

생태관광 동기에 따른 세분시장별 선호 체험프로그램*

- 새만금지역 관광객을 대상으로 -

박희원^a · 이민수^{b**} · 박덕병^c

^a공주대학교 산업과학대학 지역사회개발학과 석사 (충청남도 예산군 예산읍 대학로 54)

^b한국농수산대학교 교양공통학과 부교수 (전라북도 전주시 덕진구 콩쥐팥쥐로 1515)

^c공주대학교 산업과학대학 지역사회개발학과 교수 (충청남도 예산군 예산읍 대학로 54)

Ecotourist Segmentation by Motivation

- Case of Saemangum -

Hee-Won Park^a · Min-Soo Lee^b · Duk-Byeong Park^c

^aMaster's degree, Department of Community Development, College of Industrial Science, Kongju National University, Korea

^bAssociate Professor, Department of Liberal Arts, Korea National University of Agriculture and Fisheries, Jeonju, Jeonnam, Korea

^cProfessor, Department of Community Development, College of Industrial Science, Kongju National University, Yesan, Chungnam, Korea

Abstract

Ecotourism as a alternative tourism destination has to adapt to current market mechanisms, which is becoming extremely competitive and which are dominated by communication and promotion strategies and techniques. We need to know the causative factors and influences by which tourists are motivated to become included in various market segments. The primary purpose of this study is to segment and profile the motivations of ecotourist, so as to enable a better understanding of ecotourism in Korea. A self-administered survey was collected from 200 tourists in the study area. A factor-clustering method identified four distinct segments: want-it-all seeker, passive seeker, aesthetic seeker, value sharing seeker. We conclude by considering the relevant of our findings to ongoing discussions of ecotourists' market segmentation.

Key words: ecotourism, market segmentation, tourism motivation, experience program, Saemangum

1. 서론

최근 생태적인 가치에 대한 인식이 변화함에 따라 생태관광의 중요성이 강조되고 있다(Jamal, Borges, & Stronza, 2006; Kerstetter, Hou, & Lin, 2004; Reynolds, Braithwaite, 2001; Weaver, & Lawton, 2007). 생태관광 시장의 복잡성이 증가하여(Eubanks, Stoll, & Ditton, 2004) 생태관광 시장을 세분화하여 접근하는

것은 효과적인 마케팅 전략 수립을 위해 필수적인 요소이다. 관광 동기는 관광객 만족(Yoon, & Uysal, 2005), 재방문(Lee, Lee, & Lee, 2014; Yoon, & Uysal, 2005)과 목적지 선택(Awaritefe, 2004; Jang, & Cai, 2002) 뿐만 아니라 소비액(Gnoth, 1997)에도 영향을 미치는 중요한 요소이다. 생태관광시장 세분화에 있어서 관광동기는 중요한 요소로 고려되어 왔다(Carrascosa-López et al., 2021; Carvache-Franco, Segarra-Oña, & Carrascosa-López, 2019;

주요어: 생태관광, 시장세분화, 관광동기, 체험프로그램, 새만금

* 본 논문은 농촌진흥청 연구사업(PJ016269022021)의 지원에 의해 이루어진 결과의 일부임

** 교신저자(이민수) 전화: 063-238-9310, e-mail: mins000.lee@gmail.com

Galley, & Clifton, 2004; Weaver, & Lawton, 2002).

생태관광은 가장 빠르게 성장하고 있는 관광목적지 중 하나로 세계적으로 매년 5%의 증가를 보이고 있다(Das, & Chatterjee, 2015; Hultman, Kazemina, & Ghasemi, 2015). 환경부는 2010년부터 생태관광 모델사업과 시범사업을 실행하였고 2013년 자연환경보전법을 개정하였으며 2022년 전국 29개의 생태관광지역을 선정하여 생태관광지를 개발해 왔다(환경부, 2022). 생태관광객 관리는 매우 중요하다. 왜냐하면, 너무 적은 수의 관광객은 지역의 경제 기반 약화를 초래할 수 있으며, 너무 많은 관광객의 방문은 자연환경의 훼손과 가치 저하를 일으킬 수 있기 때문이다(환경부, 2015). 그리하여 생태관광은 지역의 특성과 자원의 가치 유지를 고려한 적절한 관광객 수의 설정, 관리는 생태관광지의 보전과 이용의 균형을 맞추는 데 있어서 매우 중요하다. Eubanks, Stoll, & Ditton (2004)에 의하면, 미국에서 조류관찰이 6번째 관광활동으로 자리 잡고 있으며, 이들은 관광동기나, 행동, 소비액에서 다른 유형의 관광객과 차이를 보이고 있다.

생태관광 시장세분화 연구는 관광동기(김경희, 2014; 김영태, 2001; 김용중, Slevitch, 2013; 정윤정, & 김성일, 2018; Beh, & Bruyere, 2007; Blamey, 2001; Carrascosa-López et al. 2021; Carvache-Franco, Segarra-Oña, & Carrascosa-López, 2019; Galley, & Clifton, 2004; Gu et al., 2018; Weaver, & Lawton, 2002), 추구편익(Palacio, & McCool, 1997), 사회적 가치(Blamey, & Braithwaite, 1997; Zografos, & Allcroft, 2007) 혹은 사회적 책임(김경희, 이충기, & 오민재, 2020), 오락경험(Lee, Jan, Tseng, & Lin, 2018) 등에 의해서 이루어졌다. 동아시아 지역은 유럽이나 북미지역 유형의 생태관광 시장과는 다른 특성을 보이고 있다(Kerstetter, Hou, & Lin, 2004; Tao, Eagles, & Smith, 2004). 동아시아 지역은 식생이나 지질적인 것에 매력을 느끼지만, 서유럽은 자연 매력물과의 심미적이고, 철학적인 관계가 중요한 요소이다. 특히 생태관광 시장에 대한 연구자들은 생태관광을 환경적인 요소로써 고려가 필요하고, 시장지향적인 운영을 위해서 시장세분화 연구의 중요성을 강조(Lambin, 2000; Neuts, Romao, Nijkamp, & Shikida, 2016)하였다. 생태관광 시장세분화에 관하여 제시된 연구는 여성이 지배적이라는 연구결과(Wight, 1993)와 공급자와 소비자로서의 여성의 역할강조(Swain, & Swain, 2004), 생물중심 생태관광객(Weaver, & Lawton, 2002; Weiler, & Richins, 1995)의 특성을 강조한 연구가 있다.

생태관광은 2000년대를 기점으로 세계여행 시장에서 약 10%의 높은 점유율과 약 3배의 성장률을 나타내고 있다. 생태관광의 중요성은 더욱 강조될 것이다. 따라서 생태관광 수요 창출을 위

해서는 현장 실증적인 연구가 필요하다(Lee, & Mjelde, 2007). 그러나 생태관광의 효과적인 마케팅 방안을 모색할 수 있는 현장 실증적 후속 연구가 거의 이루어지지 못하고 있다. 오늘날 생태관광이 중요해짐에 따라 생태 체험프로그램에 대한 관심 역시 증가하고 있다(Font, 2002; Font, & Harris, 2004; Huppel, & Ishikawa, 2009). 생태관광 세분시장별 특성 규명 외에 생태관광 만족도와 선호프로그램의 차이를 규명하여 생태관광 마케팅이 효과적으로 이루어질 수 있는 심층적인 연구가 필요하다. 또한 새만금은 1단계 환경생태용지 조성사업을 통해 수질개선 습지, 야생 서식 공간 조성, 생태관광객을 위한 공간이 조성되었으며, 2단계 환경생태용지 조성사업을 통해 새만금 생태경관, 철새 서식공간 조성이 예정됨에 따라 새만금의 생태관광 중요성은 더욱 강조될 것으로 예상된다(김현룡, 성연, & 변우희, 2010). 그러나 새만금 생태관광 방문객 시장세분화 연구를 통한 마케팅 활성화 방안은 제시되지 못하고 있다.

본 연구의 목적은 다음과 같다. 새만금 생태관광 방문객을 대상으로 관광동기에 따른 생태관광시장을 세분화하고, 세분시장별 인구사회학적 특성과 생태관광 특성 차이를 규명하는 것이다. 또한, 세분시장별 생태관광 만족도와 선호 체험프로그램 차이를 규명하고 세분시장별 특성에 맞는 만족도 제고 및 체험프로그램 마케팅 방안을 제시하고자 한다.

2. 선행연구

초기 생태관광은 관광객의 자연 기반 관광 경험 추구를 강조하는 경향이 있었다. 생태관광은 지속 가능한 개발 개념이 등장함에 따라 형태와 관광객의 동기, 가치 등의 다양성을 강조하고 있다(Blamey, 2001). 인공적인 환경을 벗어나 깨끗한 자연환경을 추구하는 사회적 가치관의 변화와 그 의미가 중요해지고 있다(김선영, 장병주, & 이준, 2007). 그러나 생태관광의 다양성이 증가함에 따라 생태관광 시장의 복잡성이 증가하고 있다(Eubanks, Stoll, & Ditton, 2004). 생태관광이 공급자 측면에서 편중될 경우, 수요자의 요구를 충분히 반영하지 못해 관광시장에서 생태관광이 차지하는 점유율이 감소하는 문제가 발생할 것이다(정윤정, & 김성일, 2018).

생태관광 시장세분화에 대한 선행연구는 생태관광객의 주체, 동기, 인식, 계절 등에 따른 세분시장 구분과 세분시장별 특성을 도출하는 연구가 이루어졌다. 김경희 (2014)는 강원도와 경상남도 일대에 위치한 6개 생태체험마을 방문객 254명을 대상으로

시장세분화를 위해 요인분석, 군집분석, 판별분석, 카이제곱 검증을 실시하였다. 방문동기에 따른 요인분석결과는 휴식요인, 모험요인, 자연체험요인, 가족여행요인이 도출되었다. 군집분석 결과는 다목적 추구형, 휴식추구형, 가족체험추구형으로 3개의 군집이 도출되었다. 군집별 특성을 살펴보면 다음과 같다. 다목적 추구형은 30대와 40대가 가장 높게 나타났으며, 월 소득 200만원, 직업은 생산직/판매직/사무직/주부, 학력은 대학교 졸업 이상, 기혼자가 높은 것으로 나타났다. 휴식추구형은 30세 이하/51세 이상이 가장 높게 나타났으며, 월 소득은 200만원 이하, 직업은 자영업/학생/서비스직, 학력은 고등학교 졸업 이하, 미혼의 형태가 높은 것으로 나타났다. 가족체험추구형은 40대가 높은 것으로 나타났으며, 월 소득은 200만원 선이었으며, 직업은 사무직, 학력은 대학교 졸업, 기혼의 형태가 높은 것으로 나타났다.

김경희, 이창기, & 오민재 (2020)는 창녕군에 위치한 우포늪 생태관광 방문객 404명을 대상으로 시장세분화를 위해 요인분석, 군집분석, 판별분석, 카이제곱 검증을 실시하였다. 환경적 책임에 따른 요인분석결과는 환경적 책임요인, 사회문화적 책임요인, 경제적 책임요인이 도출되었다. 군집분석결과는 고 환경책임감, 중 환경책임감, 저 환경책임감으로 3개의 군집이 도출되었다. 군집별 특성을 살펴보면 다음과 같다. 고 환경책임감은 40대 이상이 높게 나타났으며, 학력은 전문대 재학/졸업, 월 소득 300-399만원, 직업은 공무원/교직원, TV/신문/잡지/홍보책자 등을 통해 정보를 습득하고, 방문형태는 단체형태로 5-6명 또는 7명 이상이 6회 이상 방문하는 것으로 나타났다. 중 환경책임감은 50대 이상이 높게 나타났으며, 학력은 고등학교 졸업/대학교 재학/졸업, 월 소득은 400-499만원/500-599만원, 직업은 전문직으로 인터넷을 통해 정보를 얻어 가족/친척 단위로 3-4명이 2-3회 방문하는 것으로 나타났다. 저 환경책임감의 연령은 30대 이상으로 나타났으며, 대학원 재학/졸업과 월 소득 600만원 이상으로 가장 높은 학력과 소득이 나타났다. 직업은 학생이 가장 높았으며, 친구/연인 단위로 2명이 1회 방문하는 것으로 나타났다.

김영태 (2001)는 충남지역인 보문산 공원, 엑스포 과학공원, 대천해수욕장 방문객 393명을 대상으로 세분시장을 분석하였다. 심리적 요인에 따른 요인분석결과는 야영/캠핑요인, 가이드 여행요인, 휴식요인, 배움요인, 절약형요인이 도출되었다. 군집분석결과는 단체/캠핑족, 가족/휴양족, 젊은 활동족으로 3개의 군집이 도출되었다. 군집별 특성을 살펴보면 다음과 같다. 단체/캠핑족은 캠핑, 산책, 산림욕, 자연학습 추구하고, 가족/휴양족은 단체/캠핑족에 비해 연령 다소 높으며, 민박과 운동 선호, 자연친화력이 다소 낮은 것으로 나타났다. 젊은 활동족은 단체/캠핑족

에 비해 연령 다소 높으며, 가족여행과 콘도를 선호하고, 자연보호 의식 강한 것으로 나타났다.

김용중, & Slevitch (2013)은 시화호 생태관광객 205명을 대상으로 방문동기에 따른 시장세분화를 위해 요인분석과 군집분석을 실시하였다. 방문동기에 따른 요인분석결과는 관찰/학습요인, 자녀교육/피트니스 요인, 휴식요인, 연구/모험요인, 친목요인이 도출되었다. 군집분석결과는 일반생태주의자, 사회적관광객, 교육/자연주의자의 3개의 군집이 도출되었다. 군집별 특성을 살펴보면 다음과 같다. 일반생태주의자는 35-55세가 가장 높게 나타났고, 방문횟수가 1회 혹은 4회 이상 방문하는 경우가 높은 것으로 나타났다. 사회적관광객은 26-35세와 46-55세가 가장 많았으며, 방문횟수가 1회 방문한 경우가 가장 높게 나타났다.

정윤정, & 김성일(2018)은 경기도에 위치한 대부도 해솔길 생태관광 방문객 434명을 대상으로 시장세분화를 위해 요인분석, 군집분석, 판별분석, 카이제곱 검증을 실시하였다. 방문동기에 따른 요인분석결과는 자연요인, 건강요인, 도피요인, 화합요인이 도출되었다. 군집분석결과는 자연탐방형, 소극적 자연탐방형, 자연탐방/친목도모형으로 3개의 군집이 도출되었다. 군집별 특성을 살펴보면 다음과 같다. 자연탐방형은 여성이 다수를 차지하는 것으로 나타났으며, 40-50세, 가족친척 단위로 당일여행을 하는 경우가 높은 것으로 나타났다. 소극적 자연탐방형은 남성이 다수를 차지하는 것으로 나타났으며, 다양한 연령층으로 구성되어 친구/동료 단위가 높은 것으로 나타났다. 자연탐방/친목도모형은 여성이 다수를 차지하는 것으로 나타났으며, 40-50세, 기혼자가 많으며, 친구/동료 단위로 당일 여행을 하는 경우가 높은 것으로 나타났다. 교육/자연주의자는 36-45세와 1회 방문이 가장 높게 나타났다.

Beh, & Bruyere (2007)는 케냐 북중부 생태관광 방문객 465명을 대상으로 시장세분화를 위해 요인분석, 군집분석, 판별분석, 카이제곱 검증을 실시하였다. 방문동기에 따른 요인분석결과는 탈출요인, 문화요인, 개인성장 요인, 대형동물 요인, 모험요인, 학습요인, 자연요인, 구경요인이 도출되었다. 군집분석결과는 탈출추구자, 학습추구자, 심령추구자로 3개의 군집이 도출되었다. 군집별 특성을 살펴보면 다음과 같다. 탈출추구자는 일상탈출/자연/일반관람을 선호하며, 평균 37세의 유럽인 방문객이 많은 것으로 나타났다. 학습추구자는 개인성장/자연/대형동물을 선호하며, 평균 41세의 고학력이 많은 것으로 나타났다. 심령추구자는 개인성장/자연/지역 동식물을 선호하며 평균 35세의 북미인이 많은 것으로 나타났다.

Carrascosa-López et al. (2021)는 스페인 지중해 인근에 위치한 알부페라, 세라니아 자연공원 생태관광 방문객 349명을 대

상으로 시장세분화를 위해 요인분석, 군집분석, 판별분석, 카이제곱 검증을 실시하였다. 방문동기에 따른 요인분석결과는 인간관계요인, 자기개발요인, 탈출요인, 인간관계 형성요인, 자연요인, 자기 방어기능요인, 보상요인, 오락요인이 도출되었다. 군집분석결과는 자연추구자, 다목적 동기추구자, 보상/탈출 추구자로 3개의 군집이 도출되었다. 군집별 특성을 살펴보면 다음과 같다. 자연추구자는 남성이 가장 높은 것으로 나타났으며, 대학교 졸업이 높은 것으로 나타났다. 다목적 동기추구자는 여성과 대학교 졸업이 가장 높은 것으로 나타났으며, 보상과 탈출에 비해 연령층이 높은 것으로 나타났다. 보상/탈출 추구자는 대학원 졸업으로 학력이 가장 높은 것으로 나타났으며, 자연연령층이 가장 많은 것으로 나타났다.

Carvache-Franco, Segarra-Oña, & Carrascosa-López (2019)은 에콰도르 과야스주 자연공원 생태관광 방문객 982명을 대상으로 시장세분화를 위해 요인분석, 군집분석, 판별분석, 카이제곱 검증을 실시하였다. 방문동기에 따른 요인분석결과는 자기개발요인, 인관관계요인, 인간관계 형성요인, 탈출요인, 보상요인, 자연요인이 도출되었다. 군집분석결과는 다목적 동기 추구자, 보상/탈출 추구자, 자연 추구자로 3개의 군집이 도출되었다. 군집별 특성을 살펴보면 다음과 같다. 다목적 동기 추구자는 20-29세 여성이 높은 것으로 나타났으며, 대학교와 중학교를 졸업하고, 직업은 학생/사무직/공무원이 높은 것으로 나타났다. 보상/탈출 추구자는 20-29세 여성이 높은 것으로 나타났으며, 대학교 졸업과 학생이 높은 것으로 나타났다. 자연 추구자는 20-29세 남성이 높은 것으로 나타났으며, 대학교 졸업과 학생 비중이 높은 것으로 나타났다.

Galley, & Clifton (2004)은 인도네시아 술라웨시 방문객 100명 대상으로 질적연구를 통하여 생태관광객의 특성을 분석하였다. 생태관광객의 동기는 개인적 개발, 학술적인 성취이었으며, 이러한 생태관광객들은 연구생태주의자라고 말할 수 있으며, 이들의 특징은 여성, 싱글, 젊고, 교육 수준이 높은 사람이었다.

Gu et al. (2018)는 중국 백두산 생태관광 방문객 637명을 대상으로 시장세분화를 위해 요인분석, 군집분석, 카이제곱 검증을 실시하였다. 방문동기에 따른 요인분석결과는 문화경험요인, 자연환경경험요인, 자연경관 감상요인, 여행경험 획득요인, 사회화/명성요인, 음식/쇼핑요인, 휴식/오락요인, 신기성 추구요인이 도출되었다. 군집분석결과는 자연 추구형, 문화적경관 추구형, 음식/쇼핑 추구형, 특별한 모험 추구형으로 4개의 군집이 도출되었다. 자연 추구형은 자연경관 경험을 선호하고, 45세 이상 가족 단위, 월 소득 1,500만원 이상이 많은 것으로 나타났다. 문화적경관 추구형은 문화환경 경험 선호, 34세 이상, 대학/대학

원 졸업, 월 소득 400만원 이하가 많은 것으로 나타났다. 음식/쇼핑 추구형은 음식/쇼핑을 선호하며, 휴식을 비선호하고 25-44세, 사무직이 많은 것으로 나타났다. 특별한 모험 추구형은 다편의추구, 월 소득 400만원 이상으로 나타났다.

Kerstetter, Hou, & Lin (2004)은 타이완 생태관광 방문객 450명을 대상으로 시장세분화를 위해 요인분석, 군집분석, ANOVA를 실시하였다. 방문동기에 따른 요인분석결과는 모험요인, 교육요인, 총체성요인이 도출되었다. 군집분석결과는 체험추구형, 학습추구형, 생태추구형으로 3개의 군집이 도출되었다. 군집별 특성을 살펴보면 다음과 같다. 체험추구형은 환경에 대한 정책 수용, 환경 유지력, 친환경 제품 구매력, 타인의 환경학습 도움 가능성이 적은 것으로 나타났다. 학습추구형은 체험추구형에 비해 보통 수준으로 나타났다. 생태추구형은 체험추구형과 학습추구형에 비해 높은 수준으로 나타났다. 지역 환경협회 가입 역시 높은 것으로 나타났다.

Neuts, Romao, Nijkamp, & Shikida (2016)는 일본 홋카이도 세리토코 반도의 생태관광 방문객 1,703명을 대상으로 시장세분화를 위해 요인분석, 군집분석을 실시하였다. 방문동기에 따른 요인분석결과는 여행목적요인, 이출동기요인, 활동요인이 도출되었다. 군집분석결과는 수동관찰, 경관애호, 단체관광, 광범위한 동기로 4개의 군집이 도출되었다. 군집별 특성을 살펴보면 다음과 같다. 수동관찰은 59세 이상이 가장 많았으며, 가족과 단체 형태의 재방문이 높은 것으로 나타났다. 경관애호는 30세 미만으로 단체 형태의 재방문이 높은 것으로 나타났다. 단체관광은 59세 이상이 단일 방문하는 것으로 나타났다. 광범위한 동기는 30세 미만의 개인이 재방문하는 것으로 나타났다.

Sheena, Mariapan, & Aziz (2007)는 말레이시아 카나발루 공원 생태관광 방문객을 대상으로 군집분석, 판별분석, 카이제곱 검증을 실시했다. 군집분석결과는 소프트 생태관광객, 하드 생태관광객, 구조화된 생태관광객으로 3개의 군집이 도출되었다. 군집별 특성을 살펴보면 다음과 같다. 소프트 생태관광객은 여성, 직업은 전문직, 신체활동 비선호, 서비스 기대가 높으며, 수동적 여행으로 캠핑을 비선호하는 것으로 나타났다. 하드 생태관광객은 남성, 전문직이 높은 것으로 나타났으며, 자연중심, 학습욕구가 높으며, 능동적 여행을 선호하고 서비스에 대한 기대가 낮은 것으로 나타났다. 구조화된 생태관광객은 하드 생태관광객과 유사하게 남성, 전문직이 다수를 차지하고 있었으며, 학습 욕구가 높고, 능동적인 여행을 선호하고, 서비스에 대한 기대가 낮은 것으로 나타났다. 하드 생태관광객과 다르게 신체활동을 선호하는 것으로 나타났다.

Silent, Ndivhuwo, & Tondani (2018)는 남아프리카 림포포 생태관광 방문객 395명을 대상으로 시장세분화를 위해 요인분석, 군집분석, ANOVA를 실시하였다. 심리/행동에 따른 요인분석결과는 사회적 행동요인, 자연기반 탈출/교류요인, 목적지 품질요인, 부유/학습경험요인, 보호주의자요인, 휴식요인이 도출되었다. 군집분석결과는 일반 이용객, 소극적 이용객, 적극적 이용객으로 3개의 군집이 도출되었다. 군집별 특성을 살펴보면 다음과 같다. 일반 이용객은 오두막을 선호하고, 당일여행, 문화체험을 선호, 2월 여행을 선호하며, 단일 목적지 방문이 높은 것으로 나타났다. 소극적 이용객은 여행기간이 2-3일로 나타났으며, 게스트하우스를 선호하고, 야외/학습활동, 개인 여행을 선호하는 것으로 나타났다. 적극적 이용객은 집단형태의 여행을 선호하며 여행기간은 4-5일로 가장 긴 것으로 나타났다. 호텔을 선호하며, 복수의 여행 목적지, 자연 명소를 선호하는 것으로 나타났다. 적극적인 이용객일수록 숙박시설의 규모와 여행기간이 늘어나는 것이 특징으로 나타났다.

Tao, Eagles, & Smith (2004)는 타이완 타로코 국립공원 방문객 404명을 대상으로 시장세분화를 위해 t-test, 카이제곱 검정을 실시하였다. 군집은 자기정의 생태관광객, 비자기정의 생태관광객으로 두 개의 군집이 도출되었다. 군집별 특성을 살펴보면 다음과 같다. 자기정의 생태관광객은 고연령층, 남성, 고학력층이 높은 것으로 나타났으며, 비자기정의 생태관광객에 비해 새/보호구역/야생지 방문을 선호하는 것으로 나타났다. 비자기정의 생태관광객은 저연령층, 저학력층으로 나타났으며, 자기정의 생태관광객에 비해 자연학습과 오락활동을 선호하는 것으로 나타났다.

Tkaczynski, Rundle-Thiele, & Prebensen (2015)은 노르웨이 생태관광 방문객 8,962명을 대상으로 시장세분화를 위해 군집분석, 카이제곱 검정, t-test를 실시하였다. 계절요인에 따른 요인분석결과는 여름요인, 겨울요인, 연중요인이 도출되었다. 군집분석결과는 여름활동, 겨울활동, 연중활동으로 3개의 군집이 도출되었다. 군집별 특성을 살펴보면 다음과 같다. 여름활동은 청년층, 높은 학력, 정규직, 높은 지출/수입, 자가용/비행기,

개인여행을 선호하는 것으로 나타났다. 겨울활동은 고령층, 중간 학력, 낮은 지출, 낮은 수입, 자가용, 개인/단체여행을 선호하는 것으로 나타났다. 연중활동은 청년층, 중간 학력, 학생/무직, 중간 지출, 중간 수입, 대중교통/불확실, 단체여행을 선호하는 것으로 나타났다. 학력과 수입/지출이 여름활동, 연중활동, 겨울활동 순으로 높은 것이 특징으로 나타났다.

Weaver, & Lawton (2002)은 호주 골드 코스트 지역 생태관광 방문객 1,180명을 대상으로 시장세분화를 하였다. 분석결과, 소프트 생태관광객, 하드 생태관광객, 구조화된 생태관광객으로 3개의 군집이 도출되었다. 군집별 특성을 살펴보면 다음과 같다. 소프트 생태관광객은 수동적인 체험을 선호하고, 해설을 강조하며, 다목적 관광객이다. 그리고 단기체류를 하고, 고학력자가 많았다. 하드 생태관광객은 활동적인 체험을 선호하고, 개인적 경험을 강조하였다. 특수한 목적의 관광객으로서 장기체류를 하였고, 국립공원, 하이킹, 야생관찰, 조류관찰, 스노클링, 자전거타기, 스쿠버와 같은 체험을 선호하였다. 구조화된 생태관광객은 활동적인 체험을 선호하고, 해설을 강조하였다. 다목적 관광객이며, 단기체류를 선호하였고, 연령이 높았으며, 오솔길 걷기를 선호하였다.

Zografos, & Allcroft (2007)는 스코틀랜드 생태관광 방문객 305명을 대상으로 시장세분화를 위해 요인분석, 군집분석, 카이제곱 검정을 실시하였다. 환경에 대한 인간의 태도에 따른 요인분석결과는 인간태도 비판요인, 인간기술 신뢰요인, 종의 품질에 대한 믿음요인, 지구한계에 대한 걱정요인이 도출되었다. 군집분석결과는 반대론자, 근심론자, 찬성론자, 회의론자로 4개의 군집이 도출되었다. 군집별 특성을 살펴보면 다음과 같다. 반대론자는 대학교와 대학원을 재학 중이거나 졸업한 남성이 높은 것으로 나타났다. 근심론자는 55-64세가 높은 것으로 나타났으며, 대학교 졸업자가 높은 것으로 나타났다. 찬성론자는 35세 미만의 고등학교/대학원 졸업자가 높은 것으로 나타났다. 4개의 군집중에서 학력의 평균이 가장 낮은 것으로 나타났다. 회의론자는 45-54세의 여성이 높은 것으로 나타났으며, 대학교/대학원 졸업 및 재학이 높은 것으로 나타났다. 반대론자와 함께 가장 학력이 높

〈표 1〉 생태관광 시장세분화 선행연구

연구자	연구대상	연구방법	연구결과
김경희 (2014)	강원도, 경상남도 생태관광 방문객 254명	요인분석, 군집분석, 판별분석, 카이제곱 검정	<ul style="list-style-type: none"> • 동기요인: 휴식, 모험, 자연체험, 가족여행 • 군집: 다목적추구형, 휴식추구형, 가족체험추구형 • 군집별 특성 <ul style="list-style-type: none"> - 다목적추구형: 30대/40대, 월 소득 200만원, 생산직/판매직/사무직/주부, 대학교 졸업 이상, 기혼 - 휴식추구형: 30세 이하/51세 이상, 월 소득 200만원 이하, 자영업/학생/서비스직, 고등학교 졸업 이하, 미혼 - 가족체험추구형: 40대, 월 소득 200만원, 사무직, 대학교 졸업, 기혼

연구자	연구대상	연구방법	연구결과
김경희, 이종기, & 오민재 (2020)	창녕 우포늪 생태관광 방문객 404명	요인분석, 군집분석, 판별분석, 카이제곱 검정	<ul style="list-style-type: none"> • 동기요인: 환경적 책임, 사회문화적 책임, 경제적 책임 • 군집: 고 환경책임감, 중 환경책임감, 저 환경책임감 • 군집별 특성 <ul style="list-style-type: none"> - 고 환경책임감: 40대 이상, 전문대 재학/졸업, 월 소득 300-399만원, 공무원/교직원, TV/신문/잡지/홍보책자, 단체, 5-6명/7명 이상, 6회 이상 방문 - 중 환경책임감: 50대 이상, 고등학교 졸업/대학교 재학/졸업, 월 소득 400-499만원/500-599만원, 전문직, 인터넷, 가족/친척, 3-4명, 2-3회 방문 - 저 환경책임감: 30대 이상, 대학원 재학/졸업, 월 소득 600만원 이상, 학생, 주변사람, 친구/연인, 2명, 1회 방문
김영태 (2001)	대전 보문산 공원, 엑스포 과학공원 대전해수욕장 393명	요인분석 군집분석	<ul style="list-style-type: none"> • 요인: 야영/캠핑, 가이드 여행, 휴식, 배움, 절약형 • 군집: 단체/캠핑족, 가족/휴양족, 젊은 활동족 • 군집별 특성 <ul style="list-style-type: none"> - 단체/캠핑족: 캠핑, 산책, 산림욕, 자연학습 추구 - 가족/휴양족: 단체/캠핑족에 비하여 연령 다소 높음, 민박, 운동 선호, 자연친화력이 낮음 - 젊은 활동족: 단체/캠핑족에 비하여 연령 다소 높음, 가족여행선호, 콘도선호, 자연보호의식 강함
김용중, & Slevitch (2013)	시화호 생태관광방문객 205명	요인분석 군집분석	<ul style="list-style-type: none"> • 동기요인: 관찰/학습, 자녀교육/피트니스, 휴식, 연구/모험, 친목 • 군집: 일반생태주의, 사회적관광객, 교육/자연주의자 • 군집별 특성 <ul style="list-style-type: none"> - 일반생태주의자: 35-55세, 1회 혹은 4회 이상 방문객 - 사회적관광객: 26-35세, 46-55세, 1회 방문객 - 교육/자연주의자: 36-45세, 1회 방문객
정윤정, & 김성일 (2018)	대부도 해솔길 생태관광 방문객 434명	요인분석, 군집분석, 판별분석, 카이제곱 검정	<ul style="list-style-type: none"> • 동기요인: 자연, 건강, 도피, 화합 • 군집: 자연탐방형, 소극적 자연탐방형, 자연탐방/친목도모형 • 군집별 특성 <ul style="list-style-type: none"> - 자연탐방형: 여성, 40-50세, 가족/친척, 당일여행 - 소극적 자연탐방형: 남성, 다양한 연령층, 친구/동료, - 자연탐방/친목도모형: 여성, 40-50세, 기혼, 친구/동료, 당일여행
Beh, & Bruyere (2007)	케냐 북중부 생태관광 방문객 465명	요인분석, 군집분석, 판별분석, 카이제곱 검정	<ul style="list-style-type: none"> • 동기요인: 탈출, 문화, 개인성장, 대형동물, 모험, 학습, 자연, 구경 • 군집: 탈출추구자, 학습추구자, 심령추구자 • 군집별 특성 <ul style="list-style-type: none"> - 탈출추구자: 일상탈출/자연/일반관광 선호, 유럽인, 평균 37세 - 학습추구자: 개인성장/자연/대형동물 선호, 평균 41세, 유럽인, 고학력층 - 심령추구자: 개인성장/자연/지역 동식물 선호, 평균 35세, 북미인
Carrascosa-López et al. (2021)	스페인 지중해 알부페라, 세라니아 자연공원 생태관광 방문객 349명	요인분석, 군집분석, 판별분석, 카이제곱 검정	<ul style="list-style-type: none"> • 동기요인: 인간관계, 자기개발, 탈출, 인간관계형성, 자연, 자기방어기능, 보상, 오락 • 군집: 자연추구자, 다목적 동기 추구자, 보상/탈출 추구자 • 군집별 특성: <ul style="list-style-type: none"> - 자연추구자: 남성, 대학교 졸업 - 다목적 동기 추구자: 여성, 고연령층, 대학교 졸업 - 보상/탈출 추구자: 대학원 졸업, 저연령층
Carvache-Franco, Segarra-Oña, & Carrascosa-López (2019)	에과도르 과야스주 자연공원 생태관광 방문객 382명	요인분석, 군집분석, 판별분석, 카이제곱 검정	<ul style="list-style-type: none"> • 동기요인: 자기개발, 인간관계, 인간관계형성, 탈출, 보상, 자연 • 군집: 다목적 동기 추구자, 보상/탈출 추구자, 자연추구자 • 군집별 특성 <ul style="list-style-type: none"> - 다목적 동기 추구자: 여성, 20-29세, 대학/중학교, 학생/사무직/공무원 - 보상/탈출 추구자: 여성, 20-29세, 대학교 졸업, 학생 - 자연 추구자: 남성, 20-29세, 대학교 졸업, 학생
Galley, & Clifton (2004)	인도네시아 Sulawesi 방문객 100명	질적연구	<ul style="list-style-type: none"> • 동기요인: 개인적 개발, 학술적인 성취 • 군집: 연구생태주의자 • 특성 <ul style="list-style-type: none"> - 여성, 싱글, 젊고, 교육수준이 높은 사람
Gu et al. (2018)	중국 백두산 생태관광 방문객 637명	요인분석, 군집분석, 카이제곱 검정	<ul style="list-style-type: none"> • 동기요인: 문화경험, 자연환경경험, 자연경관감상, 여행경험획득, 사회화/명성, 음식/쇼핑, 휴식/오락, 신기성추구 • 군집: 자연 추구형, 문화적경관 추구형, 음식/쇼핑 추구형, 특별한 모험 추구형 • 군집별 특성 <ul style="list-style-type: none"> - 자연 추구형: 자연경관 경험 선호, 45세 이상, 가족단위, 월 소득 1,500만원 이상, - 문화적경관 추구형: 문화환경 경험 선호, 34세 이하, 대학/대학원, 월 소득 400만원 이하 - 음식/쇼핑 추구형: 음식/쇼핑 선호, 휴식 비선호, 25-44세, 사무직 - 특별한 모험 추구형: 다편익추구, 월 소득 400만원 이상
Kerstetter, Hou, & Lin (2004)	타이완 생태관광 방문객 450명	요인분석, 군집분석, ANOVA	<ul style="list-style-type: none"> • 동기요인: 모험, 교육, 종체성 • 군집: 체험추구형, 학습추구형, 생태추구형 • 군집별 특성 <ul style="list-style-type: none"> - 체험추구형: 환경정책 수용 낮음, 환경 유지력 낮음, 친환경 제품 구매력 낮음, 타인의 환경학습 도움 가능성 낮음 - 학습추구형: 환경정책 수용력 보통, 환경 유지력 보통, 친환경 제품 구매력 보통, 타인의 환경학습 도움 가능성 보통 - 생태추구형: 환경정책 수용 높음, 친환경 제품 구매력 높음, 지역환경 유지력 높음, 지역 환경협회 가입 높음

연구자	연구대상	연구방법	연구결과
Neuts, Romao, Nijkamp, & Shikida (2016)	일본 홋카이도 세리토코 생태관광 방문객 1,703명	요인분석, 군집분석	<ul style="list-style-type: none"> • 동기요인: 여행목적, 이출동기, 활동 • 군집: 수동관찰, 경관애호, 단체관광, 광범위한 동기 • 군집별 특성 <ul style="list-style-type: none"> - 수동관찰: 59세 이상, 가족/단체, 재방문 - 경관애호: 30세 미만, 단체, 재방문 - 단체관광: 59세 이상, 단일 방문 - 광범위한 동기: 30세 미만, 개인, 재방문
Sheena, Mariapan, & Aziz (2015)	말레이시아 키나발루 공원 생태관광 방문객 403명	군집분석, 판별분석, 카이제곱 검정	<ul style="list-style-type: none"> • 군집: 소프트 생태관광객, 하드 생태관광객, 구조화된 생태관광객 • 군집별 특성 <ul style="list-style-type: none"> - 소프트 생태관광객: 여성, 전문직, 신체활동 비선호, 서비스 기대 높음, 수동적 여행, 캠핑 비선호 - 하드 생태관광객: 남성, 전문직, 자연중심, 학습욕구 높음, 능동적 여행, 서비스 기대 낮음 - 구조화된 생태관광객: 남성, 전문직, 신체활동 선호, 서비스 기대 낮음, 능동적 여행, 학습욕구
Silent, Ndivhuwo, & Tondani (2018)	남아프리카 림포포 생태관광 방문객 295명	요인분석, 군집분석, ANOVA	<ul style="list-style-type: none"> • 심리/행동요인: 사회적 행동, 자연기반 탈출/교류, 목적지 품질, 부유/학습경험, 보호 주의자, 휴식 • 군집: 일반 이용객, 소극적 이용객, 적극적 이용객 • 군집별 특성 <ul style="list-style-type: none"> - 일반 이용객: 오두막 선호, 당일여행, 문화체험 선호, 2월 여행 선호, 단일 목적지 - 소극적 이용객: 2-3일 여행, 게스트하우스 선호, 야외/학습활동 선호, 개인 - 적극적 이용객: 집단, 4-5일 여행, 호텔선호, 복수 목적지, 자연 명소 선호
Tao, Eagles, & Smith (2004)	타이완 타로코 국립공원 방문객 404명	t-test, 카이제곱 검정	<ul style="list-style-type: none"> • 군집: 자기정의 생태관광객, 비자기정의 생태관광객 • 군집별 특성 <ul style="list-style-type: none"> - 자기정의 생태관광객: 고연령층, 남성, 고학력층, 비자기정의 생태관광객에 비해 새/보호구역/야생 선호, 환경에 대한 태도/의식 수준 높음 - 비자기정의 생태관광객: 저연령층, 저학력층, 자기정의 생태관광객에 비해 자연학습/오락활동 선호
Tkaczynski, Rundle-Thiele, & Prebensen(2015)	노르웨이 생태관광방문객 8,962명	군집분석, 카이제곱 검정, t-test	<ul style="list-style-type: none"> • 계절요인: 여름, 겨울, 연중 • 군집: 여름활동, 겨울활동, 연중활동 • 군집별 특성 <ul style="list-style-type: none"> - 여름활동: 청년층, 높은 학력, 정규직, 높은 지출, 높은 수입, 자가용/비행기, 개인여행 - 겨울활동: 고령층, 중간 학력, 낮은 지출, 낮은 수입, 자가용, 개인/단체여행 - 연중활동: 청년층, 낮은 학력, 학생/무직, 중간 지출, 중간 수입, 대중교통/불확실, 단체여행
Weaver, & Lawton (2002)	호주 골드 코스트 방문객 1,180명	군집분석	<ul style="list-style-type: none"> • 군집: 소프트 생태관광객, 하드 생태관광객, 구조화된 생태관광객 • 군집별 특성 <ul style="list-style-type: none"> - 소프트 생태관광객: 수동적인 체험, 해설강조, 다목적, 단기체류, 고학력 - 하드 생태관광객: 활동적인 체험, 개인적 경험강조, 특수한 목적, 장기체류, 국립공원, 하이킹, 야생관찰, 조류관찰, 스노클링, 자전거타기, 스쿠버 - 구조화된 생태관광객: 활동적인 체험, 해설강조, 다목적, 단기체류, 연령 높음, 오솔길 걷기
Zografos, & Allcroft (2007)	스코틀랜드 생태관광 방문객 305명	요인분석, 군집분석, 카이제곱 검정	<ul style="list-style-type: none"> • 태도요인: 인간태도 비판, 인간기술 신뢰, 종의 품질에 대한 믿음, 지구한계에 대한 걱정 • 군집: 반대론자, 근심론자, 찬성론자, 회의론자 • 군집별 특성 <ul style="list-style-type: none"> - 반대론자: 남성, 대학교/대학원, - 근심론자: 55-64세, 대학교 - 찬성론자: 35세 미만, 고등학교/대학원 - 회의론자: 여성, 45-54세, 대학교/대학원

은 것으로 나타났다. 학력이 높을수록 환경에 대한 비판적인 행동이 높은 것으로 나타났다.

이상의 선행연구를 종합적으로 정리하면 다음과 같다. 동기요인은 휴식요인(김경희, 2014; 김영태, 2001; Beh, & Bruyere, 2007; Silent, Ndivhuwo, & Tondani, 2018), 친목요인(김용중, & Slevitch, 2013; 정운정, & 김성일, 2018), 자연요인(김경희, 2014; Beh, & Bruyere, 2007; Gu et al., 2018; Silent, Ndivhuwo, & Tondani, 2018; Tkaczynski, Rundle-Thiele, & Prebensen, 2015), 학습요인(김영태, 2001; Beh, & Bruyere, 2007; Galley, & Clifton, 2004; Kerstetter, Hou, & Lin, 2004), 자기개발요인(Carrascosa-López et al., 2021; Carvache-Franco, Segarra-Oña, & Carrascosa-

López, 2019)등 5개로 나타났다.

군집은 다음과 같이 나타났다. 휴식 추구형(김경희, 2014; 김영태, 2001; Beh, & Bruyere, 2007; Carrascosa-López, et al., 2021; Carvache-Franco, Segarra-Oña, & Carrascosa-López, 2019)은 청장년층(김경희, 2014; 김영태, 2001; Beh, & Bruyere, 2007), 고학력층(Carrascosa-López, et al., 2021; Carvache-Franco, Segarra-Oña, & Carrascosa-López, 2019)이 높게 나타났다.

심미/자연 추구형(김용중, & Slevitch, 2013; 정운정, & 김성일, 2018; Carrascosa-López, et al., 2021; Carvache-Franco, Segarra-Oña, & Carrascosa-López, 2019; Gu et al., 2018; Kerstetter, Hou, & Lin, 2004; Neuts, Romao, Nijkamp, & Shikida, 2016;

Tkaczynski, Rundle-Thiele, & Prebensen, 2015)은 자연경관에 대한 관광동기가 높은 집단이다. 이 집단은 2회 이상 재방문(김용중, & Slevitch, 2013; Neuts, Romao, Nijkamp, & Shikida, 2016)이 높고, 단체여행(정윤정, & 김성일, 2018; Gu et al., 2018; Tkaczynski, Rundle-Thiele, & Prebensen, 2015)이 높게 나타났다.

학습 추구형(Beh, & Bruyere, 2007; Galley, & Clifton, 2004; Kerstetter, Hou, & Lin, 2004)은 학습추구 동기가 높은 집단이다. 이 집단은 여성(Galley, & Clifton, 2004), 독신(Galley, & Clifton, 2004)이 많고, 고학력층(Beh, & Bruyere, 2007; Galley, & Clifton, 2004)이다. 또한 이 집단은 자연선호(Beh, & Bruyere, 2007; Kerstetter, Hou, & Lin, 2004)가 높게 나타난 것이 특징이다.

저관여행(정윤정, & 김성일, 2018; Sheena, Mariapan, & Aziz, 2015; Silent, Ndivhuwo, & Tondani, 2018)은 수동적 관광동기(Sheena, Mariapan, & Aziz, 2015; Weaver, & Lawton, 2002)를 가진 집단이다. 이 집단은 단기 체류(Silent, Ndivhuwo, & Tondani, 2018)와 야외/오락 활동(Silent, Ndivhuwo, & Tondani, 2018)을 선호하고, 2인 이하 여행(정윤정, & 김성일, 2018; Silent, Ndivhuwo, & Tondani, 2018)이 높게 나타났다.

고관여행(김경희, 2014; Carrascosa-López et al., 2021; Carvache-Franco, Segarra-Oña, & Carrascosa-López, 2019; Gu et al., 2018; Sheena, Mariapan, & Aziz, 2015; Silent, Ndivhuwo, & Tondani, 2018)은 생태관광에 관여도가 높은 집단이다. 이 집단은 월 소득 400만원 이상(Gu et al., 2018)이고, 자연을 선호하며(Sheena, Mariapan, & Aziz, 2015; Silent, Ndivhuwo, & Tondani, 2018), 단체여행(Silent, Ndivhuwo, & Tondani, 2018), 블루컬러(김경희, 2014; Carvache-Franco, Segarra-Oña, & Carrascosa-López, 2019)가 높게 나타났다.

3. 연구방법

3.1. 자료수집

본 연구의 자료수집은 2021년 10월 7일부터 10월 31일(24일간)까지 새만금 생태관광지를 방문한 관광객을 대상으로 설문조사를 하였다. 연구자가 직접 현장에서 생태관광 소비자와 방문객을 대상으로 새만금 생태관광에 대한 소비자 동기조사를 진행하였다. 조사 대상은 순수 새만금 생태관광 소비자와 방문객을 대상으로 조사하였다. 새만금 생태관광 체험객에게 연구의 취지를 설명하고 설문 응답을 요청하여 200개의 설문지를 회수하였다.

응답이 불성실한 설문지 1개를 제외하고 199개의 유효 설문지를 분석하였다.

3.2. 측정변인

생태관광 동기에 관한 측정문항은 선행연구(박덕병 et al., 2009; 박덕병, 문선희, & 윤유식, 2010; Park, & Yoon, 2009; Lee, Jan, Tseng, & Lin, 2018; Zografos, & Allcroft, 2007; Tseng, & Lin, 2018)를 활용하였다. 생태관광에 대한 관광동기에 적합하도록 일부의 측정문항을 수정하여 21개의 생태관광 동기의 측정문항을 개발하였다. 생태관광 관련 전문가와 연구자 5인을 대상으로 안면타당도(face validity) 검사를 통해 설문지 문항의 신뢰도를 높여 최종 문항을 선정하였다. 각 문항은 리커트(Likert) 5점 척도를 활용하여 조사하였다(전혀 그렇지 않다=1점, 매우 그렇다=5점).

3.3. 분석방법

본 연구의 분석방법은 생태관광 방문객의 특성 파악을 위해 빈도분석을 수행하였다. 생태관광 동기와 만족도 및 체험선호도를 요인분석과 평균비교분석을 통해 확인하였다. 방문객을 생태관광 동기에 따라 구분하기 위한 군집분석을 실시하였다. 군집별 특성을 비교하기 위해 일반적 특성별로 군집 간 교차분석을 실시하였다.

분석에 앞서 측정변수의 극단치(outlier), 정규분포, 선형성 등을 분석하여 자료의 오류를 파악하였다. 첨도(kurtosis)와 왜도(skewness), 쿡스 거리(Cook's distance)를 기준으로, 일정 수준의 정규분포를 이루고 있는 것으로 나타났다.

변수 간 선형성은 피어슨 상관관계(Pearson's correlation)를 볼 때 일정 수준 상관관계를 이루고 있어 적용에 문제가 없는 것으로 나타났다. 새만금 생태관광 방문동기 차원을 도출하기 위하여 주성분 분석법과 베리맥스 회전법을 활용하여 탐색적 요인분석을 실시하였다. Hair et al. (2006)에 의해 제시된 요인부하량 0.4 이상, 요인 고유치 1 이상, 원 변량의 60% 이상을 설명하는 것을 기준으로 하였다. 군집분석은 생태관광 방문 동기에서 도출된 각 차원의 변인들의 평균값을 바탕으로 군집분석을 실시하였다.

군집분석은 Hair et al. (2006)이 제시한 2단계 방식을 사용하였다. 계층적 군집분석을 통해 군집의 수와 초깃값을 결정하였다. 이 값을 바탕으로 군집을 비계층적 군집분석을 통해 결정하였다. 군집의 수는 계층적 군집분석의 군집화 일정표를 사용하였다. K-means 분석에서 초깃값은 계층적 군집분석에서 도출된

군집 평균값을 활용하였다. 개체(case)와 이상치 간의 거리측정법, 부적절한 변인 포함에 민감하지 않은 것이 K-means의 특징이다. 군집분석의 적절성 확인을 위해 다변량 분산분석, 분산분석, 판별분석을 활용하였다. 각 군집의 특성을 확인하기 위하여 Chi-square 분석을 활용하였다.

4. 연구결과

4.1. 응답자의 일반적 특성

응답자의 일반적 특성 파악을 위한 빈도분석 결과는 <표 2>와 같다. 성별은 여성이 113명(56.8%)으로 남성 86명(43.2%)보다 높은 것으로 나타났다. 결혼 여부는 기혼이 120명(60.3%)으로

<표 2> 응답자의 일반적 특성

구분		빈도(명)	비율(%)
성별	남성	86	43.2
	여성	113	56.8
결혼	기혼	120	60.3
	미혼	73	36.7
	기타	6	3.0
연령	20대 이하	45	22.6
	30대	58	29.1
	40대	44	22.1
	50대	39	19.6
	60대 이상	13	6.5
직업	자영업	33	16.6
	사무직	45	22.6
	생산·판매직	14	7.0
	전문직	53	26.6
	주부	18	9.0
	학생	26	13.1
	기타	10	5.0
학력	중학교 이하	12	6.0
	고등학교	29	14.6
	대학교	122	61.3
	대학원 이상	36	18.1
월 소득	100만원 이하	9	4.5
	101~200만원 이하	19	9.5
	201~300만원 이하	59	29.6
	301~400만원 이하	37	18.6
	401~500만원 이하	23	11.6
	501만원 이상	52	26.1
	전체	199	100.0

미혼 73명(36.7%)보다 높은 것으로 나타났다. 연령은 30대 58명(29.1%), 20대 이하 45명(22.6%), 40대 44명(22.1%), 50대 39명(19.6%), 60대 이상 13명(6.5%) 순으로 나타났다. 직업은 전문직 53명(26.6%), 사무직 45명(22.6%), 자영업 33명(16.6%), 학생 26명(13.1%), 주부 18명(9.0%), 생산·판매직 14명(7.0%), 기타 10명(5.0%) 순으로 나타났다.

학력은 대학교 122명(61.3%), 대학원 이상 36명(18.1%), 고등학교 29명(14.6%), 중학교 이하 12명(6.0%) 순으로 나타났다. 월 소득은 201~300만원 이하 59명(29.6%), 501만원 이상 52명(26.1%) 301~400만원 이하 37명(18.6%), 401~500만원 이하 23명(11.6%), 101~200만원 이하 19명(9.5%), 100만원 이하 9명(4.5%) 순으로 나타났다.

4.2. 응답자의 여행 특성

응답자의 여행 특성 파악을 위한 빈도분석 결과는 <표 3>과 같다. 새만금 주 관광지 여부는 '예' 152명(76.4%)으로 '아니오' 47명(23.6%)보다 높은 것으로 나타났다. 새만금 방문횟수는 6회 이상 47명(23.6%), 1회 46명(23.1%), 2회 38명(19.1%), 3회 29명(14.6%) · 5회 29명(14.6%), 4회 10명(5.0%) 순으로 나타났다. 동행자는 가족 124명(62.3%), 친구 61명(30.7%), 기타 9명(4.5%), 개인 5명(2.5%) 순으로 나타났다. 동행인원은 4명이 52명(26.1%), 5명 이상이 50명(25.1%), 2명이 47명(23.6%), 3명이 42명(21.1%), 1명이 8명(4.0%) 순으로 나타났다.

동행아동·청소년수는 0명이 108명(54.3%), 2명이 40명(20.1%), 1명이 23명(11.6%), 4명 이상이 15명(7.5%), 3명이 13명(6.5%) 순으로 나타났다. 교통수단은 자가용 178명(89.4%), 관광버스/시티투어 13명(6.5%), 대중교통 8명(4.0%) 순으로 나타났다. 정 보경로는 주변사람 66명(33.2%), 인터넷 45명(22.6%), SNS 40명(20.1%), TV·라디오 33명(16.6%), 신문잡지/홍보책자 11명(5.5%), 기타 4명(2.0%) 순으로 나타났다. 여행기간은 당일 78명(39.2%), 1박 2일 77명(38.7%), 2박 3일 40명(20.1%), 3박 4일 4명(2.0%) 순으로 나타났다.

4.3. 생태관광 동기 요인분석

생태관광 동기의 변수 21개를 최초 요인분석에 사용하였다. 요인분석방법은 주성분 분석법을 사용하였다. 요인분석의 목적은 다수의 변수를 상관관계가 있는 소수 차원으로 축소하는 것이다. 본 연구는 직교회전방식인 베리맥스(varimax) 회전법을 사

〈표 3〉 응답자의 여행 특성

구분		빈도(명)	비율(%)
새만금 주관광지 여부	예	152	76.4
	아니오	47	23.6
새만금 방문횟수	1회	46	23.1
	2회	38	19.1
	3회	29	14.6
	4회	10	5.0
	5회	29	14.6
	6회 이상	47	23.6
동행자	개인	5	2.5
	가족	124	62.3
	친구	61	30.7
	기타	9	4.5
동행인원	1명	8	4.0
	2명	47	23.6
	3명	42	21.1
	4명	52	26.1
	5명 이상	50	25.1
동행아동/ 청소년수	0명	108	54.3
	1명	23	11.6
	2명	40	20.1
	3명	13	6.5
정보경로	4명 이상	15	7.5
	자가용	178	89.4
	대중교통	8	4.0
	관광버스/시티투어	13	6.5
	TV·라디오	33	16.6
정보경로	신문잡지/홍보책자	11	5.5
	주변사람	66	33.2
	SNS	40	20.1
	인터넷	45	22.6
	기타	4	2.0
여행기간	당일	78	39.2
	1박 2일	77	38.7
	2박 3일	40	20.1
	3박 4일	4	2.0

용하였다. 베리맥스 회전법은 요인의 직교회전방식으로 요인을 명확하게 분리하는 방법이다(Hair et al., 2006). 요인분석에서 변수와 요인 선택은 요인 부하량 0.5 이상, 요인 고유치 1 이상, 총 분산의 60% 이상을 설명하는 것으로 선정하였다(Hair et al., 2006). 생태관광 동기 요인분석 결과는 <표 4>와 같다.

요인분석이 적절한지를 판단하기 위하여 Bartlett의 구형성 검사(Bartlett test of sphericity)와 Kaiser-Meyer-Olkin의 표본 적절성 검사(measure of sampling adequacy)를 실시하였다.

Bartlett의 구형성 검사(Bartlett test of sphericity)는 상관계수 행렬이 영행렬(zero matrix)인지에 대한 검정이다. 분석결과 상관계수 행렬이 영행렬이라는 가설은 1% 수준에서 기각되었다. Kaiser-Meyer-Olkin의 표본적절성 검사(measure of sampling adequacy)는 주어진 자료가 요인분석에 적합한지를 판단하는 도구로써 0에서 1사이의 값을 가지는 지수이다. 이 지수의 값이 0.7 이상일 경우 요인분석에 적합한 것으로 간주된다. 본 연구에서는 0.897로 나타나 원자료가 요인분석에 적절한 것으로 나타났다.

4개 요인은 총 분산의 69.1%를 설명하고 있다. 각 요인부하량은 0.4 이상으로 나타나 요인분석이 적절한 것으로 나타났다. 총 분산의 60%를 설명하는 경우에는 적절한 결과로 수용된다(Hair et al., 2006). 4개 요인의 Cronbach 알파값은 모두 0.8 이상으로 높은 내적 일관성을 가지고 있는 것으로 나타났다.

요인 1은 '새로움을 경험하기 위해', '생태·환경 지식을 습득하기 위해', '새만금 간척지 더 잘 이해하기 위해', '학습을 공유하기 위해', '새만금 역사 학습을 돕기 위해', '새만금 역사를 가르치기 위해' 등 6개 변인을 포함하고 있다. 요인 1은 전체변량의 43.4%를 설명하고 있다. 요인 1은 새만금 생태관광에 대한 교육·학습 체험과 관련되어 있다. 따라서 요인 1은 '학습욕구'로 명명하였다.

요인 2는 '고독을 경험하기 위해', '복잡함을 피하기 위해', '사회적 인정을 받기 위해', '삶을 회고하기 위해', '내가 누구인지 생각하기 위해', '내면적 가치를 발견하기 위해' 등 6개의 변인을 포함하고 있다. 요인 2는 전체 변량의 11.2%를 설명하고 있다. 요인 2는 현실과 일상을 벗어나고 싶은 관광 측면과 관련된 변인들이다. 따라서 요인 2는 '현실탈출 욕구'로 명명하였다.

요인 3은 '자연과 가까워지기 위해', '자연의 향기·소리 즐기기 위해', '자연의 풍경을 감상하기 위해', '조용한 곳을 찾기 위해' 등 4개의 변인을 포함하고 있다. 요인 3은 전체변량의 8.4%를 설명하고 있다. 요인 3은 자연풍경 감상이나 심미적 체험과 관련된 동기 변인들이다. 따라서 요인 3은 '심미/자연 욕구'로 명명하였다.

요인 4는 '친구와 함께하기 위해', '유사한 가치를 가진 사람들과 함께하기 위해', '가치를 공유하기 위해', '사람들과 어울리기 위해', '즐길 거리를 찾기 위해' 등 5개의 변인을 포함하고 있다. 요인 4는 전체변량의 6.0%를 설명하고 있다. 요인 4는 사람들과 어울리고 가치를 공유하고 싶은 동기와 관련된 변인들이다. 따라서 요인 4는 '친목/가치공유 욕구'로 명명하였다.

<표 4> 생태관광동기 요인분석

새만금 생태관광 동기 변인	요인 부하량	평균	고유치	분산 설명력	α
요인 1: 학습 욕구		3.13	9.11	43.4	.903
새로운 것을 경험하기 위해	.523	3.48			
생태·환경 지식 습득하기 위해	.817	3.28			
새만금 간척지 더 잘 이해하기 위해	.840	3.28			
학습한 것을 공유하기 위해	.709	3.04			
새만금 역사 학습을 돕기 위해	.768	2.97			
새만금 역사를 가르치기 위해	.701	2.75			
요인 2: 현실탈출 욕구		2.90	2.36	11.2	.893
고독을 경험하기 위해	.744	2.75			
복잡하고 시끄러운 곳을 피하기 위해	.595	3.54			
사회적 인정을 받기 위해	.632	2.58			
나의 삶의 전반을 회고하기 위해	.735	2.81			
내가 누구인지 생각하기 위해	.661	2.83			
내면적 가치를 발견하기 위해	.622	2.87			
요인 3: 심미/자연 욕구		3.90	1.78	8.4	.808
자연과 더 가까워지기 위해	.745	3.72			
자연의 향기·소리를 즐기기 위해	.766	3.90			
자연의 풍경을 감상하기 위해	.757	4.18			
조용한 곳을 찾기 위해	.726	3.80			
요인 4: 친목/가치공유 욕구		3.62	1.26	6.0	.835
친구와 함께하기 위해	.626	3.75			
유사한 가치 보유자와 함께하기 위해	.622	3.43			
사람들과 가치를 공유하기 위해	.707	3.50			
사람들과 함께 어울리기 위해	.832	3.67			
즐길 거리를 찾기 위해	.757	3.72			

설명분산의 누적값 = 69.1%, KMO = 0.897
Bartlett의 구형성 검정 근사 $\chi^2 = 2948.972(d.f=210, Sig=.000)$

1=전혀 아니다 5=매우 그렇다.

4.4. 군집분석

생태관광객들의 개인·사회적 특성에 따라 생태관광 만족도와 체험선호도에 영향을 미치는 요소를 분석하는 것은 중요하다. 생태관광 동기 요인분석을 바탕으로 생태관광 방문객을 세분화하기 위해 군집분석을 실시하였다. 군집분석은 요인분석으로 도출된 각 요인의 변인 평균값을 활용하였다. 계층적 군집분석의 워드법(ward's method)에서 도출되는 군집화 일정표(agglomeration schedule)를 통해 군집 수를 결정하였다. 군집화 일정표는 군집과정의 단계에서 군집을 형성하기 위해 그룹화된 관측치 사이 거리를 나타내는 것이다. 관측치 사이 거릿값이 작을수록 유사한 관측치가 단일 군집으로 묶이는 것을 의미하며 군집 수를 결정하는 중요한 기준을 제공한다(Hair et al., 2006).

계층적 군집분석의 군집화 과정에서 5개 이하의 군집을 형성

하는 단계까지 타 군집과 묶이지 않는 5개 이하의 관측치를 가지는 군집은 이상치(outlier)로 간주되어 추후의 분석에서 제거되었다. 이 과정을 통해 2개의 관측치가 제거되었다. 계층적 군집분석을 통해 도출된 군집화 일정표(agglomeration schedule)의 단계별 계수 값을 분석한 결과, 군집화 계수 값은 2→3→4단계의 순서로 값이 증가하였으며, 계수의 변화율은 4→2→3단계의 순서로 값이 증가하였다.

이를 바탕으로 군집 수를 4개, 2개, 3개로 하여 군집분석 결과를 검토한 결과 4개가 가장 적절한 것으로 판단되었다. 이후 계층적 군집분석에서 도출한 군집평균값을 초기값으로 설정하고, 군집수를 4개로 설정한 후 K-means를 통해 군집분석을 실시하였다.

K-means에 의한 군집분석 결과는 <표 6>과 같다. 군집이 적절하게 분류되었는지를 확인하기 위해 MANOVA를 통해 검정한 결과는 $p < 0.01$ 수준에서 군집 간에 차이가 있는 것으로 나

〈표 5〉 생태관광동기 군집화 일정표

단계	결합군집		계수	처음나타내는 군집의 단계		다음단계
	군집1	군집2		군집1	군집1	
195	1	72	5.224	193	188	197
196	2	3	6.639	194	189	198
197	1	129	7.387	195	111	198
198	1	2	8.514	197	196	0
군집의 수	계수		계수의 변화량		계수의 변화율(%)	
4	5.224		1.415		27.1	
3	6.639		0.748		11.3	
2	7.387		1.127		15.3	
1	8.514		-		-	

〈표 6〉 생태관광동기 군집분석 결과

요인	군집분류				전체 평균	F	사후검정 (Duncan)
	친목/가치 공유층 (a) (n=31)	심미/자연 추구층 (b) (n=84)	고관여층 (c) (n=53)	저관여층 (d) (n=31)			
학습 욕구	2.12	3.24	4.09	2.21	3.13	136.1652**	a,d<b<c
현실탈출 욕구	1.92	2.91	4.01	1.93	2.90	189.084**	a,e<b<c
심미/자연 욕구	3.52	3.83	4.43	3.56	3.90	23.700**	a,d<b<c
친목/가치공유 욕구	3.81	3.59	4.28	2.36	3.62	113.756**	a<d<b<c

Pillai's trace = 1.321** Wilk' Lambda = 0.087**
 Hotelling's trace = 5.949** Roy's largest root = 5.092**

* $p < 0.05$ ** $p < 0.01$

타났다. 4개의 생태관광 동기요인이 군집 별로 차이가 나타나는 지 검정하기 위해 ANOVA를 통해 검정한 결과는 $p < 0.01$ 수준에서 4개의 모든 요인이 군집 간에 차이가 있는 것으로 나타났다. Duncan의 사후검정결과는 각 군집이 통계적으로 차이를 나타내는 것으로 나타났다. 4개의 군집이 적절하다는 것을 나타낸다.

군집 I은 응답자의 15.6%를 포함하는 것으로 나타났다. 군집 I은 '친목/가치공유 욕구' 동기가 가장 높은 것으로 나타났다. 군집 I은 '현실탈출 욕구'가 가장 낮은 것으로 나타났다. 군집 I은 주로 '친목/가치공유'를 위해 생태관광을 하는 관광객 유형이므로 '친목/가치공유층'으로 명명하였다. 군집 II는 응답자의 42.2%를 포함하는 것으로 나타났다. 새만금 관광객 유형 중 가장 큰 비중을 차지하는 것으로 나타났다. 군집 II는 '심미/자연욕구'가 가장 높고 '현실탈출 욕구'는 상대적으로 낮은 것으로 나타났다. 군집 II는 새만금의 자연풍경을 구경하기 위해 주로 방문하는 관광객 유형이므로 '심미/자연추구층'으로 명명하였다.

군집 III은 응답자의 26.6%를 포함하는 것으로 나타났다. 군집 III은 '학습욕구', '현실탈출욕구', '심미/자연욕구', '친목/가치공유욕구' 등 4가지 동기 모두가 매우 높은 것으로 나타났다.

군집 III은 대부분 동기에 높게 관여되는 유형이므로 '고관여층'으로 명명하였다. 군집 IV는 응답자의 15.6%를 포함하고 있는 것으로 나타났다. 군집 IV는 모든 동기가 상대적으로 낮은 것으로 나타났다. 군집 IV는 대부분의 동기에 낮게 관여되는 유형이므로 '저관여층'으로 명명하였다.

군집 구별에 영향을 미치는 동기요인을 파악하기 위한 판별분석 결과는 다음과 같다. 첫 번째 판별함수에서 군집을 구별하는데 중요한 생태관광 동기요인은 '현실탈출 욕구'로 나타났다. '현실탈출 욕구' 요인이 군집을 분류하는 가장 중요한 요인으로 나타났다. 두 번째 판별함수에서는 '친목/가치공유 욕구' 요인이 군집을 분류하는 중요한 요인으로 나타났다. 세 번째 판별함수에서는 '심미/자연욕구' 요인이 군집을 분류하는 중요한 요인으로 나타났다.

4.5. 세분시장별 특성

4개의 군집은 관광동기에 따라 추구하는 것이 다르다. 그러나 4개의 군집이 의미를 갖기 위해서는 군집별로 유사한 요구 및

태도를 가져야 한다(McCarthy, & Perreault, 1982). 체계적 마케팅 전략을 수립하기 위해서 군집별 실용적인 정보가 필요하다. 따라서 일반적 특성에 차이가 있는지 4개의 군집 간 교차분석을 실시하였다.

월소득과 여행기간에 따라 유의한 차이가 있었으며, 성별, 결혼여부, 연령, 학력, 방문회수, 교통수단 등에 따라서는 유의한 차이가 없는 것으로 나타났다.

군집별 인구사회학적 특성을 살펴보면 <표 7>과 같다. 월소득별 세분시장의 비교분석에서는 ‘친목/가치공유층’은 501만원 이상의 고소득계층의 빈도가 상대적으로 높았고, ‘고관여층’의 경우는 200만원 이하의 저소득층의 빈도가 상대적으로 높았다. 200만원에서 400만원의 중간소득층의 경우는 ‘저관여층’의 비율이 상대적으로 높게 나타났다.

여행기간별 세분시장의 비교분석에서는 2박3일 이상 장기 여행객의 경우는 ‘심미추구층’의 비율이 상대적으로 높았고, 고관여층의 경우는 1박 2일의 비율이 상대적으로 높았으며, 저관여층의 경우는 당일 여행객의 비중이 높은 것으로 나타났다.

4.6. 세분시장별 만족도

군집분석을 통해 도출한 새만금 생태관광객의 동기 군집별 만족도는 <표 8>과 같다. 만족도가 동기 유형별로 차이가 나는지를 검정하기 위해 ANOVA를 통해 검정한 결과에서 $p < 0.01$ 수준에서 만족도의 모든 측면에서 차이가 있는 것으로 나타났다. Duncan의 사후검정결과에서 군집별 만족도는 통계적으로 유의미한 차이가 나타났다.

만족도는 재방문 의사가 3.92점으로 가장 높은 것으로 나타났다. 주위 권고 의사가 3.82점, 오락만족도가 3.77점 순으로 나타났다. 비용만족도가 3.54로 가장 낮은 것으로 나타났다. 모든 만족도 차원에서 고관여층의 만족도가 가장 높았다. 저관여층의 만족도가 가장 낮은 것으로 나타났다. 친목/가치공유층, 심미/자연추구층과 고관여층의 경우는 상대적으로 비용만족도가 낮은 것으로 나타났다. 저관여층의 경우는 품질에 대한 만족도가 상대적으로 낮은 것으로 나타났다.

<표 7> 군집별 인구사회학적 특성(N=199)

항목	친목/가치공유층 (a) (n=31)	심미/자연추구층 (b) (n=84)	고관여층 (c) (n=53)	저관여층 (d) (n=31)	전체	x2 자유도 p값
월소득	~200만원	1(3.2)	12(14.3)	11(20.8)	4(12.9)	28(14.1)
	~300만원	6(19.4)	27(32.1)	14(26.4)	12(38.7)	59(29.6)
	~400만원	9(29.0)	15(17.9)	12(22.6)	1(3.2)	37(18.6)
	~500만원	3(9.7)	10(11.9)	3(5.7)	7(22.6)	23(11.6)
	501만원이상	12(38.7)	20(23.8)	13(24.5)	7(22.6)	52(26.1)
여행 기간	당일	15(48.4)	29(34.5)	13(24.5)	21(67.7)	78(39.2)
	1박2일	11(35.5)	32(38.1)	28(52.8)	6(19.4)	77(38.7)
	2박3일	5(16.1)	20(23.8)	11(20.8)	4(12.9)	40(20.1)
	3박4일	0(0)	3(3.6)	1(1.9)	0(0)	4(2.0)

<표 8> 세분시장별 만족도

만족도	동기 유형				전체 평균	F-value	사후검정 (Duncan)
	친목/가치공유층 (a) (n=31)	심미/자연추구층 (b) (n=84)	고관여층 (c) (n=53)	저관여층 (d) (n=31)			
비용만족도	3.46	3.44	3.95	3.22	3.54	11.152**	a,b,d<c
품질만족도	3.48	3.50	4.08	3.13	3.59	11.889**	d<a,b,c
오락만족도	3.71	3.65	4.18	3.43	3.77	12.301**	d<a,b,c
경관만족도	3.48	3.61	4.13	3.29	3.68	9.947**	a,b,d<c
재방문의사	3.81	3.87	4.23	3.65	3.92	5.810**	a,b,d<c
주위권고의사	3.74	3.77	4.21	3.37	3.82	10.581**	d<a,b,c

1=전혀 아니다, 3=보통이다, 5=매우 그렇다 * $p < 0.05$ ** $p < 0.01$

(표 9) 세분시장별 체험선호도

체험선호	동기 유형				전체 평균	F-value	사후검정 (Duncan)
	친목/가치공유층 (a) (n=31)	심미/자연추구층 (b) (n=84)	고관여층 (c) (n=53)	저관여층 (d) (n=31)			
동물관찰	3.31	3.62	3.99	3.31	3.62	7.380***	a,b,d<c
식물관찰	3.32	3.64	3.97	3.32	3.63	5.763***	a,b,d<c
농업체험	3.23	3.57	4.10	3.33	3.62	9.987***	a,b,d<c
생태유적체험	3.58	3.68	4.13	3.51	3.76	5.835***	a,b,d<c
역사유적체험	3.52	3.69	4.12	3.27	3.71	8.631***	d<a,b<c
경관체험	3.75	3.82	4.20	3.65	3.88	3.715**	a,b,d<c
건강활동체험	3.81	3.74	4.09	3.45	3.80	5.319***	d<a,b<c
만들기체험	3.42	3.57	3.93	3.06	3.56	7.534***	d<a,b<c

1=전혀 아니다, 3=보통이다, 5=매우 그렇다 * $p < 0.05$, ** $p < 0.01$

4.7. 세분시장별 체험선호도

새만금 생태관광객의 동기 군집별 체험선호도는 <표 9>와 같다. 체험선호도가 동기 군집별로 차이가 나타나는지를 검정하기 위해 ANOVA를 통해 검정한 결과에서 $p < 0.01$ 수준에서 만족도의 모든 측면에서 차이가 있는 것으로 나타났다. Duncan의 사후검정결과에서 군집별 선호도는 통계적으로 차이를 나타내는 것으로 나타났다.

전체적으로 체험선호도는 경관체험이 3.88점으로 가장 높은 것으로 나타났다. 건강활동체험이 3.80점, 생태유적체험이 3.76점, 역사유적체험이 3.71점 순으로 나타났다. 만들기체험이 3.56점으로 가장 낮은 것으로 나타났다. 고관여층은 모든 체험에서 선호도가 가장 높은 것으로 나타났다. 저관여층은 선호도가 가장 낮은 것으로 나타났다.

친목가치공유층은 상대적으로 건강활동 체험에 대한 선호도가 높은 것으로 나타났다. 농업체험에 대한 선호도는 낮은 것으로 나타났다. 심미/자연추구층은 경관체험과 역사유적체험, 생태유적체험 대한 체험선호도가 상대적으로 높은 것으로 나타났다.

5. 결론

생태관광의 효과적인 마케팅 전략을 수립하기 위해서는 세분시장별 접근이 필요하다. 본 연구의 목적은 새만금 생태관광객을 대상으로 방문동기에 따른 세분시장의 특성을 구명하는 것이다. 생태관광의 동기에 따른 시장세분화를 위하여 요인분석과 군집분석을 실시하였다.

요인분석 결과 새만금 관광객은 4개의 생태관광 동기 차원을

가지고 있었다. 4개의 생태관광 동기 차원은 ‘학습욕구’, ‘현실탈출욕구’, ‘심미/자연적욕구’, ‘친목/가치공유욕구’이다. 이 중에서 전체변량을 가장 많이 설명하는 생태관광 동기 차원은 ‘학습욕구’와 ‘현실탈출욕구’로 전체변량의 43.4%와 11.2%를 각각 설명하였다. 이 같은 결과는 ‘학습욕구’ 차원에서 새만금 관광객의 점수 편차가 가장 크다는 것을 보여준다.

생태관광에 있어서 학습과 지식습득은 매우 중시되는 관광동기이다. 이것은 학습과 지식습득을 강조한 선행연구(Lee, Lee, & Lee, 2014; Weaver, & Lawton, 2002; Wurzinger, & Johansson, 2006) 결과와 일치된 연구결과이다. 생태관광은 일반 대중관광과 달리 가치지향적인 관광이므로, 관광객들이 생태적인 지식이 나, 생태적인 가치를 추구하는 경향이 있기 때문에 학습과 지식습득이 중요한 방문동기인 것으로 생각된다. 그리하여 본 연구에서도 새만금 생태관광은 일반관광과 달리 새로운 지식습득은 가장 중요한 동기로 작용되고 있는 것으로 나타났다.

요인분석 평균점수는 ‘심미/자연적 욕구’ 차원이 3.90으로 가장 높았고, ‘친목/가치공유 욕구’가 3.62, ‘학습욕구’가 3.13, ‘현실탈출 욕구’ 2.90의 순으로 나타났다. 이것은 선행연구(Kao, 1955; Lee, 1994; Lin, & Huang, 2000)와 일치된 연구결과이다. 이것은 새만금 관광객이 다른 유적관광이나, 도시관광과 달리, 경관이나 자연풍경 감상과 같은 ‘심미/자연적 욕구’가 가장 강하기 때문이라고 생각된다.

따라서 새만금 생태관광 실무자들은 새만금의 깨끗한 자연을 강조한 마케팅 전략을 수립하고 새만금 자연 자원을 활용한 체험 프로그램 운영에 중점을 두어야 할 것으로 생각된다. 새만금 생태관광 담당 정책입안자들은 새만금 고유의 자연경관 및 자원을 유지할 수 있도록 공간을 조성하는 것이 매우 중요할 것으로 생각된다.

생태관광 동기에 따라 새만금 관광객을 유형화하기 위하여 생태관광 동기 차원에 기초하여 군집분석을 실시하였다. 군집분석결과 4개의 군집으로 구분되었다. 4개의 군집은 ‘친목/가치공유층’, ‘심미/자연추구층’, ‘고관여층’, ‘저관여층’이다.

‘친목/가치공유층’은 전체 응답자의 15.6%를 차지하고 있으며, 선행연구(김용중, & Slebitch, 2013; 정운정, & 김성일, 2018)에서 같은 군집이 도출되었다. 이 군집은 501만원 이상의 고소득 계층의 빈도가 상대적으로 높게 나타났다. 이 연구결과는 선행연구와 상반된 결과이다. 즉, 선행연구에서는 저소득층이 친목/가치공유층인 반면에 본 연구에서는 고소득층이 친목/가치공유층으로 나타난다. 시화호 생태관광과 대부도 생태관광과 달리, 새만금 생태관광은 아직 관광 목적지로서 개발이 되어 있지 않기 때문에, 고소득층일지라도 자연경관 관광동기보다는 친목/가치공유 동기가 많은 것으로 생각된다. 특히 이 군집은 건강활동체함을 가장 선호하였고, 재방문 의사가 가장 높게 나타났으며, 비용만족도가 가장 낮게 나타났다.

이 군집은 재방문 의사가 가장 높게 나타났으므로, 핵심적인 마케팅 고객이다. 마케팅 전략을 수립할 때, 이 군집을 장기적으로 마케팅 대상으로 설정하여야 할 것이다. 정책입안자들은 새만금 생태관광 발전을 위하여 비용에 대비하여 만족도를 증가시킬 수 있는 프로그램을 개발하고, 관광 인프라를 개선하는 것이 필요하다.

‘심미/자연추구층’은 자연추구를 의미하는 것으로 선행연구(정운정, & 김성일, 2018; Neuts, Romao, Nijkamp, & Shikida, 2016; Weaver, & Lawton, 2002)와 일치하였다. 이 군집은 42.2%로 가장 많은 관광객 수를 차지하고 있다. 이 군집은 2박3일 이상 장기 여행객이 상대적으로 높게 나타났다. 이 연구결과는 장기 여행객이 많게 나타난 선행연구(Weaver, & Lawton, 2002)와 일치된 결과인 반면에, 당일 여행객이 많게 나타난 선행연구(정운정, & 김성일, 2018; Neuts, Romao, Nijkamp, & Shikida, 2016)와 상반된 결과이다. 이것은 새만금 생태관광인 해솔길 걷기(정운정, & 김성일, 2002)와 같은 생태관광과 당일형 걷기 체험과 달리 2박3일 이상 장기체류를 통하여 자연경관을 충분히 감상하고자 하는 관광동기가 높기 때문인 것으로 생각된다. 호주(Weaver, & Lawton, 2002)의 골드코스트(Gold Coast)와 같이 자연경관이 매우 풍부한 지역은 장기체류 관광객이 높게 나타났다. 일본(Neuts, Romao, Nijkamp, & Shikida, 2016)의 세리토코 역시 유빙, 쇄빙선 체험 등의 자연관광 자원이 매우 풍부한 지역으로 장기체류 관광객이 높게 나타났다. 이 군집은 경관체험, 식물관찰체험에 대한 선호도가 가장 높게 나타났고, 재방문 의사가 가장 높게 나타났다.

‘심미/자연추구층’은 자연경관을 감상하는 핵심적인 생태관광층이다. 새만금 생태관광객을 거의 절반을 이룰 정도로 주류를 이루고 있다. 성공적인 새만금 생태관광지로 발전하기 위해서는 심미/자연추구층을 대상으로 어떻게 생태관광지를 조성하고 마케팅 전략을 수립하는 것이 매우 중요하다. 이 새만금 생태관광지를 조성하는 정책입안자들은 무엇보다도 자연경관과 자연생태를 보존하여 관광객의 심미적인 만족을 주는 것이 매우 중요하다. 새만금 생태관광 운영자들은 생태관광 프로그램을 구성할 때 아름다운 경관을 감상하고, 심미적인 만족감을 주는 데 초점을 두어야 할 것이다.

‘고관여층’은 새만금 생태관광의 모든 동기요인이 높은 세분시장으로 선행연구의 적극적 추구형(Silent, Ndivhuwo, & Tondani, 2018)과 다목적 추구형(김경희, 2014; Carrascosa-López et al., 2021; Carvache-Franco, Segarra-Oña, & Carrascosa-López, 2019)과 같은 군집이다. 고관여층은 전체 응답자의 26.6%로 2번째로 가장 많은 관광객 수를 차지하고 있다. 고관여층은 200만원 이하의 저소득계층과 1박 2일 단기 여행객이 많은 것으로 나타났다. 이 연구결과는 저소득층 비율이 높은 선행연구(김경희, 2014)와 일치된 결과인 반면에, 400만원 이상 고소득층 비율이 높은 선행연구(Gu et al., 2018)와 상반된 결과이다. 이것은 우리나라와 중국의 정치제도에 따른 차이로 해석된다. 우리나라는 지역을 이동하는 데 있어 제도적인 제한이 없는 반면에 중국의 경우 백두산이 위치한 지린성에 방문하고자 하는 다른 성(省) 거주자의 경우 일정 수준 이상의 소득이 필요하기 때문인 것으로 생각된다. 김경희(2014)와 같이 우리나라 생태관광객을 대상으로 ‘고관여층’의 경우에도 저소득층 관광객이 많은 것으로 나타났다. 이 군집은 관광 만족도와 체험선호도의 모든 차원이 높게 나타났다.

‘고관여층’은 새만금 관광에 대해 대부분 만족하고 있으며, 대부분의 체험에 대해서 적극적으로 참여할 의사가 있는 군집이다. 생태관광 운영자들은 향후 새만금 생태관광을 활성화하기 위해서 이들 유형을 적극적으로 유입할 필요가 있다. 또한 이들은 상대적으로 비용 측면의 만족도가 떨어지기 때문에 이들을 위해서는 비용 대비 만족할 수 있는 체험프로그램 개발이 필요하다. 특히 저소득층이 높게 나타나 소비에 대한 부담감을 줄여 비용 만족도를 높일 수 있는 체험프로그램 운영이 필요하다. 체험객이 직접 논, 밭, 갯벌에서 수확, 채집하는 생태체험과 체험객이 가져온 것을 바탕으로 제공되는 한상차림 체험 등을 통해 인건비를 줄이는 것이 방안으로 생각된다. 정책입안자들은 새만금 지역에서 생태체험이 운영되는 지역의 인력을 고려해 지역 간 협력 네트워크를 구성하여 운영 효과를 높이고 관광 인프라

구축을 통해 비용 만족도를 개선하는 것이 중요하다.

‘저관여층’은 새만금 생태관광의 모든 동기요인이 낮은 세분 시장으로 선행연구의 소극적 추구형(정운정, & 김성일, 2018; Silent, Ndivhuwo, & Tondani, 2018)과 같은 군집이다. 이 군집은 200-400만원의 중간소득층과 당일 여행객이 많은 것으로 나타났다. 이 연구결과는 2-3일의 여행기간이 높은 선행연구(Silent, Ndivhuwo, & Tondani, 2018)와 상반된 결과이다. 이것은 아직 새만금 생태관광자원이나 인프라가 부족한 것과 달리 많은 경관 자원과 인프라를 갖춘 남아프리카 림포포 지역은 ‘저관여층’일 지라도 새만금 생태관광객에 비해 장기적인 여행을 하는 것으로 생각된다. 이 군집은 관광 만족도와 체험선호도의 모든 차원이 낮게 나타났다.

‘저관여층’은 모든 영역에서 관광동기가 낮지만, 응답자의 15.6%를 차지하고 있기 때문에 저관여층의 만족도를 증가시킬 수 있는 생태관광 개발이 필요하다. 이들은 특히 품질 만족도가 낮기 때문에 새만금 생태관광 운영자들은 먹거리, 체험 등의 담당자들을 대상으로 서비스, 위생과 같은 역량강화교육을 통해 품질 만족도를 증가시킬 수 있도록 해야 한다. 또한 이들은 상대적으로 경관체험에 대한 만족도가 높으므로 경관체험을 강조한 마케팅 전략 수립이 필요하다. 새만금 정책입안자들은 ‘저관여층’이 새만금 생태관광에 대한 흥미를 느낄 수 있도록 새만금만의 특색 있는 자연경관과 생태를 조성해야 한다.

참고 문헌

- 김경희. (2014). 생태체험마을 방문 동기에 따른 시장세분화. *농촌지도와 개발*, 21(3), 25-52. <https://doi.org/10.12653/jecd.2014.21.3.0025>
- 김경희, 이충기, & 오민재. (2020). 생태관광지의 사회적 책임(DSR)을 이용한 생태관광객의 시장세분화 연구: 창녕 우포늪을 대상으로. *관광연구저널* 34(9), 91-108. <http://doi.org/10.21298/IJTHR.2020.9.34.9.9>
- 김선영, 장병주, & 이준. (2007). 생태관광동기, 여가만족, 삶의 질의 영향관계 연구. *관광연구*, 22(2), 59-76.
- 김영태. (2001). 생태관광시장의 시장세분화: 대전 충남 지역 관광객들의 심리적 요인을 중심으로. *관광학연구*, 25(1), 233-251.
- 김용중, & Slevitch, L. (2013). 방문동기에 따른 생태관광 시장세분화. *호텔관광연구*, 15(1), 65-82.
- 김현룡, 성연, & 변우희. (2010). 환황해권 시대에 대응한 새만금 생태관광개발의 경쟁력요인 평가. *관광학연구*, 34(5), 199-219.
- 박덕병, 문선희, & 윤유식. (2010). 제주 농촌관광 방문객의 관광동기에 따른 시장세분화. *관광학연구*, 34(4), 203-227.
- 박덕병, 조록환, 최재용, 노용호, 이민수, & 이혜현. (2006). *농촌관광 활성화를 위한 농촌관광마을 방문객 선호 및 시장세분화*. 수원: 농촌진흥청.
- 정운정, & 김성일. (2018). 생태관광지 방문객의 동기 및 태도에 따른 시장세분화: 경기도 대부 해솔길 방문객을 중심으로. *한국조경학회지*, 46(3), 46-57. <https://doi.org/10.9715/KILA.2018.46.3.046>
- 환경부. (2015). *생태관광 운영 가이드라인*. 세종: 환경부.
- 환경부. (2022). *우리나라 생태관광 이야기*. 세종: 환경부. <http://www.eco-tour.kr/>
- 한국문화관광연구원. (2017). *2016년 한국관광조사서*. 서울: 한국문화관광연구원.
- Awaritefe, O. (2004). Motivation and other considerations in tourist destination choice: A case study of Nigeria. *Tourism Geographies*, 6(3), 303-330. <https://doi.org/10.1080/1461668042000249638>
- Beh, A., & Bruyere, B. L. (2007). Segmentation by visitor motivation in three Kenyan national reserves. *Tourism Management*, 28(6), 1464-1471. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2007.01.010>
- Blamey, R. K. (2001). Principles of ecotourism. In D.B. Weaver (Ed.), *The encyclopedia of ecotourism* (pp. 4-22). Wallingford: CAB International.
- Blamey, R. K., & Braithwaite, V. A. (1997). A social values segmentation of the potential ecotourism market. *Journal of Sustainable Tourism*, 5(1), 29-45. <https://doi.org/10.1080/09669589708667274>
- Carvache-Franco, M., Segarra-Oña, M., & Carrascosa-López, C. (2019). Segmentation by motivation in ecotourism: Application to protected areas in Guayas, Ecuador. *Sustainability*, 11(1), 240. <https://doi.org/10.3390/su11010240>
- Carrascosa-López, C., Carvache-Franco, M., Mondéjar-Jiménez, J., & Carvache-Franco, W. (2021). Understanding motivations and segmentation in ecotourism destinations: Application to natural parks in Spanish Mediterranean area. *Sustainability*, 13(9), 4802. <https://doi.org/10.3390/su13094802>
- Das, M., & Chatterjee, B. (2015). Ecotourism: A panacea or a predicament? *Tourism Management Perspective*, 14,

- 3-16. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2015.01.002>
20. Eubanks, T., Stoll, J., & Ditton, R. (2004). Understanding the diversity of eight birder sub-populations: Socio-demographic characteristics, motivations, expenditures and net benefits. *Journal of Ecotourism*, 3(3), 151-172. <https://doi.org/10.1080/14664200508668430>
21. Font, X. (2002). Environmental certification in tourism and hospitality: Progress, process and prospects. *Tourism Management*, 23(3), 197-205. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(01\)00084-X](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(01)00084-X)
22. Font, X., & Harris, C. (2004). Rethinking standards from green to sustainable. *Annals of Tourism Research*, 31(4), 986-1007. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2004.04.001>
23. Galley, G., & Clifton, J. (2004). The motivational and demographic characteristics of research ecotourists: Operation Wallacea volunteers in Southeast Sulawesi, Indonesia. *Journal of Ecotourism*, 3(1), 69-82. <https://doi.org/10.1080/14724040408668150>
24. Gnoth, J. (1997). Tourism motivation and expectation formation. *Annals of Tourism Research*, 24(2), 283-304. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(97\)80002-3](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(97)80002-3)
25. Gu, X. P., Lewis, B. J., Niu, L. J., Yu, D. P., Zhou, L., Zhou, W. M., et al. (2018). Segmentation by domestic visitor motivation: Changbai mountain biosphere reserve, China. *Journal of Mountain Science*, 15(8), 1711-1727. <https://doi.org/10.1007/s11629-017-4708-1>
26. Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (2006). *Multivariate data analysis* (6th ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
27. Hultman, M., Kazemina, A., & Ghasemi, V. (2015). Intention to visit and willingness to pay premium for ecotourism: The impact of attitude, materialism, and motivation. *Journal of Business Research*, 68(9), 1854-1861. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2015.01.013>
28. Huppes, G., & Ishikawa, M. (2009). Eco-efficiency guiding micro-level actions towards sustainability: Ten basic steps for analysis. *Ecological Economics*, 68(6), 1687-1700. <https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2009.01.007>
29. Jamal, T., Borges, M., & Stronza, A. (2006). The institutionalisation of ecotourism: Certification, cultural equity and praxis. *Journal of Ecotourism*, 5(3), 145-175. <https://doi.org/10.2167/joe120.0>
30. Jang, S., & Cai, L. A. (2002). Travel motivations and destination choice: A case study of British outbound market. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 13(3), 111-133. <https://doi.org/10.1080/10548400209511570>
31. Kao, C. H. (1995). A three-factor model of leisure benefits. *Journal of Outdoor Recreation Study*, 8(1), 67-78.
32. Kerstetter, D. Hou, J., & Lin, C. (2004). Profiling Taiwanese ecotourists using a behavioral approach. *Tourism Management*, 25(4), 491-498. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(03\)00119-5](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(03)00119-5)
33. Lambin, J.-J. (2000). *Market-driven management. Strategic & Operational Marketing*. Basingstoke, England: Palgrave.
34. Lee, C. K., & Mjelde, J. W. (2007). Valuation of ecotourism resources using a contingent valuation method: The case of the Korean DMZ. *Ecological Economics*, 63(2-3), 511-520. <https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2006.12.011>
35. Lee, T. H., Jan, F. H., Tseng, C. H., & Lin, Y. F. (2018). Segmentation by recreation experience in island-based tourism: A case study of Taiwan's Liuqiu Island. *Journal of Sustainable Tourism*, 26(3), 362-378. <https://doi.org/10.1080/09669582.2017.1354865>
36. Lee, S., Lee, S., & Lee, G. (2014). Ecotourists' motivation and revisit intention: A case study of restored ecological parks in South Korea. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 18(11), 1327-1344. doi:10.1080/10941665.2013.852117
37. Lee, S. C. (1994). Canonical analysis: The interrelationship of paddlers' specialization levels, motivations and preferences for site attributes. *Journal of Outdoor Recreation Study*, 7(3), 39-62.
38. Lin, J. S., & Huang, W. C. (2000). Tourists' perception cognition and participation in eco-tours: An application of structural equation modeling. *Journal of Outdoor Recreation Study*, 13(2), 45-65.
39. McCarthy, E., & Perreault, W. (1982). *Essentials of marketing*. Chicago, IL: Irwin.
40. Neuts, B., Romao, J., Nijkamp, P., & Shikida, A. (2016). Market segmentation and their potential economic impacts in an ecotourism destination: An applied modelling study on Hokkaido, Japan. *Tourism Economics*, 22(4), 793-808. <https://doi.org/10.1177/13548166166654252>
41. Park, D. B., & Yoon, Y. S. (2009). Segmentation by motivation in rural tourism: A Korean case study. *Tourism Management*, 30(1), 99-108.
42. Palacio, V., & McCool, S. F. (1997). Identifying ecotourists in Belize through benefit segmentation: A preliminary

- analysis. *Journal of Sustainable Tourism*, 5(3), 234-243. <https://doi.org/10.1080/09669589708667288>
43. Reynolds, P. C., & Braithwaite, D. (2001). Towards a conceptual framework for wildlife tourism. *Tourism Management*, 22(1), 31-42. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(00\)00018-2](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(00)00018-2)
44. Sheena, B., Mariapan, M., & Aziz, A. (2015). Characteristics of Malaysian ecotourist segments in Kinabalu Park, Sabah. *Tourism Geographies*, 17(1), 1-18. <https://doi.org/10.1080/14616688.2013.865069>
45. Silent, N. D., Ndivhuwo, T., & Tondani, M. (2018). The psychographic and behavioural descriptors of ecotourists at capricorn district municipality: Segmentation study. *EuroEconomica*, 37(2), 119-132.
46. Swain, M., & Swain, M. (2004). An ecofeminist approach to ecotourism development. *Tourism Recreation Research*, 29(3), 1-6. <https://doi.org/10.1080/02508281.2004.11081451>
47. Tao, C., Eagles, P., & Smith, S. (2004). Profiling Taiwanese ecotourists using a self-definition approach. *Journal of Sustainable Tourism*, 12(2), 149-168. <https://doi.org/10.1080/09669580408667230>
48. Tkaczynski, A., Rundle-Thiele, S. R., & Prebensen, N. K. (2015). Segmenting potential nature-based tourists based on temporal factors: The case of Norway. *Journal of Travel Research*, 54(2), 251-265. <https://doi.org/10.1177/0047287513514296>
49. Weaver, D. B., & Lawton, L. J. (2007). Twenty years on: The state of contemporary ecotourism research. *Tourism Management*, 28(5), 1168-1179. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2007.03.004>
50. Weaver, D. B., & Lawton, L. J. (2002). Overnight ecotourist market segmentation in the Gold Coast hinterland of Australia. *Journal of Travel Research*, 40(3), 270-280. <https://doi.org/10.1177/004728750204000305>
51. Weiler, B., & Richins, H. (1995). Extreme, extravagant and elite: A profile of ecotourists on Earthwatch expeditions. *Tourism Recreation Research*, 20(1), 29-36. <https://doi.org/10.1080/02508281.1995.11014730>
52. Wight, P. (1993). Ecotourism: Ethics or eco-sell? *Journal of Travel Research*, 31(3), 3-9. <https://doi.org/10.1177/004728759303100301>
53. Wurzing, S., & Johansson, M. (2006). Environmental concern and knowledge of ecotourism among three groups of Swedish tourists. *Journal of Travel Research*, 45(2), 217-226. <https://doi.org/10.1177/0047287506291602>
54. Yoon, Y., & Uysal, M. (2005). An examination of the effects of motivation and satisfaction on destination loyalty: A structural model. *Tourism Management*, 26(1), 45-56. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2003.08.016>
55. Zografos, C., & Allcroft, D. (2007). The environmental values of potential ecotourists: A segmentation study. *Journal of Sustainable Tourism*, 15(1), 44-66. <https://doi.org/10.2167/jost572.0>

Received 15 August 2022; Revised 27 August 2022; Accepted 15 September 2022



Mr. Hee-Won Park is a master degree at the Department of Community Development, Kongju National University, South Korea. His research interests focus on regional development, rural development, community development, rural development pollicy.

Address: (32439) Department of Community Development, College of Industrial Science, Kongju National University, 54 Daehak-ro, Yesan-eup, Yesan-gun, Chungcheongnam-do, South Korea
E-mail: phw275@hanmail.net
phone: 82-41-330-1383



Dr. Min-Soo Lee is Associate Professor at the Korea National College of Agriculture and Fisheries, South Korea. His research interests focus on rural development, rural development pollicy, and regional policy.

Address: #1515 Kongjwi-Patjwi-ro, Wansan-gu, Jeonhu-si, 55068, South Koea
E-mail: minsooo@af.ac.kr or minsooo.lee@gmail.com



Dr. Duk-Byeong Park is a Professor at the Department of Community Development, Kongju National University, South Korea. His research interests focus on rural development and rural tourism.

Address: (32439) Department of Community Development, College of Industrial Science, Kongju National University, 54 Daehak-ro, Yesan-eup, Yesan-gun, Chungcheongnam-do, South Korea
E-mail: parkdb84@kongju.ac.kr
phone: 82-41-330-1383