

세계자연유산 방문객의 동기가 환경태도와 방문가치에 미치는 영향[†]

An Effect of motivation on Environmental attitude and value of the
UNESCO World Natural Heritage visitors

오 상 훈* · 이 유 라**
(Oh, Sang-Hoon · Lee, Yu-Ra)

목 차

- I. 서론
- II. 이론적배경
- III. 연구방법
- IV. 연구결과
- V. 결 론

I. 서론

최근 산업화에 의한 급속한 경제성장이 생활환경과 자연생태계 파괴 등의 환경문제를 불러일으켜 곧 인류 생존에 위협을 줄 수 있다는 위기의식이 등장하면서 전 세계가 환경문제에 높은 관심을 보이고 있다. 환경문제에 대한 국제적인 논의는 지속가능한 개발(sustainable development)이라는 새로운 패러다임을 만들게 되었고, 이러한 생태패러다임은 관광부문에서 지속가능한 관광(sustainable tourism)으로 나타나게 되었다. 지속 가능한 관광(sustainable tourism)에 대한 관심의 증가는 대규모 관광개발에서 탈피하여 자연환경을 주요관광자원으로 하여 지속가능한 관광의 일환인 생태관광이 주목받고 있다(오민재이 후석, 2002; 강미희·김남조·최승담, 2003). 환경의 소중함이 강조된 생태관광이 활성화됨에

† 이 논문은 2013학년도 제주대학교 학술진흥연구비 지원 사업에 의하여 연구되었음

* 제주대학교 경상대학 관광경영학과 교수. e-mail: shoh323@jejunu.ac.kr

** 제주대학교 경상대학 관광경영학과 강사. e-mail: reasonla@hanmail.net

따라 관광개발과 보존이라는 상호 유기적인 관계를 지속하면서 활성화시킬 수 있는 방법에 대한 관심이 높아지고 있다. 오늘날 관광객들은 단순 유람관광에서 벗어나 관광고유의 가치, 특히 특정 지역의 문화 또는 자연적 가치에 더 많은 관심을 두고 있으며, 따라서 관광 지에서의 '교육'과 '오락'의 체험기회를 중요시하는 경향이 있다(Urry, 2003).

이러한 관광 트렌드 변화와 더불어 제주특별자치도는 2002년 한라산이 세계생물권보전 지역으로 지정된 이후 2007년 '제주화산섬과 용암동굴계'가 한국 최초로 세계자연유산으로 등재되었고, 2010년 세계지질공원 인증으로 유네스코 선정 자연환경분야 '트리플크라운'을 달성하였다. 이로 인해 자연환경의 가치를 인정받은 제주특별자치도는 새로운 생태관광도시로의 발전을 기대하고 있다.

세계자연유산은 각 나라의 자연환경 중에서 세계적으로 보존해야 할 가치가 매우 높은 지역을 객관적으로 비교·검토하여 선택적으로 지정된다. 제주도는 2007년 국내 최초로 '제주화산섬과 용암동굴'이란 이름으로 세계자연유산에 등재되었으며, 세계자연유산 등재된 지역은 한라산, 성산일출봉, 거문오름용암동굴계이다. 이는 제주가 자연미는 물론 지질학, 지형학, 자연지리학적으로 중요성이 인정되어 세계적으로 소중한 자산인 만큼 세계인의 관점에서 보호 및 보존할 수 있는 관리가 필요하다는 뜻이다. 따라서 제주의 자연환경을 보호하면서 관광객의 욕구를 충족시키기 위해서는 세계자연유산 방문자의 동기 및 환경에 대한 태도를 파악하여 향후 관광개발정책에 반영하는 노력이 필요하다.

이를 위하여 본 연구에서는 첫째, 세계자연유산지구 방문자의 방문동기와 환경태도 및 방문가치에 대해 살펴보고 둘째, 방문동기가 환경태도 및 방문가치에 어떠한 영향을 미치고 있는지 파악하고자 한다. 마지막으로 방문자의 환경태도가 방문가치에 어떠한 영향을 미치고 있는지 파악하고자 한다. 이를 통해 본 연구는 한국에서 유일하게 세계자연유산으로 지정된 제주가 향후 추진해나갈 지속가능한 관광 및 자연유산 관광개발에 대한 올바른 정책 방향 및 마케팅 방안을 제시할 수 있을 것이다.

II. 이론적 배경

2.1. 방문동기

관광은 항상 인간의 특성과 관련되어 있기 때문에 왜 사람들이 여행을 하는지, 무엇을

즐기기 원하는지를 조사하는 것은 중요하지만 상당히 복합적인 문제로 다루어지고 있다. 관광객의 욕구를 충족시키는 관광 상품을 개발하여 이들의 만족을 극대화하고, 재방문 유도를 통해 관광목적지의 이익을 극대화하기 위하여 관광동기를 파악하는 것은 매우 중요하다. 따라서 관광객들의 목적지 선택에 영향을 주는 요소들을 결정하는 것은 마케팅 전략수립에 필수적이며, 여러 요소들 중 특히 관광객의 동기는 관광지 선택행동과 평가에 있어서 매우 중요한 영향을 미치는 요인으로 연구되고 있다(Tzu-Kuang, et.al, 2009).

동기는 일반적으로 행동을 유발하는 개인 내부의 추진력 또는 신체의 에너지를 활성화하여 외부 환경에 존재하는 목표를 달성하도록 지시하는 내적 상태를 말한다. 이는 곧 사람의 기본적 요구이자 모든 관광행동을 유발하는 근본적인 원인이다. 즉, 동기는 인간의 행동원인으로 행동방향과 강도를 결정하고, 행동의 지속성을 유지시켜주는 내적 구성개념으로, 행동의 방향, 힘 그리고 지속성에 직접적으로 영향을 미치는 것 혹은 목표를 향해 행동을 활성화하고 지시하고 유도하는 내적상태를 의미한다.

관광동기는 개인적, 심리적, 내적요인 뿐만 아니라, 문화적 시대적 외적 환경에 따라 다르게 나타나고 있으며, 자연환경과 축제이벤트와 같은 유·무형의 형태로 관광객들을 끌어들이 수 있는 유인력이 되고 있다(김민철·장희정, 2008). 따라서 관광동기는 관광행동을 일으키게 하는 중요한 요인으로서 관광행동에 관한 연구에서 중요하게 다루어지고 있다.

기존 선행연구에서는 관광객의 동기를 크게 두 가지 측면으로 연구하고 있다. 특정 지역을 방문하는 사람들의 일반적인 관광동기는 방문객의 인구통계적 특성에 따라 어떻게 차이가 나는가에 초점을 맞추고 있으며, 특수 목적형 관광의 경우 일반적인 여행의 동기 뿐만 아니라 그 활동에 참여할 때만 독특하게 가질 수 있는 동기(activity specific motivation)에 초점을 맞추고 있다는 점에서 전자와 구별된다. 따라서 생태관광객의 동기에 대한 연구 역시 특정한 목적을 가진 관광 동기에 대한 다른 선행연구와 마찬가지로 생태관광객들만이 독특하게 가질 수 있는 동기와 모든 부류의 관광객이 일반적으로 가질 수 있는 동기라는 두 가지 측면에 초점을 맞출 필요가 있다(이승곤·오민재, 2007).

생태관광의 방문 동기는 크게 심리적 동기와 사회적 동기 동기로 구분할 수 있다. 이는 사회적 일환으로 동호인 또는 동일 취향 지인들끼리의 정보 교환으로 인한 사회적 교섭에서 동기가 유발 될 수 있으며 생태적 자원이 갖고 있는 매력에 습지 또는 해안을 찾는 동기원인으로 설명될 수 있다(오상훈, 1995). 생태관광객은 다른 일반관광객과 마찬가지로

휴식과 스트레스해소 같은 기본적인 욕구 충족을 위해 여행을 하며 여행을 통해 활동적인 체험 및 자연에 대한 이해와 학습을 중요시하는 경향이 크다고 설명하였다(강미화·김남조·최승담, 2003). 대부분의 생태관광객은 자연 속에서 활동하는 것을 즐기는 사람으로 정의되고 있으며, 생태관광객은 환경적 특징 및 문화적 특징에 대한 매력에 매우 강하게 반응하며, 지속적인 생태관광지 유지에 강한 긍정적인 태도를 지니고 있다. 이러한 차이를 통해 생태관광객은 일반관광객과 다른 방문목적에 갖고 있음을 알 수 있다(McKerche, 1993; 오상훈, 1995).

선행연구를 토대로 세계자연유산 방문자의 관광동기에 대한 연구를 살펴보면 성취, 자율성, 학습, 자연성향성, 자기반성의 4개 요인으로 구분하였고(Manfredo, 1996), 또한 신체적동기, 문화적동기, 대인적동기, 지위 및 권위 동기로 구분한 연구가 있다(McIntosh, 1990). 생태관광객의 관광동기를 측정하는 척도에 관한 연구에서는 방문동기를 중심으로 생태관광지 방문객 시장을 세분화하면서 ‘학습 및 자연교감’, ‘기분전환’, ‘새로운 것 경험’, ‘자기계발’, ‘친교’를 통해 ‘자기계발집단’, ‘낮은동기집단’, ‘기분전환집단’으로 세분시장을 제시하였다(박혜윤·양현주, 2006). 또한 생태관광동기가 여가만족에 미치는 영향관계를 분석한 결과 생태관광동기를 자연학습과 감상, 휴식, 친목성의 세 가지 요인으로 나타냈다(김선영·장병주·이준, 2007).

이상의 선행연구를 살펴본 결과 관광동기는 여러 학자들에 따라 매우 다양하게 규명되어지고 있으며, 이는 관광객 심리적 요인에 대한 차이, 개인적인 특성에 따른 문화환경적인 차이가 서로 복합적으로 작용하고 있기 때문으로 판단할 수 있다.

본 연구에서는 관광동기를 측정하기 위해 Mill and Morrison(1997)이 제시한 확장된 Maslow동기이론과 정철·김남조(2001), 강미화·김남조·최승담(2002)의 연구에서 관광객들의 비교에 가치가 있다고 판단되는 휴식/도피, 소속, 도전, 성취/지위, 자기실현, 지적추구, 미적추구 등 7가지 요인에 대한 28문항으로 설문을 구성하였다.

2.2. 환경태도

태도란 특정대상에 대해 호의적이거나 비호의적으로 반응하는 것으로 어떤 대상에 대해 일관성 있게 지각하고 행동하려는 학습된 선유경향이며, 관광태도란 관광지 방문이나 관광개발등과 같은 문제에 대한 개개인의 호의적 혹은 비호의적 상태를 말한다(Lankford & Howard, 1994).

환경에 대한 관심증가에 따라 관광객의 환경태도에 관한 연구가 중요하게 다루어지고 있으며, 환경태도는 기본적으로 환경적 자극을 지각 및 인지하고 태도를 형성하며 이를 바탕으로 환경보호 및 보존을 위한 행동으로 나타나는 전 과정을 말한다. 따라서 환경태도는 인간 행동 중 환경을 보전하며 재생하려는 태도로써, 환경에 대한 긍정적인 인지적, 정의적 및 행동적 경향성이라 할 수 있다.

이러한 환경태도는 환경문제를 방지하고 환경을 보호하기 위해 지속적으로 갖고 있는 신념이다. 즉 환경의 질 향상을 위하여 일상생활 중 환경문제를 야기시키는 행동을 배제하고 생태계의 평형성과 자기조절 기능을 회복시키는 생활양식을 선택하며, 스스로 절약하는 생활을 실천하고 오염된 환경을 개선하여 현재는 물론 미래에도 쾌적한 환경에서 살아갈 수 있도록 하려는 태도로 정의된다(송달용, 1997). 이상의 논의에 따라 환경태도는 자연환경문제를 야기 시키는 행동을 배제하고 스스로 오염된 환경을 개선하고 보전하고자 하는 의지라고 할 수 있다.

오늘날 지속가능한 관광의 개념이 중시되면서 생태관광의 정책 방향이나 철학적 논의가 활발하게 이루어지고 있으며, 이에 따라 환경태도에 관한 논의가 중요시 되고 있다. 관광자의 구체적인 오염행동이나 반규범적 일탈행동은 장단기적으로 관광지의 자연환경 뿐 아니라 역사유적과 문화적 환경을 훼손할 수 있다고 경고하였다(Mansfeld & Ginosar, 1994). 또한 직접적으로 관광자의 환경태도를 탐구하여 자연관광자의 라이프스타일 유형을 분석하였다(Luzar, 1998). 국내에서도 관광자의 친환경 행동에 대한 기존의 연구가 없다는 사실을 지적하면서 환경과 관련한 관광자의 신념 구조가 연구되어야 한다고 주장하였다(고동우, 2000).

아직까지 관광학 분야에서 환경태도에 대한 연구는 전반적으로 미흡한 수준이며 향후 관광자의 환경보존 태도와 관리 방안에 대한 심층적인 연구접근이 필요하다. 따라서 본 연구에서는 방문객들의 환경태도를 알아보기 위해 Wallace and Pierce(1996), 유네스코 한국위원회, Godfrey(1998), 여호근·강승구(2002), 이지연(2003)등이 제시하는 생태관광 및 지속가능한 관광을 위한 관광객들의 지침과 윤리강령 그리고 관광태도척도에서 항목을 토대로 설문지를 구성하였다.

2.3. 방문가치

관광현상에서 관광목적지는 관광객의 체류, 활동, 휴식을 위한 방문대상으로서 중요한

구성요소이다. 방문대상으로서 관광목적지는 공간적, 매력적(상품적), 사회적 의미를 모두 갖고 있으며 관광객의 관광욕구, 동기, 목적을 충족시키는 기능을 수행하게 된다. 이러한 기능은 관광객의 입장에서 볼 때 방문해 볼 만한 가치가 있느냐 없느냐 혹은 그 가치가 어느 정도인지를 사전에 평가하는 기준으로 작용하고 관광목적지 선택 과정이나 방문 후 만족수준을 결정하는 기준이 되기도 한다.

가치란 ‘내가 주는 것 대신에 내가 얻는 것’으로 어떤 제품이나 서비스를 구매함으로써 획득할 수 있는 것에 대해 지각에 근거한 전반적인 효용에 대한 평가이다(Zeithaml, 1998). 가치는 소비자의 행동과 결정에 매우 중요하며, 개인활동이나 구매태도 등에 중요한 기전으로 작용한다.

단일차원의 가치는 개인이 받은 이익과 희생의 비교를 통해 구성되어 주로 경제적, 실용적 차원의 성격을 지니고 있다. 그러나 오늘날 가치는 개인이 인지하는 주관적 개념이므로 다차원으로 측정되고 있으며, 개인의 심리적, 인지적, 정서적 성격의 구성요인에 초점을 맞춰서 연구가 이루어지고 있다. Parasuraman & Grewal(2000)은 획득가치, 거래가치, 사용가치(in-use), 사용 후 가치(redemption value)로 4가지 형태의 가치를 설명하였다. 획득가치와 거래가치는 앞에서 설명한 가치의 정의와 유사하며 관광에서는 방문단계나 방문 직후에 나타나게 된다. 반면에 사용가치(in-use)는 상품과 서비스의 사용으로 얻는 효용이며, 사용 후 가치(redemption value)는 상품의 수명이나 서비스 종료 후에 얻는 잔여가치를 의미한다. 이러한 가치는 관광지방문 이후에 나타나며 방문 후 재방문 또는 구전의 효과로 나타난다.

관광에서 가치를 평가하는데 있어서 관광지를 방문하는 데 필요한 시간과 비용은 매우 중요한 선택기준이다. 전반적인 관광서비스를 얻기 위해 사용된 금전적·비금전적으로 지불된 제반 비용을 총체적으로 고려하여 판단되는 가치는 모든 소비상황에서 다양한 형태로 나타난다. 관광분야에서 활용된 가치는 정서적 가치(즐거움, 편안함, 호의적), 금전적 가치, 사회적 가치(홍보를 통한 인지적 효용)으로 구분하였으며(이현정, 2005), 방문노력 대비, 소비시간 대비, 지출비용 대비 관광의 가치로 구분하여 영향관계를 검증하기도 하였다(여호근박경태, 2007). 또한 기능적가치, 감정적 가치, 총체적가치(overall value)로 구분하여 영향관계를 살펴보았다(Lee, et al., 2007).

이상의 학자들의 견해를 종합하면, 가치를 평가하기 위해서는 방문객이 획득한 것이 무엇인지(획득가치), 원하는 것을 얻기 위해 지불한 것을 비교하는 관점(금전적 가치), 제공 받은 제품과 서비스로부터 발생하는 감정적 가치, 제품 및 서비스를 획득하는데서 발생되

는 편익(거래가치)을 포함하고 있는 것으로 요약할 수 있다. 본 논문에서는 사후적 평가단계의 방문가치로써 획득가치, 거래가치, 사용가치(in-use)로 측정하였다.

따라서 방문가치란 관광객의 방문대상인 관광목적지 경험(체류, 활동, 휴식 등) 결과에 대해 관광객 자신이 사후적으로 평가된 가치라고 정의할 수 있다. 본 논문에서는 관광목적지로서 성산일출봉 방문을 마친 관광객을 대상으로 방문가치를 측정하여 활용하였다.

2.4. 선행연구와의 관계

생태관광객의 관광동기와 환경태도는 생태관광이 기존의 관광유형과 달리 지속가능한 관광이 될 수 있는가를 보여줄 수 있는 하나의 지표이다. 그러므로 관광객의 관광동기를 활성화시키기 위해서는 외적인 자극요인으로 관광대상의 매력을 잠재관광객들에게 기대를 유발시킬 수 있어야 한다. 이에 대해 방문동기가 신체의 에너지를 활성화하여 행동을 강요하는 내부의 추동력으로 작용하므로 외부환경에서 행동목표 달성을 위한 대상의 중요성을 제시하였다(Loudon & Della, 1993).

관광지 선택은 관광의 복합적인 동기에 의해 결정되어 진다. 사람들은 관광을 통해 자신의 명예를 높이며 이미지 고양, 소속감 확인 등 목표지향적인 행동을 하게 된다. 이러한 관광동기가 관광행동에 영향을 미치게 되며, 동기에 의한 관광행동은 태도에 의해 영향을 받고 영향을 미친다. 따라서 관광동기에 의한 의사결정자의 생태관광에 대한 긍정적인 태도는 생태관광으로 이어질 가능성이 높아지게 된다(조은나, 2009).

지각된 가치와 만족도 및 관광태도에 관한 많은 연구에서 지각된 가치는 주로 소비자태도와 가치의 매개를 통해 행동의도에 영향을 미칠 수 있다고 하였다(Anderson, et al., 1994). 즉, 지각된 가치의 영향요소인 가격, 품질 등은 소비자 구매의도에 영향을 미치고 있으며, 이러한 행동적 태도는 주관적인 면이 강하며 따라서 자신에게 어느 정도의 가치가 있으며, 편익은 어느 정도인지에 따라 관광태도가 형성된다고 하였다(Chang & Wildt, 1994). 가치와 만족도, 행동의도, 태도에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다(김판영·김문성, 2010; 전형진·박시사·정철, 2011). 모험관광에 참여한 관광객을 대상으로 가치와 태도 및 만족도에 대한 연구결과 금전적 가치, 신기성 가치, 감정적가치, 사회적 가치가 여행 만족도 및 관광태도에 긍정적으로 설명하고 있음을 확인할 수 있다(Williams & Souter, 2009).

Ⅲ. 연구방법

3.1. 연구가설

첫째, 세계자연유산지구 방문자의 방문동기는 환경태도에 유의한 영향을 미칠 것이다.
둘째, 세계자연유산지구 방문자의 방문동기는 방문가치에 유의한 영향을 미칠 것이다.
셋째, 세계자연유산지구 방문자의 환경태도는 방문가치에 유의한 영향을 미칠 것이다.

3.2. 연구대상 및 자료의 수집방법

설문지는 자기기입식으로 구성하여 응답자가 직접 기입하도록 하였다. 자료의 수집은 2013년 4월 10일부터 23일까지 약14일간 걸쳐 실시되었으며, 세계자연유산지구 중 하나인 성산일출봉을 방문한 관광객을 대상으로 실시하였다. 총 215부의 설문지를 배포하여 210부가 회수되었으며, 회수된 설문지중 응답 누락정도가 심한 설문지와 중심화 경향이 두드러진 설문지 18부를 제외한 192부의 유효 표본을 얻을 수 있었다. 설문지 구성은 세계자연유산지구 방문자의 관광동기에 대하여 28문항, 환경태도에 대하여 15문항, 관광가치에 대하여 5문항으로 구성하였으며, 리커트 5점 척도로 측정하였다. 인구통계적 특성은 성별, 연령, 학력, 직업, 소득수준, 결혼여부 등으로 구성하였다.

수집된 자료는 SPSS for Window 17.0 프로그램을 이용하여 탐색적 요인분석과 신뢰도 검증, 빈도분석, 다중회귀분석을 실시하였다.

Ⅳ. 연구결과

4.1. 인구통계적특성

총 192부의 자료를 토대로 조사대상자의 성별, 연령, 직업, 월소득, 결혼여부, 학력, 동행인, 제주방문횟수의 인구통계적 특성을 파악하기 위하여 빈도분석(Frequency Analysis)을 실시한 결과 <표 1>과 같다.

인구통계적 특성을 살펴보면 성별에는 남녀의 차이가 거의 없으며, 40대 이상, 대학졸업, 가족 및 친척과 동행의 비율이 높은 것으로 나타났다.

<표 1> 조사 대상자의 일반적 특성

구분		빈도	비율(%)	구분		빈도	비율(%)
성별	남	98	51.0	월소득	200만원미만	72	37.5
	여	94	49.0		200-300만원미만	36	18.8
연령	20대	48	25.0		300-400만원미만	39	20.3
	30대	48	25.0		400만원이상	45	23.4
	40대	76	39.5	결혼여부	미혼	78	40.6
	50대이상	20	10.4		기혼	113	58.9
직업	회사원	43	22.4	최종학력	고졸이하	31	16.1
	공무원	22	11.5		전문대졸(재)	44	22.9
	전문직	36	18.8		대학졸(재)	88	45.8
	자영업	15	7.8		대학원졸(재)	29	15.1
	학생	30	15.6	동행인	혼자	7	3.6
	주부	31	16.1		가족/친척	98	51.0
	기타	15	7.9		친구/애인	55	28.6
제주 방문횟수	1회	34	17.7		직장동료	16	8.3
	2회	34	17.7		기타	16	8.3
	3회	40	20.8				
	4회	19	9.9				
	5회이상	65	33.9				

4.2. 신뢰성 및 타당성 분석

4.2.1. 관광동기

<표 2> 관광동기의 신뢰성 및 타당성 검증

요인명	측정항목	요인	공통성	분산 설명력	항목제거시	Cronbac h's α
		적재량			Cronbach's α	
자아실현 추구	건강/체력을 위해	.739	.686	21.970	.887	
	자연탐사 및 연구	.733	.615		.887	
	사회적 지위에 맞는 생활	.728	.625		.888	

	배울 수 있는 기회	.706	.602		.887	.900
	새로운 사람과의 만남	.679	.584		.893	
	성취감을 느끼기 위해	.674	.611		.890	
	지역주민과의 교류	.673	.531		.892	
	자연에 대해 배우기 위해	.636	.657		.888	
	여행지문화와 관습체험	.615	.569		.891	
지적모험 추구	새로운 것을 체험하기 위해	.705	.758	12.867	.849	.877
	지적호기심충족	.691	.711		.838	
	모험과 스릴경험	.680	.722		.854	
	많은 것을 알기 위해	.666	.762		.839	
	새로운 활동	.572	.598		.871	
자연미추 구	아름다운자연감상	.823	.789	11.446	.631	.764
	자연에서 머물기 위해	.612	.621		.717	
	여행지경관감상	.599	.502		.743	
	오염되지 않은 자연체험	.593	.491		.734	
휴식추구	휴식을 취하기 위해	.722	.687	10.277	.759	.789
	반복되는 생활탈출	.645	.665		.782	
	스트레스해소	.621	.577		.757	
	생활의 활력소를 얻기 위해	.608	.714		.718	
	기분 전환을 위해	.569	.671		.735	
총 분산설명력 = 56.6%, KMO = .892, Bartlett의 구형성검정 = 2736.982 유의확률=.000						

본 연구의 설문조사에서 사용된 관광동기의 신뢰성과 타당성을 확인한 결과 <표 2>와 같이 나타났다. 관광동기의 신뢰도 검증을 위해 크론바하 알파값(Cronbach's alpha)으로 측정하였다. <표 2>에서와 같이 크론바하의 알파값은 0.6이상으로 나타나 높은 신뢰성을 보이고 있어 항목들의 동질성이 있는 것으로 나타났다.

본 연구의 개념 타당성을 위해 요인분석을 실시하였으며, 관광동기의 구성요인을 측정하기 위해 요인분석을 실시하였다. 요인추출방식으로는 주성분 분석을 사용하였으며 요인 회전방법으로 Varimax 방식을 사용하였다. 이 과정에서 공통성(communality)이 낮은 변수와 요인항목간의 상관관계에 위배되는 변수는 제거하였으며, 고유값(eigen value)이 1.0 이상인 변수에 대해서 요인화 하였다.

관광동기에 대한 총 28개의 문항 중 환경에 대해 더 많이 알고 싶어서, 동료들과의 친목도모, 가족과의 유대관계를 위해서, 야외활동, 활동적 생활을 위해란 5개의 항목은 높은 적재량을 보이지 않아 신뢰도 및 타당도가 부족하다고 판단되어 제거한 후 최종적으로 23개의 문항에 대해 4개 요인이 추출되었고 총 분산 설명력은 56.6%로 나타났으며, 공통성 역시 모두 0.4이상으로 양호한 값을 나타내고 있다. 제 1 요인은 '자아실현추구', 제 2요

인은 '지적모험추구', 제3요인은 '자연미추구', 제4요인은 '휴식추구'로 각각 명명하였다.

4.2.2. 환경태도

<표 3> 환경태도의 신뢰성 및 타당성 검증

요인명	측정항목	요인 적재량	공통성	분산 설명력	항목제거시 Cronbach's a	Cronbach's a
환경윤리	현지자연보호규칙준수	.839	.745	38.453	.791	.836
	보호 동식물 채집 및 수렵금지	.764	.608		.804	
	환경친화적 상품과 시설에 따른 불편감수	.714	.606		.800	
	환경을 훼손시키지 않는 관광상품과 시설이용	.693	.550		.811	
	관광지현지 규범을 따름	.645	.453		.825	
	보호동식물을 이용한 기념품을 사지 않음	.547	.510		.835	
	관광지출비용의 일부가 자연보호를 위해 쓰이는 것이 좋음	.525	.461		.824	
자연보존	자연훼손방지를 위해 관광객 통제해야함	.812	.759	13.136	-	.790
	자연이 훼손되기 쉬운 곳에 사람들이 많이 가는 것은 나쁘다고 생각	.805	.695		-	
환경학습	관광 후 나의 관광태도에 생각해보고 잘못된 행동에 대해 반성	.715	.613	8.239	.608	.642
	관광 중 환경교육프로그램 참여	.681	.506		.554	
	관광 중 자연을 배우고 이해하고자 노력	.635	.571		.493	
	관광 후 그곳의 환경문제에 대해 생각함	.594	.700		.623	

총 분산설명력 = 59.827%, KMO = .836, Bartlett의 구형성검정 = 978.302 유의확률 = .000

환경태도에 대한 신뢰성과 타당성을 확인한 결과 <표 3>과 같이 나타났다. 환경태도에 대한 총 15개의 문항 중 '관광목적지의 자연환경을 미리 알고 떠난다.'와 '관광지 내에서는 교통수단보다는 도보로 이동한다.'라는 2개의 항목은 높은 적재량을 보이지 않아 신뢰도 및 타당도가 부족하다고 판단되어 제거한 후 최종적으로 13개의 문항에 대해 3개 요인이 추출되었고 총 분산 설명력은 59.8%로 나타났으며, 공통성 역시 모두 0.4이상으로 양호한 값을 나타내고 있다. 제 1 요인은 '환경윤리', 제 2요인은 '자연보존', 제3요인은 '환경학습'으로 각각 명명하였다.

4.2.3. 방문가치

<표 4> 방문가치의 신뢰성 및 타당성 검증

요인명	측정항목	요인 적재량	공통성	분산 설명력	항목제거시 Cronbach's α	Cronbach's α
방문 가치	이곳은 방문할 가치가있음	.860	.740	66.750	.832	.869
	이곳을 방문한 것은 탁월한 선택임	.837	.700		.832	
	방문을 위해 지불한 시간, 비용, 노력에 비해 가치가 있음	.809	.655		.844	
	타관광지보다 방문할 가치가 있음	.795	.631		.843	
	이곳은 나의 욕구와 기대에 부응함	.781	.611		.854	
총 분산설명력 =66.750%, KMO = .799, Bartlett의 구형성검정 = 498.414 유의확률=.000						

방문가치에 대한 신뢰성과 타당성을 확인한 결과 <표 4>와 같이 나타났다. 방문가치에 대한 총 5개의 문항에 대해 단일요인으로 추출되었고 총 분산 설명력은 66.7%로 나타났으며, 공통성 역시 모두 0.4이상으로 양호한 값을 나타내고 있다.

4.3. 가설검증

4.3.1. 가설1의 검증

“세계자연유산 방문 동기는 환경태도에 영향을 미칠 것이다.”라는 가설 1을 검증하기 위하여 회귀분석을 실시한 결과 <표 5>와 같이 나타났다. 환경윤리에 영향을 미치는 모형의 설명력(R²)은 19.2%로 나타났으며, ‘자연미추구’와 ‘휴식추구’가 환경윤리에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 환경학습에 영향을 미치는 모형의 설명력(R²)은 24.7%로 나타났으며, ‘자아실현추구’요인만이 환경학습에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 세계자연유산방문자의 관광동기는 자연보존에 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다.

<표 5> 방문동기가 환경태도에 미치는 영향

종속변수	독립변수	비표준화 계수		표준화 계수	t	유의 확률	공선성 통계량	
		B	표준오차	베타			공차한계	VIF
환경윤리	(상수)	2.685	.254		10.576	.000		
	자아실현추구	-.108	.067	-.156	-1.622	.107	.472	2.121
	지적모험추구	.033	.070	.048	.468	.640	.410	2.438

종속변수	독립변수	비표준화 계수		표준화 계수	t	유의확률	공선성 통계량	
		B	표준오차	베타			공차한계	VIF
	자연미추구	.254	.069	.327	3.690	.000***	.553	1.807
	휴식추구	.160	.071	.188	2.244	.026*	.619	1.615
$R^2=.192$ 수정된 $R^2=.170$ $F=8.849$ 유의확률=.000								
종속변수	독립변수	비표준화 계수		표준화 계수	t	유의확률	공선성 통계량	
		B	표준오차	베타			공차한계	VIF
자연보존	(상수)	3.260	.412		7.910	.000		
	자아실현추구	-.163	.108	-.158	-1.505	.134	.472	2.121
	지적모험추구	.165	.114	.163	1.449	.149	.410	2.438
	자연미추구	.115	.112	.100	1.027	.306	.553	1.807
	휴식추구	.040	.116	.032	.344	.731	.619	1.615
$R^2=.035$ 수정된 $R^2=.009$ $F=1.337$ 유의확률=.251								
종속변수	독립변수	비표준화 계수		표준화 계수	t	유의확률	공선성 통계량	
		B	표준오차	베타			공차한계	VIF
환경학습	(상수)	1.779	.297		5.985	.000		
	자아실현추구	.269	.078	.321	3.459	.001**	.472	2.121
	지적모험추구	.092	.082	.112	1.124	.262	.410	2.438
	자연미추구	.009	.081	.010	.115	.909	.553	1.807
	휴식추구	.098	.084	.095	1.174	.242	.619	1.615
$R^2=.247$ 수정된 $R^2=.226$ $F=12.178$ 유의확률=.000								

주) *:p<0.05 **:p<0.01 ***:p<0.001

4.3.2. 가설2의 검증

“세계자연유산 방문동기는 방문가치에 영향을 미칠 것이다.”라는 가설 2을 검증하기 위하여 회귀분석을 실시한 결과 <표 6>과 같이 나타났다. 모형의 설명력(R²)은 16.6%로 나타났다으며, ‘휴식추구’ 요인만이 방문가치에 영향을 미치는 것으로 나타났다.

<표 6> 방문동기가 방문가치에 미치는 영향

종속변수	독립변수	비표준화 계수		표준화 계수	t	유의확률	공선성 통계량	
		B	표준오차	베타			공차한계	VIF
방문가치	(상수)	2.460	.272		9.059	.000		
	자아실현추구	.095	.071	.131	1.339	.182	.472	2.121
	지적모험추구	-.002	.075	-.003	-.032	.974	.410	2.438
	자연미추구	.096	.074	.117	1.304	.194	.553	1.807
	휴식추구	.243	.076	.271	3.181	.002*	.619	1.615
$R^2=.166$ 수정된 $R^2=.143$ $F=7.397$ 유의확률=.000								

주) *:p<0.01

4.3.3. 가설 3의 검증

<표 7> 환경태도가 방문가치에 미치는 영향

종속변수	독립변수	비표준화 계수		표준화 계수	t	유의확률	공선성 통계량	
		B	표준오차	베타			공차	VIF
방문가치	(상수)	2.423	.310		7.826	.000		
	환경윤리	.170	.083	.162	2.063	.040*	.730	1.370
	자연보존	-.001	.057	-.002	-.026	.979	.699	1.431
	환경학습	.257	.070	.296	3.655	.000***	.686	1.458
$R^2=.156$ 수정된 $R^2=.143$ $F=11.620$ 유의확률=.000								

주) *:p<0.05 **:p<0.01 ***:p<0.001

“세계자연유산 방문자의 환경태도는 방문가치에 영향을 미칠 것이다.”라는 가설 3을 검증하기 위하여 회귀분석을 실시한 결과 <표 7>과 같이 나타났다. 모형의 설명력(R²)은 전체의 15.6%로 나타났으며, 환경윤리요인과 환경학습요인이 방문가치에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

V. 결 론

지속가능한 관광의 일환으로 생태관광이 전 세계적으로 주목을 받고 있는 가운데 제주도는 2007년 세계자연유산지구 지정과 더불어 세계적으로 명성이 높은 우수 자연자원과 비교해도 손색이 없을 만큼의 훌륭한 자원을 보유하고 있다. 따라서 지속가능한 관광을 실현할 수 있는 최적의 대안적 관광지로 각광받고 있다. 최근 제주도는 세계자연유산지구와 더불어 올레 방문객의 증가로 인해 환경에 대한 관심이 높아짐에 따라 아름다운 환경을 보전하기 위한 노력들이 늘어나는 추세이며 본 연구에서는 자연유산지구 방문객의 관광동기와 환경태도 그리고 방문가치에 대해 파악하고자 하였다. 본 연구의 결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 세계자연유산지구 방문객의 관광동기와 환경태도 및 방문가치를 나타내는 차원을 도출하기 위해 요인분석을 실시한 결과 관광동기는 ‘자아실현추구’, ‘지적모험추구’, ‘자연미추구’, ‘휴식추구’의 4개 요인으로 나타났으며, 환경태도는 ‘환경윤리’, ‘자연보존’, ‘환경

학습'의 3개 요인으로 나타났다. 방문가치는 5개의 항목을 분석한 결과 단일요인으로 나타나 방문가치로 명명하였다.

둘째, 세계자연유산지구 방문자의 관광동기와 환경태도의 인과관계를 파악하기 위해 회귀분석을 실시한 결과 관광동기의 자연미추구요인과 휴식추구 요인이 환경태도의 환경윤리요인에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 관광동기의 자아실현추구의 경우 환경태도의 환경학습 요인에 유의한 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다.

셋째, 세계자연유산지구 방문자의 관광동기와 방문가치의 인과관계를 파악하기 위해 회귀분석을 실시한 결과 관광동기 요인 중 휴식추구 요인만이 방문가치에 유의미한 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다. 마지막으로 세계자연유산지구 방문자의 환경태도와 방문가치의 인과관계를 알아보기 위하여 회귀분석을 실시한 결과 환경윤리요인과 환경학습요인이 방문가치에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

본 연구에서는 현재 관광환경에 대한 중요도가 높아짐에 따라 세계자연유산지구 방문자의 관광동기를 환경태도에 대한 분석으로 확장시켜 살펴보았다. 연구 결과 관광동기 요인이 환경태도에 영향을 미치고 있는 것으로 검증되었으며, 특히 아름다운 자연을 감상하고자하는 관광객의 경우 환경윤리성에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 방문자의 환경태도에 따라 환경보전 의식 역시 긍정적인 방향으로 발전할 수 있을 것으로 생각된다. 그러므로 자연유산지구의 경관보존을 유도하기 위해서 환경태도가 중요하다는 점을 알 수 있다. 현재 제주도를 방문하는 관광객이 가장 많이 방문하는 관광지는 성산일출봉이며 특히 성산일출봉은 세계자연유산등재 이후 관광객이 매년 급속한 증가세를 보이고 있다. 본 연구결과 관광동기 중 휴식추구요인이 방문가치에 유의한 영향을 미치고 있음이 검증됨으로써 관광객의 만족도를 증가시키기 위해 세계자연유산 교육프로그램 확충 및 홍보가 필요하며 개발과 동시에 보호 정책 마련 또한 시급한 것으로 생각된다.

본 연구는 세계자연유산지역인 한라산, 성산일출봉, 거문오름용암동굴계 중 하나인 성산일출봉만을 방문한 관광객을 대상으로 분석하였으며 조사 시기 등의 한계로 인해 연구의 결과를 일반화하는데 다소 무리가 있다. 추후 지속적인 횡단조사와 성산일출봉 외에도 한라산과 거문오름용암동굴계 방문자의 결과와 비교분석하여 정책적·학문적 가치를 보완하고 발전시킬 필요성이 요구된다.

참고문헌

- 강미희·김남조·최승담, 대중관광객과의 비교를 통한 생태관광객의 차별적 특성규명: 여행동기 및 태도를 중심으로, 『관광연구』, 17(2), 2003.
- 고동우, 관광자의 환경보전의식에 대한 탐색적 연구, 『관광학연구』, 24(2), 2000.
- 김마리나, 지각된 방문 가치가 만족도와 재방문의도 및 추천의도에 미치는 영향에 관한 연구: 우즈베키스탄 관광자를 중심으로, 경희대학교 대학원 석사학위논문, 2009.
- 김민철·장희정, 도시의 관광콘텐츠 유형에 따른 관광매력요인: 보길도, 선유도, 우도를 중심으로, 『관광레저연구』, 20(4), 2008.
- 김선영·장병주·이준, 생태관광동기, 여가만족, 삶의 질의 영향관계 연구, 『관광연구』, 22(2), 2007.
- 김영선, 국내관광자의 관광동기 유형별 행동특성에 관한 실증적 연구: 설악산 국립공원 방문자를 중심으로, 한양대학교 석사학위논문, 1990.
- 김태구·김영수, 호텔의 서비스 회복에 대한 공정성 지각과 고객만족에 관한 탐색적 연구, 『호텔경영학연구』, 11(1), 2003.
- 김판영·김문성, 여행서비스에 있어 고객의 지각 가치와 만족, 행위의도와의 관련성, 『관광연구』, 25(1), 2010.
- 노용호·김화경, 지각된 가치와 태도에 의한 산업전시박람회 참관자의 행동의도, 『관광학연구』, 30(6), 2006.
- 류정봉, 관광지 이미지가 관광객 태도 및 만족에 미치는 영향, 동명정보대학교 정보대학원 석사학위논문, 2005.
- 박혜윤·양현주, 생태관광시장세분화에 관한 연구: 강화 갯벌 생태관광객을 대상으로, 『관광경영학연구』, 10(1), 2006.
- 백용창, 패밀리레스토랑 이용고객의 구매의사결정에 관한 연구, 동아대학교 박사학위논문, 2000.
- 서우석, 환경교육, 실과교육탐구. 서울: 형설출판사, 1999.
- 송달용, 실업계고등학교 학생의 환경친화적 행태에 관한 연구, 서울대학교 석사학위논문, 1997.
- 여호근, 관광태도 결정요인이 지속가능한 관광지 선택에 미치는 영향, 동아대학교 대학원

- 박사학위논문, 1999.
- 여호근강승구, 지속 가능한 관광에 대한 환경인식에 따른 관광태도 차이, 『관광, 레저연구』, 14(1), 2002.
- 오민재이후석, 생태관광도입을 위한 탐색적연구: 광주-전남 방문객을 중심으로, 『관광연구저널』, 16(1), 2002.
- 오민재이소연, 여행목적과 관광객 만족에 의한 생태관광객 동기 세분화, 『관광연구저널』, 22(1), 2008.
- 오상훈, 관광기업의 생태관광의식적 환경행동특성에 관한 연구, 『관광, 레저연구』, 7, 1995.
- 이귀옥, 생태관광자의 개인 특성에 따른 관광 활동참여와 만족에 관한 연구, 대구대학교 대학원 박사학위논문. 2001.
- 이승곤오민재, 농촌관광 목적지 속성에 따른 관광객 유형별 동기 및 체험 분석, 『관광연구저널』, 21(4), 2007.
- 임종원, 김재일, 홍성태, 이유재, 『소비자행동론』, 서울:경문사, 2001.
- 임승빈, 『환경심리행동론』, 서울: 보성문화사, 1986.
- 이승산이혜임류미현, 환경보존을 위한 소비자 능력, 『소비자학연구』, 4(2), 1993.
- 전형진박시사정철(2011). 여행상품의 지각된 가치가 만족과 행동의도에 미치는 영향:제주 패키지 상품 이용객을 대상으로, 『관광학연구』, 35(7), 2011.
- 조은나, 생태관광객의 방문동기가 환경태도와 환경보전의식에 미치는 영향, 동국대학교 석사학위논문, 2009.
- 조진희, 지속가능한 생태관광을 위한 관광객의 관광태도, 관광동기 및 환경의식, 계명대학교 대학원 석사학위논문, 2006.
- 제주도.제주문화예술회관, 유네스코지정을 위한 제주도 자연유산 지구 학술조사보고서, 2003.
- 제주관광연차보고서, 제주특별자치도관광협회, 2009.
- Anderson E. W. & Fornell, C. & Donald, R. L, "Customer satisfaction, market share and profitability: Findings from Sweden", J Marketing, 58(7), 1994.
- Buzzell, R. D. & Bradley T. Gale, The PIMS Principles - Linking Strategy to Performance. New York: The Free Press, 1987.
- Chang T. Z. & Wildt. A. R., "Price, production information and purchase intention:

- an emprical study”, *J Academy Marketing Sci*, 22(1), 1994.
- Cronin, J.J., Brady, M. K., & Hult, G. T., “Assessing the effects of quality, value, customer satisfaction on consumer behavioral intentions in service environments”, *Journal of Retailing*, 76(2), 2000.
- Dann, G. M.S., “Anomie, ego-enhancement and tourism”, *Annals of tourism Research*. 4(4), 1977.
- Eagles, P., “The travel motivations of canadian ecotourists”, *Journal of Travel Research*, 31(2), 1992.
- Eggert, A., & Ulaga, W., “Customer perceived value: A substitute for satisfaction in business markets?”, *Journal of Business & Industrial Marketing*, 17(2/3), 2002.
- Fishbein, M., & Aizen, I., *Belief, Attitude, Intention and Behavior: Introduction to Theory and Research*, Addison Wesley Publishing, 1980.
- Gallarza, M. G., & Saura, I. G., “Value dimensions, perceived value, satisfaction and loyalty: An investigation of university students' travel”, *Tourism Management*, 27(3), 2006.
- Hungerford, H.R., & Volk, T.L., “Changing learner behavior through environmental education”, *Journal of environmental education*. 21(1), 1990.
- Lankford, S. V., & Howard, D. R., “Developing a Tourism Impact Attitude Scale”, *Annals of Tourism Research*, 21, 1994.
- Lee, C. K. & Yoon, Y. S. & Lee, S.K., “Investigationg the relationships among perceived value, satisfaction and recommendations: the case of the Korean DMZ”, *Tourism Management*. 28(1), 2007.
- Loudon, D.L. & Della Bitta, A.J., *Consumer behaviour: concepts and application*, 4th ed. New York. McGraw-Hill, 1993.
- Luzar, E. J., “Profiling the nature-based tourist: a multinominal logit approach”, *Journal of Tourism Research*. 37(1), 1998.
- Mansfeld, Y., & O. Ginosar, “Evaluation of the Repertory Grid Method in studies of Local Attitude toward Tourism Development Processes”, *Environment and Planning A*. 26, 1994.

- Manfredo, M. J., Driver, B. L. & Tarrant, M. A., "Measuring leisure motivation: a meta-analysis of the recreation experience preference scales", *Journal of Leisure Research*, 28(3), 1996.
- McKercher, B., "The unrecognized threat to tourism: Can tourism survive 'sustainability'?", *Tourism Management*. 14(2), 1993.
- McIntosh, W. R., & Goeldner. C. R., *Tourism: Principles, Practices, Philosophies* (6th ed.). New York: Wiley, 1990.
- Moutinho. L, "Consumer Behaviour in Tourism", *European Journal of Marketing*, 21(10), 1987.
- Parasuraman, A., "Reflections on gaining competitive advantage through customer value", *Journal of the Academy of Marketing Science*, 1997, 25(2), 1997.
- Parasuraman, A., & Grewal, D., "The impact of technology on the quality-value-loyalty chain: a research agenda", *Journal of the Academy of Marketing Science*, 28(1), 2000.
- Sweeney, J. C., & Soutar, G. N., "Consumer perceived value: The development of a multiple item scale. *Journal of Retailing*", 77(2), 2001.
- Tzu-Kuang HSu, Yi-Fan Tsai, Herg-Huey Wu, "The preference analysis for tourist choice of destination: A case of Taiwan", *Tourism Management*. 30(2), 2009.
- Urry, J, *The Sociology of Tourism*. In Cooper, C.(Ed). *Classic Review in Tourism*, 9-21. Sydney: Channel View Publication, 2003.
- Williams, P., & Souter, G. N., "Value, satisfaction and behavioral intentions in an adventure tourism context", *Annals of Tourism Research*, 36(3), 2009.
- Woodruff, R. B., "Customer value: The next source for competitive edge", *Journal of the Academy of Marketing Science*, 25(2), 1997.
- Zeithaml,V., "Consumer perceptions of price, quality, and value: A means-and model and synthesis of evidence", *Journal of Marketing*, 52(3), 1988.

국문요약

지속가능한 관광의 일환으로 생태관광이 전 세계적으로 주목을 받고 있는 가운데 제주도는 2007년 세계자연유산지구 지정과 더불어 세계적으로 명성이 높은 유수 자연자원과 비교해도 손색이 없을 만큼의 훌륭한 자원을 보유하고 있다. 최근 제주도는 세계자연유산지구와 더불어 올레 방문객의 증가로 인해 환경에 대한 관심이 높아짐에 따라 아름다운 환경을 보전하기 위한 노력들이 늘어나고 있다. 오늘날 관광객들은 과거 관광경험에서 행해진 단순 유람관광에서 벗어나 관광고유의 가치, 특히 문화 또는 자연적 가치에 더 많은 관심을 두고 있으며, 관광지에서의 '교육'과 '오락'의 체험기회를 중요시하는 경향이 있다.

따라서 본 연구는 제주를 방문하는 관광객들의 동기와 환경에 대한 태도를 파악하여 관광만족도를 높이기 위한 방안으로 관광개발정책에 활용할 수 있는 시사점을 검토해보고자 한다.

주제어 : 세계자연유산, 방문동기, 환경태도, 방문가치