

## 도보여행객의 여행동기와 만족의 영향관계연구\*

### The Effect of Travel Motivation on Satisfaction for the Walking Tourist

손하나(Ha-Na Son)<sup>a</sup>

부경대학교 글로벌해양관광연구소 연구원

양위주(Wii-Joo Yhang)<sup>b</sup>

부경대학교 관광경영학과 교수

#### 목차

Abstract

I. Introduction

II. Literature Review

III. Research Methodology

IV. Results

V. Conclusions and Suggestions

References

#### Abstract

*This study is an investigative study into the effects that the 'travel motivations' of participants on walking tourism has on their 'degree of satisfaction' by identifying tourist motivations for selecting walking tour among many types of tourism and their effects on hikers' degree of satisfaction. This study was conducted with hikers affiliated with 'walking on beautiful roads' -one of Busan's preliminary social enterprises- with a total of 176 copies used for a final effective sample. Data collected was analyzed using SPSS WIN 18.0 to conduct a frequency analysis of the sample. Along with exploratory factor analysis, Cronbach's  $\alpha$  coefficient was used as an estimate of the validity and reliability of each factor. Multiple regression analysis was done for an analysis of travel motivations and their effects on satisfaction. The scale rates items in the questionnaire in the following categories: 'Motivations' for walking tours consist of 5 factors- vacation, soul-searching, social get-togethers, nature tour, community experience-with a total of 20 items. 'The degree of satisfaction' is made up of a factor with a total of 4 items. The results of the study are as follows: with respect to the hypothesis that motivations for walking tour would have a positive effect on the degree of satisfaction, test results show that 'motivations' have significant partial effects on the 'degree of satisfaction'. Motivations affect the degree of*

• Received 11 December 2015, Revised 20 December 2015, Accepted 25 December 2015

\* 이 논문은 제1저자 손하나의 석사학위논문의 계속연구로 작성한 것입니다.

<sup>a</sup> First Author, E-mail: hanason@naver.com

<sup>b</sup> Corresponding Author, E-mail: wjyhang@pknu.ac.kr

© 2015 The Institute of Management Research (IMR) / The Institute for Industrial Research (IIR). All rights reserved.

*satisfaction in the order of nature tour and soul-searching except for experience and social get-togethers- an indication that participants on walking tours tend to travel for the attractiveness of nature, wanting time for reflection and meditation. As the first investigative study into participants in walking tours products offered by travel agencies, the study has the following implications for marketers: First, travel agencies selling walking tour products and government institutions concerned about the development of hiking trails need to discuss ways to make the most of natural resources as they are- rather than using development-oriented approaches. The study has its own limitation: it is that with the lack of domestic and international studies on walking tours, the study has not gained access to precedent studies on the subject so it has not established a systemic approach to the emerging type of tourism. Hopefully, this study will make a small contribution to its development.*

**Keywords:** Walking Tourist, Motivation, Satisfaction, Tourist Destination

## I. 서론

### 1. 연구배경과 목적

“도보”는 인간에게 보편화된 즐거운 경험을 제공한다(Ekkekakakis, Backhouse, Gary & Lind, 2008). 걷는다는 것이 인간이 자연 속에 존재하기 위하여 스스로의 체력에만 의지하는 본질적으로 진보하지 않은 행위이기 때문이다(이향희, 2008). 이 같은 걷기의 매력성은 순수하게 걷기 위해서만 여행하는 관광객이 해를 거듭할수록 증가하고 있는 현상과 더불어 새로운 관광 형태로 자리매김하고 있는 것을 통해 알 수 있다. 더불어 국내외적으로도 걷기와 관련된 이벤트와 상품들은 관광시장에서 지속적인 대표적인 고부가가치 상품으로 주목받고 있으며, 관광기업 특히, 여행사의 중요한 비즈니스 상품으로 자리매김하고 있다. 이렇게 걷기가 중심이 되는 ‘도보여행’은 일상에서의 삶의 질을 재고하며, 관광객의 심리적 복지를 경험하는 레저활동으로 평가되고 있는 것이다(박영아, 2012).

또한 2013년 Post Kyoto 이후 탄소경제시대, 기후변화 완화 및 적용, 에너지 및 자원

순환을 중요시하는 저탄소 녹색관광이 부각되면서 모든 산업에 걸쳐 에너지 절감, 신재생 에너지 개발, 자연훼손방지, 원시자연으로 복귀 등이 강조되고 있다(노경국, 2011). 이러한 세계관광시장의 변화는 우리나라 관광산업분야에도 영향을 끼쳐 녹색과 힐링을 중요시하는 관광활동이 중요한 이슈로 등장하면서, 공정여행, 도보여행 등이 관심을 받고 있다. 무한경쟁으로 급격히 빨라진 삶의 속도에서 비껴나서 자연을 호흡하는 공정여행과 자연관광 같은 여행에 관하여 관심이 높아지는 것이다. 이런 형태의 여행은 관광목적지의 문화를 직접 경험하는 기회를 얻게 됨과 동시에 걷는 행위를 통해, 현지인들과의 만남을 통해서 지역의 자연 및 사회문화환경을 이해하고, 그 과정에서 치유와 성장을 도모하는 계기가 된다(노선이, 2010).

이와 같이 전국 각지의 다양한 목적지를 찾아가고 걷는 국내 도보여행의 역사는 계속되고 있지만, 다른 여행에 비해 상대적으로 도보여행에 대한 관광학적인 접근과 새로운 관광 소재로서의 잠재성이나 가치, 관광산업에 기여할 수 있는 방향 등 도보여행을 주제로 하는 다양한 연구는 아직 미흡하다. 특

히, 도보여행 관련 선행연구(이동원, 정수연, 2011; 박경옥, 2015; 박영아, 2012; 최화열, 박연옥, 윤병국, 2015; 오철훈, 2014; 이명구, 2010) 중 상당 부분은 주로 제주 올레길과 올레길 방문객에 한정된 경향이 많았다. 그러나 최근 도보여행과 관련하여 다양한 형태의 관광활동이 행해지고 있으며, 올레길 이외 다양한 도보관광목적지들이 조성되면서 비즈니스적 측면에서도 새로운 도보관광상품도 고객의 다양한 요구에 따라 세분화되고 차별화되고 있다. 이런 상황에서 도보여행 또한 관광시장의 수요에 걸 맞는 방향으로 보다 폭넓게 발전될 필요와 가치가 있다. 따라서 기존 올레길을 통해서 축적된 연구성과를 다른 도보여행에 관한 연구로 확대 재생산 한다면, 향후 우리나라의 도보관광에 대한 발전에 다소 보탬이 될 것으로 기대한다. 특히, 제주 올레길 이외의 목적지에 대한 연구가 부족한 상태에서 도보여행 연구에 대한 다양성을 찾고자 하였고, 또한 기존 연구가 도보여행 목적지를 방문한 관광객을 대상으로 도보여행을 개인적으로 준비하여 실행한 여행객을 대상으로 진행된 연구인 반면 본 연구는 여행사에서 상품으로 제공하는 도보여행을 이용한 여행객을 대상으로 하였다. 이러한 기존 연구와의 차별화를 통해 본 연구는 향후 도보여행에 관한 다양한 관광객 수요와 관광목적지 정책수립의 다변화에 기여하고자 하였다. 본 연구목적을 수행하기 위하여 도보여행을 하고자 하는 여행동기와 만족에 미치는 영향을 연구하였다.

## II. 문헌연구

### 1. 여행동기

관광행동을 잘 이해하고 보다 체계적으로

분석하기 위하여 여행동기에 관한 연구들이 진행되었다(Crompton, 1979; Fodness, 1994; Jarno & Raja, 2012). Lundberg (1990)는 관광욕구를 행동으로 나타나도록 하는 힘을 여행동기라고 정의하였다. Manfredo et al.(1996)은 여행동기가 관광행동 참가결정과 그 결과를 파악하는데 도움이 되기 때문에 여행동기에 관심을 가져야 한다고 하였다. 그리고 그러한 여행동기가 관광객과 여행사의 갈등을 최소화하는데도 도움이 된다고 하였다. McIntosh & Ritchie(2002)는 여행동기를 신체적 동기, 지적 동기, 사회적 동기로 구분하였다. Mohr, Backman, Gahan와 Backman(1993)의 연구에서는 열기구 축제 참가자에 대한 참가 동기를 사회적 요인, 가족 요인, 흥분과 독창성 요인, 일상탈출 요인, 신기성 동기 요인으로 분류하였다. Correia, Valle와 Moco(2007)는 모험과 스릴 추구, 스트레스 및 긴장의 완화, 심신 휴식, 지적인 호기심의 충족, 일상탈출과 친목도모 등 11개의 관광동기를 제시하였다. 이장주(2006)는 관광동기란 인간이 여행으로 만족을 추구하려고 할 때 발생하는 것이며 관광행동을 일으키고 변화시키는 중요한 요인 가운데 하나라고 정의하였다.

일반적으로 관광객은 발생된 여행동기를 가장 충실하게 충족시킬 수 있는 관광행동을 선택하며 행동하고 만족을 얻고자 한다. 그리고 대부분의 관광객은 단 하나의 욕구만을 충족하기 위해 관광을 하기 보다는 여러 가지 복합적인 여행동기로 인해 관광행동을 결정하고 행동한다(박천우, 2008; 윤정현, 2010). 즉, 관광특성 내지 성격에 따라 여행동기도 달라질 수 있다는 것이다(윤정현·서봉한, 2012). 이와 같이 여행동기에 관한 연구는 폭넓고 복합적인 개념에서 접근되어 왔으며 많은 연구들이 4~9개 정도의 하위 구성개념

으로 동기를 분류하고 있다(Kim & Eves, 2012; Jarno & Raja, 2012).

최근 국내 관광산업에서 도보여행이 주목을 받고 있음에 따라 도보여행에 관한 학문적 연구도 관심을 받고 있지만 도보여행의 여행동기에 관한 본격적인 연구는 여전히 부족한 수준이다. 도보여행과 관련하여 Le Breton(2000)은 ‘걷는다는 것은 세계를 향한 감각의 입문’이라고 하며 도보여행은 개인적인 잡념을 지우고 명상을 하고 스트레스를 해소하는 방법이라고 하였다. Solnit(2000)은 순례와 등산과 도보여행에 대한 비교에서 순례는 성화된 길을 따라서 최종 목적지를 향하여 걸으면서 개인적인 성찰을 도모한다고 정의하였다. 등산은 정복 욕구가 강하기 때문에 상징적인 결과를 중시하고, 도보여행은 도착을 했다는 의미가 보다 확실하며 도착했을 때 보다 큰 성취감을 얻을 수 있다고 하였다. 노경국(2011)은 인간이 걷기를 통하여 얻고자 하는 기쁨, 자유, 의미는 시대와 사람마다 그리고 경우마다 다르다고 인식하였다. 그러므로 본 연구의 도보여행동기에 관한 연구는 관광객의 도보여행에 관한 다양한 욕구와 가치를 연구하는데 기여할 것으로 사료된다.

## 2. 도보여행과 관광

### 1) 도보여행과 관광

도보여행은 국내에서 이미 붐을 이루는 하나의 문화적 현상이다(박영아, 2012; 최병길·이영관, 2011). 유행처럼 확산되는 도보여행은 제주 올레길의 인기를 시작으로 약 60여개 도시에서 100여개의 코스가 생겨났으며 전국의 지자체들은 새로운 도보여행길 코스를 계속적으로 계획하고 있다(문화체육관광부, 2010; 정철·정란수·이훈, 2011).

도보길에 대한 개발 열기는 도보관광객의 급격한 증가로 인해 지역을 중심으로 한 자생적, 생태적, 사회적 현상으로 나타나고 있다. 이는 관광 및 레저분야에서 새로운 현상으로 인식하여, 그에 대한 산학연구의 필요성을 제기하는 의미를 지니기도 하다(이동원, 정수연, 2011; 박경옥, 2015; 최화열, 박연옥, 윤병국, 2015; 오철훈, 2014). 특히, 사회적 현상으로써 도보관광객의 급격한 증가는 사람들은 왜 도보여행을 하는지, 사람들은 도보여행을 통해 무엇을 얻기 원하는지에 대한 의문을 던진다.

도보여행의 본질적 목적이 걷기라는 점에서, 걷기 중심의 길 만들기 및 문화의 확산은 이미 세계적으로 보편적 현상이다. 많은 선진국들은 이미 오래 전부터 도보 중심의 다양한 길 조성을 국가적인 사업으로 전개하고 있다. 대표적으로 스페인의 산티아고 순례길(Camino de Santiago)은 순례자의 고난과 극기를 위한 길로 2천여 년 전부터 지금까지 전세계인의 순례길이 되고 있다. 일본은 자연보도라는 이름으로 일본 전 지역을 종/횡단, 순환하는 보행자 중심의 길이 1970년대부터 조성되었다. 영국과 미국에는 National Trail이 조성되어 있고, 뉴질랜드에는 Walkway, 호주에는 Walking Track, 독일에는 Wandering Route가 세계적인 도보여행 탐방로로 조성되고 활성화되어 있다(문화체육관광부, 2010).

국내에서도 도보여행이 증가하게 된 데에는 제주의 올레길과 지리산의 둘레길 같은 특색 있는 도보탐방로가 자리를 잡은 것이 큰 역할을 하였다. 탐방로(trail)는 사전적으로 ‘오솔길’의 뜻이 있다. 미국 산림학자 Makaye는 저서 ‘The Appalachian Trail’에서 탐방로를 ‘차 없는 길’, ‘마음의 길’, ‘발견하는 길’로 규정하고, 탐방로가 제공하는 경

험 자체가 특이하다고 하였다(Jubenville, 1976).

도보여행은 탐방로라는 자연의 길을 걸으면서 즐거움을 추구하고 심신을 단련하면서 여행을 하는 그 자체가 주목적이 된다. 기존 여행형태가 관광 매력물과 관광객 편의시설을 특정한 지역에 집중시키는 ‘점(點)’을 지향하는 형태라면 도보여행은 탐방로를 중심으로 ‘선(線)’의 구조로 이루어진다(문화체육관광부, 2010). 또한 도보여행은 길을 따라 걸으며 문화·역사·종교자원이나 생태·자연자원 등의 매력물을 감상하고 체험하는 여행이기도 하다. 최근 개인의 개성을 중요시하고 독창적인 가치관 형성을 지향하는 사회문화의 전반적인 분위기에 맞추어 관광 역시 수동적인 관람 형태보다는 모험과 탐구, 새로운 배움을 찾아가는 체험 추구적인 관광으로 변화되고 있어 지속적인 도보여행객 증대가 전망된다.

## 2) 국내도보여행 현황

문화체육관광부는 2013년 07월 10일 배포한 보도자료를 통해 전국에 조성된 도보여행길의 현황을 안내하고 이후 체계적 관리에 대한 계획을 시사하였다. 중앙부처와 지방자치단체가 예산을 투입하여 전국적으로 조성된 독립된 이름을 가진 길의 수가 595개로 나타났다. 도보여행을 위한 단위코스는 1,689개이고, 총 길이는 17,671km로 파악되었다. 도보여행길 조성사업은 문화체육관광부를 비롯하여 안전행정부와 환경부, 국토교통부, 해양수산부, 산림청까지 6개 부처가 관여 중이다. 이들 부처가 지방자치단체를 지원해서 조성된 도보여행길은 390개로 총 길이 10,246km이고, 지방자치단체의 자체 조성으로 만들어진 도보여행길은 196개로 총 길이 6,559km로 나타났다. 이와 같은 조

사 결과, 동일한 지역에서 중앙부처와 지자체가 경쟁적으로 도보여행길을 조성하면서 같은 노선에 여러 가지 이름을 붙이거나 혹은 반대로 다른 노선에 똑같은 이름(예: 삼남길, 갈매길, 산소길 등)을 중복 사용하여 예산낭비 및 이용객 혼란을 부추기는 문제 등이 제기되었다. 이에 2013년 09월 이후 문화생태탐방로의 신규 지정을 잠정 중단하고 정비하여 ‘걷기여행길 종합안내포털 www.koreatrails.or.kr’을 구축하였다. 해당 웹사이트 확인 결과, 2013년 12월 01일 기준으로 대한민국의 걷는 길 총 517개를 소개하고 있다. 테마별로는 문화탐방로와 생태탐방로, 해안누리길과 숲길 그리고 누리길로 구분하고 있다. 지역별로 살펴보면 서울에만 100개의 길이 있고, 부산과 대구, 인천 등 6개의 광역시에 총 61개의 길이 있다. 전라도와 경상도에는 각각 96개, 104개로 타 시도에 비해 비교적 많은 길이 개발되어 있다.

## 3) 도보여행동기 연구

도보여행과 관련한 국내·외의 학문적 연구는 현재도 진행 중이지만 그 현상을 지칭하는 전문용어조차 도보여행, 도보관광, 걷기여행 등 다양하게 사용되고 있는 실정이다. 따라서 본 연구에서는 선행연구에서 사용한 용어를 그대로 사용하기로 하였다. 도보여행에 관한 국외 연구로는 Allaire(1998), Bruwer(2003), Meyer(2004), Gu & Ryan(2008) 등의 연구로 도보여행의 역사와 여행이 이루어지는 지역 사회와의 관계, 코스 구조 등이 주된 연구 내용이다. 국내에서 도보여행이 활성화되기 시작한 이후의 본격적인 연구로는 전명숙(2009), 박영아(2012), 강성일·이계희(2011), 노경국(2011), 정철

· 이란수·이훈(2011), 최병길·이영관(2011) 등의 연구가 있다. 전명숙(2009)은 걷기여행을 슬로우 관광과 관련짓고 활성화 방안을 제시하였다. 슬로우 관광의 유래와 특성, 대한민국 슬로우 관광자원의 현상 분석 등 탐색적 연구의 결과로 생태자원의 적정 수용력을 감안한 올레길 방문객 숫자 제한, 관광지 에 이미 존재하는 지역 시설물을 관광시설로 활용하는 방안 등을 제안하였다. 그리고 슬로우 관광이 지역사회에 경제적으로 이익을 만들 수 있는 방안과 지역민의 만족, 제주 올레투어에 대한 정부 및 지자체의 협조와 합리적인 정책수립에 관한 방향도 시사하였다. 강성일·이제희(2011)의 연구에서는 제주 올레관광자와 일반관광객의 방문동기, 환경친화적인 태도, 웰빙에 대한 인식 차이를 분석하였다. 연구결과, 올레관광자의 연령은 상대적으로 낮은 편에 속하며 일상 탈출과 같은 기본적인 동기로 여행을 결정하지만, 새로운 만남이나 지적 욕구 충족도 중요한 동기요인이었다. 그리고 환경친화적인 여행태도 척도를 측정하여 대중관광객과 비교하였는데, 그 결과 모든 항목에서 올레관광자가 더 수준 높은 환경친화적 여행태도를 갖는 것이 확인되었다. 웰빙에 대한 인식에서는 육체적인 차원보다는 정신적인 차원에서의 인식 경향을 보이는 것으로 밝혀졌다. 하지만 올레코스 지역이나 지역 주민에 대해서는 상대적으로 낮은 인식의 개인주의적 성향을 보여 지역사회에 대한 배려 및 이해를 높이는 방안과 자연, 지역주민, 관광객 모두를 위한 정책적인 차원의 지원 필요성을 제시하였다. 이정훈(2012)은 도보관광여행과 관광동기 충족, 관광만족, 주관적 웰빙에 관한 개념과 특성을 파악하고, 이들 간의 영향관계를 실증적 분석으로 연구하였다. 그 결과,

도보관광객의 동기충족이 주관적 웰빙에 직접적인 영향을 준다고 밝혔다. 본 연구에서는 도보여행 상품화의 측면에서 도보여행객의 여행동기를 만족과 관련하여 분석함으로써 도보여행에 대한 연구의 다양화에 기여하는 의의가 있을 것으로 기대한다.

국내의 도보여행동기에 관한 연구를 언급하자면 도보여행의 동기를 질적연구방법을 통해 탐색적 연구를 한 박영아·현용호(2009)와 박영아(2012)의 후속연구는 올레길을 방문하는 사람들의 도보여행 동기를 탐색하기 위해 사람들이 가장 많이 방문하는 제주 올레길 7코스를 방문하여 예비 인터뷰를 거쳐 심층면접과 단순면접방식을 실시하였다. 연구의 결과 제주 올레길을 방문한 동기는 자연친화/체험과 호기심, 자기사색과 자아성취 및 자기정화, 건강증진, 가족관계증진, 사고 등 모두 8가지로 나타났다. 특히 기존 관광동기 연구에서 잘 다루어지지 않은 자기사색, 자아성취, 자기정화가 주요한 동기로 나타나 도보관광이 여행객의 존재감에 대한 인지와 깊은 연관이 있음을 확인하였다. 더불어 자연과 인간 내면의 아름다움의 조화를 내세워 관광상품으로 포지셔닝하면 제주 올레길은 물론 도보여행 자체의 취지와 의미가 더할 것이라고 하였다. 노경국(2011)의 연구에 의하면, 관광객들의 도보여행을 하는 동기는 일탈과 자기성찰, 지역체험과 위신, 자연감상과 사고 등 6가지 동기로 나타났다고, 특히, 정신적인 사색과 웰빙을 바탕으로 하는 자연감상 목적의 도보여행이 많은 것으로 파악되었다. 또 도보여행객은 특정한 목적을 갖고 도보여행지를 방문하며, 인국통계적인 특성에 따라 도보여행지와 도보여행상품을 세분화할 필요성을 제기하였다.

### Ⅲ. 연구 방법

#### 1. 연구 가설

관광객은 특정 시기에 특정 동기에 의해 여행동기가 발현되는 것이 아니라 다양하고 복합적인 동기의 상호작용의 결과로 행동한다. 따라서 여행동기를 이해하는 것은 관광목적지에서 관광행동을 이해하는데 중요하다(권정택, 2001). 먼저 여행동기와 관련하여 Dann(1981)은 여행동기를 고려하지 않은 관광만족에 관한 연구는 하는 것은 무의미할 수 있다고 하였으며, Otto & Ritchie (1996)는 여행동기에 대한 정확한 이해는 성공적인 관광만족을 제공하고 재방문을 가져올 수 있다고 하였다. 박영아·현용호(2009)는 제주올레길을 대상으로 한 도보여행 동기에 관한 탐색적 연구에서 심층면접 결과 다음과 같이 방문동기를 요인화하였다. 노경국(2011)은 도보여행객 여행동기에 따른 시장세분화연구에서 군집별로 여행만족에 대한 차이를 검증하면서 여행동기와 만족도 간의 관계에 주목하였다. 박영아(2012)은 도보관광여행과 관광동기의 충족, 관광만족과 주관적 웰빙의 개념과 특성을 파악하고, 이들 간의 영향관계를 실증적 분석으로 연구하여 관광동기와 만족도 간에 관계가 있음을 연구하였다. 곽동현(2008)은 오지트레킹 여행객의 여행동기에 따른 트레킹 특성, 만족도에 관한 연구를 진행하여 여행동기와 만족도 간에 유의한 관계가 있음을 나타내었다. 부공민(2005)의 연구에서는 도보여행의 참여동기와 만족도 간에 유의한 영향이 있음이 확인되었다. 따라서 앞서 기존의 연구를 바탕으로 여행동기와 만족간의 영향관계를 연구하고자 본 연구가설을 다음과 같이 설정하였다.

가설 H1 : 도보여행객의 여행동기는 만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H1-1 : 일탈 요인은 만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H1-2 : 자기성찰 요인은 만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H1-3 : 체험 요인은 만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H1-4 : 자연감상 요인은 만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H1-5 : 사고 요인은 만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

#### 2. 조사 설계

##### 1) 조사 개요

본 연구에서는 도보여행객의 여행동기와 만족 간 관계에 관한 분석을 위해 각 구성개념들을 측정항목을 추출하였다. 2013년 09월 28일과 29일 양일간 예비조사를 실시하고 이를 통해 수정된 설문지로 2013년 10월 05일부터 10월 27일까지 4주간의 주말에 걸쳐 설문조사를 실시하였다. ‘부산 예비사회적기업-아름다운 길걷기’에서 제공하는 상품을 이용하여 도보여행을 직접 다녀온 응답대상자로 선정하였다. 설문지는 총 205부가 배포되었고 수령한 199부의 설문 가운데 불성실한 응답자를 제외한 176부의 유효설문지를 실증 분석에 사용하였다.

##### 2) 변수의 조작적 정의

###### 가. 여행동기

도보여행에 있어 여행동기는 도보여행을 선택하기 전의 단계에서 이후의 선택 단계로 넘어가게 하는 주요 동력원이라고 정의할 수 있다. 노경국(2011)은 도보여행에서의 여행

동기에 관한 연구는 거의가 학술적 논문의 연구 결과로 알려진 바가 없음을 언급하며 여행동기의 측정 척도를 여러 선행연구에 입각하여 도출하였다. 박영아·현용호(2009)는 도보여행 동기에 관한 탐색적 연구에서 방문동기를 자연친화/체험, 호기심, 자기사색, 자아성취, 자기정화, 건강증진, 가족관계증진, 사교 등으로 항목화하였다. 후속연구로 박영아(2012)는 도보여행 관광객들의 관광동기를 자연친화·체험, 호기심, 자기사색, 자아성취, 자기정화, 자아증진, 사교 등의 동기로 구분하였다. 강성일·이계희(2011)는 제주 올레관광자들이 일상탈출과 같은 기본적인 욕구 이외에 새로운 만남, 지적 욕구 충족도 중요한 동기요인임을 확인하였다. 문화체육관광부(2010)가 도보여행 활성화에 따른 파급효과 분석을 위해 실시한 설문조사에서 사용한 여행동기 척도 중 상위 5개 항목 휴식/휴양, 자연감상, 걷기여행, 역사유적지 방문, 축제/이벤트 참가에 주목하였다. 본 연구의 측정척도는 선행연구(최화열·박연옥·윤병국, 2015; 박영아·현용호, 2009; 박영아, 2012; 부공민, 2005; 노경국, 2011; 강성일·이계희, 2011)에서 사용한 항목을 수집하고 분류하는 작업을 통해 총 20개 항목으로 구성하였다. 그 결과, 비교적 공통적으로 중요시한 일탈, 자기성찰, 사교, 자연감상, 지역체험으로 5개 요인으로 구분하고, 총 20개의 문항에 대해 리커트 5점 척도(1 = 전혀 그렇지 않다, 2 = 그렇지 않다, 3 = 보통이다, 4 = 그렇다, 5 = 매우 그렇다)로 측정하였다.

#### 나. 만족

본 연구에서 만족의 정의는 도보여행객이 여행상품 이용 후 얻는 다양한 욕구 충족과 기대이익 또는 기대효과를 의미하며, 향후

재구매 및 추천 의사를 포함한다. 문화관광체육부(2010)의 도보여행 활성화에 따른 파급효과 분석 연구의 설문조사에서 설문 결과 만족도가 비교적 높은 관광활동 후 전반적인 만족, 재구매 의사, 추천 의사의 항목으로 구성하고, 총 4개 문항에 대해 리커트 5점 척도(1 = 전혀 그렇지 않다, 2 = 그렇지 않다, 3 = 보통이다, 4 = 그렇다, 5 = 매우 그렇다)로 측정하였다.

#### 다. 분석방법

수집된 자료는 코딩 과정을 거쳐 SPSS WIN 18.0으로 분석하였다. 우선, 설문응답자의 일반적인 인구통계학적 특성을 파악하기 위하여 빈도분석을 실시하였다. 둘째, 연구 모형의 변수를 구성하는 요인의 신뢰성과 타당성의 검증을 위하여 탐색적 요인분석과 Cronbach's  $\alpha$  값을 산출하였다. 마지막으로 여행동기와 만족 간의 영향관계를 살펴보기 위한 다중회귀분석을 실시하였다.

## IV. 연구결과

### 1. 표본의 인구통계학적 특성

본 연구에 사용된 표본 특성은 <Table 1>과 같다. 응답자 성별 비율은 남성 26.1%, 여성 73.9% 이다. 연령별로는 20대와 30대가 각각 8.5%, 8.0%를 차지하는 반면 40대와 50대는. 각각 25.6%, 42.6%로 비교적 비율이 높다. 60대 이상의 응답자는 15.3%이다. 응답자의 62.5%가 대학 졸업 이상의 최종학력을 보유하고 있다. 도보여행에 참가한 횟수와 관련해서는 처음이라고 한 응답자는 18.2%, 2~4회 응답자는 32.4%, 5회 이상 참가한 응답자는 가장 높은 비율인 49.4%를 차지하는 것으로 확인되었다.



**Table 1.** Demographic Characteristics of the Sample

variable		frequency(person)	ratio(%)
sex	male	46	26.1
	female	130	73.9
age	20↑	15	8.5
	30↑	14	8.0
	40↑	45	25.6
	50↑	75	42.6
	60↑	27	15.3
schooling year	elementary/middle/high school graduation	60	34.1
	current college student	5	2.8
	college graduation	90	51.1
	graduation school or above	20	11.4
	etc	1	0.6
number of participation for walking tour	first	32	18.2
	2 times	25	14.2
	3 times	16	9.1
	4 times	16	9.1
	5 times above	87	49.4
total		176	100.0

**2. 신뢰성과 타당성 검증**

본 연구에서는 잠재요인을 측정하는 관찰 항목들의 내적 일관성(Fornell & Larcker, 1981)이라고 하는 신뢰성 검증을 위해 Cronbach's  $\alpha$  값을 사용하였고, 측정항목의 타당성 검증을 위하여 요인분석을 실시하였다. 도보여행객의 여행동기에 대한 요인분석을 위해 주성분분석을 실시하였으며 요인 적재치 단순화를 위해 Varimax 방식에 따른 분석을 실시하였다. 고유값이 1 이상인 경우에 한정하여 요인을 추출한 결과, 5개의 요인이 도출되고 KMO와 Bartlett의 검정에서도 적합성이 확인되었다. 각 요인의 신뢰도는 87.6% 이상이며 총분산설명력은 66.567%로 나타났다.

**1) 도보여행객 여행동기의 신뢰성과 타당성 분석**

도보여행객 여행동기 20개의 측정변수에 대하여 신뢰성 및 타당성 분석을 실시한 결

과 <Table 2>와 같이 나타났다. 분석 결과 전체 Cronbach's  $\alpha$  값이 0.876으로 나타났으므로 신뢰성이 검증 되어 타당성 검증을 위한 요인분석을 하였다. 전체 표본 적합도(KMO)값은 .812, Bartlett의 구형성 검정값이 1612.070(p=.000)로 유의한 값을 보이고 있다. 이에 변수들은 상호 독립적이지 않고 상관관계를 가지고 있어 요인분석에 문제없음을 확인하였다. 요인분석을 실시한 결과 총분산설명력은 66.567%이며 고유값 1 이상인 5개 요인이 추출되었고, 각 요인별 특성 및 내용을 고려하여 각각 일탈, 자기성찰, 사교, 자연감상, 체험으로 명명하였다.

**2) 상관관계분석**

연구 가설 검증을 위해 구성개념 간의 관계성을 확인하여야 하며, 상관관계 분석을 통해 구성개념 간 유의적 관계를 파악할 수 있다. 상관계수가 0.2-0.4인 경우는 변수들 간에 약간의 관련성이 있다고 해석하며,

**Table 2.** Reliability and Validity Analysis for Tourism Motivation

item	deviation	soul searching	socialization	nature appreciation	experience	communality
escaping from daily life	.867	.057	.064	.110	.096	.780
relieving stress	.811	.110	.130	.037	.104	.700
vitality for daily life	.805	.207	.100	.119	.075	.721
relax	.653	.209	.138	.215	.044	.537
rest	.615	.321	.015	.119	.123	.511
self-development	.133	.791	.209	.018	.239	.744
chance to look back	.253	.724	.164	-.095	.038	.626
one's own time	.177	.703	-.069	.089	-.018	.539
psychological abundance	.195	.686	.200	.109	.219	.609
self-realization	.080	.678	.223	.175	.160	.572
socialization of the peers	.226	.079	.861	.030	-.012	.799
socialization of friend/lover	.077	.086	.814	.172	.109	.718
family reunion	.066	.205	.722	.197	.143	.628
organizational sense of belonging	.039	.260	.690	-.201	.280	.665
feeling nature	.115	-.003	.111	.883	.095	.814
environment and fresh air	.209	.055	.125	.822	-.046	.740
trail walking by nature	.121	.155	-.017	.755	.069	.613
visiting for historical sites	.154	.123	.014	.111	.801	.693
fulfilling curiosity of the tour	.004	.198	.128	.047	.772	.653
special event	.195	.089	.253	-.037	.735	.651
Cronbach's $\alpha$	.853	.822	.826	.808	.734	
eigen value	6.135	2.335	1.875	1.553	1.415	
variance	30.675	11.677	9.373	7.767	7.075	

KMO=.812, Bartlett  $\chi^2=1612.070$ , df=190, p=.000

**Table 3.** Correlation between conceptual of independent variables

concept	mean	S.D.	deviation	soul searching	socialization	nature appreciation	experience
deviation	4.12	.717	1				
soul searching	3.75	.756	.459**	1			
socialization	3.48	.921	.294**	.409**	1		
nature appreciation	4.57	.569	.333**	.211**	.188*	1	
experience	3.72	.810	.301**	.383**	.365**	.142*	1

\*\*p<0.1, \*\*p<0.05

0.4-0.7의 경우는 상당한 관련성이 있다고 해석한다(강병서, 김계수, 1997). 즉, 상관계수가 높은 경우 연구가설에서 제시한 독립변수들의 관계방향성이 일치한다고 볼 수 있다. 다음의 표를 보면 자기성찰은 일탈( $r=.459$ ,  $p<.01$ )에 유의적 상관관계를 가지고

있다. 사고는 자기성찰과 ( $r=.409$ ,  $p<.01$ ), 자연감상은 자기성찰( $r=.211$ ,  $p<.01$ ), 체험은 자기성찰과 ( $r=.383$ ,  $p<.01$ ) 등의 유의적 상관관계를 가지고 있다. 즉, 독립변수들은 평가지표로서 구성개념간 관계성이 있는 것으로 볼 수 있다(table 3).

### 3. 가설 검증과 결과의 해석

본 연구에서는 여행동기가 만족에 미치는 영향과, 선택속성이 만족에 미치는 영향을 각각 확인하기 위해서 다중회귀분석을 실시하였다. 다중회귀분석은 두 개 이상의 독립 변수 요인들이 종속변수에 어떻게 영향력을 미치는지를 검증하였다(Table 4). 여행동기 중에서 일탈, 자기성찰, 사교, 자연감상, 체험 등 5가지 요인이 각각 만족에 미치는 영향에 관해 분석한 결과 일탈, 자기성찰, 자연감상 요인을 제외한 다른 2개의 요인은 각각 가설이 기각되었다. 그리고 선택속성은 여행비용, 프로그램, 여행지 매력성, 여행서비스까지 설정한 모든 가설이 채택되었다. 도보여행객 여행동기는 만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 아래 가설검증을 위하여 요인분석을 통해 여행동기 5개와 만족 요인을 추출하였다. 추출된 요인 간의 영향관계 파악을 위해 다중회귀분석 실시 결과는 다음과 같다.

H1: 도보여행객의 여행동기는 만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H1-1: 일탈 요인은 만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H1-2: 자기성찰 요인은 만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H1-3: 체험 요인은 만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H1-4: 자연감상 요인은 만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H1-5: 사교 요인은 만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설검증 결과, 도보여행객의 여행동기는 만족에 부분적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 확인되었다. 여행동기 중에서 자기성찰, 자연감상은 만족에 유의한 영향을 미치는 반면, 일탈, 체험과 사교는 유의한 영향을 미치지 않음이 판명되었다. 만족에 유의한 영향을 미치는 여행동기는 2개 요인 중에서 자연감상이 유의수준 0.00 이내에서 만족에 가장 강한 영향을 미치는 나타났다. 다음은 자기성찰로 유의수준 0.05 이내에서 만족에 영향을 미친다. 앞서 도보여행을 걷는 활동이 중심이 되는 탐방로를 걸으며 해당 지역의 자연과 문화를 이해하고 여행자의 내적/심적인 자기성찰과 사색의 시간을 갖 고자 하는 여행이라고 정의하였다. 가설 1의 검증 결과는 이러한 정의를 뒷받침한다. 도

**Table 4.** Hypothesis Test for the Effect of Motivation on Satisfaction

	Non-Std. Coeff.		Std. Coeff.	t value	significance	multicollinearity	
	B	S.D.	beta			DIFF.	VIF
(constant)	1.274	.364		3.501	.001		
deviation	.004	.065	.004	.056	.955	.712	1.404
soul-searching	.182	.063	.225	2.884	.004**	.675	1.482
satisfaction experience	-.002	.049	-.003	-.035	.972	.769	1.300
nature appreciation	.472	.074	.438	6.407	.000***	.879	1.138
socialization	.035	.055	.046	.640	.523	.789	1.268
corrected R <sup>2</sup> =.281, F=14.667, p=0.000							

\*\*p<0.05, \*\*\*p<0.01

보여행객의 내적인 자기성찰에 대한 동기, 자연감상에 대한 동기가 만족에 영향을 미치므로 도보여행에 대한 기본적인 요건이 충실하게 반영이 될 수 있도록 관련 상품 및 도보여행길의 개발 방향이 설정되어야 할 것으로 해석된다.

## V. 결론

본 연구는 도보여행객의 여행동기와 만족에 미치는 영향을 살펴보기 위해 도보여행, 여행동기에 관한 선행연구를 확인하고 이론적 배경을 검토하였다. 문헌연구를 통해 연구가설을 설정하였으며, 이에 따라 여행동기와 만족 사이의 영향관계를 검증하고 도보여행의 관광 상품화 방향과 방법에 대한 모색을 시사점으로 제시하고자 하였다. 본 연구는 도보여행상품만을 취급하고 있는 부산 예비사회적기업-아름다운 길걷기의 이용객을 대상으로 설문지를 배부하여 총 176부를 최종 유효 표본으로 사용하였다. 수집된 자료는 통계 프로그램을 이용하여 분석하였다. 표본 특성 파악을 위한 빈도분석을 실시하였고, 각 요인들에 대한 구성 타당성 및 신뢰성 검정을 위해 탐색적 요인 분석, Cronbach's  $\alpha$  계수 산출을 하였다. 그리고 여행동기와 만족 간의 영향관계 파악을 위하여 다중회귀분석을 실시하였다. 본 연구의 결과는 다음과 같다.

첫째, 표본의 특성은 성별로는 여성 이용객이 더 많고, 연령별로는 40대 이상이 주를 이룬다. 응답자의 62.5%가 대학 졸업 이상의 최종학력을 갖고 있으며, 2회 이상 도보여행에 참가한 사람이 80% 이상의 비율을 차지한다. 둘째, 가설검증 결과, 여행동기는 만족에 부분적으로 유의한 영향을 미침이 확

인되었다. 여행동기 가운데 체험, 일탈과 사교를 제외하고 나머지 2개 요인인 자기성찰, 자연감상이 유의한 영향을 미치는 것을 확인하였다. 자연감상이 유의수준 0.01 이내에서  $\beta$  값 0.438로 만족에 가장 강한 영향을 미친다. 자기성찰은 유의수준 0.01 이내에서  $\beta$  값이 0.2531 이내에서 영향을 미치었다. 이는 도보여행객은 도보여행 본연의 매력을 느끼고자 여행을 떠나는 경향이 있고 사교의 수단보다는 본인의 사색과 성찰의 시간으로 소비하기를 원한다고 볼 수 있다. 이에 도보여행에 대한 관심을 고양시키기 위해서는 체험과 활동보다는 자연 그대로를 느끼고 감상하도록 기회를 최대화하는 것이 바람직할 것이다.

본 논문이 시사하는 바, 현재 전국적으로 500여개가 넘는 도보여행길이 조성되어 있을 만큼 도보여행에 대한 관심과 개발이 지속되고 있으나, 도보여행상품에 대한 연구는 전무하다고 해도 무방한 실정이다. 많은 선행연구 사례는 제주 올레길에 전폭적으로 집중되어 있고, 이 또한 개인적으로 도보여행을 다녀오는 사례에 대한 연구가 대부분이다. 이에 본 연구는 여행사에서 판매되는 도보여행상품의 이용객에 대하여 최초로 접근하였다는 데에 우선적인 의의를 둘 수 있다. 그리고 도보여행객의 여행동기와 만족, 선택속성과 만족 간의 영향관계 분석으로 기존 도보여행 관련 선행연구 결과가 도보여행상품 이용객에 적용한 경우에도 유효한 것으로 다시 한 번 뒷받침하고 있다.

또한 실무적인 관점에서 도보여행객의 여행동기 중 자연감상이 만족에 유의한 영향을 미친다는 사실이 가설을 통해 검증되었다. 이는 걷기를 중심으로 한 자연탐방로를 걸으면서 자기 사색의 시간을 갖는 도보여행 본연의 의미가 그대로 함축된 결과이다. 2013

년 07월 문화체육관광부의 보도자료에서는 도보여행길이 우수숙순으로 무분별하게 개발되는 경향에 대한 우려와 향후 개발에 조정이 필요한 것으로 나타났다. 이런 사회적 상황을 고려하여 첫 번째 시사점은, 도보여행상품을 판매하는 여행사와 도보여행지 개발에 관심을 갖고 있는 중앙부처 및 지자체에서 개발 지향적인 접근이 아니라 고유한 자원을 그대로 활용하는 방안을 우선적으로 검토해야 한다는 점이다.

본 연구결과에서 주목하듯이 자연감상이 만족에 가장 유효한 영향을 미치는 여행동기이다. 또한 이미 도보여행길의 개발이 많이 이루어진 상태이므로 도보여행의 기본에 충실한 접근이 요구된다. 둘째, 여행동기별로 고객을 세분화하고 전략적 대응을 할 필요성이 있다. 이는 도보여행목적지에서 이루어지는 관광산업분야와 지자체의 관광정책 수립에 있어 비즈니스적 관점에서 정확한 타겟마켓의 설정과 더불어 마켓세분화 전략과 이에 따른 정교한 관광홍보 전략의 수립이 제기됨을 알 수 있다. 따라서 본 연구는 향후 도보여행객에게 제공하는 도보여행길의 운영 및 관리전략 수립에 유용하게 작용할 기초자료가 될 것이다. 즉, 연구결과 일탈과 자기성찰 동기가 만족과 관련이 있는 것으로 도출되었는데 이런 분위기의 도보여행길을 희망하는 여행객에게는 그런 속성에 맞는 대응이 필요한 것이다.

또한 이러한 연구 결과는 향후 도보여행과 연계된 관광목적지의 보유자원(자연, 탐방자원) 및 운영시설(기본, 편의시설)의 적극적 관리를 위하여 독특한 목적지의 자연 및 인문환경에 부합되는 차별화 및 특성화 방안을 계획 및 개발하여 도보여행객을 유치할 전략을 수립할 필요가 제기된다. 이는 도보여행객의 관광소비가 목적지의 토착산업과 관광

산업의 비즈니스적 측면을 인식하여 지역민의 소득 창출이 가능한 목적지개발을 유도할 수 있으며, 이는 목적지의 공간특성별로 관광전략을 수립할 필요가 있음을 제기한다고 할 수 있다. 더불어 목적지에서 진행되는 다양한 정부, 지자체 관광사업 및 지역개발 사업에 있어 관광인프라의 조성 및 정비·재정비, 자연자원 관리·보전 등 도보여행길과 연계된 관광목적지 활성화에 대한 구체적인 정책대안과 가이드라인 제시에도 필요할 것으로 사료된다.

본 연구의 한계점으로는 첫째, 기존 연구들이 제주 올레길 여행자를 대상으로 하는 보편적인 한계가 있었던 것과 유사한 관점에서 제시하고자 한다. 본 연구의 조사가 시간적, 공간적 범위에서 한계가 있고 임의적으로 추출한 표본에만 의지하였으므로 전체 도보여행객의 여행동기와 만족을 분석하기에는 부족함이 있다는 점에서 자유롭기 어렵다. 향후 전국적으로 분포된 도보여행객을 대상으로 조사가 이루어진다면 이를 보완할 수 있을 것이다. 둘째, 도보여행에 대한 국내외 전반적인 연구가 부족하여 다양한 선행연구를 접할 수 없었고 이에 이론적이고 체계적인 정립이 이루어지지 못한 한계가 있다. 향후 도보여행의 활성화에 따라 도보여행동기, 도보여행의 선택속성, 도보여행상품의 다양화에 관련한 국내외의 선행연구가 더욱 활발해 질 것을 기대하며 본 연구가 작게나마 도움이 되기를 바란다.

### References

Allaire, G. (1998). Medieval Italian pilgrims to Santiago de Compostela: new literary evidence. *Journal of Medieval History*, 24(2), 177-189.

- Bitner, M. (1990). Evaluating service encounter: The effects of physical surroundings Perspective. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 23(4), 236-245.
- Bruwer, J. (2003). South African wine routes: some perspectives on the wine tourism industry's structural dimensions and wine tourism product. *Tourism Management*, 24, 423-435.
- Bu, G.M. (2005). An Inductive Content Analysis on Initiating Motivation, Continuing Motivation and Satisfaction of Parasitic Volcano Trekking. *Journal of Korean Society for the Study of Physical Education*, 10(2), 73-97.
- Choi, H.Y., Park, Y.O. and Yoon, B.K. (2015). A Research on Slow Tourism: A Case Study of Walking Trails and Jeju Olle Walking Festival. *International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 29(2), 173-183.
- Crompton, J. L. (1979). Motivation for pleasure vacation. *Annals of Tourism Research*, 6(4), 408-424.
- Correia, A., Valle, P.O. and Moco, C. (2007). Modeling motivations and perceptions of portuguese tourist. *Journal of Business Research*, 60(1), 76-80.
- Dann, G. M. S. (1981). Tourist Motivation: An Appraisal. *Annals of Tourism Research*, 4(4), 187-219.
- Ekkekakis, P., Backhouse, S. H., Gary, C. and Lind, E. (2008). Walking is popular among adult but is it pleasant? A framework for clarifying the link between walking and affect as illustrated in two studies. *Psychology of Sports and Exercise*, 9(3), 246-264.
- Engel, J. F. and Blackwell, R. D. (1982), *Consumer Behavior*. The Dryden Press: New York.
- Fallon, P. and Scofield, P. (2006). The dynamics of destination attribute importance. *Journal of Business Research*, 59(6), 777-788.
- Fodness, D. (1994). Measuring tourist motivation. *Annals of Tourism Research*, 21(3), 555-581.
- Gu, H. and Ryan, C. (2008). Place attachment, identity and community impacts of tourism-the case of a Beijing hutong. *Tourism Management*, 29, 637-647.
- Jarno, S. and Raja, K.(2012). SF-filmvillage as a movie tourism destination-A case of movie tourist push motivations. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 29(5), 460-471.
- Jubenville, A. (1976). *Outdoor Recreation Management Theory and Application*. Venture Pub.
- Kang, M.H. and Jung, H. (2011). Identification of Trekkers` Characteristics: Focusing on Jirisan-round Trail Users. *Journal of Korean Forest Society*, 100(3), 382-391.
- Kang, S.I. and Lee, G.H. (2011). Jeju Olle Tourist's Travel Motivation, Environmental Attitude and Sense of Wellbeing. *Korean Journal of Tourism Research*, 25(6), 23-40.
- Kim, J.Y., Kim, H.L., and Ahn, K.M. (2011). A Study on Relationship among Motivation of Participating in Nature-Based Tourism, Psychological Satisfaction, and Intention to Revisit: Focused on Jeju Olle Trail. *Journal of Tourism & Leisure Research*, 23(5), 385-403.
- Kim, Y. G. and Eves, A. (2012). Construction and validation of a scale to measure tourist motivation to consume local food. *Tourism Management*, 33(6),

- 1458-1467.
- Kwon, J.T. (2001). (The) Impact of the post-image and motivation of tourism-event upon satisfaction and revisit intention. Ph.D. Dissertation: Daegu University.
- Le Breton, D. (2000) *Eloge de la marche*. Paris, Métailié.
- Manfredo, M. J., Driver, B.L. and Tarrant, M. A. (1996). Measuring leisure motivation; A meta-analysis of the recreation experience preference scales. *Journal of Leisure Recreation*, 28(3), 188-213.
- Medlik, S. and Middleton V.T.C. (1973). The tourist product and its marketing implication. *International Quarterly*, 3, 132-133.
- Mohr, S., Backman, K. F., Gahan, L. W. and Backman, S. J. (1993). An investigation and event satisfaction by visitor type. *Festival Management & Event Tourism*, 1(3), 89-94.
- Oh, C. (2014). A Study on direction of souvenir based on tourist-centered design - With Focus on Developing Jejuolle souvenir -. *Design Knowledge Journal*, 29, 223-233.
- Oh, S.K. and Kim, Y.S. (2014). A Study on Serious Leisure Experiences of Walking Tourists : Focused on the tourists in Incheon's Dullegil, *Journal of Leisure Studies*, 11(3), 19-42.
- Oh, H. C., Uysal, M. and Weaver, P. A. (1995). Product bundles and market segments based on travel motivations: a canonical correlation approach. *International Journal of Hospitality Management*, 14(2), 123-137.
- Oliver, R. L. (1980). A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions. *Journal of Marketing Research*, 17(9), 460-469.
- Otto, J. E. and Ritchie, J. R. (1996). The service experience in tourism. *Tourism Management*, 17(3), 165-174.
- Lee, D.W. and Jung, S.Y. (2011). Research into the Effect of Jeju Olle Trails on Nearby Land Prices using Feasible Generalized Least Squares, *Korea Real Estate Review* 24(1), 63-76.
- Lee, M.K. (2010). A Study on the Conflict on Tour Site Development. *Journal of Service Research*, 7(2), 143-164.
- Park, K.O. (2015). Residents' Attitude Toward Environmental Sustainable Tourism According to Environmental Perception on Walking Tourism Destination - Moderating Effect of Volunteering Experience - *Korean Journal of Tourism Research*, 30(3), 41-56.
- Park, Y.A. (2012). An exploratory study of walking-tour motivation: The case of Je-Ju Island "Ol-Legil". *Journal of Tourism Sciences*, 36(2), 159-178.
- Park, Y.A. and Hyun, Y.H. (2012). An Study of the Impact of the Residents's Perception toward Walking Tour Course Development on Jeju Ollegil Development Support: A focus on a Moderating of Attachment. *Journal of Tourism Sciences*, 33(7), 75-93.
- Roh, K.G. (2011). A Study on Market Segmentation by the Route-based Tourism Motivation : Focused on JEJUOLLE Tourist's, *Northeast Asia Tourism Research*, 7(2), 131-146.
- Ross, E. L. D. and Iso-Ahola, S. E. (1991). Sightseeing tourists' motivation and satisfaction. *Annals of Tourism Research*, 18, 226-237.
- Solnit, R. (2000). *Wanderlust: A History of Walking*. Penguin Books.