



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](#)

석사학위논문

생태관광지 관광경험이 방문객
관광만족과 재방문의도에
미치는 영향

— 생태관광지 휴애리를 중심으로 —

제주대학교 경영대학원

관광경영학과

양 지 선

2021년 8월



생태관광지 관광경험이 방문객
관광만족과 재방문의도에
미치는 영향

- 생태관광지 휴애리를 중심으로 -




지도교수 박 시 사

양 지 선

이 논문을 관광학 석사학위 논문으로 제출함

2021년 8월

양지선의 관광학 석사학위 논문을 인준함

심사위원장 洪 聖 和 
위 원 박 운 정 
위 원 박 시 사 

제주대학교 경영대학원

2021년 8월

The Effect of Ecotourism Tourism Experience
on Visitor Satisfaction and Revisit Intention
-Focused on the Ecotourism Site HUEREE

Yang, Ji Seon

(Supervised by professor Si-sa Park)

A thesis submitted in partial fulfillment of the requirement
for the degree of Master of Tourism Management

August. 2021

This thesis has been examined and approved.

Sung-Hwa Hong

Ounyoung Park

SZ SA PARK

August. 2021

Department of Tourism Management
GRADUATE SCHOOL OF BUSINESS
JEJU NATIONAL UNIVERSITY

목 차

I. 서론	1
1. 연구의 배경	1
2. 연구의 목적	3
3. 연구의 방법 및 범위	3
II. 이론적 배경	6
1. 생태관광지	6
1) 생태관광지의 개념	6
2) 제주도 생태관광지	8
3) 휴애리 생태관광지	12
2. 관광경험	17
1) 관광경험의 개념	17
2) 관광경험의 구성요소	19
3) 관광경험의 선행연구	22
3. 관광만족도	26
1) 관광만족도의 개념	26
2) 관광만족도의 구성요소	27
4. 재방문의도	29
5. 변수 간의 관계 고찰	31
1) 관광경험과 관광만족도	31
2) 관광경험과 재방문의도	32

III. 연구설계	34
1. 연구모형 및 가설설정	34
1) 연구모형	34
2) 연구가설	35
3) 변수의 조작적 정의	35
2. 연구설계 및 분석방법	39
1) 조사설계	39
2) 설문지 구성	40
3) 통계분석방법	42
IV. 분석결과	44
1. 표본의 특성	44
2. 변수의 타당도 및 신뢰도 검증	46
3. 측정항목평가	54
1) 기술통계분석	54
2) 상관관계분석	55
4. 가설검증	56
V. 결론	59
1. 연구의 요약 및 시사점	59
2. 연구한계 및 제언	61
참고문헌	62
설문지	75
영문초록	81

표 목 차

<표 II-1> 휴애리 생태관광지의 산업	14
<표 III-1> 설문지 구성	41
<표 III-2> 통계분석방법	43
<표 IV-1> 인구통계학적 특성	45
<표 IV-2> 탐색적 요인분석 결과	47
<표 IV-3> 설문문항 제거 후 탐색적 요인분석 결과	49
<표 IV-4> 설문문항 내용	50
<표 IV-5> KMO와 Bartlett 검정	51
<표 IV-6> 변수들의 기술통계분석	55
<표 IV-7> 변수들의 상관관계분석	56
<표 IV-8> 관광경험과 관광만족의 다중회귀분석 결과	57
<표 IV-9> 관광경험과 재방문의도의 다중회귀분석 결과	58

그림 목 차

<그림 I-1> 연구의 흐름	5
<그림 II-1> 휴애리의 관광객 경험활동	16
<그림 III-1> 연구모형	34
<그림 III-2> 연구조사 절차	40

I. 서론

1. 연구의 배경

현대사회는 복잡성과 경쟁 심화로 인해 극심한 스트레스 증가와 더불어 여가 기회의 확대로 건강한 삶의 질에 대한 욕구 등이 증대됨에 따라 도시민의 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)¹⁾ 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)²⁾

이러한 관광행태에 대해서 엄서호(2013)³⁾는 1박 이상 현지인 되기 체험을 ‘쇼트스테이(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 결정하는 데 중요한 역할을 하고 있는 것으로 밝혀지고 있다.(Huang, 2010⁴⁾; Jang & Feng, 2007⁵⁾) 이러한 관광목적지에서 새로움을 추구하는 관광객의 관광행태 변화는 단순히 보고 즐기는 공간으로서 관

- 1) 최화열, 박연옥, 윤병국(2015). 슬로우 투어리즘에 대한 탐색적 연구, 『관광연구저널』, 29(2), pp.173-183.
- 2) 남윤희, 엄서호(2016). 세계유산 관광지 진정성 측정에 관한 연구: 안동 하회마을 관광객을 대상으로, 『관광학연구』, 40(8), pp.205-223.
- 3) 엄서호(2013). 힐링관광! 충남관광 선진화 핵심키워드, 『충남 힐링관광 정책토론회』, 충남도청.
- 4) Huang, S. (2010). A revised importance - performance analysis of tour guide performance in China, *Tourism Analysis*, 15(2), pp.227-241.
- 5) Jang, S. S., & Feng, R. (2007). Temporal destination revisit intention: The effects of novelty seeking and satisfaction, *Tourism Management*, 28(2), pp.580-590.

광목적지를 바라보는 것이 아니라 사색과 체험, 그리고 일상적인 삶의 공간으로 진정한 관광을 추구하는 관광객의 적극적인 성향이 반영된 결과라고 할 수 있다.

관광산업에서는 행동의도에 영향을 미치는 속성으로 기억을 주목해왔다. 장기 기억된 경험은 재방문의도, 추천과 같은 행동의도에 주요한 영향을 끼치며 (Barnes et al. 2016⁶); Sthapit and Björk 2019⁷), 현장에서의 여행경험에 대한 평가보다 기억된 여행경험의 평가가 재방문의도에 더 큰 영향을 주기 때문이다.(Wirtz et al. 2003)⁸)

관광경험은 관광객의 관광만족(김빈, 2019⁹); 김용희, 2018¹⁰), 행동 의도(조한나, 2020)¹¹), 충성도(김빈, 2019)¹²) 등과 관련이 있는 것으로 보고되고 있다. 또한, 관광지에 대해서도 전통한옥마을(이승훈, 오민재, 2017)¹³), 제주방문(김용희, 최병길, 2019)¹⁴) 등 다양한 관광지를 대상으로 하고 있다. 하지만 대부분 제주관광지의 경험에 대한 연구는 그 범위가 넓고 특정 관광지를 대상으로 한 연구는 찾아보기 어렵다. 관광지는 그 장소에 따라 경험의 질이 다르게 나타날 수 있으므로 휴애리를 방문한 관광객을 중심으로 연구를 하는 것은 휴애리의 관광경험 및 관광객의 속성을 이해하는 데 도움이 될 것이다.

-
- 6) Barnes, Stuart J., Jan Mattsson and Flemming Sørensen(2016). Remembered experiences and revisit intentions: A longitudinal study of safari park visitors, *Tourism Management*, 57, pp.286-294.
 - 7) Sthapit, Erosee(2017). Exploring tourists' memorable food experiences: a study of visitors to Santa's official hometown, *An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 28, pp.404-421.
 - 8) Wirtz, Derrick, Justin Kruger, Christie Napa Scollon and Ed Diener(2003). What to Do on Spring Break?, *Psychological Science*, 14(5), pp.520-524.
 - 9) 김빈(2019). 『관광경험의 기억저장과 관광자 만족 및 충성도간의 관계』, 경기대학교 대학원 석사학위논문.
 - 10) 김용희(2018). 『관광객의 관광경험이 만족과 행동의도에 미치는 영향 :제주 방문 관광객을 대상으로』, 제주대학교 대학원 석사학위논문.
 - 11) 조한나(2020). 『기억에 남을만한 관광경험이 행동의도에 미치는 영향 :긍정적 회상의 매개효과와 인출단서의 조절효과』, 전남대학교 대학원 박사학위논문.
 - 12) 김빈(2019). 『관광경험의 기억저장과 관광자 만족 및 충성도간의 관계』, 경기대학교 대학원 석사학위논문.
 - 13) 이승훈, 오민재(2017). 전통한옥마을의 관광경험과 방문가치, 만족, 행동의도 간 구조관계 연구, 『관광연구저널』, 31(9), pp.33-46.
 - 14) 김용희, 최병길(2019). 제주 방문 관광객의 관광경험이 장소애착과 행동의도에 미치는 영향, 『관광학연구』, 43(3), pp.179-199.

2. 연구의 목적

본 연구는 휴애리를 찾아온 관광객을 중심으로 관광경험이 방문객 관광만족과 재방문의도에 미치는 영향을 살펴보고자 한다. 휴애리의 관광경험 요인이 관광만족과 재방문의도에 어떤 유의한 관계를 갖고 있는지 실증적 분석을 통해 알아보고자 한다. 또한, 관광경험의 여러 요인 중에서 어떠한 요인이 휴애리 방문객들의 관광만족과 재방문의도에 영향을 미치는지 알아보고 휴애리에서 관광객이 경험할 수 있는 관광경험이 관광만족과 재방문의도에 어떠한 영향을 미치는지 살펴봄으로써 휴애리의 경제적 성과를 높이는 방안을 모색하고자 한다. 또한, 생태관광지의 관광객 유치율을 높이기 위한 기틀 마련의 기초자료로 제공하고자 본 논문을 작성하였다.

3. 연구의 방법 및 범위

본 연구의 목적을 달성하기 위해서 문헌적 고찰과 함께 실증적 연구방법을 병행하였다. 연구를 위해 국·내외 연구 논문, 단행본 및 기타 자료를 활용해 관광경험, 관광만족, 재방문의도 대한 이론적 배경을 바탕으로 실증연구를 하기 위해 연구모형과 가설을 설정하였고, 휴애리 관광객들을 대상으로 설문조사를 실시하여 본 연구의 타당성을 실증적으로 검증하였다.

본 연구는 총 5장으로 구성하였다. 연구의 흐름은 다음과 같다.

제 1장은 ‘서론’으로 연구의 배경과 목적을 제시한 후에 연구의 방법과 범위에 대해 제시하였다.

제 2장은 ‘이론적 배경’으로 연구의 목적을 위해 생태관광지, 관광경험, 관광만족과 재방문의도에 대해 이론적 배경을 제시하며 관련된 선행연구를 정리하였다.

제 3장은 ‘연구방법’으로 이론적 배경을 바탕으로 관광경험이 관광만족과 재방문의도에 대해 미치는 효과를 검증하기 위하여 연구의 모형과 가설을 설정하고 설문지를 구성하여 배부 조사를 통해 휴애리 관광객의 관광경험이 관

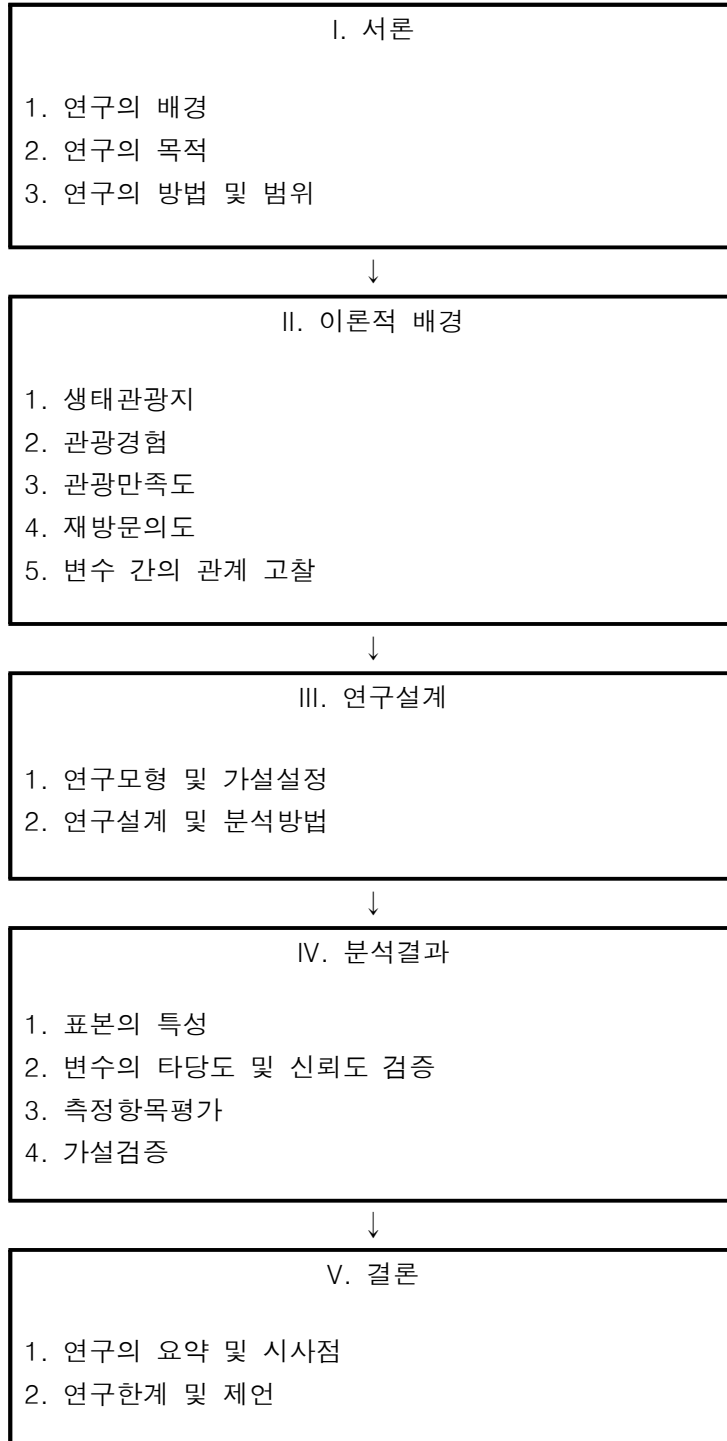
광만족과 재방문의도에 미치는 영향에 대해 검증하고자 한다.

제 4장은 ‘연구결과’로 인구통계학적 분석과 연구의 측정항목인 관광경험, 관광만족과 재방문의도의 신뢰도 및 타당성을 분석한 후 다중회귀 분석을 통해 연구가설을 검증하고자 하였다.

제 5장은 ‘결론’ 부분으로 분석결과를 바탕으로 연구결과를 요약하여 휴애리 관광객의 관광경험이 관광만족과 재방문의도에 미치는 영향 요인에 대해 이론적·실무적 시사점과 연구의 한계점을 제공하고자 한다.

이와 같은 연구방법에 의한 본 연구의 전체적인 흐름은 다음의 <그림 I-1>과 같다.

<그림 I -1> 연구의 흐름



Ⅱ. 이론적 배경

1. 생태관광지

1) 생태관광지의 개념

생태관광은 최근 들어서 자주 쓰이고 있는 용어이나 아직 학계에 많이 소개되지 않은 새로운 개념이라 할 수 있다.¹⁵⁾ 대중관광, 대량관광의 대안 관광으로 다양한 테마관광의 일환이며 생태관광이 잠재적 방문객들에게 알려진 건 얼마 되지 않은 일이다. 생태관광에 관한 Ceballos-Lascurain의 개념적 정의는 비교적 빨리 이루어졌는데, 그가 정립한 생태관광의 개념 규정은 아직까지도 유의미하다. 그는 야생의 동·식물을 비롯한 자연자원과 생태계를 감상하기 위해 이뤄지는 관광의 형태, 즉 생태관광의 교육적 역할과 환경보전의 의미를 강조했는데, 자연자원의 훼손 없는 보존과 생태교육의 수단 등은 현재 생태관광의 개념을 논의하는 데 핵심적인 역할을 한다. 한편, Wallance(1992)¹⁶⁾는 자연자원과 생태계의 보전이 지역민들에게 단순한 양보와 희생을 강요하는 것이 아님을 강조하였다. 그것을 입증하기 위해 생태관광의 개념적 정의를 활용하여 생태관광이 지역사회의 사회적 경제적 편익을 창출하는 한편, 지역 생태계의 보전 또한 만족시킬 수 있다는 것을 설명하였다.

1980년대 세계 경제가 발달하고 관광산업이 발달하면서 관광의 새로운 대안 역할을 하면서 환경을 이해할 수 있는 수단으로서 생태관광은 폭발적인 관심을 얻어 보급되기 시작했다. 생태관광프로그램을 기획하는 주체들은 생태관광 수입을 통해 자연생태계와 문화를 보호할 수 있고, 지역주민에게 삼림과 야생동물의 서식 환경을 파괴하는 대신 다른 효용을 제공할 수 있다는 사실을 설득시키기 위해 노력해 왔다. 그러나 한편으로는 생태관광에 관한 올바른

15) Gilbert, J.(1997). *Ecotourism mens business*. Wellington: GP Publications.

16) Wallace, D. R.(1992). Is 'eco'tourism for real?, *Landscape architecture*, 82(8), pp.34-36.

인식 없이 부정확하게 그 개념이 적용되면서 용어 개념의 모호성(vagueness) 문제가 초래되기도 하였다.¹⁷⁾

유엔이 2002년을 ‘세계 생태관광의 해’로 지정하면서 생태관광에 대한 관심은 더 증가하였다. 그러나 생태관광은 여전히 표준화된 정의가 도출되지 않은 상태에서, 지역적인 특색과 환경에 따라 사회적인 관계와 경제적인 편익만을 좇는 방식으로 그 활동이 이어지고 있기 때문에, 생태관광의 개념 정의와 확립이 수월하지는 않다.¹⁸⁾

생태관광에 대한 개념 규정 확립의 필요성이 제기된 가운데, Planeta.com이 주도한 온라인국제회의인 IYE 2002 Forum에서 “생태관광은 지역사회의 발전과 생태계보전에 동시에 기여하는 지속가능한 자연관광이다”라는 원칙적인 수준에서 개념적 합의가 이루어졌다.¹⁹⁾

그 이후에도 많은 연구자가 생태관광에 대한 개념 정의를 제시하였으나 큰 틀에서는 차이점이 없이 대동소이하다. 그 중 Fennell의 정의를 살펴보면, 전형적인 자연 지역에서 영위되고, 이들 지역의 보전에 기여하며, 주로 자연에 대한 경험 및 학습을 강조하고, 윤리적으로 부정적 영향이 극소화되고, 비소모적(non-consumptive)인 활동을 추구하며, 지역사회 중심의 통제, 편익 창출, 규모의 설정이 실현되는 자연자원 기반 관광의 지속가능한 유형으로 생태관광을 정의하였다.²⁰⁾

Fennell의 정의는 제주지역이 지향해야 할 생태관광과 가장 근접한 정의라고 할 수 있다. 제주지역 자연환경의 전형성, 즉, 고유한 생태자원을 지역사회와 방문객들이 함께 보전하면서도 방문객들이 생태자원을 체험하고 학습하는 행위로 지역사회의 편익이 발생함으로써 이 관광의 형태가 지속가능한 유형으로 자리 잡는 과정은 제주지역이 생태관광의 비전으로 지향해야 할 것으로 판단된다. 제주지역으로 잠정적 생태방문객들을 유인하는 전략을 제안하는 데 앞서 생태관광의 정의를 규정하는 과정이 필요했는데, 지금까지 살펴보았던

17) Wallace, D. R.(1992). Is 'eco'tourism for real?, *Landscape architecture*, 82(8), p.16.

18) Wight, P.(1995). Sustainable ecotourism: balancing economic, environmental and social goals within an ethical framework, *Tourism Recreation Research*, 20(1), pp.5-13.

19) <http://planeta.com/ecotravel/tour/definitions.html>

20) Fennell, D. A.(1999). *Ecotourism: An Introduction*, Routledge, p.43.

생태관광의 개념 규정에서 결코 빠뜨릴 수 없는 것이 환경과 그 보전에 대한 방문객들과 지역공동체의 노력이다. 이것이 생태관광의 개념적 정의에서 배제된다면 생태관광은 지속가능한 관광의 형태로서 존재할 수가 없다. 그런 맥락에서 생태관광의 개념 정의에 대한 전제를 정리해보면 생태관광은 절대로 대규모 방문객들을 수용하는 형태로서는 이뤄질 수 없다. 또한 방문 목적지는 생태적 공간으로서 관광행위 시, 그 보전을 위한 노력이 수반되어야 한다. 이때 방문객들만의 노력이 아닌 지역 공동체 구성원들의 관리와 협조가 바탕이 되어야 한다. 나아가 생태관광 또한 지역사회의 경제활동 중 하나로서 지역의 편익과 지역주민의 복지증진에 기여하는 바가 있어야 한다. 생태자원이라는 것은 무한한 생명의 장에서 형성되지만 한번 훼손되면 재생이 어렵기 때문에 생태자원에 대한 소비는 최소한의 범주 내에서 이뤄져야 한다.²¹⁾ 이상의 전제를 통해 이끌어 낼 수 있는 생태관광의 정의는 자연환경과 지역문화유산의 보전에 기여하면서 지역사회의 고용 및 소득의 기회와 같은 경제적, 사회적 혜택을 제공하며, 지역주민의 복지증진에 공헌하는 목적을 가진다. 또한, 이것은 ‘지금 여기’의 현재적인 자원에 대한 감상과 행위가 아니라, 역사적으로 축적된 자연자원의 의미와 해당 지역의 문화와 연루된 가치에 대한 탐색과 이해, 내면화를 추구하는 관광 활동이다.

2) 제주도 생태관광지

(1) 제주 동백동산습지

조천읍 선흘리에 위치한 동백동산은 제주 생태체험관광의 또 다른 명소이다. 화산 폭발 후 흘러내린 용암이 쪼개지면서 형성된 곳자왈은 넓은 연못이 만들어지기에 어려운 구조다. 하지만 용암이 식을 때 부서지지 않고 판형으로 남아있는 지형에서는 물이 빠져 내려가지 않고 고여 있게 된다. 이를 ‘과호이 호이용암’이라 부르며 제주에서는 동백동산이 유일하다.

21) 응우옌꾸옥타인(2021). 『제주지역 생태관광 마케팅 개선 방안 연구』, 동신대학교 대학원 석사 학위논문, p.7.

상수도가 보급되기 전 이곳 주민들은 동백동산 부근에서 식수를 구해왔다. 이름이 붙여진 연못만도 100여 곳에 이르는데 그중에 가장 큰 것이 먼물각이다. 먼물각은 ‘멀리 있는 물’이라는 의미의 ‘먼물’과 ‘끝’을 일컫는 ‘각’이 합쳐진 이름이다. 습지는 옛 시절 마소의 우물터였고 주민들이 빨래와 목욕을 하는 생활의 근거지였다. 사철 마르지 않는 동백동산의 습지는 다양한 수생식물과 곤충 및 양서류가 서식하는 생명의 보고이다. 제주 도롱뇽, 개구리, 누룩뱀, 유혈목 등도 쉽게 관찰되며 환경부 지정 멸종 위기종인 순채(蓴菜)와 세계에서 유일하게 제주에서만 자란다는 ‘제주고사리삼’도 볼 수 있다.

동백동산은 동백나무가 많다고 해서 붙여진 이름이다. 오래전 주민들은 이곳에서 나무를 베어 뿔감으로 사용하면서 기름을 짜서 내다 팔 수 있는 동백나무는 남겨두었다. 점차 벌목이 금지되면서 탁월한 복원력을 가진 구실잣밤나무, 후박나무, 황칠나무 등은 다시 제 모습을 찾아 숲을 이루었고, 현재는 동백나무보다 더욱 크게 자라 탐방객의 시선을 압도한다. 동백동산은 생태적 우수성을 인정받아 2011년에는 람사르 습지로, 2014년에는 세계지질공원 대표 명소로 지정되었다.²²⁾ 주요 프로그램으로는 도토리 칼국수 체험, 주민해설 동백동산탐방, 환경부 환경교육인증 프로그램, 동백동산 물, 숲 새, 다 같이 돌아 동네한바퀴, 눈 내리고 동백꽃 피다 등이 있다.

(2) 서귀포 효돈천과 하례리 마을

하례1리는 총면적 719ha로서 서쪽 서귀포에서 동으로 7km, 동쪽 남원에서 서쪽으로 7.5km 지점으로 지방도 1132(일주도로) 도로가 동서로 뚫고 있고 남원읍 맨 서쪽 마을이다. 서귀포시와 효례천(효돈천)이 경계가 되어 하효동과 접해있어 주민들의 생활권은 서귀포시다. 교통은 서귀포 시내버스, 제주시와 서귀포시 내간의 동회선, 남조로 등 중산간 버스를 이용한다. 하례2리는 총면적 2,281ha로 성관악오름에서 수악봉을 따라 내려와 서남쪽의 평야에 주민 생활권이 형성되어 있다. 북쪽은 한라산 줄기 두서악에서 서쪽은 영천오름, 남쪽은 칠오름, 두악의 기슭을 흐르는 효돈천 상류에서 서귀포 시내와 남원읍의

22) Visit Jeju https://www.visitjeju.net/kr/detail/view?contentsid=CONT_000000000500156

경계를 이루고 있는 중산간마을이다.

서쪽으로 흐르는 효례천은 건천이나 한라산 백록담 남쪽 높은 고지대에서 깊은 계곡을 이루어 걸서악을 거쳐 동남쪽으로 흘러 남쪽바다 우금포에 이른다. 남쪽 바다에는 미역, 소라, 전복 등을 따는 일종어장인 망장포와 우금포가 포구를 이루고 고도 57.5m의 예촌망을 중심으로 해안선의 절경의 명승지이다. 또한, 넓은 들 예촌가름의 농지는 산남에서 손꼽히는 기름진 땅으로 온통 감귤원이고 마을은 해발 200m이하에서 이루어지고 400m까지는 대체로 목장지대와 조림지인 임목지대이다.

마을 서쪽으로 흐르는 효례천은 천연자연보호 구역으로 한라산 영봉 바로 밑 높은 고지에서 깊은 계곡을 이루고 수많은 작은 골짜기를 합쳐 동남쪽으로 흘러 하례 서쪽 경계를 이룬다. 물이 내려오는 중턱에 ‘돈네코’와 ‘모리기도’가 용천수를 이루어 여름 피서객을 모으고 남쪽으로 흘러 마을에 이르면 ‘웃소’, ‘뚝기소’, ‘개소’, ‘남내소’, ‘긴소’, ‘쇠소깍’을 이루고 바다에 이른다. 효례천은 우리나라 두 번째로 2002년 12월에 유네스코 생물권 보전지역으로 지정되었다. 효도천과 하례리 마을의 관광프로그램으로는 효도천 트레킹, 고사리 숲길 탐방, 하례감귤점빵 등이 있다.²³⁾

(3) 저지리 곳자왓과 저지오름

곳자왓은 제주도의 화산 활동 이후 만들어진 용암대지에 형성된 수림지대로, 점성이 작은 현무암질 용암이 분출하여 굳어질 때 표면이 거칠고 요철이 많은 특징을 지닌 아아 용암류와 함께 제주도 북동부와 서부 해안가에서 흔히 관찰되는 파호아이 용암류도 존재한다. 파호아이 용암류는 온도가 높고 점성이 낮아 넓게 퍼져나간 특징을 보인다.(신방식, 2018)²⁴⁾

토양형성은 빈약하지만 용암제방, 용암돛, 압력돛, 용암협곡, 용암 동굴 등의 특이 지질구조가 발달하고 크고, 작은 함몰 지형을 형성하는 지형 지질적인

23) 하례리 생태마을 <http://ecori.kr/bbs/page.php?hid=h-intro>

24) 신방식(2018). 『제주도 곳자왓 숲의 산림치유효과에 대한 연구』, 동방문화대학원대학교 박사 학위논문, p. 11.

특징이 있다. 꽃자왈의 내부에는 크고 작은 암괴들이 매우 두껍게 쌓여 있어 투수성이 매우 높아 지하수 함양원 역할을 할 뿐만 아니라, 특유의 흐름 및 지형·지질특성을 가지고 있어 독특하고 다양한 동·식물의 서식공간이 되고 있다.(김대신, 2015)²⁵⁾

환상숲꽃자왈공원은 제주의 천연원시림인 꽃자왈을 배경으로 스토리라인을 구성, 해설사가 방문객과 동행하며 이야기를 들려주고 체험하는 방식으로 운영되는 숲이다. 방문객들이 자연 자체를 관람하는 것에 그치지 않고 이야기 자체를 스스로 느끼는 가운데 꽃자왈의 가치를 전달하며, 자연자원의 부가가치도 높이는 장소로 거듭남으로써 이야기 산업의 미래지향적인 발전 방안을 보여주고 있다.(이지영, 2016)²⁶⁾ 꽃자왈 지대에 포함된 공원에는 제주꽃자왈도립공원, 난읍난대림지대(금산공원), 제주돌문화공원, 동백동산, 제주교래자연휴양림, 비자림이 있다.

오름은 제주 여행의 필수 코스 중 하나로 자리 잡았다. 그중 제주올레 13코스의 중점에 위치한 저지오름은 많은 사람이 찾는 만큼 아름다운 풍경을 자랑하는 오름 중 한 곳이며, 2005년에는 생명의 숲으로 지정되었고, 2007년 제 8회 아름다운 숲 전국대회에서 대상(생명상)을 받았다. 저지오름은 그전까지는 '닥물오름'이라 불렸으며, 저지의 옛 이름이 '닥모루'(닥물)였다고 한다. 정상까지 소요시간은 45분여가 소요되며, 정상 전망대까지 1.9km이다. 입구에서는 제주의 향이 물씬 나는 감귤나무가 사람들을 반긴다. 저지오름 둘레길을 따라 전망대로 향하는 길 곳곳에 보이는 아름다운 자연 풍경은 마음을 편안하게 한다. 둘레길은 1.5km로 완만한 숲길로 이어져 있으며, 둘레길이 끝나는 지점에 정상으로 가는 계단이 있다. 계단을 오르고 길을 지나는 길에는 보리수나무, 찔레나무, 닥나무 등이 뺨뺨이 우거져 있는 것을 볼 수 있다. 전망대에 도착하면 한라산, 산방산, 송악산, 이시돌오름, 금악오름, 당산봉 등 주변 오름 들을 한 눈에 볼 수 있으며, 서쪽으로는 비양도, 가파도까지 볼 수 있다²⁷⁾.

25) 김대신(2015). 꽃자왈의 식물상, 『한국환경농학회 학술발표논문집』, pp.185-218.

26) 이지영(2016). 『아동용 꽃자왈 환상숲 스토리개발』, 제주대학교 대학원 석사학위논문, p.11.

27) Visit Jeju https://www.visitjeju.net/kr/detail/view?contentsid=CNTS_00000000020959

3) 휴애리 생태관광지

(1) 휴애리 생태관광지의 특성

생태관광지는 자연환경에 기반을 두고 잘 보존된 지역을 관광객이 방문하여 자연에서 체험, 학습과 지역에 대한 이해 및 공헌을 목적을 둔 관광이다.²⁸⁾ 이러한 관점에서 휴애리는 생태관광지라 할 수 있다. 휴애리 생태관광지는 제주특별자치도 서귀포시 남원읍 신례리 2081번지에 위치하고 있다. 한라산 자락에 위치해 입지적 장점으로 한라산 인근의 자연요소를 공원 안으로 끌어들여 자연체험을 극대화 시킬 수 있다는 장점이 있다. 휴애리는 매화동산, 꽃동산, 용연못과 용천폭포, 와룡바위, 솔쉽터, 대나무산책로, 자리오름, 거석공원 등 경관 및 산책공간을 비롯해 돌담쌓기, 흑돼지와 토끼, 다람쥐 먹이주기 등 다양한 자연학습체험장들이 구성되어 있으며, 옹기, 돛통(제주 전통 화장실), 연자방아 등 옛 제주의 모습을 옮겨놓은 듯한 전통 공간과 사진과 예술품들을 전시하는 갤러리 예촌도 볼거리. 뿐만 아니라 계절별로는 매화축제, 매실따기, 감꿀따기, 군고구마 만들기 등 다양한 이벤트와 체험농장도 운영된다. 공원 전체는 화산송이(알갱이)로 깔아 맨발로 산책할 수 있도록 했는데, 화산송이 맨발체험은 가장 인기가 높은 휴애리만의 문화요소다. 관계자에 따르면 화산송이를 맨발로 거닐다 보면 피로회복 및 인체 노폐물 정화, 피부미용에도 효능이 있다. 또한 제주도의 경우 소나무 자생지가 거의 없기 때문에 휴양림에서도 만나기 어려운 소나무를 휴애리에서는 곳곳에서 볼 수 있을뿐더러 심지어 소나무 산책로인 빌레길과 솔(소나무)쉽터가 따로 마련되어 있는데, 이 공간들은 화산송이 산책로와 더불어 휴애리만의 특별한 공간이자 또 다른 인기공간으로 꼽히고 있다.(백정희, 2008)

(2) 휴애리 생태관광지의 차별점

휴애리 생태관광지는 6차 산업의 성공적인 사례로 제시되고 있다. 휴애리 생태

28) 이리우(2014). 『생태관광에 있어서 동기가 관광지 이미지와 만족에 미치는 영향』, 경북대학교 대학원 석사학위논문, p.7.


관광지는 지역주민들과 연계하여 지속적인 온라인, 오프라인 홍보를 강화하면서 꾸준한 방문객 증가를 통해 지역 내에 역량 있는 관리인, 지역주민, 좀 더 나아가 귀농/귀촌한 주민들을 고용하면서 일자리 창출까지 기여하고 있다. 또한, 공원 방문객의 증가를 통해 매실, 감귤, 농산물의 직거래가 활발하게 이루어지고 있으며 가족 단위 소비자의 제주의 자연과 먹거리 안에서 쉽고 즐거움을 느낄 수 있도록 볼거리와 먹거리를 제공하는 역할을 하고 있다.

휴애리 생태관광지에서 1차로 생산되는 농산물은 매실, 감귤과 함께 흑돼지, 말, 소 등과 같은 동물과 곤충들을 사육하고 있다. 이러한 1차 생산물 중에 매실은 매실 엑기스로 가공하여 상품으로 출시되고 있다. 1차와 2차 산업을 통해 생산되는 상품은 휴애리 생태관광지 맞은편의 직판장 및 공원 내 판매장에서 직거래로 판매되고 있다. 그리고 관람 및 체험, 교감하는 3차 서비스로 제공되어 융·복합화를 이루고 있다.

1차 산업을 통해 생산된 매실과 감귤은 2차 가공시설을 통해 매실엑기스를 생산하고 있다. 또한, 3차 산업으로 매실과 감귤 생산을 활용한 매실, 감귤, 매실엑기스의 직거래 판매, 매실차, 감귤 발효주 ‘혼디주’, 감귤 초콜릿, 감귤파이, 감귤과즐, 감귤 아이스크림 등을 판매하고 있다. 공연 및 관람으로는 흑돼지야 놀자, 체험 활동으로 매실 및 감귤 수확, 승마, 가축 먹이주기, 곤충관찰, 화산송이 맨발걷기, 야생화 관찰 등이 있다.

<표 II-1> 휴애리 생태관광지의 산업

산업	내용		자원 활용
1차 산업		감귤농사	휴애리에서 생산되는 농산물
		매실농사	
2차 산업		매실가공시설	지역, 귀농/귀촌 인재 고용
3차 산업		감귤따기	1차 산업의 농산물 활용
		감귤판매	
		감귤 직판매(택배)	
		관광(매화축제, 수국축제, 핑크물리축제, 동백축제 및 상설 프로그램)	자연 활용
		매실액기스, 매실차	1차 산업의 농산물 활용

	<p>감귤 발효주 혼디주, 감귤초콜릿, 감귤파이, 감귤과즐, 감귤 아이스크림</p>	
---	--	--

이러한 6차 산업의 활성화는 지역주민에게 일자리를 꾸준히 제공하게 되었으며, 꾸준히 증가하는 방문객으로 인하여 인근 주변 식당, 숙박, 카페, 편의점의 매출 증가를 야기하여 인근 지역의 경제적 활성화라는 파급효과를 가져왔다. 온라인과 오프라인 홍보로 휴애리 생태관광지의 감귤체험 인원이 증가하면서 신례리 주변에 감귤 따리 체험에 참여하는 감귤 농가의 수가 증가하였으며, 관련하여 영농조합, 농협, 새마을금고, 신례 택배업체 등의 경제 활성화를 가져왔다. 즉, 휴애리 생태관광지와 신례리 지역, 지역주민이 함께 상생하는 구조를 지니고 있다.

관광객이 경험할 수 있는 요인으로는 계절 축제가 있다. 계절에 따라서 매화축제(2월 중순~3월), 수국축제(4월~5월, 6월~7월), 핑크물리 축제(9월 중순~10월), 동백축제(11월 중순~1월)를 운영하고 있다. 또한, 상시 체험할 수 있는 것으로는 흑돼지야 놀자, 화산송이 맨발체험, 동물 먹이주기, 전통놀이 체험 등이 있다.

<그림 II-1> 휴애리의 관광객 경험활동



매 화축제



수국축제



핑크물리축제



동백축제



흑돼지야 놀자



전통놀이



동물 먹이주기



감귤체험



청귤체험



화산송이 맨발체험



수국온실

한라산전망대

2. 관광경험

1) 관광경험의 개념

경험은 주관적이며, 보이지 않고, 순간적이며, 지속적으로 진행되는, 지극히 개인적인 현상이다.(O'Dell, 2007)²⁹⁾ 경험은 두 가지 의미로 해석할 수 있다. 첫째는 매 순간을 살아가는 삶 속의 경험이다. 둘째는 과거 사건을 회상하고 평가하는 경험이다.(Highmore, 2002)³⁰⁾ 후자의 관점은 관광경험 연구의 주요 연구 주제이다.(Cutler & Carmichael, 2010)³¹⁾ 관광경험에 관한 정의는 학자들 간 합의가 이루어지지 않고 있다. 학자마다 조금씩 다른 정의를 내리고 있

29) O'Dell, T.(2007). Tourist experiences and academic junctures, *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 7(1), p.38.

30) Highmore, B.(2002). *Everyday life and cultural theory*, London: Routledge, p.67.

31) Cutler, S. Q., & Carmichael, B. A. (2010). The dimensions of the tourist experience. In *The tourism and leisure experience*, Channel View Publications, pp.3-26.

다. 지금까지 관광경험에 관한 정의를 정리하면 크게 두 가지로 압축할 수 있다. 첫째는 관광경험의 주체인 관광객의 심리적 차원에서의 접근하는 것이고, 둘째는 관광경험의 과정, 영향 요인과의 관계 등 현상적인 차원에서의 접근하는 것이다.

Otto와 Ritchie(1996)³²⁾는 관광객 중심의 심리적 차원에서 관광경험의 개념을 관광객이 느끼는 주관적인 마음의 상태라고 보았다. Pine과 Gilmore(1998)³³⁾는 관광활동이 진행되는 과정에서 관광객 개개인이 감정적, 육체적, 정신적, 지적으로 느끼는 경험을 관광경험이라고 정의하고 있다.(Tung & Ritchie, 2011)³⁴⁾

고동우(1998)³⁵⁾는 관광경험은 개인이 관광활동 중에 얻는 지식이나 정보 및 감정을 의미하며, 관광을 하는 동안 물리적, 추상적 사물이나 현상을 접하게 될 때 나타나는 심리적 반응으로 참여자가 지각하는 인지적 판단과 정서적 느낌 및 행동이라고 한다. Li(2000)³⁶⁾는 기존의 관광경험에 관한 여러 정의를 정리하면서 관광경험을 일상생활 속에서 벗어나 고유성과 다양성을 갖춘 여가활동을 찾는 행동으로 보았다. 그는 이런 분석과정을 통해 관광경험은 개개인에게 매우 중요한 경험이라는 공통점을 찾아내었다.

Jennings(2006)³⁷⁾는 관광경험은 지극히 개인적이며, 이는 경험이 일어날 수 있는 특별한 환경에서 개인이 관여할 때 생성되는 것으로 보았다. Selstad(2007)³⁸⁾는 관광경험은 신기성과 친숙함의 결합이라고 한다. 그는 경험을 개개인의 정체성과 자기 형성을 추구하는 개인적 욕구와 밀접하게 연결되어 있는 것으로 보았다.

32) Otto, J. E., & Ritchie, J. R. B.(1996). The service experience in tourism, *Tourism Management*, 17(3), p.166.

33) Pine, B. J., & Gilmore, J. H.(1998). Welcome to the experience economy. *Harvard Business Review*, pp.97-107.

34) Tung, V. W. S., & Ritchie, J. R. B.(2011). Exploring the essence of memorable tourism experience, *Annals of Tourism Research*, 38(4), p.1386.

35) 고동우(1998). 『관광의 심리적 체험과 만족감의 관계』, 고려대학교 대학원 박사학위논문, p.7.

36) Li, Y.(2000). Geographical consciousness and tourism experience, *Annals of Tourism Research*, 27(4), pp.863-883.

37) Jennings, G., & Nickerson, N. (Eds.). (2006). *Quality tourism experiences*, Routledge, MA: Elsevier Butterworth-Heinemann.

38) Selstad, L.(2007). The social anthropology of the tourist experience: Exploring the middle role. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 7(1), p.20.

두 번째 관점인 관광경험의 현상적 차원에서 볼 때, Clawson과 Knetsch(1996)³⁹⁾는 관광경험을 관광 전, 중, 후로 나눈 관광경험 5단계를 제시했다. 관광의 준비단계에서부터 관광행위가 이루어진 현장의 경험 그리고 경험 이후 회상의 단계를 포괄하는 개념이다. 하광수, 한범수(2001)⁴⁰⁾는 관광경험을 관광지 선택단계, 관광지 현지체험단계, 관광체험 후 평가단계로 순환된다고 하였다.

Stamboulis와 Skayannis(2003)⁴¹⁾는 관광경험을 관광지 현장에서 경험하는 것으로 국한하고 있다. 관광경험은 관광객과 관광목적지 사이의 상호작용이며, 목적지는 경험의 장(場)이고, 관광객은 경험의 주체라고 정의하였다. 또한 Noy(2007)⁴²⁾는 관광행동은 경험과 기억 그리고 장소에 연관된 감정으로 구성된 복합체라고 보았다. Larsen(2007)⁴³⁾은 장기적인 기억으로 남을 수 있을 정도로 인상적인 개인 여행과 사건을 관광경험이라고 정의하고 있다.

2) 관광경험의 구성요소

Cohen(1979)⁴⁴⁾은 관광객의 경험을 여가형 관광(the recreational mode), 기분 전환 관광(the diversionary mode), 체험형 관광(the experiential mode), 실험형 관광(the experimental mode) 그리고 실존형 관광(the existential mode)의 다섯 가지 관광경험으로 분류하였다.(Cohen, 1996)⁴⁵⁾

첫째, ‘여가형 관광’은 신체적, 정신적 재충전을 위해 웰빙을 추구하는 것으로, 영성적 감동과 자기성찰을 목적으로 하는 관광과 거리가 먼 경험이다. 둘째, ‘기분 전환 관광’은 일상을 잠시 잊어버리고 반복적 일상의 무의미와 지루

39) Clawson, M., & Knetsch, J. L.(1996). Economics of outdoor recreation. Baltimore, MD: Johns Hopkins.

40) 하광수, 한범수(2001). 주체공원 방문객의 만족과 방문 후 행동의도의 결정요인: 에버랜드 대상으로, 『관광학연구』, 25(34), pp.329-347.

41) Stamboulis, Y., & Skayannis, P.(2003). Innovation strategies and technology for experience-based tourism, *Tourism Management*, 24(1), pp.35-43.

42) Noy, C.(2007). The poetics of tourist experience: An autotypography of a family trip to eilat, *Journal of Tourism and Cultural Change*, 5(3), pp.141-157.

43) Larsen, S.(2007). Aspect of a psychology of the tourist experience, *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 7(1), p.15.

44) Cohen, E.(1979). A phenomenology of tourist experiences, *Sociology*, 13(2), p.180.

45) Cohen, E. (1996). A phenomenology of tourist experiences, *The sociology of tourism: Theoretical and empirical investigations*, 90-111. pp.93-94.

함으로부터 탈피하고자 하는 경험이다. 셋째, ‘체험형 관광’은 현대사회의 일상성에 만연된 소외감, 무의미감과 덧없음을 인식하고, 인생의 새로운 의미를 찾기 위해 노력하는 부류의 관광객들이 추구하는 경험이다. 넷째, ‘실험형 관광’은 ‘체험형 관광’보다는 장기적으로 체류하면서 다른 문화권의 진정성 있는 생활양식에 동화하려고 노력하는 형태의 경험이다. 마지막으로 ‘실존형 관광’은 정신적인 실존을 강조하는 것으로 유목민, 소수민족의 삶을 이해하고 동화할 수 있는 관광으로 이러한 삶의 의미를 깨닫고 자연 친화적인 삶의 자체를 추구하는 경험이다.(변찬복, 2012)⁴⁶⁾

Pierce(1980)는 관광경험유형을 친밀감, 휴식, 성취감, 권력감, 시간보내기, 교육 등 6가지 요소로 구성하였다.⁴⁷⁾ Iso-Ahola(1983)는 관광객의 경험내용을 휴식경험, 지식획득, 일상탈출, 여정, 교류, 부대시설 이용 등 6개 요인으로 도출하였다. Gitelson & Crompton(1984)은 관광객의 경험을 위험회피, 사회적 유대, 정서적 애착, 아쉬움, 과시적 차원 등 5가지 차원의 요소로 분류하였다.⁴⁸⁾ Bello & Etzel(1985)은 경험관광객의 경험유형을 신축성, 교육성, 휴식체험, 지식획득 등 4가지로 제시하였다.⁴⁹⁾

Lounsbury와 Polick(1992)은 관광경험의 내용만을 보다 체계적으로 다루면서 현지 체험을 개인이 사전에 지니고 있던 욕구의 충족이라고 가정하고 관광이 여가의 일부라는 점을 감안하여 기존의 여가 욕구척도를 변형한 지적 욕구충족, 사회적 욕구충족, 유능성-달성 욕구충족, 자극회피 욕구충족 등을 관광현지체험으로 사용하였다.⁵⁰⁾ Hu와 Ritchie(1993)는 관광지 개별 속성들에 대한 매력의 정도는 경험맥락인 위락경험과 교육경험에 따라 달라진다는 사실을 확인하였다.⁵¹⁾ 또한, Masberg & Silverman(1996)은 관광객의 경험내용을 지식획득, 개인적 학습, 사회편익, 심미적 경험 등 4가지 요인으로 파악하

46) 변찬복(2012). 관광객 경험의 진정성과 일상성에 관한 연구, 『인문학 논총』, 29(6), pp.147-151.
 47) Pierce, E.(1980). Tourism's human conflicts: Toward more psychological approach, *Annals of Tourism Research*, 7(1), pp.122-136.
 48) Gitelson, R. J. & J. L. Crompton(1984). Insight into the Repeat Vacation Phenomenon, *Annals of Tourism Research*, 11(2), pp.199-217.
 49) Bello, D. C. & Etzel, M. J.(1985). The Role of Novelty in the Pleasure Travel Experience, *Journal of Travel Research*, 24(1), pp.20-26.
 50) Lounsbury, J. W. & Polick, J. R.(1992). Leisure needs Vacation Satisfaction, *Leisure Science*, 14(2), pp.105-119.
 51) Hu, Y. & Ritchie, J. R.(1993). Measuring destination attractiveness: A contextual approach, *Journal of Travel Research*, 32, pp.83-102.

였다.⁵²⁾

관광경험의 영역에 대한 국내연구를 살펴보면, 박옥희(2000)는 관광지 편의성, 관광지 수준, 문화 안내성, 접촉성, 역사성, 자연성 등 6가지 요인으로 분류하였다.⁵³⁾ 손일화(2000)는 국적별 문화경험관광 속성을 건축미각, 문화적 자부심, 유명유적지, 문화적 매력물, 전통음식, 지역정보, 이국적 느낌 등 7가지 요인으로 추출하여 관광객의 만족에 미치는 영향을 분석한 결과, 건축미각, 문화적 매력물, 이국적 느낌 등 3가지 경험속성이 만족도에 영향을 미친다고 하였다.⁵⁴⁾ 김진수(2002)는 체험관광의 유형을 지식습득, 개인적 학습, 사회교제의 혜택, 심미적 체험 등으로 구성하였다.⁵⁵⁾ 김기완·김남조(2007)는 체험관광 측정변수로 위락, 다양성, 사회적 유대, 교육성, 휴식체험, 일상탈출, 교류, 지적욕구, 자유감, 심리적 반응, 자연경관 등과 관련된 25개 측정변수에 대한 요인분석을 통하여 감각자극성, 유대관계성, 지식교육성, 일상탈출성 등 4개의 요인으로 체험구성요소를 추출하였다.⁵⁶⁾ 노해득(2018)은 관광경험을 사회적교류, 자기향상감, 자연교류, 자기결정감으로 구성하였다. 사회적교류는 관광을 통해서 인간관계가 향상되고 돈독해지는 것을 목표로 하고 이를 위하여 타인들과의 감정적 교류를 가지고 새로운 관계를 형성하는데 주저함이 없음을 의미하며, 자기향상감은 관광을 통해서 자신의 발전과 능력 향상을 취하고자 하며 삶에 대한 자신감을 얻고 타인의 인정을 중요시하는 것을 의미한다. 자연교류는 관광을 하는 대상으로 자연을 주로 대하게 되고 이러한 자연과 교감을 나누고 일치를 이루며 보람을 느끼는 것이며, 자기결정감은 관광에 대한 태도로서 자신의 관광계획에 따라 주도적으로 참여하고 자신의 특성에 맞춰서 관광을 하는 것을 의미한다.⁵⁷⁾ 본 연구에서는 관광경험을 사회적교류, 자기향상감, 자연교류, 자기결정감으로 살펴보고자 한다.

52) Masberg, B. A. & Silverman, L. H. (1996). Visitor Experiences at Heritage Sites: A Phenomonological approach, *Journal of Travel Research*, 34(2), pp.20-25.

53) 박옥희(2000). 『관광체험이 관광자 태도에 미치는 영향에 관한 연구』, 동아대학교 대학원 석사학위논문.

54) 손일화(2000). 『국적별 문화관광 체험과 관광지 속성이 만족과 선택에 미치는 영향에 관한 연구』, 동아대학교 대학원 박사학위논문.

55) 김진수(2002). 『문화적 고유성이 관광체험에 미치는 영향』, 한양대학교 대학원 박사학위논문.

56) 김기완, 김남조(2007). 체험관광 구성요인 분석: 서천군 금강하구둑의 탐조관광객 중심으로, 『관광연구』, 22(2), pp.153-172.

57) 노해득(2018). 『관광경험이 베이비부머의 삶의 만족도에 미치는 영향- 라이프스타일의 매개효과를 중심으로』, 중부대학교 대학원 박사학위논문, p.50.

3) 관광경험의 선행연구

관광 활동을 통해서 관광객이 얻게 되는 경험이 무엇인지에 대해 연구한 국내·외 선행 연구들을 고찰해 보면 관광경험을 크게 사회·심리학적 관점과 경영학적 관점에서 연구한 것으로 나누어 볼 수 있다. 사회·심리학적 관점에서의 연구 동향을 살펴보면, 관광경험은 우리가 살아가고 있는 일상생활에서 얻을 수 있는 경험과는 다른 어떠한 특별한 경험으로서 관광을 통해 관광객들은 일상을 탈피하여 자유로움을 느끼거나 신기하고 독특한 체험과 경험을 할 수 있다(윤혜진, 2010⁵⁸⁾; Quan & Wang, 2004⁵⁹⁾)는 것이다.

주로 마케팅이나 경영학 분야의 영향을 받아 관광객을 일반 소비자라고 보고 이들의 소비경험을 중심으로 연구하는 경영학적 관점의 연구는 관광은 서비스를 제공하는 산업으로써 관광객의 경험도 서비스에 대한 경험이라고 본다. 양수정(2006)⁶⁰⁾은 현대사회에서 경험 상품의 소비자이자 생산자로서 경험은 개인차원의 심리적 수준으로서만이 아닌 집합적 행위로서 개인 행위들의 유사성 또는 동일성을 통하여 관계적 계기를 함축한다고 하였고, 정태석(2002)⁶¹⁾은 개념을 전제로, 개인의 동기, 욕구로부터 사회 현상들을 설명하려는 시각들은 거부되어야 하고 역으로 다수준적인 사회 과정 속에서 형성되는 것으로 규정되어야 한다는 것을 설명하기 위하여 개인들의 관광경험이 사회적 관계로서, 개념적으로 발달해온 특성을 연구하였다.

사회과학적 접근을 통해 관광경험을 설명하는 가장 전통적인 방식 중 하나는 1970년대 말 이스라엘 사회학자 Cohen의 관광객 경험형태(Cohen's tourism experience model)이다. Cohen(1996)⁶²⁾은 관광객의 경험을 크게 5가지로 유형화하고, 이를 하나의 연속 선상에서 설명하였는데 가장 즐거움을 추구하는 레크리에이션 모드에서부터 기분전환 모드, 경험적 모드, 실험적 모드

58) 윤혜진(2010). 『관광경험의 상징적 상호작용 현상 연구: 해석학적 현상학 방법론을 중심으로』, 경희대학교 대학원 박사학위논문, pp.26-27.

59) Quan, S., & Wang, N.(2004). Towards a Structural Model of the Tourist Experience: An Illustration from Food Experiences in Tourism, *Tourism Management*, 25(3), pp.297-305.

60) 양수정(2006). 『관광현장의 공유경험과 의미체계』, 경기대학교 대학원 박사학위논문.

61) 정태석(2002). 『사회이론의 구성』, 서울: 한울아카데미.

62) Cohen, E. (1996). A phenomenology of tourist experiences, *The sociology of tourism: Theoretical and empirical investigations*, pp.90-111.

그리고 가장 의미 있는 경험을 추구하는 실체론적 모드를 제시하였다. 레크리에이션 모드는 일상의 스트레스를 풀고 더 나은 생산성을 유지하기 위하여 휴식을 추구하는 경험을 의미하고, 기분전환 모드는 일상에서 벗어나 즐거움을 추구하긴 하지만 휴식의 의미보다는 일상에서 탈피한다는 점을 더 강조한다. 경험적 모드는 관광객들이 관광지에서 다른 사람들의 삶에서 고유성을 찾으려고 노력함으로써 얻어지는 경험의 형태로 타인의 삶을 관찰하여 얻어지는 경험과 같은 것을 말한다. 실험적 형태는 경험적 형태와는 달리 다른 사람들의 삶을 실천해 봄으로써 얻어지는 경험을 말한다. 그리고 마지막 실체론적 형태는 종교적인 의미와 목적을 추구하기 위하여 성지순례 등을 통하여 의미를 얻는 경험을 말한다.

일반적으로 학계 관심이 관광객의 개인적 경험에 대한 관광객 자신의 평가(Uriely, 2004⁶³)라는 실존적 차원에서, 특히 산업사회에서 참여자가 일상생활에 대한 경험을 부여하는 관광동기화와 의미에 분석 초점을 둔다고 이해하고, 심리적 상태로서 욕구에 근거한 동기와 체험의 결과인 만족, 재방문 의도 관계를 통해 관광경험의 내용을 밝히는데서 나아가 일상생활의 경험으로서 관광경험이 사회 변화와 속성을 내재하는 측면이 반영된다고 설명하고, 문화적 현상으로서 후기 근대 또는 포스트모던의 사회적 조류에서 관광경험에 대한 개념적 발달에 관해 탈 차별화, 다원화, 주관성, 상대적 해석으로 논의하였다.

그리고 Cohen(1996)⁶⁴은 기존 사회학자들이 대표적인 사회현상인 관광에 주의하지 않고 있음을 비판하면서 현상학적으로 볼 때, 관광객의 행동유형은 위락추구, 다양성 추구, 소외탈피, 방랑형(실험형, 순례자형)의 5가지로 나눌 수 있다고 주장하여 관광객을 유형화하였다. 그의 연구는 각기 다른 욕구와 동기들을 가지고 있는 관광객에게 보다 적절한 관광경험을 제공하기 위한 시사점을 제공하고 있다. 또한 McKercher, Wong & Lau(2006)⁶⁵는 방랑형, 소비형, 사전 계획형, 탐험형, 비지지형, 두려움형 등으로 관광객을 유형화하였다.

63) Uriely, N.(2004). The Tourist Experience. *Annals of Tourism Research*, 32(1), pp.199-216.

64) Cohen, E. (1996). A phenomenology of tourist experiences, *The sociology of tourism: Theoretical and empirical investigations*, pp.90-111.

65) McKercher, B., Wong, C., & Lau, G.(2006). How tourists consume a destination, *Journal of Business Research*, 59, pp.647-652.

한편, 관광객 경험을 분류하는데서 시작되는 관광경험의 연구와는 달리 관광객 경험 현상 그 자체에 관심을 가지고 있는 연구들이 있는데 그 대표적인 것은 Csikszentmihalyi(1990)⁶⁶⁾의 관광경험에서의 몰입현상과 MacCannell의 진정성과 무대화된 진정성에 대한 논의, 신기성 등에 대한 것이다. 진정성이란 전통적이고, 원형 그대로인 것을 이야기하는데 현대사회로 갈수록 점점 전통적인 것들이 사라지고 희소해져 가기 때문에 사람들은 전통적인 것들, 원형 그대로 남아있는 것들을 보길 원하는 경향이 강해진다. 예컨대, 우리가 박물관에 전시되어 있는 유물이나 유적의 원형들을 보기 위하여 관광을 하는 것, 아직 개발되지 않은 원시 부족이 사는 관광지에 가서 그들의 전통적인 삶의 원형들을 보는 것 등이 그러한 예이다. 무대화된 진정성이란 원형 그대로의 것은 아니지만 이를 복원 및 재현하여 관광객들에게 진정성 있는 경험들을 보여주기 위해 상품화한 것으로 민속촌이나 관광객들에게 보여주기 위하여 각색된 전통 공연, 지역 축제 등이 그 예(윤혜진, 2010⁶⁷⁾)가 될 수 있다.

관광경험은 욕구충족의 맥락으로 보아야 한다는 입장을 견지한 Bello & Etzel(1985)⁶⁸⁾는 관광객이 크게 신기성 추구자 대 친숙성 추구자의 두 유형으로 나누어진다고 가정하면서 어떤 유형이냐에 따라 관광지에서의 심리적 경험이 달라질 수 있음을 검증하였다. 이를 위하여 여행과정이 신기성 경험, 교육문화적 경험, 휴식경험 등을 측정하는 문항을 기존연구에 근거하여 구성하였다.

관광만족의 하위요인으로서 경험을 고려하면서 이 경험이 관광행동 전에 참여자가 가지는 동기의 내용과는 다를 것(Ross & Iso-Ahola, 1991⁶⁹⁾)이라고 주장이 있는데, 이런 이유는 관광이라는 활동을 하는 동안에 관광객에게는 사전에 준비 안 된 동기 또한 발현될 수 있으며, 이를 충족하는 역동적인 과정이 개입될 수 있기 때문이다. 이 연구결과에 근거하여 연구자들은 관광동기와 만족요인의 차원 중 공통적인 것은 지식추구/획득, 사회교류, 일상탈출(회피)

66) Csikszentmihalyi, M.(1990). *The psychology of optimal experience*, New York: Happer & Row, Publishers.

67) 윤혜진(2010). 『관광경험의 상징적 상호작용 현상 연구: 해석학적 현상학 방법론을 중심으로』, 경희대학교 대학원 박사학위논문.

68) Bello, D. C., & Etzel, M. J.(1986). The role of novelty in the pleasure travel experience, *Journal of Travel Research*, 24(1), pp.20-26.

69) Ross, G. F., & Iso-Ahola, S. E.(1991). Sightseeing tourists motivation & satisfaction, *Annals of Tourism Research*, 18, pp.226-237.

차원뿐이며, 따라서 동기와 경험은 구성요인 자체가 다르다고 주장했다.

Lounsbury & Polick(1992)⁷⁰⁾은 관광경험의 내용만을 더욱 체계적으로 다루었는데 이들은 현지 경험을 개인이 사전에 지니고 있던 ‘욕구’의 충족이라고 가정하고, 관광은 여가의 일부라는 점을 감안하여 기존 여가 욕구 척도를 변형한 경험척도를 구성하기도 하였다.

관광경험을 구성하고 있는 심리적 요인에 대한 연구는 주로 여가경험의 연구에서 이루어지고 있다. Deci & Ryan(1985)⁷¹⁾은 여가경험이 전형적인 내재적 동기 기제를 따르고 있으며, 내재적 보상으로 작용하는 체험은 3가지의 기본욕구를 충족시키는 정도를 반영한다고 하였다. 여기에는 자기결정감, 자기표현감, 사회적교류 등이 포함되는데 자기결정감에는 지각된 자유감은 물론 스스로 상황을 주도할 수 있는 역량을 지각하는 것까지 포괄한다. 자기표현감은 자신이 가장하고 싶은 부분을 할 수 있게 하고 큰 불안 없이 자신을 옹호하여 다른 사람의 권리를 침해하지 않는 범위에서 자신의 권리를 내세우는 행동이다. 그리고 사회적교류는 의미 그대로 사회적 관계를 맺거나 확인할 때의 즐거움을 의미하며, 마지막으로 자연적 교류는 여가경험을 할 수 있는 공간에 대한 것으로서 여기에는 자연동화와 자연정복을 내포(Deci & Ryan, 1985⁷²⁾)한다고 하였다.

성연신, 고동우, 정준호(1996)⁷³⁾는 질적 연구방법을 활용하여 관광경험의 심리적 측면을 여가활동의 맥락에 따라 자기결정감, 자기유능감, 자기표현감, 사회적교류감, 자연교류감 등의 5가지 범주로 나누었고, 김채옥(2007)⁷⁴⁾은 관광경험을 자유, 관여, 환기, 숙달, 자발성의 5가지 차원으로 나눠서 관광동기, 관광경험, 삶의 질에 관해서 논의를 하였다.

여가경험을 개인의 심리적 차원을 강조하여 자기결정감, 자기향상감, 자연교

70) Lounsbury, J. W., & Polik, J. R.(1992). Leisure needs and vacation satisfaction, *Leisure Science*, 14. pp.105-120.

71) Deci, E. L., & Ryan, R. M.(1985). *Intrinsic motivation and self-determination in human behavior*, NY: Plenum Press.

72) Deci, E. L., & Ryan, R. M.(1985). *Intrinsic motivation and self-determination in human behavior*, NY: Plenum Press.

73) 성연신, 고동우, 정준호(1996). 여가의 심리적 의미, 『한국심리학회지: 산업 및 조직』, 9(2), pp.17-40.

74) 김채옥(2007). 『관광경험이 삶의 질에 미치는 영향』, 강원대학교 대학원 박사학위논문.

류, 사회교류를 구성요소로 제시(김창섭, 2009⁷⁵)한 연구에서 여가경험을 효능감 지각, 자아확인, 일상탈피, 사회적 관계의 4가지 요인으로 나누고, 야영활동 참가자의 여가경험 구성요인이 여가만족, 생활만족 및 재참여의도에 어떠한 영향을 미치는지, 참여유형에 따라 변수들 간의 차이가 나타나는지 규명하기 위한 연구를 수행하였다. 그 결과 여가경험 구성요소 중 일상탈출과 사회적 관계는 여가만족에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났는데 여가만족을 느낀 사람들에게는 여가가 심각한 것이 아니며, 보다 중요한 다른 일상을 원활하게 돌아갈 수 있도록 도와주는 윤희제의 기능을 한다는 것이다.

3. 관광만족도

1) 관광만족의 개념

만족이란 특정 상품서비스에 대한 기대치와 자신이 인지하는 결과나 연출을 비교하여 개인의 즐거움 혹은 실망감을 느끼는 정도를 일컫는다. 만약 결과물이 기대치에 미치지 못하면, 고객은 불만족스러워한다. 반면 성과 즉 결과물이 고객의 기대에 부응하면, 고객은 만족한다. 관광객의 만족은 이론적으로 기대수준보다 지각된 체험이 높았을 때 얻어진다. 반면 관광객은 제공된 서비스와 상품수준이 기대수준을 충족시키지 못하면 불만족을 표출한다(박시사, 오상훈, 2018)⁷⁶. 따라서 만족과 불만족은 소비자의 기대와 지각된 성과와의 차이에 따라 결정된다.(이미혜, 2014)⁷⁷

만족이란 사업체에 의해서 제공되는 상품 및 서비스에 대해서 고객이 흡족해하는 정도를 일컫는다. 만족도는 동기나 욕구의 해결을 위한 관광행위에 따른 반응이나 결과물이다. 또한, 만족도는 관광활동에 따른 경험의 평가를 의미

75) 김창섭(2008). 『노인의 관광정체성이 관광경험과 심리적 웰빙에 미치는 영향』, 대구대학교 대학원 박사학위논문.

76) 박시사, 오상훈(2008). 『관광마케팅』, 서울: 백산출판사, p.86.

77) 이미혜(2014). 『관광소비자 행동』, 서울: 대왕사, p.404.

한다. 만족이 결과물에 대한 평가라는 점에서 만족도는 기대했던 수준과 실제로 얻어진 결과물의 지각된 성과 수준을 비교함으로써 이루어진 평가로 볼 수 있다.

관광소비자들은 관광 상품 구매 후 평가를 통하여 다양한 심리적 반응과 태도를 형성한다. 여기서 심리적 반응은 이성적 판단 또는 감성적 판단으로 구성되는데, 즉 만족이나 불만족이다. 이는 관광기업에 중요한 영향을 미치는 요인 중 하나로, 앞으로 이익증대인 경제적 성과에 영향을 미친다.

관광 만족은 관광객이 기대했던 관광지의 방문 성과 측면에서 여행비용과 편익을 비교한 결과라고 할 수 있으며 관광객 만족은 관광자의 방문 전 기대와 방문 성과와의 일치 여부 과정에 초점을 두고 정의하였다.(정윤희, 2008)⁷⁸⁾

관광만족이란 관광활동을 통하여 여러 욕구가 충족된 정도를 의미하는 것으로 방문했던 경험에 대한 관광객 자신의 종합적이며 총체적인 긍정적 평가라고 하였으며(권정택, 2000)⁷⁹⁾, 관광지의 인적, 물적, 시스템적, 가치 등에 대한 인지적인 만족정도를 의미한다고 하였다.(김이향, 2007)⁸⁰⁾ 관광객 만족을 진실로 이해하기 위하여 관광객의 개성과 관광목적지 선택 선호를 파악하고, 관광객의 기대와 행위적 평가라는 측면의 파악뿐만 아니라 관광객의 자아 이미지와 관광목적지 이미지의 일치를 파악해야 한다고 본다.

2) 관광만족의 구성요인

관광만족도의 측정은 전반적인 만족도와 속성만족도로 구분된다. 속성만족도는 속성들에 대한 성과에 대한 관찰로 유도된 고객의 만족에 대한 주관적인 판단이다.(권문화, 이제억, 2005)⁸¹⁾ 관광만족의 측정방법은 크게 직접 측정법과 간접 측정법으로 나눌 수 있다. 직접측정법은 하나 또는 그 이상의 문항

78) 정윤희(2008). 영화관람 경험에서 만족에 관한 탐색적 연구. 핵심관람 경험에 대한 접근을 중심으로, 『소비자학연구』, 19(2), pp.135-160.

79) 권정택(2000). 『관광이벤트의 방문동기와 사후 이미지가 만족과 재방문 의도에 미치는 영향』, 대구대학교 대학원 박사학위논문, p.38.

80) 김이향(2007). 방한 중국인의 한류태도, 관광목적지 이미지, 만족의 관계 연구, 『컨벤션연구』, 15, pp.143-159.

81) 권문화, 이제억(2005). 문화관광축제의 관광매력속성이 관광객 만족 및 재방문 의도에 미치는 영향, 한국의술과 떡 잔치 2004를 중심으로, 『관광경영학연구』, 24, pp.1-23.

으로 직접 관광경험에 대한 느낌이나 만족, 선호도 등을 질문함으로써 관광만족을 측정하는 방법이다. 단점은 응답자가 질문자에 의해 쉽게 영향을 받을 수 있다는 점이다. 표본 선정의 오류, 면접자 오류, 무응답 오류 등의 문제로 조사 자료의 타당성이 위협을 받을 수 있다. 이에 비해 간접 측정법은 관광객으로 관광 상품의 여러 측면의 속성을 평가하도록 응답치를 다양한 방식으로 계산해서 단일점수화 한 것을 관광만족의 지표로 삼는 방법이다.(신현호, 2013)⁸²⁾

이충기, 송학준, 이대은(2011)은 관광만족도의 측정요인을 결정만족, 느낌이 좋음, 전반적 만족으로 측정하였으며⁸³⁾, 이태희, 윤설민(2013)은 전체적 만족, 결정 만족으로 측정하였다.⁸⁴⁾ 김효윤, 양길승(2015)은 건강 만족도를 서비스 만족도와 이용 만족도로 구성하였으며⁸⁵⁾, 광보(2016)는 관광만족을 접근성, 시설 및 환경, 운영으로 구분하였다.⁸⁶⁾ 원민(2020)은 서비스만족, 비용만족, 해설 및 지식 만족으로 구성하였다.⁸⁷⁾ 본 연구에서는 비용만족, 교통만족, 서비스만족, 체험만족으로 구성하였다. 비용만족은 관광지에서 소비하는 비용에 대한 만족정도이며⁸⁸⁾, 교통만족은 관광지에 대한 교통의 접근성, 다양성 및 편리성 등에 대한 만족정도이다⁸⁹⁾, 서비스만족은 관광지에서 경험하는 서비스에 대한 만족정도이며⁹⁰⁾, 체험만족은 관광지에서 관광을 하면서 경험한 체험에 대한 만족을 의미한다.(장양례, 2010)⁹¹⁾

82) 신현호(2013). 『힐링관광 서비스상품 및 서비스품질이 관광만족과 브랜드 애호도에 미치는 영향』, 관동대학교 대학원 박사학위논문, pp.49-54.

83) 이충기, 윤설민, 박창규(2011). 상해엑스포 방문동기, 만족도, 태도 간 구조관계 분석- 개념모델 간 정량적, 실증적 비교, 『관광학연구』, 35(8), pp.323-343.

84) 이태희, 윤설민(2013). 문화유산 관광지에 대한 관광객의 진정성 지각, 태도, 만족도, 그리고 충성도 간 영향관계 - 남산골 한옥마을 방문객을 대상으로, 『한국사지리지학회지』, 23(3), pp.1-14.

85) 김효윤, 양길승(2015). 마케팅믹스 요인에 의한 도시관광 만족도와 태도 연구, 『관광연구저널』, 29(5), pp.117-132.

86) 광보(2016). 『MICE 제약요인과 레저스킬이 참여만족도에 미치는 영향』, 강원대학교 대학원 석사학위논문.

87) 원민(2020). 『문화유산관광지의 관광동기, 관광제약과 관광만족도, 사후태도 간의 구조적 관계 - 중국 진시황병마용박물관을 중심으로』, 대구대학교 대학원 박사학위논문, p.50.

88) 양작강(2020). 『중국인의 한국관광동기와 관광지이미지가 관광만족도 및 행동의도 간에 미치는 영향연구 : 중국관광객을 중심으로』, 계명대학교 대학원 박사학위논문.

89) 사설(2021). 『IPA를 활용한 중국방문객의 제주관광 만족도 연구』, 제주대학교 대학원 석사학위논문.

90) 이경수(2014). 『농촌 체험프로그램 서비스품질의 척도개발과 관광태도 결정요인에 관한 연구』, 호남대학교 대학원 박사학위논문.

4. 재방문의도

소비자 행동분야에서는 재구매의도라 하여 서비스 또는 제품에 대한 재구매 가능성이 있거나 계속 이용할 가능성이 높은 것을 의미하지만, 관광학에서는 관광객이 관광지를 다시 방문하거나 계속해서 방문할 가능성을 재방문의도가 형성된 것으로 간주한다.(이은미, 2005)⁹²⁾ 재구매의도는 소비자가 과거의 경험을 바탕으로 미래에도 같은 제품이나 서비스 구매를 반복하여 방문하고자 하는 의도라고 할 수 있다(Cronin & Taylor, 1992)⁹³⁾. 또한, 고객이 제품이나 서비스에 만족했을 때 동일한 제품이나 서비스를 재구매하는 행동을 말한다.(김국선, 이종호, 2012)⁹⁴⁾

Fishbein & Ajzen(1975)⁹⁵⁾은 그들의 연구에서 재구매 행동의도와 실제행동 간에 밀접한 관계가 있으며, 재방문의도는 실질적으로 재구매 행동의도로 볼 수 있다고 제시하고 있다. 고객의 재구매 행동은 장기적인 관점에서 기업의 성과나 이윤을 지속적으로 창출시킬 수 있는 중요한 요인으로서 마케팅 분야의 핵심개념 중의 하나임을 강조하고 있다. 마케팅적 관점에서는 추천의도와 재방문의도를 소비자 행동의도의 개념으로 보면서 동일한 개념으로 연구하여 왔는데, 관광학적 관점에서는 재방문의도란 관광목적지의 하위 속성에 대한 경험들에 근거하여 방문하였던 관광지를 다시 방문하고 싶은 욕구를 의미한다고 할 수 있다.

Boulding, Staelin, Kalra와 Zeithaml(1993)⁹⁶⁾은 재방문의도는 행동을 예측할 수 있는 요인으로 관계마케팅의 핵심요소인 동시에 소비자들이 어떤 대상에

91) 장양례(2010). 『녹색관광자원 선호도에 따른 관광체험 만족도 및 녹색관광 상품개발 지지도 연구』, 경희대학교 대학원 박사학위논문.

92) 이은미(2005). 『관광목적지 이미지와 관광동기가 관광객만족 및 행동의도에 미치는 영향: 영화 '태극기 휘날리며'합천 촬영지를 중심으로』, 계명대학교 대학원 석사학위논문.

93) Cronin, J. J., & Taylor, S. A. (1992). Measuring service quality: A reexamination and extension, *Journal of Marketing*, 56(3), pp.55-68.

94) 김국선, 이종호(2012). 소셜커머스의 만족도와 재구매의도에 영향을 미치는 서비스품질요인, 『한국콘텐츠학회논문지』, 12(3), pp.311-321.

95) Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, Attitude, Intention and Behavior: an Introduction to Theory and Research*, Reading, MA: Addison Wesley.

96) Boulding, W., Staelin, R., Kalra, A., & Zeithaml, V.(1993). A dynamic process model of service quality: From expectations to behavioral intentions, *Journal of Marketing Research*, 30(1), pp.7-27.

대한 태도를 형성한 후 미래행동을 결정짓는 개인의 의지와 신념으로 설명할 수 있다.

Fridgen(1991)⁹⁷⁾은 관광객 만족을 관광마케팅과 관련하여 연구하면서, 관광목적지에 대한 만족도가 높은 관광객이 해당 관광목적지를 다시 방문하고 싶어 하며 이는 자연스럽게 잠재관광객을 증가시키는 결과를 가져온다고 주장하고 있다. 이어 재방문 의도는 관광객이 만족한 관광지의 관광서비스를 구매한 이후의 행동으로서 향후에 관광 상품이나 서비스제공을 직접 반복 구매하고자 하는 직접적 방문의도와 더불어, 본인이 만족한 관광지를 주변 사람들에게 추천이나 긍정적 구전을 행하는 등의 간접적 방문의도로 구분하였다. 또한 Pearce와 Moscardo(1986)⁹⁸⁾는 관광지를 재방문하는 사람과 그렇지 않은 사람의 심리적 차이를 연구한 결과 관광지의 특성에 관련된 체험이 관광만족과 재방문에 영향을 미친다고 하였다. 또한 고동우(1998)⁹⁹⁾는 전반적 관광객 만족과 함께 재방문은 관광체험을 한 후의 심리적 변수라고 하였으며, 그가 제시한 재방문이란 하위속성과 관련된 체험들에 근거하여 참여자가 해당 관광지를 다시 방문하고 싶은 욕구를 느끼는 정도를 의미한다고 하였다. 최웅(2017)¹⁰⁰⁾의 경우는 재방문 의도는 방문객이 관광지에서 제공되는 상품 또는 서비스에 대해 재방문하고자 하는 가능성을 일컫는 것으로서, 전체적으로 관광지에 대한 평가가 긍정적이면 재방문 의도 또한 높아진다고 주장하였다. 오영준(2006)¹⁰¹⁾ 또한, 관광객이 관광목적지에 대해 느끼는 높은 만족도는 재방문 의사에 긍정적인 영향을 미친다고 제시하고 있다.

따라서 재방문의도란 관광 소비자가 관광서비스를 구매한 후의 행동으로써 미래에 관광상품이나 서비스 제공을 반복하여 이용할 가능성이라 할 수 있으며, 같은 종류의 브랜드나 제품, 지역, 서비스 등을 반복하여 구매하려는 소비자들의 경향을 평가함으로써 측정된다.(김영구, 김준국, 2004)¹⁰²⁾

97) Fridgen, J., D. (1987). Use of Cognitive Maps to Determine Perceived Tourism Region, *Leisure Science*, 9(4), pp.101-117.

98) Pearce, P. L., and G. M. Moscardo. 1986. The Concept of Authenticity in Tourist Experiences, *Journal of Sociology*, 22(1), pp.121-132.

99) 고동우(1998). 『관광의 심리적 체험과 만족감의 관계』, 고려대학교 대학원 박사학위논문.

100) 최웅(2017). 동계올림픽 특구의 향토음식이 지역이미지, 음식관광 및 재방문 의도, 지역 활성화에 미치는 구조관계 연구: 동계올림픽 개최 후 관광객의 지속적 유치를 통한 지역 활성화 전략, 『호텔경영학연구』, 26(5), pp.151-170.

101) 오영준(2006). 『관광이미지가 관광지 선택에 미치는 영향에 관한 연구: 관광객 감정을 중심으로』, 경기대학교 대학원 박사학위논문.

5. 변수 간의 관계 고찰

1) 관광경험과 관광만족도

관광객의 관광경험과 관광만족도와 관련한 선행연구를 살펴보면, 박경심, 김태훈, 주영환(2018)¹⁰³⁾은 ‘리조트에서의 4E 체험영역, 방문객의 기억에 남는 경험, 전반적 만족도, 충성도간 관계에 관한 연구’에서 리조트 방문객의 기억에 남는 경험은 전반적 만족과 충성도에 유의한 영향을 미치며, 충성도 보다는 전반적 만족에 더 큰 영향을 미치는 것으로 연구결과를 발표하였다.

김석영, 이병윤(2012)¹⁰⁴⁾은 해양관광 체험요소가 관광객 지각 가치에 긍정적인 영향을 미친 것으로 조사했으며, 이후석(2015)¹⁰⁵⁾은 녹색관광지의 체험요소는 지각된 가치에 정(+)¹⁰⁶⁾의 영향을 미친 것으로 나타났다. 최혜정, 이충기, 오승희(2020)¹⁰⁶⁾는 ‘여수 관광객의 체험과 지각된 가치, 장소애착 및 만족도 간 구조관계 연구’에서 교육적 체험요인을 제외하고 오락적, 일탈적, 심미적 체험요인만이 여수 방문객의 감정적 가치에 긍정적인 영향을 주었다고 하였다. 송광인 외(2019)¹⁰⁷⁾는 ‘농촌관광마을 서비스품질이 관광객의 지각된 가치와 행동의도에 미치는 영향’에서 농촌관광 서비스품질은 지각된 가치에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다고 검증하였다. 이민재, 황윤섭(2014)¹⁰⁸⁾은 ‘자국의 기후변화 인식이 관광객의 경험의 질, 지각된 가치, 만족 및 행동의도에 미치는 영향 탐색’에서 경험의 질은 관광활동 참여로부터 얻은 심리적 결과물을 일컫는

102) 김영구, 김준국(2004). 고객 재방문의도 결정요인에 관한 연구: 미용서비스업을 중심으로, 『인제논집』, 19(1), pp.335-360.

103) 주영환, 김태훈(2018). 시간-블록별 스키리조트 방문관광객의 행동특성 분석, 『관광학연구』, 42(1), pp.71-89.

104) 김석영, 이병윤(2012). 어촌관광체험요인이 지각된 가치, 관광체험만족의 영향관계 연구: 남해군을 중심으로-, 『동북아관광연구』, 8(4), pp.185-204.

105) 이후석(2015). The Relationship between the Slow city Tourists' Experience Types and Rural Amenity, 『관광연구저널』, 29(4), pp.107-117.

106) 최혜정, 이충기, 오승희(2020). 여수 관광객의 체험과 지각된 가치, 장소애착 및 만족도 간 구조관계 연구 : 체험경제이론을 중심으로, 『관광연구저널』, 34(3), pp.5-19.

107) 송광인, 최효, 정충화(2019). 농촌관광마을 서비스품질이 관광객의 지각된 가치와 행동의도에 미치는 영향 : 입실 치즈테마파크 사례로, 『관광경영연구』, 23:1, pp.439-461.

108) 이민재, 황윤섭(2014). 자국의 기후변화 인식이 관광객의 경험의 질, 지각된 가치, 만족 및 행동의도에 미치는 영향 탐색, 『사회과학연구』, 40(2), pp.227-246.

다고 정의하고 경험의 질은 방문객의 지각된 가치와 만족도에 영향을 미치는 것으로 나타났으나, 관광행동 의도에는 유의하지 않은 것으로 나타났다고 하였다. 또한 지각된 가치는 만족도에 유의한 (+)의 영향을 미치는 것으로 나타났으나, 행동의도에는 유의하지 않은 것으로 나타났다고 제시하였다. 또한 오승욱(2021)¹⁰⁹은 전주시 관광객에 대한 연구에서 기억에 남는 관광경험은 관광객의 만족도를 높인다고 하였다.

이러한 결과는 기억에 남은 경험이 소비자 자신의 경험내용에 대한 인지적·감정적·행동적 정보처리 과정에서의 작용을 통해 전반적 만족과 충성도에 의미 있는 영향을 미친다고 한 선행연구들(최서우, 최승담, 2015¹¹⁰); Burnett, & Hutton, 2007¹¹¹)의 주장과 일치한다. 이에 본 연구에서는 관광경험이 관광만족도를 높일 것이라 예측하고 이를 검증하고자 하였다.

2) 관광경험과 재방문의도

관광경험과 재방문의도에 대한 연구를 살펴보면 합열(2020)¹¹²은 중국인 관광객을 대상으로 한 연구에서 관광객의 방문경험은 관광만족에 유의한 영향을 미친다고 하였으며, 재방문자와 처음 방문한 자를 비교한 결과 방문경험의 자연문화, 오락 및 체험활동, 편의성, 접근과 비용성에서 재방문한 고객의 평균이 처음 방문한 고객에 비해 높은 것으로 나타났다. 장은주(2019)¹¹³ 외식소비의 경험을 감각적 경험, 감성적 경험, 인지적 경험, 행동적 경험으로 구성하고 재방문의도와 영향관계를 살펴보았는데, 감성경험, 인지경험, 행동경험은 가치, 애착, 행동을 통해 재방문의도를 높인다고 하였다.

황수영, 박상현(2012)¹¹⁴은 워터파크 체험, 태도 및 재방문의도의 구조적인

109) 오승욱(2021). 『스마트관광 정보기술속성, 기억에 남는 관광경험, 지각된 가치, 만족도 연구: 전주시를 중심으로』, 전주대학교 대학원 박사학위논문, pp.101-102.

110) 최서우, 최승담(2015). 테마파크 서비스의 체험이 브랜드 자산에 미치는 영향, 『관광연구론집』, 27(3), pp.61-82.

111) Burnett, J.J., & Hutton, R. (2007). New consumers need new brands, *Journal of Product & Brand Management*, 16, pp.342-347.

112) 합열(2020). 『중국인 관광객 방문경험에 따른 관광동기, 관광만족 및 행동의도에 관한 연구-제주 최초방문과 재방문의 비교를 중심으로』, 제주대학교 대학원 석사학위논문, pp.37-38.

113) 장은주(2019). 『외식소비경험이 애착, 가치, 행복 그리고 재방문의도에 미치는 영향』, 동명대학교 대학원 박사학위논문, p.82.

관계를 실증 분석하는 연구에서 고객의 태도는 재방문의도에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 금강(2020)¹¹⁵⁾은 서울시내 관광호텔 5성급 중 중국 레스토랑의 경험가치가 관광객의 재방문의도를 높이는 요인이라 하였으며, 차별적 가치, 유희적가치, 심미적가치, 경제적 가치는 태도를 통하여 재방문의도에 유의한 영향을 미친다고 하였다. 이재곤, 김은혜(2014)¹¹⁶⁾는 외래 관광자를 대상으로 북촌 게스트하우스의 관광경험에 대한 연구에서 관광경험은 재방문의도를 높이는 요인이라 하였으며, 고유성, 관광체험, 관광매력성 요인이 관광만족을 통하여 재방문의도를 높인다고 하였다. 한경, 양위주(2015)¹¹⁷⁾는 관광경험에 따른 관광객의 재방문의도를 살펴본 연구에서 관광경험의 수준에 따라 재방문의도의 차이가 나타난다 하였으며, 즐거운 경험이 가장 중요한 변인이라 하였다.

이상의 선행연구들을 종합하면 관광객이 관광지에서 체험하는 경험이 긍정적일수록 재방문의도가 높아짐을 알 수 있다. 따라서 본 연구에서는 휴애리의 관광객을 중심으로 휴애리에서의 관광경험과 재방문의도의 관련성에 대해 탐색해보고자 한다.

114) 황수영, 박상현(2012). 워터파크 이용객의 선택속성이 만족도 및 재방문 의도에 미치는 영향, 『사이버교육연구』, 6(1), pp.21-32.

115) 금강(2020). 『중국 레스토랑의 경험가치가 태도, 재방문의도에 미치는 영향 : 서울시내 관광호텔 5성급 중심으로』, 경희대학교 대학원 석사학위논문, p.49.

116) 이재곤, 김은혜(2014). 외래 관광자의 관광경험이 관광만족과 재방문에 미치는 영향-북촌 게스트하우스를 중심으로, 『관광연구』, 29(1), pp.179-199.

117) 한경, 양위주(2015). 관광경험 결과에 따른 관광객의 재방문의도 차이 분석, 『동북아관광연구』, 11(1), pp.183-197.

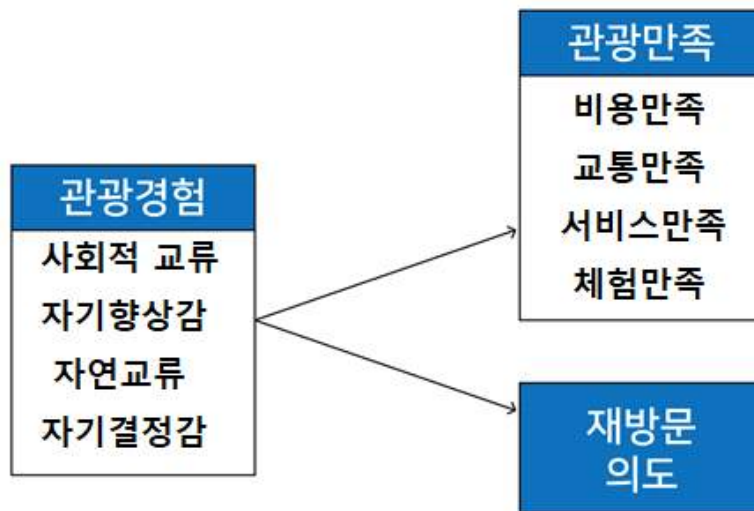
Ⅲ. 연구설계

1. 연구모형 및 가설설정

1) 연구모형

본 연구에서는 선행연구를 토대로 관광객의 관광경험이 관광만족과 재방문 의도에 영향을 미칠 것이라는 가설을 기본으로 설정하여 본 연구모형을 설계 하였다. 구체적으로 살펴보면 관광경험은 사회적교류, 자기향상감, 자연교류, 자기결정감으로 구성하였으며, 관광만족은 비용만족, 교통만족, 서비스만족, 체험만족으로 구성하였다. 이러한 관광경험이 관광만족과 재방문의도에 통계적으로 유의한 영향을 미친다고 가정하였다.

<그림 Ⅲ-1> 연구모형



2) 연구가설

본 연구는 앞서 제시한 연구모형을 토대로 다음과 같이 가설을 설정하였다.

가설. 휴애리 관광객의 관광경험은 관광만족과 재방문의도에 유의한 영향을 미칠 것이다.

【가설 1】 휴애리 관광객의 사회적교류는 관광만족에 유의한 영향을 미칠 것이다.

【가설 2】 휴애리 관광객의 자기향상감은 관광만족에 유의한 영향을 미칠 것이다.

【가설 3】 휴애리 관광객의 자연교류는 관광만족에 유의한 영향을 미칠 것이다.

【가설 4】 휴애리 관광객의 자기결정감은 관광만족에 유의한 영향을 미칠 것이다.

【가설 5】 휴애리 관광객의 사회적교류는 재방문의도에 유의한 영향을 미칠 것이다.

【가설 6】 휴애리 관광객의 자기향상감은 재방문의도에 유의한 영향을 미칠 것이다.

【가설 7】 휴애리 관광객의 자연교류는 재방문의도에 유의한 영향을 미칠 것이다.

【가설 8】 휴애리 관광객의 자기결정감은 재방문의도에 유의한 영향을 미칠 것이다.

3) 변수의 조작적 정의

변수의 조작적 정의는 가설을 구성하는 주요 개념을 실제 현상에 측정 가능하도록 정의하는 과정으로 추상적인 개념들을 연구목적에 맞도록 재정립하는 것

이다. 이에 본 연구에서 사용된 구성개념들을 기존의 선행연구를 통하여 다음과 같이 조작적으로 정의하였다.

(1) 관광경험

본 연구에서 관광경험은 관광객이 관광을 하는 동안 가지게 되는 경험의 절정으로 관광지에서 보내는 시간 동안 형성된다. 관광경험은 관광에 대한 동기에서부터 관광활동을 하고 관광에 대한 평가까지를 모두 포함하여 관광에 대한 기대에서 느끼는 최종적인 감정으로 정의하였다. 설문문항은 노해득(2018)의 설문문항을 토대로 구성하였다. 또한 측정은 전혀 아니다 1점에서 매우 그렇다 5점까지의 리커트 5점 척도를 사용하였다.

(2) 사회적교류

사회적교류는 관광을 통해서 인간관계가 향상되고 돈독해지는 것을 목표로 하고 이를 위하여 타인들과의 감정적 교류를 가지고 새로운 관계를 형성하는데 주저함이 없는 것으로 정의하였다. 김지선(2013)의 설문문항을 토대로 총 4개의 설문문항으로 구성하였으며 측정은 전혀 아니다 1점에서 매우 그렇다 5점까지의 리커트 5점 척도를 사용하였다.

(3) 자기향상감

자기향상감은 관광을 통해서 자신의 발전과 능력 향상을 취하고자 하며 삶에 대한 자신감을 얻고 타인의 인정을 중요시하는 것으로 정의하였다. 김창섭(2008)과 박나혜(2009)의 연구를 토대로 총 3문항으로 구성하였으며 측정은 전혀 아니다 1점에서 매우 그렇다 5점까지의 리커트 5점 척도를 사용하였다.

(4) 자연교류

자연교류는 관광을 하는 대상으로 자연을 주로 대하게 되고 이러한 자연과 교감을 나누고 일치를 이루며 보람을 느끼는 것이다. 문항은 아마르투스(2013)의 연구를 토대로 총 4개 문항으로 구성하였고 측정은 전혀 아니다 1점에서 매우 그렇다 5점까지의 리커트 5점 척도를 사용하였다.

(5) 자기결정감

자기결정감은 관광에 대한 태도로서 자신의 관광계획에 따라 주도적으로 참여하고 자신의 특성에 맞춰서 관광을 하는 것으로 정의하였다. 문항은 김지연(2008)의 연구를 토대로 4개 문항으로 구성하였고 측정은 전혀 아니다 1점에서 매우 그렇다 5점까지의 리커트 5점 척도를 사용하였다.

(6) 관광만족

관광만족도는 관광객이 문화유산관광지를 방문한 후, 방문 전 기대했던 것과 실제 방문 후의 지각된 성과를 비교할 때 평가될 수 있는데, 관광객이 관광을 경험하기 전에 가졌던 기대나 요구에 대한 인지적 반응으로 관광경험 후에 평가되는 긍정적 충족 상태를 의미한다. 설문 문항은 원민(2020)의 척도를 이용하여 구성하였고 측정은 전혀 아니다 1점에서 매우 그렇다 5점까지의 리커트 5점 척도를 사용하였다.

(7) 비용만족

비용만족은 관광지에서 소비하는 비용에 대한 만족 정도로 양작강(2020)의 연구를 토대로 총 3개의 문항으로 구성하였다. 측정은 전혀 아니다 1점에서 매우 그렇다 5점까지의 리커트 5점 척도를 사용하였다.

(8) 서비스만족

서비스만족은 관광지에서 경험하는 서비스에 대한 만족 정도를 의미하며 이경수(2014)의 연구를 토대로 총 7개의 문항으로 구성하였다. 측정은 전혀 아니다 1점에서 매우 그렇다 5점까지의 리커트 5점 척도를 사용하였다.

(9) 교통만족

관광지에 대한 교통의 접근성, 다양성 및 편리성 등에 대한 내용으로 김민철 외(2008)와 사설(2021)의 연구를 토대로 총 2개의 문항으로 구성하였다. 측정은 전혀 아니다 1점에서 매우 그렇다 5점까지의 리커트 5점 척도를 사용하였다.

(10) 체험만족

체험만족은 관광지에서 관광을 하면서 경험한 체험에 대한 만족도로 장양례(2010)의 연구를 토대로 총 7개 문항으로 구성하였다. 측정은 전혀 아니다 1점에서 매우 그렇다 5점까지의 리커트 5점 척도를 사용하였다.

(11) 재방문의도

재방문의도를 측정하기 위하여 강범(2019)의 재방문의도에 측정도구를 토대로 5개 문항으로 구성하였다. 측정은 전혀 아니다 1점에서 매우 그렇다 5점까지의 리커트 5점 척도를 사용하였다.

2. 연구설계 및 분석방법

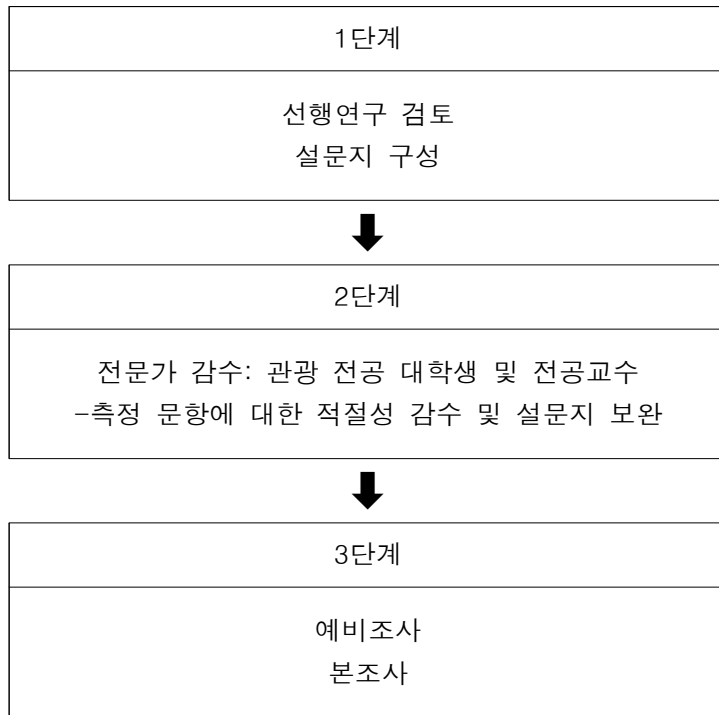
1) 조사설계

본 연구의 목표는 휴애리 관광객의 관광경험이 관광만족과 재방문의도에 미치는 영향관계를 검증하는 것이다. 본 연구의 실증분석을 위해 과학적 조사가 효율적으로 수행되도록 다음과 같은 조사설계에 따라 자료를 수집하였다.

설문 모집단은 휴애리 관광객으로 하였다. 설문지법을 이용해 설문응답은 조사대상자에게 설문 의도를 설명한 후 설문지에 표시된 지시어를 토대로 스스로 기입하도록 하는 자기기입법을 이용하였다. 예비조사로 지역 내 관광학 전공 대학원생 5명과 관광학 교수에게 설문항목의 적정성에 대한 감수를 의뢰하였다. 본 조사는 2021년 3월 15일에서 2021년 4월 10일까지 350부를 배부하였다. 설문조사는 휴애리의 관광객에게 연구자가 설문에 대한 의도를 설명한 후 설문지를 배부하고 이에 대한 응답을 받도록 하였다. 회수된 설문지는 330부였으며 일부 불성실한 응답과 결측치가 있는 설문지를 제외하여 250부(83.3%)를 최종 분석에 사용하였다.

이에 전체적인 연구조사의 절차는 다음 <그림 III-2>에 정리하였다.

<그림 Ⅲ-2> 연구조사 절차



2) 설문지 구성

연구조사 설문지의 설계를 위해 선행연구 등 문헌조사와 함께 연구의 목표와 방법에 적절하게 수정하여 구성하였다. 설문지 구성은 관광경험은 총 15개 문항으로 하위요인별로는 사회적교류 4문항, 자기향상감 4문항, 자연교류 4문항, 자기결정감 3문항으로 구성하였다. 관광만족은 총 20개 문항으로 하위요인별로는 비용만족 4문항, 서비스만족 5문항, 교통만족 4문항, 체험만족 7문항으로 구성하였다. 재방문 의도는 총 5문항으로 구성하였고, 인구통계학적 특성은 8개 문항으로 전체 48개 문항으로 구성되었다.

설문지의 구성은 다음과 <표 Ⅲ-1>과 같다.

<표 III-1> 설문지 구성

변수	설문항목	문항 번호	문항 수	출처	
관광 경험	자기 결정감	관광 시 의사결정여부	I-1	4	김지선 (2013) 김지연 (2008) 김창섭 (2008) 노혜득 (2018) 박나혜 (2009) 아마르투스 (2013)
		관광 계획의 자율적 결정	I-2		
		관광하는 동안 성격과 가치관이 드러남	I-3		
		관광을 통해 자신이 성장하는 느낌	I-4		
	자기 향상감	타인이 나의 장점을 인정해줌	I-5	3	
		관광을 통해 삶의 자신감이 생김	I-6		
		관광을 하는 동안 타인이 내 자신의 신분이나 지위를 인정하는 것이 즐거움	I-7		
	자연 교류	자연과 하나가 되는 느낌	I-8	4	
		자연의 일부가 되는 것이 즐거움	I-9		
		자연과 교류하는 것이 즐거움	I-10		
		자연과 더불어 관광하는 것이 즐거움	I-11		
	사회적 교류	관광하면서 친구 및 가족들과의 관계가 돈독해짐	I-12	4	
		관광하며 인간관계가 친밀해짐	I-13		
		관광이 중요한 사회적교류의 기회로 생각함	I-14		
		관광하며 처음 만난 사람들과 잘 어울림	I-15		
관광 만족	비용 만족	입장권 가격이 합리적임	II-1	3	
		기념품 가격이 합리적임	II-2		
		체험활동 비용이 합리적임	II-4		
	서비스 만족	기념품이 다양하여 만족함	II-3	7	
		직원의 응대태도가 친절함	II-5		
		청결도에 만족함	II-6		
		휴게시설 이용 편리성에 만족함	II-7		
		편의시설 편리성에 만족함	II-8		
		장애인, 노약자, 어린이 관련 시설에 만족함	II-9		
		관광배치도와 방향표시가 분명하여	II-10		

		도움이 됨			
교통 만족		주차시설에 만족	II-11	2	
		접근도로 편리성에 만족	II-12		
체험 만족		체험활동 내용에 만족	II-13	7	
		체험활동 수준에 만족	II-14		
		체험활동 진행자 설명에 만족	II-15		
		체험활동 다양성에 만족	II-16		
		체험활동을 통해 감귤 특성을 알게됨	II-17		
		체험프로그램에 만족	II-18		
		방문에 대한 전반적 만족	II-19		
재방문의도		다시 휴애리에 재방문할 의사가 있음	III-1	5	강범 (2019)
		휴애리를 추천할 의사가 있음	III-2		
		유사한 관광지를 방문하고 싶음	III-3		
		SNS에 방문경험을 알리고 싶음	III-4		
		가족, 친구와 다시 방문하고 싶음	III-5		
일반적 특성		성별, 연령, 학력, 직업, 함께 방문한 사람, 알게 된 경로, 이용 교통수단, 사용경비	IV-1 ~8	8	
계				48	

3) 통계분석방법

본 연구의 조사 자료는 SPSS 23.0 통계프로그램을 사용하여 다음과 같은 방법으로 분석을 실시하였다.

첫째, 연구대상의 일반적 특성을 파악하기 위해 빈도분석을 실시하였으며, 연구변인의 수준을 파악하기 위해 기술통계분석을 실시하였다.

둘째, 측정항목의 타당성 확인을 위해 탐색적 요인분석을 실시하였으며, 크론바흐 알파 계수를 이용하여 항목들의 신뢰도를 분석하였다.

셋째, 연구변인 간의 연관성을 알아보기 위해 피어슨의 상관관계분석을 실시하였다.

넷째, 관광경험이 관광만족과 재방문의도에 미치는 영향을 알아보기 위하여 다중회귀분석을 하였다.

<표 III-2> 통계분석방법

구분	내용
분석 프로그램	SPSS 23.0
빈도분석	응답자의 일반적 특성 파악
기술통계분석	표본의 특성 파악(평균, 표준편차, 왜도, 첨도)
상관관계분석	변인 간의 연관성 파악
탐색적 요인분석	측정항목의 타당성 확인
다중회귀분석	독립변수의 하위요인에 따른 종속변수의 영향력 검증

IV. 분석결과

1. 표본의 특성

연구표본은 본 연구의 배경이 되는 휴애리 관광객 250명이다. 표본에 대한 인구통계학적 특성은 다음 <표 IV-1>과 같다. 성별은 전체 250명 중 남자는 105명(42%), 여자는 145명(58%)이었다. 연령은 50대가 85명(34%)으로 높은 비율을 보였으며, 30대 59명(23.6%), 40대 43명(17.2%), 20대와 60대 이상 28명(11.2%), 19세 이하 7명(2.8%)의 순으로 나타났다. 학력은 대학교 재학 및 졸업이 119명(47.6%)으로 많았으며, 전문대 재학 및 졸업 72명(28.8%), 고졸 이하 33명(13.2%), 대학원 재학 및 졸업 26명(10.4%)의 순이었다. 직업은 사무행정 관리직이 74명(29.6%)로 많았고 자영업 55명(22%), 전문직 53명(21.2%), 판매서비스직 23명(9.2%), 생산기술직 21명(8.4%), 학생 16명(6.4%), 문화예술인 6명(2.4%), 농업·임업·어업·축산업 2명(0.8%)의 순이었다. 함께 방문한 사람은 가족·친척 121명(48.4%), 친구·동료 78명(31.2%), 배우자 39명(15.6%), 자녀 5명(2%), 본인, 기타 3명(1.2%), 단체 1명(0.4%)의 순이었다. 휴애리를 알게 된 정보는 인터넷 검색이 142명(56.8%)으로 많았고 SNS 48명(19.2%), 기타 38명(15.2%), 홍보지 22명(8.8%)이었다. 교통수단은 렌터카가 178명(71.2%)으로 많았고, 자가용 65명(26%), 기타 6명(2.4%), 버스 1명(0.4%)이었다. 사용경비는 20만원 이상이 96명(38.4%)으로 높은 비율을 보였고, 5만원 미만이 81명(32.4%), 5-10만원 미만이 54명(21.6%), 10-15만원 미만 14명(5.6%), 15-20만원 미만 5명(2.0%)이었다.

<표 IV-1> 인구통계학적 특성

변수	항목	빈도(명)	퍼센트(%)
성별	남자	105	42.0
	여자	145	58.0
연령	19세 이하	7	2.8
	20대	28	11.2
	30대	59	23.6
	40대	43	17.2
	50대	85	34.0
	60대 이상	28	11.2
학력	고졸이하	33	13.2
	전문대 재학 및 졸업	72	28.8
	대학교 재학 및 졸업	119	47.6
	대학원 재학 및 졸업	26	10.4
직업	전문직	53	21.2
	사무행정관리직	74	29.6
	생산기술직	21	8.4
	판매서비스직	23	9.2
	학생	16	6.4
	농업·임업·어업·축산업	2	0.8
	자영업	55	22.0
	문화예술인	6	2.4
함께 방문한 사람	본인	3	1.2
	배우자	39	15.6
	자녀	5	2.0
	가족·친척	121	48.4
	친구·동료	78	31.2
	단체	1	0.4
	기타	3	1.2
휴애리를 알게 된 경로	인터넷 검색	142	56.8
	SNS	48	19.2
	홍보지	22	8.8
	기타	38	15.2

교통수단	자가용	65	26.0
	렌트카	178	71.2
	버스	1	0.4
	기타	6	2.4
사용경비	5만원 미만	81	32.4
	5-10만원 미만	54	21.6
	10-15만원 미만	14	5.6
	15-20만원 미만	5	2.0
	20만 원 이상	96	38.4
합계		250	100

2. 변수의 타당도 및 신뢰도 검증

본 연구에서는 측정도구의 타당도를 검증하기 위해 탐색적 요인분석을 실시하였다. 요인의 회적방식으로는 요인간의 상호 독립성을 유지하며 회전하는 베리맥스(Varimax) 방식을 채택하였다. 모든 측정변수는 구성요인을 추출하기 위해서 주성분 분석을 사용하였다. 또한 각 요인이 전체 분산에 대해 설명할 수 있는 정도를 나타내 주는 고유값(Eigen Value)은 1이상을 기준으로 하였다.

<표 IV-2>는 설문에 대한 탐색적 요인분석의 결과이다. 본 연구에서는 관광경험 4번, 관광경험 5번, 관광경험 6번, 관광경험 7번, 관광경험 12번, 관광경험 13번, 관광만족 9번, 관광만족 13번, 관광만족 18번, 관광만족 20번의 문항은 요인 값이 .50보다 작게 나타나 연관성이 없는 문항으로 판단하여 제거 후 재분석을 하였다.

<표 IV-2> 탐색적 요인분석 결과

	1	2	3	4	5	6	7	8	제거 항목
r02	.832	.141	.234	.124	.143	.149	-.022	.138	재방문의도
r05	.806	.205	.159	.205	.111	.106	.027	.097	
r01	.781	.167	.223	.181	.174	.119	.052	.115	
r04	.755	.100	.214	.111	.129	.192	.060	.052	
r03	.689	.181	.258	.116	.212	.085	.141	.100	
te10	.172	.836	.134	.044	.026	.049	.066	.122	자연교류
te11	.057	.820	.128	.111	-.008	.096	.089	.166	
te09	.255	.779	-.001	.093	.105	.128	.025	.110	
te08	.174	.704	.014	.109	-.006	.156	.106	.044	
te12	.029	.623	.255	.055	.111	.236	.247	-.049	제거항목
te13	.024	.599	.281	.127	.095	.189	.389	.070	제거항목
te04	.144	.478	.035	.230	.069	.414	.222	-.008	제거항목
ts17	.242	.120	.778	.236	.147	.131	.086	.061	체험만족
ts15	.179	.141	.767	.220	.133	.034	-.004	.236	
ts19	.361	.091	.647	.085	.146	.003	.268	.134	
ts14	.281	.218	.640	.266	.220	.031	-.042	.274	
ts16	.264	.031	.627	.284	.183	.094	.154	.184	
ts18	.410	.125	.458	.058	.183	.112	.287	.102	제거항목
ts20	.403	.122	.470	.214	.150	.008	.127	.201	제거항목
ts07	.237	.164	.363	.742	.167	.091	.041	.066	서비스만족
ts06	.048	.161	.208	.730	.105	.151	.100	.271	
ts05	.236	.098	.096	.705	.210	.113	.099	.189	
ts08	.243	.153	.419	.661	.157	.076	.046	.030	
ts09	.188	.096	.326	.425	.220	.100	.111	.243	제거항목
ts02	.097	.054	.166	.079	.870	.045	.097	.117	비용만족
ts03	.168	.095	.081	.143	.792	.060	.055	.150	

ts04	.125	.029	.259	.196	.749	.065	.058	.080	
ts01	.261	.021	.124	.136	.735	.000	-.001	.044	
te01	.136	.135	.145	.076	-.017	.847	.110	.074	사회적 교류
te02	.107	.106	.158	-.005	.097	.837	.019	.134	
te03	.158	.219	-.057	.248	.029	.706	.089	.044	
te05	.023	.283	.074	.016	.052	.496	.367	.176	제거항목
te06	.247	.359	-.146	.123	.063	.472	.297	.056	제거항목
te15	.061	.069	.090	.039	.058	.103	.779	-.049	자기 결정감
te14	.014	.237	.053	.071	.036	.033	.772	.125	
te07	.129	.193	.135	.102	.048	.256	.613	.018	제거항목
ts11	.053	.086	.214	.132	.034	.158	.071	.796	교통 만족
ts12	.177	.161	.228	.120	.214	.078	-.023	.755	
ts10	.241	.100	.102	.313	.156	.095	.162	.540	
ts13	.254	.191	.380	.338	.226	.109	-.083	.494	제거항목

<표 IV-3>은 타당성을 저해하는 설문문항을 제거한 후 탐색적 요인분석을 실시한 결과이다. 탐색적 요인분석 결과 본 연구의 의도에 맞게 관광경험 4개 요인, 관광만족 4개요인, 재방문의도 1개 요인으로 총 9개 요인으로 분류되었다. 측정항목에 관한 요인분석결과 전체 설명력은 78.229%로 높은 설명력을 보였으며, 각 분산 값은 체험만족 10.329%, 재방문의도 6.032%, 자연교류 5.751%, 비용만족 5.464%, 사회적교류 4.534%, 교통만족 3.600%, 자기결정감 3.135%, 서비스만족 2.984%, 자기향상감 1.672%의 설명력을 나타냈다.

<표 IV-3> 설문문항 제거 후 탐색적 요인분석 결과

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	공통성	신뢰도
ts17	.809	.235	.070	.124	.111	.105	.104	.127	-.022	.765	.897
ts15	.783	.189	.076	.103	-.004	.277	.076	.072	.027	.742	
ts14	.704	.273	.185	.215	.016	.277	-.011	.214	.052	.699	
ts16	.699	.242	.004	.172	.084	.214	.159	.014	.060	.655	
ts19	.581	.338	.077	.136	.010	.156	.292	.054	.141	.686	
r02	.273	.839	.127	.145	.150	.133	-.016	.124	.127	.856	.923
r05	.261	.802	.206	.130	.133	.090	.007	.064	.066	.795	
r01	.295	.782	.159	.185	.134	.124	.028	.112	.089	.725	
r04	.243	.773	.088	.130	.197	.052	.047	.094	.025	.725	
r03	.295	.709	.141	.210	.092	.107	.143	.104	.106	.695	
te10	.151	.157	.844	.030	.080	.119	.117	.057	.247	.647	.875
te11	.175	.047	.822	.004	.142	.159	.115	.128	.389	.782	
te09	.088	.200	.821	.127	.180	.077	.018	.035	.222	.776	
te08	.109	.130	.730	.013	.209	-.004	.102	.171	.086	.716	
ts02	.176	.105	.020	.862	.045	.139	.080	.068	-.004	.813	.858
ts03	.141	.140	.113	.800	.071	.104	.048	.114	.268	.710	
ts04	.319	.112	.016	.753	.080	.081	.092	.078	-.042	.677	
ts01	.168	.264	.017	.740	.006	.053	-.030	.007	.154	.649	
te01	.144	.143	.091	-.019	.848	.085	.067	.075	.287	.781	.839
te02	.128	.098	.071	.086	.834	.130	.030	.014	.041	.751	
te03	.073	.152	.199	.059	.749	.021	.032	.029	.100	.634	
ts11	.225	.077	.078	.047	.169	.829	.039	.041	.099	.768	.748
ts12	.236	.191	.153	.225	.074	.765	-.031	.032	.046	.757	
ts10	.303	.175	.154	.205	.179	.469	.084	.074	.111	.647	
te15	.110	.056	.070	.068	.165	-.091	.826	.078	.097	.742	.765
te14	.076	.032	.203	.055	.103	.116	.790	.014	.055	.699	
ts08	.027	.195	.184	.211	.173	-.002	-.051	.723	.058	.672	.886
ts07	.158	.197	.207	.231	.185	.026	-.053	.710	-.001	.677	
te06	-.022	.213	.378	.094	.087	.021	.225	.124	.778	.621	.743
te05	.068	.046	.227	.043	.054	.215	.343	.214	.695	.694	

<표 IV-4> 설문문항 내용

변수	번호	문항내용
재방문 의도	r02	나는 다른 사람에게 휴애리를 관광지로 추천할 의사가 있다.
	r05	나는 가족이나 친구와 함께 휴애리를 다시 방문하고 싶다.
	r01	나는 다시 시간을 내서 반드시 휴애리를 재방문할 의사가 있다.
	r04	나는 휴애리를 방문한 경험을 SNS를 통해 주변에 알리고 싶다.
	r03	나는 유사한 형태의 다른 관광지를 방문하고 싶어졌다.
자연 교류	te10	나는 관광을 하는 동안 자연과 교류하는 것이 즐겁다.
	te11	나는 자연과 더불어 관광을 하는 것이 즐겁다.
	te09	나는 관광을 하는 동안 자연의 일부가 되는 것이 즐겁다.
	te08	나는 관광을 하는 동안 자연과 하나 되는 느낌이다.
자기 결정감	te01	나는 관광을 하는 동안 주도적으로 의사결정을 한다.
	te02	나는 관광에 대한 계획을 자율적으로 결정한다.
	te03	나는 관광을 하는 동안 나의 성격이나 가치관을 잘 드러낸다.
	te04	나는 관광을 통하여 내 자신이 성장하는 느낌이다.*
	te05	나는 관광을 하는 동안 다른 사람들이 나의 장점을 인정해준다.*
	te06	나는 관광을 통하여 삶의 자신감이 생긴다.*
사회적 교류	te15	나는 관광을 하는 동안 처음 만나는 사람들과 잘 어울린다.
	te14	나는 관광을 중요한 사회적교류의 기회로 생각한다.
	te07	나는 관광을 하는 동안 타인이 내 자신의 신분이나 지위를 인정하는 것이 즐겁다.*
	te12	나는 관광을 하는 동안 친구/가족들과 관계가 돈독하다.*
	te13	나는 관광을 하는 동안 인간관계가 더 친밀해진다.*
체험 만족	ts17	체험활동의 다양성에 대해 만족한다.
	ts15	체험활동에 수준에 만족한다.
	ts19	휴애리를 통해 감귤을 잘 알게 되었다.
	ts14	체험활동의 내용에 만족한다.
	ts16	체험활동 시 진행자의 설명에 만족한다.
	ts18	휴애리를 통해 감귤을 잘 알게 되었다.*
	ts20	휴애리 방문에 대해 전반적으로 만족한다.*
서비스 만족	ts07	휴게시설(휴게소, 의자 등)의 이용 편리성에 대해 만족한다.
	ts06	휴애리의 청결도에 대해 만족한다.
	ts05	휴애리 관리자(직원)의 방문객 응대 태도가 친절하다.
	ts08	편의시설(화장실, 매점 등)의 이용 편리성에 대해 만족한다.
	ts09	장애인, 노약자, 어린이 관련 시설에 대해 만족한다.

비용 만족	ts02	각종 기념품 가격이 합리적이다.
	ts03	휴애리 기념품이 다양하여 만족한다.
	ts04	체험활동 비용이 합리적이다.
	ts01	입장권 가격이 합리적이다.
교통만 족	ts11	주차시설에 대해 만족한다.
	ts12	휴애리까지 접근도로의 편리성에 대해 만족한다.
	ts10	휴애리의 관광배치도와 방향표시는 분명하고 도움이 되었다.
	ts13	휴애리에서 체험활동을 하였을 때 환경이 쾌적했다.

*제거항목

분석결과의 지표로서 Kaiser-Meyer-Olkin(KMO) 값을 살펴본 결과는 다음과 같다.

<표 IV-5> KMO와 Bartlett 검정

KMO와 Bartlett 검정		
표본적절성의 Kaiser-Meyer-Olkin 측도		.896
Bartlett의 구형성 검정	근사카이제곱(χ^2)	4700.358
	자유도(df)	.435
	유의확률(p)	.000

Kaiser-Meyer-Olkin(KMO) 값은 일반적으로 0.6이상이면 양호한 것으로 판단한다. 본 연구의 KMO값은 0.896으로 나타나 본 자료가 요인분석에 적합하다고 판단이 된다. Bartlett의 구형성 검정결과 $\chi^2=4700.358$, $p=0.000$ 으로 유의수준 0.05를 기준으로 하여 전반적으로 요인분석에 적합함을 확인할 수 있었다.

본 연구에서 각각의 요인별 문항들에 대해서는 크론바흐의 알파계수(Cronbach's α) 계수를 이용하여 신뢰도 검증을 실시하였다. 신뢰도(reliability)란 측정하고자 하는 것을 일관성 있게 측정하거나 오차 없이 정확하게 측정하는 정도를 의미한다. 즉, 어떤 평가요인을 동일한 현상에 반복 적용하여 일관성 있게 동일한 결과를 얻게 되는 정도를 해당 평가요인의 신뢰성이라 할 수 있다.

크론바흐의 알파계수(Cronbach's α)값은 0과 1사이의 값을 가지며, 탐색적 분석인 경우 0.6이상이면 신뢰도가 양호하다고 평가하고, 통상적일 경우 0.7이상이면 신뢰도가 양호하며 0.8~0.9 이상이면 우수하다고 평가하고, 사회과학 자료의 경우 0.6이상이면 신뢰성이 양호한 것으로 본다.

(1) 체험만족

체험만족을 구성하는 5개 문항의 분산 값은 10.329%를 차지하였다. 요인적 재치와 공통성은 .05이상으로 각 문항들이 해당 요인을 잘 지지하는 것으로 나타났다. 또한 5개의 문항을 1개의 요인으로 구성하여 신뢰도 계수를 산정한 결과 0.897를 나타냈다.

(2) 재방문의도

재방문의도를 구성하는 5개 문항의 분산 값은 6.032%를 차지하였다. 요인적 재치와 공통성은 .05이상으로 각 문항들이 해당 요인을 잘 지지하는 것으로 나타났다. 또한, 5개의 문항을 1개의 요인으로 구성하여 신뢰도 계수를 산정한 결과 0.923을 나타냈다.

(3) 자연교류

재방문의도를 구성하는 4개 문항의 분산 값은 5.751%를 차지하였다. 요인적 재치와 공통성은 .05이상으로 각 문항들이 해당 요인을 잘 지지하는 것으로 나타났다. 또한, 4개의 문항을 1개의 요인으로 구성하여 신뢰도 계수를 산정한 결과 0.875을 나타냈다.

(4) 비용만족

비용만족을 구성하는 4개 문항의 분산 값은 5.464%를 차지하였다. 요인적재

치와 공통성은 .05이상으로 각 문항들이 해당 요인을 잘 지지하는 것으로 나타났다. 또한, 4개의 문항을 1개의 요인으로 구성하여 신뢰도 계수를 산정한 결과 0.858을 나타냈다.

(5) 사회적교류

사회적교류를 구성하는 3개 문항의 분산 값은 4.534%를 차지하였다. 요인적 재치와 공통성은 .05이상으로 각 문항들이 해당 요인을 잘 지지하는 것으로 나타났다. 또한, 3개의 문항을 1개의 요인으로 구성하여 신뢰도 계수를 산정한 결과 0.839을 나타냈다.

(6) 교통만족

교통만족을 구성하는 3개 문항의 분산 값은 3.600%를 차지하였다. 요인적 재치와 공통성은 .05이상으로 각 문항들이 해당 요인을 잘 지지하는 것으로 나타났다. 또한, 3개의 문항을 1개의 요인으로 구성하여 신뢰도 계수를 산정한 결과 0.748을 나타냈다.

(7) 자기결정감

자기결정감을 구성하는 3개 문항의 분산 값은 3.135%를 차지하였다. 요인적 재치와 공통성은 .05이상으로 각 문항들이 해당 요인을 잘 지지하는 것으로 나타났다. 또한, 2개의 문항을 1개의 요인으로 구성하여 신뢰도 계수를 산정한 결과 0.765을 나타냈다.

(8) 서비스만족

서비스만족을 구성하는 2개 문항의 분산 값은 2.984%를 차지하였다. 요인적 재치와 공통성은 .05이상으로 각 문항들이 해당 요인을 잘 지지하는 것으로

나타났다. 또한, 2개의 문항을 1개의 요인으로 구성하여 신뢰도 계수를 산정한 결과 0.886을 나타냈다.

(9) 자기향상감

자기향상감을 구성하는 2개 문항의 분산 값은 1.672%를 차지하였다. 요인적 재치와 공통성은 .05이상으로 각 문항들이 해당 요인을 잘 지지하는 것으로 나타났다. 또한, 2개의 문항을 1개의 요인으로 구성하여 신뢰도 계수를 산정한 결과 0.743을 나타냈다.

3. 측정항목평가

1) 기술통계분석

변수들의 기술통계분석을 실시한 결과는 <표 IV-6>에 제시한 바와 같다. 관광경험의 평균은 4.01(SD=.55), 관광만족 3.57(SD=.54), 재방문의도 4.01(SD=.68)로 나타났다. 3.0보다 큰 경우에는 극단적인 왜도라고 제시되고 있고, 첨도값의 절대값이 10.0보다 클 경우 문제가 있다고 판단한다(Kline, 2005). 본 연구에서는 왜도가 -.70에서 .45, 첨도가 -.48에서 .99의 분포를 보이고 있어 정규성 기준을 충족하였다.

<표 IV-6> 변수들의 기술통계분석

변수	평균	표준편차	왜도	첨도
사회적교류	3.80	.81	-.37	-.20
자기향상감	3.89	.71	-.20	-.25
자연교류	4.29	.63	-.70	.08
자기결정감	3.79	.86	-.48	-.00
관광경험전체	4.01	.55	-.07	-.48
비용만족	2.94	.68	.45	.99
교통만족	3.91	.67	-.30	.05
서비스만족	3.89	.61	.01	-.12
체험만족	3.76	.65	-.10	.15
관광만족전체	3.57	.54	.15	.10
재방문의도	4.01	.68	-.21	-.55

2) 상관관계분석

요인들의 인과관계를 규명하고, 요인간의 선형적 관련성과 독립성을 진단하기 위하여 본 연구에서 관광경험, 관광만족, 재방문의도 요인들 간의 상관관계분석(correlation analysis)을 실시하였다. 상관계수는 두 변수 간의 선형적 강도를 의미하며, -1에서 1의 값을 지니는데 상관계수가 양수이면 정의 상관관계를, 음수이면 부의 상관관계를 지니는 것을 의미하며, 0에 가까울수록 요인간의 상관관계가 약하거나 상관이 없는 독립임을 의미한다.

변수들의 상관관계분석을 실시한 결과는 다음 <표 IV-7>과 같다. 관광경험은 관광만족($r=.43, p<.001$), 재방문의도($r=.45, p<.001$)와 유의한 정(+)적 상관을 보였으며, 관광만족은 재방문의도($r=.65, p<.001$)와 유의한 정(+)적 상관을 보였다. 또한, 모든 하위요인들 간에도 유의한 정(+)적 상관이 있음을 확인하였다.

<표 IV-7> 변수들의 상관관계분석

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1	1										
2	.55***	1									
3	.38***	.48***	1								
4	.27***	.37***	.29***	1							
5	.67***	.64***	.69***	.63***	1						
6	.18**	.19**	.19**	.16*	.25***	1					
7	.33***	.31***	.34***	.18**	.40***	.39***	1				
8	.36***	.29***	.38***	.23***	.45***	.49***	.56***	1			
9	.27***	.25***	.34***	.24***	.39***	.48***	.55***	.68***	1		
10	.32***	.30***	.36***	.25***	.43***	.77***	.59***	.65***	.68***	1	
11	.37***	.34***	.40***	.19**	.45***	.45***	.44***	.55***	.62***	.65***	1

*p<0.05, **p<.01, ***p<.001

note. 1. 사회적교류, 2. 자기향상감, 3. 자연교류, 4. 자기결정감, 5. 관광경험, 6. 비용만족, 7. 교통만족, 8. 서비스만족, 9. 체험만족, 10. 관광만족, 11. 재방문의도

4. 가설검증

1) 관광경험이 관광만족에 미치는 영향

관광만족에 영향을 미치는 관광경험의 요인을 알아보기 위해 관광경험의 하위요인을 독립변수로 정하고, 관광만족을 종속변수로 하여 다중회귀분석을 실시하였다. 다중회귀분석의 결과 R²이 0.185로 18.5%의 설명력을 가지는 것으로 나타났으며, 이러한 설명력은 통계적으로 유의한 것으로 볼 수 있다. 또한, 다중 회귀분석의 가정이 위배되지 않았는지 확인한 결과, 분산팽창계수(VIF)는 1 이상 10 이하의 값일 때 다중공선성 문제가 발생하지 않는다고 할 수 있는데, 본 연구에서는 다중공선성의 문제가 없다. Durbin-Watson는 2에 가까울수록 회귀 분석에 적합한 것으로 보는데 본 연구에서는 2.287로 잔차의

독립성의 조건에 대해 만족되었다. <표 4-8>의 분석결과를 살펴보면 관광경험의 하위요인인 사회적교류($t=2.483$, $p=0.014$, $*p<0.05$)와 자연교류($t=3.588$, $p=0.000$, $***p<0.001$)는 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉, 관광경험의 하위요인인 사회적교류와 자연교류는 관광만족에 정(+)적인 영향을 나타냈다.

<표 IV-8> 관광경험과 관광만족의 다중회귀분석 결과

종속변수	독립변수	B	SE	β	t	p	공차한계	VIF
관광만족	사회적 교류	.116	.047	.173	2.483	.014	.683	1.463
	자기 향상감	.035	.058	.048	.601	.548	.584	1.713
	자연교류	.207	.058	.241	3.588	.000	.740	1.351
	자기 결정감	.074	.040	.117	1.854	.065	.842	1.188
	$R^2=.185$, 수정된 $R^2=.171$ $F=13.882$, $p=.000$ Durbin-Watson=2.163							

2) 관광경험이 재방문의도에 미치는 영향

재방문의도에 영향을 미치는 관광경험의 요인을 알아보기 위해 관광경험의 하위요인을 독립변수로 정하고, 관광만족을 종속변수로 하여 다중회귀분석을 실시하였다. 다중회귀분석의 결과 R^2 이 0.219로 21.9%의 설명력을 가지는 것으로 나타났으며, 이러한 설명력은 통계적으로 유의한 것으로 볼 수 있다. 또한, 다중 회귀분석의 가정이 위배되지 않았는지 확인한 결과, 분산팽창계수(VIF)는 1 이상 10 이하의 값일 때 다중공선성 문제가 발생하지 않는다고 할 수 있는데, 본 연구에서는 다중공선성의 문제가 없다. Durbin-Watson은 2에 가까울수록 회귀 분석에 적합한 것으로 보는데 본 연구에서는 2.287로 잔차의 독립성의 조건에 대해 만족되었다. <표 4-9>의 분석결과를 살펴보면 관광경

험의 하위요인인 사회적교류($t=3.205$, $p=0.002$, $**p<0.01$)와 자연교류($t=4.082$, $p=0.000$, $***p<0.001$)는 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉, 관광경험의 하위요인인 사회적교류와 자연교류는 재방문의도에 정(+)적인 영향을 나타냈다.

<표 IV-9> 관광경험과 재방문의도의 다중회귀분석 결과

종속변수	독립변수	B	SE	β	t	p	공차한계	VIF
재방문의도	사회적교류	.184	.057	.219	3.205	.002	.683	1.463
	자기효능감	.078	.071	.081	1.099	.273	.584	1.713
	자연교류	.289	.071	.268	4.082	.000	.740	1.351
	자기결정감	.020	.049	.025	.404	.686	.842	1.188
$R^2=.219$, 수정된 $R^2=.207$ $F=17.203$, $p=.000$ Durbin-Watson=1.847								

V. 결론

1. 연구의 요약 및 시사점

본 연구는 휴애리의 관광경험 요인을 중심으로 관광만족과 재방문의도를 파악하여 휴애리 관광객의 관광에 대한 만족과 재방문의도를 높이는 예측변인을 이해하는 데 목적이 있다. 본 연구는 휴애리 관광객을 중심으로 관광경험이 직무만족과 재방문의도에 미치는 영향에 대한 연구이다. 선행연구를 토대로 관광경험은 사회적교류, 자기향상감, 자연교류, 자기결정감으로 구성하였고, 관광만족은 비용만족, 교통만족, 서비스만족, 체험만족으로 구성하였다. 또한, 재방문의도는 단일척도로 구성하여 영향관계를 살펴보았다.

우선 문헌조사를 통해 생태관광지, 관광경험, 관광만족, 재방문의도에 대한 이론적 고찰을 수행하였고 휴애리 관광객을 대상으로 250부의 표본에 대한 실증분석을 실시하였다. 방문객의 인구통계학적 특성을 알아보기 위해 빈도분석을 하였으며, 변인들의 일반적 경향을 알아보기 위해 기술통계분석을 하였다. 주요 변수들 간의 상관성 정도를 알아보기 위하여 상관관계분석을 실시하였다. 상관관계분석 결과 관광경험, 관광만족, 재방문의도는 통계적으로 유의미한 정적 상관을 보였다.

관광경험이 관광만족 및 재방문의도에 미치는 영향을 알아보기 위해 다중회귀분석을 실시하였다. 관광경험이 관광만족에 미치는 영향을 살펴본 결과 R^2 이 0.185로 18.5%의 설명력을 가지는 것으로 나타났으며, 모든 요인에서 다중공선성의 문제가 발생되지 않았다. 관광만족에 미치는 상대적 영향력의 크기는 자연교류($\beta=.241$), 사회적교류($\beta=.173$)의 순으로 유의미하게 나타났으며, 자기향상감과 자기결정감은 통계적으로 유의미성이 나타나지 않았다.

관광경험이 재방문의도에 미치는 영향을 살펴본 결과 R^2 이 0.219로 21.9%의 설명력을 가지는 것으로 나타났으며, 모든 요인에서 다중공선성의 문제가 발생되지 않았다. 재방문의도에 미치는 상대적 영향력의 크기는 자연교류($\beta=.268$), 사회적교류($\beta=.219$)의 순으로 유의미하게 나타났으며, 자기향상감과 자

기결정값은 통계적으로 유의미성이 나타나지 않았다. 이를 종합하여 다음과 같이 본 연구의 결론을 도출하였다.

첫째, 관광경험, 관광만족, 재방문의도는 유의한 정적 상관이 있는 것으로 나타났다. 이는 관광경험의 관광경험과 관광만족 간에 유의한 정적 상관을 보였다는 오승욱(2021)¹¹⁸⁾의 연구와 관광경험이 재방문의도에 유의한 정적 영향을 미쳤다는 한경, 양위주(2015)¹¹⁹⁾의 연구와 유사한 결과라 할 수 있다. 즉, 관광객에게 긍정적인 관광경험이 높을수록 관광만족과 재방문의도가 높아짐을 의미한다. 따라서 휴애리의 체험활동을 다양하게 구성할 필요가 있으며, 관광객이 긍정적인 관광경험을 형성할 수 있도록 지원할 필요가 있음을 시사한다.

둘째, 관광경험은 관광만족에 유의한 정적영향을 미치는 것으로 나타났으며, 사회적교류와 자연교류가 유의한 정적 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 관광경험이 관광만족에 유의한 영향을 미쳤다는 김성일(2015)¹²⁰⁾의 연구결과와 유사한 결과이며, 전통한옥마을 관광객을 대상으로 한 연구에서 관광경험이 만족에 유의한 영향을 미쳤다는 이승훈, 오민재(2017)¹²¹⁾의 연구결과와도 유사한 결과라 할 수 있다. 이는 관광객이 관광경험을 하면서 사회적교류와 자연교류가 관광만족을 높인다는 결과이다. 따라서 휴애리의 체험활동을 하면서 관광객이 자신에 대한 성찰 및 타인의 긍정적인 인정을 받을 수 있도록 지원하는 것이 필요하며, 자연과 교류를 할 수 있도록 체험활동을 구성할 필요가 있음을 시사한다.

관광경험은 재방문의도에 유의한 정적 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 사회적교류와 자연교류가 유의한 정적 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 관광경험이 재방문의도에 유의한 정적 영향을 미쳤다는 이재곤, 김은혜(2014)¹²²⁾의 연구결과와 유사한 결과라 할 수 있다. 이는 사회적교류와 자연교류

118) 오승욱(2021). 『스마트관광 정보기술속성, 기억에 남는 관광경험, 지각된 가치, 만족도 연구 : 전주시를 중심으로』, 전주대학교 대학원 박사학위논문, p.90.

119) 한경, 양위주(2015). 관광경험 결과에 따른 관광객의 재방문의도 차이 분석, 『동북아관광연구』, 11(1), pp.186-197.

120) 김성일(2015). 『노인의 관광경험이 관광관여와 관광만족에 미치는영향』, 경운대학교 산업정보대학원 석사학위논문, p.46.

121) 이승훈, 오민재(2017). 전통한옥마을의 관광경험과 방문가치, 만족, 행동의도 간 구조관계 연구, 『관광연구저널』, 31(9), pp.33-46.

122) 이재곤, 김은혜(2014). 외래 관광객의 관광경험이 관광만족과 재방문에 미치는 영향-북촌 게스트하우스를 중심으로, 『관광연구』, 29(1), pp.179-199.

가 높을수록 재방문의도가 높아짐을 의미한다. 따라서 관광객이 체험활동을 하면서 스스로가 주도적으로 의사결정을 하여 활동을 체험할 수 있도록 하며 자신을 잘 표현할 수 있도록 체험활동을 구성하는 것은 재방문의도가 높아질 것이다. 사회적교류를 증진시키기 위하여 방문객들이 그룹별로 함께 활동할 수 있는 경험적 체험을 높일 필요가 있으며, 단체방문시 구성원의 관계 증진을 위해 함께 협력할 수 있는 체험활동을 구성할 필요가 있다. 또한, 휴애리에서 경험할 수 있는 감귤체험, 매실따기, 흑돼지, 토끼, 다람쥐들에게 먹이주기 등의 자연을 통한 경험에서 관광객이 자연과 소통할 수 있는 기회를 많이 제공해 줄 필요가 있다.

2. 연구한계 및 제언

본 연구는 실증분석을 통해 휴애리 관광객을 대상으로 관광경험이 관광만족과 재방문의도에 미치는 영향을 알아보고 시사점을 제공하는데 의미가 있었지만 본 연구가 가지는 한계점은 다음과 같다.

첫째, 본 연구는 코로나 바이러스로 인해 체험활동의 제한이 있었으며, 방문객의 숫자도 줄어들어 충분한 표본을 확보하지 못하였다는 한계점을 지닌다. 따라서 코로나 이후 후속 연구에서 더 많은 표본을 확보하여 연구를 진행할 필요가 있다.

둘째, 본 연구는 자가응답식 설문을 통하여 진행하였으므로 응답자의 주관성이 개입되었을 가능성을 배제할 수 없다. 따라서 후속연구에서는 방문객을 대상으로 심층 면담을 실시하여 관광만족과 재방문의도에 영향을 미치는 예측변인을 살펴볼 필요가 있다.

셋째, 본 연구는 생태관광지 중 휴애리를 중심으로 연구를 수행하였으므로 본 연구의 결과를 전국의 생태관광지에 대한 결과로 일반화하기에 어려움을 지닌다. 따라서 후속연구에서는 국내 주요 생태관광지를 대상으로 연구의 범위를 넓혀 연구를 수행할 필요가 있다.

참고문헌

1. 국내문헌

- 곽보(2016). 『MICE 제약요인과 레저스킬이 참여만족도에 미치는 영향』, 강원대학교 대학원 석사학위논문.
- 강범(2019). 『영화촬영지 관광동기가 재방문 의도에 미치는 영향 : 헝디엔(橫店) 스튜디오를 중심으로』, 세종대학교 대학원 박사학위논문.
- 고동우(1998). 『관광의 심리적 체험과 만족감의 관계』, 고려대학교 대학원 박사학위논문, p. 7.
- 권문화, 이제억(2005). 문화관광축제의 관광매력속성이 관광객 만족 및 재방문 의도에 미치는 영향, 한국의술과 떡 잔치 2004를 중심으로, 『관광경영학연구』, 24, pp.1-23.
- 권정택(2000). 『관광이벤트의 방문동기와 사후 이미지가 만족과 재방문 의도에 미치는 영향』, 대구대학교 대학원 박사학위논문, p.38.
- 금강(2020). 『중국 레스토랑의 경험가치가 태도, 재방문의도에 미치는 영향 : 서울시내 관광호텔 5성급 중심으로』, 경희대학교 대학원 석사학위논문, p.49.
- 김국선, 이종호(2012). 소셜커머스의 만족도와 재구매의도에 영향을 미치는 서비스품질요인, 『한국콘텐츠학회논문지』, 12(3), pp.311-321.
- 김기완, 김남조(2007). 체험관광 구성요인 분석: 서천군 금강하구둑의 탐조관 광객 중심으로, 『관광연구』, 22(2), pp.153-172.

- 김대신(2015). 꽃자왈의 식물상, 『한국환경농학회 학술발표논문집』, p.185-218.
- 김민철, 부창산, 문성중, 김영훈(2008). 제주지역 내 내국인(內國人) 관광객(觀光客)의 방문횟수(訪問回數)에 영향(影響)을 미치는 요인탐색: Ordinal Regression 이용, 『관광학연구』, 32(3), pp.339-354.
- 김빈(2019). 『관광경험의 기억저장과 관광자 만족 및 충성도간의 관계』, 경기대학교 대학원 석사학위논문.
- 김석영, 이병윤(2012). 어촌관광체험요인이 지각된 가치, 관광체험만족의 영향관계 연구: 남해군을 중심으로-, 『동북아관광연구』, 8(4), pp.185-204.
- 김성일(2015). 『노인의 관광경험이 관광관여와 관광만족에 미치는 영향』, 경운대학교 산업정보대학원 석사학위논문, p.46.
- 김영구, 김준국(2004). 고객 재방문의도 결정요인에 관한 연구: 미용서비스업을 중심으로, 『인제논집』, 19(1), pp.335-360.
- 김용희(2018). 『관광객의 관광경험이 만족과 행동의도에 미치는 영향 :제주 방문 관광객을 대상으로』, 제주대학교 대학원 석사학위논문.
- 김용희, 최병길(2019). 제주 방문 관광객의 관광경험이 장소애착과 행동의도에 미치는 영향, 『관광학연구』, 43(3), pp.179-199.
- 김이향(2007). 방한 중국인의 한류태도, 관광목적지 이미지, 만족의 관계 연구, 『컨벤션연구』, 15, pp.143-159.
- 김지선(2013). 『장애인과 자원봉사자의 관광경험 분석 : 사회적 상호작용을 중심으로』, 한양대학교 대학원 석사학위논문.

- 김지연(2008). 『중국 유학생의 한국 내 관광경험이 관광만족도와 재방문의도에 미치는 영향』, 대구대학교 산업대학원 석사학위논문.
- 김진수(2002). 『문화적 고유성이 관광체험에 미치는 영향』, 한양대학교 대학원 박사학위논문.
- 김창섭(2008). 『노인의 관광정체성이 관광경험과 심리적 웰빙에 미치는 영향』, 대구대학교 대학원 박사학위논문.
- 김채옥(2007). 『관광경험이 삶의 질에 미치는 영향』, 강원대학교 대학원 박사학위논문.
- 김효윤, 양길승(2015). 마케팅믹스 요인에 의한 도시관광 만족도와 태도 연구, 『관광연구저널』, 29(5), pp.117-132.
- 남윤희, 엄서호(2016). 세계유산 관광지 진정성 측정에 관한 연구: 안동 하회 마을 관광객을 대상으로, 『관광학연구』, 40(8), pp.205-223.
- 노혜득(2018). 『관광경험이 베이비부머의 삶의 만족도에 미치는 영향-라이프스타일의 매개효과를 중심으로』, 중부대학교 대학원 박사학위논문.
- 박나혜(2009). 『관광기업 종사원의 관광경험이 심리적 소진과 조직유효성에 미치는 영향』, 대구대학교 대학원 석사학위논문.
- 박시사, 오상훈(2008). 『관광마케팅』, 서울: 백산출판사, p.86.
- 박옥희(2000). 『관광체험이 관광자 태도에 미치는 영향에 관한 연구』, 동아대학교 대학원 석사학위논문.

- 변찬복(2012). 관광객 경험의 진정성과 일상성에 관한 연구, 『인문학 논총』, 29(6), pp.139-164.
- 사설(2021). 『IPA를 활용한 중국방문객의 제주관광 만족도 연구』, 제주대학교 대학원 석사학위논문.
- 성영신, 고동우, 정준호(1996). 여가의 심리적 의미, 『한국심리학회지: 산업 및 조직』, 9(2), pp.17-40.
- 손일화(2000). 『국적별 문화관광 체험과 관광지 속성이 만족과 선택에 미치는 영향에 관한 연구』, 동아대학교 대학원 박사학위논문.
- 송광인, 최효, 정총화(2019). 농촌관광마을 서비스품질이 관광객의 지각된 가치와 행동의도에 미치는 영향 : 임실 치즈테마파크 사례로, 『관광경영연구』, 23:1, pp.439-461.
- 신방식(2018). 『제주도 꽃자왈 숲의 산림치유효과에 대한 연구』, 동방문화대학교 대학원 박사학위논문.
- 신현호(2013). 『힐링관광 서비스상품 및 서비스품질이 관광만족과 브랜드 애호도에 미치는 영향』, 관동대학교 대학원 박사학위논문, pp.49-54.
- 아마르투스(2013). 『관광객의 관광지 선택속성, 지각된 가치, 만족도 및 행동의도 간의 관계 차이연구 : 해외관광경험이 있는 한국·몽골 관광객 중심으로』, 경희대학교 대학원 박사학위논문.
- 양수정(2006). 『관광현장의 공유경험과 의미체계』, 경기대학교 대학원 박사학위논문.

- 양작강(2020). 『중국인의 한국관광동기와 관광지이미지가 관광만족도 및 행동의도 간에 미치는 영향연구 : 중국관광객을 중심으로』, 계명대학교 대학원 박사학위논문.
- 엄서호(2013). 힐링관광! 충남관광 선진화 핵심키워드, 『충남 힐링관광 정책 토론회』, 충남도청
- 오승옥(2021). 『스마트관광 정보기술속성, 기억에 남는 관광경험, 지각된 가치, 만족도 연구 : 전주시를 중심으로』, 전주대학교 대학원 박사학위논문, p.90.
- 오영준(2006). 『관광이미지가 관광지 선택에 미치는 영향에 관한 연구: 관광객 감정을 중심으로』, 경기대학교 대학원 박사학위논문.
- 원민(2020). 『문화유산관광지의 관광동기, 관광제약과 관광만족도, 사후태도 간의 구조적 관계 : 중국 진시황병마용박물관을 중심으로』, 대구대학교 대학원 박사학위논문.
- 윤혜진(2010). 『관광경험의 상징적 상호작용 현상 연구: 해석학적 현상학 방법론을 중심으로』, 경희대학교 대학원 박사학위논문, pp.26-27.
- 응우옌꾸옥타인(2021). 『제주지역 생태관광 마케팅 개선 방안 연구』, 동신대학교 대학원 석사학위논문.
- 이경수(2014). 『농촌 체험프로그램 서비스품질의 척도개발과 관광태도 결정 요인에 관한 연구』, 호남대학교 대학원 박사학위논문.
- 이리우(2014). 『생태관광에 있어서 동기가 관광지 이미지와 만족에 미치는 영향』, 경북대학교 대학원 석사학위논문, p.7.

- 이미혜(2014). 『관광소비자 행동』, 서울: 대왕사, p.404.
- 이민재, 황윤섭(2014). 자국의 기후변화 인식이 관광객의 경험의 질, 지각된 가치, 만족 및 행동의도에 미치는 영향 탐색, 『사회과학연구』, 40(2), pp.227-246.
- 이승훈, 오민재(2017). 전통한옥마을의 관광경험과 방문가치, 만족, 행동의도 간 구조관계 연구, 『관광연구저널』, 31(9), pp.33-46.
- 이은미(2005). 『관광목적지 이미지와 관광동기가 관광객만족 및 행동의도에 미치는 영향: 영화 ‘태극기 휘날리며’ 합천 촬영지를 중심으로』, 계명대학교 대학원 석사학위논문.
- 이재곤, 김은혜(2014). 외래 관광자의 관광경험이 관광만족과 재방문에 미치는 영향-북촌 게스트하우스를 중심으로, 『관광연구』, 29(1), pp.179-199.
- 이지영(2016). 『아동용 곳자왈 환상숲 스토리개발』, 제주대학교 대학원 석사학위논문.
- 이충기, 윤설민, 박창규(2011). 상해엑스포 방문동기, 만족도, 태도 간 구조관계 분석- 개념모델 간 정량적, 실증적 비교, 『관광학연구』, 35(8), pp.323-343.
- 이태희, 윤설민(2013). 문화유산 관광지에 대한 관광객의 진정성 지각, 태도, 만족도, 그리고 충성도 간 영향관계 - 남산골 한옥마을 방문객을 대상으로, 『한국사진지리학회지』, 23(3), pp.1-14.
- 이후석(2015). The Relationship between the Slow city Tourists' Experience Types and Rural Amenity, 『관광연구저널』, 29(4), pp.107-117.

- 장양례(2010). 『녹색관광자원 선호도에 따른 관광체험 만족도 및 녹색관광 상품개발 지지도 연구』, 경희대학교 대학원 박사학위논문.
- 장은주(2019). 『외식소비경험이 애착, 가치, 행복 그리고 재방문의도에 미치는 영향』, 동명대학교 대학원 박사학위논문, p.82.
- 정윤희(2008). 영화관람 경험에서 만족에 관한 탐색적 연구. 핵심관람 경험에 대한 접근을 중심으로, 『소비자학연구』, 19(2), pp.135-160.
- 정태석(2002). 『사회이론의 구성』, 서울: 한울아카데미.
- 주영환, 김태훈(2018). 시간-블록별 스키리조트 방문관광객의 행동특성 분석, 『관광학연구』, 42(1), pp.71-89.
- 조한나(2020). 『기억에 남은만한 관광경험이 행동의도에 미치는 영향 :긍정적 회상의 매개효과와 인출단서의 조절효과』, 전남대학교 대학원 박사학위논문.
- 최서우, 최승담(2015). 테마파크 서비스의 체험이 브랜드 자산에 미치는 영향, 『관광연구론집』, 27(3), pp.61-82.
- 최웅(2017). 동계올림픽 특구의 향토음식이 지역이미지, 음식관광 및 재방문의도, 지역 활성화에 미치는 구조관계 연구: 동계올림픽 개최 후 관광객의 지속적 유치를 통한 지역 활성화 전략, 『호텔경영학연구』, 26(5), pp.151-170.
- 최혜정, 이충기, 오승희(2020). 여수 관광객의 체험과 지각된 가치, 장소애착 및 만족도 간 구조관계 연구 : 체험경제이론을 중심으로, 『관광연구저널』, 34(3), pp.5-19.

최화열, 박연옥, 윤병국(2015). 슬로우 투어리즘에 대한 탐색적 연구, 『관광연구저널』, 29(2), pp.173-183.

하강수, 한범수(2001). 주제공원 방문객의 만족과 방문 후 행동의도의 결정요인: 에버랜드 대상으로, 『관광학연구』, 25(34), pp.329-347.

한경, 양위주(2015). 관광경험 결과에 따른 관광객의 재방문의도 차이 분석, 『동북아관광연구』, 11(1), pp.186-197.

합열(2020). 『중국인 관광객 방문경험에 따른 관광동기, 관광만족 및 행동의도에 관한 연구-제주 최초방문과 재방문의 비교를 중심으로』, 제주대학교 대학원 석사학위논문.

황수영, 박상현(2012). 워터파크 이용객의 선택속성이 만족도 및 재방문 의도에 미치는 영향, 『사이버교육연구』, 6(1), pp.21-32.

2. 국외문헌

Barnes, Stuart J., Jan Mattsson and Flemming Sørensen(2016). Remembered experiences and revisit intentions: A longitudinal study of safari park visitors, *Tourism Management*, 57, pp.286-294.

Bello, D. C. & Etzel, M. J.(1985). The Role of Novelty in the Pleasure Travel Experience, *Journal of Travel Research*, 24(1), pp.20-26.

Boulding, W., Staelin, R., Kalra, A., & Zeithaml, V.(1993). A dynamic process model of service quality: From expectations to behavioral intentions, *Journal of Marketing Research*, 30(1), pp.7-27.

Burnett, J.J., & Hutton, R. (2007). New consumers need new brands, *Journal of Product & Brand Management*, 16, pp.342-347.

Clawson, M., & Knetsch, J. L.(1996). *Economics of outdoor recreation*, Baltimore, MD: Johns Hopkins.

Cohen, E.(1979). A phenomenology of tourist experiences, *Sociology*, 13(2), pp.179-201, p.180.

Cohen, E. (1996). A phenomenology of tourist experiences, *The sociology of tourism: Theoretical and empirical investigations*, pp.90-111, pp.93-94.

Cronin, J. J., & Taylor, S. A. (1992). Measuring service quality: A reexamination and extension, *Journal of Marketing*, 56(3), pp.55-68.

- Csikszentmihalyi, M.(1990). *The psychology of optimal experience*, New York: Happer & Row, Publishers.
- Cutler, S. Q., & Carmichael, B. A.(2010). The dimensions of the tourist experience: Understanding the consumer experience in tourism and leisure: Concept and issue, *The tourism and leisure experience*. Channel View publications, pp.3-26.
- Deci, E. L., & Ryan, R. M.(1985). *Intrinsic motivation and self-determination in human behavior*, NY: Plenum Press.
- Fennell, D. A.(1999). *Ecotourism; An Introduction*, London: Routledge.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, Attitude, Intention and Behavior: an Introduction to Theory and Research*, Reading, MA: Addison Wesley.
- Fridegen, J., D. (1987). Use of Cognitive Maps to Determine Perceived Tourism Region, *Leisure Science*, 9(4), pp.101-117.
- Gilbert, J.(1997). *Ecotourism mens business*, Wellington: GP Publications.
- Gitelson, R. J. & J. L. Crompton(1984), Insight into the Repeat Vacation Phenomenon, *Annals of Tourism Research*, 11(2), pp.199-217.
- Highmore, B.(2002). *Everyday life and cultural theory*, London: Routledge. p.67.
- Hu, Y. & Ritchie, J. R.(1993), Measuring destination attractiveness: A

- contextual approach, *Journal of Travel Research*, 32, pp.83-102.
- Huang, S. (2010). A revised importance - performance analysis of tour guide performance in China, *Tourism Analysis*, 15(2), pp.227-241.
- Jang, S. S., & Feng, R. (2007). Temporal destination revisit intention: The effects of novelty seeking and satisfaction, *Tourism Management*, 28(2), pp.580-590.
- Jennings, G., & Nickerson, N. (Eds.). (2006). *Quality tourism experiences*, Routledge, MA: Elsevier Butterworth-Heinemann,
- Larsen, S.(2007). Aspect of a psychology of the tourist experience, *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 7(1), pp.7-18, p.15.
- Li, Y.(2000). Geographical consciousness and tourism experience, *Annals of Tourism Research*, 27(4), pp.863-883.
- Lounsbury, J. W. & Polick, J. R.(1992), Leisure needs Vacation Satisfaction, *Leisure Science*, 14(2), pp.105-119.
- Masberg, B. A. & Silverman, L. H. (1996). Visitor Experiences at Heritage Sites: A Phenomonological approach, *Journal of Travel Research*, 34(2), pp.20-25.
- McKercher, B., Wong, C., & Lau, G.(2006). How tourists consume a destination, *Journal of Business Research*, 59, pp.647-652.

- Noy, C.(2007). The poetics of tourist experience: An autotypography of a family trip to eilat, *Journal of Tourism and Cultural Change*, 5(3), pp.141-157.
- O'Dell, T.(2007). Tourist experiences and academic junctures, *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 7(1), pp.34-45, p.38.
- Otto, J. E., & Ritchie, J. R. B.(1996). The service experience in tourism, *Tourism Management*, 17(3), pp.165-174, p.166.
- Pearce, P. L., and G. M. Moscardo(1986). The Concept of Authenticity in Tourist Experiences, *Journal of Sociology*, 22(1), pp.121-132.
- Pine, B. J., & Gilmore, J. H.(1998). *Welcome to the experience economy*, Harvard Business Review, pp.97-107.
- Pierce, E.(1980). Tourism's human conflicts: Toward more psychological approach, *Annals of Tourism Research*, 7(1), pp.122-136.
- Quan, S., & Wang, N.(2004). Towards a Structural Model of the Tourist Experience: An Illustration from Food Experiences in Tourism, *Tourism Management*, 25(3), pp.297-305.
- Ross, G. F., & Iso-Ahola, S. E.(1991). Sightseeing tourists motivation & satisfaction, *Annals of Tourism Research*, 18, pp.226-237.
- Selstad, L.(2007). The social anthropology of the tourist experience: Exploring the middle role, *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 7(1), pp.19-33, p.20.

- Stamboulis, Y., & Skayannis, P.(2003). Innovation strategies and technology for experience-based tourism, *Tourism Management*, 24(1), pp.35-43.
- Sthapit, Eroze(2017). Exploring tourists' memorable food experiences: a study of visitors to Santa's official hometown, *An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 28, pp.404-421.
- Tung, V. W. S., & Ritchie, J. R. B.(2011). Exploring the essence of memorable tourism experience, *Annal of Tourism Research*, 38(4), pp.1367-1386, p.1386.
- Uriely, N.(2004). The Tourist Experience. *Annals of Tourism Research*, 32(1), pp.199-216.
- Wallace, D. R.(1992). Is 'eco'tourism for real?, *Landscape architecture*, 82(8), pp.34-36.
- Wight, P.(1995). Sustainable ecotourism; balancing economic, environmental and social goals within an ethical framework, *Tourism Recreation Research*, 20(1), pp.5-13.
- Wirtz, Derrick, Justin Kruger, Christie Napa Scollon and Ed Diener(2003). What to Do on Spring Break?, *Psychological Science*, 14(5), pp.520-524.

설문지

안녕하십니까?

본 설문조사서는 휴애리 관광객을 대상으로 「관광경험이 관광만족과 재방문의도에 미치는 영향」에 대한 조사를 위하여 마련되었습니다. 이 설문 조사서는 저의 학위논문 작성에만 활용될 것이며, 또한 조사가 무기명으로 실시되어 귀하께서 응답하신 내용은 비밀이 철저히 보장되며 순수한 학술적 연구목적으로만 활용될 것입니다.

부디 바쁘시더라도 잠시 시간을 내셔서 본 연구를 한층 빛내 주시기 바랍니다. 설문조사에 참여해 주셔서 다시 한번 진심으로 감사드립니다.

2021년 03년 15일

지도교수: 제주대학교 관광경영학과

교수 박 시 사

연 구 자: 제주대학교 경영대학원 관광경영학과

석사과정 이름 양지선

(연락처) 010 3691 3761

설문지

I. 관광경험

다음은 귀하의 관광경험에 관한 질문입니다. 해당하는 번호에 √표 해주시기 바랍니다.

	내용	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
1	나는 관광을 하는 동안 주도적으로 의사결정을 한다.	①	②	③	④	⑤
2	나는 관광에 대한 계획을 자율적으로 결정한다.	①	②	③	④	⑤
3	나는 관광을 하는 동안 나의 성격이나 가치관을 잘 드러낸다.	①	②	③	④	⑤
4	나는 관광을 통하여 내 자신이 성장하는 느낌이다.	①	②	③	④	⑤
5	나는 관광을 하는 동안 다른 사람들이 나의 장점을 인정해준다.	①	②	③	④	⑤
6	나는 관광을 통하여 삶의 자신감이 생긴다.	①	②	③	④	⑤
7	나는 관광을 하는 동안 타인이 내 자신의 신분이나 지위를 인정하는 것이 즐겁다.	①	②	③	④	⑤
8	나는 관광을 하는 동안 자연과 하나 되는 느낌이다.	①	②	③	④	⑤
9	나는 관광을 하는 동안 자연의 일부가 되는 것이 즐겁다.	①	②	③	④	⑤
10	나는 관광을 하는 동안 자연과 교류하는 것이 즐겁다.	①	②	③	④	⑤
11	나는 자연과 더불어 관광을 하는 것이 즐겁다.	①	②	③	④	⑤
12	나는 관광을 하는 동안 친구, 가족들과 관계가 돈독하다.	①	②	③	④	⑤
13	나는 관광을 하는 동안 인간관계가 더 친밀해진다.	①	②	③	④	⑤
14	나는 관광을 중요한 사회적교류의 기회로 생각한다.	①	②	③	④	⑤
15	나는 관광을 하는 동안 처음 만나는 사람들과 잘 어울린다.	①	②	③	④	⑤

II. 관광만족

다음은 귀하의 관광만족에 관한 질문입니다. 해당하는 번호에 √표 해주시기 바랍니다.

내용		전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
1	입장권 가격이 합리적이다.	①	②	③	④	⑤
2	각종 기념품 가격이 합리적이다.	①	②	③	④	⑤
3	휴애리 기념품이 다양하여 만족한다.	①	②	③	④	⑤
4	체험활동 비용이 합리적이다.	①	②	③	④	⑤
5	휴애리 관리자(직원)의 방문객 응대 태도가 친절하다.	①	②	③	④	⑤
6	휴애리의 청결도에 대해 만족한다.	①	②	③	④	⑤
7	휴게시설(휴게소, 의자 등)의 이용 편리성에 대해 만족한다.	①	②	③	④	⑤
8	편의시설(화장실, 매점 등)의 이용 편리성에 대해 만족한다.	①	②	③	④	⑤
9	장애인, 노약자, 어린이 관련 시설에 대해 만족한다.	①	②	③	④	⑤
10	휴애리의 관광배치도와 방향표시는 분명하고 도움이 되었다.	①	②	③	④	⑤
11	주차시설에 대해 만족한다.	①	②	③	④	⑤
12	휴애리까지 접근도로의 편리성에 대해 만족한다.	①	②	③	④	⑤
13	휴애리에서 체험활동을 하였을 때 환경이 쾌적했다.	①	②	③	④	⑤
14	체험활동의 내용에 만족한다.	①	②	③	④	⑤
15	체험활동의 수준에 만족한다.	①	②	③	④	⑤

내용		전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
16	체험활동 시 진행자의 설명에 만족한다.	①	②	③	④	⑤
17	체험활동의 다양성에 대해 만족한다.	①	②	③	④	⑤
18	휴애리를 통해 감귤을 잘 알게 되었다.	①	②	③	④	⑤
19	휴애리에서 운영하는 체험프로그램에 만족한다.	①	②	③	④	⑤
20	휴애리 방문에 대해 전반적으로 만족한다.	①	②	③	④	⑤

III. 재방문의도

다음은 귀하의 재방문의도에 관한 질문입니다. 해당하는 번호에 ✓표 해주시기 바랍니다.

내용		전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
1	나는 다시 시간을 내서 반드시 휴애리를 재방문할 의사가 있다.	①	②	③	④	⑤
2	나는 다른 사람에게 휴애리를 관광지로 추천할 의사가 있다.	①	②	③	④	⑤
3	나는 유사한 형태의 다른 관광지를 방문하고 싶어졌다.	①	②	③	④	⑤
4	나는 휴애리를 방문한 경험을 SNS를 통해 주변에 알리고 싶다.	①	②	③	④	⑤
5	나는 가족이나 친구와 함께 휴애리를 다시 방문하고 싶다.	①	②	③	④	⑤

IV. 일반적 배경

1. 성별은?

- ①남자 ②여자

2. 귀하의 연령은 어떻습니까?

- ①19세 이하 ②20대 ③30대
④40대 ⑤50대 ⑥60대 이상

3. 귀하의 학력은 어디에 속합니까?

- ①고졸 이하 ②전문대 재학 및 졸업
③대학교 재학 및 졸업 ④대학원 재학 및 졸업 이상

4. 귀하의 직업은 어디에 속합니까?

- ①전문직(의료, 언론, 법조, 교육 등)
②사무행정관리직(기업체 관리, 공무원, 일반회사 금융 등)
③생산기술직(엔지니어, 토목, 건축 등)
④판매 서비스직
⑤학생
⑥농업 임업 어업 축산업
⑦자영업
⑧문화 예술인

5. 휴애리에 누구와 방문하셨습니다?

- ①본인 ②배우자 ③자녀
④가족/친척 ⑤친구/동료 ⑥단체
⑦기타

6. 휴애리는 어떤 경로로 알게 되었습니까?

- ①인터넷 검색 ②SNS ③홍보지 ④기타

7. 휴애리를 방문하기 위해 이용한 주 교통수단은 무엇입니까?

- ①자가용 ②렌트카 ③버스 ④기타

8. 이번 방문에 사용한 경비는 얼마입니까?

- ①5만원 미만
②5-10만원 미만
③10-15만원 미만
④15-20만원 미만
⑤20만원 이상

Abstract

The Effect of Ecotourism Tourism Experience on Visitor Satisfaction and Revisit Intention -Focused on the Ecotourism Site HUEREE

Jeju University Graduate School of Business
Tourism Management

Yang, Ji Seon

This study aims to examine the effect of tourism experience on visitor satisfaction and revisit intention, focusing on tourists from HUEREE. The purpose of this study was to investigate the significant relationship between HUEREE's tourism experience factors on tourism satisfaction and revisit intention through empirical analysis.

The subject of this study was HUEREE tourists, and the survey was conducted from March 15, 2021 to April 10, 2021. The questionnaire consisted of tourism experience, tourism satisfaction, re-visit intention, and general characteristics of the study subjects. The total number of questions was 48. 350 copies of the questionnaire were distributed, and 250 copies were used for the final analysis. For analysis, frequency analysis, descriptive statistical analysis, exploratory factor analysis, correlation

analysis, and regression analysis were performed using SPSS 23.0.

As a result of this study, first, there was a significant positive correlation between tourism experience, tourism satisfaction, and revisit intention. Second, tourism experience was found to have a significant positive effect on tourism satisfaction, and social and natural exchanges were found to have a significant positive effect. In addition, light experience was found to have a significant positive effect on revisit intention, and social exchange and natural exchange were found to have a significant positive effect. Based on the results of this study, methods to increase the revisit intention of HUEREE visitors were discussed.