

계룡산 국립공원 방문객의 관광동기가 만족도 및 행동의도에 미치는 영향 - 관광 목적을 조절효과로 -

김효중* · 김시중**

요약 : 국립공원 방문객의 경험을 중심으로 방문객의 관광동기에 대해 파악하고, 관광동기가 만족 및 관광객의 행동의도에 대한 영향관계를 확인하는 연구는 매우 필요하다. 이에 본 연구에서는 계룡산 국립공원 방문객을 대상으로 방문 후의 설문조사를 통하여 국립공원 관광동기가 방문객의 만족 및 행동의도에 어떠한 영향을 미치는지를 규명함에 목적이 있었다. 이에 실증분석을 통하여 관광동기가 만족도 및 행동의도에 미치는 영향 관계, 그리고 관광동기가 만족도 및 행동의도에 미치는 영향관계에서 관광 목적의 조절효과에 대한 분석이 이루어졌다. 본 연구의 가설 검증결과, 국립공원 관광지 관광동기와 만족과의 관계에서 '신체적 동기' 및 '대인적 동기' 요인은 만족에 있어 영향관계가 높은 것으로 나타났다. 그리고 관광지 관광동기와 행동의도 관계에서 '신체적 동기'와 '대인적 동기' 요인이 행동의도에 영향관계가 있는 것으로 파악되었다. 또한 방문객 만족은 '재방문'과 '구전의도'에 유의한 영향 관계가 있는 것으로 분석되었다. 마지막으로 관광동기와 만족 및 행동의도 간에는 관광 목적 조절변수에 의한 유의한 영향관계가 있는 것으로 나타났다.

주요어 : 국립공원, 관광동기, 만족, 행동의도

1. 서론

우리나라의 국립공원은 2012년 기준으로 20개 소로 면적은 6,580,821km²(육지 3,827,112km², 해면 2,753,709km²)로써 전 국토면적의 6.58%(국립공원관리공단, 2012)를 차지하고 있다. 이중 산악형 국립공원은 계룡산, 지리산, 설악산, 북한산 등 총 15개소가 지정되어 관리되고 있다. 계룡산 국립공원의 연간 방문객 수는 1,678,445(2011년 12월 기준, <http://www.knps.or.kr>)으로 산악형 국립공원 중 방문객 순위 5위를 기록하고 있다. 최근 인구의 증가, 소득과 여가의 증대 및 교통의 편리 등으로

국립공원 방문객수가 증가함에 따라 국립공원의 다양한 생태보존 및 수려한 자연경관 보전을 위해 '자연의 핵'인 국립공원의 면적이 절대적으로 부족한 실정이며 또한 산악관광지로서의 새로운 변모가 필요하다(국립공원관리공단, 2012).

관광활동 참여 증가로 관광산업은 미래에 고부가가치를 창출할 수 있는 친환경 산업으로 주목되고 있으며, 여가시간의 증가에 따라 관광에 대한 수요는 더욱 증가하고 있는 추세이다(김시중, 2009). 이를 반영하듯 관광사업자, 관련 기관 및 관계자들은 수요시장의 요구에 부응하기 위해 수요시장의 주체인 관광자들의 다양한 욕구와 기대

* 우송대학교 일반대학원 경영학과 관광경영학전공 박사과정

** 우송대학교 호텔관광경영학과 교수

에 보다 효과적인 대응을 위한 방안 마련에 각고의 노력을 기울이고 있다(류인평·김정준, 2010). 관광산업에서 고객을 유지하는 전략은 고객을 새롭게 창조하는 것보다 마케팅 비용을 줄여주며, 구전효과를 통해 새로운 고객창조에도 도움을 준다(Kotler, Bowen & Makens, 2010).

방문객들은 관광지를 선택하는데 있어 다양한 목적과 동기를 가지고 참여하게 되며 일반적으로, 관광동기는 방문객들의 관광행동을 이해하거나 관광지 선택과정에 중요한 개념으로 받아들여지고 있다(Wu, 2003; 김영우, 2005). 이러한 관광동기에 대한 정보는 사람들의 여행패턴과 목적지 결정은 물론 그들의 미래 여행을 예측하는데 있어서도 매우 중요하다고 할 수 있다. 그러나 방문객의 행동 배후능력이라 할 수 있는 관광동기와 만족 및 행동의도와의 상관관계에 관한 규명은 관광동기의 개념화의 어려움으로 다소 부진한 상태이다. 관광지 선택행동은 추진요인 및 유인요인 등과 관련된 과정이며(Dann, 1977), 구체적인 관광동기 속성과 방문객 만족과 행동의도와의 관계성이 간과된 상태에서의 독창적인 관련이론의 구축은 너무 포괄적일 수밖에 없다.

관광이 세계경제에서 차지하는 역할과 위치, 그리고 국내·외적으로 증가하는 방문자수의 추세로 보아 주요대상이 되는 도시관광(김부성, 2010) 등 구성요소 전반에 미치는 이용압력은 더욱 커질 것으로 예측된다(김대관, 2001).

관광지는 방문객을 수용할 수 있는 경쟁력을 갖추고, 많은 수요를 충족시킬 수 있는 관광지가 되길 노력하고, 관광지 간의 경쟁과 경주를 노력하고 있다. 이러한 관광객의 수용력을 확보하기 위해서는 관광지의 자체적 매력 향상과 관광객의 욕구 및 심리 등에 대한 파악과 행동특성에 대해 파악할 필요가 있다.

이상과 같은 관광동기와 방문객의 만족 및 행동의도 특성을 반영하는 심리적 특성 요소와 이러한 요인에 의해 결정되어 지는 복합요소의 영향관

계를 종합적으로 이해하는 것은 관광업계 및 기관들이 해당상품 또는 해당 목적지에 대한 평가지표 및 정책방향을 결정짓는데 있어 매우 유용한 자료로 활용될 수 있을 것으로 기대된다.

국립공원 방문객의 만족을 주고 건전한 국민의 휴식공간을 제공하는 관광지로 발전하기 위한 국립공원의 전략을 마련하기 위한 연구는 중요하다. 국립공원 방문객의 경험을 중심으로 방문객의 관광동기에 대해 파악하고, 관광동기가 만족 및 관광객의 행동의도 등에 대한 영향관계를 확인하는 연구는 매우 필요하다고 할 수 있다. 이에 본 연구에서는 계룡산 국립공원 방문객의 관광동기가 만족 및 행동의도에 미치는 영향관계를 검증하고, 특히 관광목적이 행동의도에 미치는 조절효과를 파악함에 목적이 있다. 이러한 연구를 통하여 합리적인 의사결정과 관리방향을 위한 기초자료를 제공하고자 한다.

2. 이론적 고찰

1) 관광동기

동기는 욕구를 만족시키기를 원할 때 발생되며 또한 행동의 내포하는 것이다. 따라서 관광욕구는 관광행동의 생성에 필요한 심리적인 원동력이라고 할 수 있으며, 관광행동을 이끄는 심리적인 에너지를 관광동기라고 정의된다(사효란, 2011). 한편 관광동기는 사람들이 관광행동에 참여하거나 방문하려는 선천적인 사회·심리적 힘으로 정의되고, 관광 행동을 이해하거나 관광지 선택과정에 중요한 개념으로 받아들여지고 있다(김영우, 2005).

조진희(2006)는 관광동기를 신체적 동기, 문화적 동기, 대인적 동기, 명예와 지위 동기로 크게 네 가지로 분류하고 있다. 이충기·이태희(2000)

는 경주 세계 문화엑스포에 참가한 방문객을 대상으로 축제 참가동기를 분석하여 문화경험성, 신기심미성, 가족친화성, 일상탈출성, 사교성 요인으로 분류하여, 이 동기요인을 다목적 경험추구형, 일상성 문화추구형, 단순 문화추구형의 3가지 유형으로 분류하였다.

이윤섭(2006)는 관광동기를 호기심/지식 동기, 소속감 동기, 심리적 동기, 자기계발 동기 등의 4가지 동기 요인으로 구분하여 연구하였으며, 여영숙(2011)은 일상 탈출성, 신기 체험성, 교육성, 가족친화성 및 사교성의 5개 요인으로 구분하여 연구하였고, 김정준(2009)은 관광지 경험 유형에 따라 신체적 동기, 대인적 동기 및 문화적 동기로 구분하여 연구하였다.

따라서 본 연구에서는 이러한 선행연구를 기반으로 하여 개인적 상황에 따라 다양한 형태로 나타나는 관광동기를 신체적 동기, 대인적 동기, 문화적 동기로 분류하여 측정하였다.

2) 만족 및 행동의도

관광지리학 분야에서 관광지를 관광한 이후의 만족도에 관한 연구는 부분적으로 이루어져왔다. 방문객 만족도를 포함한 후속적인 변수로서 재방문의도와 추천의도와와의 관계에 대해서는 다음과 같은 개념으로 구분이 가능하다. 전반적인 만족도는 관광활동을 통하여 여러 욕구가 충족된 정도를 의미하는 것으로서 관광객 자신의 총체적 관광 경험에 대한 평가를 말하며, 재방문 의도는 관광지 하위 속성과 관련된 체험들에 근거하여 관광객이 해당 관광지를 다시 방문할 욕구를 느끼는 것을 의미한다. 또한 추천 의도는 관광지의 여러 속성과 관련된 여러 체험에 근거하여 그 개인이 타인에게 긍정적으로 구전할 의향 정도를 말한다. 결론적으로 전반적 만족도는 관광경험에 대한 전반적인 평가라면, 재방문의도와 추천 의도는 관광지 관련 체험에 대한 평가라고 볼 수 있다(고동우,

1998).

선행연구자의 연구결과를 살펴보면 만족도에 영향을 미치는 요인들은 대상지의 상황, 개인적 특성, 경험 등과 심리학적 요인들이 많은 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다(Baker & Crompton, 2000; Kozak, 2001; Petrick, Morais & Norman, 2001; Yoon & Uysal, 2005; 송영민 · 이영진, 2011).

관광행동에 대한 선행연구들은 주로 만족(Baker & Crompton, 2000; Kozak, 2001; Petrick, Morais & Norman, 2001; Yoon & Uysal, 2005; 송영민 · 이영진, 2011), 지각된 질(Baker & Crompton, 2000; Chen & Gursoy, 2001; Frochot & Hughes, 2000; Yuksel, 2001; 이승익 · 고재윤, 2011; 장경수, 2010), 과거휴가경험(Alegre & Cladera, 2006; Chen & Gursoy, 2001; Kozak, 2001; Petrick *et al.*, 2001), 관광지이미지(Lee, 2009; Chen & Tsai, 2007; Bigne, Sanchez & Sanchez, 2001; Milman & Pizam, 1995), 문화적 차별성(Chen & Gursoy, 2001; Reisinger & Tumer, 1998), 사전경험(Lehto, O'Leary & Morrison, 2004; Kozak, 2001), 돈에 대한 지각된 가치(Um, Chon & Ro, 2006)등의 선행변수들이 주요 요인으로 다루어져 왔다(박수완, 2011).

방문객 만족에 관한 국외의 연구들을 살펴보면, 오정학 · 김유일(2001)은 긍정적 감정과 부정적 감정이 성과가 만족도에 미치는 영향을 증개하는 매개변수의 역할을 포함하는 것을 연구하였으며, 이 용기 · 이덕우 · 이충기(2003)는 어떠한 속성 또는 요인들이 방문객을 만족시키는지를 확인하고, 전반적인 만족은 방문객의 충성도나 재방문 의사에 영향을 미치므로 축제환경단서 → 방문객만족 → 충성도들 간의 관계를 살펴 볼 필요성이 있다고 하였다. 조혜경(2002)은 생태관광지의 관광만족과 재방문의도의 상관관계 분석결과, 관광만족이 재방문의도에 긍정적인 영향을 미치며, 관광만족의 비교만족과 형평만족 모두 재방문의도에 긍정

적인 영향을 미치는 것으로 연구결과를 제시하였다.

따라서 본 연구에서는 전반적인 만족 측정 이외에도 행동의도(재방문, 구전)의 확장된 이론에 입각하여 행동의도를 보다 체계적으로 연구하고자 행동의도의 요인을 세분화하여 전반적인 만족도와 함께 보완된 연구를 진행하였다.

3. 연구지역과 연구설계

1) 연구지역

(1) 계룡산 국립공원

계룡산이라는 산 이름이 갖는 의미는 조선조 초기에 이태조가 신도안(계룡시 남선면 일대)에 도읍을 정하려고 이 지역을 답사하였을 당시 동행

한 무학대사가 산의 형국이 금계포란형(金鷄抱卵形:금닭이 알을 품는 형국)이요, 비룡승천형(飛龍昇天形: 용이 날아 하늘로 올라가는 형국)이라 일컬었는데, 여기서 두 주체인 계(鷄)와 용(龍)을 따서 계룡산이라 부르게 되었다고 전해진다(<http://www.knps.or.kr>).

백두대간 중 금남정맥의 끝부분에 위치한 계룡산은 845.1m의 천황봉을 중심으로 관음봉, 연천봉, 삼불봉 등 28개의 봉우리와 동학사계곡, 감사계곡 등 7개소의 계곡으로 형성되어 있으며, 삼국 시대에는 백제를 대표하는 산으로 널리 중국까지 알려졌다. 신라통일 후에는 오악(五嶽)중 서악(西嶽)으로 조선시대에는 삼악(三嶽)중 중악(中嶽)으로 봉해질 정도로 이미 역사에서 검증된 명산이다.

계룡산 국립공원은 지리산에 이어 1968. 12. 31에 우리나라의 두 번째 국립공원으로 지정되었으며, 행정구역상으로는 충남 공주시에 주로 위치



그림 1. 계룡산 국립공원의 주요 관광지

출처: <http://www.knps.or.kr>

표 1. 계룡산 국립공원의 경관자원

구분	경관자원
산봉	천황봉(845m), 삼불봉(775m), 관음봉(816m), 장군봉(500m), 연천봉(738m), 문필봉(756m), 수정봉(675m), 천왕봉(605m), 황적봉(664m), 쌀개봉(827m), 도덕봉(534m), 형제봉(764m), 치개봉(664m), 빈계산(415m), 금수봉(532m)
기암	자작바위, 학바위, 신선바위, 병풍바위, 개구리바위, 사자바위
계곡	동학사, 갑사, 신원사, 동월, 상신, 암용추, 솟용추, 오송대, 도덕, 천정
폭포	용문, 은선, 암용추, 솟용추
동굴	수통굴
기타	갑사9곡, 용산9곡, 계룡8경

출처: <http://www.knps.or.kr>

하면서, 일부가 대전광역시와 논산시 및 계룡시에 위치하고 있다. 다양한 야생 동·식물과 국보, 보물, 지방문화재가 곳곳에 분포하고 있으며, 동학사, 갑사, 신원사 등의 고찰이 자리하고 있다 (<http://www.knps.or.kr>).

(2) 계룡산 국립공원의 경관자원

계룡산 국립공원은 15개의 산봉, 6곳의 기암,

10곳의 계곡, 4곳의 폭포 및 동굴자원 그리고 갑사9곡, 용산9곡 및 계룡8경의 경관자원을 보유하고 있다.

(3) 계룡산 국립공원의 역사·문화자원

계룡산 국립공원내에는 국보(갑사삼신불괘불탱 및 신원사노사나불괘불탱), 보물(갑사철당간및지주, 갑사부도, 갑사동종, 선조 2년간월인석보판

표 2. 계룡산 국립공원의 역사·문화자원

구분	수량	역사·문화자원
국보	2	갑사삼신불괘불탱, 신원사노사나불괘불탱
보물	7	갑사철당간 및 지주, 갑사부도, 갑사동종, 선조2년간월인석보판목, 청량사지오층석탑, 청량사지칠층석탑, 계룡산중약단
사적	1	공주학봉리도요지
천연기념물	6	팔색조, 까막딱따구리, 매류, 참매, 붉은배새매, 새매, 황조롱이, 올빼미, 부엉이류, 올빼미, 수리부엉이, 솔부엉이, 소쩍새, 원앙, 수달
시도 유형문화재	11	갑사석조약사여래입상, 갑사석조보살입상, 갑사사적비, 갑사강당, 갑사대웅전, 갑사대적전, 갑사소조삼세불, 공주갑사삼세불도, 신원사오층석탑, 신원사대웅전, 공주상신리당간지주
시도기념물	2	계룡산초혼각지, 공주구룡사지
시도민속자료	1	계룡산삼신당
문화재자료	9	갑사표충원, 갑사삼성각, 갑사팔상전, 갑사중사자암지삼층석탑, 동학사삼성각, 동학사삼층석탑, 삼은각, 숙모전, 천진보탑

출처: <http://www.knps.or.kr>

목, 청량사지오층석탑, 청량사지칠층석탑, 계룡산중약단, 사적(공주학봉리도요지), 천연기념물, 시도유형문화재, 시도기념물, 시도민속자료, 문화재자료 등의 문화자원을 보유하고 있는 것으로 파악되고 있다.

2) 연구방법 및 가설

국립공원 방문객의 관광동기가 관광 만족 및 행동의도에 어떠한 영향을 미치는지를 확인하기 위한 연구로서 문헌연구와 실증연구를 병행하여 실시하였다. 문헌연구는 각종 통계와 관련 이론 및 연구논문과 저서 등을 참고하였으며, 실증연구는 2012년 계룡산 국립공원 관광지를 대상으로 관광 또는 방문한 경험이 있는 대상을 모집단으로 선정하여 설문조사를 실시하였다.

본 연구의 목적인 국립공원 관광동기가 만족 및 행동의도에 미치는 영향관계를 규명하기 위하여 이충기·이태희(2000), 박미경(2004), 박동진·손광영(2004), 최나리(2005), 이흥규·이동희(2005), 오민재(2006), 이윤섭(2006), 조진희(2006), 류인평·김정준(2010), 유중서·조우제(2011), 여영숙(2011) 등의 선행연구 결과를 토대로 연구가설을 다음과 같이 설정하였다.

가설 1. 관광동기는 방문객 만족에 유의한 영향을 미칠 것이다.

가설 2. 관광동기는 방문객 행동의도에 유의한 영향을 미칠 것이다.

가설 2-1 관광동기는 방문객 재방문에 유의한 영향을 미칠 것이다.

가설 2-2 관광동기는 방문객 구전에 유의한 영향을 미칠 것이다.

가설 3. 관광지 방문객 만족은 행동의도에 유의한 영향을 미칠 것이다.

가설 3-1 관광지 방문객 만족은 재방문에 유의한 영향을 미칠 것이다.

가설 3-2 관광지 방문객 만족은 구전에 유의한

영향을 미칠 것이다.

가설 4. 관광동기가 만족 및 행동의도에 미치는 영향은 관광 목적 조절변수에 따라 다르게 나타날 것이다.

3) 조사표본 및 분석방법

계룡산 국립공원 관광지를 찾는 방문객의 관광지 방문동기 요인을 파악하여 국립공원 관광지의 관광전략 등을 마련하기 위한 본 연구의 설문조사는 인구통계적 특성, 관광동기, 전반적인 만족 및 행동의도 등에 대해 조사하였으며, 이러한 설문 구성은 관련 문헌연구와 기존 설문조사 결과를 바탕으로 진행하였다.

본 연구의 조사대상은 2012 국립공원 관광지를 관광한 방문객을 대상으로 하였으며, 2012년 4월 1일부터 4월 10일까지 10일간 설문조사를 실시하였다. 총 400부의 설문지를 배부하여 387부의 설문지를 회수하였으며, 불성실한 응답 31부를 제외한 356부(유효율 91.9%)를 최종 분석 자료로 사용하였다. 설문방법은 면접에 의한 자기기입형 설문지법(Self-Administered Questionnaires)을 활용하였다. 자료 수집은 연구자와 조사경험이 있는 대학생 도우미 4명이 계룡산 국립공원 관광지를 직접 방문하여 실시하였다. 계룡산 국립공원 관광지를 관광 온 방문객을 대상으로 조사 취지를 설명한 후 설문조사에 동의한 자를 대상으로 구조화된 설문지를 배부하고 응답자가 직접 작성하도록 한 후 회수하였다.

자료 분석을 위한 통계처리는 SPSS WIN 20.0을 활용하였으며 자료 분석은 빈도분석(Frequency Analysis), 신뢰도분석(Reliability Analysis), 요인분석(Factor Analysis) 및 다중회귀분석(Multiple Regression Analysis), 조절회귀분석(Moderated Regression Analysis) 등이 실행되었다.

표 3. 조사표본 설계

구분	내용
조사기간	2012년 4월 1일부터 10일 까지 10일간
모집단	2012 국립공원 관광지 방문객
표본추출방법	편의표본추출방법
조사 및 설문 방법	면접에 의한 자기기입식 설문지법
조사 및 유효 표본 수	배포 표본 수: 400부 조사 표본 수: 387부 유효 표본 수: 356명(91.9%)

4) 설문지 구성

설문지의 구성은 크게 4개로 구분되어 구성하였다. 첫째, 국립공원 관광지 관광동기에 대해 3개 요인과 14개의 세부 설문문항으로 구성하였으며, 5점 등간척도를 활용하였다. 둘째, 방문객 전반적인 만족에 대한 설문문항으로 1개의 요인과 6개의 세부 설문문항으로 구성하였으며, 5점 등간척도를 활용하였다. 셋째, 행동의도에 대한 설문문항으로 2개의 요인과 8개의 세부 설문문항으로 구성하였으며, 5점 등간척도를 활용하였다. 마지막으로 인구통계적 특성에 대한 7개 항목을 명목척도로 구성하여 최종 설문지를 구성하였다.

4. 실증분석 결과

1) 표본의 인구통계적 특성

표본의 인구통계적 특성을 확인한 결과 다음의 표 4와 같이 나타났다. 세부적으로는 성별에서 여성에 비해 남성이 다소 높았고, 관광목적은 순수 목적이 검목적에 비해 월등히 높았으며, 연령은 30대와 40대가 가장 높은 것으로 응답되었다. 반면, 학력은 36.2%가 대졸인 것으로 나타났고, 직업은 가정주부가 23.6%로 가장 높은 비중을 차지하였다. 월수입은 151~300만원 사이 집단이 가장 높게 나타났으며, 거주지는 대전/충청도, 부산/경상도, 서울 순으로 높은 응답을 보였다.

표 4. 설문지 구성

분류	요인	문항수	출처	척도
관광동기	신체적 동기	14	Thomas(1984), Fisher & Price(1991), 하종완(2005), 조진희(2006), 오민재(2006), 이충기·이태희(2000), 김정준(2009), 류인평·김정준(2010), 여영숙(2011), 유중서·조우재(2011), 박진영(2011)	등간척도
	대인적 동기			
	문화적 동기			
만족	만족	6	Oliver(1989), Bitner(1990), Maxham(2001), 이우재(1994), 김정수(2000), 윤지현(2005), 이윤섭(2006), 김정준(2009), 이편(2010), 강성일·이계희(2011)	등간척도
관광행동	재방문	8	Oliver(1989), Bitner(1990), Maxham(2001), 이우재(1994), 김정수(2000), 윤지현(2005), 이윤섭(2006), 김정준(2009), 이편(2010), 강성일·이계희(2011)	등간척도
	추천			
인구통계적 특성		7	연구자	명목척도

표 5. 조사대상자의 인구통계적 특성

구분	항목	N	%	구분	항목	N	%
성별	남성	162	45.5	관광 목적	겸목적	116	32.6
	여성	194	54.5		순수목적	240	67.4
연령	20대	56	15.7	학력	고졸 이하	101	28.4
	30대	87	24.4		전문대졸(재학)	81	22.8
	40대	116	32.6		4년제 대학졸(재학)	129	36.2
	50대	46	12.9		대학원 이상	45	12.6
	60대 이상	51	14.3				
거주 지역	서울	64	18.0	직업	자영업	69	19.4
	경기도	34	9.6		공/군무원	25	7.0
	강원도	27	7.6		생산/기술직	46	12.9
	대전/충청도	127	35.7		학생	51	14.3
	부산/경상도	68	19.1		경영/관리직	51	14.3
	광주/전라도	25	7.0		가정주부	84	23.6
	제주도	11	3.1		전문/자유직	19	5.3
				기타	11	3.1	
월수입	150만원 이하	60	16.9	N = 356(100%)			
	151~300만원	132	37.1				
	301~450만원	87	24.4				
	451~550만원	44	12.4				
	551만원 이상	33	9.3				

2) 측정도구의 타당성 및 신뢰성 검증

본 연구에서는 관광동기, 방문객 만족 및 행동의도 변수에 대한 신뢰도분석과 요인분석을 실시하였다. 신뢰도분석은 각 항목의 측정결과가 일관성을 유지하는가의 여부를 확인하기 위한 목적으로 각각의 항목 변수의 신뢰도를 Cronbach's Alpha 계수를 이용하여 신뢰성을 검사하였다. 타당도분석을 위해서는 탐색적 요인분석을 실시하였다.

(1) "관광동기" 요인분석

다음 표 5는 관광동기 요인에 대한 하위차원을 밝히기 위해 14개의 문항에 대하여 요인분석을 실시한 결과이다. 관광동기에 대한 신뢰성 검증결과 전체 신뢰도는 0.852로 나타났다. 요인분석은 주

성분분석을 통해 이젠 값(eigen value) 1을 기준으로 요인의 수를 추출하였고, 요인의 회전은 직각 회전 가운데 베리맥스(varimax) 회전 방법을 선택하였다.

선행연구결과와 동일하게 요인은 총 3개로 구분되었으며, 신체적 동기, 문화적 동기과 대인적 동기의 3개 요인으로 명명하였고, 전체 설명력은 78.742%로 나타났다. KMO 값은 0.827, 근사카이 제곱은 4394.728, 유의수준은 0.000으로 분석되었고, 각 요인별 신뢰도는 0.943, 0.941과 0.852로 나타났다. 이 3개의 요인적재량이 +0.7 이상으로 나타나 관광동기 변수를 설명하는 요인으로 적합한 것으로 분석되었으며 신뢰도 또한 모두 0.85 이상으로 나타나 신뢰할 수 있는 수준인 것으로 볼 수 있다.

표 6. 관광동기 요인분석

요인명	측정항목	요인적 재량	공통성	신뢰도; 고유값; 설명력
신체적 동기	모험과 스릴을 즐기기 위해서	.897	.824	.943 4.083 29.163
	여가를 즐기기 위해서	.894	.824	
	성취감을 느끼기 위해서	.889	.820	
	정신적, 육체적 휴식을 위해서	.882	.812	
	다양한 이벤트를 행사에 참여하기 위해서	.880	.819	
문화적 동기	어떤 곳인지 궁금해서	.919	.861	4.852 4.077 29.122
	새로운 것을 알기 위해서	.897	.828	
	역사, 문화적 장소를 방문하기 위해서	.895	.832	
	색다른 문화를 경험하기 위해서	.868	.785	
	특별한 경험을 하기 위해서	.857	.754	
대인적 동기	가족과 시간을 보내기 위해서	.884	.794	.941 2.864 20.457
	친구 및 동료들과 친목도모를 위해서	.880	.781	
	새로운 사람들을 만나기 위해서	.803	.659	
	일상생활에서의 탈출을 위해서	.783	.630	

KMO: 0.827; 근사카이제곱: 4394.728; 유의수준: 0.000; 총 설명력: 78.742

(2) “만족” 요인분석

다음 표 6은 관광만족의 6개 문항에 대하여 요인분석을 실시한 결과이다. 그 결과 총 1개의 요인이 도출되었고 요인을 구성하는 문항들의 중심개념을 바탕으로 요인명을 부여하였다.

요인명은 선행연구를 바탕으로 ‘만족’으로 명명하였으며, 요인의 신뢰도는 0.935로 신뢰도가 검

증되었다. 요인 적재량은 +0.8이상으로 나타나 만족을 설명하는 요인은 타당성이 확보된 것을 분석되었으며, 전체 설명력은 78.742%로 나타났다. KMO 값은 0.827, 근사카이제곱은 4394.728, 유의수준은 0.000으로 분석되었다.

표 7. 만족 요인분석

요인명	측정항목	요인적 재량	공통성	신뢰도; 고유값; 설명력
만족	관광지 이미지에 대하여 전반적으로 만족한다.	.902	.814	.935 4.541 75.691
	관광지 상인이나 주민의 환대에 대해 전반적 만족한다.	.901	.813	
	관광지의 인프라 시설에 전반적으로 만족한다.	.885	.783	
	다른 관광지에 비하여 전반적으로 만족한다.	.848	.718	
	관광지의 환경에 대하여 전반적으로 만족한다.	.845	.714	
	관광지에 대한 경험은 전반적으로 만족한다.	.837	.700	

KMO: 0.900; 근사카이제곱: 1794.887; 유의수준: 0.000; 총 설명력: 75.691

표 8. 행동의도 요인분석

요인명	측정항목	요인적 재량	공통성	신뢰도; 고유값; 설명력
재방문	계속적으로 이번 여행지를 선택할 것이다.	.843	.749	.870 3,144 39.305
	가족친지와 함께 다시 방문하고 싶다	.812	.702	
	다음 여행기회에도 이번 여행지를 선택할 것이다	.792	.722	
	관광지 선택시 유일하게 이번 관광지를 떠올릴 것이다	.683	.586	
	비용이 높더라도 이번 관광을 우선적으로 고려하겠다	.646	.574	
구전	주변인들에게 이곳 관광지를 좋게 말할 것이다	.899	.902	.918 2,747 34.332
	주변인들에게 이번 여행에 대하여 좋게 말할 것이다	.872	.837	
	주변인들에게 이곳 관광지를 긍정적으로 말할 것이다	.853	.820	

KMO: 0.840; 근사카이제곱: 2049.302; 유의수준: 0.000; 총 설명력: 73.636

(3) “행동의도” 요인분석

다음 표 7은 행동의도 요인에 대한 하위차원을 밝히기 위해 8개의 문항에 대하여 요인분석을 실시한 결과이다. 행동의도에 대한 신뢰성 검증결과 전체 신뢰도는 0.852로 나타났으며, 항목 제거시 신뢰수준이 향상되는 변수가 없어 조사대상 모든 변수를 요인분석에 이용하였다.

행동의도에 대한 요인분석결과 KMO 값은 0.840, 근사카이제곱은 2049.302, 유의수준은 0.000으로 분석되었다. 각 요인에 대한 신뢰도를 분석한 결과 재방문 요인은 0.880, 구전 요인은 0.918으로 각각 나타났다.

전체 요인은 2개의 요인으로 나타났으며, 요인의 신뢰도는 0.904로 신뢰성이 검증되었고, 요인명은 재방문, 구전 요인으로 각각 명명하였고, 전체 설명력은 73.636로 나타났다.

3) 가설검증

(1) 관광동기가 방문객 만족에 미치는 영향

국립공원 방문객의 관광동기가 방문객 만족에 어떠한 영향을 미치는지와 관광동기와 행동의도 간에 어떠한 영향관계가 있는지를 확인하기 위해 다중회귀분석을 실시하였다.

표 9. 관광 동기가 방문객 만족에 미치는 영향

종속변수: 만족

독립변수(요인)	비표준화 계수		표준화계수	t	P
	b	표준오차	β		
(상수)	1.332	.180		7.386	.000
문화적 동기	.061	.030	.070	2.039	.042*
신체적 동기	.676	.032	.740	21.278	.000***
대인적 동기	-.168	.041	-.135	-4.067	.000***

R²=.630 수정된 R²=.627 F=199.500 p=.000

*p<0.01, **p<0.05 수준에서 유의함.

표 10. 관광 동기가 행동의도에 미치는 영향

종속변수: 재방문					
독립 변수(요인)	비표준화 계수		표준화계수	t	P
	b	표준오차	β		
(상수)	1.896	.256		7.407	.000
문화적 동기	.054	.042	.071	1.284	.200
신체적 동기	.145	.045	.179	3.213	.001*
대인적 동기	.113	.059	.102	1.924	.045*
R ² =.151 수정된 R ² =.143 F=16.370 p=.000					
종속변수: 구전					
독립 변수(요인)	비표준화 계수		표준화계수	t	P
	b	표준오차	β		
(상수)	2.134	.299		7.129	.000
문화적 동기	-.024	.049	-.026	-.484	.629
신체적 동기	.292	.053	.302	5.539	.000***
대인적 동기	-.030	.068	-.023	-.442	.659
R ² =.090 수정된 R ² =.082 F=11.535 p=.000					

*p<0.01, **p<0.05 수준에서 유의함

먼저 관광동기가 방문객 만족에 미치는 영향력 분석결과, 신체적 동기 요인($\beta=.740$)과 대인적 동기 요인($\beta=-.135$) 및 문화적 동기요인($\beta=.042$)이 영향을 미치는 것으로 분석되었다. 영향력인 R²값은 .630로 나타났고, F값은 199.500, 유의확률 p=0.000으로 분석되었다.

관광지 관광동기에 방문객 만족도는 신체적 동기 요인에 많은 중요도를 갖는 것으로 분석되었다. 따라서 관광에서 전반적인 만족을 높이기 위해서는 방문객의 관광동기 가운데 신체적 동기와 대인적 동기 등의 동기요인 관광객을 발굴하는 것이 필요하며, 문화적 동기 관광자를 위한 만족도 제고 방안이 강구되어야 할 것으로 판단된다.

(2) 관광동기가 행동의도에 미치는 영향

관광동기가 행동의도에 영향을 주는 요인을 확인하기 위해 회귀분석을 실시하였다. 행동의도는 재방문 및 구전의도 요인으로 구분하여 종속변수

를 설정하였다.

먼저 재방문 행동의도와 관광동기 간의 영향관계를 분석한 결과 신체적 동기 요인($\beta=.179$)과 대인적 동기 요인($\beta=.102$)이 통계적으로 유의한 영향관계가 있음을 확인하였다. 따라서 재방문 비율을 높이기 위해서는 대인적 동기와 신체적 동기 요인을 보다 충족시킬 수 있는 방안 마련이 필요할 것으로 판단된다. 영향력인 R²값은 .151로 나타났고, F값은 16.370, 유의확률 p=0.000으로 분석되었다.

관광동기가 구전의도에 미치는 영향력을 검증한 결과 신체적 동기 요인($\beta=.302$)이 구전의도에 유의한 영향을 미치는 것으로 분석되었다. 따라서 관광 행동의도 가운데 구전효과를 높이기 위해서는 신체적 동기 요인을 중요하게 고려해야 할 것으로 판단된다. 설명력을 나타내는 R²값은 .090로 나타났고, F값은 11.535, 유의확률 p=0.000으로 분석되었다.

표 11. 방문객 만족이 행동의도에 미치는 영향

종속변수: 재방문					
독립변수(요인)	비표준화 계수		표준화계수	t	P
	b	표준오차	β		
(상수)	2.371	.140		16.973	.000
만족	.169	.046	.190	3.640	.000***
R ² =.136 수정된 R ² =.133 F=13.250 p=.000					
종속변수: 구전					
독립변수(요인)	비표준화 계수		표준화계수	t	P
	b	표준오차	β		
(상수)	1.984	.164		12.131	.000
만족	.286	.054	.270	5.277	.000***
R ² =.173 수정된 R ² =.170 F= 27.848 p=.000					

*p<0.01, **p<0.05 수준에서 유의함

(3) 방문객 만족이 행동의도에 미치는 영향

방문객 만족이 행동의도에 미치는 영향력 검증 을 위하여 만족과 재방문 및 구전과의 영향관계를 검증하기 위하여 회귀분석을 실시하였으며, 분석 결과 만족은 재방문과 구전에 통계적으로 유의한 영향관계가 있는 것으로 파악되었다.

방문객 만족이 재방문에 미친 영향력인 R²값은 .136이며, F값은 13.250에 유의확률 p=0.000으로 분석되었다. 한편, 방문객 만족이 구전에 미친 영향력은 .173이며, F값은 27.848인 것으로 나타났 다.

이러한 분석결과를 토대로 방문객 만족은 행동 의도(재방문 및 구전)에 유의한 영향을 미치는 것 을 확인할 수 있다.

(4) 관광동기와 만족 및 행동의도간의 관광 목적 조절역할 검증

가설 4를 검증하기 위해 국립공원 관광동기 요 인들 즉, 문화적, 신체적, 대인적 동기 요인들이 관광목적에 따라 만족 및 행동의도에 미치는 영향 이 어떠한지를 살펴보기 위하여 조절회귀분석을

실시하였다. 분석절차는 먼저 관광동기 요인의 3 가지 요인을 투입하고 조절변수인 관광목적의 더 미변수를 2단계로 투입하였으며, 그리고 조절변 수인 관광동기 3가지 요인과 관광목적의 더미변수 와 상호작용 변수를 회귀식에 투입하였다.

첫째 단계로, 관광동기와 만족과의 회귀식은 F=199.500(p<0.001)로 통계적으로 유의한 결과 를 보이고 있으며, 약 63%(R²=0.630)의 설명력 을 보이고 있다. 그리고 투입된 3개의 모든 변수 에서 통계적으로 유의적인 영향관계를 보이고 있 다. 둘째, 조절변수인 관광목적의 더미변수를 투 입한 회귀식은 F=151.461(p<0.001)로 통계적으 로 유의한 결과를 보이는 것으로 나타났으며, 63.3%(R²=.633)의 설명력을 보이고 있다. 투입된 더미변수에서는 통계적으로 문화적·대인적 동기 에 비해서 신체적 동기(t=19.666)에서 영향관계 를 보이고 있으며, 셋째, 관광동기와 관광목적의 더미변수에 대한 상호작용 변수를 투입한 결과 회 귀식은 F=121.925(p<0.001)로 통계적으로 유의한 결과를 보이고 있으며, 63.5%(R²=.635)의 설명력 을 보이고 있다. 투입된 상호작용 변수에서 통계

표 12. 관광동기와 만족 및 행동의도 간의 관광목적 조절역할 검증

독립변수	만족			재방문			구전		
	1단계	2단계	3단계	1단계	2단계	3단계	1단계	2단계	3단계
문화적 동기(A)	2,039 *	2,147 *	2,563 *	1,284	1,419	1,000	-.484	-.357	-1,931
신체적 동기(B)	21,278 ***	19,666 ***	19,208 ***	3,213 **	2,340 *	2,183 *	5,539 ***	4,561 ***	3,600 ***
대인적 동기(C)	-4,067 ***	-4,086 ***	-3,250 **	1,924	1,929	1,727	-.442	-.451	-1,405
더미변수 관광목적(D)		-1,830	1,033		-2,286 *	-.595		-2,283 *	-3,003 **
동기×관광목적			-1,421			.149			2,602 *
R ²	.630	.633	.635	.151	.165	.162	.090	.103	.120
Adj R ²	.627	.629	.630	.143	.155	.152	.082	.093	.107
F	199,500	151,461	121,925	6,370	6,141	4,903	11,535	10,558	9,532
조절효과분석	1단계: A+B+C 독립변수 2단계: A+B+C+D 독립변수+더미변수 3단계: A+B+C+D+A*D+B*D+C*D(상호작용) 독립변수+더미변수+(독립변수)*(더미변수)								

1) *p<0.01, **p<0.05 수준에서 유의함

2) 관광목적을 더미변수화(k-1: 2개 더미)하여 위계적 회귀분석을 수행함.

적으로 유의한 영향관계를 보이고 있다.

이러한 결과는 전체적으로 관광동기요인이 만족과의 관계에 있어서 관광목적은 조절효과가 나타난다고 할 수 있다. 결과적으로 상호작용 항이 유의미한 회귀계수를 얻고 1단계와 2단계(ΔR 증분)에서 설명된 분산(R^2)의 증감된 값이 F검정을 통해 유의미한 차이를 보일 경우 조절효과가 있다고 판단한다. 따라서 더미 변수항에 대한 조절효과는 유의미한 것으로 나타났다.

또한 관광동기요인과 구전(행동의도)과의 관계에 있어서 관광목적에 따른 조절효과가 나타나고 있다. 결과적으로 상호작용항이 유의미한 회귀계수를 얻고 1단계와 2단계(ΔR .013% 증분), 2단계와 3단계(ΔR .017% 증분)의 설명된 분산(R^2)의 증감된 값이 F검정을 통해 유의미한 차이를 보일 경우 조절효과가 있다고 판단되어 상호변수항에

대한 조절효과는 유의미한 것으로 나타났다. 그러나 관광동기요인과 재방문은 조절변수로 영향은 미치지만, 독립변수와 조절변수의 상호작용 변수는 통계적으로 조절변수로서 역할을 하지 않는 것으로 분석되었다.

5. 결론

본 연구는 계룡산 국립공원 방문객을 대상으로 관광동기가 관광 후 만족과 태도인 재방문 및 구전의도 간의 영향관계를 검증함에 목적이 있었다. 이에 계룡산 국립공원 방문객을 대상으로 실증분석을 실시하였으며, 분석결과는 다음과 같다.

첫째, 계룡산 국립공원 방문객을 대상으로 관광

동기와 만족도간의 영향관계 검증 결과, 관광동기 가운데 관광지의 신체적 동기와 대인적 동기 요인이 만족도에 가장 큰 영향력을 미치는 것으로 분석되었고, 그 가운데 신체적 동기 요인이 높은 설명력을 나타냈다.

둘째, 관광 동기가 행동의도 요인인 재방문 및 구전의도 요인에 미치는 영향력에 대한 분석결과, 관광 동기 요인 중 신체적 동기와 대인적 동기 요인이 유의한 영향관계가 있음을 확인하였다.

셋째, 국립공원 방문객 만족이 행동의도에 미치는 영향관계를 분석한 결과 재방문과 구전 변수 모두 유의한 영향관계가 있음이 확인하였다.

넷째, 계룡산 국립공원의 관광동기와 만족 및 행동반응 간의 영향관계에서 관광목적의 조절효과 측면에서의 분석결과 관광목적은 관광동기와 만족 및 행동의도에 대해서는 조절관계가 있으나, 재방문 및 구전에서는 조절효과가 없는 것으로 나타났다.

이러한 분석결과를 정리하면 다음과 같다. 첫째, 국립공원을 선택함에 있어서 가장 큰 영향을 주는 관광동기 요인은 신체적 동기로서 성취감과 여가시간을 즐기며 모험과 스릴을 즐기기도, 다양한 이벤트 행사에 참여하는 동기는 방문객이 관광동기에 중요한 영향을 미치는 것으로 국립공원관광자원의 개발 방향 및 발전 전략을 수립하는 데에 고려하여야 할 것으로 판단되며, 그 밖에도 국립공원 관광지의 강점자원에 맞는 동기 요인별 활성화 전략이 필요하다. 둘째, 관광지 관광동기에 방문객 만족도는 신체적 동기 요인에 많은 중요도를 갖는 것으로 분석되었다. 따라서 관광에서 전반적인 만족을 높이기 위해서는 방문객의 관광동기 가운데 신체적 동기와 대인적 동기 등의 동기 요인 관광객을 발굴하는 것이 필요하며, 문화적 동기 방문객을 위한 만족도 제고 방안이 강구되어야 할 것으로 판단된다. 셋째, 관광동기가 구전의도에 미치는 영향력을 검증한 결과 신체적 동기 요인이 구전의도에 유의한 영향을 미치는 것으로

분석되었다. 따라서 관광 행동의도 가운데 구전효과를 높이기 위해서는 신체적 동기 요인을 중요하게 고려해야 할 것으로 판단된다. 이러한 연구결과는 국립공원 관광지의 개발 또는 발전전략을 수립하는데 중요한 기초자료로 활용될 수 있을 것으로 사료된다.

그러나 본 연구는 몇 가지 연구의 한계점을 갖고 있다. 첫째, 조사시기가 장시간의 시간을 가지고 판단하여야 함에도 불구하고 특정시기에 편중되어 있어 관광동기를 대표할 수 있는지 여부에 한계성으로 지적될 수 있다. 둘째, 연구지역을 계룡산 국립공원을 중심으로 하여 연구 이론의 일반화의 한계를 갖고 있다. 따라서 미래의 연구는 표본을 전국으로 확대하여 연구할 필요성이 제기된다.

따라서 앞으로의 이와 같은 연구는 연구대상의 확대와 전국 각지의 국립공원에서 직접 설문을 받는 형태가 보완되어 연구되어야 하며, 표본의 모집단을 전국으로 확대하여 유효 표본을 선정한다면, 본 연구보다 가치 있는 연구결과를 제시할 수 있을 것으로 예측된다. 이러한 연구의 한계점을 보완한 연구 방법론적 접근과 측정요인의 세부 구성을 차별화한 연구방법을 통한 향후 연구결과는 연구결과와 가치를 향상시킬 수 있을 것으로 사료된다.

참고문헌

- 고동우, 1998, "관광의 심리적 체험과 만족간의 관계," 고려대학교 대학원 박사학위논문.
- 김대관, 2001, "지속가능한 관광개발 지표 연구," 한국관광연구원 1.
- 김부성, 2010, "도시이미지 제고를 통한 도시관광개발," 한국경제지리학회지 13(3), pp.354-380.
- 김시중, 2010, "국내 온천관광지 이미지 및 선호도 평가," 한국경제지리학회지 13(2), pp.253-269.
- 김영우, 2005, "방한 일본 여성관광객의 에스텍틱 동기

- 가 관광지 선택 속성, 만족, 행동의도간의 영향관계,” *컨벤션연구* 6(2), pp.107-131.
- 김정준, 2009, “관광지 유형에 따른 관광동기, 관여도와 관광매력성 연구,” *경기대학교 대학원 박사학위논문*.
- 류인평 · 김정준, 2010, “관광동기와 관여도에 따른 관광목적지 매력성 연구,” *관광경영연구* 14(3), pp.69-93.
- 사효란, 2011, “한국인 관광객의 관광동기, 만족도 및 재방문에 관한 연구,” *관동대학교 대학원 석사학위논문*.
- 송영민 · 이영진, 2011, “방한 중국 관광객의 전반적 관광만족도, 재방문의도, 추천의도에 미치는 영향요인분석,” *중소연구* 15(1), pp.81-114.
- 여영숙, 2011, “관광동기에 따른 사전기대가 관광경험의 진정성에 미치는 영향: 매스미디어에 의한 관광이미지의 매개효과를 중심으로,” *호남대학교 대학원 박사학위논문*.
- 오병호, 2005, “신호여행객들의 관광지 선택요인의 중요도와 만족도에 관한 연구,” *계명대학교 대학원 석사학위논문*.
- 오정학 · 김유일, 2001, “중요도-성취도 분석에 의한 주제공원 계획요소 평가: 에버랜드를 사례로,” *한국조경학회지* 29(4), pp.34-43.
- 유종서 · 조우제, 2011, “강원도 관광동기 유형에 따른 시장세분화 및 특성분석,” *관광연구* 26(5), pp.383-397.
- 이승익 · 고재윤(2010), 2010, “레스토랑 물리적 환경과 메뉴품질이 고객만족 및 재방문의도에 미치는 영향,” *외식경영연구* 13(2), pp.85-99.
- 이용기 · 이덕우 · 이충기, 2003, “지각된 환경단서가 방문객 만족과 충성도에 미치는 영향: 수안보 온천축제의 경우,” *관광학연구* 42(2), pp.85-104.
- 이윤섭, 2006, “관광자 가치, 라이프스타일, 동기가 관광지선택과 행위의도에 미치는 영향,” *경기대학교 대학원 박사학위논문*.
- 이태희 · 이충기, 2000, “전통축제 방문시장 세분화에 기준으로 관여수준,” *관광학연구* 24(1), pp.323-330.
- 이편, 2010, “하이난 생태관광 이미지가 관광객의 가치와 만족 및 행동의도에 미치는 영향 연구,” *경희대학교 대학원 석사학위논문*.
- 장경수, 2010, “농촌관광의 서비스품질이 방문자만족, 재방문의도, 추천의도에 미치는 영향,” *관광연구* 24(6), pp.457-472.
- 조진희, 2006, “지속가능한 생태관광을 위한 관광객의 관광태도, 관광동기 및 환경의식,” *계명대학교 대학원 박사학위논문*.
- 조혜경, 2002, “생태관광지에 대한 관광동기, 속성, 만족, 재방문의도간의 영향관계,” *동아대학교 대학원 석사학위논문*.
- 국립공원 관리공단, 2011, <http://www.knps.or.kr>.
- Alegre, J. & Cladera, M., 2006, “Repeat visitation in mature sun and sand holiday destinations,” *Journal of Travel Research* 44, pp.288-297.
- Baker, D. A. & Crompton, J. L. 2000, “Quality, satisfaction and behavior intentions,” *Annals of Tourism Research* 27(3), pp.785-804.
- Baloglu, A. & McCleary, K. W. 1999, “U.S international pleasure traveler’s images of four Mediterranean destinations: a comparison of visitors and non-visitors,” *Journal of Travel Research* 38, pp.144-152.
- Beerli, A. & Martin, J. D. 2004, “Factors influencing destination image,” *Annals of Tourism Research* 31(3), pp.657-687.
- Bigne, J. E., Sanchez, M. I. & Sanchez, J. 2001, “Tourism image, evaluation variables and after purchase behavior: inter-relationship,” *Tourism Management*, 22, pp.607-616.
- Chen, D. F. & Tasi, D. C. 2007. “How destination image and evaluative factors affect behavioral intentions?,” *Tourism Management* 28, pp.1115-1122.
- Chen, J. S. & Gursoy, D. 2001, “An investigation of tourists’ destination loyalty and preferences,” *International Journal of Contemporary Hospitality Management* 13(2), pp.79-85.
- Chi, C. G. Q. & Qu, H. 2008, “Examining structural relationships of destination image, tourist, satisfaction and destination loyalty: An inter-grated

- approach," *Tourism Management* 29, pp.624-636.
- Dwyer, L., Mellor, R., Livaic, Z. Edwards, D. & Kim, C. 2004, "Attributes of Destination Competitiveness: A Factor Analysis," *Tourism Analysis* 9(1-2), pp.91-101.
- Enright, M. J. & Newton, J. 2004, "Tourism Destination Competitiveness: A Quantitative Approach", *Tourism Management* 25(6), pp.777-788.
- Formica, S. & Uysal, M. 2006, "Destination Attractiveness Based on Supply and Demand Evaluations: An Analytic Framework," *Journal of Travel Research* 44, pp.418-430.
- Frochot, L. & Hughes, H. 2000, "HISTQUAL: the development of a historic houses assessment scale," *Tourism Management* 21(2), pp.157-167.
- Gartner, W. 1993, "Image for nation process," *Journal of Travel and Tourism Marketing* 2, pp.191-216.
- Hong, S. K., Kim, J. H. Jang, H. & Lee, S. 2006, "The roles of categorization, affective image and constraints on destination choice: an application of the NMNL model," *Tourism Management* 27(5), pp.750-761.
- Hu, Y. & Ritchie, J. R. 1993, "Measuring Destination Attractiveness: A Contextual Approach", *Journal of Travel Research* 32(2), pp.25-34.
- Kim, H. & Richardson, S. L. 2003, "Motion picture impacts on destination images," *Annals of Tourism Research* 30(1): 216-237.
- Kim, H. B. 1998, "Perceived Attractiveness of Korean Destinations," *Annals of Tourism Research* 25, pp.340-361.
- Kotler, P., Bowen, J. T. & Makens, J. C. 2010, *Marketing for Hospitality and Tourism*. Pearson Education, Inc, New Jersey 165.
- Kozak & Rimmington, M. 2001, "Benchmarking: Destination Attractiveness and Small Hospitality Business Performance," *International Journal of Contemporary Hospitality Management* 10(5), pp.184-188.
- Kozak, M. 2001, "Repeaters' Behavior at two distinct destinations," *Annals of Tourism Research* 28 pp.784-807.
- Lee, C., Huang, H. & Yeh, H. 2010, "Developing an evaluation model for destination attractiveness: Sustainable forest recreation tourism in Taiwan," *Journal of Sustainable Tourism* 18(6), pp.811-828.
- Lee, C., Qu, W. & Huang, H. 2009, "A study of destination attractiveness through domestic visitors perspectives: The case of Taiwan's hot springs tourism sector," *Asia Pacific Journal of Tourism Research* 14(1), pp.17-38.
- Lee, T. H. 2009, "A structural model to examine how destination image, attitude, and motivation affect the future behavior of tourists," *Leisure Sciences* 31, pp.215-236.
- Lehto, X, Y, O'Leary, J. T. & Morrison, A. M. 2004, "The Effect of prior experience on vacation behavior," *Annals of Tourism Research* 31(4), pp.801-818.
- Milman, A. & Pizam, A. 1995, "The role of awareness and familiarity with a destination: the central Florida case," *Journal of Travel Research* 33(3), pp.32-27.
- Neberg, L. 1994, "Determinants of the attractiveness of a tourism region," In S. F. Witt & L. Moutihno(eds), *Tourism Marketing and Management Handbook*(2nd ed 24-28). New York: Prentice Hall.
- Petrick, J. F., Morais, D. D, & Norman, W. 2001, "An examination of the determinants of entertainment vacationers' intentions to revisit," *Journal of Travel Research* 40, pp.41-48.
- Reisinger, Y. & Torner, L. 1998, "Cross-cultural differences in tourism: a strategy for tourism marketers," *Journal of Travel and Tourism Marketing* 7(4), pp.79-106.
- Sparks, B. 2007, "Planning a wine tourism vacation? Factors that help to predict tourist behavioral intentions," *Tourism Management* 28, pp.1180-1192.
- Um, S., Chon, K. & Ro, Y. H. 2006, "Antecedents of revisit intention," *Annals of Tourism Research* 33, pp.1141-1158.

- Wu, C. E. 2003, *An Exploratory Study of Taiwanese Senior's Travel Motivations and Travel Behavior*. Manhattan: Kansas State University Press.
- Yoon, Y. & Uysal, M. 2005, "An Examination of the effects of motivation and satisfaction on destination loyalty: a structural model," *Tourism Management* 26, pp.45-56.

교신: 김시중, 300-718, 대전광역시 동구 자양동 17-2, 우송대학교 호텔관광경영학과, 전화: 042-630-9761, 팩스: 042-630-9767, 이메일: sjkim@wsu.ac.kr

Correspondence: Si Joong Kim, Department of Hotel & Tourism Management, Woosong University, 17-2, Jayang-dong, Dong-ku, Daejeon, Tel: 042-630-9761, Fax: 042-630-9767, e-mail: sjkim@wsu.ac.kr

최초투고일 2012년 5월 11일

최종접수일 2012년 5월 27일

Journal of the Economic Geographical Society of Korea

Vol.15, No.2, 2012(314-331)

The Effect of Gyeryongsan National Park Visitors' Tourism Motivation on Satisfaction and Behavior Intention: Moderation Effect of Tourism Purpose

Kim, Hyo-Jung* · Kim, Si-Joong**

Abstract : This study aims at examining the effect of Gyeryongsan national park visitors' tourism motivation on satisfaction and behavior intention based on conducted questionnaires. According to the empirical analyses, two effects were drawn. The results are as follows: First, the effect of tourism motivation on satisfaction and behaviour intention: Second, the moderation effect of tourism purpose on tourism motivation, satisfaction, and behavior intention. According to hypothesis testing for this study, physical motivation and personal motivation influenced satisfaction in terms of tourism motivation and satisfaction for the national park destinations. In addition, physical motivation and personal motivation affected behaviour intention in terms of tourism motivation and behaviour intention for the tourism destinations. Tourist satisfaction, besides, had a significant effect on revisit and word-of-mouth intention. Finally, moderate variables of tourism purpose had a significant influence on tourism motivation, satisfaction, and behaviour intention.

Key Words : Gyeryongsan, National Park, Tourism Motivation, Satisfaction, Behavior Intention

* Graduate Student of Ph.D., Dept. of Business Administration (Major; Tourism Management), Woosong University

** Professor, Department of Hotel & Tourism Management, Woosong University