대구 시티투어 이용 만족도 분석

21410785 황 희
21410775 정성훈

목 차

01 설문조사 문항 및 데이터 탐색

02 분석결과

03 인사이트 도출

01 설문조사 문항 구성 및 데이터 탐색

1. 설문조사 문항 구성

2. 데이터 탐색

1. 설문조사 문항 구성

1) 시티투어 경험

1	이용 횟수
2	타지역 시티투어 이용 경험
3	시티투어 정보 수집 경로
4	시티투어 동행인
5	관광코스
6	마음에 드는 관광지

2) 시티투어 참여동기

1 ~ 3	일상탈출
4 ~ 6	경험 및 지식 획득
7 ~ 9	대구에 대한 관심
10 ~ 12	사람들과의 관계 형성 및 증진

3) 참가하기 전 기대

1 ~ 3	자연경관 및 관광자원에 대한 기대
4 ~ 6	시티투어 시스템에 대한 기대
7 ~ 9	시티투어 해설사에 대한 기대
10 ~ 11	시티투어 버스에 대한 기대

*** 관련문항끼리 평균으로 점수 산정**

1. 설문조사 문항 구성

4) 참가 후 만족도

1 ~ 3	자연경관 및 관광자원에 대한 만족도
4 ~ 6	시티투어 시스템에 대한 만족도
7 ~ 9	시티투어 해설사에 대한 만족도
10 ~ 11	시티투어 버스에 대한 만족도
12	전반적인 만족도

* 관련문항끼리 평균으로 점수 산정

5) 미래행위 의도

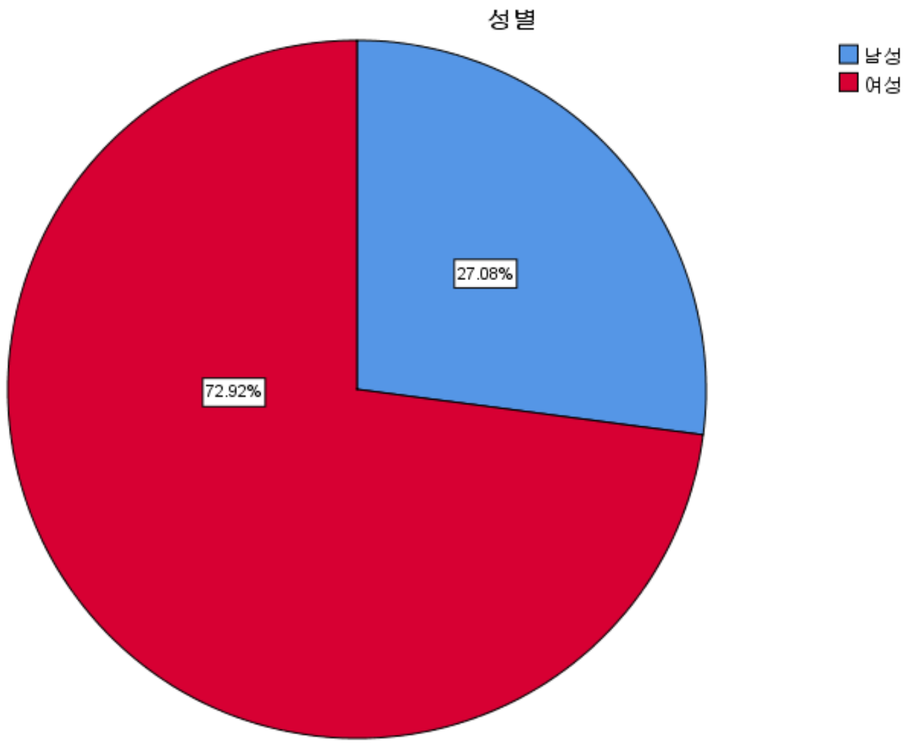
1	재이용 의사
2	권유 의사
3	타인에게 긍정적인 측면 전달 의사

6) 참가자 인적사항

1	성별
2	연령
3	거주지(도시)
4	직업

2. 데이터 탐색

- 참가자 성별 분포

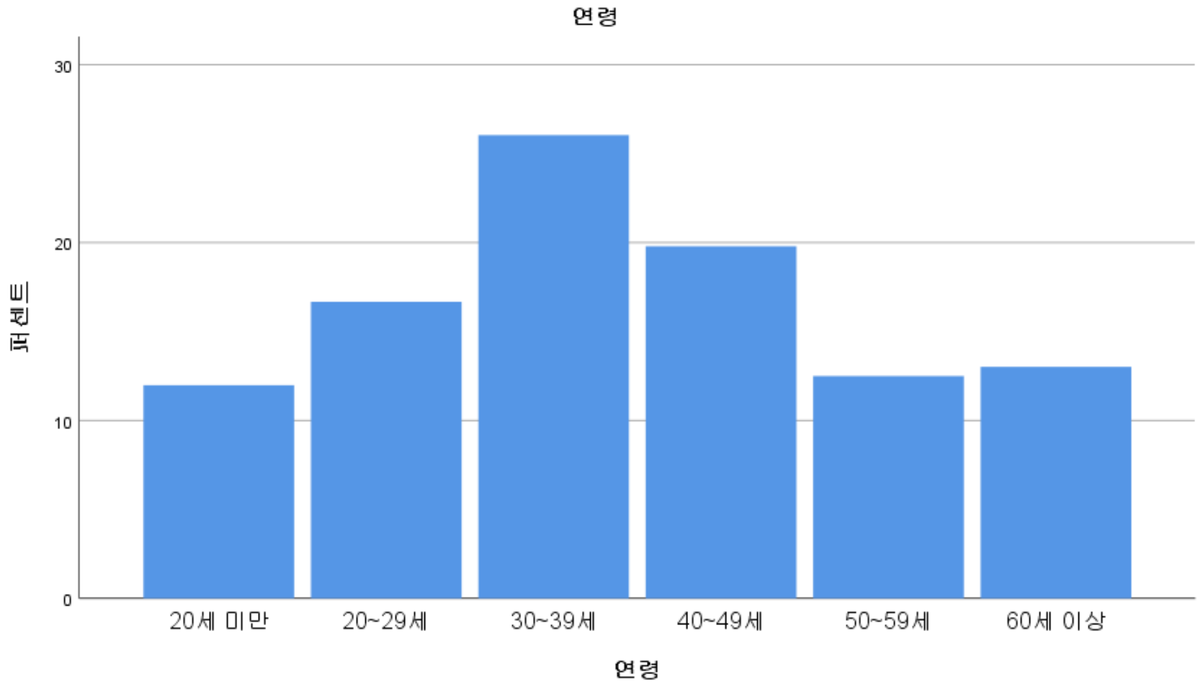


남성 27.08%
여성 72.92%

여성 이용객이 남성 이용객의 약 3배

2. 데이터 탐색

- 참가자 연령 분포

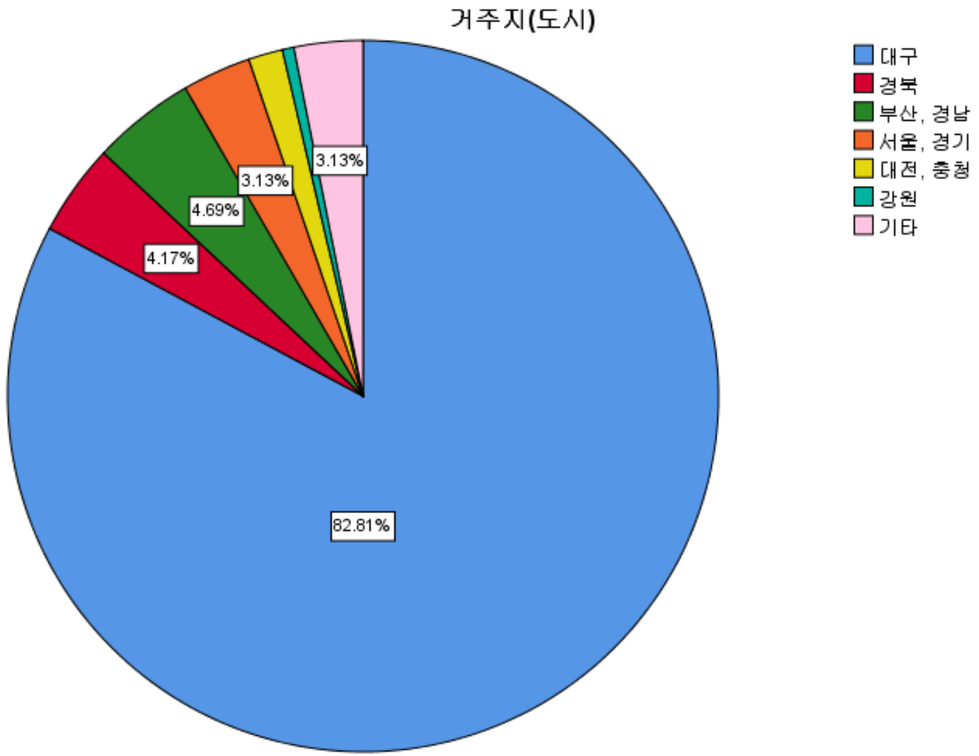


30~39세의 연령이 26%로 1위
40~49세의 연령이 19.8%로 2위

30~49세를 제외한 연령 간 빈도수에
큰 차이는 보이지 않음

2. 데이터 탐색

- 참가자 거주지 분포

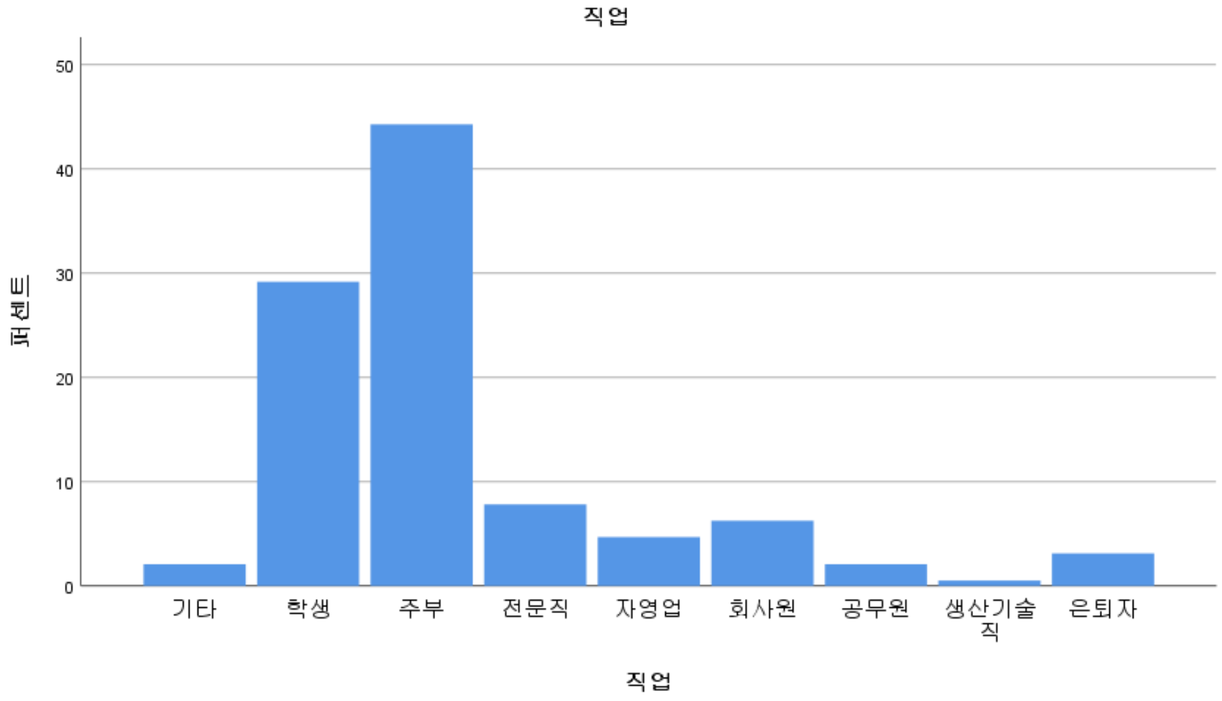


참가자의 82.81%가 대구에 거주
타지역 거주자의 참가자 수는 17.19%

주 이용고객은 대구거주자

2. 데이터 탐색

- 참가자 직업 분포

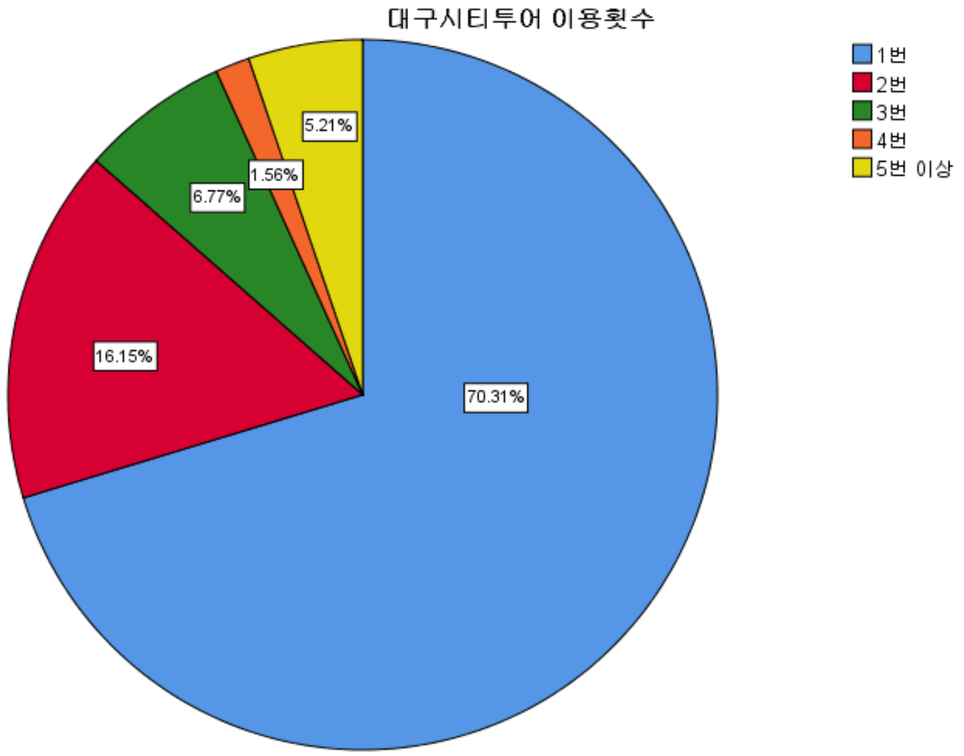


주부가 1위, 학생이 2위로 합 73.4%

주부와 학생이 주 이용객

2. 데이터 탐색

- 대구 시티투어 이용 횟수

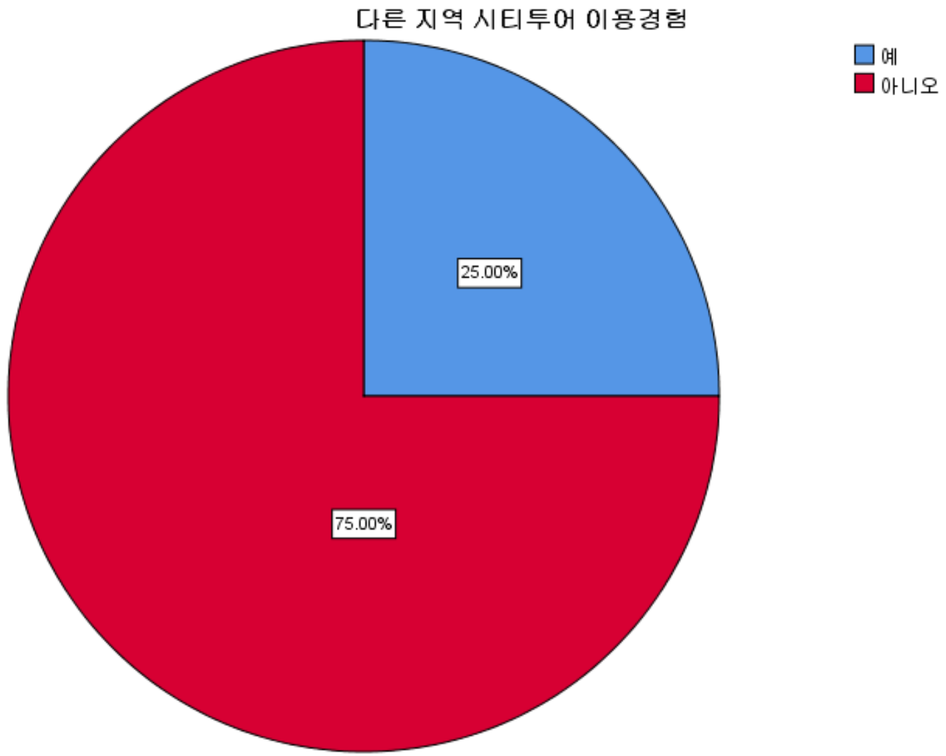


첫 이용 고객이 70%
2번째 이용고객이 16.15%
3회 이상 이용고객은 13.5%

재이용률이 높지 않음

2. 데이터 탐색

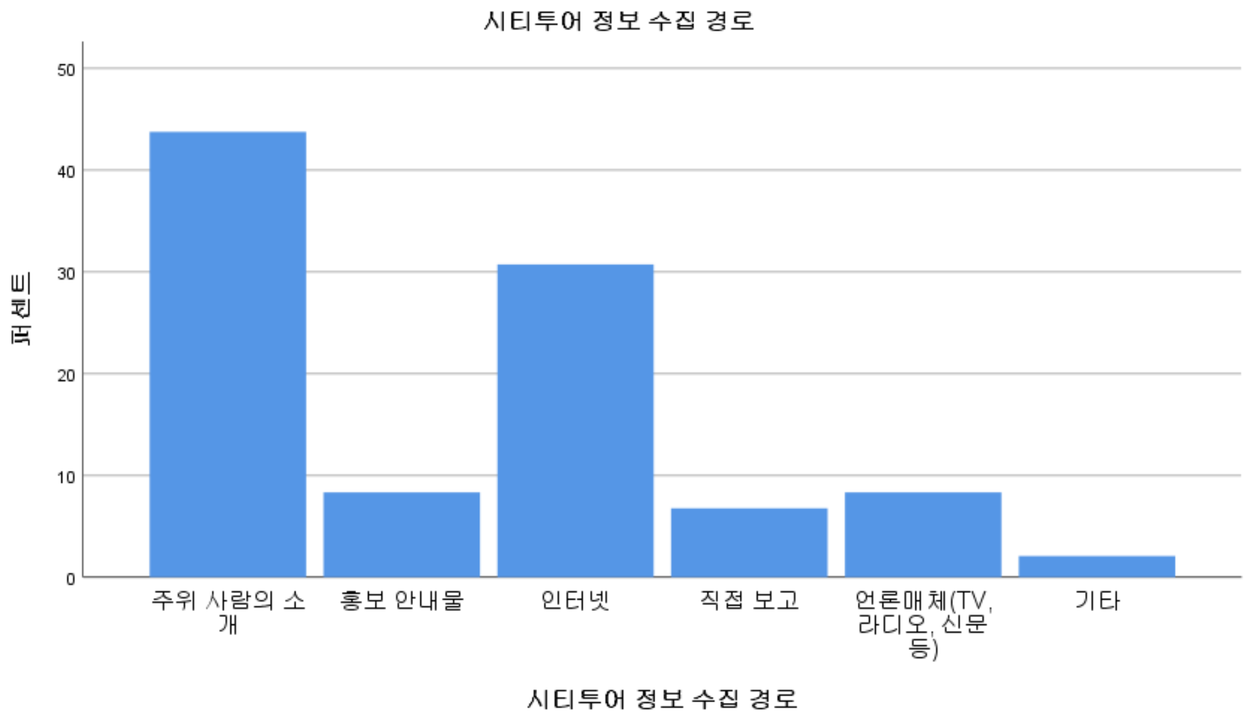
- 타지역 시티투어 이용 경험



25%의 이용객만 타지역 시티투어를 이용한 경험이 있음

2. 데이터 탐색

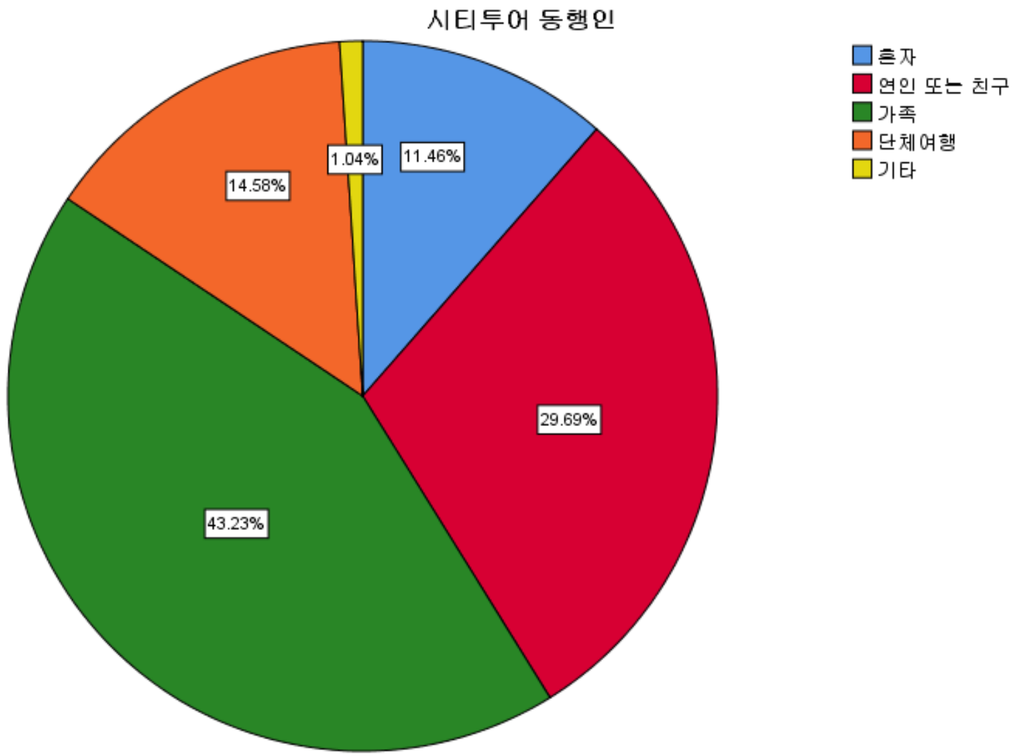
- 시티투어 정보 수집 경로



주변사람의 소개가 43.8%
인터넷을 통한 정보수집이 30%

2. 데이터 탐색

- 시티투어 동행인



가족끼리 방문하는 이용객이 43%
연인 또는 친구와 동행하는 이용객이 30%

02

분석결과

1. 조사 문항 타당도 및 신뢰도 분석

2. 참여동기에 대한 분석

3. 참가 전 기대와 참가 후 만족도에 대한 분석

4. 미래행위 의도에 대한 분석

1. 조사문항 타당도 및 신뢰도 분석

1) 대구 시티투어 참여동기 (요인분석)

공통성

	초기	추출
a11_일상생활로부터 탈출하고 싶다	1.000	.894
a12_반복되는 생활에서 벗어나고 싶다	1.000	.910
a13_긴장감을 해소하고 싶다	1.000	.831
a21_지적으로 풍요로워지고 싶다	1.000	.725
a22_여러 방문지에 관한 지식을 쌓고 싶다	1.000	.855
a23_새롭고 다른 경험을 해보고 싶다	1.000	.760
a31_대구에 대한 관심을 충족시키기 싶다	1.000	.758
a32_대구의 유명 관광지의 경관을 감상하고 싶다	1.000	.875
a33_대구의 다양한 문화를 체험하고 싶다	1.000	.855
a41_가족과 함께 유익한 시간을 보내고 싶다	1.000	.669
a42_동료 및 친구와 함께 시간을 보내고 싶다	1.000	.670
a43_유사한 흥미를 가진 사람들을 만나고 싶다	1.000	.628

추출 방법: 주성분 분석.

회전된 성분행렬[a]

	성분			
	1	2	3	4
a11_일상생활로부터 탈출하고 싶다	.939	-.026	-.095	.041
a12_반복되는 생활에서 벗어나고 싶다	.945	-.022	-.062	.112
a13_긴장감을 해소하고 싶다	.906	-.067	.040	.059
a21_지적으로 풍요로워지고 싶다	.050	.225	.790	.217
a22_여러 방문지에 관한 지식을 쌓고 싶다	-.129	.314	.859	.040
a23_새롭고 다른 경험을 해보고 싶다	-.025	.264	.830	-.035
a31_대구에 대한 관심을 충족시키기 싶다	-.088	.810	.275	.141
a32_대구의 유명 관광지의 경관을 감상하고 싶다	-.018	.891	.274	.066
a33_대구의 다양한 문화를 체험하고 싶다	-.021	.886	.260	.049
a41_가족과 함께 유익한 시간을 보내고 싶다	-.159	.233	.093	.762
a42_동료 및 친구와 함께 시간을 보내고 싶다	.138	.045	.020	.806
a43_유사한 흥미를 가진 사람들을 만나고 싶다	.431	-.067	.096	.654

추출 방법: 주성분 분석.
회전 방법: 카이저 정규화가 있는 베리맥스.
a. 5 반복계산에서 요인회전이 수렴되었습니다.

공통성이 낮은 문항은 보이지 않음
(항목 제거 X)

요인 추출 결과 4개의 하위요인으로 분리가능
1. 일상탈출
2. 경험 및 지식획득
3. 대구에 대한 관심
4. 사람들과의 관계 형성 및 증진

1. 조사문항 타당도 및 신뢰도 분석

1) 대구 시티투어 참여동기 (신뢰도 분석)

신뢰도 통계량

Cronbach의 알파	항목 수
.760	12

항목 총계 통계량

	항목이 삭제된 경우 척도 평균	항목이 삭제된 경우 척도 분산	수정된 항목-전체 상관계수	항목이 삭제된 경우 Cronbach 알파
a11_일상생활로부터 탈출하고 싶다	39.46	35.318	.306	.756
a12_반복되는 생활에서 벗어나고 싶다	39.34	34.541	.371	.747
a13_긴장감을 해소하고 싶다	39.42	34.915	.356	.749
a21_지적으로 풍요로워지고 싶다	39.10	34.136	.515	.730
a22_여러 방문지에 관한 지식을 쌓고 싶다	38.81	35.420	.410	.742
a23_새롭고 다른 경험을 해보고 싶다	38.74	35.950	.396	.744
a31_대구에 대한 관심을 충족시키기 싶다	38.93	35.372	.444	.739
a32_대구의 유명 관광지의 경관을 감상하고 싶다	38.71	35.190	.494	.734
a33_대구의 다양한 문화를 체험하고 싶다	38.71	35.255	.468	.736
a41_가족과 함께 유익한 시간을 보내고 싶다	38.91	35.673	.303	.755
a42_동료 및 친구와 함께 시간을 보내고 싶다	38.89	35.690	.350	.748
a43_유사한 흥미를 가진 사람들을 만나고 싶다	39.31	34.980	.409	.742

모든 문항을 포함하였을 때의
크론바흐 통계량이 가장 높으므로
항목제거 필요 X

1. 조사문항 타당도 및 신뢰도 분석

2) 시티투어 참가 전 기대감 (요인분석)

공통성

	초기	추출
b11_역사적 유적지와 문화적 흥미거리	1.000	.763
b12_매력적인 자연 경관	1.000	.840
b13_다양한 관광자원 체험	1.000	.756
b21_정확하고 다양한 지역 관광정보	1.000	.761
b22_시티투어 체계적인 운행코스	1.000	.835
b23_시티투어 저렴한 이용요금	1.000	.713
b31_해설사의 친절한 서비스	1.000	.888
b32_해설사의 풍부한 전문지식	1.000	.923
b33_해설사의 쉬운 해설	1.000	.899
b41_시티투어 버스의 청결성	1.000	.946
b42_시티투어 버스의 안전성	1.000	.943

추출 방법: 주성분 분석.

회전된 성분행렬[a]

	성분			
	1	2	3	4
b11_역사적 유적지와 문화적 흥미거리	.164	.828	.227	-.020
b12_매력적인 자연 경관	.130	.881	.136	.169
b13_다양한 관광자원 체험	.202	.793	.276	.107
b21_정확하고 다양한 지역 관광정보	.122	.295	.806	.099
b22_시티투어 체계적인 운행코스	.078	.211	.879	.112
b23_시티투어 저렴한 이용요금	.336	.136	.748	.149
b31_해설사의 친절한 서비스	.881	.229	.190	.152
b32_해설사의 풍부한 전문지식	.935	.129	.132	.119
b33_해설사의 쉬운 해설	.897	.164	.172	.197
b41_시티투어 버스의 청결성	.194	.089	.158	.936
b42_시티투어 버스의 안전성	.172	.108	.124	.942

추출 방법: 주성분 분석.
회전 방법: 카이저 정규화가 있는 베리멕스.
a. 5 반복계산에서 요인회전이 수렴되었습니다.

공통성이 낮은 문항은 보이지 않음
(항목 제거 X)

요인 추출 결과 4개의 하위요인으로 분리가능
1. 자연경관 및 관광자원에 대한 기대
2. 시티투어 시스템에 대한 기대
3. 시티투어 해설사에 대한 기대
4. 시티투어 버스에 대한 기대

1. 조사문항 타당도 및 신뢰도 분석

2) 시티투어 참가 전 기대감 (신뢰도 분석)

신뢰도 통계량

Cronbach의 알파	항목 수
.881	11

항목 총계 통계량

	항목이 삭제된 경우 척도 평균	항목이 삭제된 경우 척도 분산	수정된 항목-전체 상관계수	항목이 삭제된 경우 Cronbach 알파
b11_역사적 유적지와 문화적 흥미거리	36.47	35.099	.541	.874
b12_매력적인 자연 경관	36.48	34.534	.582	.872
b13_다양한 관광자원 체험	36.45	33.893	.625	.869
b21_정확하고 다양한 지역 관광정보	36.26	35.461	.589	.871
b22_시티투어 체계적인 운행코스	36.20	35.294	.556	.873
b23_시티투어 저렴한 이용요금	36.10	34.477	.617	.869
b31_해설사의 친절한 서비스	36.13	33.482	.702	.864
b32_해설사의 풍부한 전문지식	36.21	34.106	.625	.869
b33_해설사의 쉬운 해설	36.17	33.731	.683	.865
b41_시티투어 버스의 청결성	35.99	35.225	.514	.876
b42_시티투어 버스의 안전성	35.92	35.371	.494	.877

모든 문항을 포함하였을 때의
크론바흐 통계량이 가장 높으므로
항목제거 필요 X

1. 조사문항 타당도 및 신뢰도 분석

3) 시티투어 참가 후 만족도 (요인분석)

공통성

	초기	추출
c11_역사적 유적지와 문화적 흥미거리	1.000	.834
c12_매력적인 자연 경관	1.000	.803
c13_다양한 관광자원 체험	1.000	.860
c21_정확하고 다양한 지역 관광정보	1.000	.733
c22_시티투어 체계적인 운행코스	1.000	.831
c23_시티투어 저렴한 이용요금	1.000	.723
c31_해설사의 친절한 서비스	1.000	.897
c32_해설사의 풍부한 전문지식	1.000	.916
c33_해설사의 쉬운 해설	1.000	.919
c41_시티투어 버스의 청결성	1.000	.938
c42_시티투어 버스의 안전성	1.000	.943
c5_전반적인 만족도	1.000	.586

추출 방법: 주성분 분석.

회전된 성분행렬[a]

	성분			
	1	2	3	4
c11_역사적 유적지와 문화적 흥미거리	.182	.870	.146	.150
c12_매력적인 자연 경관	.127	.865	.165	.111
c13_다양한 관광자원 체험	.139	.892	.202	.062
c21_정확하고 다양한 지역 관광정보	.144	.313	.775	.112
c22_시티투어 체계적인 운행코스	.238	.188	.846	.154
c23_시티투어 저렴한 이용요금	.151	.077	.800	.231
c31_해설사의 친절한 서비스	.912	.163	.190	.045
c32_해설사의 풍부한 전문지식	.925	.158	.183	.043
c33_해설사의 쉬운 해설	.935	.139	.143	.073
c41_시티투어 버스의 청결성	.059	.181	.221	.924
c42_시티투어 버스의 안전성	.078	.105	.195	.942
c5_전반적인 만족도	.429	.443	.399	.217

추출 방법: 주성분 분석.
회전 방법: 카이저 정규화가 있는 베리멕스.
a. 5 반복계산에서 요인회전이 수렴되었습니다.

마지막 문항인 전반적인 만족도를 제외한
나머지 문항의 공통성은 매우 높음
(마지막 문항도 제거할 필요는 X)

요인 추출 결과 4개의 하위요인으로 분리가능
1. 자연경관 및 관광자원에 대한 만족도
2. 시티투어 시스템에 대한 만족도
3. 시티투어 해설사에 대한 만족도
4. 시티투어 버스에 대한 만족도
5. 전반적인 만족도

1. 조사문항 타당도 및 신뢰도 분석

3) 시티투어 참가 후 만족도 (신뢰도 분석)

신뢰도 통계량

Cronbach의 알파	항목 수
.890	12

항목 총계 통계량

	항목이 삭제된 경우 척도 평균	항목이 삭제된 경우 척도 분산	수정된 항목-전체 상관계수	항목이 삭제된 경우 Cronbach 알파
c11_역사적 유적지와 문화적 흥미거리	43.94	33.211	.642	.878
c12_매력적인 자연 경관	43.92	33.716	.602	.880
c13_다양한 관광자원 체험	44.10	32.837	.620	.880
c21_정확하고 다양한 지역 관광정보	43.95	33.720	.621	.879
c22_시티투어 체계적인 운행코스	43.88	33.628	.656	.878
c23_시티투어 저렴한 이용요금	43.65	34.963	.546	.883
c31_해설사의 친절한 서비스	43.59	33.783	.629	.879
c32_해설사의 풍부한 전문지식	43.71	33.462	.623	.879
c33_해설사의 쉬운 해설	43.67	33.469	.605	.880
c41_시티투어 버스의 청결성	43.53	35.360	.492	.886
c42_시티투어 버스의 안전성	43.47	35.779	.451	.888
c5_전반적인 만족도	43.67	34.913	.696	.878

모든 문항을 포함하였을 때의
크론바흐 통계량이 가장 높으므로
항목제거 필요 X

2. 참여동기에 대한 분석

1) 성별과 일상탈출의 관계

* 독립표본 t-검정

집단통계량

	성별	N	평균	표준화 편차	표준오차 평균
a_일상탈출	남성	52	3.5449	.95207	.13203
	여성	140	3.0286	1.11274	.09404

t –통계량 : 2.966

독립표본 검정

		Levene의 등분산 검정		평균의 동일성에 대한 T 검정						
									차이의 95% 신뢰구간	
		F	유의확률	t	자유도	유의확률 (양측)	평균차이	표준오차 차이	하한	상한
a_일상탈출	등분산을 가정함	3.202	.075	2.966	190	.003	.51630	.17409	.17290	.85970
	등분산을 가정하지 않음			3.185	105.879	.002	.51630	.16210	.19492	.83768

남녀간 분산은 동일
P-값은 0.003으로 참여동기 중
일상탈출에 대한 생각은
남녀간 차이가 있다고 볼 수 있다.

T-통계량이 2.966으로
일상탈출을 목적으로 참가하는 시민이
남성이 여성보다 더 많다고 볼 수 있다.

2. 참여동기에 대한 분석

2) 동행인과 일상탈출의 관계

* 일원배치 분산분석

분산의 동질성 검정

		Levene 통계량	자유도1	자유도2	유의확률
a_일상탈출	평균을 기준으로 합니다.	.314	3	186	.815
	중위수를 기준으로 합니다.	.284	3	186	.837
	자유도를 수정한 상태에서 중위수를 기준으로 합니다.	.284	3	178.110	.837
	절삭평균을 기준으로 합니다.	.310	3	186	.818

ANOVA

a_일상탈출

	제곱합	자유도	평균제곱	F	유의확률
집단-간	15.855	3	5.285	4.679	.004
집단-내	210.080	186	1.129		
전체	225.935	189			

집단 별 분산은 동일하며 분산분석 결과
동행인에 따라 일상탈출이 참여동기가 되는
경우에 차이가 있는것으로 보임

a_일상탈출

	N	평균
혼자	22	3.1515
연인 또는 친구	57	3.5322
가족	83	3.1165
단체여행	28	2.6310
전체	190	3.1737

연인 또는 친구와 함께 일상탈출을 목적으로
참여하는 동기가 가장 큰 것으로 나타남

2. 참여동기에 대한 분석

3) 정보수집경로와 새로운경험의 관계

* 일원배치 분산분석

분산의 동질성 검정

		Levene 통계량	자유도1	자유도2	유의확률
a_새로운경험	평균을 기준으로 합니다.	1.962	5	186	.086
	중위수를 기준으로 합니다.	1.908	5	186	.095
	자유도를 수정한 상태에서 중위수를 기준으로 합니다.	1.908	5	179.961	.095
	절삭평균을 기준으로 합니다.	1.906	5	186	.095

ANOVA

a_새로운경험

	제곱합	자유도	평균제곱	F	유의확률
집단-간	12.406	5	2.481	3.936	.002
집단-내	117.258	186	.630		
전체	129.664	191			

집단 별 분산은 동일하며 분산분석 결과
새로운 경험을 위해 참여하는 사람이
정보수집 경로에 따라 다른 것으로 보임

a_새로운경험

	시티투어 정보 수집 경로	N	유의수준 = 0.05에 대한 부분집합 1	2	3
Tukey HSD[a,b]	기타	4	2.5000		
	직접 보고	13	3.2821	3.2821	
	주위 사람의 소개	84		3.6190	
	언론매체(TV, 라디오, 신문 등)	16		3.6875	
	인터넷	59		3.8588	
	홍보 안내물	16		4.0833	
	유의확률		.141	.123	
Duncan[a,b]	기타	4	2.5000		
	직접 보고	13		3.2821	
	주위 사람의 소개	84		3.6190	3.6190
	언론매체(TV, 라디오, 신문 등)	16		3.6875	3.6875
	인터넷	59		3.8588	3.8588
	홍보 안내물	16			4.0833
	유의확률		1.000	.100	.187

홍보안내문을 보고 새로운 경험을 하고싶다고
느끼는 경우가 가장 큼

2. 참여동기에 대한 분석

4) 대구 거주여부와 대구에 대한 관심의 관계

* 독립표본 t-검정

집단통계량

	대구여부	N	평균	표준화 편차	표준오차 평균
a_대구관심	대구	159	3.8658	.75298	.05972
	타지역	33	3.4444	.97420	.16959

독립표본 검정

		Levene의 등분산 검정		평균의 동일성에 대한 T 검정						
									차이의 95% 신뢰구간	
		F	유의확률	t	자유도	유의확률 (양측)	평균차이	표준오차 차이	하한	상한
a_대구관심	등분산을 가정함	2.634	.106	2.772	190	.006	.42138	.15199	.12157	.72119
	등분산을 가정하지 않음			2.344	40.302	.024	.42138	.17979	.05809	.78468

대구 거주자와 비거주자 간 분산은 동일하며
참가동기가 대구에 대한 관심인지는
대구 거주여부에 따라 차이가 있으며

T-통계량이 2.772로 대구에 거주하는 사람이
대구에 거주하지 않는 사람보다 대구에 대한
관심이 커 시티투어에 참가하는 것으로 보임

2. 참여동기에 대한 분석

5) 동행인과 관계증진과의 관계

* 일원배치 분산분석

분산의 동질성 검정

		Levene 통계량	자유도1	자유도2	유의확률
a_관계증진	평균을 기준으로 합니다.	.517	4	187	.724
	중위수를 기준으로 합니다.	.356	4	187	.839
	자유도를 수정한 상태에서 중위수를 기준으로 합니다.	.356	4	167.839	.839
	절삭평균을 기준으로 합니다.	.473	4	187	.755

ANOVA

a_관계증진

	제곱합	자유도	평균제곱	F	유의확률
집단-간	20.725	4	5.181	9.389	.000
집단-내	103.191	187	.552		
전체	123.916	191			

집단 별 분산은 동일하며 분산분석 결과
관계증진을 위해 참여하는 사람이
동행인별 차이가 있는 것으로 보임

a_관계증진

	시티투어 동행인	N	유의수준 = 0.05에 대한 부분집합 1	2
Tukey HSD[a,b]	혼자	22	2.6364	
	기타	2	3.5000	3.5000
	연인 또는 친구	57	3.6199	3.6199
	가족	83		3.6506
	단체여행	28		3.7619
	유의확률		.061	.953
Duncan[a,b]	혼자	22	2.6364	
	기타	2		3.5000
	연인 또는 친구	57		3.6199
	가족	83		3.6506
	단체여행	28		3.7619
	유의확률		1.000	.523
Scheffe[a,b]	혼자	22	2.6364	
	기타	2	3.5000	
	연인 또는 친구	57	3.6199	
	가족	83	3.6506	
	단체여행	28	3.7619	
	유의확률		.056	

가족 또는 단체여행을 오는 경우 관계증진을
목표로 오는 경우가 큼

3. 참가 전 기대와 참가 후 만족도에 대한 분석

1) 요인 평균 별 차이

*대응표본 t-검정

대응표본 검정

		대응차					t	자유도	유의확률 (양측)
		평균	표준화 편차	표준오차 평균	차이의 95% 신뢰구간 하한	차이의 95% 신뢰구간 상한			
대응 1	b_관광및경관 - c_관광및경관	-.37674	.90237	.06512	-.50519	-.24828	-5.785	191	.000
대응 2	b_시스템 - c_시스템	-.25868	.83110	.05998	-.37699	-.14037	-4.313	191	.000
대응 3	b_해설사 - c_해설사	-.40799	.96578	.06970	-.54547	-.27051	-5.854	191	.000
대응 4	b_버스 - c_버스	-.35156	.94209	.06799	-.48567	-.21746	-5.171	191	.000

b : 참가 전 기대, c : 만족도

유의확률이 매우 작으며 T통계량이 매우 작아
모든 부문에서 참가 전 기대에 비해 만족도가
매우 높음을 알 수 있음

3. 참가 전 기대와 참가 후 만족도에 대한 분석

2) 20 ~ 29세

*대응표본 t-검정

대응표본 검정[a]

		대응차					t	자유도	유의확률 (양측)
		평균	표준화 편차	표준오차 평균	차이의 95% 신뢰구간 하한	차이의 95% 신뢰구간 상한			
대응 1	b_관광및경관 - c_관광및경관	-.14583	.89177	.15764	-.46735	.17568	-.925	31	.362
대응 2	b_시스템 - c_시스템	-.20833	.88293	.15608	-.52666	.11000	-1.335	31	.192
대응 3	b_해설사 - c_해설사	-.35417	.95766	.16929	-.69944	-.00889	-2.092	31	.045
대응 4	b_버스 - c_버스	-.64063	.82535	.14590	-.93819	-.34306	-4.391	31	.000

a. 연령 = 20~29세

관광정보 및 경관 부문과 시스템 부문에서는
기대감과 큰 차이를 보이지 않았지만
해설사와 버스부문은 기대에 비해
아주 만족하는 것으로 보임

3. 참가 전 기대와 참가 후 만족도에 대한 분석

3) 40 ~ 60세 이상

*대응표본 t - 검정

대응표본 검정[a]

		대응차					t	자유도	유의확률 (양측)
		평균	표준화 편차	표준오차 평균	차이의 95% 신뢰구간 하한	차이의 95% 신뢰구간 상한			
대응 1	b_관광및경관 - c_관광및경관	-.29825	.85174	.13817	-.57821	-.01829	-2.159	37	.037
대응 2	b_시스템 - c_시스템	-.35088	.69294	.11241	-.57864	-.12311	-3.121	37	.003
대응 3	b_해설사 - c_해설사	-.50000	.89962	.14594	-.79570	-.20430	-3.426	37	.002
대응 4	b_버스 - c_버스	-.13158	.79427	.12885	-.39265	.12949	-1.021	37	.314

a. 연령 = 40~49세

-> 40 ~ 49세

대응표본 검정[a]

		대응차					t	자유도	유의확률 (양측)
		평균	표준화 편차	표준오차 평균	차이의 95% 신뢰구간 하한	차이의 95% 신뢰구간 상한			
대응 1	b_관광및경관 - c_관광및경관	-.30556	1.11171	.22693	-.77499	.16388	-1.346	23	.191
대응 2	b_시스템 - c_시스템	-.33333	.69505	.14188	-.62683	-.03984	-2.349	23	.028
대응 3	b_해설사 - c_해설사	-.44444	.86626	.17682	-.81023	-.07866	-2.513	23	.019
대응 4	b_버스 - c_버스	-.20833	1.06237	.21685	-.65693	.24026	-.961	23	.347

a. 연령 = 50~59세

-> 50 ~ 59세

대응표본 검정[a]

		대응차					t	자유도	유의확률 (양측)
		평균	표준화 편차	표준오차 평균	차이의 95% 신뢰구간 하한	차이의 95% 신뢰구간 상한			
대응 1	b_관광및경관 - c_관광및경관	-.34667	.79629	.15926	-.67536	-.01798	-2.177	24	.040
대응 2	b_시스템 - c_시스템	-.24000	.91550	.18310	-.61790	.13790	-1.311	24	.202
대응 3	b_해설사 - c_해설사	-.30667	.83289	.16658	-.65047	.03713	-1.841	24	.078
대응 4	b_버스 - c_버스	-.14000	.91879	.18376	-.51926	.23926	-.762	24	.454

a. 연령 = 60세 이상

-> 60세 이상

40세 ~ 60세 이상의 참가자는 공통적으로
버스에 대한 기대감과 만족감이 큰 차이가
없는 것으로 보임

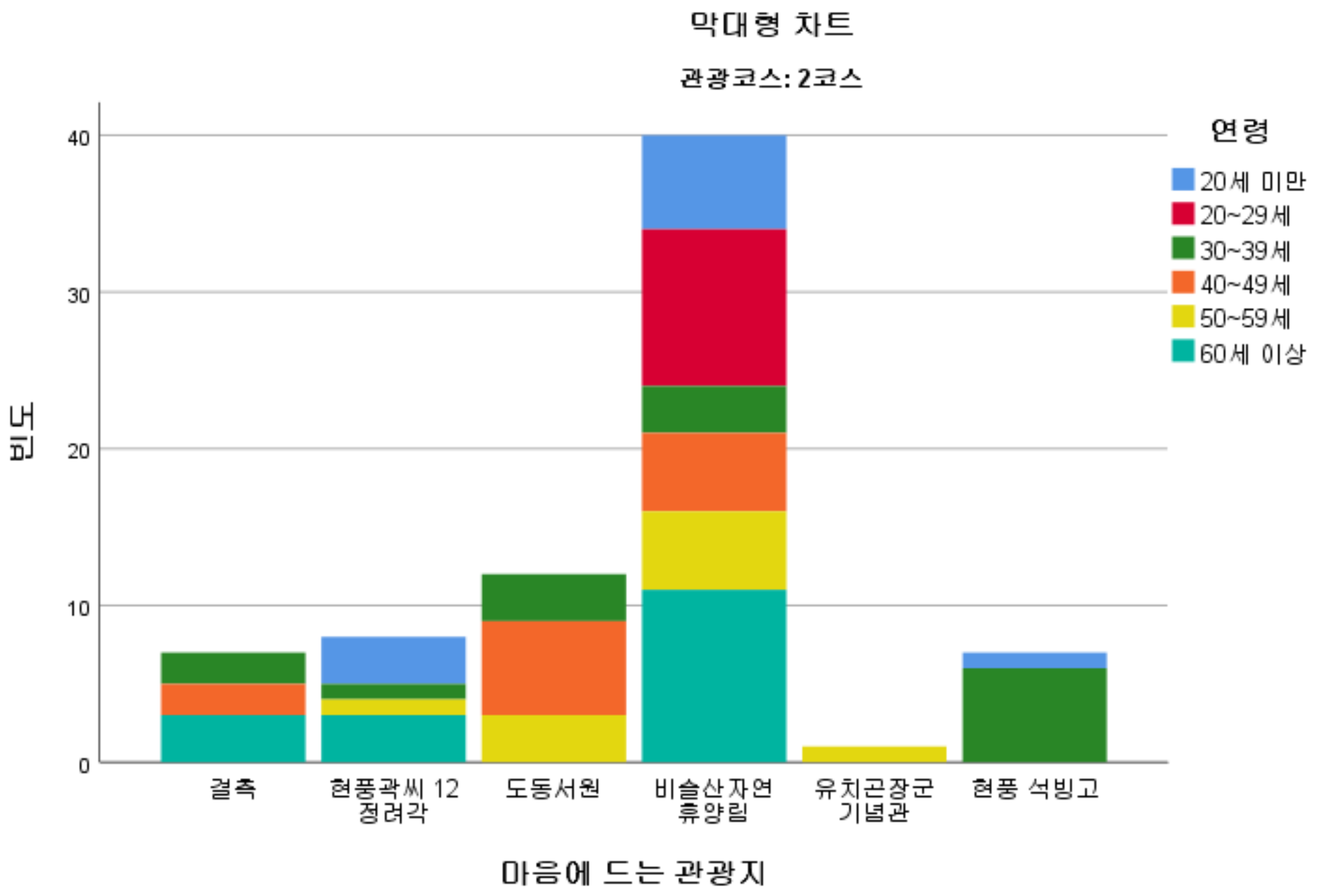
만족도가 기대에 비해 떨어지지는 않지만
버스에 대한 부분을 보완할 수 있다면
만족도를 상승 시킬 수 있을 것 같음

3. 참가 전 기대와 참가 후 만족도에 대한 분석

* 관광 코스 별 마음에 드는 관광지 (빈도 / 총빈도)

2코스 -> 비슬산 자연휴양림 (40 / 75)
3코스 -> 대구 수목원 (7 / 17)
4코스 -> 허브힐즈 (23 / 50)
5코스 -> 육신사 (9 / 17)
6코스 -> 의료선교박물관 (9 / 33), 약령시 한의약 문화관 (10 / 33)

3. 참가 전 기대와 참가 후 만족도에 대한 분석



4. 미래행위 의도에 대한 분석

1) 만족도와 미래행위 의도 간 상관관계

상관관계

상관관계

		c_총평균	d_권유의사
c_총평균	Pearson 상관	1	.590**
	유의확률 (양측)		.000
	N	192	192
d_권유의사	Pearson 상관	.590**	1
	유의확률 (양측)	.000	
	N	192	192

**. 상관관계가 0.01 수준에서 유의합니다(양측).

만족도와 권유의사 간 상관관계는
유의수준 0.05에서 유의하며
0.59로 다소 높음

양의 상관성을 띄고 있어 만족도가 높을 수록
권유의사도 증가 함

4. 미래행위 의도에 대한 분석

2) 대구 거주 여부별 미래행위 의도

집단통계량

	대구여부	N	평균	표준화 편차	표준오차 평균
d1_차후에 대구시티투어를 또 다시 이용하고 싶다	대구	159	4.25	.672	.053
	타지역	33	3.79	.857	.149
d2_대구시티투어를 다른 사람에게 권유할 것이다	대구	159	4.16	.692	.055
	타지역	33	3.58	.969	.169
d3_다른 사람에게 대구시티투어의 긍정적인 측면을 전해줄 것이다	대구	159	4.17	.639	.051
	타지역	33	3.70	.951	.166

독립표본 검정

		Levene의 등분산 검정		평균의 동일성에 대한 T 검정						
		F	유의확률	t	자유도	유의확률 (양측)	평균차이	표준오차 차이	차이의 95% 신뢰구간 하한	차이의 95% 신뢰구간 상한
d1_차후에 대구시티투어를 또 다시 이용하고 싶다	등분산을 가정함	1.238	.267	3.382	190	.001	.457	.135	.191	.724
	등분산을 가정하지 않음			2.886	40.560	.006	.457	.158	.137	.778
d2_대구시티투어를 다른 사람에게 권유할 것이다	등분산을 가정함	9.226	.003	4.117	190	.000	.588	.143	.306	.869
	등분산을 가정하지 않음			3.313	39.049	.002	.588	.177	.229	.947
d3_다른 사람에게 대구시티투어의 긍정적인 측면을 전해줄 것이다	등분산을 가정함	9.492	.002	3.526	190	.001	.473	.134	.208	.737
	등분산을 가정하지 않음			2.730	38.194	.010	.473	.173	.122	.823

대구에 거주하는 참가자는 타지역에 거주하는 참가자에 비해 재이용 의사와 권유 의사가 아주 높은 것으로 보임

03 인사이트 도출

1. 분석결과 종합

2. 분석결과 활용방안

1. 분석결과 종합

참가자는 여성이 75%

30 ~ 39세가 26%

대구가 거주지인 사람 82%

참가자의 직업은 주부와 학생이 73%

시티투어 이용횟수는 1회가 70%

시티투어 정보의 수집경로는 주변사람의 소개와 인터넷이 70%

가족 방문객이 43%

1. 분석결과 종합

남성은 일상탈출이 참여의 주목적

일상탈출을 위해 연인 또는 친구와 함께 방문

홍보물을 보고 새로운 경험을 하고 싶어 참가하는 경우가 많음

가족 또는 단체여행으로 친목을 쌓기 위해 옴

참가 전 기대감에 대비 만족도가 매우 큼

20대 참가자는 관광정보와 자연경관 보다 해설사와 버스에 대한 만족감이 기대감에 비해 큼

40대 이상의 참가자는 공통적으로 버스에 대해 기대감에 비해 만족도가 높지 않음

만족도가 높을 수록 주변인에게 권유할 의사가 높음

2. 분석결과 활용방안

1) 홍보 방안

남성은 일상탈출이 참여의 주목적
일상탈출을 위해 연인 또는 친구와 함께 방문
홍보물을 보고 새로운 경험을 하고 싶어 참가하는 경우가 많음

→

홍보안내물 제작 및 온라인 사이트를
"반복되는 생활을 떠나기", "일상탈출", "연인과 함께",
"친구와 함께", "새로운 경험"을 키워드로 홍보

가족 또는 단체여행으로 친목을 쌓기 위해 옴

→

관광 종료 시
"다음 모임은 4코스 어떠세요?"
라고 홍보하는 팜플렛 배부로 재이용 촉진

2. 분석결과 활용방안

2) 개선사항

20대 참가자는 관광정보와 자연경관 보다 해설사와 버스에 대한 만족감이 기대감에 비해 큼

40대 이상의 참가자는 공통적으로 버스에 대해 기대감에 비해 만족도가 높지 않음

20대 관광객의 취향맞춤 관광코스 개발

40대 이상 관광객이 주로 참가하는 코스의 관광버스 편의성 증대

감사합니다