

碩士學位 請求論文

민속마을 관광동기에 관한 연구



觀光經營學科

邵 曠 美

2001年 月

민속마을 관광동기에 관한 연구

指導教授 吳相勛

邵暎美

이 論文을 觀光學 碩士學位 論文으로 提出함

2001年 12月

 제주대학교 중앙도서관
JEJU NATIONAL UNIVERSITY LIBRARY
邵暎美의 觀光學 碩士學位 論文을 認准함

審査委員長_____

委 員_____

委 員_____

濟州大學校 大學院

2001年 12月

A Study on The Folk Village Motives

Kyoung-Mi So

(Supervised by professor Sang-Hoon Oh)



A THESIS SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT OF
THE REQUIREMENTS FOR THE DEGREE OF MASTER OF
TOURISM MANAGEMENT

DEPARTMENT OF TOURISM MANAGEMENT
GRADUATE SCHOOL
CHEJU NATIONAL UNIVERSITY

2001. 12.

<목 차>

I. 서 론	1
제 1 절 연구의 배경	1
제 2 절 연구 목적	4
제 3 절 연구 방법	5
II. 민속마을 관광동기에 관한 이론적 고찰	7
제 1 절 관광동기에 관한 이론	7
1. 동기의 개념 및 특성	7
2. 관광동기의 개념 및 유형	11
제 2 절 관광동기와 행동의 관계	20
1. 일상탈출 및 사회심리적 동기	20
2. 추진요인-흡인요인	23
3. 개성과 관광동기	26
4. 관광동기와 행동	30
제 3 절 선행연구고찰	33
제 4 절 사례지역 연구	36
1. 전통의 개념	36
2. 민속마을의 개념 및 유형	37
3. 성읍민속마을 현황분석	41
III. 연구의 모형과 가설의 설정	48
제 1 절 연구의 모형	48
제 2 절 가설의 설정	49
1. 가설의 설정	50

2. 변수의 조작적 정의	50
3. 설문지 구성	51
제 3 절 조사설계 및 분석방법	53
1. 조사의 설계	53
2. 분석방법	53
IV. 실증분석	56
제 1 절 표본의 특성	56
1. 인구통계적 특성	56
2. 일반적 특성	58
제 2 절 요인추출 및 신뢰도 분석	60
1. 평균값 순위	60
2. 요인추출 및 신뢰도 분석	61
제 3 절 가설검증	65
1. 연구가설 I의 검증	65
2. 연구가설 II의 검증	69
3. 연구가설 III의 검증	72
제 4 절 분석결과의 논의 및 시사점	74
V. 결 론	76
참고문헌	78
설문지	83

〈 표 목 차 〉

〈표 2-1〉 Thomas 의 중요한 여행동기 18가지	17
〈표 2-2〉 기능적 체계의 관광동기 문헌의 종합	18
〈표 2-3〉 민속마을의 유형	39
〈표 2-4〉 세대별, 성별 구성현황	42
〈표 2-5〉 연령별 구성현황	43
〈표 3-1〉 설문지의 구성	52
〈표 3-2〉 설문지의 분석방법 및 절차	55
〈표 4-1〉 인구통계학적 요인에 의한 표본의 특성 분포	57
〈표 4-2〉 표본의 일반적 특성 분포	59
〈표 4-3〉 관광동기의 평균값 순위	61
〈표 4-4〉 관광동기의 요인분석 및 신뢰도 분석결과	63
〈표 4-5〉 결혼여부에 따른 관광동기의 차이 비교	66
〈표 4-6〉 연령에 따른 관광동기의 차이 비교	67
〈표 4-7〉 소득에 따른 관광동기의 차이 비교	68
〈표 4-8〉 직업에 따른 관광동기의 차이 비교	68
〈표 4-9〉 동반자유형에 따른 관광동기의 차이 비교	69
〈표 4-10〉 방문횟수에 따른 관광동기의 차이 비교	70
〈표 4-11〉 관광비용에 따른 관광동기의 차이 비교	71
〈표 4-12〉 정보획득수단에 따른 관광동기의 차이 비교	72
〈표 4-13〉 관광동기가 관광객의 만족도에 미치는 영향	73

<그 립 목 차>

<그림 2-1> 관광동기의 유형	15
<그림 2-2> 일상탈출 및 사회심리적 동기	21
<그림 2-3> 동기의 역할과 관계에 대한 개념화	23
<그림 2-4> 관광동기의 추진-흡인 모델	25
<그림 2-5> 싸이코그래픽 유형에 의한 관광객 분류	28
<그림 2-6> 관광객, 관광동기, 관광지 유형의 관계	29
<그림 2-7> 관광지선택과정의 개념적 모형	31
<그림 3-1> 연구의 모형	49

Abstract

There is no doubt that tourism industry will be spotlighted as a leading industry in the 21st century. Tourism industry has been recognized as a fast growing industry politically and economically. Various leisure activities such as special interest tour and cyber tourism are developing continuously as the importance of environment and the need of travel is increasing.

It is prospected that international competition will be deepen in the future through the development of cultural tourism products in each country all around the world.

In order to meet this global movements, the hypothesis and questionnaire are set up based on the previous study which had been studied by researchers to understand tourists' motivation characteristic of Seongeup Folk Village in Jeju.

The hypothesis are as follows;

- I. The tourist visiting motivation of Seongeup Folk Village in Jeju has a significant difference as an demographical Characteristic.
- II. The visiting motivation of Seongeup Folk Village in Jeju has a significant difference as tourists' type
- III. The visiting motivation of Seongeup Folk Village in Jeju has an relationship with Tourists' Satisfaction.

ANOVA and T-test have been used to identify Hypothesis I which is set up this study. As a result of testing Hypothesis I, The tourist visiting motivation of Seongeup Folk Village in Jeju has a significant difference marriage, age, annual income, occupation, the type of fellow

traveller in demographical factors.

ANOVA and T-test have been used to identify Hypothesis II which is set up this study. As a result of testing Hypothesis II, there are significant difference between tourists' type and the number of visiting, tourist expense, information acquisition method. Therefore, It is very important tourism information via the website to promote Seongeup Folk Village in Jeju as well as to develop cultural tourism in Jeju.

Multiple-regression method has been used to verify Hypothesis III which is set up this study. As a result of testing Hypothesis III, there is a relationship between the tourists' motives and tourists' satisfaction in the tourists' motive factors which means cultural motives of tourists affecting tourist satisfaction degree when they visit Seongeup Folk Village in Jeju. It is found that cultural tourism will be developed if tourists' cultural needs are satisfied.

The characteristic of Tourists' motive is studied which is targeted on tourists who visit Seongeup Folk Village in Jeju which is one of representative tourism resources in Jeju. This study can not be applied to all cases because this study is focused on only Seongeup Folk Village in Jeju and has a limitation of the sample.

I. 서 론

제 1 절 연구의 배경

오늘날 관광은 어떤 기준에서든지 매우 높은 성장 잠재력을 지닌 세계에서 가장 거대한 산업 중 하나이다¹⁾. 세계관광기구(WTO)가 발표한 잠정치 통계자료에 의하면 2000년도 국제관광객수는 9,830만명으로 전년대비 7.4% 증가하였고 관광수입은 4,759억불로 전년대비 4.5% 증가하였다²⁾.

이처럼 관광활동 및 산업은 전세계적으로 빠르게 성장하여 관광활동의 대중화와 세계화가 활발하게 이루어지고 있고, 오늘날의 관광활동은 인간생활을 구성하는 중요한 문화활동의 일부분으로 인식되고 있다³⁾. 이로 인해 관광시장의 다변화가 나타나고 있으며, 관광행태가 크게 변화하고 있다. 지난 1980년대 이후 관광행태의 가장 큰 변화는 기존의 자연경관 및 문화유적 중심의 보고 즐기는 정적인 관광에서 참여하고 즐기는 동적인 관광활동의 증가이다. 즉 자연관광자원도 중요하지만 이제는 그보다 더 중요한 자원은 사람들이 살아가는 모습과 역사문화적인 것이 되고 있다. 이러한 변화와 함께 다가오는 21세기의 관광행태는 건강·스포츠형 관광행태의 증가, 관광서비스의 쾌적성 추구, 생활체험 지향적 관광활동 증가. 그리고 역사 및 전통문화 중심의 학습·창조형 위락활동이 등장할 것으로 전망된다.

관광활동의 종류에는 다양한 유형이 있지만, 최근 WTO는 중요하게 성장하는 관광시장을 다섯 가지로 분류하였는데⁴⁾ 그 중에 하나가 문화적 요인을 강

1) Ismail Firag, Role of governments in tourism management, WTO : Intrenational Conference on Tourism and Island Economies, 2001, pp.1-2

2) 문화관광부, 2001년도 관광동향에 관한 연차보고서, 2001. 8. p. 13.

3) Shaw, G. and Williams, A. M, *Critical Issues in Tourism ; A Geographical Perspectives*, Oxford: Blackwell. 1994, pp.46-47.

4) Fravcois Vellas and Lionel Becherel, *The International Marketing of Travel and*

조하는 문화관광(Cultural Tourism)이다.

문화관광은 사전적인 의미로는 ‘유적·유물·전통공예·예술 등이 보존되거나 스며있는 지역 또는 사람의 풍요로웠던 과거에 초점을 두고 관광하는 행위’로 정의되는데, 이에 따르면 문화관광이란 과거에 대한 탐구 이상이 아니라 문체가 있다. 세계관광기구(WTO)에서는 1986년 연구논문에서 ‘문화관광이란 협의로는 탐구여행, 예술문화여행, 축제 및 기타 문화행사 참여, 유적지 및 기념비 방문, 자연·민속·예술연구여행, 성지순례 등 본질적으로 문화적 동기에 의한 인간들의 이동이고, 광의의 문화관광은 개인의 문화수준을 향상시키고 새로운 지식·경험·만남을 증가시키는 등 인간의 다양한 욕구를 충족시킨다는 의미에서 인간의 모든 행동을 포함하는 것이다⁵⁾’라고 정의하였다.

이러한 문화관광의 궁극적 목적 중의 하나는 인류가 쌓아놓은 위대한 정신적·물질적 유산 즉, “빛을 보는 것”이고 인류의 지혜를 보며 오늘의 현실을 돌아보고 앞날의 길잡이로 삼는 것이다. “프랑스는 나폴레옹을 팔아먹고, 에펠탑을 불모로 잡고 루브르 박물관에서 혼을 빼놓고, 이태리는 과거를 팔아서 먹고산다.”는 말이 있다⁶⁾. 이는 그들이 얼마나 문화와 전통을 아끼고 훌륭히 계승·보존하여 왔고, “관광”이라는 도구를 통해 잘 이용하고 있는지를 단적으로 느낄 수 있게 하는 말이다.

또한 최근 스탠포드 연구소의 보고에 의하면 관광일반의 성장률을 1900년대에서 1995년까지 8%로 예상하고 있는 것에 반해 역사적 문화관광과 모험관광분야는 10~15%로 예상하고 있어서, 이런 문화관광이 관광산업의 핵심으로 되어가고 있다고 이해할 수 있다.⁷⁾

세계적으로 관광활동에서 문화관광의 비중과 역할이 가장 강조되고 있는

Tourism, ST.MARTIN'S Press ,INC, 1999, p.307.

5) 한국문화예술진흥원 문화발전연구소, 「문화관광에 관한 기초연구」, 1989, p.14.

6) 이장춘, 「관광과 통일」, 서울, 대왕사, 1991, p.31.

7) 한국관광공사, 「관광정보」, 1991, 9·10월호, p.107

지역이 영국과 프랑스를 비롯한 북서유럽이다. 유럽에서 문화관광은 지역의 사회적·경제적 변화를 가져오는 중요한 동인으로 인식되고 있으며⁸⁾, 서번(Thorburn)⁹⁾은 유럽의 오랜 역사를 가진 문화유산이 유럽의 문화관광시장을 확대시키는 중요한 관광동인 중의 하나라고 강조하였다.

이처럼 문화자원들은 관광에 영향을 미쳐왔지만, 관광 또한 관광에 대한 기본적인 동기를 제공하는 문화에 대한 영향력이 증가되기 시작하였다.¹⁰⁾

문화관광객들은 또한 다른 유형의 방문객들보다 돈을 더 많이 쓰는 경향이 있으며 지방문화 표현물에 대한 금융지원을 제공함에 있어 중요한 역할을 할 수 있다. 그러나 일부 학자들은 문화관광객들에게 문화적 동기부여를 하는 것이 몇몇 지역에서는 덜 바람직하다고 제안하기도 하였다. 버틀러(Butler)는 진정한 문화적 경험을 찾는 '대안' 관광객들은 '트로이 목마' 처럼 활동하여 대량관광의 훼손으로 문화적으로 파괴되게 지역을 개방할 수 있다고 주장하였다.

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

문화가 관광목적지에 커다란 기여를 한다는 점에서 최근에는 관광객의 유치 위한 마케팅의 도구로 활용되고 있다. 전세계를 통하여 박물관, 전시관, 유적지, 역사적 건물, 고고학적 건축물, 예술축제 등은 중요한 관광목적지가

8) 이정록·장보웅, “지역문화의 문화관광 활성화 방안에 관한 연구”, 현대사회과학연구, 제9권, 1998, pp.316-3187.

9) A. Thorburn, "Marketing Cultural Heritage: does it work within Europe?", *Travel and Tourism Analyst*, 12, 1986, pp.39-48.

10) Greg Richards, "Cultural Tourism in Europe". 2000, CAB International, pp.64-65.

되고 있고 그 중요성은 점차 확대될 것으로 예견되고 있다¹¹⁾. 문화관광에 대한 관광객 참여가 증가하고 상품 개발이 활발해지고 있는 실정에서 미래에 관광에서 핵심적 상품으로 등장할 것은 ‘문화’일 것이며, 이에 따라 현존하는 문화자원 이용과 새로운 이용방법 개발이 필요한 때이다.

문화관광은 관광자원으로서 시장규모도 매우 클 뿐만 아니라 잠재성이 상당히 큰 분야이지만 현재까지는 관광자원, 정책, 계획 등에 있어서 별로 주목을 받아오지 못했다. 이런 문화관광의 중요성에 대해 사회전반의 인식을 제고시키기 위해서는 무엇보다도 이 분야에 대한 분석 및 개념화가 절실하다.

특히, 문화관광지로서 제주지역에서 민속마을을 대상으로 한 연구는 거의 미비한 실정이고, 문화관광 전반에 관한 지식도 부족하다. 따라서 본 논문에서는 이러한 문제인식을 바탕으로 최근에 관광활동에서 자주 논의되고 있는 문화관광에 대해 살펴보고, 동기 및 관광동기의 이론적 고찰 및 사례지역 연구를 통해 제주도의 대표적인 문화관광자원인 ‘성읍민속마을’을 중심으로 하여 제주도의 전통민속마을에서의 관광객 동기의 특성을 파악하고자 한다.

제 2 절 연구의 목적

기존의 문화관광은 역사적이나 유물을 관람하는 정적인 관광이 대부분이었으나 지금은 적극적으로 타 지역의 살아있는 문화를 체험하고 직접 참여도 해보는 동적인 관광으로 변화되고 있다. 그런데 제주도의 문화관광은 관광객의 다양한 문화체험 욕구를 충족시키지 못하고 있다. 살아있는 문화체험에서 중요한 위치를 차지하고 있는 것이 바로 민속이지만, 기존 문화관광에서 이러한 점들은 크게 부각되지 못하고 있다.

본 연구의 목적은 일차적으로 제주도의 전통민속마을인 “성읍민속마을”의

11) H. Zeppel and C. M. Hall, "Arts and Heritage Tourism", *Special Interest Tourism*, E. Weiler and C. M. Hall, eds., 1992, pp.45-60.

관광동기의 특성을 파악하는 것이다. 제주도의 대표적인 문화관광지인 성읍민속마을을 방문한 관광객의 동기가 어떠한 특성을 갖는지를 파악하여 관광행동을 이해하는 밑거름이 되고자 한다. 각 나라나 지역마다 다른 문화와 역사를 얼마나 관광상품화 하는가에 따라 문화관광의 성패는 판가름 난다. 문화의 고유성도 중요하지만 문화관광객의 수요와 성향을 정확히 파악하지 못할 경우 그 문화는 오히려 생명력을 상실할 수 있다는 점을 염두에 두어야 하는 것이다. 특히 각 지역이 지니는 민속문화는 우리 조상들이 오랜 생활경험을 통하여 터득한 삶의 지혜요, 기술이다. 그러한 문화 속에는 그 문화 하나 하나가 발생하게 된 원인과 배경이 반드시 내재되어 있다. 그러한 삶의 지혜와 방법을 밝혀내고 그것을 날로 메말라 가는 현대생활에 조화시켜 현대관광객들의 삶을 보다 풍요롭게 하는 일 그리고 지역사회의 민속문화를 진흥시켜 지역사회의 문화적 자긍심확대와 관광개발을 통한 지역균형개발의 기틀을 다지는 일, 그것은 곧 우리들이 이룩해야 할 중요하고도 시급한 과제가 아닐 수 없다¹²⁾. 여기에 문화관광의 개발가치가 있는 것이다.

제 3 절 연구방법

본 연구의 연구방법은 연구의 목적을 달성하기 위해 선행연구를 고찰함으로써 이론적 근거를 제시하고 실증조사결과를 통하여 연구가설의 타당성을 규명하고자 하였다. 본 연구는 성읍민속마을 관광객의 관광동기의 특성을 알아보기 위하여 먼저 동기 및 관광동기에 관한 이론적 연구를 시도하였고, 관광동기에 대한 실증적인 자료를 얻기 위해 직접 현장조사를 실시하였다. 민속마을에 대한 기존의 선행연구에 대한 이론연구를 기초로 그 개념과 연구경향을 파악하였다. 그리고 관광동기에 대한 이론들에 대한 연구를 바탕으로 관광동기의 특성을 파악하기 위하여 성읍민속마을을 방문한 관광객을 대상으로

12) 박계홍, 「한국민속학개론」, 형설출판사, 1997, p.17.

하여 변수들을 측정하기 위한 조작화를 시도하였다.

다시 말해 본 연구의 목적상 공간적 범위는 제주도 성읍민속마을로 한정하고, 시간적 범위는 9월에서 10월 초로 정하였다. 연구의 구성은 크게 전통민속마을의 문헌적 연구를 통한 전통민속마을의 특성을 파악하고, 관광동기에 대한 체계화에 대한 이론적 고찰로 이루어진다. 이런 이론적 연구를 뒷받침하여 제주도 성읍민속마을의 관광동기의 특성을 파악하고자 하였다.

이와 같은 1차적 자료를 근거로 하여 설문지를 작성하여 분석하였는데 SPSS 10.0 프로그램을 이용하여 통계적으로 분석하였다.



II. 민속마을 관광동기에 관한 이론적 고찰

제 1 절 관광동기에 관한 이론

1. 동기의 개념 및 특성

1) 동기의 개념 및 특성

관광서비스와 관광지를 시장화하기 위해서 마케터들은 여행결정과 소비자 행동에 영향을 주는 동기요인들을 이해해야 한다¹³⁾. 동기는 관광행동을 설명하는데 기여하는 많은 변수들 중에 단지 하나에 불과하지만 그것은 모든 행동 뒤에 있는 추진력을 가지고 있는 것이기 때문에 중요한 변수이다.¹⁴⁾

동기는 심리학의 중요한 개념으로써 어원적으로 동기는(motive, 동기화 motivation, 動因 motivator)는 라틴어 “movere”, 즉 움직인다는 “to move”에서 파생된 것이며, 철학적으로는 이동(movement)의 뜻인데, 이 이동은 ‘물질(matter)의 성질이며’ 인간의 가장 큰 관심문제 중의 하나이다. 동기란 무엇인가에 대한 개념적 설명은, “모든 행동에는 원인이나 이유가 있게 마련인데 심리학에서는 이것을 「동기」라고 한다. 동기는 행동을 유발하고, 방향을 부여하며, 행동의 강도와 지속성을 설명하는데 쓰여지는 것”이라고 할 수 있다.

마치 나무에 보이는 부분과 보이지 않는 두 가지 부분이 있듯, 사람에게 있어 말과 행동은 보이나 그러나 그 동기는 땅 속에 깊이 묻힌 뿌리와 같이 마음 속 깊이 숨어 있어 보이지 않는다. 이같이 동기는 매우 복잡하고, 개인적

13) Gee, Chuck Y., D. J. L. Choy, and J. C. Makens, *The Travel Industry*. Westport, AVI, 1984.

14) Dale. Fodness, “Measuring Tourist Motivation”, *Annals of Tourism Research*, Vol 21, No. 3, 1994, pp.555-581.

이며 애매모호하므로 다만 동기를 파악하고 추론할 따름이다. 20세기에 이르기까지 동기론은 심리학에서 사용되지 않았으나 1900년대의 F. W Taylor의 과학적 관리의 단순동기이론에서, 1920년대의 메이요(E. Mayo)의 인간관계론에서, 1940년대의 매슬로우(A. Maslow)의 욕구위계설에서, 1950년대의 허즈버그(F. Herzberg)의 위생이론에서, 최근 브룸(V. vroom)에 따른 유인가이론에서 발전을 거듭하였다.¹⁵⁾

동기는 학자에 따라 의견이 다르지만 일반적으로 행동을 강요하는 개인 내부의 추진력 또는 신체의 에너지를 활성화하여 그것을 외부환경에 존재하는 목표를 달성하도록 지시하는 내적 상태라고 할 수 있다. 여기서 추진력과 에너지를 활성화시키는 힘이다. 긴장상태에 의해 발생된 것이며 그러한 긴장은 다시 충족되지 않은 욕구에 의해 기인된다고 할 수 있다.¹⁶⁾ 다시말하면 동기란 어떤 특정 목표를 향해 행동을 활성화 시키고 방향을 제공해 주는 과정이다.¹⁷⁾

학자들의 정의를 살펴보면, 모리슨(Morrison)은 소비자들이 그들의 욕구를 충족시키기 위한 행동에서 동기가 발생하게 되며, 이 동기는 “소비자들이 그들의 욕구를 충족하기 위한 개인적 욕망과 충동”¹⁸⁾이라고 정의하고 있다.

루돈과 비타(Loudon & Bitta)는 동기를 ‘행동을 강요하는 개인 내부의 추동력(driving force) 또는 신체의 에너지를 활성화하여 그것을 외부환경에 존재하는 목표를 달성하도록 지시하는 내적상태(inner state)’라고 정의하고 있는데,¹⁹⁾ 여기서 추동력과 에너지를 활성화시키는 힘이란 긴장상태(state of tension)에 의해 발생된 것이며 그러한 긴장은 다시 미충족된 욕구에 의해 야

15) E. J. Mayo and L. P. Jarvis, *The Psychology of Leisure Travel : effective Marketing and Selling of Travel Service*, 손대현, 장병권 역, 백산출판사, 2000. p.181.

16) 환경수 편저, 「관광객행동론」, 서울, 형설출판사, 1997, pp.308-309.

17) 김선 외 5인, 「심리학의 이해」, 집문당, 1996, p. 176

18) Alastair M. Morrison, *Hospitality and Travel Marketing*, Delmar Publishers' Inc., 1989. p.62.

19) D. L. Loudon and A. J. D. Bitta., *Consumer Behavior*, 2nd ed. New York:Mcgraw Hill Book Co., p.384

기된다. 따라서 동기란 바로 욕구가 야기한 긴장상태이며, 이 긴장은 개인으로 하여금 욕구를 충족시킴과 동시에 긴장을 감소시킬 행동을 하도록 강요하는 힘이다.²⁰⁾

대개의 경우 동기분석 연구는 인간의 개성을 이해하기 위한, 간단히 말해 개인을 타인과 다르게 구분 짓는 요소들을 연구하는 보다 폭넓은 이론의 일부가 된다. 그리하여 자기통제, 사랑, 성욕, 자신감, 긴장완화, 흥분, 성취감, 인정, 자기개발, 존경심, 호기심, 안정감, 이해, 자기실현 같은 동기들이 나타나게 된다.²¹⁾

동기에 관한 초기의 설명으로는 쾌락-고통의 원칙, 반사-추동이론, 그리고 본능이론 등이 있다. 그러나 이 중 어느 것도 모든 동기화된 행동을 설명하기에는 충분하지 않다.²²⁾ 먼저 헤도니즘(Hedonism) 이라고 부르는, 쾌락을 추구하고 고통을 회피하고자 하는 쾌락-고통의 원칙은 고대 그리스로 거슬러 올라가며 프로이트가 주장한 이드(id)의 쾌락추구의 원칙과 같다고 볼 수 있다. 그러나, 이 원칙은 상당히 주관적이며 인간의 모든 행동을 설명하기에는 충분하지 못하다.

반사이론은 우리의 행동은 자극에 대한 자발적 반응이라고 보는 관점이다. 눈에 밝은 불빛이 가해지면 동공이 축소되거나, 고무망치로 무릎을 치면 무릎 반사가 일어나는 것과 같이 적절한 자극이 주어지면 반응은 항상 일어난다고 본다. 반사이론은 행동의 원천으로 추동을 포함시킴으로써 보완될 수 있는데, 이 경우 우리의 먹는 행동은 기아라는 내적상태인 추동에 달려있다고 본다.

본능이론은 우리의 많은 행동양식을 본능적이라고 보는 견해이다. 어미새가 갓난 새끼를 위해 먹이를 주고 새끼가 등우리를 벗어나면 찾아내는 등의 행동은 아무런 학습 없이도 나타나는 복잡한 행동양식이다. 많은 동물 행동학자

20) 한경수 편저, 「관광객행동론」, 형설출판사, 1994, pp.303-309.

21) 로버트 W, 매킨토시, 찰스 R, 겔드너 공저, 신현주 외 역, 「관광학원론」, 세종연구원, 1996, pp. 170-172.

22) 김선 외 5인, 전개서, p. 176

들은 이러한 행동양식을 설명하는 하나의 이론으로 본능설을 들고 있다.

2) 동기의 유형

인간행동을 활성화시키고 방향감을 제시하는 동기의 수는 사람들 수만큼이나 많다²³⁾. 1900년대 초 이래 극히 다양화된 인간행동을 설명하려는 노력의 하나로 학자들에 의해 무수히 많은 동기들이 발견되었으며²⁴⁾ 학자들마다 다른 견해를 가지고 있을 수 있다. 동기를 유형별로 분류함에 있어서도 단순분류법 혹은 포괄적 분류법으로 나누어지기도 하지만 본 논문에서는 보다 널리 일컬어지는 심리학에서 다루어지는 동기의 유형을 살펴보았다.

인간동기는 대체로 학습되지 않은 일차적 동기(primary motives)인 생리적 동기(physiological motives)와 학습된 이차적 동기(secondary motives)인 심리적 동기로 구분할 수 있다.



(1) 생리적 동기

일차적인 생리적 동기(physiological motives)는 인간을 포함한 유기체의 선천적, 본능적, 생리적인 것과 관련있는 것으로 기아, 갈증, 체온의 조절, 수면, 고통의 회피욕구 등이 포함된다. 이와 같은 생물학적 내지 생리학적 동기는 주로 신체적 균형유지의 원리-동질정체의 원리 (homeostasis principle)와 관련을 맺고 있다. 동질정체란 유기체가 생존에 적합한 체온, 혈액 내의 포도당, 신체 내의 염분과 수분의 균형, 산성도(ph) 등의 내부환경을 일정하게 유지하려는, 즉 일정한 최적상태에서 벗어나면 그 수준으로 다시 되돌아오게 만드는 경향성을 말하는 것으로 생리적 동기는 신체적 균형이 깨졌을 때 촉발된다.

23) 김선 외 5인, 전계서, pp. 179-180.

24) 최병용, 「최신소비자행동론」, 박영사. 1996. p. 280.

(2) 심리적 동기

사회가 발전하고 복잡해질수록 인간 행동을 동기화하는 데는 일차적, 생리적 동기보다, 학습된 이차적 동기의 중요성이 증대된다. 환경적 요인이나 상황에 의해서 학습된 동기, 그리고 특히 대인관계 속에서 형성되는 사회적 동기는 모두 획득된 동기라고 말할 수 있다. 머레이(Murray)²⁵⁾는 최초로 인간의 동기를 생물학적 동기화 사회적 동기로 분류하였고, 특히 인간은 생물학적 동기보다는 사회적 동기에 따라 행동한다고 지적했다.

이차적 동기는 심리적 동기라고 불리기도 하는데, 일차적 동기에는 학자들마다 이견이 없는 반면, 심리적 동기에 관해서는 학자들마다 의견이 일치되어 있지 못하다.²⁶⁾ 그러나 학습된 혹은 이차적 동기는 사람들에게 매우 중요한 영향을 미치는 것으로 나타나있다. 따라서 이차적 동기는 자신이 속한 사회 환경에 따라 영향을 받는다.²⁷⁾

2. 관광동기의 개념 및 유형

1) 관광동기의 개념

관광객을 이해하려고 노력하는 관광연구자들은 여행동기모형들을 발전시켜왔다²⁸⁾. 다양한 분야에서 접근이 시도되어왔던 관광동기는 그 구성개념의 규명만으로도 연구가치가 인정되나 또 다른 관광행동변수와의 관계를 함께 고려하므로써 관광이론의 축적에 기여할 수 있다. 관광동기가 중요한 이유중

25) 김선 외 5인, 전계서, pp. 183-184.

26) 최병용, 전계서, pp. 280-281.

27) 김훈기, 「심리학」, 학서당, 1997. p. 130.

28) 처크 Y. 기이, 에두아르도 파요스, 「현대관광론; 세계적 조망」, 2000. 장병권의 12인 역, 일신사, p.168.

의 하나는 그것이 관광행동이 추구하는 편익이 관광객들마다 서로 다른 이유를 설명해 줄 수 있는 변수 중에 하나라는 점이다²⁹⁾.

관광은 개인의 내면적 및 심리적 여건과 외부적 여건인 사회 문화적 여건에 따라 다양하다. 그러나 시간과 경제적 조건 및 사회적 제약 하에서 자신의 욕구가 만족되어질 것을 예상할 때 비로소 이루어 질 수 있다. 따라서 관광동기는 사람이 관광행동을 유발하는 자극으로서 실제 행동의 요인이 될 수 있는 여러 가지 힘 또는 관광행동을 지배하는 궁극적인 충동력이라고 표현할 수 있다.

관광주체인 관광객은 각기 다른 이유와 동기에서 관광행동이 이루어지지만, 관광객심리의 일반에 대한 특징은 긴장감과 해방감이라는 상반된 두 가지 차원의 심리적 변화를 일으키게 한다는 것이다³⁰⁾.

관광동기에 대한 정의는 여러 학자들에 의해 주창되는데 먼저 프렌티스(Prentice)는 “동기는 개인이나 집단행동을 적절하게 배분하고 연속적으로 각 의사결정에 대한 유효한 표현으로써 다른 사람들에게 이야기 할 수 있는 내적 심리상태”라고 주장하였다.³¹⁾

손대현은 관광동기가 되는 요인은 매우 다양하며, 그 범위도 자극과 흥분을 추구하는 것으로부터 자기 개발, 개인의 성장에 이르기까지 폭넓다. 관광동기는 자기 실현의 욕구라 할 수 있고 관광객의 대부분은 이러한 고차원의 자기 실현의 욕구를 추구 할 수 있으며 이것은 알려고 하는 욕구의 두 가지 기본적인 지적욕구를 나타내고 있다.³²⁾

차석빈은 관광동기란 관광객이 그들의 관광욕구를 충족시키기 위한 개인적

29) 한승엽·박수완, “관광동기와 관광지 매력속성과의 관계에 관한 연구”, 호텔경영학연구, 1996, pp.35-37.

30) 마에다이사무(前田勇), 「관광개론」, 학문사, 1980, p.48.

31) Recharged Prentice, "Motivation of the Heritage Consumerin the Leisure Marketing : An Application of the Manning Hass Demand Hierarchy", *Leisure Science*, 15(3), 1993, p.273.

32) 손대현, “우리 나라 관광산업의 마케팅에 관한 실증적 연구”, 고려대학교 대학원 박사학위 논문. 1983, p.57

욕망과 충동으로. 관광동기는 관광객이 관광행동을 일으키게 하는 중요한 요인으로써 인간이 여행을 통해 만족을 얻거나 향유하고자 할 때 일어난다. 그러므로 이러한 관광동기에 대한 지식은 사람들의 여행 습관관 목적지 결정은 물론 그들의 미래 여행패턴을 예견하는데 매우 중요하다고 하였다.³³⁾

2) 관광동기의 유형

광범위한 요소들이 관광상품을 구매하는 소비자에게 동기를 부여한다.³⁴⁾ 관광욕구, 관광동기의 분류를 처음으로 시도한 사람은 독일의 그뤽스만이었는데 그는 관광의 원인을 분석하고 여행자 측에 있는 원인을 자발적으로 여행하려고 하는 “관념적인 것”과 어떤 곳에서 여행을 하지 않으면 안될 “물리적인”으로 구별하였다. 관념적인 것은 조용한 것을 구하는 심적원인과 견문을 넓히려 고 하는 정신적 원인으로 분류하였고 물질적인 것은 건강 때문에 육체적인 원인과 사업 때문인 경제적 원인으로 분류하고 있다. 그뤽스만은 1935년에 발표한 「일반관광론」에서 관광의 원인을 심리적, 정신적, 육체적, 경제적으로 분류하였다.³⁵⁾ 그리고 이것에 준거하여 일본의 마에다(田中喜一)교수는 관광욕구와 동기를 분류하고 있다.

관광객의 동기에 대해 정의내리기를 시도한 조사자들은 전형적으로 여행이유에 대해 동기리스트를 개발하였다. 관광동기는 많은 학자들이 지적하듯이 자신도 잘 이해하지 못하거나 인지하지 못할 뿐만 아니라 노출시키기를 꺼린다는 문제들을 안고 있다.

관광에서 동기를 부여하는 요인들은 간단하게 두 가지로 나누어진다.³⁶⁾ 첫째, 휴가를 즐기라고 자극하는 동기와 둘째, 특정한 시간에 특정 장소에서 특

33) 차석빈, “한국인 해외여행객들이 호주와 뉴질랜드를 찾는 이유”, 디스, 1997, 8월호, pp.16-17.

34) John Swarbrooke and Susan Horner, *op. cit.*, pp.53-61.

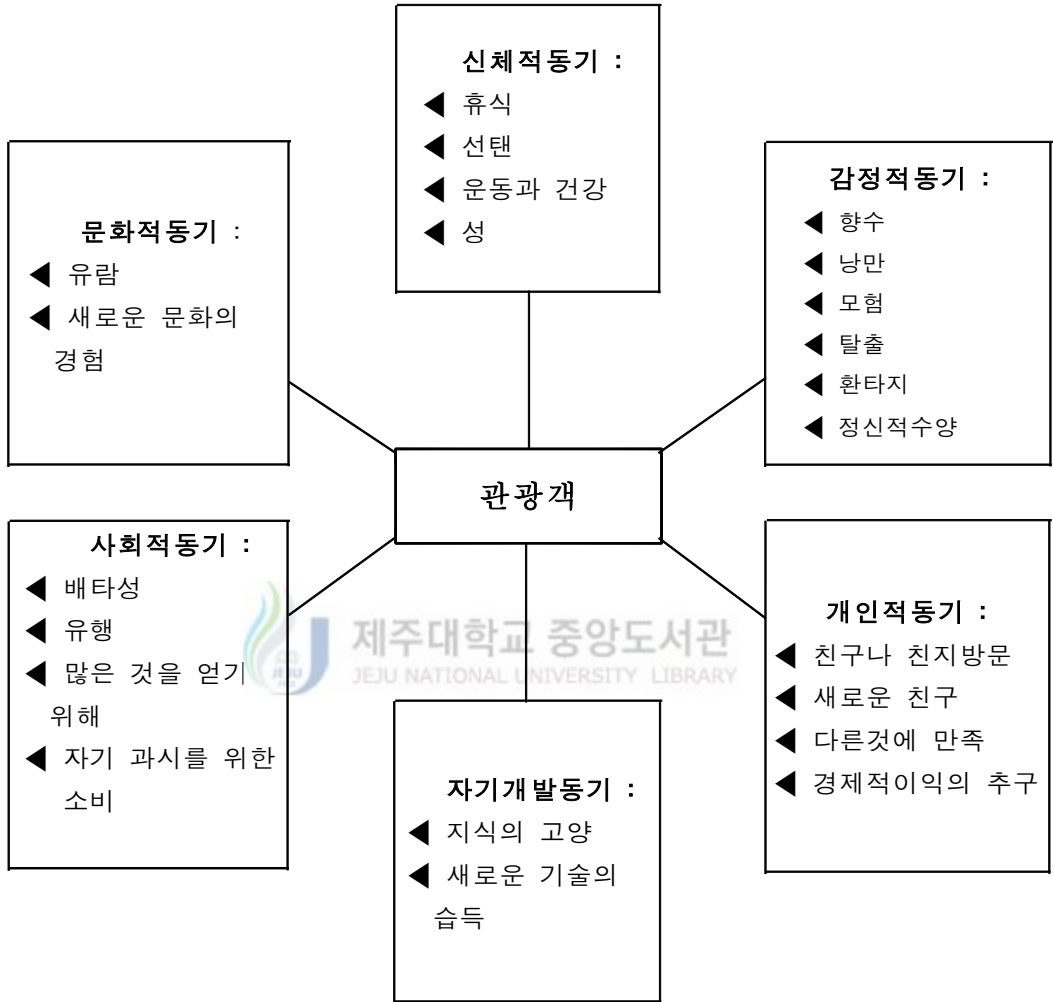
35) 김경호·고승익, 「관광학원론」, 형설출판사, 2000. p.121.

36) John Swarbrooke and Susan Horner, *op. cit.*, pp. 53-61.

별한 휴가를 즐기라고 자극하는 동기들이다. 이것들은 연관되어지는 많은 잠재적인 동기들이 있다. 이런 동기에 대한 다수의 잠재적인 변종들이 있고 그들을 묶을 수 있는 수많은 방법들이 있다. 관광에 있어 주요 동기요인을 묶는 것 중에 널리 인지된 방법은 없지만 <그림 2-2>에 중요한 방법들이 대략 개요화 되어 있다.



〈그림 2-1〉 관광동기의 유형



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

이외에도 댄(Dann)³⁷⁾은 1977년에 아노미와 자아증진의 두 가지 기본적 동

37) Dann, Graham M. S. "Anomie-Enhancement, and tourism", *Annals of Tourism Research*, 1977. pp.184-194.

기를 규명하기 위해 Barbados의 방문객의 태도의 자료를 이용하였다. 특정관광지에 대한 관광객의 태도를 연구하는 과정에서 두 가지의 동기 즉, 아노미(anomie)와 자아증진(ego-enhancement)을 제안하였다. 이 역시 관광객들이 여행하기 이전에 자신이 둘러 쌓인 거주지 환경과 개인의 심리적 요인과의 상호작용 속에서 보유하게 되는 내적요인으로서 일종의 추진요인들(push factors)이라 할 수 있다. 아노미 요인은 거주지가 비규범적이고 의미가 상실되었다고 지각하는 상황을 의미하고, 자아증진요인은 상대적인 지위상실과 관련된 요인으로서 여행이 부여하는 상황으로부터 획득할 수 있는 일종의 인지의 욕구이다.

또한 존 토마스(John Thomas)는 <표 2-1>와 같이 인간의 여행동기를 18가지로 제시하였다.³⁸⁾ 그러나 이와 같은 여행동기가 실제로 행동을 일으키는데 근원이 되는가에는 어느정도 의문이 간다. 이것이 사람들의 여행이유를 제대로 설명할 수 있을까? 아마도 이 동기유형들은 관광행동의 심오한 원인을 찾는 데 있어서 완벽한 대답을 주지는 못할 것이다.³⁹⁾

38) Thomas, John A., "What Makes People Travel?", *ASTA Travel News*, August, 1964, p. 64-65

39) Edward J. Mayo and Lance P. Jarvis, *op. cit.*, p.181.

〈표 2-1〉 Thomas 의 중요한 여행동기 18가지

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

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

플로그(Plog)에 의하면 관광동기를 자기 중심형과 타인 중심형으로 나누어 설명하고 있으며, 이것은 관광동기에 대한 체계적인 이론을 제공하고 있다.⁴⁰⁾

이소-아홀라(Iso-Ahola)는 내적동기-이상적 자극 관점에서 관광이나 동기는 적정자극과 불일치의 원칙에서 일어난다고 하였다. 각 개인은 여러 수준의 자극을 추구함에 있어서 과도자극과 권태 양쪽 모두를 피하려는 욕구가 있다는 것이다. 사람이 살아가면서 여가활동에도 변화를 원하며 다양한 장소와 교제를 추구한다. 그는 연구자들이 여가활동문제를 연구할 때 여가활동에 참여하는 시간을 늘 염두에 둘 것을 권하며 참가자가 만족을 얻을 때 느끼는 자기 실현감, 자신감을 중시한다고 하였다.⁴¹⁾

맥킨토시와 골드너(McIntosh & Goeldner)는 기본적인 여행동기를 신체적

40) S.C.plog, "Why destination Areas Rise and Fall in Popularity", The Cornell quarterly, Vol. 14(No. 4), 1974, pp55~58; "Understanding Psychographics in Tourism Research", in J. R. B. Ritchie and C. Goeldner, eds, *Travel Tourism hospitality Research*, 1987 pp. 203-214.

41) S. E. Iso-Ahola, "Toward a Social Psychological Theory of Tourism Motivation : A Rejoinder" *Annals of Tourism Research*, Vol 9(No. 2), 1982, pp. 256-262.

(physical), 문화적(cultural), 대인적(interpersonal), 지위-명예적 동기(status and prestige motivators)등 4가지고 범주화하였다.⁴²⁾

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

아래의 <표 2-2> 는 관광동기에 대해 연구한 문헌들을 종합한 것이다.

<표 2-2> 기능적 체계의 관광동기 문헌의 종합

여행하는 이유들			
저자	자아방어기능	지식기능	효용기능 보상최대화
Gray			방랑추구:태양추구
Dann			휴식,모험,쾌락,건강,여가(스포츠포함)
Schmoll		교육/문화	
Crompton	탐험과자기자신에 대한평가	교육/신기함	회귀(덜강제적인행동)
Hudman	자부심	호기심:종교	건강,스포츠,쾌락
Iso-Ahola			심리학적혹은본능적대 가를얻기위한욕망
Epperson	자기발견 -추진요인	역사적지역,문화적이벤트 -유인요인	시도와모험--추진;스 포츠-흡인
Moutinho		교육과문화:현재이벤트에 대한더나은이해를 위해	여가-스포츠;즐거운시 간을보내거나로캣한 성적경험을갖기위해
Coltman	자부심	다른문화,장소,사람,종교, 그리고정치적시스템에 대한호기심(매력물을보려 는욕망뿐만아니라)	여행의로맨스 ;스포츠,오락
McIntosh & Goeldner	자부심	다른국가에관한지식올얻 기위해가는문화적인것	육체적스포츠,여가

42) McIntosh and Goeldner, *Tourism: Principles, Practices, Philosophies*, 6th edition, John Wiley & Sons, Inc. pp.142-149.

여행하는 이유들				
저자	효용기능 별 포함	가치-설명기능	사회적조정기능	기타
Gray				
Dann	아노미	자아증진		
Schmoll		사회적,경쟁적 (명성포함)	민족과가족	
Crompton	인지된 무요한 환경에 서탈출;휴식	명성	가족관의 유대 관계와 사회적 상호 작용의 강화	
Hudman			친구나친지방문; 뿌리를추구	전문적인 일과 사업
Iso-Ahola	개인적문제와같은개 인적환경에서탈출하 기위해			
Epperson	탈출,휴식&관계-추진	명성-추진		
Moutinho	휴식;반복되는 일상생 활과의무에서벗어나 기위해;새로운경험을 추구하기위해;건강-일 로부터의휴식/회복	사회,경쟁적;방문장소에 관해이야기할수있도록 하기위해;왜냐하면그것 이최신유행이며;그것을 할수있다는것을보여주 기위해	민족과가족;고향 방문;친구나친지 방문;가족과시간 을보내기위해	
Coltman	레저시간의이용;일상 으로부터변화욕망혹 은단지새로운경험을 가지거나혹은아무것 도안하기위해	자아증진을이유로여행 에관해다른사람과이야 기할수있도록하기위해; 특정관광지의유행을따 르기위해;새로운관광지 를처음방문한사람이되 기위해	사회적접촉의 욕구	
McIntosh & Goeldner	신체적휴식,건강;일상 에서 멀리 떨어진 대인관계	지위와 특권	새로운사람을만 나는대인관계;친 구나친지방문	

자료 : Fodness. D., "Measuring Tourist Motivation", *Annals of Tourism Research*, Vol 21, No. 3, 1994, pp. 555-581.

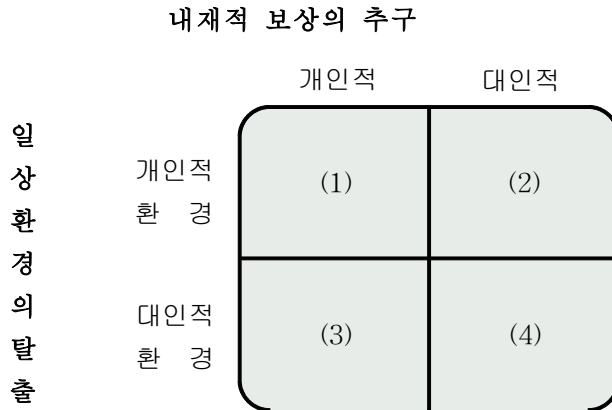
제 2 절 관광동기와 행동의 관계

1. 일상탈출 및 사회심리적 동기

이소아홀라(Iso-Ahola)는 인간을 여행으로 이끄는 힘을 본질적으로 규명하고자 노력하였으며 두 가지의 동기적 차원을 제시하였다.⁴³⁾ 하나는 일상적인 환경에서 탈출하고자 하는 동기이며, 또 하나는 심리적·내재적 보상(Psychological·intrinsic rewards)을 추구하는 동기이다. 인간은 개인적인 세계 즉 개인의 고통·문제·복잡함·실패로부터 벗어나고자 하고, 대인적인 세계 즉 직장동료·가족·친척·친구·이웃으로부터 떠나고자 하는 욕망을 가진다. 또 인간은 개인적인 보상 즉 승리의 감정·이문화 습득·휴식·재충전·기분전환·자아향상을 얻고자 하고, 대인적인 보상 즉 사회적 관계를 다양하고 확장하는 것·여행동반자 또는 지역민들과의 관계·새로운 곳에서의 옛친구 또는 익숙한 곳에서의 새친구와의 상호작용을 추구한다. 관광객은 <그림2-4>의 사사분면 중 하나에 속하게 된다. ①의 관광동기는 개인적인 환경에서 탈출하고자 하는 동기와 개인적인 보상을 얻고자 하는 동기이다. ②의 관광동기는 개인적인 환경에서 탈출하고자 하는 동기와 대인적인 보상을 얻고자 하는 동기이다. ③의 관광동기는 대인적인 환경에서 탈출하고자 하는 동기와 개인적인 보상을 얻고자 하는 동기이다. ④의 관광동기는 대인적인 환경에서 탈출하고자 하는 동기와 대인적인 보상을 얻고자 하는 동기이다.

43) S. E. Iso-Ahola, *op. cit.*, pp.256-262.

〈그림 2-2〉 일상탈출 및 사회심리적 동기



자료 : Iso-Ahola. S . E., "Toward A Social Psychological Theory of Tourism Motivation: A Rejoinder", *Annals of Tourism Research*, 1982, pp.256-262.



이 모델에는 일상적인 환경으로부터 탈출하고 싶은 욕구가 대비되어 정교하게 병치되고 있다.⁴⁴⁾이 욕구의 요소들을 결합한 행렬을 만들어서 현실에서의 탈출과 방문지에서의 보상요소들이 다른 방식으로 결합되고 어떤 한 시점에서 특정한 환경과 목적에 따라 관광동기가 달라지는 이론의 세포(Cell) 조합을 구축할 수 있다.

이외에도 크롬프톤(Crompton)은 특히 사회심리적 동기에 관심을 두고 관광산업에 있어서, 상품이나 서비스 자체에 국한하지 말고 관광객의 본질적인 동기를 환기시켜 줄 수 있는 전략이 필요하다고 강조하였다. 또한 관광목적지 선택에 영향을 미치는 동기들의 실체를 규명하고 그러한 동기들을 포괄할 수 있는 개념적 틀을 개발하려고 시도하였다. 그 결과 9가지 동기로 규명되었는

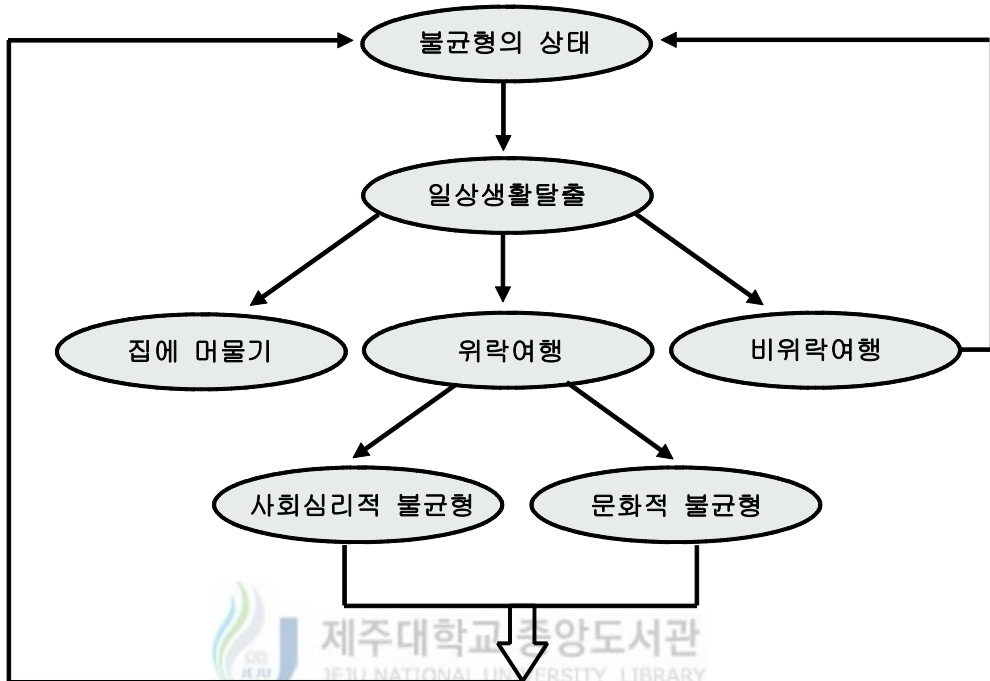
44) 스티븐 윌리엄스, *Tourism Geography*, 신용석·전선희 역, 한울 아카데미, 1999, pp. 24-25

데. 두 가지의 범주 즉, 사회심리적 요인과 문화적 요인으로 구분하였다. 사회심리적 요인은 탈출, 자신에 대한 탐색과 평가, 휴식(relaxation), 지위, 회귀, 친족관계증진, 사회작용촉진을 내포하고 있고 문화적 요인은 진기함과 교육을 포함시키고 있다.⁴⁵⁾ 이 탐색적 연구는 관광객의 목적지 선택의사결정을 이해하는데 도움을 주고자 시도되었기 때문에 목적지의 속성요인을 고려할 수 있다. 즉, 앞의 7가지 요인은 추진요인으로 뒤의 두 가지 요인을 유인요인으로 고려될 수 있다. 9개의 요인들이 개별적으로 논의되었지만 이러한 요인들은 상호배타적인 요인들이 아니며 단일차원의 관광동기. 즉 한가지의 요인만이 동기로서 작용하는 것은 아니라고 할 수 있다.



45) John L. Crompton, "Motivations For Pleasure Vacation", *Annals of Tourism Research* 6(4), 1979, pp.408-428.

〈그림 2-3〉 동기의 역할과 관계에 대한 개념화



자료 : Crompton. J. L., "Motivation for Pleasure Vacation", *Annals of Tourism Research*, 1979. p.414.

3. 추진요인-흡인요인

관광동기와 관광행동간의 관계를 이해하는 또 한가지 방법은 추진(push)요인과 흡인(pull)요인으로 나누어 생각해 보는 것이다. 허드만과 호킨스(Hudman & Hawkins)는 관광동기를 추진요인과 흡인요인의 개념으로 인식하였다. 추진요인을 사회심리적인 요인들을 뜻하며⁴⁶⁾ 이 요인들이 잠재관광여

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

행자들을 동기부여시킬 뿐만 아니라 특정 지역의 관광자원을 가지고 있는 매력성 정도, 즉 흡인요인에도 영향을 미치게 된다고 하였다⁴⁷⁾. 댄(Dann)⁴⁸⁾은 특정관광지에 대한 관광객의 태도를 연구하는 과정에서 두 가지의 동기, 즉 아노미와 자아증인을 제안하였다. 이 역시 관광객들이 여행하기 이전에 자신이 둘러 쌓인 거주지 환경과 개인의 심리적 요인과의 상호작용 속에서 보유했던 내적요인으로서 일종의 추진요인들(push factors)이라고 할 수 있다. 추진요인은 관광객의 내부심리에서 관광욕구를 자극하여 관광행동을 일으키게 하는 관광동기 그 자체이고, 흡인요인은 관광객을 관광지로 끌어들이는 것으로써 목적지에 존재하는 모든 것을 의미한다. 즉 인간은 건강, 호기심, 일상탈출, 새로움의 추구하고 같은 내적인 힘에 의해 추진되고 관광지의 흥미로운 시설, 자연경관, 이벤트 등의 외적인 힘에 의해 유인되어 여행을 떠난다고 한다.⁴⁹⁾ 그림에서와 같이 추진요인은 사회경제적 변수, 인구통계적 변수, AIO(Attitude, Interest, Opinion)를 포함하고 흡인요인은 가시적 자원(tangible resource), 목적지에 대한 지각과 기대를 포함한다. 크롬프톤(Crompton)의 이론을 적용하면 사회심리적 동기는 추진요인이고, 문화적 동기는 흡인요인이다.⁵⁰⁾

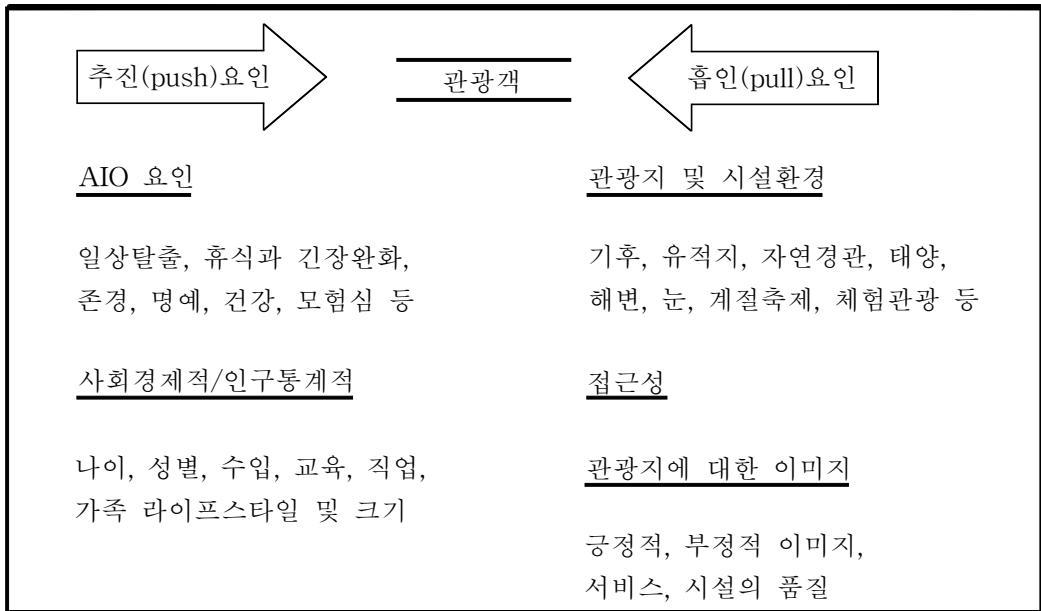
47) Lloyd E. Hudman and Donald E. Hawkins, *Tourism in Contemporary Society: an Introductory Text*, Prentice Hall, 1989, pp. 37-49.

48) Dann, Graham M.S. *op. cit.*, pp.184-194.

49) G.M.S. Dann, "Tourist Motivation: An Appraisal", *Annals of Tourism Research*, 8(2), 1981, pp.190-191, 재인용.

50) Muzzafer Uysal and Lee Anne R. Hagan, "Motivation of Pleasure travel and Tourism", *VNR's Encyclopedia of Hospitality and Tourism*, 1991, pp.801-802.

〈그림 2-4〉 관광동기의 추진-흡인 모델



자료 : Uysal. M. & Hagan. L. A. R., " Motivation of Pleasure Travel and Tourism", 「VNR's Encyclopedia of Hospitality and Tourism」, 1993, p. 802. (박상현, "관광축제의 참여동기에 관한 연구", 한양대학교, 석사 학위논문, 1998.에서 재인용)

이런 관점의 연구들 중에는 목적지 속성들과 동기요인들간의 상관 관계를 정준상관분석(canonical correlation analysis)을 이용하여 동기요인과 관광지 매력속성의 관계를 4가지로 제시한 연구⁵¹⁾가 있었고, 4개국(영국, 서독, 프랑스, 일본) 해외여행지를 대상으로 한 여행동기에 대한 연구⁵²⁾에서는 추진요인에 대한 나라마다의 중요도가 다르며 대체로 충족되지 않은 욕구를 만족시키기 위해서이고, 흡인요인에 대해서도 나라마다 중요도가 다르게 나타났다.

51) Pyo, s., Mihalik, B. J. & Uysal, Muzaffer.(1989). " Attraction Attributes and Motivations : A Canonical Correlation Analysis ", *Annals of Tourism Research*. Vol. 16. pp.277-182.

52) Yuan, Sue. & Mcdonald, Cary. "Motivation Determinates of International Pleasure Time", *Journal of Travel research*, 1990, pp.42-44.

3. 개성과 관광동기

모든 사람들은 다르기 때문에 그들이 자극받는 요인들은 다르다.⁵³⁾ 관광객의 동기는 결정하는 요인들은 여러 가지가 있는데 그 중 대표적인 것이 개성(Personality)이다. 이것은 사람이 사교적인가 혹은 고립적인가?, 모험적인가 혹은 신중한가?, 대담한가 혹은 소심한가? 와 같은 것이다.

관광동기는 개인적, 심리적, 내적이며 대단히 복잡하고 문화적, 시대적, 외적 환경에 따라 다르게 나타나므로 학자들간에 서로 다른 관점에서 접근하고 있다.

프로이트(Freud)가 주장하는 성격구조는 세 가지로 구성되어 있다. 이러한 단계는 원초아(id), 자아(ego), 초자아(superego)로 불린다. 정신적으로 건강한 사람의 경우에는 이 세계의 체계가 통일되고 합리적인 조직을 이룬다. 원초아는 심적 또는 외적 자극에 의해 유기체 안에 생긴 흥분의 양을 직접 방출하는 것으로 쾌락원리를 추구한다. 쾌락원리의 목적은 긴장으로부터 벗어나는 것이다. 자아는 현실원리의 지배를 받는다. 현실원리의 목적을 욕구를 만족시켜 줄 실제의 대상을 산출될 때까지 에너지를 방출을 연기하는 것이다. 행동의 연기는 자아가 적절한 형태의 행동에 의해 긴장을 해소할 때까지는 긴장을 참아낼 수 있음을 뜻한다. 초자아는 성격의 도덕적 또는 사법적 측면이다. 현실적인 것보다는 이상적인 것을 대표하고 현실이나 쾌락보다는 완성을 지향한다.⁵⁴⁾

이들을 관광의 측면에서 보면 사람의 쾌락여행의 주동기가 「id상태」로 보아지고 있으며, 여행의 합리적인 의사결정을 내리는데 이용되는 성격을 「ego 상태」로, 여행동기가 교육적, 문화적 목적일때는 「superego상태」로 볼 수

53) John Swarbrooke and Susan Horner, *op. cit.*, pp. 53-61.

54) S. Freud, 「프로이트 심리학 연구」, 이학 역, 청목서적, 1988, pp.23-27.

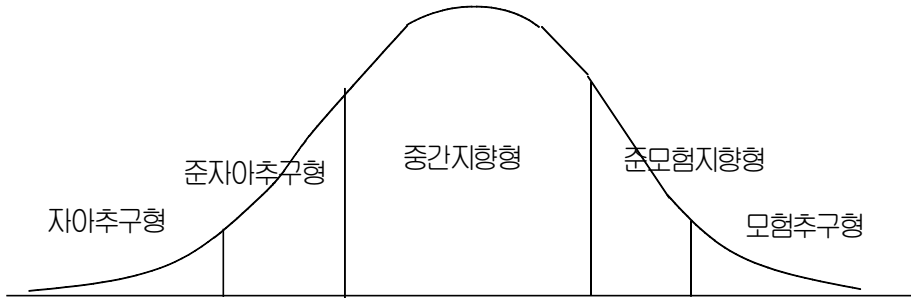
있다.⁵⁵⁾

맥킨토시와 골드너(McIntosh & Goeldner)는 관광객은 관광지만큼이나 다양하다고 보고 관광객의 유형을 규명하는 것은 똑같이 중요하고 그 결과 그들의 여행 패턴은 더 잘 이해되고 체계적으로 분석될 수 있다고 하였다.⁵⁶⁾ 일반적으로 시장은 인구통계의 기준에 근거하여 세분화되어진다. 인구통계는 수입, 나이, 성별, 직업 그리고 지리적 위치와 같은 인구의 사회적 통계이고, 마케터들은 인구통계가 유형재에서도 단독으로 수요 패턴을 완전히 설명할 수 없다는 것을 깨닫고 있다고 하였다. 관광은 무형재이므로 소량의 돈을 소비하는 기념품점을 제외하고 대부분의 관광객의 달리는 경험을 구매하기 위해 쓰여지고 경험들은 심적인 속성이기 때문에 관광의 수요패턴은 다소 관광객의 심리학적 특성에 달려있다고 설명하였다. 심리학적 유형에 따라 사람을 분류하기 위해 여러 가지 모델들이 개발되었는데, 그 모델 중 하나가 플로그(Plog)에 의해 개발된 것이다. 그는 내부중심형에서 외부중심형까지 걸쳐있는 심리학적 연속체를 따라 미국인구를 분류하였다. 내부중심형은 정신 혹은 자기집중에서 나온 것으로 삶의 작은 부분의 문제에 집중하거나 혹은 사고하는 것의 집중하는 것을 의미한다고 하였으며, 반면에, 외부중심형은 ‘다양한’이라는 뜻을 갖는 ‘allo’라는 어원에서 비롯된 것이라고 설명한다. 즉 외부중심형인 사람은 다양한 활동에 초점을 맞추며 그런 사람은 외향적이며 자신감이 있고 모험과 삶의 경험과 자발적인 태도의 뚜렷한 정도에 의해 특징지어진다. 그래서 여행은 외부중심형인 사람들에게는 탐구심을 표현하고 호기심을 충족시키기 위한 방법이 되고 있으며, 플로그(Plog)는 미국 사람들이 두 개의 극단적인 유형사이에서 연속체를 따라 일반적으로 분포되어 있다는 것을 알아냈다. 더 많은 연구를 통해 플로그(Plog)는 내부중심형과 외부중심형의 여행 선호도를 규명했는데 그것은 다음 그림에 요약되어 있다.

55) 손대현, 「관광론」, 일신사, 1995, p.177.

56) McIntosh & Goeldner, *op. cit.*, pp.142-148.

〈그림 2-5〉 싸이코그래픽 유형에 의한 관광객 분류



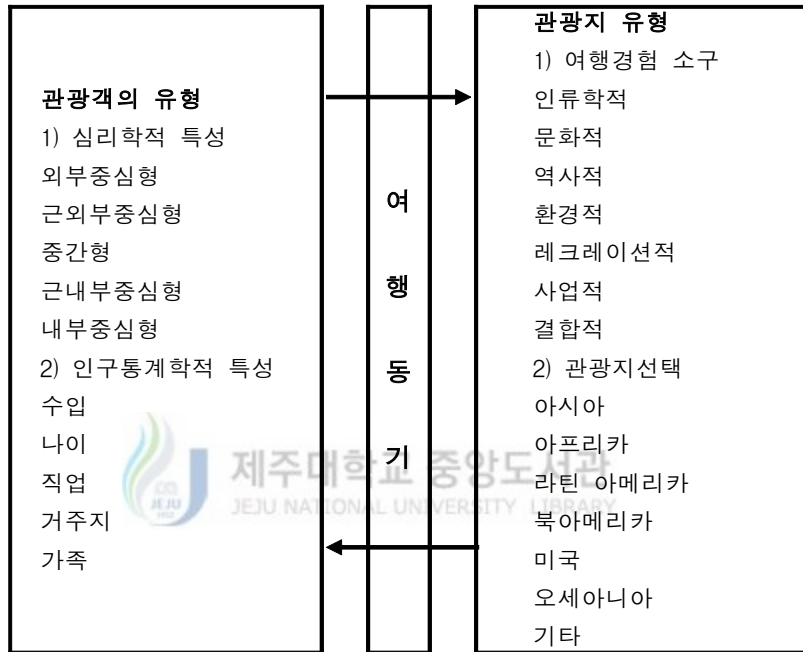
자료 : McIntosh & Goeldner, *Tourism: Principles, Practices, Philosophies*, 6th edition, John Wiley&Sons, 1990, pp.142-148.

수입정도에 근거한 인구조사를 통해 플로그(Plog)는 흥미있는 관계를 알아냈다. 수입 연속체의 가장 낮은 끝에서 그는 내부중심형의 강한 집중을 발견했다. 수입 정도의 꼭대기에서 사람들은 탁월하게 외부중심형이라고 밝혀졌으나 대부분의 미국인의 경우 둘 사이의 광범위한 연속체에서 상호관계는 단지 조금 확실하다고 보여진다. 이 결과는 여러 가지 암시를 가진다. 가족수입의 정도가 매우 낮은 경우 여행패턴은 수입의 압박에 의해 결정된다는 것은 명확하다고 하였다.

그의 연구에서 분명한 것은 내부중심형 유형과 관광지 사이의 독립적인 관계가 희박하다는 것이다. 그러면 관광객의 유형과 관광사이의 연결은 무엇인가. 여행 패턴을 예측하기 위한 방법을 제공하는 연결을 개발하기 위해서는 두 가지가 인식되어야 한다. 첫째 이미 지적했듯이 관광객은 다른 이유들로 인해서 다음 장소로 여행할 것이다. 둘째 여행이 계획된 방법에 의존하는 다양한 관광객들에게 적합한 다양한 여행경험을 제공할 수 있는 관광지이다. 관광지와 관광객의 유형사이에서 체계적인 연결이 개발되기 위한 한가지 방법은 고립속에서 각 여행을 고려하거나 여행을 촉진한 동기를 시험하는 것이다.

〈그림2-8〉은 앞에서 설명한 관광객의 유형, 여행동기와 관광지 유형의 관계를 제시한다.

〈그림 2-6〉 관광객, 관광동기, 관광지 유형의 관계



자료 : McIntosh and Goeldner, op. cit., pp.142-149.

이런 관광동기에 대한 플로그(Plog)의 접근이 지닌 문제점은 관광객의 다양한 여행동기를 고려하지 않고 있으며, 내부중심형과 외부중심형의 모호한 범위를 어떻게 판단해야 하는지에 대한 의문도 해결되지 않았다는 점이다⁵⁷⁾.

4. 관광동기와 행동의 관계

57) 처크 Y. 기이, 에두아르도 파요스, 「현대관광론」; 세계적 조망, 장병권의 12인 역, 일신사, 2000, p.168.

왜 사람들이 여행을 하는가에 대한 결론은 관광과 그 영향을 이해하는데 있어서 가장 기초가 되는 것이다⁵⁸⁾.

“사람들은 왜 관광을 하는가?”에 대한 해답을 구하려는 많은 학자들은 관광동기 연구를 통하여 설명하려 했다. 지금까지 동기가 행동화된다는 이론은 상당히 일반화되었다.⁵⁹⁾ 그러나 여행이 반드시 충족되어야 하는 욕구인지 아닌지와 관광지 선택행동에는 어떤 인과관계가 있는지에 대한 연구는 부족한 실정이다.

일반적으로 소비자 선택에 있어서 동기적 메카니즘의 이론이 1950년대 초에 단지 몇 개의 경험적인 연구에 의해서 지지되었기 때문이다.

사람들이 여행하는 이유에 대한 대답은 개인과 그의 문화적 여건에 따라 다를 수 있다. 그리고 그 대답은 심리학적이면서도 사회학적인 내용을 담고 있다⁶⁰⁾. 룬드버그(Lundberg)⁶¹⁾에 따르면, 여행자들이 그의 여행동기에 대하여 말하는 것을 그로서는 이해할 수도 없고 인식할 수도 없고 헤아릴 수도 없는 보다 깊은 욕구의 단지 한 부분에 불과하다고 하였다.

맨스펠드(Yoel Mansfeld)⁶²⁾는 <그림 2-3> 과 같은 관광객의 의사결정 모델을 제시하면서 여행동기가 얼마나 관광지 선택행동에 영향을 미치는지를 설명하였다. 그리고 이러한 행동 모델의 이해를 통해 여행상품이 계획되어야 한다고 보았다.

<그림 2-7> 관광지선택과정의 개념적 모형

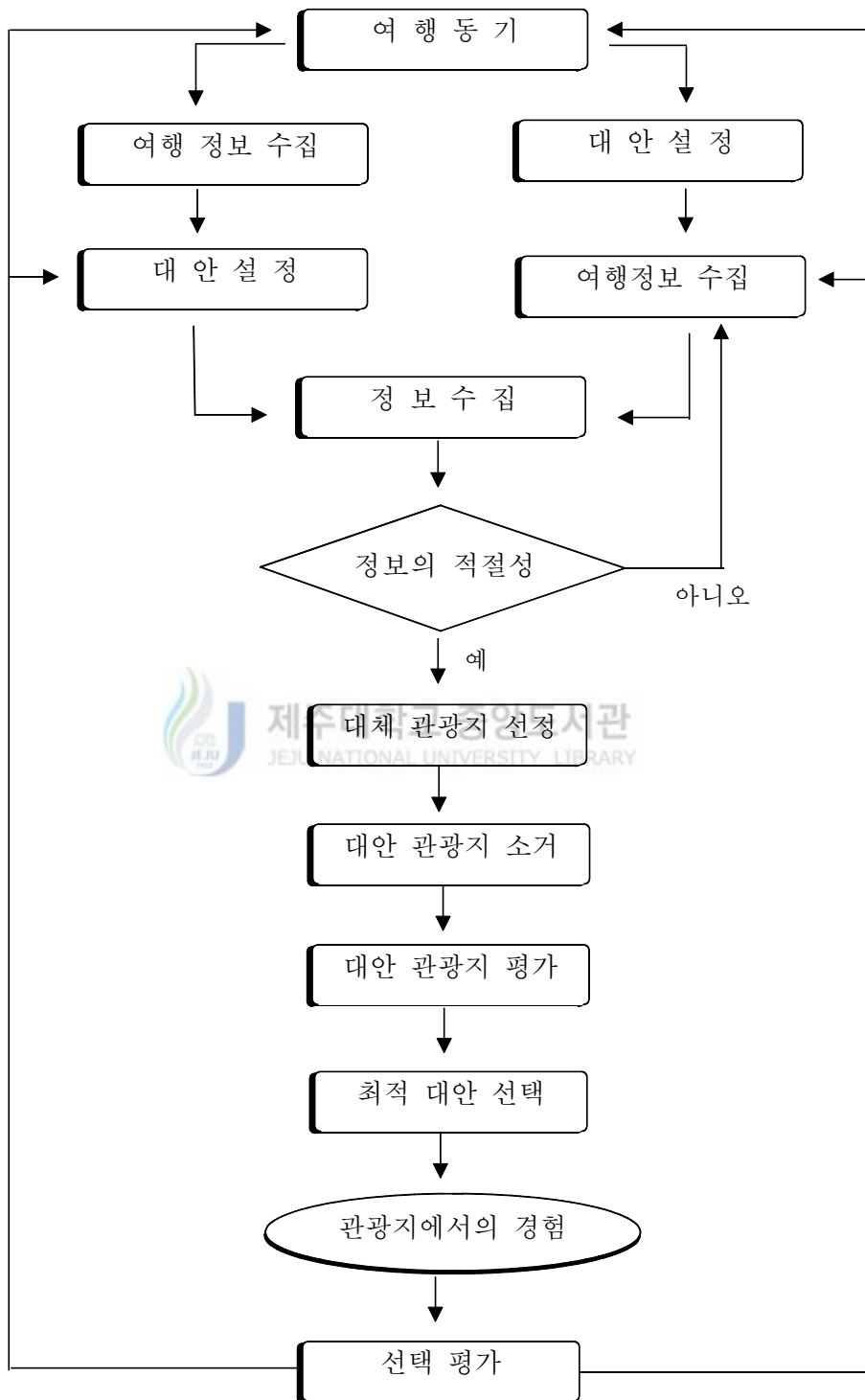
58) 스티븐 윌리엄스, *op, cit*, pp.24-25

59) 전동환, “가족관광행동모델에 관한 연구”, 경희대학교, 박사학위논문, 1988.

60) Edward J. Mayo and Lance P. Jarvis, *op, cit.*, p.181.

61) Lundberg, Donald. E. *The Tourist Business*. NewYork. Van Nostrand Reinhold. 1990.

62) Yoel Mansfeld, "From Motivation to Actual Travel", *Annals of Tourism Research*, Vol. 19, 1992, pp.399-419.



자료 : Yoel Mansfeld, "From Motivation to Actual Travel", *Annals of Tourism Research*, Vol. 19. 1992, p.402.

메이오와 자비스(Mayo and Jarvis)⁶³⁾도 관광행동에의 영향요인을 크게 심리적 요인과 사회적 요인으로 대별하고 심리적 요인으로는 태도, 지각, 학습, 성격, 동기가, 사회적 요인으로는 가족, 사회계층, 문화, 준거집단의 영향이 상호 작용하고 있음을 지적하고 있다. 또한 관광동기에 대해 논의하는 학자들이 표의적인 대답만을 도출할 뿐, 관광행동에 대한 근본적인 원인을 제공해주지 못한다는 비판과 함께 인간의 본질적인 욕구인 호기심(curiosity)과 다양성(variety)을 관광동기로 파악하였다.

크롬프톤(Crompton)은 동기는 모든 행동의 뒤에 숨겨져서 나타나기 때문에 동기를 이해하는 것이 관광목적지를 선택하는 과정을 이해하는데 유용한 자료가 될 수 있다고 주장하였다⁶⁴⁾.

피어스(Pearce)는 단기간에 동기가 형성되기 보다는 장기간 동기가 형성 즉, 몇 개월 전에 여행계획을 세워 관광행동이 이루어 진다고 주장하면서 관광과 동시에 만족을 느끼는 한편 만족은 관광을 끝낸 후에도 장기간 만족한 느낌이 존재한다고 주장하였다⁶⁵⁾.

또한 리드(Reid)는 관광행동의 과정을 욕구, 동기, 관광의사, 관광행동의 4 단계로 설명하고 관광행동의 결과가 동시에 피드백 된다고 하였다. 욕구는 개인적 욕구, 경험, 개성과 자기 이미지. 지각, 태도에 영향을 받게 되고 욕구는 동기를 유발하며 동기는 관광의사를 발생시키게 된다. 궁극적으로 관광의사는 관광행동을 일으키게 하여 다시 동기로 피드백되어 동기에 영향을 미치고 동기를 변화시킬 수 있다고 하였다⁶⁶⁾.

63) Edward J. Mayo and Lance P. Jarvis, *op, cit*, p.181

64) John. L. Crompton, "Motivation for Pleasure Vacation" *Annals of Tourism Research*, 6(4), 1979, pp.408-424.

65) Philip L. Pearce, *The Social Psychology of Tourist Behavior*, Pergamon Press, 1982, p.50.

제 3 절 선행연구고찰

SIT(Special Interest Tourism)의 많은 유형에도 불구하고 관광객 특성에 대한 연구는 매우 적다.⁶⁷⁾

대부분의 연구들은 상품이나 영향 등에 초점을 맞추고 있다. 데어든과 해론(Dearden & Harron)은 그들의 연구에서 태국의 북부지역의 민족관광객들은 비교적 어리고 고등교육을 받았으며, 3분의 1이 전문적인 직업에 종사하고 있다고 했다. 호주의 원주민 문화를 연구하는 프로그램은 참여자들의 대부분이 21-50세 사이라고 했다.⁶⁸⁾

1992년 북극지역 방문객을 대상으로 한 조사에 따르면 북극을 방문하는 관광객들을 대상으로 한 연구에서 관광객의 99%가 가장 중요한 동기요인으로 '야생경험'을 일차적으로 중요하게 생각하고, 96%가 '토착문화'를 중요하게 여긴다고 하였다. 즉, 실제적으로 모든 관광객들이 '민속문화 경험에' 가치를 두고 있다고 해도 과언이 아닌 것으로 나타났다.⁶⁹⁾

창 콰이 한킨과 테리 램(Zhang Qui Hankin & Terry Lam)의 연구에 따르면 홍콩을 방문하는 중국 본토 관광객들의 동기를 설명해주는 요인 중 추진요인에 홍콩의 문화를 이해하고 뭔가 다른 것을 보기 위한 요인이 비교적 많은 부분을 차지하고 있음을 보여준다. 그리고 이 연구에서는 홍콩관광협회가 이런 다양한 동기에 기초하여 다른 마케팅 전략을 세울 수 있다고 보았다.⁷⁰⁾

66) R. D. Reid, "Hospitality Marketing Management", New York, Van Nostrand Reinhold. 1989. p. 163.

67) Sylvia Harron and Betty Weiler, "Ethnic Tourism", *Special Interest Tourism*, Behalven Press, London, 1992, pp.83-94.

68) P. Dearden and S. Harron, "Tourism and Hilltribes of Thailand", *Ethnic Tourism*, , Behalven Press, London, 1992, pp.95-104.

69) Claudia Notzke, "Indigenous Tourism Development in the Arctic", *Annals of Tourism Research*, Vol, 26(1), 1999, pp.55-76.

70) Zhang Qui Hankin and Terry Lam, "An Analysis of Mainland Chinese visitor's Motivation to visit Hong Kong", *Tourism Management*, Vol. 20, 1999, pp.587-594.

스탠톤(Stanton)⁷¹⁾의 경우는 폴리네시아 문화센터가 관광객들에게 폴리네시아 문화를 제공하는 ‘모형문화(model culture)’의 역할을 훌륭히 수행하면서 관광객들에게 종족관광에 대한 만족을, 주민들에게는 관광객의 존재가 주민들의 일상생활을 방해하지 않는 두 가지 성공을 거뒀다고 평가하고있어 문화유산 관광의 긍정적인 면을 고찰하였다.

문화관광이 가장 활성화되어 있고 비교적 연구사례가 많은 유럽지역에서 1991년 9개 국가 26개 지역에서 실시된 ATLAS 문화관광 프로젝트의 결과를 살펴보면, 응답자들은 높은 학력의 소지자이었고, 대학원 학력을 지닌 사람이 205를 넘었으며, 방문객의 30%이상이 20-29세 이었다⁷²⁾. 이러한 상황들은 유럽의 문화유산 자원들과 박물관 방문객에 대한 타 조사와 일관되고 있다.⁷³⁾

또한 방문객들의 60% 이상이 문화자원을 중요하게 여기고 있으며, 20% 이상은 문화자원들이 목적지 선택시 “매우 중요하다” 라고 대답했다. 여행하는 동안 문화대상지에서 어떤 자원을 더 선호하느냐는 질문에서, 응답자들은 박물관 혹은 역사적 기념물 등을 선호하는 것으로 나타났다.

이 ATLAS 프로젝트의 일환으로 실시된 조사에서 로트만(Roetman)은 특수한 문화적 동기를 지닌 방문객들은 문화중심지에서도 유사한 일과 기타 관련된 것들을 관람하는 정도가 높다고 하였다⁷⁴⁾.

1992년에서 1993년 사이에 이루어진 아일랜드의 통계자료를 살펴보면 아일랜드 관광객의 48%가 역사 문화지역을 방문하고 30%가 가옥이나 성을 방문

71) Stanton, M. 1977, "The Polynesian Cultural Center:A Multiethnic Model of Seven Pacific Cultures," *Host and Guests*, pp.193-206, 전경수 편역, 1994, 「관광과문화」, 일신사, pp.52-73.

72) Greg Richards, *Cultural Tourism in Europe*. 2000, CAB international, p.19-42.

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

74) Roetman, E. E., *Motivatie in Retrospectief: een Onderzoek naar Motivatie voor Cultuuroerisme* Tijdens de Mondriaantentoonstelling te Amsterdam. MA dissertation. Tilburg University. 1994,

한다고 한다⁷⁵⁾.

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

국내에서는 김성혁과 고호석⁷⁶⁾이 우리 나라 해외여행객의 동기에 따른 시장세분화에 관한 실증적 연구에서 관광객의 추진요인에 따른 동기를 가지고 군집분석 한 결과, 스포츠와 건강동기가 해외여행객의 주요 추진요인으로 나타나 이와 관련된 상품개발이 필요하며, 이외에도 해외여행을 통해 견문을 넓히려고 하는 신기성 추구자들을 상대로 하는 시장전략으로 지식, 문화접촉과 경험을 강화시킨 상품이 필요하다고 하였다.

조명환, 주현식, 한성호⁷⁷⁾ 등은 부산, 경남, 대구, 경북지역의 주민들을 대상으로 한 조사에서 관광욕구가 관광동기 및 관광행동에 미치는 영향에 관한 연구 결과, 관광동기가 관광행동에 미치는 영향력 정도는 관광욕구가 관광동기에 미치는 영향력 정도보다 크게 나타나므로 관광동기의 유형을 잘 파악하는 것이 관광행동예측에 중요하다고 하였다.

제 4 절 사례지역 연구

75) MacNulty, P. and O'carroll, C “Visitors to Attractions in Ireland in 1991”. Tourism Development International, Dublin. 1992,

76) 김성혁·고호석, “우리나라 해외여행객의 동기에 따른 시장세분화에 관한 실증적 연구”, 「관광·호텔경영연구」, 동국대학교 관광산업연구소, 1999. pp.77-89.

77) 조명환·주현식·한성호, “관광욕구가 관광동기 및 관광행동에 미치는 영향에 관한 연구”, 「관광·레저연구」, 제12권 제2호, 2000. 12.. pp.31-55.

1. 전통의 개념

전통이란 어떤 집단이나 공동체에서 지난날로부터 이어 내려오는 사상·관습·행동 따위의 양식, 또는 그것의 핵심을 이루는 정신이며 역사적 생명력을 가진 것으로서 현재의 생활에 의미와 효용이 있는 문화 유산을 이른다.⁷⁸⁾

‘상속되어졌거나 상속 될 수 있는’과 같은 사전적 정의는 단지 가장 일반적인 것을 제공하는 것이다.⁷⁹⁾ 1983년에 National Heritage Conference는 전통 문화유산을 정의하기를 ‘과거 세대가 보존했고, 현재에 계승되며, 많은 사람들이 미래에 전승되기를 바라는 것’이라고 했다.⁸⁰⁾ 이 정의는 문화선택(culture choice)를 가리킨다. 그것의 초점은 보존에 있으며, 몇몇 사람들은 전통 문화유산의 보호론자의 관점에서 받아들일 것이다. 여러 가지 면에서 이것이 전통적인 장소의 독특한 역할이다. 대개 변경되지 않은 유적이 있는 역사적인 지역은 비교적 적은 수의 사람들이 방문하는데 이 방문객들은 그들의 중요성을 이해하기 위한 충분한 교육과 과거에 대한 진심어린 이해를 가지고 있는 사람들이다.

많은 사람들이 민족의 문화유적과 문화적 생활은 경시되어진 관광자원이라고 언급해왔다.⁸¹⁾ 반면에 관광은 지역과 고유한 문화적 가치에 매우 높은 잠재적 역영향을 갖는다.

그런 전통 문화유산지역은 종종 비교적 접근이 어렵고, 사람들은 시설이 없을거라 기대하고 간다. 전통 장소가 방문매력의 일부분이 되자 많은 것이 변

78) 한국관광공사, 전통민속마을 관광상품화 방안, 1998, p.11.

79) David T. Herbert, *Heritage Tourism*, Mansell Publishing Limited, 1995. pp.8-11.

80) R. Hewison. *Heritage : An Interpretation In D.L. Uzzell(ed.). Heritage Interpretation : The Natural and Built Environmen*". London. belhaven. 1989. p.6.

81) Hall, C. M., Mitchell, I., & Keelan, N., "Maori Culture and Heritage Tourism in New Zealand". *Journal of Cultural Geography*, 12(2), 1991, pp.155-158

했고, 보존과 접근의 가장 기본적인 대립이 지배적인 이슈로 부각되었다.

관광에서 핵심적으로 ‘전통 문화유산’이라는 단어는 단지 조경이나 자연적 역사, 건물, 문화유물, 문화적 전통이나 그 밖의 어떤 것이 문어적으로 혹은 은유적으로 한 세대에서 다른 세대로 전해지는지와 같은 것뿐만 아니라 관광상품들로서 프로모션을 위해 표현될 수 있는 것 중에도 있다.

민속문화는 민족에 의해 생성·전승되는 문화이다. 그래서 민속은 민족의 보편적인 기층문화이면서 인위적 획일성이 가해지기 이전의 자연적 상황 속에 있는 민간인에 의해 생성·전승되는 자생·자승의 문화현상이기 때문에 민족의 원문화이다.⁸²⁾

진정한 민속은 제 고장 사람들에 의해 제 때에 제 고장에서 본디의 필요성에 입각해서 전승되어야 살아 있는 민속으로서 가치를 지닐 수 있으며,⁸³⁾ 그런 의미에서 전통민속마을은 우리 민족 고유의 민속을 가장 잘 보존·전승하고 있는 곳이라 할 수 있다.



2. 민속마을의 개념 및 유형

1) 민속마을의 개념

마을이란 하나의 지역 집단일 뿐만 아니라 두레나 품앗이 그리고 계를 같이 하는 생산활동의 단위이고, 마을 내에 관혼상제의 계기가 생기면 마을 사람들이 자기의 일과 같이 몸부주를 하며 서로 돕는 의례집단이기도 하며, 무엇보다 같이 모시는 동제를 거행하는 신앙집단이기도 하였다. 한 수호신에게서 보호를 받는 마을은 말하자면 하나의 운명공동체였던 것이다.⁸⁴⁾

우리 나라에는 자연적으로 이룩된 자연촌이 약 5만개에 이르며, 마을의 구

82) 한국관광공사 관광교육원, 「민속문화」, 1989.

83) 임재해, 「민속문화」, 문학과지성사, 1987.

84) 이광규, 「한국전통문화의 구조적 이해」. 서울대학교출판부, 1994

성에 따라 민촌, 반촌, 마을의 지형과 위치, 내부조건에 따라 시장마을, 온천마을, 광산마을, 토성마을, 역촌마을, 이족마을, 백정마을, 무녀마을, 토막마을, 화전마을, 재가승마을, 등 전국적으로 다양한 형태의 마을이 있었다.

전통민속마을이란 위와 같은 다양한 마을들 중 전통적 삶의 방식을 유지하며, 우리 민족 고유의 민속을 잘 간직하고 있는 마을로 대표적 전통민속마을로는 전남 순천의 낙안 읍성마을, 안동의 하회마을, 경주군의 월성양동마을, 제주의 성읍마을, 고성군의 왕곡마을. 아산의 외암마을을 들 수 있는데 이들은 문화재보호법이나, 전통건조물보존법에 의하여 정부로부터 문화대로 지정을 받은 곳들이다.

2) 민속마을의 유형



민속마을을 시대와 존재양식, 주거양식 등의 유형에 따라 분류해보면 다음과 같다.

〈표 2-3〉 민속마을의 유형

분 류 항 목	분류된 민속마을
시대에 따른 유형	가야 민속마을, 삼국시대 민속마을(고구려, 백제, 신라 민속마을), 고려시대 민속마을, 조선시대 민속마을 (현재 대부분이 조선시대 민속마을임)
존재양식에 따른 유형	인위적 민속마을(용인민속마을, 제주민속마을) 전통적인 민속마을(하회마을, 양동마을 등)
문화재 관련법상의 유형	사적 - 낙안읍성(제 302호) 중요민속자료 - 하회민속마을(제122호) 양동민속마을(제188호) 성읍민속마을(제189호) 전통건조물보존지구 - 왕곡마을(제1호) 외암마을(제2호)
입지에 따른 유형	성읍형(도시형), 평지형(농촌형), 산지형, 하천, 해안형
주거양식에 따른 유형	영남주거권(양동마을), 영동주거권(하회마을) 호서주거권(외암마을), 호남주거권(낙안읍성마을) 제주주거권(성읍마을), 관동주거권(왕곡마을)

3) 민속마을의 가치

민속마을의 가치는 크게 관광자원으로서와 문화유산의 가치로 생각해 볼 수 있다. 먼저 관광자원의 활용이라는 측면에서 문화관광상품으로서 민속마을은 우리 조상의 얼과 숨결이 그리고 그들의 생활문화가 훼손되지 않고 지금까지 전승되어 온 유형·무형의 사회·문화적 요소가 결집되어 있는 곳으로, 앞서 설명한 문화관광의 유형 중 살아있는 박물관으로서의 문화유적지임과

동시에 외국인 관광객들에게 이민족의 생활문화를 생생하게 체험하도록 하는 종족생활체험의 場이기도 하다.

관광객들은 해외여행시 그 나라의 민속촌을 방문하고자 한다. 이는 민속촌이 갖는 민속박물관적 성격 - 그 민족 고유의 건축물, 의상, 생활양식 재현 등 - 때문인 것으로 보인다.

세계 각국에는 여러 형태의 민속촌들이 있다. 예를 들면, 일본의 닛코에도 무라, 하와이의 Polynesian Cultural Center, 한국의 한국민속촌, 영국의 Black Country Living Museum, 말레이시아의 사라왁, 태국의 농녹빌리지, 싱가포르의 당dynasty, 미국 캘리포니아주의 Solvang 덴마크민속마을, LA의 El Pueblo De Los Angeles 등으로 이들은 과거생활을 재현하거나 특정 시대상황을 연출하며 관광객들을 불러모으고 있다.

또한 이들과 비교할 때 우리의 민속마을은 뚜렷한 차별성을 지니고 있다. 그것은 비록 약간의 변형은 있지만, 선조들로부터 대대로 물려받은 생활터전에서 후손들이 전통적 삶의 방식을 유지하며 살고 있다는 것이다.

여기에 우리 민속마을의 차별화된 가치가 있으며, 이러한 관광상품으로서의 가치뿐만 아니라 오늘날 외래문물의 홍수 속에서 민족이나 전통문화의 소중함을 잊어버리고 오직 자신의 이해관계만 추구하는 현대인들에게 “우리 것”에 대한 올바른 문화의 정체성을 찾는 데 유용한 교육의 場으로서도 전통민속마을은 큰 의의가 있다고 하겠다.

세계 관광의 추세는 이제 단순히 보고 즐기는 관광에서, 직접 참여하고 보다 깊고 전문화된 내용을 배우고 찾는 여행으로 전환되고 있다. 전통민속마을은 이러한 추세에 맞는 문화관광상품으로서 충분한 잠재력을 지니고 있으며, 그 활용을 위한 올바른 개발은 매우 시급하고도 중요한 문제이다.

3. 성읍민속마을 현황분석⁸⁵⁾

1) 지리적 입지

성읍민속마을은 행정구역상 제주도 남제주군 표선면 성읍1리 일원에 해당되는 해발고도 125m 내외의 산간마을로서, 해안마을인 표선리에서 서북방향으로 약 8킬로미터 올라간 곳에 위치하고 있으며, 남원과 성산포 중간지점에 위치하고 있다.

북쪽의 영주산을 중심으로 남사면으로 완만한 경사를 이루고 있는 분지 형태를 이루고 있으며 성곽 주변의 동쪽으로 천미천이 마을을 끼고 흐르며, 남쪽으로는 ‘메오름’, ‘백야기오름’, 서쪽으로는 ‘모지오름’ 등이 둘러싸여 있어 외부의 접근이 어렵다. 반면 내부에서 마을 밖으로 바라보는 조망에서는 그 시계가 오름 등에 의해 차단되어 둘러싸인 공간감을 갖게 한다.

성읍민속마을은 성곽을 중심으로 대체로 경사도 5% 미만의 평탄한 부지에 주거의 입지가 선정되어 자연유하에 의한 배수체계가 교란되는 등 많은 문제점을 야기하고 있으며, 또한 하절기에 한라산에 의한 지형성 강우가 빈번하여, 평소에는 건천인 천미천의 범람으로 인한 역류현상으로 인해 주민들의 침수 피해가 발생하여 이에 따른 대책이 시급한 실정이다.

2) 마을의 공간구성

성읍민속마을의 공간구성은 마을의 경계를 둘러싼 성곽을 중심으로 집촌의 구조를 취하며, 북쪽의 영주산을 진산으로 남산봉을 안산으로 삼은 형태를 하고 있다. 성곽내 권위건물을 중심으로는 상류계급이 거주하고 그 주위에 하층계급이 입지하는 평면적 구조를 형성하며, 동향인 향교를 제외하고는 대부분

85) 남제주군, 「성읍민속마을 종합정비계획」, 1994.

의 건물이 남향으로 배치되어, 공간배치에 있어 남향이 중시되었음을 알 수 있다.

또한 골목이나 길의 규모가 비교적 크고 시원하게 뚫려있는 점이 특징적이며, 정의현의 청사였던 일관헌을 제외하고는 오백여년 동안의 도읍지답지 않게 기와집이 한채도 없다는 것도 특이하다.

성곽내부에는 마을의 중앙부를 남북으로 관통하고 있는 2차선 도로변을 중심으로 약 15가구에 달하는 각종 음식점, 토산품점들이 점유하고 있으며 그 주변의 많은 공간이 주차장으로 사용되고 있다.

성곽외부에는 최근 남문외곽에 조성된 상가 및 주차장 등의 편익시설이 조성되어 있으며, 성곽주변으로 공가와 감귤밭 등이 분포하고 있다. 또한 한라산에서 그 수원을 발하여 남류하는 천미천이 영주산을 통과하여, 성읍민속마을의 동측과 남측 경계부를 따라 흐르고 있으며, 성곽둘레에는 보행 및 서비스 도로가 조성되어 있다.



3) 주민현황

현재 성읍마을에는 총 465가구가 살고 있으며, 인구는 1,445명이다. 마을의 가구 중 절반정도는 농업에 종사하며, 관광지화 되면서 식당과 토산품점 운영 등 관광객을 대상으로 일을 하는 사람들이 점차 늘고 있는 추세이다.

〈표2-4〉 세대별, 성별 구성현황

세대수	인구수			구성비율	
	남자	여자	계	남자	여자
465세대	703	742	1,445	48.6%	51.4%

〈표2-5〉 연령별 구성현황

연령별	인구수(명)	구성비율
0-9세	221	15.3%
10-19세	211	14.6%
20-29세	298	20.6%
30-39세	228	15.8%
40-49세	152	10.5%
50-59세	149	10.3%
60-69세	92	6.4%
70세 이상	94	6.5%
계	1,445	100%

4) 문화유산



① 민가군

성읍리에는 제주도 고유의 초가집들이 고스란히 잘 보존되어 있다. 제주도의 초가지붕은 본토에 비해 기온이 무더운 날 수가 많고 바람이 특히 심하기 때문에 초가를 잇는 방식이 육지와 다를 뿐 아니라, 벼농사가 흥하지 못한 관계로 벗짚 대신 제주산 띠(억새)를 그 재료로 쓰고 있는 점도 특이하다. 제주 초가와 용마름(기와지붕의 용마루에 해당)이 평평집하고 겹고삐가 마치 그물을 뜨듯이 chacha하게 되어 있는 것도 바로 강한 바람의 피해를 대처하기 위함이다.

무엇보다도 제주 고유의 향토색을 느끼게 하는 것은 입면으로서, 육지에서는 진흙으로 빚은 블록을 사용하는 대신 제주에서는 혼한 현무암을 주벽재로 사용한다는 점이다. 담장 역시 육지에서 주로 쓰이는 토담이나 싸리 담장 대

신 제주석으로 야트막하게 쌓고 대문은 없이 정남으로 주인의 입출을 표시하는 것이 다른 곳에서는 볼 수 없는 것이다.

제주도 초가는 한 집안에 들어서면 안거리(안채)와 밖거리(바깥채), 두 채로 이루어진 경우가 많고 이른바 목거리가 가로 세워진 집안이 더러 있을 정도이나, 성읍민속마을의 경우는 한 울타리 안에 4채 이상의 건물이 들어서는 집안도 상당수 있다.

또한 제주도 민가에서만 나타나는 평면상의 특징은 타지방에 비해 일자형 평면이 두드러지게 많다는 점이다. 중앙에 대청인 상방을 두고 좌우에 자녀들 방인 구들과 부모의 방인 큰 구들을 두고, 큰 구들 북쪽에는 물품을 보관하는 고팡을 두는 것이 일반적이다. 부엌인 정지는 대개 작은 구들 앞쪽에 두는데 난방도 겸하는 육지의 아궁이와 달리 따로 취사만 하도록 꾸며져 있다.

② 느티나무 및 팽나무(천연기념물 제161호)⁸⁶⁾

성읍마을 한복판에는 천년수로 이름난 느티나무와 팽나무들 및 그루가 있다. 느티나무는 한 그루가 남았는데 높이 15미터, 밑둘레는 5.3미터이며, 땅 위 1미터쯤 해서 가지가 갈라져 나갔고 수관(樹冠)은 사방으로 11미터쯤 뻗어나갔다. 제주도에서 ‘굴무기’라고 부르는 느티나무는 워낙 단단하고 아름다운 무늬를 간직했으므로 예로부터 귀중한 건축 재료 또는 가구를 만드는 재료로 쓰여져 왔다. 오늘날 제주도 내에는 느티나무가 드물뿐더러 성읍리 느티나무가 가장 오래 된 것이다.

팽나무들은 그 높이가 10~18미터, 나무 둘레 2.5~4.5미터에 이르는데 한 나무에는 둘레 2.2미터에 이르는 커다란 생달나무가 팽나무 사이에 끼어 자라며 둘레 50센티미터에 이르는 송악이 팽나무를 감고 올라가고 있어서 한층 웅장하게 보인다.

86) 김영돈, 「제주 성읍마을」, 대원사, 1999. pp.65-67.

이 느티나무를 둘러싸고 속신(俗信)도 전승된다. 곧 느티나무의 이파리가 동쪽으로부터 돌아나기 시작하면 성읍리 동쪽 지방에 풍년이 들고, 서쪽으로부터 돌아나기 시작하면 성읍리 서쪽 지방에 풍년이 든다는 것이다. 그리고 이파리가 한가운데부터 돌기 시작하면 성읍을 중심으로 풍년이 든다고 한다. 느티나무 밑쪽에 패인 홈이 있고, 이곳에는 빗물이 고이기도 하는데 그 빗물은 눈병에 효험이 있다고도 전해진다.

③ 일관헌과 정의향교⁸⁷⁾

일관헌은 정의현감(또는 군수)이 정사를 보던 곳으로서 지방문화재 제 7호로 지정되었다. 세종 5년(1423) 정의현청이 성읍리로 옮겨오면서 정의읍성과 함께 지어졌으며, 1975년 오늘과 같은 모습으로 복원되었다.

일관헌 한켠에 마련된 제단은 ‘안할망당’으로, 성읍마을 사람들의 안녕을 보살피는 본향당이다. 정의고을의 대표적인 무속신앙의 기도처로, 관청 안에 있다 하여 ‘관청할망’이라고도 불린다. 현청내 서쪽 노거수 팽나무를 신목으로 하여 기왓장에 비녀와 옥구슬을 놓고 기도했었는데, 1971년 현위치로 옮기면서 제단을 새로 지었고, 1991년 현재 당을 짓고 안할망당 신위를 모시고 있다. 1996년에는 당을 보수하면서 기왓장과 비녀·옥구슬을 봉안했다.

정의향교는 일관헌 뒤편 서문 안쪽에 있다. 제주의 향교는 15세기 초 제주목·대정현·정의현에 각기 하나씩 세워졌으며, 모두 오늘날까지 전해지고 있다. 정의향교는 세종 5년 서문 바깥에 창건되었는데 몇 차례 옮겨다니다가 현종 4년(1849) 현재 위치에 자리잡았으며, 1914년 일제의 탄압으로 폐교되었다가 1922년 크게 보수되었다.

대부분의 향교가 남향으로 지어지는 것과 달리 정의향교는 동향하고 있는데, 대성전과 명륜당이 나란히 배치된 것이 특징이다. 정문인 명륜문을 들어

87) 한국문화유산답사회, 답사여행의 길잡이① 「한려수도와 제주도」, 도서출판 돌베개, 1998

서면 정면에 대성전이 있고, 왼편으로 송덕비들이 담장을 따라 바짝 붙어 서 있으며 송덕비들이 서 있는 마당 정면에 대성전과 나란히 명륜당이 서 있다.

④ 돌하르방⁸⁸⁾

돌하르방은 제주도를 상징하는 대표적인 명물로 구멍이 보숭보숭 뚫린 현 무암으로 만들어져 있다. 성읍에는 돌하르방이 12기 있는데 복원된 남문과 서문 앞에 각각 4기의 돌하르방이 서 있고, 동문 자리에도 4기의 돌하르방이 있다.

돌하르방의 재래 명칭은 워낙 많아서 제주도 전반에 통용되는 명칭은 드러나지 않으며, ‘돌하르방’이 ‘돌할아버지’란 뜻으로 어린이들 사이에서 쓰이다가 문화재 명칭으로 채택된 다음부터 국내외에 널리 통용되고 있다. 성읍의 돌하르방은 예로부터 ‘벽수머리’, ‘무성목’이라 불리어 왔는데, 그 중 ‘벽수머리’는 이 곳에서만 쓰이던 재래 명칭이다. ‘장승’이 영호남 지방에서 흔히 ‘벽수’, ‘벽시’로 일컬어지던 것으로 미루어 성읍마을에서는 돌하르방을 고을의 태평을 지키는 수호신으로 여겨왔던 것 같다.

외양을 살펴보면, 성읍의 돌하르방은 등글넓적하고 온후한 인상을 하고 있으며 병거지가 높지 않고, 눈의 불거짐 또한 그리 심하지 않다. 또한 제주도 돌하르방의 대표적 형태인 제주목의 돌하르방과 비교해 볼 때 크기도 작고 입체감도 적은 편이나 단아한 느낌을 준다.

⑤ 민요

성읍의 민요는 제주도의 어느 농촌에서나 전승되는 노동요, 의식요와 오랜 세월의 도읍지였기 때문에 전해지는 성읍리만이 지니는 창민요의 경우 두 갈

88) 김영돈, 전계서, pp. 73-79.

래로 나눌 수 있는데 이를 두루문수리라 전한다.

성읍민속마을에서만 들을 수 있는 창민요로는 ‘용천검’, ‘관덕정앞’, ‘중타령’, ‘질군악’, ‘오광산타령’, ‘사랑가’, ‘잡은사랑가’, ‘계화타령’, ‘동풍가’ 등이 전해진다. 제주도의 대표적인 창민요로 널리 알려진 ‘오돌또기’도 성읍에서 제대로 전승되며 ‘봉지가’, ‘산천초목’ 역시 성읍민속마을에서 전승되고 있다.

⑥ 기타

물허벅과 물구덕, 연자매 등의 민구, 민간신앙인 포제와 무속과 관련된 ‘안할망당’ ‘일뤼당’ ‘개당’ ‘문호당’ 등이 있다.



Ⅲ. 연구모형과 가설의 설정

제 1 절 연구의 모형

본 연구는 제주도의 성읍민속마을 관광객을 대상으로 하여 관광동기를 조사하고 민속마을의 관광동기는 어떠한 특성을 가지고 있는지를 살펴보고자 하였다.

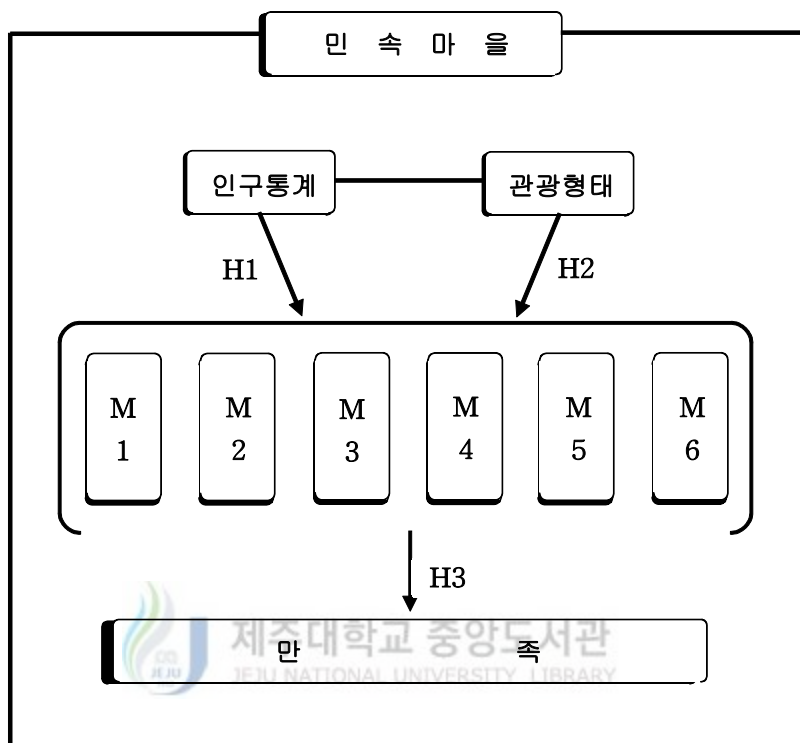
이러한 목적을 달성하기 위하여 제2장에서 살펴본 이론적 고찰과 선행연구들을 토대로 하여 <그림 3-1> 과 같이 연구모형을 제시하였다.

본 연구의 개념적 틀은 먼저 크롬프톤(Crompton) 및 댄(Dann)의 연구에서 제시된 문화적 동기의 중요성을 토대로 하여 토마스(Thomas)와 맥킨토시(McIntosh) 등을 비롯한 학자들의 동기에 관한 연구를 토대로 체계를 세웠다. 그리고 2장의 문헌연구에서 살펴본 <그림 2-2> 의 관광동기요인의 6가지 유형을 가지고 민속마을의 관광동기유형 파악의 기초로 삼았다.

민속마을 관광동기의 특성을 파악하고자 사회경제적 요인 또는 인구통계적 변수가 관광동기에 영향을 미친다는 Push-Pull 모델을 적용하여 민속마을 관광객의 관광동기가 인구통계학적 특성이나 관광객의 일반형태에 따라 유의한 차이를 가지고 있는지를 검증하였다.

그리고 끝으로 관광동기에 관한 연구들을 토대로 하여 관광동기가 만족도와 영향관계에 있다는 많은 이론적 고찰을 근거로 민속마을에서 관광객의 관광동기 유형이 만족도와 영향관계를 가진다는 가정하에 가설을 검증하였다.

〈그림 3-1〉 연구의 모형



제 2 절 가설의 설정

1. 가설의 설정

앞서 제기한 연구모형을 토대로 하여 각 변수들에 대한 연구가설을 다음과 같이 설정하였다.

① 연구가설 I : 민속마을 관광동기는 인구통계적 특성에 따라 차이가 있을 것이다.

② 연구가설Ⅱ : 민속마을 관광동기는 관광형태에 따라 차이가 있을 것이다.

③ 연구가설Ⅲ : 민속마을 관광동기는 관광객의 만족도와 영향관계에 있을 것이다.

2. 변수의 조작적정의

조사연구는 두 가지 형태의 정의, 즉 개념의 정의와 조작적 정의에 기초를 두고 있다.⁸⁹⁾ 조사가가 만든 개념구성이 관찰가능 하도록 개념을 정의하는 것을 조작적 정의라고 하는데, 본 논문에서는 연구모형 및 가설검증의 이해를 돕고자 간략하게 개념을 정의하고자 한다.

1) 인구통계적 변수



일반적으로 시장세분화의 가장 기본적인 기준이 되는 변수로 나이·성별·가족규모·가족수명주기·소득·직업·교육수준·종교 등을 일컫는다.⁹⁰⁾ 본 연구에서는 관광동기의 특성을 파악하기 위하여 인구통계적 변수 중에서 성별·결혼여부·연령·학력·거주지·소득·직업 등을 변수로 지정하여 조사하였다.

2) 관광형태변수

관광형태 변수는 관광객의 인구통계적 변수와는 또 다른 개념으로 관광객 행동의 특징을 나타내는 것으로 그 범위가 포괄적이어서 연구의 목적에 따라

89) 박석희, 「관광조사연구기법」, 일신사, 2000. p.35.

90) 유필화 외, 「현대마케팅론」, 박영사, 2000. p.142.

서 변수로 지정되어진다. 본 연구에서는 관광동기와 관련되어 설명될 수 있는 방문횟수·체재일수·총비용·정보획득 수단 등을 관광형태 변수로 지정하였다.

3) 관광객 만족도

관광학에 있어 만족의 관한 학자들의 견해를 살펴보면 박석희는 라파지(Lapage)의 정의를 재인용하여 만족은 관광의 생산성을 적절하게 측정하는 것이라고 보았으며⁹¹⁾, 런스버리와 폴릭(Lounsbury & Polik) 등은 개인의 전반적인 휴가여행에 대한 주관적인 평가로 보았다.⁹²⁾ 이처럼 관광객 만족요인은 관광지, 관광시설, 자원, 기후 등에 따라서 달라지게 되는 것으로 본 연구에서는 민속마을 방문 후의 전반적 만족을 측정하는 것으로 한정하였으며, 측정방법은 등간 척도를 이용하였다.



3. 설문지의 구성

본 연구는 자료의 수집과 측정을 위한 조사방법으로 설문지를 이용한 실증적 연구방법을 채택하였다. 설문지를 이용하는 가장 큰 이유는 모든 응답자들에게 동일한 내용을 동일한 방식으로 질문함으로써 측정도구의 변화에 따른 측정오류를 최소화 할 수 있고, 상대적으로 결과의 비교가능성을 높일 수 있으며, 비교적 객관적이고, 정확한 정보를 입수할 수 있다는 장점이 있다.

본 연구의 설문지는 연구목적 달성을 위하여 앞에서 제시한 연구모형을 토대로 다음과 같은 변수들을 포함하였다.

91) 박석희, 「신관광자원론」, 명보출판사, 1990. p.21.

92) Lounsbury, John W., & Polik. Jeffrey R. "Leisure Needs and Vacation Satisfaction", *Leisure Science*, Vol. 14(2), 1992, pp.105-106.

〈표 3-1〉 설문지의 구성

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

설문지는 크게 4부분으로 나누어 조사하였다. 설문지의 구성 내용은 표에서도 알 수 있듯이 관광객의 기본적인 사항을 조사하는 인구통계학적인 부분과 관광객의 관광형태의 특성을 알 수 있는 관광형태 부분을 조사하였다. 그리고 이번 연구에서 가장 중요한 부분인 동기요인 부분과 관광객의 만족도를 묻는 질문으로 구성되어 있다.

제 3 절 조사설계 및 분석방법

1. 조사의 설계

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

2. 분석방법

자료의 분석을 SPSS를 사용하였으며 ① 기초통계분석 ② 관광동기의 분석 ③ 가설의 검증 등 3개 부분으로 구성되었다. ①기초통계분석은 설문 응답자의 인구통계, 관광형태 등에 관한 일반적인 특성을 분석한다. ② 관광동기의 분석은 항목의 평균값 순위비교, 요인분석, 군집분석 등을 수행하여 관광동기를 이해하고 가설검증을 위한 자료의 가공단계이다. ③ 가설의 검증은 설정된 연구가설을 통계프로그램을 이용하여 검증하는 단계이다.

(1) 기초통계 분석

본격적인 분석에 앞서 코딩된 자료의 분포현황·특이값·코딩오류 등을 검출하기 위하여 데이터탐색분석(Exploratory Data Analysis;EDA)를 수행한다.

이 과정은 어떤 정보를 얻기 위한 과정이 아니라 본 분석을 위한 예비단계이므로 논문에 기술하지는 않는다. 단 발견된 오류에 대해서는 수정하여 올바

른 연구결과를 얻을 수 있도록 하였다.

기초통계분석을 표본의 특성을 파악하기 위하여 성별·결혼여부·연령·거주지·직업·소득수준·학력·동반자 등의 인구통계 변수와 교통·숙박·관광비용 등의 관광형태변수의 빈도(Frequency)를 분석한다.

(2) 관광동기의 분석

① 관광동기에 관한 설문항목의 평균값 순위

설문응답자에게 질문된 관광동기는 총48개이다. 이들을 기술통계분석(Descriptive)하여 각 항목의 평균을 구하고 순위별로 나열하여 비교한다.

② 요인분석(Factor Analysis) 및 신뢰도 분석

요인분석은 정보의 손실을 최소화하면서 많은 변수들을 동질요인으로 묶어서 변수를 축소, 단순화시키는 방법이다. 이러한 요인을 추출하는 방법으로는 여러 가지가 있으나 가장 널리 이용되는 모델은 주성분분석(Principle component Analysis)과 공통요인분석(Common Factor Anaysis)이다. 최초의 정보를 최소요인으로 압축하고자 하는 경우는 주성분분석을 이용하고, 쉽게 변수들 사이에 존재하는 차원이나 요인을 규명하기 위하여는 공통요인분석을 실시한다.⁹³⁾

본 연구에서는 의미있는 요인들로 변수를 최소화하기 위하여 주성분분석을 이용하였으며, 요인의 독립성을 유지시키는데 적합한 요인회전(Factor Rotation) 방법 중에서 배리맥스회전방법을 사용하였다.

각 변수의 요인간의 상관관계 정도를 나타내는 요인적재량(factor loading)

93) 채서일, 「사회과학조사방법론」, 학현사, 1997. pp. 479-480.


으로 수용기준은 보수적인 기준인 $\pm .40$ 이상으로 하였다.

또한 각 요인의 전체분산에 대한 설명력을 나타내는 고유치(Eigen value)는 1이상을 기준으로 하였다.

본 논문에서는 48개의 동기항목을 적은 수의 요인으로 압축하고 문항사이의 내적 일관성을 조사하기 위하여 신뢰도 검증을 수행하였다.

(3) 가설의 검증

관광동기의 유형별 차이를 검증한다. 여기에서 축제의 참여동기는 요인분석에 의해 도출된 요인이며 유형은 인구통계적 유형, 관광객특성별 유형 등이다. 가설의 검증을 위해 독립표본 T-검증, 분산분석(ANOVA), 다중회귀분석 등을 수행한다.


제주대학교 중앙도서관
 <표 3-2> 설문지의 분석방법 및 절차

구 분	내 용	분석방법
(1) 기초통계분석	데이터 분포 현황, 코딩오류, 특이값 등 파악	데이터탐색분석
	표본의 특성 분석 (인구통계변수, 관광형태변수)	빈도분석
(2) 동기분석	관광동기의 평균값순위	기술통계분석
	관광동기 항목의 요인추출	요인분석, 신뢰도
(3) 가설검증	가설 I : 민속마을 관광동기는 인구통계적 특성에 따라 차이가 있을 것이다.	T-test ANOVA 다중회귀분석
	가설 II : 민속마을 관광동기는 관광형태에 따라 차이가 있을 것이다.	
	가설 III : 민속마을 관광동기는 관광객의 만족도와 영향관계에 있을 것이다.	

IV. 실증분석

제 1 절 표본의 특성

1. 인구통계적 특성

본 연구의 실증분석 시 이용한 인구통계학적 변수는 성별, 결혼여부, 연령, 교육수준, 직업, 소득, 동반자유형 등이다. 각 변수의 구성비는 표와 같다.

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

학력을 살펴보면 고졸이하가 37명(17.9%), 대학재학/ 졸업이 148명(71.5%)으로 대다수를 차지하고 그 외는 22명(10.7%)이다. 거주지는 특별시, 광역시가 154명(74.4%), 그 외 도심지역이 45명(21.7%), 농어촌 및 기타가 8명(3.9%)을 차지했다. 소득에 있어서 100만원 미만이 66명(31.9%), 100만원 이상 200만원 미만이 91명(44.0%), 200만원 이상 300만원 미만이 31명(15.0%), 이고 300만원 이상이 19명(9.2%)이다.

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

〈표 4-1〉 인구통계적 요인에 의한 표본의 특성 분포

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

2. 일반적 특성

인구통계적 특성 외에 본 연구를 위해 표본의 일반적인 특성 또는 관광형태를 조사한 결과는 표와 같다.

방문횟수는 처음과 1-2회가 각각 51명(24.6%), 3-4회가 83명(40.1%), 4-5회가 11명(5.3%), 6회 이상은 12명(5.8%)를 차지하고 있다. 해외여행경험은 없다가 157명(75.8%)로 가장 많았고, 1-2회는 35명(16.9%), 3-4회는 13명(6.3%), 5회 이상은 2명(1.0%)로 나타났다. 체재일은 1박2일이 11명(5.3%), 2박3일이 146(70.5%)를 차지했다. 비용은 50만원 미만인 48명(23.2), 50-100만원이 127명(61.4%), 100-150만원이 27(13.0%), 150만원 이상이 5명(2.4%)로 나타났다. 교통수단은 비행기가 195명(94.2%)으로 절대적이었으며, 정보획득 수단은 여행잡지 및 신문이 25명(12.1%), TV 및 라디오가 51(24.6%), 인터넷이 68명(32.9%), 여행사가 56명(27.1%), 기타가 7명(3.4%)를 차지하고 있는 것으로 나타났다. 특히, 이 문항의 빈도분석 결과는 이전의 관광을 위한 정보획득 수단과 많은 차이를 보이고 있음을 나타내고 있다. 정보화의 발전으로 인해 최근의 관광을 위한 정보획득이 여행사나 잡지, 신문 등에서 점차 인터넷을 통한 정보획득으로 바뀌어 가고 있어 이 부분에 대한 중요성을 인식하게 해주고 있다.

〈표4-2〉 표본의 일반적 특성 분포

변 수		빈 도	퍼 센 트
방문횟수	처음	50	24.2
	1-2회	51	24.6
	3-4회	83	40.1
	4-5회	11	5.3
	6회 이상	12	5.8
해외여행	없다	157	75.8
	1-2회	35	16.9
	3-4회	13	6.3
	5회 이상	2	1.0
체재일	1박2일	11	5.3
	2박3일	146	70.3
	3박4일	38	18.4
	5일 이상	12	5.8
비용	50만원미만	48	23.2
	50-100만원	127	61.4
	100-150만원	27	13.0
	150만원이상	5	2.4
정보획득수단	여행잡지및신문	25	12.1
	TV 및 라디오	51	24.6
	인터넷	68	32.9
	여행사	56	27.1
	기타	7	3.4

제 2 절 요인추출 및 신뢰도 분석

1. 평균값 순위

관광동기를 요인추출하기 전에 각 동기요인의 특성 및 전체적인 관광객의 동기분포를 살펴보기 위해 관광동기에 관한 48개의 설문항목의 평균값순위를 정리하면 <표 4-3>에 나타나 있다. 이들 중 상위 10개의 동기는 ① 아름다운 자연환경 때문에 ② 제주도의 조용한 분위기가 좋아서 ③ 제주도의 깨끗한 분위기가 좋아서 ④ 나 자신의 휴식을 위해 ⑤ 볼만한 관광지가 많이 있어서 ⑥ 생활에 만족감을 느끼기 위해 ⑦ 나 자신을 돌아보는 시간을 갖기 위해 ⑧ 나의 삶을 풍요롭게 하기 위해 ⑨ 좋은 기후 때문에 ⑩ 나 자신의 건강을 위해 등이다. 이 동기들을 종합해보면 반복적인 일상에서 벗어나 만족감을 느끼고 자신을 돌아보기 위해 제주도를 선택했음을 알 수 있다.



〈4-3〉 관광동기의 평균값 순위

순 위	동 기 요 인	N	평균	표준편차	분산
1	아름다운 자연환경 때문에	207	4.4734	.7023	.493
2	나 자신의 휴식을 위해	207	4.4541	.7923	.628
3	제주도의 조용한 분위기가 좋아서	207	4.4203	.8138	.662
4	제주도의 깨끗한 분위기가 좋아서	207	4.4106	.8593	.738
5	나의 삶을 풍요롭게 하기 위해	207	4.2995	.7420	.551
6	생활에 만족감을 느끼기 위해	207	4.2899	.8262	.683
7	좀더 창조적인 사람이 되기 위해	207	4.2754	.7482	.560
8	나 자신의 건강을 위해	206	4.2573	.9812	.963
9	함께 여행하는 사람들과 좋은 시간을 가지기 위해	207	4.2174	.7858	.618
10	불만한 관광지가 많이 있기 때문에	207	4.2029	.8169	.667

2. 요인추출(factor analysis) 및 신뢰도 분석

요인분석은 여러 변수간의 상호관계로부터 공통변량을 구하고, 측정치의 중복성을 찾아내어, 몇 개의 기본적인 변수, 즉 몇 개의 변수군을 추출해 내는데 사용되는 기법이다.⁹⁴⁾

이러한 요인분석을 통해 48개의 동기 항목을 적은 수의 요인으로 압축화하고 좀더 명확한 요인의 구분을 위하여 요인회전 중에서 배리맥스(varimax)회전을 하였다. 배리맥스는 주어진 변수에 가깝도록 요인을 나타내는 선을 회전시키는 것을 요인회전(factor rotation)이라고 하는데, 그 중에서 두 요인간의 각도를 90°로 유지시키면서 회전시키는 것이다.⁹⁵⁾ 두 요인사이의 각도를 90°로 유지함으로써 가능한 한 많은 변수들이 각 요인에 최대한으로 적재

94) 오택섭, 「사회과학데이터분석법」, 나남출판, 1998, p.419

95) 오택섭, 상계서, p.427.

(loading)되도록 하되 한 요인에 적재된 변수는 다른 요인에는 가능한 한 낮게 적재되도록 하는 것이다. 요인추출과정에서 고유치(eigen value)기준을 적용하여 1.0보다 큰 것을 요인화 하였으며 요인분석결과 6개의 요인이 추출되었는데 누적분산이 60%정도로 설명되고 있으며 내적일관성 검정에서는 Crombach α 값이 70% 이상으로 나타나 비교적 높은 내적일관성을 가지고 있는 것으로 분석되었다.

〈표4-4〉의 요인분석 결과 요인 1은 전통적인 공예기술, 제주의 민속마을, 박물관이나 미술관 등에 높은 적재량을 보이고 있어 ‘지역문화유산’이라고 명명한다. 요인 2는 나의 삶을 풍요롭게 하기 위해, 좀더 창조적인 사람이 되기 위해, 나 자신을 돌아보는 시간을 갖기 위해 등에서 높은 적재량을 보이므로 ‘자기개발’이라고 명명한다. 요인 3은 제주도의 깨끗함, 조용한 분위기, 아름다운 자연환경, 볼만한 관광지 등에 요인 적재량이 높으므로 ‘자연환경’이라고 명명한다. 요인 4는 관광지의 안내, 제주도내의 교통체계, 여행계획 등에서 높은 적재량을 보이므로 ‘편의성’이라고 명명한다. 요인 5는 가족과의 관계, 쇼핑, 자녀교육 등에 높은 값이 나타나므로 ‘사회성’으로 명명한다. 끝으로 요인 6은 좋아하는 레크리에이션을 즐기기 위해, 해양스포츠와 축제, 이벤트를 즐기기 위한 것으로 이는 ‘위락과 축제’라고 명명하였다⁹⁶⁾.

「지역문화유산」요인은 회전 후의 고유값(Eigen Value)이 13.367으로 전체 변수의 32.602%를 설명하고 있으며, 신뢰도는 알파계수(Chrombach alpha)가 0.9265로 높게 나타났다. 「자기개발」요인은 고유값이 3.128로 전체변수의 7.630%를 설명하고 있으며, 신뢰도는 0.8822이다. 「자연환경」요인은 고유값이 2.497로 전체변수의 6.091%를 설명하고 신뢰도는 0.8904로 나타났다. 「편의성」요인은 고유값이 2.271로 전체변수의 5.538%를 설명하고 있으며, 신뢰도는 0.7869이다. 「사회성」요인은 고유값이 1.724로 전체변수의 4.205%를

96) 요인분석 과정에서 적재값이 0.4 미만인 변수 7개는 요인분석의 최적화를 위해 제거하였다.

설명하며, 신뢰도는 0.7025로 나타났다. 끝으로 「위락과 축제」 요인은 고유값이 1.563으로 3.811%의 설명력을 가지며 신뢰도는 0.8442이다. 위의 6개의 요인의 분산총합은 59.878%로 약 60%의 설명력을 가진다.

〈표 4-4〉 관광동기의 요인분석 및 신뢰도 분석결과

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

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

요인분석 결과의 내용은 2장에 정리한 선행연구의 내용과 유사하게 나타나고 있다. 앞에서 살펴보았듯이 관광동기의 모형은 크게 6가지로 나누어 볼 수 있는데⁹⁷⁾, 본 연구의 요인분석 결과에서도 이와 유사하게 나타나고 있다. 하지만 좀더 자세하게 살펴보았을 때, 문헌연구의 일반적인 관광동기와 몇 가지 차이점이 나타나고 있다. 문헌연구의 관광동기는 크게 문화적, 감성적, 신체적, 사회적 지위, 개인적, 자기개발 동기로 분류되어진 반면, 본 연구결과에서는 지역문화유산, 자기개발, 자연환경, 편의성, 사회성, 위락과 축제로 분류되고 있다.

즉 민속마을을 방문한 사람들의 관광동기는 지역문화를 배우고, 일상에서 벗어나 새로운 것을 추구하고, 가족이나 친구들과의 유대관계를 강화하고자 하는 것으로 이론적 연구들을 토대로 비교할 때 민속문화 적인 면과 자기개발 동기가 특징적으로 나타나고 있음을 알 수 있다.



제 3 절 가설검증

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

1. 연구가설 I의 검증

가설 I 은 민속마을 방문동기가 인구통계학적 변수에 따라 유의한 차이가 있는지를 분석하기 위한 것이다. 이를 위하여 세부가설을 설정하고 T검정과 ANOVA를 수행하였다. 인구통계적 특성 중 학력, 거주지는 빈도분석 결과

97) John Swarbrooke and Susan Horner, *op. cit.*, pp.53-61.

차이검증에 의미가 없다고 판단되어 연구가설 검증에서는 제외하였으며, 성별은 T-test 결과 모든 동기요인에 따라 유의하게 나타나지 않아 기술하지 않았다.

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

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

〈표 4-5〉와 같이 6개의 동기요인 중 자기개발 요인과 자연환경요인, 사회성 요인이 결혼여부에 따라 유의함을 보여주고 있다. 전체적인 요인점수는 기혼에서 다소 높게 나타나고 있으며, 특히 사회성 요인에서 결혼여부에 따른 차이가 크게 나타나고 있다.

〈표 4-5〉 결혼여부에 따른 관광동기의 차이 비교

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

1)*p<0.05 **p<0.1

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

나이에 따른 관광동기의 차이를 설명해주는 <표 4-6> 를 살펴보면 통계적으로 유의한 차이를 보이는 동기요인은 사회성이다. 이들 중에서 20대의 점수가 2.35로 비교적 낮게 나타나고 있어 20대의 경우 사회성으로 인한 동기요인에 많은 비중을 두지 않는 것으로 해석된다.

<표 4-6> 연령에 따른 관광동기의 차이 비교

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

1)*p<0.05 **p<0.1

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

소득에 따른 관광동기의 차이는 지역문화 유산과 자연환경, 사회성 요인에 나타나고 있다. 이들 중 소득이 100만원 정도인 경우에 점수가 높게 나타나며 소득이 높은 경우에 점수가 낮게 나타나고 있다. 자연환경의 경우에도 소득이 300만원 이상인 경우 점수가 낮으며, 사회성의 경우에도 소득이 높을 경우 점수가 낮은 경향을 보이고 있어 소득이 높은 관광객의 경우는 자기개발요인에 많은 비중을 두고 있다고 보여진다.

〈표 4-7〉 소득에 따른 관광동기의 차이 비교

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

1)*p<0.05 **p<0.1

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

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

〈표 4-8〉 직업에 따른 관광동기의 차이 비교

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

1)*p<0.05 **p<0.1

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

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

〈표 4-9〉 동반자유형에 따른 관광동기의 차이 비교

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

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

2. 연구가설 II의 검증

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

연구가설 II : 민속마을 관광동기는 관광형태에 따라 차이가 있을 것이다.

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

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

〈표 4-10〉 방문횟수에 따른 관광동기의 차이 비교



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

1)*p<0.05 **p<0.1

세부가설 II-2 민속마을 관광동기는 관광비용에 따라 유의한 차이가 있을 것이다.

〈표 4-11〉의 결과를 살펴보면 관광비용과 관광동기의 관계는 각각 유의한 것으로 나타나고 있다. 지역문화유산과 위락과 축제요인의 경우 150만원

이상이 동기가 낮은 반면 자기개발요인과 자연환경, 편의성요인은 비용이 50만원 이하인 경우 동기가 작게 나타나 반대 현상을 보이고 있다. 사회성의 경우 관광비용이 증가할수록 동기가 높아져서 관광동기와 관광비용이 정의 관계를 보이고 있다.

〈표 4-11〉 관광비용에 따른 관광동기의 차이 비교

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

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

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

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

〈표 4-12〉 정보획득수단에 따른 관광동기의 차이 비교

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

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

3. 연구가설 III의 검증

연구가설 III : 민속마을 관광동기는 관광객의 만족도와 영향관계에 있을 것이다.

〈표 4-13〉에 나타난 바와 같이 관광동기가 관광객의 만족도와 영향관계가 있을 것이라는 가설을 다중회귀분석을 실시한 결과, 영향관계가 있는 것으로 나타났으며, 회귀모형은 F값이 $p = .000$ 수준에서 10.737을 보이고 있어 유의도 .000수준에서 통계적으로 유의한 것으로 나타났다. R^2 는 .245로 나타나 24.5%의 설명력을 보이고 있다. 또한 회귀식에 투입된 변수들의 회귀계수에 대한 t검정 결과 지역편의성을 제외한 지역문화유산, 자기개발과 자연환경, 사회성, 위락과 축제가 유의수준 .05와 0.1수준에서 영향관계를 미치는 것으로 나타나 가설 III은 부분적으로 채택되었다.

민속마을을 방문한 관광객의 경우 6개의 요인으로 나누어 동기를 파악하여 민속마을 방문에 대한 전체적인 만족도를 살펴보면, 편의성을 제외한 모든 요인에 영향관계가 있는 것으로 나타나고 있다. 즉 본 논문에서 계속적으로 논

의해왔던 민속마을 관광객의 관광동기의 특성 들 중에서 민속마을과 관련성이 높다고 판단되어지는 요인들인 지역문화유산이나 자기개발 요인이 민속마을 관광객의 만족도와 영향관계가 있는 것으로 나타나며, 그 설명력이 24.5%나 되고 있다. 이러한 결과를 가지고 볼 때, 민속마을 관광객의 만족도에는 관광동기가 24.5%의 영향관계를 설명하고 있다고 볼 수 있다.

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

〈표 4-13〉 관광동기가 관광객의 만족도에 미치는 영향



제주대학교 중앙도서관

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

1) *p<0.05 **p<0.1

제 4 절 분석결과의 논의 및 시사점

본 연구에서는 관광동기에 대한 이론적 고찰을 토대로 하여 가설을 세우고 가설에 대한 실증적인 검증을 시도하였다.

먼저 분석결과를 살펴보면, 첫째, 민속마을의 관광동기의 유형은 우리가 앞에서 살펴본 선행연구들과 다소 차이를 보이고 있음을 알 수 있다. 토마스(Thomas)나 크롭프톤(Crompton), 맥킨토시(McIntosh) 등이 앞서 연구했던 관광동기와 기본적인 맥락을 같이하고 있으나, 민속마을 관광동기는 요인분석 결과에서 설명되었듯이 지역문화유산이나 자기개발 요인이 특징적으로 나타나고 있다. 즉 우리가 제1장의 선행연구 등에서 살펴본 관광동기와 차이를 나타내고 있어 민속마을 관광동기가 일반관광동기와 다를 수 있다는 점을 제시하고 있다.

둘째, 요인분석 결과인 6개의 동기요인을 가지고 실증분석한 결과, 인구통계학적인 변수에 따라 관광동기가 차이를 가지고 있다는 것이 검증되었다. 인구통계학적 변수 중에서 특히 결혼여부나 연령, 소득, 직업 및 동반자유형에 유의한 차이를 가지고 있음을 알 수 있다.

셋째, 민속마을 관광객의 방문동기는 관광객의 일반형태에 따라 유의한 차이를 가지고 있다고 검증되었는데, 그 중에서도 방문횟수나 관광비용, 정보획득수단에 따라 유의한 차이를 보인다.

넷째, 민속마을 관광객의 관광동기에 따라 관광객의 만족도에 차이를 보이고 있다. 특히 지역문화유산이나 자기개발요인이 나타내는 값은 우리에게 시사하는 바가 크다고 할 수 있다. 민속마을 관광객의 경우에는 다른 일반 관광지에서 나타나는 자연환경이라든지 편의성 등보다 민속적인 측면을 가지고 있는 요인들이 관광객의 만족도에 영향을 주고 있다는 것이 특징적으로 나타나고 있다.

이러한 분석결과를 볼 때 민속마을의 관광동기는 다른 관광지의 관광객과

는 다른 특성을 가지고 있다는 것을 알 수 있으며, 앞으로 제주도의 대표적인 문화관광자원인 민속마을 활성화를 통해 관광객의 욕구를 충족시킬 수 있다는 것을 알 수 있다. 또한 민속마을 관광객의 인구통계학적 특성이나 일반형태들이 관광동기와 관련이 있다는 것이 입증되었으므로 이 연구결과를 토대로 하여 민속마을 관광객의 특성을 파악하고 그들의 욕구충족을 위한 마케팅 전략을 수립하여야 할 것이다.



V. 결 론

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

이러한 세계적 흐름에 부응하기 위하여 본 논문에서는 민속마을의 관광동기의 특성을 파악하고자 많은 학자들의 선행연구를 기초로 하여 설문항목과 가설을 세우고 실증분석 하였다.

분석결과 48개의 동기설문 항목 중 평균값의 순위별로는 아름다운 자연환경, 제주도의 조용하고 깨끗한 분위기, 휴식, 볼만한 관광지 등이 차지하여 여전히 제주도의 중요 동기는 자연환경의 비중이 높다고 나타나고 있다.

또 설문항목을 요인분석하여 지역문화유산, 자기개발, 자연환경, 편의성, 사회성, 위락과 축제 등의 6가지 동기요인을 추출하였는데 이 동기요인들은 <그림2-2>에서 살펴본 관광동기의 유형과 유사한 면을 지니면서 '민속마을에서'라는 관광지의 특수성을 나타내주고 있었다.

이러한 동기요인을 가지고 민속마을 관광객의 특성을 좀더 자세히 살펴보고자 인구통계학적 특성과 관광객의 일반형태에 따른 관광동기의 차이분석을 ANOVA와 T-test를 통하여 실시하였다. 이 결과 민속마을 관광객의 동기요인은 인구통계학적 변수 중에서 특히 결혼여부나 연령, 소득, 직업 및 동반자 유형에 유의한 차이를 가지고 있음을 알 수 있었다. 즉 민속마을 관광객의 참여를 높이거나 관광객을 세분화할 경우에 유용하게 이용할 수 있는 변수라 판단되어진다. 그리고 일반형태에 있어서는 방문횟수나 관광비용, 정보획득수단에 차이를 보이는데 이 중에서도 정보획득 수단은 우리 나라의 정보화산업

의 발달로 인해 앞으로 그 변화가 더욱 두드러질 것으로 여겨지는 부분이다. 그러므로 민속마을에 대한 관광자료를 인터넷상에 홍보하는 홈페이지 등이 중요한 역할을 하며, 비단 민속마을 뿐만이 아니라 앞으로 제주도의 문화관광 발전을 위해서는 이 분야의 발전이 절실하다고 보여진다.

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

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

참 고 문 헌

1. 국내문헌

1) 서 적

김경호·고승익, 「관광학원론」, 형설출판사, 2000.

김선 외 5인, 「심리학의 이해」, 집문당, 1996.

김영돈, 「제주 성읍마을」, 대원사, 1989.

남제주군, 「성읍민속마을 종합정비계획」, 1994.

로버트 W, 매킨토시, 찰스 R, 겔드너 공저, 신현주 외 역, 「관광학 원론」, 세종연구원, 1996.

마에다이사무(前田勇), 「관광개론」, 학문사, 1980.

박계홍, 「한국민속학개론」, 서울:형설출판사, 1997.

S. Freud, 「프로이트 심리학 연구」, 이학,역, 청목서적, 1988.

손대현, 「관광론」, 일신사, 1995.

스티븐 윌리엄스, *Tourism Geography*, 신용석·전선희 역, 한울 아카데미, 1999.

오택섭, 「사회과학데이터분석법」, 나남출판, 1998.

임재해, 「민속문화론」, 문학과지성사, 1987.

이광규, 「한국전통문화의 구조적 이해」. 서울대학교출판부, 1994.

이장춘, 「관광과 통일」, 서울, 대왕사, 1991.

한국관광공사, 「전통민속마을 관광상품화 방안」, 1998.

처크 Y. 기이, 에두아르도 파요스 저, 장병권의 12인 역 : 「현대관광론」 ; 세계적 조망」, 일신사, 2000.

채서일, 「사회과학조사방법론」, 학현사, 1997.

한경수 편저, 「관광객행동론」, 서울, 형설출판사, 1997, p.308-309.

한국관광공사 관광교육원, 「민속문화」, 1989.

한국관광공사, 「관광정보」, 1991, 9·10월호.

한국문화예술진흥원 문화발전연구소, 「문화관광에 관한 기초연구」, 1989.
한국문화유산답사회, 답사여행의 길잡이① 「한려수도와 제주도」,
도서출판 돌베개, 1998.
문화관광부, 2001년도 관광동향에 관한 연차보고서, 2001.

2) 논문

김성혁·고호석, "우리나라 해외여행객의 동기에 따른 시장세분화에 관한 실증적 연구", 「관광·호텔경영연구」, 동국대학교 관광산업연구소, 1999.
손대현, "우리나라 관광산업의 마케팅에 관한 실증적 연구", 고려대학교 대학원 박사학위 논문. 1983.
신도길·곽재용, "관광동기 유형별 경주 세계문화 엑스포에 대한 만족도 연구" 대한관광경영학회, 제14집, 2000, pp.308-311.
이정록·장보웅, "지역문화의 문화관광 활성화 방안에 관한 연구", 현대사회과학연구, 제9권, 1998.
전동환, "가족관광행동모델에 관한 연구", 박사학위논문, 경희대학교 대학원, 1988.
조명환·주현식·한성호, "관광욕구가 관광동기 및 관광행동에 미치는 영향에 관한 연구", 「관광·레저연구」, 제12권 제2호, 2000. 12.
차석빈, "한국인 해외여행객들이 호주와 뉴질랜드를 찾는 이유", 디스, 8월호, 1997.
한승엽·박수완, "관광동기와 관광지 매력속성과의 관계에 관한 연구", 「호텔경영학연구」, 1996.

2. 국외문헌

1) 서적

Alastair. M. Morrison, *Hospitality and Travel Marketing*, Delmar

- Publishers'. Inc., 1989.
- Bourdieu, P. and Darbel, A., *The Love of Art: European Art Museums and Their Public, Policy*, Cambridge. 1991.
- Crompton. John L., *A system Model of Tourists Destination Selection Process with Particular Reference to the roles of Image and Perceiverd Constraints*, Texas A & M University, 1977.
- David. T. Herbert, *Heritage Tourism*, Mansell Publishing Limited, 1995.
- Fravcois Vellas and Lionel Becherel *The International Marketing of Travel and Tourism*, ST.MARTIN'S Press, INC. 1999.
- Gee, Chuck Y., D. J. L. Choy, and Makens J. C., *The Tavel Industry*. Westport, AVI, 1984.
- Greg Richards, *Cultural Tourism in Europe*, CAB International, 2000.
- Harron. S. and Weiler. B., *Special Interest Tourism, Ethnic Tourism*, 1992.
- Hewison. R.. *Heritage : An Interpretation In D.L. Uzzell(ed.). Heritage Interpretation : The Natural and Built Environment*. London. Belhaven. 1989.
- Iso-Aloha. S. E., "Toward a Social Psychological Theory of Tourism Motivation : A Rejoinder" *Annals of Tourism Research*, Vol 9(No. 2), 1982.
- Lloyd. E. Hudman and Donald E. Hawkins, *Tourism in Contemporary Society : an Introductory Text*, Prentice Hall, 1989.
- Loudon. D L. and Bitta. A. J. D., *Consumer Behavior*, 2nd ed. New York: Mcgraw Hill Book Co.
- Lundberg, Donald. E., *The Tourist Business*. New York. Van Nostrand Reinhold. 1990.

- Mayo. Edward J. and Jarvis Lance P., *"The Psychology of Leisure Travel ; effective Marketing and Selling of Travel Service"*, 손대현, 장병권 역, 백산출판사, 2000.
- McIntosh & Goeldner, *Tourism; Principles, Practices, Philosophies*, 6th edition, John Wiley&Sons, 1990.
- Murray, et al., *Exploration in Personality*, New York ; Oxford. 1938.
- Pearce. Philip L., *The Social Psychology of Tourist Behavior*, Pergamon Press, 1982.
- Plog. S. C., "Why destination Areas Rise and Fall in Popularity", *The Cornell Quarterly*, Vol. 14(No. 4), 1974.
- Reid. R. D., *Hospitality Marketing Management*, New York, Van Nostrand Reinhold. 1989.
- Roetman, E. E., *Motivatie in Retrospectief: een Onderzoek Narr Motivatie Voor Cultuuroerisme Tijden de Mondriaantentoo stalling te Amsterdam. MA dissertation.* Tilburg University. 1994.
- Shaw, G. and Williams, A. M., *Critical Issues in Tourism; A Geographical Perspectives*, Oxford : Blackwell. 1994, p. 46-47.
- Smith, V. L., *Host and Guest : The Anthropology of Tourism*, 2nd edn. Basil Blackwell, Oxford. 1989
- Stanton, M., 1977, "The Polynesian Cultural Center : A Multiethnic Model of Seven Pacific Cultures," *Host and Guests*, pp. 193-206, 전경수 편역, 「관광과문화」, 일신사, 1994.
- Swarbrooke. J. and Horner. S., *Consumer Behavior in Tourism*, Butterworth Heinemann, 1999.
- Zeppel H. and Hal C. M., "Arts and Heritage Tourism", *Special Interest Tourism*, E. Weiler and C. M. Hall, eds., 1992.

2) 논문

- Claudia Notzke, "Indigenous Tourism Development in the Arctic", *Annals of Tourism Research*, Vol, 26(1), 1999.
- Crompton. John L., "Motivation for Pleasure Vacation", *Annals of Tourism Research*, 6(4), 1979.
- Dale. Fodness, "Measuring Tourist Motivation," *Annals of Tourism Research*, Vol 21, No. 3, 1994.
- Dann, Graham M. S., "Anomie-Enhancement, and Tourism" *Annals of Tourism Research*, 1977.
- _____, "Tourist Motivation : An Appraisal", *Annals of Tourism Research*, 8(2), 1981.
- Dwyer, A., "The necessity for authenticity and integrity- a tour operator's viewpoint", *Aboriginal culture and tourism conference*, Halls Gap, Northern Territory, 1988.
- Hall, C. M., Mitchell, I., & Keelan, N.(1991). "Maori Culture and Heritage Tourism in New Zealand". *Journal of Cultural Geography*, 12(2).
- MacNulty, P. and O'carroll, C., "Visitors to Attractions in Ireland in 1991". *Tourism Development International*, Dublin. 1992.
- Muzaffer Uysal and Lee Anne R. Hagan, "Motivation of Pleasure Travel and Tourism", *VNR's Encyclopedia of Hospitality and Tourism*, 1991.
- Pyo, S., Mihalik, B. J. & Uysal, Muzaffer, "Attraction Attributes and Motivations : A Canonical Correlation Analysis" , *Annals of Tourism Research*. Vol. 16. 1989.
- Rechard Prentice, "Motivation of the Heritage Consumer in the Leisure Marketing : An Application of the Manning Hass Demand Hierarchy", *Leisure Science*, 15(3), 1993.

- Thomas, John A., "What Makes People Travel?", *ASTA Travel News*, August, 1964.
- Thorburn, A., "Marketing Cultural Heritage: does it work within Europe?", *Travel and Tourism Analyst*, 12.
- Yoel Mansfeld, "From Motivation to Actual Travel", *Annals of Tourism Research*, Vol. 19, 1992.
- Yuan, Sue. & Mcdonald, Cary, "Motivation Determinates of International Pleasure Time", *Journal of Travel Research*, 1990.
- Zhang Qui Hankin and Terry Lam, "An Anaylsis of Mainland Chinese visitor's Motivation to visit Hong Kong", *Tourism Management*, 20, 1999.



전통민속마을에서 관광동기의 특성에 관한 연구

안녕하십니까? 제주방문을 진심으로 환영합니다.

저는 제주대학교 대학원 관광경영학과 석사과정에 재학중인 학생으로서 '전통민속마을에서 관광동기의 특성'에 관하여 연구하고 있습니다.

본 설문지는 저의 석사학위 논문을 위하여 만들어진 것으로서 제주도를 방문하는 관광객을 대상으로 의견을 수집하고자 작성되었습니다.

귀하의 응답내용은 단지 통계처리에 의한 학문목적으로만 사용될 것이며, 자료처리 과정에 있어 비밀이 절대 보장될 것입니다. 아울러 귀하께서 답하신 내용은 저의 연구에 귀중한 자료가 될 것이며 제주도의 관광 발전을 위해서 유용한 자료로 활용될 것입니다.

귀하의 협조에 다시 한번 감사드리며 좋은 여행하시길 바랍니다.

2001. 9.

제주대학교 대학원 관광경영학과 석사과정

지도교수 : 오 상 훈

연구자 : 소 경 미 (TEL: 754-3130/011-696-7638)

조사자 : _____

♠ 각 질문에는 정답이 따로 없습니다. 평소 생각하신대로 해당하는 칸에 체크 (V)를 해주시거나 물음에 따라 빈칸에 답해 주시면 고맙겠습니다.

---- I. 아래의 질문은 일반적인 관광형태에 관한 내용입니다. ----

1. 귀하의 제주도 방문횟수는?

- ① 처음 ② 1-2회 ③ 3-4회 ④ 4-5회 ⑤ 6회 이상

2. 귀하의 해외여행 경험은?

- ① 없다 ② 1-2회 ③ 3-4회 ④ 5회 이상

3. 귀하의 제주도 체재일수는?

- ① 1박 2일 ② 2박 3일 ③ 3박 4일 ④ 4박 이상

4. 귀하의 제주도 여행시 총비용은?

- ① 50만원 미만 ② 50-100만원 미만 ③ 100-150만원 미만
④ 150만원 이상

5. 귀하의 제주도까지의 교통수단은?

- ① 비행기 ② 배 ③ 비행기와 배

6. 귀하의 제주도 방문 시 정보획득 수단은 ?

- ① 여행잡지 및 신문 ② TV 및 라디오 ③ 인터넷 ④ 여행사

---- II. 다음은 귀하께서 이번에 제주도를 방문하게 된 동기에 관한 질문들입니다. ----

각 항목을 읽고 자신의 생각에 가장 가까운 정도를 체크(V)해 주십시오.

질 문 문 항	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
1. 나의 삶을 풍요롭게 하기 위해					
2. 다른 시각에서 사물을 보기 위해					
3. 나의 발전을 위해					
4. 생활에 만족감을 느끼기 위해					
5. 좀더 창조적인 사람이 되기 위해					
6. 나 자신을 돌아보는 시간을 갖기 위해					
7. 나 자신의 명성을 위해					

질 문 문 항	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
8. 나의 지식의 폭을 넓히기 위해					
9. 다른 사람과 관광지에 관해 얘기하기 위해					
10. 가족과의 관계를 더욱 좋게 하기 위해					
11. 함께 여행하는 사람들과 좋은 시간을 가지기 위해					
12. 친구나 친척을 방문하기 위해					
13. 다른 사람들이 좋다고 전하기 때문에					
14. 나의 동반자가 오길 원해서					
15. 직장생활에 도움이 되기 때문에					
16. 나 자신의 휴식을 위해					
17. 나 자신의 건강을 위해					
18. 사업목적을 위해					
19. 쇼핑을 위해					
20. 신기한 것을 경험하기 위해					
21. 자녀교육에 도움이 되기 때문에					
22. 다른 생활방식을 경험하기 위해					
23. 해양스포츠를 즐기기 위해					
24. 축제나 이벤트를 즐기기 위해					
25. 좋아하는 레크리에이션을 즐기기 위해					
26. 한라산 국립공원을 방문하기 위해					
27. 제주도의 천연기념물을 보기 위해					
28. 제주의 민속마을 방문을 위해					
29. 옛날로 돌아가보기 위해					
30. 제주도의 문화를 이해하기 위해					
31. 전통적인 공예기술 등을 보기 위해					
32. 전통적인 연극, 음악, 무용 등을 보기 위 해					
33. 사적지나 명승지를 보기 위해					
34. 제주도의 민속에 대한 자료를 얻기 위해					
35. 박물관이나 미술관을 방문하기 위해					

질 문 문 항	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
36. 제주도의 고유음식을 맛보기 위해					
37. 제주 주민의 태도가 좋아서					
38. 제주도까지의 교통이 편리하기 때문에					
39. 제주도내의 교통체계가 편리하기 때문에					
40. 다른 곳보다 여행계획을 세우기 쉽기 때문에					
41. 관광지의 안내가 잘 되어 있기 때문에					
42. 관광개발이 잘 되어 있기 때문에					
43. 관광지의 요금이 저렴하기 때문에					
44. 좋은 기후 때문에					
45. 아름다운 자연환경 때문에					
46. 제주도의 조용한 분위기가 좋아서					
47. 제주도의 깨끗한 분위기가 좋아서					
48. 불만한 관광지가 많이 있기 때문에					

---- III. 다음은 귀하의 이번 성읍민속마을방문에 대한 전체적인 의견을 묻는 항목입니다. ----

1. 귀하의 이번 성읍민속마을 방문은 전반적으로 얼마나 만족스러웠습니까?

- ① 매우 불만족 ② 불만족 ③ 보통 ④ 만족 ⑤ 매우 만족

2. 귀하는 다시 성읍민속마을을 방문하실 의사가 있습니까?

- ① 전혀 그렇지않다 ② 그렇지않다 ③ 그저 그렇다
④ 그렇다 ⑤ 매우 그렇다

----- IV. 다음 질문은 인구통계적 특성에 관한 질문입니다.-----
알맞은 번호에 **체크(V)**해 주십시오.

1. 귀하의 성별은?

- ① 남성 ② 여성

2. 귀하의 결혼여부는?

- ① 미혼 ② 기혼

3. 귀하의 연령은?

- ① 20대 ② 30대 ③ 40대 ④ 50대 ⑤ 60대 이상

4. 귀하의 학력은?

- ① 중졸이하 ② 고졸이하 ③ 대학재학/졸업
④ 대학원재학/졸업 ⑤ 기타

5. 귀하의 현재 거주지는?

- ① 특별시, 광역시 ② 도심지역 ③ 농어촌지역 ④ 기타

6. 귀하의 월평균 소득은?

- ① 100만원 미만 ② 100만원 이상 200만원 미만
③ 200만원 이상 300만원 미만 ④ 300만원 이상

7. 귀하의 현재 직업은?

- ① 학생 ② 소규모 자영업 ③ 기업체 운영
④ 전문직(교수, 의사, 법률가, 예술가)
⑤ 사무직/회사원 ⑥ 판매/서비스직 ⑦ 공무원 ⑧ 전업주부 ⑨ 기타()

8. 귀하의 가족동반 여부는?

- ① 없음 ② 배우자 ③ 배우자와 자녀 ④ 자녀만
⑤ 부모님과 가족 ⑥ 여행사 단체

※ 추가적으로 하실 말씀이 있으면 적어주십시오.

“ 협조해 주셔서 대단히 감사합니다. ”