

탐조객의 참여동기와 탐조시설 및  
인근 지역환경에 대한 선호도 연구:\*  
천수만 탐조관광객을 중심으로

Motivations and Preferred Birdwatching Facilities  
and Settings among Korean Birdwatchers:  
An Empirical Study on a Sample of Chunsuman Birdwatching Tourists

이진형\*\*  
Lee, Jin-Hyung

ABSTRACT

*The purpose of this study was to investigate the motivation among Korean birdwatching tourists to segment these markets based on participants' motivation, and to identify attributal dimensions of preferred birdwatching facilities and settings. Data were collected from 429 participants from Chonsoonman Birdwatching Tour, the most popular birdwatching tours in Korea. A factor analysis delineated four dimensions of motivation related to birdwatching. The results of this study also showed that there are three dimensions of preferred birdwatching facilities and settings. Based on the visitor's motivation to participate in birdwatching, cluster analysis was conducted for market segmentation. The result of the analysis identified three distinctive segments in the Korean birdwatching tourism market: family seekers, multi purpose seekers, and birdwatching seekers. Based on the results of this study, some practical implications were suggested from development and marketing perspectives.*

핵심용어 : 탐조, 탐조동기, 탐조시설선호도, 탐조축제, 탐조관광개발, 탐조관광마케팅

\* 본 연구는 2004년 한국학술진흥재단의 연구비 지원으로 연구되었음  
(KRF-2004-003-B00360).

\*\* 호남대학교 관광경영학과 조교수. e-mail: jlee@honam.ac.kr

## I. 서 론

1990년대 후반까지만 하더라도 우리나라에서 탐조(birdwatching)는 조류전문가나 일부 탐조동호인들을 중심으로 학술적 차원에서 이루어져 오거나 한국조류보호협회와 같은 민간단체에서 천연기념물과 희귀조를 보존·보호하려는 차원에서 이루어져 왔다. 그러나 최근 들어 우리나라를 찾는 대표적인 겨울철새인 가창오리가 연출하는 장엄한 군무가 언론매체를 통해 소개되면서 가족단위 관광객을 중심으로 탐조관광에 대한 관심이 생겨나고 있고, 문화관광부에서는 2004년 '관광동향에 대한 연차보고서'에서 탐조관광을 잠재력이 매우 높은 녹색생태관광개발의 한 유형으로 제시한 바 있다(문화관광부, 2004).

이러한 추세에 발맞추어 최근 3-4년 사이에 천수만, 금강하구, 고천암호, 순천만, 주남저수지, 울속도 등의 철새도래지가 인접해 있는 지자체에서는 앞 다투어 탐조시설을 마련하고 있으며, 탐조축제를 개최하는 지자체들도 생겨나고 있다. 서산시는 2002년부터 매년 겨울 1달간 세계적인 철새도래지인 천수만 일대에서 '서산천수만 세계철새기행전'을 개최, 5-10만 명 이상의 방문객을 유치하고 있으며, 군산시도 2003년 말 금강하구둑 인근에 지하 1층, 지상 11층 규모의 철새 조망대와 탐조회관을 설치한데 이어, 2004년부터는 '세계철새관광페스티벌'도 개최하고 있다. 또, 순천시에서는 지난 2004년 순천만 일대에 탐조와 갯벌생태 체험을 위한 자연생태관을 준공한 바 있으며, 전라남도 관광문화국에서도 겨울 해남 철새 탐조여행을 기획·판매, 큰 호응을 받은 바 있다.

가족단위 관광객을 위한 탐조행사는 지자체뿐만 아니라 환경운동연합과 같은 사회단체에 의해서도 진행되고 있다. 일례로 환경운동연합은 2005년 '시민과 함께 하는 토요일때새 조사'와 '2005 저어새 페스티벌'과 같은 행사를 연이어 개최한 바 있다. 탐조에 대한 관심은 최근의 잇따른 탐조도감 및 탐조여행기의 출간에서도 발견된다(김해창, 2002; 최중수, 2003; 이우신·구태회·박진영, 2000).

그러나 이렇듯 우리나라에서 탐조가 새로운 형태의 관광으로서 관심을 더해 가고 있음에도 불구하고 아직까지 우리나라에는 탐조관광객들에 대한 과학적인 조사연구가 제대로 이루어지지 않았다. 늘어나고 있는 탐조관광객들의 욕구에 소구하는 탐조관광상품, 축제 및 시설의 개발을 위해서는 무엇보다 탐조관광객들의 탐조동기, 탐조시설 및 환경에 대한 선호도 등을 규명하는 것이 무엇보다 중요한 데 아

직까지 이러한 점들이 제대로 밝혀지지 않았다.

본 연구는 이러한 문제의식에서 출발하였으며, 우리나라에서 진행되는 대표적인 탐조투어인 서산 천수만 겨울 탐조투어 방문객 429명에 대한 설문조사를 통하여 우리나라 탐조객의 탐조동기와 탐조시설 및 인근지역 환경에 대한 선호도를 살펴보고, 나아가 탐조동기를 기준으로 우리나라 탐조관광시장의 세분화를 시도하고자 하였다.

본 연구는 한편으로 탐조관광을 통한 지역개발에 대한 연구에 기여할 수 있을 것이며, 다른 한편으로 탐조관광 시설개발 및 탐조축제기획의 업무를 담당하고 있는 지자체 공무원들과 탐조관광상품을 기획·판매하는 여행사 담당자들에게 탐조관광시장 세분화와 탐조관광객들의 만족을 극대화 할 수 있는 마케팅에 관한 유용한 정보를 제공할 것이다.

## II. 선행연구의 검토

### 1. 탐조객과 탐조관광에 대한 국내외 연구동향

탐조객과 탐조관광에 대한 사회과학적 연구는 1980년대 중반부터 미국을 중심으로 이루어져 왔다. 미국에서는 1934년 Roger Tory Peterson이 발간한 탐조도감인 'A Field Guide to Birds'가 발간되면서 탐조에 대한 본격적인 관심이 촉발되었고, 제2차 세계대전 이후 썩안경이 대중화되고 'birding'과 같은 탐조잡지가 출간되면서 탐조인구가 꾸준히 늘어났다(Cordell & Herbert, 2002).

미국정부가 자국민의 야외레크리에이션 활동참여 실태를 파악하기 위해 실시하는 'National Survey on Recreation and Environment(NSRE)'에 따르면 1983년의 경우 16세 이상의 미국인 중 약 21.2%인 1천 2백만명 정도가 연 1회 이상 탐조를 했고, 1995년에는 전체인구의 약 27%인 5천 4백만명이 연 1회 이상 탐조에 참여한 것으로 나타나고 있다. 그리고 가장 최근에 실시된 2001년의 NSRE에 따르면 16세 이상의 미국인구 중 세 사람 중의 한 사람 꼴인 약 7천만명 정도가 한 해 동안 1차례 이상 탐조를 한 것으로 나타나고 있다. 이러한 결과는 2001년 미국의 탐조인구가 1983년의 탐조인구에 비해 약 232%가 증가한 것을 의미하는 것으로, 이는 미국사회에서 탐조가 1980년대와 90년대에 가장 비약적으로 성장한 야외레크리에이션 활동 중의 하나임을 보여준다(Cordell &

Herbert, 2002).

탐조인구의 비약적인 성장과 더불어 미국에서는 1980년대 초반부터 탐조객과 탐조관광에 대한 다양한 연구들이 진행되어 오고 있다. 지금까지 진행된 탐조객들에 대한 연구는 탐조객들의 사회·인구학적 특성을 밝히는 연구(Witter, Wildson, & Maupen, 1980; Kellert, 1985)를 비롯하여, 탐조객의 탐조동기에 대한 연구(Kellert, 1985; McFarlane, 1994; Scott, Baker, & Kim, 1999), 탐조시설 및 환경선호도에 대한 연구(Cole & Scott, 1999), 탐조객들의 환경보호 참여행동에 관한 연구(McFarlane & Boxall, 1996), 탐조객들의 관여도와 탐조축제 재 방문 의사(Kim, Scott & Crompton, 1997; 김성섭, 2000)에 대한 연구와 같은 탐조객들의 동기, 태도 및 행위에 관한 연구가 주종을 이루어 왔다.

뿐만 아니라 탐조객들의 탐조전문성을 측정하는 연구(Lee & Scott, 2004)와 탐조객의 전문화 과정과 이 과정에서 얻게 겪게 되는 사회 심리적 득과 실에 대한 연구(이진형, 2004; Lee & Scott, 2006), 탐조객들의 사회화 과정에 대한 연구(McFarlane, 1996)와 탐조축제의 경제적 파급효과에 대한 연구(Havengaard, Butler, & Krystofiak, 1989; Kim, Scott, Thigpen & Kim, 1998), 탐조관광사업방안(Scott & Callahan, 2001)과 탐조축제개최방안(Millar, 2000)에 대한 연구 등 사회학적 연구와 경제학적 연구 그리고 탐조관광에 대한 실무무적인 연구도 일부 이루어져오고 있다. 그러나 우리나라에서는 아직까지 탐조관광에 대한 연구가 거의 없는 실정이다.

## 2. 탐조동기에 대한 선행연구

사람들이 무엇 때문에 탐조를 하는지 말하자면 사람들이 탐조를 통해 얻고자 하는 심리적 혜택(benefits)이 무엇인지를 파악하는 것은 지방자치단체나 여행사에서 탐조객들의 만족도를 극대화할 수 있는 탐조 관광상품 및 시설을 개발하고 탐조관광 서비스를 제공하는 데 있어 매우 중요한 사항이라고 할 수 있다.

미국을 중심으로 한 서구학계에서는 지난 1980년대 중반 이후 탐조객의 탐조동기에 대한 연구가 꾸준히 진행되어 왔다. Kellert(1985)는 미국인들의 탐조동기에 대한 최초의 연구에서 사람들이 5 가지 동기 즉 '새가 예쁘기 때문에', '가능한 많은 새를 보기 위해', '자연을 가까이 하기 위해', '가족 및 친구와 즐거운 시간을 보내기 위해', 그리고 '새의 매력에 빠져서' 탐조에 참여한다고 개념화 한다. 또한

그는 미국탐조객들에 대한 설문조사 결과 40종 이상의 새를 식별할 수 있는 전문 탐조객들에게 있어 가장 중요한 탐조동기는 '새의 매력에 빠져서'(전체의 53%)인 반면, 10종 이하의 새만 식별할 수 있는 초보 탐조객들에 가장 중요한 동기는 "새가 예쁘기 때문에"(전체의 58%)임을 발견하였다.

비록 Kellert의 연구가 탐조객의 탐조동기에 대한 최초의 연구라는 점에서 의의가 있지만, 그의 연구는 탐조동기에 대한 다차원 척도개발에 있어서는 미흡했다. 탐조동기를 측정하기 위한 다차원 척도개발은 McFarlane(1994)에 의해 처음으로 시도되었다. McFarlane(1994)은 사람들의 야외레크리에이션 동기가 크게 보아 성취(achievement), 감상(appreciative), 가족 또는 친구간의 관계향상(affiliative)으로 구분될 수 있다는 Decker와 그의 동료들 (Decker, Brown, Driver, & Brown, 1987)의 야외레크리에이션 동기에 관한 개념화에 기반하여 사람들이 탐조를 하는 동기 역시 기본적으로 이 세 가지 동기에 기반하고 있다고 제안한다. 여기서 성취동기란 예전부터 보고 싶었던 새를 보고자 하는 것과 같이 일정한 기준을 성취하고자 하는 것을 의미하고, 감상동기란 새와 자연의 감상에서 오는 즐거움을 얻고자 하는 것을, 그리고 가족 또는 친구간의 관계향상 동기란 탐조를 통해 가족 및 친구와 친분이 가까워지는 것을 의미한다. 그녀는 또한 캐나다 앨버타 지방의 탐조객들에 대한 심층면접에서 사람들은 이 세 가지 동기이외에 새와 새의 서식지에 대한 지적인 욕구충족과 환경보호라는 동기에서도 탐조에 참여할 수 있음을 개념화 한다.

한편 Scott와 그의 동료들은 (Scott, Baker, & Kim, 1999) 미국의 대표적인 경연식 탐조축제<sup>1)</sup>의 하나인 Great Texas Birding Classic 참가자 98명의 참여동기에 대한 연구에서 탐조경연대회에 참석하는 사람들의 참여동기는 일반적인 탐조객들의 탐조동기와 다를 수 있다는 점을 강조한다. 말하자면 탐조경연대회에 참가하는 사람들의 경우, 다른 탐조객들과의 교제(sociability) 및 경쟁(competition)이 중요한 참여동기가 될 수 있고, 나아가 탐조경연대회에서 이김으로써 자아를 표현하고자 하는 동기도 강할 수 있다는 것이다. 여기서 교제란 탐

1) 경연식 탐조축제는 탐조경연대회를 위한 축제를 일컫는 것으로 미국 뉴저지 주에서 개최되는 World Series of Birding 이 대표적인 예이다. 축제 참가자들은 개인자격 또는 3-4명으로 이루어진 팀의 일원으로 개인종목 또는 일반단체종목(Team Competition), 청소년단체(Youth Team Competition) 종목에 참석해 매우 엄격하고도 까다롭고 정해진 룰에 따라 소위 'Big Day'로 불리는 하루 동안 뉴저지 전역 또는 일부 지역(Cape May County 또는 South of the Cape May Canal)에서 눈과 귀로 가능한 많은 새를 식별하기 위해 경쟁한다. 경기당일 자정까지 심사위원회에 제출된 Checklist에 대한 엄격한 심사 결과에 따라 참가자(팀)의 순위가 결정되고 수상이 이루어진다.

조를 하는 다른 사람들을 만나 친분을 맺고 탐조에 대한 정보를 교환하며 시간을 함께 보내는 것으로, 이는 특정 분야의 매니아들이 온오프라인에서 서로 친분을 맺고 정보를 교환하고자 하는 것과 마찬가지로 맥락에서 이해될 수 있다. 우리나라의 축구팬들이 서포터스를 구성, 국가대표팀과 지역연고 프로축구팀의 응원을 위해 인터넷상이나 오프라인 모임에서 축구선수나 경기에 대한 정보를 교환하고 회원 간에 친목을 도모하는 것이 비근한 예라 할 수 있다(김석희·김정명, 2003). 이러한 개념화에 기반하여 Scott와 그의 동료들은 Great Texas Birding Classic 참가자들의 참여동기를 측정하기 위해 14개의 문항을 만들었고 요인분석 결과, 경쟁, 탐조즐거기와 환경보호, 자기표현, 그리고 다른 탐조객들과의 교제 등 4개 탐조동기 요인을 발견한다.

요컨대, 사람들은 여러 가지 동기로 탐조에 참여할 수 있다고 할 수 있으며 그것은 탐조가 이루어지는 맥락에 따라 달라 질 수 있다. 지금까지 미국을 중심으로 한 서구에서 이루어진 탐조연구의 결과는 사람들이 감상동기, 가족 및 친구관계 향상동기, 성취동기와 지적인 동기, 환경보호동기에서 탐조에 참여한다는 것을 보여주고 있다.

### 3. 탐조시설 및 탐조환경 선호도에 대한 선행연구

탐조객들에게보다 만족스러운 탐조경험을 제공하기 위해서 지자체의 탐조시설 및 인근환경을 개발 담당자들은 탐조객들의 참여동기뿐만 아니라 탐조객들이 선호하는 탐조시설 및 인근지역 환경에 대한 선호도를 알아보는 것도 매우 중요하다. 사실 탐조시설을 개발하는 사람들에게 있어서 탐조시설이나 인근지역 환경에 대해 서로 다른 선호를 가지고 있는 집단들(stakeholders)을 어떻게 함께 만족시킬 수 있는가는 마케팅적 관점에서 큰 이슈중의 하나이다(Miles & Lewis, 1999).

그러나 아직까지 국내외적으로 탐조시설이나 인근지역 환경선호도에 대한 연구는 매우 부족한 형편이다. Cole와 Scott(1999)의 미국탐조협회(American Birding Association) 회원과 텍사스 주립공원 연간 이용권(Texas Conservation Passport)소지자의 탐조시설 및 탐조 인근지역 환경에 대한 선호도에 대한 비교 연구가 지금까지 이루어진 탐조환경 및 인근지역 환경선호도에 대한 거의 유일한 연구라고 할 수 있다.

Cole와 Scott(1999)는 이 연구에서 미국 탐조객들의 탐조시설 및 탐조인근 지역 환경선호도를 알아보기 위해 25문항으로 구성된 탐조시설 및 탐조환경선호도

측정척도를 개발한다. 이들은 요인분석결과 ‘탐조기회’, ‘새 이외의 다른 동식물관찰기회’, ‘해설프로그램’, ‘부대행사의 이용가능성’, 그리고 ‘캠핑가능성’ 이라는 다섯 가지 탐조시설 및 인근지역 환경선호도 요인을 발견한다. 이 연구는 또한 미국 탐조협회회원과 텍사스 주립공원 연간 이용권 소지자들 간에 탐조시설 및 인근지역 환경 선호도(Preferred Setting Attribution)에 있어 차이가 남을 보여주고 있다.

### III. 연구방법

#### 1. 변수의 측정

본 연구를 위한 설문지는 탐조동기를 묻는 문항, 탐조시설 및 인근지역에 환경에 대한 선호도를 묻는 문항 그리고 응답자의 사회·인구학적 특성을 묻는 문항 등 크게 3가지 분야로 구성되었다.

탐조참여동기는 “탐조객들이 탐조에 참여함으로써 얻고자 하는 심리적인 유익”이라고 조작적으로 정의되고, 기존의 연구(Kellert, 1985; McFarlane, 1994; Scott *et al.*, 1999)에서 사용된 문항들을 우리나라의 탐조관광객의 탐조동기를 측정하기에 적합하도록 수정·보완하여 총 15개 문항을 통하여 7점 리커트 척도로 측정되었다(〈표 1〉).

탐조시설 및 탐조지역 인근 환경에 대한 태도는 “탐조객들이 탐조활동을 위해 설치된 시설물이나 탐조지역 인근의 시설물 및 환경에 대해 가지고 있는 감정이나 인지도”라고 조작적으로 정의되었다. 본 연구에서는 이러한 조작적 정의에 따라 탐조객들의 탐조시설 및 탐조지역 인근환경에 대한 태도를 콜과 스캇(Cole & Scott, 1999)이 미국탐조협회 회원과 텍사스 주립공원 연간이용권 소지자들의 탐조환경에 대한 선호도를 묻기 위해 사용한 리커트(Likert) 척도형 문항을 수정 보완하여 총 17개 문항을 통하여 7점 리커트 척도로 측정하였다(〈표 2〉).

#### 2. 표본의 추출

본 연구에서는 우리나라 탐조관광객들의 탐조동기와 인근지역 환경선호도를 알아보기 위해 2005년 1월 17일부터 23일까지 1주일간 현재 우리나라에서 운영되

고 있는 대표적인 탐조투어인 서산 '천수만 철새학교' 방문객 중 만 19세 이상 방문객중 응답을 회피하는 일부 방문객들을 제외한 모든 방문객을 대상으로 설문조사를 실시하였다.

현재 우리나라에는 충청남도 서산 천수만과 충청남도 서천, 그리고 전라북도 군산 등의 지자체와 환경운동연합이 협력하여 겨울철 철새탐조투어를 진행하고 있는데, 이 중에서 충청남도 서산의 천수만 탐조투어는 지난 2002년부터 시작된 우리나라 최초의 탐조투어이자 대표적인 겨울철 탐조투어이다.

서산천수만 철새기행전 위원회는 2004년 12월 4일부터 2005년 2월 27일까지 약 3달에 걸쳐 서산시 천수만 간척지 A지구 일원의 간월호와 해미천상류의 겨울철새 자원을 이용 탐조투어를 운영했는데, 주중에는 40인승 탐조투어 버스가 11시 13시 15시 3회에 걸쳐 운행되었고, 주말에는 오전 10시 30분부터 오후 3시 30분까지 매 1시간별로 탐조버스가 운행되었다.

각 탐조투어 버스에는 탐조투어를 위해 서산태안환경운동연합에서 탐조해설교육을 받은 탐조안내원이 1인씩 동승하였으며, 관광객들은 탐조안내원의 안내를 받으며 차창 밖으로 기러기 및 각종 오리류가 떼를 지어 날아가는 진풍경과 먹이 활동하는 것을 관찰할 수 있었다. 또한 탐조투어참가자들에게는 탐조투어 도중 중간에 2회 하차 지정된 탐조관찰소에서 고배울 단망경을 통해 약 10분간 고니, 각종 기러기류, 오리류 등 천수만에서 겨울을 나는 각종 겨울철새들의 생태를 가까이서 관찰할 수 있는 기회가 주어졌다.

설문조사는 철새기행전 위원회와 안내원의 협조아래, 미리 훈련된 학생 4명에 의해 돌아오는 탐조투어 버스 안에서 실시되었는데, 이 과정에서 설문 응답률을 높이기 위해 사은품이 제공되었다. 1주일 동안의 설문조사 결과 435명의 방문객들에게 설문조사를 실시할 수 있었다. 본 연구에서는 이 중에서 불성실하게 응답한 6명을 제외한 총 429명에 대한 설문조사자료가 SPSS로 분석되었다.

## IV. 분석결과

### 1. 응답자의 사회·인구학적 특성

응답자들의 사회·인구학적 특성을 살펴본 결과 남자가 45.1% 여자가 54.9로 여성이 약간 많았고, 연령별로는 30-40대가 전체의 72.5%를 차지하고 있었으

며, 20대와 50대가 각각 12.5%와 13%였으며, 60대 이상은 전체의 1.9%에 불과했다. 응답자들의 교육수준을 살펴본 결과 대졸 이상이 전체의 73.7%를 차지하고 있었으며 전문대 졸업이 9.5%, 고졸이하가 13.4%로 나타났다.

한편, 월평균 소득면에 있어서는 300만원 이상이 전체의 49.5%로 가장 많았고 200만원대가 29.4%, 100만원대가 15.4%, 백만원 미만이 5.6%를 각각 구성하고 있었다. 응답자들의 직업을 살펴 본 결과 주부가 20.6%로 가장 많았고 그 다음이 교직(21.4%), 사무직(14.1%), 자영업(7.3%), 학생(5.8%), 전문직(4.9%), 판매서비스업(4.6%), 공무원(3.2%) 순이었다. 농수산업에 종사하는 사람은 하나도 없었다. 이러한 결과를 종합해 볼 때, 천수만 탐조관광객들은 30-40대의 고학력 고소득 사무직 또는 교직에 종사 남성이나 가정주부가 주류를 형성하고 있다고 할 수 있다.

## 2. 응답자들의 탐조참여 참여동기

서산천수만 탐조관광객들의 탐조동기를 알아보기 위해 먼저 탐조동기를 측정하기 위해 사용된 15개 문항에 대해 베리맥스회전법으로 주성분 요인분석을 실시하였다.

그 결과 2개의 문항이(새를 사진 찍거나 그리기 위해서/친구와 함께 즐거운 시간을 보내기 위해서) 특정한 요인으로 분명하게 묶여지지 않았다. 이는 이 문항들의 의미가 분명하지 않고 이중성을 띠고 있었기 때문으로 판단되었다. 따라서 이 2개 문항을 제외하고 13개 문항에 대한 요인분석을 실시하였고 그 결과 고유값이 1이상인 4개의 탐조동기 요인이 추출되었다. 요인분석의 적합성을 검증하기 위하여 KMO 표본형성적절성값(Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy) 과 Bartlett's의 구형성 검증값(test of sphericity)의  $\chi^2$ 를 살펴본 결과 각각 .812와 3620(df=78, p=.000)로 나타나 요인분석이 통계적으로 적합한 것으로 나타났다.<sup>2)</sup>

2) KMO는 요인분석에 사용된 변수들의 단순상관계수와 부분상관계수의 크기를 비교하여 표본이 요인분석을 하기에 적합한 것인가를 보여주는 주는 것으로 0에서 1사이의 값을 가지며 1에 가까울수록 요인분석하기에 적합도가 높으며 최소한 0.5이상이면 요인분석을 하기에 적합하다고 할 수 있다. Bartlett의 구형성 검증은 요인분석에 사용된 변수들간에 상관관계가 0이 아니라는 것을 입증하는 테스트로서 검증치가 크고 유의수준이 작으면 즉 .001에 가까울수록 요인분석을 하기에 적합한 표본임을 보여준다(차석빈·김홍범·김우곤·윤지환·오홍철 2000).

각 요인들은 추출된 항목의 특성을 고려하여 각각 “탐조지식향상과 환경보호(5 문항)” “조류감상(3문항)”, “다른 탐조객들과 어울리기(3문항), 그리고 “가족들과 즐거운 시간 보내기(2문항)”로 명명되었으며, 각각의 요인은 총분산중 각각 42.1%, 14.5%, 14.1%, 8.0%를 설명했다. 전체적으로는 78.8%의 총분산이 4개 요인에 의해 설명됨으로서, 비교적 좋은 요인구조를 가지고 있었다. 한편 각 요인들을 구성하고 있는 문항들의 신뢰성을 알아보기 위하여 Cronbach  $\alpha$ 를 살펴본 결과 각각 .873, .882, .886 그리고 .938로 전체적으로 네 요인 모두 신뢰도가 높은 것으로 나타났다.

〈표 1〉 탐조동기에 대한 요인분석 결과

	요인 I	요인 II	요인 III	요인 IV	평균
<b>I. 탐조지식향상 및 환경보호</b>					4.77
새에 관해 더 많은 지식을 얻고 싶어서	.630				4.83
새를 식별하는 능력을 향상시키기 위해서	.644				4.51
이전에 못 보았던 새를 보기 위해서	.695				5.02
새와 환경의 중요성을 알고 보호하기 위해서	.842				4.80
새와 환경을 보호하는데 도움이 되기 위해서	.826				4.69
<b>II. 조류감상</b>					4.53
새를 좋아하기 때문에		.872			4.37
새가 예쁘고 아름답기 때문에		.866			4.52
탐조가 재미있기 때문에		.765			4.71
<b>III. 다른 탐조객들과 어울리기</b>					3.29
나와 비슷한 관심을 가진 사람을 만날 수 있어서			.811		3.51
탐조를 하는 다른 사람들과 친분을 맺기 위해서			.921		3.03
탐조를 하는 다른 사람들과 함께 하는 시간이 좋아서			.891		3.35
<b>IV. 가족들과 즐거운 시간 보내기</b>					5.22
가족들과 즐거운 시간을 보내기 위해서				.967	5.31
가족의 친목과 화합을 위해서				.966	5.14
고유값	5.48	1.89	1.83	1.04	
설명률 (총분산 설명력=78.8%)	42.1	14.5	14.1	8.00	
Cronbach $\alpha$	.873	.882	.886	.938	

〈표 1〉에서 보는 바와 같이 서산천수만 탐조투어 참가자들의 가장 중요한 동기는 가족들과 즐거운 시간을 보내기 위해서인 것으로 나타났다(평균 5.22). 탐조 지식 향상 및 환경보호(평균 4.77)와 조류감상(평균 4.53)은 그 뒤를 이었다. 다

른 탐조객들과 어울리기 위한 동기는 평균 3.29로 가장 낮았다. 이러한 결과는 서산천수만 탐조투어 참가자들의 경우 탐조에 깊이 빠져 탐조자체를 즐기는 전문화된 여가(specialized leisure)로 보다는 주로 가족단위 행사차원에서 탐조투어에 참여하는 경향이 있음을 시사한다고 할 수 있다.

실제로 이번에 조사된 서산 천수만 탐조관광객들의 탐조전문화 수준을 살펴본 결과 전체관광객의 78%가 이전에 탐조를 해본 경험이 없는 사람들이었다. 뿐만 아니라 서산 천수만 관광객들 중에 쌍안경을 소유한 사람은 전체의 30%에 불과했고, 탐조전문성을 가늠하는 중요한 기준이라 할 수 있는 탐조도감과 필드스코프를 소유한 사람은 각각 17%와 6%에 그쳤다. 이는 우리나라에서 대표적으로 탐조관광이 이루어지고 있는 서산천수만 지역을 찾는 관광객들이 아직까지는 대부분 탐조경험이 없거나 조금 밖에 없는 초보탐조객이라는 것을 보여 주는 것이라고 할 수 있다.

### 3. 응답자들의 탐조시설 및 인근환경에 대한 선호도

다음으로 서산천수만 탐조관광객들의 탐조시설 및 인근환경에 대한 선호도를 알아보기 위해 이를 측정하기 위해 사용된 17개 문항을 주성분 베리맥스회전법으로 요인분석 하였다. 그 결과 4개의 문항이 (조류생태공원이 인근에 있는지 여부/포장도로가 탐조지역까지 나 있는지 여부, 탐조장비 전시회나 판매여부/새 이외의 다른 동식물을 관찰할 수 있는지의 여부) 특정한 요인으로 명확하게 묶여지지 않았다. 이는 이 문항들의 의미가 이중성을 띠거나 분명하지 않았기 때문으로 판단되었다. 따라서 이 4개 문항을 제외하고 13개 문항에 대해 다시 요인분석을 실시하였다. 그 결과 3개의 탐조시설 및 인근환경선호도 요인이 추출되었으며 KMO 표본형성적절성값과 Bartlett's 구형성 검증값의  $\chi^2$ 를 살펴본 결과 각각 .847와 3204(df=78, p=.000)로 요인분석이 통계적으로 적합한 것으로 나타났다.

각 요인들은 추출된 항목의 특성을 고려하여 각각 "탐조기회풍부, 탐조시설 및 해설 이용가능(5문항)" "탐조와 관련된 부대행사 개최(4문항)", "인근지역 관광기회 풍부(4문항)"로 명명되었으며, 각각의 요인은 총분산중 각각 45.0%, 16.1%, 8.5%를 설명했다. 전체적으로 69.7%의 총분산이 3개 요인에 의해 설명됨으로서, 비교적 좋은 요인구조를 가지고 있었다. 다음으로 각 요인들을 구성하고 있는 문항들의 신뢰성을 알아보기 위하여 Cronbach  $\alpha$ 를 살펴본 결과 각각 .88, .83, 그리고 .85로 신뢰도가 높은 것으로 나타났다.

〈표 2〉 탐조시설 및 인근지역 환경선호도에 대한 요인분석 결과

	요인 I	요인 II	요인 III	평균
<b>I. 탐조기회풍부, 탐조시설 및 탐조해설 이용가능</b>				5.50
다양한 종의 새를 관찰할 수 있음	.875			5.61
희귀한 종의 새를 관찰할 수 있음	.847			5.65
탐조관찰대가 설치되어 있음	.735			5.33
탐조관찰대에 해설판이 설치되어 있음	.684			5.32
탐조안내원의 안내를 받을 수 있음	.643			5.60
<b>II. 탐조와 관련된 부대행사 개최여부</b>				4.57
버스를 이용한 탐조투어 가능		.589		4.91
탐조세미나 개최		.833		4.66
환경보호세미나 개최		.839		4.35
새 사진전이나 그림 전시회 개최		.709		4.44
<b>III. 인근지역 관광기회</b>				4.12
인근에 가볼만 한 문화유산 있음			.585	4.75
인근에서 지역특산품 구입할 수 있음			.833	3.85
인근에 다양한 음식점이 있음			.893	3.94
인근에 다양한 숙박시설이 있음			.795	3.96
고유값	5.86	2.10	1.10	
설명률 (총분산 설명력=69.7%)	45.0	16.1	8.5	
Cronbach $\alpha$	.88	.83	.85	

〈표 2〉는 서산 천수만 탐조관광객들의 탐조시설 및 인근지역 환경에 대한 선호도를 보여주는 것이다. 표에서 보는 바와 같이, 천수만 탐조관광객들이 가장 중요시하는 탐조관광시설 및 인근 지역 환경은 탐조기회가 풍부하고 탐조시설 및 탐조해설이 이용 가능한 것으로 나타났다(평균 5.5). 서산 천수만 탐조관광객들은 또한 버스를 이용한 탐조투어, 탐조 및 환경보호 세미나, 새 사진전이나 그림 전시회와 같은 탐조와 관련된 부대행사 개최여부도 전반적으로 중요하게 생각하는 편으로 나타났다(평균 4.57). 그러나 서산천수만 탐조관광객들은 인근 관광기회에 대해서는 문화유산의 존재유무(평균 4.75)를 제외하고는 중요하지 않게 생각하는 편으로 나타났다.

이러한 결과는 미국탐조협회회원과 텍사스 주립공원 연간이용권 소지자들에 대한 Scott와 그의 동료들의 연구(1999)와도 비슷한 결과로, 앞 절에서 살펴본 바와 같이 우리나라 탐조객들이 비록 탐조자체에 대한 동기보다 가족끼리 즐거운 시

간을 보내는 것이 중요한 탐조동기라 할 지라도, 먹고 마시고 놀거나 단순한 휴식이 중요한 탈출형 관광객들과는 차이가 있는 목적형 관광객이라는 것을 보여주는 것이라 할 수 있다.

#### 4. 탐조동기에 따른 탐조관광시장 세분화

앞에서 살펴본 바와 같이 서산 천수만 탐조관광객들은 30-40대의 고학력 고수입 사무직 및 교직 전문직 등에 종사하는 남자나 가정주부가 주류를 이루고 있었다. 한편 서산천수만 탐조관광객들에게는 전체적으로 가족 및 친구들과 즐거운 시간을 보내는 것이 가장 중요한 참여동기였고, 탐조지식향상 및 환경보호, 조류감상 동기는 가족 및 친구들과 즐거운 시간을 보내는 동기보다 약간 덜 중요한 동기였다. 또한 다른 탐조객들과 어울리기 위해 탐조관광에 참여했다는 진술에 대해서는 대부분 부정적으로 대답했다.

그러나 이것은 어디까지나 전반적인 경향성일 뿐, 서산천수만 관광객들이 모두 위와 같은 특성을 띠고 있는 동질적인 집단이라고 할 수 없다. 말하자면 천수만 탐조관광객들은 참여동기를 기준으로 몇 개의 세분시장 (market segment)으로 나누어질 수 있고, 이러한 세분시장을 파악하는 것은 각 세분시장에 맞는 탐조관광 서비스를 제공하여 관광객들의 만족을 극대화하고 나아가 이들의 재방문을 유도하는 마케팅전략을 수립하는 데 있어 매우 중요한 것이라고 할 수 있다 (Heath & Wall, 1992).

시장세분화의 방법에는 크게 보아 인구통계학적 세분화 (demographic segmentation), 심리적 방법 (psychographic segmentation), 행위적 세분화 (behavioral segmentation)의 세 가지 방법 (Kotler *et al.*, 2003)이 있고 이 중에서 참여동기를 통한 시장의 세분화 방법은 행위적 세분화의 하나로 관광시장 세분화와 관한 기존의 연구들에게 가장 많이 사용되는 방법 중의 하나이다 (오홍철, 2002; Lee *et al.*, 2005; Bernhard *et al.*, 2005).

본 연구에서는 서산천수만 탐조투어 참가자들의 시장세분화를 위하여 요인분석에서 도출된 4개의 탐조참여동기 요인을 기준으로 워드법 (Ward's method)을 이용한 K-means 군집분석 (K-means cluster analysis)을 실시하였다.

〈표 3〉과 〈표 4〉에서 볼 수 있는 바와 같이 군집분석 결과 서산천수만 탐조관광객들은 3개의 세분집단으로 분류하는 것이 개념적인 면에서나 통계적인 차원에서 적당한 것으로 나타났다. 일원변량분석 (ANOVA) 결과 세 군집은 네 가지 참여동

기에 모두에 있어 통계적으로 유의미한 차이가 있었다. 뿐만 아니라 <표 4>에서 볼 수 있는 바와 같이 Scheffe 사후 검증결과 군집 II와 군집 III이 탐조지식향상 및 환경보호와 조류감상동기에서 그리고 군집 I과 군집III이 가족들과 즐거운 시간을 보내기 위한 동기에서 유의미한 차이가 나지 않는 것을 제외하고 다른 모든 평균 비교에서 군집간에 통계적으로 유의미한 차이가 있었다.

<표 3> 탐조동기에 따른 서산천수만 탐조관광객 군집분석 및 군집간 일원변량분석결과

	군집 I (n=139, 34%)	군집 II (n=100, 25%)	군집 III (n=165, 42%)	F값
탐조지식향상 및 환경보호	5.57	4.52	4.26	74.97***
조류감상	5.32	4.28	4.01	66.48***
다른 탐조객들과 어울리기	4.39	3.05	2.48	133.87***
가족과 즐거운 시간보내기	5.83	3.04	6.02	397.60***
군집명	다목적 추구형	탐조추구형	가족추구형	

\*p<.001

<표 4> 군집간 참여동기의 차이에 따른 Scheffe 사후검증 결과

	군집 I 과 군집II	군집 I 과 군집III	군집 II와 군집III
탐조지식향상 및 환경보호	1.051*	1.313*	.261
조류감상	1.035*	1.304*	.269
다른 탐조객들과 어울리기	1.341*	1.906*	.565*
가족들과 즐거운 시간보내기	2.794*	-.189	-2.984

\*p<.001

제 군집I은 130명으로 전체의 34%를 차지하고 있었으며, 이 군집에 속한 사람들은 탐조지식 향상 및 환경보호, 조류감상, 다른 탐조객들과 어울리기, 가족과 즐거운 시간 보내기에서 모두 골고루 강한 동기를 가지고 있었다. 따라서 이 군집은 “다목적 추구형 관광객”으로 명명되었다. 다음으로 군집 II는 100명 25%로 서산천수만 탐조관광객 시장에서 가장 낮은 비율을 차지하고 있었다. 이 군집에 속한 사람들은 탐조지식향상과 환경보호, 그리고 조류감상동기는 비교적 높았으나, 가족들과 즐거운 시간 보내기 그리고 다른 탐조객들과 어울리기 동기는 낮았다. 따라서 이 집단은 “탐조추구형 관광객”으로 명명되었다. 마지막으로 군집 III은 165

명으로 전체의 42%로 가장 높은 비율을 차지하고 있었으며, 이 군집에 속한 사람들은 가족 및 친구와 즐거운 시간을 보내려는 동기는 다른 두 군집에 속한 사람들에 비해 높았지만 나머지 동기에 있어서는 다른 두 집단에 속한 사람들에 비해 낮았다. 따라서 이 군집은 “가족추구형 관광객”으로 명명되었다.

요컨대 서산천수만 탐조관광객들은 참여동기를 기준으로 하였을 때, 가족추구형 관광객이 약 42%정도로 가장 높은 비율을 차지하고 있고, 다목적추구형 관광객이 34%로 그 다음을 차지하고 있으며, 탐조추구형 관광객은 전체의 25%에 그쳤다고 할 수 있다.

참여동기를 기준으로 보았을 때 탐조관광시장 이 세 가지 세분집단으로 세분화하는 것의 타당한 것인가를 통계적으로 재확인하기 위하여 네 가지 동기를 독립변수로 세 군집을 집단변수로 하여 판별분석을 실시하였다(Huberty & Lowman, 1997). 판별분석을 통해 실제집단과 예측집단간의 비율인 적중률(hit ration)을 살펴본 결과, 94.1%로 매우 높은 것으로 나타났다. 이러한 결과는 서산 천수만 탐조관광객들이 세 개의 세분집단으로 구분하는 것이 타당하다는 것을 통계적으로 다시 한 번 입증해 주는 것이라고 할 수 있다.

〈표 5〉 서산천수만 탐조관광객 군집에 대한 탐조참여동기 판별분석 결과

단위: 명(%)

실제집단	빈도	예측집단		
		군집 I	군집 II	군집 III
군집 I	139	124(89.2)	5(3.6)	10(7.2%)
군집 II	100	-	100(100.0)	-
군집 III	165	7(4.2)	2(1.2)	156(94.5)

마지막으로 세분집단별 특성을 자세히 파악하기 위해 이 세 개의 세분집단에 속한 사람들이 인구 통계적인 측면에서나 관광행태적인 측면에서 어떠한 차이가 있는지를 살펴보았다.

교차표분석 결과, 세 군집은 성별과 교육수준에 있어서는 통계적으로 유의한 차이가 없는 것으로 나타났다. 반면, 세 군집은 연령대면에서 통계적으로 유의미한 차이가 나타났는데, 가족추구형 군집의 경우, 30-40대의 비율이 84%로 매우 높은 반면, 20대와 50대이상은 각각 8%와 10%에 그쳤다. 이와는 대조적으로, 탐조추구형군집의 경우 20대의 비율이 28.6%로 가장 많았고, 30대와 40대 그리고

50대의 비율도 각각 27.6%, 26.5%, 17.4%로 비교적 고른 분포를 나타냈다. 한편, 다목적 추구형군집의 경우 가족추구형군집과 비슷한 연령분포를 보였지만 30-40대의 비율이 72%로 가족추구형군집에 비해 다소 낮은 반면, 50대 이상의 비율이 19%로 가족추구형군집보다 많았다.

〈표 6〉 각 군집별 인구통계학적 특성과 관광행태적 특성

단위: 명 (%)

인구통계 및 관광행태적 특성		군집 I	군집 II	군집 III	X <sup>2</sup>	p값
		다목적추구형 관광객	탐조추구형 관광객	가족추구형 관광객		
성별	남	55(42.0)	36(36.0)	85(52.5)	7.41	.025
	여	76(58.0)	64(64.0)	77(47.5)		
연령	20대	11(8.3)	28(28.6)	13(8.0)	41.47	.000
	30대	45(34.1)	27(27.6)	69(42.6)		
	40대	51(38.6)	26(26.5)	67(41.4)		
	50대이상	25(19.0)	17(17.4)	13(10.0)		
교육수준	중고등학교	24(18.5)	7(7.1)	16(10.0)	8.087	.088
	전문대	12(9.2)	9(9.2)	17(10.6)		
	대학교이상	94(72.3)	82(83.7)	127(79.4)		
월평균소득	100만원미만	4(3.3)	12(12.6)	5(3.2)	32.04	.000
	100만원대	27(22.3)	19(20.0)	10(6.5)		
	200만원대	38(31.4)	27(28.4)	45(29.0)		
	3백만원이상	52(43.0)	37(29.0)	95(61.3)		
동반형태	가족	70(53.8)	23(23.5)	131(81.4)	105.28	.000
	친구/친척	13(10.0)	14(14.3)	10(6.2)		
	직장동료	15(11.5)	24(24.5)	11(6.8)		
	환경단체	4(3.1)	5(5.1)	-		
	기타단체	10(7.7)	9(9.3)	5(3.1)		
	기타	18(13.9)	23(23.5)	4(2.5)		

또한 월평균 소득에 있어서도 가족추구형군집은 3백만원이상이 전체의 61.3%로 가장 많고, 100만원 미만과 100만원대는 각각 3.2%, 6.5%에 그쳤다. 그러나 탐조추구형 군집의 경우, 3백만원이상은 전체의 29.0%에 그친 반면 100만원 미만과 100만원미만도 각각 12.6%와 20.0%가 되었다. 한편, 다목적 추구형 군집의 경우 전체적으로 가족추구형군집과 유사한 소득분포를 보였지만, 3백만원대 이상이 43.0%로 가족추구형군집보다 낮았고, 대신 100만원대가 22.3%를 차지했다.

동반형태면에 있어서는 가족추구형 군집 중에는 가족과 함께 온 사람들이 차지하는 비율이 전체의 81.4%로 매우 높은 반면, 각종 단체나 친구/친척과 함께 온 경우는 18%정도에 그쳤다. 그러나 반면 탐조추구형의 관광객으로 분류된 사람들의 경우 직장동료나 친구/친척 그리고 각종 단체에서 온 경우가 전체의 76%를 차지하고 있었다. 한편, 다목적 추구형군집의 경우 가족과 함께 온 경우와 그렇지 않은 경우가 각각 54%와 66%를 차지했다. 직장동료나 친구/친척 그리고 각종 단체에서 오는 경우가 약 46%정도 되었다.

이러한 점을 종합적으로 고려해 볼 때, 서산 천수만 탐조관광객들은 30-40대의 고소득 가족단위 관광객의 경우 주로 가족추구형군집일 가능성이 높고, 각종 사회단체나 친구와 함께 온 단체관광객의 경우 탐조추구형 관광객일 가능성이 높다고 할 수 있다.

## V. 요약 및 토의

본 연구는 우리나라에서도 최근 들어 탐조관광이 새로운 형태의 관광으로 등장한 후 점차 확산되어 가고 있음에도 불구하고 아직까지 국내의 탐조관광객에 대한 과학적인 조사연구가 없다는 문제의식에서 시작되었다. 특별히 본 연구는 탐조관광자원을 가지고 있는 지자체에서 탐조관광상품 및 시설을 개발하는 과정에서 꼭 필요한 탐조관광객의 참여동기와 탐조시설 및 인근지역환경 선호도를 파악하고자 하였고, 탐조관광객의 참여동기를 기준으로 우리나라 탐조관광시장 세분화를 시도하였다.

본 연구에서는 이를 위해서 탐조관광객의 참여동기와 탐조시설 및 인근지역환경 선호도에 대한 서구의 선행연구결과들을 검토한 후, 2005년 1월에 현재 우리나라에서 운영되고 있는 가장 대표적인 탐조투어인 서산천수만 겨울철새학교 참가자 425명을 대상으로 이들의 탐조참여동기와 탐조시설 및 인근지역 환경선호도에 대한 설문조사를 실시하였다.

연구결과 서산 천수만 탐조관광객들은 30-40대의 고학력 고소득 사무직 남성이나 가정주부가 주류를 이루고 있었다. 서산 천수만 탐조관광객들에게는 탐조관광을 통해 가족/친구와 좋은 시간을 보내려는 것이 가장 중요한 동기였으며, 탐조 지식향상 및 환경보호와 조류감상동기는 상대적으로 덜 중요한 것으로 나타났다. 이러한 결과는 탐조객들은 탐조지식향상 및 환경보호, 조류감상 동기가 중요하다

는 서구의 연구결과 (Kellert, 1985; McFarlane, 1994; Scott *et al.*, 1999)와 비교되는 것으로, 우리나라 탐조관광객들의 아직까지 주류가 탐조에 깊이 빠져 있는 진지한 탐조객이라기보다는 가족이나 친구연인과 즐거운 시간도 보내기 위한 일환으로 탐조관광에 참여하고 있음을 보여주고 있다.

한편 연구결과서산천수만 탐조객들이 가장 중요시 하는 탐조관광시설 및 인근 지역환경은 무엇보다 다양하고 희귀한 새를 관찰할 수 있는 기회 그리고 탐조대와 탐조안내자이용가능 여부로 나타났다. 또한 서산 천수만 탐조관광객들은 탐조세미나, 새사진이나 그림전시회, 버스탐조투어 등 탐조와 관련된 부대행사에 대해서도 중요하게 생각하는 편이었다. 그러나 서산천수만 탐조관광객들은 문화유산관광기회를 제외하고는 인근의 관광기회제공 여부에 대해서는 별로 중요하지 않게 생각하고 있었다.

이러한 결과는 비록 서산천수만 관광객들이 대부분 가족이나 친구와 함께 즐거운 시간을 보내기 위한 매개체로서 탐조투어에 참여하긴 했지만, 이들에게 있어 탐조시설 및 프로그램 그리고 탐조와 관련된 부대행사 등이 인근의 관광기회보다 중요하다는 것으로, 서산천수만 탐조관광객들이 먹고 즐기는 것에 관심이 있는 탈출형관광객과는 구별되는 목적형 관광객이라는 것을 보여준다고 할 수 있다.

탐조관광동기를 기준으로 보았을 때 서산천수만 탐조관광객들은 세 집단 즉 “다목적추구형 관광객”, “탐조추구형 관광객” “가족추구형관광객”으로 나누어졌으며, 이 세 집단 중에서 다목적 추구형 관광객과 가족추구형 관광객이 전체의 약 75% 그리고 탐조추구형관광객은 25%를 구성하고 있었다. 특히 30-40대의 고소득 가족단위 관광객의 경우 가족추구형 관광객이나 다목적추구형 관광객이 많은 반면 각종 사회단체나 친구와 함께 온 단체관광객의 경우 탐조추구형 관광객이 많았다.

이러한 결과는 최근 들어 늘어나고 있는 강화, 서산, 서천, 군산, 해남 등 서남해안의 주요철새도래지를 중심으로 행해지고 있는 탐조투어와 탐조축제를 기획하는 실무담당자들에게 마케팅차원에서는 다음과 같은 점을 시사해 준다.

무엇보다 먼저 본 연구의 결과는 현재의 우리나라 탐조관광시장의 성격을 고려하였을 때, 탐조관광자원을 가지고 있는 지자체에서는 탐조대나 탐조해설판, 탐조안내자와 같은 기본적인 탐조여건을 충실히 갖추면서 동시에 가족 연인단위 관광객들에게 소구하는 체험이벤트를 함께 마련하는 것이 필요하다는 것을 시사하고 있다.

그러나 탐조투어나 탐조축제를 방문하는 사람들이 모두 가족 지향적 관광객이나 다목적 추구형관광객이 아니라는 점도 유념하여 할 것이다. 본 연구의 결과 전

체 관광객의 약 25%정도는 탐조추구형 관광객으로서 이들은 주로 단체관광객이고 환경단체나 탐조동호회 그리고 기타사회단체에서 오는 관광객들이다. 따라서 탐조투어를 운영하거나 탐조축제를 개최하는 지자체에서는 이 집단을 만족시키기 위해 보다 전문적인 탐조프로그램이 필요할 것으로 생각된다. 특히 이들의 경우 탐조세미나, 환경보호세미나 새 사진전이나 그림전시회 같은 탐조부대행사에 관심이 클 공산이 크므로, 지자체에서는 이들의 욕구를 충족시켜줄 수 있는 소규모의 프로그램 개발에도 노력을 기울여야 할 것이다.

#### 참고문헌

- 김석희·김정명(2003). 스포츠매니아의 확산과정에 관한 연구: 축구매니아를 중심으로. 『한국체육학회지』, 42(3), 45-61.
- 김성섭(2000). Segmenting a birdwatcher market using involvement profiles. 『관광학연구』, 23(2), 321-337.
- 김해창(2002). 『김해창 기자의 습지·탐조취재기: 그 곳에 가면 새가 있다』. 서울: 동양문고.
- 최종수(2003). 『탐조여행: 주남의 새』. 서울: 현암사.
- 문화관광부(2004). 『관광동향에 대한 연차보고서』.
- 오홍철(2001). 기장대변멸치축제 방문객 동기분석에 기초한 시장세분화 연구. 『관광레저연구』, 14(2), 47-64.
- 이우신·구태희·박진영(2000). 『한국의 새』. 서울: LG 상록재단.
- 이진형(2005). 레크리에이션 전문화의 역동성: 탐조객에 대한 패널연구. 『관광학연구』, 29(2), 235-254.
- KBS(2005). 환경스페셜: 한반도 철새지도(비디오).
- 차석빈·김홍범·김우곤·윤지환·오홍철(2000). 『다면량분석의 이론과 실제: 관광학 사례를 중심으로』. 서울: 학현사.
- Cole, J. S. & Scott, D.(1999). Segmenting participation in wildlife watching: A comparison of causal wildlife watchers and serious birders. *Human Dimension of Wildlife*, 4(4), 44-61.
- Cordell, H. K. & Herbert, N. G.(2002). The popularity of birding is still growing. *Birding*, 34(1), 54-61.
- Decker, D., Brown, T., Driver, B. & Brown, P.(1987). Theoretical developments in assessing social values of wildlife: toward a

- comprehensive understanding of a wildlife recreation involvement. In D.J. Decker & G.R. Goff(Eds.) *Valuing wildlife: Economic and social perspective* (76-95). Boulder, CO: Westview Press Inc.
- Hvenegaard, G. T., Butler, J. R. & Krystofiak, D. K.(1989). Economic values of birdwatching at Point Pelee National Park, Canada. *Wildlife Society Bulletin* , 17, 526-531.
- Huberty, C. & Lowman, L.(1997). Discriminant analysis via statistical package. *Educational and Psychological Management* , 57, 59-84.
- Kellert, S.(1985). Birdwatching in American society. *Leisure Sciences* , 7, 343-360.
- Kim, S., Scott, D. & Crompton, J.(1997). An exploration of the relationship among social psychological involvement, behavioral involvement, commitment, and future intentions in the context of birdwatching. *Journal of Leisure Research* , 29, 320-341.
- Kim, C., Scott, D., Thigpen, J. & Kim, S.(1998). Economic impact of a birding festival. *Festival Management & Event Tourism* , 5, 51-58.
- Lee, C., Lee, Y. & Wicks, B.(2005). Segmentation of festival motivation by nationality and satisfaction. *Tourism Management* , 25, 61-70.
- Lee, C., Lee, Y., Bernhard, B. & Yoon, Y.(2006)(In print). Segmenting casino gamblers by motivations: A cluster analysis of Korean gamblers. *Tourism Management*.
- Lee, J. H. & Scott, D.(2004). Measuring birding specialization. *Leisure Sciences* , 26(3), 245-260.
- \_\_\_\_\_ (2006). For better or worse? A structural model of the benefits and costs associated with recreational specialization. *Leisure Sciences* , 28, 17-38.
- McFarlane, B.(1994). Recreational specialization among birdwatchers of Alberta. Unpublished Ph.D. Dissertation. University of Alberta.
- McFarlane, B. & Boxall, P.(1996). Participation in wildlife conservation by birdwatchers. *Human Dimension of Wildlife* , 2, 1-18.
- Mile, M. P. & Lewis, B.(1999). Contributions of marketing to ecosystem management. In Cordell, H. & Bergstrom, J. C.(Eds). *Integrating Social Sciences with Ecosystem Management: Human Dimensions in Assesment, Policy, and Management* (209-217). Champaign, IL: Sagamore Publishing.

- Millar, N.(2000). How to Organize a Birding or Nature Festival: A Step by Step Organizational Manual for Promoting and Implementing a Birding or Nature Festival in Your Community. American Birding Organization.
- Scott, D. & Callahan, A.(2001). Establishing a Birding-Related Business: A Resource Guide. Texas Agriculture Extension Service. Texas A&M University.
- Scott, D., Baker, S. M. & Kim, C.(1999). Motivations and commitments among participants in the Great Texas Birding Clasic. *Human Dimension of Wildlife*, 4(1), 50-67.
- Witter, D., Wilson, J. & Maupen, G.(1980). Eagle days in Missouri: Characteristics and enjoyment rating of participants. *Wildlife Society Bulletin* 8, 64-65.

2006년 3월 28일 접수  
2006년 6월 1일 최종 수정본 접수  
3인 익명 심사 畢

K C I