

제주 올레에 대한 장소 애착심이 친환경행동의도에 미치는 영향

서세진*·서용건**

- I. 서론
- II. 이론적 배경
- III. 연구방법
- IV. 분석결과
- V. 결론

국문요약

제주도는 섬이라는 고립성으로 인해 환경문제에 대단히 민감하며, 증가하는 국내·외 관광객으로 인한 쓰레기 문제는 심각한 사회문제로 대두되고 있다. 이에 본 연구에서는 특정 장소인 제주올레를 꾸준히 방문하는 도보 여행자들을 대상으로 제주올레에 대한 장소 애착심이 친환경행동의도에 유의한 영향을 미치는지 살펴봄으로써 관광객들의 친환경행동의도를 향상시키는 방안의 하나로 장소 애착심 향상을 제안하고자 한다. 실증분석을 통해 본 연구는 제주올레 도보여행자들의 여행 행태를 살펴보고, 제주올레에 대한 장소 애착심의 구성 요인을 검토하였으며, 제주올레에 대한 친환경행동의도에 영향을 미치는 주요 요인들을 밝혔다. 2016년 9월부터 두 달간에 제주올레 1, 2, 15, 16코스의 도보 여행자를 대상으로 설문조사를 실시하였으며 그 결과, 제주올레 도보 여행자들의 장소 애

* 주저자, 제주대학교 경상대학 관광경영학과 박사과정.

** 교신저자, 제주대학교 경상대학 관광경영학과 교수.

착심은 장소 공감성, 장소 정체성, 장소 의존성, 장소의 사회적 유대감으로 구성되며, 특히 장소 공감성과 장소 의존성은 여행자의 평상시 친환경태도와 더불어 제주올레에 대한 친환경행동의도에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이러한 연구 결과를 바탕으로 제주의 청정 자연을 보존하고 환경오염을 최소화하기 위해서 지역주민의 노력뿐 아니라 제주를 방문하는 관광객들의 장소 애착심을 높여 관광지에서의 친환경행동의도를 유도하는 전략을 제시하였다.

주제어 : 제주 올레, 장소 애착심, 친환경행동의도, 장소 공감성, 장소 의존성.

I. 서론

관광활동은 인간으로서 존엄과 가치 그리고 삶의 질을 향상시킬 뿐 아니라 사회적 통합 달성에 기여하는 순기능을 가지고 있으며 이로 인해 많은 국가에서 사회 구성원들에게 관광활동 참여를 촉진하고 있다.¹⁾ 그러나 관광활동은 이러한 순기능 뿐 아니라 관광객으로 인한 사회적, 문화적, 환경적 문제 유발과 더불어 그 처리 비용을 관광 목적지에 부담시키기도 한다. 2015년 한 해 동안 제주를 방문한 관광객 수는 약 1,366만명으로 2014년 대비 11.3% 증가하였으며²⁾ 이러한 국내·외 관광객의 지속적인 증가로 인해 제주도의 환경 피해 사례가 증가하고, 특히 관광지마다 쓰레기 처리와 환경오염 문제가 시급히 해결하여야 과제로 대두되고 있다. 2014년 9월부터 한라산에 쓰레기통을 없애고 쓰레기 더가져가기 운동을 시행하여 쓰레기가 감소하는 듯 보였으나 그 이면에는 공한지 등에 무차별적으로 쓰레기를 투기하여 또 다른 환경 문제를 야기하는³⁾ 등 제주도는 최근 유입인구와 관광객이 급증하면서 쓰레기처리 대란, 하수처리용량 포화 등 도민들의 삶의 질이 오히려 악화되고 있다⁴⁾는 기사들이 끊이지 않고 있다. 이에 본 연구에서는 관광객 스스로

1) 김영규, 「장애인의 관광 활동 활성화방안에 관한 연구」, 『관광연구』 27(6), 2013, 431-445쪽.

2) 제주특별자치도관광협회 홈페이지 통계자료, <http://www.visitjeju.or.kr/>.

3) 한라일보, 한라산 도약의 해 정유년을 맞으며, 2016. 12. 21.

쓰레기와 환경오염 발생을 줄이고자 하는 친환경행동의도를 높이는 방안의 하나로 관광객의 장소 애착심 향상을 제안하고자 한다. 장소 애착심은 고향 뿐 아니라 좋아하는 유원지에 대한 사랑으로 나타나기도 하며, 특히 특정 장소에 대한 높은 방문 횟수와 같은 행동으로도 나타날 수 있다.⁵⁾ 이러한 연구를 토대로 본 연구에서는 제주올레라는 특정 장소에 대한 높은 방문 횟수를 보이는 도보 여행자들의 경우, 제주올레에 대한 장소 애착심을 형성할 것이라는 가설 아래 장소 애착심의 구성 요인이 무엇인지 살펴보고자 한다. 또한 특정 장소에 대해 애착심이 높은 경우, 해당 장소의 자연적·사회적 자원 보존이 용이해진다는 연구⁶⁾를 바탕으로 제주올레에 형성된 도보 여행자들의 장소 애착심이 제주올레에 대한 친환경행동의도에 유의한 영향을 미치는지 검토하고자 한다.

이에 본 연구의 목적은 다음과 같다. 첫째, 제주올레를 여행하는 도보 여행자들의 제주올레 여행 행태를 살펴보고, 둘째, 제주올레에 대한 장소 애착심을 구성하는 주요 요인을 검토하며 셋째, 도보여행으로 형성된 제주올레에 대한 장소 애착심과 그들의 평상시 친환경태도 가운데 어떠한 요인들이 제주올레에 대한 친환경행동의도에 유의한 영향을 미치는지 검토하고자 한다. 그리고 추가 분석을 통해 제주올레 고경험 집단과 저경험 집단 간 장소 애착심에 차이가 발생하는지 살펴보고, 마지막으로 본 연구 결과를 바탕으로 제주올레를 포함한 관광지에서 관광객의 친환경행동의도를 촉진할 수 있는 전략을 제시하고자 한다.

4) 한라일보, 갈등과 불안...격변의 병신년 저문다, 2016. 12. 29.

5) Semken, S., Freeman, C. B., Watts, N. B., Neakrase, J. J., Dial, R. E., Baker, D. R, "Factors that influence sense of place as a learning outcome and assessment measure of place-based geoscience teaching", *Electronic Journal of Science Education* 13(2), 2009, pp.136-159.

6) Sampson, K. A., & Goodrich, C. G, "Making place: Identity construction and community formation through sense of place in Westland", *New Zealand Society and Natural Resources* 22(10), 2009, pp.901-915.

II. 이론적 배경

1. 제주 올레

최근 생태관광, 트래킹 등 자연훼손을 최소화하면서도 자연을 그대로 즐기고자 하는 걷기 여행이 전국적으로 큰 인기를 얻고 있다. 특히 스페인 산티아고 순례길에서 아이디어를 얻어 시작된 제주올레는 2007년 9월 제1코스를 개장한 이래, 제주도를 한 바퀴 도는 정규 코스와 중산간 및 제주의 작은 섬을 도는 알파 코스를 개척하여 총 26개 코스가 운영되고 있으며 ‘올레꾼’이라는 새로운 도보 여행자 집단을 창출하였다.⁷⁾

제주올레는 우리나라에 도보 여행이라는 새로운 문화를 확산시켰을 뿐만 아니라 제주올레를 걷기 위해 제주를 재방문하도록 유도하는 동인으로 작용하고 있다. 2007년 3천명의 올레길 도보 여행자들을 시작으로 2011년부터 연간 백만 명이 넘는 인원이 제주올레를 방문하여 도보여행이라는 제주 관광의 새로운 시장을 개척하고 있다. 제주올레는 한 코스당 평균 15km 내외로 구성되어 있으며, 한 코스를 약 5~6시간 동안 걸으면서 여행자는 발담, 굴발, 해안가와 중산간 마을 등을 거치는 동안 제주 현주민과의 접촉 기회가 증가하고 소규모 제주 현지 식당과 게스트하우스, 민박 등을 이용하면서 제주올레에 대한 애착심을 형성할 수 있는 충분한 시간과 환경을 제공하고 있다.

올레길 개설에 따른 마을 주민의 평가에 대한 연구를 살펴보면 지역 주민들의 50.1%가 ‘매우 만족’, 42.6%가 ‘대체로 만족’으로 나타나 올레길이 개설된 지역 주민들 대부분이 마을 내 올레길 개설에 대해 긍정적인 반응을 보이는 것으로 나타났다. 한편, 올레길이 형성된 마을 주민들은 올레꾼들이 개선해야 할 가장 큰 문제로 쓰레기 투기에 대한 우려를 나타내고 있어⁸⁾ 제주올레가 앞으로 지속가능한 관광지로 유지되기 위해서는 관광객에 의해 유발된 쓰레기 문제와 환경오염 문제에 대한

7) 제주 올레 홈페이지, <http://www.jejuolle.org/>.

8) 김성보·김태일, 「올레길 개설에 따른 마을주민의 평가 및 개선요구에 관한 기초 연구」, 『대한건축학회지회연합회 학술발표대회논문집』, 2012, 139-142쪽.

해결 방안이 다각도로 검토되어야 할 것이다. 이에 본 연구는 제주올레 도보 여행자들을 대상으로 제주올레에 대한 장소 애착심의 구성 요인을 살펴보고 동시에 제주올레에 형성된 장소 애착심이 제주올레에 대한 친환경행동의도에 미치는지 영향에 대해 검토하고자 한다.

2. 장소 애착심

특정 장소(place)는 그곳에 거주했거나 방문 경험이 있는 개인 또는 단체의 경험이 다양한 방법으로 투영되어 그들에게 어떤 의미를 가지고 인식되게 된다.⁹⁾ 애착심은 특정한 지역에 대한 사람들 사이의 정서적인 결속과 연결을 의미하며,¹⁰⁾ 이러한 의미 있는 장소에 대해 갖는 감정적인 애착을 장소 애착심(place attachment)이라고 한다.¹¹⁾

장소에 대한 애착심은 한 장소의 물리적 자원에 대한 가치와 경험에 대한 사람의 인식에 영향을 주는 강력한 정서적 감정이라고 할 수 있으며,¹²⁾ 개인이나 집단과 사회 물리적 환경(sociophysical environments) 간의 행동적(behavioral), 인지적(cognitive), 감정적(affective) 유대감이 긍정적으로 개발되는 것이라고 정의되기도 한다.¹³⁾ 성인에게 있어 특정 장소는 세월이 지나면서 지속적인 감정의 축적을 통해 깊은 의미를 갖게 되며 특정 장소를 다른 장소와 차별화할 뿐만 아니라 장소에 대한 특별한 가치를 부여한다. 장소 애착심은 특정한 장소에 살아본 경험, 일해

9) 장윤배·이희정·박인우·김진우, 「경기뉴타운 문화마케팅 전략 및 디자인 특화방안」, 경기개발연구원, 2009.

10) 박영아, 「도보여행기 개발에 대한 지역민의 인식과 제주 올레길 개발지 지 간의 영향관계에 관한 연구」, 『관광학연구』, 36(2), 2012, 159-178쪽.

11) Semken, S., Freeman, C. B., Watts, N. B., Neakrase. J. J., Dial, R. E., Baker, D. R, *op. cit.*, 2009, pp.136-159.

12) Ramkissoon, H., Smith, L. D. G., & Weiler, B, "Testing the dimensionality of place attachment and its relationships with place satisfaction and pro-environmental behaviours: A structural equation modelling approach", *Tourism Management*, 36, 2013, pp.552-566.

13) Brown, B. B., Altman, I., & Werner, C. M, "Place attachment". In S. J. Smith (Ed.), *International encyclopedia of housing and home*, San Diego: Elsevier, 2012, pp.183-188.

본 경험, 휴가를 지낸 경험 등 직접적인 경험을 통해 만들어지기도 하며, 책이나 비디오를 통한 간접적인 경험(vicarious engagement)에 의해 형성되기도 한다. 이러한 장소애착심의 형성을 살펴보면 고향이나 좋아하는 유원지에 대한 사랑으로 나타나기도 하고, 자연야생지역이나 역사적인 도심 건물이 개발되는 것을 막으려는 심정으로 나타나기도 하며, 특정 장소에 대한 소유권이나 높은 방문 횟수, 특정 장소를 그린 그림이나 예술 작품을 수집하는 것을 낙으로 삼는 행동 등으로 나타나기도 하는 등 다양한 형태로 표출 될 수 있다.¹⁴⁾

장소 애착심의 구성 요인에 대한 선행 연구를 살펴보면, 캐나다 Point Pelee 국립공원 방문자들을 대상으로 한 연구에서는 장소 애착심을 측정하는데 있어 장소 의존성(place dependence), 장소 정체성(place identity), 그리고 장소 공감성(place affect)이라는 세 가지 요인을 이용하였다.¹⁵⁾ 국립공원 탐방객들 대상으로 장소 애착심을 측정한 연구에서는 장소 의존성, 장소 정체성, 장소 공감성 외에 장소의 사회적 유대감(place social bonding)이라는 개념을 사용하여 장소 애착심을 측정하였다.¹⁶⁾ 장소의 사회적 유대감이라는 개념은 미국의 Appalachian Trail 방문자를 대상으로 한 연구에서도 사용되었는데 이 연구에서는 장소 애착심을 측정하는데 있어 사회적 유대감을 포함하여 요인분석을 실시하였다.¹⁷⁾ 이 연구 결과, 장소 애착심 측정에 있어 기존 연구들에서는 일반적으로 포함하지 않았던 사회적 유대감 즉, 인간과 장소의 유대감(human-place bonding)이 장소 애착심에 중요한 구성 요인으로 작용한다고 밝히고 있다. 또한 장소가 사람 간 관계(interpersonal relationships)를 촉진하기 때문에 특정 장소가 가치를 가질 수 있으며 더불어 특정 장소가 소속감(group belonging)

14) Semken, S., Freeman, C. B., Watts, N. B., Neakrase, J. J., Dial, R. E., Baker, D. R, *op. cit.*, 2009, pp.136-159.

15) Halpenny, E. A, "Environmental behaviour, place attachment and park visitation: A case study of visitors to Point Pelee National Park", Unpublished Ph. D. dissertation. The University of Waterloo, 2006.

16) Ramkissoon, H., Smith, L. D. G., & Kneebone, S, "Visitor satisfaction and place attachment in national parks", *Tourism Analysis* 19(3), 2014, pp.287-300.

17) Kyle, G., Graefe, A., & Manning, R, "Testing the dimensionality of place attachment in recreational settings", *Environment and behavior* 37(2), 2005, pp.153-177.

을 촉진시킨다는 연구 결과를 토대로 장소의 사회적 유대감이 장소 애착심의 하위 차원이라고 주장하는 연구도 진행되었다.¹⁸⁾ 이 연구들은 자연 장소가 사회적 경험의 상황을 계속 제공할 수 있다면 높은 수준의 애착심을 유발할 수 있다고 주장하고 있다.

이에 반해, 장소 애착심에 대한 국내연구는 대부분 장소 정체성과 장소 의존성이라는 두 가지 요인에 한정하여 장소 애착심을 측정하고 있다. 전통시장 방문의도에 영향을 미치는 요인에 대한 연구에서는 감성적 장소 애착심을 활용하였으며,¹⁹⁾ 축제 방문객들의 장소 애착심 형성에 대한 연구에서는 탐색적 요인분석을 통해 장소 애착심 형성에 영향을 미치는 요인으로 장소 정체성과 장소 의존성을 제시하였다.²⁰⁾ 이와 유사하게 장소 의존성과 장소 정체성이라는 두 가지 요인만을 사용하여 지역축제 스토리텔링이 방문객의 장소 애착심에 미치는 영향을 살펴본 연구도 있다.²¹⁾ 제주올레에 대한 연구로는 장소 애착심의 하위 구성 요소로 볼 수 있는 장소 정체성을 측정하는데 있어 제주올레 도보 여행자들의 자연 일치감, 새로운 경험과 배움, 건강 증진이라는 세 개의 요인들이 장소 정체성 형성에 유의한 영향을 미친다고 밝힌 연구가 있다.²²⁾

본 연구에서는 특정 관광지인 제주올레 총 26개 코스를 완주하기 위해 지속적으로 방문하는 제주올레 도보 여행자들의 특성을 고려할 때 장소 의존성과 장소 정체성 이외에 장소 애착심을 구성하는데 있어 장소 공감성과 장소의 사회적 유대감 또한 유의한 요인이 될 수 있다는 가정 하에 연구를 진행하고자 한다. 다양한 제주올레 코스에 대한 도보 여행을 통하여 제주올레에 대한 긍정적인 감정이 증가하며 장소 공감성 또한 높아질 것이라고 가정할 수 있으며, 다른 관광지를 방문하는 관광

18) Ramkissoon, H., Smith, L. D. G., & Weiler, B, *op. cit.* 2013, pp.552-566.

19) 서구원·민형철, 「전통시장 방문의도에 영향을 미치는 요인에 대한 실증적 연구」, 『조형미디어학』 14(4), 2011, 97-108쪽.

20) 김병국·김보현, 「지역축제 속성이 방문객 만족과 자발적 행동에 미치는 영향」, 『대환경영학회지』 25(2), 2012, 1139-1152쪽.

21) 신형식·김창수, 「지역축제 스토리텔링이 방문객의 장소애착과 행동의도에 미치는 영향」, 『관광학연구』 35(5), 2011, 277-298쪽.

22) 이보미·오분향·김자현, 「제주올레에서의 자연과의 교감과 편익인지가 장소애착에 미치는 영향」, 『관광학연구』 37(1), 2013, 215-235쪽.

객들에 비해 같은 올레 코스를 걷는 도보 여행자들 간 유대감 형성 뿐 아니라 도보 여행에서 마주치는 현지 주민과도 유대감을 형성할 수 있는 가정 하에 장소의 사회적 유대감 또한 제주올레 장소 애착심의 구성 요인으로써 유의한지 살펴보고자 한다.

3. 친환경행동의도

친환경행동의도에 대한 정의를 살펴보면, 환경오염의 피해를 줄이고 예방하기 위해 개인적인 행동을 자제하고 자연환경 및 생활환경을 관리·보전하고자 하는 생태학적 행동(ecological behavior)이라고 정의내리기도 하고,²³⁾ 또한 친환경행동의도란 환경에 대한 영향을 최소화하고자 하는 개인행동이라고 정의하기도 한다.²⁴⁾

여가관광활동에서의 친환경행동을 측정할 연구들의 조사 항목을 살펴보면, 다음과 같다. 습지 출입 금지, 정책 수용, 지역의 환경적 질 유지에 기여, 환경오염 및 파괴에 대한 즉각적인 보고, 지역에서의 경제적 지출, 다른 관광객들이 습지에 대한 지식을 얻도록 노력하는 것, 관광지에서의 쓰레기 분리수거, 여행 동안 동식물에 대한 방해 최소화 등의 항목을 사용한 연구가 있으며,²⁵⁾ 농촌지역을 방문한 관광객들의 친환경행동을 측정하는데 있어 일반적인 친환경행동(시민행동, 교육행동, 재정적 행동, 법적 행동, 물리적 행동, 설득적 행동)과 농촌지역에 적용할 수 있는 친환경행동(지속가능한 행동, 친환경 행동, 친환경적 행동)을 구분하여 측정하기도 하였다.²⁶⁾ 국내 친환경행동의도에 관한 연구로는 전 세

23) Kaiser, F. G. & Gutscher, H, "The proposition of a general version of the theory of planned behavior: Predicting ecological behavior", *Journal of applied social psychology* 33(3), 2003, pp.586-603.

24) Kollmuss, A. & Agyeman, J, "Mind the gap: why do people act environmentally and what are the barriers to pro-environmental behavior?", *Environmental education research* 8(3), 2002, pp.239-260.

25) Chiu, Y. T. H., Lee, W. I. & Chen, T. H, "Environmentally responsible behavior in ecotourism: Antecedents and implications", *Tourism management* 40, 2014, pp.321-329.

26) Lee, T. H., Jan, F. H. & Yang, C. C, "Conceptualizing and measuring

계적으로 확산되고 있는 환경보호운동인 ‘Leave No Trace(흔적 남기지 않기)’에서 제시한 7개 수칙을 기반으로 캠핑 활동에서의 27개 친환경 행동 항목을 구성한 연구²⁷⁾와 국립공원 방문객의 친환경적 행동을 측정하기 위해서 ‘복잡한 장소 회피’, ‘생태적 민감성’, ‘문화재 보호’, ‘동식물이나 돌 등을 제자리에 남겨두기’, ‘산에 음식물이나 쓰레기를 남기지 않기’ 등을 포함한 12개 항목을 이용하기도 하였다.²⁸⁾ 친환경행동 항목과 유사한 항목들(발견한 것을 제자리에 두기, 자신의 쓰레기 가져오기, 존경심 보이기, 타인의 쓰레기 줍기, 타인 교육하기, 규칙 강화하기 등)을 사용하여 관광지에서의 지각된 책임감을 측정한 연구도 있다.²⁹⁾

개인 혹은 사회가 소속 지역 혹은 관광지에 대한 장소 애착심이 높으면 해당 장소의 자연적·사회적 자원의 보존이 용이해진다는 연구 결과가 있으며³⁰⁾ 또 다른 연구에서는 장소 애착심이 높게 나타나면, 친환경행동이 많아진다는 결과도 제시되고 있다.³¹⁾ 또한 자연에서의 경험이 많을수록 긍정적인 환경태도를 가지거나 환경보전의식이 높다고 주장한 연구도 있다.³²⁾ 제주올레와 관련하여 제주올레 관광객과 대중 관광객의 특성을 비교한 연구에서 제주올레 관광객이 대중 관광객보다 높은 수준의 환경 친화적 여행태도를 보인다고 밝히고 있으나³³⁾ 이 연구에서는

environmentally responsible behaviors from the perspective of community-based tourists”, *Tourism Management* 36, 2013, pp.454-468.

- 27) 고동우, 「관광자의 친환경태도와 행동의 관계에 대한 위협소구 환경광고의 영향」, 『관광광학연구』 30(2), 2006, 139-160쪽.
- 28) 류동균·박경심·김태훈·주영환, 「국립공원 탐방객의 개인적 규범에 따른 친환경행동의도와 국립공원관리정책 지지도 차이분석」, 『관광연구저널』 30, 2016, 197-210쪽.
- 29) Vaughan, M. B. & Ardoin, N. M, “The implications of differing tourist/resident perceptions for community-based resource management: a Hawaiian coastal resource area study”, *Journal of Sustainable Tourism* 22(1), 2014, pp.50-68.
- 30) Sampson, K. A. & Goodrich, C. G, “Making place: Identity construction and community formation through sense of place in Westland”, *New Zealand Society and Natural Resources* 22(10), 2009, pp.901-915.
- 31) Vaske, J. J. & Kobrin, K. C, “Place attachment and environmentally responsible behavior”, *The Journal of Environmental Education* 32(4), 2001, pp.16-21.
- 32) Kim, D. H, “A study on natural experience and environmental attitude”. *Korean Journal of Agriculture Extension* 9(1), 2002, pp.75-86.
- 33) 강성일·이계희, 「제주올레 관광자와 대중관광객의 특성비」, 『관광연구』 25(6), 2011,

올레 여행객이 대중 관광객에 비해 상대적으로 높은 환경 친화적 여행 태도를 보이는 원인에 대해서는 명확한 설명이 제시되어 있지 않다. 이에 본 연구에서는 장소 애착심에 대한 선행연구들을 바탕으로 장소 애착심을 구성하는 요인들을 살펴보고 제주올레 도보 여행자들이 평상시에 가지고 있는 친환경태도와 더불어 제주올레에 대한 장소 애착심이 제주올레에 대한 친환경행동의도에 유의하게 영향을 미치는지 검토하고자 한다.

Ⅲ. 연구방법

본 연구에서는 제주올레를 여행하는 도보 여행객들을 대상으로 제주올레에 대한 여행 행태를 살펴보고, 제주올레에 대한 장소 애착심의 구성 요인을 살펴보고자 한다. 또한 제주올레에 대한 친환경행동의도에 평상시 친환경태도와 더불어 장소 애착심의 어떠한 구성 요인들이 유의한 영향을 미치는지 검토하고자 다음과 같은 연구과제를 도출하였다.

- 연구과제 1. 제주올레 도보여행자들의 여행 행태는 어떠한가?
- 연구과제 2. 제주올레에 대한 장소 애착심을 구성하는 요인은 무엇인가?
- 연구과제 3. 제주올레에 대한 장소 애착심은 제주 올레에 대한 친환경행동의도에 어떠한 영향을 미치는가?

실증분석을 위해 2016년 9월에서 11월까지 제주 올레 1, 2코스와 15, 16코스를 도보 여행한 내국인을 대상으로 편의표본 추출법(Convenience Sampling)을 사용하였으며 응답방식은 자기기입 방식으로 진행되었다. 총 176부를 배포하여 불성실하거나 불충분한 응답지를 제외한 150부가 실제 분석에 이용되었다.

설문의 내용은 제주올레 방문 목적과 최근 1년간 방문 횟수 등을 포함한 여행의 일반적 행태와 관련된 항목 7문항, 제주올레 애착심과 관련된 항목 12문항, 평상시 친환경태도와 관련된 항목 3문항, 제주올레에

대한 친환경행동의도와 관련된 항목 4문항, 성별 및 인적 사항을 묻는 6 문항 등으로 구성되었고, 5점 리커트 척도(5-point Likert-type scale)를 이용하여 “매우 그렇다(5점)”에서 “전혀 그렇지 않다(1점)”로 측정되었다. 자료 분석은 SPSS 21.0 통계패키지를 활용하여 빈도분석, T-test, 요인분석, 회귀분석을 실시하였고 측정 항목들 간의 내적일관성 검증을 위해 Cronbach’s α 계수를 산출하였다.

본 연구에서 장소 애착심 측정을 위해 사용한 설문 문항은 <표 1> 과 같다.

<표 1> 장소 애착심에 대한 설문 구성 항목

장소 애착심(Place Attachment)	
장소 의존성 (Place Dependence)	다른 도보여행지로는 대체 불가능함
	다른 도보여행지에 비해 더 만족함
	여행목표와 필요를 충족함
장소 정체성 (Place Identity)	자아 발견
	특별한 의미
	자아 표현
장소 공감성 (Place Affect)	행복감
	애착심
	좋아함
장소의 사회적 유대감 (Place Social Bonding)	장소에 대한 좋은 기억
	장소 공유자들과의 유대감
	현지 주민과의 친밀감

IV. 분석결과

1. 제주 올레 방문자의 특성 및 여행 형태

본 설문에 응답한 제주올레 도보 여행자들의 인구 통계적 특성을 살펴보면, 여성(62.0%)이 남성(38.0%)보다 더 많이 방문하고 있으며, 연령 대별로는 40대 연령층에서 가장 높은 비율(32.0%)을 보이고 그 다음으

로 50대 연령층의 비율(29.3%)이 높게 나타났다. 응답자의 84%가 대학교 졸업 이상의 학력 가지고 있었고 월 가계 수입은 301만원에서 400만원 사이가 가장 높은 비율(27.3%)을 차지하며 그 다음으로 500만원 이상의 비율(25.4%)이 높게 나타났다. 직업은 사무직(22.0%)이 가장 많았으며 주부(18.0%)와 전문직(18.0%)이 그 다음으로 나타났다.

〈표 2〉 응답자의 특성

특성			특성		
		n(%)			n(%)
성별	남	57(38.0%)	직업	학생	10(6.7%)
	여	93(62.0%)		사무직	33(22.0%)
연령	20대	18(12.0%)		기술직	9(6.0%)
	30대	21(14.0%)		농림어업	1(0.7%)
	40대	48(32.0%)		자영업	11(7.3%)
	50대	44(29.3%)		공무원	5(3.3%)
	60대 이상	19(12.7%)		주부	27(18.0%)
학력	고등학교 졸업	24(16.0%)		서비스직	11(7.3%)
	대학교 졸업	99(66.0%)		전문직(교직 포함)	27(18.0%)
	대학원 이상	27(18.0%)		무직(취업준비 및 은퇴자 포함)	13(8.7%)
월 가계 수입	200만원 이하	12(8.0%)		기타	3(2.0%)
	201~300만원	30(20.0%)		합	150(100%)
	301~400만원	41(27.3%)			
	401~500만원	29(19.3%)			
	500만원 이상	38(25.4%)			
합	150(100%)				

본 설문에 응답한 제주올레 도보 이용자들의 여행 행태를 살펴보면 <표 3>과 같다. 내용을 살펴보면, 최근 1년간 제주 올레 방문 횟수는 1회가 가장 많은 37.3%로 나타났으며 그 다음으로 2회(25.3%), 4회(14.0%)의 순으로 나타났다. 동반 유형은 ‘혼자’가 가장 많은 32.0%를 차지했고, 그 다음으로 ‘친구’(26.7%)와 동반하는 것으로 나타났으며 평균 동반 인원은 2.7명이었다. 제주 올레 여행 목적은 ‘휴양 및 힐링’이 60.7%였으며, 일상탈출(14.7%), 자아발견(9.3%)의 순으로 나타났다.

〈표 3〉 여행 형태

여행 형태		n(%)	여행 형태		n(%)
최근 1년간 제주 올레 방문 횟수	1회	56(37.3%)	제주 올레 여행 목적	휴양/힐링	91(60.7%)
	2회	38(25.3%)		친목모임	5(3.3%)
	3회	18(12.0%)		건강 및 치료	4(2.7%)
	4회	21(14.0%)		가족여행	9(6.0%)
	5회 이상	17(11.3%)		자아발전	14(9.3%)
동반 유형	혼자	48(32.0%)		일상탈출	22(14.7%)
	부부/연인	23(15.3%)		기타	5(3.3%)
	가족/친척	22(14.7%)	합	150(100%)	
	직장동료	13(8.7%)			
	친구	40(26.7%)			
친목단체	4(2.7%)				
합	150(100%)				

본 설문 응답자 150명 가운데 제주올레 완주 의도가 있는 여행자는 126명으로 응답자의 84%였으며, 응답자 중의 24.7%(37명)가 한 개의 코스를 완주했고 두 개 코스에서 다섯 개 코스를 완주한 비율은 27.3% (41명), 여섯 개 코스에서 열 개 코스를 완주한 비율은 11.3%(17명), 열한개 코스에서 열다섯 개 코스 완주 비율은 15.3%(23명), 열여섯 개 코스 이상 완주한 비율은 14.7%(22명)로 나타났다. 또한 제주올레 전체 코스를 완주한 비율도 6.7%(10명)에 이르는 것으로 나타났다. 본 설문에 응답한 제주올레 도보 여행자들의 평균 완주 코스는 약 8.6개로 나타나 제주올레 도보 여행자들이 1회 방문에 그치는 것이 아니라 반복적인 방문 행태를 보인다는 것을 알 수 있다.

2. 장소 애착심과 친환경행동의도 대한 신뢰성 및 타당성 검증

장소 애착심을 측정된 12개 항목을 대상으로 베리맥스 회전법 (Varimax Rotation)을 통한 요인분석(Factor Analysis)을 실시하였다. 요인 분석의 모형 적합도 결과 KMO가 0.908, 총 설명력은 80.767%로 나타났다. 장소 애착심에 대한 설문 구성 시 ‘장소의 사회적 유대감’에 포함

하였던 ‘제주 올레에 대한 좋은 기억이 많다’라는 항목은 요인분석 결과에 따라 ‘장소 공감성’에 포함되었으며, ‘장소 의존성’ 측정 항목이었던 ‘제주 올레는 내 여행목표와 필요를 가장 잘 충족시킨다’라는 문항은 전체 설명력에 저해된다고 판단되어 요인분석에서 제거되었다.

각 요인별 내적일관성을 살펴보면 ‘장소 공감성’ 요인의 알파계수가 0.870, ‘장소 정체성’ 요인의 알파계수가 0.867, ‘장소의 사회적 유대감’ 요인의 알파계수가 0.822, ‘장소 의존성’ 요인의 알파계수가 0.832로, 장소 애착심을 측정하는 요인들 모두 알파계수가 0.8 이상으로 신뢰도를 확보하였다고 할 수 있다.

<표 4> 제주 올레 장소 애착심에 대한 신뢰성과 타당성 검증

요인명	측정항목	요인 적재량	공통성	분산 설명력	Cronbach's α
장소 공감성	행복감	.737	.760	58.299	.870
	애착심	.613	.797		
	좋아함	.825	.837		
	좋은 기억	.571	.670		
장소 정체성	자아 발견	.835	.842	8.802	.867
	나에게 특별한 의미	.640	.741		
	자아 표현	.786	.838		
사회적 유대감	올레꾼들과의 유대감	.804	.816	7.648	.822
	현지주민과의 친근감	.868	.833		
장소 의존성	다른 도보여행지로 대체 불가능함	.825	.874	6.019	.832
	다른 도보여행지에 비해 더 만족함	.838	.876		

KMO=.908 (sig.000), 총 설명력=80.767%

<표 5>와 같이 친환경행동의도에 대한 요인분석결과 ‘제주 올레에 대한 친환경행동의도’와 ‘평상시 친환경태도’로 구분되었으며, 요인분석의 모형 적합도 결과 KMO가 0.744, 총 설명력은 63.951%로 나타났다.

〈표 5〉 친환경행동의도에 대한 신뢰성과 타당성 검증

요인명	측정항목	요인 적재량	공통성	분산 설명력	Cronbach's α
제주올레 친환경 행동의도	탐방로를 벗어나지 않음	.902	.518	43.615	.784
	쓰레기 되가져 가기	.833	.699		
	올레 탐방규칙을 잘 지킴	.902	.848		
	올레길 풀, 식물을 가져오지 않음	.694	.490		
평상시 친환경 태도	1회 용품 사용 자제	.804	.649	20.336	.695
	물과 전기를 아낌	.757	.673		
	친환경 제품 구매	.770	.600		

KMO=.744 (sig.000), 총 설명력=63.951%

요인분석 결과를 바탕으로 ‘평상시 친환경태도’와 ‘제주올레 장소 애착심’을 구성하는 4가지 요인 즉, 장소 의존성, 장소 정체성, 장소 공감성, 장소의 사회적 유대감이 ‘제주올레에 대한 친환경행동의도’에 어떠한 영향을 미치는지 회귀분석을 통하여 살펴보았다.

3. 제주올레 친환경행동의도에 영향을 미치는 요인들의 회귀 분석 결과

회귀분석을 통하여 제주올레 도보 여행자들의 제주올레에 대한 친환경행동의도에 영향을 미치는 요인을 살펴본 결과, 가장 큰 영향을 미치는 요인은 ‘장소 공감성’이었으며, 그 다음으로 큰 영향을 미치는 요인은 ‘평상시 친환경태도’로 나타났다. ‘장소 의존성’ 또한 제주올레에 대한 친환경행동의도에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 요인으로 밝혀졌으나, ‘장소의 사회적 유대감’과 ‘장소의 정체성’ 요인은 제주올레에 대한 친환경행동의도에 통계적으로 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 이러한 회귀분석 결과는 제주 올레에 대한 장소 애착심 중 2가지 요인인 ‘장소 공감성’과 ‘장소 의존성’을 높일수록 제주올레에 대한 친환경행동의도를 높일 수 있다는 것을 보여준다. 본 회귀분석의 설명력 (R2)은 25.8%이며, 각 요인의 VIF 지수가 10 이하로 다중공선성에 문제

가 없는 것으로 나타났다.

〈표 6〉 제주올레 친환경행동의도에 영향을 미치는 요인

종속 변수	독립변수	비표준화 계수		표준화 계수	t	유의 확률	공선성 통계량	
		B	표준오차	베타			공차	VIF
제주올레 친환경 행동의도	(상수)	.000	.072		.000	1.000		
	장소 공감성	.310	.072	.310	4.280	.000*	.998	1.002
	장소 정체성	.026	.073	.026	.357	.721	.994	1.006
	장소 사회적 유대감	.047	.073	.047	.638	.524	.967	1.034
	장소 의존성	.218	.076	.218	2.879	.005*	.913	1.095
	평상시 친환경태도	.259	0.77	.259	3.366	.001*	.880	1.137

*p<0.05 F값=9.875 R2=.258

제주올레 도보 여행자들의 ‘평상시 친환경태도’ 보다 제주 올레에 대한 ‘장소 공감성’이 제주 올레에 대한 친환경행동의도에 더 크게 유의한 영향을 미친다는 본 연구 결과는 제주올레 도보 여행을 통해 형성된 여행자들의 행복감, 애착심, 좋아함, 좋은 기억들을 증가시킴으로써 제주올레에 대한 친환경행동의도를 높일 수 있다는 중요한 실무적 시사점을 제공한다고 할 수 있다. 즉, 제주올레라는 특정 관광지의 장소 애착심을 높임으로 해서 제주올레에 대한 친환경행동의도를 향상시킬 수 있다는 것을 보여준다.

4. 추가 분석

설문 응답자 중 제주 올레 코스를 5개 이하로 완주한 경험이 있는 여행자들(52%, 78명)을 저경험 집단으로, 5개 이상 완주한 경험이 있는 여행자들(48%, 72명)을 고경험 집단으로 분류한 후, 두 집단 간 차이에 대한 추가 분석을 실시하였다. 그 결과, 올레 고경험 집단의 경우 ‘다른 도보 여행지로 대체 불가능하다’라는 항목에서 저경험 집단과 비교하여 유

의하게 높은 점수를 보였다(4.03 > 3.59). 또한 자아 발견(4.18 > 3.82), 특별한 의미(4.13 > 3.69), 자아 표현(3.94 > 3.59) 등 ‘장소 정체성’ 요인의 측정항목에서도 유의하게 높은 점수를 나타냈으며, ‘장소 공감성’ 요인의 측정항목인 행복감(4.36 > 4.05), 애착심(4.39 > 3.88), 좋아함(4.53 > 4.15), 좋은 기억(4.43 > 3.85)에서도 제주 올레 고정험 집단이 유의하게 높은 평가를 보이는 것으로 나타났다. ‘장소의 사회적 유대감’ 요인 중의 하나인 ‘장소 공유자와의 유대감’에 있어서도 고정험 집단이 저경험 집단보다 유의하게 높은 평가를 내리고 있었으며(3.93 > 3.54), 제주 올레에 대한 친환경행동의도 요인에서는 ‘올레길의 돌, 식물 등을 가져오지 않는다’라는 항목에서 고정험 집단이 유의하게 더 높은 점수를 보이고 있었다(4.72 > 4.32).

〈표 7〉 제주 올레 경험에 따른 차이 분석

문항	경험	평균	표준편차	F값	유의확률
다른 도보여행지로 대체 불가능함	저경험 집단	3.59	1.122	7.985	.011*
	고경험 집단	4.03	.934		
자아발견	저경험 집단	3.82	.833	.575	.006*
	고경험 집단	4.18	.757		
특별한 의미	저경험 집단	3.69	.916	.260	.003*
	고경험 집단	4.13	.838		
자아표현	저경험 집단	3.59	.889	1.766	.013*
	고경험 집단	3.94	.837		
행복감	저경험 집단	4.05	.737	2.795	.012*
	고경험 집단	4.36	.756		
애착심	저경험 집단	3.88	.882	1.842	.000*
	고경험 집단	4.39	.723		
좋아함	저경험 집단	4.15	.884	2.649	.004*
	고경험 집단	4.53	.627		
좋은 기억	저경험 집단	3.85	.854	.741	.000*
	고경험 집단	4.43	.668		
공유자와 유대감	저경험 집단	3.54	.893	.803	.009*
	고경험 집단	3.93	.909		
올레길 돌, 식물 등을 가져오지 않음	저경험 집단	4.32	.781	16.221	.000*
	고경험 집단	4.72	.481		

*p<0.05

반면, ‘평상시 친환경태도’ 요인의 측정 항목들에 있어서는 두 집단에 차이가 없는 것으로 나타났다. ‘평상시 친환경태도’ 항목들에서 두 집단 간 차이가 없다는 것은 본 연구의 응답자들이 제주올레라는 특정 장소 이외에 평상시 친환경태도에 있어서는 동질의 집단이라는 것을 보여준다. 더불어 제주올레 고정형 집단과 저경험 집단의 차이 분석을 통해 제주 올레의 경험이 많을수록 제주 올레에 대한 장소 애착심이 높아진다는 것을 보여준 것이라 할 수 있다.

V. 결론

제주도는 섬이라는 지리적 제약으로 인해 고유한 문화, 생태, 역사 등의 매력을 가지고 있는 동시에 잘못 관리되어진다면 그 가치가 상실되어 환경보존이나 경제적 차원에서 지속가능성의 실패를 초래할 수 있다.³⁴⁾ 제주 고유의 환경적 가치를 유지하고 보전하기 위해서는 지역주민 뿐만 아니라 제주를 방문하는 관광객들의 자발적인 친환경행동이 더욱 요구되는 시점이라고 할 수 있다. 이에 본 연구에서는 관광객들의 자발적인 친환경행동의도를 향상시키기 위한 방안의 하나로 관광객들의 관광지 장소 애착심을 향상시키는 방안을 제안하고자 하였다. 이를 위해, 제주도의 대표적인 관광지로 자리 잡은 제주올레를 도보 여행하는 관광객을 대상으로 실증분석을 실시하여 제주올레 도보 여행자들의 제주올레에 대한 장소 애착심의 구성 요인을 살펴보고, 제주올레에 대한 장소 애착심이 제주올레에 대한 친환경행동의도에 유의한 영향을 미치는지 살펴보았다. 제주 올레를 직접 걸은 도보 여행자들을 대상으로 한 연구 결과, 장소 공감성, 장소 의존성, 장소 정체성, 장소의 사회적 유대감이 제주올레에 대한 장소 애착심을 구성하는 요인으로 밝혀졌다. 특히 특정 장소에 의해서 유발된 개인의 정서적 감정이라고 할 수 있는 장소 공감성과 대체 가능한 다른 장소와의 비교에 의해 나타나는 상대적인

34) 서용건·고광희, 「섬 관광목적지 경쟁력지표 개발에 관한 연구」, 『관광레저연구』 22(1), 2010, 167-187쪽.

특징인 장소 의존성은 개인의 평상시 친환경태도와 더불어 제주올레에 대한 친환경행동의도에 유의한 영향을 미치는 요인으로 밝혀졌다. 또한 제주올레 고경험 집단은 저경험 집단에 비해 제주올레에 대한 장소 공감성 뿐 아니라 제주 올레의 대체 불가능성, 장소 공유자와의 유대감 등에서 유의하게 높은 점수를 보여 특정 장소의 방문 경험이 많을수록 그 장소에 대한 애착심이 높아질 수 있음을 시사하고 있다.

이러한 결과를 바탕으로 본 연구의 학문적 시사점은 다음과 같다. 첫째, 장소 애착심에 대한 국내연구가 대부분 장소 정체성과 장소 의존성이라는 두 가지 요인에 한정하여 연구를 진행한 반면, 본 연구에서는 제주올레처럼 특정 장소에 대한 방문 횟수가 높은 관광지의 경우에는 행복감, 애착심, 좋아함 등의 장소 공감성과 장소를 함께 공유하는 다른 여행자 및 지역 주민과의 사회적 유대감 또한 형성될 수 있다는 가능성을 제시하였다는 점이다. 둘째, 장소 애착심을 구성하는 요인 가운데 장소 공감성과 장소 의존성은 여행자의 평상시 친환경태도와 더불어 특정 관광지에 대한 친환경행동의도에 유의한 영향을 미치는 주요 요인이 될 수 있음을 밝혔다.

본 연구의 실용적 시사점으로 관광지의 쓰레기와 환경오염 문제를 해결하기 위해 여행자들의 관광지에 대한 친환경행동의도를 높이는 방안을 제안하고자 한다. 먼저, 개인의 평상시 친환경태도를 높이기 위해 사용하고 있는 쓰레기 퇴거저가, 분리배출 등의 이성적인 메시지 홍보 전략 뿐 아니라 본 연구 결과에서 밝혀진 것처럼 특정 장소나 특정 관광지에 대한 장소 공감성과 장소 의존성을 높이는 메시지 전략을 제안하는 바이다. 예를 들면, 그 장소를 방문했을 때 느꼈던 행복감과 좋은 기억을 상기시키는 메시지와 이미지 등을 통해 친환경행동의도를 유도하는 방법과 그 관광지가 오염된다면 다른 여행지로는 대체 불가능하다는 점을 일깨워줄 수 있는 장소 의존성에 호소하는 메시지와 이미지를 통해 관광객들이 자발적으로 제주의 청정 자연과 환경을 보전할 수 있도록 유도하는 방안을 제시할 수 있다. 또한 매월 한 코스씩 제주올레도보 여행객 스스로 올레길을 청소하는 ‘클린올레’ 캠페인을 벤치마킹하여 관광객 스스로 자신이 아끼고 좋아하는 관광지의 환경을 적극적 참여를 통해서 개선해나가는 환경 보호 이벤트를 확대할 필요가 있다는

점이다. 이러한 환경 보호 및 환경 개선 이벤트에 관광객의 참여를 독려함으로써 제주 도민과 함께 제주도의 환경 보전에 대한 책임인식을 공유하도록 유도하는 방안을 모색할 필요가 있다. 향후 연구에서는 제주올레 뿐 아니라 한라산 등 관광객이 지속적으로 방문하는 제주도의 여러 관광지에 대한 확대 연구가 필요하며 지속적인 방문이 이루어지기 힘든 외국인 관광객들을 대상으로 관광지 친환경행동의도를 유도해 낼 수 있는 방안을 모색할 필요가 있다. 앞으로 장소 애착심 이외에 관광객들의 친환경행동의도에 영향을 미칠 수 있는 요인들을 모색함으로써 제주의 청정 자연과 환경을 지키고 보전할 수 있는 다양한 방안이 제시되어져야 할 것이다.

참 고 문 헌

1. 저서

김계수, 『구조방정식 모형분석』, 서울: 한나래 아카데미, 2010.

2. 연구논문

강성일·이계희, 「제주올레 관광객과 대중관광객의 특성비교」, 『관광연구』 25(6), 2011.

강신겸, 「지역사회 애착도가 관광개발에 대한 태도에 미치는 영향」, 한양대학교 대학원 박사학위논문, 2001.

고동우, 「관광자의 친환경태도와 행동의 관계에 대한 위협소구 환경광고의 영향」, 『관광학연구』 30(2), 2006.

김병국·김보현, 「지역축제 속성이 방문객 만족과 자발적 행동에 미치는 영향」, 『대환경영학회지』 25(2), 2012.

김성보·김태일, 「올레길 개설에 따른 마을주민의 평가 및 개선요구에 관한 기초 연구」, 『대한건축학회지회연합회학술발표대회논문집』, 2012.

김영규, 「장애인의 관광 활동 활성화방안에 관한 연구」, 『관광연구』 27(6), 2013.

류동균·박경심·김태훈·주영환, 「국립공원 탐방객의 개인적 규범에 따른 친환경 행동의도와 국립공원관리정책 지지도 차이분석」, 『관광연구저널』 30, 2016.

박영아, 「도보여행기 개발에 대한 지역민의 인식과 제주 올레길 개발지시 간의 영향관계에 관한 연구」, 『관광학연구』 36(2), 2012.

서구원·민형철, 「전통시장 방문의도에 영향을 미치는 요인에 대한 실증적 연구」, 『조형미디어학』 14(4), 2011.

서용건·고광희, 「섬 관광목적지 경쟁력지표 개발에 관한 연구」, 『관광레저연구』 22(1), 2010.

신현식·김창수, 「지역축제 스토리텔링이 방문객의 장소애착과 행동의도에 미치는 영향」, 『관광학연구』 35(5), 2011.

이보미·오문향·김자현, 「제주올레에서의 자연과의 교감과 편익인지가 장소애착에 미치는 영향」, 『관광학연구』 37(1), 2013.

전수현, 「장소 애착심, 만족도, 브랜드 충성도 및 연령이 맥도날드에 대한 태도와

구매의도에 미치는 영향」, 『관광연구』 30(1), 2015.

3. 연구보고서

장윤배·이희정·박인우·김진우, 「경기뉴타운 문화마케팅 전략 및 디자인 특화방안」, 경기개발연구원, 2009.

4. 외국서

Brown, B. B., Altman, I. & Werner, C. M, “Place attachment”, In S. J. Smith (Ed.), *International encyclopedia of housing and home*, San Diego: Elsevier, 2012.

Chiu, Y. T. H., Lee, W. I. & Chen, T. H, “Environmentally responsible behavior in ecotourism: Antecedents and implications”, *Tourism management*, 40, 2014.

Halpenny, E. A, “Environmental behaviour, place attachment and park visitation: A case study of visitors to Point Pelee National Park”, Unpublished Ph. D. dissertation. The University of Waterloo, 2006.

Hidalgo, M. C. & Hernandez, B, “Place attachment: Conceptual and empirical questions”, *Journal of environmental psychology* 21(3), 2001.

Kaiser, F. G. & Gutscher, H, “The proposition of a general version of the theory of planned behavior: Predicting ecological behavior”, *Journal of applied social psychology* 33(3), 2003.

Kim, D. H, “A study on natural experience and environmental attitude”, *Korean Journal of Agriculture Extension*, 9(1), 2002.

Kollmuss, A. & Agyeman, J, “Mind the gap: why do people act environmentally and what are the barriers to pro-environmental behavior?”, *Environmental education research* 8(3), 2002.

Kyle, G., Graefe, A. & Manning, R, “Testing the dimensionality of place attachment in recreational settings”, *Environment and behavior* 37(2), 2005.

Lee, T. H., Jan, F. H. & Yang, C. C, “Conceptualizing and measuring environmentally responsible behaviors from the perspective of community-based tourists”, *Tourism Management* 36, 2013.

Ramkissoon, H., Smith, L. D. G. & Kneebone, S, “Visitor satisfaction and place

attachment in national parks”, *Tourism Analysis* 19(3), 2014.

- Ramkissoon, H., Smith, L. D. G. & Weiler, B, “Testing the dimensionality of place attachment and its relationships with place satisfaction and pro-environmental behaviours: A structural equation modelling approach”, *Tourism Management* 36, 2013.
- Sampson, K. A. & Goodrich, C. G, “Making place: Identity construction and community formation through sense of place in Westland”, *New Zealand Society and Natural Resources* 22(10), 2009.
- Schroeder, S. A, “Quality connections: Recreation, property ownership, place attachment, and conservation of Minnesota Lakes”, Unpublished Ph. D. dissertation. The University of Minesota, 2009.
- Semken, S., Freeman, C. B. Watts, N. B. Neakrase. J. J. Dial, R. E., Baker, D. R, “Factors that influence sense of place as a learning outcome and assessment measure of place-based geoscience teaching”, *Electronic Journal of Science Education* 13(2), 2009.
- Vaske, J. J. & Kobrin, K. C, “Place attachment and environmentally responsible behavior”. *The Journal of Environmental Education* 32(4), 2001.
- Vaughan, M. B. & Ardoin, N. M, “The implications of differing tourist/resident perceptions for community-based resource management: a Hawaiian coastal resource area study”, *Journal of Sustainable Tourism* 22(1), 2014.

5. URL

제주올레 홈페이지, <http://www.jeuolle.org/>.

제주특별자치도관광협회 홈페이지 통계자료, <http://www.visitjeju.or.kr/>.

Abstract

Influence of Place Attachment in Pro-environmental Behavioural Intentions for Jeju Olle Trail

Seo, Se-Jin*·Suh, Yong-Kun**

The study has investigated Jeju Olle travelers' place attachment in their pro-environmental behavioural intention for Jeju Olle trail. The survey was conducted in Olle trail No 1, 2, 15, and 16. The results support Jeju Olle travelers' dimensions of place attachment, including place identity, place affect, place dependence, and place social bonding. The results also indicate a significant influence of the place attachment in the pro-environmental behavioural intentions, (a) a significant influence of place affect on pro-environmental behavioural intentions, (b) a significant influence of place dependence on pro-environmental behavioural intentions. In order to maintain and further improve the environment of Jeju island, the visitors' efforts in pro-environmental behavioural intentions are essential as much as local residents' efforts in a sound management and improvement.

Key Words : Jeju Olle, Place Attachment, Pro-environmental Behavioural Intentions, Place Affect,
Place Dependence.

* Lead Author, Ph. D. student, Department of Tourism Management, College of Economics & Commerce, Jeju National University.

** Corresponding Author, Professor, Department of Tourism Management, College of Economics & Commerce, Jeju National University.

교신 : 서용건 62343 제주특별자치도 제주시 제주대학로 102 제주대학교
경상대학 관광경영학과
(E-mail : yong@jejunu.ac.kr)

논문투고일 2016. 12. 31.

심사완료일 2017. 02. 04.

게재확정일 2017. 02. 07.