

대학생의 생태관광 인식이 행동의도 및 만족도에 미치는 영향

The Effect of Ecotourism Perception on Behavior Intention and Satisfaction of University Students

이익수

청주대학교 비즈니스대학 관광항공경영 전공

Yk-Su Lee(tour8119@cju.ac.kr)

요약

본 연구는 대학생을 대상으로 생태관광에 대한 가치인식이 행동의도 및 만족도에 미치는 영향을 알아보고자 하였으며, 연구결과는 다음과 같다. 첫째, 인식적 가치, 감정적 가치, 기능적 가치의 모든 생태관광 가치 인식 요인은 만족도에 정(+의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 둘째, 인식적 가치, 감정적 가치, 기능적 가치의 모든 생태관광 인식요인은 행동의도에 정(+의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

이러한 결과는 생태관광에 대한 인식이 높을수록 생태관광 만족도와 행동의도가 높아지는 것을 알 수 있었으나, 서비스 및 품질, 프로그램 등으로 이루어진 기능적 가치는 다른 요인에 비해 상대적으로 영향을 적게 미치는 것으로 나타났다. 따라서, 생태관광 상품 만족도 및 행동의도에 영향을 미치는 각각의 생태관광 가치인식 요소에 대해 대응할 수 있는 접근성 높은 주말상품 개발, 지속가능한 간광상품개발 등 다양한 마케팅 전략과 교육프로그램 등이 개발되어야 할 것이다.

■ 중심어 : | 생태관광 | 가치인식 | 만족도 | 행동의도 |

Abstract

The purpose of this study was to investigate the effect of the value perception of ecotourism on the behavioral intention and satisfaction of university students. The results of the study are as follows. First, it was found that all ecotourism value recognition factors, such as cognitive value, emotional value, and functional value, had a positive(+) effect on satisfaction. Second, it was found that all ecotourism recognition factors, such as cognitive value, emotional value, and functional value, had a positive(+) effect on behavioral intention.

These results show that the higher the awareness of ecotourism is, the higher the satisfaction and behavioral intentions of ecotourism are, but the functional value made up of services, quality, and programs has relatively less influence than other factors. Therefore, various marketing strategies and educational programs such as the development of accessible weekend products and development of sustainable light-emitting products that can respond to each ecotourism value recognition factor that affects the ecotourism product satisfaction and behavior intention should be developed.

■ keyword : | Ecotourism | Value Perception | Satisfaction | Behavior Intention |

* 본 논문은 (2019-2020)학년도에 청주대학교 경영경제 연구소가 지원하는 학술연구조성비(특별연구과제)에 의해 연구 되었음

접수일자 : 2020년 12월 15일

심사완료일 : 2020년 12월 28일

수정일자 : 2020년 12월 28일

교신저자 : 이익수, e-mail : tour8119@cju.ac.kr

I. 서론

1. 문제제기 및 연구목적

2020년 화두는 무엇보다 코로나19의 전세계적 창궐과 이로 인한 팬데믹이라는 전무후무한 상황을 직면한 것이다. 코로나19 바이러스의 전 지구적 확산은 우리의 생활 뿐 아니라, 사회 전반에 큰 변화를 가져왔다.

이러한 새로운 상황에서 관광의 변화에 대해 주한명동아대학교 관광경영학과 교수는 기고에서 외부로의 이동이 제한된 상태에서도 사람들의 관광 욕구는 유지되고 있으며, 이러한 욕구는 우선적으로 생활주변 관광을 통해 해소할 것이며, 레저스포츠 활동이 빠르게 증가할 것이라고 전망했다. 또한 이런 현상은 여기에 그치지 않고 캠핑, 보트, 카약, 자전거 등 야외에서 즐길 수 있는 레저스포츠 전반으로 확산되고 있으며, 야외에서의 레저활동은 도시를 벗어나 생태적 공간인 자연에서 이루어 진다고 전망했다[1]. 이는 코로나시대 이후 생태관광에 대한 욕구가 더욱 강화될 수 있다는 것을 의미한다.

한편 삶의 질에 대한 관심이 확대되면서 대학생들의 관광에 대한 관심도 점차 높아져 가고 있으며, 최근에는 관광서포터즈, SNS홍보단 등에 적극 참여하고 있을 뿐만 아니라, 최근에는 생태관광에 대한 인식도 높아져 관련 연구가 이어지고 있다[2-4].

하지만 그동안 이루어진 생태관광 연구는 주로 지속가능성 측면에서의 생태관광지 개발 등과 같은 공급 측면의 연구[5][6]와 일반인을 대상으로 한 생태관광 서비스 및 만족도[7][8] 등이 대부분을 이루고 있어 대학생을 대상으로 만족도 및 행동의도와 관련된 연구는 거의 없는 것이 현재의 실정이다.

이에 본 연구에서는 수요자 중심의 연구를 진행하고자 하며, 앞으로 생태관광시장 수요의 큰 부분을 차지하게 될 미래세대 중 하나인 대학생을 대상으로 생태관광 가치인식이 만족도 및 행동의도에 어떠한 영향을 미치는지에 대해 실증자료를 바탕으로 분석해보고자 한다. 이러한 연구는 그동안 진행되어온 생태관광 동기 및 만족 등을 연구한 선행연구들이 제시한 연구결과를 확장하여, 온라인 및 SNS 등 기성세대와는 다른 방법으로 관광에 대해 관심을 가지고 있는 대학생을 대상으

로 실증적으로 분석해봄으로써, 생태관광 가치 인식과 만족도 및 행동의도의 상관성을 알 수 있을 것이다.

또한, 이를 통해 생태관광 만족도 및 행동의도에 영향을 미치는 생태관광 가치인식 요소에 대한 강화방향 등을 제시함으로써 향후 대학생 등을 대상으로 한 생태관광 상품개발 등에 대한 전략 및 마케팅 방안 등을 개발할 수 있는 자료를 제공하고자 하며, 이를 통해 장기적으로는 지속가능한 생태관광 활성화를 위한 기초자료를 제공하고자 한다.

2. 연구과제

본 연구의 목적을 달성하기 위해서 다음과 같은 구체적인 연구문제를 설정하였다.

첫째, 생태관광 가치 인식요소와 만족도, 행동의도의 요소는 어떻게 구성되어 있는가?

둘째, 생태관광 가치 인식요소가 만족도 및 행동의도에 미치는 영향은 어떠한가?

II. 이론적 배경

1. 생태관광

1.1 생태관광과 생태관광객

일반적으로 생태관광(ecotourism)은 지속가능관광(Sustainable Tourism)의 한 유형으로서 자연생태계 보전의 개념에 기초하여 경제, 사회, 환경적 지속성을 핵심으로 하고 있다[9].

생태관광에 대한 개념은 연구자에 따라 차이를 보이고 있으나 자연과의 조화 및 균형 등 관계를 중시하고, 적극적인 개발보다 대안을 마련하여 자원을 안정적이고 지속적으로 이용하고자 하는데 인식을 같이하고 있다[10]. 또한 우리나라 문화체육관광부에서는 잘 보전된 자연에서 자연과 문화를 감상하고 체험하되, 지역주민의 복지증진과 자원보전에 기여하는 책임 있는 관광으로 생태관광의 개념을 정리하고 있다[11].

한편 해외에서는 생태관광에 대해 자연을 보전하고 거주민들에게 경제적 도움을 주는 방법이라고 개념적인 정의를 내리고 있다[12].

생태관광객은 자연경관 감상, 동·식물 관찰과 로컬문

화 경험 등의 목적을 가지고 덜 오염되고, 덜 훼손된 지역을 관광하는 관광객으로 그 개념적 내용을 정리하고 있으며[13], 또 다른 정의로는 상대적으로 덜 오염되고, 손상되지 않은 자연의 생태관광지를 여행하는 사람을 생태관광객으로 규정하고 있다[14].

국내에서는 생태관광객을 자연의 훼손을 최소화한 환경친화적 개발과 주민에게 장기적 혜택을 줄 수 있으며, 자연 자원에 대한 책임을 가지는 관광객으로 정의하고 있으며, 대중 관광객과 생태관광객의 차이는 환경에 관심과 생태관광지의 문화 및 자연에 대한 보전 필요성에 대한 공감감이 틀리다고 하면서, 생태관광지의 낮은 기반시설을 감수하는 관광객으로 그 개념을 정리하고 있다[10].

1.2 생태관광 가치

일반적으로 가치는 제품 및 서비스로부터 개인이 얻는 이익과 비용으로 구성된다고 정의되고 있다[15].

또한 지각된 가치는 비용과 이익 사이의 차이값으로 규정할 수 있으며 이익이 비용보다 클 때 지각된 가치는 높은 것으로 이해할 수 있다[16].

현재까지의 연구를 종합하면 지각된 가치는 일반적으로 기능적 가치, 감정적 가치, 인식적 가치, 사회적 가치, 상황적 가치, 재정적 가치의 6개로 세분화하여 구분하고 있으며[17], 기능적 가치는 실용성과 기능성을 중심으로 하고 있으며, 감정적 가치는 소비 후의 느낌 및 감정 상태를 중심으로 하고 있다. 인식적 가치는 호기심 및 지식 욕구를 중심으로 하고 있고, 사회적 가치는 타인에게 좋게 인식되는 등의 사회적 수용성을 중심으로 한다. 상황적 가치는 특수한 상황에 따른 행위변화를 중심으로 하고 있으며, 재정적 가치는 가격 및 거래에 기초한 가치로 정리할 수 있다.

하지만 생태관광에서는 이런 가치가 모두 발생하는 것은 아니며, 상황에 따라 그 가치 기준이 변화한다고 할 수 있다. 이러한 선행연구를 바탕으로 본 연구에서는 생태관광 가치 인식 구성요소를 인식, 감정, 기능 가치 등으로 정의하고자 한다.

1.3 생태관광 관련 선행연구

생태관광과 관련된 연구는 최근에 와서야 주요한 연

구주제로 다루어지고 있다. 이에 대한 연구로 이광희·변재진(1992)은 “환경보전을 실현하는 생태유지 관광개발에 관한 연구; 녹색관광개발 방안의 확산모색”이라는 연구를 통해 각국의 생태관광 사례와 더불어, 정책적 관점에서의 생태관광 시사점을 제시해 생태관광에 대한 초창기 연구를 시작하였다[18]. 이후 2000년대에 접어들어 생태관광에 대한 연구가 본격화되기 시작했으며, 여호근·박봉규·윤태환(2009)은 생태관광지 시설과 체험프로그램 선호도와 관련된 연구를 통해 공급자 중심의 연구를 진행하였다[19]. 최근에는 진철용(2020)이 고창 운곡 람사르 습지를 대상으로 생태관광의 동기와 친환경 태도에 대한 연구를 진행하여 점차 수요자 중심의 연구로 변화하고 있는 것을 보여주었다[20].

또한 해외에서는 Hunt, Carter A., Harbor, & Lucy C.(2019)가 코스타리카를 대상으로 한 웰빙과 친환경 관광을 결합하여 연구를 진행하였다[21].

2. 생태관광 만족도 및 행동의도

2.1 생태관광 만족도의 개념 및 구성요소

관광분야에서 만족도는 많은 연구자들에 의해 연구된 주제로 그동안 연구자들에 의해 정리된 개념을 보면, 이익수(2012)는 관광만족을 기대 결과와 비용을 비교해 기대와 성과의 비교 감정으로 정리하였다[22]. 또한 최영희(2015)는 관광만족에 대해 어떤 형태의 보상과 만족을 추구하는지를 통해 파악할 수 있다고 하였다[23]. 생태관광에서의 만족도 비슷한 개념으로 정리할 수 있으며, 김현철(2015)은 생태관광과 만족에 대해 고객만족이 생태관광 활성화 및 환경의식과 밀접한 관계가 있다고 보았다[10].

본 연구에서는 선행연구를 바탕으로 만족도의 구성요소를 가치, 이미지 및 전반적 만족 등으로 구성하고자 한다.

2.2 생태관광 행동의도의 개념 및 구성요소

관광학 분야에서 행동의도는 만족도와 마찬가지로 많은 연구자들에 의해 연구되어져 왔으며, 일반적으로 재방문의도 및 추천의도를 포함하는 광의적 개념으로 사용되고 있다[24].

이와 관련하여 가장 최근의 연구들은 살펴보면 먼저

선셋별(2017)은 생태관광에서의 동기, 매력성, 지각된 가치, 행동의도의 관계에 관한 연구에서 행동의도를 재방문 및 추천의도, 계속여행 등으로 구분하였으며[25], 유동균·정수봉·최승국(2020)은 스킨스쿠버 이용자를 대상으로 한 참여동기와 만족도 및 행동의도와 관련한 연구에서 행동의도를 재방문 및 추천의도 등을 포함하였다[26].

이러한 선행연구를 바탕으로 본 연구에서는 생태관광과 관련한 행동의도를 재방문 의사, 추천의사를 포함한 계속여행 및 다양한 생태관광지 여행 등으로 구성하고자 한다.

III. 연구방법

1. 연구모형 및 가설

본 연구의 모형은 [그림 1]과 같다. 독립변수인 생태관광 가치인식 요소가 만족도 및 행동의도에 각각 영향을 미치는 것으로 설정하였다.

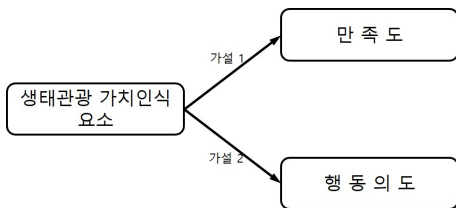


그림 1. 연구모형

연구모형에 따른 가설은 아래와 같이 설정하였다.

가설 1. 생태관광 가치인식 요소는 만족도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 2. 생태관광 가치인식 요소는 행동의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

2. 연구대상 및 표집방법

조사대상 집단은 2020년 6월 ~ 7월 충북도내 재학중인 대학생을 모집단으로 선정하였다. 표본의 추출은 편의표본추출방식(Random Sampling Method)으로 조사대상을 선정하였으며, 조사방법은 설문조사 방법을 사용하였다.

구체적으로는 충북도내 재학중인 대학생을 모집단으로 한 후, 편의표본추출법을 이용하여 표본을 추출하였다. 이와 같은 표집방법으로 방문객을 대상으로 250부를 추출하였으나, 회수된 설문지 중 무응답 했거나 분석에 사용하기 곤란한 25부를 제외하고 최종적으로 사용된 자료는 225부로 유효분석율은 90.0%를 보였다. 조사된 표집의 개인적 특성은 [표 1]과 같다.

다만 수입 항목에서 200만원 이하가 34명(15.1%)가 나온 것은 가정 총수입이라는 항목을 잘못 해석하여 개인수입 등으로 오인한 것으로 짐작할 수 있다.

표 1. 조사대상자의 일반적 특성

항 목	구 분	빈도(명)	백분율(%)
성별	남성	99	44.0
	여성	126	56.0
수입	200만원 이하	34	15.1
	201-300만원	28	12.4
	301-400만원	48	21.3
	401-500만원	40	17.8
	501만원 이상	75	33.3
거주지	서울	15	6.7
	인천/경기	61	27.1
	강원	11	4.9
	대전/충청	119	52.9
	부산/울산/대구/경상	8	3.6
	광주/전라	6	2.7
	제주	5	2.2

또한 생태관광 지식, 경험 및 참여 의향에 대한 빈도 분석을 실시한 결과 들어본 적 있다 이상의 빈도가 85% 이상으로 나타났으나, 생태관광 경험에 있어서는 143명(63.6%)이 경험하지 못한 것으로 나타났다. 하지만 향후 생태관광 참여 의향에 대해서는 참여할 생각이 있다는 응답이 126명(56.0%)로 가장 많이 나타나, 생태관광에 대한 대학생의 관심이 높다는 것을 알 수 있었다. 또한 생태관광의 환경보전 기여와 환경훼손 방지 효과에 대해서는 대다수의 응답자가 효과가 있다고 응답하였다. 조사된 생태관광에 대한 일반적 인식은 [표 2]와 같다.

표 2. 생태관광에 대한 일반적 인식

항 목	구 분	빈도(명)	백분율(%)
생태관광 지식	전혀모름	32	14.2
	들어본적 있음	98	43.6
	내용도 조금 알	88	39.1
	잘 알고 있음	7	3.1

과거 생태관광 경험	경험 있음	82	36.4
	경험 없음	143	63.6
향후 생태관광 참여의향	전혀 생각없음	5	2.2
	약간 생각없음	19	8.4
	보통	63	28.0
	참여할 생각 있음	126	56.0
	고 참여하겠음	12	5.3
생태관광의 환경보전 기여	전혀 없음	2	0.9
	조금 없음	10	4.4
	그저 그렇다	32	14.2
	조금 있음	95	42.2
	많이 있음	86	38.2
생태관광의 환경훼손 방지효과	전혀 없음	0	0.0
	조금 없음	11	4.9
	그저 그렇다	36	16.0
	조금 있음	96	42.7
	많이 있음	82	36.4

3. 변수의 조작적 정의

본 연구에서의 생태관광 가치인식 구성요소는 제품 및 서비스 등으로부터 얻게 되는 이익으로 정의하고, 김현철(2015) 및 황윤영(2018)의 연구에서 사용한 문항을 수정·보완하여 구성하였다.

만족도는 생태관광의 기대와 결과의 차이에서 오는 감정으로 정리하고, 이익수(2012), 김현철(2015)의 연구를 바탕으로 가치만족, 이미지만족, 선택만족, 전반적만족으로 구분하여 본 연구에 맞게 수정·보완하여 구성하였다.

행동의도는 재방문 의도 및 추천의도를 포함하여 구분하였으며, 선셋별(2017) 및 유동균·정수봉·최승국(2020)의 연구를 바탕으로 재방문 의향, 추천의향, 계속여행, 다양한 생태관광 등으로 구분하여 본 연구에 맞게 수정·보완하여 사용하였다.

IV. 실증분석 결과

1. 타당성 및 신뢰성 검증

변수들의 내용 타당성 및 신뢰성 확인을 위해 요인분석 및 신뢰도 분석을 실시하였다. 요인분석은 주성분분석(principle component analysis)에서 요인간의 독립성을 가정하는 직각 회전방식인 Varimax를 사용했다. 문항의 선택은 아이겐 값의 1이상인 경우에 요인이 추출되도록 하였으며, 요인적재량이 0.4 이상인 경우를 기준으로 하였다.

생태관광 가치 인식요인에 대한 요인분석 결과 고유

값(Eigen Value)이 1 이상인 3개 요인이 추출되었으며, 각각을 인식적 가치, 감정적 가치, 기능적 가치라고 명명하였다. 3개 요인에 의해 설명되는 설명력은 전체 분산의 60.034%이다. 또한 요인분석을 위한 각 측정변수들 선정을 확인하는 KMO 값은 .904, 요인분석의 모형 적합성을 판별하는 Bartlett의 구형 검정치 결과는 2192.128(p-value : 0.000)으로 유의하게 나타났다. 한편 도출된 요인들에 대하여 Cronbach'α를 이용한 신뢰도 분석 결과 .885, .882, .689로 나타나 신뢰성이 높은 것으로 나타났다. 전체 문항 중 '금전투자가지 있음'과 '시간투자가지 있음', '호기심으로 선택' 등의 3개 문항은 선행연구의 결과들과 다르게 나타나 제거하였다.

표 3. 농촌문화관광 요인분석 및 신뢰도

요인 및 변수명		요인 적재값	아이겐값	분산(%)	신뢰계수 (Cronbach-α)
인식적 가치	스트레스 줄어듦	.842	4.401	24.448	.885
	정서적 안정감	.780			
	기분을 좋게 함	.767			
	일상탈출이 됨	.750			
	유용함	.678			
감정적 가치	자신을 긍정적으로 보게 됨	.758	4.138	22.990	.882
	더 나은 사람으로 느낌	.733			
	환경에 대한 관심을 갖게 됨	.689			
	새로운 체험 때문에 선택	.685			
	새로운 경험 제공	.684			
	윤리적으로 옳다고 느낌	.664			
기능적 가치	다른관광지보다 질적으로 우수	.736	2.267	12.596	.689
	서비스면이 우수	.731			
	일관된 품질과 서비스 제공	.707			
	프로그램이 훌륭함	.455			

총분산 설명력 : 60.034%

KMO 측도 : .904

Bartlett 검정치 : 2192.128(p-value : 0.000)

만족도에 대한 요인분석 결과 고유값(Eigen Value)이 1 이상인 1개 요인으로 추출되었으며, 만족도라고 명명하였다. 1개 요인에 의해 설명되는 설명력은 전체 분산의 73.495%이다. 또한 요인분석을 위한 각 측정변수들 선정을 확인하는 KMO 값은 .832, 요인분석의 모형 적합성을 판별하는 Bartlett의 구형 검정치 결과는 458.368(p-value : 0.000)으로 유의하게 나타났다. 한

편 도출된 요인들에 대하여 Cronbach'α를 이용한 신뢰도 분석 결과 .880으로 나타나 신뢰성이 높은 것으로 나타났다. 전체 문항 중 선행연구의 분석과 다르게 나타난 문항은 없었다.

표 4. 만족도 요인분석 및 신뢰도

요인 및 변수명		요인 적재값	아이겐값	분산(%)	신뢰계수 (Cronbach-α)
만족도	가치에 만족	.873	2.940	73.495	.880
	이미지에 만족	.853			
	선택에 만족	.852			
	전반적으로 만족	.851			
총분산 설명력 : 73.495%					
KMO 측도 : .832					
Bartlett 검정치 : 458.368(p-value : 0.000)					

행동의도에 대한 요인분석 결과 고유값(Eigen Value)이 1 이상인 1개 요인으로 추출되었으며, 만족도라고 명명하였다. 1개 요인에 의해 설명되는 설명력은 전체분산의 79.803%이다. 또한 요인분석을 위한 각 측정변수들 선정을 확인하는 KMO 값은 .849, 요인분석의 모형 적합성을 판별하는 Bartlett의 구형 검정치 결과는 621.258(p-value : 0.000)으로 유의하게 나타났다. 한편 도출된 요인들에 대하여 Cronbach'α를 이용한 신뢰도 분석 결과 .916으로 나타나 신뢰성이 매우 높은 것으로 나타났다. 전체 문항 중 선행연구의 분석과 다르게 나타난 문항은 없었다.

표 5. 행동의도 요인분석 및 신뢰도

요인 및 변수명		요인 적재값	아이겐값	분산(%)	신뢰계수 (Cronbach-α)
행동의도	재방문 의사 있음	.895	3.192	79.809	.916
	추천 의사 있음	.894			
	계속 여행할 것	.894			
	다양한 여행하고 싶음	.891			
총분산 설명력 : 79.803%					
KMO 측도 : .849					
Bartlett 검정치 : 621.258(p-value : 0.000)					

2. 생태관광 가치인식과 만족도 영향검증

생태관광 가치 인식요인이 만족도에 미치는 영향을 알아보기 위해 회귀분석을 실시한 결과는 [표 6]에서 보는 바와 같이, 이 회귀식은 전체의 63.9%를 설명하고

있으며, 변량분석 모델검증(F값)을 보면 알 수 있듯이 유의한 것(p<.001)으로 나타났다. 만족도에 영향을 미치는 생태관광 가치 인식요인은 인식적 가치, 감정적 가치, 기능적 가치의 모든 변수가 영향을 미치는 것으로 나타났다. 공선성 검사에서도 각 항목들간 공선성이 존재하지 않는 것으로 나타났다.

표 6. 생태관광 가치인식 요소가 만족도에 미치는 영향

독립변수	비표준화 계수		표준화 계수	T	유의 수준	다중 공선성	
	B	표준 오차	β			공차 한계	VIF
상수	1.108	.200		8.543	.000***		
인식적가치	.348	.057	.333	6.135	.000***	.552	1.811
감정적가치	.418	.050	.457	8.404	.000***	.551	1.816
기능적가치	.174	.062	.136	2.825	.005**	.703	1.423
R ² = .639 수정R ² = 0.635 F = 130.673 p = 0.000***							
p<0.01, *p<0.001							

생태관광 가치 인식요인이 행동의도에 미치는 영향을 알아보기 위해 회귀분석을 실시한 결과는 [표 7]에서 보는 바와 같이, 이 회귀식은 전체의 57.2%를 설명하고 있으며, 변량분석 모델검증(F값)을 보면 알 수 있듯이 유의한 것(p<.001)으로 나타났다. 행동의도에 영향을 미치는 생태관광 가치 인식요인은 인식적 가치, 감정적 가치, 기능적 가치의 모든 변수가 영향을 미치는 것으로 나타났다. 공선성 검사에서도 각 항목들간 공선성이 존재하지 않는 것으로 나타났다.

표 7. 생태관광 가치인식 요소가 행동의도에 미치는 영향

독립변수	비표준화 계수		표준화 계수	T	유의 수준	다중 공선성	
	B	표준 오차	β			공차 한계	VIF
상수	1.204	.227		8.899	.000***		
인식적가치	.339	.065	.311	5.250	.000***	.552	1.811
감정적가치	.427	.057	.446	7.525	.000***	.551	1.816
기능적가치	.154	.070	.116	2.203	.029*	.703	1.423
R ² = .572 수정R ² = 0.566 F = 98.517 p = 0.000***							
*p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001							

V. 결론

1. 연구문제 요약

첫째, 생태관광 가치 인식요인이 만족도에 미치는 영

향을 분석한 결과 인식적 가치, 감정적 가치, 기능적 가치의 모든요인에서 만족도에 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 그 영향의 방향을 모두 정(+)적인 것으로 나타냈다.

둘째, 생태관광 가치 인식요인이 행동의도에 미치는 영향을 분석한 결과 인식적 가치, 감정적 가치, 기능적 가치의 모든요인에서 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 그 영향의 방향을 모두 정(+)적인 것으로 나타냈다.

이를 볼 때 생태관광 가치 인식요인은 생태관광의 만족도 및 행동의도에 많은 영향을 미치는 중요한 요인이라고 할 수 있다.

2. 시사점 및 한계

생태관광은 최근 각광받고 있는 틈새 관광시장으로 성장했으며, 코로나19로 인한 대중관광 및 해외관광 등이 제약을 받게 되면서, 자연에서 다른 사람과 접촉을 최소화 할 수 있는 생태관광의 욕구는 점차 증대되고 있는 실정이다.

이로 인해 국내에서도 다양한 생태관광지가 개발되고 있으며, 이를 통해 지속가능한 관광 및 지역민 소득 증대 등을 도모하고 있다.

이에 본 연구에서는 미래 생태관광의 큰 시장이 될 수 있는 대학생을 대상으로 생태관광에 대한 일반적 인식을 살펴보았으며, 생태관광 가치 인식요인이 만족도와 행동의도에 어떠한 영향을 미치는지 살펴보고자 하였다.

실증 분석을 통해, 본 연구에서 제시한 가설을 검증한 결과 생태관광 가치 인식요인은 만족도 및 행동의도에 많은 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이러한 결과를 바탕으로 다음과 같은 시사점을 제안하고자 한다.

첫째, 생태관광에 대한 일반적 인식에서 생태관광에 대한 지식과 생태관광 희망은 많지만, 생태관광 경험은 적은 것을 볼 때, 향후 생태관광에 대한 잠재적 욕구는 더욱 커질 것이다. 따라서 대학생의 경제적 상황을 고려한 '창경궁 별빛야행'같이 가벼운 가격으로 구매할 수 있는 다양한 단기 생태관광상품을 개발해야 할 것이다. 또한 '수원화성 문화재야행'과 같이 주말이나 휴일을 이용할 수 있고, 대중교통 등을 이용하여 쉽게 접근할 수 있는 전략 등이 필요하다 할 것이다.

둘째, 생태관광 가치 인식요인이 만족도 및 행동의도에 많은 영향을 미친다는 것은 생태관광의 가치를 인식시키는 것이 생태관광의 만족과 활성화에 바로 긍정적 영향을 미친다고 할 수 있다. 따라서 '고창갯벌 생태관광' 및 '우리나라 생태관광 이야기'와 같은 생태관광과 관련된 교육 프로그램 및 체험 프로그램을 다양하게 개발하여 생태관광을 더욱 친숙하게 만들 필요가 있다.

셋째, 만족도와 행동의도 영향을 미치는 가치인식 요인 중 기능적 가치보다는 감정적 가치가 더욱 중요하다고 할 수 있다. 따라서 생태관광과 관련한 감정적 가치 요소들인 내 자신에 대한 긍정감, 더 나은 사람으로 느끼게 하는 등의 심리적 행복감을 제공함과 동시에 새로운 체험과 경험을 할 수 있는 프로그램을 개발해야 할 것이다.

결론적으로 생태관광시장은 코로나19로 인한 팬데믹 상황에서 관광업계에 하나의 돌파구가 될 수 있는 틈새 시장이라고 할 수 있다. 따라서 제주의 생태관광상품인 '숲치유 프로그램' 및 파주의 '평화의 바람, wind & wish'와 같은 오염되지 않는 자연에서의 힐링을 만끽할 수 있는 관광지를 개발함과 동시에 지속가능한 개발이 될 수 있도록 소프트파워를 중심으로 한 개발이 이루어져야 할 것이다.

이러한 연구결과에도 불구하고 제기 될 수 있는 몇 가지 한계점은 다음과 같다.

첫째, 본 연구는 생태관광 가치 인식 요인이 만족도 및 행동의도에 미치는 영향을 실증적으로 측정하였지만, 제3의 변수들에 대한 영향관계를 완전하게 배제하지 못하였고, 조사기간이 6월~7월의 2개월간 의 기간으로 하였기 때문에, 본 연구의 결과로 일반화된 해석을 하는 것은 다소 무리가 있을 수 있다.

둘째, 연구대상을 충북도내 재학하는 대학생으로 제한하였기에, 본 연구의 결과를 전체 대학생을 대상으로 일반화시키기에는 무리가 있다. 따라서 향후 연구에서는 일반화된 연구결과를 얻기 위해 다양한 연구대상을 포함시켜 연구할 필요가 있다.

- [1] 김영주, “포스트 코로나 시대, 관광산업은 어떻게 변화할까?,” 다이내믹부산(부산시보), 제202007호, 2020.
- [2] 안창희, 변병설, “대학생소비자 라이프스타일 유형에 따른 생태관광 참여특성에 관한 연구,” 한국경제지리학회지, 제10권, 제4호, pp.461-480, 2007
- [3] 김지선, 최영희, “환경다큐멘터리 관람 전후의 대학생 환경의식과 고래관광 선호 차이,” 관광연구논총, 제25권, 제3호, pp.99-117, 2013
- [4] Batjargal, Yesunbayar, *한국-몽골 대학생의 환경 및 생태관광 영향인식 차이에 관한 연구*, 한양대학교 대학원, 석사학위논문, 2011.
- [5] 오정준, “생태관광지의 지속가능성에 관한 연구,” 대한지리학회지, 제38권, 제4호, pp.610-629, 2003.
- [6] 이후석, “한국의 탐사르 습지 생태관광지의 지속가능성 연구,” 관광연구저널, 제32권 제2호, pp.99-117, 2018.
- [7] 남유선, 하광수, “생태관광 서비스디자인 프로세스 및 방법론 연구,” 한국콘텐츠학회지, 제19권, 제9호, pp.376-387, 2019
- [8] 유형숙, 나윤중, “생태관광지의 선택 동기와 기대/경험의 일치 정도가 만족에 미치는 영향에 대한 연구,” 동북아관광연구, 제15권, 제2호, pp.187-208, 2019.
- [9] 김상태, 유광민, 김남조, “국립공원 생태관광체험프로그램으로 인한 지역경제 파급효과 분석,” 관광학연구논총, 제24권, 제2호, pp.97-117, 2012.
- [10] 김현철, *생태관광지의 지각된 가치가 고객만족과 행동의도에 미치는 영향 : 환경책임의식의 조절효과*, 경상대학교 대학원, 박사학위논문, 2015.
- [11] 문화체육관광부, *생태관광 인증지표 개발*, 문화체육관광부, 2010.
- [12] L. Brenner and H. Job, “Actor-Oriented Management of Protected Areas and Ecotourism in Mexico,” *Journal of Latin American Geography*, Vol.5, No.2, pp.7-27, 2006.
- [13] K. Lindberg and K. Sproule, “Ecotourism in the Asia-Pacific Region : Issues and Outlook,” *Forestry Policy and Planning Division*, FAO, 1998.
- [14] E. A. Halpenny, “Pro-Environmental Behaviors and Park Visitors: The Effect of Place Attachment,” *Journal of Environmental Psychology*, Vol.30, No.4, pp.409-421, 2010.
- [15] G. H. G. McDougall, and T. Levesque, “Customer Satisfaction with Services: Putting Perceived Value into the Equation,” *Journal of Service Marketing*, Vol.14, No.5, pp.392-410, 2000.
- [16] 황윤영, *생태관광의 지각된 가치가 관광체험, 실제 생태관광행위와 고객충성도에 미치는 영향에 관한 연구*, 창원대학교 대학원, 박사학위논문, 2018.
- [17] U. Jamrozny and L. Kesinee, “The Multiple Dimensions of Consumption Values in Ecotourism,” *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, Vol.11 No.1, pp.18-34, 2017.
- [18] 이광희, 변재진, “환경보전을 실현하는 생태유지관광개발에 관한 연구 : 녹색관광개발방안의 확산모색,” *관광학연구*, 제16권, 제1호, pp.133-165, 1992.
- [19] 여호근, 박봉규, 윤태환, “생태관광지(生態觀光地) 시설(施設) 요구도(要求度)와 습지(濕地) 생태관광(生態觀光) 체험(體驗) 프로그램 선호도(選好度),” *관광학연구*, 제33권, 제7호, pp.247-267, 2009.
- [20] 진철웅, “생태관광 추진동기와 유인동기가 친환경태도에 미치는 영향: 고창 운곡탐사르습지 생태관광의 유인(pull) 동기와 추진(push) 동기 중심으로,” *관광연구저널*, 제34권, 제8호, pp.89-100, 2020.
- [21] C. A. Hunt and L. C. Harbor, “Pro-environmental tourism: Lessons from adventure, wellness and eco-tourism (AWE) in Costa Rica,” *Journal of outdoor recreation and tourism*, Vol.28, 2019.
- [22] 이익수, “골프관광 동기가 골프장 선택, 만족 및 행동의도에 미치는 영향,” *한국콘텐츠학회논문지*, 제12권, 제12호, pp.439-446, 2012.
- [23] 최영희, *관광지 인터넷 광고가 관광이미지, 관광만족, 재방문의도에 미치는 영향*, 강릉대학교 대학원, 박사학위논문, 2015.
- [24] 하광수, 한범수, “주제공원 방문자의 만족과 방문 후 행동의도의 결정요인,” *관광학연구*, 제25권, 제1호, pp.329-347, 2001.
- [25] 선셋별, *생태관광동기, 매력성, 지각된 가치, 행동의도 연구*, 전주대학교 대학원, 박사학위논문, 2017.

- [26] 유동균, 정수봉, 최승국, “스킨스쿠버 이용자의 참여동기가 만족도 및 행동의도에 미치는 영향,” 한국스포츠학회지, 제18권, 제1호, pp.345-356, 2020.

저자 소개

이 익 수(Yk-Su Lee)

정회원



- 1995년 2월 : 경기대학교 관광경영학과(경영학석사)
- 2000년 8월 : 경기대학교 관광경영학과(관광학박사)
- 2003년 3월 ~ 현재 : 청주대학교 비즈니스대학 관광항공경영 전공 교수

〈관심분야〉 : 관광자원, 문화관광, 문화콘텐츠기획