

## 가족 단위 철도 여행객의 추진(Push)동기 요인과 유인(Pull)동기 요인의 영향력 연구\*

이 경 민\*\*  
구 철 모\*\*\*  
한 희 정\*\*\*\*  
정 남 호\*\*\*\*\*

철도를 단순한 교통 이동 수단으로 활용하는 것뿐만 아니라 관광 경험의 대상으로 하는 여러 가지 관광 상품과 서비스들의 등장과 함께 철도를 이용하는 여행객이 꾸준히 증가하고 있다. 이에 본 연구에서는 여행의 수단이자 경험의 대상이 되는 철도 여행과 개별 관광의 한 축을 담당하는 가족관광의 속성에 대해 동시에 검증하여, 철도라는 여행 경험의 대상과 가족이라는 관광의 유형에 따른 여행객의 동기를 세분화하여 연구하고자 한다. 즉, 철도여행과 가족관광의 독특한 속성에 대한 세분화된 관광동기들이 여행 만족도나 행동의도에 미치는 영향에 대한 실증 연구를 목적으로 하였다.

본 연구는 관광동기 관련 동기이론들 중 추진(Push)요인과 유인(Pull)요인으로 구분한 동기이론을 토대 이론으로 연구를 설계하였다. 또한, 기존의 철도여행 연구와 가족관광 연구들의 결과, 철도여행의 중요 속성인 철도 여행의 매력성과 가족 관광의 속성인 가족 관광의 친화성을 추진(Push)동기 요인으로, 철도 여행의 단점으로 인식되는 관광 접근성을 유인(Pull)동기 요인으로 선정하여, 철도 여행과 가족 관광의 특징을 반영하는 각각의 동기들이 관광만족도와 행동의도에 미치는 영향력을 분석하였다.

연구 결과, 추진(Push)동기 요인인 철도여행 매력성과 가족관광 친화성, 유인(Pull)동기 요인인 공간접근성이 만족도를 통해 행동의도에 영향을 미친다는 것을 확인하였다. 또한 만족도의 매개효과 검증에서 철도여행 매력성과 가족관광 친화성은 그 자체로써, 혹은 만족도를 통해서 행동 의도에 긍정적인 영향을 미쳤으며, 공간접근성은 만족을 할 경우에만 행동의도에 영향을 미친다는 결과를 도출하였다.

주제어: 철도 여행, 가족 관광, 관광 동기, 추진(Push)요인, 유인(Pull)요인, 만족도, 행동의도

### 1. 서론

철도는 국가기반시설의 하나로 개발 초기에 많은 비용이 필요하기 때문에 개발 초기에는 정부 주도형 사업 형태로서 정부 독점 시스템으로 운영된다. 또

한 제공하는 상품이나 서비스가 일반 소비자 생활에 개입할 수밖에 없는 특징으로 공급 방식이나 가격 설정 기준에서 민감한 성격을 갖고 있다(이원희, 권혁준, 2014). 이와 같은 특징으로 철도 산업은 국가의 독점 산업이 갖는 한계점을 갖고 있으며, 이런 한계점을 극복하고 경쟁력을 강화하기 위해 민간산

논문접수일: 2016. 11. 28. 1차 수정본 접수일: 2017. 02. 28. 2차 수정본 접수일: 2017. 03. 17. 게재확정일: 2017. 03. 31.

\* 본 연구는 2016년 정부(교육부)의 재원으로 한국연구재단의 지원을 받아 수행된 연구임(NRF-2016S1A3A2925146).

\*\* 경희대학교 호텔관광대학 일반대학원 박사과정(kahwea@khu.ac.kr), 제 1저자

\*\*\* 경희대학교 호텔관광대학 부교수(helmeetgu@khu.ac.kr), 교신저자

\*\*\*\* 경희대학교 호텔관광대학 일반대학원 박사과정(hhj0922@khu.ac.kr), 공동저자

\*\*\*\*\* 경희대학교 호텔관광대학 조교수(nhchung@khu.ac.kr), 공동저자

업의 참여가 진행되었으며, 이를 계기로 다양한 상품 개발과 서비스 질 개선을 위한 노력들이 이루어지고 있다. 우리나라의 철도 산업은 2004년 고속철도 개통, 2005년 철도청에서 한국철도공사로 바뀌는 전환점을 근간으로, 지역에 맞는 철도관광상품을 개발하거나 열차 이용객의 인구통계적 특성에 맞는 철도상품을 활용하고 있다. 그 대표적인 예로 5대 철도관광벨트와 청년층을 타겟으로 하는 '내일로' 티켓이 있다. 폐선 직전의 적자 노선 개선을 위해 낙후된 철도 노선과 주변 관광 자원을 결합한 5대 철도 관광벨트의 관광열차는 2015년에도 이용객 69만 2772명, 수입액은 93억 5339만원을 기록했으며, 3년 만에 이용객 160만명에 누적 수입액 200억원을 돌파했다(강주리, 2016). '내일로'는 한국철도공사에서 2007년 처음 개발한 상품으로 지금까지 꾸준한 판매 증가를 보이는 청년층의 패스형 철도 상품으로(김종효, 2016), 매년 여름(6~8월)과 겨울(12~2월)에 만 25세 이하 내, 외국인이 이용할 수 있는 철도 자유여행 패스로, 대학생의 방학기간에 맞춰 진행되는 티켓 맞춤형 철도상품이다(박희운, 2015). 이와 같이 다양한 상품을 개발하는 산업의 노력에도 학문적으로 철도여행에 대한 철도여행객의 동기나 행태를 분석한 연구는 매우 부족한 상황이며(김동건 외, 2015), 특히, 철도 여행객의 행동을 이끌어 낸 동기에 대한 연구가 필요하다. 기존의 철도 관련 연구들은 주로 철도여행의 활성화를 통한 경제적 이익 창출이나 수요 예측 등 공급자를 중심으로 한 연구들이 진행되었기 때문에(김동건 외, 2015), 본 연구에서는 공급자 중심이 아닌 수요자 중심의 관점에서, 이동 수단으로써의 철도 뿐만 아니라 여행의 경험을 제공하는 대상으로써의 철도여행객의 동기과 그 영향력에 대해 알아보려고 한다. 즉, 본 연구는 새로운 기술력과 그에 맞는 상품 개발을 토대로 하여 꾸준히 성장세를 보임에도 불구하고 이론적 토대를 바탕으로 한 학문적 뒷받침이 미흡한 철

도 여행을 연구 대상으로 하며, 특히, 이동 수단인 동시에 여행 경험의 대상인 철도를 이용하여 여행을 하는 소비자를 대상으로 여행의 의사결정에서 중요한 역할을 하는 철도 여행의 동기와 그 동기의 영향력에 대해 알아보는 것을 목적으로 한다.

코레일에서는 '내일로' 티켓의 성공에 이어, 최근 가족 여행객을 대상으로 한 '패밀리 패스'를 개발하여 여행주인과 가정의 달인 5월 한 달 동안 3명 이상의 가족이 함께 철도를 이용하면 20%의 할인 혜택을 주는 상품을 개발하였다(송인걸, 2016). 이를 통해 철도를 이용하는 가족 단위 여행객이 증가하고 있으며 철도를 이용하는 가족 여행객이 코레일의 새로운 타겟으로 설정되었다는 것을 알 수 있다. 가족 여행은 개별관광의 대표적인 현상으로(윤정현, 2014), 가족 간의 화목과 친밀성을 높이는 방안으로써의 가족관광의 지속적인 성장이 이루어지고 있다(윤정현, 2010; 윤혜진, 김철원, 2009; 허선주, 최종훈, 2012). 하지만, 철도 여행에 대한 학문적 연구가 부족한 것과 마찬가지로 대표적인 개별 관광인 가족 여행을 대상으로 하는 연구 또한 매우 부족하다. 더욱이 '패밀리 패스'라는 새로운 관광 상품을 개발하는 현실과 산업의 노력을 고려한다면, 가족 단위의 철도 여행객을 대상으로 하는 연구가 꼭 필요한 시점일 것이다. 이와 같은 상황을 감안하여 본 연구는 여행종류로써의 가족 관광에 대해, 그리고 여행을 위한 수단이자 여행 경험의 대상으로써의 철도 여행에 대해 동시에 알아보려고 한다. 이를 위해 동기 이론이라는 학문적 토대 위에 가족단위의 철도 여행객을 대상으로 가족 여행의 특성과 철도 여행의 특성을 반영한 각각의 동기과 각 동기 요인들이 관광 만족도와 행동의도에 미치는 영향에 대해 규명하고자 한다. 즉, 철도 여행을 하게 만드는 동기과 가족 관광을 하게 만드는 동기들 중 철도 여행의 특징을 반영하는 철도 여행의 매력성과 철도 여행의 단점으로 지적되는 접근성 요인, 그리고 가족 관광의 특징을 반영하

는 가족관광 친화성 동기 요인들이 여행의 만족과 행동의도에 미치는 영향력에 대해 검증하고자 한다. 또한 철도 여행과 가족 관광의 동기에 대한 실증 분석을 통해 점차 세분화되고 있는 관광 산업 중 가족 단위의 철도 여행객의 만족도와 행동 의도에 영향을 미치는 관광 동기를 활용할 수 있는 시사점을 제시하고자 한다.

## II. 이론적 배경

### 2.1 철도여행

철도 여행은 원하는 장소까지 이동시켜주는 이동 매개체로서의 철도와 여행 경험 대상으로서의 철도를 함께 의미한다(이익수, 2008). 단순히 철도를 타고 원하는 목적지까지 이동하는 도구로서의 철도뿐만 아니라 철도 자체가 즐길 거리로서의 기능을 하게 되는 2가지 역할 모두가 철도 여행을 의미하는 것이다. 관광 수단으로서의 철도를 다른 교통수단과 비교할 경우, 철도는 다른 교통수단에 비해 저렴하고, 안전하며, 열차 내 이동이 자유롭다는 점, 그리고 외부 경관을 직접 보면서 즐길 수 있다는 것을 장점으로 꼽을 수 있다(전영철, 2005). 반면, 시간이 오래 걸리고, 철도 노선이 한정되어 있다는 것이 관광 수단으로서의 철도의 단점이다(전영철, 2005). 하지만, 2004년 고속철도 개통, 2005년 철도청에서 한국철도공사로의 전환, 2013년 중부내륙권 순환관광열차 개통, 2014년 평화열차(DMZ-train) 경원선 개통, 2015년 아리랑 열차(A-train)와 서해금빛열차(G-train) 개통(한국철도공사, 2016) 등의 개발을 통해 코레일은 철도를 관광 수단으로 이용할 때의 단점을 극복하고자 노력하고 있으며, 최

근 5대 철도관광벨트 개발을 통해 많은 철도 여행객 유치하고 있다.

이와 같이 철도 여행을 둘러싼 상황의 변화는 철도 여행에 대한 연구들에 대한 촉진제로써의 역할을 하였으며, 기존의 연구 결과, 김동건 외(2015)의 연구에서 철도라는 운송 수단의 기능이 여행을 구성하는 중요한 요소로 여겨지고 있으며, Seetanah and Khadao (2009)의 연구에서는 교통 시설이 여행 자체의 매력도를 증가시키는 주요 요인으로 인식되고 있음을 검증하였다. 김경숙 (2011)의 연구에서는 우리나라의 철도 여행의 주제별 이벤트, 여행 목적지나 축제와 결합된 철도 상품의 영향력에 대해 알아보았다. 이와 같은 연구에도 불구하고 여전히 철도 여행에 대한 기존의 연구들은 주로 철도 여행의 활성화를 통한 경제적 이익 창출, 철도 이용자 수요 예측 등의 공급자 위주의 연구가 주를 이루었을 뿐, 철도를 이용한 여행객을 대상으로 한, 즉 수요자 측면에서 철도 여행객의 동기나 이용 행태를 분석한 연구는 부족한 상황이다(김동건 외, 2015). 따라서 본 연구에서는 여행의 이동 수단 중 한 가지인 동시에 여행 경험의 대상인 철도에 대해, 특히, 철도의 공급자가 아닌 수요자인 철도 여행객의 여행 동기와 행태에 대해 알아보하고자 하며, 본 연구에서의 철도 여행은 아리랑 열차, 서해금빛열차, 평화열차와 같은 코레일에서 제공하는 다양한 철도여행상품을 이용하는 직접적인 철도 여행뿐만 아니라, 관광 이동 수단으로의 철도를 이용하는 철도 여행까지 포함하는 포괄적 개념으로 정의하고자 한다.

### 2.2 가족관광

가족에 대한 정의는 부부와 자녀로 구성된 기본적인 사회집단으로, 애정 중심의 혈연집단, 공동의 장소에서 같이 기거하고 취사하는 동거집단, 공유한 가풍을 갖고 있는 문화집단, 양육과 사회화를 통해 인

격이 형성되는 인간발달의 근원적 집단이라는 특징을 갖고 있다(유영주, 1993). 또한, 가족은 다른 사회 집단보다 작고 특별하여 더 친밀하며, 다양한 정보를 교환함으로써 다른 구성원의 태도와 행동에 직접적인 영향을 미치게 된다(Lehto et al., 2012). 이와 같은 집단으로서의 가족 특징은 관광으로도 이어져, 가족 관광은 가족 구성원들의 가치를 토대로 하며(심상화, 김월호, 1998), 가족 관광 활동은 가족의 정신적, 신체적 건강에 영향을 미치고, 개인과 가족생활에도 영향을 미치며, 가족 관광에 대한 만족도는 가족 간의 적응력이나 응집력에 긍정적 영향을 미친다는 것이 검증되었다(최승묵, 박성숙, 2013; Klausner, W. J., 1968; Lehto et al., 2012). 이와 같은 기존의 연구를 통해 확인할 수 있듯이, 가족 관광의 역할과 영향력을 토대로 가족 관광이 더욱 확대될 것이다(윤정현, 2010; 윤혜진, 김철원, 2009; 허선주, 최종훈, 2012).

본 연구에서 가족 관광의 개념은 윤정현 (2014)의 연구를 토대로 '혈연으로 맺어진 공동체 집단이 가족친화, 휴식 등의 목적으로 관광활동을 수행하는 독특한 관광형태'라고 정의하고자 한다. 국내의 가족 관광에 대한 기존 연구들은 주로 가족 내 의사결정 관련 연구(이하정, 2003, 2005, 2012; 이후석, 이하정, 2004; 한진영, 지계웅, 2011, 홍성화 외, 2008)가 주를 이루며, 가족생활 주거나 가족의 인구통계적 특징의 영향력(안중수, 김성혁, 1993; 유광민, 김기완, 2009; 최승묵, 박정숙, 2013), 가족 관광의 동기 관련 연구(윤정현, 2010, 2014; 장호중, 김정묵, 2009)가 진행되었다. 윤정현 (2014)의 연구에서 가족 관광의 촉진 동기를 가족요인, 환경적요인, 관광산업적 요인으로 구분하였다. 가족친화, 라이프스타일, 가족 소득 등의 요인은 가족 요인에 속하며, 경제 상황이나 사회 분위기, 구전 등은 환경적 요인에 속하고, 접근성, 관광지 매력성, 관광 정보, 관광 시설 등은 관광 산업적 요인에 속한다

(윤정현, 2014). 이와 같이 기존 가족관광 연구들은 주로 가족 특성의 영향력을 알아보았으며, 이는 가족이 어떤 사회 집단과도 다른 특성을 갖고 있고, 개인의 의사결정에 강한 영향을 미친다는 특징을 갖고 있기 때문이다. 하지만 가족 관광의 특성에 대한 연구는 여전히 부족한 실정이기 때문에(윤혜진, 김철원, 2009), 본 연구에서는 가족 관광이라는 관광의 단위와 철도여행이라는 여행 수단과 경험의 특징에 대해 가족단위 철도 여행객을 대상으로, 가족 관광의 속성들 중 관광산업적 요인으로서의 접근성을 철도 여행과 연관한 요인으로, 그리고 관광산업적 요인의 철도여행의 매력성과 가족 요인의 가족 관광의 친화성, 두 가지의 개념을 가족단위의 철도 여행객의 동기로 세분화 하여 그 영향력에 대해 알아보 고자 한다.

## 2.3 관광 동기 이론

Pizam, Neumann & Reichel(1979)에 의하면 관광 동기는 관광 행동에 참여하게 만드는 종합적 요구라고 정의할 수 있으며, 행동을 추진하는 중요한 요소이다(Boksberger and Laesser, 2008). 따라서, 동기를 파악하는 것이 관광객의 의사결정 과정에 대한 이해에 결정적 역할을 한다(Crompton and McKay, 1997). 이전의 관광동기 관련 연구는 3가지로 나눌 수 있는데, 첫째, 특정 행동을 하도록 만드는 동기에 초점을 두어 인구통계학적 특징들에 서의 차이점에 따라 동기를 구분한 연구, 둘째, 동기를 통해 시장을 세분화하는 연구, 그리고, 동기와 만족도나 행동의도 사이의 관계를 검증한 연구들로 구분할 수 있다(Caber and Albayrak, 2016).

이와 같이 동기는 관광 행동을 유발하는 원인인 동시에 만족도나 행동의도에 영향을 미치는 중요한 요소로(박주웅, 송찬후, 2014), 관광 분야에서 활발하게 연구되고 있는 주제로써, 방향성에 따라 내적

동기와 외적 동기로 구분할 수 있다(Gnoth, 1997). Gnoth(1997)에 의하면, 내적 동기는 개인의 충동, 느낌이나 본능, 외적 동기는 지식이나 믿음과 관련된 개념으로, 관광 산업이나 환경에 적용하여 관광 내적 동기는 개인이 여행을 하고 싶은 충동, 느낌이나 본능과 관련된 개념으로 정의할 수 있다. 또한, 관광 관련 외적 동기는 개인이 여행을 하고자 하는 지식이나 믿음과 연관된 개념으로 구분할 수 있으며, 이때, 관광 내적 동기는 여행객을 여행하게 추진(Push)시키는 동기로, 외적 동기는 여행객을 여행하게 유인(Pull)시키는 동기로 정의할 수 있다(Dann, 1977, 1981). 관광 추진(Push) 동기는 개인의 반복적 일상에서의 탈출 충동, 휴식에 대한 본능과 같이 여행객의 내부에서 발생하는 감정적 부분의 특징을 갖으며, 관광 유인(Pull) 동기는 자연 환경이나 역사적 사건이나 시설, 관광 기반 시설 등 관광목적지 선택에 영향을 주는 상황적, 외적 측면의 특징을 갖는다(Baloglu and Uysal, 1996; Klenosky, 2002; Kim et al., 2003; Yoon and Uysal, 2005).

본 연구에서는 여행객에 대한 이해를 높이기 위해 앞서 제시한 동기이론을 바탕으로 철도 여행 동기와 가족 여행 동기에 대해 추진(Push) 요인과 유인(Pull) 요인을 구분하고, 각각의 영향 관계에 대해 알아보고자 한다. 철도 여행과 관련된 추진(Push) 요인으로는 철도 여행을 통해 개인이 느낄 수 있는 감정적 측면을 자극하는 철도 여행만의 매력성, 즉, 철도 여행을 할 때 경험할 수 있는 철도 여행의 매력성을 철도 여행의 추진(Push) 요인으로 선택하였으며, 가족 여행을 통해 경험할 수 있는 감정적 측면에 대한 동기에 대해 가족 여행의 친화성을 추진(Push) 요인으로 각각 선정하였다. 또한 여행을 하도록 유인(Pull)하는 외적 요인으로는 관광산업적 요인인 여행의 접근성을 선택하여, 철도 여행의 추진(Push) 요인인 철도여행 매력성과 가족 관광의 추진(Push)

요인인 가족관광 친화성, 그리고 여행의 유인(Pull) 요인인 접근성이 가족단위 철도 여행객의 여행 만족도 및 철도 여행 행태에 미치는 영향 관계에 대해 알아보았다. 기존의 추진(Push)/유인(Pull) 연구에서 목적지 매력성은 관광 동기들 중 외부 요인인 유인(Pull) 동기로 구분되었으나(김진옥, 김남조, 2013), 본 연구에서는 철도여행의 매력성을 추진(Push) 동기 요인으로 구분하였다. 이는 본 연구가 철도를 이용하는 여행객들의 동기에 대해 알아볼 때, 철도가 이동수단인 동시에 여행을 경험하는 공간의 개념을 포함하기 때문에 철도여행 매력성은 철도 여행이 내재적으로 갖고 있는 동기 요인으로 개념화할 수 있으며, 따라서 유인(Pull) 동기 요인이 아닌 추진(Push)요인으로 작용하는 것으로 구분하였다.

## 2.4 접근성

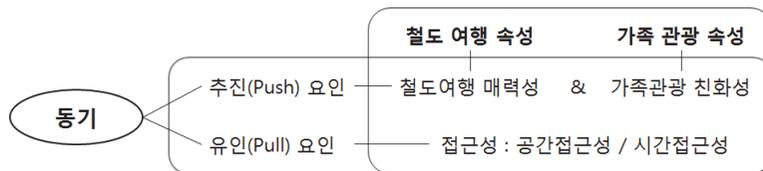
접근성은 두 가지 개념으로 이해할 수 있다(Tapiador et al., 2009). 첫째, 목표하는 활동을 할 수 있는 장소에 근접하기 쉬운 정도로써의 접근성, 둘째, 특정 위치에서 특정 활동에 참여할 수 있는 기회나 잠재력으로서의 접근성으로 구분할 수 있다(Tapiador et al., 2009). 즉, 접근성이 좋다는 것은 도전하는데 극복해야 하는 장애물이 적고, 목적지에서 하고자 하는 활동에 대한 기회나 잠재력이 많다는 것을 의미하는 것이며, 이와 같은 정의에 따르면, 관광 접근성은 목적지에 가기 쉬운 동시에 관광 행동을 할 수 있는 기회나 잠재력이 많다는 것으로 정의할 수 있다(Tapiador et al., 2009). 또 다른 연구에서, Celata (2007)에 의하면, 관광객은 목적지를 정하는 1차 결정 후, 그 목적지의 성격에 맞고, 대체할 수 있는 수단과 비교한 후 접근성이 좋은 이동 수단을 결정하게 되며, 이 때, 관광 행동을 결정하는 두 번째 의사결정 과정에서 접근성이 중요한 역할을 수행하게 되는 것이다. 관광 접근성과 관

런 기존의 국내 연구들 중 김민수와 정성봉 (2013)의 연구에 따르면, 여행객은 이동 수단의 접근성을 평가한 후 접근성이 좋은 이동 방법을 선택하는 경향이 있으며, 우리나라의 경우 버스나 철도 같은 대중교통에 비해 승용차의 접근성이 높다고 인식한다. 관광 접근성 중 철도 접근성에 대한 기존의 연구에서는 주로 공간접근성과 다른 이동 수단과의 연계 방법에 초점을 두었다(Gutiérrez et al., 1996; Rietveld, 2000; Givoni and Rietveld, 2007; Martín and Reggiani, 2007). 즉, 철도 여행이 이동수단으로 활용될 경우 접근성이 다른 교통수단에 비해 접근성에 대한 부분이 약점으로 작용하는 것이다. 따라서 본 연구에서는 철도 여행을 여행 수단이자 여행을 경험하는 공간, 그리고 철도 여행 상품등을 포함하는 개념으로 정의하였기 때문에, 단점으로 여겨지는 철도 여행의 접근성이 철도여행을 하도록 만드는 동기로 작용할 경우의 영향력에 대해 초점을 두고 알아보고자 한다. 특히, 본 연구에서는 가족 단위의 여행에서 관광산업적 요인으로 분류되는 관광 접근성에 대해 '가족과 함께 철도 여행을 할 때, 가고자 하는 목적지에 가기 쉬우며 목적지에서 여행을 할 수 있는 기회를 많이 제공해주는 것'으로 정의하고자 한다. 즉, 관광 접근성은 목적지에 쉽게 다가갈 수 있는 이용 수단으로써의 철도와 가족과 함께 철도를 이용할 경우 경험할 수 있는 여행에 마찰이 적어 풍부한 여행 기회를 갖게 되는 것으로 이해할 수 있다. 예를 들어, 가족과 함께 철도를 이용할 경우 한 번에 여행목적지까지 도달하느냐, 혹은 이동 수단을 철도에서 다른 방법으로 변경할 때, 여

러 명이 함께 이동함에 따르는 어려움이 적어, 목적지까지 쉽게 이동할 수 있느냐의 관점으로 구분할 수 있다. 관광접근성을 판단하는 기준은 공간접근성과 시간접근성, 두 가지로 구분할 수 있으며(Ettema and Timmermans, 2007), 이동하는 공간이 얼마나 가깝거나 멀리 떨어져 있는지, 혹은 이동하는데 시간이 얼마나 걸리는지에 따라 저항이나 어려움이 많거나 적다고 판단되어 관광접근성에 대해 부정적으로 혹은 긍정적으로 판단하게 되는 것이다. 즉, 본 연구에서 가족과 함께 철도를 이용하여 단 한 번에 목적지에 도달할 수 있는 경우 접근성이 가장 좋고, 철도의 종류를 변경하거나, 철도에서 다른 이동수단(예, 버스, 도보 등)으로 변경할 경우, 가족이 다 같이 움직이기 위해 들이는 거리나 얼마나 가까운지, 혹은 이동 시간이 얼마나 적게 걸리는지에 따라 접근성에 대한 판단이 바뀔 수 있는 것이다. 또한, 여행을 할 때 여행 기간이라는 시간의 한정으로 인해 시간접근성이 이동 수단 선택에서 중요 속성으로 작용하기 때문에(Ettema and Timmermans, 2007), 접근성을 공간접근성과 시간접근성으로 구분하고자 한다. 본 연구의 구조에 따른 각 속성을 아래 <그림 1>에서 제시한다.

### 2.5 관광 만족도 및 행동 의도

만족도는 구매 전 기대와 구매 후 성과의 일치 여부에 대한 소비자의 평가로 정의 할 수 있으며(Oliver, 1981; 한경석, 노미현, 2004), 관광 만족도는 소비자인 관광객이 방문 전에 갖는 기대와 방문 후 갖



<그림 1> 연구 구조(Research Frame)에 따른 속성

는 성과와의 일치 여부 과정에서 형성되는 관광객의 태도라고 정의할 수 있다(이서요, 이태희, 2015). 즉, 관광 만족도는 관광활동의 근본적인 목적일 뿐만 아니라 관광 서비스나 경험을 평가하는 중요한 판단 기준이 된다(남은경, 이승곤, 2015; 노용호, 임채관, 2006). 관광 만족 관련 연구들에 따르면 관광 만족도는 관광객의 여러 동기로부터 영향을 받을 뿐만 아니라 행동 의도에 영향을 미치는 속성으로 역할을 한다(김현 외, 2014; Yoon et al., 2010; Yoon and Uysal 2005; Zabkar et al., 2010). 행동 의도는 상품이나 서비스와 같은 대상에 대한 소비자의 관심과 평가로 구성되며, 소비자의 실제 구매 가능성에 대한 척도이기 때문에 소비자의 실제 구매 의사결정을 이해하기 위한 중요 구성 개념이다(Han, 2013; Lee et al., 2010; Park et al., 2010). 1970년대와 1980년대에는 소비자의 만족도를 충족시키는 것이 마케팅 전략의 목적이었지만, 2000년대에는 만족도 보다는 행동의도가 효과적인 성과에 대한 예측 변수로 받아들여지고 있다(Chi & Qu, 2008). 즉, 만족도는 소비자 충성도와 같은 태도를 형성하는 첫 단계일 뿐이며, 만족도를 통해 소비자와의 관계가 형성되고(Oliver, 1999), 궁극적으로는 소비자와의 관계 형성이 마케팅 전략의 목적이 되고 있다(Zabkar et al., 2010). 만족도가 소비자와의 관계를 형성하는데 중요한 역할을 하고, 소비자와의 관계 형성은 구매나 이용, 혹은 추천과 같은 실제 행동 의도에 영향을 미치게 되는 것이다.

### III. 연구모형 및 가설 설정

#### 3.1 관광 동기와 만족도

관광 동기는 관광객을, 그리고 관광객의 의사결정

을 이해하기 위한 기본 속성으로 개인이 관광 행동을 하도록 이끄는 중요한 요소이며(Boksberger and Laesser, 2008), 만족도 및 전반적 평가에 영향을 미치기도 한다(Yoon and Uysal, 2005; Yoon et al., 2010). 관광 동기와 만족도 관련 많은 연구에서 관광 동기와 만족도의 관계를 검증되었으며, 연구 결과에 의하면 여행에 대한 사전 기대와 동기들이 여행 만족도에 긍정적인 영향을 미치는 동시에 여행 행동을 유발한다(Fielding et al., 1992; Mannell and Iso-Ahola, 1987; Ross and Iso-Ahola, 1991). 따라서 본 연구에서는 기존 연구의 검증 결과를 토대로, 여행 만족도에 긍정적인 영향을 미치는 철도 여행과 가족 관광의 동기를 추진(Push)동기 요인과 유인(Pull)동기 요인으로 구분하고, 추진(Push)동기 요인으로 철도 여행 관련 속성들 중 철도여행의 매력성을, 그리고 가족 관광의 속성들 중 가족관광의 친화성이 만족도에 미치는 영향력을 검증함으로써 가족단위 철도 여행만의 특성에 대해 보다 깊이 있게 알아보고자 한다. 이와 같은 이론적 배경과 이전 연구 결과를 토대로 추진(Push) 동기 요인이 관광 만족도에 미치는 영향에 대해 다음과 같이 가설을 설정하였다.

가설 1: 추진동기 요인인 철도여행 매력성은 만족도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

가설 2: 추진동기 요인인 가족관광 친화성은 만족도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

추진(Push)동기 요인에 이어, 관광객을 행동하게끔 이끄는 외부 상황 요소인 유인(Pull)동기 요인으로는 관광접근성의 영향력에 대해 공간접근성과 시간접근성으로 구분하여 각각의 요인이 만족도에 미치는 영향력을 실증적으로 검증하고자 한다. 앞서 제시한 것과 같이 철도 여행이 갖는 단점 중 한 가지인 접근성에 초점을 두고 접근성의 개념뿐만 아니라

약점으로서의 접근성이 동기로서 여행객의 만족도와 행동의도에 미치는 영향 관계에 대해 검증하고자 한다. 특히, 본 연구에서는 철도를 이용 시의 접근성을 두 가지인 집에서 철도역까지의 접근성, 그리고 철도역에서 여행목적지까지의 접근성으로 나누어, 접근성의 개념을 2(공간접근성 / 시간접근성) \* 2(집에서 철도역까지 / 철도역에서 목적지까지)로 구분하여 각각이 철도여행에 미치는 영향력을 세분화하여 철도여행만의 특징을 세분화하여 보다 명확하게 알아보하고자 한다. 동기 관련 각 속성과 만족도 간 관계 관련 가설은 다음과 같이 설정하였으며, 전체적인 연구모델은 아래의 <그림 2>와 같다.

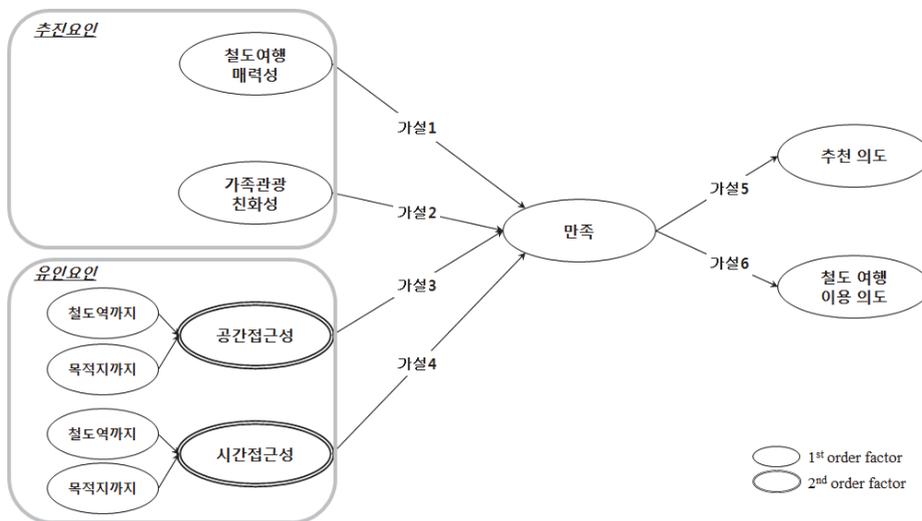
가설 3: 유인동기 요인의 관광 공간접근성은 만족도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

가설 4: 유인동기 요인의 관광 시간접근성은 만족도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

### 3.2 만족도와 추천 의도 및 이용 의도

본 연구에서는 행동의도를 재이용의도와 추천의도

로 구분하였는데, 재이용 의도는 소비자가 과거 구매 경험에 대한 평가를 바탕으로, 지속적으로 관련 상품이나 서비스를 이용하고자 하는 신념, 혹은 이용할 가능성으로 정의할 수 있으며(송기옥, 2006), 추천 의도는 둘 이상의 개인들 간의 커뮤니케이션을 통해 이루어지는 특정 소비 행위와 관련된 정보를 내포하고 있다는 특징을 갖고 있다(정용해, 2011). 관광 만족도와 행동 의도간의 관계에 대한 선행 연구 결과에 따르면, 만족한 여행객은 만족한 여행에 대해 다시 여행 상품을 구매하거나 여행 행동에 참여하고자 하는 의도가 높아진다는, 즉, 관광만족도가 여행 상품 구매나 여행 행동 의도에 긍정적인 영향을 미친다(Tomas et al.,2002; Zabkar et al., 2010). 이 때 또한, 만족한 관광객은 다른 사람들에게 관광 목적지에 대해 추천 한다(Kozak and Rimmington 2000; Yoon and Uysal 2005 ; Huang and Hsu, 2009). 다시 말해, 이전 여행 경험에서 만족한 여행객들은 목적지를 방문하고자 하는 의도를 갖는 경우가 많으며, 그 장소와 경험에 대해 다른 사람들에게 추천하고자 하는 의도를 갖게 된다. 따라서, 본 연구에서는 기존 연구들을 토대로



<그림 2> 연구 모형

가족 단위의 철도 여행 경험이 있는 여행객들이 만족할 경우, 긍정적으로 다른 사람들에게 추천하고자 하는 의도를 갖게 되고, 철도여행 의도 또한 갖게 될 이라고 가설을 설정하였다. 만족도와 행동의도 관련 가설은 다음과 같이 설정하였다.

- 가설 5: 만족도는 추천의도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.
- 가설 6: 만족도는 철도 관광 재이용 의도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

## IV. 연구방법 및 분석결과

### 4.1 측정항목 및 자료 수집

본 연구에서의 측정문항은 철도 관광의 환경에 맞춰 선행 연구에서 타당성과 신뢰성이 검증된 문항을 수정하여 활용하였으며, 철도여행 동기, 가족관광 동기, 공간접근성, 만족도, 추천의도, 이용의도 문항들은 이전 연구(Kim et al., 2003; Lee et al., 2004; Lee et al., 2007; Huang and Hsu, 2009; Han, 2013; Song et al., 2014)를 활용 및 수정하였으며, 공간접근성 문항을 참고하여 시간 접근성 문항을 개발하였다. 각각의 문항은 리커트 7 점 척도로 측정하였으며, 철도 여행의 매력성은 5문항, 가족 관광의 친화성은 3문항, 철도역과 목적지에 대한 공간접근성과 시간접근성은 각각 3문항으로 구성하였다.

본 연구는 온라인 조사 업체를 통해 진행되었으며, 연구 목적에 맞추어 2가지 스크리닝 문항을 통해 최근 1년간 철도를 이용하여 여행을 한 경험이 있고, 이 때, 가족과 함께 한 사람을 대상으로 한정하였다. 자기기입식 설문을 통해 2015년 9월 25부

터 약 2주간 설문이 진행되었으며, 불성실 응답을 제외한 총 238개의 데이터를 통해 분석을 진행하였다. 남자와 여자는 각각 50%의 응답률을 보였으며, 연령은 40대, 50대, 30대 순서로 많은 비율을 차지하고 있었으며, 30~ 59세의 응답자가 80% 이상을 차지하고 있다. 직업은 약 50%정도가 사무/ 관리직에 속하였으며, 기혼이 약 90%로 대다수의 응답자가 기혼인 상황임을 알 수 있다. <표 1>는 전체 응답자의 인구통계학적 특성을 보여준다.

### 4.2 측정모형분석

연구모형 및 가설을 검증하기 위해 Smart PLS (Partial Least Square) 2.0의 부트스트래핑 (Bootstarping) 1000회 기법을 활용하였다 (Hair et al, 2011). PLS는 구조방정식모델을 검증하기 위한 방법 중 한 가지로써 변수들의 최적 관계를 탐색하기 위한 분석 도구로 이용되고 있다(Chin et al, 2003). 본 연구는 철도여행과 가족관광에 대한 연구로써 기존의 연구가 많이 진행되지 않은 탐색적 연구를 목적으로 하고 있기 때문에 Smart PLS를 활용하여 분석하였다.

Smart PLS를 활용할 경우, 2단계 접근방법을 통해, 1단계에서는 측정모델을 검증하기 위한 확인적 요인분석을 실시하고, 2단계에서는 가설 검증을 분석할 수 있다(Anderson and Gerbing, 1988). 따라서 본 연구에서도 2단계에 분석을 통해 연구 결과를 도출하고자 한다. Smart PLS를 활용하여 측정모형분석을 하기 위해서는 연구모형에 대한 타당성과 신뢰성을 분석한 후, 구조모형분석을 통해 변수들 간의 최적 관계를 탐색하는 프로세스로 연구 결과를 확인하여야 한다. 측정 항목들의 확인적 요인분석의 결과, 요인적재량은 0.825~0.950을, 평균분산추출(AVE : Average Variance Extracted)은 0.765~0.897로 기준치인 0.5를 상회하는 값들

〈표 1〉 인구통계학적 특성

| 구분           |         | 빈도   | 비율 (%) | 구분     |              | 빈도           | 비율 (%) |      |
|--------------|---------|------|--------|--------|--------------|--------------|--------|------|
| 성별           | 남자      | 119  | 50.0   | 연령     | 20-29세       | 17           | 7.1    |      |
|              | 여자      | 119  | 50.0   |        | 30-39세       | 55           | 23.1   |      |
| 직업           | 학생      | 4    | 1.7    |        | 40-49세       | 69           | 29.0   |      |
|              | 사무/관리직  | 118  | 49.6   |        | 50-59세       | 68           | 28.6   |      |
|              | 판매/서비스직 | 8    | 3.4    | 60세 이상 | 29           | 12.2         |        |      |
|              | 기술/기능직  | 10   | 4.2    | 최종 학력  | 고등학교 졸업 이하   | 34           | 14.3   |      |
|              | 단순 노무직  | 1    | 0.4    |        | 대학(전문대 포함)재학 | 15           | 6.3    |      |
|              | 전문직     | 9    | 3.8    |        | 4년제/전문대학 졸업  | 159          | 66.8   |      |
|              | 자영업     | 23   | 9.7    |        | 대학원 졸업 이상    | 30           | 12.6   |      |
|              | 결혼 유무   | 기혼   | 214    | 89.9   | 월급           | 100만원 미만     | 22     | 9.2  |
|              |         |      |        |        |              | 100-200만원 미만 | 28     | 11.8 |
|              |         | 미혼   | 24     | 10.1   |              | 200-300만원 미만 | 44     | 18.5 |
| 300-400만원 미만 |         |      |        |        |              | 45           | 18.9   |      |
| 400-500만원 미만 | 45      | 18.9 |        |        |              |              |        |      |
| 500만원 이상     | 54      | 22.7 |        |        |              |              |        |      |

을 보였으며(Fornell and Larcker, 1981), 개념 신뢰도(CR : Composite Reliability)는 0.902~0.972 사이의 값, Cronbach's alpha는 0.845~0.962의 값으로 나타나 기준 값인 0.7 이상임을 확인할 수 있었다(Hair et al., 2010). 이를 통해 모든 문항들이 집중 타당성에 대한 요건을 충족시키는 것으로 나타났다. 〈표 2〉에서 요인 별 측정 항목의 요인적재량, T값, Cronbach's alpha, CR, AVE, Communality, R Square, Redundanc를 통해 연구 모형의 타당성과 신뢰성 및 모형의 전체 적합도를 보여주고 있다.

〈표 2〉에 제시한 것과 같이 Communality값 또한 측정 모형의 적합도를 판단하는 기준으로 0.5 이상이어야 하는데(Fornell and Larcker, 1981), 이 기준값을 모두 충족시킴으로써 모형의 적합성이 입증되었으며, Chin(1998)이 제시하였던 Stone-Geiser Q<sup>2</sup> test 통계량인 Redundancy 지표를 통해 구조

모형의 예측적합성을 분석한 결과 모두 양(+)의 값을 보이고 있다. 또한 Tenenhaus, Vinzi, Chatelin, and Lauro(2005)가 제시한 모든 내생변수의 R<sup>2</sup> 값의 평균값과 Communality 평균값을 곱하고, 그 후 제공근한 값으로 정의하는 경로모형의 전체 적합도(GoF: Goodness of Fit)는 0.692로 상의 기준 값인 0.36을 상회하므로 GoF를 통해 전체모형의 적합성이 검증되었다.

집중 타당성에 이어 본 연구모형의 판별타당성을 검증하기 위해 변수들 간의 상관계수 값과 AVE 제공근 값을 비교하였다. AVE 제공근 값이 상관계수 값보다 큰 값으로 확인될 경우 판별타당성이 있는 것으로 판단하기 때문에(Bagozzi and Yi, 1988), 〈표 3〉에서 각각의 값들의 비교를 통해 본 연구의 판별타당성이 확보된 것을 확인할 수 있다. 아래의 〈표 3〉의 대각선 방향의 굵게 표시된 수치가 요인 별 AVE의 제공근 값이며, 나머지 행렬에서 변수들

〈표 2〉 확인적 요인분석 및 전체 적합도(Overall Model Fit) 결과

| 요인         | 측정항목   | 요인 적재량 | $\alpha$ | CR   | AVE  | Communality | R <sup>2</sup> | Redundancy |
|------------|--|--------|----------|------|------|-------------|----------------|------------|
| 철도여행 매력성   | 나는 특별한 여행을 경험하기 위해서 철도여행을 했다.                    | .878   | .924     | .943 | .767 | .767        |                |            |
|            | 나는 색다른 것을 구경하기 위해서 철도여행을 했다.                     | .873   |          |      |      |             |                |            |
|            | 나는 철도여행의 분위기를 즐기기 위해서 철도여행을 했다.                  | .875   |          |      |      |             |                |            |
|            | 나는 독특한 분위기를 즐기기 위해 철도여행을 했다.                     | .892   |          |      |      |             |                |            |
|            | 나는 철도여행에 대해 듣고 흥미가 생겨 철도여행을 했다.                  | .862   |          |      |      |             |                |            |
| 가족관광 친화성   | 나는 가족의 친목과 화합을 위해서 철도여행을 했다.                     | .901   | .901     | .938 | .835 | .835        |                |            |
|            | 나는 가족 구성원과 함께 시간을 보내기 위해서 철도여행을 했다.              | .936   |          |      |      |             |                |            |
|            | 나는 우리 모든 가족구성원이 철도여행을 좋아할 것으로 생각했기 때문에 철도여행을 했다. | .905   |          |      |      |             |                |            |
| 철도역 공간 접근성 | 집에서 철도역까지 이동거리가 짧다.                              | .825   | .845     | .907 | .765 | .765        |                |            |
|            | 집에서 철도역까지의 교통편이 편리하다.                            | .922   |          |      |      |             |                |            |
|            | 집에서 철도역까지 찾아가는 것은 쉽다.                            | .874   |          |      |      |             |                |            |
| 목적지 공간 접근성 | 철도역에서 여행목적지까지 이동거리가 짧다.                          | .846   | .884     | .928 | .812 | .812        |                |            |
|            | 철도역에서 여행목적지까지의 교통편이 편리하다.                        | .946   |          |      |      |             |                |            |
|            | 철도역에서 여행 목적지까지 찾아가는 것은 쉽다.                       | .909   |          |      |      |             |                |            |
| 철도역 시간 접근성 | 집에서 철도역까지 이동시간은 짧다.                              | .943   | .896     | .936 | .830 | .830        |                |            |
|            | 집에서 철도역으로 이동하는데 소비하는 시간은 짧다.                     | .941   |          |      |      |             |                |            |
|            | 집에서 철도역까지 빠르게 찾아가 수 있다.                          | .846   |          |      |      |             |                |            |
| 목적지 시간 접근성 | 철도역에서 여행목적지까지 이동시간은 짧다.                          | .870   | .874     | .923 | .799 | .799        |                |            |
|            | 철도역에서 여행목적지로 이동하는데 소비하는 시간은 짧다.                  | .936   |          |      |      |             |                |            |
|            | 철도역에서 여행목적지까지 빠르게 찾아가 수 있다.                      | .874   |          |      |      |             |                |            |
| 만족도        | 전체적으로 나는 철도를 이용한 여행경험에 만족한다.                     | .929   | .925     | .953 | .870 | .870        | .500           | .324       |
|            | 전체적으로 내 기대와 비교할 때, 철도를 이용한 여행에 만족한다.             | .945   |          |      |      |             |                |            |
|            | 투자한 시간과 노력을 고려할 때, 철도를 이용한 여행에 만족한다.             | .925   |          |      |      |             |                |            |
| 추천의도       | 나는 철도를 이용한 여행을 다른 사람들에게 권장할 것이다.                 | .927   | .906     | .941 | .842 | .842        | .700           | .589       |
|            | 만약 누군가가 여행을 하길 원한다면, 나는 철도여행을 권장할 것이다.           | .946   |          |      |      |             |                |            |
|            | 나는 철도여행 경험을 다른 사람들에게 이야기하는 것에 자부심을 느낀다.          | .879   |          |      |      |             |                |            |
| 철도여행 이용의도  | 향후 2년 안에 다시 철도여행을 할 의향이 있다.                      | .949   | .962     | .972 | .897 | .897        | .544           | .487       |
|            | 향후 2년 안에 철도여행을 계획할 것이다.                          | .950   |          |      |      |             |                |            |
|            | 향후 2년 안에 철도여행을 가고 싶다.                            | .949   |          |      |      |             |                |            |
|            | 향후 2년 안에 다시 철도여행을 할 것이다.                         | .940   |          |      |      |             |                |            |

〈표 3〉 판별타당성 분석

|               | 1           | 2           | 3           | 4           | 5           | 6           | 7           | 8           | 9           |
|---------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| 1. 매력성        | <b>.876</b> |             |             |             |             |             |             |             |             |
| 2. 친화성        | .588        | <b>.914</b> |             |             |             |             |             |             |             |
| 3. 철도역 공간접근성  | .244        | .313        | <b>.874</b> |             |             |             |             |             |             |
| 4. 목적지 공간접근성  | .327        | .339        | .377        | <b>.901</b> |             |             |             |             |             |
| 5. 철도역 시간접근성  | .084        | .151        | .744        | .262        | <b>.911</b> |             |             |             |             |
| 6. 목적지 시간접근성  | .282        | .316        | .279        | .673        | .334        | <b>.894</b> |             |             |             |
| 7. 만족도        | .643        | .557        | .319        | .411        | .121        | .332        | <b>.933</b> |             |             |
| 8. 추천의도       | .646        | .504        | .221        | .370        | .038        | .301        | .837        | <b>.918</b> |             |
| 9. 철도여행 이용 의도 | .519        | .510        | .184        | .262        | .022        | .272        | .738        | .710        | <b>.947</b> |

주) 대각선의 굵게 표시된 수치가 AVE의 제곱근 값임.

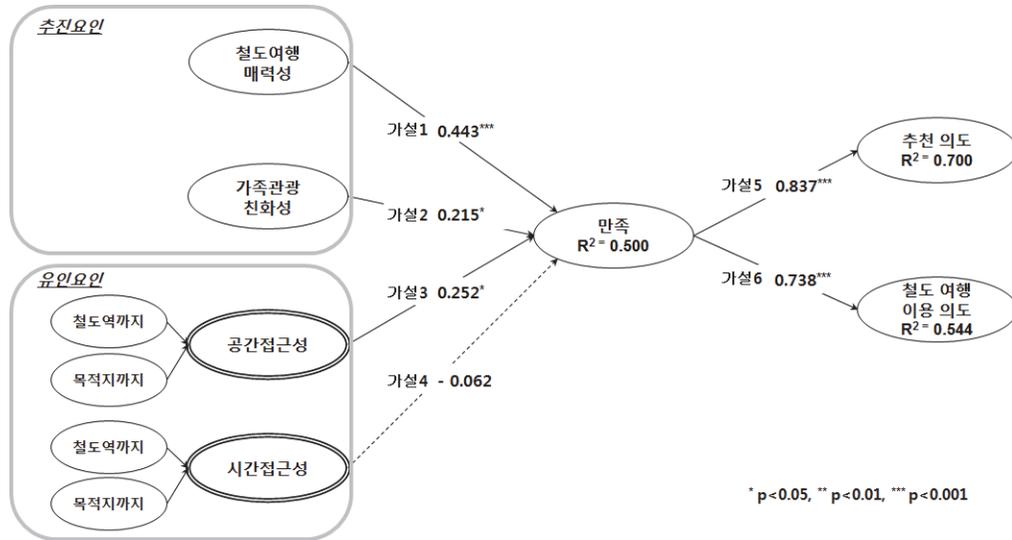
간의 상관계수 값을 보여주고 있다.

### 4.3 구조모형분석

연구모형에 대한 측정모형 분석을 통해 신뢰성과 타당성을 검증하였으며, 다음으로 각각의 가설검증을 위해 각각의 변수에 대한 경로계수와 내생변수의 설명력을 분석하였다. 그 결과, 추진(Push)동기 요인인 철도여행의 매력성과 가족관광의 친화성, 그리고 유인(Pull)동기 요인인 공간접근성은 철도 여행 만족도에 대해 50%를, 추천 의도에 대해 70%를, 철도 이용 의도에 대해 54.4% 설명력을 보였다. 또한 〈그림 3〉에서 통계적으로 유의미한 가설은 실선으로 제시하였다. 철도여행의 매력성의 경로계수인  $\beta=0.443$ 으로  $p < 0.001$ 의 수준에서, 가족관광의 친화성의 경로계수인  $\beta=0.215$ , 공간접근성의 경로계수인  $\beta=0.252$ 으로 각각  $p < 0.01$ 의 수준에서 유의미한 결과 값을 확인하였다. 하지만 철도역과 목적지에 대한 시간접근성의 만족도에 대한 영향력은

본 연구 결과 유의미한 값을 보이지 못하였다. 마지막으로, 철도 이용 여행에 대한 만족도는 추천 의도의 경로계수인  $\beta=0.837$ 로, 철도 이용 의도의 경로계수인  $\beta=0.788$ 로,  $p < 0.001$ 의 수준에서 각각 유의미한 결과 값을 보였다. 구조모형 분석 결과를 아래 〈그림 3〉에서 제시하였다.

분석 결과를 종합하면, 가족 단위로 철도를 이용하는 여행객의 동기들 중 만족도에 영향을 미치는 추진(Push)동기 요인은 철도여행의 매력성과 가족관광의 친화성, 그리고 유인(Pull)동기 요인으로는 공간접근성만이 통계적으로 유의미한 영향을 미친다는 결과를 도출하였다. 반면, 또 다른 유인(Pull)동기 요인인 시간접근성만 만족도에 대해 유의미한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 가족 단위 철도 여행객의 만족도는 철도 추천의도와 이용의도에 유의미한 영향을 미치는 것을 알 수 있었다. 이는 기존의 연구에서와 같이 접근성을 공간접근성과 시간접근성으로 구분한 연구와 달리, 가족 단위로 철도를 이용하여 여행을 하는 여행객의 경우, 접근성에 대



〈그림 3〉 연구모형 분석 결과

해 시간접근성 보다는 공간접근성 위주로 지각하기 때문에 해석할 수 있다. 즉, 가족 단위 철도를 이용하는 여행객의 경우, 철도의 접근성을 시간적으로 얼마나 접근성이 좋은지 보다는 공간적으로 얼마나 접근성이 좋은지가 만족도에 유의미하게 영향을 미치는 것이고, 이는 Ettema과 Timmermans(2007), 이희승 외(2007), 김윤아 외(2014)의 연구에서처럼 접근성을 공간접근성과 시간접근성으로 구분한 연구와 달리, 공간접근성과 시간접근성의 개념 구분에 제한이 있을 수 있음을 나타낸다. 이상의 연구 결과를 종합해보면, 가족 단위로 철도를 이용하여 여

행을 하는 여행객의 철도 이용에 대한 만족도가 높은 경우, 주위 사람들에게 철도 이용 여행을 추천하고 향후 여행에 있어서 철도를 다시 선택하고자 하는 이용 의도가 높게 나타났다. 아래의 〈표 4〉는 각각의 가설에 대한 검증 결과를 보여주고 있다.

#### 4.4 만족도의 매개효과 검증

전반적인 연구모델에 대한 경로계수 값을 통해 가설의 채택과 기각에 대한 결과를 살펴보았으며, 4가지의 독립변인들 중 구조모형 분석 결과 유의미한

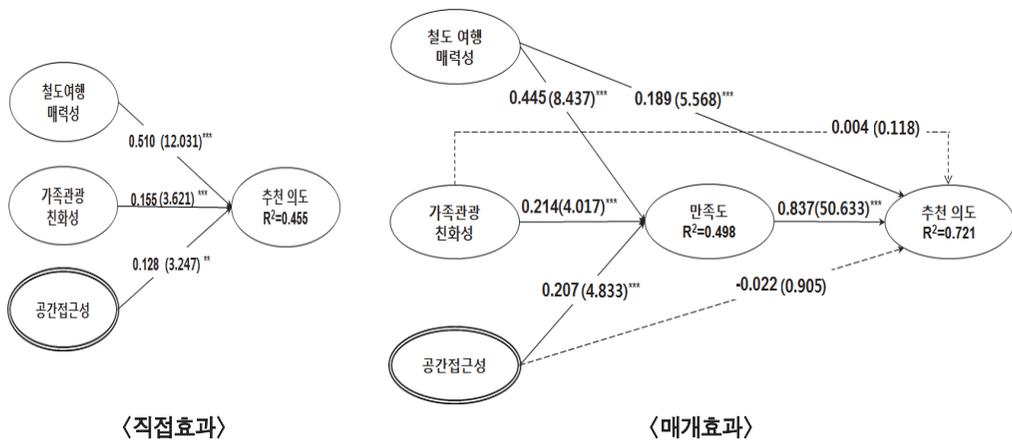
〈표 4〉 연구가설 검증 결과 요약

| 가설  | 경로               | 경로계수  | T 값    | 결과 |
|-----|------------------|-------|--------|----|
| 가설1 | 철도여행의 매력성 → 만족도  | .443  | 6.277  | 채택 |
| 가설2 | 가족관광 친화성 → 만족도   | .215  | 2.958  | 채택 |
| 가설3 | 공간접근성 → 만족도      | .252  | 3.127  | 채택 |
| 가설4 | 시간접근성 → 만족도      | -.062 | 0.970  | 기각 |
| 가설5 | 만족도 → 철도여행 추천 의도 | .837  | 33.206 | 채택 |
| 가설6 | 만족도 → 철도여행 의도    | .738  | 23.750 | 채택 |

값을 갖는 철도여행의 매력성, 가족관광의 친화성, 공간접근성이라는 3가지 변수들과 추천의도 및 이용의도라는 종속변인 간 관계에서 만족도라는 매개변인의 영향력에 대해 분석하였다. 먼저 만족도의 선행 요인들인 3가지 독립변인들이 철도 이용 여행에 대한 추천의도에 미치는 직접효과에 대해 알아보았으며, 가족 단위의 철도 이용 여행객의 추천의도에 대한 만족도의 매개효과를 검증하였다. 아래의 <그림 4>는 종속변인 중 추천의도에 대한 만족도의 매개 효과를 분석한 결과이다.

추천의도에 대한 3가지 독립변인들의 직접효과 분석 결과, 추천의도의 설명력은 45.5%이며, 각각의 독립변인들의 경로계수 값은 철도여행의 매력성의 경우  $\beta=0.510$ , 가족관광 친화성의  $\beta=0.155$ , 공간접근성의  $\beta=0.128$ 로 모두  $p < 0.001$ 의 수준에서 추천의도에 정(+ )의 영향을 미치는 것을 확인하였다. 또한, 3가지 선행 요인들의 추천의도에 대한 만족도의 매개효과 분석 결과, 만족도의  $R^2$ 는 49.8%, 추천의도의  $R^2$ 는 72.1%를 나타냈으며, 경로계수에 대한 결과 값은, 철도여행 매력성의  $\beta=0.445$ , 가

족관광 친화성의  $\beta=0.214$ , 공간접근성의  $\beta=0.207$ 으로 만족도에 긍정적 영향을, 그리고 만족도의 추천의도에 대한 경로계수인  $\beta=0.837$ 의 값으로 모두  $p < 0.001$ 의 수준에서 각각 긍정적인 영향을 미치는 것으로 알 수 있다. 즉, 철도여행 매력성, 가족관광 친화성, 공간접근성은 만족도를 매개로 하여 추천의도에 긍정적인 영향을 미치는 간접효과가 있음을 검증하였다. 또한, 철도여행 매력성의 경로계수 값인  $\beta=0.189$ 으로  $p < 0.001$  수준에서 추천 의도에 긍정적인 영향을 미치는 것을 알 수 있었으나, 가족관계 친화성의 경로계수 값인  $\beta=0.004$ , 공간접근성의 경로계수 값인  $\beta=-0.002$ 로 추천의도에 유의미한 영향을 미치지 못한다는 것을 확인하였다. 결과적으로, 철도여행 매력성은 만족도에 대해 직접, 간접 효과를 통해 추천의도에 부분적 매개 효과를, 가족관계 친화성과 공간접근성은 만족도에 대해 완전 매개 효과를 통해 추천의도에 긍정적인 영향을 미친다는 결과를 도출하였다. 추천의도에 대한 만족도의 매개효과 분석 결과에 이어 또 다른 종속 변인인 철도여행 이용의도에 대한 만족도의 매개효과 분석의



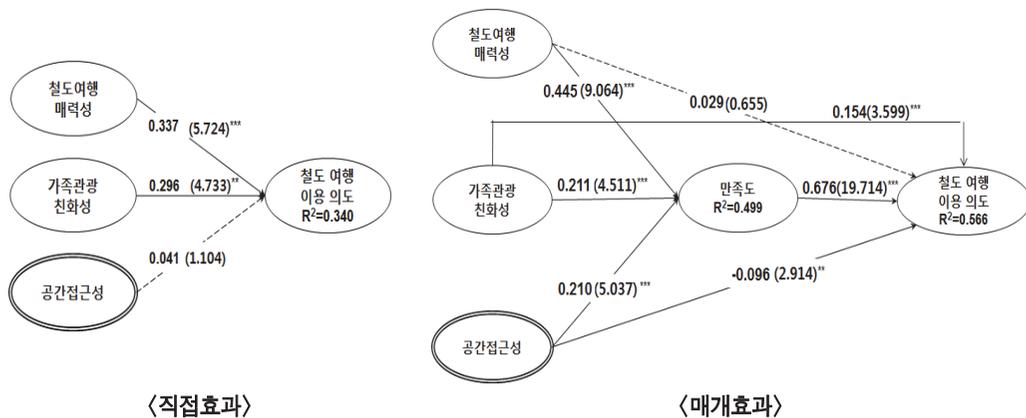
주: 실선은 통계적으로 유의한 경로를 의미하며, 점선은 비유의한 경로를 나타냄. ( )는 t값  
 \*  $p < 0.05$ , \*\* $p < 0.01$ , \*\*\* $p < 0.001$

<그림 4> 추천의도에 대한 만족도의 매개효과 분석 결과

결과는 아래의 <그림 5>를 통해 확인할 수 있다.

철도여행 이용의도에 대한 3가지 독립변인인 철도 여행 매력성, 가족관광 친화성, 공간접근성 각각의 직접효과 분석 결과, 철도여행 이용의도의 설명력은 34%를 보였으며, 철도여행 매력성의 경로계수인  $\beta=0.337$ , 가족관광 친화성의 경로계수인  $\beta=0.296$ 으로, 모두  $p < 0.001$  수준에서 철도여행 이용의도에 유의미한 결과 값을 보였다. 반면, 공간접근성의 경로계수 값인  $\beta=0.041$ 로, 철도여행 이용의도에 유의미한 결과를 보이지 않았다. 또한, 3가지 독립변인의 철도여행 이용의도에 대한 만족도의 매개효과 분석 결과, 만족도의  $R^2$ 는 49.9%, 이용의도의  $R^2$ 는 56.6%의 설명력을 보였으며, 경로분석 결과에서는 철도여행 매력성의 경로계수 값인  $\beta=0.445$ , 가족관광 친화성 경로계수 값인  $\beta=0.214$ , 공간접근성 경로계수 값인  $\beta=0.210$ 으로써 모두  $p < 0.001$ 의 수준에서 만족도에 긍정적인 영향을 미치는 것을 검증하였으며, 만족도가 철도여행 이용의도에 미치는 경로계수 값은  $\beta=0.676$ 로, 역시  $p < 0.001$ 에서 긍정적인 영향을 미친다는 결과를 도출하였다. 즉, 추진(Push)동기 요인으로써의 철도여행 매력성, 가

족관광 친화성과, 유인(Pull)동기 요인으로써의 공간접근성은 각각 만족도를 매개로 하여 철도여행 이용의도에 긍정적인 영향을 미치는 간접효과가 있다는 것을 알 수 있다. 반면, 가족관광 친화성의 경로계수 값인  $\beta=0.154$ 으로  $p < 0.001$  수준에서 철도여행 이용의도에 긍정적인 영향을, 공간접근성의 경로계수 값인  $\beta=-0.096$ 으로  $p < 0.01$  수준에서 철도여행 이용의도에 부정적 영향을, 철도여행 매력성의 경로계수 값인  $\beta=0.029$ 로 철도여행 이용의도에 유의미한 영향을 미치지 못한다는 결과 값을 보였다. 즉, 추진(Push)동기 요인들 중 철도여행 매력성은 철도여행 이용의도에 대해 만족도의 완전매개 효과로 긍정적인 영향을 미치고, 또 다른 추진(Push)동기 요인인 가족관광 친화성은 만족도의 부분매개 효과를 통해 철도여행 이용의도에 긍정적인 영향을, 유인(Pull)동기 요인인 공간접근성은 만족도의 완전매개효과를 통해 긍정적 영향을, 만족도를 통하지 않을 경우에는 부정적인 영향을 미치는 것을 검증하였다. 다음의 <표 5>는 각각의 독립 변인들에 대한 만족도의 매개효과 검증 결과를 요약한 내용이다.



주: 실선은 통계적으로 유의한 경로를 의미하며, 점선은 비유의한 경로를 나타냄. ( )는 t값  
\*  $p < 0.05$ , \*\*  $p < 0.01$ , \*\*\*  $p < 0.001$

<그림 5> 철도여행 이용의도에 대한 만족도의 매개효과 분석 결과

〈표 5〉 만족도의 매개효과 검증결과 요약

| 독립변인            |   | 종속변인       | 만족도의 매개효과 |
|-----------------|---|------------|-----------|
| 철도여행 매력성        | → | 추천의도       | 부분매개 효과   |
| 철도여행 매력성, 공간접근성 | → | 철도여행 이용 의도 | 완전매개 효과   |
| 가족관광 친화성, 공간접근성 | → | 추천의도       | 완전매개 효과   |
| 가족관광 친화성        | → | 철도여행 이용 의도 | 부분매개 효과   |

## V. 결론 및 시사점

### 5.1 연구 결론

본 연구는 가족 단위의 철도 관광객의 동기를 추진(Push)동기 요인과 유인(Pull)동기 요인으로 나누어 철도여행의 특징을 반영하는 속성과 가족 관광의 특징을 반영하는 속성인 철도 여행의 매력성과 가족 관광의 친화성을 추진(Push)동기 요인으로, 그리고 상황적 요인인 관광접근성을 유인(Pull)동기 요인으로 설정하고, 관광접근성을 다시 공간접근성과 시간접근성으로 구분하였으며, 각각의 속성들이 여행 만족도에 미치는 영향력에 대해 알아보았다. 또한, 만족도가 행동의도인 추천의도와 철도여행 이용의도에 미치는 영향력을 대해 실증적으로 검증하였다.

추진(Push)동기 요인인 철도여행의 매력성과 가족관광의 친화성이 만족도에 미치는 영향력을 알아본 결과, 철도여행의 매력성과 가족관광의 친화성은 만족도에 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 가족 단위의 철도 여행객에게 철도를 활용하도록 이끄는 유인(Pull)동기 요인인 시간접근성과 공간접근성의 경우, 공간접근성만이 만족도에 유의미한 영향을 미친다는 것을 확인하였다. 이는 가족 단위로 철도를 이용하여 여행을 하는 여행객의 경우, 접근성에 대해 시간접근성 보다는 공간접근성 위주로 지각하는 경향이 있으며, 철도의 접근성을 시간적으로

얼마나 접근성이 좋은지 보다는 공간적으로 얼마나 접근성이 좋은지가 만족도에 유의미하게 영향을 미치는 것으로 해석할 수 있다. 즉, 접근성에 대해 공간접근성과 시간접근성으로 구분하는 기존의 연구 개념에 제한이 있을 수 있는 것이다. 또한, 만족도와 행동의도 간의 관계에 대한 연구 결과, 만족도는 추천의도와 철도여행 이용의도 모두에 유의미하게 긍정적인 영향을 미치는 것을 알 수 있었다. 반면, 여행의 유인(Pull)동기 요인인 시간접근성은 만족도에 대해 유의미하게 긍정적인 영향을 미치지 못한다는 결과를 보였다. 즉, 가족단위로 철도를 이용하는 여행객들은 철도 여행이 갖고 있는 매력성과 가족관광을 통한 친화성 형성을 경험하였고, 이런 경험들을 토대로 가족 단위의 철도 여행에 대해 만족하게 되었으며, 여행을 하도록 이끈 상황적 요소로서의 유인(Pull)동기 요인인 공간접근성이 좋다고 판단할 경우 가족 단위의 철도 여행객들의 만족도가 높아진다는 결과를 이끌어 내었다.

만족도를 매개로 한 철도여행의 매력성과 가족관광의 친화성, 그리고 공간접근성이 행동의도 중 추천의도에 미치는 영향을 확인할 결과, 철도 여행의 매력성은 만족도를 통해서 뿐만 아니라 철도 여행의 매력성 요인만으로도 추천의도에 긍정적인 영향을 미쳤지만, 가족 관광의 친화성과 공간접근성은 만족도를 통해서만 추천의도에 긍정적인 영향을 미쳤다. 즉, 여행에 대해 추천하고자 하는 경우는 가족 관광의 친화성과 공간접근성을 통해 그 여행에 대해 만족할 경우에만 추천 의도가 생기지만, 철도여행의

매력성에 대해 만족할 경우와 철도여행의 매력성 자체만으로도 긍정적인 추천 의도가 생길 수 있는 것이다. 또 다른 행동의도인 철도여행 이용의도의 경우, 가족관광 친화성은 만족도를 통해서 뿐만 아니라 가족관광 친화성 요인 자체만으로도 긍정적인 철도여행 이용의도가 형성되는 반면, 다른 2가지 독립변인인 철도여행 매력성과 공간접근성에 대해서는 각각에 대해 만족할 경우에만 철도여행 이용의도에 대해 긍정적인 영향을 미치게 된다. 즉, 철도를 이용하는 여행을 다시 하고자 하는 의도는 가족관광 친화성에 대해 만족할 경우와, 가족관광 친화성을 경험한 경우에 모두 생길 수 있으며, 철도여행의 매력성이나 공간접근성에 대해서는 만족을 할 경우에만 다시 철도를 이용하고자 하는 의도가 형성된다는 것을 검증하였다.

## 5.2 연구 시사점 및 한계점

이상의 결과를 토대로 본 연구의 시사점으로써, 먼저, 이론적 시사점은 본 연구는 기존의 공급자 위주의 철도 여행이 아닌 수요자 위주의 철도 여행에 초점을 둔 실증적 연구로 진행되었다는 것이다. 또한, 여행 수단과 경험을 제공하는 단위로서의 철도 여행과 관광의 한 종류인 가족 관광 두 가지가 갖는 특징을 동시에 알아보았다. 철도 여행과 가족 관광에 대한 국내의 연구가 부족한 상황에서 두 가지가 갖는 속성을 동시에 알아봄으로써 가족단위의 철도 여행객에 대한 이해를 도울 수 있었으며, 특히 동기 이론을 토대로 하여, 추진(Push)동기 요인과 유인(Pull)동기 요인이 미치는 영향력에 대한 연구를 수행하였다. 마지막으로, 본 연구에서처럼 여행 수단이나 여행 경험, 그리고 여행 유형을 복합적으로 동시에(철도여행과 가족관광) 알아보는 방식을 제시함으로써 향후 연구에 대한 새로운 연구 주제와 방식에 대한 방향성을 제시하였다. 특히, 이와 같은 방식

의 연구는 여러 가지 상황과 요인으로 인해 복잡한 관광 산업을 이해하는 데 도움을 줄 수 있는 방법이기 때문에 본 연구의 가치를 증명하였다고 할 수 있다.

첫 번째 실무적 시사점으로는, 연구 결과에 따르면 가족단위의 철도 여행객은 외부의 상황적 유인(Pull)요인인 접근성 중 공간접근성에 대한 만족스러움이 중요하다는 점을 바탕으로 철도역의 위치가 여행객들에게 공간적으로 접근하기 쉽고, 여행 활동에 대한 방해 요소가 적은 위치에 있는 것이 무엇보다 중요하다는 점을 철도 여행을 공급하는 매니저나 조직은 활용하여야 한다. 즉, 이동하기 쉬운 위치와 시설들을 갖추어야 할 것이며, 이를 통한 여행 경험 기회를 극대화할 수 있다는 점을 마케팅 전략 수립에 최대한 활용해야 할 것이다. 특히, 본 연구에서 공간접근성을 집에서 철도역까지, 다시 철도역에서 관광목적지까지의 개념 구분을 통해, 주거 지역에서 철도역까지 쉽게 접근할 수 있는 위치 뿐만 아니라, 철도역에서 관광목적지까지도 쉽게 접근할 수 있어야 하며, 이동 시 움직임을 방해하는 장애 요인을 최소화하는 설계를 하는 것 또한 중요하다는 연구 결과를 철도역의 위치 선정과 철도역 설계 시에 반영하여야 할 것이다. 뿐만 아니라, 철도역에서 다른 교통 수단으로의 환승 등에서 쉽게 찾아갈 수 있는 동선과 편리한 이동을 뒷받침해주는 시설을 갖추어 여행객들의 만족도를 높일 수 있는 방안을 강구해야 할 것이다.

본 연구에서 선정한 추진(Push)동기 요인인 철도 여행의 매력성과 가족관광의 친화성은 추천의도나 철도여행 이용의도에 만족도를 통해서 뿐만 아니라 만족도의 영향이 적더라도 행동의도에 긍정적 영향을 미친다는 결과를 통해, 철도를 공급하는 매니저나 조직은 지금의 5대권역 철도 관광벨트나 철도 내의 개방형 전망 창과 같은 철도여행을 통해서만 경험할 수 있는 철도여행의 매력성을 높일 수 있는 방법을 더 활성화 시켜야 하며, 철도 내의 온돌 마루실

과 같은 공간을 더 많이 제공함으로써 더 편하게 대화를 나누고, 가족 친화성을 높일 수 있는 시설을 확장시킬 수 있는 방안을 강구해야 할 것이다. 이와 같이 철도여행에서만 경험할 수 있는 특화된 공간이나 시설, 서비스를 통해 철도여행의 매력성을 뒷받침해 줄 수 있는 체계를 통해 철도를 이용하는 행동의도를 증가시킬 수 있을 것이다.

본 연구는 시사점 뿐만 아니라 한계점 또한 갖고 있다. 먼저, 본 연구는 철도여행의 추진(Push)동기 요인으로 철도여행의 매력성만을, 가족관광의 추진(Push)동기 요인으로 가족관광의 친화성만을 검증하였기 때문에, 추후 연구에서는 철도여행과 가족관광의 다른 추진(Push)동기 요인들을 동시에 활용하여 더 많은 속성들에 대한 검증을 통해 더 많은 내용의 결론과 시사점을 제시할 수 있을 것이며, 접근성이외의 다른 유인(Pull)동기 요인들을 통해 철도여행과 가족관광에 대한 더 많은 동기들에 대한 연구를 진행해야 할 것이다. 또한, 본 연구는 가족 단위 관광객의 친화성이나 철도 여행의 매력성, 그리고 접근성이라는 기존의 연구를 토대로 한 동기 요인의 영향력을 검증하는 데에 초점을 두었기 때문에, 각 동기 요인 이외의 가족 단위 관광객이나 철도 여행객만의 추가적인 동기 요인을 밝히기 위한 후속 연구들이 필요하다.

또 다른 한계점은 본 연구에서 시간접근성에 대한 유의미한 결과를 검증하지 못하였는데, 이것은 가족 단위로 철도를 이용하는 여행객의 경우, 시간접근성보다는 공간접근성이 만족도에 미치는 영향력이 유의미한, 즉, 시간적으로 접근성이 좋은지 보다는 공간적으로 접근성이 좋은지가 만족도에 유의미하게 영향을 미치는 것으로 해석할 수 있지만, 측정 항목을 개발하는 것에 있어서, 공간접근성에 대한 기존 연구를 활용하여 시간접근성에 대해 측정하였기 때문일 수도 있기 때문에, 향후에는 시간접근성만의 특성을 살릴 수 있는 측정방법을 개발하고, 시간접

근성의 영향력에 대한 연구가 진행된다면, 접근성에 대한 공간접근성과 시간접근성이라는 두 가지 구분과 정의에 대한 더 뚜렷한 개념 구분과 활용의 한계점 등에 대한 결론을 도출하는 데 도움이 될 것이다.

## REFERENCES

- Ahn, J. S. & Kim, S. H. (1993), "Family Vacation Decision - Making and Choice of Behavior over the Family Life Cycle," *Journal of Tourism Sciences*, 17(0), 183-195. [printed in Korean].
- Anderson, J. C. and D. W. Gerbing(1988), "Structural equation modeling in practice: A review and recommended two-step approach," *Psychological bulletin*, 103(3), 411.
- Bagozzi, R. P. and Y. Yi(1988), "On the evaluation of structural equation models," *Journal of the academy of marketing science*, 16(1), 74-94.
- Baloglu, S., and M. Uysal(1996), "Market segments of Push and Pull motivations: A canonical correlation approach," *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 8(3), 32-38.
- Boksberger, P. E. and C. Laesser(2008), "Segmentation of the senior travel market by the means of travel motivations," *Journal of Vacation Marketing*, 15(4), 311-322.
- Caber, M. and T. Albayrak(2016), "Push or Pull? Identifying rock climbing tourists' motivations," *Tourism Management*, 55, 74-84.
- Celata, F. (2007). Geographic marginality, transport accessibility and tourism development. *Global Tourism and regional competitiveness*. Bologna: Patron, 37-46

- Chi, C. G. Q. and H. Qu(2008), "Examining the structural relationships of destination image, tourist satisfaction and destination loyalty: An integrated approach," *Tourism management*, 29(4), 624-636.
- Chin, W.(1998), "Issues and Opinion on structural Equation Modelling," *MIS quarterly*, 22(1), 1-8.
- Chin, W. W., B. L. Marcolin and P. R. Newsted (2003), "A partial least squares latent variable modeling approach for measuring interaction effects: Results from a Monte Carlo simulation study and an electronic mail emotion/adoption study," *Information System Research*, 14 (2), 189-217.
- Choi. S. M., & Park. J. S. (2013), " A Difference Analysis of Domestic Family Travel Participation by Demographics of Family," *The Journal of The Korea contents Association*, 13(8), 433-442. [printed in Korean].
- Chun. Y. C. (2005), "Promote of Korea-China Tourism Interchange through Railway Travel," *Journal of International Tourism Research*, 2(2), 5-23. [printed in Korean].
- Crompton, J. L. and S. L. McKay(1997), "Motives of visitors attending festival events," *Annals of Tourism Research*, 24(2), 425-439.
- Dann, G. M. S.(1977), "Anomie, ego-enhancement and tourism," *Annals of Tourism Research*, 4(4), 184-194.
- Dann, G. M. S.(1981), "Tourism motivation: An appraisal," *Annals of Tourism Research*, 8 (2), 187-219.
- Ettema, D. and H. Timmermans(2007), "Space - time accessibility under conditions of uncertain travel times: theory and numerical simulations," *Geographical Analysis*, 39(2), 217-240.
- Fielding, K., P. L. Pearce and K. Hughes(1992), "Climbing ayers rock: relating visitor motivation, time perception and enjoyment," *The Journal of Tourism Studies*, 3(2), 40-52.
- Fornell, C. R. and D. F. Larcker(1981), "Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error," *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39-50.
- Givoni, M. and P. Rietveld(2007), "The access journey to the railway station and its role in passengers' satisfaction with rail travel," *Transport Policy*, 14(5), 357-365.
- Gnoth, J. (1997), "Tourism Motivation and Expectation Formation," *Annals of tourism Research*, 21(2), 283-301.
- Gutiérrez, J., R. González and G. Gomez(1996), "The European high-speed train network: predicted effects on accessibility patterns," *Journal of transport geography*, 4(4), 227-238.
- Hair, J. F., W. Black, B. Babin and R. Anderson (2010), *Multivariate data analysis*, Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall, Inc.
- Hair, J. F., C. M. Ringle and M. Sarstedt(2011), "PLS-SEM: Indeed a silver bullet," *Journal of Marketing theory and Practice*, 19(2), 139-152.
- Han, H.(2013), "Effects of in-flight ambience and space/function on air travelers' decision to select a low-cost airline," *Tourism management*, 37, 125-135.
- Han. K. S., & Noh. M. H. (2004), "A study on the Factors Affecting Effectiveness and Satisfaction of Data-mining On-Line Cyber Lecture," *Korea Business Review*, 7(2), 37-55. [printed in Korean].
- Han. J. Y., & Ji. K. Y. (2011), "Influence of The Family Decision-Making Patterns on Tourist Activities," *Korean Journal of Hospitality and Tourism*, 20(1), 173-186. [printed in

- Korean].
- Handy, S. L. and D. A. Niemeier(1997), "Measuring accessibility: an exploration of issues and alternatives," *Environment and Planning*, 29(A), 1175 - 1194.
- Heo. S. J., & Choe. J. H. (2012), "Weekend Farm-linked Smart TV Content for Family Leisure Activity," *The Journal of The Korea contents Association*, 12(4), 86-94. [printed in Korean].
- Hong. S. H., Song. J. H., & Yang. S. K. (2008), "The study on perception of domestic and foreign destination attribute by decision-making process patterns of family tourists," *Journal of Tourism and Hospitality Research*, 22(1), 67-82. [printed in Korean]
- Huang, S. S. and C. H. Hsu(2009), "Effects of travel motivation, past experience, perceived constraint, and attitude on revisit intention," *Journal of Travel Research*, 48(1), 29-44.
- Jang. H. J., & Kim. J. M. (2009), "The Relationship between Involved of Participant's Family Tourism, Family's Strengths and Family Satisfaction," *Journal of Leisure and Recreation Studies*, 33(3), 7-17. [printed in Korean]
- Jung. Y. H. (2011), "Effects of the Perceived Value of Convention & Exhibition Visitors on their Satisfaction, Revisit and Recommendation Intention," *The Journal of The Korea contents Association*, 11(11), 145-155.[printed in Korean].
- Kang. J. R. (2016), "Power of Travel Railroad," *Seoul Newspaper*, (Accessd on 2017. 05. 13), Available at SSRN: <http://www.seoul.co.kr/news/newsView.php?id=20160309020006>. [printed in Korean].
- Kim. D. G., Youn. S. H. & Um. S. H. (2015), "Analysis of Railro Rail Ticket Travellers` Mobility Behaviour: A Research Based on Railro Rail Ticket Traveller in Suncheon area," *Journal of Tourism Sciences*, 39(9), 11-29. [printed in Korean].
- Kim. D. G., Youn. S. H. & Um. S. H. (2015), "Segmentation of Rail-Traveler Market by Motivations and Analysis of the Benefit Sought," *International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 29(8), 207-223. [printed in Korean].
- Kim. H., Chang. H. S., & Hwang. J. S. (2014), "A Study of Tourism Motivation and Destination Choice Attributes in Tourism Behavior: Focusing on Ansan City," *Journal of Tourism and Hospitality Research*, 28(1), 219-232. [printed in Korean].
- Kim. J. H. (2016), "Travle in Korea's Summer, Popular Spot to Young Generation though 'Nae-Il\_Ro?'," *Herald POP*, (Accessd on 2017. 05. 13), Available at SSRN: [http://pop.heraldcorp.com/view.php?ud=201606151628135602570\\_](http://pop.heraldcorp.com/view.php?ud=201606151628135602570_). [printed in Korean].
- Kim. J. O., & Kim. N. J. (2013), "An Analysis of Structural Relationships between Motivation, Values, Satisfaction, and Loyalty for Auto Camping Participants'," *Korean Journal of Tourism Research*, 28(5), 45-70. [printed in Korean].
- Kim. K. S. (2011), "Korea Tourism History Research Articles : Policy Actions to Develop Korea`s Tourism Transportation Industry: Lessons from the Past and Prospects for the Future," *Journal of Tourism Sciences*, 35(10), 501-516. [printed in Korean].
- Kim. M. & Chung. S. (2013), "Analysis on accessibility index and improvement measures of accessibility for major cities," *Conference book of The Korean Society for Railwya in 2013*, 1296-1302. [printed in Korean].
- Kim, S. S., C. K. Lee and D. Klenosky(2003), "The

- influence of Push and Pull factors at Korean National Parks,” *Tourism Management*, 24 (2), 169-180.
- Kim, Y. A., Shin, J. M., & Ko, J. Y. (2014), “Comparison Analysis Brand Coffee Shop Customers’ Desired Value,” *Journal of Tourism & Leisure Research*, 26(8), 237-257. [printed in Korean].
- Klausner, W. J.(1968), “An experiment in leisure,” *Science Journal*, 4(6), 81-85.
- Klenosky, D. B.(2002), “The Pull of tourism destinations: A means-end investigation,” *Journal of Travel Research*, 40(4), 385-395.
- KORAIL (2016), Introduce KORAIL, History of KORAIL, (Accessed on 05. 13), Available at SSRN: [http://info.korail.com/mbs/www/subview.jsp?id=www\\_010102070000](http://info.korail.com/mbs/www/subview.jsp?id=www_010102070000). [printed in Korean]
- Kozak, M., and M. Rimmington(2000), “Tourist Satisfaction with Mallorca, Spain, as an Off-season Holiday Destination,” *Journal of Travel Research*, 38(3), 260-269.
- Lee, C. K., Y. K. Lee and B. E. Wicks(2004), “Segmentation of festival motivation by nationality and satisfaction,” *Tourism management*, 25 (1), 61-70.
- Lee, C. K., Y. S. Yoon and S. K. Lee(2007), “Investigating the relationships among perceived value, satisfaction, and recommendations: The case of the Korean DMZ,” *Tourism management*, 28(1), 204-214.
- Lee, H. J. (2003), “Influence of women’s economic activity on family tour decision making,” *Journal of Tourism Management Research*, 19, 219-241. [printed in Korean]
- Lee, H. J. (2015), “Effect of Family Characteristics on Decision-making for Family Tour,” *The Academy of Korea Tourism Policy*, 11(2), 99-115. [printed in Korean].
- Lee, H. J. (2012), “Comparative Analysis on Making Tourism Decisions based on Family Structures in Korea,China,Japan,” *Korean Journal of Tourism Research*, 26(6), 287-308. [printed in Korean].
- Lee, H. S. & Lee, H. J. (2004), “Influence of woman’s role type on family tour decision-making,” *Journal of Tourism and Hospitality Research*, 18(2), 297-308. [printed in Korean]
- Lee, H., Lee, S., & Won, J. (2007), “The Development of Evaluation Model for the Bus Service,” *Korean Society of Civil Engineering D*, 27 (3D), 275-280. [printed in Korean]
- Lee, J., L. Hsu, H. Han and Y. Kim(2010), “Understanding how consumers view green hotels: how a hotel’s green image can influence behavioral intentions,” *Journal of Sustainable Tourism*, 18(7), 901-914.
- Lee, W., & Kwon, H. (2014), “Deregulation and Rearrangement of the Government Role for the Railway Industry,” *Journal of The Korean Society for Railway*, 17(6), 452-456. [printed in Korean]
- Lee, Y. S. (2008), “Essence of a Sightseeing Train and Tourism Value of a Wine Train,” *Journal of Management & Economics*, 31(1), 1-15. [printed in Korean].
- Lehto, X. Y., Y. C. Lin, Y. Chen and S. Choi(2012), “Family vacation activities and family cohesion,” *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 29 (8), 835-850.
- Li, R & Lee, T. H. (2015), “Analysis on the Difference of Tourist Satisfaction and Intention of Revisiting and Recommendation to the Clusters of the FIT’s Life Style - Focused on Chinese Tourists into Visiting Korea,” *Korean Journal of Culture and Social Issues*, 21(3), 535-550. [printed in Korean]
- Mannell, R. C. and S. E. Iso-Ahola(1987), “Psychological nature of leisure and tourism experience,

- Annals of Tourism Research*, 14, 314 - 331.
- Martín, J. C., and A. Reggiani(2007), "Recent methodological developments to measure spatial interaction: synthetic accessibility indices applied to high speed train investments," *Transport reviews*, 27(5), 551-571.
- Nam, E. K. & Lee, S. K. (2015), "The Influences of the Tourism Motivation on the Perceived Value and Satisfaction of Healing Forest Visitor," *Journal of Tourism and Hospitality Research*, 29(8), 79-93. [printed in Korean].
- Oh, H. C., M. Uysal and P. A. Weaver(1995), "Product bundles and market segments based on travel motivations: A canonical correlation approach," *International Journal Hospitality Management*, 14(2), 123-137.
- Oliver, R. L.(1981), "Measurement and evaluation of satisfaction processes in retail settings," *Journal of retailing*, 57(3), 25-48.
- Oliver, R. L.(1999), "Whence consumer loyalty?," *Journal of Marketing*, 63(Special Issue), 33-44.
- Park, H. Y. (2015), "Korail, 'Nae-Il-Ro', Make Rich that Winter's Travel," *Seoul Economics*, (Accessed on 05. 13), Available at SSRN: <http://www.sedaily.com/NewsView/1JYV9WX7TG>. [printed in Korean].
- Park, J., E. Ko and S. Kim(2010), "Consumer behavior in green marketing for luxury brand: a cross-cultural study of US, Japan and Korea," *Journal of Global Academy of Marketing Science*, 20(4), 319-333.
- Park, J. W. & Song, C. H. (2014). "The Relationship between Performance-contingent Rewards and Intrinsic Motivation: Mediating Effect of Self-efficacy and Moderating Effect of Reward Decision Point," *Korea Business Review*, 18(3), 1-25. [printed in Korean].
- Pizam, A., Y. Neumann, and A. Reichel(1978), "Dimensions of tourist satisfaction with a destination area," *Annals of tourism Research*, 5(3), 314-322.
- Rietveld, P.(2000), "The accessibility of railway stations: the role of the bicycle in The Netherlands," *Transportation Research Part D: Transport and Environment*, 5(1), 71-75.
- Roh, Y. H., & Lim, C. K. (2006), "Ecotourists' Satisfaction and Behavioral Intentions - Focusing on Gwangnung Botanical Garden," *Journal of Business Research*, 21(4), 175-201. [printed in Korean].
- Ross, E. L. D. and S. E. Iso-Ahola(1991), "Sightseeing tourists' motivation and satisfaction," *Annals of Tourism Research*, 18(2), 226-237.
- Seetanah, B. and J. Khadaroo(2009). "An analysis of the relationship between transport capital and tourism development in a dynamic framework," *Tourism Economics*, 15(4), 785-802.
- Sim, S. H. & Kim, W. H. (1998), "An Empirical Study on the Travel Behavior and Destination Choice according to the Family Life Cycle," *Korean Business Review*, 11, 149-171. [printed in Korean]
- Song, H. J., C. K. Lee, M. Kim, L. J. Bendle and C. Y. Shin(2014), "Investigating Relationships Among Festival Quality, Satisfaction, Trust, and Support: The Case of an Oriental Medicine Festival," *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 31(2), 211-228.
- Song, I. G. (2016), "20% discounts of Railroad rate when more than 3 family members," *Hankyoreh*, (Accessed on 05. 13), Available at SSRN: <http://www.hani.co.kr/arti/society/area/741863.html>. [printed in Korean].
- Song, K. O.(2006), "A Study on the Effects of Strategic Alliance of the Foodservice Industry on Customer's Satisfaction and Revisiting,"

- The Korean Journal of culinary Research*, 12(3), 134-150. [printed in Korean].
- Tapiador, F. J., K. Burckhart and J. Martí-Henneberg (2009), "Characterizing European high speed train stations using intermodal time and entropy metrics," *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, 43(2), 197-208.
- Tenenhaus, M., Vinzi, V. E., Chatelin, Y. M., & C. Lauro(2005), "PLS path modeling," *Computational statistics & data analysis*, 48 (1), 159-205.
- Tomas, S. R., D. Scott and J. L. Crompton(2002), "An Investigation of the Relationships between Quality of Service Performance, Benefits Sought, Satisfaction and Future Intention to Visit among Visitors to a Zoo," *Managing Leisure*, 7(4), 239 - 50.
- Yoo. K. M. & Kim. K. W. (2009), "An Analysis of the Difference on Motivation and Rural destination choice factors and Preference of experiencing program on Rural tourism according to Family Life Cycle," *Journal of Tourism Sciences*, 33(4), 403-426. [printed in Korean].
- Yoo. Y. J. (1993), "The Function' study of the Korean Family - Focus on inside's competence," Seoul, Gyomoon Publishers. [printed in Korean].
- Yoon. H. J. & Kim. C. W. (2009), "Effects of Satisfaction with Festival on Value of Familism: Perspective on the Socialization Process," *Journal of Tourism and Hospitality Research*, 23(2), 119-138. [printed in Korean].
- Yoon. J. H. (2010). "A Study on The Influence Relationship of Tourism Motivations, Variable Options and Satisfactions in The Family Tourists," *Journal of Tourism & Leisure Research*, 22(5), 283-301. [printed in Korean]
- Yoon. J. H. (2014). "Factors are Involved in Promoting Family Tourism Impact on Family Tourism Participation and Family Dynamics," *Journal of Tourism & Leisure Research*, 26(4), 27-48. [printed in Korean].
- Yoon, Y. and M. Uysal(2005), "An examination of the effects of motivation and satisfaction on destination loyalty: a structural model," *Tourism management*, 26(1), 45-56.
- Yoon, Y. S., Lee, J. S. and C. K. Lee(2010), "Measuring festival quality and value affecting visitors' satisfaction and loyalty using a structural approach," *International Journal of Hospitality Management*, 29(2), 335-342.
- Žabkar, V., Brenčič, M. M. and T. Dmitrović(2010), "Modelling perceived quality, visitor satisfaction and behavioural intentions at the destination level," *Tourism management*, 31 (4), 537-546.

## 국내참고문헌

- 강주리(2016), "관광열차의 힘," 서울신문, 2016년 3월 8일자. <http://www.seoul.co.kr/news/newsView.php?id=20160309020006>.
- 김경숙(2011), "우리나라 관광교통업의 회고, 전망 및 정책적 대응," *관광학연구*, 35(10), 501-516.
- 김동건, 연승호, 엄서호(2015), "내일로 티켓을 이용한 철도여행객의 이동특성 분석-전라남도 순천지역 내일로 티켓 여행객을 대상으로," *관광학연구*, 39(9), 11-29.
- 김동건, 연승호, 엄서호(2015), "동기에 따른 철도 관광객의 시장세분화와 추구편익 분석," *관광연구저널*, 29(8), 207-223.
- 김민수, 정성봉(2013), "주요 도시별 접근성 지표 도출 및 향상 방안에 대한 고찰," *한국철도학회 2013년도 춘계학술대회 논문집*, 1296-1302.

- 김윤아, 신정민, 고재윤(2014), "브랜드 커피전문점 이용고객의 추구가치 비교분석," **관광레저연구**, 26(8), 237-257.
- 김중효(2016), "여름 국내관광, '내일로'청춘들의 인기 여행지는?," 헤럴드 POP, 2016년 6월 15일자. [http://pop.heraldcorp.com/view.php?ud=201606151628135602570\\_1](http://pop.heraldcorp.com/view.php?ud=201606151628135602570_1).
- 김진욱, 김남조(2013), "오토캠핑 참여자의 동기, 가치, 만족도, 충성도 간의 구조적 관계 분석," **관광연구**, 28(5), 45-70.
- 김현, 장호성, 황진수(2014), "관광동기 및 관광지 선택속성이 만족도와 재방문의도에 미치는 영향 연구," **관광연구저널**, 28(1), 219-232.
- 남은경, 이승곤(2015), "치유의 숲 방문자의 관광동기가 지각가치와 만족에 미치는 영향 연구," **관광연구저널**, 29(8), 79-93.
- 노용호, 임채관(2006), "생태관광자 만족과 행동의도-광릉수목원을 중심으로," **경영연구**, 21(4), 175-201.
- 박주웅, 송찬후(2014), "성과기반 보상과 내재적 동기와의 관계 연구," **Korea Business Review**, 18(3), 1-25.
- 박희운(2015), "코레일 '내일로', 겨울 여행이 풍성해진다," 서울경제, 2015년 11월 18일자. <http://news.naver.com/main/read.nhn?mode=LSDandmid=secandsid1=102andoid=011andaid=0002763935>.
- 송기욱(2006), "외식업체 전략적 제휴가 고객 만족 및 재방문 의도에 미치는 영향에 관한 연구," **한국조리학회지**, 12(3), 134-150.
- 송인걸(2016), "3명이상 가족 기차 타면 20% 할인," 한겨레, 2016년 4월 29일자. <http://www.hani.co.kr/arti/society/area/741863.html>.
- 심상화, 김월호(1998), "가족생활주기에 따른 관광지 선택행동의 실증분석," **산학경영연구**, 11, 149-171.
- 안중수, 김성혁(1993), "가족생활주기에 나타나는 관광행동의 특징," **관광학연구**, 17(0), 183-195.
- 유광민, 김기완(2009), "가족생활주기에 따른 농촌관광 동기, 농촌관광지 선택요인, 농촌체험관광프로그램 선호도의 차이분석," **관광학연구**, 33(4), 403-426.
- 유영주(1993), **한국가족의 기능연구-대내적 기능을 중심으로**, 서울, 교문사.
- 윤정현(2010), "가족관광객의 관광동기, 관광지 선택속성 및 관광만족의 영향관계," **관광레저연구**, 22(5), 283-301.
- 윤정현(2014), "가족관광 촉진요인이 가족관광 참여 및 가족역동성에 미치는 영향에 관한 연구," **관광레저연구**, 26(4), 27-48.
- 윤혜진, 김철원(2009), "측제 만족도가 가족주의 가치에 미치는 영향 -사회화 과정을 중심으로 -, " **관광연구저널**, 23(2), 119-138.
- 이서요, 이태희(2015), "개별여행객의 라이프스타일 유형에 따른 관광만족도, 재방문의도 및 추천의도의 차이 연구," **한국심리학회지: 문화 및 사회문제**, 21(3), 535-550.
- 이원희, 권혁준(2014), "철도산업육성을 위한 규제완화와 정부 정책에 관한 연구," **한국철도학회 2014년도 논문집**, 17(6), 452-456.
- 이익수(2008), "관광열차의 본질과 와인트레인의 관광가치," **경영경제연구**, 31(1), 1-15.
- 이하정(2003), "여성의 경제활동이 가족관광의사결정에 미치는 영향에 관한 연구," **관광경영연구**, 19, 219-241.
- 이하정(2005), "가족성향이 가족관광 의사결정에 미치는 영향력 연구," **관광정책학연구**, 11(2), 99-115.
- 이하정(2012), "한, 일, 중 가족역할구조에 따른 관광의사결정 영향 관계에 관한 비교," **관광연구**, 26(6), 287-308.
- 이후석, 이하정(2004), "여성역할유형이 가족관광 의사결정에 미치는 영향," **관광연구저널**, 18(2), 297-308.
- 이희승, 이수일, 원제무(2007), "버스서비스 평가모형의 개발," **대한토목학회논문집 D**, 27(3D), 275-280.
- 장호중, 김정목(2009), "가족관광 참여자의 관여도와 가족건강성 및 가족만족의 관계," **한국여가레크리에이션학회지**, 33(3), 7-17.
- 전영철(2005), "철도여행을 통한 한중관광교류 활성화," **국제관광연구**, 2(2), 5-23.
- 정용해(2011), "전시컨벤션 방문객의 지각된 가치가 만족

- 도와 재방문의도 및 추천의도에 미치는 영향," **한국콘텐츠학회논문지**, 11(11), 145-155.
- 최승묵, 박정숙(2013), "가족의 인구통계적 특성별 국내 가족관광 참여에 대한 차이 분석," **한국콘텐츠학회논문지**, 13(8), 433-442.
- 한국철도공사 (2016), 코레일소개, 공사연혁. [http://info.korail.com/mbs/www/subview.jsp?id=www\\_010102070000](http://info.korail.com/mbs/www/subview.jsp?id=www_010102070000).
- 한경석, 노미현(2004), "데이터마이닝 가상강의 효과와 만족도에 영향을 미치는 주요 요인 분석," **Korea Business Review**, 7(2), 37-55.
- 한진영, 지계웅(2011), "관광지 선택에 있어서 가족의사결정 유형이 관광행동에 미치는 영향," **호텔경영학연구**, 20(1), 173-186.
- 허신주, 최종훈(2012), "가족 여가 활용을 위한 주말농장 연계형 스마트 TV 콘텐츠 제안," **한국콘텐츠학회논문지**, 12(4), 86-94.
- 홍성화, 송재호, 양성국(2008), "가족관광객 의사결정단계에 따른 속성인식과 관광지 선호유형-제주지역 가족관광객을 중심으로," **관광연구저널**, 22(1), 67-82.

## The Effects of Push and Pull Motivation Factors Focus on Railroad Traveler's with Family\*

Kyungmin Lee\*\* · Chulmo Koo\*\*\* · Heejeong Han\*\*\*\* · Namho Chung\*\*\*\*\*

### Abstract

Railway construction endeavors to develop several customized products and services for tourists, because railroad has both of roles as means to move and as a object to experience for travel. Additionally, family tour has been raised to make bonding between family members. To understand these phenomenon, this research focuses on motivations of railroad travelers and family tourists with push and pull factors. We attempt to combine attributes of railroad and family for elaborating travelers' motivations and for investigating the effect of these different motivations on satisfaction and behavioral intentions. The effort of this study contributes to the contemporary research theme by suggestion, such as how to array between which objects of travel experience and what kinds of tour, to examine the influences each constructs and to enhance comprehension about complicated tourism industry.

Research findings from railroad travelers with their family indicate that attractiveness of train track, togetherness of family tour as Push motivation factors, and spatial accessibility as a pull motivation factor are significantly leads to satisfaction and behavioral intentions. Regarding to satisfaction as a mediating variable, we found partial mediating effect between push motivation factors on behavioral intentions. However, there is only full mediating effect of satisfaction with spatial accessibility.

Key Words: Push/Pull Motivation Factors, Railroad Travel, Family Tour, Satisfaction, Behavioral Intention

---

\* This work was supported by the Ministry of Education of the Republic of Korea and the National Research Foundation of Korea(NRF-2016S1A3A2925146).

\*\* College of Hotel & Tourism Management, Graduate School Kyung Hee University

\*\*\* Associate Professor, College of Hotel & Tourism Management Kyung Hee University

\*\*\*\* College of Hotel & Tourism Management, Graduate School Kyung Hee University

\*\*\*\*\* Professor, College of Hotel & Tourism Management Kyung Hee University