



www.akht.or.kr

Journal of Hospitality & Tourism Studies

The Academy of Korea Hospitality & Tourism



조건부가치평가법을 이용한 지리산 공정여행의 가치평가: 윤리적 소비행동을 중심으로

Estimating the value of Jirisan Mountain's fair tourism using the contingent valuation method: focused on ethical consumption behavior

홍주연*

Hong, Joo-Yeon

* 세종대학교 호텔관광경영학 박사, jyhong88@gmail.com, 관심분야: 관광개발, 가치평가, 지속가능관광

요약

본 연구에서는 조건부가치평가법을 사용하여 지속가능한 관광의 형태인 공정여행에 대한 가치평가를 하고자 하였다. 이중양분선택형 질문방식으로 산출된 지리산 공정여행에 대한 지불의사의 결정요인들을 파악하고자 공정여행에 관한 변수와 함께 인구통계적 특성들과 요인분석 및 군집분석을 통해 세분화된 윤리적 소비행동 집단을 포함시켜 각각의 영향력을 측정하였다. 연구에 사용하기 위해 온라인 설문조사를 실시하였으며 수집한 데이터를 SPSS 18.0 통계패키지와 LIMDEP 8.0을 이용하여 분석을 진행하였다. 조건부가치평가법에 이중양분선택형 질문방법과 로짓모형을 적용한 결과 일반 여행사의 지리산 여행 패키지에 비해 지리산 공정여행에 더 지불할 의사가 있는 금액이 142,018원으로 추정되었다. 이에 대해 95% 신뢰구간을 모수적 부스트랩 기법의 하나인 몬테카를로 모의실험을 이용하여 도출한 결과 127,974원에서 154,588원까지의 신뢰구간이 측정되었다. 지불의사의 결정요인들 중에는 성별이 부(-)의 결과가 나타났고 공정여행 관련 변수들 중에는 공정여행에 대한 지식정도와 공정여행 경험여부가 정(+)의 결과가 나타났다. 윤리적 소비집단의 결과치를 살펴봤을 때 '정당한 친환경소비 집단'과 '소비절제 집단'의 지불의사가 기준변수인 '사회환원·공정거래 집단'의 지불의사에 비하여 상대적으로 낮게 나타났다.

핵심용어

공정여행,
지불의사,
윤리적 소비행동,
조건부가치평가법,
로짓모형

ABSTRACT

The purpose of this study is to estimate the value of fair tourism using the double-bounded dichotomous choice contingent valuation method. Demographic characteristics, fair tourism related variables and ethical consumption groups created through factor and cluster analysis were included to be measured as the determinants of willingness to pay (WTP) for the fair tourism of Jirisan Mountain. The data used for this study was collected through designed online surveys after referring to previous related studies, and the analyzing process was done by using statistical programs such as SPSS 18.0 and LIMDEP 8.0. When applying the double-bounded dichotomous choice questioning method and logit model to the contingent valuation method, the amount that respondents are willing to pay more on a fair travel to Jirisan Mountain than on an ordinary tour package was estimated to be 142,018 won. In order to deduct a 95% confidence interval for this value, the Monte-Carlo Simulation was used, which resulted a value from 127,974 won to 154,588 won. Regarding the determinants of WTP, gender showed a negative (-) influence whereas knowledge about and experience with fair tourism had a positive (+) influence on WTP. Among the clustered ethical consumption groups, the 'Just and Eco-friendly Consumption Group (CLU2)' and the 'Consumption Controlling Group (CLU4)' showed a relatively lower WTP on fair tourism than the 'Donating and Fair Trading Group (CLU1)'.

KEYWORDS

fair tourism,
willingness to pay,
ethical consumption behavior,
contingent valuation method,
logit model

ACCEPTANCE INFO.

2020.09.15. 원고 접수
2020.09.21. 1차 수정본 접수
2020.09.23. 2차 수정본 접수
2020.09.27. 3차 수정본 접수
2020.09.28. 최종수정본 접수
2020.09.28. 최종 게재 확정
3인 익명심사필

ACKNOWLEDGEMENTS

본 논문은 홍주연(2020)의 세종대학교 일반대학원 박사학위 논문을 축약·보완한 것임.

I. 서론

1960년대 이후 대한민국의 경제 발전 기반이 형성되기 시작하면서 교통수단의 급격한 발달과 함께 활발한 물류 교류를 통해 기업들이 성장할 수 있는 환경이 갖추어졌다. 이러한 사회적·경제적인 발전 속에서 대한민국 국민으로서 추구하고자 하는 삶의 수준 또한 높아졌으며, 이를 충족시킬 수 있는 대표적인 산업으로 관광·레저 산업이 주목받게 되었다.

세계여행관광협회(World Travel & Tourism Council, 2020)에 따르면 여행산업은 전 세계적으로 1950년대 이후 매년 평균적으로 약 12%의 성장률을 보여왔다. 세계여행관광협회에서 제공하는 2019년 통계만 보아도 관광업계가 전세계 GDP에 기여하는 금액은 약 8조 9천억 달러로 전체 GDP의 약 10.3%에 해당하며, 전 세계적으로 여행 및 관광업과 관련된 직업은 3억 3천만 개, 즉 10개의 직업 중 하나는 관광업과 관련이 있다고 주장한다(World Travel & Tourism Council, 2020). 한국문화관광연구원에서 운영하는 관광지식정보시스템에서 제공된 관광통계 주요지표에 따르면 2019년의 관광지출은 2018년 대비 1.55% 성장한 288억 5,540만 달러로 나타났으며, 관광수입의 경우 2018 대비 무려 41.3% 증가한 215억 630만 달러로 기록되었다(관광지식정보시스템, 2020). 이렇듯 관광은 소득 창출 및 일자리 증가 등의 경제적 활성화를 가져다주는 대표적인 산업 중 하나로 끊임없는 성장을 해왔다.

대한민국 또한 국가발전을 위해 짧은 기간에 관광산업을 포함한 여러 분야에서 많은 변화를 추구해왔다. 경제성장을 우선 정책으로 여겼던 과거에는 산업체의 발전과 그에 따른 인구집중 등으로 도시가 형성되었고 지역에 대한 확실한 장기적인 계획 없이 오직 확장에만 치중했다. 그 결과, 관광이 이익과 기회의 원천이 되고 빈곤퇴치에 이바지할 수 있었지만, 발생한 혜택이 전부 지역사회에 환원되지 못하고 오히려 질병 확산, 범죄율 증가, 환경파괴, 공동체 해체 등을 초래하기도 했다.

최근 코로나19의 전 세계적인 확산으로 인해 관광산업은 위기에 처해 있다. 팬데믹 이후 주변에 일어난 수많은 변화 중에서 단연코 빠질 수 없는 것은 아마 불가능해진 해외여행일 것이다. 이미 수개월 동안의 고립된 생활과 장기적인 '사회적 거리두기'의 실행으로 인해 지쳐버린 국민의 일부는 타인과의 접촉으로부터 비교적 안전하다고 생각되는 야외 및 자연 친화적인 관광지 위주의 국내 여행을 점차 늘려가기 시작했다. 코로나19 이전에는 주목받지 못하고 인적이 없었던 수목원, 공원, 캠핑장, 휴양림, 해변 등을 찾는 관광객들이 증가했지만, 청정지역으로 전염병이 확산될 우려에 지자체들은 축제를 취소하거나 유채꽃밭을 통째로 갈아엎는 등 저마다 제지에 나서기도 했다.

하지만 국제적인 카오스 속에서 해외여행의 부재에 대해 국내 관광산업에서는 절호의 기회로 작용할 수 있다는 시각도 존재한다. 소비의 감소로 침체된 지역의 경제를 살리기 위해 정부는 국내관광 활성화를 위한 정책도 내세우고 있다. 이러한 예측 불가한 혼란 속에서 급격하게 하락해버린 관광경제를 살리기 위해 국내 여행의 활성화가 불가피한 것은 사실이다. 하지만 코로나19 이전의 대한민국의 관광지 개발 및 운영 방식이나 관광정책으로는 포스트 코로나에 맞는 관광시대를 열 수 없을 것이다. 언택트시대에 걸맞게 더이상 일부 지역이나 유명 관광지에만 방문자들이 밀집되는 오버투어리즘이 없어야 하며 전국적으로 관광 수요가 분포되기 위해서는 각 지역의 고유성을 훼손하지 않는 선에서의 관광 인프라가 조성되어야 할 것이다.

이처럼, 현시대를 살아가는 사람들에게 관광지의 방문객들이 지불하는 비용이 다국적 기업들에게 회수되지 않고 지역경제로 분배되며 현지의 문화와 환경이 중시되는 공정성을 추구하는 여행에 대해 알아가는 것은 매우 중요한 일이다. 따라서 본 연구에서는 지역민에게 수익의 분배가 잘 이루어지고 지역사회의 경제 발전에 이바지하며 긍정적인 영향을 줄 수 있는 소비가 중요한 현재 사회적 상황을 고려하여 지속 가능한 관광의 형태인 공정여행에 대해 대한민국의 국민들이 얼마나 가치를 부여하는지 파악하고자 하였다.

현대인들이 각자의 윤리관을 표현하는 대표적인 방법 중 하나가 소비행동이라 할 수 있는데, 관광 분야에서 윤리적 행동 및 소비의 한 축이라고 할 수 있는 공정여행에 대해 진행한 연구 중에는 공정여행의 개념 정립, 사례연구, 관광객 또는 소비자의 윤리적 소비행동 의도에 관한 연구 등이 주를 이루고 있으며 관광객의 윤리적인 소비행동과 그에 따른 공정여행에 대한 가치평가의 차이에 대해 실증적으로 연구는 진행된 바 없다. 또한, 공정여행의 가치평가를 실시한 국내의 연구에서는 여행 대상지를 캄보디아 앙코르와트 등 해외로 설정하여 진행한 바 있으나, 국내여행을 대상으로 한 연구는 찾아볼 수 없었다. 이에 본 연구는 일반재화와 같은 시장이 형성되어 있지 않아 그 가치를 파악하기 어려운 재화의 가치를 추정하는 조건부가치평가법(contingent valuation method: CVM)의 적용을 통해 공정여행에 참여하면 얻게 되는 편익을 계량적으로 가치를 추정하고, 공정여행의 가치평가에 영향을 주는 결정요인으로 윤리적 소비행동을 포함함으로써 기존의 연구와 차별화를 두고자 하였다.

II. 이론적 배경

1. 공정여행에 관한 연구

관광산업은 특히 급격한 발전을 기대하고 있는 개발도상국 같은 경우 외화 유입 및 일자리 창출의 가장 큰 비중을 차지하고 있는 산업 중 하나이다. 그동안 성장에 중점을 두고 개발해온 관광시장은 이익 창출을 할 수 있는 다른 대안이 존재하지 않는 외딴 지역의 경제 발전에 큰 기여를 한 것이 사실이다. 그러나, 이렇게 얻어진 이익이 지역사회에 공정하게 분배되는 일은 극히 드물었으며, 오히려 지역사회나 그들의 문화, 그리고 환경까지 부정적인 영향을 미친다는 문제가 제기되기 시작하였다(임은정 등, 2013; Mvula, 2001).

그러던 1988년, 영국의 비정부 기관인 투어리즘 컨선(Tourism Concern)과 미국의 비정부 기관인 글로벌 익스체인지(Global Exchange) 등에서 관광과 관련된 인권, 사회 및 환경 문제를 줄이고자 하는 캠페인을 진행하였다. 공정한 생산과 무역 구조를 확립하기 위한 활동에 참여하고 솔선수범한다는 공정무역(fair trade)을 관광(tourism)에 접목하여 관광에서의 공정무역(fair trade in tourism)이라는 새로운 개념을 도입하였으며, 이는 지속 가능한 관광(sustainable tourism)의 핵심요소로 작용하였다(김미경·김지은, 2018; Boluk, 2011; Cleverdon & Kalisch, 2000).

국제사회에서 새롭게 주목받기 시작한 ‘지속가능한 개발’이란 개념은 본래의 모습이나 성질을 보존하고 훼손이나 변형을 최소화한 개발을 추구하여 보전과 개발을 양립시키고자 하는 데 목적이 있다. 여기서 지속하고자 하는 요소 중에는 환경적 요소뿐 아니라 경제적·사회적·문화적 요소 등이 포함된다. 지속가능한 개발이 적용될 수 있는 여러 산업 중에서도 관광산업에 이러한 개념이 접목되면서부터 비로소 지속가능한 관광에 관한 논의가 시작되었다. 지속가능한 관광은 새로운 도전과 이슈, 환경과 경제 그리고 공동체에 관광이 미치는 영향 등에 끊임없이 적응해 나가는 진화적인 개념이라 할 수 있다(Cooper & Ozdil, 1992). WTO(1989)는 대중관광의 부정적인 내용을 최소화하기 위한 대안의 방법과 지속가능한 관광의 실천적 개념으로 책임감 있는 관광을 채택하였고, 이때부터 공정한 관광이 새롭게 주목받기 시작했으며, 관광과 관련된 모든 주체들이 책임을 가져야 할 시대가 찾아왔다(Goodwin, 1998).

국내에서 공정여행에 대한 개념이 처음 소개된 것은 이해영·임영신(2009)의 공정여행 가이드북인 <희망을 여행하라>를 통해서이다. 이 저서는 공정여행에 관하여 최초로 진행된 연구로 평가되며, 공정여행이 관광학 등의 학문에서 연구할 소재로 다루어지게 되는 계기를 마련해 주는데 큰 역할을 하였다. 이들은 공정여행을 “우리가 여행에서 쓰는 돈이 그 지역과 공동체의 사람들에게 직접 전달되는 여행, 즉 우리의 여행을 통해 숲이 지켜지고, 사라져가는 동물들이 살아나는 여행, 서로의 문화를 존중하고 경험하는 여행, 여행하는 이와 여행자를 맞이하는 이가 서로를 성장하게 하는 여행, 쓰고 버리는 소비가 아닌 관계의 여행”으로 개념화하였다. 이러한 개념은, ‘공정무역’이 경제적인 측면에서 가지고 있는 공정의 개념과, 생태·환경적인 측면에서의 공정 개념, 문화적 측면에서의 공정 개념이 모두의 의미를 지니고 있다고 볼 수 있다. 이처럼 공정여행에서의 ‘공정’의 시작은 경제적인 측면에서 생성되었지만, 사회 문화적인 의미가 더 중요시 여겨지고 있다(이재민, 2018).

이해영·임영신(2009)의 공정여행에 대한 소개 이후 그에 대한 연구가 본격적으로 시작되었는데, 연구 초기에는 주로 공정여행에 대한 개념화와 함께 공정여행이 가진 사회적 가치와 의미를 분석하는 데 중점을 두었다(이재민, 2018). 이후, 황희정·이훈(2011)은 공정관광을 관광의 이해 주체를 중심으로 속성들을 범주화하고자 하였고, 지역주민 공정성, 관광산업 공정성, 관광객 공정성, 생태적 공정성 등 4개로 구성하였다. 관광객들은 고유한 관광 경험을 추구하는 관광 참여 기회의 공정성을 의미하여, 지역주민들은 관광 편익의 분배의 공정성을, 관광산업에서의 공정성은 관광기업 간 또는 관광기업과 관광객 간의 공정성을, 마지막으로 생태적 공정성은 생태의 존엄한 가치를 보장하는 것으로 개념화하고, 공정관광에 대한 가이드라인을 설정하였다(이재민, 2018).

기존의 관광패턴이 지역사회에 긍정적인 영향을 주고 있는가에 대한 의문이 한국사회에서 이슈가 되기 시작하였고, 여행이 더이상 자기만족적 소비가 아니라 지역 주민과 그 공동체에 도움이 되는 방향으로 바뀌어야 한다는 사회운동의 일환으로 공정여행의 필요성에 대한 인식이 확산되고 있다(장은경·이진형, 2010).

2. 조건부가치평가법

1) 경제적 가치평가방법의 종류

시장에 거래되지 않는 비시장재화(non-market goods)에 대하여 화폐적인 가치를 추정하기 위해서 크게 두 가지의 방법을 사용한다. 첫 번째는 소비자들의 실제 행동으로부터 추정하는 현시선호법(revealed preference)이고 두 번째는 소비자들이 직접 기술하는 진술선호법(stated preference)이다(수자원공사, 2006).

현시선호법(RP)은 소비자의 행동이나 거래행위 등을 관찰한 후에 가치를 평가하는 방법으로 헤도닉가격기법(hedonic price method)과 여행비용법(travel cost method)로 나누어진다. 진술선호법의 경우에는 다시 직접적인 방법과 간접적인 방법으로 분류되며 직접적인 방법으로 CVM이 있으며 간접적인 방법으로는 컨조인트 분석법(conjoint analysis)을 바탕으로 하여 선택실험법(choice experiment)과 조건부 순위법(contingent ranking method), 조건부 등급법(contingent rating method)로 분류할 수 있다.

2) 조건부가치평가법의 개념과 측정방법

CVM은 시장에서 일상적으로 거래가 이루어지는 일반재화와 달리 시장이 형성되어 있지 않아 거래 가격이 존재하지 않고 그 가치를 파악하기 어려운 재화의 가치를 추정하는데 사용된다. 이에 해당하는 예로는 문화적 가치, 교육적 가치, 역사적 가치, 관광 상품의 가치, 생태계보존, 자연자원 등이 있다. 현시선호법의 경우에는 비사용가치를 측정하는 데 어려움이 있어서 진술선호법을 통한 가치추정이 필요하며, 이런 비시장재화를 평가하는 방법으로 CVM이 자주 사용되고 있다. 이 방법은 처음 환경경제학 분야에서 유래하여 지난 50여년간 공익성의 성질을 갖춘 산림, 하천, 해변, 휴양지, 자연경관 등 다양한 자연 재화의 가치평가에 사용되었으며 그 이후에는 예술, 문화, 스포츠, 교육 등의 다양한 분야에서 적용되고 있다.

조건부가치평가방법은 비시장재화의 시장이 마치 존재하는 것처럼 가상으로 시장을 설정하여 각 개인이 지불의사금액을 선택할 것인지를 조사한다. CVM은 현존하는 자료에 제한을 받지 않아 재화의 공급 및 가상 상황을 자유로이 설정 할 수 있는 장점이 있다. 설문조사를 통해 소비자들에게 지불의사금액을 직접 물어 Hicks의 보상잉여(CS)를 산출하여 시장재화의 가치로 간주한다(오호성, 2006). 이렇게 CVM은 세계적으로 널리 사용되고 있으며 직접면접조사, 우편조사, 혹은 전화 인터뷰 등을 통하여 대중이 인식하고 있는 특정 재화에 대한 지불의사(WTP)를 물어 가치를 추정하는 방식이다(이현주, 2008).

CVM이 다양한 재화를 대상으로 가치를 자유롭게 측정할 수 있는 장점이 있지만 성공적으로 편익을 추정하기 위해서는 설문지의 작성 요령이나 구조 등을 충분히 고려해야한다. 설문에서의 지불의사 유도방법이나 가상 상황의 설정에 따라서 CVM으로 타당성 있는 결과가 도출될 것이다. CVM으로 지불의사를 묻는 방법은 다음 <표 1>에 요약하였다.

<표 1> CVM 질문방법 및 특징

구분		질문방법	특징
개방형	직접질문 (direct question)	-최대 지불의사금액 직접 질문	-무응답 또는 저항응답 가능성
	지불카드 (payment card format)	-어떤 소득그룹이 다른 공공서비스에 대한 응답자들의 대표적인 지출액이 표시된 카드 제시 -카드에 제시된 항목이 대상과 비교하여 큰 관련이 없어야 함	-고정점 편익: 응답자가 평가하는 대상과 관련 깊은 지불내역에 근접한 값 제시 -경매법보다 출발점 편익이 낮음
폐쇄형	입찰식 (bidding game)	-최초 입찰가격 제시, 수용하면 가격 인상, 반대하면 가격 하락 -응답자의 WTP에 도달할 때까지 반복질문	-출발점 편익:최초의 제시액의 영향 받을 가능성 -우편 방식으로 사용 불가
	양분선택형 (dichotomous choice)	-예상되는 제시가격 설정·제시 -응답자가 “예”로 답한 비율을 조사하여 모집단의 평균 WTP를 추정함	-전략적 편익: 제시가격이 응답자 WTP 보다 높을 경우 응답 회피 -대답하기 쉽고 신뢰성 높은 결과 획득 가능 -다수의 표본 필요

출처: 김성운(2012). 선택실험법(CE)을 이용한 관광·레저기능의 가치평가를 바탕으로 연구자 재정리.

개방형 질문방법은 단순히 응답자의 최대 지불의사금액을 질문하는 방식으로 응답자의 의사를 가장 존중하는 질문방법이다. 설문자의 의도 및 의견이 개입되지 않는 장점이 있으나 응답자가 재화에 대한 충분한 정보를 갖고 있지 않다면 터무니없이 크거나 적은 지불의사금액을 답할 수 있으며 대답을 회피하는 경향을 나타낼 수도 있다는 단점이 있다(Carson & Mitchell, 1995).

양분선택형 질문방법에는 단일양분선택형(single-bounded dichotomous choice)과 이중양분선택형(double-bounded dichotomous choice)이 있다. 이중양분선택형은 단일양분선택형에서와 마찬가지로 우선 응답자에게 처음 제시된 금액을 지불할 의사가 있는지 질문한 뒤에, 응답자가 “예”라고 대답한 경우 초기 제시금액 금액의 두 배에 해당하는 금액을 제시한 후 다시 지불의사를 묻는다. 반대로 초기 제시금액에 대해 응답자가 “아니요”라고 응답할 경우에는 초기 제시금액의 1/2에 해당하는 금액을 다시 제시하여 응답자의 지불의사를 묻는다.

최근의 연구들에서 주로 사용되고 있는 조건부가치측정 방법은 이중양분선택형 방법이다. 개방형 질문법과는 달리 응답자가 답하기 용이하여 응답률이 높고, 설문조사원 편의 또는 출발점 편의로 인한 영향을 거의 받지 않으며, 비합리적인 지불의사금액이 측정될 가능성이 낮다. 또한 이중양분선택형 방법은 응답자의 전략적 응답이 발생할 기회를 줄일 수 있고 통계적으로 효율성 있는 결과를 추정할 수 있다는 장점이 있다(정현영 등, 2008). 다시 말해, 이중양분선택형 CVM은 단일양분선택형 방법의 장점을 그대로 포함하고 있으며, 단점이 보완될 수 있어서 보다 정확한 지불의사금액을 응답자들로부터 추정할 수 있다.

선행연구들을 토대로 질문유형별 가상시장가치법의 장단점을 비교분석한 결과, 최대한의 응답률을 끌어낼 수 있으면서 같은 크기의 표본이라도 보다 정확한 정보를 획득하고자 지불금액이 두 차례 제시되는 이중양분선택형 질문법을 본 연구에 적용하였다.

3) CVM의 연구동향

관광·레저 등에 대한 가치평가가 활발하게 이루어지기 전 Bergstrom et al.(1990) 등의 연구자들은 기존의 가치평가 연구들이 상업적인 목적을 갖고 있거나 대부분 태풍방지 또는 에너지 생산량 등에 관한 연구들만 존재한다는 것을 깨달았다. 이에 Bergstrom et al.(1990)은 습지에서 발생하는 레크리에이션 가치를 추정하고자 CVM을 도입하였으며 미국 루이지애나 주에 위치해있는 멕시코 만의 가치를 3가지 가치인 비사용가치, 현재가치, 선택가치로 분류한 뒤 소비자잉여를 추정하였으며 약 2,700만 달러의 레크리에이션 가치를 산출하였다.

이후에 Loomis & Gonzalez-Caban(1997)은 강의 레크리에이션 가치를 추정하고자 CVM을 사용하였으며, 여행자들이 한 번의 여행당 약 \$11.96에서 \$12.81의 가치를 부여한다고 주장하였다. 또한, Toshiyuki & Hiroshi(2008)는 Kanazawa와 Shichika에 위치한 운하의 가치를 CVM을 적용하여 평가하고자 하였고 각 운하의 가치가 3,625엔과 1,819엔으로 산출되었다. 한편 Loomis(2012)는 미국 콜로라도 Fort Collins라는 도시에 있는 Poudre 강을 지금과 같은 상태로 유지·관리하는 비사용가치를 측정하고자 하였는데, 연간 \$234의 가치가 있다는 결과를 도출하였다.

〈표 2〉 CVM을 이용한 선행연구

연구자	연구 내용
강기래 등(2011)	경남수목원의 환경가치를 추정하는데 CVM을 적용
김동한 등(2019)	캠핑 참가자들이 안전한 캠핑에 대한 지불의사를 CVM을 이용하여 추정
김애경(2015)	4대강 자전거길 중 ‘한강종주자전거길’의 사용자가치를 이중양분선택형 CVM으로 추정
박용치(2001)	3개의 시나리오로 양분선택질문법을 사용하여 환경자원의 이용가치 추정
윤초롱(2016)	패션 브랜드의 친환경 커뮤니케이션 활동이 친환경 제품에 대한 지불의사에 미치는 영향 분석
이경미·이희찬(2011)	이중양분선택법을 도입하여 아시아나항공과 대한항공의 문화마케팅의 가치를 도출
이테레사·이희찬(2019)	공정무역 커피의 경제적 가치추정과 가치평가에 영향을 주는 결정요인 파악
이은미(2011)	서울시에서 무료로 제공하는 공연의 유지·관리를 위한 가치를 양분선택형 질문방법으로 추정
이희승 등(2006)	창덕궁의 사용가치를 추정; CVM을 적용하여 사용가치를 평가
이희승 등(2008)	국적별, 관광유형별 지불의사금액의 도출을 통해 한류관광의 가치를 산출
이희찬(2002)	해오라기의 보존가치를 양분선택법을 이용하여 추정
임은정 등(2013)	CVM을 이용하여 가상시장으로 설정된 캄보디아 앙코르와트 책임관광 패키지의 가치 추정

주덕(2016)	공유경제를 주요 정책사업으로 추진하는 대전시를 대상으로 공유숙박업 공공 플랫폼의 가치추정
한상열 등(1997)	산림의 휴양자원의 비이용가치를 추정
허중욱(2006)	CVM을 이용하여 경포도립공원의 지불수단별 비시장 가치추정
Bergstrom et.al(1990)	비사용가치, 현재가치, 선택가치로 구분하여 루이지애나 주의 멕시코만의 소비자영여를 추정
Jala & Nandagiri (2015)	CVM과 여행비용법을 사용하여 Piliikula Lake의 경제적 가치 추정
Lee & Heo(2016)	대한민국 소비자들이 부여하는 재생에너지에 대한 가치를 추가지불의사 질문을 통해 추정
Loomis(2012)	미국 콜라라도 주의 FortCollins시의 Poudre하천을 유지하는데 CVM을 이용하여 비사용가치를 평가
Loomis & Gonzalez-Caban(1997)	CVM을 적용하여 강의 레크리에이션 가치 추정
Toshisuke & Hiroshi(2008)	Kanazawa와 Shichika의 관개용수에 대한 다원적 기능역할을 CVM으로 가치평가 실시

조건부가치평가의 국내 연구동향을 살펴보면, 산림 휴양자원의 비이용가치를 추정한 한상열 등(1997)의 연구 외에도, 친환경적인 농업의 공익기능 가치를 평가한 연구(유진채 · 공기서, 2001)와 양분선택법을 사용한 3개의 시나리오를 통해 환경자원의 이용가치를 추정한 연구(박용치, 2001)도 진행된 바 있다.

이후 이희찬(2002)의 연구에서는 양분선택법을 이용하여 해오라기의 보존가치를 추정하여 가구당 23,500원의 가치를 부여한다는 결과가 도출되었고, CVM을 통해 창덕궁의 사용가치를 산출한 이희승 등(2006)은 평가하여 평균 5,706원의 지불의사금액을 추정하였다. 또한, 한류관광의 가치를 측정하고자 이희승 등(2008)의 연구에서는 국적별 · 관광유형별의 지불의사금액을 CVM을 적용하여 도출해 한류관광의 가치를 측정하였다. 한편, 이은미(2011)는 서울시에서 무료로 제공하고 있는 공연의 유지를 위해 응답자들이 얼마만큼의 지불의사가 있는지를 양분선택형 방법으로 질문하여 가구당 16,853원의 지불의사가 있는 것을 밝혔고, 약 1,700억 원의 가치를 산정하여 공공재로서의 가치와 그 역할이 중요하다고 주장하였다. 공정여행에 대한 가치평가를 한 예로는 임은정 등(2013)의 연구가 있는데, 캄보디아 앙코르와트에서 공정여행을 참여하는데 100만원인 일반 패키지 여행보다 얼마를 더 지불한 것인가에 대한 질문을 통해 추가지불금액을 113,536원으로 추정하였다.

이와같이 국내에서 다양한 대상에 적용된 CVM은 유형적 대상에 대한 가치를 추정할 뿐만 아니라 형태가 존재하지 않는 공연, 커뮤니케이션 활동, 안전성, 서비스 등의 가치를 평가하는데 적용되는 방법론이며 가치평가의 대상을 연구하는데 유연적임을 확인할 수 있다. 따라서 본 연구의 대상인 공정여행의 가치추정에도 사용될 수 있는 방법론으로 고려되며 적용상 문제점이 없는 것으로 판단된다.

3. 윤리적 소비행동

초기의 윤리적 소비에 대한 개념은 1970년대에 형성되었는데, 당시의 한 연구자는 사회 의식적 소비자(socially conscious consumer)를 “사회의 꼭 필요한 변화를 일으키기 위해 윤리적이라고 느끼는 특정 기업이나 제품을 구매하는 사람”이라고 정의하였다(Webster, 1975). 비슷한 용어들로 환경친화적 소비(pro-environment consumer behavior) 혹은 사회적 책임 있는 소비(socially responsible consumption) 등 소비자들이 개인의 욕구충족만을 위한 소비를 하는 것이 아닌 환경과 사회적 문제를 고려하며 사회와 상호작용하는 소비행동에 대한 개념들도 공존하였다(홍연금 · 송인숙, 2010).

그 이후, 윤리적 소비라는 용어가 1989년 영국의 한 잡지인 <윤리적 소비자(Ethical Consumer)>에서 제시되었고, 이 잡지가 소비자들의 윤리적인 소비행위를 도와주는 가이드라인을 제시하면서 용어가 널리 사용되기 시작하였다. 인터넷 백과사전 위키피디아에서는 “윤리적 소비는 소비자가 상품이나 서비스 따위를 구매할 때 윤리적인 가치판단에 따라 의식적인 선택을 하는 것, 또는 윤리적으로 올바른 선택을 하는 것”이라 정의되어있으며, 이는 인간, 동물, 환경에 해를 끼치는 상품을 구매하지 않고 윤리적으로 만들어진 재화와 서비스를 구매하는 것을 의미하기도 한다(김소민, 2019).

과거 연구자들의 윤리적 소비에 대한 정의를 살펴보면, Cooper-Martin & Holbrook(1993)은 윤리적 소비행동을 “윤리적 고려(concerns)에 영향을 받은 소비자들의 의사결정, 구매행위 혹은 소비 경험”이라 정의하여 윤리적 소비행동이나 그에 대한 관심이 증가하고 있다고 하였다. Mintel(1994)의 연구에서는 윤리적 소비를 “압제적인 제도와 군비 문제를 포함한 윤리적 이슈, 동물 이슈를 고려하여 쇼핑을 하는 것”으로 윤리적 구매 행동에 초점을 맞춰 정의하였고, Crane & Matten(2003)은 “개별적, 도덕적 신념에 의해 소비 선택을 하는 의식적이고 신중한 선택”으로 윤리적 소비를 정의하여 신념에 영향을 받은 절제된 소비행동에 초점을 맞춰으며, Uusitalo & Oksanen(2004)은 윤리적 소비행동을 할 때 구매하고자 하는 상품의 생산과 유통 과정에서 아동

노동력 착취, 동물 테스트 등 비윤리적인 절차가 개입되었는지도 고려해야 한다고 주장했다. 한편, 윤리적 소비자의 구매에 대한 의사결정을 파악하고자 변형된 계획행동이론을 적용시킨 Shaw & Shiu(2002)의 연구에서는 ‘윤리적 의무감’과 ‘윤리적 정체성’이 소비자의 공정무역 제품에 대한 태도나 그에 대한 구매의도에 영향을 주는 것을 확인하면서 “윤리적 제품의 구매 의도는 태도, 주관적 규범, 지각된 행동통제, 윤리적 의무, 윤리적 정체성에 영향을 받는다”고 주장한 바 있다.

국내의 한 연구에서는 윤리적 소비를 “소비자 개인의 가치와 도덕적, 윤리적 신념에 의해 환경과 사회에 이로움을 주는 소비활동”으로 정의한 바 있으며(홍연금·송인숙, 2008), 윤리적 소비에 관한 질적 연구에서 윤리적 소비행동을 ‘지속가능한 소비에 대한 책임범위’와 ‘동시대 인류를 위한 책임범위’로 구분하고 ‘지속가능한 소비에 대한 책임범위’는 ‘친환경적 소비, 자발적 간소화 그리고 불매행동’으로 ‘동시대 인류를 위한 책임범위’는 ‘공정무역, 로컬구매 및 공동체화폐운동, 공정관광 및 나눔기부’로 구성하였다(홍연금, 2009).

윤리적 소비행동이란 유형적 제품뿐만 아니라 서비스와 같은 무형적 제품 등을 선택할 때 윤리적·환경적 사항에 영향을 받는 사람들, 혹은 동물학대, 복지환경, 인권 등과 같은 윤리적 이슈를 보고 소비하는 행위라고 할 수 있다(김소민, 2019). 김재현(2009)의 연구에서는 윤리적 소비행동을 “인간, 동물, 환경에 해를 끼치지 않는 동시에 수입의 일부를 기부하거나 공정무역을 통해 판매되는 상품을 소비하는 행위”라 하였으며, 김송이·박명숙(2011)은 “주변 환경이나 사회를 고려하고 윤리적 가치를 실현하고자 적극적인 소비행동을 통해 표현하는 것”이라고 정의하였다. 또한, 권미정(2012)의 연구에서는 윤리적 소비행동이 “서비스나 상품에 대해 소비할 때 도덕적인 신념을 바탕으로 사회적 책임을 지고 실천하는 것”으로, 공정무역 상품이나 친환경 상품에 대한 소비, 기부, 재활용 등의 소비행동을 포함하는 것으로 개념화하였다. 정혜정·오경화(2016)는 이러한 기존의 윤리적 소비에 관한 연구들이나 개념들을 바탕으로 윤리적 소비행동을 “자신의 소비행동이 환경이나 사회에 영향을 미치고 있다는 것을 의식하면서 이루어진 행위”라고 정의하였다.

이러한 윤리적 소비행동에 대해 연구자들은 그 유형을 세분화하여 각 유형별 특성을 파악하기도 하였는데, Clark & Unterberger(2007)는 윤리적 구매(Ethical Purchase)를 ‘지속가능한 소비와 소비감소 행동’, ‘지역 내 제품과 서비스를 이용하는 로컬구매’, ‘공정무역 상품 구매’, ‘윤리적 상품만을 골라 구매하는 선택적 쇼핑’, ‘비윤리적 상품 및 기업에 대한 불매 행동’, 이렇게 다섯 가지 유형으로 나누었다.

홍은실·신효연(2010)의 연구에서는 윤리적 소비행동을 크게 세 가지의 유형으로 분류하였는데, 속임, 손상, 오용, 불법을 의미하는 ‘상거래에서의 윤리적 소비’, 공정무역 제품 소비, 기부와 나눔 소비, 사회 의식적 소비, 로컬소비를 나타내는 ‘동시대 인류를 위한 윤리적 소비’, 그리고 녹색구매, 녹색사용, 녹색처분, 절제와 간소한 삶을 의미하는 ‘미래세대를 위한 윤리적 소비’를 포함하고 있다.

윤리적 소비자의 라이프스타일과 윤리적 소비 및 관계의 질에 관한 임미라 등(2015)의 연구에서는 윤리적 소비를 “소비자가 상품이나 서비스를 소비할 때 개별적·도덕적 신념에 따라 사회적 책임을 실천하는 소비행동으로 자신과 타인, 그리고 사회와 자연환경을 고려하는 소비”로 정의하였으며, 윤리적 소비 유형을 ‘윤리경영 선호형’, ‘기부관심형’, ‘친환경제품 선호형’, 그리고 ‘재활용 선호형’으로 구분하였다.

정혜정·오경화(2016)는 윤리적 소비를 녹색 소비 등의 친환경인 ‘환경’ 유형과, 지속가능한 사회, 공정거래, 지역구매, 노동 및 인권, 사회공헌 등의 ‘인간’ 유형, 그리고 동물 복지와 같은 ‘동물’ 유형으로 분류하였다. 또한 김소민(2019)의 연구에서는 윤리적 소비행동을 ‘구매운동’, ‘불매운동’, ‘로컬소비’, ‘공정무역’, ‘절제와 간소한 삶’, ‘기부와 나눔’, 그리고 ‘윤리적 상거래’, 이렇게 일곱 가지로 분류한 바 있다.

III. 연구설계

1. 분석방법 및 모형: 이중양분선택형 CVM

소비자들은 보통 자신이 지불하는 금액에 대한 최대한의 효용을 얻고자 하며 이는 그만큼의 가치를 원하기 때문이다. 따라서 효용이 존재하는 재화라면 소비자들은 그 효용을 얻기 위해 지불의사(WTP)를 보일 것이다. 양분선택형 CVM의 경우에는 재화를 위해 설정된 가상의 시장에서 해당 재화의 변화에 대한 대가로 제시금액 P에 대한 소비자의 지불의사에 여부에 관한 자료를

수집하여 이를 효용이론(utility theory)에 접목시킴으로 소비자의 후생변화를 측정한다(Carson & Mitchell, 1995). Hicks의 보상 또는 동등 잉여 추정을 유도하기 위한 양분선택형 CVM 모형의 이론적 근거는 효용이론 분석에 기초한다(Hanemann, 1984).

개인의 효용은 $u = u(r, y; S)$ 와 같이 주어졌다고 가정하는데, 여기에서 r 은 지시변수로 개인이 지불할 의사가 있으면 $r = 1$, 그렇지 않으면 $r = 0$ 으로 나타낸다. 또한 y 는 소득을 나타내고, S 는 선호에 영향을 주는 개인의 특성들을 의미한다. 함수에 포함된 관측할 수 없는 임의요소로 인해 개인의 효용은 평균 $V(r, Y; S)$ 와 오차항 ϵ_r 은 평균이 0이고 독립적이고 동일한 분포를 갖는 확률변수이다.

개인이 '예'를 선택한다는 것은 제시된 비용(B)을 지불하여 정책변화를 기대하는 것이 그렇지 않은 경우에 비해 효용수준이 높거나 같다는 것을 의미하고 $V(1, Y - B; S) + \epsilon_1 \geq V(0, Y; S) + \epsilon_0$ 와 같은 식으로 나타낼 수 있다. 이 경우 개인의 지불확률은 $Prob(yes) = F\eta(dv)$ 로 나타낼 수 있는데, 여기에서 dv 는 간접효용함수의 차이인 $(1, Y - B; S) - (0, Y; S)$ 를, 그리고 $F\eta(dv)$ 는 WTP의 누적분포함수를 나타낸다.

양분선택형 질문법은 제시가격 대해 "예"라고 답한 표본의 비율뿐이어서 통계량이 비효율적이라는 단점이 있으며 이를 보완하기 위해서는 많은 표본 수가 필요하다. 이러한 문제점을 극복하기 위하여 본 연구에서는 이중양분선택형 질문법을 이용하였다. 양분선택형 질문법은 확률적 속성을 가지며 확률모형을 추정하기 위하여 비선형 모형의 프로빗모형(probit model)과 로짓모형(logit model)이 일반적으로 사용되는데(이희찬, 2003), 본 연구에서는 상대적으로 추정치를 얻기 쉽고 적합도가 높은 로짓모형을 이용하여 분석을 진행하였다. 또한, 지불의사금액(WTP)을 측정하는 방법 중에서도 이론적 일관성, 통계적 효율성, 그리고 총액 가능성의 조건을 모두 만족시키는 절단된 평균(truncated mean)을 이용하여 지불의사금액을 추정하였다.

2. 연구설계

본 연구는 공정여행의 가치를 추정하고 그에 대한 결정요인들을 파악하는데 그 목적을 두고 있으며 그를 위하여 다음과 같이 표본을 설계하였다. 조사의 대상은 대한민국에 거주하는 일반 가구를 대상으로 선정하였으며, 조사 시기는 2020년 4월 1일부터 4월 30일까지 약 30일에 걸쳐 760부의 온라인 패널을 통해 설문을 배포하였다. 설문조사를 통하여 수집된 자료는 데이터 코딩의 과정을 거친 후 SPSS 18.0 통계패키지를 사용하여 표본의 인구통계학적 특성의 빈도분석 및 기술통계, 교차분석, 요인분석, 군집분석 등을 실시하였다. 또한, 공정여행의 가치추정에 대한 모형을 분석하기 위해 계량경제 소프트웨어 프로그램인 LIMDEP(Limited Dependent Variable Model) 8.0을 이용하여 분석하였으며 이중양분선택형(double-bounded dichotomous choice) CVM에 로짓모형(logit model)을 적용하였다.

본 연구에서 지불의사를 공정여행의 현재 기능들에 대한 가치추정을 위한 변수로 정의하였으며 이중양분선택형 CVM을 통해 제시금액에 대한 지불의사를 추정하게 된다. 이중양분선택형 질문법에서는 처음 제시한 금액에 대해 응답자가 지불의사가 있다고 대답하는 경우에 처음 제시금액의 두 배에 해당하는 금액을 제시하고, 반대로 처음 제시금액에 대한 지불의사가 존재하지 않는다고 대답한다면 처음 제시금액의 1/2에 해당하는 금액으로 다시 제시하는 지불의사 질문방법이다. 본 연구에서는 설문문항의 가격대 설정을 위해 기존연구에 근거하여 사전조사를 실시하였으며 그 결과를 바탕으로 <표 3>와 같이 가격대별 설문의 분포를 설정하였다.

<표 3> 이중양분선택형 제시가격별 분포

구분	초기 제시금액(원)	하향가 (÷ 2)	상향가 (× 2)	합계
1	10,000	5,000	20,000	95
2	30,000	15,000	60,000	95
3	50,000	25,000	100,000	95
4	70,000	35,000	140,000	95
5	90,000	45,000	180,000	95
6	110,000	55,000	220,000	95
7	130,000	65,000	260,000	95
8	150,000	75,000	300,000	95
합계				760

밝힐 수 있도록 보다 현실적인 가상 상황 및 시장을 설정하는 것이다. 가상 상황을 설정할 때에는 평가대상에 대한 설명과 지불수단을 명시하여 제시한다. 설정한 공정여행 시장에 대한 설명으로 공정여행의 전망을 서술하고, 금전적 평가에 대한 지불수단을 명시하여 질문하여야 한다.

본 연구에서는 지불수단의 유형으로 ‘추가지불금액’을 선택하였다. 이러한 지불의사 문항을 제시할 때 제시해야 할 사항은 지불주체 및 지불빈도의 단위 등을 명확히 밝혀야 할 것이다. 지불수단의 종류에는 입장료, 세금, 기금, 추가 부담금 등이 있을 수 있고, 시간 단위는 연간, 월간, 주간, 1회 등이 있으며, 지불주체의 단위는 가구당, 인당 등이 있다. 공정여행에 참여하는 응답자의 관점에서 현실성이 있는 지불방법이 제시되어야 보다 정확한 공정여행에 대한 가치평가가 이루어질 수 있다.

IV. 분석결과

1. 응답자 특성 및 기초통계분석

1) 인구통계적 특성

본 연구의 표본은 대한민국 전국에 거주하고 있는 국민들을 대상으로 하였다. 총 760부의 설문을 배포하여 회수하지 못하거나 회수하였지만 결측값이 있거나 불성실하게 응답한 설문을 제외한 677부의 설문을 분석에 사용하였다. 본 연구를 위해 실시한 설문조사의 응답자들을 대상으로 인구통계적 특성을 파악하기 위해 빈도분석을 실시하였으며, 그의 결과는 <표 6>에 제시되었다. 표본의 인구통계학적 특성을 살펴보면, 성별은 남성이 334명(49.3%), 여성이 343명(50.7%)으로 성비가 균형을 이루고 있음을 볼 수 있고, 연령대의 경우 상당히 균형 있는 비율이 나타났으며, 경기도에 거주하는 응답자들이 209명(30.9%)으로 가장 높은 빈도를 보였고, 대학교를 졸업한 응답자가 455명(67.2%)으로 가장 높았다. 응답자 중 기혼자가 382명(56.4%)으로 나타났고, 가족 구성원의 월평균 가계소득의 경우 200만원 이상 ~ 300만원 미만인 149명(22.0%)으로 빈도가 가장 높았다. 본 연구에 사용된 표본이 대한민국의 인구를 대표할 수 있는지를 확인하기 위해 통계청 자료를 통해 성별, 연령, 거주지, 가계소득 등을 살펴본 결과 그 비율에 차이가 보이지 않아 연구에 사용하기 적합한 것으로 나타났다.

<표 6> 표본의 인구통계적 특성

구분		빈도(n)	비율(%)	구분		빈도(n)	비율(%)	
성별	남자	334	49.3	최종학력	초등학교	1	0.1	
	여자	343	50.7		중학교	3	0.4	
연령대	만20-29세	140	20.7		고등학교	95	14.0	
	만30-39세	142	21.0		대학교 재학	40	5.9	
	만40-49세	135	19.9		대학교 졸업	455	67.2	
	만50-59세	133	19.6		대학원 졸업(석)	63	9.3	
	만60세이상	127	18.8		대학원 졸업(박)	19	2.8	
	기타	1	0.1		기타	1	0.1	
거주지역	서울	195	28.8		직업	전문직	67	9.9
	부산	56	8.3			사무직	253	37.4
	대구	29	4.3	생산/기술직		46	6.8	
	인천	41	6.1	서비스직		35	5.2	
	광주	10	1.5	공무원/교직원		39	5.8	
	대전	18	2.7	자영업		39	5.8	
	울산	11	1.6	학생		48	7.1	
	경기도	209	30.9	퇴직/무직		45	6.6	
	강원도	11	1.6	주부		82	12.1	
	충청북도	12	1.8					

	충청남도	12	1.8	소득(만원)	기타	23	3.4	
	전라북도	19	2.8		100 미만	30	4.4	
	전라남도	8	1.2		100이상~200미만	52	7.7	
	경상북도	14	2.1		200이상~300미만	149	22.0	
	경상남도	29	4.3		300이상~400미만	99	14.6	
	제주도	2	0.3		400이상~500미만	119	17.6	
	세종	1	0.1		500이상~600미만	61	9.0	
	결혼	기혼	382		56.4	600이상~700미만	49	7.2
		미혼	273		40.3	700이상~800미만	46	6.8
		기타	22		3.2	800 이상	72	10.6

2) 공정여행 경험에 대한 특성

연구를 위해 배포한 설문지의 응답자들이 공정여행에 대한 지식이 어느정도 있는지와 공정여행을 직접 해본 경험이 있는지를 파악하고, 공정여행 경험이 있다면 해당 여행에 대한 정보를 얻은 경로, 여행기간, 동행 등에 대한 질문을 하여 그 동향을 살펴보고자 하였다. 공정여행 지식 및 경험 변수 내용 및 빈도분석 결과는 <표 7>과 <표 8>에 정리하였다.

<표 7> 표본의 공정여행 지식 및 경험 질문내용

변수	질문 내용
KNOW	Q1. 귀하는 앞에서 설명해드린 공정여행에 대해 얼마나 알고 있습니까?
EXP	Q2. 귀하는 공정여행 경험이 있습니까?
HOW	Q3. 귀하는 가장 최근 경험한 공정여행에 대한 정보를 어디서 얻었습니까?
WHO	Q4. 귀하는 공정여행을 했을 때 누구와 함께 갔습니까?
HMAN Y	Q5. 귀하를 포함하여, 총 몇 분이 함께 가셨습니까?
HLONG	Q6. 귀하는 공정여행을 했을 때 총 며칠 머무르셨습니까?
AGAIN	Q7. 귀하는 공정여행을 다시 경험할 의사가 있습니까?

<표 8> 표본의 공정여행 경험 특성

구분		빈도(n)	비율(%)	평균	구분	빈도(n)	비율(%)	
KNOW	처음 들어봄	419	61.9	-	EXP	공정여행 경험 있음	69	10.2
	단어만 들어봄	171	25.3			공정여행 경험 없음	608	89.8
	어느정도 지식 있음	76	11.2		HOW (복수 응답)	TV/라디오	23	19.7
	정확히 알고 있음	11	1.6			신문/잡지	11	9.4
HMAN Y	혼자	14	20.3	2.88명	구전	11	9.4	
	둘이	23	33.3		인스타그램/페이스북 등	34	29.1	
	3명~5명	28	40.6		인터넷 블로그/카페	37	31.6	
	6~10명	4	5.8		기타	1	0.9	
	10명 이상	1	1.4					
HLONG	당일 여행	3	4.3	4.46일	WHO (복수 응답)	혼자	14	18.9
	1박 2일	10	14.5			가족/친척	25	33.8
	2박 3일~4박 5일	42	60.9			애인	6	8.1
	5박 6일~9박 10일	11	15.9			친구	27	36.5
	10박 11일~14박 15일	2	2.9			직장동료	2	2.7
	15박 16일 이상	1	1.4			기타	0	0.0
다시 경험할 의사 있음		67	97.1	AGAIN	다시 경험할 의사 없음	2	2.9	

3) 가치평가 제시금액별 특성

앞서 언급한 바와 같이 공정여행의 가치추정을 위해 지불의사에 대하여 8개의 가격대로 제시금액을 설정하였다. 2단계에 걸쳐 제시금액에 대한 지불의사를 물었을 때, 전체 677명의 표본의 가격대별 응답 분포에 대한 내용은 <표 9>와 <표 10>에 요약되어 있다.

<표 9> 지불의사 요약

	YES-YES	YES-NO	NO-YES	NO-NO
빈도n(비율%)	139(20.5)	209(30.9)	56(8.3)	273(40.3)
합계	677(100.0)			

<표 10> 공정여행 패키지 가격대별 지불의사 요약

제시금액 (1단계, 원)	n(%)	지불의사 n(%)		제시금액 (2단계, 원)	지불의사 n(%)	
					YES	NO
10,000	82(12.1)	NO	32(39.0)	5,000	1(3.1)	31(96.9)
		YES	50(61.0)	20,000	43(86.0)	7(14.0)
30,000	81(12.0)	NO	23(28.4)	15,000	2(8.7)	21(91.3)
		YES	58(71.6)	60,000	32(55.2)	26(44.8)
50,000	80(11.8)	NO	39(48.8)	25,000	3(7.7)	36(92.3)
		YES	41(51.2)	100,000	22(53.7)	19(46.3)
70,000	84(12.4)	NO	36(42.9)	35,000	4(11.1)	32(88.9)
		YES	48(57.1)	140,000	12(25.0)	36(75.0)
90,000	84(12.4)	NO	46(54.8)	45,000	9(19.6)	37(80.4)
		YES	38(45.2)	180,000	6(15.8)	32(84.2)
110,000	83(12.3)	NO	46(55.4)	55,000	12(26.1)	34(73.9)
		YES	37(44.6)	220,000	9(24.3)	28(75.7)
130,000	94(13.9)	NO	51(54.3)	65,000	15(29.4)	36(70.6)
		YES	43(45.7)	260,000	10(23.3)	33(76.7)
150,000	89(13.1)	NO	56(62.9)	75,000	10(17.9)	46(82.1)
		YES	33(37.1)	300,000	5(15.2)	28(84.8)
합계	677(100)	NO	329(48.6)	LOW	56(8.3)	273(40.3)
		YES	348(51.4)	HIGH	139(20.5)	209(30.9)

4) 윤리적 소비행동 요인화 및 신뢰도 분석

공정여행에 대한 가치평가 과정에서 지불의사에 영향을 주는 독립변수로 윤리적 소비행동을 투입하였으며 요인들을 같은 성질로 그룹화하기 위해 요인분석(factor analysis)을 실시하였다. 또한 신뢰도 분석(reliability analysis)을 통해 구하여진 Cronbach's alpha값을 바탕으로, 축약된 각 요인들에 대한 신뢰성을 측정하고자 하였다. 요인분석은 본래 변수들 사이의 상관관계를 분석하여 이들이 공통으로 가진 내재적 요인을 파악한 후 동질적인 요인으로 묶어주는 분석방법이다. 이 과정을 통해 불필요한 변수들을 제거해 줄 수 있으며 많은 변수들을 몇 가지의 핵심적인 요인들로 축약해 줌으로써 변수들의 이해를 돕고 추가적인 분석을 보다 용이하게 할 수 있다.

본 연구에서는 윤리적 소비행동 요소들에 대한 요인분석을 실시하였으며 각 요소들의 성질을 최대한 보존하면서 보다 핵심적인 요인들로 차원을 감소시켰다. 요인분석 방법의 하나인 주성분분석(principal component analysis)을 통해 분포된 데이터들의 주성분을 파악하고자 하였으며, 각 요인의 적재량값이 높은 변수의 수를 최소화하기 위해 직각회전법(orthogonal rotation) 중

하나인 Varimax 방법을 사용하였다. 요인추출 과정에서 아이겐값(Eigenvalue)이 1이상인 값만 추출하여 요인화하도록 하였고 이들에 대한 신뢰도 검증을 통해 내적 일관성을 파악하였다.

신뢰도의 검증은 동일한 항목들의 측정을 수차례 반복했을 때 다르지 않은 측정값을 얻을 가능성을 말하며 이는 측정된 결과치의 정확성, 일관성, 예측가능성, 의존가능성, 그리고 안정성과 관련된 개념이다. 특히 내적 일관도를 보기 위해 Cronbach's alpha 계수를 이용하게 되며, 이는 동일한 개념을 측정하는데 여러 항목들을 사용할 경우 그에 대한 신뢰도를 저해할 만한 항목들을 밝혀주어 측정도구에서 제외시킴으로써 신뢰도를 높여주는 방법으로 쓰인다. 의미 있는 신뢰도 계수의 정확한 기준은 존재하지 않지만 일반적으로 Cronbach's alpha 계수 값이 .6 이상이면 신뢰성이 있다고 판단할 수 있다.

본 연구에서는 리커트 7점척도로 구성되어 측정된 윤리적 소비행동 22문항에 대해 위에서 언급한 바와 같이 Varimax를 사용한 탐색적 요인분석을 시행하였으며 요인적재량이 .4 이하인 값은 표시하지 않게 설정하였다. 요인추출 과정에서 관계성이 없다고 판단된 1개의 요인(노동자의 인권에 관심을 갖고 그들에게 도움을 줄 수 있는 소비를 한다)이 제외되었으며, 그 결과 아이겐값이 1이상인 6개의 요인으로 추출되었다. 내적 일관성 검정인 Cronbach's alpha 값은 모두 .6이상으로 통계적으로 높은 내적 일관성을 가지고 있는 것으로 판단되었으며 KMO 값은 .898로 1에 근접하므로 요인분석을 사용하기에 적합하다고 추정되었다. 요인의 전체 분산에 대한 설명력은 66.557%로 비교적 높은 설명력을 갖고 있다고 판단되며 Bartlett's 검정치는 7153.543이고 $p < .000$ 로 나타나 본 연구의 타당한 모형이라 할 수 있다. 이에 대한 내용은 <표 11>에 요약되어 있다.

<표 11> 윤리적 소비행동 요인분석 및 신뢰도 검증

요인명	요인변수	요인 적재량	분산 비율	신뢰도
FAC1: 친환경적 소비	제품의 제조회사를 투명하게 공개하는 기업의 제품을 선택한다	.814	15.665	.871
	환경친화적 기업 인증 라벨이 있는 제품을 구입한다	.758		
	사회적 책임을 다하는 기업의 제품을 구입한다	.762		
	비싸더라도 유기농 제품이나 친환경적으로 생산된 제품을 구매한다	.715		
	환경에 피해를 주지 않는 여행을 위해 노력한다	.502		
FAC2: 절약검소 소비	낭비하지 않기 위해서 필요한 품목을 적어 필요한 만큼만 구매한다	.768	15.448	.818
	불필요한 소비를 줄이려고 구체적인 노력을 하고 있다	.768		
	지금 가지고 있는 물건들을 잘 관리하여 오래 사용하려고 노력한다	.774		
	쓰레기는 분리수거를 한다	.662		
	종이컵, 일회용봉지, 종이 행주 등 일회용 제품의 사용을 자제한다	.657		
FAC3: 공정거래 소비	같은 먹거리라도 가까운 지역 내에서 생산되는 과일/야채를 구매한다	.751	13.275	.823
	외국에서 수입한 과일이나 채소는 구입하지 않는다	.744		
	초콜릿이나 커피를 구매할 때 공정무역 제품을 구매한다	.718		
	내가 지출한 돈이 해당 지역에 돌아갈 수 있는 공정여행을 선호한다	.593		
	공정무역을 위한 단체나 기관에서 판매하고 있는 제품을 믿고 구매한다	.545		
FAC4: 정당기업 소비	직원이나 대리점, 하청업자에게 정당한 대우를 하지 않는 기업의 제품을 구매하지 않는다	.852	11.923	.828
	사회에 문제를 일으킨 기업의 제품은 이용하지 않는다	.808		
	제품의 마케팅에 과도한 비용을 들여서 가격이 높아졌다고 생각되는 기업의 제품은 사지 않는다	.757		
FAC5: 사회환원 소비	매달 일정액을 특정 단체에 기부하고 있다	.835	10.246	.731
	TV 프로그램이나 다른 매체를 통해 캠페인을 접하면 기부한다	.730		
	내가 가진 능력을 활용하여 정기적으로 봉사활동을 한다	.730		

주: 주성분 분석(principal component analysis) 회전방법: Varimax
 총 분산: 66.557% Bartlett's 검정치: 7153.543($p < .000$)
 KMO(Kaiser-Meyer-Olkin) = .898
 신뢰도: Cronbach's alpha 계수로 나타냄

5) 윤리적 소비행동에 따른 군집분석

앞서 실시한 윤리적 소비행동에 대한 요인분석을 통해 추출된 5개의 요인을 바탕으로 유사한 속성을 지닌 대상들을 유형화하기 위해 군집분석을 실시하였다. 이는 비슷한 성질을 지닌 대상들을 같은 집단으로 분류하는 방법인데, 각 대상이 가진 값을 거리로 환산하여 가장 가까운 거리에 있는 대상들을 하나의 집단으로 묶는 방법이다(차석빈 등, 2001).

군집분석은 크게 계층적 군집분석과 비계층적 군집분석으로 나누어지는데, 본 연구에서는 두 방법을 동시에 수행하는 이단계 군집분석을 실시하였다. 우선, 최적의 군집 수를 파악하기 위해서 계층적 군집분석을 실행하였고, 이를 바탕으로 4개의 집단으로 분류하는 것이 가장 적합하다고 판단하여 다시 비계층적 군집분석인 K-평균 군집분석을 실행하였다. 분류된 4개의 군집의 차이를 파악하고 군집분석의 적절성을 보여주기 위하여 일원배치 분산분석(one-way analysis of variance)과 사후검정(Duncan's multiple range test)을 실시하였고, 평균의 유의적인 차이를 그 정도에 따라 높음(H: High), 중간(M: Medium), 낮음(L: Low)으로 구별하여 표기하였으며 이에 대한 내용은 <표 12>에 정리되어 있다.

<표 12> 윤리적 소비행동 요인에 대한 군집분석 결과

요인	군집				F값	유의 수준
	1 (n=255)	2 (n=152)	3 (n=166)	4 (n=104)		
FAC1 친환경적 소비	-.1889878 ^a (.8318897) ^b L ^c	.4693379 (.9722775) H	-.0640002 (.9025964) L	-.1204179 (1.3156183) L	15.914	.000***
FAC2 절약검소 소비	-.3178580 (.8588846) L	-.5077436 (.9447334) L	.6445689 (.7406551) H	.4926191 (1.0057513) H	69.081	.000***
FAC3 공정거래 소비	.4207531 (.6758328) H	-1.0596084 (.7791710) L	.5304802 (.8397876) H	-.3297237 (.8709000) M	152.740	.000***
FAC4 정당기업 소비	-.1225750 (.6557854) M	.5206960 (.8005214) H	.6218414 (.6243282) H	-1.4530275 (.8639450) L	212.453	.000***
FAC5 사회환원 소비	.7151217 (.6315988) H	-.0905275 (1.0484120) M	-.6764026 (.8106766) L	-.5414715 (.7769156) L	121.971	.000***
군집 명	사회환원 · 공정거래 집단	정당한 친환경 소비 집단	검소형 정당 · 공정소비 집단	소비절제 집단		

주: a : 평균, b : 표준편차, c : Duncan 사후검정의 결과에 따른 평균 차이(H > M > L).
***p<0.01

분석 결과 첫 번째 군집은 공정거래와 사회환원 소비 요인의 값이 높게 나타나 ‘사회환원 · 공정거래 집단’이라 명명하였고, 두 번째 군집은 친환경적 소비 요인과 정당기업 소비 요인이 높은 평균치를 보여 ‘정당한 친환경소비 집단’이라 명명하였다. 세 번째 군집은 친환경적 소비와 사회환원 소비를 제외한 나머지의 요인들의 평균값이 높은 것으로 보여 ‘검소형 정당 · 공정소비 집단’으로 명명하였으며, 마지막 군집은 절약검소 소비 요인의 평균값만이 높게 나타나 ‘소비절제 집단’이라 명명하였다.

위와 같이 분류된 군집에 따라서 인구통계학적 특성에 따른 유형별 차이가 보이는지 알아보고 또한 공정여행에 대한 지식, 공정여행 경험 여부에 따라 차이가 있는지 파악하기 위해 교차분석 및 카이제곱 분석을 시행하였으며, 분석 결과는 <표 13>과 <표 14>에 정리되어있다.

인구통계학적 변수 중에서 성별, 연령대, 결혼 여부, 소득, 최종학력에 대한 교차분석을 진행한 결과 결혼 여부, 연령대, 소득수준은 p<0.01 수준에서 유의한 결과를 보였으며 최종학력 또한 p<0.05 수준에서 유의한 차이를 보여 군집별 분포차이가 있는 것으로 나타났다. 하지만 성별 같은 경우엔 집단간 차이가 없는 결과가 도출되었다.

각 군집에 속해있는 응답자들에 따라 공정여행에 대한 지식 정도나 공정여행 경험 여부의 차이가 있는지 파악하고자 카이제곱 분석을 실시한 결과, 공정여행에 대한 응답자들의 지식은 $p < .01$ 수준에서 유의한 차이를 보였고 공정여행에 대한 경험에서는 차이를 보이지 않았다.

〈표 13〉 군집별 인구통계적 특성

구분		군집					유의 수준
		군집 1 (n=255) 사회환원· 공정거래 집단	군집 2 (n=152) 정당한 친환경 소비 집단	군집 3 (n=166) 검소한 정당· 공정소비 집단	군집 4 (n=104) 소비절제 집단	합계	
성별	여자	125(49.0)	73(48.0)	88(53.0)	57(54.8)	343(50.7)	.619
	남자	130(51.0)	79(52.0)	78(47.0)	47(45.2)	334(49.3)	
결혼	미혼(기타)	83(32.5)	89(58.6)	76(45.8)	47(45.2)	295(43.6)	.000***
	기혼	172(67.5)	63(41.4)	90(54.2)	57(54.8)	382(56.4)	
연령	만20-29세	35(13.7)	45(29.6)	35(21.1)	25(24.0)	140(20.7)	.000***
	만30-39세	49(19.2)	42(27.6)	31(18.7)	20(19.2)	142(21.0)	
	만40-49세	61(23.9)	31(20.4)	30(18.1)	13(12.5)	135(19.9)	
	만50-59세	53(20.8)	26(17.1)	30(18.1)	24(23.1)	133(19.6)	
	만60-69세	57(22.4)	8(5.3)	40(24.1)	22(21.2)	127(18.8)	
소득 (만원)	~ 100 미만	12(4.7)	3(2.0)	9(5.4)	6(5.8)	30(4.4)	.007***
	100 이상 ~ 200 미만	16(6.3)	8(5.3)	17(10.2)	11(10.6)	52(7.7)	
	200 이상 ~ 300 미만	48(18.8)	30(19.7)	47(28.3)	24(23.1)	149(22.0)	
	300 이상 ~ 400 미만	32(12.5)	26(17.1)	29(17.5)	12(11.5)	99(14.6)	
	400 이상 ~ 500 미만	55(21.6)	25(16.4)	25(15.1)	14(13.5)	119(17.6)	
	500 이상 ~ 600 미만	23(9.0)	17(11.2)	7(4.2)	14(13.5)	61(9.0)	
	600 이상 ~ 700 미만	26(10.2)	8(5.3)	7(4.2)	8(7.7)	49(7.2)	
	700 이상 ~ 800 미만	18(7.1)	13(8.6)	14(8.4)	1(1.0)	46(6.8)	
800 이상	25(9.8)	22(14.5)	11(6.6)	14(13.5)	72(10.6)		
최종 학력	초등학교 졸업	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	1(1.0)	1(0.1)	.037**
	중학교 졸업	1(0.4)	0(0.0)	2(1.2)	0(0.0)	3(0.4)	
	고등학교 졸업	32(12.5)	14(9.2)	32(19.3)	17(16.3)	95(14.0)	
	대학교 재학	11(4.3)	14(9.2)	6(3.6)	9(8.7)	40(5.9)	
	대학교 졸업	167(65.5)	108(71.1)	109(65.7)	62(59.6)	446(65.9)	
	대학원 재학	3(1.2)	1(0.7)	3(1.8)	2(1.9)	9(1.3)	
	대학원졸업(석사)	29(11.4)	12(7.9)	12(7.2)	10(9.6)	63(9.3)	
	대학원졸업(박사)	12(4.7)	3(2.0)	2(1.2)	2(1.9)	19(2.8)	
	기타	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	1(1.0)	1(0.1)	

주: 각 군집에 따른 인구통계적 사항의 통계치는 해당 빈도(비율)를 나타냄. Pearson 카이제곱(*** $p < .01$, ** $p < .05$)

〈표 14〉 군집별 공정여행에 대한 차이 분석

구분		군집					유의 수준
		군집 1 (n=255) 사회환원· 공정거래 집단	군집 2 (n=152) 정당한 친환경 소비 집단	군집 3 (n=166) 검소형 정당· 공정소비 집단	군집 4 (n=104) 소비절제 집단	합계	
공정여행 행지식	처음 들어봄	126(49.4)	116(76.3)	104(62.7)	73(70.2)	419(61.9)	.000***
	단어만 들어봄	76(29.8)	28(18.4)	42(25.3)	25(24.0)	171(25.3)	
	어느정도 지식 있음	50(19.6)	5(3.3)	16(9.6)	5(4.8)	76(11.2)	
	정확히 알고 있음	3(1.2)	3(2.0)	4(2.4)	1(1.0)	11(1.6)	
경험	공정여행 경험 없음	226(88.6)	142(93.4)	144(86.7)	96(92.3)	608(89.8)	.174
	공정여행 경험 있음	29(11.4)	10(6.6)	22(13.3)	8(7.7)	69(10.2)	

주: 각 군집에 따른 공정여행지식 및 경험의 통계치는 해당 빈도(비율)을 나타냄. Pearson 카이제곱(***)p<.01

위의 결과를 바탕으로 4개의 군집의 특성을 파악했을 때 첫 번째 군집인 ‘사회환원·공정거래 집단’의 경우 사회환원 및 공정거래 소비행동이 많이 보이는 그룹으로 기혼자의 비율이 가장 높았으며 대학원 졸업 이상의 최종학력을 갖춘 고학력 응답자의 비율 또한 가장 높게 나타났다. 이 집단의 경우 공정여행에 대해 어느정도 지식을 갖추고 있는 응답자가 20% 정도로 가장 높았다. 두 번째 군집인 ‘정당한 친환경소비 집단’은 다소 친환경적이면서 정당한 기업에만 소비행동을 보이는 그룹으로 20대와 30대의 비율이 절반 이상을 차지하였고 미혼의 비율이 가장 높은 것으로 나타났으며 대학교 졸업의 최종학력을 갖춘 응답자의 비율이 가장 높게 나타났다. 공정여행에 대한 지식을 물었을 때 공정여행에 대해 처음 들어본다고 응답한 비율이 76%로 가장 높은 것으로 파악되었다.

세 번째 군집인 ‘검소형 정당·공정소비 집단’은 공정한 거래를 하고 정당하지 않은 기업의 제품은 구매하지 않으며 절약하는 소비행동을 보이는 그룹으로 60대 이상의 응답자가 가장 많았지만 비교적 균등한 연령대로 이루어졌으며 가계소득이 네 집단 중에서 제일 낮을 것으로 판단된다. 대학교를 졸업한 응답자의 비율도 높은 편이지만 고등학교 졸업의 비율이 네 집단 중에서 가장 높은 것으로 보였다. 이 집단은 공정여행에 대한 지식에 있어 다른 집단들과 비교했을 때 평균 정도의 수준을 유지하고 있으나 공정여행에 대해 정확히 알고 있다는 응답자의 수가 네 집단 중에서는 가장 높은 것으로 보였다.

마지막 군집인 ‘소비절제 집단’은 절약하고 소비를 최소화하는 그룹으로 인구통계적 변수들뿐만 아니라 공정여행 관련 변수들에 있어서도 가장 평균적이고 특색이 없는 집단으로 판단된다.

2. 공정여행에 대한 가치추정

본 연구의 목적은 공정여행에 대한 가치를 평가하고 이에 대한 결정요인들을 파악하고자 함이다. 일반적인 여행 패키지 상품과 비교했을 때 공정여행에 대한 지불의사금액, 즉 가치 ‘C여행사 지리산 공정여행’ 참여에 얼마나 더 지불할 의사가 있는지를 질문하여 가치를 산출하였다. 또한 지불의사금액에 영향을 주는 결정요인들에는 어떤 것들이 있는지 알아내고자 하였다.

1) CVM을 이용한 WTP 모형설정 및 가치추정

① 변수의 정의 및 설명

변수들 중에서 종속변수를 지불의사의 유무(WTP)로 설정하였고 그에 대한 설명변수로는 제시금액(BID), 공정여행에 대한 지식(KNOW)과 공정여행 경험 여부(EXP) 이외에도 성별(GENDER), 결혼여부(MARR), 소득(INCOME)과 같은 인구통계적 변수들을 투입하였다. 요인분석을 통해 추출된 윤리적 소비행동 요인에 5개에 따른 군집분석을 통해서 나뉜 4개의 집단(CLU1, CLU2, CLU3, CLU4)도 설명변수로 작용하는지 파악하고자 하였다. 변수들에 대한 정의, 설명 및 기술통계는 〈표 15〉에 요약하였으며 변수들 중에서 단위의 수준이 높은 변수가 존재할 경우 최대우도함수를 실행하는데 오류가 발생할 수 있기 때문에 제시가격 (BID) 변수는 모형투입변수에 대한 단위를 통일하기 위해 100,000 단위를 줄였다.

<표 15> 변수의 정의 및 기술통계

변수내용	변수명	변수정의	평균	표준편차
종속변수	WTP	지불의사 유=1, 무=0	.5140	.5001
제시가격	BID	지불제시액(십만원)	.8182	.4610
공정여행 지식	KNOW	공정여행 지식 정도, 1~4	1.5258	.7564
공정여행 경험	EXP	예=1, 아니요=0	.1019	.3028
성별	GENDER	남자=1, 여자=0	.4934	.5003
소득수준	INCOME	월 가계소득, 1~9	4.8700	2.2606
결혼여부	MARR	기혼=1, 미혼(기타)=0	.5643	.4962
윤리적 소비집단	CLU1	사회환원·공정거래 집단=1, 기타=0	.3767	.4849
	CLU2	정당한 친환경소비 집단=1, 기타=0	.2245	.4176
	CLU3	검소형 정당·공정소비 집단=1, 기타=0	.2452	.4305
	CLU4	소비절제 집단=1, 기타=0	.1536	.3609

② CVM 모형 가치추정 결과

본 연구에서는 청계천의 공익적 기능에 대한 가치를 추정하기 위해 이중양분선택형 CVM을 사용하였다. 설문을 통해 획득한 데이터를 바탕으로 간접효용함수의 차이(Δv)를 로짓모형의 형태로 모수의 값을 추정하였으며 이를 최대우도추정법(maximum likelihood function)을 이용하여 이중양분선택형모형을 추정하였다. 이러한 간접효용의 차이(Δv)를 개념적 함수로 표현하면 다음과 같은 식을 예로 들 수 있다.

$$\Delta v = f(\text{BID, KNOW, EXP, GENDER, INCOME, MARR, CLU2, CLU3, CLU4})$$

이 외에 속성변수들의 측정된 회귀계수는 속성변수의 평균값을 적용하여 상수항으로 합산하였고, 절단된 평균은 분포함수를 0에 가까운 숫자부터 최대 제시가격까지 적분하여 계수적으로 구하였다.

<표 16> 이중양분선택형 CVM 모형추정 결과

구분	Coeff.	t-value
Constant	1.6182	5.583***
BID	-1.1130	-18.982***
KNOW	.2291	2.074**
EXP	.6141	2.381**
GENDER	-.5361	-3.548***
INCOME	.0496	1.408
MARR	-.2217	-1.372
CLU2(정당한 친환경소비 집단)	-.7753	-3.738***
CLU3(검소형 정당·공정소비 집단)	-.1554	-.767
CLU4(소비절제 집단)	-.5814	-2.567**
Model X^2	1733.225(p<.000)	
Log Likelihood Function	866.6123	
# of Observations	677	
지불의사(WTP) 평균값	142,018원(127,974~154,588원)	20.935***

주: 윤리적 소비집단 중 '사회환원·공정거래 집단(CLU1)'을 기준변수(reference variable)로 설정하여 분석을 실시함.

, *는 각각 5%, 1% 수준에서 유의함.

로짓모형과 최대우도추정법을 이용하여 추정한 이중양분선택형모형의 결과에 대한 신뢰도를 평가하기 위해 통계적 검정으로는 모형전체에 대해서 우도검정값과 Model X^2 를 제시하였고 개별 독립변수에 대해서는 t-검정을 실시하였다. 또한, 이론적 검정을 위해서 파라미터의 부호가 이론적으로 예상된 부호와 일치하는지 파악하였다. 모형의 특성상 유의수준이 나타나지 않지만 0에서 멀어질수록 모형이 적합하게 나타나는 로그우도함수(log likelihood function)값은 866.6123로 측정되었다. 모형의 적합도를 판단할 수 있는 Model X^2 수치는 1733.225로 1% 수준에서 유의하게 나타나 모형에 문제가 없는 것으로 판단된다.

우선, 제시가격(BID)에 대한 계수는 1% 유의수준에서 -18.982로 측정되었으며, 부호는 부(-)로 나타났기 때문에 제시가격(BID)이 높아질수록 지불의사(WTP)는 낮아진다고 해석된다. 이는 경제학적으로 가격이 올라가면 수요가 줄어든다는 이론에 부합한다.

인구통계적 변수 중에서는 성별(GENDER)이 1% 유의수준에서 유의한 결과가 도출되었다. 이 변수의 t-value가 -3.548로 나타났으며, 이는 남자일수록 지불의사가 낮다고 해석된다. 공정여행에 대한 지식정도(KNOW)와 공정여행 경험여부(EXP) 변수를 보면, 둘 다 5% 유의수준에서 각각 2.074와 2.381의 값이 나타났고, 이는 공정여행에 대한 지식이 높을수록, 그리고 공정여행 경험이 있을수록 지불의사가 높다고 해석할 수 있다.

한편, 윤리적 소비집단의 결과치를 살펴봤을 때 ‘정당한 친환경소비 집단(CLU2)’과 ‘소비절제 집단(CLU4)’의 t-value가 각각 1%와 5% 유의수준에서 -3.738과 -2.567로 부(-)의 결과가 나타났으나 ‘검소한 정당·공정소비 집단(CLU3)’은 유의한 결과가 나타나지 않았다. 이러한 결과는 윤리적 소비집단들 중에서 ‘정당한 친환경소비 집단(CLU2)’과 ‘소비절제 집단(CLU4)’의 지불의사가 ‘사회회원·공정거래 집단(CLU1)’의 지불의사에 비하여 상대적으로 낮다는 것을 의미한다.

여행의 지역과 그 주민들을 돕고 지속가능한 개발을 추구하는 공정여행에 대하여 전국민이 얼마만큼의 지불의사가 있는지를 추정한 결과 142,018원을 더 지불할 의사가 있다고 추정되었다. 이 값에 대한 95%의 신뢰구간을 도출하기 위해 Krinsky & Robb(1986)이 시행한바 있는 모수적 부스트랩(parametric bootstrap) 기법의 하나인 몬테카를로 모의실험(Monte-Carlo Simulation)을 이용하였으며, 1,000회의 반복횟수를 설정하여 실행했다.

몬테카를로 모의실험을 실행하기 위해서는 우선 추정된 모수의 분산·공분산 행렬을 이용하여 모수의 다변량 정규분포로부터 샘플을 랜덤하게 발생시킨다. 이렇게 발생된 샘플들을 이용하여 1,000개의 WTP 평균값을 계산한 후 이를 크기 순서대로 나열한다. 나열된 WTP 평균값의 상위 2.5%와 하위 2.5%를 제외시키면 95%의 신뢰구간을 구할 수 있다. 위의 기법을 이용하여 142,018원에 대한 신뢰구간을 측정한 결과 127,974원에서 154,588원까지의 신뢰구간이 측정되었다.

V. 결론 및 시사점

해외에서 처음 공정한 거래를 바탕으로 하는 여행이나 책임감 있는 여행 등의 개념이 생겨나면서부터 진정으로 가치있는 소비는 본인의 만족만을 위한 것이 아니라는 주장이 국내에서도 퍼지기 시작했다. 하지만, 공정여행이라는 개념이 국내에 도입된지도 10년이 넘은 시점에서 실제로 공정여행을 적극적으로 시행하고 홍보하는 단체들의 실적은 미미하며, 본 연구의 설문 결과에서도 알 수 있듯이 아직도 공정여행에 대한 지식이 있거나 경험해 본 적이 있는 사람들의 수는 소수에 해당한다. 그럼에도 불구하고 공정거래, 지속가능한 발전, 친환경 및 에코관광 등 소비자들이 모르는 사이에 이미 공정여행의 개념을 이루고 있는 여러 요소들이 그들의 일상속에 존재하고 있어 적절한 개념의 설명이 이루어진다면 그에 대한 가치를 추정할 수 있을 것이라 판단하였다.

가치추정을 위해 설정된 가상시장에서 일반적인 지리산 패키지 여행의 비용을 300,000원으로 설정하였는데, 소비자들은 ‘C여행사 지리산 공정여행’에 참여하는데 일반적인 지리산 패키지 비용의 47%에 해당하는 142,018원을 더 지불할 의사가 있다고 추정되었다. 대부분의 응답자들이 공정여행에 대해서 처음 들어봤거나(61.9%) 공정여행이라는 단어만 들어봤음(25.3%)에도 평균적으로 일반패키지의 50%에 임박하는 비용을 더 지불할 의사가 있다는 결과이다. 일반적인 소비재의 경우 추가 지불의사를 물어봤을 때 소비재의 10%에 해당하는 금액이 추정되며 공공재의 경우엔 소비재보다 높은 금액이 추정된다고 한다(임은정, 2012). 따라서, 본 연구의 결과는 공정여행이 공공재로 분류되어 그가 제공하는 편익으로 가치가 추정되었고 앞으로 공공정책 등을 이용하여 공정여행을 발전시킬 수 있도록 학술적이고 실질적인 뒷받침을 제공한 것이다.

공정여행이 하나의 재화로 국내에서 자리잡기엔 아직은 그에 대한 가치가 확실히 명명되지 않았으며 어떠한 결정요인들로 인해 공정여행에 대한 소비로 이어지는지 파악이 쉽지 않은 상태이다. 하지만 본 연구에서는 공정여행의 지불의사에 영향을

미치는 결정요인들을 파악하고자 공정여행과 관련된 변수 및 인구통계적 변수들을 투입하였으며, 그 결과 공정여행에 대한 지식이 많을수록, 공정여행에 대한 경험이 있을수록 지불의사가 높고, 남자일 때 공정여행에 대한 지불의사가 낮은 것으로 나타났다. 이러한 결정요인들에 대한 결과는 향후 국내 공정여행 상품을 개발하거나 관련 사업에 투자하는 등에 중요한 지표로 작용할 수 있을 것이다.

또한, 윤리적 소비행동에 근거하여 분류된 4개의 윤리적 소비집단 중 사회에 환원하고 공정거래를 추구하는 집단과 비교했을 때 지불의사 낮은 두 집단에 대해 세부적인 특성을 파악할 수 있었다. 우선, 평소에 정당하고 친환경적인 소비를 하는 집단은 비록 공정여행에 대해 처음 들어본다는 응답자가 76%에 해당하지만 대학교 졸업의 최종학력을 갖추고 미혼이며 20~30대의 연령대의 비율이 높은 특성을 보이고 있다는 것을 파악할 수 있었다. 한편, 평소에 소비를 절제하는 집단의 경우에는 인구통계학적 특성이나 공정여행에 대한 특성에서 두드러진 점을 발견하지 못했다. 따라서, 소비를 절제하는 집단의 경우엔 인구통계적 특성이나 공정여행에 대한 지식과 상관없이 소비를 절제하는 성향이기에 때문에 상대적으로 지불의사가 낮게 측정된 것으로 판단된다. 반면, 위 두 집단에 비해 지불의사가 상대적으로 높게 나타난 사회환원하고 공정거래를 추구하는 집단의 경우 기혼자와 고학력자가 가장 많은 집단으로 공정여행에 대한 지식도 높은 집단이었다. 따라서, 향후 이러한 특성들을 지닌 소비자들을 대상으로 공정여행 상품을 개발하고 마케팅 등을 실시한다면 많은 이용자들을 유치할 수 있을 것으로 사료된다.

본 연구는 공정여행의 가치를 평가하고자 하였으며 공정여행에 참여하는 것에 대한 지불의사금액을 통해 경제적 가치를 추정하고 그의 결정요소를 파악하는 데 의의를 두었으나 다음과 같은 한계점이 존재한다. 첫째, CVM을 통해서 공정여행의 가치를 평가하는데 설문지 내용에 대한 응답자의 충분한 이해가 요구되는데 응답자의 이해능력 정도 차이 등으로 인해 설문 내용이 잘 전달이 되지 않았다면 무의미한 결과가 나타났을 수 있다. 둘째, 본 연구에서 이용한 이중양분선택형 CVM 통해 얻은 결과값이 과연 타당한 값인지 비교할만한 대상이 없다는 단점이 있다. 마지막으로, 아직까지는 국내에서의 공정여행에 대한 인식이나 경험이 부족하여 이용가치와 비이용가치를 추정 및 비교하는 연구를 진행할 수 없었다. 따라서 향후 연구에서는 이러한 한계점들을 극복할 수 있는 연구가 진행되어야 할 것이다.

그동안 공정여행에 대한 잠재적 수요가 존재하지만 인식부족 등의 이유로 국내 여행시장에서의 그 가치가 어느 정도인지 파악할 수 없었다. 하지만, 코로나19로 무너져버린 관광생태계를 재건하기 위해 지속가능한 형태의 관광개발을 추구하고 있는 현시점에서 공정여행은 그 가치를 드러내야 할 필요가 있다. 본 연구의 결과와 앞으로 연계되어 진행될 연구들은 공정한 여행을 위한 관광개발의 방향성을 정립하고 실행하는데 실무적 근거가 되는 자료일 것이며, 관광산업의 일부인 외식, 숙박, 레저 분야 뿐만 아니라 지속가능한 사업 모델에 대한 수요가 있는 국내의 타 산업의 연구에서도 기초자료로 사용될 것이다.

참 고 문 헌

- 강기래 · 하성근 · 이기철(2011). 가상가치측정법(CVM)을 이용한 경남수목원의 환경가치추정 연구. *한국조경학회지*, 39(1), 46-55.
- 관광지식정보시스템(2020). *한눈에 보는 관광통계 주요지표*. Retrieved April 5th, 2020, from <https://www.tour.go.kr>.
- 권미정(2012). 소비자의 윤리적 소비 인식이 윤리적 구매 만족도에 미치는 영향. 건국대학교 대학원, 석사학위논문.
- 김동한 · 정다혜 · 김영준(2019) 이중양분선택형 CVM을 이용한 캠핑 참가자의 안전에 대한 지불의사 추정 연구. *MICE관광연구*, 19(2), 95-109.
- 김미경 · 김지은(2018). 개별관광객의 관광동기가 선호관광유형 및 공정관광 참여행동에 미치는 영향. *관광경영연구*, 22(7), 215-235.
- 김성운(2012). 선택실험법(CE)을 이용한 관광 · 레저기능의 가치평가: 경인아라뱃길을 대상으로. 세종대학교 대학원, 박사학위논문.
- 김소민(2019). 소비자의 윤리적 소비와 소비가치가 CSR 요구도에 미치는 영향. 성균관대학교 대학원, 석사학위논문.
- 김송이 · 박명숙(2011). 기혼여성의 윤리적 제품의 구매동기와 만족도에 관한 연구. *소비문화연구*, 14(4), 95-117.
- 김애경(2010). 재래시장 사회문화적 기능의 가치평가연구. 세종대학교 대학원, 박사학위논문.
- 김애경(2015). 한강종주자전거길 사용자 가치에 대한 편익추정. *호텔관광연구*, 17(6), 40-57.
- 김재현(2009). 착한 소비자의 윤리적 소비행동에 영향 미치는 요인에 관한 질적 연구. 연세대학교 대학원, 석사학위논문.
- 박용치(2001). 환경자원의 이용가치평가. *조사연구*, 2(2), 83-107.
- 오호성(2006). *환경경제학*. 서울: 법문사.
- 유진채 · 공기서(2001). CVM에 의한 친환경 농업의 비시장적 가치평가: 충북 도시 소비자를 중심으로. *농업경영 · 정책연구*, 28(2), 238-254.

- 윤초롱(2016). SPA 브랜드의 친환경 활동 커뮤니케이션이 친환경 제품에 대한 지불의사에 미치는 영향. *한국디자인문화학회지*, 22(1), 283-292.
- 이경미 · 이희찬(2011). 조건부 시장가치평가법을 이용한 항공사 문화마케팅의 가치 추정. *호텔경영학연구*, 20(2), 105-119.
- 이데레사 · 이희찬(2019). 공정무역 커피의 가치평가 결정요인과 지불의사금액의 추정. *한국의식산업학회지*, 15(2), 141-150.
- 이은미(2011). 공공 공연예술의 가치평가 연구: 서울광장공연을 중심으로. 세종대학교 대학원, 석사학위논문.
- 이재민(2018). 공정여행의 특성에 관한 연구: 부산지역 공정여행 기업 P 사례. *항도부산*, 35, 351-384.
- 이현주(2008). 산림의 휴양가치 평가: 이중양분선택형 CVM을 적용. 세종대학교 대학원, 석사학위논문.
- 이혜영 · 임영신(2009). *희망을 여행하라*, 고양: 소나무.
- 이희승 · 조민 · 박종구(2006). 창덕궁의 사용가치 추정: 조건부시장 가치평가법의 적용. *관광레저연구*, 18(2), 211-255.
- 이희승 · 이희찬 · 장세유(2008). 지불의사를 통한 한류관광의 가치추정에 관한 연구. *호텔경영학연구*, 42(2), 167-181.
- 이희찬(2002). 해오라기의 가치평가: 양분선택형 조건부 시장가치 평가법의 적용. *관광학연구*, 25(4), 127-142.
- 이희찬(2003). 문화예술제의 가치평가. *관광학연구*, 26(4), 129-143.
- 임미라 · 김민호 · 임채성(2015). 윤리적 소비자의 라이프스타일과 윤리적 소비 및 관계의 질에 관한 연구. *호텔관광연구*, 17(3), 299-315.
- 임은정(2012). 책임관광의 가치추정에 관한 연구. 세종대학교 대학원, 박사학위논문.
- 임은정 · 정규엽 · 이희찬(2013). 책임관광의 가치추정에 관한 연구. *관광연구저널*, 27(3), 21-36.
- 장은경 · 이진형(2010). 공정여행의 국내사례: 북촌 한옥마을 공정여행. *관광연구논총*, 22(2), 27-47.
- 정현영 · 백상근 · 백은상(2008). 이중양분선택형질문법을 이용한 CVM에 의한 지하철역사 Barrier-free 시설의 가치 분석. *대한교통학회지*, 6(5), 205-216.
- 정혜정 · 오경화(2016). 소셜 빅데이터를 통한 윤리소비유형, 동기와 감정분석: 널리 인간을 이롭게 하라. *한국심리학회지*, 17(4), 875-893.
- 주덕(2016). 공유숙박업 공공 플랫폼의 사회 경제적 편익 추정. *관광레저연구*, 28(6), 45-59.
- 차석빈 · 김홍범 · 김우곤 · 윤지환 · 오홍철(2001). *다변량 분석의 이론과 실제*, 서울: 학현사.
- 한상열 · 최관 · 이주희(1997). 산림휴양자원에서 비이용가치의 존재와 평가. *산림경제연구*, 5(2), 1-11.
- 허중욱(2006). CVM을 이용한 지불수단별 비시장 관광자원의 가치추정. *호텔관광연구*, 8(3), 133-146.
- 홍연금(2009). 우리나라 윤리적 소비자에 대한 사례연구. 카톨릭대학교 대학원, 박사학위논문.
- 홍연금 · 송인숙(2008). 친환경농산물 소비자의 구매동기 분석을 통한 윤리적 소비 행동 사례연구. *소비문화연구*, 11(3), 23-42.
- 홍연금 · 송인숙(2010). 우리나라 윤리적 소비자에 대한 사례연구. *소비문화연구*, 13(2), 1-25.
- 홍은실 · 신호연(2010). 대학생 소비자의 윤리적 소비와 관련변인. *한국가정관리학회지*, 28(5), 131-149.
- 황희정 · 이훈(2011). 공정관광의 개념분석: 이론화를 위한 고찰. *관광학연구*, 35(7), 77-101.
- Bergstrom, J. C., Stoll, J. R., Titre, J. P., & Wright, V. L.(1990) Economic value of wetlands: based recreation. *Ecological Economics*, 2(2), 129-147.
- Boluk, K.(2011). In consideration of a new approach to tourism: a critical review of fair trade tourism. *The Journal of Tourism and Peace Research*, 2(1), 27-37.
- Carson, R T., & Mitchell, R. C.(1995). Sequencing and nesting in contingent valuation surveys. *Journal of Environmental Economics and Management*, 28(2), 155-173.
- Clark, D., & Unterberger, R.(2007). *The Rough Guide to Shopping with a Conscience*, New York, NY: Rough Guides.
- Cleverdon, R., & Kalisch, A.(2000). Fair trade in tourism. *International Journal of Tourism Research*, 2(3), 171-187.
- Cooper, C.P., & Ozdil, I.(1992). From mass to 'responsible' tourism: the Turkish experience. *Tourism Management*, 13(4), 377-386.
- Cooper-Martin, E., & Holbrook M. B.(1993). Ethical consumptions experiences and ethical space. *Advances in Consumer Research*, 20(1), 113-118.
- Crane, A., & Matten, D.(2003). *Business Ethics: A European perspective, Managing Corporate Citizenship and Sustainability in the Age of Globalization*, Oxford: Oxford University Press.
- Ethical Consumer(1989). *About Ethical Consumer*. Manchester, England: ECRA Publishing.
- Goodwin, H.(1998). *Sustainable tourism and poverty elimination, In DFID/DETR Workshop on Sustainable Tourism and Poverty(Vol. 13)*, London: Department for International Development.
- Lee, C., & Heo, H.(2016). Estimating willingness to pay for renewable energy in South Korea using the contingent valuation

- method. *Energy Policy*, 94(July), 150-156.
- Loomis, J. B., & Gonzalez-Caban, A. (1997). How certain are visitor of their economic values of river recreation: a evaluation using repeated questioning and revealed preference. *Water Resources Research*, 33(5), 1187-1193.
- Loomis, J. B. (2012). Comparing household's total economic values and recreation value of instream flow in an urban river. *Journal of Environmental Economics and Policy*, 1(1), 5-17.
- Mintel (1994). *The Green Consumer; Mintel Special Report*, London: Mintel.
- Mvula, C. D. (2001). Fair trade in tourism to protected areas - a micro case study of wildlife tourism to South Luangwa National Park, Zambia. *International Journal of Tourism Research*, 3(5), 393-405.
- Shaw, D., & Shiu, E. (2002). The role of ethical obligation and self-identity in ethical consumer choice. *International Journal of Consumer Studies*, 26(2), 109-116.
- Toshisuke, M., & Hiroshi, T. (2008). An economic evaluation of Kanazawa and Shichika irrigation water's multi-functional roles using CVM. *Paddy and Water Environment*, 6(3), 309-318.
- Uusitalo, O., & Oksanen, R. (2004). Ethical consumerism: a view from Finland. *International Journal of Consumer Studies*, 28(3), 214-221.
- Webster, F. E. (1975). Determining the characteristics of the socially conscious consumer. *Journal of Consumer Research*, 2(3), 188-196.
- World Tourism Organisation (1989). *Seminar on Alternative Tourism: Introductory Report*, Madrid: WTO.
- World Travel & Tourism Council (2020). *Economic Impact Reports*. Retrieved April 5th, 2020, from <https://wttc.org/Research/Economic-Impact>.