



저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

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

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.



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

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

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

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

[Disclaimer](#)

석사학위논문

가족관광 의사결정에 있어서
가족구성원의 역할에 관한 연구
- 국내관광을 중심으로 -

제주대학교 경영대학원

관광경영학과 전공

양 순 임

2013년 8월

석사학위논문

가족관광 의사결정에 있어서 가족구성원의 역할에 관한 연구

- 국내관광을 중심으로 -

제주대학교 경영대학원

관광경영학과 전공

양 순 임

2013년 8월



가족관광 의사결정에 있어서 가족구성원의 역할에 관한 연구

- 국내관광을 중심으로 -

지도교수 박 시 사

양 순 임

이 논문을 관광학 석사학위 논문으로 제출함

2013년 8월

양순임의 관광학 관광경영전공 석사학위 논문을
인준함

심사위원장 _____

위 원 _____

위 원 _____

제주대학교 경영대학원

2013년 8월

The Study on Role of Family Members in
Decision-Making of Family Tour

-Focused on Domestic Tourism-

Soon-Im Yang
(Supervised by professor Si-Sa Park)

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

August 2013

This thesis has been examined and approved.

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

August 2013
.....

Department of Tourism Management

GRADUATE SCHOOL OF BUSINESS ADMINISTRATION

JEJU NATIONAL UNIVERSITY

목 차

I. 서론	1
1. 문제의 제기	1
2. 연구의 목적	3
3. 연구범위와 방법	4
II. 이론적 고찰	7
1. 가족관광	7
1) 가족관광의 정의	7
2) 가족관광 의사결정의 정의	11
3) 가족관광 의사결정의 특성	16
2. 관광 전 의사결정	25
1) 관광정보의 개념	25
2) 관광정보의 특성	26
3. 관광 중 의사결정	28
1) 관광 단계별 필요정보	29
2) 관광 정보의 변동	30
4. 가족관광 의사결정 과정	31
1) 가족관광 의사결정의 유형	31
2) 가족관광 의사결정의 과정	35
3) 가족관광 의사결정의 모형	40
5. 가족관광 의사결정에서 가족구성원의 역할	47
1) 가족구성원의 역할구조	47
2) 가족구성원의 상호역할	50

III. 조사 설계 및 분석방법 53

- 1. 연구모형 및 가설 설정 53
 - 1) 연구모형 53
 - 2) 연구가설 54
- 2. 변수의 조작적 정의 54
- 3. 연구의 조사 설계 57
 - 1) 설문지 구성과 자료의 측정 57
 - 2) 자료수집 및 분석방법 58

IV. 실증분석결과 60

- 1. 기초통계 분석 60
 - 1) 인구 통계학적 특성 분석 61
- 2. 타당성 및 신뢰성 분석 63
 - 1) 타당성 분석 64
 - 2) 신뢰성 검증 65
- 3. 가설 검증 65
 - 1) 가설 1의 검증결과 65
 - 2) 가설 2의 검증결과 74
- 4. 가족관광 의사결정 영향요인 82
 - 1) 가족관광 계획 시 여행관련 정보수집 대상 82
 - 2) 가족관광 정보 습득 경로 84
 - 3) 관광목적지 선정 시 고려사항 85
 - 4) 가족관광 시 주 투숙 장소 87
 - 5) 국내관광 시 동반자 88
 - 6) 가족과 관광하는 시기 90
 - 7) 가족과 관광하는 기간 92

8) 가족관광 시 주 이용 교통편	93
9) 가족관광 시 여행경비 지출액	95
V. 결 론	97
1. 연구결과의 요약	97
2. 연구결과의 시사점	99
3. 연구의 한계와 향후 연구방향	100
< 참고문헌 >	102
< 부록 : 설문지 >	108
ABSTRACT	112

표 차례

<표 2-1> 관광객의 관광의사결정	12
<표 2-2> 성격에 따른 행동	21
<표 2-3> 문화 구성 요인	25
<표 2-4> 관광정보 전달 매체	29
<표 3-1> 설문지 구성내용	58
<표 3-2> 자료수집 및 분석방법	60
<표 4-1> 인구통계학적 요인에 대한 분석 결과	62
<표 4-2> 가족관광 의사결정 요인분석	64
<표 4-3> 신뢰도 검증	65
<표 4-4> 맞벌이 여부에 따른 국내관광 전 단계에서의 가족관광 의사결정	67
<표 4-5> 연령에 따른 국내관광 전 단계에서의 가족관광 의사결정	68
<표 4-6> 자녀수에 따른 국내관광 전 단계에서의 가족관광 의사결정	71
<표 4-7> 학력에 따른 국내관광 전 단계에서의 가족관광 의사결정	73
<표 4-8> 맞벌이 여부에 따른 국내관광 중 의사결정	75
<표 4-9> 연령에 따른 국내관광 중 의사결정	77
<표 4-10> 자녀수에 따른 국내관광 중 의사결정	79
<표 4-11> 학력에 따른 국내관광 중 의사결정	81
<표 4-12> 가족관광 계획 시 여행관련 정보수집 대상	82
<표 4-13> 가족관광 정보 습득 경로	84
<표 4-14> 관광목적지 선정 시 고려사항	85
<표 4-15> 가족관광 시 주 투숙 장소	87
<표 4-16> 국내관광 시 동반자	88
<표 4-17> 가족과 관광하는 시기	90
<표 4-18> 가족과 관광하는 기간	92
<표 4-19> 가족관광 시 주 이용 교통편	93
<표 4-20> 가족관광 시 여행경비 지출액	95

그림 차례

[그림 1-1] 연구의 흐름도	6
[그림 2-1] 의사결정과 문제해결의 차이점	15
[그림 2-2] 의사결정에 미치는 영향 요인	18
[그림 2-3] 태도와 관광의사결정 과정	22
[그림 2-4] 관광자의 관광의사결정 과정	41
[그림 2-5] 휴가 의사결정	42
[그림 2-6] 앵겔-블랙웰-콜렛 모델과 관광객 행동	43
[그림 2-7] PC 및 인터넷 관광정보에 의한 관광의사결정 모델	44
[그림 2-8] Sheth의 가족구매의사결정 모델	45
[그림 2-9] 의사결정과정과 영향요인	47
[그림 3-1] 그림모형	53

I. 서론

1. 문제의 제기

21세기에는 글로벌 세계에 따라 세계가 관광지로 변화하고 핵가족시대의 흐름에 따라 새로운 패러다임의 관광의 시대가 될 것이다. 교통수단의 발전으로 인하여 전 세계적으로 관광과 여행을 즐기는 사람들의 수가 폭발적으로 증가하며, 가족단위의 관광을 즐기는 가족이 많아져 관광산업의 새로운 경제동력이 될 것으로 예상된다.

관광에 대한 인식의 변화는 경제성장으로 인한 소득의 증가와 여가시간의 증가로 인해 점차 확대되고 있고, 정보기술의 발달과 인터넷 보급의 확대에 의한 관광정보 시스템과 인터넷 커뮤니티와 같은 정보공유로 인해 관광심리를 더욱 자극하고 있다.¹⁾ 한편, 중국이 경제성장을 통하여 국제 관광객으로 등장하여 국제관광지로 도약하고 있는 이때에 국내에서는 여성의 사회진출에 따른 맞벌이부부와 독신자의 증가와 더불어 주 5일 근무제²⁾의 시행으로 주말이나 연휴, 휴가 기간을 이용한 가족관광 수요가 점차적으로 증가하고 있다.³⁾

주 5일 근무제의 근로시간 단축은 가사 및 자녀양육에 여성과 남성의 역할을 분배하는 촉매역할이 되었다. 특히, 주 5일 수업제가 전면 도입되면서 다양한 체험을 통한 자기 주도적 학습 기회를 마련하게 되었으며, 가족 단위 여가 문화 및 가족유대, 스포츠, 관광, 문화, 예술 분야의 경제적 성장 등 긍정적인 부분이 조명되었다. 또한, 주 5일 수업제로 인한 가족관광의 증가도 효과를 보고 있으며, 부모와 자녀가 함께 지내는 시간이 늘어남으로써 가정과 사회의 교육 연계가 더욱 강화되고 주 5일 근무와 더불어 자녀와 동반한 가족관광이 증가하는 계기가 되었다. 이러한 가족관광 추세는 주중의 여가활동 보다는 주말을 이용해 가족의 단란함과 화목을 꾀하

1) 최윤정(2007). 제주를 방문한 가족관광객의 의사결정에 관한 연구, 한양대학교 국제관광대학원 국제관광호텔경영학전공, 석사학위논문, p.1.
2) 황정현(2008). 가족생활주기에 따른 외식동기와 레스토랑 선택속성과의 상관분석, 경희대학교 대학원 호텔관광경영학과, p.1.
3) 홍성화·김희현(2007). 제주지역 주민의 가족생활주기에 따른 관광의사결정 단계 유형분석: 국내여행과 해외여행 집단간 비교, 『하계학술대회』, p.32.

기 위한 여가 지향적인 생활양식으로 증가하는 추세로 변화되어 가고 있으며, 주 5일 근무와 2002년 주 5일제 수업 시행으로 가족중심의 국내관광이 활성화 되는 제도적 장치의 촉매가 되어 휴양 및 관람 관광객 증가, 둘레길·역사 탐방·숲길 체험 등, 녹색 웰빙 관광 선호에 따른 탐방객 증가, 쾌속여객선 및 대형여객선 투입 등 배길여행객 에서 가족단위 관광이 증가함을 제주특별자치도관광협회(2012. 3) 보도자료에서 찾아볼 수 있다.⁴⁾ 이러한 가족관광의 증가는 다양한 관광 상품으로 자리매김의 길을 열리게 하는 밑거름이 되고, 가족관광지로 부각을 시키는 것은 국내 관광 발전에 중요한 자료가 될 것이다. 그러므로 국내관광의 수요를 잘 파악하고 가족관광에 대한 재인식이 필요하다.

현대는 세계화의 시대, 지구촌의 시대라고 할 수 있다. 이러한 현대사회에서 관광이란 하나의 단순한 오락이 아니라 세계를 보는 창의역할과 더불어 올바른 자아성립의 기능을 수반하는 중요한 활동으로 인정받고 있다. 특히 기성세대의 관광과는 달리 신체적·정신적 발달이 가장 활발하게 진행되고 있는 자녀들⁵⁾이 가족이라는 준거집단에서 자녀의 참여는 여행사의 마케터에게도 매우 중요하다. 또한 자녀들 즉, 유아부터 청소년이 소비자로서 뿐만 아니라 가족의 의사결정에 있어서 매우 큰 역할을 차지하게 됨에 따라 가족관광 의사결정에서 자녀참여에 관한 연구들이 증가하기 시작하였고, 이러한 가족단위 관광의 의사결정에서 자녀의 발언이 점차 중요시 되고 있기에 자녀 중심의 참여에 대한 연구 또한 요구되고 있다.⁶⁾

자녀의 의사결정은 연령에 따라 다를 수 있으며, 국내 관광지 등의 선택에도 영향을 미칠 수 있을 것이다. 이러한 자녀의 의사결정의 선택은 관광코스, 숙박, 식당, 관광지, 교통편에 영향을 미치고, 가족관광이 좋은 추억으로 남는다면 국내관광의 재방문으로 이어질 것으로 예상되어진다. 따라서 가족관광 형태도 여가활동이 점차 가족중심적인 경향을 보이고⁷⁾ 가족관광 추세로 인해 가족 내 의사결정에도 큰 영향을 미쳐 가족관광 행동의 심층적인 이해와 더불어 국내관광 진흥정책과 가족관광

4) 제주특별자치도관광협회(2012. 3). 보도자료.

5) 이지현(2001). 청소년의 관광의사결정참여에 따른 관광의 교육적 효과 연구, 경희대학교 대학원 지리학과 박사학위논문, P.148.

6) 이용욱(2005). 가족단위 여행의 의사결정 과정에서 자녀의 영향력에 관한 연구, 연세대학교 경영학과 석사학위논문, p.2.

7) 박제우(2001). 가족여행의사결정에 있어서 주부의 영향력에 관한 연구, 광주대학교 산업대학원 관광학과 석사학위논문, p.2.

스타일을 분석하는 마케터들에게도 유용한 정보를 제공하는데 큰 역할을 하게 되었다. 이런 맥락에서 관광연구 분야의 가족관광과 관련한 연구는 가족관광의 중요성을 반영하면서 접근되고 있다.⁸⁾

이와같이 본 연구는 적극적인 부모, 적극적인 자녀 참여가 가족관광 의사결정전과정에서 관광시장에 어떤 유의한 영향을 미치는지 분석해 보며, 과거 부부중심의 가족의사결정이 자녀중심, 가족공동 중심인 의사결정으로 전환됨에 따라 가족의 의사결정권의 중요성을 인식해 보고자 한다. 그러므로 점차 확대되어가는 휴일의 보편화로 가족중심 관광 증가에 따른 가족구조의 세분화를 통해 구성원의 역할, 관광패턴에 따른 가족구성원들의 의사결정, 자녀의 역할, 가족관광의 실태, 인식차이에 대한 연구가 필요하다. 이러한 맥락에서 가족관광 방문이 점점 높아지는 가운데 국내관광 활성화를 위해 가족구성원간의 역할중심으로 연구하고자 하며, 자녀의 역할, 부모 역할의 인식차이가 어떤 요인들에 의해 발휘되는지 알아보고자 한다.

2 . 연구의 목적

가족관광은 여가에 대한 인식의 변화와 주 5일 근무 및 수업제의 시행으로 더욱 활성화 되었다. 자녀에 대한 높은 교육열, 자녀의 수 감소, 맞벌이부부 증가, 자녀의 의견존중으로 인해 가족 간의 의사결정 방법에 있어서도 자녀의 참여가 크게 작용되고 있어서, 가족관광에 있어서도 자녀의 역할이 크게 발휘될 것이고 가족관광의 방문이 높은 국내관광시장에서도 가족관광과 자녀 참여에 관한 많은 연구가 필요한 시점이다.

본 연구의 목적은 앞에서 제기한 문제의식을 바탕으로 가족관광 의사결정에 있어 가족구성원들의 관광전, 관광중 의사결정을 하는데 있어서 가족구성원들의 참여와 역할에 따라 의사결정이 어떻게 이루어지는지 어떤 영향력을 미치는지를 알아보고,

8) 홍성화·송재호·양성국(2008). 가족관광 의사결정에 따른 속성인식과 관광지 선호유형, 『관광연구저널』, 22(1) p.67.

가족관광자의 의사결정 영향들을 살펴보기 위해 문헌연구를 통하여 가족의사결정의 행동을 살펴보고자 한다. 본 연구는 국내를 방문하는 가족관광의사결정에 있어서 가족구성원간의 역할을 파악하여 가족의 휴가 관광지 선택에 있어서 제안단계에서부터 평가단계 까지 의사결정 유형별 차이점을 살펴보고, 가족구성원의 역할 차이에 의해 발생하는 마케팅전략을 수립하여 차후 관광지 발전 방안을 모색하는데 도움이 되고자 한다.

첫째, 가족구성원들은 가족관광의사결정과정에서 어떤 인식 차이를 보이는지 확인하고자 한다.

둘째, 가족관광의사결정과정에서 가족관광 형태 및 가족성향에 대해 분석하고자 한다.

셋째, 가족성향에 따라 관광전 관광제안과 관광중 활동에서의 의사결정에 유의한 영향을 미치는지 살펴보고자 한다.

3. 연구범위와 연구방법

본 연구는 연구의 목적을 효율적으로 달성하기 위하여 문헌연구와 실증연구를 병행하여 시행하였다. 먼저 문헌연구에서 가족관광 의사결정에 관한 문헌연구와 소비자 행동, 가족관광에 관한 구성개념들을 정의하고 관계성을 검토하였다. 또한 기존의 문헌연구들을 통해 본 연구에 사용될 연구모형과 연구의 가설을 설정하였다. 실증연구에서는 연구의 모형과 가설을 검증하고자 제주도에 거주하는 가족 국내관광 경험이 있는 초등학생부터 대학생까지의 자녀를 둔 부모를 대상으로 자기기입식 (self-administered questionnaire survey method) 설문조사 방법으로 설문지를 구성하여 2013년 4월 01일부터 2013년 4월 30일까지 30일간 조사를 시행하였다. 설문지는 총 350부를 배포하여 330부(94.3%)의 자료를 수집하여 그 중 응답이 불성실하거나 신뢰도가 떨어지는 부를 24부를 제외한 최종 유효표본 306부(87.4%)를 확정해 실증분석에 사용하였다.

연구의 검증을 위한 통계적 분석방법으로는 SPSS 18.0 프로그램을 사용해 분석하였다. 자료의 분석은 크게 조사 자료의 일반적 특성 및 기초 분석을 위해 기술적 통계분석인 빈도분석을 실시하였으며, 분석기법은 다음과 같다.

첫째, 표본의 일반적 특성을 파악하기 위해 빈도와 백분율을 산출하였다. 둘째, 변수의 타당성과 신뢰성을 검증하기 위해 요인분석과 Cronbach α 를 산출하였다. 셋째, 가족의 성향에 따라 가족관광 의사결정과 가족여행의사결정 영향요인에 대한 부모의 인식을 살펴보기 위해 X^2 (Chi-square) 검증을 실시하였다.

제1장은 서론으로 연구의 배경과 목적, 연구의 방법 및 범위를 기술하였다.

제2장은 이론적 고찰부분으로 가족관광과 가족관광 의사결정에 관한 기존의 연구들을 기술하고, 가족관광의사결정에 있어서 가족구성원의 역할에 관한 선행연구와 문헌고찰을 바탕으로 그 개념과 중요성, 유형에 대하여 정리하여 이론적 배경으로 구성하였다.

제3장은 이론적 배경을 바탕으로 본 연구에서 다루어질 연구모형과 가설을 설정한 후 변수의 조작적 정의를 내렸다. 조사의 설계를 통해 설문지의 구성 및 내용, 조사대상, 조사방법과 분석방법 등의 내용을 정리하였다.

제4장은 먼저 조사대상의 일반적인 특성을 기술한 후, 조사결과의 신뢰성과 타당성을 검증하고, 제3장에서 설계된 내용을 바탕으로 이루어진 설문의 결과를 토대로 실증분석을 통한 자료 분석과 분석 결과를 종합적으로 논의하여 가설을 검증하였다.

제5장은 결론에서는 연구의 결과를 종합적으로 정리하여 연구를 통한 시사점을 제시하고, 연구의 한계점과 앞으로의 연구방향을 제시하였다.

[그림 1-1] 연구의 흐름도



II. 이론적 고찰

1. 가족관광

1) 가족 관광의 정의

현대사회에서 가족은 관광활동의 중요한 집단으로 가족구성원의 정신적·신체적 건강과 능력을 개발시키고, 자아실현을 가능하게 한다. 가족관광은 가족 간의 이해와 신뢰감을 형성시켜 개인과 가족생활에 영향을 미쳐 가족결속의 근원이 되어 가족의 휴가활동 경험의 만족도가 높아 가족끼리의 적응력과 응집력에 매우 긍정적인 영향을 미치는 것으로 알려졌다. 실제로 많은 관광활동이 가족단위 중심으로 이루어지고 있으며, 동기도 가족과 더 많은 시간을 갖거나 가족의 화목을 도모함으로써, 가족기능이 관광 집단 확대로 변화시키는 계기를 만들고 있다.⁹⁾ 이러한 가족의 기능은 사회화를 터득하는 소집단으로 동일한 경제적 환경을 공유한다. 남녀 간의 역할, 특히 부부간의 역할이 어느 집단보다 뚜렷하게 존재하고, 구성원들의 가치와 태도를 일정한 방향으로 동화시켜 구성원 각자의 욕구를 절충케 한다.¹⁰⁾

오늘날 관광은 사회적 상호작용을 통한 자아실현의 수단으로 인간생활을 보다 풍요롭고 가치 있게 만들어주는 역할을 함으로써 인간생활의 필수적인 요소로 인식되고 있다. 현실적으로도 생활수준이 향상됨에 따라 인간의 지적수준이 높아지고 미지의 세계에 대한 호기심이 많아져 관광에 대한 관심이 높아지는 것을 볼 수 있다.¹¹⁾ 그러므로 관광은 삶의 질적인 측면에서 현대인의 삶과 불가분의 관계를 맺고 있어 정보산업, 환경산업과 더불어 21세기의 대표 산업이 될 것으로 미래학자들은 예측하고 있다.¹²⁾ 특히, 가족관광의 기회는 주 5일 근무와 주 5일 수업제로 인해 가

9) 최윤정(2007). 전개논문, p.8.

10) 안종수(2000). 가족의 구매결정에 관한 연구, 대학생의 견해를 중심으로, *Tourism Research*, 『제11호』, pp.31-36.

11) 임혜리(2000). 쇼핑관광 구매의사결정 연구, 경기대학교 대학원 관광경영학과 석사학위논문, p.1.

12) 조성찬(2010). 아웃바운드 목적지별 관광지 이미지 속성 중요도 및 성취도 분석, 경기대학교 대학원 여가관광개발학과 박사학위논문, p.2 .

족단위 관광활동을 촉진시키는 요인이 되고 있으며, 일상생활을 떠나 가족구성원들이 욕구와 화합, 삶의 만족을 즐기고 돌아오는 관광으로 장기간에 이뤄질 수도 있고 단기간에 이뤄질 수도 있는 매우 다양하고 복잡한 특징이 있다. 그리고 최근 가족관광이 점차 기간이 짧아지는 대신에 빈도가 많아지고 있어서¹³⁾ 가족구성원의 역할이 많아져 가족관광 의사결정권에도 영향이 커진다고 볼 수 있다. 그만큼 가족관광은 개개인 구성원의 의사결정에 매우 중요한 영향을 끼침을 알 수가 있다. 가족단위 활동은 가족관광을 제안하고, 결정하고, 활동하고, 경험하는 과정에서 의사결정에 모두 참여하는 것에 의미를 두고 있으며, 부모와 자녀가 많은 시간과 경험을 함께 공유하고 관계를 더욱 돈독하게 하는 중요한 요인이 되고 있다.

가족관광 행동은 관광을 준비하기 위한 준비단계에서 관광의 전체적인 내용을 결정하고, 관광활동을 하고, 관광 후 평가를 하는 전 과정의 의사결정에서 나타나는 정신적·육체적 행동과정이며, 관광에 의한 경제적 재화와 서비스를 구매하고 사용하는 것에 따른 모든 의사결정의 과정이라 할 수 있다. 가족관광 행동은 사회적 요인인 준거집단, 가정, 역할과 지위에 의해 가장 많은 영향을 미치고 있다. 남녀 간의 역할, 특히 부부간의 역할이 어느 집단보다 뚜렷하게 존재하고, 구성원들의 가치와 태도를 일정한 방향으로 동화시켜 구성원 각자의 욕구를 절충케 한다.¹⁴⁾ 따라서 가족관광 행동을 결정짓는 요소들은 특정한 가족영향 의사결정의 범주에 의해서 달라지며, 가족관광 행동에 영향을 주는 가족내부의 요인은 부부의 교육수준, 가정의 소득, 주부의 경제활동, 가족성향, 가족의 생활주기에 따라 변화될 수 있는데 이러한 요인을 구체적으로 논의하고자 한다.¹⁵⁾

(1) 교육의 정도

교육의 정도에 따라 일반적인 관광의사결정에 차이를 나타낸다. 교육수준이 높으면 의사결정을 할 때 영향력이 커지며 특히 부부간의 교육수준은 부부의 관광의사결정에 관한 관여도에 영향을 준다.¹⁶⁾ 부인의 교육수준이 남편에 비해 상대적 높을

13) A Michael. Belch & A Laura. Willis (2002). Family decision at the turn of the century: has the changing structure of households impacted the family decision-making process? Journal of Consumer Behavior, 2(2). pp.111-124. 홍성화·송재호·양성국(2008). p.69. 전개논문, 재인용.

14) 안중수(2000). 전개논문, pp.31-36.

15) 최윤정(2007). 전개논문, p.9.

16) 최윤정(2007). 상계논문, p.18.

시에 는 구매의사결정 시에 부인의 참여가 높아진다. Jenkins에 의하면 부부간의 학력차가 클수록 구매에 의한 자녀의 영향력이 커지며 높은 학력을 요하는 직업을 가진 남편이 있는 가정에서는 대체로 자녀의 영향력이 약했다.¹⁷⁾

(2) 가족의 소득

현재에 있어서 가족의 소득격차가 심해짐에 따라 가족의 소득이 가족구매 의사결정에 영향을 미치는 중요한 변수가 되고 있고, 가족 구성원의 영향력 행사에 매우 중요한 요소가 된다. 남편과 기혼여성의 소득격차가 클 때 영향력 차이를 보이며, 남편의 소득이 높고 기혼여성은 가정의 소득에 크게 기여하지 못할 때 남편의 영향력이 가장 커지는 것으로 나타났다.¹⁸⁾ 경제적 수준이 높을수록 가정의 자녀는 그들의 의견을 많이 표현하고 가족구매의사결정에 영향력을 끼친다는 것이다. 또한 가족의 소득이 높은 가정 일수록 자녀들로 하여금 영향력을 행사할 수 있는 기회를 보다 많이 참여하게 하고 자녀의 의견을 보다 많이 반영하는 경향이 나타났다.¹⁹⁾

(3) 주부의 경제활동

주부가 경제활동을 하는 경우 가족의사결정에서 큰 영향력을 갖게 되는 데 주부의 고학력화와 가사노동의 기계화 및 외부 용역화, 출산율 저하 등으로 인해 기혼여성의 사회활동 및 취업의 기회가 증가되고 이러한 여성의 취업증가로 인해 여성개인이 소비할 수 있는 소비능력의 증가와 자유 시간을 즐기고자 하는 욕구의 증대를 가져와 가족관광에도 영향력을 행사하고 있다. 또한 강석후 연구²⁰⁾에서는 여성의 취업으로 인한 수입이 가사에 기여하는 정도에 따라 영향력은 더욱 커진다는 것이 밝혀졌다.²¹⁾ 그리고 주부가 취업활동을 하게 됨에 따라 남편과 같은 도구적 역할을 수행해 왔다는 이론연구를 바탕으로, 오늘날 여성의 영향력이 과거에 비해

17) 조재근(2006). 가족여행상품 의사결정에 자녀의 영향 연구, 경기대학교 대학원 관광경영학과 석사학위논문, pp.40-41.

18) 최윤정(2007). 상계논문, p.19.

19) 최영미(2010). 청소년자녀의 상품 관심도와 가족의사결정 단계에 미치는 영향력, 고려대학교 교육대학원 가정교육전공 석사학위논문, p.16.

20) 강석후(2001). 가족의 구매의사결정에서 성별역할 관념론과 자원이론에 대한 연구, 『한국마케팅저널』, p.31.

21) 최윤정(2007). 제주를 방문한 가족관광객의 의사결정에 관한 연구, 한양대학교 국제관광대학원 국제관광호텔경영학전공 석사학위논문, p.18.

강해지고 있어서 관광지선택에 있어서도 여성의 교육수준이 높을수록, 경제 활동에 대한 수입이 많을수록 관광지 선택에도 영향력이 커지고 있다고 제시하고 있다. (이하정, 2003)²²⁾. 이러한 입증은 권용주도 제시하고 있는데 교육수준 정도, 여성의 고소득, 직업의 지위, 사회계층의 영향력, 가족생애주기에 따라 여성의 영향력이 커진다고 하였다.²³⁾

(4) 가족성향

의사결정을 누가 주도하는가에 못지않게 가족성원들이 결과를 수용하고 가족의 결속을 유지할 수 있는 방향으로 결정이 이루어지는 것이 중요하다. 그러므로 가족 구성원의 영향력 형태는 가족의 상황에 따라서 달라지고, 가족의 욕구를 충족시키고 가족의사결정과정의 가족구성행동에 영향을 미치게 된다. 그러나 가족의사결정 과정에 미치는 부부, 자녀의 영향과 역할은 다를 뿐만 아니라 의사결정의 단계에 있어서도 다르다. 따라서 전통적 성향과 현대적 성향으로 구분하여 나눌 수 있다.²⁴⁾

첫째, 전통적 가족분위기로 부자중심 형에서 가부장제를 이어와 가족을 지휘, 통솔하는데 가부장에게 권한을 부여 하여 수직구조와 상하윤리의식에 의하여 가정을 지휘한다고 할 수 있다. 남편은 가족 내에서 주권을 장악하고 부인은 남녀유별이라는 상하관계에서 자식과 출산에 전념한다. 이와 같이 가족구조에서는 상호보완적 기능을 수행하면서 가족집단을 형성하고 있음을 알 수 있다.

둘째, 현대적 가족 분위기는 기혼여성의 역할이 매우 두드러졌다. 여성의 고용기회가 많아지면서 취업 가능한 기혼여성의 수가 많아졌으며, 가사노동을 중요시 하는 대신 여가시간을 활용하는 여성노동력이 증가되었다. 그 결과 가정 내 여성의 역할 증대, 남편과 아내의 구매행동에 많은 변화를 보여주게 되는가 하면, 가사, 취사, 쇼핑 보다 가정 밖의 적극적인 활동에 참여하는 경향이 증대되어 가족의사결정에 있어서도 강력한 영향력을 행사하게 되었다.

(5) 가족의 생활주기

22) 이하정(2003). 여성의 경제활동이 가족관광의사결정에 미치는 영향연구, 『관광경영학연구』, 7(3), p.112.

23) 권영주(2001). 가족여행 목적지선택에 있어서 주부의 영향력에 관한 연구, 『호텔관광연구』 7(12), p.101

24) 이하정(2005). 가족성향이 가족관광 의사결정에 미치는 영향력 연구, 『관광정책학연구』, 11(2), p.363.

25) 안중수(1995). 도시가족의 여가활동 특성에 관한 연구, 『관광학연구』, 20(2), p.210

부부간의 의사결정은 결혼 년 수, 연령에 따라 달라지며 상품 선호도 또한 결혼 기간과 관련이 있다. 그러므로 가족관광 흐름은 경제성장, 여성경제활동, 현대적 가족성향, 의사결정자의 역할 변화, 가치관 변화 등에 의해서도 영향을 받고 있음을 알 수 있다. 가족생애주기로써 시간의 흐름에 따른 가족구성원의 역할 변화를 설명하는 사회학적 개념으로 안중수는 가족생애주기란 첫째, 결혼관계, 둘째, 가족구성원의 연령, 셋째, 가족의 규모, 넷째, 가장의 취업여부 등 여러 인구통계학적 특성으로 이루어진 하나의 복합변수라고 주장하고 있다.²⁵⁾ 채예병(2010)은 가족의 휴가의사결정이 각 가족생애주기 단계마다 의사결정 유형이 다르다는 사실을 규명하였다.²⁶⁾ 그러므로 마케팅관리자는 가족생활주기를 제품의 특성이나 조사연구의 목적에 따라 인위적으로 조정, 이용함으로써 가족의 견해, 욕구, 상표구매 재정적 지원이 시간이 흐름에 따라 어떻게 변화하는가를 이해할 수 있어야 한다.²⁷⁾

2) 가족관광 의사결정 정의

욕구가 생기면 욕구의 충족을 위해서 탐색을 하고 평가를 한 후 최종 의사결정에 이르게 된다. 목적 달성을 이룬 후 다시 재평가를 하게 되면 다음 관광지의 의사결정에 영향을 준다. 관광에서의 의사결정은 욕구와 충족이다. 관광에 대한 욕구나 욕망을 인식하고 관광예정자들이 만족스러운 결정을 내리기 위해 다양한 방법을 모색하고, 최선의 선택을 위한 여러 가지 정보를 탐색한다. 이러한 과정을 통해 관광목적지와 관광에 필요한 요소를 결정짓게 되고, 관광활동을 시작으로 마칠 때까지의 모든 경험을 평가하고 기획하는 과정을 관광의사결정이라고 한다.²⁸⁾

의사결정은 관광결정에 있어서 중요한 행동 중의 하나이다. 관광자는 한정된 정보에 의해 의사결정을 내려야하므로 정보에 대해 민감하고 수집하는데 많은 노력을 기울인다. 그래서 관광자들은 최고의 만족을 위하여 관광의사결정을 내리게 된다.

26) 채예병(2010). 가족관광시 의사결정자와 가족구성원과의 갈등유발요인 차이에 관한 연구, 동서대학교 관광경영학과석사학위논문, p.45.

27) 조재근(2006). 전개논문, p.40.

28) 이하정(2001). 한·중·일 아웃바운드 가족관광의사결정의 국제간 비교, 경기대학교 대학원 박사학위논문, 11(2), p.31

이러한 만족은 이전의 기대와 이후의 경험이 주관적인 판단의 결과로서 결정되며 개인적인 감정이나 가치판단 기준에 의해서 평가되는 것으로 보고 있다. 이와 같이 관광의사결정에 있어서 WTO²⁹⁾의 관광객의 관광의사 결정과정을 보면 4가지로 나눌 수 있다. <표 2-1>에서는 관광의사 결정요인에 고려되는 사항으로, 목적지, 장소적인 문제, 체류, 관광활동, 경비지출, 구매, 숙박시설, 등에 관련한 요인들을 다음과 같이 제시하고 있다.

<표 2-1> 관광객의 관광의사 결정요인

• 어디로 갈 것인가?	• 목적지 (국가, 지역, 지방)
• 어떻게 갈 것인가?	• 교통 (자가용, 항공, 철도, 선박, 버스, 렌터카)
• 어디서 체류할 것인가?	• 숙박 (호텔, 모텔, 캠핑, 콘도 등)
• 무엇을 할 것인가?	• 활동 (유람, 스포츠, 박물관방문, 식사와 여흥 등)
• 여행의 형태는?	• 개별관광 (목적지에 직접 주선 및 여행사) 패키지여행 (일반 단체여행)
• 얼마나 경비를 지출할 것인가?	• 여행 예산은 교통, 숙박비에 국한할 것인지, 구매까지 포함하는 지의 여부
• 어디에 예약을 할 것인가?	• 관광기업체(항공사, 호텔 등)에 개별적으로 하거나 여행사 또는 여행 도매업자를 통한 예약

자료: 김옥재(2000). 관광객의 성격유형과 해외상품 선택요인간의 관계 연구, 동의대학교 대학원 경제학과 경제학박사 학위논문, pp15-17. 재인용.

첫째, 관광 자극요인으로 관광에 관한 광고, 선전, 관광인쇄물, 체험담, 경험자의 추천, 관광업자의 추천, 제안이 있으며, 둘째, 개인적·사회적인 결정요인으로는 사회 경제적 요인, 개인특성, 사회영향력, 가치관, 동기부여, 욕망 등 기대를 가지는 요인 등이 있다. 셋째, 관광의사 결정에 있어서의 외적요인에는 여행사에 대한 신뢰도, 서비스, 이미지, 관광경험, 경비절약, 시간적 여유 등이 있다. 넷째, 목적지에 있어서의 서비스 성격은 매력, 쾌적성, 관광정조의 질과 양, 관광의 기회 다수 등으로

29) WTO(1980). Guideline for the Collection and Presentation of International Tourism Statistics, p.29.
김옥재(2000). 관광객의 성격유형과 해외상품 선택요인간의 관계 연구, 동의대학교 대학원 경제학과 경제학박사 학위논문, pp.15-17. 재인용.

설명할 수 있다. 위와 같은 의사결정은 관광을 하고자 하는 본인에서 비롯되어 가족에게 의사결정이 내려질 것이다. 이처럼 관광에 관련된 사전 지식 의사결정을 세밀하게 분석하여 관광의사결정을 논의, 추진함으로써 만족스런 가족관광이 될 수 있을 것이다. 가족관광의사결정시에 가족이 공동의견으로 결정을 내리는 것은 매우 중요하며, 다양한 욕구와 기대치로 관광에 관련된 정보들을 결정 하는 동시에 가족 내의 의견을 조정, 타협하여 의사결정의 순위를 부여 한다는 것은 의사결정 영향력에 매우 중요한 요소가 된다. 특히 자녀의 의사를 고려하여 의사결정을 하게 된다면 시기와 장소, 무엇을 할 것이냐에 대한 관건이 가족구성원끼리 의사결정을 내려야 할 과정이 될 것이다.³⁰⁾

가족의사결정은 한 개인 한사람에게만 국한되지 않음으로 한 개별 소비자에게만 초점이 모아지면 생각지 못한 요인들이 중요한 변수로 작용되기도 한다. 의사결정 과정에서 가족구성원들의 역할은 달리 나타나기도 하여 의사결정에서 개별적으로 혹은 공동으로 이루어지기도 한다. 따라서 가족성원들의 의사가 늘 일치하는 것이 아니고 때로 대립을 보이기도 하고, 다른 가족구성원간의 갈등, 가족과 환경 사이에 많은 갈등을 경험한다. 그러므로 연령과 성 뿐만 아니라 흥미나 관심사 등의 다양한 가족성원들의 여러 의견들을 어떻게 하나로 묶어 내느냐가 가족의사 결정의 관건이 된다. 그리고 이러한 과정이 얼마나 원만하게 이루어지느냐에 따라 가족구성원간의 정서적 결정속도가 달라지고, 결정 후의 변화 상황에 대한 적응도 또한 달라지는 것이다.³¹⁾ 그래서 의사결정은 복잡한 과정이며, 어느 하나를 선택하는 것으로 크게 광의·협의 의미를 가지고 있다. 광의의 의사결정은 문제의 인식에서 시작하여 구매, 평가 까지 대안을 채택, 수행하는 복잡한 과정이지만, 협의의 의사결정은 선택과 같은 의미로 여러 대안 중 선정과 평가 후 하나를 선정 하는 것이다. 그러므로 관광의사결정은 자신의 다양한 욕구를 만족시키기 위해 선택, 구매하는 의사결정으로 목적지를 이동하고 머무르는 과정에서 발생하는 여러 가지 현상이다.³²⁾ 협의 의사결정은 미래의 행동방안을 선택하게 하는 인간의 의식적 판단 행위로서

30) 김옥재(2000). 전개논문, p.15.

31) 양수희(1996). 마케팅 전략에 미치는 가족 의사 결정에 관한 연구, 『지역발전연구』, p.108.

32) 윤현주(1998). 가족여행 의사결정에서 가족구조의 영향력에 관한 연구, 경기대학교대학원 석사학위 논문, pp.5-6.

의사결정자의 주관적 선호의 평가에 의한 결심, 판단을 수반하는 선택형으로 자신의 다양한 욕구를 만족시키기 위해 관광을 선택, 구매, 목적지로 이동하고 체재하는 과정에서 발생하는 다면적 현상(a multi-phenomenon)으로서의 의사결정이다.³³⁾ 대부분의 관광의사결정은 시간적, 공간적 제약과 재무적인 자원을 가지고 있고, 이에 따른 행동경험에 의해 문제를 해결해야 한다. [그림 2-1]은 문제해결과 의사결정의 차이점을 제시하고 있다.³⁴⁾ 가족 내 관광의사결정에 관한 연구들을 보면 Wang et al.(2004)³⁵⁾은 가족 내 의사결정과정에서 가족관광을 계획 시 목적지 국가, 출발 날짜, 선택 관광, 쇼핑, 관광체류기간, 가격, 여행 리스크, 여행사, 투어 가이드 등 다양한 변수들을 고려하여야 함을 주장하였고, 가족 내 의사결정시 가장 중요한 요소는 다양한 가족구성원의 선호를 고려하여야 갈등상황이 발생하지 않는다고 하였다(Lee & Collins, 2000).³⁶⁾ 한편 이성호·여호근(2007)³⁷⁾은 관광자의 심리적인 의사결정 과정이 어떻게 전개되는지를 자아효능감과 주관적인 규범, 전환태도, 전환의도, 전환행동 간의 구조적인 관계로 검증하였다.

33) 이용욱(2005). 가족단위 여행의 의사결정 과정에서 자녀의 영향력에 관한 연구, 연세대학교 경영학과 석사학위논문, p.7.

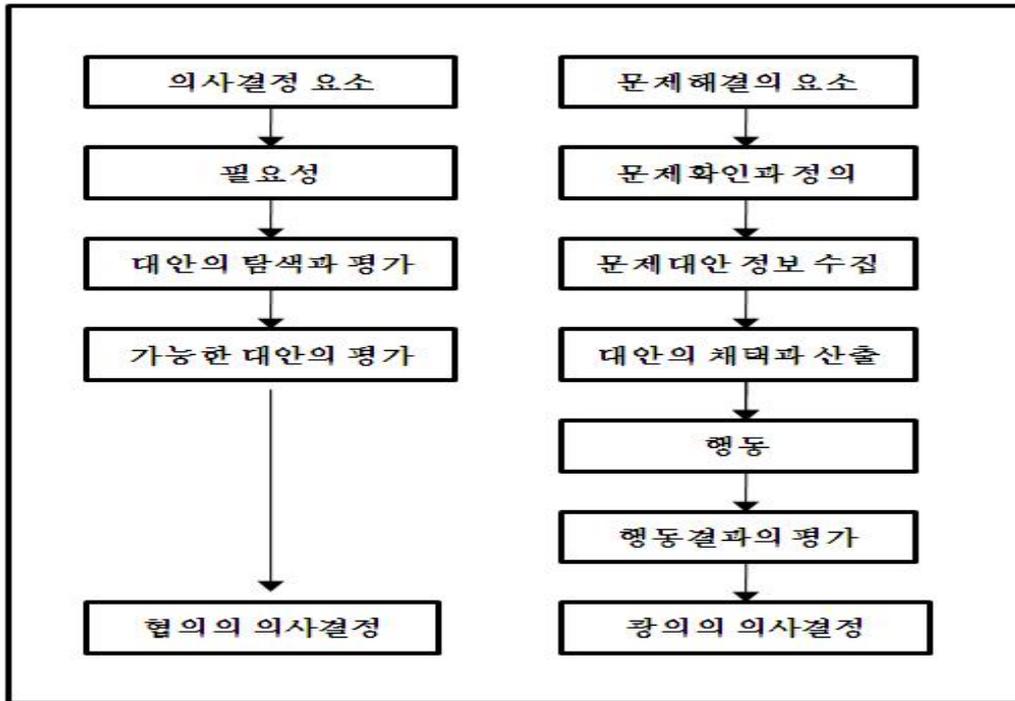
34) 조재근(2006). 전개논문, p.25.

35) C. K. Wang, A. T. Hsieh, Y. C. Yeh, C. W. Tsai (2004). Who is the decision-maker : the parents or the child in group package tours? *Tourism Management*, pp.183-194. 한진영·지계웅(2011).관광지 선택에 있어서 가족의사결정 유형이 관광행동에 미치는 영향, 『호텔경영학연구』, 20(1), pp.174. 재인용.

36) Lee & A. B. Collins,(2000). Family decision making and coalition patterns. *European Journal of Marketing*, pp.1181-1198. 한진영·지계웅(2011). 상계논문 pp.175. 재인용.

37) 이성호·여호근(2007). 해양관광자의 심리적 의사결정과정에 관한 구조적인 관계 검증, 『호텔경영학 연구』, 16(3), p.203-216.

[그림 2-1] 의사결정과 문제해결의 차이점



자료 : 조재근(2006). 가족관광 의사결정시 자녀가 미치는 영향연구, 경기대학교대학원 관광경영학과 석사학위논문, p.25. 재인용.

한편 가족 관광시장에 있어서 핵심적인 변수는 자녀의 존재 여부이다. 많은 가족들은 아이들의 욕구를 충족시킬 수 있는 휴가여행지를 선택하게 된다. 이런 욕구는 일반적으로 아이들의 연령에 따라서 다양하게 나타날 수 있다. Amuwo, et al. (2004)³⁸⁾. 가족외식행동에 있어서 외식의사결정은 어른들에 의해서 주로 내려지고 있고(83.1%), 레스토랑 선택에 있어서의 영향은 주로 어린이를 고려한 경우는 33.9%, 어른들이 레스토랑을 선택하는 경우는 66.1%로 나타나 어린이에 의해서 레스토랑 선택이 영향을 받고 있음을 제시하였다(Labrecque & Ricard, 2001)³⁹⁾

38) S. R. Amuwo, Shaffdeen · Fabian · Robert · Tolley · George · Spence · Ardith · Hill · Jacqueline(2004). Child discipline and family decision-making, journal of Socio-Economics. pp.153-173.

홍성화 · 송재호 · 양성국(2008). p.71.전계논문, 재인용.

39) J. Labrecque, & L. Ricard, (2001). Children's influence on family decision-making: a restaurant study. Journal of Marketing.24(9/10). pp.173-176. 홍성화 · 송재호 · 양성국(2008).상계논문 p.71.재인용.

3) 가족관광 의사결정의 특성

관광의사결정은 관광을 할 것인가, 하지 않을 것인가 에서부터 시작하여 목적지, 숙박시설, 교통수단, 관광 시기 선정 등 수많은 결정을 수반하게 된다. 이러한 복잡한 의사결정과정에는 많은 영향요인들이 작용하여 주관적인 독특한 관광경험을 갖게 된다.⁴⁰⁾ 가족관광 의사결정은 개인의 생각에 소신 있게 처리하는 합리적 의사결정, 불안정한 정보를 알면서도 받아들이는 의사결정, 개인이 성취할 수 있는 최소한의 목표를 설정하고 충족시킬 수 있는 대안을 받아들이는 의사결정이 있다. 가족관광을 하는 동안에 가족구성원들은 이 범주 안에서 결정을 하며, 가족구성원들은 서로 의사결정원 안에서 욕구충족이 부족하더라도 해결방안을 고민하고 받아들이고 만족하여야 한다. 그러므로 의사결정이란 하나의 대안을 선택하기 위하여 유도되는 행동의 과정이라 말 할 수 있고, 다수의 목표에 도달하기 위하여 부족한 자원의 합리적인 선택이라는 경제적 측면에서 의사결정을 중요시 하였다.⁴¹⁾

일반적으로 휴가 의사결정은 관광지, 교통수단, 숙박시설, 위락시설, 레스토랑 등에 대한 의사결정이 포괄되어 있어 다면적인 특징을 가지고 있다. 관광의사결정은 하나의 독립된 선택으로 이루어지는 것이 아니라 여러 시간대에 걸쳐 관광을 결정하는 다양한 요인(목적지, 숙박시설, 동반자 등)들을 결정하는 복잡한 의사결정을 필요로 한다.⁴²⁾ 또한 대부분의 가족관광은 제한된 재정적·시간적 제약이 있어서 여러 대안 중 어떤 선택을 할 것인가에 관한 의사결정을 하지 않으면 안된다. 그러므로 가족관광의 선택 의사결정은 세가지로 나누어 볼 수 있는데 첫째, 개인의 시각에 의해 형성된 신념에 따른 주관적인 합리성에 의한 의사결정 둘째, 불안정한 정보 하에서의 의사결정 셋째, 개인이 성취할 수 있는 최소한의 목표를 설정하고 그 목표를 충족시킬 수 있다는 대안을 받아들인다는 면에서의 의사결정 등이 있다. 가족관광을 하는 가족구성원들은 이와 같은 범주 안에서 의사결정을 하고 있다. 그들은 가족구성원 전부가 만족 할 수 있는 의사결정을 한다는 것은 거의 불가능하다

40) 박제우(2001). 가족여행의사결정에 있어서 주부의 영향력에 관한 연구, 광주대학교 산업대학원 관광학과 석사학위논문, p.7.

41) 임선아(2008). 구매의사결정단계별 가족구성원의 영향력에 관한 연구. 홍익대학교 일반대학원 석사학위논문, p.8

42) 채예병(2010). 전개논문, p.50.

고 생각하고, 적절한 결정을 하기에는 많은 노력과 시간이 소요되므로 최소한의 의견을 충족시키는 해결방안을 받아들이고 만족하는 것이다.⁴³⁾ 따라서 관광의사결정은 자신의 관광만족을 위하여 선택·구매하는 것으로 목적지로 이동을 하고, 머무르는 과정에서 발생하는 여러 가지 현상들을 말한다. 그러므로 관광에 관련된 정보를 어떻게 배분할 것인지에 관한 전략적 의사결정을 하여야만 한다. 일반적으로 관광의사결정은 다음과 같은 특징을 가지고 있다.

첫째, 상호작용적 성격을 가지고 있다. 상호작용이란 관광이 관광자와 목적지, 물리적·사회적·경제적·기술적 환경 등과 같은 모든 제반 시스템과 서로 엮어서 이루어진다는 개념을 뜻한다. 둘째, 관광의사결정은 다양한 의사결정방식을 가지고 있다. 의사결정에 소비되는 시간이나 노력이 적게 혹은 습관적으로 행해지거나, 많은 시간과 노력을 들여 정보를 결정하는 의사결정 관광자가 있다. 셋째, 관광의사결정은 문제해결 과정으로 볼 수 있다. 소비자는 문제의 인식부터 마지막 단계인 구매 후 평가까지의 과정을 거친다. 즉, 재정적·시간적 자원을 가지고 있으며, 사용 가능한 범위 내에서의 대안선택, 행동경험 문제에 이르는 모든 것을 해결 한다는 의미이다. 넷째, 관광의사결정은 무형적 구매 과정이다. 관광자가 의사결정을 할 때 구매하는 상품은 목적지 이미지와 비슷한 느낌일 것이다. 이와 같이 관광은 생산·소비가 일어나기 때문에 재이용, 재판매가 불가능하다.⁴⁴⁾

(1) 가족관광의사결정의 요인

관광에 대한 욕구나 욕망을 인식 후 관광예정자들은 의사결정에서 보다 만족스러운 결정을 내리기 위하여 다양한 정보를 탐색한다. 이때 그들은 개인적 지식과 외부자료를 참고로 한다. 여기서 개인적 지식은 경험과 연결되며, 외부자료의 탐색방법과 탐색정도 또한, 개인적 심리적 특성과 환경적 요인에 의해 영향을 받는다고 할 수 있다.⁴⁵⁾ 관광행동은 소비행동의 한 형태로서, 관광의 소비자인 관광자는 일반

43) 권영주(2001). 가족여행 목적지 선택에 있어서 주부의 영향력에 관한 연구, p.357.

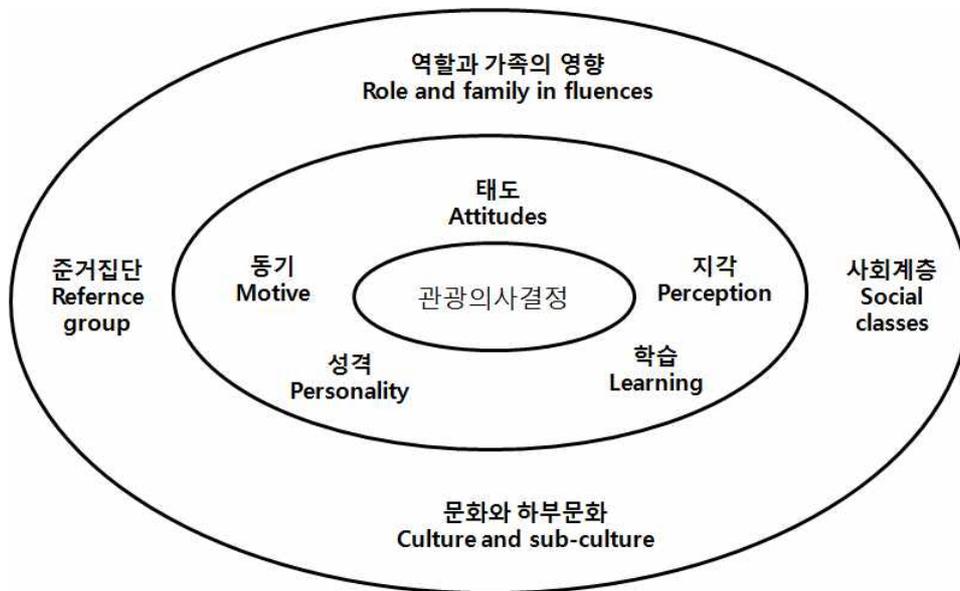
44) 권태일(2003). 국제관광 홍보가 관광의사결정에 미치는 영향에 관한연구, 경기대학교 대학원 관광경영학과 석사학위논문, p.31.

45) 고희석(1999). 지역이벤트 관광객의 시장세분화와 선택속성에 관한 연구, 세종대학교 대학원 박사학위논문 p.33.

적으로 직접관광을 하는 소비자를 지칭하고 있다. 이런 측면에서 목적지 선택과정은 소비자행동 중 의사결정과정의 하나로 설명될 수 있다.

관광객의 관광행동 결정에 영향을 미치는 요인에는 여러 가지 있으나, Mayo & Jarvis의 연구에서는 내부 심리적 요인과 외부 사회적 영향요인으로 나누고 있다. [그림2-2] 에서와 같이 관광의사결정은 심리적 요인과 사회적 요인 모두에 의해 영향을 받고 있으며, 관광객의 관광의사결정은 이러한 요인들이 복합적으로 작용하여 이루어진다.⁴⁶⁾

[그림2-2] 의사결정에 미치는 영향 요인들



자료 : E, J Mayo, & L, P Jarvis,(1981) 『The Psychology of Leisure Travel』 ,
Boston: Boston: cBI. Publishing ComPanY. pp.19-20. 최윤정(2007), p.10. 전개논문, 재인용.

(1) 내부 심리적 요인

관광객들이 어떻게 관광결정을 하는지 알아보기 위해서는 그들의 선택에 영향을

46) E, J Mayo, & L, P Jarvis,(1981) 『The Psychology of Leisure Travel』 ,
Boston: Boston: cBI. Publishing ComPanY. pp.19-20. 최윤정(2007), p.10. 전개논문, 재인용.

미치는 심리적인 요인들을 고찰 할 필요가 있는데 관광객의 의사결정에 영향을 주는 요인들은 다양하나, 관광행위를 결정짓는 심리적 요인을 지각, 학습, 개성, 동기, 태도로 설명하고 있다.

가. 지각

지각은 선택적이다. 아무리 관광에 대한 광고와 선전을 한다고 하더라도 관광에 관심이 있는 사람에게만 필요한 것이다.⁴⁷⁾ 관광자가 관광의사결정을 하기 위해서는 먼저 정보를 입수하여 지각과정을 통하여 탐색을 하게 된다. 지각이라 함은 세상에서 의미 있게 묘사된 참조물에 대한 조직화되고 해석된 정보를 개인의 선택에 따라 나타내는 것을 말하므로, 지각은 넓은 의미를 함축하는 다각적인 것으로 관광자의 구매행동에도 구매자가 원하는 것과 제공자의 서비스 상황에 따라 상이하게 나타날 수 있다.⁴⁸⁾

나. 동기

왜 관광을 하는가, 하는 문제는 관광자 동기와 결부된다. 동기는 개인의 욕구에 의해 발생되고, 그 강도는 욕구와 결여 정도에 따라서 직접적인 영향을 받게 되며, 발생된 욕구를 충족시키기 위한 목적 지향적 행동으로 전환된다.⁴⁹⁾ 그러므로 모든 행동의 바탕은 욕구이며, 이 욕구가 내적 또는 외적 자극을 받아 활성화 되면 동기로 변한다. 관광지 선택행동은 관광동기와 불가분의 관계를 맺으며 대부분 선택행동과 구매가 관광동기에 의해서 이루어진다.⁵⁰⁾ 관광의 동기는 관광행동을 이해하는데 중요한 역할을 할 뿐 만 아니라, 관광지를 선택 하는데 있어 직접적인 영향을 미치게 된다.⁵¹⁾

다. 학습

47) 박제우(2002). 전계논문, p.14.

48) 최윤정(2007). 전계논문, p.11.

49) 박제우(2002). 상계논문, pp.20-21

50) 권태일(2003). 국제관광홍보가 관광의사결정에 미치는 영향에 관한 연구, 경기대학교 대학원 관광경영학과 석사학위논문, p.33.

51) 김옥재(2000). 관광객의 성격유형과 해외상품 선택요인간의 관계 연구, 동의대학교 대학원 경제학과 경제학 박사학위논문, p.9.

관광자의 학습은 관광행위 경험결과에 의해 나타나는 비교적 연속적인 행위라고 할 수 있다.⁵²⁾ 학습은 자기 경험에 인식된 행동, 특정의 자극, 상황에 대한 행동경향의 반복이다. 즉, 관광지 선택에 있어서 빠른 의사결정이 이루어지는 것은 자신의 경험에 근거한 행동의 변화로 이미 경험에 의한 학습의 반복으로 볼 수 있다. 관광자는 소비자인 동시에 문제의 결정, 해결자이며, 관광을 함에 있어서 목적지, 시기, 관광경비, 기간 등을 결정하고 해결해 감에 따라 사회·경제·심리적인 이유로 변화해 간다. 이 과정에서 학습은 핵심적인 역할을 하게 된다. 왜냐하면 개인적인 경험, 과거의 유사한 휴가나 사업적, 사회 환경적으로 유입되는 정보로부터 관광에 대한 학습을 하기 때문이다. 관광자는 특별한 동기를 만족시켜줄 대안을 결정하기 위하여 일련의 기준에 대해 여러 가지 대체안을 비교 검토한다. 그 결과로 나타난 성향은 의사결정에 영향을 미친다.⁵³⁾

라. 성격

성격에 대한 정의는 관광행동에 따라 명백히 다르게 나타난다. 일반적인 성격에 대한 정의로는 인간은 외적 자극에 의해서만 행동하는 것이 아니라, 내부적 개인 특성에 의해서도 행동을 하게 되는데, 성격은 타고난 성격, 외부환경에 대한 사고력, 접근방식에서 쉽게 발견될 수 있으며 학습·인식·동기·지각·역할 등이 결합하여 복합적으로 형성되기 때문에 이에 관련된 통일된 정의는 없고 일반적으로 행동적 반응을 결정하는 자신의 내재된 성격을 바탕으로 외부적 환경과 사회·경제적·환경에 따라 행동하는데, 그 행동은 매우 다양하게 나타날 것이다.⁵⁴⁾

성격요인은 휴가관광시의 교통수단, 장소, 관광활동, 관광시기선택 등에 관련이 있다. 관광객의 성격은 직접적인 경험과 정보를 어떻게 처리하는가에 영향을 준다.⁵⁵⁾ 소비자는 자신의 성격을 바탕으로 환경적 자극에 대하여 일관성 있는 반응을 보이는데 이와 같은 가족의 개인 성격적 특성에 따라 행동이 다양하게 나타난다. ⁵⁶⁾

52) 윤현주(1998). 전계논문.p.13.

53) 김성혁(2001). 『관광마케팅』, 대왕사, p.468.

54) 조재근(2006). 전계논문, pp.33-34.

55) 권태일(2003). 전계논문, p.35.

56) 김옥재(2000). 관광객의 성격유형과 해외상품 선택요인간의 관계 연구, 동의대학교 대학원 경제학과 경제학박사 학위논문, p.25 . 재인용.

<표2-2> 성격에 따른 행동

심리 집중형	심리 분산형
<ul style="list-style-type: none"> • 친밀한 여행 목적지를 선호 • 여행 목적지에서 평범한 행동 추구 • 긴장완화를 위한 일광욕과 유흥지를 선호 • 낮은 활동 수준 • 승용차로 갈 수 있는 여행 목적지 • 대형호텔, 가족형 레스토랑 • 관광객이 이용하는 쇼핑시설과 같은 관광객 편의 시설이 갖춰진 곳 • 가족적인 분위기, 친숙한 유흥장과 이국적인 분위기가 있는 곳 • 전적으로 활동이 계획된 단체관광 	<ul style="list-style-type: none"> • 관광객이 찾지 않는 지역을 선호 • 다른 사람이 방문하지 않았던 지역에서 새로운 경험을 발견하는 즐거움을 추구 • 새롭고 신기한 여행 목적지 • 높은 활동 수준 • 관광편의 시설은 적당히 좋은 호텔과 음식이 제공되며, 현대식이나 체인 타입의 호텔이 아니며 관광객 매력물이 거의 없는 곳 • 기본적인 교통수단과 호텔에 관한 것만 준비하고 비교적 자유롭고 융통성이 있음

자료: 김옥재(2000), 관광객의 성격유형과 해외상품 선택요인간의 관계 연구, 동의대학교 대학원 경제학과 경제학박사 학위논문, p.25 . 재인용.

마. 태도

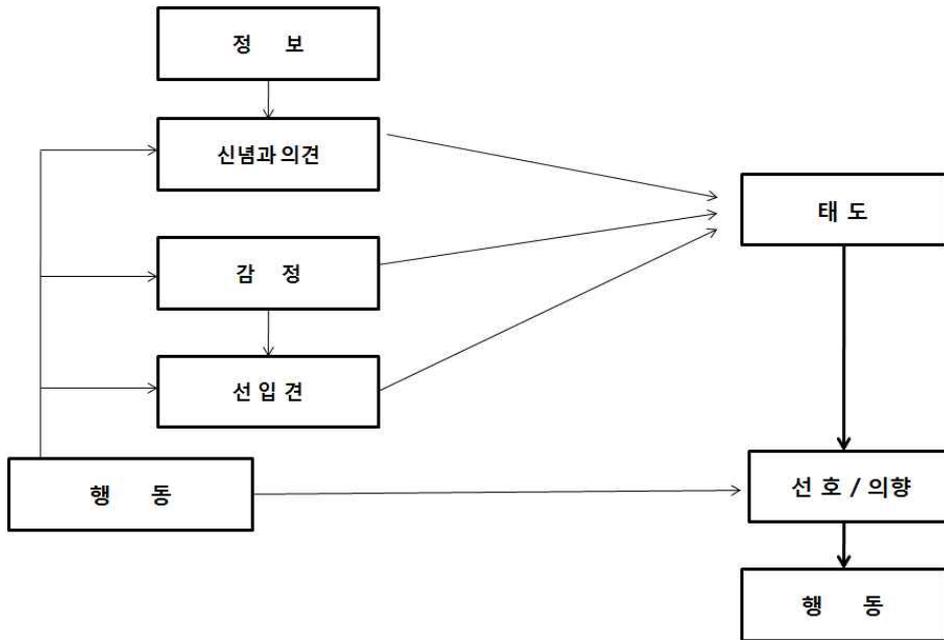
태도는 가족과 동료집단의 상호작용을 통해 학습된다. 특히 관광에 있어서는 다양한 문화, 인종, 환경에 걸쳐 있는 여러 접촉에 의해 태도가 조정되기 때문에 각 개인의 관광경험에 관한 태도는 매우 다양하게 나타난다. 관광태도는 관광객이 관광현상에 대해서 느끼는 반응, 관광 경험에 의해서 일어나게 되는 반응, 관광의 영향에 대해 느끼는 개인의 생각으로 이해될 수 있다. 태도가 관광의사결정에 미치는 영향은 소비자 결정과 마찬가지로 수많은 심리적 단계를 거치게 되는데, [그림2-3]은 태도가 신념, 의견, 감정 및 선입관으로 구성되어 있음을 보여주고 있다. 태도가 형성되면 어떤 방법으로 행동하려는 의향과 선호가 나타나며 이 때, 사회적 요인은 의향 또는 선호가 실제로 특정행동을 나타내는지의 여부에 큰 영향을 준다.⁵⁷⁾

관광자의 태도는 관광상품이나 서비스에 대하여 생각하고, 느끼고, 행동하려는 것을 반영하는 것이므로 관광행동결정에 대단히 중요한 역할을 하게 된다. 그러므로 관광자의 태도변화는 여행사업체의 마케팅관리자에 있어서는 관광자의 개인이 지향

57) 최윤정(2007). 제주를 방문한 가족관광객의 의사결정에 관한 연구, 한양대학교 국제관광대학원 국제관광 호텔경영학과 석사학위논문, p.15. 재인용.

하는 가치나 목표, 목표의 기능과 같은 여러 요인에 의하여 태도가 변화하기 때문에 마케팅 수단의 중요한 목표의 하나가 된다.⁵⁸⁾

[그림2-3] 태도와 관광의사결정과정



자료 : 최윤정(2007). 제주를 방문한 가족관광객의 의사결정에 관한 연구,
한양대학교 국제관광대학원 국제관광 호텔경영학과 석사학위논문, p.15. 재인용.

(2) 외부 환경적 요인

가족의 휴가 관광 행동에 있어서 관광지의 선택은 주로 사회적 요인으로서의 가족, 준거집단, 역할 및 지위 등으로부터 영향을 받으며 문화로부터도 영향을 받는데 이와 같은 광범위한 환경적 변수들은 관광구매 행동을 결정하고, 제안할 뿐만 아니라 평생을 두고 변화한다. 따라서 이러한 환경적 영향은 특정한 가족의 관광 행동에 영향을 미칠 뿐만 아니라 개인의 본질을 결정하는데 작용하여 개인의 의사결정에 영향을 미친다.⁵⁹⁾

58) 윤현주(1998). 전계논문, p.27.

59) 최윤정(2007). 전계논문, p.16.

가. 가족

가족관광을 결정하는데 있어 관광지의 선택이나 숙박시설, 교통시설 등을 선택하는데 있어 의사결정의 영향은 주변의 다양한 요인들에 의해 영향을 받겠지만, 그 중에서도 가족은 의사결정에 영향을 미치는 가장 기본적인 중요한 집단이며⁶⁰⁾ 가족 중에서 한 구성원이 관광행위를 한다고 할 때 1차적으로는 가족과 함께 의논을 하게 되며, 의사결정의 판단과정에서도 서로의 의견들이 의사결정에 영향을 미친다.⁶¹⁾

나. 준거집단

준거집단은 가족, 친구, 이웃, 직장동료 등이 포함되는 1차 준거집단과 동창회, 학회, 협회, 친목단체와 같은 2차적 준거집단, 개인이 속해 있지는 않지만 속하기를 원하는 희망집단으로 선망 준거집단으로 구분된다. 집단은 상호간의 명백한 심리적 관계가 있는 두 명 이상의 사람을 말하는 것으로 준거집단은 전문가의 증언이나 친구의 경험은 정보제공의 커뮤니케이션이 되며 목적지선택이나 숙박시설 및 관광행동에 대한 선택은 집단 내에서 인기도를 알려줌으로서 정보제공의 영향을 준다. 또한 집단의 규범을 따르도록 압력을 가하여 개인의 관광지 선택이나 관광의사결정에 영향을 주기도 한다.⁶²⁾ 준거집단은 관광자 행동의 여러 부분에 영향을 미친다. 준거집단 구성원의 의견을 신뢰성 있는 정보원천으로 받아들이는 경우가 많아 해외여행에 대한 경험이 없는 관광자가 해외여행을 하려고 할 때 관광동우회 회원이 제공하는 정보는 신뢰성이 높다고 생각하여 의존하는 경향이 높다.⁶³⁾

다. 사회계층

사회계층은 사회에 대한 기여도를 나타내는 사회적 기준 상에서 개인이나 가계가 차지하는 위치를 말하며, 우리 사회에 있어서 직업, 교육 및 소득의 수준은 개인의 위엄이나 힘을 나타낸다. 사회계층을 구성하는 요인으로는 직업, 소득, 지위, 교육, 재산 등을 들 수 있는데, 사회계층 분류에 따른 소비 및 레저 행동 경향에서 높

60) 최윤정(2007). 전계논문, p.16.
61) 권영주(2003). 전계논문, p.355
62) 최윤정(2007). 상계논문, p.17.
63) 윤현주(1998). 전계논문,p.32.

은 사회신분 일수록 여가시간의 선용과 관광활동의 참가는 적극적이어서 하류층이 그들의 여가를 고작 TV시청이나 카드놀이에 다 써 버리는 반면에 상류층일수록 관광, 공원, 박물관, 야외 스포츠 활동 등에 여가시간을 소비하고 계층에 따라 레크레이션과 여가활동 패턴이 다르게 나타난다고⁶⁴⁾ 하였다. 또한 중류계층에서 추구하고 있는 관광심리는 보다 미래지향적인 관심을 갖고 합리적이며 장기적 안목과 사고에 대한 시야가 넓어 어떠한 제약을 받지 않으며, 자기 확신과 모험에 대한 의지가 강하고, 사고방식이 비물질적이고 추상적이라는 특징을 갖고 있는 반면, 하류계층은 현재 중심적이고 과거 지향적이며 장기적인 안목에서 생각을 하며, 한정되고 제한된 시야 속에서 제한된 관념을 갖고 있다. 그러므로 각 사회계층은 이질적인 관광상품의 구매, 쇼핑 및 매체와 의사소통을 하므로 관광상품의 마케팅 관리자는 이들 각 집단의 태도, 행동의 차이, 구매행동에 대해 초점을 맞추어 전략을 수립해야 한다.⁶⁵⁾

마. 문화와 하위문화

문화는 사람들이 여러 시대를 거치는 동안에 남겨놓은 사회적인 유산이며 사회 특유의 라이프스타일 즉 사회가 직면하였던 환경에 적응하며 생활하는 방식을 반영한다.⁶⁶⁾ 따라서 문화는 관광객행동에 영향을 주는 가장 광범위한 요인으로 개개인이 사회로부터 배운 것으로 그 사회 내에서 공통적인 유형의 행동을 일으키는 가치, 규범 및 습관이다. 문화는 특정의 사회 구성원들의 지식, 신념, 예술, 도덕, 법률, 관습 등을 공유한다 라고 볼 수 있다.

가족의 행동에 영향을 미치는 요소로 문화, 하위문화 등을 들 수 있는데, 개인의 필요와 행동에 영향을 미치는 가장 근본적인 결정인자이며, 문화는 다시 하위문화로 세분화 된다. 하위문화는 가족관광에 있어서 훨씬 더 구체적인 일체감과 사회성을 부여한다. 예를 들어 동아리라는 사회적 하위문화 속에 있는 가족은 가족관광보다 동아리의 관광으로 그들의 관광을 대신할 수 있다.

문화는 크게 신념·가치·규범의 개념으로 구분된다. 구성요소는 다음 표<2-3>

64) 박제훈(1997). 가족휴가여행 행동에 관한 연구, 청주대학교대학원 석사학위논문, pp.35-36.

65) 임혜리(2000). 쇼핑관광 구매의사결정 연구, 경기대학교 대학원 관광경영학과 석사학위논문, p.15.

66) 박제우(2001). 전계논문, p.32.

과 같다.⁶⁷⁾

<표2-3> 문화 구성 요인

구 성 요 인	사 례
가 치(value)	<ul style="list-style-type: none"> • 열심히 근무하여 성공하는 것 • 소비재의 보유를 통하여 표현되는
언 어(langauge)	<ul style="list-style-type: none"> • 영어(english) • 일본어(japanese)
신 양(myths)	<ul style="list-style-type: none"> • 산타클로스는 재화의 중요성을 강조한 것으로 해석됨 • 벤자민 프랭클린은 자본주의체제하에서 성공한 대표적 인물이라고 믿는 것
관 습(customs)	<ul style="list-style-type: none"> • 매일 머리를 감고 목욕하는 행위 • 아동의 학교 입학 시에 새 옷을 사주는 일
의 식(rituals)	<ul style="list-style-type: none"> • 결혼식 등의 관혼상례 • 추수감사모임
법 율(law)	<ul style="list-style-type: none"> • 사적 재산의 법률적 보호 장치 • 평등한 교육기회의 제공
물질적 상징성 (material artifacts)	<ul style="list-style-type: none"> • 다이아몬드 결혼반지 • 의복습관

자료: 서성한(2004), 소비자 행동의 이해, 박영사, p.575. 재인용.

2. 관광 전 의사결정

1) 관광정보의 개념 및 특성

(1) 관광정보의 개념

관광 및 관광정보는 관광객이 관광의사결정을 하는데 필요한 자료를 말하며, 관광객들이 요구하는 관광정보는 선택한 관광목적지에 대한 숙박, 교통, 관광활동 등 관광상품에 대한 내용들을 말한다. 관광정보는 관광상품에 대한 정보와 관광시장에 대한 정보로 구분할 수 있는데, 관광상품에 대한 정보는 수요측면을, 관광시장에 대

67) 서성한(2004). 『소비자 행동의 이해』, 박영사, p.575.

한 정보는 공급측면을 위해 제공을 한다. 관광의 수요는 관광의 주체라 할 수 있는 관광객들이 관광목적지를 선택하는데 도움을 준다. 관광정보란 교통수단과 함께 관광대상, 관광시설 그리고 관광정보의 이용을 말하며, 관광정보제공은 이용자와 제공자간에 관광서비스를 연결시켜 주는 매체로서의 역할 수행을 뜻한다.⁶⁸⁾

(2) 관광정보의 특성

관광을 하고자 하는 잠재적 관광자에게는 의도적이든 비의도적이든 관광에 관련된 정보가 필요로 할 것이다. 즉, 관광의 수요자가 관광을 지원하고 있는 공급자에게 관광에 관한 의사결정시 필요한 것은 바로 정보이며 보다 정확하고 보다 많은 정보는 여러 가지 대안 가운데 하나의 선택의 폭을 좁혀주고 이에 따르는 행위가 가져오는 미래의 결과에 대해 그 만큼 위험을 덜어주게 된다.

현대의 관광객들은 예전에 비해 지적수준이나 관광 경험이 보다 풍부하여 그들이 관광하고자 할 때 그들의 원하는 관광지에 대해 보다 상세한 관광정보를 원한다.⁶⁹⁾ 관광객들은 관광함에 있어 언제, 어디서, 어떻게, 관광할 것인지 혹은 얼마만큼의 체류기간을 가질 것인지 등에 관한 여러 가지 문제를 직면하게 된다. 또한 그들의 욕구충족을 위하여 여러 정보를 통해 의사결정을 내리게 되며, 이 과정에서 정보탐색은 그들이 처한 문제를 해결하는데 중요한 작용을 하게 된다. 획득한 정보의 양이 많을수록 의사결정의 폭이 넓어지며 보다 폭넓은 선택의 대안을 고려할 수 있다. 정보의 정도는 관광객들의 행동을 보다 다양하게 그리고 합리적으로 선택할 수 있게 하며 이것은 관광객들의 관광경험을 폭넓게 할 수 있도록 도와준다.⁷⁰⁾ 그러므로 관광정보는 이를 필요로 하는 이용자에게만 그 가치를 가진다. 따라서 그들의 의사결정에 있어 큰 변화를 초래할 수 있다.⁷¹⁾

관광객은 관광목적지 선택 이전에 다양한 관광정보를 수집 탐색하게 된다. 이러한 과정은 관광객에 있어 그들의 욕구에 만족을 가져다주며 관광의 질을 높여준다, 또한 잠재관광객들은 그들의 의사결정에 필요한 관광정보를 필요로 하며 얻어진 정보

68) 최병길(2007). 『IT혁명과 관광』, 백산출판사, p.274.

69) 김천중(1998). 『관광정보론, 관광정보와 인터넷』, 서울: 대왕사, p.21.

70) 고희석(1999). 지역이벤트 관광객의 시장세분화와 선택속성에 관한 연구, 세종대학교 대학원 석사학위논문, p.21.

71) 제중권(1999). 인터넷 마케팅 활용방안에 관한 연구, 동아대학교 대학원 석사학위논문, p.12.

72) 배상형(2002). 인터넷 관광정보에 대한 중시요인이 관광목적지 선택에 미치는 영향, 동아대학교 대학원 관광경영학과 석사학위논문, p.20.

는 관광목적지를 선택하게 된다.⁷²⁾ 관광객이 목적지를 관광하고자 할 때 가장 우선시 하는 것은 원하는 지역 관광정보의 탐색이고, 그 목적지가 어떻게 관광객에게 전달되느냐는 목적지 이미지와 관광 목적지 결정에 크게 영향을 주고, 관광안내정보는 탐색을 방문 전, 방문 중, 방문 후의 세단계로 나누었을 때, 온라인을 통한 정보탐색은 방문 전 탐색으로 목적지 결정에 가장 중요한 역할을 한다.(허경석,한혜숙,변정우.2007)⁷³⁾ 관광목적지(tourist destination)는 관광객이 일상 생활권을 벗어나 시간을 소비하고자 하는 장소로서 관광객이 관광을 위해서 체재할 수 있도록 방문객을 유인하는 장소로 정의되고 있다. 관광목적지는 관광객의 욕구나 동기를 충족시키는 대상일 뿐만 아니라, 욕구를 자극하여 관광행동을 하도록 동기를 부여하는 대상이 되기도 한다. 관광 목적지가 되기 위해서는 자연 관광자원, 인문 관광자원, 관광시설 가운데 하나의 자원이 높은 가치를 가지고 있어야 한다.

관광객을 유인하기 위해서는 접근에 용이한 교통, 숙박, 식음료시설, 편의시설 등을 갖추고 있어야 하며 위락적·문화적 가치를 가지고 있어 관광객을 유인하는 힘을 가지고 관광객을 수용할 수 있는 시설을 준비해야 한다.⁷⁴⁾ 또한, 특정장소의 사회·문화·역사·자연적 특성을 바탕으로 선호적 이미지를 부각시킴으로써 관광객들의 방문 및 재방문을 창출해야 한다.⁷⁵⁾ 관광을 하는데 필요한 정보는 관광상품의 구매 및 소비시점에 따라 다르게 나타난다. 관광계획을 수립하는 시점에서 필요한 관광전 정보는 주로 자신의 거주지에서 수집활동이 이루어진다. 일차적으로 관광목적지를 선택하는 데는 관광지에 대한 많은 정보가 요구되어진다. 목적지를 결정하면 관광에 필요한 개별 관광상품 들을 관광자 스스로 개별적으로 구할 것인가, 아니면 여행사에게 의뢰할 것인가를 결정해야 한다.

73) 허경석,한혜숙,변정우(2007). 관광안내정보 웹사이트의 특성이 고객행동에 미치는 영향, 『호텔관광학연구』, 16(5), pp.135-147.

74) 변수녀(2009). 관광목적지 대안평가 유형별 관광동기, 관광만족 및 충성도 간의 구조모형 연구, 제주대학교 대학원 관광경영학과 박사학위논문, p.8.

75) 조성찬(2010). 아웃바운드 목적지별 관광지 이미지 속성 중요도 및 성취도 분석, 경기대학교 대학원 여가관광개발학과 박사학위논문, p.2

76) M. Oppermann, (2012) Tourism Destination Loyalty, Journal of Travel Research, pp.754-767. 재인용.

3. 관광 중 의사결정

관광객은 자신의 욕구와 동기를 가장 많이 충족시켜줄 것으로 기대되는 관광지를 선택하여 관광을 떠나고 선택한 관광지에서의 경험과 만족은⁷⁶⁾ 관광활동 중에도 매우 흡족한 관광이 된다. 그러나 불확실한 의사결정을 해야만 하는 관광객은 시간이 지남에 따라 발생하는 제약으로 인해 사전에 의도하였던 목적지로의 관광을 연기하거나 목적지변경하기도 한다.⁷⁷⁾

관광객은 비용(시간, 관광경비 등)을 지불하고 편익(경험, 만족)을 구매하는 소비자이기 때문에 관광행동은 소비행동의 한 형태로 간주할 수 있다. 따라서 관광목적지 선택과정은 소비자행동 모형중의 하나인 의사결정으로 설명될 수 있다. 관광목적지 선택은 관광을 하기 위한 전초단계이기 때문에 관광목적지 대안비교와 선택에 있어서 목적지가 가지는 특성도 고려해야한다.⁷⁸⁾ 이러한 대안평가이후, 관광예정자들이 관광하려는 의향을 갖는다면 그들은 여러 대안 중 에서 자신이 가장 선호하는 대안을 선택해서 관광을 하게 된다. 여기에서의 의향이나 선호는 태도에 의해 형성되는 것이며, 사회적 영향을 크게 받는다.⁷⁹⁾ 관광객들이 가지는 관광목적지의 위험지각은 관광유형을 선택하는데 있어서 중요한 역할을 한다. 지각된 위험은 소비자의 구매목적과 관계가 있으며 구매 전에 느끼는 소비자의 계획된 구매가 구매목적 을 성취할 수 있는지에 대해 확신할 수 없으므로 위험을 느끼게 된다고 하였다. 왜냐하면 관광객들은 관광을 하기 전에 관광목적지의 정확한 위험상황과 안전을 직접 체험하지 못하기 때문에 여러 가지 종류의 위험부담을 안고 선택한 관광목적지에서 주관적인 입장에서 관광을 할 수 밖에 없기 때문이다. 따라서 관광동기나 관광객의 관광유형의 선택은 관광에서의 경험과정이나 일련의 흐름에 따라 행동에 다시 영향을 주게 된다. ⁸⁰⁾

77) 조주환(2010).여행참가 결정과정에 근거한 관광지 충성도 측정에 관한 연구, 경기대학교 대학원 여가 관광개발학과 석사학위논문, p.4.

78) 조주환(2010). 상계논문, p.19.

79) 이선희(1999). 『관광마케팅 개론』, 서울: 대왕사, p.202.

80) 김영우(2004). 관광동기 및 위험지각이 관광유형 선택과 관광후 행동에 미치는 영향, 세종대학교 대학원 호텔관광경영학과 박사논문, p.9.

1) 관광단계별 필요정보

관광의 시작은 관광상품의 소비가 시작됨을 의미한다. 관광상품의 소비는 거주지 이외의 지역에서 최소한 숙박이 이루어지고 있음을 의미한다. 즉, 관광전에 구매된 상품의 일부가 변경되거나 추가 구매가 이루어질 수 있기 때문에 이와 관련된 정보가 요구되어지는 것이다. 관광객은 관광 및 관광과 관련된 개별상품을 관광자 스스로가 부분적으로 구매하여 통합하는 경우도 있고, 여행사가 통합시켜 놓은 통합된 단일상품을 구매하는 경우도 있다. 어느 경우이든 소비가 이루어지기 이전 즉, 관광하기 이전에 일차적으로 구매가 이루어진 경우이다. 그러나 이러한 상품은 관광중 소비과정에서 일부 상품의 변경이 이루어질 수도 있다. 또한 관광중에 새로운 상품의 구매가 추가적으로도 발생할 수 있다. 이처럼 관광 상품의 구매 및 소비과정에서 필요한 정보의 특성이 바로 관광정보가 갖는 특성이라고 볼 수 있다.⁸¹⁾ 관광 상품의 소비과정을 관광전과 관광중으로 구분 할 수 있듯이 관광정보의 특성을 관광단계별로 구분할 수 있을 것이다.

다음 <표 2-4> 는 여러 가지 형태의 정보전달매체로 구분할 수 있다.

<표 2-4> 관광정보 전달매체 형태

구분	변동이 낮음	변동성이 높음
관광 전	브로셔, 안내책자, CD-ROM	전화, 팩스, e-mail, 인터넷, 여행업자
관광 중	안내책자, 호텔룸에서 설치된 CD	전화, 팩스, e-mail, 관광지 정보시스템

참조: 최병길(2007). 전개서, p.277. 재인용.

정보제공매체도 관광전과 관광중에 따라 달라질 수 있으며, 필요한 정보의 성격도 서로 다를 수도 있다. 관광객의 성격에 따라서도 관광전 그리고 관광중에 요구되는 정보의 양도 차이가 있을 수도 있다. 예를 들면 모험을 즐기거나 충동적으

81) 최병길(2007). 전개서, p.277. 재인용

로 이루어지는 관광은 관광 전에 많은 정보를 필요로 하지 않는다. 반면에 위험을 회피하거나 비교적 오랜 기간을 가지고 관광을 계획하는 사람들에게는 관광 전에 보다 많은 정보를 필요로 한다. 일반적으로 대부분의 관광객은 목적지에 도착할 때까지 많은 의사결정들을 미루는 경향이 있다. 이러한 결과는 관광 중에 더 많은 정보를 요구하는 것을 의미함으로 이에 맞는 정보기술의 응용이 필요하다. 관광지의 관리자는 관광객이 관광지내에서 필요한 정보를 쉽게 얻을 수 있도록 정보시스템을 설계하는 것이 중요하다.⁸²⁾

2) 정보의 변동성

관광정보의 또 다른 특성은 변동 가능성이다. 관광 상품 특성 가운데 저장 불가능성은 판매상품이 항상 한정되어 있지 않기 때문에 시간변화에 따라 구매가능성이 달라질 수밖에 없다. 모든 관광 상품이 그런 것은 아니지만 시간변화에 따라 정보가 쉽게 변하지 않는 것을 정태적 반대를 동태적이라 한다. 이 같은 특성은 관광전, 관광중에 필요한 정보 분류에 따라 정보의 변동에서도 차이가 존재한다. 장기적으로 자주 정보가 바뀌지 않는 정보는 상품소개, 교통루트, 지도, 위치정보 등이다. 정적인 정보는 인쇄물, 비디오, CD-ROM이나 기타 오프라인을 통해서 유통될 수 있다. 그러나 정보의 대부분은 동태적인 성격을 가지고 있으며, 정보의 수시갱신이 요구되고 공급자에서 수요자에게 신속하게 전달되어야 하기 때문에 온라인 매체를 이용 정보전달이 이루어지는 경우가 많다.⁸³⁾ 그러므로 웹사이트상에서의 관광정보는 인터넷 이용자들에게 관광목적지나 관광지내 제반활동에 관한 상세정보 등을 제공하여 그들의 의사결정이나 행동에 도움을 주게 된다. 관광행객들이 관광목적지의 정보탐색을 추구하거나 온라인 예약을 하는 수단으로써 이용되고 있으며 온라인 구전은 매우 중요한 요인으로써 고려되어야 한다. 따라서 목적지를 관광하고자 할 때

82) 최병길(2007). 전계서, p.277.

83) 최병길(2007). 상계서, pp.278-279

84) 송은정(2009). 관광정보 웹사이트 만족도가 관광 목적지 이미지 및 관광의사결정에 미치는 영향에 관한 연구, 고려대학교 언론대학원. 석사학위논문, p.10.

관광객은 우선 원하는 지역의 관광정보의 탐색을 하고, 관광지는 관광객에게 이미지에 대한 정보를 어떻게 전달하느냐에 대한 고민을 하여야 한다. 이것은 바로 관광목적지 결정에 중요한 영향을 주며 관광객의 관광지 결정에 대한 의사결정으로 관광객의 기대, 욕구에 맞는 관광활동의 인적서비스라 할 수 있다.⁸⁴⁾

관광에 있어서 이미지의 역할과 기능은 관광행동을 일으키는 잠재력이 매우 크기 때문에 관광객들에게 있어서 관광이미지는 관광홍보를 어떻게 수행하느냐에 따라 다양하게 변화될 수 있다. 그러므로 관광이미지는 잠재 관광객들이 대안 관광지를 선택할 때 관광지의 실체가 아니라 이미지에 근거하여 평가하기 때문에 실제 관광객과 잠재 관광객이 지니고 있는 관광이미지는 관광지를 선택하는데 있어서 중요한 역할을 한다.⁸⁵⁾ 관광객의 정보매체 이용에 영향을 미치는 변수 한 가지는 그들의 관광 관련 지식과 경험수준이다. 관광경험이 많은 사람들은 새로운 정보에 대한 욕구가 그렇지 않은 사람들보다 높고 자신들의 의사결정을 위해 어떤 정보를 찾아야 하는지 더 잘 알고 있어 외부정보탐색에 대해 지각하는 비용이 낮아진다. 반면, 경험 많지 않은 사람들은 전문적인 정보매체에 의존하는 경향을 보인다. 따라서 개인의 지속적인 정보탐색 경향이 높을수록 저관여 정보매체인 TV나 라디오 등의 전파매체를 선호하는 반면 목적지향적인 의사결정을 위한 정보탐색 경향이 높을수록 고관여 정보매체인 인터넷을 선호한다.⁸⁶⁾

3. 가족관광 의사결정 과정

1) 가족관광 의사결정 유형

가족관광 의사결정은 각 개인적인 의견이 수렴되고 하나의 의견으로 결정이 내려지는 것이므로 개인적인 영향이 크다고 볼 수 있다. 따라서 관광의 목적에 따라 가

85) 조성찬(2010). 전계논문, p.4.

86) 유지혜(2009). 전계논문, p.16.

족 구성원의 의견 차이는 생겨날 것이다. 가족관광 의사결정유형을 남편주도형결정, 부인주도형결정, 공동영향에 의한 개별결정, 공동영향에 의한 공동결정으로 나누고 있다. 그리고 각 결정 스타일을 분석하였는데 목적지와 숙박지 결정은 남편주도형, 자녀동반여부와 휴가 시기, 교통수단 및 휴가활동은 합동영향에 의한 개별결정, 휴가 여부와 관광비용은 공동영향에 의한 공동결정 양상을 보인다고 했다.⁸⁷⁾

가족관광 의사결정유형은 가족구성원 중 누가 더 지배적인가에 따라서 4가지유형으로 구분할 수 있다. 첫째, 자치적 경향은 의사결정이 각 배우자에 의하여 독립적으로 행하여지는 것을 말한다. 둘째, 남편 지배적 경향은 남편이 의사결정을 거의 주도하게 되는 경우를 말하는데 주로 가정 밖에서 사용되는 제품 또는 기계적으로 복잡하거나 비싼 제품의 결정에 주도적인 역할을 한다. 셋째, 아내 지배적 경향은 아내가 주도적으로 의사결정을 하는 것으로서 제품으로는 주로 가정 내부에서 사용되는 것들이다. 넷째, 공동적 경향은 부부가 동등하게 영향력을 행사하여 공동으로 제품을 선택하는 경우이다. 오늘날 부인들은 그들이 직업을 갖게 되면서 전통적 가족역할에 있어서 여러모로 도전을 하고 있다. 첫째, 출산통제기술은 부인들의 산아 제한을 허락하여 용이하게 고용기회를 더욱 갖게 한다. 둘째, 부인들의 수명이 연장되면서 취업이 가능한 노부인수가 증가하고 있다. 셋째, 생계비의 상승은 하류 및 중산층 가족의 부수입에 대한 욕구를 갖게 한다. 넷째, 부인들은 여가시간을 활용하는 노동력을 제공하고 있다. 다섯째, 대개의 부인들은 가정 밖의 취업을 선호한다. 여섯째, 취업부인들의 역할을 오늘날 받아들이고 있다. 이런 경향의 결과로 가정 밖의 부인들의 역할 증대는 가치관, 권리와 책임 및 현대가족에 있어서 남편과 부인의 구매행동에 적지 않은 충격을 주는 것이다. 현대적 부인은 가사, 쇼핑, 취사, 친구 및 친척과의 대화와 같은 전통적 활동보다 가정 밖의 활동에 참여하는 경향이 증대되고 있다. 이러한 새로운 역할의 결과로서 현대적 부인은 가족의 주요 구매의사결정과 사회계층에도 강력한 영향을 미치는 것이다.⁸⁸⁾

가족구성원들의 의사결정은 다양한 역할로 활동이 요구되며, 한 명의 가족 성원, 여러 명에게 역할분담에 따라 가족의 의사결정 과정 및 결과는 달라진다. 그러므로 가족의 의사결정은 일회성이 아니라 동일한 성원들 간에 긴 세월을 두고 여러 차례

87) 조재근(2006). 전개논문, p.32

88) 이용욱(2005), 전개논문, pp.22-23.

에 걸쳐 의견을 모아 일치시켜 나가는 과정이라 할 수 있다. 가족구성원의 활동유형의 연구를 보면 관광을 할 것인가 안 할 것인가의 의사결정은 주로 부부공동 의사결정 형태에서 나타난다.⁸⁹⁾

(1) 만장일치

가족성원들 모두가 동의할 때까지 절충과 협의를 거쳐 가며 만장일치로 의사결정이 이루어질 경우, 모두가 결정에 참여하고 영향을 미쳤기 때문에 결정된 사항을 수행하는데 대한 책임도 모두가 공유한다. 따라서 이러한 방법은 가족의 가족을 높일 수 있다는 장점이 있다. 그러나 그 시간과 에너지를 필요로 하기 때문에 때로 적절한 결정시기를 놓치게 될 위험을 배제하기 힘들다.

(2) 조정

가족구성원들이 전적으로 동의하지 않지만 서로 적당히 양보해서 의견을 조정하는 경우, 가족구성원 중 누구도 실제로 바라는 것을 온전히 얻지는 못한다. 가족구성원들은 나름대로 가능한 선에서 타협을 하기 때문에 여타 구성원들과 비교해서 박탈감을 갖지는 않지만, 자신이 원하는 대로 관철하지는 못한다. 따라서 결정된 사안에 대해 흡족하게 느끼지도 않으므로 결정된 사안에 적극적으로 따르지 않을 수도 있고 그럴 경우 결속력이 약화되기 쉽다.

(3) 독단적 결정

가족구성원들의 명백한 동의가 없는 상태에서 한 가족구성원이 혼자서 독단적인 결정을 내릴 경우가 있다. 가족구성원들 사이에 권력을 쥐고 있는 사람은 자신이 원하는 대로 결정을 할 수 있긴 하지만, 다른 가족성원이 결정된 사안에 대해 불평을 할 수 있고 또 결정된 사안을 수행 하는데 있어 수동적인 가능성이 높다. 실제로 남편이 모든 결정을 하는 경우 아내는 결정된 사안에 관해 무관심하고 소극적이며 수동적인 반응을 보이게 된다. 그러므로 한 사람에게 의한 독단적인 결정은 가족구성원들로 하여금 가족결속을 저해하는 대표적인 예이다. 중요한 사안일 경우, 가족구성원 모두가 문제의 핵심을 명확히 정의하고 탐색해서 결정으로 인해 충족되어

89) 이용욱(2005). 전계논문, p.8.

야 하는 기준을 정해야 한다. 그에 입각하여 대안적인 해결책에 관한 의견들을 수렴하여 가장 좋은 해결책을 선택하고 나면, 가족구성원들이 결정사안을 수용하고 실천하는데 합의하는 과정을 거치는 것이 가장 이상적이다. 그러나 때때 황급히 결정해야하는 사안일 경우, 독단적인 결정이 가장 적절한 방법일수도 있다. 위의 결정 방식들 중 어느 것이 여타의 방식들에 비해 더 좋다거나 나쁘다거나 판단할 수 있는 것은 아니고 각자의 결정방식은 제 나름의 장, 단점을 지닌다. 따라서 사안의 종류나 중요도, 허용도 시간, 그리고 각자의 결정 영역 등 여러 가지를 고려하여 적절한 의사결정 방식을 사용하는 것이 바람직하다.

Wang은 가족 내 관광의사 결정 시 남편이나 아내뿐만 아니라 의사결정에 있어서 자녀들의 의사결정에 초점을 두고 연령별 세분화를 통한 의사결정에 관하여 연구하였다. 가족의사 결정 방식은 대개 남편 주도적, 아내 주도적, 그리고 공동의사결정으로 구분하는데 가족구성원 중 누가 더 지배적인가에 대한 영향력을 네가지 유형으로 나누었다.⁹⁰⁾ 첫째, 남편 주도적 결정은 남편이 구매결정에 결정적인 영향력을 행사하며 최종선택을 하는 경우이다. 부인은 문제인식이나 상품에 대한 욕구, 선택에 필요한 정보의 수집, 구입결정에 거의 영향을 끼치지 못한다. 둘째, 부인 주도적 결정은 부인이 구매결정에 직접적인 영향력과 최종선택을 하는 경우이다. 최근 부인의 주도적 의사결정 유형이 크게 증가하고 있다. 셋째, 부부공동의 의사결정은 부부가 공동으로 참여하여 의사결정을 하는 유형으로 부부 중 어느 한쪽이 구매결정에 대해 주도적으로 영향력을 행사하지 않는다. 흔히 가족의사결정은 부부공동으로 이루어지고 있지만 여행상품에 따라서 달라질 수가 있다. 넷째, 부부공동의 영향-단독결정은 상대방의 영향력이 결과에 영향을 미치지만 최종결정은 부부 중 어느 한쪽이 하게 되는 경우이다.⁹¹⁾

Zalatan(1998)⁹²⁾은 아내는 여행의사결정에서 목적지 선택과 정보수집에서, 남편은 재정부분에서 깊이 관여하고 있음을 밝히고 있다.

이하정의 연구에 따르면 전업주부가 취업주부에 비해 남편에 대한 의존도가 높지

90) 김복순·장호찬·이소연(2005). 가족여행 의사결정에 있어서 자녀의 영향력, 『관광학연구』, 29(2), p.218.

91) 이경환·윤현주(1999). 가족여행 의사결정에 있어서 부부의 역학구조에 관한 연구, 『한국관광정보학회』, p.6.

92) A. Zalatan.(1998). Wives' involvement in tourism decision process. *Annals of Tourism Resear*, 25(4), pp.890-903. .홍성화·송재호·양성국(2008). 전개논문, p.70.재인용.

만 취업주부인 경우에는 공동의사결정을 하는 경향이 높은 것으로 나타났다. 그러나 여성의 취업이 증가함에 따라 재정적인 면에서도 보다 많은 아내의 관여가 예상된다. 예를 들어, Litvin(2004)⁹³⁾의 연구에 따르면 시대의 변화에 따라 남성위주의 의사결정이 줄고 공동의사결정이 많아지고 있다는 것을 밝히고 있다. 이외에도 이경환, 윤현주(1999)는 가족 여행의사결정에서 가족 구조에 따른 부부의 역할차이를, 권용주(2001)는 가족여행 목적지 선택에 있어서 주부의 영향력을 검증한 바 있다. 이 연구들의 의사결정과정의 2/3가 남편과 아내가 협의 하에 공동으로 이루어지는 반면 1/3에 해당되는 과정이 남편 주도적이거나 아내 주도적이라고 밝히고 있다. 아이들은 어른들보다 사회적 힘이 적기 때문에 일반적인 가족구매의사에는 큰 영향을 줄 수 없지만 아이들과 관련된 상품의 구매, 예를 들어 장난감, 옷, 시리얼, 학용품 등에 대한 구매에 대해서는 부모보다 지식이 더 많기 때문에, 비록 그 의사결정이 가족에 의해 이루어진다 하더라도 다른 상품보다 아이들의 영향력이 상대적으로 더 크다는 것이다.⁹⁴⁾

2) 가족관광 의사결정 과정

개인에게 의사결정의 영향을 가장 많이 미치는 집단이 가족이다. 가족 중에서 관광을 하고자 할 때 1차적인 의논은 가족이며, 의사결정의 판단과정도 서로의 의견을 공유하게 된다. 그러므로 의사결정에서의 가족구성원은 중재기능을 수행하는 주요 원천이다. 의사결정이란 어떤 목표를 충족시키기 위하여 여러 가지 대체방안을 비교·검토한 후 그 가운데 한 가지를 선택하는 것을 의미하며, 최종적으로 하나를 선택하기 까지 마음속의 의문점을 해소하기 위한 과정이다. 관광객의 관광목적지를 결정하는 의사결정 과정은 여러 개의 관광목적지 가운데 하나의 관광지를 왜, 어떻게, 선택하는지를 단계별로 보여주는 과정이다.⁹⁵⁾

93) Litvin(2004). Spousal Vacation-Buying Decision Making Revisited across Time and Place, *Journal of Travel Research*, 43(2), pp.193-198. 이하정(2005). 전계논문, p.104. 재인용.

94) 임선아(2008), 구매의사결정단계별 가족구성원의 영향력에 관한 연구, *홍익대학교 일반대학원 석사학위논문*, p.29.

95) 변수녀(2009). 전계논문, pp.9-10.

가족관광의사결정은 관광을 할 것인가, 하지 않을 것인가 에서부터 시작하여 관광목적지, 숙박시설, 교통수단, 관광시기, 관광기간 등 수많은 결정을 수반한다. 또한 이렇게 복잡한 의사결정과정에는 많은 영향요인들이 작용하게 되어 주관적인 독특한 관광경험을 갖게 된다. 즉 관광의사결정은 관광자의 태도, 기대, 열망, 가치, 욕구, 경험 등의 내부적인 요인 즉, 심리적인 요인에 의하여 결정되어 진다.⁹⁶⁾ 관광지 선택을 할 때 가족은 제안 단계부터 가족구성원의 영향력에 따라 의사결정을 하게 되고, 가족의 모든 구성원이 함께 관광을 해서도 다양한 의사결정유형이 나타날 수 있다. 그러나 관광지선택 및 행동에 대한 의사결정은 가족휴가 의사결정의 마지막 단계에 어떠한 관광지 선택속성이 어느 정도의 영향을 미쳤는지를 파악한다면 가족의 관광지 선택에 대한 만족도를 높일 수 있을 것이다.

관광객은 다양한 정보매체를 통하여 정보를 수집하고 관광과 관련된 의사결정을 내리는데 관광 의사 결정은 단순히 관광목적지 선택만을 의미하지 않는다.⁹⁷⁾ 또한 자기 자신에 의하여 결정하기도 하지만 주위의 집단, 즉, 이웃, 친구, 가족, 동료 등의 영향에 의하여 의사결정을 하는 경우가 많다. 그 중에서도 가족 간의 관광결정을 이해하기 위해선 먼저 모든 관광결정이 단순히 개별적인 심리작용이 아니고 일련의 여러 활동이 단계적으로 이루어진다는 사실을 인식해야만 한다. 그리고 가족 관광 의사결정단계를 보면 관광제안단계, 정보탐색단계, 관광결정단계, 관광활동단계 그리고 관광평가단계로 나누어 분석하였다. 관광제안 단계는 여러 자극으로 가족관광의 필요성을 인식하고 가족관광 제안되고, 정보탐색 및 평가단계에서는 관광 제안으로 발생된 문제를 해결하기 위해 정보를 탐색하는 단계이며, 관광결정단계는 관광자원의 속성에 대한 지각 및 예산, 관광지 이미지가 중요한 변수로 작용하고, 관광행동 단계와 관광행동 후 단계는 직접 가족 구성들이 가족관광을 행동으로 옮기고, 관광 이후 그 의사결정을 평가하는 단계로 제시하고 있다.(Lee & Collins, 2000)⁹⁸⁾

96) 박제우(2001). 전계논문, p.42.

97) 유지혜(2009). 관광의사결정에 있어 인스턴트메신저 이용의고 결정요인에 관한 연구, 확장된 기술수용 모형을 중심으로, 경기대학교 관광전문대학원 석사학위논문, p.45.

98) 홍성화·송재호·양성국(2008). 가족관광객 의사결정단계에 따른 속성인식과 관광지유형, 『관광연구저널』, 22(1), pp.67-82.

99) 이경환·윤현주(1997). 가족여행 의사결정에 있어서 부부의 역할구조에 관한연구, 『한국관광정보학회』, p.2.

가족이 관광을 할 경우, 가족구성원들은 관광에 필요한 여러 가지 사항을 결정하게 된다. 첫째 가족관광을 가자고 제안 한 다음, 둘째, 관광정보를 수집한다. 마지막으로 가족관광을 가기로 최종결정을 한다. 최종결정사항에는 관광 장소, 시기, 기간, 숙박 형태, 교통수단, 취사 방법, 등을 결정한다. 이러한 결정 사항들은 가족구성원들의 의사를 반영하여 결정하게 된다.⁹⁹⁾ 관광자의 의사결정과정은 환류과정을 포함한다. 모든 소비자의 의사결정이 환류과정을 거치듯, 관광자의 의사결정 역시 과정을 거치며 재 의사결정에 영향을 준다. 관광자의 평가대상은 과거 개인의 여행경험으로 대신하게 되므로 회상, 추억, 기억들의 영향을 주며, 목적지에 대한 이미지는 재 영향 결정 시 중요한 역할을 한다.¹⁰⁰⁾

(1) 관광제안단계 : 문제, 요구의 인식 단계

가족관광에 대한 기대상태와 실제 상태에서 차이가 있다고 인식될 때 가족구성원 간에는 문제인식이 발생되는데, 기대되는 상태와 불일치정도와 문제 중요성에 따라 서로 다르게 나타난다. 가족구성원간의 가치와 차이(연령 및 교육 정도의 차이, 시대적 관념의 차이 등), 가족의 욕구수준 등과 같이 환경적 요인은 가족관광 의사결정 방해요인으로 나타난다. 그리고 주위의 환경의 변화를 받았을 때 가족구성원간의 생활주기에서 나타나는 불만과 갈등의 해소를 위한 경우, 가정의 화합을 위한 방안으로서의 문제인식을 일으키는 경우가 있다. 일단 욕구가 발생하면 욕구가 발생하는 여러 가지 원인을 자신이 가지고 있던 가치·시간·금전 등 중요한 요소들이 우선순위에 따라 실현여부를 즉각 의식하게 된다. 이때 자신 또는 가족이 갈등을 해소할 수 없다고 판단하면 문제인식 단계에서 포기하게 된다.¹⁰¹⁾ 또한 문제인식을 결정하는 요인은 두가지로 나누고 있는데 동기와, 정보경험으로 동기는 특정한 목표를 달성하고자 하는 지속적 경향을 뜻하며, 일정시점에서 개인의 이상을 결정을 하고, 정보와 경험은 현재의 상태와 미래의 바람직한 상태 차이를 지각해 주는 것으로 중요한 요소들의 순위에 따라 실현여부를 의식하고 갈등이 해소될 수 없을

100) 윤현주(1998). 가족여행 의사결정에서 가족구조의 영향력에 관한 연구, 경기대학교대학원 석사학위논문, p.35.

101) 민정기(2008). 인터넷 소비자의 구매결정과정에서 영향을 미치는 저해요인에 관한 연구, 청주대학교대학원 경영학과 박사학위논문, p.15.

102) 최영미(2010). 청소년자녀의 상품 관심도와 가족의사결정 단계에 미치는 영향력, 고려대학교 교육대학원 가정교육전공 석사학위논문, p.11.

때 문제인식 단계에서 구매를 포기한다.¹⁰²⁾

(2) 정보의 탐색과 평가 단계

문제 인식이 되면 가족 구성원 들은 문제해결을 위한 대체 안이 마련되고 정보의 탐색과 평가단계에 이르게 된다. 여기에서 탐색은 소비자가 구매시점에서 목표 의식을 갖고 의사결정을 촉진하기 위해 이루어지는 정보탐색 및 처리활동이다. 잠재적 관광객들이 관광목적지에 대한 정보를 얻기 위해 여행사에 자문을 구하거나 광고를 통하여 조사하며, 친구나 친지의 관광경험을 통하여 정보를 수집하고 이들 제반 정보와 관광의 제한요소, 즉, 관광에 소요될 시간과 비용, 관광목적지의 접근성, 관광의 유용성, 목적지와 이용할 교통수단, 관광활동, 숙박시설을 결정해야 할 필요성이 있는데 이러한 질문에 해답을 줄 정보가 필요하게 된다. 이것이 정보의 탐색 과정이다. 여행업체가 결정과정에 유용한 정보를 제공함으로써 실질적인 도움을 줄 수 있다.¹⁰³⁾ 관광객은 관광경비를 여행사에 지불하며, 실제 구매가 이루어지는 단계이므로 관광봉사자는 정확하고 신뢰할 만한 정보를 잠재관광객·관광객에게 제공하고, 참가자에게 관광을 통해서 향유할 수 있는 편익을 강조하여 관광상품 구매가 이루어지도록 마케팅노력을 해야 한다. 가족구성원들은 여러 가지 대체 안중에서 가족공동의 관광행동에 따라 객관적, 주관적인 견해들이 개인의 기준에 따라 평가하게 되는데, 평가기준, 방법의 시간이 경과하거나, 상황이 바뀐다거나, 가족구성원들이 새로운 경험과 정보를 알게 되는 경우에 따라 달라질 수 있다.¹⁰⁴⁾

(3) 관광 결정 단계 : 수집된 정보를 의사결정평가 단계

관광결정에 있어서의 관광계획과 예산, 관광의 이미지 등으로 선택을 하게 되는데 목적지, 관광의 형태, 숙박시설, 관광경비, 관광시기, 참여인원, 체제기간 등을 고려하여 관광행동의 구체화 시키는 행동 단계이다.¹⁰⁵⁾ 일단 충분한 정보가 수집되면 소비자는 그것을 평가한다. 이 단계에서 소비자는 여러 가지 대안 가운데 최종적으로

103) 홍명희(2005). 가족의사결정에 있어서 가족구성원의 영향력 관계, 한중대학교 경영행정대학원 관광경영학과 석사학위논문, p.22.

104) 최윤정(2007). 전개논문, p.25.

105) 조재근(2006). 전개논문, p.26.

하나를 선택하게 된다. 가족관광 행동에 관하여 가족공동의사결정을 필요로 하는 요소들은 첫째, 관광지 선정으로서 유명관광지를 택할 것인가, 관광자원의 특성에 따라 자연 또는 인공적 자원을 택할 것인가, 하는 문제이고, 둘째 체제기간을 어느 정도 할 것인가, 가족구성원간의 시간은 어떠한지, 셋째, 참여인원결정으로 가족 중 누가 참여하고 참여하지 못할 것인가, 넷째, 교통수단결정으로 어떠한 교통수단이 가능하고 안전한가, 다섯째, 숙박형태결정으로, 어떤 형태의 숙박시설이 편리하고 적당하며 가격은 어떠한가, 참여인원과의 관계는 어떠한가, 여섯째, 식사방법 결정으로, 어떠한 식사가 좋은가, 취사를 할 것인가, 조식과 중식, 식사는 어떠한 식사가 좋고 편리한가, 일곱째, 관광경비결정은 어느 정도가 적당한가, 교통비, 숙박비, 외식비, 오락비, 기타 잡지는 얼마정도가 적당한가, 1인당 경비는 얼마로 잡을 것인가, 여덟째, 관광일자 결정은 관광을 언제 하는 것이 좋은가, 예약은 가능한가, 남편의 휴가일자와 자녀들의 방학일자 또는 주말인가 공휴일인가 등의 문제들이다.¹⁰⁶⁾

(4) 관광활동 단계 : 관광활동단계로서 모든 활동을 즐기는 단계

가족구성원들이 가족관광 활동으로 옮기는 데에는 관광자원의 속성에 따라 또는 관광계획과 예산 등의 전략에 의해 목적지를 선택하고, 이러한 계획에 의해 행해지는 모든 활동을 즐기는 단계이다. 이때 행해진 관광활동이 즐겁고 만족할 만큼 관광자의 욕구를 충족시키는 활동이었다면, 긍정적인 이미지가 강화되어 목적지에 대한 재방문의 기회를 높여준다. 그러므로 관광지에서의 활동에 있어서 긍정적 또는 부정적 요소들이 관광평가에 중요 요인이 된다.¹⁰⁷⁾ 관광지 선택을 할 때 가족은 제안 단계부터 가족구성원의 역할에 따라 의사결정을 하게 되고, 가족의 모든 구성원이 함께 관광을 해서도 다양한 의사결정유형이 나타날 수 있다. 그러나 이러한 관광지선택 및 행동에 대한 의사결정은 가족휴가 의사결정의 마지막 단계인 평가단계에서도 만족도, 재방문 의사, 구전의도 등 관광행동에 어떠한 관광지 선택속성이 어느 정도의 영향을 미쳤는지를 파악한다면 가족의 관광지선택에 대한 만족도를 높일 수 있을 것이다. 이 단계는 관광객이 최초 목적지로 이동하는 단계로 즐거움과 설렘 그리고 실제 관광체험을 느낀다. 관광객이 항공기로 이동하는 경우 집·공

106) 홍명희(2005). 전개논문, p.24.

107) 조재근(2006). 상계논문, p.29.

항·경유지·목적지 등의 경로를 거쳐 방문지 혹은 체류지에 도착하게 된다. 관광객이 육로 혹은 해상교통을 이용하여 이동하는 경우 주변경관을 향유하기 시작하는 단계이고¹⁰⁸⁾, 관광객은 현지에 도착하여 예정된 숙박시설에 투숙한다. 또한 관광객은 이 단계에서 다른 지역 혹은 다른 국가에서 온 관광객, 현지주민, 관광산업 종사자 등과 접촉·만남을 매개로 하여 상호작용을 하게 되는데, 이러한 상호작용은 관광객에게 '피드백'을 제공해 준다.¹⁰⁹⁾

3) 가족관광 의사결정의 모형

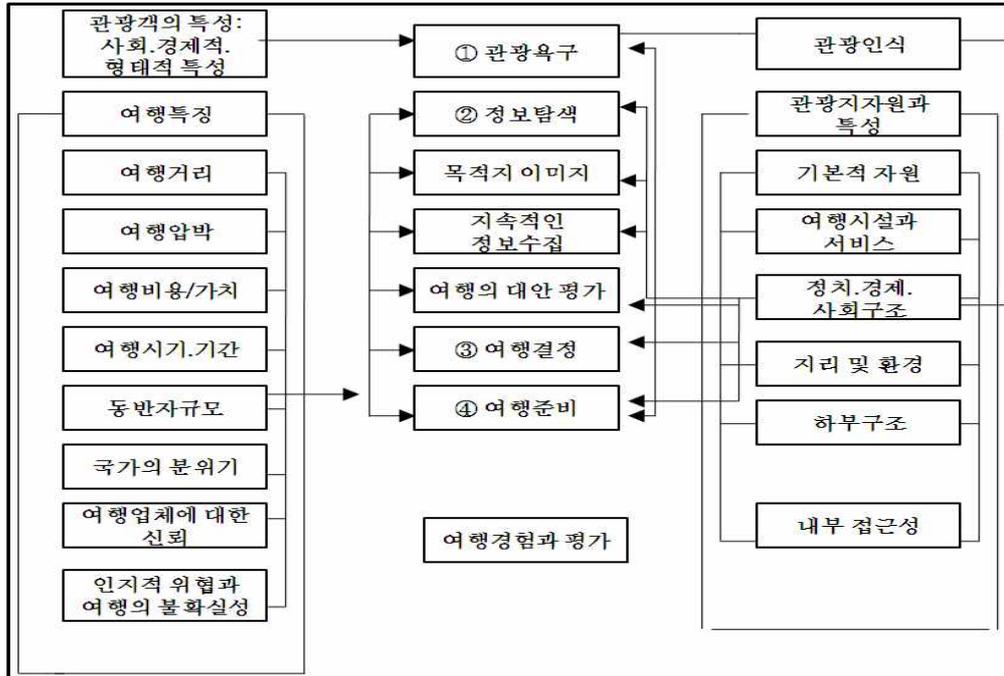
의사결정은 인간의 행동이기 때문에 의사결정 과정이 있기 때문이다. 일반적으로 의사결정 과정에는 첫째, 문제의 명확화 해결목표설정단계, 둘째, 대체 안 작성의 단계, 셋째, 대체 안 평가와 선택의 단계로 이루어진다. 관광자는 합리성에 따른 행동을 하면서도 한정된 정조에 의하여 행동하고 최고의 경험적 추구보다는 만족감을 더욱 더 추구한다고 할 수 있다. 따라서 의사결정 과정에 관한 학자들의 연구모형을 살펴보고자 한다.¹¹⁰⁾

108) 박시사(2012). 『여행업경영론』, 대왕사, p.35.

109) 홍명희(2005). 가족의사결정에 있어서 가족구성원의 영향력 관계, 한중대학교 경영행정대학원 관광경영학과 석사학위논문, pp.21-24.

110) 김옥재(2000). 전개논문, P.14. 재인용.

[그림 2-4] 관광자의 관광의사결정 과정



참조: A. Mathirson, & G. Wall(1983) : Tourism: Economic, Physical, and Social Impacts, (New York; Longman). pp.289-307. 김옥재(2000). 전계논문, P.14. 재인용.

(1) 매티슨과 월 (A. Mathirson & G. Wall)의 모형

[그림 2-4] 모형은 관광욕구, 정보수집 및 평가, 관광결정, 관광준비 및 경험, 관광 후 평가 등으로 5단계 과정으로 이루어지고 있다고 제시하였다.¹¹¹⁾

첫째, 관광욕구는 관광의 필요성, 또는 관광하려는 욕구를 이루기위해서 찬성과 반대 이유를 잘 분석한 후 여러 욕구 중에서 관광을 하고 싶은 욕구의 느낌과 그 중요성을 평가한다. 둘째, 정보수집 및 평가에서 잠재관광객들은 여행사에 관광정보에 대해 문의 하거나 관광 안내서를 분석하며 관광경험이 있는 사람이나 친구 및 친지 등에 조언을 구하기도 한다. 이렇게 얻어진 정보는 동기가 부여되면서 문제해결을 위하여 정보를 탐색하게 된다. 셋째, 관광의사결정으로는 관광객들은 여러 내용을 비교 평가하는 과정을 거쳐 관광 목적지와 이용 교통편 등을 결정하고 관광지에서의 활동 등을 계획하게 된다, 그 후, 최종적으로 관광 목적지, 관광형태, 숙박시설 유형 및 관광활동 유형 등이 선택된다. 넷째, 관광준비 및 관광체험으로는 예약

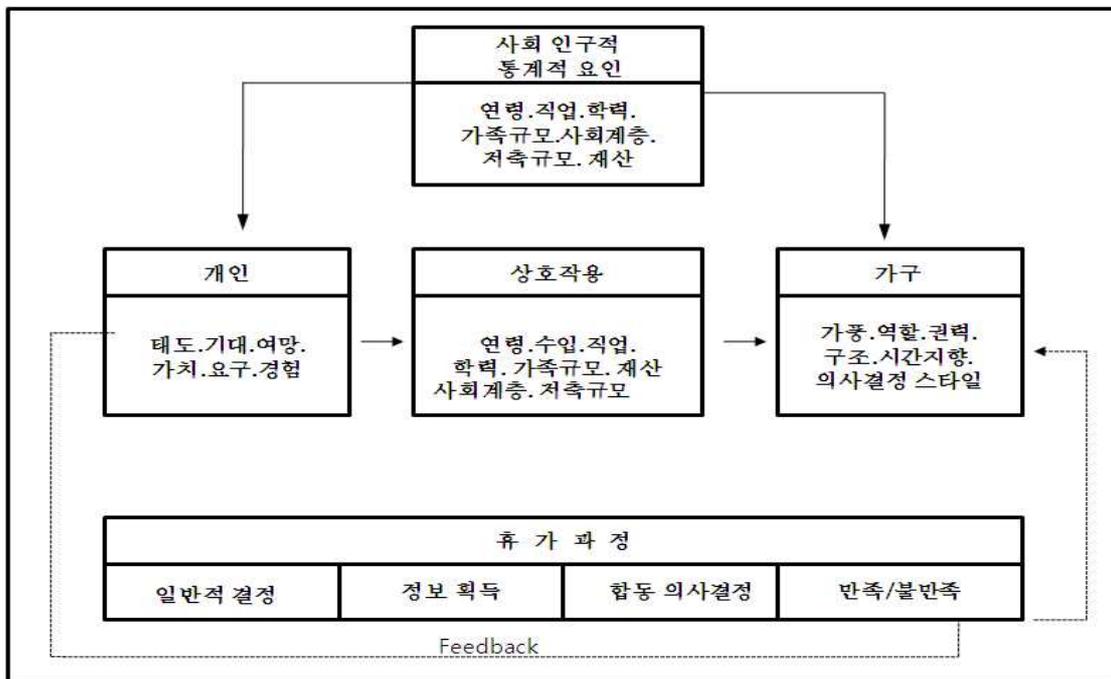
111) A. Mathirson, & G. Wall(1983) : Tourism: Economic, Physical, and Social Impacts,(New York; Longman), pp.289-307. 김옥재(2000). 전계논문, P.14. 재인용.

을 넣어 확인하고, 여행비용을 준비하고, 의류나 휴대품을 갖추어 여행이 시작된다. 다섯째, 관광의 만족도 평가는 관광과 체제단계이거나, 이후 체험은 자기 평가되고 그 결과는 다음의 의사결정에 영향을 준다고 하는 것이며, 관광중의 이동과 체제과정 또는 관광을 마친 후의 경험을 평가한다.

(2) 코틀러(P.Kolter)의 연구

코틀러(P.Kolter)는 구매자의 의사결정은 구매자의 연령과 생활주기의 단계, 직업, 경제적 상황, 라이프스타일, 성격, 자아개념 등과 같이 개인의 외면적인 특성에 따라 영향을 받는다고 하였다. 이러한 개인의 구매결정 중 네 가지 중요한 개인의 내면적 특성인 심리적 요인인 동기부여, 학습, 지각, 신념, 태도의 영향을 받는다고 하였다.¹¹²⁾

[그림 2-5] 휴가의사 결정



참조: van Raaij, W. F. Francken, D. A. (1984). "Vacation decisions, activities, and satisfactions", Annals of Tourism Research, Vol.11, pp.101-112. 김옥재(2000).전계논문, P.15. 재인용.

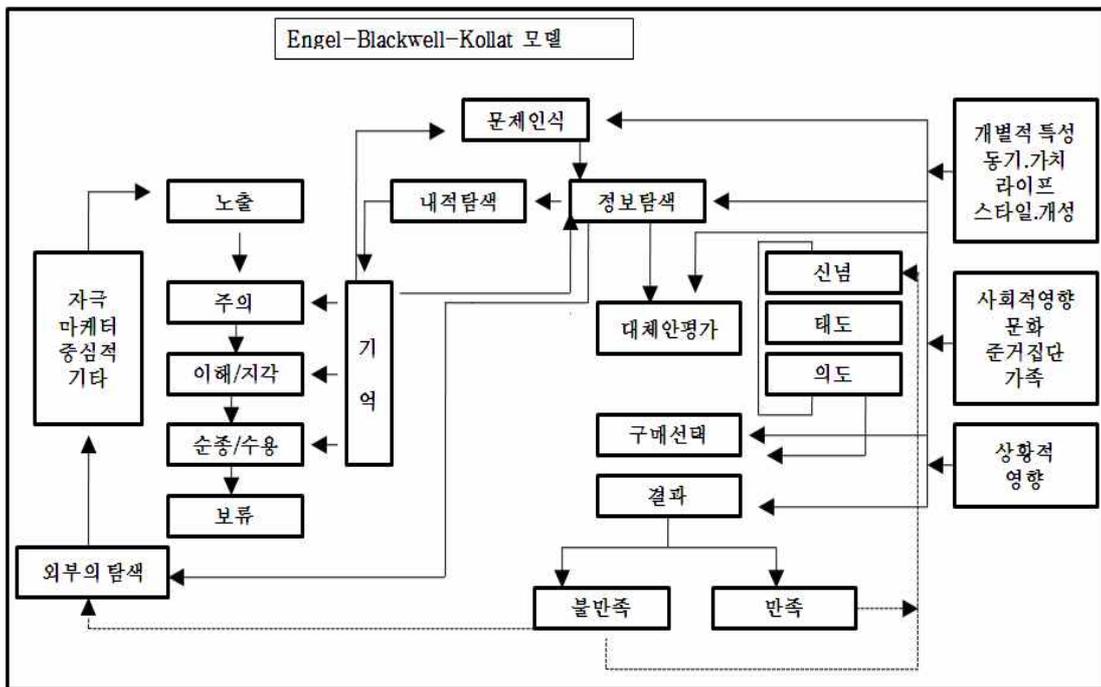
112) Philip Kotler, (1983). Principles of Marketing 『New Jersey : Prentice_Hall, Inc) , pp.131-141. 김옥재(2000).전계논문, P.15.재인용.

(3) 후랑켄 (D.A.Franken) 모형

[그림 2-5]의 모형은 휴가의사결정과정을 설명한 후랑켄의 모형으로 사회 인구 통계적 요인에는 연령, 수입, 직업, 학력, 가족규모, 사회계층, 저축규모, 재산 등과 그러한 요인은 다시 개인과 가구로 분리하여 설명 할 수 있는데 개인적인 측면에서는 태도, 기대, 여망, 가치, 요구, 경험을 들 수 있고 가구적인 요인에서는 가풍, 권 력구조, 시간지향, 의사결정 스타일 등을 포함시키고 있다.¹¹³⁾

개인과 가구의 두 가지 요인이 상호작용하여 연령, 수입, 직업, 재산 등에 영향을 끼쳐 휴가 과정에는 일반적 결정, 정보획득, 공동의사결정, 휴가활동, 만족, 불만족 의 5단계로 구성되어 있다. 이 모형 에서는 시간과 노력을 들여 휴가목적지, 휴가형 태, 체재기간, 관광방법, 관광비용 등에 관한 결정을 내리는데 이들 요소들이 관광 객의 행동 및 경험의 주요 단계를 이루는 기본들을 제공하여 주고 있다.

[그림 2-6] Engel-Blackwell-Kollat



참조: Jame F. Engel and Roger D. Blackwell(2012). 『Consumer Behavior』 4th ed. New York: John Wiley & Sons Ins, 최윤정(2007). 재인용.

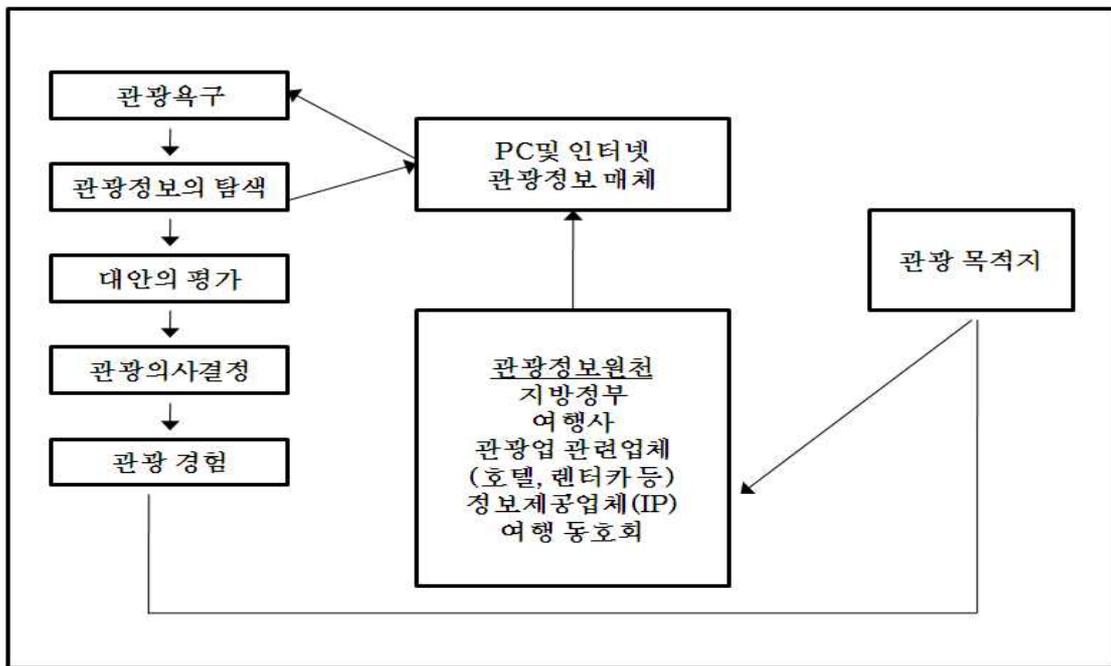
113) 김옥재(2000). 전계논문, p.15. 재인용.

(4) 앵겔-블랙웰-콜라트 (Engel-Blackwell-Kollat) 모델과 관광객 행동

[그림 2-6] Engel-Blackwell-Kollat 모델은 문제를 인식하고 그 인식된 문제를 해결하는 의사결정과정을 설명하고 있으며, 의사결정과정에 직접 또는 간접적으로 영향을 미치는 여러 가지 중간변수를 고려하고 있는데, 소비자의 행동에 미치는 요인들의 상호관계를 이해 하는데 유용한 모델이다. 114)

이 모델의 한계점은 소비자행동을 중심으로 만들어졌기 때문에 관광객행동에는 제한적인 결과가 예측되며, 일반제품을 구매하는 소비자와는 달리 관광객은 관광이라는 특수한 성격의 제품이나 서비스를 구매하는 소지자로 보여 일반 제품에서와는 다른 의사결정을 보일 수 있으므로 관광객행동을 설명하기에는 한계가 있다.

[그림 2-7] PC 및 인터넷 관광정보에 의한 관광의사결정모델



참조: 송은경 (2009). 관광정보웹사이트 만족도가 관광목적지 이미지 및 관광의사결정에 미치는 영향에 관한연구, 고려대학교 언론대학원 광고홍보학과 석사학위논문, P.14 .재인용

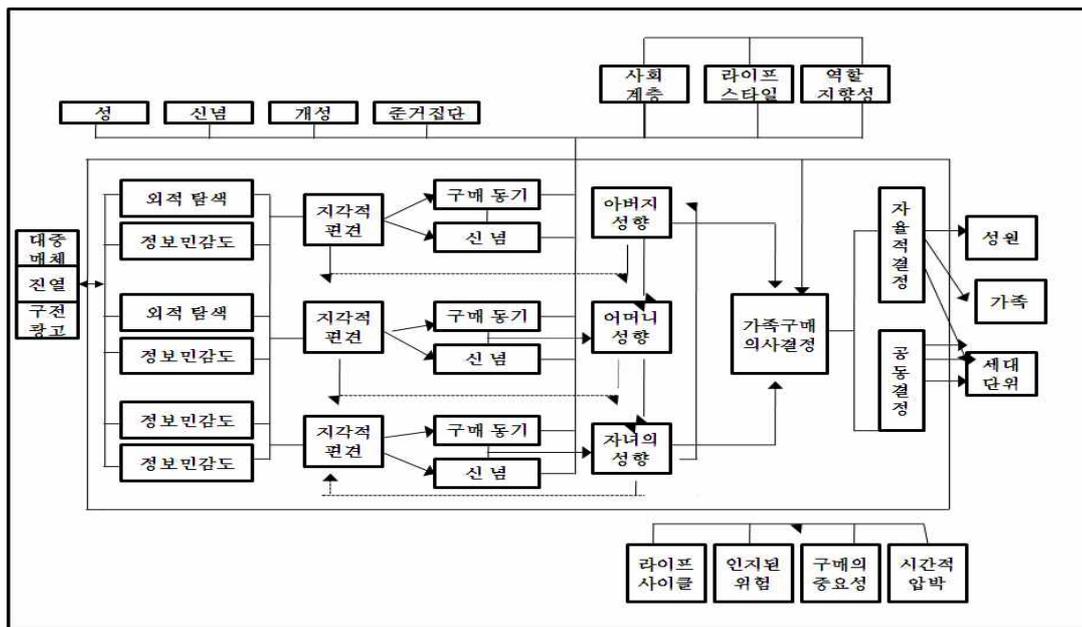
114) 최윤정(2007). 전개논문, p.28. 재인용.

(5) PC 및 인터넷 관광정보에 의한 관광의사 결정모델

인터넷 관광정보를 시스템의 문제성과 관광객이 필요로 하는 관광정보에 관한 조사를 보면, 외부정보가 관광지 선택에 영향을 주고 인터넷이나 PC통신의 관광정보는 관광객이 관광에 대한 새로운 욕구를 생기도록 자극하는 역할을 하며 만약 잠재 관광객이 특정 지역의 관광정보 내용에 만족하면 그 지역으로 대안을 선택하는 의사결정을 하게 된다고 했다.¹¹⁵⁾

관광안내정보는 관광객에게 지역의 풍습, 풍속, 지역성 등에 대한 정보를 전달하여 관광목적지에 대한 이해를 증진시키고, 관광자원과 매력물에 대한 안내 및 해설을 통하여 접근의 용이성과 이용의 편의를 돕는다.(한국관광공사, 2004).¹¹⁶⁾ 이와 같이 관광안내정보가 관광객에게 효율적으로 그 기능을 제공하기 위해서는 우선 관광안내정보들을 하나로 묶어서 제공하는 것이 중요하며 통합적인 관광안내 정보의 체계 중심이 될 오프라인상의 관광안내소와 관광안내정보를 잘 활용을 해야 하는 것이다.

[그림 2-8] Sheth의 가족구매의사결정 모델



참조: Henry Assasel (1983) 『Consumer Behavior and Marketing Action』 2nd ed, pp. 26-38.
 최윤정(2007). 전개논문, P.32 .재인용.

115) 송은정(2009). 관광정보웹사이트 만족도가 관광목적지 이미지 및 관광의사결정에 미치는 영향에 관한 연구, 고려대학교 언론대학원 광고홍보학과 석사학위논문, p.14 .
 116) 한국관광공사(2004). 『외국인 FIT 관광객 안내체계 개선방안 연구』 .

(6) 하워드-세스(Howard-Sheth) 모델과 관광객 행동

[그림 2-8]¹¹⁷⁾모형은 관광객의 관광 행동은 개별관광 행위 보다는 다수의 사람이 동참하여 행동하는 집단의 형태이기 때문에 기존의 소비자행동 모델로서는 이 문제를 해결 할 수 없다. 그러므로 개인과 가족구성원의 역할 관계나 상대적인 영향력 강도에 따라 결정되게 되므로 개인과 가족은 서로 다른 의사결정을 거치는 것으로 이해해야 할 것이다. 이 모델에서 제시하는 정보의 원천은 대중매체, 진열, 구전효과이며, 이 원천에서 얻어지는 정보는 남편과 부인 및 기타 가족 성원에게 제공되어 각자의 지각적 편견이라는 여과과정을 통해 구매동기와 평가적 신념을 형성하게 된다. 남편과 부인 및 기타 가족구성원들은 자원의 획득과 소비과정에서 가정이라는 한 단위를 구성하고 각자의 태도에 영향을 미치면서 자발적 의사결정과 공동적 의사결정으로 나뉘며, 일단 구입된 제품 역시 소비단계에서는 가족구성원 각자 가족, 가계단위로 소비된다.

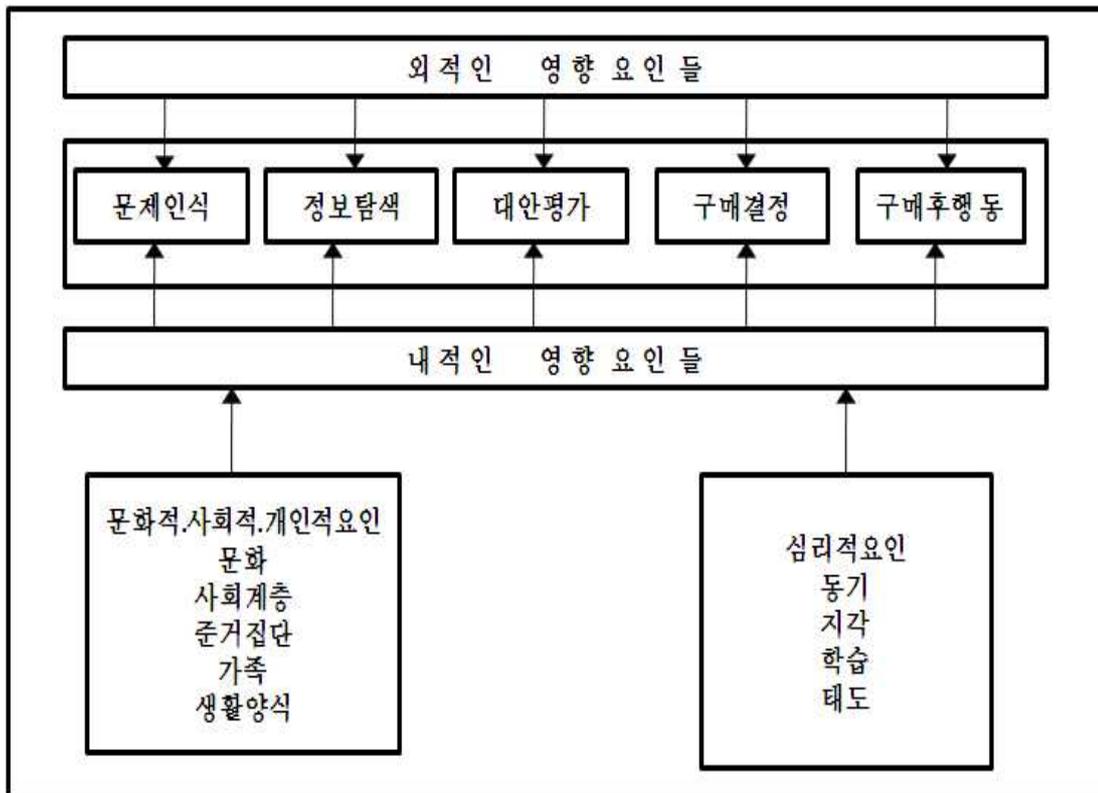
(7) 관광목적지 의사결정 과정

소비자가 곧 관광자이다. 관광객의 의사결정은 소비자로서 일반생활용품 구매와 같이 똑같은 과정을 거치게 된다. 따라서 관광자 의사결정에 관한 행동이론은 소비자행동문제에서의 의사결정으로 설명될 수 있다. 아래 [그림 2-9]모형은 관광목적지 여러 가운데 하나의 관광지를 선택하는 데 있어서 단계별로 보여주는 과정으로, 문제인식, 정보탐색, 대안평가, 구매, 구매 후 평가와 같은 다섯 단계로 설명된다. 첫째, 문제인식단계는 소비자가 욕구를 느끼고, 욕구의 인식은 소비자 구매의사결정 과정의 동기를 유발시킨다. 이러한 욕구를 충족시키기 위하여 대안을 선택하는 과정을 말한다. 둘째, 정보탐색 단계는 각종 정보를 수집하는 단계로서 욕구를 충족시킬 수 있는 제품이나 서비스를 찾는 과정을 말한다. 정보탐색활동은 외적, 내적탐색으로 나뉘는데 내적탐색은 소비자의 기억에 저장되어 있는 정보들을 꺼내어 의사결정을 하고, 만족스러웠을 때 대안평가를 하게 된다. 외적탐색은 기억외의 정보를 탐색하는 것으로 가족, 친구, 이웃과 같은 개인적 정보를 수집하거나 대중매체, 광고, 판매원등을 통해 정보가 수집되어진다. 셋째, 대안평가로 몇 개의 대안 상품을 기억

117) 최윤정(2007).전체논문,p. 32. 재인용.

하고 선정된 대안상품을 최종적으로 고르기 위한 평가를 한다. 제품이 갖고 있는 속성과 특징을 고려하여 소비자 인식에 따라 이루어지게 된다. 넷째, 상품의 구매단계로 어떤 상품을 선택할 것인가 결정되면 행동으로 나타나는 단계이다. 다섯째, 구매 후 행동단계로 소비자가 제품을 사용한 후 만족, 불만족을 갖게 되고, 제품 성과에 대한 비교가 이루어지게 되는 과정이다. 118)

[그림 2-9] 의사결정과정과 영향요인



참조: 유필화·김용준·한상만(2003). 『현대마케팅론』, 서울,박영사. p43. 변수녀 (2009) 전개논문, p.10. 재인용.

118) 유필화·김용준·한상만(2003). 『현대마케팅론』, 서울 박영사, p43
변수녀 (2009).전개논문, p.10. 재인용.

5. 가족관광 의사결정에서 가족구성원의 역할

1) 가족구성원의 역할구조

가족단위 활동으로 이루어지는 가족관광은 관광을 제안하고 결정하는 단계와 경험하는 과정에서 가족구성원 모두가 의사결정에 참여하는 것에 의의가 있으며, 가족관광은 부모와 자식이 더 많은 시간과 경험을 공유하게 되어 가족관계가 친밀하고 돈독해지는 것에 중요성이 있다.

가족관광 행동은 관광을 준비하기 위한 준비단계에서 관광의 전체적인 내용을 결정하고, 관광활동을 하고, 관광 후, 평가를 경제적 재화와 서비스를 구매하고 사용하는 것에 따른 모든 의사결정의 과정이라 할 수 있다. 가족관광 행동을 결정짓는 요소들은 특정한 가족영향 의사결정의 범주에 의해서 달라지며, 가족관광 행동에 영향을 주는 가족내부의 요인은 부부의 교육수준, 가정의 소득, 주부의 경제활동, 가족성향, 가족의 생활 주기에 따라 변화될 수 있다. 가족은 직접 접촉을 통해 친밀하고, 상호보완력이 강하며, 규범의 준수 뿐 만 아니라 개성, 태도, 동기에 커다란 영향을 주기 때문에 소비자 행동에 중요한 영향력을 행사한다.¹¹⁹⁾ 의사결정과정에서 구성원들은 서로 다른 역할을 수행하고 있는데, 가족구성원의 역할이 서비스에 대한 욕구를 결정하고 처리하는데 한사람이 여러 가지 역할을 중복하여 수행하기도 한다. 또한 5단계 역할 과정을 다함께 밟기도 한다.

(1) 정보수집자 혹은 제안자 역할

특히 가족의 소비를 위하여 특정 상품의 구매에 아이디어를 처음 제시 또는 생각하는 사람으로서¹²⁰⁾ 여러 가지 정보에 대한 욕구 등의 문제를 인식하여 대안까지 제기한다. 정보원천을 획득하고 평가하는데 있어서 가장 전문성이 요구된다.¹²¹⁾

119) 최윤정(2007). 제주를 방문한 가족관광객 의사결정에 관한 연구, 자녀의 영향력 중심으로, 한양대학교 국제관광대학원 석사학위논문, p.9.

120) 정혜선(2001). 구매의사결정 과정시 가족참여유형에 관한 연구, 상명대학교 소비자주거학과석사학위논문 『한국가족자원경영학회지』, 5(1), p.2.

121) 이용욱(2005).전계논문, p.11.

(2) 영향력 행사자로서의 역할

여러 개의 대체 안을 비교, 평가 할 때, 무엇을, 어떻게, 언제, 어디서, 어떻게, 일부 또는 전부를 최종적으로 결정하는 역할을 수행하는 가족구성원으로, 어떤 평가가 의사결정에 적합한가를 결정하는데 중요한 영향력을 미친다. 이러한 의사결정은 가족구성원들의 상호작용을 통하여 영향을 주고받는다. 일상생활에서는 가정용품의 구매에는 부인이 영향자이지만 레저용품이나 구리공구의 구매의사결정에서는 남편이 영향자가 된다.¹²²⁾

(3) 의사결정자로서의 역할

가족관광을 떠날 것인가, 숙박, 체제기간, 시기 등 다양한 결정요인에 결정을 내리는 사람으로 보통의 경우 한사람에게 있게 되지만 가족관광의 경우 공동 또는 성원의 영향력에 의해 결정되어진다.¹²³⁾ 어떤 것을 구매할 것인가, 언제, 어디서, 구매할 것인가 등과 같은 의견을 확정하는 사람으로 구매결정에 최종 권한을 가진 사람이다. 결정자의 역할은 제품이나 특성이나 구매 상황에 따라 달라지게 되며 누군가가 최종적인 결정을 내려야 할 사람으로 정보수집자나 영향자와 같은 사람일 수도 있으나 꼭 그럴 필요는 없다.¹²⁴⁾

(4) 구매자로서의 역할

제품을 실제로 구매하는 가족성원을 말하기도 하고, 결정자가 구매자일 수도 있다. 가족구매인 경우 상품들이 대리 구매인으로 주부에 의해 수행되는 경우가 많고,¹²⁵⁾ 구매결정이 이미 이루어진 후 일어나는 일이므로 선택된 상표구매에 관한 선별을 할 수도 있고 그렇지 않을 수도 있다.

(5) 소비자로서의 역할

제품의 사용자, 소비자로서 전 가족이 될 수도 있고 개별적으로 행할 수도 있다.¹²⁶⁾ 소비자는 제품을 사용하거나 소비하는 사람이다. 가족구성원이 어떤 역할을

122) 이용욱(2005). 상계논문, p.12

123) 최윤정(2007). 전계논문, p.32.

124) 임선아(2008). 전계논문, p.47.

125) 이용욱(2005). 상계논문, p.12.

하는지에 대하여 확인하는 것이 중요하며 가족의 획득하는 정보, 구매 장소 등을 인식하는 것도 중요하다.¹²⁷⁾

2) 가족구성원간의 상호역할

가. 가족구성원간의 부부의 역할

가족의 경제적 활동 영역이 확대되면서 소비의 중요성이 점차적으로 증가되었다. 특히 사회, 문화, 경제, 정치 등의 복합적인 변화로 인해 가정의 환경 조건도 달라지고, 가족이라는 주체가 소비자의 역할을 담당하면서 가족구매라는 개념도 또한 중요시되고 있다. 가족의사결정 시 제품에 따라 의사결정자가 다를 수 있다. 남편은 자동차, 금융서비스 및 기술과 같은 제품에 대해 지배적인 의사결정자로서 간주되어 왔다. 아내는 식품, 화장실용품 및 소형 가전제품에 대해 주요한 의사결정자로서 인식되어왔다. 그러나 역할 중·소형 전자제품에 대해 주요한 비율 증가 및 가족구범의 변화로 인해 바뀌어 지고 또한 반대로 되어가고 있다. 가족계획의 경우 남편과 아내는 의사결정을 시작할 가능성이 있지만 아내가 정보를 수집하는데 남편보다 더 관여하며 남편은 ‘어디를 가는가와 휴가를 어디에서 머물 것인가’를 결정하는데 있어서는 적은 영향력을 미치고 있다고 밝혀냈다.¹²⁸⁾

나. 가족구성원간의 자녀의 역할

가족관광자들은 시간적, 재정적 여유가 많지 않기 때문에 모든 상품을 구입할 수 없다. 따라서 가족구성원들이 구입 가능한 대안 가운데 어디서, 어떻게 구입할 것인가에 대한 전략적 의사결정을 해야 된다. 그러므로 전략적 의사결정행동은 관광을 준비하기 위한 준비단계에서 관광의 전체적인 내용을 결정하고, 관광활동을 하고, 관광 후 평가를 하는 전 과정의 의사결정에서 나타나는 정신적, 육체적 행동과정이며, 관광에 의한 경제적 재화와 서비스를 구매하고 사용하는 것에 따른 모든

126) 최윤정(2007). 상계논문, p.33.

127) 임선아(2008). 전계논문, p.48.

128) 홍명희(2005). 전계논문, p.48.

의사결정의 과정이라 할 수 있다. 대부분의 가족관광의사결정에 대한 연구들을 살펴보면 가족구성원 중 부부의사결정에만 편중되어 자녀가 발휘하게 되는 역할은 무시되어 왔다. 그러나 소비과정에서는 자녀들은 필수적인 영향력을 종종 발휘하고 있다.

실제로 오늘날 자녀들은 광범위한 제품군에 있어서 가족의사결정의 중요한 역할을 하며 때때로 자녀가 단독으로 의사결정을 하기도 한다. 영화, 만화영화, 학용품 등 자신들의 욕구와 필요를 충족시킬 수 있는 개인적인 용품뿐만 아니라 휴가계획, 여가, 외식장소 등과 같이 온 가족에 의해 소비되는 제품이나 서비스에 대한 의사결정 까지도 영향을 주고 있다. 그리고 양쪽 부모님이 다 계신 경우와 한분만 계신 구성이 성장하는 변화로 볼 때 많은 서양 사회에서 핵가족의 개념이 변화하고 있다. 그 결과로 많은 관광 제공자들은 전통적인 가족휴가의 성질을 다시 고민하고 있는데, 휴가에서의 소비는 아이들이 휴가 목적지에 관련해서 부모들에게 강력한 영향력을 발휘한다는 점(부모를 졸라 구매하는 힘)과 아이들 중심의 휴양지의 지나친 요구들(디즈니랜드), 그리고 아이들이 보는 TV 시리즈의 관련된 장소들로 인식된다.¹²⁹⁾ 또한, 오랫동안 부모의 권위에 이론 없이 복종해야 했던 자녀가 가족이라는 작은 공동체내에서 의사결정 영역을 넓히고 있어서 자녀의 영향력 증가는 부모를 향한 반항, 부모의 상대적 수동성에 기대는 것보다 즐거운 대화, 정보의 교환, 각자의 개성에 맞는 역할분담 등을 가족구성원의 파트너로 변화되어 가고 있다. 이러한 가족 자유로운 분위기 전개는 자녀에 대한 과도한 관심, 집중, 세대 간 가치를 변화시키는 역전 현상을 나타내기도 한다. 오랫동안 부모의 권위에 이론 없이 복종해야 했던 자녀가 가족이라는 작은 공동체내에서 의사결정 영역을 넓히고 있어서 자녀의 영향력 증가는 부모를 향한 반항, 부모의 상대적 수동성에 기대는 것보다 즐거운 대화, 정보의 교환, 각자의 개성에 맞는 역할분담 등을 가족구성원의 파트너로 변화되어 가고 있다. 이러한 가족 자유로운 분위기 전개는 자녀에 대한 과도한 관심, 집중, 세대 간 가치를 변화시키는 역전 현상을 나타내기도 한다. 이러한 변화는 자녀들의 구매력 상승에도 변화가 생겨난다.

가족의 경제력이 취약할 시는 각 구성원이 경제활동에 참여해야 되지만, 이러한 필요성이 소멸되는 즉시 경제참여를 하기 않아도 되며, 이들에게 소비의 권한을 부

129) J. Stephen.(2003). tourism management managing for change, p.102.

여함으로써 자녀는 가족 소득의 증대로 인한 경제활동의 면제와 소비 혜택을 동시에 받는 우선 집단이라고 볼 수 있다. 그러므로 가족구성원 중 자녀들의 의사결정은 관광활동에 중요한 영향을 미치게 된다.¹³⁰⁾ 이렇듯 자녀들의 의사결정에 대한 역할참여의 비중이 증가하는 데는 자녀들을 표적대상으로 하는 시장이 과거에 비해 급속도로 성장하게 된 것과 매우 깊은 관련이 있다. 또한 가족의 구조가 핵가족화되면서 과거에 비해 자녀의 수가 줄어들게 되어 부모들이 자녀들의 의사를 많이 존중하고 받아들여지게 되는 것으로 보인다.¹³¹⁾

130) 홍영준(2007). 『마케팅전략연구소 책임연구원』, 가족 구조의 변화와 아동의 구매영향력.

131) 임선아(2008). 전계논문, p.34.

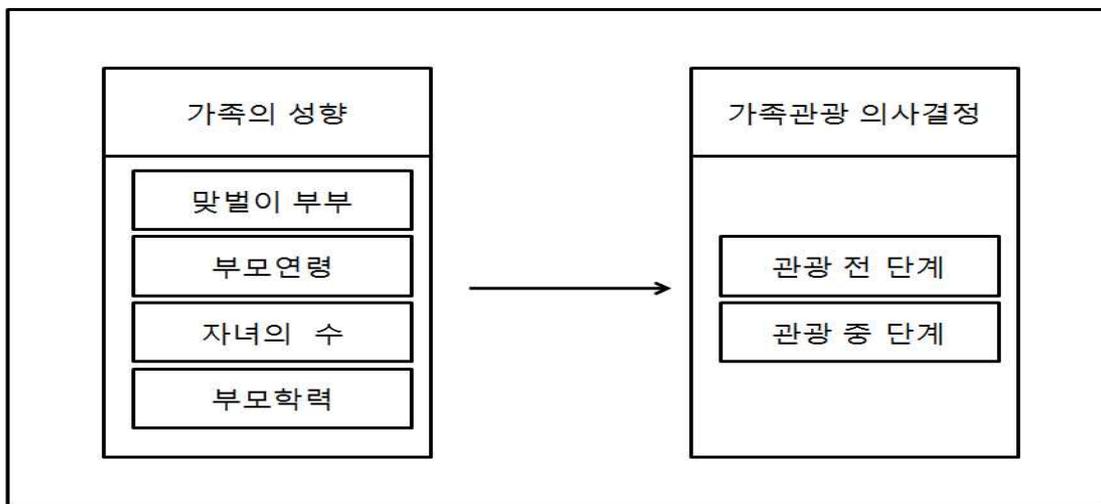
Ⅲ. 조사설계 및 분석방법

1. 연구모형 및 가설 설정

1) 연구모형

본 연구는 가족의 성향에 변화가 가족관광 의사결정을 연구하는데 유용한 변수임을 알아내기 위해 이론적 연구를 실시하였다. 이에 선행연구의 결과 최윤정(2007), 임선아(2008), 조재근(2006)를 토대로 가족구성원의 상호 영향력이 가족관광 의사결정 과정에 어떠한 영향을 주고 있는지를 규명하기 위해 실증조사를 실시하였다. 본 연구는 가족의 성향이 변수에 의해 가족관광 의사결정 과정의 영향력을 측정하고, 가족관광 의사결정 과정의 단계별 영향력에 대해서 규명하고자 한다. 즉, 가족의 성향에는 맞벌이여부, 부모연령, 자녀의 수, 부모학력 등이 가족관광의 결정과 관광제안단계 및 관광활동단계의 의사결정에 어떤 영향을 미치는지를 검증하고자 한다. 본 연구의 목적을 달성하기 위하여 [그림 3-1]과 같이 연구모형을 도출 하였다.

[그림 3-1] 연구 모형



2) 가설의 설정

본 실증조사는 가족의 성향 변수에 의해 가족관광 의사결정 과정의 영향력을 측정하고, 가족관광 의사결정과정의 단계별 영향력을 규명하고자 하였으며, 이에 다음과 같이 가설을 설정하였다

가설 1. 가족의 성향과 국내관광 가족의사결정의 관계

가설1-1. 가족의 성향에 따라 가족관광의사결정에 영향을 미칠 것이다.

가설 2 : 가족의 성향과 국내관광 가족의사결정 관광 전, 관광 중 단계 관계

가설2-1. 가족의 성향에 따라 국내관광 전(前) 단계 및 관광 중(中) 단계의 가족관광의사결정에 영향을 미칠 것이다.

2. 변수의 조작적 정의

사회과학 분야는 추상적인 개념의 구성개념들이 많기 때문에 정확한 측정을 위해 구성 개념의 조작적 정의를 통한 연구에 포함된 개념들을 구체화한다. 이에 본 연구에서 사용된 구성 개념들을 선행연구를 통하여 다음과 같이 조작적 정의를 실시하였다.

1) 의사결정자

가족구성원 중에서의 영향관계를 알아보는 항목에서 남편, 부인, 자녀, 3부분으로 나누었다. 가족관광 의사결정은 매우 다양하고 복잡하다. 짧은 기간이나 습관적인 가족관광 행동의 의사결정은 간단히 이루어질 수 있으나 장기간의 광범위한 가

족관광 행동일 때에는 매우 복잡한 의사결정을 필요로 한다.

의사결정은 의사결정자의 과거·현재·미래의 경험과 기대를 부흥하면서 목표를 설정하게 하고, 사회적·경제적·물리적인 영향이 의사결정자의 행동을 추진하기도 하고 제약을 받기도 한다. 가족구성원의 욕구를 충족시킬 수 있는 상품과 서비스의 기본적 조합으로, 관광결정과 이에 따른 행동시기, 관광경비, 참여인원, 교통수단, 숙박형태, 식사방법 등에 대한 의사결정을 하는 것을 말한다.¹³²⁾

2) 가족구조

가족의 생활주기 소비패턴을 변화시키는데 매우 중요한 역할을 하고 것은 급속한 도시화, 윤택해진 경제 생활, 향상된 의사소통, 기술적 진보, 여성의 취업률 증가, 짧아진 노동시간, 효율적인 가사시간 등으로 물질적인 풍족함, 생활의 편리함, 등의 변화에서 엿볼 수 있다. 가족의 구성 형태가 부부중심의 핵가족 형태로 바뀌면서 가족의 다양한 기능들이 축소되고 전문적인 사회제도로 이관되었다. 가족형태도 핵가족화에서 다시 소가족으로 나누어지면서 부부와 미혼자녀로 구성된 가족이 점차 높은 추세를 나타냈다. 이외에도 부부만으로 이루어진 가족, 편부모가족, 그리고 여성가구 가족 등이 증가하고 있을 뿐만 아니라, 이전의 가족의 개념이나 형태와는 다른 20대 독신가족, 노인 단독가구 및 비 혈연 가구 형태들이 상대적으로 급증하고 있다.

특히 최근 부부의 이혼·별거 등에 의한 가족해체로 버려지는 자녀들이 점점 늘고 있는 추세로 부모의 책임의식이 약화되고 있으며 사랑과 보호와 양육을 가장 우선으로 하는 가족 기능이 점점 약화되고 있음을 보여주는 현상이 나타나고 있다.

오늘날 가족의 변화를 나타나는 특징은 가족의 리더로서 남편의 역할은 점차 그 중요성이 감소되어가고, 과거에 매우 중요시되던 인생의 필수요소들이 덜 강조되고 있으며, 가족의 화합이 약해지고 있다. 아동과 여성의 독립성이 증가되고 있어 가족 구성원들은 가정 내 보다 외부에서 더 많은 활동을 보이고, 여가활동 등이 증가하

132) 박제우(2001). 가족여행 의사결정에 미치는 주부의 영향력에 관한 연구, 광주대학교 산업대학원 석사학위논문, p.39.

고 있다.¹³³⁾

3) 주부의 취업여부

여성의 고학력화, 가사노동의 편리화, 출산저하로 기혼여성의 사회활동, 취업의 기회는 넓어지고, 경제적 지위 향상과 현대에 맞는 생활의식구조가 많이 바뀜으로써 가족구매 의사결정에도 영향력을 가져오는 계기가 되었다. 또한 가족공동으로 참여하는 가족관광에 있어서도 기혼여성의 경제활동은 중요한 요인으로 작용하고 있다. 맞벌이 부부 가정에서는 자녀와 함께 여가시간이 부족하기 때문에 의사결정에 있어서도 자녀에 대한 미안한 생각으로 자녀의 의견이나 선택을 많이 반영 할 것으로 판단되어진다.¹³⁴⁾ 가족의사결정에 있어서도 영향력의 변화를 가져오게 되고 가족공동으로 참여하는 가족관광에 있어서도 기혼여성의 경제활동은 중요한 요인으로 작용하고 있다.

4) 부모의 학력수준

이재은은 어머니와 자녀의 소비자 행동에 관한 연구에서 어머니의 교육수준이 높을수록 청소년기 자녀의 상표선택, 품질검가, 재량검사, 충동구매의 지양 등 소비자 기능 구분이 높고, 전반적 소비행동이 건전하다 하였고, 신만경은 부모의 학력이 높을수록 합리적인 구매성향을 보이고, 올바른 지출계획을 세운다고 하였다.¹³⁵⁾

5) 자녀의 수

133) 임선아(2008). 구매의사결정단계별 가족구성원의 영향력에 관한 연구, 홍익대학교 일반대학원 석사학위 논문, p.8.

134) 최윤정(2007). 제주를 방문한 가족관광객의 의사결정에 관한 연구, 한양대학교 국제관광대학원 국제관광호텔경영학전공 석사학위논문, p.35.

135) 최영미(2010). 전개논문, p.17.

부부 두 사람만의 참여하던 의사결정에 변화를 가져오게 하는 주요 변수는 자녀라는 구성원이 생겨나면서 필요한 제품의 종류와 수도 증가하게 되고 이에 따른 분배의 문제도 나타난다. 또한 부모들에 의한 일방적인 의사결정에 자녀들이 개입될 경우 자녀수가 많을수록 자녀의 영향력은 커지게 될 것이다.

3. 연구의 조사설계

1) 설문지 구성과 자료의 측정

본 연구의 설문지 구성은 각 설문의 구성개념을 관련 선행연구의 검토와 조작적 정의를 통하여 본 연구의 목적과 방법에 맞게 선정하고 수정하여 구성하였으며 설문지 구성은 일반적 사항을 포함하여 총 5개 항목으로 설정하였다. 가족관광 의사결정 요인, 일반적인 구매 영향 요인 14문항, 관광활동 의사결정 영향요인 6문항, , 인구통계학적 특성 9문항, 정보수집과정 9문항 등 총 43문항으로 구성하였다.

인구 통계학적 특성에 대해서는 명목척도, 서열척도, 비율척도를 이용하여 구성하였으며 5점으로 표시하는 리커트 (Likert) 5점 척도를 이용해 측정하였다.

<표 3-1> 설문지의 구성 내용

변수명		문항	척도	출처
관광전 의사결정 요인		5	리커트(Likert) 5점 척도	윤현주(1998) 이용욱(2005)
관광중 의사결정 요인		6	리커트(Likert) 5점 척도	박재욱(2001) 최윤정(2007) 임선아(2008) 최영미(2010)
일반적 특성	가족관광 정보수집	9	명목, 비율척도	연구자 작성
	인구통계학적 특성	9	명목, 등간, 서열척도	

2) 자료수집 및 분석방법

본 연구의 수집된 자료는 SPSS(Statistical Package for the Social Science) WIN 18.0 프로그램을 이용하여 분석하였으며, 분석기법은 다음과 같다.

첫째, 표본의 일반적 특성을 파악하기 위해 빈도와 백분율을 산출하였다.

둘째, 변수의 타당성과 신뢰성을 검증하기 위해 요인분석과 Cronbach α 를 산출하였다.

셋째, 가족의 성향에 따라 가족관광 의사결정과 가족여행의사결정 영향요인에 대한 부모의 인식을 살펴보기 위해 X^2 (Chi-square) 검증을 실시하였다.

넷째, 가족여행의사결정 영향요인에 대한 부모의 인식을 살펴보기 위해 X^2 (Chi-square) 검증을 실시하였다.

본 연구의 목적을 달성하기 위한 조사방법으로 설문지법(questionnaire)을 이용하였으며 가족성향이 가족관광의사결정에 미치는 영향력에 대한 연구에서 국내관광의 경험이 있는 가족들을 대상으로 2013년 4월 01일부터 2013년 4월 30일까지 총 30일 동안 조사를 실시하였다. 설문조사는 연구자가 직접 도내 기업체를 직접 방문해 실행하였으며, 응답자들은 설문지에 표시된 지시어를 바탕으로 스스로 기입하도록 하는 자기기입법을 사용하였다.

본 연구의 실증분석을 위한 과학적 조사가 효율적으로 수행될 수 있도록 조사 자료는 다음과 같은 조사 설계에 의해서 수집하였다.

첫째, 본 연구에서 모집단은 제주도민을 대상으로 설정하였다.

둘째, 설문조사 시점은 2013년 4월 01일부터 2013년 4월 30일까지(30일간) 설문지를 배포, 설문조사를 실시하였다.

설문지는 총 350부를 배포하여 330부(94.3%)를 회수하였으며, 그 중 응답이 불성실하거나 신뢰도가 떨어지는 24부를 제외한 최종 유효표본 306부(87.4%)를 확정해 실증분석에 사용하였다.

<표 3-2> 자료수집 및 방법

구 분	내 용
표 본	제주도민
조사기간	2013년 4월 01일 ~ 2013년 4월 30일(30일간)
배포설문지	350부
회수된 설문지	330부(94.3%)
유효 설문지	306부(87.4%)
자료수집방법	설문지를 통한 자기기입법
분석방법	SPSS 18.0

자료 검증을 위한 실증연구의 통계적 분석방법으로는 SPSS 18.0 프로그램을 사용해 분석하였다. 자료의 분석은 크게 조사 자료의 일반적 특성 및 기초분석을 위해 기술적 통계분석인 빈도분석을 실시하였으며, 조사항목의 내적일관성을 검증하기 위해 크론바흐 알파계수(cronbach's alpha)에 의한 신뢰도 분석을 사용하였고, 본 연구의 가설을 검증하기 위해 빈도분석, 요인분석 등을 실행하였다.

IV. 실증분석결과

1. 기초통계분석

1) 인구통계적 특성분석

본 연구의 표본의 특성은 <표 4-1>과 같다. 응답자별로는 어머니가 77.1%로 대부분을 차지하였으며, 다음으로 아버지 18.0%, 기타 3.3%, 한부모 1.6% 순으로 나타났다. 맞벌이 여부별로는 맞벌이를 하는 부부가 80.7%로 그렇지 않은 부부 19.3%보다 많았다. 연령별로는 40대가 45.4%로 가장 많았으며, 다음으로 30대 34.3%, 50대 17.6%, 60대 2.6% 순으로 나타났다. 결혼기간별로는 10~15년 미만 24.5%로 가장 높은 분포를 보였으며, 다음으로 5~10년 미만 20.6%, 15~20년 미만 18.0%, 5년 미만 14.4%, 25년 이상 12.1%, 20~25년 미만 10.5% 순이었다.

자녀의 연령별로는 유아~초등학생이 54.6%로 절반 이상을 차지하였으며, 다음으로 중학생 18.0%, 대학생 이상 17.6%, 고등학생 9.8% 순으로 나타났다. 자녀수별로는 2명이 56.9%로 가장 높은 분포를 보였으며, 다음으로 1명 21.2%, 3명 16.3%, 4명 이상 5.6% 순이었다. 가족 수별로는 4명이 56.9%로 절반 이상을 차지하였으며, 다음으로 5명 이상 23.2%, 3명 19.6%, 2명 0.3% 순으로 높은 분포를 보였다. 학력별로는 대졸이 49.7%로 가장 많았으며, 다음으로 대학원 이상 25.2%, 전문대졸 13.4%, 고졸 10.5%, 중졸 이하 1.3% 순으로 높은 분포를 보였다. 직업별로는 교사가 48.7%로 가장 많았으며, 다음으로 기타 10.8%, 공무원 10.1%, 생산직·서비스직 9.2%, 전업주부 8.2%, 사무직 6.5% 순으로 나타났다.

<표 4-1> 인구통계학적 요인에 대한 분석 결과

구 분		빈도(명)	비율(%)
응답자	아버지	55	18.0
	어머니	236	77.1
	한 부모	5	1.6
	기타	10	3.3
맞벌이 여부	예	247	80.7
	아니오	59	19.3
연령	30대	105	34.3
	40대	139	45.4
	50대	54	17.6
	60대	8	2.6
결혼기간	5년 미만	44	14.4
	5~10년 미만	63	20.6
	10~15년 미만	75	24.5
	15~20년 미만	55	18.0
	20~25년 미만	32	10.5
	25년 이상	37	12.1
자녀연령	유아~초등학생	167	54.6
	중학생	55	18.0
	고등학생	30	9.8
	대학생 이상	54	17.6
자녀수	1명	65	21.2
	2명	174	56.9
	3명	50	16.3
	4명 이상	17	5.6
가족수	2명	1	0.3
	3명	60	19.6
	4명	174	56.9
	5명 이상	71	23.2
학력	중졸 이하	4	1.3
	고졸	32	10.5
	전문대졸	41	13.4
	대졸	152	49.7
	대학원 이상	77	25.2
직업	판매·영업	10	3.3
	생산직·서비스직	28	9.2
	전업주부	25	8.2
	사무직	20	6.5
	공무원	31	10.1
	건설업	3	1.0
	전문직(의사, 변호사, 연구원 등)	7	2.3
	교사	149	48.7
기타	33	10.8	
계		306	100.0

2. 타당성 및 신뢰성 검증

본 연구의 설문조사에서 사용된 항목이나 척도가 어느 정도 측정하고자 하는 대상을 정확하게 측정하고 있으며 그 측정결과가 추가적인 통계적 분석을 진행하기에 적합한 것인가를 확인하기 위하여 우선 신뢰성 검증을 실시하였다.

타당성이란 측정하고자 하는 것을 실제로 측정해 내는 정도를 나타내는 것으로 평가방법에 따라 내용타당성, 기준에 의한 타당성, 개념타당성 등 3가지로 나누어진다. 내용타당성이란 측정도구 자체가 측정하고자 하는 속성이나 개념을 어느 정도나 측정할 수 있는가를 보여주는 것으로서 측정하고자 하는 구성개념의 조작적 정의의 적절성 여부를 판단하는 근거자료가 된다. 기준에 의한 타당성은 하나의 속성이나 개념의 상태에 대한 측정이 미래 시점에 있어서의 다른 속성이나 개념의 상태 변화를 예측할 수 있는 정도를 의미한다. 개념타당성은 한 개념이 다른 개념과 구별되는 정도를 설명하는 것으로 요인분석을 통해 설문 자체의 타당성을 양적으로 평가할 수 있다. KMO와 Bartlett의 구형성 검증은 수집된 자료가 요인분석에 적합한지 여부를 판단하기 위한 통계적인 과정이라고 할 수 있다. KMO(Kaiser-Meyer-Olkin)는 .5보다 크면 요인분석을 계속 진행할 수 있다는 것을 나타내 준다.¹³⁶⁾

신뢰성이란 둘 이상의 관찰자가 각기 관찰해서 동일한 결과를 얻을 수 있는 정도로, 즉 비교 가능한 독립된 측정방법에 의해 대상을 측정하는 경우 결과가 비슷하게 되는 것을 의미한다. 이는 측정결과에 오차가 들어있지 않은 정도로, 변량에 대한 체계적 정보를 반영하는 정도를 나타낸다. 이러한 신뢰성 측정은 측정의 정확성과 결과의 일관성이 중요하다. 보통 동일한 개념을 측정하기 위하여 여러 개의 항목을 이용하는 경우 신뢰도를 높이기 위해 크론바흐 알파계수(cronbach's alpha)를 이용한 내적일관성 검증을 한다. 알파계수가 0.6 이상이면 신뢰성에는 이상이 없는 것으로 파악하고 있으며 0.8 이상이면 신뢰도가 매우 높은 것으로 판단하고 있다.

136) 김계수(2004). 『AMOS 구조방정식 모형분석』, 서울: 한나래, pp.145-224.

1) 타당성 분석

요인분석은 다변량 자료의 분석방법 중에서 가장 대표적인 분석방법이다. 분석의 대상이 되는 변수의 수가 많은 경우 이들 사이의 상호관련성을 이용하여 변수 속에 내재된 요인이라고 부르는 소수의 공통적인 새로운 변수를 찾아내어 이들이 지니고 있는 특성으로 전체 자료가 가지고 있는 특성을 설명하고자 하는 통계적 분석방법이다. 즉, 여러 개의 변수로 측정된 자료들을 변수들 간에 공분산 관계 및 상관관계를 이용하여 이해하기 쉬운 형태로 요약하여 정보량을 축소시키고, 추가적인 분석상의 경제성을 가져오며, 연구자가 알지 못했던 변수들 간에 내재하고 있는 구조와 타당성 검증의 일부로서 많은 항목들이 어떠한 개념이나 현상을 측정하여 과연 변수들이 모두 동일한 개념을 측정하였는가를 확인하는데 사용된다.

본 연구에서는 요인분석 방법으로 주성분분석을 사용하였으며, 요인 적재치는 0.50 이상의 것을 사용하고, 요인 적재치를 높이기 위해 배리맥스 회전을 실시하였다. 가족관광 의사결정 변수에 대해 요인분석을 실시한 결과는 <표 4-2>와 같다.

<표 4-2> 가족관광 의사결정 요인분석

문 항		요 인	
		요인 1	요인 2
3_5	야간활동	0.880	0.085
3_3	도내교통편결정 및 변경	0.812	0.331
3_6	쇼핑	0.772	0.023
3_4	식사 및 음식점 결정	0.759	0.048
3_2	숙박지 결정	0.739	0.356
3_1	관광지 결정	0.734	0.328
1_2	교통수단	0.082	0.887
1_3	관광경비	-0.081	0.850
1_5	관광기간	0.401	0.704
1_4	관광시기	0.219	0.689
1_1	목적지	0.423	0.673
고유값		5.361	2.017
변량기여율		48.737	18.332
누적기여율		48.737	67.070

<표 4-2>에서 보는 바와 같이 총 11개의 변인이 추출되었으며, 2개의 요인으로 묶였다. 변량기여율은 요인 1이 48.7%, 요인 2는 18.3%이었으며, 누적기여율은 67.1%이었다.

(2) 신뢰도 검증

신뢰도 검증은 동일한 개념을 측정하기 위하여 여러 문항으로 이루어진 문항들의 일치성을 측정하고자 할 때 이용된다. 신뢰도는 내적 일치도 방법에 의한 Cronbach α 값을 이용하여 각 문항간의 일치성을 분석한다. 이러한 방법을 이용하여 본 연구의 측정도구 신뢰도를 검증한 결과는 <표 4-3>과 같다.

<표 4-3> 신뢰도 검증

구 분	문항 수	Alpha
관광전 의사결정	5	0.84
관광중 의사결정	6	0.87

<표 4-3>에서 보는 바와 같이 Cronbach α 가 국내관광전 의사결정 0.84, 국내관광중 의사결정 0.87 모두 0.80 이상으로 나타났다. 따라서 본 연구의 측정도구는 신뢰할 만한 수준임을 알 수 있다.

3. 가설 검증

1) 가설 1 검증 결과

(1) 맞벌이 여부에 따른 관광 전 단계에서의 가족관광 의사결정

부모의 맞벌이 여부에 따라 국내관광 전 단계에서의 가족관광 의사결정에서 가족구성원의 역할에 대해 살펴본 결과는 <표 4-4>와 같다. 목적지 결정은 부모가 맞벌이를 하는 경우가 그렇지 않은 경우보다 가족공동이 결정하는 경우가 많았고, 부모가 맞벌이를 하지 않은 경우는 하는 경우보다 부모와 자녀가 의사결정에 있어서 역할이 큰 것으로 나타났으며, 맞벌이 여부에 따라 유의미한 차이를 보였다($\chi^2=7.51$, $p<.05$). 관광 전 교통수단 결정과 관광경비 결정은 부모가 맞벌이를 하는 경우 그렇지 않은 경우보다 부모의 의견에 의하여 결정이 이루어지는 경우가 많았고, 부모가 맞벌이를 하지 않은 경우는 맞벌이를 하는 경우보다 가족공동이 의사결정을 많이 하는 것으로 확인되었으나 유의미한 차이는 없는 것으로 나타났다. 그리고 관광시기 결정은 부모가 맞벌이를 하는 경우 그렇지 않은 경우보다 의사결정에 가족공동이 많이 참여하였고, 부모가 맞벌이를 하지 않은 경우는 하는 경우보다 부모와 자녀가 많이 하였으나 맞벌이 여부에 따른 유의미한 차이는 보이지 않았다. 관광기간 결정은 부모가 맞벌이를 하는 경우 그렇지 않은 경우보다 부모와 가족공동이 많이 의사결정을 하는 것으로 나타났고, 부모가 맞벌이를 하지 않은 경우는 하는 경우보다 자녀가 의사결정을 많이 하였으나 통계적으로는 유의미한 차이는 나타나지 않았다. 전체적으로 관광 전 의사결정은 부모가 맞벌이를 하는 경우가 그렇지 않은 경우보다 부모와 가족공동이 의사결정에 큰 역할을 하는 것으로 나타났고, 부모가 맞벌이를 하지 않은 경우는 하는 경우보다 자녀가 많이 하였으나 유의미한 차이는 아니었다. 이상에서 부모의 맞벌이 여부에 따라 국내관광 전 단계에서의 가족관광 의사결정에서 가족구성원의 역할에 대해 살펴본 결과, 부모가 맞벌이를 하지 않은 경우 하는 경우보다 목적지 결정을 부모에 의하여 많이 이루어지는 것으로 확인되었다.

<표 4-4> 맞벌이 여부에 따른 관광 전 단계에서의 가족관광 의사결정

구 분		예	아니오	계	χ^2 (df)	p
목적지 결정	부모	118 (47.8)	33 (55.9)	151 (49.3)	7.51* (2)	0.023
	공동	105 (42.5)	15 (25.4)	120 (39.2)		
	자녀	24 (9.7)	11 (18.6)	35 (11.4)		
교통수단 결정	부모	173 (70.0)	41 (69.5)	214 (69.9)	0.02 (2)	0.989
	공동	65 (26.3)	16 (27.1)	81 (26.5)		
	자녀	9 (3.6)	2 (3.4)	11 (3.6)		
관광경비 결정	부모	201 (81.4)	46 (78.0)	247 (80.7)	0.48 (2)	0.787
	공동	41 (16.6)	12 (20.3)	53 (17.3)		
	자녀	5 (2.0)	1 (1.7)	6 (2.0)		
관광시기 결정	부모	118 (47.8)	30 (50.8)	148 (48.4)	4.47 (2)	0.107
	공동	107 (43.3)	19 (32.2)	126 (41.2)		
	자녀	22 (8.9)	10 (16.9)	32 (10.5)		
관광기간 결정	부모	131 (53.0)	28 (47.5)	159 (52.0)	5.83 (2)	0.054
	공동	96 (38.9)	20 (33.9)	116 (37.9)		
	자녀	20 (8.1)	11 (18.6)	31 (10.1)		
관광 전 의사결정	부모	117 (47.4)	27 (45.8)	144 (47.1)	1.65 (2)	0.437
	공동	113 (45.7)	25 (42.4)	138 (45.1)		
	자녀	17 (6.9)	7 (11.9)	24 (7.8)		
계		247 (80.7)	59 (19.3)	306 (100.0)		

* $p < .05$

(2) 연령에 따른 관광 전 단계에서의 가족관광 의사결정

부모의 연령에 따라 국내관광 전 단계에서의 가족관광 의사결정에서 가족구성원의 역할에 대해 살펴본 결과는 <표 4-5>와 같다. 목적지 결정($\chi^2=16.67$, $p<.01$)과 교통수단 결정($\chi^2=12.74$, $p<.05$)은 부모의 연령이 낮을수록 부모가 의사결정을 많이 하였고, 부모의 연령이 높을수록 가족공동이 의사결정에 많이 참여하였으며, 부모의 연령에 따라 유의미한 차이를 보였다. 관광경비 결정은 부모가 40대인 경우가 다른 연령대보다 부모가 의사결정을 많이 하는 것으로 나타났고, 부모가 50대 이상인 경우는 다른 경우보다 가족공동이 의사결정에 많이 참여하였으나 유의미한 차이는 나타나지 않았다. 그리고 관광시기 결정($\chi^2=13.12$, $p<.05$)과 관광기간 결정($\chi^2=19.50$, $p<.01$)은 부모의 연령이 낮을수록 부모가 의사결정에 많이 참여하였고, 부모의 연령이 높을수록 가족공동이 의사결정을 많이 하는 것으로 나타났으며, 통계적으로도 유의미한 차이를 보였다. 전체적으로 관광 전 의사결정은 부모의 연령이 낮을수록 부모가 의사결정에 많이 참여하였고, 부모가 50대 이상인 경우는 다른 경우보다 가족공동이 많이 하였으며, 부모의 연령에 따라 유의미한 차이를 보였다($\chi^2=21.67$, $p<.001$). 이상에서 부모의 연령에 따라 국내관광 전 단계에서의 가족관광 의사결정에서 가족구성원의 역할에 대해 살펴본 결과, 부모의 연령이 낮을수록 목적지 결정과 교통수단 결정, 관광시기 결정, 관광기간 결정, 그리고 관광 전 의사결정을 부모의 역할이 큰 것으로 확인되었다.

<표 4-5> 연령에 따른 관광 전 단계에서의 가족관광 의사결정

구 분		30대	40대	50대 이상	계	X ² (df)	p
목적지 결정	부모	60 (57.1)	74 (53.2)	17 (27.4)	151 (49.3)	16.67** (4)	0.002
	공동	32 (30.5)	52 (37.4)	36 (58.1)	120 (39.2)		
	자녀	13 (12.4)	13 (9.4)	9 (14.5)	35 (11.4)		
교통수단 결정	부모	79 (75.2)	103 (74.1)	32 (51.6)	214 (69.9)	12.74* (4)	0.013
	공동	23 (21.9)	31 (22.3)	27 (43.5)	81 (26.5)		
	자녀	3 (2.9)	5 (3.6)	3 (4.8)	11 (3.6)		
관광경비 결정	부모	79 (75.2)	122 (87.8)	46 (74.2)	247 (80.7)	8.62 (4)	0.071
	공동	23 (21.9)	15 (10.8)	15 (24.2)	53 (17.3)		
	자녀	3 (2.9)	2 (1.4)	1 (1.6)	6 (2.0)		
관광시기 결정	부모	62 (59.0)	67 (48.2)	19 (30.6)	148 (48.4)	13.12* (4)	0.011
	공동	36 (34.3)	56 (40.3)	34 (54.8)	126 (41.2)		
	자녀	7 (6.7)	16 (11.5)	9 (14.5)	32 (10.5)		
관광기간 결정	부모	66 (62.9)	75 (54.0)	18 (29.0)	159 (52.0)	19.50** (4)	0.001
	공동	30 (28.6)	53 (38.1)	33 (53.2)	116 (37.9)		
	자녀	9 (8.6)	11 (7.9)	11 (17.7)	31 (10.1)		
관광 전 의사결정	부모	57 (54.3)	74 (53.2)	13 (21.0)	144 (47.1)	21.67*** (4)	0.000
	공동	42 (40.0)	54 (38.8)	42 (67.7)	138 (45.1)		
	자녀	6 (5.7)	11 (7.9)	7 (11.3)	24 (7.8)		
계		105 (34.3)	139 (45.4)	62 (20.3)	306 (100.0)		

* p<.05, ** p<.01, *** p<.001

(3) 자녀수에 따른 관광 전 단계에서의 가족관광 의사결정

부모의 자녀수에 따라 국내관광 전 단계에서의 가족관광 의사결정에서 가족구성

원의 역할에 대해 살펴본 결과는 <표 4-6>과 같다. 목적지 결정은 자녀가 2명인 경우가 다른 경우보다 부모에 의하여 의사결정을 많이 하였고, 자녀의 수가 적을수록 자녀가 많이 하였으나 자녀수에 따른 유의미한 차이는 없었다. 교통수단 결정은 자녀가 2명인 경우 다른 경우보다 부모가 의사결정을 많이 하였고, 3명 이상인 경우는 다른 경우보다 가족공동이 의사결정에 많이 참여하였으나 통계적으로는 유의미한 차이를 보이지는 않았다. 관광경비 결정은 자녀가 1명인 경우 다른 경우보다 가족공동이 많이 하였고, 자녀가 2명인 경우는 다른 경우보다 부모가 많이 하였으며, 자녀의 수에 따라 유의미한 차이를 보였다($\chi^2=16.63$, $p<.01$). 관광시기 결정은 자녀의 수가 적을수록 부모가 의사결정을 많이 하였고, 자녀가 3명 이상인 경우는 다른 경우보다 가족공동이 의사결정에 많이 참여하였으나 유의미한 차이는 나타나지 않았다. 관광기간 결정은 자녀의 수가 적을수록 부모가 의사결정을 많이 하였고, 자녀가 많을수록 의사결정에 가족공동이 많이 관여하였으나 자녀수에 따른 유의미한 차이는 없었다. 전체적으로 관광 전 의사결정은 자녀가 2명인 경우 다른 경우보다 의사결정에 부모의 역할이 중요하였고, 3명 이상인 경우는 다른 경우보다 가족공동이 의사결정에 많이 참여하였으나 자녀수에 따른 유의미한 차이는 나타나지 않았다. 이상에서 부모의 자녀수에 따라 국내관광 전 단계에서의 가족관광 의사결정에서 가족구성원의 역할에 대해 살펴본 결과, 자녀가 2명인 경우 다른 경우보다 관광경비 결정을 부모가 많이 관여하는 것으로 확인되었다.

<표 4-6> 자녀수에 따른 관광 전 단계에서의 가족관광 의사결정

구 분		1명	2명	3명 이상	계	X ² (df)	p
목적지 결정	부모	30 (46.2)	88 (50.6)	33 (49.3)	151 (49.3)	0.67 (4)	0.955
	공동	26 (40.0)	67 (38.5)	27 (40.3)	120 (39.2)		
	자녀	9 (13.8)	19 (10.9)	7 (10.4)	35 (11.4)		
교통수단 결정	부모	42 (64.6)	130 (74.7)	42 (62.7)	214 (69.9)	7.65 (4)	0.105
	공동	18 (27.7)	40 (23.0)	23 (34.3)	81 (26.5)		
	자녀	5 (7.7)	4 (2.3)	2 (3.0)	11 (3.6)		
관광경비 결정	부모	43 (66.2)	153 (87.9)	51 (76.1)	247 (80.7)	16.63** (4)	0.002
	공동	19 (29.2)	20 (11.5)	14 (20.9)	53 (17.3)		
	자녀	3 (4.6)	1 (0.6)	2 (3.0)	6 (2.0)		
관광시기 결정	부모	33 (50.8)	87 (50.0)	28 (41.8)	148 (48.4)	2.72 (4)	0.606
	공동	27 (41.5)	70 (40.2)	29 (43.3)	126 (41.2)		
	자녀	5 (7.7)	17 (9.8)	10 (14.9)	32 (10.5)		
관광기간 결정	부모	37 (56.9)	93 (53.4)	29 (43.3)	159 (52.0)	3.24 (4)	0.519
	공동	21 (32.3)	64 (36.8)	31 (46.3)	116 (37.9)		
	자녀	7 (10.8)	17 (9.8)	7 (10.4)	31 (10.1)		
관광 전 의사결정	부모	28 (43.1)	89 (51.1)	27 (40.3)	144 (47.1)	3.35 (4)	0.501
	공동	31 (47.7)	74 (42.5)	33 (49.3)	138 (45.1)		
	자녀	6 (9.2)	11 (6.3)	7 (10.4)	24 (7.8)		
계		65 (21.2)	174 (56.9)	67 (21.9)	306 (100.0)		

** p<.01

(4) 학력에 따른 관광 전 단계에서의 가족관광 의사결정

부모의 학력에 따라 국내관광 전 단계에서의 가족관광 의사결정에서 가족구성원

의 역할에 대해 살펴본 결과는 <표 4-4>와 같다. 목적지 결정은 부모가 고졸 이하인 경우 다른 경우보다 가족공동이 많이 참여하였고, 전문대졸인 경우는 다른 경우보다 부모가 많이 관여하였으나 통계적으로 유의미한 차이는 보이지 않았다. 교통수단 결정은 부모의 학력이 높을수록 의사결정에 부모의 역할이 중요하였고, 부모의 학력이 낮을수록 가족공동이 많이 참여하였으나 유의미한 차이는 나타나지 않았다. 관광경비 결정은 부모가 전문대졸 이하인 경우 다른 경우보다 가족공동이 많이 관여하였고, 부모가 대졸인 경우는 다른 경우보다 의사결정에 부모가 많이 참여하였으나 부모의 학력에 따른 유의미한 차이는 나타나지 않았다. 관광시기 결정과 관광기간 결정은 부모가 전문대졸인 경우 다른 경우보다 가족공동이 의사결정에 많이 참여하였고, 대학원 이상인 경우는 다른 경우보다 부모가 의사결정에 영향력이 있었으나 통계적으로 유의미한 차이는 보이지 않았다. 전체적으로 관광 전 의사결정은 부모가 전문대졸인 경우 다른 경우보다 가족공동이 의사결정에 많이 관여하였고, 대학원 이상인 경우는 다른 경우보다 부모가 의사결정에 중요한 역할을 하였으나 유의미한 차이는 나타나지 않았다. 이상에서 부모의 학력에 따라 국내관광 전 단계에서의 가족관광 의사결정에서 가족구성원의 역할에 대해 살펴본 결과, 부모의 학력에 따라 국내관광 전 단계에서의 가족관광 의사결정에서 가족구성원의 역할은 차이가 없음을 알 수 있다.

<표 4-4> 학력에 따른 관광 전 단계에서의 가족관광 의사결정

구 분		고졸 이하	전문대졸	대졸	대학원 이상	계	χ^2 (df)	p
목적지 결정	부모	17 (47.2)	23 (56.1)	69 (45.4)	42 (54.5)	151 (49.3)	6.72 (6)	0.348
	공동	16 (44.4)	15 (36.6)	59 (38.8)	30 (39.0)	120 (39.2)		
	자녀	3 (8.3)	3 (7.3)	24 (15.8)	5 (6.5)	35 (11.4)		
교통수단 결정	부모	23 (63.9)	28 (68.3)	105 (69.1)	58 (75.3)	214 (69.9)	2.73 (6)	0.842
	공동	12 (33.3)	12 (29.3)	40 (26.3)	17 (22.1)	81 (26.5)		
	자녀	1 (2.8)	1 (2.4)	7 (4.6)	2 (2.6)	11 (3.6)		
관광경비 결정	부모	28 (77.8)	31 (75.6)	125 (82.2)	63 (81.8)	247 (80.7)	2.94 (6)	0.817
	공동	8 (22.2)	9 (22.0)	23 (15.1)	13 (16.9)	53 (17.3)		
	자녀	-	1 (2.4)	4 (2.6)	1 (1.3)	6 (2.0)		
관광시기 결정	부모	16 (44.4)	12 (29.3)	75 (49.3)	45 (58.4)	148 (48.4)	11.64 (6)	0.071
	공동	14 (38.9)	23 (56.1)	61 (40.1)	28 (36.4)	126 (41.2)		
	자녀	6 (16.7)	6 (14.6)	16 (10.5)	4 (5.2)	32 (10.5)		
관광기간 결정	부모	16 (44.4)	14 (34.1)	82 (53.9)	47 (61.0)	159 (52.0)	12.45 (6)	0.053
	공동	14 (38.9)	19 (46.3)	58 (38.2)	25 (32.5)	116 (37.9)		
	자녀	6 (16.7)	8 (19.5)	12 (7.9)	5 (6.5)	31 (10.1)		
관광 전 의사결정	부모	15 (41.7)	14 (34.1)	72 (47.4)	43 (55.8)	144 (47.1)	8.96 (6)	0.176
	공동	16 (44.4)	23 (56.1)	67 (44.1)	32 (41.6)	138 (45.1)		
	자녀	5 (13.9)	4 (9.8)	13 (8.6)	2 (2.6)	24 (7.8)		
계		36 (11.8)	41 (13.4)	152 (49.7)	77 (25.2)	306 (100.0)		

2) 가설 2 검증 결과

(1) 맞벌이 여부에 따른 국내관광 중 의사결정

부모의 맞벌이 여부에 따라 국내관광 중 의사결정에서 가족구성원의 역할에 대해 살펴본 결과는 <표 4-8>과 같다. 관광지 결정은 부모가 맞벌이를 하는 경우 그렇지 않은 경우보다 가족공동이 의사결정에 많이 참여하였고, 맞벌이를 하지 않는 경우는 하는 경우보다 자녀가 의사결정을 많이 하였으나 유의미한 차이는 아니었다. 숙박지 결정은 부모가 맞벌이를 하는 경우 그렇지 않은 경우보다 부모가 의사결정을 많이 관여하였고, 맞벌이를 하지 않는 경우는 하는 경우보다 가족공동과 자녀가 많이 참여하였으며, 부모의 맞벌이 여부에 따라 유의미한 차이를 보였다($\chi^2=13.24$, $p<.01$). 도내 교통편 결정은 부모가 맞벌이를 하는 경우 그렇지 않은 경우보다 부모가 의사결정에 영향력이 있었고, 맞벌이를 하지 않는 경우는 맞벌이를 하는 경우보다 가족공동이 의사결정에 많이 관여하였으나 부모의 맞벌이 여부에 따른 유의미한 차이는 나타나지 않았다. 관광 중 식사 및 음식점 결정은 부모가 맞벌이를 하는 경우 그렇지 않은 경우보다 가족공동이 많이 관여하여 결정하였고, 맞벌이를 하지 않는 경우는 하는 경우보다 자녀가 의사결정을 많이 하였으나 통계적으로 유의미한 차이는 확인되지 않았다. 야간활동 결정은 부모가 맞벌이를 하는 경우 그렇지 않은 경우보다 부모가 의사결정에 많이 관여하였고, 맞벌이를 하지 않는 경우는 하는 경우보다 가족공동과 자녀가 많이 참여하였으나 유의미한 차이는 아니었다. 쇼핑 결정은 부모가 맞벌이를 하는 경우 그렇지 않은 경우보다 부모가 의사결정에 중요한 역할을 하였고, 맞벌이를 하지 않는 경우는 하는 경우보다 가족공동과 자녀가 의사결정에 많이 참여하였으며, 통계적으로 유의미한 차이를 보였다($\chi^2=8.85$, $p<.05$). 전체적으로 관광 중 의사결정은 부모가 맞벌이를 하는 경우가 그렇지 않은 경우보다 부모가 의사결정에 영향력이 있었고, 맞벌이를 하지 않는 경우는 하는 경우보다 가족공동이 많이 관여하였으나 부모의 맞벌이 여부에 따른 유의미한 차이는 나타나지 않았다. 이상에서 부모의 맞벌이 여부에 따라 국내관광 중 의사결정에서 가족구성원의 역할에 대해 살펴본 결과, 부모가 맞벌이를 하는 경우가 그렇지 않은 경우보다 숙박지와 쇼핑 결정에 부모의 역할이 큰 것으로 확인되었다.

<표 4-8> 맞벌이 여부에 따른 국내관광 중 의사결정

구 분		예	아니오	계	X ² (df)	p
관광지 결정	부모	125 (50.6)	30 (50.8)	155 (50.7)	0.97 (2)	0.617
	공동	109 (44.1)	24 (40.7)	133 (43.5)		
	자녀	13 (5.3)	5 (8.5)	18 (5.9)		
숙박지 결정	부모	177 (71.7)	33 (55.9)	210 (68.6)	13.24** (2)	0.001
	공동	66 (26.7)	20 (33.9)	86 (28.1)		
	자녀	4 (1.6)	6 (10.2)	10 (3.3)		
도내 교통편 결정	부모	171 (69.2)	38 (64.4)	209 (68.3)	0.76 (2)	0.683
	공동	68 (27.5)	18 (30.5)	86 (28.1)		
	자녀	8 (3.2)	3 (5.1)	11 (3.6)		
식사 및 음식점 결정	부모	82 (33.2)	20 (33.9)	102 (33.3)	3.89 (2)	0.143
	공동	127 (51.4)	24 (40.7)	151 (49.3)		
	자녀	38 (15.4)	15 (25.4)	53 (17.3)		
야간활동 결정	부모	115 (46.6)	26 (44.1)	141 (46.1)	0.21 (2)	0.901
	공동	107 (43.3)	26 (44.1)	133 (43.5)		
	자녀	25 (10.1)	7 (11.9)	32 (10.5)		
쇼핑 결정	부모	108 (43.7)	18 (30.5)	126 (41.2)	8.85* (2)	0.012
	공동	119 (48.2)	29 (49.2)	148 (48.4)		
	자녀	20 (8.1)	12 (20.3)	32 (10.5)		
관광 중 의사결정	부모	95 (38.5)	16 (27.1)	111 (36.3)	2.66 (2)	0.265
	공동	128 (51.8)	36 (61.0)	164 (53.6)		
	자녀	24 (9.7)	7 (11.9)	31 (10.1)		
계		247 (80.7)	59 (19.3)	306 (100.0)		

* p<.05, ** p<.01

(2) 연령에 따른 국내관광 중 의사결정

부모의 연령에 따라 국내관광 중 의사결정에서 가족구성원의 역할에 대해 살펴본 결과는 <표 4-9>와 같다. 관광지 결정은 부모의 연령이 낮을수록 부모가 의사결정을 많이 관여하였고, 부모의 연령이 높을수록 가족공동과 자녀가 의사결정에 많이 참여하였으며, 부모의 연령에 따라 유의미한 차이를 보였다($\chi^2=14.22$, $p<.01$). 숙박지 결정은 부모의 연령이 낮을수록 부모가 의사결정을 많이 하였고, 부모의 연령이 높을수록 가족공동이 의사결정에 많이 참여하였으며, 통계적으로 유의미한 차이로 나타났다($\chi^2=28.35$, $p<.001$). 도내 교통편 결정은 부모의 연령이 낮을수록 부모와 자녀가 의사결정에 영향력이 있었고, 부모의 연령이 높을수록 가족공동이 의사결정에 참여하였으며, 부모의 연령에 따라 유의미한 차이를 보였다($\chi^2=40.87$, $p<.001$). 관광 중 식사 및 음식점 결정($\chi^2=9.96$, $p<.05$)과 야간활동 결정($\chi^2=16.59$, $p<.01$)은 부모의 연령이 낮을수록 부모의 역할이 중요하였고, 부모의 연령이 높을수록 가족공동과 자녀가 의사결정에 많이 관여하였으며, 통계적으로 유의미한 차이로 나타났다. 쇼핑 결정은 부모의 연령이 낮을수록 부모가 의사결정을 많이 관여하였고, 부모의 연령이 높을수록 가족공동과 자녀가 많이 참여하였으나 유의미한 차이는 아니었다. 전체적으로 관광 중 의사결정은 부모의 연령이 낮을수록 부모의 역할이 중요하였고, 부모의 연령이 높을수록 가족공동이 많이 참여하였으며, 부모의 연령에 따라 유의미한 차이를 보였다($\chi^2=21.97$, $p<.001$). 이상에서 부모의 연령에 따라 국내관광 중 의사결정에서 가족구성원의 역할에 대해 살펴본 결과, 부모의 연령이 낮을수록 부모가 관광지 및 숙박지, 도내교통편, 식사 및 음식점, 야간활동 결정과 관광 중 의사결정을 많이 관여하는 것으로 확인되었다.

<표 4-9> 연령에 따른 국내관광 중 의사결정

구 분		30대	40대	50대 이상	계	χ^2 (df)	p
관광지 결정	부모	63 (60.0)	73 (52.5)	19 (30.6)	155 (50.7)	14.22** (4)	0.007
	공동	38 (36.2)	58 (41.7)	37 (59.7)	133 (43.5)		
	자녀	4 (3.8)	8 (5.8)	6 (9.7)	18 (5.9)		
숙박지 결정	부모	83 (79.0)	101 (72.7)	26 (41.9)	210 (68.6)	28.35*** (4)	0.000
	공동	18 (17.1)	35 (25.2)	33 (53.2)	86 (28.1)		
	자녀	4 (3.8)	3 (2.2)	3 (4.8)	10 (3.3)		
도내 교통편 결정	부모	82 (78.1)	103 (74.1)	24 (38.7)	209 (68.3)	40.87*** (4)	0.000
	공동	17 (16.2)	32 (23.0)	37 (59.7)	86 (28.1)		
	자녀	6 (5.7)	4 (2.9)	1 (1.6)	11 (3.6)		
식사 및 음식점 결정	부모	45 (42.9)	45 (32.4)	12 (19.4)	102 (33.3)	9.96* (4)	0.041
	공동	45 (42.9)	70 (50.4)	36 (58.1)	151 (49.3)		
	자녀	15 (14.3)	24 (17.3)	14 (22.6)	53 (17.3)		
야간활동 결정	부모	57 (54.3)	69 (49.6)	15 (24.2)	141 (46.1)	16.59** (4)	0.002
	공동	38 (36.2)	55 (39.6)	40 (64.5)	133 (43.5)		
	자녀	10 (9.5)	15 (10.8)	7 (11.3)	32 (10.5)		
쇼핑 결정	부모	54 (51.4)	53 (38.1)	19 (30.6)	126 (41.2)	8.41 (4)	0.078
	공동	43 (41.0)	71 (51.1)	34 (54.8)	148 (48.4)		
	자녀	8 (7.6)	15 (10.8)	9 (14.5)	32 (10.5)		
관광 중 의사결정	부모	47 (44.8)	56 (40.3)	8 (12.9)	111 (36.3)	21.97*** (4)	0.000
	공동	49 (46.7)	73 (52.5)	42 (67.7)	164 (53.6)		
	자녀	9 (8.6)	10 (7.2)	12 (19.4)	31 (10.1)		
계		105 (34.3)	139 (45.4)	62 (20.3)	306 (100.0)		

* p<.05, ** p<.01, *** p<.001

(3) 자녀수에 따른 국내관광 중 의사결정

부모의 자녀수에 따라 국내관광 중 의사결정에서 가족구성원의 역할에 대해 살펴본 결과는 <표 4-10>과 같다. 관광지 결정은 자녀가 1명인 경우 다른 경우보다 가족공동이 많이 참여하였고, 자녀가 2명인 경우는 다른 경우보다 부모의 역할이 중요하였으나 자녀의 수에 따른 유의미한 차이는 없었다. 숙박지 결정은 자녀가 2명인 경우 다른 경우보다 부모가 많이 관여하였고, 3명 이상인 경우는 다른 경우보다 가족공동이 많이 결정하는 것으로 나타났으나 통계적으로 유의미한 차이를 보이지 않았다. 도내 교통편 결정은 자녀의 수가 적을수록 부모가 의사결정을 많이 하였고, 자녀가 많을수록 가족공동이 많이 참여하였으며, 자녀수에 따라 유의미한 차이를 보였다($\chi^2=12.37, p<.05$). 식사 및 음식점 결정은 자녀의 수가 적을수록 부모가 의사결정을 많이 관여하였고, 자녀가 많을수록 가족공동이 많이 참여하였으나 유의미한 차이는 나타나지 않았다. 야간활동 결정은 자녀의 수가 적을수록 부모가 의사결정을 많이 하였고, 자녀가 3명인 경우는 다른 경우보다 가족공동이 많이 참여하였으나 자녀수에 따른 유의미한 차이는 없었다. 쇼핑 결정은 자녀의 수가 적을수록 부모가 의사결정을 많이 하였고, 자녀가 많을수록 가족공동이 많이 참여하였으나 통계적으로 유의미한 차이를 보이지 않았다. 전체적으로 관광 중 의사결정은 자녀가 적을수록 부모가 의사결정을 많이 하였고, 자녀의 수가 많을수록 가족공동이 많이 참여하였으나 유의미한 차이는 아니었다. 이상에서 부모의 자녀수에 따라 국내관광 중 의사결정에서 가족구성원의 역할에 대해 살펴본 결과, 자녀의 수가 적을수록 도내교통 결정에 부모의 역할이 큰 것으로 확인되었다.

<표 4-10> 자녀수에 따른 국내관광 중 의사결정

구 분		1명	2명	3명 이상	계	X ² (df)	p
관광지 결정	부모	28 (43.1)	95 (54.6)	32 (47.8)	155 (50.7)	2.90 (4)	0.575
	공동	33 (50.8)	69 (39.7)	31 (46.3)	133 (43.5)		
	자녀	4 (6.2)	10 (5.7)	4 (6.0)	18 (5.9)		
숙박지 결정	부모	45 (69.2)	124 (71.3)	41 (61.2)	210 (68.6)	3.00 (4)	0.558
	공동	17 (26.2)	45 (25.9)	24 (35.8)	86 (28.1)		
	자녀	3 (4.6)	5 (2.9)	2 (3.0)	10 (3.3)		
도내 교통편 결정	부모	46 (70.8)	121 (69.5)	42 (62.7)	209 (68.3)	12.37* (4)	0.015
	공동	13 (20.0)	48 (27.6)	25 (37.3)	86 (28.1)		
	자녀	6 (9.2)	5 (2.9)	-	11 (3.6)		
식사 및 음식점 결정	부모	28 (43.1)	58 (33.3)	16 (23.9)	102 (33.3)	6.05 (4)	0.195
	공동	27 (41.5)	88 (50.6)	36 (53.7)	151 (49.3)		
	자녀	10 (15.4)	28 (16.1)	15 (22.4)	53 (17.3)		
야간활동 결정	부모	34 (52.3)	78 (44.8)	29 (43.3)	141 (46.1)	4.63 (4)	0.327
	공동	28 (43.1)	73 (42.0)	32 (47.8)	133 (43.5)		
	자녀	3 (4.6)	23 (13.2)	6 (9.0)	32 (10.5)		
쇼핑 결정	부모	31 (47.7)	74 (42.5)	21 (31.3)	126 (41.2)	5.26 (4)	0.261
	공동	26 (40.0)	85 (48.9)	37 (55.2)	148 (48.4)		
	자녀	8 (12.3)	15 (8.6)	9 (13.4)	32 (10.5)		
관광 중 의사결정	부모	29 (44.6)	64 (36.8)	18 (26.9)	111 (36.3)	6.06 (4)	0.195
	공동	28 (43.1)	93 (53.4)	43 (64.2)	164 (53.6)		
	자녀	8 (12.3)	17 (9.8)	6 (9.0)	31 (10.1)		
계		65 (21.2)	174 (56.9)	67 (21.9)	306 (100.0)		

* p<.05

(4) 학력에 따른 국내관광 중 의사결정

부모의 학력에 따라 국내관광 중 의사결정에서 가족구성원의 역할에 대해 살펴본 결과는 <표 4-11>과 같다. 관광지 결정은 부모가 고졸 이하인 경우 다른 경우보다 가족공동이 많이 참여하였고, 부모가 대졸인 경우는 다른 경우보다 부모의 영향력이 컸으나 유의미한 차이는 아니었다. 숙박지 결정은 부모의 학력이 높을수록 부모가 의사결정을 많이 하였고, 부모의 학력이 낮을수록 가족공동이 많이 참여하였으나 부모의 학력에 따른 유의미한 차이는 나타나지 않았다. 도내 교통편 결정은 부모가 고졸 이하인 경우 다른 경우보다 가족공동이 많이 참여하였고, 부모가 대졸 이상인 경우는 다른 경우보다 부모가 의사결정을 많이 하였으나 통계적으로 유의미한 차이를 보이지는 않았다. 관광 중 식사 및 음식점 결정은 부모가 대학원 이상인 경우 다른 경우보다 부모가 의사결정을 많이 하였고, 대졸인 경우는 다른 경우보다 가족공동이 많이 참여하였으며, 부모의 학력이 낮을수록 자녀가 의사결정을 많이 하였으나 유의미한 차이는 아니었다. 야간활동 결정은 부모의 학력이 높을수록 부모가 많이 관여하였고, 대졸인 경우는 다른 경우보다 가족공동이 많이 참여하였으며, 부모의 학력이 낮을수록 자녀가 의사결정을 많이 하였으며, 부모의 학력에 따라 유의미한 차이를 보였다($\chi^2=15.95, p<.05$). 쇼핑 결정은 부모가 대학원 이상인 경우 다른 경우보다 부모가 의사결정을 많이 관여하였고, 전문대졸인 경우는 다른 경우보다 가족공동이 많이 참여하였으며, 부모의 학력이 낮을수록 자녀가 의사결정을 많이 하는 것으로 나타났으나 부모의 학력에 따른 유의미한 차이는 없었다. 전체적으로 관광 중 의사결정은 부모가 대학원 이상인 경우 다른 경우보다 의사결정에 부모의 역할이 영향력이 있었고, 부모의 학력이 낮을수록 가족공동이 많이 참여하였으며, 전문대졸인 경우는 다른 경우보다 자녀가 의사결정을 많이 하는 것으로 나타났으며, 통계적으로 유의미한 차이를 보였다($\chi^2=17.53, p<.01$). 이상에서 부모의 학력에 따라 국내관광 중 의사결정에서 가족구성원의 역할에 대해 살펴본 결과, 부모가 학력이 높을수록 야간활동 결정에 부모의 영향력이 컸고, 부모가 학력이 낮을수록 관광 중 의사결정을 가족공동이 많이 참여하는 것으로 확인되었다.

<표 4-11> 학력에 따른 국내관광 중 의사결정

구 분		고졸 이하	전문대졸	대졸	대학원 이상	계	X ² (df)	p
관광지 결정	부모	16 (44.4)	22 (53.7)	74 (48.7)	43 (55.8)	155 (50.7)	4.93 (6)	0.553
	공동	17 (47.2)	16 (39.0)	67 (44.1)	33 (42.9)	133 (43.5)		
	자녀	3 (8.3)	3 (7.3)	11 (7.2)	1 (1.3)	18 (5.9)		
숙박지 결정	부모	21 (58.3)	26 (63.4)	104 (68.4)	59 (76.6)	210 (68.6)	6.94 (6)	0.326
	공동	14 (38.9)	12 (29.3)	43 (28.3)	17 (22.1)	86 (28.1)		
	자녀	1 (2.8)	3 (7.3)	5 (3.3)	1 (1.3)	10 (3.3)		
도내 교통편 결정	부모	21 (58.3)	27 (65.9)	107 (70.4)	54 (70.1)	209 (68.3)	10.75 (6)	0.097
	공동	15 (41.7)	11 (26.8)	37 (24.3)	23 (29.9)	86 (28.1)		
	자녀	-	3 (7.3)	8 (5.3)	-	11 (3.6)		
식사 및 음식점 결정	부모	11 (30.6)	12 (29.3)	46 (30.3)	33 (42.9)	102 (33.3)	8.22 (6)	0.223
	공동	15 (41.7)	20 (48.8)	81 (53.3)	35 (45.5)	151 (49.3)		
	자녀	10 (27.8)	9 (22.0)	25 (16.4)	9 (11.7)	53 (17.3)		
야간활동 결정	부모	14 (38.9)	17 (41.5)	64 (42.1)	46 (59.7)	141 (46.1)	15.95 [*] (6)	0.014
	공동	14 (38.9)	17 (41.5)	75 (49.3)	27 (35.1)	133 (43.5)		
	자녀	8 (22.2)	7 (17.1)	13 (8.6)	4 (5.2)	32 (10.5)		
쇼핑 결정	부모	14 (38.9)	12 (29.3)	60 (39.5)	40 (51.9)	126 (41.2)	12.56 (6)	0.051
	공동	14 (38.9)	24 (58.5)	78 (51.3)	32 (41.6)	148 (48.4)		
	자녀	8 (22.2)	5 (12.2)	14 (9.2)	5 (6.5)	32 (10.5)		
관광 중 의사결정	부모	8 (22.2)	9 (22.0)	55 (36.2)	39 (50.6)	111 (36.3)	17.53 ^{**} (6)	0.008
	공동	24 (66.7)	24 (58.5)	81 (53.3)	35 (45.5)	164 (53.6)		
	자녀	4 (11.1)	8 (19.5)	16 (10.5)	3 (3.9)	31 (10.1)		
계		36 (11.8)	41 (13.4)	152 (49.7)	77 (25.2)	306 (100.0)		

* p<.05, ** p<.01

4. 가족관광 의사결정 영향 요인

1) 가족관광 계획 시 여행 관련 정보 수집 대상

가족관광을 계획할 때 여행 관련 정보를 수집하는 대상에 대해 부모들의 인식을 살펴본 결과는 <표4-12>와 같이 가족관광을 계획할 때 여행 관련 정보를 부모가 수집한다고 인식하는 부모가 54.2%로 가장 많았으며, 다음으로 가족 모두 37.6%, 자녀 8.2% 순으로 나타났다.

<표4-12> 가족관광 계획 시 여행 관련정보수집대상

구 분		부모	자녀	가족 모두	계	χ^2 (df)	p
맞벌이 여부	예	136 (55.1)	15 (6.1)	96 (38.9)	247 (80.7)	7.61* (2)	0.022
	아니오	30 (50.8)	10 (16.9)	19 (32.2)	59 (19.3)		
연령	30대	63 (60.0)	11 (10.5)	31 (29.5)	105 (34.3)	28.80*** (4)	0.000
	40대	85 (61.2)	3 (2.2)	51 (36.7)	139 (45.4)		
	50대 이상	18 (29.0)	11 (17.7)	33 (53.2)	62 (20.3)		
자녀수	1명	30 (46.2)	9 (13.8)	26 (40.0)	65 (21.2)	5.38 (4)	0.251
	2명	101 (58.0)	10 (5.7)	63 (36.2)	174 (56.9)		
	3명 이상	35 (52.2)	6 (9.0)	26 (38.8)	67 (21.9)		
학력	고졸 이하	14 (38.9)	7 (19.4)	15 (41.7)	36 (11.8)	15.31* (6)	0.018
	전문대졸	17 (41.5)	4 (9.8)	20 (48.8)	41 (13.4)		
	대졸	85 (55.9)	12 (7.9)	55 (36.2)	152 (49.7)		
	대학원 이상	50 (64.9)	2 (2.6)	25 (32.5)	77 (25.2)		
계		166 (54.2)	25 (8.2)	115 (37.6)	306 (100.0)		

* p<.05, *** p<.001

맞벌이 여부별로는 맞벌이를 하는 경우가 그렇지 않은 경우보다 가족관광을 계획할 때 여행 관련 정보를 부모가 많이 수집하였고, 맞벌이를 하지 않는 경우는 하는 경우보다 자녀가 많이 수집하였으며, 맞벌이 여부에 따라 유의미한 차이를 보였다($\chi^2=7.61$, $p<.05$). 연령별로는 40대 이하가 50대 이상보다 가족관광을 계획할 때 여행 관련 정보를 부모가 많이 수집하였고, 연령이 많을수록 가족 모두가 많이 수집하였으며, 부모의 연령에 따라 유의미한 차이를 보였다($\chi^2=28.80$, $p<.001$).

자녀수별로는 1명인 부모가 다른 부모우보다 가족관광을 계획할 때 여행 관련 정보를 가족 모두가 많이 수집하였고, 2명인 부모는 다른 부모보다 부모가 많이 수집하였으나 유의미한 차이는 아니었다. 학력별로는 학력이 높은 부모일수록 가족관광을 계획할 때 여행 관련 정보를 부모가 많이 수집하였고, 전문대졸인 부모는 다른 부모보다 가족 모두가 많이 수집하였으며, 부모의 학력에 따라 유의미한 차이를 보였다($\chi^2=15.31$, $p<.05$).

이상과 같이 가족관광을 계획할 때 여행 관련 정보를 부모가 가장 많이 수집하였으며, 맞벌이를 하는 경우와 부모의 연령이 40대 이하, 그리고 부모의 학력이 높을수록 가족관광을 계획할 때 여행 관련 정보를 부모가 많이 수집하였다.

2) 가족관광 정보 습득경로

부모들이 가족관광에 대한 정보를 주로 어디에서 얻는지 살펴본 결과는 <표 4-13>과 같이 가족관광에 대한 정보를 주로 인터넷을 통하여 얻는 부모가 54.2%로 가장 많았으며, 다음으로 주변사람들의 권유로 24.8%, 가족의 경험과 지식으로 8.8%, 신문기사/광고/방송 7.8%, 여행사의 안내책자 4.2% 순으로 나타났다.

<표4-13> 가족관광 정보 습득경로

구 분		신문기사/ 광고/방송	주변사람 들의 권유로	여행사의 안내책자	가족의 경험과 지식으로	인터넷을 통하여	계	χ^2 (df)	p
맞벌이 여부	예	19 (7.7)	59 (23.9)	11 (4.5)	21 (8.5)	137 (55.5)	247 (80.7)	1.13 (4)	0.890
	아니오	5 (8.5)	17 (28.8)	2 (3.4)	6 (10.2)	29 (49.2)	59 (19.3)		
연령	30대	4 (3.8)	22 (21.0)	3 (2.9)	8 (7.6)	68 (64.8)	105 (34.3)	13.54 (8)	0.095
	40대	14 (10.1)	39 (28.1)	4 (2.9)	13 (9.4)	69 (49.6)	139 (45.4)		
	50대 이상	6 (9.7)	15 (24.2)	6 (9.7)	6 (9.7)	29 (46.8)	62 (20.3)		
자녀수	1명	4 (6.2)	14 (21.5)	1 (1.5)	3 (4.6)	43 (66.2)	65 (21.2)	6.22 (8)	0.623
	2명	15 (8.6)	44 (25.3)	9 (5.2)	18 (10.3)	88 (50.6)	174 (56.9)		
	3명 이상	5 (7.5)	18 (26.9)	3 (4.5)	6 (9.0)	35 (52.2)	67 (21.9)		
학력	고졸 이하	5 (13.9)	17 (47.2)	4 (11.1)	1 (2.8)	9 (25.0)	36 (11.8)	28.06** (12)	0.005
	전문대졸	4 (9.8)	9 (22.0)	3 (7.3)	2 (4.9)	23 (56.1)	41 (13.4)		
	대졸	8 (5.3)	34 (22.4)	3 (2.0)	17 (11.2)	90 (59.2)	152 (49.7)		
	대학원 이상	7 (9.1)	16 (20.8)	3 (3.9)	7 (9.1)	44 (57.1)	77 (25.2)		
계		24 (7.8)	76 (24.8)	13 (4.2)	27 (8.8)	166 (54.2)	306 (100.0)		

** p<.01

맞벌이 여부별로는 맞벌이를 하는 부모가 그렇지 않은 부모보다 가족관광에 대한 정보를 인터넷을 통하여 많이 얻었고, 맞벌이를 하지 않는 부모는 하는 부모보다 주변사람들의 권유에서 많이 얻었으나 유의미한 차이는 아니었다. 연령별로는 40대 부모가 다른 부모보다 가족관광에 대한 정보를 주변사람들의 권유에서 많이 얻었고, 연령이 적은 부모일수록 인터넷을 통하여 많이 얻었으나 연령에 따른 유의미한 차이는 없었다.

자녀수별로는 자녀가 1명인 부모가 다른 부모보다 가족관광에 대한 정보를 인터넷을 통하여 많이 얻었고, 자녀가 많은 부모일수록 주변사람들의 권유에서 많이 얻었으나 통계적으로는 유의미한 차이를 보이지 않았다. 학력별로는 고졸 이하인 부모가 다른 부모보다 가족관광에 대한 정보를 주변사람들의 권유에서 많이 얻었고, 대졸인 부모는 다른 부모보다 인터넷을 통하여 많이 얻었으며, 부모의 학력에 따라 유의미한 차이를 보였다($\chi^2=28.06$, $p<.01$).

이상과 같이 부모들은 가족관광에 대한 정보를 인터넷을 통하여 가장 많이 얻었으며, 학력이 대졸인 부모가 다른 부모보다 가족관광에 대한 정보를 인터넷을 통하여 많이 얻었다.

3) 관광목적지 선정 시 고려사항

가족이 관광목적지를 선정할 때 고려하는 점에 대해 부모들의 인식을 살펴본 결과는 <표 4-14>과 같이 가족이 관광목적지를 선정할 때 우선적으로 체험을 고려한다고 인식하는 부모가 26.5%로 가장 많았으며, 다음으로 비용 22.9%, 자녀 위주 18.6%, 유명 명소 10.8%, 안정성 10.5%, 편리한 교통 5.9% 순으로 나타났다. 맞벌이 여부별로는 맞벌이를 하는 부모가 그렇지 않은 부모보다 가족이 관광목적지를 선정할 때 우선적으로 체험을 많이 고려한다고 인식하였고, 맞벌이를 하지 않는 부모는 하는 부모보다 비용을 많이 고려한다고 인식하였으나 맞벌이 여부에 따른 유의미한 차이는 없었다. 연령별로는 40대 부모가 다른 부모보다 가족이 관광목적지를 선정할 때 우선적으로 비용을 많이 고려한다고 인식하였고, 연령이 적은 부모일수록 체험을 많이 고려한다고 인식하였으나 통계적으로는 유의미한 차이를 보이지 않았다. 자녀수별로는 자녀가 2명인 부모가 다른 부모보다 가족이 관광목적지를 선정할 때 우선적으로 비용을 많이 고려한다고 인식하였고, 자녀가 적은 부모일수록 체험을 많이 고려한다고 인식하였으며, 자녀수에 따라 유의미한 차이를 보였다($\chi^2=27.75$, $p<.01$). 학력별로는 고졸 이하인 부모가 다른 부모보다 가족이 관광목적지를 선정할 때 우선적으로 비용을 많이 고려한다고 인식하였고, 대졸 이상인 부모는 다른 부모보다 체험을 많이 고려한다고 인식하였으며, 부모의 학력에 따라 유의미한 차이를

보였다($\chi^2=38.58, p<.01$).

<표 4-14> 관광목적지 선정 시 고려사항

구분	비용	소요시간	체험	편리한교통	유명명소	안정성(휴식)	자녀위주	계	χ^2 (df)	p
맞벌이여부	예 (22.3)	12 (4.9)	68 (27.5)	14 (5.7)	25 (10.1)	25 (10.1)	48 (19.4)	247 (80.7)	1.96 (6)	0.923
	아니오 (25.4)	3 (5.1)	13 (22.0)	4 (6.8)	8 (13.6)	7 (11.9)	9 (15.3)	59 (19.3)		
연령	30대 (15.2)	5 (4.8)	33 (31.4)	3 (2.9)	15 (14.3)	11 (10.5)	22 (21.0)	105 (34.3)	15.06 (12)	0.238
	40대 (28.1)	5 (3.6)	35 (25.2)	8 (5.8)	12 (8.6)	15 (10.8)	25 (18.0)	139 (45.4)		
	50대 이상 (24.2)	5 (8.1)	13 (21.0)	7 (11.3)	6 (9.7)	6 (9.7)	10 (16.1)	62 (20.3)		
자녀수	1명 (16.9)	2 (3.1)	20 (30.8)	4 (6.2)	12 (18.5)	12 (18.5)	4 (6.2)	65 (21.2)	27.75** (12)	0.006
	2명 (24.7)	8 (4.6)	45 (25.9)	6 (3.4)	18 (10.3)	16 (9.2)	38 (21.8)	174 (56.9)		
	3명 이상 (23.9)	5 (7.5)	16 (23.9)	8 (11.9)	3 (4.5)	4 (6.0)	15 (22.4)	67 (21.9)		
학력	고졸 이하 (36.1)	4 (11.1)	5 (13.9)	6 (16.7)	2 (5.6)	2 (5.6)	4 (11.1)	36 (11.8)	38.58** (18)	0.003
	전문대졸 (31.7)	3 (7.3)	8 (19.5)	5 (12.2)	5 (12.2)	2 (4.9)	5 (12.2)	41 (13.4)		
	대졸 (19.1)	2 (1.3)	45 (29.6)	6 (3.9)	19 (12.5)	19 (12.5)	32 (21.1)	152 (49.7)		
	대학원 이상 (19.5)	6 (7.8)	23 (29.9)	1 (1.3)	7 (9.1)	9 (11.7)	16 (20.8)	77 (25.2)		
계	70 (22.9)	15 (4.9)	81 (26.5)	18 (5.9)	33 (10.8)	32 (10.5)	57 (18.6)	306 (100.0)		

* p<.05, ** p<.01

이상과 같이 부모들은 가족이 관광목적지를 선정할 때 가장 우선적으로 체험을 고려한다고 인식하였으며, 자녀가 적은 부모일수록, 그리고 대졸 이상인 부모가 다른 부모보다 가족이 관광목적지를 선정할 때 우선적으로 체험을 많이 고려한다고 인식하였다.

4) 가족관광 시 주 투숙 장소

가족관광 시 주로 투숙하는 장소에 대해 부모들의 인식을 살펴본 결과는 <표 4-15>와 같이 가족관광 시 주로 펜션에 투숙한다고 인식하는 부모가 38.9%로 가장 많았으며, 다음으로 호텔 35.6%, 콘도미니엄 8.8%, 민박 5.9%, 유스호스텔 4.9% 순으로 나타났다. 맞벌이 여부별로는 맞벌이를 하는 부모가 그렇지 않은 부모보다 가족관광 시 호텔에 많이 투숙한다고 인식하였고, 맞벌이를 하지 않는 부모는 하는 부모보다 펜션에 많이 투숙한다고 인식하였으나 통계적으로는 유의미한 차이를 보이지 않았다. 연령별로는 30대 부모가 다른 부모보다 가족관광 시 호텔에 많이 투숙한다고 인식하였고, 40대 부모는 다른 부모보다 펜션에 많이 투숙한다고 인식하였으나 유의미한 차이는 아니었다.

<표 4-15> 가족관광 시 주 투숙 장소

구 분		호텔	유스호스텔	펜션	게스트하우스	콘도미니엄	캠핑	민박	계	χ^2 (df)	p
맞벌이 여부	예	92 (37.2)	9 (3.6)	95 (38.5)	10 (4.0)	23 (9.3)	3 (1.2)	15 (6.1)	247 (80.7)	7.07 (6)	0.314
	아니오	17 (28.8)	6 (10.2)	24 (40.7)	3 (5.1)	4 (6.8)	2 (3.4)	3 (5.1)	59 (19.3)		
연령	30대	48 (45.7)	5 (4.8)	37 (35.2)	5 (4.8)	5 (4.8)	2 (1.9)	3 (2.9)	105 (34.3)	12.82 (12)	0.382
	40대	39 (28.1)	7 (5.0)	59 (42.4)	5 (3.6)	17 (12.2)	2 (1.4)	10 (7.2)	139 (45.4)		
	50대 이상	22 (35.5)	3 (4.8)	23 (37.1)	3 (4.8)	5 (8.1)	1 (1.6)	5 (8.1)	62 (20.3)		
자녀수	1명	31 (47.7)	2 (3.1)	22 (33.8)	3 (4.6)	4 (6.2)	1 (1.5)	2 (3.1)	65 (21.2)	6.88 (12)	0.865
	2명	57 (32.8)	9 (5.2)	69 (39.7)	8 (4.6)	17 (9.8)	3 (1.7)	11 (6.3)	174 (56.9)		
	3명 이상	21 (31.3)	4 (6.0)	28 (41.8)	2 (3.0)	6 (9.0)	1 (1.5)	5 (7.5)	67 (21.9)		
학력	고졸 이하	5 (13.9)	3 (8.3)	19 (52.8)	1 (2.8)	5 (13.9)	1 (2.8)	2 (5.6)	36 (11.8)	26.65 (18)	0.086
	전문대졸	10 (24.4)	2 (4.9)	16 (39.0)	1 (2.4)	6 (14.6)	2 (4.9)	4 (9.8)	41 (13.4)		
	대졸	60 (39.5)	7 (4.6)	58 (38.2)	10 (6.6)	8 (5.3)	2 (1.3)	7 (4.6)	152 (49.7)		
	대학원 이상	34 (44.2)	3 (3.9)	26 (33.8)	1 (1.3)	8 (10.4)	-	5 (6.5)	77 (25.2)		
계		109 (35.6)	15 (4.9)	119 (38.9)	13 (4.2)	27 (8.8)	5 (1.6)	18 (5.9)	306 (100.0)		

자녀수별로는 자녀가 적은 부모일수록 가족관광 시 호텔에 많이 투숙한다고 인식하였고, 자녀가 많은 부모일수록 펜션에 많이 투숙한다고 인식하였으나 자녀수에

따른 유의미한 차이는 없었다. 학력별로는 학력이 높은 부모일수록 가족관광 시 호텔에 많이 투숙한다고 인식하였고, 학력이 낮은 부모일수록 펜션에 많이 투숙한다고 인식하였으나 통계적으로는 유의미한 차이를 보이지 않았다. 이상과 같이 부모들은 가족관광 시 펜션에 가장 많이 투숙한다고 인식하였으며, 맞벌이 여부와 연령, 자녀수, 그리고 학력별로는 별다른 차이를 보이지 않았다.

5) 국내관광 시 동반자

가족이 국내관광을 할 경우 주로 동반하는 사람에 대해 부모들의 인식을 살펴본 결과는 <표 4-16>과 같이 가족이 국내관광을 할 경우 주로 자녀가 동반한다고 인식하는 부모가 71.2%로 대부분을 차지하였으며, 다음으로 부부동반 18.3%, 부모님 동반가족 7.2%, 친지동반 가족 3.3% 순으로 나타났다

<표 4-16> 국내관광 시 동반자

구 분		부부동반	자녀동반	부모님 동반가족	친지동반 가족	계	χ^2 (df)	p
맞벌이 여부	예	46 (18.6)	174 (70.4)	18 (7.3)	9 (3.6)	247 (80.7)	0.76 (3)	0.860
	아니오	10 (16.9)	44 (74.6)	4 (6.8)	1 (1.7)	59 (19.3)		
연령	30대	19 (18.1)	68 (64.8)	14 (13.3)	4 (3.8)	105 (34.3)	24.15*** (6)	0.000
	40대	16 (11.5)	112 (80.6)	7 (5.0)	4 (2.9)	139 (45.4)		
	50대 이상	21 (33.9)	38 (61.3)	1 (1.6)	2 (3.2)	62 (20.3)		
자녀수	1명	20 (30.8)	32 (49.2)	8 (12.3)	5 (7.7)	65 (21.2)	21.17** (6)	0.002
	2명	27 (15.5)	132 (75.9)	11 (6.3)	4 (2.3)	174 (56.9)		
	3명 이상	9 (13.4)	54 (80.6)	3 (4.5)	1 (1.5)	67 (21.9)		
학력	고졸 이하	14 (38.9)	19 (52.8)	2 (5.6)	1 (2.8)	36 (11.8)	30.39*** (9)	0.000
	전문대졸	2 (4.9)	33 (80.5)	6 (14.6)	-	41 (13.4)		
	대졸	33 (21.7)	108 (71.1)	8 (5.3)	3 (2.0)	152 (49.7)		
	대학원 이상	7 (9.1)	58 (75.3)	6 (7.8)	6 (7.8)	77 (25.2)		
계		56 (18.3)	218 (71.2)	22 (7.2)	10 (3.3)	306 (100.0)		

** p<.01, *** p<.001

맞벌이 여부별로는 맞벌이를 하는 부모가 그렇지 않은 부모보다 가족이 국내관광을 할 경우 부부가 많이 동반한다고 인식하였고, 맞벌이를 하지 않는 부모는 하는 부모보다 자녀가 많이 동반한다고 인식하였으나 유의미한 차이는 아니었다. 연령별로는 40대 부모가 다른 부모보다 가족이 국내관광을 할 경우 자녀가 많이 동반한다고 인식하였고, 50대 이상 부모는 다른 부모보다 부부가 많이 동반한다고 인식하였으며, 연령에 따라 유의미한 차이를 보였다($X^2=24.15$, $p<.001$).

자녀수별로는 자녀가 적은 부모일수록 가족이 국내관광을 할 경우 부부가 많이 동반한다고 인식하였고, 자녀가 많은 부모일수록 자녀가 많이 동반한다고 인식하였으며, 자녀수에 따라 유의미한 차이를 보였다($X^2=21.17$, $p<.01$). 학력별로는 고졸 이하인 부모가 다른 부모보다 가족이 국내관광을 할 경우 부부가 많이 동반한다고 인식하였고, 전문대졸인 부모는 다른 부모보다 자녀가 많이 동반한다고 인식하였으며, 부모의 학력에 따라 유의미한 차이를 보였다($X^2=30.39$, $p<.001$).

이상과 같이 대부분의 부모들이 가족이 국내관광을 할 경우 주로 자녀가 동반한다고 인식하였으며, 40대 부모와 자녀가 많은 부모일수록, 그리고 학력이 전문대졸인 부모가 다른 부모보다 가족이 국내관광을 할 경우 자녀가 많이 동반한다고 인식하였다.

6) 가족과 관광하는 시기

가족과 관광하는 시기에 대해 부모들의 인식을 살펴본 결과는 <표 4-17>과 같이 가족과 관광을 방학 때 한다고 인식하는 부모가 68.3%로 가장 많았으며, 다음으로 휴가 13.1%, 주말 10.1%, 연휴/공휴일 8.5% 순으로 나타났다.

<표 4-17> 가족과 관광하는 시기

구 분		주말	방학	휴가	연휴/공휴일	계	χ^2 (df)	p
맞벌이 여부	예	28 (11.3)	168 (68.0)	30 (12.1)	21 (8.5)	247 (80.7)	2.69 (3)	0.441
	아니오	3 (5.1)	41 (69.5)	10 (16.9)	5 (8.5)	59 (19.3)		
연령	30대	15 (14.3)	60 (57.1)	20 (19.0)	10 (9.5)	105 (34.3)	14.02* (6)	0.029
	40대	10 (7.2)	101 (72.7)	18 (12.9)	10 (7.2)	139 (45.4)		
	50대 이상	6 (9.7)	48 (77.4)	2 (3.2)	6 (9.7)	62 (20.3)		
자녀수	1명	9 (13.8)	38 (58.5)	14 (21.5)	4 (6.2)	65 (21.2)	12.59 (6)	0.050
	2명	17 (9.8)	120 (69.0)	17 (9.8)	20 (11.5)	174 (56.9)		
	3명 이상	5 (7.5)	51 (76.1)	9 (13.4)	2 (3.0)	67 (21.9)		
학력	고졸 이하	6 (16.7)	19 (52.8)	4 (11.1)	7 (19.4)	36 (11.8)	34.55*** (9)	0.000
	전문대졸	5 (12.2)	17 (41.5)	12 (29.3)	7 (17.1)	41 (13.4)		
	대졸	17 (11.2)	109 (71.7)	17 (11.2)	9 (5.9)	152 (49.7)		
	대학원 이상	3 (3.9)	64 (83.1)	7 (9.1)	3 (3.9)	77 (25.2)		
계		31 (10.1)	209 (68.3)	40 (13.1)	26 (8.5)	306 (100.0)		

* p<.05, ** p<.01, *** p<.001

맞벌이 여부별로는 맞벌이를 하는 부모가 그렇지 않은 부모보다 가족과 관광을 주말에 많이 한다고 인식하였고, 맞벌이를 하지 않는 부모는 하는 부모보다 방학과 휴가 때 많이 한다고 인식하였으나 맞벌이 여부에 따른 유의미한 차이는 없었다. 연령별로는 연령이 많은 부모일수록 가족과 관광을 방학 때 많이 한다고 인식하였고, 연령이 적은 부모일수록 휴가 때 많이 한다고 인식하였으며, 연령에 따라 유의미한 차이를 보였다($\chi^2=14.02$, $p<.05$). 자녀수별로는 자녀가 많은 부모일수록 가족과 관광을 방학 때 많이 한다고 인식하였고, 자녀가 1명인 부모는 다른 부모보다 휴가 때 많이 한다고 인식하였으나 통계적으로는 유의미한 차이를 보이지 않았다. 학력별로는 학력이 높은 부모일수록 가족과 관광을 방학 때 많이 한다고 인식하였고, 전문대졸인 부모는 다른 부모보다 휴가 때 많이 한다고 인식하였으며, 부모의 학력

에 따라 유의미한 차이를 보였다($\chi^2=34.55$, $p<.001$).

이상과 같이 부모들은 가족과 관광을 방학 때 가장 많이 한다고 인식하였으며, 연령이 많은 부모일수록, 학력이 높은 부모일수록 다른 부모보다 가족과 관광을 방학 때 많이 한다고 인식하였다.

7) 가족과 관광하는 기간

가족과 관광하는 기간에 대해 부모들의 인식을 살펴본 결과는 <표 4-18>과 같이 가족과 관광을 2박 3일 동안 한다고 인식하는 부모가 41.5%로 가장 많았으며, 다음으로 3박 4일 36.6%, 4박 5일 12.4%, 1박 2일 9.5% 순으로 나타났다.

맞벌이 여부별로는 맞벌이를 하는 부모가 그렇지 않은 부모보다 가족과 관광을 3박 4일 동안 많이 한다고 인식하였고, 맞벌이를 하지 않는 부모는 하는 부모보다 2박 3일 동안 많이 한다고 인식하였으나 유의미한 차이는 아니었다. 연령별로는 40대 부모가 다른 부모보다 가족과 관광을 2박 3일 동안 많이 한다고 인식하였고, 40대와 50대 이상 부모는 30대 부모보다 3박 4일 동안 많이 한다고 인식하였으나 연령에 따른 유의미한 차이는 없었다. 자녀수별로는 자녀가 2명 이상인 부모가 다른 부모보다 가족과 관광을 2박 3일 동안 많이 한다고 인식하였고, 2명인 부모는 다른 부모보다 3박 4일 동안 많이 한다고 인식하였으나 통계적으로는 유의미한 차이를 보이지 않았다. 학력별로는 전문대졸인 부모가 다른 부모보다 가족과 관광을 2박 3일 동안 많이 한다고 인식하였고, 대학원 이상인 부모는 다른 부모보다 3박 4일 동안 많이 한다고 인식하였으나 유의미한 차이는 아니었다.

<표 4-18> 가족과 관광하는 기간

구 분		1박 2일	2박 3일	3박 4일	4박 5일	계	χ^2 (df)	p
맞벌이 여부	예	25 (10.1)	97 (39.3)	95 (38.5)	30 (12.1)	247 (80.7)	3.39 (3)	0.336
	아니오	4 (6.8)	30 (50.8)	17 (28.8)	8 (13.6)	59 (19.3)		
연령	30대	17 (16.2)	44 (41.9)	34 (32.4)	10 (9.5)	105 (34.3)	10.61 (6)	0.101
	40대	7 (5.0)	60 (43.2)	54 (38.8)	18 (12.9)	139 (45.4)		
	50대	5 (8.1)	23 (37.1)	24 (38.7)	10 (16.1)	62 (20.3)		
	이상							
자녀수	1명	12 (18.5)	22 (33.8)	22 (33.8)	9 (13.8)	65 (21.2)	11.97 (6)	0.063
	2명	14 (8.0)	76 (43.7)	67 (38.5)	17 (9.8)	174 (56.9)		
	3명	3 (4.5)	29 (43.3)	23 (34.3)	12 (17.9)	67 (21.9)		
	이상							
학력	고졸 이하	6 (16.7)	17 (47.2)	11 (30.6)	2 (5.6)	36 (11.8)	10.91 (9)	0.282
	전문대졸	4 (9.8)	22 (53.7)	12 (29.3)	3 (7.3)	41 (13.4)		
	대졸	15 (9.9)	60 (39.5)	57 (37.5)	20 (13.2)	152 (49.7)		
	대학원	4 (5.2)	28 (36.4)	32 (41.6)	13 (16.9)	77 (25.2)		
	이상							
계		29 (9.5)	127 (41.5)	112 (36.6)	38 (12.4)	306 (100.0)		

이상과 같이 가족과 관광을 2박 3일 동안 한다고 인식하는 부모가 가장 많았으며, 맞벌이 여부와 연령, 자녀수 그리고 학력별로는 별다른 차이를 보이지 않았다.

8) 가족관광 시 주 이용 교통편

가족관광 시 주로 이용하는 교통편에 대해 부모들의 인식을 살펴본 결과는 <표

4-19>과 같이 가족관광 시 교통편으로 주로 비행기를 이용한다고 인식하는 부모가 42.2%로 가장 많았으며, 다음으로 자가용 33.0%, 렌트카 13.1%, 버스 6.9%, 승합차 2.9%, 기타 2.0% 순으로 나타났다. 맞벌이 여부별로는 맞벌이를 하는 부모가 그렇지 않은 부모보다 가족관광 시 교통편으로 자가용과 비행기를 많이 이용한다고 인식하였고, 맞벌이를 하지 않는 부모는 하는 부모보다 버스와 렌트카를 많이 이용한다고 인식하였으며, 맞벌이 여부에 따라 유의미한 차이를 보였다($\chi^2=15.17$, $p<.05$). 연령별로는 연령이 적은 부모일수록 가족관광 시 교통편으로 자가용을 많이 이용한다고 인식하였고, 40대 이상 부모는 30대 부모보다 비행기를 많이 이용한다고 인식하였으나 유의미한 차이는 아니었다.

<표 4-19> 가족관광 시 주 이용교통편

구 분		자가용	버스 (전세, 일반관 광)	비행기	승합차	기차	렌트카	계	χ^2 (df)	p
맞벌이 여부	예	83 (33.6)	11 (4.5)	109 (44.1)	9 (3.6)	5 (2.0)	30 (12.1)	247 (80.7)	15.17* (5)	0.010
	아니오	18 (30.5)	10 (16.9)	20 (33.9)	-	1 (1.7)	10 (16.9)	59 (19.3)		
연령	30대	46 (43.8)	3 (2.9)	38 (36.2)	5 (4.8)	1 (1.0)	12 (11.4)	105 (34.3)	17.53 (10)	0.063
	40대	39 (28.1)	11 (7.9)	63 (45.3)	3 (2.2)	2 (1.4)	21 (15.1)	139 (45.4)		
	50대 이상	16 (25.8)	7 (11.3)	28 (45.2)	1 (1.6)	3 (4.8)	7 (11.3)	62 (20.3)		
자녀수	1명	30 (46.2)	3 (4.6)	22 (33.8)	-	-	10 (15.4)	65 (21.2)	13.08 (10)	0.220
	2명	54 (31.0)	11 (6.3)	76 (43.7)	6 (3.4)	5 (2.9)	22 (12.6)	174 (56.9)		
	3명 이상	17 (25.4)	7 (10.4)	31 (46.3)	3 (4.5)	1 (1.5)	8 (11.9)	67 (21.9)		
학력	고졸 이하	12 (33.3)	2 (5.6)	14 (38.9)	-	2 (5.6)	6 (16.7)	36 (11.8)	21.07 (15)	0.135
	전문대 졸	14 (34.1)	5 (12.2)	15 (36.6)	2 (4.9)	-	5 (12.2)	41 (13.4)		
	대졸	60 (39.5)	9 (5.9)	61 (40.1)	6 (3.9)	2 (1.3)	14 (9.2)	152 (49.7)		
	대학원 이상	15 (19.5)	5 (6.5)	39 (50.6)	1 (1.3)	2 (2.6)	15 (19.5)	77 (25.2)		
계		101 (33.0)	21 (6.9)	129 (42.2)	9 (2.9)	6 (2.0)	40 (13.1)	306 (100.0)		

* $p<.05$

자녀수별로는 자녀가 적은 부모일수록 가족관광 시 교통편으로 자가용을 많이 이용한다고 인식하였고, 자녀가 많은 부모일수록 비행기를 많이 이용한다고 인식하였으나 자녀수에 따른 유의미한 차이는 없었다. 학력별로는 대졸인 부모가 다른 부모보다 가족관광 시 교통편으로 자가용을 많이 이용한다고 인식하였고, 대학원 이상인 부모는 다른 부모보다 비행기를 많이 이용한다고 인식하였으나 통계적으로는 유의미한 차이를 보이지 않았다.

이상과 같이 부모들은 가족관광 시 교통편으로 비행기를 가장 많이 이용한다고 인식하였으며, 맞벌이를 하는 부모가 그렇지 않은 부모보다 가족관광 시 교통편으로 비행기를 많이 이용한다고 인식하였다.

9) 가족관광 시 1인당 여행경비 지출액

가족관광 시 1인당 지출하는 관광경비에 대해 부모들의 인식을 살펴본 결과는 <표 4-20>과 같이 가족관광 시 1인당 관광경비로 200,000원 이상 지출한다고 인식하는 부모가 55.2%로 가장 많았으며, 다음으로 150,000~200,000원 미만 20.6%, 100,000~150,000원 미만 13.4%, 100,000원 미만 10.8% 순으로 나타났다.

<표 4-20> 가족관광 시 1인당 여행경비 지출액

구 분		100,000원 미만	100,000~150,000원 미만	150,000~200,000원 미만	200,000원 이상	계	χ^2 (df)	p
맞벌이 여부	예	25 (10.1)	31 (12.6)	47 (19.0)	144 (58.3)	247 (80.7)	4.91 (3)	0.178
	아니오	8 (13.6)	10 (16.9)	16 (27.1)	25 (42.4)	59 (19.3)		
연령	30대	12 (11.4)	15 (14.3)	18 (17.1)	60 (57.1)	105 (34.3)	3.31 (6)	0.769
	40대	16 (11.5)	15 (10.8)	31 (22.3)	77 (55.4)	139 (45.4)		
	50대 이상	5 (8.1)	11 (17.7)	14 (22.6)	32 (51.6)	62 (20.3)		
자녀수	1명	10 (15.4)	10 (15.4)	10 (15.4)	35 (53.8)	65 (21.2)	4.06 (6)	0.669
	2명	18 (10.3)	21 (12.1)	40 (23.0)	95 (54.6)	174 (56.9)		
	3명 이상	5 (7.5)	10 (14.9)	13 (19.4)	39 (58.2)	67 (21.9)		
학력	고졸 이하	5 (13.9)	8 (22.2)	7 (19.4)	16 (44.4)	36 (11.8)	12.67 (9)	0.178
	전문대졸	2 (4.9)	9 (22.0)	8 (19.5)	22 (53.7)	41 (13.4)		
	대졸	19 (12.5)	19 (12.5)	27 (17.8)	87 (57.2)	152 (49.7)		
	대학원 이상	7 (9.1)	5 (6.5)	21 (27.3)	44 (57.1)	77 (25.2)		
계		33 (10.8)	41 (13.4)	63 (20.6)	169 (55.2)	306 (100.0)		

맞벌이 여부별로는 맞벌이를 하는 부모가 그렇지 않은 부모보다 가족관광 시 1인당 관광경비로 200,000원 이상 지출한다고 인식하였고, 맞벌이를 하지 않는 부모는 하는 부모보다 150,000~200,000원 미만을 지출한다고 인식하였으나 유의미한 차이는 아니었다. 연령별로는 연령이 많은 부모일수록 가족관광 시 1인당 관광경비로 150,000~200,000원 미만을 지출한다고 인식하였고, 연령이 적은 부모일수록 200,000원 이상 지출한다고 인식하였으나 연령에 따른 유의미한 차이는 없었다. 자녀수별로는 자녀가 2명인 부모가 다른 부모보다 가족관광 시 1인당 관광경비로 150,000~200,000원 미만을 지출한다고 인식하였고, 자녀가 많은 부모일수록 200,000원 이상 지출한다고 인식하였으나 통계적으로는 유의미한 차이를 보이지 않았다. 학력별로는 학력이 낮은 부모일수록 가족관광 시 1인당 관광경비로 100,000~150,000원 미만을 지출한다고 인식하였고, 대졸 이상인 부모는 다른 부모보다 200,000원 이상 지출

한다고 인식하였으나 유의미한 차이는 아니었다.

이상과 같이 가족관광 시 1인당 관광경비로 200,000원 이상 지출한다고 인식하는 부모가 가장 많았으며, 맞벌이 여부와 연령, 자녀수, 그리고 학력별로는 별다른 차이를 보이지 않았다

V. 결 론

1. 연구결과의 요약

본 연구는 국내관광 경험이 있는 가족을 대상으로 제주도민을 대상으로 연구하였다. 우선 연구의 분석에 앞서 관광행위 과정에 대한 전반적인 이해가 필요하다. 특히, 관광행위는 단편적인 아닌 연속적인 특성을 가지고 있는데 그 과정을 보면, 관광제안단계는 관광욕구에 대한 문제인식에서 출발하여 그 후 두 번째 단계에서는 정보를 탐색하게 된다. 세 번째 단계에 이르면 세부적인 의사결정을 하게 되는 데 대부분의 가정에서는 맞벌이 부부를 중심으로 한 공동결정 비율이 높다. 네 번째 단계에서는 실질적인 관광행동에 참여하고, 마지막 단계에서는 여행경험에 대한 평가를 내리게 된다. 이와 같은 결과는 조재근(2006), 홍명희(2005) 등의 연구결과를 일부 지지하는 것으로 소비자가 관광 상품을 구매한다는 것은 단지 상품이 가지고 있는 특성을 구매한 것이 아니라 이를 통해 가족관광의 바람직한 목적을 달성하고자 한다는 점에서, 가족의 대한 표현욕구가 강한 자녀의 수가 적은 맞벌이 가족에서 민감하게 반응한 것으로 추측된다. 따라서 공급적인 측면에서도 가족관광 상품의 인지도를 향상시킬 필요가 있으며, 해당 상품만의 독특하고 특색 있는 관광 상품을 발굴하여 자녀의 수가 많은 부부에게 구매 욕구를 자극할 필요가 있다.

자료의 분석은 통계프로그램 SPSS 18.0을 이용하였으며, 가설검정에 앞서 가족의 성향이 가족의사결정에 대한 타당성과 신뢰성분석을 실시하였으며 가족성향의 타당성을 검증하기 위한 요인분석에서 도출된 4개의 요인은 선행연구와 본 연구의 방향성을 감안하여 맞벌이 부부, 부부연령, 자녀의 수, 부모학력으로 명명하였다. 이러한 연구목적 달성을 위해 본 연구에서는 먼저 문헌연구에서는 가족관광 의사결정에 관한 문헌연구와 소비자 행동, 가족관광에 관한 구성개념들을 정의하고 관계성을 검토하였다. 또한 실증연구로는 제주도에 거주하는 가족 국내관광 경험이 있

는 초등학생부터 대학생까지의 자녀를 둔 부모를 대상으로 설문조사를 실시하였다.

관광전 단계 (목적지, 교통수단, 관광경비, 관광시기, 관광기간 결정)와 관광중(숙박지, 도내교통편, 식사 및 음식점, 야간활동, 쇼핑 결정)에서의 가족관광 의사결정 중 가족구성원의 역할을 살펴본 결과,

첫째, 맞벌이 여부에 따른 관광전 의사결정에서 목적지 결정은 맞벌이부모보다 맞벌이가 아닌 부모가 결정을 많이 내렸고, 관광중 의사결정에서는 맞벌이부모가 의사결정이 많았으며, 맞벌이가 아닌 부모는 맞벌이부모보다 가족공동의견이 많았으나 부모의 맞벌이 여부에 따른 유의미한 차이는 없었다

둘째, 관광전(목적지 결정과 교통수단 결정, 관광시기 결정, 관광기간 결정) 의사결정은 부모의 연령이 적을수록 부모 역할이 많았고, 관광중(숙박지 결정, 도내교통편 결정, 식사 및 음식점 결정, 야간활동 결정)의사결정도 부모의 연령이 적을수록 결정이 많았다.

셋째, 자녀수에 따른 관광 전 단계에서의 가족관광 의사결정에서는 자녀가 2명인 경우 다른 경우보다 관광경비 결정을 부모가 많이 하였고, 관광중 의사결정에서는 자녀가 적을수록 도내교통 결정을 부모가 많이 하였다.

넷째, 부모의 학력에 따라 관광전 단계에서의 가족관광 의사결정에서 가족구성원의 역할은 차이가 없음을 알 수 있고, 국내관광 중 의사결정에서는 부모가 학력이 높을수록 야간활동 결정을 부모가 많이 하였고, 부모가 학력이 낮을수록 관광 중 의사결정을 가족공동이 많이 하였다.

또한 관광전 가족간의 의사결정 영향요인을 보면 다음과 같다.

첫째, 가족관광 계획 시 여행 관련 정보 수집 대상은 여행 관련 정보를 부모가 수집한다고 인식하는 부모가 가장 많으며, 맞벌이를 하는 경우와 부모의 연령이 40대 이하, 그리고 부모의 학력이 높을수록 가족관광을 계획할 때 여행 관련 정보를 부모가 많이 수집하였다.

둘째, 가족관광 정보 습득경로는 주로 인터넷을 통하여 얻는 부모가 가장 많고, 학력이 대졸인 부모가 다른 부모보다 가족관광에 대한 정보를 인터넷을 통하여 많이 얻었다.

셋째, 관광목적지 선정 시 고려사항은 우선적으로 체험을 고려한다고 인식하는 부모가 가장 많았으며, 자녀가 적은 부모일수록, 대졸 이상인 부모가 다른 부모보다

가족이 관광목적지를 선정할 때 우선적으로 체험을 많이 고려한다고 인식하였다.

넷째, 가족관광 시 주 투숙 장소는 펜션에 가장 많이 인식하였으며, 맞벌이 여부와 연령, 자녀수, 그리고 학력별로는 별다른 차이를 보이지 않았다.

다섯째, 국내관광 시 동반자로는 자녀와 동반한다고 인식하는 부모가 많았으며, 40대 부모와 자녀가 많은 부모일수록, 그리고 학력이 전문대졸인 부모가 다른 부모보다 가족이 국내관광을 할 경우 자녀가 많이 동반한다고 인식하였다.

여섯째, 가족과 관광하는 시기는 방학을 이용하는 부모가 가장 많았으며, 연령이 많은 부모일수록, 학력이 높은 부모일수록 다른 부모보다 가족과 관광을 방학 때 많이 한다고 인식하였다.

일곱 번째, 가족과 관광하는 기간은 2박 3일이 가장 많았으며, 맞벌이 여부와 연령, 자녀수, 그리고 학력별로는 별다른 차이를 보이지 않았다.

여덟 번째, 가족관광 시 주 이용 교통편은 주로 비행기를 이용한다고 가장 많이 인식하였으며, 맞벌이를 하는 부모가 그렇지 않은 부모보다 가족관광 시 교통편으로 비행기를 많이 이용한다고 인식하였다.

아홉 번째, 가족관광 시 1인당 여행경비 지출액은 관광경비로 200,000원 이상 지출한다고 인식하는 부모가 가장 많았으며, 맞벌이 여부와 연령, 자녀수, 그리고 학력별로는 별다른 차이를 보이지 않았다.

2. 연구결과의 시사점

관광을 하는데 있어서 의사결정 과정은 매우 복잡해서 목적지선택, 숙박시설선택, 관광경비 결정, 관광기간, 시기, 등과 같은 수많은 선택을 해야 하며 이러한 의사결정 과정에는 다양한 개인적, 사회적, 문화적 요인 등이 영향을 미치기 때문에 관광이란 매우 종합적인 사고의 산물이라고 할 수 있다.

본 연구를 통해 관광제안단계와 관광활동단계에서는 가족구성원간의 상호 영향력이 유의적인 영향을 주고 있는 것으로 나타났으며, 다음과 같은 시사점을 얻었다.

첫째, 목적지, 교통수단, 시기, 기간, 숙박지, 도내교통편, 식사 및 음식점, 야간활

동, 쇼핑 등 가족관광 의사결정에서 가족의 특성 중 부모의 연령에 의해 많은 영향을 받고 있으므로 가족구성원들의 특성에 적합한 프로그램을 제공할 필요가 있다. 가족관광에 대한 다양한 프로그램의 제공은 가족관광 기회 및 관광기간 등의 확대에 많은 도움을 줄 것이다.

둘째, 가족관광에 있어 가족구성원의 특성이 중요한 소비자로서 구매 행동이 중시되고 있다. 따라서 관광상품 관련자들은 단순히 부모만을 대상으로 하는 가족관광이 아니라 부모들의 결정에 영향을 미치고 있는 자녀도 함께 고려해야 마케팅 전략을 수립할 필요가 있다.

셋째, 가족관광에 대한 보다 다양한 욕구를 충족시키기 위해서는 부모뿐만 아니라 자녀들이 관광에 대한 정보를 수집하도록 하여 가족관광 의사결정 시 보다 효과적인 의사결정자로서 역할을 수행할 수 있도록 유도할 필요가 있다.

넷째, 자녀수와 부모의 학력에 따라 관광목적지 선정과 관광 동반자, 관광시기 등에서 차이를 보이고 있으므로, 그에 맞는 수요에 대처하기 위해서는 가족의 특성에 맞는 맞춤형 관광 상품 개발이 이루어져야 할 것이다.

3. 연구의 안계와 향후 연구방향

이와 같은 결과를 바탕으로 본 연구의 한계점을 정리해 보면 다음과 같다.

첫째, 본 연구는 제주도 일부에 거주하는 부모와 특정의 직업에 한정되어 있으므로 연구결과를 일반화하기에는 무리가 따를 수 있다. 따라서 추후연구에서는 보다 다양한 직업군을 포함하여 광범위한 지역을 대상으로 표집이 이루어질 필요가 있다.

둘째, 본 연구는 부모가 인식하는 가족관광 의사결정에서 가족구성원간의 참여과정을 파악하였으므로, 가족관광에 대한 가족구성원간의 요구를 구체적으로 알아보는 연구가 요구된다.

셋째, 본 연구에서는 주로 부모의 변인에 초점을 맞추어 살펴보았으므로, 후속연구에서는 좀 더 구체적이고 의미 있는 인구통계학적 변인을 찾아 연구에서 이용할

필요가 있다.

넷째, 본 연구는 1박 이상의 가족관광을 중심으로 살펴보았으므로, 당일 여행에 대해서는 조사가 이루어지지 못하였다. 따라서 가족여행이 보편화되면서 당일 여행에 대한 수요도 지속적으로 증가하고 있는 실정이므로, 가족관광 중 숙박여행과 더불어 당일여행에 대한 추후연구가 요구된다.

<참고문헌>

1. 국내문헌

1) 서적

- 김계수(2004). 『AMOS 구조방정식 모형분석』, 서울: 한나래, pp.145-224.
- 김영신·강이주·이희숙·허경옥·정순희(2002). 『소비자의사결정』, 서울:교문사
- 김성혁(2001). 『관광마케팅』, 대왕사, p.468
- 김세범(2000). 『소비자행동론』, 형설사, p.239
- 김천중(1998). 『관광정보론, 관광정보와 인터넷』, 서울 대왕사 p.21.
- 박시사(2003). 『관광소비자 행동론』, 서울 : 대왕사.
- 박시사(2012). 『여행업경영론』, 서울 : 대왕사, p.35.
- 이선희(1999). 『관광마케팅개론』, 서울: 대왕사, p 202.
- 오상훈(2005). 『관광과 문화의 이해』, 서울:형설출판사.
- 유필화·김용준·한상만(2003). 『현대마케팅론』, 서울:박영사, p43.
- 서성한(2004). 『소비자 행동의 이해』, 박영사, p.575.
- 서용건(2011). 『국제관광』, 백산출판사, pp.78-81.
- 장호찬·라선아(2008). 『관광행동론』, 서울 : KNOU press
- 최병길(2007). 『IT혁명과 관광』, 백산출판사, P.274.

2) 논문

- 강석후(2001). 가족의 구매의사결정에서 성별역할 관념론과 자원이론에 대한 연구, 『한국마케팅저널 3.1』
- 고상동(1996). 관광의 심리적 체험과 만족감의 관계, 고려대학교대학원 박사학위

논문.

- 고호석(1999). 지역이벤트 관광객의 시장세분화와 선택속성에 관한 연구, 세종대학교 대학원 박사학위논문, p.21.
- 권영주(2002). 가족여행 목적지선택에 있어서 주부의 영향력에 관한 연구, 『호텔관광연구』
- 권영주(2001). 가족여행 목적지 선택에 있어서 주부의 영향력에 관한 연구, p.357.
- 권태일(2003). 국제관광홍보가 관광의사결정에 미치는 영향에 관한연구, 경기대학교 대학원 관광경영학과 석사학위논문, p.31.
- 김복순·장호찬·이소연(2005). 가족여행 의사결정에 있어서 자녀의 영향력, 『관광연구』, 29(2), p.218.
- 김복순.장호찬(2002). 가족여행 의사결정에 있어서 자녀의 영향력에 관한 연구 『한국관광학회』, 51.학술연구, p.247,
- 김영우(2004). 관광동기 및 위험지각이 관광유형 선택과 관광후 행동에 미치는 영향, 세종대학교 대학원 호텔관광경영학과 박사논문, p.9.
- 김옥재(2000). 관광객의 성격유형과 해외상품 선택요인간의 관계 연구, 동의대학교 대학원 경제학과 경제학박사 학위논문, p.9.
- 민성기(2008). 인터넷 소비자의 구매결정과정에서 영향을 미치는 저해요인에 관한 연구, 청주대학교 대학원 경영학과 박사학위논문, p.15.
- 박제우(2001). 가족여행의사결정에 있어서 주부의 영향력에 관한 연구, 광주대학교 산업대학원 관광학과 석사학위논문, p.7.
- 박제훈(1997). 가족휴가여행 행동에 관한 연구, 청주대학교대학원 석사학위논문, pp.35-36.
- 변수녀(2009). 관광목적지 대안평가 유형별 관광동기, 관광만족 및 충성도간의 구조모형 연구, 제주대학교 대학원 관광경영학과 박사학위논문, p.8.
- 빈봉식(2000). 관광객의 성격유형과 해외상품 선택요인간의 관계 연구, 동의대학교 대학원 경제학과 경제학박사 학위논문, pp.15-17.
- 배상형(2002). 인터넷 관광정보에 대한 중시요인이 관광목적지 선택에 미치는 영향, 동아대학교 대학원 관광경영학과 석사학위논문, p.20.
- 안종수(2000). 가족의 구매결정에 관한 연구, 대학생의 견해를 중심으로, Tourism

Research, 제11호, pp.31-36.

- 안종수(1995). 도시가족의 여가활동 특성에 관한 연구, 『관광학연구』, 18(2).
- 양수희(1996). 마케팅 전략에 미치는 가족 의사 결정에 관한 연구, 『지역발전연구』 p.108.
- 이경환·윤현주(1999). 가족여행 의사결정에 있어서 부부의 역학구조에 관한 연구, 『한국관광정보학회』, p.6.
- 이성호·여호근(2007). 해양관광자의 심리적 의사 결정 과정에 관한 구조적인 관계 검증, 『호텔경영학연구』, 16(3):203-216.
- 이용욱(2005). 가족단위 여행의 의사결정 과정에서 자녀의 영향력에 관한 연구, 연세대학교 경영학과 석사학위논문, p.7.
- 이지현(2001). 청소년의 관광의사결정참여에 따른 관광의 교육적 효과 연구, 경희대학교 대학원 지리학과 박사학위논문, P.148.
- 이하정(2005). 가족성향이 가족관광 의사결정에 미치는 영향력 연구, 『관광정책학 연구』, 11(2), p.101.
- 이하정(2001). 한·중·일 아웃바운드 가족관광의사결정의 국제간 비교, 경기대학교 대학원 박사학위논문, 11(2), p.31
- 임선아(2008). 구매의사 결정단계별가족구성원의 영향력에 관한 연구, 홍익대학교 일반대학원 광고홍보학과 석사학위논문, p.5.
- 유지혜(2009). 관광의사결정에 있어 인스턴트메신저 이용의도 결정요인에 관한 연구, 경기대학교 관광전문대학원 문화관광콘텐츠, 리조트개발전공 석사학위논문, p.15.
- 윤현주(1998). 가족여행 의사결정에서 가족구조의 영향력에 관한 연구, 경기대학교 대학원 석사학위, pp.5-6.
- 임선아(2008). 구매의사결정단계별 가족구성원의 영향력에 관한 연구, 홍익대학교 일반대학원 석사학위논문, p.8.
- 송은정(2009). 관광정보 웹사이트 만족도가 관광 목적지 이미지 및 관광의사결정에 미치는 영향에 관한 연구, 고려대학교 언론대학원 석사학위논문, p.10.
- 조주환(2010). 여행참가 결정과정에 근거한 관광지 충성도 측정에 관한 연구, 경기

- 대학교 대학원 여가관광개발학과, p.4.
- 정혜선(2001). 구매의사결정 과정 시 가족참여유형에 관한 연구, 상명대학교 소비자 주거학과석사논문, 『한국가족자원경영학회지』, 5(1), p.2.
- 조성찬(2010). 아웃바운드 목적지별 관광지 이미지 속성 중요도 및 성취도 분석, 경기대학교 대학원 여가관광개발학과 박사학위논문, p.2.
- 조재근(2006). 가족여행상품 의사결정에 자녀의 영향 연구, 경기대학교 대학원 관광경영학과 석사학위논문, pp.40-41.
- 제중권(1999). 인터넷 마케팅 활용방안에 관한 연구, 동아대학교 대학원 석사학위논문, p.12.
- 채예병(2010). 가족관광시 의사결정자와 가족구성원과의 갈등유발요인 차이에 관한 연구, 동서대학교 관광경영학, 『한국산학기술학회논문지』, p.45.
- 최윤정(2007). 제주를 방문한 가족관광객의 의사결정에 관한 연구, 한양대학교 국제관광대학원 국제관광 호텔경영학전공 석사학위논문, p.35.
- 최영미(2010). 청소년자녀의 상품 관심도와 가족의사결정 단계에 미치는 영향력, 고려대학교 교육대학원 가정교육전공 석사학위논문, P.11.
- 한진영·지계웅(2011). 관광지 선택에 있어서 가족의사결정 유형이 관광행동에 미치는 영향, 『호텔경영학연구』, 20(1), pp.174.
- 허경석·한혜숙·변정우(2007). 관광안내정보 웹사이트의 특성이 고객행동에 미치는 영향, 『호텔관광학연구』, 16(5), pp.135-147.
- 황정현(2008). 가족생활주기에 따른 외식동기와 레스토랑 선택속성과의 상관분석, 경희대학교 대학원 호텔관광경영학과 석사학위논문, p.1.
- 홍성화·송재호·양성국(2008). 가족관광객 의사결정단계에 따른 속성인식과 관광지유형, 『관광연구저널』, 22(1):67-82
- 홍성화·김희현(2007). 제주지역 주민의 가족생활주기에 따른 관광의사결정 단계 유형분석: 국내여행과 해외여행 집단간 비교, 『하계학술대회』, p.32.
- 홍명희(2005). 가족의사결정에 있어서 가족구성원의 영향력 관계, 한중대학교 경영행정대학원 관광경영학과 석사학위논문, pp.21-24.

2. 기타문헌

『제주특별자치도협의회』 2012. 3.

『한국관광공사』 2004. 외국인 FIT 관광객 안내체계 개선방안 연구.

홍영준 『마케팅전략 연구소 책임 연구원』, 가족구조의 변화와 아동의 구매영향력.

3. 국외문헌

Michael, A. B. & Willis, A L. (2002). Family decision at the turn of the century: has the changing structure of households impacted the family decision-making process? *Journal of Consumer Behavior*, 2(2). pp. 111-124.

Well & Gubar(1966). Life Cycle Concept in Marketing Research, *Journal of Marketing Research*, pp.355-363.

Schiffman & Kanuk(1991). N. J. Consumer Behavior : Prentice Hall Inc, p.4.

Wang, C. K. Hsieh, A. T. Yeh, Y. C. Tsai, C. W. (2004). Who is the decision-maker : the parents or the child in group package tours? *Tourism Management*, pp.183-194.

Lee & Collins, A. B. (2000). Family decision making and coalition patterns, *European Journal of Marketing*, 24(9/10), pp.1181-1198

Amuwo, S. R. · Shaffdeen · Fabian · Robert · Tolley · George · Spence · Ardith · Hill · Jacqueline(2004). Child discipline and family decision-making, *journal of Socio-Economics*. pp.153-173.

Labrecque, J. & Ricard, L. d(2001). Children's influence on family decision-making : a restaurant study, *Journal of Marketing*, 24(9/10), pp.173-176.

Zalatan, A. (1998). Wives' involvement in tourism decision processes, *Annals of*

- Tourism Research*, 25(4), pp.890-903.
- Litvin(2004). Spousal Vacation-Buying Decision Making Revisited across Time and Place, *Journal of Travel Research*, 43(2). pp.193-198
- Mathirson, A. & Wall, A. G. (1983). Tourism, economic, physical and social impacts. pp.289-307.
- Labrecque & Richard (2001). Children's influence on family decision-making: restaurant study, *Journal of Business Reseach*, pp.173-176
- Kotler, Philip. (1983). Principles of Marketing, 『New Jersey : Prentice Hall, Inc』 pp.131-141.
- Engel, F. J. and Blackwell, D. R (1969). 『Consumer Behavior』 4th ed, New York: John Wiley & Sons Ins.
- Oppermann, M. (2012). Tourism Destination Loyalty, *Journal of Travel Research*, pp.754-767.
- van Raaij, W. F. Francken, D. A. (1984). "Vacation decisions, activities, and satisfactions", *Annals of Tourism Research*, Vol.11, pp.101-112.
- Stephen, W. L. Ronald, E. G. & Bing, P. (2008). Electronic word-of-mouth in hospitality and tourism management. *Tourism Management*, Vol.29. pp.458-468
- Stephen, J.(2008). Tourism management mamaging for change, p.102.
- Mayo, E. J. & Jarvis, L. P. (1981). The Psychology of Leisure Travel- Boston: CBI. Publishing ComPanY. pp.19-20.
- Assasel, H. (1983). Consumer Behavior and Marketing Action(2nd ed.), Belmont, CA: Kent Publishing. pp. 26-38.

부록 : 설문지

안녕하십니까?

저는 제주대학교 대학원에 재학 중인 석사과정 학생으로,
" 가족관광 의사결정에 있어서 가족구성원의 역할에 관한 연구 "로
가족 간의 역할 참여도에 관하여 알아보고자 합니다.

본 설문지는 무기명이며, 오로지 연구의 목적으로만 사용될 것을 약속드리고,
정확한 연구결과를 위해 솔직하게 답변하시면 대단히 감사하겠습니다.
바쁘신 중에도 본 설문에 응해주셔서 다시 한 번 깊이 감사드리며,
귀하의 가정에 건강과 행복을 기원 드립니다.

2013년 4월

지도교수 : 제주대학교 경영대학원 관광경영학과 교수 박시사
조 사 자 : 제주대학교 경영대학원 관광경영학과 석사과정 양 순 임

*** 응답요령**

본 설문은 가족관광대상으로 자녀동반 의사결정에 관한 설문지입니다.

I. 가족관광 의사결정 영향요인과 관련된 사항입니다.

해당하는 번호에 체크(V)해 주시기 바랍니다.

1. 귀하의 가족관광을 계획할 때 주로 누가 **관광에 관련된 정보**를 수집합니까?
① 부모 ② 자녀 ③ 가족모두
2. 귀하는 가족관광에 대한 **정보**를 주로 어디에서 얻었습니까?
① 신문기사/광고/방송 ② 주변사람들의 권유로 ③ 여행사의 안내책자
④ 가족의 경험과 지식으로 ⑤ 인터넷을 통하여 ⑥ TV홈쇼핑
3. 귀하의 가족이 **관광목적지**를 선정할 때 가장 고려하는 점은 무엇이었습니까?
① 비용 ② 소요시간 ③ 체험 ④ 편리한 교통
⑤ 유명명소 ⑥ 안정성(휴식) ⑦ 자녀위주 ⑧ 기타
4. 귀하의 가족은 가족관광 시 주로 어디에 투숙을 하셨습니까?
① 호텔 ② 유스호스텔 ③ 펜션 ④ 게스트하우스
⑤ 콘도미니엄 ⑥ 캠핑 ⑦ 민박
5. 귀 가족의 국내관광시 주로 동반하는 사람은 다음 중 누구입니까?
① 부부동반 ② 자녀동반 ③ 부모님 동반가족 ④ 친지동반가족
6. 일반적으로 가족과 **관광**하는 시기는 언제입니까?
① 주중 ② 주말 ③ 방학 ④ 휴가 ⑤ 연휴/공휴일 기타
7. 일반적으로 가족과 **관광**하는 기간은 며칠입니까?
① 1박2일 ② 2박3일 ③ 3박4일 ④ 4박5일 ⑤ 기타
8. 일반적으로 가족관광 시 주로 이용하는 교통편은?
① 자가용 ② 버스(전세, 일잔, 관광) ③ 비행기 ④ 승합차 ⑤ 기차 ⑥ 렌트카
9. 가족관광시 1인당 **국내관광경비** 지출은 얼마입니까?
① 50,000원 미만 ② 50,000-100,000원 미만 ③ 100,000-150,000원 미만
④ 150,000-200,000원 미만 ⑤ 200,000원 이상

II. 가족관광 의사결정요인에 관한 사항입니다.
 해당하는 번호에 체크(V)해 주시기 바랍니다.

- * 부모가 전적이면 1점
- * 부모의 반응이 조금 더 크며 2점
- * 공동의견이면 3점입니다.
- * 자녀의 의사반영이 조금 더 크면 4점
- * 자녀의 의사 반영이 전적이면 5점으로 체크해 주세요.

■ 1. 국내관광전 가족관광 의사결정과정에 관한 질문입니다.

의사결정요인 척도	부모의 의견		← 공 동 →	자녀의 의견	
1. 목적지 결정	1	2	3	4	5
2. 교통수단 결정	1	2	3	4	5
3. 관광경비 결정	1	2	3	4	5
4. 관광시기 결정	1	2	3	4	5
5. 관광기간 결정	1	2	3	4	5

■ 2. 국내관광 중 가족관광 의사결정과정에 관한 질문입니다.

의사결정요인 척도	부모의 의견		← 공 동 →	자녀의 의견	
1. 관광지 결정	1	2	3	4	5
2. 숙박지 결정	1	2	3	4	5
3. 도내교통편 결정및 변경	1	2	3	4	5
4. 식사및음식점결정	1	2	3	4	5
5. 야간활동	1	2	3	4	5
6. 쇼핑	1	2	3	4	5

Ⅲ. 아래의 내용은 귀하의 가족관계에 관한 설문입니다.
해당하는 번호에 체크(V) 해 주시기 바랍니다.

1. 설문지 응답자는?

- ① 아버지 ② 어머니 ③ 한 부모 ④ 기타

2.. 맞벌이 부부이십니까?

- ① 네. ② 아니다(주부)

3. 귀하의 나이는?

- ① 30대 ② 40대 ③ 50대 ④ 60대

4. 귀하의 결혼은 몇 년차이십니까?

- ① 5년 미만 ② 10년 미만 ③ 15년 미만 ④ 20년 미만 ⑤ 25년미만 ⑥ 25년 이상

5 . 자녀의 연령은?

- ① 유아~초등 ② 중학교 ③ 고등학교 ④ 대학생자녀 이상

6. 자녀의 수는?

- ① 1명 ② 2명 ③ 3명 ④ 4명 이상

7. 가족의 구성은 ?

- ① 2명 ② 3명 ③ 4명 ④ 5명 이상

8. 귀하의 학력은?

- ① 중학교이하 ② 고등학교 ③ 전문대학 ④ 대학교 ⑤ 대학원이상

9. 귀하의 직업은?

- ① 판매·영업 ② 생산직·서비스직 ③ 전업주부 ④ 사무직 ⑤ 공무원
⑥ 건설업 ⑦ 전문직(의사, 변호사, 연구원 등) ⑧ 교사 ⑨ 기타

^^ 끝까지 설문에 응답해 주셔서 진심으로 감사드립니다. ^^

ABSTRACT

The Study on Role of Family Members in Decision-Making of Family Tour -Focused on Domestic Tourism-

by Soon-Im Yang

Department of Tourism Management
Graduate School of Business Administration
Jeju National University

Supervised by professor Si-Sa Park

The purpose of this study is to explore and evaluate tourism information, joint decision-making and tourism behavior after recognizing the problem in the process of decision-making of family tour in order to identify how decision-making of family tour is made. In addition, joint decision-making includes decision of tour destination, decision of tour time, decision of transportation and decision of accommodation. In addition, familial tendency is divided into four structures such as working couples, age of parents, number of children and educational level of parents, and it is analyzed.

306 valid samples are collected and analyzed with target of tourists who went for family tour in Korea. In order to achieve the goal of this study, the literature on decision-making of family tour is reviewed, and configuration concepts on consumer behavior and family tour are defined and relationship is reviewed. In addition, the survey is conducted with targets of parents who have students from the elementary school to college with experience of domestic tour and live in Jeju Island as an empirical study.

In terms of demographic characteristics of decision-making of tourism, it was shown that age of couples and number of children gave the positive effect on decision-making of destination of tourism. In other words, as the age of couple was lower, they tended to make a joint decision clearly. In case of age of 40s or higher of couples, the wife played a major role to determine the destination of tourism. In addition, there was slight difference upon determining the time for tourism depending on whether the wife was employed or not. The major findings of this study are as follows.

The result of examining the role of family members among the family tour decision making in the stage prior to the tour (decision of destination, means of transportation, tour expenses, time period of tour and tour period) and in the middle of tour (decision of lodging area, provincial transportation, meals/restaurants, nighttime activity and shopping) is as follows.

First, the decision of destination in the decision making prior to the tour according to the dual-income status, the parents who are not dual-income made more decisions than the dual-income parents and dual-income parents had more decision making in the decision making in the middle of tour. While the parents who are not dual-income had more joint opinion of family than the dual-income parents, there was no significant difference according to the dual-income status of parents.

Second, in case of the decision making prior to the tour (decision of destination, means of transportation, time period of tour and tour period), the

role of parents was greater as parents get younger and the decision making in the middle of tour (decision of lodging area, provincial transportation, meals/restaurants, nighttime activity and shopping) also had more decision making as parents get younger.

Third, in the family tour decision making in the stage prior to tour according to the number of children, the parents made more decisions on tour expenses in case of having 2 children than other cases and the parents made more decisions on provincial transportation as there are fewer children in the decision making in the middle of tour.

Fourth, in the family tour decision making in the stage prior to tour according to the education of parents, it could be found that there was no difference in the role of family members. In the decision making in the middle of domestic tour, the parents made more decisions on nighttime activity as the education of parents gets higher and more joint decision making in the middle of tour by family members was made as the education of parents gets lower.

As the results of study on effects of family members on decision-making of family tour depending on decision-making process and family tendency, it was shown that parents mostly tended to determine it. As the average age of family and couples gets higher, a wife tends to play a major role in decision-making. There are some differences in choice of destination of tourism, tour companion and tourism time according to result of this study. In order to cope with the demands, tour products customized to characteristics of family shall be developed.