碩士學位請求論文

관광정보탐색행동에 영향을 미치는 요인에 관한 연구

- 관광동기 및 라이프스타일을 중심으로 -

제주대학교 중앙도서관
JEJU NATIONAL UNIVERSITY LIBRARY

濟州大學校 大學院

經 營 學 科

許 在 佑

2001年 12月

관광정보탐색행동에 영향을 미치는 요인에 관한 연구

指導敎授　黃　用　哲

許　在　佑

이 論文을 經營學 碩士學位 論文으로 提出함

2001年　12月

제주대학교 중앙도서관
JEJU NATIONAL UNIVERSITY LIBRARY

許在佑의 經營學 碩士學位 論文으로 認准함

審査委員長_____

委　　員_____

委　　員_____

濟州大學校 大學院

2001年 12月

차 례

Ⅰ.서론 ····· 1
1. 문제의 제기 및 연구목적 ····· 1
2. 연구방법 ····· 3
3. 논문의 구성 ····· 3

Ⅱ. 이론적 배경 ····· 5
1. 관광동기 ····· 5
1) 동기의 의의 ····· 5
2) 동기의 분류 및 이론 ····· 6
3) 관광동기의 개념 ····· 7
4) 관광동기의 유형 ····· 8
2. 라이프스타일 ····· 13
1) 라이프스타일의 개념 ····· 13
2) 라이프스타일과 소비자행동 ····· 15
3) 라이프스타일의 측정 ····· 16
3. 관광정보탐색 ····· 18
1) 정보탐색의 의의 ····· 18
2) 정보탐색의 유형 ····· 19
3) 관광정보탐색 ····· 22
4. 관광동기·라이프스타일과 관광정보탐색의 관계 ····· 24

Ⅲ. 연구모형 및 가설의 설정 ····· 26
1. 연구모형의 설정 ····· 26
2. 변수의 정의 ····· 27
3. 가설의 설정 ····· 28

제주대학교 중앙도서관
JEJU NATIONAL UNIVERSITY LIBRARY

Ⅳ. 실증분석 ····· 31
1. 표본 집단의 조사개요 ····· 31
1) 자료의 수집 및 설문의 구성 ····· 31
2) 표본의 인구통계적 특성 ····· 32
3) 표본의 관광형태적 특성 ····· 35
2. 신뢰성 및 타당성 분석 ····· 37
1) 관광동기의 유형에 대한 요인분석과 신뢰성 분석 및 타당성 분석 ····· 37
2) 정보탐색 유형에 대한 요인분석과 신뢰성 및 타당성 분석 ····· 38
3) 라이프스타일 유형에 대한 요인분석 및 신뢰성 분석 ····· 39
3. 연구가설의 검증 ····· 41
1) 가설1의 검증 ····· 41
2) 가설2의 검증 ····· 43
3) 가설3의 검증 ····· 44
4) 가설4의 검증 ····· 46
5) 가설5의 검증 ····· 50
6) 가설검증 결과 ····· 55

Ⅴ. 결론 ····· 57
1. 연구의 요약 및 시사점 ····· 57
1) 연구의 요약 ····· 57
2) 시사점 ····· 60
2. 연구의 한계 및 향후 연구 ····· 60

참고 문헌 ····· 62

설 문 지 ····· 68

제주대학교 중앙도서관
JEJU NATIONAL UNIVERSITY LIBRARY

표 차 례

[표 Ⅱ-1] Mill의 관광에 있어 욕구와 동기요인의 관계 ····· 11
[표 Ⅱ-2] Michael J. Manfredo와 B. L. Driver의 관광동기 ····· 12
[표 Ⅳ-1] 설문지의 구성 ····· 32
[표 Ⅳ-2] 응답자의 인구통계학적 분포 ····· 34
[표 Ⅳ-3] 응답자의 제주관광특성 ····· 36
[표 Ⅳ-4] 관광동기 유형에 대한 요인분석과 신뢰성 및 타당성 분석 ····· 38
[표 Ⅳ-5] 정보탐색의 요인분석과 신뢰성 및 타당성 분석 ····· 39
[표 Ⅳ-6] 라이프스타일의 요인분석 및 신뢰도 분석 ····· 40
[표 Ⅳ-7] 관광동기가 비상업적 인적정보에 미치는 영향 ····· 41
[표 Ⅳ-8] 관광동기가 비상업적 매체정보에 미치는 영향 ····· 42
[표 Ⅳ-9] 관광동기가 상업적 매체정보에 미치는 영향 ····· 42
[표 Ⅳ-10] 관광객의 라이프스타일유형이 비상업적 인적정보에 미치는 영향 ··· 43
[표 Ⅳ-11] 관광객의 라이프스타일유형이 상업적 매체정보에 미치는 영향 ··· 44
[표 Ⅳ-12] 관광객의 라이프스타일유형이 이탈동기에 미치는 영향 ····· 45
[표 Ⅳ-13] 관광객의 라이프스타일유형이 기대동기에 미치는 영향 ····· 45
[표 Ⅳ-14] 관광객의 라이프스타일 유형이 학습동기에 미치는 영향 ····· 46
[표 Ⅳ-15] 성별에 따른 정보탐색 차이검증 ····· 47
[표 Ⅳ-16] 연령에 따른 정보탐색 차이검증 ····· 48
[표 Ⅳ-17] 교육수준에 따른 정보탐색 차이검증 ····· 48
[표 Ⅳ-18] 직업에 따른 정보탐색 차이검증 ····· 49
[표 Ⅳ-19] 소득수준에 따른 정보탐색 차이검증 ····· 50
[표 Ⅳ-20] 성별에 따른 라이프스타일 차이 검증 ····· 51
[표 Ⅳ-21] 연령에 따른 라이프스타일 차이 검증 ····· 52
[표 Ⅳ-22] 교육수준에 따른 라이프스타일 차이검증 ····· 53
[표 Ⅳ-23] 직업에 따른 라이프스타일 차이검증 ····· 53
[표 Ⅳ-24] 소득수준에 따른 라이프스타일 차이검증 ····· 54
[표 Ⅳ-25] 연구가설의 검증 결과 ····· 56

제주대학교 중앙도서관
JEJU NATIONAL UNIVERSITY LIBRARY

그림차례

[도 Ⅱ-1] 동기유발과정의 모델 ····· 5

[도 Ⅱ-2] 라이프스타일의 구조 ····· 15

[도 Ⅱ-3] 관광객의 정보탐색과정 ····· 22

[도 Ⅲ-1] 연구 모형 ····· 26

제주대학교 중앙도서관
JEJU NATIONAL UNIVERSITY LIBRARY

SUMMARY

In modern society, leisure activities are recognized as important part of life in terms of improvement of quality of individual's life. Especially developed societies are producing various-formed leisure cultures as consumption and leisure activities shifts to more characteristic features.

Neither former demographic variables nor social and economic variables used for classification of tourists are failing to give out explanation of complicated and sensitive psychological status of tourists and tour behaviors of them and insufficient even as strategic information for tour marketing. This presents a need of a determining factor that can explain fundamental reasons of tourists' behavior besides social and demographic information. And a need for analysis of motive for tour and life-style that could scrutinize not only social and cultural environmental factors but also psychological aspects of customer follows.

This research would like to present a useful thought-provoking points to help tour-related people and marketers practice tour marketing at right time and at right place examining factors that influence activities of tour information exploring when tourist consider tour by looking into previous studies on tour motive, life-style and tour information exploring.

Basic materials for practical analysis of the research was pulled from tourists who came back from Jeju Island tours and other materials was collected by carrying out questionnaire surveys over randomly sampled tourists. Of the samples collected by this method, questionnaires of 305 significant samples were used for analysis. Findings of the analysis are as follows.

제주대학교 중앙도서관
JEJU NATIONAL UNIVERSITY LIBRARY

First, results of verification of hypothesis 1 that types of tour motive of tourists would influence information exploring of them revealed that learning motive has weak influence over non-commercial personal information, non-commercial and commercial media information and breakaway motive has weak influence over non-commercial media information.

Second, results of verification of hypothesis 2 that life-style of tourists would influence information exploring of them revealed that the self-contentment type has weak influence over non-commercial personal information and the conservative-stabilization type has weak influence over commercial media information.

Third, it is revealed that the self-contentment type has weak influence over breakaway, anticipation and learning motive and the leisure type has weak influence over breakaway and learning motive.

제주대학교 중앙도서관

Summarizing verification results of hypothesis 1, 2, 3, we assumed that tourists who explore non-commercial personal information (advice of family and friend) should have high learning motive, a desire to enlarge his or her experience and to experience other cultures through tour, tourists who explore non-commercial media information (publication of public organization and articles of newspaper and magazine) should have high learning and breakaway motive, a desire to get away from ordinary life and for vacation out of city and tourists who explore commercial media information (advertisement of TV and magazines, newspaper and magazine) should have high learning motive.

Results of verification of hypothesis 2 revealed that tourists who explore non-commercial personal information (advice of family and friend) belong

to self-contentment life-style, of which people prefer light and gorgeous things and want to be looked different from others and tourists who explore commercial media information belong to conservative stabilization type of which people were against smoking of women and concur with censorship of film.

Looking into hypothesis 2 regarding relationship between life-style and tour motive, it was revealed that the higher learning motive tourists have, the more he or she explores tour information and peoples of self-contentment and conservative stabilization types explore tour information a lot. And examining tour motive and life-style types, it was also revealed that peoples of self contentment type and leisure type has high tour motive.

Fourth, results of verification of hypothesis 4 that exploring of information would be done differently according to demographic characteristics revealed that there is no difference between male and female. After, we verified that exploring of information would be done differently according to age and it was revealed that there is difference over commercial media information. We also verified an assumption that information exploring would be done differently according to school career and found out that there is difference over non-commercial media information. Verification results of difference of information exploring according to job found that there is difference over non-commercial media information. Verification results of difference of information exploring according to income level found that there is difference over non-commercial personal information.

Fifth, results of verification of hypothesis 5 that whether there is

제주대학교 중앙도서관

difference of life-style according to demographic characteristics revealed that there is difference of life-style between male and female. About difference of life-style according to age, it was also revealed that there is significant difference between leisure and intellectual investigation types. Conservative and stabilization type showed significant difference of life-style according to school career. Intellectual investigation type showed significant difference of life-style according to job. Intellectual investigation type also showed significant difference of life-style according to level of income.

Results of the research support that there are significant differences between life-style, tour motive and tour information exploring. Therefore, when offering tour information to tourists, a strategy that induce active and consistent information exploring of tourists is needed and tour information should be offered classifying tourists by character, tour motive and life-style of them. Development of tour package that attract tour prospects and are consistent for offering of tour information should be done to satisfy needs of tourists. These would work for growth of the tour industry. While we could expect offering of custom-tailored tour goods in accordance with change of tour pattern and leisure culture in tour businesses, development of related goods should be pushed for considering income level, age and gender.

제주대학교 중앙도서관

碩士學位請求論文

관광정보탐색행동에 영향을 미치는 요인에 관한 연구

- 관광동기 및 라이프스타일을 중심으로 -

제주대학교 중앙도서관
JEJU NATIONAL UNIVERSITY LIBRARY

濟州大學校 大學院

經 營 學 科

許 在 佑

2001年 12月

관광정보탐색행동에 영향을 미치는 요인에 관한 연구

指導敎授　黃　用　哲

許　在　佑

이 論文을 經營學 碩士學位 論文으로 提出함

2001年　12月

제주대학교 중앙도서관
JEJU NATIONAL UNIVERSITY LIBRARY

許在佑의 經營學 碩士學位 論文으로 認准함

審査委員長_____

委　　員_____

委　　員_____

濟州大學校 大學院

2001年 12月

차 례

Ⅰ.서론 ····· 1
1. 문제의 제기 및 연구목적 ····· 1
2. 연구방법 ····· 3
3. 논문의 구성 ····· 3

Ⅱ. 이론적 배경 ····· 5
1. 관광동기 ····· 5
1) 동기의 의의 ····· 5
2) 동기의 분류 및 이론 ····· 6
3) 관광동기의 개념 ····· 7
4) 관광동기의 유형 ····· 8
2. 라이프스타일 ····· 13
1) 라이프스타일의 개념 ····· 13
2) 라이프스타일과 소비자행동 ····· 15
3) 라이프스타일의 측정 ····· 16
3. 관광정보탐색 ····· 18
1) 정보탐색의 의의 ····· 18
2) 정보탐색의 유형 ····· 19
3) 관광정보탐색 ····· 22
4. 관광동기·라이프스타일과 관광정보탐색의 관계 ····· 24

Ⅲ. 연구모형 및 가설의 설정 ····· 26
1. 연구모형의 설정 ····· 26
2. 변수의 정의 ····· 27
3. 가설의 설정 ····· 28

제주대학교 중앙도서관
JEJU NATIONAL UNIVERSITY LIBRARY

Ⅳ. 실증분석 ····· 31
1. 표본 집단의 조사개요 ····· 31
1) 자료의 수집 및 설문의 구성 ····· 31
2) 표본의 인구통계적 특성 ····· 32
3) 표본의 관광형태적 특성 ····· 35
2. 신뢰성 및 타당성 분석 ····· 37
1) 관광동기의 유형에 대한 요인분석과 신뢰성 분석 및 타당성 분석 ····· 37
2) 정보탐색 유형에 대한 요인분석과 신뢰성 및 타당성 분석 ····· 38
3) 라이프스타일 유형에 대한 요인분석 및 신뢰성 분석 ····· 39
3. 연구가설의 검증 ····· 41
1) 가설1의 검증 ····· 41
2) 가설2의 검증 ····· 43
3) 가설3의 검증 ····· 44
4) 가설4의 검증 ····· 46
5) 가설5의 검증 ····· 50
6) 가설검증 결과 ····· 55

Ⅴ. 결론 ····· 57
1. 연구의 요약 및 시사점 ····· 57
1) 연구의 요약 ····· 57
2) 시사점 ····· 60
2. 연구의 한계 및 향후 연구 ····· 60

참고 문헌 ····· 62

설 문 지 ····· 68

제주대학교 중앙도서관
JEJU NATIONAL UNIVERSITY LIBRARY

표 차 례

[표 Ⅱ-1] Mill의 관광에 있어 욕구와 동기요인의 관계 ····· 11
[표 Ⅱ-2] Michael J. Manfredo와 B. L. Driver의 관광동기 ····· 12
[표 Ⅳ-1] 설문지의 구성 ····· 32
[표 Ⅳ-2] 응답자의 인구통계학적 분포 ····· 34
[표 Ⅳ-3] 응답자의 제주관광특성 ····· 36
[표 Ⅳ-4] 관광동기 유형에 대한 요인분석과 신뢰성 및 타당성 분석 ····· 38
[표 Ⅳ-5] 정보탐색의 요인분석과 신뢰성 및 타당성 분석 ····· 39
[표 Ⅳ-6] 라이프스타일의 요인분석 및 신뢰도 분석 ····· 40
[표 Ⅳ-7] 관광동기가 비상업적 인적정보에 미치는 영향 ····· 41
[표 Ⅳ-8] 관광동기가 비상업적 매체정보에 미치는 영향 ····· 42
[표 Ⅳ-9] 관광동기가 상업적 매체정보에 미치는 영향 ····· 42
[표 Ⅳ-10] 관광객의 라이프스타일유형이 비상업적 인적정보에 미치는 영향 ··· 43
[표 Ⅳ-11] 관광객의 라이프스타일유형이 상업적 매체정보에 미치는 영향 ··· 44
[표 Ⅳ-12] 관광객의 라이프스타일유형이 이탈동기에 미치는 영향 ····· 45
[표 Ⅳ-13] 관광객의 라이프스타일유형이 기대동기에 미치는 영향 ····· 45
[표 Ⅳ-14] 관광객의 라이프스타일 유형이 학습동기에 미치는 영향 ····· 46
[표 Ⅳ-15] 성별에 따른 정보탐색 차이검증 ····· 47
[표 Ⅳ-16] 연령에 따른 정보탐색 차이검증 ····· 48
[표 Ⅳ-17] 교육수준에 따른 정보탐색 차이검증 ····· 48
[표 Ⅳ-18] 직업에 따른 정보탐색 차이검증 ····· 49
[표 Ⅳ-19] 소득수준에 따른 정보탐색 차이검증 ····· 50
[표 Ⅳ-20] 성별에 따른 라이프스타일 차이 검증 ····· 51
[표 Ⅳ-21] 연령에 따른 라이프스타일 차이 검증 ····· 52
[표 Ⅳ-22] 교육수준에 따른 라이프스타일 차이검증 ····· 53
[표 Ⅳ-23] 직업에 따른 라이프스타일 차이검증 ····· 53
[표 Ⅳ-24] 소득수준에 따른 라이프스타일 차이검증 ····· 54
[표 Ⅳ-25] 연구가설의 검증 결과 ····· 56

제주대학교 중앙도서관
JEJU NATIONAL UNIVERSITY LIBRARY

그림차례

[도 Ⅱ-1] 동기유발과정의 모델 ····· 5

[도 Ⅱ-2] 라이프스타일의 구조 ····· 15

[도 Ⅱ-3] 관광객의 정보탐색과정 ····· 22

[도 Ⅲ-1] 연구 모형 ····· 26

제주대학교 중앙도서관
JEJU NATIONAL UNIVERSITY LIBRARY

SUMMARY

In modern society, leisure activities are recognized as important part of life in terms of improvement of quality of individual's life. Especially developed societies are producing various-formed leisure cultures as consumption and leisure activities shifts to more characteristic features.

Neither former demographic variables nor social and economic variables used for classification of tourists are failing to give out explanation of complicated and sensitive psychological status of tourists and tour behaviors of them and insufficient even as strategic information for tour marketing. This presents a need of a determining factor that can explain fundamental reasons of tourists' behavior besides social and demographic information. And a need for analysis of motive for tour and life-style that could scrutinize not only social and cultural environmental factors but also psychological aspects of customer follows.

This research would like to present a useful thought-provoking points to help tour-related people and marketers practice tour marketing at right time and at right place examining factors that influence activities of tour information exploring when tourist consider tour by looking into previous studies on tour motive, life-style and tour information exploring.

Basic materials for practical analysis of the research was pulled from tourists who came back from Jeju Island tours and other materials was collected by carrying out questionnaire surveys over randomly sampled tourists. Of the samples collected by this method, questionnaires of 305 significant samples were used for analysis. Findings of the analysis are as follows.

제주대학교 중앙도서관
JEJU NATIONAL UNIVERSITY LIBRARY

First, results of verification of hypothesis 1 that types of tour motive of tourists would influence information exploring of them revealed that learning motive has weak influence over non-commercial personal information, non-commercial and commercial media information and breakaway motive has weak influence over non-commercial media information.

Second, results of verification of hypothesis 2 that life-style of tourists would influence information exploring of them revealed that the self-contentment type has weak influence over non-commercial personal information and the conservative-stabilization type has weak influence over commercial media information.

Third, it is revealed that the self-contentment type has weak influence over breakaway, anticipation and learning motive and the leisure type has weak influence over breakaway and learning motive.

제주대학교 중앙도서관

Summarizing verification results of hypothesis 1, 2, 3, we assumed that tourists who explore non-commercial personal information (advice of family and friend) should have high learning motive, a desire to enlarge his or her experience and to experience other cultures through tour, tourists who explore non-commercial media information (publication of public organization and articles of newspaper and magazine) should have high learning and breakaway motive, a desire to get away from ordinary life and for vacation out of city and tourists who explore commercial media information (advertisement of TV and magazines, newspaper and magazine) should have high learning motive.

Results of verification of hypothesis 2 revealed that tourists who explore non-commercial personal information (advice of family and friend) belong

to self-contentment life-style, of which people prefer light and gorgeous things and want to be looked different from others and tourists who explore commercial media information belong to conservative stabilization type of which people were against smoking of women and concur with censorship of film.

Looking into hypothesis 2 regarding relationship between life-style and tour motive, it was revealed that the higher learning motive tourists have, the more he or she explores tour information and peoples of self-contentment and conservative stabilization types explore tour information a lot. And examining tour motive and life-style types, it was also revealed that peoples of self contentment type and leisure type has high tour motive.

Fourth, results of verification of hypothesis 4 that exploring of information would be done differently according to demographic characteristics revealed that there is no difference between male and female. After, we verified that exploring of information would be done differently according to age and it was revealed that there is difference over commercial media information. We also verified an assumption that information exploring would be done differently according to school career and found out that there is difference over non-commercial media information. Verification results of difference of information exploring according to job found that there is difference over non-commercial media information. Verification results of difference of information exploring according to income level found that there is difference over non-commercial personal information.

Fifth, results of verification of hypothesis 5 that whether there is

제주대학교 중앙도서관

difference of life-style according to demographic characteristics revealed that there is difference of life-style between male and female. About difference of life-style according to age, it was also revealed that there is significant difference between leisure and intellectual investigation types. Conservative and stabilization type showed significant difference of life-style according to school career. Intellectual investigation type showed significant difference of life-style according to job. Intellectual investigation type also showed significant difference of life-style according to level of income.

Results of the research support that there are significant differences between life-style, tour motive and tour information exploring. Therefore, when offering tour information to tourists, a strategy that induce active and consistent information exploring of tourists is needed and tour information should be offered classifying tourists by character, tour motive and life-style of them. Development of tour package that attract tour prospects and are consistent for offering of tour information should be done to satisfy needs of tourists. These would work for growth of the tour industry. While we could expect offering of custom-tailored tour goods in accordance with change of tour pattern and leisure culture in tour businesses, development of related goods should be pushed for considering income level, age and gender.

제주대학교 중앙도서관

Ⅰ. 서론

1. 문제의 제기 및 연구목적

21세기에 들어서 우리나라는 관광에 대하여 국가적인 차원에서 관심을 가지고 활발한 움직임을 보이고 있는데, 한국관광공사에서는 2001년을 '한국방문의 해'로 정하고 이에 대해 대외적인 마케팅 활동을 추진하고 있으며 2002년 월드컵이라는 국가적인 큰 행사를 유치하게 됨에 따라 국민들의 관심과 더불어 관광은 대 국가적인 사업과제가 되고 있다. 또한 사람들의 세계관이나 가치관에도 큰 변화를 가져오고 있고 관광에 대한 인식도 물질의 풍요에서 정신적 풍요를 추구하는 전환이 이루어지면서 삶의 질과 정신적 윤택을 추구하는 성향이 확대되고 있다. 산업사회의 발달과 함께 일과 여가시간간의 구분이 명확해짐으로써 여가관련 산업이 등장하게 되었고, 현대사회에서는 개인의 삶의 질 향상 측면에서 여가활동이 생활의 중요한 부분으로 인식되고 있다. 특히 선진 사회에서는 소비활동과 여가활동이 특색 있는 스타일로 바뀌면서 복잡 다양한 형태의 여가문화가 창출되고 있다. 우리나라도 주 5일 근무제가 도입될 전망이고 이는 여가시간의 증대로 다양한 형태의 여가문화가 창출될 것으로 전망되고 있는데, 여가활동 중에서도 관광부문에서 큰 변화가 예상된다. 관광수요 부문에서는 국내관광 및 해외관광의 수요 증대를 추측해 볼 수 있으며, 또한 관광유형의 변화의 가능성도 높다. 기존의 대량관광 형태에서 포스트모던 사회에 맞는 개성적인 관광유형이 증대할 것으로 예상된다. 즉, 문화관광, 체험관광, 환경친화적 관광 등 시간, 돈, 지식 등을 기본전제로 차별성이 높은 관광유형의 등장이 예견된다[1].

그러나 21세기의 세계경제를 주도해 나갈 전략산업으로 집중 육성되고 있는 관광산업에 있어서 우리나라 관광마케팅은 몇가지 보완해야 할 점이 있는데 숙박시설 선호패턴의 다양화에 부응하기 위한 저렴한 가격과 양질의 중저가 숙박시설이 부족한 실정이고, 또한 관광객의 다양한 욕구를 반영한 새로운 테마형 관광지, 지역단위 문화시

1) http://www.visitkorea.or.kr/Korean/K_index_2.html

설·저비용의 생활권 청소년 체육시설 등 복합문화공간 부족하며 국내관광수요 증대에 따라서 관광객의 관광활동의 질을 높이기 위한 사전 관광관련 정보 탐색활동을 증대시킬 것으로 예상되나 이에 대비한 정보제공체계가 미흡하고, 주말여행의 증가를 전망해 볼 때 주말여행 정착에 따른 관광프로그램의 부족과 저가의 가족형·참여형·체험형 프로그램 및 관광상품 공급 부족, 문화·레저기관간 여가정보 및 프로그램 연계가 미흡한 실정이다.

관광업계에서는 현재의 우리나라 관광실정을 자숙하며 혁신적인 제언을 하거나 인터넷을 통한 새로운 관광마케팅을 시도하는 등 변화를 꾀하고 있지만 기본적으로 급변하고 있는 국민의 관광동기 및 라이프스타일과 그에 따른 정보탐색에 관한 확실한 이해없이 무모하면서도 무차별적인 계획이나 시도는 우리나라 관광산업의 현실을 더욱 어둡게하는 중요한 원인이 되고 있다 하겠다.

종래의 관광객을 분류하기 위해 사용되던 인구통계적 변수나 사회·경제적 변수는 복잡·미묘한 관광객의 심리상태나 관광행동을 명확히 설명하지 못할 뿐만아니라 관광마케팅의 전략적 정보로도 부족하다. 따라서 사회 인구통계적인 정보이외에 관광객에 대한 근본적인 행동이유를 설명할 수 있는 결정요인의 필요성이 제기되는데, 이에 따라 사회·문화적 환경요인과 더불어 소비자의 심리적 측면을 심도 있게 이해할 수 있는 관광동기 및 라이프스타일 분석의 필요성이 대두되었다.

그러므로 최근 다양하게 변화되고 있는 국민의 욕구에 부응하기 위해 새로운 관광마케팅 방향을 제시해 줄 수 있는 연구가 필요하며 무엇보다 관광객의 심리상태를 잘 분석할 수 있는 라이프스타일 분석방법과 그에 따른 관광정보탐색의 요인조사의 필요성이 절실히 요구되고 있다.

본 연구는 관광동기 및 라이프스타일과 관광정보탐색에 대한 선행연구들을 고찰하여 여행자가 여행을 고려할시 관광정보탐색행동에 영향을 미치는 요인을 규명함으로서 관광관계자 및 마케터들이 적절한 관광마케팅이 적시·적소에 이루어 지도록 유용한 시사점을 제공하고자 하는 데 목적을 두고 있다.

제주대학교 중앙도서관
JEJU NATIONAL UNIVERSITY LIBRARY

2. 연구방법

본 연구에서는 문헌적 연구방법과 실증적 연구방법을 병행하여 실시하였다. 문헌적 방법으로는 관광동기 및 라이프스타일과 관광정보탐색에 관련된 선행연구들을 종합하여 이론적 토대를 마련하였고, 실증적 연구방법으로는 설문지와 통계분석을 병행하여 실시하였다.

연구의 실증분석을 위한 기초 자료는 제주도를 방문하여 관광을 끝낸 관광객을 대상으로 하였고, 자료수집은 공항에서 관광객을 대상으로 무작위추출법을 이용하여 직접 설문조사를 실시하였다. 이러한 조사방법을 통하여 수집한 표본 중에서 연구에 의미있는 표본으로써 305명의 응답결과를 분석에 사용하였다.

본 연구의 실증분석을 위해 사용한 분석에는 SPSS통계패키지7.5를 사용하였다. 표본집단의 특성은 기술통계 및 빈도분석을 이용하여 분석하였고, 가설 검증을 하기에 앞서 신뢰성 분석은 크롬바하 알파(α)값을 이용하였으며, 타당성 분석은 요인분석을 이용하였다. 가설검증을 위한 분석 방법으로는 SPSS통계패키지7.5를 이용한 T-Test, 일원분산분석, 요인분석 그리고 다중회귀분석을 사용하였다.

제주대학교 중앙도서관
JEJU NATIONAL UNIVERSITY LIBRARY

3. 논문의 구성

본 연구는 총 5장으로 구성되어 있는데, 각 장의 구성내용을 간략히 살펴보면 다음과 같다.

제 1장은 서론 부분으로 문제의 제기 및 연구목적, 연구방법, 그리고 본 논문의 구성에 대하여 설명하였다.

제 2장은 관광동기 및 라이프스타일과 관광정보탐색에 관한 이론적 고찰부분으로서, 관광객의 관광동기 및 라이프스타일에 관한 이론적 배경과 관광정보탐색에 관한 이론적 배경 그리고 관광동기 및 라이프스타일과 관광정보탐색의 관계를 살펴보았다.

제 3장은 연구모형 및 가설의 설정을 다룬 부분으로서, 제 2장에서 고찰한 이론적

배경과 선행연구들을 토대로 본 연구에서 검토할 연구모형을 제시하고 변수에 대한 정의를 내리고 연구가설을 설정하였다.

제 4장은 실증분석을 다룬 부분으로서 표본의 인구통계적 특성을 분석하고 변수에 대한 신뢰도 및 타당성 분석을 실시하였으며 연구가설을 검증하였다.

제 5장은 결론부분으로서 연구의 결론 및 의의, 연구의 한계점과 시사점에 대하여 설명하였다.

제주대학교 중앙도서관
JEJU NATIONAL UNIVERSITY LIBRARY

Ⅱ. 이론적 배경

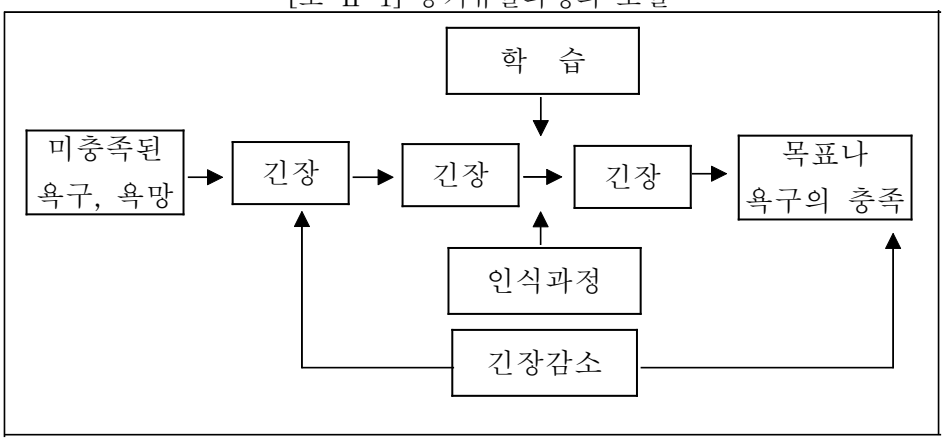
1. 관광동기

1)동기의 의의

동기는 각각의 개인을 특정 동작을 하도록 강제하는 추동 세력으로서 정의할 수 있다. 동인은 긴장상태가 만들어 내는데, 이러한 긴장상태는 욕구가 충족되지 못한 결과로서 나타난다. 각 개인들은 그들의 욕구를 충족시켜 그들이 느끼는 스트레스를 경감시켜 주는 것이라고 생각하는 행동을 의식적으로나 무의식적으로 하게 됨으로써, 이러한 긴장을 완화하게 한다. 그들이 선택하는 목표와 그들의 목표달성을 의해 실행하는 동작의 양식은 개인적인 사고와 학습의 결과이다.

[도 Ⅱ-1]은 동기 프로세스의 모델을 제시한 것이다. 여기에서는 욕구 유인의 긴장상태로서 동기를 묘사하고 있는데, 이러한 긴장상태는 욕구를 충족시켜 긴장을 완호시켜 줄 것으로 생각하는 행동을 하기 위해 개인이 "푸시(push)"을 활용하는 것이다.[2)]

[도 Ⅱ-1] 동기유발과정의 모델



자료 : 황용철, 소비자행동론, 제주대학교 출판부, 1998, p.121.

2) 황용철, 소비자행동론, 제주대학교 출판부, 1998, pp. 120-121.

실제적으로 욕구가 충족되는지의 여부는 어떠한 동작을 추구하고 있는가에 달려있다. 소비자가 추구하는 동작과정과 그들의 목표는 그들의 사고 과정과 이전의 학습을 기초로 하여 선택된다.

동기(motivation)는 유기체가 행동을 하도록 활력을 부여하고, 특정 목적을 성취할 수 있도록 행동의 방향을 결정해 주는 내적 상태라고도 한다.[3] 이러한 동기는 소비자 행동이 활성화될 수 있도록 활력을 제공하고 그 행동의 방향을 결정짓는다.

동기는 또한 개인의 성격에도 밀접한 관계가 있다. 그럼에도 사실상 동기와 성격간의 관계를 확실히 규명하기는 어렵다. 동기는 개인이 자신을 둘러싸고 있는 세계에 어떻게 반응하는가에 영향을 미치고 그들의 성격을 세계에 대한 견실한 반응의 견지에서 묘사하고 있다.[4]

2) 동기의 분류 및 이론

(1) 동기의 분류

제주대학교 중앙도서관
JEJU NATIONAL UNIVERSITY LIBRARY

동기는 생리적인 측면과 심리적인 측면으로 나누어 볼 수 있는데 생리적인 측면에서 본다면 개인의 몸과 생체리듬에서 필요한 여러 가지 욕구를 추구하기 위한 것이라 보겠다. 이를테면, 몸이 긴장되어 있을 때 이를 풀어 주어야 하고 고통과 피로와 같은 요소들을 경감시켜야 할 것이다. 때로는 생리적인 동기가 사회나 문화의 영향을 받기도 하는데, 예를 들어 따뜻한 옷은 추위에서 보호하기 위한 것이지만 그 옷을 입는 유형은 여러 사회적·문화적인 요소에 영향을 받을 것이다. 심리적인 동기는 개인의 사회적 환경에 의해서 만들어지는데 이러한 동기는 태어나서부터 일반적으로 학습되어 진다고 하겠다.[5]

또한 동기에는 삶을 유지하는데 필요한 기본적 동기와 후천적으로 습득한 이차적 동기가 있고, 행동을 함에 있어서 그것을 지각하고 있는지의 여부에 따라 의식적 또는

3) Atkinson, Rita L., Richard C. Atkinson, & Ernest R. Hilgard, Introduction to Psychology, 8th ed., Harcourt Brace Jovanovich, Inc., New Yo가, 1983, p.283.
4) 박정웅, "대학생의 라이프스타일에 따른 관광지 선택행동에 관한 연구", 원광대학교, 석사학위논문, 2000, pp. 11-12.
5) E. J. Mayo & L. P. Jarvis, "The Psychology of Leisure Travel", Boston, CBI Publishing Company, Inc., 1981, pp. 147-148

무의식적 동기로 나눌 수 있다.

(2) 동기의 이론

동기이론에서 J. B. Watson은 심리학의 대상을 의식에 둔다는 것을 적극 반대하고 순전히 객관적인 방법에 입각해서 이론을 구축해야 한다고 주장하였다.[6] Freud의 연구에 의하면 두 개의 상반된 힘이 행동을 관리한다고 하였다. 하나의 힘, 즉 본능적인 자아(Id)는 사람들이 정신에너지를 사회의 목적에 반대되는 본능적인 방향으로 사용하도록 강요한다. 또 초자아(Super ego)는 사람이 사회화를 통해 학습한 사회적으로 허용되는 활동을 하기를 바라는 욕구이다. 각 개인에 있어서 자아(Ego)를 통한 이 요소들의 배합은 사람들이 사회적으로 허용되는 방법으로 정신에너지를 사용하도록 도와주는 '방어구조'의 확립과 관련된다.[7] Maslow는 인간동기이론 중 가장 넓게 사용되고 있는 욕구계층이론을 조직화하였다. Maslow의 이론은 중요성의 순서대로 저차원욕구에서부터 고차원욕구까지의 인간의 욕구를 5단계로 가정한다. 이 이론은 인간의 고차원적 욕구가 나타나기 전에 저차원적 욕구가 충족되어야 한다고 제안한다. 불만족된 저차원적인 욕구는 개인의 행동을 동기 부여한다. 욕구가 충족되면 좀더 새롭고 고차원적인 욕구가 나타나 인간은 욕구를 실현하기 위해 동기 부여된다. 이 욕구가 충족되면 또 다른 새롭고 고차원적인 욕구가 나타나 계속된다.[8]

제주대학교 중앙도서관
JEJU NATIONAL UNIVERSITY LIBRARY

3) 관광동기의 개념

관광행동을 일으키는 심리적 원동력을 일반적으로 관광욕구라 하며 관광욕구를 행동으로 나타내는 힘을 관광동기라 한다. 관광동기는 관광행동을 일으키게 하는 중요한 요인으로서 인간이 관광을 통해서 만족을 얻고자 할 때 발생한다. 하지만 관광동기는 심리적·사회적 요소에 근거를 두고 있기 때문에 이를 어떤 척도에 기준을 두고 총체적으로 추출해내기란 매우 어려운 일이다.[9]

---

6) J. B. Watson, Organizational Behavior, N.T., Prentice-hall, 1979, p. 138
7) 임종원·김재일·홍성태·이유재, 소비자행동론, 경문사, 1994, p.15
8) 최낙환, 소비자행동론, 대경, 1998, p. 15
9) 윤대순, 관광경영학원론, 서울, 백산출판사, 1997, p.110-116

관광의 동기는 학자들의 구분 방법에 따라 매우 다양성을 띄고 있으며 관광지를 선택하는데 중요한 역할을 함에는 틀림이 없다. 관광 욕구가 어떤 과정에 의해서 관광동기를 유발을 시키며, 관광행동으로 변하게 하는가? 관광 행동 변화 요인으로는 내적동기가 있는데 내적 동기만으로 관광행동을 설명하기는 어렵다. 관광 행동 동기는 다른 외적요인에 의해서도 영향을 받는 다는 것을 이해할 필요가 있다.

관광동기는 잠재관광객들이 필요로 하는 기본적인 노력을 개발해 줌은 물론 또한 이를 식별할 수 있도록 잠재관광객에게 영향을 준다. 또한 관광동기는 인간이 여행을 통하여 만족을 얻거나 향유하고자 할 때 발생하며 관광행동의 변화에 큰 비중을 차지하고, 관광행동을 일으키게 하는 중요한 요인으로서, 여행형태를 지배하는 궁극적인 동기이다.[10] 이러한 관광동기의 원인을 규명하기 위해서는 주어진 상황과 영향을 미치는 욕구가 무엇인지를 밝히는 것이 중요하다고 할 수 있다. 이와 같이 관광동기란 욕구의 완성단계이며, 행동의 이전단계로서 인간의 욕구로부터 내·외적 자극을 통하여 동기가 발생하며, 이러한 관광동기가 시간, 정보, 그리고 비용의 조건이 구비되면 관광행동으로 구체화되어 실현되어진다.[11]

제주대학교 중앙도서관
JEJU NATIONAL UNIVERSITY LIBRARY

관광동기는 관광행동에 대해 변수로서 작용하며 관광목표 지향적인 행동을 일으킨다. 행동과학분야에서 그러한 목표지향성은 욕구, 동기, 가치관 등의 이름으로 사용되고 있다. 소비자와 마케팅변수들간의 관계를 예측하고 이해하는데 도움을 줄 수 있는 욕구는 특정 유형의 소비자 집단들의 존재를 인정하는 것 외에도 그러한 집단들을 측정하고 효과적으로 의사소통하려고 할 때 필수적이다. 욕구는 인간의 외부환경과 상호작용하여 측정가능한 인간의 언행으로부터 욕구의 존재를 추정할 수 있으며 유사한 외부환경에 접하여 있던 사람들은 일반적으로 유사한 행동패턴을 보인다.[12]

4) 관광동기 유형

(1) 크롬프톤(Crompton)의 관광동기

10) 서태양, 관광지 포지션에 관한 연구, 인하대학교 대학원 박사학위논문, 1985, p.19.
11) 심건형, “관광동기가 정보품질과 정보탐색에 미치는 영향에 관한 연구”, 동아대학교, 석사학위논문, 2000, pp. 4-5.
12) 조미혜, “라이프스타일의 유형과 관광행동에 관한 실증적 연구”, 세종대학교, 석사학위논문, 1990, pp. 11-12

Crompton에 의하면 동기는 관광지 선택에 있어서 두 가지 기능을 수행한다고 한다. 첫째 동기는 관광지 선택 행동에서 자극요인으로서 여행 욕구를 유발하고 관광지 선택의 의도를 유발한다는 것이다. 둘째 동기는 관광지 속성에 대해서 주관적인 신념의 평가를 통하여 특정 관광지를 선택하도록 이끌게 된다는 것이다. 그는 관광동기를 다음과 같은 9가지로 나누어 설명하고 있다.

① 일상생활권으로부터 이탈(escape from a perceived mundane enviroment)
② 모험과 자기평가(exploration and evaluation of self)
③ 휴식(relaxation)
④ 우월성(prestige)
⑤ 향수심(regression)
⑥ 동료의식의 고취(enhancement of kinship relationships)
⑦ 사회적 교류(facilitation and social interaction)
⑧ 신기성(novelty)
⑨ 교육(education)

제주대학교 중앙도서관
JEJU NATIONAL UNIVERSITY LIBRARY

Crompton은 ①부터 ⑦까지의 심리적 동기를 추진요인(pusher)으로 보아 관광객 자신이 외부의 영향을 받아 형성한 요인으로 보고, ⑧요인은 '새로운 것'과 ⑨요인인 '교육'을 관광으로부터 얻는 흡입요인(pull)으로 분류하고, 인터뷰를 통하여 전자를 추진 심리적 동기가 후자인 흡입 심리적 동기보다 더 중요하다는 사실을 알게 되었다. 또한 그는 관광활동이 복합적이고 심리적인 동기에 따르며, 사회 심리적 욕구와 문화적 욕구를 만족시키고자 단순한 즐거움을 목적으로 여행을 한다면 흡입요인이 중요시 된다고 주장하였다.

(2) Fisher와 Linda L. Price[13]의 관광동기

Fisher와 Linda L. Price는 관광동기를 아래의 네가지로 설명하고 있다.

① 교육동기: 많은 논문들이 관광동기로서 교육을 지적하고 있다. 특히 해외관광에 있어 교육적인 동기는 방문국의 문화에 관하여 배우고자 하는 욕구, 문화

13) Robert J. Fisher and Linda L. Price, International Pleasure Travel Movitations and Post- Vacation Cultural Attitude Change, Journal of Leisure Research, 1991, p.416.

행사에 참가하고자 하는 욕구, 방문국의 사람들과 상호관계를 가져보고자 하는 욕구를 말한다.

② 이탈동기: Mannell과 Iso-Ahola는 일상의 단조로움과 스트레스로부터의 이탈이 오락여행의 주요 동기가 된다고 주장하였다. 특히 단조로움 책임으로부터 이탈, 친근감으로부터 이탈 그리고 도시생활의 스트레스로부터의 이탈동기에 관한 연구들이 많다. 이탈에 관한 주요요인들은 가정과 방문지 환경간에 존재하는 물리적 및 사회적 차이들이다. 이러한 차이 등이 관광객들로 하여금 매일의 단조로움과 스트레스를 피하게 해준다.

③ 해소동기: 이 동기는 심리적으로 안정을 찾고자 또는 어떤 문제를 해결하고자 여행을 하는 욕구로서 변화시키거나 피할 수 없는 문제를 조절하고자 할 때 또는 일이나 가족간의 갈등에 관계되는 어떠한 문제를 해결하고자 할 때 여행을 한다고 한다.

④ 사교동기 : 관광활동은 새로운 사람들과 사귀기 위해 하는 것으로, 사람들과 사귈 수 있는 하나의 기회로 간주한다.

제주대학교 중앙도서관
JEJU NATIONAL UNIVERSITY LIBRARY

(3) John A. Thomas의 관광동기

John A. Thomas는 관광객의 여행동기를 교육, 문화, 휴식, 즐거움, 민족적 유산, 기후, 건강, 스포츠 및 모험을 포함하는 9개의 요소로 나열하고 있다. 또한 Thomas는 18개의 주요 사회문화적 관광동기를 교육과 문화, 휴양과 오락, 민족적 유산 기타의 동기로 분류하고 있다.[14)]

(4) R. C. Mill의 관광동기[15)]

Mill은 관광욕구에 의해 육체, 심리, 지식추구의 관계가 불명확하지만 지식욕구가 독립적으로 존재한다고 주장하고, 관련문헌을 참조하여 욕구와 동기의 관계를 설명하고 있다.

14) John A. Thomas, "What Makes People", ASTA Travel News, 1984, pp. 64-65
15) R. C. Mill, Tourism System, Englewood cliffes : prentice-Hall, 1985, pp. 5-10

[표 Ⅱ-1] Mill의 관광에 있어 욕구와 동기요인의 관계

욕구의 유형	동기	동기요인
육체적 욕구	휴식동기	탈출, 휴식, 긴장해소, 햇빛추구
안전의 욕구	안정동기	안전, 건강, 위락, 활동성
귀속의 욕구	사랑동기	가족동반, 가족관계, 우정친교, 사교, 개인적 유대감, 친족 및 동족방문, 가족애 표현, 사회적 접촉유지
자존의 욕구	자존의 동기	수행능력확인, 자기위치과시, 명예감, 사회적 인정, 자아확대, 직업개발, 신분상승
자기실현의 욕구	진실성의 추구	자아개발평가, 자아발견, 내적욕구충족
학습이해의 욕구	지식추구의 동기	문화, 교육, 방랑성, 타지역에 대한 관심
심미적 욕구	미적동기	환경, 경관미

자료 : R. C. Mill, Tourism System, Englewood cliffes : prentice-Hall, 1985, pp. 5-10

제주대학교 중앙도서관
JEJU NATIONAL UNIVERSITY LIBRARY

(5) Pearce[16]의 관광동기

Pearce에 따르면 관광동기는 사회학과 심리학으로부터 그 이론을 차용해 온 것으로 사회학에서는 특히 집단과 사회구조와 관련되며 심리학에서는 개인행동과 관련하여 특정시점에 주어진 아주 광범위한 초개념적이며 또한 신체적 혹은 성격에 따라 발생하는 과정과 관계가 있다고 하였다.

(6) Mcintosh

Mcintosh는 기본적 여행동기를 신체적 동기, 문화적 동기, 대인적 사회적 동기, 지위와 자존에 대한 동기 등 네 가지 범주로 나누고 관광행동에는 한가지 동기만 있다고 기대해서는 안 된다고 강조했다.

16) 조명환, "관광동기에 관한 재고찰," 「관광·레져연구」 제6호, 1994, pp. 94-95

(7) Michael J. Manfredo와 B. L. Driver의 관광동기[17]

레크레이션 경험선호도와 척도의 메타분석을 통한 여가동기의 측정이라는 연구에서 동기를 측정하기 위한 15개의 동기와 이에 따른 25개의 요인 및 108개의 항목을 제시하였다. 이를 요약하면 아래[표 Ⅱ-2]와 같다.

[표 Ⅱ-2] Michael J. Manfredo와 B. L. Driver의 관광동기

동기	요인	항목
성취동기	자아의미지강화요인	자신감획득, 자긍심개발, 가능성발현
	사회적 인식요인	인정, 좋은 인상, 가능성표현
	기술개발요인	능숙, 능력의 개발
	능력검증요인	능력검증, 가능성 학습
	자극요인	전율, 즐거움 등
	인내요인	인내, 성취감
	구전요인	구전, 인지
자율성과 리더쉽 동기	독립요인	독립감, 고독
	자율성 요인	자주성, 선택자율성, 무강요, 의지, 배려
	지배요인	통제, 자율통제
	위험감수요인	위험감수, 관련위험의 경험 등
	준비요인	장비의 구전, 장비의 이용
	가족요인	가족동반
	동호인 요인	회원, 친구, 유사한 계층
신인(新人)동기	신인과의 만남요인	신인과의 만남과 계층
	타인관찰요인	동반관찰, 독립관찰
학습동기	일반학습요인	지식개발, 사물학습
	탐험요인	새롭고 다른 풍물의 경험 및 발견
	지리연구	위치학습과 지형학습
	자연학습요인	자연학습, 자연의 혜택에 대한 학습
자연향유동기	풍경요인	경치, 경치의 조망
	일반자연경험요인	자연접근, 경험 및 체계
자기반성동기	정신요인	정신가치의 개발, 정신적 성장과 개발
	자기반성요인	자기가치고찰, 자아, 자아학습
개인적·사회적 이탈동기	긴장완화	신경과민의 완화, 긴장의 경감
	정신적 안정	정신안정, 정신적 휴식
	과다한 역할에서 이탈	일상의 요구와 의무에서 이탈, 업무감소
물리적 이탈동기	정숙	정숙, 고독 및 평화와 적막감의 경험
	사생활	군중이탈, 여유로운 경험, 혼잡에서 탈피
	군중이탈동기	군중이탈, 여유로운 경험, 혼잡에서의 탈피
	육체적 스트레스 탈출	소란과 혼잡스런 가정에서의 탈출

자료 : 심건형(2000), 전게논문, p12. 참조 재작성

17) Manfredo, M. J. B. L. Driver and M. A. Tarrant, Measuring Leisure Moitivation: A Meta-Analysis of the Recreation Experience Preference Scales, Journal of Leisure Research, Vol.28, 1996, pp.188-213

2. 라이프스타일

1) 라이프스타일의 개념

라이프스타일은 (Life Style)은 사람들이 자기의 시간을 어떻게 소비하고, 주위환경에서 무엇을 특별히 중요하게 생각하며, 그리고 자신과 주위 환경에 대해 어떻게 생각하는지에 대한 총체적인 의미로 사람들이 살아가는 방식을 말한다.[18]

라이프스타일에 대한 개념은 16세기 시인, 자연주의자, 철학자들의 작품속에 나타나기 시작하여 이후 독일의 사회학자 Marx Weber에 의해 처음으로 그 용어가 사용되기 시작하였다. 라이프스타일은 주로 집단에 대해 관심을 가져온 사회학자 특히 행동과학자들과 개인에 초점을 둔 심리학자들에 의해 발전되어 왔다.

심리학자인 Adler에 의해서 처음 'style of life'라는 말로 사용되었는데 그에 의하면 라이프스타일은 "반응을 보이는 존재로서의 개인이 가지고 있는 심정적 목표, 목표지향성, 통일성, 일관성, 독자성이라고 하는 유기적 관념과 주관적으로 이루어질 수 밖에 없는 의사결정에 따른 행동"으로 정의를 내리면서 라이프스타일에 대해 포괄적인 의미를 담고 있었다.

제주대학교 중앙도서관
JEJU NATIONAL UNIVERSITY LIBRARY

Lazer에 의하면 " 라이프스타일이란 시스템적 개념으로 전체사회나 부분의 집합적이고 광범위한 의미에서 특색있는 생활양식을 뜻한다. 이러한 라이프스타일은 특정문화나 특정집단의 생활양식을 표현하는 독특한 구성요소와 질에 관련이 있으며, 사회생활의 역동성에서 발견되고 표출된 패턴을 구체화한 것이다"[19]

Berkman과 Gilson은 "라이프스타일이란 소비를 규정하고 나아가 소비에 의해 규정되는 통일된 행동패턴을 의미한다. 통일된 행동패턴이란 광의의 행동을 말하며 라이프스타일은 태도, 가치의식, 의견, 흥미, 관심 및 당연히 현재적 행동과의 통합된 시스템이라고 규정하였다. Engel, Blackwell, Kollat에 의하면 라이프스타일은 사람들이 생활하거나 시간과 돈을 소비하는 유형으로써, 활동(activity), 관심(interest), 의견

18) 최낙환, 소비자행동론, 대경, 1998, p. 289
19) William lazer, "Life Style Concepts and Marketings," Toward Scientific Marketing ed, S. A. Gregser, 1963, pp. 130-139

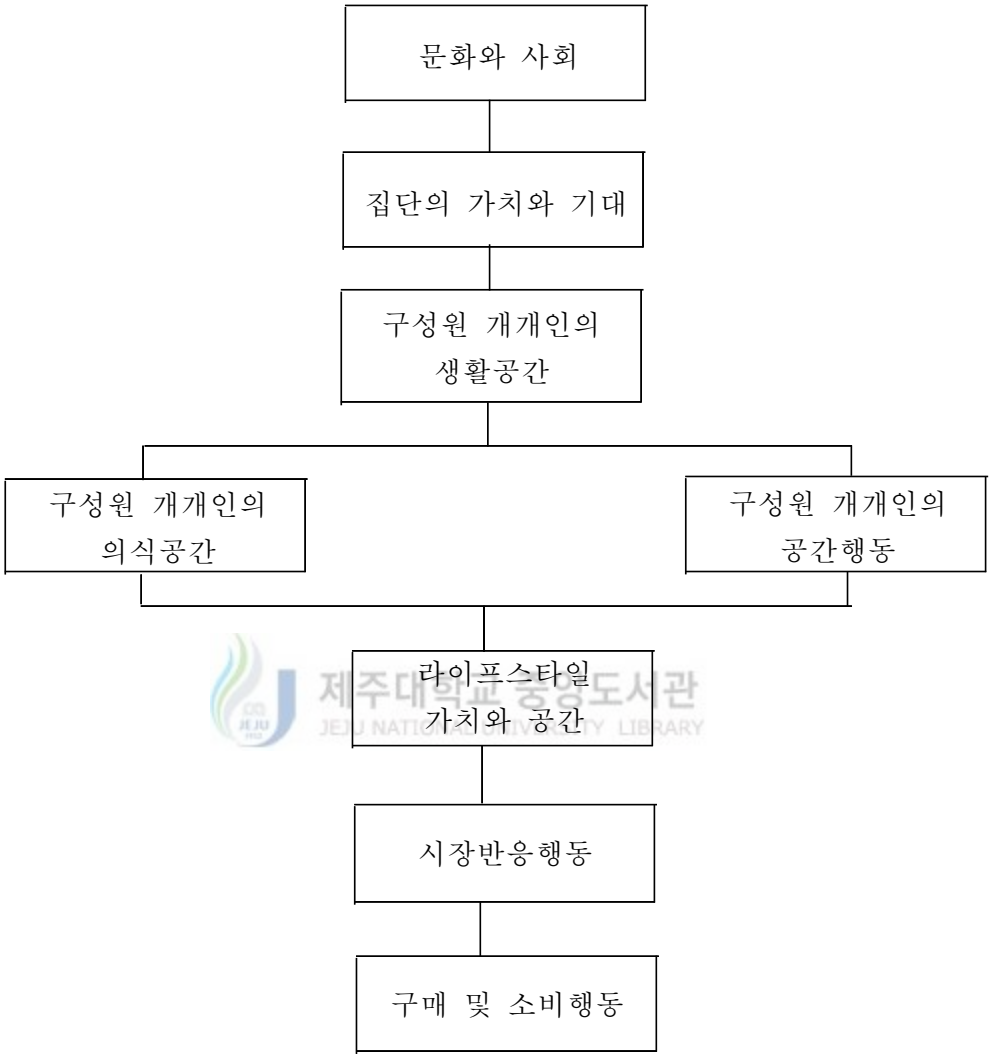
(opinion)의 통합적 체계를 의미하며 소비자행동에 영향을 주는 주요한 인적 특성으로써 개인의 문화, 사회계급, 준거집단 및 가족 등의 영향을 받아 개인이 학습한 것이지만, 더욱 구체적으로 개인의 가치체계나 개성의 파생물이며, 따라서 가치관, 개성 및 라이프스타일이라는 용어간에는 상당한 의미상의 중복이 있게 되는데, 라이프스타일은 개성의 영향과 개인에 의하여 내면화된 사회적 가치를 결합한 파생 개념으로 생각할 수 있다고 정의하였다.

또한 이명식은 라이프스타일이 일관성 있고 통일된 정의와 조작화를 위하여 Carman[20]이 제시한 라이프스타일에 대한 이론적 틀을 근간으로 해서 지금까지 논의된 모든 내용들을 체계적이고 포괄적으로 표현한 “확장된 라이프스타일에 대한 이론적 틀”을 개발하여 좀 더 마케팅분야에 적합하도록 조정, 구성하였다.

제주대학교 중앙도서관
JEJU NATIONAL UNIVERSITY LIBRARY

20) James M, Carman(1976/77), "Life Style Segmentation : Is There a There There?", Australian Marketing Research, Vol. 1, pp. 53-62

[도 Ⅱ-2] 라이프스타일의 구조



제주대학교 중앙도서관
JEJU NATIONAL UNIVERSITY LIBRARY

자료 : Mitchell, & MacNatalty, "Changing Values and Life Style", Long Rang Planning, Apr, 1981, pp. 37-41

2) 라이프스타일과 소비자행동

라이프스타일은 소비자행동을 이해하고 설명하고 예측하는데 매우 중요한 변수로서 인구통계적, 사회경제학적 변수로 설명될 수 없었던 소비자 행동을 설명할 수 있게 한다.

소비자구매의 총체 및 재화가 소비되는 양식이 어떤 사회의 라이프스타일을 반영하는 것이라고 볼 때 라이프스타일은 각각의 집단이 구매하고 소비할 상품 및 서비스를 예측할 수 있게 한다. 라이프스타일은 소비자와 관련하여 두가지 역할을 행하고 있는데, 첫째는 라이프스타일은 일상의 구매행동과 소비활동을 위한 기본자극으로서의 역할 즉, 소비자가 직면하고 있는 문제나 환경으로부터 구매욕구가 발생한다는 것과, 둘째는 마케팅담당자가 관심을 두고 있는 라이프스타일의 다른 측면으로 구매과정 이후에 나타나는 결과가 피드백되어 라이프스타일을 변경 시킬 수 있다는 점이다.[21]

또한 소비자의 행동을 이해하고자 할 때는 욕구, 동기, 성격, 활동, 관심, 의견, 가치관등의 끝없는 변수들을 개별적으로 다루는 것보다는 라이프스타일 개념을 통하여 일반적으로 일관성 있는 활동, 태도 및 개인적 특성들의 군집에 관심을 두는 것이 효과적 이라는 주장도 있다.[22]

결국 라이프스타일은 소비자행동의 개별정도를 이해하려는 노력과 소비자 개인들을 유사한 집단으로 군집화 할 수 있는 주요 영향변수로서 제시되고 있으며 소비자 행동의 심층적인 이유를 평가하는데 유용하다고 볼 수 있다.

제주대학교 중앙도서관
JEJU NATIONAL UNIVERSITY LIBRARY

3) 라이프스타일의 측정

라이프스타일을 측정하는 것은 쉬운 일이 아니다. 생활양식의 유형이나 변화를 파악하기 위한 생활양식의 분석방법은 첫째, 주로 객관적인 자료에 의해 사회전체 또는 특정 사회에 있어서 생활양식의 전체적인 동향을 파악하려는 거시적 분석방법과 둘째, 주관적인 자료를 측정 분석하여 사회적 경향의 파악이나 예측을 하려는 미시적 분석방법의 두가지 분석방법이 일반적으로 행하여지고 있다

거시수준에서 사회전체의 라이프스타일의 추세 내지 경향을 파악하려는 방법인데, 이는 기업의 환경요인이 되는 사람들의 가치관이나 생활양식 등의 변화를 일국의 사회전체 또는 지역사회전체의 라이프스타일 동향으로서 파악하려는 방법으로 가장 대표적인 것은 Yankelovich Monitor[23]에 의해 개발된 '사회적 추세분석법(social trend

21) Hawkins, D.J., R.J. Best and R.A. Coney(1980), 「Consumer Behavior」, Business Pyb. co., pp. 360-361
22) 여운승(1988), "생활양식개념의 재정립을 통한 시장세분화 이론 개발의 모색", 서울대학교 대학원 박사학위논문, pp. 269-270.
23) Yankelovich Monitor, 1972, Daniel Yankelovich Inc., NEW York, 1973.

approach)'이다.

미시수준에서는 소비자 라이프스타일을 계량적으로 분석·파악하는 방법으로서 이는 특정상품의 소유, 사용여부, 기대효과 또는 요구의 정도 등을 라이프스타일 변수로 보고, 이에 따라 소비자를 특정 라이프스타일 집군으로 세분화하여 그들이 가지는 사회적 제경향을 파악하거나 예측하려는 것이다. 이러한 미시적 차원의 분석방법은 다시 각각 객관적 자료에 의하는 방법과 주관적 자료에 의하는 방법의 두가지로 나누어진다. 그러나 라이프스타일 분석에서는 객관적 자료보다는 사회심리적 설명변수가 포함된 주관적 자료에 의한 분석이 일반적이다. 최근의 라이프스타일 분석에 가장 많이 이용되고 있는 AIO(activities, interests, and opinion)의 접근법은 사이코그래픽스의 대표적 측정 기법중의 하나이다.

Reyonolds와 Darden는 AIO의 활동(activities), 관심(interests), 의견(opinion)에 대해 다음과 같이 정의하였는데 "활동은 어떤 대중매체를 시청 또는 구독하고 어떻게 쇼핑을 하고 제품 및 서비스에 관해 이웃과 주로 무슨 얘기를 하는가와 같은 소비자의 관찰가능한 일상의 제반행동의 측정대상이다. 관심은 특정대상, 사건, 그리고 상황에 대한 소비자의 관심정도가 측정대상이 된다. 의견은 다른 사람의 행동 또는 의도에 대한 신념, 미래에 대한 예측, 여러 가지 현실문제에 대한 평가 등 소비자의 해석, 기대, 평가 등을 측정한다."라고 하였다.

AIO분석은 사람들이 그들의 활동, 관심 및 의견에 관한 질문에 응답하도록 고안된 것으로, 그들의 활동은 그들이 작업시간과 여가시간을 어떻게 보내는 가로 측정하며, 그들의 관심은 가족, 직장과 같이 특정대상, 상황에 대한 소비자의 관심정도를 측정하고 그들의 의견은 사회적 문제, 제도 및 그들 자신에 대한 자세의 관점으로 측정한다. 끝으로 연령, 성별, 거주지 등과 같은 기본적 사실들을 조사하는 것이다[24]

제주대학교 중앙도서관
JEJU NATIONAL UNIVERSITY LIBRARY

24) Joseph T. Plummer, " The Concept and Application of Life Style Segmentation," Journal of Marketing. Vol. 38, January 1974, p. 34.

3. 관광정보탐색

1) 정보탐색의 의의

소비자는 구매상황에서 어떤 문제가 존재하는 것을 인식할 때 구매상황에 필요한 정보를 탐색한다. 소비자는 정보 탐색시 소비자의 기억 속에 존재하는 정보를 이용하거나 또는 불충분한 정보를 수집하기 위해 외부에서 정보를 수집하게 된다. 즉, 정보탐색이란 기억에 저장된 지식이나 외부로부터의 정보획득에 대해 동기유발된 활성화(motivated activation)로 정의할 수 있다.[25] 정보탐색은 본질적으로 내부적(internal) 또는 외부적(external)일 수 있다는 것을 의미한다.

소비자는 대부분 제품 구매시 필요한 정보를 과거의 경험에서 비롯된 정보에 의존한다. 내부 탐색은 소비자가 문제를 인식한 후 문제해결을 위하여 기억 속에 저장된 과거 경험이나 지식 등 의사결정과 관련된 지식을 단순히 검색하는 과정을 말한다. 하지만 과거의 경험과 관련된 정보가 충분할 때에는 대안평가 단계로 넘어가지만 그렇지 않을 경우에는 추가적으로 정보를 수집하는 데 이것을 외부탐색이라 한다. 외부탐색은 과거의 기억 속에 저장된 것 외에 외부의 정보원으로부터 정보를 획득하는 과정을 말한다. 외부정보의 정보원으로는 광고, 친구, 판매원, 소매점의 진열, 상품전문잡지 등 여러 가지가 있다.[26]

제주대학교 중앙도서관
JEJU NATIONAL UNIVERSITY LIBRARY

정보의 탐색은 제품에 대한 각종 정보를 수집할 목적으로 이루어지는 것으로 정보 그 자체를 위하여 탐색을 하는 것으로 여러 다양한 정보원으로부터 지속적으로 정보를 수집하는 적극적 형태와 평소에 제품 또는 시장정보에 많은 노력을 투입하지 않고 정보가 필요한 경우만 정보탐색을 하는 소극적인 형태가 있다.

Engel, Blackwell과 Miniard[27]는 정보탐색은 문제인식 후 나타나는 행동과정으로 소비자들이 기억속에 저장된 정보를 회상하여 검토하는 내적탐색과 외부환경으로부터 필요한 정보를 추구하는 외적탐색 과정을 거친다고 하였다.

---

25) James. F. Engel, R. D. Blcakwell, and P. W. Mininard(1990) 「Consumer Behavior, 6thed」, lllinois, The Dryden Press, p.494.
26) 임종원・김재일・홍성태・이유재, 소비자 행동론, 경문사, 서울, 1994, pp. 329-330.
27) Engel, J. E. and Blackwell, R. D. and kollat, D. T. (1986), 「The consumer Behavior : 5thed」, The Dryden Press, New York.

Therlli와 Sentell[28]은 정보탐색행동을 소비자들이 특정 상품에 대해 객관적 사실이라고 지각하는 것들을 증가시키기 위해 소비자 자신이 행동하는 일련의 행위들이라고 하였다.

소비자는 제품을 구매하기전에 제품에 관한 여러 가지 정보를 찾게 되며, 이 정보에 기초를 두고 제품을 비교, 평가하고 최종적으로 제품을 평가한다. 그러므로 정보탐색이란 소비자들이 제품 또는 서비스를 구매하기 전에 필요한 정보를 여러 가지 정보원천에서 찾아내는 것을 의미한다.[29]

2) 정보탐색의 유형

소비자의 정보탐색유형이란 소비자들의 다양한 정보탐색행동의 양상을 그 특성이 비슷한 것끼리 묶어서 분류한 것을 의미한다.

소비자들은 제품을 구입하기 전에 자기에게 주어진 상황하에서 각기 다양한 정보탐색활동을 하게 된다. 어떤 소비자들은 여러 가지 정보를 적극적으로 탐색하며, 어떤 소비자들은 아주 제한된 몇가지 정보만을 탐색하기도 한다. 예를 들면 어떤 소비자들은 상점 탐색에 집중하며 광고 탐색이나 중립적 매체 탐색은 거의 하지 않고, 또 어떤 소비자들은 인적 탐색을 주로 하며 상점 탐색은 거의 하지 않는 경우도 있다. 이와 같이 소비자들의 정보 탐색행동은 개인에 따라 다양하게 나타나므로 이들의 정보탐색 유형을 이해하는 것은 효율적인 정보전달 프로그램과 소비자교육 프로그램을 위행서 필수적으로 요구된다고 하겠다.[30]

① 정보탐색 노력

정보탐색노력이란 특정제품을 구매할 목적으로 외부환경으로부터 관련된 지식이나 정보를 획득하기 위하여 노력하는 정도를 의미한다.

Engel, Blackwell과 Miniard의 정보탐색과정 모델에 의하면 정보탐색은 문제인식 다음 단계로 나타나는 행동과정으로서, 소비자가 자신의 기억 속에 저장된 정보를 회

제주대학교 중앙도서관
JEJU NATIONAL UNIVERSITY LIBRARY

28) Thorlli, H. B. and Sentell, G. D. (1982), 「Consumer Emancitation and Economic Development : The Case of Thailand, London」, JAL Press Inc.
29) 배수현(1988), "한국소비자의 구매행동전 정보탐색에 관한 실증적 연구". 고려대학교 대학원 석사학위논문, pp.8-9
30) Herrmann, R. O., R. Warland and D. Mothersbaugh, Patterns in the Acquisition of Food Information, The American Council on Consumer Intersests, (1898), p.80.

상하여 검토하는 내적탐색과 외부환경으로부터 필요한 정보를 추구하는 외적 탐색과정을 거치게 됨을 제시하고 있다.

일반적으로 소비자의 정보탐색은 내적 탐색으로부터 시장되어 정보가 충분하다고 생각될 때는 더 이상의 정보탐색을 하지 않게 된다. 그러나 만일 정보가 불충분하거나 기억된 정보들 사이에 갈등이 존재할 경우에는 외부환경으로부터 추가적 정보를 탐색하게 된다. 내적 탐색활동은 시간과 비용의 부담이 없이 소극적으로 이루어지나, 외적 탐색활동은 시간과 비용의 부담이 없이 소극적으로 이루어진다. 외적 탐색활동은 시간과 비용의 부담을 안고서도 보다 큰 탐색이득을 얻기 위해서 적극적인 노력을 기울이게 된다. 따라서 정보탐색노력이란 제품을 구매하기 전에 수행되는 외적탐색활동의 양을 의미한다고 하겠다.

정보탐색노력의 측정은 소비자가 외적 탐색활동을 어느 정도 광범위하게, 그리고 심도있게 하는지를 측정할 수 있다. 기존의 연구들에서는 정보탐색 노력을 소비자들이 제품을 구매하기 전에 수행하는 외적탐색량으로 측정해 왔다.

Katona와 Mueller[31]은 정보탐색량을 잡지 등 인쇄물을 읽은 수, 가족·친지들과의 대화정도, 다른 사람이 소유한 제품을 살펴본 수, 방문한 상점수를 모두 합한 복합적 지수를 사용하였다.

제주대학교 중앙도서관
JEJU NATIONAL UNIVERSITY LIBRARY

② 정보원천의 의존도

구매결정시에 특정 정보원천에 어느 정도 의존했는가를 반영하는 개념이다. 즉 소비자들이 정보탐색과정을 통하여 획득한 정보를 최종 구매결정시에 어느정도 중요하게 고려했는가를 의미한다.

일반적으로 고관여 제품 구매시에는 소비자들이 정보탐색을 적극적으로 광범위하게 하고, 탐색한 내용을 신중하게 비교 검토한 후 최종 구매결정을 하게 된다. 또한 소비자들은 탐색과정의 초기 단계에서는 여러 가지 정보를 두루 많이 탐색하게 되지만 구매결정 단계에서는 신뢰성 있고 제품선택에 도움이 되는 몇가지 정보에 제한적으로 더욱 의존하게 된다.

이종순[32]은 전반적으로 가족의 의견, 자신의 사용경험 등 개인적 정보원천의 인적

31) Kotona G., dnad Mueller E., "A Study of Purchase Decisions", Lincoln H. Clark ed, Consumer Behavior, The Dynamics of Consumer Reaction, New York, University Press, pp.30-87

32) 이종순(1996), "화장품구매자의 정보탐색행위에 관한 연구," 「영진전문대 논문집 : 제

요인의 영향을 많이 받는 것으로 나타났고, 상업지 정보원천인 광고의 영향은 비교적 적게 받는다고 했다.

채정숙[33]은 최종구매결정시에 인적정보원천에 대한 의존도가 중립적 원천이나 상업적 원천에 비해서 상대적으로 높게 나타났다고 했다.

송영식[34]은 가구소비자의 구매행동에 관한 실증적 조사를 하였는데 준거집단의 의견과 전파매체에 의한 광고가 가장 신뢰도 있는 정보원천의 역할을 하고 있다.

③ 정보탐색의 크기

정보탐색 행위의 정도 또는 깊이를 가리키는 차원이다. 전체적인 정보탐색량을 의미하며 정보탐색에 소요되는 시간뿐만 아니라 고려되는 상표, 점포, 속성 및 정보원의 수에 따라 달라진다.

많은 실증적 연구에서 정보탐색에 의한 소비자의 정보획득량을 조사한 측정단위들을 살펴보면, 대체적으로 탐색한 개별정보항목의 총수, 탐색된 상표의 수, 탐색된 제품속성의 수 등이 주로 고찰되었으며, 이와 동시에 방문점포수, 장보기 횟수, 구매한 상점의 방문횟수, 장보는 시간, 고려한 가격범위등에 관한 연구조사들이 행해졌다.

Claxton과 Fry 그리고 Portis[35]는 정보탐색노력을 측정하기 위하여 상표·가격을 고려하기 위한 대체한의 수, 이용된 정보원천의 수, 고려된 속성의 수, 방문된 상점의 수, 탐색을 위한 시간 등의 요인으로 구분하여 분석하였다.

강미옥, 이승신[36]은 승용차 구입시 탐색활동시간은 친구, 이웃, 동료와의 상담시간이 가장 많고 탐색활동 횟수는 경험자나 전문가에게 문의하거나 판매원, 카달로그, 광고에서 정보를 얻는 횟수가 많다고 했다.

제주대학교 중앙도서관
JEJU NATIONAL UNIVERSITY LIBRARY

19집」, p.10

33) 채정숙(1993), “소비자 정보탐색유형과 탐색성과에 관한 연구”, 동국대학교 대학원 박사학위논문, p.69.

34) 송영식(1984), “가전제품 구입후 행동에 관한 연구,” 중앙대학교 대학원 석사학위논문, pp.58-77

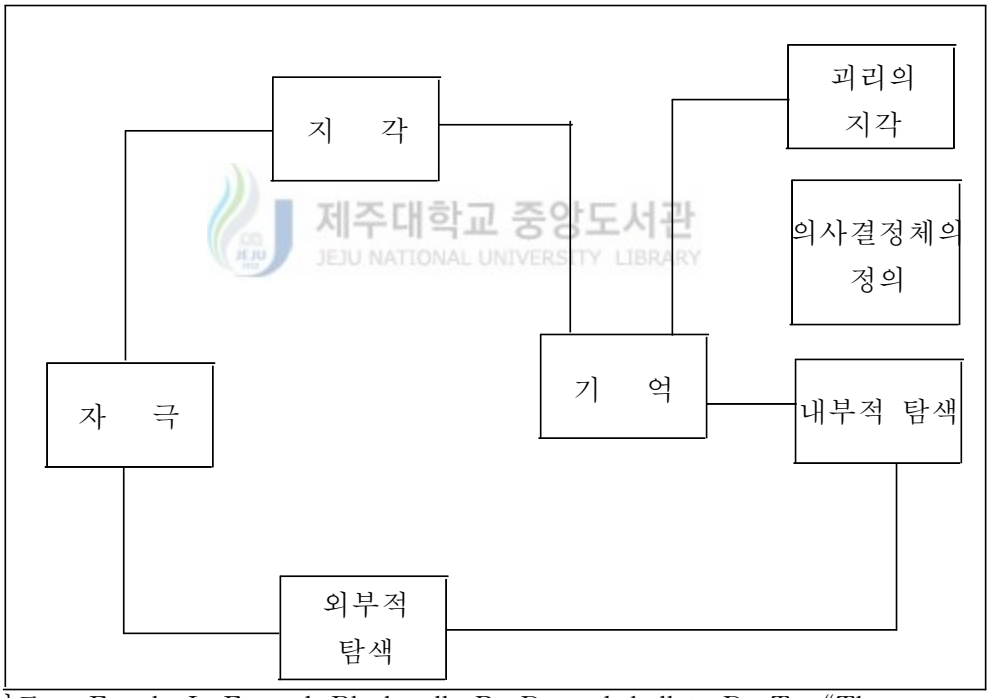
35) Claxton, J. D., Fry, J.N. & Portis B.(1974), "A Taxonomy of Prepurchas Information Gathering Patterns", 「Journal of Consumer Research vol 1. Dec」, pp. 35-42

36) 강미옥, 이승신(1998), “소비자 정보탐색 요소에 따른 소비자 만족,” 「대한가정학회지: 제36권 제5호」, p. 36.

3) 관광정보탐색

정보는 의사결정과 밀접한 관련을 갖는데 현재 및 미래의 의사결정에 있어서 그 수요자에게 의미를 가지며, 실제적 내지 인지적 가치가 있는 형태로 처리된 자료이다. 만약 선택이나 결정이 없다면 정보는 불필요하다고 할 정도로 의사결정관계에 밀접하게 관련하여 특정목적을 달성하는데 유용하고 유의성 있는 자료를 말한다. 훌륭한 관광정보는 관광자원의 훼손을 방지시켜주며, 관광객과 관광지 주민들과의 갈등을 감소시켜 주는 역할을 한다. 관광정보는 관광객들의 목적 지향적인 선택행동을 하는데 유용한 일체의 알림사항이라 할 수 있다.

[도 Ⅱ-3] 관광객의 정보탐색과정



제주대학교 중앙도서관
JEJU NATIONAL UNIVERSITY LIBRARY

자료 : Engel, J. E. and Blackwell, R. D. and kollat, D. T., “The consumer Behavior”, 5th ed, The Dryden Press, 1884, New York.

Gunn은 “관광객을 유치하고 그들의 정보를 제공하는 모든 프로그램과 물리적 개발사항들은 관광체계에서 매우 중요한 요소가 된다. 관광객이 관광루트, 관광대상, 서비스, 가격 및 시설들에 대하여 알지 못하거나 그것들에 접근하는 방법을 모른다면 이

는 관광객뿐만 아니라 관광사업자들에게 만족을 주지 못한다."라고 말하고 있다. 결국 관광정보란 " 관광대상에 대하여 관광객의 관광욕구충족을 위한 관광행위의 수단으로서 관광객이 얻고자 하는 사전·사후의 총체적인 지식획득"[37]으로 정의하여 관광에 필요한 정보원천의 획득에 대한 개념으로 설명하고 있다.

수요자의 관점에서 본 서비스 제공측면의 정의로 관광정보는 "국내외의 관광관련업체에서 관광객 또는 여행자를 위해 제공되는 자료"[38]로 보기도 한다.

현대관광에서 요구되는 유익한 정보란 '보는' 대상에 대한 정보는 물론이고, 관광지에서 활동, 행사참여 여부, 부대시설의 서비스, 위락공간 등 광범위하고 상세한 정보를 필요로 한다고 말하고 있다. 이명진은 관광정보에 대해 정의하기를 "관광객들이 관광행동을 선택·결정하는데 필요로 하는 정보를 제공할 목적으로 관광경험에 관한 정보를 수집하고 가치를 평가하여 이를 근거로 관광지와 관광지 내에서 여가활동에 대한 정확하고 유익한 정보를 제공하고, 안내 및 해설을 통하여 관광객들의 만족수준을 높이고 관광지의 관리도 용이하게 하는 것"[39]으로 보고 있다.

관광정보 탐색은 관광행동이 일어나기 전에 관광에 관련된 내용들을 사전에 파악하여 이들의 이용을 더욱 원활하게 하는 데 있다. 관광정보는 관광목적에 따라 관광정보의 탐색 내용이 달라지기도 한다.

D. Fodnessand & B. Murray[40]는 개인의 잠재관광객에게 나타나는 세 가지 특성 즉, 상황, 관광객 특성들 그리고 효과들이 결합하는 특성을 제기하였고 관광상품 구매상황에 있어서 공간, 시간, 노력과 같은 관광정보의 탐색을 위한 적어도 구별되는 탐색방법이 있는 것이라고 주장하였다.

공간적 차원은 잠재관광객이 관광정보를 탐색하는 위치를 의미하는데 이는 관광정보의 탐색을 내부 혹은 외부에서 획득하는가에 달려 있다. 내부적 정보탐색의 원천으로는 자신의 과거 경험과 지식을 토대로 한 기억을 중심으로 하고 있고 외부 정보탐

37) 황경진, 관광정보시스템 도입에 관한 연구, 경희대 대학원 석사학위논문, (1988), pp.11-12

38) 최병길, 일반시스템 이론을 적용한 관광·여행정보시스템의 접근방법, 산경논집, 제주대학교, 제7집, (1993), PP.154-156.

39) 이명진, 관광지내의 관광정보 서비스체계에 관한 연구, 관광레저학회, 제6호, (1994),P.72

40) D. Fodness and Murray(1998). A Typology of Tourist Information Search Strategies, Journal of Travel Research, 37(November), pp. 108-119.

색의 원천은 외부 특정 환경으로부터의 관광요소에 대한 정보와 지식을 획득하는 것을 의미하고 있다.

시간적 차원은 관광정보를 탐색하는 데 있어서 소비되는 시간을 나타내고 있으며 관광정보의 탐색은 관광상품을 구매하는데 나타나는 불특정한 미래 구매 의사결정 혹은 구매를 결정하는데 필요한 정보와 지식의 기반을 발전시켜 나가게 될 것이다.

노력은 관광에서 발생할 수 있는 문제해결과 의사결정을 하기 위한 정보탐색의 상대적 노력을 통해 획득되는 특정 정보의 원천에 초점을 두는 것을 의미하고 있다.

4. 관광동기·라이프스타일과 관광정보탐색의 관계

선행연구에서 관광동기와 라이프스타일 그리고 정보탐색의 관계에 관한 연구는 많지는 않았으며 최근에 들어 정보탐색에 관한 연구와 함께 관광동기와 정보탐색을 관광지 행동특성이나 관광자의 의사결정과정의 한 세부절차로 나타내고 있는 것이 전부였다. 또한 라이프스타일과 관광정보탐색의 관계는 라이프스타일에 따른 관광지 선택행동특성과 관계하여 유의성이 있음을 나타내었지만 직접적으로 라이프스타일 유형별로 관광정보탐색의 관계를 연구한 연구는 거의 없었다. 본 연구자는 라이프스타일에 따른 관광행동특성연구를 바탕으로 라이프스타일의 개념적 정의와 관광정보탐색의 개념적 정의를 내린 뒤 보다 구체적으로 라이프스탕일의 유형과 관광정보탐색의 관계를 설명해보고자 한다.

관광동기와 정보탐색에 관한 선행연구에서 Alistre[41]등은 관광객의 사회·경제·형태적 특징에 따른 관광욕구에 따라 정보탐색, 관광객의 의사결정 및 관광경험과 평가에 영향관계가 있음을 파악하였고 Mill과 Morrison[42]은 개성에 의해 발현된 관광동기는 관광정보탐색에 영향을 미치는 주요 변수라는 주장을 하였다. 또한 이명식은 관광정보 탐색과정에서 자극과 문제인식에 따라 정보탐색에는 차이가 있다고 하였다. 라

41) Alister Mathienson et al., Tourism System, N.J. : Prentice hall Inc., 1985, p.103.
42) Mill, R.C. and Morrison, The Tourism System, 1985, p.103

이프스타일에 관한 연구에서는 Engle과 Blackwell의[43] 경험으로 형성된 가치관에 따라 라이프스타일이 형성되며 이것은 소비자의 의사결정에 영향을 미친다는 주장하였고 조형오는[44] 라이프스타일에 따라 매체이용시 관심분야에 차이가 있다는 주장을 하였고, 양만규의 연구에서는 라이프스타일에 따라 동기변수에 유의한 차이가 있다고 하였다.

본 연구자는 관광동기· 라이프스타일 및 정보탐색의 관계에 대해 선행연구를 통해서 어떤 정확한 관계를 발견하지는 못했지만, 선행연구에서 나타났듯이 관광객의 의사결정의 한 부분으로서 관계가 있다고 밝히고 있기 때문에 이를 바탕으로 연구를 하고자 한다.

제주대학교 중앙도서관
JEJU NATIONAL UNIVERSITY LIBRARY

43) James Engle, Roger D Blackwell, Consumer Behavior, Dryden Press, 1982, p.195.

44) 조형오, “한국인의 라이프스타일 유형분류 및 소비행동에 대한 연구”, 소비자학연구, 제7권, 제2호, 1996, 11. pp. 223-241.

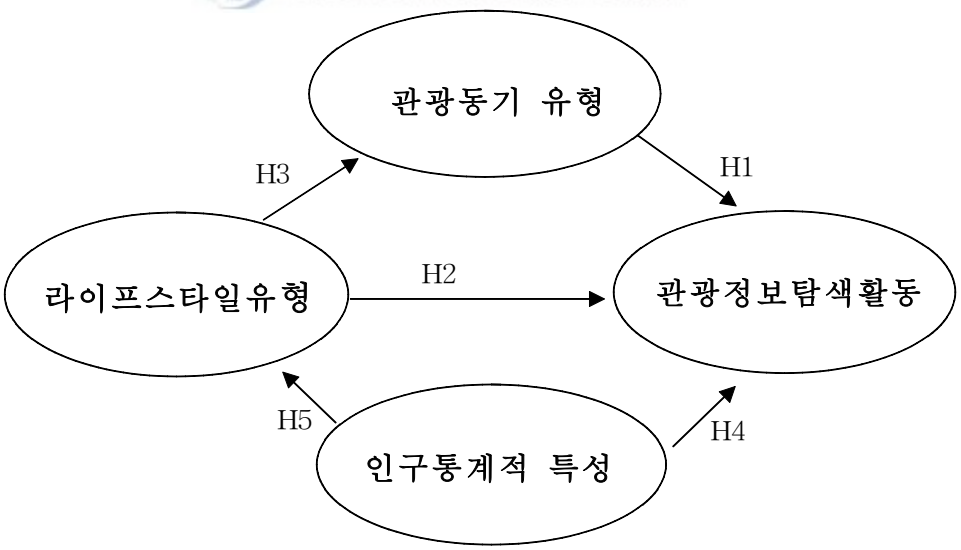
Ⅲ. 연구모형 및 가설의 설정

1. 연구 모형의 설정

본 연구는 제주도를 여행한 관광객을 대상으로 한 실증분석을 통해 관광동기 및 라이프스타일을 중심으로 관광정보탐색에 영향을 미치는 요인을 밝히는데 그 목적을 두었다. 관광객들은 자신의 기억하고 있는 정보(내적정보)를 이용하여 관광을 결정하기도 하지만, 외부의 정보를 이용하여 관광정보를 얻고 관광을 결정하기도 한다. 선행연구를 검토한 것을 바탕으로 관련 요인들을 선정하였으며 특히 Mill과 Morrison[45]은 개성에 의해 발현된 관광동기는 관광정보탐색에 영향을 미치는 주요 변수라는 주장과 Fodness와 Murray의[46] '관광객의 정보탐색전략 프로세스 모델',그리고 Engle과 Blackwell의[47] 경험으로 형성된 가치관에 따라 라이프스타일이 형성되며 이것은 소비자의 의사결정에 영향을 미친다는 주장, 조형오의[48] 라이프스타일에 따라 매체이용시 관심분야에 차이가 있다는 주장을 중심으로 [도 Ⅲ-1]과 같은 모형을 설정하였다.

제주대학교 중앙도서관
JEJU NATIONAL UNIVERSITY LIBRARY

[도 Ⅲ-1] 연구 모형



45) Mill, R.C. and Morrison, The Tourism System, 1985, p.103
46) Dale Fodness & Brian Murray, A Model of Tourist Information search Behavior, Journal of Travel Research, Vol. 37, Febuary, 1999, pp.220～230.
47) James Engle · Roger D Blackwell, 1982, 전게논문, P.195.
48) 조형오, 전게논문, pp. 223-241.

[도 Ⅲ-1]에서 연구모형의 독립변수는 관광동기, 라이프스타일 종속변수는 관광정보탐색과 관광동기로 나눌 수 있다. 관광동기의 하위변수는 이탈동기, 기대동기, 학습동기, 사회동기를 선정하였고, 관광정보탐색의 하위변수는 비상업적 인적정보, 비상업적 매체정보, 상업적 인적정보, 상업적 매체정보를 선정하였다. 라이프스타일의 하위변수는 자기만족형, 여가・레져형, 지적탐구형, 보수안정형으로 나누었다.

본 연구에서는 이러한 모형에서 관광동기와 정보탐색, 라이프스타일과 관광동기 및 관광정보탐색 그리고 인구통계적 특성과 라이프스타일 및 관광정보탐색에 대하여 실증분석을 하고자 설정한 것이다.

2. 변수의 정의

1) 관광동기 요인

본 연구에 사용된 13개의 관광동기 변수는 멘프레도와 드라이버의 선행연구에서 학습동기와 이탈공기를 추출하고 선행연구를 바탕으로 기대동기와 사회동기를 선택하였다.

제주대학교 중앙도서관
JEJU NATIONAL UNIVERSITY LIBRARY

2) 정보탐색매체

본 연구에서 10개의 정보원천은 관광정보원천에 관한 선행연구 및 기타 참고문헌을 바탕으로 추출하였으며 “조언”, “공공기관의 간행물”, “신문과 잡지의 기사”, “인터넷 검색자료”, “여행사 직원”, “여행설명회”, “여행전문가”, “TV와 라디오의 광고”, “신문과 잡지의 광고”, “관광업체의 홍보물”로 구분하였다.

3) 라이프스타일

라이프스타일은 인간의 생활양식을 의미하며 선호나, 취향, 습관, 문화, 성격 등을 결정하는 개인의 핵심 성격을 의미하는데 본 논문은 개인이 지향하는 형태에 따라 여가・레저형, 자기만족형, 지적탐구형, 보수안정형 4가지 유형으로 한정하였다.

4) 관광객 특성 요인

관광객의 인구통계적 특성에 대한 것으로 성별, 나이, 학력, 직업, 월소득 등으로 구분한다.

3. 가설의 설정

[도 Ⅲ-1]의 연구모형은 독립변수로는 관광동기유형 및 라이프스타일유형을 선정하였고, 종속변수로는 관광정보탐색 선정하여 관광정보탐색행동에 영향을 미치는 요인을 관광동기와 라이프스타일을 중심으로 밝히고자 설정하였다.

1) 관광동기와 정보탐색

관광의 동기는 학자들의 구분방법에 따라 매우 다양한 양상을 띄고 있다. 관광동기는 관광지를 선택하고 관광욕구를 유발하며 관광지에 대한 주관적인 신념의 평가를 통하여 여행의 방향을 결정하는 역할을 한다.

조명환은[49] 관광동기는 사회학과 심리학으로부터 그 이론을 차용해 온 것으로 사회학에서는 집단과 사회구조와 관련되며 심리학에서는 개인행동과 관련하여 특정시점에 주어진 아주 광범위한 초개념적이며 또한 신체적 혹은 성격에 따라 발생하는 과정과 관계가 있다고 하였다.

관광동기와 정보탐색과의 관계를 밝힌 연구는 많지 않았으며 이들의 연구에서도 관광동기와 정보탐색의 관계를 명확히 밝히기보다는 관광객의 의사결정과정의 한 세부절차라고 밝히고 있다.

Alister은[50] 관광객의 사회경제·형태적 특징에 따른 관광욕구에 따라 정보탐색, 관광객의 의사결정 및 관광경험과 평가에 영향관계가 있음을 밝혔다.

이명진은[51] 관광여행자 정보탐색과정에서 자극과 문제인식에 따라 정보탐색에는 차

49) 조명환, “관광동기연구에 관한 재고찰,” 관광·레져연구, 제6호, 1994, pp. 94-95.
50) Alister Mathienson et al., The Tourism System, 1985, p.103.
51) 이명진, 전게논문, PP.143-144.

이가 있으며, 처리과정에 영향을 준다고 밝히고 있다.

위의 연구들을 중심으로 본 연구에서는 관광동기의 유형으로는 이탈동기, 기대동기, 학습동기, 사회동기를 요인으로 하고 관광정보탐색의 변수들로는 비상업적 인적정보, 비상업적 매체정보, 상업적 인적정보, 상업적매체정보를 선정하여 다음과 같은 가설을 검증하고자 한다.

가설1 : 관광객의 관광동기유형이 정보탐색유형에 영향을 미칠 것이다.

가설1-1 : 관광동기유형이 비상업적 인적정보에 영향을 미칠 것이다.

가설1-2 : 관광동기유형이 비상업적 매체정보에 영향을 미칠 것이다.

가설1-3 : 관광동기유형이 상업적 인적정보에 영향을 미칠 것이다.

가설1-4 : 관광동기유형이 상업적 매체정보에 영향을 미칠 것이다.

2) 라이프스타일

라이프스타일 조사항목은 Plummer가 제시한 라이프스타일 차원(AIO항목)을 기준으로 하여 선행연구들 중에서 유사한 항목을 선정하여 총 18항목으로 구성하였다. 이 항목들을 '자기만족형', '여가・레져지향형', '지적탐구형', '보수안정형',의 요인들로 나누어 다음과 같은 가설을 검증하고자 한다.

제주대학교 중앙도서관
JEJU NATIONAL UNIVERSITY LIBRARY

가설2 : 관광객의 라이프스타일유형이 정보탐색유형에 영향을 미칠 것이다.

가설2-1 : 라이프스타일유형이 비상업적 인적정보에 영향을 미칠 것이다.

가설2-2 : 라이프스타일유형이 비상업적 매체정보에 영향을 미칠 것이다.

가설2-3 : 라이프스타일유형이 상업적 인적정보에 영향을 미칠 것이다.

가설2-4 : 라이프스타일유형이 상업적 매체정보에 영향을 미칠 것이다.

가설3 : 관광객의 라이프스타일유형이 관광동기유형에 영향을 미칠 것이다.

가설3-1 : 라이프스타일유형이 이탈동기에 영향을 미칠 것이다.

가설3-2 : 라이프스타일유형이 기대동기에 영향을 미칠 것이다.

가설3-3 : 라이프스타일유형이 학습동기에 영향을 미칠 것이다.

가설3-4 : 라이프스타일유형이 사회동기에 영향을 미칠 것이다.

3) 관광객의 특성

황현철과 박재헌은[52] 정보탐색 행동유형과 관광객 특성으로서 정보탐색 행동유형은 관광객의 특성에 따라 달리 나타난다고 하였다.

Fodness와 Murray는 사회·경제적 지위에 따라서 정보탐색에는 집단간의 유의한 차이가 있음을 밝혔다.

조형오는[53] 한국인의 라이프스타일 특징 및 라이프스타일 유형별 매체이용행위, 소비행위 등 다양한 행태적 영역에 대한 분석을 실시하였다. 그 결과 한국인을 6개의 라이프스타일 유형으로 분류하였으며 인구통계적 특징 및 매체행위이용에 있어서 뚜렷한 차이가 있다고 하였다.

위와 같은 연구를 중심으로 관광객 특성에 대한 다음과 같은 가설을 설정하였다.

가설4 : 인구통계적 특성에 따라 정보탐색유형에는 차이가 있을 것이다.

가설4-1 : 성별에 따라 정보탐색유형에는 차이가 있을 것이다.

가설4-2 : 연령에 따라 정보탐색유형에는 차이가 있을 것이다.

가설4-3 : 직업에 따라 정보탐색유형에는 차이가 있을 것이다.

가설4-4 : 교육수준에 따라 정보탐색유형에는 차이가 있을 것이다.

가설4-5 : 소득수준에 따라 정보탐색유형에는 차이가 있을 것이다.

제주대학교 중앙도서관
JEJU NATIONAL UNIVERSITY LIBRARY

가설5 : 인구통계적 특성에 따라 라이프스타일유형에 차이가 있을 것이다.

가설5-1 : 성별에 따라 라이프스타일유형에는 차이가 있을 것이다.

가설5-2 : 연령에 따라 라이프스타일유형에는 차이가 있을 것이다.

가설5-3 : 직업에 따라 라이프스타일유형에는 차이가 있을 것이다.

가설5-4 : 교육수준에 따라 라이프스타일유형에는 차이가 있을 것이다.

가설5-5 : 소득수준에 따라 라이프스타일유형에는 차이가 있을 것이다.

---

52) 황현철·박재현, "관광정보 탐색 행동유형에 관한 연구", 산업경제연구, 제13권,제6호, 한국산업경제학회, 2000, p.227.

53) 조형오, 전게논문, pp.223-241.

Ⅳ.실증분석

1. 표본의 집단의 조사개요

1) 자료의 수집 및 설문의 구성

본 연구는 관광객의 관광정보 탐색행동에 영향을 미치는 요인을 관광동기와 라이프스타일을 중심으로 밝히고자 하였다. 실증분석을 위해 실제 관광객을 대상으로 기초자료를 얻기 위해서 제주도를 방문하고 관광을 마치고 돌아가는 관광객을 모집단으로 하여 무작위추출법을 이용하여 표본을 추출하였다. 표본추출을 위한 설문조사는 제주공항에서 실시하였고, 설문조사 결과 350명의 표본으로부터 연구의 기초자료로 활용할 수 있는 표본으로서 305명의 표본을 분석에 이용하였다. 수집된 자료의 분석에는 EXCEL 프로그램과 SPSS통계 패키지7.5를 사용하였고, 가설 검증에 앞서 빈도분석 및 기술통계 분석을 이용하여 연구 표본의 인구통계적 특성과 관광특성을 분석하였다.

제주대학교 중앙도서관

본 연구에서는 자료의 수집과 측정을 위한 방법으로 설문조사 방법을 이용하였다. 설문은 선행 연구에서 사용했던 문항들을 이용한 것도 있고, 본 연구자가 연구에 맞게 재구성하여 사용한 것도 있다. 설문지는 [표 Ⅳ-1]에서 보는 것처럼 크게 여섯 부분으로 나누어 구성하였다. 제주관광에 대한 일반적인 항목, 관광동기에 관한 항목, 관광전 정보탐색에 관한 항목, 관광객의 라이프스타일에 관한 항목, 정보만족에 대한 항목, 그리고 인구통계적인 항목으로 이루어졌다. 관광동기, 정보탐색, 정보만족, 라이프스타일에 관한 항목은 7점 리커트 척도를 사용하였다.

[표 Ⅳ-1] 설문지의 구성

조사내용	문항	척도
제주관광에 대한 일반적 항목	5(Ⅰ. 1번-5번)	명목, 비율
관광동기에 대한 관한 항목	13(Ⅱ. 1번-13번)	등간 (7점 리커트)
관광전 정보탐색에 관한 항목	15(Ⅲ,Ⅴ)	등간 (7점 리커트)
1) 정보탐색매체에 관한 항목	10(Ⅲ. 1번-10번)	등간 (7점 리커트)
2) 탐색정보내용에 관한 항목	5(Ⅴ. 1번-5번)	등간 (7점 리커트)
라이프스타일에 관한 항목	18(Ⅳ. 1번-18번)	등간 (7점 리커트)
관광만족도에 관한 항목	14(Ⅵ,Ⅶ)	등간 (7점 리커트)
정보탐색노력	1(Ⅷ. 6번)	명목척도
인구통계적 항목	5(Ⅷ. 1번-5번)	명목, 비율

제주대학교 중앙도서관
JEJU NATIONAL UNIVERSITY LIBRARY

2) 표본의 인구통계적 특성

본 연구의 연구 표본은 성별, 연령별, 학력별, 직업별, 월 평균 소득별로 분류하였는데 그 결과는 다음과 같다.

제주 관광을 마치고 돌아가는 설문 응답자의 성별분포는 [표 Ⅳ-2]와 같이 남자가 55.1%, 여자가 44.9%로 남자가 여자보다 다소 많았다. 응답자들의 연령분포를 보면 30대가 43.6%로 가장 많았고, 20대(38.0%), 40대(14.4%), 50대(3.9%)순으로 나타났다.

응답자들의 학력분포는 대졸자가 37.4%로 가장 많고 전문재졸(29.0%), 고줄이하(19.7%), 대학원 재/졸(9.5%), 대학재학(9.2%)순으로 나타났다. 대학교 재학 및 졸업이상의 고학력자는 79.1%로 대부분을 차지했다. 직업분포는 회사원이 30.5%로 가장 많이 나타났고 전문직(22%), 기타(15.4%), 전업주부(10.2%), 공무원(7.9%), 상업(6.9%), 농업(3%)순으로 나타났다. 월소득 분포는 100만원이상-200만원이하가 39.3%로 가장 많았고 200만원이상-300만원이하(21.3%), 50만원이상-100만원이하(12.8%), 300만원이상-400만원이하(10.2%), 50만원미만(6.9%), 400만원이상(6.2%)순으로 나타났다.

제주대학교 중앙도서관
JEJU NATIONAL UNIVERSITY LIBRARY

[표 Ⅳ-2] 응답자의 인구통계학적 분포

변수명	설문지 구성	빈도	비율	합계(%)
성별	남	168	55.1	305
	여	137	44.9	(100)
연령	20대	116	38.0	305 (100)
	30대	133	43.6	
	40대	44	14.4	
	50대	12	3.9	
학력	고졸이하	60	19.7	301 (98.7)
	전문대졸	70	23.0	
	대학재학	28	9.2	
	대졸	114	37.4	
	대학원 재학/졸	29	9.5	
직업	학생	21	6.9	305 (100)
	회사원	93	30.5	
	전문직	67	22.0	
	공무원	24	7.9	
	전업주부	31	10.2	
	농업	1	0.3	
	상업	21	6.9	
	기타	47	15.4	
월평균소득	50만원미만	21	6.9	295 (96.7)
	50만원이상-100만원이하	39	12.8	
	100만원이상-200만원이하	120	39.3	
	200만원이상-300만원이하	65	21.3	
	300만원이상-400만원이하	31	10.2	
	400만원이상	19	6.4	
정보탐색노력 (정보탐색횟수)	1-2회	72	23.6	304 (99.7)
	3-4회	102	33.5	
	5-6회	87	28.5	
	7-8회	20	6.5	
	9회이상	23	7.5	

제주대학교 중앙도서관
JEJU NATIONAL UNIVERSITY LIBRARY

3) 표본의 관광형태적 특성

본 연구에서 이용된 관광객의 관광특성은 방문횟수, 여행형태, 일행수, 여행기간, 여행전 여행지 정보상태로 나누었고, 빈도분석을 실시한 결과는 다음과 같다,

응답자들의 제주관광형태를 조사한 결과 [표 Ⅳ-3]에서 보는 바와 같이 여행형태에서는 신혼여행 형태가 25.9%로 가장 많았고, 가족관광이 23.9%, 개인관광 18.7%, 단체관광 11.8%로 나타났으며 신혼여행 형태가 가장 많은 이유는 조사시점이 결혼시즌이었기 때문이며 다음으로는 관광객들은 가족관광을 많이 선호있는 것으로 나타났다. 제주관광 방문횟수는 처음 제주를 방문하는 사람이 26.9%로 가장 많았고 두 번째 방문은 25.9%, 5회이상의 방문은 21.6%로 나타났다. 신혼여행객이 많았던 것을 생각하면 대체로 관광객들은 제주방문경험이 많았음을 알수 있다. 제주 관광 일행 수는 2인 43.9%로 가장 많았는데 이는 위에서 보았듯이 신혼여행객이 많았기 때문에 기인한 것으로 보인다. 다음으로 5인이상이 25.6%, 3인이 11.8%순으로 나타난 것은 가족관광객과 단체관광 비중에 의한 것으로 보인다. 관광객들의 여행기간은 2박 3일 형태가 43.9%로 가장 많았고 3박 4일이 31.1%, 1박 2일이 8.9%순으로 나타난 것으로 보아 여행자들은 2-3일의 비교적 짧은 여행을 선호하고 있음을 알수 있다. 여행전 제주도에 대한 여행지 정보상태는 보통수준이 71.8%로 가장 많았고 낮은 정보수준이 19.0%, 높은 정보수준이 8.2%로 나타났다.

제주대학교 중앙도서관
JEJU NATIONAL UNIVERSITY LIBRARY

[표 Ⅳ-3] 응답자의 제주관광특성

변수명	설문지 구성	빈도	비율	합계
관광형태	개인관광	57	18.7	305 (100)
	신혼여행	79	25.9	
	가족관광	73	23.9	
	단체관광	36	11.8	
	기타	60	19.7	
방문횟수	첫 번째	82	26.9	305 (100)
	두 번째	79	25.9	
	세 번째	54	17.7	
	네 번째	24	7.9	
	다섯 번째 이상	66	21.6	
일행수	단독	28	9.2	305 (100)
	2인	134	43.9	
	3인	36	11.8	
	4인	29	9.5	
	5인 이상	78	25.6	
여행기간	하루	8	2.6	305 (100)
	1박	27	8.9	
	2박	134	43.9	
	3박	95	31.1	
	4박	13	4.3	
	5박 이상	28	9.2	
여행지 정보상태	낮음	58	19.0	302 (99.0)
	보통	219	71.8	
	높음	25	8.2	

제주대학교 중앙도서관
JEJU NATIONAL UNIVERSITY LIBRARY

2. 신뢰성 및 타당성 분석

본 절에서는 구체적인 자료분석에 들어가기 이전에 측정 항목들의 적절성을 평가하였다. 변수들의 다 항목 척도간의 신뢰성 분석은 크롬바하 알파(α)값에 의해, 그리고 측정 항목의 선별 및 정교화를 위한 타당성 분석은 요인분석에 의해 검토하였다.

1) 관광동기의 유형에 대한 요인분석과 신뢰도 분석 및 타당성 분석

신뢰성 분석은 동일한 개념을 독립된 측정 방법으로 측정한 경우 결과가 비슷하게 나타나야 한다는 것을 전제로 하는데 신뢰도는 측정도구의 정확성이나 정밀성을 나타내는 것으로 의존가능성, 안정성, 일치성, 예측가능성, 그리고 정확성과 동일한 의미를 갖는다.[54] 본 연구에서는 신뢰성을 검증하기 위하여 크롬바하 알파(α) 값을 확인하였는데 요인별로 α의 값이 0.60이상으로 추출되었을 경우 측정척도의 신뢰도가 양호한 것으로 평가된다. 관광동기를 보면 이탈동기의 경우 90.4%, 기대동기의 경우62.6%, 사회동기의 경우 74.7%, 마지막으로 학습동기의 경우 76.4%으로 전반적인 신뢰도가 76.1%로 다소 높은 것으로 나타났다.

제주대학교 중앙도서관
JEJU NATIONAL UNIVERSITY LIBRARY

타당성의 검증은 측정하고자 하는 것이 제대로 정확한 측정이 이루어지고 있느냐를 나타내는 개념으로 내용타당성, 개념타당성, 구성타당성 등으로 구성되어 있으며, 본 연구에서는 독립변수인 관광동기와 라이프스타일이 종속변수인 정보탐색과 관광동기와의 영향관계의 구조를 이해하기 위하여 다변량 통계기법 중의 하나인 요인분석(Factor Analysis)을 이용하여 변수들을 요약하였다. 요인분석은 변수들간의 관계를 찾아내어 변수를 단순화하고자 할 때 사용되는데, 항목들간의 상관관계가 높은 변수들끼리 하나의 요인으로 통일시켜 요인들간에 상호독립성을 유지하도록 하는 것을 말한다. 이러한 요인분석은 도출된 새로운 요인이 요인점수를 바탕으로 추가적인 분석에 이용할 수 있다는 장점이 있는 반면 변수제거로 인한 정보손실을 가져올 수 있는 양명성을 가지고 있다. 본 연구의 요인추출 모델로는 주성분 분석을 사용하였고, 요인적재치를 단순화하기 위하여 직각회전의 방법중에서 베리멕스 회전방식을 채택하였다.

54) 정충영 · 최이규, 「SPSSWIN을 이용한 통계분석」, 무역경영사, 2000, p.198.

관광동기에 대한 요인분석의 결과 4가지의 요인이 추출되었으며, 전체 요인이 설명하는 총분산 설명력은 67.3%이며, 이에 다른 요인별 신뢰도는 [표 Ⅳ-4]에서 보는 바와 같다.

[표 Ⅳ-4] 관광동기 유형에 대한 요인분석과 신뢰성 및 타당성 분석

관광동기	이탈동기	기대동기	학습동기	사회동기	공통성	Cronbach Alpha(α)
스트레스, 긴장해소 일상에서 벗어남 휴양을 위해 도시를 벗어남	.840 .859 .875 .861				.728 .785 .796 .767	.9046
흥분시키는 것 스릴과 흥분 재미와 오락		.900 .928 .538			.820 .871 .419	.6248
견문을 위해 다른문화경험			.877 .803		.833 .772	.7649
회의, 행사참석 사업상 목적				.855 .853	.744 .772	.7477
아이겐값 분산(%) 누적분산(%)	4.082 31.39 31.39	1.927 14.82 46.22	1.497 11.51 57.73	1.249 9.60 67.34		

a : 요인회전후, 아이겐 값이 1을 넘는 요인들을 추출하여, 추출된 요인별 설명분산의 누적계수는 67.3%임

b : 요인 적재량이 0.5이상인 변수들을 나타냄

제주대학교 중앙도서관
JEJU NATIONAL UNIVERSITY LIBRARY

2) 정보탐색 유형 요인분석과 신뢰성 및 타당성 분석

정보탐색 유형은 선행연구에서 추출된 4가지로 구성하였으며 이에 대한 신뢰도 분석은 상업형 인적정보의 경우 74.0%, 상업형 매체정보의 경우 82.17%이며 마지막으로 비상업형 매체정보의 경우 56.26%로 전체 신뢰도의 차원에서 보면 70.81%로 높게 나타났다. 정보탐색에 대한 요인분석의 결과 4가지의 요인이 추출되었으며, 전체 요인이 설명하는 총분산 설명력은 69.2%, 이에 다른 요인별 신뢰도는 [표 Ⅳ-5]에서 보는 바

와 같다.

[표 Ⅳ-5] 정보탐색의 요인분석과 신뢰성 및 타당성 분석

정보탐색	비상업형 매체정보	상업형 매체정보	비상업형 인적정보	상업형 인적정보	공통성	Cronbach Alpha(α)
공공기관의 간행물 신문, 잡지의 기사 인터넷 검색자료	.688 .608 .706				.675 .695 .563	.5626
TV・잡지의 광고 신문과 잡지광고		.855 .868			.778 ..824	.8217
조언 (친구/가족등)			.920		.848	
여행사의 직원 여행설명회 여행전문가				.750 .818 .809	.622 .776 .730	.7400
아이겐값 분산(%) 누적분산(%)	3.307 33.07 33.07	14.26 14.25 47.32	1.153 11.53 58.86	1.038 10.38 69.24		

a : 요인회전후, 아이겐 값이 1을 넘는 요인들을 추출하여, 추출된 요인별 설명분산의 누적계수는 69.2%임

b : 요인 적재량이 0.5이상인 변수들을 나타냄

제주대학교 중앙도서관
JEJU NATIONAL UNIVERSITY LIBRARY

3) 라이프스타일의 유형에 대한 요인분석 및 신뢰도 분석

라이프스타일을 측정하기 위해 18개의 변수를 요인분석한 결과 [표 Ⅳ-6]과 같이 요인을 4개로 산출되었으며 조사 대상을 요인별로 집단화하기 위하여 각각의 조사대상에 대해 이 요인의 점수를 계산한 후 가장 점수가 높은 유형에 할당하였다. 적재치가 0.45 이하는 제외시켰다. 이들은 전체로써 47.5%의 설명력을 보였고 구성문항 성격에 따라 자기만족형, 여가・레져 지향형, 지적 탐구형, 보수 안정형으로 명명하였다.

[표 Ⅳ-6] 라이프스타일의 요인분석 및 신뢰도 분석

요인명	설 문 항	요 인 적재량	고유치	Cronbach Alpha(α)
자기만족형 (20.6%)	-나의 생활과 활동중 중요한 부분은 멋지게 옷 입는 일이다. -사는 방식에 있어 남과 달라 보이고 싶다. -옷차림에 신경을 쓴다. -밝고 화려하고 자극적인 것을 좋아한다.	.817 .752 .866 .688	3.711	.7847
여가・레저 지향형 (11.5%)	-주말에는 외식을 하는 것도 필요하다. -집의 실내장식은 현대적 분위기가 나는 것이 좋다. -다른 지역여행시 지역의 풍습과 문화에 흥미를 느낀다. -나는 인생의 자신의 취미를 살려 생활하고 싶다.	.717 .644 .465 .611	2.075	.5651
지적 탐구형 (8.4%)	-경제나 기업활동에 관심이 많다. -가능하다면 에베레스트산을 정복하고 싶다. -TV시청시 연속극보다는 시사토론을 선호한다.	.676 .541 .760	1.527	.7847
보수안정형 (6.9%)	-여성이 담배를 피우는 것은 나쁘다. -영화는 반드시 검열을 받아야 한다.	.642 .640	1.248	.3614

a : 요인회전후, 아이겐 값이 1을 넘는 요인들을 추출하여, 추출된 요인별 설명분산의 누적계수는 47.5%임

b : 요인 적재량이 0.5이상인 변수들을 나타냄

제주대학교 중앙도서관 JEJU NATIONAL UNIVERSITY LIBRARY

3. 연구가설의 검증

본 절에서는 연구 모형을 통해 설정한 가설에 대한 검증을 실시하였다. 가설1, 가설2, 가설3은 회귀분석을 이용하였고 가설4, 가설5는 T-Test와 일원분산분석을 이용하여 분석하여, 분석결과 유의한 차이가 있는 결과만 도표화하였다.

1)가설1의 검증

가설1 : 관광객의 관광동기유형이 정보탐색유형에 영향을 미칠 것이다.

가설1-1 : 관광동기유형이 비상업적 인적정보에 영향을 미칠 것이다.

가설1-2 : 관광동기유형이 비상업적 매체정보에 영향을 미칠 것이다.

가설1-3 : 관광동기유형이 상업적 매체정보에 영향을 미칠 것이다.

제주대학교 중앙도서관
JEJU NATIONAL UNIVERSITY LIBRARY

관광동기유형에 따라 관광객의 정보탐색에 영향을 미칠 것이라는 가설1의 검증을 위하여 요인분석을 실시하였으며, 이를 결과로 하여 회귀분석을 실시하였다. 관광동기의 구성을 이탈동기, 기대동기, 학습동기, 사회동기로 나누었으며 요인분석을 통해 이 4가지 요인으로 묶여짐에 따라 이를 바탕으로 분석을 하였다.

(1) 가설 1-1의 검증

[표 Ⅳ-7] 관광동기가 비상업적 인적정보에 미치는 영향

구분	요인명	회귀계수 (B)	표준오차	표준화된 회귀계수	T	Sig.
비상업적 인적정보	학습동기	.164	.062	.154	2.667	.008**
	R^2=.024 수정R^2=.020 상수=3.422 F=7.115 p=.008					

(** p<0.01, * p<0.05 수준에서 유의함)

가설1-1을 분석한 결과 [표 Ⅳ-7]에서 나타난 것처럼 F값이 7.115로 유의수준 1%의

수준에서 통계적으로 유의한 것으로 나타났으며 R^2는 .024로 2.4%의 설명력을 보이고 있다. 또한 회귀식에서 투입된 속성의 회귀계수에 대한 F검증의 결과 1%수준에서 통계적으로 유의한 것으로 나타나 약한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

(2) 가설 1-2의 검증

[표 Ⅳ-8] 관광동기가 비상업적 매체정보에 미치는 영향

구분	요인명	회귀계수 (B)	표준오차	표준화된 회귀계수	T	Sig.
비상업적 매체정보	이탈동기	.118	.046	.156	2.564	**.011***
	학습동기	.103	.047	.134	2.204	**.028***
	R^2=.058 수정R^2=.051 상수=2.507 F=8.905 p=.000					

(** p<0.01, * p<0.05 수준에서 유의함)

제주대학교 중앙도서관

가설1-2을 분석한 결과 [표 Ⅳ-8]에서 나타난 것처럼 F값이 8.905로 유의수준 1%의 수준에서 통계적으로 유의한 것으로 나타났으며 R^2는 .051로 5.1%의 설명력을 보이고 있다. 또한 회귀식에서 투입된 속성의 회귀계수에 대한 F검증의 결과 1%수준에서 통계적으로 유의한 것으로 나타나 약한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

(3) 가설 1-3의 검증

[표 Ⅳ-9] 관광동기가 상업적 매체정보에 미치는 영향

구분	요인명	회귀계수 (B)	표준오차	표준화된 회귀계수	T	Sig.
상업적 매체정보	학습동기	.154	.052	.171	2.966	**.003****
	R^2=.029 수정R^2=.026 상수=2.055 F=8.796 p=.003					

(** p<0.01, * p<0.05 수준에서 유의함)

가설1-3을 분석한 결과 [표 Ⅳ-9]에서 나타난 것처럼 F값이 8.796로 유의수준 1%의 수준에서 통계적으로 유의한 것으로 나타났으며 R^2는 .026로 2.6%의 설명력을 보이고 있다. 또한 회귀식에서 투입된 속성의 회귀계수에 대한 F검증의 결과 1%수준에서 통계적으로 유의한 것으로 나타나 약한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

2) 가설2의 검증

가설2 : 관광객의 라이프스타일유형이 정보탐색유형에 영향을 미칠 것이다.

가설2-1 : 라이프스타일유형이 비상업형 인적정보에 영향을 미칠 것이다.

가설2-2 : 라이프스타일유형이 상업형 매체정보에 영향을 미칠 것이다.

관광객의 라이프스타일유형에 따라 관광객의 정보탐색에 영향을 미칠 것이라는 가설2의 검증을 위하여 요인분석을 실시하였으며, 이를 결과로 하여 회귀분석을 실시하였다. 관광객의 라이프스타일유형의 구성을 자기만족형, 여가・레져형, 지적탐구형, 보수안정형으로로 나누었으며 요인분석을 통해 이 4가지 요인으로 묶여짐에 따라 이를 바탕으로 분석을 하였다.

제주대학교 중앙도서관
JEJU NATIONAL UNIVERSITY LIBRARY

(1) 가설 2-1 검증

[표 Ⅳ-10] 관광객의 라이프스타일유형이 비상업적 인적정보에 미치는 영향

구분	요인명	회귀계수 (B)	표준오차	표준화된 회귀계수	T	Sig.
비상업적 인적정보	자기만족형	.233	.082	.169	2.836	.005**
	R^2=.029 수정R^2=.025 상수=3.072 F=8.041 p=.005					

(** p<0.01, * p<0.05 수준에서 유의함)

가설2-1을 분석한 결과 [표 Ⅳ-10]에서 나타난 것처럼 F값이 8.041로 유의수준 1%의 수준에서 통계적으로 유의한 것으로 나타났으며 R^2는 .029로 2.9%의 설명력을 보

이고 있다. 또한 회귀식에서 투입된 속성의 회귀계수에 대한 F검증의 결과 1%수준에서 통계적으로 유의한 것으로 나타나 약한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

(2) 가설 2-2 검증

[표 Ⅳ-11] 관광객의 라이프스타일유형이 상업적 매체정보에 미치는 영향

구분	요인명	회귀계수 (B)	표준오차	표준화된 회귀계수	T	Sig.
상업적 매체정보	보수안정형	.125	.562	.136	2.257	.025*
	R^2=.019 수정R^2=.015 상수=2.027 F=5.094 p=.025					

(**p<0.01, * p<0.05 수준에서 유의함)

가설2-2을 분석한 결과 [표 Ⅳ-11]에서 나타난 것처럼 F값이 5.094로 유의수준 1%의 수준에서 통계적으로 유의한 것으로 나타났으며 R^2는 .019로 1.9%의 설명력을 보이고 있다. 또한 회귀식에서 투입된 속성의 회귀계수에 대한 F검증의 결과 1%수준에서 통계적으로 유의한 것으로 나타나 약한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

제주대학교 중앙도서관
JEJU NATIONAL UNIVERSITY LIBRARY

3) 가설3의 검증

가설3 : 관광객의 라이프스타일유형이 관광동기유형에 영향을 미칠 것이다.

가설3-1 : 라이프스타일유형이 이탈동기에 영향을 미칠 것이다.

가설3-2 : 라이프스타일유형이 기대동기에 영향을 미칠 것이다.

가설3-3 : 라이프스타일유형이 학습동기에 영향을 미칠 것이다.

관광객의 라이프스타일유형에 따라 관광객의 관광동기에 영향을 미칠 것이라는 가설3의 검증을 위하여 요인분석을 실시하였으며, 이를 결과로 하여 회귀분석을 실시하였다. 관광객의 라이프스타일유형의 구성을 자기만족형, 여가・레져형, 지적탐구형, 보수안정형으로로 나누었으며 요인분석을 통해 이 4가지 요인으로 묶여짐에 따라 이를

바탕으로 분석을 하였다.

(1) 가설 3-1의 검증

[표 Ⅳ-12] 관광객의 라이프스타일 유형이 이탈동기에 미치는 영향

구분	요인명	회귀계수 (B)	표준오차	표준화된 회귀계수	T	Sig.
이탈동기	자기만족형	.255	.083	.190	3.074	.002**
	여가・레저형	.346	.115	.186	3.008	.003**
	R^2=.095 수정R^2=.088 상수=1.340 F=14.175 p=.000					

(** p<0.01, * p<0.05 수준에서 유의함)

가설3-1을 분석한 결과 [표 Ⅳ-12]에서 나타난 것처럼 F값이 14.175로 유의수준 1%의 수준에서 통계적으로 유의한 것으로 나타났으며 R^2는 .095로 9.5%의 설명력을 보이고 있다. 또한 회귀식에서 투입된 속성의 회귀계수에 대한 F검증의 결과 1%수준에서 통계적으로 유의한 것으로 나타나 약한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

(2) 가설3-2의 검증

[표 Ⅳ-13] 관광객의 라이프스타일유형이 기대동기에 미치는 영향

구분	요인명	회귀계수 (B)	표준오차	표준화된 회귀계수	T	Sig.
기대동기	자기만족형	.238	.057	.246	4.162	.000**
	R^2=.060 수정R^2=.057 상수=1.333 F=17.322 p=.000					

(**p<0.01, * p<0.05 수준에서 유의함)

가설3-2을 분석한 결과 [표 Ⅳ-13]에서 나타난 것처럼 F값이 17.322로 유의수준 1%

의 수준에서 통계적으로 유의한 것으로 나타났으며 R^2는 .060로 6.0%의 설명력을 보이고 있다. 또한 회귀식에서 투입된 속성의 회귀계수에 대한 F검증의 결과 1%수준에서 통계적으로 유의한 것으로 나타나 약한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

(3) 가설 3-3의 검증

[표 Ⅳ-14] 관광객의 라이프스타일 유형이 학습동기에 미치는 영향

구분	요인명	회귀계수 (B)	표준오차	표준화된 회귀계수	T	Sig.
학습동기	여가・레저형	.259	.112	.147	2.318	.021**
	자기만족형	.174	.081	.136	2.141	.033**
	R^2=.054 수정R^2=.047 상수=1.437 F=7.650 p=.001					

(** p<0.01, * p<0.05 수준에서 유의함)

제주대학교 중앙도서관
JEJU NATIONAL UNIVERSITY LIBRARY

가설3-3을 분석한 결과 [표 Ⅳ-14]에서 나타난 것처럼 F값이 7.650로 유의수준 1%의 수준에서 통계적으로 유의한 것으로 나타났으며 R^2는 .054로 5.4%의 설명력을 보이고 있다. 또한 회귀식에서 투입된 속성의 회귀계수에 대한 F검증의 결과 1%수준에서 통계적으로 유의한 것으로 나타나 약한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

4) 가설 4의 검증

가설4 : 인구통계적 특성에 따라 정보탐색유형에는 차이가 있을 것이다.

가설4-1 : 성별에 따라 정보탐색유형에는 차이가 있을 것이다.

가설4-2 : 연령에 따라 정보탐색유형에는 차이가 있을 것이다.

가설4-3 : 직업에 따라 정보탐색유형에는 차이가 있을 것이다.

가설4-4 : 교육수준에 따라 정보탐색유형에는 차이가 있을 것이다.

가설4-5 : 소득수준에 따라 정보탐색유형에는 차이가 있을 것이다.

관광객의 인구통계적 특성에 따라 정보탐색유형에는 차이가 있을 것이다를 검증하기 위하여, 인구통계적 특성 중 성별에 대한 측정은 집단간 차이검증(t-test)를 연령, 직업, 교육수준, 소득수준에 대한 측정은 분산분석(ANOVA)을 실시하였다.

(1) 가설 4-1의 검증

[표 Ⅳ-15] 성별에 따른 정보탐색 차이검증

구분	평 균		T값	P값
	남	여		
비상업적 인적정보	3.9405	4.0730	.256	.529
비상업적 매체정보	3.4271	3.3284	.009	.517
상업적 인적정보	2.1786	2.1259	2.648	.729
상업적 매체정보	2.5120	2.6889	2.315	.318

제주대학교 중앙도서관

가설4-1의 성별에 따라 정보탐색에 차이가 있을 것이다를 검증하기 위하여 집단간 차이검증(t-test)을 실시하였다. 검증결과 [표 Ⅳ-15]와 같이 관광정보탐색에 있어서 남·녀간에는 통계적으로 유의한 차이는 없는 것으로 나타났으며 여성들은 남성보다 비상업적 인적정보와 비상업적 매체정보의 선호에 차이가 없는 것으로 나타났고 남성들도 상업적 인적정보와 상업적 매체정보의 선호에는 차이가 없는 것으로 나타났다.

(2) 가설 4-2의 검증

가설 4-2는 연령에 따라 정보탐색에는 차이가 있을 것이다를 검증하기 위하여 분산분석을 실시하였다. 검증결과 [표 Ⅳ-16]과 같이 상업적 매체정보(TV·잡지의 광고, 신문광고)에서 통계적으로 유의한 것으로 나타났다. 상업적 매체정보는 F값이 3.725, p=.012로 나타나 유의수준 5%에서 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 상업적 매체정보는 50대이상, 30대, 40대, 20대의 순서대로 정보를 더 탐색하는 것으로 나타났다. 비상업적 인적정보에서는 20대와 50대이상이 더 탐색을 하였고 비상업적 매체정보는 20대와 30대, 40대, 50대이상 순으로 탐색을 하는 것으로 나타났다. 상

업적 인적정보에서는 40대와 50대이상이 정보를 더 탐색하고 있는 것으로 조사되었다.

[표 Ⅳ-16] 연령에 따른 정보탐색 차이검증

구분	평 균				F값	P값
	20대	30대	40대	50대이상		
비상업적 인적정보	4.189	3.902	3.750	4.166	.853	.466
비상업적 매체정보	3.583	3.469	3.340	3.278	.538	.657
상업적 인적정보	2.103	2.114	2.310	2.155	.649	.584
상업적 매체정보	2.369	2.659	2.636	3.909	3.725	.012**

(** p<0.01, * p<0.05 수준에서 유의함)

(3) 가설 4-3의 검증

제주대학교 중앙도서관

[표 Ⅳ-17] 교육수준에 따른 정보탐색 차이검증

구분	평 균					F값	P값
	고졸 이하	전문대 졸	대학 재학	대학 졸업	대학원 재학/졸		
비상업적 인적정보	4.183	3.942	4.178	3.912	3.896	.322	.863
비상업적 매체정보	2.944	3.487	3.000	3.628	3.586	3.632	.007**
상업적 인적정보	1.944	2.470	2.166	2.017	2.310	1.865	.116
상업적 매체정보	2.550	2.570	2.142	2.949	2.392	1.679	.155

(** p<0.01, * p<0.05 수준에서 유의함)

가설 4-3는 교육수준에 따라 정보탐색에 차이가 있을 것이다를 검증하기 위한 분산분석(ANOVA)을 실시하였다. 검증결과 [표 Ⅳ-17]과 같이 비상업적 매체정보(공공기관의 간행물, 신문・잡지의 기사, 인터넷 검색자료)에서 통계적으로 유의한 것으로 나

타났다.

비상업적 매체정보는 F값이 3.632, p=.007으로 나타나 유의수준 5%에서 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 이는 대학원 졸업, 대학원 재학/졸, 전문재졸, 대학재학, 고졸의 순으로 비상업적 매체정보를 더 탐색하고 있는 것으로 나타나 고학력자일수록 비상업적 매체정보를 더 탐색하는 것을 알 수 있었다.

상업적 인적정보는 전문재졸가 더 탐색을 하였고, 상업적 매체정보는 대학 졸업자가 더 많이 탐색하고 있는 것으로 나타났다.

(4) 가설 4-4의 검증

가설 4-4는 직업에 따라 정보탐색에는 차이가 있을 것이다를 검증하기 위하여 분산분석을 실시하였다. 검증결과 [표 Ⅳ-18]과 같이 비상업적 매체정보(TV・잡지의 광고, 신문광고)에서 통계적으로 유의한 것으로 나타났다. 비상업적 매체정보는 F값이 2.113, p=.042로 나타나 유의수준 5%에서 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 비상업적 매체정보는 학생, 공무원, 회사원, 전업주부, 기타, 전문직, 농업, 상업의 순서대로 정보를 더 탐색하는 것으로 나타났다. 비상업적 인적정보에서는 농업, 기타, 학생 순으로 더 탐색을 하였고 상업적 인적정보는 공무원이 상업적 매체정보에서는 전업주부가 정보를 더 탐색하고 있는 것으로 조사되었다.

제주대학교 중앙도서관
JEJU NATIONAL UNIVERSITY LIBRARY

[표Ⅳ-18] 직업에 따른 정보탐색 차이검증

구분	평 균								F값	P값
	학생	회사원	전문직	공무원	전업주부	농업	상업	기타		
비상업적 인적정보	4.000	3.978	3.8955	3.8750	3.8065	5.000	3.5714	4.553	.923	.489
비상업적 매체정보	4..124	3.595	3.282	3.680	3.537	3.000	2.539	3.347	2.113	.042*
상업적 인적정보	2.254	2.126	2.194	2.569	2.155	1.000	2.063	1.964	.657	.709
상업적 매체정보	2.238	2.521	2.704	2.791	2.800	1.000	2.714	2.468	.589	.765

(** p<0.01, * p<0.05 수준에서 유의함)

(5) 가설 4-5의 검증

가설 4-5는 소득수준에 따라 정보탐색에 차이가 있을 것이다를 검증하기 위한 분산분석(ANOVA)을 실시하였다. 검증결과 [표 Ⅳ-19]과 같이 비상업적 인적정보(친구. 가족, 친척, 여행자 등)에서 통계적으로 유의한 것으로 나타났다.

비상업적 인적정보는 F값이 2.394, p=.038으로 나타나 유의수준 5%에서 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 이는 소득수준이 50만원이상~100이하, 100만원이상~200만원이하, 200만원이상~300만원이하, 400만원이상, 50만원이하, 300만원~400만원이하의 순으로 비상업적 인적정보를 더 탐색하고 있는 것으로 나타나 대체로 중상층일수록 비상업적 인적정보를 더 탐색하는 것을 알 수 있었다.

상업적 인적정보는 100만원이상~200만원이하가 더 탐색을 하였고, 상업적 매체정보는 300만원~400만원이하의 고소득자가 더 많이 탐색하고 있는 것으로 나타났다.

[표 Ⅳ-19] 소득수준에 따른 정보탐색 차이검증

구분	평 균						F값	P값
	50만원 이상	50만원 ~ 100만원	100만원 ~ 200만원	200만원 ~ 300만원	300만원 ~ 400만원	400만원 이상		
비상업적 인적정보	3.667	4.435	4.216	3.892	3.161	3.789	2.394	.038*
비상업적 매체정보	3.079	3.106	3.450	3.583	3.266	3.578	1.063	.381
상업적 인적정보	2.333	1.868	2.333	2.246	1.709	1.928	1.839	.105
상업적 매체정보	2.357	2.565	2.626	2.738	2.383	2.868	.436	.823

(** p<0.01, * p<0.05 수준에서 유의함)

5) 가설5의 검증

가설5 : 인구통계적 특성에 따라 라이프스타일유형에 차이가 있을 것이다.

가설5-1 : 성별에 따라 라이프스타일유형에는 차이가 있을 것이다.

가설5-2 : 연령에 따라 라이프스타일유형에는 차이가 있을 것이다.

가설5-3 : 직업에 따라 라이프스타일유형에는 차이가 있을 것이다.

가설5-4 : 교육수준에 따라 라이프스타일유형에는 차이가 있을 것이다.

가설5-5 : 소득수준에 따라 라이프스타일유형에는 차이가 있을 것이다.

관광객의 인구통계적 특성에 따라 라이프스타일유형에는 차이가 있을 것이다를 검증하기 위하여, 인구통계적 특성 중 성별에 대한 측정은 집단간 차이검증(t-test)를 연령, 직업, 교육수준, 소득수준에 대한 측정은 분산분석(ANOVA)을 실시하였다.

(1) 가설 5-1의 검증

[표 Ⅳ-20] 성별에 따른 라이프스타일 차이 검증

구분	평 균		T값	P값
	남	여		
자기만족형	3.797	3.940	.034	.349
여가・레져형	5.300	5.238	.428	.581
지적탐구형	4.100	3.290	.299	**.000****
보수안정형	3.756	3.785	.036	.875

제주대학교 중앙도서관 JEJU NATIONAL UNIVERSITY LIBRARY

가설5-1의 성별에 따라 라이프스타일 유형에 차이가 있을 것이다를 검증하기 위하여 집단간 차이검증(t-test)을 실시하였다. 검증결과 [표 Ⅳ-20]와 같이 라이프스타일에 있어서 지적탐구형은 통계적으로 유의한 것으로 나타났다.

지적탐구형은 F값이 .299, p=.000으로 나타나 유의수준 0.01에서 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났으며 남성들이 여성보다 경제나 기업활동에 관심이 많고 미지의 세계를 정복하고 싶어하며, 시사적인 정보를 선호하고 있다는 것으로 나타났다. 자기만족형에서는 여성들이 남성보다 화려하고 자극적인 것을 선호하며 옷차림과 생활방식에 신경을 쓰고 있다는 것으로 나타났다.

(2) 가설 5-2의 검증

[표 Ⅳ-21] 연령에 따른 라이프스타일 차이 검증

구분	평 균				F값	P값
	20대	30대	40대	50대이상		
자기만족형	3.973	3.793	3.869	3.545	.609	.610
여가・레져형	5.157	5.276	5.634	5.090	2.679	.047*
지적탐구형	3.353	3.836	4.271	4.424	7.583	.000**
보수안정형	3.771	3.60	4.090	4.454	1.804	.146

(** p<0.01, * p<0.05 수준에서 유의함)

가설 5-2는 연령에 따라 라이프스타일 유형에는 차이가 있을 것이다를 검증하기 위하여 분산분석을 실시하였다. 검증결과 [표 Ⅳ-21]과 같이 여가・레져형과 지적탐구형에서 통계적으로 유의한 것으로 나타났다.

제주대학교 중앙도서관 JEJU NATIONAL UNIVERSITY LIBRARY

여가・레져형은 F값이 2.679, p=.047로 나타나 유의수준 5%에서 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 이는 30~40대층이 경제적으로 여유가 생기기 시작하는 시기이고 경제적인 여유를 바탕으로 가족과 함께 여가를 즐기고 싶어한다는 것이 조사를 통해 나타났다. 지적탐구형은 F값이 7.583, p=.000로 나타나 유의수준 1%에서 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 이는 연령이 높을수록 사회문제와 경제적인 문제에 관심을 많이 갖고 있다는 것을 나타내고 있다. 자기만족형은 20대층이 많았고 보수안정형은 50대이상의 연령층이 높은 비중을 차지하고 있다.

(3) 가설 5-3의 검증

가설 5-3는 교육수준에 따라 라이프스타일에 차이가 있을 것이다를 검증하기 위한 분산분석(ANOVA)을 실시하였다. 검증결과 [표 Ⅳ-22]과 같이 보수안정형에서 통계적으로 유의한 것으로 나타났다.

보수안정형은 F값이 2.771, p=.028으로 나타나 유의수준 5%에서 통계적으로 유의한

차이가 있는 것으로 나타났다. 이는 고학력자일수록 개방적인면이 상대적으로 높은 것으로 나타났으며 저학력자일수록 보수안정형을 추구하고 있음을 조사를 통해서 나타났다.

[표 Ⅳ-22] 교육수준에 따른 라이프스타일 차이검증

구분	평 균					F값	P값
	고졸 이하	전문대 졸	대학 재학	대학 졸업	대학원 재학/졸		
자기만족	3.965	4.0110	3.634	3.763	3.922	.689	.600
여가・레져형	5.212	5.205	5.303	5.270	5.663	1.355	.250
지적탐구형	3.532	3.707	3.666	3.801	3.988	.739	.566
보수안정형	3.932	4.227	3.826	3.464	3.603	2.771	.028*

(** p<0.01, * p<0.05 수준에서 유의함)

제주대학교 중앙도서관
JEJU NATIONAL UNIVERSITY LIBRARY

(4) 가설 5-4의 검증

[표 Ⅳ-23] 직업에 따른 라이프스타일 차이검증

구분	평 균								F값	P값
	학생	회사원	전문직	공무원	전업 주부	농업	상업	기타		
보수 안정형	3.825	3.849	4.008	3.645	3.669	4.000	4.250	3.766	.604	.752
여가 레져형	5.416	5.277	5.226	5.347	5.346	6.250	5.432	5.272	.598	.757
지적 탐구형	3.460	3.726	3.513	4.041	3.400	6.000	4.386	3.918	2.211	.033*
보수 안정형	3.750	3.703	3.727	3.437	3.933	4.000	3.785	4.021	.391	.907

(** p<0.01, * p<0.05 수준에서 유의함)

가설 5-4는 직업에 따라 라이프스타일 유형에는 차이가 있을 것이다를 검증하기 위하여 분산분석을 실시하였다. 검증결과 [표Ⅳ-23]과 같이 지적탐구형에서 통계적으로 유의한 것으로 나타났다.

지적탐구형은 F값이 2.211, p=.033로 나타나 유의수준 5%에서 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 보수안정형은 기타, 농업, 전업주부, 상업, 학생, 공무원, 전문직, 회사원의 순서대로 보수안정형의 유형으로 나타났다.

(5) 가설 5-5의 검증

[표 Ⅳ-24] 소득수준에 따른 라이프스타일 차이검증

구분	평 균						F값	P값
	50만원 이상	50만원 ~ 100만원	100만원 ~ 200만원	200만원 ~ 300만원	300만원 ~ 400만원	400만원 이상		
자기만족형	3.500	3.916	3.830	4.011	3.853	4.000	.539	.747
여가・레져형	5.261	5.294	5.234	5.375	5.375	5.611	.668	.648
지적탐구형	3.460	3.261	3.681	3.919	4.214	4.438	3.387	.004**
보수안정형	3.825	3.878	3.822	3.685	3.661	3.631	.152	.979

(** p<0.01, * p<0.05 수준에서 유의함)

가설 5-5는 소득수준에 따라 라이프스타일 유형에 차이가 있을 것이다를 검증하기 위한 분산분석(ANOVA)을 실시하였다. 검증결과 [표 Ⅳ-24]과 같이 지적탐구형에서 통계적으로 유의한 것으로 나타났다.

지적탐구형은 F값이 3.387, p=.004으로 나타나 유의수준 1%에서 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 이는 소득수준이 400만원이상, 300만원이상～400만원이하, 200만원이상～300만원이하, 100만원이상～200만원이하, 50만원이하, 50만원이상～100만원이하의 순으로 나타나 고소득자일수록 경제나 기업활동에 관심이 많고 미지의 세계를 정복하고 싶어하며, 시사적인 정보를 선호하고 있다는 것이 조사를 통해 나타

났다.

6) 가설검증 결과

회귀분석과 t-test, ANOVA분석을 이용한 결과를 바탕으로 가설을 검증한 결과를 다음 페이지의 [표Ⅳ-25]와 같다.

제주대학교 중앙도서관
JEU NATIONAL UNIVERSITY LIBRARY

[표 Ⅳ-25] 연구가설의 검증 결과

가설번호		연 구 가 설	결과
가설1	가설1-1	관광동기유형이 비상업적 인적정보에 영향을 미칠 것이다	**채택**
	가설1-2	관광동기유형이 비상업적 매체정보에 영향을 미칠 것이다.	**채택**
	가설1-3	관광동기유형이 상업적 매체정보에 영향을 미칠 것이다	**채택**
가설2	가설2-1	라이프스타일유형이 비상업적 인적정보에 영향을 미칠 것이다.	**채택**
	가설2-2	라이프스타일유형이 상업적 매체정보에 영향을 미칠 것이다.	**채택**
가설3	가설3-1	라이프스타일유형이 이탈동기에 영향을 미칠 것이다.	**채택**
	가설3-2	라이프스타일유형이 기대동기에 영향을 미칠 것이다	**채택**
	가설3-3	라이프스타일유형이 학습동기에 영향을 미칠 것이다.	**채택**
가설4	가설4-1	연령에 따라 정보탐색유형에는 차이가 있을 것이다.	**채택**
	가설4-2	직업에 따라 정보탐색유형에는 차이가 있을 것이다.	**채택**
	가설4-3	교육수준에 따라 정보탐색유형에는 차이가 있을 것이다.	**채택**
	가설4-4	소득수준에 따라 정보탐색유형에는 차이가 있을 것이다.	**채택**
가설5	가설5-1	성별에 따라 라이프스타일유형에는 차이가 있을 것이다.	**채택**
	가설5-2	연령에 따라 라이프스타일유형에는 차이가 있을 것이다.	**채택**
	가설5-3	직업에 따라 라이프스타일유형에는 차이가 있을 것이다.	**채택**
	가설5-4	교육수준에 따라 라이프스타일유형에는 차이가 있을 것이다	**채택**
	가설5-5	소득수준에 따라 라이프스타일유형에는 차이가 있을 것이다.	**채택**

제주대학교 중앙도서관
JEJU NATIONAL UNIVERSITY LIBRARY

Ⅴ. 결론

1. 연구의 요약 및 시사점

1)연구의 요약

본 연구에서는 관광정보탐색행동에 영향을 미치는 요인을 관광동기와 라이프스타일을 중심으로 검증하고 인구통계적 특성에 따라 정보탐색과 라이프스타일에는 차이가 있는 지를 검증하고자 하였다. 관광산업은 중요성이 증대되고, 현대인들에게서 관광이 삶의 한 부분이 되어가고 있기에 관광객이 정보탐색행동에 있어서 관광동기와 라이프스타일 어떠한 영향을 미치고 있는지를 파악한다면 관광 마케팅수립과 실행에 도움을 줄 수 있을 것이라고 생각한다. 따라서 본 연구에서는 관광동기를 이탈동기, 기대동기, 학습동기, 사회동기의 4가지 요인으로 선정하였고 라이프스타일은 자기만족형, 여가・레져형, 지적탐구형, 보수안정형의 4가지 요인으로 선정하였다. 정보탐색은 비상업적 인정정보, 비상업적매체정보, 상업적 인적정보, 상업적 매체정보의 4가지 요인으로 선정하였으며, 비상업적 인적정보는 친구나 가족등의 조언을 도출하였고, 비상업적 매체정보는 인터넷의 검색자료, 공공기관의 간행물, 신문・잡지의 기사의 3가지로 도출하였고, 상업적 인적정보는 여행사의 직원, 여행설명회, 여행전문가의 3가지를 도출하였다. 그리고 상업적 매체정보를 신문・잡지의 광고, TV・라디오의 광고, 관광업체의 홍보물의 3가지로 도출하였다.

이렇게 구성된 각 요인들을 실증분석을 통해 검증하고 관광동기와 라이프스타일이 관광정보탐색행동에 영향을 미치는 관계를 파악하기 위해서 가설을 설정하여 검증하였다.

분석결과를 요약해 보면 다음과 같다.

첫째, 관광객의 관광동기유형에 따라서 정보탐색에 영향을 미칠것이라는 가설1의 검증을 하기 위하여 회귀분석를 실시하여, 그 결과는 학습동기는 비상업적 인적정보와 비상업적 매체정보 및 상업적 매체정보에 약한 양의 영향을 미치며 이탈동기는 비상업적 매체정보에 약한 양의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

둘째, 관광객의 라이프스타일유형에 따라서 정보탐색에 영향을 미칠것이라는 가설2

의 검증을 하기 위하여 회귀분석를 실시하여, 그 결과는 자기만족형은 비상업적 인적정보에 약한 양의 영향을 미치며 보수안정형은 상업형 매체정보에 약한 양의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

셋째, 관광객의 라이프스타일유형에 따라서 관광동기에 영향을 미칠 것이라는 가설3의 검증을 하기 위하여 회귀분석를 실시하여, 그 결과는 자기만족형은 이탈동기와 기대동기 및 학습동기에 약한 양의 영향을 미치며 여가・레져형은 이탈동기와 학습동기에 약한 양의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

가설1, 가설2, 가설3의 측정결과를 요약하면 가설1에서 비상업적 인적정보(가족, 친구등의 조언)를 탐색하는 관광객은 관광을 통해 견문을 넓히고 다른문화를 경험하기를 원하는 학습동기가 높은 것으로 유추되며, 비상업적매체정보(공공기관의 간행물 및 신문・잡지기사)를 탐색하는 관광객은 학습동기와 일상에서 벗어나고 도시를 떠나 휴양을 원하는 이탈동기가 높은 것으로 유추된다. 상업적 매체정보(TV・잡지의 광고, 신문과 잡지의 광고)를 탐색하는 관광객은 학습동기가 높은 것으로 조사되었다.

가설2에서 비상업적 인적정보(가족, 친구등의 조언)를 탐색하는 관광객은 밝고 화려한 것을 선호하며 사는 방식이 남과 달라보이기를 원하는 자기만족형의 라이프스타일유형으로 조사되었고 상업적 매체정보를 탐색하는 관광객은 여성이 담배를 피우는 것을 부정적으로 보고 영화의 검열에 찬성하는 보수안정형의 라이프스타일로 조사되었다.

제주대학교 중앙도서관
JEJU NATIONAL UNIVERSITY LIBRARY

가설3의 라이프스타일과 관광동기의 관계에서는 이탈동기가 높은 관광객은 자기만족형이나 여가・레져형으로 조사되었고 기대동기가 높은 관광객은 자기만족형으로 조사되었다. 그리고 학습동기가 높은 관광객은 여가・레져형과 자기만족형으로 조사되었다. 즉 학습동기가 높은 관광객일수록 관광정보탐색을 많이하고 자기만족형과 보수안정형의 라이프스타일유형의 관광객이 정보탐색을 많이 하고 있는 것으로 나타났다. 관광동기와 라이프스타일 유형에서 자기만족형이 관광에 대한 동기가 높으며 여가・레져형 또한 관광에 대한 동기가 높은 것으로 나타났다.

따라서 관광 마케터는 관광객의 관광동기와 라이프스타일에 적합한 정보원천에 관광정보를 효율적으로 제공하여 동기를 유발할 수 있는 마케팅활동을 고려하여야 할 것이다.

넷째, 가설 4에서 인구통계적 특성에 따라 정보탐색에 차이가 있을 것이다를 검증

하기 위하여 집단간 차이분석인 t-test와 분산분석인 ANOVA를 실시하였다. 분산분산과 t-test결과 성별에 따라서 정보탐색에는 차이가 있을 것이다를 분석한 결과 정보탐색에서 남·녀간에 차이는 없는 것으로 나타났다. 다음으로 연령에 따라서 정보탐색에 차이가 있을 것이다를 검증하였는데 상업적 매체정보에 차이가 있는 것으로 조사되었다. 교육수준에 따른 정보탐색에 차이를 검증하였는데 비상업적 매체정보에 차이가 있는 것으로 나타났다. 직업에 따른 정보탐색에 차이를 검증한 결과 비상업적 매체정보에 차이가 있는 것으로 나타났다. 소득수준에 따른 정보탐색에 차이를 검증한 결과 비상업적인 인적정보에서 차이가 있는 것으로 나타났다.

따라서 비상업적 인적정보의 경우 소득수순이 낮은 저소득층일수록 비상업적 인적정보를 더 탐색하고 있는 것으로 나타나 대체로 저소득층에서 중상층일수록 비상업적 인적정보를 더 탐색하는 것으로 나타났다. 비상업적 매체정보의 경우 대학원 졸업, 대학원 재학/졸, 전문재졸, 대학재학, 고졸의 순으로 비상업적 매체정보를 더 탐색하고 있는 것으로 나타나 고학력자일수록 비상업적 매체정보를 더 탐색하고 학생, 공무원, 회사원과 같이 비상업적 매체정보의 접근성이 용이한 직업을 가진 사람들이 정보탐색을 많이 하고 있는 것으로 나타났다.

제주대학교 중앙도서관
JEJU NATIONAL UNIVERSITY LIBRARY

다섯째, 가설5는 인구통계적 특성에 따라 라이프스타일 유형에 차이가 있는지를 검증하기 위하여 집단간 차이분석인 t-test와 분산분석인 ANOVA를 실시하였다. 분산분산과 t-test결과 성별에 따라서 라이프스타일에는 차이가 있을 것이다를 분석한 결과 라이프스타일 유형에서 남·녀간에 차이가 있는 것으로 나타났다. 남성들이 여성보다 경제나 기업활동에 관심이 많고 미지의 세계를 정복하고 싶어하며, 시사적인 정보를 선호하는 지적탐구형으로 나타났다. 연령에 따른 라이프스타일 유형의 차이에는 여가·레져형과 지적탐구형에서 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다.이는 30~40대층이 경제적으로 여유가 생기기 시작하는 시기이고 경제적인 여유를 바탕으로 가족과 함께 여가를 즐기고 싶어한다는 것과 연령이 높을수록 사회문제와 경제적인 문제에 관심을 많이 갖고 있다는 것을 나타내고 있다. 교육수준에 따른 라이프스타일의 차이는 보수안정형에서 유의한 차이가 있는 것으로 나타나 고학력자일수록 개방적인면이 상대적으로 높은 것으로 나타났으며 저학력자일수록 보수안정형을 추구하고 있음을 조사를 통해서 나타났다. 직업에 따른 라이프스타일의 차이검증에서는 지적탐구형에서 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 소득수준에 따른 라이프스타일의 차이검증

에서는 지적탐구형에서 유의한 차이가 있는 것으로 나타나 고소득자일수록 경제나 기업활동에 관심이 많고 미지의 세계를 정복하고 싶어하며, 시사적인 정보를 선호하고 있다는 것이 조사를 통해 나타났다.

2) 시사점

이상에서 본 바와 같이 라이프스타일과 관광동기 및 관광정보탐색과는 유의한 차이가 있음을 알 수 있었다. 이와 같은 분석결과를 바탕으로 종합해 보면 첫째, 관광객을 대상으로 관광정보를 제공시에는 소비자들이 적극적이고 지속적인 정보탐색행동을 유발시키는 전략과 관광객의 특성과 관광동기 및 라이프스타일을 세분화하여 정보를 제공하는 노력이 관광객을 유치하는데 도움이 될 것이다. 둘째, 잠재관광객의 특성에 맞는 여행패키지 개발과 지속적인 정보제공 활동을 통해 관광객의 욕구를 충족시키는 것이 관광산업의 성장도 도모할 수 있을 것이다. 셋째, 관광사업체 부문도 관광유형 및 여가문화 변화에 대해서 고객 맞춤형의 여가상품의 공급이 예견되는데, 소득계층별, 연령별, 성별 등을 고려하여 관련상품 개발을 주도하게 하여야 할것이다.

제주대학교 중앙도서관
JEJU NATIONAL UNIVERSITY LIBRARY

2. 연구의 한계 및 향후 연구

본 연구의 한계점과 연구 방향에 대해 검토해 보면 다음과 같다.

첫째, 본 연구는 실증분석을 제주도를 방문하여 돌아가는 관광객을 대상으로 관광정보탐색에 영향을 미치는 영향요인을 밝히기 위해 실시되었다. 따라서 추출된 표본이 제주도를 방문하고 돌아가는 관광객을 대상으로 한 조사였기 때문에 검증결과를 전국적으로 일반화하는 데 한계가 있다. 따라서 향후 연구는 조사대상을 전국 관광지를 대상으로 한 연구로 확대하여 가설 검증을 할 필요가 있다.

둘째, 본 연구에서 라이프스타일을 측정할 때 18가지의 변수들만 사용하였기 때문에 라이프스타일이 신뢰성과 타당성을 가지기에 합당한지 확산할 수 없으며, 각 라이프스타일 유형을 명명할때에도 연구자의 주관에 의존하였으므로 객관성에 문제가 있

을 수 있다.

셋째, 본 연구에서는 관광동기와 라이프스타일을 관광정보탐색의 선행변수로 사용하였는데 이것이 관광객의 모든 것을 설명하기는 부족하다. 좀더 세밀한 분석이 필요하데. 관광동기와 라이프스타일 변수뿐만 아니라 성격, 개성, 가치관등의 내부요인과 사회집단, 준거집단, 가족등의 외부요인을 모두 고려한 총체적인 연구를 통해 관광마케터에게 정확한 표적시장을 알려 주는 것이 매우 유용할 것이다.

제주대학교 중앙도서관
JEJU NATIONAL UNIVERSITY LIBRARY

참고문헌

1. 국내문헌

윤대순, 「관광경영학원론」, 백산출판사, 1997, pp.110-116.

임종원 외, 「소비자행동론」, 경문사, 1994, pp.329-330

최낙환, 「소비자행동론」, 대경, 1998, p.15.

황용철, 「소비자행동론」, 제주대학교 출판부, 1998, pp.120-121.

김로사리아, "관광객의 정보탐색행동과 정보만족에 관한 연구", 석사학위논문, 제주대학교대학원, 2001, pp.8-10.

강미옥, 이승신, "소비자 정보탐색 요소에 따른 소비자 만족," 대한가정학회지, 제36권 제5호, 1998, p.36.

강영원·박수완, " 관광동기에 대한 기능적 이론의 응용", 산업경영연구, Vol.5, No.1, 상지대학교 산업경영연구소, 1996, pp.29-34

김양태, "라이프스타일과 정보원천에 따른 해외관광지 선택행동특성에 관한 연구", 석사학위논문, 세종대학교대학원, 1999, pp7-10.

박정웅, "대학생의 라이프스타일에 따른 관광지 선택행동에 관한 연구", 석사학위논문, 원광대학교대학원, 2000, pp.11-12.

박정호, "라이프스타일에 따른 관광선택행동특성에 관한 연구", 석사학위논문, 목포대학교대학원, 2001, p.38.

박성희, "라이프스타일에 따른 관광지 선호 연구", 석사학위논문, 계명대학교대학원, 2000, pp.22-23.

배수현, "한국소비자의 구매행동전 정보탐색에 관한 실증적 연구", 석사학위논문, 고려대학교대학원, 1988, pp.8-9.

서태양, "관광지 포지션에 관한 연구", 박사학위논문, 인하대학교대학원, 1985, p.19.

송영식, "가전제품 구입후 행동에 관한 연구," 석사학위논문, 중앙대학교대학원, 1984, pp.58-77.

제주대학교 중앙도서관

심건형, “관광동기가 정보품질과 정보탐색에 미치는 영향에 관한 연구”, 석사학위논문, 동아대학교대학원, 2000, pp 4-5.

신숙자, “관광객의 라이프스타일에 따른 여행상품선택과 만족에 관한 연구”, 석사학위논문, 세종대학교대학원, 2000, p.6.

여운승, “생활양식개념의 재정립을 통한 시장세분화 이론 개발의 모색”, 박사학위논문, 서울대학교대학원, 1988, pp.269-270.

양만규, “라이프스타일에 따른 관광 행동에 관한 연구”, 석사학위논문, 청주대학교대학원, 1997, pp.28.

이명진, ″관광지내의 관광정보 서비스체계에 관한 연구″, 관광레저학회, 제6호, 1994, P.72.

이정귀, “라이프스타일에 따른 구매의사결정과정의 차이비교”, 석사학위논문, 원광대학교대학원, 1999, pp.4-6.

이종순, “화장품구매자의 정보탐색행위에 관한 연구,” 영진전문대 논문집, 제19집, 1996, p.10.

조경구, “화장품 소비자의 정보탐색행동과 구매후 만족에 관한 연구”, 석사학위논문, 경희대학교대학원, 2000, pp.11-16.

조명환, “관광동기연구에 관한 재고찰”, 관광・레저연구, 제6호, 1994, pp.94-95.

조미혜, “라이프스타일의 유형과 관광행동에 관한 실증적 연구”, 석사학위논문, 세종대학교, 1990, pp.11-12.

조형오, “한국인의 라이프스타일 유형분류 및 소비행동에 대한 연구”, 소비자학연구, 제7권, 제2호, 1996, 11. pp.223-241.

채정숙, “소비자 정보탐색유형과 탐색성과에 관한 연구”, 박사학위논문, 동국대학교대학원, 1993, p.69.

최병길, “일반시스템 이론을 적용한 관광・여행정보시스템의 접근방법”, 산경논집, 제7집, 제주대학교, 1993, pp.154-156.

황경성, “대학생의 인터넷 관광정보 탐색에 관한 연구”, 관광경영학연구, 제11호, 관광경영학회, 2001

황경진, “관광정보시스템 도입에 관한 연구”, 석사학위논문, 경희대대학원,

제주대학교 중앙도서관
JEJU NATIONAL UNIVERSITY LIBRARY

1988, pp.11-12.
황현철・박재현, “관광정보 탐색 행동유형에 관한 연구”, 산업경제연구, 제13권, 제6호, 한국산업경제학회, 2000, p.227.

제주대학교 중앙도서관
JEJU NATIONAL UNIVERSITY LIBRARY

2. 외국문헌

Alister Mathienson et al., "The Tourism System", 1985, P.103.

Atkinson, Rita L., Richard C. Atkinson, & Ernest R. Hilgard, "Introduction to Psychology", 8th ed., Harcourt Brace Jovanovich, Inc., N. Y., 1983, p.283.

Claxton, J. D., Fry, J.N. & Portis B.(1974), "A Taxonomy of Prepurchas Information Gathering Patterns", Journal of Consumer Research vol 1. Dec, pp. 35-42.

D. Fodness and Murray, "A Typology of Tourist Information Search trategies", Journal of Travel Research, 37(November), 1998, pp. 108-119.

Dale Fodness & Brian Murray, "A Model of Tourist Information search Behavior", Journal of Travel Research, Vol. 37, Febuary, 1999, pp.220-230.

E. J. Mayo & L. P. Jarvis, "The Psychology of Leisure Travel", Boston, CBI Publishing Company, Inc., 1981, pp. 147-148.

Engel, J. E. and Blackwell, R. D. and kollat, D. T. (1986), "The consumer Behavior", 5th ed, The Dryden Press, New York.

Hawkins, D.J., R.J. Best and R.A. Coney(1980), "Consumer Behavior", Business Pyb. co., pp. 360-361.

Herrmann, R. O., R. Warland and D. Mothersbaugh, "Patterns in the Acquisition of Food Information", The American Council on Consumer Intersests, 1898, p.80.

Kotler, Philip, and Gray Armstrong, "Principles of Marketing", 6th ed. Englewood Cliffs, Prentice Hall, 1994.

Kotona G., dnad Mueller E., "A Study of Purchase Decisions", Lincoln H. Clark ed, Consumer Behavior, The Dynamics of Consumer Reaction, New York, University Press, pp.30-87.

제주대학교 중앙도서관
JEJU NATIONAL UNIVERSITY LIBRARY

Manfredo, M. J. B. L. Driver and M. A. Tarrant, "Measuring Leisure Moitivation: A Meta-Analysis of the Recreation Experience Preference Scales", Journal of Leisure Research, Vol.28, 1996, pp.188-213.

Mill, R.C. and Morrison, "The Tourism System", 1985, p.103.

Mitchell, & MacNatalty, "Changing Values and Life Style", Long Rang Planning, Apr, 1981, pp. 37-41.

James. F. Engel, R. D. Blcakwell, and P. W. Mininard, "Consumer Behavior", 6th ed, lllinois, The Dryden Press, 1990, p.494.

James Engle, Roger D Blackwell, "Consumer Behavior", Dryden Press, 1982, p.195.

James M, Carman(1976/77), "Life Style Segmentation : Is There a There There?", Australian Marketing Research, Vol. 1, pp. 53-62

J. B. Watson, "Organizational Behavior", N.T., Prentice-hall, 1979, p. 138

John A. Thomas, "What Makes People", Asta Travel News, 1984, pp. 64-65

Joseph T. Plummer, " The Concept and Application of Life Style Segmentation," Journal of Marketing. Vol. 38, January 1974, p. 34.

Kotler Philip · John Bowen · James Makens, "Marketing for Hospitality and Tourism", 2nd, 1999,

Robert J. Fisher and Linda L. Price, "International Pleasure Travel Movitations and Post- Vacation Cultural Attitude Change", Journal of Leisure Research, 1991, p.416.

Thorlli, H. B. and Sentell, G. D. (1982), "Consumer Emancitation and Economic Development : The Case of Thailand, London", JAL Press Inc.

William lazer, "Life Style Concepts and Marketins," Toward Scientific Marketing ed., S. A. Gregser, pp. 130-139

Wsetbrook, R. A., C. Fornell, "Patterns of Information Source Usage among

제주대학교 중앙도서관
JEJU NATIONAL UNIVERSITY LIBRARY

Durable Goods Buyers", Journal of Marketing Research, Vol.16, August, 1979, pp.303-312.

3. 기타

http://www.visitkorea.or.kr/Korean/K_index_2.html

제주대학교 중앙도서관
JEJU NATIONAL UNIVERSITY LIBRARY

설문지

안녕하십니까?
저는 제주대학교 대학원 경영학과에서 마케팅을 전공하고 있는 학생입니다. 우선 본 설문에 응해 주신데 대하여 깊은 감사를 드립니다.
본 설문지는 제주 지역을 방문한 관광객을 대상으로 "관광정보 탐색행동에 영향을 미치는 요인에 관한 연구"에 대한 것입니다.
귀하께서 응답해주신 설문지의 자료는 본 연구이외의 다른 목적으로는 사용하지 않을 것이며 내용은 익명으로 통계 처리됩니다. 설문지는 본 연구의 귀중한 자료가 되오니 바쁘시더라도 설문에 성실히 응답해 주시면 큰 도움이 되겠습니다.
항상 건강하시고 행운이 함께 하시길 기원하며, 본 연구에 참여하여 주신데 대해 다시 한번 감사드립니다.

2001.10

제주대학교 대학원 경영학과

지도교수 : 황용철
연 구 자 : 허재우(TEL 064-711-5234,
isman@netian.com)

Ⅰ. 귀하의 이번 제주여행에 대한 일반적인 질문입니다. 해당되는 번호에 표시(∨)하여 주십시오.

1. 이번 여행은 몇 번째 방문입니까?
① 첫 번째 ② 두 번째 ③ 세 번째 ④ 네 번째 ⑤ 다섯번째 이상

2. 여행형태는 어느 것입니까?
① 개인관광 ② 신혼여행 ③ 가족관광 ④ 단체관광 ⑤ 기타

3. 여행 일행은 모두 몇 명입니까?

① 단독 ② 2인 ③ 3인 ④ 4인 ⑤ 5인 이상

4. 여행기간은 어떻게 되십니까?

① 하루(무박) ② 1박 ③ 2박 ④ 3박 ⑤ 4박 ⑥ 5박 이상

5. 제주도에 오시기 전에 제주에 관해 얼마나 알고 있었다고 생각하십니까?

충분하지 못함 보통 충분함

①----②----③----④----⑤----⑥----⑦

전혀그렇지않다 보통 매우그렇다

Ⅱ. 귀하가 제주도를 여행하게 된 동기를 조사하기 위한 질문입니다. 질문항목을 읽고 항목별로 그 중요도를 표시(∨)해 주십시오

1. 스트레스와 긴장을 해소하기 위해 · · · · ①--②--③--④--⑤--⑥--⑦
2. 일상으로부터 벗어나기 위해 · · · · · · · ①--②--③--④--⑤--⑥--⑦
3. 신체적·정신적 휴양을 위해 · · · · · · · ①--②--③--④--⑤--⑥--⑦
4. 도시의 혼잡으로부터 벗어나기 위해 · · · ①--②--③--④--⑤--⑥--⑦
5. 친구나 친지 방문을 위해 · · · · · · · · ①--②--③--④--⑤--⑥--⑦
6. 흥분시키는 어떤 일을 하기 위해 · · · · ①--②--③--④--⑤--⑥--⑦
7. 스릴과 흥분시키는 어떤 것을 위해 · · · · ①--②--③--④--⑤--⑥--⑦
8. 재미와 오락을 추구하기 위해 · · · · · · ①--②--③--④--⑤--⑥--⑦
9. 새로운 것을 배우고 견문하기 위해 · · · · ①--②--③--④--⑤--⑥--⑦
10. 다른 문화와 생활양식을 경험하기 위해 · · ①--②--③--④--⑤--⑥--⑦
11. 회의나 행사에 참석하기 위해 · · · · · · ①--②--③--④--⑤--⑥--⑦
12. 사업상 목적으로 · · · · · · · · · · · · ①--②--③--④--⑤--⑥--⑦
13. 가족들과의 휴양을 위해 · · · · · · · · ①--②--③--④--⑤--⑥--⑦

Ⅴ. 여행수립시, 다음과 같은 정보를 어느 정도 탐색하셨습니까? 항목별로 그 중요도를 표시(∨)해 주십시오

매우낮다 보통 매우높다

1. 조언(친구/가족/친척/여행자등) · · · · · ①--②--③--④--⑤--⑥--⑦
2. 공공기관의 간행물 · · · · · · · · · · · ①--②--③--④--⑤--⑥--⑦
3. 신문과 잡지의 기사 · · · · · · · · · · ①--②--③--④--⑤--⑥--⑦
4. 인터넷의 검색자료 · · · · · · · · · · · ①--②--③--④--⑤--⑥--⑦
5. 여행사의 직원 · · · · · · · · · · · · · ①--②--③--④--⑤--⑥--⑦

제주대학교 중앙도서관 JEJU NATIONAL UNIVERSITY LIBRARY

6. 여행설명회 · · · · · · · · · · · · · · · ①--②--③--④--⑤--⑥--⑦
7. 여행전문가 · · · · · · · · · · · · · · · ①--②--③--④--⑤--⑥--⑦
8. TV와 라디오의 광고 · · · · · · · · · · ①--②--③--④--⑤--⑥--⑦
9. 신문과 잡지의 광고 · · · · · · · · · · ①--②--③--④--⑤--⑥--⑦
10. 관광업체의 홍보물 · · · · · · · · · · ①--②--③--④--⑤--⑥--⑦

Ⅳ. 다음은 귀하의 <u>생활양식을 분석하는 문항</u>들로 구성되어 있습니다. 해당하는 사항에 표시(∨)해 주십시요.

전혀그렇지않다 보통 매우그렇다

1. 돈보다는 여가를 원한다 · · · · · · · · ①--②--③--④--⑤--⑥--⑦
2. 노후를 위해 보험이나 저축을 한다 · · · ①--②--③--④--⑤--⑥--⑦
3. 스포츠나 여가를 즐길시 돈이 많이 들어도 괜찮다. · · · · · · · · · · · · · · ①--②--③--④--⑤--⑥--⑦
4. 주말에는 외식을 하는 것도 필요하다 · · ①--②--③--④--⑤--⑥--⑦
5. 가족은 가장의 의견을 따라야 한다 · · · ①--②--③--④--⑤--⑥--⑦
6. 목표를 정하면 최선을 다 한다 · · · · · ①--②--③--④--⑤--⑥--⑦
7. 나의 생활과 활동중 중요한 부분은 멋지게 옷 입는 일이다. · · · · · · · · · ①--②--③--④--⑤--⑥--⑦
8. 사는 방식에 있어 남과 달라 보이고 싶다. · · · · · · · · · · · · · · · · · · ①--②--③--④--⑤--⑥--⑦
9. 옷차림에 신경을 쓰는 편이다 · · · · · · ①--②--③--④--⑤--⑥--⑦
10. 다른 지역을 여행시 지역주민의 풍습과 문화에 흥미를 느끼다. · · · · · · · · · ①--②--③--④--⑤--⑥--⑦
11. 여성이 담배를 피우는 것은 나쁘다 · · · ①--②--③--④--⑤--⑥--⑦
12. 집의 실내장식은 현대적 분위기가 나는 것이 좋다. · · · · · · · · · · · · · · · ①--②--③--④--⑤--⑥--⑦
13. 영화는 반드시 검열을 받아야 한다. · · · .①--②--③--④--⑤--⑥--⑦
14. 경제나 기업활동에 관심이 많다. · · · · .①--②--③--④--⑤--⑥--⑦
15. 가능하다면 에베레스트산을 정복하고 싶다. · · · · · · · · · · · · · · · · · · ①--②--③--④--⑤--⑥--⑦
16. TV시청시 연속극보다는 시사토론을 선호한다. · · · · · · · · · · · · · · · · ①--②--③--④--⑤--⑥--⑦
17. 밝고 화려하고 자극적인 것을 좋아한다. · .①--②--③--④--⑤--⑥--⑦
18. 나는 인생을 자신의 취미를 살려 생활하고 싶다. · · · · · · · · · · · · · · · ①--②--③--④--⑤--⑥--⑦

제주대학교 중앙도서관
JEJU NATIONAL UNIVERSITY LIBRARY

Ⅲ. 귀하가 제주관광을 계획시 관광정보를 얻기 위한 정보탐색시 참고하셨던 사항에 대하여 항목별로 그 중요도를 표시(∨)해 주십시오.

매우낮다 보통 매우높다

1. 제주도에 대한 일반적인 정보 · · · · · · ①--②--③--④--⑤--⑥--⑦
   (기후, 날씨, 문화, 관광지 등)
2. 스포츠, 축제, 레저 등 오락에 대한 정보 · ①--②--③--④--⑤--⑥--⑦
3. 이동 및 교통에 대한 정보 · · · · · · · ①--②--③--④--⑤--⑥--⑦
4. 호텔 · 여관등 숙식에 대한 정보 · · · · · ①--②--③--④--⑤--⑥--⑦
5. 여행경비에 관한 정보 · · · · · · · · · ①--②--③--④--⑤--⑥--⑦

Ⅵ. 다음은 제주도여행에 대한 만족도에 관한 사항입니다. 각 항목을 읽고 항목별로 그 중요도를 표시(∨)해 주십시오

전혀그렇지않다 보통 매우그렇다

1. 깨끗하고 위생적인 곳이다 · · · · · · · ①--②--③--④--⑤--⑥--⑦
2. 교통 및 숙박시설이 잘 갖추어져 있다 · · ①--②--③--④--⑤--⑥--⑦
3. 쇼핑, 유흥과 오락 등이 잘 갖추어져 있다.①--②--③--④--⑤--⑥--⑦
4. 향토음식과 먹거리가 잘 갖추어져 있다 · ①--②--③--④--⑤--⑥--⑦
5. 아름다운 자연경관을 가지고 있다 · · · ①--②--③--④--⑤--⑥--⑦
6. 훌륭한 해변과 다양한 해양레포츠를
   즐길 수 있다. · · · · · · · · · · · · ①--②--③--④--⑤--⑥--⑦
7. 역사적 유적이나 유물이 많다 · · · · · ①--②--③--④--⑤--⑥--⑦
8. 사람들이 친절하다 · · · · · · · · · · ①--②--③--④--⑤--⑥--⑦
9. 독특한 문화를 가지고 있다 · · · · · · ①--②--③--④--⑤--⑥--⑦
10. 오염되지 않는 자연을 가지고 있다 · · · ①--②--③--④--⑤--⑥--⑦
11. 기후가 적절하다 · · · · · · · · · · · ①--②--③--④--⑤--⑥--⑦

제주대학교 중앙도서관
JEJU NATIONAL UNIVERSITY LIBRARY

Ⅶ. 다음은 여행지로서의 느낌을 조사하기 위한 질문입니다. 각 항을 읽고 항목별로 그 중요도를 표시(∨)해 주십시오

전혀그렇지않다 보통 매우그렇다

1. 이번 여행은 전반적으로 만족스럽다. · · ①--②--③--④--⑤--⑥--⑦
2. 기회가 된다면 다시 방문하고 싶다. · · · ①--②--③--④--⑤--⑥--⑦
3. 내가 방문한 곳을 타인에게도 소개하고
   싶다 · · · · · · · · · · · · · · · · · · ①--②--③--④--⑤--⑥--⑦

Ⅷ. 다음 질문은 일반사항 및 인구통계적 특성에 관한 질문입니다. 알맞은 번호에 표시(∨)해 주십시오.

1. 귀하의 성별은? ① 남성 ② 여성

2. 귀하의 연령은? ① 20대 ② 30대 ③ 40대 ④ 50대 이상

3. 귀하의 학력은?
①고졸이하 ②전문대졸 ③대학재학 ④대졸 ⑤대학원 재학/졸

4. 귀하의 현재 직업은?
①학생 ②회사원 ③전문직 ④공무원 ⑤전업주부 ⑥농업 ⑦상업 ⑧기타

5. 귀하의 월평균 소득은?
① 50만원 미만 ② 50만원이상-100만원 미만 ③ 100만원이상-200만원 미만
④ 200만원이상-300만원 미만 ⑤ 300만원이상-400만원 미만 ⑥400만원 이상

제주대학교 중앙도서관
JEJU NATIONAL UNIVERSITY LIBRARY

6. 귀하께서 관광을 계획한 후부터 관광활동을 실시하기까지 평균적으로 관광정보를 탐색하신 횟수는 어느 정도입니까?
①1회 ②2회 ③3회 ④4회 ⑤5회 ⑥6회 ⑦7회 ⑧8회 ⑨9회 ⑩10회이상

설문에 응답해 주셔서 감사합니다.