

민속마을 관광동기에 관한 연구

- A Study on The Folk Village Tourist Motivation -

오 상 훈* · 소 경 미**
(Oh, Sang-Hoon) · (So, Kyoung-Mi)

목 차

I. 서 론	IV. 분석결과
II. 이론적 고찰	V. 결 론
III. 연구설계	

I. 서 론

오늘날 관광은 어떤 기준에서든지 매우 높은 성장 잠재력을 지닌 세계에서 가장 거대한 산업 중 하나이고, 관광활동은 급속한 대중화 세계화와 더불어 인간생활을 구성하는 중요한 문화활동의 일부분으로 인식되면서(Shaw G and Williams A. M ; 1994), 관광시장이 다변화되고 관광행태 역시 크게 변화하고 있다. 지난 1980년대 이후 관광행태의 가장 큰 변화는 기존의 자연경관 및 문화유적 중심의 보고 즐기는 정적인 관광에서 참여하고 즐기는 동적인 관광활동의 증가이다. 즉 자연관광자원도 중요하지만 이제는 그보다 다른 세계(the other world)의 사람들이 살아가는 모습과 역사문화적인 것에 대한 매력을 높게 평가하고 있다.

* 제주대학교 관광경영학과 조교수

** 제주대학교 대학원 관광경영학과

이러한 변화와 함께 다가오는 21세기의 관광행태는 건강·스포츠형 관광행태의 증가, 관광서비스의 쾌적성 추구, 생활체험 지향적 관광활동 증가. 그리고 역사 및 전통 문화 중심의 학습·창조형 위락활동이 크게 선호될 것으로 전망된다.

관광활동의 종류에는 다양한 유형이 있지만, 최근 WTO는 중요하게 성장하는 관광시장을 다섯 가지로 분류하였는데 그 중에 하나가 문화적 요인을 강조하는 문화관광(cultural tourism)이다(Francis Vellas and Lionel Becherel ; 1999).

또한 최근 스탠포드 연구소의 보고에 의하면 관광일반의 성장률을 1900년대에서 1995년까지 8%로 예상하고 있는 것에 반해 역사적 문화관광과 모험관광분야는 10~15%로 예상하고 있어서, 이런 문화관광이 관광산업의 핵심으로 되어가고 있다고 이해할 수 있다(한국관광공사 ; 1991).

문화관광은 사전적인 의미로는 '유적·유물·전통공예·예술 등이 보존되거나 스며 있는 지역 또는 사람의 풍요로웠던 과거에 초점을 두고 관광하는 행위'로 정의되나, 세계관광기구(WTO)에서는 1986년 연구논문에서 '문화관광이란 협의로는 탐구여행, 예술문화여행, 축제 및 기타 문화행사 참여, 유적지 및 기념비 방문, 자연·민속·예술연구여행, 성지순례 등 본질적으로 문화적 동기에 의한 인간들의 이동이고, 광의의 문화관광은 개인의 문화수준을 향상시키고 새로운 지식·경험·만남을 증가시키는 등 인간의 다양한 욕구를 충족시킨다는 의미에서 인간의 모든 행동을 포함하는 것이다'라고 정의하였다(한국문화예술진흥원 문화발전연구소 ; 1989).

이처럼 세계적인 흐름은 문화관광에 점차 많은 비중을 두고 있으며, 그들만의 독특한 문화자원을 개발·관리하는데 중점을 두고 있다. 그러나 관광객들에 의해 사용되는 문화적 자원들을 둘러싸고 몇 가지 의문사항들이 있다. 이런 문화적 시설들을 사용하는 관광객들은 누구인가? 그들은 왜 문화관광에 참여하는가? 문화관광의 수요는 얼마만큼 큰가? 문화의 어떤 요소들이 문화관광객들에게 매력을 느끼게 하는가? 등이다.

이러한 맥락에서 볼 때, 민속마을을 대상으로 한 연구는 거의 미비한 실정이고, 문화관광 전반에 관한 지식도 부족하다. 따라서 본 연구에서는 제주방문 관광객들의 문화관광동기를 조사분석하는데 목적을 두고 있다. 연구방법은 이론적 검토를 위한 문헌연구와 사례분석을 위한 설문조사를 병행하고 있다.

II. 이론적 고찰

2.1 이론적 배경

2.1.1 동기의 개념 및 특성

관광서비스와 관광지를 시장화하기 위해서 마케터들은 여행결정과 소비자 행동에 영향을 주는 동기요인들을 이해해야 하는데(Gee Chuck Y and D. J. L. Choy and J. C. Makens ; 1984), 그것은 동기가 관광행동을 설명하는데 기여하는 많은 변수들 중에 단지 하나에 불과하지만 모든 행동 뒤에 있는 추진력을 가지고 있는 중요한 변수이기 때문이다(Dale Fodness ; 1994). 그러나 동기에 관한 많은 이론들이 동기화된 행동을 설명하기에는 충분하지 않아 본 연구에서는 일반적인 동기의 개념만을 다루었다.

동기란 개인의 행동을 불러일으키고, 그 목표를 정하고, 조정하는 내적요인(Murray ; 1964)으로 파악되어 왔으며, 여행행동을 지배하는 궁극적인 충동력으로 인식되고 있다(Mayo and Jarvis ; 2000).

이와 같은 동기는 대체로 학습되지 않은 일차적 동기(primary motives)인 생리적동기(physiological motives)와 학습된 이차적 동기(secondary motives)인 심리적 동기로 구분할 수 있는데, 머레이(Murray ; 1938)는 최초로 인간의 동기를 생물학적 동기화 사회적 동기로 분류하였고, 특히 인간은 생물학적 동기보다는 사회적 동기에 따라 행동한다고 지적했다.

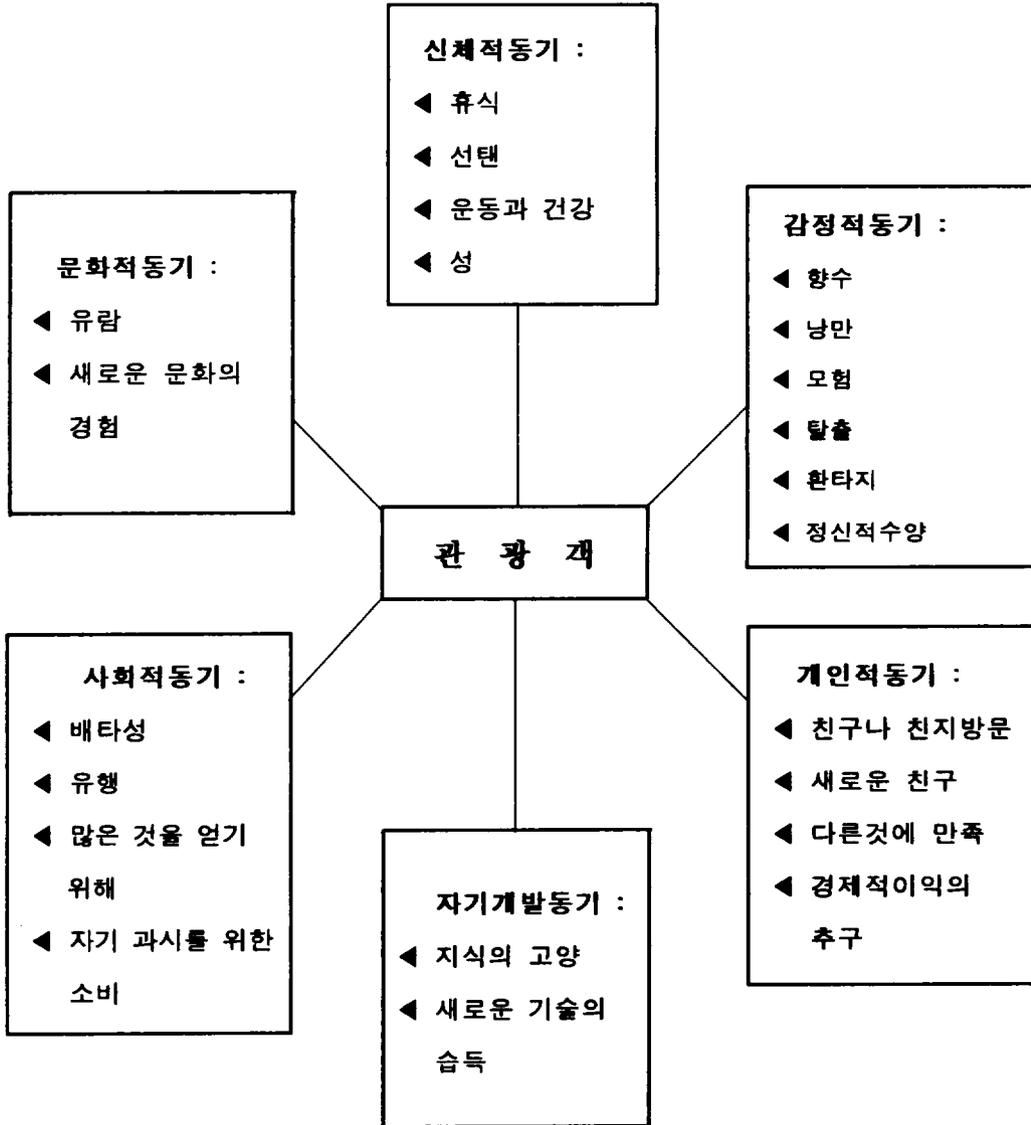
일차적인 생리적 동기(physiological motives)는 인간을 포함한 유기체의 선천적, 본능적, 생리적인 것과 관련 있는 것으로 기아, 갈증, 체온의 조절, 수면, 고통의 회피욕구 등이 포함된다. 이런 동기는 학습된 것이 아니라 신체 내의 어떤 생리적 조건에 뿌리를 둔 생득적인 충동이다. 반면에 사회가 발전하고 복잡해질수록 인간 행동을 동기화하는 데는 일차적, 생리적 동기보다, 학습된 이차적 동기의 중요성이 증대되어 가는 데, 환경적 요인이나 상황에 의해서 학습된 동기, 그리고 특히 대인관계 속에서 형성되는 사회적 동기는 모두 획득된 동기라고 말할 수 있다.

2.1.2 관광동기의 개념 및 유형

관광욕구, 관광동기의 분류를 처음으로 시도한 사람은 독일의 그뤽스만이었는데 그는 관광의 원인을 분석하고 여행자 측에 있는 원인을 자발적으로 여행하려고 하는 “관념적인 것”과 어떤 곳에서 여행을 하지 않으면 안될 “물리적인”으로 구별하였다(김경호·고승익 ; 1999). 관념적인 것은 조용한 것을 구하는 심적원인과 견문을 넓히려는 정신적 원인으로 분류하였고 물질적인 것은 건강 때문에 육체적인 원인과 사업 때문인 경제적 원인으로 분류하고 있다. 그뤽스만은 1935년에 발표한 「일반관광론」에서 관광의 원인을 심리적, 정신적, 육체적, 경제적으로 분류하였다. 그리고 이것에 준거하여 일본의 마에다(田中喜一)교수는 관광욕구와 동기를 분류하고 있다.

관광에서 동기를 부여하는 요인들은 여러 가지가 있는데(John Swabrooke and Susan Horner ; 1999), 이런 동기에 대한 다수의 잠재적인 변종들이 있고 그들을 묶을 수 있는 수많은 방법들이 있다. 관광에 있어 주요 동기요인을 묶는 것 중에 널리 인지된 방법은 없지만 <그림 2-1>에 중요한 방법들이 대략 개요화 되어 본 연구에서는 이 이론을 중심으로 관광유형을 살펴보았다.

<그림 2-1> 관광동기의 유형



자료 : Swarbrooke J. and Horner S., *Consumer Behavior in Tourism*, Butterworth Heinemann, 1999. p.54.

또한 존 토마스(John Thomas ; 1964)는 <표 2-1> 와 같이 인간의 여행동기를 18가지로 제시하였다.

<표 2-1> Thomas 의 중요한 여행동기 18가지

유 형	관 광 동 기
교육문화적동기	(1) 타국의 견문확대, (2) 명소감상, (3) 새로운 것의 이해, (4) 특별행사의 참여
휴식과 즐거움동기	(5) 일상성 탈피, (6) 즐거운 시간향유, (7) 낭만적 경험추구
종족지향적 동기	(8) 조상의 생활터 방문, (9) 종족의 묘지방문
기타 동기	(10) 기후, (11) 건강, (12) 스포츠, (13) 경제, (14) 모험, (15) 우월성, (16) 동조, (17) 역사체험, (18) 세상을 알고자 하는 욕망

자료 : Mayo. E. J. and Jarvis. L. P., *The Psychology of Leisure Travel ; Effective Marketing and Selling of Travel Service*, 손대현, 장병권 역, 백산출판사, 2000. p.184.

국내에서는 손대현(1995)이 관광동기가 되는 요인은 매우 다양하며, 그 범위도 자극과 흥분을 추구하는 것으로부터 자기 개발, 개인의 성장에 이르기까지 폭넓다고 하였으며, 관광동기는 자기 실현의 욕구라 할 수 있고 관광객의 대부분은 이러한 고차원의 자기 실현의 욕구를 추구 할 수 있으며 이것은 알려고 하는 욕구의 두 가지 기본적인 지적욕구를 나타낸다고 하였다.

차석빈(1997)은 관광동기란 관광객이 그들의 관광욕구를 충족시키기 위한 개인적 욕망과 충동으로, 관광동기는 관광객이 관광행동을 일으키게 하는 중요한 요인으로써 인간이 여행을 통해 만족을 얻거나 향유하고자 할 때 일어난다고 하였다. 그러므로 이러한 관광동기에 대한 지식은 사람들의 여행 습관관 목적지 결정은 물론 그들의 미래 여행패턴을 예견하는데 매우 중요하다고 하였다.

이처럼 많은 학자들에 의해 연구된 동기이론들을 살펴볼 때, 단지 하나의 동기만으로 영향을 받은 관광객은 없으며, 관광객들은 어떤 한 순간에 많은 수의 동기에 의해 영향을 받을 것이라는 사실을 알 수 있다.

2.1.3 관광동기와 행동의 관계

왜 사람들이 여행을 하는가에 대한 결론은 관광과 그 영향을 이해하는데 있어서 가장 기초가 되는 것이다. 사람들이 여행하는 이유에 대한 대답은 개인과 그의 문화적 여건에 따라 다를 수 있다. 그리고 그 대답은 심리학적이면서도 사회학적인 내용을 담고 있다. 룬드버그(Lundberg ; 1990)에 따르면 , 여행자들이 그의 여행동기에 대하여 말하는 것을 그로서는 이해할 수도 없고 인식할 수도 없고 헤아릴 수도 없는 보다 깊은 욕구의 단지 한 부분에 불과하다고 하였다.

지금까지 연구된 대부분의 것들은 상품이나 영향 등에 초점을 맞추고 있는데, 데이든과 해론(Dearden & Harron ; 1992)은 그들의 연구에서 태국의 북부지역의 민족관광객들은 비교적 어리고 고등교육을 받았으며, 3분의 1이 전문적인 직업에 종사하고 있다고 했다. 1992년 북극지역 방문객을 대상으로 한 조사에 따르면 북극을 방문하는 관광객들을 대상으로 한 연구에서 관광객의 99%가 가장 중요한 동기요인으로 '야생경험'을 일차적으로 중요하게 생각하고, 96%가 '토착문화'를 중요하게 여긴다고 하였다. 즉, 실제적으로 모든 관광객들이 '민속문화 경험에' 가치를 두고 있다고 해도 과언이 아닌 것으로 나타났다(Claudia Motzke ; 1999.) 창 콰이 한킨과 테리 램(Zhang Qui Hankin & Terry Lam ; 1999)의 연구에 따르면 홍콩을 방문하는 중국 본토 관광객들의 동기를 설명해주는 요인 중 추진요인에 홍콩의 문화를 이해하고 뭔가 다른 것을 보기 위한 요인이 비교적 많은 부분을 차지하고 있음을 보여준다. 그리고 이 연구에서는 홍콩관광협회가 이런 다양한 동기에 기초하여 다른 마케팅 전략을 세울 수 있다고 하였다.

이 외에도 문화관광이 가장 활성화되어 있고 비교적 연구사혜가 많은 유럽지역에서 1991년 9개 국가 26개 지역에서 실시된 ATLAS 문화관광 프로젝트의 결과를 살펴보면, 응답자들은 높은 학력의 소지자이었고, 대학원 학력을 지닌 사람이 20%를 넘었으며, 방문객의 30% 이상이 20-29세 이었다. 이러한 사항들은 유럽의 문화유산 자원들과

박물관 방문객에 대한 타 조사와 일관되고 있다. 또한 방문객들의 60% 이상이 문화자원을 중요하게 여기고 있으며, 20% 이상은 문화자원들이 목적지 선택시 “매우 중요하다” 라고 대답했다. 여행하는 동안 문화대상지에서 어떤 자원을 더 선호하느냐는 질문에서, 응답자들은 ‘박물관 혹은 역사적 기념물’ 등을 선호하는 것으로 나타났다. 이 ATLAS 프로젝트의 일환으로 실시된 조사에서 로트만(Roetman)은 특수한 문화적 동기를 지닌 방문객들은 문화중심지에서도 유사한 일과 기타 관련된 것들을 관람하는 정도가 높다고 하였다.

이러한 유럽에서의 문화관광에 대한 연구를 살펴본 결과 과거에는 문화적 자원과 문화관광객이 당연했지만 문화관광과 관련된 이익의 실현을 고려할 때 이러한 사고방식은 변화해야 하며, 증가하는 문화관광의 수요와 시장세분화는 ‘문화관광객’ 보다 유럽에 소재해 있는 다양한 문화관광소비 형태를 검토해 보아야 할 필요성을 제시하고 있다는 것을 알 수 있다.

국내에서는 김성혁과 고희석(1999)이 우리 나라 해외여행객의 동기에 따른 시장세분화에 관한 실증적 연구에서 관광객의 추진요인에 따른 동기를 가지고 군집분석 한 결과, 스포츠와 건강동기가 해외여행객의 주요 추진요인으로 나타나 이와 관련된 상품개발이 필요하며, 이외에도 해외여행을 통해 전문을 넓히려고 하는 신기성 추구자들을 상대로 하는 시장전략으로 지식, 문화접촉과 경험을 강화시킨 상품이 필요하다고 하였으며, 조명환, 주현식, 한성효(2000) 등은 부산, 경남, 대구, 경북지역의 주민들을 대상으로 한 조사에서 관광욕구가 관광동기 및 관광행동에 미치는 영향에 관한 연구 결과, 관광동기가 관광행동에 미치는 영향력정도는 관광욕구가 관광동기에 미치는 영향력 정도보다 크게 나타나므로 관광동기의 유형을 잘 파악하는 것이 관광행동예측에 중요하다고 하였다.

이러한 선행연구들에 나타난 관광동기와 행동간의 관계를 살펴보면 많은 연구들이 관광동기와 행동이 영향관계를 가지고 있으며, 특히 문화관광지역에서 문화적인 동기를 가지고 행동하고 있음을 보여주고 있다.

Ⅲ. 연구 설계

3.1 가설의 설정

앞서 살펴본 선행연구들을 검토한 결과 민속마을 관광객의 관광동기는 여러 가지 요인들과 영향관계에 있다고 판단되어 그 특성들을 알아보고자 아래와 같이 연구가설들을 설정하여 검증하였다.

- ① 연구가설 I : 민속마을 관광동기는 인구통계적 특성에 따라 차이가 있을 것이다.
- ② 연구가설 II : 민속마을 관광동기는 관광형태에 따라 차이가 있을 것이다.
- ③ 연구가설 III : 민속마을 관광동기는 관광객의 만족도와 영향관계에 있을 것이다.

3.2 측정 항목 개발 및 설문지 구성

본 연구의 설문지는 연구목적을 달성하기 위하여 <표3-1>과 같은 변수들을 포함하였다.

<표 3-1> 설문지의 구성

조사항목	내 용	문항수	측정척도
I. 일반적인 관광형태	1. 방문횟수 2. 해외여행경험 3. 체재일수 4. 총비용 5. 교통수단 6. 정보획득수단	6	명목
II. 관광동기	관광동기에 관한 질문	48	등간 (리커트 5점척도)
III. 인구통계적 변수	1. 성별 2. 결혼여부 3. 연령 4. 학력 5. 거주지 6. 월평균소득 7. 직업 8. 가족동반	8	명목 등간 서열
IV. 관광객의 전체적 만족도	만족도에 대한 질문	1	등간

3.3 자료 수집 및 분석방법

본 연구의 실증조사를 위해 다음과 같이 표본을 설계하였다. 조사대상은 제주도를 방문한 관광객 중 성읍민속마을 관광객으로 하고, 비확률표본추출방법의 하나인 편의 표본추출방법으로 이루어졌다. 설문조사는 2001년 9월 17일부터 10월 6일까지 제주도를 방문한 관광객을 대상으로 하였는데, 성읍민속마을에서 220부를 배포하여 212부를 회수하고 불충분한 응답으로 인한 5부를 폐기하고 유효표본을 207부로 하여 실증분석을 실시하였다.

자료의 분석은 SPSS를 사용하였으며 ① 기초통계분석 ② 관광동기의 분석 ③ 가설의 검증 등 3개 부분으로 구성되었다.

IV. 분석 결과

4.1 응답자의 특성

4.1.1 인구통계적 특성

본 연구의 실증분석 시 이용한 인구통계학적 변수는 성별, 결혼여부, 연령, 교육수준, 직업, 소득, 동반자유형 등이다. 각 변수의 구성비는 <표4-1>와 같다.

전체 응답자 207명 중에서 남성이 129명(62.3%), 여성이 78명(37.7%)으로 나타났다. 결혼유무에 있어서는 미혼이 62명(30.0%), 기혼이 145명(70.0%)로 기혼이 다소 높았다. 연령별로는 20대가 62명(30.0%), 30대가 91명(44.0%), 40대가 41명(19.8%), 50-60대가 13명(6.3%)이다.

학력을 살펴보면 고졸이하가 37명(17.9%), 대학재학/졸업이 148명(71.5%)으로 대다수를 차지하고 그 외는 22명(10.7%)이다. 거주지는 특별시, 광역시가 154명(74.4%), 그 외 도심지역이 45명(21.7%), 농어촌 및 기타가 8명(3.9%)을 차지했다. 소득에 있어서 100만원 미만이 66명(31.9%), 100만원 이상 200만원 미만이 91명(44.0%), 200만원 이상

300만원 미만이 31명(15.0%), 이고 300만원 이상이 19명(9.2%)이다.

직업을 살펴보면 학생과 사무직/회사원이 각각 26명(12.6%), 63명(30.4%)으로 많이 나타났다. 끝으로 가족동반 사항은 배우자와 자녀가 가장 많은 90명(43.5%)를 차지하고, 그 외에 없음이 47명(22.7%)로 나타났다.

<표 4-1> 인구통계적 요인에 의한 표본의 특성 분포

변수	구분	빈도	퍼센트	변수	구분	빈도	퍼센트
성별	남성	129	62.3	소득	100만원미만	66	31.9
	여성	78	37.7		100만원이상 200만원 미만	91	44
결혼	미혼	62	30		200만원이상 300만원 미만	31	15
	기혼	145	70		300만원이상	19	9.2
연령	20대	62	30	직업	학생	26	12.6
	30대	91	44		소규모자영업	22	10.6
	40대	41	19.8		기업체운영	6	2.9
	50대	13	3.6		전문직	26	12.6
	60대	0	0		사무직/회사원	63	30.4
학력	중졸 이하	2	1.0		판매/서비스직	31	15
	고졸 이하	37	17.9		공무원	5	2.4
	대학재학/졸업	148	71.5		전업주부	23	11.1
	대학원재학/졸업	19	9.2		기타	5	2.4
	기타	1	0.5		동반사항	없음	47
지역별	특별시,광역시	154	74.4	배우자		25	12.1
	도심 지역	45	21.7	배우자와자녀		90	43.5
	농어촌 지역	6	2.9	자녀만		0	0
	기타	2	1.0	부모님과가족		20	9.7
				여행사단체	25	12.1	

4.1.2. 일반적 특성

인구통계적 특성 외에 본 연구를 위해 표본의 일반적인 특성 또는 관광형태를 조사한 결과를 살펴보면 방문횟수는 처음과 1-2회가 각각 51명(24.6%), 3-4회가 83명(40.1%), 4-5회가 11명(5.3%), 6회 이상은 12명(5.8%)를 차지하고 있다.

해외여행경험은 없다가 157명(75.8%)로 가장 많았고, 1-2회는 35명(16.9%), 3-4회는 13명(6.3%), 5회 이상은 2명(1.0%)로 나타났다.

체제일은 1박2일이 11명(5.3%), 2박3일이 146(70.5%)를 차지했다. 비용은 50만원 미만 48명(23.2), 50-100만원이 127명(61.4%), 100-150만원이 27(13.0%), 150만원 이상이 5명(2.4%)로 나타났다.

교통수단은 비행기가 195명(94.2%)으로 절대적이었으며, 정보획득 수단은 여행잡지 및 신문이 25명(12.1%), TV 및 라디오가 51(24.6%), 인터넷이 68명(32.9%), 여행사가 56명(27.1%), 기타가 7명(3.4%)를 차지하고 있는 것으로 나타났다. 특히, 이 문항의 빈도 분석 결과는 이전의 관광을 위한 정보획득 수단과 많은 차이를 보이고 있음을 나타내고 있다.

정보화의 발전으로 인해 최근의 관광을 위한 정보획득이 여행사나 잡지, 신문 등에서 점차 인터넷을 통한 정보획득으로 바뀌어 가고 있어 이 부분에 대한 중요성을 인식하게 해주고 있다.

4.1.3. 요인분석결과

요인추출과정에서 고유치(eigen value)기준을 적용하여 1.0보다 큰 것을 요인화 하였으며 요인분석결과 6개의 요인이 추출되었는데 누적분산이 60%정도로 설명되고 있으며 내적일관성 검정에서는 Crombach α 값이 70% 이상으로 나타나 비교적 높은 내적일관성을 가지고 있는 것으로 분석되었다.

요인분석 결과는 <표 4-2> 와 같이 6개의 요인으로 추출되었다.

먼저 「지역문화유산」 요인은 회전 후의 고유값(Eigen Value)이 13.367으로 전체변수의 32.602%를 설명하고 있으며, 신뢰도는 알파계수(Chrombach alpha)가 0.9265로 높게 나타났다.

「자기개발」요인은 고유값이 3.128로 전체변수의 7.630%를 설명하고 있으며, 신뢰도는 0.8822이다. 「자연환경」요인은 고유값이 2.497로 전체변수의 6.091%를 설명하고 신뢰도는 0.8904로 나타났다. 「편의성」요인은 고유값이 2.271로 전체변수의 5.538%를 설명하고 있으며, 신뢰도는 0.7869이다. 「사회성」요인은 고유값이 1.724로 전체변수의 4.205%를 설명하며, 신뢰도는 0.7025로 나타났다. 끝으로 「위탁과 축제」요인은 고유값이 1.563으로 3.811%의 설명력을 가지며 신뢰도는 0.8442이다. 위의 6개의 요인의 분산 총합은 59.878%로 약 60%의 설명력을 가진다.

〈표 4-2〉 관광동기의 요인분석 및 신뢰도 분석결과

요인	동기항목	적재값	공통성	고유값	분산	신뢰도
지역 문화 유산	전통적인공예기술등을보기위해	.784	.709	13.367	32.602	.9265
	제주의 민속마을방문을위해	.777	.692			
	제주도의 천연기념물을 보기위해	.769	.649			
	박물관이나 미술관을 방문하기 위해	.717	.581			
	전통적인 연극, 음악, 무용 등을 보기 위해	.714	.679			
	사적지나 명승지를 보기 위해	.704	.637			
	제주도의 문화를 이해하기 위해	.704	.661			
	제주도의 민속에 대한 자료를 얻기 위해	.668	.565			
	옛날로 돌아가보기 위해	.624	.524			
	한라산 국립공원을 방문하기 위해	.610	.592			
	신기한 것을 경험하기 위해	.535	.490			
다른 생활방식을 경험하기 위해	.477	.551	3.128	7.630	.8822	
자 기 개 발	나의 발전을 위해	.802				.736
	나의 삶을 풍요롭게 하기 위해	.725				.610
	좀더 창조적인 사람이 되기 위해	.706				.605
	나 자신을 돌아보는 시간을 갖기 위해	.671				.580
	생활에 만족감을 느끼기 위해	.656				.577
	다른 시각에서 사물을 보기위해	.644				.635
	나의 지식의 폭을 넓히기 위해	.585				.538
	나 자신의건강을 위해	.476	.511			
나 자신의 휴식을 위해	.425	.459				

요인	동기항목	적재값	공통성	고유값	분산	신뢰도
자연 환경	제주도의 깨끗한 분위기가 좋아서	.778	.742	2.497	6.091	.8904
	제주도의 조용한 분위기가 좋아서	.773	.729			
	아름다운 자연환경 때문에	.771	.668			
	불만한 관광지가 많이 있어서	.741	.668			
	좋은 기후 때문에	.674	.589			
	함께 여행하는 사람들과 좋은 시간을 갖기 위해	.385	.317			
편의성	관광지의 안내가 잘 되어 있기 때문에	.730	.653	2.271	5.538	.7869
	제주도내의 교통체계가 편리하기 때문에	.663	.618			
	다른 곳보다 여행계획을 세우기 쉽기 때문에	.638	.601			
	제주도까지의 교통이 편리하기 때문에	.610	.645			
	관광지의 요금이 저렴하기 때문에	.543	.359			
	제주주민의 태도가 좋아서	.494	.484			
	관광개발이 잘 되어 있기 때문에	.485	.486			
사회성	가족과의 관계를 더욱 좋게 하기 위해	.693	.579	1.724	4.205	.7025
	쇼핑을 위해	.680	.593			
	자녀교육에 도움이 되기 위해	.648	.493			
	친구나 친척을 방문하기 위해	.583	.513			
	사업목적을 위해	.495	.431			
위락과 축제	좋아하는 레크리에이션을 즐기기 위해	.703	.737	1.563	3.811	.8442
	해양스포츠를 즐기기 위해	.652	.637			
	축제나 이벤트를 즐기기 위해	.648	.691			
총합					59.878	

4.1.4. 가설검증

가설검증의 일차적인 목표는 성읍민속마을을 방문한 관광객의 동기의 특성을 파악하는 것이다. 가설검증을 위한 동기변수는 적재값이 낮은 7개의 항목을 제외하여 41개의 동기항목을 요인 분석한 6개의 요인이다.

1. 연구가설 I의 검증

가설 I 은 민속마을 방문동기가 인구통계학적 변수에 따라 유의한 차이가 있는지를 분석하기 위한 것이다. 이를 위하여 세부가설을 설정하고 T검정과 ANOVA를 수행하였다. 인구통계적 특성 중 학력, 거주지는 빈도분석 결과 차이검증에 의미가 없다고 판단되어 연구가설 검증에서는 제외하였으며, 성별은 T-test 결과 모든 동기요인에 따라 유의하게 나타나지 않아 기술하지 않았다.

연구 가설 I : 민속마을 관광동기는 인구통계적 특성에 따라 차이가 있을 것이다.

세부가설 I-1 민속마을 관광동기는 결혼여부에 따라 유의한 차이가 있을 것이다.

〈표 4-3〉와 같이 6개의 동기요인 중 자기개발 요인과 자연환경요인, 사회성 요인이 결혼여부에 따라 유의함을 보여주고 있다. 전체적인 요인점수는 기혼에서 다소 높게 나타나고 있으며, 특히 사회성 요인에서 결혼여부에 따른 차이가 크게 나타나고 있다.

〈표 4-3〉 결혼여부에 따른 관광동기의 차이 비교

요 인	미혼	기혼	t값	자유도	유의확률
지역문화유산	3.5874	3.6061	.030	202	.862
자기개발	4.0179	4.2485	6.137	204	.014*
자연환경	4.1839	4.3779	3.471	205	.064**
편의성	3.3272	3.3783	.450	202	.503
사회성	2.2129	3.0828	65.203	205	.000*
위락과 축제	3.0219	3.2338	2.292	203	.132

1)*p<0.05 **p<0.1

세부가설 I-2 민속마을 관광동기는 연령에 따라 유의한 차이가 있을 것이다.

나이에 따른 관광동기의 차이를 설명해주는 <표 4-4> 를 살펴보면 통계적으로 유의한 차이를 보이는 동기요인은 사회성이다. 이들 중에서 20대의 점수가 2.35로 비교적 낮게 나타나고 있어 20대의 경우 사회성으로 인한 동기요인에 많은 비중을 두지 않는 것으로 해석된다.

<표 4-4> 연령에 따른 관광동기의 차이 비교

요 인	20	30	40	50	F값	자유도	유의확률
지역문화유산	3.61	3.54	3.75	3.44	1.061	200	.367
자기개발	4.09	4.16	4.34	4.20	1.424	202	.237
자연환경	4.24	4.28	4.45	4.47	1.045	203	.374
편의성	3.38	3.37	3.36	3.17	.662	200	.576
사회성	2.35	3.00	3.03	3.07	11.063	203	.000*
위락과 축제	3.00	3.21	3.36	3.05	1.470	201	.224

1)*p<0.05 **p<0.1

세부가설 I-3 민속마을 관광동기는 소득에 따라 유의한 차이가 있을 것이다.

소득에 따른 관광동기의 차이는 지역문화 유산과 자연환경, 사회성 요인에 나타나고 있다. 이들 중 소득이 100만원 정도인 경우에 점수가 높게 나타나며 소득이 높은 경우에 점수가 낮게 나타나고 있다.

자연환경의 경우에도 소득이 300만원 이상인 경우 점수가 낮으며, 사회성의 경우에도 소득이 높을 경우 점수가 낮은 경향을 보이고 있어 소득이 높은 관광객의 경우는 자기개발요인에 많은 비중을 두고 있다고 보여진다.

〈표 4-5〉 소득에 따른 관광동기의 차이 비교

요 인	100	100~200	200~300	300	F값	자유도	유의확률
지역문화유산	3.88	3.51	3.58	3.08	8.17	200	.000*
자기개발	4.30	4.12	4.13	4.05	1.48	202	.221
자연환경	4.50	4.28	4.30	3.86	4.68	203	.003*
편의성	3.45	3.39	3.37	2.83	7.93	200	.000*
사회성	2.67	2.90	3.07	2.53	2.78	203	.042*
위락과 축제	3.38	3.13	2.97	2.94	2.09	201	.102

1)*p<0.05 **p<0.1

세부가설 I-4 민속마을 관광동기는 직업에 따라 유의한 차이가 있을 것이다.

직업에 따른 관광동기의 차이는 지역문화유산과 편의성, 사회성 요인에 차이가 있다고 나타난다. 분석결과를 보면 지역문화유산은 학생들이 중요하게 여기는 요인이며, 사회성의 경우 주부들이 높은 점수를 주고 있다.

〈표 4-6〉 직업에 따른 관광동기의 차이 비교

요 인	학생	소규모	전문직	사무직/ 회사원	판매/ 서비스	주부	기타	F값	자유도	유의확률
지역문화유산	3.82	3.36	3.54	3.63	3.51	3.75	3.43	1.828	195	.074**
자기개발	4.14	3.98	4.20	4.17	4.25	4.21	4.22	1.343	197	.224
자연환경	4.41	3.99	4.26	4.28	4.38	4.58	4.34	1.245	198	.275
편의성	3.47	3.30	3.16	3.40	3.38	3.42	3.28	1.775	195	.084**
사회성	2.03	2.91	2.86	2.94	2.81	3.26	2.77	4.938	198	.000*
위락과 축제	3.04	2.86	3.15	3.27	3.17	3.37	3.05	1.586	196	.131

1)*p<0.05 **p<0.1

세부가설 I-5 민속마을 관광동기는 동반자유형에 따라 유의한 차이가 있을 것이다.

관광동기는 모든 요인에 유의한 차이를 보이고 있다. 특히 배우자와 자녀를 동반한 경우 비교적 높은 점수는 나타내고 있다. 이러한 결과를 가지고 볼 때 민속마을 관광은 개인에서부터 가족단위 및 여행사단체까지 중요하다고 볼 수 있다.

<표 4-7> 동반자유형에 따른 관광동기의 차이 비교

요 인	없음	배우자	배우자 /자녀	부모님 /가족	여행사 단체	F값	자유도	유의확률
지역문화유산	3.38	3.65	3.78	3.60	3.35	3.603	199	.007*
자기개발	4.05	4.03	4.40	4.04	3.89	5.627	201	.000*
자연환경	4.14	4.23	4.56	4.40	3.81	8.283	202	.000*
편의성	3.16	3.42	3.47	3.43	3.25	3.776	199	.006*
사회성	2.23	2.85	3.32	2.71	2.23	27.151	202	.000*
위락과 축제	3.01	3.23	3.48	2.70	2.68	6.454	200	.000*

1)*p<0.05 **p<0.1

2. 연구가설 II의 검증

가설II는 관광형태에 따른 민속마을 방문동기의 차이를 보는 것이다. 관광형태에는 크게 방문횟수, 비용, 해외여행 경험, 체재일, 비용, 정보획득 수단 등이 있으나, 해외 여행 경험과 체재일은 사전 빈도분석에 결과, 차이를 분석하는데 의미가 없어 가설검증에서 제외하였다.

연구가설 II : 민속마을 관광동기는 관광형태에 따라 차이가 있을 것이다.

세부가설II-1 민속마을 관광동기는 제주도 방문횟수에 따라 유의한 차이가 있을 것이다.

관광객의 형태 중에서 제주도 방문횟수에 따른 동기요인의 차이 분석결과를 살펴보면 모든 동기요인에 유의한 차이를 가지고 있음을 알 수 있다. 처음으로 제주도를 방문한 경우 자연환경을 중요시 여기며, 방문횟수가 많을수록 자기개발을 중요시 여기고 있다.

〈표 4-8〉 방문횟수에 따른 관광동기의 차이 비교

요 인	처음	1-2	3-4	4-5	6회	F값	자유도	유의확률
지역문화유산	3.55	3.73	3.67	3.38	2.88	4.431	199	.002*
자기개발	3.93	4.35	4.30	3.89	3.84	5.732	201	.000*
자연환경	4.16	4.37	4.50	3.96	3.78	5.198	202	.001*
편의성	3.37	3.38	3.40	3.33	2.95	2.265	199	.064**
사회성	2.31	3.09	2.97	2.92	2.61	8.299	202	.000*
위락과 축제	2.74	3.33	3.33	3.27	3.02	4.046	200	.004*

1)* $p < 0.05$ ** $p < 0.1$

세부가설Ⅱ-2 민속마을 관광동기는 관광비용에 따라 유의한 차이가 있을 것이다.

〈표 4-9〉의 결과를 살펴보면 관광비용과 관광동기의 관계는 각각 유의한 것으로 나타나고 있다. 지역문화유산과 위락과 축제요인의 경우 150만원 이상이 동기가 낮은 반면 자기개발요인과 자연환경, 편의성요인은 비용이 50만원 이하인 경우 동기가 작게 나타나 반대 현상을 보이고 있다. 사회성의 경우 관광비용이 증가할수록 동기가 높아져서 관광동기와 관광비용이 정의 관계를 보이고 있다.

〈표 4-9〉 관광비용에 따른 관광동기의 차이 비교

요 인	50	50-100	100 ~150	150이상	F값	자유도	유의확률
지역문화유산	3.42	3.68	3.57	3.21	2.20	200	.089**
자기개발	3.86	4.29	4.21	4.00	6.14	202	.001*
자연환경	3.95	4.45	4.33	4.24	6.90	203	.000*
편의성	3.19	3.41	3.41	3.35	2.37	200	.072**
사회성	2.30	2.96	2.99	3.24	9.57	203	.000*
위락과 축제	2.74	3.32	3.33	2.33	6.79	201	.000*

1) *p<0.05 **p<0.1

세부가설Ⅱ-3 민속마을 관광동기는 정보획득 수단에 따라 유의한 차이가 있을 것이다.

정보획득 수단에 따른 관광동기의 차이를 살펴보면 위락과 축제요인을 제외하고는 모두 유의한 차이를 가지고 있다. 지역문화유산과 자기개발의 경우 인터넷 이용의 점수가 가장 높으며, 자연환경과 사회성의 경우 TV/라디오를 이용하는데 많은 비중을 두며, 편의성의 경우 제주도 여행의 편리성이라는 동기요인을 반영하듯 편의성 점수가 가장 높다.

〈표 4-10〉 정보획득수단에 따른 관광동기의 차이 비교

요 인	여행잡지/ 신문	TV/ 라디오	인터넷	여행사	기타	F값	자유도	유의확률
지역문화유산	3.64	3.59	3.66	3.60	2.85	2.20	199	.070**
자기개발	4.10	4.17	4.28	4.19	3.34	3.92	201	.004*
자연환경	4.19	4.40	4.39	4.31	3.48	3.29	202	.012*
편의성	3.26	3.36	3.40	3.43	2.73	3.62	199	.007*
사회성	2.50	3.09	2.70	2.86	2.14	3.85	202	.005*
위락과 축제	3.08	3.27	3.32	3.00	2.57	1.90	200	.111

1)*p<0.05 **p<0.1

3. 연구가설 Ⅲ의 검증

연구가설 Ⅲ : 민속마을 관광동기는 관광객의 만족도와 영향관계에 있을 것이다.

〈표 4-11〉에 나타난 바와 같이 관광동기가 관광객의 만족도와 영향관계가 있을 것이라는 가설을 다중회귀분석을 실시한 결과, 영향관계가 있는 것으로 나타났으며, 회귀모형은 F값이 $p=.000$ 수준에서 10.737을 보이고 있어 유의도 .000수준에서 통계적으로 유의한 것으로 나타났다. R^2 는 .245로 나타나 24.5%의 설명력을 보이고 있다. 또한 회귀식에 투입된 변수들의 회귀계수에 대한 t검정 결과 지역편의성을 제외한 지역문화유산, 자기개발과 자연환경, 사회성, 위락과 축제가 유의수준 .05와 0.1수준에서 영향관계를 미치는 것으로 나타나 가설 Ⅲ은 부분적으로 채택되었다.

민속마을을 방문한 관광객의 경우 6개의 요인으로 나누어 동기를 파악하여 민속마을 방문에 대한 전체적인 만족도를 살펴보면, 편의성을 제외한 모든 요인에 영향관계가 있는 것으로 나타나고 있다. 즉 본 논문에서 계속적으로 논의해왔던 민속마을 관광객의 관광동기의 특성들 중에서 민속마을과 관련성이 높다고 판단되어지는 요인들인 지역문화유산이나 자기개발 요인이 민속마을 관광객의 만족도와 영향관계가 있는 것으로 나타나며, 그 설명력이 24.5%나 되고 있다. 이러한 결과를 가지고 볼 때, 민속마을 관광객의 만족도에는 관광동기가 24.5%의 영향관계를 설명하고 있다고 볼 수 있다.

다시 말해 민속마을 관광객의 관광동기는 관광객의 만족도에 영향을 미치며, 특히 민속마을 관광동기와 관련된 요인들인 지역문화유산과 자기개발요인에도 영향관계가 분명하게 나타나고 있어 민속마을 관광객의 관광동기를 보다 자세히 분석하고 이러한 동기와 관련된 욕구를 충족시켰을 경우 보다 더 만족할 것이라는 결론을 얻을 수 있다.

〈표 4-11〉 관광동기가 관광객의 만족도에 미치는 영향

구 분	비표준화 계수		표준화계수	t	유의확률
	B	표준오차	Beta		
상수	3.907	.031		125.964	.000*
지역문화유산	.122	.031	.187	3.936	.000*
자기개발	.187	.031	.286	6.030	.000*
자연환경	-5.3E-02	.031	-.080	-1.693	.091*
편의성	-1.3E-02	.031	-.019	-.408	.684
사회성	5.500E-02	.031	.084	1.771	.077*
위락과 축제	7.853E-02	.031	.120	2.529	.012*
통 계 치	R ² = .245	F= 10.737	d.f.= 6/191	sig.= .000	

1) *p<0.05 **p<0.1

V. 결론 및 시사점

21세기의 주도 산업으로 관광산업이 각광받을 것은 의심의 여지가 없다. 정치적으로든 경제적으로든 관광은 21세기의 대표적 성장산업으로 인정되고 있다. 특히, 사회·문화적으로 환경에 대한 중요성이 한층 고조되고, 여행에 대한 욕구증가와 더불어 Special Interest Tour, 사이버 관광 등과 같은 다양한 여가 행태가 지속적으로 발전되고 자국의 문화를 상품화한 문화관광상품의 개발을 통한 문화의 국제적 경쟁화가 심화될 것으로 전망된다.

이러한 세계적 흐름에 부응하기 위하여 본 연구에서는 민속마을의 관광동기의 특성을 파악하고자 많은 학자들의 선행연구를 기초로 하여 설문항목과 가설을 세우고 실증분석 하였는데, 먼저 설문항목을 요인분석하여 지역문화유산, 자기개발, 자연환경, 편의성, 사회성, 위락과 축제 등의 6가지 동기요인을 추출하였다. 이 동기요인들은

〈그림2-1〉에서 살펴본 관광동기의 유형과 유사한 면을 지니면서 ‘민속마을에서’라는 관광지의 특수성을 잘 보여주고 있다.

이러한 동기요인을 가지고 민속마을 관광객의 특성을 좀더 자세히 살펴보고자 인구통계학적 특성과 관광객의 일반형태에 따른 관광동기의 차이분석을 ANOVA와 T-test를 통하여 실시하였다. 이 결과 민속마을 관광객의 동기요인은 인구통계학적 변수 중에서 특히 결혼여부나 연령, 소득, 직업 및 동반자유형에 유의한 차이를 가지고 있음을 알 수 있었다. 즉 민속마을 관광객의 참여를 높이거나 관광객을 세분화할 경우에 유용하게 이용할 수 있는 변수라 판단되어진다. 그리고 일반형태에 있어서는 방문횟수나 관광비용, 정보획득수단에 차이를 보이는데 이 중에서도 정보획득 수단은 우리나라의 정보화산업의 발달로 인해 앞으로 그 변화가 더욱 두드러질 것으로 여겨지는 부분이다. 그러므로 민속마을에 대한 관광자료를 인터넷상에 홍보하는 홈페이지 등이 중요한 역할을 하며, 비단 민속마을 뿐만이 아니라 앞으로 제주도의 문화관광발전을 위해서는 이 분야의 발전이 절실하다고 보여진다.

그리고 민속마을 관광객의 동기를 가지고 관광객의 만족도와 영향관계를 살펴본 결과, 민속마을 관광객의 동기요인 중 문화적인 요인들로 묶인 지역문화유산이나 자기개발 요인이 만족도와 유의한 차이를 가지고 있음이 검증되었다. 이것은 민속마을을 관람한 관광객들의 문화적인 동기가 민속마을 방문 시 만족도에 영향을 준다는 것으로 관광객의 문화적인 욕구가 충족되어 진다면 제주도의 민속마을이나 문화관광 분야가 충분히 발전할 수 있다는 것을 시사하고 있다. 이외에도 가족간의 유대관계 등을 중시하는 사회성과 제주도의 자연환경, 그리고 위락과 축제 등도 관광객의 만족과 연관이 있음을 보여주고 있다.

이처럼 제주도의 대표적인 민속자원이라 할 수 있는 성읍민속마을을 관광객을 대상으로 하여 관광동기의 특성을 살펴보았다. 본 연구는 제주도의 민속마을이 가지고 중요성 및 앞으로의 문화관광분야에 대한 관심이 증대될 것이라는 것을 전제로 하여 관광동기의 특성을 알아보고 민속마을 및 문화관광 발전에 조금이나마 도움이 되고자 하였다. 하지만 수많은 문화관광자원들 중에서 성읍민속마을 하나만을 대상으로 하였으므로 모든 경우에 적용하기에는 무리가 따른다. 또한 시간적 범위와 표본 수의 제약으로 인한 한계점을 가지고 있다.

참 고 문 헌

- 김경호·고승익, 「관광학원론」, 형설출판사, 2000.
- 김선 외 5인, 「심리학의 이해」, 집문당, 1996.
- 김영돈, 「제주 성읍마을」, 대원사, 1989.
- 남재주군, 「성읍민속마을 종합정비계획」, 1994.
- 로버트 W, 매킨토시, 찰스 R, 젤드너 공저, 신현주 외 역, 「관광학원론」, 세종연구원, 1996.
- 마에다이사무(前田勇), 「관광개론」, 학문사, 1980.
- S. Freud, 「프로이트 심리학 연구」, 이학,역, 청목서적, 1988.
- 손대현, 「관광론」, 일신사, 1995.
- 스티븐 윌리엄스, *Tourism Geography*, 신용석·전선희 역, 한올아카데미, 1999.
- 오택섭, 「사회과학데이터분석법」, 나남출판, 1998.
- 임재해, 「민속문화론」, 문학과지성사, 1987.
- 이광규, 「한국전통문화의 구조적 이해」. 서울대학교출판부, 1994.
- 이장춘, 「관광과 통일」, 서울, 대왕사, 1991.
- 한국관광공사, 「전통민속마을 관광상품화 방안」, 1998.
- 처크 Y. 기이, 에두아르도 파요스 著, 장병권의 12인 역 : 「현대관광론」; 세계적 조망」, 일신사, 2000.
- 채서일, 「사회과학조사방법론」, 학현사, 1997.
- 한경수 편저, 「관광객행동론」, 서울, 형설출판사, 1997, p.308-309.
- 한국관광공사 관광교육원, 「민속문화」, 1989.
- 한국관광공사, 「관광정보」, 1991, 9·10월호.

한국문화예술진흥원 문화발전연구소, 「문화관광에 관한 기초연구」, 1989.

한국문화유산답사회, 답사여행의 길잡이① 「한려수도와 제주도」, 도서출판 들베개, 1998.

문화관광부, 2001년도 관광동향에 관한 연차보고서, 2001.

김성혁·고호석, "우리나라 해외여행객의 동기에 따른 시장세분화에 관한 실증적 연구", 「관광·호텔경영연구」, 동국대학교 관광산업연구소, 1999.

손대현, "우리나라 관광산업의 마케팅에 관한 실증적 연구", 고려대학교 대학원 박사학위논문. 1983.

신도길·곽재용, "관광동기 유형별 경주 세계문화 엑스포에 대한 만족도 연구" 대한관광경영학회, 제14집, 2000, pp.308-311.

이정록·장보용, "지역문화의 문화관광 활성화 방안에 관한 연구", 현대사회과학연구, 제9권, 1998.

조명환·주현식·한성호, "관광욕구가 관광동기 및 관광행동에 미치는 영향에 관한 연구", 「관광·레저연구」, 제12권 제2호, 2000. 12.

차석빈, "한국인 해외여행객들이 호주와 뉴질랜드를 찾는 이유", 디스, 8월호, 1997.

한승엽·박수완, "관광동기와 관광지 매력속성과의 관계에 관한 연구", 「호텔경영학연구」, 1996.

Alastair. M. Morrison, *Hospitality and Travel Marketing*, Delmar Publishers'. Inc., 1989.

Bourdieu, P. and Darbel, A., *The Love of Art: European Art Museums and Their Public Policy*, Cambridge. 1991.

Crompton. John L., *A system Model of Tourists Destination Selection Process with Particular Reference to the roles of Image and Perceiverd Constraints*, Texas A & M University, 1977.

David. T. Herbert, *Heritage Tourism*, Mansell Publishing Limited, 1995.

- Fravcois Vellas and Lionel Becherel *The International Marketing of Travel and Tourism*, ST.MARTIN'S Press, INC. 1999.
- Gee, Chuck Y., D. J. L. Choy, and Makens J. C., *The Tavel Industry*. Westport, AVI, 1984.
- Greg Richards, *Cultural Tourism in Europe*, CAB International, 2000.
- Harron. S. and Weiler. B., *Special Interest Tourism, Ethnic Tourism*, 1992.
- Hewison. R.. *Heritage : An Interpretation In D.L. Uzzell(ed.). Heritage Interpretation : The Natural and Built Environment*. London. Belhaven. 1989.
- Iso-Aloha. S. E., "Toward a Social Psychologival Theory of Tourism Motivation : A Rejoinder" *Annals of Tourism Research*, Vol 9(No. 2), 1982.
- Lloyd. E. Hudman and Donald E. Hawkins, *Tourism in Contemporary Society : an Introductory Text*, Prentice Hall, 1989.
- Loudon. D L. and Bitta. A. J. D., *Consumer Behavior*, 2nd ed. New York: Mcgraw Hill Book Co.
- Lundberg, Donald. E., *The Tourist Business*. New York. Van Nostrand Reinhold. 1990.
- Mayo. Edward J. and Jarvis Lance P., "*The Psychology of Leisure Travel ; effective Marketing and Selling of Travel Service*", 손대현, 장병권 역, 백산출판사, 2000.
- McIntosh & Goeldner, *Tourism; Principles, Practices, Philosophies*, 6th edition Wiley&Sons, 1990.
- Murray, et al., *Exploration in Personality*, New York ; Oxford. 1938.
- Pearce. Philip L., *The Social Psychology of Tourist Behavior*, Pergamon Press, 1982.
- Plog. S. C., "Why destination Areas Rise and Fall in Popularity", *The Cornell Quarterly* Vol. 14(No. 4), 1974.
- Reid. R. D., *Hospitality Marketing Management*, New York, Van Nostrand Reinhold. 1989.

- Roetman, E. E., *Motivatie in Retrospectief: een Onderzoek naar Motivatie voor Cultuuroerisme Tijden de Mondriaantentoonstelling te Amsterdam*. MA dissertation. Tilburg University. 1994.
- Shaw, G. and Williams, A. M., *Critical Issues in Tourism; A Geographical Perspectives*, Oxford : Blackwell. 1994, p. 46-47.
- Smith, V. L., *Host and Guest : The Anthropology of Tourism*, 2nd edn. Basil Blackwell, Oxford. 1989
- Stanton, M., 1977, "The Polynesian Cultural Center : A Multiethnic Model of Seven Pacific Cultures," *Host and Guests*, pp. 193-206,
- Swarbrooke. J. and Horner. S., *Consumer Behavior in Tourism*, Butterworth Heinemann, 1999.
- Zeppel H. and Hal C. M., "Arts and Heritage Tourism", *Special Interest Tourism*, E. Weiler and C. M. Hall, eds., 1992.
- Claudia Notzke, "Indigenous Tourism Development in the Arctic", *Annals of Tourism Research*, Vol, 26(1), 1999.
- Crompton. John L., "Motivation for Pleasure Vacation", *Annals of Tourism Research*, 6(4), 1979.
- Dale. Fodness, "Measuring Tourist Motivation," *Annals of Tourism Research*, Vol 21, No. 3, 1994.
- Dann, Graham M. S., "Anomie-Enhancement, and Tourism" *Annals of Tourism Research*, 1977.
- _____, "Tourist Motivation : An Appraisal", *Annals of Tourism Research*, 8(2), 1981.
- Dwyer, A., "The necessity for authenticity and integrity- a tour operator's viewpoint", *Aboriginal culture and tourism conference*, Halls Gap, Northern Territory, 1988.

- Hall, C. M., Mitchell, I., & Keelan, N.(1991). "Maori Culture and Heritage Tourism in New Zealand". *Journal of Cultural Geography*, 12(2).
- MacNulty, P. and O'carroll, C., "Visitors to Attractions in Ireland in 1991". *Tourism Development International*, Dublin. 1992.
- Muzzafer Uysal and Lee Anne R. Hagan, "Motivation of Pleasure Travel and Tourism", *VNR's Encyclopedia of Hospitality and Tourism*, 1991.
- Rechared Prentice, "Motivation of the Heritage Consumerin the Leisure Marketing : An Application of the Manning Hass Demand Hierarchy", *Leisure Science*, 15(3), 1993.
- Thorburn, A., "Marketing Cultural Heritage: does it work within Europe?", *Travel and Tourism Analyst*, 12.
- Yuan, Sue. & Mcdonald, Cary, "Motivation Determinates of International Pleasure Time", *Journal of Travel Research*, 1990.
- Zhang Qui Hankin and Terry Lam, "An Anaylsis of Mainland Chinese visitor's Motivation to visit Hong Kong", *Tourism Management*, 20, 1999.