

수상레저스포츠관광의 관광동기가 관광가치에 미치는 영향

Effect of the Tourism Value Made to a Tourism Motivation on Water Leisure Spots Tourism

이익수
청주대학교 관광학부

Yk-Su Lee(tour8119@cju.ac.kr)

요약

본 연구는 충주를 방문한 수상레저관광객의 관광동기가 관광가치에 어떠한 영향을 주는지 실증적 자료에 근거하여 분석하는데 그 목적이 있다. 분석결과는 첫째, 방문자의 과거 수상레저 경험차이 등에 따라 관광동기가 달라지는 것을 알 수 있었다. 이와 더불어 관광동기는 관광가치에 부분적으로 영향을 미치는 것으로 나타났다.

이러한 결과를 통해 기업에 수상레저경험의 수준에 따라 다른 자극요인을 제공해야 한다는 것과 동시에 수상레저관광 가치에 적용될 수 있는 몇가지의 혁신적인 전략을 제시할 수 있었다.

■ 중심어 : |수상레저 | 관광동기 | 관광가치 |

Abstract

This study is were to demonstrate how tourism motivation related to Water leisure influence the effectiveness of tourism value, based on the empirical information provided by Chung-ju visitors. The result of study reveals that there are some significant motivational differences depending on the level of the visitors' past water leisure experiences. In addition, the tourism motivation impacts partly on the effectiveness of tourism value.

These findings enable entrepreneurs to participate in efforts not only to provide separate stimulus elements depending on level of water leisure experiences but also to propose several innovative strategies that could be adopted and applied to water leisure tourism value.

■ keyword : | Water Lesisure | Tourism Motivation | Tourism Value |

1. 서 론

국내 관광은 관광에 대한 국민인식의 발전에 따라 최근 단순 관람형 관광에서 적극적인 참여형 관광으로 변화하고 있으며, 이중 레저와 관련된 관광에 대한 관심이 높아지고 있다. 또한 레저에 관한 국민들의 관심은 소득의 증대와 여가시간의 확대로 점차 증대되고 있으

며, 레저가 일상생활에 어떠한 영향을 미치는지 모든 국민들이 깨닫고 느끼고 있기 때문에 레저관광산업이 더 발전할 수 있는 것으로 전망하고 있다[1].

이와 관련하여 그동안 진행된 레저관광 연구를 살펴보면 해양레저관광과 관련된 연구가 많은 부분을 차지하고 있으며[2-4], 그 내용적 측면을 살펴보면 해양레저관광의 발전 및 활성화 전략이 많은 부분을 차지하고

있다[3][5].

하지만 물(water)과 관련된 레저관광활동을 살펴보면 해양 및 해수면을 이용한 레저관광 뿐만 아니라 강(river) 및 호수(lake) 등의 내륙수면을 이용한 레저관광 또한 매우 활성화 되어 있다. 어찌보면 한강 및 충주호 등의 내륙수면을 이용한 레저관광활동이 해양 및 해수면을 이용한 레저관광활동보다 더욱 활성화 되어 있다고 할 수 있다.

이러한 현상에도 불구하고 국내의 내륙 해수면을 이용한 레저관광 연구는 매우 미비한 실정이다. 특히 수상레저관광객의 관광동기와 관광가치에 대한 연구는 거의 전문한 실정이다.

따라서 본 연구에서는 국내 수상레저관광 중 큰 부분을 차지하고 있는 내륙수면을 이용한 수상레저관광객의 관광행태에 따른 관광동기 인식의 차이와 관광동기가 관광가치에 미치는 영향관계에 대해 연구해보고자 한다.

이에 따른 연구의 목적은 수상레저관광객의 관광행태에 따른 관광동기 인식의 차이와 관광동기가 관광가치에 미치는 영향을 알아봄으로써 향후 내륙수면을 이용한 새로운 관광상품 개발에 있어 수상레저관광객의 특성을 반영한 새로운 관광상품 개발의 방향을 제시하기 위한 기초자료를 제공함을 목적으로 한다.

이러한 연구목적 달성을 위한 구체적인 연구문제를 정리하면 다음과 같다.

첫째, 수상레저관광객의 관광행태에 따른 관광동기 인식에는 어떠한 차이가 있는가?

둘째, 수상레저관광객의 관광동기는 관광가치에 어떠한 영향을 미치는가?

II. 이론적 배경

1. 관광동기

동기는 모든 활동 속에 있는 추진력이며, 관광객 행동을 연구하거나 관광 시스템을 이해하는 출발점이 될 수 있다[6]. 이러한 관광동기 초기 연구들은 관광객의

동기를 대개 4~9가지 정도로 분류하고 있다[7][8].

이와 관련하여 레저관광과 관련한 그동안의 연구를 살펴보면, 먼저 국내 연구로는 박상규(2008)는 해양관광레저스포츠 참여자의 관광참여동기를 지적, 사회적, 휴식 동기요인으로 나누어 연구를 진행하였으며[9], 김성혁·황수영·김동일(2006)은 대학생 레저관광객의 참여동기를 기술습득동기, 기분향상동기, 사교적 동기, 외적과시동기, 즐거움 동기, 체력증진 동기로 구분하였다[10]. 또한 정호권·황인옥(2006)은 레저스포츠 활동의 동기를 개인적 동기, 사교적 동기, 레저체험 동기로 구분하여 연구를 진행하였다[11]. 이 밖에도 김오성(2010)은 스포츠관광자의 참여동기를 내적동기와 외적동기로 대분하고 내적동기는 건강추구, 기분전환, 외적동기는 스포츠활동, 기분전환, 친목 및 사교로 세분화하였다[12].

국외 연구로 Deci(1975)는 관광동기를 정의함에 있어 내적동기는 한 개인이 당면하고 있는 상황과의 관계 속에서 유능감과 자결성을 느끼려는 욕구에 의하여 형성된다고 하였으며, 내적동기는 하위요인들로 분류할 수 있다고 하였다[13]. 또한 Deci & Ryan(1985)은 주위상황이 자결성에 의한 것이 아니거나 능력감을 못느끼면 무동기상태라고 하여 무관심, 무반응 동기라고 하였다[14].

2. 관광가치

관광가치에 대해서는 아직도 명확하게 규정되지 않고 학자들마다 다양하게 정의하고 있지만, ‘개인이 추구하는 궁극적인 목적이나 가치에 도달할 수 있도록 이끄는 지속적인 신념으로 개인이 느끼는 정서적 느낌이나 생각’으로 정의될 수 있다[15]

특히 본 연구에서 진행하고자 하는 효용적 가치와 쾌락적 가치로 구분하는 기존의 연구는 매우 한정적으로 진행되었으며, 국내의 경우 이영진(2009)의 박사학위 연구인 “해양레저관광행동 영향요인 구조분석”에서 거의 처음으로 사용되었으며[15], 그후 이영진·이훈(2010)의 “해양레저관광행동의 쾌락성(hedonic)과 유용성(utilitarian) 측정지표개발” 연구에서 구체화되었다[16]. 가치의 쾌락적 차원과 유용적 차원에 대한

그동안의 연구를 살펴보면 이학식·안광호·하영원(2008)는 가치는 개인의 행동양식에 대한 지속적인 신념으로, 해당 행동이나 대상에 의해 발생하는 지각된 경험이나 행동속성을 가지고 있는지에 대한 차원으로 해석될 수 있다고 하였으며, 최근에는 한 사회가 특정 사물에 부과한 중요성으로 인식될 수 있다고 하였다 [17].

본 연구에서는 가치의 구분을 이영진·이훈(2010)의 연구에서 사용된 개념인 행동주의와 심리학적인 측면에서 개인이 추구하는 궁극적인 목적(행복, 만족, 건강 유지 등 - 궁극적 가치)에 도달할 수 있도록 이끄는 지속적인 신념(재미, 즐거움, 효과적인, 필요한 등 - 수단적 가치)을 사용하여 연구를 진행하고자 하였다.

III. 연구방법 및 조사설계

1. 연구대상 및 표본의 선정

조사를 위한 설문대상 집단은 2010년 7, 8월에 충주를 방문하여 수상레저관광을 경험한 사람들로 선정하여, 설문조사 방법을 사용하였다.

구체적인 연구대상은 충주 단급호 및 조정체험학교를 방문하여 수상레저관광을 경험한 사람들을 모집단으로 설정한 후 집락무선표집법을 이용하여 표본을 추출하였다. 이와 같은 표집방법으로 수상레저관광객을 대상으로 300부를 추출하였으나, 회수된 설문지 중 무응답 했거나 분석에 사용하기 곤란한 8개를 제외하고 최종적으로 사용된 자료는 방문객 기준 292개로 유효 분석율은 97.3%를 보였다. 조사된 수상레저관광객 표집의 구체적인 개인적 특성은 [표 1]과 같다.

표 1. 조사대상자의 인구통계학적 특성

항 목	구 분	빈도(명)	백분율(%)
성별	남성	187	64.0
	여성	105	36.0
교육수준	고졸이하	108	37.0
	대학졸업	171	58.6
	대학원 이상	13	4.6
연령	20대 이하	40	13.7
	30대	86	29.5

	40대	110	37.7
	50대	53	18.2
	60대 이상	3	1.0
직업	사무직	43	14.7
	전문직	46	15.8
	공무원	139	47.6
	레포트츠 종사자	7	2.4
	기타	57	19.5
수입	200만원 미만	74	25.3
	200-300만원	131	44.9
	301-400만원	52	17.8
	401-500만원	33	11.3
	501만원 이상	2	0.7

2. 변수의 조작적 정의

본 연구에서의 관광동기는 관광을 행하게 하는 관광객의 심리적 요인으로 정의하였으며, 김성혁·황수영·김동일(2006)의 연구에서 사용한 설문문항을 수정, 보완하여 구성하였다. 또한 관광가치는 개인의 심리학적 측면에서 정서적 느낌 및 생각으로 정의하였으며, 쾌락적 가치와 유용적 가치로 구분하여 진행하였다. 본 연구에서는 이재영·이훈(2010)의 연구에서 사용된 HED와 UT 차원의 설문문항을 본 연구에 맞게 수정, 보완하여 구성하였다.

IV. 실증분석 결과

1. 타당성 및 신뢰성 검증

본 연구에서 사용된 이론적 측정 변수들의 내용 타당성 및 신뢰성 확인을 위해 요인분석 및 신뢰도 분석을 실시하였다. 요인분석은 주성분 분석(principle component analysis)에서 요인간의 독립성을 가정하는 직각 회전 방식인 Varimax을 사용했다. 최종적인 문항의 선택은 아이겐 값의 1이상인 경우에 요인이 추출되도록 하였으며, 요인적재량이 0.4 이상인 경우를 기준으로 하였다.

관광동기에 대한 요인분석 결과 고유값(Eigen Value)이 1 이상인 3개 요인으로 추출되었으며, 각각을 체험 및 휴식, 과시, 즐거움이라 명명하였다. 3개 요인에 의해 설명되는 설명력은 전체분산의 62.307%이다. 또한 요인분석을 위한 각 측정변수들 선정을 확인하는 KMO 값은 .853, 요인분석의 모형 적합성을 판별하는 Bartlett의 구형 검정치 결과는 995.532(p-value : 0.000)

으로 유의하게 나타났다. 한편 도출된 요인들에 대하여 Cronbach'a를 이용한 신뢰도 분석 결과 .855 ~ .651로 나타나 비교적 신뢰성이 있는 것으로 나타났다. 10개 문항 중 '건강과 체력증진' 문항은 선행연구의 분석과 다르게 나타나 분석에서 제거하였다.

표 2. 관광동기에 대한 타당도 및 신뢰도

요인 및 변수명	요인 적재값	아이겐 값	분산 (%)	신뢰계수	
체험 및 휴식	새로운 체험	.800	4.079	40.790	.855
	새로운 레저	.797			
	자연과 동화	.768			
	스트레스 해소	.722			
과시	편안한 휴식	.717	1.143	11.433	.689
	다른이에게 자랑	.903			
즐거움	새로운 만남	.641	1.008	10.084	.651
	가족/친지와 즐거운 시간	.909			
	친구/동료와 즐거운 시간	.482			

총분산 설명력 : 62.307%
KMO 측도 : .853, Bartlett 검정치 : 995.532(p-value : 0.000)

표 3. 관광효용에 대한 타당도 및 신뢰도

요인 및 변수명	요인 적재값	아이겐 값	분산 (%)	신뢰계수	
쾌락성	쾌활하게 함	.864	10.201	60.008	.950
	신나게 함	.862			
	흥분되게 함	.845			
	행복하게 함	.837			
	흥미진진 함	.783			
	기쁘게 함	.781			
	환상적임	.727			
	경이적임	.716			
	멋이 있음	.686			
	매력적임	.631			
유용성	필요함	.890	1.795	10.558	.914
	유용함	.871			
	유익함	.833			
	중요함	.761			
	효과적임	.619			

총분산 설명력 : 70.566%
KMO 측도 : .935, Bartlett 검정치 : 4657.672(p-value : 0.000)

관광가치에 대한 요인분석 결과 모든문항이 고유값(Eigen Value)이 1 이상인 2개 요인으로 추출되었다. 설명력은 전체분산의 70.566%이다. 또한 요인분석을 위한 각 측정변수들 선정을 확인하는 KMO 값은 .935, 요인분석의 모형 적합성을 판별하는 Bartlett의 구형 검

정치 결과는 4657.672(p-value : 0.000)로 유의하게 나타났다. 한편 도출된 요인들에 대하여 Cronbach'a를 이용한 신뢰도 분석 결과 각각 .950과 .914로 나타나 신뢰성이 있는 것으로 나타났다. 17개 문항 중 '재미있음' 문항은 선행연구의 분석과 다르게 나타나 분석에서 제거하였다.

2. 관광동기 인식차이 검증

회수된 자료에 대해 통계패키지 SPSS 12.0을 이용해서 분산분석(One-way ANOVA)을 실시하였다. 분석은 유의수준 95% 수준에서 분석하였으며, 집단간 차이를 보이는 항목에 대해서는 Duncan 사후분석을 실시하였다. 분석결과 수상레저 관광경험과 선호하는 수상레저 관광활동의 모든 항목에 있어 집단간 차이를 보였다. 먼저 수상레저 관광경험에 따른 수상레저관광동기 인식차이를 살펴본 결과 [표 4]에서와 같이 체험 및 휴식(p<0.001), 과시(p<0.001) 요인에서 차이가 있는 것으로 나타났다.

표 4. 수상레저 관광경험에 따른 인식차이

항목	구분	평균(S.D.)	F 값	post - hoc
체험 및 휴식	1회(a)	3.43±0.67	5.640***	a,d<c,b,e
	2회-3회(b)	3.88±0.68		
	4회-5회(c)	3.82±0.86		
	6회-10회(d)	3.47±0.95		
	11회 이상(e)	4.04±0.89		
	과시	1회(a)		
2회-3회(b)	3.06±0.96			
4회-5회(c)	3.19±0.92			
6회-10회(d)	3.02±0.76			
11회 이상(e)	3.43±0.92			
즐거움	1회(a)	3.66±0.83	1.856	
	2회-3회(b)	4.12±0.77		
	4회-5회(c)	4.24±1.31		
	6회-10회(d)	3.41±1.12		
	11회 이상(e)	3.96±1.05		

주 : ***P<.001

또한 선호하는 수상레저 관광활동에 따른 수상레저 관광동기 인식차이를 살펴본 결과도 [표 5]에서와 같이 인지적 체험(p<0.05) 요인에서 차이가 있는 것으로 나

타났다.

표 5. 선호 수상레저관광활동에 따른 인식차이

항 목	구 분	평균(S.D.)	F 값	post - hoc
체험 및 휴식	수상스키(a)	3.72±0.79	3.870***	b(h,c,g,d,a(e)f
	제트스키(b)	3.30±0.71		
	바나나보트(c)	3.58±0.72		
	레프팅(d)	3.69±0.86		
	조정(e)	3.88±0.84		
	스킨스쿠버(f)	4.33±0.74		
	유람선(g)	3.69±0.82		
	기타(h)	3.42±0.44		
과시	수상스키(a)	3.21±0.74	2.770**	g(h(b,d,c,a(f)e
	제트스키(b)	2.82±0.86		
	바나나보트(c)	3.02±0.97		
	레프팅(d)	2.83±1.06		
	조정(e)	3.35±0.89		
	스킨스쿠버(f)	3.26±0.98		
	유람선(g)	2.66±0.95		
	기타(h)	2.71±0.96		
즐거움	수상스키(a)	3.75±0.90	2.134*	h,b(g,a,d,c,f(d
	제트스키(b)	3.38±1.11		
	바나나보트(c)	4.05±0.97		
	레프팅(d)	4.01±0.87		
	조정(e)	4.72±1.21		
	스킨스쿠버(f)	4.25±0.85		
	유람선(g)	3.69±0.84		
	기타(h)	3.28±0.72		

주 : *P<.05, **P<.01, ***P<.001

3. 관광동기와 관광가치의 영향 검증

수상레저 관광객의 관광동기가 관광가치중 쾌락성에 미치는 영향을 알아보기 위해 회귀분석을 실시한 결과는 [표 6] 에서 보는 바와 같이, 이 회귀식은 전체의 35.6%를 설명하고 있으며, 변량분석 모델검증(F값)을 보면 알 수 있듯이 유의한 것(p<.001)으로 나타났다. 수상레저 관광객의 관광가치중 쾌락성에 영향을 미치는 관광동기 항목은 체험 및 휴식과 과시 항목이 영향을 미치는 것으로 나타났다. 공선성 검사에서도 각 항목들 간 공선성이 존재하지 않는 것으로 나타났다.

표 6. 관광동기가 쾌락성에 미치는 영향

독립변수	비표준화 계수		표준화 계수	T	p-value	다중 공선성	
	B	표준 오차	β			공차 한계	VIF
상수	1.014	.211		4.818	.000***		
체험 및 휴식	.610	.058	.555	10.454	.000***	.794	1.260
과시	.106	.047	.114	2.252	.025*	.871	1.148
즐거움	-.011	.024	-.023	-.455	.649	.869	1.150
R2 = .356 수정R2 = 0.349 F = 53.026 p = 0.000***							
*p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001							

수상레저 관광객의 관광동기가 관광가치중 유용성에 미치는 영향을 알아보기 위해 회귀분석을 실시한 결과는 [표 7] 에서 보는 바와 같이, 이 회귀식은 전체의 51.3%를 설명하고 있으며, 변량분석 모델검증(F값)을 보면 알 수 있듯이 유의한 것(p<.001)으로 나타났다. 수상레저 관광객의 관광가치중 유용성에 영향을 미치는 관광동기 항목은 체험 및 휴식과 과시 항목이 영향을 미치는 것으로 나타났다. 공선성 검사에서도 각 항목들 간 공선성이 존재하지 않는 것으로 나타났다.

표 7. 관광동기가 유용성에 미치는 영향

독립변수	비표준화 계수		표준화 계수	T	p-value	다중 공선성	
	B	표준 오차	β			공차 한계	VIF
상수	.240	.193		11.243	.000***		
체험 및 휴식	.672	.053	.580	12.574	.000***	.794	1.260
과시	.220	.043	.225	5.114	.000***	.871	1.148
즐거움	.031	.022	.061	1.380	.169	.869	1.150
R2 = .513 수정R2 = 0.508 F = 101.181 p = 0.000***							
*p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001							

V. 결 론

1. 연구문제 요약

첫째, 관광행태에 따른 수상레저 관광객의 관광동기

인식차이의 분산분석 결과 수상레저 관광경험과 선호하는 수상레저관광활동의 부분에서 항목에 차이가 있는 것으로 나타났다. 따라서 수상레저 관광객의 관광행태에 따른 관광동기 인식의 차이는 부분적으로 있다고 할 수 있다.

둘째, 수상레저 관광객의 관광동기가 관광가치에 미치는 영향의 회귀분석 결과 체험 및 휴식, 과시 항목이 관광가치에 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 특히 체험 및 휴식은 그 영향력이 매우 큰 것으로 나타났다. 또한 그 영향의 방향은 모두 정(+)적인 것으로 나타났다. 따라서 수상레저관광객의 관광동기는 관광가치에 매우 많은 영향을 미친다고 할 수 있다.

2. 시사점 및 한계

수상레저 관광은 이제 현대인들이 관광을 결정하고 즐기는데 있어 많은 비중을 차지하는 관광형태이며, 향후에도 더욱 발전할 것으로 사료된다.

이러한 수상레저 관광에 있어 관광객의 관광행태에 따라 관광동기가 달라지는 것은 매우 중요한 의미를 지닐 수 있으며, 이에 따른 관광가치에 대한 영향력은 향후 수상레저 관광상품을 구성함에 있어 하나의 중요한 시사점을 제공해 줄 수 있다.

실증 분석을 통해 본 연구에서 제시한 연구문제를 검증한 결과 수상레저 관광객의 관광행태에 따라 관광동기를 인식하는데 차이가 있었으며, 관광동기 중 체험 및 휴식과 과시가 관광가치에 영향을 미치는 것으로 나타났다.

이러한 결과를 바탕으로 다음과 같은 시사점을 제안하고자 한다.

첫째, 수상레저 관광객의 관광행태에 따라 관광동기가 차이가 있다는 것은 향후 수상레저 관광객을 유인하고자 할 때 관광객의 과거관광경험이나, 선호 관광활동에 따라 각기 다른 관광동기를 자극하는 마케팅 전략을 수립해야 할 것이다.

둘째, 수상레저 관광객의 관광동기 중 체험 및 휴식이 관광가치에 많은 영향을 미치는 것은 수상레저 관광상품을 구성함에 있어, 향후에는 체험성과 휴식성을 강조하는 홍보 및 마케팅 활동이 요구된다 할 것이다.

셋째, 본 연구는 내륙수면을 이용해 수상레저 관광활동을 행하는 관광객을 대상으로 한 선도적 연구이며, 이를 통해 내륙수면을 이용한 수상레저 관광상품 개발 및 마케팅 전략을 구성하는데 기초적 자료를 제공해 줄 수 있었다.

이러한 본 연구의 결과는 수상레저 관광과 관련된 다양한 방향성을 제시하는데 기여할 것이며, 연구 결과에 따라 수상레저 관광에 대한 향후 연구에 많은 시사점을 제공할 것으로 생각된다.

본 연구의 과정상 분석 결과를 통해서 제기 될 수 있는 몇 가지 한계점은 다음과 같다.

첫째, 본 연구에서 구성하지 않은 제3의 변수들의 영향관계를 완전하게 배제하지 못하고 있다. 따라서 본 연구의 결과로써 일반화된 해석을 하기에는 무리가 있을 수 있다.

둘째, 연구대상을 충주를 방문한 수상레저 관광객으로 제한하였기에 본 연구의 결과를 전체 수상레저 관광객을 대상으로 일반화시키기에는 무리가 있다. 따라서 향후 연구에서는 결과의 일반화를 위해 다양한 연구대상을 포함시켜 연구할 필요가 있다.

참 고 문 헌

- [1] 김웅철, “21세기 레저관광산업의 전망과 활성화 전략”, 우암논총, 제26권, pp.143-168, 2003.
- [2] 이영진, “해양 레저관광활동 참여과정에서 쾌락성(hedonic)과 유용성(utilitarian)의 조절효과”, 관광학연구, 제34권, 제4호, pp.35-59, 2010.
- [3] 장운재, 금종수, “해양레저단지의 개발가치 추정”, 해양환경안전학회 학술발표대회 논문집, pp.69-74, 2008.
- [4] 여호근, “해양관광자의 주관적 규범, 자아 효능감, 전환태도가 전환의도 및 전환행동, 재참가 의도에 미치는 영향”, 관광레저연구, 제19권 제3호, pp.7-27, 2007.
- [5] 이재형, 하해동, 강신범, “소규모 어항 개발을 통한 해양레저 관광 활성화 방안”, 한국마린엔지니어링

학회 학술발표대회 논문집“, pp.165-166, 2006.

- [6] P. L. Pearce and U. I. Lee, "Developing the Travel Career Approach to Tourist Motivation," Journal of Travel research, Vol.43, pp.226-237, 2005.
- [7] R. W. McIntosh, "Tourism: Principles, Practices, Philosophies (2th ed.)", Columbus, OH: Grid (Inc), 1977.
- [8] E. L. D. Ross and S. E. Iso-Ahola, "Sightseeing tourists' motivation and satisfaction," Annals of Tourism Research, Vol.18, pp.226-237, 1991.
- [9] 박상규, "도시마케팅 전략을 위한 해양관광레저스포츠 참여동기, 제약, 도시브랜드와 관광만족의 관계", 미간행 조선대학교 대학원 박사학위논문, 2008.
- [10] 김성혁, 황수영, 김동일, "대학생 레저스포츠활동 참가자의 라이프스타일 유형에 따른 레저스포츠 참여동기와 만족도 차이연구", 한국호텔외식경영학회 추계학술대회 발표논문집, pp.271-285, 2006.
- [11] 정호권, 황인옥, "레저스포츠 활동의 제약 및 동기가 참여에 미치는 영향 연구" 한국호텔경영학회 학술발표대회 발표논문집, pp.656-671, 2006.
- [12] 김오성, "스포츠관광자의 참여동기, 선택속성, 인지된 가치, 관광만족, 재참가 의도 및 구전의도 간의 구조적 관계", 미간행 경기대학교 대학원 박사학위논문, 2010.
- [13] E. L. Deci, "Intrinsic motivation" New York: Plenum Press, 1975.
- [14] E. L. Deci and R. M. Ryan, "Intrinsic motivation and self-determination in human behavior," New York: Plenum Press, 1985.
- [15] 이영진, "해양레저관광행동 영향요인 구조분석", 미간행 한양대학교 대학원 박사학위논문, pp.32-33, 2009.
- [16] 이영진, 이훈, "해양레저관광행동의 쾌락성(hedonic)과 유용성(utilitarian) 측정지표개발", 관광학연구, 제34권, pp.15-114, 2010.
- [17] 이학식, 안광호, 하영원, "소비자 행동-마케팅 전략적 접근(제4판)", 경기도: 법문사, 2008.

저자 소개

이 익 수(Yk-Su Lee)

중신회원



- 1995년 2월 : 경기대학교 관광경영학과(경영학석사)
- 2000년 8월 : 경기대학교 관광경영학과(경영학박사)
- 2003년 3월 ~ 현재 : 청주대학교 관광학부 교수

<관심분야> : 관광자원, 문화관광, 문화콘텐츠기획