

북한산 국립공원 탐방객의 라이프 스타일에 따른 만족도 차이에 관한 연구^{1a}

유기준^{2*}

A Study on Visitors' Differences of Satisfaction Level Due to Lifestyle in Bukhansan National Park, Korea^{1a}

Yoo, Ki Joon^{2*}

요 약

본 연구는 국립공원 탐방객 개인의 라이프스타일에 따른 만족도 차이가 존재하는지에 대한 파악을 위해 수행되었다. 북한산국립공원 탐방객 대상의 자기기입식 설문조사를 통해 라이프스타일을 분류하고, 집단별 만족도 차이를 검증하였다. 탐방객 라이프스타일은 탐색적 요인분석 결과 5개 요인으로 구분되었으며, 이들 5개 요인을 이용하여 군집분석을 실시하여 4개의 군집이 적합군집으로 분류되었다. 라이프스타일에 따른 군집별 만족도 차이분석 결과, 각 군집별 만족도는 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 군집유형 중에는 적극적인 성향집단에서 만족도가 가장 높게 나타났으며, 다음으로 사회적 성향집단, 개인적 성향집단, 소극적 성향집단의 순으로 만족도가 높게 나타났다. 이러한 탐방객 사회문화적 변수로서 라이프스타일 유형별 만족도 차이는 국립공원에서의 탐방객 관련 시설 및 프로그램 운영에 있어 전체 탐방객 대상의 통합적 접근 보다는 탐방객 유형별 세분화 접근의 필요성을 시사한다.

주요어: 설문조사, 요인분석, 군집분석, 세분화 접근

ABSTRACT

This study aims at analysing the differences on visitors' satisfactory level based-on personal lifestyles in a Korean national park. The lifestyles were classified and differences of satisfaction level among the groups were verified from a questionnaire survey in Bukhansan National Park, Korea. Lifestyles by the factor analysis, 5 factors were sorted. 4 clusters classified as the suitable clusters by clustering analysis. As a result from differences of satisfaction level on the lifestyle types, satisfaction level for each cluster has been shown to be statistically meaningful difference. Satisfaction level in active tendency cluster was the highest among the 4 cluster types(Social>Individual>Passive cluster). Satisfaction differences according to the lifestyles suggests that a fragmented approach is needed rather than an integrated approach for managing facilities and programs in Korean national park system.

KEY WORDS : QUESTIONNAIRE SURVEY, FACTOR ANALYSIS, CLUSTERING ANALYSIS, FRAGMENTED APPROACH

1 접수 2016년 9월 7일, 수정 (1차: 2016년 10월 27일), 게재확정 2016년 10월 28일

Received 7 September 2016; Revised (1st: 27 October 2016); Accepted 28 October 2016

2 상지대학교 관광학부 Division of Tourism, Sangji Univ., Wonju 26339, Korea

a 이 논문은 상지대학교 2013 교수연구년제 지원에 의하여 연구되었음.

* 교신저자 Corresponding author: Tel: +82-33-730-0326, Fax: +82-33-730-0303. E-mail: kijoony@sangji.ac.kr

서론

국립공원은 국가의 대표적인 자연 및 문화유산으로서 보전을 전제로 지속가능한 이용을 도모하려는 일종의 보호지역 개념의 체계이다. 우리나라에서는 국립공원 체계를 1967년 도입하여 국가의 중요한 자연 및 문화유산을 공원 자원으로 지정하여 보전과 현명한 이용에 중점을 두고 관리하고 있다. 세계 각국의 국립공원 성격은 자국의 자연적, 사회적 배경에 따라 차이가 있지만, 일반적으로 일정 면적에서 야생동·식물을 포함한 자연 및 역사·문화적 자원을 보호하면서 국민의 건전한 휴양 장소로 제공되는 곳으로 정의하고 있다. 우리나라와 세계 각국의 국립공원 미션, 비전, 관리목표 등을 정리해 보면 공통적으로 국립공원은 자연, 사람, 문화 가치의 공존 공간이며, 보전과 현명한 이용이 조화되는 국가보호지역으로 관리가 요구되는 것으로 정리될 수 있다. 이러한 점에서 국립공원의 관리는 일반적으로 자연생태적 측면과 이용에 따른 사회적 측면으로 구분할 수 있다. 자연생태적 측면은 자원의 보전에 따른 자연자원 관리(Natural Resource Management)가 주 대상이 되며, 사회적 측면은 자원이용 주체인 사람에 관련된 모든 요소가 총체적으로 포함되는 사람관리(Visitor Management), 즉 탐방객 관리를 의미한다.

탐방객 관리는 국립공원의 자연입지 및 환경의 보전 및 유지와 함께 휴양활동을 통한 만족스러운 사회환경 창출을 위한 탐방객 행위의 조절을 의미한다(Jubenville *et al.*, 1987). 사람의 이용이 전제되는 국립공원 공간에서는 사람과 자연과의 상호관계에 의한 영향의 발생은 불가피한 현상이다. Kuss 등(1990)이 지적하였듯이 자연환경 기반의 휴양지역에서 이용객에의 영향관리는 인간의 가치와 행위의 복잡성으로 많은 어려움이 존재하는 것이 사실이나, 공원관리에 있어 필수적으로 역점을 두어야 할 부분이다.

최근 들어 가치분 소득의 증대, 교통의 발달, 노동시간의 단축에 따른 여가시간의 증대 등의 사회·경제 환경변화로 관광·휴양 수요는 날로 증가되고 있다. 특히, 과도한 도시화와 산업화에 의한 도시민들의 현대문명병의 일종인 녹색갈증 현상에 대한 해소방안으로 자연과 함께 하는 다양한 휴양욕구가 증대되고 있으며 국립공원은 이러한 도시민들의 휴양욕구 제공처로서 중요한 역할을 담당해 왔다(Yoo and Kim, 2002). 삶의 질을 위해 환경이 보다 중시되는 수준의 국가에 진입한 우리에게 국가의 대표적인 환경재로서 국립공원에의 수요에 대한 사회적 요구로 자원에의 영향 최소화 및 이용경험의 질적 증대가 중점 관리되는 전문관리가 요구되는 시점이다.

국립공원에서의 탐방객 이용경험은 공원자원과의 상호

접촉에 의해 이루어지며 접촉에 의해 발생하는 비물질적 편익의 총체가 경험의 만족정도로 표현된다(National Institute of Ecology, 2015). 일반적인 관광객의 만족도는 기대 및 욕구충족에 대한 결과물(Yoon and Yoon, 2013) 또는 ‘자신의 욕구가 얼마나 채워졌는지에 대해 판단하는 반응’(Oliver, 1996)으로 설명할 수 있다. 국립공원에서의 탐방객 만족도 역시 각 탐방객의 공원 이용의 욕구충족의 수준에 대한 반응으로 개인의 인구통계적·사회문화적 변수에 따라 차이를 보여 왔다(Seo *et al.*, 2002; Yoo *et al.*, 2008; Lee *et al.*, 2013). 최근 들어 보다 다양화되고 개성화되고 있는 사회환경 변화로부터 사회문화적 변수들이 보다 더 세분화되고 있다(Kim, 2011; Lee *et al.*, 2015). 특히 라이프 스타일은 소비양식, 직업, 교육 등의 패턴에 의해 형성되는 표현이나 양식(Max, 1968)으로 현대사회의 중요한 사회문화적 변수이다.

라이프스타일은 전체적이고 광범위한 의미에서 특이하고 구별되어질 수 있는 생활양식으로 사회 전체 또는 사회 속의 어떤 세분화되는 집단으로 정의된다(Duncan, 1981). 라이프 스타일은 또한 사람들이 생활하고 시간과 돈을 소비하는 양식으로 개인의 동기, 학습내용, 사회계층, 인구통계적 변수 등의 요인에 의한 상호함수관계로 표현한다. 라이프 스타일은 주어진 시간에서 일정한 패턴을 가지고 생활하는 방식으로(Lazer, 1963), 초기에는 생활의 유형이나 양식 또는 방법을 의미하였으나, 오늘날에는 단순한 생활양식이라기보다는 행동과 의식을 결합한 생활양식으로 종합적 상징으로서의 성격을 갖는 것으로 본다(Kim *et al.*, 2009). 최근에는 라이프스타일에 따라 관광행동에 차이가 있다는 명제로 관광객의 심리 및 특성 파악을 통해 행동특성 및 방향을 제시하고 있다(Kim and Lee, 2000; Kim *et al.*, 2008).

라이프 스타일은 인구통계학적 특성 외에 관광객들의 심리적 요인까지 고려한 관광행동의 특성을 설명하고 있기 때문에 시장을 세분화 하는데 있어서 보다 효과적인 기준으로 받아들여지고 있으며(Lim and Lim, 1988; Jun and Yoon, 2005; Muller, 1991; Zins, 1998), 가치가 개인이 추구하는 무엇인가를 결정하는데 영향을 미쳐 라이프스타일에 반영될 수 있다는 점에서(Watkins & Gnoth, 2005) 인간의 가치와 가치체계와 연계해서도 주목하고 있다(Kim *et al.*, 2009)

측정방법으로는 객관적인 자료에 의한 사회 또는 특정집단의 동향을 파악하는 거시적인 방법과 주관적인 자료에 의한 심리측정 기법을 활용하여 생활양식이나 가치관, 사회적 경향을 파악하고 예측하는 미시적인 방법(Cho, 2005)이 있으며, 라이프스타일 파악을 통한 시장세분화분석에는 생활재 보유 생활패턴의 분석 등을 통한 미시적인 접근이 진행된다(Park and Jeong, 2014)

라이프스타일 관련 연구는 해외여행객(Lee and Yang,

2000) 및 주제공원 방문객(Shin and Kim, 2001) 등을 대상으로 한 시장세분화 연구뿐만 아니라, 라이프스타일이 신흥 목적지 선택에 미치는 영향(Yoon and Kim, 2008) 등 관광 행동과의 관계규명과 같이 소비자의 행동특성 파악을 위한 다양한 분야에서 이루어지고 있다.

특정 상품의 소비에 의한 소비자의 지각된 가치와 만족도의 개념은 혼동되는 경우가 있으나, 이들 간에는 분명한 차이가 존재한다(Sweeney & Soutar, 2001). 지각된 가치는 제품이나 서비스에 대한 체험이 이루어지는 과정 중에 이루어지게 되지만(Oliver, 1981; Woodruff, 1997), 만족은 서비스 체험 후, 또는 제품의 사용이 이루어진 후 느끼게 된다.

관광분야의 경우, 관광객의 기대 및 욕구충족에 대한 결과물로 해석될 수 있는데(Yoon and Yoon, 2013), 유사한 맥락에서 Oliver(1996)는 ‘자신의 욕구가 얼마나 채워졌는지에 대해 판단하는 반응’이라고 설명한 바 있다.

이러한 점에서 국립공원 탐방객들도 라이프스타일에 따라 집단으로 세분되어 각 집단화가 가능하고 집단별 공원 이용 후 지각하는 만족도와 상호관련성이 있을 것으로 추측하고 본 연구는 계획되었다. 본 연구의 목적은 국립공원 탐방객들의 라이프스타일에 따른 세분화 여부를 분석하고 세분 집단에 대한 만족 수준의 차이 여부를 구명하는데 있다.

연구방법

1. 연구대상지 현황

연구의 수행을 위해 북한산 국립공원을 연구대상지로 선정하였다. 북한산국립공원은 1983년 15호 국립공원으로 지정되었으며, 총 면적은 398.2km²이며 연간탐방객수는 2014년 7,146,161명이 방문한 대도시 인접형 국립공원이다(Korea National Park Service, 2012). 북한산국립공원은 서울시 강북구(15.5%), 도봉구(11.3%), 서대문구(0.3%), 성북구(5.0%), 은평구(10.0%), 종로구(6.5%), 경기도 고양시(20.6%), 양주시(19.0%), 의정부시(11.8%) 등 9개 시군구에 위치하고 있다(Korea National Park Service, 2012). 북한산국립공원의 용도지구는 공원자연보존지구 38.4%, 공원자연환경지구 59.8%이며, 2011년 공원구역 조정으로 공원자연마을지구, 공원밀집마을지구의 전 면적과 공원집단시설지구 일부 면적이 해제되었으며, 2012년 공원문화유산지구(1.019km²)가 신설되었다(Korea National Park Service, 2012). 북한산국립공원의 공원자연보존지구의 비율이 38.4%이며 토지소유는 다른 공원에 비해 사유지의 비율(33.3%)이 높고, 서울시, 의정부시, 고양시, 양주시 등 대도시 및 중소도시와 인접하여 이용압력이 상대적으로 높은 공원이다.

다른 국립공원과 비교해서 면적이 좁은 북한산국립공원이지만, 서울시를 중심으로 한 수도권과 연계되어 3,093종류 동식물의 핵심적인 서식지 가치를 지니며, 도시 확장에 따른 녹지 잠식 및 파편화로 쫓겨난 대도시 생물의 피난처 역할을 하고 있다(Korea National Park Service, 2012). 2007년 입장료 폐지이후 매년 800~1,000만명의 탐방객이 고지대로 집중되어 공원자원의 훼손 현상이 나타나고 있어 고지대 탐방객의 분산 및 저지대 수평탐방 문화를 확산시키기 위해 2010년 둘레길을 조성하여 탐방객을 유도하고 있다(Korea National Park Service, 2012). 북한산국립공원은 수도권 인접의 도시형 국립공원으로서 대도시 서울의 환경오염을 정화하는 생태계서비스의 기본적 기능과 역할을 수행해오고 있다.

2. 연구방법

북한산 국립공원 탐방객의 라이프스타일 및 만족도 분석을 위한 자료수집은 탐방객을 대상으로 한 설문조사를 통해 이루어졌다. 설문조사는 사전조사와 본조사로 구분하여 진행되었다. 설문문항의 적절성을 알아보기 위해 2015년 11월 17일 사전조사를 실시하였는데(n=20), 사전조사 대상은 치악산 국립공원을 방문한 만 19세 이상의 내국인으로 하였으며, 자기기입식 설문조사 후, 성실한 응답태도를 보인 응답자를 대상으로 설문문항 표현의 적절성에 대해 인터뷰를 실시하였다. 사전조사를 통해 탐방객의 라이프스타일 측정을 위한 21개 문항, 만족도 측정을 위한 4개 문항과 인구통계적 특성 측정을 위한 5개 문항을 최종 확정하였다. 라이프스타일의 변화성에 비추어 라이프스타일 측정문항은 최근의 경향을 반영하기 위해 2014년 이후에 이루어진 선행연구(Park and Park, 2014; Yoo, 2015)를 바탕으로 문항을 구성하였다.

본 조사는 2015년 12월 4일~6일에 실시되었다. 북한산 국립공원 탐방을 마치고 귀가하는 19세 이상의 내국인을 대상으로 표본추출을 실시하였으며, 응답자의 자기기입방식을 통해 총 198부의 유효표본을 확보하였다. 또한, 설문조사를 통해 수집된 자료에 대해 SPSS18.0 통계패키지 프로그램을 활용하여 분석을 실시하였으며, 인구통계적 특성 파악을 위해 빈도분석을 실시하였으며, 탐방객의 라이프스타일에 따른 만족도 차이를 알아보기 위해 요인분석, 신뢰도분석, 군집분석, ANOVA 분석을 실시하였다.

결과 및 고찰

1. 응답자 특성

Table 1. Characteristics of respondents

Item	Categories and frequencies(%)
Gender	Male(62.6), Female(36.9)
Age	19~29(7.1), 30~39(7.1), 40~49(22.7), 50~59(47.0), Over 60(16.1)
Occupation	Public servant(4.5), Professional(16.7), Office worker(14.6), Sales Personnel(8.6), Production worker(7.6), Agriculture/forestry/fishery(1.5), Independent business(16.2), Student(2.5), Housewife(19.7), Unemployed(6.1), Other(2.0)
Education	Under middle school(6.1), High school(30.3), College(15.2), University(41.9), Graduate school(6.6)
Household Income (Million, KRW)	100M(8.1), 200M(19.2), 300M(28.3), 400M(22.2), 500M(11.1), Over 600M (11.1)

응답자의 인구통계적 특성 및 방문특성은 Table 1과 같이 나타났다. 응답자의 성비는 남성이 62.6%로 여성 36.9%보다 높은 비율로 나타났으며, 연령대는 50대와 40대가 높은 비중으로 나타났다. 직업별로는 전문직, 자영업, 주부, 사무관리직의 비율이 상대적으로 높았으며, 학력별로는 대졸과 고졸의 비율이 높게 나타났다. 또한, 300만원원에서 400만원대의 소득비율이 높은 것으로 나타났다.

라이프스타일 변수에 대한 구성타당성 검증을 위해 요인 분석을 실시하였다. 요인 추출 방식은 주성분 분석법 (principal component analysis)을 사용하였으며, 요인회전은 베리맥스(Varimax) 회전법을 사용하였다. 요인추출은 고유값(eigenvalue) 1.0이상을 기준으로 하였으며, 요인적재량(factor loading)이 0.5 이하인 문항은 타당성을 저해한다고 판단되어 제거하였다. 또한, 측정도구의 내적일관성 확보를 위해 크론바흐 알파(Cronbach's alpha)값을 활용하여 신뢰도 분석을 실시하였다

2. 라이프스타일의 요인분석 및 신뢰도 분석

Table 2. Factor and reliability analysis for lifestyles

Factors	Questions	Validity			Reliability
		factor loading	communality	eigen value	Cronbach's α
Factor 1: Relation oriented	Like having a conversation and go out with a lot of people.	.831	.760	6.815	.899
	Tend to people and made friends easily.	.807	.770		
	Tend to participate actively in the gatherings.	.802	.788		
	Like to take the lead about doing anything.	.562	.805		
Factor 2: Composure seeking	Faithfully and attain the leisure activities.	.861	.759	1.720	
	Spare investment for leisure activities.	.817	.731		
	Tend to enjoy life.	.763	.808		
	Like travel and often enjoy.	.624	.747		
Factor 3: Trend pursuit	If expensive name-brand products tend to buy.	.851	.689	1.520	
	Tend to accept new products and fashion quickly.	.805	.628		
	After using good quality products and use those.	.724	.706		
Factor 4: Idiocentric pursuit	Public cultures or popular song Interested in one's back.	.578	.707	1.334	
	Don't worry about a person tend to follow your heart felt.	.803	.754		
	Tend to let myself loose my thoughts	.798	.729		
Factor 5: Health aimed	Hates to be tied down in rules and norms	.790	.673	1.311	
	Rather than the taste of food nutrition is important.	.805	.585		
	Instant food is considered harmful in health.	.755	.536		
	A health-conscious eating habits it maintains.	.587	.527		
KMO= .860, Bartlett's Test of Sphericity : $\chi^2=1,798.599(df=153, p=.000)$					

분석결과, KMO 값이 0.860, Bartlett의 구형성 검정결과 $\chi^2=1,798.599(df=153, p=.000)$ 로 적합한 것으로 나타났으며, 총 5개 요인이 추출되었다. 이들 요인은 각 세부측정항목을 검토 후 ‘관계지향형’ 요인, ‘여유추구형’ 요인, ‘유행추구형’ 요인, ‘개인중심형’ 요인, ‘건강지향형’ 요인으로 명명하였다. 또한 내적일관성 확보를 위한 신뢰도 분석결과, 크론바흐 알파(Cronbach’s alpha)값이 0.899로 적합하게 분석되었다(Table 2).

3. 라이프스타일에 따른 만족도 차이분석

1) 라이프스타일에 따른 군집분석

요인분석을 통해 도출된 라이프 스타일의 5개 요인을 이용하여 군집분석을 실시하였다. 군집분석을 위해 K-평균 군집분석(K-means clustering analysis)을 실시하였으며, 요인분석을 통하여 추출된 각 요인들의 평균값을 이용하였다. K-평균 군집분석시 연구자는 군집의 수를 직접 결정해야 한다. 따라서 계층적 군집분석 방법 중 하나인 워드법(ward's method)을 실시하였고, 도출된 군집화 일정표를 바탕으로 4개의 적합군집을 분류하였다.

분석결과(Table 3), 라이프스타일 요인별 평균점수가 전반적으로 낮은 집단에 대해 소극적 성향집단으로 명명하였으며, 개인중심형 요인을 제외한 다른 요인에서 보통 이상의 평균을 보인 집단에 대해서는 사회적 성향집단으로 명명하였다. 또한 여유와 건강, 개인중심의 집단에 대해서는 개인적 성향집단으로 명명하였으며, 모든 요인에서 보통 이상으로 가장 높은 평균값을 보인 집단에 대해서는 적극적 성향집단으로 명명하여 향후 분석에 활용하였다. 적극적 성향집단(active tendency)은 여가활동을 적극적으로 추구하는 소비자인 동시에 목표의식이 뚜렷한 성취지향적 집단으로 해석된다. 반면, 소극적 성향 집단(passive tendency)은 5개

요인 모두 타 집단에 비해 낮은 값을 보인 집단이다.

2) 라이프스타일에 따른 만족도 차이분석

라이프스타일에 따른 만족도 차이분석 결과, 각 군집별 만족도에 대한 차이는 $p>0.05$ 의 수준에서 통계적으로 유의한 것으로 나타났다. 모든 군집유형에서 만족도 평균이 보통(3.0) 이상으로 나타났으며, scheffe 사후검증 결과에서는 군집4와 군집1, 군집4와 군집2, 군집4와 군집3의 평균차이가 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다(Table 4).

군집유형 중에는 적극적인 성향집단에서 만족도가 가장 높게 나타났으며, 다음으로 사회적 성향집단, 개인적 성향집단, 소극적 성향집단의 순으로 만족도가 높게 나타났다. 적극적인 사회활동을 추구하며 목표의식이 상대적으로 뚜렷한 적극적 성향과 보다 관계 지향적인 방문객 집단이 국립공원 방문 만족도가 높은 것으로 나타났다. 결국, 국립공원 방문객의 다양한 사회문화적 변수의 유형별 집단에 따라 국립공원 이용의 만족도 지각 수준이 다르다는 것이다.

이러한 결과는 우리나라 국립공원 탐방객 관리 측면에서 방문객 사회문화적 변수별 집단의 다양성에 따른 차별적인 관리적 대응의 필요성을 시사한다. 탐방객의 다양한 유형을 고려치 않은 일률적으로 표준화된 탐방 프로그램의 적용은 모두를 만족 시킬 수 없으며, 다양한 집단별 목표형 탐방 프로그램을 적용하는 접근이 요구된다.

본 연구 대상지인 북한산 국립공원의 탐방객 관리차원에서는 라이프스타일 등 탐방객의 사회문화 변수 유형별로 세분화된 탐방객 프로그램 개발의 필요성을 시사한다. 특히, 만족도 평균이 상대적으로 가장 낮게 나타난 소극적 성향의 탐방객들을 위해서는 단순한 탐방 프로그램 보다는 계절별·테마별 탐방프로그램을 개발하여 적극적인 참여와 만족도 향상을 도모할 필요가 있을 것으로 판단된다. 또한, 국립공원의 특성상 모든 집단유형들이 건강지향형 요인에

Table 3. Clustering analysis according to the lifestyles

	Relation oriented	Composure seeking	Trend pursuit	Idiocentric pursuit	Health aimed
Passive tendency group(n=32)	2.68	2.69	2.52	2.51	3.11
Social tendency group(n=56)	3.48	3.68	3.43	2.62	3.83
Individual tendency group(n=53)	3.45	3.61	2.82	3.55	3.35
Active tendency group(n=56)	4.21	4.33	3.99	3.03	3.09
F값	58.203***	67.493***	60.747***	84.202***	27.358***

*** : $p<.000$

Table 4. Satisfaction differences in cluster types

Dependent Variables	Cluster Types	mean	SD	F-Value	scheffe post hoc test
Satisfaction	(Cluster 1)Passive tendency	3.69	.704	7.606**	cluster4>cluster1 cluster4>cluster2 cluster4>cluster3
	(Cluster 2)Social tendency	3.88	.588		
	(Cluster 3)Individual tendency	3.82	.456		
	(Cluster 4)Active tendency	4.23	.592		

** : p<.05

scheffe post hoc test: Differential Level based on Visitor's Lifestyle

대해 중요하게 고려하고 있기 때문에 탐방객 건강증진과 관련한 다양한 정보제공 및 서비스 제공은 탐방객 만족도 향상에 도움을 줄 수 있을 것으로 사료된다. 예를 들어, 국립공원 입구부분에 건강정보를 담은 키오스크를 설치하거나 건강 예상 및 증진을 위한 상담코너 등을 활용한 진단·처방식 탐방 안내도 고려해 볼 수 있을 것이다.

REFERENCES

- Cho, M. H.(2005) A Study on Leisure Activity Patterns and Lifestyle of the Moderns. *Journal of Tourism and Leisure Research*, 17(4), 13-22.
- Duncan, G. M.(1981) Tourism Motivation: an Appraisal. *Annals of Tourism Research*, 8(2), 184-194.
- Jubenville, A, B. W. Twight and R. H. Becker(1987) *Outdoor Recreation Management Theory and Application*. Venture Publishing, Inc. U. S. A.
- Jun, J. K. and T. H. Yoon(2005) Market Segmentation by Lifestyle of Aquarium Visitors. *Journal of Tourism and Leisure Research*, 17(3), 265-282. (in Korean with English abstract)
- Kim, S. H and J. G. Lee (2000) Market Segmentation of Cultural Tourists and Cultural Tourism Choice Behavior. *Journal of tourism sciences* . 32(10), 253-275. (in Korean with English abstract)
- Kim, S. H., J. A. Jeon and D. W. Jeong(2008) A Study on the Tourism Motivation and Tourism Activity According to the Lifestyle Focused on the Korean tourist within Philippines . *Journal of Tourism Sciences* 20(4), 27-47. (in Korean with English abstract)
- Kim, O. K., K. H. Shin and J. H. Song(2009) Ecotourists' Recognition of Well-being and Quality of Life by Lifestyle Types. *Journal of Tourism Sciences* 33(6), 111-130. (in Korean with English abstract)
- Kim, J. M.(2011) A Study on the Push and Pull Factors of Temple Stay in Korean National Parks: Focused on Temples in Gangwon-do. *Journal of Environment and Ecology* 25(4), 621-630.(in Korean with English abstract)
- Korea national Park Service(2012) 1st Conservation and Management Plan for Bukhansan National Park(2013~2022)
- Kuss, F.R., A.R. Graefe and J.J. Vaske(1990) *Visitor Impact Management: A review of research*. National Parks and Conservation Association. Washington D. C.
- Lazer. W.(1963) *Lifestyle Concepts & Marketing*, Stephen A, Greyser, Toward Scientific Marketing. Chicago, AMA. 37.
- Lee, k. H. and B. S. Yang(2000) A Study on the Travelers Choice Behavior of the Overseas Travel Package Product according to Different Patterns of Lifestyle. *Journal of Hospitality and Tourism Studies*, 4(1), 37-63.
- Lee, J. E., J. O. Kim and N. J. Kim(2015) Analysis on the Structural Relationship between Outdoor Recreation Trackers' Participation Motivation, Wellness, Satisfaction, and Loyalty: Focusing on Mt. Bukhan National Park Trackers. *Journal of Tourism Sciences*, 39(6), 225-244.
- Lee, C. H., S. H. Yang and Y. M. Lim(2013) Analysis of Satisfaction between User's Group in Byeonsanbando National Park, *The Journal of Korean Institute of Forest Recreation*, 17(1), 1-8.
- Lim, K. B. and H. K. Lim(1988) Urban Housewives' Life Style. *Journal of Korean Home Management Association* 6(1): 223-249 (in Korean with English abstract)
- Max, W, C.(1968) *Economy and Society*. New York: Bedwinstr Press.
- Muller, T. C.(1991) Using Personal Values to Define Segments in an International Tourism Market. *International Marketing Review*, 8(1), 57-70.
- National Institute of Ecology(2015) *Structural Analysis of Ecological Experience As the Ecosystem Service*. National Institute of Ecology, Korea
- Oliver, R. L.(1981) Measurement and evaluation of satisfaction processes in retail settings. *Journal of Retailing*, Vol 57(3), 1981, 25-48.
- Oliver, R. L. (1996) *Varieties of Value in the Consumption*

- Satisfaction Response, Association for Consumer Research, 23, 143-147.
- Park, D. H. and H. J. Jeong(2014) Lifestyle based Benefits Sought and Tour Behaviors among Korean Single Women Travelers. *Journal of Tourism Sciences* 38(1), 55-77. (in Korean with English abstract)
- Park, J. S. and J. G. Park(2014) Attitudinal Differences of Slow City's Attribute Importance, Perceived Crowding and Coping Behavior based the Type of Wellness Lifestyles. *Journal of Tourism Sciences* 38(5), 185-205. (in Korean with English abstract)
- Seo, E. C., K. W. Sim and J. H. Lee(2002) A Study on Importance-Performance Analysis of National Park Facilities management based on Visitor Characteristics. *The Journal of Korean Institute of Forest Recreation* 6(1), 63-71.(in Korean with English abstract)
- Shin, H. C. and E. Y. kim(2001) A Study on the Selecting Attributes with Respect to Tourist's Life Style. *Journal of Hospitality and Tourism Studies*, 5(1), 115-133. (in Korean with English abstract)
- Sweeney, J. C., & Soutar, G. N. (2001) Consumer Perceived Value: The Development of A Multiple Item Scale. *Journal of Retailing*, 77(2): 203-220.
- Yoo, K. J. and J. M. Kim(2002) Visitors' Attitudes to National Park Use and Management Attributes: A Case Study on National Parks in Kangwon Ares, Korea, *The Journal of Korean Institute of Forest Recreation* 6(2), 49-59.(in Korean with English abstract)
- tract)
- Yoo, K. J., W. Cho and S. H. Lee(2008) A Survey on Visitors' Behavioral Characteristics in Dobong District of Bukhansan National Park, Korea. *Journal of Environment and Ecology* 22(3), 325-331. (in Korean with English abstract)
- Yoo, Y. J.(2015) A Study on Franchise Korean Restaurant of User Behavior and Selective Attribution according to Lifestyle. *Journal of Tourism Sciences* 39(3), 125-141.(in Korean with English abstract)
- Yoon, S. M. and H. R. Kim(2008) A Exploratory Study for Characteristics of Potential Honeymooner, Based on Lifestyle. *Journal of Tourism and Leisure Research*, 20(4), 49-67. (in Korean with English abstract)
- Yoon, A. Y. and J. H. Yoon(2013) A Structural Relationship between Factors of Country Brand Image, Perceived Value, Satisfaction, and Behavioral Intention: Focused on Multinational Tourists. *Journal of Tourism Sciences*, 37(7), 285-305.
- Watkins, L. & Gnoth, J.(2005) Methodological issues in using Kahle's list of values scale for Japanese tourism behaviour. *Journal of Vacation Marketing*, 2005(Jul), 225-233.
- Woodruff, R. B.(1997) Customer Value: The Next Source for Competitive Advantage. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 25(2), 139-153.
- Zins, A. H.(1998) Leisure traveler choice models of theme hotels using psychographics. *Journal of Travel Research*, 36(4), 3-15.