광만족도 간의 관계를 분석한 결과, 관광지 목적 선택속성 변수들 중 위락·경제요인과 감염병·안전요인은 관광만족도에 통계적으로 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 위락·경제요인과 감염병·안전요인이 높을수록 관광객들의 관광만족도가 높아진다는 것을 의미한다. 위락적 요인이 관광만족도에 유의미한 영향을 준다는 것은 조장현·권종현(2004), 심우석(2015), 강혜숙(2017) 등의 연구에서 확인된 결과와 같다. 반면, 자연·환경요인과 역사·문화요인은 관광만족도에 통계적으로 유의미한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 이는 감염병 요인이 포함되지 않았던 고한두(2021), 오송희(2017), 심우석(2015), 손병모(2011) 등이 제시한 연구와 다른 결과로써 기존 연구들은

위락적 요인과 함께 자연·환경요인과 역사·문화요인도 관광만족도에 유의미한 영향을 주고 있다고 주장하고 있다.

둘째, 관광목적지 선택속성과 재방문의도 간의 관계를 분석한 결과 자연·환경요인, 위락·경제요인, 그리고 감염병·안전요인은 재방문의도에 통계적으로 유의미한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 확인되었다. 이러한 결과는 최용훈(2008), 허지현·김정준(2013), 정용해(2020) 등이 제시한 관광목적지 선택속성이 재방문의도에 영향을 미친다는 연구 결과들과 유사하다고 할 수 있다. 하지만, 세부 요인별로는 다소 차이가 있다. 특히, 본 연구에서는 역사·문화요인은 재방문의도에 부(-)의 영향을 미치는 것으로 나타났는데 이것은 허지현과 김정준(2013)의 연구에서 관광지의 문화적인 스토리텔링이 재방문의도에 유의한 결과를 주었다는 주장과 정용해(2020)의 연구에서 지역 특산 음식점과 같은 문화적 요인이 관광객들의 행동의도에 유의한 정(+)의 영향을 주었다는 것과는 다른 결과라고 할 수 있다. 다시 말해 본 연구 결과에서는 자연·환경요인, 위락·경제요인, 그리고 감염병·안전요인의 경우에는 높을수록 관광객들의 재방문의도가 높아지지만 역사·문화요인의 경우에는 높을수록 재방문의도가 낮아지는 것으로 나타났다.

셋째, 관광만족도와 재방문의도 간의 관계를 분석한 결과 재방문의도에 대한 관광만족도의 영향력은 통계적으로 유의하게 나타났다. 즉, 관광객들의 관광만족도가 높을수록 재방문의도는 높아지는 것을 확인하였다. 이는 최용복·부창산(2007), 장성수 외2(2008), 홍선욱(2013), 원민·노정희(2022) 등이 제시한 기존 연구 결과와 동일하였다. 예를 들어, 원민·노정희의 연구에서는 문화유산 관람객들 만족도가 재방문 의사에 미치는 영향을 분석하였는데 연구 결과, 관광 동기는 관광 만족에 영향을 미치고, 이는 다시 재방문의도에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 본 연구 결과와 매우 유사하다고 할 수 있을 것이다.

제2절 연구의 의의 및 시사점

본 연구의 가장 큰 의의는 관광목적지 선택속성들 중에서 최근 발생한 COVID-19와 같은 감염병·안전요인과 다른 일반적 요인들 간의 관계 및 영향력을 분석하였다는 데 있다. 기존 연구들은 COVID-19 팬데믹 등과 같은 대재난 시기에 중요하게 고려할 만한 특화된 선택속

성보다는 안전한 시기나 일상적인 상황에서의 전반적, 보편적인 선택속성을 분석하는 데 집중해 왔다. 즉 관광객들이 보편적으로 가장 선호하는 아름답고 빼어난 자연경관이나 청정하고 건강한 환경 등과 같은 관광지의 우수한 자연적, 환경적 특성(고한두, 2021; 손일화, 2000; 심우석, 2015), 유구한 역사 유적이거나 전통문화유산, 혹은 전통적인 생활 풍습 등을 풍부하게 관람하고 체험할 수 있는 역사적, 문화적 특성(성낙봉, 2016; 정민채, 2009; 정효숙, 2017), 휴양이나 힐링, 엔터테인먼트 등의 욕구를 최대한 충족시킬 수 있는 위락적 특성(심우석, 2015; 주형석, 2015; 신기철, 2005), 혹은 고가의 해외 패션 명품이나 진귀한 예술품 등을 보다 용이하게 구득하거나 수집하는 등의 특별한 경제적, 물질적 수요를 충족시켜 주는 특성(진평, 2016; 최미선, 2011; 최병창, 2005) 등이 주로 논의되어 왔다.

물론 감염병 대재난 상황이라고 해서 이러한 보편적인 관광 선택속성이 전면 배제될 수는 없다. 또한, 제주지역의 우수한 자연적, 환경적 특성과 위락적, 고유한 역사적, 문화적 자원 등을 고려할 때 일반적인 관광 선택속성들을 경시해서는 안 될 것이다.

하지만, COVID-19 팬데믹을 경험한 상황에서 관광객들의 행동을 보다 의미 있고 설득력 있게 해석하기 위해서는 선행연구들이 분석해 온 일반적인 선택속성 이외에 또 다른 '특수한 선택속성'을 추가적으로 검증할 필요성이 매우 크다. 따라서 이러한 현 상황에 부합하는 '감염병·안전요인'을 다른 요인들과 함께 제주지역에 대한 관광목적지 선택속성으로 재구성하고 그것이 관광객들이 지각하는 관광만족도와 재방문의도에 미치는 영향을 실증적으로 규명하였다는 것은 그 의의가 크다고 할 것이다. 특히 본 연구 결과, 감염병·안전요인도 다른 요인들과 함께 관광 선택속성에 유의미한 영향이 있음이 밝혀졌다. 이러한 결과는 감염병과 같은 재난 요인이 다른 요인들보다도 강력하고 직접적인 영향을 미칠 가능성이 있다는 것을 보여주는 것이며 이는 미래 제주지역 관광 발전 전략수립에 이론적, 실무적 의미가 있다고 할 수 있겠다.

또한 세부 연구 결과 중 흥미로운 점은 기존 연구에서 유의미한 영향을 주었던 변수인 자연·환경요인과 역사·문화요인이 유의미한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다는 것이다. 이러한 결과가 도출된 것은 우선 COVID-19라는 특수 상황과 본 연구가 수집한 표본의 인구통계학적 특성과 관광 행태적에서 기인한 것으로 보인다. 우선, 인구 통계학적으로 본 설문 대상의 81%가 20~40대였는데 이는 이러한 관광객의 경우 제주도를 여행지로 선택하는 데 있어서 이 두 가지 요인을 크게 고려하지 않았기 때문으로 보인다.

관광행태적 면에서는 여행 동반자가 가족이 43.4%, 친구 및 지인이 35.9% 인 점을 고려

할 때 COVID-19라는 특수한 상황에서 가족 및 지인과 휴식을 추구하면서 안전을 고려하는 여행지 선택이 가장 중요하게 작용하였다고 할 수 있으며 그로 인해 다른 2가지 변인은 여행지 선택에 큰 의미가 없었다고 응답한 것이라 해석할 수 있다. 예를 들어, 자연·환경요인의 경우 설문 결과 이국적 분위기 부분이 낮게 나타났는데, 이것은 관광객들이 제주도를 선택한 것이 이국적 분위기라는 환경적 요인이 아니라 감염병으로 인해 해외여행이 어려운 상황에서 이에 대한 여행 욕구 충족을 위한 대체지로 선정한 것이라 할 수 있을 것이다. 따라서 기존의 연구 결과가 감염병 등의 재난이 없는 평상시에 실시 되어 4가지 변인이 모두 유의미하게 작용한 것으로 나타난 것이라면 감염병 재난 상황 후 실시 된 본 연구의 경우는 억눌려 있던 여행에 대한 욕구가 안전요인과 결합하여 가장 중요한 요인으로 작용함으로써 다른 두 변인들에 대한 중요성이 줄어들었다 할 수 있을 것이다.

그리고 관광목적지 선택속성과 재방문의도 간의 관계 분석에서 자연·환경요인, 위락·경제요인, 감염병·안전요인은 재방문의도에 통계적으로 유의미한 정(+)의 영향을 미친 반면, 역사·문화요인은 재방문의도에 부(-)적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이러한 결과가 주는 시사점은 제주도를 방문하는 관광객들은 역사 및 문화 탐방 만을 위해서 재방문하지는 않을 것이라는 점이다. 따라서 제주도의 관광 활성화를 위해서는 정(+)의 영향을 주는 요인에 집중하여 마케팅 전략을 수립할 필요가 있는 것이며, 특히 COVID-19와 같은 재난 상황에서는 안전에 대한 요소를 더욱 부각할 필요가 있다. 물론 부의 영향을 주고 있는 요인의 경우 완전하게 이를 배제할 수는 없다. 그러나 이 경우에도 다른 요인들과의 결합을 통해 약점을 보완할 필요도 있을 것이다.

이렇듯 본 연구는 관광을 자유롭게 즐길 수 있는 안전한 시기가 아닌 감염병 대재난이라는 위험 요소가 지배하는 특수한 시기에서 관광객들의 선택속성을 확인함으로써 제주도는 물론 관광산업 전반의 위기를 극복할 수 있는 차별화된 전략을 모색하는데 의미 있는 시사점을 제공하고 있다. 즉 거시적, 장기적 관점에서 현재 국내·외 관광업계가 처한 위기에 대처하면서, 관광산업의 미래 지향적 발전 동력과 재난에도 쉽게 무너지지 않는 높은 복구 능력을 가진 비즈니스 모델 등을 탐색하는 큰 기여를 하게 될 것이다.

제3절 연구의 한계 및 제언

본 연구에서는 관광목적지 선택속성에 관한 기존의 선행연구를 바탕으로 COVID-19 팬데믹 기간에 제주지역 관광객을 대상으로 관광만족도와 재방문에 미치는 영향요인을 분석하였다. 그 결과 감염병·안전요인이라는 관광 선택속성 요인이 감염병 대재난이라는 이례적인 상황에서는 기존의 일반적인 요인과 함께 관광목적지 선택에 유의한 영향을 미친다는 사실을 입증하였다. 하지만 본 연구가 가지고 있는 한계도 분명히 존재하고 있다. 우선, 본 연구는 다른 지역에 비해 변동 폭이 상대적으로 적은 제주지역의 관광객을 대상으로 하였다는 점이다. 즉, 제주지역은 타 지역에 비해 우수한 관광 역량을 가지고 있어 이를 대상으로 한 연구 결과를 타 지역에 직접 적용하는 것은 제한이 될 것이다. 따라서 본 연구 결과를 다른 지역으로 확대 적용하여 한국 전체 관광산업 경쟁력을 높이고자 할 경우에는 지역별 특성에 맞는 연구를 진행하여 관광 확대 전략을 수립할 필요가 있을 것이다.

또한, 본 연구 대상의 경우 인구통계학적으로 남성의 비율이 여성의 비율보다 높았으며, 20~40대의 비율이 상대적으로 높았다는 제한 사항도 존재한다. 즉 성별에 따라 중요시하는 요인이 다를 수 있다는 점, 50대 이상의 중·장년층이 중요시하는 요인과 청년층이 중요시하는 요인이 다를 수 있다는 점에 대해서 의미 있는 결과를 도출하지 못하고 있다. 따라서 추후 연구에서는 이러한 점을 고려하여 연구될 필요가 있을 것이다.

감염병이나 자연재해 등 각종 대재난은 관광 심리나 관광 의도 등을 완전히 파괴하는 것은 결코 아니다. 오히려 지역 사회가 감염병이나 기타 재난 상황을 효율적으로 관리하면서 관광객들을 안전하게 보호하고 관광만족도 등을 충족시킬 수 있다면 재난에 대한 내구성과 복구력을 지닌 우수한 관광 자원 및 관광산업의 역량을 구축할 수 있을 것이다. 따라서 사상 유례가 없는 감염병 대재난 시기에 관광목적지 선택속성을 구성하는 요인들이 관광만족도 및 재방문의도에 미치는 영향을 지역별로 각각 세분화하여 분석할 필요가 있다. 그리고 그것을 토대로 관광산업의 전면적 위기 상황에서 보다 큰 효력을 발휘할 수 있는 특화된 비즈니스 전략과 맞춤형 관광객 서비스 방안을 집중적으로 탐색하여야 할 것이다.

참고문헌

1. 국내문헌

- 강문실, 김윤숙. (2019). 제주 올레길의 방문 동기가 관광 만족과 재방문의도에 미치는 영향에 관한 연구: 공익관여도 조절 효과를 중심으로. *상업교육연구*, 33(6), 135-156.
- 강승구, 이창근. (2002). 휴양콘도미니엄의 서비스 평가에 관한 연구. *관광레저연구*, 13(2), 247-260.
- 강영석. (2021). 코로나19 환경에서 관광지 선택속성이 만족도 및 행동 의도에 미치는 영향. 세종대학교 관광대학원 석사학위논문, 서울.
- 강정임. (2019). 외래 관광객의 쇼핑속성과 관광 만족 연구. 경기대학교 대학원 박사학위논문, 수원.
- 강정효. (2008). 제주 세계자연유산의 생태관광 자원화 방안 연구. 제주대학교 대학원 석사학위논문, 제주도.
- 강혜숙. (2017). 관광목적지 이미지가 방문객 만족 및 목적지애호도에 미치는 영향: 강릉지역 방문객을 중심으로. *호텔리조트연구*, 16(4), 59-78.
- 강석규. (2015). 제주 해양관광객의 수요결정요인 분석. *탐라문화*, 48, 201-220.
- 고계성. (2006). 관광목적지 유형에 따른 매력성 평가에 관한 연구. 제주대학교 일반대학원 박사학위논문, 7-11, 18-20, 제주도.
- 고계성. (2010). 전염병 위협에 따른 관광산업 위기관리 전략에 관한 탐색적 연구. *관광경영연구*, 14(1), 1-17.
- 고동우. (1998). 관광의 심리적 체험과 만족감의 관계. 고려대학교 대학원 박사학위논문, 서울.
- 고미영. (2010). 제주방문 중국인 관광객 쇼핑 동기와 만족. *동북아관광연구*, 6(1), 99-117.
- 고선영. (2021). 제주도 지역주민의 관광 영향 인식과 혼잡지각, 만족 및 관광개발 지지에 관한 연구. *제주도연구*, 55, 281-299.
- 고영길, 박용민. (2011). 국내 수학여행 관광지 선택속성 IPA 연구: 교사와 학생의 인식조사를 통해. *관광레저연구*, 23(8), 267-283.
- 고은정. (2021). 코로나19 펜더믹(대유행)으로 인한 여성 노동의 취약성 분석과 제도적 개선방안 연구. *법제*, 695, 41-66.
- 고한두. (2021). 관광지 선택속성이 관광객의 지각된 가치, 자기 효능감, 관광 만족 및 행동 의도에 미치는 영향: 강릉시 방문 관광객을 대상으로. 강릉원주대학교 일반대학원 박사학위논문, 강

를.

- 고한익. (2010). 지속 가능한 관광개발의 균형성과 평가지표에 관한 연구. *관광레저연구*, 22(1), 401-415.
- 곽노엽. (1999). 관광지 속성의 선호도에 관한 연구: 여름휴가지 선택 행동을 중심으로. 경기대학교 일반대학원 박사학위논문, 수원.
- 곽병호. (2011). 장소 마케팅이 장소 이미지, 만족도, 재방문에 미치는 영향. 숭실대학교 대학원 석사학위논문, 서울.
- 곽재용, 하정순. (2006). 노인의 개인 가치가 관광지 선호속성과 과시적 관광 행동에 미치는 영향에 관한 연구. *한국노년학*, 26(4), 843-858.
- Gurragchaa Naranzol. (2020). 감각 유산체험 성향에 따른 감각 유산 인식이 만족도와 추천 의도에 미치는 영향. 경희대학교 대학원 석사학위논문, 서울.
- 권난경. (2016). 관광객의 위험 지각이 태도, 정보탐색, 구매 의도 및 전환 의도에 미치는 영향. 경희대학교 대학원 석사학위논문, 서울.
- 권정택. (2000). 지역축제의 포지셔닝에 관한 연구. *가야대학교 논문집*, 9, 207-234.
- 권중록. (2018). 도시 이미지 요인과 관광만족도에 관한 탐색적 연구: 중국학생과 대구방문 중국 관광객 중심으로. *지역사회연구*, 26(3), 313-330.
- 권희석, 지윤호, 변정우. (2013). 호텔입지에 따른 중저가호텔의 선택속성에 관한 비교 연구: 명동상권을 중심으로. *호텔경영학연구*, 22(6), 117-136.
- 김경미. (2011). 한국관광 안전인식에 따른 국가 이미지, 태도 및 행동 의도에 관한 연구: 방한 일본·중국 관광객을 대상으로. 한양대학교 대학원 석사학위논문, 서울.
- 김규미. (2015). 관광전공 선택 결정 요인이 전공만족도 및 전공몰입과 진로 결정 자기효능감에 미치는 영향. 한양대학교 국제관광대학원 석사학위논문, 서울.
- 김근우. (2004). 지역축제의 방문 동기가 만족도에 미치는 영향: 청도소싸움 축제를 중심으로. *관광학연구*, 27(4), 203-218.
- 김기봉. (2021). 포스트 코로나 시대 감염과 연결에 대한 성찰. *인문과학연구*, 68, 391-412.
- 김대관. (2015). 위험, 위기, 재난이 관광산업에 미치는 영향 및 대처 방안. *한국관광정책*, (61), 26-33.
- 김대관. (2011). 관광 분야의 위기관리 대응 전략. *한국문화관광연구원 웹진*, 3월호, 63-74.
- 김도훈, 김지훈. (2015). 국가 이미지와 관광목적지 선택속성, 관광객 만족의 구조적 관계 연구. *관광연구*, 30(3), 415-430.

- 김동준, 최현준, 조환기, 김광용. (2020). 코로나 팬데믹 이후 관광산업 발전 방안 연구. *호텔경영학 연구*, 29(4), 129-144.
- 김동한. (2019). 도시관광 선택속성 개선에 관한 연구: 서울 코엑스몰을 중심으로. *관광레저연구*, 31(8), 5-19.
- 김동한, 박현호, 김대관. (2019). 지역축제의 스토리텔링과 몰입도가 만족도에 미치는 영향. *관광레저연구*, 31(3), 131-149.
- 김동훈. (2005). 관광지 속성이 지각된 관광 가치, 관광 만족 및 재방문의도에 미치는 영향에 관한 연구. 제주대학교 대학원 박사학위논문, 제주도.
- 김미라. (2020). 자연 관광이 치유체험, 만족 및 재방문의도에 미치는 영향. *Tourism Research*, 45(1), 59-79.
- 김민철, 부창산, 김영훈. (2008). 제주지역 내 중국 및 일본 관광객의 선택속성의 차이 분석: 구조방정식 이용. *한국지역지리학회지*, 14(2), 126-140.
- 김민철, 부창산, 문성중, 김영훈. (2008). 제주지역 내 내국인 관광객의 방문횟수에 영향을 미치는 요인탐색: Ordinal Regression 이용. *관광학연구*, 32(3), 339-354.
- 김상범, 서정원. (2016). 관광위기 영향에 대한 여행업계의 태도와 행동 의도 관계 연구: 메르스(MERS-coV) 발생을 중심으로. *관광연구저널*, 30(11), 109-119.
- 김성곤, 이선호, 이종호. (2017). 음식관광 참여활동, 관광만족도, 행동 의도 간의 구조적인 인과관계: 관광만족도의 매개 효과. *관광학연구*, 41(7), 11-26.
- 김성혁, 전정아. (2004). 관광지 지각과 선호에 관한 실증적 연구. *호텔관광연구*, 6(2), 49-66.
- 김성혁, 오은지, 권상미. (2009). 관광지 선택속성에 대한 세대별 비교: 서울지역을 중심으로. *관광레저연구*, 21(2), 167-182.
- 김수정. (2017). 메르스가 관광산업의 경영성과에 미친 영향에 관한 연구. *한국콘텐츠학회논문지*, 17(11), 515-524.
- 김수현, 이우진. (2014). 역사 주제공원의 서비스환경이 기억, 만족과 충성도에 미치는 영향. *호텔관광연구*, 16(1), 41-58.
- 김연수. (2015). 호텔고객접점 종사원의 서비스특성이 관계품질과 장기적 관계지 향성에 미치는 영향에 관한 연구. 경기대학교 일반대학원 박사학위논문, 수원.
- 김영구, 김준국. (2004). 고객 재방문의도 결정요인에 관한 연구: 미용서비스업을 중심으로. *仁濟論叢*, 19(1), 335-360.
- 김영남. (2020). 관광지 방문객의 지각된 가치, 관광지 이미지, 만족, 재방문의도 간 구조적 관계:

- 제주 관광지를 중심으로. *MICE관광연구*, 20(3), 7-29.
- 김영남. (2021). 웰니스관광 동기 분석을 통한 제주 오름 관리 방안. *MICE관광연구*, 21(1), 55-75.
- 김영남, 홍성화. (2020). 코로나 19 위험 인식과 낙관적 편향에 관한 탐색적 연구: 제주방문 관광객을 중심으로. *관광학연구*, 44(8), 79-101.
- 김영미. (2013). 문화유산 관람선택속성이 관광만족도와 행동 의도에 미치는 영향: 창경궁을 중심으로. *호텔관광연구*, 15(3), 24-38.
- 김영미. (2015). 문화유산 관광 동기가 체험 및 만족과 재방문의도에 미치는 구조적 영향 관계: 4대 고궁 중심으로. 경희대학교 일반대학원 석사학위논문, 서울.
- 김영우. (2006). 방한 일본 여성 관광객의 에스테틱 동기가 관광지 선택속성, 만족, 행동 의도 간의 영향 관계. *MICE관광연구(구 컨벤션연구)*, 6(2), 107-131.
- 김유하. (2008). 리조트의 입지 유형에 따른 관광객의 리조트 선택속성 비교 연구: 국내 산악형·해안형 리조트를 중심으로. 세종대학교 관광대학원 석사학위논문, 서울.
- 김용순, 최돈목. (2019). 재난 관련 위기경보체계 개선방안에 관한 연구. *한국화재소방학회 학술대회논문집*, 2019(춘계), 113-114.
- 김용환. (2020). 향토음식점 선택속성과 이미지가 관광객 만족도와 행동 의도에 미치는 영향 관계 연구: 제주지역을 중심으로. 광주대학교 대학원 석사학위논문, 광주.
- 김인호. (1993). 관광자의 만족·불만족 및 재방문의 평가 합치적 접근. 광운대학교 대학원 석사학위논문, 서울.
- 김이향. (2006). 방한 중국인의 한류 태도, 관광목적지 이미지, 관광지 선택속성, 만족. 동아대학교 대학원 석사학위논문, 부산.
- 김은성. (2015). 메르스 관련 정부 위험소통의 한계에 대한 사회적 원인 분석. *Crisisonomy*, 11(10), 91-109.
- 김재호. (2016). 재난사고에 따른 크루즈관광 위험 지각과 태도의 차이 분석: 세월호 사고를 중심으로. *관광경영연구*, 20(6), 109-128.
- 김정훈. (2005). 축제참가자의 만족과 재방문의도에 관한 연구. *호텔관광연구*, 7(2), 95-114.
- 김주진, 신우진. (2020). 관광지에 대한 선택속성 및 만족도와 관광객 행동 의도 간 영향 관계 연구: 전라북도 남원관광단지를 사례로. *韓國地域開發學會誌*, 32(1), 143-166.
- 김지인. (2015). AHP를 이용한 섬 관광 어메니티 평가요인의 우선순위 분석. *인문사회*, 21, 6(2), 301-318.

- 김진보. (2010). 상상 어린이 공원 시설물 선호도 및 이용 만족도 평가에 관한 연구. 성균관대학교 일반대학원 석사학위논문, 서울.
- 김채욱, 송운강. (2007). 관광 경험이 관광 만족과 삶의 질에 미치는 영향. *관광연구*, 21(4), 23-41.
- 김태영. (2020). 코로나19 관광 영향분석 및 대응 방안. *경남발전, 통권 제150호*, 36-45.
- 김현철. (2019). 관광지 선택속성이 관광만족도에 미치는 영향에 있어 향토음식 이미지의 조절 효과: 기장군을 중심으로. *Tourism Research*, 44(4), 151-169.
- 김혜진, 임영희. (2020). 전염병 위협에 따른 호텔산업의 위기관리에 관한 탐색적 연구. *관광진흥연구*, 8(3), 103-127.
- 김현구. (2007). 철도관광 상품 속성이 고객 만족과 행동 의도에 미치는 영향 연구. 경기대학교 관광전문대학원 석사학위논문, 수원.
- 김현기, 박용순. (2019). 관광지 이미지가 관광 만족에 미치는 영향. *여가관광연구*, 31, 17-34.
- 김현우, 김영리, 윤지환. (2022). 중국인 게스트하우스 방문객의 지각된 가치와 위협이 만족도 및 재방문의도에 미치는 영향. *관광연구저널*, 36(1), 101-115.
- 김현지. (2012). 방문전·후 이미지 변화가 관광 만족, 재방문의도, 추천 의도에 미치는 영향. *호텔경영학연구*, 21(4), 283-301.
- 김형수. (2014). 제주방문 중국인 관광객의 쇼핑 매력성 평가에 관한 연구. 제주대학교 경영대학원 석사학위논문, 제주도.
- 김효중, 김시중. (2012). 대전 뿌리공원 관광지 선택속성이 관광객 만족 및 행동 의도에 미치는 영향 연구: 관광지 이미지를 조절 효과로. *한국경제지리학회지*, 15(4), 735-751.
- 김홍렬, 윤설민. (2008). 국내외 신혼여행 목적지 포지셔닝 및 선택에 영향을 미치는 관광지 속성에 관한 연구. *관광연구*, 23(1), 275-293.
- 김희철, 김민철, 부창산. (2007). 제주방어축제의 재방문 요인 연구. *한국지역지리학회지*, 13(6), 712-723.
- 나혜현. (2011). 슬로우 투어리즘 관광객의 이용행태, 관광 동기, 만족도와 행동 의도 간의 관계. 대구대학교 대학원 석사학위논문, 경상북도.
- 남승민. (2020). 외래 관광객 관광수용태세 만족도가 재방문 의사에 미치는 영향 요인 연구: 2018 외래 관광객 실태조사자료를 중심으로. *관광레저연구*, 32(4), 27-43.
- 남은경, 이승곤. (2018). 수정 IPA를 활용한 역사·문화 관광지 선택속성 평가 연구: 대가야 역사·문화 관광지 고령군 관광객을 대상으로. *관광연구저널*, 32(7), 171-182.

- 남윤섭. (2013). 관광지 입지 결정 요인 개발과 적용에 관한 연구. 제주대학교 대학원 박사학위논문, 제주도.
- 남윤정. (2017). 관광단계별 관광 가치와 행복의 관계 연구. 한양대학교 대학원 박사학위논문, 서울.
- 노성환, 이창기. (2021). 코로나19로 인한 관광객의 위험지각이 관광지 숙박시설의 선택 의도에 미치는 영향. *호텔관광연구*, 23(1), 103-118.
- 노재현. (2010). 관광목적지 선택속성과 관광 참가 만족 및 방문 의도 간의 관계. 경희대학교 대학원 박사학위논문, 경기도.
- 노정연, 조우제. (2011). 대구·경북지역 다크 투어리즘(Dark Tourism)의 선택속성 및 활성화 방안 에 관한 연구. *관광연구*, 26(1), 131-148.
- 류광훈. (2015). 메르스 사태로 인한 관광산업의 피해와 향후 과제. *한국관광정책*, (61), 8-17.
- 류인평, 김영주. (2011). 관광 위험지각과 관광자 태도 및 구매 의도에 관한 연구. *관광연구*, 26(1), 149-168.
- 문성중. (2002). 제주형 이벤트 관광개발 전략 : 제주축제이벤트를 대상으로. *제주관광학연구*, 6, 121-141.
- 배승현. (2021). 기억에 남는 관광 경험이 관광 만족과 온라인 구전에 미치는 영향 연구. *사회융합연구*, 5(6), 33-46.
- 박경심. (2018). 전통주 관광지 속성, 체험, 만족, 행동 의도의 관계 연구. 강릉원주대학교 대학원 박사학위논문, 강원도.
- 박경심, 김태훈, 주영환. (2018). 리조트에서의 4E 체험영역, 방문객의 기억에 남는 경험, 전반적 만족도, 충성도 간 관계에 관한 연구. *MICE관광연구*, 18(2), 7-26.
- 박규태. (2022). 관광목적지의 선택속성이 관광객 만족 및 행동 의도에 미치는 영향. 안양대학교 일반대학원 석사학위논문, 경기도.
- 박득희, 강상훈, 이계희. (2017). 소셜 미디어 빅데이터를 활용한 관광객들의 관광 정보탐색 행동의 구조적 특징: 메르스(MERS)발생 이전과 이후 비교. *서울도시연구*, 18(2), 145-158.
- 박상훈. (2011). 다문화가정의 문화관광 만족이 사회적응력에 미치는 영향. 동명대학교 대학원 박사학위논문, 부산.
- 박선심. (2016). 관광객의 관광지 선택속성이 지각된 가치, 자기 효능감, 관광 만족 및 재방문의도에 미치는 영향. 東新大學校 大學院 박사학위논문, 나주.
- 박석희. (2002). 만족도와 이미지, 관여도, 친숙도 간의 관련성 분석: 체재 기간, 친숙도, 관여도 별. *여가관광연구*, 6, 25-47.

- 박은경. (2013). 문화유산관광에서의 진정성이 관광자의 만족도와 충성도에 미치는 영향: 하회마을을 대상으로. 제주대학교 대학원 박사학위논문, 제주도.
- 박은미. (2011). 트레킹 방문자의 특성에 관한 연구: 제주 오름과 올레 방문자의 비교. 제주대학교 대학원 석사학위논문, 제주도.
- 박은병, 김성록, 윤준상. (2012). 포괄보조금제도하의 농산어촌지역개발에 대한 주민참여와 만족도에 관한 연구: 부여군 사례를 중심으로. *농촌지도와 개발*, 19(2), 435-463.
- 박은숙. (2010). 방한 일본인 관광객의 관광지선택속성이 관광객 만족과 관광지애호도에 미치는 영향. *Tourism Research*, 31, 47-69.
- 박은숙, 최혜수. (2013). 한류가 관광지 이미지와 관광객 만족에 미치는 영향: 중국인 관광객을 중심으로. *관광연구*, 27(6), 57-73.
- 박재은, 이은지, 정남호, 구철모. (2021). 스마트관광 정보기술에 따른 여행 서비스 만족도와 행복 및 재방문 의도. *관광학연구*, 45(4), 157-183.
- 박종찬. (2011). 라이프스타일 유형에 따른 해양관광지 선택 행동에 관한 연구. *호텔관광연구*, 13(4), 1-16.
- 박진영, 윤세환, 홍경옥. (2010). 관광지의 관광 동기유형별 관광지 선호속성의 차이에 관한 연구: 충청남도 관광지를 중심으로. *관광연구*, 25(4), 397-411.
- 박창규, 엄서호. (1998). 주제공원 방문자 만족의 결정경로와 요인: 에버랜드 방문자를 중심으로. *한국조경학회지*, 26(3), 213-224.
- 박희석, 반정화, 정현철, 김수진. (2020). 코로나19 사태가 서울경제에 미치는 영향과 소상공인 및 관광업 대응 방안. 「정책리포트」, 1-32.
- 서경화. (2015). MERS 사태에 대한 대국민 인식도 조사·분석. *의료정책포럼*, 13(3), 27-35.
- 서원만, 김동준. (2011). 중국 관광객의 한국관광지 선택속성과 만족도에 관한 연구: 중국 남경시를 중심으로. *호텔경영학연구*, 20(5), 255-270.
- 서하. (2018). 관광쇼핑 동기와 만족에 관한 연구: 서울 및 제주방문 중국인 관광객을 대상으로. 제주대학교 일반대학원 석사학위논문, 제주도.
- 성낙봉. (2016). 전통공예 관광기념품 선택속성이 만족 및 재구매 의도에 미치는 영향: 만족의 매개효과와 친숙성의 조절 효과를 중심으로. 圓光大學校 대학원 박사학위논문, 전라북도.
- 송지준. (2011). 서비스산업 종사원의 감정 부조화, 소진, 조직 몰입 간의 구조적 관계: 콜 센터 상담직원을 중심으로. *고객만족경영연구*, 13(2), 103-123.
- 손병모. (2011). 관광지 선택속성이 관광객의 지각된 가치와 충성도에 미치는 영향. *觀光研究*, 26

- (1), 201-228.
- 손병모, 김동수. (2011). 관광 스토리텔링 선택속성이 관광객 만족 및 충성도에 미치는 영향. *한국콘텐츠학회 논문지*, 11(2), 432-445.
- 손수진. (2016). 중남미 원주민문화의 정체성 확립에 대한 관광학적 접근 및 문화관광 상품개발 방안. *관광레저연구*, 28(9), 123-139.
- 손일락. (2019). 관광목적지 매력성이 목적지 만족에 미치는 영향. *호텔경영학연구*, 28(4), 285-294.
- 손일화. (2000). 국적별 문화관광 체험과 관광지 속성이 만족과 선택에 미치는 영향에 관한 연구. 동아대학교 대학원 박사학위논문, 부산.
- 송광인, 김정준. (2009). 관광객 라이프스타일에 따른 농촌체험 관광 영향 관계 연구. *농촌계획*, 15(2), 111-120.
- 송복, 유석춘, 박해광. (1996). 특집: 한국의 경제발전과 삶의 질: 한국인의 삶의 질에 대한 연구 - 지역 및 주거 실태와 만족도를 중심으로-. *사회발전연구*, 2, 1-38.
- 송재훈. (2001). 해외 여행시의 전염병 문제. *대한보건연구*, 27(4), 244-249.
- 송주연, 김남조. (2018). 근대 문화유산 관광지의 객관적 진정성, 체험, 실존적 진정성, 만족 간의 영향 관계: 인천 개항장 문화지구를 중심으로. 「*한국관광학회*」 *국제학술발표대회집*, 84, 157-161.
- 송학준. (2012). 문화관광지 선택속성, 지각된 가치, 만족간 구조적 관계 연구. *호텔경영학연구*, 21(5), 219-236.
- 신민정, 원문가, 송학준. (2018). 동기, 선택속성, 관광 만족, 재방문 의도, 생활 만족 간 인과 관계에 대한 연구. *호텔경영학연구*, 27(6), 1-16.
- 신영대. (2004). 제주문화 속의 오름: 자연 풍수관을 중심으로. *탐라문화*, 24, 1-38.
- 심우석. (2015). 관광자원 유형과 선택속성, 관광 만족, 상품개발 선호 연구: 힐링 관광자원 중심으로. 전주대학교 일반대학원 박사학위논문, 완산.
- 신윤정. (2020). 글로벌 인구 이동과 감염병 확산: 국제이주기구(IOM) '보건·국경·이동 관리(HBMM)' 체계의 시사점. *보건·복지 Issue&Focus*, 37(9), 1-8.
- 신기철. (2005). 제주 관광자의 숙박시설 선택속성과 만족에 관한 연구. 경기대학교 대학원 박사학위논문, 경기도.
- 실포 나오미. (2016). 관광 동기가 관광지 이미지와 행동 의도에 미치는 영향: 일본 홋카이도 방문 한국인 관광객을 중심으로. 강릉원주대학교 석사학위논문, 강원도.

- 안동, 유효강. (2020). 코로나19의 발생이 중국 관광산업에 미치는 영향 및 대응책. *Tourism Research*, 45(2), 309-325.
- 안성식, 조아람, 황윤섭. (2018). 기후변화의 인식수준에 따른 관광산업 활성화 방안에 관한 연구. *관광레저연구*, 30(9), 209-229.
- 안세길. (2020). 전주 한옥마을 방문객의 전통문화 가치 인식과 관광지 선택속성이 만족도 및 행동 의도에 미치는 영향. *호텔리조트연구*, 19(2), 121-140.
- 안소정. (2014). 제주 향토 음식을 활용한 음식관광 상품개발 및 CVM을 활용한 경제적 가치 평가. 숙명여자대학교 대학원 석사학위논문, 서울.
- 안태기. (2017). 섬 관광객의 관광 동기가 섬 관광 선택속성에 미치는 영향: 관여도를 조절 효과로. *관광경영연구*, 21(6), 29-47.
- 양봉식. (2007). 문화 관광지의 관광 체험과 고유성, 관광 만족의 관계 연구. 동아대학교 대학원 박사학위논문, 부산.
- 양성수, 허향진, 서용건. (2009). 제주지역의 관광개발에 대한 지역주민의 인식과 태도에 대한 연구. *관광연구저널*, 23(4), 199-210.
- 양승필. (2018). 향토음식점의 이용 동기, 선택속성이 지각된 가치와 행동 의도에 미치는 영향: 제주 지역 향토음식점을 중심으로. *관광연구*, 33(1), 205-226.
- 양지선. (2021). 생태관광지 관광 경험이 방문객 관광 만족과 재방문의도에 미치는 영향. 제주대학교 경영대학원 석사학위논문, 제주도.
- 엄서호. (1998). 觀光地 이미지 測定에 關한 研究. *관광학연구*, 21(2), 53-65.
- 엄하연. (2021). 제주지역 쇼핑관광수용태세가 중국 관광객의 만족도에 미치는 영향. 제주대학교 대학원 석사학위논문, 제주도.
- 연나미. (2011). 문화관광지 스토리텔링의 지각된 가치, 관광객 만족도 및 충성도 연구. 경희대학교 대학원 석사학위논문, 서울.
- 염명하. (2009). 관광 안전 관리체계 연구. 경기대학교 대학원 박사학위논문, 경기도.
- 염명하. (2018). 전염병에 대한 관광객 안전관리전략 연구. *관광경영연구*, 22(3), 825-874.
- 오문향, 서정모. (2021). 코로나19 확산 이후 제주관광 수요 증가에 대한 지역주민 인식에 관한 연구: 사회교환이론(Social Exchange Theory)의 적용. *호텔리조트연구*, 20(4), 143-159.
- 오미영, 오미숙. (2013). 관광지 위험 지각에 있어서의 낙관적 편견에 대한 탐색적 연구. *관광연구저널*, 27(4), 101-118.
- 오민재. (2018). 문화관광형 전통시장의 매력성과 지각된 가치, 태도, 행동 의도의 영향 관계. *관광*

- 연구저널, 32(3), 81-96.
- 오상훈, 고계성. (2005). IPA를 이용한 섬 관광지 매력성 평가: 제주 섬의 사례. *관광연구*, 19(3), 45-57.
- 오상훈, 고계성. (2006). 섬 관광목적지 매력성 비교 연구: 제주와 오키나와를 중심으로. *관광학연구*, 30(2), 201-216.
- 오상훈, 임화순, 고계성. (2005). 관광 매력성의 계절 간 비교 연구: 제주를 중심으로. *관광·레저연구*, 17(4), 83-98.
- 오송희. (2017). 산악관광지 개발에 대한 다자간 태도 연구. 강원대학교 대학원 석사학위논문, 강원도.
- 오은비. (2018). 자연재해에 대한 관광위기관리 정책의 정책변동과정 분석: Birkland의 사건 관련 정책 변동이론의 적용. 한양대학교 대학원 박사학위논문, 서울.
- 오인환. (2008). 전염병 관리 사업 평가지표에 관한 연구. 경희대학교 대학원 석사학위논문, 서울.
- 오정. (2018). 제주방문 중국인 개별관광객의 숙박시설 선택속성과 만족도에 관한 연구: 겨울철 숙박투숙객 설문 조사분석을 중심으로. 제주대학교 일반대학원 석사학위논문, 제주도.
- 오정준. (2017). 메르스 사태와 제주 관광. *한국사지리지리학회지*, 27(4), 33-53.
- 오현득. (2005). 국제행사 안전대책 방안에 관한 연구: 위협 요인이 국제행사에 미치는 영향을 중심으로. 경희대학교 대학원 박사학위논문, 서울.
- 유승각. (2011). 도시관광 만족이 재방문 및 구전에 미치는 영향. *호텔관광연구*, 13(1), 53-72.
- 유지윤. (2011). 정성적(定性的) 연구(研究): 관광위기 유형화에 따른 위기관리 전략에 관한 연구. *관광학연구*, 35(10), 161-178.
- 윤구용. (2018). 경기 변동이 소비자의 여행 소비 선택에 미치는 영향. 서강대학교 대학원 석사학위논문, 서울.
- 윤동구. (2001). 관광객 만족 구조 모형의 개발에 관한 연구. 경기대학교 대학원 박사학위논문, 경기도.
- 윤유식, 유현경, 김미성, 송래현. (2017). 기억할만한 관광 경험(MTE) 측정척도 기반의 관광지만족도 및 충성도 연구. *한국과학예술융합학회*, 28, 175-184.
- 윤인하. (2019). 전염병 접촉자 추적 조사를 위한 디지털 포렌식의 적용. 「한국정보과학회」, *학술발표논문집*, (2019.12), 1639-1641.
- 윤종태. (2015). 국내 메르스(MERS) 사태가 남긴 과제와 법률에 미친 영향에 대한 小考. *의료법학*, 16(2), 263-291.

- 원민, 노정희. (2022). 문화유산 관광지 방문객의 관광 동기, 관광제약과 관광만족도, 재방문 의도 간의 구조적 관계 연구: 중국 진시황병마용박물관을 중심으로. *관광학연구*, 46(1), 41-62.
- 이덕순. (2013). 관광지 이미지가 방문객 만족도와 행동 의도에 미치는 영향: 여수 관광지를 중심으로. *관광경영연구*, 17(4), 225-246.
- 이경민. (2021). 관광객의 감염병 인식이 지각된 위험, 지각된 가치, 관광 태도, 그리고 관광 의도에 미치는 영향. 배재대학교 대학원 박사학위논문, 대전.
- 이경숙, 전보람. (2018). 관광지 선택속성이 지각된 가치 및 행동 의도에 미치는 영향: 방한 중국인 관광객을 대상으로. *관광경영연구*, 22(7), 583-601.
- 이경하, 김홍범, 문혜영. (2002). 관광지 속성과 공간마찰력 변수가 관광지 선택에 미치는 영향. *관광연구*, 17(2), 1-22.
- 이미숙. (2011). 공항레스토랑의 서비스 스키이프가 고객 만족과 충성도에 미치는 영향에 관한 연구. 경희대학교 관광대학원 석사학위논문, 서울.
- 이미순. (2013). 부산 방문 일본인 관광객의 관광지 선택속성과 만족도에 관한 연구. *일본근대학연구*, 40, 275-290.
- 이민재, 황윤섭, 서원석. (2014). 기후변화 인식과 관광객의 만족 및 행동 의도 간 관계 탐색: 제주 자연 관광지 방문객을 대상으로. *관광학연구*, 38(7), 123-142.
- 이병관, 김원. (2020). 제주 올레길 방문객의 식영관광 선택속성 요인과 서비스품질 지각 및 만족도와 의 관계. *관광레저연구*, 32(7), 69-84.
- 이서현, 진명지, 최낙진. (2020). 지방정부의 보도 자료는 언론 보도에 어떻게 활용되었나? 제주지역 '코로나19' 관련 주요 이슈를 중심으로. *홍보학연구*, 24(6), 1-32.
- 이성호. (2010). 고객의 서비스 적합성과 지각된 가치, 만족, 애호도의 관계 연구. *관광레저연구*, 22(5), 131-147.
- 이수진, 최보율. (2003). 항공 여행을 통해 전파되는 전염병. *항공우주의학회지*, 13(1), 1-6.
- 이수진, 한진수. (2020). 호텔의 서비스 케이프가 고객 만족, 재방문의도에 미치는 영향: 브랜드 이미지의 매개 효과를 중심으로. *호텔경영학연구*, 29(2), 109-124.
- 이승화, 김종명. (2020). 신종 코로나바이러스 감염증(COVID-19) 유행의 대응과 치료. *Korean Journal of Family Practice*, 10(2), 87-95.
- 이애주. (1988). 관광지 선택 행동에 관한 연구: 관광객의 지각 및 선호도를 중심으로. 세종대학교 대학원 박사학위논문, 서울.
- 이영진, 송영민, 윤지환. (2011). 기후변화에 따른 제주도 관광 분야 적응전략에 대한 탐색적 연구:

- 진지성 여가, 전문화 이론, 통제 소재 관점을 중심으로. *관광연구저널*, 25(4), 313-328.
- 李侑載. (1994). 顧客滿足의 結果變數에 대한 理論的 研究. *經營論集*, 28(3/4), 201-232.
- 이윤희, 임근욱. (2022). 관광목적지 이미지가 지각된 가치, 관광만족도 및 행동 의도에 미치는 영향 연구: 강원도 철원군 방문객을 중심으로. *관광연구저널*, 36(1), 31-47.
- 이윤섭. (2006). 관광자 가치, 라이프스타일, 동기가 관광지 선택과 행위 의도에 미치는 영향. 경기대학교 대학원 박사학위논문, 경기도.
- 이완복. (2009). 지역축제 방문객의 생활양식에 따른 축제선택속성 실증분석. 호서대학교 대학원 박사학위논문, 충청남도.
- 이용민, 김성은, 한동희, 배병렬. (2017). 경험적 소비가치가 만족과 몰입을 매개로 재구매 의도에 미치는 영향: 프랜차이즈 커피전문점을 중심으로. *대한경영학회지*, 30(1), 53-77.
- 이은수, 조재범. (2016). *사회과학 조사방법론*. 과주: 자유아카데미.
- 이정순. (2005). 관광 활동이 관광·여가 만족과 웰빙지각에 미치는 영향. 대구대학교 대학원 박사학위논문, 경상.
- 이재곤, 고선희. (2010). 일본 관광객의 한국관광지 선택속성의 중요도: 성취도 분석. *한국콘텐츠학회논문지*, 10(9), 338-347.
- 이재곤, 김은혜. (2014). 외래 관광자의 관광 경험이 관광만족과 재방문에 미치는 영향: 복춘 게스트 하우스를 중심으로. *관광연구*, 29(1), 179-199.
- 이재운, 김준현. (2020). 코로나19 관련 국내외 경기부양책 현황 및 시사점. 「국회입법조사처」, *이슈와 논점*, 제1697호, 20200406.
- 이정충. (2003). 觀光客의 安全認識에 관한 研究: 濟州道 訪問 觀光客을 對象으로. 濟州大學校 大學院 석사학위논문, 제주도.
- 이주호. (2009). 장소 이미지, 체험가치, 그리고 재방문의도 관계 연구. 강원대학교 대학원 석사학위논문, 춘천.
- 이종주. (2012). 관광지 선택속성이 전반적 만족도와 행동 의도에 미치는 영향: 현충사를 대상으로. *문화관광연구*, 14(2), 83-94.
- 이지현, 서정희, 이종호. (2018). 지역축제 방문 동기와 이미지 및 축제만족도, 충성도와의 구조적 관계. *관광학연구*, 42(1), 237-251.
- 이진희. (2008). 라이프스타일 유형에 따른 제주 해양 관광의 속성 및 만족도에 관한 연구. *관광학연구*, 32(4), 213-233.
- 이창미, 오상훈, 민경천. (2015). 향토음식점의 서비스 품질이 고객 만족과 사후행동 의도에 미치는

- 영향: 제주에 방문한 중국인 관광객을 중심으로. *동북아관광연구*, 11(2), 193-209.
- 이현중. (2019). 민속촌 관광객의 방문 동기, 진정성 경험, 관광 만족의 영향 관계. *호텔경영학연구*, 28(7), 235-251.
- 이흥인. (2017). 문화관광축제 이미지 속성이 방문객 만족과 행동 의도에 미치는 영향 관계 연구. 안양대학교 일반대학원 석사학위논문, 경기도
- 이후석. (2015). The Relationship between the Slow city Tourists' Experience Types and Rural Amenity. *관광연구저널*, 29(4), 107-117.
- 위훈초. (2021). 지역 문화를 기반으로 한 관광지의 공공화장실 연구. 원광대학교 일반대학원 석사학위논문, 전라북도.
- 임석, 박용순. (2019). 지역사회개발에서 주민참여가 만족도에 미치는 영향: 영월군 균형발전사업 대상지구를 중심으로. *여가관광연구*, 32, 21-39.
- 임수민. (2010). 관광지 선택속성과 관광객만족과의 관계성 연구. 안양대학교 경영행정대학원 석사학위논문, 경기도.
- 임재영. (2020) 한라산국립공원 지역의 경관자원별 특성과 활용방안 연구. 제주대학교 사회교육대학원 석사학위논문, 제주도.
- 임진영, 장설, 경일. (2018). 제주도 생태관광주제공원의 서비스 스케이프가 중국인 관광객들의 방문만족도 및 재방문의도에 미치는 영향. *관광연구저널*, 32(8), 5-19.
- 임화순, 고계성. (2006). 관광목적지 매력속성에 따른 중요도 - 성취도 연구: 일본 오키나와 (Okinawa) 중심으로. *관광연구*, 21(1), 177-190.
- 임화순, 남윤섭. (2017). 외국인 관광객의 관광지 이미지가 만족도와 재방문의도에 미치는 영향에 관한 연구: 성산 일출봉 방문 중국인 관광객을 중심으로. *한국콘텐츠학회논문지*, 17(2), 298-307.
- 장경숙. (2008). 한식체인레스토랑 서비스 품질이 고객 만족과 재방문의도, 구전효과에 미치는 연구. 동의대학교 대학원 석사학위논문, 부산.
- 장병권, 강문호. (2009). 국내·외 관광위기관리의 동향과 정책과제. *한국위기관리논집*, 5(2), 24-39.
- 장보경. (2009). 쇼핑 관광지 이미지 연구. 경기대학교 일반대학원 박사학위논문, 서울.
- 장설. (2017). 생태관광지 서비스스케이프가 중국 관광객들의 방문만족도 및 재방문의도에 미치는 영향. 세종대학교 대학원 석사학위논문, 서울.
- 장성수, 양영근, 고계성. (2008). 축제 방문객 만족도와 재방문의도에 관한 연구: 제주 정월대보름

- 들불축제를 중심으로. *관광학연구*, 32(4), 373-387.
- 장유재. (2021). 관광수용태세가 관광객 만족과 행동 의도에 미치는 영향. 경기대학교 관광전문대학원 석사학위논문, 수원.
- 장양례. (2007). 최초 방문자와 재방문자 간의 지역축제 동기, 만족평가와 행동 의도, 지역 문화 인식 비교 연구. *관광경영연구*, 30, 167-191.
- ZHANG YING. (2019). 중국 관광객의 라이프스타일에 따른 관광만족도, 재방문 의도 및 추천 의도에 미치는 영향. 경희대학교 대학원 석사학위논문, 서울.
- 장정민. (2015). 위험 자극의 이동 방향이 내포하고 있는 은유적 의미가 위험지각에 미치는 영향: 전염병 확산을 중심으로. *광고학연구*, 26(7), 81-97.
- 장혜정. (2013). 여행상품 선택속성이 소비자 태도에 미치는 영향. 세종대학교 관광대학원 석사학위논문, 서울.
- 장호, 조태영. (2016). 세계문화유산 관광지의 진정성, 관광 만족 및 문화적응의 관계. *호텔관광연구*, 18(1), 1-22.
- 전상은. (2016). 공간 빅데이터를 활용한 행위자 기반 전염병 확산 예측 모형 구축에 관한 연구. 안양대학교 일반대학원 석사학위논문, 경기도.
- 전영준. (2015). 제주의 역사문화자원과 문화콘텐츠 기획 방향. *탐라문화*, 49, 163-190.
- 전인오, 강명석. (2013). 숙박시설의 지각된 가치가 관광만족도에 관한 연구. *디지털정책연구(한국디지털정책학회)*, 11(10), 79-94.
- 전정아. (2021). 오토캠핑장 선택속성이 오토캠핑 제약 요인과 재방문의도에 미치는 영향. *Tourism Research*, 46(3), 279-299.
- 전형진. (2011). 제주도 패키지 여행상품의 지각된 가치가 만족과 행동 의도에 미치는 영향. 제주대학교 대학원 석사학위논문, 제주도.
- 정강환. (1995). 지역 생활화를 위한 이벤트 관광전략에 관한 연구: 외국사례 분석을 중심으로. *공공문제와 정책(구 지역개발논총)*, 7, 213-224.
- 정균표. (2011). 노인소비자의 가치와 라이프스타일이 관광지 선택속성에 미치는 영향: VALS2를 중심으로. 계명대학교 대학원 박사학위논문, 대구.
- 정민채. (2009). 역사문화유적지의 교육성·브랜드 가치·선택속성이 관광 만족 및 행동 의도에 미치는 영향. 경희대학교 대학원 박사학위논문, 서울.
- 정승훈, 양성수. (2021). 코로나19에 따른 관광위기 관리 전략에 대한 탐색적 연구: 제주도를 중심으로. *해양관광학연구*, 14(2), 97-116.

- 정용복. (2020). 제주도 중문관광단지 방문객의 선택속성이 관광 만족과 재방문의도에 미치는 영향 연구. *제주도연구*, 53, 159-185.
- 정용해. (2020). 국내 관광지의 정서적 이미지와 인지적 이미지가 특산음식점의 행동 의도에 미치는 영향. *호텔경영학연구*, 29(3), 149-162.
- 정현석. (2021). 문화관광축제의 매력 속성이 방문객 만족과 행동 의도에 미치는 영향. 안양대학교 일반대학원 석사학위논문, 경기도.
- 정현아. (2018). 관광호텔 연회 선택속성이 고객 만족과 재방문의도에 미치는 영향: 서울시 내 관광 특구를 중심으로. 경기대학교 관광전문대학원 석사학위논문, 서울.
- 정후연. (2018). 관광지 이미지와 애착이 관광자 만족과 충성도에 미치는 영향. 경기대학교 관광전문대학원 박사학위논문, 서울.
- 정효숙. (2017). 다문화가족의 관광 동기와 관광지 선택속성이 행동 의도에 미치는 영향 비교분석: 베트남·중국·필리핀. 경희대학교 대학원 박사학위논문, 서울.
- 정철흠. (2011). 면세점 쇼핑 동기와 만족에 관한 연구: 제주방문 중국인 관광객을 중심으로. 제주대학교 대학원 석사학위논문, 제주도.
- 주영환. (1998). 專門化컨셉에 따른 스키리조트의 市場細分化 戰略에 관한 研究. 漢陽大學校 大學院 박사학위논문, 서울.
- 주형석. (2015). 해양리조트 선택속성과 선호도에 관한 연구: 킨조인트 분석 활용. 경기대학교 대학원 석사학위논문, 서울.
- 조장현, 권중현. (2005). 관광 정보 내용의 중요도 및 정보 원천 이용수준이 여행상품 선택속성에 미치는 영향 연구. *관광레저연구*, 17(3), 59-76.
- 지봉구. (2009). 관광 정보 영향요인, 관광 정보만족도, 관광 만족 간의 관계 분석: 제주도 지역 방문객을 대상으로. *관광연구저널*, 23(4), 275-289.
- 진동봉, 박현지. (2021). 관광목적지 선택속성, 관광목적지 이미지, 관광 만족, 재방문의도 간의 영향 관계 분석: 중국 국내 관광객들을 대상으로. *관광레저연구*, 33(1), 5-26.
- 진평. (2016). 방한 중국 관광객의 관광 체험 활동이 재방문·추천 의도에 미치는 영향. 경기대학교 일반대학원 박사학위논문, 서울.
- 차재만. (2013). 패키지 여행상품 선택속성이 소비자 태도에 미치는 영향. 세종대학교 관광대학원, 석사학위논문, 서울.
- 최광수. (2019). 제주 향토 음식 이미지가 관광객 만족과 행동 의도에 미치는 영향: 제주방문관광객 대상 설문 조사분석을 중심으로. *濟州島研究*, 52, 39-70.

- 최경은, 김형중. (2020). 코로나19에 따른 관광시장 전망. *한국관광정책*, (80), 30-38.
- 최미선. (2011). 시니어세대의 구매성향에 따른 관광상품구성요소 중요도 인식 연구. 경기대학교 대학원 박사학위논문, 경기도.
- 최병길, 이영관. (2011). 도보 관광지 이미지와 지각된 가치가 관광객 만족에 미치는 영향: 제주 올레길과 지리산 둘레길을 중심으로. *관광학연구*, 35(7), 299-321.
- 최병대. (2021). *포스트 코로나를 대비하라: 끝나지 않은 바이러스 전쟁*. 교양: 일상과 이상.
- 최병엽. (2008). 전염병 이상 발생의 예측을 위한 통계적 방법들의 비교 연구. 고려대학교 대학원 석사학위논문, 서울.
- 최병창. (2005). 국외여행사의 인적서비스가 관광객 만족에 미치는 영향 연구. 경기대학교 대학원 박사학위논문, 수원.
- 최성희. (2012). 항공운송을 통해 전파되는 전염병의 확산방지를 위한 국제적 대응 연구. 韓國外國語大學校 政治行政言論大學院 석사학위논문, 서울.
- 최슬기. (2021). IPA를 활용한 해양도시 야간관광 활성화 방안 연구: 통영·여수지역을 대상으로. 세종대학교 대학원 석사학위논문, 서울.
- 최영기, 홍영호. (2011). 관광객 라이프스타일 유형에 따른 특수목적 관광지 선택속성 연구. *사회과학논총*, 26(2), 117.
- 최윤정. (2007). 제주를 방문한 가족관광객 의사 결정에 관한 연구: 자녀의 영향력을 중심으로. 한양대학교 국제관광대학원 석사학위논문. 서울.
- 최용복. (2006). 제주도 농촌 지역 내 돌담 문화자원의 활용을 위한 실태조사 연구. *농촌계획*, 12(3), 57-65.
- 최용복, 부창산. (2007). 지역축제의 만족 속성이 방문객 만족도와 재방문 및 추천 의도에 미치는 영향: 제주 벚꽃축제를 중심으로. *법과 정책*, 13(2), 269-288.
- 최용훈. (2008). 관광지 선택속성이 관광객 만족과 재방문의도에 미치는 영향: 관광객 유형과 관광지 국적 별 비교. 경기대학교 대학원 박사학위논문, 서울.
- 최일선, 홍장원, 이정아. (2019). 섬 관광객의 관광지 선택속성과 관광 제약이 관광만족도와 재방문의도에 미치는 영향. *관광연구논총*, 31(4), 121-138.
- 최자은, 박은경. (2018). 관광개발 영향이 지역주민의 만족도와 삶에 대한 만족도에 미치는 영향: 동해안권 광역 관광개발사업 대상 지역의 주민들을 중심으로. *Tourism Research*, 43(1), 255-273.
- 최재우, 오경택, 이철진. (2015). SNS 관광 정보 가치와 지각된 위험, 관광지 전환 행동 간 구조적

- 관계 연구. *한국콘텐츠학회논문지*, 15(11), 524-533.
- 최재우, 최영택, 주위. (2020). COVID-19에 의한 관광산업 현황 분석 및 대응 방안. *관광경영연구*, 24(3), 29-48.
- 최종남. (2021). 대한민국국가지도집의 해외활용 토론회 토론 요약문 II. 「*대한지리학회*」 학술대회 논문집, 2021.6, 60-61.
- 최충익. (2015). 서울의 전염병 발생 특성에 관한 연구사적 고찰. *Crisisonomy(KRCCEM)*, 11(9), 119-134.
- 최해수, 김정훈, 이상건. (2010). 해외여행객의 위험지각과 관광정보 탐색의 관계. *관광연구*, 25(2), 317-340.
- 河光秀, 韓凡洙. (2001). 主題公園 訪問者의 滿足과 訪問後 行動意圖의 決定要因: 에버랜드를 對象으로. *관광학연구*, 25(1), 329-347.
- 곽재용, 하정순. (2006). 관광지 선호속성 세분화에 따른 노인 관광자의 관광특성에 관한 연구. *국토연구*, 39-55.
- 한동열. (2007). 우리나라 여행자 설사에 대한 검역실태. 인제대학교 대학원 석사학위논문, 서울.
- 한무영. (2006). MCMC를 이용한 전염병 확산 모형개발에 관한 연구. 연세대학교 대학원 석사학위논문, 서울.
- 한상겸. (2011). 봄철관광지 선택속성이 만족도와 추천 의도 및 재방문에 미치는 영향. *韓國島嶼研究*, 23(4), 235-252.
- 한상겸. (2015). 인천광역시 도서의 선택속성이 만족도, 재방문 및 추천 의도에 미치는 영향: 신도·시도·모도를 중심으로. *韓國島嶼研究*, 27(2), 51-68.
- 허지현. (2007). 관광위험지각이 관광 행동 선호에 미치는 영향. *관광연구*, 22(3), 1-23.
- 허지현, 김정준. (2013). 성서·신화 스토리텔링이 관광객의 지각된 가치와 행동 의도에 미치는 영향: 유럽을 방문하는 한국인 관광객을 대상으로. *관광경영연구*, 17(2), 385-405.
- 현은지. (2016). 관광 통역안내사의 비언어적 커뮤니케이션 능력이 관광객 만족과 행동 의도에 미치는 영향: 방한 중국인 관광객을 중심으로. *관광학연구*, 40(10), 43-59.
- 현종협. (2015). 지역축제의 이미지가 방문객의 만족도와 재방문 및 추천 의사에 미치는 영향. 제주대학교 행정대학원 석사학위논문, 제주도.
- 현홍준, 서용건, 고계성. (2010). 문화유산으로서 제주 해녀의 관광 자원 선택속성, 영향 인식 차이에 관한 연구: 관광객과 지역주민 간 비교를 중심으로. *탐라문화*, 37, 481-515.
- 홍란지. (2021). 문화유산의 관광 체험 요인, 진정성, 관광 만족 간의 관계: 문화권 차이를 중심으로

- 로. *상품학연구*, 39(2), 79-91.
- 홍민정, 오문향. (2020). 코로나19 확산에 대한 국내 잠재 관광객의 감정 반응 연구: 의미론적 네트워크 분석의 활용. *관광연구*, 35(3), 47-65.
- 홍선욱. (2013). 호텔의 공연이벤트가 호텔 이미지, 호텔공연의 재방문과 구전 의도에 미치는 영향: 서울지역 특1급 호텔을 기준으로. 세종대학교 대학원 석사학위논문, 서울.
- 홍윤철. (2022). *팬데믹*. 서울: 포르체.
- 홍정임. (2011). 서비스품질이 고객 만족 및 재방문의도에 미치는 영향에 관한 연구: 미용 서비스업을 중심으로. 서경대학교 대학원 석사학위논문, 서울.
- 홍정화. (2019). 관광목적지 이미지와 음식 이미지가 재방문의도에 미치는 영향 관계: 방한 유럽 관광객 중심으로. *호텔관광연구*, 21(4), 181-195.
- 황동필. (2014). 관광 동기, 경험적 가치가 행동 의도에 미치는 영향. 우송대학교 일반대학원 박사학위논문, 대전.
- 황인창, 황운용, 정효선, 최수아. (2007). 중국 여행 동기와 이미지가 목적지애호도에 미치는 영향. *산업경제연구*, 20(5), 2095-2118.
- 황창용, 오희철, 이덕형, 박기동 & 이종구. (1998). 전염병 관리 관련 법령의 변화 추이 분석 및 향후 개정 방향에 관한 연구. *Journal of Preventive Medicine and Public Health*, 31(3), 540-563.

2. 국외문헌

- Anderson, E. W., & Sullivan, M. W. (1993). The antecedents and consequences of customer satisfaction for firms. *Marketing science*, 12(2), 125-143.
- Bagozzi, R. P., Gopinath, M., & Nyer, P. U. (1999). The role of emotions in marketing. *Journal of the academy of marketing science*, 27(2), 184-206.
- Baloglu, S., & McCleary, K. W. (1999). A model of destination image formation. *Annals of Tourism Research*, 26(4), 868-897.
- Baker D. A., & Crompton J. L. (2000). Quality, satisfaction and behavioral intentions. *Annals of Tourism Research*, 27(3), 785-804.
- Beirman, D. (2003). Book Review: Tourism and the Media. *Journal of Vacation Marketing*, 9(1), 101-103.

- Binter, M. J. (1990). Evaluating service encounters: The effect of physical surroundings and employeresponses. *Iond of Mikeh*, 54(2), 6982.
- Bulfone, T. C., Blat, C., Chen, Y. H., Rutherford, G. W., Gutierrez-Mock, L., Nickerson, A., & Reid, M. J. (2022). Outdoor Activities Associated with Lower Odds of SARS-CoV-2 Acquisition: A Case - Control Study. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(10), 6126.
- Bustamante, M. E. O. (2021). *Predicting Travel Behaviors during the COVID-19 Pandemic with the Protection Motivation Theory* (Doctoral dissertation, Webster University).
- Butler, R. W. (1993). Pre-and post-impact assessment of tourism development. *Tourism research: Critiques and challenges*, 135.
- Cronin Jr, J. J., & Taylor, S. A. (1992). Measuring service quality: a reexamination and extension. *Journal of marketing*, 56(3), 55-68.
- Crompton, J. L., Ankomah, P. K. (1993). Choice set propositions in destination decisions. *Annals of tourism research*, 20(3), 461-476.
- Dann, G. (1991). Sociology and tourism. *Annals of tourism research*, 18(1), 155-169.
- De Jong, P. (2003). PATA: Harnessing Travel and Tourism as a Leading Force for Poverty Reduction. *The Second Global Summit on Peace through Tourism*.
- Dolnicar, S. (2005). Understanding barriers to leisure travel: Tourist fears as a marketing basis. *Journal of Vacation Marketing*, 11(3), 197-208.
- Eggert, A., & Ulaga, W. (2002). Customer perceived value: a substitute for satisfaction in business markets?. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 17(2-3), 107-118.
- Evans, N., & Elphick, S. (2005). Models of crisis management: An evaluation of their value for strategic planning in the international travel industry. *International journal of tourism research*, 7(3), 135-150.
- Faulkner, B., & Vikulov, S. (2001). Katherine, washed out one day, back on track the next: A post-mortem of a tourism disaster. *Tourism management*, 22(4), 331-344.
- Ferrario, F. (1986). Black and white holidays: The future of the local tourist industry

- in South Africa. *Annals of Tourism Research*, 13(3), 331-348.
- Fornell, C. (1992). A National Customer Satisfaction Barometer: The Swedish Experience. *Journal of Marketing*, 56, 6-21.
- Gardial, S. F., Clemons, D. S., Woodruff, R. B., Schumann, D. W., & Burns, M. J. (1994). Comparing consumers' recall of prepurchase and postpurchase product evaluation experiences. *Journal of consumer research*, 20(4), 548-560.
- Gearing, C. E., Swart, W. W., & Var, T. (1974). Establishing a measure of touristic attractiveness. *Journal of travel Research*, 12(4), 1-8.
- Gee, C. Y., Fayos, S. E., World Tourism Organization., & WTO Education Network. (1997). *International tourism: A global perspective*. Madrid: World Tourism Organization in cooperation with WTO Education Network.
- George, R., & Booyens, I. (2014, December). Township tourism demand: Tourists' perceptions of safety and security. *In Urban Forum*, 25(4), 449-467(Springer Netherlands).
- Guardia, M. S., Taveira, M. D. S., & França, R. S. D. (2022). Efeitos da pandemia do novo coronavírus (Covid-19) no setor turístico da região Nordeste do Brasil. *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 20(1), 69-81.
- Godovykh, M., Pizam, A., & Bahja, F. (2021). Antecedents and outcomes of health risk perceptions in tourism, following the COVID-19 pandemic. *Tourism Review*, 76(4), 737-748.
- Haahti, A. J. (1986). Finland's competitive position as a destination. *Annals of tourism research*, 13(1), 11-35.
- Hair, J. F., Anderson, R. E., Tatham, R. L., & Black, W. C. (1998). Factor analysis. Multivariate data analysis. *NJ Prentice-Hall*, 3, 98-99.
- Hall, C. M. (1994). *Tourism and politics: policy, power and place*. John Wiley & Sons.
- Han, H., Che, C., & Lee, S. (2021). Facilitators and reducers of Korean travelers' avoidance/hesitation behaviors toward China in the case of COVID-19. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(23), 12345.
- Hellier, P. K., Geursen, G. M., Carr, R. A., & Rickard, J. A. (2003). Customer repurc

- hase intention: A general structural equation model. *European Journal of Marketing*, 37(11-12), 1762-1800.
- Henderson, V. (2003). The urbanization process and economic growth: The so-what question. *Journal of Economic growth*, 8(1), 47-71.
- Hsu, T. K., Tsai, Y. F., & Wu, H. H. (2009). The preference analysis for tourist choice of destination: A case study of Taiwan. *Tourism management*, 30(2), 288-297.
- Huang, Y. C., Tseng, Y. P., & Petrick, J. F. (2008). Crisis management planning to restore tourism after disasters: A case study from Taiwan. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 23(2-4), 203-221.
- Huang, A., de la Mora Velasco, E., Farhangi, A., Bilgihan, A., & Jahromi, M. F. (2022). Leveraging data analytics to understand the relationship between restaurant's safety violations and COVID-19 transmission. *International Journal of Hospitality Management*, 104, 103241.
- Inskeep, E. (1991). *Tourism planning: An integrated and sustainable development approach*. John Wiley & Sons.
- Kash, T. J., & Darling, J. R. (1998). Crisis management: prevention, diagnosis and intervention. *Leadership and Organization Development Journal*, 19(4), 179-186.
- Kelly, I., & Nankervis, T. (2001). *Visitor destinations*. John Wiley and Sons Australia, Ltd.
- Kelly, I., & Nankervis, T., op. cit, 41.
- Kuo, F. Y., & Young, M. L. (2008). A study of the intention - action gap in knowledge sharing practices. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 59(8), 1224-1237.
- Law, C. M. (1993). *Urban tourism: attracting visitors to large cities*. Mansell Publishing Limited.
- Le, T. H., & Arcodia, C. (2018). Risk perceptions on cruise ships among young people: Concepts, approaches and directions. *International Journal of Hospitality Management*, 69, 102-112.
- Lepp, A., & Gibson, H. (2003). Tourist roles, perceived risk and international tourism

- m. *Annals of tourism research*, 30(3), 606-624.
- Lounsbury, J. W., & Polik, J. R. (1992). Leisure needs and vacation satisfaction. *Leisure Sciences*, 14(2), 105-119.
- Louviere, J. J., & Timmermans, H. J. (1990). Using hierarchical information integration to model consumer responses to possible planning actions: recreation destination choice illustration. *Environment and Planning A*, 22(3), 291-308.
- Matiza, T., & Slabbert, E. (2021). Tourism is too dangerous! Perceived risk and the subjective safety of tourism activity in the era of COVID-19. *Geo Journal of Tourism and Geosites*, 36, 580-588.
- Mawby, R. I., Özaşçılar, M., & Ziyalar, N. (2020). Perceptions of safety confronted by experience: How visitors to Istanbul modified their perceptions of risk and fear in the light of personal experience. *International Review of Victimology*, 26(3), 261-275.
- Mawby, R. I. (2000). Tourists' perceptions of security: the risk-fear paradox. *Tourism Economics*, 6(2), 109-121.
- Mazursky, D. (1989). Past experience and future tourism decisions. *Annals of Tourism Research*, 16(3), 333-344.
- Middleton, D. R. (1988). Development and multiple use: conflict on an Ecuadorian beach. *Urban Anthropology and Studies of Cultural Systems and World Economic Development*, 17(4), 351-364.
- Mill, R. C., & Morrison, A. M. (1992). *The tourism system*. Kendall Hunt.
- Mirakzadeh, A. A., Karamian, F., Khosravi, E., & Parvin, F. (2021). Analysis of preventive behaviors of rural tourism hosts in the face of COVID-19 pandemic: application of health belief model. *Frontiers in public health*, 9.
- Monterrubio, J. C. (2010). Short-term economic impacts of influenza A (H1N1) and government reaction on the Mexican tourism industry: an analysis of the media. *International Journal of Tourism Policy*, 3(1), 1-15.
- Morrison, J., Rathore, A. P., Mantri, C. K., Aman, S. A., Nishida, A., & St. John, A. L. (2017). Transcriptional profiling confirms the therapeutic effects of mast cell stabilization in a dengue disease model. *Journal of virology*, 91(18),

e00617-17.

- Moscardo, G. (1986). In Pearce, P. *The Ulysses factor: Recent research in psychology*.
- Noe, F. P. (1987). Measurement specification and leisure satisfaction. *Leisure Sciences, 9*(3), 163-172.
- Odekerken Schröder, G., Van Birgelen, M., Lemmink, J., De Ruyter, K., & Wetzels, M. (2000). Moments of sorrow and joy: an empirical assessment of the complementary value of critical incidents in understanding customer service evaluations. *European Journal of Marketing, 34*(1/2), 107-125.
- Oliver, R.L. (1981). Measurement and Evaluation of Satisfaction Processes in Retail Settings. *Journal of Retailing, 5*, 25-48.
- Oliver, R. L. (1997). Effect of Service Quality and Marketing Stimuli on Customer Satisfaction: The Mediating Role of Purchasing Decisions. *Journal of Business and Management Sciences, 4*(4), 76-81.
- Oliver, R. L. (1999). Whence consumer loyalty?. *Journal of marketing, 63*(4-suppl1), 33-44.
- Pearce, D. G. (1989). International and domestic tourism: Interfaces and issues. *GeoJournal, 19*(3), 257-262.
- Pereira, F. C. (2021). *The Impact of the Covid 19 Pandemic on European Airlines' Passenger Satisfaction*. Doctoral dissertation, ISCTE-Instituto Universitário de Lisboa(Portugal).
- Pizam, A., Neumann, Y. & Reichel, A. (1979). Tourist Satisfaction. *Annals of Tourism Research, 6*, 195-197.
- Reichheld, F. F. (2001). Lead for loyalty. *Harvard business review, 79*(7), 76-84.
- Reisinger, Y., & Mavondo, F. (2005). Travel anxiety and intentions to travel internationally: Implications of travel risk perception. *Journal of travel research, 43*(3), 212-225.
- Richter, L. K. (1983). Tourism politics and political science: A case of not so benign neglect. *Annals of tourism research, 10*(3), 313-335.
- Rudyanto, R., Pramono, R., & Juliana, J. (2021). Perception of knowledge of the risk of the COVID-19 pandemic regarding touring intentions and tourism travel

- recommendations. *Journal of Environmental Management and Tourism*, 12(4), 929-947.
- Sakti, I. W., & Saudi, M. H. (2021). Covid-19 Pandemic as Behavior Awareness-Tourism: A geographical review. *Review of International Geographical Education Online*, 11(3), 115-123.
- Sánchez-Cañizares, S. M., Cabeza-Ramírez, L. J., Muñoz-Fernández, G., & Fuentes-García, F. J. (2021). Impact of the perceived risk from Covid-19 on intention to travel. *Current Issues in Tourism*, 24(7), 970-984.
- Schäfer, M., Wijaya, K. P., Rockenfeller, R., & Götz, T. (2022). The impact of travelling on the COVID-19 infection cases in Germany. *BMC Infectious Diseases*, 22(1), 1-19.
- Shani, A., Chen, P. J., Wang, Y., & Hua, N. (2010). Testing the impact of a promotional video on destination image change: Application of China as a tourism destination. *International Journal of Tourism Research*, 12(2), 116-133.
- Szivas, E., Riley, M., & Airey, D. (2003). Labor mobility into tourism: attraction and satisfaction. *Annals of Tourism Research*, 30(1), 64-76.
- Sönmez, S. F., & Graefe, A. R. (1998). Influence of terrorism risk on foreign tourism decisions. *Annals of tourism research*, 25(1), 112-144.
- Sönmez, S. F., & Graefe, A. R. (1998). Determining future travel behavior from past travel experience and perceptions of risk and safety. *Journal of travel research*, 37(2), 171-177.
- Shoemaker, S., & Lewis, R. C. (1999). Customer loyalty: the future of hospitality marketing. *International journal of hospitality management*, 18(4), 345-370.
- Truong, T. H., & Foster, D. (2006). Using HOLSAT to evaluate tourist satisfaction at destinations: The case of Australian holiday makers in Vietnam. *Tourism management*, 27(5), 842-855.
- Um, S., & Crompton, J. L. (1992). The roles of perceived inhibitors and facilitators in pleasure travel destination decisions. *Journal of travel research*, 30(3), 18-25.
- Urbain, J. D. (1989). The tourist adventure and his images. *Annals of tourism*

- research*, 16(1), 106-118.
- Uysal, M., & Noe, F. (2003). Satisfaction in outdoor recreation and tourism settings. *Case studies in tourism marketing*, 140-158.
- Van Raaij, W. F., & Francken, D. A. (1984). Vacation decisions, activities, and satisfactions. *Annals of tourism research*, 11(1), 101-112.
- Wang, L., Fang, B., & Law, R. (2018). Effect of air quality in the place of origin on outbound tourism demand: Disposable income as a moderator. *Tourism Management*, 68, 152-161.
- Wang, S., King, C., & Heo, J. (2009). Residents' attitudes toward urban tourism development: A case study of Indianapolis, USA. *Tourism Today*, 9, 27-43.
- Wang, X., Lai, I. K. W., Zhou, Q., & Pang, Y. H. (2021). Regional travel as an alternative form of tourism during the COVID-19 pandemic: Impacts of a low-risk perception and perceived benefits. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(17), 9422.
- Yang, H. Y., & Chen, K. H. (2009). A general equilibrium analysis of the economic impact of a tourism crisis: A case study of the SARS epidemic in Taiwan. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*, 1(1), 37-60.
- Yeh, S. S. (2016). Restaurant's famous dish FTQ: Improperly prepared meal. *Journal of Global Scholars of Marketing Science*, 26(4), 341-343.
- Yoon, Y., & Uysal, M. (2005). An examination of the effects of motivation and satisfaction on destination loyalty: a structural model. *Tourism management*, 26(1), 45-56.
- Yu, Y. T., & Dean, A. (2001). The contribution of emotional satisfaction to consumer loyalty. *International journal of service industry management*, 12(3), 234-250.
- Žabkar, V., Brenčič, M. M., & Dmitrović, T. (2010). Modelling perceived quality, visitor satisfaction and behavioural intentions at the destination level. *Tourism management*, 31(4), 537-546.

3. 기타문헌

- 위키백과. '재난'. <https://ko.wikipedia.org/wiki/> (2022, 02, 25).
- '관광지'. <https://ko.wikipedia.org/wiki/> (2022, 02, 25).
- '관광목적지'. <https://ko.wikipedia.org/wiki/> (2022, 03, 08).
- 두산백과. <https://www.doopedia.co.kr>.
- 법제청: 국가법령정보센터. (2009). 「법률 제9847호 '감염병의 예방 및 관리에 관한 법률'». - 2009. 12. 29. - (시행일시: 2010. 12. 30). <https://www.law.go.kr/LSW/nwRvsLsInfoR.do?lsiSeq=98035>; (2022. 4. 12).
- 세계관광기구 (UNWTO; World Tourism Organization). (2020). 'COVID-19 발생이 국제 관광에 미치는 영향 관련'. <https://www.unwto.org/impact-asesment-of-the-covid-19-outbreak-on-international-tourism>. (2022, 01, 20).
- 세계보건기구 (WHO; World Health Organization). (2020). '2020년 3월 11일 세계보건기구에서 COVID-19를 국제적인 팬데믹으로 선언'. <https://www.who.int/director-general/speeches/detail/who-director-general-s-opening-remarks-at-the-media-briefin-on-covid-19---11-march-2020>. (2022, 01, 02).
- 송성철 기자, 의협신문. (2009.12.30). '전염병' 앞으론 '감염병'으로. http://www.doctorsnews.co.kr/news/articleView.html?idxno=59540&sc_word=%EA%B0%90%EC%97%BCEB%B3%91&sc_word2.
- 연합뉴스. (2020. 06. 21). '코로나19' <https://news.v.daum.net/v/20200621071801677>.
- 日本觀光協會. (1976). 『觀光計劃手法』, 「日本觀光協會」, 16.
- 주간조선. (2009. 10. 19). "전염병의 진화 원인", 2076호, http://weekly1.chosun.com/site/data/html_dir/2009/10/12/2009101201744.
- 질병관리본부 감염병포털. (2020). "감염병", <https://www.kdca.go.kr/npt/biz/npp/portal/nppLwcrIcdMain.do>.
- 제주특별자치도 관광협회. (2020, 2021). 제주관광 통계 '월별통계: 관광객 내도현황'. http://www.visitjeju.or.kr/제주특별자치도_제주입도_관광객_통계 (2022.01.20).
- 태평양·아시아 관광협회. (PATA: Pacific Asia Travel Association). <https://www.pata.org/>
- 한국관광공사: 한국관광통계. (2021. 2. 5). "2020년 12월 2020년 12월 한국관광통계 공표". <https://datalab.visitkorea.or.kr/site/portal/ex/bbs/View.do?cbIdx=1127&bcIdx=1>

6449&pageIndex=1.

한국문화관광연구원(2015). “메르스 사태에 따른 관광산업 영향과 대책,” (2015. 12. 24), https://www.kcti.re.kr/web/board/boardContentsView.do?contents_id=2_1083.

한국문화관광연구원(2020). 전염병 확산에 따른 관광 수요 변화와 대응 방안: 사스와 메르스 사례를 중심으로. 투어고 인사이트, 22, 1-6.

한국일보. 최나실. (2020. 3. 12). 팬데믹선언 각국 봉쇄·폐쇄 초강경 조치 쏟아져 <https://www.econovill.com/news/articleView.html?idxno=11529>. (2022. 01. 03).

WTTC(World Travel & Tourism Council). (2022). “ COVID-19 팬데믹이 본격화된 2020 년의 국가 간 관광객 수는 전년도 대비 감소 되어”. <https://wttc.org/Research/Economic-Impact>; WTTC. Economic Impact Reports. Available online: (accessed on 11 January 2022).

부록: <설문지>

NO.

설문지

안녕하십니까?

먼저 설문에 응해주셔서 감사합니다.

본 설문 조사서는 제주도 관광객을 대상으로 “COVID-19 팬데믹 상황에서 관광목적지 선택속성이 관광만족도와 재방문의도에 미치는 영향: 제주지역 내국인 관광객을 중심으로”에 대한 조사를 위하여 마련되었습니다. COVID-19로 인하여 사실상 해외여행이 금지된 시기에 제주 여행을 선택한 요인에 대한 설문 내용입니다.

이 설문 조사서는 저의 학위논문 작성에만 활용될 것이며, 귀하께서 응답하신 내용은 통계처리되며, 비밀이 철저히 보장되고 순수한 학술적 연구 목적으로만 활용될 것입니다. 설문 문항을 자세히 읽어보신 후 잠시 시간을 내셔서 본 연구에 협력 부탁드립니다.

귀한 시간을 내어 설문 조사에 참여해 주셔서 다시 한번 진심으로 감사드립니다.

2022년 4월 15일

지도교수: 제주대학교 관광 개발학과 교수 남 윤 섭

연구자: 제주대학교 일반대학원 지속성장데이터 사이언스학부 관광개발학 전공
석사과정 고 윤 길

☎ : 010-****-****

설문 문항

■ 귀하께서는 이번 제주도 여행을 COVID-19 감염병 확산 시기(코로나 팬데믹 이후)에 계획하셨습니까?

- ① 예 (응답을 계속 진행해주시기 바랍니다.)
- ② 아니오 (귀하께서는 본 설문 의 응답자로 해당되지 않습니다, 답변을 중단해주시도 좋습니다. 감사합니다.)

I. 관광목적지 선택속성

■ 다음 항목들은 귀하께서 제주도를 관광목적지로 선택하셨다면 아래의 어떤 요인과 관련이 깊은지 해당사항에 체크(✓)하여주시기 바랍니다.

제주 선택한 속성		전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
1.	자연 자원 및 아름다운 경관	①	②	③	④	⑤
2.	제주의 기후와 쾌적한 날씨	①	②	③	④	⑤
3.	청정한 해변과 바다	①	②	③	④	⑤
4.	한라산이나 오름 등의 자연관광지	①	②	③	④	⑤
5.	제주의 이국적 분위기	①	②	③	④	⑤
6.	역사·문화자원 및 유적지	①	②	③	④	⑤
7.	제주의 독특한 생활양식	①	②	③	④	⑤
8.	다양한 축제 및 이벤트	①	②	③	④	⑤
9.	제주의 토속 음식과 먹거리	①	②	③	④	⑤
10.	지역주민의 환대	①	②	③	④	⑤

제주 선택한 속성		전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
11.	합리적인 관광상품 비용	①	②	③	④	⑤
12.	합리적인 숙박시설 비용	①	②	③	④	⑤
13.	합리적인 쇼핑 비용	①	②	③	④	⑤
14.	합리적인 교통이동 비용	①	②	③	④	⑤
15.	관광시설 청결과 안전성	①	②	③	④	⑤
16.	공항 등 다중이용 시설 청결과 안전성	①	②	③	④	⑤
17.	감염병에 대한 투명한 정보	①	②	③	④	⑤
18.	제주도 감염병 관리 수준	①	②	③	④	⑤
19.	감염병 확진 이후 대처 가능성	①	②	③	④	⑤

II. 관광 만족 및 재방문의도

- 다음 항목들은 귀하의 관광만족도와 재방문의도에 관한 질문입니다.
해당사항에 체크(✓)하여주시기 바랍니다.

내용		전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
1.	제주관광에 대해 전반적으로 만족한다.	①	②	③	④	⑤
2.	지불비용과 편익에 대해 만족한다.	①	②	③	④	⑤
3.	코로나시기에 제주도 청결성에 대해 만족한다.	①	②	③	④	⑤
4.	코로나시기에 제주도 안전성에 대해 만족한다.	①	②	③	④	⑤
5.	기회가 된다면 제주도에 다시 방문할 것이다	①	②	③	④	⑤
6.	다른 구성원들과 제주도에 다시 방문할 것이다.	①	②	③	④	⑤

III. 일반적 사항

■ 다음은 귀하의 일반 사항에 관련된 질문입니다. 해당사항에 체크(✓)하여주시기 바랍니다.

1. 귀하의 성별은?

- ① 남성 ② 여성

2. 귀하의 연령은?

- ① 20대 ② 30대 ③ 40대 ④ 50대 ⑤ 60대 이상

3. 귀하의 최종학력은?

- ① 고졸이하 ② 전문대졸(재학) ③ 대학졸업(재학) ④ 대학원졸업(재학)이상

4. 귀하의 결혼여부는?

- ① 미혼 ② 기혼

5. 귀하의 거주지는?

- ① 수도권(서울, 경기, 인천) ② 강원권 ③ 충청권 ④ 전라권 ⑤ 경상권 ⑥기타

6. 최근 1년간 귀하께서는 지금까지 몇 번의 국내관광을 하셨습니까?

- ① 1-2회 ② 3-4회 ③ 5-6회 ④ 7-8회 ⑤ 9회 이상

7. 귀하의 직업은 무엇입니까?

- ① 학생 ② 사무/행정직 ③ 전문직/연구기술직 ④ 판매/서비스직
⑤ 공무원 ⑥ 생산/근로직 ⑦ 주부 ⑧ 기타 ()

8. 귀하의 수입은?

- ① 200만원 미만 ② 200만원대 ③ 300만원대 ④ 400만원대 ⑤ 500만원대 이상

9. 귀하께서 이번 제주관광에 함께 동반한 구성원은?

- ① 개별(혼자) ② 가족 ③ 친구(지인) ④ 친목단체(모임) ⑤ 업무관련자 ⑥ 기타

- 지금까지 질문에 응답해 주셔서 대단히 감사합니다.

ABSTRACT

A Study on the Effect of Tourism Destination Selection Attributes on Tourism Satisfaction and Revisit Intention in the COVID-19 Pandemic Situation: Focusing on visitors to Jeju Island

Yun-Kil, Ko

Department of Tourism Development

The Graduate School

Jeju National University

Supervised by professor Yoon-Seob, Nam

The outbreak of infectious diseases changes the behavior of consumers. This is the same in choosing a tourist destination. Consumers will choose tourist destinations in consideration of different factors due to their experience of infectious diseases, which will remain as an influencing factor even if the infectious disease ends. Due to the COVID-19 pandemic, the economy, industry, trade, medical care, welfare, and education around the world have been severely damaged. In particular, the tourism industry, which requires movement between places, has faced the worst travel decline that has never been experienced before. This situation is happening in Korea as well.

Under these circumstances, this study attempted to investigate the effect of individual tourists' tourism destination selection attributes on tourism satisfaction and revisit intention in a special situation of infectious disease disaster for tourists in Jeju, the largest tourist destination in Korea and one of the world's tourist resorts. In particular, this study focused on the difference and influence between 'infectious disease and safety factors' and other general factors, unlike previous studies related to the selection attributes of tourist destinations just focused on analyzing universal selection attributes rather than special selection attributes during disasters such as COVID-19 pandemic.

To this end, this study conducted a theoretical review of each concept based on previous

studies. Then, three major research hypotheses were established for tourists visiting Jeju during the COVID-19 pandemic. Based on these hypotheses, this study established and verified detailed hypotheses in terms of natural·environmental, historical·cultural, entertainment·economic, and infectious diseases·safety factors to investigate the relationship between tourism destination selection attributes and tourism satisfaction, relationship between the selection attributes of tourist destinations and the intention to revisit, and relationship between tourist satisfaction and revisit intention. The survey was conducted on 320 Koreans at Jeju International Airport for three days from April 13 to April 15, 2022. The questionnaire was largely composed of four parts: tourism destination selection attribute, tourism satisfaction and revisit intention, demographic characteristics, and tourism type. Among them, the Likert 5-point scale was used for the tourism destination selection attribute. The collected data were analyzed using SPSS 22.0. In particular, the correlation between major variables was confirmed through Pearson correlation analysis. In addition, through multiple regression analysis, the effect of tourism destination selection attributes on tourism satisfaction and revisit intention was analyzed, and the effect of tourism satisfaction on revisit intention was examined.

The results are briefly summarized as follows. First, as a result of analyzing the relationship between tourism destination selection attributes and tourism satisfaction, it was found that entertainment·economic factors, infectious diseases·safety factors had a statistically significant effect on tourism satisfaction. This means that the higher these two factors' level the higher the tourist satisfaction. Second, as a result of analyzing the relationship between the tourism destination selection attribute and revisit intention, it was confirmed that natural·environmental factors, entertainment·economic factors, and infectious diseases·safety factors had a statistically significant positive (+) effect on revisit intention.

On the other hand, it was found that historical·cultural factors had a negative (-) effect on revisit intention. Third, as a result of analyzing the relationship between tourism satisfaction and revisit intention, the influence of tourism satisfaction on revisit intention was statistically significant. In other words, it was confirmed that the higher the tourist satisfaction, the higher the intention to revisit.

The biggest significance of this study is to analyze the relationship and influence between infectious diseases·safety factors such as COVID-19 and other general factors among the tourism destination selection attributes. This is because existing studies have focused on analyzing selection attributes in general situations rather than specialized selection attributes that can be considered important in times of disaster such as COVID-19 pandemic. Of course, this universal tourism selection attribute cannot be completely excluded just because of the pandemic situation of infectious diseases. However, in order to more meaningfully interpret tourists' behavior in the context of experiencing the COVID-19 pandemic, it is very necessary to additionally verify another 'special selection attribute' in addition to the general selection attributes analyzed by previous studies. Therefore, this study, which reorganized the 'infectious disease safety factor' into the selection attribute of tourist destinations in Jeju along with other factors, and empirically investigated the effect of it on tourism satisfaction and revisit intention perceived by tourists, is significant.

In addition, this study provides meaningful implications for finding differentiated strategies to overcome the crisis in Jeju Island as well as the overall tourism industry by confirming the nature of tourists' choice in a special period dominated by the risk factor of infectious diseases. In other words, this study will contribute greatly to the future-oriented development of the tourism industry and the exploration of business models with high recovery capabilities that do not easily collapse in the face of disasters while coping with the current crisis in the domestic and foreign tourism industry.

Keywords: tourist destination, Infectious diseases and safety factors, optional attribute, tourism satisfaction, Intention to revisit