



저작자표시-동일조건변경허락 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.
- 이차적 저작물을 작성할 수 있습니다.
- 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



동일조건변경허락. 귀하가 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공했을 경우에는, 이 저작물과 동일한 이용허락조건하에서만 배포할 수 있습니다.

- 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](#)

2012학년도

박사학위논문

지질관광동기와 서비스품질이 관광만족과 행동의도에 미치는 영향

- 제주 세계지질공원을 중심으로 -

지도교수 : 이 주 형

경기대학교 대학원

관광경영학과

이 수 진



지질관광동기와 서비스품질이 관광만족과 행동의도에 미치는 영향

- 제주 세계지질공원을 중심으로 -

이 논문을 박사학위 논문으로 제출함

2012년 12월 일

경기대학교 대학원

관광경영학과

이수진

이수진의 박사학위 논문을 인준함.

심사위원장 _____ 인

2012년 12월 일

경기대학교 대학원

목 차

표목차	v
도목차	viii
논문개요	ix
제 1 장 서 론	1
제 1 절 문제제기와 연구목적	1
1. 문제 제기	1
2. 연구 목적	3
제 2 절 연구범위와 연구방법	5
1. 연구 범위	5
2. 연구 방법	6
제 3 절 연구흐름도	7
제 2 장 연구의 이론적 배경	8
제 1 절 지질관광동기	8
1. 지질관광 개념	8
2. 관광동기 개념	14
3. 지질관광동기 측정	24

제 2 절 서비스품질	26
1. 서비스품질 개념	26
2. 지질공원 서비스품질 측정	34
제 3 절 관광만족과 행동의도	47
1. 관광만족과 행동의도 개념	47
2. 관광만족과 행동의도 측정	50
제 4 절 제주 세계지질공원과 주요명소	54
1. 세계지질공원 개념	54
2. 제주 세계지질공원	56
3. 제주 세계지질공원 주요명소	59
4. 조사대상지 선정배경	75
제 3 장 조사설계	76
제 1 절 연구모형과 연구가설	76
1. 연구 모형	76
2. 연구 가설	78
제 2 절 조사 계획	82
1. 조사 목적	82
2. 조사 대상	82
3. 조사시기와 방법	82
4. 자료수집과 분석방법	83

제 3 절 변수의 조작적 정의	84
1. 지질관광동기	84
2. 지질공원 서비스품질	84
3. 관광만족	85
4. 행동의도	85
5. 설문지 구성	87
제 4 장 실증분석	88
제 1 절 조사대상자 특성	88
1. 인구통계 특성	89
2. 관광행태 특성	91
제 2 절 신뢰성과 타당성 검증	93
1. 신뢰성 검증	93
2. 타당성 검증	94
제 3 절 연구모형 분석과 가설검증	99
1. 확인적 요인분석	99
2. 최종 연구모형 평가	109
3. 가설검증	112
제 4 절 유형별 지질관광동기와 서비스품질 차이분석	116
1. 인구통계 특성에 따른 지질관광동기 차이분석	116
2. 인구통계 특성에 따른 서비스품질 차이분석	118

3. 관광행태 특성에 따른 지질관광동기 차이분석	123
4. 관광행태 특성에 따른 서비스품질 차이분석	124
제 5 절 지질관광동기와 서비스품질 인지도 분석	128
1. 지질관광동기 인지도 분석	128
2. 서비스품질 인지도 분석	130
제 5 장 결 론	132
제 1 절 연구요약과 결론	132
1. 연구요약	132
2. 학술적 시사점	134
3. 관광실무적 시사점	135
제 2 절 연구한계와 향후 연구방향	138
1. 연구한계	138
2. 향후 연구방향	138
참고문헌	140
설 문 지	156
Abstract	161

표 목 차

<표 II-1> 지질관광의 개념	11
<표 II-2> 지질관광의 주요내용 및 개념	13
<표 II-3> 관광동기에 대한 개념적 접근	16
<표 II-4> McIntosh의 관광동기 분류	18
<표 II-5> Thomas의 관광동기 분류	19
<표 II-6> Fisher 와 Price 관광동기 분류	19
<표 II-7> 최영희·이훈 생태관광지 관광동기 분류	20
<표 II-8> 오민재·허석·양승용 제주자연유산지구 관광동기 분류	21
<표 II-9> 고미영·허석·양승용 거문오름방문객 관광동기 분류	22
<표 II-10> 관광동기 분류에 관한 학자들의 견해	23
<표 II-11> 지질관광동기 측정변수의 선정	25
<표 II-12> 서비스품질모형과 구성차원 비교	29
<표 II-13> SERVQUAL 서비스품질의 구성차원 비교	31
<표 II-14> 민병호의 문화관광축제 서비스품질 측정항목	35
<표 II-15> 김경희 축제 서비스품질 측정항목	36
<표 II-16> 권유희·이훈의 주제공원 서비스 품질 측정항목	37
<표 II-17> 고부언·김희철 주제공원 서비스 품질 측정항목	38
<표 II-18> Frochot-Hughes(2000)의 HSTOQUAL 측정항목	39
<표 II-19> 장경수의 문화관광지 서비스 품질 측정항목	40
<표 II-20> 홍수희(2004) 문화관광지 서비스품질 측정항목	41
<표 II-21> 배민기의 국립공원 탐방 서비스 품질 측정항목	42
<표 II-22> 김기호·정기한(2011) 해양관광지 매력속성 측정항목	43
<표 II-23> 양슬필·곽영대 (2011) 생태관광지 매력속성 측정항목	43
<표 II-24> 관광지 서비스품질 접근방법과 측정변수	44
<표 II-25> 지질공원 서비스품질 측정변수의 선정	46

<표 II-26> 관광만족과 행동의도 측정항목	53
<표 II-27> 유네스코 환경보호제도의 특성	54
<표 II-28> 세계 지질공원의 증가추세	55
<표 II-29> 세계 지질공원 인증 평가요소와 가중치	56
<표 II-30> 우리나라의 유네스코 보호지역 운영현황	58
<표 II-31> 제주지질공원 7개 지역 9개 지질명소 현황	60
<표 II-32> 제주 세계지질공원 대표명소 탐방객 현황	60
<표 II-33> 제주 한라산 생태 체험 해설 교실 현황	62
<표 II-34> 조사대상지 선정	75
<표 III-1> 설문지의 구성	87
<표 IV-1> 설문지역과 설문 배포 결과	88
<표 IV-2> 조사대상자의 인구통계 특성	90
<표 IV-3> 조사대상자의 관광행태 특성	92
<표 IV-4> 지질관광동기 속성 측정항목의 신뢰성과 타당성 검증 결과	95
<표 IV-5> 서비스품질 속성 측정항목의 신뢰성과 타당성 검증 결과	96
<표 IV-6> 관광만족도 측정항목의 신뢰성과 타당성 검증 결과	97
<표 IV-7> 행동의도 측정항목의 신뢰성과 타당성 검증 결과	97
<표 IV-8> 1차 확인적 요인분석의 부합도 평가지수	100
<표 IV-9> 1차 확인요인분석	104
<표 IV-10> 변수제거에 따른 적합도 지수의 변화	105
<표 IV-11> 최종 확인요인분석	106
<표 IV-12> 최종 확인 요인분석의 부합도 평가지수	107
<표 IV-13> 상관계수와 분산추출지수	108
<표 IV-14> 최종구조모형 검증 결과	111
<표 IV-15> 가설1 검증 결과	112
<표 IV-16> 가설2 검증 결과	114
<표 IV-17> 가설3 검증 결과	115

<표 IV-18> 성별에 따른 지질관광동기 차이분석	116
<표 IV-19> 연령에 따라 지질공원 지질관광동기 차이분석	117
<표 IV-20> 결혼여부에 따른 지질관광동기 차이분석	118
<표 IV-21> 성별에 따른 서비스품질 차이분석	119
<표 IV-22> 연령에 따라 지질공원 서비스품질 차이분석	119
<표 IV-23> 학력에 따라 서비스품질 차이분석	120
<표 IV-24> 가계 월 소득에 따른 서비스품질 차이분석	121
<표 IV-25> 직업에 따른 서비스품질 차이분석	122
<표 IV-26> 관광지 방문횟수에 따라 지질공원 지질관광동기 차이분석	123
<표 IV-27> 동반자에 따라 지질공원 서비스품질 차이분석	125
<표 IV-28> 제주도 방문횟수에 따라 서비스품질 차이분석	125
<표 IV-29> 제주도 여행기간에 따라 서비스품질 차이분석	126
<표 IV-30> 관광지 방문횟수에 따라 서비스품질 차이분석	127
<표 IV-31> 지질관광동기 인지도 분석	128
<표 IV-32> 지질명소별 지질관광동기 인지도 분석	129
<표 IV-33> 서비스품질에 대한 인지도 분석	130
<표 IV-34> 지질명소별 서비스품질 인지도 분석	131
<표 V-1> 분석결과 요약	133

도 목 차

[그림 I-1] 연구흐름도	7
[그림 II-1] 협의의 지질관광	9
[그림 II-2] 광의의 지질관광	10
[그림 II-3] Nordic모델	30
[그림 II-4] SERVQUAL 모형	32
[그림 II-5] Hierarchical Model 모형	33
[그림 II-6] 제주 세계지질공원 주요명소	59
[그림 III-1] 연구의 구성내용	76
[그림 III-2] 연구의 모형	77
[그림 IV-1] 연구의 대상지	88
[그림 IV-2] 확인적 요인분석의 입력 경로도 모형	103
[그림 IV-3] 최종 구조방정식 분석 모형	110

논문개요

최근 전 세계적으로 지질관광은 환경성장 패러다임과 기후변화로 인해 관심이 집중되면서 학술적인 고찰은 물론 관련 상품개발에 맞는 차별화된 마케팅전략 필요성이 요구되고 있다.

제주 지질관광의 증진을 위해서는 관광행위의 주체인 관광자의 관광동기, 욕구와 같은 심리적 특성과 인구통계학적 관광형태의 특성을 파악하는 것이 관광지의 경쟁력을 강화하는데 있어 중요한 자료이다.

본 연구는 지질관광동기와 지질공원 서비스품질, 관광만족 그리고 행동의도의 상호 영향관계를 검증하고자 하였다. 분석결과를 바탕으로 지질관광동기와 지각된 서비스 품질을 분석하여 제주 세계 지질공원이 앞으로 나아가야할 효과적인 개발방향에 관한 시사점을 제시 하는데 궁극적인 목적이 있다.

이러한 연구목적 달성을 위하여 실증조사는 제주지질공원 내 지질명소 4군데 (한라산, 만장굴, 성산일출봉, 천지연폭포)를 방문한 관광자를 대상으로 선정하였으며, 총 761명의 관광자를 대상으로 730부의 표본으로 SPSS 18.0와 AMOS 18.0 통계패키지를 이용하여 진행되었다.

첫째, 지질관광동기 문항에 대한 신뢰성 및 타당성 검증결과 신체활동추구, 자연매력추구, 지적학습추구, 사회성추구 4개 요인이 추출되었으며, 지질공원 서비스품질의 경우 자연매력성, 직원신뢰성, 교육정보성, 이용편의성, 배려성 5개 요인이 추출되었다.

둘째, 지질관광동기 가설검증 결과 4개의 지질관광동기속성 모두 따라 관광만족도에 정(+)의 영향을 미쳤다.

셋째, 서비스품질에 대한 가설검증 결과, 배려성을 제외한 나머지 4개의 지질공원 서비스품질이 관광만족에 정(+)의 영향을 미쳤다.

넷째, 관광만족이 행동의도에 유의한 영향을 미치는지에 대한 가설 검증으로써, 분석결과 관광만족은 행동의도에 높은 설명력과 함께 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

이외에도 제주지질공원 관광자들의 지질관광동기 속성과 서비스품질문항에 대한 관광자들의 인지 및 인식순위 분석을 비롯하여, 관광자 특성에 따라 관광자가 체감하는 동기와 서비스품질에 차이가 있는지 추가분석을 통해 살펴보았다.

지질관광동기 차이분석 결과, 성별, 연령, 결혼여부 3가지 유형과 관광지 방문횟수에 따라

지질관광동기에 유의한 차이를 보였다.

또한, 지질공원 서비스품질 차이분석결과, 성별, 연령, 학력, 직업, 가계 월 소득 5가지 유형과 동반자, 제주도 방문횟수, 제주도 여행기간, 관광지 방문횟수 4가지 유형에 따라 통계적으로 유의한 차이를 보였다.

본 연구에서는 이러한 연구결과들을 바탕으로 관광만족을 이끌어 낼 수 있는 서비스 품질 개발방향에 대한 시사점들을 제시하고 있지만 연구의 진행과정에서 다음과 같은 몇 가지 한계점을 갖는다.

첫째, 최적의 측정항목 및 측정변수 도출에 대한 제한점이다. 지질관광동기와 지질공원 서비스품질에 대해 규명한 선행연구를 중심으로 도출하였으나 주관적인 판단이 개입되어 중요한 측정항목이 누락될 수 있었을 것으로 사료된다.

둘째, 본 연구는 지질관광 서비스품질항목을 도출하여 그에 대한 성과만을 측정하는 것이 바람직하다는 실증적 이론에 근거하여 SERVPERF모형을 중심으로 서비스 품질을 평가한 연구 결과를 제시하였으나, 관광지에 대한 관광자의 기대와 실질적인 성과에 대한 지각 차이를 간과해서는 안 될 것이다.

셋째, 본 연구의 설문항목에 대해 보다 객관적이고 정확한 측정을 위해서는 장기간의 시간을 가지고 종단 연구가 필요할 수 있으나 조사한 시기가 특정한 계절에 한정되어 있어 관광동기와 서비스 품질을 측정하는데 있어 계절 간의 다른 차이를 반영하지 못 하여 다른 시점의 연구에서도 동일한 결과가 나올지 의문이 들 수 있기 때문에 신뢰성을 높일 수 있는 방법을 제시할 필요성이 있다.

넷째, 연구대상의 추출방법으로 고려되어진 편의추출법은 일반화할 수 없는 한계점을 내포하고 있어 향후 과제방향에 고려되어야 할 것이다.

마지막으로, 제주지질공원의 범위가 4군데를 표본으로 하여 분석이 이루어졌기 때문에 제주지질공원의 전반적인 관광동기와 서비스 품질을 대표하다고 보기에는 한계가 있다.

제 1장 서 론

제1절 문제제기와 연구목적

1. 문제 제기

최근 전 세계적으로 저탄소 녹색성장(Low Carbon, Green Growth)에 대한 관심이 집중되면서 새로운 녹색환경성장 패러다임은 관광분야에서도 환경역량과 경쟁력을 강화할 수 있는 지속가능한 녹색관광자원 개발 (Sustainable Green Tourism Resources Development)에 대한 관심이 높아가는 추세이다.

특히, 지속가능한 관광개발의 유형으로 생태관광(Eco Tourism), 녹색관광(Green Tourism), 농장관광(Farm Tourism), 농업관광(Agri-Tourism), 환경관광 (Environmental Tourism)등의 여러 개념과 함께 유사하게 사용되어 왔으며 지질관광(Geo Tourism) 또한 지속가능한 관광 유형으로 각광받고 있다.

지질관광은 1995년 영국의 전문 잡지에서 공식적으로 사용되면서부터 일반 대중들에게 알려지기 시작하여 유럽, 미국, 호주 등을 중심으로 성장했으며, 일반관광객들의 다양한 기호와 취미에 초점을 맞춘 소그룹 중심의 관광 패러다임과 맞물려 빠르게 성장하였다. 지형·지질 자원의 규모와 상관없이 대부분 지역에서 보편적인 잠재 가능성을 가지며, 계절적 제약을 받지 않을 뿐만 아니라 지역 주민과 관광객들에게 환경 보호 인식을 가져다 줄 수 있다는 장점이 있어 지역 내 소득 증가와 일자리 창출을 가져와 지역 경제 활동을 촉진할 수 있어 개인, 지역사회, 국가 그리고 국제단체에서도 높은 관심을 보이고 있다¹⁾.

특히, 유네스코 국제기구가 지정하는 세계지질공원 인증사업은 국가적 브랜드 가치 향상과 관광산업을 발달시키고 지역사회 발전에 도움이 되기 때문에 해외 각국에서도 관심을 가지고 추진하는 사업 중의 하나이며, 이로 인해 지질관광에 대한 전 세계적인 관심이 더욱 높아지고 있는 추세이다.

세계지질공원(Global Geopark)은 지질학적으로 중요하고 교육가치가 높은 지질명소를

1) Kommo, I., et al, "The Langkawi Global Geopark: local community's perspectives on public education," International Journal of Heritage Studies, Vol. 17, No. 3, p. 261, 2011

보존교육 및 관광자원으로 활용하기 위해 지정·관리하여 지역의 지질, 생태, 역사, 문화적 가치 등 중요자원에 대한 연구·교육·보급에 활용하고 지질관광을 통해 지역사회의 지속가능한 발전을 추구하는 것을 목적으로 만들어진 것이다. 즉, 지질공원은 자연유산과 문화유산이 결합된 보존·교육·지속가능한 발전까지 3가지 개념을 통합한 프로그램이라 할 수 있다²⁾. 특히 지질공원은 자원 보호와 활용을 통해 지역사회와 일반 대중의 소통을 강조하고 궁극적으로 지역 경제발전을 추구한다는 점에서 지자체의 문화 산업 발전에 긍정적 요소로 작용한다.

이러한 시점에서 1960년대 이후 한국의 대표적 관광지인 제주도는 2010년 세계지질공원으로도 인증되어 보존과 활용이라는 문제가 제주관광의 주요 이슈가 되었으며, 2011년에는 자연공원법이 개정되어 국내 지질관광과 지질공원에 관련된 법적·제도적 장치가 마련되었다.

제주도가 국내 최초로 유네스코로부터 세계지질공원으로 인증 받은 것은 매우 주목할 만 성과이며, 독특한 지질학적 환경이 많다는 특성을 살려 제주도 전체를 ‘제주도 지질공원(Jeju Island Geo park)’으로 2010년 10월에 지질학적으로 중요하고 경관이 뛰어난 9개 지역을 대표 지질명소³⁾로 국내 최초 ‘세계지질공원’으로 등재되었다.

세계지질공원 인증을 통해 제주지질명소가 학자와 전문가들에 의해 새롭게 조명되고 있으며, 지질명소를 이용해 지질관광(Geo-Tourism)을 활성화하는 방안도 검토 중이다⁴⁾.

제주도는 화산활동으로부터 형성된 섬이기 때문에 육지부에서 좀처럼 찾아볼 수 없는 특이한 지질관광지가 많지만 관광객들을 위해 알기 쉽게 작성한 설명 자료가 매우 부족하며, 짤막한 안내문에는 전문적인 용어로 서술되어 있어 일반인들이 이해하기 어려울 뿐 아니라 일부 관광지에서는 잘못된 내용을 작성하여 관광객에게 실망을 안겨 주고 있다⁵⁾.

외국에서는 이미 오래전부터 지역의 지질현상을 관광자원으로 또는 현장학습장으로 활용하는데 필요한 안내서를 제작하고 판매하는 다양한 지질관광 사례가 많지만 제주도의 지질관광은 기존 관광 분야에 한정된 양상을 보이는 등 대중의 다양성을 갈구하는 눈높이에 맞추지 못하고 있는 실정이다.

2) 김범훈, 제주 세계지질공원 1주년 평가와 지속가능한 발전방안 연구, 제주발전연구원, 2011.pp.14-15

3) 한라산, 성산 일출봉, 만장굴, 산방산, 고산 수월봉, 중문 지삿개, 주상절리대, 서귀포층, 천지연폭포 모두 7개 지역 9개 명소

4) 세계일보, 제주도, 생태·지질관광 메카로 뜬다, 2012-02-21

5) 박기화 박원배, 제주도 지질의 관광자원화를 위한 기초연구, 제주발전연구원, 2002, p.1



제주도는 천혜의 지질자원을 활용해 경쟁력을 극대화 할 수 있는 계기에도 불구하고 이를 적극 활용하지 못하고 있으며, 지질관광은 매우 초급단계라 할 수 있다. 제주세계지질공원의 새로운 관광 콘텐츠와 관련 프로그램 개발이 요구되지만 구체화되지 않고 있으며, 대부분 초보적인 관광 해설사 양성이나 교사·학생의 연수프로그램 과정으로 이루어지고 있으며 지질·환경학적 교육정보에 대한 콘텐츠가 부족한 실정이다.

또한, 유네스코 세계지질공원은 4년마다 활동을 재평가 해 낮은 점수가 나오면 개선을 권고하고 이를 이행치 않을 경우엔 인증이 철회된다는 점에서 제주지질공원의 실태 파악과 제주 지질공원을 방문하는 지질관광객의 시장파악이 시급히 이루어져야 한다.

이와 같이 지질관광에 관한 학문적 접근과 제주지질공원에 대한 서비스품질 실태 파악, 지질관광동기 분석을 통해 제주지질공원의 효율적인 정착 방안에 대한 연구가 필요한 시점이라 하겠다.

2. 연구 목적

본 연구의 목표는 지질관광 범위확대에 따른 지금까지의 관련 선행연구들을 통해 지질관광 정의와 범위에 대해 학술적으로 고찰 한 후, 본 연구목적에 맞는 대상과 범위를 고찰한다.

또한, 관광행위의 주체인 관광자의 관광동기, 욕구와 같은 심리적 특성에 대한 면밀한 검토는 관광지의 경쟁력을 강화하는데 있어 중요한 지표로서의 역할을 수행하고 있으며, 관광동기는 관광지에 대한 만족과 행동의도에 영향을 미치고 있다⁶⁾. 따라서 지질관광동기를 파악하여 관광만족과 행동의도에 어떻게 영향을 미치는 지를 구체적으로 파악한다.

본 연구는 서비스품질 요인이 관광만족과 행동의도에 어떻게 영향을 미치는지 구체적으로 파악하고 제주도 지질공원 서비스품질 평가를 통해 향후 관광지의 관리 및 개발에 대해 중점적으로 관리하고 추진해야하는 서비스품질 요인에 대한 시사점을 제공한다. 관광지에 대한 서비스품질 만족도에 대한 선행연구를 통해 인지된 서비스의 질은 만족 및 방문 측정하기 위한 기준으로 제시되고 있으며⁷⁾ 서비스품질 및 만족도는 관광자의 행

7) James F. Petrick, The roles of quality, value, and satisfaction in predicting cruise passengers' behavioral intentions, Journal of Travel Research Vol. 42, 2004. pp397-407; H.G Gordon and T.L McDougail, Consumer satisfaction with service : Putting perceived value into Baker, D. A., and J. L. Crompton,

동의를 예측하는 좋은 지표이다8).

지질관광의 핵심은 새로운 지질자원의 개발이 아닌 기존 관광자원의 효율적 운영과 관광객의 관리일 수 있기 때문이며 실질적으로 현장에서 대표되는 지질관광욕구를 정확하게 수용할 수 있는 구체적인 분석 자료를 제시한다.

이러한 연구목적을 달성하기 위한 세부적인 연구목표는 다음과 같다.

첫째, 이론적 배경에서 새롭게 부상되고 있는 지질관광에 대한 개념, 유형과 특성에 대해 이론적인 개념을 체계화한다.

둘째, 선행연구를 통해 지질관광동기와 지질공원 서비스품질에 대해 이론적으로 체계화하고 각 구성개념들에 대한 새로운 측정변수를 포함할 수 있는 측정문항과 척도를 파악하여 조작화한다.

셋째, 제주지질공원의 대표적 명소 9곳을 자연관광자원과 인문관광자원으로 구분한 실태파악을 통해 지질관광자원에 대해 새롭게 모색한다.

넷째, 이론적 체계화와 규명을 통해 지질관광동기, 서비스품질, 관광만족, 행동의도 간에 구조적인 인과관계를 밝힘으로써 연구모형 척도의 적합성 검증과 이론적 개념모형을 개발한다. 이를 통해 선행연구에서 제시되고 있는 관광지 행동의 주요 선행변수 및 관계에 대한 재검증을 실시한다.

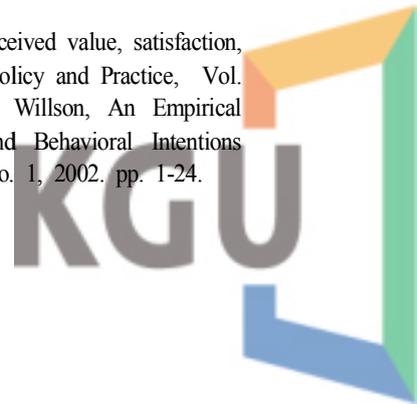
다섯째, 인구통계 특성과 관광행태 특성에 따른 지질관광동기에 대한 차이 분석을 통해 다양한 욕구와 기대에 보다 효과적인 대응할 수 있는 방안을 모색한다.

여섯째, 인구통계 특성과 관광행태 특성에 따른 지질공원 서비스품질에 대한 차이 분석을 통해 지질공원이 가지고 있는 문제점을 파악하고 품질을 강화할 수 있는 방안을 모색한다.

이상과 같은 종합적인 분석결과를 제시하여 제주 세계지질공원이 지질관광에 대한

Quality, Satisfaction and Behavioral Intentions. *Annals of Tourism R the escalation, Journal of Service Marketing*, Vol. 14, No. 2000. pp.2-22; Petrick, J. F., and S. J. Backman An Examination of the Construct of Perceived Value for the Prediction of Golf Travelers' Intentions to Revisit. *Journal of Travel Research*, Vol. 41, No. 1, 2002. pp. 38-45. 강중헌·이재곤, 음식서비스에 대한 지각된 가치와 고객만족이 전환의도와 충성도에 미치는 영향평가, *한국조리학회지*, Vol. 14. No.2, 2008. pp181-192.

- 8) Ching-Fu Chen, Investigating structural relationships between service quality, perceived value, satisfaction, and behavioral intentions for air passengers. *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, Vol. 42. No. 4, 2008, pp. 709-717 ; Tian-Cole, J., L. Crompton, and V. L. Willson, An Empirical Investigation of the Relationships between Service Quality, Satisfaction and Behavioral Intentions Among Visitors to a Wildlife Refuge. *Journal of Leisure Research*, Vol. 34, No. 1, 2002. pp. 1-24.



마케팅 전략을 높이고, 경쟁우위를 확보할 수 있는 기초자료로 활용하는데 본 연구의 필요성이 있다.

제2절 연구범위와 연구방법

1. 연구 범위

본 연구의 목적을 달성하기 위해 공간적 범위와 시간적 범위, 그리고 내용적 범위의 세 가지로 구분하여 연구를 실시한다.

연구의 공간적 범위는 제주 세계지질공원의 지질명소로 지정된 한라산, 만장굴, 성산일출봉, 천지연 폭포 4개 지역범위로 한정하고, 관광활동을 마친 관광객을 대상으로 선정하였다.

시간적 범위는 1차 조사기간과 2차 조사기간으로 구분하고 먼저 1차 조사기간은 2012년 7월 1일부터 7월 7일까지 약 일주일로 설정하였으며, 2차 조사기간은 2012년 8월 9일부터 8월 14일까지 설정하였다. 그리고 본 연구의 내용적 범위는 다음과 같이 총 5장으로 구성한다

제1장은 서론으로 문제의 제기를 통한 연구의 필요성과 연구의 목적, 연구의 범위 및 방법, 그리고 연구 계획에 대한 구성 및 흐름도를 전반적으로 기술한다.

제2장은 연구의 이론적 배경에 대한 관련 선행연구를 통해서 먼저 지질관광에 대한 개념 및 범위에 대해 파악하고, 나아가 지질관광동기, 지질공원 서비스품질, 관광만족과 행동의도에 대한 개념과 주요 선행변수 측정 및 차원을 도출하여 개별 요인 간 영향관계에 대한 전략적인 접근을 위해 이론을 체계화한다.

제3장은 연구의 설계로서 관련선행연구의 이론적 고찰과 연구목적에 맞는 변수측정들을 활용하여 인과관계 경로의 연구모형과 모형에서 설정된 개념 간 관련성을 토대로 가설들을 설정한다. 또한 가설 검증에 사용될 변수의 조작화와 각 구성개념의 변수로 사용될 측정문항과 척도를 최종적으로 개발한다. 그리고 가설검증을 위한 실증분석을 위해 조사목적, 설문구성, 표본추출방법, 조사방법과 분석방법 체계에 대해 구체적으로 기술한다.

제4장은 실증분석을 통하여 얻어진 자료를 분석한다. 표본의 일반적인 특성과 지질관광자의 특성에 대해 기술하고, 모형에 사용된 개별변수들에 대한 신뢰성과 타당성을 검증한다. 그리고 구조모형을 분석하여 제안된 모형의 인과관계에 따라 설정된 가설을 차례로 검증한다. 최종적인 결과분석과 연구모형 검증을 위한 통계분석을 고찰하여 종합적인 논의에 대한 제언으로 구성한다.

제5장 결론에서는 본 연구의 전반적인 연구의 진행과정과 전개과정에 대한 흐름을 요약하고 연구배경에 따른 연구결과를 요약하여 마케팅 시사점을 제시한다. 또한 본 연구의 한계점과 향후 연구방향에 대해 제안한다.

2. 연구 방법

본 연구의 목적을 달성하기 위하여 문헌연구(documentary study)와 실증연구(empirical study)를 병행한다.

문헌연구에서는 본 연구와 관련된 국내외 전문서적, 연구논문 등의 선행연구들을 통해 지질관광동기, 지질공원 서비스품질과 관광만족과 행동의도 관계에 대한 이론적 고찰과 가설을 설정한다.

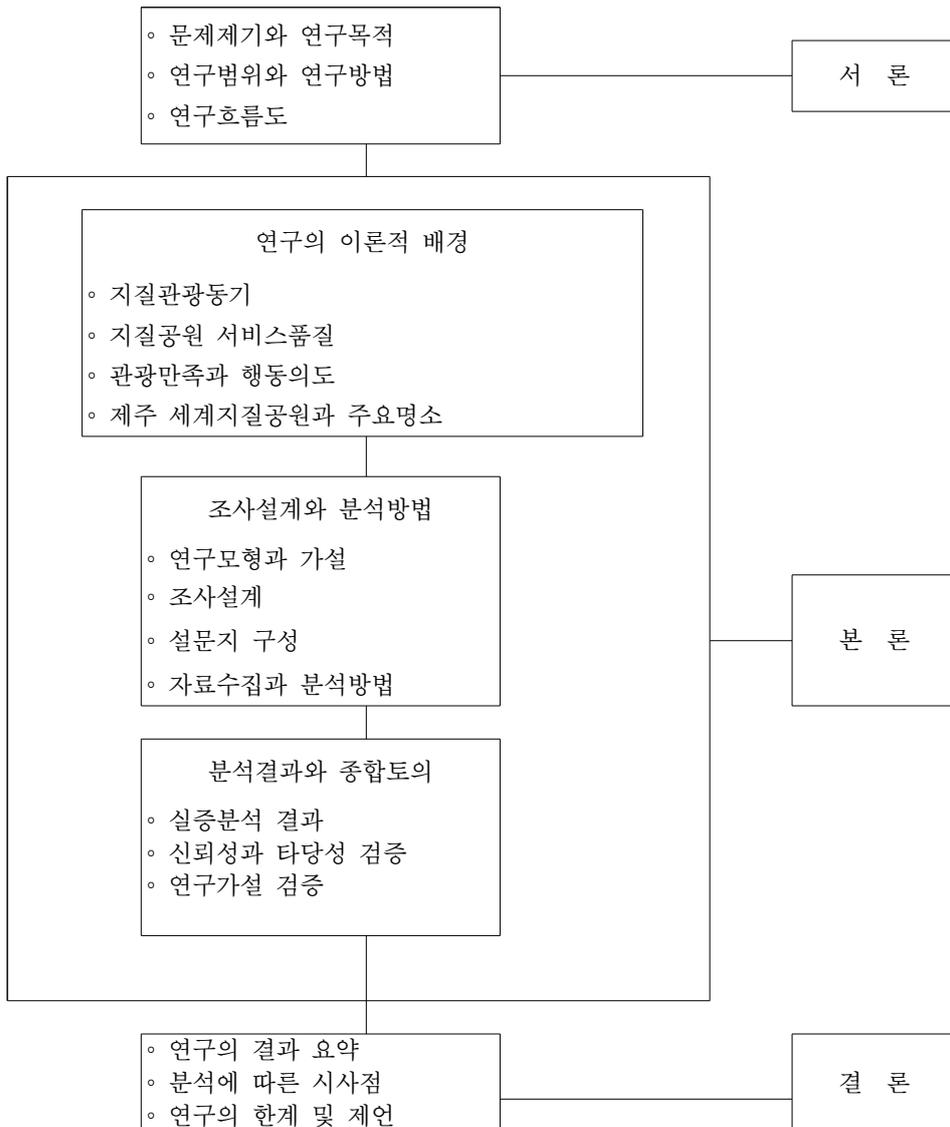
실증연구에서는 제주 세계지질공원의 지질명소로 지정된 한라산, 만장굴, 성산일출봉, 천지연 폭포 4개 지역에서 관광활동을 마친 관광객을 대상으로 설문조사를 실시한다. 설문 조사를 통해 수집된 자료들을 분석하기 위해 한글 SPSS 18.0 for Windows, AMOS 18.0 통계패키지를 이용하여 분석하며, 자료분석에는 기술통계적 분석, 다변량 통계분석, 구조방정식모델, 차이검증 등이 활용한다. 분석방법으로는 빈도분석(frequency analysis), 크론바흐 알파계수(cronbach's α)를 이용한 신뢰도분석(reliability analysis), 타당성 검증을 위한 요인분석(factor analysis)등을 실시한다.

연구모형 및 가설 검증에는 각 측정변수들의 집중타당성과 잠재변수의 집중 타당성 및 판별타당성 검증을 위한 확인적 요인분석(confirmatory factor analysis)과 경로계수 파악을 위한 공분산구조분석(SEM: Structural Equation Modeling)등이 사용되었으며, 추가적으로 기술통계분석과 t-검정 및 일원배치분산분석을 실시한다.

제3절 연구흐름도

본 연구의 전체적인 연구흐름은 [그림 1-1]과 같이 전개한다.

[그림 1-1] 연구흐름도



제 2 장 연구의 이론적 배경

제1절 지질관광동기

1. 지질관광 개념

1) 지질관광 개념

오늘날 기후변화, 지구온난화, 생태계 파괴, 해수면 상승 등의 환경문제는 인류가 우선적으로 해결해야 할 국제적인 문제로 부각되고 있다. 기후변화에 대응한 국가차원에서 저탄소 녹색성장을 위한 실천전략을 마련되고 있으며, 관광분야에서는 지속가능한 관광자원 개발을 추구할 수 있는 새로운 대안관광이 모색되고 있다.

대규모 관광지 개발과 대중관광 등에 의해 각종 폐해가 나타나면서 이를 최소화 하기위한 대안으로 생태관광, 녹색관광, 농촌관광 등 다양한 형태의 관광 활동이 보급되고 있으며, 이중 대안 관광의 여러 유형 중 가장 주목받는 것이 생태관광이다.

생태관광의 개념은 시대 변화에 따른 자원의 성격과 연구 목적, 내용에 따라 많은 학자와 단체들에 의해 다양하게 정의되었으나 실제 국제간, 학자 간 합의가 아직 이루어지지 않은 상태이다⁹⁾.

이렇듯 생태관광은 초반에 생물자원 위주로 이루어지다가 환경 보전과 관광을 하나의 동반자 관계로 보는 것 광의의 생태관광이 주목을 받고 있다. 특히, 2002년 유엔본부에서 세계 생태관광의 해(International Year of Ecotourism : IYE)를 지정하면서 더욱 발전했으며 (Wallace,1996), 특히 최근에는 지속가능한 녹색관광 패러다임과 맞물려 더욱 관심을 받고 있다.

이러한 가운데 1990년대 초반에 지형·지질 자원을 이용한 지질관광이 등장하게 되었다.

관광자원 중에서 지형·지질자원은 과학적인 우수성, 희귀성, 심미적 매력, 교육적 가치 등의 측면에서 중요한 자원으로 평가되어 핵심적인 관광자원을 관광대상으로 한 협의의 지질관광에서 지형·지질의 가치를 올바로 인식하여 지역의 지속가능한 발전을 도모할 수 있는 생

9) The International Ecotourism Society, 1991, "The Ecotourism Society; An Action Agenda," In J. A. Kusler ed, Ecotourism and Resource Conservation, pp. 75-79

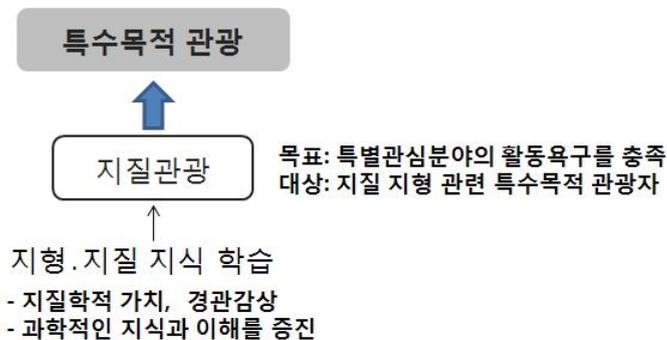
태관광의 후속인 대안관광(alternative tourism)의 한 형태라 볼 수 있다¹⁰⁾.

지질관광(Geotourism)은 geo와 tourism이 결합된 조어이며, geo는 geography(지리학) geology(지질학) geomorphology(지형학)등 지구를 의미하는 접두어이다¹¹⁾. 지질관광(Geotourism) 용어가 대두된 이후 지형·지질자원을 주요 대상으로 하는 협의의 자연관광개념에서 생태관광과 함께 지속가능한 관광을 아우르는 보다 포괄적인 개념으로 발전되고 있다.

즉, 지질관광은 생태관광의 일부분으로 보는 경우도 있고, 생태관광의 후속적인 형태로 보는 견해가 병존한다.

협의의 지질관광은 Hose(1995)¹²⁾가 지질관광을 지질학적·지형학적인 장소 (geosite)에 대해서 관광객들에게 단순한 심미적인 감상의 수준을 뛰어넘어 과학적인 지식과 이해를 증진하고 지구과학의 발전에 기여할 수 있는 해설과 서비스를 제공하는 관광이라 정의 하였다.

[그림 II-1] 협의의 지질관광



즉, 협의의 지질관광은 주로 자연지역에 대한 여행으로 지질학적으로 가치가 있거나, 지질학적으로 경관이 우수하고 교육적 가치가 있는 특수 목적형 관광 유형의 하나로 자연지역에 대한 여행으로서 지질학적으로 가치가 있거나 경관자원이 우수하고 교육적 가치가 있는 지오사이트(Geosite)를 대상지로 하는 관광행태라 할 수 있다.

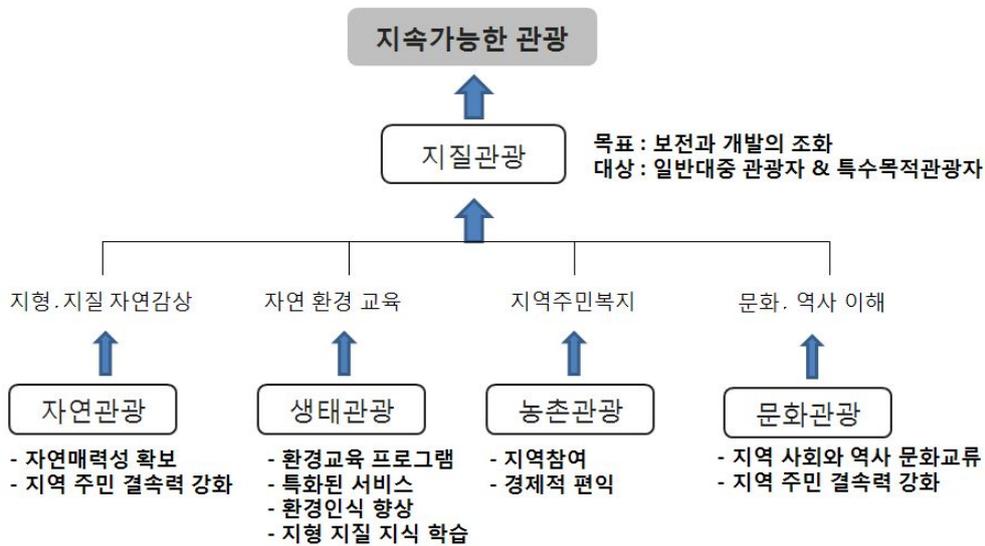
10) 김종일, 관광과 지역 활성화의 새로운 대안- 지오투어리즘, 전남발전연구원, 2012, p.6

11) 지오파크를 세계지질공원으로, 지오투어리즘을 지질관광으로 각각 칭하고 있으나, 명칭에 대해서 학계의합의가 이루어지지 않은 상태임.

12) Hose. T. A., Telling the story of britain's stone, Environmental Interpretation, Vol.10, No.2, 1995 pp.16-17

반면 Dowling(2010)¹³⁾은 지질 및 지형유산(geo heritage)에 한해서 환경적이고 문화적인 이해, 감상, 보전을 촉진하는 수단으로 지구의 지질 및 지형적인 특징을 경험하는데 초점을 둔 지속가능한 관광이라고 지질관광을 정의 하였다.

[그림 II-2] 광의의 지질관광



광의의 지질관광은 어떤 장소의 문화, 환경, 유산, 주민의 삶 등과 같은 지리적인 특성을 지속하거나 향상시키는 최선의 관광으로써 지역의 지형 및 지질자원을 문화, 역사, 전통 등과 연계하여 경제적 가치를 창출하는 새로운 관광산업으로 자리매김하고 있다.

지형·지질자원을 주요 대상으로 하는 협의의 자연관광 개념에서 생태관광과 지속가능한 관광을 아우르는 보다 포괄적인 개념을 광의의 지질관광이라 할 수 있다. 지질관광에 대한 관심은 전 세계에 급속히 발전되어지고 있지만 가능성과 보전지역에 대한 영향과 충돌 대한 보고는 이루어지지 않고 있다¹⁴⁾. 대부분의 지질관광은 지질유산 보존, 지역 커뮤니티 형성하고 지질유산을 잘 조성하여 다양한 사람과 소통함으로써 지질관광상품을 만들어가는 것이다¹⁵⁾.

13) Dowling, R. K., & Newsome, D. Global geotourism perspectives.. Oxford, UK: Goodfellow Publishers. (Eds.), 2010.

14) Dowling, R. K. Geotourism's global growth. Geo heritage, Vol 3, 2011, pp. 1-13

<표 II-1> 지질관광의 개념

용 어	개념정의
Hose(1995)	지형학적으로 또는 지질학적으로 의미가 있는 지역에 대해 이 분야에 지식이 없는 관광객들에게 그 지역의 지형과 지질의 학문적인 의미와 지구의 역사를 이해할 수 있도록 해설과 자료 등을 제공하는 것이다.
National Geographic (1997)	어떤 장소의 환경, 문화, 미학, 유산, 그리고 지역 주민의 복지 등 지리학적 특성을 유지하거나 강화하는 관광이다. 더 나아가 어떤 장소의 문화, 역사뿐만 아니라 모든 독특한 가치를 포함한 자연 여행을 의미한다.
Stueve(2002)	지리 관광으로 탐방지의 지리적 특성에, 탐방지 거주자들의 환경, 문화, 심미적인 경관, 주민 복지 등을 지속시키는 한편, 개선해 나가는 것이다.
Slomka, T. & Swiderska, K. (2004)	지오사이트에서 심미적인 경험과 함께 지형·지질 형성과정에 대한 인식을 바탕으로 한 인지적 관광(cognitive tourism)과 체험관광(adventure tourism)의 한 분야다.
Joyce(2006)	지리학과 관광의 부분 집합이며 지리관광객들은 지형·지질을 배우기 위해 지오사이트를 방문하는 사람이다
Boley(2006)	지속가능한 관광의 범주 안에서 생태관광은 자연교육과 환경 관리 요소를, 공동체기반 관광은 주민 복지를 문화유산관광은 지역문화보호를, 심미적인 경관은 아름다움을 감상하여 이러한 관광객들은 지오투어리즘의 진정성을 경험하게 된다.
Dowling & Newsome(2011)	지형·지질 명소를 장려하고, 자연 감상과 학습을 통해 지형·지질 다양성 보전과 지구과학에 대한 이해를 돕는다. 이러한 효과는 지오투레일(geo-trails)과 전망포인트(view-point), 가이드 투어(guided-tours), 지오희동(geo-activities)과 지오사이트(geosite) 방문 센터(visitor-center) 등을 통해 얻을 수 있다.
전영권(2011)	지오투어리즘은 단순히 지질학에만 초점을 두고 해석하는 ‘지질 관광’이라는 협의의 개념보다는 보다 더 광의의 개념인 ‘지리관광’으로 해석하여야 하며 지질 또는 지형자원 자체로 관광 대상을 국한하기보다는 문화, 역사적인 내용까지 포함하는 문화 지형적인 관점으로 접근해야 한다.
박민영(2011)	관광객들에게 보존가치가 있는 지형·지질 자원에 관한 전문적인 지식과 함께 이를 기반으로 형성된 생태학적, 역사적, 문화적 요소를 포함하여 방문지의 장소성과 지역성을 경험할 수 있도록 하는 관광

자료: 선행연구를 참조하여 재구성.

- 15) Dowling, R. K. Geotourism's contribution to local and regional development. In C. de Carvalho, J. Rodrigues (Eds.), Geotourism and local development 2009. pp. 15-37.

Gray는 지질의 다양한 측면에 대해 설명하였으며¹⁶⁾ Dowling과 Newsome은 지질학적 특성과 관광 사이의 유대관계에 대한 3권의 서적을 최근에 발간하면서¹⁷⁾, 최근 몇 년간 지질학적 특징과 경관의 관광에 대한 관심의 급속한 확대가 이루어지고 있다. 지질 보존 활동, 지질유산에 대한 정부의 인식과 관련된 지질지역을 지정하고 인정함으로써 지역을 보존하고 새롭고, 독특하고 교육적인 경험에 대한 욕구의 증가는 복합적인 관광의 출현 나타나게 되었다¹⁸⁾.

지질관광이 효율적으로 이루어지기 위해서는 지형이나 지형의 기록 그 자체뿐만 아니라, 해당지역의 교통 및 숙박 시설을 포함하는 각종 편의시설, 각종 설명시설, 이를 이용하는 관광객들의 정서 등이 서로 조화롭게 이루어져야 한다¹⁹⁾.

이러한 측면에서 본 연구에서는 넓은 의미의 지질관광으로써, “ 보존가치가 있는 지형·지질 자원을 문화, 역사, 전통 등과 연계하여 경제적 가치를 창출하는 관광활동으로 생태 보전에 기여하고 교육의 기회를 제공함으로써 지질 및 환경에 대한 관광객의 이해와 관심을 증진시키고 지역사회 참여와 이익에 기여하는 지속가능한 발전을 도모할 수 있는 대안관광의 한 형태”로 정의할 수 있다.

2) 지질관광 유형

관광자원이란 이용객에 대한 매력성과 유인성을 가진 속성을 가지고 있기 때문에 관광행동의 목표가 될 수 있는 것으로, 관광동기나 의욕을 일으키게 하는 유무형의 관광대상이다.

지질관광은 지형·지질학에 기반을 두고 있는 자연적·인공적 환경과 지형·지질 자원의 규모와 상관없이 없기 때문에 잠재적 가능성은 다른 관광에 비하여 비교적 높은 편이다. 지질관광대상을 처음 제안한 Hose(1996)는 자연물은 대규모의 토목 공사나 오랫동안의 침식으로 인해 드러난 노두 또는 지층, 화석이나 퇴적 기원의 특정한 암석으로 건축에 사용된 석재까지도 포함하며, 광물, 침식·퇴적·침강·융기에 의해 만들어진 특이한 지형 등²⁰⁾이라고 하였다.

16) Gray, M , Other nature: Geodiversity and geosystem services. Environmental Conservation, Vol. 38, No. 3, 2011, pp. 271-274.

17) Dowling, R. K., & Newsome, D. Geotourism: Sustainability, impacts and management. Oxford, UK: Elsevier /Heineman Publishers (Eds.), 2006.. ; Dowling, R. K., & Newsome, D. Global geotourism perspectives.. Oxford, UK: Goodfellow Publishers. (Eds.), 2010.

18) David Newsome a, Ross Dowling b &Yu-Fai Leung, The nature and management of geotourism: A case study of two established iconic geotourism destinations, Tourism Management Perspectives Vol. 2, No. 3, 2012. p.20.

19) Hose. T. A., Geotourism in Almeria Province. Southeast Spain, Tourism Vol 55, 2007, pp.259-276.

Hose(2007)에 따르면 일차적인 지오사이트(primary geosite)는 자연적·인위적으로 드러나 있으며 지형·지질적으로 가치가 있는 장소로 채석장, 절벽, 광산, 동굴 등이 있고 엄격한 규제보다는 관리를 중시한다. 이차적인 지오사이트(secondary geosite)는 지형·지질학 발전에 중요성이 있는 장소로 주로 박물관, 관광 문화유산 센터, 지형·지질학자들의 연구소 등이 속한다고 하였다²¹⁾. Dowling과 Newsome(2006)은 <표 II-2> 와 같이 지질관광의 주요 내용 및 개념을 정리하였다²²⁾.

<표 II-2> 지질관광의 주요내용 및 개념

구 분	주요작용	구체적인 예시
형태 (Form)	경관, 지형, 퇴적물, 암석, 화석	화산지형, 빙하지역, 하천지형, 풍화지형, 카르스트지형, 퇴적지형, 해안지형, 암석노두, 화석, 광물
작용 (Process)	지각변동, 화성작용, 풍화작용, 침식작용, 퇴적작용	산맥, 화산활동, 용암류, 풍화층, 산사태, 대륙빙하, 빙하, 폭포, 해안절벽, 하천계곡, 삼각주, 갯벌
관광 (Tourism)	매력, 숙박시설, 투어, 활동, 해설 경영	장소의 매력성 : 미국의 그랜드캐니언, 호주의 에어즈락 숙박시설: 지오산장, 지오리조트 투어: 비행, 차량 가이드투어, 셀프가이드 활동: 방문센터, 가이드트레일, 팸플릿 경영: 지오사이트 보존, 관광계획, 관광객관리

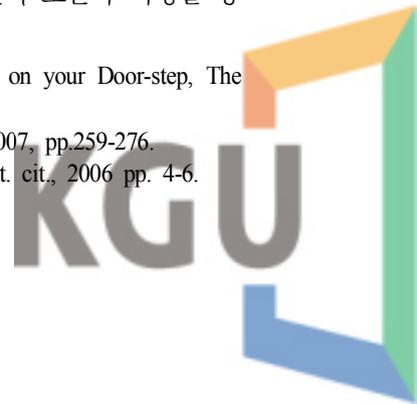
자료: R.K. Dowling and D. Newsome , 2006, "The scope and nature of geotourism," In Dowling, R.K. and Newsome, D.(eds), Geotourism, Elsevier Ltd., Oxford, p.5; 박민영(2011), 한국형 지오투어리즘 정착을 위한 연구, 성신여자대학교 대학원 박사학위논문, 재참조, p.17

형태(form)는 경관의 특징과 구성 물질을 의미하며 단일 지형에서만 나타날 수도 있고 복합적으로 나타날 수도 있다. 작용(process)의 개념은 지구와 관련된 활동으로 지형학적 그리고 지질학적 특성을 의미한다. 관광(tourism)은 가장 중요한 요소로 첫째는 장소의 매력(attractions)성이 있어야 한다. 둘째는 편리한 숙박시설이 필요하며, 셋째는 관광객들에게 친절하고 정확한 안내가 있어야 한다. 넷째는 탐방 안내소와 전문 가이드를 통한 해설 일반 대중들에게 환경 문제를 교육하는 중요한 역할을 담당하며, 지속가능한 발전을 유도하는 수단이 될 수도 있다. 또한 지구 진화의 증거인 바위, 광물, 화석, 토양, 지형과 풍경 등을 자원으로 이용함과 동시에 해당 장소를 보전할 수 있다. 다섯째는 지형·지질 자원의 보존과 여행을 통

20) Hose, T.A., Geotourism, or can tourist become casual rock hounds?, Geology on your Door-step, The Geological Society, 1996, pp. 207-228.

21) Hose, T.A., Geotourism in Almeria Province, Southeast Spain, Tourism 55(3): 2007, pp.259-276.

22) Dowling, R.K. and Newsome, D.(eds), The scope and nature of geotourism, opt. cit., 2006 pp. 4-6.



한 관광객 관리가 있어야한다.

2. 관광동기 개념

1) 관광동기 개념

동기(motivation)란 라틴어 movere(움직인다)에서 파생된 것이며, 목표를 향해서 행동의 방향을 지시하고, 촉진시키고, 가속화시키도록 하는 내적 상태로 행동을 유발하고 행동의 방향과 지속에 영향을 주는 요인이다.

인간은 다양한 이유인 동기를 가지고 이동 즉, 관광에 참여 한다는 것이다. 동기는 모든 행동을 추진하는 힘이기 때문에 관광행동을 이해하고 목적지 선택과정에서 중요한 개념으로 받아들여지고 있다. 동기는 사람들로 하여금 관광행동에 참여하거나 하려는 선척적인 사회심리적 힘으로 정의 된다²³⁾.

관광동기란 관광자가 특정 관광지를 여행하게 된 동기를 의미하는 것으로 관광동기를 분석하여 관광지와 관광자원의 가치, 관광자의 관광행태 그리고 관광지의 홍보 상태를 파악 할 수 있다. 관광자들은 다양한 목적과 동기를 가지고 관광에 참여하게 되며 일반적으로 동기는 사람들이 관광행동에 참여하거나, 방문하려는 선천적인 사회·심리적 힘으로 정의되고, 관광행동을 이해하거나 관광지 선택과정에 중요한 개념으로 받아들여지고 있다.²⁴⁾

관광행동에 따른 경험은 개인의 사회경제적 특성이나 대상지 내에서의 활동 혹은 이와 관련된 환경적, 사회적 여러 가지 영향인자들에 의해 만족 혹은 불만족으로 표출하게된다²⁵⁾.

관광연구에서 중심적인 관심 주제인 관광동기는 관광행동을 일으키게 하는 중요한 요인으로서 관광분야 연구자, 마케터 및 업계 종사자가 관광행동의 의사결정과 만족과 같은 결과를 분석하는데 있어 유용하게 쓰였으며, 마케팅 전략을 위한 기본근간으로 활용되어왔다.

관광동기의 일반적인 개념은 인간이 여행을 통해 만족을 얻을 때 발생하는데 관광행동을 일으키게 하고 변화시키는 중요한 요인 중 하나으로써, 여행형태를 결정하는 궁극적인 동기가 된다²⁶⁾. 그러므로 이러한 관광동기에 대한 지식은 사람들의 여행습관과 목적지 결정은 물론

23) Iso-Ahola, S. E. Toward a social psychological theory of tourism motivation: A Rejoinder, Annals of Tourism Research, Vol. 9, No. 2, 1982. pp.256-262.

24) 김영우, 방한 일본 여성관광객의 에스테틱 동기가 관광지 선택속성, 만족, 행동의도간의 영향관계, 컨벤션 연구, 제6권 제2호, 한국컨벤션학회, 2005. pp. 107-131

25) 강미희, 생태관광객의 여행동기 및 태도, 서울대학교 대학원 일반대학원박사학위논문, 1999, p. 31

그들의 미래 여행 패턴을 예견하는데 있어 매우 중요하다²⁷⁾.

관광동기는 개인적 욕구에 따라 관광자행동의 방향성을 제시하기 때문에 관광자 행동에 중요한 위치를 차지한다. 동기의 본질을 이해하기 위해서는 관광자 행동을 일으키고 또한 관광자마다 느낌 차이를 가져오는 원천에 대한 이해가 필요하다.

이러한 관광동기의 특성²⁸⁾은 먼저 개인내부에 존재하는 육체적 또는 정신적 상태인 관광욕구에 기초하고 둘째, 항상 특정방향이나 목표를 향하여 충족하고자 하는 선택적 행동을 제시하게 하는 방향제시성이 있고, 셋째, 관광자의 긴장을 완화 또는 감소시키며 넷째, 주변 환경의 여행을 민감하게 받는 것이다.

관광동기에 대한 개념정의는 많은 학자들이 하고 있지만 개념 간에 중복되거나 상의하게 규정하거나 정의하였으며, 관광학자들이 서로 다른 이론영역을 기초로 하고 있고 그 연구방법론 역시 상이하기 때문에 관광동기에 대한 개념적 범위가 매우 다양하다. 기존 학자들의 관광동기에 관한 주요 개념적 내용은 다음의 <표 II-3>과 같다.

-
- 26) 이장주, 지역축제 참여동기 모형에 관한 연구, 전남대학교 대학원 박사학위논문, 2003; 전경서, 축제 방문동기에 따른 시장세분화 전략에 관한 연구, 여행학연구, 제10권 제1호, 한국여행학회, 2006, pp.245-268
 - 27) 차석빈, 대양주시장을 찾는 우리나라 해외여행객들의 여행행태에 관한 연구, 사회과학연구, 제3권 제1호, 순천향대학교 사회과학연구소, 1997, 123-138
 - 28) 이미혜, 인사동 전통문화거리의 관광동기에 관한 연구, 여행학연구, 제15호, 한국여행학회, 2002, pp.139-157

<표 II-3> 관광동기에 대한 개념적 접근

구 분	내 용 및 개 념 적 접 근
Crompton(1979)	동기란 모든 행동의 뒤에 스며져 나타나기 때문에 동기를 이해하는 것이 목적지를 선택하는 과정을 파악하는데 유용한 자료가 될 수 있음
Pearce (1982)	동기의 형성기간이 장기적으로, 관광행동과 동시에 만족을 느끼면서 관광사후에도 장기간 지속적으로 그 느낌이 발생 ²⁹⁾
Campbell(1983)	행동의 방향, 반응의 강도, 행동의 지속을 내포 ³⁰⁾
Loudon and Bitta (1984)	행동을 유발하는 개인의 내적 동인이나 신체 에너지를 활성화하여 외부환경의 목표를 달성하도록 하는 내적 상태 ³¹⁾
Mill and Morrison (1985)	동기는 개인의 욕구를 충족시키고자 할 때 발생하는 것 ³²⁾
Morison (1989)	소비자가 자신의 욕구를 충족하기 위한 욕망과 충동 ³³⁾
Reid (1989)	욕구는 경험, 성격, 자신의 이미지, 지각 및 태도에 영향을 받게 되고, 동기를 유발하며, 관광의도를 일으켜 관광행동을 수반 ³⁴⁾
Prentice(1993)	개인 또는 단체행동을 적정하게 분배하고 연속적으로 각 의사 결정에 대해 효과적인 표현으로 타인에게 나타낼 수 있는 내적 심리상태 ³⁵⁾
Fordness (1994)	동기는 관광행동을 설명할 수 있는 변수들 중의 하나이며, 개인의 심리적 긴장 수준을 일으키는 욕구, 필요, 목표와 같은 내적 심리요인의 역동적인 과정
김영우(2004)	사람을 움직여 행동을 하게하는 충동, 감정, 욕망 또는 어떤 일로 행동을 일으키게 하는 계기 ³⁶⁾
조진희(2010)	관광목적지와 관광활동을 선택하는 과정의 모든 행동의 뒤에 숨겨져서 나타나는 추진요인 ³⁷⁾
여영숙(2011)	관광소비자가 관광활동전 가지게 되는 심리적 기대수준 ³⁸⁾

자료: 선행연구를 참조하여 재구성.

29) P. L. Pearce, The Social Psychology of Tourist Behavior, Experimental Social Psychology, 3 (Oxford : Pergamon Press), 1982, p. 50.

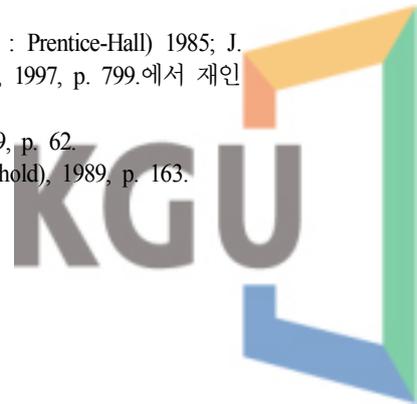
30) R. F. Campbell, Introduction to Educational Administration (6th ed.), 1983.

31) D. L. Loudon and A. J. D. Bitta, Consumer Behavior (2nd ed.), (New York : McGraw Hill Book Co.), 1984, p. 384.

32) R. C. Mill and A. M. Morrison, The Tourism System Englewood Cliffs, N. J. : Prentice-Hall) 1985; J. Gnoth Tourism Motivation and Formation, Annals of Tourism Research, Vol. 24, 1997, p. 799.에서 재인용.

33) A. M. Morrison, Hospitality and Travel Marketing, (Delmar Publisher, Inc.), 1989, p. 62.

34) R. D. Reid, Hospitality Marketing Management (New York : Van Nostrand Reinhold), 1989, p. 163.



2) 관광동기 유형

관광행동의 생성에 필요한 심리적인 원동력을 ‘관광욕구’라 부르며, 관광행동을 이끄는 심리적 에너지를 ‘관광동기’라 한다³⁹⁾. 관광 동기는 개인이 잠재적으로 만족감을 산출하려는 어떤 활동에 대하여 고려할 때 유발되는 것이다⁴⁰⁾. 관광동기는 관광행동을 일으키게 하는 중요한 요인으로서 관광행동을 통하여 만족을 얻고자 할 때 발생한다.

관광동기유형분류를 위하여 학자들은 관광동기요인을 세분화하여 이를 규정하고자 하였다. 기존의 연구에서 관광자의 동기는 일상생활에서의 탈출에서부터 생활의 활력소를 찾기 위한 내용이 많은 부분을 차지하고 있는 것으로 보고 있다.

일본의 관광연구 학자 중의 한사람인 다나카(田中喜一)는 관광의 결정요인 분석에서 내생적 요인과 외생적 요인으로 분석하여 그에 따라 심정적, 정신적, 신체적, 경제적 동기로 분류하고 이러한 관광동기는 일상생활에 변화를 주거나 혹은 생활의 내용을 풍부하게 하려는 개인적 충동에서 발생한다고 보았으며, 일본관광협회에서는 관광동기를 지적, 심리적, 사회적, 활동적, 보양적, 경제적 동기로 구분 하였다⁴¹⁾.

댄(G.M.S.Dann)은 특정 대상지가 잠재 관광객에게 매력물로 지각될 수 있으나 그 곳으로의 실제 방문은 여행에 대한 내적 동기에 의해서이며 따라서 추진인자는 논리적으로나 시간적으로 유인인자보다 앞서므로, 여행동기는 추진인자를 이용해 설명해야 한다고 주장하였다⁴²⁾.

McIntosh(1977)는 <표 II-4> 와 같이 관광동기를 신체활동추구(physical motivations), 문화적 동기(cultural motivations), 사회성추구 동기(personal motivations), 명예와 지위 동기(Prestige and status motivations)로 크게 4 가지 기본범주로 분류하였다⁴³⁾.

35) R. Prentice, Motivation of Heritage Consumer in the Leisure Marketing : An Application of the Manning Hass Demand Hierarchy, Leisure Science, Vol. 15, No. 3, 1993, p. 273.

36) 김영우, 관광동기 및 위험지각이 관광유형 선택과 관광후 행동에 미치는 영향, 세종대학교 대학원 박사학위논문, 2004.

37) 조진희, 지속가능한 생태관광을 위한 관광객의 관광태도, 관광동기 및 환경의식, 계명대학교 대학원 박사학위논문, 2006, p. 127

38) 여영숙, 관광동기에 따른 사전기대가 관광경험의 진정성에 미치는 영향, 호남대학교 대학원 박사학위논문, 2011, pp 71-72

39) 오민재, 드라마 촬영지 관광객의 이미지에 따른 관광동기 유형별 포지셔닝 연구, 경희대학교 대학원 박사학위논문, 2006.pp35-40

40) S.E.Iso-Ahola, Toward a Social Psychological Theory of Tourism Motivation, Annals of Tourism Research, Vol. 9, No. 2, 1982, pp.256-262

41) 문순영, 일본관광자의 관광동기와 만족도에 관한 실증적 연구, 세종대학교 대학원 석사학위논문, 1994, p. 16에서 재인용

42) Hudman. Lloyd E. Tourism: A Shrinking World, Grid. 1980. P.35

<표 II-4> McIntosh의 관광동기 분류

동기의 유형	내 용
신체적 동기 (physical motivations)	<ul style="list-style-type: none"> · 심신의 일신 : 치료 또는 자발적인 건강유지 목적, 스포츠 참여 · 즐거움 : 쾌락, 흥분, 낭만, 오락, 쇼핑
문화적 동기 (cultural motivations)	<ul style="list-style-type: none"> · 타국의 사람 및 장소에 대한 호기심 · 음악, 조각 등의 예술과 민속에 대한 흥미 · 올림픽과 같은 국가 및 국제적 특별행사의 실제경험
대인적 동기 (personal motivations)	<ul style="list-style-type: none"> · 친구 및 친지 방문 · 순례여행과 같은 정신적 이유에서 사람, 장소방문 · 색다른 환경에서 새롭고 특별한 경험의 모색 · 일상적인 사회적 환경에서 벗어나고자 하는 욕구 · 여행을 통해 그 사람과의 만남 · 여행 그 자체를 위한 여행
명예와 지위 동기 (Prestige and status motivations)	<ul style="list-style-type: none"> · 취미활동 · 학습 또는 사업 · 교육적 기여 · 자아실현 · 감각적 몰입 · 회의 참여 · 패션추구

자료: McIntosh, R. W.(1977), "Tourism : principles, practices and philosophies (2nd ed.)", Clumbus: GridInc., pp.61-65

Thomas(1984)는 관광동기를 교육과 문화, 휴양과 오락, 만족적 유산, 기타 동기의 4가지로 분류하여 18개 주요사회 문화적 관광동기를 분류하였으며, 관광자의 모험과 탐험, 다양성 추구의 욕구를 기타 동기에 포함시킴으로서 그 중요성을 간과하고 있다는 점에서 비판의 여지가 있다⁴⁴⁾. Thomas(1984)는 관광동기분류는 다음 <표 II-5>와 같다.

43) W. R. McIntosh and C. R. Goeldner, Tourism : Principles, Practices, Philosophies (6thed)(New York : John Wiley & Sons, 1990), pp. 131-132.

44) J.A.Thomas, What Makes People Travel, ASTA Travel News, August 1984, pp.64-6

<표 II-5> Thomas의 관광동기 분류

동기의 유형	내 용
교육 문화적 동기	1) 다른 나라 사람들이 어떻게 살고 일하며 즐기는지를 본다. 2) 특정 명승지 또는 특별한 장소를 구경한다. 3) 새로운 것에 대한 이해를 증진시킨다. 4) 특별한 행사에 참여한다.
휴식 오락적 동기	5) 일상생활에서 벗어난다. 6) 즐거운 시간을 갖는다. 7) 성적(性的) 또는 낭만적 경험을 갖는다.
민족 유산적 동기	8) 자기 가족의 고향을 방문한다. 9) 가족 또는 친구를 방문한다.
기타 동기	10) 날씨 11) 건강 12) 스포츠 13)경제 14) 모험 15)우월성과사 16) 휴식 17) 역사 18) 세상에 관한 인식욕구

자료: John A. Thomas, "What Makes People Travel" ASTA Travel News, August. 1984. pp. 64-65

그리고 Fisher & Price (1991)는 관광동기를 선행 연구를 기초로 교육, 도피, 대응, 친목, 새로운 교제 등으로 분류하였다⁴⁵⁾.

<표 II-6> Fisher와 Price 관광동기 분류

동기의 유형	내 용
교육 동기	방문국 문화에 대해 배우고자 하는 욕구
도피 동기	일상의 단조로움과 스트레스로부터 욕구
해소 동기	어떤 문제를 해결하고자 여행을 하는 욕구
사교 동기	친구 또는 가족간의 유화감 조성과 새로운 사람을 사귀고자 하는 욕구

자료: R.J. FisherandL.L.Price, International Pleasure Travel Motivation and Post Vacation tourist Cultural Attitude Change, Journal of Leisure Research, Vol. 23, No. 3, 1991, pp55-58

국내 연구자 중 이충기 · 이태희(2000)⁴⁶⁾는 경주 세계 문화엑스포에 참가한 방문객을 대상

45) R.J. FisherandL.L.Price, International Pleasure Travel Motivation and Post Vacation tourist Cultural Attitude Change, Journal of Leisure Research, Vol. 23, No. 3, 1991, pp55-58

46) 이태희 · 이충기. 전통축제 방문시장 세분화의 기준으로 관여수준. 관광학연구, 제24권 제1호, 한국관광학회, 2000, pp. 323-330

으로 축제참가동기를 분석하여 문화경험성, 신기심미성, 가족친화성, 일상탈출성, 사교성 요인으로 분류하여, 이 동기요인을 다목적 경험추구형, 일상성 문화추구형, 단순 문화추구형의 3가지 유형으로 분류하였다.

김정준 (2010)⁴⁷⁾은 관광지 유형에 따른 관광동기, 관여도와 관광 매력성 평가의 상호 영향 관계를 검증하는 연구에서 관광동기를 신체적 동기, 문화적 동기, 대인적 동기 3가지로 분류하였다. 자연중심형, 문화중심형과 같은 관광지 유형에 따라 매력성 평가 요인에 차별성이 있으며, 관광 동기에도 유의적 차이를 보였다.

여영숙 (2011)⁴⁸⁾ 관광동기에 따른 사전기대가 관광경험의 진정성에 미치는 영향 연구에서 관광동기를 상탈출, 교육, 가족친화, 신기체험, 사교를 관광동기 요인으로 관광동기에 따른 사전 기대가 관광경험에 대한 관광객의 주관적 평가와 개인적 의미부여에 미치는 영향을 연구하였다.

자연·생태 관광지를 중심으로 한 관광 동기의 연구를 살펴보면, 최영희·이훈(2009)⁴⁹⁾은 동기를 이용한 생태관광지 방문객 유형분류 연구에서 세계 자연유산 갈라파고스 제도를 방문한 관광객의 관광동기를 바탕으로 자연관광객, 생태관광객, 학습관광객으로 분류하여, 인류 통계학적, 동기별 특성을 분석하였으며, 자연관찰, 학습 및 경험, 심리적 안정, 자연 속 존재감, 물리적 활동으로 <표 II-7>과 같이 5가지 관광동기로 구분하였다.

<표 II-7> 최영희·이훈 생태관광지 관광동기 분류

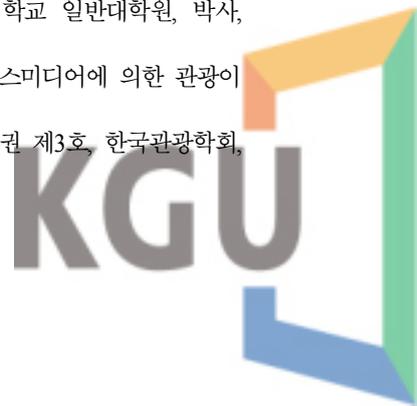
동기의 유형	내 용
자연관찰 동기	풍경과 야생, 고유종 동·식물, 국립공원, 생태학적 풍경, 자연근간활동
학습 및 경험 동기	새로운 장소, 새로운 경험, 새로운 경험과 지식, 자연과 새로운 것
심리적 안정 동기	심리적 휴식, 평안함, 일상탈출, 고독감
자연 속 존재감 동기	자연 속에 있기 위해, 자연과 가까워지려고
물리적 활동 동기	도덕적 활동, 활동적 경험, 건강개선

자료: 최영희·이훈, 동기를 이용한 생태관광지 방문객 유형 분류, 관광학연구 73, 한국관광학회, 제33권 제3호, 2009, pp. 347-368

47) 김정준, 관광지 유형에 따른 관광동기 관여도와 관광매력성 연구, 경기대학교 일반대학원, 박사, 2010

48) 여영숙, 관광동기에 따른 사전기대가 관광경험의 진정성에 미치는 영향 : 매스미디어에 의한 관광이미지의 매개효과를 중심으로 호남대학교 일반대학원, 박사학위논문, 2011

49) 최영희·이훈, 동기를 이용한 생태관광지 방문객 유형 분류, 관광학연구 제33권 제3호, 한국관광학회, 2009, pp. 347-368



오민재·허석·양승용(2009)⁵⁰⁾은 제주자연유산지구 방문객들을 대상으로 관광동기를 조사한 연구결과에서는 탈일상성, 가족친화성, 신기성, 관광매력성, 자연유산성이라는 5개의 동기가 도출하여, 만장굴은 관광자원형, 한라산은 탈일상 친화형, 자연유산형은 성산일출봉과 관련성이 높은 것으로 분석하여 각 관광객 특성을 파악하여 자연유산 관리에 대한 시사점을 제시하였다.

<표 II-8> 오민재·허석·양승용 제주자연유산지구 관광동기 분류

동기의 유형	내 용
탈일상성 동기	평범한 일상탈출, 스트레스 해소, 정신적·육체적 휴식, 생활활력소
가족친화성 동기	가족결속력, 가족 즐김, 가족 문화생활 질 높임
신기성 동기	새로운 것 알기위해, 색다른 문화경험, 호기심 충족, 궁금해서
관광매력성 동기	볼거리가 풍부, 즐길거리 풍부, 아름다운 경관 감상, 유명한 곳
자연유산성 동기	세계자연유산에 관심, 자연유산 장소 방문, 자연경관이 매우 특이

자료: 오민재·허석·양승용, 세계자연유산지구 관광객의 동기와 특성, 관광학연구 제33권 제2호, 한국관광학회 2009, pp. 303-326

고미영·허석·양승용(2011)⁵¹⁾은 거문오름 방문객을 중심으로한 관광동기에 따른 세계자연유산지구 시장세분화 연구에서 관광동기를 파악하고 동기를 중심으로 시장세분화 하여 방문행태를 파악하여 방문객의 관리정책 및 마케팅 전략수립을 위한 시사점을 제공하였다. 이 연구에서 자연유산 생태관광지 방문객의 관광동기를 자연체험 및 학습, 일상탈출, 신체활동, 사회성, 신기성요인을 도출하여 관광동기를 파악하고 관광동기를 중심으로 시장세분화를 통해 방문행태를 파악 했다.

Hose⁵²⁾는 지질유적지를 방문하는 관광객을 두가지 유형으로 분류하였다. 하나는 개인의 지적인 호기심을 충족시키고 그로 인하여 개인의 지적 또는 교육적 수준을 향상 시키기위한 목적을 지질유적지를 방문하는 소위 가치추구적 지질관광객 (dedicated geotourist)과 특별한 지적 호기심에 따른 방문이 아니라 단순히 즐거움을 위해 지질유적지를 방문하는 우연성 지질관광객(casual geotourist)으로 분류하였다. 우연성 지질관광객들의 대부분은 지질이나 지형에 대해 지식이 거의 없는 경우가 일반적 이며, 피상적인 지질관광만을 경험하게 된다.

50) 오민재·허석·양승용, 세계자연유산지구 관광객의 동기와 특성, 관광학연구 제33권 제2호, 한국관광학회 2009, pp.303-326

51) 고미영·허석·양승용, 관광동기에 따른 세계자연유산지구 방문객 시장세분화, 제35권 제4호, 관광학연구 한국관광학회, 2011. pp.11-30

52) Hose. T.A. 2007 Geotourism in Almesia Province, Southeast Spain, tourism 55, pp.259-276

<표 II-9> 고미영·허석·양승용 거문오름방문객 관광동기 분류

동기의 유형	내	용
자연체험 및 학습	- 동식물에 대해 배우기 위해 - 생태 환경 배우기 위해 - 자연을 이해하기 위해	- 오름 역사와 문화를 체험 - 새로운 경험과 지식을 쌓기위해 - 특이한 동식물을 관찰하기 위해
일상탈출	- 생활의 활력을 얻기 위해 - 일상의 스트레스해소 - 평범한 일상에서 벗어나기 위해	- 일상의 스트레스를 해소위해 -정신적·육체적 휴식을 얻기위해
신체활동	- 신신의 건강을 위해 - 활동적인 경험을 하기 위해	- 신체적인 운동을 하기 위해
사회성	- 동반자와 즐거운 시간을 위해	- 동반자와 친목을 도모
신기성	- 거문오름이 궁금해서	- 색다른 체험을 하기위해

자료: 고미영·허석·양승용, 관광동기에 따른 세계자연유산지구 방문객 시장세분화, 제35권 제4호, 관광학연구 한국관광학회, 2011. pp.11-30

관광동기에 관한 이론은 학자에 따라 견해가 다르고 또 매우 다양함을 알 수가 있다. 이는 관광욕구가 개인의 심리적 내면세계와 문화적 배경의 차이, 외부환경의 변화요인 그리고 개성의 차이에 의하여 서로 복잡하게 나타나기 때문이다. 그러므로 관광동기에 대한 이론 역시 개인이 처한 역사적 배경과 사회적, 문화적, 경제적 환경차이에 따라 가변적일 수밖에 없다.

관광동기에 관한 이론은 학자에 따라 견해가 다르고 또 매우 다양함을 알 수가 있다. 이는 관광욕구가 개인의 심리적 내면세계와 문화적 배경의 차이, 외부환경의 변화요인 그리고 개성의 차이에 의하여 서로 복잡하게 나타나기 때문이다. 그러므로 관광동기에 대한 이론 역시 개인이 처한 역사적 배경과 사회적, 문화적, 경제적 환경차이에 따라 가변적일 수밖에 없다⁵³⁾.

최근의 동기에 관한 연구들은 관광동기가 두 가지 측면, 즉 인간에 공통적으로 내재된 내적 관광동기와 구체적인 특정 관광지와 연관된 상황적 차원에서의 관광동기를 함께 다루어야 한다고 주장하고 있다⁵⁴⁾.

즉 관광동기가 인간의 근본적인 욕구(needs)에서 비롯되지만 장소 및 활동과 연관된 상황

53) 손해식, 관광사업에 있어서 마케팅 적용상의 문제, 서울: 한국관광학회, 1982, 제6호, pp. 58-60.

54) Parriello, 1993; Brown, 1992; Gnoth, 1997; Yoon & Uysal, 2003.



적, 인지적 동기가 관광지의 선택에 중요함을 강조함으로써 관광동기를 다차원적인 개념으로 이해하려는 것으로 볼 수 있다. 이러한 관점은 관광동기를 관광자와 관광지의 상호관련 하에서 파악하기 때문에 현실적 적용이 가능하며, 관광지에 따른 관광동기를 분석함으로써 특정 관광지의 관광동기를 예측 하는데 활용될 수 있다.

관광동기에 대한 선행연구를 종합해보면 다음의 <표 II-10>과 같다.

<표 II-10> 관광동기 분류에 관한 학자들의 견해

학 자	내 용
田中喜一(1950)	심정적 동기, 정신적 동기, 신체적 동기, 경제적 동기
Dann(1976)	동기요인 : 자아향상 유인요인 : 관광목적지 특성
McIntosh(1977)	신체적 동기, 문화적 동기, 대인적 동기, 명예 및 지위동기
Thomas(1984)	교육과 문화적 동기, 휴양과 오락적 동기, 민족적 유산동기, 기타 동기
Mill & Morrison(1990)	휴식동기, 안정동기, 사랑동기, 자존의동기, 진실성의동기, 지식추구의동기, 미적동기
McIntosh & Goeldner(1991)	신체적 동기, 문화적 동기, 대인적 동기, 지위 및 권위 동기
Fisher & Price (1991)	교육동기, 도피동기, 해소동기, 사교동기
이충기 · 이태희(2000)	다목적 경험추구형, 일상성 문화추구형, 단순 문화추구형
조진희· 김수봉(2007) ⁵⁵⁾	휴식/도피, 소속, 도전, 성취/지휘, 자아실현, 지적추구, 미적추구
오민재· 허석· 양승용(2009)	탈일상성동기, 가족친화성, 신기성, 관광매력성, 자연유산성
최영희 · 이훈(2009)	자연관찰, 학습 및 경험, 심리적 안정, 자연속 존재감, 물리적 활동
김정준 (2010)	신체적 동기, 문화적 동기, 대인적 동기
여영숙 (2011)	일상탈출, 교육, 가족친화, 신기체험, 사교
고미영· 허석· 양승용(2011)	자연체험 및 학습, 일상탈출, 신체활동, 사회성, 신기성

자료 :선행연구를 바탕으로 연구자가 재구성

55) 조진희, 관광태도로 분류한 생태관광객과 대중관광객의 특성 비교, 관광레저연구 제19권 제1호, 한국관광·레저학회, 2007, pp.27-43



3. 지질관광동기 측정

관광동기가 인간의 근본적인 욕구(needs)에서 비롯되지만 장소 및 활동과 연관된 상황적, 인지적 동기가 관광지의 선택에 중요함을 강조함으로써 관광동기를 다차원적인 개념으로 이해하려는 것으로 볼 수 있다. 이러한 관점은 관광동기를 관광자와 관광지의 상호관련 하에서 파악하기 때문에 현실적 적용이 가능하며, 관광지 특성에 따라 관광동기를 분석함으로써 특정 관광지의 관광동기를 예측 하는데 활용될 수 있다.

관광동기 범주로 여겨지고 있는 관련선행연구들을 통해 관광지에 대한 관광객들의 관광동기를 파악한 결과 연구자는 다음과 같은 시사점을 발견하였다.

첫째, 관광동기는 행동을 유발하는 에너지 요소로써, 관광자의 행동에 대한 이유를 설명해 줄 수 있는 단초를 제공해 줌으로써, 관광동기에 대한 일반적 결과는 관광동기는 관광기대에 영향을 미치고, 이러한 관광기대에 관광경험 간에 생기는 간극에 의해 만족과 불만족이 형성되며, 결국 이것이 관광자의 재방문 의사에 까지 영향을 준다고 보고 있다

둘째, 관광동기는 연구목적이나 조사지역, 조사방법, 관광행태에 따라 연구자마다 약간씩 상이할 수는 있으며, 관광지 유형별로 관광동기가 다르게 나타난다는 것이다.

관광객들의 일반적인 동기에 대한 연구는 특정 지역을 방문하는 사람들의 다양한 일반적인 관광동기들이 방문객의 사회·인구학적 특성이나 동반형태, 출신지역, 국적 등에 따라 어떠한 차이가 나는지를 확인하는 반면, 이벤트 및 축제관광, 생태관광, 문화관광 등의 목적형 관광(Special Interest Tourism)은 일반적인 관광동기뿐 아니라 독특하게 가질 수 있는 동기에 초점을 맞추어 연구되고 있다.

셋째, 지질관광 범주 안에 생태관광, 문화관광, 대안관광을 포함하기 때문에 기존 관련 관광동기를 바탕으로 새로운 개념의 지질관광동기를 포괄하는 결정인자 변수와 차원개발하여 새로운 범위의 지질관광동기에 대한 유형을 종합·분석하여 동기들에 대한 관광만족도를 파악함으로써 향후 국내 지질관광의 바람직한 개발방향을 모색하였다.

넷째, 지질관광동기에 대한 측정항목을 조작화하여 기존문헌에서 항목을 추출하였다.

따라서 본 연구목적에 맞게 제주 세계지질공원이 생태적, 자연적 지질관광지임을 고려하여 추출된 지질관광동기 속성변수에 대한 고려는<표 II-9>와 같이 총 12개의 변수가 추출하였다.

<표 II-11> 지질관광동기 측정변수의 선정

지질관광동기요인		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1	정신적·육체적 휴식을 취하기 위해서	0		0	0	0	0	0	0	0	0	0	◎
2	활동적인 경험을 하기 위해서	0				0	0	0	0			0	◎
3	특별한 경험을 위해서	0	0			0	0	0	0	0		0	◎
4	자연경관을 감상하기 위해서	0	0			0	0	0	0			0	◎
5	독특한 자연, 지질 자원을 보기 위해서		0				0		0			0	◎
6	자연을 가까이 느끼기 위해서					0		0	0	0		0	◎
7	새로운 것에 대해 알기 위해서		0	0	0	0	0		0		0	0	◎
8	어떤 곳인지 알기 위해서	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	◎
9	지적 호기심을 충족시키기 위해서	0	0	0	0		0	0	0	0	0	0	◎
10	동반자와 함께 즐거운 시간을 보내기 위해서	0	0	0		0	0	0	0	0	0	0	◎
11	동반자와 친목을 도모하기 위해서	0	0		0	0	0		0	0	0	0	◎
12	동반자와 소속감을 느끼기 위해서	0	0			0					0		◎

① 이승곤 (2007)	② 김기홍 (2004)	③ Baloglu & McCleary(1999)	④ Kozak (2002)	⑤ 조진희 (2006)	⑥ 이수현 (2008)
⑦ 최영희 등 (2009)	⑧ 오민재 등 (2009)	⑨ 김정준 (2010)	⑩ 여영숙 (2011)	⑪ 고미영 등 (2011)	⑫ 본 연구

자료: 선행연구를 참조하여 연구자 작성.

제2절 서비스품질

1. 서비스품질 개념

1) 서비스품질 개념

서비스는 일반적인 제품과 다르게 무형성, 이질성, 생산과 소비의 동시성 및 소멸성이라는 고유한 특성을 가지고 있기 때문에 서비스품질에 대한 개념은 학자의 관점과 연구목적에 따라 다양하게 정의 되고 있다. 특히, 서비스품질은 서비스를 제공받은 모든 과정에서 경험적, 주관적인 판단에 의존하기 때문에 하나의 개념을 가지고 서비스에 일률적으로 적용하기는 어렵다.

서비스품질은 1980년대부터 서비스기업의 경영자들에게 주요 관심 대상이 되기 시작하여 수익성 향상을 위한 핵심 전략적 과제로 나타나게 되었다.

Grönroos(1990)⁵⁶⁾는 서비스에 대한 여러 학자들의 정의에 대하여 정리하였으며, Blois(1974)는 서비스에 대하여 ‘제품에서 물리적 형태의 변화가 없이 판매되고 제공되는 활동’이라고 하였고, Stanton(1981)은 ‘판매될 경우 욕구를 충족시키는 무형의 상품’이라고 하였고 제시 하면서, 서비스는 ‘서비스 제공자라고 간주되는 기업이나 기관에 의해 제공되는 거래물’이라고 주장하였다.

한편 서비스를 봉사론적 관점에서 바라보며 주종관계와 같이 인간의 인간에 대한 봉사라고 전제하며 현대의 서비스는 이러한 전통적 발상에서 벗어나 인간의 노동을 기레로 대치하는 이른바 서비스의 공업화를 통하여 효율성을 향상시킨다는 논의도 등장하였다.

Croby(1979)⁵⁷⁾는 품질에 대하여 흔히 ‘우수함’, ‘고급스러움’, ‘빛남’, ‘값어치’ 등과 같은 뜻으로 혼동되고 있다고 언급하면서 ‘품질이란 고객의 요구에 대한 부응’이라고 정의하였다.

Parasuraman과 Zeithamal과 Berry(1985,이하 PZB)⁵⁸⁾은 이전의 서비스에 대한 연구를 검토하여 서비스품질은 고객들의 평가하기에 제품의 품질보다 어려우며, 서비스품질의 지각은 실제 서비스성과에 대해 고객이 가지는 기대와 비교한 후 결정되며, 품질의 평가는 서비스의 결과만으로 이루어지는 것이 아니라 서비스의 전달 과정도 포함된다하여 품질에 대하여 ‘결점을

56) Grönroos, C , Service Management and Marketing DC Health and Co., 1990

57) Crosby, P.B. Quality is free: the art of making quality certain, New american library, New York, 1979

58) A .L Parasuraman, V. A, Zeithamal, and L. Berry. A conceptual model of service quality and its implications for future research. Journal of marketing, Vol. 49, No.4 , 1985. pp. 41-50

없애는 것이 최우선 과제'라고 주장하였다. 또한 이후 PZB(1988)⁵⁹⁾ 연구에서는 서비스품질은 '특정한 기업의 서비스에 대하여 고객이 기대한 수준과 그 기업이 제공한 서비스에 대하여 소비자로서 경험하여 인식한 수준의 차이'로 정의하면서 '서비스에 대하여 전반적으로 인식하는 고객의 평가'라고 주장하고 있다.

Lewis & Boom(1983)⁶⁰⁾은 서비스품질은 전달된 서비스 수준과 고객의 기대와의 일치 정도를 측정하는 것으로 고객의 기대에 일치되도록 일관된 서비스를 제공하는 것이라고 하였고, Grönroos(1984)는 서비스 품질을 소비자에 의해 주관적으로 지각되는 품질이라고 주장하면서, 주어진 서비스의 지각된 품질은 소비자가 서비스에 대한 기대와 그가 제공받아 지각한 서비스 즉, 기대된 서비스와 지각된 서비스간의 비교를 평가 과정의 결과라고 언급하였다. 즉, 고객의 기대와 기술, 기능적 특성, 이미지와 같은 다양한 변수에 의해 영향을 받고 결정된다고 하였다.

Cronin & Taylor(1992)⁶¹⁾는 서비스품질은 특정 서비스에 대한 고객의 장기적, 전체적 평가를 의미하는 태도라고 하였으며, Castleberry & McIntyre(1993)는 서비스 품질을 서비스 우수성 정도에 대한 신념, 태도라고 개념화 되고 측정되어야 한다고 지적하면서 서비스 품질이 소비자 만족의 선행요인이라고 하였다. 서비스 품질에 대해서 많은 학자들은 그 중요성을 강조하고 있다. 이와 같이 서비스 품질은 고객이 서비스를 제공받기 이전의 기대와 제공받은 후 만족감과 일치 정도라고 할 수 있으며, 서비스를 제공함에 있어서 전 과정을 아우르는 고객의 평가라 할 수 있다. 이상의 논의들을 종합하여 본 연구에서는 서비스 품질을 지각한 서비스의 전반적 우월성과 우수성에 대한 고객의 평가라고 정의한다.

2) 서비스 품질 측정

서비스를 통한 소비자의 만족은 다양한 무형적 요인에 의한 결정이기 때문에 서비스 품질에 대한 정의가 쉽지 않고 또한 품질을 객관적으로 측정한다는 것은 간단하지 않다⁶²⁾.

59) A. L Parasuraman, V. A, Zeithamal, and L. Berry. SERVQUAL: a multiple-item scale for measuring customer perception of service quality, Journal of retailing. Vol. 64, No.1, 1988. pp.12-40

60) R.C. Lewis and B.H Boom, The marketing of service quality in emerging perspectives on service marketing, Chicago, AMA, 1983, pp, 99-107

61) Cronin, J. J. and S. A. Taylor, Measuring service quality : a reexamination and extension, Journal of Marketing, Vol. 56(July), 1992, pp.55-68

62) J. M. Carman, Customer Perception of service Quality: An assessment of SERVQUAL dimension, Journal of Retailing, Vol. 69, No.1, 1990. p.33.

서비스품질은 서비스의 속성과 특징을 무시하고 제품의 특성에 비추어 대해 사용자의 만족도 즉, 사용적합성을 확대한 모형을 기초로 해서 기존 연구들에 의해 정의되어 왔다.

서비스 품질의 차원에 대한 연구는 어떤 차원으로 서비스 품질 모형을 구성하느냐의 이슈와 서비스 품질의 결정요소들에 집중되어 있다.

선행연구에서 서비스 품질의 구성차원에 대한 주요 주장과 논의들은 2차원, 5차원, 3차원으로 분류하여 살펴볼 수 있다. 서비스품질에 관한 연구는 주로 소비자나 사용자 중심의 지각된 품질의 차원에서 이루어져왔다. SERVQUAL 모형은 PZB에 의해 1988년 고안되었으며, 이 모형은 소비자가 서비스 품질을 평가하는 유형을 유형성, 신뢰성, 응답성, 확신성, 공감성 5개 차원으로 수정되었다. PZB의 SERVQUAL 모형은 서비스 품질의 측정에 가장 많이 애용되고 있으며, 이후 서비스 품질에 대한 연구가 활발하게 진행되어 왔다.

Cronin&Taylor(1992)⁶³⁾는 PZB의 SERVQUAL의 타당성에 관한 의문을 제기하면서 5개 차원의 22개 항목을 그대로 사용하되 기대를 측정하지 않고 오로지 서비스 성과만을 측정하여 이른바 서비스 성과모델인 SERVPERF를 개발하였다.

이 두 모형은 이른바 서비스 품질 측정방법의 양대 축으로 불리며 서비스 품질의 측정에 있어 기대의 측정여부 결정에 대한 학자들의 논쟁을 야기하기도 하였으며, 서비스 품질 측정방법에 대한 새로운 방법도 제시되고 있다.

Grönroos(1984)⁶⁴⁾는 결과중심의 기술적품질, 과정중심의 기능적품질로 구분하였다. 이 분류에 의하면 PZB의 SERVQUAL 신뢰성 차원은 결과품질에, 다른 나머지 4개 차원은 과정품질에 속하는 것으로 보고 있다. 또한 Rust & Oliver(1994)⁶⁵⁾는 3차원모델의 서비스 품질 위계구조 모형을 받아들여 서비스 품질 위계구조모형을 개발하여, 각 차원을 상호작용품질, 결과품질, 물리적환경품질로 명명하였다. 서비스 품질 구성차원에 대한 2차원, 5차원, 3차원으로 분류하여 살펴보면 <표 II-12>와 같다.

63) Cronin, J. J. and S. A. Taylor, 전제서, 1992, pp.55-68

64) Grönroos, Christian, A service quality and its marketing implication, European Journal of Marketing, Vol.18, No.4, 1984, pp.36-40.

65) Rust, R. T and Richard, L. O. Service quality: Insight and managerial implications from the frontier in service quality : New directions in theory and practice, Thousand oaks, CA: SAGE publications, 1994

<표 II-12> 서비스품질모형과 구성차원 비교

구 분		2차원모형	SEVQUAL모형	3차원모형
주요 연구자		Gronroos(1984)	PZB(1988)	Brady&Cronin(2001)
서비스품질 구분	결과품질	기술적품질	신뢰성	결과품질
	과정품질	기능적품질	확신성, 공감성, 응답성	상호작용품질
	물리적환경	고려안함	유형성	물리적 환경품질

(1) 2차원 모형

서비스의 핵심, 결과차원과 과정차원을 서비스 품질에 2개의 차원들이 지배적이다. 핵심차원의 서비스 품질은 서비스 수행의 결과(outcome)나 서비스 인카운터에서 고객이 무엇을 받는지 이고, 관계적인 차원의 서비스 품질은 고객과 종업원과의 관계에서 어떻게 서비스가 전달되었는지를 나타내는 것이다⁶⁶⁾.

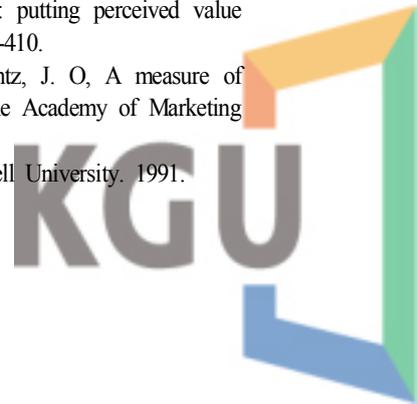
[그림 II-1] 와 같이 Gronroos(1984)⁶⁷⁾에 의해 제안된 2차원적인 모형은 기술적(또는 결과)품질과 기능적(또는 과정)품질의 역할을 강조하였다. 이 모형에서 기술적 품질은 고객에게 배달되는 것과 관계가 있고, 기능적 품질은 최종결과가 어떻게 고객에게 옮겨가는지와 관계 있다. 그래서 기술적 품질이 종종 객관적으로 아주 즉시 평가될 수 있는 반면, 기능적 품질에서는 좀 더 어렵다.

Martin(1991)⁶⁸⁾은 어떤 기관의 서비스에 대한 고객의 전반적인 인상은 2가지 타입(절차상의 그리고 연회의)의 서비스의 기능이라고 제안하였다. 절차상의 서비스(procedural service)는 기능적 및 성과관련 서비스 품질을 배달하는데 필요한 시스템과 절차들을 포함하고 그럼으로써 고객의 요구를 충족시킨다.

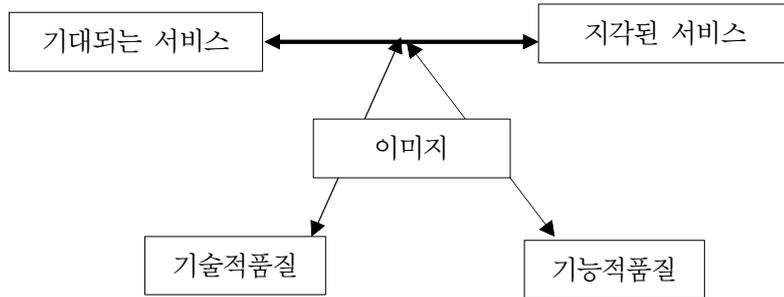
66) Mc Dougall, G.H.G., & Levesque, T. J., Customer satisfaction with services : putting perceived value into the equation. The Journal of Services Marketing, Vol. 14(4-5), 2000, pp.392-410.

67) Gronroos, C.(1984). 전게서, pp.36-44 ; Dabholkar,P. A., Thorpe, D. I.,& Rentz, J. O, A measure of service quality for retail stores : scale development and validation. Journal of the Academy of Marketing Science, Vol. 24(Winter), 1996, pp.3-16

68) Martin,W.B, Quality service: The restaurant manager's bible. Itacha ,NY : Cornell University. 1991.



[그림 II-3] Nordic모델



자료: Brady, M.K., & Cronin, J.J., Jr. (2001). Some new thoughts on conceptualizing perceived service quality: A hierarchical approach. *Journal of Marketing*, 65(3), p.35.

(2) 5차원 모형 (SERVQUAL)

Parasuraman 등(1985)은 서비스 품질의 조작적 정의에 가장 널리 사용되는 것 중의 하나로 최초의 22-항목 10개차원의 SERVQUAL을 개발하였다. 일련의 반복적인 자료수집과 자료분석단계를 통해 97개 문항으로 구성된 측정 도구 시안을 점차 개선시키고 축약하여 신뢰성(Reliability ; R), 확신성(Assurance ; A), 유형성(Tangibles ; T), 공감성(Empathy ; E), 대응성(Responsiveness ; R)을 대표하는 22개 문항을 확정하였다.

이와 같이 하여 5개의 품질차원에 대한 고객의 지각과 기대를 측정하는 22개 문항으로 구성된 서비스품질측정 도구인 SERVQUAL을 개발하였다.

그 후 Parasuraman 등(1988)은 <표 II-13>, [그림 II-4]와 같이 5개의 차원들(유형성, 확신성, 신뢰성, 응답성, 공감성)로 구성된 성과와 기대의 차이 (갭 5)를 측정할 수 있게 수정하였다. SERVQUAL의 소개 이후로부터는 서비스 전달 절차에 중점을 둔 인지된 서비스 품질의 결정요소들로 집중되었다. SERVQUAL은 서비스 품질에 대한 미국적인 시각을 상징하게 되었다⁶⁹⁾.

SERVQUAL의 5가지 차원 중 유형성은 물적 요소의 외형에 대한 차원이고, 확신성은 능력, 공손함, 믿음직함, 안전성 등에 관한 차원이고, 신뢰성은 믿을 수 있고 정확한 임무수행을 하는가에 관한 차원이며, 응답성은 즉각적이고 도움이 되는가에 관한 차원이고, 공감성은 접근이 용이하고 의사소통이 원활한가, 고객에 대해 충분히 이해하고 있는가에 관한 차원이

69) Jordan, L. B, Beyond the friendly skies: An integrative framework for managing the air travel experience. *Managing Service Quality*, Vol. 15, No.5, 2005, pp. 437-451.

다70).

<표 II-13> SERVQUAL 서비스품질의 구성차원 비교

서비스품질 평가 10개 차원	SERVQUAL 차원	SERVQUAL 차원의 정의
유형성	유형성	물리적 시설, 장비, 직원, 커뮤니케이션 자료의 외양
신뢰성	신뢰성	약속한 서비스를 믿을 수 있고 정확하게 수행할 수 있는 능력
대응성	대응성	고객을 돕고 신속한 서비스를 제공하려는 태세
능력	확신성	직원의 지식과 예절, 신뢰와 자신감을 전달하는 능력
예절		
신빙성		
안전성		
가용성	공감성	회사가 고객에게 제공하는 개별적 배려와 관심
커뮤니케이션		
고객이해		

자료: Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L, SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. Journal of Retailing, Vol. 64, No. 1, 1988, p.23.

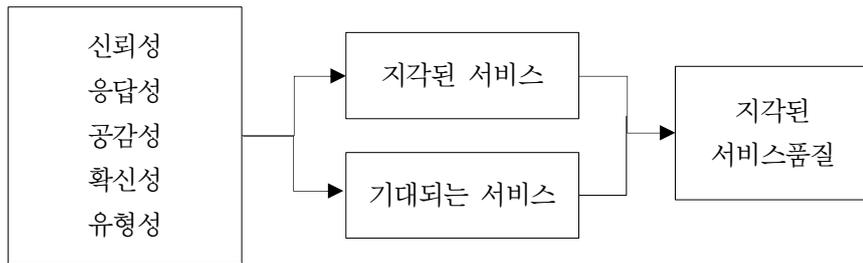
Cronin과 Taylor(1992)⁷¹⁾는 ‘서비스 품질=성과’라는 형태로 SERVPERF의 사용을 제안하면서 SERVQUAL에 대한 비판을 시도하였다. SERVQUAL보다 SERVPERF가 산업별 특성에 덜 민감하게 반응하는 안정적 척도임을 발견하고, SERVPERF가 기대와 성과를 따로 복잡하게 측정할 필요가 없다는 간편성이 있어 효과적이고 효율적인 측정도구로 인식되고 있다. 최근에는 많은 연구자들이 기대를 생략하고 성과에만 기초한 서비스 품질 측정을 사용하고 있다.⁷²⁾

70) 이유재·라선아, 한국기업의 서비스품질 평가제도 변천과정, 서울대학교출판부, 2006,

71) Cronin, J. J., Jr., & Taylor, A. S., 전거서, 1992, pp.55-68.

72) Brady, M. K., & Cronin, J. J., Jr., Some new thoughts on conceptualizing perceived service quality: A hierarchical approach. Journal of Marketing, Vol. 65, No.3, 2001, pp.34-49.

[그림 II-4] SERVQUAL 모형



자료: Brady, M.K., & Cronin, J.J., Jr. (2001). Some new thoughts on conceptualizing perceived service quality: A hierarchical approach. *Journal of Marketing*, 65(3), p.35.

(3) 3차원 모형

SERVQUAL 모형에 대한 비판과 더불어 Gronroos(1984)의 2차원 이론이 다시 조명을 받기 시작했고, 2차원에 새로운 차원을 추가하여 3차원 모델이 개발되었다.

Rust와 Oliver(1994)⁷³⁾는 서비스 상품 (service product), 서비스 전달(service delivery), 서비스 환경(service environment)의 3가지 품질차원을 제안하였다. 서비스 상품은 Gronroos(1984)의 결과품질에 관련되고, 서비스 전달은 과정품질에 관련된다고 볼 수 있다. 그리고 서비스 환경은 최근 들어 서비스 지각에 있어 그 중요성이 점차 부각되고 있는 차원으로서 서비스 전달의 배경이라고 볼 수 있다⁷⁴⁾.

Lehtinen과 Lehtinen(1982)⁷⁵⁾은 서비스 품질을 건물이나 설비와 같은 서비스의 물질적인 측면을 포함하는 물리적(physical) 품질과 기업의 이미지나 인상을 포함하는 기업(corporate) 품질, 고객과 점점직원이나 다른 고객과의 상호작용으로 유발되는 상호작용(interaction) 품질의 세 가지 차원으로 구분하였다⁷⁶⁾.

73) Rust, R.T., & Oliver, R.L. 전게서, pp.1-19, .Thousand Oaks, CA: Sage Publications, 1994.

74) Bitner, M. J. Evaluating service encounters: The effects of physical surrounding and employee responses. *Journal of Marketing*, Vol. 54, No.2, 1990, pp.69-81; Bitner, M.J. Servicescapes: The impact of physical surroundings on customers and employees, *Journal of Marketing*, Vol. 56(April), 1992, pp. 57-71; Brady, M.K., & Cronin, J.J., Jr. Some new thoughts on conceptualizing perceived service quality : A hierarchical approach, *Journal of Marketing*, Vol. 65, No .3, 2001, pp.34-49.

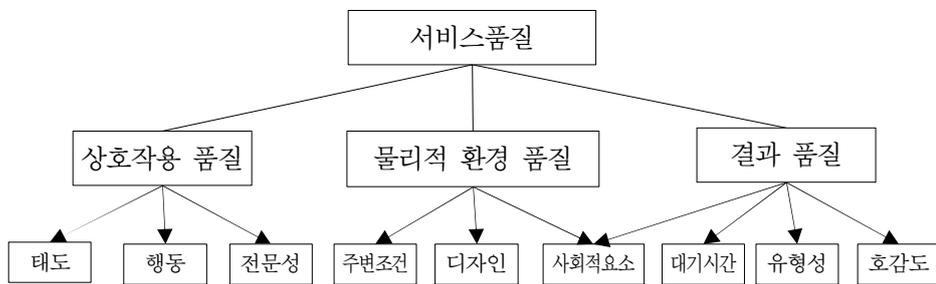
75) Lehtinen, U., & Lehtinen, J. R. Service quality: A study of quality dimensions. Unpublished Working Paper, Service Management Institute, Helsinki, Finland, 1982

76) Caruana, A., Service loyalty : The effects of service quality and the mediating role of customer satisfaction. *European Journal of Marketing*, Vol. 36, 2002, pp.811-828.

Brady와 Cronin(2001)⁷⁷⁾은 Rust와 Oliver(1994)의 3요인 모형과 Dabholkar등(1996)의 서비스 품질 위계구조 모형을 받아들여 [그림 II-3]과 같이 3차원으로 구성된 서비스 품질 위계구조 모형을 개발하였다. 그리고 각 차원을 상호작용 품질(interaction quality), 결과품질(result quality), 물리적 환경품질(physical environment quality)로 명명하였다. 그 내용을 살펴보면 상호작용품질 차원은 종사원의 태도, 종사원의 행동, 종사원의 전문성의 3가지 하위 차원, 물리적 환경품질 차원은 시설 주변 조건, 시설 디자인, 시설 내의 사회적 상황의 3개 하위 차원, 결과품질은 대기시간, 유형적 증거, 호감도(유인가,Valence)의 3개 하위차원이다.

이러한 다차원적인 위계구조는 소비자들이 서비스 품질을 지각할 때 서비스 품질 차원을 여러 가지 하위차원으로 분해시키는 경향이 있음을 지적했다⁷⁸⁾.

[그림 II-5] Hierarchical Model 모형



자료: Brady, M.K., & Cronin, J.J., Jr. (2001). Some new thoughts on conceptualizing perceived service quality: A hierarchical approach. *Journal of Marketing*, 65(3), p.37

77) Brady, M.K., & Cronin, J.J., Jr. 전거서, 2001, pp.34-49

78) Carman, J. M., Consumer perceptions of service quality : An assessment of the SERVQUAL dimensions. , *Journal of Retailing*, Vol. 66, No.1, pp. 33-56

2. 지질공원 서비스품질 측정

1) 관광지 서비스품질 측정

1980년대 이후 서비스품질 측정을 위한 다양한 모형들이 개발되어왔으며, 서비스품질모형의 타당성과 실제 적용을 위한 다양한 연구들이 폭넓게 수행되어왔다. SERVQUAL과 SERVPERF가 여러 분야에서 가장 많이 이용되어 왔다.

백화점, 할인점, 슈퍼마켓과 같은 유통산업을 비롯하여 행정서비스, 대학도서관, 병원, 그리고 전반적인 관광산업에서도 호텔, 항공 산업, 축제 등, 여행과 관련되어 서비스품질 모형에 관한 다양한 연구가 이루어졌다.

관광지에서의 서비스란 관광지를 방문하는 고객이 도착하여 체류하는 기간 동안 고객의 편익과 만족을 위해 제공되는 인적 자원 및 물적 시설의 총체를 의미한다. 고객에게 부합된 수준의 서비스를 제공하고 적절한 시기에 고객의 기대를 충족시키는 것을 의미한다.

관광지 서비스품질은 관광지를 방문 하는 고객이 기대하는 것과 지각 및 경험하는 것을 일치시키는 것이라고 할 수 있다. 관광지에 대한 서비스품질은 고객의 주관적인 판단이라고 할 수 있다.

지금까지 Parasuraman등(1998)이 제안한 SERVQUAL모형을 이용한 서비스품질 측정은 서비스산업분야에 폭넓게 활용되어 왔으나, 서비스품질의 구성차원은 서비스품질 평가에 있어 일반적 항목을 추출하였기 때문에 실제 구체적인 경우에 적용되기 위해서는 항목이 추가되거나 삭제되는 등 변형이 필요하다는 것과 상이한 서비스 환경이나 서비스 산업전체에 걸쳐 같은 항목이 적용될 수 없음은 여러 실증연구를 통해 검증되었다⁷⁹⁾. 따라서, 이러한 문제의식을 바탕으로 기존의 SERVQUAL 측정도구를 변형하여 적용하는 연구들이 이루어졌다.

관광지와 관련하여 서비스 품질을 측정하는 연구는 관광지 자체의 SERVQUAL모형 평가를 바탕으로 각 관광지의 특성에 맞는 고유속성을 구성차원으로 도출하여 관광지 서비스품질평가가 이루어지고 있다.

축제와 관련하여 서비스 품질의 속성을 파악하고 측정한 연구를 살펴보면, Crompton와 Love(1995)는 미국 텍사스 주 켈버스론시의 'Dickens on the strand'에서 매년 열리는 빅토리아 크리스마스 축제를 대상으로 서비스 품질을 측정하기 위하여 행사장환경, 행사장내의 정보제공, 편의시설, 주차시설, 참여업체의 종사원과 상호작용 5개 구성차원인 22개 측정항목으로

79) Carman 1990 ; Babakus&Boller 1992; Teare & Oslan, 1992 ; Lewis 1987

기대, 중요도, 성과에 대하여 조사하였다⁸⁰⁾.

Baker와 Crompton(2000)⁸¹⁾은 'Main Street Days' 축제 수행의 질을 평가하기 위해 Crompton와 Love(1995)가 사용한 척도를 활용하여 오락적 특징, 일반적 특징, 정보원천, 안락한 쾌적성 등 4개 구성차원 22개의 항목을 구성하여 축제의 서비스품질, 만족, 행동의도간의 관계를 연구하였다. 이 연구는 선택속성에 대한 기대와 성과를 측정하고 이들 간의 비교를 통하여 만족도를 측정하고자 하였다.

류인평(2005)⁸²⁾은 남원춘향제를 대상으로 한 연구에서 프로그램, 시설, 안내행사, 홍보, 쇼핑과 교통 등 6개차원의 30문항으로 중요도-성취도 분석을 통하여 축제의 서비스 평가를 측정하였다.

민병호(2000)⁸³⁾는 문화관광축제의 서비스품질을 측정하였는데, 이 연구에서 문화관광축제의 서비스품질을 물리적 품질, 과정적 품질, 사회적 품질로 분류하였으며 SERVPERF모형을 이용하여 <표 II-14> 와 같이 문화관광 축제의 서비스품질을 측정하였다.

<표 II-14> 민병호의 문화관광축제 서비스품질 측정항목

차 원	측 정 항 목
지역발전 기여	경제발전기여, 문화발전기여, 지역이미지에기여, 지역환경에 기여 주민화합, 구체적 축제로 발전
프로그램 내용	공연의 수준, 프로그램의 재미, 체험기회, 예정시간의 준수 프로그램의 향토성
편의시설	장애자와 어린이용시설, 휴식공간의 편리, 주차시설의 편리 화장실의 편리
정보제공체계	안내소의 유익성, 행사장까지 안내표지판 기능, 팸플렛의 유익성
판매상품 품질	토산품의 품질, 판매음식의 다양성, 판매음식의 품질, 토산품의 가격
판매서비스	판매음식의 가격, 토산품의 가격, 판매원의 친절성
행사장 환경	구경하기에 안전, 행사장의 청결성, 관람자의 혼잡성

자료: 민병호, 한국문화관광축제의 서비스 품질에 관한 연구, 한양대학교 박사학위논문 (2000). P.85

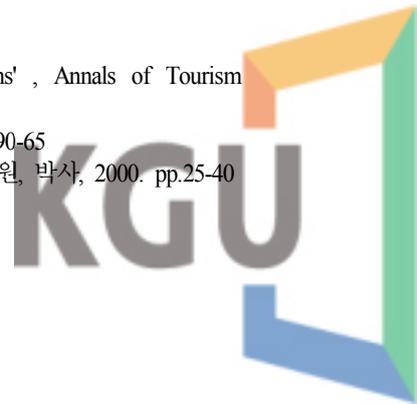
김경희(2009)⁸⁴⁾는 <표 II-15>과 같이 축제서비스품질 5개 차원 22개 항목을 구성하여 문

80) J.L Crompton and L. L. Love, 전게서, 1995

81) Barker, D.A & Crompton, J.L, 'Quality, Satisfaction and Behavioral Intentions', Annals of Tourism Research, Vol 27, No.3, 2000, pp. 253-804

82) 류인평, 지역축제 평가에 관한 연구, 관광경영연구, Vol.24, No.3, 2005, pp. 90-65

83) 민병호, 한국문화관광축제의 서비스 품질에 관한 연구, 한양대학교 일반대학원, 박사, 2000. pp.25-40



화체육관광부에서 최우수 축제로 선정된 강진 청자축제 참가자를 대상으로 축제서비스 품질, 이미지, 지각된 가치 등에 대한 특성을 분석하고 가설을 검증 하였다.

<표 II-15> 김경희 축제 서비스품질 측정항목

차 원	측 정 항 목
프로그램	새로운경험, 다양한활동, 프로그램재미, 다양한 프로그램, 문화적체험, 새롭고 신기함, 교육적 내용
전문성	진행요원의 빠른 문제해결, 진행요원의 신속한 서비스, 진행요원의 전문지식, 진행요원의 친절, 대처 능력
신뢰성	행사시간 정확히 준수, 행사일정 준수, 사전정보 일치
공감성	행사장 접근성, 주차 용이성, 참가자 편의 고려
유형성	외관의 매력성, 안내시설 인쇄물, 식음료의 질, 화장실 시설

자료: 김경희, 축제 서비스품질이 축제이미지와 지각된 가치, 행동의도에 미치는 영향연구, 경기대학교 일반대학원, 박사학위논문 (2009). P.75 재인용

공원과 관련하여 서비스품질의 속성을 파악하고 측정한 연구를 살펴보면, 권유홍 이훈 (2002)⁸⁵⁾은 주제공원의 서비스 품질을 측정하였다. 이 연구는 Gronroos의 서비스 분류를 기초로 주제공원의 서비스 품질을 평가하기 위하여 <표 II-16>과 같이 25개 항목 7개 차원으로 구성하였다.

84) 김경희, 축제 서비스품질이 축제이미지와 지각된 가치, 행동의도에 미치는 영향연구, 경기대학교 일반대학원, 박사학위논문, 2009, pp.99-100

85) 권유홍 이훈, 주제공원 서비스 질이 방문자 만족 및 행동의도에 미치는 영향, 관광학연구, Vol.26, No.1, 2002

<표 II-16> 권유홍·이훈의 주제공원 서비스 품질 측정항목

차 원	측 정 항 목
음식점	메뉴의 다양성, 음식점의 청결, 종업원의 친절, 종업원의 복장 및 청결, 손님요구에 대한 응대
전반적 분위기	분위기에 맞는 조명, 분위기에 맞는 건물/시설/디자인, 청결, 축제와 관련된 봄조성/분위기
행사공연	공연의 재미, 공연시간의 엄수, 의자/조명/관람시설의 설비 행사/공연진행
편의시설	벤치, 공중전화, 휴지통, 화장실, 안내표지판
기념품상점	기념품의 다양성, 기념품의 가치
입구지역	주차장 시설/규모, 주차요원의 안내, 매표소 직원의 친절
놀이기구	재미와 스릴정도, 놀이기구의 다양함

자료: 권유홍·이훈, 주제공원 서비스 질이 방문자 만족 및 행동의도에 미치는 영향, 관광학연구, Vol.26, No.1, 2002, pp.219-236

고부언·김희철(1999)⁸⁶⁾은 주제공원의 고객만족을 위한 서비스품질요인에 관한 연구에서, PZB의 서비스 품질 속성 및 Cronin등의 주제공원 서비스 품질 속성을 포함하여 설문 항목을 도출하였다. 이 연구에서 <표 II-17>과 같이 접근 용이성이 1개 변수로 이루어져 있어 요인으로서의 신뢰성 확보에 문제가 있다. 22개의 품질 속성에 대한 신뢰도분석에서 항목-전체 상관성이 낮아 통계분석에서 제외시켜야 할 항목이 있음을 말해 주는 것이다.

86) 고부언·김희철, 주제공원의 고객만족을 위한 서비스 품질 요인에 관한 연구, 한국소비자학회, 1999, pp. 22-34



<표 II-17> 고부언, 김희철 주제공원 서비스 품질 측정항목

차 원	측 정 항 목
직원의 신뢰성	직원친절, 직원의 응접태도, 직원의 고객에 대한 이해노력 직원의 복장 및 단정한 외모
이용 적정성	단골고객에 대한 서비스, 불편사항의 신속한 처리, 적정한 대기시간 고객의 요구사항에 대한 이해, 적정한 비용, 다양한 비용부과(신용카드 등)
놀이시설 신뢰성	다양한 시설, 첨단놀이공원 장비 설치, 시설의 안정성 적정한 영업시간
부대시설의 적정성	편리한 주차시설, 쾌적한 주위환경, 제반 편의 및 부대시설 양호한 외관 및 위생상태
이용편리성	안내시설, 다양한 입장권 상품(자유이용권, 기본이용권), 정직한 직원수
접근용이성	교통편리

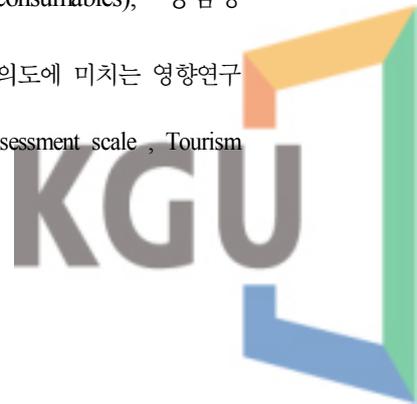
자료: 고부언, 김희철, 주제공원의 고객만족을 위한 서비스 품질 요인에 관한 연구, 한국소비사학회(1999), pp.22-34

석강훈, 김장환(2005)⁸⁷⁾ 연구에서는 공공체육공원 서비스품질 속성에 대한 요인분석결과 총 16개의 항목들을 행정적 서비스, 전문적 서비스, 편의적 서비스 3개 차원의 차원으로 분석하였다. 행정적 서비스는 다양한부대시설, 안전시설과 요원, 이용정보의 신속한 제공, 직원들의 친절과 매너, 자세한 이용안내물, 깨끗한 화장실, 신속한 이용자 불편해결, 전문적 서비스 다양한 프로그램, 흥미있는 이벤트, 실내체육관이용, 시설이용의 편리성, 편의적서비스 쾌적한 자연환경, 편리한 접근성, 우수한 시설, 적절한 조명상태, 시민을 위한 배려와 혜택로 구성하였다.

문화관광지 관련하여 서비스품질의 속성을 파악하고 측정항목을 살펴보면, Frochot-Hughes(2000)⁸⁸⁾는 PZB(1988)의 SERVQUAL모형을 이용하여 역사적 건축물을 대상으로 서비스 품질을 측정하였다. 이 연구에서는 기존의 SERVQUAL 측정항목에 역사적 건축물을 잘 설명할 수 있는 측정항목들을 추가하여 새로운 5개 차원의 서비스품질 척도를 개발하여 HISTOQUAL이라 명명하였다.HISTOQUAL <표 II-18>과 같이 24개 측정항목으로 반응성(responsiveness), 유형성(tangibility), 의사소통(communication), 소비성(consumables), 공감성

87) 석강훈, 김장환, 공공 체육공원의 서비스품질이 전반적인 만족도와 재방문 의도에 미치는 영향연구 한국사회체육학회지, Vol.25, No.3, 2005, pp. 158-159

88) I. Frochot and H. Hughes, HISTOQUAL: The development of historic house assessment scale, Tourism Management Vol.21, No.2, 2000, pp.157-167



(empathy) 등 5개 차원으로 구성되었다.

<표 II-18> Frochot· Hughes(2000)의 HISTOQUAL 측정항목

차 원	측 정 항 목
반응성	<p>직원들은 항상 도움이 되며 예의바르다. 직원들은 방문객과 시간을 보내고자 한다. 방문객들은 환영받고 있다고 느낀다. 혼잡수준이 참을만하다. 직원들은 고객의 요청에 대응할 수 있도록 충분한 정보를 가지고 있다. 방문지는 편리한 시간에 개방된다. 필요할 때 직원들이 항상 대기하고 있다.</p>
유형성	<p>방문지는 잘 정돈되고 복원되었다. 방문지의 전반적인 청결과 유지는 만족스럽다. 방문지는 매력적이다. 방문지는 고유성을 지니고 있다. 방문까지의 방향표지는 분명하고 도움이 된다. 정원이나 공원의 다양한 식물들이 있다. 건물의 인테리어는 많은 볼거리를 제공한다.</p>
의사소통	<p>안내책자는 충분한 정보를 제공하고 있다. 방문지에 대한 정보는 매우 자세하다. 방문객들은 방문지에서 이용할 수 있는 다른 시설물과 매력물에 대한 충분한 정보를 공받았다. 외국어 안내책자도 도움이 되었다.</p>
소비성	<p>레스토랑들은 다양한 음식과 휴식을 제공한다. 상점들은 많은 상품을 제공한다. 레스토랑 직원들은 효율적인 서비스를 제공한다.</p>
공감성	<p>방문지는 저이용 방문객의 욕구를 고려한다. 어린이를 위한 시설들이 제공된다.</p>

자료: I. Frochot and H. Hughes, HISTOQUAL: The development of historic house assessment scale, Tourism Management Vol.21, No.2, 2000, pp.161

장경수(2001)⁸⁹⁾은 문화유산 관광지의 서비스품질을 측정하기 위한 척도를 개발하였다. 그는 Frochot Hughes(2000)의 HISTOQAUL을 기초로 하여 문화관광과 관광지 서비스품질에 관련한 연구를 통하여 <표 II-19>과 같이 매력성, 반응성, 해설, 교육정보성, 소비성, 편의시설 등 6개 차원의 28개 측정항목을 도출하였다.

<표 II-19> 장경수의 문화관광지 서비스 품질 측정항목

차 원	측정항목
매력성	이곳은 고유성과 전통성을 가지고 있다. 이곳의 문화재는 많은 볼거리를 제공한다. 이곳의 문화자원은 매우 독특하다. 이곳의 문화재는 잘 보존되어 있다.
반응성	이곳의 직원들은 예의바르고 관광객을 도와주고자 한다. 이곳의 직원들은 관광객들을 환영하는 느낌을 주고 있다. 이곳의 직원들은 관광객이 필요로 하는 곳에 항상 대기하고 있다. 이곳의 직원들은 관광객의 질문에 대답할 수 있는 지식을 가지고 있다.
해설	방문객들에게 이곳에 있는 문화재나 시설에 대한 충분한 정보가 제공된다 이곳은 문화재를 설명해 주는 해설 서비스가 제공되고 있다. 이곳의 문화재 안내문은 잘 보이는 곳에 충분히 설치되어 있다. 이곳의 시설물 배치도와 방향 표지는 분명하고 도움이 된다. 이곳에서 제공되는 안내책자는 충분한 정보를 담고 있다.
교육성	이곳은 배울 것이 많고 교육적이다. 이곳에서는 문화재에 대한 많은 지식을 배울 수 있다. 이곳에서는 우리의 전통문화를 배울 수 있다. 이곳에서는 우리의 역사에 대해 배울 수 있다.
소비성	이곳의 주변 식당들은 다양한 음식을 제공한다. 이곳의 주변상점들은 다양한 기념품을 판매하고 있다. 이곳 주변의 식당에서 판매하는 음식은 맛있고 질이 높다. 이곳 주변의 상점에서 판매하는 기념품들은 품질이 좋다.
편의시설	이곳은 관광객들이 이용하기에 편리한 시간에 개방되고 있다. 이곳은 깨끗하고 청결하게 유지되고 있다. 이곳의 화장실은 청결하게 관리되고 있다. 이곳에는 휴게시설(벤치, 의자, 식수대 등)이 잘 갖추어져 있다. 이곳의 주차시설은 편리하고 충분히 확보되어 있다. 이곳까지 도로표지와 방향표지는 매우 상세하다.

자료: 장경수, 문화유산관광지 서비스품질 측정척도에 관한 연구, 대구대학교 일반대학원, 박사, 2001, p.97

89) 장경수, 문화유산관광지 서비스품질 측정척도에 관한 연구, 대구대학교 일반대학원, 박사, 2001.



홍수희(2004)⁹⁰⁾ 문화관광지 서비스품질 관광객만족 및 반응의 관계연구에서 문화관광지 서비스품질 측정 척도를 일반화 시키고자 경영학과 관광학 분야 서비스품질과 관련된 선행 연구의 검토와 예비조사결과 7개 차원의 36개 항목을 구성하였다.

<표 II-20> 홍수희(2004) 문화관광지 서비스품질 측정항목

차 원	측 정 항 목
매력성	고유성과 전통성, 볼거리 제공, 자원의 독특함, 보전
반응성	직원의 태도, 직원의 환대, 직원의 대기, 직원의 지식수준, 관광객의 혼잡성
해설	충분한 정보제공, 해설서비스, 시설 안내문 설치, 시설 안내문 설명, 시설물 배치도와 방향표지, 안내책자의 정보력, 외국어 안내책자
교육성	교육적인 장소, 문화재에 대한 지식습득, 전통문화 체험, 역사교육
소비성	다양한 식음료, 다양한 기념품, 식음료의 맛과 질, 기념품의 품질 기념품의 가격, 판매원의 효율적인 서비스
편의시설	편리한 개방시간, 관광지의 청결성, 화장실 청결과 관리 휴게시설, 주차시설
접근성	이용료의 적정성, 도로표지와 방향표지, 접근교통의 편리성
공감성	관광객 욕구고려, 관광지 내 자율성, 노약자를 위한 시설, 안전성

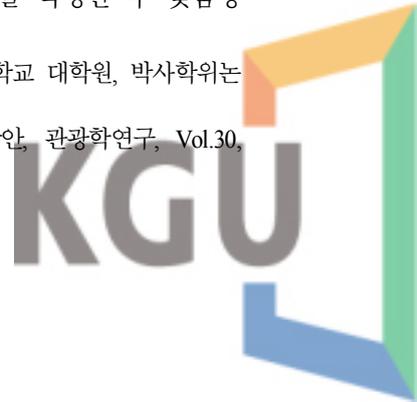
자료: 홍수희, 문화관광지 서비스품질, 관광객 만족 및 반응의 관계 연구, 동아대학교 일반대학원, 박사, 2004

이주희·배민기(2006)⁹¹⁾은 국립공원 탐방 서비스질 향상을 위한 맞춤형 관리방안 논문에서 산악형 국립공원 과 해안형 국립공원 8개소의 국립공원을 대상으로 SERVQUAL의 5가지 평가척도에 따라 서비스 품질을 평가한 후, 탐방서비스 질의 특성에 따라 다차원 척도법을 적용하여 국립공원을 유형화 하여 각 유형별로 서비스 관리방안을 제시하였다.

이 연구에서<표 II-21>과 같이 국립공원 탐방 서비스 품질은 SERVQUAL의 5가지 평가척도에 따라 유형성, 대응성, 공감성, 확신성, 신뢰성 5개 차원 23 품질 항목을 도출하여, 다차원 척도법을 이용하여 국립공원 탐방서비스 질을 근거로 포지셔닝 맵을 작성한 후 맞춤형

90) 홍수희, 문화관광지 서비스품질, 관광객 만족 및 반응의 관계 연구, 동아대학교 대학원, 박사학위논문, 2004

91) 이주희, 배민기, 국립공원 탐방서비스 질의 향상을 위한 맞춤형 관리방안, 관광학연구, Vol.30, No.4, 2006, pp.253-271



관리방안을 제시 하였다.

<표 II-21> 배민기의 국립공원 탐방 서비스 품질 측정항목

차 원	측 정 항 목
유형성	주차시설이 충분히 갖추어짐, 안내시설이 잘 갖추어짐, 노약자·장애자에 대한 시설이 잘 배려됨, 편의시설이 잘 갖추어짐 공원관리자의 용모와 복장이 단정함
대응성	탐방활동에 필요한 정보를 얻는데 용이함, 다양한 자연해설프로그램이 개발되어 있음, 제기된 민원에 신속하게 대응 탐방객 목소리에 관심을 기울임
공감성	입장료 수준의 적절함, 문화재 관람료 등이 적절함 공원내 식비, 기념품비 등 가격이 적절함, 주차료와 입장료, 문화재 관람료 등을 따로 징수하는 것이 타당함
확신성	공원 관리자가 친절하고 예의바름, 자연자원에 대한 관리가 양호함 문화자원에 대한 관리가 양호함, 공원 청소관리상태가 양호함 시설에 대한 정비상태가 양호함, 국립공원 홈페이지의 이용이 편리함
신뢰성	공원 관리자가 방문객의 요구에 신속하게 반응함 공원 관리자가 공원 내 시설 등에 대하여 잘 숙지하고 있음 국립공원 관리공단은 탐방객을 최우선으로 생각함 국립공원 관리공단은 탐방객을 이해하기 위해 노력하고 있음

자료: 이주희, 배민기, 국립공원 탐방서비스 질의 향상을 위한 맞춤형 관리방안, 관광학연구 제 30권 제 4호 pp.253-271

자연·생태 관광지속성에 관한 논문을 살펴보면, 김기호·정기한(2011)⁹²⁾의 통영 거제도 관광지를 중심으로 한 해양관광지의 속성과 가치, 충성도 연구에서 해양관광지의 특성을 <표 II-22>와 같다. 관광지 속성은 가치에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타나 관광객들의 관광목적지에서의 서비스품질 제공이 지각된 가치에 영향을 미치는 선행연구에 일치함을 밝혔다.

92) 김기호·정기한, 해양관광지의 속성이 지각된 가치, 고객만족, 충성도에 미치는 영향에 관한 연구, 대한관광경영학회, 관광연구, Vol 25 No 5, 2011, pp.128



<표 II-22> 김기호·정기한(2011) 해양관광지 매력속성 측정항목

차 원	측 정 항 목
매력성	지역경관특생, 자연경관 쾌적, 한려수도매력, 주변경관과 어울림, 해양경관 아름다움
정보성	정보가 정확, 정보가 풍부, 정보가 유용, 정보의 신뢰도
편의성	휴식공간, 주차장 이용편의, 시설청결, 편의시설, 화장실

자료: 김기호·정기한, 해양관광지의 속성이 지각된 가치, 고객만족, 충성도에 미치는 영향에 관한 연구, 대한관광경영학회, 관광연구, Vol 25 No 5, pp.128, 2011

양슬필·곽영대 (2011)⁹³⁾의 생태관광의 매력속성, 관광태도, 지각된 가치가 만족도에 미치는 영향 연구에서는 생태관광에 대한 만족도에 영향을 미치는 다양한 변수들 중에서 매력속성, 관광객태도, 지각된 가치를 측정변수로 선정하고 이들 요인과 만족도간의 영향관계를 실증적으로 검증하였으며, 생태관광의 매력속성으로 <표 II-23>과 같이 3개 차원 13개의 항목을 구성하였다.

<표 II-23> 양슬필·곽영대 (2011) 생태관광지 매력속성 측정항목

차 원	측 정 항 목
접근성	이정표, 주차시설, 도로이용, 소요시간, 교통수단
자연매력	자연친화성, 자연환경의 보전, 자연환경과 시설의 조화, 경관의 아름다움
이용편의	탐방로의 편의, 시간의 편의, 안내표지판의 제공, 생태체험 프로그램

자료: 양슬필·곽영대 생태관광의 매력속성, 관광태도, 지각된 가치가 만족도에 미치는 영향 연구, 대한관광경영학회, 관광연구, Vol, 25, No. 5, 2011

93) 양슬필·곽영대 생태관광의 매력속성, 관광태도, 지각된 가치가 만족도에 미치는 영향 연구, 대한관광경영학회, 관광연구, Vol, 25, No, 5, 2011, pp. 271~290

관광지관련 하여 서비스품질 접근방법과 측정변수를 살펴보면 <표 II-24> 과 같다.

<표 II-24> 관광지 서비스품질 접근방법과 측정변수

분류	연구자	접근방법	측정항목
측제	Carman(1990) ⁹⁴⁾	SERVQUAL	유형성, 신뢰성, 반응성, 안정성, 접근성, 예절성, 개인, 비용
	부숙진(2008) ⁹⁵⁾		유형성, 반응성, 신뢰성, 확산성, 신뢰성, 공감성
	Crompton와Love(1995)	관광지 속성	행사장환경, 행사장내의 정보제공, 편의시설, 주차시설, 참여업체의 종사원과 상호작용
	민병호(2000)		지역발전 기여, 프로그램 내용, 편의시설, 정보제공체계, 판매상품 품질, 판매서비스, 행사장 환경
	Baker& Crompton(2005)		오락적 특징, 일반적 특징, 정보원천, 안락한 쾌적성
	류인평(2005)		로그래, 시설, 안내행사, 홍보, 쇼핑과 교통
	Yuan과 Jang(2007)		시설, 와인, 조직
	이경모·손선미(2009) ⁹⁶⁾		특산물과 음식, 행사안내, 프로그램, 시설, 접근성
	김한주(2004) ⁹⁷⁾	SERVAQUL + 관광지 속성	유형성, 신뢰성, 확산성, 즐거움, 체험성, 진기함
	김창수(2005) ⁹⁸⁾		축제상품, 접근성, 안내홍보, 교육성, 축제행사성, 편의시설
김경희(2009)	프로그램, 전문성, 신뢰성, 공감성, 유형성		
공원	고부언·김희청(1999)	관광지 속성	직원의 신뢰성, 이용 적정성, 놀이시설 신뢰성 부대시설의 적정성, 이용편리성, 접근용이성
	권유홍·이훈(2002)		음식점, 전반적 분위기, 행사공연, 편의시설 기념품상점, 입구지역, 놀이기구
	전찬수·김정현 (2007) ⁹⁹⁾		행정적서비스, 전문적서비스, 편의적서비스
	이주하·배민기(2006)	SERVAQUL	유형성, 대응성, 공감성, 확산성, 신뢰성
문화 관광 지	Frochot· Hughes(2000)	SERVAQUL + 관광지 속성	반응성, 유형성, 의사소통, 소비성, 공감성
	장경수(2001)		매력성, 반응성, 해설, 교육성, 소비성, 편의시설
	홍수희(2003)		매력성, 반응성, 해설, 교육성, 소비성, 편의시설 접근성, 공감성
자연 생태 관광 지	송민정(2006) ¹⁰⁰⁾	관광지 속성	환경성, 시설과 프로그램, 학습성, 비용
	박경호(2009) ¹⁰¹⁾		숙박, 해설, 프로그램, 보존성, 주민, 시설, 음식
	허양래(2011) ¹⁰²⁾		접근성, 편리성, 경제성, 서비스지향성, 심미성, 다양성, 교육성
	김기호·정기한(2011)		매력성, 정보성, 편의성
	양슬필·곽영대 (2011)		자연매력, 이용편의, 접근성

자료: 선행연구를 참조하여 연구자 작성.

2) 지질공원 서비스품질 측정

관광지가 목적지로서의 경쟁력을 갖추기 위해서는 관광 매력의 창조와 관리, 그리고 끊임 없는 동기를 제공해야 한다¹⁰³⁾. 관광객이 관광욕구를 충족하기 위해서 자연관광자원, 인문관광자원, 그리고 관광시설자원, 독특한 콘텐츠 등 관광객이 방문할 수 있는 특별한 매력을 가지고 있어야 한다는 것이다. 이러한 특별한 매력을 갖추기 위해서 관광관련업계, 지자체 등은 다양한 방법의 평가를 통해 품질을 유지하려고 노력하고 있다.

관광지를 대상으로 한 서비스품질에 대한 관련선행연구들을 통해 파악한 결과 다음과 같이 요약할 수 있다. 관광지과 관련한 서비스 품질을 측정하는 연구는 관광지 자체의 SERVQUAL모형 또는 각 관광지의 특성에 맞는 고유속성을 구성차원으로 도출하여 관광지 서비스품질평가가 이루어지고 있다.

지질공원의 서비스 품질을 측정함에 있어 기존의 SERVQUAL 서비스 품질 측정 정도를 그대로 적용 하는데는 무리가 있으므로 선행연구를 검토하여 지질공원이 생태적 자연관광지임을 고려하여, 지질공원 서비스 품질 차원과 측정항목을 도출하였다. 본 연구에서는 기존의 SERVQUAL 측정항목에 지질공원에서 잘 설명할 수 있는 측정항목들을 추가하여 새로운 5개 차원의 서비스 품질 척도를 도출하여 18개 측정항목으로 구성되었다. 본 연구의 지질공원 서비스 품질 측정항목 <표 II-25>과 같다.

-
- 94) Carman, J. M. 'Consumer perceptions of Service quality : An Assessment of the SERVQUAL Dimension', *Journal of retailing*, Vol.66, No.1, 1990, pp.33-55
 - 95) 부숙진, '축제서비스품질 측정모형간 비교우위분석 빙어축제를 중심으로', 동국대학교 일반대학원 박사학위논문, 2007, pp. 50-59
 - 96) 이경모·손선미, '축제품질이 방문자 만족과 행동의도에 미치는 영향', *이벤트컨벤션연구*, Vol.5, No.1, 2009, pp. 55-69
 - 97) 김한주, '이벤트 서비스품질 차원과 이벤트 서비스질이 고객만족과 고객충성도에 미치는 영향', *관광·레저 연구*, Vol.6, No.3, 2004, pp.45-61
 - 98) 김창수, '지역축제 서비스 품질이 지역발전과 성과에 미치는 영향', *관광정책학연구*, Vol.11, No.2, 2005, pp.117-133
 - 99) 전찬수, 김정현 외2인, '기관 내 무료 경마공원의 서비스품질이 고객만족, 고객신뢰 및 재방문의사에 미치는 영향', *한국스포츠산업·경영학회지*, Vol.12 No.4, 2007, pp. 199-200
 - 100) 송민정, '비성수기 생태관광지의 방문객 만족도 및 매력속성에 관한 연구', *충남대학교 일반대학교 석사학위논문*, 2006, pp. 9-11
 - 101) 박경호, 'IPA기법을 이용한 생태관광 매력성 평가에 관한 연구', *관광연구*, Vol.24 No.2, pp.1-20
 - 102) 허양래, '해양관광지 방문객의 가치, 라이프스타일, 동기와 매력속성 지각간의 관계에 관한 연구', *세종대학교 일반대학원, 박사학위논문*, 2011, pp. 30-36
 - 103) Ko, K. 'An Innovative Partnership for Island Tourism Promotion', *The 8th ITOP Forum Hainan, China*, 2004, pp. 122-126.



<표 II-25> 지질공원 서비스품질 측정변수의 선정

서비스품질 요인		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1	자연·지질자원은 볼거리를 제공한다.		0	0	0				0	0	0	0	◎
2	자연·지질자원의 독특함이 있다.		0	0	0					0	0		◎
3	자원의 보전이 잘 이루어져 있다.				0		0					0	◎
4	잘 정돈되고 유지관리 되어 있다.		0		0		0				0	0	◎
5	직원이 예의바르다.	0	0	0	0	0	0	0	0	0			◎
6	환영하는 느낌이 있다.	0	0	0	0								◎
7	직원들이 항상 대기하고 있다.	0	0	0	0	0	0	0	0				◎
8	자원에 충분한 정보를 제공 하고 있다.	0	0	0	0		0	0	0	0	0	0	◎
9	자원에 대한 안내문이 설치되어 있다.	0	0	0	0	0	0		0		0	0	◎
10	자연, 지질자원에 대한 지식을 획득할 수 있다.	0	0	0	0				0			0	◎
11	배울 것이 많고 교육적이다.	0	0	0	0							0	◎
12	시설을 깨끗하고 청결하게 유지한다.		0	0	0		0	0			0		◎
13	휴게시설(벤치,의자,식수대 등)이 잘 되어 있다.	0		0	0	0	0		0	0	0		◎
14	주차시설은 편리하고 충분히 확보되었다.	0		0	0	0	0		0	0	0	0	◎
15	도로표지와 방향표지는 매우 상세하다.	0	0	0								0	◎
16	공원 내 식비, 기념품비 등의 가격이 적절하다	0		0	0	0	0						◎
17	관광객의 편의를 고려했다.	0	0		0	0		0	0		0	0	◎
18	구경하기가 안정적이며, 편리하다.	0	0		0	0	0				0		◎

① 민병호 (2000)	② Frochot-Hughes(2000)	③ 장경수 (2001)	④ 홍수희 (2004)	⑤ 배민기 (2006)	⑥ 이주희 등 (2006)
⑦ 부숙진 (2007)	⑧ 김경희 (2010)	⑨ 허양례 (2011)	⑩ 김기호·정기환(2011)	⑪ 양슬필·곽영대 (2011)	⑫ 본 연구

자료: 선행연구를 참조하여 연구자 작성.

제3절 관광만족과 행동의도

1. 관광만족과 행동의도 개념

1) 관광만족 개념

만족은 소비자행동이론에 있어 핵심적인 개념이며 일반적으로 특정의 제품이나 서비스에 대한 구매 및 소비경험에 의해 형성되는 주관적이고 전반적인 평가반응이라 할 수 있다. 즉 만족이란 행동연구에서는 소비자가 서비스를 경험하는 순간에 발생하는 소비자의 인지적·정서적 반응 이라고 할 수 있으며, 고객의 만족 불만족은 서비스인 카운트에서의 경험과 기대의 비교에서 발생하는 것으로 볼 수 있다¹⁰⁴⁾.

1976년에 소비자 만족에 관한 최초의 학술회의가 소비자 만족 및 불만족의 개념의 규정과 측정이라는 주제로 미국 시카고에서 개최된 이래, 이에 관한 많은 연구와 관심이 학계와 업계에서 있어 왔으나¹⁰⁵⁾, 1990년대에 이르기까지도 소비자만족 개념에 대한 뚜렷한 합의가 학자들 간에 이루어지지 않고 있다. 이러한 원인은 학자들 간 합의된 개념적 정의가 결여되어 있으며 소비자 만족 척도에 대한 조작적 정의조차 학자에 따라 다양한 방법으로 이루어지고 있고 측정방법 또한 일치된 견해를 보이고 있지 못하기 때문이다.

관광만족도의 정의는 크게 두 가지로 접근할 수 있는데, 하나는 평가과정에 초점을 둔 관광객 만족도에 대한 접근¹⁰⁶⁾과 또 다른 하나는 관광소비경험에서 발생한 결과 지향적 접근¹⁰⁷⁾이 있다. 그러나 평가과정에 초점을 둔 관광객 만족도에 대한 접근이 관광객의 전체적인 관광경험을 다루고 있고, 각 단계에서 중요한 역할을 하는 각 요소들을 개별적으로 측정

104) 손병모, 이한, 관광객의 관광동기가 관광만족 및 행동의도에 미치는 영향: 관여도의 조절효과를 중심으로, 관광레저연구, Vol.23, No.3, 2011, pp.23-42.

105) 최병룡, 소비자만족 불만족에 관한 연구, 동국대학교 대학원 박사학위논문, 1986. p. 4.

106) Hunt, H. K., Conceptualization and Measurement of Consumer Satisfaction and Dissatisfaction, Cambridge Mass: Marketing Science Institute. 1977; Lapage, W. F., Recreation resource management for visitor satisfaction, Journal of Park and Recreation Administration, Vol. 1, No. 2, 1983, pp. 37-44; Geva, A. & Goldman, A., Satisfaction Measurement in Guided Tours, Annals of Tourism Research, Vol. 18, No. 2, 1991, pp. 177-185.

107) Dann, G. M. S., op., cit. 1977; Pizam, A., Newman Y. & Reichel, A., Dimension of Tourist Satisfaction with a destination area, Annals of Tourism Research Vol. 5, No. 3, 1978, pp. 314-322; Lounsbury, J. W. & Polik, J. R., Leisure needs and vacation satisfaction, Leisure Science, Vol. 14, No. 2, 1992, pp. 105-119.

하여 중요한 과정을 확인시킨다는 점에서 결과 지향적 접근보다 이점을 가지고 있어 관광자 만족에 대한 연구에서 많이 채택하고 있다.

고객만족은 마케팅사고와 실제에서 뿐만 아니라 관광분야에서도 중요한 요인으로 관광자가 관광 서비스를 평가하는 중요한 판단기준 중에 하나이다. 실제로 만족은 관광자의 행동의 도와 고객유지에 미치는 잠재적인 영향 때문에 관광자 연구에서 상당한 관심의 대상이 되어 왔다¹⁰⁸⁾. 만족은 감정에 대한 평가로 설명되고 있으며, 이는 고객이 제품과 서비스에 대한 소유와 이용이 긍정적인 감정을 유발시킨다고 믿고 있는 정도를 반영해 준다고 선행연구들은 밝히고 있다¹⁰⁹⁾.

학자별 관광자 만족의 개념을 살펴보면, Hunt (1977)¹¹⁰⁾는 경험에서 출발한 형태로 만족은 소비경험이 최소한 기대되었던 것보다 좋았다는 평가라고 정의하고 있으며, VanRaaij & Francken (1984)¹¹¹⁾은 사전적 기대와 사용 후 느낀 제품성과 사이의 지각된 불일치 평가라고 정의하고 있다.

그리고 Geva and Goldman (1991)¹¹²⁾은 미리 갖고 있던 신념과 선택된 대안이 사전에 갖고 있던 신념과 일치성을 가진다는 평가로 관광자 만족이 달성된다고 주장하며, 전반적 만족, 재방문 의도 등을 구분해 측정하였다.

Fumito(1991)¹¹³⁾는 관광지에 대한 관광만족의 경험적 인지를 찾아내어 관광 만족을 ‘관광지에 대해 그가 가졌던 기대와 관광경험과의 상호작용의 결과’이므로, 경험의 총체가 기대와 비교되어 희열의 느낌으로 나타날 때 관광객은 만족하여, 관광객의 실제 활동이 그의 기대와 비교하여 불유쾌한 감정으로 나타나면 관광객은 불만을 느낀다고 했다.

108) Anderson, E. W., & Sullivan, M., The antecedents and consequences of customer satisfaction for firms. *Marketing Sciences*, Vol. 12, 1993, pp. 125-143; Oliver, R. L., & Swan, J., Equity and disconfirmation perceptions as influences on merchant and product satisfaction. *Journal of Consumer Research*, Vol. 16, 1989, pp. 372-383.

109) Rust, R. T., Anthony, J., & Timothy, K., Return on quality(ROQ): Marking service quality financially accountable. *Journal of Marketing*, Vol. 59, 1995, pp. 59-70.

110) H. K. Hunt, CS/D : Overview and Future Research Directions, in conceptualization and Measurement of Consumer Satisfaction and Dissatisfaction, Marketing Science Institute, Cambridge, MA, 1977.

111) Van Raaij W. F. and D. A. Franken, Vacation Decision Activities, and satisfactions, *Annals of Tourism Research*, Vol. 11, No. 1. 1984.

112) Geva A. and A. Goldman, Duality in Consumer Post - Purchase Attitude, *Journal of Economic Psychology*, Vol. 12, 1991, pp. 141- 164.

113) Fumito, Yokoyama., Causal modeling of tourist satisfaction: Application to Michigan's North western coasta tourism Reigon. Ph.D. Dissertation, Michigan State University, 1991.

Lounsbury & Polick(1992)은 전반적인 관광경험에 대해 관광 이후 그 이미지를 평가하는 것으로 전체 경험에 대한 태도로 평가하여 여가, 휴가 경험의 평가로 설명하고 있다.¹¹⁴⁾

관광자 만족은 관광기간 동안의 자신의 체험에 대해 개인이 내리는 전반적인 평가로서 기대불일치의 인지적 접근방법은 관광자 만족연구에서 가장 지배적인 이론이다¹¹⁵⁾. 이러한 정의는 앞에서 살펴 본 소비자만족개념을 그대로 사용하였거나 소비자만족 이론을 근거로 응용하여 내려진 정의이다.

본 연구에서의 관광만족의 개념은 관광자의 관광경험의 평가과정에 기초한 접근방법을 바탕으로 한 견해를 받아 들여 지질공원 관광자의 관광경험결과에 대한 관광자의 종합적이고 총체적인 평가로 이해하고자 한다.

2) 행동의도 개념

행동의도란 소비자들이 어떤 대상에 대해 태도를 형성한 이후 특정한 미래행동으로 나타내려는 개인의 의지와 신념이며, 제품/서비스에 대한 구전, 재구매 의도, 가격민감성 등 고객 만족의 결과를 설명하는 포괄적인 개념이다¹¹⁶⁾.

행동의도는 소비자 의사결정의 결과변수로서 특정 서비스나 상품을 재 구매하려는 의지로 정의되며, 대체적으로 소비자가 상품 또는 서비스에 대하여 만족하게 되면 호의적인 행동을 취하게 될 확률이 높아지게 된다.

재방문 의도는 관광목적지 하위 속성과 관련한 경험들에 근거하여 방문하였던 관광지를 재방문하고 싶은 욕구를 의미하며, 소비자 행동분야에서 재구매 의도는 서비스 또는 제품에 대하여 재구매 가능성이 있거나 계속 이용할 가능성이 높은 것을 의미하지만, 관광분야에서의 재구매는 관광객이 관광지를 다시 방문하거나 계속해서 방문할 가능성이 재구매 의도가 형성된 것으로 간주할 수 있다.

따라서 관광지의 재방문 의도는 방문한 관광객의 평가에 의해 많은 영향을 받게 되며, 평가가 좋으면 재방문 의도가 커질 것이고, 평가가 나쁘면 낮아진다는 것이 기존 선행연구의

114) J. W. Lounsbury and J. R. Polik, Leisure Needs and Vacation Satisfaction, Leisure Science, Vol. 14, 1992, pp. 105-110.

115) Ross, G. F., Destination Evaluation and Vacation Preference, Annals of Tourism Research, Vol. 20, 1993, pp. 477- 489.

116) Boulding, William et, al. A dynamic process model of quality : from expectations to behavioral intentions, Journal of marketing research, Vol. 20, No. 2, 1993.

일반적인 결과였다.

Whiple, Thach(1988)는 나이가가라 폭포를 방문한 자가용 여행자들의 만족을 측정하였으며, 그들은 여행 전 기대, 여행에서의 성과, 기대불일치, 만족 그리고 재구매 등의 변수를 사용하였다. 그 결과 여행자들에게 제공된 서비스와 관광자원이 관광자 만족과 재구매 의도에 매우 유의적인 영향을 미친다는 사실을 도출하였다.

Oliver¹¹⁷⁾는 만족은 소비자의 태도에 영향을 주며 이 태도는 재구매 또는 재방문 의도에 영향을 준다고 주장했으며 실증연구를 통해 이를 검증했다. 재방문 의도는 고객만족 이외에도 구매 후 태도의 영향도 받는다. 따라서 고객만족은 재구매 행위와 상표 애호도에는 긍정적인 영향을 주며 상표전환을 감소시킨다고 할 수 있다.

최근에 논의된 다양한 연구들에서도 이와 같은 맥락에서 상호 영향력에 대한 많은 결과들이 도출되고 있다. 다시 말해, 만족이 관광자의 재구매 또는 재방문 선택에 대한 좋은 예측 지표라는 것을 확인시켜주었다는 것이다¹¹⁸⁾. 또한 관광목적지에 대한 긍정적인 경험을 한 관광자들 그것을 반복할 것이라는 내용도 상당수 제시되고 있다¹¹⁹⁾.

2. 관광만족과 행동의도 측정

많은 관광자들은 집을 잠시 떠나 그들 주위의 세계를 모험하고 서비스를 경험한다. 이 사실은 세계적으로 증가하는 관광자의 수를 의미하고¹²⁰⁾, 이 흐름은 욕구를 발생시키고 관광자들은 구입, 관광의 소비 과정과 그들의 관광지의 서비스 상품에 참여한다¹²¹⁾.

이러한 수요와 소비 과정은 구매자의 태도에 의해 영향을 끼친다. 이 태도들의 지식은 마케팅 목적과 호텔, 레스토랑, 교통수단 시스템, 소매업자, 투어 오퍼레이터, 여행사 등의 지속성을 위해 유용하며, 이 소비 과정의 유효성은 보통 분석, 올바른 계획, 프로그램의 형식을

117) Oliver, R. L., op. cit., 1980, pp.46-49.

118) J. L. M. Tam, The effects of service quality, perceived value and customer satisfaction on behavioral intentions, *Journal of Hospitality and Leisure Marketing* Vol. 6, No. 4, 2000, pp. 31-43; J. F. Petrick, The roles of quality, value, and satisfaction in predicting cruise passengers' behavioural intentions, *Journal of Travel Research* Vol. 42(May), 2004, pp. 397-407.

119) J. F. Petrick and S. J. Backman, An examination of the determinants of golf travellers satisfaction, *Journal of Travel Research* Vol. 40(Feb), 2002, pp. 252-258.

120) Coathup, D. C., Dominant actors in international tourism. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Vol. 11, No. 2/3, 1999. pp. 69-72

121) Asad Mohsin. Tourist attitudes and destination marketing-the case of Australia's Northern Territory and Malaysia. *Tourism Management* Vol. 26, 2005. pp 723

관광자 수요의 기대와 욕구와 일치하기 위해서 뿐만 아니라 관광지를 위한 마케팅 장점을 제공하기 위해 나타난다.

관광자 만족을 결정하는 기본적 변수는 관광지의 물리적 및 생물학적 특성, 관리정책의 형태와 관리수준, 관광자의 사회·문화적 특성에 기인한다. 이 가운데서 관광자의 사회·문화적 특성은 대단히 중요한 의미를 갖는데, 그 이유는 관광자의 만족을 측정하는 척도는 관광지의 특성보다는 관광지에 대한 관광자와 그들의 지각정도에 따라 달라지기 때문이다.

관광자 만족과 다른 변수들 간의 상호관계를 발견하기 위해서는 신뢰성 있고 타당한 방법으로 관광객 만족을 측정할 필요가 있지만 대부분 관광객 만족을 직접적으로 다룬 연구는 극히 제한적이며, 그나마 신뢰성과 유효성이 검증되지 않은 측정방법에 의존하고 있다¹²²⁾.

Oliver(1980)¹²³⁾는 특정 거래시 고객이 지각된 성과와 기대를 비교하여 지각된 성과가 기대와 같거나(perceived performance = expectation) 초과하면(perceived performance > expectation) 일치(confirmation)와 긍정적으로 지각된 불일치(positive disconfirmation)가 발생하여 만족이 향상되고, 반대로 지각된 성과가 기대에 못 미치면(perceived performance < expectation) 부정적으로 지각된 불일치(negative disconfirmation)가 발생하여 고객은 불만족하게 된다고 하여 고객만족은 지각된 성과와 기대의 일치·불일치의 함수로 설명하고 있다. Oliver는 적응수준이론을 근거로 하여 성과에 대한 소비자의 사전 기대를 적응수준으로 간주할 수 있다고 하였다.

더불어 기대와 불일치는 서로 독립적이며 구매후의 평가를 제대로 파악하기 위해서는 기대와 불일치 두 가지 변수가 모두 필요하다고 주장하였다. 최근에 연구자들은 고객만족의 영향 요인으로 기대, 불일치, 지각된 제품성과 그리고 사전적 태도 등을 제시하고 있는 실정이다.¹²⁴⁾ Oliver의 연구는 만족의 관한 후속연구에 많은 영향을 주게 되었다.

관광자 만족도를 포함한 후속적인 변수로서 재방문 의도와 추천의도와의 관계에 대해서는 다음과 같은 개념으로 구분이 가능하다. 첫째, ‘전반적 만족도’는 관광활동을 통하여 여러 욕구가 충족된 정도를 의미하는 것으로서 관광객 자신의 총체적 관광경험에 대한 평가를 말한다. 둘째, ‘재방문 의도’는 관광지 하위 속성과 관련된 체험들에 근거하여 관광객이 해당 관광지를 다시 방문할 욕구를 느끼는 것을 의미한다. 마지막으로 ‘추천의도’는 관광지의 여러 속성과 관련된 여러 체험에 근거하여 그 개인이 타인에게 긍정적으로 구전할 의향 정도를 말한다. 결론적으로 ‘전반적 만족도’는 관광경험에 대한 전반적인 평가라면, ‘재방문 의도’

122) Jacob, B. B. G., & Ragheb, M. G., Leisure Satisfaction: Concept, Theory, and Measurement, Social Psychological Perspectives on Leisure and Recreation. 1980, pp.329-353.

123) Oliver, R. L., op. cit. 1980.

124) 이윤희, 고객만족의 결정 변수에 대한 이론적 고찰, 서울대 경영논집, 제28권, 1994, pp.90-123.

와 ‘추천의도’는 관광지 관련 체험에 대한 평가라고 볼 수 있다¹²⁵⁾

Manning(1986)¹²⁶⁾은 관광객들은 다양한 태도, 성향, 욕구를 가지고 있으므로 관광지에서 관광객이 지각하는 만족의 정도는 다르며, 만족에 영향을 미치는 요인들도 다르다고 주장하고 있다. 그러므로 관광객 만족의 재고는 관광지에서 관광객들에게 다양한 관광활동의 기회를 제공함으로써 가능하다고 하였다.

국내의 연구에서 차길수(1995)¹²⁷⁾는 구매 후 평가란 소비자 의사결정과정에서 구매 후 행동의 한 단계로서 일반적으로 구매된 제품 또는 서비스의 소비 후 만족 또는 불만족의 평가과정으로 정의하고, 서비스상품은 일반제품과는 달리 생산, 판매, 소비가 동시에 발생한다고 보았다. 따라서 소비자가 생산현장에 직접 참여하고 소비하고, 소비 후의 행동단계까지 거의 동시에 이루어진다는 점에서 다른 상품과 다른 서비스 상품의 고유 특성에서 야기되는 것이라고 주장하였다. 결국 일반제품의 소비자 의사결정단계(문제의 인식-정보의 탐색-선택대안들의 평가-구매-구매 후 행동)가 일정한 시차를 두고 발생하는 것과는 달리 구매의사 결정 후 구매단계를 시작으로 해서 구매 후 행동 중에서 소비, 평가의 단계가 통합되어 거의 동시성을 갖고 이루어지는 특성을 설명하였다.

이화인(1999)¹²⁸⁾은 관광행동의 결과로서 나타나는 관광객 태도변화에 대한 연구들은 그룹 간 접촉이 상호 친밀감과 이해를 촉진시켜 이질감과 편견을 감소시키고 정서적 긴장과 거리감을 완화시킨다는 접촉모형(contact model)에 기초하여 시작되었다고 주장하였다. 즉, 관광목적지에 대한 태도변화는 방문 전에 가지고 있었던 태도나 선입관, 그리고 그곳에서의 행동에 의해 크게 영향을 받을 수 있고, 관광행동의 효용과 만족도가 높으면 긍정적인 태도변화가 발생하고, 그 결과로서 재방문 행동을 기대할 수 있다고 하였다.

이유재 등¹²⁹⁾은 서비스 품질, 고객만족, 구매의도 간의 관계를 규명하고, 상호작용변수의 경우 커뮤니케이션 산업, 관광산업, 그리고 레크리에이션 산업 등에서 고객만족, 서비스 품질, 그리고 이들 변수간의 상호작용이 구매의도에 영향을 미친다고 하였다. 조장현과 권종현¹³⁰⁾의 연구에 따르면, 여행객의 전반적 만족이 재방문 및 권유, 여행 경험에 대한 구전과

125) 고동우, 관광의 심리적 체험과 만족간의 관계, 고려대학교 대학원 박사학위논문. 1998.

126) Manning, R. E. Studies in Outdoor Recreation, Oregon State University Press, 1986.

127) 차길수, 물리적 서비스 환경과 서비스요원이 소비자 구매 후 평가에 미치는 영향, 한국관광학회, 관광학연구, Vol. 18, No. 2, 1995. pp.155-178.

128) 이화인, 외래관광객의 국내 관광행동이 재방문 의사결정에 미치는 영향, 관광학연구, Vol. 28, 한국관광학회, 1999, pp.262-276.

129) 이유재·김주영·김재일, 서비스 산업의 현황에 대한 실증연구, 소비자 연구, Vol. 7, No. 2, 한국소비자학회, 1997. pp. 129-157.

130) 조장현·권종현, 전계서, 2004.

같은 추천의도에 긍정적인 영향을 미친다고 주장하였다.

김정준(2010)¹³¹⁾은 관광지 유형에 따른 관광동기, 관여도와 관광 매력성 평가의 상호 영향관계를 검증하여 만족도와 의도 간의 영향관계를 검증을 통하여 관광자의 인식 및 행동에 관한 체계적인 구조를 확인하는 연구를 통해 관광동기는 관여도와 관광지 매력성 평가요인을 유발하는 주요 요인으로 작용하며, 관광지 매력성 평가요인은 만족도와 행동의도에 영향을 주는 것으로 확인하였다.

최영민·최현식(2011)¹³²⁾은 한라산 영실탐방로를 중심으로 한 오백장군 관련 관광스토리텔링 속성이 관광만족과 재방문의사에 영향을 주는 것으로 확인하였다.

<표 II-26> 관광만족과 행동의도 측정항목

차 원	측정항목	선행연구
관광만족	전반적 만족 환경에 대해 만족 경험에 대해 만족	Cronin & Taylor(1992), Oliver(1989), 차길수(1995) 용환재(2001), 이유재(2001), 장병수(2003), 김정준(2000), 윤지현(2003), 김정준(2010) 최영민·최현식(2011)
재방문의도	다음에도 이번 관광지를 선택	Cronin & Taylor(1992), Oliver(1989), 홍주빈(1995), 전채구(1998), 이화인(1999), 윤지현(2003), 김정준(2010) 최영민·최현식(2011)
구전의사	관광지에 대하여 추천	Bitner(1990), Maxham(1999) 이유재(1995), 김홍일(2004) 윤지현(2003), 김정준(2010) 최영민·최현식(2011)

자료: 선행연구를 참조하여 연구자 작성.

131) 김정준, 전제논문, 경기대학교 대학원 박사학위논문, 2010, pp. 151-154

132) 최영민·최현식, 관광스토리텔링 속성이 관광태도에 미치는 영향 연구, 한국콘텐츠학회논문지, Vol.11, No. 12, 2011, pp442-445

제4절 제주 세계지질공원과 주요명소

1. 세계지질공원 개념

세계지질공원이 설립되기 전 유럽에서는 몇 개의 지질관광 운영되어왔으며, 지형·지질 자원을 이용한 지질 유산의 보전, 교육, 지역 주민의 소득이라는 결과를 가져왔다. 이러한 지질관광의 발전은 유럽의 지질공원 설립의 계기가 되었으며 지질공원 제도는 지질관광의 성장이라고 할 수 있다.

지질유산의 경제적인 측면에서의 활용 성격을 띠고 있는 지질공원(Geopark)은 지질유산, 생태유산, 고고, 역사 또는 문화유산 등을 복합시킨 공간적으로 체계화된 지역으로¹³³⁾ 2004년에 국제적인 네트워크가 구축된 이래 현재 27개 나라에서 87개의 지질공원이 운영되고 있다.

지질관광이 공간상에 구현된 곳이 지질공원(Geopark)이며, 유네스코가 인증하는 지질공원은 지질학적 특성 이외에 생물, 역사, 문화, 고고 등의 요소를 모두 포함하는 공원 제도이다¹³⁴⁾. 또한, <표 II-27>과 같이 유네스코 환경보호제도의 특성을 살펴보면 세계유산이나 생물권보전지역과는 달리 행위제한이 거의 없으며, 보전과 개발의 병행이 가능한 자원형태라고 할 수 있다¹³⁵⁾.

<표 II-27> 유네스코 환경보호제도의 특성

구 분	세계유산	생물권보전지역	지질공원
보호등급여부	핵심·완충·전이설정	핵심·완충·전이설정	핵심지역만설정
보호수준	강한 행위제한	비교적 강한 행위제한	행위제한 거의 없음
지정대상	세계적 가치를 지닌곳	국가 및 지역적 중요성을 지니는 곳	국가 및 지역적 중요성을 지니는 곳
주관부서	유네스코세계유산센터	유네스코생태지구과학국	유네스코생태지구과학국지원협력
상호간의 관계	핵심지역만 포함	세계유산과 지질공원 중복지정가능	세계유산과 생물권보전지역 포함가능

자료: 한국환경정책, 평가연구원(2009) '유네스코 지질공원의 특성과 시사점 연구'

133) Dowling, R, Newsome, D, Geotourism, Elsevier, 2006, P.260.

134) UNESCO Global geoparks network. Paris, France: Division of Ecological and Earth Sciences, UNESCO. 2006.

135) 한승철, 박원배, 일본 시마바라 지질공원 사례와 시사점, 제주발전연구원, 2012, p.2

지질공원은 보존, 교육, 관광 세 가치를 추구함으로써 그 목표가 달성된다. 현재 지질공원은 <표 II-28>과 같이 27개 나라에서 87개의 지질공원이 있으며, 중국이 26개, 유럽 지역이 18 국가, 유럽과 중국을 제외하고 8개의 나라에서 12개의 지질공원을 가지고 있다¹³⁶⁾.

세계지질공원은 전 세계시민들로부터 공신력을 인정받고 있는 유네스코가 지원하고 있다는 점에서 해당 지역은 물론 국가까지 브랜드가치가 높아지고 경제적 파급효과까지 기대를 모은다. 세계지질공원이 21세기 자연보전과 이용을 조화시킨 새로운 대안으로 각광을 받고 있는 이유가 바로 여기에 있다. 이를 입증하듯 세계지질공원네트워크(Global Geopark Network)에는 세계 각국의 지방자치단체들로부터 인증 신청이 쇄도하고 있는 실정이다¹³⁷⁾.

현재, 우리나라에서도 울릉도, 백령도 등 지질공원 지정을 위한 노력이 추진되고 있다.

즉, 지질공원은 지구과학적 특징을 보여주는 지역을 보호하거나 교육 및 관광자원으로 활용하는 것으로, 지질학적 특성 이외에 생물, 역사, 문화, 고고 등의 요소를 모두 포함하는 공원 제도임으로서 지질학적으로 중요하고 교육적 가치가 높은 지질 명소를 보존 교육 및 관광자원으로 활용하기 위해 지정 관리 한 것이다.

<표 II-28> 세계 지질공원의 증가추세 (Growth of global geoparks)

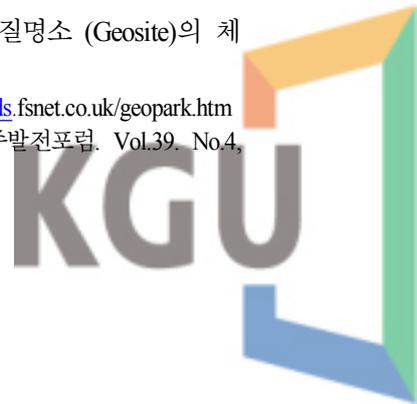
년도	지정수	누적순
2004	21	21
2005	12	33
2006	13	46
2007	6	52
2008	3	55
2009	9	64
2010	14	78
2011	9	87
Total	87	87

자료: UNESCO Global Geoparks Network (unesco.org).

한편 지질공원보다 상대적으로 소규모이며 국지적인 성격을 띠는 지질명소 (Geosite)의 체

136) Macadam, J. (2011). Geoparks. Retrieved 05/10/2011, from <http://www.earthwords.fsnet.co.uk/geopark.htm>

137) 김범훈, 제주 세계지질공원 1주년 평가와 지속가능한 발전방안 연구, 제주발전포럼. Vol.39. No.4, 2011, p.15



계적인 관리 및 운영을 위한 국제적인 협력체계는 1996년 'Geosite Project'라는 이름으로 IUGS 산하에 국제 지질명소 운영그룹 (Global Geosite Working Group, GGWG)이 출범하면서 본격화되기 시작하였으며, 국가적으로 지질명소들의 자료구축이 체계화된 예로 스페인을 들 수 있다.

지질공원 제도의 목적은 자원을 보전함과 동시에 지질관광을 통해서 주민들이 자원의 가치를 재인식하고 고용창출과 지역경제 활성화 등을 통해서 지역의 지속 가능한 발전에 기여하는데 있다. 즉, 지질관광은 지질공원 인증 및 유지의 기본요소가 되는 것이다.

<표 II-29> 와 같이 지질공원의 인증기준을 보면, 지형 및 지질자원, 자연 및 문화자원 등 자원의 특성과 가치에 관한 요소 외에도 해설 및 환경교육, 지질관광, 지속가능한 지역발전 등의 요소를 종합적으로 고려하고 있다. 지질공원 인증 후 4년마다 관리 및 운영사항을 점검·평가하고 있다.

<표 II-29> 세계 지질공원 인증 평가요소와 가중치

계	지형·지질 및 경관			관리체계 계획	해설 및 환경교육	지질관광	지속가능 지역발전
	자원의 가치	자원의 보전	자연 및 문화유산				
100%	5	20	10	25	15	15	10

자료: Global geoparks network, Applicant's self evaluation from for national geoparks seeking assistance of UNESCO to become member of the global network of national geopark, 2011

2. 제주 세계지질공원

1) 제주 세계지질공원 등재과정

세계지질공원(GGN : Global Geoparks Network)의 역사를 살펴보면, 2000년 최초로 유럽지질공원이 결성되었으며, 2001년 유네스코와 유럽지질공원의 협력협정이 체결되었다. 이후 2004년 유네스코의 협력으로 세계지질공원 네트워크가 결성되었으며, 현재는 유럽지질공원 네트워크, 아시아 태평양 지질공원네트워크, 남아메리카 지질공원 네트워크 등 대륙별 지질공원 네트워크가 구성되어 있으며 2012년 세계 지질공원 현황은 27개국 89개의 세계지질공원이 지정되어 있다.

지질공원은 지질공원 관련 활동이 이루어지고 있어야 하며, 지정 후에도 관리가 엄격한



편이다. 매 4년마다 현장실사를 통해 지질명소 보전 및 관리 상태를 점검하며, 상태가 바람직하지 않을 경우 2년 후에 다시 현장실사를 하며, 이때도 개선이 되지 않는다면 세계지질공원에서 제외된다.

유네스코 보호대상은 정기적인 점검을 통하여 그 자격의 유효기간을 설정하는데, 세계유산은 6년, 생물권보전지역은 10년, 지질공원은 4년마다 정기보고를 통하여 그 자격 여부를 갱신하고 있다.

세계유산이 너무나 엄격한 선정기준을 가지고 있어서 자주 분쟁의 소지를 일으키고 있다는 점과, 생물권보전지역의 용도지정에 따른 행위제한으로 인한 지역주민의 거부감이 발생하기 때문이다. 또한 세계유산이 요구하는 특별한 보편적 가치는 부족하나 지역적으로 매우 중요한 문화, 역사, 고고분야의 가치를 인정하고 있어서 획기적인 방법으로 평가되고 있다. 따라서 최근 국제적으로 세계유산과 생물권보전지역 이외의 지질공원 신청 희망 지역이 증가하고 있다.

세계지질공원은 제주도가 2009년도에 처음으로 인증을 신청하여, 2010년 국내 최초 세계지질공원으로 확정되었다. 지질공원은 유럽과 중국에 집중되어져 있었지만 근래에 와서 전세계로 확산되어 가고 있는 추세이다.

2) 제주 세계지질공원

2007년 제주도의 화산섬과 용암동굴이 세계자연유산으로 지정되었고, 지정 유산으로는 한라산 천연보호 구역, 성산일출봉 응회구, 거문오름 용암동굴계가 있다. 또한 2009년 11월에 제주도 전체를 지질공원로 인증해줄 것을 유네스코에 신청하였고, 주요 명소로 한라산, 만장굴, 성산일출봉, 천지연 폭포, 서귀포 패류 화석층, 중문 대포해안 주상절리대, 산방산, 용머리 해안, 수월봉 화산쇄설층을 선정하였다.

그리고 2010년 7월 27일부터 3일 동안의 현장 실사 후 2010년 10월 4일 그리스 제 9차 유럽 지오파크 총회에서 세계 지질공원으로 선정되었다. 2002년 생물권보전지역 지정, 2007년 세계자연 유산등재에 이어 세계지오파크 인증까지 획득함으로써 제주도는 세계최초 유네스코의 자연환경 분야 3관왕이 되었다.

<표 II-30> 우리나라의 유네스코 보호지역 운영현황

보호제도 종류		우리나라 지정현황	소관부처	정기보고
세계유산	문화유산	종묘 등 8개 곳	문화재청	6년
	자연유산	제주화산섬과 용암동굴(2007)		
	복합유산	없음		
생물권 보전지역		설악산국립공원 (1982) 한라산 국립공원 (2002) 신안다도해 (2009)	환경부	10년
지질공원		제주도 (2010)	환경부	4년

제주도는 천혜의 자연환경과 보존가치가 있는 지형·지질 자원을 세계적으로 인정받아 새로운 브랜드 가치를 지니고 있다. 제주도는 2007년 세계자연유산지구 선정 이후 지방자치단체를 중심으로 자연 유산 해설가를 양성하고 있으며, 사전 예약을 통해 성산일출봉, 만장굴, 거문오름에서 자연 유산 해설이 제공되고 있다. 위의 지역 중 성산일출봉과 만장굴의 경우는 지방자치단체의 주도형 지질관광이 운영되고 있다. 성산일출봉과 만장굴은 운영상 비슷한 양상을 보이고 있어 사진촬영과 전문 가이드 해설 녹취 및 자료 수집이 용이한 성산일출봉을 대표 사례지역으로 선정하였다. 거문오름은 자연유산해설가 교육을 받은 지역 주민이 직접 유산을 관리하고 가이드로 활동하고 있어 지역 주민 참여형 사례 지역으로 선정되어 운영되고 있다.

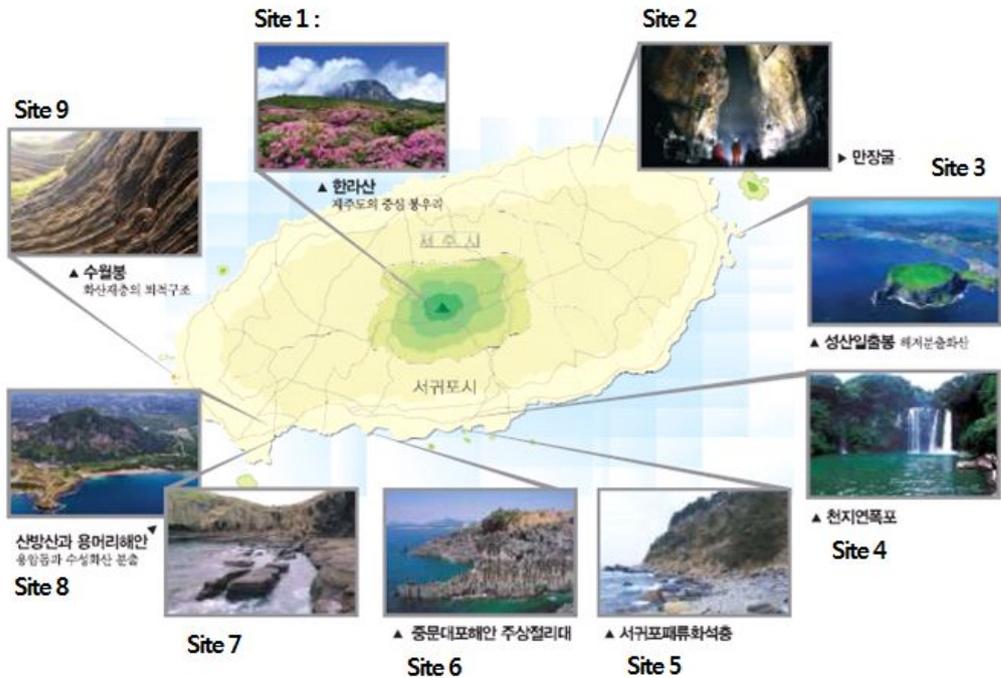
여기서 가장 중요한 것은 이러한 활동들이 ‘bottom-up’ 방식으로 지역 주민들이 기획과 실행과정에 참여할 때 지속가능성을 보장할 수 있다는 점이다¹³⁸⁾. 지역주민들의 적극적인 참여가 이뤄질 때 다양한 지질관광과 교육 프로그램, 특산물 개발 등을 통해 주민소득 증대는 물론 지역경제 효과를 기대할 수 있다.

138) Guy Martini, Basic concepts of Geopark & Geotourism, 2011, 제주도 세계지질공원과 국가지질공원 미래발전 국제세미나.



3. 제주 세계지질공원 주요명소

[그림 II-6] 제주 세계지질공원 주요명소 (7개 지역 9개 명소)



2010년 10월 4일 그리스 제 9차 유럽 지오파크 총회에서 제주도는 세계지질공원으로 선정되었으며, 다양한 화산지형과 지질자원을 지니고 있는 제주도는 섬 전체가 세계지질공원이다. 그 중에서 대표적인 지질명소는 섬 중앙에 위치한 제주의 상징인 한라산, 수성화산체의 대표적 연구지로 알려진 수월봉, 용암돔으로 대표되는 산방산, 제주 형성초기 수성화산활동의 역사를 간직한 용머리해안, 주상절리(柱狀節理 : 화산폭발 때 용암이 식으면서 부피가 줄어들어 수직으로 쪼개지면서 5~6각형의 기둥형태를 띠는 것)의 형태적 학습장인 대포동 주상절리대, 100만년 전 해양환경을 알려주는 서귀포 패류화석층, 퇴적층의 침식과 계곡·폭포의 형성과정을 전해주는 천지연폭포, 응회구의 대표적 지형이며 해뜨는 오름으로 알려진 성산일출봉, 거문오름·용암동굴계 가운데 유일하게 체험할 수 있는 만장굴 등 9개 대표명소가 있다.

<표 II-31> 제주지질공원 7개 지역 9개 지질명소 현황

No	대표명소	천연기념물 지정현황	지정년도
1	Site 1	한 라 산	제182호
2	Site 2	만 장 굴	제98호
3	Site 3	성산일출봉	제420호
4	Site 4	천지연폭포	제379호
	Site 5	서귀포 패류화석층	제195호
5	Site 6	대포동 주상절리대	제443호
6	Site 7	산 방 산	제376호
	Site 8	용머리해안	제526호
7	Site 9	수 월 봉	제513호

<표 II-32> 제주 세계지질공원 대표명소 탐방객 현황 (내·외국인)

No	대표명소	2010			2011		
		합계	내국인	외국인	합계	내국인	외국인
Site 1	한 라 산	1,141,632	1,100,970	40,662	1,089,383	1,039,620	49,763
Site 2	만 장 굴	686,696	583,306	103,390	785,599	667,348	119,251
Site 3	성산일출봉	1,970,020	1,463,961	506,059	2,455,020	1,761,917	738,103
Site 4	천지연폭포	1,638,620	1,470,391	168,229	1,748,467	1,546,399	202,068
Site 6	대포동 주상절리대	1,456,174	1,353,198	102,976	1,572,518	1,418,501	154,016
Site 7,8	산방산, 용머리해안	769,051	742,845	26,206	851,948	817,477	34,471

자료 : 제주지질공원 관리소 내부자료

※ Site 5 (서귀포패류화석층), Site 9 (수월봉)은 미지정 관광지로 통계가 이루어지지 않음

내국인·외국인 관광객의 경우, 성산일출봉, 천지연폭포, 대포동 주상절리대 순으로 방문율이 높은 것으로 나타났다. 세계자연유산 등재로 인해 유산지구에 포함된 성산일출봉의 경우 꾸준히 지속적인 증가세를 보이고 있다.

제주 세계지질공원 주요명소를 자연관광자원, 인문관광자원(해설진행, 축제, 스토리텔링)으로 구분하여 조사분석하였다.

1) 한라산

(1) 자연관광자원

제주 섬 한 가운데 우뚝 솟아 있는 한라산은 방패모양을 한 순상화산으로, 수차례의 화산 분출에 의해 형성되었다. 한라산 정상부의 백록담 분화구, 기암절벽이 장관인 영실기암을 비롯한 40여개의 오름들이 어우러지면서 독특하고 다양한 화산 지형의 경관을 드러낸다.

또한 우리나라에서 자라는 4,000여 종의 식물 가운데 2,000여 종이 서식하고 있어 ‘살아있는 생태 공원’으로 불리는데 특히 정상부의 구상나무 숲은 세계 최대 규모이다. 뛰어난 경관과 지질학·생물학적 가치로 인해 2002년 유네스코 생물권보전지역, 2007년 세계자연유산, 2010년 세계지질공원으로 인증 받았다.

한라산은 수많은 현무암 내지 조면암질 용암들과 여러 오름들로 구성되어 있다. 정상부에는 깊이 108 m, 폭 550 m의 분화구인 백록담이 있다. 한라산은 제주 화산활동 초기의 수성 화산활동이 끝난 후 용암분출이 우세하게 일어난 중기 플라이스토세 이후에 형성된 것이다. 한라산은 전형적인 순상화산의 특징을 보이며, 1950M의 해발고도로 남한에서 가장 높은 산이며, 풍화와 침식에 의해 순상화산의 원래 지형이 파괴되지 않은 상태로 남아있다.



▲ 한라산백록담



▲ 영실 기암



▲ 한라산

(2) 인문관광자원

① 해설진행

어리목탐방로 입구에 있는 한라산국립공원 탐방안내소는 탐방정보 제공은 물론 한라산의 탄생과 역사, 전설, 지형지질, 자연생태 등에 대한 이해를 돕기 위한 무료 전시공간이 있다.

한라산의 탄생과 이야기, 생명의 숲 한라산, 한라산 탐방백서를 타이틀로 한 제 1 ~ 3전시실과 어린이들의 체험학습장인 창작교실, 동영상을 관람할 수 있는 영상실과 한라산을 배경으로 사진을 찍을 수 있는 포토존을 이용할 수 있으며, 창작교실 등을 운영하고 있다.

<표 II-33> 제주 한라산 생태 체험 해설 교실 현황 (2012년 현재 운영중)

체험명	소요시간	대상	장소
	해설내용		
자연교실	30분 내외	유치, 초등 단체	관음사지구안내소
	조릿대, 솔방울투호 만들기, 곤충의 눈으로 세상보기, 하늘보기 거울, 숲에서 찾은 쌍둥이들, 나뭇잎 퍼즐, 흙과 풀놀이 등		
역사의 자취가 서린 한라산 오름탐방	1시간30분~ 2시간	초등, 중등, 어른	어리목 어승생악 입구
	어승생악 정상에서 보는 한라산의 지형 및 경관 설명과 일제강점기 시대 만들어진토치카 등 역사의 현장을 볼 수 있다. 오름의 형성과정과 제주사람의 오름과 관계에 대해서 해설을 들을 수 있다.		
계곡 따라가는 한라산	1시간 30분 ~ 2시간	유치부, 초중, 어른	1100고지 습지 탐방로
	세계자연유산 한라산국립공원의 지정과 계곡 지형에서 용암이 흘렀던 흔적을 보면서 한라산의 화산활동에 대한 설명과 숲과 바다를 잇는 계곡, 구린굴 이야기를 들을 수 있다. 숲의 역할과 계절별로 숲 주변에서 초본, 목본, 버섯류, 곤충, 조류, 수서생물 등을 관찰 하며 다양한 숲의 생태에 대한 설명을 들을 수 있다.		
고산 습지 동 식물과의 만남	1시간 내외	유치부, 초중등, 어른	1100고지 습지 탐방로
	1100고지에서는 식물들이 고산지대에서 살아남기 위한 생존전략과 습지의 섬 현상에대한 해설과 환경오염 지표종 지의류와 물, 토양, 식생 등 습지환경에 대하여 그리고 수서생물을 직접 관찰하고 설명을 들을 수 있다.		
설문대 할망이 들려주는 이야기 (자연교실,창작교실)	1~2시간 소요	유치부 및 초등학생	어리목 탐방안내소
	한라산의 동.식물을 관찰하고, 설화를 통하여 한라산을 알 수 있도록 도와주며, 자연놀이 및 작은 음악회를 개최하여 자연에서 느낄 수 있는 즐거움과 고마움을 알려준다.		

② 축제

- 축제 제목 : 한라산청정고사리축제

- 축제 기간 : 매년 4월 경 (2012.04.21.~2012.04.22)

- 축제 설명 : 넓은 들판에서 고사리를 꺾으며 자연을 만끽하는 축제. 고사리 백일장, 민속놀이 등의 부대행사가 있어 자녀들과 함께 하면 좋다. 축제는 봄내음이 가득한 따뜻한 남쪽 나라, 서귀포시 남원읍 수망리 들판에서 개최된다

- 축제 제목 : 한라산눈꽃축제



- 축제 기간 : 매년 1월 (2012.04.21.~2012.04.22)

- 축제 설명 : 남한에서 가장 높은 한라산의 매력과 남국의 아름다운 설경을 알리기 위한 겨울 관광축제이다. 체험 위주의 프로그램으로 어린이에게 꿈을, 어른들에게는 추억을 되새기게 하는 차별화된 축제이다.

주간에는 한라산 어리목과 천백고지 일대·영실·눈썰매장에서 개막행사를 비롯하여 눈얼음 조각 전시, 얼음슬레이, 노르딕 스키교실, 눈썰매, 산악자전거와 도로사이클 등의 레저스포츠 체험, 트레킹 등 눈을 직접 접할 수 있는 행사로 꾸며진다.

한편 야간행사는 신제주 로터리 공원 일대에서 개막 점등식, 제주민속영감놀이, 관악 4중주, 재즈발레, 어린이창작무용, 라이브 공연, 댄스 공연, 제주굿 음악인 연물놀이 등 무용·음악·조명이 어우러진 공연이 펼쳐진다. 이밖에 투호, 널뛰기, 민속놀이 마당, 야간 벼룩시장, 외국인 관광객이 참여하는 민속놀이 프로그램, 신혼부부를 위한 윈터리브스토리 등의 행사가 펼쳐진다.

③ 스토리텔링

한라산 영실은 한라산 서남쪽에 기암괴석들이 늘어서 장관을 이루고 있어 영실기암이라고 부르고 있으며, 그 기암괴석은 어떤 때는 장군의 모습을, 어떤 때는 나한의 모습을 하고 있어서 '오백장군(五百將軍)' 또는 '오백나한(五百羅漢)'이라고도 부르며, 설화가 유례 되고 있다.

홀어머니가 5백 명의 아들들을 데리고 살고 있었다. 어머니는 저녁때가 가까워 오자 아들들을 위하여 죽을 끓였는데 죽을 짓다가 가마솥에 빠지고 말았다. 집으로 돌아온 아들들은 어머니는 보이지 않고 가마솥에서는 죽이 펄펄 끓고 있자 허기를 채우려고 죽을 먹었다.

5백 명의 아들 중 제일 막내가 마지막으로 죽을 뜨려는 순간 국자에 무엇인가 걸려 나왔고 어머니의 빠인 것을 알고 난 뒤, 너무나 슬프고 기가 막혀서 소리를 지르며 단숨에 제주도 서쪽 끝에 있는 차귀도까지 달려가 돌이 되었는데, 그것이 바로 현재 서귀포에있는 외돌개가 되었고, 나머지 499명의 아들들도 어머니를 먹은 것을 알고는 자책감에 그 자리에서 굳어져 바위가 되었다. 아들들의 몸이 바위로 변할 때 마다 까마귀가 나타나 슬프게 울며 하늘로 날아올랐다고 한다. 즉, 오백 아들의 몸은 한라산을 지키는 오백장군바위가 되었고 그들의 영혼은 까마귀로 환생했다는 전설이 있다.

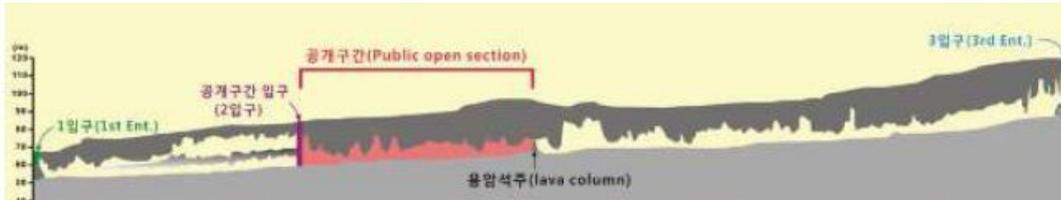
2) 만장굴

(1) 자연관광자원

만장굴은 총 길이가 약 7.4km이며, 부분적으로 다층구조를 지니는 용암동굴이다. 특히 주 통로는 폭이 18m, 높이가 23m에 이르는 세계적으로도 큰 규모의 동굴이다.

전 세계에는 많은 용암동굴이 분포하지만 만장굴과 같이 수십만 년 전에 형성된 동굴로서 내부의 형태와 지형이 잘 보존되어 있는 용암동굴은 드물어서 학술적, 보전적 가치가 매우 크다.

만장굴은 동굴 중간 부분의 천장이 함몰되어 3개의 입구가 형성되어 있는데, 현재 일반인이 출입할 수 있는 입구는 제2입구이며, 1km만 탐방이 가능하다. 만장굴 내에는 용암종류, 용암석순, 용암유석, 용암유선, 용암선반, 용암표석 등의 다양한 용암동굴생성물이 발달하며, 특히 개방구간 끝에서 볼 수 있는 약 7.6m 높이의 용암석주는 세계에서 가장 큰 규모로 알려져 있다. 동굴내부는 용암이 지속적으로 흘러가면서 열에 의해 침식되거나, 흘러가는 용암이 벽면이나 천장부에 집적되면서 만들어진 용암선반, 용암유선, 용암표석, 다층구조 등 다양한 구조들을 직접 관찰 할 수 있다.



▲ 만장굴 용암석주



▲ 만장굴 내부



▲ 거북바위

(2) 인문관광자원

① 해설진행

만장굴 해설사는 국내외 탐방객을 대상으로 세계자연 유산의 지질, 생태환경, 가치 등에

대한 설명으로 탐방객들로 하여금 만장굴 내부의 동굴생성물 소개 등 올바른 이해를 도와 주는 안내자의 역할을 수행한다. 오전 9시부터 오후 5시까지 매시 정각 출발하며, 소요시간 1시간 남짓 이다.

② 스토리텔링

만장굴에서 북쪽으로 약 2km 떨어진 곳에는 만장굴과 함께 천연기념물 제98호로 지정된 김녕사굴이 자리한다. 김녕사굴은 만장굴의 연결동굴로 만장 동굴계에 속하는 하나의 연결된 동굴이 있으나 경계가 사굴이라는 이름으로 알 수 있듯이 동굴의 내부 형태가 꼭 뱀의 형태를 닮아 있는 굴이다.

동굴의 입구는 꼭 뱀이 입을 크게 벌리고 있는 듯 벌어져 있으며 S자 모양으로 휘어져 있는 동굴의 내부는 깊숙이 들어갈수록 점점 가느다래지는 것이 흡사 실제 뱀의 모양과 닮아 있다.

옛날부터 이 굴에는 거대한 구렁이가 살았다고 하는데, 해마다 먹을 것과 처녀를 제물로 바치는 곳을 해야 했다고 합니다. 안 그러면, 뱀이 밧을 마구 다니며 파헤쳐 놓아 흉년이 들게 하였다 한다.

조선조 중종 10년, 서린이라는 사람이 제주 판관으로 부임하여 그 이야기를 듣고는 무슨 그런 일이 다 있느냐고 하면서 그 뱀을 잡아 죽이기로 했다. 굴이 시작되고 보니, 과연 그 어마어마한 뱀이 나와 음식들을 먹고 처녀도 잡아먹으려고 하는 것이었지요. 이때 달려들어 칼로 뱀을 찢러 죽여 버렸다. 이것을 본 무당이 빨리 말을 타고 성안(제주시)으로 도망가라고 했고 어떤 일이 있어도 뒤를 돌아보아선 안 된다고 했다.

그런데 제주시에 거의 도착할 때, 부하 중 하나가 뒤에서 피비가 온다고 다급하게 외쳤다. 그래서 그는 세상에 무슨 피비가 오는 뱀이 있느냐고 뒤를 돌아보았고, 그는 곧 쓰러져 죽었다 한다. 뱀이 죽자, 그 피가 하늘로 솟아, 그를 덮어 죽인 것입니다. 물론, 그때부터 처녀를 제물로 바치는 일은 끝났다 전해진다. 이 구렁이를 없애니 그 후로 마을이 조용해 졌다고 한다. 믿기 어려운 얘기일지도 모르지만 지금도 이 굴 옆에는 서린 판관의 공적을 기리는 기념비가 세워져 있다.

3) 성산일출봉

(1) 자연관광자원

높이 180m의 성산일출봉은 약 5천 년 전 얇은 바다에서 일어난 수성화산 활동으로 형성

된 응회구이다. 지하에서 올라온 뜨거운 마그마와 물이 만나 격렬하게 반응하면서 분출된 화산재가 쌓여 일출봉이 형성되었다. 바닷바람과 파도에 의한 침식작용으로 드러난 지층을 통해 화산폭발 당시 형성된 퇴적구조를 관찰할 수 있다.

성산일출봉 절벽에서는 금방이라도 흘러내릴 듯한 가파른 경사의 퇴적층들을 볼 수 있다. 일반적으로 급한 사면은 흩이나 돌이 아래로 흘러내려 무너져버리는데, 성산일출봉의 경우, 화산폭발 당시 화산재가 물기를 머금은 상태였기 때문에 퇴적층이 흘러내리지 않고 급한 경사를 이루면서 쌓일 수 있었다. 러한 이유로 성산일출봉은 수성화산 분출 당시 화산체의 모습을 그대로 잘 간직하면서 화산재가 겹겹이 쌓인 퇴적 구조를 선명하게 보여준다.

형성 초기에 육지와 떨어져 있었던 성산일출봉은 파도에 의해 침식된 퇴적물들이 해안으로 밀려들어와 쌓이면서 육지와 연결되었다. 이러한 지형을 육계사주(陸繫沙洲)라고 한다.

거대한 성의 모습을 닮아 성산(城山)이라 부르던 이곳은 해 뜨는 모습이 아름답다는 의미가 더해져 지금은 성산일출봉(城山日出峰)이라 부른다. 예로부터 해 뜨는 장면은 영주십경 중 첫 번째로 꼽히며, 12월 31일에 열리는 성산일출제에는 새해의 첫 해돋이를 보기 위해 많은 사람들이 찾고 있다.



▲ 성산일출봉



▲ 정상주위 99개 바위 봉우리



▲ 성산일출봉

(2) 인문관광자원

① 해설진행

성산일출봉 해설사는 세계자연유산 성산일출봉의 생성 및 지질학적 특징, 성산일출봉의 경관적 가치 및 역사문화에 대한 설명으로 탐방객들로 하여금 성산일출봉 및 세계자연 유산의 지질, 생태환경, 가치 등에 대한 설명으로 올바른 이해를 도와주는 안내자의 역할을 수행한다. 오전 9시부터 오후 5시까지 매시 정각 출발하며, 소요시간 40분 남짓 이다.

② 축제

- 축제 제목 : 성산일출제

- 축제 기간 : 2012.12.31~2013.01.01

- 축제 설명 : 1994년부터 시작되었으며 '새천년, 빛, 평화의 소리'를 주제로 매해 12월 31일부터 1월 1일까지, 성산 일출봉을 중심으로 제주도 일원에서 펼쳐진다. 성산 일출봉 야외 무대에서는 연예인의 축하 공연을 시작으로 전야제가 펼쳐진다.

1월 1일 본행사가 시작되면, 성산 일출봉 야외무대에서 새천년 불씨하강, 캠프파이어 점화와 퍼포먼스가 펼쳐지고, 한라산 백록담에서는 횃불공연과 오름 점화, 그리고 소리 올림이, 항구와 포구에서는 경축선 점등 및 뱃고동이 보조를 맞춘다.

해 뜨는 시각이 되면 성산 일출봉에서 금줄자르기, 청사초롱 대행진, 해맞이 콘서트 등이 이어지면서 새해를 맞는다.

4) 천지연폭포

(1) 자연관광자원

길이 22m, 너비 12m(물이 많을 때), 못의 깊이 20m. 조면질 안산암으로 이루어진 기암 절벽에서 세찬 옥수가 떨어지는 경승지이다. 폭포 일대는 뛰어난 계곡미로도 제주에서 손꼽히는 곳인데, 이 계곡에는 아열대성·난대성의 각종 상록수와 양치식물 등이 밀생하는 울창한 숲을 이룬다. 특히 이곳에 자생하는 아열대성 상록수인 담팔수 몇 그루는, 이곳이 담팔수의 북한계지에 해당된다는 점에서 희귀시되어 천연기념물 제163호로 지정되어 있고, 그 밖에도 가시딸기·송엽란 같은 희귀식물들이 분포하고 있어 계곡 전체가 천연기념물 제379호로 보호되고 있다.

식물뿐만 아니라, 폭포 아래 물속 깊은 곳에는 열대어의 일종인 무태장어가 서식하는 것으로 알려져 있는데, 이 열대어의 북한계지가 또한 이곳이라는 사실이 중요시되어 천지연폭포는 '제주도 무태장어 서식지'라는 명칭으로 천연기념물 제27호로 지정되어 있다.

천지연폭포는 기존에 있던 서귀포층을 나중에 흘러온 용암이 덮으면서 폭포 위부분은 단단한 용암층이, 아래부분은 쉽게 깎여 나가는 서귀포층이 높이게 된다. 이후 오랫동안 흐르는 물에 의해 깎이고 패여 깊은 웅덩이가 만들어 지게 된 것이다. 원래 폭포는 지금보다 바다에 더 가까웠을 것이나, 오랫동안 걸친 침식으로 점점 계곡안쪽으로 이동했다고 추정된다.



▲ 천지연 폭포



▲ 무태장어 서식지



▲ 담팔수 나무

(2) 인문관광자원

① 축제

- 축제 제목 : 천지연유등문화축제

- 축제 기간 : 매년 10월

- 축제 설명 : 2010년부터 개최 되었으며, 천지연 폭포 밑에서 다양하고 수많은 연등을 볼 수 있다. 우리의 전통문화를 불교의식으로 재현함으로써 도민과 관광객이 함께 체험하는 기회를 제공하게 된다. 과거 유등은 구국의 수단으로, 혹은 가족의 안부를 묻고 안녕을 기원하는 마음을 담아 흐르는 물 위에 등을 띄웠던 불교의식이 가미된 전통 민속놀이였다. 천지연에 소원 등을 띄우는 의식이 진행된다.

② 스토리텔링

조선 중기에 서귀포에 순천이라는 어여쁜 처녀가 살았는데 명문이라는 총각이 그녀를 짝사랑 하고 있었다. 그런데 순천이 범환으로 시집을 가버렸고 명문은 상심을 하여 불량한 건달이 되었다. 일 년이 지니 순천이 친정으로 드리러 왔을 때 명문이 순천을 겁간하려 하였다. 그러자 천지연에 살던 용이 명문을 낚아채서 하늘로 소아 올랐다. 이 때 순천이 바닥에 떨어진 여의주를 발견하고 주웠는데, 이후 순천의 집안은 모든 일이 잘 되었다 전해진다.

5) 서귀포 패류 화석층

(1) 자연관광자원

서귀포항은 칠십리를 에워싼 해안절벽의 웅장함과 파란 물결 위에 호위하는 듯 두둥실 떠 있는 섬들의 수려함으로 빼어난 미항 중 하나입니다.

'서귀포 칠십리 해안경승지'는 서귀포시가 지정한 서귀포 70경 중의 한 곳입니다.

특히 서귀포 칠십리 해안경승지는 일출과 일몰이 아름다운 곳으로 잘 알려져 있으며, 더구나 서귀포 항은 천지연 폭포 입구에 있어, 폭포의 아름다움에 흠뻑 취해서 돌아온 사람들에게는 간이역의 역할을 합니다.

특히 이곳은 화산섬인 제주도에 점토와 모래로 이루어진 조개화석이 있는 퇴적암 지대이다. 서귀포층은 패류화석층으로 약 100만년 전에 형성되었으며, 육지에서 흘러온 점토, 모래, 자갈 등이 수중의 연체동물, 패류화석, 산호 등과 뒤섞여 퇴적된 층으로 지질환경연구에 아주 중요한 자료가 된다. 화산섬에서 화산작용과 관계없이 퇴적화석층이 있다는 것은 놀라운 일이다.

제주는 화산섬이라 비가 내리면 구멍이 숭숭 뚫린 현무암 사이로 흘러 평상시에도 계곡에 물이 없는 것이 특징이나, 이 서귀포층으로 인해 서귀포 해안가 절벽에 유명 폭포가 만들어진 이유가 되는 것이다.



▲ 서귀포 전경

▲ 서귀포층 패류화석

▲ 서귀포층 암석

6) 중문대포해안 주상절리대

(1) 자연관광자원

1998년 4월 8일 제주도기념물 제50호로 지정되었다. 면적은 35,400㎡이다. 옛이름인 ‘지삿개’를 살려 ‘지삿개 바위’라고 부른다. 중문관광단지 내에 1.75km 이르는 해안을 따라 높이가 다르고 크고 작은 사각형 또는 육각형 돌기둥 바위들이 깎아지른 절벽을 이룬 곳을 말한다. 주로 화산암(火山岩) 암맥이나 용암, 용결응회암(熔結凝灰岩) 등에서 생긴다.

막혔던 가슴이 탁 트이도록 시원스레 부서지는 파도와 신이 다듬은 듯 정교하게 겹겹이 쌓은 검붉은 육각형의 돌기둥이 병풍처럼 펼쳐져 있는 중문관광단지 동부지역 해안가의 주상절리대는 자연의 위대함과 절묘함을 동시에 느낄 수 있는 천혜의 자원으로 천연기념물 제 443호(2004. 12. 27)로 지정되어 있습니다.

주상절리대 앞에 서면 새하얗게 부서지는 포말 속에 석수장이의 애달픈 사연이라도 금새

실려 오는 듯 한데, 파도가 심하게 일 때는 높이 20미터 이상 용솟음 치는 장관을 연출합니다. 상큼한 바닷 내음을 맡으며 천혜의 절경과 함께 하는 테마여행지로 각광 받으면서 여행객이 계속 늘고 있습니다.

지질학적으로는 주상절리지만 행정구역으로는 서귀포시 중문동이며 이곳의 옛이름인 "지삿개"를 살려 "지삿개바위"로 부른다. 기둥형태의 주상절리는 뜨거운 용암이 식으면서 부피가 줄어 수직으로 쪼개짐이 발생하여 만들어지는데, 대개 5~6각형의 기둥형태이다. 주상절리는 현무암에서는 약 900°C에서 만들어지는데, 절리는 용암의 상부에서는 아랫방향으로, 하부에서는 위로 각각 발달해가서 서로 만나게 된다. 주상절리의 굽기나 주상절리 표면에 발달한 띠모양의 구조는 용암이 얼마나 빨리 식는냐에 따라 그 크기가 변하는데, 흔히 빨리 식을수록 주상절리 기둥의 굽기는 가늘어 지고, 띠 간격은 좁아진다.



▲ 주상절리대

▲ 주상절리대 깎각주상절리

▲ 주상절리대 전경

7) 산방산

(1) 자연관광자원

제주 남제주군 안덕면 사계리해안에 있는 종상화산(鐘狀火山). 높이 395m. 조면암질 안산암으로 구성되어 있으며 그 형태가 특이하다. 남서쪽 기슭, 해발고도 200m 지점에 산방굴(山房窟)이라는 자연 석굴이 있다. 그 안에 불상을 안치하였기 때문에 이 굴을 산방굴사(山房窟寺)라고도 한다. 굴 내부 천장 암벽에서 떨어지는 물방울은 산방산의 암벽을 지키는 여신 '산방덕(山房德)'이 흘리는 사랑의 눈물이라는 전설이 있다. 산의 남쪽 해안에는 성산포층(城山浦層)이 노출되어 있고 심한 해식(海蝕)으로 단애(斷崖)가 형성된 암석해안을 이룬다. 여기에 하멜 표류 기념탑(漂流記念塔)이 있다.



▲ 산방산



▲ 산방굴사



▲ 산방굴사 전경

(2) 인문관광자원

① 스토리텔링

산방산은 안덕면 해안에 있는 절경이 빼어난 곳이다. 한라산에서 사냥하던 한 사냥꾼이 사슴을 쫓아 다니다 보니 한라산 정상까지 가게 되었다.

정상에서 한 무리의 사슴을 발견한 사냥꾼은 그 중에서 특히 눈에 띄는 흰 사슴을 향해 활을 쏘았다. 급히 쏘는 바람에 활끝을 치켜들게 되었고 그 끝이 옥황상제의 엉덩이를 건드리고 말았다. 설문대 할망 때문에 화가 나 있던 옥황상제는 한라산 봉우리를 뽑아 내던져 버렸다. 이 봉우리가 떨어져 생긴 것이 산방산이다. 봉우리를 뽑아버린 자국은 움푹 패여 백록담이 되었다는 전해진다.

8) 용머리 해안

(1) 자연관광자원

산방산 해안에 있으며, 바닷 속으로 들어가는 용의 머리를 닮았다 하여 붙여진 이름이다.

이 지역의 지형지세가 마치 용이 머리를 쳐들고 바다로 뛰어 들려는 자세를 취하고 있는 듯하다 하여 붙여진 이름입니다. 용머리해안은 수 천만년 동안 쌓이고 쌓여 이루어진 사암층 중 하나로서 오묘한 해안절경을 보는 순간 누구라도 감탄사를 연발하게 됩니다. 80만년전에 생각 오래된 암석으로 이루어져있으며, 세계의 화구가 폭발한 수성화산활동으로 만들어진 화산체 이다.

길으로 보면 평범하지만 좁은 통로를 따라 바닷가로 내려가면 수천 만 년 동안 층층이 쌓인 사암층 암벽이 나온다. 180만 년 전 수증폭발에 의해 형성된 화산력 응회암층으로 길이 600m, 높이 20m의 현무암력에 수평층리·풍화혈·돌계구멍·해식동굴·수직절리단애·소단층명 등이 어우러져 절경을 이룬다. 해안 오른쪽에는 반원형으로 부드러운 검은모래사장[黑沙場]이

펼쳐져 있다



▲ 용머리 해안



▲ 용머리해안 사삼 절벽



▲ 용머리 해안 위쪽

(2) 인문관광자원

① 스토리텔링

전설에 의하면, 제주도에서 장차 왕이 태어날 것을 안 중국 진(秦)의 시황제가 호종단을 보내 제주특별자치도의 혈을 끊으라 하여, 호종단은 이곳에서 왕후지(王后之地)의 혈맥을 찾아내 용의 꼬리와 잔등 부분을 칼로 내리쳐 끊자 시뻘건 피가 솟아 주변을 물들이며 지금의 모습이 되었다고 한다. 임무를 마친 호종단은 차귀섬으로 배를 타고 나가려다 한라산 신의 노여움을 받아 태풍에 목숨을 잃었다는 전설이 전하고 있다.

이 용머리에는 고종달이의 전설이 얽혀 있다. 옛날 진시황 시절의 이야기다. 진시황은 천하를 얻어 만리장성을 쌓아놓고, 외적이 꿈쩍 못하게 방어태세를 갖추고 있었다. 그러나 이웃 나라에 제왕감이 태어난다면 마음 놓을 수 없는 노릇이었다.

그래서 진시황은 이웃 나라에서 제왕감이 태어나고 있거나 없을지 항상 탐색하고 있었다.

어느 날 소식이 들리기를 제주도에 왕후지지가 있어 제왕이 태어날 우려가 있다고 했다. 진시황은 곧 그 대책을 의논하고 풍수예다 술법이 능한 고종달이를 보내어 그 맥을 끊어 버리라고 했다. 고종달이는 제주도에 들어와 왕후지지를 찾아 헤맸다.

며칠만에 왕후지지를 찾아내었다. 그것은 바로 산방산에 있었다. 고종달이는 산방산 일대를 샅샅이 돌며 끊어야 할 맥이 어딘지를 찾았다. 그곳이 바로 용머리라는 것을 알아내었다. 용이 살아 있기 때문에 왕후지지가 되는 것이니 요놈만 끊어 버리면 문제 없게 되는 것이었다. 고종달이는 먼저 용의 꼬리 부분을 한칼로 끊고 이어서 잔등이 부분을 두 번 끊어 버렸다. 끊자마자 바위에서 피가 흘러 내리고 산방산은 드르르하게 신음소리를 내며 울었다.

이리하여 제주도에 왕이 나오지 않는다고 한다. 이 용머리는 꼬리 부분, 잔등이 부분의

바위가 묘하게도 가로로 똑똑 끊어져 있는데, 이것은 그때 고종달이가 끊어버린 자국이라는 것이다.

9) 수월봉 화산쇄설층

(1) 자연관광자원

고산리에 위치한 수월봉은 높이가 77m의 작은 언덕형태의 오름으로 제주에서 가장 아름다운 일몰을 볼 수 있는 곳으로 알려져 있다. 수월봉은 제주도의 무수한 오름 중 하나이지만 해안절벽을 따라 드러난 화산쇄설암층에서 다양한 화산 퇴적구조가 관찰되어 화산학 연구의 교과서 역할을 하고 있다.

기복이 낮은 언덕 형태의 화산쇄설성 퇴적층이다. 두께는 최대 70m에 이른다. 수월봉 화산쇄설암층은 수많은 거대연흔이 나타나며 두껍거나 얇은 층리 또는 저각도 사층리를 보이는 화산력 응회암과 응회암으로 구성되어 있어 수성화산분출을 연구하는데 좋은 자료이다.

지금으로부터 약 1만 8천년전 마지막 수성화산활동에 의해 수월봉 응회환이 형성되었으며, 이후 해수면 상승에 의해 수월봉 응회환의 많은 부분이 침식되어 현재와 같은 지형이 형성되었다.



수월봉



수월봉



수월봉 검은모래 해변

(2) 인문관광자원

① 축제

- 축제 제목 : 수월노을축제 (수월봉 트레킹)

- 축제 기간 : 2012.12.31~2013.01.01

- 축제 설명 : 2006년 12월 3일 개최되었으며 문화관광부가 선정한 축제가 되기도 했는데, 차귀도의 아름다움, 해안 절경 등과 어우러져 제주 지역의 문화 축제로 자리매김하고 있다.

주요 행사로는 길트기 사물놀이를 비롯해 차귀분향놀이 공연, 영산제, 사물놀이 공연, 수월

가요제, 난타공연, 선박 해상퍼레이드, 불꽃놀이, 건강달리기 대회, 노을사진전시회, 수월사생 대회, 연날리기대회 등을 열고 있으며 무료페이스페인팅 연출 및 향토음식점과 장터가 운영 된다.

② 스토리텔링

한경면 고산리에는 수월이라는 처녀와 녹고라는 총각 효성어린 두 남매의 전설이 있습니다. 설화에 의하면, 어머니의 병환을 구하기 위해 백 가지 약초를 구하던 녹고와 수월이 남매는 모든 약초는 구하였으나, 마지막 약초인 오갈피를 구할 수가 없었습니다. 찾던 중 오갈피가 자라는 곳은 수월봉이 있는 절벽으로 누이 수월이가 벼랑을 타고 내려가 약초를 캐내려고 한발씩 절벽 밑으로 내려가 약초를 손에 넣고 녹고에게 건내주자 기쁨을 주체 못해 손을 놓쳤다고 합니다. 수월의 죽음으로 녹고는 열이레동안 슬피 울었다고 하며, 그 슬픈 눈물이 바위틈으로 들어가 지금의 약수 녹고물이 되었다고 하며, 절벽에서 여전히 녹고물이 흐르고 있다고 한다.

4. 조사대상지 선정배경

제주 세계지질공원 지질명소로 등재된 9개 관광지 중 세계자연유산으로 지정된 한라산, 만장굴, 성산일출봉을 포함한 관광객수가 제일 많은 천지연폭포는 서비스품질을 측정하는데 있어 관리사무소 직원이 상주해 있으며 편의시설이 잘 갖추어져 측정항목들이 갖추어진 곳을 설정하였다.

산방산과 용머리해안은 근접한 거리에 있으나 관광객들이 한 곳 만을 관광하는 경우가 많고, 주상절리대는 관광객수도 많고 지질학적 가치는 높으나 해설진행 등 관광관련기반 시설들이 부족하여 설문에서 제외하였으며, 그 외 서귀포층과 수월봉은 관리사무소 부재와 관광객수에 대한 통계도 이루어지지 않은 관계로 설문에서 제외하였다.

따라서, 설문조사가 가능한 4개 지역(한라산, 성산일출봉, 만장굴, 천지연폭포)을 선정하여 설문 조사를 실시하였다.

<표 II-34> 조사대상지 선정

지질명소	관광자원	해설진행	스토리텔링	관련축제	입장료(일반성인)	관리사무소	관광객수	
Site 1	한라산	산악형	유	유	유	무료/주차료	유	1,089,383
Site 2	만장굴	용암동굴	유	유	유	2,000	유	785,599
Site 3	성산일출봉	산악형	유	유	유	2,000	유	2,455,020
Site 4	천지연폭포	폭포	-	유	유	2,000	유	1,748,467
Site 5	서귀포층	해안형	-	-	-	-	-	-
Site 6	주상절리대	해안형	-	-	-	2,000	유	1,572,518
Site 7	산방산	산악형	-	유	-	1000	유	851,948
Site 8	용머리해안	해안형	-	유	-	1,500	유	
Site 9	수월봉	해안형	-	유	유	-	-	-

자료: 현황 파악을 참조로 재구성.

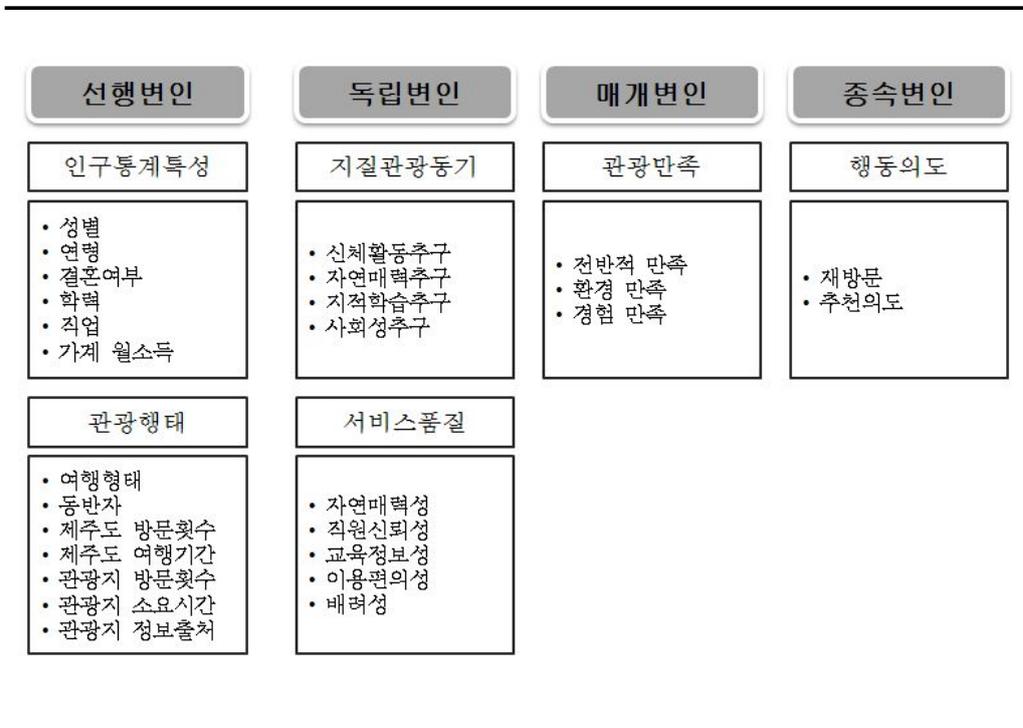
제 3 장 조사 설계

제 1 절 연구모형과 연구가설

1. 연구 모형

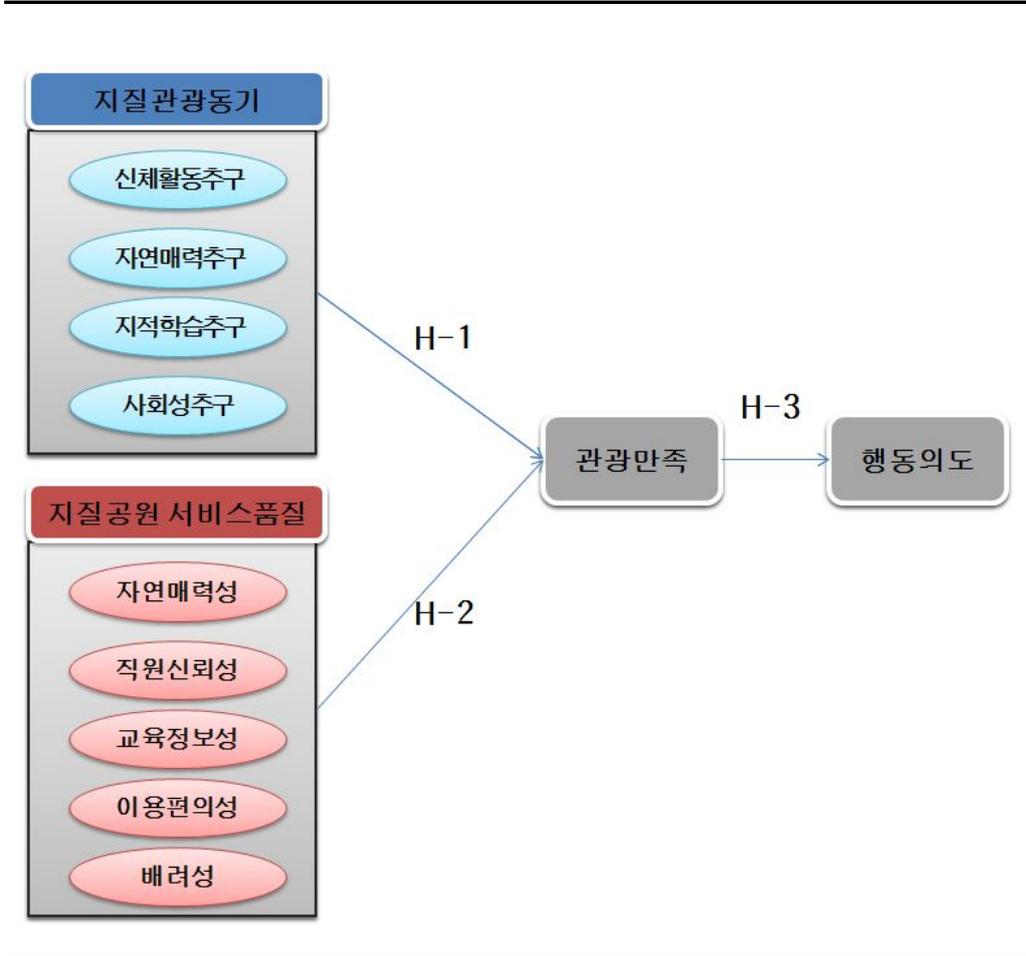
본 연구의 목적을 규명하고자 [그림 III-1]과 같이 선행변인 2개, 독립변인 2개, 매개변인 1개, 종속변인 1개로 구성하였다. 각각의 변인과 하위 관계요인에서 매개변인을 거쳐 종속변인으로 가는 연구모형을 [그림 III-2]과 같이 구성하였다.

[그림 III-1] 연구의 구성내용



본 연구에서는 지질관광동기와 서비스품질을 평가한 후, 만족도와 행동의도 간의 구조적 관계를 통합적으로 알아보기 위하여 구조방정식에 근거한 모형을 설계하였다.

[그림 III-2] 연구의 모형



2. 연구 가설

본 연구에서는 연구의 목적을 달성하기 위하여 지질관광동기 속성, 지질공원 서비스품질, 관광만족 그리고 행동의도를 측정변수로 설정하고 제 변수간의 관계성에 대한 선행연구들을 바탕으로 연구가설을 설정하였다.

1) 지질관광동기와 관광만족와의 관계

Csikszentmihayli(1984)¹³⁹⁾는 참여동기 요인 중 즐거움을 크게 강조하면서 내적동기를 즐거움으로 정의하고, 내적동기의 목적은 개인의 내재적 경험이며 항상 즐거움에 넘치듯 몰입되어 활동자체에 완전히 일치되는 경향이라 하면서 이러한 몰입상태를 최적의 경험이라 주장하였다.

Weiner(1986)¹⁴⁰⁾는 어떤 보상을 받지 않고도 동기가 발생한다면 이것을 내적동기라고 하면서 순수한 즐거움과 흥미로 나타난다고 하였다. 이와 같은 연구 결과를 기초로 관광자의 관광동기는 지각된 가치와 만족에 인과관계가 있음을 보여주는 것이다.

김철우(2004)는 관광자의 의사결정행동은 동기와 불가분의 관계를 맺으며 의도결정자의 욕구충족과 직·간접적으로 연결되어 있다는 점에서 동기의 이해는 관광행동 분석에서 가장 근본적인 접근의 하나로 간주되고 있다고 하였다.

권태일, 노선희(2008)¹⁴¹⁾은 동굴관광지의 방문동기, 관광만족, 행동의도의 영향관계에 관한 연구에서 동굴관광지의 방문동기가 관광만족도에 미치는 영향관계를 분석한 결과 여유로움 추구, 모험추구, 학습활동 추구 요인이 유의한 영향을 미치는 것으로 나타나, 동굴관광지의 관광동기와 관광만족도 간의 구성개념에 관계가 있다고 하였다.

손혜경, 손대현(2008)¹⁴²⁾ 지역주민과 관광객의 축제참여동기와 만족에 관한 연구에서 축제참여동기가 만족도에 미치는 영향을 분석한 결과 축제 매력동기, 사고동기, 일탈동기, 도예체험동기요인이 유의한 영향을 미치는 것으로 나타나 축제 참여 동기와 만족도간의 구성개념

139) Csikszentmihayli, M. & R. Larson, op., cit., 1984

140) Weiner, B. An attribution theory of motivation and emotion. Springer series in social psychology. Springer-Verlag NY : prentice-hall, 1986

141) 권태일, 노선희 동굴관광지의 방문동기, 관광만족, 행동의도의 영향관계에 관한 연구, 호텔 경영학 연구 17(6) pp. 151-168, 2008

142) 손혜경, 손대현, 지역주민과 관광객의 축제참여동기와 만족에 관한 연구, 관광연구논총, 20(1), 2008 P.3-24

에 관계가 있다고 할 수 있다.

양길승·이화진(2011)¹⁴³⁾은 목포해양문화축제 참가자를 대상으로 해양축제 참가자의 참가동기와 지각가치가 관광행동의도에 미치는 영향 연구에서 지각가치를 개인적인 노력, 시간적인 측면, 심리적 측면, 경제적인 측면으로 분류하고 참가동기와 관광행동의도간의 영향관계에서 지각가치가 매개변수임을 확인하였다.

류인평 (2011)¹⁴⁴⁾은 지역축제의 참여동기와 만족, 행동의도에 관한연구에서 축제참가동기와 만족도간의 영향관계를 규명하여, 흥미와 유희, 가족, 일상탈출, 이벤트 요인이 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 교육요인은 영향을 미치지 않는 것으로 나타나 관광동기와 만족도간의 구성개념에는 관계가 있음을 확인하였다.

양길승·이경수(2012)¹⁴⁵⁾ 지역축제의 참가동기, 지각가치, 충성도 간의 구조관계 연구에서 참가자의 참가동기 요인과 지각가치간의 구조 관계에서 화합성 요인, 일탈성 요인, 친교성 요인이 지각가치, 만족도, 재방문에 유의적인 정(+의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

H1 : 지질관광동기는 관광만족에 영향을 미칠 것이다.

H1-1 : 신체활동추구 요인은 관광만족에 영향을 미칠 것이다.

H1-2 : 자연매력추구 요인은 관광만족에 영향을 미칠 것이다.

H1-3 : 지적학습추구 요인은 관광만족에 영향을 미칠 것이다.

H1-4 : 사회성추구 요인은 관광만족에 영향을 미칠 것이다.

2) 서비스품질과 만족과의 관계

Dodds와 Monroe(1985)¹⁴⁶⁾는 지각된 가치와 지각된 품질을 다음과 같은 두 가지 차원에서 구별하였다. 첫째, 지각된 가치는 지각된 품질보다 더 개인적이고 주관적이다. 둘째, 지각된 가치는 지각된 품질과는 달리 주고 받는 요소간의 거래관계를 포함한다 라고 구별을 하면서

143) 양길승·이화진, 해양축제 참가자의 참가동기와 지각가치가 관광행동의도에 미치는 영향. 한국도서연구, Vol. 23, No. 2, 2011, 17-36

144) P. 348

145) 양길승·이경수 지역축제의 참가동기, 지각가치, 충성도 간의 구조관계 연구 -담양대나무축제를 중심으로 관광연구저널, Vol. 26, No. 1, 2012, 239.

146) Dodds,W.B.,& Monroe,K.B, The effectof brand and price informationon subjective product evaluations. Advancesin Consumer Research,Vol.12, 1985, 85-90

소비자의 제품평가 과정을 설명하는 수단-목적 모형(Means-EndModel)에서 지각된 가치는 부가적인 내재적 속성들, 외재적 속성들, 지각된 품질 그리고 관련된 다른 상위 수준들의 추상적인 개념들을 포함한다고 설명하고 있다.

Bolton과 Drew(1991)¹⁴⁷⁾는 서비스 품질에 영향을 미친 여러 요인들과 서비스 가치의 결과 요인들에 대해 서술하고 있다. 지각된 서비스 가치와 지각된 서비스 품질은 서로 다른 개념이며, 품질이 가치에 영향을 미치는 관계라는 것을 입증하였다

Rust, Zahorik, Keinngham(1996)도 서비스 가치는 품질이나 가격과 높은 상관관계가 있기 때문에 서비스 품질을 이상적으로 평가하면 서비스 가치도 높아진다고 하였다.

이유재, 라선아(2006)¹⁴⁸⁾도 지각된 품질은 제품의 가치 인식에 정(+)의 방향으로 영향을 미친다고 하였다. 소비자가 제품에서 인식하게 되는 품질수준이 높을수록 제품의 지각된 가치는 커지게 되는 것이다. 최은주(2009)¹⁴⁹⁾는 서비스품질의 경험차원이 고객이 지각하는 가치와 관계유지 의도간에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 정승훈(2010)¹⁵⁰⁾은 서비스품질은 지각된 가치, 만족, 충성도에 유의한 긍정적 영향을 미치며, 서비스품질은 만족에 유의한 긍정적 영향을 미치는 것으로 나타났다. 넷째, 지각된 가치와 만족은 충성도에 유의한 긍정적 영향을 미치는 것으로 나타났다. 최종필(2011)¹⁵¹⁾은 지각된 서비스 가치(감정적, 획득적)로 인해 서비스 품질을 보다 높게 인식하는 것으로 나타났으며, 지각된 서비스 가치 중 금전적 가치는 오히려 신뢰성을 떨어뜨리는 효과를 지닌 것으로 나타났다.

따라서 본 연구는 서비스품질과 관광만족은 다음과 같은 가설을 설정하였다.

H2 : 지질공원 서비스품질은 관광만족에 유의한 영향을 미칠 것이다

H2-1 : 자연매력성 요인은 관광만족에 영향을 미칠 것이다.

H2-2 : 직원신뢰성 요인은 관광만족에 영향을 미칠 것이다.

H2-3 : 교육정보성 요인은 관광만족에 영향을 미칠 것이다.

147) Bolton,R.N.& Drew,J, H.op., cit.,375-38

148) 이유재, 라선아, 서비스 품질의 각 차원이 CS에 미치는 상대적 영향에 대한 연구:기존 고객과 잠재 고객의 비교를 중심으로. 마케팅 연구, Vol. 18, No.4, 2003, pp.67-97.

149) 최은주, 항공사이벤트의 서비스품질, 지각된 가치, 관계유지의도와의 영향관계, 대한관광경영학회, 관광연구 24(5), 2009.12, 63-84

150) 정승훈, 지역축제의 서비스품질, 지각된 가치, 만족, 충성도의 영향 관계, 한국콘텐츠학회, 한국콘텐츠학회논문지 10(11), 2010.11, 391-402

151) 최종필, 리조트 참여자들의 지각된 가치가 서비스품질 및 고객만족에 미치는 영향, 대한관광경영학회, 관광연구 26(1), 2011.4, 467-487

H2-4 : 이용편의성 요인은 관광만족에 영향을 미칠 것이다.

H2-5 : 배려성 요인은 관광만족에 영향을 미칠 것이다.

3) 관광만족과 행동의도

관광문헌 내·외의 여타 수단-목적모델에 사용된 만족, 행동의도를 본 연구모델에서도 내생 변수로 선정하였다.

본 연구에서는 만족을 행동의도의 선행변수로 사용하였다. 따라서 문헌검토에서 나타난 관광만족-행동의도의 구조적 관계를 본 연구의 가설 수립을 위해 사용하였다.

관광지에서의 만족은 해당 관광지에 대한 관광자의 호의적인 이미지와 태도를 형성 시키고, 이러한 호의적인 태도는 해당 관광지에 대한 재방문의도 및 미래 행동의도에 긍정적인 영향을 미치게 됨을 선행연구 검토를 통하여 알 수 있는데, 지각된 가치가 만족에 유의한 영향을 미치며, 이는 결과적으로 긍정적 구전, 재구매 의도를 포함한 행동의도에 유의한 영향을 미친다는 결과를 제시해 주고 있다. 따라서 선행연구 결과를 토대로 만족과 행동의도에 대한 가설을 수립하면 다음과 같다.

H3 : 관광만족은 행동의도에 유의한 영향을 미칠 것이다.

제2절 조사 계획

1. 조사 목적

본 연구는 관광자들의 관광동기와 지질공원의 서비스품질이 지각된 가치에 미치는 영향을 검증하고 더 나아가 관광 후 태도에 미치는 영향을 확인함으로써 관광자들의 행동특성을 통한 전략적 시사점을 도출하고, 이를 통해 해당목적지의 경쟁력을 강화하는데 그 목적이 있다.

본 실증조사는 본 연구의 목적을 달성하기 위하여 제주도 세계 지질공원의 지질명소에 방문한 관광자들을 대상으로 지질관광동기와 지각된 지질공원의 서비스품질평가와 관광 후 태도 등에 관한 설문을 실시함으로써 본 연구에서 계획되어진 이론적 배경을 입증하고 시사점과 발전방안을 제안하고자 하였다.

2. 조사 대상

본 실증조사의 대상은 제주 세계지질공원 내 지질명소를 방문한 관광자를 대상으로 하였다. 이에 본 연구에서는 관광지를 방문한 관광자를 연구의 실증조사의 대상이 되는 모집단으로 설정하였다. 또한 조사대상자의 표본 추출은 전체 대상의 명단을 확보하기 어려운 상황과 비용 및 시간을 고려하여 편의표본추출법으로 활용하였다.

3. 조사시기와 조사방법

본 연구의 실질적인 실증조사를 실시하기에 앞서, 보다 체계적이고 명확한 설문조사의 진행을 위해 사전조사의 개념으로 2012년 7월 1일부터 2012년 7월 7일까지 7일간 학계 및 여행업계 전문가를 대상으로 설문지의 항목에 대한 타당성과 논리적 문제점, 응답자의 응답에 무리가 없는가에 대한 검토를 실시하였다. 이와 같은 결과 검토된 설문지는 2012년 8월 9일부터 2012년 8월 14일까지 실시되었다.

설문 대상 관광지는 한라산, 만장굴, 성산일출봉, 천지연 폭포 4개 지역에서 이루어졌다. 설문 대상자는 직접 기입하는 자기기입형 설문지법(self-administered questionnaires)을 이용하였으며, 설문지의 회수는 검증 후 raw data를 회수하는 방법으로 이루어졌다.

4. 자료수집과 분석방법

조사기간에 제주 세계지질공원 내 한라산, 만장굴, 성산일출봉, 천지연 폭포 4개의 지질명소에 방문한 관광자를 대상으로 총 800부 설문지를 배포하였으며, 그 결과 761부의 설문을 회수하였으며, 이 중에서 통계적 처리가 불가능한 설과 응답이 누락된 설문 등 본 연구에서 활용이 불가능한 31부의 설문을 제외하고, 총 730부의 설문을 본 연구의 실증분석에 활용하였다.

먼저, 조사대상자의 인구통계 특성 및 여행에 대한 일반적인 특성에 관한 질문의 빈도분석(Frequency Analysis)을 실시하였다. 이는 조사대상자의 대표성을 확인하기 위한 것으로 본 조사의 대상이 전체 표본에 걸쳐 모든 부분을 설명할 수 있는가를 확인하기 위한 것이다.

수집된 데이터의 통계적 활용 가능성 여부를 판단하기 위하여 통계자료의 신뢰성과 타당성을 검증하고자 하고, 이를 위하여 cronbach's α 값을 통하여 신뢰성을 검증하는 신뢰도분석(Reliability Analysis)과 측정항목의 타당성 검증을 위하여 선행되어진 연구로부터 추출된 요인 및 변수의 일치성을 확인하고자 하는 요인분석(Factor Analysis)을 실시하였다.

통계적 활용성을 검토한 데이터는 가설의 검증에 활용하고, 가설의 검증에 앞서 전체 각 요인에 대한 상관관계는 상관분석(Correlation Analysis)을 통하여 검증하였다.

전체 모형의 적합성 여부를 검토하고, 연구모형의 확정을 위하여 Amos를 활용한 구조방정식모형(SEM : Structure Equation Model)을 이용하여 전체 모형의 인과관계구조를 확인하였다.

설문지는 Data coding과정과 Data cleaning과정을 통하여 통계처리를 위한 준비를 마치고, 사회과학 조사분석 패키지인 SPSS 18.0 for windows와 AMOS 18.0 통계패키지를 활용하여 분석하였다.

제3절 변수의 조작적 정의

본연구의 실증분석을 위해 주요 변수들에 대한 정의를 내린 후, 이를 기초로 설문항목을 개발 하였다. 모든 설문항목들은 기존 연구에서 사용하였던 척도들을 근거로 하여 본 연구의 목적에 적합하도록 수정하여 개발하였다. 또한 측정도구의 신뢰성을 높이기 위해 모든 변수들을 다항목척도(multi items scale)로 측정하였다.

1. 지질관광동기

관광동기의 연구는 현재까지 많은 연구자들에 의해 분류되고 개념화되고 있다. 본 연구에서 관광동기는 선행연구들 가운데 thomas(1964)¹⁵²⁾ 등의 연구를 토대로 신체활동추구, 사회성추구 동기, 문화적 동기 등 3개 요인을 바탕으로 분류하였다.

thomas(1964), Stabler(1988), McIntosh and Goeldner (1990) 등의 선행연구에 의하면 관광동기는 인간의 행동이면에 있는 사고력에 의해서 어떤 특정한 방향으로 행동을 유발시키는 요인으로 관광행동의 생성에 필요한 심리적 원동력을 ‘관광욕구’라 명칭하며 관광행동을 이끄는 심리적 에너지를 ‘관광동기’로 어떤 목표를 지향하는 것은 내재된 욕구를 강조하는 것이다.¹⁵³⁾

이에 본 연구에서는 이러한 선행연구를 기반으로 하여 지질관광동기는 지질공원에 방문한 관광객이 관광행동을 이끄는 심리적인 원동력인 관광욕구라 정의할 수 있다.

2. 지질공원 서비스품질

Parasuraman, Zeithamal & Berry에 의해 1988년 고안된 SERVQUAL 모형은 소비자가 서비스 품질을 평가하는 유형을 유형성, 신뢰성, 응답성, 확신성, 공감성 5개 차원으로 수정되었다. PZB의 SERVQUAL모형은 서비스품질의 측정에 가장 많이 애용되고 있으며, 이후 서비스품질에 대한 연구가 활발하게 진행되어 왔다.

관광지와 관련한 서비스 품질을 측정하는 연구는 관광지 자체의 SERVQUAL모형 또는 각 관광지의 특성에 맞는 고유속성을 구성차원으로 도출하여 관광지 서비스품질평가가 이루어

152) John A. Thomas, op., cit. 1984.

153) 오민재, 전계논문, 2006.

지고 있다. 지질공원이 생태적 자연관광지 임을 고려하여, 기존의 SERVQUAL 측정항목에 지질공원에서 잘 설명할 수 있는 측정항목 추가하여 구성하였다.

본 연구에서 지질공원 서비스품질은 지질공원의 서비스에 대한 우월성에 관련된 총체적 판단 혹은 태도를 의미한다.

3. 관광만족

관광만족은 사적·공적 부문 모두에서 달성하기 위한 목표인 것이다. 이것은 관광조직이 서비스 속성의 품질 향상뿐만 아니라 서비스 경험으로부터 관광객들이 획득한 정서적·심리적 반응을 향상시키는데 주의를 기울여야만 한다는 것을 의미하는 것이며, 또한 미래 방문패턴에 영향을 주는 요소들을 어떻게 조합하느냐를 규명하는 것이다¹⁵⁴⁾. 결국 관광객 만족은 관광의 목적이 되는 것으로 관광의 질적 수준에 관해 이용되는 개념으로 관광사업의 성패와도 직결되는 문제¹⁵⁵⁾라 할 수 있다.

만족은 결과/과정 중심의 정의, 전반적 만족과 개별속성의 만족, 서비스 품질과 만족, 이미지와 만족 등을 토대로 하여 관광지 선택의 현명, 여행사 서비스에 대한 전반적 만족, 관광지 환경에 대한 전반적 만족, 관광지 이미지에 대한 만족 등으로 설명될 수 있다. 따라서 만족은 재구매 의도에 미치는 영향을 분석하는데 사용된다.

전반적인 만족도 측정에 있어서는 최근 국내의 만족도 관련 연구에서는 오정학과 김유일(1986)의 포괄적 측정방식을 택하여 전반적 만족도, 추천의도, 재방문 의도 등의 항목을 포함시켜 복수항목으로 된 만족개념을 측정 후 합산평점으로 만족지수를 도출하고 있다¹⁵⁶⁾.

본 연구에서는 만족은 지질공원 관광객의 관광경험결과에 대한 관광객의 종합적이고 총체적인 평가라 정의할 수 있다.

4. 행동의도

행동의도는 어떤 대상에 대한 태도를 형성한 후 특정한 미래행동으로 나타내려는 개인의

154) Murphy, Peter, Mark P. Pritchard and B. Smith, The Destination Product and Its Impact on Travel Perception. *Tourism Management*, Vol. 21, No. 1, 2000. pp. 43-52.

155) 윤대순, *관광경영학원론*, 서울 : 백산출판사, 2000.

156) 박석희·부소영, 관광 후 이미지와 만족도간의 관련성, *관광학연구*, Vol. 26, No. 1, 한국관광학회, 2002, pp. 47-62.

의지와 신념으로 정의 내릴 수 있으며, 전반적 관광객 만족과 함께 재방문 의도와 추천의도가 관광경험 후속의 심리적 변수라고 하였다. 선행연구들은 대체로 재방문 의도와 긍정적 구전으로 행동의도를 설명하고 있다¹⁵⁷⁾. 따라서 본 연구에서는 행동의도는 지질공원 관광 후 관광객이 가지는 미래행동으로 나타나는 개인의 의지와 신념으로써, 재방문의도와 구전의사로 구분하여 연구하고자 한다.

1) 재방문 의도

재방문 의도는 소비자 만족과 행동의도, 서비스 품질과 만족, 행동의 결과간의 관계, 경제적 행동의도와 사회적 행동의도, 만족과 재방문 의도, 핵심/주변 서비스와 재방문 의도 등을 토대로 하여 방문했던 관광지에 대한 재방문의 가능성, 향후 재방문할 의지 등으로 설명될 수 있다. 따라서 재방문 의도는 관광지 서비스와 만족의 결과변수로서 분석에 사용된다.

따라서, 본 연구에서 재방문 의도는 관광객의 전반적 만족에 근거하여 관광객이 다시 방문하고자 하는 욕구로 관광체험에 대한 평가로 정의 할 수 있으며, 재방문 의도를 측정하기 위해 단일 문항 라이커트 타입(Likerttype)7점 척도로 측정하였다..

2) 구전의사

구전의사는 관광객이 관광상품 및 관광서비스를 잠재적인 구매자에게 호의적·비호의적으로 전달하는 행동으로 정의할 수 있는데, 본 연구에서는 문항을 긍정적인 방향으로 구성하여 본 연구에서 구전의사는 지질공원 관광객이 잠재적인 구매자에게 호의적으로 전달하는 행동 긍정적 구전을 의미한다.

구전은은 고객들에게 기업에 대한 중요한 정보를 제공하고, 이를 통하여 얻은 정보에 따라 잠재적인 관광객들은 해당 상품이나 서비스를 구매할 것인지에 대한 의사결정을 한다. 본 연구에서는 Bitner(1990), Maxham(1999)¹⁵⁸⁾, 이유재(1995), 김홍일(2004) 등이 실증분석에 활용한 측정도구를 이용하여, 단일항목으로 라이커트 타입(Likert type)7점 척도로 측정하였다..

157) Boulding, William et. al. op., cit. Journal of marketing research, Vol. 20, No. 2, 1993

158) Maxham III, J. G., Service recovery's influence on customer satisfaction, positive word-of mouth, and purchase intentions, McIntire school of comms, University of virginia, Vol. 11, 1999.

5. 설문지의 구성

조작적 정의를 바탕으로 구성된 설문지는 다음의 <표 III-1>와 같다.

<표 III-1> 설문지의 구성

구 분	요 인	번호(문항)	측정척도	선 행 연 구
관광행태 (8)		I. 1-8 (8)	명목	연구자 작성
관광동기 (12)	신체활동추구	II. 1-12 (3)	Likert 7point (등간)	田中喜一(1950), McIntosh & Goeldner(1991), Thomas(1984), Fisher & Price (1991), 조진희·김수봉(2007) 오민재·허석·양승용(2009), 최영희·이훈 (2009), 김정준(2010), 여영숙 (2011), 고미영·허석·양승용(2011)
	자연매력추구			
	지적학습추구			
	사회성추구			
지질공원 서비스품질 (18)	자연매력성	III. 1-18 (18)	Likert 7point (등간)	Carman(1990), Crompton와 Love(1995) Frochet Hughes(2000), 민병호(2000), 장경수(2001,2010) 홍수희(2003), 이주희, 홍수희(2003)김창수(2005), 류인평(2005), 이주희·배민기(2006), 부숙진(2008), 이경모·손선미(2009)김경희(2009), 허양례(2011), 김기호·정기환(2011), 양슬필·곽영대 (2011)
	직원신뢰성			
	교육정보성			
	이용편의성			
	배려성			
관광만족도 (3)		IV. 1-3 (3)	Likert 7point (등간)	Cronin & Taylor(1992), Oliver(1989), 용환재(2001), 이유재(2001), 장병수(2003), 김정수(2000), 윤지현(2003)
행동의도 (2)		IV. 4 (1)	Likert 7point (등간)	Cronin & Taylor(1992), Oliver(1989), 윤지현(2003), 김정준(2010), 최영민·최현식(2011)
		IV. 5 (1)	Likert 7point (등간)	Bitner(1990), Maxham(1999) 이유재(1995), 김홍일(2004), 윤지현(2003), 김정준(2010), 최영민·최현식(2011)
인구통계 특성 (6)		V. 1-6 (6)	명목	연구자 작성
합 계		49		

제 4 장 실증분석

제 1 절 조사대상자 특성

제주 세계지질공원 내 지질명소로 등재된 9개 관광지 중 [그림 IV-1] 와 같이 설문조사가 가능한 4개 지역을 대상으로 설문 응답을 실시하였다. 그 결과 총 761부의 설문 중 불성실한 응답 31부를 제외하고 총 730부의 자료가 최종 분석에 사용 되었고 관광지별 최종분석에 사용된 자료는 <표 IV-1>와 같다.

[그림 IV-1] 연구의 대상지



<표 IV-1> 설문지역과 설문 배포 결과

설문지역	배포	분석결과	결측	비율	설문지역	배포	분석결과	결측	비율
한라산	190	182	8	24.9	만장굴	200	190	8	24.0
성산일출봉	188	183	5	25.1	천지연폭포	183	175	10	26
총합계						761	730	31	100

1. 인구통계 특성

본 연구의 실증조사의 대상이 되는 조사대상자는 총 730명으로 인구통계적 특성을 살펴보면 다음과 같다. 먼저 성별을 살펴보면 남성이 376명으로 51.5%, 여성은 354명으로 48.5%로 구성되었으며, 연령구조는 20대가 152명으로 20.8%, 30대가 127명으로 17.4, 40대가 257명으로 35.2%, 50대가 102명으로 14.0%, 60대 이상이 92명으로 12.6%으로 구성되어 전체적으로 20대, 30대, 40대의 연령층에 대한 표본이 가장 많은 것으로 분석되었다.

결혼여부를 살펴보면 미혼은 216명으로 29.5%, 기혼은 514명으로 70.4%로 나타났으며, 학력에 관한 질문에서는 중학교 졸업이 14명으로 1.9%, 고등학교 졸업이 226명으로 31.0%, 대학교 졸업이 가장 많은 457명으로 62.6%를 차지하는 것으로 나타났으며, 대학원 졸업은 33명으로 4.2%를 차지하는 것으로 나타났다.

직업 분포는 전문직/ 관리직 종사자가 134명으로 18.4%, 사무직/ 회사원 종사자가 186명으로 25.5%, 판매/ 서비스직 종사원 43명으로 5.9%, 자영업 종사자는 60명으로 8.2%, 농임업 종사자는 51명으로 6.9%, 전업주부는 102명으로 14.0%이며, 학생은 133명으로 18.2%, 마지막으로 기타는 21명으로 2.8%로 나타났다.

응답자의 월 가계소득에서는 100만원 미만의 소득수준이 42명으로 5.8%, 100만원 ~200만원 미만 96명으로 13.2%, 200만원 ~300만원 미만은 285명으로 39.0%, 300만원 ~400만원 미만은 143명으로 19.6%, 400만원 ~500만원 미만은 92명으로 12.6%를 500만원이상의 응답자 72명으로 전체 응답자의 9.8% 수준으로 분석되었다.

<표 IV-2> 조사대상자의 인구통계 특성

조사대상자 표본 : 730명

구	분	빈도(명)	비율(%)
성별	남 성	376	51.5
	여 성	354	48.5
연령	20대	152	20.8
	30대	127	17.4
	40대	257	35.2
	50대	102	14.0
	60대 이상	92	12.6
결혼여부	미 혼	216	29.5
	기 혼	514	70.4
학력	중학교 졸업	14	1.9
	고등학교 졸업	226	31.0
	대학교 졸업	457	62.6
	대학원 졸업 이상	33	4.2
직 업	전문직/ 관리직	134	18.4
	사무직/ 회사원	186	25.5
	판매/ 서비스직	43	5.9
	자영업	60	8.2
	농/입/어업	51	6.9
	전업주부	102	14.0
	학생	133	18.2
	기 타	21	2.8
가 계 월소득	100만원 미만	42	5.8
	100만원 ~200만원 미만	96	13.2
	200만원 ~300만원 미만	285	39.0
	300만원 ~400만원 미만	143	19.6
	400만원 ~500만원 미만	92	12.6
	500만원 이상	72	9.8

2. 관광행태 특성

조사대상자의 지질공원 관광행태 특성을 살펴보면 개별여행이 609명으로 83.4%, 단체여행은 121명으로 16.6%으로 나타났다.

동반자 형태는 혼자서 관광을 행한 형태는 13명으로 1.8%, 친구는 207명으로 28.4%, 가족/친지와 동반한 형태는 405명으로 55.5%, 회사동료/모임은 66명으로 9.0%, 기타 39명으로 5.3%로 나타났다.

제주도 방문 횟수를 살펴보면, 제주거주 주민이 150명으로 20.5%, 처음 제주방문이 120명으로 16.7%, 2회 방문은 133명으로 18.2%, 3회는 115명으로 15.8% 4회 이상이 210명으로 28.8%로 나타났다.

제주도 여행기간은 1박2일이 12명으로 1.6%, 2박3일이 284명으로 38.9%, 3박4일이 172명으로 23.5%, 4박5일 이상이 112명으로 15.3%로 나타났다.

관광지 방문 횟수는 처음 방문은 320명으로 43.8%, 2회는 188명으로 25.8%, 3회는 92명으로 12.6%, 4회 이상은 130명으로 17.8%로 나타났다.

관광지 관람 소요시간을 살펴보면 1시간 이내는 180명 24.7%, 1~2시간미만 397명 54.4%, 2~4시간미만은 53명으로 7.3%, 4~6시간미만 44명으로 6.0%, 6시간 이상 56%를 7.7%로 구성되었다.

마지막으로 관광지 정보출처를 살펴보면 가이드북은 32명으로 4.4%, 팸플릿·브로슈어 35명으로 4.8%, 여행사 16명으로 2.2%, 친구/친지의 소개 140명으로 19.2, 뉴스/신문은 18명으로 2.5%, 기타는 54명으로 7.4%, 인터넷 정보출처는 435명으로 59.6%로 나타나 인터넷에 의한 정보출처가 과반수를 넘어 표본이 가장 많은 것으로 분석되었다.

<표 IV-3> 조사대상자의 관광행태 특성

조사대상자 표본 : 730명

구 분		빈도(명)	비율(%)
여행형태	개별여행	609	83.4
	단체여행	121	16.6
동반자	혼자	13	1.8
	친구	207	28.4
	가족/친지	405	55.5
	회사동료/ 모임	66	9.0
	기타	39	5.3
제주도 방문횟수	제주거주	150	20.5
	처음	120	16.7
	2회	133	18.2
	3회	115	15.8
	4회 이상	210	28.8
제주도 여행기간	제주거주	150	20.5
	1박2일	12	1.6
	2박3일	284	38.9
	3박4일	172	23.5
	4박5일 이상	112	15.3
관광지 방문횟수	처음	320	43.8
	2회	188	25.8
	3회	92	12.6
	4회 이상	130	17.8
관광지 관람 소요시간	1시간 이내	180	24.7
	1~2시간 미만	397	54.4
	2~4시간 미만	53	7.3
	4~6시간 미만	44	6.0
	6시간 이상	56	7.7
관광지 정보출처	가이드북	32	4.4
	캠플릿·브로슈어	35	4.8
	인터넷	435	59.6
	여행사	16	2.2
	친구/친지의 소개	140	19.2
	뉴스/신문	18	2.5
	기타	54	7.4

제 2 절 신뢰성 및 타당성 검증

1. 신뢰성 검증

신뢰성(reliability)이란 동일한 개념에 대하여 반복적으로 측정하였을 때 나타나는 측정값들의 분산을 의미하는 것으로, 신뢰성은 안정성, 일관성, 예측가능성, 정확성, 의존가능성 등으로 표현될 수 있는 비체계적 오차와 관련된 개념이다.¹⁵⁹⁾ 이러한 신뢰성의 의미는 어떤 조사 결과에 대해서 이 조사 결과가 부정확한 측정자료에서 우연히 발견된 것이 아니라는 것에 대해 확신성을 줄 수 있다는 것이다.

이러한 신뢰성을 측정하는 방법에는 평행검증법(the parallel form method) 검증-재검증법(test-retest method), 반문법(split-half method), 대안적 형태론(alternate form method), 내적일관성법(internal consistency method: cronbach's α)이 주로 사용되는데, 신뢰도는 비교 가능한 독립된 측정방법에 의해 특정 대상을 측정하는 경우 결과가 비슷하게 나타나야 하는 것으로 각 항목의 측정결과가 일관성을 유지하는가의 여부를 확인하기 위한 목적으로 이용된다. 일반적으로 α 계수가 사회과학 자료의 경우 보통 0.6이상이면 신뢰성이 있다고 볼 수 있다.¹⁶⁰⁾

문항 간에 어느 정도 일관성을 갖는지를 측정하는 방법으로 신뢰성을 측정하기 위해 내적 일관성법을 활용하여 전체항목과 구성요소별로 cronbach's α 계수를 산출하여 측정항목간의 동질성 정도를 평가함으로써 내부 일치정도를 검증하였다.

본 연구에서는 측정항목의 신뢰성을 검증하기 위하여 내적 일관성을 통한 chronbach's α 계수를 활용하여 분석을 실시하였다. chronbach's α 계수의 값은 각 요인 내 측정문항들 간의 상관관계를 말하는 것으로 0에서 1사이의 값을 갖으며 특정한 기준치 값은 없으나 일반적으로 사회과학연구에서 0.6이상이면 내적일관성이 높은 것으로 판단한다

본 연구의 측정변수인 지질관광동기, 지질공원 서비스품질, 만족과 행동의도에 대한 신뢰성의 검증을 위한 신뢰도 분석 결과는 다음 각각의 <표 IV-4>, <표 IV-5>, <표 IV-6>, <표 IV-7>과 같다.

159) 채서일, 사회과학조사방법론, 학현사, 1996, pp.241-250.

160) 김충련, 기초통계분석을 위한 SAS강좌, 데이터 리서치, 1994, p.315.

2. 타당성 검증

측정의 타당성(validity)이란 실제의 측정변수인 개념의 운영정의를 그것이 의도하고자 한 것을 제대로 표출하는가 하는 것이다. 타당성은 측정하고자 하는 것을 측정하였는가에 대한 문제, 즉 정확성과 관련이 되는 것이므로 체계적인 오차와 비체계적인 오차에 의해서 영향을 받는다고 볼 수 있으나 비체계적인 오차는 신뢰성과 관련이 깊으므로 이를 분리하여 타당성에 관한 부분에서는 일반적으로 체계적인 오차에 대하여만 관심을 둔다.

측정의 타당성을 검증하는 방법에는 크게 다속성 다측정 방법(multi-trait multi-method matrix)과 요인분석(factor analysis)이 있는데, 본 연구에서는 다속성 다측정 방법 선택·활용 시에 발생하는 반대개념의 정의와 측정법의 탐색에 대한 난점과 시간적·경제적 부담으로 인하여 다속성 다측정 방법을 사용하지 않았다. 이러한 다속성 다측정 방법의 부담감으로 인하여 본 연구의 타당성 검증에서는 요인분석이 사용되었으나 이러한 요인분석에서도 관련분야에 대한 해박한 지식이나 이론적 고찰에 대한 정확한 근거가 제시되어야 하는 단점도 존재한다. 본 연구에서는 이러한 단점을 보완하기 위해 요인분석의 근거로 관광동기, 서비스품질, 지각된가치, 만족도, 의도 등에 관한 다양한 선행연구를 토대로 요인을 설정하였기에 변수들의 유사성과 독립성으로 나타나는 요인을 사전에 기획한 요인과 비교함으로써 내용의 타당성을 확보하는 요인분석을 실시하였다.

또한 본 연구의 요인분석에서는 변수들의 상관관계를 이용하여 본래의 변수들이 갖고 있는 의미를 최대한 보존하면서 보다 적은 수의 합성변수(요인)로 R-type 요인분석을 적용하였으며, 요인분석의 한 방법인 주성분분석을 이용하였고, 요인적재치(factor loading)를 높이기 위해서 베리맥스 회전(varimax with Kaiser normalization)을 실시하였다. 이러한 분석의 결과로 나타나는 요인에 대한 점수는 고유치(eigen-value)가 1 이상이 되는 요인만을 인정하였다. 요인분석에서 적합성을 나타내는 Kaiser-Meyer-Olkin (KMO)의 표본적합도를 산출하여 변수들 간의 내부상관관계 정도를 함께 살펴보았다. 이와 더불어 요인분석 모형으로서 적합하지 아닌지를 유의 확률로써 파악하게 되는 Bartlett의 구형성 검정도 함께 병행하여 실시하였다.

본 연구의 측정변수인 관광동기, 서비스품질, 만족과 행동의도에 대한 신뢰성의 검증을 위한 타당성 검증을 위한 요인분석 결과는 다음 각각의 <표 IV-4>, <표 IV-5>, <표 IV-6>, <표 IV-7>과 같다.

<표 IV-4> 지질관광동기 속성 측정항목의 신뢰성과 타당성 검증 결과

측정항목	요인분석				크론바흐 α 계수
	자연매력추구	지적학습추구	사회성추구	신체활동추구	
a5. 자연·지질자원관람	.832	.185	.085	.238	.758
a4. 자연경관 감상	.830	.152	.06	.248	
a6. 자연을 가까이 느낌	.799	.196	.086	.152	
a8. 어떤곳인지 궁금해서	.151	.789	.08	.192	.842
a7. 새로운 것 알기위해	.177	.784	.067	.178	
a9. 지적 호기심 충족	.175	.762	.185	.133	
a12. 동반자 소속감	.026	.077	.811	.139	.763
a11. 동반자 친목도모	.111	.161	.822	.206	
a10. 동반자와 즐거운 시간	.198	.224	.739	.173	
a2. 활동적 경험	.169	.213	.193	.804	.764
a1. 정신적, 육체적 휴식	.225	.131	.233	.747	
a3. 특별한 경험	.265	.209	.142	.712	
Eigen-Value	2.303	2.078	2.061	1.991	-
분산설명력(%)	19.191	17.315	17.173	16.589	
누적설명력(%)	19.191	36.506	53.679	70.268	

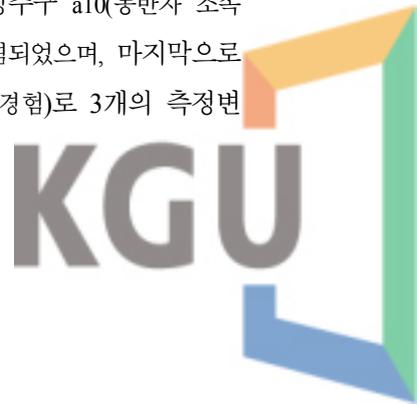
Kaiser-Meyer-Olkin 측도 :.869 / Bartlett의 구형성 검정 : 2452.893 (p-.000)

설명된 총분산 : 70.268%의 설명력

지질관광동기 측정문항에 대한 분석결과 모든 차원별 chronbach's α 계수가 0.6이상의 값으로 나타나 측정척도의 동질성과 내적일치성이 확보되었다고 볼 수 있으며, 각 요인과 문항과의 상관정도인 요인적재량이 구성된 요인에서 0.4이상의 값으로 나타나 집중타당성이 확보되었다. 총분산은 70.268%의 설명력을 보이고 있다. 또한 KMO 측도는 .869로 좋은 수치를 보여주고 있으며, Bartlett의 구형성 검정 역시 유의확률 .000으로서 요인분석으로 사용하기에 적합한 것으로 나타났다.

요인분석 결과 수렴된 요인은 자연매력추구(E/V- 2.303), 지적학습추구(E/V- 2.078), 사회성추구(E/V- 2.061), 신체활동추구(E/V- 1.991)로 명명하였다.

구체적인 요인분석의 결과 수렴된 요인들의 측정문항을 살펴보면 다음과 같이 나타났다. 첫째 자연매력추구 동기는 a5(자연·지질자원관람), a4(자연경관 감상), a6(자연을 가까이 느낌)로 3개의 측정변수가 수렴되었으며, 지적학습추구 동기는 a8(어떤곳인지 궁금해서), a7(새로운 것 알기위해), a9(지적 호기심 충족)로 3개의 측정변수가 수렴되었으며, 사회성추구 a10(동반자 소속감), a11(동반자 친목도모), a10(동반자와 즐거운 시간)로 3개의 측정변수가 수렴되었으며, 마지막으로 신체활동추구 동기는 a2(활동적 경험), a1(정신적, 육체적 휴식), a3(특별한 경험)로 3개의 측정변수가 각각 수렴되었다.



또한 추출된 각 요인별 분산설명력은 자연매력추구 동기요인 약 19.191%, 지적학습추구 동기요인 약 17.315%, 사회성추구 동기요인 약 17.173%, 신체활동추구 동기요인 약 16.589% 가량으로 분석되었다

<표 IV-5> 서비스품질 속성 측정항목의 신뢰성과 타당성 검증 결과

측정항목	요인분석					크론바흐 α 계수
	자연매력성	이용편의성	배려성	직원신뢰성	교육정보성	
b2. 자연 지질자원 독특함	.746	.15	.018	.052	.172	.894
b3. 자원의 보전	.863	.151	.068	.188	.208	
b1. 자원의 불거리	.910	.017	.063	.149	.226	
b4. 정돈되고 유지됨	.746	.24	.01	.265	.13	
b15. 도로표지 방향표지	.154	.772	.002	.1	.063	.769
b14. 주차시설 편리, 확보	.126	.708	.033	.227	.082	
b13. 휴게시설	.114	.670	.011	.053	.448	
b12. 시설청결, 깨끗	.258	.668	.005	.132	.403	
b17. 관광객 편의 고려	.061	.028	.777	.012	.018	.836
b16. 식비, 기념품비 적절	.043	.031	.836	-.026	.016	
b18. 구경하기 안정적	.028	-.009	.732	.06	.013	
b6. 환영하는 느낌	.114	.122	.402	.827	.043	
b5. 직원예의바름	.246	.141	.046	.790	.12	.813
b7. 직원대기	.156	.13	.005	.666	.063	
b10. 자연, 지질자원 지식	.246	.185	.036	.111	.787	
b11. 배울 것, 교육적	.293	.174	-.004	.016	.767	.790
b9. 자원에대한 안내문	.477	.257	.037	.221	.695	
b8. 충분한 정보제공	.423	.257	.049	.103	.750	
Eigen-Value	3.139	3.051	2.661	2.270	1.692	
분산설명력(%)	17.440	16.950	14.782	12.613	9.399	-
누적설명력(%)	17.440	34.390	49.172	61.785	71.185	

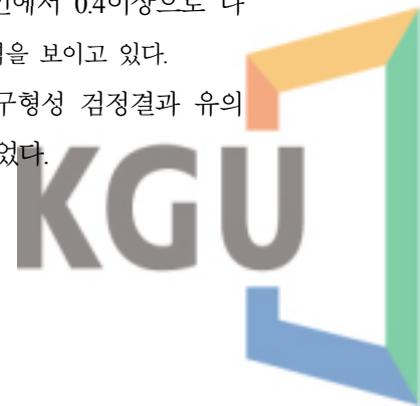
Kaiser-Meyer-Olkin 측도 : .828 / Bartlett의 구형성 검정 : 5472.592(p-.000)

설명된 총분산 : 71.1%의 설명력

다음으로 지질공원 서비스품질 측정항목에 대한 신뢰성 및 타당성 검증을 실시하였으며 분석결과 모든 차원별 chronbach's α 계수가 0.6이상의 값으로 나타나 이번에도 측정척도의 동질성과 내적일치성이 확보되었다.

또한 각 요인과 측정항목 간의 상관정도인 요인적재량 값이 구성요인에서 0.4이상으로 나타나 집중타당성 역시 확보된 것으로 나타났다. 총분산은 71.1%의 설명력을 보이고 있다.

또한 KMO측도 값은 0.828로 좋은 수치를 보여주고 있으며, Bartlett구형성 검정결과 유의확률 0.000으로 나타나 요인분석으로 사용하기에 적합한 것으로 판단되었다.



본 연구에서는 선행연구 검토를 바탕으로 분석결과 서비스품질과 관련요인 5가지 요인이 추출되었으며, 수렴된 요인은 자연매성성(E/V- 3.139), 이용편의성(E/V- 3.051), 배려성(E/V- 2.661), 직원신뢰성(E/V- 2.270), 교육정보성(E/V- 1.692)로 명명하였다.

추출된 각 요인별 분산설명력은 자연매력성 약 17.44%, 이용편의성 약 16.95%, 배려성 약 14.782%, 직원신뢰성 약 12.613%, 교육정보성 약 9.399%가량으로 나타났다.

<표 IV-6> 관광만족도 측정항목의 신뢰성과 타당성 검증 결과

측정항목	만족도	크론바흐 α 계수
전반적 만족	.902	.603
환경 만족	.900	
경험 만족	.999	
Eigen-Value	1.623	-

Kaiser-Meyer-Olkin 측도 : 502 / Bartlett의 구형성 검정 : 270.692
 설명된 총분산 : 87.4%의 설명력

이번에는 관광만족도 측정항목에 대한 신뢰성 및 타당성 검증을 실시하였으며 분석결과는 다음과 같다. 결과표에서와 같이 chronbach's α 계수가 0.6이상의 값으로 나타나 측정척도의 동질성과 내적일치성이 확보되었으며. 요인적재량치가 0.4이상으로 나타나 집중타당성 역시 확보된 것으로 나타났다.

KMO측도 값의 경우 0.502으로 적당한 수치를 보여주고 있으며, Bartlett구형성 검정에 따른 유의확률은 0.000으로 나타나 요인분석으로서의 조건을 충족시켰다. 또한 변수의 총 분산 설명력은 약 87.4%로 분석되었다.

<표 IV-7> 행동의도 측정항목의 신뢰성과 타당성 검증 결과

측정항목	만족도	크론바흐 α 계수
재방문	.894	.748
추천의도	.894	
Eigen-Value	1.597	-

Kaiser-Meyer-Olkin 측도 : .500 / Bartlett의 구형성 검정 : 240.561
 설명된 총분산 : 79.8%의 설명력

끝으로 행동의도 대한 신뢰성과 타당성 검증을 실시하였으며, 분석결과 측정척도의 동질성



과 내적일치성의 조건을 충족시키는 것으로 나타났다. 또한 요인적재치는 0.4이상의 값으로 나타나 집중타당성 역시 확보되었다고 볼 수 있다.

KMO 측도는 0.5으로 적당한 수치로 나타났으며, Bartlett의 구형성 검정치의 유의확률은 0.00이하로 유의한 것으로 나타났다. 변수의 총 분산설명력의 경우 약 79.8%로 분석되었다.

제 3 절 연구모형 분석과 가설검증

1. 확인적 요인분석

구조방정식모형은 측정모형(measurement model)과 이론모형(structural model)을 통해서 모형간의 인과관계를 파악하는 방정식모형을 의미한다. 구조방정식 모형은 SEM(structure equation model)이라고 하며, 구조방정식 모형은 공분산 구조방정식이라고도 부른다. 공분산 구조방정식(covariance structural modeling)은 구성개념간의 이론적인 인과관계와 상관성의 측정지표를 통한 경험적 인과관계를 분석할 수 있도록 개발된 통계기법을 말하며, 구조방정식 모형은 확인 요인분석을 통해서 측정오차가 없는 잠재요인을 발견하고 회귀분석으로 잠재요인 간을 연결하는 방법으로 이해할 수 있다.¹⁶¹⁾

탐색적 요인분석(EFA: Exploratory factor analysis)은 이론상으로 체계화되거나 정립되지 않은 연구에서 연구의 방향을 파악하기 위해 탐색적인 목적을 가진 분석 방법을 의미한다면, 확인적 요인분석(CFA:Confirmatoryfactoranalysis)은 이론적인 배경 하에서 변수들 간의 관계를 미리 설정해 놓은 상태에서 요인분석을 하는 경우를 말한다¹⁶²⁾.

따라서 확인적 요인분석은 잠재변수(latent variable)들 간의 인과관계가 아닌 관측 변수(observed variable)들이 특정 잠재변수들을 구성하는 관계에 초점을 두고 있다. 이러한 확인적 요인분석을 통해 각 측정변수들의 집중타당성과 잠재변수의 집중타당성 및 판별타당성을 검증하게 된다. 집중타당성은 각각의 측정변수가 잠재변수를 얼마만큼 잘 설명하고 있는지를 의미한다면, 판별타당성은 잠재변수가 측정하려는 구성개념을 정확하게 측정하고 있는가를 보여준다.

본 연구에서 제안된 이론구조모형은 지질관광동기의 속성을 구성하고 있는 4개 요인 12항목과 서비스품질을 구성하고 있는 5개 요인과 18개 항목, 만족 행동의도 각각 1개의 잠재변수 등 총 11개의 잠재변수들로 구성되었다.

이러한 탐색적 요인분석 결과는 확인적 요인분석을 통해 다시 한 번 검증됨으로써 보다 신뢰할 수 있게 된다. 다음의 결과그림은 AMOS(Analysis of Moment Structure)프로그램의 확인적요인분석 입력 경로도로서 확인적 요인분석은 어떤 관측변수가 어떤 잠재변수에 연결되어 있는가를 연구자가 사전에 설정하고 이를 확인하고자 하는 접근법¹⁶³⁾이다.

161) 김계수, AMOS 구조방정식 모형분석, (주)테크티솔루션, 2001, pp. 395-399.

162) 김계수, AMOS 구조방정식 모형분석, (주)테크티솔루션, 2011, p.19

따라서 연구모형에서 잠재변수와 구성개념에 대한 측정척도는 앞서 실시한 탐색적 요인분석을 통하여 추출된 요인들로 구성되었다. 또한 확인적 요인분석에서는 측정 변수를 외생개념과 내생개념으로 구분하지 않고 이를 동일시하여 잠재변수들 간에는 상관관계만 존재하는 것으로 가정하여 분석을 실시하였다.

본 연구에서의 경우 앞서 수행한 탐색적 요인분석의 결과를 토대로 제거된 문항 없이 확인적 요인분석을 실시하였으며 먼저 확인적 요인분석 모형에 대한 적합도 지수 분석결과는 <표 IV-8> 다음과 같다.

<표 IV-8> 1차 확인적 요인분석의 부합도 평가지수

부합지수	측정치	수용기준	수용수준
절대부합지수(Absolute Fit Measures)			
X2(카이자승통계량)	1368.246 (p=000)	P>0.05	
GFI(기초부합지수)	.883	.9 이상	한계지지
RMR(잔차평균제곱근)	.031	0 근사치	지지
RMSEA (근사오차제곱평균제곱근)	.056	.08 이하	지지
증분부합지수(Incremental Fit Measures)			
AGFI(조정부합지수)	.855	.9 이상	한계지지
NFI(표준부합지수)	.850	.9 이상	한계지지
간명부합지수(Parsimonious Fit Measures)			
PGFI(간명기초부합지수)	.708	.6 이상	지지
PNFI(간명표준부합지수)	.721	.6 이상	지지
CFI(비교부합지수)	.901	1 근사치	지지
-IFI(절대부합지수)	.900	1 근사치	지지
-RFI(상대부합지수)	.823	1 근사치	지지
Sample Size	730		

모형의 적합도 정도를 판단하는 적합도 지수에는 여러 가지가 있으나, 본 연구에서는 χ^2 (chi-square: 카이자승통계량), GFI(Goodness of Fit Index: 기초부합지수), AGFI(Adjusted Goodness of Fit Index: 조정부합지수), CFI(Comparative Fit Index: 비교부합지수), RMR(Root Mean Square Residual: 잔차제곱평균제곱근), RMSEA(Root Mean Square Error of Approximation: 근사오차제곱평균제곱근), NFI(Normed Fit Index: 표준부합지수), IFI(Incremental Fit Index) 등의 값을 이용하여 평가하고자 하였다.

163) 배병렬, Amos19구조방정식 모델링: 원리와 실제, 2011, p.22.

χ^2 값이 유의적으로 나타났다고 하더라도 실제로 제안모델이 자료를 잘 적합 시키는 좋은 모델일 가능성이 있기 때문에 χ^2 값에만 의존하기보다는 다른 여러 가지 적합지수를 함께 고려하여 최종적인 결론을 내려야 한다¹⁶⁴⁾.

먼저 GFI(기초부합지수)값은 1에 가까울수록 모형에 잘 부합한다고 판단하게 되며, 0.9이상에서 충분한 설명력을 나타낸다. 그러나 본 연구에서는 GFI값이 0.883로 분석되어 한계적으로 수용 가능한 것으로 판단하였다. AGFI(조정부합지수)의 경우도 1에 가까울수록 모형에 잘 부합한다고 판단하며, 0.9이상에서 충분한 설명력을 나타낸다. 본 연구의 경우 AGFI값이 0.855로 분석되어 GFI와 마찬가지로 한계적으로 수용 가능한 것으로 판단하였다.

CFI(비교부합지수)의 경우도 1에 가까울수록 모형에 잘 부합한다고 해석하게 되며 0.9이상일 경우 충분한 설명력을 보인다고 판단하게 된다. 본 연구에서는 CFI값이 0.901로 분석되어 수용 가능한 것으로 판단하였다.

RMR(잔차평균제곱근)은 0.1이하의 값으로 0에 가까운 값일수록 그 모델의 적합도는 좋다고 평가하게 되는데, 본 연구에서는 RMR 값이 0.031로 나타나 부합도가 수용 가능한 것으로 판단하였다.

RMSEA(근사오차제곱평균제곱근)는 0에 가까운 값일수록 부합도가 높으며, 0.08이하 에서 수용가능하다고 평가하게 되는데, 본 연구에서의 경우 RMSEA 값이 0.056로 분석되어 수용이 가능하다고 판단하였다.

NFI(표준부합지수)는 부합성 정도를 포화모델 100%,독립모델을 0%로 했을 경우의 추정모델의 부합도를 나타내는 것으로 0.9(90%)이상일 경우 수용 가능하다고 평가하게 된다.

본 연구에서는 0.850으로 분석되어 85.0%의 범위로 한계수용이 가능한 것으로 판단하였다.

끝으로 IFI(절대부합지수)의 경우 0.9이상의 값을 보이면서 1에 가까울수록 해당 모형의 적합성이 좋다고 해석하게 되는데 본 연구에서는 0.900로 분석되어 수용 가능한 것으로 판단하였다.

일부 지수의 값이 한계적으로 수용이 가능한 것으로 분석되었지만 전체적으로 양호한 값을 보이고 있으며, 특히 GFI와 AGFI는 표본특성에 기인한 비일관성으로 인하여 영향을 받을 수 있기 때문에 일부에서는 표본특성으로부터 자유로운 CFI가 권고되고 있다는 점을 감안하여¹⁶⁵⁾ 본 연구의 확인적 요인분석 모형의 적합도는 수용 가능한 수준으로 평가할 수 있다.

이어서 확인적 요인분석 모형의 개념타당도를 평가하기 위하여 집중타당도와 판별타당도

164) 배병렬, 전계서, 2011

165) 송지준, 전계서, 2009, p.310

를 검토하고자 하였다. 여기서 집중타당도(convergent validity)는 동일 개념을 측정하는 다중의 척도가 어느 정도 일치하는지와 관련된 것으로 비록 상이한 지표이지만 개념을 측정하고 있다면 그 상관관계는 높게 나타날 것이고, 만약 그렇지 않다면 지표가 개념을 제대로 측정하고 있는가에 의문을 가질 수 있다.

판별타당도(discriminant validity)는 다른 개념을 측정하는 척도가 어느 정도 그것들을 다른 것으로 측정하고 있는지와 관련된 것이다. 즉 서로 다른 개념들 간에는 그 측정치에도 확실한 차이가 있어야 함을 의미한다¹⁶⁶⁾.

먼저 공분산구조분석에서 측정모형의 집중타당도를 평가하기 위해서는 표준화 요인적재량(standardized factor loading)의 크기, 평균분산추출지수(AVE: Average Variance Extracted)값, 구성개념의 신뢰도(construct reliability)값 등을 검토하게 된다.

표준화 요인적재량의 경우 최소 0.5이상의 값을 보여야 하며 0.7이상일 경우가 가장 이상적이다. 그리고 개념신뢰도와 분산추출지수의 값은 다음과 같은 공식을 활용하여 산출하게 되며 이론적으로 개념신뢰도 값의 경우 0.7이상, 분산추출지수 값은 0.5이상이면 측정모형은 집중타당성을 확보하였다고 평가한다¹⁶⁷⁾.

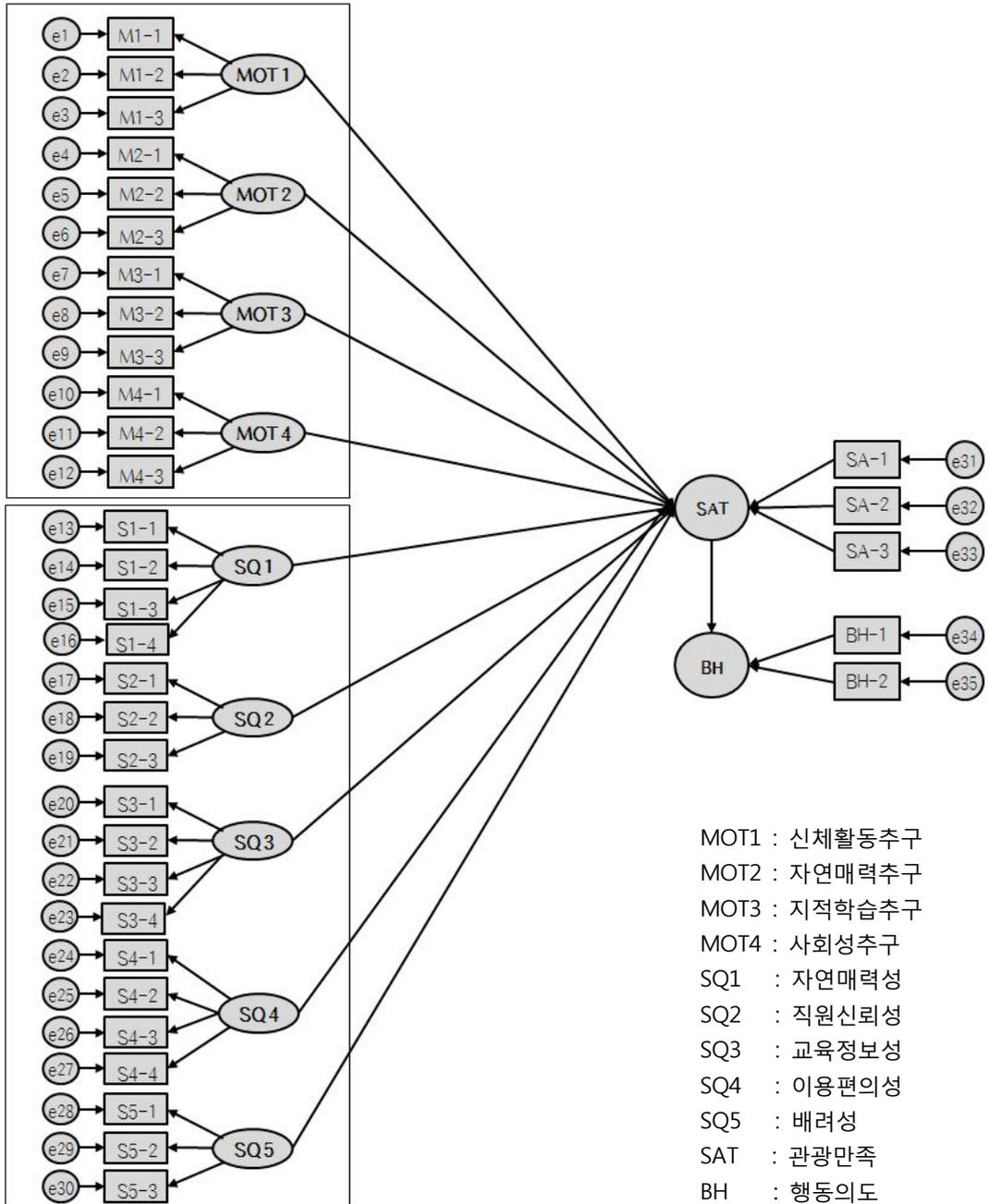
$$* \text{ 개념신뢰도} = \frac{(\sum \text{표준적재치})^2}{[(\sum \text{표준적재치})^2 + \text{측정변수의 오차합}]}$$

$$* \text{ 분산추출지수} = \frac{(\sum \text{표준적재치}^2)}{[(\sum \text{표준적재치}^2) + \text{측정변수의 오차합}]}$$

166) 배병렬, 전계서, 2011, pp.374-375

167) 김계수, 전계서, 2011, pp.371-373

[그림 IV-2] 확인적 요인분석의 입력 경로도 모형



<표 IV-9> 1차 확인요인분석

		잠재요인	표준적재치	오차	개념신뢰도	분산추출지수
지 질 관 광 동 기	신체활동 추구	정신적·육체적 휴식	.758	.283	.818	.601
		활동적인 경험	.686	.377		
		특별한 경험	.701	.362		
	자연매력 추구	자연경관을 감상	.837	.265	.864	.681
		자연, 지질 자원 감상	.829	.264		
		자연을 가까이 느낌	.737	.377		
	지적학습 추구	새로운 것에 대해 알기	.699	.370	.817	.599
		어떤 곳인지 알기	.798	.293		
		지적 호기심을 충족	.679	.400		
	사회성 추구	동반자와 함께 즐거운 시간	.734	.420	.839	.637
		동반자와 친목을 도모	.863	.243		
		동반자와 소속감	.738	.381		
지 질 공 원	자연 매력성	자연자원은 볼거리	.718	22.864	.897	.688
		지질자원의 독특	.831	31.477		
		자원의 보전 *	.994	.465		
		정돈되고 유지관리	.812	.403		
	직원신뢰 성	직원이 예의바름	.846	.145	.865	.691
		환영하는 느낌	.855	.137		
		직원들이 항상 대기	.508	.482		
	교육 정보성	충분한 정보를 제공 **	.245	.574	.854	.624
		시설 안내문이 설치	.787	.195		
		자연, 지질자원 지식	.837	.137		
		배울 것이 많고 교육적	.710	.229		
	이용 편의성	깨끗하고 청결	.701	.294	.863	.613
휴게시설 잘됨		.706	.277			
주차시설은 편리, 확보		.623	.310			
도로표지와 방향표지		.657	.261			
배려성	식비, 기념품비 등의 가격이 적절	.835	.264	.862	.677	
	관광객의 편의를 고려	.828	.258			
	안정적이며, 편리	.718	.382			
관광만족	전반적으로 만족	.798	.392	.618	.429	
	환경 만족	.781	.421			
	경험 만족**	.063	.855			
행동의도	재방문	.813	.327	.751	.601	
	추천의도	.734	.468			

X2 = 1368.246 (p0-000), DF=505, GFI=.883, AGFI =.855, NFI=.850, GFI = .883,

NFI=.850, CFI=.901, RMR= .031, RMSEA= .056

1) * : 해당항목은 1차 표준적재치 값은 높으나 P값이 0.01 보다 크게 나와 확인요인에서 적합도를 높이기 위해 제거함,

1) ** : 해당항목은 1차 확인요인에서 적합도를 높이기 위해 제거함

분석결과 <표 IV-9>에서 각 표준요인 적재량의 값이 0.5이상이면서 대부분이 0.7이상 으로 나타나 이상적인 값을 보이고 있음을 알 수 있다. 또한 모든 요인의 개념 신뢰도 값이 0.7이 상의 값을 보이고 있어 기준치를 충족시키는 것으로 나타났다.

그러나 AMOS에서 MI를 참고해서 먼저 모델수정의 방향을 잡고, 그 다음 공분산 가운데 다음과 같은 점을 유의해서 모델수정의 방향을 잡는다.

확인적 요인분석과 가설검증은 AMOS 18.0을 이용하여 분석하였는데, 분석과정에서 M.I(modification index)가 가장 큰 관측치를 제거함으로써 모형의 적합도를 충족시키고자 하였는데, <표 IV-9>와 같이 자연매력성(자원의보전), 교육정보성(충분한 정보제공), 관광만족(경험만족) 항목을 제거 하였다. 그 결과 적합도 지표로서 <표 IV-27>과 같이 나타났으며, 제 거후의 적합도가 높게 나왔다.

<표 IV-10> 변수제거에 따른 적합도 지수의 변화

적합지수	권장기준	제거 전	제거 후
χ^2	계산된 χ^2 값과 임계치를 비교	1368.246	763.587
AGFI	.9 이상 우수	.855	.897
CFI	.9 이상 우수	.901	.949
GFI	.9 이상 우수	.883	.921
NFI	.9 이상 우수	.850	.911
RMR	Σ 와 S 행렬의 가의 가까운 정도	.031	.024

<표 IV-11> 최종 확인요인분석

		잠재요인	표준적재치	오차	개념신뢰도	분산추출지수
지 질 관 광 동 기	신체활동 추구	정신적·육체적 휴식	.758	.283	.819	.601
		활동적인 경험	.686	.376		
		특별한 경험	.702	.362		
	자연매력 추구	자연경관을 감상	.837	.265	.864	.681
		자연, 지질 자원 감상	.829	.264		
		자연을 가까이 느낌	.737	.377		
	지적학습 추구	새로운 것에 대해 알기	.699	.370	.817	.599
		어떤 곳인지 알기	.798	.293		
		지적 호기심을 충족	.679	.400		
사회성 추구	동반자와 함께 즐거운 시간	.734	.420	.839	.637	
	동반자와 친목을 도모	.863	.243			
	동반자와 소속감	.738	.381			
지 질 공 원 서 비 스 품 질	자연 매력성	자연자원은 볼거리	.718	.282	.907	.765
		지질자원의 독특	.831	.140		
		정돈되고 유지관리	.813	.153		
	직원신뢰 성	직원이 예의바름	.853	.138	.865	.691
		환영하는 느낌	.848	.143		
		직원들이 항상 대기	.508	.482		
	교육 정보성	시설 안내문이 설치	.508	.483	.890	.738
		자연, 지질자원 지식	.787	.195		
		배울 것이 많고 교육적	.837	.137		
	이용 편의성	깨끗하고 청결	.507	.229	.863	.613
		휴게시설 잘됨	.702	.294		
		주차시설은 편리, 확보	.709	.275		
도로표지와 방향표지		.621	.311			
배려성	식비, 기념품비 등의 가격이 적절	.654	.263	.862	.677	
	관광객의 편의를 고려	.835	.264			
	안정적이며, 편리	.828	.258			
관광만족	전반적으로 만족	.718	.382	.755	.606	
	환경 만족	.801	.388			
행동의도	재방문	.779	.424	.751	.602	
	추천의도	.815	.325			

<표 IV-12> 최종 확인요인분석의 부합도 평가지수

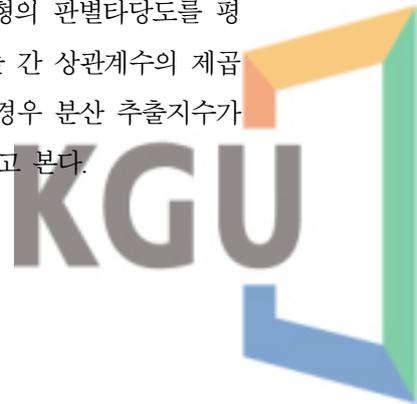
부합지수	측정치	수용기준	수용수준
절대부합지수(Absolute Fit Measures)			
X2(카이자승통계량)	763.587 (p-000)	P>0.05	
GFI(기초부합지수)	.921	.9 이상	지지
RMR(잔차평균제곱근)	.024	0 근사치	지지
RMSEA (근사오차제곱평균제곱근)	.040	.08 이하	지지
증분부합지수(Incremental Fit Measures)			
AGFI(조정부합지수)	.897	.9 이상	한계지지
NFI(표준부합지수)	.911	.9 이상	지지
간명부합지수(Parsimonious Fit Measures)			
PGFI(간명기초부합지수)	.713	.6 이상	지지
PNFI(간명표준부합지수)	.740	.6 이상	지지
CFI(비교부합지수)	.949	1 근사치	지지
-IFI(절대부합지수)	.950	1 근사치	지지
-RFI(상대부합지수)	.876	1 근사치	지지
Sample Size	730		

따라서 모든 요인에 대하여 신뢰성과 수렴타당성은 확보되었다고 할 수 있다. 그리고 이들 항목을 제거한 후 판별타당성이 더 좋게 확보되었다.

CFI(비교부합지수)의 경우 CFI값이 0.951, RMR(잔차평균제곱근)은 0.044로 나타나 부합도가 수용 가능한 것으로 판단하였다. RMSEA(근사오차제곱평균제곱근)는 0.039, NFI(표준부합지수)는 0.911로 분석되어 수용이 가능하다고 판단하였다.

끝으로 IFI(절대부합지수)의 경우 0.9이상의 값을 보이면서 1에 가까울수록 해당 모형의 적합성이 좋다고 해석하게 되는데 본 연구에서는 0.911로 분석되어 수용 가능한 것으로 판단하였다.

다음으로 확인적 요인분석 모형의 판별타당도를 평가하였다. 측정모형의 판별타당도를 평가하기 위한 방법에는 첫째, 엄격한 방법으로 분산추출지수 값이 개념들 간 상관계수의 제곱값(δ^2)을 상회하는지의 여부를 통해 검토하는 방법(68)이 있는데 이의 경우 분산 추출지수가 상관계수의 제곱값(δ^2), 즉 결정계수 값보다 클 경우 판별타당도가 있다고 본다.



둘째, 개념들 간에 동일하다는 가설(H_0)을 기각하는지의 여부로 판단하는 방법으로¹⁶⁹⁾, 신뢰구간(95%)에서 ($\beta \pm 2 \times S.E.$)의 값이 1이 아니면 판별타당도가 있다고 본다¹⁷⁰⁾.

본 연구에서 상관계수와 분산추출지수 <표 IV-13> 와 같이 모든 분산추출지수의 값이 두 요인 간의 결정계수(R^2)의 값보다 높게 나타났다. 전체적으로 구성개념 간에는 판별타당성이 확보되었다고 평가할 수 있다.

최종 확인적 요인분석 모형은 집중타당성과 판별타당성이 확보되었다고 평가할 수 있으며, 연구가설 검증을 위한 구조모형평가에 문제가 없을 것으로 판단되었다.

<표 IV-13> 상관계수와 분산추출지수

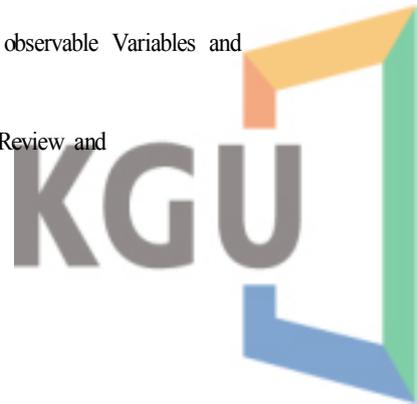
구 분	신체활동 추구	자연매력 추구	지적학습 추구	사회성 추구	자연 매력성	직원 신뢰성	교육 정보성	이용 편의성	배려성	관광만족	행동 의도
신체활동 추구	.601*										
자연매력 추구	.665 (.442)	.681*									
지적학습 추구	.613 (.376)	.521 (.271)	.599*								
사회성 추구	.535 (.286)	.41 (.17)	.497 (.247)	.637*							
자연 매력성	.05 (.00)	.054 (.00)	.047 (.00)	.005 (.00)	.765*						
직원 신뢰성	.015 (.00)	.058 (.00)	.12 (.01)	-.108 (.01)	.409 (.167)	.691*					
교육 정보성	-.037 (.00)	.006 (.00)	.047 (.00)	-.045 (.002)	.741 (.549)	.396 (.157)	.738*				
이용 편의성	-.026 (.00)	.006 (.00)	.058 (.00)	-.053 (.00)	.619 (.383)	.55 (.30)	.828 (.686)	.631*			
배려성	.027 (.00)	.042 (.00)	.059 (.00)	.065 (.00)	.111 (.012)	.006 (.00)	.059 (.003)	.008 (.00)	.677*		
관광만족	.073 (.01)	.102 (.01)	-.032 (.00)	.027 (.00)	.009 (.00)	-.036 (.00)	-.032 (.001)	-.054 (.003)	-.012 (.00)	.606*	
행동 의도	.121 (.01)	.184 (.03)	.036 (.00)	-.042 (.00)	.082 (.01)	-.08 (.01)	-.031 (.001)	.061 (.004)	-.027 (.001)	.606 (.3672)	.602*

주)*분산추출지수임.
():결정계수(R^2)값 임.

168) C. Fornell and D.F. Larcker, Evaluating Structural Equation Models with Un observable Variables and Measurement Error, Journal of Marketing Research, 18, 1981, pp. 39-50

169) 배병렬,상계서,2011,p.379

170) J.C. Anderson and D.W. Gerbing, Structural Equation Modeling in Practice: A Review and Recommended Two-Step Approach, Psychological Bulletin, 103, 1988, pp.411-423.



2. 최종 연구모형 평가

본 연구의 이론구조모형은 지질관광동기 4개의 잠재변수와 서비스품질을 구성하고 있는 5개의 잠재변수, 그리고 관광만족과 행동의도에 각각 1개의 잠재변수 등 총 11개의 잠재변수들로 구성되었다.

본 연구에서의 이론구조모형에서 잠재변수 구성개념에 대한 측정척도는 앞서 수행한 탐색적 요인분석을 통하여 도출된 요인들로서, 선행한 확인적 요인분석을 통해 이미 측정 변수들의 타당성이 입증된 바 있다. 따라서 본 연구의 목적 달성을 위하여 지질관광동기 속성에 포함되는 4개의 요인과 서비스품질 5개 요인을 외생변수(exogenous variable)로, 관광만족, 행동의도 등 각각 1개의 요인을 내생변수(endogenous variable)로 설정하여 전체의 모형을 구성하였으며, 이를 기반으로 본 연구의 구조모형 평가를 실시하였다.

연구모형에서 잠재변수의 구성개념에 대한 측정척도는 앞에서 탐색적 요인분석을 통하여 도출된 요인들로서, 측정모형의 확인적 요인분석을 통하여 측정변수들의 타당성이 입증되었다. 확인적 요인분석의 결과에 따라 제 요인 간의 상관성에 대한 부합도가 수용기준치와 최대우도도수의 추정값이 상회하고 있어 전반적인 부합수준이 높은 것으로 판단할 수 있어, 연구의 목적에 부합하는 구조모형의 설정에 따른 관계분석을 진행하고자 한다.

본 연구에서 구조모형 평가를 위해 설정된 구조모형의 부합도를 평가하고 각 경로에 대한 회귀계수를 산출하고자 하였다. 회귀계수의 산출은 이론구조모형으로 선행연구를 바탕으로 한 이론적 관계 구조를 분석하기 위한 것으로 설정된 가설에 준하는 경로를 바탕으로 구축되어 구조방정식에서 내생개념으로 이해되어 측정된 외생개념으로부터 내부적으로 형성되는 개념 간의 인과관계로 설정되었다.

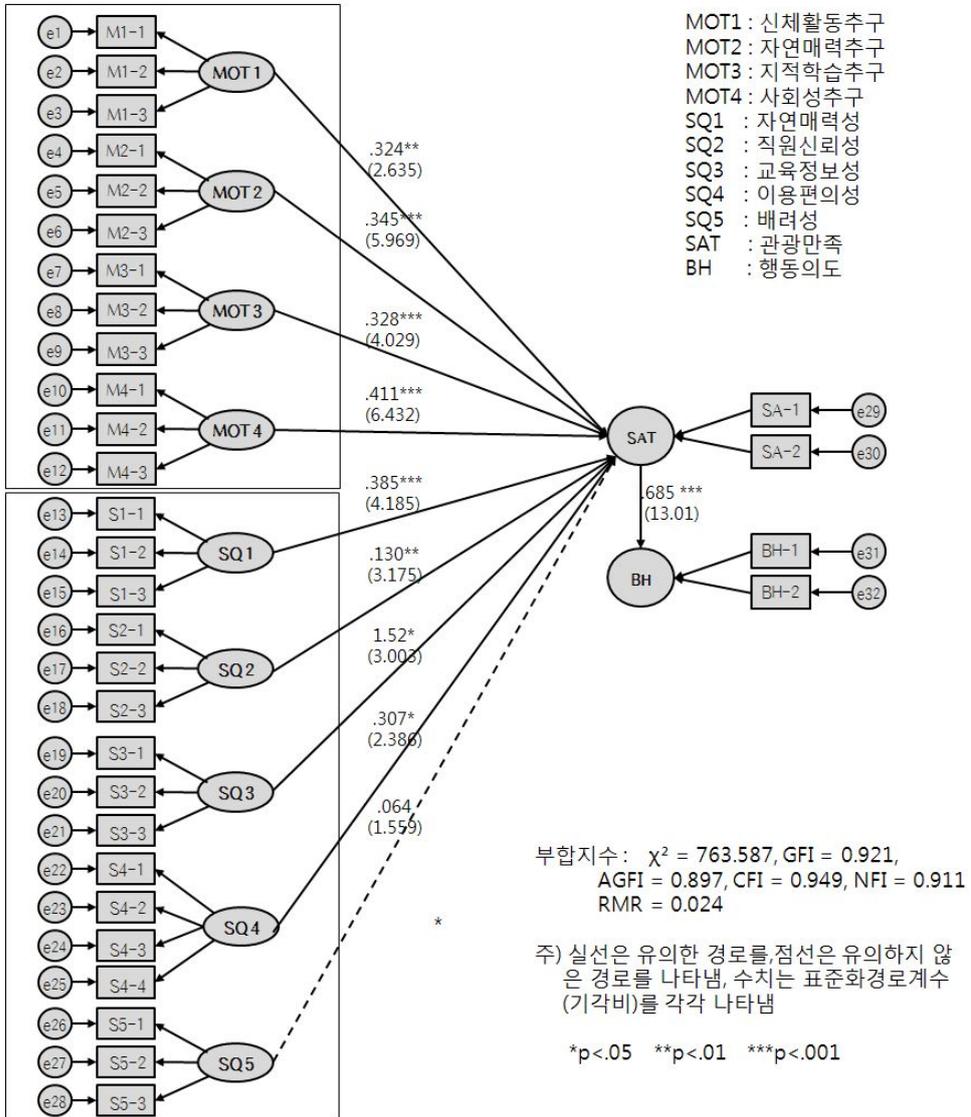
전체적인 회귀계수의 유의수준은 기각비(C.R)를 확인하고 각 항목의 추정치를 산출하였는데, 이는 고정지수가 구조모형의 추정치에 대한 대략적인 통계적 정보를 제공하는 것으로 절대값이 1.960 이하의 경로는 불완전하다고 판단하여 제거하여야 하기 때문이다.¹⁷¹⁾

구조모형을 분석하기 위하여 AMOS 프로그램을 통해서 변수간의 인과관계의 전체적인 구조가 적절하게 설명되고 있는가와 모형이 주어진 경험자료에 잘 부합되는지의 여부를 나타내는 연구모형의 전반적인 부합도를 평가하였다.

모형의 적합도 개선을 통해 다음과 같은 최종구조모형을 얻었다. 구조모형의 인과관계 구조모형은 [그림 IV-3]와 같다.

171) 노형진, 전계서, pp.251-252.

[그림 IV-3] 최종 구조방정식 분석 모형



<표 IV-14> 최종구조모형 검증 결과

경로		표준화된 경로계수	표준오차 (S.E)	기각비 (C.R)	유의확률 (P)
가설 1-1	신체활동추구 → 관광만족	.324	.081	2.653	.006**
가설 1-2	자연매력추구 → 관광만족	.345	.044	5.969	.000***
가설 1-3	지적학습추구 → 관광만족	.328	.054	4.029	.000***
가설 1-4	사회성추구 → 관광만족	.411	.042	6.432	.000***
가설 2-1	자연매력성 → 관광만족	.385	.059	4.185	.000***
가설 2-2	직원신뢰성 → 관광만족	.130	.030	3.175	.001**
가설 2-3	교육정보성 → 관광만족	.152	.049	3.003	.010*
가설 2-4	이용편의성 → 관광만족	.307	.053	2.386	.017*
가설 2-5	배려성 → 관광만족	.064	.045	1.599	.119
가설 3	관광만족 → 행동의도	.685	.062	13.01	.000***

*p<.05 **p<.01 ***p<.001

3. 가설검증

본 연구의 가설 검증은 최종구조모형에서의 이론변수 간에 산출된 경로계수를 바탕으로 통계적 판단을 통해 이루어졌다. 경로계수의 유의수준은 기각비를 통해 확인하게 되는데, 구조방정식 모형에서 기각비는 구조모형의 추정치에 대한 통계적인 정보를 제공하는 것으로서 기각비의 기준은 절대 값 1.96이상 이며 이 기준이 충족될 때 해당 경로의 인과관계가 인정된다. 따라서 본 연구에서는 기각비의 기준을 절대 값 1.96으로 설정하고 이를 기준으로 가설의 채택 또는 기각여부를 판단하였다.

1) 가설 1

앞서 수행한 탐색적 요인분석과 확인적 요인분석을 통해 최종적으로 지질관광 속성에는 신체활동추구, 자연매력추구, 지적학습추구, 사회성추구 4개의 요인이 관광만족은 1개 요인이 도출되었다. 아래와 같이 설정된 가설1 검증하기 위한 인과분석을 실시하였으며 결과는 다음과 같다

H1 : 지질관광동기 속성은 관광만족에 유의한 영향을 미칠 것이다.

<표 IV-15> 가설1 검증 결과

가설	경로	표준화된 경로계수	표준오차 (S.E)	기각비 (C.R)	유의확률 (P)	채택 여부
H1-1	신체활동추구 → 관광만족	.324	.081	2.653	.006**	채택
H1-2	자연매력추구 → 관광만족	.345	.044	5.969	.000***	채택
H1-3	지적학습추구 → 관광만족	.328	.054	4.029	.000***	채택
H1-4	사회성추구 → 관광만족	.411	.042	6.432	.000***	채택

*p<.05 **p<.01 ***p<.001

지질관광동기는 관광만족에 영향을 줄 것이라는 가설 4개 동기 모두 통계적으로 유의한 결과를 나타내 가설이 지지되었다. 즉, 선행연구에서 언급되었던 것과 같이 관광지의 다양한

방문동기를 가지고 관광을 하게 되고, 이러한 관광동기가 높으면 궁극적으로 관광만족에 긍정적인 영향을 끼치게 되는 것이다.

신체활동추구 동기가 높을수록 관광만족에 미치는 영향은 $\beta=0.324$ 이며, 긍정적인 정(+)의 영향관계를 미치는 것으로 파악되었다(C.R= 2.653, $p<0.05$). 즉, 신체활동추구 동기가 높을수록 관광만족에 긍정적인 기여를 하는 것으로 나타났기 때문에 본 경로에 대한 가설은 지지되었다.

자연매력추구 동기가 높을수록 관광만족에 미치는 영향은 $\beta=0.345$ 이며, 긍정적인 정(+)의 영향관계를 미치는 것으로 파악되었다(C.R= 5.969, $p<0.001$). 자연매력추구 동기가 높을수록 관광만족에 긍정적인 기여를 하는 것으로 나타났기 때문에 본 경로에 대한 가설은 지지되었다.

지적학습추구 동기가 높을수록 관광만족에 미치는 영향은 $\beta=0.328$ 이며, 긍정적인 정(+)의 영향관계를 미치는 것으로 파악되었다(C.R= 4.029, $p<0.001$). 지적학습추구 동기가 높을수록 관광만족에 긍정적인 기여를 하는 것으로 나타났기 때문에 본 경로에 대한 가설은 지지되었다.

사회성추구 동기가 높을수록 관광만족에 미치는 영향은 $\beta=0.411$ 이며, 긍정적인 정(+)의 영향관계를 미치는 것으로 파악되었다(C.R= 6.432, $p<0.001$). 사회성 동기가 높을수록 관광만족에 긍정적인 기여를 하는 것으로 나타났기 때문에 본 경로에 대한 가설은 지지되었다.

이와 더불어 만족에 미치는 영향력의 크기는 사회성추구, 자연매력추구, 지적학습추구, 신체활동추구 순으로 만족에 정(+)의 영향을 미치고 있어 가설 1은 모두 채택되었다.

2) 가설 2

앞서 수행한 탐색적 요인분석과 확인적 요인분석을 통해 최종적으로 지질공원 서비스품질 속성에는 자연매력성, 직원신뢰성, 교육정보성, 편의시설, 배려성 5개의 요인이 관광만족은 1개 요인이 도출되었다. 아래와 같이 설정된 가설2 검증하기 위한 인과분석을 실시하였으며 결과는 다음과 같다

H2 : 지질공원 서비스품질은 관광만족에 영향을 미칠 것이다.

<표 IV-16> 가설2 검증 결과

가설	경로	표준화된 경로계수	표준오차 (S.E)	기각비 (C.R)	유의확률 (P)	채택 여부
H3-1	자연매력성 → 관광만족	.385	.059	4.185	.000***	채택
H3-2	직원신뢰성 → 관광만족	.130	.030	3.175	.001**	채택
H3-3	교육정보성 → 관광만족	.152	.049	3.003	.010*	채택
H3-4	이용편의성 → 관광만족	.307	.053	2.386	.017*	채택
H3-5	배려성 → 관광만족	.064	.045	1.599	.119	기각

*p<.05 **p<.01 ***p<.001

가설 2의 검증결과를 살펴보면, 지질공원 서비스품질을 구성하고 5가지요인 가운데 배려성을 제외한 나머지 4가지 품질 모두 관광만족에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으며 이에 대한 세부내용은 다음과 같다.

자연매력성 품질이 높을수록 관광만족에 미치는 영향은 $\beta=0.385$ 이며, 긍정적인 정(+)의 영향관계를 미치는 것으로 파악되었다(C.R= 4.185, $p<0.001$). 즉, 자연매력성 품질이 높을수록 관광만족에 긍정적인 기여를 하는 것으로 나타났기 때문에 본 경로에 대한 가설은 지지되었다.

직원신뢰성 품질이 높을수록 관광만족에 미치는 영향은 $\beta=0.130$ 이며, 긍정적인 정(+)의 영향관계를 미치는 것으로 파악되었다(C.R= 3.175, $p<0.001$). 즉, 직원신뢰성 품질이 높을수록 관광만족에 긍정적인 기여를 하는 것으로 나타났기 때문에 본 경로에 대한 가설은 지지되었다.

교육정보성 품질이 높을수록 관광만족에 미치는 영향은 $\beta=0.152$ 이며, 긍정적인 정(+)의 영향관계를 미치는 것으로 파악되었다(C.R= 3.003, $p<0.01$). 즉, 교육정보성 품질이 높을수록 관광만족에 긍정적인 기여를 하는 것으로 나타났기 때문에 본 경로에 대한 가설은 지지되었다.

이용편의성 품질이 높을수록 관광만족에 미치는 영향은 $\beta=0.307$ 이며, 긍정적인 정(+)의 영향관계를 미치는 것으로 파악되었다(C.R= 2.386, $p<0.01$). 즉, 이용편의성 품질이 높을수록 관광만족에 긍정적인 기여를 하는 것으로 나타났기 때문에 본 경로에 대한 가설은 지지되었다.

반면, 배려성 품질이 높을수록 관광만족에 미치는 영향은 $\beta=0.064$ 이며, 긍정적인 정(+)의

영향관계를 미치는 못하는 것으로 파악되었다(C.R= 1.599). 즉, 지질공원의 배려성 품질은 유의수준 0.05에서 관광만족에 의미 있는 영향을 미치지 못하기 때문에 본 경로에 대한 가설은 지지되지 않았다.

이와 더불어 관광만족에 미치는 영향력의 크기는 자연매력성, 이용편의성, 교육정보성, 직원신뢰성 순으로 관광만족에 영향을 미치고 있어 가설2는 부분 채택되었다.

3) 가설 3

H3 : 관광만족은 행동의도에 영향을 미칠 것이다.

<표 IV-17> 가설3 검증 결과

가설	경로	표준화된 경로계수	표준오차 (S.E)	기각비 (C.R)	유의확률 (P)	채택 여부
H3	관광만족 → 행동의도	.685	.062	13.01	.000***	채택

*p<.05 **p<.01 ***p<.001

가설 3은 관광만족이 행동의도에 미치는 영향 검증에 관한 것으로서, 설정된 가설에 따라 이 두 잠재변수 간에 인과관계를 설정하여 분석을 실시하였으며 이에 대한 결과는 다음과 같다.

관광만족이 높을수록 행동의도에 미치는 영향은 $\beta=0.685$ 이며, 긍정적인 정(+)의 영향관계를 미치는 것으로 파악되었다(C.R= 13.01, $p<0.001$). 즉, 이용편의성 품질이 높을수록 관광만족에 긍정적인 기여를 하는 것으로 나타났기 때문에 본 경로에 대한 가설은 지지되었다.



제 4 절 유형별 지질관광동기, 서비스품질 차이분석

1. 인구통계 특성에 따른 지질관광동기 차이분석

인구통계 특성(성별, 연령, 결혼여부, 학력, 직업, 가계 월 소득)에 따른 집단 간의 차이를 분석하기 위하여 두 집단 간에 차이가 있는지를 평균을 통하여 비교·분석하는데 활용되는 t-검정과 두 집단 이상 간에 종속변수에 대한 평균에 차이가 있는지를 검정할 때 사용하는 분석방법인 일원배치 분산분석(One Way ANOVA)을 사용하였다.

어느 집단 간에서 유의한 차이를 보이는지를 알아보기 위하여 사후검정(Post-HocTest)을 실시하였다. 사후검정 방법에는 Levene의 등분산 검증 결과 분산이 동일할 경우 이용되는 Scheffe분석과, 분산이 동일하게 나타나지 않을 경우 활용되는 Dunnett T3분석을 병행하여 실시하였다.

인구통계 특성에 따른 지질관광동기 차이분석 결과, 성별, 연령, 결혼여부 3가지 유형에 따라 <표 IV-18>, <표 IV-19>, <표 IV-20>과 같이 통계적으로 유의한 차이를 보였다.

반면 학력, 가계 월 소득, 직업에 대한 지질관광동기의 차이를 규명하기 위한 일원변량분석을 실시한 결과, 통계적으로 유의한 차이가 없는 것으로 나타났다. 이는 지질관광동기에 대해서는 학력, 가계 월 소득, 직업과는 무관함을 의미하는 것이다.

<표 IV-18> 성별에 따른 지질관광동기 차이분석

구분	평균		표준편차		t	유의확률
	남자 (N=376)	여자 (N=354)	남자 (N=376)	여자 (N=354)		
신체활동추구	4.6901	4.4619	.62278	.77033	3.923	.703
자연매력추구	4.5442	5.4241	1.17492	.91490	4.145	.546
지적학습추구	4.5833	4.8841	.71891	.92529	4.849	.365
사회성추구	4.7662	4.5984	.71838	.78674	.262	.025*

*p<.05 **p<.01 ***p<.001

성별에 따른 관광동기에 대한 t-test 차이분석 결과, 남자는 신체활동추구, 사회성추구 평균값이 여성에 비해 높게 나타났으며, 여성은 자연매력, 지적학습추구 평균값이 높게 나타났다.

사회성추구에서 남자(M=4.7662)가 여자(M=4.5984)보다 높게 나타났으며 $p<.05$ 수준에서 통계적으로 유의한 차이를 보였다.

<표 IV-19> 연령에 따라 지질공원 지질관광동기 차이분석

구분	연령대					F	유의확률	Post-hoc
	20대 (N=152)	30대 (N=127)	40대 (N=257)	50대 (N=102)	60대이상 (N=92)			
	a	b	c	d	e			
신체활동추구	4.9678	4.4987	4.7263	4.8072	4.8043	3.058	.016**	d,e>a, b
	.74100	.86462	.88579	.80760	.78936			
자연매력추구	5.0789	4.4803	4.8729	5.3235	5.3877	16.193	.000***	e,d>b, a
	.96269	1.08270	1.07663	.83311	.78334			
지적학습추구	4.8794	4.9641	4.6719	4.3123	5.1522	15.708	.000***	e,b,a> c,d
	.82950	.80278	.93401	.87665	.84213			
사회성추구	4.2237	4.9974	4.8482	4.3954	4.4203	14.130	.000***	b,c>e, d,a
	1.10306	1.21171	1.01159	1.01010	.98817			

* $p<.05$ ** $p<.01$ *** $p<.001$

연령에 따른 지질관광동기 차이를 규명하기 위한 일원변량분석을 실시한 결과, 신체활동추구($p<0.01$, $F=3.058$), 자연매력추구($p<0.001$, $F=16.193$), 지적학습추구($p<0.001$, $F=15.705$), 사회성추구 ($p<0.001$, $F=14.130$) 모든 요인은 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 세 집단 이상 간에 관한 차이검증에서는 유의한 차이를 보이는 것으로 나타나 어느 집단 간에서 유의한 차이를 보이는지를 알아보기 위하여 사후검정(Post-HocTest)을 실시하였다.

50대, 60대 나이가 많아 질수록 신체활동추구가 20대, 30대 보다 높게 나타났으며, 자연매력추구 또한 50대, 60대에서 높게 나타났다. 지적학습추구 동기는 30대, 20대, 60대 이상이 높게 나타났다. 50대, 60대 이상은 신체활동추구, 자연매력추구, 지적학습추구에 대한 동기가 높게 나타난 반면 사회성추구는 낮게 나타났다. 사회성추구 동기는 30대, 40대에서 높은 동기를 보이는 것으로 나타났다.

<표 IV-20> 결혼여부에 따른 지질관광동기 차이분석

구분	평균		표준편차		t	유의확률
	미혼 (N=216)	기혼 (N=514)	미혼	기혼		
신체활동추구	4.5791	4.7649	.82278	.83733	-2.993	.003**
자연매력추구	4.7542	5.1441	1.04792	.98490	-5.154	.000***
지적학습추구	4.5833	4.8841	.87191	.91529	-4.489	.000***
사회성추구	4.6762	4.5894	1.14838	1.06674	1.054	.292

*p<.05 **p<.01 ***p<.001

결혼에 따른 관광동기에 대한 t-test 차이분석 결과, 기혼집단이 신체활동추구, 자연매력추구, 지적학습추구 동기가 미혼집단보다 높게 나타났으며, 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다.

2. 인구통계 특성에 따른 서비스품질 차이분석

인구통계 특성(성별, 연령, 결혼여부, 학력, 직업, 가계 월 소득)에 따른 집단 간의 차이를 분석하기 위하여 두 집단 간에 차이가 있는지를 평균을 통하여 비교·분석하는데 활용되는 t-검정과 두 집단 이상 간에 종속변수에 대한 평균에 차이가 있는지를 검정할 때 사용하는 분석방법인 일원배치 분산분석(One Way ANOVA)을 사용하였다.

어느 집단 간에서 유의한 차이를 보이는지를 알아보기 위하여 사후검정(Post-HocTest)을 실시하였다. 사후검정 방법에는 Levene의 등분산 검증 결과 분산이 동일할 경우 이용되는 Scheffe분석과, 분산이 동일하게 나타나지 않을 경우 활용되는 Dunnett T3분석을 병행하여 실시하였다.

인구통계 특성에 따른 지질공원 서비스품질 차이분석 결과, 성별, 연령, 학력, 직업, 가계 월 소득 5가지 유형에 따라 <표 IV-21>, <표 IV-22>, <표 IV-23>, <표 IV-24>, <표 IV-25>와 같이 통계적으로 유의한 차이를 보였다.

반면 결혼에 대한 서비스품질의 차이를 규명하기 위한 t-검정 실시한 결과, 통계적으로 유의한 차이가 없는 것으로 나타났다. 이는 서비스품질에 대해서는 결혼여부와는 무관함을 의미하는 것이다.

<표 IV-21> 성별에 따른 서비스품질 차이분석

구분	평균		표준편차		t	유의확률
	남자 (N=376)	여자 (N=354)	남자 (N=376)	여자 (N=354)		
자연매력성	5.8677	5.9654	.96468	.57018	15.815	.000
직원신뢰성	5.2819	5.1045	1.26872	1.35763	.381	.537
교육정보성	5.4885	5.6817	1.00274	.81636	4.780	.029
이용편의성	5.5864	5.7634	.95647	.60069	24.778	.000
배려성	4.8484	4.8927	1.07127	1.04529	.002	.961

*p<.05 **p<.01 ***p<.001

성별에 따른 서비스품질에 대한 t-test 차이분석 결과, 여성이 서비스품질에 대한 평균값이 전반적으로 높게 나타났으며, 자연매력성에 대한 만족은 여자(M=5.9654)가 남자(M=5.8677)보다 높게 나타났으며 (p<0.001, F=15.815) 수준에서 통계적으로 유의한 차이를 보였다. 이용편의성에 대한 만족도 여자(M=5.7634)가 남자(M=5.5864)보다 높게 나타났으며 (p<0.001, F=24.778) 수준에서 통계적으로 유의한 차이를 보였다.

<표 IV-22> 연령에 따라 지질공원 서비스품질 차이분석

구분	연령대					F	유의확률	Post-hoc
	20대 (N=152)	30대 (N=127)	40대 (N=257)	50대 (N=102)	60대이상 (N=92)			
	a	b	c	d	e			
자연매력성	5.9112	5.9193	5.9815	5.8211	5.8342	1.034	.388	ns
	.81298	.77848	.78399	.77506	.86862			
직원신뢰성	5.2993	5.2362	5.1245	5.1912	5.1739	.460	.765	ns
	1.33503	1.18494	1.33173	1.22887	1.49805			
교육정보성	5.5811	5.6115	5.6394	5.5098	5.4638	.816	.515	ns
	.88856	.90828	.95908	.77033	1.03652			
이용편의성	5.7385	5.7421	5.6401	5.7108	5.5136	1.543	.188	ns
	.76737	.70284	.87015	.59050	1.00505			
배려성	4.5899	4.6168	5.3489	4.6373	4.6014	22.784	.000	c>e,a
	1.06484	1.04492	.88227	1.07487	1.05089			

*p<.05 **p<.01 ***p<.001

연령에 따른 서비스품질 차이를 규명하기 위한 일원변량분석을 실시한 결과, 배려성

($p < 0.01$, $F = 22.784$)에서 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 세 집단 이상 간에 관한 차이검증에서는 유의한 차이를 보이는 것으로 나타나 어느 집단 간에서 유의한 차이를 보이는지를 알아보기 위하여 사후검정(Post-HocTest)을 실시하였다. 20대, 60대 이상 보다 40대에서 배려성에 대한 만족이 높게 나왔다.

<표 IV-23> 학력에 따라 서비스품질 차이분석

구분	학 력				F	유의확 률	Post-h oc
	중졸 (N=14)	고졸 (N=226)	대졸 (N=457)	대학원졸 (N=33)			
	a	b	c	d			
자연매력성	5.7143	5.8119	5.9508	6.2121	3.407	.017	a<b< c<d
	.25678	.94518	.73077	.65288			
직원신뢰성	5.7857	5.2035	5.1772	5.1515	.985	.399	ns
	.32310	1.31764	1.35574	.87932			
교육정보성	5.5238	5.6091	5.5398	6.0101	2.798	.039	d>a,b
	.42796	.84919	.98128	.51021			
이용편의성	5.3750	5.6715	5.6625	5.9394	1.862	.135	ns
	.42460	.64176	.89268	.66447			
배려성	4.8571	4.8496	4.8884	4.7576	.198	.898	ns
	.92186	1.08956	1.05337	.99398			

* $p < .05$ ** $p < .01$ *** $p < .001$

학력에 따른 서비스품질 차이를 규명하기 위한 일원변량분석을 실시한 결과, 자연매력성 ($p < 0.05$, $F = 3.407$), 교육정보성($p < 0.05$, $F = 2.798$)에서 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 세 집단 이상 간에 관한 차이검증에서는 유의한 차이를 보이는 것으로 나타나 어느 집단 간에서 유의한 차이를 보이는지를 알아보기 위하여 사후검정(Post-HocTest)을 실시하였다. 학력이 높을수록 자연매력성에 대한 만족도가 높게 나타났으며, 대학원 이상의 학력을 가진 그룹이 교육정보성에 높은 만족도가 나타났다.

<표 IV-24> 가계 월 소득에 따른 서비스품질 차이분석

구분	학 력						F	유의 확률	Post-hoc
	100미만 (N=42)	100~200 (N=96)	200~300 (N=285)	300~400 (N=143)	400~500 (N=92)	500~ (N=72)			
	a	b	c	d	e	f			
자연매력성	5.9702	5.9870	5.7798	6.0350	6.0809	5.9321	2.618	.016	d,e>c,f
	.54717	.44629	.91543	.92386	.44980	.75329			
직원신뢰성	5.6905	4.9427	5.1526	5.2622	5.6618	4.9293	3.853	.001	a,e,d>b,f
	1.23936	1.52500	1.31501	1.21729	.85711	1.43079			
교육정보성	5.6508	5.7465	5.3602	5.9184	5.7892	5.3732	8.463	.000	d,e>a,f
	.82624	.67146	1.12608	.64667	.63847	.81776			
이용편의성	5.8274	5.7995	5.5281	5.8794	5.8603	5.4783	5.751	.000	d,e>c,f
	.43648	.66453	.96145	.62012	.64701	.80491			
배려성	4.7540	4.9826	4.7848	5.0466	4.8088	4.8152	1.500	.175	ns
	1.12151	.97257	1.09937	1.05972	.98297	1.01559			

*p<.05 **p<.01 ***p<.001

가계 월 소득에 따른 서비스품질 차이를 규명하기 위한 일원변량분석을 실시한 결과, 자연매력성(p<0.01, F=2,618), 직원신뢰성(p<0.001, F=3,853), 교육정보성(p<0.001, F=8,463), 이용편의성(p<0.001, F=5,751)에서 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 세 집단 이상 간에 관한 차이검증에서는 유의한 차이를 보이는 것으로 나타나 어느 집단 간에서 유의한 차이를 보이는지를 알아보기 위하여 사후검정 (Post-HocTest)을 실시하였다. 월평균 가계 소득이 300~400, 400~500대 그룹은 자연매력성, 직원신뢰성, 교육정보성, 이용편의성 평가에 긍정적인 반면, 월 500이상 가계소득은 전반적으로 서비스품질에 대한 평가가 낮게 나왔다.

<표 IV-25> 직업에 따른 서비스품질 차이분석

구분	직업								F	유의 확률	Post-hoc
	전문관리 (N=134)	사무/회사 (N=186)	판매 (N=43)	자영 (N=60)	농업어 (N=51)	주부 (N=102)	학생 (N=133)	기타 (N=21)			
	a	b	c	d	e	f	g	h			
자연매력성	6.0802	5.7433	6.1221	6.0375	5.8848	5.9850	5.7396	5.9151	3.970	.001	c,a,d>b,h
	.60899	1.04378	.50111	.59629	.60900	.54596	1.13479	.79908			
직원신뢰성	5.4552	4.7419	5.6628	5.2083	5.3284	5.2293	5.3472	5.1959	6.058	.000	c,a>b
	1.19281	1.51589	.76158	1.45349	1.27717	1.15554	1.15867	1.31468			
교육정보성	5.6915	5.4821	5.7209	5.3167	5.5556	5.4167	5.7970	5.5822	3.342	.003	g,c>f,d
	.86289	1.07160	.96206	.80354	.93969	.72687	.88059	.92156			
이용편의성	5.8209	5.5645	5.7674	5.5583	5.6127	5.7462	5.6597	5.6723	1.899	.078	ns
	.82752	.89850	1.04710	.90475	.62302	.56908	.85611	.80818			
배려성	4.9677	4.8387	4.9380	4.7944	4.8824	4.8446	4.8194	4.8699	.338	.917	ns
	1.09367	1.06724	1.06968	1.10314	1.09167	1.04813	.91234	1.05826			

*p<.05 **p<.01 ***p<.001

직업에 따른 서비스품질 차이를 규명하기 위한 일원변량분석을 실시한 결과, 자연매력성 ($p<0.01$, $F=3.970$), 직원신뢰성($p<0.001$, $F=6.058$), 교육정보성($p<0.001$, $F=3.342$)에서 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 세 집단 이상 간에 관한 차이검증에서는 유의한 차이를 보이는 것으로 나타나 어느 집단 간에서 유의한 차이를 보이는지를 알아보기 위하여 사후검정(Post-HocTest)을 실시하였다. 판매직, 전문관리직은 자연매력성, 직원신뢰성에 만족이 높게 나왔으며, 학생과 판매직은 교육정보성에 만족에 높은 점수를 보였다.

3. 관광행태 특성에 따른 지질관광동기 차이분석

관광행태 특성(여행형태, 동반자, 제주도 방문횟수, 제주도 여행기간, 관광지방문횟수, 관광지관람소요시간, 관광지정보출처)에 따른 집단 간의 차이를 분석하기 위하여 두 집단 간에 차이가 있는지를 평균을 통하여 비교·분석하는데 활용되는 t-검정과 두 집단 이상 간에 종속변수에 대한 평균에 차이가 있는지를 검정할 때 사용하는 분석방법인 일원배치 분산분석(One Way ANOVA)을 사용하였다.

어느 집단 간에서 유의한 차이를 보이는지를 알아보기 위하여 사후검정(Post-HocTest)을 실시하였다. 사후검정 방법에는 Levene의 등분산 검증 결과 분산이 동일할 경우 이용되는 Scheffe분석과, 분산이 동일하게 나타나지 않을 경우 활용되는 Dunnett T3분석을 병행하여 실시하였다.

관광행태에 따른 지질관광동기의 차이분석 결과, 관광지 방문횟수에 따라 지질관광동기에 유의한 차이를 보였으며 결과는 <표 IV-26>과 같다.

반면, 여행형태, 동반자, 제주도 방문횟수, 제주도 여행기간, 관광지관람소요시간, 관광지정보출처에 통계적으로 유의한 차이를 보이지 않았다. 즉, 지질관광동기는 여행형태, 동반자, 제주도 방문횟수, 제주도 여행기간, 관광지관람소요시간, 관광지정보출처와는 무관함을 의미한다.

<표 IV-26> 관광지 방문횟수에 따라 지질공원 지질관광동기 차이분석

구분	연령대				F	유의확률	Post-hoc
	처음 (N=320)	2회 (N=188)	3회 (N=92)	4회 이상 (N=130)			
	a	b	c	d			
신체활동추구	4.7177	4.5177	4.6848	4.8436	4.293	.005	d>b,c
	.85311	.75386	4.6848	.87376			
자연매력추구	4.9760	4.9078	5.0543	5.0154	.514	.673	ns
	1.01218	.94834	1.04042	1.17676			
지적학습추구	4.7927	4.6596	4.7283	4.8128	1.077	.358	ns
	.90034	.88893	.90032	.96001			
사회성추구	4.6240	4.4504	4.6775	4.8538	3.543	.014	d>b
	1.13366	1.02808	1.00481	1.16288			

*p<.05 **p<.01 ***p<.001

관광지 방문횟수에 따른 지질관광동기 차이를 규명하기 위한 일원변량분석을 실시한 결과,

신체활동추구($p<0.01$, $F=4.293$), 사회성추구($p<0.05$, $F=3.543$)요인은 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 세 집단 이상 간에 관한 차이검증에서는 유의한 차이를 보이는 것으로 나타나 어느 집단 간에서 유의한 차이를 보이는지를 알아보기 위하여 사후검정(Post-HocTest)을 실시하였다. 4회 이상 방문한 관광객 일수록 신체활동추구 동기가 높게 나타났다.

4. 관광행태 특성에 따른 서비스품질 차이분석

관광행태 특성(여행형태, 동반자, 제주도 방문횟수, 제주도 여행기간, 관광지방문횟수, 관광지관람소요시간, 관광지정보출처)에 따른 집단 간의 차이를 분석하기 위하여 두 집단 간에 차이가 있는지를 평균을 통하여 비교·분석하는데 활용되는 t-검정과 두 집단 이상 간에 종속변수에 대한 평균에 차이가 있는지를 검정할 때 사용하는 분석방법인 일원배치 분산분석(One Way ANOVA)을 사용하였다.

어느 집단 간에서 유의한 차이를 보이는지를 알아보기 위하여 사후검정(Post-HocTest)을 실시하였다. 사후검정 방법에는 Levene의 등분산 검증 결과 분산이 동일할 경우 이용되는 Scheffe 분석과, 분산이 동일하게 나타나지 않을 경우 활용되는 Dunnett T3 분석을 병행하여 실시하였다.

관광행태 특성에 따른 서비스품질의 차이분석결과, 동반자, 제주도 방문횟수, 제주도 여행기간, 관광지 방문횟수 4가지 유형에 따라 통계적으로 유의한 차이를 보였으며 결과는 <표 IV-27>, <표 IV-28>, <표 IV-29>, <표 IV-30>과 같다.

반면, 여행형태, 관광지관람소요시간, 관광지정보출처에 서비스품질에 차이를 보이지 않았으며, 이는 서비스품질은 여행형태, 관광지관람소요시간, 관광지정보출처와는 무관함을 의미한다.

동반자유형에 따른 서비스품질 차이를 규명하기 위한 일원변량분석을 실시한 결과, 자연매력성($p<0.01$, $F=14.185$), 교육정보성($p<0.001$, $F=4.100$), 이용편의성 ($p<0.01$, $F=6.475$)에서 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 세 집단 이상 간에 관한 차이검증에서는 유의한 차이를 보이는 것으로 나타나 어느 집단 간에서 유의한 차이를 보이는지를 알아보기 위하여 사후검정(Post-HocTest)을 실시하였다. 혼자 온 사람이 서비스품질에 대해 높은 점수를 보여주고 있으며, 특히 자연매력성과 교육정보성, 이용편의성은 다른 동반자유형 다 품질에 대해 높은 점수를 보여주고 있다. 혼자나 가족과 친지 동반자 유형이 교육정보성품질이 높게

나타났다.

<표 IV-27> 동반자에 따라 지질공원 서비스품질 차이분석

구분	동반자유형					F	유의확률	Post-hoc
	혼자 (N=13)	친구 (N=207)	가족/친지 (N=405)	동료/모임 (N=66)	기타 (N=39)			
	a	b	c	d	e			
자연매력성	6.5385	5.7307	6.0130	6.1326	5.3013	14.185	.000	a>d,c >b,e
	.43116	1.01427	.56066	.57382	1.34895			
직원신뢰성	5.6923	5.1860	5.1198	5.5909	5.2051	2.313	.056	ns
	.25318	1.26777	1.37602	.97629	1.49876			
교육정보성	6.0000	5.5217	5.6469	5.5758	5.1026	4.100	.003	a,c>e, d
	1.18634	1.00936	.74914	1.15846	1.30486			
이용편의성	6.5577	5.5543	5.6981	5.8258	5.4744	6.475	.000	a,c>b, e
	.67046	.84532	.74655	.80976	1.01760			
배려성	4.8974	4.8486	4.8831	4.9697	4.6667	.544	.704	ns
	.78628	1.05033	1.05386	1.14687	1.08956			

*p<.05 **p<.01 ***p<.001

<표 IV-28> 제주도 방문횟수에 따라 서비스품질 차이분석

구분	제주도 방문횟수					F	유의확률	Post-hoc
	제주거주 (N=150)	처음 (N=120)	2회 (N=133)	3회 (N=115)	4회 이상 (N=210)			
	a	b	c	d	e			
자연매력성	5.9733	6.0061	5.7331	5.9457	5.9190	2.382	.050	b,a>e, c
	.57137	.95534	.93905	.63157	.81405			
직원신뢰성	5.3000	5.2746	4.9135	5.2609	5.2190	1.975	.096	ns
	1.21235	1.20622	1.62195	1.20734	1.27156			
교육정보성	5.6689	5.8525	5.3434	5.5275	5.5444	5.511	.000	b,a>c, s
	.91674	.77145	1.14293	.67246	.92711			
이용편의성	5.7733	5.6414	5.6109	5.7565	5.6107	1.443	.218	ns
	.68990	.76195	.87712	.68861	.91665			
배려성	4.9333	4.9290	4.7995	4.7159	4.9190	1.099	.356	ns
	1.13385	1.01976	1.05644	1.09691	1.00149			

*p<.05 **p<.01 ***p<.001



제주도 방문횟수에 따른 서비스품질 차이를 규명하기 위한 일원변량분석을 실시한 결과, 자연매력성($p<0.05$, $F=2.382$), 교육정보성($p<0.001$, $F=5.511$)에서 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 세 집단 이상 간에 관한 차이검증에서는 유의한 차이를 보이는 것으로 나타나 어느 집단 간에서 유의한 차이를 보이는지를 알아보기 위하여 사후검정(Post-HocTest)을 실시하였다. 제주에 거주하거나 해당 관광지에 처음방문한 사람이 대체적으로 서비스품질 평가에 높은 평가를 보였으며, 자연매력성, 교육정보성에서 유의한 차이를 보였다.

<표 IV-29> 제주도 여행기간에 따라 서비스품질 차이분석

구분	제주도 여행기간					F	유의확률	Post-hoc
	제주거주(N=150)	1박2일(N=12)	2박3일(N=284)	3박4일(N=172)	4박5일(N=112)			
	a	b	c	d	e			
자연매력성	5.9821	5.9621	5.8908	5.8282	5.9844	1.010	.401	ns
	.57954	.41515	.81666	1.13581	.51034			
직원신뢰성	5.2727	5.1667	5.1972	4.9898	5.3661	1.512	.197	ns
	1.22620	1.45057	1.38066	1.43163	1.01116			
교육정보성	5.6905	5.6263	5.4331	5.7075	5.6339	3.215	.012	d,a>b, c
	.92501	.96017	1.00949	.82012	.74328			
이용편의성	5.6905	5.6263	5.4331	5.7075	5.6339	5.324	.000	b>a,e, d,c
	.92501	.96017	1.00949	.82012	.74328			
배려성	5.7971	6.1667	5.5722	5.6293	5.6652	.156	.960	ns
	.70175	.57509	.95831	.74562	.56608			

* $p<0.05$ ** $p<0.01$ *** $p<0.001$

제주도 여행기간에 따른 서비스품질 차이를 규명하기 위한 일원변량분석을 실시한 결과, 교육정보성($p<0.05$, $F=3.215$), 이용편의성($p<0.001$, $F=5.324$)에서 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 세 집단 이상 간에 관한 차이검증에서는 유의한 차이를 보이는 것으로 나타나 어느 집단 간에서 유의한 차이를 보이는지를 알아보기 위하여 사후검정(Post-HocTest)을 실시하였다. 제주에 거주 대체적으로 서비스품질 평가에 높은 평가를 보였다.

교육정보성은 3박4일체류, 제주 거주하는 집단이 서비스질에 높은 평가를 보여 유의한 차이를 보였으며, 이용편의성은 1박2일 거주하는 집단이 다른 집단보다 상대적으로 높은 평가를 하여 유의한 차이가 나타났다.

<표 IV-30> 관광지 방문횟수에 따라 서비스품질 차이분석

구분	관광지 방문횟수				F	유의확률	Post-hoc
	처음 (N=120)	2회 (N=133)	3회 (N=115)	4회 이상 (N=210)			
	a	b	c	d			
자연매력성	5.8000	5.9096	6.0082	6.1404	6.206	.000	d>c,b, >a
	.99855	.58141	.57231	.57567			
직원신뢰성	5.1328	5.1303	5.3478	5.3385	1.322	.266	ns
	1.31319	1.32854	1.44256	1.19303			
교육정보성	5.4958	5.6312	5.6594	5.6692	1.721	.161	ns
	.99388	.86590	.73126	.92668			
이용편의성	5.5531	5.7141	6.0190	5.6596	8.390	.000	c>b,d, a
	.84837	.63148	.65280	.95337			
배려성	4.8521	4.9965	4.7500	4.8154	1.438	.231	ns
	1.05722	1.01445	1.06518	1.11142			

*p<.05 **p<.01 ***p<.001

관광지 방문횟수에 따른 서비스품질 차이를 규명하기 위한 일원변량분석을 실시한 결과, 자연매력성(p<0.001, F=6.206), 이용편의성(p<0.001, F=8.390)에서 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 세 집단 이상 간에 관한 차이검증에서는 유의한 차이를 보이는 것으로 나타나 어느 집단 간에서 유의한 차이를 보이는지를 알아보기 위하여 사후검정(Post-HocTest)을 실시하였다. 자연매력성은 해당관광지 방문횟수가 많을수록 관광지에대한 서비스품질이 높게 나타났으며 이용편의성은 3회 방문한 그룹이 관광지에대한 서비스품질이 높게 나타나 유의한 차이를 보였다.

제 5 절 지질관광동기와 서비스품질 인지도 분석

1. 지질관광동기 인지도 분석

가설검증에 이어서 제주지질공원을 방문한 관광객의 지질관광동기를 기술통계적 분석을 실시하였다. 분석을 통해 산출된 평균값을 기준으로 제주 지질공원에 방문한 관광객들의 관광동기 인지도 결과는 <표 IV-31> 과 같다.

<표 IV-31> 지질관광동기 인지도 분석

순위	문항 번호	내용	차원	평균값 (7점 만점)	표준편차
1	II-4	자연경관을 감상하기 위해	자연매력추구	5.04	1.163
2	II-5	독특한 자연, 지질 보기위해	자연매력추구	4.98	1.144
3	II-6	자연을 가까이 느낌	자연매력추구	4.91	1.125
4	II-10	동반자와 함께 즐거운 시간	사회성추구	4.89	1.199
5	II-9	지적 호기심을 충족	지적학습추구	4.79	1.057
6	II-7	새로운 것 알기위해서	지적학습추구	4.74	1.060
7	II-8	어떤 곳인지 알기위해서	지적학습추구	4.73	1.074
8	II-1	정신적·육체적 휴식	신체활동추구	4.71	.926
9	II-2	활동적인 경험하기위해	신체활동추구	4.68	1.002
10	II-3	특별한 경험하기위해	신체활동추구	4.67	1.021
11	II-11	동반자와 친목을 도모	사회성추구	4.62	1.282
12	II-12	동반자와 소속감을	사회성추구	4.38	1.378

먼저 지질공원 관광객들이 관광을 오게 된 동기속성에 대한 기술통계적 분석결과, “자연경관을 감상하기 위해”, “독특한 자연, 지질 보기위해”, “자연을 가까이 느낌” 자연매력추구 동기 요인이 가장 좋게 높게 인지하는 것으로 나타났다.

대다수 응답의 평균값이 4를 넘고 있는 것으로 분석되었으며, 자연매력추구, 지적학습추구의 평균값이 타 요인들에 비해 상대적으로 높게 나타나는 것으로 분석 되었다.

반면, “동반자와 친목을 도모위해”와 “동반자와 소속감을 위해” 사회성추구 동기는 가장 낮게 인지하고 있는 것으로 나타났다.

<표 IV-32> 지질명소별 지질관광동기 인지도 분석

방문지		신체활동추구	자연매력추구	지적학습추구	사회성추구
성산일출봉	평균	4.5883	4.9107	4.7668	4.3424
	표준편차	.74817	1.03654	.83734	1.15757
만장굴	평균	4.3316	4.4754	4.5105	4.8930
	표준편차	.81233	1.06500	.85277	1.13037
한라산	평균	4.8810	5.1264	4.8736	4.8681
	표준편차	.93028	1.00668	.95280	.97969
천지연폭포	평균	4.8076	5.3905	5.0743	4.3848
	표준편차	.78080	.77429	.82285	1.01295
합계	평균	4.6521	4.9758	4.8063	4.6221
	표준편차	.83559	1.03025	.90848	1.10289

지질명소별 지질관광동기 인지도 분석결과, 성산일출봉은 자연매력추구 → 지적학습추구 → 신체활동추구 → 사회성추구 동기 순으로 관광동기 욕구가 높게 나왔으며, 만장굴은 사회성추구 → 지적학습추구 → 자연매력추구 → 신체활동추구 순으로 나타났다. 한라산은 자연매력추구 → 신체활동추구 → 지적학습추구 → 사회성추구 순으로 천지연폭포는 자연매력추구 → 지적학습추구 → 신체활동추구 → 사회성추구 순으로 관광동기 욕구가 높게 나타났다. 지질명소 4곳 모두 자연매력추구가 높게 나왔으며 특히 만장굴은 동반자와의 관계를 중시하는 사회성추구 동기가 높게 나왔다.

지질공원은 전체관광자의 관광욕구는 자연매추구 → 지적학습추구 → 신체활동추구 → 사회성추구 순으로 관광동기 욕구가 높게 나왔다.

2. 서비스품질 인지도 분석

가설검증에 이어서 제주지질공원을 방문한 관광객이 느끼고 있는 서비스품질에 대한 기술 통계적 분석을 실시하였다. 분석을 통해 산출된 평균값을 기준으로 지질공원 서비스품질에 대한 인지도 결과는 <표 IV-33> 과 같다

<표 IV-33> 서비스품질에 대한 인지도 분석

순위	문항 번호	내용(속성)	차원	평균값 (7점 만점)	표준편차
1	Ⅲ-1	자연자원은 볼거리	자연매력성	6.06	.921
2	Ⅲ-2	자연·지질자원 독특함	자연매력성	5.99	.88
3	Ⅲ-3	자원의 보전	자연매력성	5.93	.906
4	Ⅲ-4	잘 정돈되고 유지관리	자연매력성	5.85	.939
5	Ⅲ-14	주차시설은 편리, 충분.	이용편의성	5.79	1.042
6	Ⅲ-9	자원에 대한 안내문 설치	교육정보성	5.74	.94
7	Ⅲ-12	시설이 깨끗하고 청결 유지	이용편의성	5.70	.996
8	Ⅲ-11	배울것이 많고 교육적	교육정보성	5.66	.958
9	Ⅲ-10	자연, 지질자원 지식획득	교육정보성	5.65	.947
10	Ⅲ-13	휴게시설 잘 되어있음	이용편의성	5.64	1.023
11	Ⅲ-15	도로표지와 방향표지	이용편의성	5.56	.95
12	Ⅲ-7	직원들이 대기	직원신뢰성	5.55	1.192
13	Ⅲ-5	직원이 예의바름.	직원신뢰성	5.50	1.08
14	Ⅲ-6	환영하는 느낌	직원신뢰성	5.43	1.167
15	Ⅲ-8	충분한 정보를 제공	교육정보성	5.42	1.089
16	Ⅲ-16	공원 내 가격이 적절	배려성	4.92	1.196
17	Ⅲ-17	관광객의 편의를 고려.	배려성	4.87	1.157
18	Ⅲ-18	안정적이며 편리하다.	배려성	4.82	1.152

먼저 지질공원 관광객들이 느끼는 서비스품질에 대한 기술통계적 분석결과, “자연자원은 볼거리”, “자연·지질자원 독특함” “자원의 보전”등 속성에서의 자연매력성 요인에 대해 가장 좋게 인지하는 것으로 나타났다. 대다수 응답의 평균값 4를 넘고 있는 것으로 분석되었다.

지질공원의 서비스품질 요인중 자연매력성이

지질공원의 교육정보성 서비스품질은 배울것이 많고 (m=5.66), 자연, 지질자원 지식획득 (m=5.65)항목은 높게 나온 반면, 충분한 정보를 제공(m=5.42)로 낮게나왔다. 교육정보성에 대한 품질을 향상시키기 위해 충분한 정보제공이 필요하다.

<표 IV-34> 지질명소별 서비스품질 인지도 분석

방문지		자연매력성	직원신뢰성	교육정보성	이용편의성	배려성
성산일출봉	평균	5.9508	5.3060	5.8829	5.7199	4.5811
	표준편차	.79164	1.32363	.95325	.82195	1.06817
만장굴	평균	5.9487	5.1868	5.6474	5.7079	4.9895
	표준편차	.78068	1.25170	.90474	.76950	1.06569
한라산	평균	5.9409	5.1071	5.5916	5.6442	5.3333
	표준편차	.76906	1.31115	.91430	.79197	.82918
천지연폭포	평균	5.8143	4.5600	5.5010	5.6129	5.1829
	표준편차	.85379	1.37746	.91523	.85209	1.06076
합계	평균	5.9137	5.0400	5.6557	5.6712	5.0217
	표준편차	.79908	1.31468	.92156	.80818	1.05826

지질명소별 서비스품질 인지도 분석결과, 성산일출봉은 자연매력성 → 교육정보성 → 이용 편의성 → 직원신뢰성 → 배려성 순으로 서비스품질이 높게 나왔으며, 만장굴과 한라산은 자연매력성 → 이용편의성 → 교육정보성 → 직원신뢰성 → 배려성 순으로 나타났다. 천지연폭포는 자연매력성 → 이용편의성 → 배려성 → 직원신뢰성 순으로 서비스품질이 높게 나타났다. 특히 천지연 “안정적이며 편리하다”는 항목에서 높은 점수를 받았다.

지질명소 4곳 모두 자연매력성이 높게 평가되었으며, 특히 성산일출봉은 교육정보성 품질이 다른 지질명소 보다 높게 나왔다. 지질공원은 서비스품질 인지도는 자연매력성 → 이용 편의성 → 교육정보성 → 직원신뢰성 → 배려성 순으로 관광동기 욕구가 높게 나왔다.

제5장 결 론

제 1 절 연구요약과 결론

1. 연구요약

최근 전 세계적으로 지질관광은 환경성장 패러다임과 기후변화로 인해 관심이 집중되면서 학술적인 고찰은 물론 관련 상품개발에 맞는 차별화된 마케팅전략 필요성이 요구되고 있다. 제주도는 천혜의 자연조건을 가지고 있으며, 섬전체가 지질박물관이라고 할 정도로 지질학적 가치와 상품성을 충분히 가지고 있음에도 불구하고 적극 활용하지 못하고 기존 관광 분야에 한정된 양상을 보이는 대중의 다양성을 갈구하는 눈높이에 맞추지 못하며, 다양한 지질학적·교육적 콘텐츠 활용도가 부족한 지질관광의 초보단계라 할 수 있다.

하지만, 제주도가 국내 최초로 유네스코에서 인증된 ‘세계지질공원’으로 지정되면서 지질관광의 초석이 될 수 있을 것이라 기대하고 있다. 세계지질공원은 4년마다 활동을 재평가 해 낮은 점수가 나오면 개선을 권고하고 이를 이행치 않을 경우엔 인증이 철회된다는 점에서 제주지질공원의 실태파악과 지질관광대상지를 방문하는 관광객을 대상으로 지질관광객 시장파악이 시급히 이루어져야 한다.

이에 본 연구는 지질관광에 대한 개념, 유형과 특성에 대해 이론적인 개념을 체계화 하고, 선행연구를 통해 지질관광동기와 지질공원 서비스품질에 대한 새로운 측정변수를 포함할 수 있는 측정문항과 척도를 파악하고 조작화 하였다.

지질관광동기, 서비스품질, 관광만족, 행동의도 간에 구조적인 인과관계 분석, 인구통계, 관광행태 특성에 따른 지질관광동기, 서비스품질의 차이분석, 지질공원의 지질관광동기와 서비스품질에 대한 인지도 분석을 통해 지질공원이 앞으로 나아가야할 효과적인 개발방향에 관한 시사점을 제시 하는데 궁극적인 목적이 있다.

이러한 연구를 위하여 먼저 선행연구에 대한 각종 문헌들을 고찰한 문헌적 방법(documentary study)과 이를 통해 각 변수들을 구성하는 요인들과 제 변수들 간의 관계를 실증적 연구방법(empirical study)을 통해 검증하였다.

제주 지질공원 내 지질명소 4곳을 방문한 관광객들을 상대로 실증적 연구를 실증분석을 통하여 도출된 결과를 요약하면 <표 V-1>과 같다.

<표 V-1> 분석결과 요약

경로		내용	채택여부	
구조분석	가설1	지질관광동기는 관광만족에 영향을 미칠 것이다.	채택	신체활동추구 자연매력추구 지적학습추구 사회성추구
	가설2	지질공원 서비스품질은 관광만족에 영향을 미칠 것이다.	채택	자연매력성 직원신뢰성 교육정보성 이용편의성
			기각	배려성
가설3	관광만족은 행동의도에 영향을 미칠 것이다.	채택		
차이분석	4	인구통계 특성(성별, 연령, 결혼여부, 학력, 직업, 월소득)에 따라 지질관광동기에 차이가 있을 것이다.	채택	성별, 연령, 결혼여부
	5	인구통계 특성(성별, 연령, 결혼여부, 학력, 직업, 월소득)에 따라 서비스품질에 차이가 있을 것이다.	채택	성별, 연령, 학력, 직업, 가계월소득
	6	관광행태에 따라 (여행형태, 동반자, 제주도 방문횟수, 제주도 여행기간, 관광지방문횟수, 관광지관람소요시간, 관광지정보출처) 지질관광동기에 차이가 있을 것이다.	채택	관광지 방문횟수
	7	관광행태에 따라 (여행형태, 동반자, 제주도 방문횟수, 제주도 여행기간, 관광지방문횟수, 관광지관람소요시간, 관광지정보출처) 서비스품질에 차이가 있을 것이다.	채택	동반자, 제주도 방문횟수, 제주도 여행기간, 관광지 방문횟수
추가분석	8	지질관광동기에 대한 인지도분석	1위. 자연매력추구요인 2위. 지적학습추구요인 3위. 신체활동추구요인 4위. 사회성추구요인	
	9	서비스품질에 대한 인지도분석	1위. 자연매력성 2위. 이용편의성 3위. 교육정보성 4위. 직원신뢰성 5위. 배려성	

2. 학술적 시사점

첫째, 지질관광에 대한 개념, 유형과 특성에 대해 이론적인 개념을 체계화하였다.

둘째, 본 연구대상이 되는 지질공원 관광자의 특성을 반영하는 지질관광동기 12개 항목, 서비스품질 18개 항목에 대한 요인분석을 통해 새로운 측정변수와 차원을 최종적으로 4개의 지질관광동기(신체활동추구, 자연매력추구, 지적학습추구, 사회성추구), 5개의 서비스품질(자연매력성, 직원신뢰성, 교육정보성, 이용편의성)을 도출하여 지질관광의 이론적인 측정개발을 구체화하는데 기여하였다.

셋째, 지질관광동기와 서비스품질이 관광만족과 행동의도에 미치는 모형 검증을 실시하였다. 변인간의 가설검증 결과로는 지질관광동기가 관광만족에 유의한 영향을 미치는지에 대한 가설 1 검증으로써, 관광동기를 구성하고 있는 4개의 요인을 외생변수로 관광만족을 잠재변수로 설정하고 인과관계 분석을 실시하였다. 분석결과 지질관광동기의 모든 요인들이 관광만족에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 또한 영향력의 경우 사회성추구의 경로계수 값($\beta=411$)로 가장 많은 영향을 미치는 것으로 분석되었으며 이어서 자연매력추구($\beta=345$), 지적학습추구 편익($\beta=328$), 신체활동추구($\beta=324$)순으로 관광만족에 영향을 미치는 것으로 분석되었다. 사회성추구가 관광만족에 중요한 요인으로 작용함을 알 수 있다. 따라서 ‘관광동기는 관광만족에 유의한 영향을 미칠 것이다’라는 가설 1은 모두 채택되었다.

관광동기가 관광만족에 영향을 준다는 선행연구 결과 (R. J. Fisher and L. L. Price, 1991; 홍금희, 2002; 김정민, 2007; ; 이윤섭, 2005; 최인석, 2006; 이수현, 2008; 이호, 2011; 손병모·이한, 2011)와 일치하는 결과를 확인할 수 있었다.

넷째, 변인간의 가설검증 결과로 서비스품질이 관광만족에 유의한 영향을 미치는지에 대한 가설 2 검증은 서비스품질의 5개 요인을 외생변수로 설정하여 관광만족을 잠재변수로 설정하여 인과관계 분석을 실시하였다. 분석결과 배려성을 제외한 모든 서비스품질은 관광만족에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 영향력의 크기는 자연매력성($\beta=385$), 이용편의성($\beta=307$), 교육정보성($\beta=152$), 직원신뢰성($\beta=130$)순으로 분석되었다. 따라서 ‘서비스품질은 관광만족에 유의한 영향을 미칠 것이다’라는 가설 2는 부분적으로 채택되었다.

관광지 서비스품질이 관광만족에 영향을 준다는 선행연구 (D. A., and J. L. Crompton, 2000; Caruana, A. 2002; 석강훈, 김장환, 2005; 김경희, 2009; Ching-Fu Chen, 2008; 김용만·김경춘·이계석, 2008; 안세길, 2008; 최종필, 2011) 일치하는 결과를 확인할 수 있었다.

다섯째, 관광만족이 행동의도에 유의한 영향을 미치는지에 대한 가설 3 검증 분석결과 관

광만족은 행동의도에 경로계수($\beta=.685$)의 값으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 ‘관광만족은 행동의도에 유의한 영향을 미칠 것이다’라는 가설 3은 채택되었다. 관광만족도가 행동의도에 미치는 영향관계 검증에서는 관광만족요인은 재방문, 구전의사에 모두 설명력이 있는 것으로 나타나고 있음을 알 수 있으며, 관광만족이 행동의도에 중요하다는 것을 의미한다. 관광만족이 행동의도에 영향을 준다는 수많은 선행연구와 일치하는 결과를 확인할 수 있었다.

여섯째, 관광동기 요인들은 인구통계 특성, 관광행태, 가치, 관여도 등에 따라 관광자들마다 중요시 여기는 동기가 다르다는 것을 수많은 선행연구를 통해 밝혀진 바와 같이 본 연구도 지질관광동기는 인구통계 특성과 관광행태 특성에 따라 집단 간 차이를 분석할 수 있었다. 지질관광동기는 성별, 연령, 결혼여부, 관광지 방문횟수에 따라 집단 간 동기차이를 확인할 수 있었다.

일곱째, 서비스품질 평가에 대해 인구통계 특성, 관광행태, 가치, 관여도 등에 따라 관광자들마다 중요시 여기는 서비스품질 다르다는 것을 선행연구를 통해 밝혀졌다. 본 연구도 지질공원의 서비스품질이 인구통계 특성과 관광행태 특성에 따라 집단 간 차이를 분석한 결과 성별, 연령, 학력, 직업, 가계월소득, 동반자, 제주도 방문횟수, 제주도 여행기간, 관광지 방문횟수에 따라 집단간 서비스품질 차이를 확인할 수 있었다.

본 연구는 지질관광자의 지질관광동기 분석과 지질공원 서비스품질 실태파악을 통해 지질관광 방향성을 확립하고 제주도가 지질관광이 활성화 될 수 있는 마케팅 전략수립에 대한 기초자료로 활용될 수 있을 것이다.

3. 관광실무적 시사점

본 실증분석을 바탕으로 제주지질공원 관광자들의 실태파악을 통한 관광실무적인 시사점을 다음과 같이 제시할 수 있다.

첫째, 제주 지질공원 관광자의 지질관광동기 특성을 살펴보면, 지질관광동기가 높아지면 만족에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 밝혀졌으며, 관광자들의 지질관광동기는 자연매력추구요인($m=4.9758$), 지적학습추구요인($m=4.8063$), 신체활동추구요인($m=4.6521$), 사회성추구요인($m=4.6221$) 순으로 높게 나왔다. 관광자들이 자연매력추구는 넓게 보아 ‘생태관광객’의 특성과 일치하지만, 지적학습추구가 강한 것으로 분석되었다.

제주지질공원 관계자들은 지질관광이 지속가능한 대안관광의 한 형태라는 점을 인지하여

자연자원의 볼거리, 자연·지질자원의 독특함, 자원 보전을 통해 자연매력성을 충분히 높여 자연매력추구 욕구를 충족해 주어야 할 것이다.

또한, 지질명소들은 지질학적 자연적 자원이 충분히 갖추어져 있지만 지적·학습 욕구가 충분히 채워 줄 수 있는 자원에 대한 안내문과 충분한 정보 제공이 이루어 질 수 있도록 하여야 한다. 그렇기 위해서는 지자체의 재정적 지원을 통한 관리사무소가 존재하여, 입장료의 유료화를 통해 지속적 관리가 이루어질 수 있도록 하여야 할 것이다.

더불어 제주도 지질자원에 대한 스마트폰, 인터넷을 등을 이용한 교육적 자료를 쉽게 접근 할 수 있는 방법을 모색하고 수준별 교육적 자료 개발과 책자의 유료화를 통해 학습욕구를 충족시켜 주어야 한다. 일부 지질명소에서 해설 진행이 진행되고 있으나, 시간적 공간적 제약으로 인해 해설진행을 인터넷이나 스마트폰으로 들을 수 있는 방안도 이루어져야 할 것이다.

지질명소 9곳 중 서귀포층과 주상절리대를 제외하고 7곳은 지질과 관련된 흥미로운 스토리텔링을 가지고 있음에도 불구하고 관광자원으로 활용되지 못하고 있다. 제주지질공원의 지질·생태적 교육 자료와 지질과 고유 문화역사 요소를 결합한 기존의 스토리텔링을 재구성하여 지질명소마다 각각의 특징을 부각시켜 주어 지질관광의 새로운 가치를 쌓는 계기를 모색하여야 할 것이다.

둘째, 지질관광동기 차이분석을 살펴보면, 남성이 사회성추구 동기가 여성 보다 높게 나타났으며, 50-60대 이상 나이가 많을수록 젊은 사람들보다 신체활동 추구 동기가 높게 나타났으며, 지적학습추구 동기는 30대, 20대, 60대에서, 사회성 추구 동기는 30대, 40대에서 높은 동기를 보이고 있다. 기혼집단이 미혼집단보다 신체활동추구, 자연매력추구, 지적학습추구 동기가 높게 나타났다. 관광지 방문횟수가 4회 이상일수록 신체활동추구, 사회성추구 동기가 높게 나왔다. 지질공원 관광자의 주요동기가 자연매력추구와 지적학습추구 동기가 높은 점을 고려해 생태환경, 지질에 대한 이해 등 지적욕구를 향상시키기 위한 교육프로그램 및 자료가 필요하다. 사회성 추구 집단을 위해 친목도모를 함께 참여할 수 있는 체험프로그램의 개발 할 필요가 있다.

셋째, 제주지질공원 서비스품질 특성을 살펴보면, 서비스품질이 높아지면 만족에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 밝혀졌다. 관광자들의 서비스품질 인지순위는 자연매력성(m=5.9137), 이용편의성(m=5.6712), 교육정보성(m=5.6557), 직원신뢰성(m=5.0400), 배려성(m=5.0217) 순으로 높게 나왔다.

제주지질공원의 자연매력성에 대해 높은 평가를 받았으며, 교육정보성 (자원에 대한 안내

문, 배울것이 많고 교육적, 자연 지질자원 지식회득)또한 긍정적 점수를 받았으나, 상대적으로 충분한 정보를 제공 받지 못한다고 평가가 나왔다. 따라서, 교육정보성을 높이기 위해 충분한 정보를 제공할 수 있는 관련 교육 자료의 개발이 시급하다고 사료된다.

외국의 지질공원의 경우, 사금 고르기, 화석 만들기, 화석 닦기, 지질학을 주제로 한 야간 캠프파이어 프로그램 등 촛불 동굴여행 만지고 체험할 수 있는 프로그램을 통해 지질자원과 쉽게 이해할 수 있도록 하였다. 정적인 관광행태에서 벗어나 동적이 관광행태를 추구하는 추세를 반영하여 제주지질공원도 다양한 이벤트와 화산섬을 몸으로 체험할 수 있는 프로그램 개발을 통해 지질공원으로 브랜드화 할 수 있는 방안을 모색하여야 할 것이다.

넷째, 지질공원 서비스품질 차이분석을 살펴보면, 여성이 자연매력성과 이용편의성에 높은 평가를 보였으며, 40대에서 배려성에 대해 높게 평가 하였다. 학력이 높을수록 자연매력성을 높게 평가 하였으며, 대학원이상의 학력을 가진 그룹이 교육정보성에 높은 평가를 보였다. 가계 월 소득300~400, 400~500 그룹이 자연매력성, 직원신뢰성, 교육성, 이용편의성 서비스품질에 긍정적 평가를 보였다. 혼자 온 그룹이 자연매력성, 교육정보성, 이용편의성에 긍정적 평가를 보였으며, 제주거주 또는 처음 제주도에 방문한 그룹이 자연매력성, 교육정보성에 높은 평가를 보였다. 해당관광지 방문횟수가 4회 이상인 그룹은 자연매력성에 방문횟수가 3회 이상인 그룹은 이용편의성에 높은 평가를 보였다.

다섯째, 지질명소별 서비스품질 인지도 분석결과, 성산일출봉은 자연매력성 →교육정보성 → 이용편의성 → 직원신뢰성 → 배려성 순으로 서비스품질이 높게 나왔으며, 만장굴과 한라산은 자연매력성 → 이용편의성 → 교육정보성 → 직원신뢰성 → 배려성 순으로 나타났다. 천지연폭포는 자연매력성 → 이용편의성 → 배려성 → 직원신뢰성 순으로 서비스품질이 높게 나타났다. 특히 천지연 “안정적이며 편리하다”는 항목에서 높은 점수를 받았다. 특히, 성산일출봉은 다른 곳에 비해 교육정보성이 높게 나타난 것은 방문센터가 있기 때문이라 생각된다. 제주 대표 지질명소에 방문센터를 설립하여 제주도 지질에 대한 정보 제공 및 생태 지질 관련 자료를 전시 등 다양한 체험프로그램 및 이벤트와 지질관련 프로그램을 개발하여야 할 것이다.

마지막으로 지질관광의 경제규모와 지역 경제에 미치는 효과를 고려했을 때 지질관광의 역할을 더욱 강화시키고 지역별 지질관광정보를 공유하며, 산출되는 정보는 적극적으로 반영하고 활용될 수 있도록 시도되어야 할 것이다.

제 2 절 연구한계와 향후 연구방향

1. 연구한계

본 연구에서는 앞서 제시한 많은 학문적, 실무적인 시사점을 갖고 있지만 다음과 같은 한계점을 가지고 있다.

첫째, 최적의 측정항목 및 측정변수 도출에 대한 제한점이다. 지질관광동기와 지질공원 서비스품질에 대해 규명한 선행연구를 중심으로 도출하였으나 주관적인 판단이 개입되어 중요한 측정항목이 누락될 수 있었을 것으로 사료된다.

둘째, 본 연구는 지질관광 서비스품질항목을 도출하여 그에 대한 성과만을 측정하는 것이 바람직하다는 실증적 이론에 근거하여 SERVPERF모형을 중심으로 서비스 품질을 평가한 연구 결과를 제시하였으나, 관광지에 대한 관광자의 기대와 실질적인 성과에 대한 지각 차이로 간과해서는 안 될 것이다.

셋째, 본 연구의 설문항목에 대해 보다 객관적이고 정확한 측정을 위해서는 장기간의 시간을 가지고 종단 연구가 필요할 수 있으나 조사한 시기가 특정한 계절에 한정되어 있어 관광동기와 서비스 품질을 측정하는데 있어 계절 간의 다른 차이를 반영하지 못 하여 다른 시점의 연구에서도 동일한 결과가 나올지 의문이 들 수 있기 때문에 신뢰성을 높일 수 있는 방법을 제시할 필요성이 있다.

넷째, 연구대상의 추출방법으로 고려되어진 편의추출법은 일반화할 수 없는 한계점을 내포하고 있어 향후 과제방향에 고려되어야 할 것이다.

마지막으로, 제주지질공원의 범위가 4군데를 표본으로 하여 분석이 이루어졌기 때문에 제주지질공원의 전반적인 관광동기와 서비스 품질을 대표한다고 보기에는 한계가 있다.

2. 향후 연구방향

따라서 본 연구의 한계점을 중심으로 향후 몇 가지 제언을 하고자 한다.

첫째, 선행연구를 중심으로 측정항목을 도출하였으나 주관적인 판단이 개입되어 측정 항목을 더 정교하고 타당한 문항과 척도 개발 위해 향후 연구에서는 선행연구뿐만 아니라 관련 산업에 종사하는 전문가 및 관심그룹과의 심층적인 인터뷰를 통해 최적의 측정항목을 도출

하는 노력을 기울여야 할 것이다.

둘째, 모형의 적용성 검토를 위해 다른 시간적 간격을 두고 연속적으로 연구가 이루어질 수 있도록 하여 전반적인 추세와 동향을 파악할 수 있도록 하여야 할 것이다. 특히, 계절적인 요인이나 측정변수에 의해 차이가 있을 수 있기 때문에 이러한 한계점을 극복하여 신뢰성을 높일 수 있는 방안이 필요하다.

셋째, 지질공원에 대한 관광자의 서비스품질에 대한 기대와 실질적인 성과에 대한 지각 차이를 통해 필요할 것으로 보여진다.

넷째, 제주지질공원 관광자는 동기 외에도 지각, 태도, 성격, 가치, 라이프스타일과 같은 심리적 변수를 이용한 세밀한 연구를 통해 관광자의 욕구를 충족시켜 주는 방안을 모색하여 실질적인 제주지질공원의 관광지의 경쟁력을 강화시킬 수 방안을 제시할 필요가 있다.

참고문헌

1. 국내 문헌

1) 저서와 보고서

- 김계수, AMOS 구조방정식 모형분석, (주)데치터솔루션, 2001.
- 김계수, AMOS 구조방정식 모형분석, (주)데치터솔루션, 2011
- 김범훈, 제주 세계지질공원 1주년 평가와 지속가능한 발전방안 연구, 제주발전연구원, 2011
- 김종일, 관광과 지역 활성화의 새로운 대안- 지오투어리즘, 전남발전연구원, 2012.
- 김충련, 기초통계분석을 위한 SAS강좌, 데이터 리서치, 1994,
- 박기화 박원배, 제주도 지질의 관광자원화를 위한 기초연구, 제주발전연구원, 2002.
- 배병렬, Amos19구조방정식 모델링:원리와 실제, 2011
- 윤대순, 관광경영학원론, 백산출판사, 2000.
- 이선희, 현대관광의 이해, 대왕사, 2003
- 이유재·라선아, 한국기업의 서비스품질 평가제도 변천과정, 서울대학교출판부, 2006
- 이장춘, 관광정책학, 대왕사, 2001.
- 이재섭 외 2인, 관광정책론, 대왕사, 2008.
- 이주형 외 7인, 관광학, 백산출판사, 2004.
- 이주형 외, 관광사업론, 대왕사, 2002.
- 정석중·이미혜, 관광개발론, 서울: 대왕사. 2002.
- 채서일, 사회과학조사방법론, 학현사, 1996.
- 한승철·박원배, 일본 시마바라 지질공원 사례와 시사점, 제주발전연구원, 2012

2) 논 문

- 강중현 이재곤, 음식서비스에 대한 지각된 가치와 고객만족이 전환의도와 충성도에 미치는 영향평가, 한국조리학회지, Vol. 14. No.2, 2008.
- 강미희, 생태관광객의 여행동기 및 태도, 서울대학교 대학원 일반대학원, 박사학위논문, 1999
- 고계성, 관광목적지 유형에 따른 매력성 평가에 관한 연구, 제주대학교 대학원 박사학위논문, 2006.
- 고동우, 관광의 심리적 체험과 만족간의 관계, 고려대학교 대학원 박사학위논문. 1998.
- 고미영 허석 양승용, 관광동기에 따른 세계자연유산지구 방문객 시장세분화, 제35권 제4호, 관광학연구 한국관광학회, 2011.
- 고부언 김희철, 주계공원의 고객만족을 위한 서비스 품질 요인에 관한 연구, 한국소비자학회, 1999
- 권유홍 이훈, 주계공원 서비스 질이 방문자 만족 및 행동의도에 미치는 영향, 관광학연구, Vol.26, No.1, 2002
- 김경희, 축제 서비스품질이 축제 이미지와 지각된 가치, 행동의도에 미치는 영향 연구, 경기대학교 일반대학원 박사학위논문, 2009.
- 김기호 정기한, 해양관광지의 속성이 지각된 가치, 고객만족, 충성도에 미치는 영향에 관한 연구, 대한관광경영학회, 관광연구, Vol 25 No 5, 2011
- 김동훈, 관광지 속성이 지각된 관광가치, 관광만족 및 재방문의도에 미치는 영향에 관한 연구, 제주대학교 대학원 박사학위논문, 2004.
- 김범훈, 제주 세계지질공원 1주년 평가와 지속가능한 발전방안 연구, 제주발전포럼. Vol.39. No.4, 2011.
- 김성필, 전시회 서비스품질 및 관여도가 참관객들의 지불의사에 미치는 영향, 동국대학교 대학원 박사학위논문, 2009.
- 김승규 김중화, 블링 이용자의 참여동기와 서비스품질 및 구매 후 행동의 인과관계. 한국사회체육학회지, Vol. 35, 2009
- 김영국, 관광자원의 매력성 측정 및 평가에 관한 연구: 경주지역 15개 사적지구 문화관광자

- 원을 중심으로, 동국대학교 경주캠퍼스 논문집, 제6권, 1987.
- 김영우, 관광동기 및 위험지각이 관광유형 선택과 관광 후 행동에 미치는 영향. 세종대학교 대학원 박사학위논문. 2005.
- 김영우, 방한 일본 여성관광객의 에스테틱 동기가 관광지 선택속성, 만족, 행동의도간의 영향관계, 컨벤션 연구, 제6권 제2호, 한국컨벤션학회, 2005.
- 김오성 스포츠관광자의 참가동기, 선택속성, 인지된가치, 관광만족, 재참가의도 및 구전의도 간의 구조적 관계, 강원대학교 대학원 박사학위논문, 2010
- 김용만·김경춘이계석, 해양스포츠 박람회 참가자들의 참여동기, 박람회 서비스품질, 참여만족도, 서비스이미지 및 개최이미지와의 구조적 관계. 한국스포츠산업·경영학회지, Vol. 13, No. 3, 2008,
- 김원인·현복희, 소비자가치, 관광지 선호유형, 유형별 선호속성과의 관계, 관광연구, 제16권 18호, 대한관광경영학회, 2001.
- 김정준, 관광지 유형에 따른 관광동기, 관여도와 관광매력성 연구, 경기대학교 대학원 박사학위논문, 2010.
- 김창수, 지역축제 서비스 품질이 지역발전과 성과에 미치는 영향, 관광정책학연구, Vol.11, No.2, 2005.
- 김한주, 이벤트 서비스품질 차원과 이벤트 서비스질이 고객만족과 고객충성도에 미치는 영향, 관광레저 연구, Vol.6, No.3, 2004
- 류인평, 지역축제 평가에 관한 연구, 관광경영연구, Vol.24 , No.3, 2005
- 문상기, 국내 저가 항공사의 브랜드개성과 서비스품질, 가치 및 만족도의 구조적 분석, 경희대학교 대학원박사학위논문, 2010
- 문순영, 일본관광자의 관광동기와 만족도에 관한 실증적 연구, 세종대학교 대학원 석사학위논문, 1994
- 민병호, 한국문화관광축제의 서비스 품질에 관한 연구, 한양대학교 일반대학원, 박사학위논문, 2000.
- 박동균, 호텔고객의 지각된 서비스품질과 가치, 만족, 애호도, 재이용의도간의 관계 연구, 동아대학교 대학원 박사학위논문, 2007
- 박민영, 한국형 지오투어리즘 정착을 위한 연구, 성신여자대학교 대학원 박사학위논문, 2011

- 박석희, 부소영, 관광 후 이미지와 만족도간의 관련성, 관광학연구, Vol. 26, No. 1, 한국관광학회, 2002,
- 박수익, 병원 이미지와 의료서비스 품질이 재이용 의사에 미치는 영향에 관한 연구 : 중소병원의 의료서비스 가치와 환자만족도의 매개효과를 중심으로, 영남대학교 일반대학원 박사학위논문, 2009
- 박정은·이성호·채서일, 서비스 제공자와 소비자 간의 관계의 질이 만족과 재구매의도 관계에 미치는 조절역할에 관한 탐색적 연구, 마케팅연구, 제13권 제2호, 1998.
- 부숙진, 축제서비스품질 측정모형간 비교우위분석 빙어축제를 중심으로, 동국대학교 일반대학원 박사학위논문' 2007.
- 석강훈, 김장환, 공공 체육공원의 서비스품질이 전반적인 만족도와 재방문 의도에 미치는 영향연구 한국사회체육학회지, Vol.25, No.3, 2005.
- 석강훈, 스포츠관광객의 편익추구와 라이프스타일을 통한 지각된 가치가 고객만족에 미치는 영향, 계명대학교 대학원 박사학위논문, 2007.
- 손병모, 이한, 관광객의 관광동기가 관광만족 및 행동의도에 미치는 영향: 관여도의 조절효과를 중심으로 관광레저연구, Vol.23, No.3, 2011
- 손해식, 관광사업에 있어서 마케팅 적용상의 문제, 서울: 한국관광학회, 1982, Vol 6.
- 안세길, 농촌관광의 서비스품질의 만족도가 재방문에 미치는 영향 연구: 진안지역을 중심으로, 관광경영학 연구, 제12권 제1호, 한국관광학회, 2008.
- 양길승 · 이화진, 해양축제 참가자의 참가동기와 지각가치가 관광행동의도에 미치는 영향. 한국도서연구, Vol. 23, No. 2, 2011
- 양길승 · 이경수 지역축제의 참가동기, 지각가치, 충성도 간의 구조관계 연구 -담양대나무축제를 중심으로 관광연구저널, Vol. 26, No. 1, 2012
- 양슬필, 광영대 생태관광의 매력속성, 관광태도, 지각된 가치가 만족도에 미치는 영향 연구, 대한관광경영학회, 관광연구, Vol, 25, No, 5, 2011.
- 양태백, 지역축제 참여동기에 따른 시장세분화 연구, 목포대학교 대학원 박사학위논문, 2008.
- 여영숙, 관광동기에 따른 사전기대가 관광경험의 진정성에 미치는 영향 : 매스미디어에 의한 관광이미지의 매개효과를 중심으로 호남대학교 일반대학원, 박사학위논문, 2011

- 오민재, 드라마 촬영지 관광객의 이미지에 따른 관광동기 유형별 포지셔닝 연구, 경희대학교 대학원 박사학위논문, 2006.
- 오민재·허석·양승용, 세계자연유산지구 관광객의 동기와 특성, 관광학연구 제33권 제2호, 한국관광학회 2009.
- 오상훈·고계성, IPA를 이용한 섬 관광지 매력성 평가: 제주섬의 사례, 관광연구, 제19권 제3호, 대한관광경영학회, 2005.
- 이경모·손선미, 축제품질이 방문자 만족과 행동의도에 미치는 영향, 이벤트컨벤션연구, Vol.5, No.1, 2009
- 이미혜, 패밀리레스토랑 이벤트에 대한 고객가치, 고객만족, 관계지속의도 간의 영향연구, 제24권 제2호, 대한관광경영학회, 2009
- 이수현, 관광동기 유형별 펜션선택속성이 만족도 및 충성도에 미치는 영향, 세종대학교 대학원 박사학위논문, 2008.
- 이영희, 교육서비스 질의 측정과 평가에 관한 연구, 고객만족경영연구, 제2권 제2호, 한국고객만족경영학회, 2000.
- 이윤섭, 관광자 가치, 라이프스타일, 동기가 관광지 선택과 행위의도에 미치는 영향, 경기대학교 대학원 박사학위논문, 2005.
- 이유재, 고객만족의 결정 변수에 대한 이론적 고찰, 서울대 경영논집, Vol.28, 1994
- 이유재·김주영·김재일, 서비스 산업의 현황에 대한 실증연구, 소비자 연구, Vol. 7, No. 2, 한국소비자학회, 1997.
- 이유재·라선아, 서비스 품질의 각 차원이 CS에 미치는 상대적 영향에 대한 연구:기존 고객과 잠재 고객의 비교를 중심으로, 마케팅 연구, Vol. 18, No.4, 2003.
- 이장주, 지역축제 참여동기 모형에 관한 연구, 전남대학교 대학원 박사학위논문; 2003;
- 이주희, 배민기, 국립공원 탐방서비스 질의 향상을 위한 맞춤형 관리방안, 관광학연구, Vol.30, No.4, 2006.
- 이태희·이충기, 전통축제 방문시장 세분화의 기준으로 관여수준, 관광학연구, 제24권 제1호, 한국관광학회, 2000
- 이학식·김영, 서비스 품질과 서비스 가치, 한국마케팅저널, 제1권 제2호, 한국마케팅학회, 1999.

- 이현중, 온라인 쇼핑몰에서의 지각된 위험, 지각된 쇼핑가치, 관계질, 서비스 충성도간의 구조적 관계, 경남대학교 대학원 박사학위 논문, 2009.
- 이현중, 체험관광동기에 따른 관광목적지유형에 관한 연구, 경희대학교 대학원 박사학위논문, 2007.
- 이화인, 외래관광객의 국내 관광행동이 재방문 의사결정에 미치는 영향, 관광학연구, Vol. 28, 한국관광학회, 1999.
- 이호, 해양스포츠 참여제약, 참여동기, 인지된 가치, 참여 후 행동에 관한 연구, 부경대 대학교 대학원 박사학위논문, 2011
- 임현숙, 의료관광객의 관광동기, 의료서비스 품질, 태도와의 영향관계, 청주대학교 박사학위 논문, 2011
- 장경수, 문화유산관광지 서비스품질 측정척도에 관한 연구, 대구대학교 일반대학원, 박사학위 논문, 2001.
- 장병수변우희, 관광상품 지각에 의한 관광목적지 평가, 관광학연구, 제28권 제1호, 한국관광학회, 2004.
- 장양래, 녹색관광자원 선호도에 따른 관광체험 만족도 및 녹색관광 상품개발 지지도 연구, 경희대학교 대학원 박사학위논문, 2010
- 장호찬, 카지노 게임링의 관여도와 그에 따른 재방문의사와의 관계, 관광학연구, 제23권 제2호, 한국관광학회, 2000.
- 전경서, 축제방문동기에 따른 시장세분화 전략에 관한 연구, 여행학연구, 제10권 제1호, 한국여행학회, 2006.
- 전영권, 한국의 지오투어리즘, 한국지형학회지, Vol.17 No.4, 2010
- 전주형, 여행업의 서비스 품질평가에 관한연구, 경기대학교 일반대학원 박사학위논문, 1997.
- 전찬수, 김정현 외2인 기관 내 무료 경마공원의 서비스품질이 고객만족, 고객신뢰 및 재방문 의사에 미치는 영향 한국스포츠산업.경영학회지, Vol.12 No.4, 2007.
- 정성채, 관광객의 관광매력 선호도의 차이: 연령별 세분화를 중심으로, 문화관광연구, 제5권 제1호, 한국문화관광학회, 2003.

- 전주형, 여행업의 서비스 품질평가에 관한연구, 경기대학교 대학원 박사학위논문, 1997
- 전형규, 관광지 특성, 관광객의 지각된 가치, 만족, 행동의도간의 관계연구, 계명대학교 대학원 박사학위논문, 2008
- 조명환, 관광동기연구에 관한 재고찰, 관광레저 연구, 제6권, 한국관광레저학회, 1999.
- 조원득, 골프장 서비스 품질, 고객만족도, 충성도의 관계에 영향을 미치는 참여 동기의 조절 효과, 연세대 대학교 대학원 박사학위논문, 2010
- 조진희, 지속가능한 생태관광을 위한 관광객의 관광태도, 관광동기 및 환경의식, 계명대학교 대학원 박사학위논문, 2006.
- 진태연, 미용 산업의 서비스 품질이 서비스 가치와 고객충성도에 미치는 영향 : 전환장벽의 조절효과를 중심으로, 금오공과대학교 대학원 박사학위논문, 2011
- 차길수, 물리적 서비스 환경과 서비스요인이 소비자 구매 후 평가에 미치는 영향, 한국관광학회, 관광학연구, Vol. 18, No. 2, 1995.
- 차석빈, 대양주시장을 찾는 우리나라 해외여행객들의 여행행태에 관한 연구, 사회과학연구, 제3권 제1호, 순천향대학교 사회과학연구소, 1997
- 최덕환·김백운·박래영, 댄스스포츠 참여자의 라이프스타일, 참여동기, 서비스품질 및 구매후 행동 간의 관계. 한국여성체육학회지, Vol. 24, No. 1, 2010
- 최병길, 슬로우 투어리즘의 만족과 재방문의도 결정요인에 관한 연구 : 도보관광지 이미지와 지각된 가치를 중심으로, 순천향대 대학원 일반대학원 박사학위논문, 2010.
- 최병룡, 소비자만족·불만족에 관한 연구, 동국대학교 대학원 박사학위논문, 1986.
- 최영민, 최현식, 관광스토리텔링 속성이 관광태도에 미치는 영향 연구, 한국콘텐츠학회논문지, Vol.11, No. 12, 2011.
- 최영화, 이훈, 동기를 이용한 생태관광지 방문객 유형 분류, 관광학연구 제33권 제3호, 한국관광학회, 2009.
- 하종완, 농촌관광동기·태도가 관광의도에 미치는 영향, 계명대학교 대학원 박사학위논문, 2005.
- 현진택, 스포츠관광객의 참여동기 및 라이프스타일에 따른 지각된 가치가 사회적 태도에 미치는 영향, 우석대학교 대학원 박사학위논문, 2011.
- 홍금희, 쇼핑동기와 서비스품질 지각이 고객의 감정적 반응과 패션 점포 만족도에 미치는 영향. 한국의류학회지, Vol. 26, No. 2, 2002

홍수희, 문화관광지 서비스품질, 관광객 만족 및 반응의 관계 연구, 동아대학교 대학원, 박사
학위논문, 2004

2. 국외 문헌

1) Books and Reports

A. M. Morrison, Hospitality and Travel Marketing, (Delmar Publisher, Inc.), 1989

Buzzel, R.D., and B.T. Gale. The pims principles : Linking strategy to performance. New York :
Free Press. 1987

Crosby, P.B. Quality is free: the art of making quality certain, New american library, New York,
1979

Csikszentmihayli,M.&R. Larson, Being Adolescent, New York; Basic Books. 1984

D. L. Loudon and A. J. D. Bitta, Consumer Behavior (2nd ed.), (New York : McGraw Hill Book
Co.), 1984.

Dodds, W.B., K.B. Monroe, and D. Grewal. The effect of price brand and store information on buyers'
product evaluation, Journal of marketing research, 28, 1991

Dowling, R. K. Geotourism's global growth. Geo heritage, Vol 3, 2011

Dowling, R. K. Geotourism's contribution to local and regional development. In C. de Carvalho, J.
Rodrigues (Eds.), Geotourism and local development, 2009.

Dowling, R. K., & Newsome, D. Geotourism: Sustainability, impacts and management. Oxford,
UK: Elsevier /Heineman Publishers (Eds.), 2006.

Dowling, R. K., & Newsome, D. Global geotourism perspectives.. Oxford, UK: Goodfellow
Publishers. (Eds.), 2010.

Fumito, Yokoyama., Causal modeling of tourist satisfaction: Application to Michigans's North
western coasta tourism Reigon. Ph.D. Dissertation, Michigan State University, 1991.

Grönroos, C , Service Management and Marketing DC Health and Co., 1990

Hall, C. M. Tourism planning: Policies, processes, relationships, Prentice Hall, U. K. 2000.

- Hunt, H. Keith. CS/D : Overview and Future Research Directions, in conceptualization and Measurement of Consumer Satisfaction and Dissatisfaction, H. K. Hunt, Marketing Science Institute, Cambridge, MA, 1977.
- Hudman. Lloyd E. Tourism: A Shrinking World, Grid. 1980.
- J.A.Thomas, What Makes People Travel, ASTA Travel News, August 1984.
- J.C. Anderson and D.W. Gerbing, Structural Equation Modeling in Practice: A Review and Recommended Two-Step Approach, Psychological Bulletin, 103, 1988.
- John A. Thomas, "What Makes People Travel?" ASTA Travel News, August. 1984.
- Ko, K. An Innovative Partnership for Island Tourism Promotion, The 8th ITOP Forum Hainan, China, 2004.
- Kotler, P., Camara, D., Grande, I., & Cruz I. Direccion de Marketing, Edicion del milenio, Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, 2000,
- Lehtinen, U., & Lehtinen, J. R. Service quality: A study of quality dimensions. Unpublished Working Paper, Service Management Institute, Helsinki, Finland, 1982
- Manning, R. E. Studies in Outdoor Recreation, Oregon State University Press, 1986
- Oh, H. Service quality customer satisfaction and customer value, Hospitality Management, 18, 1995
- P. L. Pearce, The Social Psychology of Tourist Behavior, Experimental Social Psychology, 3 (Oxford : Pergamon Press), 1982.
- R.C. Lewis and B.H. Boom, The marketing of service quality in emerging perspectives on service marketing, Chicago, AMA, 1983.
- R. D. Reid, Hospitality Marketing Management (New York : Van Nostrand Reinhold), 1989.
- R. F. Campbell, Introduction to Educational Administration (6th ed.), 1983.
- R. J. Fisher and L.L. Price, International Pleasure Travel Motivation and Post Vacation tourist Cultural Attitude Change, Journal of Leisure Research, Vol. 23, No. 3, 1991.
- Rust, R.T and Richard, L. O. Service quality: Insight and managerial implications from the frontier

in service quality : New directions in theory and practice, Thousand oaks, CA: SAGE publications, 1994

UNESCO Global geoparks network. Paris, France: Division of Ecological and Earth Sciences, UNESCO. 2006.

Weiner, B. An attribution theory of motivation and emotion. Springer series in social psychology. Springer-Verlag NY : prentice-hall, 1986

W. R. McIntosh and C. R. Goeldner, Tourism : Principles, Practices, Philosophies (6th ed) New York : John Wiley & Sons, 1990

2) Journal

Anderson, E. W., & Sullivan, M., The antecedents and consequences of customer satisfaction for firms. *Marketing Sciences*, Vol. 12, 1993.

A.L Parasuraman, V. A, Zeithamal, and L. Berry. A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of marketing*, Vol. 49, No. 4, 1985.

A.L Parasuraman, V. A, Zeithamal, and L. Berry. SERVQUAL: a multiple-item scale for measuring customer perception of service quality, *Journal of retailing*. Vol. 64 , No.1, 1988.

Asad Mohsin. Tourist attitudes and destination marketing-the case of Australia's Northern Territory and Malaysia. *Tourism Management* Vol. 26, 2005.

Baker, D. A., and J. L. Crompton, Quality, Satisfaction and Behavioral Intentions. *Annals of Tourism Research*, Vol. 27, No. 3, 2000.

Bitner, M.J, Evaluating service encounters: The effects of physical surrounding and employee responses. *Journal of Marketing*, Vol. 54, No.2, 1990.

Bitner, M.J,. Servicescapes: The impact of physical surroundings on customers and employees, *Journal of Marketing*, Vol. 56(April), 1992.

Brady, M. K., Cronin, J. J., Some new thoughts on conceptualizing perceived service quality : A hierarchical approach, *Journal of Marketing*, Vol. 65, No .3, 2001,

Brady, M. K., Cronin, J. J. & Brand, R. R., Performance-only measurement of service quality: a replication and extension, *Journal of Business Research*, Vol. 55, No. 1, 2002.

Bryan, H. Leisure value systems and recreational specialization: The case of trout fishermen.

- Journal of Leisure Research, Vol. 19, 1977.
- Bojanic, D.C., Consumer Perceptions of Price, Value, Satisfaction in Hotel Industry: An Exploratory Study. *Journal of Hospitality and Leisure Marketing*, Vol.4, No.1, 1996.
- Bolton,R.& Drew,J, A multistage model of customers' assessments of service quality and value, *Journal of Consumer Research*, Vol.17, 1991.
- Boulding, William et, al. A dynamic process model of quality : from expectations to behavioral intentions, *Journeral of marketing research*, Vol. 20, No. 2, 1993.
- Carman, J. M. 'Consumer perceptions of Service quality : An Assessment of the SERVQUAL Dimension' , *Journal of retailing*, Vol. 66, No. 1, 1990.
- Caruana, A., Service loyalty : The effects of service quality and the mediating role of customer satisfaction. *European Journal of Marketing*, Vol. 36, 2002
- Cha, McCleary, Uysal and Jurowski, An Empirical Testing of the push and pull factors of Tourist Motivations *Annals of Tourism Research*, Vol. 21, No. 4, 1994.
- Chen, H. L. Consumer involvement and information search among Adult Chinese Participants in Arts. Festival and Art Museums in New York metropolitan area. Ph. D. thesis, New York University, NY. 2002.
- Cronin, J. J. and S. A. Taylor, Measuring service quality : a reexamination and extension, *Journal of Marketing*, Vol. 56(July), 1992.
- Ching-Fu Chen, Investigating structural relationships between service quality, perceived value, satisfaction, and behavioral intentions for air passengers. *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, Vol. 42. No. 4, 2008.
- Coathup, D. C., Dominant actors in international tourism. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Vol. 11, No. 2/3, 1999.
- Dann, G. M. S., op., cit. 1977; Pizam, A., Newmanm Y. & Reichel, A., Dimension of Tourist Satisfaction with a destination area, *Annals of Tourism Research* Vol. 5, No. 3, 1978.
- David Newsome a, Ross Dowling b &Yu-Fai Leung, The nature and management of geotourism: A case study of two established iconic geotourism destinations, *Tourism Management Perspectives* Vol. 2, No. 3, 2012
- D. A., and J. L. Crompton, Quality, Satisfaction and Behavioral Intentions. *Annals of Tourism R*
the escalation, *Journal of Service Marketing*, Vol. 14, No. 5,2000

- Dabholkar, P. A., Thorpe, D. I., & Rentz, J. O., A measure of service quality for retail stores : scale development and validation. *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol. 24(Winter), 1996.
- Dodds, W.B., & Monroe, K.B., The effect of brand and price information on subjective product evaluations. *Advances in Consumer Research*, Vol. 12, 1985
- Dodds, W.B., K.B. Monroe, and D. Grewal. The effect of price brand and store information on buyers' product evaluation, *Journal of marketing research*, Vol. 28, 1991.
- Dowling, R. K., The emergence of geotourism and geoparks. *Journal of Tourism*, Vol. 9, No. 2, 2008.
- Dowling, R. K. Geotourism's global growth. *Geo heritage*, Vol 3, 2011
- Farsani, N. T., Coelho, C., & Costa, C., Geotourism and geoparks as novel strategies for socio-economic development in rural areas. *International Journal of Tourism Research*, Vol. 13, No. 1, 2011.
- Geva, A. & Goldman, A., Satisfaction Measurement in Guided Tours, *Annals of Tourism Research*, Vol. 18, No. 2, 1991.
- Grönroos, Christian, A service quality and its marketing implication, *European Journal of Marketing*, Vol. 18, No. 4, 1984
- Gray, M., Other nature: Geodiversity and geosystem services. *Environmental Conservation*, Vol. 38, No. 3, 2011.
- Hays, J.M., & Hill, A.V., A preliminary investigation of the relationships between employee motivation/vision, service learning, and perceived service quality. *Journal of Operations Management*, Vol. 25, 2000,
- H.G Gordon and T.L McDougail Consumer satisfaction with service : Putting perceived value into the equation, *Journal of Service Marketing*, 14(5), 2002
- Hellier, P. K., Geursen, G. M., Carr, R. A., & Rickard, J. A., Customer repurchase intention: A general structure equation model," *European Journal of Marketing*, Vol. 37, 2003.
- Hose, T. A., Telling the story of Britain's Stone, *Environmental Interpretation*, Vol. 10, No. 2, 1995
- Hose, T.A., Geotourism, or can tourist become casual rock hounds?, *Geology on your Door-step*, The Geological Society, 1996

- Hose, T. A., Geotourism in Almeria Province. Southeast Spain, *Tourism* Vol 55(3), 2007
- I. Frochot and H. Hughes, HISTOQUAL: The development of historic house assessment scale, *Tourism Management* Vol.21, No.2, 2000.
- Iso-Ahola, S. E. Toward a social psychological theory of tourism motivation: A Rejoinder, *Annals of Tourism Research*, Vol. 9, No. 2, 1982.
- Iwasaki, Y., & Havitz, M. E. A path analytic model of the relationships between involvement, psychological commitment, and loyalty. *Journal of Leisure Research*, Vol. 30. 1998
- James F. Petrick, The roles of quality, value, and satisfaction in predicting cruise passengers' behavioural intentions, *Journal of Travel Research* Vol. 42(May), 2004.
- Jacob, B. B. G., & Ragheb, M. G., *Leisure Satisfaction: Concept, Theory, and Measurement*, Social Psychological Perspectives on Leisure and Recreation. 1980.
- J. F. Petrick and S. J. Backman, An examination of the determinants of golf travellers satisfaction, *Journal of Travel Research* Vol. 40(Feb), 2002.
- J. Gnoth *Tourism Motivation and Formation*, *Annals of Tourism Research*, Vol. 24, 1997.
- J.L. Crompton and L. L. Love, The Predictive Validity of Alternative Approaches to Evaluating Quality of festival, *Journal of Travel Research*, Vol 34, No.1 1995
- J. M. Carman, Customer Perception of service Quality: An assessment of SERVQUAL dimension, *Journal of Retailing*, Vol. 69, No.1, 1990.
- Jones, M. A. and Suh, J., Transaction-specific satisfaction and overall satisfaction: an empirical analysis, *Journal of Service Marketing*, Vol. 14, No. 2, 2000.
- Jones, M., Mothersbaugh, D. L. and Beaty, S. E., The effects of locational convenience on customer repurchase intentions across service types," *Journal of Service Marketing*, Vol. 17, No. 7, 2003.
- Jordan, L. B, Beyond the friendly skies: An integrative framework for managing the air travel experience. *Managing Service Quality*, Vol. 15, No.5, 2005
- J. W. Lounsbury and J. R. Polik, Leisure Needs and Vacation Satisfaction, *Leisure Science*, Vol. 14, 1992.

- Kashyap, R., & Bojanic, D, A structural analysis of value, quality, and price perceptions of business and leisure travellers. *Journal of Travel Research*, Vol. 39, 2002.
- Kommo, I., et al, "The Langkawi Global Geopark: local community's perspectives on public education," *International Journal of Heritage Studies*, Vol. 17, No. 3, p. 261, 2011
- Lapage, W. F., Recreation resource management for visitor satisfaction, *Journal of Park and Recreation Administration*, Vol. 1, No. 2, 1983.
- Lounsbury, J. W. & Polik, J. R., Leisure needs and vacation satisfaction, *Leisure Science*, Vol. 14, No. 2, 1992.
- Madrigal, R. & L. R. Kahle, Predicting vacation activity preferences on the basis of value-system segmentation, *Journal of Travel Research*, Vol. 32, 1994
- Mc Dougall, G.H.G., & Levesque, T. J., Customer satisfaction with services : putting perceived value into the equation. *The Journal of Services Marketing*, Vol. 14(4-5), 2000,
- Muller, T. E. Using personal values to define segments in an international tourism market, *International Marketing Review*, Vol. 8, No. 1, 1991.
- M. Kozak, Comparative analysis of tourist motivations by nationality and destinations, *Tourism Management* Vol. 23, 2002.
- Metin Kozak and Mike Rimmington, Benchmarking: Destination Attractiveness and small Hospitality Business Performance, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Vol. 10, No. 5, 1998.
- Muller, T. E. Using personal values to define segments in an international tourism market, *International Marketing Review*, Vol. 8, No. 1, 1991.
- Naylor, G.& Frank, K.E, The effect of price bundling, on consumer Perceptions of value, *Journal of Service Marketing*, Vol. 15, No. 4, 2001.
- Oliver, R. L., & Swan, J., Equity and disconfirmation perceptions as influences on merchant and product satisfaction. *Journal of Consumer Research*, Vol. 16, 1989.
- Oh, H. Service quality customer satisfaction and customer value, *Hospitality Management*, Vol. 18, 1995.
- Parasuraman, A., & Grewal, D, The impact of technology on the quality- value- loyalty chain: A research agenda, *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol. 28, No. 1, 2000.

- Petrick,J.F, Development of a multi- dimensional scale for measuring the perceived value of a service, *Journal of Leisure Research*, Vol. 34, No. 2, 2002, pp.119-134
- Petrick,J.F, Measuring cruise passengers' perceived value.*Tourism Analysis*, Vol.7, 2002.
- Petrick,J.F.,& Backman,S.J. An examination of golf travelers' satisfaction, perceived value, loyalty, and intentions to revisit. *Tourism Analysis*, Vol.6, 2002.
- Petrick, J. F., and S. J. Backman An Examination of the Construct of Perceived Value for the Prediction of Golf Travelers' Intentions to Revisit. *Journal of Travel Research*, Vol. 41, No. 1, 2002.
- Palacio, A. B, Meneses, G. D. and Perez, P. J. P., The configuration of the university image and its relationship with the satisfaction of students, *Journal of Educational Administration*, Vol. 40, No. 5, 2002.
- Parasuraman,A, Zeithaml,V.A.,& Berry, L. L, SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, Vol. 64, No. 1, 1988,
- Parasuraman, A., and D. Grewal, The Impact of Technology on the Quality-Value-Loyalty Chain: A Research Agenda. *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol. 28 No. 1, 2000.
- Pasumarty, K., Dolinsky, A., & Stinerock, T. on summer behavior and marketing strategy: A multinational study of children's involvement in the purchase of hospitality. *Hospitality Research Journal*, Vol. 19, No. 4, 1996.
- Pauline Sheldon et al. Substantiality in Mature Tourism Destination: The Case of Hawaii", *Tourism Review International*, Vol. 9, 2005.
- Petrick, J. F., and S. J. Backman An Examination of the Construct of Perceived Value for the Prediction of Golf Travelers' Intentions to Revisit. *Journal of Travel Research*, Vol. 41, No. 1, 2002.
- Pritchard, Mark P. Havitz, Mark E. Destination Appraisal: An Analysis of Critical Incidents, *Annals of Tourism Research* Vol. 33, No. 1, 2006.
- R. C. Mill and A. M. Morrison, *The Tourism System* Englewood Cliffs, N. J. : Prentice-Hall) 1985
- R. J. FisherandL.L.Price, International Pleasure Travel Motivation and Post Vacation tourist Cultural Attitude Change, *Journal of Leisure Research*, Vol. 23, No. 3, 1991

- R. N. Cardozo. An Experimental Study of Consumer Effort, Expectation and Satisfaction. *Journal of Marketing Research* No. 2, 1965.
- R. Prentice, Motivation of Heritage Consumer in the Leisure Marketing : An Application of the Manning Hass Demand Hierarchy, *Leisure Science*, Vol. 15, No. 3, 1993.
- Ross, G. F., Destination Evaluation and Vacation Preference, *Annals of Tourism Research*, Vol. 20, 1993.
- Rust, R. T., Anthony, J., and Timothy, K., Return on quality(ROQ): Marking service quality financially accountable. *Journal of Marketing*, Vol. 59, 1995.
- S.E.Iso-Ahola, Toward a Social Psychological Theory of Tourism Motivation, *Annals of Tourism Research*, Vol. 9, No. 2
- Scott A. Cohen, Lifestyle travellers: Backpacking as a Way of Life, *Annals of Tourism Research*, Volume 38, Issue 4, October 2011.
- Sweeney, J., & Soutar, G, Consumer perceived value: The development of a multiple item scale. *Journal of Retailing*, Vol.77, 2001.
- Tam, J.L.M. The Effects of Service Quality, Perceived Value and Customer Satisfaction on Behavioral Intention. *Journal of Hospitality and Leisure Marketing*, Vol.6, No.4, 2000.
- Tian-Cole, J., L. Crompton, and V. L. Willson, An Empirical Investigation of the Relationships between Service Quality, Satisfaction and Behavioral Intentions Among Visitors to a Wildlife Refuge. *Journal of Leisure Research*, Vol. 34, No. 1, 2002.
- Van Raaij W. F. and D. A. Franken, Vacation Decision Activities, and satisfactions, *Annals of Tourism Research*, Vol. 11, No. 1. 1984.
- Zeithaml, V.A., Consumer perceptions of price, quality and value: A means -end model and synthesis of evidence, *Journal of Marketing*, 52(July), 1988.

설 문 지**지질관광동기와 서비스품질이 관광만족과
행동의도에 미치는 영향**

안녕하십니까?

바쁘신 가운데서도 귀중한 시간을 내주셔서 감사드립니다.

이 조사는 지질관광동기와 제주 지질공원의 서비스품질이 관광만족, 관광 후 태도에 미치는 영향을 검증하고자 하는 연구를 위한 것으로 이들 간의 관계는 향후 지질공원의 질적 향상 및 관광자의 만족도를 지속적으로 증가시키기 위한 방안을 제시하기 위한 것입니다.

이 조사의 목적은 전적으로 학위논문을 위한 데이터의 수집에 있으며, 귀하께서 응답하시는 모든 내용은 무기명으로 처리되어 연구용으로만 활용하게 될 것입니다.

귀하의 특정 능력을 평가하기 위한 것이 아니므로 생각하시는 바를 그대로 응답하시면 되고, 본 연구의 결과를 확인을 원하시는 경우에는 연구자에게 연락 주시면 성실히 응답해 드리겠습니다.

귀하와 가정에 행복과 평안을 기원 드립니다.

2012년 8월



지도교수 : 이주형 (경기대학교 관광대학 관광경영학과 교수)
연구자 : 이수진 (경기대학교 일반대학원 관광경영학과 박사과정)
이메일 : rqp1313@naver.com



◎ 귀하가 방문한 관광지에 표시(√)해 주시고, 그 곳을 대상으로 설문 부탁드립니다.

① 한라산 ()	② 성산일출봉 ()	③ 만장굴 ()	④ 천지연폭포 ()
			

I. 대상자 관광행태 특성

- 귀하의 여행형태는 ? ① 개별여행 ② 단체여행
- 귀하께서는 이 곳에 누구와 함께 오셨습니까?
① 혼자 ② 친구 ③ 가족/친지 ④ 회사동료/모임 ⑤ 기타 ()
- 귀하는 이 곳 관광지에 몇 시간 정도 머무셨습니까?
① 1시간 이내 ② 1~2시간 ③ 2~4시간 ④ 4~6시간 이상 ⑤ 6시간 이상
- 귀하께서는 이번 방문을 포함하여 지금까지 제주도에 몇 번 방문하셨습니까?
① 제주거주 ② 처음 ③ 2회 ④ 3회 ⑤ 4회 이상: ()회
- 귀하께서는 이번 방문을 포함하여 지금까지 이 곳 관광지에 몇 번 방문하셨습니까?
① 처음 ② 2회 ③ 3회 ④ 4회 이상: ()회
- 이번 제주도에서의 여행기간은?
① 제주거주 ② 1박 2일 ③ 2박 3일 ④ 3박 4일 ⑤ 4박 5일 이상
- 제주도여행인 경우, 귀하의 1인당 총 여행경비는 대략 얼마입니까? ()만원
- 이 곳 관광지에 관한 정보를 주로 어디서 얻으셨습니까?
① 가이드북 ② 팸플릿·브로슈어 ③ 인터넷 ④ 여행사 ⑤ 친구/친지의 소개 ⑥ 뉴스/신문 ⑦ 기타()

II. 관광지를 방문하게 된 동기는 무엇입니까? 해당번호에 표시(√)해 주십시오.

항 목	매우 그렇지 않다			↔	매우 그렇다		
	①	②	③		④	⑤	⑥
1. 정신적·육체적 휴식을 취하기 위해서	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
2. 활동적인 경험을 하기 위해서	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
3. 특별한 경험을 위해서	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
4. 자연경관을 감상하기 위해서	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
5. 독특한 자연, 지질 자원을 보기 위해서	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
6. 자연을 가까이 느끼기 위해서	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
7. 새로운 것에 대해 알기 위해서	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
8. 어떤 곳인지 알기 위해서	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
9. 지적 호기심을 충족시키기 위해서	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
10. 동반자와 함께 즐거운 시간을 보내기 위해서	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
11. 동반자와 친목을 도모하기 위해서	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
12. 동반자와 소속감을 느끼기 위해서	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦

Ⅲ. 관광지의 서비스 품질에 관한 질문입니다. 해당번호에 표시(√)해 주십시오.

항 목	매우 그렇지 않다			↔	매우 그렇다		
	①	②	③		④	⑤	⑥
1. 자연·지질자원은 볼거리를 제공한다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
2. 자연·지질자원의 독특함이 있다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
3. 자원의 보전이 잘 이루어져 있다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
4. 잘 정돈되고 유지관리 되어 있다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
5. 직원이 예의바르다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
6. 환영하는 느낌이 있다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
7. 직원들이 항상 대기하고 있다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
8. 자원에 충분한 정보를 제공 하고 있다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
9. 자원에 대한 안내문이 설치되어 있다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
10. 자연, 지질자원에 대한 지식을 획득할 수 있다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
11. 배울 것이 많고 교육적이다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
12. 시설을 깨끗하고 청결하게 유지한다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
13. 휴게시설(벤치, 의자, 식수대 등)이 잘 되어 있다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
14. 주차시설은 편리하고 충분히 확보돼있다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
15. 도로표지와 방향표지는 매우 상세하다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
16. 공원 내 식비, 기념품비 등의 가격이 적절하다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
17. 관광객의 편의를 고려했다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
18. 구경하기가 안정적이며, 편리하다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦



IV. 관광만족과 행동의도 관한 질문입니다. 해당번호에 표시(√)해 주십시오.

항 목	매우 그렇지 않다			↔	매우 그렇다		
	①	②	③		④	⑤	⑥
1. 관광지에 대해 <u>전반적으로 만족</u>	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
2. 관광지 <u>환경에 대해 전반적으로 만족</u>	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
3. 관광지 <u>경험에 대해 전반적으로 만족</u>	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
4. 관광지에 <u>다시 방문</u>	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
5. 관광지를 <u>다른 사람들에게 추천</u>	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦

V. 다음은 귀하의 인구통계적 특성입니다. 해당번호에 표시(√)해 주십시오.

- 귀하의 성별은? ① 남 ② 여
- 귀하의 연령은? ① 20대 ② 30대 ③ 40대 ④ 50대 이상
- 귀하의 결혼여부는? ① 미혼 ② 기혼
- 귀하의 학력은? ① 중졸 ② 고졸 ③ 대졸 ④ 대학원 이상
- 귀하의 직업은? ① 전문/관리직 ② 사무직/회사원 ③ 판매/서비스직 ④ 자영업
 ⑤ 농/임/어업 ⑥ 전업주부 ⑦ 대학생 ⑧ 기타()
- 귀하의 가계 월 평균 소득은 어느 정도입니까?
 ① 100만원 이하 ② 100만원 ~ 200만원 미만 ③ 200만원 ~ 300만원 미만
 ④ 300만원 ~ 400만원 미만 ⑤ 400만원 ~ 500만원 미만 ⑥ 500만원 이상

※ 본 설문에 응답해 주셔서 대단히 감사합니다 ※



ABSTRACT

ph. D. Dissertation

Effect of Geo-tourism Motivation & Service Quality on Satisfaction & Behavioral Intention.

: focus on Jeju Global Geopark

Lee, Soo Jin
Dept. of Tourism Management
Graduate School
Kyonggi University

While people are interested in Geo-tourism because of environmental growth paradigm and climatic change all over the world recently, not only studying consideration but also differentiated marketing strategies for product development are necessary.

Therefore, for promoting Jeju geo-tourism industry, it is important to put together the characteristics of tourism activity, demographics characteristic, visitors' psychological traits.

This study is to analyze the relation among geo-tourism motivation and geopark service quality, satisfaction and behavioral intention. Based on this, the ultimate objective is to suggest the future direction for the development and basic industrial guidelines for Jeju global geopark.

Therefore, in order to achieve this purpose, the subjects were selected as the tourists who have visited around the 4 geosites (Mt. Hallasan, Manjanggul, Seongsan Ilchulbong, cheonjiyeon waterfall) in Jeju geopark. The survey was conducted by 761 visitors and 730 copies were used for the final analysis, SPSS 18.0 for Windows and AMOS 18.0 statistical package program were used for the empirical analysis.

First, the verification results of the reliability and validity analysis in the items about geo-tourism motivation extracted 4 attributes; physical activity desire, natural aesthetical desire, educational desire, and sociality desire. Also the verification of the reliability and validity analysis in the items about geopark service quality extracted 5 attributes; nature attractiveness value, staff reliance value, educational information value, facility convenience value, empathy value.

Second, the results of hypothesis verification on the theoretical structure model were analyzed as all 4 factors in geo-tourist's motivations attributes affected a positive influence on tourist's satisfaction and were analyzed as 4 factors in geopark service quality's attributes had a positive influence on tourist's satisfaction. However, it didn't influence empathy value.

Third, In terms of the relation between satisfaction and intention, satisfaction was found to have a positive relation.

In addition, it was to investigate whether there was the difference in geo-tourism motivation and service qualities that tourists felt depending on tourist's characteristics. Also tourist's recognition and perception ranking about the questions on geo-tourism motivation and geopark service quality in Juju geopark were measured by additional analysis.

Therefore, it has to improve education service quality to increase tourist satisfaction. Although it has a high quality with regards to educational resources, the geopark doesn't apply them fairly. To improve education service quality, the geopark will have to develop different levels of educational materials and to sell paid educational materials and seek an easy way to access educational materials on their website and personal smart phones. Also, It have to make the best use of lot's of traditional handed down materials from the olden times which are related to geological features in the geosite. Traditional stories used geological education to protect the natural environment.

It was not easy to make safe and convenient roads because of Jeju's geosite environmentally and ecologically. But it has to implement the reasonable prices of food and beverages and be demanded to be corrected. This study was to suggest the future direction on the development of service quality improvement

Also, Jeju global geopark has to make various events and develop a program which will go through some kind of volcanism like dynamic tourism activities not only one-sided

tourism features.

To attract the satisfaction of tourists based on the results of this study but there are some limitations. Like the following in the course of the study.

First, little or no one has examined the travel behaviors of geo-tourist and thus there is a limited discussion on the basis of travel motivation, service quality and tourist attitudes.

This dissertation fills the gap in the literature and contributes to knowledges of geo-tourist behavior.

Survey period on tourist geosite visit is confined to a certain season, which did not apply to seasonal factors in measuring attractiveness of geo-tourism. It was not total service quality and motivation because only 4 sites were sueveyed.

Lastly, this study was to choose only 4 geosites which have been visited in Jeju geopark, Thus the samples had the limitation in terms of regional distribution.