



저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

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

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.



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

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

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

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

[Disclaimer](#)

2016학년도  
석사학위논문

# 관광유형에 따른 진정성 경험과 만족의 차이

- 제주도 생활형과 올레탐방형 관광객을 대상으로 -

지도교수 : 고 동 완

경기대학교 관광전문대학원

여가관광마케팅 · 리조트개발전공

임 일



# 관광유형에 따른 진정성 경험과 만족의 차이

- 제주도 생활형과 올레탐방형 관광객을 대상으로 -

이 논문을 석사학위논문으로 제출함

2016년 12월 일

경기대학교 관광전문대학원

여가관광마케팅 · 리조트개발전공

임 일

입 일의 석사학위논문을 인준함

심사위원장 嚴瑞浩  
심사위원 韓凡洙  
심사위원 高東完

2016년 12월 일

경기대학교 관광전문대학원

# 목 차

표 차례 .....	iv
논문 개요 .....	v
<b>제 1 장 서 론 .....</b>	<b>1</b>
제 1 절 연구의 배경 및 목적 .....	1
1. 연구 배경 .....	1
2. 연구 목적 .....	3
제 2 절 연구의 범위 및 내용 .....	4
1. 연구 범위 .....	4
2. 연구 내용 .....	4
<b>제 2 장 이론적 배경 .....</b>	<b>6</b>
제 1 절 관광현상과 행태의 변화 .....	6
1. 관광의 포스트모더니즘 현상 .....	6
2. 제주도 관광현상과 행태의 변화 .....	8
제 2 절 관광경험의 개념과 구성 .....	10
1. 관광경험의 개념 .....	10
2. 관광경험의 구성요인 .....	13

제 3 절 관광의 진정성 개념과 구성 .....	16
1. 관광의 진정성 개념 .....	16
2. 진정성의 구성 .....	20
제 4 절 관광만족과 추천의도 .....	23
1. 관광만족의 개념 .....	23
2. 관광만족의 측정 .....	27
3. 추천의도 .....	29
<b>제 3 장 연구방법 .....</b>	<b>32</b>
제 1 절 연구문제 .....	32
제 2 절 설문지 설계 .....	34
제 3 절 자료수집 및 분석방법 .....	37
1. 자료수집 .....	37
2. 분석방법 .....	39
<b>제 4 장 결과 및 고찰 .....</b>	<b>40</b>
제 1 절 응답자의 특성 .....	40
1. 인구통계학적 특성 .....	40
2. 관광행태적 특성 .....	44
제 2 절 관광유형별 진정성 경험과 만족의 차이 .....	47
1. 진정성 경험의 차이 .....	47
2. 관광유형별 만족과 추천의도의 차이 .....	54
3. 종합논의 .....	59

제 5 장 결론 .....	62
제 1 절 연구의 요약 .....	62
제 2 절 결론 및 시사점 .....	65
참고문헌 .....	69
부록(설문지) .....	79
Abstract .....	84

## 표 차 례

<표 2-1> 제주도 주요관광지 연차별 방문객 수 .....	9
<표 2-2> 관광경험의 개념 .....	12
<표 2-3> 관광경험의 구성요인 .....	14
<표 2-4> 관광의 진정성에 대한 논의 .....	19
<표 2-5> 관광만족의 개념 .....	25
<표 2-6> 관광만족 측정항목 .....	29
<표 2-7> 추천의도의 개념 .....	31
<표 3-1> 설문지의 문항추출 .....	35
<표 3-2> 설문조사 자료수집 개요 .....	38
<표 4-1> 응답자의 인구통계학적 특성 .....	42
<표 4-2> 응답자의 제주도 관광행태 특성 .....	45
<표 4-3> 객관적 진정성 경험의 차이 .....	48
<표 4-4> 구성적 진정성 경험의 차이 .....	50
<표 4-5> 실존적 진정성 경험의 차이 .....	52
<표 4-6> 관광유형별 관광만족 차이 .....	55
<표 4-7> 관광유형별 추천의도 차이 .....	58



## 논문개요

본 연구는 제주도를 방문하는 관광객 중에서 생활형 관광객과 올레탐방형 관광객이 추구하는 진정성 관광경험에 대해서 집단 간의 차이가 있는가라는 문제제기에서 시작하였다. 이를 위해 제주도라는 특정한 관광목적지에서 진정성 관광활동을 추구하는 관광객을 관광활동 유형에 따라서 2개의 그룹으로 구분하여 각각의 집단별로 진정성 관광경험을 구성하는 세부적인 측정항목에 대하여 집단 간의 차이를 검증하고 있다.

본 연구의 구체적인 목적은 다음과 같다. 첫째, 올레탐방형과 생활형 관광유형에 따라 각각의 집단 간 인구통계학적 및 관광행태적 특성의 차이를 파악한다. 둘째, 진정성 관광경험을 구성하고 있는 각각의 측정항목에 차이가 있는지를 검증한다. 이러한 진정성 관광경험의 구성항목에 대해서 집단 간 차이분석은 각각의 집단이 추구하는 관광객의 인식과 태도에 차이가 있는지를 파악하기 위함이다.

연구문제를 검증하기 위해 설문조사는 두 개의 집단(생활형, 올레탐방형)을 대상으로 확보된 총 325부의 설문지 중 300부(생활형 126, 올레탐방형 174)를 분석에 활용하였다. 분석방법으로는 SPSS를 이용하여 빈도분석과 교차분석을 통해 집단별 차이를 살펴보고 있으며, 진정성 관광경험과 관광만족, 추천의도는 t-Test를 통해 차이를 검증하고 있다.

도출된 분석결과를 요약하면 다음과 같다. 첫째, 인구통계학적 특성에서는 성별을 제외한 모든 측정항목에서 집단 간에 차이를 나타내고 있는 것을 확인할 수 있다. 특히, 연령과 직업에서 집단 간에 뚜렷한 차이를 나타내고 있는데, 연령에서는 생활형의 경우 40대 이상의 비율(30.7%), 올레탐방형에서는 40세 이하의 비율(34.3%)이 상대적으로 높아 확연히 구분되고 있다. 직업에서는 학생(올레탐방형 20.3%)과 주부(생활형 11.7%)에서 집단 간에 뚜렷한 차이를 나타내고 있는 것을 알 수 있다. 이러한 분석결과를 통해 제주도에서의 관광활동에서 집단 간에 차이가 있음을 추측해 볼 수 있다.

둘째, 관광행태 특성과 관련하여서 제주도 방문횟수에서는 생활형과 올레탐방형 집단 간에 차이가 없는 것으로 나타났지만, 방문이유, 동행여부, 체류일정, 평균지출 비용에서는 생활형과 올레탐방형 집단 간에 뚜렷한 차이를 확인할 수 있다. 특히, 생활형 집단의 경우 체류일정과 평균지출 비용 등에서 올레탐방형 집단에 비해 확연히 다른 결과를 보여주고 있는데, 이러한 결과는 인구통계학적 특성에서 연령대와 직업과 관계가 있는 것으로 유추해 볼 수 있다.

셋째, 진정성 경험과 관광만족의 차이를 분석한 결과에서는 진정성 경험을 구성하고 있는 3개의 요인(객관적, 구성적, 실존적 진정성)과 관광만족에서 두 집단 간에 차이를 나타내고 있는 것을 확인할 수 있다. 이러한 차이를 나타내는 측정항목의 키워드를 추출해 보면, 생활형 집단에서는 제주도의 역사, 문화, 제주도의 고유한 전통, 지역주민의 삶 등 과거 이래로 지역사회가 형성된 이후 주민들의 생활과 관련된 내용이 일관되게 높은 평균치를 나타내고 있으며, 올레탐방형 집단에서는 제주도의 풍경과 문화, 평화로운 분위기, 제주도의 자연경관의 아름다움 등이 일관되게 높은 평균치를 나타내고 있는 것을 확인할 수 있다.

도출된 분석결과를 바탕으로 다음과 같은 시사점을 제시할 수 있다. 첫째, 본 연구의 결과 생활형 집단이 올레탐방형 집단에 비해 상대적으로 낮은 평균치를 나타내고 있는 이유는 그들의 관광활동이 본질적으로 지역사회 구성원인 지역주민과의 관계형성이 이루어지지 못하기 때문에 올레탐방형 집단에 비해 상대적으로 낮은 평균치를 나타내고 있는 것으로 추측해 볼 수 있다. 둘째, 관광만족과 추천의도에서 올레탐방형 집단이 생활형 집단에 비해 상대적으로 높은 평균치를 보여주고 있는데, 이러한 결과는 제주도의 올레길이라는 특정 관광지가 가지고 있는 자연의 아름다움, 올레길 주변의 이국적인 제주도의 풍광 등이 자신이 추구하고자 하는 진정성 경험의 사색과 체험, 삶의 의미를 찾고자 하는 자아성찰과 같은 자기성취의 관점에서 생활형 집단에 비해 올레탐방형 관광객이 상대적으로 충분한 관광경험을 느꼈던 것으로 추측해 볼 수 있다. 그리고 이러한 결과는 기존에 연구되었던 다수의 선행연구 결과에 부합하는 결과를 도출하고 있다.

# 제 1 장 서 론

## 제 1 절 연구의 배경 및 목적

### 1. 연구 배경

현대사회는 복잡성과 경쟁심화로 인해 극심한 스트레스 증가와 더불어 여가 기회의 확대로 건강한 삶의 질에 대한 욕구 등이 증대됨에 따라 도시민이 웰빙(well-being)에 대한 관심이 증가하고 있다. 특히, 제주 올레로 대표되는 도보여행은 길을 따라 역사·문화자원이나 자연, 생태자원 등의 매력물을 감상하고, 체험하면서 시간적 여유를 즐기려는(최화열·박연옥·윤병국, 2015)형태가 도시민의 힐링(healing)을 추구하는 트렌드와 부합하면서 전국적으로 급부상하고 있다. 최근에는 관광에서도 단순히 관광목적지를 방문하는 소극적인 관광행태에서 자신이 방문하는 관광목적지에서 지역주민들과 생활하면서, 체험하고 경험하는 생활형의 진정성 관광행태가 대두되고 있다(남윤희·엄서호, 2016). 이러한 관광행태에 대해서 엄서호(2013)는 1박 이상 현지인 되기 체험을 ‘쇼트스태이(short-stay)’ 또는 생활여행이라고 하면서, 이러한 생활여행은 무엇보다 현지 주민과의 교류가 핵심으로 만족을 넘어서 치유가 가능하다고 언급하고 있다. 이처럼 일상적인 삶의 패턴으로부터 벗어나 관광목적지에서의 문화적 새로움 등을 경험하는 관광행태와 관련하여 관광지의 매력을 인식하거나 관광지의 선호도를 결정하는데 중요한 역할을 하고 있는 것으로 밝혀지고 있다(Huang, 2010; Jang & Feng, 2007). 이러한 관광목적지에서 새로움을 추구하는 관광객의 관광행태의 변화는 단순히 보고 즐기는 공간으로서 관광목적지를 바라보는 것이 아니라 사색과 체험, 그리고 일상적인 삶의 공간으로 진정한 관광을 추구하는 관광객의 적극적인 성향이 반영된 결과라고 할 수 있다.

관광은 탈일상성을 전제로 한다는 전통적인 관광사회학적 관점에서 정의되

어 왔으며(고동완, 2012), 이러한 관점에서 관광공간과 생활공간을 별개의 공간으로 구분되어져 왔다. 그렇지만 점차로 복잡해지고 고도화되어가는 사회현상과 맞물려 오늘날의 관광은 일상에서의 탈출을 통한 특별한 체험과 경험이 아닌 휴식과 정신적 치유를 추구하는 내면적 성숙을 추구하는 일상적 삶의 연장선상에서 ‘관광의 일상화와 일상의 관광화’(고동완, 2012)가 나타나고 있다.

이처럼 오늘날의 관광은 관광목적지에서 단순히 즐거움을 추구하던 경향에서 진정한 자아 발견이나 인간관계의 회복을 통한 진정성이라는 새로운 의미를 추구하는 경향으로 변화하는 자기성취의 관점을 반영하고 있다(남윤희·엄서호, 2016; 최정자, 2014; Willmott & Nelson, 2003; Yeoman, Brass, & McMahon-Beattie, 2007). 진정성 관광이란 다른 사회의 문화를 존중하면서 직접적인 체험을 통해 교감을 하고 싶어 하는(이웅규·김은희, 2015) 즉, 관광객들이 관광활동을 통해서 인간관계의 진정성에 비중을 두고 현지인들과 같이 호흡하며, 진정한 자아를 경험하고, 사회적 유대관계를 경험하는 문화화 과정을 의미한다(변찬복·조선배, 2010). 그리고 이러한 진정성이 가미된 관광을 경험하는 관광객은 자신이 방문한 관광목적지에 대해서 높은 만족도를 나타내고 있는 것을 확인할 수 있다(박은경·조문수·최병길, 2014; 변찬복, 2011; 최정자, 2013).

우리나라의 대표적인 관광지인 제주도는 1960년대 이후부터 관광개발사업이 시작되어 현재에 이르기까지 다양한 볼거리, 먹거리, 즐길 거리를 제공하여 내·외국인 관광객이 폭발적으로 증가하고 있다(이진희, 2011). 아름다운 자연환경뿐만 아니라 제주를 대표하는 관광지로써 1970년대부터 개발된 중문관광단지과 2007년부터 개발되기 시작한 제주 올레는 세계적 관광 트렌드 변화에 적합한 관광지로 제주 관광객 증가에 직접적인 영향을 미치고 있다. 특히 제주 올레는 단순히 시설관광지의 관람위주에서 탈피하여 제주 고유한 자연을 느끼며 체험을 제공함으로써 제주 관광의 매력과 경쟁력을 높이는 중요한 역할을 하고 있다(강성일·이계희, 2011).

관광분야에서 진정성 개념이 도입된 이후(Boorstin, 1964; MacCannell, 1973, 1976; Trilling, 1972) 관광객의 행동을 이해하려는 다양한 연구가 이루어지고 있

다. 그럼에도 불구하고, 이러한 연구들은 관광경험으로써의 진정성만을 다루고 있기 때문에 관광목적지에서 진정성 있는 관광이 일반적인 대중관광에 비해 어느 정도의 영향이 있는지를 비교하고 있는 연구는 강성일·이계희(2011)의 연구를 제외하면 매우 미흡한 실정이다. 이에 본 연구에서는 제주도를 방문하는 관광객 중에서 두 개의 집단(생활형, 올레탐방형)을 대상으로 진정성 경험과 관광만족, 추천의도에 대해서 집단 간 비교를 통해 차이를 비교하고 있다.

## 2. 연구 목적

관광에서의 진정성 경험은 다수의 연구에서 관광객의 행동을 이해하려는 연구가 진행되었으며, 이러한 연구들은 관광객이 방문하는 관광목적지에서의 경험을 바탕으로 관광만족과 재방문에 긍정적 영향을 미치는 것으로 연구되고 있다. 그러나 이러한 연구들은 진정성 관광경험을 추구하는 관광객을 대상으로 영향관계를 언급하고 있지만, 관광유형별로 집단 간의 차이는 언급하고 있지 않다. 이에 본 연구에서는 제주도를 방문하는 관광객 중에서 생활형 관광객과 올레탐방형 관광객이 추구하는 진정성 관광경험에 대해서 집단 간의 차이가 있는가라는 문제제기에서 시작하였다.

본 연구는 제주도를 조사대상지로 설정하고, 관광유형에 따라 관광객 집단을 구분하고, 각각의 집단별로 경험하는 관광경험과 관광만족, 그리고 추천의도에 대해서 집단 간 차이를 검증하고 있다. 본 연구의 구체적인 목적은 다음과 같다.

첫째, 올레탐방형과 생활형 관광유형에 따라 각각의 집단 간 인구통계학적 및 관광행태적 특성의 차이를 파악한다.

둘째, 진정성 관광경험을 구성하고 있는 각각의 측정항목에 차이가 있는지를 검증한다. 이러한 진정성 관광경험의 구성항목에 대해서 집단 간 차이분석은 각각의 집단이 추구하는 관광객의 인식과 태도에 차이가 있는지를 파악하기 위함이다.

## 제 2 절 연구의 범위 및 내용

### 1. 연구 범위

본 연구는 제주도를 방문한 관광객을 올레탐방형과 생활형이라는 관광활동 유형별로 집단을 구분하고 진정성 관광경험의 차이를 검증하고 있다. 이를 위해 본 연구에서는 제주도 방문 관광객을 생활형 관광객과 올레탐방형 관광객으로 구분하여 연구를 진행하였다.

본 연구를 진행하기 위한 공간적 범위를 설정하였는데, 생활형 관광객을 대상으로 한 대상지역의 선정은 서귀포시를 중심으로, 올레탐방형 관광객의 경우 현재 제주도에 조성되어 있는 총 21개의 올레코스 중에서 제주도를 4분위로 구분하여 각각의 분위별로 한곳씩 총 4개의 올레코스(2, 7, 15, 18코스)를 대상으로 선정하였다.

연구의 시간적 범위로는 본 연구문제를 논의하기 위해 연구문제를 선정한 시점부터 제주도 관광객의 조사가 완료되는 시점까지 설정하였다. 시간적 범위 가운데 연구 수행범위는 실제로 설문조사가 실시되는 기간을 의미한다. 제주도 관광객을 대상으로 설문조사는 2016년 8월 3일부터 9월 12일까지 약 40일에 걸쳐 실시하였다.

### 2. 연구 내용

본 연구는 제주도 방문 관광객을 진정성 관광활동 추구특성에 따라서 두 개의 집단으로 구분하여 집단 간 차이를 검증하고 있으며, 이를 위해 문헌연구와 실증연구를 병행하여 수행하였다. 문헌연구에서는 국내·외 연구논문과 도서, 간행물 등을 검토하여 관광행태의 변화, 관광경험, 진정성 관광, 관광만족 및 추천의도와 관련된 개념 정의에서부터 구성과 형태, 측정척도 등을 선행연구고찰을 통하여 이론적 토대를 구성하고 있다. 이러한 선행연구에서 고찰한

내용을 토대로 설문지를 작성하고, 구체적인 실증분석을 위해 대상지 설정 등의 연구 설계를 진행하였다.

본 연구에서는 진정성 관광경험에서 집단 간에 차이가 있을 것이라는 문제를 제기하고 있는데, 이를 위해 본 연구에서는 제주도 방문 관광객이 추구하는 관광경험에 따라서 생활형 집단과 올레탐방형 집단으로 구분하고 각각의 집단이 추구하는 관광경험에는 어떠한 차이가 있는지를 통계패키지 프로그램인 SPSS를 이용하여 t-Test를 실시하였다. 이러한 집단 간의 차이는 관광경험을 구성하는 3개의 요인(객관적, 구성적, 실존적 진정성)과 관광만족, 그리고 추천의도를 구성하는 각각의 측정항목별로 집단 간의 관광경험에 따른 인식과 태도의 차이를 확인하고 있다.

이처럼 본 연구에서 제기하고 있는 문제에 대해서 이론 및 선행연구 고찰과 설문지 설계에 따른 집단 간의 차이검정 결과는 향후 관광경험과 관광만족, 추천의도와와의 관계를 다루는 연구에 이론적, 방법론적 및 실무적 측면에서 시사점을 제공할 수 있을 것이다.



## 제 2 장 이론적 배경

### 제 1 절 관광현상과 행태의 변화

#### 1. 관광의 포스트모더니즘 현상

1960년대 후반에 이르러 관광이 거대산업으로 성장한 이후로 대량관광 혹은 대중관광이 관광지의 자연환경과 문화에 미치는 부정적 결과에 대해 비판이 제기되기 시작하면서(Greenwood & Smith, 1989; Mathieson & Wall, 1982; 인태정, 2010), 이후 관광은 개발지향적이고 경제지향적인 자연정복적 패러다임이 점차 환경중심, 생태중심으로 변화되면서 지속가능성을 강조하는 대안적 성격의 관광형태가 출현하기 시작하였다(강성일·이계희, 2011), 이러한 지역의 특성적인 자원과 교류에 기초한 지역형 관광형태로의 변화는 하나의 흐름이 되어 ‘새로운 관광(new tourism)’이라는 패러다임을 형성하게 되었다.

뉴 투어리즘이라는 관광 패러다임 하에서의 관광은 공급측면에서 관광공간이 단순히 보고 즐기는 공간보다는 사색의 공간, 체험의 공간으로 변화되는 것을 의미하며, 수요측면에서는 교통, 통신기술과 과학기술의 혁신적 변화와 맞물려 관광시장의 세분화, 다양화되는 등(인태정, 2010) 관광객들의 추구편익이 소극적 성향에서 적극적 성향으로의 변화함을 의미한다(강성일·이계희, 2011). 이러한 새로운 형태의 관광은 획일적이고 균일화된 기존의 관광에서 벗어나 관광객 개인의 다양한 욕구를 충족시켜 주는 활동을 중시하고 있으며, 방문 목적지의 문화적 정체성이나 진정성을 체험하고 이해할 수 있는 활동에 대한 욕구가 반영되고 있다(강숙영, 2015)

대중관광에 반하는 이러한 대안관광의 등장은 포스트모더니즘(post-modernism)이라는 시대의 흐름에 따라 관광과 상이한 행동과의 결합을 통해 새로운 관광유형의 탄생을 가져오며(오정준, 2004; Mowforth & Munt, 1998),



이러한 결과로서 생태관광, 문화관광, 유산관광, 체험관광, 농촌관광, 도시관광 형태로 발전하는 지역형 관광이며, 이는 곧 지역이 갖고 있는 대표적인 자원과 조직을 기초로, 호스트와 게스트의 상호적인 관계를 통해 관광객과 지역주민이 함께 만족하고, 관광과 지역이 함께 발전하는 지속적인 발전을 도모해 나가는 것을 의미한다(박구원, 2015). 또한, Mowforth & Munt(1998)는 이러한 현상을 ‘새로운 관광용어의 A에서 Z까지(an A to Z of new tourism terminology)’라고 명명하고 있다(오정준, 2004).

관광분야에서 포스트 모더니즘적 특징은 수요자인 관광객의 기호와 취향을 고려하여 관광의 다변화를 초래하는 관광 상품의 유연적 공급이 있다(Munt, 1994; 오정준, 2004). 이는 관광지과 관광자원이 매우 제한적이고, 관광객의 행동 또한 즐거움과 오락에 치중하는 단순히 보는 관광에서 관광에 교육적, 학구적, 과학적 측면 등과 같은 지적인 측면이 강조되고 있으며(Munt, 1994), 관광객이 지역사회와 교류하면서 체류하기를 원하고, 그들의 살아 숨 쉬는 문화를 향유하고 싶어 한다(오정준, 2004).

포스트모더니즘 관광에서는 관광객과 지역주민 간의 교류를 통해 양자 간의 구분이 모호해지는 특징을 보여주고 있으며, 관광행위가 사회전반을 반영하고 투영하는 하나의 표상으로 모든 사회적 행위가 가능한 일상적 장소에 관광지가 입지하게 되고, 다양한 활동이 수반되는 모든 장소가 관광지화 되어가는 경향이 나타날 수 있으며, 이는 곧 관광공간의 확산을 의미한다. 이러한 포스트모더니즘에서는 관광이 일상화되고 체류형 관광이 증가함에 따라 양적인 관광에서 질적인 관광의 형태로 빠르게 전환되고 있으며, 현대관광이 추구하는 질적인 관광은 물질적인 풍요로움을 토대로 심적인 여유와 풍요를 추구하는 것에 있다. 따라서 특성적인 자원이나 시설보다는 심적인 여유와 감동을 느낄 수 있는 환경의 질, 상품의 질, 소통의 질을 높이는 것이 매우 중요하다(박구원, 2015).

## 2. 제주도 관광현상과 행태의 변화

포스트 모더니즘적인 관광현상을 제주도의 관광현상에 투영해보면, 제주도 관광은 어느 정도 대중관광의 양상에서 탈피하는 양상이 보이고 있다고 할 수 있다. 이는 먼저 여행행태별 변화에서 관찰이 가능하다. 2000년에는 일반단체 관광이 15.2%를 차지하고 있었지만, 2014년에는 4.1%로 큰 폭으로 감소하고 있는 반면에 개별 관광객의 비율은 약 60%에서 2014년 현재는 93.5%로 크게 상승하였다(오정준, 2004; 제주관광공사, 2015; 제주발전연구원, 2001). 이러한 관광양상은 점진적 변화를 보여주는 지표라고 할 수 있다.

제주관광공사(2015)에서 발간한 제주 방문관광객 실태조사에 의하면 2014년 현재 제주지역을 방문한 관광객은 내국인 895만 명, 외국인 333만 명 등 총 1,227만 명이며, 이러한 제주도 방문객 수는 연평균 14.4%로 급성장세를 나타내고 있다. 그럼에도 불구하고 제주도 관광은 고부가가치 관광으로서의 끊임 없는 전환을 시도함에도 불구하고, 제주의 역사와 문화적 정체성을 체험하고 즐기는데 한계를 나타내고 있다(한라일보, 2015). 그렇지만 최근 제주도에서 일어나고 있는 ‘현지인처럼 살아보기 체험’이나 ‘올레탐방형’ 등과 같은 생활형 관광이 나타나기 시작하면서 종래의 단순 관람위주의 관광행태에서 점차적으로 탈피하고 있는 것으로 보인다. 이러한 제주도를 방문한 관광객의 관광행태에 대해서 제주도를 대표하는 대중관광지의 관광객 현황을 파악해보면 관광에서의 포스트 모더니즘적 현상을 어렵잖이나마 살펴볼 수 있다.

제주도의 대중 관광지의 경우 한라산 국립공원, 성산일출봉 등의 자연형 관광지와 제주 목관아지, 삼성혈 등의 인문사회형 관광지, 여미지 식물원, 테디베어 박물관 등으로 대표되는 시설형 관광지로 구분해 볼 수 있다. 제주도에서 관광지 통계를 작성하고 있는 내용을 토대로(제주도 통계연보, 2015)를 통해 2010년과 2014년도 사이에 제주시와 서귀포시에서 관광지 통계를 작성하고 있는 총 40개의 관광지 방문객 현황을 살펴보면 제주도에서 대중관광의 침체와 대안관광의 성장을 확인할 수 있다.

통계연보에 따르면, 휴식/휴양을 추구하려는 관광객의 행태로 인해 자연형 관광지를 구성하고 있는 한라산 국립공원, 성산일출봉, 비자림 등의 방문객은 점차적으로 증가하고 있는 것을 알 수 있으며, 지역사회의 역사·문화적 특성을 알 수 있는 인문사회형 관광지는 비슷한 현상을 유지하고 있고 인위적으로 조성해 놓은 여미지 식물원, 테디베어 박물관, 소인국 테마파크 등의 시설형 관광지는 큰 폭으로 관광객이 감소하고 있는 것을 확인할 수 있다.

<표 2-1>은 제주도 입도 관광객 수와 주요 관광지를 방문한 관광객 수를 나타내고 있다. 2014년에 제주도에 입도한 총 1,227만 명의 관광객 중에서 통계를 내고 있는 관광지(40곳)에 약 1,523만 명이 방문한 것으로 나타나고 있는데, 이는 2010년도에 757만 명의 입도 관광객이 40곳의 관광지에 1,859만 명이 방문한 것과 비교한다면, 상당수의 제주도 방문객은 기존 관광지와는 다른 새로운 관광지를 방문하고 있다는 것을 유추해 볼 수 있다. 이러한 결과는 결국 새로운 관광지와 장소에 대한 방문이 활성화되고 있다는 것을 의미하며, 이는 최근에 부각된 생태, 문화, 체험, 농촌관광 등의 대안적 관광행태를 통해 설명될 수 있을 것이다.

<표 2-1> 제주도 주요 관광지 연차별 방문객 수

(단위: 명)

연도	관광지 방문객 수	입도 관광객 수
2010	18,592,323	7,578,301
2011	19,708,449	8,740,976
2012	18,379,127	9,691,703
2013	15,187,152	10,851,265
2014	15,253,285	12,273,917

자료: 제주관광공사(2016). 2015 제주도 통계연보를 바탕으로 연구자 재구성

기존의 관광은 관광객이 특이한 장소를 방문하는 것 자체로 만족하였다면, 생활형 관광은 관광객이 방문한 장소를 느끼고, 경험하는 것이다(남윤희·엄서

호, 2016). 즉, 지역의 삶과 문화가 관광객을 유인하는 강력한 매력의 원천이 되어 관광객으로 하여금 특정 목적지를 찾아가게 하고, 관광과 특정한 지역이 유기적으로 기능하면서 지역 전체가 창조적인 형태로 발전해가는(박구원, 2015) 선순환적인 구조를 가진다. 따라서 제주도에서 현재 나타나고 있는 생활 관광, 혹은 현지 체험관광은 제주도를 새롭게 바라보는 시각과 체험경험을 통해 제주도의 환경에 대한 새로운 시각과 장소애착을 높이는 역할을 할 것이다.

## 제 2 절 관광경험의 개념과 구성

### 1. 관광경험의 개념

관광경험(tourist experience)은 관광객의 필요와 욕구, 동기를 실현하는 과정일 뿐만 아니라 관광경험을 통하여 만족, 재방문, 충성도 등의 후속평가와 태도를 결정하는 매우 중요하고 본질적인 체험이다(김소은, 2013; 박유진, 2002; 최종률·김철원, 2012). 또한 비일상성의 특징을 바탕으로 관광목적지에서 관광객이 체험하는 일상생활에서와는 다른 독특한 경험을 지칭한다(여영숙, 2011). Graefe & Vaske(1987)는 관광경험을 관광객이 갖게 되는 경험의 절정으로 그들이 방문한 관광목적지에서 보내는 시간 동안 형성된다고 정의하고 있다(Page, Brunt, Busby & Connell, 2001 p.412 재인용).

관광학에서 관광경험이 다루어지기 시작한 것은 1990년대 들어서면서 관광경험이 관광동기와 다를 것이라는 전제를 바탕으로 관광경험의 내용자체가 무엇인가라는 심리적인 차원에서 연구가 이루어지기 시작하였다(고동우 외, 2009: 449-450에서 재인용). 이러한 관광경험은 관광목적지에서의 관광서비스 환경과의 상호작용에 초점을 두는지, 아니면 관광객의 사회 심리학적인 조건인 주관적 인식에 초점을 두느냐에 따라서 달라지는데(김소은, 2013), 왜냐하면 관광경험은 개인의 감정적이며 시간에 따른 만족도의 가변성 성향이 높다는 특징을 가지고 있기 때문에 관광객들의 감정적 관여(emotional

involvement)가 중요하며(Ryan, 2000), 비교적 장시간 동안 관광목적지에서의 장소와 사람들과의 상호 작용에 의해 진행된 결과물이기 때문이다(Page et al., 2001).

이러한 관광경험과 관련한 국내·외 선행연구를 통한 개념정의를 살펴보면, 상호작용의 관점에서 Graburn(1989)은 일상생활을 벗어나 일시적 경험을 한 후 다시 일상으로 되돌아오는 것으로써 일시성과 시간을 강조하고 있으며, Wearing & Wearing(1996)은 관광객이 일상으로부터 벗어난 공간에서 개별 경험 및 상호작용을 하는 것이라고 주장하고 있다(최종률, 2012). Ryan(2003)은 개인이 관광을 통하여 학습하거나 즐기는 다양한 활동을 관광경험이라고 언급하고 있으며, Jennings & Weiler(2006)는 다양한 환경 및 맥락들과 연계되어 관광의 다른 참여자들과 관광공급자, 그리고 지역주민 등과의 상호작용을 주고받으며 일어나는 복합적인 것이라고 언급하고 있다. 박석희(2005)는 관광 중에 행해지는 모든 활동은 그 자체가 하나의 경험이므로 모든 관광활동을 관광경험이라고 언급하고 있다. 이처럼 관광목적지 환경과의 상호작용적 관점에서 관광경험을 바라본 연구의 특징은 관광경험이 일상생활에서의 탈피라는 것을 전제로 하고 있는 것을 알 수 있다.

한편, 사회 심리학적인 주관적 인식에 초점을 둔 연구로써 Quan & Wang(2004)은 일상생활에서의 경험과는 다른 관광을 통해 관광객들이 자유로움, 신기하고 독특한 체험과 경험을 관광경험이라고 언급하고 있으며, 고동우(1998)는 개인이 관광활동을 하는 동안 지각하는 인지적 판단과 감정적 느낌, 그리고 그에 따른 행동적 반응 등의 심리적 반응이라고 정의하고 있다. 이동훈(1999)은 관광행동을 하는 인간의 욕구에 부응하기 위한 일련의 과정을 통해 맛보게 되는 경험 또는 관광을 하는 동안 접하게 되는 유·무형적 심리 반응이며, 박유진(2002)은 재방문과 같은 후속 평가과정을 이해하는 중요한 변수로써 관광욕구와 관광동기를 실현하는 일련의 심리적 과정에 따른 반응으로 관광경험을 정의하고 있다. 김채욱·송운강(2009)은 관광객이 목적지에서 체류하는 과정에서 관광객체의 감상, 다양한 문화현상의 관찰과 참여를 통해서 유

발된 정보, 지식, 감정이라고 정의하고 있다. 이상과 같이 주관적 인식에 바탕을 둔 관광경험은 관광지에서의 관광객의 주관적인 경험과 느낌에 초점을 맞추고 있다는 것을 알 수 있다. <표 2-2>은 관광경험에 대한 연구자의 개념을 정리한 것이다.

<표 2-2> 관광경험의 개념

구분	연구자	개념
상호작용 관점	Graburn(1989)	일상생활을 벗어나 일시적 경험을 한 후 다시 일상으로 되돌아오는 것
	Wearing & Wearing(1996)	일상으로부터 벗어난 공간에서 개별 경험 및 상호작용을 하는 것
	Ryan(2002)	개인이 관광을 통하여 학습하거나 즐기는 다양한 활동을 관광경험
	Jennings & weiler(2005)	다양한 환경 및 맥락들과 연계되어 관광의 다른 참여자들과 관광공급자, 그리고 지역주민 등과의 상호작용을 주고받으며 일어나는 복합적인 것
	박석희(2005)	관광 중에 행해지는 모든 활동은 그 자체가 하나의 경험이므로 모든 관광활동 그 자체
주관적 인식 관점	고동우(1998, 2000)	개인이 관광활동을 하는 동안 지각하는 인지적 판단과 감정적 느낌, 그리고 그에 따른 행동적 반응 등의 심리적 반응
	이동훈(1999)	관광을 하는 동안 인간의 욕구에 부응하기 위한 일련의 과정을 통해 맞보게 되는 경험 또는 유·무형적 심리적 반응
	박유진(2002)	관광욕구와 관광동기를 실현하는 일련의 심리적 과정에 따른 반응
	Quan & Wang(2004)	관광을 통해 관광객들이 자유로움, 신기하고 독특한 체험과 경험
	김채욱·송운강(2009)	관광객이 목적지에서 체류하는 과정에서 관광객체의 감상, 문화현상의 관찰과 참여를 통해서 유발된 정보, 지식, 감정

주) 기존 선행연구를 토대로 연구자 재구성

이상과 같이 관광경험에 대한 견해는 상호작용의 관점에서 보느냐, 주관적 인식의 관점에서 보느냐에 따라 연구자 간에 다소 차이가 있지만, 공통적으로 특정 관광목적지에서의 개인이 환경과의 끊임없는 상호작용을 통해(윤혜진, 2010) 개인이 지각하는 심리적 반응이라고 할 수 있다. 이러한 관광객 개인의 지각된 심리적 반응은 우연히 만난 사건이나 상황적 특성에 의해 관광경험의 질이나 느낌이 변화될 수도 있고, 이는 곧 개인의 심리적 경험의 변화 즉, 우연히 마주치게 되는 사건이나 상황에 의해 감성과 인식에 변화를 줄 수 있다는 것뿐만 아니라 우리가 미리 기대한 것을 경험하는 것보다 예기치 않게 우리를 감동시키는 경험을 할 때 더 큰 만족을 느낄 수 있음을 의미한다.

이처럼 개인의 경험을 강조하는 관광경험은 관광목적지에서의 새로운 문화적 다양성 등을 경험하는 관광행태의 변화로 관광목적지에서 단순한 호기심을 해소하는 것이 아닌 지역주민과의 접촉, 타문화와의 교류에 대한 욕구로 나타나는 경험적 관광이라는(변찬복, 2011; Smith, 2006) 진정성 있는 관광경험을 추구하고 있다.

## 2. 관광경험의 구성요인

관광경험은 관광객들의 개인적인 감정적 관여가 매우 중요한데(Ryan, 2002), 이는 관광경험이 관광객 개인의 주관적 인식과 관광목적지의 이미지와 주변 환경, 타인과의 접촉정도 등과 같은 여러 요인들의 복잡한 혼합물의 결과로써 관광객의 감정과 태도에 영향을 미치는(여영숙, 2011) 가변적 성향이 높다는 특징을 가지고 있다. 이러한 관광경험과 관련한 구성요인에 대한 연구는 Cohen(1979)이 관광객의 관광경험 행동유형을 다섯 가지로 제시한 이후 다수의 학자들에 의해 구성요인에 대한 연구가 이루어졌다. 이후 관광경험에 대한 연구는 1990년대에 들어서면서 일부 연구자들에 의해 관광경험의 내용 자체가 무엇이나에 관심을 갖기 시작하고 관광경험이 관광동기와 다를 것이라는 전제를 바탕으로 심리적 차원에서 연구하기 시작하였으며(고동우 외, 2009), 최근



에는 포스트 모더니즘적 접근이라는 차별화된 관점을 이론적으로 개념화를 시도하고 있다(여영숙, 2010; Uriely, 1997; Urry, 1990).

이러한 관광경험의 구성요소와 관련한 국내·외 선행연구를 살펴보면, 초기에는 관광객의 유형구분에 따라서 관광경험을 구성하고 있으나(Cohen, 1979; Pearce, 1980; Gitelson & Crompton, 1984; Lounsbury & Polick, 1992) 이후 관광경험의 물리적 측면과 심리적 측면에서 관광경험의 구성요인을 구분하고 있는 것을 알 수 있다. 먼저 물리적 측면에서는 관광목적지의 부대시설 이용, 이미지, 물가, 역사문화 유적, 편의시설의 수준, 지역주민의 접촉정도 등으로 관광경험의 구성요인을 구성하고 있는(고동우, 1998; Iso-Ahola, 1983; Masberg & Silverman, 1996) 반면에 심리적 측면에서는 심리적, 교육적, 사회적, 생리적, 심미적 측면에서 관광경험을 측정하거나(Beard & Ragherb, 1980), 자기 결정감, 자기 향상감, 자연교류감, 자유감, 신기성, 각성 등의 측면에서 관광경험의 구성요인을 구성하고 있다(김기완·김남조, 2007; 김진수, 2002; 성영신·고동우·정중호, 1996; 송영민, 2007; 한숙영·엄서호, 2005). <표 2-3>는 연구유형에 따른 관광경험 구성요인을 정리한 것이다.

<표 2-3> 관광경험의 구성요인

구분	연구자	구성요인
관광객 유형	Cohen(1979)	레크리에이션, 다양성, 소외탈피, 탐험/방랑, 순례
	Pierce(1980)	친밀감, 휴식, 성취감, 권력감, 시간보내기, 교육
	Iso-Ahola(1983)	휴식체험, 지식획득, 일상탈출, 여정, 교류, 부대시설 이용
	Gitelson & Crompton(1984)	위험회피, 사회적 유대, 정서적 애착, 아쉬움, 과시적 차원

<표 계속>

KGU



구분	연구자	개념 및 정의
	Lounsbury & Polick(1992)	지적욕구, 사회적 욕구, 유능성 달성욕구, 자극회피 욕구
관광경험의 물리적 측면	Masberg & Silverman(1996)	지식획득, 개인적 학습, 사회편익, 심미적 체험
	고동우(1998)	자연환경, 부대시설, 지역주민 및 생활문화, 관광지 물가, 역사문화 유적, 관광지 전반, 관광객 원천, 여행방식, 관광하는 사실 자체
	Beard & Ragherb(1980)	심리적, 교육적, 사회적, 생리적, 심미적
	성영신 · 고동우 · 정중호(1996)	자기결정감, 지각된 자유감, 사회적 교류
관광경험의 심리적 측면	김진수(2002)	지식습득, 개인적 학습, 사회교재, 심미적 체험
	한숙영 · 엄서호(2005)	몰입, 교육, 엔터테인먼트, 유대감
	김기완 · 김남조(2007)	감각자극성, 유대관계성, 지속교육성, 일상탈출성
	송영민(2007)	재미와 몰입, 지식습득, 대인관계 향상, 일상탈출

주) 기존 선행연구를 토대로 연구자 재구성

이상의 선행연구 결과를 보면 관광경험을 이해하기 위한 초기의 연구들은 관광활동의 형태나 구조, 환경과의 관계에 초점이 맞추어져 있으나(Stewart, 1998), 점차적으로 관광활동 참여자의 심리적 결과를 규명하려는 관광객의 동기적 행태를 중심으로 연구가 진행되어 왔음(김소은, 2013)을 알 수 있다. 이에 더해 최근에는 관광동기에 대한 단순한 물리적, 심리적 측면의 한계성을

극복하고자 하는 포스트 모더니즘적 관점을 통한 실존주의적 개념을 소개하면서(Wang, 1999) 관광객이 특정 관광목적지에서의 문화적, 상호 관계적 관광활동을 통해 체험하고 추구하는 진정성 있는 관광경험으로 변화하고 있다. 이러한 진정성 있는 관광경험은 단순히 관광객 유형구분이나 관광경험의 구성요인의 규명보다는 관광목적지에서의 상호작용적 관계를 통한 주관적 평가를 중요시하고 있으며, 이처럼 관광활동을 하는 동안 끊임없이 다양한 요인들과 상호작용하는 관광객의 경우 자신이 방문한 관광목적지에 대해서 감정 및 행동의 변화가 일어나 부정적인 영향은 감소되면서 긍정적인 영향이 크게 작용하여 관광목적지에 대한 만족과 재방문이 높은 것을 알 수 있다(Ryan, 1995).

관광은 새로운 경험으로 다양한 문화접촉을 통해 서로 간의 사회적 거리를 좁혀주는 역할을 하며(최종률, 2012), 관광경험은 이러한 관광객의 욕구와 동기를 실현하는 과정이자 반응으로 만족과 재방문, 충성도 등의 후속 평가와 태도를 이해하는 측면에서 중요한 역할을 한다(김소은, 2013; 박유진, 2002). 또한 관광경험은 관광객으로 하여금 자신의 축적된 경험으로 미래의 관광목적지 선택에 있어서 긍정적이거나 부정적인 행동을 유발시키기 때문에 관광객의 주관적인 감정으로 구성된 관광경험의 측정요소들은 관광객의 행동 연구에 있어서 매우 중요한 측정도구로 알려져 있다(김소은, 2013).

## 제 3 절 관광의 진정성 개념과 구성

### 1. 관광의 진정성 개념

진정성(authenticity)은 원형 그대로의 진짜를 뜻하며, 어떤 객체, 사람 또는 과정의 본질적인 질(quality)로 간주되는데(박은경 외, 2014; 변찬복, 2011; Vannini & Williams, 2009), 이러한 진정성은 주로 전통성, 원형성, 고유성, 그리고 진품성의 의미로 사용되어져 왔다(변찬복, 2012). 이러한 진정성이 관광에 접목된 이후로 진정성은 관광대상과 관련된 진정성과 관광활동을 통한 진

정성으로 분류되어 연구되어 오고 있다.

Boorstin(1964)이 본래의 진정성을 잃어버린 관광대상에 대하여 유사이벤트(pseudo-event)라고 폄하하고, MacCannell(1973, 1976)은 관광객들이 경험하는 것은 오직 무대화된 진정성(staged-authenticity)이라고 지적한 이후 관광현상과 관련한 진정성은 이후 관광지에서의 관광객 유형을 이해하는데 있어서 적합한 개념으로 관광학 연구에서 지속적인 논의가 이루어지고 있다. 특히, 관광의 진정성과 관련하여 MacCannell(1973, 1976)은 진정한 지역문화를 경험하기 위해서는 지역주민들의 일상생활을 영위하는 후면으로 들어가야 한다고 주장하고 있다(박은경, 2013; 심창섭·칼라산토스, 2012). 이처럼 Boorstin(1964)과 MacCannell(1973, 1976)은 주요 관광지에서 관광객의 기대를 충족시키고자 제공되는 문화에서는 진정성을 찾아보기 힘들다고 주장하면서 대중관광의 등장과 관광 상품화를 비판하고 있다(심창섭·칼라산토스, 2012).

이러한 두 연구자의 지적은 관광에서의 진정성은 근대화에 훼손되지 않고 전통방식과 생활방식을 여전히 유지하는 장소에서의 체험이라고 할 수 있으며(Gilmore & Pine, 2007), 관광목적지에서 관광객의 신념과 관광활동 등의 총체적인 틀에서 실질적인 체험을 통하여 자신만의 가치를 소유하게 되는 것으로 이해될 수 있다(박은경, 2013).

진정성 관광 혹은 관광의 진정성 개념과 관련한 국내·외 선행연구를 살펴보면, Wang(1999)은 관광에서의 진정성은 구성적 혹은 상징적인 진정성을 객관적 진정성이라고 표현하면서 포스트 모던사회의 관광경험을 설명하는 것은 한계가 있다고 전제하면서, 관광활동 관련 실존적 진정성을 내면적 자아와 사람들 간의 관계의 진정성으로 확장된 개념을 제시하고 있다(최정자, 2013). Steiner & Reisinger(2006)는 인간이 어떤 방식으로 스스로의 본성, 본질에 부합하는지에 초점을 맞추고 있는 이상 진정성은 일시적이고 경험에 의존하게 된다고 주장하고 있으며, Kim & Jamal(2007)은 인위적으로 만들어진 축제에서조차 관광객은 일상적 현실을 뛰어넘고, 현실에서의 존재를 재확인할 수 있는 기회로써 스스로의 실존적 진정성을 경험하게 된다는 사실을 발견하고 있

다.

관광에서의 진정성을 다루고 있는 Wang(1999), Steiner & Reisinger(2006), Kim & Jamal(2007) 등은 진정성이 관광지에 집중하고 있다는 비판을 제기하면서 관광은 관광지뿐만 아니라 관광객들에게도 적용되어야 한다고 주장하고 있다. 즉, 관광에서의 진정성이란 관광경험에 의해 실현되는 개인적 혹은 상호주의적 감정을 포함한 관광공간에서 스스로를 자유롭게 표현함으로써 그들이 스스로를 진정하게 느끼게 되는 것이라고 언급하고 있다. 반면, Cohen(2002)은 현대의 관광객은 본래의 환경과 문화를 통해 진정성을 경험하는가 하면, 연출된 관광지에서도 자신의 정체성을 경험하게 되는 실존적인 진정성 등 두 가지 모두를 추구한다고 주장하고 있다(최정자, 2013).

한편, 국내의 연구에서는 진정성에 대한 개념적 접근보다는 기존의 진정성에서 논의되고 있는 내용에 대해 이론적 고찰과 실증연구를 통해 검증하는 연구가 주로 진행되었다. 조태영(2009), 서용석 등(2010), 석금경·김남조(2010), 박은경 등(2014), 남윤희·엄서호(2016) 등은 Wang(1999)이 제안한 세 가지 유형의 진정성을 토대로 관광객 만족과 행동의도와의 관계를 살펴보고 있으며, 최정자(2013, 2014)는 진정성(객관적, 구성적, 실존적)과 관광지 평가와의 관계를 살펴보고 있다. 반면 변찬복(2012)은 관광경험에서의 진정성과 일상성, 심창섭·칼라산토스(2012)는 도시관광에서의 진정성 개념, 이웅규·김은희(2015)는 여행에서의 진정성 역할, 김영래·정병웅(2014)는 실존적 진정성에 대한 현재와 평가 등에 대한 탐색적 고찰을 하고 있다. <표 2-4>는 관광에서의 진정성에 대한 연구자의 논의를 정리한 것이다.

<표 2-4> 관광의 진정성에 대한 논의

	연구자	진정성에 대한 논의
국외	Boorstin(1964)	진정성을 잃어버린 관광대상은 유사이벤트(pseudo-event)라고 폄하
	MacCannell(1973, 1976)	관광객들이 경험하는 것은 오직 무대화된 진정성(staged-authenticity)이라고 지적
	Wang(1999)	관광에서의 진정성 개념을 관광대상과 관광활동을 포함한 구성적, 상징적 및 실존적 진정성으로 확장된 개념 제시
	Cohen(2002)	현대의 관광객은 객관적 진정성 외에 자신의 정체성을 경험하는 실존적 진정성 둘 다를 추구한다고 주장
	Steiner & Reisinger(2006)	진정성은 일시적이고 경험에 의존하게 된다고 주장
	Kim & Jamal(2007)	관광객은 일상적 현실을 뛰어넘고, 현실에서의 존재를 재확인할 수 있는 기회로서 스스로의 실존적 진정성을 경험하게 된다고 주장
	Gilmore & Pine(2007)	근대화에 훼손되지 않고 본디부터 그대로 남아있고 전통방식과 생활방식을 여전히 유지하는 장소에서의 체험
	조태영(2009) 박은경 · 조문수 · 최병길(2014)	Wang(1999)이 제시한 세 가지 진정성 유형 중 실존적 진정성 유형이 관광객 만족과 행동의도에 가장 큰 영향
	서용석 · 김지선 · 이훈(2010)	실존적 진정성은 체험 만족도에 유의한 영향을 미치지만, 객관적 진정성은 유의하지 않음
	변찬복(2012)	Cohen(2004)의 다섯 가지 관광경험의 유형을 진정성과 일상성의 대립구도 관점에서 논의
국내	김영래 · 정병웅(2014)	관광에서 실존적 진정성에 대한 철학적 관점의 접근과 현대에서의 진정성에 대한 이상화에 대한 비판
	이응규 · 김은희(2015)	현지 여행지의 문화원형을 통한 진정성의 사회적, 문화적, 정치적 역할에 대해 논의
	남윤희 · 엄서호(2016)	진정성 척도를 이차원적으로 분류하여(관광성과, 관광결과) 객관적 진정성과 실존적 진정성이 재방문 의도에 미치는 영향에 대해서 논의

주) 기존 선행연구를 토대로 연구자 재구성

이상과 같이 진정성과 관련한 선행연구를 통해 관광의 진정성 개념을 논의해 보면, 유·무형적인 자산의 문제뿐만 아니라 관광객이 여행경험을 통하여 진정한 자아를 인식하고 인생의 의미를 깨닫는 정신적 의미의 문제이며(변찬복, 2012), 관광목적지의 고유함에 대해서 관광객이 지각하는 느낌으로 이해할 수 있다(Handler, 1986). 즉, 관광에서의 진정성은 관광객을 유인하기 위한 인위적인 것이 아니라 관광목적지에 존재하는 원형 그대로의 진정한 것을 의미하고(남윤희·엄서호, 2016; 이성숙, 2010) 지역의 전통과 연결되어 형성되는 것으로 정의해 볼 수 있다(박은경 외, 2014).

## 2. 진정성의 구성

관광에서의 진정성은 일반적으로 관광대상과 관련된 관광 객체적 측면에서의 진정성과 관광활동과 관련된 관광 주체적 측면에서의 진정성으로 구분해 볼 수 있다(박은경, 2013). 이러한 진정성은 공간적인 측면과 사회심리적인 측면으로 구분해 볼 수 있는데, 공간적 측면이 관광객이 특정한 관광목적지로 대변되는 관광대상에 대한 진정성이라면, 사회심리학적 측면은 특정한 관광목적지에서 관광객의 관광활동에 대한 진정성이라고 할 수 있다.

진정성과 관련한 선행연구(Cohen, 2002; MacCannell, 1973, 1976; Kim & Jamal, 2007; Steiner & Reisinger, 2006; Wang, 1999)를 살펴본 결과, 진정성은 관광대상이 가지고 있는 본질적인 측면뿐만 아니라 관광객이 바라보는 심리적 측면을 모두 포함하여야 한다고 언급하고 있는데, 이는 관광객의 관점에 따라서 각기 다른 시각을 형성하기 때문이다. 즉, 절대적이고 정적인 진정성은 존재하지 않으며, 문화의 진화과정에서 진정성은 동태적으로 재구성되어 변화한다고 주장하고 있다(박은경, 2013; Bruner, 1994). Bruner(1994)의 이러한 주장은 진정성이 관광대상에 내재되어 있는 가치가 아니며, 다양한 시각으로 사회적 과정에서 이해되어야 한다는 것을 의미한다.

이상과 같이 진정성과 관련한 연구들은 현대사회의 복잡한 관광현상을 이해

하기 위해 단순히 특정한 관광대상에 한정하기 보다는 관광객이 관광대상에 대해서 지각하고, 느끼는 심리적인 측면을 포함한 다원론적이고 다차원적인 관점으로 확대하여 살펴보고 있는 것을 알 수 있다. 따라서 관광에서의 진정성에 대한 논의는 관광 객체와 관광 주체라는 이분법적 분류보다는 특정 관광대상과 관광객의 관광활동에서 오는 다양한 문화적 산물에 대한 진정성 인식을 확인할 필요가 제기되고 있다.

이에 본 연구에서는 Wang(1999)이 제시하고 있는 확장된 진정성 개념으로 구성유형을 구분하고 있다. ‘관광경험에서의 진정성 고찰(rethinking of authenticity in tourism experience)’이라는 그의 연구에서 진정성에 대해서 세 가지 차원으로 구분하고 있는데, 관광대상에 대한 진정성을 바라보고 있는 객관적 진정성, 진정성 여부를 어떻게 보느냐에 따른 관점에 따라 상대적이라는 상징적 개념으로써의 구성적 진정성, 그리고 관광객 스스로의 존재론적 체험을 통해 새로운 자아를 발견하고 정체성을 찾아가는 실존적 진정성으로 구분하고 있다.

객관적 진정성(objective authenticity)은 원형 그대로 또는 일부만 남아 있거나 진본으로 유지되는 것에 의미가 있는 물질적 진정성과 유사하며 (Lowenthal, 1992), 본래의 원형성에 기인하는 객관적이고 절대적인 영역에 대한 인식론적 체험이다(김진수, 2002). 즉, 객관적 진정성은 과거 역사적인 진짜 장소나 물건을 의미하는 박물관적 진정성으로 관광객이 고유한 경험을 했다고 주관적인 판단을 할지라도 실제 대상이 진짜가 아닌 허구라면 비진정성이라 할 수 있다(박은경, 2013). 이러한 객관적 진정성과 관련하여 Boorstin(1964)은 “유사 이벤트(pseudo-event)”라고 언급하고 있으며, MacCannell(1973)은 “무대화된 진정성(staged-authenticity)”이라고 언급하고 있다.

이러한 객관적 진정성은 관광객이 관광대상에 관하여 얼마나 진정성 있게 보는지에 따라 달라지며, 실제 대상에 대한 진위, 진정성을 얼마나 잘 판단하는지에 따라 결정된다(Reisinger, & Steiner, 2006). 즉, 실제의 관광대상과 공간에서 관광객이 인식하는 객관적 진정성은 관광대상의 진품에 대한 인식이



고, 진품의 원형성에 대한 진정성의 체험으로 이해할 수 있다(박은경, 2013).

구성적 진정성(constructive authenticity)은 사회적 산물로서의 관점으로 신념이나 관념, 권력, 이미지 및 기대 등에 의해 생성되어 지는 진정성으로 객관적 진정성과 함께 관광대상에 대한 진정성이다(Wang, 1999). 이러한 구성적 진정성에 대하여 Bruner(1994)는 관광객의 의식투영으로 실제적인 것보다는 각자의 인식에 의해 관광대상을 선택하게 된다고 설명하고 있으며, Mkono(2012)는 주관성과 융통성에 순응할 수 있는 사회적 구성의 결과물로서 관광체험에서 진정성 평가의 주관적인 특성이 압축된 것이라고 설명하고 있다(박은경, 2013).

이처럼 구성적 진정성은 객관적 진정성과 달리 관광대상에 대해 상대적이고 맥락적인 판단으로 결정되어지는 상징적 진정성으로 관광대상과 관광객의 관광활동에 의한 상호작용의 결과이다. 따라서 구성적 진정성은 관광대상의 실체보다는 관광대상이 가지고 있는 상징성과 기호, 이미지를 관광객의 개인적인 신념과 지각된 관점에 따라 소비하고 체험하는 것이다. 이러한 구성적 진정성은 포스트 모더니즘적 특성을 나타내고 있는 현대사회의 특성에 따라서 새롭게 생성 가능한 진정성으로 볼 수 있으며, 관광객이 원형의 관광대상에 대한 접근을 어떠한 시각에서 해석하느냐에 따라 달라질 수 있기 때문에 시대적 흐름에 따른 사회적 과정을 수반한다고 볼 수 있다.

실존적 진정성(existential authenticity)은 존재론적 개념의 철학적 내용으로 Heidegger(1996)의 진정성 개념을 바탕으로 두고 있다. 실존적 진정성은 관광대상에 대한 진정성에 의해 진정성의 여부가 결정되지 않으며(Wang, 1999), 관광객에게 관광대상의 진짜 여부는 중요하지 않다(박은경, 2013). 즉, 주체(관광객)가 바라보는 객체(관광대상)의 진정성 보다는 주체 자체의 진정성을 의미한다(심창섭·칼라산토스, 2012). 이러한 실존적 진정성과 관련하여 Wang(1999)은 관광경험의 역치성에 의해 실현되는 개인적 혹은 상호주의적인 감정을 포함한다고 언급하고 있으며, Crang(1996)은 일상화된 관습으로부터 벗어나 자유롭게 세상을 이해하기 위하여 자기 스스로의 진실함, 행복함 그리고 자아의식과의



조화, 자신이 바라는 누군가가 되려는, 자신의 의지를 단언하기 위함이며 자유를 누리는 것과 관련되어 있다고 언급하고 있다(박은경, 2013).

이러한 실존적 진정성은 관광객 자신에 대한 존재의 진정성으로 일상의 사회적 제약으로부터 벗어나 특정한 장소라는 관광공간을 대상으로 관광객이 스스로 자유로운 관광활동을 통해 주관적으로 체험하게 되는 심리적 경험이라고 할 수 있다. 또한 관광객 스스로가 관광활동을 통해 심리적으로 실존적인 자신을 찾아가는 것으로 행복에 관한 것으로 볼 수 있다(Heidegger, 1996). 따라서 실존적 진정성은 관광객이 관광대상의 진정성에 관계없이 직접적인 체험을 통해서 자신의 존재에 몰입되는 것을 의미하며, 관광하는 동안 관광객이 주관적 또는 상호주관적(inter subjective)으로 경험되는 존재의식을 의미한다고(박은경, 2013) 할 수 있다.

이상과 같이 본 연구에서는 진정성의 구성과 관련하여 기존의 선행연구를 바탕으로 세 가지 측면(객관적, 구성적 및 실존적 진정성)에서 살펴보고 있다. 본 연구는 제주도 방문 관광객을 대상으로 그들이 경험하는 진정성 관광요인 중에 어떠한 요인이 관광만족에 중요한 영향을 미치는지를 파악하고 한다. 이를 위해 본 연구에서는 관광만족에 영향을 미치는 다양한 측면(관광대상, 관광활동)을 포함하여 관광만족과의 관계를 파악하고 있다.

## 제 4 절 관광만족과 추천의도

### 1. 관광만족의 개념

만족도는 서비스 이용이나 제품구매에 대한 경험에 근거하여 결정되며(Anderson, Fornell, & Lehmann, 1994), 그 경험에 대한 긍정적인 지각이나 느낌을 의미한다(Coban, 2012; Rojas & Camarero, 2008). 따라서 만족도는 소비자가 기대보다 얻은 성과가 크면 만족하고 그렇지 않으면 불만족하는 기대와 성과의 불일치에 따른 기대-성과 불일치의 인식체계에 따른 소비자의 인지

과정으로 볼 수 있다(고동우, 1998; 박은경, 2013; Oliver, 1980; Tse & Wilton, 1988).

따라서 만족의 개념은 일반적으로 행동과학에서 거론하고 있는 바와 같이 인간의 기본적인 욕구에 의한 동기를 달성하는 정도를 의미하는 복합적인 개념으로(김영미, 2015), 고객이 직접 경험한 서비스와 상품에 대한 최종적인 평가로써 소비자의 행동을 이해할 수 있고 미래의 행동까지 예측하는데 중요한 개념이라고 할 수 있다(김영미, 2015; 박은경, 2013; Lee, Petrick & Crompton, 2007). 이처럼 만족도는 고객이 경험에 대한 긍정적인 지각이나 느낌을 의미하기 때문에(Coban, 2012; De Rojas & Camarero, 2008) 만족도를 평가하기 위해서는 소비의 주체를 명확히 규명해야 하며, 인지적 측면과 정서적 측면을 동시에 고려하여야 한다(De Rojas & Camarero, 2008; Oliver, 2014).

관광에서의 만족도는 관광활동에 대한 관광객의 인지적·정서적 측면에서의 총체적인 느낌으로 관광 목적지의 다양한 요소와 특색들에 대한 축적된 긍정적인 평가로 논의된다(Xia, Jie, Chaolin, & Feng, 2009). 이러한 관광객의 만족도는 관광 전 기대와 실제 관광경험 간의 감정 비율(Chen & Chen, 2010)로 관광에 대한 최종적인 평가이자 반응으로 이해할 수 있다(박은경, 2013). 즉, 관광에서의 만족도는 사전 기대의 차원에 의존한 관광객의 전반적인 평가이며(Geva & Goldman, 1991), 이는 인지적 측면에서 기대에 대한 성과의 충족정도를 의미한다(박은경 외, 2014; Ross, 1993).

이러한 관광만족과 관련한 개념정의를 살펴보면, Beard & Ragheb(1980)는 ‘여가만족 측정’에서 관광만족은 개인이 선택한 여가활동에 참여한 후에 형성되는 긍정적 감정이나 인지의 정도라고 정의하고 있으며, Geva & Goldman(1991)은 ‘가이드 투어에서 관광만족도 측정’이라는 연구에서 관광만족을 사전 기대의 차원에 의존한 전반적인 평가로 설명하고 있다. Lounsbury & Polik(1992)는 ‘여가욕구와 휴가 만족’에서 관광객이 관광체험에 대한 전반적 이미지를 종합적으로 평가하고 느끼는 감정 상태의 긍정적인 표현이라고

언급하면서, 관광에서 전반적인 사후 만족은 관광객 자신이 관광체험 총체에 대한 사후 이미지를 평가하는 것으로써 관광체험에 대한 일종의 태도라고 정의하고 있다(양봉석, 2006). Ross(1993)는 ‘관광지 평가와 휴가 선호도’에서 인지적 접근으로 사전 기대에 대한 성과의 충족 정도를 관광만족으로 보고 있으며, Baker & Crompton(2000)는 ‘품질, 만족과 행동의도’라는 연구에서 관광객이 방문 전 기대에 대한 인지적 반응으로 관광경험 후 평가되는 긍정적인 상태가 만족이라고 이라고 언급하고 있다.

한편, 관광만족과 관련한 국내 연구자의 개념정의를 살펴보면, 고동우(1998)는 관광 후 심리적 구성개념으로 총체적인 관광체험에 대한 관광객의 판단이라고 언급하고 있으며, 이재모·엄인숙(2007)은 관광활동에서 기대수준과 실제의 지각수준과의 비교, 평가에서 발생하는 심리상태라고 정의하고 있다. 양봉석(2006)은 관광객의 인지적 반응으로 기대와 실제 경험 간의 상호작용 결과로써 관광체험에 대한 평가라고 언급하고 있으며, 박은경(2013)은 관광경험 후 인지적인 측면과 심리적인 측면에서 동시에 발생하는 종합적인 평가라고 설명하고 있고, 김영미(2015)는 경험에 의해 이루어지는 체험에 대한 결과라고 정의하고 있다. <표 2-5>는 관광만족에 대한 연구자의 개념을 정리한 것이다.

<표 2-5> 관광만족의 개념

연구자	개념
Beard & Ragheb(1980)	개인이 선택한 여가활동에 참여한 후에 형성되는 긍정적 감정이나 인지의 정도
Geva & Goldman(1991)	사전 기대의 차원에 의존한 전반적인 평가
Lounsbury & Polik(1992)	관광체험에 대한 전반적 이미지를 종합적으로 평가하고 느끼는 감정 상태의 긍정적인 표현
Ross(1993)	인지적 접근으로 사전 기대에 대한 성과의 충족 정도

<표 계속>

KGU

	연구자	개념
국외	Baker & Crompton(2000)	방문 전 기대에 대한 인지적 반응으로 관광경험 후 평가되는 긍정적인 상태
	Xia, Jie, Chaolin, & Feng(2009)	관광활동에 대한 관광객의 인지적·정서적 측면에서의 총체적인 느낌으로 관광 목적지의 다양한 요소와 특색들에 대한 축적된 긍정적인 평가
	Chen & Chen(2010)	관광 전 기대와 실제 관광경험 간의 감정 비율
국내	고동우(1998)	관광 후 심리적 구성개념으로 총체적인 관광체험에 대한 관광객의 판단
	양봉석(2006)	관광객의 인지적 반응으로 기대와 실제 경험 간의 상호작용 결과로서 관광체험에 대한 평가
	이재모·엄인숙(2007)	관광활동에서 기대수준과 실제의 지각수준과의 비교, 평가에서 발생하는 심리상태
	박은경(2013)	관광경험 후 인지적인 측면과 심리적인 측면에서 동시에 발생하는 종합적인 평가
	김영미(2015)	경험에 의해 이루어지는 체험에 대한 결과

주) 선행연구를 토대로 연구자 재구성

이상과 같이 관광만족과 관련한 국내·외 연구자의 개념을 종합적으로 정의해보면, 관광만족은 관광하는 동안 관광객의 정서적 측면과 인지적 측면에 총체적으로 영향을 미치는 관광목적지의 다양한 속성에 대한 종합적인 평가이며, 이는 곧 관광목적지에 대한 관광객의 호의적인 태도로 이해할 수 있다(박은경 외, 2014).

## 2. 관광만족의 측정

관광만족의 개념은 관광활동 경험에 대한 사전 기대와 실제로 경험 후 평가되는 사후 성과를 인지적, 정서적 측면에서 종합적으로 평가하는 접근방법이라고 할 수 있다. 이러한 관광만족 평가와 관련하여 Chon & Olsen(1991)은 관광목적지에 대한 기대와 경험뿐만 아니라 관광객들의 주관적인 가치관과 목적지의 이미지와 관계가 있기 때문에 만족과 관련된 다양한 차원을 파악하고 측정하여야 한다(양봉석, 2006). 이는 곧 관광경험 후 관광대상과 관광활동, 관광객의 가치 등을 포괄적으로 포함하는 전반적인 만족도를 의미한다(조태영, 2008).

이러한 관광만족을 평가하는 방법은 직접 측정법과 간접 측정법으로 나눌 수 있는데, 전자의 경우는 하나 또는 그 이상의 문항으로 직접적인 관광경험에 대한 느낌이나 만족도, 선호도 등을 통해 측정하는 방법으로 관광객의 전반적인 만족을 측정하는 방법인 반면에 후자의 경우에는 상품이나 서비스의 여러 측면 또는 속성에 대하여 평가에 대한 응답치를 다양한 방식으로 계산해서 얻은 단일 점수를 만족도의 지표로 삼는 방법이다(김완석·강용주, 1999; 김영미, 2015; 박은경, 2013; 양봉석, 2006). 따라서 관광객이 관광 전 기대와 실제 관광경험 간의 감정의 비율로 관광경험에 대한 전반적인 평가이자 최종 반응을 나타내는 전반적 만족도를 평가하는 것이 본 연구에서는 타당한 측정 방법으로 판단된다.

한편, 관광만족은 특정목적지에서의 관광체험에 대한 관광객의 평가이며, 이는 주로 경험의 기능적 측면을 지향하고 있다(양봉석, 2006; Iso-Ahola, 1992). 이러한 관광만족의 기능적 측면과 관련하여 두 가지 측면에서 접근해 볼 수 있는데, 하나는 관광경험에 대한 결과로써의 접근이며, 다른 하나는 평가과정으로써의 접근이다.

관광경험의 결과로써 관광만족이란 관광객이 특정한 관광목적지에 대하여 가지고 있던 기대와 실제 경험 간 상호작용의 결과(Moutinho, 1988; Pizam et al., 1978), 관광객이 관광경험 전체에 대하여 사후에 그 이미지를 평가하는 것

으로써 전체 경험에 대한 일종의 태도(Lounsbury & Polik, 1995), 기대 불일치를 경험했을 경우에 나타나는 관광객의 심리적 상태(Dann, 1979)등으로 설명하고 있다. 반면, 평가과정으로써의 관광만족은 최소한으로 기대하였던 것보다는 경험이 좋았다는 평가(Tse & Wilton, 1988), 사전에 가지고 있던 신념과 선택된 대안이 일치성을 이룬다는 평가(Geva & Goldman, 1991), 사전 기대와 경험을 통해 느낀 성과 간에 지각된 불일치 평가(Wipple & Thach, 1988) 등으로 설명하고 있다. 이처럼 관광만족의 평가방법과 관련하여 연구자의 연구 목적에 따라서 다소 차이가 있지만, 궁극적으로는 관광경험의 주체인 관광객의 인지적 및 정서적 측면이 반영되는 평가지표이다.

선행연구를 토대로 관광만족을 구성하는 측정요인을 다루고 있는 국내·외 연구를 살펴보면, Baker & Crompton(2000)은 ‘관광의 질과 만족, 행동의도’에서 관광만족의 측정요인으로 네 개의 요인(전반적 만족, 즐거움, 방문에 대한 호의, 긍정적 느낌)으로 구성하고 있으며, Bigne, Andreu & Gnoth(2005)는 ‘테마파크 체험’에서 관광만족도 평가 요인을 다섯 가지(최고의 공간, 방문기쁨, 좋은 생각, 즐거움, 후회 없음)로 구분하고 있다. 또한, Yoon & Uysal(2005)는 ‘목적지 충성도에 대한 동기와 만족의 효과 검증’이라는 연구에서 관광만족을 4가지 요인(기대-성과, 시간과 노력 투자의 가치, 전반적 만족, 다른 곳과의 비교)으로 구분하고 있다.

관광만족과 관련한 국내 연구자의 경우 고동우(1998)는 전반적 만족과 이미지 만족을 사용하고 있으며, 오정학·김유일(2001)은 투자시간 대비 경험의 가치성 여부, 타 목적지와 비교를 통한 좋은 선택, 전반적 만족을 사용하여 관광만족을 평가하고 있다. 권문호·이재억(2005)은 즐거움, 전반적 만족, 유익성, 긍정적 생각 등을 사용하였으며, 양봉식(2006)은 순수 관광만족, 소비 관광만족, 전반적 만족 등으로 구성하고 있다. 또한 박은경(2013)은 전반적 만족과 방문경험 만족, 그리고 기대대비 만족이라는 세 개의 요인으로 관광만족을 구성하고 있으며, 박은경 등(2014)에서는 전반적 만족, 즐거움, 유익한 경험, 사전기대 대비 만족, 전통문화 매력만족이라는 5개의 요인을, 그리고 김영미

(2015)는 방문결정의사, 목적지의 느낌, 관람 서비스, 문화행사, 역사관, 관광 전반적 만족, 관광체험을 통한 만족 등의 7개 항목으로 관광만족도를 평가하고 있다. <표 2-6>는 관광만족 측정항목을 정리한 것이다.

<표 2-6> 관광만족 측정항목

	연구자	측정 항목
국외	Baker & Crompton(2000)	전반적 만족, 즐거움, 방문에 대한 호의, 긍정적 느낌
	Bigne, Andreu & Gnoth(2005)	최고의 공간, 방문기쁨, 좋은 생각, 즐거움, 후회 없음
	Yoon & Uysal(2005)	기대-성과, 시간과 노력 투자의 가치, 전반적 만족, 다른 곳과의 비교
국내	고동우(1998)	전반적 만족, 이미지 만족
	오정학·김유일(2001)	시간 대비 경험의 가치성, 좋은 선택, 전반적 만족
	권문호·이재익(2005)	즐거움, 전반적 만족, 유익성, 긍정적 생각
	양봉식(2006)	순수 관광만족, 소비 관광만족, 전반적 만족
	박은경(2013)	전반적 만족, 방문경험 만족, 기대대비 만족
	박은경·조문수·최병길(2014)	전반적 만족, 즐거움, 유익한 경험, 사전기대 대비 만족, 전통문화 매력
	김영미(2015)	방문결정의사, 목적지의 느낌, 관람 서비스, 문화행사, 역사관, 전반적 만족, 체험만족

주) 선행연구를 토대로 연구자 재구성

### 3. 추천의도

추천의도란 사람들 사이의 대면을 통한 구전 커뮤니케이션으로써 소비자들 간의 개인적으로 직·간접 경험에 대해 긍정적 내용의 정보를 비공식적으로



타인에게 추천하는 과정을 말하는 것으로써(양성준, 2011; 이서요·이태희, 2015), 특정 대상을 향한 태도 형성 이후 특정 미래 행동으로 표현되는 주관적 신념 또는 의지라고 할 수 있다(Boulding, Kalra, Staelin, & Zeithaml, 1993; Fishbein & Ajzen, 1975; Zeithaml, Berry, & Parasuraman, 1996). 따라서 추천의도는 소비를 통해 형성된 감정을 주변 사람들에게 전파하려는 생각을 말하기 때문에 구전(word of mouth)이 대표적인 형태라고 할 수 있다(한장헌, 2016).

추천의도와 관련하여 국내·외 선행연구를 보면, 실망한 소비자로부터의 부정적 구전을 파일럿 스터디로 진행한 Richins(1983)는 소매상으로부터 발생된 불만족 경험은 부정적 반응을 통해 부정적 구전으로 나타나게 된다고 언급하고 있으며, 고객만족 결함을 연구한 Jones & Sasser(1998)는 재구매 의도보다 구전을 통한 신규고객 창출이 더 효과적이며, 구전을 통한 메시지 전달은 소비자에게 높은 신뢰도로 지각된다고 언급하고 있다. 또한 바이럴 마케팅을 통해 구전의 영향의 다단계 모델연구를 진행한 De. Bruyn & Lilien(2008)은 그의 연구결과 구전은 잠재고객이 구매를 희망하는 상품에 대한 기대를 만드는 것에 효과적이며, 소비자가 신제품에 대한 정보를 구전을 통해 인지할 경우 긍정적 및 부정적 정보를 동시에 습득하게 되며, 이는 최종 제품 구매과정에 중요한 역할을 한다고 주장하고 있다.

서현(2006)은 카지노 이용객을 두 개의 집단으로 구분하고, 그들의 지각된 가치가 고객만족과 재방문 의도에 미치는 연구에서 추천의도를 개인의 경험을 통한 긍정적 또는 부정적 내용의 정보를 소비자들에게 비공식적인 방법으로 교환하는 행동으로 정의하면서 만족은 재방문 의도와 추천의도에 영향을 미치고 있다고 언급하고 있다. 서영수(2013)는 스마트폰 사용자를 대상으로 만족과 추천의도를 연구에서 추천의도를 자신의 구매경험을 주변사람들과 공유하고자 하는 의향이라고 정의하면서 만족이 추천의도에 선행변수의 역할을 하고 있는 것을 확인하였다. 또한 이은미·강인호(2007)는 관광목적지 이미지와 관광동기가 관광만족에 미치는 연구에서 관광목적지에서의 관광객 만족은 재방문 의도



와 추천의도에 긍정적 영향을 미치고 있는 것을 확인하고 있다. <표 2-7>은 추천의도와 관련한 연구자의 개념을 정리한 결과이다.

<표 2-7> 추천의도의 개념

	연구자	측정 항목
국외	Richins(1983)	소비자의 불만족 경험은 부정적 반응을 통해 부정적 구전으로 나타남
	Jones & Sasser(1998)	구전을 통한 메시지 전달은 소비자에게 높은 신뢰도로 지각됨
	De. Bruyn & Lilien(2008)	소비자가 정보를 구전을 통해 인지할 경우 긍정적 및 부정적 정보를 동시에 습득하게 되며, 이는 구매과정에 중요하게 작용
국내	서 현(2006)	추천을 개인의 경험을 통한 긍정적 또는 부정적 내용의 정보를 소비자들에게 비공식적인 방법으로 교환하는 행동
	양길승·이화진(2011)	관광 이후의 관련된 감정적 반응을 바탕으로 재방문하거나 타인에게 추천하려는 의도와 같은 미래행동을 계획하고 변경하려는 의지 또는 신념
	서영수(2013)	자신의 구매경험을 주변사람들과 공유하고자 하는 의향
	한장현(2016)	추천의도는 소비를 통해 형성된 감정을 주변 사람들에게 전파하려는 생각을 말하며, 구전이 대표적인 형태

주) 선행연구를 토대로 연구자 재구성

본 연구에서의 추천의도 구성은 문화유산 관광지를 방문한 이후의 경험으로 인한 행동의도를 재방문 결심, 추천 결심, 긍정적 구전소개, 고궁관람 권유, 외국인 추천, 동반자 결심으로 구성하여 측정 한 김영미(2015)의 연구에서 사용한 문항을 수정·보완하여 사용하였다.

## 제 3 장 연구방법

### 제 1 절 연구문제

오늘날의 관광은 점차 복잡해지고 고도화되어가는 사회현상과 맞물려 일상에서의 탈출을 통한 특별한 체험과 경험이 아닌 휴식과 정신적 치유를 추구하는 내면적 성숙을 추구하는 일상적 삶의 연장선상에서 ‘관광의 일상화와 일상의 관광화’(고동완, 2012)로 나타나고 있다. 즉, 단순히 관광목적지를 방문하는 소극적인 관광행태에서 자신이 방문하는 관광목적지에서 지역주민들과 동일하게 살면서, 체험하고 경험하는 진정성 있는 관광경험이 나타나고 있다. 그리고 이러한 진정성 있는 관광경험은 관광지의 매력을 인식하거나 관광지의 선호도를 결정하는데 중요한 역할을 하고 있는 것으로 밝혀지고 있다(Huang, 2010; Jang & Feng, 2007).

관광목적지에서의 진정성 관광경험은 관광객들이 관광활동을 통해서 인간관계의 진정성에 비중을 두고 현지인들과 같이 호흡하며, 진정한 자아를 경험하고, 사회적 유대관계를 경험하는 문화화 과정을 의미한다(변찬복·조선배, 2010). 즉, 관광에서의 진정성이란 관광경험에 의해 실현되는 개인적 혹은 상호주의적 감정을 포함한 관광공간에서 스스로를 자유롭게 표현함으로써 그들이 스스로를 진정하게 느끼게 되는 것(Kim & Jamal, 2007)이라고 언급하고 있다.

이처럼 관광에서 진정성 개념이 도입된 이후(Boorstin, 1964; MacCannell, 1973, 1976; Trilling, 1972) 관광객의 행동을 이해하려는 다양한 연구가 이루어지고 있다. 특히, 진정성 관광경험이 관광만족과 태도 혹은 행동의도에 미치는 영향에 대해서 많이 다루어지고 있다(김남조, 2010; 김지선·이훈, 2011; 변찬복·조선배, 2010; 서용석 등, 2010; 석금경·최정자, 2013, 2014; 조태영, 2009). 그럼에도 불구하고 이러한 연구들은 관광목적지에서의 진정성 관광경험이 관광만족과 태도에 미치는 영향만을 다루고 있으며, 진정성 관광경험을 추구하

는 집단에 따른 진정성 경험의 차이는 다루고 있지 않다.

선행연구를 통해서 관광객이 추구하는 관광목적에 따라서 추구편익이 다르듯이 진정성 관광을 추구하는 집단에 관광활동 행태에 따라서 그들이 추구하는 진정성 관광경험의 내용 또한 다르다는 것을 유추해 볼 수 있다. 이에 본 연구에서는 제주도라는 특정한 관광목적지에서 진정성 관광활동을 추구하는 관광객을 관광활동 유형에 따라서 두 개의 그룹으로 구분하고 있으며, 각각의 그룹(집단)별로 진정성 관광경험을 구성하는 세부적인 측정항목 또한 다를 것이라고 가정하고 있다. 이러한 진정성 관광경험에서의 집단 간의 차이는 관광만족과 추천의도에도 동일하게 적용될 것으로 가정하고 있다.

본 연구는 진정성 관광경험을 추구하는 집단에서 그들이 추구하는 관광행태에는 차이가 있을 것이라고 가설화 할 수 있으며, 이는 곧 관광만족과 추천의도에 차이를 나타낸다고 가정할 수 있다. 따라서 본 연구에서는 이러한 가정을 토대로 다음과 같은 문제를 제기하고 있다. 첫째, 진정성 관광경험을 추구하기 위해 특정 관광목적지를 방문하는 관광객은 추구하는 관광활동 유형에 따라서 집단별로 인구통계적 및 관광행태 특성에서 차이를 나타낼 것이다. 둘째, 진정성 관광경험을 구성하고 있는 각각의 세부항목에서 특정 관광활동을 추구하는 집단 간에는 차이가 있을 것이다. 그리고 이러한 차이는 관광만족과 추천의도에도 집단 간에 차이를 나타낼 것으로 가정해 볼 수 있다.

제기된 연구문제를 검증하기 위해 본 연구에서는 인구통계학적 및 관광행태 특성에 대해서는 교차분석을 통해 집단별 차이를 살펴보고 있으며, 진정성 관광경험과 관광만족, 추천의도에서의 집단 간 차이는 t-Test를 통해 차이를 검증하고 있다.

## 제 2 절 설문지 설계

본 연구를 위한 설문지 설계는 제기된 연구문제에 대해서 특정 관광목적지(제주도)를 방문하는 관광객을 대상으로 구조화된 설문지를 사용하여 조사를 실시하였다. 이를 통해 제기된 문제를 계량적으로 파악함으로써 본 연구를 구체화하였다. 설문지의 구성은 기존의 선행연구에서 언급되고 있는 측정변수를 조작화하여 본 연구의 목적에 맞게 네 개 부문으로 구성하였다. 예를 들면, Kolar & Zabkar(2010)가 객관적 진정성에서 언급하고 있는 ‘나는 인테리어 디자인/가구에 대한 특수성을 좋아한다(I liked the peculiarities about the interior design/furnishings).’ 라는 문구는 본 연구에 맞게 ‘나는 과거 제주도의 독특한 삶의 양식을 좋아 한다.’ 라고 변수를 본 연구의 상황적 특성에 맞게 조작화하였다.

관광경험에서의 ‘진정성’과 관련한 측정항목의 추출은 기존의 선행연구(김지선·이훈, 2011; 박은경 외, 2014; Kolar & Zabkar, 2010)에서 구분하고 있는 세 개의 진정성(객관적, 구성적, 실존적)으로 구분하고 있다. 이에 본 연구에서의 측정항목의 구성은 객관적 진정성 6문항, 구성적 진정성 4문항, 실존적 진정성 9문항 등 총 19문항으로 구성하였다. ‘관광만족’과 관련된 측정항목의 추출은 박은경 외(2014)에서 언급되고 있는 내용을 토대로 6개의 문항으로 구성하였으며, ‘추천의도/재방문 의도’의 측정항목 추출은 김영미(2015)의 연구에서 언급되고 있는 내용을 중심으로 5개의 문항으로 구성하였다.

본 연구를 위한 설문지는 자기기입식(self-administration) 설문지로 구성하였으며, 측정척도로는 제주도를 방문한 관광객의 관광경험에 대한 인식정도를 측정하기 위해 관광경험과 관광만족은 리커드 5점 척도(매우 그렇다=5, 전혀 그렇지 않다=1)를 사용하였다. 응답자의 개인적인 특성과 관련된 설문은 명목척도를 사용하였다. <표 3-1>은 설문지 구성내용과 측정항목이다.

<표 3-1> 설문지의 문항추출

항목	변수	측정척도	출처
관광 경험	객관적 진정성	1. 제주도의 전체적인 인상은 나에게 특별한 영감을 준다. 2. 나는 제주도의 자연과 마을의 풍경을 좋아한다. 3. 나는 제주도의 역사적 사실과 관광이 혼합되어 있는 것을 좋아한다. 4. 나는 제주도의 역사, 문화, 자연과 관련한 정보를 발견하는 것에 관심이 많다. 5. 나는 제주도의 과거 독특한 삶의 양식을 좋아한다. 6. 나는 제주도 마을의 형성이나 주택의 형태에 관심이 있다.	리커트척도 (5점) Kolar & Zabkar(2010) " " " " 박은경·조문수·최병길 (2014)
	구성적 진정성	1. 제주도의 풍경이나 문화는 책이나 TV에서 보던 것과 비슷하다. 2. 제주도의 관광매력물이나 장소는 과거 제주도의 생활상을 생동적으로 재현하고 있다. 3. 제주도 관광을 통해 나는 과거 제주도의 생활을 경험할 수 있었다. 4. 제주도 관광을 통해 나는 제주도의 전통적인 고유문화를 느낄 수 있었다.	리커트척도 (5점) 박은경·조문수·최병길 (2014) " " "
	실존적 진정성	1. 나는 제주도만의 특별한 풍경과 문화를 좋아한다. 2. 제주도 관광은 나에게 제주도에 대한 특별한 통찰력을 제공해준다. 3. 제주도에서 머무는 동안 나는 제주도의 역사, 전설, 그리고 고유의 전통을 느낄 수 있었다. 4. 제주도에서 머무는 동안 나는 제주도의 독특한 문화적 특성을 경험할 수 있었다.	리커트척도 (5점) Kolar & Zabkar(2010) " " "

<표 계속>



항목		변수	측정척도	출처
관광 경험	실존적 진정성	5. 제주도에서 머무는 동안 나는 제주도의 조용하고 평화로운 분위기를 좋아하였다.	리커트척도 (5점)	Kolar & Zabkar(2010)
		6. 나는 제주도에서 제주도민의 역사와 문명에 내가 연결되어 있다는 것을 느꼈다.		"
		7. 나는 제주도에서 새로운 자아와 보통과는 다른 나를 발견하였다.		"
		8. 나는 제주도에 머무는 동안 제주도 지역문화의 한 부분을 경험할 수 있었다.		"
		9. 나는 제주도에서 머무는 동안 그들 조상의 삶과 역사를 경험할 수 있었다.		김지선·이훈(2011)
관광만족		1. 나는 제주도를 관광하기로 결정한 것에 대해서 전반적으로 만족한다.	리커트척도 (5점)	박은경·조문수·최병길(2014)
		2. 제주도에서 머물기로 결정한 것에 대해서 나는 행복하다고 느낀다.		"
		3. 나의 제주도 관광경험은 나에게 즐거움과 도움을 주었다.		"
		4. 제주도를 관광하기 전과 비교하여 제주도에서의 경험은 매우 만족스럽다.		"
		5. 나는 제주도 전통문화에 매력에 대해서 전반적으로 만족한다.		"
		6. 나의 제주도 생활형에 대해서 전반적으로 만족한다.		"
추천의도		1. 나는 주변 사람(동료, 친지, 친구)에게 제주도 관광을 적극 추천하겠다.	리커트척도 (5점)	김영미(2015)
		2. 나는 외국인에게도 제주도 관광을 적극 추천하겠다.		"

<표 계속>



항목	변수	측정척도	출처
추천의도	3. 나는 시간을 만들어서라도 반드시 재방문 하겠다.	리커트척도 (5점)	김영미(2015)
	4. 나는 가족과 함께 제주도를 재방문 하겠다.		"
	5. 나는 동료, 친구와 함께 제주도를 재방문 하겠다.		"
인구통계학적 특성	나이, 성별, 직업, 학력, 월 소득, 관광목적, 관광기간, 동반자, 개별/단체, 거주지 등	명목척도	-

### 제 3 절 자료수집 및 분석방법

#### 1. 자료수집

본 연구에서 제기된 연구문제를 검증하기 위한 자료의 수집은 2016년 8월 3일부터 9월 12일까지 약 40일간 제주도 전역에서 관광객을 대상으로 면대면 조사를 통해 이루어졌다. 자료 수집은 관광유형(생활형, 올레탐방형)에 따른 관광활동 집단별로 구분하여 설문조사를 진행하였다.

올레탐방형 관광활동을 추구하는 집단에 대한 설문조사는 제주도에 구축되어 있는 총 21개의 올레코스 중에서 4개의 코스(2, 7, 15, 18코스)에서 2명의 조사원과 함께 2016년 8월 18일부터 21일까지 4일간 설문조사를 실시하였으며, 생활형 관광활동을 추구하는 집단을 대상으로 한 설문조사는 사전에 제주도의 생활형 관광 상품을 판매하고 있는 여행사 및 알선관계자의 협조를 얻어 2016년 8월 3일부터 9월 12일까지 2명의 조사원과 함께 제주도 서귀포시 일원을 중심으로 생활형 관광객을 대상으로 진행하였다.

각각의 관광 집단을 대상으로 한 설문조사는 응답자가 스스로 지각할 수 있는 19세 이상을 대상으로 이루어졌으며, 설문문의 진정성을 높이기 위해 설문에 참여한 관광객에게는 소정의 답례품을 제공하였다.

본 연구에서 모집단의 대표성을 확보하기 위해서는 가급적 많은 수의 표집을 하는 것이 바람직하며, 유의표집과 같은 비확률표집의 경우 신뢰도에 따른 적절한 표본 크기에 대한 통계적인 규칙이 제시되지 않고, 비확률표집의 경우에는 일반화를 위해 더 큰 표본이 필요하다는 정도의 지침이 제시되고 있다 (McMillan & Kozlowski, 2000). 하지만 사례수가 너무 많아지지만 통계적으로 변인 간의 중다상관이 과대평가되는 결과를 가져올 수 있다. 이로 인해 실질적인 효과가 없는 독립변인이 유의미하게 평가될 수 있다. 따라서 이 연구에서 사용되는 통계분석에 적절한 표본크기를 설정하는 것이 정확성과 효율성 측면에서 바람직한 방법이다. 또한, 연구결과의 일반화를 위해 일반적으로 모집단의 수에 상관없이 표본 집단의 절대 수에 기인하며, 사회과학에서는 300명 이상이면 신뢰할 만한 표본 집단이라고 보고 있다(류근관, 2005).

설문지는 각 유형별로 200부를 준비하였으나 실제로 설문조사에 사용된 부수의 경우 생활형은 총 143부가 사용되었으며, 올레탐방형에서는 총 182부가 사용되었다. 설문자료의 수집은 조사원이 직접 면대면 조사를 실시하였기에 100% 수집되었으며, 회수된 설문지에 대해서 본 연구의 대상에 해당되는지 확인하기 위한 중복응답을 하거나 불성실하게 응답하는 설문지의 경우 분석과정에서 제외하였다. 수집된 총 325부의 설문지 중에서 분석과정에서 불성실하게 응답한 설문지(생활형 17부, 올레탐방형형 8부)를 제외한 총 300부가 분석에 사용되어 총 92.3%의 유효 표본율을 보여주고 있다. <표 3-2>는 수집된 설문조사 결과이다.

<표 3-2> 설문조사 자료수집 개요

구분	수집된 설문부수	통계 활용 부수	조사기간
생활형 관광객	143	126	2016.08.03.~ 2016.09.12
올레탐방형 관광객	182	174	2016.08.18.~ 2016.08.21
합계	325	300	-



## 2. 분석방법

수집된 자료의 분석은 통계패키지 프로그램인 SPSS를 이용하여 분석을 실시하였다. 인구통계학적 특성과 관광행태적 특성에 대해서는 빈도분석(frequency analysis)과 교차분석(cross tab analysis)을 실시하였다. 교차분석이란 명목척도 또는 범주형 자료의 성향을 갖고 있는 두 개 혹은 그 이상의 변수에 대한 내용을 분석하기 위해 사용하는 통계적 방법이다. 교차분석에서는 범주형 변수의 비율차이를 검증하는 분석으로  $\chi^2$ 의 검정 통계량을 사용하기 때문에  $\chi^2$  검정이라고 한다. 또한 관광경험과 관광만족, 추천의도에서 집단 간 차이를 비교하기 위해 독립표본 t-검정(t-Test)을 실시하여 집단 간의 차이를 살펴보았다.

구체적인 분석방법으로 인구통계학적 특성과 관광행태적 특성에서는 전체적인 응답경향과 분포를 살펴보기 위해 빈도분석을 실시하여 전체항목의 빈도(%), 평균, 표준편차 등을 산출하였으며, 이후 각각의 항목에 대해서 교차분석을 실시하였다. 이러한 교차분석은 명목이나 서열수준과 같은 범주형 수준의 변인들에 대한 케이스들의 교차빈도에 대한 기술통계량을 제공해 줄 뿐만 아니라, 교차빈도에 대한 통계적 유의성을 검증하고 있다.

진정성 관광경험과 관광만족, 추천의도에는 각각의 항목별로 집단 간의 차이를 검증하기 위해 각각의 측정항목별로 t-검정(t-Test)을 실시하여 집단 간의 차이를 확인하였다.

## 제 4 장 결과 및 고찰

### 제 1 절 응답자의 특성

#### 1. 인구통계학적 특성

본 연구는 제주도를 방문한 관광객을 대상으로 방문객의 관광유형에 따라서 생활형과 올레탐방형으로 구분하여 설문조사를 실시하였다. 설문조사 결과 총 325부의 설문지를 회수하였는데(생활형 143, 올레탐방형 182), 이중 불성실하게 응답한 설문지를 제외한 총 300부(생활형 126, 올레탐방형 174)를 분석과정에서 각각의 유형별로 빈도분석과 교차분석을 실시하였다.

<표 4-1>은 응답자의 인구통계학적 특성을 분석한 결과이다. <표 4-1>에서 각각의 측정항목별로 집단 간의 차이를 보면, 성별을 제외한 모든 측정항목에서 집단 간 차이가 있는 것으로 나타나고 있는 것을 확인할 수 있다. 이를 보다 더 구체적으로 살펴보면, 응답자의 성별 구성에서는 올레탐방형(남성 27.7%, 여성 30.3%)이 생활형(남성 21.7%, 여성 20.3%)에 비해 다소 높게 나타나고 있지만 교차분석을 실시한 결과 두 집단에서 남녀 간의 성별차이는 없는 것을 알 수 있다( $\chi^2=.442$ ,  $p=.506$ ).

연령별 응답자의 비율에서는 두 개 집단은 차이가 있는 것으로 나타나고 있다( $\chi^2=80.487$ ,  $p=.000$ ). 이를 구체적으로 살펴보면, 생활형에서는 40-50대의 비율(40대 18.0%, 50대 9.0%)이 올레탐방형(40대 11.0%, 50대 2.7%)에 비해 상대적으로 높은 반면에 올레탐방형에서는 20-30대의 비율(20대 23.3%, 30대 21.0%)이 생활형(20대 7.3%, 30대 4.0%)에 비해 상대적으로 높게 나타나고 있는 것을 알 수 있다. 직업에서도 집단 간에 차이가 있는 것으로 나타나고 있다( $\chi^2=25.476$ ,  $p=.000$ ). 분석결과를 살펴보면, 생활형에서는 주부의 비율(11.7%)이 높게 나타나고 있으며 올레탐방형에서는 학생(20.3%)의 비율이 높게 나타나고 있는 것을 확인할 수 있다. 또한 사무직의 비율은 두 집단에서 비슷한

비율(생활 10.7%, 올레 13.4%)로 나타나고 있는 것을 알 수 있다.

학력의 경우에서도 2개 집단에서 차이가 있는 것으로 나타나고 있다( $\chi^2=29.233$ ,  $p=.000$ ). 각각의 집단별로 차이를 살펴보면, 4년제 대졸자의 비율이 올레탐방형에서는 41.7%로 생활형(21.0%)에 비해 상대적으로 높으며, 생활형에서는 중학교 및 고등학교 졸업의 비율(8.3%)에서 올레탐방형 집단과 차이를 나타나고 있다. 월평균 소득과 관련하여 두 집단은 차이가 있는 것으로 나타나고 있는데( $\chi^2=31.458$ ,  $p=.000$ ), 생활형에서는 200-400만원(13.0%)이 올레탐방형(10.4%)에 비해 상대적으로 높게 나타나고 있는 반면에 올레탐방형에서는 200만원 미만(15.4%), 600-800만원(12.7%), 800-1,000만원(6.7%)이 생활형에 비해 상대적으로 높은 비율을 나타내고 있는 것을 확인할 수 있었다. 한편, 400-600만원의 경우 두 집단에서 서로 비슷한 비율을 보이고 있는 것을 확인할 수 있다(생활 14.7%, 올레 13.0%).

현 거주지와 관련한 분석결과 2개 집단은 차이를 나타내고 있는데( $\chi^2=62.652$ ,  $p=.000$ ), 거의 모든 거주지별로 차이를 나타내고 있는 것을 알 수 있다. 특히 수도권(서울, 인천포함)의 경우 두 집단 간에 차이가 크게 나타나고 있으며(생활형 30.8%, 올레탐방형 18.1%), 경남권(부산, 울산 포함), 전남권(광주 포함) 순으로 차이를 나타내고 있다.

이상과 같이 응답자의 인구통계학적 특성을 분석한 결과를 종합해 보면, 성별을 제외한 모든 측정항목에서 집단 간에 차이를 나타내고 있는 것을 확인할 수 있다. 특히, 연령에서는 생활형의 경우 40대 이상의 비율(30.7%)이 올레탐방형에 비해 상대적으로 높은 반면에 올레탐방형은 40세 이하의 비율(34.3%)이 상대적으로 높아 확연히 구분되고 있으며, 직업에서는 학생(올레탐방형)과 주부(생활형), 학력에서는 고등학교 졸업 이하(생활형)와 대학교(4년) 졸업 이상(올레탐방형), 월평균 소득에서는 200만원 미만(올레탐방형)에서, 현 거주지의 경우 수도권(서울, 인천 포함)에서 집단 간에 뚜렷한 차이를 나타내고 있는 것을 알 수 있다. 이러한 분석결과를 통해 알 수 있는 것은 제주도를 방문하는 관광객들의 특징은 주로 대학교 졸업 이상의 학력을 보유하고, 월평균 소

득은 두 집단 모두 400만 원 이상으로 안정적인 직장(사무직)을 가지고 사회 생활을 영위하고 있는 것으로 파악해 볼 수 있지만, 연령이나 직업에서 두 집단 간에 차이가 있는 것으로 보아 제주도에서의 관광활동에서는 차이가 있을 것으로 예상해 볼 수 있다.

<표 4-1> 응답자의 인구통계학적 특성

구분	항목	빈도(%)		교차분석
		생활형	올레탐방형	
성별	남	65(21.7)	83(27.7)	$\chi^2 = .442$ p = .506
	여	61(20.3)	91(30.3)	
	무응답	-	-	
연령	30세 이하	22(7.3)	70(23.3)	$\chi^2 = 80.487$ p = .000
	30-39세	12(4.0)	63(21.0)	
	40-49세	54(18.0)	33(11.0)	
	50-59세	27(9.0)	8(2.7)	
	60세 이상	11(3.7)	-	
	무응답	-	-	
직업	전문직(의사, 법조인, 교수, 엔지니어, 건축가 등)	9(3.1)	20(6.9)	$\chi^2 = 25.476$ p = .000
	사무직(회사원, 은행원, 공무원 등)	31(10.7)	39(13.4)	
	농축산업 및 생산직(공장 근로자)	10(3.4)	17(5.8)	
	서비스직(판매직, 소규모 가게주인 등)	18(6.2)	17(5.8)	
	학생	15(5.2)	59(20.3)	
	주부	34(11.7)	22(7.6)	
	기타	5	-	
	무응답	4	-	

<표 계속>



구분	항목	빈도(%)		교차분석
		생활형	올레탐방형	
학력	중학교 졸업 이하	7(2.3)		$\chi^2=29.233$ p=.000
	고등학교 졸업	18(6.0)	10(3.3)	
	초대(전문대) 졸업	35(11.7)	27(9.0)	
	대학교(4년) 졸업	63(21.0)	125(41.7)	
	대학원 졸업(수료) 이상	3(1.0)	12(4.0)	
	무응답			
월평균 소득	200만원 미만	11(3.7)	46(15.4)	$\chi^2=31.458$ p=.000
	200-400만원 미만	39(13.0)	31(10.4)	
	400-600만원 미만	44(14.7)	39(13.0)	
	600-800만원 미만	29(9.7)	38(12.7)	
	800-1000만원 미만	2(0.7)	20(6.7)	
	1,000만원 이상	-	-	
무응답	1			
현 거주지	수도권(서울, 인천포함)	92(30.8)	54(18.1)	$\chi^2=61.346$ p=.000
	경남권(부산, 울산 포함)	6(2.0)	29(9.7)	
	전남권(광주 포함)	9(3.0)	28(9.4)	
	전북권	2(0.7)	14(4.7)	
	경북권(대구 포함)	14(4.7)	23(7.7)	
	충남권(대전 포함)	2(0.7)	7(2.3)	
	충북권		7(2.3)	
	강원권		12(4.0)	
	기타	1	-	

## 2. 관광행태적 특성

<표 4-2>는 응답자의 관광행태적 특성과 관련하여 관광목적, 동행여부, 체류일정, 평균지출비용, 방문회수 특성을 교차분석을 통해 살펴본 것으로 방문횟수를 제외한 모든 측정항목에서 생활형과 올레탐방형 집단은 차이를 나타내고 있는 것을 확인할 수 있다. <표 4-2>에서 제주도 방문이유에서 집단 간에 차이를 나타내고 있는데( $\chi^2=67.792$ ,  $p=.000$ ), 올레탐방형에서는 친목도모(24.0%), 스트레스 해소(19.7%)에서 생활형(친목도모 8.0%, 스트레스 해소 9.3%)에 비해 상대적으로 높은 비율을 나타내고 있는 반면에 생활형에서는 기타(11.0%)의 비율이 높게 나타나고 있다. 이러한 이유로 생활형 관광활동을 하는 관광객 중 일부의 경우 제주도에에서의 정착을 위한 사전생활을 하는 경우가 있는데, 이러한 경우 기타로 표시한 것으로 추측해 볼 수 있다.

동행여부에서도  $\chi^2=49.964$ ,  $p=.000$ 으로 두 집단은 집단 간에 차이가 있는 것으로 나타나고 있다. 보다 더 구체적으로 살펴보면, 생활형에서는 가족(14.7%)의 비율이 상대적으로 높은 반면에 올레탐방형에서는 친구/연인(23.7%), 동호회(21.3%) 비율이 상대적으로 높은 비율을 나타내고 있어 두 집단에서 뚜렷한 대비를 나타내고 있는 것을 알 수 있다. 이러한 동행여부에서 집단 간의 차이를 나타내는 이유를 추측해보면, 생활형의 경우 주로 장기간 제주도에 체류하기 때문에 가족의 비율이 높은 것으로 추측해 볼 수 있을 것이다.

체류일정은 생활형과 올레탐방형은 뚜렷한 차이를 나타내고 있는데( $\chi^2=244.045$ ,  $p=.000$ ), 올레탐방형에서는 7일 이내 체류가 전체 응답자의 53.5%(1-3일 27.6%, 4-6일 25.9%)를 차지하고 있는 반면에 생활형에서는 7일 이상 체류하는 응답이 35.8%(11-14일 21.8%, 15일 이상 14.0%)를 차지하고 있다. 이러한 체류기간의 차이는 생활형 관광객을 대상으로 한 설문조사는 가가호호 방문하여 사전에 체류기간을 파악한 후에 설문조사를 실시하였기 때문인 것으로 풀이된다.

평균 지출비용에서도 생활형과 올레탐방형 집단은 뚜렷한 차이를 나타내고 있는데( $\chi^2=145.492$ ,  $p=.000$ ), 생활형에서는 100-150만원의 비율이 32.3%를 차지하고 있는

반면에 올레탐방형에서는 50-100만원의 비율이 38.7%를 차지하고 있는 것으로 나타나고 있다. 이처럼 평균 지출비용에서 차이가 발생하는 것은 제주도에서의 특별한 경험을 추구하지만 생활형의 경우 장기간 체류하기 때문에 지출비용이 올레탐방형 집단에 비해 높게 나타난 것으로 이해할 수 있을 것으로 추측된다.

제주도 방문횟수에 있어서 집단 간에 차이는 없는 것으로 나타났다( $\chi^2=10.575$ ,  $p=.060$ ). 분석결과 두 집단 모두 6회 이상 방문비율이 높게 나타나고 있으며(생활형 11.4%, 올레탐방형 14.4%), 그 외 2회(생활형 8.4%, 올레탐방형 13.4%)와 3회(생활형 8.7%, 올레탐방형 13.4%) 비율이 높게 나타나고 있다. 다만, 올레탐방형에서는 1회 방문의 경우도 생활형에 비해 다소 높은 수치를 나타내고 있는 것을 확인할 수 있다.

<표 4-2> 응답자의 제주도 관광행태 특성

구분	항목	빈도(%)		교차분석
		생활형	올레탐방형	
제주 방문 이유	자아발견(자아성찰)	7(2.3)	17(5.7)	$\chi^2=67.792$ $p=.000$
	스트레스 해소	28(9.3)	59(19.7)	
	친목도모	24(8.0)	72(24.0)	
	친지(친척)방문	25(8.3)	17(5.7)	
	비즈니스	9(3.0)	9(3.0)	
	기타	33(11.0)	-	
동행 여부	개인(혼자서)	19(6.3)	20(6.7)	$\chi^2=49.964$ $p=.000$
	친구 또는 연인	24(8.0)	71(23.7)	
	가족	44(14.7)	13(4.3)	
	동호회(친목단체) 행사	27(9.0)	64(21.3)	
	회사동료	11(3.7)	6(2.0)	
	기타	1	-	

<표 계속>



구분	항목	빈도(%)		교차분석
		생활형	올레탐방형	
체류 일정	1~3일	2(0.7)	81(27.6)	$\chi^2=244.045$ p=.000
	4~6일	2(0.7)	76(25.9)	
	7~10일	10(3.4)	15(5.1)	
	11~14일	64(21.8)	-	
	15일 이상	41(14.0)	2(0.7)	
	무응답	7		
평균 지출 비용	50만원 미만	4(1.3)	15(5.1)	$\chi^2=145.492$ p=.000
	50~100만원	2(0.7)	115(38.7)	
	100~150만원	96(32.3)	32(10.8)	
	150만원 이상	21(7.1)	12(4.0)	
	무응답	3		
제주 방문 회수	1회	5(1.7)	20(6.7)	$\chi^2=10.575$ p=.060
	2회	25(8.4)	40(13.4)	
	3회	26(8.7)	40(13.4)	
	4회	19(6.4)	12(4.0)	
	5회	16(5.4)	19(6.4)	
	6회 이상	34(11.4)	43(14.4)	
	무응답	1		

이상과 같이 응답자의 제주도 관광행태 특성과 관련한 분석결과를 종합해 보면, 제주 방문횟수에서는 생활형과 올레탐방형 집단 간에 차이가 없는 것으로 나타났지만, 방문이유, 동행여부, 체류일정, 평균지출 비용에서는 생활형과 올레탐방형 집단 간에 뚜렷한 차이를 확인할 수 있다. 특히, 생활형 집단의 경우 체류일정과 평균지출 비용 등에서 올레탐방형 집단에 비해 확연히 다른 결과를 보여주고



있는데, 이는 <표 4-1>의 인구통계학적 특성에서 연령대와 직업과 관계가 있는 것으로 추측해 볼 수 있다. 즉, 생활형 집단의 경우 올레탐방형과 같이 관광으로서의 동일한 목적 이외에 정착이나 치유 등과 같은 특정한 목적을 가지고 제주도를 방문했기 때문에 올레탐방형 집단과 차이가 있는 것으로 추측해 볼 수 있다.

## 제 2 절 관광유형별 진정성 경험과 만족의 차이

### 1. 진정성 경험의 차이

관광유형별 진정성 경험에 대한 차이분석은 관광경험을 구성하고 있는 객관적, 구성적 및 실존적 진정성 경험을 대상으로 집단 간의 차이를 살펴보고 있다. <표 4-3>는 객관적 진정성 경험을 구성하고 있는 5개 측정항목에 대해서 집단 간 t-Test를 실시한 결과이다. 분석결과를 측정항목별로 살펴보면, 1번 항목(전체적 인상은 특별한 영감을 줌)과 3번 항목(역사적 사실과 관광이 혼합을 좋아함)의 경우 생활형과 올레탐방형 집단 간에 통계적으로 유의하지 않는 반면에 2번(자연과 마을의 풍경을 좋아함), 4번(역사, 문화, 자연과 관련된 정보발견에 관심), 5번(과거 독특한 삶의 양식을 좋아함), 6번(제주도 마을의 형성이나 주택형태에 관심)의 경우 집단 간에 통계적으로 유의한 차이가 있는 것을 확인할 수 있다.

집단 간에 유의한 차이를 나타내고 있는 4개 측정항목을 보다 더 구체적으로 살펴보면, 2번(제주도의 자연과 마을의 풍경을 좋아함) 측정항목의 경우 올레탐방형 집단(4.28)이 생활형 집단(4.07)에 비해 다소 높은 평균치를 보여주고 있다. 반면, 4번(역사, 문화, 자연과 관련된 정보발견 관심)과 5번(과거 독특한 삶의 양식을 좋아함), 6번(제주도 마을의 형성, 주택형태에 관심)의 경우에는 생활형 집단의 평균치(4번 3.52, 5번 3.66, 6번 3.44)가 올레탐방형 집단의 평균치(4번 3.23, 5번 3.36, 6번 2.93)에 비해 상대적으로 높은 수치를 나타내고 있는 것을 알 수 있다. 이렇게 생활형 관광경험을 추구하는 집단의 평균치가 높게 나타나

고 있는 이유로는 그들의 관광활동 행태에서 찾아볼 수 있다. 즉, 생활형 집단의 경우 제주도에 머무르는 동안 사용하는 숙소를 제주도 지역주민들의 삶의 터전이자 생활공간인 마을에 마련함으로써 제주도와 관련된 삶의 양식, 정보, 주택형태 등을 가공되지 않은 원형 그대로 경험할 수 있기 때문으로 추측해 볼 수 있다. 이러한 결과로부터 유추해볼 수 있는 것은 생활형 집단은 제주도의 역사나 문화, 과거 독특한 삶의 형태 등과 같은 제주도 주민들의 과거 이래로 형성해오고 있는 제주도만 고유한 삶의 양식을 마을이라는 공간에서 원형성에 가깝게 접할 수 있는 기회를 경험하고 있다고 할 수 있다.

<표 4-3> 객관적 진정성 경험의 차이

	구분	집단	평균	t 값	자유도	유의확률
1	전체적 인상은 특별한 영감을 줌	생활형(n=126)	3.754	-.127	298	.899
		올레탐방형(n=174)	3.764			
2	자연과 마을의 풍경을 좋아함	생활형(n=126)	4.071	-3.628	258.616	.000**
		올레탐방형(n=174)	4.282			
3	역사적 사실과 관광이 혼합을 좋아함	생활형(n=126)	3.389	.778	298	.437
		올레탐방형(n=174)	3.322			
4	역사, 문화, 자연과 관련된 정보발견 관심	생활형(n=126)	3.516	3.076	298	.002*
		올레탐방형(n=174)	3.230			
5	과거 독특한 삶의 양식을 좋아함	생활형(n=126)	3.659	3.570	298	.000**
		올레탐방형(n=174)	3.356			
6	제주도 마을의 형성, 주택형태에 관심	생활형(n=126)	3.437	5.620	298	.000**
		올레탐방형(n=174)	2.931			

주) \*p<.05, \*\*<.000

다만 2번(자연과 마을의 풍경을 좋아함)의 경우에는 올레탐방형 집단에서 평균치가 높게 나타나고 있는 것은 제주도 전역에 분포되어 있는 올레길을 탐방하면서 관광객이 느끼는 제주도의 자연과 스쳐가는 마을의 풍경을 더 좋다고 느꼈기 때문으로 추측해 볼 수 있다. 즉, 올레길 주변에 펼쳐진 제주도의 풍경에 대해서 올레탐방형 집단은 그들의 주관적인 가치관이 투영된 결과라고 판단된다. 한편, 1번(전체적인 인상은 특별한 영감을 준다)과 3번(역사적 사실과 관광의 혼합을 좋아함)은 집단 간에 차이가 없는 것으로 나타나고 있다. 이는 평균치만을 놓고 보았을 때 5점 리커드 척도의 중분위(3점) 보다 높은 평균치를 나타내고 있기 때문에 두 집단은 제주도의 전체적인 인상과 역사적 사실과 관광이 혼재되어 있는 것을 두 집단이 동일하게 인식하고 있기 때문에 집단 간에 유의한 차이가 없는 것으로 해석해 볼 수 있다.

<표 4-4>는 구성적 진정성 관광경험을 구성하고 있는 4개 측정항목에 대한 t-Test 결과이다. 분석결과 1번(제주도 풍경, 문화는 책/TV에서 보던 것과 유사)과 4번(제주도의 전통적인 고유문화를 느낌)은 집단 간에 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타난 반면에 3번(과거 제주도의 생활을 경험)은 집단 간에 통계적으로 유의하지 않은 것으로 나타나고 있다. 2번(과거 제주도의 전통적인 문화를 느낌)은 유의수준( $p < .10$ )으로 다소 넓게 적용할 경우 통계적으로 집단 간에 차이가 있는 것으로 나타났다.

집단 간에 유의한 차이를 나타내고 있는 1번과 2번, 4번에 대해서 평균값을 살펴보면, 1번(제주도 풍경, 문화는 책/TV에서 보던 것과 유사)과 2번(과거 제주도의 생활상을 생동적으로 재현)의 경우 올레탐방형 집단(1번 3.71, 2번 3.14)의 평균값이 생활형 집단(1번 3.30, 2번 3.01)에 비해 상대적으로 높은 평균치를 가지고 있는 반면에 4번(제주도의 전통적인 고유문화를 느낌)에서는 생활형 집단이 올레탐방형 집단에 비해 상대적으로 높은 평균치를 나타내고 있다(생활형 3.19, 올레탐방형 2.97).

<표 4-4>의 1번과 2번의 결과로부터 유추해볼 수 있는 것은 올레탐방형 집단은 제주도에 분포되어 있는 관광지 혹은 관광대상에 대해서 생활형 집단에

비해 상대적으로 더 많은 지각(상호작용)을 느낀다고 추측해 볼 수 있다. 즉, 올레탐방형객은 올레탐방형 코스를 트레킹 하면서 코스 주변에 보여 지는 관광대상(마을, 풍경, 경관)에 대해서 개인적으로 자신이 지각하는 관점에서 관광대상을 해석하는 정도가 생활형 집단에 비해 상대적으로 강하게 작용하고 있는 것으로 해석이 가능하다.

<표 4-4> 구성적 진정성 경험의 차이

구분	집단	평균	t 값	자유도	유의확률	
1	제주도 풍경, 문화는 책/TV에서 보던 것과 유사	생활형(n=126)	3.302	-5.677	298	.000**
	올레탐방형(n=174)	3.713				
2	과거 제주도의 생활상을 생동적 재현	생활형(n=126)	3.008	-1.693	297.466	.091
	올레탐방형(n=174)	3.138				
3	과거 제주도의 생활을 경험	생활형(n=126)	3.143	1.330	296.682	.184
	올레탐방형(n=174)	3.023				
4	제주도의 전통적인 고유문화를 느낌	생활형(n=126)	3.190	2.466	298	.014*
	올레탐방형(n=174)	2.966				

주) \*p<.05, \*\*<.000

한편, 4번(제주도의 전통적인 고유문화를 느낌)의 결과에서는 앞서 1, 2번의 결과와는 상이하게 생활형 집단이 올레탐방형 집단에 비해서 상대적으로 높은 평균치를 나타내고 있는데, 이러한 이유로는 생활형 집단이 제주도에서 머무르는 동안 사용하는 임시거처와 연관이 있는 것으로 판단된다. 즉, 생활형 집단은 마을주민이 거주하고 있는 생활공간에 관광활동을 하는 동안 임시거처를 마련하고 장기간 생활하기 때문에 관광활동을 하는 동안 마을주민들의 전통적인 고유문화인 제주도만이 가지고 있는 독특한 문화적 특성(예를 들어 제사문화, 권당문화 등)을 접했을 가능성이 있다. 반면, 올레탐방형 집단의 경우 그들이 관광

활동을 하는 동안 머무르는 공간은 주로 게스트하우스, 콘도 등으로 제주도민의 생활상과 직접적으로 접할 수 있는 공간에서 머무르지 않았기 때문에 제주도만의 전통적인 고유문화를 느끼지 못했다고 추측해볼 수 있다.

한편, 비록 통계적으로 유의하지 않지만 3번(과거 제주도의 전통적인 문화를 느낌)의 평균값을 살펴보면, 생활형 집단(3.21)이 올레탐방형 집단(3.14)에 비해 상대적으로 다소 높은 평균치를 나타내고 있는 것을 확인할 수 있다. 3번 측정항목에서 집단 간에 차이가 없는 것으로 나타난 이유에 대해서는 측정항목이 과거 제주도의 생활경험을 물어보고 있기 때문인 것으로 판단해 볼 수 있다. 즉, 생활형 집단이나 올레탐방형 집단의 제주도에서 관광활동을 하고 있지만 과거 제주도의 문화나 생활을 경험할 수 있는 관광경험을 하지 못했기 때문이거나, 관광활동 당시 제주도에서 접하는 제주도의 과거 문화체험 등이 원형을 그대로 유지하고 있는가에 대해서 주관적으로 그렇지 않다고 느꼈을 가능성이 있는 것으로 추측해 볼 수 있다.

<표 4-5>는 실존적 진정성 경험을 구성하고 있는 9개 측정항목에 대한 t-Test 결과이다. 분석결과 1번(제주도만의 특별한 풍경과 문화를 좋아함) 3번(제주도의 역사, 전설, 고유전통을 느낌), 5번(제주도의 조용하고 평화로운 분위기가 좋음)과 6번(도민의 역사와 문명에 내가 연결되어 있는 느낌), 8번(제주도 지역문화의 한 부분을 경험)과 9번(제주도민들의 조상의 삶과 역사를 경험)은 집단 간에 통계적으로 유의한 차이를 나타내고 있는 반면에 2번(제주도에 대한 특별한 통찰력을 제공), 4번(제주도의 독특한 문화적 특성을 경험), 7번(새로운 자아를 발견)의 경우 집단 간에 통계적으로 유의한 차이가 없는 것으로 나타나고 있다.

집단 간에 유의한 차이를 나타내고 있는 6개의 측정항목을 좀 더 구체적으로 살펴보면 1번과 5번, 8번의 경우 올레탐방형 집단이 생활형 집단에 비해 상대적으로 높은 평균치를 나타내고 있으며(1번 생활형 3.86 / 올레탐방형 4.37, 5번 생활형 3.68 / 올레탐방형 4.23, 8번 생활형 3.38 / 올레탐방형 3.62), 3번과 6번, 9번은 생활형 집단이 올레탐방형 집단에 비해 상대적으로 높은 평균치를 나타

내고 있다(3번 생활형 3.23 / 올레탐방형 2.93, 6번 생활형 2.87 / 올레탐방형 2.41, 9번 생활형 3.11 / 올레탐방형 2.50).

<표 4-5> 실존적 진정성 경험의 차이

구분	집단	평균	t 값	자유도	유의확률
1	제주도만의 특별한 풍경과 문화를 좋아함	생활형 (n=126) 3.857	-7.917	266.745	.000**
	올레탐방형 (n=174) 4.374				
2	제주도에 대한 특별한 통찰력을 제공	생활형 (n=126) 3.175	-.808	294.614	.420
	올레탐방형 (n=174) 3.253				
3	제주도의 역사, 전설, 고유전통을 느낌	생활형 (n=126) 3.230	3.664	297.311	.000**
	올레탐방형 (n=174) 2.925				
4	제주도의 독특한 문화적 특성 경험	생활형 (n=126) 3.310	-.608	297.793	.544
	올레탐방형 (n=174) 3.368				
5	제주도의 조용하고 평화로운 분위기 좋음	생활형 (n=126) 3.683	-7.193	298	.000**
	올레탐방형 (n=174) 4.230				
6	도민의 역사와 문명에 내가 연결되어 있는 느낌	생활형 (n=126) 2.873	5.810	295.241	.000**
	올레탐방형 (n=174) 2.414				
7	새로운 자아를 발견	생활형 (n=126) 3.135	-1.259	296.729	.209
	올레탐방형 (n=174) 3.259				
8	제주도 지역문화의 한 부분을 경험	생활형 (n=126) 3.381	-2.774	298	.006*
	올레탐방형 (n=174) 3.615				
9	제주도민들의 조상의 삶과 역사를 경험	생활형 (n=126) 3.111	7.690	292.508	.000**
	올레탐방형 (n=174) 2.500				

주) \*p<.05, \*\*<.000,

올레탐방형 집단이 높은 평균치를 나타내고 있는 1번과 5번, 9번의 경우 제주도가지고 있는 특별한 풍경과 문화, 평화로운 분위기 등 주로 제주도의 풍광과 독특한 문화 등과 관련이 있는데, 이러한 키워드는 관광객 스스로의 자유로운 활동을 통해 주관적으로 경험하게 되는 심리적 경험(Heidegger, 1996)으로 실존적 진정성 경험과 맥락을 같이하고 있다는 것을 알 수 있다. 즉, 올레탐방형 집단은 제주도에 올레길 탐방을 하면서 관광객 개인이 추구하는 일탈경험을 통해 자신을 찾아가는 주관적인 경험이 생활형 집단에 비해 상대적으로 더 높은 행복감을 느끼고 있다고 추측해 볼 수 있다.

한편, 생활형 집단에서 높은 평균치를 나타내고 있는 3번, 6번, 9번의 측정항목을 살펴보면 제주도의 역사, 전설, 고유전통, 문명, 삶과 역사 등과 관련이 있는 키워드가 도출되고 있다. 이러한 키워드와 관련된 측정항목에서 생활형 집단에서는 중분위(3.0) 이상의 값을 나타내고 있는 반면에 올레탐방형 집단에서는 중분위의 값에 미치지 못하고 있는 것으로 나타나고 있다. 이러한 결과로부터 유추해 볼 수 있는 의미로는 비록 특정한 관광지를 대상으로 관광활동을 영위하는 올레탐방형 집단의 경우 특정한 관광지(제주도)가 가지고 있는 고유한 문화나 역사, 전통 등 생활공간에서의 주민들의 삶과 관련된 내용에는 상대적으로 중요하게 고려하지 않는 것을 알 수 있다.

반면에 생활형 집단의 경우에는 올레탐방형에 비해 제주도 지역주민들이 오랜 세월동안 살아오면서 형성된 독특하고 제주도의 고유한 생활문화에 상대적으로 높은 평균치를 나타내고 있는 것을 알 수 있다. 이는 생활형 집단이 제주도에서의 관광활동 기간 동안 머무르는 장소와 밀접한 관련이 있다고 추측해 볼 수 있는데, 생활형 집단은 그들이 관광활동을 하는 동안 머무르는 공간(장소)이 제주도민들이 과거 이래로 살아가고 있는 생활공간이기 때문이다. 즉, 생활형 집단은 제주도민들의 현재 살아가고 있는 생생한 생활상을 지근거리에서 자신의 의지에 따라서 직접 보고, 경험하고, 체험하기 때문에 제주도의 역사, 전설, 고유전통, 문명, 삶 등에 올레탐방형에 비해 상대적으로 높은 평균치를 보이고 있는 것으로 추측 가능하다. 즉, 생활형 관광집단은 올레탐방형과 동일하게



자유로운 관광활동을 통해 관광객 자신이 체험하는 주관적인 심리적 경험(Heidegger, 1996)으로서 행복을 느끼는 실존적 관광경험을 추구하고 있지만, 바라보는 관점에 있어서 올레탐방형 집단과 다소 차이가 있다는 것을 확인할 수 있다.

실존적 진정성 경험과 관련하여 2번(제주도에 대한 특별한 통찰력을 제공)과 4번(제주도의 독특한 문화적 특성 경험), 7번(새로운 자아를 발견)은 통계적으로 유의하지 않는 것으로 나타나고 있다. 비록 통계적으로 유의하지 않지만 각각의 측정항목에 대해서 집단 간의 평균치를 보면 올레탐방형 집단에서 근소하게 높은 평균치를 보여주고 있으며, 두 집단 공히 중분위(3.0) 이상의 값을 나타내고 있어 진정성 관광경험을 느끼고 있는 것으로 보인다. 다만, 집단 간에 통계적으로 유의한 차이가 없는 이유를 추정해 보면, 측정항목의 키워드에서 원인을 유추해 볼 수 있다. 즉, 올레탐방형 집단에서는 특정 관광목적지인 제주도의 풍광과 자연의 아름다움 등을 추구하는 관광경험인 반면에 추출되는 키워드는 제주도만의 독특한 문화적 특성, 제주도의 고유한 역사, 전통에 대한 통찰력 등으로서 관광경험에 있어서 다소 차이가 있는 것을 알 수 있으며, 생활형의 경우 통계적으로 차이를 나타내고 있는 측정항목과 맥락을 같이 하고 있으나, 실질적인 관광경험을 추구하지 못했기 때문으로 유추해 볼 수 있다. 즉, 생활형 집단의 경우 비록 제주도민의 생활터전인 지역사회에 머무르면서 지역사회에 형성된 전통과 고유한 문화 등을 접하고는 있지만 실질적인 지역사회 구성원으로서 참여가 이루어지지 않기 때문인 것으로 추측해 볼 수 있다.

## 2. 관광유형별 만족과 추천의도의 차이

<표 4-6>과 <표 4-7>은 관광만족과 추천의도를 구성하고 있는 각각의 측정항목에 대해서 생활형 및 올레탐방형 집단 간의 차이를 파악하기 위한 t-Test 결과이다. 관광만족에서 대해서는 6개 측정항목에 대해서, 그리고 추천의도에서는 총 5개 측정항목에 대해서 t-Test를 진행하였다.



관광만족과 관련한 <표 4-6>의 분석결과를 보면, 관광만족을 구성하고 있는 6개의 측정항목 중 5번(제주도의 전통문화 매력에 전반적으로 만족), 6번(제주도 생활형에 대해서 전반적 만족)은 통계적으로 집단 간에 유의한 차이를 나타내고 있지 않는 반면에 그 외 4개의 측정항목인 1번(제주도 관광결정에 전반적으로 만족)과 2번(제주도에서 머무는 것에 행복하다고 느낌), 3번(제주도 관광경험은 즐거움과 도움을 줌)의 경우 집단 간에 통계적으로 유의한 차이를 나타내고 있으며, 4번(제주도 관광 전과 비교하여 매우 만족)의 경우 유의수준을 넓게 ( $p<.10$ )한다면 통계적으로 집단 간에 유의한 차이가 있는 것으로 해석해 볼 수 있다.

<표 4-6> 관광유형별 관광만족 차이

구분	집단	평균	t 값	자유도	유의확률	
1	제주도 관광결정에 전반적으로 만족	생활형 (n=126)	3.968	-5.136	292.471	.000**
		올레탐방형 (n=174)	4.293			
2	제주도에서 머무는 것에 행복하다고 느낌	생활형 (n=126)	3.984	-3.066	288.964	.002*
		올레탐방형 (n=174)	4.178			
3	제주도 관광경험은 즐거움과 도움을 줌	생활형 (n=126)	3.944	-3.483	287.690	.001*
		올레탐방형 (n=174)	4.172			
4	제주도 관광 전과 비교하여 매우 만족	생활형 (n=126)	3.849	-1.758	298	.080
		올레탐방형 (n=174)	3.971			
5	제주도의 전통문화 매력에 전반적 만족	생활형 (n=126)	3.706	-.529	298	.597
		올레탐방형 (n=174)	3.741			
6	제주도 생활형에 대해서 전반적 만족	생활형 (n=126)	3.778	-.640	298	.523
		올레탐방형 (n=174)	3.822			

주) \* $p<.05$ , \*\* $<.000$ ,

<표 4-6>에서 통계적으로 유의한 차이를 나타내고 있는 4개 측정항목에 대한 두 집단의 평균치를 살펴보면 4개 측정항목은 공히 높은 평균치를 나타내고 있으며, 집단 간의 차이 비교에서는 올레탐방형 집단이 생활형 집단에 비해 상대적으로 높은 평균치를 나타내고 있다(1번 생활형 3.97 / 올레탐방형 4.29, 2번 생활형 3.98 / 올레탐방형 4.18, 3번 생활형 3.94 / 올레탐방형 4.17, 4번 생활형 3.85 / 올레탐방형 3.97).

관광만족과 관련하여 본 연구에서 다루고 있는 키워드를 추출해보면 전반적 만족, 행복, 즐거움과 도움, 관광 전 비교 등으로 주로 관광활동 이후에 관광객의 가치 등을 포괄적으로 포함하는 관광객 스스로의 경험적 만족에 대한 측정 척도를 다루고 있는데(양봉석, 2006; Iso-Ahola, 1992), 이러한 키워드는 관광객이 제주도에서의 진정성 관광경험을 체험한 후에 자신이 느끼는 경험에 대한 상호작용의 결과라고 할 수 있다.

<표 4-6>의 분석결과로부터 올레탐방형 집단은 생활형 집단에 비해 제주도에서의 관광활동으로 인한 진정성 관광경험에 대해서 상대적으로 더 높은 만족도를 느꼈다고 이해할 수 있다. 즉, 제주도의 올레길이라는 특정 관광대상을 탐방한 관광객은 제주도가 가지고 있는 자연의 아름다움, 올레길 주변의 이국적인 제주도의 풍광 등이 자신이 추구하고자 하는 진정성 경험의 사색과 체험, 삶의 의미를 찾고자 하는 자아성찰과 같은 자기성취의 관점에서 생활형 집단에 비해 상대적으로 충분한 관광경험을 느꼈던 것으로 유추해 볼 수 있다.

반면, 생활형 집단의 경우에는 비록 평균치는 높은 수준을 나타내고 있지만 올레탐방형 집단에 비해 상대적으로 낮은 수치를 나타내고 있다. 이러한 이유에 대해서는 관광경험은 관광대상지를 구성하고 있는 모든 환경과의 상호작용을 통해 일어나는 복합적인 활동인데(Jennings & Weiler, 2006), 생활형 집단의 경우 삶의 터전이자 생활공간인 지역사회에 머물면서 관광활동을 추구했지만 정작 지역사회를 구성하고 있는 지역주민과는 관계형성이 이루어지지 않았기 때문에 올레탐방형 집단에 비해 상대적으로 낮은 수치를 나타낸 것으로 추측해 볼 수 있다. 즉, 생활형 집단이 제주도에서 관광활동을 하는 동안 머무는 공간

은 지역사회지만 실질적으로 지역사회 구성원인 지역주민과 활발한 접촉이 없었을 가능성이 있는 것으로 추측해 볼 수 있다.

한편, 통계적으로 집단 간에 차이가 없는 것으로 나타난 5번(제주도의 전통문화 매력에 전반적 만족)과 6번(제주도 생활형에 대해서 전반적 만족)의 경우는 생활형 집단이 올레탐방형에 비해 근소하게나마 다소 높은 평균치를 나타내고 있는 것을 알 수 있는데, 이는 진정성 관광경험을 추구하는 생활형 집단과 올레탐방형 집단의 관광활동의 관점이 다르기 때문이며, 두 개의 측정항목은 생활형 집단에 더 치우쳐 있기 때문에 다소 높은 평균치를 나타낸 것으로 추정해 볼 수 있다.

추천의도와 관련한 <표 4-7>의 분석결과를 살펴보면, 5개의 측정항목 중 1개(2번 외국인에게 제주도 관광을 적극적으로 추천)를 제외한 4개의 측정항목(1번 주변사람에게 제주도 관광을 적극적 추천, 3번 시간을 만들어서라도 반드시 재방문, 4번 가족과 제주도를 재방문, 5번 동료, 친구와 제주도를 재방문)은 집단 간에 통계적으로 유의한 차이를 나타내고 있는 것으로 나타나고 있다. 통계적으로 유의한 측정항목을 보면, 주변 사람에게 적극적 추천이라는 1개 항목과 나머지 3개의 측정항목은 시간, 가족, 동료/친구와 관계가 있는 재방문과 관련 있는 것으로 나타나고 있다.

각각의 측정항목별 평균치를 보면 4개 측정항목은 올레탐방형 집단이 생활형 집단에 비해 상대적으로 높은 평균치를 나타내고 있는데, 특히 재방문과 관련하여 높은 평균치를 보이고 있는 것을 확인할 수 있다(1번 생활형 3.96 / 올레탐방형 4.15, 3번 생활형 3.88 / 올레탐방형 4.31, 4번 생활형 3.934/ 올레탐방형 4.24, 5번 생활형 3.94 / 올레탐방형 4.33).

<표 4-7>의 추천의도와 관련한 집단 간 차이검증에서 올레탐방형 집단의 추천의도가 높게 나타나고 있는 이유는 관광만족과 밀접한 관련이 있는 것으로 추측해 볼 수 있다. 추천의도란 관광객이 직·간접적인 경험에 대해 타인에게 추천하는 것으로써(이서요·이태희, 2015), 특정대상에 대한 긍정적인 태도를 형성하게 되면 향후 행동으로 표현되는 주관적 신념 또는 의지(Zeithaml, Berry, & Parasuraman, 1996)로 특정한 경험에 대한 자신의 감정(긍정적 또는

부정적)을 주변사람들에게 전파하는 것으로(한장현, 2016) 이해될 수 있다.

<표 4-7> 관광유형별 추천의도 차이

	구분	집단	평균	t 값	자유도	유의확률
1	주변사람에게 제주도 관광을 적극적 추천	생활형(n=126)	3.960	-3.362	298	.001*
		올레탐방형(n=174)	4.149			
2	외국인에게 제주도 관광을 적극적 추천	생활형(n=126)	3.944	.717	295.643	.474
		올레탐방형(n=174)	3.897			
3	시간을 만들어서라도 반드시 재방문	생활형(n=126)	3.881	-6.035	297.912	.000**
		올레탐방형(n=174)	4.305			
4	가족과 제주도를 재방문 할 것임	생활형(n=126)	3.937	-4.750	282.174	.000**
		올레탐방형(n=174)	4.236			
5	동료, 친구와 제주도를 재방문 할 것임	생활형(n=126)	3.937	-5.994	283.937	.000**
		올레탐방형(n=174)	4.328			

주) \*p<.05, \*\*<.000

따라서 <표 4-6>에서 관광만족에서의 집단 간 차이검증에서 생활형 집단에 비해 상대적으로 높은 평균치를 나타내고 있는 올레탐방형 집단의 경우 올레길을 탐방하면서 주변의 평화로운 모습과 아름다운 풍광 등으로 관광객 자신이 경험하고자 했던 자아성찰, 삶의 의미 등의 진정성 있는 경험을 느꼈다고 생각하는 긍정적인 만족스러움이 타인에 대한 적극적인 추천과 향후 재방문을 강하게 고려하고 있는 것으로 판단해 볼 수 있다. 이러한 측면에서 보면 생활형 집단의 경우도 비록 올레탐방형 집단에 비해 상대적으로 낮은 평균치를 나타내고 있지만 전반적으로 높은 평균치를 나타내고 있는 것으로 보면, 제주도에서 현지인처럼 살아보기라는 관광활동은 자신의 진정성 있는 관광경험에 긍정적인 감정을 주고 있기 때문에 추천의도 역시 높은 평균치를 나타내고 있는

것으로 추측해 볼 수 있다. 다만, 관광객이 올레탐방과 현지인 생활과 같은 특정 활동에 대한 감정적 느낌에 있어서 특정 관광활동에 대한 경험의 정도에서 다소 차이가 있는 것으로 판단해 볼 수 있다.

### 3. 종합논의

본 연구에서는 제주도 방문 관광객을 생활형과 올레탐방형으로 구분하고, 그들이 경험하는 진정성 관광경험과 관광만족, 추천의도에 대해서 t-Test를 통해 각각의 측정문항별로 집단 간 차이검증을 실시하였다. 분석결과, 진정성 관광경험을 구성하고 있는 3개의 요인(객관적, 구성적, 실존적 진정성)별로 각각의 측정항목에 대한 t-Test 검증결과 객관적 진정성에서는 총 6개의 측정문항 중에 4개의 측정문항에서 집단 간에 차이를 나타내고 있으며(2. 제주도의 자연과 마을의 풍경을 좋아함, 4. 역사, 문화, 자연과 관련된 정보발견 관심, 5. 과거 독특한 삶의 양식을 좋아함, 6. 제주도 마을의 형성이나 주택형태에 관심), 1개의 측정항목(2. 제주도의 자연과 마을의 풍경을 좋아함)을 제외하고는 3개 측정항목에서 생활형 집단이 올레탐방형에 비해 상대적으로 높은 평균치를 나타내고 있다.

이처럼 3개 측정항목에서 생활형 집단이 높은 평균치를 나타내고 있는 이유는 3개 측정항목의 키워드 추출에서 그 의미를 찾아볼 수 있다. 즉, 3개 측정항목에서는 역사, 문화, 과거의 독특한 삶, 제주도의 주택/마을 형태 등의 키워드를 추출해 볼 수 있는데, 이는 생활형 집단이 제주도에서 관광활동을 하는 동안 머무르는 공간(장소)이 지역사회에 구성원의 생활공간에서 함께 머무르기 때문에 자연스럽게 제주도의 문화나 독특한 삶의 형태 등에 관심을 나타내고 있으며, 이는 곧 높은 평균값으로 나타나고 있다고 할 수 있다.

구성적 진정성은 총 4개의 측정항목 중 유의수준을 넓게 책정할 경우 ( $p < .10$ ), 3개의 측정항목에서 집단 간에 차이를 나타내고 있다. 이 중 2개의 측정항목(1. 제주도 풍경, 문화는 책/TV에서 보던 것과 유사, 2. 과거 제주도의 생활상을 생동적으로 재현)은 올레탐방형 집단에서, 그리고 1개 측정항목

(제주도의 전통적인 고유문화를 느낌)은 생활형 집단에서 높은 평균치를 보여주고 있다. 이러한 차이에 대해서는 올레탐방형 집단의 경우 올레코스 탐방과정에서 사실적으로 보이는 관광대상(마을, 풍경, 경관 등)에 대해서 개인적으로 더 많은 지각을 느끼고 있는 반면에 생활형 집단에서는 객관적 진정성과 같이 그들이 머무르는 공간과 관계가 있는 것으로 추측해 볼 수 있다. 즉, 생활형 집단은 제주도민의 생활공간에 거처를 마련함으로써 제주도민들의 생활상을 직접적으로 접할 수 있기 때문에 제주도의 독특한 역사·문화적 특성에 높은 관심을 가지는 것으로 유추해 볼 수 있다.

실존적 진정성에서는 총 9개 측정항목에 대해서 집단 간 차이검증을 실시하였는데, 그 중 총 6개의 측정항목에서 집단 간 차이를 나타내고 있는 것을 확인하였다. 차이를 나타내는 6개의 측정항목 중 3개의 측정항목(1. 제주도만의 특별한 풍경과 문화를 좋아함, 5. 제주도의 조용하고 평화로운 분위기를 좋아함, 8. 제주도 지역문화의 한 부분을 경험함)에서는 올레탐방형 집단이 생활형 집단에 비해 높은 평균치를 나타내고 있으며, 그 외 3개의 측정항목(3. 제주도의 역사, 전설, 고유전통을 느낌, 6. 도민의 역사와 문명에 연결되어 있다는 느낌, 9. 제주도민들의 조상의 삶과 역사를 경험)은 생활형 집단이 상대적으로 높은 평균치를 나타내고 있다.

이처럼 실존적 진정성 경험에서는 생활형 집단과 올레탐방형 집단이 관광경험에서 차이를 나타내고 있는 이유를 살펴보면, 올레탐방형 집단의 경우 객관적 진정성, 구성적 진정성과 비슷하게 실존적 진정성에서도 제주도가 가지고 있는 특별한 풍경과 문화, 평화로운 분위기 등 주로 제주도의 풍광과 자연의 아름다움 등이 일관되게 높은 평균치를 나타내고 있는 것을 확인할 수 있다. 반면 생활형에서는 제주도의 역사, 전설, 고유한 전통, 지역주민의 삶 등 과거 이래로 지역사회가 형성된 이후 지역주민들의 생활(삶)의 질곡과 관련된 내용이 객관적 진정성에서부터 구성적 진정성, 실존적 진정성으로 일관되게 높은 평균치를 나타내고 있는 것을 확인할 수 있다.

관광만족에서는 총 6개의 측정항목에 대해서 t-Test를 실시하였는데, 유의수준

$p < .10$  기준으로 책정한 경우 5개의 측정항목(1. 제주도 관광결정에 전반적 만족, 2. 제주도에서 머무는 것에 행복하다고 느낌, 3. 제주도 관광경험은 즐거움과 도움을 줌, 4. 제주도 관광 전과 비교하여 매우 만족, 6. 제주도 생활형에 대해서 전반적 만족)에서 집단 간에 통계적으로 유의한 차이를 나타내고 있으며, 올레탐방형 집단이 상대적으로 높은 평균치를 나타내고 있다. 이러한 이유로는 관광만족을 구성하고 있는 키워드(만족, 행복, 즐거움, 도움 등)에서 찾아볼 수 있는데, 이러한 키워드는 관광객 자신이 관광경험을 한 후에 느끼는 경험에 대한 상호작용의 결과로써 올레탐방형 집단의 경우 특정한 관광목적지(올레길)에 대한 경험의 정도가 생활형 집단에 비해 상대적으로 만족도가 높은 것으로 추측해 볼 수 있다. 반면, 생활형 집단의 경우 비록 지역주민의 삶의 터전에서 머무르면서 관광활동이 이루어지기는 하였지만 정작 중요한 지역주민과의 관계형성이 제대로 이루어지지 않았기 때문인 것으로 추측해 볼 수 있다.

추천의도에서는 총 5개 측정항목에 대해서 t-Test를 실시한 결과 1개 항목(2. 외국인에게 제주도 관광을 적극적 추진)을 제외한 4개 측정항목(1. 주변 사람들에게 제주도 관광을 적극적 추천, 3. 시간을 만들어서라도 반드시 재방문, 4. 가족과 제주도를 재방문 할 것임, 5. 동료, 친구와 제주도를 재방문 할 것임)에서 집단 간에 차이를 나타내고 있다. 또한 집단 간의 평균값을 살펴보면, 4개 측정항목에서 공히 올레탐방형 집단이 생활형 집단에 비해 상대적으로 높은 평균치를 보여주고 있다.

추천의도에서의 이러한 평균치의 결과는 관광만족과 함께 생각해 볼 수 있는데, 추천의도는 태도형성 이후 미래 행동으로 표현되는 주관적 신념으로 만족이 선행변수 역할을 하기 때문에 본 연구에서의 관광만족의 평균치에 영향을 받을 수밖에 없을 것으로 보인다. 따라서 관광만족에서 올레탐방형 집단이 생활형 집단에 비해 높은 평균치를 보인 결과가 추천의도에서 그대로 영향을 받아 올레탐방형 집단이 생활형에 비해 상대적으로 높은 평균치를 나타낸 것으로 해석될 수 있다.



## 제 5 장 결 론

### 제 1 절 연구의 요약

본 연구는 관광객이 관광활동을 통해서 경험하는 진정성 관광경험이 집단별로 어떠한 차이가 있는가라는 문제제기에서 시작하였다. 이에 본 연구에서는 제주도를 방문한 관광객의 관광활동 유형에 따라 집단을 구분하고(생활형, 올레탐방형), 각각의 집단별로 경험하는 진정성 관광경험과 관광만족, 추천의도에 대해서 집단 간의 차이를 검증하고 있다.

제기된 연구문제에 대한 맥락적 접근과 포괄적 이해를 위해 본 연구의 이론적 검토에서는 관광현상과 행태의 변화에 대한 연구동향 등을 검토한 후에 관광객의 관광활동과 관련한 지각된 의식의 형성과 관련한 관광경험과 진정성 관광의 개념과 구성, 그리고 관광만족과 추천의도와 관련된 개념을 검토하고 있다. 이러한 관광경험과 진정성 관광, 관광만족과 추천의도에 대한 이론적 고찰을 통해 본 연구에서는 제기한 문제를 구체화하기 위해 구조화된 설문지를 설계하고, 제주도 방문 관광객을 대상으로 관광활동 유형에 따라 생활형과 올레탐방형 집단으로 구분하여 설문조사를 실시하였다.

제주도 관광객을 대상으로 실시한 설문조사는 총 325부(생활형 143부, 올레탐방형 182부)를 수집하였으며, 그 중 300부를 분석에 사용하였다(생활형 126부, 올레탐방형 174부). 분석방법으로는 인구통계학적 특성과 관광행태 특성에 따른 집단 간 유의성을 확인하기 위해 교차분석을 실시하였다. 이후 관광경험과 관광만족, 추천의도를 구성하고 있는 측정변수에 대해서 집단 간 차이를 비교하기 위해 SPSS를 이용하여 t-검정을 실시하였다.

본 연구를 통해 도출된 결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 응답자의 특성과 관련하여 교차분석을 실시한 결과를 보면, 인구통계학적 특성에서는 성별에서는 관광활동 집단 간에 차이가 없는 것을 알 수 있으며, 연령과 직업, 학력과 월평균 소득, 거주지에서는 관광활동 집단별로 다



소 차이가 있는 것을 확인할 수 있다. 특히, 연령에서는 40세를 중심으로 생활형(40세 이상 30.7%)과 올레탐방형(40세 이하 34.3%)의 경우 확연한 차이를 나타내고 있으며, 직업에서는 학생(올레탐방형)과 주부(생활형), 학력에서는 고등학교 졸업 이하(생활형)와 대학교(4년) 졸업이상(올레탐방형) 등에서 두 집단 간에 다소 차이를 나타내고 있는 것을 알 수 있다. 이러한 분석결과에서 알 수 있는 것은 제주도를 방문하는 관광객들의 특징은 주로 2년제 및 4년제 대학 졸업 이상의 학력을 보유하고, 월평균 소득이 두 집단 모두 400만 원 이상으로 안정적인 가정을 가지고 사회생활을 영위하고 있는 것으로 파악되고 있다.

제주도 관광행태 특성에서는 제주도 방문횟수에서는 집단 간에 차이가 없는 것으로 나타나고 있는 반면에 방문이유, 동행여부, 체류일정, 평균지출 비용에서 생활형 집단과 올레탐방형 집단 간에는 뚜렷한 차이를 확인할 수 있다. 제주방문 이유는 올레탐방형은 친목도모(24.0%)와 스트레스 해소(19.7%)가 높은 비율을 나타내고 있는 반면에 생활형에서는 기타(11.0%)의 비율이 높게 나타나고 있다. 동행여부는 생활형에서 가족의 비율이(14.7%)이 높은 반면에 올레탐방형은 친구/연인(23.7%), 동호회(21.3%)의 비율이 높게 나타나고 있으며, 체류일정은 생활형에서 11일 이상의 비율(35.8%)이, 올레탐방형에서 7일 이하의 비율(53.5%)로 뚜렷한 대비를 보여주고 있다. 평균지출 비용에서 생활형은 100-150만원 비율(32.3%)이 높은 반면에 올레탐방형에서는 50-100만원 비율(38.7%)이 높게 나타나고 있는데, 이러한 결과는 인구통계적 특성에서 연령대 및 직업 등과 관계가 있는 것으로 추측해 볼 수 있다.

둘째, 관광활동 집단별로 측정항목에 대한 차이검정(t-Test)을 분석한 결과, 객관적 진정성 항목을 구성하고 있는 6개의 측정문항 중 4개의 문항에서(2. 자연과 마을의 풍경을 좋아함, 4. 역사, 문화, 자연과 관련된 정보발견 관심, 5. 과거 독특한 삶의 양식, 6. 제주도 마을, 주택형태에 관심)에서 차이를 나타내고 있으며, 2개의 문항(1. 전체적인 인상은 특별한 영감을 줌, 3. 역사적 사실과 관광이 혼합을 좋아함)은 집단 간에 유의한 차이가 없는 것으로 나타나고 있다.

구성적 진정성에서는 총 4개의 측정문항 중 1개 항목(4. 과거 제주도의 생활을 경험)은 집단 간에 유의한 차이를 나타내고 있지 않은 반면에 3개의 측정문항(1. 제주도 풍경, 문화는 책/TV에서 보던 것과 유사, 2. 과거 제주도의 생활상을 생동적으로 재현, 5. 제주도의 전통적인 고유문화를 느낌)은 집단 간에 통계적으로 유의한 차이를 나타내고 있다.

실존적 진정성에서는 총 9개의 측정문항 중 3개 항목(2. 제주도에 대한 특별한 통찰력을 제공, 4. 제주도의 독특한 문화적 특성을 경험, 7. 새로운 자아를 발견)을 제외한 6개의 측정문항(1. 제주도만의 특별한 풍경과 문화를 좋아함, 3. 제주도의 역사, 전설, 고유전통을 느낌, 5. 제주도의 조용하고 평화로운 분위기를 좋아함, 6. 도민의 역사와 문명에 연결된 느낌, 8. 제주도 지역문화의 한 부분을 경험, 9. 제주도민들의 조상의 삶과 역사 경험)에서 집단 간의 차이를 나타내고 있는 것을 확인하고 있다.

한편 관광만족에서는 총 6개의 측정문항 중 유의확률을  $p < .10$ 로 설정할 경우, 4개의 항목에서는(1. 제주도 관광결정에 전반적으로 만족, 2. 제주도에 머무는 것이 행복하다고 느낌, 3. 제주도의 관광경험은 즐거움과 도움을 줌, 4. 제주도 관광 전과 비교하여 매우 만족) 집단 간에 차이를 나타내고 있는 반면에 2개 측정항목(5. 제주도의 전통문화 매력에 전반적으로 만족, 6. 제주도 생활형에 대해서 전반적으로 만족)에 대해서는 집단 간에 차이가 없는 것으로 나타나고 있다. 추천의도에서는 총 5개 측정 문항 중 1개의 문항(2. 외국인에게 제주도 관광을 적극적 추천)을 제외한 나머지 문항(1. 주변사람에게 적극적 추천, 3. 반드시 재방문, 4. 가족과 재방문, 5. 동료, 친구와 재방문)에서는 집단 간에 차이를 나타내고 있는 것을 확인하였다.

이러한 집단 간 분석결과를 종합해 보면, 관광경험을 구성하고 있는 세 개의 요인에서 생활형 집단과 올레탐방형 집단은 관광경험을 구성하고 있는 다수의 항목에서 집단 간 차이를 나타내고 있는 것을 확인할 수 있다. 그리고 이러한 차이가 나는 이유에 대해서 올레탐방형 집단의 경우 객관적 진정성, 구성적 진정성과 비슷하게 실존적 진정성에서도 제주도가 가지고 있는 특별한

풍경과 문화, 평화로운 분위기 등 주로 제주도의 풍광과 자연의 아름다움 등이 일관되게 높은 평균치를 나타내고 있는 것을 확인할 수 있으며, 생활형에서는 제주도의 역사, 전설, 고유한 전통, 지역주민의 삶 등 과거 이래로 지역 사회가 형성된 이후 지역주민들의 생활(삶)의 질곡과 관련된 내용이 객관적 진정성에서부터 구성적 진정성, 실존적 진정성으로 일관되게 높은 평균치를 나타내고 있는 것을 확인할 수 있다.

## 제 2 절 결론 및 시사점

관광은 탈일상성을 전제로 한다는 전통적인 관광사회학적 관점에서 정의되어 왔으며(고동완, 2012), 이러한 관점에서 관광공간과 생활공간을 별개의 공간으로 구분되어 왔다. 그렇지만 경쟁적인 사회생활로 인한 스트레스 증가와 건강한 삶에 대한 욕구의 증대로 웰빙(well-being) 관광에 대한 관심이 증대됨에 따라 오늘날의 관광은 일상에서의 탈출을 통한 특별한 체험과 경험이 아닌 휴식과 정신적 치유를 추구하는 내면적 성숙을 추구하는 일상적 삶의 연장선상에서 ‘관광의 일상화와 일상의 관광화’(고동완, 2012)가 나타나고 있다. 즉, 오늘날의 관광은 관광목적지에서 단순히 즐거움을 추구하던 경향에서 진정한 자아 발견이나 인간관계의 회복을 통한 진정성이라는 새로운 의미를 추구하는 경향으로 변화하는 자기성취의 관점을 반영하고 있으며(최정자, 2014; Willmott & Nelson, 2003; Yeoman, Brass, & McMahon-Beattie, 2007), 이러한 진정성 관광경험은 향후에도 지속적으로 증가할 것으로 예상할 수 있다.

이처럼 관광분야에서 진정성 개념이 도입된 이후(Boorstin, 1964; MacCannell, 1973, 1976; Trilling, 1972) 관광객의 행동을 이해하려는 다양한 연구가 이루어지고 있음에도 불구하고, 관광목적지에서 진정성 있는 관광과 일반적인 대중관광을 비교하고 있는 연구는 매우 미흡한 실정이다. 이에 본 연구에서는 제주도라는 특정 관광목적지에서 관광객의 관광활동 유형에 따라서 진정성 관광경험과 관광만족, 추천의도에 대해서 집단 간의 차이검정

(t-Test)을 통해 집단 간의 차이를 비교하고 있으며, 이러한 연구는 향후 관광 목적지가 나아가야 할 방향을 설정하는데 연구의 기초자료를 제공하고 있다는 점에서 도움을 줄 수 있을 것으로 생각한다.

진정성 관광활동이 전국적으로 이루어지고 있는 상황에서 특정 목적지(제주도)를 대상으로 이루어진 본 연구는 표본수집에 있어서 다소 한계점을 내포하고 있지만, 수집된 자료의 분석을 통해 다음과 같은 결론을 도출하고 있다.

첫째, 본 연구는 제주도를 방문하는 관광객을 대상으로 그들이 추구하는 관광활동 유형에 따라서 2개의 집단(생활형, 올레탐방형)으로 구분하고, 각각의 관광활동 유형에 따라서 진정성 관광경험과 관광만족, 추천의도를 구성하고 있는 각각의 측정항목에 대해서 t-Test를 통해 집단 간 차이를 검증하고 있다. 분석결과, 진정성 관광경험을 구성하고 있는 3개 요인별로 총 20개 측정항목에 대해서 차이검정 결과 생활형 집단과 올레탐방형 집단에서는 집단 간에 유의한 차이를 발견할 수 있었다. 즉, 생활형 집단에서는 제주도의 역사, 전설, 고유한 전통, 지역주민의 삶 등 과거 이래로 제주도 지역사회가 형성된 이후 지역주민들의 생활상과 관련된 내용에서 진정성 관광경험을 구성하는 3개 요인에서 공히 높은 평균치를 일관되게 나타내고 있는 것을 확인할 수 있었다. 반면 올레탐방형 집단에서는 제주도가 가지고 있는 특별한 풍경과 문화, 평화로운 분위기 등 주로 제주도의 풍광과 자연의 아름다움과 문화 등이 진정성 관광을 구성하는 3개 요인에서 일관되게 높은 평균치를 나타내고 있는 것을 확인할 수 있다.

둘째, 관광만족과 추천의도를 구성하고 있는 측정항목에 대한 집단 간 비교에서는 올레탐방형 집단이 관광만족과 추천의도에서 생활형 집단에 비해 상대적으로 높은 평균치를 보여주고 있는데, 이러한 이유는 올레탐방형 집단이 제주도에서의 관광활동으로 진정성 관광경험에 대해서 상대적으로 더 높은 만족도를 느꼈다고 이해할 수 있다. 즉, 제주도의 올레길이라는 특정 관광대상을 탐방한 올레탐방형객이 제주도가 가지고 있는 자연의 아름다움, 올레길 주변의 이국적인 제주도의 풍광 등이 자신이 추구하고자 하는 진정성 경험의 사색과 체

험, 삶의 의미를 찾고자 하는 자아성찰과 같은 자기성취의 관점에서 생활형 집단에 비해 상대적으로 충분한 관광경험을 느꼈던 것으로 추측해 볼 수 있다. 또한 이러한 관광만족의 정도는 추천의도에서도 올레탐방형이 생활형 집단에 비해서 상대적으로 높은 평균치로 나타나고 있는 것으로 판단되는데, 이는 일반적으로 관광활동을 추구하는 관광객이 특정지역에 대해서 만족감을 느끼게 되면 추천의도에 영향을 미친다는 다수의 선행연구 결과에 부합하는 결과를 도출하고 있다.

셋째, 본 연구에서 생활형 관광활동과 올레탐방형 관광활동은 진정성 관광경험에서 차이가 있을 것으로 예측한 두 집단에서 생활형 집단이 올레탐방형 집단에 비해 상대적으로 낮은 평균치를 나타내고 있다. 이는 제주도에서 생활형 관광활동을 하는 관광객들의 경우 지역사회(마을)에서 제공하는 장소에 머무르고 관광활동을 하지만 본질적으로 지역사회 구성원인 지역주민과의 관계형성이 이루어지지 못하였으며, 관광활동의 경우도 일반적인 관광활동의 행태를 나타내고 있기 때문에 진정성 경험에서 올레탐방형 집단에 비해 상대적으로 낮은 평균치를 나타내고 있는 것으로 추측해 볼 수 있다.

이상과 같이 본 연구는 제주도를 방문하는 관광객의 관광활동 유형을 생활형과 올레탐방형으로 구분하여 그들이 추구하는 진정성 관광경험과 관광만족, 추천의도에 대해서 t-Test를 통해 집단 간의 차이를 검증하고 있다. 진정성 관광은 여가기회의 확대와 삶의 질에 대한 욕구의 증대 등으로 단순히 관광목적지를 방문하는 소극적 관광에서 진정한 자아 발견이나 인간관계 회복을 원하는 적극적인 관광으로 변화되고 있다. 비록 특정한 지역(제주도)을 대상으로 한 본 연구의 결과를 진정성 관광경험을 추구하는 관광객 전체로 일반화하는데에는 다소 한계가 있을 수 있다. 그럼에도 불구하고 본 연구의 결과로부터 도출해 볼 수 있는 것은 진정성 관광경험은 각각의 관광활동 집단에 따라서 다소 차이가 있다는 것을 확인하였다는데 의의가 있다.

또한 특정한 관광목적지를 방문하는 관광객이 관광대상에 대해서 진정성 관광을 경험하기 위해서는 특정한 관광목적지를 포함하고 있는 지역사회와의 관

계형성이 무엇보다도 중요함에도 불구하고 현재까지의 진정성 관광은 대상 목적지가 위치한 지역사회와 상호관계를 형성하지 못하고 있어 진정한 의미에서 진정성 관광활동이라고 언급하기에는 현실적으로 무리가 있다고 판단된다. 그렇지만 본 연구를 통해 확인할 수 있는 것은 진정성 관광경험을 추구하는 집단 간에는 그들이 추구하는 관광활동의 결과에 따라서 진정성 경험의 정도에 결과적으로 차이가 있다는 것을 확인하였다는 데에 본 연구의 의의가 있다.

## 참고문헌

### <국내 문헌>

- 강성일·이계희(2011). 제주 올레관광자와 대중관광객의 특성 비교 : 방문동기, 환경친화적 여행 태도, 웰빙인식을 중심으로. 『관광연구』, 25(6): 23-41.
- 강숙영(2015). 제주지역 야간관광 선호 행동에 관한 연구: 내국인 관광객 및 외국인 관광객 비교를 중심으로. 『동북아관광연구』, 11(2): 211-226.
- 고동완(2012). 일상의 관광화, 관광의 일상화. 『한국관광정책』, 49: 8-14.
- 고동우(1998). 선행 관광행동 연구의 비판적 고찰: Annals of Tourism Research의 연구논문을 중심으로. 『관광학연구』, 22(1): 207-229.
- 고동우·문상정·오송대·김상범·이영숙(2009). 해외수학여행의 심리적 효과. 『관광학연구』, 33(4): 447-467.
- 김기완·김남조(2007). 체험관광 구성요인 분석: 서천군 금강 하구둑의 탐조관광객 중심으로. 『관광학연구』, 22(2): 153-172.
- 김소은(2013). 관광경험의 구조에 관한 연구: 신기성을 중심으로. 강원대학교 대학원 박사학위 논문.
- 김진수(2002). 문화적 고유성이 관광체험에 미치는 영향. 한양대학교 대학원 박사학위 논문.
- 김영래·정병웅(2014). 관광에서 진정성 논의의 현재와 평가. 『관광학연구』, 38(5): 79-99.
- 김영미(2015). 문화유산 관광동기가 체험 및 만족과 재방문의도에 미치는 구조적 영향관계. 경희대학교 대학원 박사학위 논문.
- 김지선·이훈(2011). 관광객의 세계문화유산 체험구조 분석. 『관광학연구』, 35(4): 31-49.
- 김채욱·송운강(2009). 관광의 삶의 질의 관계: 비제도화 관광자를 중심으로. 『관광연구저널』, 20(2): 217-235.



- 남윤희·엄서호(2016). 세계유산 관광지 진정성 측정에 관한 연구: 안동 하회마을 관광객을 대상으로. 『관광학연구』, 40(8): 205-223.
- 박구원(2015). 농촌지역 생활형 (휴양)관광지 발전모델 연구: 일본의 사례를 중심으로. 『농촌계획』, 21(4): 139-155.
- 박석희(2005). 관광·체험·변화의 개념과 유형에 관한 철학적 천착. 『농촌관광연구』, 12(1): 17-49.
- 박은경(2013). 문화유산관광에서의 진정성이 관광자의 만족과 충성도에 미치는 영향. 제주대학교 대학원 박사학위 논문
- 박은경·조문수·최병길(2014). 문화유산관광에서의 진정성이 관광자의 만족도와 관광기념품 구매행동에 미치는 영향. 『관광연구저널』, 28(8): 29-46.
- 박유진(2002). 여가경험과 여가정체성 현출성이 여가 및 생활만족에 미치는 영향. 중앙대학교 대학원 박사학위 논문
- 변찬복(2011). 개별여행객의 문화적 동기, 새로움 추구, 감각추구가 기간별 목적지 충성도에 미치는 영향: 진정성의 조절효과를 중심으로. 『관광연구』, 26(3): 189-209.
- 변찬복(2012). 관광객 경험의 진정성과 일상성에 관한 연구. 『인문학논총』, 29: 139-164.
- 변찬복·조선배(2010). 개발여행객의 문화적 동기, 진정성, 충성도의 영향관계. 『관광연구』, 25(4): 245-258.
- 서용석·김지선·이훈(2010). 고궁관광 경험분석: 내국인과 외국인의 차이를 중심으로. 『서울도시연구』, 11(2): 181-195.
- 서현. (2006). 관여에 따른 카지노 이용객의 지각된 가치가 고객만족 및 재방문 의도에 미치는 영향 연구. 경희대학교 박사학위논문.
- 석금경·김남조(2010). 시물라크럼의 진정성 경험과 만족간의 관계분석: 부천 판타스틱 스튜디오를 중심으로. 『관광학연구』, 34(8): 295-317.
- 성영신·고동우·정중호(1996). 여가의 심리적 의미. 『한국심리학회지』, 9(2): 17-40.



- 송영민(2007). 체험활동 구성요인과 만족과의 구조모형 분석. 『관광연구저널』, 21(4): 309-320.
- 심창섭·칼라산토스(2012). 도시관광에서의 진정성 개념에 관한 탐색적 고찰. 『관광연구논총』, 24(3): 33-56.
- 양봉석(2006). 문화관광지의 관광체험과 고유성, 관광만족의 관계 연구. 동아대학교 대학원 박사학위 논문.
- 양성준(2010). 스크린 골프장의 물리적 환경이 재방문 및 추천의도에 미치는 영향. 인천대학교 대학원 석사학위 논문
- 엄서호(2013). 힐링관광! 충남관광 선진화 핵심키워드, 『충남 힐링관광 정책토론회』, 충남도청
- 여영숙(2011). 관광동기에 따른 사전기대가 관광경험의 진정성에 미치는 영향. 호남대학교 대학원 박사학위 논문.
- 오정준(2004). 탈분화의 공간적 반영: 제주관광을 사례로. 『대한지리학회지』, 39(3): 391-408.
- 이동훈(1999). 지각된 위험과 과거 여행경험이 관광지 선택행동에 미치는 영향에 관한 연구. 청주대학교 대학원 석사학위 논문
- 이서요·이태희(2015). 개별여행객의 라이프스타일 유형에 따른 관광만족도, 재방문의도 및 추천의도의 차이연구. 『한국심리학회지: 문화 및 사회문제』, 21(3): 535-550.
- 이성숙(2012). 문화관광지, 문화체험의 진정성 인식이 관광만족에 미치는 영향 : 남산골 한옥마을을 중심으로. 경희대학교 대학원 석사학위 논문.
- 이응규·김은희(2015). 여행의 진정성 역할에 관한 연구. 『관광산업연구』, 9(2): 218-245.
- 이재모·엄인숙(2007). 중년과 노인들의 관광유형에 의한 관광만족과 우울, 고독감 간의 관계. 『관광연구』, 21(4): 209-226.
- 인태정(2010). 포스트모더니즘과 관광에 관한 시론적 연구. 『경제와사회』, 12: 187-214.
- 윤혜진(2010). 관광경험의 상징적 상호작용 현상 연구: 해석학적 현상학 방법론을 중심으로. 경희대학교 박사학위 논문.
- 조태영(2009). 문화적 고유성이 관광 만족과 행동의도에 미치는 영향: 안동 하회마을을 중심으로. 『관광연구』, 23(4): 59-80.

- 제주관광공사(2015). 2014 제주 방문관광객 실태조사.
- 제주도(2015). 2015년 제주도 통계연보. <http://www.jeju.go.kr/open/governmen/stats/>
- 제주발전연구원(2001). 제주 세계 섬 문화축제가 제주지역 경제에 미치는 효과분석. 제주도.
- 최정자(2013). 정체성 인식과 진정성 체험이 관광지 평가에 미치는 영향. 『관광연구』, 28(1): 247-265.
- 최정자(2014). 진정성 체험이 문화유산 관광 후 평가에 미치는 영향-관광동기의 조절효과. 『관광학연구』, 38(2): 11-32.
- 최종률(2012). 관광객 몰입유형에 따른 자아효능감과 관광경험의 구조적 관계. 경희대학교 대학원 박사학위 논문.
- 최종률·김철원(2012). 관광객 몰입유형에 따른 자아효능감과 관광경험의 구조적 관계. 『관광학연구』, 37(1): 11-34.
- 한숙영·엄서호(2005). Pine과 Gilmore의 체험영역 모델에 대한 검증. 『관광학연구』, 29(2): 131-148.
- 한라일보(2015). 제주 야간관광 활성화 대책 한계 봉착. 2015. 03. 26.
- 한장현. (2016). 여가체험에서 형성된 심리적 안녕감이 재방문의도, 추천의도에 미치는 영향: 스키리조트를 중심으로. 동국대학교 박사학위논문.

#### <국외 문헌>

- Anderson, E. W., Fornell, C., & Lehmann, D. R. (1994). Customer satisfaction, market share and profitability: Findings from Sweden. *Journal of Marketing*, 58(3): 53-66.
- Baker, D. A., & Crompton, J. L. (2000). Quality, satisfaction and behavioral intentions. *Annals of Tourism Research*, 27(3): 785-804.
- Beard, J. G., & Ragheb, M. G. (1980). Measuring leisure satisfaction. *Journal of leisure Research*, 12(1): 20-33.

- Bigné, J. E., Andreu, L., & Gnoth, J. (2005). The theme park experience: An analysis of pleasure, arousal and satisfaction. *Tourism Management*, 26(6): 833-844.
- Bruner, E. M. (1994). Abraham Lincoln as authentic reproduction: A critique of postmodernism. *American Anthropologist*, 96(2): 397-415.
- Buchmann, A., Moore, K., & Fisher, D. (2010). Experiencing film tourism: Authenticity & fellowship. *Annals of Tourism Research*, 37(1): 229-248.
- Boorstin, D. (1964). *The Image: A Guide to Pseudo-Events in America* Harper. New York.
- Boulding, W., Kalra, A., Staelin, R., & Zeithaml, V. A.(1993), Dynamic Process Model of Service Quality: From Expectations to Behavioral Intentions, *Journal of Marketing Research*, 30(1): 7-27.
- Chen, C.-F. & Chen, F.-S. (2010). Experience quality, perceived value, satisfaction and behavioral intentions for heritage tourists. *Tourism Management*, 31(1): 29-35.
- Coban, S. (2012). The effects of the image of destination on tourist satisfaction and loyalty: The case of Cappadocia. *European Journal of Social Sciences*, 29(2): 222-232.
- Cohen, E. (1979). A phenomenology of tourist experiences. *Sociology*, 13(2): 179-201.
- Cohen, E.(2002) Authenticity, equity and sustainability in tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 10(4): 267-76
- \_\_\_\_\_ (2004). *Contemporary tourism: Diversity and change*. New York: Elsevier Inc.
- Crang, M. (1996). Magic kingdom or a quixotic quest for authenticity?. *Annals of Tourism Research*, 23(2): 415-431.
- De Bruyn, A., & Lilien, G. L. (2008). A multi-stage model of word-of-mouth influence through viral marketing. *International Journal of Research in Marketing*, 25(3): 151-163.

- De Rojas, C., & Camarero, C. (2008). Visitors' experience, mood and satisfaction in a heritage context: Evidence from an interpretation center. *Tourism Management*, 29(3): 525-537.
- Handler, R. (1986). Authenticity. *Authenticity Today*, 2(1): 2-4.
- Heidegger, M. (1996). *Being and time: A translation of Sein und Zeit*. SUNY Press.
- Kim, H. & Jamal, T. (2007). Touristic quest for existential authenticity. *Annals of Tourism Research*, 34(1): 181-201.
- Geva, A. & Goldman, A. (1991). Satisfaction measurement in guide tours. *Annals of Tourism Research*, 18(2): 177-185.
- Gilmore, J. H., & Pine, B. J. (2007). *Authenticity: What consumers really want*. Harvard Business Press.
- Gitelson, R. J., & Crompton, J. L. (1984). Insights into the repeat vacation phenomenon. *Annals of Tourism Research*, 11(2): 199-217.
- Graburn, N. H. (1989). Tourism: the sacred journey. hosts and guests. *The Anthropology of Tourism*, 21-36.
- Graefe, A., & Vaske, J. (1987). A Framework for managing quality in the tourist experience. *Annals of Tourism Research*, 14(3): 390-404.
- Greenwood, D. J., & Smith, V. L. (1989). Culture by the pound: an anthropological perspective on tourism as cultural commoditization. *Hosts and guests. The anthropology of tourism.*, (Ed. 2), 171-185.
- Huang, S. (2010). A revised importance - performance analysis of tour guide performance in China. *Tourism Analysis*, 15(2): 227-241.
- Iso-Ahola, S. E. (1983). Towards a social psychology of recreational travel. *Leisure Studies*, 2(1): 45-56.

- Jang, S. S., & Feng, R. (2007). Temporal destination revisit intention: The effects of novelty seeking and satisfaction. *Tourism Management*, 28(2): 580-590.
- Jennings, G., & Weiler, B. (2006). Mediating meaning: Perspectives on brokering quality tourist experiences. *Quality Tourism Experiences*, 57-78.
- Kim, H., & Jamal, T. (2007). Touristic quest for existential authenticity. *Annals of Tourism Research*, 34(1): 181-201.
- Lee, S. Y., Petrick, J. F., & Crompton, J. (2007). The roles of quality and intermediary constructs in determining festival attendees' behavioral intention. *Journal of Travel Research*, 45(4): 402-412.
- Lounsbury, J. W., & Polik, J. R. (1992). Leisure needs and vacation satisfaction. *Leisure Sciences*, 14(2): 105-119.
- Lowenthal, D. (1992). Authenticity? The dogma of self-delusion. In *Why fakes matter: Essays on problems of authenticity*, 184-192.
- MacCannell, D. (1973). Staged authenticity: Arrangements of social space in tourist settings. *American Journal of Sociology*, 589-603.
- MacCannell, D. (1976). *The Tourist: A New Theory of the Leisure Class*. New York: Schocken Books.
- Masberg, B. A., & Silverman, L. H. (1996). Visitor experiences at heritage sites: A phenomenological approach. *Journal of Travel Research*, 34(4): 20-25.
- Mathieson, A., & Wall, G. (1982). *Tourism, economic, physical and social impacts*. Longman.
- Mkono, M. (2012). A netnographic examination of constructive authenticity in Victoria Falls tourist (restaurant) experiences. *International Journal of Hospitality Management*, 31(2): 387-394.

- Mowforth, M., & Munt, I. (1998). *Tourism and sustainability: New tourism in the third world* Routledge. New York.
- Munt, I. (1994). The Other' post-modern tourism: culture, travel and the new middle classes. *Theory, Culture & Society*, 11(3): 101-123.
- Oliver, R. L. (1980). A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions. *Journal of Marketing Research*, 460-469.
- Oliver, R. L. (2014). *Satisfaction: A behavioral perspective on the consumer*. Routledge.
- Page, S. J., Brunt, P., Busby, G., and Connell, J. (2001). *Tourism: A Modern Synthesis*. Thomson Learning.
- Pearce, P. L. (1980). Tourism's human conflicts towards more psychological approach. *Annals of Tourism Research*, 7(1): 122-126.
- Quan, S., & Wang, N. (2004). Towards a structural model of the tourist experience: An illustration from food experiences in tourism. *Tourism Management*, 25(3): 297-305.
- Reisinger, Y., & Steiner, C. J. (2006). Reconceptualizing object authenticity. *Annals of tourism research*, 33(1): 65-86.
- Rojas, C. de & Camarero, C. (2008). Visitors' experience, mood, and satisfaction in a heritage context: Evidence from an interpretation center. *Tourism Management*, 29: 525-537.
- Ross, G. F. (1993). Destination evaluation and vacation preferences. *Annals of Tourism Research*, 20: 477-489.
- Ryan, C. (1995). *Researching tourist satisfaction: issues, concepts, problems*. Routledge.
- \_\_\_\_\_ (2002). Tourism and cultural proximity: Examples from New Zealand. *Annals of tourism research*, 29(4): 952-971.
- \_\_\_\_\_ (2003). The tourist experience. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 10: 216-217.

- Steiner, C. J., & Reisinger, Y. (2006). Understanding existential authenticity. *Annals of Tourism Research*, 33(2): 299-318.
- Smith, W. L. (2006). Experiential tourism standards: the perceptions of rural tourism providers. *International Journal of Services and Standards*, 2(3): 273-285.
- Stewart, W. P. (1998). Leisure as multiphase experiences: Challenging traditions. *Journal of Leisure Research*, 30(4): 391-400.
- Trilling, L. (1972). *Sincerity and Authenticity*. London: Oxford University Press.
- Tse, D. K., & Wilton, P. C. (1988). Models of consumer satisfaction formation: An extension. *Journal of Marketing Research*, 204-212.
- Uriely, N. (1997). Theories of modern and postmodern tourism. *Annals of Tourism Research*, 24(4): 982-985.
- Urry, J. (1990). *The Tourist Gaze: Leisure and travel in contemporary societies, theory, culture & society*.
- Vannini, P. & Williams, J. P. (2009). *Authenticity in culture, self, and society*. Ashgate Publishing Co.
- Waitt, G. (2000). Consuming heritage: Perceived historical authenticity. *Annals of Tourism Research*, 27(4): 835-862.
- Wang, N. (1999). Rethinking authenticity in tourism experience. *Annals of Tourism Research*, 26: 349 - 370.
- Wearing, B., & Wearing, S. (1996). Refocussing the tourist experience: The flaneur and the choraster. *Leisure Studies*, 15(4): 229-243.
- Willmott, M., & Nelson, W. (2003). *Complicated lives, sophisticated consumers, intricate lifestyles, simple solution*, Chichester: John Wiley & Sons.

- Xia, W. Jie, Z. Chaolin, G., & Feng, Z. (2009). Examining antecedents and consequences of tourist satisfaction: A structural modeling approach. *Tsinghua Science and Technology*, 14(3): 397-406.
- Yeoman, I., Brass, D., & McMahon-Beattie, U. (2007). Current issue in tourism: The authentic tourist. *Tourism Management*, 28(4): 1128-1138.
- Yoon, Y., & Uysal, M. (2005). An examination of the effects of motivation and satisfaction on destination loyalty: a structural model. *Tourism management*, 26(1): 45-56.
- Zeithaml, V.A., Berry, L. L. & Parasuraman, A.(1996), The Behavioral Consequences of Service Quality, *Journal of Marketing*, 60(2): 31-46.



## 제주도 방문 관광객의 관광활동에 관한 조사

안녕하십니까?

귀한 시간을 내어 설문에 응해주셔서 감사드립니다. 본 설문지는 제주도 방문 관광객을 대상으로 “관광객의 관광경험이 관광만족에 미치는 영향”을 조사하기 위하여 작성되었습니다.

본 설문지는 제주도를 방문한 관광객이 느끼는 관광경험의 정도가 관광만족에 어떠한 영향을 미치는지를 파악하는 것으로 향후 제주도 관광활성화를 위해 매우 중요한 연구 자료가 될 것입니다.

또한 본 조사는 석사학위 논문자료이므로 익명으로 작성되며, 통계법 제8조에 의하여 설문의 내용은 연구목적 이외에 어떠한 용도로도 사용되지 아니하며, 설문조사와 관련하여 어떠한 불이익도 없을 것을 알려드립니다.

귀하의 적극적인 협조를 부탁드립니다, 날로 번창하시기를 바라마지 않습니다.

감사합니다.

2016. 5.

경기대학교 여가관광개발학과

조사장소:

조사일시:

연구자: 임 일 / 지도교수: 고 동 완

연구실: 경기대학교 여가관광개발학과

연락처 : Tel : 031-249-9509

H.P.

E-Mail :

**I | 관광경험과 관련한 질문입니다.**

☞ 다음 각각의 질문에 대하여 평소 귀하께서 생각하셨던 내용에 체크(✓)하여 주시기 바랍니다.

	매우 그렇다	그렇다	보통	그렇지 않다	전혀 그렇지 않다
1. 제주도의 전체적인 인상은 나에게 특별한 영감을 준다.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2. 나는 제주도의 풍경과 마을을 좋아한다.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3. 나는 제주도의 역사적 사실과 관광이 혼합되어 있는 것을 좋아한다.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4. 나는 제주도의 역사, 문화, 자연과 관련한 정보를 발견하는 것에 관심이 많다.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5. 나는 제주도의 과거 독특한 삶의 양식을 좋아 한다.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
6. 나는 제주도 마을의 형성이나 주택의 형태에 관심이 있다.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
7. 제주도의 풍경이나 문화는 책이나 TV에서 보던 것과 비슷하다.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
8. 제주도의 관광 매력물이나 장소는 과거 제주도의 생활상을 생동적으로 재현하고 있다.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
9. 제주도 관광을 통해 나는 과거 제주도의 생활을 경험할 수 있었다.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
10. 제주도 관광을 통해 나는 제주도의 전통적인 고유문화를 느낄 수 있었다.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
11. 나는 제주도만의 특별한 풍경과 문화를 좋아한다.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
12. 제주도 관광은 나에게 제주도에 대한 특별한 통찰력을 제공해준다.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
13. 제주도에서 머무는 동안 나는 제주도의 역사, 전설, 그리고 고유의 전통을 느낄 수 있었다.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



	매우 그렇다	그렇다	보통	그렇지 않다	전혀 그렇지 않다
14. 제주도에서 머무는 동안 나는 제주도의 독특한 문화적 특성을 경험할 수 있었다.	○	○	○	○	○
15. 제주도에서 머무는 동안 나는 제주도의 조용하고 평화로운 분위기를 좋아하였다.	○	○	○	○	○
16. 나는 제주도에서 제주도민의 역사와 문명에 내가 연결되어 있다는 것을 느꼈다.	○	○	○	○	○
17. 나는 제주도에서 새로운 자아와 보통과는 다른 나를 발견하였다.	○	○	○	○	○
18. 나는 제주도에 머무는 동안 제주도 지역문화의 한 부분을 경험할 수 있었다.	○	○	○	○	○
19. 나는 제주도에서 머무는 동안 그들 조상의 삶과 역사를 경험할 수 있었다.	○	○	○	○	○

## II 관광만족과 관련된 문항입니다.

☞ 각각의 질문에 대하여 평소 귀하께서 생각하셨던 내용에 체크(✓)하여 주시기 바랍니다.

	매우 그렇다	그렇다	보통	그렇지 않다	전혀 그렇지 않다
1. 나는 제주도를 관광하기로 결정한 것에 대해서 전반적으로 만족한다.	○	○	○	○	○
2. 제주도에서 머물기로 결정한 것에 대해서 나는 행복하다고 느낀다.	○	○	○	○	○
3. 나의 제주도 관광경험은 나에게 즐거움과 도움을 주었다.	○	○	○	○	○
4. 제주도를 관광하기 전과 비교하여 제주도에서의 경험은 매우 만족스럽다.	○	○	○	○	○
5. 나는 제주도 전통문화에 매력에 대해서 전반적으로 만족한다.	○	○	○	○	○
6. 나의 제주도 생활형에 대해서 전반적으로 만족한다.	○	○	○	○	○

### III 추천의도와 관련된 문항입니다.

☞ 각각의 질문에 대하여 평소 귀하께서 생각하셨던 내용에 체크(✓)하여 주시기 바랍니다.

	매우 그렇다	그렇다	보통	그렇지 않다	전혀 그렇지 않다
1. 나는 주변 사람(동료, 친지, 친구)에게 제주도 관광을 적극 추천하겠다.	○	○	○	○	○
2. 나는 외국인에게도 제주도 관광을 적극 추천하겠다.	○	○	○	○	○
3. 나는 시간을 만들어서라도 반드시 재방문 하겠다.	○	○	○	○	○
4. 나는 가족과 함께 제주도를 재방문 하겠다.	○	○	○	○	○
5. 나는 동료, 친구와 함께 제주도를 재방문 하겠다.	○	○	○	○	○

### IV 귀하와 관련된 일반적인 사항과 관련한 문항입니다.

3-1) 귀하의 나이는? (만            세)

3-2) 귀하의 성별은? 남(     )    여(     )

3-3) 귀하의 직업은 다음 어디에 해당하십니까?

- ① 의사, 법조인, 교수, 작가, 언론인 등    ⑤ 공장 근로 생산직
- ② 엔지니어, 건축가, 교원 등                ⑥ 판매직, 소규모 가게주인, 서비스직 등
- ③ 회사원, 은행원, 일반 공무원 등        ⑦ 학생
- ④ 농업, 어업, 축산업 등                    ⑧ 주부
- ⑨ 기타

3-4) 이번 제주도 방문은 몇 회째 얼마나 되십니까? (약            )회



3-5) 귀하의 학력은 어디에 해당하십니까?

- ① 초등학교 졸업                      ④ 초대(전문대) 졸업(재학)    ⑦ 한 학
- ② 중학교 졸업                        ⑤ 대학졸업(재학)                ⑧ 무 학
- ③ 고등학교 졸업                      ⑥ 대학원 졸업(재학) 이상    ⑨ 기 타

3-6) 귀하의 월 소득은 얼마나 되십니까?

- ① 100만원 미만                      ② 100~200만원 미만              ③ 200~300만원 미만
- ④ 300~400만원 미만                ⑤ 400~500만원 미만              ⑥ 500만원 이상

3-7) 귀하께서 제주도 방문 시 평균 지출비용은 어느 정도에 해당되십니까?

- ① 100만원 미만                      ② 100~200만원 미만              ③ 200~300만원 미만
- ④ 300~400만원 미만                ⑤ 400~500만원 미만              ⑥ 500만원 이상

3-8) 귀하께서 제주도 여행을 계획하게 된 이유는 무엇입니까?

- ① 자아발견(자아성찰)              ② 스트레스 해소                    ③ 친목도모
- ④ 친지(친척)방문                    ⑤ 비즈니스                         ⑥ 기타

3-9) 귀하께서는 제주도에서 몇 일 정도 머무르실 예정입니까? (약        )일

3-10) 귀하의 제주도 방문은 누구와 동반하였습니까?

- ① 개인 차원                            ② 가족 차원                         ③ 동호회(친목단체) 차원
- ④ 회사 차원                            ⑤ 기타

3-11) 귀하께서 현재 거주하고 계신 곳은 어디십니까?

- ① 수도권(서울, 인천 포함)        ② 경남권(부산, 울산 포함)        ③ 전남권(광주 포함)
- ④ 전북권                                ⑤ 경북권(대구포함)                ⑥ 충남권(대전 포함)
- ⑦ 충북권                                ⑧ 강원권                            ⑨ 기타

※ 성실히 설문에 응답해 주셔서 진심으로 감사드립니다.



# Abstract

MA. Thesis

## Difference in Experience of Authenticity and Tourism Satisfaction According to Type of Tourism - Jeju Island Lifestyle-tourists and Ole-tourists -

Im Il

Major of Leisure Tourism Marketing & Resort Development  
Graduate School of Tourism & Hospitality  
Kyonggi University

The purpose of this study was to verify the difference between the tourists visiting Jeju the authenticity tourism experience pursued by Lifestyle-tourists and Ole-tourists. For this purpose, this study divided tourists pursuing authentic tourism activities in a specific tourist destination, Jeju Island, into two groups according to type of tourism activity, The difference between the groups was verified.

Specific objectives to accomplish the research goal were as follows: first, to identify the difference of between the groups, Ole-tourists and Lifestyle-tourists, through demographic; second, to find the perceptions and attitudes of each group has a difference between each measurement item constituting the authenticity tourism experience.

A total of 300 out of 325 questionnaires(Lifestyle-tourists: 126,

Ole-tourist: 174) were used of analysis. All data analysis was accomplished using the SPSS Statistics by frequency analysis and crossover analysis. Also to verify the difference through authenticity tourism experience, tourism satisfaction and recommendation intention through t-Test.

The results of this study were as follows. First, in demographic characteristics, it could be seen that there is a difference among all the groups except gender. Particularly, age and occupation showed a significant difference between the groups. In the age group, in 40s or older in Lifestyle-tourists (30.7%) and under 40 years in Ole-tourists (34.3%) were relatively high. There was a significant difference between the students in occupation (20.3% in Ole-tourists) and housewives (11.7% in Lifestyle-tourists). From the results, there may be differences among the groups in tourism activities in Jeju Island. Second, there were significant differences between Lifestyle-tourists and Ole-tourists in relation to the characteristics of tourism behavior except the number of visits to Jeju Island. Especially, in the case of Lifestyle-tourists, the results of the stay and the average expenditure cost are different from those of Ole-tourists. These results could be deduced from the demographic characteristics related to age and occupation. Third, the results of analyzing the differences of authenticity experience(objective, constructive, existential authenticity) and tourism satisfaction showed that there were differences between the two groups. The level of the history of the Jeju Island, the lifestyle of local residents and the tradition inherent in Lifestyle-tourists was consistently higher than normal. And the level of the landscape and culture of Jeju Island, the peaceful atmosphere, and the beauty of the natural scenery in Ole-tourists was higher than normal.

Suggestions from the results are as follows: first, the reason

Lifestyle-tourists have a relatively lower than Ole-tourists is that the tourism activities are essentially unable to make a relationship with the local residents members of the community. Second, the level of tourism satisfaction and recommendation intention in Ole-tourists showed a relatively higher than Lifestyle-tourists. It shows that enjoying the natural beauty of Jeju Island and the scenery of exotic around Ole-trail from the perspective of self-fulfillment such as reflection to seek meaning of life and experience of authenticity experience that one seeks to pursue is relatively sufficient to Ole-tourists than Lifestyle-tourists. These results are consistent with the results of previous studies.