



## 저작자표시 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.
- 이차적 저작물을 작성할 수 있습니다.
- 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.

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

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

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

[Disclaimer](#) 

碩士學位論文

제주 방문 중국 관광객의  
관광지 선택 모형 개발에 관한 연구

濟州大學校 大學院

觀光經營學科

金 世 一

2013年 2月

# 제주 방문 중국 관광객의 관광지 선택 모형 개발에 관한 연구

指導教授 조문수

김세일

이 論文을 觀光學 碩士學位 論文으로 提出함

2013年 2月

金世一의 觀光學 碩士學位 論文을 認准함

審査委員長

崔煥吉



委

員

박시사



委

員

趙文秀



濟州大學校 大學院

2013年 2月



A study of Developing Tourist Attractions Choice  
Model focused on Chinese tourists in Je-ju

Se-il Kim  
(Supervised by professor Moon-soo Cho)

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

2013. 2.

This thesis has been examined and approved.

.....  
.....  
.....  
.....  
.....

February. 2013.

Department of Tourism Management

GRADUATE SCHOOL

JEJU NATIONAL UNIVERSITY

# 목 차

I. 서 론 .....	1
1. 문제의 제기 .....	1
2. 연구의 목적 .....	3
3. 연구의 방법 및 범위 .....	5
II. 이론적 고찰 .....	7
1. 관광지 선택행동 .....	7
1) 관광자의 선택행동 .....	8
2) 관광자의 관광지 선택 .....	13
3) 관광지 선택행동의 영향 요인 .....	15
2. 관광활동과 관광지 유형 .....	20
1) 관광활동의 종류 및 유형 .....	22
2) 관광지의 유형 .....	24
3. 확률선택모형 .....	32
1) 확률선택모형의 종류 및 특성 .....	33
2) 다항 로지스틱 모형(Multinomial Logistic Model) .....	37
III. 연구설계 .....	41
1. 용어의 조작적 정의 .....	41
2. 모형 설정 .....	45
3. 조사 설계 .....	48

<b>IV. 실증분석 결과</b> .....	50
1. 표본의 특성 .....	50
2. 연구모형 검증 및 개발 .....	56
1) 모형추정결과 .....	56
2) 관광객 특성에 따른 관광지 유형별 선택확률 분석결과 .....	60
3) 분석결과의 요약 .....	67
<b>V. 결론</b> .....	69
1. 연구의 시사점 .....	69
2. 연구의 한계 및 향후 연구 방향 .....	72
참고문헌 .....	74
<부록 1> 설문지(한국어) .....	78
<부록 2> 설문지(중국어) .....	82
ABSTRACT .....	85

## 표 목 차

<표 2-1> 관광지 선택 관련 선행연구 내용 및 영향 요인 .....	18
<표 2-2> 관광지 선택 영향요인 도출 결과 .....	19
<표 2-3> 관광지의 개념 .....	21
<표 2-4> 관광활동의 종류 및 유형 .....	23
<표 2-5> 관광지 유형 분류 및 예시 .....	24
<표 2-6> 관광지 유형화 관련 선행연구 .....	26
<표 2-7> 관광지 유형화 결과 .....	28
<표 2-8> 제주지역 내 공설 관광지 현황 .....	29
<표 2-9> 제주지역 내 공설 관광지 현황 .....	30
<표 2-10> 제주지역 내 관광지 현황 .....	30
<표 2-11> 관광지 유형별 제주지역 내 관광지 현황 .....	31
<표 2-12> 확률선택모형의 종류 및 특성 .....	35
<표 3-1> 인구통계 및 개인적 특성 .....	41
<표 3-2> 중국 관광객의 특성을 감안한 인구통계적 특성 세부 변수 측정 문항 ..	43
<표 3-3> 관광지 유형 분류 결과 .....	44
<표 3-4> 설문조사 개요 .....	49
<표 4-1> 표본의 인구통계학적 특성 .....	51
<표 4-2> 표본의 관광참여 형태 .....	53
<표 4-3> 최종 모형 포함 변수의 우도비 검정 결과 .....	56
<표 4-4> 최적모형의 계수 .....	58
<표 4-5> 여행경험에 따른 관광지 유형별 선택확률의 변화 .....	61
<표 4-6> 성별에 따른 관광지 유형별 선택확률의 변화 .....	61
<표 4-7> 연령에 따른 관광지 유형별 선택확률의 변화 .....	62
<표 4-8> 결혼여부에 따른 관광지 유형별 선택확률의 변화 .....	62
<표 4-9> 교육수준에 따른 관광지 유형별 선택확률의 변화 .....	63
<표 4-10> 소득수준에 따른 관광지 유형별 선택확률의 변화 .....	63
<표 4-11> 관광행태에 따른 관광지 유형별 선택확률의 변화 .....	64
<표 4-12> 향후 한국 방문 주요 관광객 층 및 특성 예측 결과 .....	65
<표 4-13> 시나리오별 관광지 유형별 선택확률 분석 결과 .....	67

## 그림 목 차

<그림 1-1> 연구의 과정 .....	6
<그림 2-1> 소비자 행동의 과정 .....	8
<그림 2-2> 내적 탐색과 외적 탐색의 관계 .....	9
<그림 2-3> 구매 후 행동과정 .....	11
<그림 2-4> 관광객 관광지 선택행동의 과정 .....	12
<그림 2-5> 관광객 의사결정의 6단계 모형 .....	14
<그림 2-6> 관광지 선택의 3단계 과정 .....	15
<그림 2-7> 로지스틱 분포 .....	38
<그림 3-1> 분석과정 .....	47

# I. 서론

## 1. 문제의 제기

우리나라를 방문하는 외국인 관광수요가 지속적으로 증가함에 따라 국가 및 지역경제 발전을 위한 새로운 대안으로서 관광산업의 중요성이 강조되고 있다. 특히 외국인 관광객의 경우 내국인 관광객에 비해 큰 소비지출액 등의 특징을 가지고 있어 관광산업의 주요 표적시장으로서의 중요성이 강조되고 있다. 이에 증가하는 외국인 관광수요를 지역 내로 유입시키기 위한 국가적·지역적 차원에서의 다양한 전략들이 모색되고 있다.

이 때 보다 효과적으로 외국인 관광수요를 지역 내로 유입시키기 위해서는 외국인 관광객에 대한 이해를 전제로 전략을 개발·추진하여야 한다. 관광객은 관광의 주체로서 관광산업에 있어 소비자이며, 시장창출자인 바,<sup>1)</sup> 관광객에 대한 이해는 관광산업 관련 정책 개발 및 마케팅 등에 있어 반드시 선행되어야 하기 때문이다. 외국인 관광객의 선호 및 행동특성 등에 대한 구체적인 분석을 토대로 이들의 관광욕구를 이끌어 내기 위한 전략 등을 효과적으로 도출할 수 있는 것이다.

이에 외국인 관광객의 선호 및 행동특성 등을 분석하기 위하여 다양한 연구가 진행되었으나, 이러한 선행연구들의 경우 한류의 영향과 같은 제한적인 주제나 방문 관광객을 대상으로 하는 만족도 조사, 관광지 선택속성과 만족도 간의 영향관계 등과 같은 단편적인 부분만을 다루고 있다는 한계가 있는 것으로 제시되고 있다.<sup>2)</sup> 한국관광공사의 외국인 관광객 대상 조사 결과 등을 연도별로 살펴보았을 때 이들의 관광형태, 선호 관광활동 등이 점차 변화하고 있는 것으로 나타나고 있음<sup>3)</sup>을 전제할 때, 일반적인 만족도 조사 및 변수간의 영향 관계 등과 관련된 연구만으로는 변화하는 외국인 관광객의 선호 및 행동특성 등을 예측하는데 한계가 발생하게 될 것이다. 관광객의 특성 등을 분석하는 연구는 현상의 측정보다는 향

1) 박시사(2008), 『관광소비자행동론』, 서울: 대왕사, p. 27.

2) 송영민·이인재(2011). "중국 개별관광객의 국내 관광안내 경험에 대한 질적 연구", 관광연구저널, 한국관광연구학회

3) 한국문화관광연구원(2012), 『2011년 외래관광객실태조사』.

후 특성 변화에 따른 수요의 변화를 예측 가능하도록 진행될 필요가 있다.

이와 관련하여 관광객의 선호 등을 모형화하여 살펴봄으로써 향후 예측이 가능하도록 하는 연구들이 시행되고 있다. 모형화를 통해 관광객의 선호 등을 추정할 경우, 향후 관광객 특성의 변화에 따른 예측이 가능하다는 점 등의 장점을 확보할 수 있기 때문이다. 이와 관련한 선행연구의 경우, 김미주(2009)는 우리나라를 방문한 일본관광객을 대상으로 이들의 선호 분석을 토대로 한 의료관광상품 개발과 관련한 연구를 진행하였으며, 안대회·김상희(1998)는 확률선택모형 중 하나인 이산적 선택모형을 이용하여 관광객의 여행사 선택확률을 분석하였다.

관광객의 선호를 분석하고, 이를 모형화하여 나타낼 경우, 이러한 변화에 보다 능동적이고 빠르게 대처할 수 있을 것이다. 상품으로서의 관광지 생명력은 관광자원의 개발, 새로운 시장의 개척이나 기존 시장을 구성하고 있는 소비자의 욕구변화에 얼마나 적절히 대처하느냐에 따라 결정되기 때문이다.<sup>4)</sup> 즉 향후 관광객의 특성 변화를 예측하고, 개발된 모형에 이를 적용하여 이들의 향후 선호 변화를 예측할 수 있다면 외국인 관광객의 재방문율을 높이거나 새로운 수요를 창출하기 위한 효과적인 시사점 등을 도출할 수 있을 것이다.

특히 최근 외국인 관광객들의 참여 비중이 높은 패키지 여행상품의 경우, 이들의 다양한 선호를 반영할 수 있도록 개발되어야 이들의 한국관광에 대한 만족도를 높이고 재방문을 유도할 수 있을 것이다. 그러나 현재 외국인 관광객을 대상으로 판매되고 있는 패키지 여행상품의 경우, 외국인 관광객의 변화를 적극적으로 반영하고 있지 못하고 있는 것으로 판단된다. 여행사의 패키지 상품 개발 담당자 면접 결과 및 여행업 관련 선행연구 등을 고찰한 결과, 여행상품의 모방 용이성 및 경쟁의 심화 등의 요인으로 인하여 상품의 질보다는 가격에 주안점을 두게 되어 외국인 관광객의 선호에 대해서는 능동적으로 대처하지 못하고 있는 것으로 판단된다. 이러한 한계로 인하여 여행상품의 구성에 있어 외국인 관광객의 다양한 관광수요를 수용하는데 어려움이 있을 것으로 판단된다.

이러한 여행상품 개발 시 개인의 선호 등을 반영하여 개발할 경우, 관광객의 만족도를 제고하고, 재방문 수요를 이끌어 내는데 기여할 수 있을 것이다. 또한 여

4) 최병길·오상훈·현정석(2006), "여행형태별 제주관광수요 패턴 및 예측", 관광레저연구, 한국관광레저학회, 제18권 제4호.

행상품의 대상 시장 선정 시 이를 반영하여 새로운 수요를 창출하는 등의 긍정적인 효과 또한 기대할 수 있을 것이다.

## 2. 연구의 목적

지속적으로 증가하고 있는 국제관광 수요를 효과적으로 유인함으로써 국내 관광산업을 발전시키기 위해서는 먼저 관광의 주체인 관광객에 대한 이해가 전제되어야 할 것이다. 관광객에 대한 이해를 토대로 관련 정책 및 상품을 개발함으로써 국내 관광에 대한 이들의 잠재수요 및 재방문 수요를 이끌어 낼 수 있는 것이다.

이러한 관광객에 대한 이해와 분석은 기본적으로 외국인 관광객의 관광지에 대한 선호를 분석함으로써 가능할 것이다. 일반적으로 관광객이 관광지에서의 참여하는 활동이 다양하고, 선호하는 관광유형 또한 다양하게 나타나는 이유는 관광객이 직접 경험하고 지식을 습득하고자 하는 능동적인 자세로부터 나오는 자연스런 인간의 욕구이기 때문이다.<sup>5)</sup>

본 연구는 이와 관련하여 관광객의 관광지에 대한 선호를 분석하는 방법으로 개인의 선택행동 관련 자료를 바탕으로 확률적 접근방법에 근거를 두고 있는 확률선택모형을 적용하고자 한다. 확률선택모형은 여러 개의 선택 가능한 대안들 중에서 개인이 어떤 대안을 선택할 것인가에 초점을 두며, 개인의 의사결정이 효용의 평가를 기반으로 하여 이루어지는 형태가 확률적이라는 것에 근거를 두고 있다. 인간의 선택행동은 개인에 따라 다양하며 동일한 계층의 경우 대체적으로 비슷한 성향을 가지고 있지만 설명할 수 없는 차이점이 있기 때문에 개인의 선택행동을 결정하는 그 자체가 확률적 성격을 포함하고 있다는 것을 가정하여 이를 분석할 수 있는 것이다.<sup>6)</sup>

또한 이러한 분석을 토대로 외국인 관광객 대상 관광상품 개발 및 관련 정책 개발 시의 시사점을 도출하고자 한다. 특히 현재 대부분 패키지 여행상품의 경우

5) 김영우·김홍범(2006). "관광동기 및 관광유형선택에 따른 관광행동에 관한 연구", 관광레저연구, 한국관광레저학회, 제18권 제4호.

6) 유숙향(2006). "Mixed logit을 이용한 입지와 권역별 주거, 고용 및 통근의 결합선택 모형에 관한 연구", 부산대학교 박사학위논문.

앞서 제시하였듯이 금액적인 부분을 기준으로 구성되고 있어 이를 주로 이용하여 관광활동에 참여하고 있는 외국인 관광객들의 선호를 충분히 만족시키기에는 한계가 있을 것으로 판단된다. 이는 궁극적으로 외국인 관광객의 만족도를 감소시켜 이들의 재방문율에 부정적인 영향을 미치게 될 것이다.

외국인 관광객의 특성을 반영한 관광상품 개발과 관련한 심층적인 접근은 매우 부족한 실정으로, 대부분의 관광상품 개발과 관련한 연구는 내국인 관광객을 대상으로 하거나, 관광상품을 구성하고 있는 관광자원 등과 관련한 연구들이 주를 이루고 있다. 외국인 관광객의 경우에는 내국인 관광객과는 다른 특성을 보이기 때문에 다양한 접근방법이 요구되며, 보다 심층적으로 접근할 필요가 있다.

정리하자면 본 연구는 외국인 관광객의 관광지에 대한 선호, 구체적으로 관광지 유형별 선택확률을 분석하기 위한 모형을 개발하고, 이를 토대로 향후 관광상품 개발 및 관련 정책 개발에 대한 시사점을 도출하고자 한다.

모형개발을 위한 조사대상은 최근 그 증가추이로 인하여 관광시장으로서의 중요성이 강조되고 있는 중국인 관광객으로 한정하고자 한다. 중국인 관광객의 경우 특성 등을 분석하기 위한 연구는 최근 활발히 진행되고 있으나, 이를 실증적으로 활용하기 위한 즉 관광상품을 개발하는 것과 관련한 연구는 부족한 실정이다. 이에 실증분석 대상으로 중국인 관광객을 선정하여 개발된 모형의 유용성을 검증하고, 향후 중국 관광객 대상 관광상품 개발 및 관련 정책 개발 시의 시사점을 도출하고자 한다.

이러한 배경 하에 본 연구의 목적을 요약하여 제시하면 다음과 같다.

첫째, 확률선택모형을 이용하여 개량화된 외국인 관광객의 관광지 선택 모형을 개발함으로써 향후 활용도를 감안한 연구결과를 도출한다.

둘째, 본 연구의 실증 분석 대상은 중국 관광객으로 설정하고, 분석 결과를 이용하여 중국 관광객의 재방문 유도 및 신규 수요 창출을 위한 관광사업체 측면과 지역적 측면에서의 시사점을 제시한다.

### 3. 연구의 방법 및 범위

본 논문은 외국인 관광객의 관광지 선택 모형을 개발하고, 이를 이용하여 중국인 관광객을 대상으로 실증분석을 실시함으로써 중국 관광객의 재방문 수요 및 신규수요 창출을 위한 시사점 및 기초자료를 도출하는데 그 목적이 있다.

먼저 이론적 고찰로서 관광객의 관광지 선택에 대하여 고찰하고자 한다. 관광객의 의사결정과정은 어떻게 이루어지는지, 관광지 선택은 어떠한 과정을 통하여 이루어지는지, 이러한 선택과정에 영향을 미치는 요인에는 어떠한 요인이 있으며, 어떤 영향을 미치게 되는지에 대하여 선행연구 등을 고찰하여 이를 제시하고자 한다.

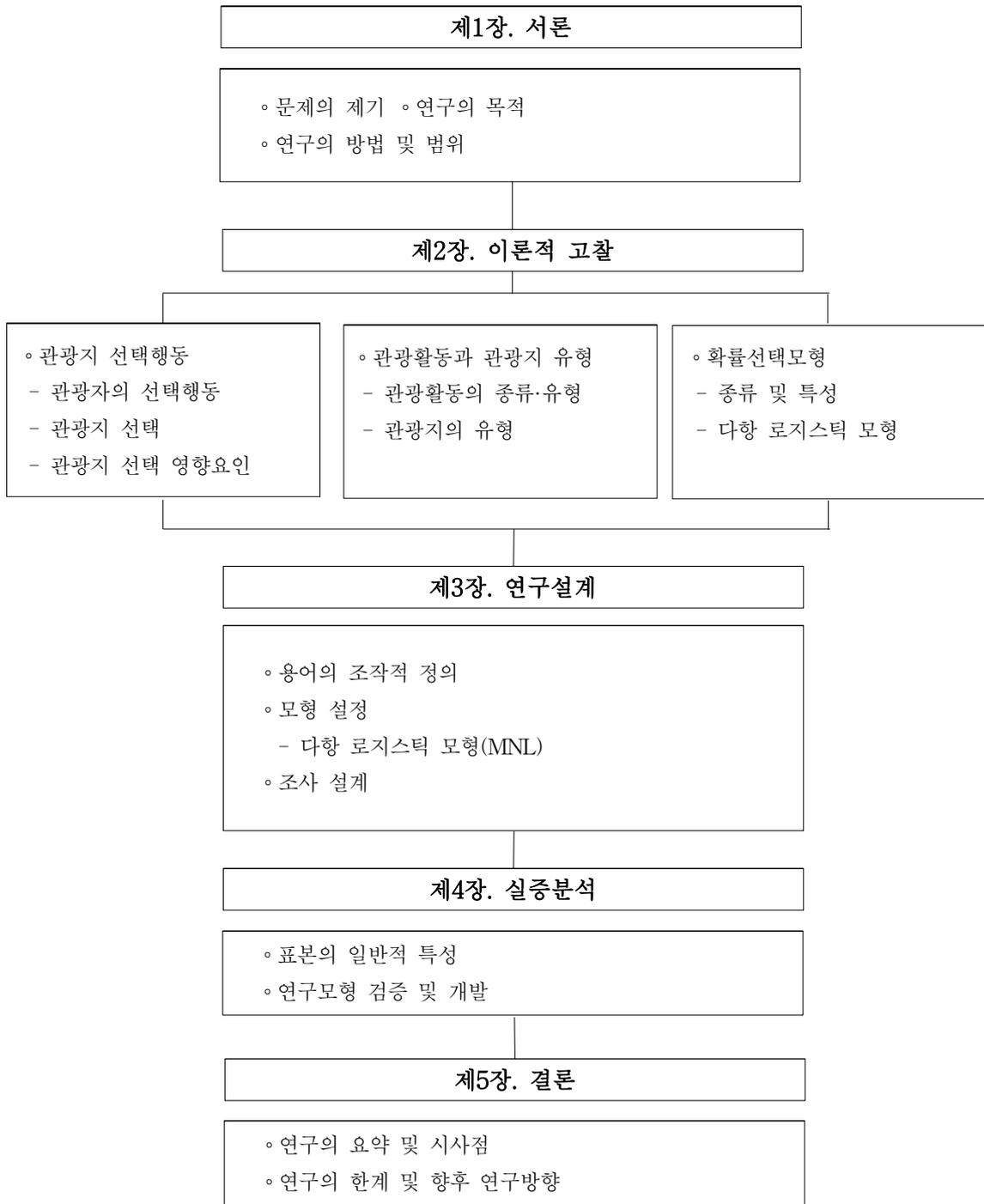
다음으로 본 연구의 연구모형에서 종속변수로서 적용되는 관광지를 유형화하고자 한다. 먼저 관광지의 개념 등에 대하여 고찰하고, 이의 유형화와 관련한 선행연구 고찰을 통해 관광지를 유형화하기 위한 기준을 설정한다. 설정된 기준을 토대로 본 연구의 연구모형에 적합하도록 제주지역 내 관광지를 유형화한다.

다음으로 본 연구의 방법론인 확률선택모형에 대하여 고찰한다. 관광지 선택 모형을 개발하기 위하여 관련 선행 연구에서 제시된 방법론을 고찰하고, 관련 연구들에서는 어떠한 방법론을 사용하였으며, 어떠한 한계가 있었는지를 살펴본다. 본 연구의 방법론으로 설정한 확률선택모형을 이용한 선행연구를 살펴보고, 이의 방법과 특성에 대하여 고찰한다.

다음으로 이론적 고찰 결과 등을 토대로 관광지 선택 모형을 개발한다. 관광지 선택에 영향을 주는 요인을 독립변수로서 설정하고, 유형화된 관광지 종류를 종속변수로서 사용하여 관광지 선택모형을 개발한다.

마지막으로 개발된 분석모형을 이용하여 실증분석을 실시하고 모형의 유용성을 검증한다. 실증분석의 결과는 중국 관광객의 평균적인 관광지 유형별 선택확률에 대하여 분석한 결과와 관광객의 유형(연령, 성별 등)에 따른 관광지 선택에 있어서의 차이점을 제시하고자 한다.

이와 같은 본 연구의 방법 및 과정을 그림으로 도식화하여 나타내면 <그림 1-1>과 같다.



<그림 1-1> 연구의 과정

## II. 이론적 고찰

본 논문은 외국인 관광객의 관광지 선택 모형을 개발하고, 이를 이용하여 중국 관광객을 대상으로 실증분석을 실시함으로써 중국 관광객의 재방문 수요 및 신규수요 창출을 위한 시사점 및 기초자료를 도출하는데 그 목적이 있다. 이에 외국인 관광객의 관광지 선택모형을 개발하기에 앞서 선행연구 고찰을 통해 관광지 선택 영향요인 도출 및 관광지 유형화를 실시하였다. 고찰 결과 도출된 관광지 선택영향요인은 독립변수, 관광지 유형은 종속변수로서 관광지 선택모형에 적용되게 된다. 이와 함께 본 연구의 연구방법으로 설정한 확률선택모형의 종류 및 특성에 대하여 살펴보고, 외국인 관광객의 관광지 선택모형에 적합한 방법론을 도출하였다.

### 1. 관광지 선택행동

관광지는 일반적으로 관광자의 욕구충족을 위한 관광자원 및 시설들이 결합되어 있는 일정한 공간을 의미한다<sup>7)</sup>. 관광자의 관광지 선택행동은 관광객이 관광욕구를 충족하기 위하여 개인이나 집단의 제반환경에서 관광지의 정보를 처리하는 심리과정과 의사결정과정을 거쳐 관광지를 선택·방문하게 되는 일련의 행동과정으로 설명할 수 있다.

관광은 개인의 욕구충족에서 발생하는 목적지향적인 행동으로서, 이와 관련된 의사결정은 관광행동단계를 설명하는 과정으로 설명되어야 하는 바, 소비자행동론적인 관점에서 설명될 수 있다.<sup>8)</sup> 이러한 소비자의 의사결정과정을 통해 관광객의 선택행동에 대하여 살펴볼 수 있다.

이 때 소비자행동은 인간의 행위를 설명하여 주는 이론인 바, 관광객이 아닌 관광자로 표현하게 된다. 관광객은 경영학적 측면에서의 경제적 대상을 의미하여

7) 최용훈(2007), "관광지선택속성이 관광자만족과 재방문의도에 미치는 영향", 경기대학교 대학원 박사학위논문

8) 광노엽(1999), "관광지 속성의 선호도에 관한 연구-여름휴가지 선택행동을 중심으로-", 경기대학교 대학원 박사학위논문, p.10.

관광경영학적 관점에서 바라보는 견해이며, 관광자는 관광을 하는 주체로서, 인간의 행위를 연구목적으로 하는 관광사회심리학적 관점에서 보는 견해이다.

### 1) 관광자의 선택행동

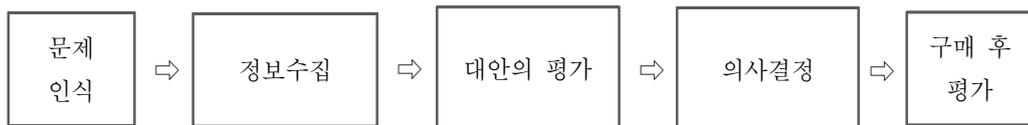
인간의 모든 활동은 선택과 관련되어 있으며, 관광 또한 이러한 선택행동을 포함하고 있다. 선택행동은 일반적으로 소비시장에서의 활동을 의미하며, 구매과정에 관여하는 관광자의 구매와 소비에 관련된 행동으로 두 개 이상의 대안 중에서 그 중요성에 하나를 선택하는 것을 의미한다.<sup>9)</sup>

관광자는 관광의 전 과정에 걸쳐 선택을 위한 의사결정과정을 실시하게 되며, 이러한 의사결정에 따라 관광지를 선택하는 등의 관광행동을 하게 된다.<sup>10)</sup> 이러한 관광자의 행동은 목적지향적인 소비행동의 한 형태로, 소비자 행동론적 관점에서 설명될 수 있다.

소비자 행동은 ‘경제적인 재화나 서비스를 획득하고 사용하는데 직접 관련된 행위 및 이러한 행위에 앞서 그것을 결정해주는 제반 결정과정’으로 정의될 수 있다<sup>11)</sup>. 소비자 행동은 몇 개의 개별적인 행위의 집합이 아닌 하나의 과정으로 설명되고 있다. 이러한 소비자 행동은 실제 구매행위 이전 구매의 욕구를 느끼기 시작하기 전부터 구매 이후의 행동까지 포함하여 설명하고 있다.

소비자 행동의 과정은 일반적으로 문제인식 단계, 정보수집 단계, 대안의 평가 단계, 의사결정 단계, 구매 후 평가 단계의 총 5가지 단계로 설명될 수 있다. 소비자 행동의 각 과정을 도식화하여 제시하면 <그림 2-1>과 같다.

<그림 2-1> 소비자 행동의 과정



자료: 유필화 외(2009), 『현대 마케팅론』, 서울: 박영사, p. 42

9) 금경호(2000), "관광호텔 관광자의 선택행동에 관한 연구", 관광경영학연구, 제 10호, p.26.

10) 박선주(1995), "패키지 여행목적지 선택에 있어 세분시장별 요인차에 관한 연구", 동아대학교 석사학위논문.

11) 박시사, 『관광소비자행동론』, 서울: 대왕사, p.17, 재인용

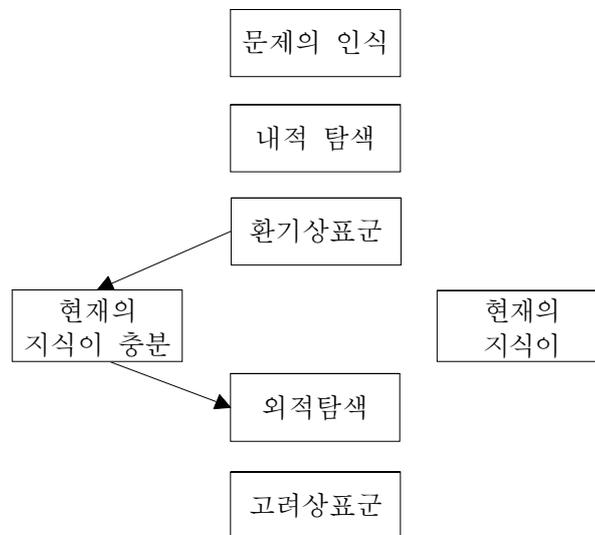
먼저 소비자의 구매과정은 소비자가 실제의 상태와 자기가 바라는 상태 간의 차이가 있다고 느낄 때 또는 외부에서의 자극에 의해 ‘문제를 인식’하는 것으로 시작하게 된다. 이러한 욕구의 인식이 소비자 구매의사결정과정을 유발시키는 동기가 되며, 이러한 욕구의 인식을 문제의 인식으로 이해할 수 있다.

이러한 욕구를 충족시키기 위하여 구체적인 대안을 선택하는 과정을 문제의 해결이라고 할 수 있다. 소비자가 문제를 인식하게 되면 이를 충족시키기 위한 제품이나 서비스를 내적탐색 또는 외적탐색을 통해 찾는 ‘정보수집’의 과정을 거치게 된다.

이러한 소비자의 정보수집은 크게 내적탐색과 외적탐색으로 구분될 수 있다. 여기서 내적 탐색이란 소비자 자신의 기억 속에 저장되어 있는 정보 중 의사결정에 도움이 되는 정보를 이끌어 내는 과정이며, 외적 탐색이란 자기의 기억 이외의 원천으로부터 정보를 이끌어 내는 과정을 의미한다.

내적탐색을 통해 만족스러운 정보를 습득하게 되면 소비자는 의사결정과정의 다음 과정을 실시하게 되고, 그렇지 않을 경우에는 외적탐색을 실시해 자신의 문제를 해결하기 위한 대안을 탐색하게 된다. 이러한 내적탐색과 외적탐색의 관계를 도식화하여 제시하면 <그림 2-2>와 같이 표현 될 수 있다.

<그림 2-2> 내적 탐색과 외적 탐색의 관계



자료: 유필화 외(2009), 『현대 마케팅론』, 서울: 박영사, p. 48

다음으로 정보수집 결과를 토대로 도출된 다양한 대안을 두고, 각 대안을 평가하는 과정인 ‘대안평가’ 과정을 거치게 된다. 먼저 각 대안을 평가하기 위한 몇 개의 기준을 설정한 후, 평가의 기준이 될 대안의 속성과 각각의 중요성을 정하고, 이를 토대로 대안간의 평가를 실시하게 된다.

이러한 소비자의 상표 평가과정을 설명하기 위한 다양한 이론이 있으나, 가장 널리 알려진 모형은 피쉬바인의 기대치모델이다. 피쉬바인의 기대치모델은 소비자 구매 결정과정 즉, 소비자의 욕구를 충족시켜 줄 수 있는 대안을 선택하는 과정 중 소비자가 탐색한 정보를 제품의 특성, 중요성, 상표 이민, 효용함수, 구매과정 등에 입각하여 최종적인 상표선택에 이르는 대체안을 선택하는 방법 중 하나이다.

구체적으로 소비자는 여러 대체적인 상품이나 브랜드를 평가할 때, 각 속성의 중요도에 따라 가중을 한 기대가치를 극대화하는 대상을 선택하는 평가를 하게 된다. 여기서 속성이란 해당 제품의 성격, 고유성, 특징 등을 의미한다. 특정 상품에 대한 태도는 특정 상품이 속성을 얼마나 만족시키는지에 대한 소비자의 신념평가에다, 소비자가 각 속성에 부여한 중요성의 정도를 곱하고, 특정 대체안을 평가할 때 소비자가 중요하다고 생각하는 제품 속성의 숫자만큼 누적합산하여 구하게 된다. 이를 식으로 표현하면 다음과 같다.

$$A_0 = \sum_{i=1}^n b_i e_i$$

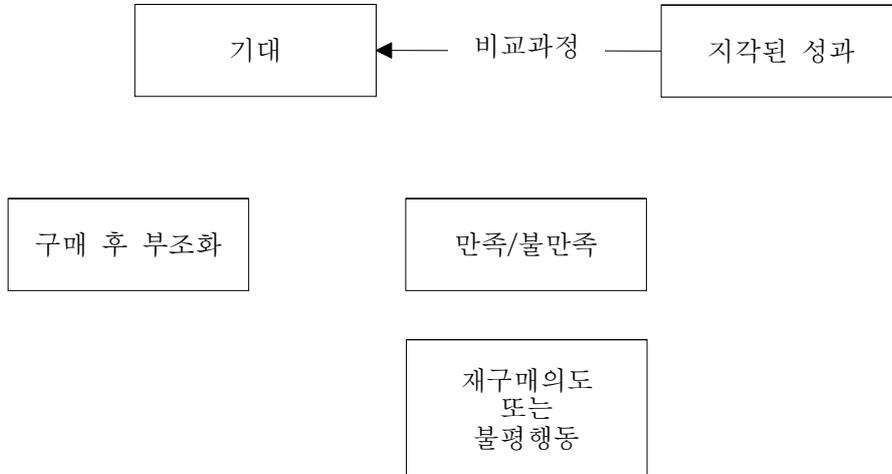
이 때  $I$ 는 속성을,  $A_0$ 는 대상에 대한 태도,  $b_i$ 는 속성  $I$ 에 대한 소비자 신념의 강도,  $e_i$ 는 속성  $I$ 에 대한 소비자의 평가,  $n$ 은 고려되는 부속속성의 수를 의미한다.

이러한 대안평가를 통해 소비자는 각 대안에 대한 선호도를 도출할 수 있으며, 이를 토대로 잠정적인 구매의도를 형성하게 된다. 이 때 예기치 못한 상황요인으로부터 영향을 받게 될 경우 잠정적인 구매의도와 실제 구매결과와는 차이가 발생할 수 있다.

소비자는 형성된 구매의도를 토대로 ‘구매행동’을 실시하게 되며, 이의 결과에 따라 만족 또는 불만족을 느끼게 된다. 이러한 만족 또는 불만족은 구매 전 소비자가 기대했던 효능과 구매한 제품 또는 서비스의 실제 효능과의 비교를 통해

결정되게 되며, 이는 소비자의 재구매 의사 등의 형성에 영향을 미치게 된다.  
 소비자의 구매 후 행동을 도식화하여 제시하면 <그림 2-3>과 같다.

<그림 2-3> 구매 후 행동과정



자료: 유필화 외(2009), 『현대 마케팅론』, 서울: 박영사, p. 53

앞서 제시하였듯이 관광에 있어서도 이러한 소비자 의사결정과정은 동일하게 적용된다. 그러나 관광자의 선택 행동의 경우, 일반 소비자의 선택행동과는 다른 특성을 가지고 있어 이에 대한 이해가 필요하다. 먼저 관광상품은 무형성, 생산과 소비의 동시성 등의 특성으로 인하여 소비자가 직접 체험하기 전까지는 확인이 불가능하며, 둘째, 고관여 상품 즉 소비자가 상품을 구매하기 전 많은 시간과 노력을 들여 선택행동에 깊게 관여하게 된다. 이와 함께 환경적인 영향요인, 즉 준거집단, 문화, 가족 등에 의한 영향이 일반 상품에 비해 크게 나타난다.

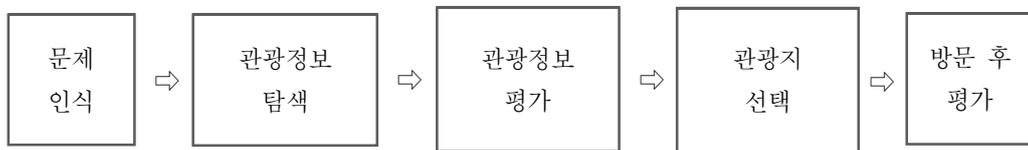
관광자의 선택행동은 소비자 행동과 같은 5단계의 과정을 거치는 것으로 설명되어져 왔다. 위의 과정에 비추어 이를 간략히 제시하면 다음과 같다.

관광자의 경우 관광욕구가 발생하게 되면 이를 만족시키기 위한 대안을 선택하기 위한 정보를 찾게 된다. 관광자의 정보탐색 과정은 소비자의 정보탐색 과정과 비교하여 과거의 경험 및 외적인 영향요인(언론매체 및 가족·친구 등의 구전)의 중요성이 더욱 강조된다.

이러한 정보원천을 통하여 관광욕구를 해소하기 위한 대안과 관련한 정보를 수집하고, 수집된 정보를 토대로 대안 간의 비교를 통하여 관광욕구를 충족시킬 수 있는지를 평가하게 된다. 이러한 평가과정에서 목적과 부합하는 대안을 찾게 되면 만족스러운 평가가 되며, 그렇지 않을 경우 정보탐색 과정을 다시 실시하게 된다.

최종적으로 선택된 대안의 효용이 기대했던 효용보다 클 경우 긍정적인 효과 즉 관광객의 인식을 강화시키게 되며, 작을 경우에는 관광자가 선호 등에 대해 조정을 하는 과정을 실시하게 된다.<sup>12)</sup> 관광자 선택 행동의 과정을 도식화하여 제시하면 <그림 2-4>와 같다.

<그림 2-4> 관광자 관광지 선택행동의 과정



자료: 이진영(2006), 관광위기가 관광지 선택행동에 미치는 영향에 관한 연구, 경희대학교 석사학위논문

12) Crompton, J. L.(1979), Motivations for pleasure vacation, Annals of Tourism Research, Vol.6 ; 임형순(1998)에서 재인용

## 2) 관광자의 관광지 선택

앞서 제시된 것처럼 관광자의 의사결정과정은 소비자 행동론적인 관점에서 살펴볼 수 있다. 관광객의 관광행동의 전반적인 과정에서 의사결정과정을 실시하게 되며, 이는 관광지를 선택하게 될 때에도 동일하다. 관광지에 대한 소비자의 이미지는 목적지의 속성에 대한 축적된 태도이다. 이러한 태도는 관광지에 대한 호의적 또는 비호의적으로 일관되게 반응하게 되는 성향으로 학습과 경험의 결과라고 할 수 있다<sup>13)</sup>.

관광자는 전에 방문한 경험이 없는 관광지의 속성에 대해서는 제한된 지식만을 가지게 되므로, 관광지에 대한 이미지는 관광지 선택에 영향을 미치는 중요한 요인이 된다. 관광지에 대한 이미지는 일반적으로 장소적 이미지를 의미하지만 제품의 속성인 목적지의 특징, 활동, 경험 등을 포함하게 된다. 이러한 관광지 이미지는 관광자의 관광지에 대한 인식정도, 태도, 기대감, 경험, 추억 등에 의해 비교되어 측정된다.

그러므로 관광지의 이미지는 관광지의 있는 그대로의 실제 모습이 아닌 관광자가 관광지에 대해 상각하는 바이며, 이러한 이미지는 관광자의 경험에 따라 달라지게 된다. 그러나 관광지의 선택은 단순히 관광자가 관광지에 대해 가지고 있는 이미지의 문제가 아닌 금전, 시간, 기타 요인에 의해서 바뀌게 된다.

이와 관련된 선행연구를 살펴보면 관광지 선택 시 여러 대상지를 후보지로 놓고 시간이 지남에 따라 점차 후보대상지를 줄여나가는 과정이 일어나는 것으로 설명되는 선택그룹모형이 주로 제시되고 있다<sup>14)</sup>. 이는 소비자 행동모델에서 보다 발전된 형태의 모형으로, 이의 대표적인 연구에는 Woodside & Lyonski(1989), Crompton(1992), 엄서호(1998) 등이 있다. 각각의 연구에서 제시된 관광지 선택 행동에 대한 설명을 구체적으로 제시하면 다음과 같다.

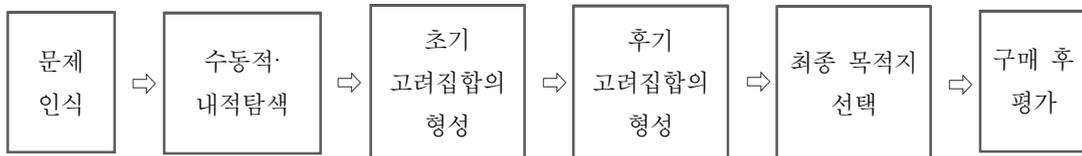
13) 임형순(1999), "당일관광 선택행동에 관한 연구: 네스티드로짓모형을 이용하여", 경기대학교 대학원 박사학위논문, p.14

14) 장호찬·라선아(2009), 『관광행동론』, 서울: 한국방송통신대학교출판부.

Woodside & Lysonski(1989)는 관광지를 선택하는 의사결정과정을 고려 대상지군(consideration set)과 거부된 대상지군(inept set), 실질적으로 고려되지 않는 대상지군(unavailable set)로 분류하여 선택과정을 살펴보았다.

Crompton(1992)은 관광객의 의사결정과정을 문제인식, 수동적·내적탐색, 초기 고려집합의 형성, 후기 고려집합의 형성, 최종 목적지 선택, 구매 후 평가의 6단계 단계로 재구성하여 제시하였다. 이 중 3~5단계인 ‘초기 고려집합의 형성’에서 ‘최종 목적지 선택’이 관광객의 관광지 선택과정에서의 핵심단계라고 제시하였으며, 수동적·내적 탐색 이후 초기 고려집합을 형성하고, 이를 토대로 능동적·외적 탐색을 통해 후기 고려집합 및 최종 목적지가 선택된다고 제시하였다<sup>15)</sup>. 이러한 과정을 도식화하여 제시하면 <그림 2-5>와 같다.

<그림 2-5> 관광객 의사결정의 6단계 모형



자료: 박선주(1995) 등의 연구를 참고하여 연구자 재구성

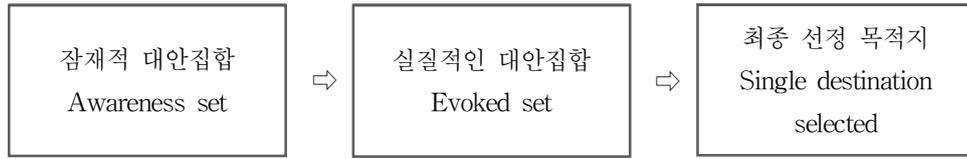
엄서호(1998)은 관광객이 관광지를 선택할 때 실시되는 의사결정이 잠재적 대안집합의 형성, 실질적인 대안집합의 형성, 최종 목적지 선정의 연속적인 3단계로 이루어진다고 하였다. 먼저 관광객의 외적인 상황변수에 제한받지 않고 선호하는 모든 관광목적지를 포함하는 잠재적인 대안집합(awareness set)을 형성하게 된다.

다음으로 형성된 잠재적인 대안집합으로부터 잠재관광객이 관광지를 선택하는데 있어 고려하는 대안목적지에 대한 선호도와 상황변수를 토대로 모든 대안목적지가 포함되는 실질적인 대안집합을 도출하게 된다. 마지막으로 실질적인 대안집합으로부터 관광지를 선정하게 된다<sup>16)</sup>. 이를 도식화하여 제시하면 <그림 2-6>과 같다.

15) 김화영(2006), “국내여행 목적지 선택요인 및 유형에 관한 연구”, 경기대학교 석사학위논문.

16) 엄서호(1998), 『관광레저연구』, 서울: 백산출판사

<그림 2-6> 관광지 선택의 3단계 과정



자료: 엄서호(1998) 등의 연구를 참고하여 연구자 재구성

### 3) 관광지 선택행동의 영향 요인

관광객은 학습과 경험에 따라 관광지의 속성(특징·활동·경험) 등과 관련하여 관광지에 대한 호의적 또는 비호의적으로 일관되게 축적된 태도를 가지고 있으며, 이는 관광지 선택 행동에 영향을 미치게 된다.

관광객의 관광지 선택행동은 관광객이 관광욕구를 충족시키고자 하는 욕망이 일정수준 이상 증대되어 이를 문제로 인식할 때부터 시작된다. 이러한 문제인식의 수준은 앞서 제시된 것처럼 개인의 특성 및 외적인 영향요인에 따라 달라지게 된다.<sup>17)</sup> 관광객은 동일한 관광경험 후에도 각자 다른 평가를 내리게 되는데 이는 개인의 사전경험이나 인식체계, 외부환경 등이 각각 다르기 때문이다. 이러한 이유로 관광객은 각기 다른 관광지 선택 행동을 보이게 되는 것이다<sup>18)</sup>.

관광지 선택행동에는 반드시 관광객의 관광동기가 영향을 미치게 되며, 이 둘은 불가분의 관계에 있다고 할 수 있다. 선택행동과 구매는 자발적인 욕구 및 욕구충족과 직간접적으로 연결되는 바, 관광동기는 관광행동 분석에서 원초적인 접근방법의 하나로 이용되고 있다. 그러나 관광행동유발에는 한 가지 이상의 동기가 작용하게 되므로, 서로 상반되는 동기가 작용할 때 어떠한 동기가 영향력이 더 큰지에 대한 분석이 어렵고, 동기와 행동이 상반되는 경우와 같이 의사결정과정에 따라 추구하는 방향이 다르게 나타날 수 있다.

또한 관광지의 속성이 관광지를 선택하는데 영향을 미치게 된다. 관광지 속성이란, 관광지 내에서 관광객이 보고 느끼고 경험하는 것으로서 관광과 관련된 물리적, 사회적 그리고 행동적 특성을 의미한다. 관광객은 관광지를 선택함에 있어

17) 콰노엽, 상계서, pp.15~18, Assael(1984) 재인용

18) 콰노엽, 전계서

대안이 되는 관광지의 속성을 비교하고 평가하여 관광지를 선택하고 관광활동을 실시하게 된다.

Matjison & Wall은 관광객의 의사결정에 이미지의 영향력을 고려하여 그 과정을 관광욕구의 지각, 정보수집 및 평가, 관광의사결정, 준비와 경험, 관광만족의 평가 단계로 구분하였으며, 김성혁은 관광구매결정을 욕구나 욕망에 대한 인식, 정보탐색, 상품가치의 부여, 구매결정, 구매경험 및 평가 등의 5가지 과정으로 구분하여 설명하고 있다.<sup>19)</sup>

이와 같이 관광객은 의사결정과정을 통하여 관광지를 선택하게 되며, 각 의사결정과정에는 개인적·사회적·문화적 요인 등이 영향을 미치게 된다. 관광지 선택에 영향을 미치는 요인들에 대한 선행연구를 살펴보면 다음과 같다.

먼저 관광지 선택에 관한 선행연구로 한상일(1987)은 국내관광지의 목적지 선택 성향을 인구통계학적 변수와 사이코그래픽스의 실상을 적용하여 실증적으로 검증하였는데, 관광객의 성별, 연령, 소득 등과 그들의 심리적 차이에 따라 목적지 선택이 달라진다는 것을 밝혀냈다<sup>20)</sup>.

이미혜(1987)는 관광객들의 개성에 따라 인구·사회학적 변수를 추출하여, 이 변수가 여행행태의 결정에 어떤 영향을 미치는가에 대해 규명하였다. 그 결과 관광객들의 개성과 인구·사회변수 간에는 서로 밀접한 상관관계가 있음을 알아내고, 이 변수가 관광여행행태 결정에 중요한 영향을 미친다는 사실을 밝혀냈다<sup>21)</sup>.

오남삼(1991)은 서귀포의 주민들을 대상으로 관광행동과 동기 및 관광의식에 대해 연구를 하였는데, 연구결과로 서귀포 주민은 사회계층에 따라 동기 및 의식의 차이가 뚜렷이 나타났으며, 특히 적극적 동기 의식을 갖고 있는 주민들은 자연관광지를 선호하고 있고, 공간이식이 넓고 관광자원 의식이 강하면서도 관광영향의식에서는 비판적인 성향을 보여 주고 있다고 하였다<sup>22)</sup>.

---

19) 김성혁(1992), 『관광마케팅론』, 서울: 대왕사

20) 한상일(1987), “국내관광자의 여행목적지 선택성향에 관한 실증적 연구: 설악산과 경주방문관광자를 중심으로”, 한양대학교 석사학위논문.

21) 이미혜(1988), “관광여행자의 개성이 관광여행 행태결정에 미치는 영향연구”, 경기대학교 석사학위논문.

22) 오남삼(1991), “관광지 주민의 관광행태에 관한 연구: 서귀포시를 사례지역으로 하여”, 서울대학교 박사학위논문.

박현정(1993)은 복합변수지표를 사용하여 관광행태를 연구하였는데, 이 연구는 미국 인구통계국의 SES 지표에 따라 조사대상자를 상층, 중상층, 중하층, 하층의 네 계층으로 분류하고, 사회계층과 관광의 사회·심리적 요인과의 상관성을 밝혔다. 그 결과 상층은 관광이 건문확대와 도전의 욕구 및 에너지 재충전의 욕구를 충족시켜줄 것으로 지각하고 있으며, 반면에 하층은 다른 계층에 비해 관광에 대한 기대나 관광이 가져온 편익에 대한 부정적인 평가가 높았다<sup>23)</sup>.

송영철(2002)은 관광객의 사회·경제적 특성과 거주지의 특성에 따라 나타나는 관광행태의 차이점을 조사하고, 그 원인을 규명하였다. 그 결과 사회·경제적 특성 중에서 관광행태에 가장 크게 영향을 주는 요인은 교육수준이고, 그 다음은 직업이며, 소득수준은 그 영향력이 가장 낮은 것으로 조사되었다. 또한 관광행태는 사회, 문화, 경제, 교육 등 다양한 사회·경제학적 요인과 도시와 농촌, 생활권역 등의 거주지 유형에 따라 크게 차이점을 보이고 있다는 점을 밝혀냈다<sup>24)</sup>.

이은수(2006)는 인바운드 여행자들이 목적지에서 선호하는 관광활동의 유형을 세분화하소, 이에 영향을 미치는 요인과 영향정도를 평가하였다. 그 결과, 성별 등의 인구통계학적 변수와 방문경험, 동반유형, 여행동기, 관광활동에 대한 지불의사 등이 영향을 미치는 변수로 분석되었다<sup>25)</sup>.

관광객의 관광지 선택 행동과 관련하여 선행연구의 연구방법과 여기서 제시된 관광지 선택 행동에 영향을 미치는 요인을 정리하여 제시하면 <표 2-1>과 같다.

23) 박현정(1993), “사회계층과 관광행태의 상관성에 관한 연구”, 관광품질시스템연구, 관광품질시스템학회.

24) 송영철(2002), “관광자의 거주지 특성에 따른 관광행태 연구”, 한국지역지리학회지, 한국지역지리학회.

25) 이은수(2006), “인바운드여행자의 목적지 관광활동 선호도의 결정요인 분석”, 호텔경영학연구, 한국호텔외식경영학회.

<표 2-1> 관광지 선택 관련 선행연구 내용 및 영향 요인

연구자	연구방법	영향요인
한상일(1986)	국내관광지의 목적지 선택성향을 인구통계학적 변수와 사이코그래픽스의 실상을 적용하여 실증적으로 검증	관광객의 성별, 연령, 소득 등과 심리적 차이
이미혜(1987)	관광객들의 개성에 따라 인구·사회학적 변수를 추출하여 관광객들의 개성과 관광 여행 형태 결정에 미치는 영향을 분석	관광객들의 개성 및 인구·사회학적 변수
오남삼(1991)	서귀포시 주민들을 대상으로 관광행동과 동기 및 관광의식에 대하여 분석	사회계층, 동기의식 정도
박현정(1993)	복합변수지표를 활용하여 관광행태 분석, 미국 인구통계국의 SES지표를 기준으로 대상자를 계층화하여 분석	사회계층, 사회심리적 요인
송영철(2002)	관광객의 사회·경제적 특성과 거주지의 특성에 따라 나타나는 관광행태의 차이점 분석	교육수준, 거주지 유형 등의 사회·경제적 특성
이은수(2006)	인바운드 여행자의 목적지 관광활동 선호도를 결정하는 영향요인 분석	인구통계학적 변수, 지리적 변수, 동기

자료: 선행연구를 참고하여 연구자 재구성

선행연구를 고찰한 결과, 관광지 선택에 영향을 미치는 영향요인 중 개인적인 요인 즉 인구통계학적 변수 및 개인적 특성, 동기 등을 주로 이용하고 있음을 알 수 있었다. 앞서 살펴보았던 관광객의 관광지 선택행동 이론에서 제시된 것처럼 관광객의 개인적 특성과 외적인 변수(소득수준 등)가 관광객의 관광지 선택행동에 유의하게 영향을 미치는 것이라는 결과가 나타났다.

본 연구의 목적인 제주지역 방문 중국 관광객의 관광지 선택 모형을 개발하기 위하여 관광지 선택에 영향을 미치는 요인인 인구통계학적 변수 및 개인적 특성을 독립변수로서 사용하고자 한다. 특히 모형은 변수선정에 있어 측정의 간편성 및 관련 정보수집이 원활히 이루어질 수 있어야 하는 점 등을 고려하여야 하는 바, 인구통계학적 변수 및 개인적 특성을 선정하는 것이 적합하다고 판단된다.

이에 앞서 제시된 송영철(2002), 이은수(2006) 등의 연구를 토대로 연령·성별·소득수준·교육수준·직업군, 지리적 변수 등의 인구통계학적 변수와 개인의 성향, 여행경험, 여가시간 등의 개인적 특성을 독립변수로 활용하고자 한다.

본 연구에서 관광객의 관광지 선택에 영향을 미치는 요인을 선정한 결과는 <표 2-2>와 같으며, 각 변수의 측정방법 및 조작적 정의에 대해서는 4장(연구설계)에 구체적으로 제시하고자 한다.

<표 2-2> 관광지 선택 영향요인 도출 결과

분류	영향요인	선행 연구
인구통계학적 변수	성별, 연령, 결혼여부, 거주지역, 직업, 학력, 월평균 가구소득	송영철(2002), 이은수(2006) 등
개인적 특성	개인의 성향, 여행경험, 여가시간	

자료: 선행연구를 참고하여 연구자 재구성

## 2. 관광활동과 관광지 유형

본 연구의 목적인 제주 방문 중국 관광객의 관광지 선택 모형을 개발하기 위하여, 먼저 모형의 종속변수인 관광지의 개념을 명확히 하고, 이를 토대로 관광지를 유형화하였다. 이와 함께 관광객의 관광지 선택과 관련한 선행연구 고찰을 통해 관광지 선택에 영향을 미치는 요인들을 도출하였다.

먼저 관광지란 일반적으로 관광이라는 행위가 이루어 질 수 있도록 하는 일정한 공간이라 할 수 있다. 즉 관광이라는 서비스가 생산·소비되기 위해서는 이러한 행위가 이루어질 수 있도록 하는 공간을 필요로 하며<sup>26)</sup>, 이러한 공간을 관광지라고 할 수 있는 것이다. 이의 개념은 다양한 연구를 통하여 체계적으로 성립되어 왔다.

전통적으로 관광지는 국가 및 도시, 도서 등의 지리적 영역으로서 간주되어 왔으나<sup>27)</sup>, 최근에는 관광객의 주관적인 입장에서 해석될 수 있는 지각적인 개념으로 이해되고 있다<sup>28)</sup>. 즉 단순히 관광자원이 소재하고 있는 지역이 아닌 관광객의 입장에서 관광욕구를 충족시킬 수 있는 공간을 관광지로서 이해하고 있는 것이다.

먼저 국외학자들의 경우에는 관광지를 관광객의 관광동기를 충족시킬 수 있는 공간<sup>29)</sup>, 관광객이 일종의 인지된 매력을 경험하기 위하여 방문해 일정 기간 머무는 장소 또는 관광객들이 요구하는 서비스시설과 더불어 수많은 매력물들을 포함하고 있는 지역으로 정의하고 있다<sup>30)</sup>. 국내학자들의 경우에는 관광객의 관광동기를 충족시킬 수 있는 공간으로 이를 위한 관광자원과 각종 제반시설이 갖추어진 지역으로 정의하고 있다<sup>31)</sup>.

선행연구 고찰 결과, 학술적 개념의 관광지는 관광객, 관광동기, 관광자원, 공간 등의 개념을 이용하여 정의되고 있는 것으로 나타났다. 국내외 학자들의 관광지에 대한 정의와 그의 주요 개념들을 정리하여 제시하면 다음 <표 2-3>와 같다.

26) 박석희(2002), 『신관광자원론』, 서울: 일신사, pp.69-73

27) Hall, T.(1998), Urban Geography, Routledge, pp.110-111

28) Buhalis. D.(2000), Marketing the Competitive Destination of Future, Tourism Management, 21(1): pp.97-116

29) Gunn(1979), Tourism Planning, Crane Russak, pp.312-332

30) Ian Kelly&Tony Nankervis(2001), Visitor Destination, John Wiley&Sons.

31) 이장춘(1997), 『최신 관광자원학』, 서울: 대왕사

<표 2-3> 관광지의 개념

학자	정의	주요 개념
Gunn(1979)	관광객의 관광동기를 충족시킬 수 있는 공간	관광객, 관광동기, 공간
Mill&Morrison(1985)	관광 공급요소인 매력물, 시설, 하부구조, 교통, 환대로 구성된 지역	관광자원, 서비스, 공간
Hu&Ritchie(1993)	관광 시설물과 서비스의 패키지로 구성된 지역	관광자원, 서비스, 공간
Leiper(1995)	관광객이 인지된 매력을 경험하기 위해 찾아가 일정기간 머무는 장소	관광객, 공간
Manning& Douugherty(2000)	지리적·문화적 여건이 조화되어 형성된 지역	관광자원, 공간
Kelly& Nankervis(2001)	관광객들이 요구하는 서비스시설과 더불어 수많은 매력물들을 포함하고 있는 지역	관광객, 관광자원, 공간
Kozak(2004)	관광객들이 방문하도록 동기와 자극을 유도하는 다양한 관광상품이 소재하고, 동시에 제공되는 지역	관광객, 관광동기, 관광자원, 공간
이장춘(1997)	관광객의 관광동기를 충족시킬 수 있는 공간으로 이를 위한 관광자원과 각종 제반시설이 갖추어진 지역	관광객, 관광동기, 관광자원, 공간
박석희(2000)	관광객의 관광욕구를 충족시키면서 일정기간 체재하는 지역, 한 가지 이상의 관광자원을 가지고 있으며, 이의 이용가치를 제고하기 위한 제반시설이 설치되어 있으며, 정보제공 서비스가 제공되는 일정한 공간	관광객, 관광욕구, 관광자원, 공간
고광희(2008)	지역의 구성요소로 이루어진 지역 중 관광객 본인이 관광 목적으로 방문하는 지역	관광객, 관광목적, 공간

자료: 고광희(2008) 등의 연구를 참조하여 연구자 재구성

법률적 개념으로의 관광지는 학술적인 개념의 관광지보다 협의의 개념으로 정의되고 있다. 우리나라의 경우 1986년 관광진흥법이 제정되면서 ‘자연적 또는 문화적 관광자원을 갖추고 있어 관광 및 휴양에 적합한 지역’으로 관광지를 처음 규정하였으며, 이 후 1994년 관광진흥법의 개정에 따라 관광객이 이용할 수 있는 편의시설의 개념을 포함하여 현재는 ‘자연적 또는 문화적 관광자원을 갖추고 관광객을 위한 기본적인 편의시설을 설치하는 지역’으로 정의되고 있다.

이러한 관광지의 학술적 개념 및 법률적 개념을 토대로 본 연구에서는 관광지를 관광객의 관광욕구를 충족시킬 수 있는 공간으로, 관광자원과 관광활동을 위한 제반시설을 갖추고 있는 일정한 지역으로 정의하고자 한다.

#### 1) 관광활동의 종류 및 유형

본 연구의 목적은 관광지 선택 모형을 개발하는데 있으며, 이 때 관광지의 유형을 관광지 내 관광자원의 특성 및 관광객의 관광지 선택 목적 등을 감안하여 관광활동을 기준으로 유형화하고자 하는 바, 이를 구체적으로 제시하고자 한다.

일반적으로 관광객이 관광지에서의 경험하는 활동이 다양하고, 선호하는 관광 유형이 다양하게 나타나는 이유는 의사결정과정에서 비교평가에 영향을 미치는 요인들이 상호복합적으로 작용하기 때문이며, 나아가 관광상품은 여행객의 개인적이고 주관적인 경험을 바탕으로 이루어지기 때문이다.

관광활동의 분류는 연구자 및 연구목적에 따라 다르게 제시되고 있으며, 명확한 기준은 성립되어 있지 않다. 이는 관광활동이 상호간에 유사한 특성을 가지고 있기 때문이며, 관광활동을 유형화하기 위한 기준도 다양하게 제시되기 때문이다. 관광활동의 종류 및 유형과 관련한 선행연구를 제시하면 다음과 같다.

먼저 국외연구로는 Wahab(1975), Eperson(1977), Smith(1989) 등이 있으며, 이들 연구에서 제시된 관광활동의 유형에 대하여 구체적으로 제시하면 다음과 같다.

Wahab(1975)은 관광활동을 문화관광, 레크레이션 관광, 스포츠 관광, 보양관광, 컨퍼런스 관광으로 분류하였으며, Eperson(1977)은 참여유형에 따라 관람활동, 야외행락·오락활동, 참여활동, 장비이용 스포츠활동, 휴양활동 5가지로 분류하였다. Smith(1989)는 Wahab(1975)의 분류에 민족관광, 역사관광, 환경관광을 추가하였다<sup>32)</sup>.

국내연구로는 신현호(1995), 이은수(2006), 구자혁·이상건(2007), 이채은(2010) 등이 있으며, 이에 대하여 구체적으로 제시하면 다음과 같다.

32) 홍원식(2010), “제주지역 어촌방문객의 관광동기에 따른 관광활동에 관한 연구”, 제주대학교 석사학위논문, 재인용.

먼저 신현호(1995)는 관광활동을 자연경관 감상, 문화유적지 및 전적지 방문, 민속·사회행사 참관, 레저·오락활동, 휴양·보양 등으로 분류하였다.

이은수(2006)은 관광활동 선호도 결정요인을 6개 요인분석으로 나누었으며, 관광활동을 아웃도어 활동, 역사적인 유적지 방문, 쇼핑과 음식, 휴식과 엔터테인먼트 활동, 문화적인 체험 등으로 분류하였다. 구자혁·이상건(2007)은 선호하는 관광활동에 대해 4개의 요인분석으로 나누었는데, 유흥오락, 스포츠 활동, 자연 및 휴식활동, 민속 및 향토문화 체험활동, 야외체험활동 등으로 구분하였으며, 이채은(2010)은 선호 관광활동 요인을 휴양추구형, 목적추구형, 성취추구형으로 나누어 고찰하였다.

국외 및 국내연구에서 관광활동의 유형 등에 대하여 제시된 내용을 정리하여 제시하면 <표 2-4>와 같다.

<표 2-4> 관광활동의 종류 및 유형

구분		관광활동 유형
국외	Wahab(1975)	문화관광, 레크레이션 관광, 스포츠 관광, 보양관광, 컨퍼런스
	Eperson(1977)	관람활동, 야외행락·오락활동, 참여활동, 장비이용 스포츠활동, 휴양활동
	Smith(1989)	Wahab(1975)의 분류에 민족관광, 역사관광, 환경관광 추가
국내	신현호(1995)	자연경관 감상, 문화유적지 및 전적지 방문, 민속·사회행사 참관, 휴양·보양
	이은수(2006)	아웃도어 활동, 역사적 유적지 방문, 쇼핑과 음식, 휴식 및 엔터테인먼트, 문화적 체험
	구자혁·이상건(2007)	유흥오락, 스포츠 활동, 자연 및 스포츠 활동, 자연 및 휴식활동, 민속 및 향토문화 체험, 야외 체험
	이채은(2010)	휴양추구형, 목적추구형, 성취추구형, 소비추구형

자료: 선행연구 등을 참고하여 연구자가 제작성

## 2) 관광지의 유형

관광지는 다양한 자원 및 시설, 서비스 등으로 구성되는 다차원적인 속성을 가지고 있어, 다양한 접근방법에 따라 그 유형이 매우 다양하게 분류될 수 있다<sup>33)</sup>.

대표적으로 관광지를 유형화하는 기준은 관광자원의 성격 및 유형, 이용상태, 입지 등이 이용되고 있다<sup>34)</sup>. 본 연구에서는 연구의 목적을 달성하기 위하여 일정한 기준으로 관광지를 유형화하는 과정이 요구되는 바, 본 연구의 목적을 감안하여 관광지를 유형화하였다.

### (1) 관광지의 유형

앞서 제시하였듯이 관광지는 접근방법에 따라 다양하게 분류되고 있으며, 대표적인 분류로는 공간의 구성, 관광자원의 유형 및 성격, 이용행태, 입지, 수명주기 등을 들 수 있다<sup>35)</sup>. 각 분류별 관광지 유형의 예시를 제시하면 <표 2-5>와 같다.

<표 2-5> 관광지 유형 분류 및 예시

구분	관광지 유형 예시
공간구성별 분류	광장형, 평행형, 미로형, 편도형, 자연형, 산장형, 유원지형 등
관광자원 유형별 분류	산악관광지, 수변관광지, 도시관광지, 도서관광지 등
관광자원 성격별 분류	자연관광자원 의존형, 인문관광자원 의존형, 관광시설자원 의존형
이용행태별 분류	방문자 수에 따른 분류, 이용시간에 따른 분류, 시장에 의한 분류 등
입지별 분류	이용자 중심형 관광지, 중간형 관광지, 자원중심형 관광지 등
수명주기별 분류	태동형(발아형), 발육형, 개발육성기형, 성숙형, 쇠퇴형, 변모형, 확장변영형 등

자료: 이장훈(1997), 박석희(2002) 등을 참고하여 연구자 재구성

33) 김정준(2009), “관광지 유형에 따른 관광동기, 관여도와 관광매력성 연구”, 경기대학교 박사학위 논문

34) 박석희(2002), 전제서

35) 오상훈(1993), “관광자의 성격과 관광목적지의 관계에 관한 연구”, 한양대학교 박사학위 논문, p. 57

관련 선행연구에서는 해당 연구의 목적에 비추어 다양한 접근방법 중 한 가지를 선택하여 적용하고 있다. 본 연구와 같이 관광객의 선택행동과 관련된 선행연구의 경우, 관광자원의 유형 및 성격, 관광지 내 활동의 유형, 관광목적에 이용하여 관광지를 유형화하고 있다. 관광지 유형화와 관련한 선행연구를 구체적으로 제시하면 다음과 같다

이장춘(1997)은 관광지 유형을 관광자원의 성격 및 관광지역의 성격, 관광지의 규모, 관광지의 생명주기, 관광시장거리, 체제기간, 이용시기, 기후와 계절, 개발주체 및 관광자의 관광목적에 따라 분류하였다.

이환태(1997)는 관광목적 및 관광활동의 유형에 따라 휴식 및 위락 관광형, 문화 및 역사체험형, 인증 및 대인관계형, 회의운동전람회 참여형, 기타로 분류하였다<sup>36)</sup>.

임형순(1999)은 관광목적지와 특정 관광활동과 결합하는 선택과정 및 확률적 선택관계를 살펴보기 위하여 한국관광공사의 국민여행실태조사(1996)의 자료를 이용하여 관광지를 유원지형 관광자원, 산악형 관광자원, 호수·해안형 관광자원으로 구분하였다<sup>37)</sup>.

조장현·권중현(2004)은 유럽관광의 매력속성에 대하여 고찰하고, 여행 이전과 이후의 만족 등을 살펴보기 위하여 관광지를 위락·체험형, 휴양·휴식형, 환경·환대형, 복합형, 가치추구형으로 분류하였다<sup>38)</sup>

고계성(2006)은 관광목적지 유형에 따른 매력성 평가의 차이를 검증하기 위하여 관광지를 자연중심형 관광지, 문화중심형 관광지, 인공중심형 관광지로 구분하였다<sup>39)</sup>.

김수원·권문호·곽영대(2007)는 관광지 유형에 따른 관광정보원천에 대한 연구를 실시하였으며, 관광지를 관광자의 목적에 따라 관광형 관광지, 휴양·휴식형 관광지, 복합형(관광+휴양) 관광지로 분류하였다.

36) 이환태(1997), “관광유형별 해외관광지 선택요인의 중요도와 만족도에 관한 연구”, 계명대학교 경영대학원 석사학위논문.

37) 임형순(1998), 전게서.

38) 조장현·권중현(2004), “유럽관광지 매력속성의 기대수준과 만족수준 평가 및 재방문·추천과의 관계 연구”, 관광연구, 제19권. 대한관광경영학회.

39) 고계성(2006), “관광목적지 유형에 따른 매력성 평가에 관한 연구”, 제주대학교 박사학위논문..

이채은(2010)은 개인가치에 따른 관광선호유형의 차이분석을 위하여 관광활동의 유형에 따라 휴양추구형, 목적추구형, 성취추구형, 소비추구형 관광지로 분류하였다.

선행연구를 살펴본 결과, 연구의 목적에 따라 관광활동을 세분화하는 연구가 주로 이루어졌으며, 그 기준으로는 관광객의 관광지 내에서의 행동 및 관광목적(동기) 등을 사용한 것으로 나타났다.

관광지 유형화와 관련한 선행연구를 제시하면 <표 2-6>와 같다.

<표 2-6> 관광지 유형화 관련 선행연구

연구자	유형화 결과	대상
이환태(1997)	휴식 및 위락 관광형, 문화 및 역사체험형, 인증 및 대인관계형, 회의운동전람회 참여형, 기타	관광목적 관광활동
임형순(1999)	유원지형 관광지, 산악형 관광지, 호수·해안형 관광지	관광자원
조장현·권중현 (2004)	위락·체험형, 휴양·휴식형, 환경·환대형, 복합형, 가치추구형	관광활동
고계성(2006)	자연중심형 관광지, 문화중심형 관광지, 인공중심형 관광지	관광자원
김수원·권문호·곽영 대(2007)	관광형, 휴양 및 휴식형, 복합형	관광목적
이채은(2010)	휴양추구형, 목적추구형, 성취추구형, 소비추구형	관광목적

자료: 선행연구들을 토대로 연구자 재구성

본 연구의 경우, 관광객의 관광지 선택행동을 분석하기 위한 모형을 개발하는데 그 목적이 있는 바, 관광지 내에서 이루어지는 관광활동의 종류에 따라 관광지를 유형화하고자 한다. 또한 본 연구는 제주 방문 중국 관광객을 대상으로 실증분석을 실시하고, 시사점을 도출하는데 그 목적이 있는 바, 한국관광공사에서 실시한 외국인 관광객 실태조사에서 제시되어 있는 관광활동 분류를 토대로, 이장춘(1997), 조장현·권중현(2004), 이채은(2010) 등의 연구를 참고하여 다음과 같이 관광지를 유형화하고자 한다.

한국관광공사의 외래관광객 실태조사에서는 관광지 내에서의 활동을 조사하기 위하여 쇼핑, 식도락관광, 온천, 스파, 휴양 및 휴식, 미용관광, 의료관광, 유흥 및 오락, 카지노, 테마파크 등으로 관광활동을 유형화하고, 관광객의 각각 활동에 대한 선호 등을 조사·발표하고 있다.

이와 같은 연구 등을 토대로 본 연구에서는 관광지를 크게 체험지향형 관광지, 관람지향형 관광지, 소비지향형 관광지, 건강지향형 관광지, 오락지향형 관광지의 크게 5가지로 관광지 유형화 기준을 설정하였다. 각각에 대한 정의 등은 선행 연구 및 관광지 내 관광활동을 중심으로 제시하였다.

먼저 체험지향형 관광지는 관광자원의 성격상 관광객이 직접적으로 참여하는 활동을 통해 특정한 경험을 얻는 관광지를 의미하며, 크게 자연체험 활동, 문화 체험활동, 레저활동 등이 포함된다. 구체적으로 체험지향형 관광지는 트레킹 등의 자연체험 활동, 골프 등의 육상레저 활동, 스킨스쿠버 등의 해양레저 활동, 행글라이딩 등의 항공레저 활동, 식도락 체험 등의 문화체험활동 등이 이루어지는 관광지로 정의하였다.

다음으로 관람지향형 관광지는 관광자원의 성격상 관람활동을 통하여 특정한 경험을 얻을 수 있는 관광지를 의미하며, 자연경승지 관람, 문화유적지 관람, 박물관 등 관람, 산업시설 시찰, 문화·예술·공연, 종교성지 관람 등이 포함된다.

다음으로 소비지향형 관광지는 기념품 및 면세품 등의 구입활동이 주로 이루어지는 관광지를 의미하며, 면세점, 쇼핑센터, 지역전통시장, 기념품판매점, 대형마트 등이 포함된다. 소비지향형 관광지의 경우 관광지의 분류 상에서는 포함되지 않으나, 최근 실제 관광객들이 기념품 등을 구매하기 위하여 많이 방문하고 있는 대형마트 및 전통시장 등을 범주에 포함시켰다.

다음으로 건강지향형 관광지는 개인의 건강 등의 회복을 목적으로 하는 활동이 주로 이루어지는 관광지를 의미하며, 마사지사·스파, 건강검진, 명상·휴식 등을 포함하였다. 건강지향형 관광지 또한 관광지의 범주 내에는 포함되지 않으나, 관광객의 방문이 주로 이루어지고 있는 바, 관광지로 포함하였다.

마지막으로 오락지향형 관광지는 카지노, 경마 등의 오락활동을 경험할 수 있는 관광지를 의미하며, 카지노, 경마장이 포함되었다. 중국인의 경우 도박문화가 놀이문화의 한 종류로 활성화되어 있으며, 이를 목적으로 하는 관광 또한 많이

이루어지고 있어 본 연구의 관광지 유형 범주에 포함하였다.

관광지 유형화와 관련한 선행연구 등을 토대로 관광지를 유형화한 결과 및 해당 관광자원·활동을 구체적으로 제시하면 다음 <표 2-7>과 같다.

<표 2-7> 관광지 유형화 결과

분류	해당 관광자원	참고문헌
체험지향형 관광지	야외위락, 레저스포츠, 테마파크, 축제 등	한국관광공사(2010), 임형순(1999), 전영록(2009), 이채은(2010) 등
관람지향형 관광지	지역문화, 공연, 박물관, 산업시설 등	
소비지향형 관광지	쇼핑, 식도락 관광, 카지노, 유흥·오락 등	
건강지향형 관광지	의료관광, 온천·스파, 미용관광, 단순 휴양 등	
오락지향형 관광지	카지노, 경마장	

## (2) 제주지역 관광지의 유형화

여기에서는 앞서 설정한 관광지 제주특별자치도관광협회 및 제주특별자치도 관련 자료를 토대로 제주지역 내 관광지 현황에 대하여 제시하고, 이를 앞서 설정된 관광지 유형에 따라 분류하여 일부 예시를 제시하고자 한다.

2012년 현재 제주지역에는 관광지로서 등록된 곳이 143개소가 존재하고 있으며, 이는 도·행정시 등이 관리하는 공설 관광지(53개소)와 개인이 관리하는 사설 관광지(90개소)로 나뉜다.

공설 관광지에는 주로 한라산·만장굴·수월봉·섬지코지 등의 자연경승지, 목관아·제주추사관 등의 문화유적지, 국립제주박물관·제주해녀박물관 등의 박물관, 도립공원(우도, 추자 등)이 포함되어 있으며, 이를 구체적으로 제시하면 <표 2-8>과 같다.

<표 2-8> 제주지역 내 공설 관광지 현황

구분	관광지 예시	관리권자
자연경승지	한라산, 만장굴, 용연(용두암), 수월봉, 신비의 도로, 외돌개, 섬지코지, 돈내코, 안덕계곡, 천제연 폭포, 천지연 폭포, 정방폭포, 주상절리대 등 20개소	문화체육관광부, 제주특별자치도 교육청, 제주해양관리단, 제주특별자치도 등
문화유적지	제주목관아, 삼양동 선사유적, 중국 피난선, 항몽유적지 등 7개소	
박물관 등	국립제주박물관, 교육박물관, 제주도립미술관, 민속자연사박물관 등 16개소	
기타 (도립공원 등)	우도등대, 국제평화센터, 제주4·3평화공원, 제주돌문화공원 등 10개소	

자료: 제주특별자치도(2012), 주요 행정총람 문화관광스포츠 분야

사설 관광지의 경우에는 산굼부리 등의 자연경승지, 삼성혈 등의 문화유적지, 제주러브랜드·전쟁역사박물관·테지움 등의 박물관, 이외에 한림공원, 금능석물원 등이 포함되어 있으며, 이를 구체적으로 제시하면 다음 <표 2-9>와 같다.

<표 2-9> 제주지역 내 공설 관광지 현황

구분	관광지 예시	관리권자
자연경승지	산굼부리 1개소	개인사업자
문화유적지	삼성혈, 제주민속촌 등 2개소	
박물관 등	제주러브랜드, 전쟁역사박물관, 테지움, 유리의 성, 돌거북이수석박물관, 프시케월드 등 65개소	
기타(공원 등)	제주경마공원, 한림공원, 방림원, 김녕미로공원, 제주공룡랜드, 제주돌마을공원 등 22개소	

자료: 제주특별자치도(2012), 주요 행정총람 문화관광스포츠 분야

이외에 관광객 등이 기념품 등을 구입할 수 있는 외국인전용관광기념품판매점(29개소), 면세점(5개소), 전통시장 및 상점가(14개소), 관광기념품판매점(126개소) 등과 카지노(8개소), 오름(368개) 등의 관광지가 존재하고 있으며, 이를 구체적으로 제시하면 <표 2-10>와 같다.

<표 2-10> 제주지역 내 관광지 현황

구분	관광지 예시	개소 수
공설 관광지	한라산, 만장굴, 용연(용두암), 수월봉, 신비의 도로, 외돌개, 섭지코지, 돈내코 등	53개소
사설 관광지	산굼부리, 삼성혈, 제주민속촌, 제주러브랜드, 전쟁역사박물관, 테지움, 유리의 성, 돌거북이수석박물관 등	90개소
면세점 등	외국인전용관광기념품판매점, 면세점, 전통시장 및 상점가, 관광기념품판매점 등	174개소
카지노	더호텔 카지노, 칼호텔 카지노 등	8개소
골프장	회원제 골프장, 정규대중골프장, 일반대중골프장 등	40개소
관광유람선업	퍼시픽랜드(주), (주)제주유람선, (주)화영 등	7개소
관광공연장업	제주관광공연장, 영농조합법인 범영관광농원 예래정	2개소
마사지업 등	스파 및 마사지업 등	266개소
해수욕장	이호테우해변, 삼양 검은모래해변, 협재해변 등	12개소
오름	다랑쉬오름, 용눈이오름 등	368개

자료: 제주특별자치도(2012), 주요 행정총람 문화관광스포츠 분야  
제주특별자치도(2011), 사업체조사

제주지역 내 관광지를 앞서 설정한 관광지 유형화 기준(체험지향형, 관람지향형, 소비지향형, 건강지향형, 오락지향형)으로 재 분류를 실시하였다. 그 결과 체험지향형 관광지는 총 388개소, 관람지향형 관광지는 120개소, 소비지향형 관광지는 174개소, 건강지향형 관광지는 266개소, 오락지향형 관광지는 9개소로 분류되었다.

이는 관광지 등으로 등록되어 운영 중인 사업체를 기준으로, 관광지 등으로 등록되지 않은 오름, 전통시장, 대형마트, 마사지샵 등을 포함하고 있는 바, 명확한 산출 결과라고 볼 수는 없으나, 최근 관광객들의 이용형태 등을 감안하였을 때, 관광지에 준하여 현황을 살펴볼 필요가 있는 바, 이를 포함하여 산출하였다.

향후 제주지역 관광의 지속적인 발전을 위해서는 이러한 현황에 대한 종합적인 논의와 함께 서비스 교육 및 수용체계 개선을 위해서는 이에 대한 체계적인 관리가 필요할 것이다. 본 연구에서 실시한 관광지 유형화 기준을 토대로 이를 구체적으로 제시하면 다음 <표 2-11>과 같다.

<표 2-11> 관광지 유형별 제주지역 내 관광지 현황

구분	관광지 예시	개소 수
체험지향형 관광지	김녕미로공원, 세리월드(열기구, 유로번지), 이레제주조랑말타운, 대유산업, 각 오름 등	388개소
관람지향형 관광지	자연경승지(한라산, 만장굴 등), 문화유적지(목관아, 성읍민속마을 등), 박물관(국립제주박물관 등) 등	120개소
소비지향형 관광지	면세점, 오일장, 전통시장, 대형마트 등	174개소
건강지향형 관광지	마사지샵, 온천 등	266개소
오락지향형 관광지	카지노, 경마공원 등	9개소

자료: 제주특별자치도(2012) 등을 토대로 연구자 재 분류

### 3. 확률선택모형

일반적으로 소비자들은 상품을 구매하기 전에 여러 대안들을 선택해야 하는 상황에 직면하게 된다. 이러한 인간의 의사결정과정은 각 대안에 대한 효용의 평가에 기초하고 있으며, 근본적으로 확률에 근거를 두고 있다. 확률선택모형(probabilistic choice model)은 여러 개의 선택 가능한 대안 중에서 어느 것을 선택할 것인가 하는 문제를 분석하는데 기초를 두고 있다.

경제학적인 관점에서 효용이란, 재화 및 용역에 대해 여러 가지 선호를 갖는 개개의 소비자가 주관적으로 느끼는 만족도의 정도를 의미한다. 소비자 의사결정 과정에 있어 특정 대안이 주어졌을 때 이것이 소비자에게 주는 만족도의 정도 즉 효용의 정도가 타 대안에 비해 클 때 선택이 일어나게 된다.

각 대안의 바람직함이나 매력의 정도는 대안의 특성(attributes)의 함수로 표현되는데, 이는 경제학적 용어로 효용함수(utility function)라고 한다. 효용함수는 재화 및 서비스의 양과 그 효용과의 대응관계를 의미하며, 일정한 종류의 재화나 서비스 또는 수종의 재화나 서비스의 결합체에 대하여 일정한 크기의 만족의 정도, 즉 효용을 부여한다.

즉 소비자의 선택행위는 여러 상품묶음 가운데 가장 큰 만족감을 주는 것, 즉 효용이 가장 큰 것을 선택하는 과정을 의미하며<sup>40)</sup>, 이는 확률효용이론(random utility theory)을 통하여 설명된다. 확률효용이론은 Mc Fadden(1981)에 의해 체계화되었으며, ‘모든 의사결정주체는 선택 가능한 모든 대안들 중에서 가장 바람직하고, 매력적인 대안, 즉 가장 높은 효용을 선택한다.’라고 제시하고 있다.

개인  $n$ 이 선택 가능한 집합을  $A_n$ 이라고 하고, 그 중 선택대안  $j$ 를 선택함으로써 얻어지는 효용을  $U_{jn}$ 이라고 하면, 개인  $n$ 이  $A_n$  중에서 선택대안  $i$ 를 선택 ( $U_{in}, i \in A_n$ )할 조건은 다음과 같다.

$$U_{in} \geq U_{jn}, i \neq j, j \in A_n$$

40) 이준구(2002), 『미시경제학』, p.61, 서울: 법문사.

확률효용이론에서는 이 효용( $U_{in}$ )은 확정적으로 결정되는 것이 아닌, 확률적으로 변동한다고 가정하고 있다. 이에 확률효용이론에서는  $U_{in}$ 을 확률변수로 하고, 이는 다시 확률적으로 변동하지 않는 부분(결정적 효용요소)  $V_{in}$ 과 확률적으로 변동하는 부분(확률적 효용요소)  $\epsilon_{in}$ 로 구분하고 있다. 이를 선형성으로 가정하여 다음과 같이 표현한다.

$$U_{in} = V_{in} + \epsilon_{in}$$

여기서,  $U_{in}$ 는 개인  $n$ 을 위한 대안  $i$ 의 총 효용,  
 $V_{in}$ 는 개인  $n$ 을 위한 대안  $i$ 의 결정적 효용요소,  
 $\epsilon_{in}$ 는 개인  $n$ 을 위한 대안  $i$ 의 확률적 효용요소.

개인  $n$ 이 대안  $i$ 를 선택할 확률은 개인  $n$ 을 위한 대안  $i$ 의 효용이 다른 모든 대안들의 효용을 초과할 확률과 같으며, 개인  $n$ 이 대안  $i$ 를 선택할 확률  $P_n(i)$ 은 다음과 같다.

$$\begin{aligned} P_n(i) &= \text{Prob}(U_{in} \geq U_{jn}, \forall j \in C_n) \\ &= \text{Prob}(V_{in} + \epsilon_{in} \geq V_{jn} + \epsilon_{jn}, \forall j \in C_n) \\ &= \text{Prob}(V_{in} - V_{jn} \geq \epsilon_{jn} - \epsilon_{in}, \forall j \in C_n) \end{aligned}$$

단,  $P_n(i)$ 는 개인  $n$ 이 대안  $i$ 를 선택할 확률,  
 $C_n$ 은 개인  $n$ 이 선택할 수 있는 대안들의 조합(choice set).

#### 1) 확률선택모형의 종류 및 특성

효용극대화에 근거하여 소비자의 선택행위를 확률선택모형으로 정립하고 설명하기 위해서는 결정적 효용함수  $V_{in}$ 과  $V_{jn}$ 의 모형정립이 가능해야 하며, 또한 개인  $n$ 을 위한 확률적 효용  $\epsilon_{in}$ ,  $\epsilon_{jn}$ 에 대한 확률분포를 가정해야 한다.

먼저 결정적 효용함수  $V_{in}$ 과  $V_{jn}$ 의 모형을 정립하기 위해서는 어떤 종류의 변수들이 모형에 포함되어야 하는가를 설정하여야 한다. 소비자  $n$ 을 위한 대안  $i$ 는 소비자에 의해 평가된 대안  $i$ 의  $Z_{in}$ 에 의해 설명된다.

$Z_{in}$ 은 대안  $i$ 의 수준을 나타내는 변수이며, 이러한 변수들이 모형에 포함되어야 한다. 본 연구의 목적인 관광객의 관광지 선택모형의 경우 관광지 선택에 영향을 미치는 변수인 관광자원의 성격 등이 들어갈 수 있으며, 이와 함께 소비자의 인구통계적인 특성을 나타내는 변수(연령, 성별 등)  $S_n$ 이 포함되게 된다.

이를 수식으로 제시하면 다음과 같다.

$$V_{in} = V(Z_{in}, S_n)$$

단,  $V_{in}$ 은 소비자  $n$ 을 위한 대안  $i$ 의 결정적인 효용,  
 $Z_{in}$ 은 소비자  $n$ 에 의해 평가된 대안  $i$ 의 특성,  
 $S_n$ 은 소비자  $n$ 의 인구통계적인 특성.

다음으로 이러한 효용함수의 형태를 결정하여야 한다. 이를 위하여 먼저 다양한 설명변수들이 효용에 어떠한 영향을 미치는가에 대한 이론적인 기준을 충족시켜야 한다. 이와 함께 모수를 추정하는데 있어서의 계산의 효율성을 충족시키기 위하여 모수 또는 선형의 관계를 가정한다.

이러한 가정에 따라 효용함수는 특정한 형태를 가지게 되며, 이를 토대로 확률 선택모형의 종류가 구분된다. 각 확률선택모형의 종류 및 특성에 대하여 제시하면 다음과 같다.

확률선택모형은 확률적 효용요소  $\epsilon_{in}$ 과  $\epsilon_{jn}$ 에 대한 확률분포의 가정에 따라 결정되게 된다. 다시 말해 결정적인 효용함수와 선택확률의 관계는 확률적인 효용요소의 분포에 의해서 결정되게 되는 것이다.

이러한 확률적 효용요소의 확률분포 형태를 명확하게 제시할 만한 이론적인 기준은 제시되고 있지 않으나, 일반적으로 선형확률모형, 프로빗모형, 로짓모형의 3가지 형태로 나뉘게 된다. 각 모형에 대한 구체적인 설명은 다음과 같다.

선형확률모형은 확률적 효용  $\epsilon_{in}$ 과  $\epsilon_{jn}$ 에 대한 확률분포가 균일분포(uniform distribution)를 따른다는 가정에 기초하고 있으며, 이에 따라 결정적 효용  $V_{in}$ 과  $V_{jn}$ 이 모수의 벡터와 선형의 함수관계를 가지게 된다. 이러한 선형확률모형은 계산이 간단하다는 장점을 가지는 반면에 모형의 분포가 확률효용이론의 원리에 벗어난다는 단점이 있어 널리 활용되지 않고 있다.

다음으로 프로빗모형은 확률적 효용  $\epsilon_{in}$  과  $\epsilon_{jn}$  에 대한 확률분포가 정규분포(normal distribution)를 따른다는 가정에 기초하고 있으며, 이론적으로 타당성을 인정받고 있다. 그러나 소비자에게 주어진 대안이 3가지 이상일 경우에는 여러 번에 걸친 정규밀도함수(normal density function)의 적분에 따라 계산의 어려움이 발생한다는 단점을 가지고 있다.

마지막으로 로짓모형은 프로빗모형의 약점을 보완하기 위해서 개발된 것으로,  $\epsilon_{in}$  과  $\epsilon_{jn}$  이 Weibull분포<sup>41)</sup>를 가지면서 독립적이고 동일하게 분포되어 있다고 가정하는 모형이다. Weibull 분포는 모양이 정규분포와 비슷하면서 계산이 편리하여 가장 널리 활용되고 있다.

확률선택모형의 종류와 특성에 대하여 간략히 제시하면 <표 2-12>와 같다.

<표 2-12> 확률선택모형의 종류 및 특성

구분	확률적 효용요소의 확률분포 가정	특성
선형확률모형	균일분포	계산이 간단하나, 모형의 분포가 확률효용이론의 원리에서 벗어남
프로빗모형	정규분포	주어진 대안이 3가지 이상일 경우 여러 번에 걸친 정규밀도함수의 적분으로 인하여 계산이 어려움
로짓모형	Weibull 분포	프로빗모형의 단점을 개선하기 위하여 개발되었으며, 계산이 편리

41) Ben akiva. M. E. Lerman S.R.(1985), "Discrete Choice Analysis; Theory and Application to travel demand", MITpress, Cambridge MA.

로짓모형과 프로빗 모형은 일차원인 모수를 추정하고 있어, 다차원을 분석하기 위해 MNL(multinomial logistic)모형과 MNP(multinomial probit)모형이 개발되었으며, 이 중 McFadden의 MNL모형은 모수추정이 쉽고 추정된 모수의 용이성 때문에 사회과학에서 폭넓게 적용되어 왔다.<sup>42)</sup>

특히 마케팅 분야의 실증연구에서는 MNP모형보다 MNL모형을 주로 이용하고 있다. MNL모형은 소비자들의 선택행위, 준거가격의 영향, 상표전환 행위, 고려상표군의 형성, 시장세분화 등 다양한 현상을 설명하는데 유용하게 이용되고 있다<sup>43)</sup>.

확률선택모형은 기본적으로 개개인의 행위 모형(disaggregate model)과 이들 개개인의 모형을 집합(aggregate)하는 두 가지 핵심요소로 구성된다. 개개인의 행위 모형은 상표선택과 같은 개인의 구매행위가 발생할 확률에 영향을 미치는 변수의 파악에 관심을 두고 있으며, 집합모형은 시장을 구성하는 다양한 소비자들을 염두 하고 모형을 전개한다. 그러므로 모형을 통한 확률의 의미는 개인적 수준에서는 선택대안에 대한 개인소비자의 선택 확률로 해석할 수 있고, 개개인의 모형을 집합 수준에서는 선택대안에 대한 시장 점유율로 해석할 수 있다.<sup>44)</sup>

이러한 확률선택모형을 이용하여 관광객 선택행동을 분석한 기존 연구로 김미주(2009)는 일본관광객을 대상으로 이들의 선호 분석을 토대로 한 의료관광상품 개발과 관련한 연구를 진행하였으나, 그 대상 선정에 있어 한계점, 의료관광상품 구분에 있어서의 한계점 등의 한계가 발생하였다. 또한 안대회·김상희(1998)는 확률 선택모형 중 하나인 이산적 선택모형을 이용하여 여행사 선택확률을 분석하였으나, 탐색적 연구에 그쳤다는 한계가 있어 향후 연구에서는 실증적인 연구가 필요하다는 한계점을 제시하였다.

본 연구에서는 외국인 관광객의 관광지 선택 모형을 개발하는데 그 목적이 있는 바, 각 관광지를 선택할 가능성(선택확률)을 분석할 수 있는 모형을 설정하여야 한다. 이에 다양한 대안의 선택확률을 도출할 수 있는 다항 로지스틱 모형(MNL)을 이용하여 모형을 설정하고자 한다.

42) 안광호·채서일(1993). "Multinomial logit 모델을 이용한 점포선택행위에 대한 실증 연구", 경영저널, 한국경영학회.

43) 한상만·손용석·이영승(2004), "네트워크외부성이 소비자 선택행동에 미치는 영향에 관한 연구: 디지털 카메라를 중심으로", 소비자학연구, 한국소비자학회.

44) 박세훈(1994). "소비자 선택 모형과 시장 구조 분석에 대한 소고", 소비자학연구, 한국소비자학회.

## 2) 다항 로지스틱 모형(Multinomial Logistic Model)

여기에서는 본 연구에서 중국 관광객의 관광지 선택 행동을 분석하기 위한 모형의 방법론으로 설정한 다항 로지스틱 모형에 대하여 구체적으로 제시하고자 한다.

선형회귀분석이 종속변수와 독립변수 사이의 선형관계를 전제로 하는데 비해 로지스틱 모형은 비선형의 로지스틱 형태를 취하며, 종속변수와 독립변수 사이에 함수관계를 밝히는 통계기법이다. 회귀분석과 같이 하나의 종속변수와 한 개 이상의 독립변수사이의 관계를 표현하기 위해 적합하고 모수의 수를 절약한 모형을 찾는 것이 로지스틱 모형의 목표라 할 수 있다. 로지스틱 모형과 회귀모형과의 차이점은 고려된 종속변수의 형태가 범주형이어야 한다는 것이다.

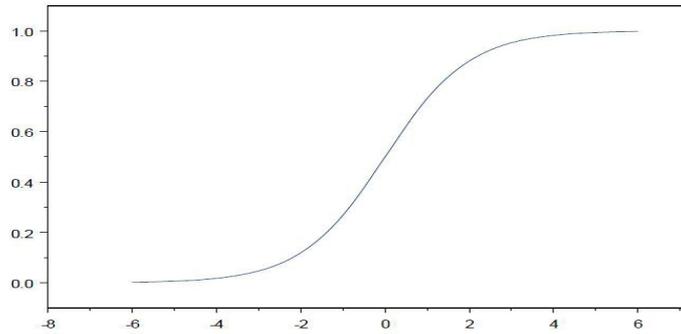
로지스틱 모형은 주어진 데이터의 근사치를 구하게 되는 오차항의 크기를 최소화하는 방법을 이용해 회귀모형을 도출하게 된다. 오차항의 크기는 추정모형과 실제 관측치 간의 거리를 의미하며, 오차항의 크기를 가장 줄일 수 있는 방법은 회귀선과 실제 관측값과의 차이가 최소인 것으로 도출하는 방법이다.

로지스틱 모형에서는 독립변수가 주어진 상황을 종속변수의 기대값으로 표현한다. 이를 조건평균이라하며  $E(y|x)$ 로 표현된다. 이때  $y$ 는 종속변수,  $x$ 는 독립변수가 갖는 값이다. 선형회귀모형에서 이 기대값은 다음과 같이  $x$ 의 선형방정식으로 나타낼 수 있다고 가정한다.

$$E(y|x) = \beta_0 + \beta_1 x$$

위 식을 통해  $x$ 가  $-\infty$ 와  $\infty$  사이의 값을 가지게 되므로,  $E(y|x)$ 는 모든 실수 값을 가질 수 있음을 의미한다. 그러나 이분형 자료에서의 조건 평균은  $0 \leq E(y|x) \leq 1$ 이며, 평균이 0과 1로 서서히 접근하는 것으로 나타나게 된다. 이러한 곡선을 다음 그림과 같이 S-형태라고 하며, 확률변수의 누적분포 함수의 형태와 유사한 모습을 띄게 된다. 이러한 형태를 로지스틱 분포(logistic distribution)라고 하며, <그림 2-7>과 같이 표현된다.

<그림 2-7> 로지스틱 분포



로지스틱 모형은 다음과 같이 표현되며, 여기서  $\beta_0$ 과  $\beta_1$ 은 추정될 모수이고,  $x$ 는 독립변수를 나타낸다.

$$\pi(x) = \frac{\exp(\beta_0 + \beta_1 x)}{1 + \exp(\beta_0 + \beta_1 x)}$$

이를 로짓변환(logit transformation)함으로써  $g$ 를 다음과 같이 정의할 수 있다.

$$g(\pi(x)) = \ln \left[ \frac{\pi(x)}{1 - \pi(x)} \right] = \beta_0 + \beta_1 x$$

$\ln$ 은 자연대수를 나타내고, 로짓변환을 하게 되면 회귀모형이 가지는 몇 가지 성질을 그대로 가지게 된다. 즉  $g(\pi(x))$ 는 독립변수  $x$ 에 대하여 선형이며, 연속적이 되므로,  $x$ 의 범위에 따라  $-\infty$ 와  $\infty$  사이의 임의의 값을 가질 수 있게 된다.

로지스틱 회귀모형을 해석하기 위한 방법으로는 오즈(odds)와 오즈비(oddsratio)가 있는데, 오즈는 어떤 사건이 발생할 확률이 발생하지 않을 확률에 대비해 일어난 사건의 확률의 비율이라고 할 수 있다.

즉  $x=1$ 일 경우 종속변수  $y$ 가 1이 될 승산(odds)는  $\frac{\pi(1)}{1-\pi(1)}$ 이며,  $x=0$ 일 경우 종속변수  $y$ 가 1이 될 승산은  $\frac{\pi(0)}{1-\pi(0)}$ 이다. 승산비(oddsratio)는  $x=0$ 에 대한  $x=1$ 의 승산의 비를 의미한다.

승산비에 대한 신뢰구간은 모수를 추정할 뿐만 아니라, 모수에 대해 추가정보를 얻는데 용이하다. 또한 승산비는 해석이 용이하기 때문에 로지스틱 모형에서 관심이 있는 부분도 모수이다. 그러나 승산비 추정값은 통상 한쪽으로 치우쳐진 분포를 가지게 되는데 이는 귀무가설 하에서는 승산비의 값이 1이 되지만 승산비의 추정값은 0과  $\infty$ 사이의 값을 갖기 때문이다.

이러한 로지스틱 모형은 종속변수 범주의 수에 따라 이항 로지스틱 모형과 다항로지스틱 모형으로 분류된다. 이항 로지스틱 모형은 종속변수가 2개의 범주를 가지고 있을 때 사용되는 모형이며, 다항 로지스틱 모형은 종속변수의 범주가 3개 이상인 모형을 의미한다.

다항 로지스틱 회귀모형은 이분형 로지스틱 회귀모형과 유사하지만 종속변수가 두 개의 범주로 제한되어 있지 않으므로 이분형 로지스틱 회귀모형보다 더 일반적으로 사용할 수 있다. 이항 로지스틱 회귀분석 모형에서는 종속변수의 종류가 항상 2가지(A 또는 B)이므로, 승산을 정의할 때, A가 일어날 확률  $p$ 와 A가 일어나지 않을 확률  $1-p$ 를 대비시킨다. 즉, A의 확률과 B의 확률을 대비시킨 것이다.

다항 로지스틱 분석의 경우에는 종속변수의 종류가 항상 세 가지 이상이므로, 승산을 정의할 때 각 사건이 일어날 확률을 특정 사건과 대비시킨다. 이 특정 사건을 기준(reference)사건이라고 한다. 기준이 D라면 A와 D, B와 D, C와 D를 각각 대비시키는 식이 필요하다. 이 예를 위 식에 적용시키면 J는 A, B 또는 C가 되고 R은 기준인 D가 된다. 종속변수에 k개만큼의 종류가 있다면 k-1개 만큼의 각 선택지를 대비시키는 식이 필요하다.

다항 로지스틱 분석에서는 각 식의 다항 로짓계수 b가 모두 미지수가 되며 이를 모두 추정해야 한다. 위의 미지수에 대한 추정치를 구하면, 기준이 아닌 A, B, C 사이의 비교에 대한 미지수도 쉽게 계산할 수 있다<sup>45)</sup>

이러한 다항 로지스틱 모형은 모형이 단순하고, 적용이 용이하여 앞서 제시하였듯이 마케팅 분야에서 널리 사용되고 있다. 로지스틱 모형은 효용극대화 이론 등에 근거하여 소비자의 선택 행위를 확률적 선택으로 설명가능한 것으로 인정받고 있다.

45) 홍세희(2005), 『이항 및 다항 로지스틱 회귀분석』, 교육과학사

그러나 이항 로지스틱 모형과 달리 다항 로지스틱 모형의 경우에는 IIA 가정이 적용된다는 한계를 가지고 있다. IIA 가정은 비관련대안으로부터의 독립성을 의미하며, 두 가지 선택 대안 간의 선택확률 비율 즉, 승산비는 나머지 선택대안의 존재여부와 관계없이 일정함을 의미한다. 다른 선택대안이 선택대안의 집합에 추가되거나, 특정 대안이 선택대안에서 제외되더라도 기존 선택대안 내의 선택대안 간 승산비는 일정하여야 하는 것이다.

다항 로지스틱 모형은 IIA가정으로 인하여 대체 관계가 아닌 선택대안의 개입을 인정하지 않는다.<sup>46)</sup> 예를 들어 선택대안으로 a와 b가 있을 경우 새로운 대안 c가 추가된다면, c가 선택될 확률은 기존 대안 a와 b에서 같은 비율만큼의 확률을 빼앗아 온 확률이 되는 것이다. 만약 이러한 IIA 가정을 충족시키지 못 할 경우, 다항 로지스틱 모형의 적용에 한계가 발생하게 된다. 반면에 이러한 가정으로 인하여 소비자의 선택에 대한 예측을 간결한 상태로 제시할 수 있으며, 모수에 대한 추정치를 쉽게 도출할 수 있다는 장점을 가진다<sup>47)</sup>.

본 연구에서는 이러한 IIA 가정을 위배하지 않기 위해 제주지역 내에서 고려될 수 있는 모든 관광지의 유형을 모두 포함하였으며, 각 대안은 독립적이며, 유사성이 낮도록 구성하였다. 또한 관광지 유형의 분류에 대한 이해를 돕기 위하여 설문 조사 시에 추가적인 설명 및 해당 유형의 예시로서 실제 관광지를 명시함으로써 이를 극복하고자 하였다. 따라서 중국 관광객의 관광지 선택 모형을 추정하는데 다항 로지스틱 모형을 적용하는 것에는 무리가 없는 것으로 판단된다.

---

46) 이성우 외(2005), 『로지스틱·프로빗모형 응용』, 서울: 박영사

47) 안광호·채서일(1993), 전계서.

### Ⅲ. 연구설계

#### 1. 용어의 조작적 정의

여기에서는 관광객의 관광지 선택 모형의 독립변수와 종속변수 즉, 인구통계학적 변수 및 개인적인 특성과 관광지의 유형에 대하여 다시 한 번 정리하여 제시하고, 이와 함께 각 독립변수의 측정 방법 등에 대하여 제시하였다.

앞서 고찰한 관광지 선택 관련 선행연구에서 통계적으로 유의미한 것으로 나타난 영향요인에는 성별, 연령, 소득, 사회계층, 거주지 유형 등의 인구통계학적 특성 변수와 심리적 차이, 개성, 사회심리적 요인, 동기 등의 개인적 특성 변수가 있다. 선행연구에서 통계적 유의성이 검증된 이들 변수를 토대로 외국인 관광객 관광지 선택 모형 적용 시 예상되는 영향 등에 대하여 간략히 제시하면 <표 3-1>과 같다.

<표 3-1> 인구통계 및 개인적 특성

분류	변수명	변수의 조작적 정의	선행연구
인구통계적 특성	연령	고연령의 관광자일수록 관람 및 휴양 등의 관광활동에 대한 선호가 높음	송영철 (2002) 등
	성별	여성일 경우 관광지 내에서의 소비활동에 대한 선호가 높음	송영철 (2002) 등
	결혼여부	결혼을 한 관광객의 경우, 관람 및 휴양 등의 관광활동에 대한 선호가 높음	이은수 (2006) 등
	소득수준	소득수준이 높을수록 소비 및 체험형 관광지에 대한 선호가 높음	송영철 (2002) 등
	교육수준	교육수준이 높을수록 타 지역의 역사·문화 등과 관련한 관광지에 대한 선호가 높음	송영철 (2002) 등
	직업군	직업군에 따라 선호하는 관광지 유형에 차이가 발생함	이은수 (2006) 등
	거주지역	도시지역에 거주하고 있는 관광객의 경우 체험, 휴양 위주의 관광지에 대한 선호가 높음	이은수 (2006) 등

분류	변수명	변수의 조작적 정의	선행연구
개인적 특성	개인의 성향	외향적인 관광객일수록 체험위주의 관광지에 대한 선호가 높음	한상일 (1986) 등
	여행경험	여행경험이 많은 관광객일수록 체험 위주의 관광지에 대한 선호가 높음	한상일 (1986) 등
	여가시간	여가시간이 많을수록 휴양 위주의 관광지를 선호	송영철 (2002) 등

선행연구에서 제시된 영향변수 중 자료수집 가능성 및 외국인 관광객 대상 조사 가능성 등을 감안하여 관광지 선택에 영향을 미치는 변수를 선정하고, 외국인 관광객 관련 선행연구 등을 검토하여 각 변수의 측정방식을 설정하였다.

특히 본 연구의 실증분석 대상으로 선정한 중국의 경우 우리나라와 사회경제적 상황에 있어 차이가 발생하는 바, 연령 및 성별, 개인의 성향 등을 제외한 나머지 변수에 있어 중국 관광객의 특성을 최대한 반영하고자 각 변수의 측정방법을 달리 설정하였다.

소득수준의 경우 우리나라를 주로 방문하는 대도시에 거주하고 있는 중국인의 월평균 소득인 5,000RMB를 기준으로 5,000RMB씩의 범주를 정하여 측정할 수 있도록 설정하였다. 다음으로 교육수준의 경우, 중국인의 교육과정이 우리나라와 일부 상이한 점이 있는 바, 이에 고등학교, 전문대, 대학교, 대학원을 기준으로 이를 측정하였다. 다음으로 직업군의 경우 우리나라를 찾는 중국관광객의 연령대를 감안하여 퇴직자를 추가하여 측정하였다. 마지막으로 거주지역의 경우 중국은 대도시를 중심으로 주위에 하위도시가 형성되어 있는 바, 이에 대도시, 대도시 주변의 중소도시, 그 외 지역으로 구분하여 측정하였다. 이에 대해 간략히 제시하면 <표 3-2>와 같다.

<표 3-2> 중국 관광객의 특성을 감안한 인구통계적 특성 세부 변수 측정 문항

분류	변수명	측정 문항
인구통계적 특성	소득수준	5,000RMB 미만, 5,001~10,000RMB, 10,001~15,000RMB, 15,001원 이상
	교육수준	고등학교 졸업 이하, 전문대 졸업, 4년제 대학 졸업, 대학원 재학 이상
	직업군	회사원, 공무원, 전문직, 서비스직, 자영업, 가정주부, 학생, 퇴직자
	거주지역	대도시(북경, 광주, 상해 등), 중소도시(충칭, 톈진 등) 그 외 지역

다음으로 본 연구에서는 관광지를 크게 체험지향형 관광지, 관람지향형 관광지, 소비지향형 관광지, 건강지향형 관광지, 오락지향형 관광지의 크게 5가지로 관광지 유형화 기준을 설정하고 이를 종속변수로 설정하였다. 각각에 대한 정의 등은 선행 연구 및 관광지 내 관광활동을 중심으로 제시하였다.

먼저 체험지향형 관광지는 관광자원의 성격상 관광객이 직접적으로 참여하는 활동을 통해 특정한 경험을 얻는 관광지를 의미하며, 크게 자연체험 활동, 문화 체험활동, 레저활동 등이 포함된다. 구체적으로 체험지향형 관광지는 트레킹 등의 자연체험 활동, 골프 등의 육상레저 활동, 스킨스쿠버 등의 해양레저 활동, 행글라이딩 등의 항공레저 활동, 식도락 체험 등의 문화체험활동 등이 이루어지는 관광지로 정의하였다.

다음으로 관람지향형 관광지는 관광자원의 성격상 관람활동을 통하여 특정한 경험을 얻을 수 있는 관광지를 의미하며, 자연경승지 관람, 문화유적지 관람, 박물관 등 관람, 산업시설 시찰, 문화·예술·공연, 종교성지 관람 등이 포함된다.

다음으로 소비지향형 관광지는 기념품 및 면세품 등의 구입활동이 주로 이루어지는 관광지를 의미하며, 면세점, 쇼핑센터, 지역전통시장, 기념품판매점, 대형마트 등이 포함된다. 소비지향형 관광지의 경우 관광지의 분류 상에서는 포함되지 않으나, 최근 실제 관광객들이 기념품 등을 구매하기 위하여 많이 방문하고 있는 대형마트 및 전통시장 등을 범주에 포함시켰다.

다음으로 건강지향형 관광지는 개인의 건강 등의 회복을 목적으로 하는 활동이 주로 이루어지는 관광지를 의미하며, 마사지사파, 건강검진, 명상·휴식 등을 포함하였다. 건강지향형 관광지 또한 관광지의 범주 내에는 포함되지 않으나, 관광객의 방문이 주로 이루어지고 있는 바, 관광지로 포함하였다.

마지막으로 오락지향형 관광지는 카지노, 경마 등의 오락활동을 경험할 수 있는 관광지를 의미하며, 카지노, 경마장이 포함되었다. 중국인의 경우 도박문화가 놀이문화의 한 종류로 활성화되어 있으며, 이를 목적으로 하는 관광 또한 많이 이루어지고 있어 범주에 포함하였다.

<표 3-3> 관광지 유형 분류 결과

분류	해당 관광자원	참고문헌
체험지향형 관광지	야외위락, 레저스포츠, 테마파크, 축제 등	한국관광공사 (2010), 임형순(1999), 전영록(2009), 이채은(2010) 등
관람지향형 관광지	지역문화, 공연, 박물관, 산업시설 등	
소비지향형 관광지	쇼핑, 식도락 관광, 카지노, 유흥·오락 등	
건강지향형 관광지	의료관광, 온천·스파, 미용관광, 단순 휴양 등	
오락지향형 관광지	카지노, 경마장	

## 2. 모형 설정

본 연구의 목적은 제주 방문 외국인 관광객의 관광지 선택 모형을 개발하고, 중국 관광객을 대상으로 실증분석을 실시하는데 있다. 여기서 관광지 선택 모형은 관광객이 각 개별 관광지를 선택할 가능성(선택확률)을 분석할 수 있는 모형을 의미한다. 이러한 관광지 선택 확률은 다항 로지스틱 회귀모형(Multinomial logistic regression)을 이용하여 분석이 가능하다.

앞서 제시되었듯이 다항 로지스틱 회귀분석은 이항 로지스틱 회귀분석의 확장된 모형으로, 종속변수가 3가지 이상일 경우 사용되는 방법이다. 본 연구의 경우 관광지를 체험지향형 관광지, 관람지향형 관광지, 소비지향형 관광지, 건강지향형 관광지, 오락지향형 관광지로 분류한 바, 다항 로지스틱 모형을 이용하여 분석모형을 개발하였다. 다항 로지스틱 회귀모형을 이용한 중국 관광객의 관광지 선택 확률 분석모형을 설정한 결과는 다음과 같다.

관광객은 인구통계학적 변수 및 개인적 특성 등에 따라 관광지 선택 행동에 차이가 발생하게 되는 바, 본 연구에서는 관광지 선택 행동에 영향을 미치는 독립변수로서 제주 방문횟수, 여행경험, 여가시간, 성향, 연령, 성별, 결혼여부, 거주지역, 직업, 학력, 소득수준에 의해서 결정되는 것으로 가정하였다. 영향변수 설정 결과를 토대로 다항 로지스틱 모형을 이용해 중국 관광객의 관광지 선택 모형을 개발한 결과는 다음과 같다.

$$\ln\left(\frac{p}{1-p}\right) = b_0 + b_1 \text{제주방문횟수} + b_2 \text{여행경험} + b_3 \text{여가시간} + b_4 \text{성향} + b_5 \text{성별} \\ + b_6 \text{연령} + b_7 \text{결혼여부} + b_8 \text{거주지역} + b_9 \text{직업} + b_{10} \text{학력} + b_{11} \text{소득수준}$$

다항 로지스틱 모형은 종속변수에  $k$ 개 만큼의 변수가 있을 경우, 각 범주의 선택 확률을 추정하기 위해서는  $k-1$ 개 만큼의 식이 요구된다. 본 연구에서 개발하고자 하는 모형의 종속변수는 관광지 유형 분류 결과에 따라 총 5개(체험지향형, 관람지향형, 소비지향형, 건강지향형, 오락지향형)로 분류되는 바, 외국인 관광객의 관광지 선택 모형을 개발하기 위해서는 총 4개의 식을 설정하여야 하며, 여기서 관광지 유형 A, B, C, D, E의 선택 확률은 다음 식에 의해 산출된다.

$$P_{TA} = \frac{\exp\left[\ln\left(\frac{P_{TA}}{P_{TE}}\right)\right]}{\exp\left[\ln\left(\frac{P_{TA}}{P_{TE}}\right)\right] + \exp\left[\ln\left(\frac{P_{TB}}{P_{TE}}\right)\right] + \exp\left[\ln\left(\frac{P_{TC}}{P_{TE}}\right)\right] + \exp\left[\ln\left(\frac{P_{TD}}{P_{TE}}\right)\right] + 1}$$

$$P_{TB} = \frac{\exp\left[\ln\left(\frac{P_{TB}}{P_{TE}}\right)\right]}{\exp\left[\ln\left(\frac{P_{TA}}{P_{TE}}\right)\right] + \exp\left[\ln\left(\frac{P_{TB}}{P_{TE}}\right)\right] + \exp\left[\ln\left(\frac{P_{TC}}{P_{TE}}\right)\right] + \exp\left[\ln\left(\frac{P_{TD}}{P_{TE}}\right)\right] + 1}$$

$$P_{TC} = \frac{\exp\left[\ln\left(\frac{P_{TC}}{P_{TE}}\right)\right]}{\exp\left[\ln\left(\frac{P_{TA}}{P_{TE}}\right)\right] + \exp\left[\ln\left(\frac{P_{TB}}{P_{TE}}\right)\right] + \exp\left[\ln\left(\frac{P_{TC}}{P_{TE}}\right)\right] + \exp\left[\ln\left(\frac{P_{TD}}{P_{TE}}\right)\right] + 1}$$

$$P_{TD} = \frac{\exp\left[\ln\left(\frac{P_{TD}}{P_{TE}}\right)\right]}{\exp\left[\ln\left(\frac{P_{TA}}{P_{TE}}\right)\right] + \exp\left[\ln\left(\frac{P_{TB}}{P_{TE}}\right)\right] + \exp\left[\ln\left(\frac{P_{TC}}{P_{TE}}\right)\right] + \exp\left[\ln\left(\frac{P_{TD}}{P_{TE}}\right)\right] + 1}$$

$$P_{TE} = 1 - (P_{TA} + P_{TB} + P_{TC} + P_{TD})$$

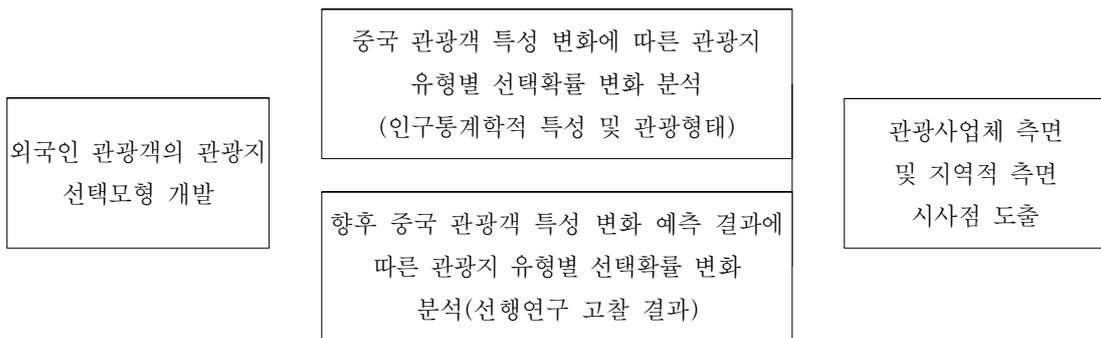
다음으로 각 독립변수의 변화에 따라 관광지 유형별 선택확률이 어떻게 변화하는지 살펴보았다. 본 연구에서 적용된 독립변수는 관광지 선택행동 관련 선행 연구 고찰을 통하여 도출한 것으로, 선행연구에서 제시된 영향과 실제 분석을 통하여 도출한 영향을 비교함으로써 중국 관광객의 특성에 대하여 살펴보았다.

다음으로 최근 개별여행으로 제주지역을 방문하는 중국 관광객이 증가하고 있는 바, 개별여행과 단체관광 집단 간의 선호하는 관광지 유형에 있어서의 차이를 분석하였다. 대부분의 개별여행객은 여행사를 통하여 관광에 참여하지 않는 바, 단체관광에 비하여 보다 다양한 관광지 선호를 보일 것으로 판단된다. 이에 대한 분석을 통하여 개별여행객을 대상으로 한 관광상품 및 정책 개발에 기여할 수 있는 기초자료를 도출하고자 하였다. 이와 함께 기존 중국 관광객 관련 연구 등에서 제시된 중국 관광객의 특성 변화 예측 결과를 적용하여 향후 제주지역 방문 중국 관광객의 관광지 유형별 선택확률의 변화를 살펴보았다.

중국 관광객의 인구통계적 특성 변화 및 소득수준 등의 개인적 특성의 변화를 예측한 연구 결과 등을 토대로 이를 살펴봄으로써 관광상품 개발 및 관광지 개발 등에 있어서의 시사점을 도출하였다.

본 분석에 사용된 모형은 다항 로지스틱모형으로 SPSS Win 12.0을 이용하여 분석하였으며, 본 연구의 분석과정을 도식화하여 제시하면 <그림 3-1>과 같다.

<그림 3-1> 분석과정



### 3. 조사 설계

본 연구의 목적은 제주 방문 외국인 관광객의 관광지 선택 모형을 개발하고, 중국 관광객을 대상으로 실증 분석을 실시하는데 있는 바, 중국 관광객을 대상으로 개설편지를 개발하고, 이를 토대로 설문조사를 실시하였다. 설문조사 결과를 모형의 적합성 등을 살펴보고, 연구의 시사점을 도출하였다.

이러한 목적을 달성하기 위하여 제주지역을 방문한 중국 관광객을 대상으로 실시한 설문조사의 개요를 구체적으로 제시하면 다음과 같다. 먼저 제주지역 방문 중국 관광객 중 개별여행객 150명, 단체관광객 150명을 대상으로 설문을 실시하였다. 이를 통해 개별여행객과 단체관광객의 인구통계학적 차이와 관광지 선호에 있어서의 차이를 살펴보았다.

조사기간은 2012년 10월 6일부터 10월 13일까지 약 8일에 걸쳐 실시하였다. 조사기간을 위와 같이 설정한 이유는 중국인의 관광활동이 활발히 이루어지는 것으로 알려진 중국의 국경절(10월 1일~7일) 및 중추절(9월 29일~10월 1일)으로 인하여 제주 방문 중국 관광객이 크게 증가할 것으로 예상하였기 때문이다.

조사장소는 관광객의 유형에 따라 달리 적용하여 보다 효과적으로 조사를 실시할 수 있도록 계획하였다. 개별 관광객의 경우 제주지역 내 게스트 하우스 등 개별 관광객을 대상으로 하는 숙박시설을 위주로 실시하였으며, 단체 관광객의 경우 여행사 등의 협조를 얻어 일정한 비율을 적용하여 최대한 다양한 단체로부터 설문을 받도록 실시하였다. 이 때 표본의 대표성을 확보하기 위하여 시간대별, 연령별, 지역별로 최대한 다양한 표본을 적정 수준 수집하고자 하였으며, 각 표본은 표본 간의 일정 비율을 유지할 수 있도록 고려하여 수집하였다.

본 연구를 위해 사용된 설문지는 총 3개 부문으로 구성되어 있다. A번 문항은 여행경험 관련 2문항, 여가시간 관련 2문항, 개인의 성향 관련 1문항으로, B번 문항은 선호하는 관광지 유형 관련 1문항, 세부 관광지 유형별 선호 관광지 관련 1문항으로, C번 문항은 인구통계적 특성 등으로 구성되어 있다.

본 연구에서는 인구통계학적 특성을 비롯하여 대부분의 문항이 등간척도로 구성되어 있다. 본 연구의 목적인 중국 관광객의 관광지 선택 모형을 구축하기 위해서는 자료의 형태 및 수집의 간편성 등을 고려하여야 하는 바, 등간척도를 이용하여 변수들의 특성을 많고 적음으로 살펴볼 수 있도록 구성하였다.

설문조사의 방법은 보다 유의한 응답을 확보하기 위하여 연구에 대한 충분한 이해를 갖춘 설문조사자와 연구자가 직접 중국 관광객을 대상으로 일대일 면접 조사를 하는 것을 원칙으로 하여 실시하였다. 조사대상자들에게 내용에 대해 충분히 설명한 뒤 제시된 지시어를 바탕으로 한 자기기입식 설문법으로 응답하도록 유도하였다. 본 연구에서 실시한 설문조사의 개요에 대하여 간략히 제시하면 <표 3-4>와 같다.

<표 3-4> 설문조사 개요

<p>□ 제주지역 방문 중국 관광객 대상 설문조사 개요</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 설문대상: 제주지역 방문 중국 관광객(개별 관광객 150명, 단체 관광객 150명)</li> <li>○ 조사기간: 2012년 10월 6일~10월 13일(8일간)</li> <li>○ 조사장소: 게스트하우스 등 숙박시설(개별여행객)                   공항 및 항만, 주요 관광지 등(단체관광객)</li> <li>○ 설문방법: 면접조사원을 통한 일대일 면접조사, 자기기입식 설문법</li> </ul>
--

설문조사 결과 총 300부의 설문지 중 응답이 부실한 11명을 제외하고, 289명(96.3%)의 설문지를 분석에 사용하였다. 실증연구의 통계적 분석 방법으로는 SPSS 12.0 프로그램을 이용하여 분석하였다. 자료의 분석은 크게 조사 자료의 일반적 특성 및 기초 분석을 위하여 기술적 통계 분석인 빈도분석을 실시하였으며, 각 변수들을 적용하여 다항 로지스틱 분석을 실시하였다. 최종적으로 도출된 중국 관광객의 관광지 선택 모형을 이용하여 최종모형에 포함된 각 독립변수의 변화에 따른 관광지 유형별 선택확률을 변화를 살펴보았다. 이와 함께 제주지역을 방문하고 있는 중국 관광객의 변화하는 특성에 따른 관광지 선택의 변화를 살펴보았다.

## IV. 실증분석 결과

### 1. 표본의 특성

본 연구를 위하여 자료로 코딩한 289부의 인구통계학적 사항을 파악하기 위하여 빈도 분석을 한 결과는 <표 4-1>과 같다.

먼저 총 응답자 289명 중 성별에 있어서는 여성이 154명(53.3%)으로 남성135명(46.7%)에 비해 많았다. 연령별로는 30대가 104명(36.0%)으로 가장 많았으며, 그 뒤로 20대(82명, 28.4%), 40대(37명, 12.8%), 60대 이상(36명, 12.5%) 순으로 분포되었다. 이들의 결혼 여부에 있어서는 기혼자가 223명(77.2%)으로, 미혼자(66명, 22.8%)에 비하여 많았다.

거주지역별로 살펴볼 경우 중소도시(충청 등)에 거주하고 있는 응답자가 122명(42.2%)으로 가장 많았으며, 그 뒤로 그 외 지역(102명, 35.3%), 대도시(65명, 22.5%) 순으로 분포되었다.

직업별로는 회사원이 120명(41.5%)로 가장 많았으며, 그 뒤로 퇴직자(49명, 17.0%), 가정주부(36명, 12.5%), 자영업(21명, 7.3%) 순으로 분포되었다. 학력별로는 4년제 대학 졸업이 159명(55.0%)으로 대부분을 차지하고 있었으며, 그 뒤로 전문대 졸업(70명, 24.2%), 대학원 재학 이상(33명, 11.4%) 순으로 분포되었다.

응답자의 월평균 소득은 10,001~15,000RMB 수준이 92명(31.8%)으로 가장 많았으며, 그 뒤로 15,001RMB 이상(86명, 29.8%), 5,001~10,000RMB(70명, 24.2%) 순으로 분포되었다.

<표 4-1> 표본의 인구통계학적 특성

구분		빈도	비율	합계
성별	남성	135	46.7	289 (100.0)
	여성	154	53.3	
연령	20대	82	28.4	289 (100.0)
	30대	104	36.0	
	40대	37	12.8	
	50대	30	10.4	
	60대 이상	36	12.5	
결혼여부	미혼	66	22.8	289 (100.0)
	기혼	223	77.2	
거주지역	대도시	65	22.5	289 (100.0)
	중소도시	122	42.2	
	그 외 지역	102	35.3	
직업	회사원	120	41.5	289 (100.0)
	공무원	12	4.2	
	전문직	16	5.5	
	서비스직	15	5.2	
	자영업	21	7.3	
	가정주부	36	12.5	
	학생	6	2.1	
	퇴직자	49	17.0	
학력	고등학교 졸업 이하	27	9.3	289 (100.0)
	전문대 졸업	70	24.2	
	4년제 대학 졸업	159	55.0	
	대학원 재학 이상	33	11.4	
월평균가구소득	5,000RMB 이하	41	14.2	289 (100.0)
	5,001~10,000RMB	70	24.2	
	10,001~15,000RMB	92	31.8	
	15,001RMB 이상	86	29.8	

여행형태 별로는 단체관광으로 제주지역을 방문한 응답자가 150명(51.9%)으로 개별여행객139명(48.1%)에 비해 많았다. 각 유형별 케이스 수는 본 연구의 목적인 관광지 선택 모형을 추정하는데 필요한 최소 표본의 수인 100명 이상<sup>48)</sup>을 충족하는 바, 유의성 있는 모형을 추정할 수 있을 것으로 판단된다.

개별여행이라 응답한 관광객을 대상으로 제주에서의 일정을 물은 결과, 4일이라고 응답한 관광객이 83명(28.7%)으로 가장 많았으며, 그 뒤로 3일 이하(26명, 9.0%), 5일(24명, 8.3%), 6일 이상(6명, 2.1%) 순으로 분포되었다. 단체관광이라 응답한 관광객을 대상으로 제주에서의 일정을 물은 결과, 4일이라고 응답한 관광객이 64명(22.1%)로 가장 많았으며, 그 뒤로 5일(18.3%), 3일 이하(33명, 11.4%) 순으로 분포되었다.

제주지역을 방문한 횟수를 물은 결과, 첫 번째 방문이라고 응답한 관광객이 237명(82.0%)으로 가장 많았으며, 그 뒤로 두 번째 방문(32명, 11.1%), 네 번째 방문 이상(11명, 3.8%) 순으로 분포되었다. 제주지역 외의 지역으로 여행경험을 조사한 결과, 경험이 있다고 응답한 관광객이 160명(55.4%)으로 경험이 없다고 응답한 관광객(129명, 44.6%)보다 많았다. 제주지역 외의 지역으로 여행을 경험한 관광객을 대상으로 여행횟수에 대해 질문한 결과, 3회 미만이라고 응답한 관광객이 111명(38.4%)으로 가장 많았으며, 그 뒤로 4~5회(25명, 8.7%), 6회 이상(8.3%) 순으로 분포되었다.

표본집단의 관광참여 형태 등을 구체적으로 제시하면 <표 4-2>와 같다.

---

48) 홍세희(2005), 전제서, p.21

<표 4-2> 표본의 관광참여 형태

구분		빈도	비율	합계
관광형태	개별여행	139	48.1	289 (100.0)
	단체관광	150	15.9	
개별여행 일정	3일 이하	26	9.0	289 (100.0)
	4일	83	28.7	
	5일	24	8.3	
	6일 이상	6	2.1	
	무응답	150	51.9	
단체관광 일정	3일 이하	33	11.4	289 (100.0)
	4일	64	22.1	
	5일	53	18.3	
	무응답	139	48.1	
제주방문횟수	첫 번째 방문	237	82.0	289 (100.0)
	두 번째 방문	32	11.1	
	세 번째 방문	9	3.1	
	네 번째 방문 이상	11	3.8	
제주지역 외 여행경험 여부	예	160	55.4	289 (100.0)
	아니오	12	44.6	
제주지역 외 여행횟수	3회 미만	111	38.4	289 (100.0)
	4~5회	25	8.7	
	6회 이상	24	8.3	
	무응답	129	44.6	

이와 함께 제주지역 방문 중국 관광객의 관광행태 등을 보다 구체적으로 살펴 보기 위하여 한국관광공사에서 매년 실시하고 있는 외래관광객 실태 조사 결과 중 중국 관광객의 특성에 대하여 간략히 제시하면 다음과 같다.

## 1) 중국관광객 행동 특성

1998년 중국 정부가 자유관광지역으로서 한국을 정식으로 선포한 이후, 한국을 방문하는 중국 관광객은 지속적으로 증가하는 추세를 보이고 있다. 문화관광부에서 제공하고 있는 출입국 관광객 통계에 따르면 2005년 기준 방한 중국 관광객은 710천 명 수준에 불과하였으나, 이후 연평균 20.9%의 증가율을 보이며 지속적으로 증가하여 2011년에는 2,220천 명 수준으로 증가한 것으로 나타났다.

전체 방한 관광객에서 중국 관광객이 차지하는 비율은 해마다 증가하고 있으며, 사스가 발생한 2003년을 제외하고는 방한 중국인 수요가 전년대비 평균 20% 이상의 빠른 성장률을 보이고 있다. 우리나라는 2009년 7월 중국개별관광객에 대한 사증 발급서류의 대폭 간소화(7종→2종)를 실시하였고, 2010년 8월부터는 중국 중산층 유치 확대를 위한 복수비자 발급대상을 대폭 확대하여 약 1억 명의 중산층이 발급대상에 포함되고 있다<sup>49)</sup>.

중국은 우리보다 10년이나 앞서 1995년에 주5일 근무 제도를 실시하였고, 국제노동절(5월 1일)에 7일, 국경절(10월 1일)에 7일, 그 외 구정에도 7일 등 많은 휴일을 여가생활을 즐기는데 보내고 있다. 현재 약 13억의 인구 중 약5%에 해당하는 6천5백 만 명이 고소득 계층으로서 해외여행이 가능한 것으로 추정되고 있다<sup>50)</sup>. 중국 관광객의 해외여행에 대한 수요가 늘어날수록 일본, 한국, 태국, 대만, 동남아시아의 주변국가가 가장 큰 관광시장이 되고 있으나, 점차 미주나 유럽으로 확장해 나가고 있는 실정이다. 2011년 3월 발생한 일본 대지진의 영향으로 아시아, 유럽관광객이 우리나라로 많이 방문하였으나 그 중 중국 관광객이 가장 크게 늘어 중국인에게 한국이 일본을 대체하는 관광지 역할을 한다는 것이 확인되었다<sup>51)</sup>.

문화체육관광부 등에서 실시한 중국 관광객 대상 설문조사 결과 등을 통하여 중국 관광객의 행동 특성을 살펴보면 다음과 같다. 2011년 조사 결과 중국인들의 한국방문 횟수는 2011년 기준 67.0%가 처음 방문한 것으로 가장 많은 비중을 차

49) 김진곤(2011), “중국관광객 유치확대 사례연구: 중국의 아웃바운드 정책과 일본의 유치활동을 중심으로”, 관광학연구, 제35권 제4호, 한국관광학회.

50) 정육(2008), “한중 양국의 상호 관광형태에 관한 연구”, 세종대학교 석사학위논문.

51) 장병권(2011), “중국의 관광정책 동향과 한중 협력방안”, 국토연구, 국토연구원

지하고 있었으며, 4회 이상 방문했다고 응답한 관광객의 비중은 2009년 기준 21.6%에서 2011년 기준 11.5%로 점차 감소하고 있는 것으로 나타났다. 주요 방문 목적은 여가·위락·휴가라고 응답한 관광객의 비중이 46.3%로 가장 높게 나타났으며, 이외에 사업·전문활동을 목적으로 방문하는 관광객의 비중이 2009년 기준 36.6%에서 18.4%로 점차 감소하고 있는 것으로 나타났다. 2000년대 이전 74.6%(1998년 기준)~67.2%(1999년 기준)로 가장 높은 비중을 차지하고 있던 사업 등 목적 방문 관광객이 점차 감소하고 있는 것으로 나타났다.

한국여행 중 주요 방문지는 대표적인 쇼핑관광지인 명동(69.2%) 및 동대문시장(66.7%) 등으로 응답하였다. 주요 참여 활동 조사 결과도 마찬가지로 쇼핑이 80.6%로 가장 높은 응답률을 보였다. 쇼핑을 목적으로 하는 관광객의 비중이 높게 나타난 것이다. 이외에 가장 좋았던 관광지를 묻는 질문에 명동 및 동대문시장 외에 고궁 및 L 테마파크라는 응답이 높게 나타나 한국의 문화 등에 대한 관심 또한 높은 것으로 나타났다.

제주도의 경우 1998년 중국인 관광객의 제주도 무사증 입국허용 및 자국민에 대한 한국여행 자유화 조치가 발표된 이후 제주 방문 중국 관광객은 지속적으로 증가하고 있는 것으로 나타났다. 제주를 방문하는 중국인들의 경우 직항로 개설의 미비로 인하여 통상적으로 서울을 경유하여 제주를 방문하는 경우가 대부분이다. 따라서 방한 중국관광자의 관광특성이 제주 방문 중국관광자의 특성과 유사하다고 볼 수 있다.

제주 방문 중국관광자의 관광일정을 살펴보면 77% 정도가 1박 2일의 일정으로 동행관광자는 '20~30명'이 27.6%, '3~10명'이 21.3%를 차지한다. 관광상품에 포함된 여행활동으로는 90%이상이 '제주도내 관광'활동을 하였고, 약 8% 가량이 '카지노 및 기타활동'을 한 것으로 나타났다.

중국인들은 동남아 위주의 관광이나 한국을 관광할 경우 10박 이상의 장기성 해외 여행을 즐겼으나 최근에는 6박 7일, 4박 5일 등 단기성 여행상품을 선호하는 추세를 보이고 있다. 또한 관광형태에 있어서 기존의 단체관광 위주의 여행에서 여권 발급이 자유로워짐에 따른 가족단위 관광으로의 변화되고 있는 실정이다. 제주 방문 중국관광객은 현재 대부분 단체관광의 형태를 취하고 있으며, 서울을 방문하는 단체 관광자의 약 15% 정도가 제주를 방문하고 있는 것으로 나타났다.

## 2. 연구모형 검증 및 개발

여기에서는 설문조사 결과를 토대로 제주지역 방문 중국 관광객의 관광지 선택 모형을 추정하고, 이의 적합도 등을 살펴본다.

### 1) 모형추정결과

중국 관광객의 관광지 선택모형에 대한 모수추정결과 등은 다음과 같다. 앞서 제시된 연구모형을 토대로 설문조사 결과를 적용하여 최종 모형을 도출하였다.

본 연구의 최종모형은 우도비 검정 결과( $x^2$  검정)를 기준으로 유의도( $p$ 값)가 가장 낮은 변수를 순차적으로 제거하는 후진제거 방법(backward elimination)방식을 통하여 도출하였다. 최종모형의 도출 결과, 최종모형에 포함된 변수는 여행횟수, 성별, 연령, 결혼여부, 학력, 소득수준으로 나타났으며, 제주 방문횟수, 여가시간, 성향, 거주지역, 직업군 등의 변수는 유의성이 낮은 것으로 나타나 최종 모형에서 제외되었다. 최종 모형에 포함된 변수의 우도비 검정 결과를 제시하면 <표 4-3>과 같다.

<표 4-3> 최종 모형 포함 변수의 우도비 검정 결과

구분	축소모형의 $-\log$ 우도	$x^2$	자유도	유의확률
절편	678.8587	15.5080	4	0.0038
여행횟수*	694.5070	31.1563	4	0.0000
성별**	676.0924	12.7417	4	0.0126
연령*	683.1842	19.8334	4	0.0005
결혼여부*	674.5174	11.1666	4	0.0248
학력**	677.6860	14.3353	4	0.0063
소득수준***	671.7673	8.4166	4	0.0775

주: \*, \*\*, \*\*\*는 각각 1%, 5%, 10%에서 통계적으로 유의미함을 의미함

모형의 적합도를 살펴본 결과, 절편만을 포함했을 경우의 우도비  $-2ll$ 은 749.110에서 독립변수가 포함됨에 따라 663.351로 감소하여 독립변수가 종속변수를 설명하는데 중요한 영향력이 있음을 보여준다.

모형의 적합도를 나타내는 *Cox&Snell*은 0.257, *Nagelkerke*는 0.275로, 로지스틱 모형의 경우 선형 회귀모형과 달리 종속변수의 값에 따라 값이 바뀌므로 의미있는 해석에 어려움이 있으며, 대부분의 값이 낮게 나오는 편으로 모형의 적합도에 문제가 있는 것으로 판단되지 않는다<sup>52)</sup>. 이에 모형의 적합도에 대한 검증으로 *Deviance  $x^2$*  값을 살펴본 결과, *Deviance  $x^2$* 는 0.635으로, 통계적으로 유의미하지 않게 나타나 모형은 적합도가 좋은 것으로 나타났다.<sup>53)</sup>

<표 4-4>에서 제시되고 있는 B 값은 방정식에 쓰인 회귀계수를 의미하며, 유의확률은 각각의 요인들이 설명력을 가지고 있는지를 판별하기 위한 값으로서 유의확률 0.05보다 적은 값을 나타낼 경우 유의한 영향을 미치는 것으로 해석할 수 있다.

EXP(B)값은 독립변수가 1단위 증가할 때 종속변수의 참조값에 비해 해당 종속변수를 선택하게 될 상대적 비율인 *Odd* 즉 승산비를 의미한다. 승산비가 1보다 클 경우 독립변수가 1단위 증가할 때 종속변수의 참조값에 비해 해당 종속변수를 선택할 확률이 커지게 되고, 반대의 경우에는 선택확률이 작아지게 됨을 의미한다.<sup>54)</sup> 본 연구모형의 참조범주는 ‘오락지향형 관광지’로 설정하였다.

이를 기준으로 다항 로지스틱 분석을 실시한 결과를 분석하면 다음과 같은 결과를 얻을 수 있다. 유의수준 5%를 기준으로 오락지향형 관광지보다 체험지향형 관광지를 선택할 확률은 결혼을 했을 경우 7.9배 높게 나타날 것으로 분석되었다. 오락지향형 관광지보다 관람지향형 관광지를 선택할 확률은 여성일 경우 5.2배, 기혼일 경우 9.9배, 학력이 높을수록 4.3배 높게 나타날 것으로 분석되었다.

오락지향형 관광지보다 소비지향형 관광지를 선택할 확률은 결혼을 했을 경우 12.3배, 학력이 높을수록 5.1배 높게 나타나는 것으로 분석되었다. 마지막으로 오락지향형 관광지보다 건강지향형 관광지를 선택할 확률은 여행횟수가 1단위 증

52) 홍세희(2005), 전계서, p.33

53) 홍세희(2005), 상계서, pp.123~128

54) 문태현 외(2008), “주택유형 선택요인 분석 및 선택확률에 관한 연구; 진주시 사례를 중심으로”, 국토계획, 제43권 제2호, 대한국토도시계획학회.

가할수록 2.2배 높게 나타나며, 결혼을 했을 경우 30.1배, 소득수준이 높을수록 0.3배 높게 나타날 것으로 분석되었다. 최종적으로 도출된 중국 관광객 관광지 선택모형의 각 계수 및 영향정도 등을 구체적으로 제시하면 <표 4-4>와 같다.

<표 4-4> 최적모형의 계수

구분		B추정값	Wald	유의확률	Exp(B)
체험지향형 관광지	절편	-3.851	1.945	0.163	
	여행횟수	0.382	1.397	0.237	1.465
	성별	0.883	1.212	0.271	2.419
	연령	0.003	0.003	0.953	1.003
	결혼여부**	2.073	4.082	0.043	7.952
	학력***	1.051	3.236	0.072	2.861
	소득수준	-0.568	1.806	0.179	0.567
관람지향형 관광지	절편**	-6.356	5.191	0.023	
	여행횟수	0.499	2.411	0.120	1.647
	성별**	1.640	4.206	0.040	5.156
	연령	0.028	0.387	0.534	1.029
	결혼여부**	2.300	5.058	0.025	9.975
	학력**	1.459	6.236	0.013	4.303
	소득수준***	-0.807	3.700	0.054	0.446
소비지향형 관광지	절편*	-8.089	7.618	0.006	
	여행횟수	0.303	0.861	0.354	1.355
	성별	1.351	2.695	0.101	3.863
	연령	0.038	0.685	0.408	1.039
	결혼여부**	2.509	5.545	0.019	12.287
	학력*	1.623	7.233	0.007	5.070
	소득수준	-0.626	2.090	0.148	0.534
건강지향형 관광지	절편	-2.595	0.661	0.416	
	여행횟수**	0.705	4.703	0.030	2.024
	성별	0.280	0.092	0.761	1.323
	연령	-0.065	1.499	0.221	0.937
	결혼여부*	3.418	8.761	0.003	30.512
	학력	0.728	1.240	0.266	2.072
	소득수준*	-1.065	5.239	0.022	0.345

$N=289$ ,  $X^2: 85.759$ ,  $-2LL(O): 749.110$ ,  $-2LL(K): 663.351$

$Cox\ Snell\ R^2: 0.257$ ,  $Nagelkerke: 0.275$ ,  $Deviance\ x^2: 0.635$

주1: 참조 범주는 '오락지향형 관광지'임

주2: \*, \*\*, \*\*\*는 각각 1%, 5%, 10%에서 통계적으로 유의미함을 의미함

최적모형의 계수 도출 결과를 토대로 각 관광지 유형별 회귀식을 도출한 결과는 다음과 같다. 이 때 각 독립변수의 경우에는 제시순서에 따라  $X_1 \sim X_5$ 로 제시하였다. 먼저, 참조범주인 오락지향형 관광지와 비교하여 체험지향형 관광지가 선택될 확률을 계산하기 위한 회귀식은 다음과 같다. 소득수준을 제외한 모든 변수가 양의 영향을 미치는 것으로 도출되었다.

$$\ln\left(\frac{P_{\text{체험}}}{P_{\text{오락}}}\right) = -3.851 + 0.382X_1 + 0.883X_2 + 0.003X_3 + 2.073X_4 + 1.051X_5 - 0.568X_6$$

다음으로 오락지향형 관광지와 비교하여 관람지향형 관광지가 선택될 확률을 계산하기 위한 회귀식은 다음과 같다. 소득수준을 제외한 모든 변수가 양의 영향을 미치는 것으로 도출되었다.

$$\ln\left(\frac{P_{\text{관람}}}{P_{\text{오락}}}\right) = -6.356 + 0.499X_1 + 1.640X_2 + 0.028X_3 + 2.300X_4 + 1.459X_5 - 0.807X_6$$

다음으로 오락지향형 관광지와 비교하여 소비지향형 관광지가 선택될 확률을 계산하기 위한 회귀식은 다음과 같다. 소득수준을 제외한 모든 변수가 양의 영향을 미치는 것으로 도출되었다.

$$\ln\left(\frac{P_{\text{소비}}}{P_{\text{오락}}}\right) = -8.089 + 0.303X_1 + 1.351X_2 + 0.038X_3 + 2.509X_4 + 1.623X_5 - 0.626X_6$$

마지막으로 오락지향형 관광지와 비교하여 건강지향형 관광지가 선택될 확률을 계산하기 위한 회귀식은 다음과 같다. 결혼여부와 소득수준을 제외한 모든 변수가 양의 영향을 미치는 것으로 도출되었다.

$$\ln\left(\frac{P_{\text{건강}}}{P_{\text{오락}}}\right) = -2.595 + 0.705X_1 + 0.280X_2 - 0.065X_3 + 3.418X_4 + 0.728X_5 - 1.065X_6$$

다음으로 다항 로지스틱 분석을 통해 중국 관광객의 관광지 유형별 선택 모형과 각 모형에서 유의하게 영향을 미치는 변수 도출 결과를 토대로 각 관광지 유형별 선택확률을 계산하기 위한 로짓모형을 설정하여야 한다.

앞서 설정한 각 관광지 유형별 선택 회귀식을 이용하여 로짓모형의 이론에 따라 다음과 같이 식을 설정할 수 있다.

$$P(i) = \frac{e^{vi}}{e^{v_{\text{관람형}}} + e^{v_{\text{체험형}}} + e^{v_{\text{소비형}}} + e^{v_{\text{건강형}}}}$$

여기서  $P(i)$ 는 관광지 유형  $i$ 를 선택할 확률으로  $0 \leq P(i) \leq 1$ 사이의 값을 가진다. 이 때 모든 경우에 앞서 제시된 관광지 유형을 반드시 선택한다고 가정하면 다음 식이 성립되어야 한다.

$$P(\text{관람}) + P(\text{체험}) + P(\text{소비}) + P(\text{건강}) + P(\text{오락}) = 1$$

이러한 설정 하에 각 관광지 유형별 선택확률을 도출하는 결과는 다음과 같다.

## 2) 관광객 특성에 따른 관광지 유형별 선택확률 분석결과

앞서 도출된 모형에 각 변수의 평균값을 적용할 경우, 표본의 평균적인 관광지별 선택확률을 도출할 수 있다. 이 때 각 변수의 변화에 따른 관광지 유형별 선택확률의 변화를 살펴보기 위하여, 해당 변수를 제외한 독립변수의 경우에는 평균값을 적용, 해당 변수의 경우에는 설문지 상에서 제시된 범주 및 실제 중국 관광객의 행태 등을 감안하여 변화하는 것으로 가정하였다.

먼저 여행횟수의 경우, 설문조사 결과를 토대로 3회 미만, 4~5회, 6회 이상으로 구분하여 관광지 선택확률의 변화를 살펴보았다. 분석결과, 3회 미만의 관광객의 경우 관람지향형 관광지에 대한 선택확률(47.6%)이 가장 높은 것으로 분석되었으며, 그 뒤로 체험지향형 관광지(24.8%), 소비지향형 관광지(21.7%), 건강지향형 관광지(4.8%) 순으로 분석되었다. 여행횟수가 많아질수록 체험지향형 및 소비지향형, 오락지향형 관광지에 대한 선택확률은 줄어드는 것으로, 관람지향형 및 건강지향형 관광지에 대한 선택확률은 증가하는 것으로 분석되었다. 이는 선행연구 등을 토대로 체험 위주의 관광지에 대한 선호도가 높을 것으로 예상한 것과 반대되는 결과로서, 중국 관광객의 경우 타 여행지에 대한 경험이 많을수록

관람지향형 및 건강지향형 관광지에 대한 선택확률이 높아지는 특성을 보이는 것으로 판단할 수 있다.

<표 4-5> 여행경험에 따른 관광지 유형별 선택확률의 변화

구분	체험지향형	관람지향형	소비지향형	건강지향형	오락지향형
평균	24.2%	49.1%	20.4%	5.5%	0.9%
3회 미만	24.8%	47.6%	21.7%	4.8%	1.1%
4~5회	20.2%	55.1%	14.0%	10.4%	0.3%
6회 이상	16.6%	57.2%	9.8%	16.3%	0.1%

다음으로 성별의 경우 남성과 여성의 관광지 선택 유형의 차이를 살펴보았다. 분석결과, 남성의 경우 여성에 비하여 체험지향형 및 건강지향형, 오락지향형 관광지에 대한 선택확률이 높으며, 관람지향형 및 소비지향형 관광지에 대한 선택확률은 낮은 것으로 분석되었다. 이는 선행연구 등을 토대로 여성일 경우 소비활동에 대한 선호가 높다는 예상과 부합하는 결과이다.

<표 4-6> 성별에 따른 관광지 유형별 선택확률의 변화

구분	체험지향형	관람지향형	소비지향형	건강지향형	오락지향형
평균	24.2%	49.1%	20.4%	5.5%	0.9%
남성	29.5%	40.0%	19.4%	9.3%	1.8%
여성	19.5%	56.3%	20.4%	3.3%	0.5%

다음으로 연령에 따른 관광지 선택 유형의 차이를 살펴보았다. 연령의 경우에는 외래관광객 실태조사 등에서 주요 방문층으로 분석된 30대, 40대, 50대를 기준으로 살펴보았다. 분석결과, 연령이 증가함에 따라 관람지향형 및 소비지향형 관광지에 대한 선택확률은 증가하며, 체험지향형 및 건강지향형, 오락지향형 관광지에 대한 선택확률은 감소하는 것으로 나타났다. 이는 선행연구 등을 토대로 고연령의 관광자일수록 관람 및 휴양 등의 관광활동에 대한 선호가 높다는 예상과 부합하는 결과이다.

<표 4-7> 연령에 따른 관광지 유형별 선택확률의 변화

구분	체험지향형	관람지향형	소비지향형	건강지향형	오락지향형
평균	24.2%	49.1%	20.4%	5.5%	0.9%
30대	25.4%	47.3%	19.0%	7.3%	1.0%
40대	21.5%	51.7%	22.9%	3.2%	0.8%
50대	17.5%	54.2%	26.4%	1.3%	0.6%

다음으로 결혼여부에 따른 관광지 선택 유형의 차이를 살펴보았다. 결혼여부의 경우에는 미혼과 기혼으로 나누어 분석하였다. 분석결과, 결혼여부에 관계없이 전체적인 선택확률은 유사한 것으로 나타났으나, 결혼을 하지 않은 경우 체험지향형 및 오락지향형 관광지에 대한 선택확률이 높은 것으로 분석되었으며, 결혼한 경우에는 관람지향형 및 소비지향형, 건강지향형 관광지에 대한 선택확률이 높은 것으로 나타났다.

<표 4-8> 결혼여부에 따른 관광지 유형별 선택확률의 변화

구분	체험지향형	관람지향형	소비지향형	건강지향형	오락지향형
평균	24.2%	49.1%	20.4%	5.5%	0.9%
미혼	28.0%	47.7%	16.9%	2.3%	5.2%
기혼	22.7%	48.6%	21.2%	7.0%	0.5%

다음으로 학력에 따른 관광지 선택 유형의 차이를 살펴보았다. 학력의 경우 설문결과 나타난 중국 관광객의 특성을 감안하여 고졸 이하와 대학 졸업 이상일 경우를 비교하여 살펴보았다. 분석결과, 학력이 낮을수록 체험지향형 및 건강지향형, 오락지향형 관광지에 대한 선택확률이 높은 것으로, 학력이 높을 경우에는 관람지향형 및 소비지향형 관광지에 대한 선택확률이 높은 것으로 분석되었다. 이는 선행연구 등을 토대로 예상한 교육수준이 높을수록 타 지역의 역사·문화 등과 관련한 관광지에 대한 선호가 높을 것이라는 예상에 부합하는 결과이다.

<표 4-9> 교육수준에 따른 관광지 유형별 선택확률의 변화

구분	체험지향형	관람지향형	소비지향형	건강지향형	오락지향형
평균	24.2%	49.1%	20.4%	5.5%	0.9%
고졸 이하	33.9%	34.6%	10.9%	13.3%	7.4%
대졸 이상	22.0%	50.7%	22.2%	4.5%	0.6%

마지막으로 소득수준에 따른 관광지 선택 유형의 차이를 살펴보았다. 소득수준의 경우 설문조사 결과 나타난 중국 관광객의 특성을 감안하여 월평균 가구소득이 10,000RMB 이하일 경우와 10,001RMB 이상일 경우를 비교하여 살펴보았다. 분석결과, 소득수준이 상대적으로 높을 경우에는 체험지향형 및 소비지향형, 오락지향형 관광지에 대한 선택확률이 높은 것으로, 낮을 경우에는 관람지향형 및 건강지향형 관광지에 대한 선택확률이 높은 것으로 나타났다. 이는 선행연구 등을 통해 예상한 소득수준이 높을수록 소비 및 체험형 관광지에 대한 선호가 높을 것이란 예상과 부합하는 결과이다.

<표 4-10> 소득수준에 따른 관광지 유형별 선택확률의 변화

구분	체험지향형	관람지향형	소비지향형	건강지향형	오락지향형
평균	24.2%	49.1%	20.4%	5.5%	0.9%
높은 소득수준	19.6%	53.9%	17.8%	8.4%	0.4%
낮은 소득수준	26.8%	45.8%	21.7%	4.2%	1.5%

다음으로 관광형태 즉 개별여행객과 단체관광객 간의 관광지 유형 선택확률 비교를 위하여 각 관광유형별 평균값을 적용하여 이를 살펴보았다. 도출된 모형을 토대로 한 추정 결과 중국 개별여행객과 단체관광객이 가장 선호하는 관광지는 관람지향형(47.1%, 51.0%)로 동일하게 나타났으며, 그 뒤로 체험지향형(25.6%, 22.6%), 소비지향형(19.4%, 21.4%), 건강지향형(6.8%, 4.4%) 순으로 분석되었다. 분석 결과, 개별여행객은 단체관광객에 비하여 체험지향형 관광지 및 건강지향형 관광지에 대한 선택확률이 높은 것으로 분석되었으며, 관람지향형 관광지 및 소비지향형 관광지의 경우에는 단체관광객의 선택확률이 높은 것으로 분석되었다. 분석 결과를 구체적으로 제시하면 <표 4-11>과 같다.

<표 4-11> 관광행태에 따른 관광지 유형별 선택확률의 변화

구분	체험지향형	관람지향형	소비지향형	건강지향형	오락지향형
평균	24.2%	49.1%	20.4%	5.5%	0.9%
개별여행	25.6%	47.1%	19.4%	6.8%	1.1%
단체관광	22.6%	51.0%	21.4%	4.4%	0.7%

다음으로 중국 관광객 관련 선행연구 등에서 예측한 중국 관광객 특성의 변화를 적용한 관광지 유형별 선택확률의 변화를 살펴보았다. 중국 관광객은 우리나라를 비롯하여 세계적으로 관광시장으로서의 중요성이 대두되고 있어, 이의 특성 변화를 예측한 다양한 연구가 실시되었다. 이와 관련된 선행연구 중 한국관광공사에서 실시한 『중국 관광소비자 마케팅 조사』를 토대로 향후 중국 관광객 특성 변화에 따른 관광지 유형별 선택확률의 변화를 살펴보았다.

한국관광공사(2010)는 최근 북경 및 상해 등의 주요 도시 거주자의 방한 관광증가율이 2007년 이후 급속히 감소함에 따라 이외 지역인 난징, 칭두 등의 거주자의 방한 관광수요를 이끌어내기 위하여 이들을 대상으로 한 조사결과를 토대로 신규시장 개척과 신규관광객 유치를 위한 시사점을 제시하였다.

제주지역의 경우에도 2009년부터 국제직항노선 활성화 인센티브를 제공함에 따라 대련, 광저우, 난징 등의 도시와의 직항노선이 확대되기 시작하였다. 이에 따라 제주지역과의 직항노선을 이용한 제주지역 방문자가 증가함에 따라 위 지역에서의 관광객 또한 증가추세를 보일 것으로 판단된다. 또한 이러한 직항노선은 향후 추가·확대될 예정인 바, 한국관광공사(2010)의 연구결과 도출된 중국 관광객 중 향후 방한 관광에 있어 증가추세를 보일 것으로 예상되는 집단의 관광지 유형별 선택확률을 분석하여 제시하였다.

한국관광공사(2010)는 중국 관광객에 대한 심층 분석을 통해 북경, 상해 등 1급 지역을 제외한 기타 도시에서의 신규시장 개척과 신규관광객 유치의 증대를 위한 마케팅 측면에서의 시사점을 제시하였다. 거주지역·연령·성별·소득수준 등을 기준으로 시장세분화를 실시하여 향후 한국을 비롯한 기타 국가에 대한 관광욕구가 높게 나타날 것으로 예상되는 총 5개의 집단을 도출한 바, 이들 집단을 시나리오로 설정하여 이의 관광지 유형별 선택확률을 분석하였다.

향후 방한 관광을 실시할 확률이 높은 집단의 인구통계적 및 개인적 특성에 대하여 구체적으로 제시하면 다음과 같다. 집단 1은 방한의향이 높은 난징 거주 자층으로, 교육수준은 중간수준, 소득 수준은 중하위 정도이며, 직업은 회사원인 집단으로 가장 한국방문이 유력한 집단으로 제시되었다. 집단 2는 난징 외 지역에 거주하는 20~30대의 젊은 여성층으로 고소득층이며, 고학력자 집단으로 제시되었다. 집단 3은 난징 외 지역 거주 40~50대 여성층으로 상대적인 고소득층이며, 학력수준은 중간이하, 직업은 개인사업자의 비중이 가장 높은 집단으로 제시되었다. 집단 4는 난징 외 지역 거주 중산층 이하의 남성층으로 소득 수준은 중간 이하, 학력수준은 높은 회사원의 비중이 높은 집단으로 제시되었다. 마지막으로 집단 5는 난징 외 지역에 거주하는 고소득층 남성층으로 학력 수준이 높은 편이며, 직업은 개인사업자의 비중이 가장 높은 집단으로 제시되었다.

한국관광공사(2010) 연구 결과를 토대로 향후 한국 방문 의사가 높은 집단 도출 결과 및 집단별 특성을 정리하여 시나리오를 설정한 결과를 구체적으로 제시하면 <표 4-12>와 같다.

<표 4-12> 향후 한국 방문 주요 관광객 층 및 특성 예측 결과

선행연구	관광객 특성	시나리오 설정 결과
한국관광공사 (2010)	◦ 중간 정도의 교육수준, 중하위 수준의 소득수준, 회사원, 난징거주	Scn1
	◦ 높은 교육수준 및 소득수준, 20~30대의 젊은 연령층, 여성, 난징 외 거주	Scn2
	◦ 상대적 고소득층, 중간 이하의 교육수준, 40~50대의 연령층, 개인사업자, 난징 외 거주	Scn3
	◦ 중간 이하의 소득수준, 높은 교육수준, 남성, 난징 외 거주	Scn4
	◦ 높은 소득수준 및 교육수준, 남성, 난징 외 거주	Scn5

자료: 한국관광공사(2010), 『중국 관광소비자 마케팅 조사』, pp.171~177을 토대로 연구자 재정리

선행연구에서 제시된 관광객의 특성 중 본 연구의 최종 모형에 변수로서 포함된 특성인 관광형태, 연령, 성별, 소득수준, 교육수준 등에 따라 시나리오 구성이 가능한 바, 각 시나리오 별 분석을 위해 각 특성의 적용값을 설정하고, 이를 적용함으로써 관광지 유형별 선택확률을 분석을 실시하였다. 각 특성의 적용값은 앞서 분석한 각 특성의 변화에 따른 관광지 유형별 선택확률 차이 분석시 적용한 값을 동일하게 적용하였다.

먼저 시나리오 1의 경우, 중간 정도의 교육수준 및 중하위 수준의 소득수준인 사람에 대한 시나리오로, 교육수준 및 소득수준 변수를 달리 적용하여 분석을 실시하였다. 분석 결과, 관람지향형 관광지에 대한 선택확률이 50.0%로 가장 높은 것으로 분석되었으며, 그 외에 체험지향형 관광지(21.3%), 건강지향형 관광지(14.6%), 소비지향형 관광지(13.5%) 순으로 선택확률이 높은 것으로 분석되었다.

시나리오 2의 경우, 높은 교육수준 및 소득수준을 가진 20~30대의 젊은 여성층에 대한 시나리오로, 교육수준 및 소득수준, 연령, 성별 변수를 달리 적용하여 분석을 실시하였다. 분석 결과, 관람지향형 관광지에 대한 선택확률이 55.1%로 가장 높게 나타났으며, 그 외에 소비지향형 관광지(26.0%), 체험지향형 관광지(16.5%), 오락지향형 관광지(2.3%) 순으로 선택확률이 높은 것으로 분석되었다.

시나리오 3의 경우, 중간 이하의 교육수준을 가진 상대적 고소득층인 40~50대인 사람에 대한 시나리오로, 교육수준 및 소득수준, 연령 변수를 달리 적용하여 분석을 실시하였다. 분석 결과, 관람지향형 관광지에 대한 선택확률이 48.0%로 가장 높은 것으로 나타났으며, 그 외에 체험지향형 관광지(31.5%), 소비지향형 관광지(15.0%), 건강지향형 관광지(5.1%) 순으로 선택확률이 높은 것으로 분석되었다.

시나리오 4의 경우 중간 이하의 소득수준과 높은 교육수준을 가진 남성에 대한 시나리오로, 소득수준 및 교육수준, 성별 변수를 달리 적용하여 분석을 실시하였다. 분석 결과, 체험지향형 관광지에 대한 선택확률이 64.0%로 가장 높은 것으로 나타났으며, 그 뒤로 관람지향형 관광지(20.4%), 소비지향형 관광지(12.9%), 건강지향형 관광지(2.2%) 순으로 높은 것으로 분석되었다.

시나리오 5의 경우, 높은 소득수준 및 교육수준을 가진 남성에 대한 시나리오로, 소득수준 및 교육수준, 성별 변수를 달리 적용하여 분석을 실시하였다. 분석 결과, 체험지향형 관광지에 대한 선택확률이 36.4%로 가장 높은 것으로 나타났으며, 그

뒤로 관람지향형 관광지(36.1%), 소비지향형 관광지(22.8%), 건강지향형 관광지(3.8%) 순으로 높은 것으로 분석되었다.

각 시나리오별 관광지 유형 선택확률 분석 결과를 구체적으로 제시하면 <표 4-13>과 같다.

<표 4-13> 시나리오별 관광지 유형별 선택확률 분석 결과

구분	체험지향형	관람지향형	소비지향형	건강지향형	오락지향형
평균	24.2%	49.1%	20.4%	5.5%	0.9%
Scn1	21.3%	50.0%	13.5%	14.6%	0.6%
Scn2	16.5%	55.1%	26.0%	2.3%	0.2%
Scn3	31.5%	40.8%	15.0%	5.1%	7.6%
Scn4	64.0%	20.4%	12.9%	2.2%	0.5%
Scn5	36.4%	36.1%	22.8%	3.8%	0.9%

### 3) 분석결과의 요약

중국 관광객 관광지 선택모형을 토대로 최종모형에 포함된 각 변수의 변화에 따른 관광지 유형별 선택확률의 변화와 중국 관광객 관련 선행연구를 토대로 시나리오를 설정하고 이에 따른 관광지 유형별 선택확률의 변화를 분석한 결과와 이를 토대로 도출한 시사점을 요약하여 제시하면 다음과 같다.

먼저 여행경험에 따른 관광지 유형별 선택확률의 변화를 살펴본 결과, 여행경험이 많을수록 체험지향형 및 소비지향형, 오락지향형 관광지에 대한 선택확률을 줄어들이며, 관람지향형 및 건강지향형 관광지에 대한 선택확률은 증가하는 것으로 분석되었다. 이는 선행연구 등을 토대로 예상한 결과에 부합하지 않는 결과로서, 중국 관광객의 특성인 것으로 해석할 수 있다.

다음으로 성별에 따른 관광지 유형별 선택확률의 변화를 살펴본 결과, 남성의 경우 여성에 비하여 체험지향형 및 건강지향형, 오락지향형 관광지에 대한 선택확률이 높게 나타났으며, 이는 선행연구 등을 토대로 예상한 결과에 부합하는 결과로 나타났다. 다음으로 연령에 따른 관광지 유형별 선택확률의 변화를 살펴본

결과, 연령이 증가함에 따라 관람지향형 및 소비지향형 관광지에 대한 선택확률이 증가하며, 체험지향형 및 건강지향형, 오락지향형 관광지에 대한 선택확률은 감소하는 것으로 나타났다. 이는 선행연구 등을 토대로 예상한 결과에 부합하는 결과이다. 다음으로 결혼여부에 따른 관광지 유형별 선택확률을 살펴본 결과, 결혼을 하지 않은 경우 체험지향형 및 오락지향형 관광지에 대한 선택확률이 다소 높은 것으로 나타났으며, 이는 선행연구 등을 토대로 예측한 결과에 부합하는 것으로 나타났다. 다음으로 학력에 따른 관광지 유형별 선택확률을 살펴본 결과, 학력이 높을수록 관람지향형 및 소비지향형 관광지에 대한 선택확률이 높은 것으로 나타났으며, 이는 선행연구 등을 토대로 예상한 결과에 부합하는 것으로 나타났다. 특히 교육수준이 높을수록 타 지역의 역사·문화 등과 관련한 관광지에 대한 선호가 높을 것으로 예상된다. 다음으로 소득수준에 따른 관광지 유형별 선택확률을 살펴본 결과, 소득수준이 높을수록 체험지향형 및 소비지향형, 오락지향형 관광지에 대한 선택확률이 높아지는 것으로 분석되었으며, 이는 선행연구 등을 토대로 예상한 결과에 부합하는 것으로 나타났다. 다음으로 관광유형(개별여행/단체관광)에 따른 관광지 유형 선택확률의 차이에 대하여 살펴본 결과, 개별여행객은 단체관광객에 비하여 체험지향형 관광지 및 건강지향형 관광지에 대한 선택확률이 높은 것으로 나타났으며, 단체관광객은 관람지향형 및 소비지향형 관광지에 대한 선택확률이 높은 것으로 분석되었다. 개별여행객의 경우 단체관광객에 비하여 연령대가 높음에도 불구하고, 체험지향형 관광지에 대한 선택확률이 높은 것으로 분석되었는데, 여행횟수가 비교적 많음에 따라 단순한 관람활동보다는 체험을 선호하기 때문인 것으로 분석되었다.

마지막으로 한국관광공사(2010)에서 제시된 향후 방한 관광의향이 높은 집단의 관광지 유형별 선택확률을 예측한 결과, 남성일 경우를 가정한 시나리오 4와 5를 제외하고, 대체적으로 관람지향형 관광지에 대한 선택확률이 가장 높은 것으로 분석되었으며, 남성인 경우를 가정한 시나리오의 경우 체험지향형 관광지에 대한 선택확률이 높게 나타났다.

## V. 결론

### 1. 연구의 시사점

관광객 수요를 효과적으로 유인하기 위해서는 이들의 선호에 대한 분석이 필수적이다. 관광객은 관광주체로서 관광산업의 핵심인 바, 이에 대한 이해가 없이는 효과적인 정책 및 상품개발에 한계가 발생하게 되는 것이다. 이에 본 연구에서는 관광객의 선호, 즉 관광지 선택을 분석하기 위한 모형을 개발하고, 이를 토대로 시사점을 제시하였다. 특히 최근 그 증가세로 인하여 주요 관광시장으로서 주목받고 있는 중국 관광객을 대상으로 실증분석을 실시함으로써 정책적인 시사점을 도출하였다.

본 연구에서는 관광객의 관광지 선택모형을 개발하기 위한 방법론으로써 여러 대안에 대한 선호를 확률적으로 도출하여 살펴볼 수 있는 다항 로지스틱 모형을 설정하고, 선행연구 고찰을 통해 모형의 종속변수와 독립변수를 도출하였다. 관광객의 의사결정 대상이 되는 관광지 유형은 종속변수로서, 체험지향형 관광지, 관람지향형 관광지, 소비지향형 관광지, 오락지향형 관광지의 5가지 유형으로 세분화하였으며, 관광객의 의사결정과정에 영향을 주는 요인은 인구통계학적 변수와 개인적 특성 변수를 도출하였다.

이를 토대로 제주를 방문한 중국 관광객을 대상으로 설문조사를 실시하고, 이를 토대로 중국관광객의 관광지 선택모형을 도출하였다. 그 결과, 중국 관광객의 관광지 선택에 영향을 미치는 요인으로 여행횟수, 성별, 연령, 결혼여부, 학력, 소득수준이 도출된 바, 이를 최종 모형으로 확정하였다. 이외에 직업군, 거주지역, 개인의 성향, 여가시간 등은 최종 모형 도출 시 모형의 유의성에 부정적인 영향을 미치는 것으로 나타나 제외하였다. 다항 로지스틱 모형의 적합도를 판단하는 각 기준을 토대로 모형설정 결과의 적합도를 살펴본 결과, 적합한 것으로 나타났으며, 설문조사를 통해 산출된 각 관광지 유형별 응답 비율과의 비교를 실시한 결과 또한 유사하게 나타나 모형은 적합하게 도출된 것으로 판단된다.

최종모형에 포함된 각 변수의 변화에 따른 관광지 유형별 선택확률의 변화를 살펴보고 이를 토대로 중국 관광객 대상 관광상품 개발 및 관광지 개발 등에 있어서의 시사점을 도출하였다. 각 변수의 변화에 따른 관광지 유형별 선택확률의 변화를 살펴본 결과, 먼저 여행경험의 경우 타 여행지에 대한 여행경험이 많은 중국 관광객을 대상으로는 관람지향형 및 건강지향형 관광지를 중심으로 한 관광상품을 개발하여 제공할 경우, 이들의 만족도를 높일 수 있을 것으로 판단된다. 다음으로 성별의 경우 남성 관광객이 여성 관광객에 비하여 보다 활동적인 관광활동을 선호하는 것으로 나타난 바, 체험지향형 관광지 등을 중심으로 한 관광상품을 개발하여 제공함으로써 이들의 만족도를 높일 수 있을 것으로 판단된다. 다음으로 연령의 경우 연령이 높은 관광객에게는 관람지향형 및 소비지향형 관광지를 중심으로 한 관광상품을 개발·제공함으로써 이들의 만족도를 제고할 수 있을 것으로 판단된다. 또한 이는 향후 제주지역 방문 중국 관광객의 특성 중 연령이 증가하는지, 감소하는지에 따라 관광상품 개발시 중점을 두어야 할 관광지 유형을 선택하는데 시사점을 제공할 수 있다. 다음으로 결혼여부의 경우, 미혼인 중국 관광객을 대상으로는 보다 활동적인 관광지를 중심으로 하는 관광상품을 제공함으로써 이들의 만족도를 제고할 수 있을 것이다. 다음으로 학력의 경우 학력이 높은 중국 관광객을 대상으로는 관람지향형 특히 지역의 문화 등을 경험할 수 있는 박물관 등을 중점적으로 관광상품을 개발·제공할 경우 이들의 만족도를 제고할 수 있을 것이다. 마지막으로 소득수준의 경우 소득수준이 낮은 중국 관광객을 대상으로 체험지향형 및 오락지향형 관광지 등을 중심으로 한 관광상품을 제공하였을 경우에는 이들의 참여에 일부분 한계가 발생하여 불만족이 발생할 가능성이 있는 바, 이를 감안하여 상품을 개발·제공할 필요가 있다.

다음으로 관광유형(개별여행/단체관광)에 따른 관광지 유형 선택확률의 차이에 대하여 살펴본 결과, 개별여행객의 경우 단체관광객에 비하여 연령대가 높음에도 불구하고, 체험지향형 관광지에 대한 선택확률이 높은 것으로 분석되었는데, 여행횟수가 비교적 많음에 따라 단순한 관람활동보다는 체험을 선호하기 때문인 것으로 분석되었다. 이를 토대로 개별여행객을 대상으로 한 관광상품 구성 시에는 관람 위주의 관광상품보다는 체험 위주의 관광상품을 포함하여 구성할 필요가 있다는 시사점을 도출할 수 있다.

마지막으로 한국관광공사(2010)에서 제시된 향후 방한 관광의향이 높은 집단의 관광지 유형별 선택확률을 예측한 결과를 토대로 향후 보다 다양한 관람지향형 관광지를 개발하거나, 중국 현지에서 제주지역의 관람지향형 관광지에 대한 홍보를 강화함으로써 이들의 방한 관광수요를 이끌어 낼 수 있을 것이다. 이와 함께 남성인 경우를 가정한 시나리오의 경우 체험지향형 관광지에 대한 선택확률이 높게 나타난 바, 지역 내 자연자원을 활용한 다양한 체험지향형 관광지의 개발 및 홍보활동을 강화할 필요가 있을 것이다.

앞서 제시된 분석결과 및 시사점은 관광사업체 측면에서의 시사점으로, 지역적 인 측면에서는 본 연구의 결과를 토대로 향후 중국 관광객의 선호 변화를 예측하고, 이에 따라 관광객 수요 증대 방안 등을 모색할 수 있을 것이다. 최근 중국인 관광객 중 20대 여성 관광객의 증가가 두드러지게 나타나고 있음을 감안하였을 때, 20대 여성 중국 관광객의 선호가 가장 높은 관람지향형 관광지 및 체험지향형 관광지에 대한 홍보 및 관련 관광상품 구성 및 판매할 경우 이들의 제주지역 방문을 보다 확대할 수 있을 것이다.

본 연구는 연구 결과 및 시사점에서 제시되었듯이 관광객 특성의 변화에 따른 관광객 선호의 변화를 예측할 수 있다는 점에서 이론적 의의를 찾을 수 있을 것이다. 기존 관련 연구에서 제시된 방법론 및 결과의 경우 향후 예측의 제한성이나, 모형 적용의 어려움 등의 한계가 있었으나, 다항 로지스틱 모형을 활용하여 이를 개발함으로써 이를 극복할 수 있을 것으로 판단된다. 또한 관광객의 관광지 선택에 영향을 미치는 요인을 도출하고, 이의 영향을 실증적으로 확인했다는 점 또한 이론적인 의의를 찾을 수 있다. 특히 인구통계학적 특성을 활용함으로써 향후 관광사업체 측면에서의 연구의 활용성을 확보할 수 있다는 점에서는 정책적인 의의를 확인할 수 있다. 본 연구의 결과를 활용함으로써 중국인 관광객의 만족도를 제고하고, 재방문 수요 및 새로운 수요를 이끌어 낼 수 있는 관광상품을 개발할 수 있을 것으로 판단된다.

## 2. 연구의 한계 및 향후 연구 방향

본 연구는 다음과 같은 제한점을 가지고 있다.

첫째, 비용 및 시간 등의 한계로 인하여 보다 근본적인 관광객의 선호를 분석하는데 제한이 발생하였다.

중국 관광객의 근본적인 선호를 분석하기 위해서는 장기간에 걸쳐 다양한 장소에서 다양한 계층을 대상으로 조사를 실시하여야 하나, 본 연구에서는 제주지역을 방문하고 돌아가는 중국 관광객을 대상으로 하여 일부분 편중된 선호가 나타났다. 그러나 이는 제주지역이 가지고 있는 이미지(해양관광지, 자연친화적 관광지 등)에 따라 나타난 것이라 판단되며, 향후에는 이와 관련한 관광지 유형만을 세분화하여 보다 구체적인 분석이 가능할 것으로 판단된다.

둘째, 시간적·비용적인 한계로 인하여 구체적인 응답을 도출해내고, 최대한 많은 변수를 확보하는데 제한이 발생한 것이다.

중국 관광객을 대상으로 설문할 경우에는 내국인 관광객보다 고려해야만 하는 점이 많은 것으로 판단된다. 설문조사 결과, 중국 관광객의 특성상 설문조사에 대한 반감 등이 있는 것, 설문경험 부재로 인하여 설문조사 시 조사원이 직접 설명을 해주어야 하는 것 등의 제한점을 발견할 수 있었다. 향후 관련 연구 진행 시에는 중국 관광객의 특성을 감안하여 보다 간결하고, 직설적인 설문구성을 통한 설문조사를 통해 응답률을 높이거나 질적연구방법 등을 도입하는 방안이 필요할 것이다.

셋째, 분석모형의 적합성이다.

다항 로지스틱 분석은 개인의 선호 등을 분석하는 모형 중 간편하고, 적용이 쉬워 많이 이용되고 있으나, 대안이 선택될 확률의 비율이 다른 대안과는 독립적임을 가정함에 따라 속성들의 교차 탄력성이 일정함을 가정하는 단점이 발생하게 된다. 그러나 여타 확률선택모형 등에 비하여 적용이 간편하고, 다양한 변수를 포함할 수 있다는 장점을 가지게 되는 바, 향후에는 이를 교차적용하는 등의 개량을 통하여 보다 효과적인 분석모형을 개발할 수 있을 것으로 판단된다.

넷째, 향후 예측 시나리오의 불완전성이다.

본 연구를 통해 개발한 모형은 향후 중국 관광객 특성 변화에 따른 관광지 유형별 선택확률의 변화를 살펴볼 수 있다는데 의의가 있다. 이러한 의의를 확보하기 위해서는 관련 통계를 토대로 향후 중국 관광객 특성 변화를 직접 예측하고 이에 따른 선택확률의 변화를 살펴보는 것이 바람직하나, 통계자료의 적합성 부족, 시간적·금전적 한계 등으로 인하여 이를 구체적으로 예측하지 못하고 관련 선행연구에서 제시된 연구결과를 토대로 이를 살펴본 것을 한계로 지적할 수 있다. 향후 연구에서는 최종모형에 포함된 각 변수들의 향후 변화를 예측하고, 이를 토대로 관광지 선택확률의 변화를 살펴보아야 할 것이다.

## 참 고 문 헌

### 1. 국내문헌

#### 1) 서적

- 김성혁(1992), 『관광마케팅론』, 서울: 대왕사.
- 김진탁·김원인(1997), 『현대여가위락론』, 학문사.
- 문화체육관광부(2012), 『2011년 기준 관광동향에 대한 연차보고서』
- 박석희(2002), 『신관광자원론』, 서울: 일신사.
- 박시사, 『관광소비자행동론』, 서울: 대왕사.
- 엄서호(1998), 『관광레저연구』, 서울: 백산출판사.
- 이성우 외(2005), 『로짓·프로빗모형 응용』, 서울: 박영사.
- 이장춘(1997), 『최신 관광자원학』, 서울: 대왕사.
- 이준구(2002), 『미시경제학』, p.61, 서울: 법문사.
- 유필화 외(2009), 『현대 마케팅론』, 서울: 박영사
- 장호찬·라선아(2009), 『관광행동론』, 서울: 한국방송통신대학교출판부.
- 한국문화관광연구원(2010), 『관광지 제도 개선 방향 연구』.
- \_\_\_\_\_ (2011), 『2011년 외래관광객실태조사』.
- \_\_\_\_\_ (2011). 『중국인 개별관광객 유치 활성화 방안』.
- 홍세희(2005), 『이항 및 다항 로지스틱 회귀분석』, 경기: 교육과학사.

#### 2) 논문

- 고계성(2006), “관광목적지 유형에 따른 매력성 평가에 관한 연구”, 제주대학교 박사학위논문.
- 곽노엽(1999), “관광지 속성의 선호도에 관한 연구-여름휴가지 선택행동을 중심으로-”, 경기대학교 대학원 박사학위논문.
- 금경호(2000), “관광호텔 관광자의 선택행동에 관한 연구”, 관광경영학연구, 제 10호.
- 김영우·김홍범(2006). “관광동기 및 관광유형선택에 따른 관광행동에 관한 연구”, 관광레저연구, 한국관광레저학회, 제18권 제4호.
- 김정준(2009), “관광지 유형에 따른 관광동기, 관여도와 관광매력성 연구”, 경기대학교 박사학위 논문.

- 김지선·이훈(2011), "문화권에 따른 외래 관광객 행동특성 분석-고궁관광객을 중심으로-", 한국관광학회.
- 김진곤(2011), "중국관광객 유치확대 사례연구: 중국의 아웃바운드 정책과 일본의 유치활동을 중심으로", 관광학연구, 제35권 제4호, 한국관광학회.
- 김화영(2006), "국내여행 목적지 선택요인 및 유형에 관한 연구", 경기대학교 석사학위논문.
- 문태현 외(2008), "주택유형 선택요인 분석 및 선택확률에 관한 연구; 진주시 사례를 중심으로", 국토계획, 제43권 제2호, 대한국토도시계획학회.
- 박선주(1995), "패키지 여행목적지 선택에 있어 세분시장별 요인차에 관한 연구", 동아대학교 석사학위논문.
- 박세훈(1994). "소비자 선택 모형과 시장 구조 분석에 대한 소고", 소비자학연구, 한국소비자학회.
- 박현정(1993), "사회계층과 관광행태의 상관성에 관한 연구", 관광품질시스템연구, 관광품질시스템학회.
- 송영민·이인재(2011). "중국 개별관광객의 국내 관광안내 경험에 대한 질적 연구", 관광연구저널, 한국관광연구학회.
- 송영철(2002), "관광자의 거주지 특성에 따른 관광행태 연구", 한국지역지리학회지, 한국지역지리학회.
- 안광호·채서일(1993). "Multinomial logit 모델을 이용한 점포선택행위에 대한 실증 연구", 경영저널, 한국경영학회.
- 오남삼(1991), "관광지 주민의 관광행태에 관한 연구: 서귀포시를 사례지역으로 하여", 서울대학교 박사학위논문.
- 오상훈(1993), "관광자의 성격과 관광목적지의 관계에 관한 연구", 한양대학교 박사학위 논문.
- 유숙향(2006). "Mixed logit을 이용한 입지와 권역별 주거, 고용 및 통근의 결합선택 모형에 관한 연구", 부산대학교 박사학위논문.
- 이미혜(1988), "관광여행자의 개성이 관광여행 행태결정에 미치는 영향연구", 경기대학교 석사학위논문.
- 이영진·송영민(2011), "일본 관광객의 국내 쇼핑관광패턴 특성 분석: 2009 외래 관광객 실태조사'자료를 중심으로", 일본근대학연구, 한국일본근대학회.
- 이은수(2006), "인바운드여행자의 목적지 관광활동 선호도의 결정요인 분석", 호텔경영학연구, 한국호텔외식경영학회.

- 이환태(1997), “관광유형별 해외관광지 선택요인의 중요도와 만족도에 관한 연구”, 계명대학교 경영대학원 석사학위논문.
- 임형순(1999), “당일관광 선택행동에 관한 연구: 네스티드로짓모형을 이용하여”, 경기대학교 대학원 박사학위논문.
- 장병권(2011), “중국의 관광정책 동향과 한중 협력방안”, 국토연구, 국토연구원.
- 정영미(2011), “외래관광객의 한국문화친숙도가 한식소비행동에 미치는 영향”, 동의대학교 박사학위논문.
- 정육(2008), “한중 양국의 상호 관광형태에 관한 연구”, 세종대학교 석사학위논문.
- 조장현·권종현(2004), “유럽관광지 매력속성의 기대수준과 만족수준 평가 및 재방문·추천과의 관계 연구”, 관광연구, 제19권. 대한관광경영학회.
- 최병길·오상훈·현정석(2006), “여행형태별 제주관광수요 패턴 및 예측”, 관광레저연구, 한국관광레저학회, 제18권 제4호.
- 최용훈(2007), “관광지선택속성이 관광자만족과 재방문의도에 미치는 영향”, 경기대학교 대학원 박사학위논문.
- 한상만·손용석·이영승(2004), “네트워크외부성이 소비자 선택행동에 미치는 영향에 관한 연구: 디지털카메라를 중심으로”, 소비자학연구, 한국소비자학회.
- 한상일(1987), “국내관광자의 여행목적지 선택성향에 관한 실증적 연구: 설악산과 경주방문관광자를 중심으로”, 한양대학교 석사학위논문.
- 한송희·윤유식·최윤지(2011), “외래관광객의 체험활동 선호도 및 참여의향에 관한 연구”, 관광학연구, 한국관광학회.
- 홍원식(2010), “제주지역 어촌방문객의 관광동기에 따른 관광활동에 관한 연구”, 제주대학교 석사학위논문.

## 2. 국외문헌

- Ben akiva. M. E. Lerman S.R.(1985), 『Discrete Choice Analysis; Theory and Application to travel demand』, MITpress, Cambridge MA.
- Buhalis. D.(2000), "Marketing the Competitive Destination of Future", *Tourism Management*, 21(1).
- Crompton, J. L.(1979), "Motivations for pleasure vacation", *Annals of Tourism Research*, Vol.6.
- \_\_\_\_\_ (1992), "Structure of Vacation Destination Choice Sets". *Annals of Tourism Research*.
- Eperson. A.F.(1977), 『Private and commercial recreation』, John Wiley&Sons.
- Edward W. Manning & T. David Dougherty(2000). "Planning Sustainable Tourism Destination", *Tourism Recreation Research*, 25(2).
- Gunn(1979), 『Tourism Planning』, Crane Russak.
- Hall, T.(1998), 『Urban Geography』, Routledge.
- Hu, Y., & Ritche, J. R. B.(1993). "Measuring destination attractiveness: A contextual Approach". *Journal of Travel Research*, 32(2)
- Ian Kelly&Tony Nankervis(2001), 『Visitor Destination』, John Wiley&Sons.
- Mill & Morrison(1985), 『The tourism system: An introductory text』, Prentice-Hall.
- McFadden, D., (1981), "Econometric Models of Probabilistic Choice, "in Manski and McFadden (eds), *Structural Analysis of Discrete Data with Econometric Applications*, MIT Press, Cambridge, MA
- Metin Kozak(2004). 『Destination Benchmarking』, CABI Publishing.
- N. Leiper(1995), 『Sustainable tourism: An Australian Perspective』, Butterworth-Heinemann.
- Smith, V.L.(1989), 『Hosts and Guests』, *The Anthropology of tourism*(2nd), University of Pennsylvania press.
- Wahab, s.(1975), 『Tourism management』, Tourism International Press.
- Woodside, A. and Lysonski, S. (1989) 'A general model of traveller destination choice', *Journal of Travel Research*.

<부록 1> 설문지(한국어)

## 제주 방문 중국 관광객의 관광지 선택과 관련된 조사

안녕하십니까?

본 설문은 제주를 방문한 중국 관광객이 관광지 선택 시 영향을 미치는 요인의 영향정도를 살펴보기 위한 설문입니다. 귀하의 고견은 관련 정책 수립에 큰 도움이 될 것입니다. 본 설문에 대한 응답 내용은 오직 통계적인 목적을 위해서만 활용될 것이오니, 번거롭더라도 성실한 답변을 부탁드립니다.

지도교수: 제주대학교 일반대학원 관광경영학과 조 문 수

연구자: 제주대학교 일반대학원 관광경영학과 석사과정 김 세 일

C.P. 010-7343-8810, E-mail. sinseil@jejunu.ac.kr

A. 다음은 귀하의 여행경험 등에 관한 사항입니다. 해당하는 항목에 표기를 해주십시오.

1. 귀하가 현재 제주를 방문하신 것은 몇 번째 방문입니까?

- ① 첫 번째 방문    ② 두 번째 방문    ③ 세 번째 방문    ④ 네 번째 방문 이상

2. 귀하는 현재 다음 중 어떤 형태로 관광에 참여하고 계십니까?

- ① 개별관광(☞ 총 일정은? \_\_박\_\_일)    ② 단체관광(☞ 총 일정은? \_\_박\_\_일)

3. 귀하는 이번 여행을 제외하고, 거주지역 외의 국가로의 여행을 하신 경험이 있으십니까?

- ① 예(☞ 있다면 총 몇 회 여행하셨습니다?\_\_\_\_회)    ② 아니

4. 귀하가 생계를 위해 필수적으로 일하는 시간(근로시간)은 주당 어느 정도입니까?

주당 근무일 수(해당하는 곳에 <input checked="" type="checkbox"/> 표기를 해 주십시오)						
1일	2일	3일	4일	5일	6일	7일

5. 그렇다면 귀하가 여행 등의 여가활동에 활용이 가능한 시간은 월평균 어느 정도입니까?

월평균 여행 등의 여가활동 가능일 수(해당하는 곳에 √표기를 해 주십시오)									
1일	2일	3일	4일	5일	6일	7일	8일	9일	이상

6. 귀하의 개인특성을 이해하기 위한 질문입니다. 해당하는 항목에 √표기를 해 주십시오

항목	전혀 그렇지 않다 ← 보통이다 → 매우 그런 편이다				
나는 남과 어울리는 것을 좋아한다.	1	2	3	4	5
나는 평소 취미생활을 즐긴다.	1	2	3	4	5
나는 평소 낙천적으로 살아가는 편이다.	1	2	3	4	5
나는 가족과 시간을 보내는 것을 중요하게 생각한다.	1	2	3	4	5
나는 평소 인간관계가 원만하다.	1	2	3	4	5
나는 내가 소속된 집단의 안정을 중요시 여긴다.	1	2	3	4	5
나는 내가 맡은 일에 적극적이다.	1	2	3	4	5
나는 여행 등을 통해 흥미로운 경험을 추구하려고 노력한다.	1	2	3	4	5
나는 휴식과 긴장을 해소하여 나의 건강과 안전을 추구하고자 한다.	1	2	3	4	5
나는 여행을 통해 스스로 보고 배워 자아를 실현하고자 한다.	1	2	3	4	5

B. 다음은 귀하의 관광지 및 관광활동 등에 대한 선택과 관련된 사항입니다. 해당하는 항목에 √표기를 해주십시오.

1. 다음 중 귀하가 제주지역 방문시 선택한 관광지의 유형은 무엇입니까?

① 체험지향형	⇨	관광자원의 성격상 직접적으로 참여하는 활동을 통해 특정한 경험을 얻을 수 있는 관광지 - 오름, 올레길, 골프장, 해양레포츠시설, 해수욕장, 체험마을 등
② 관람지향형	⇨	관광자원의 성격상 관람활동을 통해 특정한 경험을 얻을 수 있는 관광지 - 자연경승지, 문화유적지, 박물관, 산업시설, 공연, 종교성지 등
③ 소비지향형	⇨	기념품 및 면세품 등의 구입 등을 목적으로 하는 활동이 주로 이루어지는 관광지 - 면세점, 쇼핑센터, 전통시장, 기념품 판매점, 대형마트 등
④ 건강지향형	⇨	개인의 건강 등의 회복을 목적으로 하는 활동이 주로 이루어지는 관광지 - 마사지샵, 스파, 의료시설, 수목원 등
⑤ 오락지향형	⇨	카지노, 경마 등의 오락활동을 경험할 수 있는 관광지 - 카지노, 경마장 등

2. 다음 중 관광지 유형별로 선택하였던 세부 관광 활동을 선택하여 주십시오.

체험지향형	관람지향형	소비지향형	건강지향형	오락지향형
① 자연체험 활동 (트레킹, 올레 등)	① 자연경승지 관람 (섭지코지 등)	① 면세점 방문	① 마사지·스파 등	① 카지노
② 육상레저 활동 (골프 등)	② 문화유적지 관람 (민속마을 등)	② 쇼핑센터 방문	② 건강검진·물리치료 등	② 경마장
③ 해양레저 활동 (스킨스쿠버 등)	③ 박물관 등 관람 (테지움 등)	③ 지역전통시장 방문	③ 명상·휴식 등	③ 기타 ( )
④ 항공레저 활동 (행글라이딩 등)	④ 산업시설 시찰 (스마트포드 등)	④ 기념품 판매점 방문	④ 기타 ( )	
⑤ 문화체험 활동 (식도락 등)	⑤ 문화·예술공연 관람(난타 등)	⑤ 대형마트 방문		
⑥ 기타 ( )	⑥ 종교성지 관람 (절, 성당 등)	⑥ 기타 ( )		
	⑦ 기타 ( )			

C. 다음은 귀하의 일반적인 특성에 관한 사항입니다. 해당하는 항목에 ✓표기를 해주십시오.

1. 귀하의 성별은?	① 남성                      ② 여성
2. 귀하의 연령은?	세
3. 귀하의 결혼여부는?	① 미혼                      ② 기혼
4. 귀하의 거주지역은?	① 대도시(북경·광주·상해 등)                      ② 중소도시(충칭·톈진·청두 등) ③ 그 외 지역
5. 귀하의 직업은?	① 회사원      ② 공무원      ③ 전문직      ④ 서비스직      ⑤ 자영업 ⑥ 가정주부      ⑦ 학생      ⑧ 퇴직자      ⑨ 기타(_____)
6. 귀하의 학력은?	① 고등학교 졸업 이하                                      ② 전문대 졸업 ③ 4년제 대학 졸업    ④ 대학원 재학
7. 귀하의 월평균 가구 소득은?	① 5,000RMB 이하    ② 5,001~10,000RMB ③ 10,001~15,000RMB    ④ 15,001RMB 이상

## 关于访问济州的中国游客喜欢的旅游地调查

您好？

本问卷是为调查访问济州的中国游客喜欢的旅游地的调查问卷。您的意见会给有关政策的制订提供很大的帮助。有关本问卷的回答内容只会以统计目的被使用，请您配合完成这份问卷，谢谢您的合作。

指导教师：济州大学一般研究生院观光经营学科 Cho Mun-soo

研究者：济州大学一般研究生院观光经营学科硕士课程 Kim Se il

C.P. 010-7343-8810, E-mail. sinseil@jejunu.ac.kr

A. 下面是有關您的旅遊經驗等的事項。請您選一个并在上面標一下✓。

1. 這是您第几次訪問濟州？

- ① 第一次訪問    ② 第二次訪問    ③ 第三次訪問    ④ 四次以上訪問

2. 您旅遊的形式？

- ① 个人旅遊(☞ 旅程時間? \_\_天\_\_夜)    ② 團體旅遊(☞ 旅程時間? \_\_天\_\_夜)

3. 您除了這次旅遊，還有訪問其他國家旅遊的經驗嗎？

- ① 有(☞ 有的話一共去几次旅遊?\_\_\_\_次)    ② 沒有

4. 您在本國工作的時間（必須工作時間）大概一周几天呢？

一周的工作日(请您选一个并在上面标一下✓)						
1天	2天	3天	4天	5天	6天	7天

5. 那么您在一个月中能進行包括旅遊在內的休閒活動的平均時間是？

能进行旅游等休闲活动的月平均日数(请您选一个并在上面标一下✓)								
1天	2天	3天	4天	5天	6天	7天	8天	9天以上

6. 下面是爲了解您的个人特征的提問。請您選一个并在上面標一下✓。

項目	完全不是 ←		一般	→ 非常是	
	1	2	3	4	5
我喜欢和別人打交道。	1	2	3	4	5
我平时喜欢做业余爱好活动。	1	2	3	4	5
我平时持乐观的态度对待生活。	1	2	3	4	5
我重视和家人一起打发时间。	1	2	3	4	5
我的人际关系很好。	1	2	3	4	5
我重视我所属的集团的稳定性。	1	2	3	4	5
我积极对待我所负责的工作。	1	2	3	4	5
我努力通过旅游等取得有趣的经验。	1	2	3	4	5
我想通过休息和解除紧张追求健康和 安全。	1	2	3	4	5
我想通过旅游亲自体验、学习而实现 自我。	1	2	3	4	5

B. 下面是爲了解您對旅游地及旅游活動的偏好的事項。請您選一个并在上面標一下✓。

1. 下面中您最喜歡的旅游地的類型是什么？

① 体验型项目	⇨	通过亲自体验的活动可以取得特定的经验的旅游地 - 岳、偶来路、高尔夫球场、海上运动设施、海滨浴场、体验乐园等
② 观览型项目	⇨	通过观览活动可以取得特定的经验的旅游地 - 自然风景区、文化遗址地、博物馆、产业设施、表演场、宗教圣地等
③ 消费型项目	⇨	主要可以购买纪念品及免税品的旅游地 - 免税店、购物中心、传统市场、纪念品商店、大型超市等
④ 健康型项目	⇨	主要可以进行以恢复个人健康为目的的旅游地 - 按摩店、SPA、医疗设施、树木园等
⑤ 娱乐型项目	⇨	可以体验赌博、赛马等的娱乐活动的旅游地 - 赌场、赛马场等

2. 請在下面的每个旅游地類型中分別選出一个您最喜歡的旅游活動。

体验型项目	观览型项目	消费型项目	健康型项目	娱乐型项目
① 自然体验项目 (徒步、偶球等)	① 观览自然风景区 (涉地可支等)	① 访问免税店	① 按摩·SPA等	① 赌场
② 陆地休闲运动 (高尔夫球等)	② 观览文化遗址 (民俗村等)	② 访问购物中心	② 体检·物理疗法等	② 赛马场
③ 海上休闲运动 (潜水等)	③ 观览博物馆等 (泰迪熊博物馆等)	③ 访问传统市场	③ 冥想·休息等	③ 其他 ( )
④ 航空休闲运动 (飞翼等)	④ 产业设施考察 (智能电网等)	④ 访问纪念品商店	④ 其他 ( )	
⑤ 文化体验项目 (美食等)	⑤ 文化·艺术·表演 (乱打表演等)	⑤ 访问大型超市		
⑥ 其他 ( )	⑥ 宗教圣地 (寺庙、教堂等)	⑥ 其他 ( )		
	⑦ 其他 ( )			

C. 下面是有關您个人信息的事項。請您選一个并在上面標注下✓。

1. 您的性别是？	① 男生            ② 女生
2. 您的年龄是？	_____岁
3. 结婚与否？	① 未婚            ② 已婚
4. 您的居住地区是？	① 大城市(北京·广州·上海等)            ② 中小城市(重庆·天津·成都等) ③ 其他地区
5. 您的职业是？	① 公司职员   ② 公务员   ③ 专职从事者   ④ 从事服务业   ⑤ 个体户 ⑥ 家庭主妇   ⑦ 学生   ⑧ 退休者   ⑨ 其他( )
6. 您的最终学历是？	① 高中及高中毕业以下            ② 专科毕业 ③ 本科毕业            ④ 研究生院在学及以上
7. 您的月平均 家庭收入是？	① 5,000RMB 以下            ② 5,001~10,000RMB ③ 10,001~15,000RMB            ④ 15,001RMB 以上

ABSTRACT

**A study of Developing Tourist Attractions Choice Model  
focused on Chinese tourists in Je-ju**

by Se-il Kim

Department of Tourism management  
Jeju National University Graduate School

Supervised by professor Moon-soo Cho

As the sustainable demand for foreign travel requires the understanding of the foreign tourists, various research studies related to them have been underway. In particular, given the fact that foreign travels are most commonly undertaken as a package tour, empirical researches with regard to the development of tour packages have been highlighted in order to promote the foreign tourists' intent to return and the creation of new foreign tourists to visit. The objective of this study is, therefore, to develop a model for foreign tourist's preference regarding the tourist destination. This study aims to develop a model to analyze the probability of decision by the types of tourist destination. Moreover, based on empirical data collected from Chinese tourists visiting Jeju Island, this research makes suggestions regarding the development of tourism products intended for Chinese tourists.

First of all, the theoretical review is undertaken to explore the factors, as independent variable for the tourist attraction selection model, to influence the tourists' behavior to select tourist attractions. Based on the previous literature, five factors to influence tourist decisions on tourist attractions were involved in the demographic backgrounds (gender, age, marital status, academic background,

and income level) and personal variables (the number of visit to Jeju Island, past travel experience, leisure time, and their propensity to travel).

Then, based on the characteristics of travel resources and the purpose of traveler's selection of the site, the tourist attraction, as a dependent variable of the site selection model, is grouped into five categories including experience-oriented, sightseeing-oriented, consumption-oriented, health-oriented, and entertainment-oriented.

Finally, a probabilistic choice model for the selection of analysis model is considered and a concrete methodology is suggested. This study uses multinomial logistic model (MNL model) for developing an analysis model, which has the advantage of the availability of estimation of parameter and the applicability to various alternative methods so that it has been widely used for empirical studies in the field of marketing.

After estimating a model including the total of independent variables, the final analysis model is obtained through backward elimination method, which sequentially removes insignificant variables based on likelihood ratio test results. The variables included in the final model are the number of travel, gender, age, marital status, academic background, and income level. But, the variables, such as the number of visit to Jeju Island, leisure time, the propensity to travel, residential areas, and job categories, are excluded in the final model due to their low significance.

Based on the developed Chinese traveler's tourist attraction choice model, the changes of probabilistic choice by tourist attractions are analyzed, depending on each variable in the final model. In addition, the changes of probabilistic choice are also analyzed, depending on the scenario based on previous researches on Chinese tourists. The results show that there is difference among the types of tourist attractions which have high probabilistic choice depending on the characteristics of tourists. These results have practical implications about the development of tourism products with regard to each factor.

As indicated in the result and suggestion, this study can find out its theoretical significance in that the variation of preferences can be predicted according to the characteristics of the tourists. The methodologies and results from the previous researches have some limitations on their future prediction and applicability of the model. However, it is considered that the application of multinomial logistic model can overcome such limitations. Furthermore, another theoretical significance of this study resides in the fact that the factors contributing to tourist's choice of attractions are identified and their influences are empirically verified. Specifically using the demographic characteristics, this study, in a political aspect, can be a step toward the applicability of the findings to the tourist industry. The use of the results of this study expects not only to make the satisfaction of Chinese tourists improved but also to develop tourism products for promoting their intent to return and the creation of new tourists to visit.

However, the limitation of this study is that the analysis of the fundamental preference of tourists is limited by the cost and time. As indicated that it is necessary to adopt a survey better reflecting the characteristics of Chinese and to apply more detailed and concrete methodology, these aspects need to be taken into consideration for future research.