



저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

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

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.



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

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

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

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

[Disclaimer](#)

碩士學位論文

라이프스타일에 따른 관광지
선택속성과 관광만족 및
행동의도에 관한 연구
- 제주방문 중국인 개별관광객을 중심으로 -

濟州大學校 大學院

觀光經營學科

정 추 우

2018년 8월

라이프스타일에 따른 관광지 선택속성과 관광만족 및 행동의도에 관한 연구

- 제주방문 중국인 개별관광객을 중심으로 -

指導教授 吳 相 勳

정 추 우

이 論文을 觀光學 碩士學位 論文으로 提出함

2018년 6월

정추우의 觀光學 碩士學位 論文을 認准함

심사위원장

崔 煥 吉



위

원 徐 鏞 健



위

원 吳 相 勳



濟州大學校 大學院

2018년 6월



A Study on the Relationships of Destination
Choice Attributes, the Satisfaction and Behavior
Intentions according to Lifestyle
-Focused on Chinese Individual Tourists Visiting Jeju Island-

Cheng Qiuyu
(Supervised by professor Sang hoon OH)

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

2018. 6 .

This thesis has been examined and approved.

Byong A. Choi
Yong Kun Suh
Sang-Hoon, Oh

Department of Tourism Management

GRADUATE SCHOOL

JEJU NATIONAL UNIVERSITY

< 목 차 >

제 1 장 서 론	1
제 1 절 연구의 배경	1
제 2 절 연구의 목적	2
제 3 절 연구방법 및 범위	3
1. 연구방법	3
2. 연구범위와 구성	4
제 2 장 이론적 고찰	6
제 1 절 라이프스타일	6
1. 라이프스타일의 개념	6
2. 라이프스타일의 유형	7
3. 라이프스타일 측정	9
제 2 절 관광지 선택속성	13
1. 관광지 선택속성의 개념	13
2. 관광지 선택속성 요인	15
제 3 절 관광만족 및 행동의도	18
1. 관광만족	18
2. 행동의도	21
제 4 절 선행연구	22
1. 라이프스타일과 관광지 선택속성	22
2. 관광지 선택속성과 행동의도	24
제 5 절 방한 중국인 관광객의 현황	25
1. 방한 중국인 관광객의 현황	25
2. 제주방문 중국인 관광객 현황	28
3. 중국인 관광객에 대한 선행연구	30

제 3 장 연구 설계	32
제 1 절 연구모형 및 가설의 설정	32
1. 연구모형	32
2. 연구가설의 설정	32
제2절 조사의 설계	33
1. 변수의 조작적 정의	33
2. 설문지 구성	34
3. 자료수집 및 분석방법	35
제 4 장 분석결과	36
제 1 절 표본의 일반적 특성	36
1. 응답자의 특성	36
2. 일반적 특성	37
제 2 절 신뢰성 및 타당성 분석	39
1. 신뢰성 분석	39
2. 타당성 분석	41
3. 라이프스타일 군집분석	43
제 3 절 가설검증	45
1. 가설검증	45
2. 추가분석	48
3. 분석결과 및 가설검증 결과 요약	53
제 5 장 결 론	56
제 1 절 연구의 요약	56
제 2 절 시사점	57
<참고문헌>	59
<부록>	62

〈표 차례〉

〈표 2-1〉 연구자별 라이프스타일 개념과 주요 연구내용	7
〈표 2-2〉 라이프스타일 선행연구 및 유형	9
〈표 2-3〉 AIO 연구의 항목	10
〈표 2-4〉 RVS 조사표	11
〈표 2-5〉 VALS 구분집단 유형 및 집단특성	12
〈표 2-6〉 LOV 가치차원	13
〈표 2-7〉 관광지선택속성 연구	18
〈표 2-8〉 방한 중국관광객의 유형	26
〈표 2-9〉 제주방문 관광객 수	28
〈표 2-10〉 제주방문 외국인 관광객 국적별 현황	29
〈표 2-11〉 제주방문 중국인 관광객의 유형	30
〈표 2-12〉 중국인 관광객에 대한 선행연구	31
〈표 3-1〉 설문지 구성	34
〈표 4-1〉 응답자 특성	37
〈표 4-2〉 일반적 특성	38
〈표 4-3〉 라이프스타일 요인 신뢰성분석	40
〈표 4-4〉 관광지 선택속성 신뢰성분석	41
〈표 4-5〉 라이프스타일 항목 요인분석	42
〈표 4-6〉 관광지 선택속성 요인분석	43
〈표 4-7〉 라이프스타일에 따른 군집간 일원변량 분산분석	44
〈표 4-8〉 라이프스타일 유형에 따른 관광지 선택속성 차이검증	45
〈표 4-9〉 라이프스타일 유형에 따른 관광만족도 차이검증	46
〈표 4-10〉 라이프스타일 유형에 따른 재방문 의도 차이검증	47
〈표 4-11〉 관광지 선택속성이 관광만족도에 미치는 영향	47
〈표 4-12〉 관광지 선택속성이 재방문 의도에 미치는 영향	48
〈표 4-13〉 성별에 따른 라이프스타일 요인 차이검증	49
〈표 4-14〉 연령에 따른 라이프스타일 요인 차이검증	50
〈표 4-15〉 결혼여부에 따른 라이프스타일 요인 차이검증	50
〈표 4-16〉 소득에 따른 라이프스타일 요인 차이검증	51

<표 4-17> 인구통계적 특성에 따른 라이프스타일 군집 교차분석	52
<표 4-18> 제주방문 중국인 관광객의 라이프스타일 군집 특성	54
<표 4-19> 가설검증 결과의 요약	55

〈그림 차례〉

<그림 1-1> 연구의 구성	5
<그림 2-1> 고객만족 형성의 기대 불일치 모형	20
<그림 2-2> 중국인 해외관광 단계별 성장과정	25
<그림 2-3> 방한 외래관광객 1인지출경비	27
<그림 3-1> 연구 모형	32

제 1 장 서 론

제 1 절 연구의 배경

현대 관광객들은 가치분 소득증가, 핵가족화, 고령화 등 인구구조 변화에 따른 자신의 관광욕구를 실현시키기 위해 자신의 가치를 잘 표현해 줄 수 있는 상품과 서비스를 선택하려는 구매행동, 즉 관광경험의 개성화와 차별화를 추구하는 경향이 강하다.¹⁾ 이러한 측면에서 관광지는 관광객의 욕구구조와 사회변화에 따른 관광객의 심리변화를 어떻게 측정하여 관광객 기호에 맞는 관광상품을 공급하고 관광시설과 관광자원을 개발·보전해야 할 것인가의 문제의 중요성은 커지고 있다.

특히 관광상품은 본질적으로 무형의 서비스로 구성되고 제공되는 특성으로 인해 관광의사결정과정에서 관광객이 받아들이는 위험인식은 물리적 제품과는 다르다. 이러한 측면에서 관광객의 관광지 선택행동을 설명하고 예측하는 요인으로서 사회심리적인 변수들의 중요성에 인식이 증가하고 있다.²⁾ 따라서 점차 다양화되고 복잡해지고 있는 관광의사결정에 대한 보다 심층적 이해를 위해서는 단순한 현상적 이해보다는 관광객의 내면세계의 메커니즘을 보다 세밀하게 분석할 필요가 있다.³⁾ 이에 따라 관광객 행동연구에서 관광객의 라이프스타일이나 지각, 동기, 태도, 성격, 개인가치와 같은 심리적 변수들에 대한 연구의 중요성은 더욱 커지고 있다.

중국인 관광시장은 방한 외래관광시장에서 절대적인 비중을 차지하는 시장이다. 2013년 이후부터는 중국이 일본과 미국을 제치고 제1의 인바운드 관광시장으로 부상하였다.⁴⁾ 이는 중국이 개혁개방 정책을 실시한 이후 개인소득의 증대와 중국정부가 소비주도형 성장전략을 추진, 중국의 도시화율 증가와 2, 3선 도시의 부상은 중국 아웃바운드 시장의 성장을 더욱 재촉할 것으로 보인다.⁵⁾ 방한 중국인 관광시장의 변화

1) 영기·홍영호(2011). 관광객 라이프스타일 유형에 따른 특수목적관광지 선택속성연구. 사회과학논총, 26(2). pp.117-145

2) 이장춘(2001). 관광정책학. 대왕사.

3) 이윤섭(2005). 관광자 가치, 라이프스타일, 동기가 관광지선택과 행위의도에 미치는 영향. 경기대학교 대학원 박사학위논문.

4) Hou bo(2017). 제주방문 중국인 개별관광객의 관광동기에 따른 시장세분화연구. 제주대학교 대학원 석사학위논문.

추세 중 가장 눈에 띄는 변화는 단체여행에서 개별여행으로 점차 변하고 있다는 점이다. 따라서 이러한 잠재수요를 개척해 방한시장으로 유도하기 위해서는 지역별·세분시장별 세밀한 전략수립이 요구된다. 또한 이러한 개별관광객 각자에게 유용한 관광정보제공 서비스 체계 개발이 시급하고 중국인 개별관광 형태 특성에 관한 조사 연구의 필요성이 증대되고 있다.⁶⁾

이러한 방한 중국관광 시장의 변화흐름은 제주방문 중국인 관광시장에서도 목격되고 있다. 제주관광에 있어 중국인 관광객의 비중은 양적 측면에서 매우 중요하다. 하지만 양적 측면에서 중국인 관광시장은 저가 패키지관광의 폐해로 인해 지역사회에서 많은 우려를 사고 있는 것도 사실이다. 이러한 측면에서 정책적으로 저가패키지 관광객의 근절방안은 다소간의 효과를 내고 있어 제주방문 중국인관광객 시장도 또한 점차 패키지관광에서 개별관광시장으로 옮겨가고 있다.

이처럼 시장규모가 크고 지리적으로 인접한 중국인 관광객을 유치하기 위한 노력은 학문적으로나 실무적으로나 중요한 사안임에 틀림없다. 이와 관련하여 제주도 관광지 선택속성과 관련하여 많은 연구가 진행되고 있으나 대부분 내국인을 대상으로 하는 연구들이다. 외국인 관광객들을 대상으로 하는 연구도 최근 수행되고 있지만 이들 연구 역시 선택속성과 만족간의 영향관계 등에 그치고 있어 실무적인 시사점을 제공하는데 다소 제한적이다.

이러한 배경에서 제주방문 중국관광객을 대상으로 라이프스타일이라는 관광객 심리적 변수를 중심으로 이 변수가 관광지 선택속성과의 관계, 관광지 선택속성이 관광만족과 행동의도에 미치는 영향 등을 종합적으로 검토하는 것은 매우 중요하다. 이러한 연구를 통해 패키지관광에서 개별관광시장으로 변화하는 제주방문 중국관광시장에 부응하는 정책적, 마케팅 전략적 시사점을 제공하는 것이 본 연구의 의의이다.

제 2 절 연구의 목적

최근 방한 외래관광시장에서 영향력이 커지고 있고 패키지관광에서 점차 개별관광시장의 비중이 높아지는 변곡점에 있는 중국인 관광시장은 보다 정교하고 세분화된

5) 김현주·최경은(2016). 중국관광환경 및 시장분석. 한국문화관광연구원.

6) 이서요·이태희(2015). 개별여행객의 라이프스타일 유형에 따른 관광만족도, 재방문의도 및 추천의도의 차이연구: 방한 중국인 관광객을 중심으로. 한국심리학회지, 21(3). pp.535-550.

마케팅 전략을 구사해야 할 필요성이 증대되고 있다. 이러한 추세는 제주관광시장에서도 더욱 현저해지고 있다.

본 연구는 이러한 변화하는 방한 중국인 관광시장, 특히 제주방문 중국인 관광시장을 대상으로 보다 효율적이고 효과적인 관광마케팅 전략을 펼치기 위한 시사점을 제공을 목적으로 한다. 이를 위해 최근 그 중요성이 커지고 있는 관광객 심리변수인 라이프스타일 요인을 도출하고 이를 유형화하여 관광지 선택속성과 및 관광만족과 행동의도와의 관계를 살펴볼 것이다.

이러한 연구목적을 달성하기 위한 세부목적을 구체적으로 제시하면 다음과 같다.

첫째, 라이프스타일(생활방식), 관광지선택속성, 관광만족 및 행동의도 등에 관한 이론적 배경을 종합적으로 검토 한다.

둘째, 관광객 선택행동에서 주요한 심리변수로 거론되는 라이프스타일 요인을 도출하고 유형화하여 이를 바탕으로 관광지 선택속성 및 관광만족도와 행동의도와의 관계를 실증한다.

셋째, 제주방문 중국인 관광객의 라이프스타일 특성을 인구통계적 특성 등의 관련 변수와의 관계 검증을 통해 살펴본다.

넷째, 이러한 연구결과를 바탕으로 제주방문 중국인 관광시장을 공략하기 위한 마케팅적 시사점을 도출하고, 이론적·실무적 의의를 논의한다.

제 3 절 연구방법 및 범위

1. 연구방법

본 연구는 연구의 목적을 달성하기 위해 연역적 접근법을 바탕으로 문헌연구와 경험적 연구를 방법을 병행하였다. 이를 위한 구체적인 연구방법은 다음과 같다.

첫째, 문헌연구를 실시하였다. 이를 통해 방한 중국인 관광동향, 라이프스타일, 관광지선택속성, 관광만족 및 행동의도 관련 이론과 사례를 종합적으로 검토하고 정리하였다.

둘째, 이론적 검토 결과를 바탕으로 라이프스타일, 관광지선택속성, 그리고 관광만

족과 행동의도, 인구통계적 특성과의 차이를 살펴보고 구성개념간의 관계를 규명하는 연구모형을 설정하였다.

셋째, 실증적으로 검증을 하였다. 구성 변수간의 관계를 가설화하고 이를 제주방문 중국인 관광객을 대상으로 설문조사를 행하고 수집한 자료를 바탕으로 통계적 처리를 통해 가설을 검증하였다.

2. 연구범위와 구성

본 연구의 시간적, 공간적, 내용적 범위는 다음과 같다.

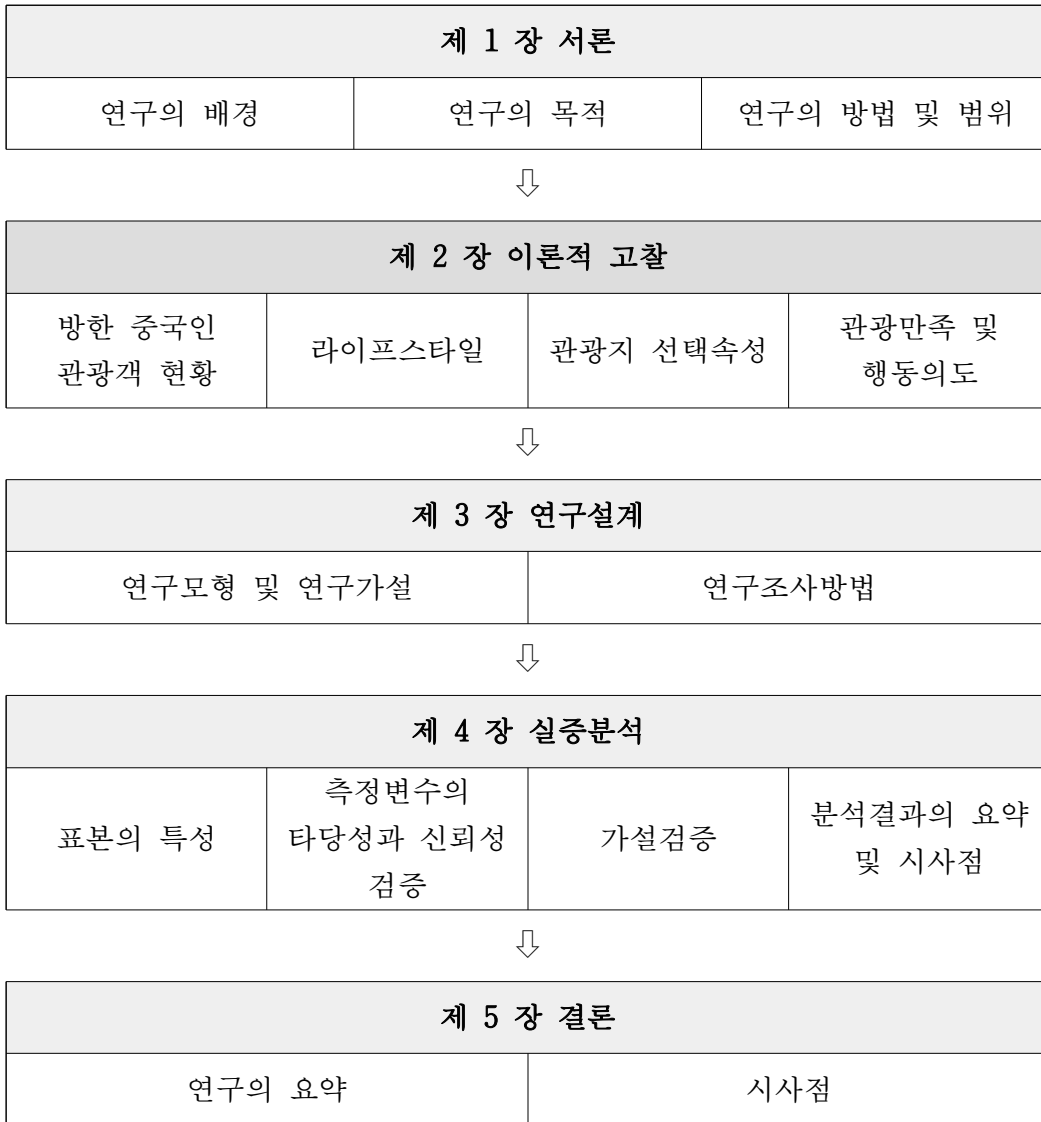
시간적 범위는 2018년을 기준년도로 하였고, 공간적 범위로는 제주지역으로 한정하였다. 내용적으로는 제주를 방문하는 중국인 개별관광객과 관련한 라이프스타일, 관광지 선택속성, 관광만족 및 재방문의도의 관계를 살펴보는 데 두었다.

본 연구의 구성은 제1장 서론을 포함하여 전체 5개의 장으로 구성하였는데, 이를 구체적으로 살펴보면 다음과 같다.

제1장은 서론으로 문제의 제기 및 연구의 목적, 범위 방법을 기술하였고, 제2장은 연구의 이론적 배경으로 제1절은 방한 및 제주방문 중국인 관광객 동향을 살펴보고, 제2절은 라이프스타일에 대한 이론으로서 라이프스타일의 개념과 유형 그리고 측정방법에 대해 검토하였다. 제3절은 관광지 선택속성과 관련하여 개념을 중심으로 살펴보았으며, 제4절은 관광만족 및 행동의도에 대해 검토하였다. 제5절은 라이프스타일과 관광지선택속성과 관광만족 및 행동의도와 관련한 선행연구를 검토하였다. 제3장은 연구설계로 연구모형과 가설의 설정, 변수의 조작적 정의와 설문지 구성 및 자료수집 및 분석방법으로 이루어진 연구조사방법으로 구성되었다. 제4장은 측정변수의 기술적 특성과 신뢰성 및 타당성 분석 및 가설검증 등으로 구성되었으며, 제5장은 연구의 요약과 시사점 및 연구의 한계를 언급하였다.

본 연구의 구성을 도식화하면 <그림 1-1>과 같다.

<그림 1-1> 연구의 구성



제 2 장 이론적 고찰

제 1 절 라이프스타일

1. 라이프스타일의 개념

라이프스타일(lifestyle) 개념은 광범위하기 때문에 사회학, 심리학, 마케팅 등의 여러 분야에서 연구되어 왔고, 같은 분야에서도 학자들마다 다양한 개념을 도입하여 연구되어 왔다. 특히 1960년대 이후부터 소비자 행동연구를 목적으로 마케팅 분야에서 광범위하게 활동되기 시작했다. 왜냐하면 라이프스타일이 오늘날과 같이 외부환경과 소비자의 의식 및 행동 등이 급격하게 변화하는 시대에서는 보다 체계적인 분석과 실무적인 응용의 필요성이 높아지고 있기 때문이다. 라이프스타일은 실질적으로 마케팅에서는 시장세분화와 관련하여 그 중요성이 높아지고 있다.⁷⁾

라이프스타일은 종합된 견해와 일반적인 인간행동의 본질을 묘사하는 중요한 사회적인 지표로서 사람들이 자신이 어떻게 소비하고, 주위 환경에서 무엇을 특별히 중요하게 여기며, 자신과 주위환경에 대해 어떻게 생각하는지에 대한 총체적인 의미로 살아가는 방식이라 할 수 있다.⁸⁾ 이러한 측면에서 라이프스타일은 시스템적인 개념으로서 전체사회나 세부의 집합적이고 광범위한 의미에서의 특색 있는 생활양식이라 할 수 있다. 구체적으로 라이프스타일은 사람들이 어떻게 자신의 시간을 활용하고 있는가 하는 활동(activity)과 자신의 주위환경에서 중요하게 생각하고 있는 것은 어떠한 것들인가 하는 관심(interest), 그리고 자신과 주위세계에 대하여 어떻게 생각하고 있는가 하는 의견(opinion)의 총체로 나타내어 진다.⁹⁾ 이렇게 라이프스타일은 구성하고 있는 활동과 관심 그리고 의견은 소비자의 소비행동과 밀접한 관련성이 있기 때문에 마케팅 연구에서 중요한 개념으로 취급된다.¹⁰⁾ 이처럼 라이프스타일은 개인의 내면적

7) 이윤섭(2005).전계논문.

8) 황결·염진철(2015). 중국실버관광객의 라이프스타일이 관광지 선택속성에 미치는 영향연구. 관광연구, 30(3). pp.465-482.

9) Kotler(2000). Marketing management. Prentice Hal

10) 채서일(1992). 체계적 분석의 틀에 따른 라이프스타일 연구. 소비자학연구, 39(1). pp.46-63.

가치관이 표출된 형태라는 점에서 관광객의 태도를 형성하는데 중요한 역할을 한다는 추측이 가능하다.¹¹⁾ 이러한 점에서 라이프스타일이란 사회구성원들이 공통적으로 공유하는 독특한 생활양식으로서 사회계층과 소득수준, 시간의 흐름에 따라 변화하기 때문에 소비자의 의식구조, 여가, 소비행태를 파악하는 유용한 마케팅 도구이다.¹²⁾

결과적으로 라이프스타일은 태도, 가치의식, 견해, 흥미와 실제적 행동과 상호통합된 하나의 체계이며, 인간행동 전반에 나타나는 상징적이고 차별적인 행동양식으로 환경적 요인 및 개인적 요인의 복합작용에 의한 파생물로 개념화할 수 있다. 국내외 학자들의 라이프스타일 개념과 주요 연구내용을 요약하면 <표 2-1>과 같다.

<표 2-1> 연구자별 라이프스타일 개념과 주요 연구내용

연구자	라이프스타일 개념 및 연구내용
Koter(2000)	사람이 돈과 시간을 소비하는가에 대한 활동부분, 자신의 환경내에서 무엇을 중시하는가 하는 관심부분, 자신과 주변환경에 관하여 어떠한 생각을 갖고 있는 가하는 의견부분으로 정의
이혜선(2000)	개인의 삶을 영위하는데 소비하는 시간과 돈의 사용패턴이며 개인의 활동, 취미, 의견 등에 의해 구체화되는 생활양식
장양례(2005)	특정집단의 삶의 양식을 기술하고 한 사회의 동적인 생활속에서 생성되고 발전하는 유형과 관광객의 심리적인 행동특성을 보다 구체적이고 정확히 파악할 수 있는 소비자 행동에 영향을 주는 중요한 변수
황결·염진철(2015).	종합된 견해와 일반적인 인간행동의 본질을 묘사하는 중요한 사회적인 지표로서 사람들이 자신이 어떻게 소비하고, 주위 환경에서 무엇을 특별히 중요하게 여기며, 자신과 주위환경에 대해 어떻게 생각하는지에 대한 총체적인 의미로 살아가는 방식

자료: 선행연구를 바탕으로 연구자 재구성

2. 라이프스타일의 유형

관광분야에서 관광시장 세분화의 특성을 규명하기 위하여 라이프스타일은 중요한 변수로 연구되어 왔다. 이는 라이프스타일이 개인의 제품이나 서비스 구매와 소비에 영향을 미치는 중요한 설명변수이기 때문이다.

11) 김선영·김형곤(2009). 라이프스타일 유형에 따른 동기, 만족도, 충성도 차이. 관광연구논총, 21(1). pp.119-139.

12) 오선미(2012). 항공사 객실승무원의 라이프스타일과 일시적 해외체제시 여가 유형. 한국콘텐츠학회지, 12(7). pp.426-447.

김상희(1997)는 노인층 여행상품구매행동 특성에 관한 연구에서 라이프스타일 유형을 외향적 활동형, 개방형, 문화추구형, 전통지향형, 위락추구형, 내향적보수형, 진보주의형으로 구분하였고, 박준희(1999)는 SIT 상품개발을 위한 사이코그래픽 시장세분화 연구에서 선도적 모험형, 안정적 계획형, 자기중심적 탐구형, 합리적 활동형, 적극적 휴식형의 5개 라이프스타일 유형을 제시하였다.¹³⁾ 이정규(1999)는 문화관광객의 라이프스타일과 문화관광선택속성간의 상관관계와 관련한 연구에서 건강추구형, 성취형, 현실추구형, 문화추구형으로 구분하였다.

한편, 이서요·이태희(2015)는 개별 방한 중국인관광객을 대상으로 라이프 스타일 유형에 따른 관광만족도, 재방문의도 및 추천의도의 차이연구에서 라이프스타일 요인을 유행과 새로운 패션을 추구하고 신제품을 구입하는 유행추구형, 칭찬듣기를 좋아하고 스스로를 소중하게 생각하는 자아중심형, 문화생활을 즐기고 여가활동에 투자하는 여가문화추구형, 가족과 노는 것과 대화시간을 즐기는 가족중심형, 남들과 다르게 보이고 싶고 자기방식대로 사는 것이 좋은 개성추구형 5가지 유형으로 구분하였다.¹⁴⁾

이상과 같이 라이프스타일 유형과 관련한 학자들의 연구를 요약하면 <표 2-2>와 같다.

13) 박준희(1999). SIT 상품개발을 위한 사이코그래픽 시장세분화. 경기대학교 대학원 석사학위논문.

14) 이서요·이태희(2015). 개별여행객의 라이프스타일 유형에 따른 관광만족도, 재방문의도 및 추천의도의 차이연구: 방한 중국인 관광객을 중심으로. 한국심리학회지, 21(3). pp.535-550.

〈표 2-2〉 라이프스타일 선행연구 및 유형

연구자	연구내용	라이프스타일 유형
김상희(1997)	노인층 여행상품구매행동 특성에 관한 연구	외향적 활동형, 개방형, 문화추구형, 전통지향형, 위락추구형, 내향적보수형, 진보주의형
박준희(1999)	SIT 상품개발을 위한 사이코그래픽 시장세분화연구	선도적 모험형, 안정적 계획형, 자기중심적 탐구형, 합리적 활동형, 적극적 휴식형
이정규(1999)	문화관광객의 라이프스타일과 문화관광선택속성간의 상관관계	건강추구형, 성취형, 현실추구형, 문화추구형
고호석(2004)	라이프스타일과 국외여행상품 선택행동의 관계	적극적인 사고형, 개방형, 문화활동선호형, 전통지향형, 쾌락추구형
이운섭(2005)	라이프스타일 유형별 관광지 선택 영향관계	사회지향형, 일지향형, 문화추구형, 여가지향형
김경희·이용철(2008)	축제참가자 라이프스타일과 참가만족 영향	일류지향형, 문화지식추구형, 여가지향형, 실용중심형, 가족중심형
배수경·김홍빈·정규엽(2010)	라이프스타일 유형에 따른 카니조 방문객의 게임선호도 차이	도전축, 창조지향, 유행추구, 보수/과시
영기·홍영호(2011)	라이프스타일 요인과 목적지선택속성간의 관계	전통추구형, 위락추구형, 건강추구형, 사회추구형, 여가추구형
이서요·이태희(2015)	개별 방한 중국인관광객을 대상으로 라이프 스타일 유형에 따른 관광만족도, 재방문의도 및 추천의도의 차이연구	유행추구형, 자아중심형, 여가문화추구형, 가족중심형, 개성추구형

자료: 선행연구를 토대로 연구자작성

3. 라이프스타일 측정

심리적이고 행동적인 다차원적 개념이 라이프스타일을 어떻게 측정할 것인가는 학자들간에 중요한 연구문제였다. 라이프스타일을 측정하는 방법은 크게 거시적 차원과 미시적 차원의 접근으로 구분할 수 있다. 거시적 라이프스타일 차원은 어떤 사회가 하나의 집단체로 갖는 특징들을 알아보고자 하는 것이고, 미시적 차원은 그 사회를 구성하는 하부집단들의 특징들이 무엇인지를 알아보고자 하는 것이다. 일반적으로 마케팅이나 소비자행동 분야에서는 거시적 차원보다는 미시적 차원의 접근이 우선시되고 있다.¹⁵⁾

라이프스타일 연구에서 미시적 차원의 측정연구의 대표적 방법은 AIO(Activity, Interest, Opinion) 방법과 사이코그래픽스(psychographics)가 있으며, 그 밖에 RVS(Rokeach Value Survey), VALS(Value and Life Style)와 LOV(List of Value)가 있다.

1) AIO

AIO(Activity, Interest, Opinion)는 활동, 관심, 의견에 관한 질문으로 구성하여 소비자의 라이프스타일을 일상의 활동, 주변의 사물에 대한 관심 및 사회와 개인적 문제에 대한 의견이라는 세 가지 차원에서 파악하려는 방법이다. AIO 조사의 질문항목은 일반적 문항과 구체적 문항으로 구분되는데, 특정제품이나 서비스의 사용과 관련된 라이프스타일은 구체적 AIO에 의해 면밀히 측정할 수 있다.

라이프스타일 분석에 인구통계학적 자료를 AIO 항목분석과 함께 사용한 연구에서 활동은 작업시간과 여가시간을 어떻게 보내는 것인가를 측정하며, 관심은 주변의 사물에 대한 관심도로 측정하고 의견은 연령, 수입, 주거지 등과 같은 기본적인 사실을 조사하여 측정한다. 이를 표로 제시하면 <표 2-3>과 같다.

<표 2-3> AIO 연구의 항목

활동(activity)	관심(interests)	의견(opinion)	인구통계적 특성
일	가족	자기 자신	나이
취미	가정	사회적문제	교육
사회적 사건	직업	정치	소득
휴가	지역사회	사업	직업
오락	레크리에이션	경제	가족규모
클럽회원	패션	교육	거주지
지역사회	음식	제품	지리
쇼핑	매체	미래	도시규모
스포츠	성취	문화	라이프사이클단계

자료: Joseph, T.P.(1974). The concept and application of life style segmentatio. Journal of marketing, 38(1). p.34.

15) 최동희(2018). 방한 중국관광객의 라이프스타일, 관광정보, 행동의도간의 영향관계: 관광형태(개별관광, 단체관광)의 조절효과를 중심으로. 관광학연구, 42(2). pp.11-28.

2) RVS(Rokeach Value Survey)

RVS는 총 18개의 최종가치와 18개의 수단가치로 구성되어 있다. 최종가치는 개인 중심, 사회중심, 인간관계에 그 초점이 있고 수단가치는 도덕적 가치와 개인적 능력과 관련되는 항목으로 구성되어 있다. RVS는 응답자가 최종가치의 순위를 정하고 난 다음 수단가치의 순위를 정하도록 요구하는데, Rokeach(1973)은 18개의 최종가치를 기존의 선행연구와 인터뷰를 통하여 추출하였다. RVS는 과거에 비록 미국인들의 삶의 질을 나타내는 지표로 사용되기도 하였지만 장기적, 단기적인 소비자의 가치, 태도 그리고 행동의 변화에 적절하게 응용되어 사용해 왔다.

<표 2-4> RVS 조사표

최종가치 (terminal value)	안락한 생활, 성취감, 세계평화, 아름다운 세계, 평등, 흥미진진한 생활, 가족의 안전과 자유, 행복, 내적조화, 성숙한 사랑, 국가안전, 기쁨, 구원, 자아존중, 사회적안녕, 진정한 우정, 지혜
수단가치 (instrumental value)	야심적인, 능력있는, 단정한, 즐거운, 용감한, 용서하는 도움이 되는, 정직한, 독창적인, 독립적인, 지적인, 논리적인, 사랑하는, 순종하는, 정중한, 책임있는, 자기통제적인, 넓은 마음 가진

자료: 조우티엔싱(2016). 라이프스타일에 따른 뷰티의료관광 선택속성에 관한 연구. 호남대학교 대학원 석사학위논문. p.20.

3) VALS(Value and Life Style)

VALS는 SRI International에 의해 1978년 개발되었다. VALS(Value and Life Style)는 가치(value)와 라이프스타일(lifestyle)의 머리글자를 딴 약어로서 인구통계적인 자료나 소비 통계뿐만 아니라 전체적으로 개인을 조명한다는 점에서 많은 상업적인 유용성을 인정받고 있다.¹⁶⁾

16) 박세범·박종오 (2009년). 소비자 행동. 서울: 북넷.

〈표 2-5〉 VALS 구분집단 유형 및 집단특성

VALS 구분집단 유형	집단특성
욕구 추동적 집단 (need-driven group)	① 생존자(survivors): 가난하고, 나이가 많고, 건강이 좋지 않으며, 교육수준이 낮다. ② 유지자(sustainers): 역시 가난하지만 자신이 가난하다고 생각하지 않는다. 희망을 포기하지 않는다. 생존자보다 젊고 종종 소수인 유지자는 생존자보다 더 자기 확신적이고, 더 많이 계획하고, 미래에 대하여 더 기대를 갖는다.
외부 지향적 집단 (outer-directed group)	다른 사람이 그들에 대하여 어떻게 생각하는지에 초점을 맞추고, 그들의 삶이 가시적이고, 실제적이며, 물질적이도록 조절한다. ① 소속자(belongers): 미국의 중산층. 대부분이 백인이고, 중간소득을 가지며, 중년층이거나 그보다 나이가 많다. 그들은 가족, 교회 그리고 관습을 소중히 여긴다. ② 경쟁자(emulators): 성취자를 모방함으로써 앞으로 나아가려고 맹렬히 노력한다. 매우 야망적이지만 돈을 저축하기보다는 소비한다. ③ 성취자(achievers): 부유하고, 소득이 높고, 자영업의 전문가. 정치적 설득에서 보수적이고 공화주의자이다.
내부 지향적 집단 (inner-directed group)	내부에 초점을 맞추고 강렬한 관여 과제를 찾는다. ① ‘나는 나’ 집단(I-am-me group): 젊고 미혼이고, 정서, 느낌, 관점에 있어서 큰 변화가 특징적이다. 열성적이고, 대담하고, 새로운 생각과 소유물을 찾는다. ② 경험자(experimentals): 명분, 쾌락, 운동과 같은 활동에 깊게 관여한다. 독립적이고, 자기 신뢰적이고, 혁신적이다. 적당한 소득에 20대 후반이다. ③ 사회의식형(societally conscious): 소수의, 성공적이고, 성숙하고, 사회적 논점과 관련해서 자유로운 집단이다. 성취자의 내부 지향적 특성을 지님.
통합 집단 (integrated group)	인구의 2%를 구성하며, 자기실현적 인간에 가깝다. 내부 지향적 성격과 외부 지향적 성격의 가장 좋은 특징을 함께 맞추어 다루는 성숙하고 균형 잡힌 사람들이다. 통합적 사람들이 VALS집단 중 가장 높은 소득을 가지고 있음에도 불구하고, 그들의 적은 수로 인해 성공적인 표적시장으로 정하는 것이 어렵다.

자료 : 심리학용어사전(2014). 소비자 성격과 가치 [consumer personality and value] - VALS(value & life-style) 프로그램, RVS(Rokeach Value Survey), LOV(list of value). 한국심리학회

VALS 1로 불리는 첫 번째 목록은 동기와 발달 심리학 이론(매슬로의 욕구 위계)에 기초를 두었고, VALS 2로 불리는 두 번째 목록은 소비자 구매 패턴을 측정하기 위해 특별히 고안되었다.

4) LOV(List of Value)

RVS는 조사 항목이 너무 많고 소비자 생활에 직접적으로 관련되지 않은 항목들도 포함되어 있어서 측정상의 어려운 점이 많았다. 따라서 이러한 문제점을 보완하기 위

해서 나온 것이 케일(Kahle)이 만든 LOV(list of value)이다. LOV의 목표는 사람들의 지배적인 가치를 평가하는 것이다(Kahle et al., 1986). LOV는 엄격한 사이코그래픽스 목록이 아닌데도 VALS가 가지고 있는 동일한 문제들에 적용된다. 게다가 공적인 조사에 이용할 수 있어서 그것의 타당도와 신뢰도를 평가할 수 있다. LOV에 의해 평가된 아홉 가지 가치는 다음과 같다.¹⁷⁾

<표 2-6> LOV 가치차원

자기실현, 흥분, 성취감, 자기존중, 소속감, 존경받음, 안전, 재미와 즐거움, 타인과의 따뜻한 관계

제 2 절 관광지 선택속성

1. 관광지 선택속성의 개념

관광현상은 관광지를 중심으로 이루어진다. 이러한 측면에서 관광연구자들은 관광지를 둘러싼 관광활동 과정이나 관광지로서의 특징을 규명하고자 노력해 왔고, 이러한 노력의 일부로 관광지의 여러 요소를 중심으로 관광자의 행동이나 태도를 평가하고자 하였다.¹⁸⁾

관광지는 관광진흥법에서 ‘자연적 또는 문화적 관광자원을 갖추고 관광자를 위한 기본적인 편의시설을 설치하는 지역으로서 이 법에 의하여 지정된 곳’ 이라고 개념화된다. Leiper(1995)는 관광지를 관광객이 어떤 특성이나 특징, 인지된 매력을 경험하기 위해 찾아가서 일정기간 머무는 곳으로 정의하였으며,¹⁹⁾ 물리적인 여러 속성들의 묶음으로 보았다. 관광객들이 방문하게 되는 지리적인 단위로서 독립된 센터, 마을, 고장, 도시, 지역, 섬, 혹은 국가일 수 있으며, 또한 한 장소, 여행목적형의 다기능 장소, 혹은 움직이는 크루즈도 포함되며, 자연적 관광자원, 문화적 관광자원, 인적 자원으로

17) 양윤(2008). 소비자 심리학. 서울: 학지사.

18) 김희정·김시중(2012). 관광지 선택속성과 경험적 가치가 행동의도에 미치는 영향: 백제역사유적지구를 대상으로. 국토지리학회지, 46(2). pp.147-159.

19) Leiper, N.(1995). Tourism management. Melbourne: RMITT Press.

구성되어 특별한 경제적 활동에 활용될 수 있는 가치와 조건을 갖추고 있다고 관광자원 구비조건에 따라 정의하기도 한다.²⁰⁾

그러나 최근 관광지는 관광일정, 문화적 배경, 방문목적, 교육수준 및 과거 방문경험 등을 통해 관광객들이 주관적으로 해석될 수 있는 지각적 개념으로 정의되기도 한다.²¹⁾ 이처럼 관광지는 총체적이고 통합된 경험을 제공하는 관광서비스와 경험의 혼합물이라 할 수 있고 관광객의 유입을 자극하는 장소로 흡인 요인들이 존재하는 곳이라고 할 수 있다.²²⁾

속성(attribute)이란 일반적으로 어떤 사물이 갖는 유무형의 특징을 의미한다.²³⁾ 속성(attribute)은 편익(benefit)과 관련이 있으며, 편익은 소비자들이 상품에 대한 지식의 일환으로 주관적으로 느끼게 되는 요구나 욕구에 따른 혜택으로 상품의 사용 추구편익의 개념에는 속성이 내재되어 있다고 일부 연구에서도 제시되었고, 이는 곧 추구편익이 속성에 근거하고 있는 것이다.²⁴⁾ 일반적으로 관광지는 관광객들의 관광욕구 충족을 위한 관광자원·시설들이 결합되어 있는 일정한 구역으로써 관광객이 관광지를 선택할 때 그 관광지가 자신의 관광동기나 욕구를 충족시킬 수 있는 흡인력이나 매력성이 있어야 한다.²⁵⁾ 관광객들은 관광지에 대한 평가와 선택은 관광객이 가지고 있는 내적욕구를 목적지가 가지고 있는 속성결합에 의해 제공되는 편익을 연결하여 인식하는 과정이라 볼 수 있다.²⁶⁾

이처럼 관광객의 관광지 선택 및 방문결정은 많은 복합적 요인들이 작용하고 있고 관광지는 관광객의 관광욕구를 충족시키기 위해 관광자원, 시설 그리고 서비스가 결합되어 있는 곳이다. 이러한 관광지는 관광객에 의해 지각되고 지속적으로 선호되며 이용될 때 관광지로서의 가치를 인정받을 수 있다. 따라서 관광지 선택속성은 관광객이 관광지를 선택하게 만드는데 영향을 미치는 관광지의 유무형의 특성이라 할 수 있

20) Jafari, J. (2000). Encyclopedia of tourism. New York: Routledge.

21) Buhalis, D. (2000). Marketing the competitive destination of the future. Tourism management, 21(1). pp.97-116.

22) 김희정·김시중(2012). 전계논문. pp.147-159.

23) 주가려(2011).

24) 이미혜(2007). 이벤트정보서비스의 추구편익과 만족간의 관계연구. 관광연구, 21(4). pp. 151-177.

25) 장지원·김태희·이인옥(2014). Kano모형을 이용한 음식관광지 선택속성 분류에 관한 연구: 한국 및 중국대학(원)생을 중심으로. 호텔경영학연구, 23(3). pp.225-244.

26) 엄서호(1998). 관광지 이미지 측정에 관한 연구: 관광지 이미지와 태도의 차이를 중심으로. 한국관광학회지, 21(2). pp.53-63.

다. 즉 관광객은 관광지 선택 의사결정 과정에서 최종목적지 결정에 있어서 대상 관광지가 가지는 특성에 기인하여 최종목적지를 판단하게 되는데 이때에 영향을 미치는 요인이 관광지 선택속성이다.²⁷⁾ 관광객은 여행목적지를 선택하는 데 있어 관광지의 속성 비교와 평가를 통해 관광지를 선호하고 행동을 결정하기 때문에 관광지의 속성을 관광지 선택 결정인자라 볼 수 있다.

곽노엽(1998)은²⁸⁾ 관광객들의 목적지에 대한 평가는 선택한 관광객들이 가지고 있는 내적 욕구를 목적지가 가지고 있는 속성결합에 의해 제공되는 편익을 연결하여 인식하는 과정이라고 보았고, 그 과정의 결과로서 하나의 목적지가 관광객들에게 주는 만족의 정도는 관광객들이 선호할 만한 요소들을 얼마나 가지고 있는가의 문제로 판단하게 된다. 즉, 관광지 속성이론은 관광 목적지의 여러 물리적 요소를 경험적으로 분류하여 각 요소별로 기대나 선호도, 혹은 만족도 등을 측정함으로써 하나의 관광지에 대한 관광객의 태도를 측정할 수 있는 이론적 틀을 의미한다.

이상의 연구결과를 보면 관광지 선택속성은 학자들마다 그 시각에 따라 견해가 다르고 구성요인 또한 매우 다양함을 알 수 있다. 선택속성이란 관광지에 속해 있는 여러 가지 요소 중 관광객들이 선호하며 관광지를 방문하게 하는 가에 대한 개념이다. 이처럼 하나의 관광지가 지니고 있는 특별한 사실, 혹은 긍정적인 요소나 매력적인 요소를 관광지 선택속성이라 하는데 이는 관광자원 혹은 관광매력물이라는 용어와도 상통한다.²⁹⁾

2. 관광지 선택속성 요인

관광객의 관광객 선택행동에 영향을 미치는 요인은 크게 외부적 요소인 마케팅변수와 내부적 요소인 관광객 변수로 구분할 수 있다.³⁰⁾ 일반적으로 외부적 요소인 마케팅변수를 유인요인(full factor)라 하고 내부적 요소인 관광객 변수를 푸쉬팩터(push

27) 오상훈·고계성(2005). IPA를 이용한 섬 관광지 매력성 평가: 제주섬 사례. 관광연구, 19(3), pp.45-58.

28) 곽노엽(1998). 관광지 선택속성 구조연구. 경기대학교 대학원 박사학위논문.

29) 정민채(2010). 역사문화유적지의 교육성, 브랜드가치 선택속성이 관광만족 및 행동의도에 미치는 영향. 경희대학교 대학원 박사학위논문.

30) Hudson(1990). Consumer behavior related to tourism. In A. Pizam & Y. Mansfeld (Eds), p.17.

factor)라 한다. 이러한 점을 고려하면 관광지 선택속성 요인은 마케팅변수라 볼 수 있다.

관광지 선택속성과 관련한 마케팅 변수는 매우 다양하기 때문에 학자들은 이와 관련한 속성들을 유형화하는 방법은 학자들의 연구목적과 방법에 따라 매우 다양하다. Ritch& Zins(1978)는 관광지의 매력속성을 결정하는 일반적 요인으로 자연경관, 문화·사회적 특성, 관광지의 접근 용이성, 관광객에 대한 태도, 부대시설, 물가수준, 스포츠·오락시설, 쇼핑시설을 제시하고, 사회·문화적 요인으로 전통, 음악, 역사, 건축양식, 공예품, 오락 활동, 예술 및 언어, 일에 대한 태도, 복장, 교육, 종교 등을 제시하였다.³¹⁾

Coltman(1989)은 관광지가 지녀야 할 속성을 문화적 설비(amenities)와 매력물(attraction)로 구분하였다.³²⁾ 구체적으로 문화적 설비는 도로, 항만, 공항, 역, 통신 등의 접근보조시설과 같은 하부구조와 숙박, 음식, 쇼핑, 오락시설 등의 주로 민간 기업이 운영하는 시설과 같은 상부구조로 구분하였다. 또한 매력물은 기후, 자연경관, 여행세계 등 자연 환경적 매력물과 스포츠 위락시설, 공원, 위락공원과 주제공원, 쇼핑센터 등 인위적 매력물로 구분하였다,

Shani, Chen, Wang, & Hua(2010)는 쾌적한 환경, 깨끗한 호나경, 좋은 날씨, 환대, 관광정책선도, 안전, 다양한 이벤트와 축제, 유흥, 숙박, 독특한 자연매력, 가치, 레크리에이션 기회, 친절한 사람들, 관광인프라, 지역음식, 접근성, 편리한 현지교통, 쇼핑, 문화, 사회정치적 안정, 독특한 역사와 문화매력, 돈에 대한 가치, 스포츠 등으로 관광지 선택속성 변수를 측정하였다.³³⁾

임병훈·안광호·하재은(2005)는 자연경관, 숙박시설의 질, 특별한 음식, 여행비용, 쇼핑, 교통편의, 지역내 교통사정, 편의시설, 친절한 서비스, 다양한 볼거리의 10개 속성을 제시하였고,³⁴⁾ 김희정·김시중(2012)는 관광지 선택속성과 경험적 가치가 행동의도와 관련한 연구에서 관광지 선택속성을 안락성, 서비스성, 소비성, 매력성의 4가지 요인으로 구분하였다.³⁵⁾ 오성수(2013)는 SNS관광정보가 관광지 선택속성과 관광만족에 미

31) 냉수연(2012). 문화유산 관광지 선택속성이 만족도 및 행동의도에 미치는 영향: 지각가치를 매개변수로. 호남대학교 대학원 박사학위논문 재인용.

32) 비차오(2011). 중국유학생의 관광지 선택속성과 한국관광지 이미지가 관광행동의도에 미치는 영향. 호남대학교 대학원 석사학위논문 재인용.

33)

34) 임병훈·안광호·하재은(2005). 관광지 개성과 속성이 관광지 선택에 미치는 영향에 관한 연구. 마케팅과학연구, 15(3). pp.149-168.

치는 영향에 관한 연구에서 관광지 선택속성을 관광객의 관광지를 선택하는데 있어 다양한 관광시설과 서비스로 구성된 지역이나 대상을 선택하는 과정으로 정의하였고, 관광지선택속성 요인을 크게 관광지의 매력성과 편리성, 독특성 3개 요인으로 구분 한정하였다.³⁵⁾

중국 관광객을 대상으로 한 관광지 선택속성의 연구에서 권오주(2001)는 방한 중국인 관광객들이 한국 관광지를 선택하는 데 있어서 4개 요인을 사용하였다. 요인1: 이미지는 기후, 음식, 한국 국민의 친절, 한국의 지리적 위치, 휴식/휴양, 비용, 자연경관. 요인2: 관광기본시설은 교통시설(항공기/선박/버스 등), 숙박시설, 쇼핑시설, 유흥오락시설(나이트 클럽 등). 요인3: 전통문화는 역사적 유물/유적, 지역 `민속행사/축제. 요인4: 스포츠 활동은 수상 스포츠, 육상스포츠 등 15개 항목으로 측정하였다.³⁷⁾

이상에서 보듯이 관광지 선택속성에 대한 연구들은 연구목적이나 조사지역 그리고 조사대상에 따라 다소간의 차이를 보인다. 그러나 구분이 다를 뿐 대부분은 크게 내적변수와 외적변수로 구분함을 볼 수 있다. 내적변수는 관광지 자체가 지니는 자연경관이나 기후, 위치 등과 관련되며, 외적변수는 관광지의 하부구조인 시설, 서비스, 비용, 관광지 연계 등으로 구성됨을 알 수 있다.

35) 김희정·김시중(2012). 전개논문. pp.147-159.

36) 오성수(2013). SNS 관광정보가 관광지 선택속성과 관광만족에 미치는 영향에 관한 연구. 전남대학교 대학원 박사학위논문.

37) 권오주(2001).

〈표 2-7〉 관광지선택속성 연구

연구자	주요 관광지 선택속성 항목
Mayo(1973)	혼잡도, 경치, 기후
Var & Loftus(1977)	자연적 요소, 사회적 요소, 역사적 요소, 오락, 쇼핑시설, 부대시설, 숙박시설, 음식
Ferrario(1986)	자연경관, 야생동물관광, 열대식물, 쇼핑시설, 지역이벤트행사
Coltman(1989)	문화적 설비(amenities)와 매력물(attraction)
Inskoop(1991)	기후, 경치, 해변과 바다. 동식물군, 문화적 전통과 관습, 예술과 수공예품, 경제활동, 주제공원, 위락공원, 쇼핑, 각종회의, 특별한 이벤트, 카지노
Crompton & Ankomah(1993)	기후, 즐거움, 다양성, 행복감, 특별한 야외오락활동, 사람들과의 만남, 도전성, 휴식, 매력적인 자연환경, 금전, 건강, 안전
Goodrich(1997)	경치, 지역주민의태도, 숙박시설, 휴식 및 긴장해소, 문화에 대한 흥미, 음식, 수상스포츠, 쇼핑시설, 유흥, 골프 테니스
Shani, Chen, Wang, & Hua(2010)	쾌적한 환경, 깨끗한 호수경, 좋은 날씨, 환대, 관광정책선도, 안전, 다양한 이벤트와 축제, 유흥, 숙박, 독특한 자연매력, 가치, 레크리에이션 기회, 친절한 사람들, 관광인프라, 지역음식, 접근성, 편리한 현지교통, 쇼핑, 문화, 사회정치적 안정, 독특한 역사와 문화매력, 돈에 대한 가치, 스포츠
권오주(2001)	자연경관, 수상스포츠, 친절, 교통시설, 숙박시설, 역사적유물, 민속행사 및 축제, 기후, 쇼핑시설, 비용, 지리적 위치, 음식 등
김창완(2002)	공급요인, 수요요인, 지역·사회적요인
김이향(2005)	숙박, 쇼핑, 오락시설, 지리적위치, 목적지로서의 이미지, 관광비용, 유물 및 유적지, 박물관 및 전람회, 육상·수상스포츠, 교통시설, 편리성 등
최용훈(2007)	교통&서비스, 숙박·식음료, 쇼핑, 매력·접근성
김희정·김시중(2012)	안락성, 서비스성, 소비성, 매력성
오성수(2013)	관광지의 매력성과 편리성, 독특성

자료: 최용훈(2007). 관광지선택속성이 관광자만족과 재방문의도에 미치는 영향: 관광자유형과 관광자국적별 비교. 경기대학교 대학원 박사학위논문들 바탕으로 연구자 수정보완

제 3 절 관광만족 및 행동의도

1. 관광만족

1) 관광만족의 개념

만족은 사전적으로 ‘모자람이 없이 충분하고 넉넉함’이라는 의미이다.³⁸⁾ 그러나 학문적으로 관광만족은 좀 더 다양하게 정의되고 있다. 관광만족에 대한 학자들의 정의를 보면 크게 두 가지 접근시각을 나타낸다. 첫째는 욕구나 동기와의 관계를 중심으로 행위의 결과물로 만족도를 정의하는 것이고, 둘째는 만족도를 행위에 대한 평가의 의미로 파악하고자 하는 정의이다.³⁹⁾

전자의 시각은 관광만족을 관광활동과 선택에 참여한 결과물로서 개인적으로 형성되거나 얻어진 혹은 이끌어낸 긍정적인 지각나 감정⁴⁰⁾ 또는 기회에 노출된 후 관광객이 가지게 되는 감정적인 상태⁴¹⁾ 등의 정의가 그것이다. 즉, 만족도는 동기나 욕구의 해결을 위한 관광행위에 따른 반응이나 결과물이다. 반면 후자의 관점에서 만족도는 관광활동에 따른 경험의 평가를 의미한다. 만족이 결과물에 대한 평가라는 점에서 만족도는 기대했던 수준과 실제로 얻어진 결과물의 지각된 성과수준을 비교함으로써 이루어진 평가로 볼 수 있다.⁴²⁾ 즉, 상품구매 후의 성과가 기대와 일치 또는 초과하면 소비자가 상품에 대하여 만족할 것이고 그렇지 못 할 경우 불만족을 느끼게 된다는 것이다. 이 관점은 제공한 서비스나 상품이 소비자인 관광객에 의해 어떻게 평가되는지를 알 수 있게 한다는 점에서 개선점을 찾아내기도 하고 마케팅 전략을 세우는데 도움을 줄 수 있다.⁴³⁾ 이처럼 평가로서의 만족도는 사용 후 혹은 소비경험 후 제품이나 서비스에 대한 인지적 그리고 정서적 평가를 합친 소비자의 판단으로 개념화 할 수 있다.

현재까지 관광만족의 연구들은 이 두 개의 서로 다른 개념으로 이해되는 만족 중 전자는 주로 동기와 만족도와의 관계를 설명하기 위해 사용하고 있고, 후자는 만족도를 측정할 때 주로 사용하고 있다. 이처럼 만족도를 보는 시각에는 학자들간에 다소 차이가 있지만, 만족도가 중요한 이유는 유사하다. 즉, 만족도가 높은 관광지는 여행 상품, 혹은 관광업체가 충성도가 높은 고객을 만들어 내고, 미래에 더 많은 방문객을 유치할 수 있으며, 가격인상에 대한 인내심을 높일 수 있고, 사회적으로 좋은 평판을

38) 국립국어원(2011). 표준국어대사전.

39) 장호찬·라선아((2008). 관광객 행동론. KNOU Press. p.258.

40) Brard, J.G., & Ragheb, M.G.(1980). Measuring leisure satisfaction. Journal of leisure research, 12(1). p.22.

41) Baker, D.A., & Crompton, J.II.(2000). Quality, satisfaction and behavioral intention. Annals of tourism research, 27(3). pp.785-804.

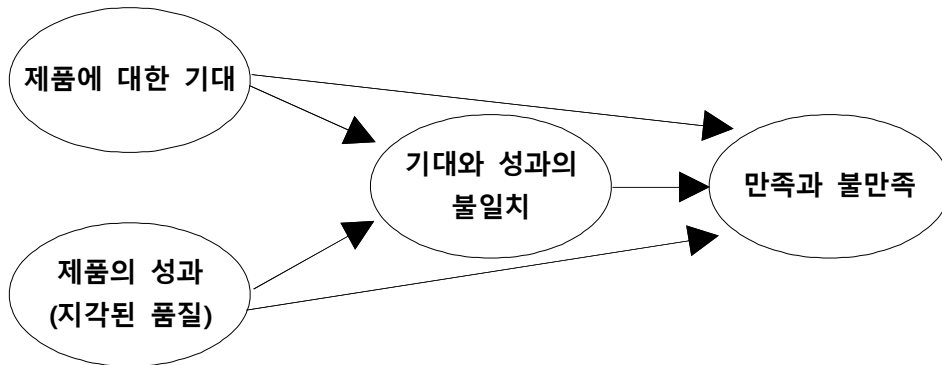
42) 김창수(2005).

43) 고동우(1998). 관광의 심리적 체험과 만족간의 관계. 고려대학교 대학원 박사학위논문.

만들어 낼 수 있기 때문이다.⁴⁴⁾

관광만족도의 측정은 전반적인 만족도와 서비스의 속성과 관련된 평가인 속성만족도로 구분된다. 속성만족도는 속성들에 대한 성과에 대한 관찰로 유도된 고객의 만족에 대한 주관적인 판단이다.⁴⁵⁾ 반면 전반적인 만족도는 세부적인 속성들에 대한 만족의 총합이 아니라 단순히 전체적인 경험을 토대로 판단한 평가로 개념화된다.⁴⁶⁾

<그림 2-1> 고객만족 형성의 기대 불일치 모형



이유재(1997). 고객만족형성과정의 제품과 서비스간의 차이에 관한 연구. 소비자학연구,8(1). pp.101-118.

2) 관광만족의 측정

관광 후 관광전반에 대한 만족도를 측정하는 방법은 크게 속성별 측정과 전반적 만족도의 측정이다.

전반적 만족도의 측정은 하나 또는 그 이상의 문항으로 직접 관광경험에 대한 느낌이나 만족도, 선호도 등을 통해 측정하는 방법이고 속성별 측정은 상품이 서비스의 여러 측면에서의 속성을 평가하여 응답치를 다양한 방식으로 계산해서 얻는 단일점수를 만족도의 지표로 삼는 방법이다.⁴⁷⁾ 두 방식 모두 장단점은 있지만 전자는 평가목적에 명확하고 간편하여 응답자가 쉽게 응답할 수 있고, 관광객 만족과 측정치 사이

44) Baker, D.A., & Crompton, J.II.(2000). ibid. pp.785-804.

45) 권문화 · 이제역(2005). 문화관광축제의 관광 매력속성이 관광객 만족 및 재방문 의도에 미치는 영향: 경주 한국의 술과 떡 잔치 2004를 중심으로. 관광경영학연구, 24. pp.1-23.

46) 장호찬·라선아(2008). 전개서. KNOU Press. p.263.

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

의 관계가 비교적 명확하다는 장점이 있다.⁴⁸⁾

선행연구에서 선호되는 관광만족 요인은 관광체험이나 관광경험의 후의 요인으로서 전반적 만족을 고려하고 있다. 전반적 만족은 관광대상과 관광활동 그리고 관광객의 가치 등을 포괄적으로 포함하고 있다.⁴⁹⁾ 이와 달리 만족의 매개변수로서 그 효과를 검증하는 선행연구들은 2-3개의 세부차원을 구성하여 관광만족을 측정하기도 한다. Baker & Crompton(2000)은 관광만족을 전반적 만족, 즐거움, 방문에 대한 호의, 방문에 대한 긍정 등으로 측정했으며,⁵⁰⁾ 고동우(1998)는 전반적 만족, 이미지 만족의 두가지로 구분했다.⁵¹⁾ 김계섭·안윤지(2004)는 인지적 만족, 정서(체험)적 만족, 효용(소비)적 만족으로 만족도를 구분했고,⁵²⁾ 양봉석(2007)은 소비만족, 관광활동만족 등으로 관광만족을 측정하였다.⁵³⁾

이상과 같이 관광만족의 측정은 단일차원의 전반적 만족을 측정하거나 속성별 다차원적으로 측정하기도 한다. 하지만 관광만족을 구성하는 변수가 많으면 관광객의 최종적이면서도 전반적인 만족도를 제대로 파악하기 힘들기 때문에 관광만족의 구성요인은 단순하면서 함축적 의미를 담고 있어야 한다.⁵⁴⁾ 이러한 점에서 본 연구에서는 관광만족을 전반적 만족이라는 단일차원으로 보았다.

2. 행동의도

제품이나 서비스의 구매 후 소비자들의 평가는 만족과 불만족으로 나뉘고 이러한 평가는 소비자들에게 다양한 태도나 행동의 변화를 유도한다. 소비자들은 구매 후 만족했을 때 긍정적인 구전효과나 장래에 만족했던 관광지를 재방문하거나 혹은 관련된 서비스를 재구매할 가능성이 상대적으로 높기 때문이다.

48) 박은경(2013). 문화유산관광에서의 진정성이 관광자의 만족도와 충성도에 미치는 영향: 하회마을을 대상으로. 제주대학교 대학원 박사학위논문.

49) 고동우(1998). 전계논문.

50) Baker, D.A., & Crompton, J.II.(2000). *ibid.* pp.785-804.

51) 고동우(2002). 2002 한일월드컵 스폰서십 활동과 브랜드 충성도의 관계. 단국대학교 대학원 박사학위논문.

52) 김계섭·안윤지(2004). 문화관광자원의 매력속성, 자원해설, 관광만족간의 영향관계. 관광연구, 1991). pp.247-272.

53) 양봉석(2007). 문화관광지의 관광체험과 고유성, 관광만족의 관계연구. 동아대학교 대학원 박사학위논문.

54) 신현호(2013). 전계논문.

이러한 구전효과와 재방문 또는 재구매 의도를 일반적으로 행동의도라고 개념화하고 있다. 즉, 행동의도는 대상이 제품인 경우에는 구매의도, 반복적으로 제품의 구매가 이루어지는 경우에는 재구매 의도라 불리며, 호텔 등의 서비스 산업의 경우에는 재이용의도, 관광지의 경우에는 재방문 의도 등으로 표현되고 있다.⁵⁵⁾ 따라서 행동의도는 가장 포괄적인 용어로 사용된다.

소비자들이 재구매 또는 재방문하는 이유는 새로운 곳을 찾았을 때 맞닥뜨리게 될지도 모를 위험을 중리거나 회피하기 위해서 혹은 위험자체를 싫어하는 경향 때문이다.⁵⁶⁾ 계획된 행동이론에 따르면 의도는 행동하기 위해 자각하는 계획의 강도를 의미하고, 계획을 바꿀 정도의 변화요인이 없다면 의도는 행동을 가장 잘 예측한다고 한다.⁵⁷⁾ 하지만 언제나 의도와 행동간의 관계가 일치하는 것은 아니다. 행동을 실제로 관찰하지 않고 다른 지표를 사용하여 예측하려고 할 때 가장 좋은 지표가 의도라고 보았는데 기본적으로 사람들은 일정한 의도에 따라 행동한다.

본 연구에서는 이러한 점을 감안하여 행동의도를 재방문 의도로 개념화했다.

제 4 절 선행연구

1. 라이프스타일과 관광지 선택속성

이정규(2002)는 다이얼로그(dialogue)척도를 바탕으로 23개의 측정항목을 이용하여 문화관광객의 라이프스타일과 문화관광선택속성간의 상관관계를 실증분석을 하였는데, 건강추구형, 성취형, 현실추구형, 문화추구형으로 지정하여 문화관광 선택속성의 차원을 분석 한 결과, 인구통계학적인 특성보다 라이프스타일 변수가 훨씬 유용하다는 것을 밝혀냈다.⁵⁸⁾

이윤섭(2005)는 관광자 가치와 라이프스타일, 동기와 관광지 선택행동과의 관계 연

55) 최동희(2018). 전계논문. pp.11-28.

56) Baker, D.A., & Crompton, J.II.(2000). *ibid.* pp.785-804.

57) 윤진영(2009). 해외관광의 매력속성과 위험속성이 유익성, 편의성, 태도 및 행동의도에 미치는 영향. 세종대학교 대학원 박사학위논문.

58) 이정규(2002). 문화관광객의 가치에 따른 시장세분화와 선택행동분석. 문화관광연구, 4(2). pp.390-410.

구에서 관광지 선택속성에 대한 라이프스타일 요인 중 여가지향성, 문화추구형, 일지향성 등의 유의한 영향을 미쳤음을 실증했다.⁵⁹⁾

선도길·노윤구(2005)는 한일거주인을 대상으로 한 라이프스타일과 관광지 선택행동 연구에서 한국인의 라이프스타일 유형은 문화재/공원/사원/신사 등 문화적 관광지를 선호하고, 일본인의 라이프스타일 유형은 산지/하천/해안/온천 등의 자연적 관광지를 선호하는 것으로 나타났다.⁶⁰⁾

영기·홍영호(2011)는 라이프스타일 유형은 전통추구형, 위락추구형, 건강추구형, 사회추구형, 여가추구형으로 구분하고 그리고 특수목적관광(SIT) 목적지선택속성으로는 자연적속성, 문화적속성, 사회적속성, 관광시설속성으로 도출하여 두 요인의 영향관계를 살펴본 결과 라이프스타일 요인과 목적지선택속성은 부분적으로 유의한 관계에 있음을 실증했다.⁶¹⁾

왕결·염진철(2015)는 노인인구가 인구의 상당부분을 차지하게 되는 현대 사회에서 점차 경제력을 갖춘 중국인 실버층 여행자들의 다양한 여가활동 욕구를 효과적으로 충족시키기 위해 중국 실버관광객의 라이프스타일과 관광지 선택속성과의 관계를 연구하고 실버관광객의 관광지 선택에서 영향을 주는 주요 요인으로 자기관리형, 여가문화형 실버관광객들이 관광지 선택속성이 만족에 영향을 줌을 밝혔다.⁶²⁾

최동희(2018)는 방한 중국인 관광객을 대상으로 한 연구에서 라이프스타일 요인을 개성추구, 여가추구, 자기관리, 실용주의, 문화추구 등의 5개 요인으로 구분하고 행동의도와 관계에 대한 연구에서 중국관광객의 라이프스타일은 관광정보에, 중국관광객이 지각하는 관광정보는 행동의도에 유의한 영향을 미쳤으며, 이러한 영향은 관광형태(개별관광, 단체관광)에 따라 차이가 있음을 실증하였다.⁶³⁾

이상의 연구결과를 종합하면 라이프스타일은 관광지 선택과 관련하여 관광객 자신의 심리적 변수로서 관광행동에서 주요한 설명변수이며, 특히 관광지 선택속성과의 결합을 통해 유용한 마케팅 전략을 도출하는 요인임을 알 수 있다.

59) 이윤섭(2005). 전계논문

60) 선도길·노윤구(2005). 라이프스타일과 관광지선택행동에 관한 연구(한·일 거주인). 동북아관광연구, 2(1). pp.163-178.

61) 영기·홍영호(2011). 관광객 라이프스타일 유형에 따른 특수목적관광지 선택속성 연구. 사회과학논총, 26(2). pp. 117-145.

62) 왕결·염진철(2015). 전계논문. pp.465-482.

63) 최동희(2018). 방한 중국관광객의 라이프스타일, 관광정보, 행동의도간의 영향관계: 관광형태(개별관광, 단체관광)의 조절효과를 중심으로. 관광학연구, 42(2). pp.11-28.

2. 관광지 선택속성과 행동의도

관광지 선택행동과 관련한 선행연구들을 보면 관광객이 관광지를 선택할 때 여러 대상지를 후보지로 정해두고 시간이 지남감에 따라 점차 후보 대상지의 숫자를 줄여 간다고 주장하고 있다. 이러한 관광지 선택과 관련하여 대상후보지는 관광지를 구성하는 세부속성들의 비교를 통해 이루어진다는 점에서 관광객 선택속성은 중요하다. 이를 통해 관광객 선택속성은 방문의도라는 행동의도로 관계된다. 즉 행동의도나 방문의도의 선행요인으로서 관광지 선택에 있어 관광지 선택속성은 중요한 설명변수로 여겨지고 있다.

관광지 속성과 관련하여 국내연구를 보면 전병렬(2002)은 관광객이 느끼는 가치에서의 차이를 연구하면서 관광객의 선호하는 가치가 관광지 속성과 관련됨을 제시하고, 관광지 속성항목을 4개의 큰 항목과 17개의 소항목으로 구분하였다.⁶⁴⁾ 장병수·변우희(2004)의 연구에서는 기존 연구들을 정리하여 관광상품의 속성요인을 관광지 매력물, 물리적 환경, 편의시설, 관광경험, 종사원의 서비스, 관광내용 및 체계, 참가자들의 상호작용 등으로 구분하였다.⁶⁵⁾

이윤섭(2005)은 관광지 선택속성과 행위의도 간의 관계에 대한 연구에서 관광지 매력, 숙박시설, 교통수단, 식음료, 쇼핑, 여행서비스 등으로 구성된 관광지 선택속성이 추천의사와 재방문의도에 유의한 영향을 미치고 있음을 실증했다.⁶⁶⁾

최동희(2018)는 방한 중국인 관광객을 대상으로 한 연구에서 라이프스타일 요인을 개성추구, 여가추구, 자기관리, 실용주의, 문화추구 등의 5개 요인으로 구분하고 행동의도와 관계에 대한 연구에서 중국관광객의 라이프스타일은 관광정보에, 중국관광객이 지각하는 관광정보는 행동의도에 유의한 영향을 미쳤으며, 이러한 영향은 관광형태(개별관광, 단체관광)에 따라 차이가 있음을 실증하였다.⁶⁷⁾

김성혁·이정규(2000)는 라이프스타일에 다른 문화관광객의 시장세분화와 문화관광 선택행동과의 관계와 관련한 서울지역 주민을 대상으로 한 연구에서 문화유산, 문화

64) 전병렬(2002). 관광자 가치가 관광지 선호속성과 선택행동에 미치는 영향에 관한 연구: 국적별 제주방문 관광자를 중심으로. 세종대학교 대학원 박사학위논문.

65) 장병수·변우희(2004). 관광상품 지각에 의한 관광지 평가. 관광학연구, 28(1), pp.83-107.

66) 이윤섭(2005). 전계논문.

67) 최동희(2018). 전계논문.

행사, 교육기관, 문화체험, 지역문화, 도시관광 등의 6개 선택속성과 문화관광객의 라이프스타일 요인과는 상관관계가 있는 것으로 분석했는데, 특히 지식추구형 라이프스타일 요인이 문화행사에 미치는 영향이 큰 것으로 나타났다.⁶⁸⁾

제 5 절 방한 중국인 관광객의 현황

1. 방한 중국인 관광객의 현황

1) 방한 중국인 관광시장 동향

중국인 아웃바운드관광은 1983년의 홍콩마카오 친척방문으로부터 시작되었다.⁶⁹⁾ 이후 개혁개방이 진행됨에 따라 중국 경제가 지속적으로 성장하고 소득수준이 향상됨에 따라 중국인의 여가와 관광에 대한 인식변화도 급변하였다. 한편 중국정부의 소비주도형 성장전략은 중국인들의 국제관광 수요 확대에 긍정적인 영향을 미치고 있고, 중국의 도시화율 증가와 23선 도시의 부상은 관광수출 시장의 잠재력 확대에 기여하고 있다.⁷⁰⁾ 이러한 중국의 정치경제 및 사회적 환경변화에 따라 중국인의 방한 관광객 수도 증가할 것으로 예상된다.

<그림 2-2> 중국인 해외관광 단계별 성장과정

기간	1984-1989	1990-1996	1997-2001	2002-2009	2010-현재
특징	친척방문관광 및 변경관광 시작	사실상의 해외관광 시장 및 수출관련 법규 제정	자비 해외관광 가능 및 수출관련 법규 제정	해외관광의 통제 완화 및 시장규모와 목적지 개량 확대	해외관광 시장규모 및 지출규모의 급속 성장
주요 내용	<ul style="list-style-type: none"> 홍콩, 마카오 지역 친척방문 관광 시작(중국 광둥성: 시범지역) 변경관광 시작 (중국 라오닝성과 복관) 해외관광 개방에 대한 통제적 방침 	<ul style="list-style-type: none"> 동남아 3개국 친척방문 관광 가능 (태국, 싱가포르, 말레이시아) <중국인의 동남아 3국 관광조직에 대한 임시관리방법> 반포 홍콩, 마카오 지역 관광 및 변경관광 지속 증가 	<ul style="list-style-type: none"> 중국인의 자비 해외관광 가능 (2000년 발한관광 전면개방) <중국공민자비출국 관광관리임시방법> 반포 계획과 통제가 주요 특징이나, 규범적 성장 시작 	<ul style="list-style-type: none"> 해외관광에 대한 제한 완화 및 수속절차 간소화 <중국공민출국관광 관리방법> 반포 해외관광 시장규모 빠른 성장 및 목적지 개발 속도 가속화 	<ul style="list-style-type: none"> 해외관광객 수 1억 명 돌파(2014) 중국의 관광 관련 종합법률 <여류법> 시행 중국인 해외관광 지출규모 1위 도약 (2012)
성장단계	탐색적	초보적	규범적	패속적	폭발적

68) 김성혁·이정규(2000). 라이프스타일에 따른 문화관광객의 시장세분화와 문화관광 선택행동 분석. 관광학연구, 24(2). pp.253-275.

69) 조우티엔싱(2016). 중국인 개별여행객들의 라이프스타일에 따른 뷰티의료관광 선택속성에 관한 연구. 호남대학교 대학원 석사학위논문.

70) 김현주·최경은(2016). 전게서.

자료: 김현주최경은(2016). 전게서.

중국인의 방한 관광이 본격화된 2000년 이후 중국관광객은 2000년 44만 3천명에서 2015년 약 598만명 규모로 13.5배 가량 증가하였다. 방한 중국인 관광시장은 2013년을 기점으로 본격적으로 증가하기 시작했는데 전체 외국인 입국자 비중이 35.5%를 기록했다. 2015년 중동호흡기증후군(Mers)사태 이전까지 중국인 관광객은 두자리수 증가세를 보여주었다. 2015년 기준 방한 외래관광객 가운데 중국인의 비중은 약 47.3%를 보일 정도로 한국 외래관광시장에서 중요성이 매우 크다.⁷¹⁾ 이중에서 상용, 공용, 유학 등의이론적 목적을 제외하고 관광을 목적으로 방문한 중국인 수는 471만명으로 전체 중국인 입국자 수의 78.7%를 차지하는 것으로 나타났다.

방한 중국인 여행유형별 비율은 2013년 관광을 목적으로 방문한 중국인 314만명중 단체 관광객은 118만명으로 전체의 37.6%를 차지하였하는 것으로 나타났다.⁷²⁾ 최근 증방한 중국인 관광객 시장의 특성은 중국인의 단체 관광객 비율이 줄어들고, 개별여행 관광객이 점차 증가이다. 2015년 기준 방한 중국인 관광시장에서 개별여행객의 비중은 54.9%를 차지하는 것으로 나타났다. 한국의 해외여행 초기 당시 개별관광보다 단체관광이 선호도가 높았지만, 시간이 지나고 한국의 해외여행자수가 점점 증가하면서 단체관광보다 개별관광선호도가 높아져가고 있다. 이는 방한 중국인관광객 단체여행의 초저가 관광상품의 폐해로 인히 문화체육관광부가 중국 저가 단체관광 근절대책을 발표하고 불법 중국전담여행사 상시퇴출제, 중국 전담여행사 실태조사 및 중점 이용업소 집중 단속과 같은 시책을 펼침에 따른 결과로 보인다.

<표 2-8> 방한 중국관광객의 유형

년도	관광목적입국자수(만명)	단체관광객수(만명)	개별관광객수(만명)
2009	58	30	28
2010	101	45	56
2011	131	54	77
2012	203	84	119
2013	314	118	196
2014	477	272	205
2015	471	212	259

71) 인천발전연구원(2016). 2015년 방한 중국인관광객 현황. 한중Zine, 185호.

72) 한국관광공사(2016). 외래관광객 실태조사

주1) 개별관광객수는 Air-tel관광객 수 포함.
자료: 한국관광공사(2016). 외래관광객 실태조사

2) 방한 중국인 관광시장 특성

2016년 실시한 한국관광공사의 외래관광객 실태조사에 따른 방한 중국인 관광시장의 특성을 살펴보면 다음과 같다.

첫째, 중국인의 방한 횟수는 ‘1회’ 방문비중이 62.2%로 전체 외래관광객의 53.9%보다 높아 한국을 처음 방문하는 중국인 관광객이 많은 것으로 나타났다.

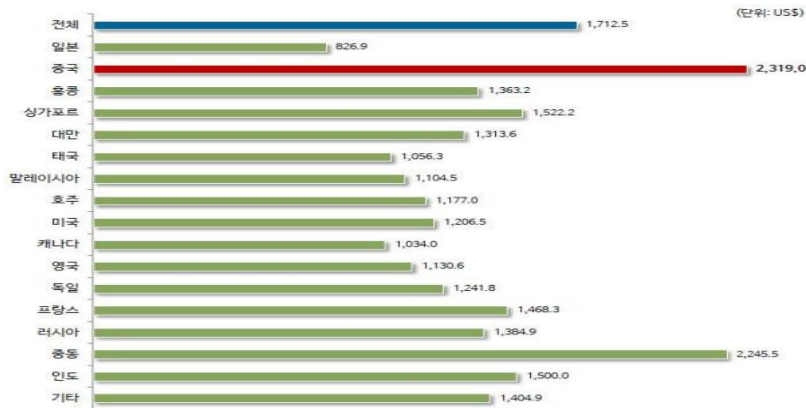
둘째, 방한 중국인 관광객의 거주지를 살펴보면 상하이시, 산둥성, 베이징시, 저장성, 관동성, 장쑤성, 랴오닝성 순으로 연해지역의 발달된 대도시 지역이 관광객 송출이 많은 지역으로 나타났다.

셋째, 방한 중국인 관광객의 방문목적으로는 여가/위락/휴가와 쇼핑비율이 높은 것으로 나타났는데, 특히 쇼핑목적의 관광객은 타국가 관광객보다 상대적으로 높은 특징을 보였다.

넷째, 방한 중국인 관광객의 한국 여행시 방문지를 권역별로 보면, 서울이 76.2%로 가장 높고 이어 제주가 32.4%를 차지하여 서울과 제주에 대한 몰입이 심한 특성을 보여주고 있다.

다섯째, 방한 중국인 관광객의 1인 지출경비는 2,319달러로 거주국별 지출 경비 가운데 가장 높았다. 반면 쇼핑이나 숙박에 비해 음식에 대한 만족도는 가장 낮은 특징을 보여주고 있다.

〈그림 2-3〉 방한 외래관광객 1인지출경비



자료: 인천발전연구원(2016). 전계서.

2. 제주방문 중국인 관광객 현황

제주도는 한국에서 가장 큰 섬이며 한국을 대표하는 관광지로, 2002년 생물권보전 지역 지정을 시작으로, 2007년 유네스코 세계자연유산 등재, 2010년 세계지질공원 인증까지 관광지로서의 명성을 높여갔다. 여기에 제주만의 고유한 문화는 자연환경의 가치를 높이는 관광객을 제주로 불러들이는 요인이 되었다.

제주방문 관광객 수는 2011년 약874만명에서 2016년 1,585만명으로 매년 두자리수 이상의 증가를 보이다 2017년 1,475만명으로 6.9% 감소세를 보였다. 그 원인은 <표 2-2>에서 나타나듯이 외국인 관광객의 감소에 원인이 있다. 특히 2016년 중국의 한한령으로 그간 제주방문 외국인 관광시장의 증가를 견인했던 중국인관광시장의 급격한 추락이 가장 큰 원인으로 지목되고 있다.

〈표 2-9〉 제주방문 관광객 수

구 분		2011년	2013년	2014년	2015년	2016년	2017년
관 광 객	계	8,740,976	10,851,265	12,273,917	13,664,395	15,852,980	14,753,236
	(증감률)	(15.3)	(12.0)	(13.1)	(11.3)	(16.0)	(-6.9)
	내국인	7,695,339	8,517,417	8,945,601	11,040,135	12,249,959	13,522,632
	외국인	1,045,637	2,333,848	3,328,316	2,624,260	3,603,021	1,230,604

자료: 제주도(2018). 2018 주요행정통계

<표 2-9>은 제주방문 외국인 관광객의 국적별 현황으로 2011년 전체 외국인 관광객 중에서 중국관광시장의 비율은 54.54%에서 2016년 85.05%로 제주방문 외국인 시장 중 중국인 관광시장은 급격한 증가세를 이루었다. 하지만 2017년 한한령 등 대외여건의 변화로 제주방문 중국관광시장의 비율은 60.73%로 낮아졌다. 그렇다하더라도 여전히 제주방문 외래관광객 중 중국관광시장의 비중은 절대적으로 높은 수치를 차지하고 있다. 이에 비해 2011년까지만 하더라도 제주방문 외래관광객 시장에서 가장 전통적으로 중요한 위치를 차지한 일본관광시장은 2011년 16.61%에서 2017년 4.5%로 급격한 감소를 보였다.

이와 같은 중국인 관광객의 높은 비중은 제주와 중국간의 국제노선 확충, 국제크루즈선 입항 증가 등을 접근성 개선과 중국 주요 동부도시지역에서 2시간 이내에 도착할 수 있는 근접성 그리고 2008년 2월부터 실시된 제주도 무비자 입국허용 시책의 적용으로 한국의 다른 지역에 비해 입국절차가 간소화된 점이 중국관광시장의 증가를 견인한 주요요인으로 고려되고 있다.⁷³⁾

<표 2-10> 제주방문 외국인 관광객 국적별 현황

구 분	2011년	2013년	2014년	2015년	2016년	2017년
계	1,045,637	2,333,848	3,328,316	2,624,260	3,603,021	1,230,604
일 본	173,700	128,879	96,519	59,233	47,997	55,359
미 국	26,648	21,439	19,812	16,898	33,605	32,651
대 만	31,661	38,890	32,189	17,839	38,046	28,994
중 국	570,247	1,812,172	2,859,092	2,237,363	3,061,522	747,315
홍 콩	26,601	39,761	28,405	22,732	44,757	48,952
싱가포르	55,927	56,622	46,307	29,620	50,566	33,732
말레이시아	53,045	74,956	63,953	39,892	66,207	49,524
기 타	107,808	161,129	182,039	200,683	260,321	234,077

자료: 제주도(2018). 전세서.

한편 제주방문 외래관광객 중 중국인관광객의 여행형태와 관련하여서도 변화의 조짐이 보인다. 문화체육관광부가 중국 저가 단체관광 근절대책으로 인해 전통적인 패키지관광 위주의 시장환경에서 점차 개별관광시장으로 옮겨가고는 있지만 한국전체에

73) Hou bo(2017). 제주방문 중국인 개별관광객의 관광동기에 따른 시장세분화연구. 제주대학교 대학원 석사학위논문을 바탕으로 연구자 수정보완

비해서는 아직 그 증가속도나 비중이 낮은 편이다.

이를 구체적으로 살펴보면 <표 2-11>와 같다. 2015년 개별관광 비율이 2014년보다 19.1%로 증가하였고, 2016년은 2015년보다 감소했지만 중국과의 사드(THAAD) 문제로 인해 중국인 단체관광객의 한국관광을 2017년 3월 15일부터 전면 금지함에 따라 중국인 개별관광객에 증가할 것으로 예상된다. 따라서 제주도내 관광업체들은 이제 중국 시장을 무시할 수 없는 정도로 중국 마케팅을 중심을 두어 특히 개별 관광객을 대상으로 마케팅 활동을 추진해야 하는 시대가 되었다.⁷⁴⁾

<표 2-11> 제주방문 중국인 관광객의 유형

구분	개별관광 (Air-tel여행포함)	단체관광
2013년	23.3%	67.7%
2014년	22.0%	78.0%
2015년	41.4%	58.3%
2016년	36.7%	63.3%

자료: Hou bo(2017). 전계논문.

3. 중국인 관광객에 대한 선행연구

중국 아웃바운드 관광시장은 개혁개방 이후 급속한 환경변화 속에서 빠르게 성장해오고 있다. 이러한 가운데 방한 외래관광시장에서 중국시장의 비중은 절대적이라 할 만큼 규모와 비중이 높아지고 있다. 따라서 중국인 방한관광시장의 지속적인 성장을 도모하기 위해서는 중국시장에 대한 표면적인 이해를 넘어 심층적인 이해가 요구되며 이를 위한 방한 중국시장에 대한 연구도 초기 관광객 행태분석과 같은 연구에서 실버관광객이나 뷰티의료관광과 같은 개별관광시장을 대상으로 한 시장세분화와 같은 보다 세분화된 연구분야로 확대되고 있다.

정병웅·진애니·정유리(2009)는 방한 중국인 관광객들의 관광지 선택속성 중요도-만족도 연구에서 관광지 선택속성과 관련하여 선행연구 검토를 통해 측정도구를 추출하여 중국인 관광객들을 대상으로 조사를 실시한 결과 음식 가격, 음식의 다양성, 숙박요금, 쇼핑가격, 여행비용 순으로 중요도와 만족도 간 차이가 크게 나타남을 확인하였

74) Hou bo(2017). 전계논문.

다.75)

척재방(2012)은 라이프스타일에 따른 중국노년층의 해외여행상품 선택속성 연구에서 여가추구형, 가족중심형, 실용주의형, 사회참여형, 전통주의형, 자아중심형 등의 라이프스타일 유형과 가격, 여행목적지, 여행사, 쇼핑, 숙박, 음식 등의 관광지 선택속성을 구분하고 이들 변수간의 관계를 살펴본 결과, 여행사와 음식, 여행목적지, 숙박, 가격 및 쇼핑요인과 라이프스타일 요인간에는 유의한 차이가 있음을 발견하였다.

조우티엔싱(2016)은 중국인 개별여행객들의 라이프스타일과 뷰티의료관광 선택속성간의 관계를 살펴보았는데, 건강관리 및 사회지향형과 취미보수안정·건강관리형이 의료뷰티관광의 품질, 환경, 인프라 및 온라인홍보, 지원서비스 등의 선택속성과 유의한 차이가 있음을 실증했다.

Hou bo(2017)는 제주방문 중국인 개별관광객의 관광동기에 따른 시장세분화 연구에서 다목적 추구집단과 친목 및 문화체험추구 집단은 고급호텔이나 리조트를 선호하는 반면 저동기 집단은 일반호텔, 일상탈출이나 오락추구 집단은 게스트하우스나 펜션을 선호하고 있음을 실증하였다.

이외 방한 중국관광객 관련 선행연구를 요약하면 <표 2-12>와 같다.

<표 2-12> 중국인 관광객에 대한 선행연구

연구자	연구내용
정병웅·진애니·정유리(2009)	방한 중국인 관광객들의 관광지 선택속성 중요도-만족도 연구
척재방(2012)	라이프스타일에 따른 중국 노년층의 해외여행상품 선택속성 연구
유우방·주홍·변우희(2012)	중국관광시장의 관광정보 활용과 관광동기, 관광만족 연구
우정정(2013)	중국인 관광객의 인구통계적 특성, 관광동기, 라이프스타일 및 관광행태에 따른 정보탐색 특성
왕결·염진철(2015)	중국 실버관광객의 라이프스타일이 관광지 선택속성에 미치는 영향
포홍비·홍성화(2015)	제주방문 20-30대 중국개별관광객의 관광정보서비스와 관광만족도 연구
조우티엔싱(2016)	중국인 개별여행객들의 라이프스타일에 따른 뷰티의료관광 선택속성 연구
Hou bo(2017)	제주방문 중국인 개별관광객의 관광동기에 따른 시장세분화 연구
최동희(2018)	방한 중국관광객의 라이프스타일, 관광정보, 행동의도 관계연구

자료: 연구자 작성

75) 정병웅·진애니·정유리(2009). 방한중국인 관광객들의 관광지 선택속성 중요도-만족도 연구. 사회과학연구, 48(2). pp.165-184.

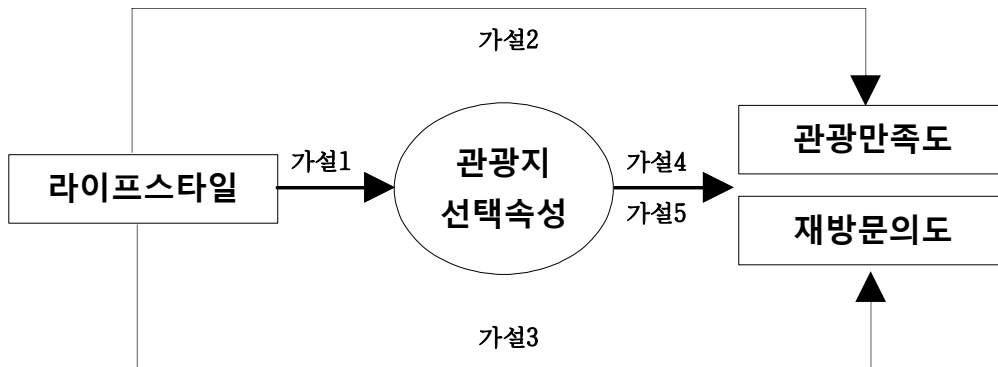
제 3 장 연구 설계

제 1 절 연구모형 및 가설의 설정

1. 연구모형

본 연구에서는 이론적 고찰을 중심으로 제주방문 중국인관광객의 라이프스타일에 따라 관광지 선택의 주요 속성과 전반적 만족도 및 재방문 의도에 어떠한 차이가 있는지를 규명하고 이러한 주요 속성이 전반적인 만족도 및 재방문의도에 미치는 영향을 분석함을 연구목적으로 한다. 이를 바탕으로 연구모형을 설정하면 <그림 3-1>과 같다.

<그림 3-1> 연구 모형



2. 연구가설의 설정

설정된 연구모형을 바탕으로 연구가설을 설정하면 다음과 같다.

<가설 1> 제주방문 중국인 개별관광객의 라이프스타일 유형에 따라 관광지 선택속성은 차이를 보일 것이다.

<가설 2> 제주방문 중국인 개별관광객의 라이프스타일 유형에 따라 관광만족도는 차이를 보일 것이다.

<가설 3> 제주방문 중국인 개별관광객의 라이프스타일 유형에 따라 재방문의도는 차이를 보일 것이다.

<가설 4> 제주방문 중국인 개별관광객의 관광지 선택속성은 관광만족도에 영향을 미칠 것이다.

<가설 5> 제주방문 중국인 개별관광객의 관광지 선택속성은 재방문 의도에 영향을 미칠 것이다.

제2절 조사의 설계

1. 변수의 조작적 정의

가. 라이프스타일

라이프스타일은 한 사회의 문화나 가치를 포함하고 있는 개인의 생활양식과 행동을 표출하는 다층적인 개념이다. 본 연구에서는 라이프스타일을 LOV를 기초로 사용하였으며, 활동추구, 유행추구, 가족추구, 안정추구, 자아추구, 건강추구 등으로 개념화하였다.

나. 관광지 선택속성

관광지 선택속성은 휴양휴식, 문화체험, 인지도, 인접성, 관광활동과 관련한 관광지 속성으로 조작적으로 정의하였다.

다. 관광만족도

관광만족도는 관광지에서 경험과 관련한 전반적 만족도로 조작적으로 정의하였다.

라. 재방문의도

재방문 의도는 미래에 관광지에 대해 다시 방문하고자 하는 방문객의 행동의도로 조작적으로 정의하였다.

마. 인구통계적 특성

인구통계적 변수는 성별, 연령, 학력, 결혼여부, 직업 소득과 같은 관광객 개인정보에 관련된 변수로 한정 하였다.

2. 설문지 구성

본 연구의 설문지 구성은 크게 4개 부문으로 구성되었다. 우선 중국인 개별관광객의 라이프스타일을 측정하기 위해 활동추구, 유행추구, 가족추구, 안정추구, 자아추구, 건강추구의 6개 요인 25개 항목으로 구성하였다. 관광지 선택속성은 휴양휴식, 문화체험, 인지도, 인접성, 관광활동 등의 요인 17개 항목으로 구성하였다. 관광만족도와 재방문 의도는 각 1개 항목, 인구통계적 특성은 성별과 연령, 학력, 결혼여부, 소득, 직업 등의 6개 항목으로 구성하였다. 마지막으로 일반적 특성은 방문횟수, 정보원, 여행기간, 다른 지역 방문계획 등 4개 항목으로 구성하였다.

<표 3-1> 설문지 구성

측정항목	문항	문항수	출처
라이프스타일	활동추구, 유행추구 가족추구, 안정추구 자아추구, 건강추구	25개 항목	장진희(2010) 조우티엔싱(2016)
관광지선택속성	휴양휴식, 문화체험 인지도, 가성비 관광활동	17개 항목	김계섭·안윤지 (2004) 왕결·염진철(2015)
인구통계적 특성	성별, 연령, 학력 결혼여부, 소득, 직업	6개 항목	조우티엔싱(2016)
관광만족도	전반적 만족도	1개 항목	주가려(2011).
재방문의도	재방문의도	1개 항목	최동희(2018)
일반적 특성	방문횟수, 정보원 여행기간 다른지역방문계획	4개 항목	최동희(2018)

3. 자료수집 및 분석방법

1) 자료수집

본 연구의 조사대상은 제주를 방문하는 중국인 개별관광객을 대상으로 하였다. 표본추출 방법은 편의추출법을 이용하였고, 조사방법은 구조화된 설문지를 사용하였다.

설문조사는 2018년 3월 10일부터 3월 30일까지 20일 동안 제주관광을 마치고 떠나는 중국인 남녀 개별관광객을 대상으로 제주공항 출발 대합실에서 행해졌다. 자료수집과정에서 발생할 수 있는 오류를 최소화하기 위해 사전에 설문지 목적과 설문방법에 대해 조사요원의 교육이 행해졌으며, 총 230부를 배포하여 225부를 회수하였으며, 불충분한 응답으로 인하여 폐기된 6부의 설문을 제외하여 최종적으로 총 219부의 설문지가 분석에 활용되었다.

2) 분석방법

본 연구는 연구목적을 달성하기 위하여 수집된 자료는 SPSS 22.0 for Window를 이용하였다.

분석방법은 성별, 연령, 결혼여부, 학력, 소득, 직업 등 인구통계적 특성과 방문횟수, 여행기간, 정보원, 다른지역방문계획 등의 일반적 특성을 살펴보기 위해 빈도분석을 실시하였다. 라이프스타일과 관광지 선택속성은 신뢰성과 타당성을 살펴보기 위해 신뢰도 분석과 탐색적 요인분석을 실시하였고, 라이프스타일 유형을 구분하기 위해 군집분석을 이용하였다.

마지막으로 가설검증에 있어 라이프스타일 유형과 관광지 선택속성, 관광만족도, 재방문 의도의 차이를 살펴보기 위해 표본의 평균치에 대한 차이를 검증하는 독립표본 T-test와 일원변량 분산분석(one-way ANOVA)를 실시하였고, 관광지 선택속성과 관광만족도, 재방문 의도의 관계를 살펴보기 위해 다중회귀분석(regression)을 실시하였다.

제 4 장 분석결과

제 1 절 표본의 일반적 특성

1. 응답자의 특성

응답자의 특성을 살펴보기 위해 빈도분석을 실시한 결과는 <표 4-1>과 같다.

성별로는 여성(57.1%)이 남성(42.9%)보다 많았고, 연령별로는 30대(42.5%), 20대(32.9%) 등 20~30대가 75.4%로 대부분을 차지하는 것으로 나타났고, 결혼여부별로는 기혼 71.7%로 미혼보다 높은 비율을 보였다. 소득별로는 3001-5000원엔과 7001-10000원엔 사이 구간이 23.7%로 같았으며 이어 5001-7000원엔 23.3%를 보였으며, 10001원엔 이상 고소득자의 비율도 19.6%를 차지하는 것으로 분석되었다. 학력별로는 대졸 71.7%와 석사이상 14.2%를 보여 고학력자들이었으며, 직업별로는 사무관리직 31.1%, 공무원 17.4%, 자영업 13.7%, 기능생산직 11.9% 등의 순을 나타냈다.

〈표 4-1〉 응답자 특성

	구분	빈도(명)	비율(%)
성별	남성	94	42.9
	여성	125	57.1
연령	20대	72	32.9
	30대	93	42.5
	40대	42	19.2
	50대이상	12	5.5
결혼 여부	미혼	62	28.3
	기혼	157	71.7
소득	3000위엔이하	21	9.6
	3001-5000위엔	52	23.7
	5001-7000위엔	51	23.3
	7001-1만위엔	52	23.7
	10001위엔이상	43	19.6
학력	고졸이하	31	14.2
	대졸	157	71.7
	석사이상	31	14.2
직업	공무원	38	17.4
	사무관리직	68	31.1
	자영업	30	13.7
	기능생산직	26	11.9
	농수축산업	5	2.3
	전문직	5	2.3
	학생	14	6.4
	주부	13	5.9
	기타	20	9.1

2. 일반적 특성

본 연구의 유효응답자 총 219명의 방문횟수, 체류기간, 정보원, 타지역방문계획 등의 일반적 특성을 살펴보기 위해 빈도분석을 실시한 결과는 〈표 4.2〉와 같다. 방문횟수를 보면 1회인 최초방문자가 63.1%으로 가장 많고 이어 2회(19.2%), 4회 이상(9.5%), 3회(8.2%)의 순을 보였다. 체류기간을 살펴보면 3박4일 일정이 가장 많은 36.5%를 차

지했고 4박5일 28.8%, 2박3일 18.7%의 순을 나타냈다. 타지역방문계획을 물어본 결과 부산 75.3%로 가장 높았고 서울 20.5% 순을 나타냈으며 인천이나 대구 등 기타지역을 꼽은 응답자는 4.2%에 불과한 것으로 나타났다. 정보원 8항목에 대한 3가지를 선택하게 한 다중응답 빈도분석 결과 인터넷/스마트폰이 38.4%로 가장 높았고 이어 가족/친지 14.9%, 잡지/여행안내책자 12.9%, 친구/동료 11.1%, 여행사 10.1% 등의 순을 보였다. TV/라디오 등의 언론매체나 과거방문경험, 모임/친목단체 등에 대한 정보의존비율을 미비한 것으로 분석되었다.

<표 4-2> 일반적 특성

	구분	빈도(명)	비율(%)
방문횟수	처음	138	63.1
	2회	42	19.2
	3회	18	8.2
	4회이상	21	9.5
체류기간	1박2일	2	0.9
	2박3일	41	18.7
	3박4일	80	36.5
	4박5일	63	28.8
	5일이상	33	15.1
타지역방문 계획	서울	45	20.5
	부산	165	75.3
	기타(인천, 대구 등)	9	4.2
정보원	TV/라디오/신문	12	2.4
	잡지/여행안내책자	64	12.9
	여행사	50	10.1
	인터넷/스마트폰	191	38.4
	과거방문경험	34	6.8
	가족/친지	74	14.9
	모임/친목단체	17	3.4
	친구/동료	55	11.1

제 2 절 신뢰성 및 타당성 분석

1. 신뢰성 분석

측정변수들의 신뢰성과 타당성의 검증은 측정변수가 가설적인 이론개념을 대표하고 있는지를 살펴보는 것으로 가설검증을 위한 사전절차로 볼 수 있다. 신뢰성(reliability)은 동일한 개념에 대해 측정을 여러 번 반복했을 때에도 동일한 결과가 나오는 정도를 의미한다. 신뢰성에는 측정의 안정성, 일관성, 예측가능성, 정확성 및 의존 가능성 등이 내포되어 있다.⁷⁶⁾

본 연구에 투입된 구성개념들은 크론바하 알파계수(Cronbach's α)를 이용하여 다차원 다항목으로 구성되어 각 측정개념들이 내적 일관성 있게 측정되었는지를 검증하기 위해 신뢰성 분석을 실시하였다. 신뢰성(reliability)은 측정한 다변량 변수 사이의 일관된 정도를 의미하는데, 동일한 개념에 대해서 반복적으로 측정했을 때 나타나는 측정값들의 분산을 의미한다. 일반적으로 크론바하 α 계수는 탐색적 연구에서는 0.6 이상 값을 보이면 측정도구의 신뢰성이 확보되었다고 볼 수 있다.⁷⁷⁾

먼저 라이프스타일 요인의 신뢰성 분석결과는 <표 4-3>과 같다. 활동추구 5항목, 유행추구 6항목, 가족추구 4항목, 안정추구 4항목, 자아추구 3항목, 건강추구 3항목의 6개 요인의 크론바하 α 계수는 0.703에서 0.855로 나타나 전반적으로 측정항목의 신뢰도는 양호한 것으로 나타났다.

한편 관광지 선택속성의 신뢰성 분석결과는 <표 4-4>와 같다. 휴양휴식 5항목, 문화체험 6항목, 인지도 2항목, 인접성 2항목, 관광활동 2항목의 5개 요인의 크론바하 α 계수를 보면 관광활동의 .693으로 다소 낮지만 나머지는 모두 0.7 이상의 값을 보여 신뢰성 계수는 분석에 이용되기에 별 무리가 없는 것으로 나타났다.

76) 채서일(1992). 체계적 분석의 틀에 따른 라이프스타일 연구. 소비자학연구, 391. pp.46-63.

77) AH Van de Ven, DL Ferry(1980). Measuring and assessing organizations.

〈표 4-3〉 라이프스타일 요인 신뢰성분석

요인명	구성변수	Alpha
활동추구	다른 사람과 이야기하기를 좋아한다	.855
	활동적인 일에 관심이 있는 편이다	
	모임에 적극적으로 참여한다	
	주위사람들에게 주목을 받고 싶다	
	주위환경에 쉽게 적응하는 편이다	
유행추구	실용보다 유행을 더 좋아한다	.842
	주변 사람들보다 먼저 신제품을 구입하는 편이다	
	패션이나 유행을 빨리 받아들이는 편이다	
	비싸거나 멀더라도 마음에 드는 것을 찾는 편이다	
	유행을 따름으로서 자신의 개성을 발휘할 수 있다	
미용이나 성형을 위해 들이는 돈이나 시간은 아깝지 않다		
가족추구	가족이 함께 놀러 가는 경우가 많다	.846
	휴일에는 반드시 가족과 함께 한다	
	가족과 함께 대화를 하려고 노력한다	
	일보다 가족을 더 중요하다고 생각한다	
안정추구	비교적 규칙적이고 안전한 생활을 위해 노력한다	.811
	노후나 장래를 위해 보험이나 저축을 해두는 편이다	
	다양한 경험보다 안전한 상품을 구매한다	
	비교적 전통을 고수하는 편이다	
자아추구	목표를 설정하면 꼭 실현하는 타입이다	.719
	의지가 강하고 공격적인 성격이다	
	주위의 눈을 의식하지 않고 자기방식대로 사는 편이다.	
건강추구	체중이나 몸매에 항상 신경 쓴다	.703
	건강의 위해 규칙적으로 운동을 하는 편이다	
	여러 가지 정보를 수집하여 검토한 후 물건을 산다	

〈표 4-4〉 관광지 선택속성 신뢰성분석

요인명	구성변수	Alpha
휴양휴식	제주에서 휴양/휴식여건	.796
	제주에서 심신수양 여건	
	제주도의 자연경관	
	제주도의 편의/위생시설	
	제주도의 친근한 이미지	
문화체험	제주의 특이함/신기성	.790
	제주의 쾌적한 환경	
	제주만의 특이한 향토성	
	제주의 역사성	
	직원/주민의 친절성	
	제주의 다양한 음식	
인지도	제주도의 유명도/인지도	.751
	제주도에 관한 광고/홍보내용	
가성비	중국에서 제주도까지 여행 거리	.702
	여행비용(제주여행 총경비)	
관광활동	적절한 체류시간	.693
	제주에서 쇼핑기회	

2. 타당성 분석

타당성은 측정도구가 측정하고자 하는 개념이나 속성을 얼마나 정확하게 측정했는가를 나타내는 정도로 개념화된다.⁷⁸⁾ 본 연구에서는 이 같은 변수의 개념타당성을 검증하기 위해 탐색적 요인분석(exploratory factor analysis)을 실시하였다.

요인추출방법은 자료의 정보손실을 최소화하면서 보자 적은 수의 요인을 구하기 위해 자료의 총분산을 이용하는 주성분분석(principle component analysis)을 선택하였다. 요인의 회전방식은 요인들 사이의 독립성을 가정하는 직각회전방식(varymax)를 이용하였으며, 요인의 수는 일반적으로 이용되는 고유값(eigenvalue)을 기준으로 1 이상의 적재치를 갖는 요인을 선택하였다. 각 변수의 인간의 상관관계를 나타내주는 요인 적재치(factor loading)는 그 값이 0.4이하인 항목은 제거하였다. 또한 KMO(kaiser-meyer-olkin)와 Bartlett 검증을 통하여 변수들 간의 요인분석 적용가능성

78) 채서일(2003). 사회과학조사방법론. 학현사.

및 분석의 타당성을 살펴보았다.

라이프스타일 항목에 대한 탐색적 요인분석을 수행한 결과는 <표 4-5>와 같다. 총 27개 항목을 요인분석한 결과 요인적재량 0.4미만이거나 0.4이상 값이 중복되는 2개 항목을 제외한 총 25개항목이 6개 요인으로 도출되었다. 도출된 각 요인의 아이겐값은 모두 1 이상으로 각 요인별 설명력은 각각 24.95%, 16.90%, 7.45%, 5.89%, 5.73%, 4.58%를 나타냈고, 총분산설명력은 65.51%로 나타났다.

<표 4-5> 라이프스타일 항목 요인분석

요인명	항목	요인적재량	고유값	분산설명력
활동추구	다른 사람과 이야기하기를 좋아한다	.789	6.240	24.96
	활동적인 일에 관심이 있는 편이다	.783		
	모임에 적극적으로 참여한다	.776		
	주위사람들에게 주목을 받고 싶다	.685		
	주위환경에 쉽게 적응하는 편이다	.677		
유행추구	실용보다 유행을 더 좋아한다	.740	4.226	16.90
	주변 사람들보다 먼저 신제품을 구입하는 편이다	.735		
	패션이나 유행을 빨리 받아들이는 편이다	.709		
	비싸거나 멀더라도 마음에 드는 것을 찾는 편이다	.697		
	유행을 따름으로서 자신의 개성을 발휘할 수 있다	.677		
미용이나 성형을 위해 들이는 돈이나 시간은 아깝지 않다	.605			
가족추구	가족이 함께 놀러 가는 경우가 많다	.838	1.863	7.45
	휴일에는 반드시 가족과 함께 한다	.827		
	가족과 함께 대화를 하려고 노력한다	.756		
	일보다 가족을 더 중요하다고 생각한다	.731		
안정추구	비교적 규칙적이고 안전한 생활을 위해 노력한다	.785	1.473	5.89
	노후나 장래를 위해 보험이나 저축을 해두는 편이다	.743		
	다양한 경험보다 안전한 상품을 구매한다	.734		
	비교적 전통을 고수하는 편이다	.630		
자아추구	목표를 설정하면 꼭 실현하는 타입이다	.846	1.431	5.73
	의지가 강하고 공격적인 성격이다	.781		
	주위의 눈을 의식하지 않고 자기방식대로 사는 편이다.	.621		
건강추구	체중이나 몸매에 항상 신경 쓴다	.755	1.139	4.58
	건강의 위해 규칙적으로 운동을 하는 편이다	.739		
	여러 가지 정보를 수집하여 검토한 후 물건을 산다	.514		

KMO=.850, Bartlett' s test $X^2=2529.871$ (df=300, sig=0.000)

관광지 선택속성 33개 항목을 요인분석한 결과는 <표 4-6>와 같다. 요인적재량 0.4 이하이거나 0.4 이상으로 중복되는 항목 16 항목을 제외하여 최종적으로 5개 요인이 도출되었다. 각 항목의 분산설명력은 23.16%, 11.14%, 9.90%, 8.04%, 6.58%를 나타내어 총 분산설명력은 58.80%를 보였다.

<표 4-6> 관광지 선택속성 요인분석

요인명	항목	요인 적재량	고유값	분산 설명력
휴양 휴식	제주에서 휴양/휴식여건	.817	3.941	23.16
	제주에서 심신수양 여건	.757		
	제주도의 자연경관	.729		
	제주도의 편의/위생시설	.690		
	제주도의 친근한 이미지	.529		
문화 체험	제주의 특이함/신기성	.705	1.927	11.14
	제주의 쾌적한 환경	.665		
	제주만의 특이한 향토성	.606		
	제주의 역사성	.599		
	직원/주민의 친절성	.542		
	제주의 다양한 음식	.536		
인지도	제주도의 유명도/인지도	.792	1.683	9.90
	제주도에 관한 광고/홍보내용	.791		
가성비	중국에서 제주도까지 여행 거리	.829	1.367	8.04
	여행비용(제주여행 총경비)	.797		
활동성	적절한 체류시간	.815	1.114	6.56
	제주에서 쇼핑기회	.776		

KMO=.836, Bartlett' s test $X^2=918.277$ (df=136, sig=0.000)

3. 라이프스타일 군집분석

요인분석 결과를 중심으로 라이프스타일 요인을 응답자의 유사성에 근거하여 집단화하기 위해 군집분석(cluster analysis)을 실시하였다. 군집분석은 대상들의 특성을 분

석하여 유사한 성질을 갖는 대상들을 동일한 집단으로 분류하는 방법이며, 대상들이 가지고 있는 값을 거리로 환산하여 가까운 거리에 있는 대상들을 하나의 집단으로 묶는 통계적 방법이다.⁷⁹⁾

라이프스타일 유형에 따른 최적의 군집수를 결정하기 위해 계층적 군집분석을 실시하였고, 그 결과 3개의 군집이 가장 적절하다고 판단되었다. 이를 바탕으로 K-means를 사용하여 각각의 군집을 형성하였다. 그리고 각 군집간의 차이를 살펴보고 검증하기 위해 일원변량분산분석(one-way ANOVA)를 실시한 결과는 <표 4-7>과 같다.

분석결과 활동추구(F값=65.078, p=.000), 유행추구(F값=94.891, p=.000), 자아추구(F값=31.742, p=.000), 건강추구(F값=75.547, p=.000), 가족추구(F값=31.599, p=.000), 안정추구(F값=66.068, p=.000) 모두 유의수준 $p < 0.01$ 수준에서 유의한 것으로 나타나 군집간에는 유의한 차이가 있는 것으로 분석되었다.

이를 바탕으로 각각의 군집명을 부여하면 군집1은 활동추구, 유행추구, 자아추구 및 건강추구 요인들에 대해 높은 평균값을 보여 능동형, 군집2는 가족추구와 안정추구 요인에 높은 평균값을 보여 안정형, 군집3은 6개 요인 모두에서 낮은 평균값을 보여 수동형이라고 명명하였다.

<표 4-7> 라이프스타일에 따른 군집간 일원변량 분산분석

요인 \ 군집	군집1(n=79) 능동형	군집2(n=71) 안정형	군집3(n=69) 수동형	F값	유의수준
요인1 활동추구	4.02	2.96	3.02	65.078	.000***
요인2 유행추구	3.68	2.26	2.84	94.891	.000***
요인3 가족추구	3.45	3.82	2.85	31.599	.000***
요인4 안정추구	3.33	4.26	3.09	66.068	.000***
요인5 자아추구	3.90	3.31	3.02	31.742	.000***
요인6 건강추구	3.88	3.60	2.69	75.547	.000***

주1) *: $p < 0.1$ **: $p < 0.05$ *** $p < 0.01$

79) 채서일(2003). 전계서. 학현사.

제 3 절 가설검증

1. 가설검증

1) 가설1의 검증

가설1 : 라이프스타일 유형에 따라 관광지 선택속성은 유의한 차이를 보일 것이다.

<가설 1>은 라이프스타일 유형에 따른 관광지 선택속성에 대한 차이를 검증하는 것이다. 이를 위해 일원분산분석을 실시한 결과는 <표 4-8>과 같다.

분석결과 관광지 선택속성 중에서 가성비(F값=1.137, p=.323) 요인을 제외한 휴양휴식(F값=6.810, p=.001), 문화체험(F값=3.236, p=.041), 인지도(F값=3.310, p=.038), 활동성(F값=4.968, p=.008)의 4개 요인은 모두 유의수준 0.05수준에서 유의한 차이를 보이는 것으로 나타났다. 이를 바탕으로 군집별 특성을 살펴보면 군집2 안전형은 휴양휴식이 나 문화체험과 관련한 관광지 속성이 중요한 것으로 나타났고, 군집1 능동형은 활동성 요인에 대해 상대적으로 높은 평균값을 보였다. 군집3 수동형은 가성비 요인에 상대적으로 높은 평균값을 보였지만 통계적으로 유의하지 않는 것으로 분석되었다.

따라서 가설1은 부분적으로 채택되었다.

<표 4-8> 라이프스타일 유형에 따른 관광지 선택속성 차이검증

요인	군집 군집1(n=79) 능동형 평균(표준편차)	군집2(n=71) 안전형 평균(표준편차)	군집3(n=69) 수동형 평균(표준편차)	F값	p값
요인1 휴양휴식	3.97 (.609)	4.21 (.540)	3.85 (.621)	6.810	.001***
요인2 문화체험	3.92 (.540)	3.94 (.529)	3.73 (.559)	3.236	.041**
요인3 인지도	3.51 (.700)	3.23 (.721)	3.31 (.685)	3.310	.038**
요인4 가성비	3.56 (.833)	3.66 (.905)	3.77 (.820)	1.137	.323
요인5 관광활동	3.92 (.788)	3.59 (.835)	3.52 (.844)	4.968	.008***

주1) *: p<0.1 **: p<0.05 ***p<0.01

2) 가설2의 검증

가설2 : 라이프스타일 유형에 따라 관광만족도는 유의한 차이를 보일 것이다.

<가설 2>는 라이프스타일 유형에 따른 관광만족에 대한 차이를 검증하는 것이다. 이를 위해 일원분산분석을 실시한 결과는 <표 4-9>와 같다.

분석결과 라이프스타일 유형은 관광만족도에 F값 3.988로 유의수준 0.05수준에서 유의한 차이를 보이는 것으로 나타났다. 평균값을 보면 군집1인 능동형이 4.19, 군집2 안전형 3.90, 수동형 3.83의 순을 보였다.

따라서 가설2는 채택되었다.

<표 4-9> 라이프스타일 유형에 따른 관광만족도 차이검증

요인	군집	군집1(n=79) 능동형 평균(표준편차)	군집2(n=71) 안전형 평균(표준편차)	군집3(n=69) 수동형 평균(표준편차)	F값	p값
관광만족도		4.19 (.802)	3.90 (.897)	3.83 (.804)	3.988	.020**

주1) *: p<0.1 **: p<0.05 ***p<0.01

3) 가설3의 검증

가설3 : 라이프스타일 유형에 따라 재방문 의도는 유의한 차이를 보일 것이다.

<가설 3>은 라이프스타일 유형에 따른 재방문 의도에 대한 차이를 검증하는 것이다. 이를 위해 일원분산분석을 실시한 결과는 <표 4-10>과 같다.

분석결과 라이프스타일 유형은 재방문 의도에 F값 0.803으로 유의한 차이를 보이지 않는 것으로 나타났다. 따라서 가설3은 기각되었다.

〈표 4-10〉 라이프스타일 유형에 따른 재방문 의도 차이검증

요인	군집	군집1(n=79) 능동형 평균(표준편차)	군집2(n=71) 안전형 평균(표준편차)	군집3(n=69) 수동형 평균(표준편차)	F값	p값
재방문의도		4.04 (.792)	4.01 (.870)	3.87 (.922)	.803	.449

주1) *: p<0.1 **: p<0.05 ***p<0.01

4) 가설4의 검증

가설4 : 관광지 선택속성은 관광만족도에 유의한 영향을 미칠 것이다

〈가설 4〉는 관광지 선택속성이 관광만족도에 미치는 영향을 살펴보기 위한 것이다. 이를 위해 다중회귀분석을 실시한 결과는 〈표 4-11〉과 같다.

회귀모형은 $R^2=.115$ 로 11.5%를 설명하며 F값=5.538 유의수준 0.01 수준에서 유의한 것으로 나타났다. 다중회귀분석에서 독립변수간의 다중공선성을 보면 VIF값이 모두 1 이상을 보여 다중공선성도 없는 것으로 보였다. 관광지 선택속성 5개 요인별로 보면 휴양휴식(.250), 인지도(.155), 관광활동(.175)만이 통계적으로 유의한 것으로 나타났다.

따라서 가설4는 부분적으로 채택되었다.

〈표 4-11〉 관광지 선택속성이 관광만족도에 미치는 영향

종속 변수	독립 변수	비표준 계수		표준 계수	t	유의수준	공선성 통계	
		B	표준 오차	베타			허용오차	VIF
관광 만족도	(상수)	1.575	.521		3.025	.003***		
	휴양휴식	.250	.099	.180	2.519	.013**	.818	1.223
	문화체험	.071	.111	.046	.635	.526	.801	1.248
	인지도	.155	.080	.130	1.939	.054*	.919	1.088
	가성비	-.011	.065	-.012	-.174	.862	.950	1.053
	관광활동	.175	.069	.174	2.557	.011**	.902	1.108

$R^2=.115$ 수정된 $R^2=.094$ F값=5.538 유의수준=.000***

주1) *: p<0.1 **: p<0.05 ***p<0.01

3) 가설5의 검증

가설5 : 관광지 선택속성은 재방문 의도에 유의한 영향을 미칠 것이다

<가설 5>은 관광지 선택속성이 재방문 의도에 미치는 영향을 살펴보기 위한 것이다. 이를 위해 다중회귀분석을 실시한 결과는 <표 4-12>와 같다.

회귀모형은 $R^2=.127$ 로 12.7%를 설명하며 $F값=6.227$ 유의수준 0.01 수준에서 유의한 것으로 나타났다. 다중회귀분석에서 독립변수간의 다중공선성을 보면 VIF값이 모두 1 이상을 보여 다중공선성도 없는 것으로 보였다. 관광지 선택속성 5개 요인별로 보면 휴양휴식(.369), 관광활동(.168)만이 통계적으로 유의한 것으로 나타났다. 따라서 가설5는 부분적으로 채택되었다.

<표 4-12> 관광지 선택속성이 재방문 의도에 미치는 영향

종속 변수	독립 변수	비표준 계수		표준 계수	t	유의수준	공선성 통계	
		B	표준 오차	베타			허용오차	VIF
재방문 의도	(상수)	1.549	.525		2.950	.004		
	휴양휴식	.369	.100	.261	3.682	.000***	.818	1.223
	문화체험	.011	.112	.007	.095	.925	.801	1.248
	인지도	.123	.081	.102	1.526	.129	.919	1.088
	가성비	-.035	.066	-.035	-.529	.597	.950	1.053
	관광활동	.168	.069	.163	2.421	.016**	.902	1.108

$R^2=.127$ 수정된 $R^2=.107$ $F값=6.227$ 유의수준=.000***

주1) *: $p<0.1$ **: $p<0.05$ *** $p<0.01$

2. 추가분석

추가분석으로 인구통계적 특성에 따른 라이프스타일 요인과의 차이분석을 실시하였다. 또한 라이프스타일 군집에 따른 인구통계적 특성의 차이를 살펴보

기 위해 교차분석을 실시하였다.

1) 인구통계적 특성에 따른 라이프스타일 요인 차이분석

가. 성별에 따른 라이프스타일 요인 및 유형 차이분석

성별에 따른 라이프스타일 요인 차이분석을 실시한 결과는 <표 4-13>와 같다. 분석결과 유행추구와 자아추구, 건강추구 요인만이 통계적으로 유의한 차이를 보였다. 평균값을 유행추구는 남성(2.70)보다 여성(3.15)이, 자아추구는 여성(3.35)보다 남성(3.55)이, 건강추구도 남성(3.29)보다 여성(3.51)이 높은 평균값을 보였다.

<표 4-13> 성별에 따른 라이프스타일 요인 차이검증

요인 \ 성별	남성 평균(표준편차)	여성 평균(표준편차)	t값	p값
요인1 활동추구	3.44(.830)	3.29(.788)	1.887	.171
요인2 유행추구	2.70(.881)	3.15(.818)	15.379	.000***
요인3 가족추구	3.36(.818)	3.40(.839)	.126	.723
요인4 안정추구	3.54(.776)	3.57(.828)	.040	.841
요인5 자아추구	3.55(.796)	3.35(.756)	3.626	.058*
요인6 건강추구	3.29(.874)	3.51(.703)	4.401	.037**

주1) *: p<0.1 **: p<0.05 ***p<0.01

한편 성별에 따른 라이프스타일 유형의 차이를 분석하기 위해 교차분석을 실시한 결과 통계적으로 유의한 차이를 보이지 않는다.

나. 연령에 따른 라이프스타일 요인 차이분석

연령에 따른 라이프스타일 요인 차이분석을 실시한 결과는 <표 4-14>과 같다. 분석결과 활동추구, 유행추구, 가족추구, 안정추구만이 통계적으로 유의한 차이를 보였다. 평균값을 보면 활동추구는 20대(3.56)와 30대(3.41)가 높은 값을 보였다. 유행추구와 관련해서도 20대(3.36)와 30대(3.01) 순을 나타냈다. 가족추구는 50대이상(3.66), 30대(3.56), 40대(3.51) 순이었으며, 안정추구는 50대이상(4.16), 40대(4.07), 30대(3.51) 순을

나타냈다.

<표 4-14> 연령에 따른 라이프스타일 요인 차이검증

연령 요인	20대 평균(표준편차)	30대 평균(표준편차)	40대 평균(표준편차)	50대이상 평균(표준편차)	F값	p값
요인1 활동추구	3.56(.719)	3.41(.803)	2.94(.790)	3.21(.959)	5.782	.001***
요인2 유행추구	3.36(.684)	3.01(.804)	2.28(.783)	2.48(1.13)	18.484	.000***
요인3 가족추구	3.03(.822)	3.56(.791)	3.51(.690)	3.66(.996)	7.164	.000***
요인4 안정추구	3.21(.877)	3.51(.690)	4.07(.585)	4.16(.596)	15.088	.000***
요인5 자아추구	3.49(.760)	3.50(.776)	3.25(.805)	3.22(.756)	1.466	.225
요인6 건강추구	3.50(.687)	3.35(.772)	3.36(.968)	3.63(.797)	.858	.463

주1) *: p<0.1 **: p<0.05 ***p<0.01

다. 결혼여부에 따른 라이프스타일 요인 차이분석

결혼여부에 따른 라이프스타일 요인 차이분석을 실시한 결과는 <표 4-15>과 같다. 분석결과 활동추구, 유행추구, 가족추구, 안정추구 등 4개 요인과만 통계적으로 유의한 차이를 보였다. 평균값을 보면 활동추구는 미혼(3.58)이 기혼(3.27)보다 높았고, 유행추구와 관련해서도 미혼(3.18)이 기혼(2.87)보다 높은 평균값을 보였다. 가족추구는 기혼(3.58)이 미혼(2.88)보다, 안정추구도 기혼(3.73)이 미혼(3.15)보다 높은 평균값을 보였다.

<표 4-15> 결혼여부에 따른 라이프스타일 요인 차이검증

결혼여부 요인	미혼 평균(표준편차)	기혼 평균(표준편차)	t값	p값
요인1 활동추구	3.58(.807)	3.27(.795)	6.449	.012**
요인2 유행추구	3.18(.759)	2.87(.901)	5.806	.017**
요인3 가족추구	2.88(.834)	3.58(.740)	36.891	.000***
요인4 안정추구	3.15(.864)	3.72(.721)	24.552	.000***
요인5 자아추구	3.50(.793)	3.41(.773)	.542	.463
요인6 건강추구	3.40(.709)	3.42(.818)	.033	.857

주1) *: p<0.1 **: p<0.05 ***p<0.01

라. 소득에 따른 라이프스타일 요인 차이분석

소득에 따른 라이프스타일 요인 차이분석을 실시한 결과는 <표 4-16>와 같다. 분석결과 건강추구를 제외한 활동추구, 유행추구, 가족추구, 안정추구, 자아추구 등 5개 요인이 통계적으로 유의한 차이를 보였다. 평균값을 보면 활동추구는 1000위엔 이하(4.20), 1001-3000위엔(3.76)이 상대적으로 높은 평균값을 보였다. 유행추구도 1000위엔 이하(3.80), 1001-3000위엔(3.48)이 높은 평균값을 나타냈다. 가족추구는 7001-10000위엔(3.72), 10001위엔 이상(3.34), 3001-5000위엔(3.33)이, 안정추구는 7001-10000위엔(3.79), 10001위엔 이상(3.73), 5001-7000위엔(3.58), 3001-5000위엔(3.53) 순으로 높은 평균값을 나타냈다. 자아추구는 1000위엔이하(3.63), 10001위엔 이상(3.61) 등 가장 낮은 소득집단과 높은 집단이 상대적으로 높은 평균값을 보이는 것으로 분석되었다.

<표 4-16> 소득에 따른 라이프스타일 요인 차이검증

요인	소득	1000위엔 이하 평균 (표준편차)	1001-3000 위엔 평균 (표준편차)	3001-5000 위엔 평균 (표준편차)	5001-7000 위엔 평균 (표준편차)	7001-10000 위엔 평균 (표준편차)	10001위엔 이상 평균 (표준편차)	F값	p값
요인1 활동추구		4.20(.611)	3.76(.979)	3.14(.718)	3.23(.901)	3.46(.711)	3.35(.756)	4.194	.001***
요인2 유행추구		3.80(.697)	3.48(.701)	2.97(.809)	2.83(.861)	2.90(.933)	2.82(.848)	3.262	.007***
요인3 가족추구		2.87(.914)	3.06(.936)	3.33(.728)	3.29(.852)	3.72(.821)	3.34(.777)	3.115	.010**
요인4 안정추구		2.37(.603)	2.81(1.001)	3.53(.717)	3.58(.793)	3.79(.689)	3.73(.721)	8.730	.000***
요인5 자아추구		3.63(.808)	3.54(.897)	3.18(.756)	3.37(.760)	3.54(.726)	3.61(.806)	1.989	.082*
요인6 건강추구		3.50(.527)	3.75(.700)	3.37(.732)	3.26(.755)	3.46(.744)	3.49(.787)	.979	.434

주1) *: p<0.1 ** : p<0.05 ***p<0.01

2) 인구통계적 특성에 따른 라이프스타일 군집 교차분석

인구통계적 특성에 따른 라이프스타일 군집 교차분석을 실시한 결과는 <표 4-17>과 같다. 분석결과 성별과 학력은 유의한 차이를 보이지 않았다. 이를 감안하여 인구

통계적 특성에 따른 군집의 특성을 살펴보면 다음과 같다.

군집1 능동형은 20-30대 젊은층이며 미혼이면서 상대적으로 교육수준이 높은 집단으로 사무관리직이나 학생층이다. 이로 인해 소득은 10001위엔 이상의 고소득이거나 3000위엔 이하의 저소득층으로 구분된다.

군집2 안전형은 40대로 기혼이며 주부로 소득은 7001-10000위엔 사이의 상대적 고소득층으로 보인다.

군집3 수동형은 상대적으로 젊은 2-30대로 미혼이며, 공무원이나 자영업, 기능생산직, 농수축산업 종사자인 경우가 많은 집단으로 소득은 주로 중위인 3001-7000위엔 사이인 집단으로 구별된다.

<표 4-17> 인구통계적 특성에 따른 라이프스타일 군집 교차분석

구분		군집유형			X ²	p
		군집1(n=79) 능동형	군집2(n=71) 안전형	군집3(n=69) 수동형		
성별	남성	30.9%	35.1%	34.0%	1.948	.378
	여성	40.0%	30.4%	29.6%		
연령	20대	50.0%	13.9%	36.1%	41.973	.000***
	30대	39.8%	28.0%	32.3%		
	40대	7.1%	66.7%	26.2%		
	50대이상	25.0%	58.3%	16.7%		
결혼여부	미혼	43.5%	11.3%	45.2%	18.367	.000***
	기혼	33.1%	40.8%	26.1%		
학력	고졸이하	22.6%	38.7%	38.7%	4.057	.398
	대졸	36.9%	31.2%	31.8%		
	석사이상	45.2%	32.3%	22.6%		
직업	공무원	31.6%	28.9%	39.5%	36.203	.003***
	사무관리직	39.7%	35.3%	25.0%		
	자영업	36.7%	20.0%	43.3%		
	기능생산직	34.6%	30.8%	34.6%		
	농수축산업	0.0%	60.0%	40.0%		
	전문직	0.0%	100.0%	0.0%		
	학생	78.6%	0.0%	21.4%		
	주부	15.4%	61.5%	23.1%		
기타	35.0%	30.0%	35.0%			
소득	1000위엔	80.0%	0.0%	20.0%	21.562	.017*
	1001-3000위엔	54.5%	18.2%	27.3%		
	3001-5000위엔	28.8%	28.8%	42.3%		
	5001-7000위엔	25.5%	35.3%	39.2%		
	7001-10000위엔	40.4%	42.3%	17.3%		
	10001위엔이상	37.2%	32.6%	30.2%		

주1) *: p<0.1 **: p<0.05 ***p<0.01

3. 분석결과 및 가설검증 결과 요약

1) 분석결과의 요약

본 연구는 제주방문 중국인 개별관광객의 라이프스타일과 관광지 선택속성 그리고 관광만족 및 행동의도 간의 관계를 밝히는 것을 목적으로 한다. 이와 더불어 라이프스타일 유형에 따른 특성을 밝혀 제주방문 외래관광객 시장에서 규모와 비중 면에서 매우 중요한 역할을 하는 중국관광시장을 위한 마케팅적 시사점을 제안하고자 하였다.

제주방문 중국인 개별관광객의 라이프스타일 요인은 활동추구, 유행추구, 가족추구, 안정추구, 자아추구, 건강추구와 같은 6개로 구별되었다. 이를 바탕으로 군집분석을 실시한 결과, 군집1은 능동형, 군집2는 안전형, 군집3은 수동문화관심형으로 구분할 수 있었다.

군집별 특성을 살펴보면, 군집1은 유명도나 인지도 또는 쇼핑 등의 관광활동에 대한 선호도가 높은 집단으로 나타났고, 군집 2는 휴양휴식이나 문화체험과 같은 관광지 선택속성을 보다 중요하게 여기는 집단으로 분석되었다. 마지막으로 군집3은 가성비, 즉 가격대비 만족도를 중요시하는 집단으로 나타났다.

그리고 군집별 관광만족을 살펴보면 군집1인 능동형 집단이 관광만족도가 가장 높았고 수동형 집단은 관광만족도가 가장 낮았다. 하지만 군집에 따른 재방문의도는 통계적으로 유의한 값을 보이지 않는 것으로 나타났다.

한편 라이프스타일 요인별 인구통계적 특성의 차이를 살펴보면 유행추구와 건강추구는 여성이 남성보다 중요시 여기는 반면 자아추구는 남성이 여성보다 보다 중요하게 생각하는 것으로 나타났다. 연령에 따라서는 20대와 30대는 유행이나 활동추구에 민감한 반면 연령이 높을수록 가족이나 안정추구를 지향하는 것으로 나타났다. 이러한 경향은 결혼여부와 관련해서도 유사한 패턴을 보이는 미혼은 활동추구 및 유행추구에 민감한 반면 기혼은 안정추구 및 가족추구 요인에 대해 중요하게 생각하는 것으로 나타났다. 마지막으로 소득별로 살펴본 결과 전반적으로 3000위엔 이하의 저소득층은 활동추구 및 유행추구 그리고 건강추구에 요인을 중요하게 생각하는 반면 고소득층은 전반적으로 가족이나 안정추구형에 가까운 라이프스타일을 보이는 것으로 분

석되었다. 특이한 사항은 자아추구와 관련해서는 1000위엔 이하 저소득층과 10001위엔 이상 고소득층이 상대적으로 높은 평균값을 보여주었다는 점이다.

마지막으로 군집별 특성을 살펴보면 군집1 능동형은 20-30대 젊은층이며 미혼이면서 상대적으로 교육수준이 높은 집단으로 사무관리직이나 학생층이다. 이로 인해 소득은 10001위엔 이상의 고소득이거나 3000위엔 이하의 저소득층으로 구분된다. 군집2 안전형은 40대로 기혼이며 주부로 소득은 7001-10000위엔 사이의 상대적 고소득층으로 보인다. 군집3 수동형은 상대적으로 젊은 2-30대로 미혼이며, 공무원이나 자영업, 기능생산직, 농수축산업 종사자인 경우가 많은 집단으로 소득은 주로 중위인 3001-7000위엔 사이인 집단으로 구별된다.

〈표 4-18〉 제주방문 중국인 관광객의 라이프스타일 군집 특성

구분	군집1	군집2	군집3	
군집명	능동형	안전형	수동형	
라이프스타일특성	활동 및 유행을 추구하는 동시에 자아 및 건강에 관한 관심도 높은 집단	가족과 안정을 추구하는 보수적인 집단	전체적으로 소극적인 집단	
관광지 선택속성	인지도나 유명도가 높은 곳을 찾고 쇼핑 등의 관광활동 선호	휴양휴식이나 문화체험 활동을 선호	지불가치인 가성비가 높은 관광행동	
관광만족도	만족도가 가장 높음	만족도가 중간임	만족도가 가장 낮음	
인구 통계 적 특성	연령	젊은층	중년층	젊은층
	결혼여부	미혼	기혼	미혼
	직업	화이트칼라, 학생	주부	블루칼라, 자영업
	소득	저소득이나 고소득	중간이상 소득	중위소득

2) 가설검증의 요약

가설검증 결과를 요약하면 〈표 4-18〉과 같다.

〈표 4-19〉 가설검증 결과의 요약

가설	유의한 요인	채택여부
H1: 라이프스타일에 따른 관광지 선택속성 차이	휴양휴식, 문화체험, 인지도, 관광활동	부분채택
H2: 라이프스타일유형에 따른 관광만족도 차이	능동형, 안전형, 수동형	채택
H3: 라이프스타일유형에 따른 재방문의도 차이	유의한 요인 없음	기각
H4: 관광지 선택속성이 관광만족도에 미치는 영향	휴양휴식, 인지도, 관광활동	부분채택
H5: 관광지 선택속성이 재방문의도에 미치는 영향	휴양휴식, 관광활동	부분채택

제 5 장 결 론

제 1 절 연구의 요약

본 연구는 제주관광시장에서 중요한 세분시장인 중국인 개별관광객의 라이프스타일을 파악하고, 이에 따른 군집분석을 통해 관광지 선택속성, 관광만족도 및 재방문의도의 관계를 살펴보았다. 또한 인구통계적 특성과 라이프스타일 군집과의 교차분석을 통해 제주를 방문하는 중국개별관광객 시장의 특성을 분석하고자 하여 마케팅적 시사점을 제시하고자 함을 목적으로 한다.

이를 바탕으로 본 연구결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 제주를 방문하는 중국인 개별관광객의 라이프스타일 27개 항목을 조사하고 그 중에서 공통성과 신뢰도가 낮은 2개 변수를 제거한 25개 변수를 요인분석하였다. 이를 통해 활동추구, 유행추구, 가족추구, 안정추구, 자아추구, 건강추구의 6개 라이프스타일 요인을 도출하였다. 또한 관광지 선택속성 변수 33개 항목에 대해서도 요인분석하였고 신뢰성과 공통성이 낮은 16개 항목을 제거한 17개 항목이 휴양휴식, 문화체험, 인지도, 가성비, 활동성이라는 5개 요인을 도출하였다.

둘째, 도출된 6개 라이프스타일 요인의 유형을 살펴보기 위해 군집분석을 실시한 결과 활동 및 유행을 추구하는 동시에 자아와 건강에도 관심도가 높은 집단(군집1), 가족과 안정을 추구하는 보수적인 집단(군집2), 전체적으로 소극적인 집단(군집3)의 3개 군집으로 유형화할 수 있었다. 이를 각각 능동형, 안전형, 수동형으로 명명하였다.

셋째, 라이프스타일 군집에 따른 관광지 선택속성의 관계를 살펴보기 위해 ANOVA를 실시한 결과, 군집 1인 능동형 집단은 인지도와 관광활동 지향적인 것으로 밝혀졌다. 군집 2인 안전형은 휴양휴식이나 문화체험과 관련한 활동을 중시하는 것으로 나타났다. 군집3은 가격대비 가치인 가성비를 중시하는 것으로 분석되었다.

넷째, 관광지 선택속성 요인과 관광만족도 및 재방문의도의 관계를 살펴본 결과, 관광만족도에는 휴양휴식과 인지도 그리고 관광활동이 유의한 영향을 미치는 요인으로 나타났고, 재방문의도에는 휴양휴식과 관광활동이 유의한 영향을 미치는 요인으로 분석되었다.

다섯째, 라이프스타일 유형에 따른 관광만족도 및 재방문의도의 차이를 분석한 결과, 관광만족도는 능동형 군집이 높았고 수동형 군집은 가장 낮은 만족도를 보였다. 그러나 재방문의도에는 유의한 차이를 보이지 않는 것으로 나타났다.

여섯째, 인구통계적 특성에 따른 라이프스타일 유형 교차분석을 실시한 결과, 성별과 학력을 제외한 연령, 결혼여부, 직업, 소득은 유의한 차이를 보였다. 이를 바탕으로 하여 라이프스타일 유형의 특성을 파악하였고 그 특성은 다음과 같다.

군집1 능동형은 20-30대 젊은층이며 미혼이면서 상대적으로 교육수준이 높은 집단으로 사무관리직이나 학생층이다. 이로 인해 소득은 10001위엔 이상의 고소득이거나 3000위엔 이하의 저소득층으로 구분된다. 군집2 안전형은 40대로 기혼이며 주부로 소득은 7001-10000위엔 사이의 상대적 고소득층으로 보인다. 군집3 수동형은 상대적으로 젊은 2-30대로 미혼이며, 공무원이나 자영업, 기능생산직, 농수축산업 종사자인 경우가 많은 집단으로 소득은 주로 중위인 3001-7000위엔 사이인 집단으로 구별된다.

제 2 절 시사점

제주관광에 있어 중국인 관광객의 비중은 양과 질에서 매우 중요하다. 하지만 양적 측면에서 중국인 관광객은 저가 패키지관광의 폐해로 인해 지역사회에서 많은 우려를 사고 있었다. 이러한 측면에서 정책적으로 저가패키지 관광객의 근절방안은 다소간의 효과를 내고 있어 제주방문 중국인관광객 시장은 점차 패키지관광에서 개별관광시장으로 옮겨가고 있다. 이러한 측면에서 본 연구는 이러한 개별관광시장의 심리적 특성인 라이프스타일을 바탕으로 한 시장세분화와 이에 따른 적절한 관광지 포지셔닝과 관련한 아이디어를 제공해 준다는 점에서 의의가 있다.

한편, 라이프스타일은 태도, 가치, 견해, 흥미와 실제적 행동이 상호통합된 하나의 체계이며 심리적 변수이다. 이러한 점에서 라이프스타일에 대한 집단 구분은 관광지가 목표로 하는 특정 집단이 추구하는 속성이 무엇인지에 대해 관광지 마케터가 보다 명확하게 인지하게 하고 이에 따른 시장세분화를 시도하여 결과적으로 경쟁력을 배양할 수 있는 유용한 수단으로 활용할 수 있다. 또한 관광지는 이러한 라이프스타일 유형에 따라 이들의 욕구를 충족시킬 수 있는 상품개발이 가능하다. 본 연구에서 실증된 관광객 라이프스타일 유형에 따라 관광지 선택속성이 다를 수 있다고 한다면, 관

광지는 관광객 라이프스타일에 맞추어 차별화된 선택을 유도할 수 있는 관광상품 또는 관광지개발과 관련한 유용한 아이디어를 얻을 수 있다.

한편 라이프스타일 유형 즉 고객유형과 관광지 선택속성의 관계를 통해 실제 어떤 관광지를 추천해야 좋을지 서비스 실무자 관점에서 방향성을 제시하고 있다. 무형의 상품을 판매하는 관광산업의 특성상 소비자의 다양한 요구에 부응하는 상품을 제공하는 것이 쉽지 않다. 이러한 측면에서 본 연구의 결과는 제주방문 중국인 관광시장에 대한 실제적인 관광지관리 정책방향에 대한 지향점과 마케팅 전략의 방향성을 제시해주고 있다.

본 연구의 한계와 향후과제는 다음과 같다.

먼저, 본 연구는 선행연구들을 통하여 주요 요인들을 추출하였으나 이외의 다른 특성요인들이 누락되었을 수 있다. 특히 연구자가 추가한 요인들은 단일시점에서 이루어진 분석으로 향후 추가적인 연구가 필요하다.

둘째, 라이프스타일 요인과 유형은 김상희(1997), 이정규(1999), 이윤섭(2005), 이서용·이태희(2015) 등 다수의 선행연구에서 제시한 결과와 수는 다를 수 있지만 내용적 측면에서는 별다른 차이를 보이지 않는다. 이는 대체적으로 라이프스타일 연구가 AIO 나 RVS, 그리고 VALS, LOV 등에 기반한 변수를 중심으로 측정하기 때문이다. 이는 주로 미국 등 선진국 중심의 소비자를 대상으로 한다는 점에서 장기적으로는 모르겠지만 단기적인 측면에서 문화와 신념 또는 가치체계가 상이한 동양권 관광객을 대상으로 적용하기에는 다수 무리가 있다. 또한 관광경험을 하고 돌아가는 관광객들의 기억에 의존한 자료수집이 이루어졌기 때문에 심층적인 응답을 이끌어내지 못한 한계가 있다. 따라서 향후 추가연구에서는 문화적 차이를 반영한 연구나 이에 기반한 측정변수의 개발 등이 필요하다.

<참고문헌>

<국내문헌>

- Hou bo(2017). 제주방문 중국인 개별관광객의 관광동기에 따른 시장세분화연구. 제주대학교 대학원 석사학위논문.
- 심리학용어사전(2014). 소비자 성격과 가치 [consumer personality and value] - VALS(value & life-style) 프로그램, RVS(Rokeach Value Survey), LOV(list of value). 한국심리학회
- 왕결·염진철(2015). 중국실버관광객의 라이프스타일이 관광지 선택속성에 미치는 영향연구. 관광연구, 30(3). pp.465-482.
- 이정규(2002). 문화관광객의 가치에 따른 시장세분화와 선택행동분석. 문화관광연구, 4(2). pp.390-410.
- 고동우(1998). 관광의 심리적 체험과 만족간의 관계. 고려대학교 대학원 박사학위논문.
- 고동우(2002). 2002 한일월드컵 스폰서십 활동과 브랜드 충성도의 관계. 단국대학교 대학원 박사학위논문.
- 곽노엽(1998). 관광지 선택속성 구조연구. 경기대학교 대학원 박사학위논문.
- 국립국어원(2011). 표준국어대사전.
- 권문화·이제억(2005). 문헌관광축제의 관광매력속성이 관광객 만족 및 재방문 의도에 미치는 영향: 경주 한국의 술과 떡 잔치 2004를 중심으로. 관광경영학연구, 24. pp.1-23.
- 권오주(2001). 방한 중국인 관광객의 관광행동에 관한 연구. 세종대학교 대학원 석사학위논문.
- 김계섭·안윤지(2004). 문화관광자원의 매력속성, 자원해설, 관광만족간의 영향관계. 관광연구, 19(1). pp.247-272.
- 김선영·김형곤(2009). 라이프스타일 유형에 따른 동기, 만족도, 충성도 차이. 관광연구논총, 21(1). pp.119-139.
- 김성혁·이정규(2000). 라이프스타일에 따른 문화관광객의 시장세분화와 문화관광 선택행동 분석. 관광학연구, 24(2). pp.253-275.
- 김희정·김시중(2012). 관광지 선택속성과 경험적 가치가 행동의도에 미치는 영향: 백제역사유적지구를 대상으로. 국토지리학회지, 46(2). pp.147-159.
- 냉수연(2012). 문화유산 관광지 선택속성이 만족도 및 행동의도에 미치는 영향: 지각가치를 매개변수로. 호남대학교 대학원 박사학위논문 재인용.
- 박세범·박종오 (2009년). 소비자 행동. 서울: 북넷.
- 박은경(2013). 문화유산관광에서의 진정성이 관광자의 만족도와 충성도에 미치는 영향: 하회마을을 대상으로. 제주대학교 대학원 박사학위논문.

- 박준희(1999). SIT 상품개발을 위한 사이코그래픽 시장세분화. 경기대학교 대학원 석사학위논문.
- 비차오(2011). 중국유학생의 관광지 선택속성과 한국관광지 이미지가 관광행동의도에 미치는 영향. 호남대학교 대학원 석사학위논문
- 선도길·노윤구(2005). 라이프스타일과 관광지선택행동에 관한 연구(한·일 거주인). 동북아관광연구, 2(1). pp.163-178.
- 신현호(2013). 힐링관광 서비스상품 및 서비스품질이 관광만족과 브랜드 애호도에 미치는 영향. 관동대학교 대학원 박사학위논문. pp.49-54.
- 양봉석(2007). 문화관광지의 관광체험과 고유성, 관광만족의 관계연구. 동아대학교 대학원 박사학위논문.
- 양윤(2008). 소비자 심리학. 서울: 학지사.
- 엄서호(1998). 관광지 이미지 측정에 관한 연구: 관광지 이미지와 태도의 차이를 중심으로. 한국관광학회지, 21(2). pp.53-63.
- 영기·홍영호(2011). 관광객 라이프스타일 유형에 따른 특수목적관광지 선택속성연구. 사회과학논총, 26(2). pp.117-145.
- 오상훈·고계성(2005). IPA를 이용한 섬 관광지 매력성 평가: 제주섬 사례. 관광연구, 19(3). pp.45-58.
- 오선미(2012). 항공사 객실승무원의 라이프스타일과 일시적 해외체제시 여가 유형. 한국콘텐츠학회지, 12(7). pp.426-447.
- 오성수(2013). SNS 관광정보가 관광지 선택속성과 관광만족에 미치는 영향에 관한 연구. 전남대학교 대학원 박사학위논문.
- 윤진영(2009). 해외관광의 매력속성과 위험속성이 유익성, 편의성, 태도 및 행동의도에 미치는 영향. 세종대학교 대학원 박사학위논문.
- 이미혜(2007). 이벤트정보서비스의 추구편익과 만족간의 관계연구. 관광연구, 21(4). pp. 151-177.
- 이서요·이태희(2015). 개별여행객의 라이프스타일 유형에 따른 관광만족도, 재방문의도 및 추천의도의 차이연구: 방한 중국인 관광객을 중심으로. 한국심리학회지, 21(3). pp.535-550.
- 이윤섭(2005). 관광자 가치, 라이프스타일, 동기가 관광지선택과 행위의도에 미치는 영향. 경기대학교 대학원 박사학위논문.
- 이장춘(2001). 관광정책학. 대왕사.
- 인천발전연구원(2016). 2015년 방한 중국인관광객 현황. 한중Zine, 185호.
- 임병훈·안광호·하재은(2005). 관광지 개성과 속성이 관광지 선택에 미치는 영향에 관한 연구. 마케팅과학연구, 15(3). pp.149-168.
- 장병수·변우희(2004). 관광상품 지각에 의한 관광목적지 평가. 관광학연구, 28(1). pp.83-107.
- 장지원·김태희·이인옥(2014). Kano모형을 이용한 음식관광지 선택속성 분류에 관한 연구: 한국 및 중국대학(원)생을 중심으로. 호텔경영학연구, 23(3).

pp.225-244.

- 장호찬·라선아(2008). *관광객 행동론*. KNOU Press.
- 전병렬(2002). *관광자 가치가 관광지 선호속성과 선택행동에 미치는 영향에 관한 연구: 국적별 제주방문 관광자를 중심으로*. 세종대학교 대학원 박사학위논문.
- 정민채(2010). *역사문화유적지의 교육성, 브랜드가치 선택속성이 관광만족 및 행동의도에 미치는 영향*. 경희대학교 대학원 박사학위논문.
- 정병웅·진애니·정유리(2009). *방한중국인 관광객들의 관광지 선택속성 중요도-만족도 연구*. *사회과학연구*, 48(2). pp.165-184.
- 조우티엔싱(2016). *중국인 개별여행객들의 라이프스타일에 따른 뷰티의료관광 선택속성에 관한 연구*. 호남대학교 대학원 석사학위논문.
- 주가려(2011). *중국 문화유산관광지 선택속성 중요도가 관광객의 만족도 및 재방문의도에 미치는 영향*. *한국관광학회 2011년 제70차 관광학 국제학술대회 및 연구논문 발표대회*. pp.388-400.
- 채서일(1992). *체계적 분석의 틀에 따른 라이프스타일 연구*. *소비자학연구*, 39(1). pp.46-63.
- _____ (2003). *사회과학조사방법론*. 학현사.
- 최동희(2018). *방한 중국관광객의 라이프스타일, 관광정보, 행동의도간의 영향관계: 관광형태(개별관광, 단체관광)의 조절효과를 중심으로*. *관광학연구*, 42(2). pp.11-28.
- 한국관광공사(2016). *외래관광객 실태조사*

<국외문헌>

- Baker, D.A., & Crompton, J.II.(2000). *Quality, satisfaction and behavioral intention*. *Annals of tourism research*, 27(3). pp.785-804.
- Brard, J.G., & Ragheb, M.G.(1980). *Measuring leisure satisfaction*. *Journal of leisure research*, 12(1). p.22.
- Buhalis, D.(2000). *Marketing the competitive destination of the future*. *Tourism management*, 21(1). pp.97-116.
- Hudson(1990). *Consumer behavior related to tourism*. In A. Pizam & Y. Mansfeld (Eds). p.17.
- Jafari,J.(2000). *Encyclopedia of tourism*. New York: Routledge.
- Leiper, N.(1995). *Tourism management*. Melbourne: RMITT Press.
- Koter(2000). *Marketing management*. Prentice Hal

<설문지>

「생활방식에 따른 관광지 선택속성과 행동의도에
관한」 연구조사 설문지

안녕하십니까?

저는 제주대학교 대학원 관광경영학과에서 유학중인 정추우입니다. 이 설문지는 제주를 방문한 중국인 관광객의 ‘라이프스타일에 따른 관광지 선택속성과 행동의도에 관한 연구’ 라는 주제로 석사학위 청구논문을 위하여 작성된 것입니다.

이번에 귀하의 제주관광 선택경험을 바탕으로 응답해주시면 감사하겠습니다. 응답내용은 통계처리에 의해 순수 학술연구 목적으로만 사용될 것입니다. 귀하께서 조사에 협조해 주신데 대해 거듭 감사드립니다.

2018. 3.

연구자 : 정추우 (제주대학교 대학원 관광경영학과 석사과정)

전화:010-7759-1009

지도교수 : 오상훈(제주대학교 대학원 관광경영학과 교수)

□ 응답자 정보를 알려 주십시오			
성별	남(), 여()	연령	()세
결혼여부	미혼(), 기혼()		
학력	고졸이하(), 대졸(), 석사이상 ()		
직업	공무원() 사무/관리직() 자영업() 기능/생산직() 농/수/임업() 전문직() 학생() 주부() 기타()		
월평균 소득	1000위엔 미만() 1001-3000위엔() 3001-5000위엔() 5001-7000위엔() 7001-10000위엔() 10001위엔 이상()		

1. 다음은 귀하의 평소 생활습관(라이프스타일)에 관한 질문입니다. 귀하께서는 각 항목에 어느 정도 해당되는 판단하여 표시(√)해 주시기 바랍니다.

질문문항	전혀 그렇지 않다 ←보통→ 매우 그렇다				
	①	②	③	④	⑤
패션이나 유행을 빨리 받아들이는 편이다	①	②	③	④	⑤
주변 사람들보다 먼저 신제품을 구입하는 편이다	①	②	③	④	⑤
실용보다 유행을 더 좋아한다	①	②	③	④	⑤
미용이나 성형을 위해 들이는 돈이나 시간은 아깝지 않다	①	②	③	④	⑤
비싸거나 멀더라도 마음에 드는 것을 찾는 편이다	①	②	③	④	⑤
유행을 따름으로서 자신의 개성을 발휘할 수 있다	①	②	③	④	⑤
비교적 전통을 고수하는 편이다	①	②	③	④	⑤
비교적 규칙적이고 안전한 생활을 위해 노력한다	①	②	③	④	⑤
노후나 장래를 위해 보험이나 저축을 해두는 편이다	①	②	③	④	⑤
다양한 경험보다 안전한 상품을 구매한다	①	②	③	④	⑤
여러 가지 정보를 수집하여 검토한 후 물건을 산다	①	②	③	④	⑤
나의 건강 상태에 주의를 기울인다	①	②	③	④	⑤
체중이나 몸매에 항상 신경 쓴다	①	②	③	④	⑤
건강의 위해 규칙적으로 운동을 하는 편이다	①	②	③	④	⑤
주위사람들에게 주목을 받고 싶다	①	②	③	④	⑤
주위환경에 쉽게 적응하는 편이다	①	②	③	④	⑤
모임에 적극적으로 참여한다	①	②	③	④	⑤
활동적인 일에 관심이 있는 편이다	①	②	③	④	⑤
다른 사람과 이야기하기를 좋아한다	①	②	③	④	⑤
일보다 가족을 더 중요하다고 생각한다	①	②	③	④	⑤
가족이 함께 놀러 가는 경우가 많다	①	②	③	④	⑤
휴일에는 반드시 가족과 함께 한다	①	②	③	④	⑤
가족과 함께 대화를 하려고 노력한다	①	②	③	④	⑤
자신을 표현하는 수단으로 패션을 중시한다	①	②	③	④	⑤
의지가 강하고 공격적인 성격이다	①	②	③	④	⑤
목표를 설정하면 꼭 실현하는 타입이다	①	②	③	④	⑤
주위의 눈을 의식하지 않고 자기방식으로 사는 편이다.	①	②	③	④	⑤

2. 이번 귀하께서 (제주도)여행을 결정할 때, 다음 사항들에 대하여 얼마나 중요하다고 생각했는지 묻겠습니다. 각 항목의 중요성에 대해 표시 (√) 해 주시기 바랍니다.

질 문 문 항	전혀 중요치 않다 ←보통→ 매우 중요하다				
	①	②	③	④	⑤
여행비용(제주여행 총경비)	①	②	③	④	⑤
중국에서 제주도까지 여행 거리	①	②	③	④	⑤
과거에 제주방문경험	①	②	③	④	⑤
지식습득/자녀교육 여건	①	②	③	④	⑤
나의 자존심 충족	①	②	③	④	⑤
제주에서 사람들과의 교류여건	①	②	③	④	⑤
제주의 흥미로운 프로그램	①	②	③	④	⑤
제주에서 심신수양 여건	①	②	③	④	⑤
제주에서 휴양/휴식여건	①	②	③	④	⑤
나의 주변 사람들의 권유	①	②	③	④	⑤
여러 가지 새로운 것들	①	②	③	④	⑤
제주도의 유명도/인지도	①	②	③	④	⑤
제주도에 관한 광고/홍보내용	①	②	③	④	⑤
제주도의 자연경관	①	②	③	④	⑤
제주도의 편의/위생시설	①	②	③	④	⑤
제주도의 친근한 이미지	①	②	③	④	⑤
제주도의 기후	①	②	③	④	⑤
주변관광여건	①	②	③	④	⑤
중국에서 제주까지 교통이 편리함	①	②	③	④	⑤
제주에서 우수한 숙박 여건	①	②	③	④	⑤
제주도의 분위기	①	②	③	④	⑤
놀이/위락시설	①	②	③	④	⑤
제주에서 높은 안전성	①	②	③	④	⑤
풍부한 정보와 예약편리	①	②	③	④	⑤
직원/주민의 친절성	①	②	③	④	⑤
제주의 역사성	①	②	③	④	⑤
제주의 다양한 음식	①	②	③	④	⑤
제주의 특이함/신기성	①	②	③	④	⑤
제주의 쾌적한 환경	①	②	③	④	⑤
제주만의 특이한 향토성	①	②	③	④	⑤
제주의 다양한 자원	①	②	③	④	⑤
제주에서 쇼핑기회	①	②	③	④	⑤
적절한 체류시간	①	②	③	④	⑤

3. 다음은 **일반적 사항**에 관한 질문입니다. 해당항목에 **표시(√)**해 주시기 바랍니다.

1. 귀하의 이번 제주방문은 몇 번째입니까?

- ① 처음 ② 2회 ③ 3회 ④ 4회 ⑤ 5회 이상

2. 귀하는 제주관광에 대한 정보를 어떤 경로로 찾으셨습니까?(3개까지 가능)

- ① TV/라디오/신문 ② 잡지/홍보물/여행안내책자 ③ 여행사
④ 인터넷/스마트폰 ⑤ 과거방문경험 ⑥ 가족이나 친지 ⑦ 모임/친목단체
⑧ 친구/동료

3. 귀하의 이번 제주여행 기간은 며칠입니까?

- ① 1박2일 ② 2박3일 ③ 3박4일 ④ 4박5일 ⑤ 5일이상

4. 이번 여행일정에서 제주 이외에 한국의 다른 지역을 방문한/방문할 계획이 있습니까?

- ① 예 (지역 이름: _____ 예: 춘천) ② 아니오

5. 이번 제주여행은 전반적으로 만족스럽습니까?

- ① 전혀 만족하지 않음 ② 만족하지 않음 ③ 보통 ④ 약간 만족함 ⑤ 매우 만족함

6. 다음에 다시 제주를 방문할 생각이나 의도를 가지고 계십니까?

- ① 전혀 그렇지 않음 ② 그렇지 않음 ③ 보통 ④ 약간 그렇다 ⑤ 매우 그렇다

☆ 설문에 응답해 주셔서 감사합니다 ☆

<설문지>

「关于通过生活方式对旅游目的地选择属性和行动意图」
研究 调查问卷

您好

我是济州国立大学观光经营研究生院的程秋雨。本调查问卷目的是硕士学位研究论文关于到济州旅游目的地的中国游客‘通过生活方式对旅游目的地选择属性和行动意图’。

如果您想根据您选择济州旅游的经验做出回应，我将不胜感激。通过统计处理，答复的内容仅用于纯粹的学术研究目的。

再次感谢您在调查中的合作。

2018. 3.

研究者：程秋雨(济州大学院观光经营系 程秋雨)

电话:010-7759-1009

指导教授：吴相勳(济州大学院观光经营系 教授)

电话: 010-9838-5323

□ 答题者相关资料			
性别	男() , 女()	年龄	()岁
婚否	未婚() , 已婚()		
学历	高中以下() , 大学毕业() , 硕士以上()		
职业	公务员() 白领/管理() 个体户() 技能/生产() 农业/水产业 /林业() 专家() 学生() 主妇() 其他()		
월평균 소득	1000元 未滿()	1001-3000元()	3001-5000元() 5001-7000元() 7001-10000元() 10001元 以上()

1. 这里是关于您平常生活方式的问题。 每个提问下请在您觉得合适的程度上打(√)。

问 题	完全不赞同 ← 一般 → 非常赞同				
	①	②	③	④	⑤
我很快接受时尚或流行	①	②	③	④	⑤
我倾向于比我身边的人提前购买新产品	①	②	③	④	⑤
比起实用更喜欢时尚	①	②	③	④	⑤
为美容或整形花的时间和金钱不觉得可惜	①	②	③	④	⑤
即使再贵再远也要找到喜欢的东西	①	②	③	④	⑤
通过流行可以展现自己的个性	①	②	③	④	⑤
相对更加坚持传统	①	②	③	④	⑤
为相对有规律和稳定的生活而努力	①	②	③	④	⑤
会为老年或未来做保险或储蓄	①	②	③	④	⑤
比起多样的体验更倾向于购买安全的产品	①	②	③	④	⑤
收集很多资料后再做购买决定	①	②	③	④	⑤
注意自己的身体健康状况	①	②	③	④	⑤
始终关心自己的体重和体型	①	②	③	④	⑤
为了健康有规律运动	①	②	③	④	⑤
想得到周围人的关注	①	②	③	④	⑤
很快适应周围的环境	①	②	③	④	⑤
积极参与聚会	①	②	③	④	⑤
关注活跃性的事情	①	②	③	④	⑤
喜欢与人交流	①	②	③	④	⑤
家庭比工作重要	①	②	③	④	⑤
经常与家人出游	①	②	③	④	⑤
休息日一定要与家人度过	①	②	③	④	⑤
努力与我的家人更好地沟通	①	②	③	④	⑤
把时尚作为表达自我的手段	①	②	③	④	⑤
有强烈的意志和进取的个性	①	②	③	④	⑤
设定目标后一定要达成	①	②	③	④	⑤
不在意周围眼光按自己的方式生活	①	②	③	④	⑤

2. 以下是阁下在做来济州岛旅行的决定时, 您认为以下各信息的重要程度的提问, 在每个题目的重要程度下打(√)

提 问	完全不 ←普通→ 十分重要				
	①	②	③	④	⑤
旅行费用 (济州旅行总支出)	①	②	③	④	⑤
从中国到济州岛的旅行距离	①	②	③	④	⑤
过去的济州访问经验	①	②	③	④	⑤
获取知识/孩子的教育环境	①	②	③	④	⑤
满足我的自尊心	①	②	③	④	⑤
在济州岛与人的交流环境	①	②	③	④	⑤
济州有趣的节目	①	②	③	④	⑤
济州的身心修养环境	①	②	③	④	⑤
济州的修养/休息环境	①	②	③	④	⑤
我周围的人的建议 °	①	②	③	④	⑤
许多新事物	①	②	③	④	⑤
济州岛的名气/知名度	①	②	③	④	⑤
关于济州岛的广告/宣传内容	①	②	③	④	⑤
济州岛的自然景观	①	②	③	④	⑤
济州岛的便利/卫生设施	①	②	③	④	⑤
济州岛的友好形象	①	②	③	④	⑤
济州岛的气候	①	②	③	④	⑤
周围旅游环境	①	②	③	④	⑤
中国到济州的交通便利性	①	②	③	④	⑤
济州优秀的住宿条件	①	②	③	④	⑤
济州岛的氛围	①	②	③	④	⑤
娱乐/娱乐设施	①	②	③	④	⑤
济州岛的高度安全性	①	②	③	④	⑤
丰富的信息和便利的预订	①	②	③	④	⑤
员工/居民的亲切	①	②	③	④	⑤
济州的历史性	①	②	③	④	⑤
济州多样的饮食	①	②	③	④	⑤
济州的特别/神奇性	①	②	③	④	⑤
济州岛宜人的环境	①	②	③	④	⑤
济州岛独特的地方特色	①	②	③	④	⑤
济州多样的资源	①	②	③	④	⑤
在济州岛购物机会	①	②	③	④	⑤
适当的停留时间	①	②	③	④	⑤

3. 以下是一些常见问题：请在相应的项目中标记（√）。

1. 您对济州的访问是第几次？

①第一②第二③第三④四⑤超过五

2. 您是如何找到济州旅游信息的？（最多3条）

①电视/广播/报纸②杂志/宣传/旅行手册③旅行社④互联网/智能手机
⑤过去的访问经历⑥家人或朋友⑦会议/社交组⑧朋友/同事

3. 您的济州之旅有多少天？

①1晚2天②2晚3天③3晚4天④4晚5天⑤5天以上

4. 除了济州岛之外，您还计划访问/访问韩国的其他地区吗？

①是（区名：如春川）②否

本次济州岛之旅总体满意吗？

①完全没有②不满意③正常④稍微满意⑤非常满意

6. 您想再去济州旅行吗？

①完全不②不想③一般④有点⑤非常想

☆ 真诚感谢您的回答 ☆

ABSTRACT

A Study on the Relationships of Destination Choice Attributes, the Satisfaction and Behavior Intentions according to Lifestyle -Focused on Chinese Individual Tourists Visiting Jeju Island-

Cheng Qiuyu

Department of Tourism Management

Jeju National University, 2018

(Supervised by Professor Sang hoon OH)

The purpose of this study is to investigate the lifestyle of individual tourists in China, which is an important segment of Jeju tourism market, and to analyze the relationship between attractions, tourism satisfaction, and revisit inquiry through cluster analysis. The purpose of this study is to analyze the characteristics of Chinese tourists visiting Jeju through cross - analysis between demographic characteristics and lifestyle communities.

The results of this study are summarized as follows.

First, we surveyed 27 lifestyle items of individual Chinese tourists visiting Jeju, and analyzed the 25 variables that removed two variables with low commonality and reliability. Through these activities, six lifestyle factors such as activity seeking, fashion seeking, family seeking, stability seeking, self seeking and health seeking were derived. In addition, factor analysis was conducted on 33 items of tourist

choice attribute variables, and 17 items that removed 16 items with low reliability and commonality were found 5 factors such as relaxation rest, cultural experience, awareness,

Second, the results of the cluster analysis to find out the types of lifestyle factors revealed that the group of people who are interested in self and health (cluster 1), the conservative group (2), and (3) collectively, as a whole. They were named active, safe, and passive, respectively.

Third, ANOVA was conducted to examine the relationship between the attributes of tourist attractions and lifestyle groups. The results showed that the active group of community 1 was awareness and tourism - oriented. The two types of safety group showed the importance of activity related to relaxation rest and cultural experience, and cluster 3 was analyzed to emphasize the value ratio of price to value.

Fourth, as a result of looking at the relationship between the attributes of tourist attractions, tourist satisfaction, and revisit inquiries, it was found that tourist satisfaction had a significant effect on recreation rest and awareness and tourism activities. And it was analyzed as a factor that had a significant influence.

Fifth, as a result of analyzing the difference of tourism satisfaction according to lifestyle type, the satisfaction of active group was higher than that of passive group. However, there was no significant difference between the two groups.

Sixth, there was significant difference in age, marital status, occupation, income except gender and academic ability as a result of lifestyle type crossover analysis according to demographic characteristics. Based on this, characteristics of lifestyle type were identified and the characteristics are as follows.

Community 1 Active is a group of young people in their 20s and 30s who are unmarried and have a relatively high level of education. As a result, income is divided into high income earners of over 1,000 yuan or low income earners of less than 3,000 yuan. Community 2 Safety type 40 is married and it seems to be a relative high income group between housewives and income 7001-10000 yuan. The

cluster 3 passive type is relatively unmarried with two to thirty young people, and is often classified as a civil servant or a self-employed person, a functional production worker, or a worker in the agricultural and marine life industry. The income is classified into a group of people between 3001 and 7000 yuan.