



저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

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

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.



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

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

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

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

[Disclaimer](#)

碩士學位論文

트레킹 방문자의 특성에 관한 연구
-제주 오름과 올레 방문자의 비교-

The logo of Jeju National University is a large, stylized 'J' shape. The left vertical stroke of the 'J' is composed of three curved, flame-like shapes in blue, green, and grey. The right vertical stroke is a solid purple 'J'. In the center of the 'J', there is a small square icon containing a stylized 'U' and 'N' and the text 'JEJU 1952'. The entire logo is set against a background of a large, faint watermark of the university's name in English and Korean.

濟州大學校 大學院

觀光經營學科

朴 恩 美

2011年 2月

碩士學位論文

트레킹 방문자의 특성에 관한 연구
-제주 오름과 올레 방문자의 비교-

濟州大學校 大學院

觀光經營學科

朴 恩 美

2011年 2月

트레킹 방문자의 특성에 관한 연구 -제주 오름과 올레 방문자의 비교-

指導教授 최 병 길

朴 恩 美

이 論文을 觀光學 碩士學位 論文으로 提出함

2011年 2月

朴恩美의 觀光學 碩士學位 論文을 認准함

審査委員長

委 員

委 員

濟州大學校 大學院

2011年 2月

A Study of Trekking Visitor's Characteristics
- Comparison Between Oreum and Olle Visitor's -

Eun-mi Park
(Supervised by professor Byoung-Kil Choi)

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

FEBRUARY, 2011

This thesis has been examined and approved.

FEBRUARY, 2011

Department of Tourism Management

GRADUATE SCHOOL

JEJU NATIONAL UNIVERSITY

목 차

제 1 장 서 론	1
1. 연구의 배경	1
2. 연구의 목적	3
3. 연구의 범위와 방법	4
제 2 장 이론적 배경	6
1. 트레킹	6
1) 트레킹의 개념	6
2) 트레킹의 종류와 현황	8
2. 방문자 특성	11
1) 방문 동기	11
2) 특성	14
3) 만족	15
3. 선행연구의 검토	16
1) 트레킹에 관한 선행연구	16
2) 방문 동기에 관한 선행연구	17
3) 방문자의 특성에 관한 선행연구	20
4) 만족에 관한 선행연구	21
4. 연구대상지의 특성과 방문자 행태 비교	23
1) 제주 오름의 특성	23
2) 제주 올레의 특성	26
3) 제주 오름과 올레 방문자의 행태 비교	31

제 3 장 연구 설계	35
1. 연구가설의 설정	35
1) 가설의 설정	35
2) 변수의 조작적 정의	36
2. 연구의 조사 설계	37
1) 설문지 구성과 자료의 측정	37
2) 자료수집 및 분석방법	38
제 4 장 분석결과	39
1. 표본의 특성	39
1) 표본의 인구통계학적 특성	39
2) 표본의 방문행태별 특성	40
2. 측정변수의 신뢰도와 타당성 검증	41
1) 신뢰도 검증	41
2) 요인분석과 타당성 검증	44
3. 연구가설의 검증	47
1) 연구가설 1의 검증	47
2) 연구가설 2의 검증	54
3) 연구가설 3의 검증	57
4. 분석결과 요약 및 시사점	59
1) 분석결과의 요약	59
2) 분석결과의 시사점	60
제 5 장 결론 및 제언	62
1. 연구의 요약	62
2. 연구의 한계와 제언	65

참고문헌	66
부록 - 설문지	72
ABSTRACT	75



〈표 차례〉

<표 2-1> 트레킹의 특징	8
<표 2-2> 트레킹의 종류	9
<표 2-3> 선행연구에 따른 방문 동기의 분류	20
<표 2-4> 선행연구에 따른 방문자의 방문 행태 분류	21
<표 2-5> 선행연구에 따른 만족의 분류	23
<표 2-6> 제주 올레 코스의 정리	27
<표 3-1> 설문지의 내용과 구성	38
<표 4-1> 표본의 인구통계학적 특성	40
<표 4-2> 표본의 방문 행태별 특성	41
<표 4-3> 트레킹 방문 동기에 대한 신뢰도 검증	43
<표 4-4> 만족의 신뢰도 검증	44
<표 4-5> 트레킹 방문 동기에 대한 요인분석 및 타당성 검증	46
<표 4-6> 만족의 요인분석 및 타당성 검증	47
<표 4-7> 인구통계학적 특성과 방문 행태 교차분석표(I)	50
<표 4-7> 인구통계학적 특성과 방문 행태 교차분석표(II)	51
<표 4-8> 인구통계학적 특성에 따른 트레킹 방문 동기 분산분석	53
<표 4-9> 인구통계학적 특성에 따른 만족 분산분석	54
<표 4-10> 방문 행태에 따른 방문 동기 분산분석	56
<표 4-11> 방문 행태에 따른 만족 분산분석	57
<표 4-12> 제주 오름과 올레 방문자의 방문 동기 차이분석	58
<표 4-13> 제주 오름과 올레 방문자의 만족 차이분석	58
<표 4-14> 가설의 검증 결과	60

[그림 차례]

[그림 2-1] 동기	12
[그림 2-2] 메슬로우의 욕구발달 5단계	12
[그림 2-3] 제주 올레 제 1 코스	29
[그림 2-4] 제주 올레 제 7 코스	30
[그림 2-5] 제주 올레 제 10 코스	31



제 1 장 서 론

1. 연구의 배경

우리나라 국민들은 경제적 수준 향상과 여가시간의 증대로 자아실현 및 웰빙(well-being) 추구와 같은 삶의 질적 향상에 대한 욕구가 강해지고 건강에 대한 관심도 높아져 자연과의 소통은 현대인들에게 중요한 의미로 자리매김하고 있다.¹⁾ 국민들의 여가 형태도 과거에는 눈으로만 보는 정적인 활동이었으나 현대에는 자연과 숲을 찾아 직접 만지고 경험하고 체험하는 현장학습과 같은 동적인 레크리에이션 활동으로 변화하고 있다.²⁾

트레킹은 자연 친화적이면서 동적인 레크리에이션으로 대중화되고 있다. 최근에는 가족과 함께 즐기는 봄꽃 트레킹, 단풍 트레킹, 온천 트레킹, 철새 트레킹, 등의 ‘테마 트레킹’이 인기를 끌고 있다.³⁾ 특히, 제주도에서는 야트막한 산을 지칭하는 오름을 탐방하는 오름 트레킹과 제주의 걷기 좋은 길들을 선정하여 연결한 올레 트레킹이 크게 각광받고 있다.

제주 오름은 한라산을 중심으로 368개가 지역 전역에 걸쳐 분포하고 있다. 1960년대부터 오름이 관광자원으로 각광 받기 시작했고, 그 후 제주도 종합개발 계획에서 오름을 관광자원으로 보존키로 함으로써 그 위상을 정립시켰다.⁴⁾ 2007년 ‘제주화산섬과 용암 동굴계’가 세계자연유산으로 등재된 이후 제주를 찾는 관광객의 수는 점차 증가하고 있다.⁵⁾ 오름 관광의 진가가 널리 알려지면서 방문자들의 등반도 늘어나고 있는 추세다.

제주 올레는 제주도의 걷기 좋은 길들을 선정하여 연결한 도보여행 코스이다.

- 1) 이연희·김기원·변우혁(2009). 도시 숲으로서 북한산 국립공원의 탐방객 특성에 관한 연구, 『한국산림휴양학회지』, 13(1), pp.53-61.
- 2) 조계중(2007). 해설 프로그램 개발을 위한 월악산 국립공원에서의 방문객 특성에 관한 연구, 『한국산림휴양학회지』, 11(2), pp.1-9
- 3) 부공민(2007). 오름 트레킹 참여동기와 만족도간의 관계. 석사학위논문. 제주대학교 교육대학원.
- 4) 김상범·심우경·노재현(2007). 오름의 형태와 시각량 분석을 통한 경관선호성 평가, 『한국조경학회지』, 35(1), pp.48-58.
- 5) 제주특별자치도 관광협회 홈페이지, <http://www.hijeju.or.kr/>

2007년 9월 8일 제 1코스(시흥초등학교에서 광치기 해변, 총 15km)가 개발된 이래, 2010년 9월까지 총 22개의 코스가 개발되어 있으며, 총 길이가 약 370km에 달한다.⁶⁾ 2007년 제주 올레 관광객은 3천 여명에서 2008년에는 3만 여명, 2009년에는 25만 여명으로 급증했다. 이와 같이 제주 오름과 올레는 제주도뿐만 아니라 전국적인 트레킹 코스로 각광받고 있고 이 두 관광자원으로 인해 제주도를 찾는 관광객들은 증가하는 추세를 보이고 있다.

현재까지 방문자 특성과 관련된 연구들을 살펴보면, 도시 숲으로서 북한산 국립공원의 탐방객 특성에 관한 연구(이연희·김기원·변우혁, 2009)⁷⁾에서는 이용자 특성과 이용행태, 숲 이용 의식도 각각에 대한 연구가 이루어 졌고, 도시 근교산 등산객의 등산 행태 분석연구(안창식·박장근·이원희, 2000)⁸⁾에서는 인구통계학적 특성과 등산 행태의 특성에 대한 조사만 이루어 졌다. 계룡산국립공원에서의 이용객 행태와 이용 및 관리 속성에 대한 이용객 태도(유기준·김동필·김용근, 2001)⁹⁾에서는 인구통계학적 특성과 이용행태, 공원 이용에 대한 인식과 만족에 대한 각각의 연구가 이루어 졌다. 이와 같이 선행연구에서는 방문자의 일반적 특성과 방문 행태, 동기, 만족에 대한 각각의 조사만 이루어진 경우가 대부분이고 방문자의 일반적 특성과 방문행태에 따른 동기와 만족에 대한 차이 연구나 트레킹과 관련하여 방문자의 특성을 조사한 연구는 부족한 상황이다.

루카스(Lucas, 1980)는 국립공원 등의 이용자인 방문자의 태도가 외부적으로 나타나는 것이 이용형태이며, 이러한 방문자의 태도는 휴양지의 관리 및 정책 수립에 매우 중요한 의미를 갖는다고 하였다.¹⁰⁾ 방문자의 태도인 동기와 만족을 알아보고 일반적인 특성과 방문 행태에 따른 동기와 만족의 차이 등을 알아보면 휴양지의 관리 및 정책을 수립하는데 있어 좀 더 구체적인 방향을 제시할 수 있을 것이다. 본 연구에서는 트레킹 코스로 각광받고 있는 제주도의 오름과 올레 방문자의 인구통계학적 특성과 방문행태를 알아보고 인구통계학적 특성과 방문

6) 제주 올레 홈페이지, <http://www.jeuolle.org/>

7) 이연희·김기원·변우혁(2009). 전계논문.

8) 안창식·박장근·이원희(2000). 도시 근교산 등산객의 등산 행태 분석연구, 『한국체육학회 학술발표회 자료집』, pp.982-990.

9) 유기준·김동필·김용근(2001). 계룡산국립공원에서의 이용객 행태와 이용 및 관리속성에 대한 이용객 태도, 『한국환경생태학회지』, 14(4), pp.324-331

10) 조계중(2007). 전계논문, pp.1-9.

행태에 따른 방문 동기와 만족의 차이를 조사해 보고자 한다. 제주도가 트레킹 코스로 각광받고 있는 시점에서 트레킹 방문자들의 특성에 관한 연구는 트레킹 코스 관리와 트레킹 관련 정책 수립 및 트레킹 방문자의 유치와 트레킹 관련 마케팅을 위해 중요한 의미를 갖는다고 할 수 있다.

2. 연구의 목적

자연자원을 이용한 관광은 앞으로 더 큰 관심을 가지게 될 분야이다. 소중한 자연자원인 제주도의 오름과 올레는 트레킹 코스로서 크게 인기를 끌고 있고 앞으로도 관심을 갖게 될 자원이다. 제주 오름은 1960년대부터 현대에 이르기까지 제주도의 대표적인 트레킹 코스로 알려져 있고, 2007년 제주 올레의 등장은 제주도를 국내의 대표적인 트레킹 명소로 자리 잡게 하였다. 특히 제주 올레의 경우 2009년에는 방문자가 25만 여명으로 집계되었으며 2015년에는 170만 명까지 증가할 수 있다고 한다. 트레킹 방문자의 급격한 증가는 이들에 대한 특성 연구의 필요성을 제기하고 있다. 그러나 트레킹 방문자들에 대한 연구는 매우 부족한 실정이다.¹¹⁾

그 동안의 선행연구를 보면 오름을 대상으로는 방문자들의 인구통계학적 특성에 따른 동기와 만족의 차이 연구가 있다.¹²⁾ 올레를 대상으로는 방문자들의 방문 동기와 사전이미지의 관계 연구¹³⁾와 올레 방문자들의 동기에 대한 연구¹⁴⁾가 있다. 본 연구는 제주도의 오름과 올레를 중심으로 트레킹 방문자의 특성 조사를 목적으로 한다. 트레킹 방문자들을 대상으로 인구통계학적 특성과 방문행태, 방문 동기와 만족을 알아보고 인구통계학적 특성에 따른 방문행태, 방문 동기, 만족의 차이와 방문행태에 따른 방문 동기와 만족의 차이를 분석하고자 한다.

11) 정철·박태영·노경국(2010). 상계논문, pp.13-33.

12) 부공민(2009). 전계논문.

13) 정철·박태영·노경국(2010). 전계논문, pp.13-33.

14) 박영아·현용호(1009). 도보여행 동기에 관한 탐색적 연구-제주 올레를 중심으로, 『관광학연구』, 33(7), pp.75-93.

본 연구를 통해서 기존의 연구에서 밝히지 못한 방문 행태에 따른 방문 동기와 만족의 차이를 분석함으로써 제주도의 트레킹 관광 활성화에 기여할 것이라 기대된다. 또한 제주도의 오름과 올레를 구분하여 조사를 실시함으로써 오름과 올레 방문자의 비교를 가능하게 하였다. 본 연구의 결과는 오름이나 올레만을 대상으로 한 선행연구들과 달리 제주도의 트레킹 방문자의 특성이라 규명할 수 있을 것이다.

본 연구의 결과가 갖는 시사점으로는 첫째, 트레킹 방문자들이 급격히 증가하고 있는 시점에서 방문자들의 특성을 파악하는데 의의가 있을 것이고, 둘째, 효율적인 트레킹 코스의 개발·관리체계를 수립하는데 필요한 기초자료로 사용될 수 있을 것이며, 셋째, 제주도의 트레킹 관광을 활성화시키고 트레킹 방문자 유치를 위한 제주 관광의 정책 및 마케팅 전략을 수립하는데 유용하게 사용될 수 있을 것으로 보인다.

3. 연구의 범위와 방법

본 연구의 대상지는 제주의 오름과 올레에서 각각 3개의 지역을 선정하였다. 제주의 오름은 총 368개로 이들 오름 중 2007년 세계자연유산으로 등재된 거문오름과 성산일출봉, 천연기념물인 산굼부리를 선정하였고 제주 올레의 경우 총 22개 코스 중 가장 먼저 개발된 제주도 동쪽의 1코스와 인지도가 높아 비교적 방문자들이 많이 찾는 남쪽의 7코스, 마지막으로 남서쪽의 10코스를 선정하였다. 설문조사는 2010년 10월 15일부터 24일까지 평일과 주말을 포함하여 총 10일 간, 각각의 오름 지역과 올레 코스에서 트레킹 방문자들을 대상으로 실시하였다.

본 연구는 인구통계학적 특성과 방문행태, 방문 동기, 만족을 알아보고 인구통계학적 특성에 따른 방문행태와 방문 동기, 만족의 차이, 방문행태에 따른 방문 동기와 만족의 차이를 알아보고, 오름과 올레 방문자간의 특성 비교를 하고자 한다. 인구통계학적 특성으로는 성별과 연령, 학력, 직업, 월평균 소득, 거주지(제주도, 제주도외)를 알아보았고, 방문행태로는 방문경험, 동반형태, 교통수단, 소요시

간, 정보 수집경로, 연간 트래킹 참여 횟수 등을 조사하였다. 방문 동기는 건강, 호기심, 친목, 자연 친화, 일상탈출, 자기계발, 위신 등을 알아보았고, 만족은 방문 만족, 지속 의향, 동참 권유를 조사하였다.

본 연구에서 수집된 자료를 처리하기 위하여 SPSS 15.0 통계프로그램을 사용하였고, 기술통계를 통해 변수의 일반적인 분포를 분석하였다. 또한, 조사도구의 신뢰성 확보를 위한 신뢰도 분석과 타당성 검증을 위한 요인분석을 실시하였다. 인구통계학적 특성에 따라서와 오름과 올레간에 방문행태의 차이가 있는지 알아보기 위해 피얼슨 카이스퀘어를 이용한 교차분석(crosstabs)을 실시하였고, 인구통계학적 특성에 따른 방문행태와 방문 동기, 만족의 차이와 방문행태에 따른 방문 동기와 만족의 차이를 알아보기 위해 일원배치분산분석(one-way ANOVA)을 실시하였다.

제 2 장 이론적 배경

1. 트레킹

1) 트레킹의 개념

(1) 정의

트레킹의 사전적인 의미를 보면, 목적지가 없는 도보여행 또는 산·들과 바람을 따라서 떠나는 사색여행이라고 밝히고 있다.¹⁵⁾ 전문지식이나 특별한 장비 없이 가벼운 마음으로 산과 들, 냇가, 사적지 등을 걸으면서 체력을 연마하고 자연과 역사에 대한 현장학습까지 할 수 있는 레포츠¹⁶⁾로 정의하기도 하고, 가벼운 배낭을 짊어지고 여유롭게 산이나 들판을 걷고 사색을 즐기며 자연을 감상하는 레저스포츠¹⁷⁾로 정의되기도 한다. 또 대한산악연맹(1990)에서는 산야나 평지에서 심신수련과 정신수련을 위해서 행하는 도보여행이라고 정의¹⁸⁾하기도 한다. 트레킹은 정문 등산보다는 가볍지만 산책보다는 본격적인 산행¹⁹⁾이라고도 한다.

근래에 와서는 전문 등산보다는 좀 가벼운 산행과 모든 종류의 야외활동을 포함한 자연과 문화유산을 답사·체험하고 때로는 모험적인 활동까지 수반하며 몸을 움직이고 체험하는 여행으로 의미가 확대 발전되었다. 그러나 아직 트레킹의 정의가 유동적이라 가벼운 도보여행부터 고산지대의 등산까지 광범위하게 트레킹이라 불리고 있는 실정이며, 그 뜻이 제일 혼용되는 등산과 비교할 때 등산이 산 정상 정복을 목적으로 하는 경우가 대부분인 것에 비하여 트레킹은 보다 다양한 체험을 담는 것이라 할 수 있다.²⁰⁾ 구체적으로 살펴보면, 등산은 전문 장비를 갖추고 해발 500m 이상의 산야를 걷는 것으로 정상을 정복하는 목적이 있으

15) 네이버 홈페이지, <http://www.naver.com/>

16) 한광일(1999). 『최신 레포츠 백과』, 경기 : 도서출판 솔바람, pp.10-14.

17) 김효운(1994). 『레포츠 가이드』, 서울 : 오성출판사, pp.241-247.

18) 대한산악연맹 홈페이지, <http://www.kaf.or.kr/>

19) 허시명(2005). 『평생 잊을 수 없는 체험여행 40』, 서울 : 넥서스 BOOKS, pp.46-51.

20) 부공민(2007). 전계논문.

며 지구력과 강인한 체력이 뒷받침 되어야 하는 반면, 트레킹은 정문장비가 필요 없고, 가벼운 복장으로 해발 500m이하의 산이나 평지 또는 해변을 남녀노소 함께 걷는 여행의 개념이라 할 수 있겠다.²¹⁾

(2) 트레킹의 역사

트레킹은 원래 남아프리카 원주민들이 달구지를 타고 집단 이주하던 것에서 비롯된 것으로 ‘고생하면서 하는 여행’을 의미한다. 트레킹은 미국, 유럽 등지에 사는 험난한 고산을 정복하는 모험레포츠로 각광을 받고 있으며 10여명 정도의 규모로 해발 5000m이하의 산이나 오지 등 미개척 지역을 탐험, 모험하는 여행을 의미한다. 즐겨 찾아가는 지역은 네팔의 히말라야 산이나 티베트고원과 같은 곳인데 특히, 네팔에서는 해발 5000m를 기준하여 그 이상을 트레킹 할 때는 등정 허가를 받아야 할 수 있도록 법으로 정해져 있다.²²⁾

우리나라의 경우 옛 선비들과 신라시대의 화랑들이 산과 들을 걸으며 몸과 마음을 닦고 호연지기를 키우던 풍습과 정신이 있었는데, 그 풍습과 정신을 오늘에 맞게 되살리고자 하던 중 외국의 트레킹이라는 레저스포츠와 접목하게 되었다. 따라서 우리나라의 트레킹은 그 사상과 행동방식을 한국의 선비정신과 화랑정신에 두고 있다. 그러므로 여럿이 함께 떠나는 ‘집단 여행’이라는 점에서는 외국의 트레킹과 같지만 휴식 및 식사전후 시간을 이용해 그 지역의 역사와 자연에 대한 강의와 토의시간 등이 주어진다든 점에서는 우리만의 독특한 한국형 트레킹 형태를 지니고 있다고 하겠다.²³⁾

우리나라에 트레킹이 본격적으로 시작된 것은 지난 1990년대에 한국 트레킹클럽이 결성되면서 부터이다. 한국 체육진흥회에서 정신수련을 위한 행사로 시작된 것이 당시 28명의 회원으로 출발하여 현재 약 4천여 명의 동호인이 있다.²⁴⁾

(3) 트레킹의 특징

트레킹은 ‘정상 도달’이라는 목적지에 대한 부담감이 없으며 전문적인 등반기술

21) 부공민(2007). 전개논문.

22) 한광일(1999). 전개서.

23) 김효윤(1994). 전개서.

24) 한국트레킹클럽홈페이지, <http://cafe.daum.net/trekking-club/>

을 요하지 않기 때문에 누구나 쉽게 즐길 수 있다는 것이 가장 큰 특징이다. 일반 평지만 걸어 다니는 것이 아니라 산이나, 들 어느 곳이든지 도보로 여행하므로 단순한 걷기 운동처럼 지루함을 느끼지 않고, 높낮이의 변화가 있어서 재미있다. 또한 길을 떠날 때 배낭이나 무거운 짐을 짊어지지 않고 식사도 간편하게 해결하기 때문에 가벼운 마음으로 도보여행을 할 수 있다. 트레킹은 특별한 목적지를 정해두지 않고 15~20km 정도를 걷는 레저 스포츠로 체력과 인내심이 요구된다.²⁵⁾

<표 2-1> 트레킹의 특징

특징	<p>일상생활에서의 쪼든 심신을 말끔히 회복하고 자신을 발견하며 지역에 대한 이해를 높일 수 있는 기회를 준다.</p> <p>산과 들을 걸으므로 단순한 걷기운동처럼 지루하지 않으며 산을 타더라도 정상을 고집하지 않으므로 남녀노소 누구나 마음의 부담 없이 참여할 수 있다.</p> <p>산길을 따라 간편한 차림으로 발을 움직이므로 특별한 기술이나 장비, 비용이 필요하지 않다.</p> <p>하루 15~20km의 거리를 걸으므로 체력증진의 효과도 크다.</p>
----	---

자료 : 김효운(1994). 『레포츠가이드』, 서울 : 오성출판사, p. 242.

2) 트레킹의 종류와 현황

1990년대 이후 트레킹이 대중화되면서 트레킹의 종류도 다양해지고 있다. 트레킹에 충실하면서도 현지에서 즐길 수 있는 레포츠를 프로그램에 포함하여 즐기는 레저 트레킹, 주제를 먼저 설정한 다음 주제에 따라 트레킹코스를 개발하는 테마 트레킹, 혼탁한 도시를 피하여 산수가 아름답고 공기가 맑은 곳을 찾아 누군가가 지나감직한 발자취를 따라 오솔길을 걷는 탐방로(trail)가 있다. 특히, 테마 트레킹은 역사 유적지 트레킹, 삼림욕 트레킹, 계절별 사진 촬영을 겸한 트레킹 등 가족들이 함께 즐길 수 있어 그 종류가 늘어나고 있는 추세다.²⁶⁾

25) 한광일(1999). 전제서.

26) 부공민(2007). 전제논문.

<표 2-2> 트레킹의 종류

구분	특징	사례
레저 트레킹	트레킹에 충실하면서도 현지에서 즐길 수 있는 레포츠를 프로그램에 포함.	히말라야 안나푸르나 - 래프팅, 코끼리 사파리 말레이시아 키나발루 - 스킨스쿠버 대만옥산 - 래프팅 킬리만자로 - 사파리여행 일본 타테야마 - 스키
테마 트레킹	주제를 먼저 설정한 다음 주제에 따라 트레킹코스를 개발.	역사적 유적지를 찾는 트레킹 계절별 사진 촬영을 겸한 트레킹 삼림욕을 즐기 위한 트레킹 약수 및 고로쇠 수액을 마시고 산책하는 고로쇠 트레킹 봄꽃 트레킹(철쭉, 진달래, 아카시아, 동백, 유채) 은행잎·단풍 트레킹 역새풀·갈대밭 트레킹 온천 트레킹 철새 트레킹 도토리·밤 줍기 트레킹 바닷길 트레킹 MTB(Mountain Bike) 트레킹 캠프 파이어 트레킹 오지 트레킹(경북 봉화, 강원도 진동리 단목령 등) 눈꽃 트레킹(태백산 천재단, 대관령 선자령 등) 오름 트레킹(제주 거문 오름, 성산일출봉, 산굼부리 등) 산성트레킹(담양 금성 산성, 서울 북한산성 등) 섬 트레킹(나로도, 거제도 동백섬, 제주 우도 등) 옛길 트레킹(문경새재, 하늘재, 대관령)
탐방로 (trail)	혼탁한 도시를 피하여 산수가 아름답고 공기가 맑은 곳을 찾아 누군가가 지나감직한 발자취를 따라가는 길.	자연탐방로 유보도 산책로 제주 올레 지리산 둘레길 남해 지깃길 무등산 옛길 충남 연가 경기 남한산성길

자료 : 부공민(2007). 오름 트레킹 참여동기와 만족도간의 관계와 허시명(2005). 『평생 잊을 수 없는 체험여행 40』 을 참조하여 연구자가 재정리함.

국외의 트레킹은 히말라야의 에베레스트와 중앙아시아의 천산산맥과 몽골, 중

국의 호도협, 티베트지역, 동북아시아에서 일본의 후지산과 오쿠호타카다케, 대만의 설산과 옥산, 아메리카의 안데스산맥과 로키산맥, 유럽의 알프스와 카프카스산맥이 유명하며 주로 오지 산악 트레킹을 의미한다. 국외의 가장 유명한 트레킹 코스로는 스페인 산티아고 순례길이 있다. 스페인 북서부에서 시작되는 코스는 예수의 제자 중 한명인 성 야곱의 유해가 묻힌 까미노 데 콤포스텔라까지 약 800km에 이르는 도보 순례길로 약 900여 년간 기독교 성지순례코스로 이용되어 왔으며²⁷⁾ 유네스코 세계문화유산으로 등재된 곳이다.

국내에서는 트레킹이 도입단계로 트레킹이라는 용어를 낯설어 하는 이들도 적지 않다. 국내에 트레킹이 소개된 것은 1990년대 초, 한국체육진흥회가 한국트레킹클럽을 설립하면서 부터이며 그 후 트레킹 인구는 매년 증가하고 있는 추세이다.²⁸⁾ 국내의 트레킹 장소는 미개척지를 찾아다니는 외국의 모험적인 트레킹과 달리 주로 명산이나 역사와 문화 유적이 많은 곳, 경사가 완만해 많은 사람들의 이동이 용이한 곳으로 걷는 시간이 4시간을 넘지 않고, 오염이 없는 깨끗한 곳 등의 조건을 충족시키는 장소가 일반적인 코스이다.²⁹⁾ 제주도의 오름과 올레 외에 지리산 둘레길과 언저리길, 동해안 바우길, 강화 나들길 등이 유명하다.

제주도의 오름과 올레가 대표적인 트레킹 코스이며 오름은 2007년 제주 화산섬과 용암동굴이 세계자연유산으로 지정되면서 이 지역을 대표하는 생태관광지이자 트레킹 코스로 주목받고 있다.³⁰⁾ 올레는 2007년 9월에 도보여행자들을 위한 작은 길로 제주의 해안가를 따라 이어지는 걷기코스로 처음 소개되어 현재는 22개 코스가 완성되어 있다.³¹⁾

27) 한국일보홈페이지, <http://news.hankooki.com/>

28) 최태광(2002). 『관광경영학』, 서울 : 백산출판사.

29) 김희성·이재섭(2010). 트레킹(trekking)시장세분화를 통한 상품개발 방안 : 여성 트레킹 참여자를 중심으로, 『관광·레저 연구』, 22(1), pp.271-287.

30) 중앙일보 홈페이지, <http://www.joongang.co.kr/>

31) 제주 올레 홈페이지, <http://www.jeuolle.org/>

2. 방문자 특성

방문자의 사전적 의미를 보면 어떤 사람이나 장소를 찾아오는 사람을 뜻한다.³²⁾ 본 연구에서는 제주 오름과 올레 방문자들의 특성을 알아보기 위해 인구통계학적 특성과 방문 행태, 방문 동기, 만족에 대해서 연구해 보고자 한다.

1) 방문 동기

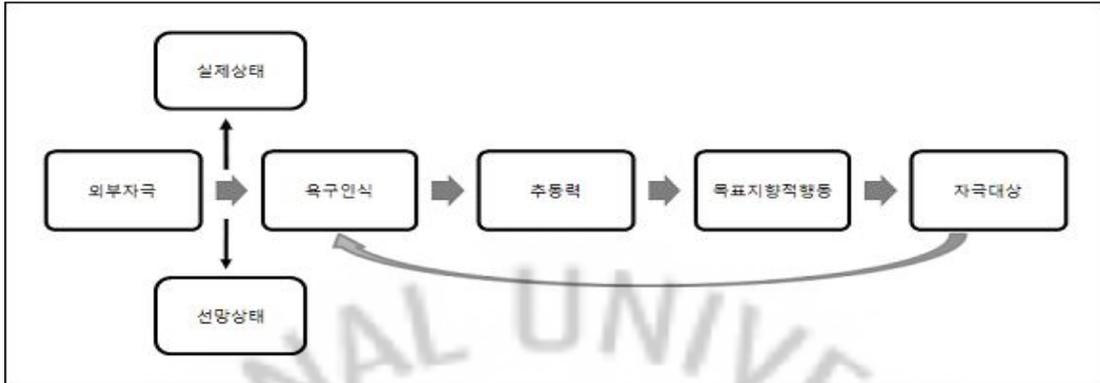
(1) 정의

동기란 “행동을 불러일으키는 개인 내부의 추동력” 또는 “신체적 에너지를 활성화시켜서 외부환경에 존재하는 목표를 달성하도록 지시하는 내적 상태”라 한다. <그림 2-1>에서 보는 바와 같이 인간의 실제 상태는 외부 자극을 받으면 선망상태로 되고 싶어 한다. 이 때 소비자는 무엇인가가 부족함을 느끼게 되고, 이를 욕구라 한다. 소비자는 자신의 욕구를 충족시키기 위해서 행동을 하게 되고, 이 행동을 통해서 목표를 달성시킨다. 욕구는 반드시 ‘목표 지향적 행동을 수반하게 되며 일반적으로 동기유발과정은 미 충족된 욕구 → 긴장(갈등) → 추동 → 행동(학습 및 인식과정이 필요) → 목표 및 욕구 충족 → 긴장감소(해소)의 순서로 이루어진다. 관광소비자인 관광객의 의사결정, 관광지에서의 행동은 모두 목표 지향적 행동이며, 이를 통해서 관광객이 부족한 부분, 즉 욕구를 충족시키게 된다.³³⁾

32) 네이버 홈페이지, <http://www.naver.com>

33) 박시사(2001). 『관광 소비자 행동론』, 서울 : 대왕사, pp.224-225.

[그림 2-1] 동기



자료 : 박시사(2001). 『관광 소비자 행동론』, 서울 : 대왕사, p.224.

(2) 동기 이론

욕구의 위계체계로 인간의 욕구를 [그림 2-2]와 같이 5가지로 구분한 Maslow의 욕구위계체계는 “인간은 왜 관광을 하는가?” 라는 명제를 설명하는 데 광범위하게 사용되는 이론 중의 하나이다.³⁴⁾

[그림 2-2] 메슬로우의 욕구발달 5단계



자료 : 박시사(2001). 『관광 소비자 행동론』, 서울 : 대왕사, p.228.

Maslow의 이론에 덧붙여서 하나의 욕구가 만족되는 정도에 따라 다른 욕구의

34) 상계서.

만족이 결정되는 즉, 기본 욕구들은 상호의존적이며 하나의 만족이 또 다른 욕구의 만족에 영향을 미치게 된다고 Brockett이 주장하였다. 또한 그는 행복의 추구는 모순이고, 더 왕성하게 행복을 추구할수록 행복에 도달하는 거리는 멀어진다고 말하면서 개인적으로 의미 있는 활동들은 새로운 유행을 따르는 것이 아니라 자기 결정과 효능감에서 기인하는 것이라고 하였다.³⁵⁾ 방문 동기를 생리적 동기와 심리적 동기로, 여행객 행동을 제도적 행동과 비제도적 행동으로 구별한 Cohen은 제도적 행동은 주로 환경적 잔여효과에 제한되어 모험적 행동을 적게 하고 패키지화된 여행행동을 주로 보여주며 친숙성은 극대이고 신기성은 극소, 비제도적 행동은 제도적 여행행동의 역으로 본다고 하였다.³⁶⁾

관광지 선택에 영향을 미치는 여행자의 동기에 대해 방문 동기를 모험과 자기평가, 자랑하고 남으로부터 인정을 받기 위함, 동료의식 강화, 일상 탈피, 휴식, 향수심리, 사회적 교류, 새롭고 신기한 것, 교육적 동기의 9가지로 분류하여 설명한 Crompton은 관광행동이 심리적 및 복합적인 동기를 따르게 된다고 하였는데, 사회·심리적 욕구와 문화적 욕구를 만족시키고자 단순히 즐거움을 목적으로 여행한다면 흡입요인이 중요시 된다는 학설을 수립하였다.³⁷⁾ 인간의 방문(관광)동기를 탈출과 신기성 추구로 나누어 제시한 Iso-Ahola는 탈출 요구는 일상생활에서 권태와 스트레스를 느끼는 사람들이 관광을 통해서 무엇인가 얻고자 하는 동기를 의미하고, 신기성 추구는 관광지에서 새로운 경험을 추구하고자 하는 사람들의 성향을 의미한다.³⁸⁾

2) 특성

방문자의 특성에 의하여 행태적 환경은 다르게 나타날 수 있다. 이것은 방문자의 특성이 환경지각에 영향을 주기 때문이다. 이러한 지각된 환경은 방문자에게 영향을 주므로 관광지는 방문자에게 긍정적이며 특이한 환경으로 지각되어진다.

35) 부공민(2007). 전계논문.

36) 김성혁·안대회(1998). 청소년층의 여행 동기에 관한 연구, 『관광연구 저널』, 11, pp.51-74.

37) 원서영(2003). 잠재배낭여행객의 여행 동기와 지각된 위험에 관한 연구. 석사학위논문, 세종대학교 대학원.

38) 정철·박태영·노경국(2010). 전계논문, pp.13-33.

또한 관광지에는 지각환경을 창출하여 방문자에게 새로운 동기를 부여하게 된다. 이러한 지각과 동기는 사람의 특성에 따라 다르기 때문에 관광지마다 방문자의 특성이 다르게 나타나고 관광수요도 다르게 나타난다. 그러므로 방문자의 특성은 관광지의 관리 및 정책 수립에 중요한 의미를 갖는다고 할 수 있다.

(1) 방문자의 일반적 속성

방문자의 일반적 속성이란 방문자 그룹이 어떠한 특성을 갖고 있는가를 말하는 것이다. 즉, 방문자의 수, 연령, 성별, 직업 등으로 그 속성을 구분해 볼 수 있다. 현대사회에서는 대체로 교육 정도, 경제적 수입, 연령, 직업, 거주지 등을 관광과 관계가 깊은 것으로 본다.

(2) 방문자의 방문 행태

방문자의 내재된 심리상태를 측정하는 것은 매우 힘든 일이다. 그러한 심리상태가 밖으로 표출되어 나타나는 행태를 객관적으로 관찰·측정하는 것은 방문자의 심리상태를 측정하기에 적절한 방법으로, 이를 위해서 동반 형태, 관광 빈도, 관광이용의 교통기관, 정보 수집 경로 등을 살펴볼 필요가 있다.³⁹⁾

동반 형태는 방문자가 여행목적지를 방문할 때 누구와 동반하여 오는가를 조사하는 것을 말하는데, 여기에서는 조사 구분이 중요시되어야 한다. 일반적으로 동반 형태 구분은 가족, 친지, 개인, 수학여행, 결혼 여행, 친구, 동호회, 직장동료 등으로 구분한다.

관광 빈도란 방문자가 일정한 지역에서 일정기간 동안 행해지는 관광횟수를 조사하는 것이다. 첫 방문인지 재방문인지, 재방문이라면 몇 번째 방문인지에 따라 해당 관광지의 매력 정도, 지역 주민의 환대 정신, 관광 만족 등을 예측 할 수 있다.

관광이용의 교통기간은 방문자가 어떤 교통기관을 이용하여 관광을 하고 있는가를 조사하는 것이다. 교통의 발달은 방문자의 출발지와 목적지와의 거리관계에 큰 영향을 미칠 뿐 아니라 관광산업의 발달에도 영향을 미친다. 교통기관의 예로는 기차, 항공, 버스, 택시, 자가용, 선박 등이 있다.

39) 김종은·이승곤(2008). 『관광지리학』, 서울 : 형설출판사, pp.300-309

정보 수집경로는 방문자가 특정한 여행목적지에 대한 정보를 어떠한 경로를 통하여 얻게 되었는지를 조사하는 것이다. 정보 수집경로는 인터넷, 신문, 방송매체, 홍보물, 여행 책자, 지인 등이 있을 수 있고, 어떠한 경로로 정보를 수집하는지를 파악하면 관광지에 대한 홍보 수단을 결정하는데 큰 도움이 된다.

3) 만족

관광활동의 궁극적인 목적이라고 할 정도로 중요한 개념이라 할 수 있는 만족은 상대적 척도로서 보통 기대치와 실제 상황과의 차이를 의미하며 상품이나 서비스에 대한 기대보다 이용 후, 성과가 더 크거나 높은 것으로 말할 수 있다.⁴⁰⁾ 즉, 관광 만족은 방문자의 방문 전 기대와 방문 후 성과와의 일치여부 과정에서 형성되는 소비자 태도라고 할 수 있다.⁴¹⁾ 또한 만족은 관광활동 및 선택의 결과로 개인이 형성하고 표출하며 획득하는 긍정적인 지각이나 기분을 나타낸다. 이것은 개인이 현재 일반적인 경험과 상황에 만족하거나 기뻐하는 정도이며, 긍정적인 만족감은 개인이 느끼는 혹은 느끼지 못하는 만족감으로부터 기인한다. 그리고 만족과 불만족은 최종단계인 평가단계에서 나타나는데 기대와 실제 방문지와의 차이에서 발생하는 것이며, 관광지의 선택 및 관광지에서의 활동에도 깊이 관여하게 된다.⁴²⁾

일반적으로 고객이 특정 제품이나 서비스, 브랜드, 점포, 기업 등에 대해 애착을 가지는 정도⁴³⁾인 충성도는 실제 구매 행위와 의도 행위를 포괄하는 개념이다. 충성도 개념은 지속적으로 애호하거나 습관적인 구매 행위를 의미하는 행동적 충성도, 호의적 태도와 구매 의도로서 미래의 가능성을 의미하는 태도적 충성도, 그리고 양자 종합적인 측면의 충성도로 구분할 수 있으며⁴⁴⁾ 종합적 측면에서 인

40) 심재철·임재필(2008). 해외 국제전시회 참관객의 참관목적이 만족도에 미치는 영향, 『관광연구 저널』, 22(1), pp.223-241

41) 박창규(1998). 관광자 만족 결정경로와 요인에 관한 연구, 박사학위 논문, 경기대학교 대학원.

42) 안영면(1991). 라이프스타일에 따른 관광객 행동 특성에 관한 연구, 박사학위 논문, 경남대학교 대학원.

43) P. Kotler(2000). *Marketing management : Analysis, planning, implementation and control*(10th ed), New Jersey : Prentice-Hall

44) A. S. Dick·K. Basu(1994). Consumer Loyalty : Toward on Integrated conceptual Framework, *Journal of Academy Marketing Science*, 22(Spring), pp.99-113.

지적, 감정적, 의도적 충성도로 구분하여 설명된다.⁴⁵⁾ 고객의 충성도는 한 기업의 사람, 제품 및 서비스에 대한 애착 또는 애정의 감정 상태라고 정의하고 있으며, 이러한 감정 상태는 고객들로 하여금 장기간에 걸쳐 해당 기업의 제품, 서비스에 대한 재 구매 행동과 타인에게 추천을 통한 구전활동, 그리고 좀 더 높은 가격을 지불하게 유도하는 행동으로 표출 된다(Jones & Sasser, 1997).⁴⁶⁾

3. 선행연구의 검토

1) 트레킹에 관한 선행연구

트레킹에 대한 연구는 국내외적으로 드물게 진행되어 왔다. 우선 국내의 경우, 트레킹 시장세분화를 통한 상품개발 방안에서는 서울·경기, 대전, 경북·포항에 거주하는 여성 트레킹 방문자를 대상으로 트레킹 참여 동기, 이용실태의 특성 및 선호도를 측정하여 미래의 트레킹 상품이나 프로그램개발에 시사점을 제시하였다(김희성·이재섭, 2010).⁴⁷⁾ 오지 트레킹 여행자의 동기에 따른 트레킹 특성과 만족 연구에서는 해외 오지 트레킹을 경험한 여행자를 대상으로 오지 트레킹의 특성, 트레킹 여행 동기, 만족을 측정하여 트레킹 여행자의 특성에 따라 추구하는 동기가 다르다는 것을 규명하였다(곽동현, 2008).⁴⁸⁾ 본 연구의 대상지인 오름에 대하여 트레킹 참여 동기와 만족간의 관계에서는 오름 트레킹 참여자를 대상으로 참여 동기와 만족을 측정하여 참여 동기와 만족의 요인구조를 알아보고 요인간의 관계를 분석하여 참여 동기에 따라 만족에 차이가 있음을 규명하였다(부공민, 2009).⁴⁹⁾

45) R. L. Oliver(1997). *Satisfaction : A behavior perspective on the consumer*, Boston : Irwin MaGraw-Hill.

46) T. O. Jones·W. Jr.Sasser(1995). Why Satisfied customers defect, *Harvard Business Review*, 73, pp.89-99.

47) 김희성·이재섭(2010). 전계논문, pp.271-287.

48) 곽동현(2008). 오지 트레킹 여행자의 동기에 따른 트레킹 특성과 만족도 연구, 석사학위논문, 경희대학교 관광대학원.

49) 부공민(2009). 전계논문.

국외의 경우, 트레킹 코스 내의 생물군 분류에 관한 연구(Chettri, 2010)⁵⁰⁾, 모험관광으로서 트레킹 참여자의 행동에 관한 연구(Gyimothy & Mykletum, 2004)⁵¹⁾, 네팔 Solukhumbu 지역의 트레킹과 등산이 사회경제 부분과 운반인들의 건강에 미치는 영향에 관한 연구(Law & Rodway, 2008)⁵²⁾, 스페인의 산티아고 카미노의 역사적 변천과정에 관한 연구(Murray & Graham, 1997)⁵³⁾가 있다. 특히 Murray와 Graham의 연구는 전 세계에서 가장 유명한 트레킹 코스인 스페인의 산티아고 카미노의 역사적 변천과정을 고찰하였다. 중세의 순례길에서 출발한 카미노는 다섯 단계의 변천과정을 통하여 현대적인 의미의 트레킹 코스로 진화하였는데, 현대적 변화의 핵심은 순례와 관광의 융합으로 특징지을 수 있다고 한다. 또, 도시녹지 내 트레일 이용에 있어서 편익과 문제점에 관해 한국과 미국간 트레일 이용자 인식의 비교 연구에서는 우리나라와 미국의 트레일 이용행태 특성, 참여 활동, 경제적 편익 및 이용 편익에 대한 인식 차이를 조사하였고 연구결과를 토대로 이용자에 대한 인식을 비교·분석 하였다. 연구결과 미국과 한국의 트레일 이용자간에는 이용에 따른 인식에 차이가 있다는 것을 확인할 수 있었다 (J. H. Lee·M. I. Ivy·R. L. Moore, 2001).⁵⁴⁾

2) 방문 동기에 관한 선행연구

동기는 사람들이 특정 행동을 하는 이유가 무엇인지에 대한 해답을 찾는데 도움을 준다. 따라서 상품 공급자와 마케터는 규명된 동기요인에 부합하는 상품을 개발하거나, 소비자의 욕구를 해소하기 위한 방법으로 동기를 유용하게 이용할 수 있었다.⁵⁵⁾ 방문 동기 역시 특정 관광지를 방문하는 사람들이 방문하는 이유를 알

50) N. Chettri(2010). Cross-Taxon congruence in a trekking corridor of Sikkim Himalayas: Surrogate analysis for conservation planning, *Journal for Nature Conservation*, 18, pp.75-88.

51) S. Gyimothy·R. J. Mykletum(2004). Play in adventure tourism The case of Arctic Trekking, *Annals of Tourism Research*, 31(4), pp.855-878.

52) A. Law·G. W. Rodway(2008). Trekking and Climbing in the Solukhumbu District of Nepal: Impact on Socioeconomic Status and Health of Lowland Porters, *Wilderness and Environmental Medicine*, 19, pp.210-217.

53) M. Murray·B. Graham(1997). Exploring the dialectics of route-based tourism: the Camino de Santiago, *Tourism Management*, 18(8), 1997.

54) J. H. Lee·M. I. Ivy·R. L. Moore(2001). 도시녹지 내 트레일 이용에 있어서의 편익과 문제점에 관한 한, 미간 트레일 이용자 인식의 비교 연구, 『한국인학회지』, 90(5), pp.585-592.

55) W. D. Hoyer·D. J. MacInns(2007). *Consumer Behavior*, New York: Boston.

수 있어 관광객 행동 분야에서 중요한 변수로 사용되어졌다.

이러한 동기에 대해 국내의 연구를 보면, 관광동기·이미지·재방문 의도간의 구조적 관련성에서는 방문 동기 요인을 휴식과 일상탈출, 모험과 오락추구, 위신, 지식추구의 4가지로 분류하고 이미지와 재방문의도간의 관계를 살펴보았다(강재정·송재호·양성국, 2003).⁵⁶⁾ 관광동기요인이 관광지 선택과 만족에 미치는 영향에서는 여행지로 국내외를 동시에 계획하고 있는 집단들을 대상으로 방문 동기 요인을 일상탈피, 이벤트 참여, 대인관계, 여흥추구, 추억추구로 분류하여 동기부여와의 관계를 살펴보았다. 이들은 새로운 곳에 대한 탐험심, 호기심충족과 새로운 여행경험 및 문화적 경험의 축적, 시야확대 및 자기계발의 기회를 갖기 위한 모험심추구 방문 동기에 의해 가장 많은 동기부여를 받는 것으로 나타났다(김기홍·정용용·권봉현, 2004).⁵⁷⁾ 관광동기에 따른 관광지 이미지가 관광만족에 미치는 영향에 관한 연구에서는 방문 동기를 휴양 욕구, 지식 욕구, 사회적 욕구, 행동 욕구로 분류하고 관광지 이미지가 관광만족에 미치는 영향이 유의함을 검증하였다(김덕경·최영준·윤중엽, 2004).⁵⁸⁾ 방문자의 시선이 방문 동기에 미치는 영향 연구에서는 방문 동기를 문화성, 신기성, 일탈성으로 분류하였다. 방문자의 친숙한 시선이 문화성의 동기를 유발하는 것으로 분석하였는데, 신기성은 친숙한 느낌, 야외활동 적합, 주인공 같은 분위기 등의 시선이 작용하고, 탈일상성은 방문자 시선의 영향이 미치지 않는 것으로 나타났다(이후석·오민재, 2004).⁵⁹⁾ 오름 트레킹 참여 동기와 만족간의 관계 연구에서는 방문 동기를 신체적 동기, 교육적 동기, 사회적 동기, 심리적 동기로 분류하여 만족과의 관계를 규명하였고(부공민, 2007),⁶⁰⁾ 오지 트레킹 여행자의 동기에 따른 트레킹 특성과 만족 연구에서는 방문 동기를 문화 체험형, 일상탈출형, 건강 추구형, 정신적 안정 추구형, 사회 교류형으로 분류하여 트레킹 특성과 만족간의 차이를 검증하였다(곽동현, 2008).⁶¹⁾

56) 강재정·송재호·양성국(2003). 관광동기·이미지·재방문의도간 구조적 관련성, 『관광학 연구』, 26(4), pp.221-238.

57) 김기홍·정용용·권봉현(2004). 관광동기요인이 관광지 선택과 만족도에 미치는 영향, 『호텔관광연구』, 6(1), pp.50-74.

58) 김덕경·최영준·윤중엽(2004). 관광동기에 따른 관광지 이미지가 관광만족도에 미치는 영향에 관한 연구, 『관광학연구』, 28(2), pp.95-111.

59) 이후석·오민재(2004). 관광객의 시선이 관광동기와 만족도에 미치는 영향에 관한 탐색적 연구, 『호텔경영학연구』, 13(4), pp.205-217.

60) 부공민(2007). 전계논문, pp.28-40.

61) 곽동현(2008). 전계논문, pp.40-51.

제주도 올레길을 중심으로 도보여행 동기에 관한 탐색적 연구에서는 방문 동기를 자연 친화/체험, 자아성취, 호기심, 자기사색, 건강증진/체험, 자기정화, 가족관계 증진, 사교의 8가지로 도출하였고(박영아·현용호, 2009),⁶²⁾ 제주올레 관광객의 방문 동기와 사전이미지의 관계연구에서는 방문 동기를 탈출, 위신, 자기계발, 제주체험, 자연환경, 친목도모의 6가지로 분류하고 사전이미지와 관계를 알아보았다(정철·박태영·노경국, 2010).⁶³⁾

국외의 경우, 홍콩을 방문한 중국인 여행자의 동기 연구에서 방문 동기 요인을 지식, 위신, 인간관계향상, 휴식, 새로움의 5가지로 분류하여 살펴보았고(Zhang & Lam, 1999)⁶⁴⁾, 국가와 관광목적지 관광 동기의 비교 연구에서는 동기를 문화, 즐거움 추구, 휴식, 물리적 요인의 4가지로 분류하였다(Kozak, 2002).⁶⁵⁾ 동기의 분류연구에서는 동기를 문화 체험, 이벤트의 매력성, 사회성, 가족 친목, 새로움, 도피의 6가지로 보았고(Guzman, Leones, Tapio, Wong & Castro, 2006),⁶⁶⁾ 한국의 농촌관광 동기 분류 연구에서는 동기를 휴식, 사회성, 배움, 가족 친목, 새로움, 재미의 6가지로 분류했다(Park & Yoon, 2009).⁶⁷⁾

62) 박영아·현용호(2009). 전계논문, pp.75-93.

63) 정철·박태영·노경국(2010). 전계논문, pp.13-33.

64) Q. H. Zhang·T. Lam(1999). An analysis of Mainland Chinese visitor' motivation to visit Hong Kong, *Tourism Management*, 20, pp.587-594.

65) M. Kozak(2002). Comparative analysis of tourist motivations by nationality and destinations, *Tourism Management*, 23, pp.221-232.

66) A. B. de Guzman·J. D. Leones·K. K. L. Tapio·W. G. Wong·B. V. de Castro(2006). Segmenting Motivation, *Annals of Tourism Research*, 33(3), pp. 863-867.

67) D. Park·Y. Yoon(2009). Segmentation by motivation in rural tourism : a Korean case study, *Tourism Management*, 30, pp.99-108

<표 2-3> 선행연구에 따른 방문 동기의 분류

구분	학자	동기의 분류
국내	강재정·송재호·양성국(2003)	휴식과 일상탈출, 모험과 오락추구, 위신, 지식추구
	김기홍·정응용·권봉현(2004)	일상탈피, 이벤트 참여, 대인관계, 여흥추구, 추억추구
	김덕경·최영준·윤중엽(2004)	휴양욕구, 지식욕구, 사회적 욕구, 행동욕구
	이후석·오민재(2004)	문화성, 신기성, 일탈성
	부공민(2007)	신체적 동기, 교육적 동기, 사회적 동기, 심리적 동기
	곽동현(2008)	문화 체험, 일상탈출, 건강 추구, 정신적 안정 추구, 사회 교류
	박영아·현용호(2009)	자연 친화/체험, 자아성취, 호기심, 자기사색, 건강증진/체험, 자기정화, 가족관계 증진, 사교
	정철·박태영·노경국(2010)	탈출, 위신, 자기개발, 제주체험, 자연환경, 친목도모
	Zhang & Lam(1999)	지식, 위신, 인간관계향상, 휴식, 새로움
	Kozak(2002)	문화, 즐거움 추구, 휴식, 물리적 요인
국외	Guzman, Leones, Tapio, Wong & Castro(2006)	문화 체험, 이벤트의 매력, 사회적, 가족 친목, 새로움, 도피
	Park & Yoon(2009)	휴식, 사회적, 배움, 가족 친목, 새로움, 재미

자료 : 선행연구를 토대로 연구자가 작성.

3) 방문자의 특성에 관한 선행연구

방문자의 심리 상태를 측정하기 위한 행태에 관한 선행연구를 살펴보면 탐방객 특성에 기초한 도시공원 생태교육 프로그램운영 방안에서는 방문 행태를 방문 횟수, 접근 시간, 동반 형태, 방문 목적, 체재 시간, 정보 원천의 6가지로 나누어 이러한 특성을 기초로 생태교육 프로그램 운영 방안을 제시하였고(조우·유기준, 2004),⁶⁸⁾ 관광태도로 분류한 생태관광객과 대중관광객의 특성 비교에서는 방문 행태를 사전여행계획, 동반 유형, 정보 수집출처, 교통수단, 숙박지의 5가지를 대중관광객과 생태관광객으로 나누어 비교하였다(조진희·김수봉, 2007).⁶⁹⁾ 해설프로그램 개발을 위한 월악산 국립공원에서의 방문객 특성에 관한 연구에서는 방문 행태를 교통수단, 방문경험, 계절별 방문빈도, 동반자 유형, 체재시간, 방문목

68) 조우·유기준(2004). 탐방객 특성에 기초한 도시공원 생태교육 프로그램운영 방안, 『한국환경생태학회지』, 18(3), pp.297-305.

69) 조진희·김수봉(2007). 관광태도로 분류한 생태관광객과 대중관광객의 특성 비교, 『관광·레저연구』, 19(1), pp.27-43.

적의 6가지로 나누어 방문자의 특성을 연구하였고(조계중, 2007),⁷⁰⁾ 울진 금강송 생태숲의 이용자 행태 분석과 개선방안에서는 생태숲 이용행태를 동기, 정보획득 방법, 동반자, 교통수단, 참여활동의 5가지로 나누어 알아보고 생태숲 이용자를 늘리기 위해 어떤 점을 개선해야 할지를 제시하였다(오남현, 2008).⁷¹⁾ 도시 숲으로서 북한산 국립공원의 탐방객 특성에 관한 연구에서는 방문 행태를 방문자들의 이용패턴, 동반형태, 교통수단, 방문 동기, 체류시간, 주요 활동의 6가지로 분류·조사하여 이 결과를 바탕으로 숲 관리와 프로그램개발의 필요성을 제시하였고(이연희·김기원·변우혁, 2009),⁷²⁾ 라이프스타일에 따른 청계천 방문객의 특성에 관한 연구에서는 방문자 특성을 방문횟수, 동반형태, 연계방문지의 3가지로 나누어 알아보고 이들이 라이프스타일과 어떠한 관계가 있는지를 조사하였다(황진수·장호성, 2010).⁷³⁾

<표 2-4> 선행연구에 따른 방문자의 방문 행태 분류

학자	행태 분류
조우·유기준(2004)	방문 횟수, 접근 시간, 동반 형태, 방문 목적, 체재 시간, 정보 원천
조진희·김수봉(2007)	사전여행계획, 동반 유형, 정보 수집출처, 교통수단, 숙박지
조계중(2007)	교통수단, 방문경험, 계절별 방문빈도, 동반자 유형, 체재시간, 방문목적
오남현(2008)	동기, 정보획득 방법, 동반자, 교통수단, 참여활동
이연희·김기원·변우혁(2009)	이용패턴, 동반형태, 교통수단, 방문 동기, 체류시간, 주요 활동
황진수·장호성(2010)	방문횟수, 동반형태, 연계방문지

자료 : 선행연구를 토대로 연구자가 작성.

4) 만족에 관한 선행연구

여러 학자들과 선행 연구자들의 만족에 관한 연구를 살펴보면 먼저 국내의 경

70) 조계중(2007). 전계논문, pp.1-9.

71) 오남현(2008). 울진금강송 생태숲의 이용자 행태분석과 개선방안, 『한국환경생태학회지』, 22(3), pp.249-259.

72) 이연희·김기원·변우혁(2009). 전계논문, pp.53-61.

73) 황진수·장호성(2010). 라이프스타일에 따른 청계천 방문객의 특성에 관한 연구, 『관광학연구』, 34(1), pp.195-211.

우, 스키장 동계 리조트 이용자의 참여 동기와 만족 연구에서는 방문자의 만족을 심리적 만족, 교육적 만족, 사회적 만족, 신체적 만족, 환경적 만족, 휴식적 만족의 6가지로 분류하여 참여 동기가 만족요인에 유의한 영향을 미친다고 하였다(김진국, 2004).⁷⁴⁾ 여가 스포츠 참여자의 참여 동기와 여가 만족의 관계 연구에서는 만족을 사회적, 정서적, 신체적, 환경적, 교육적 만족의 5가지 유형으로 분류하여 통계적으로 참여 동기 요인과 유의한 결과를 보임을 입증하였다(문성태, 2005).⁷⁵⁾ 국외 배낭관광자의 동기에 따른 유형별 여행상품 만족 연구에서는 여행상품 만족을 호기심 충족, 이용편의, 유명관광지, 모험, 휴양, 자기과시의 6가지로 분류·연구하였다(주영우, 2004).⁷⁶⁾ 방한 외국인 관광객의 한류상품 만족에 관한 연구에서는 방문자의 만족을 관광활동에 궁극적 목적으로 보고 방문 만족, 재방문의도, 추천의도로 분류하여 연구하였다(이수범·이은용·송영은, 2007).⁷⁷⁾ 오름 트레킹 참여 동기와 만족간의 관계 연구에서는 만족을 신체적, 교육적, 심리적 만족으로 분류하여 참여 동기와 만족간의 관계를 검증하였다(부공민, 2007).⁷⁸⁾

국외의 관련 연구를 보면, 공연의 질과 만족, 행동목적과의 관계에서 만족을 만족, 기쁨, 호의, 긍정의 4가지로 분류하여 연구하였고(Baker & Crompton, 2000),⁷⁹⁾ 충성도를 구성하는 요소로서 구전과 재 구매 의도가 있고(Zeithaml & Parasuraman, 1996),⁸⁰⁾ 재 구매 의도와 추천의도가 있다고도 한다(Parasuraman & Grewal, 2000).⁸¹⁾ 관광지에 대한 긍정적인 태도(만족)가 구전효과에 긍정적 관계가 있고(Gartner, 1993),⁸²⁾ 고객과의 관계구축과 이로 인해 유발되는 구전광고 효과를 주요 충성도 구성요소라고 하였다(Griffin, 1995).⁸³⁾

74) 김진국(2004). 스키장 동계 리조트 이용자의 참여동기와 만족도, 석사학위논문, 원광대학교 교육대학원.
 75) 문성태(2005). 여가 스포츠 참여자의 참여동기와 여가 만족도의 관계, 석사학위논문, 중앙대학교 교육대학원.
 76) 주영우(2004). 국외 배낭관광자의 동기에 따른 유형별 여행상품 만족도 연구, 석사학위논문, 경기대학교 대학원, pp.50-55.
 77) 이수범·이은용·송영은(2007). 방한 외국인 관광객의 한류상품 만족도에 관한 연구, 『호텔경영학연구』, 16(5), pp.257-271.
 78) 부공민(2007). 전계논문. pp.29-40.
 79) D. A. Baker·J. L. Crompton(2000). Quality, Satisfaction and Behavioral Intentions, *Annals of Tourism Research*, 27(3), pp.785-804.
 80) V. B. L. Zeithaml·A. Parasuraman(1996). The behavior consequences of service quality, *Journal of Marketing*, 60, pp.31-46.
 81) A. Parasuraman·D. Grewal(2000). The impact of technology on the quality-value-loyalty chain: a research agenda. *Journal of Academy of Marketing Science*, 28(1), pp.168-174.
 82) W. C. Gartner(1993). Image formation Process, *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 2(3), pp.191-215

<표 2-5> 선행연구에 따른 만족의 분류

구분	학자	만족 분류
국내	김진국(2004)	심리적, 교육적, 사회적, 신체적, 환경적, 휴식적
	문성태(2005)	사회적, 정서적, 신체적, 환경적, 교육적
	주영우(2004)	호기심 충족, 이용편의, 유명관광지, 모험, 휴양, 자기과시
	이수범·이은용·송영은(2007)	전반적 만족, 재방문의도, 추천의도
	부공민(2007)	신체적, 교육적, 심리적 만족
국외	Baker & Crompton(2000)	만족, 기쁨, 호의, 긍정
	Zeithaml & Parasuraman(1996)	구전과 재 구매 의도
	Parasuraman & Grewal(2000)	재 구매 의도와 추천의도

자료 : 선행연구를 토대로 연구자가 작성.

4. 연구대상지의 특성과 방문자 행태 비교

1) 제주 오름의 특성

전문 용어로 측화산(lateral volcano)을 의미하는 오름은, 제주 방언으로 화산의 폭발로 만들어진 작은 화산체를 이르는 말이다. '오르다'의 명사형으로서 '작은 기생화산'이라는 의미라고도 한다.⁸⁴⁾ 오름은 '제주 화산도 상에 산재해 있는 기생 화산구'⁸⁵⁾라 정의하기도 하고, '한라산 정상의 백록담을 제외한 제주도 일원에 분포하는 소화산체로 화구를 갖고 있으면서 화산분출물에 의해 형성된 독립 화산체 또는 기생화산체'⁸⁶⁾라 정의하고 있다. 그러나 화산체가 아닌 오름도 있기 때문에 넓은 의미로 오름은 '소규모의 산체'⁸⁷⁾라고 정의하기도 한다.

오름이라는 용어는 제주 지역에만 남아있는 옛말로 악(岳)이나 봉(峰)을 뜻하

83) J. Griffin(1995). *Customer Loyalty: How to Earn, How to Keep it*, New York: Lexington Books.

84) 신영대(2004). 『제주문화속의 오름』, 제주도 : 제주대학교 탐라문화연구소, pp.1-38.

85) 제주도(1997). 『제주도의 오름』, 제주도.

86) 제주도·제주발전연구원(2000). 『제주 오름의 보전·관리방안 연구』, 제주도 : 제주도·제주발전연구원.

87) 부공민(2007). 전제논문.

는 말로 쓰인다. 제주도에서 오름을 한자로 표기할 때 ‘岳’으로 써오다가 19세기 말부터 ‘峰’으로 대체한 것으로 보인다. 현재는 악보다 봉이 우세한 빈도로 사용되고 있다. 따라서 오름 이름으로 쓰이는 악과 봉은 거의 같은 뜻으로 사용되고 있다. 또한 오름 외에도 山을 뜻하는 고유어 피를 쓴 흔적으로 피의 제주방언인 메를 사용하여 부르는 것이 확인된다.⁸⁸⁾

오름은 지금까지 목초, 띠, 딸감 등을 제공하는 장소, 우마를 방목하는 마을의 공동목장, 마을의 공동묘지 등으로 사용되어 오다가 사회적 환경의 변화로 전기업(專企業) 목장, 리조트, 골프장, 과수원 등으로 바뀌고 있고, 바쁜 삶에 찌든 현대인들의 레크리에이션 공간으로도 자리 잡고 있다.⁸⁹⁾ 이러한 오름은 현재 단순한 화폐의 가치를 넘어서 환경적, 생태적, 역사적, 문화적, 심미적, 위락적, 학술적, 경제적 가치 등과 같이 다양한 각도에서 평가되고 있다.⁹⁰⁾

제주도에는 모두 368개의 오름이 있다. 제주도 면적은 약 1,820km²으로 대략 5km²마다 하나씩 솟아오른 셈이다. 대체로 한라산을 중심으로 동서의 장축방향에 오름이 몰려있다. 이들 중에 말굽형 화구가 174개(47%)로 가장 많고, 원추형 화산체가 102개(27.7%), 복합형 화산체가 39개(10.6%)로 나타난다. 지역별로 분포를 살펴보면 제주시에 210개, 서귀포시에 158개가 분포되어 있고 표고별 분포를 살펴보면 해발 200m 이하의 해안지역에는 143개(제주시 66개, 서귀포시 7개), 해발 200m~600m의 중산간 지역에는 149개(제주시 94개, 서귀포시 55개), 해발 600m~한라산 국립공원 사이 지역에 30개(제주시 18개, 서귀포시 12개), 한라산 국립공원 내에는 46개(제주시 32개, 서귀포시 14개)가 분포되어 있다.⁹¹⁾

본 연구에서는 트레킹 방문자의 특성을 알아보기 위해서 368개의 제주 오름 중 거문 오름, 성산일출봉, 산굼부리의 세 장소를 선정하였다. 거문 오름과 성산일출봉은 2007년 유네스코 세계자연유산으로 등록되면서 방문자들에게 각광받고 있고 산굼부리는 1979년 천연기념물로 지정된 후 현재까지 꾸준히 방문자들이 찾고 있는 오름 중 하나이다.

88) 오창명(1998). 『제주도 오름과 마을이름』, 제주도 : 제주대학교출판부, pp.7-8

89) 제주도·제주발전연구원(2000). 전계서, pp.77-81

90) 윤용택(2004). 『제주인과 오름』, 제주도 : 제주대학교 탐라문화연구소, pp.153-178

91) 제주도(1997). 전계서, p.25

(1) 거문 오름

거문 오름은 근래 들어 제주도의 오름 가운데 트레킹 코스로 가장 각광받는 곳으로서 제주시 조천읍에 위치해 있다. 지명의 ‘거문’은 신(神), 또는 절대자를 가리키는 검, 굽, 곱, 감 등에서 기원한 말이다. 오름이 형성될 당시의 강력한 화산폭발로 분출된 용암이 북동쪽의 경사면을 따라 흘러가면서 약 20여 개의 용암 동굴이 형성되었다. 만장굴, 김녕굴, 당치물동굴, 용천동굴 등이 모두 거문 오름에서 흘러내린 용암에 의해 형성된 ‘거문 오름 용암 동굴계’에 속한다. 거문 오름 용암 동굴계는 한라산 천연보호구역, 성산일출봉과 함께 지난 2007년 유네스코 세계자연유산으로 등재되었다. 깊이가 108m나 되는 거문 오름의 분화구(곰부리)는 ‘선흠꽃’이라는 꽃자왈을 이룬다. 꽃자왈이란 용암이 흘러간 곳에 나무와 각종 냉쿨식물들이 원시림처럼 얽혀있는 숲을 가리키는 제주 방언이고 제주도의 허파 같은 역할을 하며 흙 대신에 크고 작은 화산석이 쌓여있는 곳이다. 이처럼 학술적·자연유산적 가치가 매우 높은 거문 오름은 2005년에 천연기념물 제 444호로 지정되었다.⁹²⁾

(2) 성산일출봉

성산일출봉은 제주 서귀포시 성산읍 성산리에 위치한 산으로 높이가 182m이다. 해안에서 솟아오른 오름으로 한 면만 제주도와 연결된 모습을 보인다. 제주도의 동쪽에 돌출한 성산반도 끝자락에 위치해 있다. 중기 홍적세 때 분출된 화산인 성산봉은 커다랗고 평평한 분화구가 섬 전체에 걸쳐 분포되어 있다. 3면이 깎아지른 듯한 해식애를 이루며, 분화구 위는 99개의 바위 봉우리가 빙 둘러 서 있다. 그 모습이 거대한 성과 같다하여 성산이라 하며, 해돋이가 유명하여 일출봉이라고 한다. 정상에는 2.64km²의 넓은 분화구를 가지고 있다. 본래는 육지와 떨어진 섬이었으나 너비 500m정도의 사주가 1.5km에 걸쳐 발달하여 일출봉과 제주도가 연결 되었다. 1976년에 제주특별자치도 기념물 제 36호로 지정·보호하다가 일출봉을 포함한 1km 이내의 해역을 포함한 구역을 2000년 7월 18일 천연기념물 제 420호로 변경하여 관리하고 있다.

92) 양영훈(2010). 산 자의 삶터, 죽은 자의 안식처인 기생화산 - 제주도의 오름, 대한지방행정공제회, pp.50-54

(3) 산굼부리

마그마의 성분에 따라 폭발이 커지게 되면 산굼부리와 같이 낮지만 커다란 분화구를 갖는 오름이 형성된다. 산굼부리는 제주시 조천읍 교래리의 해발 400m 고지에 발달한 기생화산의 분화구로, 1979년 6월 18일 천연기념물 제 263호로 지정되었다. 깊이 100~146m, 지름 동서 544m, 남북 450m, 바깥 둘레 2,067m, 안 둘레 756m이다. 폭발적인 수증기분화로 형성된 원형의 화구지형인 마르(maar)로서 화구는 깊이에 비하여 매우 넓으며 화구의 주변에는 분화 시 방출된 화산쇄설물이 쌓여 낮은 화구륜을 이룬다.⁹³⁾ 한라산의 생성과 시기를 같이하며 그 산정에 발달한 화구호는 백록담과 비슷한 형상을 띤다.

2) 제주 올레의 특성

제주 올레란 제주도의 걷기 좋은 길들을 선정하여 개발한 도보여행 코스이다. ‘올레’는 제주 방언으로 좁은 골목을 뜻하여, 통상 큰길에서 집의 대문까지 이어지는 좁은 길이다. 고어로는 오라, 오래라고 하며, 문을 뜻하는 순 우리말 오래가 제주에서 올레로 굳어진 것으로 보고 있다. 올레는 제주에만 있는 독특한 문화이다. 검은 현무암으로 쌓은, 집으로 가는 골목인 올레는 집과 마을을 이어주는 길이며, 제주 돌담길의 미학과 제주의 고유한 문화 풍광을 자연스럽게 보여준다. 제주 올레는 발음상 제주에 올래? 라는 초대의 의미도 담고 있다.

도보여행 코스로 각광을 받고 있는 제주 올레 길은 언론인 서명숙씨를 중심으로 구성된 사단법인 제주 올레에서 개발한 것이다. 2007년 9월 8일 제 1코스(시흥초등학교에서 광치기 해변, 총 15km)가 만들어진 이래, 2010년 현재까지 총 22개의 코스가 개발되었으며, 총 길이가 약 370km에 달한다. 각 코스는 일반적으로 길이가 15km ~ 20km이며, 평균 소요시간이 5 ~ 6시간 정도이다. 주로 제주의 해안지역을 따라 골목길, 산길, 들길, 해안길, 오름 등을 연결하여 구성되며, 제주 주변의 작은 섬을 도는 코스도 있다. 사단법인 제주 올레에서는 지속적으로 코스를 개발하고 있는데 기본적으로는 기존의 길을 탐사하고 걷기 좋은 길을 선

93) 김태호(2000). 『자연환경과 인간』, 서울 : 한울 아카데미, p. 458

별하고 서로 연결하여 코스를 만드는 형태이며, 필요한 경우 폭을 넓히거나 장애물을 제거하는 식으로 걷기 좋게 만들어 주는 작업이 수행된다.

<표 2-6> 제주 올레 코스의 정리

구분	코스 명	총 길이 및 소요시간	제주 올레 코스 경로
1	시흥-광치기	15km / 4~5시간	시흥초등학교-말미오름-알오름-소금밭-시흥해녀의 집-성산갑문-동암사-광치기해변
1-1	우도	16.1km / 4~5시간	천진항-쇠물통언덕-홍조단괴해변 해수욕장-하우목동향-하교수동 해수욕장-비양도입구-우도봉-천진항
2	광치기-온평	17.2km / 5~6시간	광치기해변-석산봉-고성윗마을-대수산봉-혼인지-온평포구
3	온평-표선	22km / 6~7시간	온평포구-도덧불-통오름-독자봉-삼달리-김영갑겔러리-바다목장올레-신천마을올레-표선해수욕장
4	표선-남원	23km / 6~7시간	표선해수욕장-갯늪-거문어채-토산바다산책로-망오름-거센새미-태흥리 해안길-남원포구
5	남원-쇠소각	15km / 4~5시간	남원포구-큰엉-동백나무군락지-조베머들코지-예촌망-쇠소각
6	쇠소각-외돌개	15km / 4~5시간	쇠소각-보목포구-소정방폭포/제주 올레 사무실-이중섬미술관-천지연기정길-외돌개
7	외돌개-월평	16.4km / 4~5시간	외돌개-돛배낭길-속골-법환포구-일장정 바닷올레-악근내(풍림리조트)-알강정-월평마을
7-1	월드컵경기장-외돌개	16km / 4~5시간	월드컵경기장-영또폭포-고근산-하논분화구입구-외돌개
8	월평-대평	16.3km / 4~5시간	월평마을-대포포구-배릿내오름-존모살해안-해병대길-논짓물-대평포구
9	대평-화순	9.1km / 3~4시간	대평포구-물질-황개천입구-진모르동산-안덕계곡-화순해수욕장
10	화순-모슬포	14.8km / 4~5시간	화순해수욕장-산방연대-사계화석발전지-송악산-하모해수욕장-모슬포항(하모체육공원)
10-1	가파도	5km / 1~2시간	상동포구-장택코정지-넛골챙이-가파초등학교-개엄주리코지-큰옹짓물-제단-가파포구(하동)모슬포항(하모체육공원)-섯알오름-
11	모슬포-무릉	21.5km / 6~7시간	이교동상모리마을입구-모슬봉-정난주마리아묘-곳자왈입구-인향동마을입구-무릉2리(생태문화체험골)
12	무릉-용수	17.6km / 5~6시간	무릉2리(생태문화체험골)-농남봉-신도바닷올레-신도도구리알-수월봉-영알길-당산봉-용수포구(절부암)

13	용수-저지	15.3km / 4~5시간	용수포구(절부암)-특전사숲길-고목숲길-낙천리아홉곳 마을-용선달리-저지오름입구-저지마을회관
14	저지-한림	19.3km / 6~7시간	저지마을회관-오지록현농로-선인장밭숲길- 해녀콩시식지-금능해수욕장/협재해수욕장- 용포포구-한림항비양도선착장
14-1	저지-무릉	17.5km / 5~6시간	저지마을회관-문도지오름-저지꽃자왈-동물농장숲길- 오설록-무릉곶자왈(향물)-무릉2리생태학교
15	한림-고내	19km / 6~7시간	한림항비양도선착장-대림안길입구-귀덕농로- 버들못농로-백일홍길-고내봉-고내포구
16	고내-광령	17.8km / 5~6시간	고내포구-남두연대-수산봉-곰솔- 향파두리향몽유적지-청화마을-광령1리사무소
18-1	추자도	17.7km / 6~8시간	추자항-최영장군사당-봉글래산-처사각-추자등대- 추자교-물리마을-신양항-몽돌해안-예초리- 돈대산-담수장-영흥칩터-추자항
17	광령-산지천	18.4km / 6~7시간	광령1리사무소-무수천-알자지해안-이호테우해변- 도두봉-용두암-제주목관아지-동문시장-산지천마당

자료 : 제주 올레 홈페이지 <http://www.jejuolle.org>

<표 2-7>은 제주 올레의 각 코스를 간단한 표로 정리 한 것이며, 이들 22개의 오름 중 트레킹 방문자의 특성을 연구하기 위해 제 1 코스(시흥-광치기), 제 7 코스(외돌개-월평), 제 10 코스(화순-모슬포)의 3코스를 선정하였다. 제 1 코스는 22개의 제주 올레 코스 중 가장 먼저 개발된 코스로 제주도의 동쪽에 위치해 있다. 제 7 코스는 제주도의 남쪽에 위치해 있으며 제주 올레의 22개 코스 중 인기가 많아 비교적 방문자가 많은 코스이며, 제 10 코스는 제주도의 남서쪽에 위치해 있으며 산방산과 송악산을 포함하는 코스이다.

(1) 제 1 코스(시흥-광치기 올레)

제주 올레에서 가장 먼저 열린 길로 오름과 바다가 이어지는 ‘오름-바당 올레’이다. 아담한 시흥초등학교에서 출발해 푸른 들을 지나 말미 오름과 알 오름에 오르면, 성산일출봉과 우도, 들판과 바다를 한 눈에 볼 수 있다. 종달리 소금밭을 거쳐 시흥리 해안도로를 지나면 성산일출봉이 다시 눈앞에 펼쳐지는 마포 해변에 닿는다. 총 15km로 4 ~ 5시간정도 소요되며 제주 올레 코스 중 난이도는 중간 정도이다. 코스 초반에 두 개의 오름을 오르며 이 후로는 오르막이 없는 평탄한 길이다.

[그림 2-3] 제주 올레 제 1 코스(시흥-광치기)



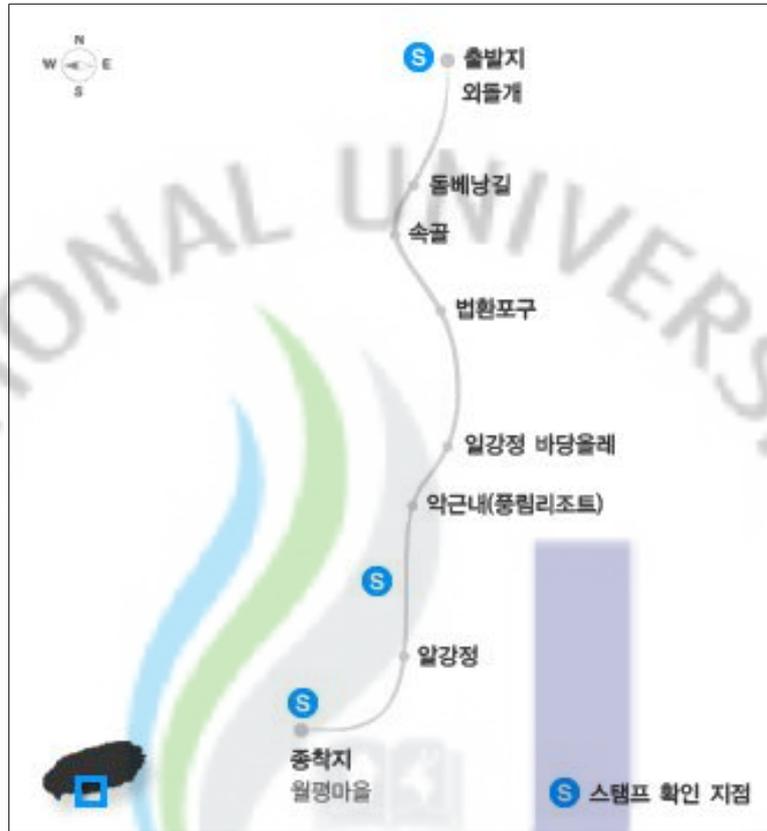
자료 : 제주 올레 홈페이지 <http://www.jejuolle.org>

(2) 제 7 코스(외돌개-월평 올레)

외돌개를 출발하여 법환 포구를 경유해 월평포구까지 이어진 해안올레이다. 올레인들이 가장 사랑하고 아끼는 자연생태길인 ‘수봉로’를 만날 수 있다. 수봉로는 세 번째 코스 개척 시기인 2007년 12월, 올레지기인 ‘김수봉’님이 염소가 다니던 길에 직접 삽과 곡괭이만으로 계단과 길을 만들어서 사람이 걸어 다닐 수 있도록 한 길이다. 2009년 2월에는 그동안 너무 험해 갈수 없었던 ‘두머니물 ~ 서건도’ 해안 구간을 제주 올레에서 손으로 돌을 고르는 작업 끝에 새로운 바닷길로 만들어 이어 ‘일강정 바당올레’로 명명했다. 2009년 3월에는 각종 자연현상에 유실되었던 수봉교 자리에 ‘풍림 올레교’가 세워졌다. 총 16.4km로 4 ~ 5시간이 걸리며 제주 올레 코스 중 난이도는 상에 해당한다. 수봉로는 언덕길이고, 일강정

바당올레에서 서건도 사이는 바윗길이 험한 편이다.

[그림 2-4] 제주 올레 제 7 코스(외돌개-월평)



자료 : 제주 올레 홈페이지 <http://www.jejuolle.org>

(3) 제 10 코스(화순-모슬포)

화순해수욕장에서 시작해 산방산 옆을 지나 송악산을 넘어 대정읍 하모리 해수욕장까지 이어지는 해안올레로서 국토 최남단의 산이자 분화구가 있는 송악산을 넘는 것이 특징이다. 송악산 분화구 정상에서 마라도와 가파도를 가까이 볼 수 있고, 산방산과 오름군, 영실계곡 뒤의 한라산, 산방산 밑 소금막 향판대의 경치를 감상할 수 있다. 총 14.8km이고 4 ~ 5시간이 소요되며 제주 올레 코스 중 난이도는 중간정도 이다. 초반에 바윗길이 있고, 산방연대, 송악산 등의 오르막이 포함돼 있는 구간이다.

[그림 2-5] 제주 올레 제 10 코스(화순-모슬포)



자료 : 제주 올레 홈페이지 <http://www.jejuolle.org>

3) 제주 오름과 올레 방문자의 행태 비교

오름과 올레에 대한 선행연구는 부족한 실정이다. 오름에 대한 선행연구로는 ‘오름 트레킹 참여 동기와 만족간의 관계 연구’⁹⁴⁾가 있다. 이 연구는 오름 트레킹 방문자의 특성과 방문 동기, 만족을 조사하여 특성에 따른 방문 동기와 만족의 차이와 방문 동기에 따른 만족의 차이를 보고자 하였다. 방문자의 특성으로 성별은 남성이 많았고, 기혼이 미혼보다 많았으며, 연령은 30대와 40대가 많은 것으로 나타났다. 오름 트레킹에 참여한 기간은 1년 ~ 3년이 가장 많았고, 월 참여 빈도는 1회 ~ 4회가 가장 많았으며, 참여 형태는 동호회를 통해서가 가장 많은 것으로 조사되었다.

94) 부공민(2007). 전개논문.

방문 동기는 신체적 동기, 교육적 동기, 사회적 동기, 심리적 동기로, 만족은 신체적 만족, 심리적 만족, 교육적 만족으로 분류하여 차이를 분석하였다. 방문자 특성에 따른 방문 동기와 만족의 차이를 보면 신체적 동기는 연령과 결혼 유무, 참여 빈도, 참여 형태에 따라 차이가 있었고, 교육적 동기와 사회적 동기는 참여 형태에 따라, 심리적 동기는 성별에 따라서 차이가 있는 것으로 분석되었다. 만족의 경우, 신체적 만족은 연령, 결혼 유무, 참여 빈도에 따라 차이가 있었고, 심리적 만족은 성별, 연령, 결혼 유무, 참여 빈도에 따라, 교육적 만족은 참여 빈도, 참여 형태에 따라 차이가 있는 것으로 분석되었다. 방문 동기에 따른 만족의 차이를 보면 신체적 동기와 교육적 동기, 심리적 동기는 신체적 만족, 심리적 만족, 교육적 만족에 유의한 차이를 보였고, 사회적 동기는 교육적 만족에만 유의한 차이를 보였다.

이러한 분석 결과를 통해 오름 트레킹이 가벼운 운동으로 주목받고 있고 여성의 신체활동이 활발해 졌음을 알 수 있었고, 오름 트레킹을 긍정적인 동호회 활동으로 정착시킬 필요가 있음을 밝혔다. 또한 오름 방문의 증가로 훼손되어진 오름에 대한 보호 방안과 자연 친화적인 코스 개발이 필요하고 오름 해설가의 육성 및 배치가 시급하다고 제시하고 있다.

올레와 관련한 선행연구로는 ‘제주 올레길 경험의 역동성 연구’⁹⁵⁾와 ‘제주올레 관광객의 방문 동기와 사전이미지의 관계’⁹⁶⁾, ‘도보여행 활성화에 따른 과급효과 분석’⁹⁷⁾ 등이 있다. 먼저 ‘제주 올레길 경험의 역동성 연구’를 보면, 제주 올레길 경험의 즉각적인 감정 상태와 장소애착, 자연과의 느낌, 편익이 경험 전, 경험 중, 경험 후의 시점에 따라 차이가 있는지와 제주도민과 관광객이 올레길 경험을 할 때 무드, 장소애착, 자연과의 느낌, 편익의 차이를 연구한 것이다. 이 연구에서 방문자의 특성을 보면, 인구통계학적 특성으로 여성이 남성보다 많았고, 기혼이 가장 많았고, 40대 이상의 비율이 60% 이상으로 가장 많은 것으로 나타났다. 또, 학력은 대학교 졸업이 가장 많은 것으로 나타났고, 직업은 회사원이 가장 많은 것으로 조사되었다. 방문 행태로 방문 횟수는 첫 방문이 많았고, 방문 형태는

95) 이보미(2010), 전계논문.

96) 정철·박태영·노경국(2010), 전계논문, pp.13-33

97) 문화체육관광부(2010), 『도보여행 활성화에 따른 과급효과 분석』, 문화체육관광부.

친구와의 방문이 가장 높게 나타났으며 제주도외의 거주가 많은 것으로 조사되었다.

‘제주올레 관광객의 방문 동기와 사전이미지의 관계’는 방문 동기와 제주올레의 인지적 이미지, 정서적 이미지를 조사하여 방문 동기와 사전 이미지와의 관계를 연구한 것으로서 방문자의 특성을 보면, 표본의 일반적 특성으로 여성이 남성보다 많고, 기혼이 많으며, 연령은 40대 이상이 많았다. 학력은 대학졸업이 가장 많고, 직업은 사무직/공무원이 가장 많은 것으로 나타났다. 방문 동기는 탈출, 위신, 자기계발, 제주체험, 자연환경, 친목도모의 6가지 요인으로 구분하였는데, 그 중 자연환경 관련 동기가 가장 높은 것으로 나타났다.

마지막으로 ‘도보여행 활성화에 따른 파급효과 분석’을 보면 제주올레 방문자중 관광객만을 대상으로 방문 행태와 방문 목적, 만족 등을 조사한 부분이 있는데, 인구통계학적 특성으로 여성이 남성보다 많고, 연령은 40대가 가장 많은 것으로 나타났다. 학력은 대학졸업이 가장 많았고, 거주지는 서울/경기지역이 가장 많은 비율을 보였다. 기혼자의 방문이 많았으며, 사무직이나 공무원이 가장 많은 것으로 조사되었다. 방문 행태로 첫 방문이 재방문보다 많은 것으로 나타났고, 지인과 TV/라디오로부터 정보를 얻는 경우가 많았으며, 가족과의 방문이 가장 많은 것으로 조사되었다. 방문 동기로는 자연 경관 감상이 가장 높게 나타났고, 만족은 지인에게 권유할 의향이 가장 높은 것으로 나타났다.

위의 선행연구를 토대로 오름과 올레 방문자의 특성을 요약해 보면, 오름은 남성의 방문이, 올레는 여성의 방문이 많은 것으로 나타났고, 오름은 30대와 40대가 가장 높은 비율을 보였고 올레는 40대 이상이 많이 방문하는 것으로 조사되었다. 오름과 올레 모두가 기혼자의 방문이 많은 것으로 나타났다.

오름은 동호회를 통한 방문이 가장 많았고, 방문 동기는 신체적, 교육적, 사회적, 심리적 동기의 네 가지로 조사하였는데 신체적 동기로 방문하는 경우가 가장 많은 것으로 나타났다. 만족은 신체적 만족, 심리적 만족, 교육적 만족으로 분류하였는데 신체적 만족이 가장 높게 나타났다.

올레는 학력이 대학교 졸업이 가장 많은 것으로 나타났고, 직업은 사무직이나 공무원이 가장 많은 것으로 나타났다. 또한 첫 방문이 재방문보다 많은 것으로 나타났고, 친구나 가족과의 방문이 가장 높은 비율을 차지하였다. 도민의 방문보

다 관광객의 방문이 많은 것으로 나타났고, 지인과 TV/라디오를 통한 정보 수집이 가장 높은 것으로 나타났다. 방문 동기는 자연 환경 감상이 가장 많은 것으로 나타났고 만족은 추천 의도가 가장 높게 나타났다.



제 3 장 연구 설계

1. 연구가설의 설정

1) 가설의 설정

기존의 방문자 특성 관련 연구를 보면 방문 동기와 만족이 관련된 영향관계 연구는 많이 찾아 볼 수 있는 편이다. 그러나 방문자의 인구통계학적 특성과 방문행태에 따른 동기와 만족의 차이 연구나, 트레킹 방문자를 대상으로 동기와 만족에 관련된 연구는 찾아보기가 어렵다. 트레킹 방문자의 인구통계학적 특성에 따른 방문행태와 방문 동기, 만족의 차이 분석을 통해 트레킹 관광 마케팅 전략을 수립할 수 있다는 가정 하에 설정된 연구 가설 1은 다음과 같다.

가설 1. 트레킹 방문자의 인구통계학적 특성에 따라 방문행태와 방문 동기, 만족은 차이가 있을 것이다.

세부가설 1-1. 트레킹 방문자의 인구통계학적 특성에 따라 방문행태는 차이가 있을 것이다.

세부가설 1-2. 트레킹 방문자의 인구통계학적 특성에 따라 방문 동기는 차이가 있을 것이다.

세부가설 1-3. 트레킹 방문자의 인구통계학적 특성에 따라 만족은 차이가 있을 것이다.

트레킹 방문자의 방문 행태에 따른 방문 동기와 만족의 차이를 파악함으로써 트레킹 관광 활성화를 위한 관광정책 수립과 효율적인 트레킹 코스를 개발·관리할 수 있다는 가정 하에 설정된 가설 2는 다음과 같다.

가설 2. 트레킹 방문자의 방문행태에 따라 방문 동기와 만족은 차이가 있을 것이다.

세부가설 2-1. 트레킹 방문자의 방문행태에 따라 방문 동기는 차이가 있을 것이다.

세부가설 2-2. 트레킹 방문자의 방문행태에 따라 만족은 차이가 있을 것이다.

오름과 올레 트레킹 방문자간의 방문 동기와 만족의 차이를 파악함으로써 각각의 대상지를 방문하는 트레킹 방문자의 특성 파악과 시장세분화를 할 수 있다는 가정 하에 설정된 가설 3은 다음과 같다.

가설 3. 오름과 올레 방문자의 방문 동기와 만족은 차이가 있을 것이다.

세부가설 3-1. 오름과 올레 방문자의 방문 동기는 차이가 있을 것이다.

세부가설 3-2. 오름과 올레 방문자의 만족은 차이가 있을 것이다.

2) 변수의 조작적 정의

사회과학 연구에서 개념과 변수를 한정짓고, 변수에 대하여 실제로 측정할 수 있도록 정의하는 것은 연구문제를 더욱 분명하게 하기 위해 필요한 작업으로 이렇게 변수를 측정하기 위해 수행하는 것을 조작적 정의(operational definition)라 한다.⁹⁸⁾ 본 연구에서 다루는 방문자, 방문 행태, 방문 동기, 만족의 개념에 대한 조작적 정의는 다음과 같다.

(1) 방문자

방문자와 관련한 선행연구에서 방문자는 어떤 특정 지역이나 사람을 방문하는 사람으로 본 연구에서는 오름과 올레 트레킹에 참여하는 모든 사람들로 정의하

98) 박석희(2000). 『관광조사연구기법』, 서울 : 일신사, p.119.

였다.

(2) 방문 행태

어떤 사람이나 장소를 찾아가서 만나거나 볼 때 겉으로 보이는 행동이나 양상을 이르는 방문 행태는 본 연구에서 트레킹 대상지를 방문하는 사람들의 행동 양상으로 정의하였으며 방문 경험, 동반 형태, 교통수단, 소요 시간, 정보 수집 경로, 연간 트레킹 참여 횟수의 6가지로 분류하여 살펴보았다.

(3) 방문 동기

선행연구를 통해 방문 동기를 트레킹에 참여하게 된 목적이나 이유로써, 본 연구에서 방문 동기는 일상탈출, 자기계발, 건강, 위신, 체험, 친목, 자연 친화로 정의하였다.

(4) 만족

만족은 방문자가 방문 전의 기대와 방문 후의 실제 상황과의 차이를 의미하며 본 연구에서는 방문 만족과 지속할 의향, 동참을 권유할 의향으로 분류하여 살펴보았다.

2. 연구의 조사 설계

1) 설문지 구성과 자료의 측정

본 연구의 자료수집 방법은 자기기입식 설문지법을 이용하였으며 트레킹을 끝낸 오름과 올레 방문자들을 대상으로 조사를 실시하였다. 오름과 올레 방문자의 특성을 비교하기 위해서 비율이 50%가 되도록 표본을 추출하였으며, 선행연구에서 제시된 방문자 특성과 방문 동기, 만족을 바탕으로 방문자 특성 12문항, 방문 동기 25문항, 만족 3문항으로 구성하였다. 방문 동기와 만족 항목은 리커트 5점

척도를 사용하여 측정하였다. 설문지의 내용과 구성은 <표 3-1>과 같다.

<표 3-1> 설문지의 내용과 구성

	측정변수	척도	문항수
방문 동기	체력, 관심, 사회성, 자연 친화, 일상탈출, 자기계발, 자기위신	등간척도	25
만족	방문 만족, 지속할 의향, 동참을 권유	등간척도	3
방문 행태	방문 경험, 동반 형태, 교통수단, 소요 시간, 정보 수집 경로, 연간 참여 횟수, 성별, 연령, 학력,	명목척도	6
인구통계학적	직업, 소득, 거주지(제주도·제주도외)	명목척도	6
	합계		41

2) 자료수집 및 분석방법

본 연구의 목적을 달성하기 위해 문헌적 연구와 실증적 연구를 병행하였다. 자료 수집 장소로 거문 오름, 성산일출봉, 산굼부리의 3개 오름과 1코스, 7코스, 10코스의 3개 올레로, 트레킹 방문자들을 대상으로 2010년 10월 15일부터 10월 24일까지 총 10일간 평일과 주말을 포함하여 실시하였다. 총 300부를 배포하여 297부(99%)를 회수하였으며, 279부(93%)를 유효 표본으로 최종 분석에 사용하였다.

통계처리는 SPSS 통계프로그램을 이용하여, 기술통계를 통해 변수의 일반적인 분포를 분석하였고, 방문 동기와 만족의 요인구조를 확인하기 위한 요인분석과 신뢰성을 확보하기 위해 Cronbach's alpha 계수를 이용한 신뢰도 분석과 타당성 검증을 실시하였다. 인구통계학적 특성에 따른 방문행태 차이와 오름과 올레 간 방문행태의 차이를 보기위해서 피어슨 카이스퀘어를 이용한 교차분석(crostats)을 실시하였고, 인구통계학적 특성에 따른 방문행태와 방문 동기, 만족의 차이와 방문행태에 따른 방문 동기와 만족의 차이를 알아보기 위해서 일원배치분산분석(one-way ANOVA)을 실시하였다.

제 4 장 분석결과

1. 표본의 특성

1) 표본의 인구통계학적 특성

제주의 오름과 올레 트레킹 방문자들을 대상으로 수집한 표본의 특성을 분석하기 위하여 빈도분석(frequency analysis)을 실시하였다. 또한 오름과 올레 방문자간 인구통계학적 특성의 차이를 보기 위해서 피얼슨 카이스퀘어를 이용한 교차분석(crosstabs)을 실시하였다. 표본의 인구통계학적 특성은 성별, 연령, 학력, 직업, 소득, 거주지로 구성되어 있으며, 각각 오름과 올레 방문자로 구분하면 <표 4-1>과 같다.

분석결과를 보면 전체적으로 남성이 147명(52.7%)으로 여성보다 많았고 연령은 20대 이하가 105명(37.6%)으로 가장 많았다. 학력은 대학교 이상이 204명(37.1%)으로 많았고 직업은 관리직과 전문직이 105명(37.6%)으로 가장 많은 것으로 나타났다. 소득은 100만원대 이하가 129명(46.2%)으로 가장 많았고 거주지는 제주도내와 제주도외가 비슷한 비율을 보였다.

오름과 올레를 구분하여 살펴보면 오름은 남성의 방문이, 올레는 여성의 방문이 많았고, 오름은 40대의 방문이, 올레는 20대의 방문이 많은 것으로 나타났다. 관리직과 전문직 다음으로 오름은 자영업과 생산직의 방문이 많았고, 올레는 학생의 방문이 많았다. 오름은 300만원대 이상의 방문이, 올레는 100만원대 이하의 방문이 많은 것으로 나타났다.

<표 4-1> 표본의 인구통계학적 특성

	구분	오름(n=141)	올레(n=138)	합계(n=279)
		빈도(%)	빈도(%)	빈도(%)
성별	남성	90(32.3)	57(20.4)	147(52.7)
	여성	51(18.3)	81(29.0)	132(47.3)
연령	20대 이하	36(12.9)	69(24.7)	105(37.6)
	30대	33(11.8)	39(14.0)	72(25.8)
	40대	42(15.1)	24(8.6)	66(23.7)
	50대 이상	30(10.8)	6(2.2)	36(12.9)
학력	고졸	36(12.9)	39(14.0)	75(26.9)
	대학교 이상	105(37.6)	99(35.5)	204(73.1)
	학생	21(7.5)	42(15.1)	63(22.6)
직업	관리직/전문직	60(21.5)	45(16.1)	105(37.6)
	자영업/생산직	39(14.0)	12(4.3)	51(18.3)
	주부 기타	21(7.5)	39(14.0)	60(21.5)
소득	100만원대 이하	48(17.2)	81(29.0)	129(46.2)
	200만원대	33(11.8)	48(17.2)	81(29.0)
	300만원대 이상	60(21.5)	9(3.2)	69(24.7)
거주지	제주도	69(24.7)	69(24.7)	138(49.5)
	제주도외	72(25.8)	69(24.7)	141(50.5)

2) 표본의 방문행태별 특성

제주 오름과 올레 트레킹 방문자의 특성을 분석하기 위하여 빈도분석(frequency analysis)을 실시하였다. 또한 오름과 올레 방문자 간 방문 행태의 차이를 보기 위해서 피얼슨 카이스퀘어를 이용한 교차분석(crosstabs)을 실시하였다. 방문 행태로 방문경험, 동반형태, 교통수단, 소요시간, 정보 수집경로, 연간 트레킹 참여 횟수에 대해 조하였고 오름과 올레를 구분하면 <표 4-2>와 같다.

전체적으로 방문경험은 재경험이 147명(52.7%)으로 많았고 동반형태는 친구·연인·동료가 168명(60.2%)으로 가장 많았다. 교통수단은 렌트카가 102명(36.6%)으로 가장 높은 비율을 보였고 소요시간은 5시간 미만과 이상이 비슷한 분포를 보였다. 정보 수집경로는 인터넷이 121명(43.4%)로 가장 많았고 연간 트레킹 참여 횟수는 5회 이하가 216명(77.4%)으로 많은 것으로 나타났다.

오름과 올레를 구분하여 살펴보면 오름은 재방문이, 올레는 첫 방문이 많은 것

으로 나타났고, 친구·연인·동료 다음으로 오름은 혼자 방문이, 올레는 가족·친척과의 방문이 높은 것으로 나타났다. 교통수단은 오름은 버스·택시·도보가, 올레는 렌트카가 가장 많았고, 오름은 5시간 미만, 올레는 5시간 이상이 많은 것으로 나타났다.

<표 4-2> 표본의 방문 행태별 특성

구분		오름(n=141)	올레(n=138)	합계(n=279)
		빈도(%)	빈도(%)	빈도(%)
방문경험	첫 방문	48(17.2)	84(30.1)	132(47.3)
	재방문	93(33.3)	54(19.4)	147(52.7)
동반형태	가족·친척	21(7.5)	24(8.6)	45(16.1)
	친구·연인·동료	75(26.9)	93(33.3)	168(60.2)
교통수단	혼자	45(16.1)	21(7.5)	66(23.7)
	버스·택시·도보	57(20.4)	27(9.7)	84(30.1)
	자가용	45(16.1)	48(17.2)	93(33.3)
소요시간	렌트카	39(14.0)	63(22.6)	102(36.6)
	5시간 미만	135(48.4)	3(1.1)	138(49.5)
정보 수집	5시간 이상	3(1.1)	138(49.5)	141(50.5)
	인터넷	51(18.3)	70(25.1)	121(43.4)
	신문·방송매체	18(6.5)	15(5.4)	33(11.8)
연간횟수	여행가이드 책자	24(8.6)	23(8.2)	47(16.8)
	지인	48(17.2)	30(10.8)	78(28.0)
	5회 이하	102(36.6)	114(40.9)	216(77.4)
	6회 이상	39(14.0)	24(8.6)	63(22.6)

2. 측정변수의 신뢰도와 타당성 검증

1) 신뢰도 검증

측정항목의 타당성검정을 통한 하나의 개념(concept)을 연구자가 해당 응답자

들에게 다시 측정하였을 경우 시간이나 상황에 따라 영향을 받지 않고 유사한 결과를 나타낼 때 이 결과는 믿을 수 있으며 일관성이 있다고 볼 수 있다. 이를 신뢰도(reliability)라 하며 이 같은 일관성을 검정하는 통계기법을 신뢰도 분석(reliability analysis)이라 한다.⁹⁹⁾ 이는 측정경과에 오차가 들어있지 않은 정도로 변량에 대한 체계적 정보를 반영하는 정도를 나타낸다. 일반적으로 동일한 개념을 측정하기 위하여 여러 개의 항목을 이용하는 경우 신뢰도를 높이기 위해 크론바하 알파계수(신뢰도계수)를 이용한 내적일관성 검증을 한다.¹⁰⁰⁾ 일반적으로, 신뢰도의 척도인 알파값이 .60이상이면 신뢰도가 있다고 본다.¹⁰¹⁾

(1) 트레킹 방문 동기의 신뢰도 검증

본 연구의 방문 동기에 대한 신뢰도 분석 결과 <표 4-3>과 같이 알파계수가 .802로 항목의 측정결과 신뢰성이 충분히 높다고 할 수 있다. 방문 동기 요인의 변수 중 평균값이 가장 높은 변수는 ‘기분전환(4.23)’으로 나타났고, 가장 낮은 변수는 ‘사회적 지위에 맞는 생활(1.91)’로 나타났다. 이는 트레킹 참여 이유 중 기분전환이 가장 큰 방문 동기 요인이라는 것이고, 사회적 지위에 맞는 생활을 위한 것은 아니라는 것을 나타낸다. 기분전환 다음으로 높은 것으로 ‘반복적인 생활 탈출(3.88)’, ‘관광지의 경관 감상(3.88)’, ‘성취감(3.85)’의 순으로 나타났고, 평균값이 낮은 것은 ‘남과 차별된 행동(2.86)’, ‘동호회 활동 및 친목(2.98)’, ‘특별한 경험을 얘기(3.05)’의 순인데 이는 트레킹 방문자가 자신을 자랑하고 대중에게 알리는 욕구로 트레킹을 다니는 것이 아닌 집단임을 나타낸다.

99) 정충영·최이규(2009). 『SPSSWIN을 이용한 통계분석』, 서울 : 무역경영사, p. 201.

100) 채서일(2004). 『사회과학조사방법론』, 서울 : 학현사

101) 정충영·최이규(2009). 전제서, p. 208.

<표 4-3> 트레킹 방문 동기에 대한 신뢰도 검증

구성 개념	항목	평균	수정된 항목 - 항목이 삭제된 경우 전체 상관관계	항목이 삭제된 경우 Cronbach 알파	전체 신뢰도 (표준화알파)
방문 동기	1. 운동 및 체력단련	3.43	.240	.800	
	2. 건강 체크 및 관리	3.31	.217	.801	
	3. 체중조절(다이어트)	3.22	.395	.793	
	4. 생태환경에 대한 관심	3.23	.133	.805	
	5. 새로운 경험	3.51	.249	.800	
	6. 호기심	3.47	.359	.794	
	7. 트레킹 대상지에 대한 관심	3.37	.423	.791	
	8. 동호회 활동 및 친목	2.98	.062	.811	
	9. 좋은 사람들과의 만남	3.35	.391	.793	
	10. 친구와의 시간	3.67	.372	.794	
	11. 가족과의 화합	3.15	.237	.801	
	12. 자연이 좋아, 감상	3.70	.307	.797	
	13. 관광지의 경관 감상	3.88	.322	.796	.802
	14. 기분전환	4.23	.302	.798	
	15. 마음의 여유	3.80	.620	.782	
	16. 스트레스 해소	3.84	.495	.788	
	17. 반복적인 생활 탈출	3.88	.519	.787	
	18. 나를 되돌아보는 기회	3.56	.184	.802	
	19. 자신감	3.47	.330	.796	
	20. 자기계발	3.45	.328	.796	
	21. 성취감	3.85	.417	.792	
	22. 남과 차별된 활동	2.86	.393	.793	
	23. 유명한 곳에서의 경험	3.16	.411	.792	
	24. 사회적 지위에 맞는 생활	1.91	.152	.804	
	25. 특별한 경험을 얘기	3.05	.571	.783	

(2) 만족의 신뢰도 검증

본 연구에서 만족의 신뢰도 분석 결과는 <표 4-4>와 같다. 만족 요인에 대한 신뢰도분석 결과 알파계수가 .768로 나타나 신뢰할만한 수준이라 할 수 있다. 평균값이 가장 높은 변수는 ‘방문 만족(3.98)’으로 나타났고 ‘지인에게 동참을 권할 의향(3.97)’, ‘향후 지속할 의향(3.96)’의 순으로 나타났다.

<표 4-4> 만족의 신뢰도 검증

구성 개념	항목	평균	수정된 항목 - 전체 상관관계	항목이 삭제된 경우 Cronbach 알파	전체 신뢰도 (표준화알파)
만족	1. 방문 만족	3.98	.518	.782	.768
	2. 향후 지속할 의향	3.96	.626	.661	
	3. 지인에게 동참을 권할 의향	3.97	.669	.617	

2) 요인분석과 타당성 검증

요인분석(factor analysis)은 실제로 존재하는 어떤 특정 사회현상에 관한 연구를 수행할 때 일련의 관측된 변수들을 근거로 직접 관측할 수 없는 개념(construct)을 확인하기 위한 것으로¹⁰²⁾ 여러 변수들 사이의 상관관계를 기초로 하여 정보의 손실을 최소화하면서 변수의 개수보다 연구자가 관심 있는 연구와 관련된 요인이 어떠한 항목으로 구성되어 있는지 잘 모르는 경우에 행하는 분석 방법이다.¹⁰³⁾ 요인분석은 변수들을 축소, 불필요한 변수들을 제거, 변수들의 특성을 파악, 측정항목의 타당성(validity)을 평가, 요인분석을 통하여 얻어지는 요인 점수를 이용하여 회귀분석, 판별분석 및 군집분석 등에 적용할 목적으로 이용될 수 있다.¹⁰⁴⁾

타당성(validity)은 측정하고자 하는 개념이나 속성을 정확히 측정하였는가를 나타내는 개념으로 동일성 확인에 관한 문제이다. 측정개념이나 속성을 측정하기 위해 개발된 측정도구가 해당 속성을 정확히 반영하고 있는가와 관련된 것이라 하겠다.¹⁰⁵⁾ 타당성은 그 평가 방법에 따라 내용타당성, 예측타당성, 구성타당성의 3가지로 나눌 수 있다. 내용타당성은 측정도구를 구성하고 있는 항목들이 측정하고자 하는 개념을 대표할 수 있는지에 대한 정도를 의미하고, 예측 타당성은 항목의 속성이나 개념에 대한 측정값이 다른 속성의 변화를 예측하는 정도에 의해

102) 상계서, p.171.

103) 김계수(2007). 『Amos 16.0 구조방정식 모형분석』, 서울 : 한나래

104) 정충영·최이규(2009). 전계서, p.171.

105) 김계수(2007). 전계서, p.158.

평가되는 것을 의미한다. 마지막으로 구성타당성은 측정도구가 연구하고자 하는 개념, 즉 구성을 측정하였는지를 검증하는 방법이다.

본 연구에서 요인분석 시 요인 수의 결정은 고유값 1이상을 기준으로 하였으며, 요인적재량은 .50이상인 것을 유의한 것으로 판단하였고, 직각회전방식을 이용하였다. 명칭 설정은 선행연구에 따라 결정하였고, 설문항목 중 높은 요인적재량의 변수를 적용하였으며 요인표현에 무리가 따르는 변수는 제외하였다.

(1) 트레킹 방문 동기의 요인분석과 타당성 검증

선행연구를 통해 제시된 25개의 방문 동기를 요인 분석한 결과는 <표 4-5>와 같다. 요인적재량 .50 이하인 항목과 요인표현에 무리가 있는 변수 6개 항목(친구와의 시간, 가족과의 화합, 자연이 좋아·감상, 관광지의 경관 감상, 남과 차별된 활동, 사회적 지위에 맞는 생활)을 제외한 19개 항목이 6개의 요인으로 추출되었다. 공통성을 보면 55.3%에서 87%까지 설명되었고, 전체 변량은 요인별로 22.51%, 15.47%, 11.81%, 9.76%, 6.45%, 5.92%로 설명되어 전체적으로는 71.94%로 보여 진다. KMO값이 .6이상인 .681로 나타났고, 요인분석 모형의 적합성 테스트인 Bartlett's 검정에서도 유의한 것으로 나타났다. 트레킹 방문 동기에 대한 요인분석으로 얻어진 6개의 요인은 '일상탈출', '자기계발', '건강', '위신', '체험', '친목'으로 각각 명명하여 요약될 수 있다.

<표 4-5> 트레킹 방문 동기에 대한 요인분석 및 타당성 검증

요인	변수	평균	요인 적재량	중요도				
				공통성	아이겐값	분산 설명력(%)	누적 분산(%)	신뢰도 계수
일상 탈출 (F1)	16. 스트레스 해소	3.84	.829	.786				
	15. 마음의 여유	3.80	.774	.716				
	17. 반복적인 생활탈출	3.88	.746	.733	4.277	22.510	22.510	.827
	14. 기분전환	4.23	.714	.553				
자기 계발 (F2)	20. 자기계발	3.45	.897	.832				
	19. 자신감	3.47	.853	.754				
	18. 나를 되돌아보는 기회	3.56	.769	.651	2.940	15.473	37.984	.813
	21. 성취감	3.85	.602	.624				
건강 (F3)	2. 건강 체크 및 관리	3.31	.920	.870				
	1. 운동 및 체력단련	3.43	.858	.754	2.244	11.809	49.793	.812
	3. 체중조절(다이어트)	3.22	.710	.658				
위신 (F5)	23. 유명한 곳에서의 경험	3.16	.765	.667				
	25. 특별한 경험을 얘기	3.05	.708	.638	1.859	9.785	59.578	.721
체험 (F4)	7. 트레킹 대상지에 대한 관심	3.37	.673	.713				
	5. 새로운 경험	3.51	.663	.720				
	6. 호기심	3.47	.611	.698	1.226	6.451	66.028	.606
	4. 생태환경에 대한 관심	3.23	.609	.642				
친목 (F6)	8. 동호회 활동 및 친목	2.98	.833	.818				
	9. 좋은 사람들과의 만남	3.35	.801	.846	1.124	5.915	71.943	.628
KMO 값						.681		
			Chi-Square			2588.903		
Bartlett's 검정			d.f.			171		
			Sig			.000		

(2) 만족의 요인분석과 타당성 검증

방문 만족과 지속 의향, 동참 권유의 3가지 만족에 대한 요인분석 결과는 <표 4-6>과 같이 3개의 변수가 하나의 요인으로 추출되었다. 공통성을 보면 58.2%에서 75.8%까지 설명되었고, 전체 변량은 68.715%로 설명되어진다. KMO값이 .6이상인 .669로 나타났고, 요인분석 모형의 적합성 테스트인 Bartlett's 검정에서도 유의한 것으로 나타났다. 만족에 대한 요인분석으로 얻어진 1개의 요인을 만족이라 명명하여 요약될 수 있다.

<표 4-6> 만족의 요인분석 및 타당성 검증

요인	변수	중요도					
		평균	요인적재량	공통성	아이겐값	분산설명력(%)	신뢰도계수
만족	방문 만족	3.98	.871	.582	2.061	68.715	.768
	지속 의향	3.96	.849	.721			
	동참 권유	3.97	.763	.758			
KMO 값		.669					
Chi-Square		235.815					
Bartlett's 검증	d.f.	3					
	Sig	.000					

3. 연구가설의 검증

1) 연구가설 1의 검증

본 연구의 가설 1 ‘트레킹 방문자의 인구통계학적 특성에 따라 방문행태와 방문 동기, 만족은 차이가 있을 것이다.’의 검증을 위해서 피얼슨 카이스퀘어를 이용한 교차 분석(crosstabs)과 일원배치분산분석(one-way ANOVA)을 실시하였고 사후검정으로는 Duncan검증을 실시하였다.

(1) 세부가설 1-1의 검증

세부가설 1-1 ‘트레킹 방문자의 인구통계학 따라 방문행태는 차이가 있을 것이다.’의 검증을 위해 인구통계학적 특성과 방문행태간의 교차분석(crosstabs)을 실시하였다. 그 결과는 <표 4-7>과 같다.

성별에 따라서는 방문경험($\chi^2=26.783$, $P<.001$), 동반형태($\chi^2=21.019$, $P<.001$), 소요시간($\chi^2=9.292$, $P<.01$), 정보 수집경로($\chi^2=23.438$, $P<.001$)의 방문행태에서 차이가 있는 것으로 나타났고, 연령에 따라서는 모든 방문행태인 방문경험($\chi^2=11.107$, $P<.05$), 동반형태($\chi^2=83.977$, $P<.001$), 교통수단($\chi^2=26.252$, $P<.001$), 소

요시간($\chi^2=31.752$, $P<.001$), 정보 수집경로($\chi^2=51.260$, $P<.001$), 연간참여횟수($\chi^2=41.200$, $P<.001$)에서 유의한 차이를 보였다. 학력에 따라서는 동반형태($\chi^2=18.942$, $P<.001$), 정보 수집경로($\chi^2=13.933$, $P<.01$), 연간참여횟수($\chi^2=26.919$, $P<.001$)에서 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다.

직업에 따라서는 방문경험($\chi^2=12.011$, $P<.01$), 동반형태($\chi^2=34.524$, $P<.001$), 소요시간($\chi^2=20.160$, $P<.001$), 정보 수집경로($\chi^2=77.708$, $P<.001$), 연간참여횟수($\chi^2=25.197$, $P<.001$)에서 유의한 차이를 보였다. 소득에 따라서는 방문경험을 제외한 동반형태($\chi^2=44.208$, $P<.001$), 교통수단($\chi^2=17.922$, $P<.01$), 소요시간($\chi^2=38.762$, $P<.001$), 정보 수집경로($\chi^2=38.240$, $P<.001$), 연간참여횟수($\chi^2=28.105$, $P<.001$)에서 유의한 차이가 있는 것으로 나타났고, 거주지에 따라서는 소요시간을 제외한 방문경험($\chi^2=31.201$, $P<.001$), 동반형태($\chi^2=14.679$, $P<.01$), 교통수단($\chi^2=154.680$, $P<.001$), 정보 수집경로($\chi^2=9.161$, $P<.05$), 연간참여횟수($\chi^2=4.206$, $P<.05$)에서 유의한 차이를 보였다.

남성은 재방문이, 여성은 첫 방문이 많았고, 친구·연인·동료 다음으로 남성은 혼자, 여성은 가족·친지와 방문이 많은 것으로 나타났다. 소요시간은 남성은 5시간 이상이, 여성은 5시간 미만이 많은 것으로 나타났고, 정보 수집의 경우 인터넷과 지인 다음으로 남성은 신문·방송매체가 여성은 여행가이드 책자가 높은 것으로 분석되었다. 20대 이하의 첫 방문이, 30대 이상은 재방문이 많은 것으로 나타났고, 50대 이상의 동반형태는 가족·친척이 가장 높고 교통수단은 버스·택시·도보가 가장 높고 정보 수집은 지인이 가장 높아 다른 연령과 차이를 보였다. 소요시간을 보면 20대 이하와 30대는 5시간 미만, 40대와 50대 이상은 5시간 이상이 높게 나타났고, 연간 참여 횟수의 경우 50대 이상이 6회 이상으로 가장 높게 나타났다. 고졸은 지인을 통한 정보 수집이 가장 많았고 대학교 이상은 인터넷을 통한 경우가 가장 높게 조사되었고 고졸은 연간 5회 이하로 트레킹에 참여하고 대학교 이상은 연간 6회 이상 트레킹에 참여하는 것으로 나타났다.

직업이 학생과 주부·기타는 첫 방문이, 관리직과 전문직, 자영업과 생산직은 재방문이 많은 것으로 나타났고 학생, 관리직과 전문직, 자영업과 생산직은 친구·연인·동료와의 방문이, 주부·기타는 가족·친척과의 방문이 많은 것으로 나타났다. 학생과 주부·기타는 5시간 미만이, 관리직과 전문직, 자영업과 생산직은 5시

간 이상이 높게 나타났고, 학생은 인터넷을 이용한 정보 수집이, 관리직과 전문직, 주부·기타는 지인을 통한 정보 수집이 가장 높은 것으로 나타났다. 소득이 100만원대 이하와 200만원대는 친구·연인·동료와의 방문이 가장 많았고, 300만원대는 혼자 방문이 가장 많았다. 100만원대 이하는 자가용, 200만원대는 렌트카, 300만원대 이상은 버스·택시·도보의 이용이 가장 많았고, 소요시간은 100만원대 이하와 200만원대는 5시간 미만이 많은 것으로 나타났고, 300만원대 이상은 5시간 이상이 많은 것으로 나타났다. 정보 수집은 100만원대 이하는 인터넷을 통해서, 200만원대와 300만원대 이상은 지인을 통해서가 높게 나타났다. 거주지가 제주도인 경우는 재방문이, 제주도외인 경우는 첫 방문이 많았고, 친구·연인·동료 다음으로 제주도민은 혼자, 제주도외 거주자는 가족·친척이 많은 것으로 나타났다. 교통수단은 제주도민은 자가용이 제주도외 거주자는 렌트카가 가장 많은 것으로 나타났다.

<표 4-7> 인구통계학적 특성과 방문 형태 교차분석표(I)

구분	성별(%)			연령(%)			학력(%)		
	남	여	20대 이하	30대	40대	50대 이상	고졸	대학교 이상	
방문 경험	첫 방문	17.2	30.1	22.6	9.7	9.7	5.4	11.8	35.5
	재방문	35.5	17.2	15.1	16.1	14.0	7.5	15.1	37.6
	χ^2	26.783***			11.107*		.451		
동반 형태	가족·친척	7.5	8.6	3.2	2.2	4.3	6.5	7.5	8.6
	친구·연인·동료	26.9	33.3	32.3	16.1	9.7	2.2	10.8	49.5
	혼자	18.3	5.4	2.2	7.5	9.7	4.3	8.6	15.1
	χ^2	21.019***			83.977***		18.942***		
교통 수단	버스·택시·도보	17.2	12.9	9.7	6.5	6.5	7.5	6.5	23.7
	자가용	17.2	16.1	9.7	11.8	8.6	3.2	9.7	23.7
	렌트카	18.3	18.3	18.3	7.5	8.6	2.2	10.8	25.8
	χ^2	1.008			26.252***		1.822		
소요 시간	5시간 미만	21.5	28.0	24.7	14.0	8.6	2.2	12.9	36.6
	5시간 이상	31.2	19.4	12.9	11.8	15.1	10.8	14.0	36.6
	χ^2	9.292**			31.752***		.088		
정보 수집 경로	인터넷	19.0	24.4	21.9	9.7	9.7	2.2	8.6	34.8
	신문·방송 매체	10.8	1.1	2.2	5.4	3.2	1.1	3.2	8.6
	여행가이드책자	8.2	8.6	9.3	3.2	2.2	2.2	3.2	13.6
	χ^2	23.438***			51.260***		13.933**		
연간 횟수	5회 이하	39.8	37.6	33.3	22.6	16.1	5.4	15.1	62.4
	6회 이상	12.9	9.7	4.3	3.2	7.5	7.5	11.8	10.8
	χ^2	.648			41.200***		26.919***		

<표 4-7> 인구통계학적 특성과 방문 형태 교차분석표(II)

구분		직업(%)					소득(%)			거주지(%)	
		학생	관리직/ 전문직	자영업/ 생산직	주부· 기타	100만원 대이하	200만 원대	300만원 대 이상	제주도	도외	
방문 경험	첫 방문	14.0	15.1	6.5	11.8	23.7	14.0	9.7	15.1	32.3	
	재방문	8.6	22.6	11.8	9.7	22.6	15.1	15.1	34.4	18.3	
	χ^2		12.011**				2.643		31.201***		
동반 형태	가족·친척	1.1	3.2	4.3	7.5	4.3	6.5	5.4	4.3	11.8	
	친구·연인·동료	17.2	25.8	8.6	8.6	34.4	18.3	7.5	30.1	30.1	
	혼자	4.3	8.6	5.4	5.4	7.5	4.3	11.8	15.1	8.6	
	χ^2		34.524***				44.208***		14.679**		
교통 수단	버스·택시·도보	5.4	11.8	5.4	7.5	14.0	5.4	10.8	18.3	11.8	
	자가용	6.5	12.9	5.4	8.6	18.3	8.6	6.5	30.1	3.2	
	렌트카	10.8	12.9	7.5	5.4	14.0	15.1	7.5	1.1	35.5	
	χ^2		7.615				17.922**		154.680***		
소요 시간	5시간 미만	15.1	16.1	5.4	12.9	29.0	16.1	4.3	23.7	25.8	
	5시간 이상	7.5	21.5	12.9	8.6	17.2	12.9	20.4	25.8	24.7	
	χ^2		20.160***				38.762***		.292		
정보 수집 경로	인터넷	18.6	12.9	3.2	8.6	27.2	8.6	7.5	19.0	24.4	
	신문·방송 매체	2.2	4.3	4.3	1.1	2.2	6.5	3.2	7.5	4.3	
	여행가이드책자	1.1	8.6	5.4	1.8	8.6	5.0	3.2	10.8	6.1	
	χ^2		77.708***				38.240***		9.161*		
연간 횟수	5회 이하	20.4	31.2	14.0	11.8	36.6	26.9	14.0	40.9	36.6	
	6회 이상	2.2	6.5	4.3	9.7	9.7	2.2	10.8	8.6	14.0	
	χ^2		25.197***				28.105***		4.206*		

* P<.05, ** P<.01, *** P<.001

abc는 Duncan 사후검정 결과로서 문자가 서로 다르면 집단 간 차이가 있음을 의미.

(2) 세부가설 1-2의 검증

세부가설 1-2 ‘트레킹 방문자의 인구통계학적 특성에 따라 방문 동기는 차이가 있을 것이다’의 검증을 위하여 트레킹 방문 동기에 대해서 인구통계학적 특성간의 차이를 분석하였다. 그 결과는 <표 4-8>과 같다.

일상탈출 동기와 관련하여 성별(F=13.171, P<.001), 연령(F=6.087, P<.01), 학력(F=11.988, P<.01), 직업(F=5.350, P<.01), 거주지(F=6.939, P<.01)에서 유의한 차이가 발견되었고, 자기개발 동기와 관련하여 성별(F=15.499, P<.001), 직업(F=3.333, P<.05), 소득(F=3.597, P<.05)에서 유의한 차이를 보였다. 건강 동기는

성별($F=6.758, P<.05$), 연령($F=6.006, P<.01$)에서 유의한 차이를 나타냈고, 위신 동기는 연령($F=12.225, P<.001$), 직업($F=8.796, P<.001$), 소득($F=12.357, P<.001$)에서 유의한 차이를 보였다. 체험 동기는 성별($F=7.997, P<.01$), 연령($F=3.013, P<.05$), 직업($F=5.245, P<.01$), 소득($F=4.749, P<.01$)에서 유의한 차이를 나타냈고, 친목 동기와 관련하여 직업($F=9.138, P<.001$), 소득($F=7.393, P<.01$)에서 유의한 차이를 보였다.

남성의 일상탈출, 자기계발, 건강, 체험 동기가 여성에 비해 높았고, 30대 이하가 일상탈출과 위신 동기가 높고, 40대 이상이 낮은 것으로 나타났다. 자기계발 동기는 30대가, 건강 동기는 40대가 체험 동기는 50대 이상이 가장 높은 것으로 나타났다. 학력이 높을수록 일상탈출 동기가 높은 것으로 나타났고, 관리직이나 전문직에 종사하는 방문자는 일상탈출, 자기계발, 친목 동기가, 학생은 위신 동기가, 자영업이나 생산직은 체험 동기가 가장 높은 것으로 나타났다. 소득이 적을수록 위신 동기가 높고, 200만원대의 소득을 가진 방문자가 자기계발과 친목 동기가 높았고, 300만원대 이상의 소득을 가진 방문자는 체험 동기가, 100만원대 이하의 소득을 가진 방문자는 위신 동기가 가장 높은 것으로 나타났다.

<표 4-8> 인구통계학적 특성에 따른 트레킹 방문 동기 분산분석

특성	항목	n	일상탈출		자기개발		건강		위신		체험		친목				
			평균	F	평균	F	평균	F	평균	F	평균	F	평균	F			
성별	남성	147	3.92	13.171	3.75	15.499	3.44	6.758	3.09	.083	3.50	7.997	3.22	1.105			
	여성	132	3.60	(***)	3.40	(***)	3.18	(*)	3.13		3.27	(**)	3.10				
연령	20대이하	105	3.86a		3.44a		3.20a		3.29a		3.45a		3.14				
	30대	72	3.97a	6.087	3.74ab	2.284	3.15a	6.006	3.44a	12.225	3.36ab	3.013	3.35	1.431			
	40대	66	3.58b	(**)	3.63ab		3.68a	(**)	2.61b	(***)	3.22ab	(*)	3.02				
	50대이상	36	3.46b		3.60b		3.33b		2.83b		3.60b		3.12				
학력	고졸	75	3.52	11.988	3.57	.031	3.41		2.96		3.29		3.20	.121			
	대학교이상	204	3.86	(**)	3.59		3.28	1.283	3.16	2.449	3.43	2.350	3.15				
	학생	63	3.81a		3.57a			3.52		3.48a		3.43a			3.17a		
직업	관리/전문	105	3.96ab	5.350	3.69ab	3.333	3.24	1.785	3.23a	8.796	3.46a	5.245	3.41b	9.138			
	자영/생산	51	3.60bc	(**)	3.68b	(*)	3.33		2.71b	(***)	3.54b	(**)	2.59b	(***)			
	주부·기타	60	3.54c		3.33b		3.23		2.85b		3.10b		3.23b				
소득	100만원대이하	129	3.83a		3.47a	3.597	3.40		3.28a	12.357	3.29a		3.14a	7.393			
	200만원대	81	3.82b	2.791	3.76ab		(*)	3.16	2.064		3.24b	(***)	3.38a		(**)	3.46a	(**)
	300만원대	69	3.59ab		3.59b			3.36			2.63b		3.60b			2.87b	
거주지	제주도	138	3.89	6.939	3.64	1.570	3.41	2.909	3.02	2.202	3.37	.310	3.22	.746			
	제주도외	141	3.65	(**)	3.53		3.23		3.19		3.41		3.12				

* P<.05, ** P<.01, *** P<.001

abc는 Duncan 사후검정 결과로서 문자가 서로 다르면 집단 간 차이가 있음을 의미.

(3) 세부가설 1-3의 검증

세부가설 1-3 ‘트레킹 방문자의 인구통계학적 특성에 따라 만족은 차이가 있을 것이다’의 검증을 위해 트레킹 방문자의 만족에 대하여 인구통계학적 특성간의 차이를 분석하였다. 결과는 <표 4-9>와 같다. 만족과 관련하여 연령(F=6.861, P<.001), 소득(F=17.566, P<.001)에서 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 연령의 경우, 40대 이상의 만족이 30대 이하에 비해 높았고, 소득이 많을수록 만족이 높은 것으로 분석되었다.

<표 4-9> 인구통계학적 특성에 따른 만족 분산분석

특성	항목	n	만족		
			평균	F	P
성별	남자	147	3.94	.787	.376
	여자	132	4.00		
연령	20대 이하	105	3.86a	6.861	.000***
	30대	72	3.85a		
	40대	66	4.18b		
	50대 이상	36	4.14b		
학력	고졸	75	4.01	.643	.423
	대학교 이상	204	3.95		
직업	학생	63	4.03	1.476	.221
	관리직/전문직	105	3.91		
	자영업/생산직	51	4.08		
	주부·기타	60	3.90		
소득	100만원대 이하	129	3.85a	17.566	.000***
	200만원대	81	3.86a		
	300만원대 이상	69	4.30b		
거주지	제주도	138	3.92	1.863	.173
	제주도외	141	4.01		

* P<.05, ** P<.01, *** P<.001

abc는 Duncan 사후검정 결과로서 문자가 서로 다르면 집단 간 차이가 있음을 의미.

2) 연구가설 2의 검증

가설 2 ‘트레킹 방문자의 방문행태에 따라 방문 동기와 만족은 차이가 있을 것이다.’의 검증을 위하여 일원배치분산분석(one-way ANOVA)을 실시하였고, 사후검정으로 Duncan검증을 실시하였다.

(1) 세부가설 2-1의 검증

세부가설 2-1 ‘트레킹 방문자의 방문행태에 따라 방문 동기는 차이가 있을 것이다.’의 검증을 위해 트레킹 방문 동기에 대하여 방문행태간의 차이를 분석하였다. 그 결과는 <표 4-10>과 같다.

일상탈출 동기는 동반형태(F=12.442, P<.001), 정보 수집경로(F=13.619, P<.001)

에서 유의한 차이가 있는 것으로 나타났고, 자기계발 동기도 동반형태($F=4.542$, $P<.05$), 정보 수집경로($F=14.283$, $P<.001$)에서 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 건강 동기는 방문경험($F=14.429$, $P<.001$), 소요시간($F=27.010$, $P<.001$), 동반 형태($F=17.138$, $P<.001$), 교통수단($F=5.647$, $P<.01$), 정보 수집경로($F=6.006$, $P<.01$), 연간참여횟수($F=14.484$, $P<.001$)에서 유의한 차이를 보였고, 위신 동기는 동반형태($F=7.704$, $P<.01$), 정보 수집경로($F=4.107$, $P<.01$), 연간참여횟수($F=6.815$, $P<.05$)에서 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 체험 동기는 교통수단($F=4.773$, $P<.01$)에서 유의한 차이가 있는 것으로 나타났고 친목 동기는 방문경험($F=9.858$, $P<.001$)에서 유의한 차이를 보였다.

재방문자들의 건강 동기와 친목 동기가 첫 방문자들에 비해 높은 것으로 나타났고, 소요시간이 5시간 미만인 방문자는 일상탈출 동기가, 5시간 이상인 방문자는 건강 동기가 높은 것으로 나타났다. 동반 형태를 보면, 혼자 방문한 방문자의 일상탈출, 자기계발, 건강 동기가 높았고, 위신 동기는 친구·동료·연인과 함께 방문한 방문자가 높게 나타났다. 교통수단을 보면 버스·택시·도보로 방문한 방문자의 건강, 체험 동기가 높은 것으로 나타났다. 신문·방송 매체를 통해 정보를 수집한 방문자는 일상탈출, 자기계발, 건강 동기가, 여행책자를 통해 정보를 수집한 방문자는 위신 동기가 높은 것으로 나타났고, 연간 참여 횟수가 많을수록 건강 동기가, 적을수록 위신 동기가 높은 것으로 나타났다.

<표 4-10> 방문 행태에 따른 방문 동기 분산분석

특성	항목	n	일상탈출		자기계발		건강		위신		체험		친목	
			평균	F	평균	F	평균	F	평균	F	평균	F	평균	F
방문 경험	첫 방문	132	3.73	.785	3.51	2.225	3.12	14.429	3.16	.726	3.39	.020	2.98	9.858
	재방문	147	3.81		3.65		3.50 (***)		3.06		3.40		3.34 (**)	
소요 시간	5시간미만	138	3.91	9.856	3.65	2.218	3.07	27.010	3.20	2.325	3.33	2.212	3.10	1.378
	5시간이상	141	3.63 (**)		3.52		3.57 (***)		3.02		3.45		3.23	
	가족·친척	45	3.28a		3.37a		3.09a		2.87a		3.32		3.10	
동반 형태	친구·동료 ·연인	168	3.86b	12.442	3.56ab	4.542	3.18a	17.138	3.29a	7.704	3.39	.558	3.27	2.630
	혼자	66	3.88b		3.80b		3.88b		2.82b		3.45		2.95	
교통 수단	버스·택시 ·도보	84	3.79	.249	3.54	.698	3.57a	5.647	3.07	.884	3.57a	4.773	3.21	.524
	자가용	93	3.80		3.55		3.24a (**)		3.03		3.27a (**)		3.21	
	렌트카	102	3.73		3.65		3.19b		3.21		3.36b		3.09	
정보 수집 경로	인터넷	121	3.90a		3.68a		3.40a		3.24a		3.46a		3.22	
	신문·방송	33	4.18b	13.619	4.18ab	14.283	3.73ab	6.006	3.13ab	4.107	3.54ab	2.177	2.95	1.630
	여행책자	47	3.84b (***)		3.19b (***)		2.98b (**)		3.28b (**)		3.36ab		2.97	
지인	78	3.78c	3.42c		3.24c		2.79b		3.25b		3.28			
연간 횟수	5회이하	216	3.81	2.356	3.57	.177	3.22a	14.484	3.19a	6.815	3.40	.023	3.16	.049
	6회 이상	63	3.64		3.62		3.67ab (***)		2.83ab (*)		3.39		3.19	

* P<.05, ** P<.01, *** P<.001

abc는 Duncan 사후검정 결과로서 문자가 서로 다르면 집단 간 차이가 있음을 의미.

(2) 세부가설 2-2의 검증

세부가설 2-2 ‘트레킹 방문자의 방문행태에 따라 만족은 차이가 있을 것이다’의 검증을 위해 트레킹 방문자의 만족에 대하여 방문행태간의 차이를 분석하였다. 결과는 <표 4-11>과 같다. 만족과 관련하여 소요시간(F=23.827, P<.001), 연간참여횟수(F=16.823, P<.001)에서 유의한 차이가 발견되었다. 소요시간이 5시간 미만인 방문자보다 5시간 이상인 방문자의 만족이 높은 것으로 나타났고, 연간참여횟수가 많을수록 만족이 높은 것으로 분석되었다.

<표 4-11> 방문 행태에 따른 만족 분산분석

특성	항목	n	만족		
			평균	F	P
방문경험	첫 방문	132	3.90	3.347	.068
	재방문	147	4.03		
소요시간	5시간 미만	138	3.80	23.827	.000***
	5시간 이상	141	4.13		
동반형태	가족·친척	45	3.91	2.025	.134
	친구·동료·연인	168	3.93		
	혼자	66	4.09		
교통수단	버스·택시·도보	84	4.05	1.161	.315
	자가용	93	3.94		
	렌트카	102	3.93		
정보 수집경로	인터넷	121	4.00	1.502	.214
	신문·방송매체	33	3.85		
	여행가이드책자	47	3.85		
연간횟수	지인	78	4.03	16.823	.000***
	5회 이하	216	3.89		
	6회 이상	63	4.22		

* P<.05, ** P<.01, *** P<.001

abc는 Duncan 사후검정 결과로서 문자가 서로 다르면 집단 간 차이가 있음을 의미.

3) 연구가설 3의 검증

가설 3 ‘오름과 올레 방문자의 방문 동기와 만족은 차이가 있을 것이다.’의 검증을 위하여 일원배치분산분석(one-way ANOVA)을 실시하였다.

(1) 세부가설 3-1의 검증

세부가설 3-1 ‘오름과 올레 방문자의 방문 동기는 차이가 있을 것이다.’의 검증을 위해 오름과 올레 방문자에 대하여 방문 동기간의 차이를 분석하였다. 그 결과는 <표 4-12>와 같다. 일상탈출(F=8.328, P<.01)과 건강(F=19.348, P<.001) 동기에서 제주 오름과 올레 방문자간의 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 일상탈출 동기는 제주 올레 방문자가 오름 방문자 보다 높게 나타났고, 건강 동기는 오름 방문자가 올레 방문자보다 높은 것으로 나타났다.

<표 4-12> 제주 오름과 올레 방문자의 방문 동기 차이분석

구분	요인명	제주 오름(n=141)	제주 올레(n=138)	F	P
		평균	평균		
방문 동기	일상탈출	3.64	3.90	8.328	.004**
	자기계발	3.53	3.64	1.570	.211
	건강	3.53	3.10	19.348	.000***
	위신	3.00	3.22	3.630	.058
	체험	3.45	3.33	2.212	.138
	친목	3.20	3.13	.380	.538

* P<.05, ** P<.01, *** P<.001

(2) 세부가설 3-2의 검증

세부가설 3-2 ‘오름과 올레 방문자의 만족은 차이가 있을 것이다.’의 검증을 위해 오름과 올레 방문자에 대하여 만족간의 차이를 분석하였다. 만족에 대한 세부적인 차이를 알아보기 위하여 만족의 3가지 항목에 대해서 차이 검정을 실시하였다. 그 결과는 <표 4-13>과 같다. 방문 만족(F=27.359, P<.000)과 지속 의향(F=22.911, P<.000)에서 오름과 올레 방문자간에 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 동참 권유에서는 차이가 없는 것으로 나타났다. 방문 만족과 지속 의향에 대해서 오름 방문자가 올레 방문자 보다 높은 것으로 나타났다.

<표 4-13> 제주 오름과 올레 방문자의 만족 차이분석

구분	제주오름(n=141)	제주올레(n=138)	F	P
	평균	평균		
방문 만족	4.19	3.76	27.359	.000***
지속 의향	4.15	3.76	22.911	.000***
동참 권유	4.04	3.89	3.649	.057

* P<.05, ** P<.01, *** P<.001

4. 분석결과 요약 및 시사점

1) 분석결과의 요약

본 연구의 목적에 의해 도출된 가설 검증의 결과는 <표 4-14>와 같다. 인구통계학적 특성에서 성별은 거의 비슷한 분포지만 오름은 남성의 방문이, 올레는 여성의 방문이 많았고, 연령은 전체적으로는 20대가 가장 높은 비율을 보였으나 오름은 40대의 비율이, 올레는 20대의 비율이 가장 높았다. 학력은 대학교 이상이, 직업은 관리직이나 전문직의 사람들이 높은 비율을 차지하였다. 방문자의 반 정도가 100만원대 이하의 소득으로 조사되었으나 오름 방문자는 300만원대 이상의 소득이, 올레는 100만원대 이하의 소득이 가장 높은 것으로 조사되었다.

방문행태별 특성을 보면, 재방문의 비율이 첫 방문보다 많았고, 오름은 재방문이, 올레는 첫 방문이 많은 것으로 분석되었다. 친구·연인·동료와 함께 방문하는 경우가 가장 많았고 다음으로 오름은 혼자, 올레는 가족·친척과의 방문이 많았다. 교통수단의 경우는 렌트카가 가장 많은 것으로 조사되었으나 오름은 버스·택시·도보가, 올레는 렌트카가 가장 높은 비율을 차지하였다. 트레킹에 소요한 시간은 오름은 5시간 미만인, 올레는 5시간 이상이 많은 것으로 나타났고, 인터넷을 통한 정보 수집이 가장 높게 나타났으며 연간 참여 횟수는 5회 이하가 많았다.

방문 동기는 총 25가지 항목으로 조사를 실시하였고, 변수들간의 상관관계를 기초로 요인분석을 실시한 결과 일상탈출, 자기계발, 건강, 위신, 체험, 친목의 6가지 요인으로 묶였고, 만족은 3가지 항목으로 조사를 하였고, 요인분석 결과 만족의 1가지 요인으로 묶였다.

‘트레킹 방문자의 인구통계학적 특성에 따라 방문행태와 방문 동기, 만족은 차이가 있을 것이다.’라는 가설 1과 ‘트레킹 방문자의 방문행태에 따라 방문 동기와 만족은 차이가 있을 것이다.’라는 가설 2와 ‘오름과 올레 방문자에 따라 방문 동기와 만족은 차이가 있을 것이다.’라는 가설 3은 부분적으로 채택되었다.

<표 4-14> 가설의 검증 결과

구분	연구 가설	검증결과
H 1	트레킹 방문자의 인구통계학적 특성에 따라 방문행태와 방문 동기, 만족은 차이가 있을 것이다.	부분채택
H 1-1	트레킹 방문자의 인구통계학적 특성에 따라 방문행태는 차이가 있을 것이다.	부분채택
H 1-2	트레킹 방문자의 인구통계학적 특성에 따라 방문 동기는 차이가 있을 것이다.	부분채택
H 1-3	트레킹 방문자의 인구통계학적 특성에 따라 만족은 차이가 있을 것이다.	부분채택
H 2	트레킹 방문자의 방문행태에 따라 방문 동기와 만족은 차이가 있을 것이다.	부분채택
H 2-1	트레킹 방문자의 방문행태에 따라 방문 동기는 차이가 있을 것이다.	부분채택
H 2-2	트레킹 방문자의 방문행태에 따라 만족은 차이가 있을 것이다.	부분채택
H 3	오름과 올레 방문자에 따라 방문 동기와 만족은 차이가 있을 것이다	부분채택
H 3-1	오름과 올레 방문자에 따라 방문 동기는 차이가 있을 것이다.	부분채택
H 3-2	오름과 올레 방문자에 따라 만족은 차이가 있을 것이다.	부분채택

2) 분석결과의 시사점

제주의 오름과 올레 트레킹 방문자의 특성을 파악함으로써, 방문자의 일반적인 특성과 방문 행태, 동기와 만족을 확인할 수 있다. 구체적으로 보면 남성과 여성의 전체적인 비율은 비슷하나 오름은 남성이 올레는 여성이 많이 방문하고 남성은 재방문이, 여성은 첫 방문이 많은 것을 알 수 있는데 연인이나 부부가 함께 즐길 수 있는 체험 프로그램을 개발 한다면 방문자를 늘리는데 도움이 될 수 있을 것이다. 또한 남성은 일상탈출, 자기계발, 건강, 체험 동기가 여성에 비해 높는데 남성들의 정보 수집 경로로 높은 비율을 보인 인터넷이나 신문·방송 매체에 이를 반영한 정보를 효율적으로 제공한다면 홍보에 도움이 될 것이다.

20대 이하는 첫 방문이 많고 연간 5회 이하로 방문하는 경우가 많으며 일상탈출과 위신 동기가 상대적으로 높게 나타났으나 만족은 다른 연령대에 비해서 낮은 것으로 나타났다. 30대 이하의 일상탈출과 위신 동기가 높고 만족은 낮으므로 20대 이하와 30대의 재방문을 유도할 수 있는 체험 프로그램의 개발이 필요한 것으로 보여 진다. 렌트카를 이용한 방문이 가장 높게 조사되었고, 20대 이하와 제주도의 거주자의 렌트카 활용비율이 높는데 렌트카 회사와 연계한 상품을 개발하는 것도 좋을 것이다.

전반적으로 인터넷이나 지인을 통해 정보를 수집하여 방문하는 경우가 많은 것으로 나타났는데 이를 감안하여 인터넷을 통한 보다 효율적인 정보를 제공할 수 있도록 해야 할 것이고, 방문 만족을 높일 수 있는 방안을 마련하여 많은 방문자들이 지인들에게 동참을 권유하도록 해야 할 것이다. 소득이 많을수록 만족이 높게 나타났는데 소득수준 향상에 따라 자연 체험의 기회가 증대된다는 점을 감안하여 자연체험 방문자들의 다양한 욕구를 충족시킬 수 있는 프로그램이 필요한 것으로 보인다.

이렇게 제주 오름과 올레 트레킹 방문자들의 인구통계학적 특성에 따른 방문 행태와 방문 동기와 만족의 차이를 파악하고 방문행태가 방문 동기와 만족에 보이는 차이를 정확히 분석하여 트레킹 코스 관리와 관련 정책 수립과 트레킹 방문자 유치를 위한 마케팅 전략을 수립하여야 한다.

제 5 장 결론 및 제언

1. 연구의 요약

국민들의 자연환경에 대한 보호와 관심이 증가되고 여가형태의 변화로 직접 경험하고 체험하는 활동적인 관광을 선호하게 되었다. 자연친화적이면서 동적인 레크리에이션인 트레킹으로 제주의 오름과 올레는 전국적으로 크게 각광받고 있다. 경관이 좋은 관광지를 감상하고 체험해 보고자 참여하는 트레킹은 방문자의 개인적인 특성에 따라 방문행태가 다를 수 있고, 개인적인 특성과 방문행태에 따라 방문 동기와 만족에 차이가 있을 수 있다.

선행연구에서는 방문자들의 각각의 특성만을 조사하거나 인구통계학적 특성에 따른 방문 동기와 만족의 차이를 알아본 것이 대부분이다. 본 연구는 제주의 오름과 올레 트레킹이 대중화 되고 있는 시점에서 트레킹 방문자의 특성을 알아본다는 것에 의의가 있을 것이다. 또한 인구통계학적 특성뿐만 아니라 방문 행태에 따른 방문 동기와 만족의 차이를 봄으로써 각각의 특성에 따라 시장 세분화를 통한 마케팅 전략을 세울 수 있을 것이다.

이에 본 연구는 트레킹 대상지로서 제주 오름과 올레 방문자들의 특성을 조사하여, 효율적인 트레킹 코스의 개발·관리체계를 수립하고 트레킹 방문자 유치를 위한 제주 관광의 정책 및 마케팅 전략을 수립하고자 연구 목적을 설정하였다. 연구 목적에 따라 도출된 분석 결과로, 방문행태별 특성을 보면 전체적으로는 재방문의 비율이 첫 방문보다 많았지만, 오름은 재방문이, 올레는 첫 방문이 많은 것으로 나타났다. 친구·연인·동료와 함께 방문하는 경우가 가장 많고 다음으로 오름은 혼자, 올레는 가족·친척과의 방문이 많았다. 교통수단의 경우는 렌트카가 가장 많은 것으로 조사되었으나 오름은 버스·택시·도보가 가장 높은 비율을 차지하였다. 트레킹에 소요한 시간은 오름은 5시간 미만, 올레는 5시간 이상이 많은 것으로 나타났고, 인터넷을 통한 정보 수집이 가장 높게 나타났다. 연간 참

여 횡수는 5회 이하가 많았다.

방문 동기와 만족이 인구통계학적 특성과 방문행태에 따라 차이가 있는지 알아보았는데 부분적으로 차이가 나타났다. 혼자서 방문하는 방문자보다 친구·연인·가족과 함께 방문하는 방문자가 많으므로 연인이나 부부가 함께 할 수 있는 프로그램의 개발이 필요하다. 소득수준이 높을수록 자연 체험의 기회가 증대되고 만족이 높게 나타났으므로 소득수준에 맞는 체험 프로그램의 개발도 필요한 것으로 보여 진다. 또한 방문자의 연령이 40대 이상일수록 만족이 높은 것으로 나타났다으므로 젊은 연령층을 위한 프로그램도 개발하는 것이 좋을 것이다. 정보 수집경로를 보면 인터넷을 통한 경우가 가장 많고 신문·방송 매체를 통해 정보 수집을 한 경우의 방문 동기가 높게 나타났으므로 인터넷이나 신문·방송 매체를 통해 효율적인 정보를 제공할 수 있도록 해야 할 것이다. 5시간 이상, 6회 이상 방문한 방문자의 만족도가 높은 것으로 나타났으므로 첫 방문 후에 재방문을 유도하여 만족을 높일 수 있는 방안을 마련하고 렌트카를 이용한 방문이 가장 많으므로 렌트카와 연계한 상품의 개발도 필요할 것이다.

이 같은 분석 결과를 통해 향후 제주 오름과 올레 코스의 개발·관리 시 방문자의 특성에 맞춘 프로그램을 개발하고 인터넷과 신문·방송 매체를 통해 효율적인 정보를 제공하며 만족도를 높일 수 있는 방안과 상품의 개발이 필요하다는 시사점을 찾을 수 있다. 제주의 오름과 올레가 트레킹 대상지로서 방문자의 욕구를 만족시킬 수 있는 프로그램을 개발한다면 제주도 관광객 유치에 영향을 줄 것이다.

선행연구에서 올레는 지인과 TV/라디오를 통한 정보 수집이 가장 많은 것으로 나타났는데¹⁰⁶⁾, 본 연구에서는 오름과 올레 모두가 인터넷을 통해 정보 수집을 하는 경우가 가장 많은 것으로 나타났다. 올레의 경우는 올레 홈페이지가 따로 마련되어 있어 홈페이지를 통해서 올레나 주변 숙소의 정보를 쉽게 알 수 있지만 오름의 경우는 홈페이지가 따로 없다. 오름 동호회관련 홈페이지는 많이 있어서 회원들간의 커뮤니티 활동은 활발한 것으로 보이지만 일반 관광객이 오름에 대한 상세한 정보를 얻기에는 무리가 있는 것으로 보인다. 오름도 올레와 같이 홈페이지의 개설·관리가 필요할 것이다.

106) 문화체육관광부(2010). 전게서

선행연구에서 방문 동기의 경우 오름의 경우는 신체적 동기가 가장 높은 것으로 나타났고,¹⁰⁷⁾ 울레의 경우는 자연환경 관련 동기,¹⁰⁸⁾ 자연 경관 감상이 가장 높게 나타났다.¹⁰⁹⁾ 본 연구에서 나타난 결과를 보면 오름과 울레 모두가 일상탈출 동기가 가장 높게 나타났다. 일상생활을 통해 받는 스트레스를 해소하고 휴식을 위하여 경관을 감상하면서 오름이나 울레 트레킹을 통해 기분전환을 하고 마음의 여유를 갖는 방문자들이 많다는 것을 알 수 있다.

또한 오름과 울레 방문자의 방문 동기를 보면 일상탈출과 건강 동기에서 차이를 보이는데 오름 방문자는 건강 동기가, 울레 방문자는 일상탈출 동기가 높은 것으로 나타났다. 이는 수평적으로 걷는 울레에 비해 수직적으로 오르내리는 오름은 운동 및 체력단련이나 건강 체크 및 관리, 체중조절(다이어트)을 하기 위한 건강 목적으로 방문하는 사람들이 많다는 것을 의미한다. 또한 울레는 코스가 바다나 숲을 끼고 형성되어 있어 경관을 감상하면서 마음의 여유를 갖고 기분전환이나 스트레스를 해소하기 위한 일상탈출 목적으로 방문하는 사람들이 많다는 것을 뜻한다. 즉, 오름은 운동이 되는 장소로, 울레는 경관을 감상하며 걷는 장소로 인식하고 있다는 것을 알 수 있다.

오름과 울레 방문자의 만족을 보면 방문 만족과 지속 의향에서 오름 방문자의 만족이 울레 방문자에 비해 높게 나타났다. 이는 건강을 목적으로 오름에 방문한 방문자는 운동이 됨을 느껴 방문 만족, 지속 의향에서 높게 나타난 것으로 볼 수 있다. 일상탈출과 스트레스 해소를 위하여 울레를 방문한 방문자는 코스가 길고, 중간에 오름이나 험난한 바윗길을 걸어야 하므로 생각했던 것보다 힘이 들어 오름에 비해 만족이 낮게 나타난 것으로 볼 수 있다.

107) 부공민(2009). 전계논문.

108) 정철·박태영·노경국(2010). 전계논문.

109) 문화체육관광부(2010). 전계서.

2. 연구의 한계와 제언

본 연구는 제주 오름과 올레, 2개 집단만을 비교하였는데 향후 도민과 관광객을 포함하여 4개의 집단으로 분류하고 특성을 연구한다면 좀 더 구체적인 연구가 될 수 있을 것이다. 제주의 오름과 올레만을 연구 대상으로 선정하였기에 위의 연구결과를 모든 트레킹 대상지에 적용하는 것에는 무리가 있다. 또한 제주도가 세계자연유산으로 주목받으면서 외국인의 거문 오름과 성산일출봉 방문이 많아졌는데 내국인만을 대상으로 조사하였기에 연구결과를 해외 방문자에게 적용하는 데는 한계가 있고, 외국인의 특성도 조사하여 내국인과 외국인의 특성을 비교하는 것도 좋은 연구가 될 수 있을 것이다. 연구 대상자를 개별 방문자로 제한하였는데 단체 관광객들을 포함시켜 조사하여 개별 관광객과 단체 관광객을 비교하는 연구도 좋은 연구가 될 수 있을 것이고, 국내의 다른 트레킹 대상지인 지리산 둘레길과 서울의 북한산성길도 연구대상지로 조사한다면 국내의 트레킹 방문자에 대한 특성 조사로 일반화 할 수 있을 것이며, 지역별로 비교를 하는 것도 좋은 연구가 될 수 있을 것이다.

참고문헌

1. 국내문헌

1) 서적

- 김계수(2007). 『Amos 16.0 구조방정식 모형분석』, 서울 : 한나래
- 김종은·이승곤(2008). 『관광지리학』, 서울 : 형설출판사
- 김태호(2000). 『자연환경과 인간』, 서울 : 한울 아카데미
- 김효윤(1994). 『레포트 가이드』, 서울 : 오성출판사
- 문화체육관광부(2010), 『도보여행 활성화에 따른 파급효과 분석』, 문화체육관광부.
- 박석희(2000). 『관광조사연구기법』, 서울 : 일신사
- 박시사(2001). 『관광 소비자 행동론』, 서울 : 대왕사
- 신영대(2004). 『제주문화속의 오름』, 제주도 : 제주대학교 탐라문화연구소
- 오창명(1998). 『제주도 오름과 마을이름』, 제주도 : 제주대학교출판부
- 윤용택(2004). 『제주인과 오름』, 제주도 : 제주대학교 탐라문화연구소
- 정충영·최이규(2009). 『SPSSWIN을 이용한 통계분석』, 서울 : 무역경영사
- 제주도(1997). 『제주도의 오름』, 제주도.
- 제주도·제주발전연구원(2000). 『제주 오름의 보전·관리방안 연구』, 제주도 : 제주도·제주발전연구원.
- 채서일(2004). 『사회과학조사방법론』, 서울 : 학현사
- 최태광(2002). 『관광경영학』, 서울 : 백산출판사.
- 한광일(1999). 『최신 레포트 백과』, 경기 : 도서출판 솔바람
- 허시명(2005). 『평생 잊을 수 없는 체험여행 40』, 서울 : 넥서스 BOOKS

2) 논문

- 강재정·송재호·양성국(2003). 관광동기·이미지·재방문의도간 구조적 관련성, 『관광학 연구』, 26(4), pp.221-238.
- 고은경·김태호(2003). 제주도의 오름을 이용한 생태관광 지형해설 프로그램의 개발, 『한국지형학회지』, 10(2), pp.195-206.
- 김기홍·정응용·권봉헌(2004). 관광동기요인이 관광지 선택과 만족도에 미치는 영향, 『호텔관광연구』, 6(1), pp.50-74.
- 김덕경·최영준·윤중업(2004). 관광동기에 따른 관광지 이미지가 관광만족도에 미치는 영향에 관한 연구, 『관광학연구』, 28(2), pp.95-111.
- 김상범·심우경·노재현(2007). 오름의 형태와 시각량 분석을 통한 경관선호성 평가, 『한국조경학회지』, 35(1), pp.48-58.
- 김성혁·안대희(1998). 청소년층의 여행 동기에 관한 연구, 『관광연구 저널』, 11, pp.51-74.
- 김진국(2004). 스키장 동계 리조트 이용자의 참여동기와 만족도, 석사학위논문, 원광대학교 교육대학원.
- 김희성·이재섭(2010). 트레킹(trekking)시장세분화를 통한 상품개발 방안 : 여성 트레킹 참여자를 중심으로, 『관광·레저 연구』, 22(1), pp.271-287.
- 곽동현(2008). 오지 트레킹 여행자의 동기에 따른 트레킹 특성과 만족도 연구, 석사학위논문, 경희대학교 관광대학원.
- 문성태(2005). 여가 스포츠 참여자의 참여동기와 여가 만족도의 관계, 석사학위논문, 중앙대학교 교육대학원.
- 박영아·현용호(2009). 도보여행 동기에 관한 탐색적 연구-제주 올레를 중심으로, 『관광학연구』, 33(7), pp.75-93.
- 박창규(1998). 관광지 만족 결정경로와 요인에 관한 연구, 박사학위 논문, 경기대학교 대학원.
- 부공민(2009). 오름 트레킹 참여 동기와 만족도간의 관계, 석사학위논문, 제주대학교 교육대학원.
- 심재철·임재필(2008). 해외 국제전시회 참관객의 참관목적이 만족도에 미치는

- 는 영향, 『관광연구 저널』, 22(1), pp.223-241
- 안영면(1991). 라이프스타일에 따른 관광객 행동 특성에 관한 연구, 박사학위 논문, 경남대학교 대학원.
- 안창식·박장근·이원희(2000). 도시 근교산 등산객의 등산 행태 분석연구, 『한국체육학회 학술발표회 자료집』, pp.982-990.
- 양영훈(2010). 산 자의 삶터, 죽은 자의 안식처인 기생화산 - 제주도의 오름, 대한지방행정공제회, pp.50-54
- 오남현(2008). 울진금강송 생태숲의 이용자 행태분석과 개선방안, 『한국환경생태학회지』, 22(3), pp.249-259.
- 유기준·김동필·김용근(2001). 계룡산국립공원에서의 이용객 행태와 이용 및 관리속성에 대한 이용객 태도, 『한국환경생태학회지』, 14(4), pp.324-331
- 이보미(2010). 제주 올레길 경험의 역동성 연구, 석사학위논문, 세종대학교 관광대학원.
- 이수범·이은용·송영은(2007). 방한 외국인 관광객의 한류상품 만족도에 관한 연구, 『호텔경영학연구』, 16(5), pp.257-271.
- 이연희·김기원·변우혁(2009). 도시 숲으로서 북한산 국립공원의 탐방객 특성에 관한 연구, 『한국산림휴양학회지』, 13(1), pp.53-61.
- 이후석·오민재(2004). 관광객의 시선이 관광동기와 만족도에 미치는 영향에 관한 탐색적 연구, 『호텔경영학연구』, 13(4), pp.205-217.
- 원서영(2003). 잠재배낭여행객의 여행 동기와 지각된 위험에 관한 연구. 석사학위논문, 세종대학교 대학원.
- 정철·박태영·노경국(2010). 제주 올레 관광객의 방문 동기와 사전이미지의 관계, 『관광학연구』, 34(4), pp.13-33.
- 조계중(2007). 해설프로그램 개발을 위한 월악산 국립공원에서의 방문객 특성에 관한 연구, 『한국산림휴양학회지』, 11(2), pp.1-9.
- 조우·유기준(2004). 탐방객 특성에 기초한 도시공원 생태교육 프로그램운영 방안, 『한국환경생태학회지』, 18(3), pp.297-305.
- 조진희·김수봉(2007). 관광태도로 분류한 생태관광객과 대중관광객의 특성 비교, 『관광·레저연구』, 19(1), pp.27-43.

- 주영우(2004). 국외 배낭관광자의 동기에 따른 유형별 여행상품 만족도 연구, 석사학위논문, 경기대학교 대학원, pp.50-55.
- 황진수·장호성(2010). 라이프스타일에 따른 청계천 방문객의 특성에 관한 연구, 『관광학연구』, 34(1), pp.195-211.
- Lee, J. H.·Ivy, M. I.· Moore, R. L.(2001). 도시녹지 내 트레일 이용에 있어서의 편익과 문제점에 관한 한, 미간 트레일 이용자 인식의 비교 연구, 『한국임학회지』, 90(5), pp.585-592.

2. 국외문헌

1) 서적

- Griffin, J.(1995). Customer Loyalty: How to Earn, How to Keep it, New York: Lexington Books.
- Hoyer, W. D.·MacInns, D. J.(2007). Consumer Behavior, New York : Boston.
- Kotler, P.(2000). Marketing management : Analysis, planning, implementation and control(10th ed), New Jersey : Prentice-Hall
- Oliver, R. L.(1997). Satisfaction : A behavior perspective on the consumer, Boston : Irwin MaGraw-Hill.

2) 논문

- Baker, D. A.·Crompton, J. L.(2000). Quality, Satisfaction and Behavioral Intentions, Annals of Tourism Research, 27(3), pp.785-804.
- Chettri, N.(2010). Cross-Taxon congruence in a trekking corridor of Sikkim Himalayas: Surrogate analysis for conservation planning, Journal for Nature Conservation, 18, pp.75-88.

- Dick, A. S.·Basu, K.(1994). Consumer Loyalty : Toward on Integrated conceptual Framework, *Journal of Academy Marketing Science*, 22(Spring), pp.99-113.
- Gartner, W. C.(1993). Image formation Process, *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 2(3), pp.191-215
- Guzman, A. B. de·Leones, J. D.·Tapio, K. K. L.·Wong, W. G.·Castro, B. V. de(2006). Segmenting Motivation, *Annals of Tourism Research*, 33(3), pp. 863-867.
- Gyimothy, S.·Mykletum, R. J.(2004). Play in adventure tourism The case of Arctic Trekking, *Annals of Tourism Research*, 31(4), pp.855-878.
- Jones, T. O.·Jr.Sasser, W.(1995). Why Satisfied customers defect, *Harvard Business Review*, 73, pp.89-99.
- Kozak, M.(2002). Comparative analysis of tourist motivations by nationality and destinations, *Tourism Management*, 23, pp.221-232.
- Law, A.·Rodway, G. W.(2008). Trekking and Climbing in the Solukhumbu District of Nepal: Impact on Socioeconomic Status and Health of Lowland Porters, *Wilderness and Environmental Medicine*, 19, pp.210-217.
- Murray, M.·Graham, B.(1997). Exploring the dialectics of route-based tourism: the Camino de Santiago, *Tourism Management*, 18(8), 1997.
- Parasuraman, A.·Grewal, D.(2000). The impact of technology on the quality-value-loyalty chain: a research agenda. *Journal of Academy of Marketing Science*, 28(1), pp.168-174.
- Park, D.·Yoon, Y.(2009). Segmentation by motivation in rural tourism : Korean case study, *Tourism Management*, 30, pp.99-108
- Zeithmal, V. B. L.·Parasuraman, A.(1996). The behavior consequences of service quality, *Journal of Marketing*, 60, pp.31-46.
- Zhang, Q. H.·Lam, T.(1999). An analysis of Mainland Chinese visitor' motivation to visit Hong Kong, *Tourism Management*, 20, pp.587-594.

3. 기타문헌 - 인터넷 자료 및 보고서 등

네이버 홈페이지, <http://www.naver.com/>

대한산악연맹 홈페이지, <http://www.kaf.or.kr/>

제주 올레 홈페이지, <http://www.jeuolle.org/>

제주특별자치도 관광협회 홈페이지, <http://www.hijeju.or.kr/>

중앙일보 홈페이지, <http://www.joongang.co.kr/>

한국일보 홈페이지, <http://news.hankooki.com/>

한국트레킹클럽 홈페이지, <http://cafe.daum.net/trekking-club/>



<부록>

설문지

--	--	--

안녕하십니까?

“트레킹 방문자의 특성에 관한 연구”를 위한 설문을 하고자 합니다.

설문지를 통하여 얻어진 귀하의 고견은 본 연구에 귀중한 자료가 될 것입니다. 귀하의 응답 자료는 무기명으로 처리되며, 순수 통계 처리 이외의 목적으로는 사용되지 않을 것임을 밝혀드립니다.

귀하의 협력에 감사드립니다.

지도교수 : 제주대학교 관광경영학과 교수 최 병 길
연구자 : 제주대학교 대학원 관광경영학과 석사과정 박 은 미
(H/P : 010-9378-4267 E-Mail : yadannatne@nate.com)

◆ 다음은 방문행태에 관한 사항입니다.

1. 귀하는 제주에서 오름이나 올레 트레킹 경험이 있으십니까?
① 첫 방문 ② 재방문 (____ 번)
2. 귀하는 오늘 트레킹에 누구와 함께 참여하셨습니까?
① 가족·친척 ② 친구·동료·연인 ③ 혼자
3. 귀하는 오늘 트레킹 출발지까지 어떤 교통수단을 이용하여 도착 하셨습니까?
① 버스·택시·도보 ③ 자가용 ④ 렌트카
4. 귀하께서 오늘 트레킹 활동에 몇 시간정도 소요하셨습니까? (약 ____ 시간)
5. 귀하께서는 오늘 트레킹 참여 전 트레킹 관련 정보 수집을 어떤 경로를 통하여 얻으셨습니까?
① 인터넷 ② 신문·방송매체 ③ 여행 가이드 책자 ④지인
6. 귀하께서는 연간 트레킹 참여를 몇 번 정도 하십니까? (약 ____ 번)

◆ 다음은 귀하가 트레킹을 참여하게 된 동기에 관한 사항입니다. 각 문항을 잘 읽으시고 귀하의 견해를 가장 잘 반영하고 있다고 생각되는 번호에 표시해 주세요.

문 항 나는 ~을(를) 위해서 트레킹에 참가했다.		전혀 아니다	아니다	보통이 다	그렇다	매우 그렇다
1	운동 및 체력단련	①	②	③	④	⑤
2	건강 체크 및 관리	①	②	③	④	⑤
3	체중조절(다이어트)	①	②	③	④	⑤
4	생태환경에 대한 관심	①	②	③	④	⑤
5	새로운 경험	①	②	③	④	⑤
6	호기심	①	②	③	④	⑤
7	트레킹 대상지에 대한 관심	①	②	③	④	⑤
8	동호회 활동 및 친목	①	②	③	④	⑤
9	좋은 사람들과의 만남	①	②	③	④	⑤
10	친구와의 시간	①	②	③	④	⑤
11	가족과의 화합	①	②	③	④	⑤
12	자연이 좋아, 감상	①	②	③	④	⑤
13	관광지의 경관 감상	①	②	③	④	⑤
14	기분전환	①	②	③	④	⑤
15	마음의 여유	①	②	③	④	⑤
16	스트레스 해소	①	②	③	④	⑤
17	반복적인 생활 탈출	①	②	③	④	⑤
18	나를 되돌아보는 기회	①	②	③	④	⑤
19	자신감	①	②	③	④	⑤
20	자기계발	①	②	③	④	⑤
21	성취감	①	②	③	④	⑤
22	남과 차별된 활동	①	②	③	④	⑤
23	유명한 곳에서의 경험	①	②	③	④	⑤
24	사회적 지위에 맞는 생활	①	②	③	④	⑤
25	특별한 경험 얘기	①	②	③	④	⑤

◆ 다음은 귀하의 트레킹 참여 후 만족에 관련된 사항입니다. 문항을 읽으시고 귀하의 견해를 가장 잘 반영하고 있다고 생각되는 번호에 표시해 주세요.

문 항 나는 트레킹 참여 후		전혀 아니다	아니다	보통이 다	그렇다	매우 그렇다
1	방문한 것에 대해 만족 한다	①	②	③	④	⑤
2	향후 지속할 의향이 있다	①	②	③	④	⑤
3	지인에게 동참을 권유할 의향이 있다	①	②	③	④	⑤

◆ 다음은 일반적인 사항입니다. 해당하는 번호에 표시해 주세요.

- 귀하의 거주지는 어디입니까?
① 제주도 ② 제주도의외
- 귀하의 성별을 표시하여 주십시오.
① 남자 ② 여자
- 귀하의 연령을 표시하여 주십시오.
① 20대 이하 ② 30대 ③ 40대 ④ 50대 이상
- 귀하의 학력을 표시하여 주십시오.
① 고졸 ② 대학교 이상
- 귀하의 직업을 표시하여 주십시오.
① 학생 ② 관리직/전문직 ③ 자영업/생산직 ④ 주부 · 기타
- 귀하의 소득을 표시하여 주십시오.
① 100만 원대 ② 200만 원대 ③ 300만 원대 이상

지금까지 설문에 응해주셔서 대단히 감사합니다.

ABSTRACT

A Study of Trekking Visitor's Characteristics

- Comparison Between Oreum and Olle Visitor's-

Park, Eunmi

Department of Tourism Management

The Graduate School of

Jeju National University

As an increasing concern about the preservation of nature and change in the form of leisure, people prefer going on a trip, which includes a lot of activities and experiences. "Jeju Olle Trails", is one of the most popular places for trekking, and "Oreum", a small hill or slope that is a tiny volcanic zone, have the reputation for their dynamic courses and eco-friendly environment. In accordance with the characteristic of individual person who wants to experience various sightseeing places, there are many different types of (tourists) spots to visit, and people have a variety of contentment from it.

In the most previous study, all the concerns is about the inquiry of characteristic of individual person and what is the motive to visit and the satisfaction from it according to the demographic factor. As for this study, it has great significance to examine feature of travelers in the moment when "Olle trekking" has become popular nationwide in Korea. In addition, it would be beneficial to consider why people would choose to "Jeju Olle trail" and when they feel satisfied with it or not. That is how we could formulate a marketing strategy with market segmentation that is individualized to each.

This study aims to work out the marketing strategy for charming more visitors and to develop interesting courses and build the effective management

system through the investigation of features of tourist to "Olle" and "Oreum". The hypothesis that we formulate are as follows :

1. According to the demographic factor, people have different purpose of visiting and satisfaction from it.
2. In relation to types of travelling that visitors would choose, it's likely to be found that people own various motive to visit and the contentment from it
3. In accordance with the characteristic of individual person, there are many different types of purposes for travelling, and people have a variety of desires from it.

Literature research and supporting one as well was conducted in order to achieve the purpose of the study, and the survey was carried out with visitors at the "Jeju Olle trail route 1, 7, 10", "Geomeun Oreum", "Sangumburi", and "Seongsan-Ilchulbong" being targeted over a period of ten days from 15th to 24th October this year. SPSS program based on 279 samples was used to analyze the data.

The hypothesis mentioned above are all partially adopted after the analysis. A significant point which can be derived from the result is that we need to develop a sort of experience program where couples and younger generation could take part in and the one that is suitable with level of income. Therefore, it is necessary to improve the product connected to automobile renter, to provide with information via internet, and to figure out the way of increasing the contentment of visitors, thereby encouraging people to revisit and to introduce to their acquaintance.

The differences in motive to visit "Olle" and "Oruem" can be seen in that they have something to do with following reasons. People choose "Oreum" for keeping their shape, while "Olle" is selected for refreshing their minds. That is, People thought of "Oruem" as the place helpful for exercise, whereas "Olle" is considered the spot where they could appreciate the beautiful nature over walking the trail. It will be the effective marketing strategy provided

that people could choose both "Olle" and "Oruem" for their own sake.

In terms of sustaining desire of visiting and enjoyment from it, "Oruem" drew more higher satisfaction in a survey that asked visitors which place they thought was better between "Olle" and "Oruem". This indicates that people choose "Oruem" since they thought it would be beneficial to health. However, those who visit "Olle" for letting out the stress and freshen up felt low satisfaction for the reason that the length of the course is rather long, and they sometimes have to pass through dangerous rocky trails, which causes much trouble.

As for trekking places, Jeju's "Olle and Oruem" is much promising for attracting visitors as long as it makes constant efforts to develop the programs which fulfil the rising desire of travellers. Based on the result of analysis, it has great importance to progress management system, develop new courses, and establish more effective strategies for marketing.