

생태관광객의 지각된 가치가 충성도에 미치는 영향

- 환경친화적 태도의 조절효과 -

정하영^a · 박덕병^{b*}

^a공주대학교 산업과학대학 지역사회개발학과 박사과정 (충남 예산군 예산읍 대학로 54)

^b공주대학교 산업과학대학 지역사회개발학과 교수 (충남 예산군 예산읍 대학로 54)

Perceived Value Influencing Loyalty in Ecotourist

- Moderating Effects of Environmental Friendly Attitude -

Ha-Young Jeong^a · Duk-Byeong Park^b

^aPh.D Student, Department of Community Development, College of Industrial Science, Kongju National University, Korea

^bProfessor, Department of Community Development, College of Industrial Science, Kongju National University, Korea

Abstract

This study aims to examine the moderating effects of environmental friendly attitudes between perceived value and loyalty in ecotourists. A total of 210 valid questionnaires were collected from visitors to Saemangeum and Sihwaho during 7 days. The functional value, social value, and emotional value were identified as dimensions of perceived value from factor analysis. Results from regression analysis revealed that emotional value and social value positively influenced loyalty. Moreover, environmental friendly attitudes were found to moderate the relationship between loyalty and emotional and social values. The findings suggest that policy makers and practitioners consider environmental friendly attitude and perceived values in making ecotourism programs to sustain ecotourism destinations.

Key words: ecotourism, perceived value, environmental friendly attitudes, loyalty

1. 서론

관광가치와 충성도는 생태관광의 핵심적인 성공요인이다(최미선, & 오민재, 2019; 성보현, & 최영석, 2016; Carrascosa-Lopez, Carvache-Franco, & Carvache-Franco, 2021; Kim, & Park, 2017; Carvache-Franco, Perez-Orozco, Carvache-Franco, Viquez-Paniagua, & Carvache-Franco, 2020). 특히 지속 가능한 생태관광 운영을 위해서는 가치-태도-행동 모형(VAB, value-attitude-behavior model)을 통해 충성도의 영향 요인을 파악하는 것은 중요하다(최민선, & 오민재, 2019; Chiu, Lee, & Chen,

2014; Gounaris, Tzempelikos, & Chatzipanagiotou, 2007; Kiatkawsin, & Han, 2017; Lu, Gursoy, & Del Chiappa, 2016; Sweeney, & Soutar, 2001). 왜냐하면, 관광가치는 관광객의 행동에 영향을 미치는 핵심적인 요인으로 강조(Ha, & Jang, 2010; Mengkebayaer, Nawas, & Sajid, 2022)되어오고 있기 때문이다. 일반관광과 달리 생태관광은 가치지향적인 관광이기 때문에, 관광객의 가치-만족-행동 모형에서 환경친화적 태도의 영향 관계를 분석하는 것은 중요하다.

전 세계적으로 생태관광 시장은 GDP의 10%를 차지하고 있으며 세계관광 규모의 7%이고 고용의 10%를 차지할 정도로

주요어: 생태관광, 지각된 가치, 환경친화적 행동, 충성도

* 교신저자(박덕병) 전화: 041-330-1383, e-mail: parkdb84@kongju.ac.kr

성장(World Health Organization, 2019)하고 있다. Statista (2021)에 따르면, 세계적으로 2019년에 181.1억만 달러의 시장 이었고, 2027년에 333.8억만 달러 시장이 될 전망이다. 생태관광 마케팅에서는 특히 고객 충성도가 중요하다. 고객 충성도가 5% 증가하면 이익이 25~85% 증가한다(Kerin, Hartley, & Rudelius, 2018). 생태관광객의 충성도를 증가시키는 것은 생태 관광을 지속 가능하게 운영하는 데 필수적이다. 우리나라에서 전체적인 농촌관광 방문 비율과 재방문 비율은 줄어들고 있지만, 자연경관 보기, 둘레길 걷기와 같은 자연경관과 관련된 관광지의 방문은 늘어나고 있다(농촌진흥청, 2022). 그리고 선호하는 관광 유형은 둘레길 걷기와 자연경관 감상이 높게 나타나고 있다(농촌진흥청, 2022).

지속가능한 생태관광 발전을 위해 생태관광객의 충성도는 특히 중요하다. 태도-행동 모델에 의하면 충성도에 영향을 미치는 핵심적인 세 가지 요인은 관광객의 환경친화적 태도, 지각된 가치, 동기요인이다. 생태관광객의 충성도에 영향요인은 지각된 가치(김현철, & 정기환, 2018; 성보현, & 최영석, 2016; 최민선, & 오민재, 2019; Castellanos-Verdugo, et al., 2016; Kim, & Park, 2017), 환경친화적 태도(양승필, & 곽영대, 2010; De Oliveira, Santos, & Santos, Lobo, 2021; Li, & Wang, 2017; Najjarzadeh, Jafari, Jafari, & Rajabi, 2018; Thapa, 2010), 관광 동기(김진옥, & 김남조, 2013; 박동진, & 손광영, 2004; 변수녀, & 최병길, 2007; De Oliveira, Santos, & Santos Lobo, 2021; Huang, & Hsu, 2009)가 연구되었다.

생태관광은 가치지향적 관광이기 때문에 관광객의 환경친화적 태도는 매우 중요한 요인이다(Chiu, Lee, & Chen, 2014; De Oliveira, Santos, Santos, 2021; Kaiser, Wöfling, & Fuhrer, 1999; Zheong, Xu, Kong, Deng, & Lin, 2018; Ren, Su, Chang, & Wen, 2021). VAB 모델에서 환경친화적 태도는 매개 변인(최민선, & 오민재, 2019; Shin, Moon, & Jung et al., 2017)으로 간주되어 연구되었다. 환경친화적 태도에 의한 매개 효과 모델은 생태관광객은 관광목적지를 관광하면서 환경친화적 태도를 갖게 된다는 전제가 되어 있는 연구모델이다. 그러나 생태관광객의 충성도에는 지각된 가치와 환경친화적 태도의 상호작용 효과를 고려할 필요가 있다. 왜냐하면 생태관광은 관광객의 생태친화적 태도가 매우 중요하기 때문이다.

관광자 행동모델은 전통적으로 태도-행동 모델이다. Homer, & Kable (1988)은 행동을 보다 잘 설명하기 위하여 가치-태도-행동 모델을 제시하였다. 왜냐하면 주어진 상황에서 영향은 추상적인 가치로부터, 중간범위의 태도에 영향을 미치고, 태도는 다

시 구체적인 행동에 영향을 미치기 때문이다. 본 연구의 목적은 VAB 모델을 적용하여 생태관광객의 지각된 가치의 충성도의 영향 관계를 분석하고, 환경친화적 태도의 조절효과를 분석하는 것이다. 특히 생태관광객의 지각된 가치와 충성도의 영향 관계에서 환경친화적 태도의 조절 효과를 구명하는 것이다.

2. 이론적 배경

2.1. 간척지 생태관광 현황

간척지 사업은 20세기 전반까지 식량자급율을 높이기 위한 대표적인 국가사업으로 추진되었지만, 20세기 후반부터 환경보호, 생태계 보전 등의 이슈로 인해 생태공원 조성 등 간척사업지가 생태 보전 지구로 전환되고 있다. 대표적으로 간척지를 생태 여건을 감안하여 하천·습지 복원사업을 진행하고 있다. 대표적인 해외 사례는 네덜란드의 줘다찌 간척사업지구, 영국의 카디프만 간척사업지구와 Holkam 지구, 일본의 아키타 간척지와 하치로가타 간척지가 있고 현재 생태계 보호를 위한 대체습지 조성 등의 친환경적 개발에 노력하고 있다(국토연구원, 2003). 국내 사례는 서산 AB지구의 부남호와 천수만, 순천의 순천만, 새만금, 시화호 등을 대상으로 해양생태마을로 지정하여 생태복원과 생태관광 및 복합형 복원방식을 추진 중이다(해양수산부, 2015).

과거는 환경 자원을 보존하는 것보다 경제성장 정책들로 인해 자연환경의 중요성이 상대적으로 낮게 평가되었다. 가장 대표적인 예가 새만금이다. 식량 생산을 위해 간척지 사업을 했지만, 간척지 사업이 환경문제를 발생함을 인지하고 현재는 환경친화적인 사업을 추진하고 있다(새만금, 2022). 새만금과 유사한 시화호는 과거의 간척지 사업으로 자연환경을 훼손하였지만, 시민들의 주체적인 노력으로 자연환경을 회복하고 현재는 간척지 역사를 알리면서 간척지 사업이 자연을 훼손하는 행위였음을 교육하고, 복원된 생태를 관찰하는 생태관광을 운영하고 있다. 하지만 환경문제를 고려하는 정부는 관광으로 인한 경제성장과 지속가능성을 동시에 발전시키는 딜레마로 어려움을 겪고 있다. 관광 소비의 양극화에 대한 정책적 대응의 시급성과 중요도도 낮게 평가되고 있다. 새만금의 지속적인 생태관광객을 유치하기 위해서 충성도를 분석하고 생태관광객을 유치하는 것이 중요하다.

새만금 사업은 1987년 7월 정부가 새만금 간척 종합개발사

업을 발표하고, 1991년 11월에 정부 주도로 시작하여 2006년 4월에 물막이가 끝나고 2010년 4월에 33.9km 방조제 공사를 준공하였다(새만금개발청, 2022). 새만금은 1권역, 2권역, 3권역, 4권역, 농생명 권역, 환경 생태용지로 총 6개 권역이다(새만금개발청, 2022). 새만금 간척 사업에 대해 ‘개발 담론’과 ‘환경 보전 담론’이 갈등 관계로 논란의 중심이 되었다. 개발은 필연적으로 환경과 대립한다. 현재 대립을 해결하고자 환경친화적 사업을 추진하고 있다(새만금개발청, 2022).

과거에 진행된 새만금 간척 종합개발사업의 후유증으로 생태환경은 완전 복구 불가능하다. 자연 그대로의 보전보다 덜 친환경적인 개발이지만, 지속적인 개발과 성장을 위해선 새만금 생태관광은 필요한 사업이다. 시화호 간척지 수질관리 성공 사례 등을 통해 환경과 개발의 균형점을 찾고자 새만금 6권역 중 농생명 권역과 환경·생태 용지에서 농업생태 관광 자원화 활성화를 위해 친환경 농업·생태·문화 기반 관광을 추진하고 있다(새만금개발청, 2022). 새만금은 대규모의 자연환경과 대규모 녹색기술이 공존하는 장점을 갖고 있으며 이를 활용하고자 농업생태 관광을 운영하고 있다. 바다, 호수, 녹지 등 자연 자원과 관광자원이 풍부하고 정기적으로 국내 외 관광객들을 유치하는 것을 목표로 하고 있다. 새만금개발청은 2015년 7월부터 설계하여 2021년 3월에 3권역 관광·레저에 환경·생태 용지 조성사업을 준공하였다. 환경·생태 용지 조성사업은 부인군에 위치하며, 주상천 수질개선과 습지, 야생 동·식물 서식 공간 확보, 새만금 생태관광객을 위한 생태체험 및 교육 공간 조성을 위해 준공하였다. 환경·생태 용지는 염생식물 천이지, 야생동물 서식지, 국제 생태환경 체험관, 자연생태 섬으로 구성되어 야생 동·식물의 생태공간을 보호하고 간척지와 매립지가 공존하는 자연 회복 과정을 관찰할 수 있는 공간으로 조성하였다. 환경부와 새만금개발청 공동주관으로 새만금 환경생태 단지 관광을 운영 중이며 산책 힐링 코스, 아이와 함께하는 코스, 연인을 위한 코스, 자전거 라이딩 코스를 포함한 총 4개로 운영되고 있다(환경부, 2022). 또한 친환경 전기버스를 이용한 생태 여행 운영과 2022년 10월에 지역주민과 함께하는 새만금 환경생태 단지 가을 행사를 진행하였고, 탄소중립과 새만금 환경생태에 관한 생태체험 프로그램을 운영하고 있다(전북지방환경청, 2022). 또한 2023 새만금 세계스카우트 잭버리 개척를 통해 글로벌 관광도시로 조성하는 것이 목표이다.

시화호는 시흥, 안산, 화성시를 잇는 인공호수로 1970년부터 반월특수지역개발계획에 따라 조성되었다. 시화호 간척 사업은 1970년대 간척종합개발사업을 발표하고, 1987년 4월에 안산,

시흥, 화성시를 잇는 시화지구 개발사업을 1994년 1월에 12.7 km 방조제 공사를 준공하였다(해양수산부, 2023). 시화호 간척 사업은 방조제 공사 이후 시화호 수질오염으로 갯벌 및 해양환경에 대해 논란의 중심이 되면서 간척 사업과 환경관리정책이 변화하였다. 수질의 급격한 악화로 1997년 이후 해수를 유입하였고, 2000년 12월에 시화호 담수화를 포기하였다(해양수산부, 2023). 이후 해양수산부는 시화호-인천 연안을 특별관리해역으로 지정하여 시화호의 환경개선을 위해 노력하고 있다(해양수산부, 2023).

시화호의 환경문제는 정부 주관만으로 해결한 것이 아니라 지역주민들이 함께 해결한 것으로 평가받는다. 여러 차례 논의를 거쳐 2011년 시화호유역 의제가 탄생하였다. 이후 안산, 시흥, 화성시 지역주민, 관련 부처, 지자체, 전문가가 모여 시화호 생명지킴이, 시화호 관리위원회를 운영하고 있다. 간척으로 인한 육상화가 생태 회귀종을 포함한 철새와 염습지 식·생물에 게 불안정한 생태환경을 조성한다는 점과 환경보존에 대해 생태 프로그램과 환경 교육 프로그램을 통해 교육하고 있다(국토해양부, 2012). 시화호 생태문화 코스는 2014년 한국해양과학기술원과 시화호 생명지킴이가 제작하였으며 총 7코스로 운영되고 있다(해양수산부, 2022). 시화호 환경학교, 생태관광협동조합, 시화호 환경문화센터 등 주민 자치형 기관이 주로 생태관광을 운영하고 있고, 자체 프로그램을 개발하고 운영하고 있다. 시화호 환경학교에서는 우음도 습지, 시화호 갯벌 생물, 시화호 역사 등을 중심으로 생태관광을 운영하고 있다. 생태관광 협동조합은 제주도과 에코 뮤지엄을 중심으로 생태관광을 운영하고 있다. 시화호 환경문화센터는 시화호 수질과 공기를 중심으로 생태관광을 운영하고 있다. 시흥·안산·화성시가 운영하는 프로그램은 각 지자체가 프로그램을 개발 및 운영하고 있다.

2.2. 가치-태도-행동 모델(VAB 모델)

가치-태도-행동(VAB) 모델은 사회 심리학 연구에서 널리 사용되며(Honkanen et al., 2006; Vaske, & Donnelly, 1999), 추상적인 가치는 태도를 통해 간접적으로 특정 행동에 영향을 미치는 대표적인 인지 계층 모델이다(Homer, & Kahle, 1988). 또한 인지 위계모형(cognitive hierarchy model)중 하나로 개인의 가치, 태도, 행동 간의 일관성과 불일치를 검증하기에 적합한 모델이다.

선행연구 VAB 모델을 분석한 연구는 다음과 같다. 이후 석, & 오민재 (2019)는 가치-태도-행동(VAB)과 가치-만족-태

도 행동(VSAB) 두 모델의 인과관계에 대한 상호관계를 비교하였으며, 지각된 가치와 생태관광에 대한 태도 간에 유의미한 영향 관계가 있고, 생태관광에 대한 태도(환경에 대한 인식 함양, 관광활동에 대한 저영향, 환경적 보전 관리)는 행동에 유의미한 영향 관계를 보였다. 황윤성, & 서용모(2017)은 친환경소비자에 대한 환경교육 효과를 분석하기 위해 VAB모델을 활용하여 사전사후검사를 하였다. 분석 결과, 환경교육은 가치에 영향을 미치지 못하지만, 태도와 환경적으로 책임있는 행동에 유의미한 영향을 분석하였다. 이는 청소년기에 환경친화적 가치가 형성되지 않아도 지속적인 환경교육을 통해 태도와 친환경적인 행동을 형성할 수 있음을 나타냈다.

최원식, & 이수범(2012)은 친환경 레스토랑에 대한 서비스스케이프가 소비자의 지각된 가치에 유의미한 영향을 주며, 태도는 행동의도에 유의미한 영향을 분석하였다. 서비스가 무형성이면 서비스스케이프는 서비스를 유형화한 것으로 전략화하는 것이 중요하며, 고객의 심리상태 및 행동 등에 영향을 미치는 중요한 변수임을 강조하였다. Cheung, & To (2019)는 소비자의 친환경 구매 형태를 파악하기 위해 VAB 모델을 활용하여 소비자의 환경적 가치와 친환경적인 구매 활동에 미치는 영향을 검증하였다. 구조방정식을 통해 소비자의 환경적 가치가 환경 문제에 대한 태도와 생태사회적 편익(태도)에 영향을 미쳤고, 소비자의 친환경적인 구매 활동에 정적인 영향 관계를 제시하였다. Chiu, Lee, & Chen (2014)은 생태관광객의 지각된 가치, 활동 참여, 만족도를 통해 환경적으로 책임 있는 행동이 형성되는 관계를 설명 위해 VAB모델을 활용하여 분석하였다. 분석 결과, 활동 참여는 지각된 가치와 환경적으로 책임 있는 행동 영향관계에서 매개 변수로 확인하였다. 관광참여가 생태관광객의 지각된 가치에 영향을 받는 것을 확인하였다.

Liu, Zhao, & Jang (2021)은 생물적 가치, 태도, 환경적으로 책임있는 행동의도, 환경적으로 책임 있는 행동의 영향 관계를 분석하였다. 환경적으로 책임 있는 행동, 환경에 대한 관심, 인식된 소비자 효율성에 대한 관광객의 태도가 해변 관광객의 행동에 영향을 미치는 것으로 나타났다. Teng, Wu, & Huang (2014)은 VAB 모델을 적용하여 친환경 레스토랑을 소비하는 소비자의 가치(자애, 보편성), 태도(건강 태도, 환경태도), 소비자의 행동 의도 사이의 영향관계를 분석하였다. 분석 결과, 소비자 가치와 태도가 소비자의 친환경 레스토랑 행동 의도에 긍정적인 영향을 미친 것으로 나타났다. Vaske, & Donnelly (1999)는 VAB 모델을 활용하여 야생지 보존에 관한 가치-태도-행동 인지 계층을 보여주며, 천연 자원 문제(야생지 보존)를 이해하

고 예측할 때 유용하다는 것을 강조하였다. 분석결과, 응답자의 생태 중심적, 인간 중심적 가치 지향성이 야생지 보전 태도를 예측하고, 응답자의 태도가 가치 지향성과 야생지 보전하려는 행동 의도 사이의 인과관계가 있음을 제시하였다.

이상의 선행연구를 종합적으로 정리하면 다음과 같다. 선행 연구는 구조방정식에 의하여 VAB모델을 분석한 연구(이후석, & 오민재, 2019; Cheung, & To, 2019; Liu, Zhao, & Jang, 2021; Teng, Wu, & Huang, 2014; Vaske, & Donnelly, 1999)이며, 회귀모델에 의하여 분석한 연구(황윤성, & 서용모, 2017; Liu, Zhao, & Jang, 2021)로 구분된다. 기존의 VAB 모델에서 만족, 지각된 환경적 위협, 행동 의도, 환경적 관심 등의 변수를 추가하여 확장된 VAB 모델을 적용한 연구이다. 소비자의 행동 의도를 탐색하기 위한 연구(황윤성, & 서용모, 2017; Cheung, & To, 2019; Teng, Wu, & Huang, 2014)와 관광객의 지속 가능한 행동을 예측하기 위한 연구(이후석, & 오민재, 2019; Chiu, Lee, & Chen, 2014; Liu, Zhao, & Jang, 2021)로 구분된다. 종합적으로 환경분야에서 소비자의 환경적인 행동을 설명하거나 생태관광객의 행동의도(충성도)를 설명하기 위해 VAB모델을 적용하는 것이 보여진다. 이전과 달리 소비자와 관광객은 의식적으로 환경을 고려하고 자신의 요구를 충족하는 제품을 구매하거나 생태관광지를 선택하는 경향을 보여준다.

2.3. 지각된 가치와 충성도 간의 영향 관계

지각된 가치는 사람들의 태도와 행동을 설명할 수 있는 기본 기반이다(Homer, & Kahle, 1988). 가치는 사회적 인지의 결합체로 개인이 환경에 적응할 수 있게 특정 상황에서 행동하는 것을 유도하는 개념으로서 정의된다(Kahle, 1983; Kulka, & Klingel, 1980). Rokeach (1973)은 가치는 특정 행동 양식이나 존재의 최종 상태가 반대되거나 반대되는 행동 양식이나 존재의 최종 상태보다 개인적으로 또는 사회적으로 더 바람직하다는 지속적인 믿음으로 정의했다. Homer, & Kahle (1988)은 가치는 사회적 상호작용과 주변 환경으로부터 학습되거나 획득되는 일종의 사회적 인지라고 정의했다. Sweeney, & Soutar (2001)은 기능에 따른 가치 유형을 정의하였으며 질적 가치, 정서적 가치, 경제적 가치로 분류하였다.

지각된 가치는 환경에 적응할 수 있도록 행동을 유도하는 사회적 인지의 결합체로서 관광학에서는 정서적, 사회적, 기능적 가치로 구분한다(이익수, 2021; 최민선, & 오민재, 2019; Carvache-Franco, et al., 2020; Kim, & Park, 2017). 이와 달리

Sheth, Newman, & Gross (1991)는 소비 가치를 분석하여 기능적 가치, 사회적 가치, 정서적 가치, 조건부라는 5가지 가치를 제시하였다. 그리고 Gounaris, Tzempelikos, & Chatzipanagiotou (2007)은 소비자 선택 행동을 절차적 가치, 제품 가치, 지능적 가치, 사회적 가치, 정서적 가치, 인적 가치, 절차적 가치, 지각된 희생을 제시하였다. 생태관광에서 지각된 가치와 충성도간의

영향관계를 분석한 연구는 <표 1>과 같다.

최민선, & 오민재 (2019)는 소래 생태습지공원을 방문한 생태관광객 300명을 대상으로 생태관광에 대한 지각된 가치(사회적 가치, 정서적 가치, 기능적 가치), 생태관광에 대한 태도 및 생태관광 의도 간의 영향 관계를 구조방정식으로 분석하였다. 분석 결과, 사회적 가치, 정서적 가치, 기능적 가치 모두 생태관

<표 1> 지각된 가치와 충성도 간의 영향 관계

연구자	연구대상	연구방법	변인		연구결과
			독립	종속	
최민선, & 오민재 (2019)	인천시 소래습지생태공원 잠재 방문객 300명	-구조방정식	-지각된 가치 • 사회적 가치 • 정서적 가치 • 기능적 가치 -생태관광에 대한 태도 (매개)	-생태관광 의도	-지각된 가치 • 사회적 가치(+) • 정서적 가치(+) • 기능적 가치(+)
김현철, & 정기환 (2018)	통영 장산도 잠재 방문객 250명과 거제 외도 잠재 방문객 213명	-구조방정식	-지각된 가치 • 인식적 가치 • 정서적 가치 • 기능적 가치 -만족(매개)	-행동 의도	-지각된 가치, 만족 • 인식적 가치(+) • 정서적 가치(+) -지각된 가치, 행동의도 • 인식적 가치(+) -만족, 행동의도(+)
성보현, & 최영석 (2016)	제주 올레길과 걸매생태공원 관광객 267명	-구조방정식	-지각된 가치 • 기능적 가치 • 유희적 가치 • 정서적 가치 • 생태적 가치 -만족도(매개)	-행동 의도	-지각된 가치, 만족도 • 기능적 가치(+) • 유희적(+) • 생태적 가치(+) -만족도, 행동 의도(+)
이익수 (2021)	충북도내 재학중인 대학생 250명	-다중회귀분석	-지각된 가치 • 인식적 가치 • 정서적 가치 • 기능적 가치	-행동 의도	-지각된 가치, 만족도 • 인식적 가치(+) • 정서적 가치(+) • 기능적 가치(+)
Carvache-Franco et al. (2020)	코스타리카 보호구역인 국립 Arenal 공원과 국립 Caño Negro 야생동물 보호구역을 관광객 310명	-단계별 다중회귀법	-지각된 가치 • 경제적-기능적 가치 • 정서적 가치 • 사회적 가치	-충성도	-지각된 가치, 충성도 • 경제적-기능적 가치(+) • 정서적 가치(+) • 사회적 가치(+)
Kim, & Park (2017)	국내 6개 생태관광 운영 마을 관광객 254명	-구조방정식	-지각된 가치 • 경제적 가치 • 기능적 가치 • 사회적 가치 • 정서적 가치 -만족도(매개)	-충성도	-지각된 가치, 만족도 • 기능적 가치(+) • 사회적 가치(+) • 정서적 가치(+) -만족도, 충성도(+)
Peña, Jamilena, & Molina (2012).	스페인 농촌관광객 632명	-구조방정식	-지각된 가치 • 기능적 가치 • 정서적 가치 -만족도(매개)	-충성도	-지각된 가치, 만족도(+) -지각된 가치, 충성도(+) -만족도, 충성도(+)
Castellanos-Verdugo et al. (2016).	도미니카 푸에르토 플라타 보호지역 관광객 520명	-PLS 구조방정식	-지각된 가치 -만족도(매개)	-행동의도	-지각된 가치, 만족도(+) -만족도, 행동의도(+)
Carrascosa-Lopez et al. (2021)	스페인 Posets Maladeta 자연공원 관광객 341명	-단계적 다중회귀분석	-지각된 가치 • 경제적 가치 • 기능적 가치 • 사회적 및 정서적 가치 -만족도	-충성도 • 추천의도 • 긍정적인 입소문	-지각된 가치, 만족도 • 기능적 가치(+) • 경제적 가치(+) -지각된 가치, 추천의도 • 기능적 가치(+) • 사회적 및 정서적 가치(+) -지각된 가치, 긍정적인 입소문 • 기능적 가치(+) • 사회적 및 정서적 가치(+)
Mengkebayaer, Nawas, & Sajid (2022)	중국의 생태관광지 관광객 358명	-PLS 구조방정식	-지각된 가치 -관광객 경험	-충성도	-지각된 가치, 충성도(+) -관광객 경험, 충성도(+)

광에 대한 태도를 매개하여 생태관광 의도에 정적인 영향 관계가 있는 것으로 나타났다. 김현철, & 정기한 (2018)은 통영 장사도 잠재 관광객 250명과 거제 외도 잠재 관광객 213명을 대상으로 지각된 가치(정서적 가치, 기능적 가치, 인지적 가치), 고객 만족, 행동 의도 간의 영향 관계를 구조방정식으로 분석하였다. 분석 결과, 정서적 가치와 인식적 가치는 고객 만족에 정적인 영향 관계가 있는 것으로 나타났다. 인식적 가치는 행동 의도에 정적인 영향 관계가 있는 것으로 나타났고, 고객 만족은 행동 의도에 정적인 영향 관계가 있는 것으로 나타났다. 거제 외도 분석 결과, 정서적 가치, 인식적 가치, 기능적 가치가 고객 만족에 정적인 영향 관계가 있는 것으로 나타났다. 인신적 가치와 기능적 가치는 행동 의도에 정적인 영향 관계가 있는 것으로 나타났다. 고객 만족과 행동 의도는 정적인 영향 관계가 있는 것으로 나타났다.

성보현, & 최영석 (2016)은 동기, 지각된 가치(기능적, 유희적, 생태적), 만족도, 행동의도 간 영향관계를 분석하였다. 연구 대상을 올레길 관광객 집단과 절매생태공원 생태관광객 집단으로 나누어 집단 간 차이도 분석하였다. 올레길 관광객은 유희적 가치와 생태적 가치가 만족도에 영향을 미쳤고, 절매생태공원 관광객은 기능적 가치가 만족도에 영향을 미치는 것으로 나타나 구성요인 간 영향관계가 생태체험 공간별로 차이가 있음을 나타냈다. 이익수 (2021)은 대학생의 생태관광 지각된 가치, 만족도, 행동 의도를 회귀분석을 통해 영향 관계를 분석하였다. 생태관광 지각된 가치(인식적, 정서적, 기능적)가 만족도에 영향을 미치는 것으로 나타났고, 지각된 가치 모든 변수가 행동 의도에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 특히, 정서적 가치가 기능적 가치보다 더욱 중요하다고 제시하였다. 연구 결과는 생태관광의 지각된 가치가 생태관광의 만족도와 행동 의도에 많은 영향을 미치는 중요한 요인이라고 강조하였다.

Carvache-Franco, Perez-Orozco, Carvache-Franco, Víquez-Paniagua, & Carvache-Franco (2020)은 코스타리카 보호구역인 국립 Arenal 공원과 국립 Caño Negro 야생동물 보호구역에서 생태관광객 310명을 대상으로 지각된 가치(경제적·기능적, 정서적, 사회적)의 차원을 설정하고 만족도와 충성도와와의 관계를 분석하였다. 경제적·기능적 가치는 만족도에 큰 영향을 미쳤으며, 정서적 가치와 경제적 및 기능적 가치는 충성도에 중요한 예측 변수라고 강조하였다. Kim, & Park (2017)은 지각된 가치를 경제적, 기능적, 사회적, 정서적 가치로 구분하였고, SEM 분석 결과를 통해 경제적 기능을 제외한 모든 지각된 가치가 만족도와 충성도에 영향을 미치는 것으로 보여준다. 연구 결과

를 통해 생태관광객은 물건을 소비하는 것에서 나아가 의미 있는 경험을 소비하는 그룹이며 생태관광객의 인식을 분석하는 것은 생태관광객의 행동 의도에 미칠 수 있는 중요한 요인을 분석할 수 있음을 강조하였다.

Castellanos-Verdugo, Vega-Vázquez, Oviedo-García, & Orgaz-Agüera (2016)은 생태관광객이 관광지에 만족할수록 가족과 지인에게 생태 관광지를 추천하려는 의지와 재방문 의도를 가지고 있다고 제시하였다. Peña et al. (2012)은 스페인 농촌 관광을 대상으로 지각된 가치, 만족도, 충성도 간의 영향 관계를 분석하였다. 지각된 가치(기능적, 정서적)의 2개 요인 모두 만족도와 충성도에 긍정적인 영향을 미친다는 것을 보여준다.

Carrascosa-Lopez, Carvache-Franco, & Carvache-Franco (2021)은 스페인 Posets Maladeta 자연공원 생태관광객 341명을 대상으로 지각된 가치를 3개의 차원인 기능적 가치, 경제적 가치, 사회적 및 정서적 가치로 분석하여 만족도와 충성도에 영향 관계를 조사하였다. 지각된 가치 중 사회적 및 정서적 가치를 제외한 가치들이 관광객의 전반적인 만족도를 예측할 수 있는 변수라고 나타났다. 기능적 가치는 수익의 예측할 수 있는 변수이고 목적지에 대한 생태관광객의 충성도를 예측하는 주요 차원임을 나타냈다. 또한, 사회적 및 정서적 가치는 생태관광객의 여행지 추천 의도를 예측할 수 있는 중요 변수라고 제시하였다. Mengkebayaer, Nawas, & Sajid (2022)은 지각된 가치와 관광객의 경험이 목적지 충성도와 형평성에 영향을 미치고, 이는 충성도에 영향을 미친다는 것을 보여준다. 또한, 지각된 가치와 경험이 목적지 충성도 사이의 목적지 애착과 목적지 형평성의 매개역할을 나타냈다.

이상의 선행연구를 종합적으로 정리하면 다음과 같다. 선행 연구는 구조방정식 모형에 의하여 지각된 가치와 만족, 충성도의 영향관계를 분석한 연구(성보현, & 최영석, 2016; 최민선, & 오민재, 2019; Castellanos-Verdugo et al., 2016; Kim, & Park, 2017; Pena, Jamilena, & Molina, 2012)와 회귀모형에 의하여 영향관계를 분석한 연구(이익수, 2021; Carvache-Franco, et al., 2020)로 대별된다. 지각된 가치를 하부요인으로 구분하지 않고, 지각된 가치 그 자체의 충성도에 영향을 미치는 연구(Castellanos-Verdugo et al., 2016; Kim, & Park, 2017; Pena, Jamilena, & Molina, 2012)가 있다. 그리고 지각된 가치의 차원을 하위차원으로 세분하여 충성도에 영향을 미치는 요인에 대한 선행연구를 살펴보면, 충성도에 영향을 미치는 요인으로 사회적 가치(최민선, & 오민재, 2019; Carvache-Franco, et al., 2020; Kim, & Park, 2017), 정서적 가치(김현철, & 정기한,

최민선, & 오민재, 2019; 이익수, 2021; Kim, & Park, 2017), 기능적 가치(성보현, & 최영석, 2016; 최민선, & 오민재, 2019; 이익수, 2021; Carvache-Franco, et al., 2020; Kim, & Park, 2017)가 있다.

2.4. 환경친화적 태도와 충성도 간의 영향 관계

태도(Attitude)는 소비자 행동 연구에서 가장 많이 연구된 구성 요소 중 하나이다(Hsu, Cai, & Li, 2010). 또한, 자신의 가치를 투영하는 직관적인 개념이다(Leiserowitz, Kates, & Parris, 2006; Katz, 1960). Chiu, Lee, & Chen (2014)은 개인의 환경적인 태도는 실제로 생태관광객과 단순한 자연지역 관광객의 차이를 이해하는데 중요한 요소라고 정의하였다. Dunlap, Van Liere, Mertig, & Jones (2000)은 대중의 환경문제에 대한 시각을 파악하기 위해 환경친화적 태도, 신념, 가치를 포함한 환경 패러다임을 분석하는 척도를 개발하였다. Milfont, &

Duckitt (2010)은 환경친화적 태도는 자연환경을 어느 정도 호의 또는 비호감으로 표현하는 심리적 경향이라 정의하였다. 환경친화적 태도를 가진 사람은 생태계에 대해 걱정하고 환경에 해를 끼치지 않는 방식으로 행동하는 것을 목표로한다(Steg, & Vlek, 2009). 생태 관광에서 환경친화적 태도와 충성도간의 영향관계를 분석한 선행연구를 살펴보면 <표 2>와 같다.

양승필, & 곽영대 (2010)는 제주도 절물휴양림 잠재 관광객 304명을 대상으로 매력 속성(자연 매력, 이용 편의, 접근성), 태도(인지적 태도, 정서적 태도, 행동적 태도), 지각된 가치가 만족도(충성도) 간의 영향 관계를 다중회귀분석으로 분석하였다. 분석 결과, 매력 속성 중 자연 매력, 이용 편의와 태도가 지각된 가치를 매개하여 만족도(충성도)에 정적인 영향 관계가 있는 것으로 나타났다.

Lu, Gursoy, & Del Chiappa (2016)은 이탈리아 여행자 2,352명을 대상으로 생태관광 태도가 생태관광 행동(생태관광 관심, 생태관광 방문 의도, 제품 및 서비스에 대한 프리미엄 지불 의지

<표 2> 환경친화적 태도환경친화적 태도와 충성도 간의 영향 관계

연구자	연구대상	연구방법	변인		연구결과
			독립	종속	
양승필, & 곽영대 (2010)	제주 절물휴양림 잠재 관광객 304명	-다중회귀분석	-매력 속성 • 자연 매력 • 이용 편의 • 접근성 -태도 • 인지적 태도 • 정서적 태도 • 행동적 태도 -지각된 가치(매개)	-만족도(충성도 포함)	-매력 속성, 만족도 • 자연 매력(+) • 이용 편의(+) -태도, 만족도 • 인지적 태도(+) • 정서적 태도(+) • 행동적 태도(+) -지각된 가치, 만족도(+)
Lu, Gursoy, & Del Chiappa (2016)	이탈리아 여행자 2,352명	-구조방정식	-생태관광 태도	-생태관광 행동 • 생태관광 관심 • 생태관광 방문 의도(충성도) • 제품 및 서비스에 대한 프리미엄 지불 의지	-생태관광 태도, 생태관광 행동(+)
de Oliveira, Santos, & Santos Lobo (2021)	브라질 이구아수 국립공원 잠재 관광객 434명	-구조방정식	-환경친화적 태도 -방문 동기(매개)	-만족도(충성도)	-환경친화적 태도, 만족도(+) -방문 동기, 만족도(+)
Najjarzadeh, Jafari, Jafari, & Rajabi (2018)	카르투란 국립 공원 잠재 관광객 200명	-경로분석	-환경친화적 태도 -관광객 만족도(매개)	-행동 의도(충성도)	-환경친화적 태도, 행동의도(+) -관광객 만족도, 행동의도(+)
Li, & Wang (2017)	중국 옹춘니우물린 생태관광지구 잠재 관광객 360명	-경로분석	-환경친화적 태도 -환경적 행동(매개)	-만족도(충성도)	-환경친화적 태도, 만족도(+) -환경적 행동, 만족도(+)
Thapa (2010)	미국 펜실베이니아 주립 공원 인근 주민 309명	-매개효과 회귀분석	-환경친화적 태도 • 생태적 태도 • 이종적 태도 • 기술적 태도 -활동적 참여(매개)	-행동 의도(충성도)	-환경친화적 태도, 행동 의도 • 생태적 태도(+) • 이종적 태도(+) • 기술적 태도(-)
Hasan, Abdullah, Lew, & Islam (2019)	방글라데시 3개 주요 해변 관광객 601명	-PLS 구조방정식	-재방문에 대한 태도 -관광객 만족도	-재방문 의도(충성도)	-관광 태도, 재방문 의도(+) -관광객 만족도, 재방문의도(+)

지불 의지) 간의 영향 관계를 구조방정식으로 분석하였다. 분석 결과, 생태관광 태도(즐거움, 긍정, 재미)가 생태관광 행동에 정적인 영향 관계가 있는 것으로 나타났다. Hasan, Abdullah, Lew, & Islam (2019)은 방글라데시 3개 주요 해변 관광객 601명을 대상으로 재방문에 대한 태도와 관광객 만족도가 재방문 의도(충성도) 간의 영향 관계를 부분 최소 기반 구조방정식(PLS-SEM)으로 분석하였다. 분석 결과, 재방문 의도와 재방문에 대한 관광객의 태도에 대한 지각된 위험도, 관광지 이미지, 관광지 만족도 간에 정적인 영향 관계가 있는 것으로 나타났다.

De Oliveira, Santos, & Santos Lobo (2021)은 브라질 이구 이수 국립공원 잠재 관광객 434명을 대상으로 환경친화적 태도가 방문 동기를 매개하여 만족도(충성도) 간의 영향 관계를 클러스터 분석과 구조방정식으로 분석하였다. 분석 결과, 환경친화적 태도가 높은 사람이 그렇지 않은 사람보다 방문 만족도(충성도)에 정적인 영향 관계가 있는 것으로 나타났다. 환경친화적 태도는 만족도(충성도)에 직접적인 영향을 주지만 동기에 의해 매개되는 간접적인 영향 관계도 나타났다. 매개효과는 자연에 기반한 동기를 갖는 경향이 있는 환경 운동가의 충성도를 의미합니다. Najjarzadeh, Jafari, Jafari, & Rajabi (2018)은 카르투란 국립공원 생태관광객 200명을 대상으로 환경친화적 태도가 관광객 만족도를 매개하여 행동 의도(충성도) 간의 영향 관계를 경로분석으로 분석하였다. 분석 결과, 환경친화적 태도가 관광객 만족도를 매개하여 행동 의도(충성도)에 정적인 영향 관계가 있는 것으로 나타났다.

Li, & Wang (2017)은 중국 용춘니우물린 생태관광지구 관광객 360명을 대상으로 환경친화적 태도가 만족도(충성도) 간의 영향 관계를 경로분석으로 분석하였다. 분석 결과, 환경친화적 태도가 환경적 행동을 매개하여 만족도(충성도)에 정적인 영향 관계가 있는 것으로 나타났다. Thapa (2010)은 미국 펜실베이니아 주립 공원 인근 주민 309명을 대상으로 환경친화적 태도(생태적 태도, 이중적 태도, 기술적 태도)가 행동 의도(충성도) 간의 영향 관계를 매개효과 회귀분석으로 분석하였다. 분석 결과, 환경친화적 태도 중 생태적 태도와 이중적 태도가 활동적 참여를 매개로 행동 의도(충성도)에 정적인 영향 관계가 있는 것으로 나타났다. 반면, 기술적 태도는 활동적 참여를 매개로 행동 의도(충성도)에 부적인 영향 관계가 있는 것으로 나타났다.

이상의 선행연구를 종합적으로 정의하면 다음과 같다. 생태관광에서는 관광객의 환경친화적 태도가 매우 중요하기 때문에 환경친화적 태도는 충성도를 선행하는 변수이다. 관광객의 환경친화적 태도가 충성도간의 영향관계에 대한 선행연구는 크게

세 가지로 구분된다. 환경친화적 태도가 동기와 충성도 사이에서의 매개효과를 제시한 연구(De Oliverira, & Santos Lobo, 2021), 구조방정식을 통하여 환경친화적 태도가 충성도의 영향 관계를 제시한 연구(Li, & Wang, 2017; Najjarzadeh, Jafari, & Rajabi, 2018), 매개효과 회귀분석을 통하여 매개효과를 제시한 연구(Thapa, 2010)이 있다. 이상의 세가지 모형에서 환경친화적 태도는 충성도에 매개효과가 있는 것으로 제시되고 있지만, 조절효과에 대한 연구결과가 제시되지 않았다.

3. 연구 방법

3.1. 자료수집

본 연구는 연구 대상지는 정책적으로 생태관광 운영을 추진 계획 중인 시화호와 새만금으로 설정하였고, 현황 분석을 위해 2021년 6월 23일, 7월 14일 이틀간 현장조사를 진행하였다. 연구 대상은 새만금 간척지 생태관광객과 새만금 간척지와 유사한 형태를 보이는 시화호 간척지 생태관광객을 대상으로 설문조사를 진행하였다. 새만금 설문조사는 2021년 10월 23일부터 10월 29일까지 7일간 실시되었으며, 시화호 설문조사는 2021년 11월 20일부터 11월 21일까지 2일간 진행하였다.

본 조사 진행 전 2021년 10월에 설문조사 조사원 5명을 대상으로 설문교육을 하였으며, 응답자에게 익명성 보장과 연구목적 이외에 사용하지 않음을 설명하였다. 예비조사를 통해 설문지를 수정 및 보완하였다. 설문조사는 구조화된 설문지를 Web 설문지 개발시스템을 적용한 QR 모바일 설문지와 스마트폰 사용이 어려운 응답자를 위해 지류용 설문지를 통해 바로 응답할 수 있도록 하였다. 성실한 설문 응답을 위해 설문 교육을 받은 조사원과 연구자가 조사대상자와 1:1 면담을 통한 자기기입식 설문을 진행하여 응답자의 이해도를 높이고 협조를 요청하는 방식으로 진행하였다. 설문지에 응답해 준 응답자에게 8천원 상당의 친환경 기념품을 제공하였고, 새만금 간척지 생태관광객 201명과 시화호 간척지 생태관광객 100명이 응답하여 301개의 응답을 얻었다.

3.2. 측정도구

지각된 가치에 대한 측정도구는 선행연구(Sweeney, & Soutar, 2001; Chiu, Lee, & Chen, 2014; Kang, Lee, Lee, & Li, 2016;

Kiatkawsin, & Han, 2017; Petrick, & Backman, 2002; Grewal, Monroe, & Krishnan, 1998)를 참고하여 총 12개 문항으로 구성하였다. 측정 문항은 ‘전혀 그렇지 않다’ 1점에서 ‘매우 그렇다’ 5점까지 5단계 Likert 척도를 사용하였고, 지각된 가치의 세부 문항은 기능적 가치(4항목), 정서적 가치(4항목), 사회적 가치(4항목)에 대한 문항으로 구성하였다.

환경친화적 태도에 대한 측정도구는 선행연구(Song, Lee, Knag, & Boo, 2012; Reitsamer, Brunner-Sperdin, & Stokburger-Sauer, 2016; Dunlap, Van Liere, Mertig, & Jones, 2000; Lu, Gursoy, & Chiappa, 2016; Teng, Wu, & Huang, 2014)를 바탕으로 총 9개 문항으로 구성하였다. 측정 문항은 ‘전혀 그렇지 않다’ 1점에서 ‘매우 그렇다’ 5점까지 5단계 Likert 척도를 사용하였다. 충성도에 대한 측정도구는 선행연구(Gounaris, & Stathakopoulos, 2004; Oliver, 1997; Zeithaml, Berry, & Parasuraman, 1996)를 참고하여 총 3개의 문항을 구성하였고, 5단계 Likert 척도를 사용하였다.

3.3. 자료분석

본 연구에서 수집된 설문지는 총 301부 중 마할라노비스 거리(Mahalanobis distance)를 이용해 29개의 다변량 이상치를 검출하고 이를 제거해 272개의 유용한 응답이 나왔다. 최종 유효 표본은 코딩작업을 거쳐 SPSS 25.0 프로그램을 사용하여 요인 분석과 조절회귀분석의 2단계 분석과정을 통하여 이루어졌다.

첫째, 생태관광 생태관광객의 지각된 가치의 차원을 도출하기 위하여 요인분석(factor analysis)을 실시하였다. 요인분석은 다수 변인 간의 공분산과 상관관계 등을 이용하여 변수들 간의 상호관계를 분석하고, 문항과 변수 간의 상관관계를 파악하여 여러 가지 변수들이 지닌 정보를 적은 수의 요인으로 축소하는 것이다. 본 연구는 직각회전(orthogonal rotation) 방식 중 하나인 베리맥스 회전법(varimax rotation)을 적용하였다. 베리맥스 회전법은 요인부하량을 단순화하여 요인들의 회전을 통해 비교적 명확한 관계를 파악한다(Hair, Black, Babin, Anderson & Tatham, 2006). 요인분석은 Hair et al. (2006)이 제안한 적용기준을 활용하였다. 요인부하량(factor loading) 0.5 이상, 요인고유치(eigenvalues) 1이상, 그리고 원 변량의 60% 이상을 제시하는 것을 기준으로 하였다. 요인분석을 진행할 때 변수들의 타당성과 신뢰성을 확보하기 위해 Bartlett의 구형검정(Bartlett test of sphericity)을 실시하였고, 변수 간의 편상관을 확인하여 표본 적합도를 알기 위해 KMO(Kaiser-Meyer-Olkin) 검사를

하였다. KMO 검정값은 0에서 1사이의 값으로 나타나며, 0.5보다 크면 요인분석이 가능하고, 0.8 이상일 경우 요인분석에 매우 적합하다고 나타났다. 본 연구에서 사용된 측정 항목 간 내적 일관성 및 신뢰도 파악을 위해 Cronbach's α 계수를 활용한 신뢰도 분석을 하였다.

둘째, 생태관광객의 지각된 가치가 충성도에 미치는 영향을 분석하고, 환경친화적 태도의 조절효과를 규명하기 위해 조절회귀 분석을 실행하였다. 다중공선성 문제 해결을 위해 평균 중심화(mean centering) 후 조절회귀 분석을 실행하였다(Brincks, 2012).

4. 연구 결과

4.1. 응답자의 인구학적 특성

응답자의 인구학적 특성을 파악하기 위해 빈도 분석 결과 <표 3>과 같다. 성별은 여자 147명(54.0%), 남자 125명(46.0%) 순서로 나타났다. 나이는 41~50세 64명(23.5%), 31~40세 62명(22.8%), 51~60세 58명(21.3%), 21~30세 47명(17.3%), 20세 이하 19명(7.0%), 61세~70세 19명(7.0%), 71세 이상 3명(1.1%) 순으로 나타났다.

결혼 여부는 기혼 172명(63.2%), 미혼 94명(34.6%), 독신 6명(2.2%) 순으로 나타났다. 학력은 대학교 170명(62.5%), 고등학교 45명(16.5%), 대학원 45명(16.5%), 중학교 이하 12명(5.4%) 순으로 나타났다. 직업 유형은 사무행정직 66명(24.3%), 전문직 64명(23.5%), 학생 37명(13.6%), 주부 30명(11.0%), 자영업 28명(10.3%), 생산기술직 14명(5.1%), 기타 13명(4.8%) 판매서비스직 11명(4.0%), 농림수산업 9명(3.3%) 순으로 나타났다. 월 소득은 501만원 이상 81명(29.8%), 201~300만원 58명(21.3%), 301~400만원 58명(21.3%), 401~500만원 38명(14.0%), 101~200만원 20명(7.4%), 100만원 이하 17명(6.3%) 순으로 나타났다.

4.2. 환경친화적 태도

응답자의 환경친화적 태도 특성을 빈도 분석 결과 <표 4>와 같다. 환경적 태도는 총 9개의 문항으로 구성되었으며, 환경적 태도의 전체 평균은 4.01점으로 나타났다. 항목별로 ‘인간이 자연을 간섭할 때 종종 재난이 발생한다’가 4.21점으로 가장 높게

〈표 3〉 응답자의 인구학적 특성

(N=272)

구분		빈도(%)	구분		빈도(%)
성별	남	125(46.0)	결혼 여부	결혼	172(63.2)
	여	147(54.0)		미혼	94(34.6)
연령	20세 이하	19(7.0)		월 소득	100만원 미만
	21~30세	47(17.3)	101~200만원		20(7.4)
	31~40세	62(22.8)	201~300만원		58(21.3)
	41~50세	64(23.5)	301~400만원		58(21.3)
	51~60세	58(21.3)	401~500만원		38(14.0)
	61~70세	19(7.0)	501만원 이상	81(29.8)	
	71세 이상	3(1.1)	직업 유형	농림수산업	9(3.2)
학력	중학교 이하	12(5.4)		자영업	28(10.3)
	고등학교	45(16.5)		사무행정직	66(24.3)
	대학교	170(62.5)		생산기술직	14(5.1)
	대학원	45(16.5)		판매 서비스직	11(4.0)
					전문직
		주부		30(11.0)	
		학생	37(13.6)		
		기타	13(4.8)		

〈표 4〉 환경적 태도 빈도 분석

구분		N	%	평균	표준편차	
환경친화적 태도 (4.01)	지구는 지탱할 수 있는 인구 수의 한계에 도달하고 있다	전혀 그렇지 않다	5	1.8	3.81	0.893
		그렇지 않다	18	6.6		
		보통	55	20.2		
		그렇다	140	51.5		
		매우 그렇다	54	19.9		
	지구는 매우 제한적인 공간과 자원을 가지고 있다	전혀 그렇지 않다	1	.4	4.08	0.836
		그렇지 않다	13	4.8		
		보통	40	14.7		
		그렇다	128	47.1		
		매우 그렇다	90	33.1		
	인간은 자연환경을 인간의 필요에 맞게 바꿀 권리가 없다	전혀 그렇지 않다	5	1.8	3.67	1.014
		그렇지 않다	38	14.0		
		보통	56	20.6		
		그렇다	117	43.0		
		매우 그렇다	56	20.6		
	식물/동물도 인간과 동일하게 생존할 권리가 있다	전혀 그렇지 않다	1	.4	4.14	0.789
그렇지 않다		10	3.7			
보통		32	11.8			
그렇다		136	50.0			
매우 그렇다		93	34.2			
인간은 자연을 지배할 권리가 없다	전혀 그렇지 않다	5	1.8	3.87	0.984	
	그렇지 않다	25	9.2			
	보통	46	16.9			
	그렇다	120	44.1			
	매우 그렇다	76	27.9			

구분		N	%	평균	표준편차
인간이 자연을 간섭할 때 종종 재난이 발생한다	전혀 그렇지 않다	0	0	4.21	0.721
	그렇지 않다	4	1.5		
	보통	36	13.2		
	그렇다	131	48.2		
	매우 그렇다	101	37.1		
자연의 균형은 매우 섬세하여 쉽게 훼손될 수 있다	전혀 그렇지 않다	2	.7	4.14	0.787
	그렇지 않다	6	2.2		
	보통	38	14.0		
	그렇다	133	48.9		
	매우 그렇다	93	34.2		
특별한 능력에도 불구하고 인간은 여전히 자연의 법칙의 지배를 받는다	전혀 그렇지 않다	0	0	4.10	0.782
	그렇지 않다	10	3.7		
	보통	41	15.1		
	그렇다	134	49.3		
	매우 그렇다	87	32.0		
인간은 결국 자연법칙에 대해 충분히 학습할 것이다	전혀 그렇지 않다	3	1.1	4.01	0.797
	그렇지 않다	7	2.6		
	보통	46	16.9		
	그렇다	145	53.3		
	매우 그렇다	71	26.1		

나타났다. ‘식물/동물도 인간과 동일하게 생존할 권리가 있다’ 4.14점, ‘자연의 균형은 매우 섬세하여 쉽게 훼손될 수 있다’ 4.14점, ‘특별한 능력에도 불구하고 인간은 여전히 자연의 법칙의 지배를 받는다’ 4.10점, ‘지구는 매우 제한적인 공간과 자원을 가지고 있다’ 4.08점, ‘인간은 결국 자연법칙에 대해 충분히 학습할 것이다’ 4.01점, ‘인간은 자연을 지배할 권리가 없다’ 3.87점, ‘지구는 지탱할 수 있는 인구 수의 한계에 도달하고 있다’ 3.81점, ‘인간은 자연환경을 인간의 필요에 맞게 바꿀 권리가 없다’ 3.67점 순으로 나타났다.

4.3. 지각된 가치 요인분석

본 연구의 지각된 가치 구성개념에 대한 핵심 내재 요인을 간추리고 신뢰성 및 타당성 검증을 위해서 12개의 변수를 대상으로 탐색적 요인분석을 진행하였다. 요인분석을 진행할 때 변수들의 타당성과 신뢰성을 확보하기 위해 Bartlett의 구형검사(Bartlett test of sphericity)를 실시하였고, 변수 간의 편상관을 확인하여 표본 적합도를 알기 위해 KMO(Kaiser-Meyer-Olkin) 검사를 하였다.

검정 결과, Bartlett 값($\chi^2=2123.025, p < .001$)은 유의 확률 0.00으로 나타났다. KMO의 표본 적절성 검사는 0.883으로 나

타났으며 요인분석이 가능함을 보여준다. 이는 Bartlett 값에서 $p < .05$ 이면 대각행렬이 아님을 의미하므로 요인분석을 하는 것이 적절하다고 나타났다. KMO 값은 높을수록 좋으며 0.5보다 크면 요인분석이 가능하고, 0.8 이상일 경우 요인분석에 매우 적합하다고 나타났다.

지각된 가치 12개 문항의 요인분석을 실시한 결과는 <표 5>와 같다. 분석결과, 3개의 요인이 도출되었다. 3개의 요인의 총 분산은 73.594%이고, 각 요인 부하량은 0.5 이상임으로 지각된 가치의 요인분석이 적절하다고 나타났다. 3개 요인의 Cronbach's α 값은 모두 0.6 이상으로 추출된 요인들은 충분한 설명력을 보여준다.

요인 1은 ‘새만금/시화호 방문은 나를 기분 좋게 만든다’, ‘새만금/시화호 방문은 재미있다’, ‘새만금/시화호 방문은 즐거운 경험이다’, ‘새만금/시화호 방문은 매력적인 경험이다’ 4개의 변수를 포함하고 있다. 요인 1은 전체 변량의 50.390%를 설명하고 있으며 ‘정서적 가치’로 명명하였다. 요인 2는 ‘새만금/시화호는 사람들에게 나에게 대한 좋은 인상을 갖게 되었다’, ‘새만금/시화호 방문은 자의 사회적 지위가 상승했다는 기분이 들게 한다’, ‘새만금/시화호 방문은 나의 자존감을 높인다’, ‘새만금/시화호 방문으로 타인에 대한 포용력이 커지게 되었다’ 4개의 변수를 포함하고 있다. 요인 2는 전체 변량의 12.063%를

(표 5) 지각된 가치 요인분석

변수	요인 부하량	요인 고유치	분산 설명력	Cronbachs' α	평균
요인 1. 정서적 가치					3.90
새만금/시화호 방문은 나를 기분 좋게 만든다	.855				3.94
새만금/시화호 방문은 재미있다	.839	6.047	50.390	0.913	3.81
새만금/시화호 방문은 즐거운 경험이다	.833				3.89
새만금/시화호 방문은 매력적인 경험이다	.808				3.94
요인 2. 사회적 가치					3.28
새만금/시화호는 사람들에게 나에 대한 좋은 인상을 갖게 되었다	.849				3.36
새만금/시화호 방문은 자의 사회적 지위가 상승했다는 기분이 들게 한다	.838	1.448	12.063	0.905	2.97
새만금/시화호 방문은 나의 자존감을 높인다	.823				3.36
새만금/시화호 방문으로 타인에 대한 포용력이 커지게 되었다	.773				3.44
요인 3. 기능적 가치					3.38
새만금/시화호 관광에서 품질(숙박, 식당, 편의시설 등)은 일관성이 있다	.856				3.18
새만금/시화호 관광에서 숙박, 식당, 편의시설 가격은 합리적이다	.853	1.337	11.141	0.764	3.28
새만금/시화호 관광은 품질 관리가 잘 되고 있다	.597				3.50
새만금/시화호 관광은 돈을 지불할 가치가 있다	.453				3.55
Total variance extracted= 73.594%, KMO = .883 Bartlett의 구형성 검정 $\chi^2= 2123.025$ ($df = 66, p < .001$)					

설명하고 있으며 ‘사회적 가치’로 명명하였다.

요인 3은 ‘새만금/시화호 관광에서 품질(숙박, 식당, 편의시설 등)은 일관성이 있다, ‘새만금/시화호 관광에서 숙박, 식당, 편의시설 가격은 합리적이다, ‘새만금/시화호 관광은 품질 관리가 잘 되고 있다, ‘새만금/시화호 관광은 돈을 지불할 가치가 있다’ 4개의 변수를 포함하고 있다. 요인 3은 전체 변량의 11.141%를 설명하고 있으며 ‘기능적 가치’로 명명하였다.

4.4. 환경친화적 태도의 조절효과 분석

지각된 가치 중 기능적 가치를 제외하고 지각된 가치가 충성도에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 먼저, 정서적 가치가 충성도에 영향을 미치는 데 있어, 환경친화적 태도의 조절 효과를 검증하기 위해 위계적 회귀분석(hierarchical regression analysis)을 실시하였다. 모델1에서는 독립변수인 정서적 가치가 충성도에 미치는 영향을 검증하였고, 모형2에서는 조절 변수인 환경친화적 태도를 추가로 투입하였으며, 모형3에서는 독립변수와 조절 변수 간 상호작용 변수를 투입하였다. 다중공선성 문제를 해결하기 위해, 독립변수와 조절 변수는 표준화 변환하여 분석하였다.

분석 결과는 <표 6>과 <그림 1>과 같다. 모델1의 설명력은 21.1%이며, 통계적으로 유의미한 것으로 나타났다($F=73.447,$

$p<.01$). 모델2의 설명력은 29.7%, 설명력 증가량(ΔR^2)은 .088이며, 통계적으로 유의미한 것으로 나타났다($F=58.225, p<.01$). 모델3의 설명력은 31.4%, 설명력 증가량(ΔR^2)은 .012이며, 통계적으로 유의미한 것으로 나타났다($F=40.929, p<.01$). Durbin-Watson 통계량은 1.725으로 2에 근사한 값을 보여 잔차의 독립성 가정에 문제가 없는 것으로 평가되었고, 분산팽창지수도 모두 2.0미만인면서 1에 가깝고, 개별 공차도 0.5이상인면서 1에 가깝게 나타났기 때문에 다중공선성 검증 결과는 문제가 없는 것으로 나타났다(VIF=1.000-1.050, 공차=.953-1.000).

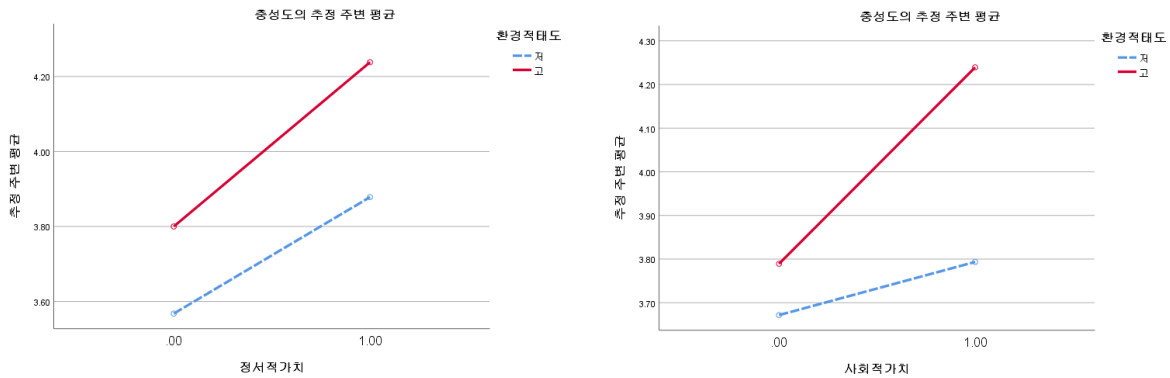
회귀계수의 유의성 검증 결과, 모델1에서 정서적 가치($\beta=.462, p<.01$)가 충성도에 통계적으로 유의미하게 정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 모델2에서 정서적 가치($\beta=.407, p<.01$)가 충성도에 통계적으로 유의미하게 정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 조절변수인 환경친화적 태도($\beta=.302, p<.01$)는 충성도에 통계적으로 유의미하게 정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다.

모델3에서 정서적 가치($\beta=.402, p<.01$)가 충성도에 통계적으로 유의미하게 정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 조절 변수인 환경친화적 태도($\beta=.316, p<.01$)는 충성도에 통계적으로 유의미하게 정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 조절 회귀분석을 위해 정서적 가치와 환경친화적 태도의 상호작용을 투입한 결과에서 정서적 가치*환경친화적 태도($\beta=.111, p<$

(표 6) 정서적 가치와 환경친화적 태도의 조절효과 분석

구분	모델 1			모델 2			모델 3		
	B	β	t-value	B	β	t-value	B	β	t-value
상수	3.902		117.040	3.902		123.991	3.890		122.562
정서적 가치	.286	.462	8.570**	.252	.407	7.852**	.249	.402	7.809**
환경친화적 태도				.200	.302	5.833**	.208	.316	6.088**
정서적 가치*환경친화적 태도							.070	.111	2.174*
F		73.447**			58.225**			40.929**	
R ²		.214			.302			.314	
Adjusted R ²		.211			.297			.307	
ΔR^2		-			.088**			.012*	

종속변인: 충성도, 변수투입방법: enter, * $p < .05$, ** $p < .01$



(그림 1) 지각된 가치와 환경친화적 태도의 상호작용 그래프

.01)가 충성도에 통계적으로 유의미하게 정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 정서적 가치*환경친화적 태도의 상호작용 상승효과가 나타났다. 정서적 가치가 충성도에 미치는 데 있어 환경친화적 태도는 정적으로 조절적인 역할을 하는 것으로 나타났다으며, 환경친화적 태도는 정서적 가치가 충성도에 미치는 정적 영향을 높여주는 것으로 검증되었다.

사회적 가치가 충성도에 영향을 미치는 데 있어, 환경친화적 태도의 조절 효과를 검증하기 위해 위계적 회귀분석(hierarchical regression analysis)을 실시하였다. 모델1에서는 독립변수인 사회적 가치가 충성도에 미치는 영향을 검증하였고, 모델2에서는 조절 변수인 환경친화적 태도를 추가로 투입하였으며, 모델3에서는 독립변수와 조절 변수 간 상호작용 변수를 투입하였다. 다중공선성 문제를 해결하기 위해, 독립변수와 조절 변수는 표준화 변환을 실시하여 분석하였다.

분석 결과는 <표 7>과 <그림 1>과 같다. 모델1의 설명력은 14.6%이며, 통계적으로 유의미한 것으로 나타났다($F=47.208, p<.01$). 모형2의 설명력은 25.7%, 설명력 증가량(ΔR^2)은 .114이며, 통계적으로 유의미한 것으로 나타났다($F=47.930, p<.01$).

모델3의 설명력은 28.5%, 설명력 증가량(ΔR^2)은 .022이며, 통계적으로 유의미한 것으로 나타났다($F=35.529, p<.01$). Durbin-Watson 통계량은 1.737으로 2에 근사한 값을 보여 잔차의 독립성 가정에 문제 없는 것으로 평가되었고, 분산팽창지수(variance inflation factor; VIF)도 모두 2.0미만인면서 1에 가깝고, 개별 공차도 0.5이상인면서 1에 가깝게 나타났기 때문에 다중공선성 검증 결과는 문제가 없는 것으로 나타났다($VIF=1.000-1.044$, 공차=.957-1.000).

회귀계수의 유의성 검증 결과, 모델1에서 사회적 가치($\beta=.386, p<.01$)가 충성도에 통계적으로 유의미하게 정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉, 사회적 가치가 높을수록 충성도가 높아지는 것으로 검증되었다. 모델2에서 사회적 가치($\beta=.349, p<.01$)가 충성도에 통계적으로 유의미하게 정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 조절변수인 환경친화적 태도($\beta=.339, p<.01$)는 충성도에 통계적으로 유의미하게 정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다.

모델3에서 사회적 가치($\beta=.323, p<.01$)가 충성도에 통계적으로 유의미하게 정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 조절

(표 7) 사회적 가치와 환경친화적 태도의 조절효과 분석

구분	모델 1			모델 2			모델 3		
	B	β	t-value	B	β	t-value	B	β	t-value
상수	3.902		112.481	3.902		123.991	3.890		122.562
사회적 가치	.239	.386	6.871**	.216	.349	6.633**	.200	.323	6.109**
환경친화적 태도				.224	.339	6.447**	.233	.354	6.773**
사회적 가치*환경친화적 태도							.098	.150	2.858**
F		47.208**			47.930**			35.529**	
R ²		.149			.263			.285	
Adjusted R ²		.146			.257			.277	
ΔR^2		-			.114**			.022**	

종속변인: 충성도, 변수투입방법: enter, * $p < .05$, ** $p < .01$

변수인 환경친화적 태도($\beta=.354, p<.01$)는 충성도에 통계적으로 유의미하게 정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 조절 회귀분석을 위해 사회적 가치와 환경친화적 태도의 상호작용을 투입한 결과에서 사회적 가치*환경친화적 태도($\beta=.150, p<.01$)가 충성도에 통계적으로 유의미하게 정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 사회적 가치*환경친화적 태도의 상호작용 상승 효과가 나타났다. 상호작용의 상승효과는 환경친화적 태도가 높을수록 충성도에 정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 사회적 가치가 충성도에 영향을 미치는 데 있어 환경친화적 태도는 정적으로 조절적인 역할을 하는 것으로 나타났으며, 환경친화적 태도는 사회적 가치가 충성도에 미치는 정적 영향을 높여 주는 것으로 검증되었다.

본 연구 결과를 종합적으로 정리하면 다음과 같다. 생태관광객의 지각된 가치 중 ‘정서적 가치’와 ‘사회적 가치’가 높을수록 충성도가 정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 같은 수준의 지각된 가치를 갖은 사람 중 환경친화적 태도를 가지고 있는 생태관광객이 관광지에 대한 충성도가 높게 나타났다.

5. 결론

생태관광은 가치지향적인 관광이기 때문에, 생태관광객의 지각된 가치와 충성도를 파악하는 것은 매우 중요하다. 충성도가 높은 생태관광객은 관광지에 대한 재방문과 비용감소를 제공하여 이익을 증가시킨다. 충성도가 높은 생태관광객은 대안 관광지가 있음에도 불구하고 재방문하여 지인에게 관광지를 추천하고 지속적인 개발을 위해 피드백을 제공한다. 이러한 충성도는 새로운 관광객을 유치하는 것과 비교할 때 더 효율적이다. 본 연구의 목적은 조절회귀분석을 통하여 생태관광객의 지각된

가치가 환경친화적 태도의 조절 효과에 따라 충성도에 미치는 영향을 분석하는 것이다.

지각된 가치의 차원을 구명하기 위하여 요인분석을 실시하였다. 분석결과, 정서적 가치, 사회적 가치, 기능적 가치의 세 차원으로 나타났다. 이것은 선행연구(이익수, 2021; 최민선, & 오민재, 2019; Carvache-Franco, et al., 2020; Kim, & Park, 2017)와 일치된 결과이다. 도출된 지각된 가치의 세 가지 차원에서 정서적 가치가 가장 높은 변량(50.4%)을 차지하였다. 이것은 정서적 가치가 가장 중요함을 의미한다. 세 가지 가치 중에서 정서적 가치가 평균값(3.90)도 가장 높게 나타났다.

조절회귀분석을 통하여 환경친화적 태도의 조절효과를 분석하였다. 분석결과, 우선 지각된 가치 중에서 정서적 가치가 충성도에 정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이것은 선행연구의 연구 결과(김현철, & 정기환, 최민선, & 오민재, 2019; 이익수, 2021; Kim, & Park, 2017)와 일치하였다. 그리고 정서적 가치와 환경친화적 태도의 상호작용을 투입한 결과에서 조절 효과가 있는 것으로 나타났다. 즉 정서적 가치가 높으면 충성도가 높는데, 환경친화적 태도가 높으면 충성도가 더욱 더 높아진다는 것을 의미한다.

지각된 가치 중에서 사회적 가치가 충성도에 정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 선행연구의 연구 결과(최민선, & 오민재, 2019; Carvache-Franco, et al., 2020; Kim, & Park, 2017)와 일치하였다. 또한 사회적 가치와 환경친화적 태도의 상호작용을 투입한 결과에서 정적인 조절효과가 있는 것으로 나타났다. 즉 사회적 가치가 높으면 충성도가 높게 나타나는데, 환경친화적 태도가 높으면 충성도가 더욱 더 높아진다는 것을 의미한다.

반면에, 기능적 가치는 충성도에 정적인 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 선행연구(성보현, & 최영석, 2016; 최민선, &

오민재, 2019; 이익수, 2021; Carvache-Franco, et al., 2020; Kim, & Park, 2017)와 상반된 연구결과이다. 기능적 가치가 환경친화적 태도의 조절 효과에 따른 충성도 사이에 통계적으로 유의하지 않은 결과가 나타났다. 이것은 기능적 가치가 높을수록 충성도가 높아지는 하지만, 환경친화적 태도가 높다고 하여 충성도가 더 높아지는 않는다는 것을 의미한다. 새만금 지역이나 시화호 지역은 아직 생태관광지로서 시설이나 기능이 잘 갖추어져 있지 않은 상태이기 때문에, 기능적 가치는 환경친화적 태도와 조절효과가 나타나지 않는 것으로 판단된다.

생태관광객은 단순한 상품 소비자 이상으로 의미 있는 경험의 소비를 추구한다. 생태관광객의 지각된 가치 중에서 정서적 가치와 사회적 가치는 그들의 행동을 형성하는데 중요한 역할을 한다. 특히 생태관광객은 생태관광을 하기 전에 환경친화적 태도가 높으면 생태관광지가 제공하는 가치에 대한 긍정적인 인식을 하게 되어 목적지에 대한 충성도를 높인다. 본 연구 결과는 우리나라 생태관광의 지속가능한 발전을 위하여 시설 위주의 기능적 가치 요인을 넘어 사회적, 정서적 가치가 중요함을 강조하고 있다.

본 연구 결과를 바탕으로 실무적 제언을 제시하면 다음과 같다. 첫째, 생태관광의 지속 가능성을 위해서 기능적인 시설물 관리보다 사회적 가치와 정서적 가치를 자극할 수 있는 환경교육 프로그램을 관광객에게 제공해야 한다. 생태관광 프로그램은 정서적 가치를 높이기 위해서는 생태관광 목적지 경험이 우선 재미가 있고, 즐겁고, 기분을 좋게 하고, 매력적인 경험이 되도록 해야 할 것이다. 그리고 사회적 가치를 높이기 위해서는 생태관광 프로그램을 통하여 관광객의 사회적 지위 향상, 관광객의 자존심 고양, 타인에 대한 포용력이 증가될 수 있도록 하여야 할 것이다. 즉, 생태관광 프로그램 실무자는 생태관광객이 추구하고자 하는 이러한 가치를 세밀하게 고려해야 할 것이다.

둘째, 환경친화적 태도는 생태관광객의 지각된 가치와 상충적 상호작용효과가 있는 것으로 나타났다. 생태관광 프로그램 실무자들은 생태관광객의 환경친화적 태도를 사전에 평가하여 생태관광객의 환경친화적 태도 수준에 따른 프로그램 진행이 필요하다. 그리고 프로그램을 진행할 때 환경친화적 태도를 증진시키는 해설을 추가할 필요가 있다. 환경친화적 태도를 증진시키기 위해서는 성장주의 한계, 인간중심주의 한계, 자연과 인간의 조화, 자연법칙과 인간 등에 관한 해설을 포함하여야 할 것이다.

정책적 시사점은 다음과 같다. 정책입안자들은 생태관광 목적지 조성에 있어서 시설 위주의 기능적 가치에 매몰될 것이

아니라, 정서적 가치와 사회적 가치의 중요성을 인식하고, 생태관광지의 재미, 쾌적성, 고유성, 신기성, 매력물 등을 매우 중시하여야 할 것이다. 그리고, 성공적인 생태관광의 발전을 위해서는 생태관광객의 환경친화적 태도가 매우 중요하다. 환경친화적 태도를 증가시킬 수 있도록, 자연과 인간의 조화, 인간중심주의 한계, 성장주의 한계 등에 대한 체계적인 교육프로그램을 개발하여야 할 것이다.

환경친화적 태도를 높이기 위해선 환경과 생태의 미래가치를 학습하고 실천하기 위해 의무교육이 필요하며, 봉사점수 대신 환경 활동 점수로 대체하여 환경교육이 보편화된다면 시민의식이 높아질 것이다. 우리나라는 환경교육이 독립과목으로 제공되는 것이 아니라 모든 교과에서 환경 관련 내용을 가르칠 수 있어 전문화된 환경교육을 학생들이 학습하지 못하고 있다는 점이 한계이다. 영국, 미국, 호주, 핀란드 등의 경우 환경교육은 학교에서 의무교육으로써 필수과목으로 지정하고 있고 정부의 적극적 지원이 있어 체계적인 환경교육을 학생들에게 제공하는 모습과 상반된다. 또한, 2024학년도 대학입학전형시행계획부터 없어지는 봉사활동 점수를 환경 활동 점수로 대체하여 환경교육이 의무화된다면 환경적, 생태적 가치가 미래 세대에 환경교육을 보편화할 수 있을 것이다.

본 연구의 한계는 다음과 같다. 첫째, 본 연구는 자료를 수집한 지역이 생태관광이 추진되고 있는 간척지인 시화호와 새만금 지역을 대상으로 생태관광객을 대상으로 자료를 수집하였다. 환경부가 지정한 국내 생태관광 명소인 전남 순천만, 서산 천수만, 창녕 우포늪 등을 포함하지 못하여 생태관광 방향성을 제시하는 데 한계가 있다. 둘째, 자료를 수집한 지역의 생태관광 특징이 다르다는 점이다. 시화호는 수질오염을 막기 위해 간척지 사업을 중단하고 방류를 통해 수질 개선하여 생태관광을 운영하는 생태관광지이지만, 새만금은 간척지 완공 후 바다를 방류를 하지 않고 생태관광을 운영하고자 하는 생태관광지이다. 시화호의 생태관광 추진방향과 새만금의 생태관광 추진방향이 다른데, 이에 대한 심층적인 분석이 필요하다.

참고 문헌

1. 김경희, & 박덕병. (2013). 농촌관광객의 지역 농특산물 구매 선택속성, 만족, 충성도의 구조관계. *관광학연구*, 37(1), 279-301.
2. 김주현, & 한희섭. (2017). 융합된 문화관광을 위한 뮤지

- 업 잠재방문객들의 가치와 행동에 관한 연구: 가치-태도-행동이론의 확장 및 인지된 가격의 조절효과를 중심으로. *관광학연구* 41(1), 139-158. doi:10.17086/JTS.2017.41.1.139-158
3. 김진옥, & 김남조. (2013). 오토캠핑 참여자의 동기, 가치, 만족도, 충성도 간의 구조적 관계 분석. *관광연구* 28(5), 45-70.
 4. 김현철, & 정기한. (2018). 생태관광지와 개발관광지의 지각된 가치가 고객만족과 행동의도에 미치는 영향에 대한 비교연구: 통영시 장사도와 거제시 외도를 대상으로. *한국도서연구* 30(2), 23-39. doi:10.26840/JKI.30.2.23
 5. 국토해양부. (2012). *시화호이야기*. 세종: 국토해양부. http://shihwaho1.cafe24.com/bbs/board.php?bo_table=infor&wr_id=6
 6. 국토연구원. (2003). *해의 간척사업의 최근 동향*. 세종: 국토연구원.
 7. 농촌진흥청. (2022). *국민 10명 3명 농촌관광 가봤다*. 전주: 농촌진흥청. https://www.rda.go.kr/board/board.do?mode=view&prgId=day_farmprmninfoEntry&dataNo=100000779010
 8. 박동진, & 손광영. (2004). 관광동기, 이미지, 기대, 만족 및 충성도간의 구조적 관계: 안동지역 방문자를 대상으로. *관광학연구* 28(3), 65-83.
 9. 변수녀, & 최병길. (2007). 관광의 동기, 만족 및 관광지 충성도간의 관계 구조모델: 제주 휴양관광객 대상. *관광레저연구* 19(3), 29-48.
 10. 정보현, & 최영석. (2016). 생태체험의 동기, 지각된 가치, 만족도 및 행동의도 간 영향관계 분석: 생태체험 기반시설에 따른 차이를 중심으로. *관광연구논총* 28(3), 55-78. doi:10.21581/jts.2016.08.28.3.55
 11. 새만금개발청. (2022). *새만금 토지이용 및 기반시설계획*. 세종: 새만금개발청. <https://saemangeum.go.kr/sda/content.do?key=2009163910358>
 12. 새만금환경생태단지 (2023). *새만금환경생태단지 지역 사회 공헌 및 협력강화*. 전주: 전북지방환경청, 부안: 국립공원공단 새만금환경생태단지관리단. <https://www.ea.riul.go.kr/smgeco/planweb/board/view>
 13. 양승필, & 광영대. (2010). 생태관광의 매력속성, 관광태도, 지각된 가치가 만족도에 미치는 영향 연구. *관광연구* 25(5), 271-290.
 14. 이익수. (2021). 대학생의 생태관광 인식이 행동의도 및 만족도에 미치는 영향. *한국콘텐츠학회논문지* 21(1), 268-276. doi:10.5392/JKCA.2021.21.01.268
 15. 최미선, & 오민재. (2019). 생태관광객의 지각된 가치, 태도, 생태관광 의도 간의 구조적 관계: VAB (Value-Attitude-Behaviour) 모형의 적용. *관광연구저널* 33(1), 157-171. doi:10.21298/IJTHR.2019.1.33.1.157
 16. 최원식, & 이수범. (2012). 친환경 레스토랑의 서비스스케이프가 소비자의 지각된가치, 태도 및 행동의도에 미치는 영향. *Culinary Science & Hospitality Research*, 18(5), 45-62. doi:10.20878/cshr.2012.18.5.004
 17. 해양수산부. (2022). *시화호 생태문화코스*. 세종: 해양수산부. http://shihwaho1.cafe24.com/bbs/content.php?co_id=course
 18. 해양수산부. (2023). *시화호 소개*. 세종: 해양수산부. http://shihwaho1.cafe24.com/bbs/board.php?bo_table=compds4&sst=wr_hit&sod=desc&sop=and&page=12
 19. 해양수산부. (2015). *갯벌 자원화 종합계획*. 세종: 해양수산부.
 20. 환경부. (2022). *새만금 환경생태단지 관광코스*. 세종: 환경부. <https://www.me.go.kr/home/web/board/read.do?menuId=10392&boardMasterId=713&boardCategoryId=&boardId=1528960>
 21. 황윤성, & 서용모. (2017). 가치-태도-행동모델 (VAB)을 활용한 친환경 소비자의 환경교육의 조절효과 연구. *한국융합학회논문지* 8(7), 273-282. doi:10.31336/jtlr.2019.1.31.1.93
 22. Carrascosa-Lopez, C., Carvache-Franco, M., & Carvache-Franco, W. (2021). Perceived value and its predictive relationship with satisfaction and loyalty in ecotourism: A study in the Posets-Maladeta Natural Park in Spain. *Sustainability*, 13(14), 1-16. doi:10.3390/su13147860
 23. Carvache-Franco, M., Perez-Orozco, A., Carvache-Franco, O., Viquez-Paniagua, A. G., & Carvache-Franco, W. (2020). The Perceived value in ecotourism related to satisfaction and loyalty: A study from Costa Rica. *Geographica Pannonica*, 24(3), 221-228. doi:10.5937/gp24-25082
 24. Castellanos-Verdugo, M., Vega-Vázquez, M., Oviedo-García, M. Á., & Orgaz-Agüera, F. (2016). The relevance of psychological factors in the ecotourist experience satisfaction through ecotourist site perceived value. *Journal of Cleaner Production*, 124, 226-235. doi:10.1016/j.jclepro.2016.02.126
 25. Cunningham, R. M. (1956). Brand loyalty-what, where, how much. *Harvard Business Review*, 34(1), 116-128.
 26. Chiu, Y. T. H., Lee, W. I., & Chen, T. H. (2014).

- Environmentally responsible behavior in ecotourism: Antecedents and implications. *Tourism Management*, 40, 321-329. doi:10.1016/j.tourman.2013.06.013
27. Cheung, M. F., & To, W. M. (2019). An extended model of value-attitude-behavior to explain Chinese consumers' green purchase behavior. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 50, 145-153. doi:10.1016/j.jretconser.2019.04.006
 28. Chi, C. G. Q., & Qu, H. (2008). Examining the structural relationships of destination image, tourist satisfaction and destination loyalty: An integrated approach. *Tourism Management*, 29(4), 624-636. doi: 10.1016/j.tourman.2007.06.007
 29. De Oliveira, A., Santos, G., & Santos Lobo, H. (2021). Environmental attitudes and tourist satisfaction in overloaded natural protected areas. *Journal of Travel Research*, 60(8), 1667-1676. doi:10.1177/0047287520957419
 30. Dunlap, R. E., Van Liere, K. D., Mertig, A. G., & Jones, R. E. (2000). New trends in measuring environmental attitudes: Measuring endorsement of the new ecological paradigm: A revised NEP scale. *Journal of Social Issues*, 56(3), 425-442. doi:10.1111/0022-4537.00176
 31. Gounaris, S. P., Tzempelikos, N. A., & Chatzipanagiotou, K. (2007). The relationships of customer-perceived value, satisfaction, loyalty and behavioral intentions. *Journal of Relationship Marketing*, 6(1), 63-87. doi: 10.1300/J366v06n01_05
 32. Gounaris, S., & Stathakopoulos, V. (2004). Antecedents and consequences of brand loyalty: An empirical study. *Journal of Brand Management*, 11(4), 283-306. doi: 10.1057/PALGRAVE.BM.2540174
 33. Hasan, M. K., Abdullah, S. K., Lew, T. Y., & Islam, M. F. (2019). The antecedents of tourist attitudes to revisit and revisit intentions for coastal tourism. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 13(2), 218-234. doi: 10.1108/IJCTHR-11-2018-0151
 34. Hsu, C. H., Cai, L. A., & Li, M. (2010). Expectation, motivation, and attitude: A tourist behavioral model. *Journal of Travel Research*, 49(3), 282-296. doi:10.1177/0047287509349266
 35. Honkanen, P., Verplanken, B., & Olsen, S. O. (2006). Ethical values and motives driving organic food choice. *Journal of Consumer Behaviour: An International Research Review*, 5(5), 420-430. doi:10.1102/cb.190
 36. Homer, P. M., & Kahle, L. R. (1988). A structural equation test of the value-attitude-behavior hierarchy. *Journal of Personality and Social Psychology*, 54(4), 638-646. doi:10.1037/0022-3514.54.4.638
 37. Ha, J., & Jang, S. C. (2010). Perceived values, satisfaction, and behavioral intentions: The role of familiarity in Korean restaurants. *International Journal Hospitality Management*, 29(1), 2-13. doi:10.1016/J.IJHM.2009.03.009
 38. Kiatkawsin, K., & Han, H. (2017). An alternative interpretation of attitude and extension of the value-attitude-behavior hierarchy: The destination attributes of Chiang Mai, Thailand. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 22(5), 481-500. doi:10.1080/10941665.2016.1276466
 39. Kim, K.-H., & Park, D.-B. (2017). Relationships among perceived value, satisfaction, and loyalty: Community-based ecotourism in Korea. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 34(2), 171-191. doi:10.1080/10548408.2016.1156609
 40. Kaiser, F. G., Wölfing, S., & Fuhrer, U. (1999). Environmental attitude and ecological behavior. *Journal of Environmental Psychology*, 19(1), 1-19. doi: 10.1006/jevp.1997.0107
 41. Kerin, R. A., Hartley, S. W., Berkowitz, E. N., & Rudelius, W. (2018). *Marketing*. New York: McGraw Hill.
 42. Katz, D. (1960). The functional approach to the study of attitudes. *Public Opinion Quarterly*, 24(2), 163-204. doi:10.1086/266945
 43. Li, L., & Wang, L. Y. (2017). An empirical study on the effect of eco-tourism visitors' environmental attitudes on environmental behavior. *Applied Ecology and Environmental Research*, 15(2), 91-101. doi: 10.15666/aeer/1502_091101
 44. Liu, J., Zhao, Y., & Jang, S. (2021). Understanding beach tourists' environmentally responsible behaviors: An extended value-attitude-behavior model. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 38(7), 696-709. doi: 10.1080/10548408.2021.1985036
 45. Lu, A. C. C., Gursoy, D., & Del Chiappa, G. (2016). The influence of materialism on ecotourism attitudes

- and behaviors. *Journal of Travel Research*, 55(2), 176-189. doi:10.1177/0047287514541005
46. Leiserowitz, A. A., Kates, R. W., & Parris, T. M. (2006). Sustainability values, attitudes, and behaviors: A review of multinational and global trends. *Annual Review of Environmental Resources*, 31, 413-444. doi: 10.1146/annurev.energy.31.102505.133552
 47. Mengkebayaer, M., Nawas, M. A., & Sajid, M. U. (2022). Eco-destination loyalty: Role of perceived value and experience in framing destination attachment and equity with moderating role of destination memory. *Frontiers in Psychology*, 13, 908798. doi:10.3389/fpsyg.2022.908798
 48. Milfont, T. L., & Duckitt, J. (2010). The environmental attitudes inventory: A valid and reliable measure to assess the structure of environmental attitudes. *Journal of Environmental Psychology*, 30(1), 80-94. doi:10.1016/J.JENVP.2009.09.001
 49. Najjarzadeh, M., Jafari, S., Jafari, N., & Rajabi, N. (2018). Tourist behavioral intentions in conservation of environment, environmental knowledge, tourist satisfaction, environmental attitude, perceived benefit. *Environmental Education and Sustainable Development*, 7(1), 127-142. doi:10.30473/ee.2018.5064
 50. Oliver, R. L. (1997). *Satisfaction: A behavioral perspective on the consumer*. New York: McGraw Hill.
 51. Peña, A. I. P., JAMILENA, D. M. F., & MOLINA, M. A. R. (2012). The perceived value of the rural tourism stay and its effect on rural tourist behaviour. *Journal of Sustainable Tourism*, 20(8), 1045-1065. doi:10.1080/09669582.2012.667108
 52. Reitsamer, B. F., Brunner-Sperdin, A., & Stokburger-Sauer, N. E. (2016). Destination attractiveness and destination attachment: The mediating role of tourists' attitude. *Tourism Management Perspectives*, 19, 93-101. doi:10.1016/j.tmp.2016.05.003
 53. Ren, J., Su, K., Chang, Y., & Wen, Y. (2021). Formation of environmentally friendly tourist behaviors in ecotourism destinations in China. *Forests*, 12(4), 424. doi:10.3390/f12040424
 54. Shin, Y. H., Moon, H., Jung, S. E., & Severt, K. (2017). The effect of environmental values and attitudes on consumer willingness to pay more for organic menus: A value-attitude-behavior approach. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 33, 113-121. doi: 10.1016/j.jhtm.2017.10.010
 55. Steg, L., & Vlek, C. (2009). Encouraging pro-environmental behaviour: An integrative review and research agenda. *Journal of Environmental Psychology*, 29(3), 309-317. doi:10.1016/j.jenvp.2008.10.004
 56. Statista. (2021). *Global ecotourism market size 2027*. www.statista.com/statistics/1221034/ecotourism-market-size-global/
 57. Sweeney, J. C., & Soutar, G. N. (2001). Consumer perceived value: The development of a multiple item scale. *Journal of Retailing*, 77(2), 203-220. doi:10.1016/S0022-4359(01)00041-0
 58. Sheth, J. N., Newman, B. I., & Gross, B. L. (1991). Why we buy what we buy: A theory of consumption values. *Journal of Business Research*, 22(2), 159-170. doi:10.1016/0148-2963(91)90050-8
 59. Stern, P. C. (2000). Psychology and the science of human-environment interactions. *American Psychologist*, 55(5), 523-530. doi:10.1037/0003-066x.55.5.523
 60. Teng, Y. M., Wu, K. S., & Huang, D. M. (2014). The influence of green restaurant decision formation using the VAB model: The effect of environmental concerns upon intent to visit. *Sustainability*, 6(12), 8736-8755. doi:10.3390/su6128736
 61. Thapa, B. (2010). The mediation effect of outdoor recreation participation on environmental attitude-behavior correspondence. *Journal of Environmental Education*, 41(3), 133-150. doi:10.1080/00958960903439989
 62. Vaske, J. J., & Donnelly, M. P. (1999). A value-attitude-behavior model predicting wildland preservation voting intentions. *Society and Natural Resources*, 12(6), 523-537. doi:10.1080/089419299279425
 63. World Health Organization. (2019). *UNWTO tourism highlights 2018*. doi:10.18111/9789284421152
 64. Zeithaml, V. A., Berry, L. L., & Parasuraman, A. (1996). The behavioral consequences of service quality. *Journal of Marketing*, 60(2), 31-46. doi: 10.1177/002224299606000203

Received 23 May 2023; Revised 10 June 2023; Accepted 26 June 2023.



Ms. Ha-Young Jeong is a Ph.D student at the Department of Community Development, Kongju National University, South Korea. Her research fields are community development and ecotourism.
Address: (32439) Department of Community Development, College of Industrial 54 Daehak-ro, Yesan-eup, Yesan-gun, Chungcheongnam-do, South Korea
E-mail: wjdgkdud2@naver.com
phone: 82-41-330-1380



Dr. Duk-Byeong Park is a Professor at the Department of Community Development, Kongju National University, South Korea. His research interests focus on rural tourism, tourism marketing, and community development.
Address: (32439) Department of Community Development, College of Industrial 54 Daehak-ro, Yesan-eup, Yesan-gun, Chungcheongnam-do, South Korea
E-mail: parkdb84@kongju.ac.kr
phone: 82-41-330-1383