
군집분석을 통한 자연휴양림 이용객의 시장세분화

Market Segmentation on Recreational Forest Visitors by Cluster Analysis

신현규, 신홍철
경희대학교 호텔관광학과

Hyun-Kyu Shin(hyunqs@hotmail.com), Hong-Chul Shin(shin0518@khu.ac.kr)

요약

본 연구의 목적은 자연휴양림의 방문한 이용객들의 방문동기를 통한 군집분석을 통하여 이용객을 분류하고 그에 따른 행동의도간의 차이를 검증하여 그에 따른 세분화된 이용객들의 차별화된 마케팅 및 경영 전략을 수립하는데 그 목적이 있다고 할 수 있다.

이의 측정을 위하여 1년 이내에 자연휴양림을 이용한 적이 있는 방문객들을 대상으로 자연휴양림 방문동기에 대한 요인 분석을 실시한 후 군집분석을 실시하여 군집을 분류하였으며, 분류된 군집을 인구통계학적 특성과의 교차분석을 실시하여 군집의 유형화를 실시하였다. 유형화된 군집을 통하여 만족도, 재방문 및 추천의도에 대한 차이검정을 실시하였다.

분석결과 방문동기에 대한 요인분석 결과 3개의 요인으로 분류되었으며, 이를 통해 계층적 군집분석과 K-means 군집분석을 통하여 2개의 군집을 도출하였으며, 2개의 군집을 다시 교차분석을 통하여 군집의 유형화를 실시하여 미혼의 100만원 미만의 군집과 기혼의 200~300만원의 군집 집단으로 유형화를 실시하였다. 이 군집을 자연휴양림 방문 후 행동의도간의 차이분석을 실시하였으며, 그 결과 전반적으로 만족, 즐거운 시간을 보냄, 방문은 현명한 선택, 재방문의도, 추천의도 모두 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 군집 2인 기혼의 200~300만원의 집단에 더 높은 행동의도를 보이고 있는 것으로 나타나 차별화된 마케팅 전략이 필요시 되며, 또한 자연휴양림 공익적 성격을 고려하여 각 집단에 대하여 모두 소구할 수 있는 시설 및 서비스의 개발이 요구 된다.

■ 중심어 : | 자연휴양림 | 시장세분화 | 군집분석 |

Abstract

The purpose of this study is to segment recreational forest's visitors for marketing based on purpose of visit. Using the factor analysis, cluster analysis, cross tab, and t-test to find out different behavioral intention in each clusters, the result elicited some implications.

First, 2 clusters was founded and has difference in behavioral intentions. Cluster 1(married, 200~300hundred won income) has higher satisfaction, revisit intention, recommendation intention. The result shows that market researcher in recreational forest should approach different marketing strategy and has various facility, active program. This research need to survey broad region to generalized result.

■ keyword : | Recreational Forest | Market Segmentation | Cluster Analysis |

I. 서론

현대 산업사회의 발달은 도시화 및 인구의 도시 집중화를 가속시켰고, 이런 변화로 인하여 과거 전통적으로 누려왔던 자연과 인간의 조화로운 접촉과는 다르게 심각한 불균형을 나타내고 있다. 산업화에 의한 고도의 경제성장이 인류의 생활환경과 자연 생태환경의 훼손 등과 같은 여러 환경문제를 발생시켰으며, 선진국들을 중심으로 이에 대한 영향문제에 대해 관심을 보이기 시작하였다. 이러한 현상은 일반 국민생활에 영향을 주었으며, 그 중에서도 야외휴양활동에 대한 관심이 증가하여 여가에 대한 인식제고와 여가활동의 다양성을 가져왔다[1][2].

본격적인 주 40시간 근무제 실시에 따른 여가시간 증대와 국민소득 2만불 돌파 등 국내관광 제반여건의 개선, 관광을 통한 삶의 질 향상 추구 등 관광에 대한 가치관의 변화로 국내관광 수요가 크게 증가할 것이며[3], 이러한 국민들의 생활에 대한 변화와 생태관광과 같은 지속가능한 관광이 부각됨에 따라 전 국토의 2/3이 산림으로 이루어져 있는 우리나라에서는 산림휴양에 대한 인식이 향상되고 있으며 90%가 넘는 높은 도시화를 [4]로 인하여 산림에 대한 인간의 회귀욕구와 산림휴양에 대한 요구 또한 더 높아지는 추세이다. 최근 생활수준의 향상, 주 5일 근무제로 인한 여가시간의 증대 및 도시 생활환경이 악화되면서 복잡한 도시로부터 벗어나 대자연과 더불어 생활하고자 하는 국민적 욕구가 분출되고 있으며, 녹지 공간에 대한 이용 수요도 증가하는 추세이다.

이와 같이 증가하고 있는 야외 휴양 수요를 충족하고, 이를 산림 소득 향상과 연계시킬 필요성으로 산림청과 각 지자체에서는 산지를 자연 휴양림 조성사업, 임간수련장, 삼림욕장, 수목원, 식물원, 생태공원 등 다양한 주민의 휴식 공간과 국민들을 위한 공간으로의 개발을 서두르고 있다. 그러나 늘어나는 산림휴양수요에 부응하기 위해 자연휴양림 및 삼림욕장을 조성하고 있으나 이용자 중심의 질적 향상은 이루어지지 않고 공급자 위주의 양적 성장을 하고 있음을 알 수 있다 [5]. 따라서 적절한 하드웨어적 요소의 양성과 소프트웨어적인 요

소의 조화를 통해 자연휴양림의 양적인 성장 뿐 아니라 질적인 성장 또한 이루어져 조화로운 자연휴양림의 조성이 필요하다고 할 수 있다.

또한 앞으로의 관광개발에는 환경 친화적이고 지속 가능한 개발개념이 적용되어야 할 것이며 생태관광지로서 자연휴양림은 관심의 확실성과 지나친 경제논리에서 크게 벗어나지 못하는 실정이다. 따라서 향후 자연휴양림을 조성·운영하는데 있어 구체적이고 객관적인 지표의 탐색이 중요하다고 할 수 있다[6]. 자연휴양림 자체에 대한 군집을 분류한 연구들을 볼 수 있지만 실질적으로 자연휴양림을 이용하는 방문객들의 세분화에 대한 연구는 미흡하며, 실질적으로 어떠한 유형의 이용객들이 자연휴양림을 이용하는데 있어 긍정적 행동의도를 보이고 있는지를 파악하여, 이에 대한 개선 방안을 모색하여야 할 것이다. 따라서 본 연구는 새로운 산림휴양공간으로 각광받고 있는 자연휴양림의 방문객을 대상으로 자연휴양림 방문객의 유형화에 목적을 두고 있으며, 유형화를 통한 군집화를 통하여 그에 따른 행동의도의 차이를 알아보고자 한다.

II. 문헌연구

자연휴양림에 대한 법제상 개념은 산림문화·휴양법률 제 2조 2항에 의거 국민의 정서함양·보건휴양 및 산림교육 등을 위하여 조성한 산림(휴양시설과 그 토지를 포함한다)이다. 따라서 자연휴양림은 즉, 울창한 숲, 맑은 공기, 깨끗한 물, 아름다운 경관 등의 모든 기능을 살려 산림 내에서 휴양·휴식에 필요한 최소한의 기본시설만을 설치하여 국민들이 편리하게 이용할 수 있도록 마련한 국민휴양공간으로 쉽게 산림을 탐방하고 숲의 문화를 체험할 수 있으며 자연학습의 장으로서도 활용함으로써 국민 보건휴양은 물론 정서함양에도 기여하는 산림이라고 할 수 있다.

이러한 맥락에서 보다 구체적이고 현실적인 개념으로서 자연휴양림은 자연생태계를 유지, 보전하면서 임산물과 공익재의 생산적 기능을 수행하는 공간으로, 질서있게 개발하여 국민의 보건휴양, 정서함양, 산림소유

자와 지역주민의 소득향상 및 대국민 산림교육장으로 활용되는 산림을 의미한다. 이는 기존의 임업경영활동과 결합되거나 독립된 휴양기획 제공으로 한정된 입지일 수 있으나 기본적으로 자연생태계의 보전, 임산물의 생산적 기능과 자연자원중심의 옥외 레크레이션 활동을 통한 국민의 보건휴양기능을 동시에 수행하고 있기 때문에 대상지역의 성격, 시설규모, 개발수준 측면에서 기존의 공원이나 유원지, 도시림 등과 구분되는 독자적 위상을 갖는다. 또한 여가 활동적인 측면에서 자연휴양림은 이용객들로 하여금 일상적 도시 생활의 긴장과 번잡함을 벗어나 입내에서 편히 쉬고, 긴장감을 이완시키는 정신적·육체적 휴식과 건강의 유지, 향상, 치유 등의 심신 단련적 활동, 교육 및 문화적 배양을 배우고 익히는 창조적 활동, 심리적 만족 및 즐거움을 목적으로 자연적이고 비도시적인 환경에서 이루어지는 옥외 행락 활동을 위해 일반에 개방되는 산림이다[7].

뿐만 아니라 자연휴양림은 “신체적 혹은 정신적 안녕과 즐거움을 기본 목적으로 하여 자연적 배경을 특징으로 한 상대적으로 비 도시적 환경에서 이루어지는 야외에서의 여가활동 가운데 특히 즐거움을 주요목적으로 하여 산림환경 내에서 자발적으로 이루어지는 여가활동으로 정의되는 산림휴양적인 시설을 갖추어 놓은 곳”으로 정의되고 있다[8].

우리나라의 자연휴양림은 총 123개소로 그 중 국립자연휴양림은 1988년 신불산 폭포 자연휴양림과 대관령 자연휴양림을 시초로 현재 37개소이고, 공립자연휴양림은 군유림, 도유림 등의 지자체가 소유하고 있으며 67개의 자연휴양림이 운영 중이다. 또한 사립자연휴양림은 현재 19개소가 운영 중에 있다. 우리나라의 자연휴양림 이용자는 1991년에는 81만명에 불과하였는데, 2000년에는 379만명, 2006년에는 507만명으로 늘어났으며, 수입액 또한 초기의 자연휴양림의 수입액 약 2억원 가량에서 2006년 186억원까지 꾸준한 성장을 거듭하고 있다[3].

연평식, 신원섭(2001)은 국립공원과 자연휴양림에 대한 방문동기에 대하여 연구하였는데 자연친화적 동기, 사회친화적 동기, 일상생활의 변화를 추구하려는 동기, 자기탐구의 동기, 자연성취의 동기의 요인을 분류하여

국립공원과 자연휴양림에 대하여 연구한 결과 동기의 차이는 나타나지 않았다고 하였으며, 이용객들은 여러 동기에 의하여 국립공원과 자연휴양림을 찾는 것으로 나타났다[1].

주현식, 여호근(2000)은 자연휴양림 방문동기와 관광 지속성간의 연구에서 방문동기와 관광지 속성 간에는 유의한 영향관계가 있다고 하였으며, 관광지의 체험성과 다양성을 추구하기 위해 자연휴양림을 방문하고 있다고 하였다[9]. 또한, 우문호, 주현식(2000)은 방문 동기 중 휴양림 선택행동에 영향을 미치는 것은 일상생활의 변화와 자연탐구, 조용한 시간, 긴장과 피로해소가 영향을 미친다고 하였다[10].

서철현(2004)은 자연휴양림은 일상생활에서 벗어나 자연을 벗삼아서 조용하고 한적한 분위기를 즐기기 위해서 이용한다고 하였다[11].

따라서 본 연구에서는 주현식, 여호근(2000), 우문호, 주현식(2000), 서철현(2004) 등의 연구를 토대로 방문동기와 만족도간의 관계에 초점을 두었으며, 군집화를 통한 차이 분석을 실시하였다.

2. 시장세분화에 관한 연구

시장 세분화는 광범위한 전체시장을 구성하는 각 세분시장의 소비자 욕구에 대응하여 제품이나 마케팅 활동을 조절하는 것으로, 소비자를 그 이질성에 따라 몇 개의 특징집단으로 분할하고 각 세분시장의 소비자 수요에 대응하는 제품계획을 세워 마케팅 전략을 전개하는 것이다[12]. 즉 니즈나 상품으로부터 얻고자 하는 편익이 유사하거나 인구통계학적인 요인이 비슷한 고객끼리 동일 집단으로 분류하는 것을 말한다[13]. 또한, 시장세분화란 사용자나 소비자의 욕구에 대하여 제품과 마케팅 노력을 합리적으로 보다 정교하게 맞추는 것이며, 시장세분화는 특히 제품에 대한 소비자 집단들의 상이한 선호도에 대응하여 하나의 이질적인 시장을 다수의 소규모의 동질적 시장으로 보는 것이다. 또한, 시장 세분화란 시장의 고객을 동질적인 하위그룹으로 세분하는 것으로 이러한 하위그룹은 마케팅 믹스에 적합한 표적시장으로 선정하기 위한 것이라고 하고 있다. 이러한 시장 세분화의 방법으로는 여러 방법들이 소개

되고 있으며 그 중 군집분석을 통하여 시장이나 고객을 세분화하는 방법은 보편적으로 사용되고 있다[14].

군집분석을 통한 연구로는 Calantone & Jotindar(1984)의 연구에서는 계절적 요인에 따라 여행객이 추구하는 편익이 달라질 수 있다는 전제로 계절에 따른 편익 세분화를 실시하였다. 20개 문항의 편익변수를 계절별로 요인분석과 군집분석을 실시 한 결과 관광객들은 계절에 따라 상이한 편익을 추구하는 것으로 나타났다[15]. 또한 농촌관광 여행행태 유형화 및 특성을 분석한 윤유식·박덕병·이민수(2009)는 이단계 군집분석과 다중로짓분석을 통하여 농촌관광객의 여행행태별 유형화를 실시하였으며, 그에 따른 농촌관광 체험 선호도를 분석하였다. 그 결과 집단별로 다른 농촌체험관광에 대한 선호도가 다른 것으로 나타나 해당 집단에 따른 농촌체험관광을 제공해야 한다고 하였다[16].

김현식·황희연·반영운(2008)은 다변량해석에 의한 자연휴양림 유형구분에서 자연휴양림을 6개 요인 32개의 항목을 통하여 자연휴양림을 군집분석을 통하여 유형별로 구분하였다[17]. 또한 이기철·강기래(2009)는 군집분석을 통한 자연휴양림 유형분류의 연구에서 12개 변수를 사용하여 자연휴양림에 대한 유형화를 실시하여 85개의 자연휴양림을 5개의 군집으로 분류하였다[18].

III. 연구방법

본 연구는 모집단은 전국 자연휴양림을 이용하는 관광객으로 설정하였으며, 편의표본추출법을 이용해 서울, 경기 지역에 거주하고 연구를 진행하는 시점을 기준으로 1년 이내에 자연휴양림을 방문한 경험이 있는 관광객으로 설정하였다. 설문은 응답자 본인이 직접 기입하는 자기기입방법을 사용하여 조사하였으며, 서울과 경기지역에 거주하고 있는 시민들을 대상으로 2008년 10월 30일부터 2008년 11월 16일 까지 실시하였다. 총 200부의 설문지를 배포하여 불성실하게 응답하거나 '1년 이내에 자연휴양림을 이용한 경험이 없다'라고 응답한 설문지 36부를 제외한 164부만을 분석에 이용하였다. 본 연구에서 사용한 방문동기에 대한 조작적 정

의는 주현식, 여호근(2000), 우문호, 주현식(2000), 서철현(2004) 등의 선행연구를 토대로 자연휴양림 이용을 함에 고려되어지고 개인적 환경에 따라 다르게 발생되어지는 욕구라고 정의하였으며, 방문동기 13개 항목에 대하여 Likert 5점 척도를 사용하여 측정하였다.

본 연구의 모형은 다음과 같다.

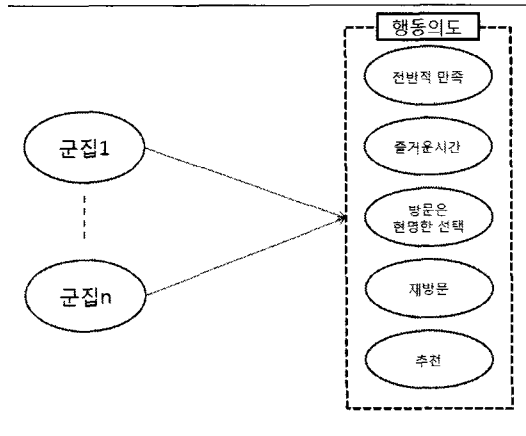


그림 1. 연구모형

연무모형에 따른 연구의 가설은 다음과 같이 설정하였다.

첫째, 자연휴양림 방문동기에 따른 집단간 전반적인 만족에 차이가 있을 것이다. 둘째, 자연휴양림 방문동기에 따른 집단간 즐거움 시간을 보냄에 차이가 있을 것이다. 셋째, 자연휴양림 방문동기에 따른 집단간 방문은 현명한 선택에 차이가 있을 것이다. 넷째, 자연휴양림 방문동기에 따른 집단간 재방문 의도에 차이가 있을 것이다. 다섯째, 자연휴양림 방문동기에 따른 집단간 추천 의도에 차이가 있을 것이다로 가설을 설정하였다.

다음과 같은 연구의 가설을 검증하기 위한 분석방법은 다음과 같다.

첫째, 요인분석과 신뢰도분석을 실시하여 문항에 대한 신뢰성과 타당성을 검증하였다. 둘째, 계층적 군집분석과 K-mean 군집분석을 실시하여 군집을 분류하였다. 셋째, 군집이 잘 분류되었는지를 확인하기 위하여 판별분석을 실시하였으며, 교차분석을 통하여 군집의 유형화를 실시하였다. 마지막으로 ANOVA분석을 통해

여 각 군집간 행동의도의 차이를 알아보았다.

IV. 실증분석

1. 인구통계학적 특성

조사대상자의 인구통계학적 특성을 알아보기 위하여 빈도분석을 실시한 결과 다음과 같이 나타났다.

먼저, 응답자의 성별 분포는 남성이 84명(51.2%), 여성이 79명(48.2%), 불응답 1명(0.6%)으로 나타나, 본 연구의 응답자는 분포에 있어 큰 차이는 없는 것으로 나타났다. 연령에 관한 질문에서는 10대가 10명(6.1%), 20대가 77명(47.0%), 30대가 36명(22.0%), 40대가 19명(11.6%), 50대가 15명(9.1%), 60대 이상이 5명(3.0%), 불응답 2명(1.2%)로 나타나 20~30대의 비율이 비교적 높은 것으로 나타났다.

또한 결혼여부의 경우 미혼이 101명(61.6%), 기혼이 61명(37.2%), 기타 1명(0.6%)으로 나타났으며, 교육수준은 고졸이하 32명(19.5%), 2년제 대학 재학/졸업이 11명(6.7%), 4년제 대학교 재학/졸업은 110명(67.1%), 대학원 이상은 10명(6.1%), 불응답 1명(0.6%)으로 나타났다.

월 소득에 관한 질문에서는 100만원 미만이 54명(32.9%)으로 가장 많았으며, 100~200만원 미만이 41명(25.0%), 200~300만원 미만이 30명(18.3%), 300~400만원 미만이 14명(8.5%), 400~500만원 미만이 6명(3.7%), 500만원 이상이 5명(3.0%), 불응답 14명(8.5)로 나타났다.

직업에 관한 질문에서는 전문직이 25명(15.2%), 관리직이 6명(3.7%), 사무직이 15명(9.1%), 판매·서비스직이 36명(22.0%), 생산직이 2명(1.2%), 학생이 60명(36.6%), 주부11명(6.7%), 기타가 7명(4.3%)로 나타났다. 거주지역에 관한 질문에서는 서울과 경기지역 주민들을 대상으로 하였으므로 서울이 79명(48.2%), 경기도가 52명(31.7%)로 나타났다.

2. 요인분석

본 연구에서의 관계를 알아보기 위해 이들 변수들에 대해 Principle Components, Kaiser 정규화가 있는

Varimax 회전을 통한 요인분석을 실시하였다. 연구에서 Factor Loading 값 0.4를 기준으로 하였으며, 본 연구의 실증 분석에 사용된 자연휴양림 방문동기에 대한 요인으로 추출하는 요인분석을 실시하였다. 측정항목의 모든 값은 고유값(eigen value) 기준을 적용하여 1보다 큰 요인들만 추출하여 요인화 하였다. 요인적재량이 0.4미만이고 각 요인간에 유사한 교차적재가 되는 2개의 항목을 제외한 11개의 항목을 최종 요인분석 항목으로 포함하였으며, 분석결과 요인 1은 5개의 변수가 한 요인으로 설명되고 있으며, Eigen values는 3.530, 분산 설명력은 32.089%로 나타났다. 요인에 대한 명칭은 요인들의 통성을 고려하여 '휴식동기'로 명명하였다. 요인 2는 4개의 변수가 한 요인으로 설명되고 있으며, Eigen values는 1.832, 분산 설명력은 16.653%로 나타났다. 요인에 대한 명칭은 요인들의 통성을 고려하여 '자연학습동기'로 명명하였다. 요인 3은 2개의 변수가 한 요인으로 설명되고 있으며, Eigen values는 1.348, 분산 설명력은 12.256%로 나타났다. 요인에 대한 명칭은 요인들의 통성을 고려하여 '여가체험동기'로 명명하였다. 또한 각 변수의 신뢰도 분석결과 전체 항목 모두 0.7 이상을 나타내고 있어 항목들의 향후 분석을 진행함에 있어 신뢰성에는 문제가 없는 것으로 나타났다.

요인분석 결과 3개의 요인으로 나누어 졌으며, 총분산 설명력은 60.998%, Cronbach Alpha값은 0.769, KMO값은 0.713로 나타나 통계적 신뢰성과 타당성을 확보하고 있었다.

표 1. 자연휴양림 방문동기에 대한 요인분석

자연휴양림 방문동기	Cronbach's Alpha	Factor Loading	Eigen values	Cumulative
Fac 1: 휴식동기			3.530	32.089
혼잡한 도시에서 벗어나기 위해	0.783	.794		
조용한시간	0.795	.746		
맑은공기를 마시려고	0.784	.711		
긴장과피로를풀기위해	0.784	.639		
산책	0.774	.635		
Fac 2: 자연학습동기			1.832	16.653
소리를 듣거나 산짐승 보기위해	0.788	.847		
등산 또는 야경	0.793	.707		

자연학습이나 관찰	0.779	.667		
자연의 아름다움 감상	0.773	.583		
Fac 3: 여가체험동기			1,348	12,256
가족,친구와의 시간 갖기위해	0.795	.789		
놀이또는 운동	0.801	.737		
Total Cumulative				60,998

Cronbach's Alpha 0.769, Kaiser's Measure of Sampling = 0.713
Bartlett Approx, Chi-Square=492.188, df=55, P=0.000

3. 군집분석

자연휴양림 방문동기를 구성하고 있는 3개의 요인을 계층적 군집분석을 통하여 몇 개의 군집의 수를 설정할 것인지를 결정하였으며, 계층적 군집분석 결과의 안정성과 타당성을 확보하기 위하여 비계층적 군집분석방법 중 K-means 군집분석을 추가로 실시하였다. 계층적 군집분석에서 군집 수의 선정에 있어 유용한 정보를 제공하는 군집화 일정표를 가지고 군집분석 결과를 해석하였으며, 그 결과 2개에서 1개의 군집으로 갈 때 군집화 계수가 큰 폭으로 증가하므로 군집의 수를 2개로 하는 것이 적절하다고 할 수 있다. 계층적 군집분석의 결과가 타당한지를 알아보기 위하여 K-means 군집분석을 실시하여 가장 좋은 군집의 수를 2개로 설정하였다.

표 2. 자연휴양림 방문동기요인의 군집분석

구분	휴식동기	자연학습동기	여가체험동기
K-means 방법			
군집 I(n=81)	3.88	3.33	4.10
군집 II(n=73)	3.38	2.38	2.99

자연휴양림 방문동기를 통해 실시한 군집분석의 타당성 검증을 위해 도출된 군집을 종속변수로 설정하고 자연휴양림 방문동기 요인을 독립변수로 하여 판별분석을 실시하였다.

판별분석결과 판별함수의 정준상관관계 0.767으로 판별력이 비교적 우수한 것으로 나타났으며, 분산설명력을 살펴보면 판별함수 1의 설명력은 1000%(고유값 1.425)로 1개의 판별함수가 총 분산의 100%를 설명하는 것으로 분석되었다. 판별함수 1의 x^2 ($p=0.000$)로서 99%의 신뢰수준에 통계적으로 유의한 것으로 나타났

으며, 집단케이스 중 96.3%의 케이스가 올바르게 분류되어있는 것으로 나타났다.

표 3. 판별분석을 통한 군집분석의 타당성 검증

요인명	참수	분산설명력		판별력		판별함수의 유의성	
		고유값	분산비율 (%)	정준상관	Wilks' 람다	x^2	유의 확률
방문동기	1	1.425	100.0	0.767	0.412	133.325	0.000
표준화 정준판별함수	자연휴양림 방문동기		함수1				
	휴식동기		0.238				
	자연학습동기		0.670				
	여가체험동기		0.741				

주: 집단 케이스 중 96.3%가 올바르게 분류되었음

2개의 군집의 분류한 후 군집의 유형화를 위하여 교차분석을 실시하였다. [표 1]의 교차분석결과를 보면 결혼여부에서 $x=12.628$, $p=0.000$ 으로 나타났으며, 소득에서는 $x=11.184$, $p=0.048$ 로 나타났다.

표 4. 각 군집별 특성 분석결과

구분	구분	군집1(n=86)	군집2(n=68)	전체(n=154)
		결혼여부 ($x=12.628$ ***)	미혼	43 44.8%
	기혼	43 74.1%	15 25.9%	58 100.0%
소득 ($x=11.184$ *)	100만원 미만	23 45.1%	28 54.9%	51 100.0%
	100~200만원 미만	19 50.0%	19 50.0%	38 100.0%
	200~300만원 미만	23 79.3%	6 20.7%	29 100.0%
	300~400만원 미만	8 57.1%	6 42.9%	14 100.0%
	400~500만원 미만	4 80.0%	1 20.0%	5 100.0%
	500만원 이상	3 75.0%	1 25.0%	4 100.0%

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

교차분석 결과 [표 5]와 같이 나타났으며, 군집 1은 기혼에 200~300만원 미만의 소득을 가지고 있는 집단으로 구성되어 있었으며, 군집2는 미혼에 100만원 미만의 소득을 가지고 있는 집단으로 구성되어 있었다.

표 5. 방문동기에 따른 군집분석결과 유형화

구분	군집1	군집2
결혼여부	기혼	미혼
소득	200~300만원 미만	100만원 미만

4. T-test 분석

군집별 행동의도의 차이에 대한 T-test 분석결과 [표 6]와 같이 나타났다. 첫째, 전반적으로 만족한다는 항목의 경우 t값 2.897 P=0.004수준에서 군집에 따른 유의한 차이가 있는 것으로 나타났으며, 둘째, 즐거운 시간을 보냈다는 항목에 있어 t값 2.220 P=0.028수준에서 군집에 따른 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다.

셋째, 방문은 현명한 선택이었다의 항목에 있어 t값 2.291 P=0.024수준에서 군집에 따른 유의한 차이가 있는 것으로 나타났으며, 넷째, 재방문 의도 항목에 있어 t값 3.332 P=0.001수준에서 군집에 따른 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다.

마지막으로 추천 의도 항목에 있어 t값 3.537 P=0.001 수준에서 군집에 따른 유의한 차이가 있는 것으로 나타나 행동의도에 있어 군집별 모든 항목에 있어 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다.

표 6. 군집별 행동의도의 T-test결과

구분	Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means			
	F	Sig.	t	df	Sig.	
전반적으로 만족	0.649	0.422	2.897	152	0.004	
			2.889	142.381	0.004	
즐거운 시간 보냄	8.183	0.005	2.281	152	0.024	
			2.220	125.567	0.028	
방문은 현명한 선택	5.557	0.020	2.344	152	0.020	
			2.291	128.663	0.024	
재방문	Equal	6.414	0.012	3.423	151	0.001

의도	variances assumed					
	Equal variances not assumed			3.332	124.570	0.001
추천 의도	Equal variances assumed	0.744	0.390	3.537	152	0.001
	Equal variances not assumed			3.497	136.966	0.001

V. 결론

관광시장의 지속적인 성장과 함께 지속가능한 관광과 환경에 대한 관심 또한 증대되었다. 이에 따라 우리나라에서도 높은 산림비율을 이용한 산림에 대한 개발과 관광객의 산림에 대한 이용욕구 또한 증대되고 있다. 따라서 본 연구는 산림을 이용한 관광지 중 하나인 자연휴양림에 대한 시장세분화 연구를 통하여 국민들의 편의성을 높여 산림에 대한 이용비율과 자연휴양림 방문객의 만족도를 높이고 이에 따른 재방문의도와 긍정적인 추천의도를 높이는데 기여하고자 한다.

본 연구의 목적을 달성하기 위하여 자연휴양림 이용객을 대상으로 자연휴양림 방문동기를 통한 관광객의 유형화를 실시하였다. 따라서 연구의 의의는 관광객들의 유형화를 통해 관광객들을 세분화하고 이에 따라 차별화된 경영전략을 세우는데 도움을 주고자 한다.

본 연구의 목적을 달성하고자 자연휴양림 방문동기에 대한 요인분석을 실시한 결과 3개의 요인으로 나누어졌으며, 이를 계층적 군집분석과 비계층적 군집분석인 K-means 군집분석을 통하여 2개의 군집으로 분류하였다. 이를 다시 군집분석의 유형화를 위하여 교차분석을 실시한 후 T-test를 통하여 각 군집 간에 행동의도의 차이를 분석하였으며, 분석결과 다음과 같이 나타났다.

군집분석결과 2개의 군집으로 분류되었으며, 이를 방문객의 인구통계학적인 요소와의 교차분석결과 군집 1은 200~300만원 미만의 소득을 가지고 있는 집단으로 구성되어 있었으며, 군집2는 미혼에 100만원 미만의 소

득을 가지고 있는 집단으로 구성되어 있었다. 군집을 유형화한 후 군집별 행동의도에 대한 차이를 알아보고자 하였다. 분석결과 행동의도에 있어 군집별 모든 항목에 있어 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다.

따라서 미혼이면서 소득이 100만원 미만인 군집2에서 보다 군집1의 집단이 더 높은 긍정적 행동의도를 보이고 있었으며, 더 높은 만족도와 그에 따른 자연휴양림에 대한 재방문의도와 타인에게 추천의도 또한 더 높은 결과를 보이고 있었다. 따라서 소득이 200~300만원의 기존 집단에서의 만족도를 더 높일 수 있는 해당 계층의 자연휴양림 내에서의 활동 가족 프로그램 및 시설면에서의 개발이 요구된다. 그러나 100만원 미만의 소득을 보이는 집단에서의 만족도 및 행동의도가 떨어짐을 고려해 볼 때 이러한 집단에게 소구할 수 있는 시설의 도입 및 서비스 개발이 필요시 되는데 방문동기에 있어 더 낮은 지각을 보이고 있으므로 자연휴양림에 대한 정보 탐색의 용이성 제공과 교통수단의 확충 등을 통하여 현재 이 집단의 행동의도를 높이는 데 노력을 해야 할 것이다. 자연휴양림의 특성상 공익적 성격이 강하므로 특정 계층에 대하여 편중된 시설 및 서비스 개발의 어려움이 예상되며, 이용계층 전체에 대하여 소구할 수 있는 활동 프로그램 및 접근성 확충, 서비스 개발이 필요시 된다.

향후 연구에서는 해당 집단에서의 요구되어지는 시설 및 프로그램의 선호에 관한 연구를 통하여 각 집단에 대한 세분화된 선호시설 및 프로그램 개발에 노력해야겠다. 또한, 본 연구는 서울 경기 지역에 거주하고 있는 자연휴양림 이용객을 대상으로 하였기에 전체 이용객을 대변하기에는 한계를 가지고 있으므로, 향후 연구에서는 좀 더 확장된 연구를 통하여 연구결과에 대한 일반화를 위한 노력을 하여야겠다.

참 고 문 헌

[1] 연평식, 신원섭, “국립공원과 자연휴양림 이용객의 방문동기:속리산국립공원, 월악산국립공원, 장용산자연휴양림, 조령산 자연휴양림을 중심으로”, 산림휴양학회지, 제5권, 제3호, pp.59-66, 2001.

[2] 조진희, “지속가능한 생태관광을 위한 관광객의 관광태도, 관광동기 및 환경의식”, 계명대학교 대학원 박사학위논문, 2006.

[3] 문화체육관광부, 2007 관광동향에 관한 연차보고서, 2008.

[4] <http://www.kosis.kr/index.jsp>

[5] 서철현, “자연휴양림 숙박시설 이용자의 이용 동기와 만족도에 관한 연구”, 관광연구, 제18권, 제3호, 2004.

[6] 하경량, “자연휴양림에 대한 이용행태 및 인식에 관한 연구”, 한국지리교육학회 지리학연구, 제36권, 제3호, pp.205-216, 2002.

[7] <http://www.forest.go.kr/>

[8] 산림청, 자연휴양림 설계기준, 1990.

[9] 주현식, 여호근, “자연휴양림 방문동기가 관광지 속성에 미치는 영향에 관한 연구: 부산/경남지역을 중심으로”, 관광연구, 제15권, 제2호, pp.185-200, 2000.

[10] 우문호, 주현식, “방문동기가 자연휴양림 선택행동에 미치는 영향에 관한 연구”, 산업경제연구, 제13권, 제4호, pp.13-32, 2000.

[11] 서철현, “자연휴양림 숙박시설 이용자의 이용동기와 만족도에 관한 연구”, 관광연구, 제18권, 제3호, pp.29-46, 2004.

[12] 서성한, 박기안, *마케팅원론*, 법경사, 1998.

[13] 이훈영, *연구조사방법론*, 청담, 2008.

[14] P. Kotler, *Marketing Management*, 6th ed, Englewood Cliff, NJ: Prentice hall Inc, 1989.

[15] J. R. Calantone and J. S. Jotindar, “Seasonal segmentation of the tourism market using: A benefit segmentation framework,” *Journal of Travel Research*, Vol.37, pp.341-352, 1994.

[16] 윤유식, 박덕병, 이민수, “농촌관광 여행행태 유형화 및 특성분석 연구: 이단계 군집분석과 다중로짓 모델 적용”, 관광연구, 제23권, 제4호, pp.337-355, 2009.

[1] 연평식, 신원섭, “국립공원과 자연휴양림 이용객의 방문동기:속리산국립공원, 월악산국립공원, 장용산자연휴양림, 조령산 자연휴양림을 중심으로

- [17] 김현식, 황희연, 반영운, “다변량해석에 의한 자연휴양림 유형구분”, 대한국토·도시계획학회지, 국토계획, 제43권, 1호 pp.225-233, 2008.
- [18] 이기철, 강기래, “군집분석을 통한 전국 자연휴양림 유형분류”, 한국조경학회지, 제37권, 제1호, pp.9-17, 2009.

저자 소개

신 현 규(Hyun-Kyu Shin)

정회원



- 2007년 2월 : 세명대학교 관광경영학과(경영학사)
- 2009년 2월 : 경희대학교 호텔관광학과(관광학 석사)
- 2009년 3월 ~ 현재 : 경희대학교 호텔관광학과 박사과정

<관심분야> : 호텔, 녹색관광, 외식 프랜차이즈

신 흥 철(Hong-Chul Shin)

정회원



- 1995년 2월 : 메사츄세츠대학 호텔관광경영학과(호텔관광학사)
- 1998년 2월 : Penn State대학교 호텔관광학과(호텔관광학 석사)
- 1998년 2월 ~ 현재 : Penn State대학교 호텔관광학과(관광

및 마케팅 박사)

- 2008년 3월 ~ 현재 : 연세대학교 응용통계학과(박사과정)
- 2000년 9월 ~ 현재 : 경희대학교 호텔관광대학 부교수

<관심분야> : 호텔, 관광, 레저, 수요예측