

# 문화재관람료의 지불의사에 미치는 결정요인 및 설득효과

박종구

동국대학교 호텔관광경영학부

## Effects of Determinants and Persuasion on the Willingness-to-Pay of the Cultural and Heritage Assets' Admission Fee within the National Parks

Park, Jung-Koo

Dept. of Hotel & Tourism Management, Dongguk University

### ABSTRACT

The purposes of the study were to analyze the effects of determinants and persuasive messages on the willingness-to-pay cultural & heritage assets' admission fees. Recently visitors have responded to a nationwide boycott of the fees within national parks due to feelings of disapproval and resentment. Data were collected through onsite surveys of 302 visitors in the Mt. Gyeryong National Park. Regression analysis and two-way ANOVA were employed to obtain the results.

The results indicate that credit card payment was the most prominent predictor of willingness-to-pay at the .05 level. The second highest coefficient was obtained in the condition levying of admission fees and parking fees at the same time, providing temple interpretive services, followed by free days for everyone on special days each month. In addition, the most persuasive message was the descriptive content, which stated that fees were profoundly committed to the protection of the cultural heritage for future generations. As a result, it is effective to continually persuade visitors to use posters or reminders that stress the preservation of cultural assets at the entrance gate.

*Key Words: Persuasive Message, Temple Services, Protection of the Cultural Heritage*

### 국문초록

본 연구는 문화재관람료의 지불의사에 영향을 미치는 문화재관람료의 가격정책에 관련된 결정요인과 문화재해설사의 사찰서비스 제공 그리고 설득메시지의 유형별 효과를 살펴보았다. 최근 국립공원을 방문한 탐방객들은 문화재관람료에 관해 광범위한 사회적 반감과 사회적 저항감을 가지고 있으며, 더 나아가 문화재관람료의 징수 자체를 거부하고 있는 실정이기에 이에 대한 해결책이 필요한 시점이다. 계룡산 국립공원을 방문한 302명의 공원탐방객을 대상으로 설문조사가 이루어졌다. 주된 통계적 분석은 다중회귀분석과 이원변량 분산분석을 통해 수행되었다.

연구결과에 따르면 첫째로, 신용카드로 납부토록 하는 징수방식의 개선이  $p < 0.05$  수준에서 통계적으로 가장 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 또한, 문화재해설사의 상주, 사찰입장료와 주차비의 합동징수, 매월 평일의 사찰의 무료개방 등이 문화재관람료의 지불의사에 유의한 영향력을 미쳤다. 둘째로, 문화재관람료에 대해 가장 사회적 저항감이 낮은

**Corresponding author:** Jung-Koo Park, Dept. of Hotel & Tourism Management, Dongguk University, Gyeongju 780-020, Korea, Tel.: +82-54-770-2637, E-mail: jkpark85@dongguk.ac.kr

설득메시지 유형은 문화재관람료를 미래 세대를 위한 문화재의 유지·보수에 사용하겠다는 내용을 강조한 것이 탐방객에게 가장 높은 설득효과를 주는 것으로 나타났다. 따라서 문화재관람료에 대한 사회적 저항감을 줄이기 위해서는 문화재의 보존을 강조하는 포스터나 스티커를 통해 매표소에서 지속적으로 탐방객을 설득하는 것이 가장 효과적일 것이다.

주제어: 설득메시지, 사찰서비스, 문화유산의 보전

## I. 서론

국립공원은 아름다운 자연생태계, 역사문화경관, 문화재를 소유한 사찰을 포함한 곳으로 국가가 지정, 관리하는 공공재의 성격을 지니고 있다. 최근 경제적 저소득층, 노령층 등 사회적 약자들에게 야외휴양의 기본권을 보장한다는 측면에서 국립공원 입장료의 폐지정책은 매우 바람직하다(국립공원연구원, 2006; 권헌교 등, 2007; 김태균과 이주희, 2007; 이주희와 배민기, 2007; 한상열, 2007). 그러나 공원입장료의 폐지 이후 공원탐방객의 증가로 인한 자연환경의 훼손과 공원관리비용의 감소라는 문제점 외에도 현재 국립공원 내 불화, 범종, 천연기념물 등 문화재를 소유한 18개 사찰들은 아직도 문화재관람료를 징수하고 있어, 국립공원관리공단, 문화재사찰 그리고 국립공원을 이용하는 탐방객간의 심각한 사회적 갈등을 발생시키고 있다(김용근 등, 2002). 이처럼 국립공원의 사찰이 징수하는 문화재관람료는 공원탐방객에게 높은 가격 저항감을 불러 일으키고 있으나, 아직 해결의 실마리를 찾지 못하고 있는 실정이다(박종구 등, 2007; 조승현, 2006).

공원탐방객의 가격 저항감은 요금징수의 법적 근거, 매표소의 위치, 값 비싼 관람요금, 불명료한 관람료의 사용내역 그리고 문화재관람료의 사용처 비공개 등의 불만요인들이 상호작용하고 있다. 즉, 탐방객은 사찰문화재를 관람할 의사가 없는데도 불구하고, 공원 입장 시 반드시 납부해야 하기 때문에 강제적 징수로 받아들이며, 세금으로 이미 문화재 보존에 대한 사회적 부담을 하고 있는 실정에서 추가적인 입장료로 인한 이중과세의 문제, 관람료를 내더라도 사찰측이 사찰전문문화체험 및 문화해설사 상주 등 입장료 지불에 대한 혜택이 없는 점 때문에 탐방객의 불만은 갈수록 높아져 가고 있다.

이처럼, 문화재관리비용을 공원탐방객으로 부터 직접 징수하는 현행 제도는 사회 각층의 사회적 합의 부진, 이해관계자의 공감대 부족, 사회적 불만평배는 탐방객에게 있어 여가휴양에 관한 탐방만족도의 저하 외에도 자연공원 관리자에 대한 불신, 자연환경 정책에 대한 충성도의 감소, 불교사찰에 대한 불신, 국립공원에 대한 장소 애착성의 감소, 자연환경 보전을 위한 규범의 의도적 침해, 체류기간 및 방문횟수의 감소, 나아가 국립공원 내 자연 그 자체에 대한 적대적 행동을 야기할 수도 있기 때문에 중요한 쟁점이 된다(Dustin, 1986).

Kahneman *et al.*(1976)은 소비자들이 유·무형의 서비스에 불만족할 때 서비스 공급주체에 직접적 불만, 적대감 및 보복적 행동, 법적 소송 등을 보이는 것을 밝혀내었다. 이러한 연구 결과를 국립공원 관리정책에 적용해 보면, 문화재관람료에 대한 불만족은 국립공원관리공단, 문화재 소유사찰 등에 대한 직접적인 보복행위보다는 자연자원에 대한 훼손행위(vandalism), 쓰레기 무단방치, 화장실의 낙서, 탐방로 및 편의시설 훼손 등으로 나타난다(신원섭, 1999; DeMore, *et al.*, 1988). 또한, 문화재관람료 지불에 있어서 과도한 입장료를 지불했다고 느끼는 탐방객일수록 더욱 자연자원의 소비적 이용행태에 집착할 수도 있다.

문화재관람료의 징수를 둘러싼 이해관계자 중 이에 반대하는 측은 관람료를 사찰을 방문하는 탐방객에게만 징수, 징수된 요금은 문화재의 보수에만 사용, 문화재관람료 산정내역과 집행결과의 공개 등을 요구하는 반면, 불교계는 사찰소유 토지의 국립공원 무상편입에 따른 경제적 피해의 보전, 사찰수행공간의 침해, 불교문화재 유지관리비 부족, 사찰경내지 탐방객이 누리는 사회적 이득 등을 주장하며 탐방객을 설득하고 있으나, 마땅한 해법을 찾지 못하고 있다.

이런 현실에서 문화재관람료에 대한 지불의사에 영향을 미치는 결정요인 및 설득효과에 관한 연구를 통해 문화재관람료의 가격정책을 보다 합리적으로 결정하여 탐방객 누구나 불만 없이 심리적으로 받아들일 수 있는 정책적 시사점을 제시할 필요성이 높다. 또한, 산사 체험 서비스제공과 설득메시지를 통하여 과연 탐방객의 문화재관람료에 대한 사회적 저항감을 낮출 수 있는지, 불교계의 설득방식이 탐방객에게 어떻게 수용되고 있는지 실증연구가 필요한 시점이다.

따라서 본 연구는 첫째로, 공원 탐방객의 인구통계학적 속성, 방문형태 및 문화재 징수방식 선호에 따라 문화재관람료의 지불의사에 차이가 있는지를 살펴보고자 한다. 둘째로, 문화재관람료의 징수에 관한 정책적 변인 등이 문화재관람료의 지불의사에 미치는 영향력을 찾아본다. 마지막으로, 문화재관람료의 지불의사에 긍정적 감정을 유발할 수 있는 설득메시지와 전통 사찰 문화해설서비스의 제공이 미치는 상호작용 및 주된 효과를 사전(pre)-사후(post)비교를 통해 어떤 메시지가 가장 설득력이 있는지를 찾아보는데 있다.

## II. 이론적 배경

### 1. 문화재관람료에 있어서 지불의사의 결정요인

소비자는 어떤 품질의 서비스에 관해 얼마까지 지불하겠다는 심리적 지불의사를 지니고 있다. 그러나 똑같은 제품도 사람에 따라 지불하려고 하는 금액이 차이가 있듯이, 문화재관람료도 여러 가지 요인에 따라 지불의사는 차이가 있다(곽승준 등, 2003; 이주희 등, 2006).

일반적으로 국립공원의 입장료에 대한 지불의사와 관련된 선행연구들을 살펴보면 백인이 타 인종보다, 남성이 여성보다, 30대 미만의 젊은 세대가 기성세대보다, 높은 교육수준을 지닌 그룹이 낮은 교육수준을 지닌 그룹보다 자연공원의 입장료 정책을 더 지지하며, 상대적으로 더 높은 입장료의 지불의사를 지닌 것으로 야외휴양관련 선행연구들(Crompton and Lamb, 1986; Martin, 1999; McCarville, Crompton and Sell, 1993)에서 밝혀졌다.

백인들이 자연공원 속에서 즐기는 가족피크닉, 야외휴양 등 야외휴양레크리에이션에 대한 선호도가 흑인, 아시안, 히스패닉 계열보다 상대적으로 높으며, 남성이 여성보다 경제적 지출 행위인 입장료 지불에 관해 상대적으로 덜 민감하기 때문으로 보인다. 또한, 젊은 세대와 높은 교육수준을 지닌 계층이 자연공원의 쾌적한 탐방서비스에 대한 요구도가 상대적으로 높으며, 이에 소요되는 사회적 비용에 보다 합리적 사고방식을 지니고 있기 때문이다(McDonald, Hammitt and Dottavio, 1985; Noe, McDonald and Hammitt, 1986).

또한, 사찰에 대한 동조자로서, 기독교나 가톨릭신자보다 불교를 믿는 불자들이 문화재관람료에 대해 비교적 더 너그러운 태도를 지닐 것으로 보인다. 한편, 과거 방문횟수가 공원입장료 지불의사에 영향을 미치는 관계들은 학자마다 상반되게 나타나고 있다. 즉, 과거 공원입장료를 지불한 경험이 많을수록 공원입장료를 쉽게 받아들이는 반면, 지역적 근접성을 토대로 방문횟수가 높은 탐방객은 빈번히 지출하는 여행비용으로서 공원입장료를 바라보기 때문에 상대적으로 거부감이 더 높다는 연구결과 또한 있다(Kyle, Graefe, and Absher, 2002; McCarville, et al., 1992).

문화재관람료의 지불의사에 영향요인으로서 가격징수방식은 중요한 변인이 될 것이다. 문화재관람료에 있어서 예산집행의 결과가 공개되지 않는다면 탐방객은 입장료를 걷는 사찰이 제대로 살림을 하는 걸까, 아니면 징수한 입장료를 타 용도로 지출하지 않는가 하는 의구심을 지니게 된다. 즉, 문화재관람료에 대한 입장료의 운용현황이 공개되어질 때와 미공개할 때에 지불의사는 차이가 있을 것이다. 문화재관람료는 현금지불만 가능하지 신용카드를 통한 납부는 불가능한 실정이다. 1인 소액

지불은 현금지불이 불가피하나, 3~4인 가족, 특히 단체등산객들은 신용카드를 통한 요금지불도 선호할 것이다.

문화재관람료는 '1회 당일형 패스'로 그 다음 날, 또는 가족 동반이 가능한 패밀리 카드로서 기능이 없고, 타 국립공원을 방문할 때 무료입장이 불가능한 실정이다. 반면, 미(美) 국립공원의 연간패스는 50달러 정도로 가족이 함께 이용하며, 다른 국립공원도 무료이용이 가능한 것에 비해, 국내 문화재관람료 징수방식은 상대적으로 단조로운 편이다. 반면 저렴한 연간 멤버십 카드제는 지속적인 방문객, 특히 경제적 위기에 있는 고소득 계층에게 많은 혜택이 많이 돌아 갈 공산이 높고, 생태적으로 훼손위험이 높은 곳의 소비를 반복적으로 조장할 수 있다는 단점도 있다. 이처럼 탐방객으로부터 징수한 요금이 도대체 어디에 사용되는지 회계내역 공개 여부, 그리고 이 비용이 정말로 문화재의 보수뿐만 아니라 공원탐방도로, 화장실 개선 등 공원탐방서비스의 보수에 사용하는지 여부, 각종 지불방식, 멤버십 통한 할인 혜택 유무 등 문화재관람료의 징수방식은 탐방객의 지불의사에 영향을 미칠 것이다.

문화재관람료는 조계종에서 총괄관리를 하는 것이 아니고, 문화재를 소유한 사찰에서 주로 이루어지고 있다. 공원탐방객 입장에서 자신들이 납부한 요금이 향후 이곳을 재방문하였을 때 입장료를 수거한 곳에서 재투자방식이 중앙에서 일괄관리를 하는 것보다 효율적이다란 연구결과(Felder and Miles, 1989)가 선행연구를 통해 밝혀졌다. 따라서 공원탐방객이 납부한 금액에 대해 일정한 혜택, 특히 문화재해설사 상주 또는 산사문화체험프로그램이 없다면 요금지불에 대한 가격저항감을 가져올 것이다.

### 2. 설득메시지의 설득효과

설득이란 '개인 혹은 조직체가 원하는 방향으로 사람들의 주관적 태도변화를 유도하기 위하여 인간 속에 내재된 감성을 자극하는 커뮤니케이션 전략'이다(Singhal and Rogers, 2004). 설득은 다수의 사람들을 대상으로 어떠한 특정결과를 유도하기 위해 자신이 옳다고 믿거나 바라고 있는 것을 상대방에게 납득시키고, 그 과정에서 상대방의 태도나 행동에 영향을 미쳐 결과적으로 자신이 원하는 방향으로 상대방을 변화시키려는 목적을 가지고 수행된다(전정미, 2007). 설득은 메시지 내용, 정보원 요인, 수신자의 특성간의 전반적인 상호작용의 결과이며(Cohen, 1990; Petty and Cacioppo, 1986), 이중 설득메시지 유형은 수용자에게 어떤 메시지를 전달하는가에 중점을 둔다. 보통 설득메시지는 화자의 주장이 담겨 있으며, 그 주장을 뒷받침할 만한 근거도 포함되어 있는 편이다(Edwards, 1990; Friestad and Wright, 1995; Kioussis, 2001).

설득효과는 청중의 관심확보, 충분한 관심유발, 이해하기 쉽

고 신뢰감이 가는 메시지의 전달, 설득메시지의 명료성, 노출의 지속시간, 기존 지식과의 부합성 등에 따라 결정되며, 특히, 설득내용은 태도변화에 영향을 미치는 변인 가운데 하나로 지적되면서 지속적으로 연구되어왔다(김상오 등, 1998; Choi and Rifon, 2002; Moore and Rodgers, 2005; Perloff, 1993). 야외휴양에 관련해서는 강미희와 김성일(1996)이 설득메시지가 공원 이용규범에 대한 이용자 태도에 미치는 효과에 관한 연구를 수행하였지만, 성별, 연령, 학력, 소득, 종교 유무 등과 같은 개인의 인구통계학적 특성과 설득내용의 유형별 요인들이 문화재관람료의 가격 수용성에 미치는 영향에 관한 연구는 없는 실정이다.

문화재관람료에 대한 광범위한 사회적 저항감에 직면한 불교계는 자신의 입장을 변호할 설득전략이 부족한 실정이다. 따라서 불교계가 문화재관람료에 대한 사회적 저항감을 줄이기 위해 탐방객을 납득시킬 때, 설득메시지의 내용은 탐방객의 태도에 영향을 미치는 주된 요소이다. 설득내용은 믿을 수 있어야 하고, 논리적인 비약이 없어야 하며, 이유 제시하기, 수치 제시하기, 정당성 확보하기, 예시하기 등을 갖추어야 한다.

구체적으로 첫째, 이유를 제시하는 것은 “문화재관람료가 사찰문화재와 탐방로 정비에 사용되어져 사회적 공익인 아름다운 자연환경 보존 및 문화유산 보존에 일정부분 기여”하는 정당성을 밝히는 것이다. 둘째, 수치 제시는 구체적이며 정확하게 제시된 숫자를 통해 탐방객을 설득하는 것이다. 즉, “문화재관람료는 315억원을 징수하나, 문화재 유지비용은 807억원으로 약 490억원이 실질적으로 부족해 이런 사회적 비용을 문화재관람료를 통해 보충할 수 있다.”는 구체적인 수치를 통해 사찰의 문화재관람료 사용을 통해 사회적 입지를 강화시킬 수 있다. 셋째, 예시하기는 사례를 들어 설명하는 것으로 “국내 창덕궁 5,000원, 놀이공원 15,000원, 영화관람 8,000원의 비용에 비해 문화재 관람료 2,000원은 매우 저렴한 편입니다.”, 또한, 해외의 사례를 들어 “웨스트민스터사원 관람시 7,300원, 노트르담성당 관람료 6,600원에 비해 문화재관람료는 저렴한 편입니다.”라며 타 문화시설에 비해 문화재관람료의 가격 저렴함을 강조할 수도 있다.

또한, “문화재의 유지/보수는 사회적 비용으로 훼손되면 복구가 어려워, 미래 후손에게 귀중한 자산이 될 수 있도록 사용하겠습니다.”는 이타주의에 근거하여 탐방객의 개인적 희생을 미래 세대를 위한 감성적 소구방식(emotional appeal)을 통해 감정, 이미지 등을 유발할 수 있다. 반면 “탐방로는 국유지가 아닌 불교종단의 민간재산으로 문화재 관람료 징수는 사찰의 당연한 권리입니다.”라는 것은 부족한 재원조달에 대한 정당화 전략 및 입지강화로서 과거의 불교계의 선행이나 기여한 바를 강조하여 탐방객이 갖고 있는 불쾌감을 간접적으로 없애고자 하는 의도로 사용될 수 있다.

설득메시지를 어떻게 구성하는 것이 수용자들을 더 설득하기에 용이한지는 명시적 메시지와 암시적인 메시지로 구분될 수 있다. 전자는 화자의 입장과 견해가 분명하게 드러나는 반면, 후자는 수용자가 스스로 사고하여 결론을 도출하게 한다. 주제가 명시적일 경우 화자의 의도와 주제가 분명하게 잘 전달될 수 있는 장점이 있는 반면에 수용자가 거부감을 가질 수 있다(Millar and Millar, 1990; Petty and Cacioppo, 1986). 암시적인 경우에는 수용자가 스스로 결론을 도출하기 때문에 더 설득적일 수 있으나 메시지가 잘 이해되지 않을 수도 있다. 따라서 어떤 설득메시지의 구조가 더 설득에 유리한가보다는 어떤 상황에서 어떤 구조의 메시지를 사용해야 하는가가 더 중요하다.

### III. 연구방법

#### 1. 연구가설

본 연구는 문화재관람료의 지불의사에 있어서 공원탐방객의 인구통계학적 변수인 성별, 연령, 교육수준, 직업, 종교 등 개인적 특성, 동반단체객의 유무, 국립공원의 주된 탐방목적지, 문화재관람료에 대한 징수방식 등에 따라 차이점(Crompton and Lamb, 1986; McCarville *et al.*, 1993; McCarville *et al.*, 1996)을 밝히는데 있다. 또한, 문화재관람료의 지불에 관하여 합당한 서비스 제공 및 설득메시지에 따라 지불의사에 차이점이 있는지를 연구하고자 한다. 따라서 산사해설체험서비스 제공 여부와 공원탐방객에게 문화재관람료에 징수 필요성에 대한 설득메시지별 설득효과와의 차이를 실증분석을 하는데 연구목적이 있다. 주된 가설은 다음과 같다.

가설 1: 개인특성, 방문형태 및 문화재 징수방식 선호에 따라 문화재관람료의 지불의사는 차이가 있을 것이다.

가설 2: 사전(pre)에 측정된 문화재관람료의 지불의사와 산사해설체험서비스 유무 및 설득메시지를 노출 후 사후(post)에 측정된 문화재관람료의 지불의사는 차이가 있을 것이다.

가설 3: 산사해설체험서비스 제공 유무에 따른 문화재관람료의 지불의사는 차이가 있을 것이다.

가설 4: 설득메시지유형에 따른 문화재관람료의 지불의사는 차이가 있을 것이다.

#### 2. 자료수집 방법

본 연구는 충남에 소재한 계룡산국립공원의 동학사, 갑사, 신원사 등 대표소의 출구에서 문화재관람료를 납부한 탐방객을 대상으로 설문조사를 수행하였다. 설문조사는 2007년 2월

24일부터 3월 4일까지 9일 동안 총 350부의 설문지를 배포하여, 최종적으로 302부를 회수(회수율 86.2%)하였다. 현재, 계룡산 국립공원은 개인 2,000원, 단체 1,800원(30인 이상)의 요금을 탐방객으로부터 징수하고 있으며, 추가적으로 4,000원의 주차비(소형 기준)를 받고 있다. 계룡산 국립공원을 선정한 이유는 '당일 중심의 도시근교형' 국립공원 유형으로서 탐방객의 전체 여행경비 중 입장료가 차지하는 비중이 타 국립공원(설악산, 지리산 등)에 비해 낮으며, 교통비 및 숙박비가 별도로 필요하지 않는 비숙박형 국립공원이며, 도시인근에 위치함에도 불구하고 다양한 소득계층, 직업군, 전 연령층이 고루 등산이 가능하기에 문화재관람료에 대한 지불의사에 대한 의견을 물어보기에 좋은 여건을 갖추고 있기 때문이다.

공원탐방객들의 문화재관람료에 대한 지불의사는 먼저 "현재 귀하가 지불하신 문화재관람료는 2,000원이었습니다. 이런 문화재관람료 지불에 관하여 어느 정도 내고 싶은지를 적어 주십시오."를 물은 후, 동일한 응답자에게 다시 만약 '산사해설체험 서비스제공 유무'는 I형: 불교 산사 체험서비스의 제공 없음, II형: 불교 산사 체험 서비스 제공 등으로 구분되며, 문화재관람료의 사회적 저항감을 줄이기 위한 6가지 '설득메시지 유형'은 I형: 부족재원 조달, II형: 보존가치 기여, III형: 문화시설 비해 저렴, IV형: 해외 비해 저렴, V형: 사적 징수의 타당, VI형: 미래 후손 전달 등으로 구분된 내용을 담은 시나리오 카드를 약 1분 정도 1회에 한해 조사응답자에게 보여준 후 별도로 인쇄된 설문답안에 공원탐방객의 지불의사를 자기기입식으로 적도록 하였다.

시나리오 카드는 한글 14 폰트, 흑백 및 글자 수 65자 이내로 만들어져 흑백으로 인쇄 및 비닐로 코팅한 후 바인딩되어 총 12개의 다른 시나리오가 적힌 카드를 형태로 응답자에게 보여 주었다. 특히, 산사해설체험서비스 제공 및 설득메시지 내용 외에는 모두 동일한 조건을 갖도록 사전에 철저하게 만들어졌다. 표집방법은 편의추출방법을 통한 임의추출이 행해졌다. 보통 2~3명 단위의 가족단위 탐방객의 경우, 조사자가 랜덤하게 뽑아 가급적 현장설문조사에서 나타날 수 있는 '호주효과'를 최대한 줄이도록 노력하였다.

본 연구의 조사응답자(N=302명)의 인구통계학적 특성은 남성이 55.3%로, 여성 44.7%보다 약간 높았으며, 20대 연령층이 31.5%로 가장 높게 나타났다. 학력은 고졸이 36.6%, 직업은 서비스직이 22.5%로 가장 많았다. 1인당 월평균 소득은 100만원 미만인 35.9%가 가장 높게 나타났으며, 종교는 무교가 31.2%로 가장 높게 나타났다.

### 3. 측정도구

문화재관람료의 지불의사는 '문화재관람료의 가격에 대해

표 1. 지불의사의 측정항목 및 척도

구분	변수	측정항목	측정척도
종속변인	지불의사	· 사전 지불의사: - 문화재관람료(개인 2,000원, 단체 1,800원)의 가격에 대해 지불하고 싶은 정도 · 사후 지불의사: - '산사해설체험 서비스제공 유무'(I형: 불교산사체험 서비스 제공없음, II형: 불교산사체험서비스 제공 등) - '설득메시지 유형'(I형: 부족재원조달, II형: 보존가치기여, III형: 문화시설비해저렴, IV형: 해외비해저렴, V형: 사적징수타당, VI형: 미래후손전달 등)인 서로 다른 설득 메시지를 담은 카드를 보여준 후 문화재관람료(개인 2,000원, 단체 1,800원)의 가격에 대해 지불하고 싶은 정도	7점 리커트 척도

자발적으로 어느 정도까지 내고 싶은지에 대한 심리적 반응'으로 정의된다. 즉, '현재 귀하가 계룡산 국립공원에서 지불하신 문화재관람료는 개인 2,000원, 단체 1,800원입니다(표 1 참조). 이 요금에 대해 어느 정도 내고 싶은지'를 7점 리커트 단일항목을 통해서 측정하였다(1='매우 내기 싫다', 4='보통이다', 7='매우 내고 싶다').

개인의 인구통계학적 특성인 성별, 연령, 교육수준, 직업, 종교 변인은 연구목적에 맞춰 이분형 변수로 변환하였고 소득수준 변인은 다수의 탐방객이 설문지에 기입하지 않아 본 연구에서 제외하였다. 또한, 단체객 유무는 '산악회 등 단체객의 동반 여부', 방문지는 '주된 방문목적지', 문화재관리부담 주체에 대한 선호는 '사찰문화재의 유지/보수비용은 누가 지불하는 것을 선호하는가' 등의 명목척도로 측정하였다(표 2 참조).

문화재관람료 징수방식의 7개 항목은 '예산집행에 관한 결과의 공개', '신용카드의 수령', '연간멤버십카드의 발행', '사찰입장료 및 주차비의 합동징수', '매달 평일에 무료로 개방', '문화재해설사의 상주', '국고지원하에 문화재관리 보조금 지불' 등으로 측정하였으며, 이들 항목들은 대한불교 조계종과 사전에 협의의 하에 결정되었다. 사찰체험의 서비스 제공 여부는 '단순히 국립공원을 방문하며 사찰에서 제공하는 문화재 해설서비스는 없는 조건'과 '문화재해설사 및 불교 산사 문화체험 등 서비스를 제공하는 조건' 등으로 구분하였으며, 6개의 설득메시지 유형은 기존 조계종에서 배포한 유인물 내용을 분석하여 문화재관람료 전문가들과 협의를 통해 최종 결정하여 신뢰성과 내용적 타당성(content-related validity)을 확보하였다.

### 4. 자료 분석

문화재관람료의 지불의사에 관한 개인적 특성, 방문형태 및 문화재 징수방식 선호에 따른 지불의사의 차이는 독립 t검정 및 단일변량 F검증을 사용하였다. 또한, 문화재관람료의 징수방식에 따른 지불의사에 영향을 미치는 변인의 설명력 및 영향 정도를 살펴보기 위해서 다중회귀분석을 수행하였다.

표 2. 각종 독립변인의 측정항목 및 척도

구분	변수	측정항목	측정척도	
독립변인	인구통계 (5문항)	성별	'1'=남성, '2'=여성	명목척도
		연령	10대~60대 이상 연령층으로 구분('1'=30대 미만, '2'=30대 이상)	
		교육수준	중졸이하, 고졸, 대졸 등으로 구분('1'=고졸 미만, '2'=대졸 이상)	
		직업	'1'=사무/생산직/자영·상공업 등, '2'=전문직, 관리직 등	
		종교	기독교, 가톨릭, 불교, 종교 없음 등 ('1'=비 불교신자, '2'=불교신자)	
	탐방형태/ 국고지원 (4문항)	단체객 유무	산악회 등 단체객 동반 유무 ('1'=단체객 동반, '2'=있음)	명목척도
		방문지	이곳에서 주된 탐방목적지('1'=사찰만 방문, '2'=국립공원만 방문, '3'=사찰과 국립공원 함께 방문)	
		문화재 관리부담 주체	문화재 유지/보수비용은 누가 지불해야 하는 것을 선호하는가의 여부('1'=국가 및 공공기관 보조금, '2'=사찰, '3'=국립공원 이용자로 부터 징수)	
	문화재 관람료 징수방식 (7문항)	문화재관람료 사용범위	문화재관람료를 어디까지 사용하는 것에 대한 선호 ('1'=문화재 자체, '2'=문화재+사찰경내, '3'=문화재 포함한 사찰 외부 탐방로 정비까지)	7점 리커트 척도
		예산집행 결과 공개	문화재관람료 사용내역을 공원이용객이 알 수 있도록 매년 공개	
		신용카드 받음	현금 외에 단체관람시 신용카드로 문화재관람료의 지불이 가능	
		연간멤버십 카드 발행	1만5천원 정도의 연간회원 관람카드(1년간 사용 가능)를 통해 다른 국립공원에서 가능	
사찰입장료 및 주차비 합동징수		사찰 입구에서 주차비 납부와 동시에 문화재관람료를 징수		
매달 평일 무료개방		매달 1번씩 주말을 제외한 평일에 무료로 사찰 및 국립공원을 개방		
문화재해설사 상주		사찰문화재 해설사가 문화재해설을 제공하기 위해 상주		
서비스 제공 (2문항)	산사체험 해설 없음	단순히 국립공원을 방문하며 문화재 해설서비스는 없음	명목척도	
	산사체험 서비스 제공	문화재해설사 및 불교산사문화체험 등 서비스를 제공		

문화재관람료의 징수에 대한 '설득유형' 및 '문화재 사찰문화해설사의 산사문화체험 서비스 제공 없음'과 '문화재 사찰문화해설사의 산사문화체험 서비스 제공'을 독립변인으로 하는 반복측정 6×2 요인 설계분석을 활용하였다. 구체적으로 설득 메시지 전(pre-test)과 후(post-test)의 평균을 비교하기 위한 대응표본 t검정, 그리고 이원변량 분산분석(two-way ANOVA)을 한 후 주요한 효과를 살펴보기 위해 사후검정인 Scheffe test를 수행하였다. 통계분석 프로그램은 SPSS 12.0을 사용하였다.

## IV. 실증분석

### 1. 문화재관람료 지불의사의 인구통계학, 방문형태, 징수방식별 차이분석

공원탐방객의 인구통계학적 특성인 성, 연령, 교육수준, 직업, 종교의 차이에 따른 문화재관람료의 지불의사에 있어서 차이분석의 결과는 다음과 같다(표 3 참조).

먼저 통계적 유의수준  $p < 0.05$ 에서 유의미한 차이가 있는 것은 불교신자( $M=4.25$ ,  $st.d.=1.04$ )가 비불교신자( $M=3.77$ ,  $st.d.=1.22$ )보다 상대적으로 높은 지불의사( $t=-3.350$ ,  $p < 0.05$ )를

가지고 있다. 이는 불교신자들이 사찰문화재의 유지·보수에 관련된 요금지불에 관해 사회 전반의 광범위한 사회적 저항감에도 불구하고 상대적으로 불교사찰계의 입장을 지지할 뿐 아니라, 자신이 믿는 특정 종교의 입장을 적극적으로 대변하려는 태도가 지불의사에 긍정적 영향을 미치기 때문으로 보인다.

단체객을 동반한 탐방객( $M=4.24$ ,  $st.d.=1.15$ )이 혼자 방문한 탐방객( $M=3.63$ ,  $st.d.=1.17$ )보다 더 높은 지불의사를 가지고 있으며, 통계적으로 유의미한 차이( $t=4.448$ ,  $p < 0.05$ )가 있었다. 즉, 타인도 자연공원 방문에 따른 경제적 부담을 받아들이며, 혼자 문화재 보존에 관련된 사회적 부담을 지출한다고 인식할 때보다 문화재관람료의 수용의사가 더 높은 것으로 나타났다. 만약 가족동반객이나 특정한 방문객이 단체요금을 개인적으로 부담한다면 다른 결과가 나올 가능성 또한 없지 않을 것이다.

문화재관람료의 지불의사는 사찰만 방문하는 탐방객( $M=4.35$ ,  $st.d.=0.79$ ), 사찰과 국립공원 모두를 방문하는 탐방객( $M=4.04$ ,  $st.d.=1.28$ ), 국립공원만 방문하는 탐방객( $M=3.46$ ,  $st.d.=1.17$ ) 순이며, 이들 중 적어도 하나의 그룹은 문화재관람료 지불의사에서 다른 유의미한 차이( $F=14.692$ ,  $p < 0.05$ )가 있었다. 사후검정을 위해 Scheffe테스트를 수행한 결과, 사찰만 방문하는 그룹, 사찰과 국립공원 모두를 방문하는 그룹간은

표 3. 인구통계학적, 방문형태, 문화재 징수방식 선호에 따른 차이분석

각종 변인	구분	합계		F값	p값
		M	st.d.		
성별	남	3.99	1.07	(1.053)	0.293
	여	3.84	1.27		
연령	30대 미만	4.01	1.24	(-1.084)	0.279
	30대 이상	3.85	1.16		
교육수준	고졸 미만	3.73	1.23	(-1.861)	0.064
	대졸 이상	4.02	1.18		
직업	사무/생산직 등	3.86	1.16	(-0.816)	0.416
	전문직, 관리직 등	3.99	1.27		
종교	비 불교신자	3.77	1.22	(-3.350)	0.001*
	불교신자	4.25	1.04		
단체제 유무	단체제 동반	4.24	1.15	(4.448)	0.000*
	없음	3.63	1.17		
방문지	사찰만 방문	4.35a	0.79	14.692	0.000*
	국립공원만 방문	3.46b	1.17		
	사찰+국립공원 방문	4.04a	1.28		
사찰문화재 유지·보수비 용의 부담주체	국가 및 공공기관 보조금	4.06a	1.21	10.783	0.000*
	사찰	3.41b	1.06		
	국립공원 이용자	4.31a	0.93		
징수한 문화재관람료 사용범위	문화재 자체	3.77	1.22	1.555	0.213
	문화재+사찰경내	4.00	0.99		
	문화재 및 사찰탐방로	4.04	1.30		

주: ( ) 안의 값은 t 값이며, \*p<0.05수준에서 유의함. 방문지 및 사찰문화재 유지·보수비용의 부담주체의 변인에서 구체적으로 어느 그룹과 어느 그룹이 차이가 있는지를 살펴보기 위해, 사후검정인 Scheffe test를 실시한 결과, 사찰만 방문(a), 사찰+국립공원 방문(a)은 차이가 없으나, 국립공원만 방문(b)에는 유의미한 차이가 있었으며, 국가 및 공공기관 보조금(a), 국립공원 이용자(a)는 차이가 없으나, 사찰(b)에는 유의미한 차이가 있었음

차이가 없었으나, 국립공원만 방문하는 그룹과는 두 그룹 모두 유의미한 차이가 있었다. 이러한 결과는 사찰 및 국립공원을 방문하는 그룹은 문화재관람료의 지불행위를 공원이용의 혜택에 따른 경제적 부담으로 인식하는 반면, 국립공원 내 탐방로를 통해 등산을 주로 하는 계층은 사찰을 직접 방문하지도 않음에도 불구하고 요금의 강제징수에 반발하는 현재 상황과 어느 정도 일치하고 있다.

사찰문화재의 유지·보수비용에 있어 부담주체에 대한 선호차이에 따른 지불의사는 국립공원 이용자 자체부담을 선호하는 그룹(M=4.31, st.d.=0.93)이 국가 및 공공기관 보조금에 의한 부담을 선호하는 그룹(M=4.06, st.d.=1.21)과 사찰이 부담해야 한다고 생각하는 그룹(M=3.41, st.d.=1.06)보다 높은 지불의사를 지니고 있었다. 따라서 공원이용의 수혜자 부담의 원칙에 의해 직접 방문자로 부터 문화재관람료를 충당하는 방식을 지지하는 그룹이 공공세금 방식, 또는 사찰이 직접 부담해

야 한다고 느끼는 그룹보다 높은 지불의사를 지니고 있는 것으로 보인다. 이런 결과는 적어도 한 그룹은 지불의사에 있어서 통계적으로 유의미한 차이(F=10.783, p<0.05)가 있으며, Scheffe 검증을 실시한 결과, 국립공원 이용자 자체부담 및 국가 및 공공기관 보조금을 선호하는 그룹들은 서로 통계적으로 유의미한 차이가 없었지만, 사찰이 부담해야 한다는 그룹간은 두 그룹 모두 p<0.05 수준에서 유의미한 차이가 나타났다.

여성(M=3.84, st.d.=1.27)보다 남성(M=3.99, st.d.=1.07)이, 30대 이상(M=3.85, st.d.=1.16)보다 30대 미만(M=4.01, st.d.=1.21)이 문화재관람료에 있어서 더 높은 지불의사를 지니고 있으나 통계적으로 유의미한 차이는 없었다. 또한, 대졸자(M=4.02, st.d.=1.18)가 고졸(M=3.73, st.d.=1.23)보다, 전문직/관리직(M=3.99, st.d.=1.27)이 사무/서비스직(M=3.86, st.d.=1.16)에 비해 상대적으로 더 높은 지불의사가 있으나 유의미한 차이는 없었다. 즉, 문화재관람료에 대한 지불의사는 성별, 연령, 교육수준, 직업 등에 따른 차이가 없는 것으로 나타났다.

## 2. 문화재관람료의 지불의사에 미치는 영향분석

문화재관람료의 지불의사에 영향을 미치는 각종 정책적 변수들을 투입하여 이들 변인들의 설명력과 상대적 영향력을 살펴보기 위하여 다중회귀분석을 수행한 결과는 다음과 같다(표 4 참조).

문화재관람료의 정책적 징수방법(F(4, 278)=79.084, p<0.05)에 관련된 변인가운데 신용카드 받음(b=0.338, t=5.131), 문화재해설사의 상주(b=0.217, t=3.236), 사찰입장료와 주차비의 합동징수(b=0.158, t=2.781), 그리고 매달 평일 무료개방(b=0.129, t=2.084) 등의 정책변인들은 p<0.05 수준에서 통계적으로 유의한 영향을 미치며, 전체적으로 R<sup>2</sup>=0.532로 문화재관람료의 정책적 징수방식의 설명력은 53.2%로서 비교적 높은 설명력을 지니고 있다.

향후 문화재관람료의 징수방식은 현금 외에 가족동반 시 신

표 4. 지불의사에 미치는 문화재관람료의 정책적 징수방식의 영향분석

문화재관람료의 정책적 징수변인	통계값			
	비표준화 계수	표준화 계수	t값	p값
상수	1.235		7.671	0.000*
신용카드 받음	0.274	0.338	5.131	0.000*
문화재해설사 상주	0.162	0.217	3.236	0.001*
사찰입장료+주차비의 합동징수	0.123	0.158	2.781	0.006*
매달 평일 무료개방	0.095	0.129	2.084	0.038*

R<sup>2</sup>=0.532, 수정된 R<sup>2</sup>=0.526, F(4, 278)=79.084

\*: p<0.05 수준에서 유의함

용카드로 문화재관람료의 지불을 가능하도록 할 필요성이 있으며, 공원탐방객이 문화재관람료라는 서비스 요금을 지불한 만큼 사찰문화재 해설사가 상주하여 문화재해설과 산사체험프로그램을 제공한다면 지불의사는 더 높아질 것을 시사한다. 또한, 주차비 납부와 문화재관람료를 함께 합동 징수하는 것이 더 높은 지불의사를 가져올 뿐만 아니라, 매달 1번씩 주말을 제외한 평일에 무료로 사찰 및 국립공원을 개방할 필요성이 있음을 정책적으로 시사한다.

### 3. 산사해설체험 유무와 설득메시지 유형에 따른 설득효과 차이분석

국립공원 탐방객에게 먼저 사전에 계룡산 국립공원의 문화재관람료 요금체계(개인 2,000원, 단체 1,800원) 아래에서 문화재관람료의 지불의사를 측정한 후, 동일한 응답자를 대상으로 만약 '산사해설체험 서비스제공 유무'를 I형: 불교산사체험서비스 제공 없음, II형: 불교산사체험서비스 제공으로 구분하였으며, 문화재관람료의 사회적 저항감을 줄이기 위한 다른 6가지 '설득메시지 유형'인 I형: 부족자원 조달, II형: 보존가치 기여, III형: 문화시설 비헤 저렴, IV형: 해외에 비헤 저렴, V형: 사적 징수타당, VI형: 미래후손 전달 등의 시나리오를 보여준 후, 문화재관람료의 지불의사를 반복 측정된 사전-사후 차이를 대응표본 t검증을 통해 나타난 결과는 다음과 같다(표 5 참조).

문화재관람료에 대한 산사해설체험 서비스제공 유무 및 설득메시지에 노출되기 전 사전(pre) 지불의사(M=3.03, st.d.=1.22)와 산사해설체험 서비스제공 유무 및 다양한 설득메시지를 보고 난 후 다시 반복 측정된 사후(post) 지불의사(M=3.91, st.d.=1.58)와는 지불의사에 있어서 차이가 나타났으며, 이는 통계적으로 유의한 설득효과( $t=35.126, p<0.05$ )가 있었다. 다만, '산사해설체험 서비스제공'×'설득메시지'의 효과는 문화재관람료의 지불의사를 약간 높이는 하였지만, 문화재관람료를 기꺼이 내고 싶은 정도(M=4.0 이상)까지는 아닌 것으로 나타나 문화재관람료에 대한 사회적 저항감은 아직도 높은 편임을 보여준다.

산사해설체험 서비스 제공 유무와 설득메시지 유형별 차이에 따른 이원변량 분산분석(two-way ANOVA: 2×6 수준 Factorial Analysis) 결과를 산사해설체험 서비스 제공 유무와 설득메시지 유형별 주요한 효과들(main effects)을 살펴보기

표 5. 산사해설체험과 설득메시지 통한 설득효과

변수	Pre-test		Post-test		t(p)
	M	st.d.	M	st.d.	
지불의사	3.03	1.22	3.91	1.58	35.126(0.05*)

\*:  $p<0.05$  수준에서 유의함

표 6. 산사해설체험 서비스 제공과 설득메시지 유형별 차이분석

수준구분 요인	지승합(SS)	df	평균지승(MS)	F값	p값
집단간 분산	183.05	11	16.64	6.80	0.000*
산사해설체험서비스 제공 유무(A)	44.27	1	44.27	18.09	0.000*
설득메시지 유형(B)	132.95	5	26.59	10.87	0.000*
(A)×(B) 상호작용	5.86	5	1.17	0.48	0.792
집단내 분산	8757.45	3,580	2.45	-	-
합계	8940.50	3,592	-	-	-

\*:  $p<0.05$  수준에서 유의함

전에 상호작용의 효과는  $p<0.05$  수준에서 통계적으로 유의( $F(2, 4510)=0.48, p<0.792$ )하지 않아, 주요한 효과를 살펴볼 수 있다(표 6 참조). 산사해설 추가서비스제공 유무의 주효과( $F(2, 4510)=18.09, p<0.05$ )와 설득메시지 유형의 주효과( $F(2, 4510)=26.59, p<0.05$ )는 통계적으로 유의하여 산사해설체험 서비스 유무와 설득메시지 유형별 차이는 국립공원 탐방객의 문화재관람료에 대한 지불의사에 차이가 있는 것으로 나타났다.

표 7처럼 첫째, 탐방객의 문화재관람료의 지불의사는 산사해설체험 서비스가 추가적으로 문화재 소유사찰로 부터 받을 수 있다는 설득시나리오는 현행 관람료만 징수하지 이에 따른 해설서비스가 없을 경우보다 비록 통계적 유의한 차이는 없지만, 지불의사는 상대적으로 더 높게 나타났다. 특히 '산사해설체험 서비스 제공'×'미래 후손을 위한 호소'(M=4.32, st.d.=2.22), '산사해설체험 서비스 제공 없음'×'미래 후손을 위한 호소'(M=4.23, st.d.=1.47), 즉, 산사해설체험 서비스 제공과는 상관없이 문화재관람료를 징수해 미래 후손에게 귀중한 자산이 될 수 있도록 관리하는데 사용하겠다는 설득내용이 가장 높은 설득효과를 보이는 것으로 나타났다. 즉, 사찰이 소유한 문화재는 미래 후손에게 귀중한 자산으로 보존하기 위해 사용될 것이라는 감정적 호소가 가장 높은 설득효과가 있는 것을 시사한다.

둘째, '산사해설체험 서비스 제공'×'보존가치에 기여'(M=4.10, st.d.=1.59)가 세번째로 높은 지불의사를 보인다. '산사해설체험 서비스 제공 없음'×'보존가치에 기여'(M=3.84, st.d.=1.50)의 지불의사와 통계적으로 유의미한 차이( $t=-2.059, p<0.05$ )가 나타났다. 따라서 아름다운 자연환경 보존 및 문화유산 보존에 기여하는 설득메시지에 따른 산사해설체험 서비스 제공 유무에 따른 설득효과 차이가 있는 것으로 나타났다.

반면에 '산사해설체험 서비스 없음'×'부족자원 조달'(M=3.55, st.d.=1.23)의 시나리오는 설득효과가 가장 미미한 편이다. 즉, 산사해설체험 서비스가 없으면서 동시에 "한해 평균 징수하는 문화재관람료는 315억원(2005년 기준), 그리고



표 7. 산사문화체험 서비스 제공 유무 및 설득메시지 유형별 지불의사 차이

설득 메시지 유형	주된 설득내용	산사문화체험 서비스 없음		산사문화체험 서비스 있음		합계		통계값	
		M	st.d.	M	st.d.	M	st.d.	t값	p값
부족재원조달	문화재관람료는 315억원을 징수하나 문화재 유지비용은 807억원으로 490억원이 부족해 문화재관람료는 중요한 재원으로 활용된다.	3.55	1.23	3.90	1.43	3.73	1.34	-3.194	0.001*
보존가치기여	사찰문화재와 탐방로 정비에 사용되는 문화재관람료는 아름다운 자연환경 보존 및 문화유산 보존에 기여합니다.	3.84	1.50	4.10	1.59	3.97	1.55	-2.059	0.040*
문화시설 비해 저렴	국내 창덕궁 5,000원, 놀이공원 15,000원, 영화관람 8,000원의 비용에 비해 문화재 관람료 2,000원은 저렴한 편입니다.	3.84	1.43	4.08	1.53	3.96	1.48	-2.012	0.045*
해의비해 저렴	해의 웨스트민스터사원 관람 7,300원, 노트르담성당 관람료 6,600원에 비해 문화재관람료는 저렴한 편입니다.	3.65	1.37	3.87	1.50	3.76	1.44	-1.896	0.058
사적징수타당	탐방로는 국유지가 아닌 불교종단의 민간재산으로 문화재 관람료징수는 사찰의 당연한 권리입니다.	3.66	1.59	3.84	1.59	3.75	1.59	-1.326	0.185
미래후손전달	문화재의 유지/보수는 사회적 비용으로 훼손되면 복구가 어려워, 미래 후손에게 귀중한 자산이 될 수 있도록 사용하겠습니다.	4.23	1.47	4.32	2.22	4.28	1.92	-0.537	0.592
합계		3.80	1.40	4.02	1.67	3.91	1.58	-	-

\*: p<0.05 수준에서 유의함

문화재 유지비용은 약 807억원 규모로 문화재 관람료를 100% 유지관리비로 쓴다고 해도 약 490억원이 부족한 실정입니다.” 라는 사찰측의 문화재관람료의 징수타당성만을 합리화하려는 설득방법은 설득효과가 가장 낮은 것으로 나타났다. 또한, 동일한 부족재원조달 메시지 유형에도 불구하고 산사해설체험 서비스 유무에 따른 차이는 통계적으로 유의미한 차이( $t = -3.194, p < 0.05$ )가 있다.

설득메시지 유형에 따른 설득효과를 사후검정하기 위하여 Scheffe post hoc를 통해 분석한 결과 설득메시지 중 미래 세대 자원만이 다른 설득메시지에 비해  $p < 0.05$  수준에서 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다(표 8 참조). 즉, 문화재의 유지·보수는 사회적 비용으로 한번 훼손되면 복구가 어려워 서, 미래 후손에게 귀중한 자산이 될 수 있도록 보전한다는 사회적 책임성과 도덕성을 강조하는 것이 탐방객에게 비교적 높은 설득효과를 지닌 것으로 나타났다.

그러나 설득메시지의 유형별 지불의사는 미래 후손을 위한 호소를 제외한 보존가치 호소, 국내 문화시설 비교 가격 저렴 함 순으로 설득효과가 있는 것으로 나타났지만, 이는 통계적으로 유의한 차이는 없는 것으로 나타났다.

## V. 결론

본 연구는 국립공원의 문화재관람료 징수체계를 둘러싸고 개인의 인구통계학적 특성, 방문형태 및 문화재 징수방식 선호에 따라 문화재관람료의 지불의사에 있어서 차이점과 지불의사에 미치는 문화재관람료의 정책적 징수방식의 영향력, 그리

표 8. 설득메시지 유형별 사후검증 결과

설득메시지 유형(A)	설득메시지 유형(B)	평균 차(A-B)	p값
부족재원 조달	보존가치 기여	-0.25	0.093
	문화시설 비해 저렴	-0.24	0.138
	해의 비해 저렴	-0.04	1.000
	사적 징수 타당	-0.02	1.000
	미래 세대 자원	-0.55	0.000*
보존가치 기여	문화시설 비해 저렴	0.01	1.000
	해의 비해 저렴	0.21	0.285
	사적 징수 타당	0.22	0.200
	미래 세대 자원	-0.30	0.013*
문화시설 비해 저렴	해의 비해 저렴	0.20	0.402
	사적 징수 타당	0.21	0.287
	미래 세대 자원	-0.31	0.008*
해의 비해 저렴	사적 징수 타당	0.01	1.000
	미래 세대 자원	-0.51	0.000*
사적 징수 타당	미래 세대 자원	-0.53	0.000*

\*: p<0.05 수준에서 유의함

고 사찰문화해설 서비스 제공 유무 및 설득메시지 유형별 설득효과를 사전·사후설계를 통해 살펴보았다. 주된 연구결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 인구통계학적 특성변인의 차이에 따른 문화재관람료의 지불의사는 서로 다를 것이다란 연구가설은 남성이 여성보다, 30대 미만이 30대 이상보다, 대졸이상이 고졸보다, 사무/서비스 직종보다는 전문직 종사자가 높았지만, 통계적으로 유의미한 차이는 없는 것으로 나타났다. 반면에 통계적으로 유의미한 차이가 있는 것은 종교변인으로서 비불교신자보다는 불교신자가 상대적으로 더 높은 문화재관람료의 지불의사를 보였

다. 현재 문화재관람료에 관한 지불행위가 제도적으로 정착하기 위한 일정 시간이 필요하더라도 공원탐방객에게 있어 사회적 저항감이 아직 높아 향후 국립공원 정책관련기구의 적극적인 홍보방안이 필요할 것이다.

둘째, 문화재관람료의 사회적 저항감을 줄이기 위한 설득내용 가운데 '미래 후손을 위한 보존'의 중요성이 다른 설득내용과 달리 유의미한 설득효과가 있었다. 따라서, 문화재 사찰 및 불교계는 이러한 결과를 활용해 미래 후손을 위한 보존을 강조하는 설득메시지를 활용하여 매표소 인근장소에서 포스터나 스티커와 같은 상기 물(reminder)을 통해 지속적으로 탐방객을 대상으로 문화재관람료의 징수의 정당성을 설득하는 작업이 필요할 것이다.

셋째, 문화재관람료에 관하여 사전에 측정된 지불의사와 설득메시지 유형을 노출한 후 사후에 측정된 문화재관람료에 대한 지불의사는 차이가 있었으나, 그 설득효과는 실질적으로는 문화재관람료를 내고 싶은 정도까지는 아닌 것으로 나타났다. 따라서 공원탐방객으로 직접 문화재관람료를 징수하는 현재 문화재관람료 징수정책은 획기적인 개선이 필요할 것이다.

그러나 현재 사회적 저항감이 매우 높은 문화재관람료를 공원이용자로부터 직접 징수하는 '수혜자 부담의 제도'보다는 '국가세금 지원제도'를 통한 문화재의 유지도 적극적으로 검토할 필요성이 있다. 이 또한 이중과세라는 사회문제로 번질 수 있으나 장기적으로 문화재관람료를 폐지하는 대신 문화재 관리 및 보존비용을 정부가 일정 부분 지원하는 것도 적극적으로 고려해 볼 만하다.

문화재를 보수·유지하기 위해서는 막대한 사회적 비용이 소요될 수밖에 없고 조계종 사찰 중 문화재를 보유한 사찰이 507곳임에도, 문화재관람료를 징수하고 있는 사찰은 13.2%인 67개 사찰에 불과하다는 불교계의 어려움도 나름대로 이해할 만하다. 따라서 국립공원관리공단을 환경부에서 문화재청으로 귀속시키면서 입장료 수입·지출의 투명화, 국립공원과 문화재 관리의 일원화 등 제도적 보완도 검토할 필요성이 있다.

본 연구는 몇 가지 연구 한계점을 가지고 있다. 본 연구에서는 지불의사금액을 7점 리커트 척도로 측정하였지만, 향후에 triple bounded CVM과 conjoint type CVM 등을 활용한 연구를 통해 지불의사를 다양한 방식으로 측정할 필요성이 높다. 또한, 산사문화체험 서비스 제공 유무 및 설득메시지 내용 외에는 다른 요인이 지불의사에 영향을 미치지 않도록 사전에 철저하게 연구가 디자인되어야 하며, 각 메시지 유형이 가진 순서효과(order effect)를 없애기 위해 무작위로 순서로 배열하지 못한 점, 본 연구에서는 다루어지고 있지 않지만 소득수준이 문화재관람료의 가격수용에 미치는 효과도 추후 연구에서 보완해야 할 과제들이다. 마지막으로, 총 여행경비 중 문화재관람료의 비중, 국립공원의 인지도, 개인의 국립공원에 대한 장소애

착도, 불교계 및 사찰에 대한 신뢰 정도 등 다른 영향변수를 통해 설득효과의 영향력 차이를 밝힐 후속 연구도 필요할 것이다.

### 인용문헌

1. 강미희, 김성일(1996) 설득메시지가 공원이용규범 정책에 대한 이용자 태도에 미치는 효과. 한국임학회지 85(1): 24-33.
2. 국립공원연구원(2006) 공원입장료폐지에 따른 공원관리강화방안연구.
3. 곽승준, 유승훈, 한상용(2003) 잠재적 산림생태공원에 대한 소비자 선호 분석: 조건부 선택법을 적용하여. 경제연구 21(3): 289-311.
4. 권현교, 신원섭, 한상열(2007) 계룡산국립공원 수용력 관리를 위한 휴식 일제도 도입에 관한 연구. 한국산림휴양학회지 11(1): 1-8.
5. 김상오, 차경수, 안기환(1998) 산림휴양지에서 쓰레기투기 행동과 규범에 미치는 설득메시지의 배경. 한국임학회지 87(3): 317-327.
6. 김용근, 조중현, 박태희(2002) 국립공원 입장료에 대한 이용객 의식조사. 한국환경생태학회지 16(3): 261-270.
7. 김태균, 이주희(2007) 지리산 국립공원 입장료 차등화를 위한 이용 속성별 지불의사금액 측정. 관광학연구 31(2): 69-81.
8. 박종구, 이민순, 심재명, 이준엽, 조현민(2007) 문화재관람료의 설득원과 설득메시지 유형에 따른 사회적 저항감 감소 효과. 대한관광경영학회 제29회 학술발표대회 자료집.
9. 신원섭(1999) 야외휴양관리. 서울: 도서출판 따님.
10. 이주희, 김태균, 배민기(2006) 국립공원 입장료의 차등화를 위한 국립공원의 탐방 및 보존가치 산정. 한국산림휴양학회지 10(4): 29-40.
11. 이주희, 배민기(2007) 국립공원입장료 폐지에 따른 국립공원 관리정책 수립 방안. 한국임학회지 96(1): 96-106.
12. 전정미(2007) 광고 텍스트에 나타난 설득 화행의 표현 양상 연구. 거래어문학 38: 31-56.
13. 조승현(2006) 사찰토지의 국립공원 편입 분석과 국립공원입장료 폐지에 따른 사찰의 대안마련 방안연구. 서울: 생명과 평화를 위한 환경연구소.
14. 한상열(2005) 주왕산국립공원 수달래축제의 관광가치추정. 한국산림휴양학회지 9(4): 35-41.
15. 한상열(2007) 국립공원 입장료 폐지에 따른 탐방수요예측 및 관리비용 분석. 한국임학회지 96(4): 393-400.
16. Choi, S. and N. Rifon(2002) Antecedents and consequences of web advertising credibility: A study of consumer response to banner ads. Journal of Interactive Advertising 3(1).
17. Cohen, J. B. (1990) Attitude affect and consumer behavior. In B. S. Moore & A. M. Isin(Eds), Affect and Social Behavior(pp.152-206). New York : Cambridge University Press
18. Crompton, J. L. and C. W. Lamb(1986) Marketing Government and Social Services. New York, NY: John Wiley & Sons, Inc.
19. DeMore, S. W., J. D. Fisher and R. M. Baron(1988) The equity-control model as a predictor of vandalism among college students. Journal of Applied Social Psychology 18: 80-91.
20. Dustin, D. L. (1986) Outdoor recreation: A question of equity. Forum for Applied Research and Public Policy 1: 62-67.
21. Edwards, K. (1990) The interplay of affect and cognition in attitude formation and change. Journal of Personality and Social Psychology 59: 202-216.
22. Fedler, A. J. and A. F. Miles(1989) Paying for backcountry recreation: Understanding the acceptability of user fees. Journal of Parks and Recreation Administration 7(2): 35-46.
23. Friestad, M. and P. Wright(1995) Persuasion knowledge: Lay people's and researchers' beliefs about the psychology of advertising. Journal of Consumer Research 22(June): 62-74.
24. Kahneman, D., J. L. Knetsch and R. Thaler(1976) Fairness as a constraint on profit seeking: Entitlements in the market. The American Economic Review 76(4): 728-741.

