



## 걷기여행자의 편익이 행복에 미치는 영향 분석\* 관여도와 만족도의 매개효과

A study on the effect of walking tourists' benefits on happiness: The mediating effect of involvement and satisfaction

문 지 영\*\* · 이 훈\*\*\*

Moon, Ji Young · Lee, Hoon

**요약**: 전 세계에서 걷기여행을 하는 인구가 꾸준히 증가하고 있으나 계량적 성과나 특성 외에 걷기여행을 통해 관광자가 궁극적으로 얻고자 하는 이익이나 목표가 무엇인지를 밝히는 연구가 부족한 상황이다. 특히 관광자가 궁극적으로 추구하는 최종 이익인 삶의 질 향상, 더 나아가 걷기여행자의 행복이 어떤 경로로 달성되는지에 대한 심도 있는 연구가 필요하다. 연구의 목적은 걷기여행자가 추구하는 편익이 행복에 미치는 영향 분석하고, 관여도와 만족도의 매개효과를 규명하려는 것이다. <걷기여행 실태조사 보고>(한국관광공사, 2019)에서 조사된 전체 표본(4,000명) 중 최근 1년 동안 걷기여행 경험 표본 중 추구편익, 관여도, 만족도 및 행복도 항목을 모두 평가한 1,040명의 표본을 활용했다. 연구결과 걷기여행의 건강 편익, 사회적 편익, 자기 발견 편익 세 가지 편익 중 건강, 자기 발견 편익은 관여도를 매개해 만족도와 행복에 영향을 주고, 사회적 편익은 관여를 매개하지 않고 만족도에 직접 영향을 주었다. 관여도와 만족도는 관광자의 걷기여행 편익과 행복 사이를 부분 매개 하는 것으로 나타났으며, 걷기여행자가 추구하는 편익별로 관여도, 만족도 및 최종적 경로인 행복에 미치는 영향과 경로가 다르다는 것이 밝혀졌다. 특히, 자기 발견 편익은 걷기에 대한 관여도를 매개해야만 관광만족과 행복에 이른다는 것을 발견했다. 이 연구는 걷기여행을 통해 얻을 수 있는 편익을 다차원 척도로 분석하여 각 편익을 정의하고, 걷기여행의 편익별로 만족도와 행복에 이르는 경로를 발견했다는 점, 걷기여행과 행복의 영향 관계에 대해서 새롭게 규명해 걷기여행자가 추구하는 편익별로 행복에 미치는 영향이 다르다는 것, 그리고 이 사이에 관여도의 역할에 대해서도 새롭게 밝힌 점에서 의미가 있는 연구이다. 또한 연구결과는 관광자와 걷기여행 프로그램 기획자가 행복한 여행을 하기 위해 어떤 방향을 추구해야 하는지에 대한 시사점을 제공한다.

Received April 17, 2023 Revised October 04, 2023 Accepted November 13, 2023

\* 이 논문은 제89차 한국관광학회 학술대회에서 발표된 논문을 수정·보완하여 작성되었으며 2022년 대한민국 교육부와 한국연구재단의 지원을 받아 수행된 연구임(NRF-2022S1A5C2A02093406).

This paper was prepared by revising and supplementing the paper that presented at the 89h TOSOK conference and was supported by the Ministry of Education of the Republic of Korea and the National Research Foundation of Korea NRF-2022S1A5C2A02093406).

\*\* 한양대학교 일반대학원 관광학과 박사수료. [jymoon7@hanyang.ac.kr](mailto:jymoon7@hanyang.ac.kr)

Ph.D. Candidate, Department of Tourism, Hanyang University.

\*\*\* (교신저자) 한양대학교 관광학부 교수 [hoon2@hanyang.ac.kr](mailto:hoon2@hanyang.ac.kr)

(Corresponding author) Professor, Department of Tourism, Hanyang University.

**핵심용어 : 걷기여행, 행복, 편익, 관여도, 만족도**

***ABSTRACT :** Globally, the number of individuals participating in walking tours is continuously growing. However, besides some quantifiable outcomes or characteristics, little is known about the ultimate benefits or goals that tourists seek through walking tours. Particularly, a comprehensive study is needed to explore the ultimate benefits pursued by walking tourists (e.g., enhancing the quality of life) and a deeper understanding of how their happiness is achieved. This study aims to examine the relationship between the benefits of walking tourism and happiness, as well as the mediating role of involvement and satisfaction in the relationship. The data for this study were collected from the "Walking Tourism Status Survey Report" (Korea Tourism Organization, 2019) which surveyed 1,040 individuals who had experienced walking tourism in the previous year. The survey participants evaluated the benefits, involvement, satisfaction, and happiness associated with their walking tourism experience. The results indicate that health, social, and self-discovery benefits from walking tourism have both direct and indirect effects on walking tourists' involvement and satisfaction. Moreover, involvement and satisfaction partially mediate the relationship between walking tourists' benefits and happiness. Importantly, the impacts of involvement, satisfaction, and happiness vary depending on the benefits sought by walking tourists. Notably, self-discovery benefits lead to walking tourists' satisfaction and happiness only when involvement is present. This study is significant in the following aspects. It analyzes the benefits of walking tourism by using multidimensional measures that define and capture each benefit. This study also reveals pathways to satisfaction and happiness specific to the walking tourism benefits. It elucidates the relationship between walking tourism benefits and happiness, highlighting how the impacts on happiness vary based on the different benefits pursued by walking tourists. Finally, this study sheds new light on the role of involvement in the aforementioned process.*

**Key words :** Walking travel, Happiness, Benefit, Involvement, Satisfaction

## I. 서 론

행복은 인류가 추구하는 가장 궁극적인 목표 중 하나다. 구글 스칼라(<https://scholar.google.com>)에서 행복에 관한 연구는 총 304만 건이 넘는다. 이중 절반 이상이 지난 12년간 연구되었으며 2022년부터 연구된 건수만 25,100건에 달하는 등 행복에 관한 학자들의 연구는 지속해서 증가하고 있다. 이것은 사람들이 더 행복해지기 위해 노력하고 있으며 행복에 관한 연구가 이를 달성하는 데 도움이 될 수 있다고 믿기 때문일 것이다. 한편 2022 World Happiness Report에 따르면 대한민국은 행복 수준 평가에서 전 세계 146개국 중 59위를 차지했다

(Helliwell et. al., 2022). 1인당 GDP는 26위, 건강 기대수명은 4위 등 경제발전, 의료기술의 발달과 같은 국가 시스템으로부터 얻은 행복도는 높지만 삶을 스스로 선택할 자유는 113위 등 개인의 주관적 삶의 만족도는 매우 낮은 것으로 나타났다. 사회는 과거에 비해 풍요로워졌지만, 개인은 불행해진 이 아이러니한 시대에 살고 있는 우리는 개인의 삶이 더 만족스럽고 행복해질 방법을 진지하게 고민해 볼 시기에 살고 있다.

여행은 단일 행위로 사람들을 가장 행복하게 만드는 활동 중 하나이다(이훈 외, 2022). 여행할 때는 재미 정도가 낮은 '일'은 하지 않고 재미와 의미가 높은 행위인 '먹고', '대화하고', '노는' 행위가

한꺼번에 일어난다. 또한, 여행하면 행복에 가장 중요한 욕구들인 유능감, 자율성, 관계가 극대화되는 기회를 제공한다는 점(최인철, 2018)에서 여행은 사람을 행복하게 해주는 활동 중 하나라고 볼 수 있다. 여행과 더불어 산책이나 운동은 의미와 재미가 모두 높은 활동이며(최인철, 2018), 산책, 운동, 여행을 한꺼번에 경험할 수 있는 것이 걷기여행이다.

걷기여행은 우리 국민 10명 중 3명이 참여하는 대중화된 여행 형태이다(한국관광공사, 2019). 국내 전국 걷기여행길은 2023년 기준 약 538개(www.durunubi.kr)로 2017년 조사된 걷기여행길의수 506개(한국관광공사, 2017) 대비 6% 이상 증가하는 등 걷기여행길의 수도 양적으로 많이 증가했다. 걷기여행 참여자는 비참여자 대비 삶의 만족도, 행복도 등 행복지수가 높은 것으로 나타났다. 걷기여행 참여자 삶의 만족도를 구체적으로 살펴보면, 60.1%가 삶에 만족한다(미참여자 44.7%), 66.2%가 행복하다(미참여자 52.8%)고 응답했다(한국관광공사, 2019). 이처럼 걷기여행을 떠나는 사람들은 걷기여행을 하지 않는 사람보다 행복하고 삶의 만족도가 높다. 그렇다면 걷기여행은 어떻게 관광자를 행복하게 할까? 경험 과정에서 얻는 행복이나 즐거움인 경험 편익(Keller, 1993)이 걷기여행자가 행복에 이르는데도 영향을 줄 수 있을까? 이러한 걷기여행자의 특성, 심리별 원인을 파악하기 위한 구체적인 연구가 필요하다. 특히 사람들이 걷기여행을 할 때 어떤 편익을 기대하고 이 편익이 어떻게 행복으로 이어지는지, 그리고 그 경로에는 어떤 요인이 필요한지에 대한 연구는 이루어지지 않았다.

걷기여행의 양적인 성장에도 불구하고 걷기여행에 관한 연구는 주로 코스 분석 및 이를 통한 지역사회에 경제적 효과에 초점을 맞추어 진행되었다(Fernandes, 2015; Morris, 2006). 또한 도보 관광지 이미지와 동기(정철 외, 2010), 걷기여행자의 추구 편익 조사(강영애, 2020; 신진옥, 정철, 2014), 도보 관광자와 대중관광자의 특성 비교 분석(강성

일, 이계희, 2011)에 관한 연구도 진행되었다. 하지만 계량적 성과나 특성 외에 걷기여행을 통해 관광자가 궁극적으로 얻고자 하는 이익이나 목표가 무엇인지를 밝히는 연구가 부족한 상황이다. 특히 관광자가 궁극적으로 추구하는 최종 이익인 삶의 질 향상, 더 나아가 걷기여행자의 행복이 어떤 경로로 달성되는지에 대한 심도 있는 연구가 필요하다.

이 연구의 목적은 걷기여행자의 추구 편익이 행복에 미치는 영향을 분석하고 편익과 행복 사이에 관여도가 매개하는 효과를 함께 분석하는 것이다. 또한 이 변수 간의 관계를 밝혀 걷기여행 경험이 어떻게 여행 만족도, 전반적인 삶의 만족도, 나아가 관광자의 행복에 기여할 수 있는지에 대해 학술적으로 검증하고자 한다. 이와 동시에 실무적인 측면에서 걷기여행을 준비하는 여행자에게는 추구하는 편익에 따라 행동경로를 다르게 설정하여 걷기여행의 만족도와 행복을 높일 수 있는 단서를 줄 수 있으며 자연 자원을 활용한 걷기여행길을 개발하는 정부나 지방자치단체의 기초자료로도 도움이 될 것으로 기대한다.

## II. 이론적 고찰

### 1. 걷기여행

국민 소득과 여가 시간이 증가하면서 현대인들은 건강과 문화 향유에 대한 지대한 관심을 가지게 되었으며, 이러한 욕구를 충족시켜 줄 수 있는 방편으로 걷기여행이 인기를 얻고 있다(정철 외, 2011). 건강을 증진시키고 다양한 문화와 자연을 즐길 수 있는 걷기 여행이 국내에서 유행하는 것은 선진국에서 나타났던 웰빙과 건강에 대한 욕구가 관광과 결합하여 발생한 현상으로 볼 수 있다. 한국관광공사(2019)가 걷기여행 유경험자와 무경험자를 조사한 결과 걷기여행을 하는 사람들이 현재 삶에 더 만

족하는 것으로 나타나 걷기여행과 삶의 질 간의 관련성을 가진 것으로 조사된 결과도 있다. 그러나 걷기여행이 어떻게 어떤 변인과 작용을 해 삶의 질을 높게 인식하는 것인지에 대해서 추가적인 연구가 필요하다.

걷기여행은 '걸으면서 지역의 자연, 문화, 역사를 감상하고 체험하는 활동' (강미희, 정휘, 2011) 또는 '길을 따라 종교·문화·역사 자원이나 자연·생태 자원 등 매력물을 체험하고, 감상하며, 학습하기를 즐기는 여행'(문화체육관광부, 2010) 등으로 정의된다. 그러나 이러한 정의는 공간 범위를 한정하지 않은 한계점이 있다. 한편, 반정화, 장미선 (2012)은 걷기여행을 하루 12시간 이하로 일정 구간의 길을 걷는 신체 활동과 함께 역사·문화, 자연·생태, 예술 등과 관련된 장소를 둘러보는 관광 활동 및 그 가치를 보고, 듣고, 느끼며, 즐기는 정신 활동의 총체라고 정의했다. 그러나 한국관광공사 (2019)에 따르면 걷기여행의 평균 기간은 1.9일로 조사되어 걷기여행에 12시간 이하라는 시간제한을 하는 것은 걷기여행의 행태를 실질적으로 반영하지 못할 수 있다. 따라서 한국관광공사 (2018, p.167)는 "타 지역의 걷기여행길을 방문하여 걸으면서, 지역의 자연/문화/역사를 감상하고 체험하는 활동"을 정의하였다.

걷기 운동과 구별하기 위해 걷기여행의 공간 범위를 '걷기여행길' 방문으로 한정하고, '여행'의 개념을 강조하여 걷기여행을 '거주지를 떠나 다른 지역의 걷기여행길을 따라 걸으면서 그 지역의 자연, 문화, 역사를 감상하고 체험하는 활동'으로 정의했다(강영애, 2020) 이 연구에서는 장소와 활동 범위를 구체화하고 여행에 중점을 둔 강영애(2020)의 정의를 사용하였다.

## 2. 편익

편익(benefit)은 제품이나 서비스의 소비 또는 사용과 관련된 주관적인 보상 또는 기대로 정의된다

(Peter & Olson, 1987). 관광에서는 '관광자가 구매한 관광상품이나 관광지에서의 관광활동을 통해 얻게 되는 혜택'으로 정의한다(김인신·조민호, 2011). 여행편익과 여행자가 추구하는 편익은 차이가 있는데 여행의 경험을 통해 얻는 경험인 여행편익과는 달리 여행자가 추구하는 편익은 관광상품 혹은 관광목적지에 대한 소비자의 기대 수준이나 주관적 보상을 의미하는 것으로 소비자가 제품 혹은 서비스를 구매하기 이전 단계에서 발생한다(강영애, 2020; Peter & Olson, 1987). 또한 관광 분야에서는 소비자의 동기에 따른 시장 세분화 및 추구 편익 분석(김동건 외, 2015), 참여 동기에 따른 추구 편익 분석(김소윤, 엄서호, 2009)이 수행되었으며 내적 동기에 따라 추구하는 편익이 다를 수 있음을 보여준다.

관광이 주는 편익으로 해랑 열차 이용자를 대상으로 한 레일 크루즈 관광에 관광 편익은 심리적 편익, 교육적 편익, 사회적 편익, 휴식적 편익, 건강적 편익, 심미적 편익의 총 6개의 하위차원으로 나타났다. 올레 걷기 축제 방문자의 추구 편익을 분석한 결과 휴양/휴식, 일상 탈출, 지식, 사회적 교류, 오락 추구, 독특한 이벤트 추구 요인이 도출되었다(고미영 외, 2012). 관광 편익은 심리적 편익, 교육적 편익, 사회적 편익, 휴식적 편익, 건강적 편익, 심미적 편익, 일상탈출 편익, 오락 추구 편익 등으로 정리된다.

걷기여행과 관련된 편익 연구는 다양한 관점에서 수행되었다. 제주올레 방문자를 대상으로 한 연구에서는 걷기여행의 편익으로 사색의 기회, 일상 탈피 및 스트레스 해소, 추억거리 생성, 자연환경 즐김, 동반자와의 관계 개선, 제주를 알게 됨, 인적 교류의 기회 등이 나타났다(김인신, 조민호, 2011). 제주올레 대상 다른 연구에서는 걷기여행의 편익을 새로운 경험과 배움, 건강 증진, 사회적 유대감 증진 등으로 밝혀냈다(이보미 외, 2013). 레일 탐방로 이용자(rail-trail users) 대상의 편익 세분화 연구에서는 일상 탈출(escapism), 탐험(exploration), 사회적

관계(company), 자연 감상(nature appreciation), 신체적 건강(fitness and health)과 관련된 편익으로 하위 차원이 분석되었다(Bichis-Lupas & Moisey, 2001). 걷기여행의 편익과 충성도 간 관계 분석에서는 사회적 편익, 건강 편익, 자기 발견 편익의 세 가지 편익 차원으로 연구되었다(강영애, 2020). 정리하면 걷기여행자의 편익은 심신의 건강 증진, 사회적 관계 증진, 자기 성장 및 계발 등의 자기 발견 편익 등으로 크게 분류될 수 있다. 이 연구에서는 강영애 (2020)의 연구를 바탕으로 사회적 편익, 건강 편익, 자기 발견 편익의 세 가지 하위 차원을 수정하여 사용하고자 한다.

### 3. 관여도

함께 여행을 한 그룹 내에서도 개인마다. 여행을 통해 느끼는 행복은 개인마다 다를 것이다. 개인이 경험한 여행, 활동에 대한 의미 부여 정도를 포함한 관여도가 높아지면 주관적으로 판단하는 행복감이 높아진다(백혜경, 양명환, 2016). 이처럼 느끼는 행복의 정도를 결정짓는 중요한 요인 중 하나인 관여도(invovement)는 사회심리학적 판단이론(social judgement theory)에서 파생되어 연구되었다. 개인의 결정 요인에 초점을 둔 관여의 개념은 특정 상황에서 자극으로 유발되는 개인적 중요성 또는 관심의 수준으로 정의할 수 있다(Bloch, 1981; Horpedahl et al., 2018). 관여를 과정으로 보는 개념은 관여가 개인이 사용하는 정보 처리 또는 의사 결정 과정 유형의 기능이며, 인지 활동이 관여를 초래하거나 유발한다고 가정한다(Dann, 1981; Houston, 1978; Krugman, 1966; Leavitt et al., 1981; Petty & Cacioppo, 1981; Ray et al., 1973).

Bloch (1981)은 관여를 특별한 자극 혹은 상황에 의해 각성한 환기 또는 관심의 양으로 나타낼 수 있는 내적 상태로 정의했고, Rothschild (1984)은 제품, 활동, 대상에의 동기부여, 환기 및 관심 상태

라고 설명했다. Johnson and Eagly (1989)는 관여를 자신과 외부 자극으로 활성화된 태도 사이를 연계할 때 인지를 통해 발생하는 동기화된 상태로 정의했는데 박정의 (2002)는 이를 바탕으로 자신과 외부 자극과의 관계에 대한 평가가 이루어질 때 나타나는 동기화된 상태로 규정했다. 이 연구에서는 외부 환경요인의 자극이 자신과의 관계에서 인지될 때 동기화되어 관광자의 행동을 자극하게 하는 요인 혹은 상태로 수정 적용하고자 한다.

관여는 특정 상황에서 자극으로 환기되는 지각된 중요성의 수준으로, 관여는 소비자 행동의 의사결정 과정에서 중요한 변수로 작용한다(Hwang et al., 2005). 관여에 관한 초기 연구를 살펴보면, 관여를 사람들이 문제, 아이디어 또는 활동과 가치를 연관시키는 자기 개념이라고 정의한 Sherif and Cantril (1947)의 연구를 시작으로 관여는 마케팅 분야에서 다양하게 정의되었다. Houston (1978)은 본격적으로 관여도가 의사결정과정에 영향을 주는 주요 변수로 규정하고 상황적 관여, 지속적인 관여 및 반응적 관여의 개념을 제안했다. Engel and Blackwell (1982)은 관여를 소비자가 주어진 상황에서 개인의 중요성 또는 관련성이 높다고 지각될 때 확장된 문제 해결 행동의 활성화로 정의하고, 고관여 제품과 저관여 제품이 각기 다른 의사결정과정을 보이는 것을 발견하였다. 고관여 하의 의사결정 다섯 단계인 문제 인식-정보탐색-대체안 평가-선택-결과 모두를 거치지만, 저관여 하의 의사결정은 문제 인식-선택-대체안 평가의 세 단계만 보인다는 것을 밝혔다. 또한, Bloch (1981)은 관여 모델을 지속적 관여와 상황적 관여로 분리해 제시하고 관여 수준별로 관여를 유발하는 원인변수가 다름을 발견하였으며, 관여에 따른 반응으로서 소비자 구매 의사 결정 과정이 지속적 관여와 상황적 관여에 따라 관여 활동이 다르다는 것을 입증하였다. 구매가 임박하지 않아도 지속해 일어나는 반응으로 지속적 반응을 정의하며 비구매 정보탐색, 의견 선도, 제품 관련 활동 등이

지속적 관여에 따른 관여 활동으로 제시하였다. 반면 구매 상황에 직면하여 야기되는 반응인 상황적 관여는 과업 관련 반응으로서 정보탐색, 정보평가, 구매 후 만족과 불만 등의 반응을 보인다.

관광 관여는 단순히 휴가에 참여하는 것이 아니라 관광 활동에 대한 장기적인 태도로 볼 수 있다. 사람들이 무엇인가에 깊이 관여하면 태도와 행동에 영향을 미칠 수 있다(Slama & Tashchian, 1985). 그런 다음 이러한 태도는 사람들의 미래 행동에 영향을 준다(Sherif et al., 1973). 즉, 관여는 관광객에게 지속적인 영향을 미친다(Houston, 1978). Havitz and Dimanche (1990)는 관광 관여를 빠르게 사라지는 휴가의 효과와는 대조적인 개념으로서 관광 활동에 대한 개인의 인식된 관련성과 그에 대한 동기 부여 상태로 정의한다. 관광 관여 수준에 따라 정보 검색, 의사 결정 및 경험 공유와 같은 다양한 관광 행동의 차이를 보인다(Jamrozny et al., 1996; Park & Kim, 2010; Zalatan, 1998). 일부는 관광 관련 활동에 관여도를 높이기 위해 여행을 더 하거나 소비를 늘리는 등의 생활 방식을 변경하기도 한다(Clements & Josiam, 1995; Kim et al., 1997). 따라서 관광 관여는 관광객에 대한 단기적인 영향보다는 장기적인 태도로 볼 수 있다(Havitz et al., 1994; Havitz & Mannell, 2005). 서용석 (2009)은 음식에 대한 관여가 높은 집단을 식도락가로 정의하고 이들이 관광지에서 식문화 체험에 큰 가치를 두고 있다고 정의했다. 이를 근거로 걷기여행에서 관여도가 높은 층을 걷기여행 마니아로 추론할 수 있다. 정리하면 관광 관련 관여는 장기적인 태도로서 개인이 관여를 통해 관광에 대한 동기부여 상태가 지속되어 여행 정보검색을 더 많이 하고 여행을 더 자주 하게 되는 등의 생활방식의 변경을 보이기도 한다. 여행이 압박하지 않아도 비구매 정보검색, 여행 관련 활동이 지속해서 일어나기 때문에 Bloch가 설명한 지속적 관여 행동으로 볼 수 있다.

관광자의 장기적 행동 및 태도에 영향을 줄 수 있

는 관여는 관광객이 추구하는 편익에 따라 다른 양상을 보인다. Holbrook and Hirschman (1982)은 일반 소비 제품은 기능적 편익을 추구하는 데 비해 레저, 엔터테인먼트 등 경험적 관점은 상징적 편익을 추구하며 특히 소비자에게 높은 수준의 관여가 필요하다는 것을 밝혔다. 또한 소비자 행동 모델에서 환경적 입력 요소에 포함된 편익은 소비자의 시간 등의 자원과 관여 등의 내적 활동을 통해 인지, 애착, 행동으로 이어지는 인지 프로세스 소비자 행동 모델을 제시했으며, 경험적 관점의 소비자 입력 프로세스의 역할을 강조했다.

인지 프로세스 과정뿐 아니라 편익에 따른 소비자 시장별로 관여에 차이를 보인다. 웰스-뷰티 편익에 따른 라이프스타일의 4개 유형별로 웰스케어 관여도(지속적 관여도와 상황적 관여도) 관계를 분석한 결과 추구하는 편익별로 각기 다른 관여도를 보였다(이은미, 우미옥, 2019). Kinard and Capella (2006)는 관계마케팅에서 인지된 서비스 편익이 소비자의 관여에 대한 연구에서 관여도가 높은 소비자는 더 표준화되고 중간 정도의 접촉 서비스(예: 패스트푸드 레스토랑)에 비해 높은 접촉 및 맞춤형 서비스(예: 미용사/스타일리스트) 관련 활동에 관여시 더 큰 관계적 편익을 인식하는 것을 밝혔다. 따라서 관광객의 추구 편익이 관광객의 관여도와 밀접한 관련이 있다는 것을 추론할 수 있다. 이를 밝히기 위해 아래와 같은 가설을 도출했다.

가설1. 걷기여행의 편익은 걷기여행 관여도에 영향을 줄 것이다.

#### 4. 만족도

만족도(satisfaction)는 목적지에서 제공하는 제품 및 서비스에 대한 의사 결정에 중요한 역할을 한다. 만족도는 제품 혹은 서비스를 구매하거나 경험한 후 구매자가 지급한 대가에 대해 적절하거나 부

적절한 보상에 대해 느끼는 정도로 정의된다(Howard & Sheth, 1969). 관광에서 만족도는 관광 활동 중 혹은 관광 활동 종료 후 자기 경험에 대해 관광자가 느끼는 전반적인 평가이며 관광경험 전체에 대한 태도이다(Lounsbury & Polik, 1992). 관광자 만족도는 관광자의 기대와 실제 경험을 비교한 결과로 나타나며(Khuong & Luan, 2015) 이는 서비스가 관광자의 기대를 충족시키거나 초과할 때 달성된다.

편익과 만족도에 관한 연구를 살펴보면, 접촉도가 높고 맞춤 서비스와 관련된 서비스 영역에서 관여도가 높은 소비자일수록 관계적 편익을 더 지각하였으며, 나아가 만족도와 충성도에도 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다(Kinard & Capella, 2006). 관광 분야의 연구에서도 이미혜 (2007)는 공연 이벤트 정보의 추구편익, 만족 그리고 재이용 의도 간의 영향연구에서 내용 편익, 이용 편익, 특성 편익이 만족도에 긍정적 영향을 미친다는 것을 확인했다. 최형민, 김정훈 (2013)은 레일크루즈 편익, 가치, 만족도 및 충성도 간의 관계 연구에서 편익 중 교육적 편익, 사회적 편익, 건강 편익, 심미적 편익이 만족도에 긍정적 영향을 미친다는 것을 발견했다. 또한 강영애 (2020)는 걷기여행의 자기발견 편익, 건강 편익, 사회적 편익 순으로 만족도를 포함한 충성도에 영향을 미치는 것을 밝혔다. 따라서 관광 편익이 관광자의 걷기관광에 대한 전반적 만족도와 밀접한 관련이 있다는 것을 추론할 수 있으며, 아래와 같은 연구 가설을 도출하였다.

가설2. 걷기여행의 편익은 걷기여행 만족도에 영향을 줄 것이다.

관여도와 만족도에 관한 연구를 살펴보면 이덕순 (2013)은 음식 관광 관여 활동을 통해 음식관광 만족도에 영향을 미치는 것을 밝혔다. 김정준 (2016)은 지역 축제 관광자의 동기가 관여도를 매개하여 축제 만족도에 긍정적인 영향을 미친다는 것을 밝

혔다. Kim (2008)은 학생 관광자의 정서적 관여와 인지적 관여가 여행 경험 만족도에 긍정적인 영향을 미친다는 것을 밝혔다. 따라서 걷기여행 관여도가 관광자의 걷기여행 경험 전반적 만족도와 밀접한 관련이 있다는 것을 추론할 수 있으며 아래와 같은 연구 가설을 도출하였다.

가설3. 걷기여행의 관여도는 걷기여행 만족도에 영향을 줄 것이다.

관여도가 만족도에 이르는 경로를 매개해 만족을 강화하는 것에 대한 선행연구(김정준, 2016)를 바탕으로 아래와 같은 가설을 도출하였다.

가설4. 걷기여행의 관여도는 걷기여행 편익과 만족 사이를 매개할 것이다.

## 5. 행복

행복은 인류가 추구하는 지향하는 가치이자 삶의 목표이다. 그러나 행복에 대한 믿음과 정의는 개인 별로 차이가 있다. 행복을 주관적 웰빙이라고 정의한 것도 이를 방증한다. 그동안 소득, 교육 수준 등과 같은 객관적 변인으로 누가 행복한 것인가를 밝히는데 연구의 초점이 맞춰졌지만(Diener, Suh, Lucas, & Smith, 1999), 객관적인 환경의 개선이 행복의 제한적인 증가를 가져오는 것으로 입증되었기 때문에 행복을 주관적 웰빙(subjective well-being)으로 정의하고 경험의 주체자인 개개인이 행복을 어떻게 이해하고 바라보고 있는지에 대한 연구가 증가하였다(Layard, 2006).

웰빙은 처음부터 철학적, 사회학적 관심사였으며 심리학, 의학, 경제학과 같은 분야로 연구가 확장되었다. Ryff (1989)는 행복 연구를 심리학에 기반한 두 가지 기초로 확장했다. 즉 주관적 웰빙(subjective well-being: SWB)과 심리적 웰빙(psychological well-

being: PWB)이다. 관광 연구도 이론적 및 방법론적 관점에서 지난 수십 년 동안 웰빙에 더욱 초점을 맞추고 있지만(Kay & Diekmann, 2017), 많은 학자가 웰빙을 주관적 웰빙, 행복, 삶의 만족, 인식된 삶의 질 등으로 혼용해서 사용한다(Uysal et al., 2016). 행복은 사회의 중요한 목표로 인식됐으며, 사람들을 행복하게 만드는 요인을 이해하기 위한 연구가 활발하게 진행되었다(Lyubomirsky & Lepper, 1999). 본질적으로 주관적인 웰빙은 사람들이 삶에 만족하고 행복한 이유를 이해하려는 개념이다(Diener, 1984).

휴가는 단기적 쾌락 경험 그 이상을 제공하고 장기적 삶의 만족에 기여할 수 있다(McCabe & Johnson, 2013). 휴가를 떠난 사람들을 대상으로 여행 전후 삶의 만족도를 조사한 연구에서, 휴가를 간 사람들의 삶의 만족도가 그렇지 않은 사람들보다 여행 전·후에 모두 높았으며, 이 만족도의 차이는 여행 전보다 여행 후에 더 컸다(Gilbert & Abdullah, 2004). 여행은 개인의 행복을 증가시키고, 관광자의 주관적인 웰빙과 공동체의 전반적인 삶의 질을 향상시키는 것으로 밝혀졌다(McCabe & Johnson, 2013). 여행 서비스의 만족이 삶의 만족에 직접적인 영향을 미치며, 관광 경험에 대한 만족과 여가 생활에 대한 만족, 여가 생활에 대한 만족과 전반적인 삶의 만족 사이에 상당한 조절 효과가 있음을 발견했다(Neal et al., 1999, 2007). 한편, 휴가 여행 경험과 여행의 쾌락 경험 후의 삶의 만족 사이에서 관광 만족이 매개효과를 갖는 것으로 여러 연구에서 조사되었다. 또한, 긍정적인 관광 경험은 관광자의 여행에 대한 만족도와 삶에 대한 전반적인 만족도에 모두 긍정적인 영향을 미치는 것으로 밝혀졌다(Neal et al., 2007; Sirgy et al., 2011).

여가 및 여행은 사람들을 행복하게 만들 수 있다(Nawijn, 2011). 여행의 만족도는 가족, 사회생활, 여가 및 여가생활, 건강, 직장 및 재정 상태와 함께 전반적인 삶의 만족도에 긍정적인 영향을 미친다(Kruger, 2012). 유숙희 (2022)는 웰니스 관광자의 관광 만

족이 삶의 질에 유의한 영향을 미치는 것을 밝혔으며, 이진의, 김남조 (2016)는 치유프로그램을 통한 관광 만족도가 전반적 삶의 만족에 직접적인 영향을 미친다는 것을 밝혀냈다. 또한 김경식, 이루지 (2011) 연구에 따르면 여가 만족이 행복에 긍정적인 영향을 나타냈다.

선행연구 고찰을 통해 걷기여행 관여도에 따라 걷기여행에 적극적으로 참여함으로써 여행의 각 요소에 대한 만족도가 높아지고 이는 여행의 성과 즉 만족도 및 재방문 의사를 높이는 데 영향을 미치고 또한, 걷기여행의 만족도가 삶의 질, 주관적 웰빙 등 관광자 행복에 긍정적인 영향을 미칠 수 있는 것으로 추론할 수 있다. 따라서 아래와 같은 가설을 도출하였다.

가설5. 걷기여행의 만족도는 관광자 행복에 영향을 줄 것이다.

가설6. 걷기여행의 만족도는 관광자의 편익과 행복을 매개할 것이다.

가설7. 걷기여행의 만족도는 관광자의 관여와 행복을 매개할 것이다.

### III. 연구방법

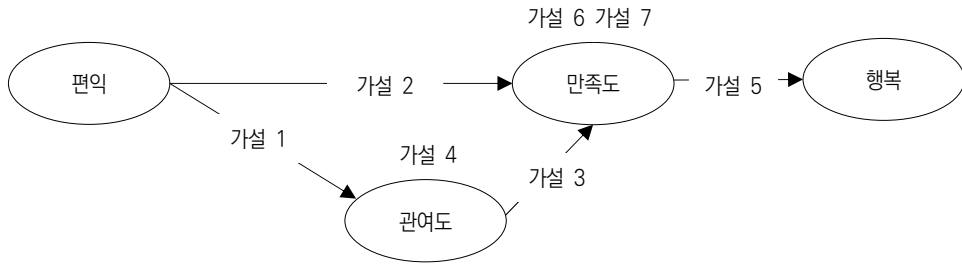
#### 1. 연구모델 설정

앞서 문헌연구를 통해 도출한 연구 가설과 연구 모형은 아래와 같다.

가설1. 걷기여행의 편익은 걷기여행에 관여도에 영향을 줄 것이다.

가설2. 걷기여행의 편익은 걷기여행 만족도에 영향을 줄 것이다.

가설3. 걷기여행의 관여도는 걷기여행의 만족도에 영향을 줄 것이다.



〈그림 1〉 연구모형

- 가설4. 걷기여행의 관여도는 관광자의 편익과 만족도 사이를 매개할 것이다.
- 가설5. 걷기여행의 만족도는 관광자의 행복에 영향을 줄 것이다.
- 가설6. 걷기여행의 만족도는 관광자의 편익과 행복을 매개할 것이다.
- 가설7. 걷기여행의 만족도는 관광자의 관여와 행복을 매개할 것이다.

## 2. 측정 항목 도출 및 설문지 구성

걷기여행 편익 측정 항목은 강영애 (2020), 고미영 외 (2012), 김인신, 조민호 (2011), 이보미 외 (2013), Bichis-Lupas & Moisey (2001), Frochot (2005), Klenosky (2002) 등의 선행연구를 바탕으로 걷기여행 편익 관련 12개 척도를 사용했다. 이 연구에서 관여도는 개인과 외부 자극과의 관계성에 중점을 두기 때문에 Zaichkowsky (1985)의 개인적 관여와 유사하다. Zaichkowsky의 PII(personal involvement inventory)의 20개 항목 중 일부는 관여 측정 항목으로 부적합함을 지적하고 중요한, 유의미한 등은 적합하지만, 가치 있는, 편익이 있는 등과 같은 항목은 관여가 일어나는 데 필요한 선행조건 항목으로 적합하다는 의견을 제시하고 있다(McQuarrie & Munson, 1987). 이를 바탕으로 관계성 중심의 측정 항목인 유의미성, 중요성, 관계성, 관심을 척도로 제시하기도 하였다(박정의, 2002). 이번 연구에서는 관광 분야 선행연구 Bichis-Lupas (2001), 고

미영 외 (2012), 김인신, 조민호(2011), 손종익, 조용현 (2016), 이덕순 (2013), 이보미 외 (2013) 등 선행연구를 바탕으로 걷기여행의 관여도 측정 도구 12개 척도를 모두 사용했다.

걷기여행에 대한 만족도는 성과적 측면인 전반적 만족도와 행동 의도적인 측면인 재방문, 추천 의도를 모두 포함하며, 최근 다녀온 걷기길에 대한 전반적 만족도, 주변 사람들에게 추천할 의향, 다시 방문할 의향 등으로 정의해 연구에 사용했다.

행복의 개념은 헤도니아(hedonia)와 유다이모니아(eudaimonia)의 두 가지 철학적 패러다임을 담고 있으며, 심리학, 사회학, 관광학 등 다학제적 연구가 이루어지기 때문에 행복의 개념을 정의하고 측정하는 방식이 다양하다(권장욱, 이훈, 2016). 이 연구에서는 행복을 주관적 웰빙으로 정의하고 OECD가 제시한 5가지 주관적 웰빙을 측정하는 모듈, 삶에 대한 평가, 감정, 유다이모니아적 웰빙, 영역평가, 경험적 웰빙을 적용한 연구(조동훈, 2017) 등 선행연구를 바탕으로 보고서에 사용된 행복 관련 7개 측정 항목을 모두 사용하였다. 모든 측정 항목은 리커트 7점 척도로 측정하였다.

이 자료는 ‘2019 걷기여행 실태조사’(한국관광공사, 2019)에 조사된 설문 항목 및 조사 결과를 선행연구와의 적합성을 확인한 후 분석에 사용하였다.

## 3. 자료수집 및 분석방법

이 연구의 설문조사는 한국관광공사에서 2019년

도에 실시한 <걷기여행 실태조사 보고> 연구 결과 중 최근 1년간 걷기여행을 다녀온 표본만을 대상으로 분석하였다. 상기 보고서의 조사 기간은 2019년 11월 26일부터 2019년 12월 26일이며, 만 15세 이상 만 80세 미만 국민을 대상으로 조사했다. 60대까지는 온라인 설문조사로 진행했으며, 70대 이상은 온라인 조사가 어렵기 때문에, 가구 방문 면접조사로 실시하였다. 표본은 주민등록인구 기준으로 거주지, 성, 연령대별 인구구성비에 따라 비례 할당 추출하였다. 설문조사는 2019년 11월 26일부터 12월 26일까지 4주간 실시하였으며, 표준오차는 95% 신뢰 수준에서  $\pm 1.55\%$ 이다.

총 4,000명의 표본 중 최근 1년 동안 걷기여행 다녀온 표본은 1,408명 중 이 연구에 필요한 추구 편익, 관여도, 만족도 및 행복도 항목을 모두 평가한 표본 1,040명의 표본을 실증분석에 사용하였다. 수집된 자료는 통계 패키지 프로그램 SPSS/AMOS 22.0을 이용하여 빈도분석, 요인 추출, 확인적 요인분석, 신뢰도 및 타당도 분석, 구조방정식 모형분석을 하였다.

## IV. 분석 결과

### 1. 인구통계학적 특성

이 연구의 인구통계학적 특성은 다음 <표 1>과 같다. 성별은 남성이 54.6%로 여성 45.4%보다 높게 나타났고, 나이는 10대가 3.2%, 20대가 13.2%, 30대가 15.4%, 40대가 19.1%, 50대가 21.8%, 60대가 20%, 70세 이상이 7.3%로 전반적으로 고루 분포되었다. 결혼 여부는 기혼이 72.4%로 미혼 26.2%, 동거 1.4%보다 월등히 높다. 가족 수는 1명 9.3%, 2명 23.5%, 3명 26.7%, 4명 31.5%, 5명 7.6%, 6명 1.3%로 4명, 3명, 2명 순으로 분석됐다. 자녀 유무는 있는 경우가 69.3%, 없는 경우가 30.7%로 있는

경우가 우세했다.

거주지는 서울 14.1%, 부산 7.7%, 대구 5.7%, 인천 6.3%, 광주 4.2%, 대전 4.6%, 울산 3.7%, 경기 13.4%, 강원 4.3%, 충북 4.4%, 충남(세종 포함) 5.7%, 전북 5.8%, 전남 4.4%, 경북 6.0%, 경남 6.4%, 제주 3.3% 등이며, 직업은 관리자/전문가 16.8%, 사무종사자 25.6%, 서비스/판매종사자 11.9%, 농림어업종사자 1.4%, 기능종사자 4.9%, 단순 노무 종사자 3.5%, 군인 0.3%, 학생 8.2%, 주부 13.6%, 무직 2.8%, 은퇴자 9.8%, 기타 1.3%로 관리자 전문가와 사무종사자가 높은 것으로 나타났다.

가구당 월평균 소득은 소득 없음 0.8%, 100만 원 미만 2.1%, 100~199만 원 이하 7.3%, 200~299만 원 이하 15.3%, 300~399만 원 이하 19.4%, 400~499만 원 이하 16.8%, 500~599만 원 이하 13.2%, 600~699만 원 이하 7.4%, 700~799만 원 이하 7.2%, 800~899만 원 이하 3.8%, 900~999만 원 이하 2.6%, 1,000만 원 이상이 4%이다.

이러한 결과를 통해 걷기여행 참여자들은 미혼보다 기혼의 참여율이 높고, 직업은 전문/기술직과 사무직의 참여율이 높으며, 비교적 소득이 평균 이상인 높은 층이 평상시 업무 스트레스로 인해 걷기여행의 관심과 참여율이 높다는 것을 유추할 수 있다.

### 2. 측정 도구의 타당성 및 신뢰도 검증

#### 1) 걷기여행 편익

다음 <표 2>는 걷기여행 편익 척도에 대한 하위 차원을 밝히기 위해 12개의 문항에 대하여 요인분석을 실시한 결과이다.

그 결과 총 3개의 요인이 도출되었으며, 각 요인을 구성하는 문항이 내포하는 중심 개념을 바탕으로 요인 명을 부여하였다. 표본적합도(MSA)는 .890로 나타나 이 데이터가 요인분석에 적합하다고 할 수 있다. 또한, Bartlett의 구형성 검정 결과,  $\chi^2 = 5295.583$ ,  $p = .000$ , 유의수준 .05를 기준으로 '걷기

〈표 1〉 인구통계학적 특성

구분	빈도	퍼센트	구분	빈도	퍼센트	구분	빈도	퍼센트
<b>성별</b>			<b>소득수준</b>			<b>연령</b>		
남성	568	54.6	소득 없음	8	.8	10대	33	3.2
여성	472	45.4	100만 원 미만	22	2.1	20대	137	13.2
<b>거주지</b>			100만 원~199만 원	76	7.3	30대	160	15.4
서울	147	14.1	200만 원~299만 원	159	15.3	40대	199	19.1
부산	80	7.7	300만 원~399만 원	202	19.4	50대	227	21.8
대구	59	5.7	400만 원~499만 원	175	16.8	60대	208	20.0
인천	66	6.3	500만 원~599만 원	137	13.2	70대	76	7.3
광주	44	4.2	600만 원~699만 원	77	7.4	<b>직업</b>		
대전	48	4.6	700만 원~799만 원	75	7.2	관리자/전문가	175	16.8
울산	38	3.7	800만 원~899만 원	40	3.8	사무종사자	266	25.6
경기	139	13.4	900만 원~999만 원	27	2.6	서비스/판매	124	11.9
강원	45	4.3	1000만 원 이상	42	4.0	농림어업 종사자	15	1.4
충북	46	4.4	<b>동거 가족 수</b>			기능 종사자	51	4.9
충남/세종	59	5.7	1명	97	9.3	단순노무 종사자	36	3.5
전북	60	5.8	2명	244	23.5	군인	3	.3
전남	46	4.4	3명	278	26.7	학생	85	8.2
경북	62	6.0	4명	328	31.5	주부	141	13.6
경남	67	6.4	5명	79	7.6	무직	29	2.8
제주	34	3.3	6명	13	1.3	은퇴자	102	9.8
<b>혼인상태</b>			8명	1	.1	프리랜서	9	.9
미혼	272	26.2	<b>자녀유무</b>			아르바이트	2	.2
동거	15	1.4	예	721	69.3	예술가	2	.2
기혼	753	72.4	아니오	319	30.7	전체	1,040	100
전체	1,040	100	전체	1,040	100			

여행 편익 척도' 변수 간의 상관성이 인정되어 전반적으로 요인분석이 가능하다고 판단 할 수 있다. 선행연구(강영애, 2020)에 근거해 요인 1 (43.791%)은 신체 건강 및 심리적 안정과 관련된 요인으로 '건강', 요인 2 (10.675%)는 타인이나 방문지역 관련된 요인으로 '사회적', 요인 3 (9.461%)은 자기성찰, 정신적 성장과 관련된 요인으로 '자기 발견'으로 명명하였다. 모든 요인 적재 값이 ±.5이상으로, 추출된 요인은 타당성이 확보되었으며, 신뢰도 또한 .6 이상으로 나타나 신뢰할 수 있는 수준으로 판단할 수 있다.

## 2) 걷기여행 관여도

〈표 3〉는 걷기여행 관여도 척도에 대한 하위차원을 밝히기 위해 5개의 문항에 대하여 요인분석을 실시한 결과이다. 분석 결과 총 1개의 요인이 도출, 요인을 구성하는 문항이 함의하는 중심 개념을 바탕으로 관여도로 요인 명을 부여하였다. 표본적합도(MSA)는 .797로 이 자료가 요인분석에 적합하다고 할 수 있다.

또한, Bartlett의 구형성 검정 결과,  $x^2=1755.104$ ,  $p=.000$ 으로 유의수준 .05를 기준으로 '걷기여행 관여도 척도' 변수 간 상관성이 있는 것으로 나타나

〈표 2〉 걷기여행 편의 탐색적 요인분석 결과

항목	공통성	요인			비고
		1	2	3	
걷기여행은 신체적 긴장을 완화함	.681	.805			
걷기여행은 신체를 건강하게 함	.696	.791			
걷기여행을 하면 스트레스 감소	.630	.710			
걷기여행은 자연을 가까이에서 체험할 수 있게 함	.565	.640			
걷기여행은 관심사가 같은 이들과 함께 할 기회 제공	.609		.745		
걷기여행은 같이 여행하는 사람과의 관계를 돈독하게 함	.571		.717		
걷기여행은 새로운 사람들과 만남의 기회 제공	.519		.661		
걷기여행은 지역의 역사와 문화를 배울 수 있게 함	.510		.633		
걷기여행은 색다른 경험을 하게 함	.502		.571		
걷기여행은 나 자신을 발견할 수 있는 기회가 됨	.834			.869	
걷기여행은 나를 성장하게 함	.836			.845	
걷기여행은 나를 되돌아볼 수 있는 기회 제공	.719			.734	
요인: 3		건강	사회적	자기 발견	
고유값		5.255	1.281	1.135	
분산비율		43.791	10.675	9.461	
누적분산비		43.791	54.466	63.927	
신뢰도(Cronbach의 알파)		.811	.757	.872	

주: 추출방법: CFA(common factor analysis) 회전방법: Verimax Rotation

〈표 3〉 걷기여행 관여도 탐색적 요인분석 결과

항목	공통성	요인	비고
		1	
나는 평소 걷기여행을 즐김	.736	.858	
나에게 걷기여행은 중요함	.722	.850	
나는 걷기여행에 관심이 있음	.635	.797	
나는 인터넷 검색 등 걷기여행에 관한 정보 파악을 위해 노력	.598	.774	
나는 걷기여행에 관련된 동호회(모임)에서 활동함	.078	.279	부적합
요인명		관여도	
고유값		2.769	
분산비율		55.376	
누적분산비		55.376	
신뢰도(Cronbach의 알파)		.835	4개항목

주: 추출방법: CFA(common factor analysis) 회전방법: Verimax Rotation

전반적으로 요인분석이 가능하다고 판단된다. 요인 1(55.376%)은 ‘관여도’로 명명하였다. 이 요인 적재 값이 5개 항목 중 4개 항목이 ±.5 이상으로 나타나

1개 문항 제거 후 추출된 요인은 타당성이 확보된 것으로 판단되며, 신뢰도 또한 .6 이상으로 신뢰할 수 있는 수준으로 볼 수 있다.

3) 걷기여행 만족도

〈표 4〉는 걷기여행 만족도 척도에 대한 하위차원을 밝히기 위해 3개의 문항에 대하여 요인분석을 실시한 결과이다. 그 결과 총 1개의 요인이 도출되었고 요인을 구성하는 문항들의 중심 개념을 바탕으로 걷기여행자 만족도로 요인명을 부여하였다.

또한, Bartlett의 구형성 검정 결과,  $x^2=1561.182$ ,  $p=0.000$ 으로 유의수준 .05를 기준으로 ‘걷기여행 만족도 척도’ 변수 간 상관성이 있는 것으로 나타나

전반적으로 요인분석이 가능하다고 판단된다. 요인 1(78.505%)은 ‘만족도’로 명명하였다. 이 요인 적재 값이 5개 항목 모두  $\pm 0.5$ 이상으로 나타나 1개 문항 제거 후 추출된 요인은 타당성이 확보된 것으로 판단되며, 신뢰도 또한 .6 이상으로 신뢰할 수 있는 수준으로 볼 수 있다.

4) 걷기여행자 행복

〈표 5〉는 걷기여행자 행복도 척도에 대한 하위차

〈표 4〉 걷기여행 만족도 탐색적 요인분석 결과

항목	공통성	요인 1	비고
최근 방문길을 주변사람들에게 추천의향	.850	.922	
최근 방문길을 다시 방문 의향	.786	.886	
최근 방문길을 평가 시 얼마나 만족 또는 불만족	.719	.848	
요인명		만족도	
고유값		2.355	
분산비율		78.505	
누적분산비		78.505	
신뢰도(Cronbach의 알파)		.906	

주: 추출방법: CFA(common factor analysis) 회전방법: Verimax Rotation

〈표 5〉 걷기여행자 행복 탐색적 요인분석 결과

항목	공통성	요인 1	비고
나는 현재의 나의 삶에 만족함	.728	.853	
나는 요즘 행복함	.717	.847	
나는 긍정적인 생활습관을 가지고 있음	.679	.824	
나는 스트레스를 잘 다스리는 편임	.648	.805	
나는 내 자신에 대해 자부심과 자신감이 있음	.618	.786	
나는 삶의 여유를 가지고 있음	.565	.752	
나는 나의 건강상태에 만족	.551	.742	
요인명		행복	
고유값		4.506	
분산비율		64.377	
누적분산비		64.377	
신뢰도(Cronbach의 알파)		.906	

주: 추출방법: CFA(common factor analysis) 회전방법: Verimax Rotation

원을 밝히기 위해 7개의 문항에 대하여 요인 분석한 결과이다.

분석 결과 총 1개의 요인이 도출되었고 요인을 구성하는 문항들의 중심 개념을 바탕으로 행복도로 요인명을 부여하였다. 표본적합도(MSA)는 .797로 이 자료가 요인분석에 적합하다고 할 수 있다. 또한, Bartlett의 구형성 검정 결과,  $x^2=1755.104$ ,  $p=.000$ 으로 유의수준 .05를 기준으로 '걷기여행 행복 척도' 변수 간의 상관성이 인정되어 전반적으로 요인분석이 가능하다고 할 수 있다. 요인 1(64.377%)은 '걷기여행자 행복'으로 명명하였다. 요인 적재값이 모두  $\pm 0.5$  이상으로 추출된 요인은 타당성이 확보된 것으로 나타났다으며, 신뢰도 또한 .6 이상으로 신뢰할 수 있는 수준인 것으로 볼 수 있다.

### 3. 수정모형 및 가설

탐색적 요인분석 결과 걷기여행 편익은 건강 편익, 사회적 편익, 자기 발견 편익 세 가지 하위차원으로 나타났다. 따라서 아래와 같이 가설이 수정되고 모형이 수정되었다.

가설1. 걷기여행의 편익은 걷기여행에 관여도에 영향을 줄 것이다.

가설1-1. 걷기여행의 건강 편익은 걷기여행에 관여도에 영향을 줄 것이다.

가설1-2. 걷기여행의 사회적 편익은 걷기여행에 관여도에 영향을 줄 것이다.

가설1-3. 걷기여행의 자기 발견 편익은 걷기여행에 관여도에 영향을 줄 것이다.

가설2. 걷기여행의 편익은 걷기여행 만족도에 영향을 줄 것이다.

가설2-1. 걷기여행의 건강 편익은 걷기여행에 만족도에 영향을 줄 것이다.

가설2-2. 걷기여행의 사회적 편익은 걷기여행에 만족도에 영향을 줄 것이다.

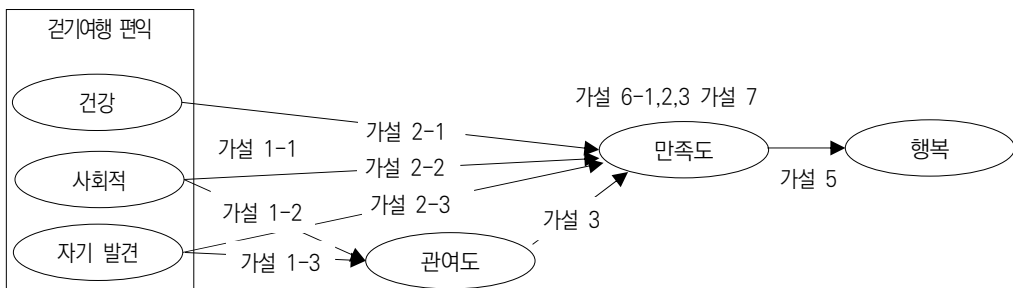
가설2-3. 걷기여행의 자기 발견 편익은 걷기여행에 만족도에 영향을 줄 것이다.

가설3. 걷기여행의 관여도는 걷기여행의 만족도에 영향을 줄 것이다.

가설4. 걷기여행의 관여도는 걷기여행 편익과 만족도 사이를 매개할 것이다.

가설4-1. 걷기여행의 관여도는 걷기여행 건강 편익과 만족도 사이를 매개할 것이다.

가설4-2. 걷기여행의 관여도는 걷기여행 사회적 편익과 만족도 사이를 매개할 것이다.



〈그림 2〉 수정 연구모형

- 가설4-3. 걷기여행의 관여도는 걷기여행 자기 발견 편익과 만족도 사이를 매개할 것이다.
- 가설5. 걷기여행의 만족도는 관광객의 행복에 영향을 줄 것이다.
- 가설6. 걷기여행의 만족도는 관광객의 편익과 행복을 매개할 것이다.
  - 가설6-1. 걷기여행의 만족도는 걷기여행 건강 편익과 행복을 매개할 것이다.
  - 가설6-2. 걷기여행의 만족도는 걷기여행 사회적 편익과 행복을 매개할 것이다.
  - 가설6-3. 걷기여행의 만족도는 걷기여행 자기발견 편익과 행복을 매개할 것이다.
- 가설7. 걷기여행의 만족도는 관광객의 관여와 행복을 매개할 것이다.

**4. 측정 모형의 타당성 및 신뢰도 검증**

1차 요인분석 결과 <표 6>과 같이  $\chi^2/df= 3.727$  (기준치 3)을 초과해 잔차 및 수정 지수 조사를 통해 문제가 있는 요인을 식별해 총 26개 항목 중 1개 항목을 제거 후 재측정 결과 적합하게 분석되어 구조모형을 채택했다.

확인적 요인분석을 통해 측정모형의 적합도, 집중타당성, 판별타당성, 그리고 법칙타당성을 검증하였다. 측정모형의 적합도는  $\chi^2/df= 2.928$ (기준치 3

이하), NFI는 .952(기준치 .9 이상), TLI는 .958(기준치 .9이상), CFI는 .967(기준치 .9이상), 그리고 RMSEA 도 .043(기준치 .8이하)로 적합도는 모두 기준치보다 높게 나타났다. 집중타당성의 요인적재치( $\lambda$ )는 .635~.931(기준치 .5이상), 평균분산추출(AVE)은 .910~.950(기준치 .5이상), 개념 신뢰도(CR)는 .982~.990(기준치 .7이상), 신뢰도분석은 .954~.986(기준치 .6~.7)로 적합도와 마찬가지로 모두 기준치에 적합한 것으로 판단할 수 있다(Hair et al., 2010). 추출된 6요인의 요인적재치는 각각 제1요인(건강 편익) .636~.755, 제2요인(사회적 편익) .635~.735, 제3요인(자기발견 편익) .752~.837, 제4요인(관여도) .651~.928, 제5요인(만족) .735~.931, 제6요인(행복) .652~.850으로 나타났다.

각 측정 도구 간의 판별타당성 검증을 위하여, 확인적 요인분석을 통해 도출된 각 측정 도구들의 AVE 제공한 값과 상관계수의 값을 비교하였다. 그 결과 <표 8>와 같이 상관 계수의 값이 AVE 제공의 값보다 낮게 나타나 판별타당성은 확보한 것으로 확인되었다. 법칙타당성은 이론 및 선행연구를 바탕으로 설정된 유의성의 방향을 통해 확인할 수 있으며(우종필, 2016), 이 연구에서 설정한 가설(건강 편익→관여도, 사회적 편익→관여도, 자기 발견 편익→관여도, 건강 편익→만족도, 사회적 편익→만족도, 자기 발견 편익→만족도, 관여도→만족도, 만족도→행복)의 방향이 모두 유의하게 나타나 법칙타당성도 확보되었다.

<표 6> 측정모형 분석결과

Model	CMIN	DF	CMIN/DF <3.0 <sup>a</sup>	RMSEA <0.8 <sup>a</sup>	NFI >.90 <sup>a</sup>	TLI >.90 <sup>a</sup>	CFI >.90 <sup>a</sup>
1차분석	1039.762***	279	3.727	0.051	0.929	0.933	0.947
2차분석	682.186***	233	2.928	0.043	0.952	0.958	0.967

주 1) n=1040, \*\*\*p=.001, <sup>a</sup> 기준치  
 2) RMSEA = 평균 제공근 오차, NFI = 표준적합도 지수, TLI = 비표준적합도 지수, CFI = 비교적합도 지수

〈표 7〉 측정모형 분석결과

요인	측정 항목	평균값	수렴타당도		구성개념신뢰도		
			$\lambda$	측정오차	CR	AVE	$\alpha$
건강 편익	신체적 긴장 완화	6.307	0.755	0.018	0.988	0.956	0.978
	신체를 건강하게	6.080	0.636	0.032			
	스트레스 감소	6.121	0.723	0.023			
사회적 편익	자연을 가까이에서 체험할 수 있게 함	6.284	0.708	0.020	0.976	0.910	0.954
	관심사가 같은 이들과 함께 할 기회 제공	5.716	0.642	0.051			
	여행하는 사람과의 관계를 돈독하게 함	5.557	0.635	0.041			
	새로운 사람들과 만남의 기회 제공	5.637	0.664	0.039			
자기 발견 편익	지역의 역사와 문화를 배울 수 있게 함	5.713	0.735	0.047	0.986	0.960	0.980
	색다른 경험을 하게 함	5.929	0.837	0.024			
	나 자신을 발견할 수 있는 기회가 됨	5.627	0.803	0.027			
관여도	나를 성장하게 함	5.634	0.752	0.029	0.982	0.933	0.966
	평소 걷기여행을 즐기	5.995	0.928	0.029			
	걷기여행은 중요함	5.139	0.651	0.054			
	걷기여행에 관심이 있음	5.288	0.646	0.038			
만족도	인터넷 검색 등 관련 정보 파악을 위해 노력	5.300	0.789	0.045	0.990	0.971	0.986
	최근 방문 걷기여행길 주변사람들에게 추천의향	5.684	0.735	0.017			
	최근 방문 걷기여행길 다시 방문 의향	5.525	0.931	0.018			
행복	최근 방문 걷기여행길 만족 정도	5.410	0.812	0.026	0.987	0.915	0.956
	현재의 나의 삶에 만족함	4.710	0.742	0.057			
	요즘 행복함	4.685	0.761	0.051			
	긍정적인 생활습관을 가지고 있음	5.040	0.790	0.047			
	스트레스를 잘 다스리는 편임	4.548	0.652	0.059			
	내 자신에 대해 자부심과 자신감이 있음	4.740	0.761	0.061			
	삶의 여유를 가지고 있음	5.088	0.850	0.052			
나의 건강상태에 만족	4.838	0.781	0.054				

주:  $\lambda$ :요인부하량, SE: 측정오차, AVE: 평균 분산추출, CR: 개념신뢰도

〈표 8〉 판별타당성과 법칙타당성

	건강편익	사회적 편익	자기발견 편익	관여도	만족도	행복
건강편익	0.978					
사회적 편익	0.727	0.954				
자기 발견 편익	0.730	0.653	0.980			
관여도	0.716	0.536	0.637	0.966		
만족도	0.419	0.386	0.325	0.395	0.986	
행복	0.308	0.367	0.294	0.313	0.249	0.956

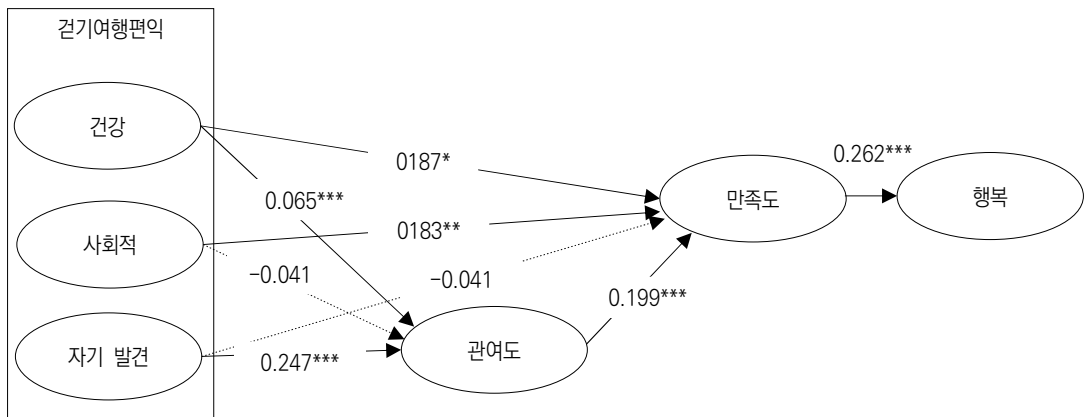
주: 대각선의 값은 변수들 간의 AVE 제곱근 값을 나타내며, 그 외의 값은 상관계수임.

### 5. 가설검증

#### 1) 구조모형 분석

이 연구에서는 선행연구를 토대로 학제 간 탐색적 접근을 통하여 연구모형과 가설을 제시하였다. 가설검증 결과는 <그림 3>, <표 9>과 같다. 구조모형의 적합도는 RMSEA = .046, CFI = .961, NFI = .945, TLI = .951로 나타나 비교적 수용할만한 수준으로 판단하였다. 걷기여행에 대한 건강 편익은 관여도에 긍정적 영향을 주고( $\gamma$ 건강 편익→관여도 = .562,  $t=9.089$ ,  $p<.001$ )는 걷기여행 만족도에도 긍정적 영향을 미친다( $\gamma$ 건강 편익→만족도 = .187,

$t=2.293$ ,  $p<.05$ ). 걷기여행에 대한 사회적 편익은 관여도에 대한 영향은 기각되었으며( $\gamma$ 사회적 편익→관여도 = -.041,  $t=-.844$ ,  $p>.05$ ), 걷기여행 만족도에는 긍정적 영향을 주었다( $\gamma$ 사회적 편익→만족도 = .183,  $t=2.822$ ,  $p<.01$ ). 걷기여행에 대한 자기발견 편익은 관여도에 긍정적 영향을 주었지만( $\gamma$ 자기발견 편익→관여도 = .247,  $t=5.073$ ,  $p<.001$ ) 걷기여행 만족도에 영향을 준다는 가설은 기각되었다( $\gamma$ 자기발견 편익→만족도 = -.046,  $t=-0.810$ ,  $p>.05$ ). 따라서 자기발견 편익은 관여도를 통해 만족도에 영향을 주고, 사회적 편익은 관여도를 매개하지 않고 걷기여행 만족도에 직접 영향을 미쳤다. 이로써 관



<그림 3> 구조모형 분석결과

<표 9> 연구가설 검증결과

가설	요인	→	요인	$\lambda$	S.E.	C.R.	P	검증결과
1-1	건강편익	→	관여도	0.562	0.083	9.089	0.000	지지
1-2	사회적편익	→	관여도	-0.041	0.062	-0.844	0.399	기각
1-3	자기발견 편익	→	관여도	0.247	0.05	5.073	0.000	지지
2-1	건강편익	→	만족도	0.187	0.081	2.293	0.022	지지
2-2	사회적편익	→	만족도	0.183	0.061	2.822	0.005	지지
2-3	자기발견 편익	→	만족도	-0.049	0.046	-0.810	0.418	기각
3	관여도	→	만족도	0.199	0.038	3.892	0.000	지지
5	만족도	→	행복도	0.262	0.051	7.391	0.000	지지

주 1) 적합도 통계량:  $\chi^2 = 769.162$ ,  $df = 237$ ,  $p < .001$ ,  $\chi^2 / df = 3.245$ , RMSEA(평균 제곱근 오차) = .046, CFI(비교적합도 지수) = .961, NFI(표준적합도 지수) = .945, TLI(비표준적합도 지수) = .951

2)  $\lambda$ : 요인부하량, SE: 측정오차, AVE: 평균 분산추출, CR: 개념신뢰도

여도의 편익과 관광 만족도 사이의 매개는 부분 매개 되었다고 할 수 있다. 걷기여행 관여도는 만족도에 긍정적 영향을 주는 것으로 분석되었다( $\gamma$  걷기여행 관여도→만족도=.199,  $t=3.892$ ,  $p<.001$ ). 또한 걷기여행 만족도는 관광객 행복에 긍정적 영향을 미치는 것으로 나타났다( $\gamma$  걷기여행 만족→행복=.262,  $t=7.391$ ,  $p<.001$ ). 정리하면 <표 9>와 같이 가설 1, 가설 2는 부분 지지되었으며 가설 3과 가설 5는 지지되었다.

2) 관여도와 만족도의 매개효과 분석

다음은 매개효과 검증을 위해 AMOS를 활용하여 부트스트래핑(bootstrapping) 분석하였다. 이 방법은 표본 수와 같은 크기의 표본을 일정 수만큼 반복하여 추출한 후, 각 표본으로부터 회귀 계수들의 분포를 확인하는 방법이다(Preacher et al., 2007). 재 표집 횟수를 500회로 설정하고 부트스트래핑 분석했으며 결과는 <표 10>과 같다.

먼저 건강 편익, 자기 발견 편익이 걷기여행 관여도를 통한 만족도로의 간접효과는 모두 95% CI 신뢰구간 내에서 0을 포함하지 않으므로 관여도의 매개효과는 존재하는 것으로 판단된다. 건강 편익, 사회적 편익, 자기 발견 편익이 걷기여행 관여도 및 만족을 통한 행복에 간접효과, 관여도의 만족도를 통한 행복도의 간접효과 모두 95% CI 신뢰구간에

서 0을 포함하지 않으므로 관여도의 매개효과가 존재하는 것으로 볼 수 있다.

각 경로를 자세히 살펴보면 건강편익은 관여도를 매개해 만족도에 영향을 미쳤고( $\gamma$  건강편익→관여→만족도=.103,  $p<.01$ ). 관여도와 만족도를 매개해 행복에도 영향을 주었다( $\gamma$  건강편익→관여도→만족도→행복=.069,  $p<.01$ ). 자기 발견 편익은 관여도를 매개해 만족도에 영향을 미쳤고( $\gamma$  자기 발견 편익→관여→만족도=.047,  $p<.01$ ), 관여도와 만족도를 매개해 행복에도 영향을 주었다( $\gamma$  자기 발견 편익→관여도→만족도→행복=.012,  $p<.01$ ). 사회적 편익은 만족도만을 매개해 행복에 영향을 미쳤다( $\gamma$  사회적 편익→만족도→행복=.045,  $p<.05$ ). 관여도는 만족도를 매개해 행복에 영향을 주었다( $\gamma$  관여도→만족도→행복=.051,  $p<.01$ ).

따라서 가설4 ‘관여도는 걷기여행 편익과 만족도를 매개할 것이다’는 가설4-1, 가설4-3만 지지되고 가설4-2는 기각되어 부분 지지되었다. 또한 가설6 ‘걷기여행의 만족도는 관광객의 편익과 행복을 매개할 것이다’ 가설은 모두 지지되었다. 마지막으로 가설7 ‘걷기여행의 만족도는 관광객의 관여와 행복을 매개할 것이다’ 또한 지지되었다.

수정모형의 직접 효과, 간접 효과 및 총 효과를 알아본 결과는 <표 11>과 같다. 관여도에는 건강 편익 .531, 자기발견 편익 .244로 사회적 편익은 관여도

<표 10> 구조모형 간접효과 분석결과

가설	경로	간접효과 추정치	표준오차	95% Bias corrected		검증 결과
				Lower	Upper	
4-1	건강편익→관여도→만족도	0.103**	0.028	0.049	0.164	지지
4-2	사회적 편익→관여도→만족도	-	-	-	-	기각
4-3	자기 발견 편익→관여도→만족도	0.047**	0.015	0.014	0.076	지지
6-1	건강편익→만족도→행복	0.069**	0.031	0.046	0.171	지지
6-2	사회적편익→만족도→행복	0.045*	0.028	0.016	0.123	지지
6-3	자기 발견 편익→만족도→행복	0.012**	0.006	0.005	0.032	지지
7	관여도→만족도→행복	0.051**	0.018	0.027	0.099	지지

주: \*\*\*p(0.001), \*\*p(0.01), \*p(0.05)

〈표 11〉 구조모형 간접효과 분석(매개변수: 관여도, 만족도)

요인	→	요인	직접효과	간접효과	총효과
건강편익	→	관여도	0.531**	-	0.531**
자기 발견 편익	→	관여도	0.244**	-	0.244**
건강편익	→	만족도	0.159*	0.103**	0.262**
사회적 편익	→	만족도	0.172**	-	0.172**
자기 발견 편익	→	만족도	-	0.047**	0.047**
건강편익	→	행복	-	0.069**	0.069**
사회적 편익	→	행복	-	0.045*	0.045**
자기 발견 편익	→	행복	-	0.012**	0.012**
관여도	→	만족도	0.194**	-	0.194**
관여도	→	행복	-	0.051**	0.051**
만족도	→	행복	0.263**	-	0.263**

주: \*\*p<0.01, \*p<0.05

에 영향을 미치지 않았다. 편익과 만족도간의 관계에서 건강편익 .262, 사회적 편익 .172, 자기 발견 편익 .047로 건강편익만 간접효과, 총 효과가 모두 있었고, 사회적 편익은 관여도를 거치지 않은 직접 효과만 유효하고, 자기발견 편익은 관여도를 완전 매개해 만족도에 영향을 미쳤다. 편익이 행복에 미치는 영향으로는 건강편익 .069, 사회적 편익 .045, 자기 발견 편익 .012 순서로 높게 분석됐다. 관여도가 만족도에 미치는 총 효과는 .194, 관여도가 행복에 미치는 총 효과는 .051로 분석되었다. 만족도가 행복에 미치는 영향은 .263으로 걷기여행에서 여행 만족이 행복에 미치는 영향이 가장 큰 것으로 분석된다.

관여도를 통하지 않는다면 건강 편익이 만족에 이르는 효과는 .262에서 .159로 감소하게 된다. 자기 발견 편익은 관여가 없으면 만족에 이르지 못한다. 만족이 행복에 이르는 영향이 가장 큰 것을 고려한다면, 자기 발견 편익은 관여도가 매개하지 않는다면 행복에 이르는 효과가 없다고 할 수 있다. 다만, 사회적 편익을 추구하는 관광객은 관여가 없이도 만족, 행복에 이르는 것으로 밝혀졌다. 반면, 관여도를 매개할 때 건강 편익이 만족에 이르는 효과가 직접효과, 간접효과를 모두 보여 총 효과가 .262

로 가장 높았으며 행복에도 .069의 영향이 있었다. 또한, 관여도가 없으면 만족에 이르지 못하는 자기 발견 편익도 관여도를 통해서만 만족을 거쳐 행복에 이르게 되어 걷기여행에는 관여도가 중요한 변인으로 판단된다.

## V. 결론 및 시사점

이 연구에서는 걷기여행의 편익이 행복에 미치는 영향을 관여도의 매개효과를 중심으로 분석하였다. 연구 결과, 걷기여행자의 자기발견 편익은 관여도를 완전 매개하고, 건강편익은 관여도를 부분 매개하며, 사회적 편익은 관여도를 매개하지 않는 것을 밝혀냈다. 특히 자기발견 편익 추구는 만족과 행복에 이르는데 관여도가 필수적인 변인이었다. 추구 편익별 도출된 특성과 만족 및 행복과의 관련성을 정리하면 다음과 같다.

첫째, 자연과 건강 관련 편익을 추구하는 여행자가 관여, 만족, 행복에 가장 강한 영향력을 보였으며, 만족에 이르는 경로에서 관여도가 부분 매개되었다. 평소에 걷기 여행에 관심을 두고 관련 정보를

찾아보는 지속적 관여 행동(Bloch, 1981)이 만족과 행복감을 높이는 중요한 역할을 하는 것으로 해석할 수 있다.

이러한 결과는 웰니스 관광에서 자연과의 교류와 신체 건강 증진 경험이 관광 만족과 삶의 질에 유의한 영향을 미친 선행연구(유숙희, 2022), 가족 관광이 가족의 건강성 및 가족 만족에 긍정적 영향을 미치는 선행연구(장호중, 김정목, 2009)와 관련되는 결과이다. 자연 기반 여행이 관광자의 부정적 심리를 회복시키는 역할을 통해 행복에 영향을 미친다는 연구(정상설 외, 2021)와도 일치하는 결과를 보여주고 있다.

둘째, 걷기여행자의 자기 발견 편익 추구는 관여도를 통해서만 만족도에 영향을 미쳤다. 자기 발견을 추구하는 관광자는 사색하거나 자신을 되돌아보고 재발견하기 위해 걷기여행을 하고 있어, 평소에도 걷기에 관한 관심과 정보 추구 등 관여도가 높고, 관여 과정 또한 자기 발견을 위한 과정으로 해석된다. 이 결과는 자기성찰적 여가 활동이 부정적 감정을 완화하여 주관적 행복감을 느끼는 것으로 밝혀진 선행 연구(권장욱, 이훈, 2015)와 자기성찰적 여가 활동이 자기 이해와 자기 조절을 통해 삶의 만족도에 영향을 미치는 것으로 밝혀진 선행 연구(권장욱, 이훈, 2018)와 일치한다. 특히 이번 연구에서는 걷기여행에서 관여도의 매개효과까지 발견할 수 있었다.

셋째, 사회적 편익을 추구하는 관광자는 걷기여행 관여도에는 영향을 주지 않았지만 걷기여행의 만족에 직접 영향을 주었다. 사회적 편익을 추구하는 관광자는 주변 가족, 지인들과 즐겁게 지내고, 관계를 돈독하게 하는 관계 편익을 우선시하고 중요하게 여기고 있어, 걷기 자체에 대한 관여는 큰 의미를 차지하지 않는 것으로 해석된다. 한편, 걷기여행 참여 횟수가 낮은 사람들이 사회적 편익을 높게 지각할수록 걷기여행 참여 강도를 높일 수 있다는 연구(강영애, 2020)에서 시사하듯이, 걷기여행 경험치

가 낮은 사람들에게는 동호회 및 지인들과 함께하는 활동으로서 걷기여행이 효과적임을 보여준다.

넷째, 걷기여행의 관여도가 걷기여행 만족에 긍정적인 영향을 주었다. 이것은 여행경험을 공유하거나 정보를 수집하는 등의 관여 활동이 여행만족과 재방문 의사를 높이고 행복에 긍정적인 영향을 준다는 선행연구(최지원 외, 2021)를 지지하는 결과이다. 따라서 걷기여행을 활성화하기 위해서는 건강, 자연, 치유 등의 정보를 관심 있는 계층에게 지속해서 제공하여 관여도를 높이는 것이 필요하다. 특히 자기 발견 편익을 추구하는 집단은 걷기여행 관여도를 통해 만족과 행복에 영향을 미치고 있었다. 따라서 관광공급자는 지속해서 걷기여행 장소 및 관련 프로그램과 시설 등 정보를 제공하여 걷기여행자의 관여도를 유지할 필요가 있다.

이 연구는 걷기여행을 통해 얻을 수 있는 편익을 다차원 척도로 분석하여 각 편익을 정의하고, 걷기여행의 편익별로 만족도와 행복에 이르는 경로를 발견했다는 점, 걷기여행과 행복의 영향 관계에 대해서 새롭게 규명해 걷기여행자가 추구하는 편익별로 행복에 미치는 영향이 다르다는 것과 이 사이에 관여도의 역할에 대해서도 새롭게 밝힌 점에서 학술적으로 의미가 있다. 또한, 걷기여행을 준비하는 여행자가 추구하는 편익에 따라 행동 경로를 다르게 설정하여 여행 만족도와 행복을 높일 수 있으므로 편익별로 다른 관여 활동을 지속할 필요가 있다는 점을 발견한 것은 실무적 시사점으로 의의가 있다. 예를 들어, 자기 발견 편익을 추구하는 걷기여행자는 반드시 걷기를 통한 명상, 자연 명상 혹은 걷기여행을 통한 자기 발견에 관한 책을 찾아 독서하는 등의 관여활동을 함으로써 행복에 도달할 수 있다. 또한 자연/건강을 추구하는 걷기여행자는 걷기 좋은 자연환경에 대한 정보, 바르게 걷는 법 등에 대한 정보 등을 계속 찾아보는 활동이 걷기여행의 만족도와 행복을 높이는 데 도움이 될 수 있다.

이번 연구는 여행 후 의견을 조사하였기 때문에

단일 시점의 심리 상태만을 파악할 수 있으며, 사후 기억을 기반으로 한 응답으로 인한 기억의 왜곡으로 인한 오류가 발생할 수 있는 점에 한계가 있다. 향후 연구를 확대하기 위해서는, 패널 조사를 통해 걷기여행 실행 전후의 심리 상태를 비교하고 종단적으로 검증하는 것도 의미가 있을 것이다. 또한 설문조사 이외에 걷기여행 전후의 심리적, 생리적 변화를 실험 연구를 통해 차이를 분석하는 것도 필요하다. 마지막으로 편익과 관여를 통해 행복함을 느낀 관광자가 다시 걷기여행 참여로 이어지는 순환 과정에 영향을 미치는 다양한 요인에 관한 후속 연구도 이어지기를 기대한다.

**Declaration of competing interest**

None.

**Author's contribution**

Moon Ji Young: Conceptualization, Quantitative Analysis, Methodology and Writing.  
Lee, Hoon: Conceptualization, Supervision and Validation.

**References**

강미희, 정휘 (2011). 도보여행자의 특성 규명: 지리산 둘레길 이용자를 중심으로. <한국산림과학회지>, 100(3), 382-391.  
강성일, 이계희 (2011). 제주올레관광자와 대중관광객의 특성 비교: 방문동기, 환경친화적 여행태도, 웰빙인식을 중심으로. <관광연구>, 25(6), 23-40.  
강영애 (2020). 걷기여행자 특성과 걷기여행 편익, 충성도 간의 관계 분석. <관광레저연구>, 32(10), 5-25. <https://doi.org/10.31336/JTLR.2020.10.32.10.5>  
고미영, 오창현, 정철 (2012). 추구편익을 활용한 지역축제 방문객 시장세분화: 제주올레걷기축제를 사례로. <관광학연구>, 36(5), 93-113.

권장욱, 이훈 (2015). 자기성찰적 여가 경험에 대한 현상학적 연구. <관광학연구>, 39(6), 149-161. <https://doi.org/10.17086/JTS.2015.39.5.149.161>  
\_\_\_\_\_ (2016). 여행자의 행복감은 어떻게 지속되는가?: 쾌락적응의 관점에서 본 여행의 의미. <관광학연구>, 40(5), 165-182. <https://doi.org/10.17086/JTS.2016.40.5.165.182>  
\_\_\_\_\_ (2018). 자기성찰적 여가 참여와 삶의 만족도 간의 관계 연구: 자기성찰능력의 매개효과를 중심으로. <관광연구논총>, 30(3), 149-170. <https://doi.org/10.21581/jts.2018.08.30.3.149>  
김경식, 이루지 (2011). 한국인의 여가활동과 여가만족 및 행복: 국가통계자료 이용. <한국콘텐츠학회논문지>, 11(11), 424-433.  
김동건, 연승호, 엄서호 (2015). 동기에 따른 철도 관광객의 시장세분화와 추구편익 분석. <관광연구저널>, 29(8), 207-223.  
김소운, 엄서호 (2009). 농촌관광 참여동기에 따른 추구편익과 체험활동 선호도. <농어촌관광학회지>, 16(1), 17-37.  
김인신, 조민호 (2011). 제주올레 관광지 속성, 도보관광객 편익, 그리고 지각된 가치 간 관계 분석: 수단-목적 사슬 이론 적용. <관광연구논총>, 23(2), 127-154.  
김정준 (2016). 지역축제 관광객들의 방문동기가 관여도, 축제만족도, 그리고 충성도에 미치는 영향: 보령머드축제를 중심으로. <관광레저연구>, 28(9), 429-445.  
문화체육관광부 (2010). <도보여행활성화에 따른 파급효과분석>.  
박정의 (2002). 뉴스 미디어 연구에서 관여의 개념화와 유형화. <한국언론학보>, 46(6), 5-32.  
반정화, 장미선 (2012). 서울시 도보관광 활성화 방안 수립. <서울연구원 정책과제연구보고서>, 1(172).  
백혜경, 양명환 (2016). 인문,사회과학편 : 여가동기와 주관적 행복과의 관계: 여가 관여도의 조절 효과 분석. <한국체육학회지>, 55(1), 191-205.  
서용석 (2009). <진지성레저로서 식도락관광의 기대가치와 행동> [박사학위논문, 한양대학교]. RISS 학술연구정보서비스.

- 손종익, 조용현 (2016). 여행관여도와 전공만족도가 여행사의 고용의 질 인식과 취업의지에 미치는 영향. <호텔관광연구>, 18(5), 482-501.
- 신진옥, 정철 (2014). 제주 올레에 방문하는 일본관광객은 국내관광객과 어떻게 다른가?: 추구편익, 만족도, 충성도를 중심으로. <관광연구논총>, 26(4), 113-134.
- 우종필 (2016). <구조방정식모델개념과이해(우종필 교수의)(SPSS 아카데미 시리즈)>. 한나래아카데미.
- 유숙희 (2022). 웰니스 관광경험이 관광만족과 삶의 질에 미치는 영향-제주 웰니스 관광객을 중심으로. <관광연구논총>, 34(4), 69-96. <https://doi.org/10.21581/jts.2022.11.34.4.69>
- 이덕순 (2013). 음식관광 관여도와 동기가 참여활동과 만족도에 미치는 영향. <관광연구>, 28(5), 325-342.
- 이미혜 (2007). 공연이벤트정보의 추구편익, 만족 그리고 재이용 의도간의 영향연구. <관광경영연구>, 32, 62-80.
- 이보미, 오문향, 김자현 (2013). 제주올레에서의 자연과의 교감과 편익인지가 장소애착에 미치는 영향. <관광학연구>, 37(1), 215-235.
- 이은미, 우미옥 (2019). 헬스엔뷰티스토어의 추구편익에 따른 라이프스타일 유형화에 관한 연구: 헬스케어 관여도 수준을 중심으로. <유통경영학회지>, 22(3), 117-124.
- 이진의, 김남조 (2016). 치유프로그램의 웰니스적 가치가 치유프로그램 만족, 충성도, 주관적 삶의 만족에 미치는 영향: 숲 치유프로그램 경험자를 대상으로. <관광학연구>, 40(1), 167-183. <https://doi.org/10.17086/JTS.2016.40.1.167.183>
- 이훈 (2022). <여행행복론: 여행으로 행복해지다>. 백산출판사.
- 장호중, 김정묵 (2009). 가족관광 참여자의 관여도와 가족건강성 및 가족만족의 관계. <한국여가레크리에이션학회지>, 33(3), 7-17.
- 정산설, 김경배, 이훈 (2021). 코로나 19 상황에서 자연기반 여행은 사람들의 여행행복을 증진시키는가?: 위험지각, 주의회복이론 및 여행행복을 중심으로. <관광학연구>, 45(5), 33-56. <https://doi.org/10.17086/JTS.2021.45.5.33.56>
- 정철, 박태영, 노경국 (2010). 제주올레 관광객의 방문동기와 사전이미지의 관계. <관광학연구>, 34(4), 13-33.
- \_\_\_\_\_, 정관수, 이훈 (2011). 도보관광 수요와 파급효과 분석: 제주올레를 중심으로. <관광학연구>, 35(8), 389-408.
- 조동훈 (2017). 행복의 분석적 개념과 측정방법. <한국노동경제학회>, 40(3), 79-104.
- 최인철 (2018). <굿라이프: 내 삶을 바꾸는 심리학의 지혜>. 21세기북스.
- 최지원, 황영주, 이훈 (2021). COVID-19 위험지각이 국내 여행의도에 미치는 영향: 보호동기이론을 중심으로. <관광연구논총>, 33(2), 23-45. <https://doi.org/10.21581/jts.2021.5.33.2.23>
- 최형민, 김정훈 (2013). 레일크루즈 관광편익과 지각된 가치, 만족도 및 충성도 간의 관계 연구. <관광학연구>, 37(5), 261-282.
- 한국관광공사 (2017). <걷기여행길 실태조사 및 효율적 관리운영 방안 연구>.
- \_\_\_\_\_. (2018). <걷기여행길 이용실태조사>.
- \_\_\_\_\_. (2019). <걷기여행자실태조사>.
- Bichis-Lupas, M., & Moisey, R. N. (2001). A Benefit Segmentation of Rail-Trail Users: Implications for Marketing by Local Communities. *Journal of Park & Recreation Administration*, 19(3), 78-92.
- Bloch, P. H. (1981). *An exploration into the scaling of consumers' involvement with a product class*. ACR North American Advances.
- Clements, C. J., & Josiam, B. (1995). Role of involvement in the travel decision. *Journal of Vacation Marketing*, 1(4), 337-348. <https://doi.org/10.1177/135676679500100403>
- Dann, G. M. S. (1981). Tourist motivation an appraisal. *Annals of Tourism Research*, 8(2), 187-219. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(81\)90082-7](https://doi.org/10.1016/0160-7383(81)90082-7)
- Diener, E. (1984). Subjective Well-Being. *Psychological Bulletin*, 95(3), 542-575. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.95.3.542>

- \_\_\_\_\_, Suh, E. M., Lucas, R. E., & Smith, H. L. (1999). Subjective well-being: Three decades of progress. *Psychological Bulletin*, 125, 276-302. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.125.2.276>.
- Engel, J. F., & Blackwell, R. D. (1982). *Consumer Behavior. 4th edition*. Chicago: CBA College Publishing.
- Fernandes, F. (2015). Assimetrias regionais no turismo e novas estratégias na oferta turística: o caso da Ilha da Madeira. *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 13(3), 509-519. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2015.13.036>
- Frochot, I. (2005). A benefit segmentation of tourists in rural areas: a Scottish perspective. *Tourism Management*, 26(3), 335-346. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2003.11.016>
- Gilbert, D., & Abdullah, J. (2004). Holiday taking and the sense of well-being. *Annals of Tourism Research*, 31(1), 103-121. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2003.06.001>
- Havitz, M. E., & Dimanche, F. (1990). Propositions for testing the involvement construct in recreational and tourism contexts. *Leisure Sciences*, 12(2), 179-195. <https://doi.org/10.1080/01490409009513099>
- \_\_\_\_\_, & \_\_\_\_\_, & Bogle, T. (1994). Segmenting the adult fitness market using involvement profiles. *Journal of Park and Recreation Administration*, 12(3), 38-56.
- \_\_\_\_\_, & Mannell, R. C. (2005). Enduring involvement, situational involvement, and flow in leisure and non-leisure activities. *Journal of Leisure Research*, 37(2), 152-177. <https://doi.org/10.1080/00222216.2005.11950048>
- Holbrook, M. B., & Hirschman, E. C. (1982). The experiential aspects of consumption: Consumer fantasies, feelings, and fun. *Journal of Consumer Research*, 9(2), 132-140. <https://doi.org/10.1086/208906>
- Horpedahl, J., Jackson, J., & Mitchell, D. (2018). *Is Economic Freedom the Hidden Path to Social Justice?*. NDSU Public Choice and Private Enterprise Research Paper, 19-1. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3304173>
- Houston, M. J. (1978). *Conceptual and methodological perspectives on involvement*. Research Frontiers in Marketing: Dialogues and Directions.
- Howard, J. A., & Sheth, J. N. (1969). A Theory of Buyer Behavior. *Journal of the American Statistical Association*. 467-487.
- Hwang, S. -N., Lee, C., & Chen, H. -J. (2005). The relationship among tourists' involvement, place attachment and interpretation satisfaction in Taiwan's national parks. *Tourism Management*, 26(2), 143-156. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2003.11.006>
- Jamrozy, U., Backman, S. J., & Backman, K. F. (1996). Involvement and opinion leadership in tourism. *Annals of Tourism Research*, 23(4), 908-924. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(96\)00022-9](https://doi.org/10.1016/0160-7383(96)00022-9)
- Johnson, B. T., & Eagly, A. H. (1989). Effects of involvement on persuasion: A meta-analysis. *Psychological Bulletin*, 106(2), 290-314. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.106.2.290>
- Helliwell, J. F., Layard, R., Sachs, J. D., De Neve, J-E., Aknin, L. B., & Wang, S. (2022). *World Happiness Report 2022*. New York: Sustainable Development Solutions Network. <https://worldhappiness.report/ed/2022/>
- Kay Smith, M., & Diekmann, A. (2017). Tourism and wellbeing. *Annals of Tourism Research*, 66, 1-13. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2017.05.006>
- Keller, K. L. (1993). Conceptualizing, measuring, and managing customer-based brand equity. *Journal of Marketing*, 57(1), 1-22. <https://doi.org/10.1086/208906>

- doi.org/10.1177/002224299305700101
- Khuong, M. N., & Luan, P. D. (2015). Factors Affecting Tourists' Satisfaction towards Nam Cat Tien National Park, Vietnam-A Mediation Analysis of Perceived Value. *International Journal of Innovation, Management and Technology*, 6(4), 238-243. <https://doi.org/10.7763/IJIMT.2015.V6.609>
- Kim, K. (2008). Analysis of structural equation model for the student pleasure travel market: Motivation, involvement, satisfaction, and destination loyalty. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 24(4), 297-313. <https://doi.org/10.1080/10548400802156802>
- Kim, S. S., Scott, D., & Crompton, J. L. (1997). An exploration of the relationships among social psychological involvement, behavioral involvement, commitment, and future intentions in the context of birdwatching. *Journal of Leisure Research*, 29(3), 320-341. <https://doi.org/10.1080/00222216.1997.11949799>
- Kinard, B. R., & Capella, M. L. (2006). Relationship marketing: the influence of consumer involvement on perceived service benefits. *Journal of Services Marketing*, 20(6), 359-368. <https://doi.org/10.1108/08876040610691257>
- Klenosky, D. B. (2002). The "pull" of tourism destinations: A means-end investigation. *Journal of Travel Research*, 40(4), 396-403. <https://doi.org/10.1177/004728750204000405>
- Kruger, P. S. S. (2012). *Perceptions of tourism impacts and satisfaction with particular life domains*. In Handbook of tourism and quality-of-life research (pp. 279-292). Springer. [https://doi.org/10.1007/978-94-007-2288-0\\_16](https://doi.org/10.1007/978-94-007-2288-0_16)
- Krugman, H. E. (1966). The measurement of advertising involvement. *Public Opinion Quarterly*, 30(4), 583-596.
- Layard, R. (2006). Happiness and public policy: A challenge to the profession. *The Economic Journal*, 116(510), C24-C33. <https://doi.org/10.1111/j.1468-0297.2006.01073.x>
- Leavitt, C., Greenwald, A. G., & Obermiller, C. (1981). *What is low involvement low in?*. ACR North American Advances.
- Lounsbury, J. W., & Polik, J. R. (1992). Leisure needs and vacation satisfaction. *Leisure Sciences*, 14(2), 105-119.
- Lyubomirsky, S., & Lepper, H. S. (1999). A measure of subjective happiness: Preliminary reliability and construct validation. *Social Indicators Research*, 46(2), <https://doi.org/10.1023/A:1006824100041>
- McCabe, S., & Johnson, S. (2013). The happiness factor in tourism: Subjective well-being and social tourism. *Annals of Tourism Research*, 41, 42-65. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2012.12.001>
- McQuarrie, E. F., & Munson, J. M. (1987). *The Zaichkowsky personal involvement inventory: modification and extension*. ACR North American Advances.
- Morris, R. V. (2006). The land of hope: third-grade students use a walking tour to explore their community. *The Social Studies*, 97(3), 129-132. <https://doi.org/10.3200/TSS.97.3.129-132>
- Nawijn, J. (2011). Determinants of Daily Happiness on Vacation. *Journal of Travel Research*, 50(5), 559-566. <https://doi.org/10.1177/0047287510379164>
- Neal, J. D., Sirgy, M. J., & Uysal, M. (1999). The role of satisfaction with leisure travel/tourism services and experience in satisfaction with leisure life and overall life. *Journal of Business Research*, 44(3), 153-163. [https://doi.org/10.1016/S0148-2963\(97\)00197-5](https://doi.org/10.1016/S0148-2963(97)00197-5)
- \_\_\_\_\_ (2007). The effect of tourism services on travelers' quality of life. *Journal of Travel Research*, 46(2), 154-163. <https://doi.org/10.1177/00472875>

- 07303977
- Park, S., & Kim, D. (2010). A comparison of different approaches to segment information search behaviour of spring break travellers in the USA: experience, knowledge, involvement and specialisation concept. *International Journal of Tourism Research*, 12(1), 49-64. <https://doi.org/10.1002/jtr.736>
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (1987). *Consumer behaviour*. Irwin, Homewood, Ill.
- Petty, R. E., & Cacioppo, J. T. (1981). *Issue involvement as a moderator of the effects on attitude of advertising content and context*. ACR North American Advances.
- Preacher, K. J., Rucker, D. D., & Hayes, A. F. (2007). Addressing moderated mediation hypotheses: Theory, methods, and prescriptions. *Multivariate Behavioral Research*, 42(1), 185-227. <https://doi.org/10.1080/00273170701341316>
- Ray, M. L., Sawyer, A. G., Rothschild, M. L., Heeler, R. M., Strong, E. C., & Reed, J. B. (1973). *Marketing communication and the hierarchy-of-effects*. Marketing Science Institute Cambridge.
- Rothschild, M. L. (1984). *Perspectives on involvement: current problems and future directions*. ACR North American Advances.
- Ryff, C. D. (1989). Happiness is everything, or is it? Explorations on the meaning of psychological well-being. *Journal of Personality and Social Psychology*, 57(6), 1069-1081.
- Sherif, C. W., Kelly, M., Rodgers Jr, H. L., Sarup, G., & Tittler, B. I. (1973). Personal involvement, social judgment, and action. *Journal of Personality and Social Psychology*, 27(3), 311-328.
- Sherif, M., & Cantril, H. (1947). *The psychology of ego-involvements: Social attitudes and identifications*. John Wiley & Sons Inc.
- Sirgy, M. J., Kruger, P. S., Lee, D. -J., & Yu, G. B. (2011). How does a travel trip affect tourists' life satisfaction? *Journal of Travel Research*, 50(3), 261-275. <https://doi.org/10.1177/00472875103627>
- Slama, M. E., & Tashchian, A. (1985). Selected socioeconomic and demographic characteristics associated with purchasing involvement. *Journal of Marketing*, 49(1), 72-82.
- Uysal, M., Sirgy, M. J., Woo, E., & Kim, H. L. (2016). Quality of life (QOL) and well-being research in tourism. *Tourism Management*, 53, 244-261.
- Zaichkowsky, J. L. (1985). Measuring the Involvement Construct. *Journal of Consumer Research*, 12(3), 341-352. <https://doi.org/10.1086/208520>
- Zalatan, A. (1998). Wives involvement in tourism decision processes. *Annals of Tourism Research*, 25(4), 890-903. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(98\)00038-3](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(98)00038-3)