

관광객의 특성, 관광동기와 정보탐색행동간의 관련성

The Relationship among the Tourist Characteristics,
Tourism Motivation, with Information Search
Behavior

강재정*
(Kang, Jae-Jung)

목 차

- I. 서론
- II. 문헌연구
- III. 연구모형 및 가설설정
- IV. 실증분석
- V. 결론

I. 서론

마케팅뿐만 아니라 관광학 분야에서도 소비자들의 정보탐색 경로와 의사결정에 대한 연구가 수행되고 있다. 정보탐색의 행동은 구매에 있어 매우 중요한 부분을 차지하고 있는데, 다른 소비제품과 마찬가지로 교통, 숙박시설, 투어 등과 같은 여행상품을 선택하는 경우에도 정보획득

* 제주대학교 교수

은 필수적이다. 일반적으로 여행에 대하여 관심을 가지거나 관광에 대한 욕구가 발생하였을 경우에 잠재관광객들은 필요한 정보탐색 과정을 거치게 된다.

여행계획을 수립하는 과정에서 정보탐색을 수행하는 기본적인 동기는 관광과 관련된 불확실성의 수준을 감소시킴으로써 여행의 품질을 향상시키기 위한 것이다(McIntosh and Goeldner, 1990). 실무적으로 잠재관광객들은 어떤 기회가 가능한지, 그런 기회는 어디에서 가능한지, 그리고 얼마의 비용으로 가능한지에 대한 정보의 필요성을 갖고 있다(Raitz and Dakhil, 1989). 관광정보는 관광목적지와 관광객을 연결시키는 중요한 매개역할을 수행하고 있는데, 단순히 지역의 관광정보를 총괄하여 관광객들에게 제공하는 차원을 넘어 관광지를 직접 방문하는 사람들에게 충분한 정보를 제공함으로써 체제일수를 늘리는 촉매제가 되어 관광상품 판매를 증가시킬 수 있으며, 관광목적지를 결정하지 못한 사람에게 방문을 유도하는 역할을 수행한다. 또한 관광정보를 통하여 관광객은 관광자원에 대한 역사, 문화, 사회적 배경 및 가치를 전달하여 관광객들에게 깊이 있는 지식을 제공하는 역할을 수행한다(오익근, 1998). 특히 관광상품은 비교적 사치품에 속하며, 상품에 대한 위험지각 또는 불확실성이 상대적으로 높으므로 정보탐색이 더 중요하다고 할 수 있다(박종희 외, 1999; 황경성, 2001).

정보탐색의 과정은 내부 정보탐색과 외부 정보탐색으로 구분할 수 있다. 내부 정보탐색이란 각 개인들이 과거의 경험이나 학습을 통하여 획득하여 자기 기억장치에 저장해 둔 정보를 끄집어내어 사용하려고 하는 방법이며, 외부 정보탐색이란 기억으로부터 회상될 수 있는 정보에 덧붙여 외부적 원천으로부터 의사결정에 필요한 새로운 정보를 획득하는 탐색활동이다. 사람들은 일반적으로 내부 정보탐색을 통하여 의사결정에 필요로 하는 정보를 얻으려 하나, 내부 정보탐색을 통하여 얻는 정보가 문제 해결에 도움이 되지 않거나 의사결정을 하는데 충분하지 않고 정확하지 않을 때, 추가적인 정보를 위하여 외부정보 탐색을 시작하게 된다(박종희 외, 1999).

관광자의 정보탐색 행동을 이해하는 것은 마케팅 전략을 개발하고 서비스를 전달하기 위하여 매우 중요하며, 최근 다양하고 수많은 여행 목적지의 등장으로 관광자의 정보탐색행동을 이해할 필요성이 증가하고 있다. 따라서 관광자의 정보탐색행동에 관한 개념적인 연구뿐만 아니라 실증적인 연구가 관광학 연구에서 중요한 부분을 차지하고 있으나, 외국문헌에서 간간히 소개되고 있을 뿐 국내의 연구는 매우 미흡한 실정이다. 그리고 연구의 내용 면에서도 인구통계적 특성에 따른 이용하는 정보매체의 차이검증에 국한되어 있다는 한계점이 있다. 본 연구에서는 제주를 방문하는 여행자를 대상으로 관광객의 특성(성별, 소득수준, 방문횟수, 여행형태, 일행수)에 따라 이들의 사용하는 결정적인 정보원천에 차이가 있는지를 검증하고자 하였다. 그리고 지금까지 연구가 미흡한 여행자의 여행동기와 결정적 정보원천과 공헌적 정보원천을 포함한 정보탐색행위간의 관련성을 탐색적으로 조사하고자 하였다. 이러한 연구를 통하여 제주를 방문하는 관광자의 정보탐색 행동을 이해하고, 보다 효과적으로 광고 및 마케팅활동을

수행함으로써 제주관광의 활성화에 보탬이 되고자 한다.

II. 문헌연구

2.1 관광정보탐색에 대한 연구

Engel 등은 정보탐색을 기억속에 저장된 지식의 실행이나 외부환경으로부터 정보의 획득으로 정의하였다(Engel, Blackwell, and Miniard, 1990, p.494). Moutinho(1987)는 정보탐색을 구매의사결정을 내리기 전에 여러 정보원천을 참조하려는 표현된 욕구라고 정의하였다. 이들의 정의에서는 관광정보탐색에서 강조하고 있는 동기, 정보원천, 결정요인 등이 포함되어 있음을 알 수 있다.

일반적으로 정보탐색은 외부탐색과 내부탐색으로 구분된다. 외부탐색이란 기억으로부터 지식을 회상하는 것을 의미하고, 외부탐색이란 시장으로부터 정보를 수집하는 것을 포함한다(Engel et al., 1990). 내부탐색이 여행결정에 관한 충분한 정보를 제공하는 경우에는 외부탐색은 불필요하게 된다(Beatty and Smith, 1986). 여행자가 내부 정보탐색에 전적으로 의존하는가의 여부는 그들의 지닌 지식의 정확성 혹은 품질에 따라 달라진다. 정보탐색이 발생할 때, 거의 항상 재방문 계획을 수립하는 기초로서 과거의 경험을 사용하는 내부탐색이 일어난다. 만약 의사결정을 위해 기억의 내용이 불충분한 경우 탐색활동은 외부환경으로 확장된다. 휴가여행인 경우 정보탐색은 상당한 노력과 다양한 정보원천을 포함하는 외부정보탐색이 된다(Schul and Crompton, 1983).

그러나 가족이나 친구방문이나 특정 목적지에 대한 재방문인 경우에는 과거의 경험을 이용할 수 있기 때문에 외부정보원천으로부터 추가적인 정보를 수집할 필요성을 느끼지 못할 것이다(Etzel and Wahlers, 1985; Snepenger and Snepenger, 1993). 하지만 여행경험이 있을지라도 외부정보탐색이 필요한 경우도 있다. 가족이나 친구방문과 같은 일상적인 여행일지라도 여정의 변경이나 여행의 다른 요인 때문에 외부정보를 탐색할 수도 있는 것이다(Perdue, 1985).

외부정보탐색이 부족하다고 판단되면, 여행자는 외부원천으로부터 추가적인 정보를 획득하고자 결정할 것이다. 여행자들은 여행계획을 수립할 경우에 (1) 가족과 친구, (2) 구체적인 목적지 문헌, (3) 매체, (4) 여행컨설턴트와 같은 4가지의 외부정보원천을 사용하는 경향이 있다(Snepenger and Snepenger, 1993). 여행자들은 사전구매를 위한 외부정보탐색이나 지속적인 정보탐색에서 어떤 것을 이용할 수 있다. 사전구매 정보탐색은 구매의사결정이 대두됨에 따라 유도되는 외부정보탐색을 의미하며, 반면에 지속적인 정보탐색이란 일시적인 구매 필요성과

관계없이 외부정보를 획득하는 것으로 정의된다(Bloch et al, 1986). Bloch 등(1986)은 사전구매 탐색은 구매에서의 관여도에 의하여 영향을 받으며, 지속적인 탐색은 제품에 대한 관여도에 의하여 영향을 받는다고 하였다.

사전구매 외부정보의 탐색정도는 소비자가 구매할 의향이 있는 제품의 형태와 직접적으로 관련이 있다. 소비자는 구매가격이 높고, 본질적으로 지각위험이 높아지는 복잡한 제품을 구매할 경우에 보다 많은 탐색을 하게 된다. Woodside and Ronkainen(1980)은 South Caroline로 여행자중 단지 20%정도가 여행계획을 수립하는데 도움을 받기 위하여 여행 대리점, 모터클럽, 투어 운영자를 활용하는 것으로 나타났다. 또한 처음으로 해외 여행하는 자들이 여행대리점이나 투어 운영자들을 빈번하게 이용하는 것으로 나타났다. Snepenger 등(1990)은 알라스카로 처음 여행하는 사람들의 정보탐색전략을 연구하였는데, 알라스카로 처음 여행하는 사람들 상당 부분이 외부정보 원천으로 여행대리점을 이용하는 것으로 나타났다. Fesenmaier and Vogt의 주립여행센터에서의 정보이용에 관한 연구에서 환영센터에 잠시 머무는 대다수의 여행자들은 여행 전에 외부정보원천을 활용하지 않는 것으로 나타났다. 하지만 대부분의 여행자들은 여행 동안에 정보를 준비하고 있는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 여행결정이 이루어지기 전에 내부정보탐색을 사용하는 것임을 알 수 있다.

정보탐색의 결정요인의 관점에서 Snepenger 등(1990)은 정보탐색에 영향을 미치는 것으로 알려진 4개의 카테고리를 발견하였다. 여행의 단체, 과거의 경험, 목적지에 친구와 친척의 존재 여부, 그리고 목적지와 관련된 신기성(novelty)의 정도이다. 여러 문헌에서 지금까지의 정보탐색의 결정요인에 대하여 제시하고 있다(Engel et al, 1991; Etzel and Wahlers, 1985; Gitelson and Crompton, 1983; Van Raaij, 1986; Woodside and Ronkainen, 1980).

2.2 관광정보탐색과정 모델

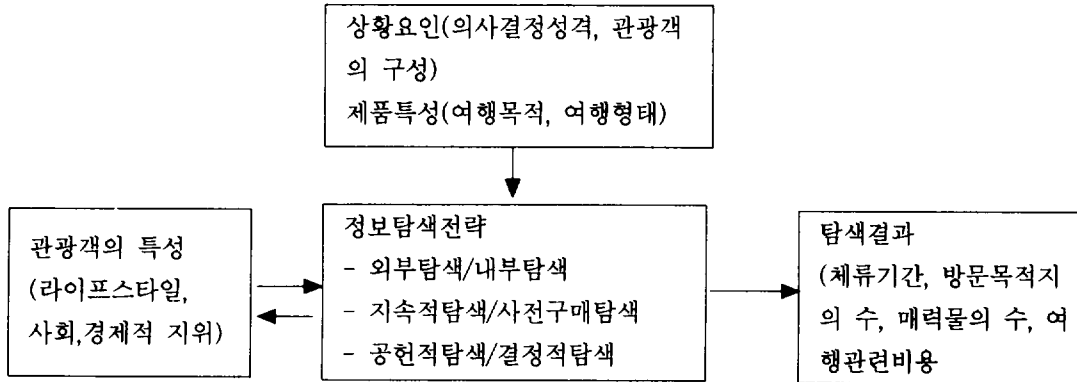
Assael(1984)의 정보수집 및 처리모델에 의하면 제품을 구매할 것인가를 결정하기 전에 복수의 단계를 거치는 것으로 보고 있다. 첫 번째 단계는 구매상황을 유도하는 입력 또는 배경적 요인으로 정보의 획득에 영향을 미치는 요인으로는 소비자 측면의 인구통계변수, 개성, 라이프사이클, 동기 등이 있으며, 환경적 측면에서는 사회적, 문화적, 상황적 요인들이, 마케팅 측면에서는 제품, 가격, 유통 및 촉진활동에 의하여 소비자의 정보획득활동은 달라질 수 있다는 것이다. 두 번째 단계는 정보의 획득단계로 내부원천의 정보를 이용할 것인가 혹은 외부로부터 정보를 수집할 것인가를 결정하게 된다. 이는 미래의 사용을 위해 시간에 걸쳐 보유할 정보를 인식하여 정보의 획득하는 단계이며, 세 번째 단계는 획득된 정보를 분류하고, 평가하고, 조직하여 보유할 것인가를 처리하는 단계이다. 네 번째 단계는 필수 특징을 우선 순위화하고

브랜드의 충성도를 인식하는 브랜드 평가단계이다. 물론 정보탐색 자체가 구매행동과 만족에 영향을 미치지만 소비자의 의사결정 모델에 따라 매개변수들이 존재한다. 선택된 모델에 따라 정보의 직접적인 영향은 대안의 평가 및 선택, 시범적 사용 등에 의하여 매개될 수 있는 것이다. 마지막 단계는 실제 구매와 제품의 사용을 하는 단계이다. 마지막 단계는 정보탐색의 결과로 구매만족, 대안의 수와 대안에 대한 품질의 관점에서 인식할 수 있다. 이 모델은 개인이 제품을 구매하고자 결정하는 경우 혹은 옵션을 고려하는 경우와 비용과 효과의 상쇄효과를 고려하는 상황에서 정보의 사용에 대한 프레임웍을 제공한다. 그러나 이 모델은 구매계획이 없지만 지속적으로 정보를 탐색하는 경우에는 적용할 수 없다는 한계를 지니고 있다(Vogt and Fesenmaier, 1998).

최근에 관광정보 탐색전략 과정에 대한 연구가 Fodness와 Murray(1999)에 의하여 수행되었다. 이들은 관광객의 정보탐색행동에 영향을 미치는 요인으로 상황변수, 제품특성, 그리고 관광객 특성을 포함하는 정보탐색전략 과정을 <그림 1>과 같이 제시하였다.

이들은 관광정보탐색전략을 공간적 탐색(spatial search), 시간적 탐색(temporal search), 운영적 탐색(operational search)차원으로 구분하여 제시하였다. 공간적 탐색은 정보탐색 활동의 위치를 반영한 것으로서 내부적 탐색과 외부적 탐색으로 나눌 수 있다. 내부적 탐색은 의사결정과 관련이 있는 정보를 장기메모리에서 인지적으로 추출해 내는 조사활동으로 정의할 수 있다. 만약 내부적 탐색만으로는 불충분하다면 개인은 외부적 탐색을 하게 되는데 이는 개인경험의 외부에 있는 정보를 탐색하는 것을 말한다. 시간적 탐색은 정보탐색 활동의 시간적 차원을 반영한 것으로서 지속적 탐색(ongoing search)과 구매전 탐색(prepurchase search)으로 나눌 수 있다. 지속적 탐색은 미래의 의사결정을 위해서 현재에 관련 지식을 얻기 위함이거나 정보탐색 활동 자체를 본능적으로 즐기는 것을 말한다. 구매전 탐색은 보다 나은 소비선택을 하기 위해-예를 들어 보다 나은 구매, 비용 절감 등-이루어지는 탐색행위이다. 운영적 탐색은 정보탐색활동으로 얻어진 정보가 문제해결 및 의사결정에 얼마만큼 효율적으로 이용되었는지를 반영하는 효과성에 초점을 맞춘 탐색방법으로 정보수집자가 수집한 다양한 정보원을 어떻게 사용했는지에 따라 결정적 정보원(decisive information sources)과 공헌적 정보원(contributory information sources)으로 나눌 수 있다. 결정적 정보원은 선택에 가장 중요한 영향을 미치는 정보원이고, 공헌적 정보원은 이용자의 지식의 폭을 넓혀주고, 지식에 대한 인식이나 흥미유발에는 도움을 주지만 의사결정에 중요한 영향을 미치지 않는 정보원이라고 하였다. 이들은 정보탐색 전략에 영향을 미치는 요인을 의사결정의 성격, 관광객의 구성, 여행목적, 여행의 수단, 라이프사이클, 사회경제적 지위로 구분하였다.

<그림 1> 관광정보 탐색 전략 과정



(자료원 : Fodness and Murray, 1999)

예를 들어 관광객들은 의사결정의 성격이 일상적인가, 제한된 경우인가, 혹은 광범위한가에 따라 정보탐색을 달리하게 된다. 근처공원이나 레크레이션 지역을 주말에 방문하는 경우나 친구나 친척을 정기적으로 방문하는 경우와 같이 일상적인 의사결정 문제해결인 경우에는 여행 결정에 별로 노력없이 신속하게 이루어진다. 과거 경험이 의사결정을 위한 적절한 기준을 제시하는 경우에는 사전방문(사전구매) 정보탐색은 불필요하게 될 것이다. 하지만 제한된 의사결정 과정은 다소 시간과 노력이 요구된다. 여행자들이 여행계획을 수립할 경우 친숙한 목적지에서 새로운 여행경로를 선택하거나 신규활동에 참여하는 경우와 같이 정상적인 여행행동에 변화를 계획하는 경우에 제한된 의사결정이 발생한다. 이러한 경우에는 내부원천(과거경험)과 외부원천에 대한 제한된 사전구매 탐색이 기대되지만 여행자의 과거경험이 주로 결정적인 역할을 수행한다(Fodness and Murray, 1999). 광범위한 의사결정문제가 필요한 경우(최초 그루즈 여행, 유럽여행, 아프리카 사파리여행, 세계일주 여행 등)에는 정보탐색에 상당한 시간과 노력이 필요하다. 그러한 정보탐색은 여행이 친숙하지 않기 때문에 기본적으로 외부정보원천을 강조하는 사전구매탐색이 될 것이다. 그리고 광범위한 문제해결에 직면한 관광 여행자들은 비친숙한 여행에 대한 지각위험을 감소시키기 위하여 적어도 하나의 결정적인 정보원천(여행대리점, 친구나 친척)이나, 다양한 공헌적 정보(상업적 가이드북, 브로셔, 여행잡지 등)에 상당히 의존하게 된다.

이 모델을 이용하여 실증분석을 수행한 결과, 정보탐색은 사회·경제적 지위에 따라서 달라지고 관광행동에도 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 정보탐색전략은 여러 가지 하부변수에 의하여 유의한 차이를 보였는데 의사결정형태, 관광구성원(자녀의 유무, 신혼, 장년층 등), 여행목적(친구나 친지방문, 레저를 즐기 위해서 등), 여행수단(자동차, RV, 트럭 및 VAN

등), 사회경제적 지위에 따라 다른 것으로 나타났다. 또한 여행체류기간, 여행방문지의 수 등도 정보탐색정도가 높은 집단일수록 장기체류나 여러 관광목적지 방문에 긍정적인 영향을 미치지 만 라이프사이클에 따라서는 유의한 차이가 없음이 밝혀졌다.

2.3 정보탐색행위에 대한 국가간 비교연구

대부분의 정보탐색에 관한 연구는 미국 여행자대상으로 이루어졌으며, 단지 문화간 정보탐색 행동에 대한 연구가 Snepenger and Snepenger(1993)에 의하여 이루어졌다. Uysal et al(1990)은 미국을 방문하고 있는 독일, 프랑스, 영국, 일본 여행자들의 정보탐색 행동을 조사하였는데, 나라별로 정보탐색행동에 차이가 있음을 발견하였다. 영국출신 여행자들은 여행대리점을 주요정보원천으로 사용하고 있으며, 그 다음으로 가족과 친구, 브로셔, 그리고 팸프렛, 잡지와 뉴스기사를 사용하고 있을 것으로 나타났다. 독일출신 여행자들은 가족과 친구가 가장 중요한 정보원천이며, 그 다음으로 여행 대리점, 브로셔, 팸프렛, 서적과 도서관자료를 이용하는 것으로 나타났다. 프랑스 출신 여행자들은 독일출신 여행자와 마찬가지로 가족과 친구가 가장 중요한 정보원천이며, 그 다음으로 여행대리점, 브로셔, 팸프렛, 항공사, 잡지 및 신문기사로 나타났다. 일본출신 여행자들은 서적과 도서관 자료를 가장 많이 이용하고 있으며, 다음으로 브로셔, 팸프렛, 가족과 친구, 그리고 여행대리점인 것으로 나타났다.

위의 연구와 달리 Gursoy and Chen(2000)의 연구에 의하면 독일여행자들은 외부정보원천으로 인터넷이나 지방자치단체의 여행관련기관을 주로 이용하고 있으며, 영국 및 프랑스 출신의 비즈니스 및 회의참석 여행자들은 항공사나 여행사를 주로 이용하고 있으며, 영국 및 프랑스 레저 여행자들은 투어회사, 신문 및 여행잡지에 의존하고 있는 것으로 조사되었다.

2.4 관광객의 필요정보에 대한 연구

관광정보는 여행수단, 매력물, 장소, 활동, 숙박 등과 같이 현장에서 의사결정을 수행하고 목적지를 선택하는데 필요하다(Filiatrault and Ritchie, 1980; Jenkins, 1978; Perdue, 1985; Snepenger et al, 1990). 관광정보의 필요성에 대한 국내의 연구로는 박종희 등과 황경성의 연구를 들 수 있다. 박종희 등(1999)은 관광객이 가장 필요로 하는 정보에 관한 연구를 수행하였는데, 여행과정에서 필요한 정보는 교통정보와 자연경관 및 명승고적에 대한 정보였으며, 관광코스에 대한 정보로는 관광지구별, 여행목적에 따른 세분화된 정보를 선호하고 있음을 발견하였다.

황경성(2001)은 관광자들이 관광정보를 습득하는 정보원은 친구나 친척, 관광이나 여행관련

책자, 신문·잡지·TV 등의 언론매체, 여행사, 관광안내소, PC통신이나 인터넷 등 6가지로 나누어 정보의 신뢰도와 탐색정보의 유형을 살펴보았다. 정보의 신뢰도 측면에서는 친구나 친척을 통해 탐색한 정보를 가장 신뢰하는 것으로 나타났으며, 인터넷을 통해 주로 탐색하는 관광정보로는 '관광지 자체에 대한 정보', '관광지 주변 숙박시설 정보', '관광목적지로의 교통정보' 순으로 나타났다.

Ⅲ. 연구모형 및 가설의 설정

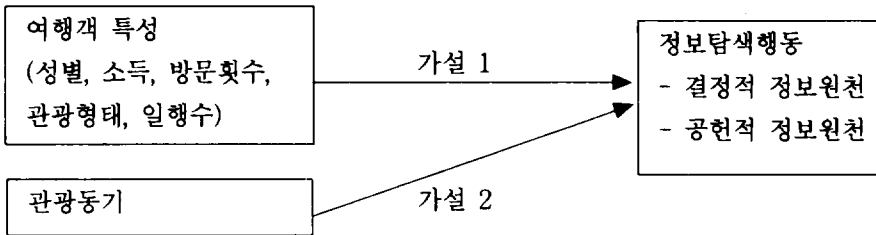
여행결정과 관련된 정보를 어느 정도 적극적으로 탐색하는가는 사람에 따라 다르다. 정보탐색의 집중도는 여행경험이 얼마나 있는가, 그리고 여행을 하는데 어느 정도의 지각위험과 불확실성을 지각하고 있는가, 그리고 걱정하거나 아니면 완벽한 결정을 하는 것이 얼마나 중요한지를 느끼는가에 따라 다르다. 일반적으로 정보의 탐색이나 필요성을 가장 크게 느끼는 사람은 대개 여행경험이 없는 사람, 여행결정에 상당한 정도의 위험을 지각하는 사람, 그리고 가장 최선의 결정을 해야만 하는 사람일 것이다(Mayo and Jarvis, 1981).

그리고 여행형태에 따라 정보탐색에도 영향을 미치는데, 목적지에 친구나 친지가 있는 경우에는 여행 전에 광범위한 정보탐색을 하지 않는다(Gitelson & Crompton, 1983). 반면에 처음 방문하는 휴가여행자인 경우에는 공헌적 정보원천과 결정적인 정보원천을 결합하여 사용하는 사전구매 탐색, 외부정보탐색이 더욱 많이 발생한다. 또한 여행자의 행동은 여행목적에 따라 크게 달라지게 되는데(Morrison, 1996), 일반적으로 사업여행과 관광여행, 친구나 친지방문자에 따라 이들의 갖고 있는 관광욕구, 요구, 행동에서 상당한 차이가 있다고 알려져 있다(McIntosh & Goelder, 1990). 그리고 레저 및 관광여행은 함께 소비하는 제품이기 때문에 여행하는 개별적인 모든 사람들의 영향을 받는다(Chadwick, 1987). 또한 관광 여행자의 행동은 여행단체가 어떻게 구성되어 있는가에 따라 영향을 받는다(McIntosh & Goelder, 1990).

본 연구에서는 관광객의 특성과 관광동기가 정보탐색행동에 어떠한 차이와 관련성이 있는지를 규명하기 위하여 Fodness와 Murray(1999)의 관광정보탐색전략과정 모델에서 사용한 변수를 중심으로 <그림 2>와 같은 연구모델을 설정하였다. 관광객의 정보탐색행동에 영향을 미칠 수 있는 요인으로 관광객의 특성을 나타내는 성별, 소득수준, 방문횟수, 관광형태 및 일행수, 그리고 관광동기를 선택하였다. 내부정보원천으로는 과거의 여행경험, 외부정보원천으로는 온라인매체, 언론매체, 여행관련책자, 여행사 등 기관방문, 그리고 가족과 친구와 상담으로 구분하였다. 여기에서 제주로의 여행 계획을 수립하는 과정에서 가장 영향을 미친 정보원을 결정적 정보원으로 하였고, 지식의 폭을 넓혀주고, 흥미유발에 도움을 주지만 의사결정에 중요한 영향을 미치지 않는 정보원을 공헌적 정보원천으로 설정하였다. 가설 1부분은 관광객의 특

성과 결정적 정보원천간의 정보탐색행위간에 차이가 있는지를 규명하기 위한 것이고, 가설 2는 관광객의 관광동기와 공헌적 정보원천을 포함한 정보탐색행동에 어떠한 관련성이 있는지를 파악하기 위하여 설정되었다.

<그림 2 : 연구모형>



가설 1 : 관광자들의 특성에 따라 정보탐색행동에는 차이가 있다.

가설 2 : 관광자들의 추구하는 관광동기와 정보탐색행동간에는 유의한 관련성이 있다.

IV. 실증분석

4.1 조사의 개요

본 연구에서 관광객의 특성을 측정하기 위하여 설문항목으로는 성별, 소득수준, 방문횟수, 관광형태, 동행 일행수 등을 포함하였으며, 관광동기를 측정하기 위한 설문은 Fodness(1994), Balogu and Brinberg(1997)의 연구를 기초로 하여 작성하였다. 관광객의 정보탐색행동을 측정하기 위하여 여행계획 수립시 (1)인터넷이나 PC통신 이용, (2) 본인의 과거 경험이나 여행지식, (3) 신문, 잡지, TV 등 언론매체, (4) 관광이나 여행관련 책자 이용, (5) 여행사, 항공사 등 여행기관 방문, (6) 가족, 친지, 친구, 이웃 등과 상의하는 정도를 표시하도록 하였다(7점 척도로 측정). 결정적인 정보원천을 측정하기 위한 항목으로는 위의 정보원천에서 이번 여행에 가장 직접적으로 영향을 미친 결정적인 정보원을 선택하도록 하였다.

본 연구는 제주도를 방문하여 관광을 마친 관광객을 모집단으로 정하고 무작위추출법을 이용하여 표본을 추출하였다. 설문조사는 제주국제공항에서 이루어졌고, 설문조사 결과 418명의 표본으로부터 연구의 기초자료로 활용할 수 있는 308명의 자료를 통계분석에 이용하였다.

4.2 표본의 특성

본 연구에 사용된 표본의 특성을 성별, 연령별, 학력별, 직업별, 월 평균 소득별로 분류하였는데 그 결과는 <표 1>에 제시되어 있다. 응답자의 성별분포는 남자가 52.9%로 여자보다 다소 많았으며, 응답자들의 학력 분포는 대학교 재학 및 졸업이상이 79.3%로 나타나 고학력자가 대부분인 것으로 나타났다. 연령별 분포는 30대가 가장 많고, 20대, 40대, 50대순으로 나타났다. 직업분포는 전문직이 28.9%로 가장 많았으며, 그 다음 사무직, 학생의 분포가 높게 나타났다. 월소득 분포는 101~200만원 미만이 가장 많았고 201-300만원, 100만원 이하 순으로 나타났다.

응답자들의 제주관광형태를 조사한 결과, 가족관광 형태가 28.9%로 가장 많았고, 단체관광이 26.3%, 개인관광이 25.6%로 나타나 제주도를 방문하는 관광객들은 대체로 가족관광과 단체관광을 선호하고 있는 것으로 보인다. 제주관광 방문횟수는 5번째 이상이 가장 많았고, 두 번째 방문이 25.3%, 첫 번째 방문이 22.4%로 나타나 비교적 제주방문경험이 많음을 알 수 있다. 제주관광 일행 수는 5인 이상이 48.1%로 가장 많았는데 이는 관광형태 설문조사에서도 나타난 바와 같이 가족관광과 단체관광 비중이 높은 것에 기인한 것으로 보인다. 여행기간을 보면 2박인 경우가 44.5%, 1박인 경우가 30.5%를 차지하고 있어 대부분 1박이나 2박정도 하고 있으며, 여행비용은 30만원-40만원인 경우가 49.4%로 거의 반을 차지하고 있다.

<표 1> 조사표본의 특성

구분		빈도(비율)	구분		빈도(비율)
성별	남	163(52.9)	학력	고졸	64(20.8)
	여	143(46.4)		대재, 졸	205(66.6)
	합계	306(100.0)		대학원재, 이상	39(12.7)
			합계	308(100.0)	
나이	10대	2(0.6)	월소득	100만원이하	54(17.5)
	20대	105(34.1)		101-200만원	93(30.2)
	30대	112(36.4)		201-300만원	68(22.1)
	40대	64(20.8)		301-400만원	34(11.0)
	50대	23(7.5)		401-500만원	16(5.2)
	60대	2(0.6)		501만원이상	20(6.5)
	합계	308(100.0)		합계	285(100.0)

구분		빈도(비율)	구분		빈도(비율)
방문횟수	1회	69(22.4)	관광형태	개인관광	79(25.6)
	2회	78(25.3)		신혼여행	19(6.2)
	3회	51(16.6)		가족관광	89(28.9)
	4회	30(9.7)		단체관광	81(26.3)
	5회이상	80(26.0)		기타	39(12.7)
	합계	308(100.0)		합계	307(100.0)
여행기간	하루	6(1.9)	여행비용	10만원미만	11(3.6)
	1박	94(30.5)		10-20만원	63(20.5)
	2박	137(44.5)		30-40만원	152(49.4)
	3박	56(18.2)		50-60만원	47(15.3)
	4박	11(3.6)		60만원이상	32(10.4)
	5박이상	4(1.3)		합계	305(100.0)
	합계	308(100.0)			

4.3 관광동기에 대한 신뢰성과 타당성 분석

본 연구에서는 관광동기의 개념을 측정하기 위하여 다항목 측정치를 사용하였는데, 이들에 대한 타당성과 신뢰도를 검증하기 위하여 요인분석과 크론바알파값을 계산하였다. 요인분석시 요인적재량이 0.5이상이고 고유치가 1이상으로 하여 분석결과 3요인으로 묶을 수 있었고 각각 지식 및 신기성 추구 동기, 모험 및 재미추구 동기, 휴식 및 긴장해소 동기로 명명하였다. 신뢰도 분석 결과 <표 2>에서 보는 바와 같이 크론바하 알파 값이 최소치가 0.796으로 비교적 높게 나타나 측정 도구에 신뢰성이 있음을 알 수 있다.

< 표 2 > 관광동기에 대한 타당성과 신뢰성 분석

변수명	평균 (표준편차)	요인명칭			크론바 알 파	누 적 분산비율
		지식 및 신기성	모험 및 재미추구	휴식 및 긴장해소		
문화양식	3.51(1.71)	.901	5.262E-02	6.296E-02	0.809	41.003
지식넓힘	3.29(1.68)	.797	.216	3.367E-02		
장소경험	4.33(1.83)	.738	.230	.216		
이색경험	3.22(1.94)	.569	.490	7.712E-02		

변수명	평균 (표준편차)	요인명칭			크론바 알파	누 적 분산비율
		지식 및 신기성	모험 및 재미추구	휴식 및 긴장해소		
스릴흥분	2.77(1.72)	9.614E-02	.827	.226	0.796	57.826
모험충족	2.56(1.61)	.275	.824	7.831E-02		
재미오락	3.57(1.88)	.124	.701	.255		
경험애기	2.82(1.79)	.451	.546	4.332E-02		
신체휴식	5.05(1.73)	.132	.106	.853	0.830	68.504
긴장스트	4.77(1.80)	9.360E-02	.196	.852		
평범일상	4.79(1.77)	4.700E-02	.161	.825		

4.3 가설검증

4.4.1 관광객의 특성에 따른 정보탐색행위의 차이분석

가설 1을 검증하기 위하여 성별에 따른 교차분석을 수행하였으며, 그 결과는 <표 3>에 제시되어 있다. 이 표에서 보듯이 여행계획을 수립하는 경우 남성과 여성간에 결정적인 정보원천 이용면에서 상이함을 알 수 있다. 남성은 내부정보원천인 과거의 여행 경험이나 온라인을 근거로 주관적으로 결정을 내리는 반면에 여성은 남성에 비하여 가족과 상의하거나 관련책자를 참조하는 경우가 많은 것으로 조사되었다.

<표 3> 성별에 따른 결정정보의 교차분석표

구 분		결정정보						Total	
		온라인	여행경험	언론매체	관련책자	기관방문	가족상의		
성별	남	Count	55	26	10	15	18	19	143
		성별	38.5%	18.2%	7.0%	10.5%	12.6%	13.3%	100.0%
		결정정보	57.3%	72.2%	52.6%	41.7%	51.4%	36.5%	52.2%
		% of Total	20.1%	9.5%	3.6%	5.5%	6.6%	6.9%	52.2%
	여	Count	41	10	9	21	17	33	131
		성별	31.3%	7.6%	6.9%	16.0%	13.0%	25.2%	100.0%
		결정정보	42.7%	27.8%	47.4%	58.3%	48.6%	63.5%	47.8%
		% of Total	15.0%	3.6%	3.3%	7.7%	6.2%	12.0%	47.8%
통계량		Count	96	36	19	36	35	52	274
$\chi^2:13.50(0.019)$		성별	35.0%	13.1%	6.9%	13.1%	12.8%	19.0%	100.0%
우도비:13.79(0.017)		결정정보	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	
		% of Total	35.0%	13.1%	6.9%	13.1%	12.8%	19.0%	100.0%

<표 4>는 소득수준에 따른 교차분석표이다. 이 표를 보면 월 소득이 100만원 미만인 경우에는 상대적으로 가족과 상의하여 여행계획을 수립하는 경향이 높으며, 소득수준이 500만원이 될 때까지는 인터넷을 통한 온라인 정보를 많이 이용하는 것으로 조사되었으나, 500만원 이상인 경우에는 온라인 정보매체를 이용하는 경향이 급격히 떨어지고 있으며, 주로 내부정보원천인 과거의 여행경험에 의존하여 여행계획을 수립하는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 낮은 소득수준의 여행자들은 상대적으로 더 크게 인지되는 위험을 최소화하기 위하여 보다 많은 정보탐색을 수행하는 반면, 소득이 높은 경우에는 목적지에 대한 구체적인 정보원천을 사용할 뿐만 아니라 보다 높은 정보탐색활동과 관련된다는 Gitelson & Crompton(1983)의 연구결과와 일맥 상통하고 있다.

< 표 4> 월 소득에 대한 교차분석표

구 분		결정정보						Total	
		온라인	여행경험	언론매체	관련책자	기관방문	가족상의		
월소득	100만원 이하	Count	17	2	5	6	3	15	48
		월소득	35.4%	4.2%	10.4%	12.5%	6.3%	31.3%	100.0%
		결정정보	19.1%	5.6%	27.8%	17.6%	10.3%	31.3%	18.9%
		% of Total	6.7%	.8%	2.0%	2.4%	1.2%	5.9%	18.9%
	101-200만원	Count	29	9	9	14	14	13	88
		월소득	33.0%	10.2%	10.2%	15.9%	15.9%	14.8%	100.0%
		결정정보	32.6%	25.0%	50.0%	41.2%	48.3%	27.1%	34.6%
		% of Total	11.4%	3.5%	3.5%	5.5%	5.5%	5.1%	34.6%
	201-300만원	Count	21	9	1	10	5	10	56
		월소득	37.5%	16.1%	1.8%	17.9%	8.9%	17.9%	100.0%
		결정정보	23.6%	25.0%	5.6%	29.4%	17.2%	20.8%	22.0%
		% of Total	8.3%	3.5%	.4%	3.9%	2.0%	3.9%	22.0%
	301-400만원	Count	13	9	1	2	2	3	30
		월소득	43.3%	30.0%	3.3%	6.7%	6.7%	10.0%	100.0%
		결정정보	14.6%	25.0%	5.6%	5.9%	6.9%	6.3%	11.8%
		% of Total	5.1%	3.5%	.4%	.8%	.8%	1.2%	11.8%
	401-500만원	Count	7	2			1	3	13
		월소득	53.8%	15.4%			7.7%	23.1%	100.0%
		결정정보	7.9%	5.6%			3.4%	6.3%	5.1%
		% of Total	2.8%	.8%			.4%	1.2%	5.1%
	501만원 이상	Count	2	5	2	2	4	4	19
		월소득	10.5%	26.3%	10.5%	10.5%	21.1%	21.1%	100.0%
		결정정보	2.2%	13.9%	11.1%	5.9%	13.8%	8.3%	7.5%
		% of Total	.8%	2.0%	.8%	.8%	1.6%	1.6%	7.5%
통계량		Count	89	36	18	34	29	48	254
$\chi^2: 38.74(0.039)$		월소득	35.0%	14.2%	7.1%	13.4%	11.4%	18.9%	100.0%
우도비: 42.65(0.015)		결정정보	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
		% of Total	35.0%	14.2%	7.1%	13.4%	11.4%	18.9%	100.0%

<표 5>는 방문횟수에 따른 교차분석표이다. 이 표에서 보듯이 첫 번째 방문자들은 여행계획을 수립하는 경우 인터넷 등 온라인매체에 의존하는 경향이 높으며, 그 다음으로 가족과 상의하거나 여행사 등 기관을 방문하여 결정하는 것으로 조사되었다. 그리고 목적지에 대한 방문횟수가 증가함에 따라 과거의 경험과 가족 및 친구와 상의하여 결정하는 등 결정적인 정보원천에 주로 의존하여 여행계획을 수립하는 경우가 많음을 알 수 있다. 특히 5번째 이상 방문한 경우에는 주로 과거의 여행경험에 의한 비중이 상대적으로 높다는 것을 알 수 있다.

< 표 5> 방문횟수에 따른 결정정보의 교차분석표

구 분		결정정보						Total	
		온라인	여행경험	언론매체	관련책자	기관방문	가족상의		
방문횟수	첫번째	Count	27	1	3	8	10	13	62
		방문횟수	43.5%	1.6%	4.8%	12.9%	16.1%	21.0%	100.0%
		결정정보	28.1%	2.8%	15.8%	22.2%	27.8%	24.5%	22.5%
		% of Total	9.8%	.4%	1.1%	2.9%	3.6%	4.7%	22.5%
	두번째	Count	21	6	3	13	11	18	72
		방문횟수	29.2%	8.3%	4.2%	18.1%	15.3%	25.0%	100.0%
		결정정보	21.9%	16.7%	15.8%	36.1%	30.6%	34.0%	26.1%
		% of Total	7.6%	2.2%	1.1%	4.7%	4.0%	6.5%	26.1%
	세번째	Count	20	5	4	6	3	9	47
		방문횟수	42.6%	10.6%	8.5%	12.8%	6.4%	19.1%	100.0%
		결정정보	20.8%	13.9%	21.1%	16.7%	8.3%	17.0%	17.0%
		% of Total	7.2%	1.8%	1.4%	2.2%	1.1%	3.3%	17.0%
	네번째	Count	11	7	1		3	3	25
		방문횟수	44.0%	28.0%	4.0%		12.0%	12.0%	100.0%
		결정정보	11.5%	19.4%	5.3%		8.3%	5.7%	9.1%
		% of Total	4.0%	2.5%	.4%		1.1%	1.1%	9.1%
	다섯번째 이상	Count	17	17	8	9	9	10	70
		방문횟수	24.3%	24.3%	11.4%	12.9%	12.9%	14.3%	100.0%
		결정정보	17.7%	47.2%	42.1%	25.0%	25.0%	18.9%	25.4%
		% of Total	6.2%	6.2%	2.9%	3.3%	3.3%	3.6%	25.4%
통계량 $\chi^2: 38.02(0.009)$ 우도비: 43.03(0.002)	Count	96	36	19	36	36	53	276	
	방문횟수	34.8%	13.0%	6.9%	13.0%	13.0%	19.2%	100.0%	
	결정정보	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	
	% of Total	34.8%	13.0%	6.9%	13.0%	13.0%	19.2%	100.0%	

<표 6>는 관광형태에 따른 교차분석표이다. 이 표를 보면 여행계획을 수립하는 경우 개인관광인 경우에는 인터넷 등 온라인매체를 이용하는 비중이 높으며, 다음으로 가족과 친구들과 상의하거나 관련책자를 참조하는 경향이 높으며, 신희여행인 경우에는 주로 여행관련 책자를

활용하는 것으로 나타났다. 그리고 가족관광인 경우에도 온라인 매체 및 가족과 친구들과의 상의하는 비중이 높은 것으로 나타났으며, 단체관광인 경우에는 여행사 등 기관을 방문하거나 가족과 상의하는 빈도가 높게 나타났다.

< 표 6 > 관광형태에 따른 교차분석표

구 분		결정정보						Total	
		온라인	여행경험	언론매체	관련책자	기관방문	가족상의		
관광형태	개인관광	Count	24	8	7	12	3	16	70
		관광형태	34.3%	11.4%	10.0%	17.1%	4.3%	22.9%	100.0%
		결정정보	25.3%	22.2%	36.8%	33.3%	8.3%	30.2%	25.5%
		% of Total	8.7%	2.9%	2.5%	4.4%	1.1%	5.8%	25.5%
	신혼여행	Count	5	1		9	3	1	19
		관광형태	26.3%	5.3%		47.4%	15.8%	5.3%	100.0%
		결정정보	5.3%	2.8%		25.0%	8.3%	1.9%	6.9%
		% of Total	1.8%	.4%		3.3%	1.1%	.4%	6.9%
	가족관광	Count	37	11	4	7	7	15	81
		관광형태	45.7%	13.6%	4.9%	8.6%	8.6%	18.5%	100.0%
		결정정보	38.9%	30.6%	21.1%	19.4%	19.4%	28.3%	29.5%
		% of Total	13.5%	4.0%	1.5%	2.5%	2.5%	5.5%	29.5%
	단체관광	Count	15	10	6	5	17	16	69
		관광형태	21.7%	14.5%	8.7%	7.2%	24.6%	23.2%	100.0%
		결정정보	15.8%	27.8%	31.6%	13.9%	47.2%	30.2%	25.1%
		% of Total	5.5%	3.6%	2.2%	1.8%	6.2%	5.8%	25.1%
	기타	Count	14	6	2	3	6	5	36
		관광형태	38.9%	16.7%	5.6%	8.3%	16.7%	13.9%	100.0%
		결정정보	14.7%	16.7%	10.5%	8.3%	16.7%	9.4%	13.1%
		% of Total	5.1%	2.2%	.7%	1.1%	2.2%	1.8%	13.1%
통계량 $\chi^2:49.36(0.000)$ 우도비:45.63(0.001)	Count	95	36	19	36	36	53	275	
	관광형태	34.5%	13.1%	6.9%	13.1%	13.1%	19.3%	100.0%	
	결정정보	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	
	% of Total	34.5%	13.1%	6.9%	13.1%	13.1%	19.3%	100.0%	

<표 7>은 여행을 같이 하는 일행에 관한 교차분석표이다. 대부분 온라인 정보매체를 상당히 선호하고 있는 것으로 조사되었으나, 2인 이상인 경우에는 상대적으로 여행관련 책자를 참조하는 경향이 높으며, 5인 이상이 경우에는 가족과 상의하는 경우가 높게 나타났다.

< 표 7 > 일행수에 따른 교차분석표

구 분		결정정보						Total	
		온라인	여행경험	언론매체	관련책자	기관방문	가족상의		
일행수	단독	Count	5	2	3			4	14
		일행수	35.7%	14.3%	21.4%			28.6%	100.0%
		결정정보	5.3%	5.6%	15.8%			7.5%	5.1%
		% of Total	1.8%	.7%	1.1%			1.5%	5.1%
	2인	Count	30	7	3	16	7	9	72
		일행수	41.7%	9.7%	4.2%	22.2%	9.7%	12.5%	100.0%
		결정정보	31.6%	19.4%	15.8%	44.4%	19.4%	17.0%	26.2%
		% of Total	10.9%	2.5%	1.1%	5.8%	2.5%	3.3%	26.2%
	3인	Count	8	6	3		3	4	24
		일행수	33.3%	25.0%	12.5%		12.5%	16.7%	100.0%
		결정정보	8.4%	16.7%	15.8%		8.3%	7.5%	8.7%
		% of Total	2.9%	2.2%	1.1%		1.1%	1.5%	8.7%
	4인	Count	17	3	2	7	1	4	34
		일행수	50.0%	8.8%	5.9%	20.6%	2.9%	11.8%	100.0%
		결정정보	17.9%	8.3%	10.5%	19.4%	2.8%	7.5%	12.4%
		% of Total	6.2%	1.1%	.7%	2.5%	.4%	1.5%	12.4%
	5인 이상	Count	35	18	8	13	25	32	131
		일행수	26.7%	13.7%	6.1%	9.9%	19.1%	24.4%	100.0%
		결정정보	36.8%	50.0%	42.1%	36.1%	69.4%	60.4%	47.6%
		% of Total	12.7%	6.5%	2.9%	4.7%	9.1%	11.6%	47.6%
통계량		Count	95	36	19	36	36	53	275
$\chi^2: 41.80(0.003)$		일행수	34.5%	13.1%	6.9%	13.1%	13.1%	19.3%	100.0%
우도비:46.52(0.001)		결정정보	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
		% of Total	34.5%	13.1%	6.9%	13.1%	13.1%	19.3%	100.0%

4.4.2 관광동기와 정보탐색행위간의 관련성 분석

가설 2를 검증하기 위하여 관광동기와 이용하는 정보매체간에 상관관계분석을 수행하였으며, 그 결과는 <표 8>에 제시되어 있다.

<표 8> 관광동기와 탐색정보간의 상관관계

구 분		ONLINE	여행경험	언론매체	관련책자	기관방문	가족상의
휴식 및 긴장 해소 동기	상관계수	.162(**)	.131(*)	.074	.094	.003	.019
	Sig.	.005	.023	.202	.101	.959	.743
	N	302	302	300	304	302	303

구 분		ONLINE	여행경험	언론매체	관련책자	기관방문	가족상의
모험 및 재미 추구 동기	상관계수	.029	.199(**)	.178(**)	.150(**)	.095	.141(*)
	Sig.	.623	.001	.002	.009	.102	.014
	N	299	299	297	301	299	300
지식 및 신기성 추구동기	상관계수	.085	.133(*)	.162(**)	.153(**)	.103	.135(*)
	Sig.	.140	.021	.005	.007	.073	.019
	N	303	303	301	305	303	304

이 표에서 보듯이 휴식 및 긴장해소동기가 높은 집단은 주로 온라인 매체, 과거의 여행경험에 의존하는 경향이 높으며, 모험 및 재미추구동기가 높은 집단은 과거의 여행경험과 언론매체, 관련책자, 그리고 가족과 상의하여 정보를 획득하는 경향이 높은 것으로 조사되었다. 또한 지식 및 신기성 추구 동기가 높은 집단도 여행경험, 언론매체, 관련책자, 가족과의 상의하여 결정하는 경향이 높은 것으로 나타났다. 특히 온라인 매체는 휴식 및 긴장해소동기를 갖고 있는 집단과 유의한 결과를 나타내고 있으며, 기관을 방문하는 경우에는 관광동기와 전혀 유의한 관련이 없음을 보여주고 있다. 그리고 내부정보원천인 과거의 여행경험은 모든 동기와 관련되어 있음을 알 수 있다. 이러한 사실을 통하여 관광자들은 관광동기가 어떠한 간에 내부정보탐색을 먼저 수행하고 이에 미흡한 경우에는 보다 외부정보탐색을 수행하고 있음을 알 수 있다.

4.4.3 추가분석 : 관광동기와 정보탐색내용간의 관련성

추가적으로 관광동기와 정보탐색내용간의 관련성을 파악하기 위하여 상관관계분석을 수행하였으며, 그 결과는 <표 9>에 제시되어 있다.

< 표 9> 관광동기와 탐색정보간의 상관관계

구 분		목적지	향토문화	기후날씨	레이저벤트	이동교통	숙박정보	음식정보
휴식 및 긴장해소	계수	.234(**)	.076	.036	.078	.140(*)	.165(**)	.049
	Sig.	.000	.189	.531	.174	.015	.004	.390
	N	303	303	303	303	300	303	304
모험 및 재미추구	계수	.145(*)	.066	.134(*)	.357(**)	.075	.101	.123(*)
	Sig.	.012	.255	.020	.000	.196	.082	.033
	N	300	300	300	300	297	300	301
지식 및 신기성	계수	.251(**)	.343(**)	.111	.174(**)	.099	.131(*)	.222(**)
	Sig.	.000	.000	.052	.002	.085	.022	.000
	N	304	304	304	304	301	304	305

이 표에서 보듯이 휴식 및 긴장해소동기가 높은 집단에서는 목적지 자체에 대한 정보, 교통 및 이동에 대한 정보, 숙박에 관한 정보를 주로 탐색하고 있는 것으로 나타났으며, 모험 및 재미추구동기가 높은 집단에서는 레저 및 이벤트와 관련된 정보, 목적지에 대한 정보, 기후 및 날씨에 대한 정보, 음식에 대한 정보를 주로 탐색하는 것으로 조사되었다. 지식 및 신기성 추구 동기를 갖고 있는 집단에서는 주로 향토문화와 관련된 정보, 목적지 자체에 대한 정보, 레저와 이벤트에 대한 정보, 음식에 대한 정보 및 숙박에 대한 정보 등 상당히 여러 가지 정보에 관심을 기울이고 있는 것으로 나타났다.

특히 향토문화와 관련된 정보는 지식 및 신기성 추구 동기가 높은 집단이 탐색하고 있으며, 기후와 날씨와 관련된 정보는 주로 모험 및 재미추구 동기가 높은 집단이 탐색하고 있는 것으로 나타났다. 그리고 이동 및 교통과 관련된 정보는 주로 휴식 및 긴장해소동기가 높은 사람들이 탐색하고 있는 것으로 조사되었다.

V. 결론

본 연구는 Fodness와 Murray(1999)의 관광객의 정보탐색전략과정 모델을 중심으로 제주를 방문하는 관광객의 정보탐색행위에 영향을 미치는 요인을 규명하고자 하였다.

설문조사는 제주국제공항에서 관광을 마치고 귀가하는 관광객을 대상으로 308명의 표본을 조사하여 분석하였으며, 그 결과는 다음과 같다.

첫째, 여행계획을 수립하는 과정에서 결정적으로 영향을 미치는 정보원천의 사용에서 남성과 여성간에 차이가 있음을 발견하였다. 남성은 주로 온라인과 과거의 여행경험을 통하여 여행계획을 수립하고 있으며, 여성들은 남성에 비하여 가족과 친지와 상의하거나 여행관련책자를 참조하는 경향이 높았다. 둘째, 소득수준에 따라 저소득층에서는 가족과 상의하여 여행계획을 수립하는 경향이 있으며, 소득이 높을수록 과거의 여행경험에 의존하는 경향이 높았다. 셋째, 방문횟수에 따라 첫 번째 방문객들은 온라인매체, 여행사 등 기관방문, 그리고 가족과 상의하여 결정하는 경향이 높으며, 방문횟수가 높아질수록 과거의 여행경험에 의한 내부정보탐색 비중이 높았다. 넷째, 여행형태에 따라 개인관광인 경우에는 온라인 매체, 가족과 친구와 상의, 여행관련책자를 참조하는 경향이 높으며, 신혼여행인 경우에는 주로 여행관련 책자를, 가족관광인 경우에는 온라인 매체, 단체관광인 경우에는 여행사를 방문하거나 가족과 상의하여 결정하는 경향이 높았다. 다섯째, 일행수에 따라 2인 경우에는 상대적으로 여행관련책자를 참조하는 경향이 높으며, 5인 이상인 경우에는 가족과 상의하여 결정하는 경향이 높았다. 여섯째, 관광동기에 따라 휴식 및 긴장해소 동기가 높은 집단은 주로 온라인 매체와 과거의 여행경험에

의존하는 경향이 높으며, 모험 및 재미추구 동기가 높은 집단은 여행경험, 언론매체, 및 관련책자, 그리고 가족 및 친구와 상의하는 경향이 높았다. 그리고 지식 및 신기성 추구 동기가 높은 집단은 언론매체, 여행관련책자, 과거의 여행경험, 그리고 가족과 상의하여 결정하는 경향이 높은 것으로 조사되었다.

연구분석결과를 종합해 보면, 제주를 방문하는 관광객들을 대상으로 관광정보를 제공할 때에는 관광객 특성과 관광동기에 따라 이들을 세분화하여 자주 이용하는 관광정보내용을 보다 심도있게 제공하는 것이 제주관광유치에 도움이 되는 하나의 방법이 될 수 있을 것으로 보인다. 그리고 관광동기에 따라 이용하는 정보탐색행동에도 유의한 관련성을 보이고 있기 때문에 정보탐색매체에 등재되는 관광정보내용도 관광형태에 따라 그들이 선호하는 정보내용이 어떤 것이지 파악하여 자주 이용하는 정보탐색매체에 실릴 수 있다면 관광객의 유치에 도움이 될 것으로 판단된다.

본 연구에서는 관광객의 특성에 따라 정보탐색 행동에 어떠한 차이가 있는가를 규명하고, 관광동기와 정보탐색 행위간의 관련성과 정보탐색 내용간의 관련성을 찾아내고자 노력하였으나 정보탐색 행위간의 차이가 왜 발생하는가에 대한 설명은 부족하다고 판단된다. 향후 이를 보완하여 정보탐색 행동에 차이가 나타나는 원인을 체계적으로 연구할 필요가 있다.

참 고 문 헌

- 박종희, 주재훈, 문태수(1999), “인터넷 관광정보의 문제점과 관광정보 선호도에 대한 연구”, 한국관광학회 제46차 학술논문 발표집, 한국관광학회, p.880.
- 오익근,(1998), “관광정보안내체계 현황과 인터넷 홈페이지의 문제점과 개선방안 및 연구과제”, 관광학연구, 제 21권 2호, 한국관광학회.
- 오익근, 최재화(2000), “인터넷 관광정보 구성 분석 : 광역자치단체의 홈페이지를 중심으로”, 관광학연구, 23권 2호, 한국관광학회, 2000.
- 황경성(2001), “대학생의 인터넷 관광정보 탐색에 관한 연구”, 관광경영학연구, 제 11호, 관광경영학회,
- Assael. H.(1984), *Consumer Behaviors and Marketing Action*, Boston, Kent.
- Baloglu, S., and D. Brinberg(1997). “Affective Images of Tourism Destinations”. *Journal of Travel Research*, Vol. 25(4), pp.11-15.
- Beatty, S. E., and S. S. Smith(1986), “External of Search Effort : An Investigation across Several Product Categories”, *Journal of Consumer Research*, Vol.14, pp.83-95.
- Boone, L. E., and D. L. Kurtz(1995), *Contemporary Marketing*, 8th ed. FortWorth, TX:
- Chadwick, R. A.(1987), “Concepts, Definitions, and Measures Used in Travel and Tourism Research”, In *travel, Tourism, and Hospitality Research*, Edited by J. R. Brent Ritchie and C.R. Goeldner, New York, John Wiley.
- Engel, J., R. D. Blackwell, and P. Miniard,(1990), *Consumer Behavior*(6th), Fort Worth, TX:Dryden.
- Etzel, M. J., and R. G. Wahlers(1985), “The Use of Requested Promotional Material by Pleasure Travelers”, *Journal of Travel Research*, VOL.23(4), PP.2-6.
- Fakeye, P. G., and J. L. Crompton(1991), “Image Differences between Prospective.

- First-Time, and Repeat Visitors to the Lower Rio Grande Valley". *Journal of Travel Research* 30(2): 10-16.
- Filiatrault, P., and J. R. B. Ritchie(1980), "Joint Purchasing Decision Making Units", *Journal of Consumer Research*, Vol.7, pp131-140.
- Fodness, D.(1992), "The Impact of Family Life Cycle on the Vacation Decision Making Process", *Journal of Travel Research*, 31(Fall), pp.8-13.
- Fodness, D., and B. Murray(1998), "A Typology of Tourist Information Search Strategies", *Journal of Travel Research*, 37(November), pp. 108-119.
- Fodness, D., and B. Murray(1999), "A Model of Tourist Information Search Behavior", *Journal of Travel Research*, Vol.37, Feb, 1999, pp.220-230.
- Gitelson, R. J., and J. L. Crompton(1983), "The Planning Horizons and Sources of Information used by Pleasure Vacationers", *Journal of Travel Research*, 21(winter), pp.2-7.
- Gursor, D., and J. S. Chen(2000), "Competitive Analysis of Cross Cultural Information Search Behavior", *Tourism Management*, Vol.21, pp.583-590.
- Jenkins, R. L.(1978), "Family Vacation Decision Making", *Journal of Travel Research*, Vol.16, pp.2-7.
- Kotler, P., and G. Armstrong(1995), *Principles of Marketing*, 6th ed. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Mayo, E. J., and L. P. Jarvis(1981), *The Psychology of Leisure Travel: Effective Marketing and Selling of Travel Services*, Boston, CBI,
- McIntosh, R. W., and C. R. Goeldner(1990), *Tourism: Principles, Practices, Philosophies*, New York. John Wiley.
- Morrison, A. M.(1996), *Hospitality and Travel Marketing*, Albany, NY: Delmar.
- Moutinho, L.(1987). "Consumer Behavior in Tourism". *European Journal of Marketing*

21(10):5-44.

Perdue, R. R.(1985), "Segmenting State Information Inquirers by Timing of Destination Decision and Previous Experience", *Journal of Travel Research*, Vol.23. pp.6-11.

Snepenger, D. J., K. Megeed, M. Snelling and K. Worrall,(1990), "Information Search Strategy by Destination-Naive Tourists", *Journal of Travel Research*, Vol.29(2), pp.13-16.

Snepenger, D., and M. Snepenger(1993), "Information Search by Pleasure Travelers", In M. A. Kahn, M. D. Olson, and T. Var, *Encyclopedia of Hospitality and Tourism*, pp.830-835, New York : Van Nostrand Reinhold.

Uysal, M., C. D. McDonald, and L. J. Reid(1990), "Sources of Information Used by International Visitors to US Parks and Natural Areas", *Journal of Park and Recreation Administration*, Vol.8(1), pp.51-59.

Vogt, C. A., and D. R. Fesenmaier.(1998), "Expanding The Fuctional Information Search Model", *Annals of Tourism Research*, Vol.25(3), PP.551-578.

Wikes, R. E.(1995), "Household Life-Cycle Stages, Transitions, and Product Expenditures", *Annals of Tourism Research*, Vol.22(June), pp.1-9.

Woodside, A. G., and I. A. Ronkainen(1980), "Vacation Planning Segments : Self Planning vs. Users of motor club and travel agents", *Annals of Tourism Research*, Vol.7, pp.385-393.