



## 저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

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

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.



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

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

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

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

[Disclaimer](#)

석사학위논문

제주방문 외국인 관광객의 방문동기와  
선택속성의 차이에 관한 연구  
- 홍콩·말레이시아·대만의 비교를 중심으로 -

제주대학교 대학원

관광개발학과

김 지 훈

2019년 2월

제주방문 외국인 관광객의 방문동기와  
선택속성의 차이에 관한 연구  
- 홍콩·말레이시아·대만의 비교를 중심으로 -

지도교수 최 용 복

김 지 훈

이 논문을 관광학 석사학위논문으로 제출함

2018년 12월

김지훈의 관광학 석사학위논문을 인준함

심사위원장

張 聖 洙



위 원

임 화 순



위 원

최 용 복



제주대학교 대학원

2018년 12월



## 목차

제 1장 서론 .....	1
제 1절 연구의 배경과 목적 .....	1
제 2절 연구의 방법 및 범위 .....	4
제 3절 연구의 흐름 .....	6
제 2장 이론적 배경 .....	7
제 1절 외국인방문객 방문현황 .....	7
1. 방문추이 .....	7
2. 국가별 현황 .....	9
제 2절 관광동기 .....	18
1. 개념 .....	18
2. 측정방법 .....	20
제3절 관광지 선택속성 .....	26
1. 개념 .....	26
2. 측정방법 .....	27
제4절 관광만족도 .....	31
1. 개념 .....	31
2. 측정방법 .....	33
제 3장 연구의 설계 .....	36
제 1절 연구모형 .....	36
제 2절 가설의 설정 .....	37
1. 국적별 관광동기의 차이 .....	37
2. 국적별 관광동기와 관광지 선택속성 .....	38

3. 국적별 관광동기와 관광만족도 .....	39
4. 국적별 관광지 선택속성과 관광만족도 .....	40
제 3절 변수의 조작적 정의 .....	41
1. 관광동기 .....	41
2. 관광지 선택속성 .....	44
3. 관광만족도 .....	45
제 4절 설문지 구성 .....	46
제 5절 자료의 수집 및 분석방법 .....	47
 제 4장 실증분석 .....	 49
제 1절 표본의 특성 .....	49
1. 인구통계학적 특성 .....	49
2. 관광행태적 특성 .....	51
제 2절 신뢰성 및 타당성 검증 .....	53
1. 관광동기 요인 .....	54
2. 관광지 선택속성 요인 .....	57
3. 관광만족도 요인 .....	58
제 3절 국적별 차이검증 .....	59
1. 국적별 관광동기 .....	60
2. 국적별 관광지 선택속성 .....	61
3. 국적별 관광만족도 .....	62
제 4절 연구가설의 검증 .....	62
1. (가설1) 검증 .....	63
2. (가설2) 검증 .....	63
3. (가설3) 검증 .....	74
4. (가설4) 검증 .....	76
제 5절 분석결과의 종합 .....	79

제 5장 결론 .....	82
제 1절 연구결과의 요약 .....	82
제 2절 시사점 .....	85
제 3절 한계점 및 향후 과제 .....	88
참고문헌 .....	91
1. 국내 자료 .....	91
2. 국외 자료 .....	94
3. 기타 자료 .....	96
설문지 .....	97

## 표 목차

〈표 2-1〉 한국인바운드와 제주인바운드 .....	9
〈표 2-2〉 세계 주요국의 관광지출 현황 .....	10
〈표 2-3〉 입도 외국인관광객 국가별 통계량 .....	11
〈표 2-4〉 제주 직항 국제항공 노선별 입도 편수·객수 비교 .....	13
〈표 2-5〉 홍콩 관광객 방한 및 입도 추이 변화 .....	15
〈표 2-6〉 말레이시아 관광객 방한 및 입도 추이 변화 .....	16
〈표 2-7〉 대만 관광객 방한 및 입도 추이 변화 .....	17
〈표 2-8〉 관광동기에 대한 학자들의 정의 .....	20
〈표 2-9〉 Mill&Morrison 관광동기 7단계 .....	21
〈표 2-10〉 관광동기 선행연구에 따른 동기요인 정리 .....	25
〈표 2-11〉 관광지 선택속성 선행연구 내용 및 요인 정리 .....	30
〈표 2-12〉 만족 및 관광만족에 대한 학자들의 정의 .....	33
〈표 3-1〉 관광동기 요인 .....	43
〈표 3-2〉 관광지선택속성 요인 .....	45
〈표 3-3〉 설문지 구성 .....	46
〈표 3-4〉 조사표본의 특성 .....	47
〈표 4-1〉 표본의 인구통계적 특성 .....	50
〈표 4-2〉 표본의 관광행태적 특성 .....	53
〈표 4-3〉 관광동기 요인분석 결과 및 신뢰성 검증 결과 .....	56
〈표 4-4〉 관광지 선택속성 요인분석 및 신뢰성 검증 결과 .....	58
〈표 4-5〉 관광만족 요인분석 및 신뢰성 검증 결과 .....	59
〈표 4-6〉 국적 별 관광동기 차이 분석 결과 .....	60
〈표 4-7〉 국적 별 관광지선택속성 차이 분석 결과 .....	61
〈표 4-8〉 국적 별 관광만족도 차이 분석 결과 .....	62
〈표 4-9〉 국적 별 관광동기가 숙박시설 및 음식 속성에 미치는 영향 분석 결과 .....	65
〈표 4-10〉 국적 별 관광동기가 사회문화성에 미치는 영향 분석 결과 .....	67
〈표 4-11〉 국적 별 관광동기가 경제성에 미치는 영향 분석 결과 .....	69
〈표 4-12〉 국적 별 관광동기가 편리성에 미치는 영향 분석 결과 .....	71
〈표 4-13〉 국적 별 관광동기가 자연환경성에 미치는 영향 분석 결과 .....	73
〈표 4-14〉 국적 별 관광동기가 관광만족도에 미치는 영향 분석 결과 .....	76
〈표 4-15〉 국적 별 관광지선택속성이 관광만족도에 미치는 영향 분석 결과 .....	78
〈표 4-16〉 분석 요약 결과표 .....	79

## 그림 목차

〈그림 1-1〉 연구 과정도 .....	6
〈그림 2-1〉 세계인바운드규모 .....	7
〈그림 2-2〉 한국인바운드와 제주인바운드 규모 .....	9
〈그림 2-3〉 제주 직항 국제항공 노선별 입도객 추이변화 .....	14
〈그림 2-4〉 홍콩 관광객 방한 및 입도 추이 그래프 .....	15
〈그림 2-5〉 말레이시아 관광객 방한 및 입도 추이 그래프 .....	16
〈그림 2-6〉 대만 관광객 방한 및 입도 추이 그래프 .....	17
〈그림 2-7〉 Mill & Morrison의 요구·욕구·동기 .....	18
〈그림 2-8〉 관광동기의 추진(push)과 유인(pull)모델 .....	22
〈그림 3-1〉 연구모형 .....	36



## 제 1장 서론

### 제 1절 연구의 배경과 목적

#### 1. 연구배경

“왜 여행을 떠나는가?”, “무엇이 여행을 떠나게 만드는가?”와 같은 질문을 계속해서 되뇌일 만큼 많은 사람들이 여행을 떠나고 있는 이러한 일련의 현상의 원인을 파헤치는 연구는 계속해서 진행되고 있다. 여행의 출발은 이동에 있으며 근본적으로 이동을 일으키는 원인을 규명하는 것은 21세기 국가 전략산업의 하나인 관광관련 산업의 지속적 성장과 안정적 유지를 위해서 필요하다.

관광의 수요는 지속적으로 증가하고 있으며 주요 원인은 교통의 발달과 여가시간의 증대로 볼 수 있다. 기술의 발전에 따른 교통의 발달은 세계를 하나의 지구촌이라고 부를 만큼 가깝게 만들었다. 이렇게 편리해진 교통으로 인하여 지구촌의 많은 사람들은 더욱 활발히 여행을 하고 있으며 이에 맞추어 근로시간과 휴가제도의 개선은 더욱 더 많은 사람들에게 여행을 할 수 있는 환경적 요소를 제공하고 있다.

현재 전 세계적인 관광시장의 규모와 역할에 대하여 세계여행관광협회(Woeld Travel & Tourism Council, WTTC)에 따르면, 2017년 여행 및 관광 분야의 세계 GDP와 일자리에 대한 직접적 기여도가 2.6조 달러와 1억1,845만 개에 달하였다. 전 세계적으로 여행 및 관광 수요와 해외 관광지출이 지속적으로 증가함에 따라 여행 및 관광산업은 기타 산업에 비해 GDP 성장 및 일자리 창출에 높은 기여를 하고 있다(문화관광부, ‘관광동향에 관한 연차보고서’, 2017).

세계의 관광시장 속 한국의 인바운드 시장은 1991년부터 2017년 사이 지속적인 증가로 연평균 5.6%의 성장을 기록하고 있으며 2009년 700만명 방한 이후, 매년 약 100만명씩 증가하다가 2015년 MERS 위기 후 2016년 역대 최대 규모인 1,724만명이 방문하였으며 2017년은 중국의 단체관광 판매 금지 조치 영향으로 1,334만명이 방문하였다(한국관광공사, 2017).

이에 맞물려 제주도는 2014년 총 입도객 1,227만명 중 내국인 894만명 외국인 333만명이었고 2015년 총 입도객 1,366만명 중 내국인 1,104만명 외국인 262만명이었다. 2015년 MERS로 인해 외국인 입도는 줄었지만 대체관광지로서 내국인 입도객은 증가하였었다. 2016년 총 입도객은 1,585만명으로 이중 1,225만명이 내국인이고 360만명이 외국인으로 나타나 최대치를 기록하였다. 2017년은 사드(THAAD) 이슈로 인한 중국의 단체관광 판매 금지 조치 영향으로 제주방문 관광객은 총 1,475만명으로 내국인은 1,352만명 외국인은 123만명으로 나타났다. 2017년 내국인 입도객은 증가했으며 외국인 입도객 123만명은 2016년 360만명에 비해 65% 감소한 수치를 기록하였다.

## 2. 문제제기

관광산업은 외부환경의 변화에 매우 민감한 산업이다. 어떠한 정치적 이슈나 경제적 이슈로 관광의 수요와 공급은 급변할 수 있다. 2000년대부터 꾸준히 증가하던 제주 입도 외국인 관광객은 2009년 무비자로 입도가 가능해지면서 중국인 입도 관광객이 급격히 증가하기 시작했다.

중국인 입도객 수를 보면 2008년 17만4천명, 2009년 25만8천명, 2010년 40만명, 2011년 57만명, 2012년 108만4천명, 2013년 181만2천명, 2014년 285만9천명, 2015년 223만7천명, 2016년 306만1천명을 최고점으로 2017년 74만7천명을 기록했다. 2015년의 경우 MERS의 영향으로 증가추세에서 다소 감소추세였던 것을 볼 수 있으며 2016년 최고점을 기점으로 2017년 사드(THAAD) 이슈로 인한 중국의 단체관광 판매 금지 조치 영향으로 74만 7천명을 기록하면서 급감했다.

2008년부터 급격히 성장하던 중국인 입도객 시장은 기록만큼 긍정적인 영향을 미치지는 못했다. 관광의 질과 소비를 두루 갖춘 여행상품을 통해 들어오던 중국관광객은 점차적으로 제주도를 찾는 중국인 관광객 모객의 과열화와 여행사의 이윤창출이 기념품 혹은 면세점 판매 부분에서 주를 이루면서 급기야 모객 1인당 돈을 주고 입도시키는 인두세까지 나오게 되었다(한겨레21, 2013).

그로인하여 다수의 중국인 여행상품의 경우 입장료가 없는 관광지 위주의 패턴과 기념품 가게와 면세점을 반드시 포함하는 여행상품이 주를 이루면서 당시 이루어진 만족도 조사에서 많은 부분 불만족 결과를 초래하게 되었다. 불만족의 경우 구전효과의 부정적 영향과 장기적 관점에서의 재방문율의 감소로 이어지는 문제점을 초래한다.

이러한 악순환은 더욱 심해졌었으며 모든 모객의 초점은 중국인을 대상으로 이루어졌다. 편중된 시장은 어떠한 문제가 발생했을 시 상당히 피해가 크다. 쉽고 명확한 예로 자연을 생각해 보면 쉽게 이해할 수 있다. 생태계에서의 생물 종 다양성이 높을수록 생태계가 안정적으로 유지된다고 한다. 생물종이 다양하지 않은 단순한 생태계는 어느 한 종이 사라지면 생태계의 균형이 깨지고 쉽게 파괴된다. 이렇듯 제주관광시장 중 외국인 시장에서도 다양한 국적은 중요하다. 이유인 즉, 특정국과와의 문제가 생겼을 시 타 국가들이 완충작용을 하기 때문이다.

MERS와 THAAD로 알 수 있듯이 관광산업은 외부영향으로 인해 급격히 감소 한다는 것을 우리는 직접 확인하였다. 한쪽으로 편중된 상황에서도 그 외 시장에 대한 조사와 분석을 통해 마케팅 전략을 제시하며 모객을 높이는 것은 제주관광시장의 다양성을 확보하는 것이다. 이러한 다양성은 외부환경에 매우 민감한 관광산업의 안정성을 높여주는 시장 구조를 만들어준다.

### 3. 연구의 목적

제주도를 목적지로 방문하는 외국인 시장 중 중국을 제외하고 대다수를 차지하는 나라는 말레이시아, 홍콩, 대만, 싱가포르, 태국, 미국이 있다. 이번 조사의 경우 현재 직항기 운영을 통해 입도하고 있는 홍콩, 말레이시아, 대만을 기준으로 세 나라의 관광동기와 관광지 선택속성 조사를 통하여 나라별 관광동기와 관광지 선택속성의 차이점을 규명하고 도출된 차이점을 통하여 나라별로 차별화된 접근방법을 제시함으로써 보다 효율적 마케팅을 통한 모객률을 높이는데 목적이 있다.

이러한 연구목적을 달성하기 위한 세부적인 목표는 다음과 같다.

첫째, 통계자료 분석을 통해 제주도 입도 외국인 관광시장 조사와 본 연구의 대상인 홍콩, 말레이시아, 대만의 현재 방문 현황을 조사하고자 한다.

둘째, 문헌연구를 통해 관광동기와 관광지선택속성에 대한 이론을 정립하고자 한다. 또한 선행연구를 통하여 관광동기와 관광지 선택속성의 관계를 정립하고자 한다.

셋째, 실증연구를 통해 세 나라의 관광동기와 관광지 선택속성에서 오는 차이점을 규명하고자 한다.

넷째, 규명된 차이점을 토대로 나라별 차별화된 접근법을 제시하고자 한다.

## 제 2절 연구의 방법 및 범위

### 1. 연구방법

본 연구의 방법은 제주를 방문하는 홍콩, 말레이시아, 대만 관광객을 대상으로 관광동기와 관광지 선택속성이 국적별로 어떠한 차이가 있는지를 규명하기 위함으로 크게 문헌적 연구방법(documentary study)과 실증적 연구방법(empirical study)으로 구성된다.

우선 문헌 연구로는 관광동기와 관광지 선택속성에 대한 이론적 고찰을 하였다. 이러한 이론적 배경을 바탕으로 연구모형과 연구가설을 도출하였다. 도출된 가설을 검증하기 위하여 이론연구를 바탕으로 한 설문지를 작성하였으며 이 후 실증연구에 활용하기 위하여 설문조사를 실시하였다. 그 외에 정부간행물, 발간보고서, 각종 통계자료 등을 참고하였으며 자료는 SPSSwin 25 통계패키지 프로그램을 활용하여 연구목적에 따라 빈도분석, 요인분석과 cronbach's  $\alpha$ 계수를 통한 신뢰도 및 타당성 분석, 국가 간 차이를 검증하기 위한 일원배치 분산분석(ANOVA)와 가설을 검증하기 위해 다중회귀분석을 실시하였다.

### 2. 연구범위

본 연구의 목적에 따라 공간적 범위는 제주특별자치도로 설정하였으며 연구대상은 제주도를 방문한 홍콩, 말레이시아, 대만 관광객을 대상으로 하였다. 시간적 범위는 연구를 실시한 2018년 09월 10일부터 2018년 10월 10일까지 약 한달 간 이루어졌으며 각 국가별 150부의 설문을 실시하였고 불성실한 설문지를 제외하고 407부(90%)가 실증분석에 사용되었다.

본 연구의 내용적 범위는 총 5장으로 구성되었다. <그림 1-1 연구 과정도>를 참고하면 보기 쉽다.

제1장은 서론으로 연구의 배경과 문제제기를 통한 연구목적의 설정, 연구 방법 및 범위로 이루어 졌다.

제2장은 연구의 이론적 배경으로 연구 대상이 되는 홍콩, 말레이시아, 대만 관광객의 방

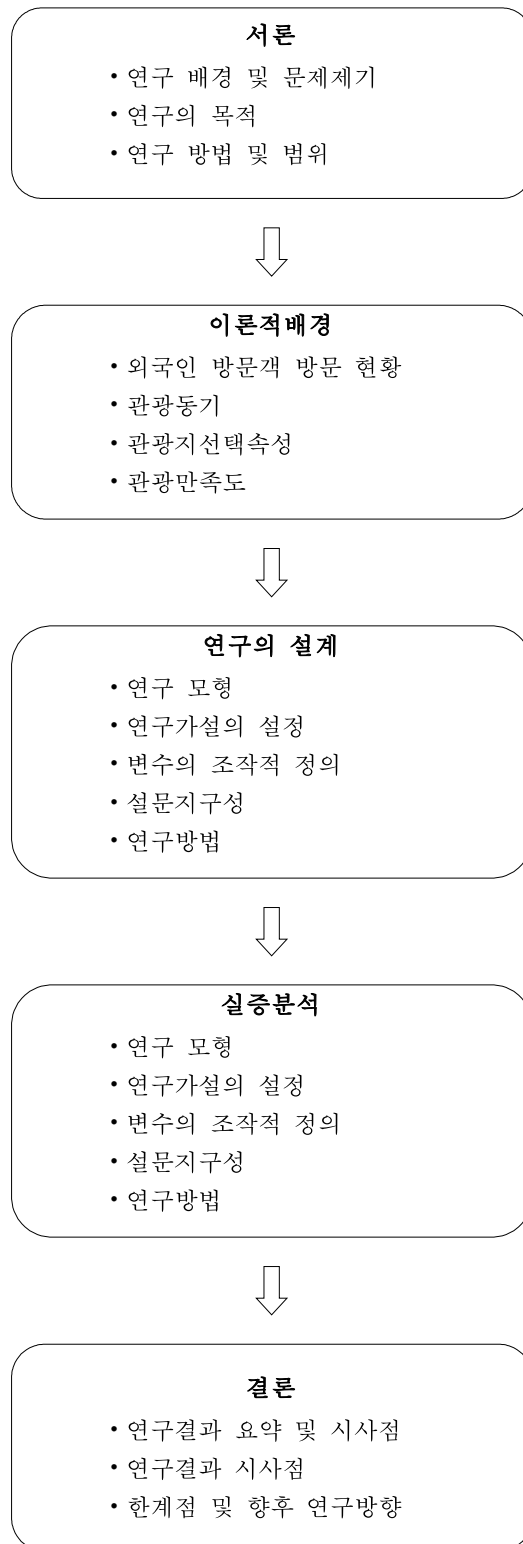
문 현황을 통계자료를 통한 제시와 문헌 연구를 통한 관광동기와 관광지선택속성의 이론 정립 후 관광동기와 관광지선택속성의 관련성을 다룬다.

제3장은 연구의 설계로 선행연구들의 이론적 고찰을 통해 관광동기 및 관광지 선택속성의 속성항목을 도출하여 연구모형을 설정하고 가설을 설정한다. 그리고 조사설계와 변수의 조작적 정의, 자료의 분석방법으로 이루어 졌다.

제4장은 실증분석으로 표본의 특성을 제시하며 신뢰성 및 타당성 검증과 연구가설의 검증을 하고 분석결과를 요약한다.

제5장은 결론으로 본 연구내용의 전반적인 요약과 시사점 및 연구의 향후 발전방향을 제시하였다.

### 제 3절 연구의 흐름



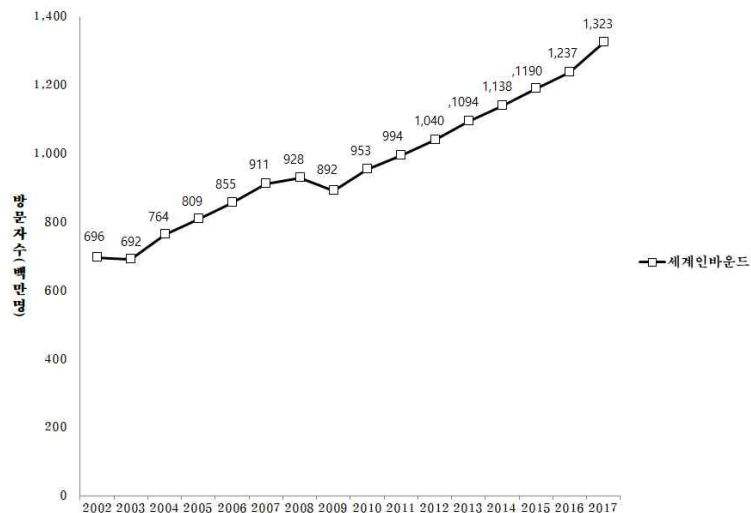
〈그림 1-1 연구 과정도〉

## 제 2장 이론적 배경

### 제 1절 외국인방문객 방문현황

#### 1. 방문추이

세계 인바운드 규모를 보면 2017년 기준으로 13억 2,300만명으로 잠정 집계되었으며 2003년과 2009년 불어닥친 불안정한 세계 경제 상황에서 빠르게 회복하여 지속적인 성장세를 보이고 있다. 한국관광공사의 전망치에 의하면 당분간 이러한 상승세는 향후에도 지속될 것으로 전망된다.(UNWTO, 2017)



〈그림 2-1 세계인바운드규모〉

한국관광공사 조사자료(한국방한시장의 모든 것, 2016)에 의하면 한국의 인바운드 시장은 1961년 11,109명에 지나지 않았던 한국의 방한 외국인 관광객 수는 사스(SARS)가 유행한 2003년부터 2014년까지 11연속 증가하였으나, 2015년 메르스 영향으로 전년대비

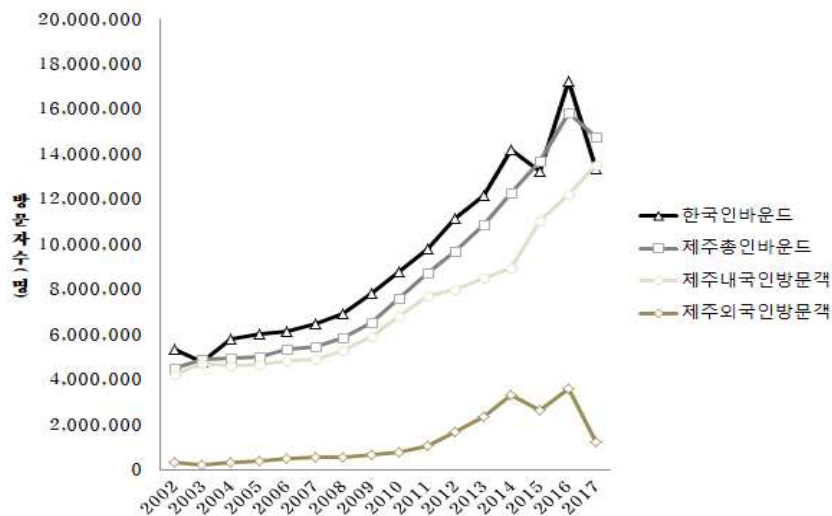
6.8% 감소한 13,231,651명을 기록했다. 그러나 한류를 통한 방한 시장 매력도가 상승하고 근거리 시장을 잇는 저가항공 노선이 증가하고 정부와 민간의 시장 다변화 전략 등에 힘입어 2016년 전년 대비 30.3% 증가 한 17,241,823명이 방한하면서 역대 최다 외국인 관광객을 수용하였다. 한국 인바운드 관광은 1980년 국내정세 불안을 야기한 광주민주화 운동, 2001년 9.11테러, 2003년 이라크전쟁과 사스(SARS)발생, 2015년 메르스(MERS) 발발 시기를 제외하면 지속적으로 성장하였다. 2016년 방한 관광시장에 따른 관광수입은 US\$171억을 기록하였다. 2017년 THAAD의 영향으로 전년 대비 -22.7% 줄어든 13,335,758명을 기록하였으며 관광수입은 US\$133억 달러로 2016년 대비 떨어졌다.

제주관광협회 조사자료(관광객 입도현황)와 제주관광공사(제주특별자치도 외국인관광객 입도객 통계)에 의하면 2002년 450만에서 시작하여 내국인방문의 경우 지속적인 성장을 보이며 외국인방문의 경우 차츰 성장을 하다가 2008년도부터 제주도가 중국인에게 무비자 혜택을 주자 2009년도부터 크게 성장하기 시작했다. 제주인바운드 시장이 한국전체 인바운드 시장의 규모를 넘어서는 세 구간이 있다. 2003년 사스(SARS), 2015년 메르스(MERS)와 2017년(THAAD)로 외부환경의 영향에 의해 한국인바운드가 감소를 하는데 반해 제주도는 대체관광지로서 더 많은 내국인이 방문하여 증가하는 것을 확인 할 수 있다. 그러나 2018년 현재 외부환경영향에 의한 대체관광지로서의 제주의 위상이 다양한 이유로 떨어지고 있다. 2002년 제주도 외국인 인바운드 시장 중 중국이 차지하는 비율은 30%정도 였으나 2009년도에 40%를 시작으로 2016년 85%까지 올라간다. 그리고 2017년 중국과의 직접적인 정치적 이슈로 인한 THAAD로 중국의 한국 단체여행이 금지되면서 2016년 306만의 중국인이 방문하던 것이 2017년 75만으로 급격히 줄어든다. 2017년 전체 제주인바운드 규모는 14,753,236명을 기록 하였으며 그 중에서 내국인은 13,522,632명이고 외국인은 1,230,604명이다. 2016년 대비 외국인 인바운드는 약 240만명 감소하였으나 내국인인바운드가 약 130만명 증가하여 전체 인바운드 숫자는 약 100만명 줄어든 것으로 나타났다. 이에 따라 제주외국인 인바운드 시장의 다변화의 필요성을 느끼며 여러 기관과 단체에서는 시장 다변화를 위한 전략을 시도하고 있다. 한국과 제주인바운드 규모에 관한 자세한 내용은 <표 2-1> 그리고 그림<2-2>와 같다.



〈표 2-1 한국인바운드 와 제주인바운드 규모〉

연도	한국인바운드(명)	제주총인바운드(명)	제주내국인방문(명)	제주외국인방문(명)
2002	5,347,468	4,515,515	4,226,019	289,496
2003	4,752,762	4,913,393	4,692,376	221,017
2004	5,818,138	4,932,512	4,603,297	329,215
2005	6,022,752	5,020,275	4,641,552	378,723
2006	6,155,046	5,312,998	4,852,638	460,360
2007	6,448,240	5,429,223	4,887,949	541,274
2008	6,890,841	5,822,017	5,281,501	540,516
2009	7,817,533	6,523,938	5,891,584	632,354
2010	8,797,658	7,578,301	6,801,301	777,000
2011	9,794,796	8,740,976	7,695,339	1,045,637
2012	11,140,028	9,691,643	8,010,304	1,681,339
2013	12,175,550	10,851,265	8,517,417	2,333,848
2014	14,201,516	12,273,917	8,945,601	3,328,316
2015	13,231,651	13,664,395	11,040,135	2,624,260
2016	17,241,823	15,852,980	12,249,959	3,603,021
2017	13,335,758	14,753,236	13,522,632	1,230,604



〈그림 2-2 한국인바운드와 제주인바운드 규모〉

## 2. 국가별 현황

### 1) 홍콩·말레이시아·대만 국제 관광추이

본 연구에서 비교대상 국가로 선정한 홍콩·말레이시아·대만의 경우 UNWTO(World

tourism Barometer, 2017)에 의한 세계 주요국의 관광지출 현황을 보면 홍콩은 2014년 15위에서 2015년 11위, 2016년 10위로 기록된 것을 확인 할 수 있으며 말레이시아는 2014년 25위에서 2015년 27위, 2016년 27위인 것을 확인 할 수 있다. 대만은 2014년 24위에서 2015년 22위, 2016년 19위를 기록한 것을 확인 할 수 있다. 아시아태평양 지역에서는 중국-호주-한국-홍콩-싱가포르-일본-대만 순으로 상위권에 있으며 말레이시아 또한 30위 안에 들어와 있다.

〈표 2-2 세계 주요국의 관광지출 현황〉

(단위: US\$10억)

구분	2016		2015		2014	
	국가	지출	국가	지출	국가	지출
1	중국	261.1	중국	249.8	중국	227.3
2	미국	123.6	미국	114.7	미국	105.7
3	독일	79.8	독일	77.5	독일	93.3
4	영국	64.8	영국	66.6	영국	62.6
5	프랑스	40.5	프랑스	39.3	러시아	50.4
6	캐나다	30.8	러시아	34.9	프랑스	48.8
7	호주	29.1	캐나다	30.1	캐나다	34.4
8	한국	26.6	호주	29.2	이탈리아	28.8
9	이탈리아	25.0	한국	25.3	호주	26.9
10	홍콩	24.2	이탈리아	24.4	브라질	25.6
11	러시아	24.0	홍콩	23.1	싱가포르	24.4
12	싱가포르	22.1	싱가포르	22.1	사우디아라비아	24.1
13	벨기에	19.5	사우디아라비아	19.3	벨기에	23.8
14	스페인	19.3	벨기에	18.9	한국	23.2
15	사우디아라비아	18.7	네덜란드	18.0	홍콩	22.0
16	일본	18.5	스페인	17.4	네덜란드	21.1
17	네덜란드	18.1	브라질	17.4	일본	19.3
18	아랍에미리트	17.1	아랍에미리트	16.6	노르웨이	18.4
19	대만	16.6	스위스	16.3	스페인	18.0
20	스위스	16.5	일본	16.0	스위스	16.9
21	인도	16.4	노르웨이	15.8	스웨덴	15.8
22	노르웨이	15.9	대만	15.5	아랍에미리트	15.8
23	브라질	14.5	인도	14.8	인도	14.6
24	스웨덴	14.5	스웨덴	14.4	대만	14.0
25	쿠웨이트	12.3	쿠웨이트	12.4	말레이시아	12.4
26	필리핀	11.2	필리핀	11.3	쿠웨이트	11.3
27	말레이시아	10.5	말레이시아	10.7	오스트리아	10.8
28	멕시코	10.3	멕시코	10.1	필리핀	10.6
29	오스트리아	9.7	오스트리아	9.3	덴마크	10.5
30	덴마크	9.2	덴마크	9.0	멕시코	9.6

출처: UNWTO, (World Tourism Barometer), October, 2017 \*잠정치, 순위는 발표국가 기준임

본 연구에서 기존에 선정한 국가는 순위표에 따라서 말레이시아·홍콩·싱가폴·대만이였다.

그러나 조사과정에서 싱가포르의 경우 직항기 운항이 없어 조사 기간 내 유효 표본 확보를 하지 못하여 이번 연구에서는 제외하게 되었다. 또한 일본은 기존에 주요 인바운드 시장이었던 곳으로 연구에서 밝히고자 하는 방문동기 및 선택속성에 관한 연구가 이미 이루어졌었기 때문에 제외하였다. 중국과 일본을 제외하고 최근 5년, 3년, 1년 단위의 누적통계량을 비교하고 순위 비교를 하였을 시 1순위부터 4순위까지의 국가 중 싱가포르를 제외한 홍콩·말레이시아·대만이 최종 조사대상 국가가 되었다. 약 20만에 가까운 일본관광객이 방문했던 것에 비해 최근 3년과 1년의 누적 방문객을 각각 비교해 보면 일본과 말레이시아는 큰 차이가 발생하지 않으며 비슷한 것을 알 수 있다. 그 외 국가 중 2017년 베트남이 약 2만 4천, 인도네시아와 태국이 각각 약 2만3천명 방문으로 조사되고 있다.

〈표 2-3〉 입도 외국인관광객 국가별 통계량

(단위: 천명)

구분	중국	일본	말레이시아	홍콩	싱가폴	대만	미국	아시아 기타	서구권 기타
2007	177	183	10	9	22	93	20	8	18
2008	174	177	13	11	29	68	23	12	32
2009	258	183	15	15	33	41	24	21	42
2010	400	188	24	12	31	41	20	25	30
2011	570	174	53	27	56	31	27	61	47
2012	1,084	180	76	39	64	51	25	102	60
2013	1,812	129	75	40	57	39	21	101	60
2014	2,859	96	64	28	46	32	20	131	51
2015	2,237	59	40	23	30	18	17	125	75
2016	3,061	48	66	45	51	38	34	150	110
2017	747	55	50	49	34	33	29	121	113
중·일 제외하고 최근 5년 누적 순위			1	3	2	4	5	그 외 순위로는 태국, 인도네시아, 베트남 누적통계로 나타남	
중·일 제외하고 최근 3년 누적 순위			1	2	3	4	5		
중·일 제외하고 최근 1년 누적 순위			1	2	3	5	4		

출처: 제주관광공사, (제주특별 자치도 외국인 관광객 입도객 통계)를 기본바탕으로 하여 작성함

또한, 제주 직항 항공편 변화에 따라서 국가별 입도객수 영향 관계 및 입도추이를 분석하고자 한국공항공사 항공통계자료를 수집·분석하여 〈표 2-5〉와 〈그림2-3〉을 만들었다.

중국의 경우 2007년에서 2008년 급격히 줄어들었다가 2009년부터 증가추세를 타고 2016년 약 120만명으로 최고기록을 기록하였으며 2017년 사드(THAAD)영향으로 줄어들었지만 2018년 현재까지도 외국인 직항 입도객 중 가장 많은 것을 알 수 있다.

일본은 2007년부터 꾸준히 줄어들어 약 20만 3천명이던 방문객이 2016년 약 4만6천 명으로 최저치를 기록하고 2017년도부터 증가추세를 보이고 있다.

말레이시아의 경우 2016년까지 직항편이 없으면서도 중국·일본을 제외하고 외국 방문객 중 높은 수치를 보인다. 말레이시아의 직항노선은 2017년 12월 12일 처음 시작하였으며 직항항공 취항 후의 입도 수치보다 그전 수치가 더 높은 것을 보아 말레이시아의 경우 FIT와 단체관광객의 복합구성으로 입도객의 경우 직항에 따른 증가 보다는 여행상품의 구성에 따라서 변화가 큰 것으로 확인된다.

홍콩의 경우 위의 <표 2-4>의 입도 통계량에서 보듯이 편수가 지속적으로 증가함에 따라서 꾸준히 증가하는 것을 알 수 있다. 홍콩의 경우 FIT 비중이 높기 때문에 직항에 따른 입도객수 증가의 반영이 그대로 적용됨을 알 수 있다.

대만의 경우 2007년 일본보다도 많은 약 23만 5천명 이었던 것이 지속적으로 감소하여 2018년 10월까지 조사된 자료에 의하면 약 3만명이 직항기로 입도한 것을 알 수 있다. 대만의 한국방문은 꾸준히 증가한 것에 비해 제주 입도객이 줄어든 것은 대만 관광객이 한국에 느끼는 매력도가 제주보다는 다른 지역에 큰 것을 확인 할 수 있다. 추후 결론부분에서 대만관광객의 관광동기와 관광만족도의 관계에서 이 부분을 설명하도록 하겠다.

태국의 경우 2013년도부터 정기항공을 취항하여 항공편의 증감에 따라 입도객의 증감이 반영되며 2016년 12월 직항노선이 운휴를 하고 1년 후인 2017년 11월 30일 재개를 하면서 항공편수에 따라 입도객수가 증가하는 것을 알 수 있다.

마카오의 경우 정기노선이 아니며 전세기에 따른 입도객 수를 보여주고 있으며 아웃바운드 여행사의 모집력에 따라서 증감이 변화하는 것을 알 수 있다.

기타에 포함된 국가는 싱가포르, 필리핀, 몽골, 라오스, 캄보디아, 인도네시아, 미국(괌·사이판), 러시아로 이루어져있으며 전세기로 입·출 되는 것으로 확인 되었다.

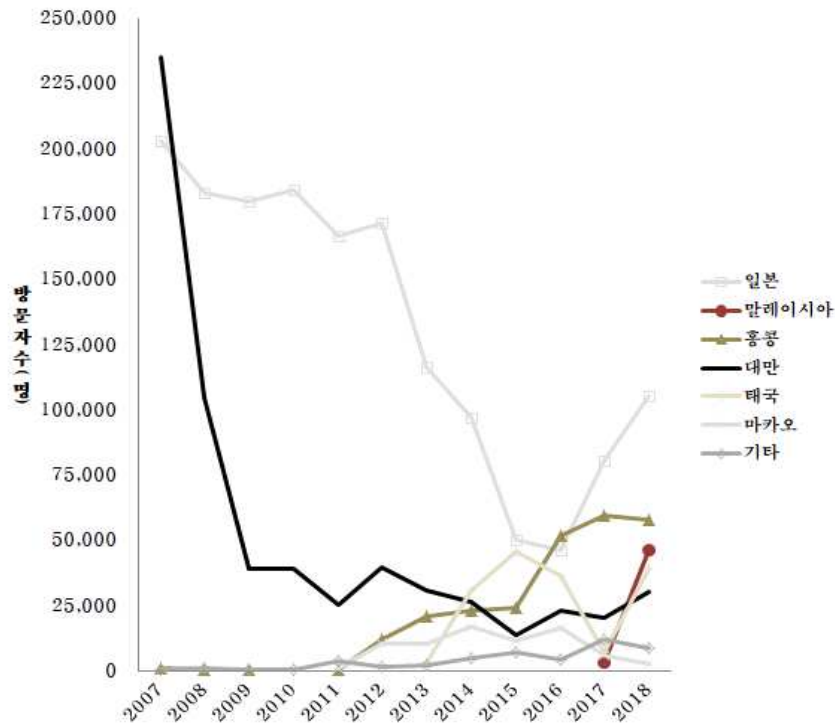
최종적으로 <그림 2-3>을 보면 알 수 있듯이 중국과 일본을 제외 하고 기타 국가들과 마카오는 타 국가에 비해 수치가 낮으며 태국의 경우 적지 않은 수치를 보이나 <표2-4>의 입도통계량과 같이 비교하였을 시 본 연구에서는 홍콩·말레이시아·대만을 조사 대상으로 선정하였다. 자세한 사항은 아래 <표 2-5 제주 직항 국제항공 노선별 입도 편수·객수 비교>와 <그림 2-3 제주 직항 국제항공 노선별 입도객 추이변화>를 참고하도록 한다.

〈표 2-4〉 제주 직항 국제항공 노선별 입도 편수·객수 비교

연도	구분	중국	일본	말레이 시아	홍콩	대만	태국	마카오	기타
2007	도착 편수	2,289	1,365	-	9	2,244	-	-	2,244
	도착 명수	197,825	203,163	-	1,293	235,355	-	-	235,355
2008	도착 편수	997	1,038	-	3	914	-	-	914
	도착 명수	85,623	183,214	-	417	105,114	-	-	105,114
2009	도착 편수	971	1,067	-	2	316	-	-	316
	도착 명수	99,139	179,992	-	325	39,102	24	-	39,126
2010	도착 편수	1,249	1,153	-	-	266	2	-	268
	도착 명수	136,674	184,524	-	-	38,919	334	-	39,253
2011	도착 편수	1,391	1,248	-	2	174	-	13	187
	도착 명수	167,396	166,559	-	343	25,152	-	1,158	26,310
2012	도착 편수	2,343	1,355	-	104	315	-	89	404
	도착 명수	313,394	171,780	-	12,280	39,549	-	10,581	50,130
2013	도착 편수	4,284	1,002	-	178	279	20	75	374
	도착 명수	601,688	116,505	-	20,770	30,896	3,256	10,486	44,638
2014	도착 편수	6,448	915	-	173	221	164	112	497
	도착 명수	938,314	97,361	-	23,123	26,404	30,655	16,834	73,893
2015	도착 편수	6,140	485	-	192	130	257	69	456
	도착 명수	853,981	49,957	-	24,013	13,547	45,831	11,515	70,893
2016	도착 편수	8,487	382	-	333	190	227	91	508
	도착 명수	1,210,410	46,578	-	52,105	23,228	36,563	16,347	76,138
2017	도착 편수	3,646	636	12	388	144	44	64	252
	도착 명수	454,875	80,487	3,283	59,849	20,500	7,314	5,842	33,656
2018 10월 까지	도착 편수	3,228	766	177	349	193	239	35	467
	도착 명수	503,711	105,547	46,413	57,798	30,378	39,053	2,555	71,986

출처: 한국공항공사 항공통계, 연구자가 수집하여 구성함

〈그림 2-3〉 제주 직항 국제항공 노선 별 입도객 추이변화



출처: 한국공항공사 항공통계, 연구자가 수집하여 구성함

## 2) 입도 홍콩 관광객 방문현황

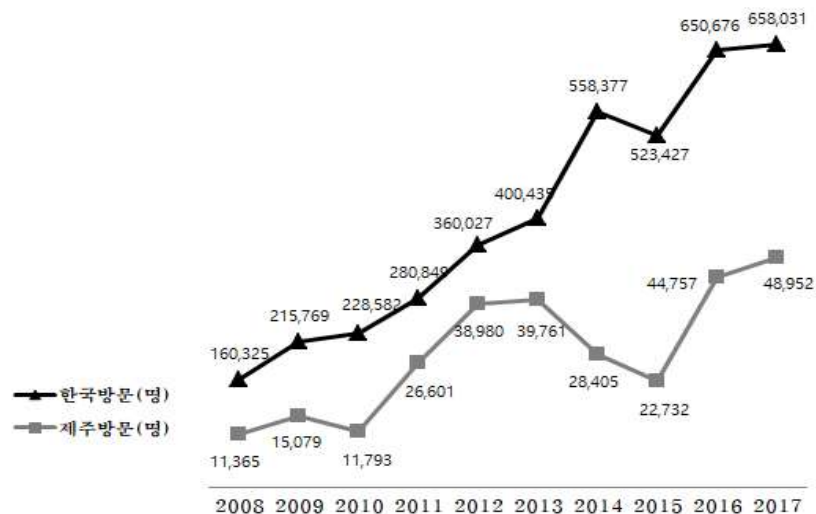
홍콩 관광객의 경우 2015년 MERS를 제외하고는 꾸준히 방문율이 증가하고 있으며 2008년부터 2017년 까지 10년간 약 50만명이 증가했다.

홍콩 관광객의 제주 입도의 경우 전체적으로 증가 추세를 보이지만 연단위로 증가와 감소를 오가는 것을 볼 수 있다. 2012년 드래곤에어의 홍콩 제주구간 직항노선 취항 이후 큰 폭 상승 후 지속적으로 항공편수가 늘어남에 따라 입도객 수도 늘어나는 것을 확인 할 수 있다. 홍콩관광객의 경우 FIT가 주를 이루고 있기 때문에 직항편에 따른 영향이 직접적으로 미치는 것을 확인 할 수 있다. 2015년 MERS에 의해 감소했었지만 전체적으로 방문객수가 2008년도부터 2017년도까지 약 4배 증가했으며 제주 방문객 수도 약 4배 증가하여 2008년부터 2017년 까지 10년간 약 3만7천명 증가 했다.

〈표 2-5 홍콩 관광객 방한 및 입도 추이 변화〉

연도	제주방문(제주관광협회 입도현황)	한국방문(한국관광 공사 주요국 통계)
2008	11,365명	160,325명
2009	15,079명	215,769명
2010	11,793명	228,582명
2011	26,601명	280,849명
2012	38,980명	360,027명
2013	39,761명	400,435명
2014	28,405명	558,377명
2015	22,732명	523,427명
2016	44,757명	650,676명
2017	48,952명	658,031명

〈그림 2-4 홍콩 관광객 방한 및 입도 추이 변화〉



### 3) 입도 말레이시아 관광객 방문현황

말레이시아 관광객의 경우 2015년 MERS를 제외하고는 꾸준히 방한율이 증가하는 추세이며 2008년부터 2017년까지 10년간 약 22만명이 증가했다.

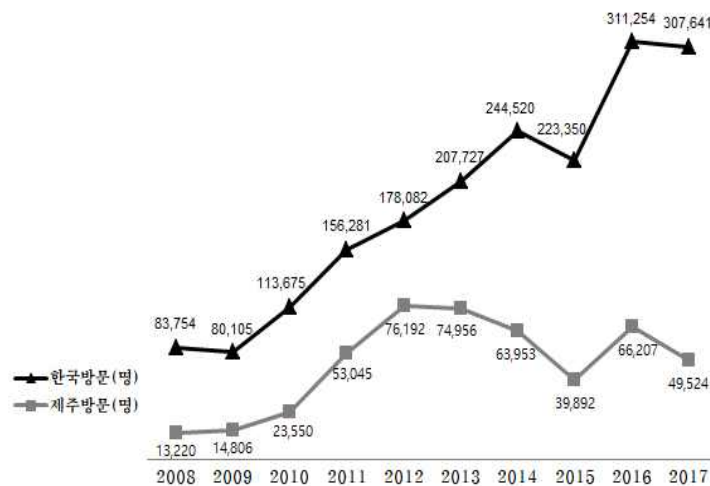
말레이시아 관광객의 제주 입도의 경우 전체적으로 방한율 증가에 따라 증가 추세를 보이며 특히, 2011년도부터 2014년도까지 방한객수 대비 제주입도객수 비율이 약 35%로 높았다. 말레이시아 관광객의 경우 종전에는 단체관광객 위주였었으며 여행상품 구성에 따라 제주도가 포함된 경우 제주입도가 방한율과 밀접하게 관계했던 것을 알 수 있다. 2015년 MERS에 의해 방한객수가 감소하면서 제주입도객 또한 급감했던 것을 확인 할 수 있다.



2017년 12월부터 말레이시아 항공사 에어아시아가 제주와 쿠알라룸푸르 노선 취항을 했다. 직항노선이 2017년도 말에 취항했으며 <표 2-5>를 보면 직항노선 취항에 따라 2018년 10월까지 수집된 자료에 의하면 2018년도 약 10개월간 약 4만8천명이 입도한 것으로 미루어 말레이시아인 입도객 수는 증가할 것 이다.

〈표 2-6 말레이시아 관광객 방한 및 입도 추이 변화〉

연도	제주방문(제주관광협회 입도현황)	한국방문(한국관광 공사 주요국 통계)
2008	13,220명	83,754명
2009	14,806명	80,105명
2010	23,550명	113,675명
2011	53,045명	156,281명
2012	76,192명	178,082명
2013	74,956명	207,727명
2014	63,953명	244,520명
2015	39,892명	223,350명
2016	66,207명	311,254명
2017	49,524명	307,641명



〈그림 2-5 말레이시아 관광객 방한 및 입도 추이 변화〉

#### 4) 입도 대만 관광객의 방문 현황

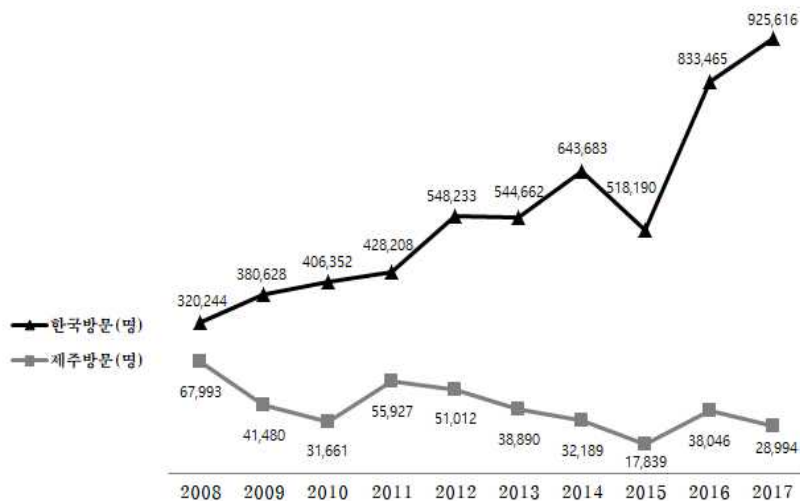
대만 관광객의 방한율의 경우 2015년 MERS 때 큰폭 감소했었으며 2016년부터 대폭 증가하였다. 2008년부터 2017년 까지 10년간 약 60만명이 증가했다.



대만 관광객의 방한율이 지속적으로 증가하여 10년간 60만명이 증가한것과는 반대로 제주 입도의 경우 2008년 약 6만 7천여명 이후로 지속적으로 하락세에 있으며 2017년도 약 2만 9천명이 입도한 것으로 확인된다. 또한, 대만의 경우 제주와 직항노선이 연결된지 오래된 국가로써 직항편이 있음에도 지속 하락하는 것은 대만관광객이 느끼는 한국의 매력이 제주도 보다는 다른 지역에 크다는 것을 알 수 있다. 본 연구의 결론부분에서 대만관광객의 관광동기와 관광만족도의 영향관계를 통해서 설명하겠지만 간략하게 이야기하면 대만관광객의 한류에 대한 동기가 높은 경우 만족도가 부정적영향을 받는 것이 확인되었다. 이는 한류와 관련된 콘텐츠가 한국의 다른 지역 보다 제주가 낮기 때문에 나오는 결과로 해석할 수 있다. 2015년 MERS 때 최저치인 약 1만 7천명을 기록했으며 2008년부터 2017년까지 결과적으로 대폭 하락하여 약 4만명이 감소하였다는 결과가 도출되었다.

〈표 2-7 대만 관광객 방한 및 입도 추이 변화〉

연도	제주방문(제주관광협회 입도현황)	한국방문(한국관광 공사 주요국 통계)
2008	67,993	320,244
2009	41,480	380,628
2010	31,661	406,352
2011	55,927	428,208
2012	51,012	548,233
2013	38,890	544,662
2014	32,189	643,683
2015	17,839	518,190
2016	38,046	833,465
2017	28,994	925,616



〈그림 2-6 대만 관광객 방한 및 입도 추이 변화〉

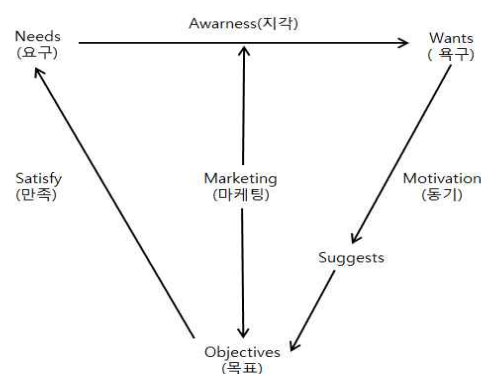
## 제 2절 관광동기

### 1. 관광동기의 개념

Dann(1981)은 관광동기는 근본적으로 동기와 관련되어지는 속성을 바탕으로 이루어진다고 할 수 있는데, 동기(motivation)는 ‘움직이다’라는 뜻의 라틴어인 ‘movere’라는 말에서 파생된 말로 철학적으로 이동(movement)를 뜻 한다고 했다.

동기는 사회학, 심리학 등 여러 분야에서 기대욕구, 편익추구, 성취와 같은 개인의 심리적인 분야를 연구 할 때 사용되어 왔고 아주 중요한 연구 주제 중의 하나이다(Formica & Uysal, 1998; Hung & Pertick, 2011). 또한 관광행동을 설명할 수 있는 중요한 근원이 동기이다. 관광자의 의사결정행동이 동기와 불가분의 관계에 있고 의사결정자의 욕구충족과 직간접적으로 연결되어 있다는 점에서 동기 이론은 관광행동의 분석에서 가장 근원적인 접근의 하나이다(김원인, 1994).

동기에 대한 개념정립을 위해서는 요구와 욕구에 대한 개념의 이해가 필요하다(하종완, 2005). Mill & Morrison(1992)은 동기를 인간의 생리적 심리와 연관하여 인간은 생리적인 결손상태인 요구(needs)에서 생기는 심리적인 상태가 욕구(wants)이며, 동기(motivation)는 개인의 욕구(wants)를 만족시키고자 할 때 발생한다고 하였다. 자신이 무엇을 원하는가를 인식하게 되면 요구(needs)는 욕구(wants)로 변환되며, 동기는 욕구(wants)를 만족시키고자 할 때 발생한다. 이를 그림으로 나타내면 아래와 같다.



〈그림 2-7 Mill & Morrison의 요구, 욕구, 동기〉

Bitta & London(1984)는 동기를 “행동을 발생시키는 개인 내부의 추동력 또는 신체에 에너지를 활성화하여 그것을 외부환경의 목표를 완료토록 만드는 내적상태”라고 정의 하였다. 여기에서 추동력과 에너지를 활성화시키는 힘은 긴장상태에서 발생된 것으로 이러한 긴장은 다시 충족되지 않은 욕구에 의해 발생된다고 하였다.

Fodness(1994)는 동기가 소비자들에게 행동을 일으키게 하므로 소비자들의 동기를 이해하지 않는다면 효과적인 관광 마케팅은 가능하지 않다고 하였다.

Dann(1981)은 관광동기를 개인나 집단이 여행할 마음을 내게 하는 의미 있는 내적상태라고 정의 하였다. 관광동기는 관광행동을 발생시키는 심리적인 힘이며, 관광행동과 목적지를 선택하는 데에 영향을 미치는 중요한 요인이다(Uysal & Weaver, 1995).이출기, 송학준, 이대은(2011)은 관광동기는 관광객들의 욕구와 요구에 의하여 발생하며 이를 충족시키기 위해 이들을 관광목적지로 방문하도록 유인한다. 때문에 관광객의 태도에 영향을 미치며 관광만족도와 재방문의사에 큰 영향을 끼치는 설명변수이다. 손대현(1989)는 일반적으로 관광행동의 생성에 필요한 심리적인 원동력을 관광욕구라 부르며, 관광행동을 이끄는 심리적인 에너지를 ‘관광동기’라고 한다.

권정택(2000)은 관광객은 단 한 가지 이유로 관광을 떠나지 않고 여러 이유가 복합적으로 작용하여 관광을 한다고 했다. 그러므로 관광동기를 이해한다는 것은 관광이 어떻게 인간의 사회적 및 심리적 욕구를 충족시켜 줄 것인가를 분석할 수 있고 관광목적인 인간 생활의 진·선·미의 실현이라는 측면에서 관광동기의 의의를 찾아 볼 수 있다. 최근 연구에서는 관광동기에 의한 시장의 세분화를 연구하였다. 관광동기의 차이에 따라 관광시장의 규모와 가치도 차이가 발생한다는 결과로 세분화 되는 등 그 중요성이 인정되고 있다(정남호 한희정 구철모, 2016).

임화순·고계성(2013)은 관광동기에 대한 이해는 수요시장에 대한 분석에서 중요하다고 했다. 관광객의 시선에 맞는 경험제공, 다양한 욕구 충족의 기회 여부, 관광목적지에 따른 의사결정, 만족 및 재방문 여부, 지속적인 관광지 관리와 운영을 위해서는 동기과악 연구는 필수적이라 할 수 있다.

D. Fodness(1994)는 관광동기는 많은 변수들 중 관광객의 행동을 설명할 수 있는 하나의 변수이지만 특별히 중요한 이유는 관광행동의 배후에 존재하는 추진동력으로써 관광동기가 여겨지기 때문이다. Mill(1990)은 효과적인 광고를 위하여 관광동기 요소를 정확하게 파악하는 것은 중요하다고 주장하였다.

효과적인 마케팅을 위해서 관광동기는 중요하며 또한, 만족 제공이라는 방문자 관리 목표를 이루기 위해서도 중요한 정보이다. 관리자는 목적지로 방문을 유도하기 위해 관광객들의 내재된 관광요구를 이해하고 그것이 동기화되도록 자극하며, 목적지를 방문한 관광객에게는 관광동기에 알맞게 관광경험을 얻을 수 있는 서비스 체계를 마련해야 한다.

〈표 2-8 관광동기에 대한 학자들의 정의〉

학자명	정의
Dann(1981)	개인이나 집단이 여행할 마음을 내게 하는 의미 있는 내적 상태
Mill & Morrison (1992)	생리적인 결손상태 요구(need)에서 생기는 심리적인 상태가 욕구(want). 동기(motivation)는 개인의 욕구(wants)를 만족시키고자 할 때 발생함
Uysal & Weaver (1995)	관광행동을 발생시키는 심리적인 힘
D. Fodness (1994)	관광행동의 배후에 존재하는 추진동력
이출기, 송학준, 이대은(2011)	관광객 태도에 영향을 끼치며 관광만족과 재방문 의사를 결정하는 설명 변수
손대현(1989)	관광행동의 생성에 필요한 심리적인 원동력이 관광욕구 관광행동을 이끄는 심리적 에너지가 관광동기
권정택(2000)	관광이 어떻게 인간의 사회적·심리적 욕구를 충족시키는지 분석하는 설명변수

## 2. 관광동기 측정방법

손해식(1982)은 관광동기에 대한 이론은 학자에 따라 견해가 다르고 또 매우 다양하다는 것을 알 수 있으며 이는 관광욕구가 개개인의 문화적 배경과 심리적 내면세계의 차이, 외부환경의 변화요인 그리고 개성의 차이에 따라서 복잡하기 때문이다. 따라서 관광동기에 관한 이론 역시 개인에 따른 사회적, 문화적, 경제적 그리고 역사적 배경 차이에 따라 가변적일 수밖에 없다.

관광동기에 대한 대표적 이론은 Maslow의 욕구단계이론(hierarchy of needs)과 추진(push)요인과 유인(pull)이론 등 2가지의 주요 이론으로 요약 할 수 있다.

Maslow의 욕구단계이론(hierarchy of needs)인 Maslow의 욕구 5단계설은 인간에게는 5단계의 욕구(1단계 생리적 욕구, 2단계 안전의 욕구, 3단계 소속감과 애정의 욕구, 4단

계 존경의 욕구, 5단계 자아실현의 욕구)가 있다. 첫째, 인간의 욕구는 가장 낮은 단계의 욕구로부터 가장 높은 단계의 욕구에 다다르는 일련의 단계를 형성하고 있다. 둘째, 어떠한 욕구가 충족되고 나면 이 욕구는 더 이상 동기를 발생시키지 못한다. 셋째, 낮은 단계의 욕구가 충족되고 나면 높은 단계로의 욕구로 발전한다는 학설이다.

Mill & Morison(1985)은 Maslow의 5단계 욕구이론을 기본으로 하여 7단계로 관광동기에 관한 연구를 더욱 발전시켰다. Maslow의 5단계 욕구이론에 지적동기(문화, 교육 등)와 미적동기(미에 관한 인식욕구)를 추가하여 관광동기 세분화를 통하여 관광동기를 더 자세히 설명하고, 실질적인 시사점을 제시하였다.

〈표 2-9 Mill & Morrison 관광동기 7단계〉

욕구의 유형	동기	동기요인
생리적 욕구	휴식 동기	일탈, 휴식, 기분전환, 긴장완화, 햇빛추구
안전 욕구	안정 동기	안전, 건강, 위락, 활동성
소속 욕구	사랑 동기	가족화합, 가족에 대한 애정, 친족 및 동족방문, 개인적 유대감, 대인관계, 동료의식, 사교, 사회적 접촉유지
자존의 욕구	자존의 동기	수행능력 확인, 직업 개발, 신분상승, 품위·위신, 신분·지위, 사회적 인정, 타인에 대한 자기과시, 자아확대
자아실현 욕구	진실성의 동기	탐구를 통한 자기평가, 자아발견, 내적 욕구의 충족
지적 욕구	지식추구의 동기	문화, 교육, 방랑성, 타 지역에 대한 관심
심미 욕구	미의 이해	환경, 경관미

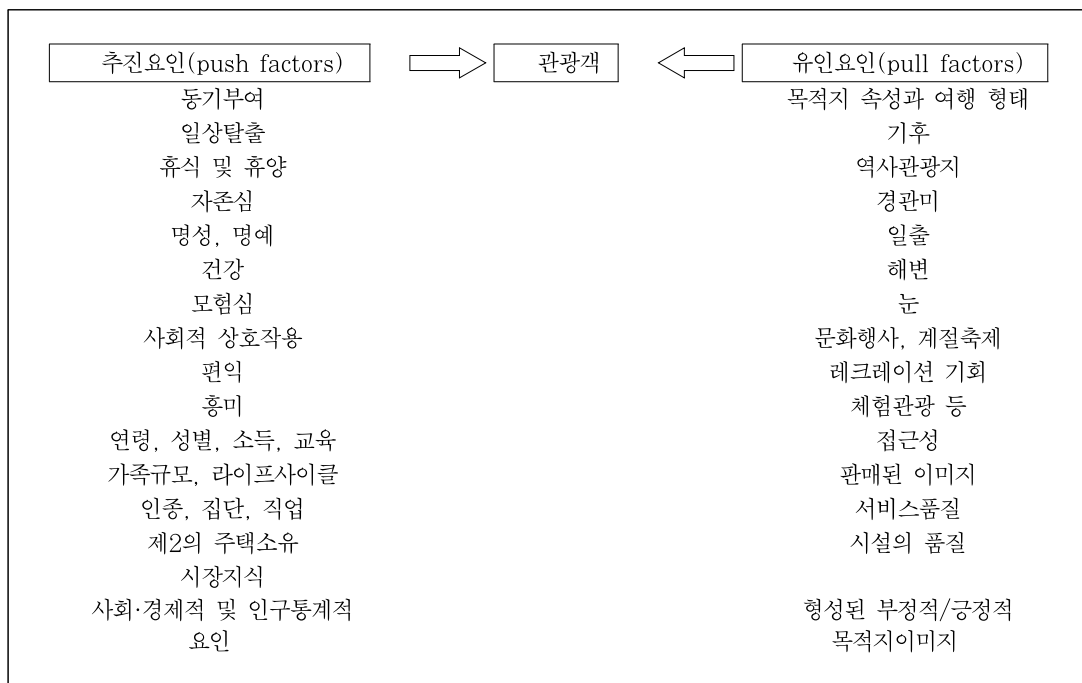
자료: Mill, R. C., Morrison, A. M(1985)

push\_pull 이론의 최초 연구자인 Dann(1977)에 의하면 추진요인은 관광객의 내재된 심리세계에서 관광욕구를 자극하여 관광행동을 촉발하게 하는 관광동기이며, 흡인요인은 관광지로 관광객을 끌어들이는 목적지에 존재하는 모든 것을 뜻한다고 하였다. Uysal and Hagan(1993)도 추진요인과 유인요인의 관계를 이용하여 인간의 관광을 하도록 하는 힘들은 개인이 얼마나 동기변수들에 의해서 여행을 선택하게 되는가와 목적지의 다양한 속성들에 의해서 얼마나 매력을 느끼는가에 의해 결정지어진다고 주장 하였다. 다시 말하면, 추진요인은 관광객의 내부적인 욕구와 관련이 있으며, 유인요인은 목적지 선택속성인 외부적인 면과 관련이 있는 것으로 본 것이다.

김영우(2006)은 관광동기와 관광유형선택에 의한 관광행동에 관하여 관광동기의 요인을

추진요인(push factor)과 유인요인(pull factor)에 따른 영향관계를 연구하면서 유인요인(pull factor)을 8가지(심리적안정, 신경험, 자기계발, 소속감, 유흥, 호기심, 지식, 흥미)의 요인으로 나누었으며 해외패키지관광객의 관광유형의 선택은 유인요인이 추진요인보다 영향이 크다고 설명하였다. 이것은 관광유형선택에서 관광지 매력물 등에 따른 끌림이 심리적인 요인인 추진요인(push factor)보다 더 큰 영향을 끼친다는 것을 나타낸다.

〈그림 2-8 관광동기의 추진(push) 및 유인(pull)모델



자료 : Uysal & Hagan(1993), 조진희(2006)에서 재인용

관광동기에 대표 이론인 Maslow의 욕구단계이론(hierarchy of needs)과 추진(push)요인과 유인(pull)이론은 관광의 동기의 메커니즘을 이해하는데 큰 이해의 폭을 제공한다. 이 밖에도 관광동기 관련하여 다양한 연구가 진행되고 있으며 관광동기는 다양한 요인에 의해서 영향을 받기 때문에 관광동기를 구성하는 요인도 다양하지만 상황에 따라서 요인을 분류하는 연구가 진행되었다.

Prideaux(2005) 국적별(미국인, 호주인, 일본인, 중국인, 홍콩인) 방문객을 대상으로 그들의 방한동기의 차이를 알아보기 위하여 21가지 항목으로 나누어 검증 했고, 이를 5가지(다양한 관광자원들을 즐기는 것, 문화/역사, 일상탈출, 사회화, 사회지위)의 요인으로 분류

하여 나타내었다.

오민재(2005)는 자연 체험활동, 자존/교육, 경험, 사고, 건강/활력, 휴양 등의 6개 요인을 말했으며, 여행목적과 관광객 만족 수준에 의해 관광객의 동기를 세분화하여 관광 시장의 차별적 특성을 파악하기 위한 연구를 진행하였으며 관광 동기를 자연의 감상 및 체험 야외활동, 새로움의 추구, 지식 및 교육, 친목 도모, 일상탈출, 사회적 교류로 분류하였다.

이진희(2013)은 제주도 관광지의 관광동기 유형에 의한 관광만족에 대한 연구에서 관광객의 관광동기를 일상탈출 재충전요인, 자연탐방요인, 관광 체재요인, 회의 레저활동요인으로 묶어 관광동기를 제시하였다.

고호석 이준엽(2003)은 관광동기에 따른 국외관광객 시장세분화 전략에 관한 연구에서 해외여행경험을 가지고 있는 내국인을 조사대상으로 동기에 대한 군집분석을 하여 아웃바운드시장을 세분화하였다. 그 결과 해외여행시장은 지식추구, 사회적 관계 및 업무추구, 낭만추구, 일상탈출, 스포츠건강추구 동기에 의한 시장으로 구분된다고 하였다. 이에 따른 관광동기의 분류는 해외여행 관련 사업체의 실질적인 마케팅 계획수립과 세분시장별 상품개발 목표를 설정하는데 유용하다고 하였다.

정효숙(2017)은 베트남·중국·필리핀 다문화가족의 관광동기와 관광지선택속성이 행동의도에 미치는 영향 비교분석에서 관광동기 19개 항목을 추출하여 휴식/도피 요인, 재충전요인, 친교/소속감요인, 자기실현요인, 지적추구요인, 과시요인으로 도출하여 제시하였다.

박혜영(2014)는 방한 중국·일본 시니어관광객의 가치관, 관광동기, 관광지선택속성, 관광만족 간의 영향관계 비교연구에서 재충전동기, 미적동기, 친교동기, 경험동기, 과시동기 다섯가지로 분류하였다.

김법승(2013)은 제주방문 중국인 패키지 관광객을 대상으로 관광객의 관광동기, 여행상품선택속성, 만족도간의 영향관계연구를 진행하였고 선행연구를 통해 동기요인을 휴식동기, 지식동기, 사회적동기, 문화적 동기로 구분하여 설문조사를 진행하였다. 추후 진행된 실증분석에서 타당도 검증을 통해 요인을 사회적동기, 문화적동기, 휴식동기 세 개 요인으로 최종 추출하여 연구결과를 분석하였다.

진애니(2007)는 한국을 방문하는 중국관광객의 관광동기, 관광지선택속성과 만족도 관계에 관한 연구에서 관광동기를 문화적동기, 사회적동기, 여가적 동기, 심리적 동기, 경제적동기 다섯가지 동기요인으로 분류하여 관광동기를 파악하였다.

김루연(2014)은 담양죽녹원 방문객을 대상으로 하여 관광동기에 따른 관광지선택속성 및



관광태도와의 영향관계연구에서 관광동기를 경관성, 자아실현성, 일상탈출성, 사교성으로 4가지로 분류하여 분석하였다.

함수일(2013)은 무안공항을 방문하는 해외여행객의 관광동기와 관광지선택속성이 만족도에 미치는 영향에 관한 연구를 하였다. 조사된 지역은 중국, 동남아, 일본, 유럽, 미주였으며 본 연구에서 관광동기를 일상탈출성, 기분전환성, 문화성, 사교성, 가족성 5개의 요인으로 도출하여 연구하였다.

간바야르(2012)는 전세기를 타고 제주를 방문하는 몽골 관광객을 대상으로 방문동기와 관광만족·충성도에 관한 연구에서 관광동기를 휴식동기, 문화적동기, 교육적동기, 경제적동기로 17개항목을 4개 요인으로 분류하여 제시하였다.

Chen hong(2016)은 제주도를 방문하는 중국 관광객을 대상으로 관광동기에 따른 시장세분화 및 선호관광활동을 비교하는 연구를 하였다. 본 연구에서 관광동기를 문화적동기, 여가레저 동기, 지식적 동기, 휴식충전 동기로 분류하여 조사하였다.

송기현(2017)은 관광동기에 따른 관광행동이 가치와 기억에 미치는 영향연구에서 관광동기를 관광행동을 예측할 수 있는 중요한 요인이며 관광행동을 참여하게 만드는 원인이라고 정의했으며 선행연구를 바탕으로 추출된 변수를 관광지 체험동기와 관광지 매력동기 두 가지로 정하여 연구를 하였다.

이영숙(2011)은 매스미디어에 의한 관광이미지의 매개효과를 중심으로 하여 관광동기에 따른 사전기대가 관광경험의 진정성에 미치는 영향에 관한 연구를 하였다. 이 연구에서 관광동기에 따른 사전기대에서 관광동기는 Push-Pull 이론을 바탕으로 추진요인(push factor)으로의 개인·심리적 차원의 관광동기를 의미하며 사전기대는 관광소비자가 관광활동 전 가지게 되는 심리적 기대 수준으로 정의하여 일상탈출 기대, 신기체험 기대, 교육 기대, 가족친화 기대, 사교 기대의 5개 요인으로 분류하여 제시하였다.



〈표 2-10 관광동기 선행연구에 따른 동기요인 정리〉

연구자	구성요인
Mill & Morison(1985)	휴식·안전·사랑·자존·진실·지식추구·미적동기
Uysal & Hagan (1993)	추진요인: 동기부여, 휴식, 모험심, 건강, 소득, 인구통계적 요인 등 유인요인: 기후, 역사관광지, 경관미, 해변, 체험관광, 목적지 이미지 등
Prideaux(2005)	미국·호주·중국·일본·홍콩 관광객 대상 일상탈출, 문화/역사, 사회지위, 사회화, 다양한 관광매력물 즐김
김영우(2006)	추진요인, 유인요인(호기심, 자기계발, 심리적안정, 소속감, 유희, 신경험, 지식, 흥미)
오민재(2005)	체험활동, 자존/교육, 경험, 사교, 건강/ 활력 휴양
이진희(2013)	제주관광지 관광동기 유형 관광 체재요인, 일상탈출 재충전요인, 자연탐방요인, 회의·레저활동요인
고호석·이준협 (2003)	해외여행 경험이 있는 내국인 대상 사회적 관계업무 추구, 지식추구, 스포츠건강추구, 일상탈출, 낭만추구 동기
정효숙(2017)	베트남·중국·필리핀 다문화 가족대상 휴식요인, 친교요인, 자기실현요인, 자기파시요인
박혜영(2014)	중국 일본 시니어 관광객 대상 재충전동기, 미적동기, 친교동기, 경험동기, 과시동기
김범승(2013)	제주방문 중국인 패키지관광객 대상 / 사회적동기, 문화적동기, 휴식동기
진애니(2007)	한국 방문 중국 관광객 대상 문화적동기, 사회적동기, 여가적 동기, 심리적 동기, 경제적동기
김루언(2014)	담양죽농원 방문객 대상 / 경관성, 자아실현성, 일상탈출성, 사교성
함수일(2013)	무안공항 방문하는 해외관광객 대상 일상탈출성, 기분전환성, 문화성, 사교성, 가족성
간바야르(2012)	전세기 타고 제주를 찾는 몽골관광객 대상 휴식동기, 문화적동기, 교육적동기, 경제적동기
Chen hong (2016)	제주방문 중국관광객 대상 / 문화적동기, 여가레저 동기, 지식적 동기, 휴식충전 동기
송기현(2017)	관광지 체험동기, 관광지 매력동기
여영숙(2011)	관광동기에 따른 사전 기대 / 일상탈출 기대, 신기체험 기대, 교육 기대, 가족친화 기대, 사교 기대

이와 같이 선행연구를 토대로 관광동기는 관광객의 유형이나 관광객의 관광목적 그리고 관광목적지에 따라서 다소 상이하게 나타나는 것을 알 수 있다. 또한 대략 유사한 4~6개 요인으로 분류 하였음을 알 수 있다. 본 연구에서는 기존의 연구들로 부터 관광동기를 휴식동

기, 사회동기, 경험동기, 미적동기, 과시동기로 5가지 요인으로 분류하여 설문조사를 실시하였고 설문조사 후 요인분석을 통해서 타당성을 검증하였다. 요인분석 결과 휴식동기, 사회동기, 경험동기, 과시동기는 그대로 적출되었으나 미적동기는 경험동기로 요인적재치가 편입되었고 그 외 '한류체험'과 '한국지식획득' 항목이 경험동기에서 빠져나와 또 하나의 요인으로 묶였다. 본 요인을 연구자는 한류동기라고 명명하였고 한류의 영향이 큰 홍콩·말레이시아·대만 삼국을 대상으로 조사하여 분석한 결과 기존의 선행연구와는 약간은 다른 결과가 나타난 것이라고 판단한다. 결과적으로 본 연구의 분석에는 휴식·사회·경험·과시·한류동기 24가지 항목 5가지 요인으로 분류하여 결론을 도출하였다.

### 제3절 관광지 선택속성

#### 1. 관광지 선택속성의 개념

속성(attribute)이란 상품이 갖고 있는 일반적인 유·무형의 특징을 의미하며, 상품은 이러한 속성들의 묶음(bunch)이라고 할 수 있다. 관광지 선택속성 개념을 알기 위해서 관광지란 무엇이며 관광지 속성은 무엇인지 고찰하며 최종적으로 관광지 선택속성 개념을 보도록 하겠다.

Laurentiana Vareiro, Cadima R., & Paula R(2015)는 관광객이 자신들의 거주하고 있는 일상공간을 떠나서 자신의 관광 욕구(need)를 채우며 일정기간 동안 체류하는 장소이며, 관광지에는 기본적으로 자연적·문화적·역사적 매력물 또는 그들만의 고유한 무형자원을 가지고 있어 관광과 휴식을 두루 할 수 있는 알맞은 지역을 말한다. 임화순·고계성(2006)은 관광목적지는 관광자의 욕구와 동기를 충족시킬 수 있게끔 유무형의 관광서비스가 제공되는 매력공간으로 경제적 편익까지 추구하는 지역이다. 오인선(2011)은 관광지는 관광자를 유인할 수 있는 다양한 매력과 관광자의 욕구나 동기를 충족시킬 수 있는 긍정적인 속성들로 이루어지며 이를 바탕으로 경제적, 사회적, 환경적 효율성 및 관광객의 다양한 요구를 충족하기 위해 투자하고 개발한다고 볼 수 있다. 이는 관광지 속성이 관광지 자체의 매력요소만이 아닌 관광지 접근성, 편의성, 안정성, 산업기반시설, 관광지 문화유적, 지역이벤트행사, 관광

프로그램 및 지역주민의 환대성 등 총체적인 것을 의미한다고 볼 수 있다

관광지를 하나의 상품으로 생각하는 이들은 관광지가 가지고 있는 개별 속성을 토대로 그 관광지에 관한 선호도를 조사했으며, 이러한 연구의 체계가 추후에는 '관광지 속성'이론으로 알려지게 되었다. 즉, 관광지 속성이론은 경험적으로 관광지의 다양한 물리적 요소를 분류하여 각 요소에 따른 선호나 기대, 또는 만족도를 측정하여 하나의 관광지에 관한 관광자의 태도를 알 수 있는 이론적 체계를 의미한다. 이는 관광객을 유인할 수 있는 요소들을 관광지가 어떻게 얼마나 지니고 있느냐를 나타내는 포지셔닝 개념이다.

최용복·부창산·김민철(2010)은 관광지속성은 관광객이 보고 느끼며, 경험하는 관광과 관련된 물리 사회적 특징을 말한다. 관광지는 관광객의 욕구와 동기를 충족시킬 수 있는 속성들로 이루어지는데, 이러한 긍정적 또는 매력적인 요소를 관광지 속성이라 한다. 이러한 관광지 속성은 목적지 선택평가기준, 관광지 선택 결정요인으로 작용하게 된다. 관광지 선택속성은 관광지의 편의시설, 환경여건, 비용, 인문시설, 행사, 자연경관, 편리성 등 관광지를 구성하는 다양한 요소들의 개별속성에 대한 개인의 선택정도라 할 수 있다(김경래, 2009; 최용훈, 2008)

Dann(1981)은 관광지선택속성은 관광지 내에서 관광객이 보고, 느끼고, 경험하는 모든 것으로서 관광과 관련된 물리적, 사회적, 행동적인 모든 특징을 의미하는 것으로서, 관광지는 다양한 요소들로 이루어진 하나의 복합체로서 지각되기에 관광객의 특성에 따라 선호 및 선택은 다르게 나타나게 된다.

관광객이 관광지를 선택함에 있어서 자신의 의사결정에 관한 결단은 관광객 스스로의 다양한 욕구를 만족시킬 수 있는 여행상품을 선택, 구매하는 다양한 현상의 의사결정이다. Goodrich(1997)은 관광객들은 관광지를 하나의 상품으로 인지하며 이를 결정하는데 가장 중요한 요인으로 관광지선택속성을 고려한다. 그러므로 관광지선택속성은 관광객들이 관광목적지를 결정하는 의사결정에 아주 중요한 영향을 미치므로, 결과적으로 방문으로 이어지는 핵심적 작용을 하므로 관광지 마케팅 관리차원에서 관광지선택속성과 관련한 연구는 중요하다(Dann, 1981; Goodrich, 1997; 박재용, 2005; 여정태, 1993).

## 2. 관광지 선택속성 측정방법

관광지 선택속성에 대한 연구는 각 관광지가 가지고 있는 매력에 대한 척도를 알 수 있으

며, 관광지 개발의 방향과 표적 관광객 선정, 효과적인 마케팅 계획 수립에 있어서 매우 중요한 요소라고 할 수 있다. 관광지는 관광자에 의해 지각되고 지속적으로 선호 이용될 때 관광지로서 가치를 인정받을 수 있기 때문에 각 관광목적지는 효율적인 관광포지셔닝을 위하여 관광객이 어떤 관광지를 선택하는지를 파악하는 것은 매우 중요한 것이다.

관광객의 관광지선택속성의 연구는 Mayo(1973)의 국립공원의 선호도를 조사에서 시작되었다. Mayo(1973)는 관광객들이 어떻게 국립공원을 생각하고 있으며, 이들의 관광목적지 선택원인이 되는 중요한 속성이 무엇인지 조사한 결과 관광객들은 혼잡정도, 경치 및 기후를 중요 관광지 선택속성요인으로 인식하였다는 사실을 입증하였고, 방문객들은 혼잡도가 심한 곳을 떠나 관광하기 좋은 기후를 가장 원한다고 밝혔다(박선심, 2016).

최용훈(2008)의 관광지선택속성이 관광객 만족과 재방문의도에 영향을 끼치는 연구를 통해 방한 관광객을 국가별로 비교하여 관광지선택속성의 측정 요인을 한국의 매력과 접근성, 교통, 식음료, 서비스, 식음료, 쇼핑으로 분류하여 국적별 선택속성에 무슨 차이가 있는지 조사한 결과 국가별로 관광객 만족에 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다.

임화순 고계성(2006)은 관광지 매력과 관련된 연구가 국내지역으로 한정되어 있어 차별성이 약하고 한계가 있음을 지적하면서, 일본의 오키나와를 조사지역으로 관광지선택속성을 연구하였다. 주요선택속성으로 자연매력물, 계절성과 기후, 자연경치, 스포츠활동, 접근성, 다양한 숙박시설, 지방특색, 문화적 매력물, 물가수준, 편리한 교통, 쇼핑, 다양한 주제공원 안내정보, 야간여흥, 지역축제, 다양한 먹거리, 관광안전, 청결과 위생, 이국적분위기, 종사원의 서비스, 주민의 환대태도, 교육용 시설물 등을 통하여 오키나와 관광지의 취약성과 매력성을 실증 연구하였다. 박혜영(2014)은 일본, 중국 시니어 관광객의 가치관, 관광동기, 관광지선택속성, 관광만족 사이에 영향을 통계적 분석을 통하여 국적별 유의한 차이를 입증하였다. 이 연구 결과는 관광목적지 세분화를 위한 필수적인 요소로 관광지 선택속성, 관광만족에 대한 연구에서 필요하다는 선행연구의 결과를 다시 확인하였다(Howard, 1963; Beatty et al, 1988; Mehmet et al, 2010; 이찬도, 2007; 윤대순 최미선, 2012)

김민철·부창산·김영훈(2008)은 관광목적지 선택의 결정요소가 관광지선택속성의 객관적인 동기와 선택행동에 관한 명확한 측정을 위해 필요하다고 강조하였다. 그들은 연구에서 제주지역을 중심으로 중국인 관광객과 일본인 관광객을 대상으로 관광지선택속성간의 구조관계를 연구하였다. 관광지선택속성으로 독특한 제주 전통 음식, 휴식휴양, 좋은 기후, 각종 레포츠 활동, 관광루트의 다양성 및 편리한 일정, 음식의 다양성, 나이트투어, 불만처리의 신속

성, 원활한 의사소통 및 친절서비스, 상세한 안내판과 안내책자, 다양한 쇼핑장소와 상품, 편리한 교통수단, 수준 높은 공항서비스, 오락 및 시설활용, 다양한 문화관광 이벤트, 제주지역 문화역사의 이해, 수려한 자연경관과 희귀동식물 등 18개 선택속성을 관광객편리성, 레저 및 음식, 문화 체험, 편의시설 등 4개 요인으로 묶어 나타내었다.

정효숙(2017)은 베트남·중국·필리핀 다문화가족의 관광동기와 관광지선택속성이 행동의도에 미치는 영향 비교분석에서 선행연구를 기초로하여 다문화가족에게 국내관광지 선택속성에 대한 적합한 요인으로 재조합하여 자연환경매력성, 숙박시설 및 음식, 사회·문화적특성, 서비스품질, 접근성이라고 분류하였다.

박혜영(2014)는 방한 중국·일본 시니어관광객의 가치관, 관광동기, 관광지선택속성, 관광만족 간의 영향관계 비교연구에서 한국을 방문한 시니어관광객들이 관광지를 선택할 때 자신들의 욕구를 충족시켜 줄 수 있는 매력적이고 중요하다고 생각하고 선택하게 되는 속성으로 정의하고 안전성, 매력성, 체험성, 경관성 5가지 속성 19개항목으로 구분하였다.

김법승(2013)은 제주방문 중국인 패키지 관광객을 대상으로 관광객의 관광동기, 여행상품 선택속성, 만족도간의 영향관계연구를 진행하였고 여행목적지의 특성·명성·기후 항목, 상품가격 다양성·적절성·할인·공제조건 항목, 음식점 항목, 호텔의 등급, 부대시설, 서비스 3개항목, 경력·경험 2개항목 여행정보의 정확성·수배능력·고객에대한 배려 등 5개항목으로 구성하여 설문을 실시하였고 타당도 분석을 통해 여행사, 상품가격, 호텔, 목적지 및 가이드 4개로 분류하여 연구하였다.

진애니(2007)는 한국을 방문하는 중국관광객의 관광동기, 관광지선택속성과 만족도 관계에 관한 연구에서 관광지선택속성을 관광시설, 식음료, 여행서비스, 관광지 접근성 4개 요인으로 분류하여 관광지선택속성을 파악하였다.

이상과 같이 선행연구를 토대로 하여 많은 연구자들은 연구목적과 조사지역에 의하여 용어와 구분이 다르지만 거의 모든 속성들은 관광객에게 관광지의 매력을 주는 긍정적인 공통요소들을 토대로 관광지 선택속성요인으로 분류하고 있다. 즉, 관광객들이 관광목적지를 선택하는 관광의사 결정과정 중 자연경관, 기후, 그리고 문화적 또는 역사적 요소 등이 공통적으로 이야기 되는 속성이고 숙박시설, 쇼핑시설, 스포츠 및 오락시설, 휴식시설 등의 시설 요소와 주민이나 종업원의 태도, 친절성 등의 접근성, 비용 등의 서비스 요소들은 인위적인 속성으로 중요하게 고려됨을 알 수 있다. 이 분류를 기초로 본 연구에서는 관광지 선택속성을 자연환경성, 사회·문화성, 편의성(시설·교통·서비스), 경제성 4가지 요인으로 선정하였다.

김루연(2014)은 담양죽녹원 방문객을 대상으로 하여 관광동기에 따른 관광지선택속성 및 관광태도와의 영향관계연구에서 관광지선택속성을 시설편의성, 서비스성, 매력성, 환경성 4가지 요인으로 분류하여 제시하였다.

함수일(2013)은 무안공항을 방문하는 해외여행객의 관광동기와 관광지선택속성이 만족도에 미치는 영향에 관한 연구를 하였다. 조사된 지역은 중국, 동남아, 일본, 유럽, 미주였으며 이 연구에서 관광지선택속성을 경제성, 홍보성, 자연성, 만족성, 다양성 5개의 요인으로 분류하였다.

〈표 2-11 관광지 선택속성 선행연구 내용 및 요인정리〉

연구자	내용 및 구성요인
Mayo(1973)	국립공원 선호도 조사 / 관광객들의 혼잡정도, 경치 및 기후
최용훈(2008)	국적별 차이 분석 / 한국의 접근성, 서비스, 교통, 숙박, 식음료, 쇼핑
임화순·고계성(2006)	일본 오키나와 지역 조사 / 자연매력물, 계절성과 기후, 자연경치, 스포츠활동, 접근성, 다양한 숙박시설, 지방특색, 문화적 매력물, 물가수준, 편리한 교통, 쇼핑, 안내정보, 다양한 주제공원 등
박혜영(2014)	일본·중국 시니어 관광객의 가치관, 관광동기, 관광지선택속성, 관광만족 영향관계 분석하여 국적에 따른 차이검증 / 자연환경성, 사회·문화성, 편의성, 경제성 4가지로 속성나눔
김민철·부창산·김영훈(2008)	제주지역 중심으로 중국·일본 관광객 비교 / 레저 및 음식, 관광객편리성, 편의시설, 문화체험
정효숙(2017)	베트남·중국·필리핀 비교 / 자연환경성, 숙박시설 및 음식, 사회·문화적특성, 서비스품질, 접근성
김법승(2013)	제주방문 중국인패키지관광객 조사 / 여행사, 상품가격, 호텔, 목적지 및 가이드
진애니(2007)	한국방문 중국관광객 대상 연구 / 관광시설, 식음료, 여행서비스, 관광지 접근성
김루연(2014)	담양죽녹원 방문객 대상 연구/시설편의성, 서비스성, 매력성, 환경성
함수일(2013)	무안공항을 방문하는 해외여행객 대상 연구/경제성, 홍보성, 자연성, 만족성, 다양성

이와 같이 선행연구를 토대로 관광지선택속성은 관광객의 유형이나 관광목적지에 따라서 다소 상이하게 나타나는 것을 알 수 있다. 또한 대략 유사한 4~6개 요인으로 분류하였음을 알 수 있다. 본 연구에서는 기존의 연구들로 부터 관광지선택속성을 자연환경성, 숙박시설 및 음식, 편리성, 사회문화성, 비용편익성 다섯 가지 요인으로 분류하여 설문조사를 실시하였고 설문조사 후 요인분석을 통해서 타당성을 검증하였다. 요인분석을 실시한 결과 선행연구 결과와 마찬가지로 자연환경성, 숙박시설 및 음식, 편리성, 사회문화성, 비용편익성의 다섯 가



지 요인으로 나뉘었다. 그런데 자연환경성, 사회문화성, 비용편익성은 정확히 일치하는데 반해서 숙박시설 및 음식에서 “숙박시설의 서비스”는 편리성속성으로 편입되었으며, 편리성에서 “관광지의 높은 안전성”, “관광안내시설”, “편리한 쇼핑시설”은 숙박시설 및 음식속성으로 편입되었다. 제주를 방문한 홍콩·말레이시아·대만 관광객을 통한 설문에서 편의시설과 편리성이라는 부분의 중복되는 의미가 있다 보니 요인적재치에서 위치가 변경되는 결과가 있었던 것으로 보인다. 최종적으로 관광지선택속성을 22가지 항목 5가지 요인으로 분류하였다.

## 제4절 관광만족도

### 1. 관광지만족도의 개념

Oliver(1980)는 만족(satisfaction)이라는 어원은 라틴어의 Satis(enough)와 Facere(todoormake)에서 파생되었으며 “이 어원으로 볼때 만족은 채우기(filling)또는 충족(fuldillment)을 나타내고 있음을 알 수 있다.”고 하였다(윤동구, 2000에서 재인용). 만족이론은 Oliver(1980)가 비교모델을 개발한 후, 고객이 그들의 경험에 의해서 제품의 성과에 관한 그들의 지각과 비교를 할 때 만족감이 나타나는데, 인식된 성과가 기대보다 높다면 긍정적인 불일치가 되며, 반대로 기대가 인식된 성과보다 높으면 부정적인 불일치가 발생하여 만족을 줄어둘게 한다고 하였다(Barsky & Labagh, 1992).

Giese & Gote(2000)는 고객만족의 정의에는 다음 두 가지 공통적인 요소가 포함되었다. 첫째로 고객만족은 정서적 및 인지적 판단의 반응이고(정서적 반응이 우세), 둘째는 이 반응에는 특별한 초점이 있어야 하며(고객만족의 대상), 또 어떤 상황·순간과 연결된다(구매 전·구매 후 등)는 것이다(박석희, 2002 재인용).

국내학자들의 만족에 대한 정의를 보면 박동균(2002)은 “고객이 서비스와 상품을 경험한 후에 가지게 되는 긍정적인 느낌”이라 하였으며 홍영택(2004)은 “소비자가 가졌던 제품성능과 기대에 대한 경험 후 인식 사이의 비교에서 만족은 일치의 결과이거나 긍정적인 일치의 결과”라고 정의하였다.

소비자 만족, 불만족은 소비자들이 제품이나 서비스를 구매, 비교, 평가, 선택하는 과정에서 그들이 얼마만큼 긍정적 또는 부정적 감정을 경험 하느냐에 따라서 전반적인 고객만족은

제공된 시장의 기대이며 이 시장의 대한 기대는 과거의 경험과 미래의 예측으로 이루어진다고 하였다(S. Fournier, 1998). 소비자만족의 정의에 대해서는 인지적 측면과 감정적 측면에서의 정의, 결과 중심적 정의와 과정 중심적 정의 등으로 나누어 이루어지고 있으며(김동규, 1996), 과정 이론적 관점에서 고객만족은 선택된 대안이 그 대안에 관한 사전적 신념과 일치한다는 평가 혹은 사전적 기대와 소비 후 인지된 제품성과 사이의 차이에 대해 갖게되는 소비자의 반응 등으로 정의 할 수 있다.

Fornell(1992)은 기업이 고객만족 수준을 높이면 고객충성도의 증가, 가격에 대한 민감도 저하, 경쟁적 상황에서 기존고객 보호, 미래의 거래비용을 낮추면서 실패비용의 절감, 신규고객의 유치비용 감소 그리고 기업이미지와 평판을 높인다고 했다(이유재 이청림에서 재인용 2007).

관광객의 만족을 말하기 전에 일반적으로 소비자의 만족에 관한 개념을 이야기해 볼 필요가 있다. 소비자 만족에 관한 학자들의 정의를 알아보면 인지적 측면을 통합한 복합적인 개념을 인식하여 측정을 위한 도구도 인지적 반응과 정서적 반응으로 전부 측정할 수 있어야 한다. 이유인 즉, 선행학자들이 말하는 다양한 관점에서 만족은 유의한 차이를 보이고 있다고 하여도 만족이라는 환경 내에서 비슷한 결과를 보인다. 인지적인 관점에서도 고객만족과 관련되는 감정적인 내용을 아우르며, 정서적인 관점에서도 소비경험인 인지적 판단을 포함함을 알 수 있다. 이처럼 소비자 만족의 개념은 관광객 만족개념에도 똑같이 적용 되고 있다. 관광객 만족의 개념도 소비자 만족 개념처럼 관광체험 이전에 가졌던 기대와 요구에 대한 관광 체험 후에 느끼는 감정의 상태로 말할 수 있다.

Petrack(2003), Williams & Soutar(2009)는 관광만족을 관광목적지가 관광객의 욕구를 충족시킬 것이라고 믿는 정도라고 하였다. 김남훈(2006)은 관광객 만족은 개인이 경험한 관광활동을 통해 형성되는 긍·부정의 감정이나 인지의 상태의 정도라고 할 수 있다. 그리고 관광객 스스로가 관광경험에 관한 사후 이미지를 평가하는 것으로서 관광경험에 관한 일련의 태도로서 관광 경험의 평가 결과, 긍정적인 감정의 상태로 정의할 수 있다. 이진희(2012)는 "관광객 만족은 관광활동에 참여한 결과로서 개인적으로 형성된 인식이나 감정이다"라고 하였다. 즉, 관광만족이란 관광객이 관광목적지에 대한 기대와 관광활동을 하면서 느낀 감정의 총합으로, 성과가 기대보다 높아야 만족한다고 할 수 있으며, 관광산업에서 관광객의 만족도는 관광에 대한 전반적인 서비스를 평가하는 중요한 기준이 된다고 할 수 있다.

관광만족은 관광객의 관광경험에 대한 평가 기준인 동시에, 관광활동의 가장 궁극적인 목



적이므로 관광목적지에 대한 선택이나 관광상품의 재구매에 결정적 영향을 미치게 된다 (Zabkar et al, 2010; Zeithaml et al, 2009; 김선희, 2009; 박동균, 2003).

〈표 2-12 만족 및 관광만족에 대한 학자들의 정의〉

연구자	정의
Oliver(1980)	만족은 어원으로 볼 때 채우기 혹은 충족을 암시함
Giese & Gote (2000)	고객만족은 정서적 및 인지적 판단 반응임
S.Fournier(1998)	고객만족은 제품이나 서비스 구매·비교·평가·선택 과정에서 호의·비호의적 감정의 경험
박동균(2002)	고객이 상품과 서비스를 경험하고 난 후의 긍정적 느낌
홍영택(2004)	가졌던 기대와 제품성능에 대한 사용 후 인식 간의 비교
김동균(1996)	사전적 기대와 소비 후 지각된 제품성 사이에 차이에 대한 반응
Fornell(1992)	관광만족은 관광목적지가 관광객의 욕구를 충족시킨다는 믿음의 정도
김남훈(2006)	관광만족은 본인이 선택한 여가 활동에 참여 후 형성된 긍정적 감정이나 인지 정도
이진희(2012)	관광만족은 관광객이 관광활동을 하며 느낌 감정의 총합
Zabkar et al (2010) 김선희(2009) 박동균(2003)	관광만족은 관광객의 관광경험에 대한 평가 기준 관광목적지에 대한 선택이나 재구매에 결정적 영향을 미침

## 2. 관광만족도 측정방법

기존의 선행연구 결과에 따르면 관광객 만족에 대한 접근은 두 가지 측면으로 나타나는데, 하나는 평가 과정에 초점을 두고 나타나고 다른 하나는 여행 경험에서 발생한 결과에 중점을 두는 것이다. 이는 관광객 만족이라는 감정은 결과와 평가의 과정을 모두 포함하는 종합적인 마음의 상태 등으로 설명 되어 진다.

이렇듯 관광객 만족은 복합적인 심리 상태로서 아직 완벽하게 측정할 방법은 없으나 만족도 측정은 직접측정법과 간접측정법으로 구분된다.

김환석·강용주(1998)은 직접측정법은 하나 또는 그 이상의 문항으로 직접 해당상품에 대한 느낌이나 만족, 선호도 등을 질문함으로써 측정하는 방법이다. 간접측정법은 소비자로 하여금 대상상품의 여러 측면 또는 속성에 대해 평가하도록 하고 이들 응답값들을 다양한 방식

으로 계산해서 얻은 단일점수를 소비자만족의 지표로 삼는 방법이다. 윤동구(2000)은 이 이론에 근거하면, 직접측정법에 의한 관광객 만족은 전반적 만족측정이고, 간접측정법은 하위 차원들에 대한 평가를 합산하는 부문별 만족의 복합점수라 할 수 있다. 이 두 측정방법은 각각 장점과 단점을 가지고 있다. 직접측정법의 장점은 측정목적이 명확하므로 관광객이 간단하게 응답할 수 있는 간편성과 함께 관광객 만족과 측정치 관계도 상대적으로 명확하다는 점이다. 그러나 단점은 응답자가 질문자로 인해 쉽게 영향을 받는다는 점이다. 즉 표본선정의 오류, 면접자 오류, 무응답 오류 등의 문제로 조사 자료의 타당성이 위협받을 수 있는 문제점이 있다. 한편 간접측정법의 장점은 직접측정법의 단점으로 지적된 응답자의 영향력이 거의 미치지 않는다는 것이지만 이러한 장점에 비해 단점이 많다. 그 단점으로 먼저 조사개념과 측정치 간의 관계가 모호하며 불완전하다는 점이다. 즉 관광객의 재방문은 관광객 만족만이 아니라 관광기업과 관광지의 촉진활동, 방문가능성, 충성도와 같은 요인들에 의해서도 영향을 받기 때문에 이러한 척도는 전형적인 관광객 만족을 측정하는데 실패할 수도 있다는 점이다. 본 연구에서는 직접측정방법의 문제점인 설문지의 영향력을 최대한 줄여서 측정을 하던 될 것으로 판단하여 직접측정방법을 사용할 것이다.

관광객 만족에 관한 연구는 Pizam, Neumann & Reichel(1978)의 연구로 시작 되었는데, 이 연구에서도 소비자 만족이론을 토대로 관광객 만족에 적용하여 관광객 만족의 구조를 구성하였다는 부분에서 관광연구에 중요한 영향을 미친것으로 간주되었다. 다만 이들의 연구는 관광객 만족의 개념에서 어떠한 문제적 요인들을 고려하지 않았다는 점에서 비평을 받았다.

관광학 측면에서 Mercer는 Clawson과 Ketch의 5단계 관광객 구매행동 모델과 관련하여 관광객의 만족을 이야기하였는데 관광객의 관광지에 관한 만족을 예상과 회상단계가 제일 중요하며 장소에 따라서 나타나는 이미지는 상징적으로 그 장소를 개별적으로 나타내고 이미지는 실제경험과 비교 후 그 비교가 만족/불만족으로 나타난다고 하였다.

안영민(1991)은 관광객 만족은 관광행동과 선택의 결과로 개인이 형성하고 표출하며 또는 획득하는 긍정적인 지각이나 기분을 나타낸다. 이것은 개인이 관광경험을 통한 관광 후 상황에 만족하거나 기뻐하는 정도로 긍정적인 만족감은 개인이 느끼거나 느끼지 못하는 만족감으로 부터 시작된다. 그리고 만족과 불만족은 최종단계인 평가에서 나타나고 기대와 실제 방문지와의 차이에서 나타나는 것으로, 미래의 관광지 선택 및 활동에도 깊이 관여 하게 된다. 만족과 불만족의 경우에는 관광객 개개인의 감정과 깊은 관계가 있으며, 만족한 경우의 관광

지 관광 및 활동들을 그대로 따르는 경우에는 관광지 여행 자체의 선호에 변화를 가져오게 된다고 정의 했다.

관광객 만족에 대한 연구가 관광분야에서 중요하게 다루어지는 이유는 관광객의 만족 정도에 따라 해당 관광목적지에 대한 재방문 가능성이 높아질뿐더러 구전효과의 영향 또한 매우 크기 때문에 관광수요의 크기를 결정짓는데 중요한 역할을 한다는 사실 때문이다(M.kozak & M. Rimmington, 2000). J.D Fridgen(1991)은 관광객 만족이란 관광마케팅과 직접적으로 관여되며 만족한 관광객은 관광목적지에 대한 재방문 의사가 매우 높으며 잠재 관광객을 더 많이 발생시킨다고 말하고 있다.

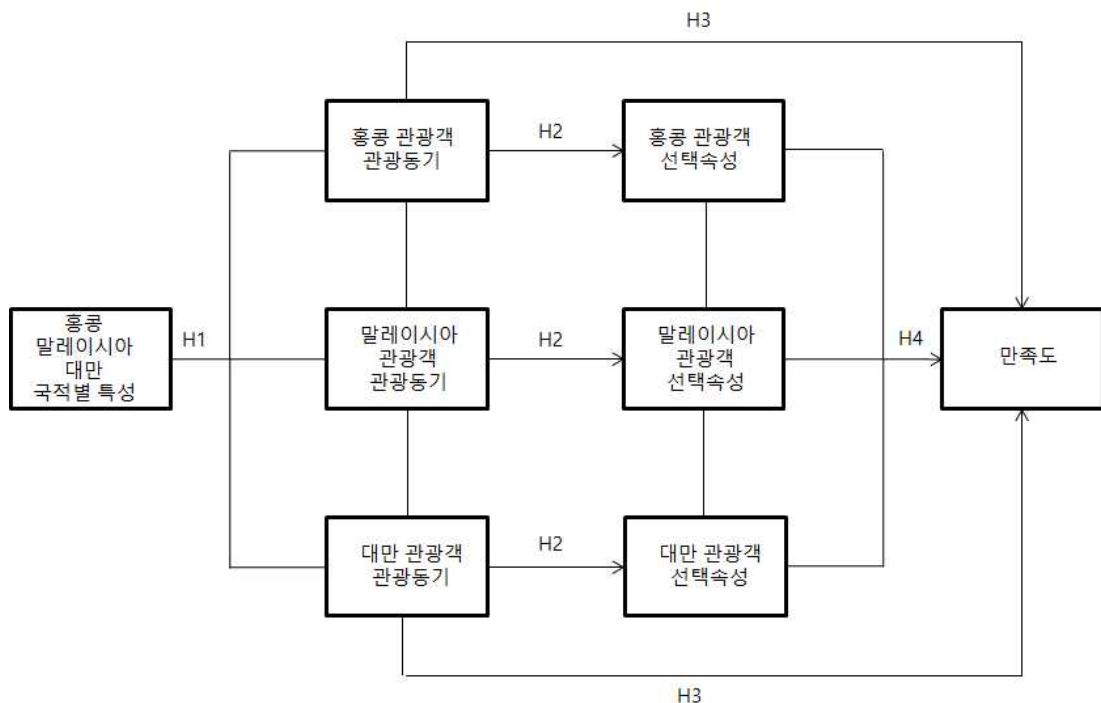
관광만족을 측정하기 위해서 여러 속성별로 측정하는 것보다 전반적인 만족도를 측정하는 것이 만족의 정도를 더 정확히 반영 하므로 네 가지 전반적 만족도 조사와 두 가지 구전 및 재방문의사를 통해 만족도 측정을 하도록 하겠다.

### 제3장 연구의 설계

#### 제1절 연구모형

본 연구의 목적은 제주를 방문하는 국제 관광객 중 홍콩·말레이시아·대만 관광객을 대상으로 관광동기, 관광지선택속성과 관광만족도를 조사하고 국가별로 결과가 다르게 나올 것이라고 예상한다. 이러한 초기 생각을 반영하여 기존의 선행연구를 참고하여 국가별 관광동기·관광지선택속성·관광만족도의 영향관계를 밝히고자 한다.

이와 같은 목적을 달성하기 위하여 <그림 3-1>과 같은 모형을 설정하였으며 이러한 모형을 검증하기 위하여 선행연구를 토대로 설정된 모형의 적합성을 검증하고 수정과정을 거쳐 보다 나은 모형을 찾고자 시도하기로 한다



<그림 3-1 연구모형>

## 제2절 가설의 설정

본 논문에서는 연구목적을 달성하기 위하여 선행연구를 바탕으로 연구모형을 설정 하였으며 가설적 구성개념 연구모형인 <그림 3-1>을 바탕으로 관광동기, 관광지선택속성, 만족도에 대한 실증적 검증을 하기 위하여 다음과 같이 가설을 설정하였다.

### 1. 국적별 관광동기의 차이

관광동기 측정요인은 관광목적지 결정과 관광객의 미래 여행흐름을 예견하는데 매우 중요하다. 그러므로 관광동기의 측정 요인을 연구하는 것은 관광객의 기대와 일치하는 관광상품을 개발하는데 도움을 주고 관광객을 만족시키는 여러 측면의 대책을 수립하는데도 필요하다.

Prideaux(2005)는 국적별(호주인, 미국인, 중국인, 홍콩인, 일본인) 방문객을 대상으로 그들의 방한동기의 차이를 알아보기 위해 21개 항목으로 분류하여 조사 하였고, 이를 5개(문화/역사, 사회화, 일상탈출, 다양한 관광자원들을 즐기는 것, 사회지위)의 요인으로 분류하여 제시하였다.

관광행동에 영향을 주는 방문객의 사회 문화적 환경은 예로써, 국가별 고유문화는 관광객의 관광동기를 형성하는 과정에서 차이를 발생시킨다(오정학 허상현, 2006).

Iso-hola(1982)는 관광은 하나의 사회문화 활동으로써 관광객에게 사회 문화적 욕구와 심리적 경험은 물질적인 욕구보다 더 크게 작용하게 된다. 그러므로 관광객의 관광행동을 촉발하는 관광동기는 개개인의 특성과 외부적인 환경에 따라서 많은 영향을 받는다. 따라서, 관광객의 사회 문화적 환경은 관광행동에 영향을 미치며, 국적별 고유문화는 방문객의 관광동기를 형성하는 과정에서 차이를 발생시킨다(이대은 이충기 2012). 박시사(2005)는 문화가 다르면 그들이 관광지에 관한 정보를 접할 때 그 상징성에 대한 해석이 다르게 나타날 수 있으며 관광지에 대한 평가도 다를 수 있다고 하였다.

이러한 선행연구를 고려할 때 홍콩·말레이시아·대만의 관광동기는 국적변수에 따라서 다를 것으로 예상할 수 있다. 따라서 이 연구는 선행연구를 참고하여 다음과 같이 <가설H1>을 설정하였다.

H1: 국제관광객 동기에 차이가 있다.
-----------------------

## 2. 국적별 관광지 선택속성

특정한 나라를 대상으로 관광동기와 관광지 선택속성의 관계에 관한 연구는 미흡한 실정이며 본 연구는 관광동기와 관광지 선택속성 간의 관계를 알아보기 위해서 선행연구를 연구해 보고자 한다. 관광객들이 가지고 있는 관광동기가 다르기 때문에 관광지 선택속성에 대한 중요도도 다르게 나타났다. 관광지 선택속성은 관광동기에 의해 영향을 받는다. 그러므로 관광객들의 동기파악이 우선적으로 이루어져야 하며, 관광동기에 따른 세분화된 관광상품개발이 필요하다고 볼 수 있을 것이다. 이윤섭(2006)은 어떠한 관광자의 관광동기가 관광지 선택속성에 유의한 영향을 미치는지를 검증하기 위해서 내면적 관광동기요인은 호기심/지식, 소속감, 심리적 요인, 자기계발 등 4개 요인으로 구분하였다. 개인이 국외 여행 시 관광지를 선택하는데 영향을 미치는 요인을 측정하기 위한 구성차원은 숙박 관련, 관광서비스 관련, 교통관련, 식사 및 쇼핑 관련, 관광지 관련 요인을 측정하였다. 그 검증한 결과는 관광지 선택속성에 대한 관광자의 동기 요인 중 소속감, 자기계발, 심리적 요인의 순으로 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 그러므로 관광목적지를 선택하는 관광객들의 유형을 찾을 수 있다면 그들의 욕구를 충족시킬 수 있는 신상품 개발이 가능할 것이다. 김법승(2013)의 연구에서는 제주를 방문한 중국인 관광객들을 대상으로 관광동기와 패키지 여행상품 선택속성, 만족도 간의 관계를 확인하였다. 각 동기요인에 따라 영향을 미치는 선택속성을 살펴보면, 문화적 동기 요인이 클수록 여행사에 대한 선택속성이 커지며, 상품가격선택속성에는 사회적동기, 문화적동기, 휴식동기요인이 영향을 미쳤으며, 호텔선택속성과 목적지 및 가이드 선택속성에는 각각 문화적 동기와 휴식동기가 영향을 미치는 것으로 분석되었다. 박혜영(2014)은 한국을 방문 중인 중·일 시니어관광객을 대상으로 관광행동의사결정에 중요한 역할을 하는 관광동기에 가치관의 개념을 토대로 이들에 대한 비교분석을 한 결과 관광동기와 관광지선택 간의 영향관계 검증의 결과에서 안전, 매력성과 경관, 시설성은 재충전동기와 과시동기에 친교는 경험동기에 체험성은 과시동기, 그리고 서비스성은 재충전동기와 과시동기에 유의하게 설명되는 것으로 나타났다.

이러한 선행연구를 고려할 때 홍콩·말레이시아·대만의 관광동기가 관광지선택속성에 영향을 미칠 것이다. 따라서 선행연구를 참고하여 다음과 같이 <가설 H2>을 설정하였다.

H2: 국제관광객 동기는 관광지선택속성에 유의미한 차이가 있다.
-------------------------------------

### 3. 국적별 관광동기와 관광만족도

관광동기에 의한 특정 관광지의 사전이미지에 따라 목적지 평가가 되며 기회와 능력이 주어지면 목적지를 선택한 후 관광활동을 하게 된다. 관광행동에 옮기기전에 목적지를 관광함으로 얻을 수 있는 결과에 대한 기대를 하게 된다. 관광경험 후 만족과 불만족하게 되고 그 결과는 불평행동 및 충성도(재방문, 추천의도, 구전)등으로 나타난다.

임화순 고계성(2013)은 통영 미륵도 관광지를 방문하는 방문객을 대상으로 관광동기가 만족도에 미치는 영향과 만족도가 어떠한 행동의도로 나타나는지에 대한 규명을 위한 실증분석을 실시하였다. 관광동기를 사회활동성, 역사유산성, 자기계발성, 자연매력성으로 구분하여 각 동기요인들이 만족도에 미치는 영향에 대하여 분석하였으며, 사회활동성 요인, 역사유산성 요인, 자연매력성 요인이 만족도와 관련이 있으며, 이 중 자연매력성의 상대적인 영향력이 크다는 분석결과를 제시하였다. 또한 만족도는 행동의도(재방문의도, 추천의도)에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이후석·오민재(2004)는 제주도 방문객을 대상으로 관광객의 시선이 관광동기와 만족도에 미치는 영향연구에서 문화성 동기, 신비성 동기, 탈일상성 동기 요인 중 문화성과 탈일상성 요인이 만족도에 유의한 영향을 미침을 밝혔다. 문성환(2006)의 연구는 중국인 관광객의 제주관광동기와 만족도 그리고 인구 통계적 변수들이 제주관광을 하는데 어떤 영향을 미치고 있는가를 알아보았다. 이 연구에서는 관광동기는 관광욕구를 자극하여 관광행동을 일으키는 속성을 갖고 있으며 심정적 동기, 정서적 동기, 오락적 동기, 경제적 동기로 분류한다. 관광만족도는 관광객이 관광지 또는 관광서비스에 대해 갖는 호의적 또는 비호의적인 감정상태를 나타낸다. 이는 서비스 요인, 위락 요인, 관광자원 요인, 편의성 요인으로 나누어 분석에 이용한다. 실증 분석한 결과는 인구통계적 특성에 따라 중국인 관광객의 관광동기에 따라 정신적 동기, 경제적 동기, 심정적 동기, 오락적 동기의 높고 낮은 집단에 따라 관광만족도에 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다.

상술한 선행 연구들을 종합해 본 결과 관광동기가 만족도에 영향을 미치는 것으로 나타난다. 따라서 본 연구에서는 선행연구를 참고하여 <가설 H3>를 설정하였다.

H3: 국제관광객 동기는 만족도에 유의미한 차이가 있다.



#### 4. 국적별 관광지 선택속성과 관광만족도

만족과 불만족은 소비자들의 '구매'와 '구매 후 평가'의 과정을 통해서 이루어지게 된다. 이와 같이 관광지선택 과정 중에 겪은 다양한 유형의 경험에 의해서도 관광자의 만족과 불만족이 이루어지게 된다. 관광지 선택속성과 만족간의 관계에 대한 연구를 살펴보면 다음과 같다.

Franken, Van Raaij(1981)는 불공정의 속성을 불만족을 결정하는 중요한 인자로 가정하였었다. 그리고 여행사, 호텔, 교통시설 등의 외부적 요인에 불만을 나타내는 관광객이 자기 스스로에 대해 불만족을 나타내는 관광객보다 여행에 대해 불만족하기 쉽다고 하였다. 만족을 실제와 기대하는 상황에서 인식된 모순과 기대하는 상황을 가로막는 내적조건(개인적 지위, 능력, 지식) 및 외적 조건(환경, 시간, 경제적 부족, 거리, 인식)에서 결정된다고 주장하였다.

Pizam(1978)은 해변 관광객을 연구 대상으로 하여 관광지 선택속성 요인을 해변, 비용, 환대, 식음료시설, 숙박시설, 캠핑시설, 주변환경, 상업지역 범위로 정의했으며, 이 연구에서 관광객 만족은 관광지에 대해 사전 기대와 관광객 경험의 상호작용 결과라고 설명하면서 경험의 총체가 기대와 비교되어 긍정의 느낌으로 나타날 때 관광객이 만족하고, 관광객의 실제 활동이 기대와 비교하여 부정의 감정으로 나타나면 관광객은 불만을 느낀다고 했다. 최용복·부창산·김민철(2012)은 관광지 선택속성이 서비스 가치라는 매개 변수를 통하여 만족 및 행동에 영향을 미친다는 연구결과를 제시하였는데, 여기서 서비스 가치는 관광객이 서비스를 통해 기대하는 어떤 이익이나 혜택을 의미한다.

관광지 선택속성과 만족도간의 관계에 관한 선행연구들을 살펴봄으로써 관광객이 관광지 선택속성에 대한 높은 만족도가 나타나면 이런 관광지 선택속성들을 유지할 필요가 있다. 만일 낮은 만족도가 나타나면 개선사항으로 지적할 수 있다. 또한 만족도는 재방문의도에 기여를 하는 것이다. 따라서 관광지 선택속성과 만족도 간의 관계를 알아보고 더욱 효과적인 마케팅전략을 세울 수 있다고 사료한다.

이러한 선행연구를 고려할 때 홍콩·말레이시아·싱가폴·대만의 관광지선택속성 만족도에 영향을 미칠 것이다. 따라서 선행연구를 참고하여 다음과 같이 <가설 H4>를 설정하였다.

H4: 국제관광객 선택속성은 만족도에 유의미한 차이가 있다.
-----------------------------------



### 제3절 변수의 조작적 정의

변수의 조작적 정의는 연구에서 제시된 개념적 정의를 실제 현상에서 측정 가능하도록 관찰 가능한 형태로 정의한 것을 의미한다. 변수의 조작적 정의는 측정을 위한 조작적 정의와 연구자가 실험변수를 어떻게 조작할 것인가를 이야기 하는 것이다. 본 연구에서는 변수의 의미와 측정변수를 다음과 같이 정의 하였다.

본 연구의 변수들은 5점 리커트 형식으로 다항목 척도들(5점: 매우그렇다/4점:그렇다/3점:보통/2점:그렇지않다/1점:전혀 그렇지않다)로 관광동기·관광지선택속성과 관광만족도의 정도를 측정하였다.

#### 1. 관광동기

관광동기는 하나의 동기에 의해 발생되지 않는다는 것은 앞서 선행연구를 통해 알 수 있었다. 본 연구의 목적은 제주를 방문하는 홍콩·말레이시아·대만 관광객이 제주를 선택함에 있어서 어떠한 동기가 작용 되었는지 그리고 국적에 따른 관광동기는 관광지선택속성과 만족도에 어떠한 영향을 미치며 국적별 차이는 어떤지를 파악하여 국가별 접근법을 제시하는 것이다.

본 연구에서는 선행연구를 참고하여 관광동기를 크게 다섯 가지로 분류하여 측정하였다.

첫째, 휴식동기로 반복되는 일상에서부터 오는 무거운 중력으로 부터 벗어나 정신적 육체적 휴식을 하며 스트레스를 해소하고 생활의 리듬을 개선하고 활력을 얻기 위한 관광을 한다는 것을 의미한다.

둘째, 사회적동기로 가족 또는 사회적 상호작용 속에서 구성원들과의 화합, 결속력 및 유대감을 형성하고자하는 동기로 가족·친구·동료와 같이 시간을 보내며 친목을 도모하고 사회적 친교를 다지는 위하여 관광을 한다는 것을 의미한다.

셋째, 경험적동기로 인간의 원초적인 호기심을 통하여 일상을 벗어난 곳에서 새로운 것을 보고 듣고 느끼며 지식을 얻고 역사와 음식문화 등을 탐방하며 자기계발에 이르기까지 경험을 위하여 관광을 한다는 것을 의미한다.

넷째, 과시동기로 여행할 수 있는 구매능력을 다른 사람에게 보여주거나 주변사람들이 아직 경험하지 못한 것을 자랑하고자 하는 욕구에서 발생하는 동기로서 여행경험을 주변사람에

게 이야기하거나 여행사진을 보여주고 SNS에 게재하려고 하는 사회적 지위과시 등을 위하여 해외여행을 하는 것을 의미한다.

다섯째, 미적동기로 아름답고 신비로운 자연을 감상하며 자연을 몸소 느끼고자하는 동기로 서 맑은 공기와 아름다운 자연경관을 감상하기 위하여 여행한다는 것을 의미한다.

따라서 본 연구에서는 관광동기를 “제주를 방문하는 국제관광객등이 원하는 마음속의 원천으로 관광행동을 실현시키는 추진력”이라고 정의하며 관광동기를 휴식동기·사회적동기·경험적동기·과시적동기·미적동기로 구분하여 <표 3-1>과 같이 측정하여 변수를 구성하였다.

〈표 3-1 관광동기 요인〉

구분	연구자 구성요소	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑨	⑩	본 연구
휴식 동기	정신적 휴식을 갖기 위해서	0			0		0	0			0	0
	육체적 휴식을 갖기 위해서										0	0
	기분전환을 위해서	0				0	0				0	0
	일상생활의 변화를 위해서	0	0			0		0		0	0	0
	스트레스 해소를 위해서	0	0	0	0	0		0	0		0	0
	생활이나 일의 활력을 얻기 위해서	0	0	0	0	0			0	0	0	0
사회 동기	동료와 친목을 도모하기 위해서	0	0	0		0	0	0			0	0
	친구와 함께 시간을 보내기 위해서	0				0			0			0
	친구 및 친지를 방문하기 위해서						0	0				0
	사회적 친교를 위해서	0	0									0
경험 동기	새로운 것을 보고 듣고 느끼기 위해서	0	0		0	0	0	0	0	0	0	0
	성취감을 느끼기 위해서	0				0	0					0
	한국에 대한 새로운 지식을 얻기 위해서			0	0	0			0		0	0
	자기계발을 위해서		0	0	0		0		0			0
	역사 및 문화를 탐방하기 위해서		0		0		0	0	0	0	0	0
	한류를 체험하기 위해서 (드라마·영화 촬영지 등의 방문)			0	0			0	0			0
	음식문화를 체험하기 위해서			0	0		0		0			0
미적 동기	공기가 맑고 기후가 좋을 것 같아서		0					0				0
	아름다운 자연경관을 감상하기 위해서		0			0	0	0	0	0		0
	자연을 가까이에서 느끼고 싶어서					0		0				0
과시 동기	여행사진을 찍어 주변사람에게 보여주려고	0	0									0
	여행사진을 SNS(블로그, 페이스북, 카페 등)에 게재하려고	0	0									0
	여행경험을 주변사람에게 이야기하기 위해서	0	0	0	0							0
	주변사람에게 자랑하기 위해서		0									0

자료: 상기 구성요소는 선행연구를 바탕으로 본 논문의 특성에 맞게 연구자가 작성한 것임

①정효숙(2017) ②박혜영(2014) ③김범승(2013) ④진애니(2007) ⑤김루언(2014) ⑥함수일(2013)

⑦간바야르(2012) ⑧CHEN HONG(2016) ⑨송기현(2017) ⑩여영숙(2011)

## 2. 관광지 선택속성

관광지속성은 관광객이 보고 느끼며, 경험하는 관광과 관련된 물리 사회적 특징을 말한다. 관광지는 관광객의 욕구와 동기를 충족시킬 수 있는 속성들로 이루어지는데, 이러한 긍정적 또는 매력적인 요소를 관광지 속성이라 한다. 이러한 관광지선택속성은 목적지 선택평가기준, 관광지 선택 결정요인으로 작용하게 된다(최용복·부창산·김민철, 2010).

관광지 선택속성은 관광지의 편의시설, 환경여건, 비용, 인문시설, 행사, 자연경관, 편리성 등 관광지를 구성하는 다양한 요소들의 개별속성에 대한 개인의 선택정도라 할 수 있다(김경래, 2009; 최용훈, 2008)

Dann(1981)은 관광지선택속성은 관광지 내에서 관광객이 보고, 느끼고, 경험하는 모든 것으로서 관광과 관련된 물리적, 사회적, 행동적인 모든 특징을 의미하는 것으로서, 관광지는 다양한 요소들로 이루어진 하나의 복합체로서 지각되기에 관광객의 특성에 따라 선호 및 선택은 다르게 나타나게 된다.

본 연구에서는 선행연구를 바탕으로 관광지선택속성을 “제주를 방문하는 국제관광객이 관광지를 선택할 때 본인들의 욕구와 동기를 충족시켜줄 수 있는 매력적이고 중요하다고 생각하고 선택하는 속성”으로 정의한다. 첫째, 자연환경성(제주의 날씨, 제주의자연경관, 관광지의 청결도, 이국적 분위기), 둘째 숙박시설 및 음식(숙박시설의 청결과 안전성, 숙박시설의 서비스, 다양한 편의시설, 다양한 음식, 음식의 맛), 셋째, 편리성(관광지의 높은 안전성, 관광종사원의 친절성, 관광안내시설, 편리한 쇼핑시설) 넷째, 사회문화성(역사적매력물, 다양한 관광시설, 제주의 색다른 생활양식, 관광지의 선진화) 다섯째, 비용편익성(저렴한 현지물가, 저렴한 항공요금, 저렴한 숙박요금, 저렴한 관광상품) 등의 22항목 5가지 요인으로 <표 3-2>와 같이 측정하여 변수를 구성하였다.

〈표 3-2 관광지선택속성 요인〉

구분	연구자 구성요소	①	②	③	④	⑤	본연구
자연환경성	제주의 기후(날씨)	0		0		0	0
	제주자연경관	0	0	0	0	0	0
	관광지의 청결도	0			0		0
	이국적 분위기	0	0				0
숙박시설 및 음식	숙박시설의 청결과 안전성	0		0	0	0	0
	숙박시설의 서비스	0	0	0			0
	다양한 편의시설		0	0	0		0
	다양한 음식		0	0			0
	음식의 맛	0		0	0		0
편리성	관광지의 높은 안전성		0		0		0
	관광종사원의 친절성	0		0	0	0	0
	관광안내시설	0	0		0		0
	편리한 쇼핑시설	0	0	0		0	0
	편리한 교통	0	0	0	0	0	0
사회문화성	역사적인 매력물	0	0				0
	다양한 관광시설(박물관, 공원, 체험시설 등)	0					0
	제주의 색다른 생활양식	0					0
	관광지의 선진화	0					0
비용편의성	저렴한 현지물가				0	0	0
	저렴한 항공요금					0	0
	저렴한 숙박요금	0		0		0	0
	관광상품의 저렴한 가격			0			0

자료: 상기 구성요소는 선행연구를 바탕으로 본 논문의 특성에 맞게 연구자가 작성한 것임

①정효숙(2017) ②박혜영(2014) ③진에니(2007) ④김루연(2014) ⑤함수일(2013)

### 3. 관광만족도

본 연구에서는 관광만족도에 대한 선행연구에서 이야기 했듯 직접측정방법과 간접측정방법을 통해서 관광만족도를 측정하려고 한다. 우선 직접측정방법으로 전반적인 여행 만족을 묻는 ‘나는 이번 제주여행에 대해 전반적으로 만족한다.’, 비용대비 만족을 묻는 ‘소비한 비용

이 아깝다는 생각을 하지 않을 정도로 만족한다.’, 관광스케줄 만족을 묻는 ‘전체적 관광스케줄에 대해서 만족한다.’, 기대이상만족을 묻는 ‘방문 전 기대했던 것 보다 만족스러웠다.’와 간접적으로 지인추천을 물으며 만족도를 묻는 ‘제주도를 관광목적지로 타인에게 추천하겠다.’, 재방문의사를 물으며 만족도를 묻는 ‘제주도를 관광목적지로 타인에게 추천하겠다.’ 총 6항목으로 구성하여 변수를 측정 하였다.

#### 제4절 설문지 구성

본 연구의 설문지 구성은 크게 인구통계학적 특성 7문항, 관광행태적 특성 5문항, 관광동기 24문항, 관광지 선택속성 23문항, 관광 만족도 6문항으로 총 66문항으로 구성 되었다. (〈표3-4〉 참조)

〈표3-3 설문지의 구성〉

측정변수	설문문항	측정요인	척도
인구통계적 특성	7	성별, 출신국, 결혼여부, 연령, 학력, 직업, 소득	명목척도
관광행태적 특성	5	여행 동반자, 방문횟수, 체류기간, 관광정보 입수처 여행 소비비용	명목척도
관광동기	24	휴식동기, 사회동기, 경험동기, 과시동기, 한류동기	Likert 5점 척도
관광지선택속성	23	숙박시설 및 음식, 사회문화성, 경제성, 편리성, 자연환경성	Likert 5점 척도
관광만족도	6	전반적만족, 일정만족, 비용대비만족, 재방문의사, 추천의사	Likert 5점 척도

## 제5절 자료의 수집 및 분석방법

### 1. 자료의수집

본 연구의 대상은 현재 제주도에 가장 많이 유입되고 있는 동남아시아 국가 중에서도 제주 출·도착 정기 직항기가 운영 중인 나라인 홍콩, 말레이시아, 대만을 대상으로 조사하였다.

본 연구의 자료 수집 기간은 2018년 09월 10일부터 2018년 10월 10일까지 약 한달 간 이루어졌으며 공간적 범위로는 도내 외국인 대상으로 일일 투어를 진행 중인 여행사와 관광지를 통해서 유입되는 관광객을 대상으로 이루어졌다. 또한 제주국제공항에서 직항기를 타고 출국하는 관광객을 대상으로 이루어졌다.

설문의 응답은 응답자들이 직접 기입하는 자기기입식(self-administered)방법을 통해 진행하였다. 응답자에게는 소정의 기념품을 제공함으로써 최대한 설문조사의 정확도와 용이성을 올리도록 노력하였으며 이 연구에 필요한 최대한의 설문 유효한 표본수를 얻도록 하였다. 홍콩과 말레이시아의 경우 영어와 중국어를 사용하므로 영어설문지와 중국어설문지를 작성하였고 설문 시 영어와 중국어중 택하여 본인이 편하게 응답할 수 있는 설문지를 사용하도록 하였다. 대만의 경우 중국어 설문지를 이용하여 응답할 수 있게 하였다.

총 설문지는 450부를 제작하여 국가 당 150부를 배포하였다. 그 중 불성실하게 응답한 설문지를 제외하고 홍콩 144부, 말레이시아 128부, 대만 135부를 유효표본으로 확보하여 실증분석에 사용하였다. 조사표본의 특성을 정리하면 다음의 <표 3-5>와 같이 나타났다.

〈표 3-4 조사표본의 특성〉

표본대상	제주 출·도착 직항기 운영 중이며 동남아시아 국가 중 입도객이 많은 홍콩, 말레이시아, 대만 관광객
조사기간	2018년 9월 10일부터 10월 10일
조사방법	영어·중국어 설문지 / 자기기입식(self - administered)방법
설문지배포수	총배포 설문지 수: 450부 유효표본 설문지수: 407부 (홍콩 144/말레이시아 128/대만 135)

## 2. 분석방법

이 연구는 제주도를 찾는 국제 방문객의 관광동기와 선택속성에 따른 만족도에 미치는 영향관계 뿐만 아니라 홍콩·말레이시아·대만 관광객의 국가별 관광동기와 관광지선택속성의 차이가 있는지 분석하고자 함이 목적이다. 이를 통하여 제주를 찾는 국가별 특성의 차이를 도출하고 국가별 제주방문 유치 접근성을 강화 하고자 한다.

실증조사는 3단계에 걸쳐 진행 했으며, 1단계는 선행연구를 통해 작성된 측정도구의 신뢰성과 타당성을 검증하여 수집된 자료를 분석·보완하고, 2단계에서는 보완된 분석 자료를 이용하여 제주를 방문하는 홍콩, 말레이시아, 대만을 국가별로 비교분석하여 차이점을 규명하고, 3단계에서는 국가별 관광동기, 관광지선택속성, 관광만족도의 영향관계를 규명하며 가설을 검증한다.

본 연구는 우효표본 407매를 대상으로 SPSS Ver 25.0을 이용하여 분석하였다. 인구통계학적 특성 성별, 출신국, 결혼여부, 연령, 학력, 직업, 소득과 관광행태적 특성 여행 동반자, 방문횟수, 체류기간, 관광정보 입수처, 여행소비비용 12개의 변수를 빈도분석을 통해 특성을 도출하였다.

본 연구에 사용된 관광동기, 관광지선택속성, 관광만족도 측정항목을 크롬바하 알파계수(Crombach's  $\alpha$ )를 사용하여 신뢰도 검증을 하였으며, 변수들 간의 공통속성 관계에 따라 이해하기 쉬운 형태로 요약, 축약하고자 요인분석을 실시하였다.

또한 홍콩, 말레이시아, 대만 관광객의 국적에 따른 관광동기, 관광지선택속성, 만족도의 차이를 알아보기 위해 일원배치분석인(ANOVA)를 실시하였으며 명확한 차이를 보이기 위하여 등분산에 따라 Scheffe(C)와 DUnnett의 T3로 사후검정을 실시한 후 평균의 차이가 유의한 정도에 따라 부등호로 표시하였다.

최종적으로 요인분석과 신뢰성분석을 통해 도출된 요인들을 가지고 가설에 따른 일원배치분석과 회귀분석을 실시하여 가설검증을 하였다.



## 제4장 실증분석

### 제1절 표본의 특성

#### 1. 인구통계학적 특성

설문지는 국가 당 150부씩 총 450부를 목표로 제작하여 설문조사를 실시하였다. 그 중 불성실한 응답이라고 사료되는 표본을 제외하고 응답한 유효표본은 총 407로, 홍콩 144, 말레이시아 128, 대만 135로 최종 집계되었다.

응답자의 인구통계적 및 여행 특성을 분석한 결과 표(4-1 표본의 인구통계적 특성)와 같이 나타났다. 먼저 홍콩 관광객의 인구통계적 특성을 살펴보면 성별은 남성 52명(36.1%), 여성 92명(63.9%)로 나타났으며, 연령은 30대 47명(32.6%)로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 50대 이상 37(25.7) 20대 이하 36(25.0%), 40대 24명(16.7%) 순으로 나타났다. 결혼여부를 묻는 질문에서 기혼이 66명(45.8%), 미혼이 78명(54.2%)로 미혼이 다소 많게 나타났다. 학력은 고졸이하가 47명(32.5)로 가장 많게 나타났으며, 다음으로 4년제 대학 재학/졸업이 44명(30.6%)으로 나타났으며, 직업은 전문직 30명(20.8%), 사무직/공무원 23명(16%), 판매/서비스직 22명(15.3%) 순으로 나타났다. 가족월평균 소득은 \$6,000달러 이상이 40명(27.8%)로 가장 많았으며 세 나라를 비교했을 시 압도적으로 많은 사람이 이 구간에 포함됨으로써 고소득 비중이 가장 높은 것으로 나타났다.

다음으로 말레이시아 관광객의 인구통계학적 특성을 살펴보면 성별은 남성 45명(35.2%), 여성 83명(64.8%)로 홍콩 관광객의 남녀 비율과 비슷하게 나타났다. 연령은 30대가 43명(33.6%), 20대 이하 38(29.7%), 50대 이상 25(19.5) 40대 22명(17.2%) 순으로 나타났다. 결혼 여부를 묻는 질문에서는 기혼이 75명(58.6%), 미혼이 53(41.4%)로 홍콩과 비교하면 기혼자들이 미혼자보다 여행하는 비율이 높은 것으로 나타났다. 학력은 4년제 대학 재학/졸업이 53명(41.4%)로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 2년제 대학 재학/졸업 33명(25.8%), 대학원 재학/졸업 26명(20.3%)로 대학교 이상이 총 87.5%로 매우

높게 나타났다. 직업을 묻는 질문에 사무직/공무직이 36명(28.1%)로 나타났으며, 판매/서비스직이 31명(24.2%), 전문직이 24명(18.8%) 순으로 나타나 사무/공무직 비중이 높게 나타남을 알 수 있다. 가족 월평균 소득은 \$2,000-\$3,000이 48명(37.5) 가장 많았으며, 다음으로 \$3,000-\$4,000 24명 (18.8%), \$1,000-\$2,000(17.2%)순으로 나타났다.

마지막으로 대만관광객의 인구통계학적 특성을 살펴보면 남성이 54명(40%), 여성 81명(60%)로 나타났으며 세 나라 전부 여성여행자 비율이 남성에 비해 평균 25% 가량 많은 것으로 나타났다. 연령은 30대 53명(39.3%)로 가장 많았으며, 다음으로 50대 이상 39명(28.9%), 40대 23명(17.0%) 순으로 나타났다. 결혼여부를 묻는 질문에 기혼이 76명(56.3%), 미혼이 59명(43.7%)로 기혼자 여행 비율이 높았다. 학력은 4년제 대학 재학/졸업이 48명(35.6%)로 가장 높았으며, 다음으로 2년제 대학 재학/졸업 33명(24.4%) 대학원 재학/졸업 21명(15.6%)로 나타났다. 직업은 판매/서비스직이 39명(28.9%)으로 세 나라 중 가장 많은 비율을 차지하는 것으로 나타났으며, 또한 생산직/기술직의 경우 25명(18.5%)으로 홍콩과 말레이시아 비교 시 압도적으로 높게 나타났으며, 다음으로 전문직 24명(17.8%)으로 나타났다. 그에 비해 사무직/공무원은 4명(3%)로 세 나라 중 가장 낮게 나타나는 것을 확인 할 수 있다. 가족 월평균 소득의 경우 \$2,000-\$3,000이 44명(32.6%)로 높았으며, \$1,000-\$2,000 31명(23.7%), \$3,000-\$4,000 20명(14.8%) 순으로 나타났다.

〈4-1 표본의 인구통계적 특성〉

구분(총 n407)		홍콩(%) n144	말레이시아(%) n128	대만(%) n135
성별	남자	52 (36.1)	45 (35.2)	54 (40.0)
	여자	92 (63.9)	83 (64.8)	81 (60.0)
결혼	기혼	66 (45.8)	75 (58.6)	76 (56.3)
	미혼	78 (54.2)	53 (41.4)	59 (43.7)
연령	20대이하	36 (25.0)	38 (29.7)	20 (14.8)
	30대	47 (32.6)	43 (33.6)	53 (39.3)
	40대	24 (16.7)	22 (17.2)	23 (17.0)
	50대이상	37 (25.7)	25 (19.5)	39 (28.9)
학력	고졸 이하	47 (32.5)	16 (12.5)	33 (24.4)
	2년제 대학 재학/졸업	32 (22.2)	33 (25.8)	33 (24.4)

	4년제 대학 재학/졸업	44 (30.6)	53 (41.4)	48 (35.6)
	대학원 재학/졸업	21 (14.6)	26 (20.3)	21 (15.6)
직업	자영업	9 (06.3)	13 (10.2)	9 (06.7)
	판매/서비스직	22 (15.3)	31 (24.2)	39 (28.9)
	생산직/기술직	7 ( 4.9)	4 (03.1)	25 (18.5)
	전문직	30 (20.8)	24 (18.8)	24 (17.8)
	사무직/공무원	23 (16.0)	36 (28.1)	4 (03.0)
	가정주부	11 (07.6)	8 (06.3)	15 (11.1)
	기타	42 (29.2)	12 (09.4)	19 (14.1)
가족 월평균소득 달러기준 USD / \$	\$1,000-\$2,000	17 (11.8)	22 (17.2)	31 (23.7)
	\$2,000-\$3,000	30 (20.8)	48 (37.5)	44 (32.6)
	\$3,000-\$4,000	21 (14.6)	24 (18.8)	20 (14.8)
	\$4,000-\$5,000	17 (11.8)	5 (03.9)	6 (04.4)
	\$5,000-\$6,000	18 (12.5)	16 (12.5)	17 (12.6)
	\$6,000 이상	40 (27.8)	13 (10.2)	17 (12.6)

## 2. 관광행태적 특성

표본의 관광행태적 특성을 살펴보면 다음의 <표4-2 표본의 관광행태적 특성>과 같다. 먼저 홍콩관광객을 살펴보면 동반자형태는 친구 71명(49.3%), 가족 66명(45.8%)으로 친구와 가족을 합하면 95.1%로 구성의 대다수를 차지함을 알 수 있다. 제주 방문 횟수는 처음이 127(88.2%)로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 두 번이 13명(9%)로 나타났다. 여행기간은 5일 이상이 64명(44.4%), 4박5일이 56명(38.9%), 3박4일 22명(15.3%)로 거의 대부분이 최소 4일의 기간을 갖고 제주를 방문하는 것으로 나타났다. 관광정보 입수경로를 묻는 질문에서 인터넷 96명(66.7%)로 가장 높았으며 두 나라와 비교 시에도 인터넷을 통한 유입인원이 압도적으로 많은 것으로 나타났으며, 다음으로 지인추천 33명(22.9%)으로 또한 높게 나타났고 여행사는 5명(3.5%)로 거의 없는 것으로 보아 단체여행객 보다는 개별여행객의 비중이 많음을 알 수 있다. 여행비용은 \$1,000이하 43명(29.9%), \$1,000-\$1,500이 40명(27.8%), \$1,500-\$2,000 20명(13.9%), \$2,000-\$2,500 12명(8.3%), \$2,500-\$3,000 16명(11.1%), \$3,000이상 13명(9%) 순으로 \$2,500이상 소비자가 삼국 중 가장 많았다.

다음으로 말레이시아를 살펴보면 동반자를 묻는 질문에 가족이 45명 (35.2%), 친구 39명(30.5%), 동료 24명(18.8%)로 홍콩에 비해 친구와 동반하는 경우는 적지만 동료와 여행하는 경우는 더 많은 것을 확인 할 수 있다. 방문 횟수는 처음이 114명(89.1%)이고 두 번이 11명(8.9%)로 나타났다. 여행기간은 4박5일이 74명(57.8%)로 압도적으로 높았으며 2박3일 22명(17.2%), 5일 이상 18명(14.1%), 3박4일 13명(10.2%), 순으로 나타났으며 삼국 비교 시 타국은 2박 3일 여행객이 거의 없는 것에 비해 많은 인원이 2박3일 여행을 하는 것을 확인 할 수 있다. 관광정보 입수경로는 인터넷이 64명(50%)로 나타났고 홍콩과는 아주 다르게 여행사가 50명(39.1%)로 매우 높았으며 이는 단체여행객 비중이 높은 것으로 사료할 수 있다. 여행기간 4박5일과 많고 여행상품도 4박5일 상품이 많은 것으로 생각할 수 있다. 제주여행기간 동안 소비한 비용은 \$1,000-\$1,500 41명(32%), \$1,000이하 29명(22.7%), \$1,500-\$2,000 24명(18.8%), \$2,000-\$2,500 23명(18%), \$2,500-\$3,000 7명(5.5%), \$3,000이상 4명(3.1) 순으로 나타나다 \$1,500-\$2,500 구간이 세 나라 중 가장 높아 평균적 소비력이 높은 것으로 볼 수 있다.

마지막으로 대만의 경우 동반자는 가족 63명(43.7%), 친구 33명(24.4%), 동료 31명(23%)으로 말레이시아와 비슷한 것을 확인 할 수 있다. 방문 횟수는 처음이 112명(83%)으로 가장 높았으며, 세 번 이상이 15명(11.1%)로 10%이상의 인원이 세 번 이상 방문한 것으로 나타나 세 나라 중 가장 많은 인원이 여러번 제주를 방문한 것으로 나타났다. 여행기간은 4박5일이 65명(48.1%), 3박4일 42명(31.1%), 5일 이상 24명(17.8%)로 거의 대부분이 최소 4일정도 여행하는 것을 확인 할 수 있으며 특히 3박4일 비중이 삼국 중 가장 높게 나타났다. 관광정보는 인터넷이 50명(37%), 여행사가 47명(34.8%), 지인추천 28명(20.7%)으로 마치 홍콩과 말레이시아를 섞어 놓은 듯 인터넷·여행사·지인추천이 고르게 분포하여 단체여행객과 개별여행이 고르게 분포함을 알 수 있다. 여행비용은 \$1,000이하가 51명(37.8%), \$1,000-\$1,500 44명(32.6%), \$1,500-\$2,000 13명(9.6%), \$2,000-\$2,500 4명(3%), \$2,500-\$3,000 14명(10.4%), \$3,000이상 9명(6.4%) 순으로 나타났다.

〈표4-2 표본의 관광행태적 특성〉

구분(총 n407)		홍콩(%) n144	말레이시아(%) n128	대만(%) n135
여행 동반자	가족	66 (45.8)	45 (35.2)	63 (46.7)
	친구	71 (49.3)	39 (30.5)	33 (24.4)
	동료	2 ( 1.4)	24 (18.8)	31 (23.0)
	기타	5 ( 3.5)	20 (15.6)	8 (06.0)
제주 방문 횟수	처음	127 (88.2)	114 (89.1)	112 (83.0)
	두번	13 ( 9.0)	11 (8.6)	8 ( 5.9)
	세번이상	4 (02.8)	3 (02.3)	15 (11.1)
1회 관광 평균기간	2박 3일이하	2 (01.4)	23 (18.0)	4 (03.0)
	3박 4일	22 (15.3)	13 (10.2)	42 (31.1)
	4박 5일	56 (38.9)	74 (57.8)	65 (48.1)
	5일 이상	64 (44.4)	18 (14.1)	24 (17.8)
관광정보	인터넷	96 (66.7)	64 (50.0)	50 (37.0)
	여행사	5 (03.5)	50 (39.1)	47 (34.8)
	지인추천	33 (22.9)	11 (08.6)	28 (20.7)
	기타	10 (07.0)	3 (02.3)	10 (07.4)
여행비용 달러기준 USD / \$	\$1,000 이하	43 (29.9)	29 (22.7)	51 (37.8)
	\$1,000-\$1,500	40 (27.8)	41 (32.0)	44 (32.6)
	\$1,500-\$2,000	20 (13.9)	24 (18.8)	13 (09.6)
	\$2,000-\$2,500	12 (08.3)	23 (18.0)	4 (03.0)
	\$2,500-\$3,000	16 (11.1)	07 (05.5)	14 (10.4)
	\$3,000 이상	13 (09.0)	04 (03.1)	9 (06.4)

## 제2절 신뢰성 및 타당성 검증

측정한 자료의 측정척도가 바람직한지 검증하는 기준이 되는 신뢰도와 타당성은 연구자가 어떠한 측정방법을 선택하든지 간에 모든 측정치가 갖추어야 하는 중요한 특성이다. 신뢰성

이란 측정결과에 오차가 들어가 있지 않은 정도로, 신뢰성에 대한 검토를 통하여 측정값이 한 개념을 얼마나 일관성 있게 나타내는지를 판단할 수 있다. 타당성은 측정치가 의도한 것을 실제로 측정하고 있는 정도를 나타내는 것으로, 측정값이 측정하고자 하는 개념을 얼마나 잘 표현하는지 파악하는 것이다(노형진, 2011; 이군희 2012)

신뢰도와 타당도를 설명할 때 주로 화살과 과녁을 예로 들어 설명한다. 신뢰도가 낮다는 것은 화살을 쏠 때마다 과녁에 초점 없이 여기 저기 맞는 것과 같고, 타당도가 낮다는 것은 화살들이 과녁의 중앙이 아니라 엉뚱한 곳으로 향하는 것과 같다. 신뢰도와 타당도가 높다는 것은 화살을 여러 번 쏘았을 때, 매번 과녁의 중앙에 가깝게 적중하는 것과 같다.

본 연구는 가설검증을 위한 전 단계로서 먼저 홍콩·말레이시아·대만 관광객의 관광동기·관광지선택속·관광만족도 항목들에 대한 타당도와 신뢰도를 검정 하였다. 탐색적 요인분석(exploratory factor analysis)을 통하여 같은 개념을 측정하는 변수들이 하나의 요인으로 묶이는지 확인을 통하여 타당성을 검토하였다. 요인을 결정하기 위한 요인 추출법은 정보 손실을 최소화 하며 적은 수의 요인을 추출할 때 유용한 주성분분석을 사용했으며, 요인의 회전 방법은 요인들간의 독립성을 유지할 수 있도록 베리맥스(Varimax) 방법을 사용하였다. 표본 적합도를 알 수 있는 KMO(Kaiser-Mayer-Olkin)와 요인분석 모형의 적합성 여부를 판단하는 Barlett 구형성 검정을 실시하였다. KMO범위는 “0.9이상: 상당히 높은 설명도”, “0.8-0.89: 꽤 높은 설명도”, “0.7-0.79: 적당히 높은 설명도”, “0.6-0.69: 평범한 설명도”, “0.5-0.59: 낮은 설명도”, “0.5: 미만 받아들일 수 없음”을 의미한다. 신뢰도는 내적 일관성을 검증하기 위해 크롬바흐알파(Cronbach's alpha)지수를 사용하였다. 크롬바흐알파(Cronbach's alpha)지수의 범위는 “0.6이상: 수용할 수 있음”, “0.7이상: 바람직함”, “0.8 이상: 높음”, “0.9이상: 매우높음”을 의미한다.

## 1. 관광동기 요인

요인분석은 두 차례에 걸쳐 실시하였다. 처음 요인분석 시 “친구와 함께 시간을 보내기 위해서” 항목의 공통성이 0.427로 나타났다. 공통은 0.4이하이면 삭제하여 진행하는 것이 좋고 0.5이하 삭제로 가는 것이 더 확실하기에 연구자는 후자를 따르기로 하고 0.5이하인 항목 하나를 제거 후 요인 5가지로 설정하여 재 진행을 하였다.

다시 요인분석을 실시한 결과 휴식동기, 사회동기, 경험동기, 과시동기는 그대로 적출되었

으나 미적동기는 경험동기로 요인적재치가 편입되었고 그 외 '한류체험'과 '한국지식획득' 항목이 경험동기에서 빠져나와 또 하나의 요인으로 묶였다. 본 연구의 대상은 홍콩·말레이시아·대만으로 한류의 영향을 많이 받는 지역으로 한류와 관련된 속성이 따로 도출된 것으로 보였으며 연구자는 본 연구에서 이 요인을 한류동기라고 명명하였다.

총 분산설명력은 67.37% 고유값(eigen value)이 1.0 이상인 5개 하위요인으로, 각 항목과 요인과의 상관관계의 정도를 나타내는 요인적재량은 기준이  $\pm 4$ (또는  $\pm 3$ )으로 본 연구에서는 모두 0.5이상으로 나타나 적합하며 공통성 또한 0.5이상으로 타당한 것을 보여주었다. KMO(Kaiser-Mayer-Olkin)는 0.898로 높은 설명도를 보이며 Bartlett 구형성 검정  $\chi^2=6026.648$ , 유의확률 0.000으로 요인들의 상관관계가 유의하다고 측정되었다. 효율적인 분석을 위해서 타당도 분석 후 신뢰도 분석을 실시하였으며 요인별로 크롬바흐알파(Cronbach's alpha)지수가 0.859, 0.831, 0.848, 0.892, 0.660으로 모두 수용할 수 있음으로 나타났다.

요인 1의 분산설명력은 15.650%로, 고유값은 3.756으로 나타났다. "정신적 휴식", "스트레스 해소", "일상탈출", "기분전환", "육체적 휴식", "활력 증진" 6개의 항목으로 구성되었으며 반복되는 일상으로부터 벗어나 정신적 육체적 휴식을 취하며 스트레스를 해소하고 생활의 리듬을 개선하여 활력을 얻기 위한 '휴식동기'로 명명하였다.

요인 2의 분산설명력은 15.065%, 고유값은 3.616으로 나타났다. "성취감 증대", "사회적 친교", "친구·친지방문", "자기계발", "동료 친목도모" 5개의 항목으로 구성되었으며 가족 또는 사회적 상호작용 속에서 구성원들과의 화합, 결속력 및 유대감을 형성하고자 하는 동기로 가족·친구·동료와 같이 시간을 보내며 친목을 도모하는 '사회동기'로 명명하였다.

요인3은 분산설명력은 14.172%, 고유값은 3.401로 나타났다. "역사·문화 탐방", "자연 직접경험", "경관감상", "새로운 것 체험", "음식문화 체험", "좋은 공기·날씨 경험" 6개 문항으로 일상을 벗어난 곳에서 새로운 것을 보고 듣고 느끼며 지식을 얻고 역사와 문화 등을 탐방하는 '경험동기'로 명명하였다.

요인4는 분산설명력은 13.571%, 고유값은 3.257로 나타났으며, "SNS 게재", "여행 경험담 이야기", "주변에 자랑하기", "여행사진 보여주기" 4개문항으로 여행할 수 있는 구매능력을 다른 사람에게 보여주거나 주변사람들이 아직 경험하지 못한 것을 자랑하고자 하는 욕구에서 발생하는 동기로 '과시동기'로 명명하였다.

요인5는 분산설명력 8.909%, 고유값 2.138로 나타났으며, "한류체험", "한국 지식획득"



2개문항으로 한류의 영향을 받아 한국에 대한 관심으로 한국을 체험하고자 하는 ‘한류동기’로 명명하였다.

〈표4-3 관광동기 요인분석 결과 및 신뢰성 검증결과〉

요인명	측정변수	요인분석				신뢰도
		요인 적재량	공통성	고유값	분산 설명(%)	알파값
휴식동기 (6문항)	정신적 휴식	.772	.761	3.756	15.650	.859
	스트레스 해소	.739	.718			
	일상탈출	.702	.645			
	기분전환	.694	.631			
	육체적 휴식	.672	.553			
	활력을 증진	.624	.645			
사회동기 (5문항)	성취감 증대	.719	.647	3.616	15.065	.831
	사회적 친교	.690	.682			
	친구·친지 방문	.618	.647			
	자기계발	.616	.672			
	동료 친목도모	.584	.452			
경험동기 (6문항)	역사·문화 탐방	.504	.602	3.401	14.172	.848
	자연 직접 경험	.855	.834			
	경관 감상	.851	.823			
	새로운 것 체험	.637	.625			
	음식문화 체험	.594	.556			
	좋은공기·날씨경험	.527	.600			
과시동기 (4문항)	SNS 게재	.838	.816	3.257	13.571	.892
	여행 경험담 이야기	.774	.744			
	주변에 자랑위함	.760	.781			
	여행사진 보여줌	.757	.823			
한류동기 (2문항)	한류 체험	.684	.662	2.138	8.909	.660
	한국 지식 획득	.652	.750			
모델검증		KMO=.898 Bartlett 구형성 검사 x2=6026.648, sig.=.000				



## 2. 관광지 선택속성 요인

총 분산설명력은 71.92% 고유값(eigen value)이 1.0 이상인 5개 하위요인으로, 각 항목과 요인과의 상관관계의 정도를 나타내는 요인적재량은 기준이  $\pm 4$ (또는  $\pm 3$ )으로 본 연구에서는 모두 0.5이상으로 나타나 적합하며 공통성 또한 0.5이상으로 타당한 것을 보여주었다. KMO(Kaiser-Mayer-Olkin)는 0.916으로 높은 설명도를 보이며 Bartlett 구형성 검정  $\chi^2=6774.524$ , 유의확률 0.000으로 요인들의 상관관계가 유의하다고 측정되었다. 효율적인 분석을 위해서 타당도 분석 후 신뢰도 분석을 실시하였으며 요인별로 크롬바흐알파(Cronbach's alpha)지수가 0.904, 0.843, 0.903, 0.803, 0.802로 모두 수용할 수 있음으로 나타났다.

요인분석을 실시한 결과 선행연구 결과와 마찬가지로 자연환경성, 숙박시설 및 음식, 편리성, 사회문화성, 비용편익성의 다섯 가지 요인으로 나뉘었다. 그런데 자연환경성, 사회문화성, 비용편익성은 정확히 일치하는데 반해서 숙박시설 및 음식에서 “숙박시설의 서비스”는 편리성속성으로 편입되었으며, 편리성에서 “관광지의 높은 안전성”, “관광안내시설”, “편리한 쇼핑시설”은 숙박시설 및 음식속성으로 편입되었다. 제주를 방문한 홍콩·말레이시아·대만 관광객을 통한 설문에서 편의시설과 편리성이라는 부분의 중복되는 의미가 있다 보니 요인적재치에서 위치가 변경되는 결과가 있었던 것으로 보인다.

요인 1의 분산설명력은 20.471%로, 고유값은 4.708으로 나타났다. “다양한 편의시설”, “다양한 음식”, “음식의 맛”, “관광지의 높은 안정성”, “숙박시설의 청결과 안전성”, “편리한 쇼핑시설”, “관광안내시설” 7개의 항목으로 구성되었으며 ‘숙박 시설 및 음식’으로 명명하였다.

요인 2의 분산설명력은 14.392%, 고유값은 3.310으로 나타났다. “역사적 매력물”, “관광지의 선진화”, “다양한 관광시설”, “제주의 색다른 생활양식” 4개의 항목으로 구성되었으며 ‘사회문화성’으로 명명하였다.

요인3은 분산설명력은 14.202%, 고유값은 3.267로 나타났다. “저렴한 숙박요금”, “저렴한 관광상품 가격”, “저렴한 항공요금”, “저렴한 현지물가” 4개 문항으로 ‘비용편익성’으로 명명하였다.

요인4는 분산설명력은 11.976%, 고유값은 2.754로 나타났으며, “관광종사원의 친절성”, “편리한 교통”, “숙박시설 서비스” 3개 문항으로 ‘편리성’으로 명명하였다.

요인5는 분산설명력 10.880%, 고유값 2.502로 나타났으며, “제주의 기후”, “제주의 자연경관”, “관광지의 청결도”, “이국적 분위기” 4개문항으로 ‘자연환경성’으로 명명하였다.

〈표4-4 관광지 선택속성 요인분석 및 신뢰성 검증 결과〉

요인명	측정변수	요인분석				신뢰도
		요인 적재량	공통 성	고유값	분산 설명(%)	알파값
숙박 시설 및 음식 (7문항)	다양한 편의시설	.750	.728	4.708	20.471	.904
	다양한 음식	.717	.678			
	음식의 맛	.713	.648			
	관광지의 높은 안정성	.670	.661			
	숙박시설의 청결과 안전성	.657	.668			
	편리한 쇼핑시설	.597	.690			
	관광안내시설	.592	.661			
사회문 화성 (4문항)	역사적인 매력물	.774	.748	3.310	14.392	.843
	관광지의 선진화	.711	.672			
	다양한 관광시설	.603	.647			
	제주의 색다른 생활양식	.563	.743			
비용편 익성 (4문항)	저렴한 숙박요금	.881	.892	3.267	14.202	.903
	저렴한 관광상품 가격	.839	.844			
	저렴한 항공요금	.821	.828			
	저렴한 현지 물가	.790	.787			
편리성 (3문항)	관광종사원의 친절성	.722	.770	2.754	11.976	.803
	편리한 교통	.671	.708			
	숙박시설 서비스	.641	.712			
자연환 경 (4문항)	제주의 기후	.748	.681	2.502	10.880	.802
	제주의 자연경관	.697	.777			
	관광지의 청결도	.635	.687			
	이국적 분위기	.558	.644			
모델검증		KMO=.916 Bartlett 구형성 검사 x2=6774.524, sig.=.000				

### 3. 관광만족도 요인

총 분산설명력은 68.687% 고유값(eigen value)이 1.0 이상인 1개 하위요인으로, 각 항목과 요인과의 상관관계의 정도를 나타내는 요인적재량은 기준이  $\pm 4$ (또는  $\pm 3$ )으로 본 연

구에서는 모두 0.5이상으로 나타나 적합하며 공통성 또한 0.5이상으로 타당한 것을 보여주었다. KMO(Kaiser-Mayer-Olkin)는 0.879으로 높은 설명도를 보이며 Bartlett 구형성 검정  $\chi^2=1557.104$ , 유의확률 0.000으로 요인들의 상관관계가 유의하다고 측정되었다. 효율적인 분석을 위해서 타당도 분석 후 신뢰도 분석을 실시하였으며 크롬바흐알파(Cronbach's alpha)지수가 0.906으로 수용 할 수 있음으로 나타났다.

요인은 관광만족으로 고유값 4.708으로 나타났다. “관광스케줄 만족”, “전반적만족”, “비용대비 만족”, “기대 이상만족”, “지인에게 추천”, “재방문 의사” 6개의 항목으로 구성되었다.

〈표4-5 관광만족 요인분석 및 신뢰성 검증 결과〉

요인명	측정변수	요인분석				신뢰도
		요인 적재량	공통성	고유값	분산 설명(%)	알파값
관광만족	관광스케줄 만족	.881	.619	4.121	68.687	.906
	전반적 만족	.868	.753			
	비용대비 만족	.850	.548			
	기대 이상 만족	.838	.777			
	지인에게 추천의사	.787	.722			
	재방문 의사	.740	.702			
모델검증		KMO=.879 Bartlett 구형성 검사 x2=1557.104, sig.=.000				

### 제 3절 국적별 차이검증

표본의 국가별 특성 즉, 홍콩·말레이시아·대만 관광객에 따른 관광동기, 관광지선택속성, 만족도의 차이 있는지 검증하기 위해서 일원배치분석(ANOVA)를 실시하였다. 또한, 제 1가설인 “국적에 따른 관광동기에 차이가 있을 것이다.”를 일원배치분석을 통하여 분석하였으며 차이가 존재하는 경우 사후분석을 하여 부등호로 제시하였다. 사후분석은 “등분산을 가정함(유의확률 0.05보다 큰 경우)”에서는 Scheffe(C)를 “등분산을 가정하지 않음(유의확률이

0.05보다 작은 경우)일때는 DUnnett의 T3를 선택하여 사후검증을 진행했다.

## 1. 국적별 관광동기

요인분석을 통해 확인된 5가지 동기요인을 종속변수로 국적을 독립변수로 하여 일원배치 분석(ANOVA)을 실시하였다.

관광객의 국가에 따른 관광동기 차이는 다섯 가지 모든 요인에서 차이가 있음으로 나타났고 휴식동기 요인의 경우 홍콩과 대만이 비슷하게 나타났다. 분석결과, 국가별 휴식동기의 유의확률은 0.000의 수치를 보여 평균차이가 있음을 확인 했다. 사회동기 유의확률은 0.000의 수치를 나타내 평균차이가 있음을 확인했다. 경험동기 또한 유의확률 0.000의 수치를 보였으며 과시동기와 한류동기도 0.000의 유의확률 수치를 보이며 평균차이가 있음을 입증하였다. 분석에 따른 자세한 결과와 사후검증 결과는 <표4-6 국가 별 관광동기 차이 분석>을 통해 확일 할 수 있다

이로써 가설1로 설정하였던 “국적에 따른 관광동기에 차이가 있을 것이다”는 귀무가설이 기각되고 대립가설이 채택되었다.

<표4-6 국적 별 관광동기 차이분석 결과>

종속변수	독립변수	평균	표준편차	F값/유의확률	사후검증결과
휴식동기	홍콩(a)	3.8950	.62115	8.730/0.000	b>a,c (Dunnett T3)
	말레이시아(b)	4.2145	.72385		
	대만(c)	4.0025	.56921		
사회동기	홍콩(a)	2.5836	.94322	50.403/0.000	b>c>a (Scheffe)
	말레이시아(b)	3.6047	.77720		
	대만(c)	3.2833	.86175		
경험동기	홍콩(a)	4.1347	.57513	8.691/0.000	b>a,c (Scheffe)
	말레이시아(b)	4.4070	.60485		
	대만(c)	4.1616	.58135		
과시동기	홍콩(a)	2.7774	1.04268	22.621/0.000	b>c>a (Scheffe)
	말레이시아(b)	3.6163	1.15711		
	대만(c)	3.1799	.87986		
한류동기	홍콩(a)	3.1130	.93913	35.014/0.000	b>c>a (Scheffe)
	말레이시아(b)	4.0078	.79546		
	대만(c)	3.6136	.91966		

## 2. 국적별 관광지선택속성

요인분석을 통해 확인된 5가지 관광지선택요인을 종속변수로 국적을 독립변수로 하여 일원배치분석(ANOVA)을 실시하였다.

국적에 따른 관광객의 관광지 선택속성의 차이는 비용편익성을 제외한 모든 요인에서 차이가 있음으로 나타났다. 분석결과, 국가별로 숙박 시설 및 음식 요인의 유의확률은 0.000의 수치를 보여 평균차이가 있음을 확인 했고, 사후검증결과 말레이시아와 대만은 비슷한 것으로 확인 했다. 사회문화성 요인의 유의확률은 0.000의 수치를 나타내 평균차이가 있음을 확인했으며 사후검증결과 말레이시아와 대만은 비슷한 수치를 나타냈다. 경제성 요인의 유의확률 0.535로 0.05보다 유의확률이 크게 나타나 평균차이가 없음을 확인 하였다. 편리성 요인의 유의확률 수치 0.000의 수치를 나타내 평균차이가 있음을 확인 하였고, 사후검증 결과 말레이시아와 대만은 평균차이가 비슷한 것으로 확인 했다. 자연환경성 요인의 유의확률은 0.015 수치를 보이며 평균차이가 있음을 입증하였다. 분석에 따른 자세한 결과와 사후검증 결과는 <표4-7 국가 별 관광지선택속성 차이 분석>을 통해 확일 할 수 있다

<표4-7 국적 별 관광지선택속성 차이 분석결과>

종속변수	독립변수	평균	표준편차	F값/유의확률	사후검증결과
숙박 시설 및 음식	홍콩(a)	3.9119	.68053	8.199/0.000	b,c>a (Scheffe)
	말레이시아(b)	4.2016	.57355		
	대만(c)	4.1310	.60198		
사회문화성	홍콩(a)	3.7086	.75749	20.707/0.000	b,c>a (Dunnett T3)
	말레이시아(b)	4.2093	.65311		
	대만(c)	4.0739	.57851		
비용편익성	홍콩(a)	3.5394	.88312	0.627/0.535	기각
	말레이시아(b)	3.4380	1.01600		
	대만(c)	3.4337	.77463		
편리성	홍콩(a)	3.8690	.77310	11.281/0.000	b,c>a (Dunnett T3)
	말레이시아(b)	4.2222	.61848		
	대만(c)	4.1768	.61151		
자연환경	홍콩(a)	4.1389	.60503	4.228/0.015	b>a (Dunnett T3)
	말레이시아(b)	4.3430	.65257		
	대만(c)	4.2083	.48662		

### 3. 국적별 관광만족도

국적에 따른 관광객의 만족도의 차이는 유의확률 0.005의 수치를 보여 평균차이가 있음으로 확인했으며 사후검증 결과 홍콩과 대만의 평균차이는 크지 않고 비슷하며 말레이시아가 다소 높게 나타난 것을 알 수 있었다. 분석에 따른 자세한 결과와 사후검증 결과는 <표4-8 국가 별 관광만족도 차이 분석결과>을 통해 확일 할 수 있다.

<표4-8 국적 별 관광만족도 차이 분석결과>

종속변수	독립변수	평균	표준편차	F값/유의확률	사후검증결과
관광만족도	홍콩(a)	4.0586	.55156	5.317/0.005	b>a,c (Dunnett T3)
	말레이시아(b)	4.2907	.60927		
	대만(c)	4.0980	.70191		

### 제 4절 연구가설의 검증

제주를 방문하는 국제관광객의 관광동기와 관광지선택속성 및 만족도의 영향관계를 확인하기 위하여 다중회귀분석을 실시하였다. 회귀분석은 관찰된 연속형 변수들에 대한 독립변수와 종속변수의 사이의 상관관계를 나타내며 선형 관계식을 구하는 방법으로 독립변수가 변화함에 따라 종속변수가 어떻게 변하는지를 규명하며 상호관련성 정도와 방향에 관한 정보를 예측할 수 있다.

회귀분석의 해석 시 R값을 확인하여, 독립변수와 종속변수의 상관관계를 확인한다. R값의 해석은 “R이 -1.0과 -0.7사이이면, 강한 음적 선형관계”, “R이 -0.7과 -0.3 사이이면, 뚜렷한 음적 선형관계”, “R이 -0.3과 -0.1 사이이면 약한 음적 선형관계”, “R이 -0.1과 +0.1 사이이면 거의 무시될 수 있는 선형관계”, “R이 +0.1과 +0.3사이이면, 약한 양적 선형관계”, “R이 +0.3과 +0.7사이이면, 뚜렷한 양적 선형관계”, “R이 +0.7과 +0.1사이이면, 강한 양적 선형관계”로 상관관계의 정도를 해석 할 수 있다. R의 제곱값을 확인하여, 종속변수

가 독립변수에 의해 설명되는 설명력을 확인 할 수 있다.

또한 Durbin-Watson(DW)값을 확인하여, 잔차(residual)간의 상관관계를 확인 할 수 있다. Durbin-Watson(DW) 범위는 1차 자기상관을 나타내고 범위는 0-4이며, “0은 양의 자기상관”, “2는 독립”, “4는 음의 자기상관”을 의미한다. 확실한 기준은 없으나, 대략적으로 1.5-2.5 사이이면 독립으로 판단하고, 1보다 작거나 3보다 크면 장기상관이 있어 회귀모형이 적합하지 않는 것으로 판단한다.

t값은  $\pm 1.96$ 보다 크고, 유의확률(p)가 0.5보다 작을 때 여향을 미친다는 가설을 유의미하다고 판단한다.

표준화계수  $\beta$ 값을 확인하여 어떤 변인이 상대적으로 더 많은 영향을 주는지 판단하며 값이  $\pm 1$ 에 가까울수록 높은 영향력을 주며 양수면 정적영향을 음수면 부적 영향을 준다. 공차한계(Tolerance) 0.1이상인지를 확인하여 다중공선성의 문제 확인을 통하여 회귀모형 적합 여부를 판단할 수 있다.

#### 1. (가설1) 검증

H1: 국제관광객동기에 차이가 있을 것이다.
--------------------------

가설1의 경우 일원배치분석(ANOVA)을 통하여 차이가 있음을 입증하였다. 자세한 결과는 <표4-6 국가 별 관광동기 차이 분석결과>에서 확인 할 수 있다.

#### 2. (가설2) 검증

H2: 국제관광객동기는 관광지선택속성에 유의미한 차이가 있을 것이다.
--

관광지 선택속성이 국적 별 관광동기로부터 받는 영향을 규명하기 위해 관광동기의 하위요인인 휴식동기, 사회동기, 경험동기, 과시동기, 한류동기를 독립변인으로, 관광지 선택속성을 종속변인으로 설정하여 다중회귀분석을 실시하였다.

### 1) 관광동기가 선택속성 중 숙박시설 및 음식에 미치는 영향 분석

제주를 방문하는 국제관광객의 국적 별 관광동기가 관광지 선택속성 중 숙박시설 및 음식에 어떠한 영향을 미치는지 알아보기 위하여 다중회귀분석을 실시하였으며, 그 결과표는 <표 4-9>와 같다.

우선 홍콩의 회귀모형은  $p=0.000$ 에서  $F=14.107$  수치를 보이며, 회귀식에 대한  $R^2=0.351$ 으로 35.1%(수정계수에 의하면 32.7%)의 설명력을 보이고 있다.

Durbin-Watson은 1.756으로 잔차들 간에 상관관계가 없어 회귀모형이 적합한 것으로 나타나고 있다. 관광동기의 하위요인과 관광지선택속의 영향관계를 분석한 결과 경험동기( $t=4.445$ ,  $p=0.000$ )와 과시동기( $t=2.371$ ,  $p=0.019$ )가  $p<0.05$ 로 숙박시설 및 음식 속성에 유의미한 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다. 그리고 숙박시설 및 음식 속성에 영향을 미치는 하위요인의 중요도를 판단하기 위하여 경험동기와 과시동기의 표준화 회귀계수  $\beta$  값 비교한 결과 경험동기( $\beta=0.405$ ), 과시동기( $\beta=0.216$ )으로 나타나 경험동기가 과시동기보다 숙박 시설 및 음식속성에 더 큰 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 관광동기의 하위요인 중 경험동기와 과시동기가 높을수록 숙박시설 및 음식 속성의 중요도가 높다고 할 수 있으며, 휴식동기, 사회동기와 한류동기는 숙박 및 음식 속성에 영향을 주지 못한다고 볼 수 있다.

다음으로 말레이시아의 회귀모형은  $p=0.000$ 에서  $F=26.441$  수치를 보이며, 회귀식에 대한  $R^2=0.518$ 으로 51.8%(수정계수에 의하면 49.8%)의 설명력을 보이고 있다.

Durbin-Watson은 1.753으로 잔차들 간에 상관관계가 없어 회귀모형이 적합한 것으로 나타나고 있다. 관광동기의 하위요인과 관광지선택속의 영향관계를 분석한 결과 경험동기( $t=5.782$ ,  $p=0.000$ )와 과시동기( $t=2.966$ ,  $p=0.004$ )가  $p<0.05$ 로 숙박시설 및 음식 속성에 유의미한 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다. 그리고 숙박시설 및 음식 속성에 영향을 미치는 하위요인의 중요도를 판단하기 위하여 경험동기와 과시동기의 표준화 회귀계수  $\beta$  값 비교한 결과 경험동기( $\beta=0.559$ ), 과시동기( $\beta=0.247$ )으로 나타나 경험동기가 과시동기보다 숙박 시설 및 음식속성에 더 큰 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 관광동기의 하위요인 중 경험동기와 과시동기가 높을수록 숙박시설 및 음식 속성의 중요도가 높다고 할 수 있으며, 휴식동기, 사회동기와 한류동기는 숙박 및 음식 속성에 영향을 주지 못한다고 볼 수 있다.

마지막으로 대만의 회귀모형은  $p=0.000$ 에서  $F=29.114$  수치를 보이며, 회귀식에 대한



R<sup>2</sup>=0.536으로 53.6%(수정계수에 의하면 51.8%)의 설명력을 보이고 있다.

Durbin-Watson은 2.213으로 잔차들 간에 상관관계가 없어 회귀모형이 적합한 것으로 나타나고 있다. 관광동기의 하위요인과 관광지선택속의 영향관계를 분석한 결과 휴식동기(t=2.584, p=0.011)와 사회동기(t=2.184, p=0.031)가 경험동기(t=6.097, p=0.000)와 한류동기(t=-4.143, p=0.004)가 p<0.05로 숙박시설 및 음식 속성에 유의미한 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다. 그리고 숙박시설 및 음식 속성에 영향을 미치는 하위요인의 중요도를 판단하기 위하여 휴식동기, 사회동기, 경험동기와 한류동기의 표준화 회귀계수 β값 비교한 결과 휴식동기(β=0.182), 과시동기(β=0.183) 경험동기(β=0.450), 한류동기(β=-4.143)으로 나타나 경험동기가 휴식동기 사회동기 보다 숙박 시설 및 음식속성에 더 큰 정적 영향을 미치는 것으로 나타났으며 한류동기는 부적 영향을 미치는 것으로 나타났다.. 따라서 관광동기의 하위요인 중 휴식동기, 사회동기, 경험동기가 높을수록 숙박시설 및 음식 속성의 중요도가 높다고 할 수 있으며 반대로 한류동기가 높을수록 숙박 시설 및 음식 속성의 중요도는 낮다고 할 수 있다. 과시동기는 숙박 및 음식 속성에 영향을 주지 못한다고 볼 수 있다.

변수 구성개념		〈종속변수〉 숙박시설 및 음식				
		〈독립변수1〉 휴식동기	〈독립변수2〉 사회동기	〈독립변수3〉 경험동기	〈독립변수4〉 과시동기	〈독립변수5〉 한류동기
홍 콩	표준오차	.092	.077	.108	.060	.067
	베타계수	.155	-.123	.405	.216	.100
	t값	1.854	-1.148	4.445	2.371	1.083
	유의확률	.066	.253	.000	.019	.281
	공차한계	.660	.402	.558	.558	.548
	R=.592, R <sup>2</sup> =.351, 수정된R <sup>2</sup> =.327 F= 15.120, p=0.000, Durbin-Watson=1.756					
말 레 이 시 아	표준오차	.072	.071	.092	.041	.074
	베타계수	.138	-.014	.559	.247	-.124
	t값	1.512	-.147	5.782	2.966	-1.201
	유의확률	.133	.883	.000	.004	.232
	공차한계	.473	.427	.419	.564	.368
	R=.720, R <sup>2</sup> =.518, 수정된R <sup>2</sup> =.498 F= 26.441, p=0.000, Durbin-Watson=1.753					
대 만	표준오차	.074	.058	.076	.052	.041
	베타계수	.182	.183	.450	.131	-.261
	t값	2.584	2.184	6.097	1.715	-4.143
	유의확률	.011	.031	.000	.089	.000
	공차한계	.745	.526	.675	.628	.925
	R=.732, R <sup>2</sup> =.536, 수정된R <sup>2</sup> =.518 F= 29.114, p=.000, Durbin-Watson=2.213					

〈표4-9 국적 별 관광동기가 관광지 선택속성에 미치는 영향 분석결과〉

## 2) 관광동기가 사회문화성 선택속성에 미치는 영향 분석

제주를 방문하는 국제관광객의 국적 별 관광동기가 관광지 선택속성 중 사회문화성에 어떠한 영향을 미치는지 알아보기 위하여 다중회귀분석을 실시하였으며, 그 결과표는 <표 4-10>와 같다.

우선 홍콩의 회귀모형은  $p=0.000$ 에서  $F=20.214$  수치를 보이며, 회귀식에 대한  $R^2=0.421$ 으로 42.1%(수정계수에 의하면 40.0%)의 설명력을 보이고 있다.

Durbin-Watson은 1.777으로 잔차들 간에 상관관계가 없어 회귀모형이 적합한 것으로 나타나고 있다. 관광동기의 하위요인과 관광지선택속의 영향관계를 분석한 결과 경험동기( $t=4.980$ ,  $p=0.000$ )와 과시동기( $t=2.796$ ,  $p=0.006$ )가  $p<0.05$ 로 사회문화성에 유의미한 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다. 그리고 사회문화성에 영향을 미치는 하위요인의 중요도를 판단하기 위하여 경험동기와 과시동기의 표준화 회귀계수  $\beta$ 값 비교한 결과 경험동기( $\beta=0.431$ ), 과시동기( $\beta=0.243$ )으로 나타나 경험동기가 과시동기보다 사회문화성에 더 큰 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 관광동기의 하위요인 중 경험동기와 과시동기가 높을수록 사회문화성에 중요도가 높다고 할 수 있으며, 휴식동기, 사회동기와 한류동기는 사회문화성에 영향을 주지 못한다고 볼 수 있다.

다음으로 말레이시아의 회귀모형은  $p=0.000$ 에서  $F=36.609$  수치를 보이며, 회귀식에 대한  $R^2=0.598$ 으로 59.8%(수정계수에 의하면 58.2%)의 설명력을 보이고 있다.

Durbin-Watson은 1.750으로 잔차들 간에 상관관계가 없어 회귀모형이 적합한 것으로 나타나고 있다. 관광동기의 하위요인과 관광지선택속의 영향관계를 분석한 결과 사회동기( $t=2.103$ ,  $p=0.038$ )와 경험동기( $t=5.926$ ,  $p=0.000$ )가  $p<0.05$ 로 사회문화성에 유의미한 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다. 그리고 사회문화성에 영향을 미치는 하위요인의 중요도를 판단하기 위하여 사회동기와 경험동기의 표준화 회귀계수  $\beta$ 값 비교한 결과 사회동기( $\beta=0.184$ ), 경험동기( $\beta=0.524$ )으로 나타나 경험동기가 사회동기보다 사회문화성에 더 큰 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 관광동기의 하위요인 중 경험동기와 사회동기가 높을수록 사회문화성의 중요도가 높다고 할 수 있으며, 휴식동기, 과시동기와 한류동기는 사회문화성에 영향을 주지 못한다고 볼 수 있다.

마지막으로 대만의 회귀모형은  $p=0.000$ 에서  $F=14.949$  수치를 보이며, 회귀식에 대한  $R^2=0.372$ 으로 37.2%(수정계수에 의하면 34.7%)의 설명력을 보이고 있다.

Durbin-Watson은 2.035으로 잔차들 간에 상관관계가 없어 회귀모형이 적합한 것으로

나타나고 있다. 관광동기의 하위요인과 관광지선택속의 영향관계를 분석한 결과 휴식동기 ( $t=2.717$ ,  $p=0.008$ )와 경험동기( $t=5.021$ ,  $p=0.000$ )가  $p<0.05$ 로 사회문화성에 유의미한 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다. 그리고 사회문화성에 영향을 미치는 하위요인의 중요도를 판단하기 위하여 휴식동기와 경험동기의 표준화 회귀계수  $\beta$ 값 비교한 결과 휴식동기( $\beta=0.222$ ), 경험동기( $\beta=0.431$ )으로 나타나 경험동기가 휴식동기보다 사회문화성에 큰 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 관광동기의 하위요인 중 경험동기와 휴식동기가 높을수록 사회문화성의 중요도가 높다고 할 수 있으며, 사회동기, 과시동기와 한류동기는 사회문화성에 영향을 주지 못한다고 볼 수 있다.

〈표4-10 국적 별 관광동기가 사회문화성에 미치는 영향 분석결과〉

변수 구성개념		〈종속변수〉 사회문화성				
		〈독립변수1〉 휴식동기	〈독립변수2〉 사회동기	〈독립변수3〉 경험동기	〈독립변수4〉 과시동기	〈독립변수5〉 한류동기
홍 콩	표준오차	0.098	0.082	0.114	0.063	0.070
	베타계수	.084	-.025	.431	.243	.103
	t값	1.054	-.241	4.980	2.796	1.183
	유의확률	.294	.810	.000	.006	.239
	공차한계	.653	.392	.557	.551	.546
	R=.649, R <sup>2</sup> =.421, 수정된R <sup>2</sup> =.400 F= 20.214, p=0.000, Durbin-Watson=1.777					
말 레이 시아	표준오차	.075	.074	.095	.043	.077
	베타계수	.081	.184	.524	.074	.019
	t값	.975	2.103	5.926	.976	.204
	유의확률	.332	.038	.000	.331	.838
	공차한계	.473	.427	.419	.564	.368
	R=.773, R <sup>2</sup> =.598, 수정된R <sup>2</sup> =.582 F= 36.609, p=0.000, Durbin-Watson=1.750					
대 만	표준오차	.083	.065	.085	.059	.046
	베타계수	.222	.065	.431	.032	-.043
	t값	2.717	.667	5.021	.356	-.591
	유의확률	.008	.506	.000	.722	.555
	공차한계	.745	.526	.675	.628	.925
	R=.610, R <sup>2</sup> =.372, 수정된R <sup>2</sup> =.347 F= 14.949, p=0.000, Durbin-Watson=2.035					

### 3) 관광동기가 선택속성 중 비용편익성에 미치는 영향 분석

제주를 방문하는 국제관광객의 국적 별 관광동기가 관광지 선택속성 중 비용편익성에 어떠한 영향을 미치는지 알아보기 위하여 다중회귀분석을 실시하였으며, 그 결과표는 <표 4-11>와 같다.

우선 홍콩의 회귀모형은  $p=0.000$ 에서  $F=11.724$  수치를 보이며, 회귀식에 대한  $R^2=0.295$ 으로 29.5%(수정계수에 의하면 27.0%)의 설명력을 보이고 있다.

Durbin-Watson은 1.735으로 잔차들 간에 상관관계가 없어 회귀모형이 적합한 것으로 나타나고 있다. 관광동기의 하위요인과 관광지선택속의 영향관계를 분석한 결과 한류동기( $t=2.935$ ,  $p=0.004$ )가  $p<0.05$ 로 경제성에 유의미한 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다. 한류동기의 표준화회귀계수  $\beta$ 값=0.281로 나타났다. 따라서 관광동기의 하위요인 중 한류동기가 높을수록 비용편익성의 중요도가 높다고 할 수 있으며, 휴식동기, 사회동기, 경험동기와 과시동기는 비용편익성에 영향을 주지 못한다고 볼 수 있다.

다음으로 말레이시아의 회귀모형은  $p=0.000$ 에서  $F=10.497$  수치를 보이며, 회귀식에 대한  $R^2=0.299$ 으로 29.9%(수정계수에 의하면 27.1%)의 설명력을 보이고 있다.

Durbin-Watson은 2.042으로 잔차들 간에 상관관계가 없어 회귀모형이 적합한 것으로 나타나고 있다. 그러나 동기 요인의  $t$ 값과 유의확률은 확인해 보면 모든 동기요인의  $t$ 값이  $\pm 1.96$ 보다 작고 유의확률이 0.05보다 크므로 말레이시아인의 동기요인은 비용편익성에 유의미한 영향을 미치지 않는 것을 알 수 있다.

마지막으로 대만의 회귀모형은  $p=0.000$ 에서  $F=5.344$  수치를 보이며, 회귀식에 대한  $R^2=0.175$ 으로 17.5%(수정계수에 의하면 14.2%)의 설명력을 보이고 있다.

Durbin-Watson은 1.451으로 잔차들 간에 상관관계가 없어 회귀모형이 적합한 것으로 나타나고 있다. 관광동기의 하위요인과 관광지선택속의 영향관계를 분석한 결과 과시동기( $t=2.791$ ,  $p=0.006$ )가  $p<0.05$ 로 비용편익성에 유의미한 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다. 그리고 과시동기의 표준화 회귀계수  $\beta$ 값은 0.431로 나타났다. 따라서 관광동기의 하위요인인 과시동기가 높을수록 비용편익성에 중요도가 높다고 할 수 있으며, 휴식동기, 사회동기, 경험동기와 한류동기는 비용편익성에 영향을 주지 못한다고 볼 수 있다.

〈표4-11 국적 별 관광동기가 비용편익성에 미치는 영향 분석 결과〉

변수 구성개념		〈중속변수〉 비용편익성				
		〈독립변수1〉 휴식동기	〈독립변수2〉 사회동기	〈독립변수3〉 경험동기	〈독립변수4〉 과시동기	〈독립변수5〉 한류동기
홍 콩	표준오차	.124	.105	.146	.080	.090
	베타계수	.094	.050	.176	.115	.281
	t값	1.081	.443	1.851	1.214	2.935
	유의확률	.282	.658	.066	.227	.004
	공차한계	.660	.402	.558	.558	.548
	R=.543, R <sup>2</sup> =.295, 수정된R <sup>2</sup> =.270 F= 11.724, p=.000, Durbin-Watson=1.735					
말 레이 시아	표준오차	.154	.151	.196	.088	.159
	베타계수	-.003	.170	.214	.139	.128
	t값	-.027	1.470	1.831	1.383	1.028
	유의확률	.978	.144	.069	.169	.306
	공차한계	.473	.427	.419	.564	.368
	R=.547, R <sup>2</sup> =.299, 수정된R <sup>2</sup> =.271 F= 10.497, p=.000, Durbin-Watson=2.042					
대 만	표준오차	.128	.100	.131	.090	.071
	베타계수	.096	.090	-.073	.285	.154
	t값	1.029	.806	-.740	2.791	1.828
	유의확률	.305	.422	.461	.006	.070
	공차한계	.745	.526	.675	.628	.925
	R=.418, R <sup>2</sup> =.175, 수정된R <sup>2</sup> =.142 F= 5.344, p=.000, Durbin-Watson=1.451					

#### 4) 관광동기가 선택속성 중 편리성에 미치는 영향 분석

제주를 방문하는 국제관광객의 국적 별 관광동기가 관광지 선택속성 중 편리성에 어떠한 영향을 미치는지 알아보기 위하여 다중회귀분석을 실시하였으며, 그 결과표는 〈표4-12〉와 같다.

우선 홍콩의 회귀모형은  $p=0.000$ 에서  $F=10.319$  수치를 보이며, 회귀식에 대한  $R^2=0.271$ 으로 27.1%(수정계수에 의하면 24.4%)의 설명력을 보이고 있다.

Durbin-Watson은 1.747으로 잔차들 간에 상관관계가 없어 회귀모형이 적합한 것으로 나타나고 있다. 관광동기의 하위요인과 관광지선택속의 영향관계를 분석한 결과 경험동기

( $t=2.903$ ,  $p=0.004$ )와 과시동기( $t=2.658$ ,  $p=0.009$ )가  $p<0.05$ 로 편리성에 유의미한 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다. 그리고 편리성에 영향을 미치는 하위요인의 중요도를 판단하기 위하여 경험동기와 과시동기의 표준화 회귀계수  $\beta$ 값 비교한 결과 경험동기( $\beta=0.281$ ), 과시동기( $\beta=0.254$ )으로 나타나 경험동기가 과시동기보다 편리성에 더 큰 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 관광동기의 하위요인 중 경험동기와 과시동기가 높을수록 편리성의 중요도가 높다고 할 수 있으며, 휴식동기, 사회동기와 한류동기는 편리성에 영향을 주지 못한다고 볼 수 있다.

다음으로 말레이시아의 회귀모형은  $p=0.000$ 에서  $F=24.332$  수치를 보이며, 회귀식에 대한  $R^2=0.497$ 으로 49.7%(수정계수에 의하면 47.7%)의 설명력을 보이고 있다.

Durbin-Watson은 1.865으로 잔차들 간에 상관관계가 없어 회귀모형이 적합한 것으로 나타나고 있다. 관광동기의 하위요인과 관광지선택속의 영향관계를 분석한 결과 휴식동기( $t=2.810$ ,  $p=0.006$ )와 경험동기( $t=3.381$ ,  $p=0.001$ )가  $p<0.05$ 로 편리성에 유의미한 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다. 그리고 편리성에 영향을 미치는 하위요인의 중요도를 판단하기 위하여 휴식동기와 경험동기의 표준화 회귀계수  $\beta$ 값 비교한 결과 휴식동기( $\beta=0.261$ ), 경험동기( $\beta=0.334$ )으로 나타나 경험동기가 휴식동기보다 편리성에 더 큰 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 관광동기의 하위요인 중 경험동기와 휴식동기가 높을수록 편리성의 중요도가 높다고 할 수 있으며, 사회동기, 과시동기와 한류동기는 편리성에 영향을 주지 못한다고 볼 수 있다.

마지막으로 대만의 회귀모형은  $p=0.000$ 에서  $F=9.277$  수치를 보이며, 회귀식에 대한  $R^2=0.269$ 으로 26.9%(수정계수에 의하면 24.0%)의 설명력을 보이고 있다.

Durbin-Watson은 2.202으로 잔차들 간에 상관관계가 없어 회귀모형이 적합한 것으로 나타나고 있다. 관광동기의 하위요인과 관광지선택속의 영향관계를 분석한 결과 사회동기( $t=-2.917$ ,  $p=0.004$ )와 한류동기( $t=5.588$ ,  $p=0.009$ )가  $p<0.05$ 로 편리성에 유의미한 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다. 사회동기와 한류동기의 표준화 회귀계수  $\beta$ 값은 사회동기( $\beta=-0.306$ ), 한류동기( $\beta=0.442$ )으로 나타나 사회동기가 높을수록 편리성에 부의 영향을 미치는 것으로 나타났고 한류동기가 높을수록 편리성에 정적 영향을 미치는 것으로 나타났다. 휴식동기, 경험동기와 과시동기는 편리성에 영향을 주지 못한다고 볼 수 있다.

〈표4-12 국적 별 관광동기가 편리성에 미치는 영향 분석 결과〉

변수 구성개념		〈중속변수〉 편리성				
		〈독립변수1〉 휴식동기	〈독립변수2〉 사회동기	〈독립변수3〉 경험동기	〈독립변수4〉 과시동기	〈독립변수5〉 한류동기
홍 콩	표준오차	.112	.094	.130	.072	.080
	베타계수	.178	-.178	.281	.254	.150
	t값	1.981	-1.579	2.903	2.658	1.550
	유의확률	.050	.117	.004	.009	.123
	공차한계	.653	.413	.559	.574	.562
	R=.520, R <sup>2</sup> =.271, 수정된R <sup>2</sup> =.244 F= 10.319, p=.000, Durbin-Watson=1.747					
말 레이 시아	표준오차	.079	.078	.101	.046	.082
	베타계수	.261	-.041	.334	.113	.155
	t값	2.810	-.417	3.381	1.330	1.476
	유의확률	.006	.678	.001	.186	.143
	공차한계	.473	.427	.419	.564	.368
	R=.705 R <sup>2</sup> =.497, 수정된R <sup>2</sup> =.477 F= 24.332, p=.000, Durbin-Watson=1.865					
대 만	표준오차	.095	.075	.098	.067	.053
	베타계수	.137	-.306	.104	.043	.442
	t값	1.551	-2.917	1.118	.450	5.588
	유의확률	.124	.004	.266	.654	.000
	공차한계	.745	.526	.675	.628	.925
	R=.519 R <sup>2</sup> =.269, 수정된R <sup>2</sup> =.240 F= 9.277, p=.000, Durbin-Watson=2.202					

##### 5) 관광동기가 선택속성 중 자연환경성에 미치는 영향 분석

제주를 방문하는 국제관광객의 국적 별 관광동기가 관광지 선택속성 중 자연환경성에 어떠한 영향을 미치는지 알아보기 위하여 다중회귀분석을 실시하였으며, 그 결과표는 〈표 4-13〉와 같다.

우선 홍콩의 회귀모형은  $p=0.000$ 에서  $F=17.056$  수치를 보이며, 회귀식에 대한  $R^2=0.382$ 으로 38.2%(수정계수에 의하면 36.0%)의 설명력을 보이고 있다.

Durbin-Watson은 1.780으로 잔차들 간에 상관관계가 없어 회귀모형이 적합한 것으로



나타나고 있다. 관광동기의 하위요인과 관광지선택속의 영향관계를 분석한 결과 휴식동기( $t=1.986$ ,  $p=0.049$ )와 경험동기( $t=5.485$ ,  $p=0.000$ )가  $p<0.05$ 로 자연환경성에 유의미한 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다. 그리고 자연환경성에 영향을 미치는 하위요인의 중요도를 판단하기 위하여 휴식동기와 경험동기의 표준화 회귀계수  $\beta$ 값 비교한 결과 휴식동기( $\beta=0.164$ ), 경험동기( $\beta=0.493$ )으로 나타나 경험동기가 휴식동기보다 자연환경성에 더 큰 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 관광동기의 하위요인 중 경험동기와 휴식동기가 높을수록 자연환경성의 중요도가 높다고 할 수 있으며, 사회동기, 과시동기와 한류동기는 편리성에 영향을 주지 못한다고 볼 수 있다.

다음으로 말레이시아의 회귀모형은  $p=0.000$ 에서  $F=42.918$  수치를 보이며, 회귀식에 대한  $R^2=0.636$ 으로 63.6%(수정계수에 의하면 62.1%)의 설명력을 보이고 있다.

Durbin-Watson은 2.124으로 잔차들 간에 상관관계가 없어 회귀모형이 적합한 것으로 나타나고 있다. 관광동기의 하위요인과 관광지선택속의 영향관계를 분석한 결과 휴식동기( $t=3.802$ ,  $p=0.000$ ), 경험동기( $t=4.458$ ,  $p=0.000$ )와 과시동기( $t=2.381$ ,  $p=0.019$ )가  $p<0.05$ 로 자연환경성에 유의미한 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다. 그리고 자연환경성에 영향을 미치는 하위요인의 중요도를 판단하기 위하여 휴식동기, 경험동기와 과시동기의 표준화 회귀계수  $\beta$ 값 비교한 결과 휴식동기( $\beta=0.301$ ), 경험동기( $\beta=0.375$ ), 과시동기( $\beta=0.173$ )으로 나타나 경험동기가 휴식동기와 과시동기보다 자연환경성에 더 큰 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 관광동기의 하위요인 중 경험동기, 휴식동기와 과시동기가 높을수록 자연환경성의 중요도가 높다고 할 수 있으며, 사회동기와 한류동기는 자연환경성에 영향을 주지 못한다고 볼 수 있다.

마지막으로 대만의 회귀모형은  $p=0.000$ 에서  $F=11.499$  수치를 보이며, 회귀식에 대한  $R^2=0.313$ 으로 31.3%(수정계수에 의하면 28.6%)의 설명력을 보이고 있다.

Durbin-Watson은 2.157으로 잔차들 간에 상관관계가 없어 회귀모형이 적합한 것으로 나타나고 있다. 관광동기의 하위요인과 관광지선택속의 영향관계를 분석한 결과 휴식동기( $t=3.802$ ,  $p=0.000$ ), 경험동기( $t=4.458$ ,  $p=0.000$ ), 과시동기( $t=2.381$ ,  $p=0.019$ )와 한류동기( $t=-2.581$ ,  $p=0.011$ )가 자연환경성에 유의미한 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다. 그리고 자연환경성에 영향을 미치는 하위요인의 중요도를 판단하기 위하여 휴식동기, 경험동기, 과시동기와 한류동기의 표준화 회귀계수  $\beta$ 값 비교한 결과 휴식동기( $\beta=0.207$ ), 경험동기( $\beta=0.330$ ), 과시동기( $\beta=0.221$ )으로 나타나 경험동기가 휴식동기와



과시동기보다 자연환경성에 더 큰 영향을 미치는 것으로 나타났다. 그리고 한류동기( $\beta = -0.198$ )로 한류동기가 클수록 자연환경성에 부적 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 관광동기의 하의요인 중 경험동기, 과시동기와 휴식동기가 높을수록 자연환경성의 중요도가 높다고 할 수 있으며, 한류동기가 높을수록 자연환경성의 중요도가 낮다고 할 수 있다. 사회동기는 자연환경성에 영향을 주지 못한다고 볼 수 있다.

〈표4-13 국적 별 관광동기가 자연환경성에 미치는 영향 분석 결과〉

변수 구성개념		〈종속변수〉 자연환경성				
		〈독립변수1〉 휴식동기	〈독립변수2〉 사회동기	〈독립변수3〉 경험동기	〈독립변수4〉 과시동기	〈독립변수5〉 한류동기
홍 콩	표준오차	.080	.068	.094	.052	.058
	베타계수	.164	.057	.493	.137	-.157
	t값	1.986	.539	5.485	1.542	-1.718
	유의확률	.049	.591	.000	.125	.088
	공차한계	.657	.400	.555	.565	.539
	R=.618, R <sup>2</sup> =.382, 수정된R <sup>2</sup> =.360 F= 17.056, p=.000, Durbin-Watson=1.780					
말 레이 시아	표준오차	.071	.070	.091	.041	.074
	베타계수	.301	-.051	.375	.173	.139
	t값	3.802	-.609	4.458	2.381	1.548
	유의확률	.000	.544	.000	.019	.124
	공차한계	.473	.427	.419	.564	.368
	R=.797, R <sup>2</sup> =.636, 수정된R <sup>2</sup> =.621 F= 42.918, p=.000, Durbin-Watson=2.124					
대 만	표준오차	.073	.057	.075	.052	.041
	베타계수	.207	-.006	.330	.221	-.198
	t값	2.422	-.056	3.677	2.369	-2.581
	유의확률	.017	.956	.000	.019	.011
	공차한계	.745	.526	.675	.628	.925
	R=.560, R <sup>2</sup> =.313, 수정된R <sup>2</sup> =.286 F= 11.499, p=.000, Durbin-Watson=2.157					

### 3. (가설3) 검증

H3: 국제관광객동기는 만족도에 유의미한 차이가 있을 것이다.

관광만족이 국적 별 관광동기로부터 받는 영향을 규명하기 위해 관광동기의 하위 요인인 휴식동기, 사회동기, 경험동기, 과시동기, 한류동기를 독립변인으로, 관광만족을 종속변인으로 설정하여 다중회귀분석을 실시하였다.

제주를 방문하는 국제관광객의 국적 별 관광동기가 관광만족도에 어떠한 영향을 미치는지 알아보기 위하여 다중회귀분석을 실시하였으며, 그 결과표는 <표4-14>와 같다.

우선 홍콩의 회귀모형은  $p=0.000$ 에서  $F=14.493$  수치를 보이며, 회귀식에 대한  $R^2=0.343$ 으로 34.3%(수정계수에 의하면 31.9%)의 설명력을 보이고 있다.

Durbin-Watson은 1.901으로 잔차들 간에 상관관계가 없어 회귀모형이 적합한 것으로 나타나고 있다. 관광동기의 하위요인과 관광만족도의 영향관계를 분석한 결과 휴식동기( $t=3.173$ ,  $p=0.002$ )와 경험동기( $t=3.379$ ,  $p=0.001$ )가  $p<0.05$ 로 관광만족도에 유의미한 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다. 그리고 관광만족도에 영향을 미치는 하위요인의 중요도를 판단하기 위하여 휴식동기와 경험동기의 표준화 회귀계수  $\beta$ 값 비교한 결과 휴식동기( $\beta=0.269$ ), 경험동기( $\beta=0.311$ )으로 나타나 경험동기가 휴식동기보다 관광만족도에 더 큰 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 관광동기의 하위요인 중 경험동기와 휴식동기가 높을수록 관광만족도가 높다고 할 수 있으며, 사회동기, 과시동기와 한류동기는 관광만족도에 유의미한 영향을 주지 못한다고 볼 수 있다.

다음으로 말레이시아의 회귀모형은  $p=0.000$ 에서  $F=21.410$  수치를 보이며, 회귀식에 대한  $R^2=0.465$ 으로 46.5%(수정계수에 의하면 44.4%)의 설명력을 보이고 있다.

Durbin-Watson은 1.939으로 잔차들 간에 상관관계가 없어 회귀모형이 적합한 것으로 나타나고 있다. 관광동기의 하위요인과 관광만족도의 영향관계를 분석한 결과 경험동기( $t=3.079$ ,  $p=0.003$ )와 과시동기( $t=2.507$ ,  $p=0.013$ )가  $p<0.05$ 로 관광만족도에 유의미한 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다. 그리고 관광만족도에 영향을 미치는 하위요인의 중요도를 판단하기 위하여 경험동기와 과시동기의 표준화 회귀계수  $\beta$ 값 비교한 결과 경험동

기( $\beta=0.314$ ), 과시동기( $\beta=0.220$ )으로 나타나 경험동기가 과시동기보다 관광만족도에 더 큰 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 관광동기의 하위요인 중 경험동기와 과시동기가 높을수록 관광만족도가 높다고 할 수 있으며, 휴식동기, 사회동기와 한류동기는 관광만족도에 유의미한 영향을 주지 못한다고 볼 수 있다.

마지막으로 대만의 회귀모형은  $p=0.000$ 에서  $F=31.436$  수치를 보이며, 회귀식에 대한  $R^2=0.557$ 으로 55.7%(수정계수에 의하면 53.9%)의 설명력을 보이고 있다.

Durbin-Watson은 2.016으로 잔차들 간에 상관관계가 없어 회귀모형이 적합한 것으로 나타나고 있다. 관광동기의 하위요인과 관광만족도의 영향관계를 분석한 결과 휴식동기( $t=3.367$   $p=0.001$ ), 사회동기( $t=2.293$ ,  $p=0.024$ )와 경험동기( $t=6.055$ ,  $p=0.000$ ), 한류동기( $t=-2.932$   $p=0.004$ )가  $p<0.05$ 로 관광만족도에 유의미한 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다. 그리고 관광만족도에 영향을 미치는 하위요인의 중요도를 판단하기 위하여 휴식동기, 사회동기와 경험동기의 표준화 회귀계수  $\beta$ 값 비교한 결과 휴식동기( $\beta=0.233$ ), 사회동기( $\beta=0.188$ )와 경험동기( $\beta=0.311$ )으로 나타나 경험동기가 휴식동기와 사회동기보다 관광만족도에 더 큰 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 관광동기의 하위요인 중 경험동기, 휴식동기와 사회동기가 높을수록 관광만족도가 높다고 할 수 있다. 한류동기의 표준화 회귀계수  $\beta$ 값은  $-0.181$ 로 한류동기가 클수록 제주여행에 대한 만족도는 감소한다고 할 수 있다. 과시동기는 관광만족도에 유의미한 영향을 주지 못한다고 볼 수 있다.

〈표4-14 국적 별 관광동기가 관광만족도에 미치는 영향 분석 결과〉

변수	구성개념	〈종속변수〉 관광만족도				
		〈독립변수〉 휴식동기	〈독립변수2〉 사회동기	〈독립변수3〉 경험동기	〈독립변수4〉 과시동기	〈독립변수5〉 한류동기
홍 콩	표준오차	.075	.063	.088	.049	.054
	베타계수	.269	.035	.311	.161	-.021
	t값	3.173	.326	3.379	1.751	-.228
	유의확률	.002	.745	.001	.082	.820
	공차한계	.658	.404	.557	.561	.545
	R=.585, R2=.343, 수정된R2=.319 F= 14.493, p=0.000, Durbin-Watson=1.901					
말 레이 시아	표준오차	.081	.079	.103	.046	.083
	베타계수	.106	.002	.314	.220	.169
	t값	1.105	.016	3.079	2.507	1.554
	유의확률	.271	.987	.003	.013	.123
	공차한계	.473	.427	.419	.564	.368
	R=.682, R2=.465, 수정된R2=.444 F= 21.410, p=0.000, Durbin-Watson=1.939					
대 만	표준오차	.086	.067	.087	.060	.047
	베타계수	.233	.188	.440	.116	-.181
	t값	3.367	2.293	6.055	1.544	-2.932
	유의확률	.001	.024	.000	.125	.004
	공차한계	.742	.524	.671	.628	.931
	R=.746, R2=.557, 수정된R2=.539 F= 31.436, p=.000, Durbin-Watson=2.016					

#### 4. (가설4) 검증

H4: 국제관광객선택속성은 만족도에 유의미한 차이가 있을 것이다.

관광만족이 국적 별 관광지선택속성으로 부터 받는 영향을 규명하기 위해 관광지선택속성의 하위요인인 숙박 및 음식, 사회문화성, 비용편익성, 편리성, 자연환경성을 독립변인으로,

관광만족을 종속변인으로 설정하여 다중회귀분석을 실시하였다.

제주를 방문하는 국제관광객의 국적 별 관광지선택속성이 관광만족도에 어떠한 영향을 미치는지 알아보기 위하여 다중회귀분석을 실시하였으며, 그 결과표는 <표4-15>와 같다.

우선 홍콩의 회귀모형은  $p=0.000$ 에서  $F=12.126$  수치를 보이며, 회귀식에 대한  $R^2=0.310$ 으로 31.0%(수정계수에 의하면 28.4%)의 설명력을 보이고 있다.

Durbin-Watson은 1.891으로 잔차들 간에 상관관계가 없어 회귀모형이 적합한 것으로 나타나고 있다. 관광지선택속성의 하위요인과 관광만족도의 영향관계를 분석한 결과 사회문화성( $t=2.630$ ,  $p=0.010$ )이  $p<0.05$ 로 관광만족도에 유의미한 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다. 사회문화성의 표준화 회귀계수  $\beta$ 값은 0.269로 나타났다. 사회문화성이 높을수록 관광만족도에 더 높다고 할 수 있으며, 숙박시설 및 음식, 비용편익성, 편리성, 자연환경성은 관광만족도에 유의미한 영향을 주지 못한다고 볼 수 있다.

다음으로 말레이시아의 회귀모형은  $p=0.000$ 에서  $F=36.633$  수치를 보이며, 회귀식에 대한  $R^2=0.598$ 으로 59.8%(수정계수에 의하면 58.2%)의 설명력을 보이고 있다.

Durbin-Watson은 1.779으로 잔차들 간에 상관관계가 없어 회귀모형이 적합한 것으로 나타나고 있다. 관광지선택속성의 하위요인과 관광만족도의 영향관계를 분석한 결과 사회문화성( $t=4.148$ ,  $p=0.000$ ), 편리성( $t=2.171$ ,  $p=0.032$ )과 자연환경성( $t=2.585$ ,  $p=0.011$ )가  $p<0.05$ 로 관광만족도에 유의미한 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다. 그리고 관광만족도에 영향을 미치는 하위요인의 중요도를 판단하기 위하여 사회문화성, 편리성과 자연환경성의 표준화 회귀계수  $\beta$ 값 비교한 결과 사회문화성( $\beta=0.367$ ), 편리성( $\beta=0.247$ ), 자연환경성( $\beta=0.239$ )으로 나타나 사회문화성이 편리성과 자연환경성 보다 관광만족도에 더 큰 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 관광동기의 하위요인 중 사회문화성, 편리성과 자연환경성이 높을수록 관광만족도가 높다고 할 수 있으며, 숙박 및 음식과 경제성은 관광만족도에 유의미한 영향을 주지 못한다고 볼 수 있다.

마지막으로 대만의 회귀모형은  $p=0.000$ 에서  $F=41.519$  수치를 보이며, 회귀식에 대한  $R^2=0.624$ 으로 62.4%(수정계수에 의하면 60.9%)의 설명력을 보이고 있다.

Durbin-Watson은 2.001으로 잔차들 간에 상관관계가 없어 회귀모형이 적합한 것으로 나타나고 있다. 관광지선택속성의 하위요인과 관광만족도의 영향관계를 분석한 결과 숙박 및 음식( $t=5.458$ ,  $p=0.000$ ), 사회문화성( $t=2.583$ ,  $p=0.011$ ), 비용편익성( $t=2.883$ ,

$p=0.005$ ), 편리성( $t=-3.704$   $p=0.000$ )가  $p<0.05$ 로 관광만족도에 유의미한 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다. 그리고 관광만족도에 영향을 미치는 하위요인의 중요도를 판단하기 위하여 숙박 및 음식, 사회문화성과 비용편익성의 표준화 회귀계수  $\beta$ 값 비교한 결과 숙박 및 음식( $\beta=0.509$ ), 사회문화성( $\beta=0.256$ )와 비용편익성( $\beta=0.171$ )으로 나타나 숙박 및 음식이 사회문화성과 비용편익성보다 관광만족도에 더 큰 영향을 미치는 것으로 나타났으며 편리성( $\beta=-0.230$ )으로 나타났다. 따라서 관광지선택속성의 하위요인 중 숙박 및 음식, 사회문화성과 비용편익성이 높을수록 관광만족도가 높다고 할 수 있다. 반대로 편리성이 높을수록 제주여행에 대한 만족도는 감소한다고 할 수 있다. 자연환경성은 관광만족도에 유의미한 영향을 주지 못한다고 볼 수 있다.

〈표4-15 국적 별 관광지선택속성이 관광만족도에 미치는 영향 분석 결과〉

변수  구성개념		〈종속변수〉 관광만족도				
		〈독립변수1〉 숙박 및 음식	〈독립변수2〉 사회문화성	〈독립변수3〉 비용편익성	〈독립변수4〉 편리성	〈독립변수5〉 자연경성
홍콩	표준오차	.135	.076	.062	.105	.083
	베타계수	.117	.269	.125	.088	.060
	t값	.708	2.630	1.275	.601	.685
	유의확률	.480	.010	.205	.549	.494
	공차한계	.187	.487	.530	.240	.657
	R=.557, R <sup>2</sup> =.310, 수정된R <sup>2</sup> =.284 F= 12.126, p=0.000, Durbin-Watson=1.891					
말레이시아	표준오차	.114	.083	.042	.112	.086
	베타계수	-.044	.367	.068	.247	.239
	t값	-.408	4.148	.965	2.171	2.585
	유의확률	.684	.000	.336	.032	.011
	공차한계	.283	.417	.656	.252	.382
	R=.773, R <sup>2</sup> =.598, 수정된R <sup>2</sup> =.582 F= 36.633, p=0.000, Durbin-Watson=1.779					
대만	표준오차	.109	.120	.054	.072	.110
	베타계수	.509	.256	.171	-.230	.084
	t값	5.458	2.583	2.883	-3.704	1.107
	유의확률	.000	.011	.005	.000	.271
	공차한계	.346	.307	.859	.777	.522
	R=.790, R <sup>2</sup> =.624, 수정된R <sup>2</sup> =.609 F= 41.519, p=.000, Durbin-Watson=2.001					

## 제5절 분석결과의 종합

앞서 제 4절의 가설검증 부분에서는 p값이 0.05이하인 경우에 대해 영향관계를 설명하였지만, 본 연구는 선행연구를 바탕으로 설문을 구성하여 분석을 하였기에 p값이 0.05 이하인 경우 유의적 범위에 있다고 하더라도 실질적으로 설명력을 나타내는 수정된 결정계수( $R^2$ )가 0.4 이하인 경우는 설명력이 낮기 때문에 기각으로 표현하여 결과를 도출하였다. 가설에 따라 입증된 내용을 정리하였다.

첫째, 국가별 관광동기 차이에서 홍콩과 대만의 휴식동기와 경험동기가 높게 나타났지만 그 차이가 크지 않아 부분 채택되었다. 나머지 동기에서는 홍콩 말레이시아 대만이 차이를 보이며 가설1을 입증하였다.

둘째, 제주를 찾는 외국관광객의 동기는 선택속성에 유의미한 영향을 미칠 것이고 그에 따른 국적별 차이를 검증하는 가설2의 국적별 차이는 다음과 같다.

홍콩의 경우 선택속성 중 숙박시설 및 음식에는 경험동기와 과시동기가 유의미한 영향을 미쳤으며, 사회문화성에는 경험동기와 과시동기가 유의미한 영향을 미쳤고, 비용편익에는 한류동기가 유의미한 영향을 미쳤다. 또한 편리성에는 경험동기와 과시동기가 유의한 영향을 미쳤으며, 자연환경성에는 휴식동기와 경험동기가 유의미한 영향을 미쳤다. 그러나, 수정된 결정계수( $R^2$ )가 0.4 이하 즉, 40%이하의 설명력을 보이는 부분을 제외하니 유일하게 사회문화성만이 경험동기와 과시동기가 높을수록 중요도가 높아지는 것이 입증되었다.

말레이시아의 경우 선택속성 중 숙박시설 및 음식에는 경험동기와 과시동기가 유의미한 영향을 미쳤으며, 사회문화성에는 사회동기와 경험동기가 유의미한 영향을 미쳤고, 편리성에는 휴식동기와 경험동기가 유의미한 영향을 미쳤다. 또한 자연환경성에는 휴식동기, 경험동기와 과시동기가 유의미한 영향을 미쳤다. 비용편익성을 제외하고는 모든 부분에서 관련 동기가 높을수록 관련 선택속성의 중요도가 높아졌으며 수정된 결정계수( $R^2$ )가 0.4 이상 즉, 40%이상의 설명력을 보이며 입증되었다.

대만의 경우 선택속성 중 숙박시설 및 음식에는 휴식동기, 사회동기, 경험동기와 한류동기가 유의미한 영향을 미쳤고, 사회문화성에는 휴식동기 경험동기가 유의미한 영향을 미쳤으며, 비용편익성에는 과시동기가 유의미한 영향을 미쳤다. 또한, 편리성에는 사회동기와 한류동기가 유의미한 영향을 미쳤고, 자연환경성에는 휴식동기, 경험동기, 과시동기와 한류동기가 유의미한 영향을 미쳤다. 그러나, 수정된 결정계수( $R^2$ )가 0.4 이하 즉, 40%이하의 설명력을 보이는 부분을 제외하니 유일하게 숙박시설 및 음식만이 휴식동기, 사회동기, 경험동기가 높을수록 중요도가 높아지고 한류동기가 높을수록 중요도가 낮아지는 것으로 입증되었다.

셋째, 제주를 찾는 외국관광객의 동기는 만족도에 유의미한 영향을 미칠 것이고 그에 따른 국적별 차이를



검증하는 가설3의 국가별 차이는 다음과 같다.

홍콩의 경우 관광동기 중 휴식동기와 경험동기가 관광만족도에 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났지만 수정된 결정계수( $R^2$ )가 0.319로 40%이하의 설명력을 보여 기각하였다. 홍콩의 경우 동기에 따른 만족도의 관계가 입증 되지 않았다. 홍콩인의 평균적으로 높은 경제력과 제주도 직항노선은 홍콩관광객에게 제주도의 쉬운 여행환경을 제공하였다. 그러므로 홍콩인에게 있어 제주도는 쉽게 여행을 할 수 있는 곳으로 특정 동기에 의해서 선택되지 않기 때문에 만족도와도 크게 영향이 없을 것이라고 생각된다.

말레이시아의 경우 관광동기 중 경험동기와 과시동기가 관광만족도에 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났고 수정된 결정계수( $R^2$ )가 0.444로 44%이상의 설명력을 보이며 입증되었다.

대만의 경우 관광동기 중 휴식동기, 사회동기, 경험동기와 한류동기가 관광만족도에 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났으며 수정된 결정계수( $R^2$ )가 0.539로 약 54%의 설명력을 보이며 입증 되었다. 휴식·사회·경험동기가 높을수록 만족도가 높아지는 반면 한류동기가 높을수록 만족도가 낮아지는 것으로 나타났다. 이는 제주도의 한류관련 콘텐츠가 한국 내 타 지역에 비해서 부족하기 때문이라고 생각 된다.

넷째, 제주를 찾는 외국관광객의 선택속성은 만족도에 유의미한 영향을 미칠 것이고 그에 따른 국적별 차이를 검증하는 가설4의 국적별 차이는 다음과 같다.

홍콩의 경우 관광지선택속성 중 사회문화성이 만족에도 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났지만 수정된 결정계수( $R^2$ )가 0.284로 40%이하의 불충분한 설명력을 보여 기각하였다. 따라서, 홍콩의 경우 선택속성에 따른 만족도의 관계가 입증되지 않았다. 가설3의 해석과 마찬가지로 홍콩관광객에게 제주도는 여행하기 쉬운 관광지로서 특별한 속성에 의해서 만족도가 좌우 되지 않기 때문에 입증되지 않았다고 생각된다.

말레이시아의 경우 관광지선택속성 중 사회문화성, 편리성과 자연환경성이 관광만족도에 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났으며 수정된 결정계수( $R^2$ )가 0.582로 약 58%설명력을 보이며 입증되었다.

대만의 경우 관광지선택속성 중 숙박시설 및 음식, 사회문화성, 경제성과 편리성이 만족도에 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났으며 수정된 결정계수( $R^2$ )가 0.609로 약60%이상의 설명력을 보이며 입증되었다. 선택속성 중 유일하게 자연환경성이 만족도와 유의미한 상관관계를 보이지 않았는데 이는 아마도 대만과 제주도의 비슷한 자연환경으로 대만인에게 제주도의 자연환경은 큰 매력요인이 아니기 때문이라고 생각된다. 이상의 내용을 표(4-16)에 정리하였고 기각은 “X”,부분채택은 “△”,채택은 “○”로 표시하였다.



구분	독립변수	종속변수	홍콩	말레이시아	대만
가설1	국제관광객동기는 차이가 있을 것이다.				
	국적	휴식동기	△	○	△
	국적	사회동기	○	○	○
	국적	경험동기	△	○	△
	국적	과시동기	○	○	○
	국적	한류동기	○	○	○
가설2	국제관광객동기는 관광지선택속성에 유의미한 차이가 있을 것이다.				
	휴식동기	숙박시설 및 음식	X	X	○
	사회동기		X	X	○
	경험동기		X	○	○
	과시동기		X	○	X
	한류동기		X	X	○
	휴식동기	사회문화성	X	X	X
	사회동기		X	○	X
	경험동기		○	○	X
	과시동기		○	X	X
	한류동기		X	X	X
	휴식동기	비용편익성	X	X	X
	사회동기		X	X	X
	경험동기		X	X	X
	과시동기		X	X	X
	한류동기		X	X	X
	휴식동기	편리성	X	○	X
	사회동기		X	X	X
	경험동기		X	○	X
	과시동기		X	X	X
	한류동기		X	X	X
	휴식동기	자연환경성	X	○	X
	사회동기		X	X	X
	경험동기		X	○	X
	과시동기		X	○	X
한류동기	X		X	X	
가설3	국제관광객동기는 만족도에 유의미한 차이가 있을 것이다.				
	휴식동기	관광만족도	X	X	○
	사회동기		X	X	○
	경험동기		X	○	○
	과시동기		X	○	X
	한류동기		X	X	○
가설4	국제관광객선택속성은 만족도에 유의미한 차이가 있을 것이다.				
	숙박 및 음식	관광만족도	X	X	○
	사회문화성		X	○	○
	경제성		X	X	○
	편리성		X	○	○
	자연환경성		X	○	X

〈표4-16 분석 요약 결과표〉

## 제5장 결론

### 제1절 연구결과의 요약

관광산업 내에서도 특히 인바운드의 경우 외부환경의 영향을 지대하게 받는 산업으로 정치·외교적 이슈, 경제적 이슈, 전염성 질병 등 다양한 환경에 의해서 산업의 흥망성쇠가 한순간에 결정되어 버리기도 한다.

인바운드 시장에서 외부환경의 영향에 따른 충격을 줄이기 위한 방안으로 관광지를 찾는 국제관광객의 다양화와 지속적인 유입은 특정 국가 간에 정치·외교적·경제적 문제로 인해 특정 국가의 방문이 감소하거나 혹은 단절 되었을 경우 그 외 국가의 관광객 확보를 통해 악영향을 완충할 수 있을 것이다.

국제관광객의 확대를 위해서 제주도를 찾는 국가 중 홍콩·말레이시아·대만을 선정하여 어떠한 이유로 제주를 찾는지 조사하고 국가 간 차이점을 발견하여 그에 맞는 차별화된 접근을 펼쳐야함을 보이고 방문한 관광객의 만족도를 높일 수 있는 자료를 제공하며 추후 지인추천과 재방문율을 높이고자 한다.

본 연구에는 선행연구를 기초로 하여 설문지를 작성하고 도내 FIT전문 여행사, 관광지와 제주직항 출발 시간에 맞춰 제주국제공항에서 설문조사를 실시하였다. 설문지는 총 450부를 배포하였고 불성실하다고 판단되는 설문지를 제외하고 총 407부 중 홍콩 144부, 말레이시아 128부, 대만 135부를 최종표본으로 하고 SPSS 25.0 통계 패키지를 이용하여 분석하였다.

본 조사연구의 분석에 따른 연구결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 성별에 있어서 세 국가 전부 약 남자(4):여자(6)의 비율로 집계되어 전체적으로 여성의 비율이 남성에 비해 20%가량 높음을 알 수 있다. 결혼 여부의 경우 홍콩은 미혼이 많았으며 말레이시아와 대만은 기혼의 비율이 더 많았다. 연령은 세 국가 모두 30대가 가장 많은 것으로 나타났고 전체적으로 4년제 대학 재학·졸업이 가장 많았으며 홍콩은 고졸이하가 가장

많게 나타났다. 직업에서는 홍콩의 경우 전문직이 말레이시아의 경우 사무직·공무원이 대만의 경우 생산/기술직이 다른 나라에 비해 많았다. 가족월평균 소득은 말레이시아와 대만은 \$2,000-\$4,000 달러 사이가 약 50%를 차지하며 많은 반면 홍콩의 경우 \$6,000 달러 이상이 27.8%로 다른 나라에 비해 2배 이상 높게 나타났다. 인구통계학적 특성에서 비슷한 부분도 있지만 직업과 소득부분에서 많은 차이를 보였다.

둘째, 세 국가 모두 가족과 친구와 동반하는 관광객이 압도적으로 높으나 홍콩의 경우 동료와 여행 온 경우가 거의 없는 것에 반해 말레이시아와 대만은 동료와 여행 비율이 20%가량으로 나타났다. 홍콩의 경우 거주지가 일터와 혼합된 경우가 많고 대다수가 도심지에서 온 경우가 많으므로 여행에서 일적인 요소를 두 나라에 비해서 배제한다고 보인다. 제주 방문 횟수는 처음 방문이 전체적으로  $\pm 85\%$  근처로 압도적으로 많았으며 대만의 경우 11.1%가량이 세 번 이상 방문으로 다른 두 나라에 비해서 굉장히 높았다. 이는 지리적 위치로써의 이점과 홍콩과 말레이시아는 직항기가 출항한지 오래되지 않은 점에 비해 오래전부터 직항노선이 있었던 점에서 차이가 발생한 것으로 보인다. 체류기간의 경우 말레이시아는 4박5일이 57.8%로 4박5일 단체 관광상품이 많은 것으로 보이며 대만은 4박5일과 3박4일 전체에 약 80%를 차지하며 높았다. 홍콩의 경우 4박5일이 역시 높았지만 5일이상이 약 45%로 다른 나라에 비해 길게 여행하는 것으로 나타났다. 관광정보 입수처를 묻는 질문에 홍콩은 인터넷이 66.7%가장 높으며 지인추천이 22.9%로 그 다음으로 높음으로써 지인추천율이 높다는 것을 알 수 있다. 말레이시아 또한 인터넷이 50%로 높았고 여행사가 약 40%로 높았기에 여행사를 통한 단체관광객이 비율이 높은 것을 확인 할 수 있다. 대만의 경우는 인터넷이 37%, 여행사가 34.8%로 비슷하여 개별여행객과 단체여행객이 비슷하게 유지되는 것으로 보이며 연령에 따라서 단체여행객 선호와 개별여행 선호가 확연히 들어나는 것을 설문 조사를 실시하며 알게 되었다. 제주 여행 시 소비한 여행비용은 같은 인원으로 산정하고 설문조사에 따라 계산했을 시 홍콩이 가장 높고 다음 말레이시아 그 다음 대만 순으로 나타났다.

셋째, 세 국가의 관광동기와 관광지선택속성에 대한 타당도 조사와 국적 별 차이를 큰 관점으로 쉽게 알아보기 위해서 요인분석을 통해 항목을 묶고 그룹을 생성하였으며 항목의 신뢰도 분석을 실시하였다. 각 항목은 기준을 상회하는 크롬바흐알파(Cronbach's alpha)지수를 나타내어 신뢰성이 있음이 밝혀졌다. 관광동기는 휴식동기·사회동기·경험동기·과시동기·한류동기로 총 다섯 가지 요인으로 도출되었다. 한류동기는 선행연구에서는 특별히 도출된 동기요소는 아니나 조사대상국이 동남아 지역으로 한류에 대한 인식이 높아 분류된 것으

로 보인다. 관광지선택속성은 숙박시설 및 음식·사회문화성·경제성·편리성·자연환경성 총 다섯 가지 속성으로 도출되었다.

넷째, 제1 가설인 ‘국적 별 관광동기의 차이가 있을 것이다’라는 가설을 입증하기 위해 일원배치분석(ANOVA)을 실시하였다. 국가 별 관광동기의 차이는 존재하였으며 대체로 말레이시아의 경우 전체 요인에 대한 평균치가 높았으며 홍콩과 대만은 비슷한 부분과 그렇지 않은 부분으로 나뉘었다. 특징적으로 홍콩은 사회동기와 과시동기가 낮았으며 경험동기가 매우 높은 것으로 나타났다. 이는 관광행태 중 동반자 부분에서 직장동료와 여행을 거의 같이 하지 않는 부분과 맥락을 같이하여 여행을 일이나 사회적인 요소와 연결하지 않고 휴식과 경험을 위해서 하는 경우가 많다는 것을 알 수 있다. 말레이시아의 경우 상대적으로 사회동기와 과시동기가 높게 나타났으며 또한 한류동기가 매우 높게 나타났다. 이는 말레이시아인들이 동료와 제주를 관광하는 경우가 많고 비즈니스 차원에서의 관광지임과 제주여행에 대한 과시심리와 더불어 한류에 대한 관심으로 제주가 관광지로써의 포지션이 말레이시아인들의 인식 속에 높은 차원으로 존재함을 유추할 수 있다. 대만은 경험동기와 휴식동기가 높으며 과시동기 낮아 체험과 휴양관광에 관심이 많은 것을 알 수 있다.

다섯째, 제2 가설인 ‘국적에 별 관광동기는 관광지선택속성에 유의미한 상관관계가 있을 것이다’라는 가설을 입증하고 전체적인 관점으로 쉽고 넓게 보기위해서 요인분석을 통해 도출된 관광동기 다섯 가지 요인과 관광지선택속성 다섯 가지 속성을 국적별로 다중회귀분석을 통해 분석하였다. ‘숙박시설 및 음식’에 있어서 홍콩은 채택된 동기요인이 없으며, 말레이시아는 경험동기와 과시동기로부터 긍정적 영향을, 대만의 경우 휴식동기, 사회동기, 경험동기로부터 긍정적 영향을 반대로 한류동기로부터 부정적 영향을 받는 것으로 나타나는데 이는 연령이 어릴수록 한류동기가 크며 비용이 많이 발생하는 숙박시설에는 영향적은 것으로 사료된다. ‘사회문화성’의 경우 홍콩과 대만은 채택된 동기요인이 없으며, 말레이시아는 사회동기와 경험동기로부터 긍정적 영향을 받는 것으로 나타났다. 다음으로 ‘비용편익성’에 영향을 미치는 관광동기 요인을 조사한 결과 세 국가 관광객 모두 채택된 동기요인이 없었다. ‘편리성’의 경우 홍콩과 대만은 영향을 미치는 동기요인이 없었으며, 말레이시아는 휴식동기와 경험동기 긍정적 영향관계를 나타냈고다. 마지막으로 ‘자연환경성’은 홍콩과 대만은 영향을 미치는 동기요인이 없었으며, 말레이시아는 휴식동기, 경험동기와 과시동기가 긍정적 영향관계를 보여주는 것으로 나타났다.

여섯째, 가설3 ‘국적에 따른 관광동기는 만족도에 유의미한 영향을 미칠 것이다’는 홍콩의

경우 영향을 미치는 동기요인이 없었으며, 말레이시아의 경우 경험동기와 과시동기가 긍정적 영향관계를 나타냈고, 대만은 휴식동기, 사회동기와 경험동기가 높을수록 긍정적 영향관계를 보인 반면 한류동기가 높을수록 부적 영향관계를 보였다. 이는 제주도에 한류 관련된 소재가 부족하기 때문으로 사료되고 한류를 좋아하는 하위문화를 가진 집단에게 한류자체만으로는 제주가 주는 만족감이 적다는 것을 나타낸다.

일곱째, 가설4 ‘국적에 따른 관광지선택속성은 만족도에 유의미한 영향을 미칠 것이다.’는 홍콩의 경우 영향을 미치는 관광지선택속성은 없었으며, 말레이시아는 사회문화성, 편리성과 자연환경성이 긍정적 영향관계를 보였다. 마지막으로 대만은 숙박시설 및 음식, 사회문화성과 비용편익성이 긍정적 영향관계를 보였으며 편리성이 부적영향관계를 보이는 것으로 나타났다.

## 제2절 시사점

본 연구의 주된 목적은 관광의 시작점이라고 할 수 있는 관광동기를 규명함으로써 제주를 찾는 국제관광객의 관광동기가 무엇이며 이 관광동기가 영향을 미치는 관광지선택속성을 분석하며 최종적으로 만족도·지인추천·재방문 의사에 긍정적인 영향을 미치는지를 조사하여 미래 제주관광시장의 다양한 국적의 관광객 확보와 지속적 유입을 목적으로 한다. 또한 국적 별 관광동기의 차이점을 규명하여 국가 별로 제주도의 차별화된 이미지 접근을 통해서 더 많은 관광객이 유입될 수 있도록 하는 기초자료로써 의의가 있으며 국가별 시사점은 다음과 같다.

첫째, 홍콩은 다른 국가에 비해 상대적으로 경험동기와 휴식동기가 높게 나타났다

홍콩인이 중요시 여기는 관광동기 요인 중 경험동기는 그 지역의 좋은 날씨, 좋은 경관, 자연·역사·문화 체험이 주를 이루고 휴식동기는 일상 벗어나 스트레스 해소를 하고 정신적·육체적 휴식을 통한 활력의 증대를 중요시 여기는 요인이다.

도심을 벗어나 자연이 있으며 제주도의 문화를 엿볼 수 있는 제주도의 관광 매력물은 제주 올레길과 오름이다. 이를 통해 살아있는 제주를 느끼며 다양한 경관을 보고 도시생활에 지친 도시인들에게 여유와 스트레스 완화 효과를 줄 수 있다는 자연과 치유의 섬으로써의 제주의 이미지를 부각시키는 방식의 접근이 효과적일 것으로 사료된다.

본 연구자의 종합견해에 대해 현재 제주도에서 외국인 FIT 전문 여행사의 투어오퍼레이

터인분과 다년간의 제주 내 영어·중국어 가이드 경험이 있는 몇 분에게 연구자의 종합견해에 대한 소견을 물었을 시 매우 동감을 표하며 실제로도 몇몇 홍콩 관광객 중 제주의 올레코스와 오름을 아는 관광객은 이러한 투어만을 계획해서 오기도 한다고 했다.

둘째, 말레이시아는 전체적으로 각 동기요인이 다른 나라에 비해 높은 평균치를 보였다. 그중에서도 다른 두 나라와 비교해서 상대적 관점으로 보면 사회동기, 과시동기와 한류동기가 높게 나타났으며 경험동기와 과시동기가 직접적으로 관광만족도에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 확인 되었다. 또한, 관광동기에 영향을 받는 관광지 선택속성 중 사회문화성, 편리성과 자연환경성이 관광만족도에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다.

사회동기는 사회적 유대감 증대와 자기계발 및 성취감 증대를 통해 실제 사회적으로 도움이 되는 부분으로 주로 구성되어있으며 과시동기는 여행관련 대화 및 온·오프라인으로 사진 게재와 같은 표출의 형태로 구성되어 있다. 또한 한류동기의 경우 드라마 촬영지등의 한류 체험과 한국 관련 지식획득으로 구성되어 있다.

만족도에 긍정적 영향을 주는 관광지선택 속성 중 사회문화성은 관광지의 선진화, 다양한 관광시설 및 제주의 색다른 생활양식 등으로 구성되었으며, 편리성은 숙박시설의 높은 서비스, 관광종사원의 친절성 편리한 교통시설로 이루어졌고, 자연환경성은 관광지의 청결도, 이국적분위기, 자연경관 등으로 이루어졌다.

종합하여 본다면 말레이시아인들의 인식 속에 제주는 홍콩인과 대만인에 비해 더 높은 차원의 고급관광지로 자리매김하고 있다고 본다. 말레이시아인에게 영향을 미치는 것으로 분석된 관광동기와 관광지선택속성 분석에 따른 결과 도출 외에도 국가별 1인당 GDP를 비교를 통해서도 알 수 있다. 2017년 조사된 자료를 기준으로 살펴보았을 시 한국이 세계 29위로 \$32,275이고 홍콩이 21위 정도로 \$46,199이며, 대만이 37위로 \$25,977이고, 말레이시아가 67위로 \$11,237인 점으로 유추해 보면 그에 따른 경제력과 소비력에서 말레이시아인들의 인식 속에는 한국 속의 제주가 선진문화를 경험할 수 있으며 발달된 관광지의 이미지를 갖추고 있다고 보인다. 또한 심리적으로 본인의 사회적 지위를 나타내며 주변지인들에게 해외 여행경험 과시를 즐긴다는 것을 알 수 있듯이 호텔의 선택, 제주도내 관광지의 선택, 여행사의 선택 등에 이러한 인식과 심리적 영향이 은밀히 작용한다는 것을 알 수 있다.

현대적이며 청결한 호텔의 이미지와 잘 정돈된 관광지의 모습은 말레이시아인에게 매력적 요소로 작용할 것이며 특히 젊은 연령층을 대상으로 도내 관광지 중 플레이K-Pop와 같이 참



단의 기술을 이용하며 동시에 한류를 느낄 수 있는 관광지를 제주도 홍보에 이용하는 것도 좋은 방법이라고 사료된다.

본 연구자의 종합의견에 대해 제주도내 외국인 FIT전문 투어 오퍼레이터에게 의견을 물었을 시 깊게 동감하였으며 싱가포르 여행사에서 상품구성 문의가 올 때는 자연위주의 관광지를 선호한다고 한다. 그런데 말레이시아 여행사에서 상품구성 문의가 올 때 플레이K-pop, 헬로우키티, 이니스프리와 같은 한류를 느낄 수 있거나 잘 정돈되고 선진화된 관광지와 자연관광지를 종합하는 구성으로 문의가 많이 온다고 하였다. 또한 한국산 화장품이 말레이시아인들에게는 선호도가 매우 높은 상품으로 말레이시아인들의 동기 조사에서 한류동기가 높은 이유에 설명력을 더했다.

셋째, 대만은 관광동기 중 휴식동기, 사회동기와 경험동기가 높게 나타났다. 휴식동기와 경험동기에 있어서 홍콩과 비슷한 평균을 보이며 사회적 동기에 있어서 홍콩보다 높고 말레이시아 보다는 낮게 나타났으며 그 외 동기 요인도 홍콩보다는 높게 말레이시아 보다는 낮게 측정되어 중간 정도의 평균을 나타냈다. 휴식동기, 사회동기와 경험동기는 직접적으로 관광만족도에 긍정적 영향을 미치는 것으로 나타났고 반대로 한류동기가 높을수록 관광만족도에는 직접적으로 부의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 또한 관광동기에 영향을 받은 관광지선택속성 중 숙박시설 및 음식, 사회문화성, 경제성은 관광만족도에 긍정적 영향을 미치는 것을 알 수 있다. 특이하게 한류동기가 높으면 관광만족도에 부적영향을 미치는 것으로 나타났는데 이는 제주도에 한류 관련된 소재가 부족하기 때문으로 사료된다. 이제는 한류가 비단 드라마와 영화 뿐만이 아닌 패션부터 전자제품에 이르기까지 광범위한 부분을 아우르는데 한국 속의 제주는 한류에 관한 내용에서는 서울이나 기타 지역에 비해 만족감이 적다는 것을 나타낸다.

조사된 주요동기인 휴식·사회·경험동기를 보면 일상을 벗어난 지역에서 자연·역사 등 새로운 것을 체험하고 여행 중 동료나 모임 사람들과 사회적 유대감을 높이며 휴식을 취하면서 기분을 전환하는 것으로 이루어져 있다. 세 나라 중 유일하게 관광동기에 영향을 받은 관광지선택 속성 중 '숙박시설 및 음식'이 관광만족도에 영향을 미치는 것으로 나타났다.

종합하여 본다면 제주도에 있는 다양한 관광시설 중에서도 여러 사람이 편하게 이용할 수 있는 호텔과 같은 숙박시설의 다양한 정보와 현재 많이 발달되어 있는 제주도의 맛집 문화 소개를 통한 접근이 유효할 수 있다고 사료된다.

본 연구자의 종합의견에 대해 제주도 내 외국인 FIT 전문 여행사의 투어 오퍼레이터이자 관광 영어·중국어 통역안내사로 활동하는 분에게 물었을 때 동의를 표하였으며 실제로 대만인들의 여행상품을 구성할 때 대만은 여타 동남아 지역에 비해서 여러 부분에서 평균 수치를 보이며 제주여행 시 한국과의 묘한 경쟁심리가 있어 제주도의 여러 인프라에 대해서 대만의 인프라와 비교를 많이 한다고 한다. 그래서 여러 시설적인 측면에 관심이 많으며 또한 최근에 제작되는 제주도여행에 관한 대만 여행가이드북을 봐도 맛집에 대한 정보에 관심이 아주 많다고 하여 본 연구자의 분석에 따른 결과와 비슷하다는 것을 알 수 있었다.

본 연구자는 끝으로 다시금 생태계와 빗대어 표현하고자 한다. 생태계에서의 생물 종 다양성이 높을수록 생태계가 안정적으로 유지된다고 한다. 생물종의 다양하지 않은 단순한 생태계는 어느 한 종이 사라지면 생태계의 균형이 깨지고 파괴된다. 이렇듯 제주관광시장 중 외국인 시장에서도 다양한 국적은 중요하다. 제주를 찾는 국가 별 관광동기·관광지선택속성·만족도의 지속적 조사를 통하여 국가 별 차별화된 접근과 제주도 여행 시 만족도를 증가시키는 방안을 검증해 나감으로써 제주도 내 다양한 국적의 관광객을 확보하여 외부환경에 민감한 관광산업의 안정성을 높이는 접근으로써 본 연구는 의의가 있다.

### 제3절 한계점 및 향후 과제

본 연구의 한계점은 다음의 다섯 가지로 요약할 수 있다.

첫째, 임의추출 표본조사에 따른 왜곡된 연구결과의 우려다. 연구자가 직접 설문을 통해 데이터를 수집하고 분석을 하는 일련의 과정에서 양적연구에 대한 의문을 품게 되었다. 물론 양적으로 데이터를 많이 수집하면 표준편차가 낮아지고 좀 더 객관적일 수는 있겠지만, 설문의 대상이 되는 사람들이 정말 전체를 대변할 수 있는가에 대한 의문이 컸다. 본 연구에서는 임의 추출로 연구 대상 국가에 속하는 사람을 상대로 설문을 하였지만 추후에 같은 연구가 진행된다면 우선 인구통계학적 특성을 감안한 후 인구통계학적 특성을 대표할 수 있는 표본들을 선정하여 설문을 진행하고 분석을 해야 더 객관적 자료를 만들 수 있겠다.

둘째, 양적연구 자료의 신뢰성을 높이는 작업의 불충분이다. 본 연구의 시사점 부분에서



는 연구자가 분석하고 내놓은 종합견해가 좀 더 유효한 자료인지 또는 보완할 부분이 있는지를 알기 위해서 실제 제주도에서 해외관광객을 대상으로 투어오퍼레이터, 영어가이드, 중국어가이드로 근무하시는 분들에게 의견을 묻고 연구자의 견해에 대한 동의 여부를 묻고 실무자들의 의견을 첨부하여 좀 더 결과의 신뢰성을 높이려고 노력하였다. 그러나 도내 해외 FIT 관광객 전문 투어 오퍼레이터 1인, 영어·중국어 가이드 3인 총 4인을 통한 소견을 묻는데 그쳤다. 좀 더 신뢰성을 높이고 실질적인 자료로 이용하기 위해서는 데이터 분석과 실제 실무에서의 경험과 의견이 좀 더 체계적으로 조합되어 결과가 완성된다면 결과데이터의 신뢰성과 실용성을 더욱 높일 수 있겠다.

셋째, 일회성 연구에 따른 샘플링 수의 부족함이다. 총 설문지 450부를 배포하여 불성실하다고 판단되는 설문지를 제외하고 407를 유효표본으로 검증하였다. 전체 표본으로 보면 적지 않지만, 국적별로 보면 국적당 약 135부로 통계분석의 객관성을 입증 확보하기에는 다소 부족한 수이다. 앞서 “양적연구에 대한 의문”에 대해서 이야기 하였지만 그렇다고 할지라도 양적객관성 확보를 기초로 하고 질적연구로 보완하여야 더 실효성이 있는 연구결과를 제시할 수 있을 것이다. 일회성연구로 그치지 않고 지속적인 연구로 이어져 더 많은 샘플링 수로 검증할 수 있다면 더 높은 객관성을 확보할 수 있을 것이다.

넷째, 본 연구에서 제시된 변수로는 충분히 설명할 수가 없는 것으로 보인다. 기존의 선행 연구를 통해 도출된 자료 임에도 불구하고 수정된 결정계수( $R^2$ ) 값이 0.4보다 낮게 도출된 자료가 많다. 설명력이 낮다는 것은 외부에 다른 변수에 의한 영향이 크다는 것을 의미한다. 기존 선행연구 설문으로 도출된 요인에 따라서 제주도의 경우 관광동기와 관광지선택속성 그리고 만족도간의 영향관계에서 거의 입증은 되지 않았다. 다만 그나마 몇 가지 입증이 되었고 국적별 관광동기의 차이는 입증이 되었다. 입증된 부분은 4장 5절 분석 결과요약에 표시하였다. 그렇기에 본 연구에서는 실용적인 자료로써 의의를 갖기 위해 수정된 결정계수( $R^2$ ) 값이 0.5보다 낮은 경우 “기각”으로 표현을 하였다. 그렇게 하고 보니 가설 2·3·4에서 말레이시아와 대만은 채택된 부분이 있지만, 홍콩의 경우 채택된 부분이 없어 본 연구에서의 변수로는 충분히 연구결과를 설명하지 못하였다.

다섯째, 공간적·시간적 제약에 따른 연구대상 국가의 배제이다. 처음 연구를 시작할 때 싱가포르를 포함하여 4개국을 대상으로 조사를 하였으나 조사과정에서 싱가포르의 경우 제주 직항기가 없어 자료수집의 공간적·시간적 제약에 따른 양적 객관성 확보를 위한 유효 표본수집에 문제가 발생했었다. 그로 인해 대상 국가를 홍콩·말레이시아·대만으로 축소하였다. 현재 중국과 일본을 제외하고 제주를 찾는 주요 국가 4순위는 싱가포르 포함하여 본 연구 대상이

되는 세 나라이다. 불가피하게 싱가포르 조사를 비교대상에 넣을 수 없었다.

본 연구는 향후 제주도 국제관광객 확대와 다양화를 위한 기초 자료로 활용할 수 있다. 외부환경에 민감한 관광산업의 단점을 완충하는 접근으로써 연구 의의가 있으므로 비단 본 연구의 대상이었던 세 나라를 제외하고도 많은 관광객이 제주를 찾고 있는 싱가포르·태국·필리핀·베트남 등의 나라에 대해서도 조사를 하여 차별화된 국적별 접근과 전체적 만족도를 높일 수 있는 방법을 강구 할 수 있다.

또한 본 연구는 전체적인 차이점을 넓게 규명함으로써 국적 별 차이가 있기 때문에 국적별 조사의 필요성을 이야기 하고 있다. 이미 본 연구에서 조사되었던 홍콩·말레이시아·대만의 경우도 마찬가지로 더욱 심층적 조사가 필요하다. 이러한 심층적 자료는 추후 제주관광을 단단하게 할 것이다. 더 나아가서 제주도를 방문하는 모든 나라에 대해서 일률적으로 데이터를 수집할 수 있는 시스템을 갖추으로써 지속적인 피드백을 통한 진화하는 관광의 중심지 제주도가 되었으면 한다.

## 참고문헌

### 1. 국내 자료

- 간야바르(2012). 제주 방문 몽골 관광객의 방문동기와 관광만족, 충성도에 관한 연구-전세기 이용 관광객을 중심으로-, 제주대학교 대학원 석사학위논문
- 권정택(2000). 관광이벤트의 방문동기와 사후이미지가 만족과 재방문의도에 미치는 영향, 대구대학교 대학원 박사학위논문.
- 김경래(2009). 농촌의 생태자원이 관광지 선택과 만족도에 미치는 영향: 농촌체험관광을 중심으로, 관동대학교 대학원, 관광경영학과 박사학위논문
- 김남훈(2006). 관광서비스품질이 만족도와 재방문의도에 미치는 영향에 관한연구: 동해안 관광지의 음식점 서비스를 중심으로 관동대학교 대학원 박사학위논문.
- 김동규(1996). 소비자 만족 형성과정에 관한 연구, 중앙대학교, 박사학위논문, p.15.
- 김민철·부창산·김영훈(2008). 제주지역 내 중국 및 일본 관광객의 선택속성의 차이분석: 구조방정식 이용. 『한국지역지리학회지』, 14(2), 126-140.
- 김법승(2013). 관광객의 관광동기, 여행상품선택속성, 만족도간 영향관계 연구 : 제주방문 중국인 패키지관광객을 중심으로, 제주대학교 경영대학원, 관광개발학과 석사학위논문.
- 김선희(2009). 여행 도매업체에 대한 여행소매업의 지각된 서비스품질이 만족과 충성도에 미치는 영향. 『관광학연구』, 33(1), 263-282.
- 김영우(2006). 아웃바운드 관광객의 관광유형에 따른 여행상품 구매행동, 『호텔 경영학연구』, 13(4), pp.185-204.
- 김완석·강용주(1998). 복합점수를 이용하는 소비자만족 측정법들의 준거 타당도연구, 『소비자 학연구』 9(4), 한국소비자학회, 63-8
- 김원인(1994). 관광지선호에 관한 실증적 연구, 『관광학연구』 18(1), 한국관광학회, 1-22.
- 곽재용(2005). 개인가치가 관광지 선호속성과 과시, 합리적 관광행동에 미치는 영향에 관한 연구: 노인관광을 중심으로. 대구대학교 대학원 경영학박사학위 논문.
- 문성환(2006). 중국인 관광객의 관광동기와 관광만족 및 충성도의 관계에 관한 연구: 제주방문 객을 대상으로. 제주대학교 대학원 문성환
- 박동균(2002). 호텔고객의 지각된 서비스 품질과 가치, 만족, 애호도, 재이용 의도간의 관계연구, 동아대학교 대학원 박사학위 논문.

- 박동균(2003). 호텔고객의 지각된 품질과 가치, 만족, 애호도, 재이용 의도 간의 관계연구. 『관광·레저연구』, 15(1), 283-302.
- 박선심(2016). 관광객의 관광지선택속성이 지각된 가치, 자기효능감, 관광만족 및 재방문의도에 미치는 영향 : 동신대학교 대학원 박사논문
- 박혜영(2014). 시니어관광객의 가치관 관광동기, 관광지선택속성, 관광만족의 영향관계. 한·중·일 관광객 비교연구, 동아대학교 대학원 박사학위논문
- 부이 김루언(2014). 관광동기에 따른 관광지선택속성 및 관광태도와의 영향관계 연구 - 담양죽녹원 방문객을 대상으로 -, 호남대학교 대학원 석사학위논문
- 손대현(1989). “우리나라 관광산업의 마케팅에 관한 실증적 연구”, 고려대학교, 박사학위논문.
- 손해식(1982). 관광사업에 있어서 마케팅 적용상의 문제, 서울: 한국관광학회 제6호, pp.58-60.
- 여정태(1993). 관광지 개발계획을 위한 설계환경의 평가에 관한 제언. 『경기대학교논문집』, 32, 359-382.
- 윤동구(2000). 관광객만족구조 모형의 개발에 관한 연구, 경기대학교 대학원 박사학위논문.
- 여영숙(2011) 관광동기에 따른 사전기대가 관광경험의 진정성에 미치는 영향-매스미디어에 의한 관광이미지의 매개효과를 중심으로-, 호남대학교 대학원 박사학위논문
- 이대은·이충기(2012). 외래관광객의 한옥 방문동기와 만족도 및 행동의도에 관한 연구 - 동·서양간 비교를 중심으로 - 『관광학연구』, 36(9), pp 93-115.
- 이운섭(2006). 관광자 가치, 라이프스타일, 동기가관광지선택과 행위의도에 미치는 영향. 경기대학교 대학원 박사학위논문.
- 이진희(2012). 제주도 관광이미지와 만족도, 재방문의도에 관한 연구. 『탐라문화』, 40:109-138.
- 이진희(2013). 제주도 관광지의 관광동기 유형에 따른 관광만족에 관한 연구 - 중문관광단지를 대상으로, 『관광학연구』, 37(7), 11-32.
- 이재곤(2017). 관광동기에 따른 관광행동이 가치와 기억에 미치는 영향, 경기대학교 대학원 박사학위논문
- 이충기·송학준·이대은(2011). 카지노방문객 시장세분화 연구: 방한 일본 및 중국 관광객을 대상으로. 『호텔경영학연구』, 20(1), pp.159-172
- 이후석·오민재(20004). 관광객 시선이 관광동기와 만족도에 미치는 영향에 관한 탐색적 연구, 『호텔경영학연구』 13(4), 한국호텔경영학회, 205-217.
- 임화순·고계성(2006), 관광목적지 매력속성에 따른 중요도-성취도 연구:일본 오끼나와 중심으로, 관광연구, 21(1) pp.117-190.

- 임화순·고계성(2013), 관광지 방문객의 방문동기가 만족도와 행동의도에 미치는 영향 연구 :경남 통영시 미륵도를 중심으로, 관광연구저널, 27(2), pp.289-302.
- 안영민(1992), 라이프 스타일에 따른 관광객 행동특성에 관한 연구, 경남대학교 박사학위논문.
- 오민재(2005), 드라마 촬영지 관광동기 유형에 따른 시장세분화에 관한 연구, 부천 판타스틱스튜디오 관광객을 사례로 관광연구저널, 30(1), 271-293.
- 오인선(2011), 장애유형별 장애우의 관광지 선택속성과 관광행동에 관한 연구, 세종대학교, 석사학위 논문.
- 오정학·허상현(2006). 외국인 관광객의 문화관광 형태에 관한 비교연구. 『관광연구』, 21(2), pp.141-154
- 유우빙·주홍·변우희(2010), 중국관광시장의 관광정보 활동이 관광동기와 관광만족에 미치는 영향, (사)대한관광경영학회, 27(5), 389-406.
- 윤대순·최미선(2012). 시니어세대의 감성적, 이성적 구매성향이 관광상품 구성요소에 미치는연구. 『관광·레저연구』, 24(1), pp.45-64
- 진애니(2007). 방한 중국관광객의 관광동기, 관광지 선택속성 및 만족도 간 관계에 관한 연구, 순천향대학교 일반대학원 석사학위논문
- 정효숙(2017). 다문화가족의 관광동기와 관광지선택속성이 행동의도에 미치는 영향 비교 분석- 베트남·중국·필리핀 -, 경희대학교 대학원 관광학과 박사학위논문
- 최용훈(2008). 관광지선택속성이 관광만족과 재방문의도에 미치는 영향 경기대학교 대학원 박사학위 논문
- 최용복·부창산·김민철(2012), 도서 관광지의 선택속성, 서비스 가치, 만족도 및 행동의도 관계연구 : 추자도를 대상으로, 수산해양교육연구, 24(3), pp.406-415.
- 천홍(2016). 관광동기에 따른 시장세분화 및 선호관광활동 비교-제주도를 방문한 중국 관광객을 중심으로-, 세종대학교 대학원 석사학위논문
- 홍남기(1997). 방한 국제관광자의 관광 이미지와 만족에 관한 연구, 한양대학교, 석사학위논문, p.26.
- 홍영택(2004). 호텔서비스품질이 고객만족과 자발적 행위에 미치는 영향 연구, 경기대학교 대학원 박사학위논문.
- 함수일(2013) 해외 관광객의 관광동기와 관광지 선택속성이 만족도에 미치는 영향 -무안공항 중심으로-, 호남대학교 일반대학원 석사학위논문

## 2. 국외 자료

- Barsky, J. D., & Labagh, R.(1992). A strategy for customer satisfaction. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quality*, 33(5), 32-40.
- Beatty, S. E., Homer, P. M., & Kahle, L. R. (1988). Problem with VALS international marketing research: an example from an application of the empirical mirror technique. *Advances in Consumer Research*, 15(1), 375-380.
- Dann, G. M. S.(1981). Tourism motivation an appraisal, *Annals of Tourism Research* 8(2), 187-219.
- Dornell, C.(1992). A National Customer Satisfaction Barometer: The Swedish experience, *Journal of Marketing* 56(1), 6-21
- Formica, S., & Uysal, M.(1998). Market segmentation of an international cultural-historical event in Italy. *Journal of Travel Reserach*,36(4), 16-24
- Fournier, S.(1998) "Consumer and Their Brands: Developing Relationship Theory in Consumer Research," *Journal of Consumer Research*, Vol.34(March), pp.234-249.
- Franken, D. A. & Van Raaij, W. F.(1981), Satisfaction with Leisure time Activities, *Journal of Leisure Research*, 13(4), 337-352.
- Fridgen, J. D.(1991). Dimensions of Tourism Educational Institute of the American Hotel & Motel Association.
- Fodness,(1994), Measuring Tourist Motivation, *Annals of Tourism Research*, 21(3), 555.
- Giese, J.L.& J.A. Gote(2000). Defining consumer Satisfaction, *Academy of Marketing Sciences Review* 4
- Goodrich, J. N.(1997) Benefit bundle analysis: An emperical study internationaltravelers. *Jounal of Travel Research*, 16(2), 6-9.
- Howard, D. R.(1963). An analysis of consumer loyalty to municipal recreation programs. *Leisure Science*, 10(3),21-223
- Iso-Ahola, S. E. 1982). Toward a social psychological theory of tourism motivation: A rejeoinder. *Annals Tourism Research*. 9(2), 256-262.
- Kozak M. & M. Rimmington(2000). "Tourist satisfaction with Mallorca, Spain, as an

- off-season holiday destination," *Journal of Travel Research*, 38(3), pp204-212.
- Laurentian Vareiro, J. Cadima Ribeiro, Paula Remoaldo, (2015). Destination Attributes and tourist's satisfaction in a cultural destination. Polytechnic Institute of Cavado and Ave, University of Minho.
- London, D. L & A. J. D. Bitta (1984). *Consumer Behavior* : 2nd edition, , New York McGraw-Hill.
- Mehmet, M., Conny, Kjell H. G., & Greibrok. G. (2010). The relationship between personal values and tourism behaviour: A segmentation approach. *Journal of Vacation Marketing*, 16(1), 17-27
- Mill, R. C, & Morrision, A. M. (1985), *The tourism system: An introductory text*. new Jersey: Prentice Hall, p.125
- Mill, Robert Christie, Morrison, Alastair M. (1992), *The tourism system : an introductoey text* (2nd ed.), Englewood Cliffs, N.J. : Prenftice Hall.
- Petrick, J. F. (2003). First timers and repeaters perceived value. *Journal of Travel Research*, 43(3), 29-38.
- Pizam, A., Neumann, Y., and Reichel, A, (1978). Dimension of tourist satisfaction with a destination area. *Annals of Tourism Research*, 5, pp.314-322.
- Williams, P., & Soutar, G. N. (2009). Value, satisfaction and behavioral intentions in an adventure tourism context. *Annals of Tourism Resea고*, 36(3), 413-438.
- Zabkar, V., Brencic, M. M., & Dmitrovic, T. (2010). Modelling perceived quality, visitor satisfaction and behavioural intentions at the destination level. *Tourism Management*, 31(4), 537-546.
- Zeithaml, V. A., Biter, M. J. & Gremler, D. D. (2009). *Services marketing: integrating Customer focus the Firm* (5th ed.). New Your: McGraw-Hill.

### 3. 기타 자료

한국관광공사(2016), 방한시장의 모든 것 2016, <http://www.visitkorea.or.kr>

제주관광공사, 제주특별자치도 외국인관광객 입도통계, <http://www.visitjeju.or.kr>

제주관광협회, 관광객 내도현황, <https://ijto.or.kr>

한국공항공사, 항공통계, <http://www.airport.co.kr/>

UNWTO, Annual Report 2017, <http://www2.unwto.org>

중국관광객 제주 걸핍기, <한겨레21>, 2016/12/21 17:59,

[http://h21.hani.co.kr/arti/cover/cover\\_general/35016.html](http://h21.hani.co.kr/arti/cover/cover_general/35016.html)(2018/09/11)



## 제주 국제방문객 확대를 위한 방문동기 및 선택속성에 관한 설문조사

--	--	--

안녕하십니까?

저는 제주대학교 일반대학원 관광개발학과에 재학 중인 대학생입니다.

우선 바쁘신 와중에도 귀한 시간을 내어 설문에 응해주셔서 감사합니다.

본 설문지는 제주를 방문하는 홍콩·말레이시아·싱가폴·대만 관광객을 대상으로 관광동기와 관광지선택속성에 관한 연구를 위한 설문조사입니다.

본 설문의 내용은 옳고 그른 답이 없으므로 평소에 생각하고 느끼시는 대로 솔직하게 답해 주시면 됩니다. 본 설문은 이름을 쓰지 않고 설문지를 받는 것으로, 개인의 비밀이 보장되고, 학술적 목적을 위한 통계분석 자료로만 이용될 것입니다.

귀하의 소중한 의견은 본 연구에 많은 도움이 되므로 신중한 답변 부탁드립니다. 다시 한 번 귀하의 도움에 진심으로 감사드립니다.

2018년 10월

지도교수 : 제주대학교 일반대학원 관광개발학과 교 수 최용복

연구자 : 제주대학교 일반대학원 관광개발학과 석사과정 김지훈

연락처 : 010-6599-6254 E-mail : wlgns3439@naver.com

I. 다음은 일반적인 특성 사항입니다. 해당란에 체크(✓)해 주십시오.

1. 귀하는 이곳을 누구와 함께 방문하셨습니다?

① 혼자    ② 가족과 함께    ③ 친구와 함께    ④ 동료와 함께    ⑤ 기타

2. 귀하의 이번 제주 방문은 몇 번째 입니까?

① 처음    ② 두 번째    ③ 세 번째    ④ 네 번째 이상

3. 귀하의 제주 체류일수는 어떻게 되나요?

① 1박 2일    ② 2박 3일    ③ 3박 4일    ④ 4박 5일    ⑤ 5박 이상

4. 귀하는 이번 제주 관광에 관한 정보를 주로 어디서 얻으셨습니까?

① 인터넷    ② 여행사    ③ TV,라디오    ④ 지인추천    ⑤ 가이드북/브로셔

II. 다음은 제주를 방문하는 관광객들의 제주 관광동기에 관한 질문입니다. 해당란에 체크(✓)해 주시기 바랍니다.

설 문 항 목	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통	그렇다	매우 그렇다
1) 정신적 휴식을 갖기 위해서	①	②	③	④	⑤
2) 육체적 휴식을 갖기 위해서	①	②	③	④	⑤
3) 기분전환을 위해서	①	②	③	④	⑤
4) 일상생활의 변화를 위해서	①	②	③	④	⑤
5) 스트레스 해소를 위해서	①	②	③	④	⑤
6) 생활이나 일의 활력을 얻기 위해서	①	②	③	④	⑤
7) 가족과 함께 시간을 보내기 위해서	①	②	③	④	⑤
8) 동료와 친목을 도모하기 위해서	①	②	③	④	⑤
9) 친구와 함께 시간을 보내기 위해서	①	②	③	④	⑤
10) 친구 및 친지를 방문하기 위해서	①	②	③	④	⑤
11) 사회적 친교를 위해서	①	②	③	④	⑤
12) 새로운 것을 보고 듣고 느끼기 위해서	①	②	③	④	⑤
13) 성취감을 느끼기 위해서	①	②	③	④	⑤
14) 한국에 대한 새로운 지식을 얻기 위해서	①	②	③	④	⑤
15) 자기계발을 위해서	①	②	③	④	⑤
16) 역사 및 문화를 탐방하기 위해서	①	②	③	④	⑤
17) 한류를 체험하기 위해서 (드라마·영화 촬영지 등의 방문)	①	②	③	④	⑤
18) 음식문화를 체험하기 위해서	①	②	③	④	⑤
19) 공기가 맑고 기후가 좋을 것 같아서	①	②	③	④	⑤
20) 아름다운 자연경관을 감상하기 위해서	①	②	③	④	⑤
21) 자연을 가까이에서 느끼고 싶어서	①	②	③	④	⑤
22) 여행사진을 찍어 주변사람에게 보여주려고	①	②	③	④	⑤
23) 여행사진을 SNS(블로그, 페이스북, 카페 등)에 게재하려고	①	②	③	④	⑤
24) 여행경험을 주변사람에게 이야기하기 위해서	①	②	③	④	⑤
25) 주변사람에게 자랑하기 위해서	①	②	③	④	⑤

**Ⅲ. 다음은 귀하가 제주관광을 선택 할 때 어떤 요인을 중요하게 고려하는지 알아보 기 위함입니다. 귀하의 느낌과 일치하는 정도에 따라 각 항목의 번호에 체크(√)해 주 시기 바랍니다.**

설 문 항 목	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통	그렇다	매우 그렇다
1) 제주의 기후(날씨)	①	②	③	④	⑤
2) 제주자연경관	①	②	③	④	⑤
3) 관광지의 청결도	①	②	③	④	⑤
4) 이국적 분위기	①	②	③	④	⑤
5) 숙박시설의 청결과 안전성	①	②	③	④	⑤
6) 숙박시설의 서비스	①	②	③	④	⑤
7) 다양한 편의시설	①	②	③	④	⑤
8) 다양한 음식	①	②	③	④	⑤
9) 음식의 맛	①	②	③	④	⑤
10) 관광지의 높은 안전성	①	②	③	④	⑤
11) 관광종사원의 친절성	①	②	③	④	⑤
12) 관광안내시설	①	②	③	④	⑤
13) 편리한 쇼핑시설	①	②	③	④	⑤
14) 편리한 교통	①	②	③	④	⑤
15) 지리적 위치	①	②	③	④	⑤
16) 역사적인 매력물	①	②	③	④	⑤
17) 다양한 관광시설(박물관, 공원, 체험시설 등)	①	②	③	④	⑤
18) 제주의 색다른 생활양식	①	②	③	④	⑤
19) 관광지의 선진화	①	②	③	④	⑤
20) 저렴한 현지물가	①	②	③	④	⑤
21) 저렴한 항공요금	①	②	③	④	⑤
22) 저렴한 숙박요금	①	②	③	④	⑤
23) 관광상품의 저렴한 가격	①	②	③	④	⑤

**IV. 다음은 제주를 방문하는 관광객들의 관광만족에 관한 질문 입니다. 해당란에 체크 (√)해 주시기 바랍니다.**

설 문 항 목	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통	그렇다	매우 그렇다
1. 전체적인 관광일정에 대해서 만족한다	①	②	③	④	⑤

2. 나는 이번 제주여행에 대해 전반적으로 만족한다.	①	②	③	④	⑤
3. 소비 비용이 아깝다는 생각을 하지 않을 정도로 만족한다	①	②	③	④	⑤
4. 방문전 기대했던 것 보다 만족스러웠다	①	②	③	④	⑤
5. 제주도를 관광목적지로 타인에게 추천하겠다	①	②	③	④	⑤
6. 기회가 된다면 제주를 다시 방문할 용의가 있다.	①	②	③	④	⑤

V. 다음은 제주를 방문하는 관광객들의 제주 관광동기에 관한 질문 입니다. 해당란에 체크(✓)해 주시기 바랍니다.

1. 귀하는 성별은?	
① 남자    ② 여자	
2. 귀하의 국적은?	
① 홍콩    ② 말레이시아    ③ 싱가포르    ④ 대만	
3. 귀하의 결혼여부는 ?	
① 기혼    ② 미혼	
3. 귀하의 연령은?	
① 20대이하    ② 20대    ③ 30대    ④ 40대    ⑤ 50대    ⑥ 60대 이상	
4. 귀하의 최종 학력은?	
① 고등학교졸업 이하    ② 2년제 대학교 재학/ 졸업    ③ 4년제 대학교 재학/졸업 ④ 대학원 재학/졸업 이상	
5. 귀하의 직업은?	
① 농업·축산업·수산업    ② 자영업    ③ 판매/서비스직    ④ 생산직/기술직 ⑤ 전문직    ⑥ 사무직/공무원/군인    ⑦ 학생    ⑧ 가정주부    ⑨ 기타(    )	
5. 귀하 가족의 전체 월 평균 소득은? - 달러 USD 기준 -	
① \$1,000~\$2,000    ② \$2,000~\$3,000    ③ \$3,000~\$4,000 ④ \$4,000~\$5,000    ⑤ \$5,000~\$6,000    ⑥ \$6,000 이상	
6. 귀하의 이번 제주여행에서 사용한 비용은? - 달러 USD 기준 -	
① \$1,000이하    ② \$1,000~\$1,500    ③ \$1,500~\$2,000 ④ \$2,000~\$2,500    ⑤ \$2,500~\$3,000    ⑥ \$3,000 이상	

## Questionnaire

--	--	--

### **A Study on the Tourism Motivation and the Attributes of Choosing Tourist Attractions for the Expansion of Jeju International Visitors - Focusing on Southeast Asian Countries -**

Hello?

I am a student at Jeju National University Graduate School of Tourism Development.  
First of all, I appreciate you taking your precious time to answer the questionnaire.

This questionnaire is a survey of Hong Kong, Malaysia, Singapore, and Taiwanese tourists visiting Jeju to study tourism motivation and attributes of choosing tourist attractions for supplying better travel environment of Jeju

The contents of this questionnaire have no right or wrong answer, so please answer candidly as you normally feel and thinking. This questionnaire will receive a questionnaire without a name, will be confidential and will only be used for statistical analysis purposes for academic purposes.

Your valuable feedback is very helpful in this study, so please answer with care. Again, I sincerely appreciate your help.

October 2018

Professor: Choi Yong-Bok, Jeju National University

Researcher: Ji Hoon Kim, the master's course of Jeju National University Graduate  
School of Tourism Development

Contact : 010-6599-6254 E-mail : wlgns3439@naver.com

#### **I. General characteristics**

The following are general characteristics. Please check (✓) on your answer.

1. Who did you visit with?
① Alone    ② family    ③ friend    ④ colleague    ⑤ Other
2. How many times have you been to Jeju?
① first    ② second    ③ third    ④ Fourth or more
3. How many days do you stay in Jeju?
① 1night,2days    ② 2nights,3days    ③ 3nights,4days    ④ 4nights,5days ⑤ more than five nights
4. Where did you get the information about tourism in Jeju?
① Internet    ② Travel agency    ③ TV, Radio    ④ Recommendation of acquaintance ⑤ Guidebook / Brochure

## II. Jeju Tourist Motivation

The following is a question about the tourist motivation of Jeju tourists visiting Jeju. Please check (✓) your answer after reading the follow sentences.

tour motivaes	strongly dis- agree	mildly dis- agree	neutr al	mildly agree	sronly agree
1) relax for mental	①	②	③	④	⑤
2) relax for body	①	②	③	④	⑤
3) for change your mood	①	②	③	④	⑤
4) escape from the same repeat your life	①	②	③	④	⑤
5) for stress free	①	②	③	④	⑤
6) recharge the energy for your life/ for your powerful life	①	②	③	④	⑤
7) for taking a good time with your family	①	②	③	④	⑤
8) for partnership with your business mates	①	②	③	④	⑤
9) for having a good time with your friends	①	②	③	④	⑤
10) for visiting friends and acquaintance	①	②	③	④	⑤
11) for social life	①	②	③	④	⑤
12) for seeing, hearing and feeling on new things	①	②	③	④	⑤
13) for feel your achievement	①	②	③	④	⑤
14) to gain new knowledge of the Korea	①	②	③	④	⑤
15) for self-development	①	②	③	④	⑤
16) to explore history and culture	①	②	③	④	⑤
17) to experience Korean Wave (visit of drama, movie location)	①	②	③	④	⑤
18) to experience food culture	①	②	③	④	⑤
19) I thought the air would be clear and the climate would be nice.	①	②	③	④	⑤
20) to appreciate the beautiful natural scenery	①	②	③	④	⑤
21) I want to feel nature close to me.	①	②	③	④	⑤
22) for showing your trip photos to your neighbors	①	②	③	④	⑤
23) for showing your trip photos on SNS(Facebook, blog , cafe...)	①	②	③	④	⑤
24) for telling your tour to your neighbors	①	②	③	④	⑤
25) for showing up your tour to your neighbors	①	②	③	④	⑤

### III. Attributes of Choosing Tourist Attractions

The following are some of the factors we consider important when choosing a tour of Jeju. Please check (✓) the number of each item according to how you feel.

tour chosen factors	strongly dis- agree	mildly dis- agree	neutral	mildly agree	strongly agree
1) Jeju's climate (weather)	①	②	③	④	⑤
2) Jeju Natural Scenery	①	②	③	④	⑤
3) cleanliness of sightseeing spot	①	②	③	④	⑤
4) an exotic atmosphere	①	②	③	④	⑤
5) Cleanliness and safety of accommodation	①	②	③	④	⑤
6) accommodation services	①	②	③	④	⑤
7) various amenities	①	②	③	④	⑤
8) various food	①	②	③	④	⑤
9) taste of food	①	②	③	④	⑤
10) high safety of sightseeing spot	①	②	③	④	⑤
11) kindness of tourist workers	①	②	③	④	⑤
12) tourist Information Facilities	①	②	③	④	⑤
13) convenient shopping facilities	①	②	③	④	⑤
14) convenient transportation	①	②	③	④	⑤
15) geographical location	①	②	③	④	⑤
16) historic attractions	①	②	③	④	⑤
17) various tourist facilities (Museums, parks, experience facilities, etc.)	①	②	③	④	⑤
18) Jeju's different lifestyle	①	②	③	④	⑤
19) advancement of sightseeing spot	①	②	③	④	⑤
20) cheap local prices	①	②	③	④	⑤
21) cheap airfare	①	②	③	④	⑤
22) a cheap rate of accommodation	①	②	③	④	⑤
23) a cheap price for sightseeing	①	②	③	④	⑤

### IV. Tourist Satisfaction

The following is a question about the satisfaction of tourists visiting Jeju. Please check (✓) Please check (✓) the number of each item according to how you feel.

tourist satisfaction	strongly dis- agree	mildly dis- agree	neutral	mildly agree	strongly agree
1. I am satisfied with the overall tour schedule	①	②	③	④	⑤
2. I am generally satisfied with this	①	②	③	④	⑤



trip to Jeju.					
3. I'm satisfied that I don't think the cost of spending is too much.	①	②	③	④	⑤
4. I was more satisfied than I had expected before the visit.	①	②	③	④	⑤
5. I will recommend Jeju Island to others as a tourist destination.	①	②	③	④	⑤
6. If there is an opportunity, I am willing to visit Jeju again.	①	②	③	④	⑤

## V. Demographic Characteristics

The following are the demographic characteristics of tourists visiting Jeju. Please check(✓) your answer after reading the follow sentences.

1. What is your gender?
① male    ② female
2. What is your nationality?
① Hong Konger    ② Malaysian    ③ Singaporean    ④ taiwanese
3. What is your marriage status?
① married    ② single
3. What is your age?
① lower than 20 years old    ② 20~29 years old    ③ 30~39 years old ④ 40~49 years old    ⑤ 50~59 years old    ⑥ older than 60 years old
4. What is your final academic background?
① Below high school graduation    ② attending /graduated from a 2-year university ③ attending /graduated from a 4-year university    ④ graduate school
5. What is your occupation?
① farmer, animal husbandry, fisher person    ② self-employee    ③ sale/service jobs ④ work for the product/labor(factory worker, mechanic...)    ⑤ specialized job ⑥ office worker/public offices/soldier    ⑦ student    ⑧ house wife ⑨ other(                      )
5. Your family's monthly average income? - Dollar basis / USD -
① \$1,000~\$2,000    ② \$2,000~\$3,000    ③ \$3,000~\$4,000 ④ \$4,000~\$5,000    ⑤ \$5,000~\$6,000    ⑥ More than \$6,000
6. How much did you spend on your trip to Jeju? - Dollar basis / USD -
① \$1,000 and less    ② \$1,000~\$1,500    ③ \$1,500~\$2,000 ④ \$2,000~\$2,500    ⑤ \$2,500~\$3,000    ⑥ More than \$3,000

## 說 問 紙

--	--	--

### 为扩大济州国外游客，东南亚国家游客的旅游动机及选择因素研究

您好

我是济州大学旅游开发学专业的学生 kim jihoon

非常感谢参与问卷调查

这问卷调查是为提高济州岛旅游环境研究旅游的目的及选择因素。  
这次问卷研究范围是香港、马来西亚、新加坡、台湾游客。

这问卷调要写您真实的意见。

这研究项目保证保密您参与的问卷调查内容（问卷上不用写参与者的名字）而且这个资料只在用于学术的目的及统计分析。

因为您的意见是非常重要的研究资料，所以请您写谨慎的意见。

谢谢您的配合。

2018年10月

研究项目顾问教授：济州大学旅游开发学系 教授 崔容福

研究项目负责人：济州大学 旅游开发学系 金智勋

#### I. 一般特性

##### 基本提问

1. 济州旅游时，您的同伴者是？

- ① 自己    ② 家人    ③ 朋友    ④ 同事    ⑤ 其他

2. 您几次来过济州？

- ① 第一次    ② 第二次    ③ 第三次    ④ 四次以上

3. 您觉得为济州旅游几天需要？

- ① 2天1夜    ② 3天2夜    ③ 4天3夜    ④ 5天4夜    ⑤ 5天以上

4. 为济州旅游，来济州之前您在哪里收集济州信息？

- ① 网络    ② 旅行社    ③ 电视,广播    ④ 朋友，亲戚的推荐  
⑤ 导游手册/小册子

## II. 济州 旅游动机

为什么来济州岛？请选择一个项目					
问 卷 项 目	完全 不是	不是	一般	是	非常 是
1) 为了让心灵休息	①	②	③	④	⑤
2) 为了让身体得到休息	①	②	③	④	⑤
3) 为了转换心情	①	②	③	④	⑤
4) 为了变化日常生活	①	②	③	④	⑤
5) 为了缓解精神压力	①	②	③	④	⑤
6) 为了得到工作及生活上的活力	①	②	③	④	⑤
7) 为了跟家人共度美好时光	①	②	③	④	⑤
8) 为了增进跟同事们之间的亲密感	①	②	③	④	⑤
9) 为了跟好友共度时光	①	②	③	④	⑤
10) 为了探访亲戚朋友	①	②	③	④	⑤
11) 为了搞好社会亲密关系	①	②	③	④	⑤
12) 为了去看， 去听， 去感受新鲜事物	①	②	③	④	⑤
13) 为了获得成就感	①	②	③	④	⑤
14) 为了学习韩国新知识	①	②	③	④	⑤
15) 为了自我发展	①	②	③	④	⑤
16) 为了探访历史和文化	①	②	③	④	⑤
17) 为了体验韩流 (访问电视剧，电影的拍摄地)	①	②	③	④	⑤
18) 为了体验饮食文化	①	②	③	④	⑤
19) 喜欢清新的空气和气候	①	②	③	④	⑤
20) 为了欣赏美丽的自然景观	①	②	③	④	⑤
21) 想更加亲近自然	①	②	③	④	⑤
22) 为了向周围的人展示旅游照片	①	②	③	④	⑤
23) 为了把旅游照片上传到SNS(博客，脸书，论坛)上	①	②	③	④	⑤
24) 为了向周围的人介绍旅游经验	①	②	③	④	⑤
25) 为了向周围的人炫耀	①	②	③	④	⑤

### III. 濟州觀光地選擇屬性

为济州观光哪些项目对您重要？请选择一个项目

问 卷 项 目	完全不 是	不是	一般	是	非常是
1) 济州的气候(天气)	①	②	③	④	⑤
2) 济州自然景观	①	②	③	④	⑤
3) 景点的清洁度	①	②	③	④	⑤
4) 异国他乡的	①	②	③	④	⑤
5) 住宿设施的清洁和安全性	①	②	③	④	⑤
6) 住宿设施的服务性	①	②	③	④	⑤
7) 多样的便利设施	①	②	③	④	⑤
8) 多样的饮食	①	②	③	④	⑤
9) 饮食的味道	①	②	③	④	⑤
10) 旅游地的安全性	①	②	③	④	⑤
11) 旅游从业者的亲切感	①	②	③	④	⑤
12) 旅游向导设施	①	②	③	④	⑤
13) 便利的购物设施	①	②	③	④	⑤
14) 便利的交通	①	②	③	④	⑤
15) 地理位置	①	②	③	④	⑤
16) 历史的魅力物	①	②	③	④	⑤
17) 各种旅游设施(博物馆,公园体验设施等)	①	②	③	④	⑤
18) 济州与众不同的生活方式	①	②	③	④	⑤
19) 旅游景点的先进化	①	②	③	④	⑤
20) 低廉的当地物价	①	②	③	④	⑤
21) 低廉的航空费用	①	②	③	④	⑤
22) 低廉的住宿费	①	②	③	④	⑤
23) 旅游商品的低廉价格	①	②	③	④	⑤

### IV. 觀光客 滿意

对您此次济州旅游满不满？请选择一个项目

问 卷 项 目	完全不 是	不是	一般	是	非常是
1. 对整个旅游日程很满意	①	②	③	④	⑤

2. 我对这次济州旅行的整体情况满足.	①	②	③	④	⑤
3. 值得花旅游费用	①	②	③	④	⑤
4. 这次旅游跟您的期待差不多	①	②	③	④	⑤
5. 济州旅游您对您认识的人推不推荐	①	②	③	④	⑤
6. 如有机会您再次会来济州岛	①	②	③	④	⑤

## V. 人口统计特性

请填写您的个人信息。

1. 您的性别？
① 男      ② 女
2. 您是哪国人？
① 香港    ② 马来西亚    ③ 新加坡    ④ 台湾
3. 您的结婚状况是？
① 已婚    ② 未婚
3. 您的年龄？
① 20岁以下    ② 20-29岁    ③ 30-39岁    ④ 40-49岁    ⑤ 50-59岁 ⑥ 60岁以上
4. 您的学历？
① 高中以下    ② 2年制大学在校/ 毕业    ③ 4年制大学在校/毕业    ④ 研究生在校/毕业以上
5. 您的职业？
① 农业,畜牧业,水产业    ② 个体户    ③ 销售/服务行业    ④ 生产职/技术职 ⑤ 专职    ⑥ 事务职/公务员/军人    ⑦ 学生    ⑧ 家庭主妇    ⑨ 其他(    )
5. 您的全家月平均工资？ - 美元基准 USD -
① \$1,000~\$2,000    ② \$2,000~\$3,000    ③ \$3,000~\$4,000 ④ \$4,000~\$5,000    ⑤ \$5,000~\$6,000    ⑥ \$6,000 以上
6. 您这次济州旅游使用的费用是？ - 美元基准 USD -
① \$1,000以下    ② \$1,000~\$1,500    ③ \$1,500~\$2,000 ④ \$2,000~\$2,500    ⑤ \$2,500~\$3,000    ⑥ \$3,000 以上

## 국문초록

### 제주방문 외국인 관광객의 방문동기와 선택속성의 차이에 관한 연구 - 홍콩·말레이시아·대만의 비교를 중심으로-

제주대학교 일반대학원

관광개발학과

김 지 훈

세계 관광시장의 규모와 역할은 지속적으로 성장하여 2017년 세계 GDP와 일자리 직접 기여도가 2.6조 달러와 1억 1,845만개에 달하였다. 세계 관광시장 속 한국 인바운드는 1991년부터 2017년까지 연 평균 5.6%의 지속성장을 하였다. 매년 증가하다가 2015년 메르스(MERS) 위기 후 2016년 1,724만명 최대치를 기록하였다. 제주 인바운드는 메르스(MERS) 당시 대체관광지로서 외국인 입도는 줄었으나 내국인 입도객이 증가하여 피해가 적었다. 그리고 2016년 관광객 총 1,585만으로 그중 내국인 1,225만 외국인 360만명 최대치를 기록하였다.

그러나, 관광산업은 외부환경에 변화에 매우 민감한 산업이다. 어떠한 정치적 이슈나 경제적 이슈로 관광의 수요와 공급은 급변할 수 있다. 예로 국내정세, 국외정세, 2003년 사스(SARS), 2015년 메르스(MERS)와 2017년 사드(THAAD)등을 말할 수 있다. 이 중 사드(THAAD)로 당시 중국인 관광객에게 편중되어 있던 제주도 외국인 인바운드 시장은 전체 시장의 65%나 급감하게 되었다.

본 연구의 목적은 외부환경에 변화에 민감한 관광산업이 외부환경변화에 대한 안정성을 높이는 일환이며 “생태계의 생물종이 다양하면 외부환경 변화에 대한 안정성이 높다.”는 전제를 대입하여 “제주방문 외국인 관광시장의 관광객 국적이 다양하면 외부환경 변화에 대한 안정성을 높일 수 있다.”는 생각에서 시작되었다.

본 연구는 제주도를 방문하는 국가 중 상당수를 차지하는 홍콩·말레이시아·대만을 대상으로 하였다. 세부목적은 다음과 같다.

첫째, 국가별 방문현황과 관광동기, 관광지선택속성, 관광만족도를 조사하여 통계 분석을 한다.

둘째, 분석된 자료를 기반으로 국가별 차이점을 규명한다.

셋째, 규명된 차이점을 토대로 국가별 차별화된 접근법을 제시한다.

연구의 분석 결과는 다음과 같이 제시된다.

첫째, 홍콩인이 중요시 여기는 관광동기는 경험동기와 휴식동기로 대상지역의 좋은 날씨, 경관, 문화를 체험하며 일상으로부터 벗어나 스트레스를 해소하며 휴식하기를 원한다. 도심에서 벗어나 자연이 있으며 제주도의 문화를 엿볼 수 있는 제주의 매력물은 올레길과 오름이다. 이를 통해 도시생활에 지친 도시인들에게 여유와 스트레스 완화 효과를 주는 치유의 섬으로써 제주의 이미지를 부각시키는 접근방법이 효과적일 것으로 보인다.

둘째, 말레이시아 관광객이 상대적으로 중요시 여기는 동기는 사회동기, 과시동기, 한류동기이다. 관광지선택속성 중 사회문화성, 편리성, 자연환경성이 관광만족도에 긍정적인 영향을 미친다. 종합하면 말레이시아인들의 인식 속에 제주는 홍콩과 대만 관광객보다 더 높은 차원의 고급관광지로 위치하고 있다. 선진문화와 발달된 관광지를 경험할 수 있으며 심리적으로 사회적 지위를 나타낼 수 있다. 따라서, 현대적이며 청결한 호텔과 관광지는 매력적 요소로 작용할 것이며 젊은 층에게 플레이 K-pop과 같이 첨단 기술을 이용하며 동시에 한류를 느낄 수 있는 관광지를 제주도 홍보에 이용하는 방법이 효과적일 것으로 보인다.

셋째, 대만관광객이 중요시 여기는 관광동기는 휴식동기, 사회동기, 경험동기이다. 휴식동기, 사회동기, 경험동기는 직접적으로 관광만족도에 긍정적이 영향을 미쳤다. 관광지 선택속성 중 숙박시설 및 음식, 사회문화성, 경제성이 관광만족도에 긍정적인 영향을 미쳤다. 종합하면 대상지역의 새로운 것을 체험하며 여행 중 동료나 모임 사람들과 유대감을 높이며 휴식하기를 원한다. 제주도에 있는 다양한 관광시설 중 여러 사람이 편하게 이용할 수 있는 호텔과 숙박시설의 다양한 정보와 제주도의 맛집 문화소개를 통한 접근이 효과적일 것으로 보인다.

결론적으로 제주를 찾는 국가별 관광동기, 관광지 선택속성, 관광만족도에 차이가 있다는 것을 밝혔다는데 의의가 있다. 제주를 방문하는 국가들의 차이를 검증하여 좀 더 효과적인 접근법을 제시하여 다양한 국가가 지속적으로 제주를 찾아 외부환경 변화에 따른 특정 국가의 변동에 안정성을 기할 연구가 지속되어야 한다.



## ABSTRACT

### A Study on the Difference of Visiting Motivation and the Choice Attributes of International Visitors to Jeju - Compared to Hongkong, Malaysia and Taiwan -

Jeju national university

Department of Tourism Development

Ji hoon Kim

The size and role of the global tourism market has grown steadily. This market's lever of contribution of global GDP is \$2.6trillion and direct contribution of jobs is 118.45million in 2017. Korea inbound, which is part of the global tourism market, has grown at an annual average growth rate of 5.6% from 1991 to 2017. It is increasing every year, but it reached a maximum of 17.24 million people in 2016 after the MERS crisis in 2015.

Jeju Inbound decreased the number of foreign tourists during the MERS crisis, but the number of domestic tourists increased and the damage was less. And in 2016, the total number of tourists totaled 15.85 million, of which 12.2 million foreigners were the highest, 3.6 million.

However, tourism industry is very sensitive to changes in the external environment. Demand and supply of tourism can change rapidly due to any political or economic issue. For example, it can refer to domestic situation, overseas situation, SARS in 2003, MERS in 2015 and THAAD issue in 2017.

Due to THAAD issue, Jeju Island foreign inbound market, which was concentrated by Chinese tourists, plummeted 65% of the overall market.

The purpose of this study is to improve the stability of the tourism industry from the external environment change. On the premise that if there is species diversity in the ecosystem, it is highly stable against changes in the external environment. From this premise I made a Idea that the diversity of tourist's nationalities in the foreign tourist market in Jeju can increase the stability against changes in the external environment.

The purpose of this study is to investigate Hong Kong, Malaysia and Taiwan which have a large number of countries visiting Jeju Island

First, statistical analysis is conducted by examining the status of visits by country, tourism motivation, tourism selection attributes, and tourism satisfaction.

Second, differences between countries are identified based on the analyzed data.

Third, we present a differentiated approach for each country based on the identified differences.

The results of the study are as follows

First, the tourist motivation that Hong Kong regards as important is experiencing the good weather, scenery, culture of the target area by the experience motive and the rest motive, and wants to get rid of the daily life and relieve the stress and to rest.

The place where you can experience nature and culture out of the city life is Jeju olle trail and Oreum. Through this, it seems that the approach to highlight the image of Jeju as an island of healing that gives relaxation and stress relief to urban people who are tired of urban life

Second, motives that Malaysian tourists regard as relative importance are social motivations, show motives, and Korean wave motives. Among the attributes of tourist attractions, Societal culture, convenience, and natural

environment have positive effects on tourism satisfaction. In sum, in recognition of the Malaysians, Jeju is a higher level tourist destination than Hong Kong and Taiwanese tourists. They can experience advanced cultures and developed tourist attractions, and can exhibit psychological social status. Therefore, it seems that modern and clean hotels and tourist attractions will be attractive, and it will be effective to use the high technology such as play K-pop for younger people and to use tourist attractions that can feel the Korean wave at the same time.

Third, tourist motivation that Taiwanese tourists regard as important is resting motive, social motive, experience motive. resting motivation, social motivation, and experience motivation directly affect tourism satisfaction positively. Among the attributes of tourist attractions, accommodation and food, socio-cultural and economical aspects had a positive effect on tourism satisfaction. By combining, Taiwanese want to experience new things in the target area and relax with friends and meeting people while traveling. It seems to be effective to access various information of hotels and accommodation facilities which can be easily used by various tourist facilities in Jeju Island and introducing the gastroventure of Jeju Island. In conclusion, it is meaningful that there is a difference in tourism motivation, preference attribute of tourism destination, and tourism satisfaction of each country visiting for Jeju. It is necessary to continue the research to verify the difference of the countries visiting Jeju and propose a more effective approach so that various countries continuously visit Jeju and make stability in the fluctuation of specific countries due to changes in the external environment.