

# 패키지관광동기와 관광제약이 태도와 만족도에 미치는 영향 연구

김대석<sup>1</sup>, 서영욱<sup>2\*</sup>

<sup>1</sup>대전대학교 융합컨설팅학과 박사과정, <sup>2</sup>대전대학교 융합컨설팅학과 교수

## A Study on the Effects of Package Tourism Motives and Tourism Constraints on Attitude and Satisfaction

Dae Seok Kim<sup>1</sup>, Young Wook Seo<sup>2\*</sup>

<sup>1</sup>Ph. D. Course, Department of Management Consulting, Daejeon University

<sup>2</sup>Professor, Department of Management Consulting, Daejeon University

요 약 패키지관광의 고객이 추구하는 동기와 제약을 검증하여 고객의 욕구에 부응하는 콘텐츠 개발 및 패키지관광의 장점을 부각시켜 적극적인 홍보 등을 통하여 패키지관광의 활성화하는 방안을 제시하는 것이 연구 목적이다. 본 연구는 패키지관광을 경험 한 19세 이상의 성인 481명을 대상으로 SPSS 25.0을 이용하여 실증분석을 검증하였다. 연구 분석 결과는 다음과 같다. 첫째, 관광동기의 일상탈출, 외부활동, 서비스매력은 모두 태도에 긍정적인 영향관계가 검증되었다. 둘째, 관광제약의 내재적제약은 태도와의 관계에서 부정적인 영향을 가지는 것을 확인하였으나, 구조적제약은 유의적인 영향을 미치지 않은 것으로 규명되었다. 셋째, 태도는 만족도에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이러한 결과를 바탕으로 관광객이 패키지관광상품 참여시 중요하게 느끼는 요인이 무엇인지에 대하여 기술하였으며, 관광객이 요구하는 맞춤형 상품개발을 강구하는데 유용하게 활용되길 기대한다. 향후 패키지관광의 활성화에 필요한 현실성 있는 비교 연구로 확대할 필요가 있을 것이다.

주제어 : 패키지관광, 관광동기, 관광제약, 태도, 만족도.

Abstract The purpose of the research is to propose ways to activate package tours through active promotion by verifying the motives and constraints pursued by customers of package tours, highlighting the advantages of content development and package tours that are revived in their needs. This study verified empirical analysis using SPSS 25.0 for 481 adults aged 19 or older who experienced package tours. The results of the research analysis are as follows. First, the daily escape, external activities, and service appeal of the tourist motivation were all verified with a positive impact on attitude. Second, it was found that the inherent constraints of tourism constraints had a negative effect on the relationship with attitudes, but the structural constraints were not significantly affected. Third, attitudes have shown to have a positive effect on satisfaction. Based on these results, I have described what factors tourists feel important when participating in package tour products, and hope that The factors will be useful in exploring the development of customized products required by tourists. It will need to be expanded to realistic comparative studies needed to revitalize package tours in the future.

Key Words : Package tourism, Tourism Motivation, Tourism Constraint, Attitude, Satisfaction

\*This journal is reconstructed on M.A thesis and the speech contents of 2017 Spring Conference of the Korean Technology Innovation Society by the first author

\*Corresponding Author : Young-Wook Seo(ywseo@dju.kr)

Received March 27, 2020

Accepted May 20, 2020

Revised April 17, 2020

Published May 28, 2020

## 1. 서론

인간은 전반적으로 가장 기분이 되는 의식주의 전제조건이 충족되면 삶의 여유를 느끼고 다채로운 세상에 관심을 기울이며 문화적 삶의 질의 향상을 위하여 특별한 관광 욕구를 가지게 된다. 이는 인간이 가지는 자연적인 심리적 이유이며, 더 나아가 더 나아가 사회적 현상으로 나타나고 관광이라는 도구를 적용하여 욕구를 충족하고자 중요하게 노력하였다[1]. 또한, 문화적 삶의 질 향상을 추구하는 국민들은 가치를 중요시하는 경향이 증가하고 전반적인 소득의 확대와 관광행위를 하고자하는 고도화된 욕구의 증가 및 주5일제의 시행으로 여가시간 등의 증가로 인하여 관광기회가 지속적으로 상승되고 있다. 오늘날 관광은 더욱 다양성을 가지며 다채롭게 인식되고 관광산업은 가장 급성장하고 있는 분야 중의 하나이다[2,3]. 2014년부터 관광주간이라는 제도가 시행되어 국민들은 기존보다 다양한 관광행위에 참여한다[4]. 아울러 2019년 국외 출국자는 28,714,271명으로 집계되었는데 전년대비 0.063%(18,288명) 약소하지만 성장세가 지속되고 있다[5].

패키지관광은 개별관광과 비교하여 다양한 장점이 존재한다. 즉, 모든 프로그램이 포함되어 적은 노력으로 관광상품에 접근하여 참여할 수 있으며, 개별관광은 모든 준비(항공권, 호텔, 교통, 식사 등)를 관광을 계획하는 소비자가 직접 준비하는 번거로움이 존재한다. 그러므로 전문화된 관광상품과 고품질의 서비스를 추구하는 소비자가 패키지관광을 선호하는 이유이다. 그러나 소비자가 추구하는 가치나 욕구를 반영하지 못하는게 현실이다. 이에 인터넷 및 SNS의 발달로 인하여 소비자들은 관광정보에 쉽게 접근하여 소비자가 추구하는 가치나 욕구에 맞는 상품을 계획 및 선택하는 추세이다. 경기불황, 일본상품 불매운동, 홍콩사태, 세계적인 질병으로 인하여 패키지여행자들은 매우 어려움을 겪고있는 상황이다. 이러한 현상은 제약요인으로 일본불매운동, 홍콩사태 등의 상황에서 패키지여행은 생존 경쟁력 확보를 위해 기존의 보편적인 상품에서 탈피하여 여행상품의 품질 제고와 고객의 눈높이에 맞는 패키지관광상품의 대체재 확보가 급선무 일 것이며, 다변화를 통한 관광흐름을 파악하고 패키지관광의 활성화를 위한 현실적인 접근 방법이 필요한 시점이다.

관광객들은 관광지 자체의 가치보다 내적인 욕망을 충족시켜줄 목적지를 호의적으로 생각하므로 차별화된 관광목적지 선택에 관계를 미치는 여러 요인 중 동기를 검증하는 것은 아주 중요하다고 규명하였다[6,7]. 그리고

개인의 동기는 행동을 유발시키는 중요한 내부적 요인이며 설명하는데 매우 유용하다[8,9]. 또한 인간의 관광 동기는 관광목적지 선택과 관광습관을 파악하고 결정을 하며 사람들의 잠재적 미래 행동의 여행을 예견하는데 아주 중요한 변수이다[10]. 관광산업에 연관된 다수의 동기 선행연구들[11-18]을 기반으로 연구되어 왔고, 관광계약은 관광참여를 원하는 개인을 제한하는 외적환경, 내적심리상태 등의 특성을 가지며 영향력을 지닌다[19]. 계약의 선행연구들[20-22]은 동기와 계약을 바탕으로 태도와 만족도 사이의 구조적 관계를 연구하였다. 이와같이 변수들 간 인과관계를 실증적으로 분석하는 것이 중요할 것이다.

이에 본 연구에서는 패키지여행 관광객의 관광동기와 관광제약을 이해하고 관광동기와 관광계약 그리고 태도, 만족도와 의 구조적 상호연관성 관계를 살펴보고자 한다. 이와 같은 연구 결과는 패키지여행의 활성화를 위한 학술적이고 실무적인 시사점을 제공할 것으로 예상된다.

## 2. 이론적 배경 및 가설

### 2.1 관광동기

관광동기는 관광객들의 행동을 일으키는 가장 중요한 내적동력으로[23,24], 관광동기는 사람들의 특성과 연관성을 가지고 있으므로 특정한 요인이 관광목적지 선택에 영향을 미치는 요인인지 결정하는 것은 매우 중요하며, 다양한 요인 중에서 관광동기는 관광목적지의 선택행위와 검증에 큰 관심을 주는 연구분야로 주목을 받았다[25]. 그리고 동기의 개념과 유사하게 설명되는 요구와 욕구의 개념은 혼용되어 표현하지만, 요구는 생리적인 결손상태로 표현되고 욕구는 요구에서 생기는 심리적 상태라고 주장하였다. 동기는 이러한 욕구를 만족으로 나타날 때 발생하는 것으로 행동을 내포한다고 제기하였다[26,27].

Crompton[28]은 관광동기의 Push-Pull 이론을 근원으로 관광목적지 선택에 영향관계를 가지는 관광동기들의 실체를 검증하였고, Uysal & Hagan[29]도 유인요인과 추진요인의 관광동기를 적용하여 관광활동에 참여를 유도하는 힘들은 관광객들이 동기변수들에 의하여 여행 목적지를 선택함에 다양한 속성들로 인하여 어떻게 매력을 가지는가에 따라서 결정된다고 주장하였다. 관광객의 관광동기는 추진요인(Push Factor)과 유인요인(Pull Factor)의 접근법 이론으로 설명되는데[28], 관광동기는 관광객들로부터 관광행동을 유발시키는 사회 심리적 힘으로 이해되며[30], 추진요인(Push Factor)은 내부적인

동기이며 관광객의 사회·심리적 관광동기로 행동적 요소로 이해되며, 유인요인(Pull Factor)은 외부적인 동기로 관광객들을 유인하는 관광지를 선택하는 특성과 연관된 개념이다[31]. 관광객의 관광동기는 관광목적지의 요소와 내면적인 욕구들을 자극하여 복합적으로 관계규명이 나타나고, 편익에 대한 의사결정과정으로[32], 관광객 욕구의 다변화와 방법론의 어려움에 기인하여 관광동기와 관련된 연구들에는 다양한 의문이 남아있다[33,34]. 따라서 관광객의 관광동기를 다방면으로 파악하고 이해하는 것이 필요하다고 할 수 있다.

이에 관광동기는 학자별로 다양하게 연구되어 제시하였는데 살펴보면 다음과 같다. Crompton[28]은 관광동기 연구에서 하위요인을 휴식, 일상탈출, 가족관계강화, 자신탐구, 사회관계촉진, 신기성, 모험, 교육 세분화하였다. 또한 Uysal & Hagan[29]은 축제방문객의 연구에서 방문동기를 이벤트 신비감, 일상탈출, 가족친화성, 흥분/스릴, 사교성으로 5개 요인으로 검증하였다. Beard & Ragheb[35]는 4가지 여가욕구(사회적, 휴식, 지적, 유능적)를 도출하고 이들 요인으로 세분화하여 여가동기 척도를 개념화하였다. 황동필[36]은 슬로시티 방문객의 관광동기를 연구하였는데 5가지(일상탈출, 문화체험, 사회관계, 자아발견, 쾌적성체험)로 도출하였다. 천덕희[16]는 크루즈여행 사람들의 참가동기를 조사하였는데 연구결과를 바탕으로 4가지(일상탈출과 휴식, 관계유지, 자부심과 사회적 인정, 교육과 스틸)를 도출하였다. 김종훈, 박은하[17]는 패키지관광동기를 4가지(일상탈출동기, 호기심동기, 가족·친구, 친화동기)로 도출하여 구성개념으로 연구하였고, 이학인, 정기한[18]은 관광산업에서 관광동기를 3가지(일상탈출, 휴식, 기분전환)를 분류하여 조사하였다. 그리고 정효숙[37]은 다문화가족의 관광동기 경험, 서비스품질을 분류하여 검증하였다. 또한 홍운선[38]은 관광서포터즈 참여동기 연구에서 동기요인(경험, 일상탈출, 경력, 가치, 여가, 스트레스 등)을 세분화하여 제시하였다.

## 2.2 관광제약

관광제약은 관광객의 관광활동의 참여를 근본적으로 방해 혹은 제한되는 요인으로 표현되며[39], 이러한 관광제약의 이론적 개념은 여가제약을 전제로한다[40]. 또한 Jackson & Rucks[41]는 연구에서 여가제약은 개인의 여가활동을 참여하고 예측하는데 매우 중요한 개념으로 여가참여 및 활동을 억제하고 만족을 제한하려는 개인의

내면의 심리상태와 외적 환경 요소들을 포함한다고 정의하였다[42].

Crawford & Godbey[43]는 여가제약을 세가지 측면으로 분류하여 제시하였다. 첫째는 개인의 내면적 심리상태 혹은 태도를 포함하며 스트레스, 불편함 등이 내재적 제약으로 제기하여 사회적 환경에 의해 나타나지만 개인의 심리수준으로 설명된다. 둘째는 사람들과의 관계에서 사회작용을 토대로 형성되며 인적관계 등이 대인적 제약이다. 셋째는 시간, 기회, 돈 등이 구조적 제약으로 여가 선호와 여가활동참여의 관계에서 매개하는 작용을한다. 즉 사회심리적 측면에서 개인의 여가활동을 '억제하는 힘'으로 설명되며 이는 개인의 내적인 심리상태(내재적 제약)와 외적인 상태(대인적 제약, 구조적 제약)를 의미한다고 할 수 있다[19,44]. Nyaupane, Andereck[45]은 관광객이 참여활동 형태에 의하여 관광제약은 변화할 수 있다고 주장하였다[41].

Shaw and McCabe[46]은 레저 제약 연구에서 제약요인을 내재적 제약(개인의 기술부족, 능력부족, 건강), 외재적 제약(교통, 돈, 시간)으로 분류하여 검증하였다. 관광제약은 여행 목적지 선택에 중요하게 영향을 주는 요인으로 안전, 시간, 볼거리 부족, 금전적비용, 접근성 등과 같은 요인들을 주장하였다[47]. Nyaupane and Andereck[46]의 연구에서는 구조적인 제약(비용, 시간, 장소), 내적인 제약(가족, 친구 부족, 여행관심 부족), 외적인 제약(위험, 활동 관심부족, 건강 등)으로 세분화하여 검증하였으며, 오상훈, 이유리, 정규렬[48]은 해양관광 연구에서 참여제약을 분석하면서 해양관광의 관광제약을 네가지의 범주로 제기하였다. 구조적, 내재적, 대인적제약을 도출하고 더불어 안전제약을 추가하여 구성하였고, 최일선, 홍장원, 이정아[40]는 섬 관광객의 관광제약 변수로 개인환경적제약(정신적 여유, 시간부족), 개인·심리적제약(불편함, 위험, 주변의시선), 대인적제약(좋아하지 않음, 지인과의 시간적 여유, 지인들의 비선호), 구조적제약(즐길거리 부족, 정보 부족)을 구분하여 제시하였다.

## 2.3 태도

태도(attitude)는 개인이 사물이나 어떠한 대상을 가지고 있는 신념으로 개인의 행동에 대한 동기를 유발시키고, 태도는 개인의 신념 또는 예전의 경험에의해 표현되는 개인적 성향이 포함된다[8,47]. 또한, 태도는 다양한 경험을 통하여 형성될 수 있으며, 특수한 상황 또는 대상에 대한 개인의 반응에 민감하고 직접적으로 영향을

미치는 내생적 심리상태를 의미한다[50,51]. 관광산업분야에 관광태도는 관광객들이 지니는 태도로서, 관광개발에 대한 태도, 관광목적지에 대한 태도, 그리고 관광에 대한 지역주민의 태도 등으로 분류된다. 태도는 그 관광목적지가 매력성을 나타내는가에 의한 호의적 또는 비호의적인 지각이다. 이러한 관광목적지에 의한 태도, 즉 선호도는 목적지를 선택하는 행동을 이끌어내며 중요한 역할을 한다[52,53].

## 2.4 만족도

관광만족이란 관광객이 관광에서 실제 경험한 사후이미지를 전반적으로 평가하는 것으로서 총체적인 판단이며 일종의 태도라고 개념화 하였다[54,55]. 또한, 권태일·노선희[56]는 관광객 만족도란 관광객이 사전기대와 경험하기 이전의 신념과 경험 후 인지하는 성과의 차이를 비교했을 때 부족함 없이 충족함을 느끼거나 부족함을 느끼는 정도에 표현되는 소비자의 심리적 태도라고 개념화하였다[57].

Westbrook & Oliver[58]는 어떠한 상품을 선택하고 선택 후의 평가를 만족으로 개념화하고, 이러한 관광객의 종합적인 평가는 최초의 준거점과의 지각된 불일치라고 만족 이론을 설명을 하고 있으며, 만족은 충족이라는 의미를 내포하고 있다고 해석할 수 있다. 즉, 관광객 만족은 매우 중요하며 관광활동의 궁극적 목적이라고 할 수 있다[47]. Reichheld[59]의 연구에 의하면 고객 만족을 통해서 고객 관계가 증진된다면 고객의 충성도와 상품 및 서비스의 재사용이 증가한다고 할 수 있다[60].

## 2.5 선행연구 검토를 통한 가설 설정

관광동기와 태도에 관련된 선행연구를 살펴보면 관광객의 관광동기는 추진요인(Push Factor)과 유인요인(Pull Factor)의 접근법 이론을 중심으로 관광동기와 요인들의 개념 및 구성 요인을 중심으로 연구되어왔다. 또한, 관광동기는 관광목적지의 요소와 내면적인 욕구들을 자극하여 복합적으로 관계규명이 나타나고, 편익에 대한 의사결정과정[32]으로 진행되기 때문에 중요한 개념이라고 해석 할 수 있고, 태도는 특수한 상황 또는 대상에 대한 개인의 반응에 민감하고 직접적으로 영향을 미치는 변수이다[50, 51]. 제약은 관광활동의 참여를 근본적으로 방해 혹은 제한되는 요인으로 표현된다[39]. 그리고, 만족이란 관광객이 관광에서 실제 경험한 사후이미지를 전반적으로 평가하는 것으로서 총체적으로 판단하는 변수이다[54,55].

관광동기와 태도와의 관계를 검증한 선행연구는 다양하지만 관광동기(일상탈출, 외부활동, 서비스매력)와 태도와의 관계성을 가진 연구는 전무하여 요인별로 세분화하여 선행연구를 제시하였으며, 맥락이 유사한 선행연구를 토대로 두 변수간의 상호관계를 살펴보았다. 관광동기와 태도와의 관계[7,16,61-66], 관광계약과 태도와의 관계[16,22,67,68], 태도와 만족도와의 관계[26,66,69,70]를 선행연구를 근거하여 다음과 같은 연구 가설을 설정하였다.

가설 1: 관광동기는 태도에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 1-1: 관광동기(일상탈출)는 태도에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 1-2: 관광동기(외부활동)는 태도에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 1-3: 관광동기(서비스매력)는 태도에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 2: 관광계약은 태도에 유의한 부(-)의 영향을 미칠 것이다.

가설 2-1: 관광계약(내재적)은 태도에 유의한 부(-)의 영향을 미칠 것이다.

가설 2-2: 관광계약(구조적)은 태도에 유의한 부(-)의 영향을 미칠 것이다.

가설 3: 태도는 만족도에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

## 3. 연구 설계

### 3.1 연구모형

본 연구는 구성변수(관광동기, 관광계약, 태도, 만족도) 간 구조적 상관관계를 살펴보고자한다. 관광동기와 관광계약이 태도에 어떠한 영향을 미치는지 검증하고, 태도가 만족도에 어떠한 영향을 미치는지 규명하고자 한다. 이에 따라 Fig. 1과 같은 연구모형을 설정하였다.

### 3.2 변수의 조작적 정의

관광동기 요인의 대다수의 연구는 Dann[23]이 주장한 추진요인, 유인요인을 인용하여 연구를 진행되었으며, 이에 동기요인 연구들은 탈일상성, 가족친화성, 신기성, 오락성, 유희성, 친목도모, 과시/위신 등으로 연구되어왔다. 본 연구에서 연구된 동기요인의 하위요인으로 외부

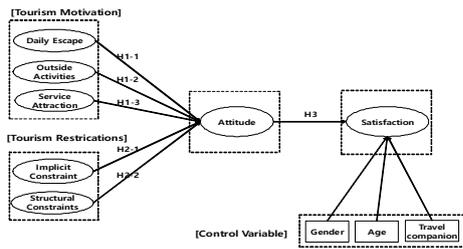


Fig. 1. Research Model

활동, 서비스매력 요인은 패키지관광의 특징을 반영하기 위해 도출하였으며, 패키지관광 전문가 5인에게 델파이 기법(Delphi Technique)을 이용하여 검토 후 요인을 추가하였다. 제약에 관련된 대다수의 연구는 Crawford & Godbey[43]가 주장한 대인적제약, 구조적제약, 내재적제약을 기반으로 연구가 다양하게 진행되었다. 대인적 제약의 특성인 사람들 사이의 상호작용으로 나타나는 참여의 제약이라는 개념을 바탕으로 접근하였을 때 본 연구의 패키지관광을 경험한 대상으로 한정하였기에 본 연구의 목적에 부합되지 않아 내재적제약, 구조적제약만을 적용하여 연구를 진행하였다.

관광동기는 개인의 관광욕구를 충족하기 위한 내적 상태라 정의하고, 일상탈출은 천덕희[16], 박혜영[66]의 연

구에서 사용한 항목들을 수정보완하여 본 연구에 맞게 4개의 항목으로 설정하였고, 외부활동은 김동일 이승곤 진현식[62], 최경숙, 김규영, 장병주[71], 홍정우, 김미정, 유형숙[72]의 연구에서 사용한 항목들을 수정보완하여 본 연구에 맞게 3개의 항목으로 설정하였으며, 서비스매력은 여영숙[65], 이경수 양길승 [64]의 연구에서 사용한 항목들을 수정 보완하여 본 연구에 맞게 2개의 항목으로 설정하였다. 관광제약은 관광객의 관광활동의 참여를 근본적으로 방해 혹은 제한되는 요인으로 정의하고, 이윤희, 이기종[22], 황희정, 최영희[44]의 연구에서 사용한 항목들을 수정 보완하여 본 연구에 맞게 4개의 항목으로 설정하였다. 태도는 개인이 사물이나 어떠한 대상을 가지고 있는 신념으로 개인의 행동에 대한 동기를 유발시키는 요인으로 정의하고, 강성진, 손호기[69], 이서요, 이태희[70]의 연구에서 사용한 항목들을 수정 보완하여 본 연구에 맞게 4개의 항목으로 설정하였다. 만족은 관광객이 관광에서 실제 경험한 사후이미지를 전반적으로 평가하는 것으로서 총체적인 판단이며 임근옥[27], 박혜영[66]의 연구에서 사용한 항목들을 수정 보완하여 본 연구에 맞게 4개의 항목으로 설정하였다. 독립변수가 종속변수에 영향을 미치는 과정에 응답자의 속성에 따라 영향이 다르게 나타날 수 있기 때문에 성별, 나이, 여행동반자를 통제변수로 고려하였다.

Table 1. The list of measurement variables

Variables	Item	Questionnaire question	Related Studies
Daily Escape	DE1	I can relieve body and mind fatigue	H. Y. Park(2017), D. H. Cheon(2015).
	DE2	I need a refreshment	
	DE3	To relieve stress	
	DE4	To give a pattern change away from reality	
Outside Activities	OA1	I have no travel experience	D. I. Kim et al(2015), J. B. JANG et a.(2019), J. W. Hong et a.(2019).
	OA2	I am not confident in language communication	
	OA3	I don't have enough travel information in advance	
Service Attraction	SA1	Because of the variety of package travel products	K. S. Lee et al(2015), Y. S. Yeo(2016).
	SA2	I can see many places in a short time	
Implicit Constraints	IC1	I don't think package travel will be fun	H. H. Jeong et al(2016), Y. H. Lee et al(2017).
	IC2	I'm not interested in a package trip	
Structural Constraints	SC1	Because of the transportation inconvenience of the destination	
	SC2	Because of the problem of the natural disaster at the destination	
Attitude	AT1	I think package travel is positive.	S. J. Kang et al(2015), R. A. Lee et al(2015).
	AT2	I am happy with the package tour.	
	AT3	I like package travel.	
	AT4	I favor package travel.	
Satisfaction	SA1	I like my feelings on a package tour.	K. U. Lim(2015), H. Y. Park(2015).
	SA2	I am generally satisfied with the package tour.	
	SA3	The package tour met my needs.	

### 3.3 자료의 수집 및 분석방법

설문지 구성에 있어서 본 연구의 가설을 효과적으로 검증하기 위하여 Table 1과 같이 연구모형과 변수의 조작적 정의를 반영하여 기존의 선행연구들에서 신뢰성과 타당성이 입증된 설문항목을 활용하여 독립변수 3가지 항목, 종속변수 2가지 항목으로 변수를 구성하였다.

본 연구의 설문 조사는 대전지역에 거주하는 해외여행 패키지여행을 경험 한 만 19세 이상의 성인 남녀 500명을 대상으로 하였으며, 자료 수집 및 분석 방법으로는 표본추출방법인 비확률 표본 추출 방법(Non-Probability) 중 판단 표본 추출법(Judgement Sampling)에 의해 조사하였다. 500부를 무작위로 배포하고, 이중 490부를 수집하였다. 분석에 부적합한 설문지 9부를 제외한 481부를 유효 표본으로 실증분석하였다. 분석은 SPSS 25.0을 활용하여 인구통계 항목의 빈도분석을 하였고, 타당성 분석을 위하여 확인적 요인분석을 활용되었으며, 신뢰성 분석은 크론바흐 알파값 검증 등을 이용하여 실증분석이 이루어졌다. 그리고 Smart PLS 2.0을 활용하여 구조방정식 통계분석을 실시하였다. 설문의 방법은 설문지법에 의한 자기 기입식 설문조사로 실시하며, 종속변수 및 독립변수와 관련된 모든 설문 문항은 통계처리의 유용성을 위해서 리커트 5점 등간척도로 구성하였다.

## 4. 연구 분석 및 결과

### 4.1 표본의 인구통계학적 특성

패키지 여행경험이 있는 설문 응답자 481명의 인구통계학적 특성을 파악하기 위한 빈도분석의 결과는 다음 표와 같다.

조사 표본의 특성은 Table 2와 같다. 응답자의 성비는 남성 270명(56.1%), 여성 211명(43.9%)으로 구성되어 있다. 연령대는 20살~30살 미만 89명(18.5%), 31~40세 미만 156명(32.4%), 41세~50세미만 146명(30.4%), 51세~60세미만 76명(15.8%), 61세 이상 14명(2.9%)으로 이며, 최종학력은 고등학교 32명(6.7%), 전문대학 56명(11.6%), 대학교(266명(55.3%), 대학원 127명(26.4%)로 구성 되었다. 직업은 학생 53명(11.0%), 주부 19명(4.0%), 회사원 180명(31.4%), 공무원 103명(21.4%), 서비스업 26명(5.4%), 자영업 24명(5.0%), 관리/기술자 13명(2.7%), 기타 8명(1.7%)이며, 월평균소득은 100만원 미만 41명 (8.5%), 100만원~199만원 70명(14.6%),

Table 2. Characteristics of survey samples

	Spec.	Respondents	%
Gender	Male	270	56.1
	Female	211	43.9
Age	20-30	89	18.5
	31-40	156	32.4
	41-50	146	30.4
	51-60	76	15.8
	More than 61	14	2.9
Academic ability	Hhigh School	32	6.7
	College	56	11.6
	University	266	55.3
Occupation	Graduate	127	26.4
	Student	53	11.0
	Housewife	19	4.0
	Employee	180	37.4
	Official	103	21.4
	Service Industry	26	5.4
	Self-employment	24	5.0
	Management Technician	13	2.7
	Other	63	13.1
	Average monthly income	Below 1 M won	41
1-2 M won		70	14.6
2-3 M won		180	37.4
Over 3 M won		190	39.5
Travel companion	Alone	16	3.3
	Couple	44	9.1
	Family / Relative	264	54.9
	Friend	109	22.7
	Member / Colleague	40	8.3
	Other	8	1.7
All	481	100.0	100.0

200만원~299만원 180명(37.4%), 300만원 이상 190명(39.5%)으로 구성 되었다. 여행동반자는 혼자 16명(3.3%), 연인 44명(9.1%), 가족/친지 264명(54.9%), 친구 109명(22.7%) 회원/동료 40명(8.3%), 기타 8명(1.7%)으로 분포되어 있다.

### 4.2 타당성 및 신뢰성 검증

본 연구모형의 변수들을 측정하는 설문항목들이 연구의도와 부합하는지를 분석하기 위하여 신뢰성과 타당성 검증을 위하여 확인적요인 분석을 실시하였다. 본 연구에 사용된 측정 항목의 신뢰성을 검증하기 위하여 내적 일관성 계수인 크론바알파 계수(Chronbach's  $\alpha$ )를 산출하여 분석하였다. 신뢰성 분석은 연구 대상에 대하여 반복 측정을 하여도 동일한 값을 얻을 수 있는지 그 가능성을 확인하는 것이다. 표 3을 살펴보면, 크론바알파 값은 분석결과 0.734에서 0.937 사이의 값이 나타났다. 이와 같이 크론바알파 계수가 0.7 이상이기 때문에 신뢰성을 확보했다고 할 수 있다.

본 연구모형의 가설검증을 위한 신뢰도는 Cronbach's Alpha로 검증하였다. Cronbach's Alpha값은 0.6이상이

면 양호한 수준이며 0.7이상이면 신뢰도가 높은 것으로 판단하는데[73], Table 3에서 나타난 것과 같이 본 연구의 7개 구성개념들이 0.621에서 0.937까지 분포하여 높은 수준의 신뢰도를 보이고 있다. 이어서 구성개념들이 적절한 측정도구를 사용하여 측정되었는지를 평가하기 위해 확인적 요인분석 방법으로 복합신뢰도(Composite Reliability)와 AVE(평균분산 추출값)를 분석하였다. 분석 결과는 Table 3과 같이 복합신뢰도 값이 0.841에서 0.955까지 나타났으며, 측정항목에 대한 AVE(평균분산 추출값)도 0.679에서 0.842 사이로 나타나 각 유의한 임

계치인 복합신뢰도 0.7과 AVE 0.5 이상의 값을 나타내서 측정항목의 대표성이 높다는 사실이 확인되었다. 측정변수의 판별타당성(Discriminant Validity)은 AVE(평균분산 추출 값) 제곱근 및 상관관계 값을 비교하는 방법으로 검정하였다. 일반적으로 각 잠재변수의 AVE 제곱근(Square Root) 값이 상관관계 값보다 클 경우에 판별타당성이 있다[74]고 보는데 검정 결과 Table 4와 같이 각 잠재변수의 제곱근 값(대각선 값)이 상관관계의 계수 값(비대각선 값)보다 크므로, 본 연구에서 측정된 연구 모형은 판별타당성이 높은 것으로 판단된다.

Table 3. Validity and reliability test for latent variables

Construct	Items	Factor Loadings	t-value	Cronbach's α	Composite Reliability	AVE
Daily Escape	DE1	0.812	34.267	0.842	0.894	0.679
	DE2	0.829	33.208			
	DE3	0.891	77.000			
	DE4	0.758	19.726			
Outside Activities	OA1	0.855	29.682	0.809	0.886	0.723
	OA2	0.882	43.995			
	OA3	0.812	20.520			
Service Attraction	SA1	0.859	41.415	0.734	0.881	0.788
	SA2	0.915	61.253			
Implicit Constraints	IC1	0.837	17.164	0.718	0.873	0.775
	IC2	0.922	40.728			
Structural Constraints	SC1	0.842	4.951	0.621	0.841	0.725
	SC2	0.861	4.626			
Attitude	AT1	0.909	78.226	0.937	0.955	0.841
	AT2	0.914	94.608			
	AT3	0.915	73.351			
	AT4	0.930	122.956			
Satisfaction	ST1	0.918	98.156	0.907	0.941	0.842
	ST2	0.922	88.176			
	ST3	0.913	92.197			

Table 4. Discriminant validity test

Variables	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1. Daily Escape	<b>0.824</b>									
2. Outside Activities	0.030	<b>0.850</b>								
3. Service Attraction	0.140	0.347	<b>0.887</b>							
4. Implicit Constraints	-0.136	0.028	-0.185	<b>0.881</b>						
5. Structural Constraints	0.053	0.343	0.204	0.324	<b>0.851</b>					
6. Attitude	0.413	0.239	0.403	-0.280	0.109	<b>0.917</b>				
7. Satisfaction	0.368	0.191	0.369	-0.195	0.109	0.798	<b>0.918</b>			
8. Gender	-0.077	-0.084	-0.034	0.030	0.028	-0.078	-0.032	<b>1.000</b>		
9. Age	0.033	0.067	0.094	-0.004	0.115	0.013	0.047	-0.174	<b>1.000</b>	
10. Travel companion	-0.103	0.118	0.029	0.014	0.017	0.009	0.022	0.059	0.187	<b>1.000</b>

Note: Values in the diagonal are coefficients of the square root of AVE

타당성 및 신뢰성 평가를 거친 각 변수 간의 상관관계를 알아보기 위하여 독립변수 간, 종속변수 간, 독립변수와 종속변수 간의 단순상관관계를 요인 추출값에 의한 피어슨 상관관계 계수로 분석하였다. Table 5와 같이 각 변수에 대한 상관관계는 모두 유의한 정(+)의 관계를 나타내는 것으로 분석된다.

변수들 간의 모든 상관관계는 유의수준  $p < 0.01$ 에서 통계적으로 유의한 상관관계를 가지고 있는 것으로 나타났다. 독립변수인 서비스매력과 종속변수인 태도가 0.043으로 가장 높게 나타났으며, 종속변수인 만족도와 독립변수인 내재적제약에 대한 관심 정도가 -0.195로 가장 낮은 상관관계를 가지는 것으로 나타났다. 다른 변수들과의 상관관계는 0.475 ~ 0.834 사이의 보통 이상의 상관관계를 보였다. 또한, 집중타당성과 판별타당성을 검증한 결과 Table 5와 같이 개념신뢰도(CR)는 0.7이상으로 나타났고, 평균분산추출지수(AVE)는 0.5이상으로 AVE의 제공된 값이 각 요인의 상관계수보다 높아 판별타당성을 확보하였다.

### 4.3 연구가설 검증

본 연구가설에 대한 검증결과를 정리하면 Table 5와 같이 가설 1-4, 6은 긍정적인 정(+)의 영향으로 채택되었으며, 관광제약의 구조적제약은 태도에 어떠한 영향도 미치지 않았다. 가설 5를 제외한 모든 가설들이 채택되었다. 본 연구에서 설정한(신뢰수준 99.9%), 가설 1-3은 신뢰수준 99.9%에서 '일상탈출'(경로계수 0.340, t-value 8.054)과 '외부요인'(경로계수 0.123, t-value 2.743)과 '서비스매력'(경로계수 0.261, t-value 4.885) 요인이 태도에 긍정적인 영향을 미치고 있음을 알 수 있다. 가설 4는 '내재적제약'(경로계수 -0.261, t-value 4.964) 요인은 태도에 부정적인 영향을 미치는 것으로 검증되었고, 가설 5는 '구조적제약'(경로계수 0.063, t-value 1.406) 요인이 태도에는 어떠한 영향도 미치지 않는 것으로 검

Table 5. Results of hypothesis testing

Hypotheses	Coefficient	t-Value	Results
H1 Daily Escape → Attitude	0.340***	8.054	Accept
H2 Outside Activities → Attitude	0.123**	2.743	Accept
H3 Service Attraction → Attitude	0.261***	4.885	Accept
H4 Implicit Constraints → Attitude	-0.210***	4.964	Accept
H5 Structural Constraints → Attitude	0.063	1.406	Reject
H6 Attitude → Satisfaction	0.800***	40.831	Accept
Attitude		$R^2 = 0.341$	
Satisfaction		$R^2 = 0.640$	

증되었다. 가설 6은 '태도'(경로계수 0.800, t-value 40.831) 요인이 만족도에 긍정적인 영향을 미치고 있음을 알 수 있다(신뢰수준 99.9%).

본 연구에서는 Table 6과 같이 PLS Bootstrapping 방법과 Sobel Test를 사용하여 매개효과를 분석하였다. 본 연구모형에서 제시된 '태도'의 매개효과를 종합적으로 분석해보면 '구조적 제약 → 태도 → 만족도'를 제외한 모든 독립변수, 매개변수, 종속변수간의 매개효과가 통계적으로 유의한 것으로 나타났다.

Table 6. Bootstrapping method Indirect Effects Results

Division	Indirect Effects	Sobel Test	p-value
DE->AT->ST	0.272	7.903***	0.000
OA->AT->ST	0.098	2.737**	0.006
SA->AT->ST	0.209	4.850***	0.000
IC->AT->ST	-0.168	-4.927***	0.000
SC->AT->ST	0.050	1.405	0.160

Note1: \* $p < 0.05$ , \*\* $p < 0.01$ , \*\*\* $p < 0.001$

Note2: Indirect effect is a standardized indirect effect

Note3: DE(Daily Escape), OA(Outside Activities),

SA(ServiceAttraction), IC(Implicit Constraintst), SC(Structural Constraints), SA(Satisfaction)

## 5. 결론

본 연구는 관광동기와 관광제약이 태도와 만족도 간의 심리적 변수를 이용하여 영향관계를 실증분석하고자 하였다. 먼저 학술적 시사점의 경우 첫째, 관광동기(일상탈출, 외부요인, 서비스매력)의 3가지 요인 모두 태도에 긍정적인 정(+)의 영향관계가 있음이 확인되었다. 가설1의 결과는 이윤희, 이기종[22], 윤정현[61], 여영숙[65] 등의 다수의 선행연구의 결과를 지지해준다. 관광동기 하위요인 3개가 태도에 영향을 미치는 선행연구 및 근거를 찾을 수 없어 다른 분야의 관계성을 가진 선행연구를 참고하여 영향관계를 제시하였다. 일반적으로 관광객들은 여행을 떠나고 싶은 욕망과 목적지 선택에 많은 고민을 한다. 패키지관광을 참여하는 관광객들은 일상탈출과 외부활동, 서비스매력의 욕구를 가지고 관광객들은 패키지관광에 참여한다. 패키지관광객들은 여행 준비의 시간, 번거로움, 서비스매력 혹은 여행의 비용, 경험, 사전정보 부족 등의 외부활동을 상대적으로 덜 중요시하는 대신에 패키지관광의 참여로 현대생활에 지친 몸과 마음의 피로 또는 스트레스 해소를 위한 기분 전환을 중요시하는 경향이 나타났음을 파악할 수 있었다. 이 가운데 일상탈출

요인은 태도에 더 큰 의미있는 영향을 미치는 것으로 나타나 관심을 가질 필요가 있다. 이는 패키지관광에 대한 태도를 긍정적으로 접근하는 것으로 해석된다. 둘째, 관광계약의 내재적계약은 태도에 유의한 부(-)의 영향 관계가 성립됨을 실증하였다. 가설2-1의 결과는 황희정, 최영희[44] 등의 선행연구 결과를 지지해준다. 또한, 내재적계약은 부정적인 요인으로 관광 참여에 가장 기본이 되는 요인이며, 내재적 계약이 커지면 여행에 참여하여 재미가 없거나 여행 자체가 관심을 가지지 않는 것으로 해석되며 이는 여행의 감소로 나타난다. 그러나 부정적인 요인들이 낮게 인지할수록 패키지관광에 대하여 긍정적인 감정이 인지되어 참여로 이루어질 수 있으며, 즐거움과 흥미를 유발할 수 있는 다양한 프로그램을 창출하여 쾌락적 가치를 제공하고, 개인의 삶의 질을 향상하는데 초점을 맞춰야 할 것이다. 또한 패키지관광업체들은 다양한 콘텐츠를 개발하여 적극적인 홍보를 통하여 내재적 계약을 극복 할 수 있는 여건이 형성될 수 있도록 다양한 방안이 필요할 것이다. 그러나 관광계약의 구조적계약은 태도에 유의한 부(-)의 영향관계가 성립되지 않음을 확인할 수 있었다. 가설2-2의 결과는 이재형·한승엽, 윤진영[77] 등의 선행연구 결과를 뒷받침해준다. 이는 구조적 계약이 통계적으로 유의미한 영향을 미치지 못하는 것은 SNS와 미디어 등의 발달로 관광객들에게 쉽게 현지 관광 정보를 파악하기 때문에 교통의 불편, 천재지변, 경제적인 제약 등의 구조적 요인들은 시대적 환경이 반영되어 나타나는 결과이며, 관광객에게는 제약요인이 되지 않음을 유추해 볼 수 있다. 셋째, 태도는 만족도에 긍정적인 정(+)의 영향을 미치는 것으로 실증되었다. 가설3의 결과는 임근욱[27], 강성진, 손호기[69]의 선행연구 결과를 지지해준다. 이는 패키지여행에 전반적으로 고객이 요구하는 욕구들이 호의적이고 긍정적으로 작용해 필요 욕구가 충족됨으로 해석 할 수 있으며, 패키지관광객의 선택의 결정, 느낌 혹은 전반적인 만족으로 검증되었으며, 패키지여행은 경험 후 만족이 형성되지 않으면 관광객들로부터 기피 현상이 나타남으로써 만족도의 극대화는 매우 중요하다고 판단된다. 관광동기의 하위요인인 외부요인과 서비스매력이 태도에 직접적으로 미치는 선행연구 및 근거를 찾을 수 없어 다른분야의 관계성을 가진 선행연구를 도출하여 각 변수간의 상호관계를 확인하였다는 것에 의미를 가진다. 패키지관광은 대체로 동반자와 함께 참여를 하기 때문에 긍정적이거나 호의적인 태도 형성은 주변의 사람들의 영향을 받을 것이며, 관광객이 직접 참여를 통하여 만족을 가지는 무형의 상품[74]으로 주어진다

환경에의하여 다양하게 표현되므로 주관적 성향을 내포하고 있다. 실무적 시사점의 경우 첫째, 패키지관광은 가족, 지인, 친구 등과 어울려 함께하는 특성상 상품 개발시 동기의 차이점 및 동반자의 특성 등을 파악하여 기존의 보편적인 상품인 관광과 쇼핑 또는 선택관광 위주의 복합적인 전통적인 상품의 틀에서 탈피하여 관광을 통해 고객들이 요구하는 가치와 화합 그리고 추억을 포함한 다양한 이벤트를 제공하는 힐링여행, 체험여행 혹은 테마여행 위주의 고품격의 상품을 관광객에게 제공할 수 있는 상품 개발이 필요할 것이다. 둘째, SNS 등의 미디어를 활용하여 패키지관광의 콘텐츠를 개발하여 패키지관광의 장점인 편리성, 질 높은 서비스 등이 포함된 상품을 적극적으로 홍보하여 개별관광 및 자유여행과 차별화를 강조하여 경쟁력 강화에 필요한 전략적 방안이 부각되어야 할 필요가 있다. 셋째, 패키지관광 후 고객들과 정서적 유대감을 형성하여 장기적인 관계지속을 유지함이 중요할 것이다. 즉, 해피콜 또는 고객의견서를 참고하여 불만족 사항이 있었다면 적극 반영하여 개선한다면 기존의 고객과의 관계는 더욱 발전될 것이다. 연구 결과를 바탕으로 다음과 한계점을 제시하고자한다. 먼저 본 연구에서 사용한 동기 요인외에도 패키지관광의 특수성을 반영한 동기 요인을 추가로 도출하지 못하여 일반적인 동기 관련 선행연구와의 차별성이 약하다는 것이다. 관광계약요인 하위요인을 좀 더 포괄적으로 접근하여 본 연구에서 다루지 않은 요인을 확보할 필요가 있음을 의미한다. 따라서 향후 연구에서는 패키지관광의 특수성을 고려하여 추가적인 동기요인 및 제약요인을 고려한 추가적인 연구가 필요하겠다. 또한, 패키지여행만을 조사하였기에 전반적인 여행(에어텔, 배낭여행, 개별여행 등)의 범위를 확대하여 태도 및 만족도 연구도 비교하여 진행되는 연구도 필요할 것이다. 또한 연구의 조사대상자들이 대전시 거주자라는 공간적 한계성을 가지고 있으며, 30~40대에 집중되어 연령별 한계성으로 파악되어 대표성을 가지기에는 다소 한계를 가지고 있다. 패키지관광의 관광동기 요인들을 다양하게 적용하여 변수들 간의 상호연관성 연구가 필요할 것이다. 또한, 패키지여행 연구에서 관광계약의 하위요인인 구조적계약을 좀더 세분화하여 중요한 주제로 다루어져야 할 것이다.

## REFERENCES

- [1] T. I. Kwon, J. S. Par & S. H. Rho.(2015). A Relationship

- between Tourism Motivation and Tourism Constraints Negotiation of Paid Employees. *International Journal of Tourism and Hospitality Research* 29(6), 113-127.
- [2] Kocasoy, G., Mutlu, H. İ., & Alagöz, B. A. Z. (2008). Prevention of marine environment pollution at the tourism regions by the application of a simple method for the domestic wastewater. *Desalination*, 226, 21-37.
- [3] Y. S. Heo & J. H. Lee(2019). A study of satisfaction and revisit intention by types of tourist motives of Chuja Island visitors. *International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 33(1), 141-155.
- [4] D. S. Lee.(2013). The effect of motive and involvement on the satisfaction and participation activity in food tourism. *Korean Journal of Tourism Research*, 28(5), 325-342.
- [5] Korea Tourism Organization(2019). <http://www.visitkorea.or.kr/intro.html>.
- [6] C. K. Lee, Y. K., Lee & Wicks. B.(2004). Segmentation of festival motivation by nationality and satisfaction. *Tourism Management*, 25(1), 61-70.
- [7] C. K. Lee, S. M. Yoon & C. K. Park.(2011). Examining the Relationships between Motivation, Satisfaction and Attitude toward the Expo 2010 Shanghai China: Quantitative-Empirical Comparison of Two Conceptual Models. *Journal of tourism sciences*, 35(8), 323-343.
- [8] Iso-Ahola, S. E. (1980). *The social psychology of leisure and recreation*. WC Brown Co. Publishers.
- [9] K. M. Ahn & J. Y Kim.(2009). The Relationship between Utilitarian-Hedonic Motive and Satisfaction, Revisit Intention : Focused on Yangyang Song-i Festival Attendants. *Journal of Tourism and Leisure Research*, 21(1), 7-26.
- [10] S. J. Choi, A. R. Ryu & J. Y. Jeong.(2020).The effects of attractive attributes of single-person media (Travel Vlog) on tourism motives and Ewom. *Korean Journal of Hospitality & Tourism* 29(1), 49-65.
- [11] S. H. Lee & D. W. Ko.(2012). Travel Motivations of Outbound Free Independent Travelers. *Journal of tourism sciences*, 36(2), 201-220.
- [12] T. S. Cho.(2013). An Analysis on the Golf Participation Motives are Satisfied with the Selection and the Impact of Participatory Action. *Journal of Sport and Leisure Studies* 52(1), 2013.5, 47-61.
- [13] D. Y. Kim & J. H. Yoon.(2013). Heavy Overseas Travelers' Travel Motivation: Using Focus Group Interviews. *Journal of tourism sciences*, 37(10), 33-52.
- [14] W. J. Lee.(2013). The Effects of Overseas Travel Motivation on Memory, Emotion and Lovemarks of Destination. Focused on Chinese Destination. *Journal of hotel & resort*, 12(3), 349-364.
- [15] M. S. Kim.(2015). The relationships between guide satisfaction, travel products satisfaction, traveller's satisfaction of tour according to tourism motivation and needs. *Korean Journal of Tourism Research*, 78(3), 2015.
- [16] D. H. Cheon.(2015). A Study on the Effects of Attitude and Behavioral Intention by Constraint and Motivations to Cruise Travel. *Korean journal of tourism research*, 30(3), 305-324.
- [17] J. H. Kim & E. H. Park.(2017). Cognitive Evaluation of Package Tourism Products and Customer Satisfaction, Controlling on the Motivation of Tourists. *Korean Journal of Tourism Research*, 32(2), 225-248.
- [18] H. I. Lee & K. H Chung.(2017). A Study on the Influences of Tourism Motivation on Consumption Values, Satisfaction, and Behavioral Intention in Tourism Industry. *The Journal of Internet Electronic Commerce Research*, 17(6), 319-335.
- [19] S. Y. Yoon, S J. Moon & S. H. Yoo.(2005). The Effect of Leisure Constraint on Leisure Attitude of Workers. *Journal of Korean Family Resource Management*, 9(1), 59-73.
- [20] O. M. Jae, Y. S. Yong. & S. J. Ha.(2012). Comparative Studies of the Relationship between Travel Constraints and Tourists Motivation. *Journal of Tourism and Leisure Research*. 24(1), 85-104.
- [21] M. K. Kim & J. E. Kim.(2016). The Study on Tourism Constraints Perception and Participation Intention by Motivation on Travel Alone, Focused on the University Students in Daegu-Gyeongbuk Area. *Tourism Research*, 41(3), 1-17.
- [22] Y. H. Lee. & K. J. Lee(2017). The effects of foreign workers' travel motivations on their travel attitudes and Korea's travel restrictions. *Journal of Tourism Management Research*, 21(5), 195-216.
- [23] Dann, G. M. S. (1981). Tourism Motivation : Anappraisal, *Annals of Tourism Research*, 8(2), 187-219.
- [24] Pearce, P., & Lee, U.(2005). Developing the travel career approach to tourist motivation. *Journal of Travel Research*, 14(4), 163-184.
- [25] Tzu-Kuang, H. Yi-Fan, T. and Herg-Huey, W.(2009). The preference analysis for tourist choice of destination: A case of Taiwan. *Tourism Management*, 30(2), 290-305.
- [26] M. H. Kang.(1999). *Ecotourists' travel motivations and attitudes in Korea : scales development and comparative analysis on tourists groups*. Department of Education The Graduate National. Seoul Universit, Seoul.
- [27] K. U. Lim.(2015). Relation of tourism Satisfaction and Loyalty toward Tourist Attitudes of the Visitors in Jeju-do Geopark. *Journal of Tourism and Leisure Research*, 27(7), 25-43.
- [28] Crompton. J. L.(1979). Motivations of pleasure

- vacation. *Annals of Tourism Research*, 6(4), 408-424.
- [29] Uysal, M., & Hagan, L. A. R.(1993). Motivation of pleasure travel and tourism. *Encyclopedia of Hospitality and Tourism*, 21, 798-810.
- [30] Iso-ahola. S. E.(1982). Toward a social psychological theory of tourism motivation a rejoinder. *Annals of Tourism Research*, 10(2), 273-276.
- [31] C. J. Lee & E. J. Noh.(2016). The Relationship of Narcissism and Tourism Motivation, Cultural Assimilation to Tourism Destination. *Journal of Tourism and Leisure Research* 28(5), 5-24.
- [32] Um. S. & Crompton, J. L. (1991). Development of pleasure travel attitude dimensions. *Annals of Tourism Research*, 18(3), 500-504.
- [33] Pearce, P., & Lee, U. (2005) Developing the travel career approach to tourist motivation. *Journal of Travel Research*, 14(4), 163-184.
- [34] S. H. Lee & S. Y. Ryu.(2016). A Study on the Differences in Preference of Accommodation Attributes and Experience Activities by Long-stay Rural Visitors' Motivation. *Journal of tourism sciences*, 40(10), 61-78.
- [35] J, G. Beard & M. G. Ragheb.(1983). Measuring leisure motivation. *Journal of leisure research*, 15(3), 219-228.
- [36] D. P. Hoang.(2014). The Study of Effect Tourism Motivation of Visitors Satisfied with the Slow City, also Impact on Attitudes and Behavior Research. *Tourism Management Research*, 18(58), 383-408.
- [37] H. S. Chung.(2017). *Major in Sports Industry Management Graduate School of Physical Education*. Doctoral dissertation. Kyunghee Universit, Seoul.
- [38] Y. S. Hong.(2019). *Effects of Relational Benefits and Participation Motivation Perceived by Tourism Supporters on Commitment, Satisfaction and Continuous Intent*. Department of Tourism Management Graduate School Kyonggi University, Seoul.
- [39] Fleischer. A. & A. Pizam(2002). *Tourism Constraints among Israeli Seniors*. *Annals of Tourism Research*, 29(1), 106-123.
- [40] I. S. Choi, J. W. Hong & J. A. Lee.(2019). The Influence of Destination Attributes and Constraints on Tourists' Satisfaction and Revisit Intention in the Island. *Journal of Tourism Studies*, 31(4), 121-138.
- [41] Jackson E. L & V. C. Rucks (1995). Negotiation of leisure constraints by junior-high and high-school students: an exploratory study. *Journal of Leisure Research*, 23(1), 301-313.
- [42] Y. I. Kim.(2019). The Effects of College Students` Career Stress on Leisure Function, Constraint, and Quality of Life. *Journal of Tourism and Leisure Research*, 31(11), 477-492.
- [43] Crawford, D. W. & Godbey, G.(1987). Reconceptualizing barriers to family leisure. *Leisure Sciences*, 9, 119-127.
- [44] H. J. Hwang & Y. H. Choi.(2016). The Analysis of Constraints in Marine Eco-tourism, Focused on Tourism Constraints, Attitudes, and Behavior Intentions. *Journal of Tourism Studies*, 28(1), 133-158.
- [45] Nyaupane. G. P., McCabe, J. T., & Andereck, K.(2008). Seniors Travel Constraints: stepwise logistic regression analysis. *Tourism Analysis*, 7(13), 341-354.
- [46] Shaw, S. M., Bonen, A. and McCabe, J. F.(1991). Do more constraints mean less leisure Examining the relationship between constraint and participation. *Journal of Leisure Research*, 26(1), 8-22.
- [47] S. G. Yoo. (2011). The Effect of Urban Tourism Satisfaction on Revisit and Word-of-Mouth, *Journal of Hospitality and Tourism Studies*, 40(0), 53-72.
- [48] S. H. Oh. Y. R. Lee. & Y. R. G. R. Jeong.(2016). Effects of Participation Constraints on Tourists' Attitude toward Marine Tourism. *Journal of Tourism Sciences*., 37(2), 163-185.
- [49] S. M. Nam & H. C. Shin(2018). A Study on the effect of Attitude, Subjective Norm, Perceived Behavioral Control, Anticipated emotions of inbound chinese tourist on tourism desire. *Journal of Tourism and Leisure Research*, 30(10), 443-458.
- [50] Assael, H. (1984). *Consumer behavior and marketing action*: Kent.
- [51] J. B. Park.(2019). The effects of experience elements of a cultural tourism festival on regional brand awareness, regional brand image, and attitudes towards host regions : Focused on the Hwacheon Sancheoneo Ice Festival. *International Journal of Tourism and Hospitality Research* 33(5), 5-17.
- [52] H. K. Yeo.(2000). The Effect of Tourism Attitudes on the Choice of Sustainable Tourism Development. *Journal of Industrial Economics and Business*, 13(2), 353-377.
- [53] B. J. Seo, M. G. Kim & C. H. Lee(2018). The Effect of TV Viewers Perceived Similarity, Wishful Identification, and Para-social Interaction on Tourism Attitude: In the Case of a Travel-Reality Show. *Tourism Research Institute Hanyang University*, 30(1), 29-51.
- [54] Gnoth, J. (1997). Tourism motivation and expectation formation. *Annals of Tourism research*, 24(2), 283-304.
- [55] A. R. Choi, S. J. Wang & H. G. Koo.(2018). A Comparative Study on Satisfaction and Influence Factors of Chinese, Japanese and American Tourists in Korea. *Journal of Digital Convergence*, 16(5), 123-135.
- [56] T. I. Kwon & S. H. Rho.(2017). Logistic regression analysis of satisfaction attributes affecting intention to return of Chinese and Japanese travelers. *Korean Journal of Hospitality & Tourism*, 26(5), 137-149.
- [57] C. N. Guo & E. K. Shin.(2013). The Effect of Chinese tourists's Destination Choice Attributes on Behavioral Intentions, Moderating effect of Tourism Constraints. *Tourism Management Research Organization*. 17.(2), 1-19.

- [58] R. A. Westbrook & R. L. Oliver.(1991). The Dimensionality of Consumption Emotion Patterns and Consumer Satisfaction, *Journal of Consumer Research*, 24(0), 258-270.
- [59] F. F. Reichheld & W. E. Sasser, WE jr. (1990. September-October). *Zero Defection : quality comes to services*. *Harvard Business Review*, 68, 105-111.
- [60] H. R. Yoon & D S. Na.(2018). The Mediating Effect of Knowledge Sharing Activity on the Effect of Trust between Consultants on Consulting Satisfaction in the Convergence era. *Journal of Digital Convergence*, 16(9), 91-98.
- [61] J. H. Yoon.(2009). A Research on The Relationship with Tourism Preparedness, Tourism Attitude and Tourism Image, Intention Revisit. *Journal of Tourism and Leisure Research*, 21(4), 353-369.
- [62] D. I. Kim, S. K. Lee & H. S. Jin(2012). An Analysis of Structural Relationship among the Effect Traveler`s Satisfaction by Preference Attributes of Overseas Travel Products on the Attitude, Loyalty and Switching Intention to Travel Agency: Focusing on the Difference in Travel Agency Scale. *International Journal of Tourism and Hospitality Research* 26(4), 309-333.
- [63] J. H. KIM.(2014). A Study on the Effects of Island Visitors` Motivation on Post-Trip Attitude - Based on Islands of Incheon Metropolitan City. *Journal of tourism sciences*, 18(4), 125-145.
- [64] K. S. Lee & G. S. Yang(2015). The Development Scale for Service Quality of Rural Experience Tourism Program and Determinants for Tourism Attitude. *International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 29(7), 25-41.
- [65] Y. S. Yeo.(2016). The mediating effects of tourist image on travel mart service quality and tourist attitude : Focusing on Gyeonggi Travel Mart B2C visitors. *International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 30(11), 95-108.
- [66] H. Y. Park.(2017). Senior tourism tourist tourists ' values, motives, attitudes, and its impact on tourist satisfaction : People's Republic of China, Japan and South Korea, against tourists. *Journal of MICE & tourism research*, 17(1), 59-78.
- [67] B. W. Ahn.(2014). The Verification of Relationship Model among Leisure Motivation, Flow, Constraint, Attitude, Satisfaction by Foreigners Leisure Activity Participation in Korea. *Journal of the Korean society for Wellness*, 9(4), 13-25.
- [68] H. J. Baik, C. K. Lee & J. O. Kim.(2015). Examining Structure Relationships between Travel Constraints, Negotiation, Attitude, and Behavior Intention for Domestic Solo Travelers : The Case of 2040 Ages of Single Household. *Journal of Tourism and Leisure Research*, 27(1), 115-134.
- [69] S. J. Kang & H. G. Shon.(2015). Study on Determinants Affecting Satisfaction and Intention of Rural Tourism as a Fair Travel. focused on visitors of rural tourism villages. *Korean journal of tourism research*, 30(5), 313-333.
- [70] R. Y. Li & T. H. Lee.(2018). A study of the relationships among theme park storytelling, brand attitude, satisfaction, and after attitude. *International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 32(6), 123-136.
- [71] K. S. Choi, K. Y. Kim. B. J. Jang.(2019). The Effects of Social Tourism Information Platform on Tourism Information on Acceptance Attitude and Platform Word-of-Mouth Intention in Travel Agency Customer. *Journal of Tourism and Leisure Research*, 32(2), 101-114.
- [72] J. W. Hong, M, J, Kim. H. S. You.(2019). An Analysis of the Customer Classification of Domestic and Foreign Online Travel Agencies(OTA): Using Q Methodology, *Journal of Tourism and Leisure Research* 31(10). 207-223.
- [73] D. L. Goodhue, W. Lewis & R. Thompson. (2012). Does PLS have advantages for small sample size or non-normal data. *Management Information System Quarterly*, 36(3), 981-1001.
- [74] C. Fornell & D. F. Larcker. (1998). Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39-51.
- [75] S. B. Park. & J. T. Seon.(2012). The Satisfaction according to Purchasing Motivation and Attitude of Travel Product, *Tourism Research*, 36(0), 103-123.

## 김 대 석(Dae Seok Kim)

[정회원]



- 2019년 2월 : 대전대학교 융합컨설팅학과(경영컨설팅학석사)
- 2019년 3월 ~ 현재 : 대전대학교 융합컨설팅학과 박사과정 재학
- 관심분야 : 관광경영, 관광컨설팅.
- E-Mail : mbc0369@naver.com

## 서 영 욱(Young Wook Seo)

[정회원]



- 2000년 8월 : 성균관대학교 경영대학원(경영학석사)
- 2009년 2월 : 성균관대학교 일반대학원(경영학박사)
- 2015년 3월 ~ 현재 : 대전대학교 융합컨설팅학과 교수
- 관심분야 : 경영, IT컨설팅, 지식경영, 창의성, 소프트웨어품질, 관광컨설팅.

· E-Mail : ywseo@dju.kr