

석 사 학 위 논 문

잠수함 이용자의 관광동기와 만족에 관한 연구



제주대학교 경영대학원

관광경영학과 관광경영학 전공

김 용 이

석 사 학 위 논 문

잠수함 이용자의 관광동기와 만족에 관한 연구

지도교수 허 향 진



제주대학교 경영대학원
관광경영학과 관광경영학 전공

김 용 이

2001

잠수함 이용자의 관광동기와 만족에 관한 연구

지도교수 허 향 진

이 논문을 경영학 석사학위 청구논문으로 제출함.

2001년 12월 일

제주대학교 경영대학원
제주대학교 중앙도서관
관광경영학과 관광경영 전공

김 용 이

김용이의 경영학 석사학위논문으로 인준함.

2001년 12월 일

심사위원장 _____

심 사 위 원 _____

심 사 위 원 _____

< 차례 >

제1장 서론	1
제1절 문제의 제기	1
제2절 연구의 목적	3
제3절 연구의 방법과 범위	3
제2장 이론적 고찰	6
제1절 관광동기에 대한 이론적 배경	6
1. 동기의 개념과 유형	6
2. 관광동기	9
제2절 관광객 만족에 관한 이론적 배경	20
1. 만족의 개념	20
2. 관광객 만족의 개념	26
3. 관광객 만족의 측정	28
4. 관광동기에 따른 만족의 유형	30
제3절 선행연구동향	32
제4절 제주지역 해양관광의 실태	38
1. 제주지역 해양개발 동향	38
2. 제주지역 해양관광 현황	40
제3장 연구의 설계	48
제1절 연구모형과 가설설정	48
1. 연구모형	48
2. 가설설정	48

3. 변수의 조작적 정의	49
제2절 연구조사설계	50
1. 자료수집방법	50
2. 설문지 구성 및 내용	51
3. 자료분석방법	52
제4장 실증분석	54
제1절 표본의 특성	54
1. 표본의 인구통계적 특성	54
2. 표본의 일반적 특성	55
제2절 기술통계	56
1. 관광동기	56
2. 잠수함관광 만족도	58
제3절 신뢰성 및 타당성 검증	59
1. 신뢰성 검증	59
2. 타당성 검증	61
제4절 가설검증	66
1. 가설 1의 검증	66
2. 가설 2의 검증	67
3. 가설 3의 검증	73
4. 분석결과의 요약	80
제5장 결 론	82

Abstract

<표차례>

<표 2-1> 관광동기에 대한 제학자들의 개념	10
<표 2-2> 관광동기 구성요소와 측정항목	19
<표 2-3> 연도별 잠수함이용객 수 현황	41
<표 2-4> 제주지역 유람선 현황	42
<표 2-5> 해외유람선 총 입항선박 및 평균 체재시간	43
<표 2-6> 제주도의 주요 낚시터와 어종별 낚시시기	44
<표 2-7> 제주도의 연도별 낚시어선 및 이용객 수와 수입현황	45
<표 2-8> 제주도의 주요 수중경관지 현황	46
<표 2-9> 해수욕장 이용객 현황	47
<표 3-1> 설문문의 구성과 내용	52
<표 4-1> 인구통계적 특성	55
<표 4-2> 일반적 특성	56
<표 4-3> 잠수함관광 동기의 중요도분석	57
<표 4-4> 잠수함관광 만족도의 중요도분석	58
<표 4-5> 잠수함관광 전체만족도와 재방문 및 추천의도	59
<표 4-6> 신뢰성 분석	60
<표 4-7> 참여동기의 요인분석	62
<표 4-8> 만족도의 요인분석	64
<표 4-9> 군집과 동기와의 관계	65
<표 4-10> 동기유형별 따른 만족도 차이	66
<표 4-11> 성별에 따른 동기요인 차이	67
<표 4-12> 결혼여부에 따른 동기요인 차이	68
<표 4-13> 연령에 따른 동기요인 차이	68

<표 4-14> 학력에 따른 동기요인 차이	69
<표 4-15> 직업에 따른 동기요인 차이	70
<표 4-16> 소득에 따른 동기요인 차이	70
<표 4-17> 동반자유형에 따른 동기요인 차이	71
<표 4-18> 정보원천에 따른 동기요인 차이	72
<표 4-19> 방문횟수에 따른 동기요인 차이	73
<표 4-20> 성별에 따른 만족도 차이	74
<표 4-21> 결혼여부에 따른 만족도 차이	74
<표 4-22> 연령에 따른 만족도 차이	74
<표 4-23> 학력에 따른 만족도 차이	75
<표 4-24> 직업에 따른 만족도 차이	75
<표 4-25> 소득에 따른 만족도 차이	76
<표 4-26> 동반자유형에 따른 만족도 차이	76
<표 4-27> 정보원천에 따른 만족도 차이	77
<표 4-28> 방문횟수에 따른 만족도 차이	78
<표 4-29> 가설의 채택여부	81

<그림차례>

<그림 1-1> 연구의 흐름도	5
<그림 2-1> 관광동기 유발의 과정	7
<그림 2-2> 동기의 유형	8
<그림 2-3> 관광동기의 추진·유인모델	13
<그림 2-4> 관광동기의 탈출-추구모형	15
<그림 3-1> 연구모형	48

제1장 서론

제1절 문제의 제기

새로운 세기로 접어들면서 경제발전에 따른 국민소득의 증가와 여가시간의 증대 및 휴가제도의 정착 등으로 생활환경과 활동범위가 점차 세분화·다양화되면서 과거와는 전혀 다른 관광패턴이 나타나고 있다.

이러한 변화에 따라 새로운 세기의 관광행태로 부각되고 있는 것이 문화관광, 스포츠·레저관광, 생태관광, 모험관광, 크루즈관광 등 이른바 새로운 관광이다. 특히 해양공간은 해변, 해상, 해중, 해저와 같이 다양한 공간으로 구성되어 있고 각 공간은 각기 특유의 환경을 지니고 있어 이를 활용하는 레저방법이 다양하여 점차 많은 사람의 관심을 끌고 있다. 과학기술의 발달로 바다가 지니는 여러 가지 위험과 제약요인을 제거할 수 있는 능력을 보유하게 되고 교통수단의 발달로 인하여 해양에의 접근성이 높아짐에 따라서 국내외적으로 해양에서의 소재 개발의 필요성이 증대되고 있으며 해양관광의 발전가능성이 높게 평가되고 있다.¹⁾

우리 나라는 3면이 바다로 둘러싸여 해양자원이 풍부하고 바다의 영향을 많이 받아 왔으면서도 그 동안 바다에 대한 이용과 개발이 부진했으나, 근래 일반인의 해양생물과 해양자원, 해양공간에 대한 관심이 커져 가고 여가 및 관광의 대상으로서 해양을 보는 시각이 크게 변하고 있다. 이제 해안지역은 종래의 수상과 해운을 중심으로 한 평면적 이용에서 벗어나 임해공원과 해양도시건설, 관광과 레크리에이션의 장 등으로 그 이용이 보다 다양화되고 있다.

그 동안, 제주지역은 섬이라는 지리적 이점을 가지고 있음에도 불구하고 기존

1) 김성귀, “우리나라의 해양관광 현황 및 개발에 관한 연구”, 「해양연구」 17(1), 1995, pp.21-39.

제주지역의 관광자원개발은 육상의존형이 지배적이며 해양관련자원은 해양 개발이 미흡하고 해안 및 해수욕장을 중심으로 이루어져 자원구조가 매우 단순했다. 이로 인해 관광활동은 정적인 유람과 같은 보는 관광이 중심이 되어 경쟁력 있는 관광구조를 갖추지 못하고 있다. 이렇게 구조적으로 다변화되어 있지 못한 제주관광은 경기불황, 환율변동과 같은 동태적인 시장변화에 따라 관광산업이 위축되는 구조적 취약성을 가지고 있다. 즉, 제주지역은 지정학적으로는 체류형 관광지임에도 불구하고 관광자원은 육상과 해변을 중심으로 분포되어 있는 옥외감상과 유람형 자원이 지배적이고, 해양과 섬환경을 관광자원으로 다양하게 적극 개발하지 못하여 체류형 관광지로서 제주지역의 특성을 제대로 살리지 못하고 있다.

이렇듯 다양해져 가는 관광욕구 증대에 부응하고 관광경험의 선택의 폭을 넓혀 전반적인 관광경험의 질적 수준을 향상시키기 위한 대안으로 해양관광상품의 개발과 해양관광개발이 주목받고 있다. 특히 제주지역에서 있어 해양관광개발은 기존 관광자원의 단순성과 관광활동의 정적특성을 기능적·행태적으로 보완·대체함으로써 제주관광자원의 구조를 복합화하고 경쟁력을 향상하는데 기여할 수 있다는 점에서 주목받고 있다. 이것은 결과적으로 제주관광상품 기획요소를 다양화하고 신시장 개척과 관광산업의 대외경쟁력을 획기적으로 제고함으로써 1990년대 이후 침체국면에 놓여 있는 제주관광을 총체적으로 활성화시킬 수 있는 기반을 제공해 줄 수 있을 것이다.²⁾

이러한 추세를 반영하여 국내에서는 최초로 제주지역에 도입된 해양관광상품 개발의 형태 중 하나가 잠수함관광이다. 관광지에 있어 관광객을 지속적으로 끌어들이기 위해서는 지역내의 중요한 관광자원과 지역을 방문하는 관광객의 관광동기에 대한 조사는 중요하다. 하지만 다른 해양관광관련 관광객의 심리에 대한 연구가 미흡한 것³⁾과 마찬가지로 잠수함관광 참여관광객에 대한 국내외적 연구는 전

2) 제주도, 「해양수산개발 용역보고서」, 2000.

3) 김대관 외 2, “해양관광객에 관한 이해: 미국 미시간주 사례연구”, 「한국의 해양관광개발에 관한 국제학술회의록」, 1997, pp.106-204.

무한 실정이다. 이러한 점에서 해양관광활동 참여관광객들의 동기에 대한 연구의 필요성이 커지고 있다 할 것이다.

제2절 연구의 목적

본 연구는 섬이라는 해양관광에 있어 천혜의 조건을 갖추고 있는 제주지역의 해양관광 매력물인 잠수함관광 관광객을 대상으로 하여 그들의 관광동기와 만족에 대해 이론적으로 고찰하고 이를 실증적으로 검증하는데 그 목적이 있다.

구체적인 해양관광활동 연구의 대상으로 잠수함관광 관광객을 설정하였다. 아직 잠수함을 이용한 관광산업은 산업자체의 잠재력에 비해 시장이 미성숙한 초기 단계에 있고 사업자간의 경쟁체제가 형성되지 않았다는 점에서 본격적인 연구의 대상이 되기에는 한계를 가지고 있다. 하지만 제주지역의 특화된 해양관광활동으로 그 상징적인 의미는 상당하다 할 수 있다. 이에 따라 잠수함관광 참여관광객의 동기와 만족을 마케팅 측면에서 실증적으로 분석해보고 실제 마케팅에 적용할 수 있는 시사점을 모색해 보고자 한다.

제3절 연구의 방법과 범위

본 연구의 목적을 달성하기 위한 방법은 다음과 같다.

첫째, 연구목적을 달성하기 위해 본 연구의 주요 개념이 되는 해양관광, 관광동기, 만족에 대한 선행연구들과 관련문헌들을 이론적으로 고찰한다.

둘째, 잠수함관광을 포함하여 제주지역 해양관광에 대한 관련 현황을 조사한다.

셋째, 설문조사를 통해 수집된 자료의 분석과 선행연구에 의해 구성된 잠수함 관광동기와 만족간의 관계를 실증분석을 통해 검증하기 위해 SPSS PC Version 10.0 프로그램을 이용하여 빈도분석, 요인분석, 분산분석, 군집분석을 실시하였다.

한편, 본 연구에서 정한 내용적, 시간적, 대상적 범위는 다음과 같다.

첫째, 내용적 범위는 다양한 해양관광활동 중에서 잠수함관광 참여관광객들의 동기와 만족에 관한 연구로 한정하고 있다.

둘째, 실증조사의 시간적 범위는 2001년 8월 1일부터 15일까지이다.

셋째, 대상적 범위는 제주지역을 관광하는 관광객 중 잠수함관광에 참여한 관광객을 대상으로 하였다.

본 연구는 전 5장으로 구성되어 있는데, 서론과 결론을 제외한 본문부분은 3장으로 구성되어 있다.

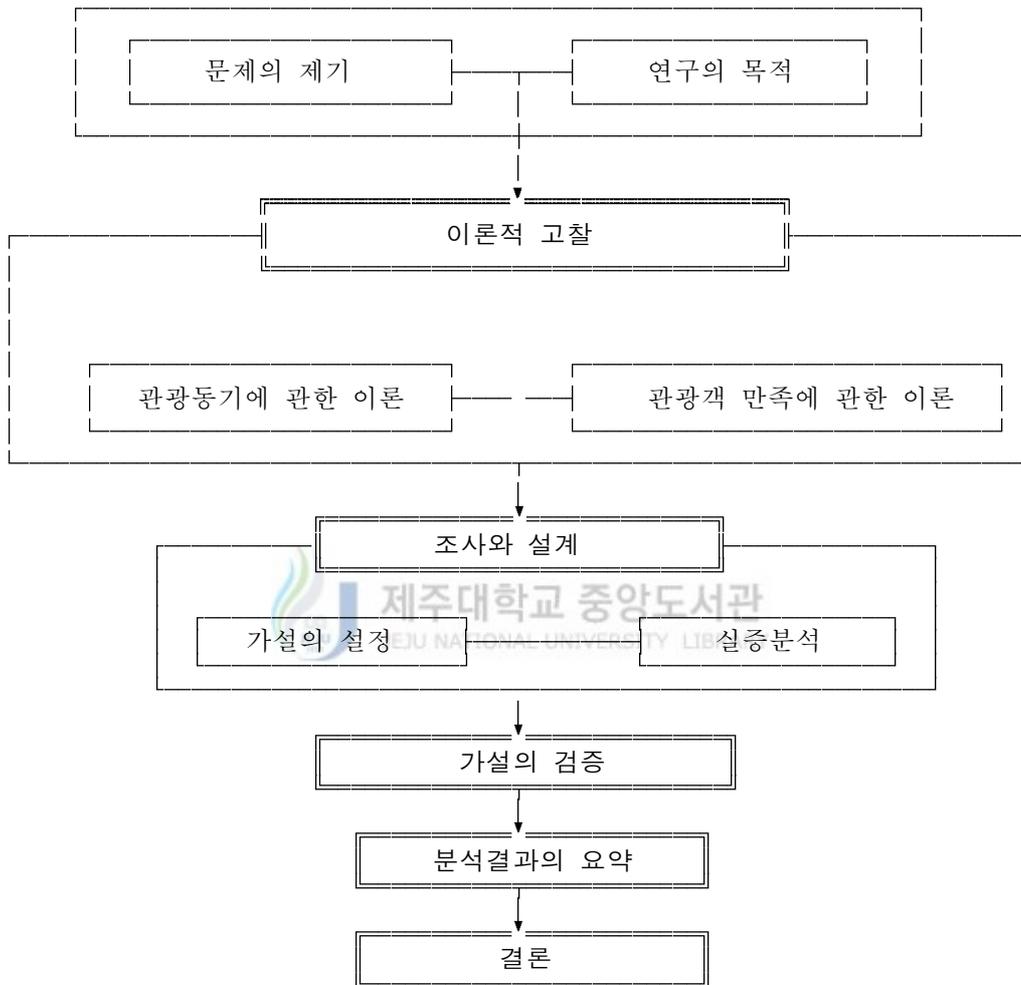
제2장에서는 관광객의 관광동기와 만족 그리고 해양관광에 대해 문헌연구를 통해 이론적으로 고찰하고, 제주지역의 해양관광의 전반적인 현황에 대해 검토하였다.

제3장에서는 연구목적을 달성하기 위해 연구모형을 설계하고 가설을 설정하였다.

제4장에서는 잠수함관광 참여동기에 대한 요인추출을 하고 이들 측정항목에 대한 신뢰도와 타당성을 검토, 참여동기와 만족도간의 관계, 그리고 인구통계적 특성에 따른 차이 등과 관련해 설정된 가설을 실증분석을 통해 검증하였다.

제5장에서는 종합적인 결론부분으로 이론적 연구와 잠수함관광 참여동기와 만족에 대한 연구결과의 이론적 의미와 마케팅전략에의 시사점 도출, 연구의 한계, 이 분야 연구의 향후 과제를 정리하였는데, 이를 그림으로 나타내면 <그림 1-1>과 같다.

<그림 1-1> 연구의 흐름도



제2장 이론적 고찰

제1절 관광동기에 대한 이론적 배경

1. 동기의 개념과 유형

1) 동기의 개념

인간행동은 반드시 원인이나 이유가 있기 마련이다. 모든 행동의 바탕은 욕구이며 이 욕구가 내적 또는 외적자극을 받아 활성화된 상태가 동기이다. 심리학에서는 동기를 행위를 강요하는 개인내부의 추진력 또는 신체적 에너지를 활성화시켜 외부환경에 존재하는 목표를 달성하도록 지시하는 내적상태나 내부적 힘, 외부적 목표 그리고 잠재적 만족을 위한 인간행동의 안내, 지시, 통합을 유도하는 보상 (incentive)으로 정의한다.⁴⁾

소비자행동론에서 동기는 사람이 어떤 방식으로 행동하도록 움직이는 과정, 즉 행동의 시작, 활성화, 유지, 지시, 정지와 관련된다고 보고 있다.⁵⁾ 인간은 끊임없이 행동의 방향을 바꾼다. 하던 일을 멈추기도 하고, 어떤 곳으로 이동하기도 한다. 새로운 행동이 시시각각 시작되고 그 행동에는 강도가 있다. 어떤 때는 정력적으로 일을 하던 사람이 어떤 때는 느슨하게 일을 처리하기도 한다. 또 하던 일에 대한 지속성을 가지고 있다.⁶⁾

이를 요약하면, 개인들은 의식적이든 무의식적이든 그들의 욕구가 충족되어 긴장을 해소시켜 주리라고 생각되는 행동을 통해 그 긴장을 감소시키려고 한다. 이

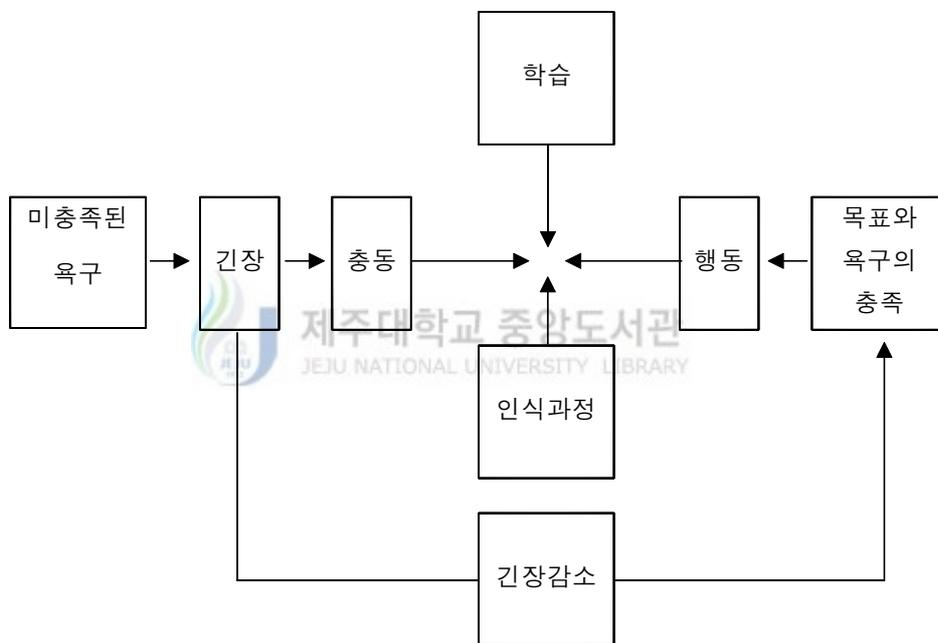
4) 김성혁, 「관광마케팅론」, 대왕사, 1996, p.458.

5) Wilkie, W.L. *Consumer Behavior*, University of Florida, 1986, p.306.

6) Russell G. Geen, *Human Motivation*, Brooks/cole Publishing, California, 1995, p.2.

때 그들이 어떠한 목표를 선택하며, 또 그 목표를 달성시키기 위한 행동이 어떠한 것이냐 하는 것은 그들의 생각과 학습에 따라 각각 다를 것이다. 여기서 동기의 개념은 행동을 유발하고 방향을 부여하여 행동의 강도 그리고 지속성을 설명하는데 사용된다고 볼 수 있으며 이러한 관계를 도식화하면 <그림 2-1>과 같다.

<그림 2-1> 관광동기 유발의 과정



자료 : Leon, G. Schiffman and Leslie Lazar Kanuk, *Consumer Behavior*, Englewood, N.Y., Prentice-Hall Inc., 1987, p.2.

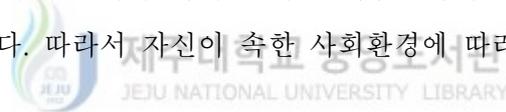
2) 동기의 유형

인간의 동기는 복잡하고 다양하다. 동기의 유형을 분류하고 체계화하려는 학자들의 노력에 의해 여러 가지 범주와 수준으로 구분되었으며 소비자행동론에서 사용하는 기본적인 동기의 유형은 생리적 동기와 심리적 동기이다.⁷⁾ 생리적 동기는

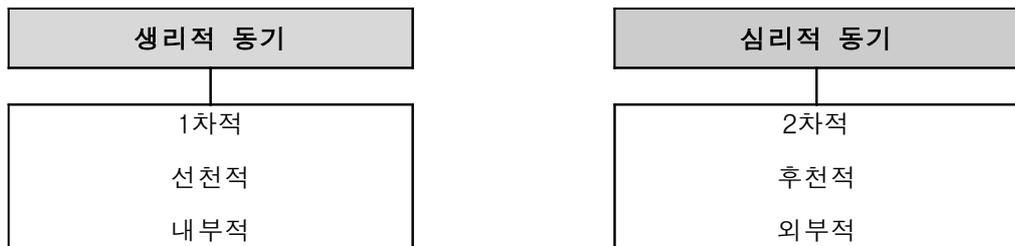
1차적, 선천적, 내부적 동기이며 심리적 동기는 2차적, 후천적(학습에 의한), 외부적 동기이다.

생리적 동기(physiological motivation)란 인간을 포함한 모든 유기체가 생리적으로 필요한 대상을 얻고자 목표지향적으로 행동하는 동기를 의미한다. 모든 유기체가 생명을 유지하려면 음식, 물, 산소, 온도 등 생리적으로 필요한 물질이 제공되어야 한다.⁸⁾ 생리적 동기는 주로 신체적 균형이 깨졌을 때 촉발된다. 예를 들어 체온은 너무 높거나 낮아서 안되므로 만약 체온이 떨어지면 옷을 더 입으려 하고, 창문을 닫아 온도를 유지하는 것과 같은 조절행동을 하게 하는 것이다.

생리적 동기는 인간에게만 특별히 나타나는 것이 아니라 동물에게서도 발견되지만 심리적 동기(psychological motivation)는 인간에게 나타나는 독특한 형태의 동기이다. 심리적 동기는 생리적 동기처럼 인간의 생존에 절대적으로 필요한 공급물이 결핍되어서 생기는 동기가 아니고 다른 사람들과의 상호관계를 통하여 학습되는 동기를 의미한다. 따라서 자신이 속한 사회환경에 따라 영향을 받는다.⁹⁾



<그림 2-2> 동기의 유형



주) 상기의 내용에 의해 논자가 작성하였음.

7) 김경호·고승익, 「관광학원론」, 형설출판사, 1999, pp.120-123.

8) 송대현 외, 「심리학개론」, 성원사, 1985, pp.112-113.

9) 김훈기, 「심리학」, 학서당, 1997, pp.141-147.

2. 관광동기

1) 관광동기의 개념

행동과학으로서 관광활동의 연구에 있어서 이용동기에 대한 관심은 '사람들이 왜 특정 관광활동에 참여하고자 하는가'의 의문이다. 즉, 관광활동을 통하여 어떤 형태의 보상이나 만족을 추구하는지, 충족하고자 하는 욕구가 무엇인가를 밝히는 것으로 행동의 이유를 규명하려는데 있다.

물론 관광이라는 활동이 복잡하고 상징적인 형태의 행위로 단 한가지의 동기가 개입되어 있는 것으로는 보기 어렵고,¹⁰⁾ 다차원적으로 구성되어 있는 인간의 내면적 상태로 일반적으로 밖으로 나타나는 언어, 동작, 태도 등의 형태를 통하여 관찰할 수밖에 없는 가설적 구성(hypothetical construct)이라는 점과¹¹⁾ 모든 행동을 설명하는데 만족할 만한 동기의 구성은 존재하지 않으며, 같은 욕구나 동기가 같은 행동을 나타낸다는 단순한 전제는 성립하지 않는다¹²⁾는 점 등 관광동기는 많은 학자들이 지적하듯이 관광자 자신도 잘 이해하지 못하거나 인지하지 못할 뿐 아니라 노출시키기를 꺼린다는 문제를 안고 있어 동기연구는 어려움이 있다.

그러나 동기는 인간의 행동을 지배하는 궁극적인 동인(driving force)으로서 인간의 욕구가 구체화되어 표출되는 것이라는 점에서 그 행동이 추구하는 보상이나 만족의 형태를 검토할 수 있다. 왜냐하면 개인의 동기는 그의 행동에 비해 보다 안정적이기 때문에 그것은 행동예측을 위한 기준이 될 수 있고, 행동을 유발시킨 동기를 이해함으로써 개인의 관광지 선택과 같은 미래행동에 영향을 주거나 적어도 예측된 행동과 부합하는 전략이나 정책을 수립할 수가 있기 때문이다.

10) McIntosh, R. and C. R. Goeldner, *Studies in Outdoor Recreation*, Oregon State University press, pp.1-95, 1986.

11) 정양은, 「심리학통론」, 법문사, 1982, pp.217-220.

12) 김진섭, 「관광학원론」, 대왕사, 1994, pp.151-153.

<표 2-1> 관광동기에 대한 제학자들의 개념

학자	연도	동기에 대한 견해
크롬톤(Crompton)	1979	동기는 모든 행동의 뒤에 숨겨져서 나타나기 때문에 동기를 이해하는 것이 관광목적지를 선택하는 과정을 이해하는데 유용한 자료가 될 수 있다.
단(Dann)	1981	한 개인이나 집단이 여행하도록 만드는 의미있는 내적 상태.
피어스(Pearce)	1982	동기의 형성기간이 장기적으로, 사전에 여행계획을 수립하여 관광을 행하며, 관광행동과 동시에 만족을 느끼면서 관광이후에도 장기간 지속적으로 그 느낌이 나타남.
프렌티스(Prentice)	1993	동기는 개인이나 집단행동을 적절하게 배분하고 연속적으로 각 의사결정에 대한 유효한 표현으로써 다른 사람들에게 이야기 할 수 있는 내적상태.
포드니스(Fodness)	1994	관광행동을 설명할 수 있는 많은 변수 중의 하나이며, 개인의 심리적 긴장수준을 일으키는 욕구, 요구, 목표와 같은 내적심리 요인의 역동적 과정.
모리슨(Morrison)	1996	관광동기는 관광자들이 그들의 욕구를 충족시키기 위한 개인적 욕망과 충동이다.
그노스(Gnoth)	1997	관광동기는 관광행동을 위한 일반적인 활력으로 방향과 목표를 의미한다.

주) 상기 내용은 논자가 요약·작성하였음.

특히, 관광활동에 있어서 관광동기의 규명은 관광객의 욕구를 파악하고 관광동기에 근거하여 비슷한 유형끼리 집단화함으로써 보다 만족할 만한 경험을 주는 계획과 관리의 지표로 매우 중요하다. 그러므로 이러한 관광동기는 한 개인이 관광행동에 참여하고 관광지를 선택하게 하는 사회·심리적 영향요인으로 정의할 수 있고 관광지 선택에 있어 주요한 영향요인으로 보기도 한다.¹³⁾ 따라서 관광동기는

13) Um, S., "Pleasure Travel Destination Choice", In *VNR's Encyclopedia of Hospitality and Tourism*, Khan, M, and Olsen, M. eds., Van Nostrand Reinhold, 1992, pp.811-821.

관광행동을 일으키게 하는 중요한 요인으로서 인간이 여행을 통해 만족을 얻거나 향유하고자 할 때 일어나며, 관광행동에 주요한 역할을 하기 때문에 관광객들의 동기를 이해하지 않고서는 효과적인 관광마케팅은 불가능하다.¹⁴⁾ 그런데 실상 관광동기는 심리적, 사회적인 요소에 근거하고 있기 때문에 그것을 어떤 척도에 기초하여 총체적으로 추출해 내기란 여간 어려운 일이 아니다.

2) 관광동기에 관한 이론적 접근

인간은 기본적인 관광욕구를 통해 어떤 만족을 얻으려 할 때 그것에 동기가 뒷받침되지 않으면 구체적인 관광행동으로 발전하지 못한다. 이런 점에서 관광동기는 관광행동을 유발시키는 주요 원인으로서, 인간이 관광을 통해 만족을 얻고자 할 때 일어난다. 관광객의 선택행동이 관광동기와 불가분의 관계를 맺으며, 대부분의 선택행동과 구매는 자발적인 욕구 및 욕구충족과 직·간접적으로 연결된다는 점에서 관광행동 분석에서 근원적인 접근방법의 하나로 간주되어 왔다.

가. 관광동기의 추진·유인모형

추진·유인모형은 ‘힘’이 사람들의 여행을 추진하고 유인하기 때문에 여행한다는 것은 ‘힘’ 혹은 동기유발 요인이 개인의 동기유발 변수에 따라 어떻게 여행결정을 추진하며, 목적지가 그들을 어떻게 유인하는가를 설명하는 것이다.

차, 켈과 위잘¹⁵⁾은 “사람들은 자신의 내적인 힘에 의해 추진되고, 관광목적지의 속성이라는 외적인 힘에 의해 유인되어 여행한다”라고 설명하였다. 크롭톤¹⁶⁾과

14) Fodness, "Consumer perceptions of Tourist attractions", *Journal of Tourism Research*, Spring, 1990, pp.3-9.

15) S. Cha, W. M. Ken and M. Uysal, "Travel Motivation of Japanese Overseas Travelers : A Factor-Cluster Segmentation Approach", *Journal of Travel Research*, 34, 1, 1995, pp.33-39.

단17)은 관광객을 관광목적지로 끌어들이는 유인요인을 목적지에 존재하는 모든 관광자원으로 보았고, 관광객의 내부심리에서 관광욕구를 자극하여 관광행동을 일으키게 하는 관광동기 그 자체를 추진요인으로 보고 유인요인과 추진요인은 상호작용하여 서로를 보강하여 준다고 파악했다.

즉 추진요인은 여행자의 사회·심리학적 구조와 개인의 여행에 영향을 주고 여행에 대한 욕구를 설명하는데 도움을 주는 환경이라 볼 수 있다.¹⁸⁾ 이러한 추진요인은 여행에 대한 요구를 충족시켜주는 욕구를 창조하거나 동기를 부여해주는 요인들이며 개인적 여행자의 불명료한 욕구들로 탈출, 휴식, 긴장완화, 명성, 건강, 모험과 사회적 상호작용 등이 포함된다.

한편, 유인요인은 동기의 추진요인에 반응하고 강화하는 목적지 속성이다. 이러한 유인요인은 여행자에 의해 인지된 목적지의 매력 또는 ‘끌어당기는 힘’이다. 관광객의 목적지 속성에 대한 지각정도를 아는 것은 그 목적지가 관광객들이 바라는 욕구를 충족시키기 위한 개발을 하는데 도움을 준다. 벨로와 옛젤¹⁹⁾은 유인요인을 목적지에 대한 유인력의 결과로 나타나는 것이고, 목적지를 선택하는데 도움이 되는 것이라고 하였으며, 스미스²⁰⁾는 관광목적지의 신비함, 관광목적지가 주는 혜택에 대한 기대, 마케팅 이미지와 같은 관광객들이 느끼는 인지 및 기대뿐만 아니라 해변, 레크리에이션 시설, 역사적인 장소 등과 같은 가시적인 자원들도 포함된다고 주장한다.

16) Cromton, J. L., Fakeye, P. C. & Lue, C. C. "Positioning: The Example of the lower Rio Grande Valley in the winter long stay destination market", *Journal of Travel Research*, 29, 1992, pp.20-26.

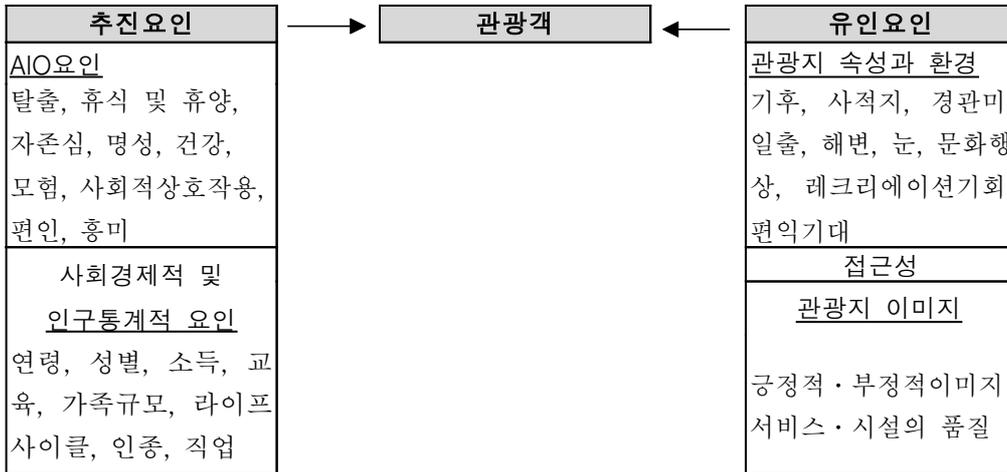
17) Dann, G. M. S., "Tourism Motivation: An appraisal", *Annals of Travel Research*, 8(2), 1981, pp.187-219.

18) Fluker, M. R & Turner, L. W., "Needs, motivations and expectations of a commercial whitewater rafting experience", *Journal of Travel Research*, 39, 2000, pp.380-389.

19) D. C. Bello and M. J. Etzel, "The Role of Novelty in the Pleasure Vacation", *Annals of Travel Research*, 6(4), 1985, pp.408-424.

20) Smith, L. J. S., *Recreation Geography*, London: Longman Inc., 1983.

<그림 2-3> 관광동기의 추진·유인모델



자료 : Muzaffer Uysal and Lee Anne R. Hagan, "Motivation of Pleasure Travel and Tourism", In VNR's Encyclopedia of Hospitality and Tourism, 1993, p.802



이러한 추진·유인모델은 추진요인이 더욱 여행을 떠나고자 하는 바램을 설명하는데 유용하다는 크롬톤의 연구결과²¹⁾나 관광지를 방문하는 결정은 여행을 하고자 하는 욕구의 결과이므로 추진요인이 유인요인을 앞선다고 결론을 내리는 단²²⁾의 연구에서 비판받고 있다. 한편 강미희도 무엇이 사람들로 하여금 여행하게 만드는가라는 근본적인 동기에 관한 문제는 추진요인과 관련되어야 하며 따라서 두 요인을 동시에 여행동기 연구에 이용하는 것은 적합하지 않다고 주장하고 있기도 하다.²³⁾

21) Cromton, J. L., Fakeye, P. C. & Lue, C. C. *op.cit.*, 1992, pp.20-26.

22) Dann, G. M. S., *op.cit.*, 1981, pp.187-219.

23) 강미희, "생태관광객의 여행동기 및 태도-척도구축과 관광객 유형별 비교분석", 박사학위논문, 서울대학교 대학원, 1999.

나. 사회·심리적 관광동기

역사적으로 관광동기는 경제적 획득, 이주, 전쟁, 생존, 정신적 가치, 교육, 건강, 방종, 휴식 및 탈출 등을 포함하는데, 이러한 동기 중에 권태감, 삶의 문제, 교육, 건강, 휴식 및 탈출동기 등의 사회·심리적 동기는 여전히 현대 관광객의 여행 결정요인으로 작용하고 있다.

아이소-아홀라²⁴⁾는 생리적 또는 심리적 동기유발 요인을 근거로 하여 여행동기 이론, 즉 인간을 여행으로 이끄는 힘을 본질적으로 규명하기 위한 두 가지 동기 차원을 제시하는 사회·심리적 관광동기 이론을 개발하였다. 첫째는 일상적인 환경을 떠나고자 하는 열망으로 개인적, 대인적 환경을 탈출하고자 하는 동기이며, 둘째는 여행을 통해 대비되는 환경에서 심리적 혹은 내재적 보상을 얻고자 하는 열망으로 개인적, 대인적인 내재적 보상을 추구하고자 하는 동기이다. 즉 인간은 개인적인 고통, 문제, 복잡함, 실패 등으로부터 벗어나고자 하며, 직장, 동료, 가족, 친척, 친구, 이웃 등의 대인적인 환경으로부터 떠나고 싶어하는 욕구를 가지고 있다. 또한 인간은 승리, 이문화 습득, 휴식, 재충전, 기분전환, 자아발전 즉, 개인적 보상을 얻고자 하며, 사회적 관계를 다양화하길 원하고 여행동반자나 여행지의 지역주민 등과의 상호작용을 추구하려는 열망을 가지고 있다.

이렇게 모든 개인동기는 아이소-아홀라가 사회·심리적 관광동기 이론을 설명하기 위해 추구하고 탈출차원 모델에 통합될 수 있기 때문에 <그림 2-4>의 4상한 중 하나에 속하게 된다.

24) Iso-Ahola, S. E., "Toward A Social Psychological Theory of Tourism Motivation: A Rejoinder", *Annals Of Tourism Research*, 9(2), 1982d, pp. 256-262.

<그림 2-4> 관광동기의 탈출-추구모형

		내재적 보상의 추구	
		개인적보상	대인관계보상
일상환경 탈출	개인적환경	I	II
	대인관계 환경	III	IV

자료 : Iso-Ahola, S. E., *op.cit.*, 1982, pp. 256-262.

- I 상한 : 개인적인 환경에서 탈출하고자 하는 동기와 개인적인 보상을 얻고자 하는 동기이다.
- II 상한 : 개인적인 환경에서 탈출하고자 하는 동기와 대인적인 보상을 얻고자 하는 동기이다.
- III 상한 : 대인관계 환경에서 탈출하고자 하는 동기와 개인적인 보상을 얻고자 하는 동기이다.
- IV 상한 : 대인관계 환경에서 탈출하고자 하는 동기와 대인적인 보상을 얻고자 하는 동기이다.

아이소-아호라의 사회·심리적 동기이론은 개별 혹은 독립적인 동기보다는 동기의 두 가지 차원을 나타내고 있다. 이 이론에 의하면 관광객들은 관광활동을 통해 개인영역 그리고/또는 대인적 영역에서 탈출하고자 하는 것인지, 개인적 그리고/또는 대인적 보상을 추구하고자 하는 것인지를 이론적 틀에 입각해서 명확히 표현할 수 있다. 주목할 것은 아이소-아호라는 이 이론에서 “관광행동은 추구지향성보다는 탈출지향성이 강하다”라고 말하면서 “대부분의 관광객들은 일상의 변화

나 새로움을 주기 위해 여행을 한다”라고 강조하고 있다.

모리슨은 이에 대해서 “아이소-아호라가 제시한 각 상한조건은 그 자체 혹은 다른 상한과 함께 여행동인”이고, 주어진 시간과 상한에 관광객 혹은 집단을 위치시키는 것이 가능하고 특정 관광객이나 일련의 관광객을 위해 상한은 하나의 여행 혹은 어떤 여행으로부터 다른 여행으로부터의 과정동안에 변화될 수 있다고 설명하고 있다.²⁵⁾ 또한 비어드와 렉허브²⁶⁾는 아이소-아호라의 탈출-추구이론을 이용하여 여가활동을 즐기는 이유를 조사하였다. 그리고 이들은 사람들이 여가활동에 참여하게 되는 것은 생리적 욕구 뿐만 아니라 사회·문화적이고 심리적인 욕구에 의한 것임을 발견하였고, 지적, 사회적, 지배적·능력적, 자극·탈출의 4가지 주요 동기차원 중에서 학습, 탐구, 발견과 같은 새로움 추구본질의 여가동기의 대부분은 지적요인이라고 불리는 심리적 차원이라고 설명하고 있다. 예를 들어 여가활동은 일상생활로부터 변화나 신기성을 제공해 주기 때문에 또는 성취감 같은 내적보상을 제공하므로 사람들이 그러한 여가활동을 선택한다는 것이다.

3) 관광동기의 구성과 측정

잠수함관광을 포함한 해양관광은 성장하는 관광시장으로 일반관광객의 기호에 영향을 미치고 있는데 반하여, 해양관광객의 특성, 선호도 및 동기에 관한 정보는 거의 없는 편이다.²⁷⁾ 많은 연구자들은 관광과 여가 동기의 다차원적 특성을 나타내기 위한 척도를 제시해왔다²⁸⁾. 이러한 시도의 주요부분은 요인분석 혹은 군집분

25) Morrison, A. M., *Hospitality and Travel Marketing*, Delmer Publisher's Inc, p.62.

26) Beard, J. G. and M. G. Ragheb, "Measuring leisure motivation", *Journal of Leisure Research*, 15(3), pp.219-228.

27) 민창기, "해양관광지 방문객의 관광동기 분석: 거제지역을 중심으로", 「관광학연구」 제24권 제3호, 2001, pp.249-265.

28) Driver, B. L., and P. J.. Probable Personal Benefits of Outdoor Recreation Present's Commission on American Outdoor", A Literature Review, 1986, pp.63-70 ; J. G. Beard and M. G. Reghub., "Measuring Leisure Motivation", *Journal of Leisure Research*, 15, 1983, pp.219-228.

석을 이용한 관광 및 여가동기의 잠재적 혹은 근원이 되는 차원을 확인하는 것이었다. 관광 및 여가동기의 핵심동기에 관해서는 합일점에 도달한²⁹⁾ 반면 동기목록을 채택한 많은 연구자들은 자신만의 요인분석을 실시하고 특정 연구에 한정된 동기차원을 발표하였다.³⁰⁾

크롬톤³¹⁾은 행동의 만족측면에서 관광동기를 육체의 욕구에 맞춰 생리적 동기와 심리적 동기로 구분하였고, 스미스³²⁾는 여행을 행하고자 하는 강한 충동은 개인적 동기 뿐만 아니라 문화적 상황에 의존한다는 생각을 검증하기 위해 캘리포니아의 중류계층 주민에 대한 동기조사를 실시하고 긴장해소를 일상환경으로부터 벗어나고자 하는 동기로 발견하였다. 피어스³³⁾는 여가행동으로 얻을 수 있는 동기를 성취감, 친밀감, 휴식, 능력, 친교, 시간보내기, 지성, 신기성, 건설성 등의 9개를 제시하였다.

비어드와 렉허브 및 라이안과 글렌던은 첫째 개인이 학습, 탐구, 발견, 사고와 같은 정신적활동을 포함하는 여가활동에 참가하도록 동기부여를 하는 정도를 평가하는 지적동기(흥미 확대, 자극 추구, 호기심 충족, 지식 확대)가 있고, 둘째 개인이 사회적 이유로 여가활동에 참여하는 정도를 평가하는 사회적 동기(타인과 함께 있는 것, 친교, 타인과의 상호작용, 소속감)가 있으며, 이러한 동기는 친선·대인적 동기와 같은 두 가지 기본적 동기를 포함하고 있다. 셋째는 타인으로부터 존경을 받고자 하는 동기이다. 넷째는 개인이 성취하고 숙달하며, 도전하고 경쟁을 추구하는 능력-숙달동기(능력도전, 성취감달성, 신체적 능력이용, 타인과 경쟁)이다. 다섯째는 지나치게 자극을 받는 일상생활로부터 탈출하고 벗어나고자 하는 것을 평가

29) Crandall, R., "Motivations for Leisure", *Journal of Leisure Research*, 12, 1998, pp.44-45.

30) Graefe, A. R. R. B. Ditton, Roggenbuck, J. W. and R. Schreyer, "Notes on the Stability of the Structure of Leisure Meanings", *Leisure Science*, 4(1), 1981, pp.51-65.

31) Cromton, J. L., "Motivations for Pleasure vacation", *Annals of Tourism Research*, 6, 1979, pp.408-424.

32) Smith, V., *op.cit.*, pp.49-60

33) Pierce, R. C., "Dimension of Leisure I: Satisfaction", *Journal of Leisure Research*, 12, 1980, pp.5-19.

하는 자극-회피동기(긴장해소)의 5가지 동기가 여가추구로부터 얻게될 만족을 결정하는 것이라고 하였다.³⁴⁾

한편, 매킨토시는 관광동기를 신체적, 문화적, 사회적, 지위향상적 동기로 분류하였으며, 이 동기는 즐거움, 학습된 행동, 경험 등을 스스로 창조하는 것으로 파악하고 언제나 복합적인 것으로서 한가지 동기만으로는 관광행동이 이루어지지 않는다는 특징을 보여주고 있다.³⁵⁾ 라이안과 글렌덴은 정신적 긴장해소, 새로운 장소와 사물발견, 일상생활의 활기 넘치는 혼잡회피, 신체적 긴장해소, 조용한 분위기, 지식증가, 친구와 좋은 시간을 갖는 것, 다른 사람들과 함께 있는 것, 다른 사람들과 친선을 도모하는 것, 소속감을 얻는 것, 능력에 대한 도전, 친밀한 우정 등의 여가동기 척도를 사용하여 1,127명의 영국 휴가자들의 동기를 분석하고 나서 관광동기부여 차원으로 휴가, 사회적, 지적, 숙달요인의 4가지를 제시하였다.³⁶⁾

관광지의 자연환경은 전통적으로 관광객의 주요 동기라는 인식하에 패렐과 런안은 여행하려는 관광지 및 휴양지를 선택하는데 결정적인 요소는 자연환경이라고 하였고,³⁷⁾ 이와 관련하여 웨이트는 자연과 관련한 관광동기를 풍경, 새로운 경험이나 장소, 야생동식물관찰, 황무지, 비혼잡 등을 제시하고 추진과 유인요인 개념을 이용하여 해외여행자들의 동기를 분석하여 탈출, 신기성, 위신, 친척과의 관계향상, 취미/휴식을 추진요인으로 선택하였으며,³⁸⁾ 메릭과 헌트는 삼림여행, 식물군 및 동물군 여행, 사적여행, 문화적 여행, 자연교육 여행 등으로 구분하여 동기를 측정하였다.³⁹⁾

34) Lounsbury, J. W. and J. R. Polik, "Leisure Needs and Vacation Satisfaction", *Leisure Science*, 14, 1992, p.10.

35) McIntosh, W. R., and C. R. Goeldner, *Tourism: Principles, Practices, Philosophies* 6th ed., New York: John Wiley & Sons, 1990, p.799.

36) Ryan, C., and I. Glendon, "Applocation of Leisure Motivation Scale to Tourism", *Annals of Tourism Research*, 25(1), 1998, pp.169-184.

37) Farrell, B. H., and D. Runyan, "Ecology and Tourism", *Annals of Tourism Research*, 18, 1991, p.26.

38) Wight, P. A., "North American Ecotourism Markets : Motivations, Preference and Destinations", *Journal of Travel Research*, 35(1), 1996, pp.3-10.

<표 2-2> 관광동기 구성요소와 측정항목

학자	구성요소	측정항목
크롭톤(1979)	사회·심리적 동기	현실탈피, 자기욕구와 평가, 휴양, 회귀, 친족관계 증진, 위신, 사회 상호작용의 촉진 등
스미스(1979)	문화적 조건화	긴장해소
피어스(1980)	지적, 신체적요인	성취감, 친밀감, 휴식, 능력, 친교, 시간보내기, 지성, 신기성, 건설성
비어드와 렉허브(1983)	지적요인, 자극-회피요인	흥미, 자극추구, 호기심 충족, 지식확대, 긴장해소
버오프와 브라운(1990)	학습요인	자연 및 문화적 환경에 대한 학습, 자신에 대한 학습
매킨토시와 골드너(1990)	신체적, 사회적, 문화적, 지위향상적요인	휴식, 기분전환, 스트레스, 긴장완화
로스 아이소-아호라 (1991)	일반적지식부문 사회적상호관계 도피·충동적 결정 특별한 지식 토산품쇼핑	유명한 곳 방문, 전반적 지식확대, 평소 구경하고 싶었던 곳 방문, 최소시간으로 구경, 각국의 수도 및 역사학습, 타인과의 즐거움, 일상생활에서의 도피, 충동에 의한 의사결정, 외국의 토산품
밀(1992)	휴식, 안전, 사랑동기, 성취능력, 지위동기, 진실성추구, 지식추구, 미의 이해	탈출, 휴식, 긴장해소, 햇빛추구, 가족애표현, 건강, 위락, 활동성, 친지, 동족방문, 가족관계향상, 우정, 친교, 사교촉진, 성취능력확인, 자기위치과시, 명예감, 자아확대, 자기개발, 문화경험, 교육, 타지역에 대한 관심 등,
맨프레도, 드라이버와 타란트(1996)	대인적-사회적압박 탈피, 신체적 압박탈피	지식개발, 사물학습, 경험성, 발견성, 탐사성, 연구성, 심오학습성, 이해증진성, 긴장해소, 휴식성, 일탈성, 평온함, 개방공간 경험, 경관관찰, 경관미감상, 접근성, 향유성, 동화성 등 16개 문항
웨이트(1996)	선호성	경관/자연, 야생동식물 관찰, 황무지, 새로운 경험/장소, 비혼잡
라이안과 글렌던(1998)	지적요인, 자극-회피요인	지식증가, 접촉회피, 한적함 및 조용함 추구, 정신적 긴장완화, 신체적 긴장완화
메릭과 헌트(1998)	매력성	삼림여행, 동식물군 여행, 사적여행, 문화여행, 자연교육여행,

주) 논자가 요약·작성하였음.

39) Meric, H. J., and J. Hunt., "Ecotourist's Motivational and Demographic Characteristics : A Case of North Travelers", *Journal of Travel Research*, 36(4), 1998, pp.57-61.

따라서 본 연구에서도 잠수함관광객의 관광동기의 구성요인과 그 측정을 위해 동기의 추진·유인모델과 탈출·추구모델을 중심으로 선행연구를 고찰한 후 잠수함관광객의 관광동기를 측정하였다.

제2절 관광객 만족에 관한 이론적 배경

1. 만족의 개념

1) 소비자 만족의 개념

소비자 만족의 개념은 학자들에 따라 그 관점을 달리하고 있다. 대체로 기대불일치의 관점, 감정 혹은 정서적 반응의 관점, 제품성과의 관점, 공정성 등 다양한 관점에서 논의되고 있는데 이러한 관점들은 만족의 이론에 근거하여 논의되고 있다. 먼저 헛트의 경우 제품에 대한 소비자의 만족이란 제품의 소비 혹은 사용과 관련한 다양한 결과와 경험에 대한 주관적이고 개인적 차원의 호의적/비호의적 평가라고 정의하고 있다.⁴⁰⁾ 그리고 앵겔⁴¹⁾, 블랙웰⁴²⁾, 세스⁴³⁾ 등의 학자들의 개념을 정리해보면 제품으로부터 실제로 얻어진 제품의 결과, 예를 들면, 제품의 성과와 제품에 있어서의 많은 중요한 속성들에 대한 이전의 기대를 비교하는 인지적인 과

40) Gail Tom, "The Role of Situational Variables in Consumer Choice Satisfaction", *Journal of Consumer Satisfaction*, 1991, pp.121.

41) Engell, D. F., M. Kramer, S. Luther and S. Adams , "The diffects of Social Influence on food in take" , paper presented at the annual meeting of the Social for Nurtrition Education. 1993.

42) Engel, R., D. Blackwell and P. W. Miniard, *Consumer Behavior*, 5th ed., Hinsdale, Illinois: CBS Cllege Publishing, 1986, pp.463-488.

43) R.sheth, "Dissatisfaction Attributions and Consumer Complaint Behavior," *Advances in Consumer Research*, vol 6. 1979, pp.445-447.

정에서 근거한 주관적인 평가라고 정의하고 있다.

그리고 웨스트브룩,⁴⁴⁾ 데이⁴⁵⁾, 올리버⁴⁶⁾ 등의 정의를 정리하면 소비자 만족이란 소비자의 서비스 혹은 재화의 구매와 사용, 평가의 과정에서 일어나는 호의적/비호의적 감정과 태도라고 할 수 있는데 이들은 정서적 관점에서 소비자 만족의 개념을 규명하고 있다.

학자들마다 제각기 다른 관점에서 소비자 만족에 대한 개념을 규명하고 있으나 여기서 몇 가지 공통점을 찾아볼 수 있다.

첫째 서비스 혹은 재화의 구매와 사용, 소비의 전과정에서 발생하는 제품의 결과에 대한 총체적인 평가라는 점이다.

둘째 소비자의 만족은 소비자의 개인적 차원의 주관적인 평가라는 점이다.

셋째 이 평가는 소비자의 기대, 태도, 정서/감정이 개입된 심리적 차원의 평가라는 점이다.

따라서, 소비자의 만족이란 서비스 혹은 재화의 구매와 사용, 소비의 과정에서 발생하는 소비자의 개인적 차원에서의 서로 상이한 총체적이고 주관적, 심리적인 평가라고 할 수 있다.

2) 소비자 만족에 관한 이론

(1) 기대불일치 이론

소비자 만족 연구에 있어서 가장 지배적인 이론은 기대불일치 패러다임이다.

44) Westbrook, Robert A. "A Rating Scale For Measuring Product/Service Satisfaction" *Journal of Marketing* vol. 44, 1980, pp.68-72.

45) Day, G. S. "Customer Oriented Approaches to Identifying Product-Markets" . *Journal of Marketing*, vol 43, 1979, pp.8-19.

46) Oliver, R. L., "Measurement and Evaluation of Satisfaction Processes in Retail Settings", *Journal of Retailing*, 57, 3, 1981, pp.25-48.

이는 소비자의 만족을 기대와 제품의 실제성과, 기대불일치의 변수 등을 통해 측정하고 규명하고자 한다. 여기서 소비자의 기대란 상품의 구매 이전에 그 상품이 지닐 것으로 생각되는 효용과 가치 등에 대해 소비자가 갖게되는 일종의 신념을 뜻한다. 이 이론은 소비자의 만족은 소비자의 구매 전 기대와 구매 후 실제 평가를 비교한 주관적 평가의 결과이다.

기대불일치 이론에 많은 관심을 가지고 연구를 하고 있는 이론은 기대불일치 이론에서 기대와 불일치가 모두 만족에 결정적인 영향을 끼치는 것은 사실이나 기대와 불일치는 서로 독립적이라고 주장한다⁴⁷⁾. 결국 기대는 최종의 만족판단을 위한 계기를 제공하는 것으로 그 역할을 다한다는 것이다. 올리버는 이러한 자신의 주장을 뒷받침하는 이론으로 순응이론을 제시하고 있으며⁴⁸⁾ 라토르와 피트는 이론적 근거로서 비교수준이론을 제시하고 있다.⁴⁹⁾

먼저 순응이론에 따르면 유기체가 어떤 자극을 받아들일 때 내적 규범 혹은 준거체계에 근거하여 판단한다는 것이다. 다시 말해서, 자극에 대한 판단은 규범과 순응수준에 의한다고 할 수 있다.⁵⁰⁾ 기대불일치 이론은 이 순응이론으로 기대와 기대불일치의 만족에 대한 영향을 설명하고 있는데 이에 따르면 만족에 있어서 제품의 성과에 대한 기대는 하나의 순응수준이라고 볼 수 있다. 즉 기대는 순응현상에서 나타나는 같은 요인들에 의해 영향을 받게 되는 것이다. 다시 말해서, 개인의 이전 경험과 판매원 혹은 사회적 준거자로부터의 의사소통 내용 등의 상황, 설득 가능성과 자기왜곡 등의 개인적 요인들에 의해 영향을 받게 되는 것이다.⁵¹⁾ 따라서 만족은 기대수준과 그 결과인 기대불일치의 합법적인 영향의 결과라고 할 수

47) Oliver R. L, and W. S. Desarbo, "Response Determinants in Satisfaction Judgments" *Journal of consumer Research*, vol,14. 1988. p180.

48) Oliver, R. L, "A Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of Satisfaction Decisions", *Journal of Marketing Research*, vol 9, 1980. pp.460-469.

49) Latour, S. A. and N. C. Peat, "Conceptual and Methodological Issues in Consumer Satisfaction Research", *Advances in Consumer Research*, vol 6, 1989, pp.431-440.

50) Harry Helson, *Adaption-Level Theory*, New York, Harper and Row, 1964, pp 336-340.

51) 권해도. "소비자만족에 관한 연구: 기대불일치 패러다임을 중심으로". 박사학위논문, 서울대 대학원, 1989. p.44.

있다.

다음은 비교수준이론이다. 비교수준이론을 소비자의 만족이론에 처음으로 적용시킨 사람은 라토르와 피트이다. 이들에 따르면 이 비교수준이론은 제품의 특성에 대한 소비자의 만족의 결정변수를 파악하는 실마리가 될 수 있으며 제품속성에 대한 만족을 통합시키면 소비자의 제품에 대한 전반적인 만족도를 규명할 수 있다는 것이다.⁵²⁾ 원래 이 비교수준이론은 집단내의 개인들이 어떤 집단에 머물러 있는가 혹은 어떤 집단을 탈퇴할 것인가를 결정하는 기준을 규명하고자 하는 이론이다.

이들의 주장에 의하면 비교수준 자체는 소비자가 경험하거나 알고 있는 동일한 또는 비슷한 상호작용의 현저한 결과의 평균에 의해 결정되는데 순응수준은 비평가적 판단(non-evaluative judgements)의 기준이라고 간주되는 반면 비교수준은 평가적 반응(evaluative responses)을 결정하는 기준이 된다는 것이다.

앞서 지적한 바와 같이 라토르와 피트는 이 개념을 속성수준으로 확대한다면 제품 차원의 문제를 설명할 수 있다고 주장하면서 제품의 거의 모든 속성에는 비교수준이 내재하고 있다고 설명하고 있다. 이들은 현장실험을 통하여 이러한 주장들을 검증하고 있는데,⁵³⁾ 여기서의 변수는 소비자의 이전의 경험, 제조업자가 유도한 기대, 다른 소비자의 경험이며 종속변수는 지각된 속성수준, 만족, 구매의도였다. 역시 여기서 소비자의 과거의 경험은 제품에 대한 소비자 만족의 중요한 결정변수였다. 즉 나쁜 구매경험을 가진 소비자들은 그렇지 않은 구매경험을 가진 소비자들에 비해 더 제품에 대해 만족한 것으로 나타났다. 한편 다른 사람의 경험은 제품에 대한 만족에 아무런 영향을 끼치지 않는 것으로 나타났다.

결국 기대불일치 이론을 간단하게 정리하면 다음과 같이 설명할 수 있다. 소비

52) S. A. Latour and N. C. Peat, "Conceptual and Methodological Issues in Consumer Satisfaction Research", in William L. Wilkie, de., *Advances in Consumer Research*, vol 6, 1980., pp.431-440.

53) Latour, S. A., and N. C. Peat, "The Role of Situationally-Produced Expectations, Other Experiences, and Prior Experiences in Determining Consumer Satisfaction", *Advances in Consumer Research*, vol 7. 1980, pp.588-598.

자들은 제품이나 서비스에 대해 그들이 갖고 있는 특정한 기준과 비교하게 되며 제품과 서비스에 대한 성과는 그들이 경험한 사실을 평가함으로써 결정된다. 그리고 소비자가 실제 성과를 과거에 경험한 수준과 비교함으로써 그 평가과정을 종료하게 된다. 이러한 과정을 거쳐서 비교한 결과가 과거의 경험수준과 일치하게 되면 일치, 그 이상이면 만족, 그 이하이면 불만족이 발생하게 된다. 따라서 기대불일치 이론에 근거한 만족은 제품이 지니는 다양한 속성에 대한 만족의 결과들이 종합적으로 결정되는 것이다.

(2) 공평성이론

사람들은 교환에 투입하는 비용은 최소화하고자 하는 반면 교환을 통해 얻고자 하는 이익은 최대화하려는 속성을 지녔다. 공평성 이론은 이러한 점에 착안, 사회적 교환상황에서 행해진 그 교환의 공평성과 불공평성에 초점을 둔다. 이를 바탕으로 한 소비자 만족 연구는 소비자의 구매행동을 하나의 교환행동으로 파악, 소비자와 판매자간에 발생한 금전과 상품, 서비스의 교환이 소비자 차원에서 공평한 것이었느냐의 여부에 따라 소비자 만족·불만족이 결정된다고 본다.

피스크와 코니는 소비자들은 선택행동을 한 후, 그 교환의 공평성을 평가하고 그 평가의 결과 만족·불만족을 느끼게 된다고 제시하면서 이 공평성 평가의 결과가 제품에 대한 소비자들의 만족·불만족을 결정하는 하나의 결정변수가 된다고 주장했다. 이들은 항공산업에서 공평성이 소비자 만족·불만족에 미치는 영향을 실증 분석했다. 대기시간과 항공운임을 소비자들이 투입해야할 투입요소로 보고 불공평한 가격과 대기시간이 소비자의 만족에 미치는 영향을 평가했다. 그 결과 가격 불공평성과 대기시간 불공평성이 소비자의 불만족을 가중시킨다는 것을 확인하고 결과적으로 이런 가격 불공평성과 대기시간 불공평성은 소비자의 항공서비스에 대한 기대를 낮춘다고 했다.

(3) 귀인이론

사회심리학을 기초로 한 귀인이론은, 사람을 인과관계의 추론과정을 통해서 활동을 결정하는 합리적인 정보 처리자로 파악, 불만족한 소비자는 불만족의 원인을 찾아 그 책임의 소재를 밝히려 한다는데 초점을 둔다.

여기서 추론의 과정은 어떤 자극으로부터 귀인에 이르는 인지적 절차를 말한다. 연구의 주요 초점은 소비자들이 어떤 정보나 자극으로부터 귀인에 도달하는 과정, 혹은 관련된 귀인의 형태 등을 규명하는데 있다. 귀인의 초점은 관찰자의 주 대상이 사람인가 또는 주변 사물인가에 따라 또는 인식의 대상에 따라 달라질 수도 있으며, 이러한 초점의 귀인에는 타인귀인, 사물귀인, 자기귀인이 있다. 귀인이론은 한마디로 제품이나 서비스의 사용 후 불만을 느끼는 소비자들의 불만족의 원인을 찾아 책임의 소재를 밝히려는 시도인 것이다.



(4) 성과이론

성과이론은 소비자가 구매한 상품이나 서비스의 성과가 소비자의 만족에 미치는 영향에 대해 설명하는 이론이다. 성과는 소비자의 기대에 대한 성과를 말하는 것으로 이것이 소비자의 만족여부에 영향을 미친다는 것은 다분히 공리적이다. 이런 이유 때문에 성과는 소비자 만족 연구에서 간과되어 왔다.

스완과 콤브⁵⁴⁾는 상품성과를 표상적 성과와 도구적 성과, 두 차원으로 구분했다. 이들은 표상적 성과는 만족과 관계가 있고 도구적 성과는 불만족과 관련이 있으며 이러한 표상적 성과는 그 자체가 목적인 성과이며, 표상적 성과는 어떤 목적을 위한 수단이라고 강조했다.

54) J. E. Swan and L. J. Combs, "Product Performance and Consumer Satisfaction-A New Concept", *Journal of Marketing*, vol.40, April, 1976, p.26.

2. 관광객 만족의 개념

경영학에서 소비자 만족에 관한 이론은 1976년 소비자 만족과 불만족의 개념이 미국 문헌에 등장한 이래 많은 학자에 의해 연구되고 있는 주제이다. 일반적으로 소비자 만족이란 소비자가 구매상황에서 제공한 그의 희생이 적절히 보상되어 있다고 지각하는 상태로 정의할 수 있는데,⁵⁵⁾ 소비자가 어떤 제품을 구매하여 사용하면 그들은 만족하던가 불만족할 것이다. 많은 연구결과 만족에 영향을 미치는 요소는 인구통계학적 변수, 인성변수, 기대 등과 같은 요인들이다.

한편, 관광객 만족에 대한 접근은 두 가지 측면에서 이루어지고 있다. 첫째는 여행경험에서 발생한 결과에 중점을 두는 것이며, 둘째는 평가과정에 초점을 두고 있는 것이라고 할 수 있다. 먼저 여행경험의 발생결과를 보는 측면에서는 관광객 만족이란 관광객이 여행경험 전체에 대해서 사후에 그 이미지를 평가하는 것으로서 전체경험에 대한 일종의 태도⁵⁶⁾나 관광객이 관광지에 대해서 가지고 있던 기대와 실제경험간의 상호작용의 결과⁵⁷⁾ 또는 기대불일치를 경험했을 경우에 나타나는 감정과 여행경험에 대해서 관광자가 미리 보유했던 감정 때문에 복합적으로 야기될 수 있는 전체적인 심리적 상태⁵⁸⁾ 등으로 설명하고 있다.

다음으로 평가과정이라는 측면에서 관광객 만족은 최소한으로 기대하였던 것보다는 경험이 좋았다는 평가⁵⁹⁾나 미리 가지고 있던 신념과 선택된 대안이 일치성을 이룬다는 평가⁶⁰⁾, 혹은 사전기대와 이용을 통해 느낀 성과간에 지각된 불일치

55) 최병용, 「소비자행동론」, 박영사, 1991, p.615.

56) Lounsbury, J. W., and J. R. Poilk, *op.cit.*, pp.105-119,

57) Pizam, A., Neuman and A. Reichal, "Dimension of Tourist Satisfaction with Destination Area", *Annals of Tourism Research*, 1979, p.314-322.

58) Dann, "Tourist Satisfaction : A Highly Complex Variable", *Annals of Tourism Research*, 5, 1981, pp.440-443.

59) Hunt. C. S., "Overview and Future Research Direction in Conceptualization and Measurement If Consumer Satisfaction and Dissatisfaction", *Marketing Science Institute*, 1997, pp.120-128.

60) Geva, A., and A. Goldman, "Duality in Consumer Post-purchase attitude", *Journal of*

평가⁶¹⁾ 등으로 설명되고 있다. 이렇게 평가과정별로 관광객 만족을 이해하는 접근 방법은 결과지향적 방식과는 달리 관광객의 전체적인 관광경험을 연구대상으로 하면서 각 단계별로 중요한 역할을 하는 각 요소들에 대해서 측정함으로써 중요한 과정을 확인할 수 있다는 장점이 있다.

한편, 만족대상이 서비스인지, 소비경험인지, 또는 측정대상에 따라 속성별 측정인지 전체적인 만족 측정인지에 따라 관광객 만족을 상이하게 규정지을 수 있는 총체적 만족과 관광객 만족을 포함한 후속적인 변수로서 재방문 의도와 추천의도와의 관계에 대해서는 다음과 같은 개념구분을 할 수 있다.⁶²⁾

첫째, 총체적 관광객 만족은 관광활동 참여를 통하여 여러 욕구가 충족된 정도를 의미하는 것으로서 관광객 자신의 총체적 관광경험에 대한 평가이며,

둘째, 재방문 의도는 관광지 하위 속성과 관련된 체험들에 근거하며 관광객이 해당 관광지를 다시 방문할 욕구를 느끼는 것이며,

셋째, 추천의도는 관광지의 여러 속성과 관련한 여러 체험에 근거하여 그 개인이 타인에게 긍정적으로 구전할 의향의 정도를 의미한다. 따라서 총체적 만족이 관광경험에 대한 전반적 평가라면, 재방문 의도와 추천의도는 관광지 관련 체험에 대한 평가라고 할 수 있다.

러브록⁶³⁾은 만족에 대한 평가과정으로 세 단계의 평가과정을 제시하면서, 소비 이전 단계(대안평가 포함), 소비 단계(구매 이전단계의 기대와 대안선택 등의 경험으로서 전화접촉, 서비스예약, 서비스 대기 등의 비교과정), 소비 후 단계(구매전이나 구매단계에서 형성된 기대와 서비스 제공 과정 중의 품질평가)를 들고 있다. 이러한 평가과정에서 나타나는 관광객 만족은 관광지의 물리적 특성과 관리유형 및 수준, 관광객의 사회·문화적 특성과 휴식, 교통, 상업적 서비스 및 안전시설과

Economic Psychology, 12, 1991, pp.141-164.

61) Van Raaij, W. F., and D. A. Francken, "Vacation Decisions, Activities and Satisfaction", *Annals of Tourism Research*, 11, 1984, pp.101-112.

62) 고동우, "관광의 심리적 체험과 만족간의 관계", 박사학위논문, 고려대학교 대학원, 1998.

63) Lovelock, C. H., *Service Marketing*, Englewood Cliffs, N. J., Prentice-Hall Inc, 1991.

신념, 그리고 여가활동 참여와 관련된 상황은 물론 무형적 상품에 따라서 영향을 받게 된다고 주장하고 있다.⁶⁴⁾

이상 위에서 검토한 내용을 요약하면, 관광객 만족은 만족이 의미하고 있는 함축적 내용에 따라 최소수준과 최대수준 등의 형태로 다양하게 나타나는데, 일부 관광객의 입장에서 만족은 수용할 수 있는 최소수준이지만, 다른 관광객에게는 거의 완벽한 것을 요구하는 것일 수도 있고, 동일한 관광객이라 할지라도 시간이 지나감에 따라 만족에 대한 의미는 달라질 수 있다는 것을 알 수 있다.

3. 관광객 만족의 측정

지금까지 연구되어 온 관광객 만족의 측정방법은 대부분 실제 관광활동을 하는 관광객의 만족을 측정하는데 있어서 한계를 갖고 있다. 이는 만족도가 다차원적인 개념이고 여러 다양한 변수에 의해 영향을 받으며, 이러한 변수 중에 통제할 수 없는 변수들도 상당히 많이 있기 때문이다.

즉, 관광객 만족과 다른 변수들간의 상호관계를 발견하기 위해서는 신뢰성 있고 타당한 방법으로 관광객 만족을 측정할 필요가 있지만 만족의 다차원적 측면으로 인해 대부분의 관광객 만족을 다룬 직접적인 연구는 제한적이며 그나마 신뢰성과 유효성이 검증되지 않은 측정방법에 의존하고 있다.⁶⁵⁾ 이러한 어려움에도 불구하고 관광객 만족의 측정은 관광객의 동기를 보다 정확히 파악하고 이해하여 이들의 행동을 예측하기 위해서는 중요하다.

초기의 관광객 만족의 측정은 특정 목적지에 대한 관광객의 사전기대와 현장 체험의 상호작용에 의해 결정된다는 가정을 두고 관광목적지의 속성별 평가를 측

64) Noe, F. P., "Measurement Specification and Leisure Satisfaction", *Leisure Science*, 9, 3, 1987, pp.165-166.

65) Jacob. B .B. G., and M. G. Ragheb, "Leisure Satisfaction: Concept Theory and Measurement", In *Social Psychological Perspectives on Leisure and Recreation*, 1980, pp.329-352.

정하는 척도개발에 중점이 두어졌다.⁶⁶⁾ 이러한 접근방법은 관광지 속성이론의 발전과 만족연구에 대한 관심을 유도한 것으로 평가받고 있다.

이후 연구에서는 주로 관광지의 속성보다는 관광객의 심리적, 사회·경제적 특성, 문화적 특성, 태도, 선호 등에 대한 측정을 위주로 관광객 만족연구가 이루어졌다. 자코브와 렉허브⁶⁷⁾는 비어드와 렉허브가 개발한 관광객 만족 측정척도를 토대로, 심리적·교육적·사회적·휴식적·생리적·미적만족이라는 6개의 구성요소와 24개의 하위척도를 갖는 측정척도를 개발하였는데, 이는 많은 연구들이 관광객 만족의 척도를 일차원적인 구성요소로 취급해 온 것에 비해 관광객 만족을 다차원적인 측면에서 접근함으로써 관광객 만족 측정에 있어서 중요한 근거를 제공하였다.

한편, 만족의 개념에 재방문의도나 추천의도와 같은 개념이 반영되어 있다고 가정하여 이러한 여러 변수를 하나의 포괄적 구성개념의 하위요소로 측정하려는 포괄적 접근방식이 있다. 모스카르도와 피어스⁶⁸⁾는 역사주제공원을 방문하는 방문객의 만족도를 측정하면서 방문객 개인의 경험이 즐거운 정도와 친구에게 추천할 의도를 합하여 만족지수를 산정하였다. 또 윌리엄⁶⁹⁾은 만족측정의 시기를 중심으로 현지 체험만족도와 사후 만족도의 개념적 구분을 경험적으로 검증하기 위한 연구에서, 기존 연구들의 측정방식에 근거하여 사후 만족도의 하위요소로 여행경험이 비용에 비해 가치가 있다고 판단하는 정도, 재방문의도, 기대충족정도 등을 함께 측정하여 그 점수를 합하여 지수화했다.

그러나 이러한 만족 측정방법은 본질적으로 개념상의 문제가 있다. 즉 만족의 개념은 재방문의도와는 다르며, 또한 기대충족 정도만으로 그 내용을 포괄할 수

66) Pizam, et al, *op.cit.*, pp.314-322

67) Jacob., and Ragheb, *op.cit.*, pp.329-353.

68) Moscardo. G., Pearce, Morrison, A., Green, D., and O'Leary, "Developing a Typology for Understanding Visiting Friends and Relatives Markets, *Journal of Travel Research*, 38, 2000, pp. 251-259. 1992,

69) Williams, S. M., and R. McCrorie, "The Analysis of Ecological Attitudes in Town and Country", *Journal of Environmental Management*, 31, 1990, pp.157-162.

없다는 한계가 있다. 이는 기존 기대가치모델의 기본전제가 인지일관성(cognitive consistency)에 있다는 점을 비판한 제바와 골드만⁷⁰⁾의 패키지 여행 참가자를 대상으로 한 만족연구에서, 만족의 정도가 기대충족의 함수로 결정된다는 가정을 전제로 연구가 진행되었지만, 동시에 재방문의도나 추천의도가 만족과는 다른 개념이라는 점을 여러 사후 태도들이 서로 다른 두 가지 방식의 통로를 통해 관련성을 지니고 있음을 경험적 자료로 보여주었다. 다시 말하면, 관광객들이 만족한다고 응답하더라도 재방문의도와 추천의도는 낮을 수 있으며 이러한 상황은 관광객이 인지부조화를 경험한 후 합리화 과정을 거치기 때문에 발생한다는 것이다.

이상의 논의를 요약하면, 만족을 포함한 후속의 심리적 변수는 최소한 세 가지 개념으로 구분할 수 있다. 하나는 관광활동을 통하여 여러 욕구가 충족된 정도를 의미하는 것으로서 관광객 자신의 총체적 관광체험에 대한 평가라고 할 수 있는 총체적 관광만족이며, 둘째는 관광지 하위 속성과 관련한 체험들에 근거하여 참여자가 해당 관광지를 다시 방문할 욕구를 느끼는 재방문의도이며, 마지막은 관광지의 여러 속성과 관련한 여러 체험에 근거하여 그 개인이 타인에게 긍정적으로 구전할 의향의 정도를 의미하는 추천의도이다. 그러므로 총체적 만족이 경험에 대한 전반적 평가라면, 재방문의도나 추천의도는 관광지 관련 체험에 대한 평가라고 볼 수 있다.

4. 관광동기에 따른 만족의 유형

관광의 전반적인 면을 설명하는데 이용되는 보편적인 방법은 여러 가지가 있다. 그 중 관광동기에 관한 대부분의 논의는 앞 절에서 살펴본 것처럼 성, 소득, 교육의 영향과 관광패턴을 이룰 수 있는 심리적 변수와 기타 개인적 특성을 포함하는 추진요인과 관광객을 유인하는 관광목적지 혹은 루트의 특징적 요소와 관련

70) Geva, A., and A. Goldman, *op.cit.*, pp.141-164.

된 유인요인의 개념으로 압축되며, 두 요소간의 상호작용의 결과로 관광활동을 보고 있다.

관광행동의 구분은 일반적으로 욕구나 동기로서 분류되지만 심리학적으로 본다면 욕구나 동기는 하나의 매커니즘이고 관광행동은 행위로서 볼 수 있다. 따라서 관광행동의 유형은 욕구나 동기의 충족을 위한 목적으로 분류된다고 볼 수 있다. 관광객은 각 유형의 관광행동을 함으로써 만족을 추구하게 된다.

비어드와 렉허브⁷¹⁾는 관광만족을 관광활동과 관광선택에 참여한 결과로서 개인적으로 형성된 인식이나 감정 또는 일반적 관광경험과 상황에 만족하거나 즐거워하는 정도라고 말하면서 관광만족의 차원을 여섯 가지의 다차원적 측면에서 보고 다음과 같이 구분하고 있다.

첫째는 심리적 만족으로, 사람들은 선택의 자유를 제공하는 활동에 참여하여 동기부여를 받고 자아실현과 욕구를 채우므로 성취감과 자기개성, 새로운 경험을 바라는 것 등을 획득·추구할 수 있다. 이와 같이 활동이 사람들에게 흥미를 주고, 주의를 끌게되고 기쁨과 즐거운 감정을 자아내게 되고 그 활동이 발전에 도움이 된다면 활동을 반복하게 된다.

둘째는 교육적 만족으로, 사람들은 자신과 자신의 환경에 대해서 학습을 하면서 관광에 대한 지적욕구를 추구한다. 호기심을 만족시키려는 희망과 새로운 것을 시도해보고자 하는 기회로서 새로운 경험에 대한 욕구가 생겨난다. 이것은 사람들에게 새로운 것을 학습함으로써 자신과 사회, 예술 및 음악의 감상과 같은 광범위한 경험을 할 수 있는 기회를 제공한다.

셋째는 사회적 만족으로, 사람들은 자유롭게 선택된 사회 관련성의 유지와 개발을 위해 자발적인 단체나 조직에 참여한다. 이러한 사회적 적응을 위한 자발적인 인간관계는 ① 사회적 상호작용과 의사작용, ② 친구를 만날 수 있는 기회, ③ 좋은 교제에 대한 즐거움과 같은 사실에 기인한다. 이와 같은 사람들은 이타심을

71) Beard, J. G., and M. G. Ragheb, "Measuring Leisure Satisfaction", *Journal of Leisure Research*, 12(1), 1980, pp.20-33. 1987.

가지고 다른 사람들에게 도움이 되고자 관광활동에 참여하며 단체와 어울리려고 하거나 사회적 존경과 평판을 얻기 위하여 주목과 인식을 획득하려는 소속의 욕구가 있다.

넷째는 휴양적 만족으로, 휴식에 관한 이론은 회복, 즉 관광은 일에서 쌓인 스트레스와 긴장을 해소하고 휴식과 기분전환을 취할 수 있게 한다.

다섯째는 신체적 만족으로, 사람들은 신체적 만족을 얻기 위해 도전할 만한 활동, 신체를 회복시키는 활동, 신체의 적응력을 개발하는 활동, 근육과 심장을 강하게 하는 활동 그리고 건강을 증진시키는 활동에 참여하게 된다.

마지막 여섯째는 미적 만족으로, 강한 미적인 상태는 시각내의 모든 사물이 상보적인 질을 나타낼 때 이루어진다. 다시 말해서 관광객이 관광에 참여할 수 있는 물리적 환경이 아름답거나 잘 디자인만 된다면 더욱 만족하게 되므로 관광경험도 흥미로워지고 즐거워진다.



제3절 선행연구동향

1. 관광동기에 대한 선행연구

관광동기에 대한 연구는 아직 미진한 부분이 많고 통일된 이론이 정립되지 못한 상태이고,⁷²⁾ 관광행동이 일어나기 전에 개인이 지니고 있는 사전동기의 차원과 실제적인 관광활동의 심리적 차원이 동일하다는 가정 하에 이루어지는 경향이 있다는 점에서 관광체험의 내용을 이해하는데 함께 다룰 필요가 있다.⁷³⁾

72) Dann, G.M.S., "Anomie, ego-enhancement and tourism", *Annals of Tourism Research*, 4(2), 1997, pp.187-219.

73) 고동우, "관광 후 평가개념의 경험적 구분", 「관광학연구」, 제22권 제2호, 1998, pp.309-316.

밀은 욕구위계 중 상위 4개 욕구만을 이용하여 스키참여자의 동기를 조사하였는데, 이때 각 계층에서 자기 지향적인 동기와 타인 지향적인 동기로 구분하여 스키참여 동기를 설명하였다.⁷⁴⁾ 또한 잠로지외와 위잘은 가족, 개별여행객, 부부, 친구, 단체여행객의 다섯 가지 여행그룹들의 관광동기를 추진요인과 유인요인으로 연관시켰다. 이들은 독일인 해외관광자들이 대체적으로 가족, 부부, 단체여행단으로 여행할때보다 혼자서 개별여행을 하거나 친구들과 같이 여행할 때, 다양한 추진동기를 보여준다는 사실을 알아냈다. 예를 들어 개별적으로 여행하는 사람들은 고상함, 경험, 모험요소를 찾는 반면, 가족단위는 호화스러움, 아무 것도 하지 않음과 같은 동기를 선호하는 것으로 조사결과 나타났다.⁷⁵⁾

로스는 크리펜도프⁷⁶⁾에 의해 정의된 8가지의 여행동기를 서술했다. 이들 동기는 회복과 재생, 재충전과 사회적 상호작용, 탈출, 커뮤니케이션, 자유와 자기결정, 자기실현, 행복 그리고 호연지기이다.⁷⁷⁾

차 등은 요인군집 방법을 이용하여 순수 해외관광을 하는 일본인들의 관광동기를 분석하였는데, 이들은 30개의 추진요인 동기를 가지고 분석에 이용하였다. 연구결과 휴식, 지식, 모험, 여행자랑, 가족, 스포츠라는 6가지 관광동기 요인이 나타났다. 이를 토대로 유사한 응답을 한 조사 대상자들을 군집분석으로 묶어서 스포츠추구자, 고상함을 즐기는 사람, 그리고 가족과 함께 휴식을 즐기려는 사람 등의 3그룹으로 나누었다.⁷⁸⁾

한편 랑은 자연관광지로 여행하는 호주사람들과 타이완 사람들의 관광동기, 선호활동, 선호지역과의 관계를 연구하였는데, 연구결과 호주인의 동기는 새로운 경

74) Mills, A. S., "Participation Motivations for Outdoor Recreation : A Test Maslow's Theory", *Journal of Leisure Research*, 17(3), 1985, pp.184-199.

75) Jamrozy, U., and M. Uysal, "Travel Motivations of Overseas German Visitors", *Journal of International Consumer Marketing*, 6(4), 1994, pp.135-160.

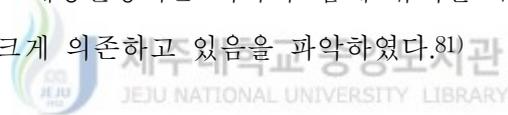
76) Krippendorf, K., *The Holiday Makers: Understanding the Impact of Leisure and Travel*, London: William Heinemann Ltd., 1987.

77) Ross, G. E., *The Psychology of Tourism*, Melbourne: Hospitality Press, 1994.

78) Cha, S., McCleary, W., and Uysal, M. *op.cit.*, pp. 33-39.

험, 탈출·오락, 나타내기, 가족지향, 문화적 관심, 신체적 도전과 자연, 휴식으로 나타난 반면, 타이완인들은 독특한 문화와 야외활동, 변화·탈출·휴식, 나타내기, 가족지향, 재미와 흥미, 단순한 생활양식으로 분류되었다. 랑은 여기서 국가에 따라서 관광동기가 어느 정도 차이가 있음을 파악하였다.⁷⁹⁾

국내연구로는 강미희가 생태관광자의 여행동기 및 태도에서 매슬로우의 욕구 단계개념을 적용하여 33항목에서 휴식·탈출, 활동, 소속, 존경·성취, 자아실현, 지적추구, 미적추구로 요인분석하여 7가지로 분류하였다.⁸⁰⁾ 또한 민창기는 해양관광지인 거제도 방문객의 관광동기를 조사하면서 20개의 추진요인과 20개 유인요인 모두 40개의 문항을 가지고 요인분석한 결과, 추진요인으로는 자연에서의 휴식, 자기탐색, 가족관계강화, 해수욕과 관광, 지위향상의 6개의 요인을 추출해냈고 유인요인으로는 이미지, 해수욕장, 여행상품, 자연관광 명소의 4개의 요인으로 추출해냈다. 그는 결론으로 해양관광객은 가족과 함께 휴식을 취할 목적으로 거제도를 찾으며 자연자원에 크게 의존하고 있음을 파악하였다.⁸¹⁾



2) 관광객 만족에 대한 선행연구

관광활동은 개인적 특성에 따라 차이를 보이고 최종단계인 만족여부에 따라 계속 여부도 결정되는 등의 영향관계가 나타나게 된다. 따라서 관광활동 유형에 따라 관광만족도 상이해질 수 있다.⁸²⁾

피잠⁸³⁾ 등은 관광객의 관광지 만족에 대한 차원의 연구에서, 관광객 만족의 측정에 있어 먼저 관광지가 제공하는 7가지 경험요소들을 숙박시설, 식음료시설, 접

79) Lang, C. T., *A Typology of International Travelers to Nature-based Tourism Destinations*, Unpublished Doctoral Dissertation, Purdue University, 1996.

80) 강미희, 전계논문, 1999.

81) 민창기, 전계논문, 2001.

82) 임변장·정영린, “여가활동유형과 여가만족의 관계”, 「한국체육학회지」, 제35권, 1998, pp.92-102.

83) Pizam, A., Newman, Y. and A, Reichel, *op.cit.*, pp.314-322.

근성, 매력성, 비용, 청결성, 환대정신 등으로 분류했다. 그리고 이들의 만족정도를 측정해 각 요소별 만족값의 평균을 관광객의 전체적인 만족으로 보았다. 이 연구는 관광객에게 가장 큰 만족을 제공할 수 있는 요소와 가장 적은 만족을 제공하는 요소들을 찾아내는데 유용하다.

매치슨과 월⁸⁴⁾은 이미지와 실제간의 차이, 다시 말해 기대와 경험간의 차이가 클수록 관광목적지에 대해 부정적인 이미지를 가진 관광객과 실제 방문해선 그들의 시설, 자원, 문화의 성과를 평가한 결과, 그것이 사전에 가지고 있었던 긍정적 이미지와 부합되거나 그 이상이면 긍정적인 불일치를 지각해서 만족을 느끼게 될 것이며, 그 반대의 경우라면 부정적 불일치를 지각하고 불만족을 느끼게 될 것이라고 보았다.

렉허브와 그리프스⁸⁵⁾는 여가활동 유형별 여가만족도 조사에서, 스포츠활동과 야외활동이 사회활동, 문화활동, 독서, 텔레비전 시청 등에 비하여 만족도와의 상관관계 정도가 높다는 사실을 밝혀냈는데, 이는 여가활동 유형과 여가만족의 관계에 대하여 유용한 정보를 제공하여 주고 있다.

반라즈와 프랑켄⁸⁶⁾은 관광객의 만족은 관광 이전의 기대와 관광지에서의 실제 성과간의 차이로 정의하면서 불일치된 기대, 비용과 편익의 불공정한 형평성이 결과적으로 불만족을 야기시킨다고 보았다. 즉, 관광객은 여행에 앞서 관광종사자, 과거경험, 구전 등을 통하여 여행에 대한 기대를 갖는다. 이러한 기대는 일반적 기대와 구체적인 기대로 대별되고 일반적 기대가 구체적 기대보다 확인하기가 쉬운 만큼 관광객은 이에 대해 완전하게 예측할 필요는 없으며 상기 양자를 모두 가질 수 있다고 했다. 하지만 기대하지 않은 좋은 활동들도 관광경험에 있어서 지각된 성과의 수준을 높여 결과적으로 만족의 수준을 높일 수 있음도 부인하지 않았다.

84) Mathieson, A., and G. Wall., *Tourism: Economic Physical and Social Impacts*, London: Longman, 1982.

85) Ragheb, M. C., and C. A. Griffith., "The contribution of leisure satisfaction to life older persons", *Journal of Leisure Research*, 14(4), pp. 295-306.

86) Van Raaij, W. F. and D. A. Frencken, *op.cit.*, pp.101-112

한편 노에⁸⁷⁾는 관광객의 만족모델은 동기적 접근, 불일치적 접근, 쾌락론적 접근 등으로 그룹화할 수 있다고 했다. 그에 따르면 동기론적 접근은 여가활동을 통해 충족되고 얻어지는 기본적 욕구, 동기, 개인의 경험 등을 확인함으로써 가능한 것이다. 이런 동기론은 관광객에 내재한 요구와 욕구를 충족시키고자 하는 여가활동에 기초하고 있다. 불일치적 접근은 관광객이 지닌 기대와 실제 관광지에서 확인하는 평가와의 차이에 의한 것이다. 관광객의 만족에 관한 쾌락론적 접근은 여가란 삶의 궁극적 목적으로서 개인의 행복과 복지를 위해 기여하는 필요 요소라는 인식을 바탕으로 한 것이다.

마자르스키⁸⁸⁾는 기대불일치 패러다임에 기초해 관광객의 만족을 연구했다. 그는 기대단계에서 과거의 경험과 지식, 복수의 규범이 복합적으로 관광객의 기대에 영향을 미치며, 불일치 단계에서는 과거경험과의 상호작용, 실제 성과와의 불일치를 지각하고 이는 다시 만족과 재방문 의사에 영향을 미치게 됨을 밝혀냈다. 결국 그는 관광객의 만족은 관광활동 이전의 기대와 관광지에서의 실제 성과 그리고 불일치의 세 가지 변수에 의해 설명될 수 있다고 주장했다.

코자크와 리밍톤⁸⁹⁾은 영국인들이 여름과 겨울휴가 때 많이 방문하는 스페인의 말라카를 비수기에 방문한 250명의 관광자를 대상으로 만족도를 조사한 결과, 스포츠와 쇼핑, 야간활동과 오락, 다른 리조트나 매력물에 대한 투어, 매력물의 다양성 등의 시설과 활동의 부족이 가장 낮은 만족도를 보여 주었으며, 전반적으로 만족을 보여준 응답자들은 미래 행동과의 유의성을 보여 주었고, 구전효과에도 높은 유의성을 보여주었다.

한편 관광객 만족과 관련한 국내연구로서 김인호⁹⁰⁾는 관광목적지에 대한 관광

87) Noe, F. P., *op.cit.*, pp.165-166.

88) Mazarsky, D. "Past experience and future-tourism decision", *Annals of Tourism Research*, 16(3), 1989, pp.333-344.

89) Kozak, M., and M. Rimmington., "Tourist Satisfacion with Malloca, Spain, as an off-season holiday destination", *Journal of Travel Research*, 38(1), 2000, pp.260-269.

90) 김인호, "관광자의 만족/불만족 및 재방문의 평가합치적 접근", 박사학위논문, 광운대학교 대학원, 1993.

자의 만족은 관광지에 대한 기대나 이미지가 실제 성과간의 불일치와 정의 상관관계가 있음을 검증했다.

정강환⁹¹⁾은 문화관광상품개발의 관점에서 방문자에 대한 실증조사를 통해 백제문화제 방문자들의 인구통계적인 유형분류, 방문동기, 축제에 대한 정보매체 등을 파악함으로써 민속축제의 관광상품화 전략을 마련하는데 그 연구목적에 두었다. 연구결과 방문자들은 구전을 통한 정보매체에 가장 크게 의존하고 있고 방문자들의 동반형태는 가족동반이 전체 방문자의 44.8%를 차지함을 파악해냈다. 그리고 방문동기에서는 새로운 것을 보고, 듣는 것을 좋아해서와 축제에 대해 듣고 재미있을 것 같아서라는 동기가 가장 주요한 방문동기임을 밝혀냈다. 이로써 방문자의 행사에 대한 만족도를 높이기 위해서는 프로그램 구성이나 마케팅 전략수립에 있어 가족지향적인 요소가 가미되어야 하고 백제문화제인 경우 만족한 방문자들의 구전에 의한 축제정보 전달이 중요한 정보매체이므로 방문자의 만족을 높이는 전략은 곧 향후 개최될 행사에의 홍보효과를 높이는 것과 직결된다고 했다.

홍남기⁹²⁾는 방한 국제관광자의 관광이미지와 만족에 관한 연구에서 관광자의 만족은 기대 이미지와 방문 후 실제에 대한 평가가 상호작용한 결과임을 연구했다. 그는 방한 국제관광자의 이미지와 만족에 관한 연구를 실시해, 관광자는 여러 매개체를 통해 정보를 얻고 이에 의해 기대 이미지를 형성하며 목적지 방문 후 실제와 기대 이미지를 비교하고 평가한다고 했다. 특히 구전을 통한 대인적 커뮤니케이션이 관광목적지 선택에 결정적인 역할을 한다고 강조했다. 여기에서 기대 이미지는 평가에 영향을 미치며 최종적인 만족에도 영향을 미치며, 결국 만족은 재방문 의도와 권유의사에도 크게 영향을 미치는 것을 조사했다.

91) 정강환, “백제문화의 관광상품화를 위한 관광객 조사 및 평가에 관한 연구: 부여행사를 중심으로”, 「사회과학연구」, 제13집, 배재대학교 사회과학연구소, 1995.

92) 홍남기, “방한 국제관광자의 관광 이미지와 만족에 관한 연구”, 석사학위논문, 한양대학교 대학원, 1997.

제4절 제주지역 해양관광의 실태

1. 제주지역 해양개발 동향

사면이 바다로 둘러 쌓인 제주도는 지정학적으로 체류형 관광목적지이나 관광 자원은 육상과 해변을 중심으로 분포하고 있는 옥외 감상 및 유람형 자원이 지배적이며, 해양과 섬환경을 관광자원으로 다양하게 적극 개발하지 못하고 있다. 이로 인해 '90년대 이후 국내·외적으로 동적, 정적 해양관광수요가 급증하고 있으나 제주지역의 풍부한 해양자원을 활용하는 종합적인 해양관광개발 및 수용태세 구축이 미흡하여 체류형 관광지로서 제주도특성을 제대로 살리지 못하고 있는 실정이다.

하지만 최근 바다목장화사업, 해양종합과학관 구상, 해풍을 이용한 에너지 개발사업, 섬관광포럼의 형성, 국제자유도시의 구상 등 다방면에서 해양을 포함한 정책적 관심이 높아지고 있어 해양환경에 대한 인식의 변화를 예고하고 있는데, 여기에서 제주지역의 해양관광개발의 발자취를 살펴보면 다음과 같다⁹³⁾.

1) 제주도종합개발계획 10개년 계획(1972 ~ 1981)

“제1차국토종합개발계획”에 의해 제주도는 국제적 관광지로 개발하는 계획이 수립되었으며, 국토종합개발계획의 보조적 성격을 지닌 제주도종합개발 10개년 계획이 수립되었다. 이 계획은 건설부 주관하에 제주도를 국제적 관광지로 조성하기 위해 사회간접자본시설 확충과 지역사업을 국가적 지원사업의 우선 순위에 반영하는 것을 기본방향으로 설정하였고, 제주시를 중심핵, 서귀포시를 부핵으로 설정, 순환도로를 따라 환상형 발전축을 구상하였고, 표고별로 해안, 중산간, 산간, 산악

93) 양덕순, “제주도 해양개발 정책과 해양관광의 방향”, 제주지역 해양관광 활성화를 위한 세미나, 제주대학교 관광산업연구소, 1998, pp.19-38.

지별로 토지이용계획을 수립하는 것을 주요 내용으로 하고 있다.

2) 제주도특정지역 관광종합개발계획(1973 ~ 1981)

이 계획은 청와대 관광기획단에서 수립되었는데, 제주도관광을 종합적으로 다룬 최초의 계획으로 국제수준의 관광지 조성을 목표로 설정하였다. 이 개발계획에 따라 중문관광단지조성 1차공사, 해수욕장 정비 등 관광지 개발이 부분적으로 이루어졌으며, 제주공항, 제주항의 확장 및 카페리호의 취항, 간선도로의 포장, 통신망의 확충 등 각종 기반시설이 확충·정비되었다. 이 계획은 원래의 계획목표에는 크게 미치지 못했으나 제주관광이 어느 정도 수용능력을 갖추는 계기가 되었다고 평가된다.

3) 제주자유항 구상(1980)



경제과학심의회를 중심으로 제주자유항 건설계획을 검토하였으나, 경제기획원에서 성공가능성에 대한 회의, 막대한 투자소요액 그리고 정부투자 우선 순위상의 문제점 등으로 인하여 자유항설치를 유보하고 그 대신 제주를 관광개발중심으로 개발하는 것으로 하였다.

4) 특정지역 제주도 종합개발계획(1985)

건설부 주관하에 1985 ~ 1991년(7년간)을 목표년도로 하여, 제주도에 국민관광을 기반으로 한 국제관광의 기반을 조성하고, 관광개발을 근간으로 지역사회개발을 추진하도록 계획되었다. 이 계획의 해양관광개발 분야를 살펴보면 중문, 표선, 성산포 등의 3개 관광단지를 중점개발하고, 경유형 관광지로 27개 관광지구개

밭 및 도로, 항만 등 지역개발을 시행하도록 하였다.

5) 제주도종합개발계획(1994년)

“제주도종합개발계획”은 「제주도개발특별법」의 입법정신 및 국토개발계획의 기본목표를 수용하여 제주도개발의 기본방향과 비전을 제시하는 장기적인 종합계획이다. 이 계획에 따른 해양관광개발의 정책으로는 “제주도종합개발계획”상 3개 관광단지, 20개 관광지구 중 중문관광단지, 성산포해양관광단지, 표선민속관광단지 등은 모두 연안에 위치하고 있으나 이중 성산포를 전문적인 해양관광단지로 조성을 추진하고 있고, 20개 관광단지 중 함덕, 남원, 송악산, 용머리, 괏지, 재릉, 차귀도 등 7개 지역은 해안형 관광지로, 나머지 봉개, 교래, 만장굴, 묘산봉, 오라, 우보악, 원동, 미천굴, 수망, 신흥, 토산, 세화, 송당, 돈내코지구 등은 내륙형 관광지로 지정하고 있다.



2. 제주지역 해양관광 현황

일반적으로 해양관광 활동의 유형을 살펴보면, 단순히 경관을 감상하거나 해변에서 일광욕을 즐기는 휴식형 활동에서부터 활동성이 강한 윈드서핑, 스쿠버다이빙 등에 이르기까지 다양한 형태가 존재함을 알 수 있다.⁹⁴⁾ 본 연구에서는 이렇게 다양한 해양관광 활동 중 제주지역에서 비교적 활성화되어 있는 잠수함 및 유람선 관광, 스킨스쿠버 다이빙, 바다낚시, 윈드서핑, 해수욕 등을 위주로 살펴보고자 한다.

94) 여호근·주현식, “해양관광상품 개발방향에 관한 연구”, 「산업경제연구」 제13권 제5호, 한국산업경제학회, 2000, pp.201-213.

1) 잠수함관광

1964년 스위스의 내셔널 익스플로전사(National Explosion)가 잠수함을 관광산업에 이용하기 시작하였지만, 잠수함이 관광에 본격적으로 이용하기 시작한 시기는 1985년도 캐나다에서 건조되어 미국에서 운항중인 23인승 잠수함을 기점으로 하여 세계적으로 약 30여개소에서 운항되고 있는 것으로 알려져 있다.

일반적으로 해양을 보다 안전하게 느낄 수 있는 해수욕이나 낚시, 윈드서핑, 요트 등은 활동범위가 수상이나 해안으로 한정되고, 특히 요트나 윈드서핑 등은 경제적 이유 또는 활동성 때문에 일부 소득이 높은 계층이나 연령층에 한정될 수밖에 없었는데, 잠수함관광은 저렴한 가격과 노력을 들이지 않고서도 수중경관을 감상할 수 있게 했다는 점에서 일반인들의 해양관광활동의 폭을 확대하는 전기를 마련했다는 점에서 그 의의가 있다.

우리나라의 경우에도 1989년부터 문섬, 섭섬, 먼섬 등 아열대성 기후의 섬과 뛰어난 해안절경 및 수중경관을 간직한 서귀포 앞바다를 대상으로 48인승 핀란드제 잠수함을 도입하여 하루 10회, 연간 280일 운항하는 잠수함관광 시대를 열었는데, 2000년 11월부터는 성산포에서도 순수 우리기술로 건조된 48인승 관광잠수정이 운항되고 있다.

<표 2-3> 연도별 잠수함이용객 수 현황

년도	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	계
승선 현황 (명)	32,392	39,069	33,870	38,244	37,765	73,141	75,968	65,595	101,814	83,433	91,488	103,010	711,003
외국인 (명)													67,000

자료 : 대국해저레저관광 내부자료

잠수함관광 이용객은 <표 2-3>에서 나타난 바와 같이, 1989년 32,392명에서 1997년 101,814명으로 꾸준한 증가세를 보인다 IMF환란의 영향을 받은 1998년 전년도에 비해 18,381명의 이용객이 줄어들었지만 1999년 91,488명, 2000년 103,010명으로 다시 증가세로 돌아서고 있음을 알 수 있다.

2) 유람선관광

유람선관광은 현재 우리나라에서 가장 대중화된 해양관광아이템으로 볼 수 있다. 제주도는 유인도 8개와 무인도 55개 등 63개의 도서로 둘러쌓여 있고 253km의 해안선을 갖고 있어 이들 도서지역을 왕래하고 해안절경을 즐길 수 있는 관광상품이다. 하지만 현재 제주지역에서 운항하고 있는 유람선은 <표 2-4>에서 보는 바와 같이 서귀포시 3척, 남제주군 18척, 북제주군 5척, 제주시 1척 등 총 26척이 정해진 시간에 주변의 자연경관을 1~3시간 정도 둘러보는 단기운항을 하고 있고 관광객의 사정과 계절에 따라 부정기적으로 운항을 하고 있어 관광객이 계획대로 유람선관광을 할 수 없는 등의 문제점을 갖고 있다.

<표 2-4> 제주지역 유람선 현황

선착장	서귀항	산이수동	사계	성산	수마포구	한림	하도	사수포구	계
유람선 수	3척	4척	1척	6척	7척	1척	4척	1척	26척
시·군 별	서귀포시	남제주군			북제주군		제주시		

자료 : 제주도, 「주요행정총람」, 2000.

한편, 크루즈선의 관광목적지로서 제주지역은 1983년 일본국적의 히카리마루

(Hikarimaru)호의 제주입항에서 14명의 크루즈관광객을 유치한 이래로, <표 2-5>에서 보는 바와 같이 1998년 10척 1,530명을 기점으로 1999년 29척 4,440명, 2000년 28척 9,634 등 내도 국제크루즈선의 수와 관광객수에 있어 급속한 증가추세를 보이고 있다. 하지만 제주지역을 비롯한 국내의 전반적인 크루즈선 유치를 위한 기반여건은 미약한 실정으로, 국내에는 말레이시아 스타크루즈사 1척(부산기항)과 현대 4척(금강산항로)에 불과하다.

<표 2-5> 해외유람선 총 입항선박 및 평균 체재시간

년도	(총)입항선박	평균체재일시(시)	총 관광객수(명)	월별 입항수
1995	5척	22.8	1,351	5월1척, 6월2척, 7월1척, 9월1척
1996	9척	11.6	2,381	4, 8, 9, 11월1척씩, 5월3척, 6월2척
1997	6척	9.4	1,474	3월1척, 5월4척, 9월1척
1998	10척	12.2	1,530	8월3척, 9월2척, 10월4척, 11월1척
1999	29척	29.2	4,440	7, 8월4척, 9월3척, 10월5척, 11월4척
2000	28척	10.7	9,634	2월1척, 3월2척, 7월3척, 8월4척, 11월8척, 12월10척
계	87척	16.0	20,810	

주) 승무원 제외.

자료 : 제주해양수산청, 2001.

제주지역의 경우 크루즈선의 기항을 위한 기반시설을 확충하기 위해 2005년부터 2010년까지 제주항 외항에 크루즈선 전용부두를 사업비 293억원을 들여 건설할 예정으로 있다. 이외에도 제주도가 크루즈선 관광목적지로서 부각되기 위해서는 크루즈관광객 입국절차 간소화 등과정기크루즈선 항비감면, 크루즈기항지 수용태세 개선지원 등의 재정 및 세제감면 등의 중앙정부 차원에서 관련법 및 제도정비가 동시에 이루어져야 할 것으로 보인다.

3) 바다낚시

제주도는 8개의 유인도서와 54개의 무인도와 함께 온화한 기후와 연근해의 수온이 연중 13~17도 이고 220여종에 이르는 풍부한 어종, 해양전역에 산재해 있는 낚시터들이 있어 천혜의 낚시터로 각광을 받고 있다. 보통 낚시는 농어, 감성돔, 뽕에돔, 밴자리, 돌돔, 참돔, 자바리, 흑돔 등 40여종의 어종이 대상으로 갯바위 낚시와 트롤링, 배낚시가 중심으로 이루어지고 있다. 낚시시기는 5월~11월 사이가 최적기로 꼽히지만, 4월 하순에 수온이 15도 이하로 떨어지기 때문에 3~4월의 불황기를 제외하고는 연중 바다낚시가 이루어진다. 보통 남제주군은 6~7월, 북제주군은 10~11월이 가장 낚시를 즐기기에 좋은데, 현재 제주의 주요 낚시터와 어종별 낚시시기는 <표 2-6>과 같다.

<표 2-6> 제주도의 주요 낚시터와 어종별 낚시시기

낚시터	어종별 낚시시기
<ul style="list-style-type: none"> · 북촌 · 마라도 · 추자도 · 우도 · 비양도 · 차귀도 · 서부방파제 	참돔(6-9월), 숭뱅이, 밴자리(6-10월) 밴자리(7-9월), 방어(7-10월), 갯돔, 뽕에돔 가명돔(4-11월), 돌돔(7-9월), 오징어(7-9월) 참돔(6-9월), 감성돔(7-9월), 우럭 참돔, 오징어(6-9월), 황돔, 모래무지(7-10월) 돌돔, 다금바리(6-9월), 감성돔(연중) 귀리, 오징어(6-11월), 황돔, 갯돔(7-11월)
<ul style="list-style-type: none"> · 민물 낚시터 : 하가, 강정, 외도, 수산 · 갯바위 낚시터 : 관탈섬, 형제섬, 섭섬, 범섬, 문섬, 고내, 송악산해안, 귀덕, 한림, 신창, 월정, 행원, 하도, 대포, 성산, 애월, 중엄, 서부두 등 	

자료 : 김성귀, “21세기 제주도 해양관광 개발전략”, 1999.

한편 <표 2-7>에서 보는 바와 같이, 제주도의 낚시어선과 이용객수는 국민의 레저욕구 증대와 주말 또는 피서철을 이용한 바다낚시의 일반화로 1992년 99척에서 1999년 256척으로 지속적인 증가추세를 보이다 2000년 203척으로 감소하고 있

다. 이용객수에 있어서도 1992년 28,469명에서 1997년 81,927명을 최고조에 달했다가 IMF환란의 영향으로 1998년 46,002명으로 감소한 이후 2000년 74,262명 수준으로 다시 회복되고 있는 추세에 있다.

제주도의 낚시어선은 2001년 10월 현재 41개 항포구에서 196척이 운영되고 있는데, 지역별로 살펴보면 제주시 5개소 24척, 서귀포시 6개소 29척, 북제주군 19개소 108척, 남제주군 11개소 40척이 운영되고 있다.

<표 2-7> 제주도의 연도별 낚시어선 및 이용객 수와 수입현황

(단위:천원)

구분	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
운영척수	99	122	138	160	155	234	256	256	203
이용객수 (명)	28,469	37,327	57,234	71,333	80,587	81,927	46,002	71,875	74,262
총수입(원)	222,100	301,917	485,957	571,480	771,927	1,034,485	644,674	1,249,000	929,000

※ ·어 촌 계 수 : 제주시-5, 서귀포시-6, 북제주군-19, 남제주군-11

·척 수 : 제주시-24, 서귀포시-29, 북제주군-108, 남제주군-40 (2001년 10월 현재)

자료 : 제주도 해양수산과. 2001.

4) 스킨스쿠버다이빙

스킨스쿠버다이빙은 스쿠버다이빙과 스킨다이빙으로 나누는데, 스킨다이빙은 한번 호흡으로 바다속을 잠수하는 것을 말하며, 스쿠버다이빙과는 달리 수경, 스노클, 오리발만 있으면 가능하다. 한편 스쿠버다이빙은 스킨다이빙보다 높은 단계로서 전문적인 교육과 훈련을 거친 후에만 가능하다. 스쿠버다이빙의 매력은 최적의 자연조건 속에서 물고기처럼 바다 속을 유유히 헤엄쳐 다니며 오색빛 산호초와 수려한 동굴이 펼쳐는 신비감과 자연을 직접 가까이 할 수 있다는 것이다.

<표 2-8> 제주도의 주요 수중경관지 현황

위치	섬명	인접항	특징	영향
동쪽	우도	성산포	<ul style="list-style-type: none"> · 각양각색의 산호초 · 아름다운 수중지형 · 다량다종의 수중동물 	<ul style="list-style-type: none"> · 북동, 남동풍의 영향을 받는다 · 북서, 남서풍 계절시 북, 서, 남쪽 해안은 파도가 높은 때 이 섬은 파도가 없다.
서쪽	차귀도	고산	<ul style="list-style-type: none"> · 각양각색의 산호초 · 수중의 용암동굴 	<ul style="list-style-type: none"> · 북서, 남서풍의 영향을 받는다. · 북서, 남서풍 계절시 북, 서, 남쪽 해안은 파도가 높은 때 이 섬은 파도가 없다.
	비양도	한림	<ul style="list-style-type: none"> · 각양각색의 산호초 · 수중암초지대 	
남쪽	문섬, 십섬, 범섬, 지귀섬	서귀포	<ul style="list-style-type: none"> · 각양각색의 산호초 · 아름다운 수중 지형 	<ul style="list-style-type: none"> · 겨울 대륙풍의 영향권의 계절에 남쪽의 섬들은 조용하고 따뜻하다. · 남동, 남서풍의 영향을 받는다.
	형제섬	화순	<ul style="list-style-type: none"> · 다종의 산호초와 수중동물 · 수중동굴과 수중아치 	
	마라도	모슬포	<ul style="list-style-type: none"> · 다종의 산호초 · 다량다종의 수중동물 	
북쪽	해암서화도사수도	제주	<ul style="list-style-type: none"> · 다종다량의 어류 · 각양각색의 산호초 · 아름다운 지형 	<ul style="list-style-type: none"> · 열대성 저기압 영향권의 계절에 남쪽의 섬들이 파도가 높을 때 이 섬들은 아주 조용하다. · 주로 여름, 가을철이 좋다. · 겨울 대륙풍의 영향을 직접 받는다.

자료 : 김성귀, “전계논문”, 1999.

제주 연안은 해저의 용암류가 응결한 지대로 서귀포시 근해의 수려하고 신비한 해저 경관, 아열대 영향으로 연중 수온이 20℃로 유지되기 때문에 한 겨울에도 다이빙이 가능하다는 점으로 인해 스쿠버다이빙의 천국으로 널리 알려져 있다. <표 2-8>에서 보는 바와 같이, 제주도의 수중경관지는 제주전역 걸쳐있고 괴석과 계곡이 많이 산재해 있고 수중 투명도가 높은 편이지만 그 중에서도 산호 군락이 빼어난 곳으로는 제주 근해의 우도, 형제도, 차귀도와 서귀포 앞바다의 문섬, 범섬 등이 있다. 특히 문섬은 수심이 10~30m에 물꽃, 산호초 등 경관이 수려해서 국제 수중촬영대회가 열릴 정도로 좋은 조건을 갖추고 있는데, 현재 제주도에서는 20여 개소의 민간 다이빙클럽이 운영되고 있지만, 해외의 여러 해양관광지에서와 같이 관광객이 비교적 쉽게 접근할 수 없는 전문동호회 위주로 활동이 이루어지고 있다.

5) 기타 해양관광활동

윈드서핑은 해양 스포츠의 꽃으로 불리며 점차 대중적인 스포츠로 자리잡아가면서 바람이 많은 제주도가 최근 각광을 받고 있다. 제주도에서의 윈드서핑은 신양, 중문, 함덕, 광지, 화순 해수욕장 등 해수욕장을 중심으로 주로 여름철에 행해지고 있다. 특히 한국보드세일링 협회 훈련장이 들어서 있는 신양 해수욕장의 경우, 지형 조건 및 바람 여건으로 볼 때 전국에서 최적지로 각광을 받고 있는데, 제주도에 윈드서핑을 하기에 가장 좋은 시기는 시베리아풍인 북서계절풍 영향으로 바람이 가장 강할 때인 5월에서 9월이 꼽히고 있다.

한편 여름철 대표적인 해양관광활동은 해수욕이라 할 수 있는데, 제주지역은 제주시의 이호해수욕장, 서귀포시 중문해수욕장, 북제주군의 협재, 김녕, 함덕, 광지해수욕장, 남제주군의 하모, 신양, 화순, 표선해수욕장 등 모두 10개소의 해수욕장이 있다. <표 2-9>는 제주지역 10개 해수욕장의 이용객을 나타낸 것으로, 이용객의 수는 1996년 48만1천여명을 기점으로 1999년 27만7천여명 선으로 감소했다가 2000년 42만명으로 회복되는 추세를 보이고 있다.

<표 2-9> 해수욕장 이용객 현황

연도	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
이용객 (천명)	519	380	371	213	280	342	481	395	316	277	420

자료 : 제주도, 「관광행정현황」, 2000.

제3장 연구의 설계

제1절 연구모형과 가설설정

1. 연구모형

본 연구의 목적은 잠수함관광객의 동기와 관광만족과의 관계를 분석하고 관광객의 인구통계적·일반적 특성에 따른 동기요인과 만족도간의 차이를 실증적으로 분석하는데 있다.

<그림 3-1> 연구모형



2. 가설설정

가설이란 둘 이상의 개념들이 관련되어 있는지를 묻는 공식적 진술 또는 변수들 간의 관계를 기술하는 진술 등으로 정의되고 있다. 이것은 좀 더 구체적인 상황에서 행한 경험적 연구의 관찰로부터 얻은 자료와 비교하기 위하여 선정하는 이

론적 진술이라 하겠다.

본 연구에서는 기존의 선행연구를 토대로 설계된 상기한 연구모형을 기초로 하여 동기요인, 만족, 재방문과의 관계와 관광객의 특성에 따른 차이를 분석하기 위해 다음과 같은 가설을 설정하였다.

가설 1 : 잠수함 관광객의 동기유형별 집단에 따라 만족도는 차이를 보일 것이다.

가설 2 : 잠수함 관광객의 인구통계적·일반적 특성에 따라 동기요인은 차이를 보일 것이다.

가설 3 : 잠수함 관광객의 인구통계적·일반적 특성에 따라 만족도는 차이를 보일 것이다.



3. 변수의 조작적 정의

1) 관광동기

관광동기란 관광객이 관광에 대한 요구를 충족시켜주는 욕구를 창조하거나 동기를 부여해주는 추진요인과 동기의 추진요인에 반응하고 강화하는 목적지 속성인 유인요인을 의미하며, 이를 위한 측정은 신기성, 사회적체면, 일상탈출, 가족과 함께, 자연경관 등으로 측정하였다.

2) 관광객만족

관광객만족은 내부만족요인, 외부만족요인으로 구분하여 만족의 평가과정적 측

면에서 측정하고 최종적으로 전체만족도와 재이용 의도, 추천의도 등으로 평가하였다. 이에 대한 차원별 조작화는 다음과 같다.

(1) 내부요인

내부만족 요인은 특정 관광행위의 핵심적 요소가 되는 속성에 대한 관광객의 만족도 평가로 정의하고자 한다. 즉 잠수함관광 그 자체와 관련한 잠수함내의 시설 청결성, 관광시간, 수중경관 및 볼거리, 잠수함내에서의 안내 및 해설, 가격대비 가치, 도선시설의 편리 및 청결성 등으로 측정하였다.

(2) 외부요인

외부만족 요인은 특정 관광행위의 부수적 과정과 관련된 관광객의 만족도 평가로 정의하고자 하며, 이의 측정은 선착장까지의 편의시설, 접근성, 매표 및 예약의 편리성, 잠수함관광에 대한 안내정보, 승선증명사진촬영 등으로 측정하였다.

제2절 연구조사설계

1. 자료수집방법

본 연구의 모집단은 2001년 8월 1일부터 8월 15일까지 보름동안 잠수함관광에 참여한 관광객을 대상으로 하였다.

자료의 수집은 조사원이 잠수함관광객들에게 설문지를 배포하여 수집하였다. 조사원은 설문지를 배포한 뒤 조사의 목적과 의의에 대해 설명하고 필요시 응답자

에게 문항의 이해를 도와주는 방식으로 진행되었다. 본 연구를 위하여 사전에 조사를 위해 설문지를 배포하고 설문지에 대한 검토와 토론을 거침으로써 조사시 측정오류를 줄이고 좀더 효율적인 조사가 되도록 하였으며, 총 350부의 설문지를 배포하여 331부를 회수하여 회수율 94.6%를 보였다. 이 중에서 무성의하게 응답하거나 많은 문항에 응답을 하지 않은 18매를 제외하고 총 313부를 유효표본으로 하여 분석하였다.

2. 설문지 구성 및 내용

설문지의 문항은 선행연구를 바탕으로 선정되었으며 연구목적과 연구가설에 부합하도록 변수를 설정하였다. <표 3-1>과 같이 설문지는 크게 4개 부분으로 구성되어 있는데 잠수함관광객에 대한 일반적 특성, 잠수함관광 참여동기, 만족도, 인구통계적 특성 등이다.

잠수함 관광객의 일반적 특성은 동반유형, 정보원천, 방문횟수에 관한 질문이다. 참여동기 변수는 잠수함관광에 참여하게 된 동기를 묻는 항목으로 총 20개로 이루어져 있으며 내용구성은 선행연구에 입각해서 작성되었다. 척도는 5점 척도로써 1점 '전혀 그렇지 않다'에서 5점 '매우 그렇다'의 순이다. 만족도에 대한 변수 또한 5점 척도로 측정하였는데, 1점 '매우 불만족'에서 5점 '매우 만족'의 순으로 된 총 12개의 항목으로 이루어졌고 전반적인 만족을 묻는 항목과 재방문, 추천의도 항목을 추가하였다. 인구통계변수는 성별, 결혼여부, 연령, 직업, 소득수준, 학력, 거주지에 관한 질문이다.

<표 3-1> 설문지의 구성과 내용

요인	변수	문항수	설문지번호	척도
동기요인	신기성 자연경관 사회적체면 일상탈출 가족과함께	20	I-1 ~ 20	리커드 5점척도
만족요인	외부요인	12	III-1 ~ 12	리커드 5점척도
	내부요인			
	전체만족 재방문의도 추천의도	3	III-13 III-14 III-15	
일반적특성	동반자유형 정보원천 방문횟수	3	II-1 II-2 II-3	명목척도
인구통계적특성	성별, 소득, 연령, 학력, 결혼여부, 직업, 거주지	7	IV-1 ~ 7	명목척도

3. 자료분석방법

본 연구에서 수집된 자료는 윈도우즈용 SPSS Ver 10.0을 사용하여 분석하였다. 자료의 분석은 크게 기술적 통계분석과 요인분석, 일원변량 분산분석, 군집분석등을 활용하였다. 분석절차에 따른 구체적인 분석방법은 다음과 같다.

첫째, 본 연구에서 사용된 표본의 인구통계적 특성과 일반적 특성, 동기와 만족도 항목의 중요도를 분석하기 위해 빈도분석을 포함한 기술통계를 하였다.

둘째, 동기와 만족도를 측정하기 위해 사용된 측정변수가 현상을 일관성 있게 측정하고 있는가와 타당성을 검증하기 위해 크론바하 알파계수를 신뢰도계수로 사

용하였으며, 베리맥스 직각회전방법을 통한 요인분석을 하였다.

셋째, 본 연구에서 설정한 가설을 검증하기 위해 동기항목을 대상으로 군집분석을 하였으며, 동기유형에 따른 군집과 만족도의 차이와 동기요인과 만족도 요인에 대한 인구통계적 특성 및 일반적 특성의 차이를 일원변량 분산분석을 통해 검증하였다.



제4장 실증분석

제1절 표본의 특성

1. 표본의 인구통계적 특성

본 연구의 실증분석을 위해 설문조사에 응답한 총 313명의 응답자 중 54%인 169명이 남성이었고 여성은 46%인 144명이며, 결혼여부에 따라서는 미혼이 20.4%인 64명, 기혼이 79.6%인 249명으로 나타났다.

연령별로는 30대가 가장 많은 36.1%(113명), 40대 23.6%(74명), 20대 21.4%(67명), 50대 이상이 18.9%(59명)으로 연령대별로 비교적 고른 분포를 보였다. 소득별로는 100만원 이하 19.8%(62명), 100만원에서 200만원 사이가 대부분인 42.5%(133명), 200만원에서 300만원 사이는 27.5%(86명), 300만원 이상의 고소득자도 10.2%(32명)으로 나타났다. 학력별로는 전문대·대학졸업이 전체의 과반수 이상인 64.9%(203명), 고졸이하가 28.4%(89명), 대학원재학 이상이 6.7%(21명)로 나타났다.

그리고 직업별로는 기타(24.6%, 77명)를 제외하면, 사무·공무원이 21.1%(66명)로 가장 많은 비율을 보였고, 이어 판매·서비스직이 17.6%(55명), 자영업이 11.2%(35명), 농어업 8.3%(26명), 학생은 3.5%(11명)로 나타났다. 마지막으로 거주지별로는 서울·경기가 각각 26.1%(71명), 19.9%(54명)로 전체의 46%를 차지하고 있는 것으로 나타났고 이어 경상도가 16.2%(44명), 전라도 11.8%(32명), 부산이 6.3%(17명), 대구가 4.8%(13명)의 순이며, 강원, 대전, 충청, 광주, 제주도민의 비율은 미미한 것으로 나타났다.

<표 4-1> 인구통계적 특성

변수	구분	빈도	비율(%)	변수	구분	빈도	비율(%)
성별	남성	169	54.0	결혼	미혼	64	20.4
	여성	144	46.0		여부	기혼	249
소득	100만원이하	62	19.8	학력	고졸이하	89	28.4
	100-199만원	133	42.5		전문대·대졸	203	64.9
	200-299만원	86	27.5		대학원이상	21	6.7
	300만원이상	32	10.2	거주지	서울	71	26.1
연령	20대	67	21.4		부산	17	6.3
	30대	113	36.1		인천	5	1.8
	40대	74	23.6		대구	13	4.8
	50대이상	59	18.9		대전	2	.7
직업	농어업	26	8.3		광주	5	1.8
	사무/공무원	66	21.1		경기	54	19.9
	판매/서비스직	55	17.6		강원	8	2.9
	자영업	43	13.7		충청	10	3.7
	전문/기술직	35	11.2		전라	32	11.8
	학생	11	3.5	경상	44	16.2	
	기타	77	24.6	제주	11	4.0	

2. 표본의 일반적 특성

잠수함관광과 관련해 동반자유형, 정보원천, 방문횟수로 측정한 일반적 특성을 살펴보면 <표 4-2>와 같다. 먼저 동반자유형으로는 단체모임을 포함한 친구와 함께 왔다는 응답이 전체 표본의 32.6%인 102명으로 가장 높은 빈도를 보였고 이어 가족과 함께 온 경우가 27.2%인 85명, 부부가 20.8%인 65명, 연인이 13.1%인 41명이었고 이외 기타가 6.4%를 차지하는 것으로 나타났다.

잠수함관광에 대한 정보를 주로 접하는 곳으로는 여행사와 호텔을 통해서가 표본의 43.1%인 135명으로 가장 높게 나타났는데 이는 옵션관광으로 인한 것으로

보인다. 이어 주변사람이 27.8%인 87명, 인터넷을 통해서가 16%인 50명, 신문이나 잡지가 7.3%인 23명, TV나 라디오가 16.4%인 18명의 순으로 나타났다. 마지막으로 방문횟수별로 살펴보면, 대부분의 응답자가 잠수함관광은 처음(89.1%, 279명)인 것으로 나타났으며 2회가 8.6%(27명)이었고 3회 이상은 전체 표본의 2.3%인 7명으로 미미했다.

<표 4-2> 일반적 특성

변수	구분	빈도	비율(%)
동반자유형	가족	85	27.2
	친구(단체모임)	102	32.6
	연인	41	13.1
	부부	65	20.8
	기타	20	6.4
정보원천	TV·라디오	18	5.8
	신문·잡지	23	7.3
	주변사람	87	27.8
	여행사·호텔	135	43.1
	인터넷	50	16.0
방문횟수	1회	279	89.1
	2회	27	8.6
	3회	5	1.6
	4회이상	2	0.7

제2절 기술통계

1. 관광동기

<표 4-3>은 잠수함관광에 대한 관광객의 동기에 대한 중요도를 평균값으로

비교한 것이다. 분석결과 항목의 전체 평균인 3.52보다 높은 항목으로, 잠수함관광이 ‘색다른 경험’이라고 생각해서가 가장 높은 평균 4.08를 보였고 이어 ‘재미와 흥미’, ‘바다 속 경관을 즐기기 위해서’가 3.99로 같게 나타났으며, ‘새로운 것을 보기 위해’가 3.96, ‘즐거워 시간을 갖기 위해’가 3.85, ‘호기심이 많아서’ 3.78, ‘바다 그 자체가 좋아서’ 3.72, ‘맑은 바다와 신선한 공기’ 3.65, ‘가족전체가 함께 즐길 수 있어서’ 3.58 등의 순으로 나타났다.

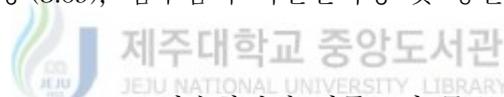
<표 4-3> 잠수함관광 동기의 중요도분석

순위	동기항목	평균
1	색다른 경험을 하기위해	4.08
2	재미와 흥미가 있을 것 같아서	3.99
3	바다속 경관을 즐기기 위해	3.99
4	새로운 것을 보기 위해서	3.96
5	즐거워 시간을 갖기 위해	3.85
6	호기심이 많아서	3.78
7	바다 그 자체가 좋아서	3.72
8	맑은 바다와 신선한 공기	3.65
9	가족전체가 함께 즐길 수 있어서	3.58
10	이야기 거리가 될 것 같아서	3.51
11	사람들이 경험해보고 싶어하는 것	3.47
12	자녀에게 교육적이기 때문에	3.45
13	가족간의 친목도모를 위해서	3.37
14	휴식을 위한 시간을 갖고 싶어서	3.34
15	친구가 해보지 못한 경험을 하기 위해서	3.32
16	일상에서 벗어나고 싶어서	3.29
17	바쁜 일로부터의 변화를 추구하기 위해서	3.27
18	친구와 함께 할 수 있어서	3.18
19	자신을 되돌아볼 기회로 삼고 싶어서	2.96
20	새로운 사람들과의 만남을 위해서	2.81
관광동기 대평균		3.52

이와 같은 동기에 대한 중요도분석 결과를 보면, 아직 잠수함관광은 바다와 수중경관 등 자연자원과 관련된 항목이 일상탈출이나 가족친목, 사교 등의 항목보다 상대적으로 높은 값을 보여 이들 항목이 관광객에게 상당한 매력적인 요소로 작용하고 있는 것으로 볼 수 있다.

2. 잠수함관광 만족도

<표 4-4>는 잠수함관광객의 잠수함관광 경험에 대한 만족도의 중요도를 비교한 것이다. 분석결과 잠수함관광객은 ‘승무원의 서비스’에 가장 만족하고(3.92), 잠수함 관광시의 ‘선내에서의 안내 및 해설’(3.88), ‘승선증명 사진촬영’(3.71), ‘도선의 시설편리성 및 청결성’(3.69), ‘잠수함의 시설편리성 및 청결성’(3.65), ‘매표 및 예약

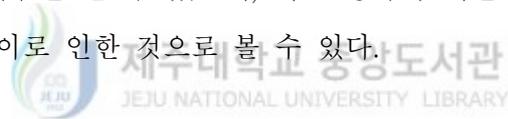


<표 4-4> 잠수함관광 만족도의 중요도분석

순위	만족도 항목	평균
1	승무원의 서비스	3.92
2	친절하고 풍부한 해설 및 안내	3.88
3	승선증명 사진촬영	3.71
4	도선의 시설편리성 및 청결성	3.69
5	잠수함내 시설편리성 및 청결성	3.65
6	매표 및 예약의 편리성	3.64
7	바다속 경관 및 볼거리	3.58
8	선착장까지의 교통	3.48
9	선착장의 편의시설	3.45
10	잠수함관광에 대한 안내정보의 풍부함	3.41
11	잠수함관광시간	3.25
12	가격에 대비한 가치	3.18
관광만족도 대평균		3.57

의 편리성'(3.64), '바다 속 경관 및 볼거리'(3.58) 등에 평균값 이상의 만족도를 보였으나, '잠수함관광의 가격'이 그 가치에 비해 상대적으로 비싼 것으로 인식하고 있고 (3.57), '잠수함관광의 시간'(3.25), '잠수함관광에 대한 안내정보'의 미비(3.41), '선착장의 편의시설'(3.45), '선착장까지의 교통'(3.48)의 순으로 불만족스러운 것으로 나타났다.

한편, 잠수함관광에 대한 전체만족도와 재방문, 추천의도의 측면에서 살펴보면 <표 4-5>와 같다. 잠수함관광에 대한 전체만족도는 각 항목에 대한 만족도의 평균에 비해 낮은 평균 2.34로 나타났다. 하지만 잠수함관광 재이용의도(3.42)와 주위 사람에게의 추천의도(3.72)는 전체만족도보다 높아 개선의 여지가 있는 것으로 나타났다. 또한 잠수함관광에 대한 전체만족도(2.34)가 개별만족 항목의 대평균(3.57)의 값보다 낮게 나타남을 알 수 있는데, 이는 항목에 대한 개별만족도와 전반적인 만족에 대한 지각차이로 인한 것으로 볼 수 있다.



<표 4-5> 잠수함관광 전체만족도와 재방문 및 추천의도

구 분	평균
잠수함관광의 전체만족도	2.34
잠수함관광 재이용 의도	3.42
잠수함관광 추천의도	3.72

제3절 신뢰성 및 타당성 검증

1. 신뢰성 검증

본 연구의 기초자료분석과 가설검증분석에 앞서 측정과 표집(sampling)단계에

서 표본이 연구자가 의도한대로 수집되었는가를 파악하기 위해 주요변수군의 신뢰도분석을 시행하였다.

신뢰도는 동일한 개념에 대해서 반복적으로 측정했을 때 나타나는 측정값들의 분산을 의미한다. 신뢰도에는 측정의 안정성, 일관성, 예측가능성, 정확성 등의 개념이 포함되어 있으며, 비체계적인 오차와 관련된 개념이다. 이러한 신뢰도를 측정하는 방법에는 재측정 신뢰도, 반분 신뢰도, 동등척도 신뢰도, 내적 일관성 신뢰도 등이 있다.⁹⁵⁾

본 연구의 신뢰도검증에서는 가장 보편적인 신뢰도 계수인 크론바하 알파를 이용하였다. 크론바하 알파는 척도의 내적일관성을 중심으로 검증하며 검사에 포함되는 문항들의 평균 상관관계(average correlation)를 통해서 계수를 구한다. 크론바하 알파는 상관관계 계수(r)처럼 해석될 수 있기 때문에 0부터 1까지의 값을 가지며 또한 척도내의 항목들간의 평균상관관계가 같다고 했을 경우 척도내의 항목의 수가 많아지면 알파값은 커지게 된다.

<표 4-6> 신뢰성 분석

구분	요인명	크론바 α계수
잠수함관광 참여동기	신기성	0.7958
	사회적체면	0.8308
	일상탈출	0.8204
	가족과 함께	0.7971
	자연경관	0.6932
잠수함관광 만족도	내부 요인	0.8417
	외부 요인	0.8049

<표 4-6>은 다항목 척도로 구성된 관광동기와 만족도에 대한 신뢰도검증 결

95) 오택섭, 「사회과학 데이터분석법 SPSS PC+」, 나남, 1993, p.197.

과이다. 본 연구의 독립변수인 신기성, 사회적체면, 일상탈출, 가족과 함께, 자연경관 등의 관광동기 요인의 크론바하 알파계수는 각각 0.7958, 0.8308, 0.8204, 0.7971, 0.6932로 나타났고, 종속변수인 내부요인과 외부요인의 관광만족도 요인은 0.8417과 0.8049로 나타나 주요 변수군의 신뢰도에는 큰 문제가 없는 것으로 보인다.

2. 타당성 검증

타당도란 연구자가 관찰하고자 하는 바를 어느 정도 정확하게 관찰하였는지를 뜻하는 것으로 타당성 분석은 측정도구 자체가 측정하고자 하는 개념 혹은 속성을 정확히 반영시켜 주는 정도를 평가하는 내용타당성, 측정도구가 측정하고자 하는 이론적 구성개념 또는 특성을 제대로 측정하고 있는가를 평가하는 구성개념 타당성 그리고 측정도구를 활용하여 얻어진 결과가 실제로 측정하고자 하는 내용을 정확히 예측해 주는지 여부를 평가하는 기준관련 타당성 등 크게 세 가지로 분류를 하고 있다.

본 연구는 측정도구의 구성개념 타당성을 확보하기 위해 기존 연구에서 이론적 근거를 바탕으로 개발되고 실증적 검증을 거친 측정도구를 사용하였다. 이를 위해 최종적인 이론적 구성물들이 다시 몇 개의 이론적 차원들로 나뉘어지고 각 이론적 차원에 대한 조작적 정의를 기반으로 척도가 구성되는 확증요인분석을 베리맥스 회전에 의하여 실시하였다.

1) 동기변수에 대한 요인분석

관광객의 잠수함관광 동기변수에 대한 타당성을 검증하기 위해서 요인분석을 실시한 결과는 <표 4-7>과 같다. 본 연구의 요인분석은 선행연구들 통해 추출한 관광동기 요인 20개 문항을 가지고 실시한 결과 5가지 요인을 추출할 수 있었다.

<표 4-7> 참여동기의 요인분석

요인	변수	요인 적재량	공통성	아이겐 값	분산 설명력
신기성	색다른 경험을 하기 위해	0.787	0.696	6.336	31.676
	호기심이 많아서	0.750	0.602		
	재미와 흥미가 있을 것 같아서	0.712	0.582		
	새로운 것을 보기 위해	0.705	0.565		
	즐거운 시간을 갖기 위해	0.402	0.460		
사회적 체면	사람들이 경험해보고 싶어하는 것	0.741	0.623	2.514	12.569
	친구가 해보지 못한 경험을 하기 위해서	0.730	0.658		
	친구와 함께	0.684	0.646		
	이야기 거리가 될 것 같아서	0.638	0.581		
	새로운 사람들과의 만남	0.578	0.632		
	자신을 되돌아볼 기회로 삼고자	0.552	0.648		
일상 탈출	일상에서 벗어나고 싶어서	0.784	0.703	1.600	7.999
	바쁜 일로부터의 변화를 추구	0.780	0.716		
	휴식을 위한 시간을 갖고 싶어서	0.749	0.681		
가족과 함께	가족전체가 함께 즐길 수 있어서	0.881	0.818	1.340	6.698
	가족간의 친목도모를 위해	0.795	0.713		
	자녀에게 교육적이기 때문에	0.735	0.599		
자연 경관	맑은 바다와 신선한 공기	0.806	0.715	1.277	4.894
	바다 속 경관을 즐기기 위해	0.707	0.593		
	바다 그 자체가 좋아서	0.662	0.640		

주) 추출된 요인들의 전체 설명력 63.84%임.

요인 1로 묶인 신기성은 잠수함관광이 색다른 경험이나 호기심, 재미와 흥미, 새로운 것을 구경, 즐거운 시간을 갖기 위함 등을 내용으로 하고 있으며 다른 요인에 비해 분산설명력이 가장 높은 요인으로 나타나고 있고 가장 낮은 공통성을 보여주는 즐거운 시간을 갖기 위해서라는 변수는 상대적으로 요인의 중요성이 떨

어짐을 알 수 있다. 요인 2로 묶인 사회적 체면은 사람들이 경험해보고 싶어하는 것, 친구들과는 다른 경험을 하기 위해서, 친구와 함께, 이야기 거리가 될 것 같아서, 새로운 사람들과의 만남, 자신을 되돌아볼 기회를 내용으로 하고 있으며 분산 설명력도 비교적 높은 요인으로 나타났다.

요인 3은 일상에서 벗어남, 변화의 추구, 휴식과 같은 내용을 담고 있어 일상 탈출이라는 이름을 붙였고, 요인 4는 가족의 친목과 단합과 관련되고 자녀교육의 내용을 담고 있어 가족과 함께라고 이름을 붙였으며, 요인 5는 바다와 수중경관 및 자연에 대한 내용을 담고 있어 자연경관이라고 명명하였고 이들 5개 요인은 총 분산의 63.84%를 설명해주고 있는 것으로 나타났다.

2) 만족도 변수에 대한 요인분석

관광객의 잠수함관광 만족도 변수에 대한 요인분석은 <표 4-8>과 같다. 동기 변수에 대한 요인분석에 있어서와 마찬가지로 베리맥스에 의한 회전방법을 실시하였다. 분석결과 잠수함관광 만족도에 대한 변수는 2개의 요인으로 묶여졌다.

요인 1로 묶인 내부요인은 잠수함관광과 관련된 친절하고 풍부한 해설 및 안내, 승무원의 서비스, 관광시간, 잠수함내 시설의 편리성과 청결성, 가격대비 가치, 바다속 경관과 볼거리, 도선의 시설편리성 및 청결성과 같은 내용을 담고 있는 주로 잠수함관광과 실질적으로 관련된 내용을 담고 있다. 요인 2는 외부요인이라는 이름으로 묶이게 되었는데, 이는 주로 잠수함관광과 관련한 선착장의 편의시설, 접근성, 매표 및 예약의 편리성, 잠수함관광에 대한 관광안내정보와 같이 잠수함관광과 부가적으로 관련된 내용을 담고 있으며 분산설명력이 가장 낮은 요인으로 나타나고 있다. 그리고 2가지 만족도요인의 분산설명력은 총분산의 55.0%로 나타났다.

<표 4-8> 만족도의 요인분석

요인	변수	요인 적재량	공통성	아이겐 값	분산 설명력
내부 요인	친절하고 풍부한 해설 및 안내	0.762	0.586	5.072	42.268
	승무원의 서비스	0.740	0.554		
	잠수함관광시간	0.717	0.535		
	잠수함내 시설의 편리성 및 청결성	0.686	0.554		
	가격에 대비한 가치	0.643	0.471		
	바다 속 경관 및 볼거리	0.611	0.509		
	도선의 시설편리성 및 청결성	0.583	0.552		
외부 요인	선착장의 편의시설	0.802	0.654	1.527	12.728
	선착장까지의 교통	0.783	0.621		
	매표 및 예약의 편리성	0.739	0.603		
	승선증명 사진촬영	0.637	0.450		
	잠수함관광에 대한 안내정보의 풍부함	0.595	0.511		

주) 추출된 요인들의 전체 설명력은 55.00 %임.

3) 군집분석



군집분석의 목적은 동질적인 집단을 분류하는데 있다. 관광객의 관광동기부여는 하나의 이유에 의해서라기 보다는 복합적인 이유에 의해 관광동기가 부여된다는 것이 일반적인 견해이다. 따라서 응답자를 관광동기와 관련된 동질적인 집단으로 범주화하기 위하여 요인분석에서 도출된 5개의 요인에 대한 요인점수를 기준으로 군집분석을 실시하였다. 범주화시키는 단계에 따라 범주화되는 군집의 수를 기준으로 설명변량이 급격히 하락하는 군집수 3개와 4개 사이에서 군집추출을 중지하였다.

추출된 군집과 관광동기와의 관계를 알기 위하여 일원분산분석을 실시하고, 군집별 동기요인의 요인점수 평균을 비교한 결과는 <표 4-9>와 같다. 요인점수에 대한 군집별 차이를 중심으로 군집의 특성을 분석하는 것이 인과적 설명력 측면에서는 다소 미흡하다고 판단되나 평균점수의 최고치와 최저치는 동기수준이 높고

낮음에 관해 추론을 가능하게 해 줄 수 있다고 사료된다.

군집분석결과 분류된 군집의 특성을 살펴보면, 먼저 군집 1은 관광에 대한 명확한 태도가 형성되어 있지 않은 집단으로 판단된다. 특별한 목적의 관광을 추구하지 않으면서도, 특별한 유형의 관광을 회피하지 않는 특성을 포함하고 있다. 즉 관광의 의미에 대해 크게 기대하지 않는 집단으로 정의할 수 있다.

한편, 군집 2는 주로 관광지의 신기성과 자연경관 등 관광지의 유인요소에 의해 관광동기가 부여되는 관광에 대한 태도를 형성하고 있다. 관광을 통해 호기심을 충족시키면서 자연경관을 둘러보는 관광을 위주로 하는 집단으로 구성된다고 볼 수 있다. 전형적인 주유형 관광을 즐기는 집단으로 보인다.

마지막으로, 군집 3은 여행동반자와의 친목과 자신의 여행행동을 주위의 다른 사람이 알아주므로써 존경을 받거나 상대적 우위를 표현하면서 일상의 과중함과 스트레스로부터 탈출하거나 혹은 여행을 통해 삶에 대한 보상을 최대화하는 사건이나 행동을 기대하면서, 가족중심의 여행을 추구하는 집단으로 판단된다.

<표 4-9> 군집과 동기와의 관계

구분	군집1	군집2	군집3	F값	Sig.
신기성	<u>-0.5396</u>	<u>0.7588</u>	0.2204	39.294	0.000***
사회적 체면	-0.2473	<u>-0.4791</u>	<u>0.5262</u>	113.891	0.000***
일상탈출	<u>-0.4866</u>	-0.3279	<u>0.4344</u>	38.201	0.000***
가족과함께	<u>-0.5025</u>	0.2947	<u>0.3012</u>	27.624	0.000***
자연경관	<u>-0.3284</u>	<u>0.4244</u>	0.1431	12.085	0.000***

주) *P<0.1, **P<0.05, ***P<0.01

제4절 가설검증

1. 가설 1의 검증

가설 1은 잠수함 관광객의 동기유형별 집단에 따라 만족도의 차이를 검증하는 것이다. 가설 1의 검증을 위해 동기유형에 따라 분류된 3개의 집단과 2가지 만족도 요인과 전체만족도와 일원변량 분산분석을 실시하였고, 유의한 차이를 보일 경우 차이의 방향과 동기가 만족도의 중요성에 미치는 영향의 방향을 알아보기 위해 사후검정(던컨검정)을 실시하였다.

<표 4-10>에 나타났듯이, 내부요인과 외부요인, 전체만족도의 집단가 차이가 유의수준 0.05에서 유의한 차이를 보이는 것으로 나타났다. 이러한 차이를 방향을 알아보기 위한 사후검정결과 내부요인의 경우 집단 1(3.38)이 집단 2(3.61), 집단 3(3.75)에 대하여 차이를 보이는 것으로 나타났고, 외부요인의 경우에는 집단 3(3.66)이 집단 1(3.41), 집단 2(3.44)에 대하여 집단간 차이를 나타냈다. 한편, 전체만족도에 있어서는 집단 1, 2와 집단 3간에 유의한 차이를 보였다.

<표 4-10> 동기유형별 따른 만족도 차이

요인명		집단1	집단2	집단3	F-값	Sig.
내부요인	평균	3.38	3.61	3.75	16.332	0.000***
	MRT	a	b	b		
외부요인	평균	3.41	3.44	3.66	7.346	0.000***
	MRT	a	a	b		
전체만족도	평균	2.56	2.35	2.18	12.078	0.000***
	MRT	a	a	b		

주) *P<0.1, **P<0.05, ***P<0.01

MRT(Duncan Multiple Range: P<0.05)에 근거한 평균의 차이를 나타냄.

2. 가설 2의 검증

가설 2는 잠수함관광객의 인구통계적 특성과 일반적 특성에 따른 관광동기 요인의 차이를 검증하기 위해 일원변량 분산분석을 실시하였다. 분석에 사용된 인구통계적 변수는 성별, 연령, 소득, 학력, 결혼여부, 직업의 인구통계적 변수와 동반자유형, 정보원천, 방문횟수라는 일반적 변수이다.

분석결과 <표 4-11>과 같이 성별에 따른 5가지 관광동기 요인에 있어서는 신기성에만 유의한 차이를 보였고 나머지 4개 요인과는 차이를 보이지 않았다. 신기성에 대해서 남성(3.88)보다 여성(3.95)이 조금 높게 나타났다.

<표 4-11> 성별에 따른 동기요인 차이

요인명		남성	여성	T-값	Sig.
신기성	평균	3.88	3.95	0.005	0.946
사회적 체면	평균	3.23	3.20	1.048	0.307
일상탈출	평균	3.45	3.26	0.245	0.621
가족과 함께	평균	3.23	3.53	6.402	0.012**
자연경관	평균	3.67	3.81	0.068	0.795

주) *P<0.1, **P<0.05, ***P<0.01

<표 4-12>는 결혼여부에 따른 관광동기의 차이를 분석한 것으로, 기혼자(3.53)가 미혼인 사람(3.28)보다 가족과 함께에 높은 의미를 부여하고 있고 이는 유의수준 0.05에서 통계적으로 유의한 것으로 나타났다. 자연경관은 유의수준 0.1에서 유의한 것으로 나타났으며 나머지 요인에 대해서는 유의한 차이를 보이지 않았다.

<표 4-12> 결혼여부에 따른 동기요인 차이

요인명		미혼	기혼	T-값	Sig.
신기성	평균	3.88	3.95	0.644	0.423
사회적 체면	평균	3.23	3.20	0.065	0.799
일상탈출	평균	3.45	3.26	2.626	0.106
가족과 함께	평균	3.23	3.53	5.430	0.020**
자연경관	평균	3.67	3.81	2.736	0.099*

주) *P<0.1, **P<0.05, ***P<0.01

한편 연령에 따른 차이를 살펴보면, <표 4-13>에서 보여지는 것과 같이 신기성과 가족과 함께만이 유의한 차이를 보이고 있다. 이를 구체적으로 살펴보기 위해 던컨의 사후검증을 실시한 결과 20대·30대와 40대가 보다 신기성에 대해서 유의수준 0.05에서 그 차이가 두드러짐을 알 수 있고 평균값에 있어서도 4.02와 4.01에 대해 3.78로 20·30대의 연령이 상대적으로 높음을 알 수 있다. 그러나 50대에 대해서는 두 연령층 모두 통계적으로 차이를 보이지 않는 것으로 나타났다.

<표 4-13> 연령에 따른 동기요인 차이

요인명		20대	30대	40대	50대이상	F-값	Sig.
신기성	평균	4.02	4.01	3.78	3.88	2.649	0.049**
	MRT	a	a	b	ab		
사회적 체면	평균	3.28	3.22	3.15	3.19	0.328	0.808
	MRT	-	-	-	-		
일상탈출	평균	3.43	3.37	3.18	3.15	1.744	0.158
	MRT	-	-	-	-		
가족과 함께	평균	3.21	3.60	3.46	3.51	2.760	0.042**
	MRT	a	b	ab	b		
자연경관	평균	3.78	3.81	3.70	3.84	0.601	0.615
	MRT	-	-	-	-		

주) *P<0.1, **P<0.05, ***P<0.01

MRT(Duncan Multiple Range: P<0.05)에 근거한 평균의 차이를 나타냄.

또한 가족과 함께에 대해서는 20대와 30대, 50대간에 유의한 차이가 있는 것으로 나타났는데, 일반적인 인식처럼 기혼자의 비율이 높은 30대와 50대가 20대보다 높은 평균값을 보이고 있는 것으로 나타났고 40대와는 차이를 보이지 않은 것으로 보여진다.

<표 4-14> 학력에 따른 동기요인 차이

요인명		고졸이하	전문대·대졸	대학원이상	F-값	Sig.
신기성	평균	3.79	3.97	4.13	3.888	0.021**
	MRT	a	ab	b		
사회적 체면	평균	3.16	3.24	3.13	0.434	0.648
	MRT	-	-	-		
일상탈출	평균	3.19	3.32	3.52	1.465	0.233
	MRT	-	-	-		
가족과 함께	평균	3.43	3.50	3.37	0.323	0.724
	MRT	-	-	-		
자연경관	평균	3.70	3.81	3.90	1.289	0.277
	MRT	-	-	-		

주) *P<0.1, **P<0.05, ***P<0.01,

MRT(Duncan Multiple Range: P<0.05)에 근거한 평균의 차이를 나타냄.

학력에 따라서는 <표 4-14>에서 보듯이, 신기성에 대해서만 유의한 차이를 보였고 나머지 요인에 대해서는 유의한 차이가 없는 것으로 나타났다. 즉, 신기성에 대해 고졸이하와 대학원 이상 집단간에는 차이를 나타냈으나 전문대와 대졸자와는 차이가 없는 것으로 나타났다.

직업에 따른 동기요인의 차이를 살펴보면, <표 4-15>에서 보듯이 신기성과 자연경관에 대해서만 유의한 차이를 보였고 나머지 3요인과는 유의한 차이를 보이지 않는 것으로 나타났다. 이를 구체적으로 살펴보기 위해 던컨의 사후검증을 한 결과 농업 종사자와 나머지 다른 집단간 신기성과 자연경관에 대해 차이를 보이는

것으로 나타났다.

<표 4-15> 직업에 따른 동기요인 차이

요인명		농어업	사무/ 공무원	판매/ 서비스직	자영업	전문/ 기술직	학생	기타	F-값	Sig.
신기성	평균	3.46	4.07	3.97	3.90	4.00	4.07	3.92	3.425	0.003***
	MRT	a	b	b	b	b	b	b		
사회적 체면	평균	3.13	3.29	3.35	3.20	2.97	3.64	3.12	1.699	0.121
	MRT	-	-	-	-	-	-	-		
일상탈출	평균	3.12	3.46	3.34	3.04	3.36	3.79	3.23	1.965	0.070*
	MRT	-	-	-	-	-	-	-		
가족과 함께	평균	3.56	3.61	3.48	3.45	3.19	3.39	3.45	0.895	0.499
	MRT	-	-	-	-	-	-	-		
자연경관	평균	3.35	3.86	3.90	3.79	3.78	3.76	3.78	2.624	0.017**
	MRT	a	b	b	b	b	b	b		

주) *P<0.1, **P<0.05, ***P<0.01

MRT(Duncan Multiple Range: P<0.05)에 근거한 평균의 차이를 나타냄.

소득에 따른 차이는 <표 4-16>에 나타났듯이 유의한 차이를 보이지 않은 것으로 나타났다.

<표 4-16> 소득에 따른 동기요인 차이

요인명		100만원 이하	100 - 199만원	200 - 299만원	300만원 이상	F-값	Sig.
신기성	평균	3.80	3.94	3.97	4.09	1.716	0.164
사회적 체면	평균	3.08	3.18	3.28	3.39	1.397	0.244
일상탈출	평균	3.10	3.29	3.37	3.49	1.805	0.146
가족과 함께	평균	3.28	3.46	3.57	3.57	1.362	0.254
자연경관	평균	3.69	3.79	3.82	3.82	0.582	0.627

주) *P<0.1, **P<0.05, ***P<0.01

동반자유형에 대한 동기요인별 차이를 살펴보면, <표 4-17>에 나타났듯이 신기성과 가족과 함께, 자연경관 요인에 대해 유의수준 0.05에서 유의한 차이를 보이고 있다. 이를 구체적으로 살펴보기 위해 던컨의 사후검증을 실시한 결과, 신기성에 대해서는 연인(4.06), 부부(4.05)가 친구(3.76)보다 평균에서 상대적으로 높게 나타나 집단간 차이가 큰 것으로 보이고 나머지 동기요인들 간에는 차이가 없는 것으로 보인다. 또한 가족과 함께에 대해서는 가족(3.75)과 연인(3.29), 부부(3.33), 기타(3.27)에 차이가 있는 것으로 보이며, 자연경관에 대해서는 친구(3.60)와 가족(3.91)간에 차이가 있는 것으로 나타났다.

<표 4-17> 동반자유형에 따른 동기요인 차이

요인명		가족	친구	연인	부부	기타	F-값	Sig.
신기성	평균	3.99	3.76	4.06	4.05	3.91	3.185	0.014**
	MRT	ab	a	b	b	ab		
사회적 체면	평균	3.09	3.12	3.39	3.33	3.39	2.031	0.090*
	MRT	-	-	-	-	-		
일상탈출	평균	3.20	3.25	3.35	3.40	3.46	0.998	0.409
	MRT	-	-	-	-	-		
가족과 함께	평균	3.75	3.43	3.29	3.33	3.27	3.139	0.015**
	MRT	a	ab	b	b	b		
자연경관	평균	3.91	3.60	3.87	3.83	3.85	3.218	0.013**
	MRT	b	a	ab	ab	ab		

주) *P<0.1, **P<0.05, ***P<0.01

MRT(Duncan Multiple Range: P<0.05)에 근거한 평균의 차이를 나타냄.

<표 4-18>은 정보원천에 따른 동기요인의 차이를 나타낸 것으로, 정보원천에 따라서는 신기성, 사회적 체면 요인과만 유의수준 0.05수준에서 유의한 차이를 나

타냈다. 구체적인 차이를 살펴보기 위한 던컨의 사후검증을 한 결과 정보원천으로 신문·잡지(3.72)와 인터넷(4.12)을 위주로 하는 집단간에는 차이가 큰 것으로 나타났다. 즉, 인터넷에서 잠수함관광에 대한 정보를 얻는 집단이 신문·잡지에서 정보를 얻는 집단보다 신기성 성향이 더욱 높은 것으로 보인다.

한편 사회적 체면 요인에 대한 다중비교의 결과, TV·라디오(3.07)와 신문·잡지(2.99)와 같은 전통적 매체 이용자와 인터넷(3.50)을 통해 정보를 탐색하는 이용자간에만 차이가 있는 것으로 나타났다. 즉, 정보탐색을 위해 인터넷을 이용하는 이용자가 사회적 체면에 동기부여가 큰 것으로 보인다.

<표 4-18> 정보원천에 따른 동기요인 차이

요인명		TV·라디오	신문·잡지	주변사람	여행사·호텔	인터넷	F-값	Sig.
신기성	평균 MRT	4.00 ab	3.72 a	3.98 ab	3.86 ab	4.12 b	2.470	0.045**
사회적 체면	평균 MRT	3.07 a	2.99 a	3.13 ab	3.21 ab	3.50 b	2.540	0.040**
일상탈출	평균 MRT	3.26 -	3.25 -	3.15 -	3.30 -	3.57 -	1.960	0.101
가족과 함께	평균 MRT	3.50 -	3.42 -	3.28 -	3.58 -	3.49 -	1.530	0.193
자연경관	평균 MRT	3.72 -	3.52 -	3.80 -	3.81 -	3.83 -	1.144	0.336

주) *P<0.1, **P<0.05, ***P<0.01

MRT(Duncan Multiple Range: P<0.05)에 근거한 평균의 차이를 나타냄.

방문횟수에 따른 차이는 <표 4-19>에 나타난 바와 같이, 사회적 체면 요인과 가족과 함께 요인까만 유의한 차이를 보였고 다른 3가지 동기요인과는 차이가 없는 것으로 나타났다. 좀더 구체적으로 살펴보기 위한 다중비교 결과, 사회적 체면

요인에 대해 1회(3.18), 2회(3.48), 3회(3.60) 방문자와 4회(2.17)이상 방문자간에는 차이를 보였다. 이는 4회 이상 잠수함관광을 한 사람의 경우 위신이나 사교적인 면보다는 다른 동기에 의해 잠수함관광을 한다는 것으로 보인다. 또한 가족과 함께라는 동기요인에 대해서는 사회적체면 요인과 비슷한 결과가 나타나고 있음을 알 수 있다.

<표 4-19> 방문횟수에 따른 동기요인 차이

요인명		1회	2회	3회	4회이상	F-값	Sig.
신기성	평균 MRT	3.60	3.96	3.84	3.60	0.250	0.861
사회적 체면	평균 MRT	3.18 a	3.48 a	3.60 a	2.17 b	2.781	0,041**
일상탈출	평균 MRT	3.27	3.51	3.33	3.67	0.716	0.543
가족과 함께	평균 MRT	3.45 a	3.64 a	4.00 a	1.83 b	3.184	0.024**
자연경관	평균 MRT	3.78	3.89	3.73	3.50	0.397	0.755

주) *P<0.1, **P<0.05, ***P<0.01

MRT(Duncan Multiple Range: P<0.05)에 근거한 평균의 차이를 나타냄.

3. 가설 3의 검증

가설 3은 잠수함관광객의 인구통계적 특성과 일반적 특성에 따른 만족도의 차이를 검증하기 위해 일원변량 분산분석을 실시하였고 유의한 차이를 보일 경우 던컨의 사후검증을 통해 차이를 구체적으로 분석하였다. 분석에 사용된 인구통계적 변수는 성별, 연령, 소득, 학력, 결혼여부, 직업의 인구통계적 변수와 동반자유형,

정보원천, 방문횟수라는 일반적 변수이다.

<표 4-20>와 <표 4-21>, <표 4-22>, <표 4-23>에서 보듯이, 성별과 결혼여부, 학력, 연령에 따른 만족도 차이는 유의수준 0.05수준에서 유의하지 않은 것으로 나타났다.

<표 4-20> 성별에 따른 만족도 차이

요인명		남성	여성	T-값	Sig.
내부요인	평균	3.57	3.61	0.386	0.535
외부요인	평균	3.57	3.50	1.335	0.245
전체만족도	평균	2.31	2.38	0.952	0.330

주) *P<0.1, **P<0.05, ***P<0.01

<표 4-21> 결혼여부에 따른 만족도 차이

요인명		미혼	기혼	T-값	Sig.
내부요인	평균	3.67	3.57	1.533	0.217
외부요인	평균	3.49	3.55	0.578	0.448
전체만족도	평균	2.38	2.33	0.196	0.658

주) *P<0.1, **P<0.05, ***P<0.01

<표 4-22> 연령에 따른 만족도 차이

요인명		20대	30대	40대	50대이상	F-값	Sig.
내부요인	평균	3.70	3.55	3.51	3.65	1.746	0.158
외부요인	평균	3.47	3.52	3.63	3.54	0.989	0.398
전체만족도	평균	2.27	2.39	2.38	2.29	0.652	0.582

주) *P<0.1, **P<0.05, ***P<0.01

<표 4-23> 학력에 따른 만족도 차이

요인명		고졸이하	전문대·대졸	대학원이상	F-값	Sig.
내부요인	평균	3.50	3.61	3.80	2.933	0.055*
외부요인	평균	3.60	3.50	3.60	1.055	0.349
전체만족도	평균	2.29	2.38	2.19	1.096	0.335

주) *P<0.1, **P<0.05, ***P<0.01

직업에 따른 만족도 차이는 <표 4-24>에서 보듯이 유의수준 0.05에서 외부요인과 전체만족도에서 차이를 나타냈다. 잠수함관광에 있어 선착장까지의 교통, 관광안내정보와 같은 외부요인에 대한 만족도에 있어 자영업(3.38)과 농어업(3.75), 판매·서비스직(3.72) 관광객간에는 차이를 보이고 있으며, 전체만족도에 있어서도 농어업(2.04)와 사무·공무원(2.42), 자영업(2.42), 전문·기술직(2.46), 기타(2.44)간에 차이를 보였다. 즉, 직업별에 전체만족도에 있어 농어업에 종사하는 관광객보다 사무·공무원이나 자영업자, 전문·기술직 종사자, 주부를 포함한 기타의 직업 사람들이 만족도의 차이가 큰 것으로 나타났다.

<표 4-24> 직업에 따른 만족도 차이

요인명		농어업	사무/공무원	판매/서비스직	자영업	전문/기술직	학생	기타	F-값	Sig.
내부요인	평균	3.36	3.55	3.68	3.55	3.53	3.91	3.59	1.986	0.067*
	MRT	a	ab	bc	ab	ab	c	abc		
외부요인	평균	3.75	3.46	3.72	3.38	3.49	3.47	3.53	2.404	0.028**
	MRT	b	ab	b	a	ab	ab	ab		
전체만족도	평균	2.04	2.42	2.16	2.42	2.46	2.09	2.44	2.581	0.019***
	MRT	a	b	ab	b	b	ab	b		

주) *P<0.1, **P<0.05, ***P<0.01

MRT(Duncan Multiple Range: P<0.05)에 근거한 평균의 차이를 나타냄.

<표 4-25>에 나타났듯이, 소득에 따른 만족도 차이는 유의하지 않는 것으로 나타났다.

<표 4-25> 소득에 따른 만족도 차이

요인명		100만원 이하	100 - 199만원	200 - 299만원	300만원 이상	F-값	Sig.
내부요인	평균	3.66	3.52	3.66	3.60	1.546	0.203
외부요인	평균	3.51	3.49	3.63	3.57	1.097	0.351
전체만족도	평균	2.37	2.35	2.29	2.41	0.303	0.823

주) *P<0.1, **P<0.05, ***P<0.01

한편 <표 4-26>에 나타났듯이, 잠수함관광객의 일반적 특성 중 하나인 동반자유형에 따른 만족도의 차이에 있어서는 잠수함관광 자체와 관련한 내부요인에 대해서만 유의수준 0.05에서 차이를 보였다. 즉, 연인(3.75)을 동반한 관광객과의 내부요인에 대한 만족의 차이에 있어 기타(3.38)집단 사이가 친구(3.49)와의 차이보다 만족도의 차이가 상대적으로 더 큰 것으로 나타났으며, 가족(3.70)과 연인을 동반한 관광객과 기타집단과도 차이가 있는 것으로 보인다.

<표 4-26> 동반자유형에 따른 만족도 차이

요인명		가족	친구	연인	부부	기타	F-값	Sig.
내부요인	평균	3.70	3.49	3.75	3.58	3.38	3.342	0.011**
	MRT	bc	ab	c	abc	a		
외부요인	평균	3.59	3.53	3.66	3.43	3.45	1.388	0.238
	MRT	-	-	-	-	-		
전체만족도	평균	2.27	2.36	2.20	2.42	2.60	1.706	0.149
	MRT	-	-	-	-	-		

주) *P<0.1, **P<0.05, ***P<0.01

MRT(Duncan Multiple Range: P<0.05)에 근거한 평균의 차이를 나타냄.

정보원천에 따른 만족도의 차이에 있어서도, <표 4-27>에 나타난 바와 같이 유의수준 0.05수준에서 내부요인에만 유의한 차이를 보였고 외부요인과 전체만족도와는 유의한 차이가 없는 것으로 나타났다. 이를 구체적으로 살펴보기 위해 던컨의 사후검증을 실시한 결과, 신문·잡지(3.28)를 통해 잠수함관광에 대한 정보를 얻는 집단보다 여행사·호텔(3.64)이나 인터넷(3.77)을 통해 정보를 얻는 집단간의 만족도 차이가 TV·라디오(3.37)를 통해 정보를 얻는 집단보다 그 차이가 상대적으로 큰 것으로 보인다. 또한 신문·잡지를 통한 정보탐색자와 주변사람(3.55)을 통해 정보를 얻는 관광객간에도 유의한 차이를 보이고 있는 것으로 나타났으며, 이외의 다른 정보원천들간의 차이는 없는 것으로 보인다.

<표 4-27> 정보원천에 따른 만족도 차이

요인명		TV·라디오	신문·잡지	주변사람	여행사·호텔	인터넷	F-값	Sig.
내부요인	평균	3.37	3.28	3.55	3.64	3.77	4.468	0.002***
	MRT	ab	a	bc	c	c		
외부요인	평균	3.53	3.60	3.45	3.63	3.43	1.901	0.110
	MRT	-	-	-	-	-		
전체만족도	평균	2.50	2.35	2.46	2.24	2.34	1.648	0.162
	MRT	-	-	-	-	-		

주) *P<0.1, **P<0.05, ***P<0.01

MRT(Duncan Multiple Range: P<0.05)에 근거한 평균의 차이를 나타냄.

한편, 방문횟수에 따른 만족도 차이는 <표 4-28>에서 보듯이 통계적으로 유의하지 않은 것으로 나타났다.

이러한 결과는 전체만족도는 정보원천에 따라 차이를 보이지 않지만 이를 잠수함관광의 실질적 운영서비스와 관련한 요인과 부가적 요인으로 분류하여 구체적으로 살펴보았을 때, 내부 만족요인에 대해서는 정보원천에 따라 만족도가 다르다

는 것을 알 수 있다. 즉 관광객은 TV나 라디오, 신문, 잡지와 같은 전통적 매체를 통해 접촉한 정보보다 호텔이나 여행사에서 권유, 주변사람 등의 인적요소를 통하여거나 인터넷을 통해 정보를 접촉했을 때 좀더 큰 만족을 느꼈음을 알 수 있다.

<표 4-28> 방문횟수에 따른 만족도 차이

요인명		1회	2회	3회	4회이상	F-값	Sig.
내부요인	평균	3.58	3.73	3.66	3.79	0.723	0.539
외부요인	평균	3.53	3.62	3.56	4.00	0.679	0.566
전체만족도	평균	2.35	2.22	2.40	2.00	0.504	0.680

주) *P<0.1, **P<0.05, ***P<0.01

4. 분석결과의 요약



본 연구는 잠수함관광객을 대상으로 관광동기와 만족의 관계를 규명하기 위하여 이론적 연구를 시도하였고, 이들간의 경험적 상호관계를 분석하기 위하여 실증 조사를 실시하였다.

본 연구에서 달성한 연구목적을 달성하기 위하여 제기한 가설중 가설 1은 '잠수함 관광객의 동기유형별 집단에 따라 만족도는 차이를 보일 것이다.'이다. 가설 2는 '잠수함 관광객의 특성에 따라 동기요인은 차이를 보일 것이다.' 이다. 가설 3은 '잠수함 관광객의 특성에 따라 만족도는 차이를 보일 것이다.' 이다.

이에 따른 가설의 검증을 위해 실증분석한 결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 잠수함관광의 일반적 특성을 알아보기 위해 동반자 유형, 정보원천, 이용 횟수를 조사한 결과, 대부분의 잠수함관광객들은 단체를 포함한 친구나 가족과 함께 이용하고 있고, 여행사와 호텔이나 주변사람을 통해 잠수함관광에 대한 정보를 얻고 있으며, 처음 이용하는 응답자가 대부분을 차지하고 있는 것으로 나타났다.

둘째, 잠수함 관광동기에 대한 기술통계 분석에서 중요도가 높은 순위를 나타낸 변수는 색다른 경험, 재미와 흥미, 수중경관감상, 새로운 것에 대한 호기심, 즐거운 시간, 바다와 신선한 공기 등의 자연환경을 즐기려는 동기가 대체적으로 상위에 위치해 있는 반면, 일상탈출과 가족간의 우애, 지위나 사교적 측면의 변수는 상대적으로 낮은 평균값을 보였다.

한편, 잠수함관광에 대한 만족도의 기술통계분석 결과, 승무원의 서비스, 관광시의 해설 및 안내, 승선증명 사진촬영, 도선과 잠수함의 시설편리성과 청결, 예약 및 매표의 편리성, 수중경관 등의 항목에서 비교적 높은 만족도 순위를 나타냈다. 하지만 가격에 비한 가치, 관광시간, 잠수함관광에 대한 홍보, 접근성, 선착장의 편의시설 등의 항목에서는 낮은 만족도를 보였고, 전체만족도에 비해 재이용의도와 추천의도가 높게 나타났다.

셋째, 관광동기와 만족도를 위해 이론고찰을 통해 선정된 측정변수의 타당성과 신뢰성의 분석에 있어서, 관광동기 요인으로 신기성, 사회적체면, 일상탈출, 가족과 함께, 자연경관의 5가지 요인이 추출되었고, 이 중 신기성과 사회적체면 요인이 잠수함관광의 동기를 설명하는 분산설명력이 높은 것으로 나타났다. 한편, 만족요인으로는 내부요인과 외부요인의 2가지 요인이 추출되었고 내부요인이 만족에 더 큰 설명력을 보여주는 것으로 나타났다. 이렇게 추출된 요인들은 통계적으로 신뢰성과 타당성을 가진 것으로 나타났다.

넷째, 잠수함 관광동기를 측정하기 위해 이용된 변수들을 이용해 요인분석에서도 추출된 5개 요인에 대한 요인점수를 기준으로 잠수함관광 동기와 관련된 동질적인 집단을 알아보기 위해 군집분석을 실시한 결과, 3개의 집단으로 분류해 볼 수 있었다. 첫 번째 집단은 잠수함관광에 대한 명확한 태도가 형성되어 있지 않은 집단으로, 잠수함관광의 의미에 대해 크게 기대하지 않은 집단이었고, 두 번째 집단은 주로 잠수함관광의 신기성과 수중경관 등의 추진·유인요인에 의해 동기부여가 되는 태도를 형성하는 집단이었고, 세 번째 집단은 여행동반자와의 친목과 자신의 여행행동을 다른 사람에게 과시하거나 일상탈출과 가족중심의 여행 등 다목적 추

구형 관광집단으로 나타났다.

다섯째, 잠수함관광객의 동기유형별 집단에 따른 만족도 차이를 살펴보는 가설 1의 검증결과, 두 가지 만족요인과 전체만족도에 대한 집단간 차이가 있는 것으로 나타났다. 즉, 내부요인에 대해서는 집단 1과 집단 2, 3사이에서 차이를 보였고, 외부요인과 전체만족도에는 집단 3과 집단 1, 2사이에서 차이를 나타냈다.

여섯째, 잠수함관광객의 인구통계적 특성과 일반적 특성에 따른 관광동기 요인의 차이를 살펴보는 가설 2의 검증결과, 성별과 결혼여부에 따라서는 가족과 함께 요인이, 연령에 따라서는 신기성과 가족과 함께 요인이, 학력에 따라서는 신기성 요인이, 직업에 따라서는 신기성과 자연경관 요인이 유의한 차이를 나타냈고 소득은 동기요인과 차이를 보이지 않는 것으로 나타났다. 한편 일반적 특성에 대해서는 동반자유형은 신기성과 가족과 함께, 자연경관 요인에, 정보원천은 신기성과 사회적체면요인에, 이용횟수는 사회적체면과 가족과 함께 요인에 각각 유의한 차이를 보이는 것으로 나타났다.

일곱째, 잠수함관광객의 인구통계적 특성과 일반적 특성에 따른 만족요인과 전체만족간의 차이를 살펴보는 가설 3의 검증결과, 성별, 결혼여부, 연령, 학력, 소득과는 만족도는 유의한 차이를 보이지 않았고 단지, 직업에 대해서만 외부 만족요인과 전체만족도에 유의한 차이를 보였다. 그리고 일반적 특성에 따라서는 동반자유형과 정보원천은 내부요인과만 유의한 차이를 보였을 뿐 나머지 관계에 있어서는 차이가 없는 것으로 나타났으며, 이용횟수는 어느 항목과도 차이를 보이지 않아 보였다.

이상의 가설검증의 결과를 가설의 채택여부에 따라 나타내면 <표 4-29>와 같이 나타낼 수 있다.

<표 4-29> 가설의 채택여부

가 설 1	구분	군집별(군집1, 2, 3)				
	내부요인	채택				
	외부요인	채택				
	전체만족도	채택				
가 설 2	구분	신기성	사회적 체면	일상탈출	가족과 함께	자연경관
	성별	기각	기각	기각	채택	기각
	연령	채택	기각	기각	채택	기각
	결혼여부	기각	기각	기각	채택	기각
	소득	기각	기각	기각	기각	기각
	학력	채택	기각	기각	기각	기각
	직업	채택	기각	기각	기각	채택
	동반자유형	채택	기각	기각	채택	기각
	정보원천	채택	채택	기각	기각	기각
	이용횟수	기각	채택	기각	채택	기각
가 설 3	구분	내부요인		외부요인		전체만족도
	성별	기각		기각		기각
	연령	기각		기각		기각
	결혼여부	기각		기각		기각
	소득	기각		기각		기각
	학력	기각		기각		기각
	직업	기각		채택		채택
	동반자유형	채택		기각		기각
	정보원천	채택		기각		기각
	이용횟수	기각		기각		기각

제5장 결 론

본 연구에서는 잠수함관광객의 관광동기에 따른 만족도를 살펴보기 위하여 관광동기의 구성요인을 도출한 후 이들 요인과 잠수함관광 만족과의 관계를 규명하고, 인구통계적 특성과 일반적 특성에 따른 관광동기 요인과 만족도의 차이에 대한 분석을 실시했다.

이러한 실증분석결과 시사점을 제시하면 다음과 같다.

첫째, 잠수함관광객의 경우 대부분 단체를 포함한 친구나 가족동반의 경우가 많고, 호텔이나 여행사 직원 또는 주변사람의 소개에 의해 잠수함관광에 참여하는 것으로 나타났다. 특히 호텔이나 여행사에 의해 잠수함관광의 수요가 크게 좌우되는 것으로 나타났다는 것은 관광객의 잠수함관광 참여 결정이 제주도 현지에서 이루어진다는 것으로, 호텔이나 여행사 등에 대한 홍보 및 네트워크 구성이 중요하고, 단체관광객과 가족중심의 개별여행객을 표적시장으로 삼아야 함을 시사해준다.

둘째, 잠수함 관광동기의 중요도 분석과 요인분석에서 나타났듯이, 관광객은 잠수함과 수중세계의 자연에 대한 신기성 차원에서 주로 동기부여됨을 알 수 있다. 이는 잠수함관광 그 자체가 관광객에게 상당한 유인동기로 작용한다는 것을 의미한다. 따라서 이러한 동기를 집중 자극할 수 있는 차원에서 수요촉진전략이 이루어져야 함을 알 수 있다.

셋째, 잠수함 관광의 만족도와 재이용의도, 추천의도의 분석에서 나타났듯이, 잠수함 관광만족도를 높여 재이용을 촉진하기 위해서는 우선, 다수 이용객인 가족중심의 개별관광객을 좀더 유인할 수 있도록 홍보측면의 강화 방안을 강구해 잠수함관광에 대한 인지도를 높이는 전략을 고려해야 할 것으로 보인다.

이상의 연구결과로부터 사회현상으로서 잠수함관광을 포함한 관광활동에 대한 이론적 접근은 관광지나 관광매력물의 유인(pull)요인으로서 매력성 뿐만 아니라 이용자의 내부적 추진(push)요인과의 관련성 속에서 상황을 반영하는 구체적인 관

광선택행동이 이루어진다는 포괄적이고 맥락적인 접근과 이해가 요구되었다.

이러한 측면에서 실제 이용자를 대상으로 잠수함관광의 이용동기를 규명한 본 연구는 잠수함관광에 대한 총체적 접근의 하나로 의의가 있으나 선행연구의 부족으로 인해 연구결과간 비교에 관한 논의가 내포되지 못하였다. 이러한 문제는 본 연구조사의 방법론적 제약으로 인한 오차의 허용으로부터 발생하는 문제점과 함께 본 연구를 탐색적 수준에 그치게 한 한계를 갖는다.



<참고문헌>

■ 국내문헌

- 강미희, “생태관광객의 여행동기 및 태도-척도구축과 관광객 유형별 비교분석”, 박사학위논문, 서울대학교 대학원, 1999.
- 고동우, “관광 후 평가개념의 경험적 구분”, 「관광학연구」, 제22권 제2호, 1998, pp.309-316.
- _____, “관광의 심리적 체험과 만족간의 관계”, 박사학위논문, 고려대학교 대학원, 1998.
- 권해도. “소비자만족에 관한 연구: 기대불일치 패러다임을 중심으로”. 박사학위논문, 서울대 대학원, 1989. p.44.
- 김경호·고승익, 「관광학원론」, 형설출판사, 1999, pp.120-123.
- 김대관 외 2, “해양관광객에 관한 이해: 미국 미시간주 사례연구”, 「한국의 해양관광개발에 관한 국제학술회의록」, 1997, pp.106-204.
- 김성귀, “우리나라의 해양관광 현황 및 개발에 관한 연구”, 「해양연구」, 17(1), 1995, pp.21-39.
- 김성혁, 「관광마케팅론」, 대왕사, 1996, p.458.
- 김인호, “관광자의 만족/불만족 및 재방문의 평가합치적 접근”, 박사학위논문, 광운대학교 대학원, 1993.
- 김진섭, 「관광학원론」, 대왕사, 1994, pp.151-153.
- 김훈기, 「심리학」, 학서당, 1997, pp.141-147.
- 민창기, “해양관광지 방문객의 관광동기 분석: 거제지역을 중심으로”, 「관광학연구」, 제24권 제3호, 2001, pp.249-265.
- 송대현 외, 「심리학개론」, 성원사, 1985, pp.112-113.
- 양덕순, “제주도 해양개발 정책과 해양관광의 방향”, 제주지역 해양관광 활성화를 위한 세미나, 제주대학교 관광산업연구소, 1998, pp.19-38.
- 여호근·주현식, “해양관광상품 개발방향에 관한 연구”, 「산업경제연구」, 제13권 제5호, 한국산업경제학회, 2000, pp.201-213.
- 오택섭, 「사회과학 데이터분석법 SPSS PC+」, 나남, 1993, p.197.

- 임번장·정영린, “여가활동유형과 여가만족의 관계”, 「한국체육학회지」, 제35권, 1998, pp.92-102.
- 정강환, “백제문화의 관광상품화를 위한 관광객 조사 및 평가에 관한 연구: 부여행사를 중심으로”, 「사회과학연구」, 제13집, 배제대학교 사회과학연구소, 1995.
- 정양은, 「심리학통론」, 법문사, 1982, pp. 217-220.
- 제주도, 「해양수산개발 용역보고서」, 2000.
- 최병용, 「소비자행동론」, 박영사, 1991, p.615.
- 홍남기, “방한 국제관광자의 관광 이미지와 만족에 관한 연구”, 석사학위논문, 한양대학교 대학원, 1997.

■ 국외문헌

- Beard, J. G., and M. G. Ragheb, “Measuring Leisure Satisfaction”, *Journal of Leisure Research*, 12(1), 1980, pp.20-33. 1987.
- _____, “Measuring leisure motivation”, *Journal of Leisure Research*, 15(3), pp.219-228.
- Crandall, R., “Motivations for Leisure”, *Journal of Leisure Research*, 12, 1998, pp.44-45.
- Cromton, J. L., “Motivations for Pleasure vacation”, *Annals of Tourism Research*, 6, 1979, pp.408-424.
- Cromton, J. L., Fakeye, P. C. & Lue, C. C. “Positioning: The Example of the lower Rio Grande Valley in the winter long stay destination market”, *Journal of Travel Research*, 29, 1992, pp.20-26.
- Dann, G. M. S., “Tourism Motivation: An appraisal”, *Annals of Travel Research*, 8(2), 1981, pp.187-219.
- _____, “Anomie, ego-enhancement and tourism”, *Annals of Tourism Research*, 4(2), 1997, pp.187-219.
- Day, G. S. “Customer Oriented Approaches to Identifying Product-Markets”, *Journal of Marketing*, vol 43, 1979, pp.8-19.
- D. C. Bello and M. J. Etzel, “The Role of Novelty in the Pleasure Vacation”,

- Annals of Travel Research*, 6(4), 1985, pp.408-424.
- Driver, B. L., and P. J.. Probable Personal Benefits of Outdoor Recreation Present's Commission on American Outdoor", *A Literature Review*, 1986, pp.63-70 ; J. G. Beard and M. G. Reghub., "Measuring Leisure Motivation", *Journal of Leisure Research*, 15, 1983, pp.219-228.
- Engel, R., D. Blackwell and P. W. Miniard, *Consumer Behavior*, 5th ed., Hinsdale, Illinois: CBS Cllege Publishing, 1986, pp.463-488.
- Engell, D. F., M. Kramer, S. Luther and S. Adams , "The diffects of Social Influence on food in take" , paper presented at *the Annual meeting of the Social for Nutrition Education*. 1993.
- Farrell, B. H., and D. Runyan, "Ecology and Tourism", *Annals of Tourism Research*, 18, 1991, p.26.
- Fluker, M. R & Turner, L. W., "Needs, Motivations and Expectations of a Commercial Whitewater Rafting Experience", *Journal of Travel Research*, 39, 2000, pp.380-389.
- Fodness, "Consumer Perceptions of Tourist attractions", *Journal of Tourism Research*, Spring, 1990, pp.3-9.
- Gail Tom, "The Role of Situational Variables in Consumer Choice Satisfaction", *Journal of Consumer Satisfaction*, 1991, pp.121.
- Geva, A., and A. Goldman, "Duality in Consumer Post-purchase attitude", *Journal of Economic Psychology*, 12, 1991, pp.141-164.
- Graefe, A. R. R. B. Ditton, Roggenbuck, J. W. and R. Schreyer, "Notes on the Stability of the Structure of Leisure Meanings", *Leisure Science*, 4(1), 1981, pp.51-65.
- Harry Helson, *Adaption-Level Theory*, New York, Harper and Riw, 1964, pp. 336-340.
- Hunt. C. S., "Overview and Future Research Direction in Conceptualization and Measurement If Consumer Satisfaction and Dissatisfaction", *Marketing Science Institute*, 1997, pp.120-128.
- Iso-Ahola, S. E., "Toward A Social Psychological Theory of Tourism Motivation: A Rejoinder", *Annals Of Tourism Research*, 9(2), 1982d, pp. 256-262.

- Jacob. B .B. G., and M. G. Ragheb, "Leisure Satisfaction: Concept Theory and Measurement", *In Social Psychological Perspectives on Leisure and Recreation*, 1980, pp.329-352.
- Jamrozy, U., and M. Uysal, "Travel Motivations of Overseas German Visitors", *Journal of International Consumer Marketing*, 6(4), 1994, pp.135-160.
- Kozak, M., and M. Rimmington., "Tourist Satisfaction with Malloca, Spain, as an off-season holiday destination", *Journal of Travel Research*, 38(1), 2000, pp.260-269.
- Krippendorf, K., *The Holiday Makers: Understanding the Impact of Leisure and Travel*, London: William Heinemann Ltd., 1987.
- Lang, C. T., *A Typology of International Travelers to Nature-based Tourism Destinations*, Unpublished Doctoral Dissertation, Purdue University, 1996.
- Latour, S. A., and N. C. Peat, "Conceptual and Methodological Issues in Consumer Satisfaction Research", in William L, Wilkie, de., *Advances in Consumer Research*, vol 6, 1980., pp.431-440.
-
- _____, "The Role of Situationally-Produced Expectations, Other Experiences, and Prior Experiences in Determining Consumer Satisfaction", *Advances in Consumer Research*, vol 7. 1980, pp.588-598.
- Lounsbury, J. W. and J. R. Polik, "Leisure Needs and Vacation Satisfaction", *Leisure Science*, 14, 1992, p.10.
- Lovelock, C. H., *Service Marketing*, Englewood Cliffs, N. J., Prentice-Hall Inc, 1991.
- Mathieson, A., and G. Wall., *Tourism: Economic Physical and Social Impacts*, London: Longman, 1982.
- Mazarsky, D. "Past experience and future-tourism decision", *Annals of Tourism Research*, 16(3), 1989, pp.333-344.
- McIntosh, R. and C. R. Goeldner, *Studies in Outdoor Recreation*, Oregon State University press, 1986, pp.1-95,
-
- _____, *Tourism: Principles, Practices, Philosophies* 6th ed., New York: John Wiley & Sons, 1990, p.799.

- Meric, H. J., and J. Hunt., "Ecotourist Motivational and Demographic Characteristics : A Case of North Travelers", *Journal of Travel Research*, 36(4), 1998, pp.57-61.
- Mills, A. S., "Participation Motivations for Outdoor Recreation : A Test Maslow's Theory", *Journal of Leisure Research*, 17(3), 1985, pp.184-199.
- Morrison, A. M., *Hospitality and Travel Marketing*, Delmer Publisher's Inc, p.62.
- Moscardo. G., Pearce, Morrison, A., Green, D., and O'Leary, "Developing a Typology for Understanding Visiting Friends and Relatives Markets, *Journal of Travel Research*, 38, 2000, pp. 251-259. 1992,
- Noe, F. P., "Measurement Specification and Leisure Satisfaction", *Leisure Science*, vol. 9, 3, 1987, pp.165-166.
- Oliver, R. L, "A Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of Satisfaction Decisions", *Journal of Marketing Research*, vol. 9, 1980. pp.460-469.
- _____, "Measurement and Evaluation of Satisfaction Processes in Retail Settings", *Journal of Retailing*, vol. 57, 3, 1981, pp.25-48.
- Oliver R. L, and W. S. Desarbo, "Response Determinants in Satisfaction Judgments", *Journal of consumer Research*, vol. 14. 1988. p180.
- Pierce, R. C., "Dimension of Leisure I: Satisfaction", *Journal of Leisure Research*, 12, 1980, pp.5-19.
- Pizam, A., Neuman and A. Reichal, "Dimension of Tourist Satisfaction with Destination Area, *Annals of Tourism Research*, 1979, p.314-322.
- Ragheb, M. C., and C. A. Griffith., "The contribution of leisure satisfaction to life older persons", *Journal of Leisure Research*, 14(4), pp. 295-306.
- Ross, G. E., *The Psychology of Tourism*, Melbourne: Hospitality Press, 1994.
- R. Sheth, "Dissatisfaction Attributions and Consumer Complaint Behavior," *Advances in Consumer Research*, vol 6. 1979, pp.445-447.
- Russell G. Geen, *Human Motivation*, Brooks/cole Publishing, California, 1995, p.2.
- Ryan, C., and I. Glendon, "Applocation of Leisure Motivation Scale to Tourism",

- Annals of Tourism Research*, 25(1), 1998, pp.169-184.
- S. Cha, W. M. Ken and M. Uysal, "Travel Motivation of Japanese Overseas Travelers : A Factor-Cluster Segmentation Approach", *Journal of Travel Research*, 34, 1, 1995, pp.33-39.
- Smith, L. J. S., *Recreation Geography*, London: Longman Inc., 1983.
- Swan, J. E., and L. J. Combs, "Product Performance and Consumer Satisfaction-A New Concept", *Journal of Marketing*, vol. 40, April, 1976, p.26.
- Um, S., "Pleasure Travel Destination Choice", *In VNR's Encyclopedia of Hospitality and Tourism*, Khan, M, and Olsen, M. eds., Van Nostrand Reinhold, 1992, pp.811-821.
- Van Raaij, W. F., and D. A. Francken, "Vacation Decisions, Activities and Satisfaction", *Annals of Tourism Research*, 11, 1984, pp.101-112.
- Westbrook, Robert A. "A Rating Scale For Measuring Product/Service Satisfaction", *Journal of Marketing*, vol. 44, 1980, pp.68-72.
- Wight, P. A., "North American Ecotourism Markets : Motivations, Preference and Destinations", *Journal of Travel Research*, 35(1), 1996, pp.3-10.
- Wilkie, W.L. *Consumer Behavior*, University of Florida, 1986, p.306.
- Williams, S. M., and R. McCrorie, "The Analysis of Ecological Attitudes in Town and Country", *Journal of Environmental Management*, 31, 1990, pp.157-162.

<부록 : 설문지>

잠수함이용자의 관광동기와 만족에 관한 연구

안녕하십니까?

바쁘신 중에 이런 부탁을 드리게 되어서 죄송합니다.

저는 이번에 “**잠수함이용자의 관광동기와 만족에 관한 연구**”

라는 주제로 석사학위 논문을 준비하고 있습니다.

번거로우시겠지만 잠시 귀중한 시간을 내 주신다면 제 연구에 커다란

도움이 되겠습니다. 귀하의 성의 있는 답변은 정확한 연구결과를 얻는

데 중요한 역할을 하게 될 것이며, 또한 질문에 응답해 주신 내용은

무기명으로 통계처리 되어 본 연구목적 이외에는 사용하지 않을 것입니다.

귀하의 진솔한 응답을 부탁드립니다. 아울러 귀하에게 항상 행운이 함께

하시기를 기원합니다.

2001. 8.

제주대학교 경영대학원

지도교수 : 허 향 진 교수

조 사 자 : 김 용 이

연 락 처 : 064-732-6060

※※※※※ 다음은 잠수함관광을 선택하게 된 동기에 대한 조사입니다. ※※※※※

질 문 문 항	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
1. 맑은 바다와 신선한 공기	①	②	③	④	⑤
2. 바다 속 경관을 즐기기 위해	①	②	③	④	⑤
3. 바다 그 자체가 좋아서	①	②	③	④	⑤
4. 재미있고 흥미있을 것 같아서	①	②	③	④	⑤
5. 호기심이 많아서	①	②	③	④	⑤
6. 색다른 경험이 될 것 같아서	①	②	③	④	⑤
7. 새로운 것을 보기 위해	①	②	③	④	⑤
8. 일상에서 벗어나고 싶어서	①	②	③	④	⑤
9. 휴식의 기회로 삼으려고	①	②	③	④	⑤
10. 바쁜 일로부터의 변화를 추구하기 위해	①	②	③	④	⑤
11. 즐거운 시간을 갖기 위해	①	②	③	④	⑤
12. 친구와 같이 있을 수 있어서	①	②	③	④	⑤
13. 친구들과는 다른 이색경험을 하기 위해	①	②	③	④	⑤
14. 사람들이 경험해보고 싶어하는 것이어서	①	②	③	④	⑤
15. 새로운 사람들을 만나기 위해	①	②	③	④	⑤
16. 여행에 대한 이야기 거리가 될 것 같아서	①	②	③	④	⑤
17. 자신을 되돌아 보고 싶어	①	②	③	④	⑤
18. 자녀에게 교육적이어서	①	②	③	④	⑤
19. 가족전체가 함께 즐길 수 있어서	①	②	③	④	⑤
20. 가족간 친목도모를 위해	①	②	③	④	⑤

※※※※※ 다음은 관광 후 만족도와 일반적 특성형태에 관한 사항입니다. ※※※※※

1. 귀하는 누구와 함께 오셨습니까?

- ① 가족 ② 친구(단체모임) ③ 연인 ④ 부부 ⑤ 기타

2. 귀하는 잠수함관광에 대해 어떤 경로를 통해 정보를 얻으셨습니까?

- ① TV·라디오 ② 신문·잡지 ③ 주변사람 ④ 여행사·호텔 ⑤ 인터넷

3. 귀하는 이번 잠수함관광이 몇 번째입니까?

- ① 처음 ② 2번째 ③ 3번째 ④ 4번이상

4. 귀하의 이번 잠수함관광의 만족도는 어떠하십니까?

질 문 문 항	매우 만족	만족	보통	불만족	매우 불만족
1. 가격에 비한 가치	①	②	③	④	⑤
2. 승무원의 서비스	①	②	③	④	⑤
3. 친절하고 풍부한 해설 및 안내	①	②	③	④	⑤
4. 잠수함관광시간	①	②	③	④	⑤
5. 바다 속 경관 및 볼 거리	①	②	③	④	⑤
6. 잠수함내 시설의 편리성 및 청결함	①	②	③	④	⑤
7. 도선(대국호)의 시설 편리성 및 청결함	①	②	③	④	⑤
8. 승선증명 사진 촬영	①	②	③	④	⑤
9. 매표 및 예약의 편리성	①	②	③	④	⑤
10. 잠수함관광에 대한 안내정보의 풍부함	①	②	③	④	⑤
11. 선착장까지의 교통	①	②	③	④	⑤
12. 선착장의 편의시설(대합실, 주차시설 등)	①	②	③	④	⑤

5. 귀하는 잠수함관광에 대해 전체적으로 얼마나 만족하십니까?
 ① 매우 만족 ② 만족 ③ 보통 ④ 불만족 ⑤ 매우 불만족
6. 귀하는 다음에도 다시 잠수함관광을 이용하시겠습니까?
 ① 매우 그렇다 ② 그렇다 ③ 보통 ④ 그렇지 않다 ⑤ 전혀 그렇지 않다
7. 귀하는 다른 분께도 잠수함관광을 권유하시겠습니까?
 ① 매우 그렇다 ② 그렇다 ③ 보통 ④ 그렇지 않다 ⑤ 전혀 그렇지 않다

※※※※※ 마지막으로 자료분류를 위한 일반적인 사항입니다. ※※※※※

1. 귀하의 성별은? ① 남성 ② 여성
2. 귀하의 결혼여부는? ① 미혼 ② 기혼
3. 귀하의 연령은?
 ① 20대 ② 30대 ③ 40대 ④ 50대 ⑤ 60대 이상
4. 귀하의 학력은?
 ① 고졸이하 ② 전문대 이상 대졸이하 ③ 대학원 이상
5. 귀하의 현재 직업은?
 ① 농·어업 ② 사무직·공무원 ③ 판매·서비스직 ④ 자영업
 ⑤ 전문직(교수, 의사, 법률가 등) ⑥ 기술직 ⑦ 학생 ⑧ 기타
6. 귀하의 수입정도는?
 ① 100만원이하 ② 100-199만원 ③ 200-300만원 ④ 300만원이상
7. 귀하께서 현재 거주하고 있는 지역은?
 ()도/시 ()시/ 구·군

“ 귀하의 도움에 깊이 감사드립니다. ”