

올레길 7구간의 이용객 만족도 및 이미지 분석

강방훈 · 조승진* · 손진관** · 신지훈***

농촌진흥청 국립농업과학원 · *단국대학교-농촌진흥청 학연합동과정

단국대학교 대학원 · *단국대학교 녹지조경학과

The Study on the Satisfaction and Image of Passenger at Section Seven, in Olle-gil

Kang, Banghun · *Cho, Seung Jin · **Son, Jin Kwan · ***Shin, Ji Hoon

National Academy of Agricultural Science, RDA

**Relationship of Dankook University & Rural Development Administration*

***Graduate School, Dankook University*

****Department of Landscape Architecture, Dankook University*

ABSTRACT : This study aimed to investigate the images that affect general travel behavior and satisfaction of eco-tourists of Section seven of Jeju Olle-gil and to give eco-tourists preferred images to newly constructed eco-tour sections. Adjectives were selected to evaluate images, and for analysis, a survey was carried out with 132 persons who have toured 7 section of Jeju Olle-gil. On this survey, basic travel type, overall satisfaction, image before and after experience, age, gender, satisfaction level and accompanying type were inquired. 81(61.4%) knew section 7 of Jeju Olle-gil 'in advance', and 58(39.1%), which takes up the largest portion in this question, came to choose section 7 by a word of mouth. 95(71.9%) answered that they stayed 2 nights and 3 days, and 55(41.7%) answered that they stayed at a pension as accommodation. As for accompanying type, 34(25.7%) answered they accompanied family and relatives. As for the decision of visit, 60(45.5%) replied that they decided one month prior to the visit. And as for the purpose of visit, 63 (33.8%) replied they visited to appreciate nature. The adjectives that demonstrate overall satisfaction and significance level of the tourists were 'placid', 'refreshing', 'living', 'mountainous' and 'green'. As for the satisfaction level, people were satisfied with its environment, cleanliness level and direction boards. The types of section preferred by the tourists were clay pavements, followed by sand-masa soil mixture pavement and wooden deck pavement. 'Oidolgae' section was selected as the representative section, and 10:00a.m.~12:00p.m. was preferred as visiting time. And it is also proved that people were positive in appointing photo zones.

Key words : Eco-tourism, Adjective, Trekking, Jeju Olleh Walking Tour, Lickertis Scale

1. 서 론

최근 저탄소 녹색성장의 새로운 정책비전의 제시와 함께 분야별로 저탄소 녹색성장 정책에 부응한 관광산업의 중요성이 날로 부각되고 있는 실정으로, 삶의 질 향

상을 위하여 다양한 여가 생활을 필요로 하고 있으며, 이는 정적이고 수동적인 관광에서 역사·문화체험·지식습득·스포츠 활동 등에 있어 직접 체험해 보는 적극적인 활동을 통한 체험 관광을 추구하는 관광객의 증가로 나타나고 있다(이현중, 2007). Hetzer는 기존관광에 대한 대안으로 생태관광을 제안하였고, 현재 지향하는 관광으로는 생태관광, 자연관광, 녹색관광 등이 있으며, 지속가능성을 강조하는 대중관광의 대안적 성격을 가진 다양한 관광형태가 출현하고 있다(Hetzer, W, 1965; 제주관광공

Corresponding author : Shin, Ji Hoon

Tel : 041-550-3634

E-mail : sjihoon@dankook.ac.kr

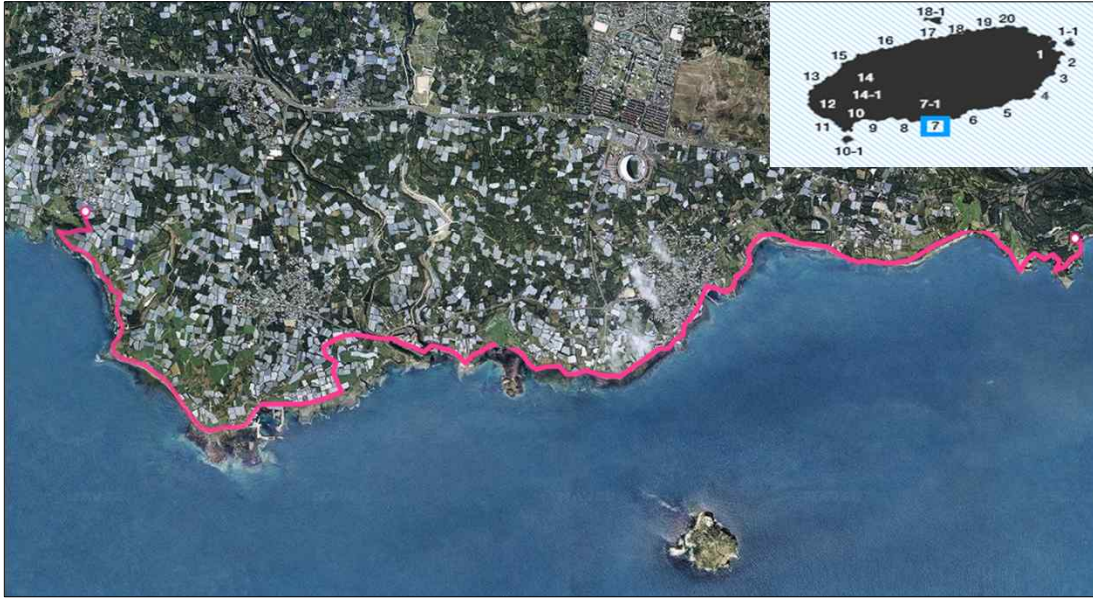


Figure 1 제주 올레길 코스자료.

사, 2010; 강성일 등, 2011). 자연자원 및 환경보호, 환경친화적 개발에 대한 중요성이 확대되고, 경제성장과 환경보전을 동시에 추구하고자 하는 지속가능한 개발 개념의 연속선상에서 관광분야에 새로운 패러다임으로서 지속가능한 관광이 대두 되고 있다(김성일, 1999).

지속가능하고 다양한 만족을 원하는 현대인들이 선호하고 있는 생태관광은 자연보호를 연결시키는 관광으로서 관광 자원의 개발을 지양하고 환경보호와 자연보전을 고려해 관광자원 및 환경의 보존과 이용, 경제적 편익 등이 조화와 균형을 유지할 수 있는 지속가능한 발전의 수단으로 관광 활동이 나아가야할 이상적 목표가 강한 것이 특징이다(최수경, 2011).

생태관광은 자연관광의 형태가 대량화되고 환경에 대해 부정적인 영향을 유발하면서 환경에 대한 부정적인 영향을 최소화하고 자연보전을 위해 출현한 용어이며,

생태관광적 특성은 자연체험과 건강·웰빙을 추구하려는 수요변화를 의미하며, 건강한 삶에 대한 관심과 가족, 동호인 단위의 체험형 여행문화 확산, 그리고 생태관광에 대한 관심 증가 등에 기인하는 것으로 분석되었다고 하였다(Higgins, 1996; 강미희 등, 2011). 생태관광의 일환으로 도보여행이 활성화되고 있으며, 제주 올레, 지리산 둘레길을 비롯하여 전국적으로 다양한 테마와 형태의 도보여행 코스가 꾸준히 개발되고 있으므로 향후 도보여행에 참가하는 관광객의 수는 지속적으로 늘어날 전망이다. 생태관광은 이에 따라 문화관광부, 국토해양부, 산림청 등 중앙부처는 물론 각 지방자치단체들이 다양한 주제의 ‘걷고 싶은 길’을 지정하거나 조성하고 있다(조우현 등, 2011). 한편 문화체육 관광부에 의하면 도보여행은 2009년 관광이동총량의 4.6%에서 2015년 12%까지 증가할 것이며, 제주 올레의 경우 2015년 170만명까지 관광

Table 1. 2011년도 제주올레 코스별 이용객 현황

구분	이용객(명)	구분	이용객(명)	구분	이용객(명)	구분	이용객(명)
1코스	89,753	6코스	94,154	10-1코스	44,846	15코스	6,895
1-1코스	19,501	7코스	403,837	11코스	27,099	16코스	9,428
2코스	16,640	7-1코스	9,272	12코스	24,833	17코스	9,380
3코스	24,184	8코스	63,952	13코스	7,705	18코스	7,640
4코스	31,243	9코스	24,060	14코스	7,913	18-1코스	21,641
5코스	34,828	10코스	101,057	14-1코스	7,365	19코스	6,650

* 자료출처 : 제주올레(www.jejuolle.org)

객이 증가할 것이라고 예상하고 있다(문화체육관광부, 2010). 탐방객의 휴양경험에 대한 만족도는 물리적, 사회적, 관리적 환경 등 다양한 요소들에 의해 상호 영향을 줄 수 있고, 탐방객의 탐방 후 평가에 대한 조사와 정확한 이해는 탐방객과의 마찰을 줄이는 동시에 보전관리를 이룰 수 있는 중요한 분석 자료가 된다 하겠다(유기준 등, 2008).

제주도는 우리나라의 대표적인 관광지로써 지속가능한 관광을 위해 올레길 등을 체험하는 생태관광에 관심을 기울이고 있다. 연구의 대상지인 올레길 7구간은 제주도 올레길 19구간 중 가장 많은 이용객들이 이용하고 해안 경관이 빼어난 곳으로 알려져 있다(제주관광공사, 2010). 이와 관련하여 최근 증가하는 도보여행 이용객의 행태, 관광동기, 만족도를 조사할 필요가 있다고 하겠으며, 제주올레길 이용객의 행태를 파악하고 도보여행 중의 불편사항에 대하여 시장조사를 실시할 필요성이 제기되고 있다(제주관광공사, 2010). 또한 국제 생태관광학회에 따르면 생태관광은 자연 환경을 보존하고 자연 지역에 대한 책임 있는 여행을 통하여 지역 주민의 복지수준을 향상시킬 수 있다고 하였다(TIES, 2012).

본 연구는 제주도 올레길 7구간 이용객을 통한 여행의 행태와 선호 이미지를 조사하고, 탐방 후의 어떠한 이미지가 올레길 7구간 탐방객의 전반적 만족도와 상호 영향을 갖는가에 대한 연구를 진행하였다. 전반적 만족도에 영향을 미치는 이미지 활용을 통하여 본 연구의 조사결과가 앞으로 추후 개발 생태탐방로의 조성 방안 및 기초 자료로 제공에 이용되길 기대한다.

II. 연구방법

1. 연구 대상지

본 연구는 제주도 올레길 7구간 이용객들의 만족도 및 이미지를 조사하는 것이기에 제주관광공사가 제주 올레길 실태조사를 실시하여 발표한 자료를 참고하여 올레길 24구간 중 경관이 가장 수려하고 이용자가 많은 구간인 7구간을 연구대상지로 선정하였다(제주관광공사, 2010). 7구간은 외돌개에서 월평마을의 아왜낭목까지 전체 이동 거리는 약 13.8Km이며 소요시간은 4-5시간이다.

2. 생태탐방로 이미지 평가 형용사 선정

올레길 7구간 조사를 위한 사전 조사로 형용사 선정 조사를 실시하였다. 형용사 선정은 Feimer(1979)가 제시한 240개의 경관형용사 목록을 활용하여 국립농업과학원의 경관 전문가 32인에게 제시한 후 올레길 자연경관 이미지에 해당하는 형용사를 모두 고르게 한 후 다수의 동의를 얻은 형용사를 대상으로 비슷한 어휘나 용어는 조사결과의 상위변수에 포함시켜 설문에 활용할 형용사를 선정하였으며, 경관형용사 선정을 위한 전문가 조사결과 총 136개의 형용사가 1~22의 변수로 조사되었다. Table 2에 유의한 어휘는 상위변수에 포함시키고 빈도가 높게 나타난 형용사를 우선으로 물리적, 감성적 형용사로 구분하여 각각 7개씩 선정하였다. 추가로 전문가 의견을 반영하여 리스트에 없는 형용사인 '이국적인'을 추가 14개의 형용사를 선정해 보행공간을 대상으로 한 경관 체

Table 2 올레길 7구간 평가 형용사 선정을 위한 전문가 조사 결과

빈도	형용사	빈도	형용사	빈도	형용사
22	인상적인	15	살아있는, 부드러운, 자유로운	9	격리된, 굽이치는, 노란색의 등 2개
19	시골풍의, 생명이 있는	14	느린, 마음을 끄는, 자연적인	8	빛나는, 광대한, 푸른 등 10개
18	아름다운	13	물기 많은, 평화로운	7	잡초가 무성한, 동적인, 녹슨 등 8개
17	낭만적인, 평온한	11	깨끗한, 풍부한, 신비한 등 14개	6	낮선, 목초지의, 지루한 14개
16	수목이 울창한, 상쾌한, 잎이 우거진	10	손상되지 않은, 신선한, 야생적인 등 9개	5	높이 많은, 예쁜, 시들은 등 7개

Table 3 올레길 7구간 경관평가 형용사 선정

구분 ¹⁾	형용사
감성 이미지	평온한, 상쾌한, 생명이 있는, 인상적인, 자연적인, 아름다운, 이국적인,
물리 이미지	수목이 울창한, 시골풍의, 넓은, 돌이 많은, 산이 많은, 녹색의, 물기 많은

주1) 최윤희(2004), 한은실 등(2006)의 연구를 재구성.

험에서 발생하는 심리평가구조와 보행공간을 구성하고 있는 물리적 구성요소에는 어떤 밀접한 관계가 내재되어 있다고 하였으며(김유준 등, 2009), 또한 평가를 위해 추가로 주신하(2003)의 도시경관 분석을 위한 경관형용사 및 적용 연구를 참조하였다.

3. 올레길 7구간 대표경관 및 이미지 설문조사

올레길 7구간의 주요경관지점에 대한 이미지를 리커트척도 14문항 7점 척도로 기입하도록 하였으며, 선호의 정도는 7점 척도로 질문하였다. 7구간의 주요경관 지점의 선정은 제주 올레에서 지정한 외돌개에서 월평마을까지 12구간의 주요 경관지점에 대해 우선순위를 선택해 설문하였다.

조사대상은 올레길 7구간을 탐방한 200명에게 설문지를 배포하여 현지에서 설문하였으며, 그 중 165부를 회수하였으며 불성실 설문을 제외한 132부의 설문지를 대상으로 분석하였다. 올레길 7구간의 전반적 이미지를 탐방전후로 설문을 실시하였다. 사진슬라이드의 대표경관 우선순위를 조사하기 위해 주요경관 12곳의 사진을 제시하고 7점 척도로 탐방객에게 설문하였다. 설문 방법은 개별면접 설문조사를 실시하였으며, 설문지 구성은 올레길 7구간의 방문에 대한 사항, 방문만족도에 관한 사항, 구간 중 선호하는 사항, 구간의 이미지를 묻는 사항으로 구성되었으며, 데이터 분석방법은 각 항목에 대한 빈도수와 백분율을 이용한 기술 분석을 실시하였고, 구간의 대표 이미지를 추출하기 위하여 T-검정을 이용한 회귀분

석을 실시하였다. 올레길 7구간의 선호 이미지 요인을 분석하기 위한 통계처리는 SPSS 18.0 for window를 이용하여 문항별 평균 및 표준편차를 평가한 다중회귀분석을 실시하여 선호요인을 구별하였다.

III. 결과 및 고찰

1. 탐방객의 인구통계학적 특성

응답자의 인구통계학적 특성은 Table 4와 같다. 응답자의 성별은 남자 71명(53.7%), 여자 61명(46.3%)으로 남자의 비율이 여자의 비율보다 다소 높게 나타났으며, 연령은 40~49세가 48명(36.3%), 직업은 학생이 28명(24.1%)으로 가장 많았다. 교육수준은 대학생 및 대학교 졸업이 49명(45.3%)으로 가장 많았으며, 이는 연령분포와 비교할 때 ‘386세대’라고 일컬어지는 고학력 세대가 많이 방문하고 있다고 보고된 제주 올레길 이용객 실태조사 보고서와 같은 결과를 나타내었다(제주관광공사, 2010). 탐방객들의 거주지는 경기도가 30명(22.7%)으로 가장 많았으며, 거주지 분석에서 제주도 9명(6.8%)으로 제주도민 또한 올레길을 탐방하는 것으로 조사되었다.

2. 탐방객의 기본 여행 형태

올레길 7구간의 사전 인지도 설문은 81명(61.4%)이 ‘사전에 알고 있었다’로 응답했으며, 최근 1년 동안 1~2

Table 4 올레길 7구간 탐방객 인구통계학적 특성

항목	내용	빈도 (명)	비율 (%)	항목	내용	빈도 (명)	비율 (%)
성별 (N=132)	남자	71	53.7	교육수준 (N=108)	중졸이하	5	4.6
	여자	61	46.2		고졸	32	29.6
연령 (N=128)	20세 이하	4	3.0		대학생 및 대졸	49	45.3
	20~29세	34	25.7		대학원 이상	22	20.3
	30~39세	25	18.9	거주지 (N=131)	서울	23	17.4
	40~49세	48	36.3		경기도	30	22.7
	50~59세	16	12.1		강원도	18	13.6
	60세 이상	1	0.7		경상도	24	18.1
직업 (N=116)	전문직	21	18.1		충청도	16	12.8
	회사원	9	7.7		전라도	9	6.8
	자영업	8	6.8		제주도	9	6.8
	학생	28	24.1		기타	2	1.5
	공무원	18	15.5				
	주부	25	21.5				
	기타	7	6.0				

* 중복응답 및 결측치로 인하여 사례별 빈도가 다를 수 있음.

회 방문이 115명(87.1%), 3~4회 방문도 16명(12.1%)으로 나타났다. 이는 전국적으로 ‘걷는 길’이 새로운 여행의 경향으로 여겨지면서 관심이 증대한 결과이며(조우현 등, 2011), 최근 웰빙 트렌드에 맞추어 도보여행이 널리 확산된 것으로 분석된다(제주관광공사, 2010). 올레길 19 구간 중 7구간을 선택한 정보원천은 ‘주위사람의 구전을 통하여’가 58명(39.1%)으로 가장 높았고, TV로 정보를 얻은 경우는 28명(18.9%)로 조사되었다. 또한 7구간을

시간을 1~2시간으로 매우 큰 차이를 보였다. 이는 올레길 7구간 도보여행 소요시간이 탐방객이 원하는 소요시간의 수요에 따라 구간이 좀 더 세분화되어야 하며, 세분화는 올레길 7구간의 현재 교통편의 보완으로 가능하다고 사료된다.

연령별 정보 원천으로는 40~49세가 23명(20.1%)으로 구전을 통한 정보의 접근이 가장 높았으며, 구전을 통하여 정보를 얻는 사람들은 총 58명(43.9%)으로 조사 대상

Table 5 올레길 7구간 기본 여행 형태

항목		빈도 (명)	비율 (%)	항목		빈도 (명)	비율 (%)
사전인지 (N=132)	예	81	61.4	동반형태 (N=132)	혼자서	5	3.8
	아니오	51	38.6		친구	21	15.9
최근1년 방문횟수 (N=132)	1~2회	115	87.1		직장동료	30	22.7
	3~4회	16	12.1		동호회	24	18.2
	5~6회	0	0		가족, 친척	34	25.8
	7회 이상	1	0.8		연인	11	8.3
정보원천 (N=148)	T V	28	18.9		기타	7	5.3
	주위사람(구전)	58	39.1	방문결정 (N=132)	3~4일 전	25	18.9
	신문잡지	10	6.7		일주일 전	37	28.0
	인터넷	26	17.5		한 달 전	60	45.5
	플랜카드	9	6.0		3개월 전	9	6.8
기타	17	11.4	기타		1	0.8	
여행기간 (N=132)	당일	1	0.8	방문목적 (N=186)	관광 및 체험	57	30.6
	1박2일	9	6.8		자연감상	63	33.8
	2박3일	95	71.9		가족화합	24	12.9
	3박4일	8	6.1		휴식	21	11.2
	기타	19	14.4		학습활동	17	9.1
숙박 장소 (N=132)	여관	18	13.6		기타	4	2.1
	리조트	51	38.6	적정 도보시간 (N=132)	1시간미만	19	14.4
	펜션	55	41.7		1~2시간	52	39.4
	친구 친척집	1	0.8		3~4시간	37	28.0
	숙박하지 않음	1	0.8		5시간 이상	24	18.2
기타	6	4.5					

* 중복응답 및 결측치로 인하여 사례별 빈도가 다를 수 있음

선택한 기타 이유로는 우연 혹은 그냥 이라는 응답이 17명(11.4%)으로 조사 되었다. 여행의 기간은 2박3일이 95명(71.9%)으로 조사 되었으며, 숙박 장소는 펜션이 55명(41.7%)으로 조사되었다. 동반형태는 가족, 친척이 34명(25.7%)으로 조사되었고, 방문결정은 60명(45.5%)이 한 달 이전에 결정하는 것으로 조사되었다. 올레길 7구간을 방문하는 가장 주된 목적으로는 자연감상이 63명(33.8%)으로 가장 높았고, 적정 도보시간은 52명(39.4%)의 사람들이 1~2시간이 가장 적당한 도보여행의 시간이라고 응답하였다. 올레길 7구간의 총 소요 시간은 4~5시간으로 측정되고 있는 것에 비하여 여행객들이 원하는 탐방의

의 절반 정도가 구전을 통하여 7구간을 선택하는 것으로 조사되었다. 다음으로 인터넷과 TV 순이 많았다. 현재 걷는 길에 대한 인지도가 높아지면서 자연환경과 함께 활동하고 체험하는 생태관광 프로그램에 대한 관광객의 수요가 빠른 속도로 증가하고, 생태관광의 내용과 품질에 대한 만족도가 높아지고 있는 실정이다. 이러한 관광의 유형이 증가하면서 간접 경험을 통하여 자신의 수고를 들이지 않고 안전하게 제품에 관해 평가 할 수 있는 방법이며, 전문가나 동료, 친구, 가족들에 의한 입소문이 야말로 구매의사 결정에 필수적인 간접 경험을 효과적으로 제공한다고 할수있다(양승필 등, 2010; 홍등용, 2005).

Table 6 올레길 7구간 연령별 정보원천

연령	TV	구전	신문잡지	인터넷	플랜카드	기타	총계
20세 이하	1	3	-	-	-	-	4
20~29세	4	12	-	12	-	6	34
30~39세	6	10	-	8	5	4	33
40~49세	11	23	7	6	3	6	56
50~59세	6	9	3	-	1	1	20
60세 이상	-	1	-	-	-	-	1
계	28	58	10	26	9	17	148

3. 조사대상지에 대한 전반적 만족도

안내판의 만족도는 보통이 47명(35.6%)으로 가장 많았고, 34명(25.8%)이 만족하는 것으로 조사되었다. 환경 및 청결도는 40명(30.3%), 안전성은 39명(29.5%)이 만족하였다. 화장실 접근성은 49명(37.1%)이 매우 불만으로 조사되었고, 화장실 청결도는 42명(31.8%)이 보통으로 조사되었다. 휴식 공간, 대중교통, 전통적 요소는 57명(43.2%), 38명(28.8%), 45명(34.1%)이 불만으로 나타났다. 주차공간은 27명(20.5%)이 만족하지 못하거나 매우 불만족하는 22명(16.6%)으로 나타났으며, 전반적 만족도는 보통과 만족이 90명(68.2%)으로 전반적으로 만족하는 것으로 나타났다. 화장실과 휴식 공간, 대중교통, 주차공간의 편의성을 개선한다면 보다 높은 만족도를 나타낼 수 있을 것으로 판단된다.

탐방객 선호 유형 중 대표성을 나타내는 구간으로 외돌개가 있는 7구간이 73명(50.3%)으로 조사되었고, 돛배낭길 구간이 24명(16.5%)으로 나타났다. 외돌개 구간이

높게 선호된 것은 구간의 시작점이 외돌개인 점과 대표성을 띠고 있는 상징물로 탐방객의 선호가 제일 높은 것으로 판단된다. 선호하는 탐방로의 포장 형태는 78명(56.5%)이 흙 포장의 모습을 선호한다고 응답하였다. 이는 기존 인위적인 포장을 통하여 자연경관과 부조화를 이루는 것을 경험해 온 것으로 판단된다. 7구간을 방문하고 싶어 하는 시간대는 오전 10시~12시 사이로 59명(44.7%)이 응답하였으며, 다음으로 오후 2시~4시라는 응답이 27명(20.4%), 오후 4시~6시부터 이후라는 응답도 12명(9.1%)으로 조사되었다. 7구간의 탐방시간은 4~5시간이 소요되므로 6시 이후의 탐방은 위험할 수 있기 때문에 탐방객의 출입 제한 시간을 정하여야 할 것으로 사료된다. 기타 의견으로 시간과 관계없다는 의견이 조사되었다. 탐방로 구간 중 고정 포토존의 설치 여부에는 50명(39.0%)이 찬성하는 것으로 조사되었다. 부정적인 응답을 한 탐방객의 수는 22명(17.1%)으로 조사되었다. 기타 의견으로는 상관없다는 의견이 조사되었다. 포토존

Table 7 연구대상지 전반적 만족도

구분	매우불만족	불만	보통	만족	매우만족	평균
안내판	7(5.3%)	21(15.9%)	47(35.6%)	34(25.8%)	23(17.4%)	3.34±1.10
환경 청결도	3(2.3%)	14(10.6%)	37(28.0%)	40(30.3%)	38(28.8%)	3.72±1.06
주차공간	22(16.6%)	27(20.5%)	34(25.8%)	36(27.2%)	13(9.8%)	2.93±1.24
안전성	9(6.8%)	27(20.5%)	32(24.2%)	39(29.5%)	25(18.9%)	3.33±1.19
화장실 접근성	49(37.1%)	23(17.4%)	28(21.2%)	19(14.4%)	13(9.8%)	2.42±1.37
화장실 청결도	32(24.2%)	25(18.9%)	42(31.8%)	15(11.4%)	18(13.6%)	2.71±1.32
휴식공간	31(23.5%)	57(43.2%)	28(21.2%)	11(8.3%)	5(3.8%)	2.28±1.05
대중교통	24(18.2%)	38(28.8%)	37(28.0%)	23(17.4%)	10(7.6%)	2.67±1.18
전통적 요소 ²⁾	7(5.3%)	45(34.1%)	32(24.2%)	23(17.4%)	25(18.9%)	3.10±1.21
전반적 만족도	10(7.6%)	21(15.9%)	45(34.1%)	45(34.1%)	11(8.3%)	3.19±1.05

*5점 리커트 척도를 활용 : 1점 매우 불만족, 3점-보통, 5점-매우 만족

주2) 전통적 정의는 예로부터 이어져 내려오는. 또는 그런 것으로 정의되어 있으며, 올레길에서 찾을 수 있는 전통적 요소가 있는 자원을 돌담, 초가집을 전통요소로 분류(국립국어원홈페이지, 2012)

의 설치가 긍정적으로 평가되는 이유로는 대중들이 경관을 포착하는 능력은 향상되어 경관을 단순 기록하는 차원을 넘어 특징적 경관을 찾아내서 포착하고, 다양한 사진 촬영 기법을 활용하여 연출하고 해석하기에 이르고 있다고 설명될 수 있다(박선희 등, 2011). 또한 포토존을 설치하는 경우는 일정 지역에 포토존을 구획 배치함으로써 자연 경관의 임의 훼손을 방지하고, 안전하며 경관이 수려한 곳의 대표성을 향상시킬 수 있을 것으로 판단된다.

탐방객의 불편사항으로는 화장실 및 휴식 공간 부족이 41명(31.6%)으로 가장 많았고, 먹거리 및 자판기 부족이 33명(25.0%), 표지판 및 안내시설 부족에 대한 의견이 14명(10.6%), 대중교통의 이용 불편이 19명(14.3%) 순으로 나타났으며, 기타 의견으로는 코스의 전체적 그림 안내판 필요성, 자연경관 해설사의 필요성, 시작지점과 종료지점을 왕복하는 셔틀버스의 필요성의 의견이 조사되었다. 한편 자연 그대로 더이상 시설물 및 다른 인위적인 행위가 불필요하다는 의견도 조사되었다.

4. 올레길 7구간 이미지 분석

7구간의 전체적인 평가를 살펴보면, 탐방 후 감성 이미지 평균이 ‘아름다운’ 이미지가 5.88(±1.23)로 가장 높았고, 다음으로 ‘자연적인’ 이미지 5.79(±1.17), ‘인상적인’ 이미지 5.69(±1.16) 순으로 나타났으며, ‘이국적인’ 이미지는 4.97(±1.62)로 가장 낮았다. 탐방 후 상승하는 감성 이미지로는 ‘아름다운’, ‘자연적인’, ‘인상적인’ 등으로 볼 수 있으며, 탐방 후 물리 이미지 평균은 ‘돌이 많은’ 이미지가 5.81(±1.29)로 가장 높았고, 다음으로 ‘물기 많은’ 이미지 5.56(±1.30), ‘넓은’ 이미지 5.28(±1.52) 순으로 나타났으며, ‘산이 많은’ 이미지가 4.53(±1.75)로 가장 낮았다. 따라서 탐방 후 상승하는 물리 이미지로는 ‘돌이 많은’, ‘물기 많은’, ‘넓은’ 등으로 볼 수 있으며, 감성 이미지와 물리 이미지 중 평균값의 차이가 작은 이미지는 ‘이국적인’, ‘녹색의’로 조사되었고, 이는 7구간에 대한 탐방전후 기대 만족이 적은 것으로 판단된다.

올레길 7구간의 감성적, 물리적 이미지는 탐방 후 전반적으로 상승하는 것으로 나타났으며 이는 체험을 통하

Table 8 올레길 7구간 탐방객 선호 행태

구분		빈도 (명)	비율 (%)	구분		빈도 (명)	비율 (%)
구간의 대표성을 가진 구간 (N=145)	외돌개구간	73	50.3	방문하고 싶은 시간대 (N=132)	오전 9시 이전	15	11.3
	돔배낭길	24	16.5		오전 10~12시	59	44.7
	수봉로	12	8.2		오후 12~2시	18	13.6
	바당올레	17	11.7		오후 2~4시	27	20.4
	서건도	7	4.8		오후 4~6시	7	5.3
	기타	12	8.2		오후 6시 이후	5	3.7
선호하는 도보 포장재료 (N=138)	흙	78	56.5	포토존 설치 (N=128)	매우 찬성	31	21.0
	마사토	31	22.4		찬성	50	39.0
	목재데크	27	19.5		보통	27	21.0
	아스팔트	0	0		반대	14	10.9
	시멘트	1	0.7		매우 반대	8	6.2
	기타	1	0.7		기타	2	1.5

*중복응답 및 결측치로 인하여 사례별 빈도가 다를 수 있음.

Table 9 올레길 7구간 탐방객 불편사항

불편사항	빈도(명)	비율(%)
화장실 및 휴식 공간 부족	41	31.6
먹거리 및 자판기 부족	33	25.0
표지판 및 안내시설 부족	14	10.6
대중교통 이용 불편	19	14.3
기타	4	3.0

Table 10 올레길 7구간 탐방 전후의 이미지

구분	형용사	탐방전 평균	탐방후 평균	차이	T-test값	유의 수준	전체 평균	T값 (평균)	유의 수준
감성 이미지	평온한	4.73±1.36	5.52±1.13	0.78±0.55	-7.016	.000	-581	-6.77	.000
	상쾌한	5.09±1.44	5.62±1.31	0.53±0.38	-5.760	.000			
	생명이 있는	5.06±1.36	5.66±1.25	0.59±0.42	-5.871	.000			
	인상적인	4.99±1.51	5.69±1.16	0.70±0.49	-5.644	.000			
	자연적인	5.25±1.42	5.79±1.17	0.54±0.38	-5.249	.000			
	아름다운	5.37±1.37	5.88±1.23	0.51±0.36	-4.642	.000			
	이국적인	4.59±1.69	4.97±1.62	0.37±0.26	-2.738	.007			
물리 이미지	수목이 많은	4.55±1.51	5.25±1.39	0.70±0.49	-5.445	.000	-589	-8.99	.000
	시골풍의	4.62±1.59	5.06±1.46	0.43±0.31	-4.208	.000			
	넓은	4.69±1.60	5.28±1.52	0.58±0.42	-6.101	.000			
	돌이 많은	5.09±1.51	5.81±1.29	0.71±0.50	-7.660	.000			
	산이 많은	4.03±1.57	4.53±1.75	0.50±0.35	-4.783	.000			
	녹색의	4.64±1.45	5.05±1.48	0.40±0.28	-4.127	.000			
	물기 많은	4.79±1.46	5.56±1.30	0.77±0.54	-6.654	.000			

여 기대했던 이상의 만족을 얻음으로써 상승된 것으로 판단된다. 체험적 요인이 지각된 서비스 품질에 미치는 영향에 관한 선행연구로는 Jones(1990)의 연구를 들 수 있다. 그에 따르면 제품에 대한 체험이 소비자의 지각된 품질과 정(+)의 관계에 있으며, 체험에 의해 지각된 품질이 높아지면 선호도가 높아지고 이에 따라 제품에 대한 체험이 궁극적으로 이미지에 직접적인 영향을 미친다고 하였다.

5. 전반적 만족도와 이미지 회귀분석

올레길 7구간의 어떤 이미지가 전반적 만족도에 영향을 미치는 알아보기 위하여 탐방 후의 이미지를 독립변수, 전반적 만족도를 종속변수로 다중 회귀분석을 실시한 결과는 Table 11의 내용과 같다. 회귀분석 모형의 설명력을 나타내는 값은 수정된 R²=0.322로 나타났고, F값은 9.906, 유의확률은 0.000으로 나타나 회귀모형에 적합한 것으로 분석되었다.

독립변수의 표준화 계수 베타값을 보면 ‘생명이 있는’

Table 11 탐방 후 이용객 만족도에 대한 회귀분석 결과

모형		비표준화 계수	표준화 계수	T	유의수준
		표준오차	베타		
감성이미지	(상수)	.603		3.014	.003
	생명이 있는	.136	.668	5.335	.000***
	상쾌한	.171	.383	2.308	.023*
	평온한	.146	.291	2.384	.019*
	자연적	.181	.200	1.282	.202
	인상적인	.150	.160	1.238	.218
	이국적인	.082	.117	1.192	.236
	아름다운	.180	.052	0.321	.749

R=.599, R²=.359, 수정된 R²=.322, F=9.906, P=.000

주 : *** p<0.001, * p<0.5

이 0.724, ‘평온한’이 0.347, ‘상쾌한’이 0.395로 나타났다. 전반적 만족도와 ‘생명 있는’은 통계적으로 유의한 수치 ($p<0.001$)를 나타내고 ‘평온한’, ‘상쾌한’은 유의한 수치 ($p<0.01$)를 나타내고 있다.

탐방 후의 물리적 이미지와 전반적 만족도를 종속변수로 다중 회귀분석을 실시한 결과는 Table 11의 내용과 같다. 회귀분석 모형의 설명력을 나타내는 수정된 값은 $R^2=0.192$ 로 나타났고, F값은 5.436, 유의확률은 0.000으

로 나타나 회귀모델에 적합한 것으로 분석되었다. 독립변수의 표준화 계수 베타값을 보면 ‘녹색의’가 0.589, ‘산이 많은’이 0.767로 나타났다. 전반적 만족도와 ‘녹색의’, ‘산이 많은’이 통계적으로 유의한 수치($p<0.001$)를 나타내고 있다.

7구간의 체험 전후의 이미지를 분석한 결과 전반적으로 상승한 것을 알 수 있으며, 7구간의 감성적 이미지 ‘생명 있는’, ‘상쾌한’, ‘평온한’ 이미지가 물리적 이미지













Table 12 탐방 후 물리적 이미지와 전반적 만족도간 회귀분석 결과

모형		비표준화 계수	표준화 계수	T	유의수준
		표준오차	베타		
물리적 이미지	(상수)	.582		7.525	.000
	산이 많은	.099	.767	6.017	.000***
	녹색의	.122	.589	4.416	.000***
	시골풍의	.102	.210	1.906	.059
	넓은	.113	.169	1.323	.188
	물기 있는	.159	.142	0.928	.355
	수목 많은	.093	.084	0.884	.378
	돌이 많은	.146	.023	0.166	.869

$R=0.485, R^2=0.235, \text{수정된 } R^2=0.192, F=5.436, P=0.000$

주 : *** $p<0.001$

Table 13 주요 경관지점의 선호도 분석

			
①외돌개 구간 평균 5.27±1.46	②속골 구간 평균 5.24±1.45	③돔배낭길 구간 평균 5.21±1.34	④수봉로 구간 평균 5.08±1.22
			
⑤강정포구구간 평균 4.92±1.44	⑥서건도 구간 평균 4.85±1.45	⑦아왜낭목 구간 평균 4.79±1.17	⑧법환포구 구간 평균 4.74±1.27
			
⑨월평포구 구간 평균 4.71±1.49	⑩월평포구 구간 평균 4.71±1.49	⑪강정천 구간 평균 4.65±1.15	⑫바당올레 구간 평균 4.62±1.29

에서는 ‘녹색의’, ‘산이 많은’이 올레길의 전반적 만족도에 높은 유의 수준을 보이는 것으로 분석되었다.

6. 주요 경관지점의 선호도 분석

올레길 7구간의 주요 경관 지점 선호도 분석을 평가하기 위하여 7점 척도로 구간별 선호도를 기입하도록 하였다. 12구간중 외돌개구간 평균이 5.27(±1.46)로 가장 높았고, 다음이 속골구간 5.24(±1.45), 돛배낭길 구간이 5.21(±1.34), 수봉로 구간이 5.08(±1.22)순으로 나타났으며, 바닷올레 구간이 4.62(±1.29)로 가장 낮았다. 바닷올레 구간의 점수가 낮은 이유로는 설문조사 시기가 겨울로 인하여 바닷올레를 표현하는 식생들이 출현하기 전이기 때문으로 판단된다. 7구간을 대표 하는 구간으로는 외돌개, 속골, 돛배낭길, 수봉로 구간 등으로 판단된다.

IV. 결 론

제주 올레길은 해마다 증가하는 방문객들로 인하여 다양한 시설물 및 경관요소들이 추가되고 있는 실정으로, 자연 경관의 훼손에 대한 우려의 목소리가 높다. 이에 올레길 19구간 중 7구간을 방문하는 방문객들의 방문 전후의 만족도에 영향을 미치는 이미지를 분석하여 향후 생태탐방로의 조성 및 활용방안의 기초 자료로 제공하고자 하며, 제주 올레길 7구간의 일반적 탐방 행태와 만족도에 영향을 미치는 이미지를 평가하였다.

올레길 7구간 경관 이미지 분석을 위한 사전 형용사 선정은 Feimer(1979)가 제시한 240개의 경관 형용사 목록을 활용하여 농촌경관 관련 업무 종사자(석사이상) 전문가 32인에게 제시한 후 14개의 형용사를 선정하였으며, 선정된 14개의 형용사는 추후 생태탐방로의 평가에 활용될 수 있을 것으로 판단된다. 14개의 경관 형용사를 제주 올레길 7구간 외돌개에서부터 아왜낭목구간 까지를 대상으로 조사를 실시하였다. 14개의 경관형용사로는 ‘평온한’, ‘상쾌한’, ‘생명이 있는’, ‘인상적인’, ‘자연적인’, ‘아름다운’, ‘이국적인’, ‘수목이 울창한’, ‘시골풍의’, ‘넓은’, ‘돌이 많은’, ‘산이 많은’, ‘녹색의’, ‘물기 많은’으로 조사되었으며, 그 중 ‘인상적인’이 가장 높은 빈도를 나타냈다.

탐방객 일반 행태에 대한 조사 결과 사전 인지도 설문은 ‘사전에 알고 있었음’이 높게 나타났고, 최근 1년 동안 ‘1~2회’의 방문횟수가 가장 많은 것으로 조사되었다. 숙박 장소는 펜션을 많이 이용하였으며, 동반형태는 가족 또는 친척과 함께 방문하는 것으로 조사되었다. 7

구간의 적정 도보 시간을 묻는 설문에는 응답자의 52명이 1~2시간 정도의 소요시간을 선호하였다.

올레길 7구간의 만족도를 5점 리커트척도로 분석한 결과의 평균으로는 안내판(3.34±1.10), 환경, 청결도(3.72±1.06), 안전성(3.33±1.19)에 대한 만족도가 높게 조사 되었다. 반면 대중교통(2.67±1.18), 주차만족(2.93±1.24), 화장실 접근(2.42±1.37) 및 청결성(2.71±1.32)은 만족하지 못하는 것으로 조사되었다. 그러므로 방문객들이 접근성을 향상시킬 수 있도록 대중교통시설 추가 배치를 하여야 하며, 주차환경을 개선하고 화장실의 추가 배치를 통하여 만족 정도를 향상시킬 수 있다고 사료된다.

올레길 7구간을 선택한 정보의 원천은 연령별로 다양하였으며 그 중 구전으로 인한 정보 원천이 가장 높게 나타났다. 40~49세 연령대는 구전으로 인한 정보원천이 가장 많았고, 그 다음으로는 TV, 인터넷 순으로 조사되었다. 구전으로 인한 정보원천이 가장 높은 이유는 관광의 유형이 증가하면서 간접 경험을 통하여 자신의 수고를 들이지 않고 안전하게 관광을 즐기고자 하는 것으로 사료된다.

구간 대표성을 가지는 구간은 외돌개 구간으로 조사되었다. 이는 외돌개 구간이 ‘상쾌한’, ‘녹색의’의 이미지 등을 가지는 것으로 조사 되었으며, 가장 선호하는 탐방로 포장 재료는 일반 흙길을 선호 하는 것으로 조사되었다. 그다음으로 마사토 포장, 목재 테크길 순으로 선호하였다. 방문하고 싶은 시간은 오전 10~12시 사이였으며 포토존의 배치 여부는 긍정적으로 조사 되었다.

올레길 7구간의 불편사항 및 추가 기타 의견으로는 화장실 및 휴식 공간 부족이 가장 많았고, 표지판 및 안내시설 부족에 대한 의견, 대중교통 이용 불편, 먹거리 및 자판기 부족 순으로 나타났으며, 기타 의견으로는 코스 전체적 그림 안내판, 자연경관 해설사, 셔틀버스의 필요성 의견이 조사되었다. 한편 자연 그대로 더이상 시설물 및 다른 인위적인 행위가 불필요하다는 의견도 있었다.

탐방로의 경관 이미지를 리커트척도를 이용하여 탐방 후 이미지를 감성적 이미지와 물리적 이미지로 구분하여 분석한 결과 ‘상쾌한’, ‘평온한’, ‘생명이 있는’, ‘녹색의’, ‘산이 많은’이 올레길 7구간의 대표 이미지로 볼 수도 있으며, 상관분석을 통해 알아본 올레길 7구간 탐방전후 이미지는 대부분의 탐방 후 상승하는 것으로 평가되었으며, 그 중 감성적 이미지로는 ‘상쾌한’, ‘평온한’, ‘생명이 있는’이 물리적 이미지로는 ‘녹색의’, ‘산이 많은’이 높은 유의수준을 나타내었다.

본 연구는 제주도의 올레길 24구간 중 7구간만을 대

상으로 하여 평가한 결과로 올레길 전체를 대표한다고 볼 수 없는 한계를 가지고 있다. 본 연구의 형용사 선정 결과를 활용할 수 있는 대상지를 선정하여 추가적인 평가 및 조사가 필요할 것으로 판단된다. 또한, 농촌지역의 다른 경관자원과의 비교를 통해 올레길 7구간의 가치정도를 알아보고 활용방안도 모색할 필요가 있다. 따라서 본 연구결과는 경관자원 및 농촌마을 탐방로의 조성을 알아보는 추가적인 연구에 활용하는 한편 생태탐방로 조성 등 농촌자원의 보존 및 관리에 이용되길 기대한다.

본 연구는 농촌진흥청 국립농업과학원 농업과학기술 연구개발사업(과제번호:PJ007643)의 지원에 의해 이루어진 것임

참고문헌

1. 강미희, 정휘, 2011, 도보여행자의 특성 규명: 지리산둘레길 이용자를 중심으로, 한국임학회지, 100(3), 382-391.
2. 강성일, 이계희, 2011, 제주올레관광자와 대중관광객의 특성 비교 -방문동기, 환경 친화적 여행태도, 웰빙인식을 중심으로-, 관광연구, 25(6), 23-40.
3. 김성일, 2001, 생태관광, 일신사.
4. 김시중, 2011, 온천방문객의 온천관광지 선택속성 중요도가 행동의도에 미치는 영향, 국토지리학회지, 45(1), 59-71.
5. 김유준, 김종구, 2009, 신시가지 보행공간의 경관 이미지를 결정짓는 심리적 요인과 물리적 구성요소와의 관련성에 관한 연구, 도시계획학회지, 44(4), 95-108.
6. 김진, 고동완, 2011, 생태관광활동 참여에 따른 관광환경태도의 변화 -우포늪 습지 방문객을 중심으로-, 한국조경학회지, 39(1), 56-64.
7. 김혜영, 장양례, 2011, 국내여행객의 관광동기, 여행상품선택속성, 관광형태에 관한 연구, 대한관광경영학회, 26(4), 147-166.
8. 류재숙, 이승근, 2010, 올레길 방문객의 환경인식에 따른 자연친화적 관광태도에 관한 연구 -신환경패러다임(NEP)척도를 중심으로-, 한국사지리학회지, 20(3), 139-150.
9. 문화체육관광부, 2010, 도보여행 활성화에 따른 파급효과 분석.
10. 박선희, 김연금, 2011, 1인 미디어 블로그가 포착한 선유도공원 경관, 한국조경학회지, 39(3), 64-73.
11. 신동주, 2011, 어촌관광 방문동기와 만족도 -장호어촌체험마을의 2008, 2010년 비교를 중심으로-대한관광경영학회, 26(3), 541-558.
12. 유기준, 조우, 조근식, 2008, 북한산국립공원 도봉지역의 탐방행태에 관한 연구, 한국환경생태학회지, 22(2), 145-151.
13. 이덕원, 서광열, 2011, 횡성 한우축제의 축제 방문동기와 선택속성이 참가 후 행동에 미치는 영향에 관한 연구, 호텔경영학연구, 한국호텔외식경영학회(구 한국호텔경영학회) 20(1), 285-298.
14. 이환의, 필립스조, 현성협, 2011, 테마파크 산업에서 대학생 고객들의 재방문 의도 형성을 설명하는 구조모델에 관한 연구 관광연구, 대한관광경영학회, 25(6), 315-339.
15. 전명숙, 2010, 슬로우 관광의 탐색적 고찰 -제주올레투어 걷기여행을 중심으로-, 한국항공경영학회지, 8(1), 109-123.
16. 조우, 유기준, 2007, 소백산국립공원 탐방로 보행시설에 대한 탐방객과 전문가 평가에 관한 연구 -희방사-연화봉 구간을 중심으로-, 한국환경생태학회지, 21(1), 13-21.
17. 조우현, 윤희재, 임승빈, 2011, 북한산 둘레길 이용객 만족도에 관한 연구, 한국조경학회지, 39(4), 60-73.
18. 조태영, 2011, 지역축제 방문객의 방문동기에 따른 지역축제 이미지가 만족에 미치는 영향 -금산 인삼축제 방문객을 중심으로-, 대한관광경영학회, 26(1), 421-440.
19. 주신하, 2003, 도시경관 분석을 위한 경관형용사 선정 및 적용 연구 -과천, 약속 지구단위 계획구역을 중심으로-, 서울대학교 대학원 박사학위 논문.
20. 제주관광공사, 2010, 제주 올레길 이용객 실태조사 보고서.
21. 제주올레, 2011, 제주올레 코스 월별 이용객현황.
22. 최윤혜, 2004, 조각보의 면구성과 색채를 응용한 의복의 감성이미지 연구, 계명대학교 박사학위 논문.
23. 최수경, 2011, 하천 트레킹 체험의 의미에 관한 질적 연구, 공주대학교 대학원 석사학위논문.
24. 한은실, 박상필, 김기호, 2006, 서울의 물리적 이미지 요소 해석, 한국도시설계학회지, 7(1), 23-37.
25. 현용호, 홍경완, 2011, 축제 방문동기 집단에 따른 축제 서비스 품질, 지역 관광 이미지, 재방문 의도

- 간 구조적 관계 고찰 -다중 집단 동등분석을 중심으로-, 관광연구논총, 23(1), 169-191.
26. 홍등용, 2005, 구전정보의 원천효과가 외식업체의 기대속성과 만족도에 미치는 영향에 관한 연구, 경기대학교 대학원 박사학위논문.
27. Jones, J.P. 1990, Advertising: Strong Force or Weak force, Two Views an Ocean Apart, International Journal of Advertising, Vol. 9(3), 233-246.
28. <http://www.jejuolle.org>.
29. Hetzer, W, 1965, Environment, tourism, culture, Links, July, 1-3.
30. TIES, 2012, The International Ecotourism Society, Homepage, www.ecotourism.org.
-
- 접 수 일: (2012년 6월 18일)
수 정 일: (1차: 2012년 7월 11일, 2차: 7월 30일)
게재확정일: (2012년 7월 30일)
■ 3인 익명 심사필