

기본연구
2009-15

기본연구
2009-15

금강 주변지역 관광매력성
평가와 과제



금강 주변지역 관광매력성 평가와 과제

- 중요도 · 성취도 분석을 중심으로 -

김경태 · 윤유식

2009 · 12

충남발전연구원

ISBN : 978-89-6124-103-8 03350



CDI 충남발전연구원
Chungnam Development Institute

www.cdi.re.kr

기본연구 2009-15

금강 주변지역 관광매력성 평가와 과제

- 중요도·성취도 분석을 중심으로 -

김경태 · 윤유식

발 간 사

전 세계적으로 지구온난화로 자원 및 환경적 위기에 직면하고 경제적 손실이 확대되고 있는 상황 하에서 자원과 에너지를 대량 투입하는 경제성장은 한계가 있기 때문에 녹색산업, 녹색기술을 통한 저탄소녹색성장은 불가피한 선택으로 다가오고 있습니다. 이와 관련하여 국가 차원에서 역점사업으로 안정적 수자원 확보 관리, 깨끗한 물의 안정적 공급, 보호지역 관리기반 마련, 도시 내 다기능 생태공간 확충 등 생태공간의 양적·질적 향상 도모, 녹색교통 수단인 자전거 이용 활성화, 생활의 녹색혁명/생태관광활성화를 목적으로 4대강 살리기 사업을 추진하고 있습니다.

특히 충남의 젓줄이고 삶의 터전인 금강의 경우 ‘문화의 강 : 금강’이라는 주제로 4대강 살리기 사업을 추진하고 있으며, 정부는 ‘4대강 살리기 마스터플랜’에서 금강살리기를 백제 문화유산과 연계한 지역발전 사업으로 추진하겠다고 밝히고 있습니다. 주요 개발 방향에서도 백제 금강유역 문화권 개발, 강을 활용한 새로운 여가공간 조성, 수변 랜드마크 조성을 통한 관광자원화, 문화가 흐르는 금강살리기 등 금강을 활용한 관광자원화 사업을 추진하는 것을 주요 방향으로 설정하고 있습니다. 또한 금강 주변 지역을 중심으로 공주-서천간 고속도로 개통, 호남고속철도 개설 등의 교통기반시설의 확충을 통한 접근성의 증대 등의 관광환경변화가 급속하게 이루어지고 있어 금강 주변지역의 관광활성화 대한 기대가 증대되고 있습니다.

그러나 금강 주변 지역의 경우 충남 전체의 33.8%의 관광매력물을 가지고 있는 반면 관광객수는 충남 전체의 16.3%에 그치고 있는 실정으로 이는 금강 주변 지역의 관광목적지가 관광객들에게 상대적으로 매력을 주지 못하기 때문인 것으로 사료됩니다. 현재 금강 주변 지역의 관광목적지는 이제 새로운 전환의 계기를 요구받고 있는데, 현재 지역에서 개발하고 있는 관광목적지의 경우 백제역사문화 유적을 중심으로 한 단순 관람 형태의 관광목적지로는 관광객의 다양한 욕구를 충족시켜주고 방문객을 만족시켜줄 수 있는 관광목적지가 될 수 없으며, 지역활성화 전략으로 관광객을 끌어들이 수 있는 관광목적지로 조성하고 지역 관광 활성화와 지역의 이미지를 개선할 수 있는 수단이 될 수 있도록 하기 위해서는 금강주변지역 관광목적지 개발 방안

에 대한 개선 필요성이 제기되고 있습니다.

그러나 현재의 관광목적지 개발에 있어 공급자 위주의 개발방식과 관광트렌드 변화 등의 시대적 변화에 부응하지 못하는 관광목적지 개발 등은 관광객들에게 매력을 줄 수 없고 지역을 방문한 관광객들을 다양한 욕구를 만족시킬 수 없습니다. 이에 환경 변화를 고려한 관광목적지 개발과 소비자 위주의 관광목적지 조성을 통한 지역을 활성화시키기 위한 노력이 필요합니다.

이에 이번 연구에서는 현재 금강 주변 7개 시·군에서 조성되었거나 계획하고 있는 관광목적지에 대한 실태분석과 방문객 의견 조사를 통해 금강 주변지역 관광목적지의 활성화를 위한 과제를 제시하고 있습니다. 이런 측면에서 이 연구는 지역 문화관광 정책수립에 있어 보다 나은 방향 설정을 위하여 현재의 실태를 분석하고, 이를 개선할 수 있는 길을 모색하고 있습니다. 이 연구가 자치단체의 지역 활성화를 위한 문화관광 정책수립에 있어 조금이나마 도움이 되기를 기대하며, 본 연구가 가지고 있는 한계점을 보완하여 좀 더 세부적 추진계획에 관한 연구를 향후 추진해 주기를 바랍니다. 마지막으로 본 연구를 수행한 본 연구원의 김정태 연구원, 연구자문과 부문별 집필에 도움을 준 경희대학교 윤유식 교수, 또한 연구 진행에 자문을 아끼지 않으신 건양대학교 지진호 교수, 우송정보대학의 장인식 교수님께 고마운 뜻을 전하는 바입니다.

2009년 12월 31일

충남발전연구원장 김 용 웅

연구요약

1. 연구 배경 및 목적

현재 국가 차원에서 4대강 살리기 사업을 추진하고 있으며, 충남의 경우 금강을 중심으로 한 금강살리기 사업을 추진하고 있다. 이 사업의 연계사업으로 각 지자체와 도에서는 지역 관광을 활성화시키고자 금강을 활용한 다양한 관광목적지 개발 사업을 계획하고 있다. 그러나 조성되어 있거나 계획되어 있는 관광목적지가 관광객의 관광행태 변화와 욕구를 충족시켜줄 수 있는 계획 수립이 되지 않고 있다.

금강주변지역의 경우 금강살리기 사업, 녹색성장사업 등의 국가사업 프로젝트가 진행될 예정이며, 주변으로 공주-서천간 고속도로, 호남고속철도 등의 교통망 사업이 건설되었거나 건설될 예정으로 지역의 관광접근성이 크게 향상되는 등 금강주변지역 관광환경에 큰 변화가 있을 것으로 예상된다. 그러나 이러한 변화에 부응하지 못하고 다른 지역과 차별화된 관광목적지나 관광객에게 매력을 주지 못한다면 금강주변 지역은 관광객들이 머무르지 않고 경유하는 관광목적지로 전락할 우려도 상존하고 있다.

이에 따라 금강주변지역 관광목적지를 관광객들의 욕구를 만족시키고 매력성을 갖춘 경쟁력 있는 관광목적지로서의 조성이 필요하며, 이를 위해서는 우선적으로 관광객들이 인식하고 있는 금강주변지역에 대한 관광매력성 평가가 선행되어야 한다.

2. 주요 연구내용

본 연구에서는 관광목적지 매력성 구성개념을 이론적으로 구축하고, 금강 주변 지역 관광목적지를 대상으로 매력성 평가를 실시한 후 금강 주변 지역을 중심으로 관광활성화 방안을 제공하는데 목적을 두고서 다음과 같이 연구를 진행하였다.

첫째, 금강 주변 7개 시·군 지역의 매력성 연구를 통한 매력요인별과 속성별에 대한 관광객들의 중요도와 성취도를 파악하고자 하였다.

둘째, 금강 주변 7개 시·군 지역의 매력성에 차이가 있는지를 파악하여 비교하고자

하였다.

이러한 목적 하에 매력요인 및 속성별 대상지역과의 매력성 평가를 통하여 금강 주변지역의 차별화 및 발전적 정책영역을 도출하고자 하였다. 그리고 관광목적지 평가변수별 특성과 중요도와 성취도간의 차이를 파악하여 지속가능한 매력과 새로운 매력 창출을 위한 활성화 방안을 모색하는데 주안점을 두었다.

도출된 20개의 관광목적지 매력속성을 중심으로 중요도와 성취도간 평균으로 피쉬바인모델을 적용하여 관광목적지 매력도를 산출하였고, IPA를 적용하여 관광목적지의 속성별 대상을 시각적으로 평가하고자 하였다. 그리고 방문횟수, 체류기간과 같은 관광행태와 성별, 연령대와 같은 인구통계학적 사항에 따른 중요도 및 성취도간의 값의 차이를 분석하여 설정된 연구목적을 달성하고자 하였다.

이러한 분석 결과를 정리하면 다음과 같다.

첫째, 관광행태에 따른 관광매력성은 차이가 있는가에 대해서는 방문횟수의 경우 중요도 요인 3에 대해서 차이가 있는 것으로 나타났으며, 체류기간의 경우는 모든 중요도 요인에 차이가 있는 것으로 나타났다. 그리고 인구통계적 특성에서는 연령대로 성취도 요인 1에 대해 그룹간 차이가 있는 것으로 나타났다.

둘째, 관광목적지별 매력성 차이분석에서는 지역별 요인에 따른 차이분석 결과 지역별로 중요도 요인과 성취도 요인 모두에서 지역별 차이가 있는 것으로 나타났다. 또한 지역별 중요도-성취도 변수에 대한 차이분석 결과, 금강주변지역을 방문한 방문객들은 방문 전 중요하게 고려했던 것에 대해 방문 후 전체적으로 성취도가 낮은 것으로 나타났다.

다음으로 피쉬바인 모델을 활용한 지역별 매력도 분석 결과, 공주시가 279.4로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 서천군이 251.3, 청양군이 246.3, 금산군이 240.2, 부여군이 232.4, 연기군이 225.4, 논산시가 212.9의 순으로 나타났다. 여기에 관광목적지별로 중요도와 성취도를 활용하여 IPA 분석을 실시하여 지역별 시각화하였다.

3. 결론 및 정책 제언

관광목적지로서의 경쟁력을 갖추기 위해서는 관광계획을 수행하기 위한 광범위한 접근이 요구된다. 관광목적지 경쟁력 창출의 시작은 관광객이 중요시하는 것이 무엇이며, 어떠한 기대를 하고 그에 따른 관광 경험형성과 기대치를 파악하는 가를 이해

하는 것이 무엇보다도 중요하다.

이에 따라 관광객의 방문 행태 조사 결과를 통해 유니버설디자인의 관광편의 시설 마련, 방문객 관리시스템 마련, 가족단위 관광객을 위한 참여프로그램의 개발과 가족호텔시설 마련, 야간프로그램 개발, 종합안내센터의 건립을 제안했다.

방문객 매력성 평가에 따른 정책 제언으로 관광시설이나 프로그램 보다는 가장 기본적인 쾌적한 관광과 관련된 변수인 깨끗한 환경조성, 안전, 관광인적서비스를 위한 방안을 제안한다.

IPA 분석을 통한 지역별 활성화 방안으로 공주시는 관광지 내 친환경 교통수단 개발, 야간프로그램 개발, 정보제공 방안 개선을 제안했고, 논산시는 관광홍보활동 개선, 역사자원물에 대한 체계적인 정비와 개발, 젓갈을 활용한 다양한 프로그램 개발을 제안했다. 금산군은 인삼의 건강이미지를 지역으로 확대, 가족단위 관광객을 위한 숙박시설로 중저가 브랜드의 호텔 건립, 야간위락프로그램의 개발, 금강을 활용한 수변레저스포츠 시설 조성을 연기군은 지역민의 환대 태도 개선, 수변을 활용한 레저스포츠 공간 조성, 관광홍보활동 개선을 제안했다. 다음으로 부여군은 독특한 문화체험 프로그램의 개발, 친환경 교통수단, 관광쇼핑센터 조성, 종합안내센터 건립, 야간위락 프로그램의 개발을 제안했고 서천군은 지역의 독특한 문화체험 프로그램과 공간 마련, 중저가 숙박시설 조성, 관광정보안내 시스템의 마련을 제안했고 청양군도 관광지내 친환경 교통수단 마련과 중저가 숙박시설 등의 조성, 농촌 주제 즐길거리 마련을 제안했다.

차 례

제1장 서 론

제1절 연구의 배경 및 목적	1
1. 연구의 배경	1
2. 연구의 목적	3
제2절 연구의 범위 및 방법	4
1. 연구의 범위	4
1) 공간적 범위	4
2) 시간적 범위	5
3) 내용적 범위	5
2. 연구의 방법	5
1) 자료수집방법	5
2) 현황조사 내용 및 분석방법	6
3) 연구의 흐름	8

제2장 관련이론 및 선행연구 검토

제1절 관광목적지의 개념과 구성요인	9
1. 관광목적지의 개념	9
2. 관광목적지 구성 요소	14
제2절 관광목적지 매력의 개념 및 특성	17
1. 관광목적지 매력의 개념	17
2. 관광목적지 매력의 특성	19
1) 구성요인	19
2) 관광목적지 매력속성	23

제3절 관광목적지의 매력성 평가 기법	28
1. 피쉬바인 모델(Fishbein Model)	28
1) 피쉬바인 모델 개념	28
2) 피쉬바인 모델 선행연구 검토	32
2. 중요도-성취도 분석(Importance-Performance Analysis:IPA)	35
1) 중요도-성취도 분석 개념	35
2) 중요도-성취도 선행연구	40

제3장 금강 주변지역 관광목적지의 여건과 이용실태

제1절 금강 주변지역 관광목적지 현황	43
1. 자연관광자원	43
1) 자연공원	43
2) 휴양림	43
2. 인문관광자원	44
1) 역사문화자원	44
2) 농·특산물 지정현황	46
3) 지역문화축제 현황	46
3. 관광지 현황	50
1) 관광객수	50
2) 지정관광지	51
3) 온천지구 및 골프장	51
4) 관광숙박시설	52
5) 관광안내시설	52
제2절 금강 주변지역별 관광지 개발 계획 현황 및 여건변화	54
1. 금강주변 지역별 관광지 개발 계획	54
1) 공주시	54
2) 논산시	55

3) 금산군	56
4) 연기군	56
5) 부여군	56
6) 서천군	58
7) 청양군	59
8) 공통 구역	59
2. 금강주변지역 관광여건 변화	60
1) 금강살리기 사업을 통한 관광환경변화	60
2) 교통망 개선에 따른 금강주변지역 접근성 향상	62

제4장 관광목적지별 매력성 평가

제1절 연구모델과 분석방법	69
1. 연구모델	69
2. 변수의 조작적 정의	70
3. 설문지 구성	71
4. 조사방법 및 분석방법	75
제2절 금강주변지역 관광목적지 선택의 중요도-성취도 평가	76
1. 표본의 일반적 특성	76
1) 인구통계적 특성 및 관광행태	76
2) 금강주변지역 관광목적지 중요도-성취도 속성의 특성	77
2. 금강주변지역 관광목적지 중요도-성취도 측정의 신뢰성과 타당성	81
1) 신뢰성 검토	81
2) 타당성 검토	83
제3절 방문객 특성별 · 관광목적지별 차이분석 결과	86
1. 방문객 특성별 매력성 차이분석	86
1) 방문횟수에 따른 매력요인별 차이분석	86

2) 체류기간에 따른 매력요인별 차이분석	88
3) 연령대에 따른 매력요인별 차이분석	90
2. 관광목적지별 매력성 차이분석	92
1) 지역에 따른 요인별 차이분석	92
2) 지역별 중요도-성취도 변수에 대한 차이분석	93
3) 지역별 피쉬바인 모델 매력도 분석	96
3. 지역별 IPA 분석	99
1) 공주시 IPA 분석	99
2) 논산시 IPA 분석	100
3) 금산군 IPA 분석	102
4) 연기군 IPA 분석	103
5) 부여군 IPA 분석	105
6) 서천군 IPA 분석	106
7) 청양군 IPA 분석	108
 제4절 관광객 매력성 평가에 따른 금강주변 관광목적지 과제	109
1. 방문객 평가에 따른 금강주변 관광목적지 과제	109
1) 방문형태에 따른 과제	109
2) 방문객 매력성 평가에 따른 과제	110
2. IPA 분석을 통한 지역별 활성화 방안	111
1) 공주시	111
2) 논산시	111
3) 금산군	112
4) 연기군	113
5) 부여군	113
6) 서천군	114
7) 청양군	114

제5장 결론

제1절 연구 요약	115
제2절 연구의 한계	117
참고문헌	118
부록	122
설문지	122

표 차 례

<표 2-1> 주요 연구자들의 관광목적지 정의	11
<표 2-2> 관광 용어 관련 개념별 정의	13
<표 2-3> 관광목적지 발달 단계	13
<표 2-4> 매력성 용어 정의	18
<표 2-5> 관광목적지 유인요인 구성	19
<표 2-6> 관광목적지 매력요인과 관련된 국외 선행연구	21
<표 2-7> 관광목적지 매력요인과 관련된 국내 선행연구	22
<표 2-8> 관광목적지 매력속성에 관한 국외 선행연구	25
<표 2-9> 관광목적지 매력속성에 관한 국내 선행연구	27
<표 2-10> IPA 실행격자 4분면	39
<표 2-11> IPA 중심점 요약	39
<표 3-1> 공원 현황	43
<표 3-2> 휴양림 현황	44
<표 3-3> 지정종목별 문화재 현황	45
<표 3-4> 농·특산물 지정 현황	46
<표 3-5> 2009년 금강주변 문화축제 개최 분석	47
<표 3-6> 충남 지역 관광객수 현황	50
<표 3-7> 금강권역 내 관광지 분포현황	51
<표 3-8> 온천지구 지정 현황	51
<표 3-9> 골프장 현황	52
<표 3-10> 관광숙박시설 현황	52
<표 3-11> 관광안내시설 현황	53
<표 3-12> 금강주변지역 고속도로 사업 개요	63
<표 3-13> 고속도로 개통에 따른 지역 간 통행시간 단축효과	66

<표 3-14> 호남고속철도 역별 현황	68
<표 4-1> 관광목적지 매력 속성 변수 도출	73
<표 4-2> 설문지 구성	74
<표 4-3> 표본의 인구통계학적 특성	76
<표 4-4> 변수별 중요도, 성취도 평균	78
<표 4-5> 신뢰도 검증 결과	82
<표 4-6> 관광매력 중요도 및 성취도 타당성 검증 결과	84
<표 4-7> 관광매력 성취도 타당성 검증 결과	85
<표 4-8> 방문횟수에 따른 중요도 요인과 성취도 요인 차이	87
<표 4-9> 체류기간에 따른 중요도 요인과 성취도 요인 차이	89
<표 4-10> 방문횟수에 따른 중요도 요인과 성취도 요인 차이	91
<표 4-11> 관광목적지에 따른 중요도 요인과 성취도 요인 평균 차이	93
<표 4-12> 변수별 중요도-성취도 차이분석	94
<표 4-13> 피쉬바인 모델을 이용한 관광목적지별 매력도 분석	98
<표 4-14> 공주시 IPA 분석	100
<표 4-15> 논산시 IPA 분석	101
<표 4-16> 금산군 IPA 분석	103
<표 4-17> 연기군 IPA 분석	104
<표 4-18> 부여군 IPA 분석	106
<표 4-19> 서천군 IPA 분석	107
<표 4-20> 청양군 IPA 분석	109

그림차례

[그림1-1] 공간적 범위	4
[그림1-2] 연구수행 방법	8
[그림2-1] 주-객 관점의 관광목적지	10
[그림2-2] 관광목적지 구성	14
[그림2-3] Leiper의 관광체계	15
[그림2-4] 관광목적지의 체계	16
[그림2-5] 중요도-성취도 분석도형	38
[그림3-1] 금강 권역별 자원특성	49
[그림3-2] 금강주변지역 신규고속도로 노선도	64
[그림3-3] 고속도로망 확충에 따른 시·군별 단순시간거리 단축률	65
[그림3-4] 호남고속철도 노선도	68
[그림4-1] 공주시 IPA 분석 격자	99
[그림4-2] 논산시 IPA 분석 격자	101
[그림4-3] 금산군 IPA 분석 격자	102
[그림4-4] 연기군 IPA 분석 격자	104
[그림4-5] 부여군 IPA 분석 격자	105
[그림4-6] 서천군 IPA 분석 격자	107
[그림4-7] 청양군 IPA 분석 격자	108

제1장 서론

제1절 연구의 배경 및 목적

1. 연구의 배경

현재 국가 차원에서 4대강 살리기 사업을 추진하고 있으며, 충남의 경우 금강을 중심으로 한 금강살리기 사업을 추진하고 있다. 이 사업의 연계사업으로 각 지자체와 도에서는 지역 관광을 활성화시키고자 금강을 활용한 다양한 관광목적지 개발 사업을 계획하고 있다. 그러나 조성되어 있거나 계획되어 있는 관광목적지가 관광객의 관광행태 변화와 욕구를 충족시켜줄 수 있는 계획 수립이 되지 않고 있다.

충남 지역의 관광성과를 보면 서해안 지역에 비해 금강 주변지역 관광지가 활성화되지 못하고 있다. 금강 주변지역에 위치하고 있는 지역의 관광객 동향을 충남 서해안지역을 방문하는 관광객수와 비교하면 많이 부족한 편으로 충남 전체 관광객수는 2007년 충남 전체 86,579,170명이고 이중 금강 주변지역을 방문한 관광객수는 11,788,214명으로 13.6%를 차지하고 있어 충남 서해안 지역을 방문하는 관광객수 56,554,073명의 65.3%에 비해 많이 떨어진다.

충남에서 관광목적지의 33.8%가 금강주변에 위치하고 있어 서해안 지역의 관광목적지의 비율 47.5%에 비해 적은편이지만 관광목적지의 수에 비해 상대적으로 관광객수에 차이가 나는 이유는 금강 주변지역의 관광목적지가 서해안에 비해 관광객들에게 관광목적지로서 가치를 주지 못하기 때문이다.

따라서 소비자 중심의 관광상품으로서 관광목적지 개발이 필요하다. 현재 금강 주변 지역에 개발되었거나 되고 있는 관광목적지의 경우 소비자의 요구와 필요에 의한 개발이 아닌 공급자 위주의 개발로 인한 지역 관광 활성화가 미흡하다.

또한 금강주변지역의 경우 금강살리기 사업, 녹색성장사업 등의 국가사업 프로젝트가 진행될 예정이며, 주변으로 공주-서천간 고속도로, 호남고속철도 등의 교통망 사업이 건설되었거나 건설될 예정으로 지역의 관광접근성이 크게 향상되는 등 금강

주변지역 관광환경에 큰 변화가 있을 것으로 예상된다. 그러나 이러한 변화에 부응하지 못하고 다른 지역과 차별화된 관광목적지나 관광객에게 매력을 주지 못한다면 금강주변지역은 관광객들이 머무르지 않고 경유하는 관광목적지로 전락할 우려도 상존하고 있다.

이에 따라 금강주변지역 관광목적지를 관광객들의 욕구를 만족시키고 매력성을 갖춘 경쟁력 있는 관광목적지로서의 조성이 필요하며, 이를 위해서는 우선적으로 관광객들이 인식하고 있는 금강주변지역에 대한 관광매력성 평가가 선행되어야 한다.

관광목적지로서의 경쟁력을 갖추기 위해서는 관광계획을 수행하기 위한 광범위한 접근이 요구된다. 이러한 관광목적지 경쟁력 창출의 시작은 관광객이 중요시하는 것이 무엇이며 어떠한 기대를 하고 그에 따른 관광 경험 형성과 기대치를 파악하는 것이 필요하다¹⁾. 일반적으로 관광 경험 형성은 방문한 장소와 관광매력물 혹은 관광 대상에 대한 강한 인상으로부터 시작되기 때문에 관광목적지의 핵심이 되는 매력성을 가장 잘 경험할 수 있도록 관광매력을 창조하고 관리해 나가야 할 것이다.

타 경쟁 목적지와 차별화될 수 있는 매력성을 제공함으로써 경쟁력 이점을 유지하는 능력발휘를 통하여 경쟁 관광목적지보다 우월한 시장위치를 차지하려는 노력은 생존전략의 개념으로 자리매김 되었다²⁾

관광목적지 안에 관광매력이 존재하지 않으면 관광욕구를 가진 관광지를 유인할 수 없으며, 결국 관광목적지로서의 경쟁력과 가치는 상실하게 된다. 그러므로 관광목적지를 방문하는 관광객과 방문지인 관광목적지는 관광의 존재 이유가 되면서 동시에 수레의 두 바퀴와도 같은 관계를 형성하고 있다.

관광목적지를 하나의 상품으로 놓고 볼 때, 관광목적지의 핵심 경쟁 능력인 매력성을 파악하고 강화해야 한다. 특히 관광목적지 유형에 따른 매력성 창출이 핵심 경쟁능력 및 유인력으로 작용하고 있기 때문에 타 관광목적지와 차별화 및 발전적 정책 추진 차원에서 매력성을 연구하는 것이 중요하다³⁾. 궁극적으로 관광목적지의

1) Stephen W. Litvin & Sharon Ng Sok Ling, "The Destination Attribute Management Model: An Empirical Application to Bintan, Indonesia", *Tourism Management*, 22, 2001, pp. 481-492.

2) 양위주·배은주, "국제관광시장에서 관광동기에 따른 관광목적지 경쟁력 비교분석에 관한 연구", 「한국관광학회 제54차 국제학술심포지엄 및 정기학술논문 발표대회 논문집」 I, 2003, p. 239-250.

3) 조혜정 외, "울주군 관광자원 매력도 평가 연구", 「한국관광학회 제57차 울주관광학술 심포

매력은 선택, 방문 행동과 재방문으로 연결되기에 국가별, 지역별 관광경쟁력 향상을 위해서는 매력성 연구가 필연적이다.

또한 서비스와 고객 지향적인 관광산업에 있어서 중요하게 여겨지고 있는 관광지 속성, 관광만족, 재방문의도간의 영향관계를 검증할 필요가 있을 뿐만 아니라, 관광산업체 경영자, 종업원, 관광정책 수립자, 마케팅 담당자들에게 실문적인 지침을 제공할 필요가 있다.

2. 연구의 목적

이상과 같은 문제의식을 바탕으로 금강주변 지역 내 소재하는 관광목적지를 대상으로 관광목적지 유형에 따른 매력성에 대하여 관광객 관점의 평가를 하고자 한다. 이를 통하여 금강 주변지역의 매력성에 대한 평가를 통하여 문제점과 개선방안을 탐색한 후 전략적 시사점을 제공하는데 그 목적을 두고 있다.

이러한 연구목적을 달성하기 위해서 다음과 같은 세부적인 연구 목표를 설정하였다. 첫째, 관광목적지 매력성 구성 개념의 이론적 체계를 구축하여 매력 연구의 기초로 삼고자 한다. 둘째, 금강 주변 관광목적지 현황 및 실태조사를 통해 금강주변지역 관광 개발의 문제점을 제시하고자 한다. 셋째, 금강 주변 관광목적지 평가를 통해 활성화를 위한 필요 요건을 밝혀 관광객의 관광목적지 속성에 대한 사전 고려되는 중요도와 경험 후 성취도에는 어떤 차이가 있고 어떤 부분이 문제가 있는지 살펴봄으로써 관광목적지 활성화를 위해 필요한 요건을 제시하고자 한다.

본 연구의 목적을 달성함으로써 학문적으로는 관광목적지 매력성에 대한 이론적 구축에 기여하고, 연구대상 관광목적지를 방문한 관광객들이 지각하는 매력을 분석함으로써 향후 관광목적지의 기능과 특성에 따른 차별적인 매력창출형 관광목적지 마케팅 전략 및 발전방안을 제공하고자 한다. 특히 연구 결과를 토대로 발전적인 금강 주변지역 관광목적지의 매력성 극대화 방안을 제시하고자 하며, 나아가 충남 관광산업 발전과 관광목적지로서의 경쟁 우위를 다지는데 조금이나마 기여하고자 한다.

제2절 연구의 범위 및 방법

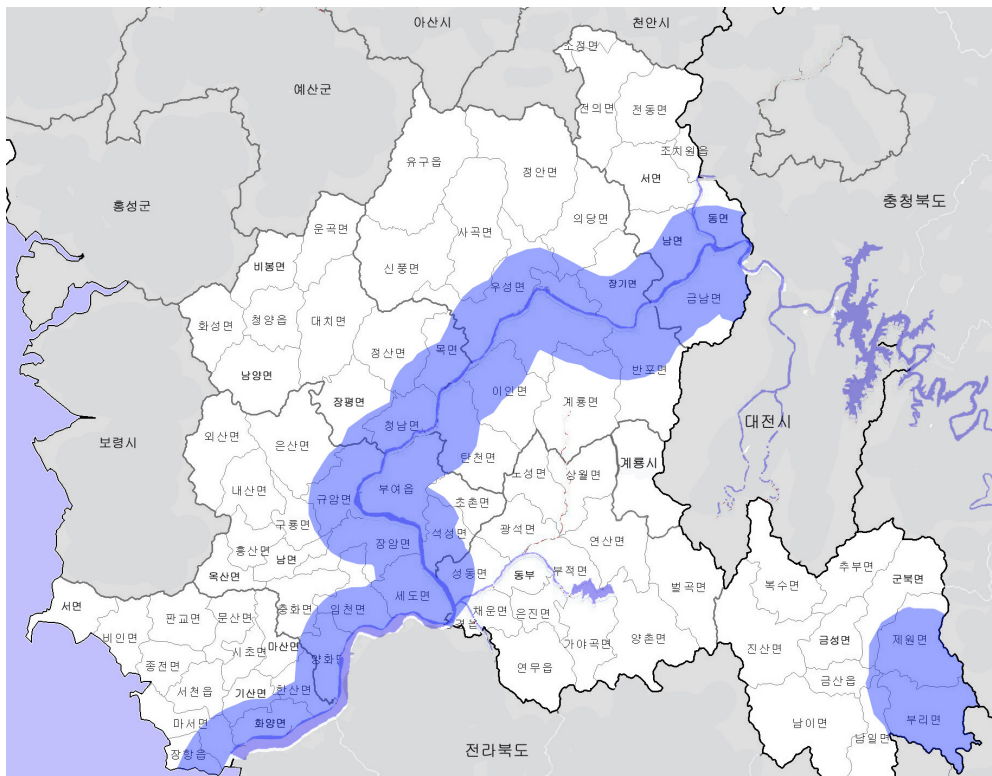
1. 연구의 범위

1) 공간적 범위

권역의 범위는 수변부로부터 5km 사이의 교통망으로 연결을 통한 권역

구분	금강권(수변부 5km)	
범위	<ul style="list-style-type: none"> •공주시 : 우성, 장기, 반포, 계룡, 이인, 탄천 일부 •논산시 : 강경, 성동, 채운 일부 •부여군 : 부여, 규암, 장암, 세도, 임천, 양화, 초촌, 석성 일부 	<ul style="list-style-type: none"> •서천군 : 장항, 마서, 화양, 한산, 기산 일부 •청양군 : 청남, 장평, 목면, 정산 일부 •금산군 : 제원면, 부리면, 금산읍, 남일면 일부 •연기군 : 남면, 동면, 금남면 일부

[그림1-1] 공간적 범위



연구 대상지로는 도보로 이동이 가능한 500m 내의 금강 수변 자원을 대상으로 개발되어 있거나 개발계획이 있는 관광목적지로 구성되어 있는 4곳과 관광목적지로 개발계획이 있거나 개발 중인 20곳 중 금강 지역 관광목적지의 유형별 대표 대상지를 선정하여 연구 대상지로 선정하였다.

2) 시간적 범위

사전 현지조사와 조사연구원 교육, 그리고 조사시행에 대한 준비기간 등으로 조사 연구의 시기로는 2009년 5월부터 시작하여 실제 조사는 2009년 8월, 9월을 중심으로 실시하였다. 특히 이 시기는 휴가 기간으로 국내관광객들이 가장 많이 국내관광지를 선택하여 관광을 하는 기간으로서 이 기간을 선택하였다.

3) 내용적 범위

선행연구에서 얻어진 이론적 근거를 바탕으로 고객자료를 이용한 실증분석을 실시하여 관광목적지별, 관광행태, 그리고 인구통계학적 특성에 따라 중요도와 성취도를 중심으로 연구를 수행하였다. 대상지로서 관광목적지는 금강 주변 전 지역을 선택하였다.

관광객의 관광목적지 매력성에 대한 사전 중요도와 경험 후 성취도, 전체 관광만족과 재방문의사 등에 대한 조사를 실시하였다.

2. 연구의 방법

1) 자료수집방법

본 연구는 금강 주변 7개 시·군의 관광목적지 매력성 평가를 통한 관광 활성화 과제를 제시하기 위한 것으로 이를 위해 기존 연구의 동향 분석으로 관광지 매력성 평가와 관련된 논문을 분석하였고, 금강 주변 7개 시·군의 관광자원 현황 및 운영 현황에 대한 자료 수집을 위해 2009년 7월 현황을 기준으로 관련 시·군에 자료 협조와 현지조사 및 관계자 면담을 실시하였으며, 부족한 자료와 국내외 사례 수집을 위해 인터넷을 통하여 각종 자료를 조사하였다. 조사된 자료를 토대로 지역 관광목적지의 매력성을 분석하였다. 이러한 분석결과와 관광활성화와 관련된 문헌 및 선행연구, 국내외 사례분석을 병행하여 금강 주변 관광목적지 활성화 방안을 제시하였다.

(1) 자료조사

- 금강주변 지역 관광목적지의 현황과 관련된 지역에서 발간된 관련 통계
- 대상 지역별 관광자원, 관광객 현황, 관광지 개발 계획, 체험프로그램 등

(2) 현황조사

- 금강 주변 7개 시·군의 관광자원에 대한 실태를 파악하기 위해 조사 목록 작성
- 해당 시·군에서 기존 운영되고 있는 관광지에 대한 지역 통계와 관광목적지 운영결과 자료 등을 조사

(3) 현지조사

- 해당 시·군 업무담당자가 수집한 자료를 기초로 대상지역 정밀조사를 위해 현장 조사 실시
- 현지조사를 통해 관광목적지 매력성 평가 결과물 작성

2) 현황조사 내용 및 분석방법

(1) 조사대상

2009년 7월 기준으로 금강 주변 7개 시·군에서 관광객의 방문이 이루어지는 곳을 대상으로 하였다. 대상 지역에서 운영되고 있는 관광목적지를 대상으로 관광목적지에 대한 관광매력성 조사를 실시하였다.

(2) 조사내용

금강 주변지역 7개 시·군 관광목적지의 관광매력성의 현황을 조사하기 위해 관광자원과 관광매력성 평가항목은 다음과 같다.

첫째, 관광목적지로서의 지역 관광자원의 분야별 종류와 개발된 관광지 현황 및 운영 현황 등에 대한 통계조사이다.

둘째, 관광목적지 대상 지역에 대한 관광매력성 평가를 위해 관광목적지 방문객을 대상으로 지역 관광선택 시 중요도와 방문 후 성취도에 대한 의견 조사를 실시하였다.

(3) 조사 및 분석방법

금강 주변지역 관광목적지 매력을 분석하기 위하여 현황 조사와 선행연구를 토대로 항목을 도출하여 설문지를 작성하였고 이를 활용하여 금강 주변 7개 지역에 관광객 대상 설문조사를 실시하였다.

(4) 관광목적지 매력분석 및 활성화방안 마련

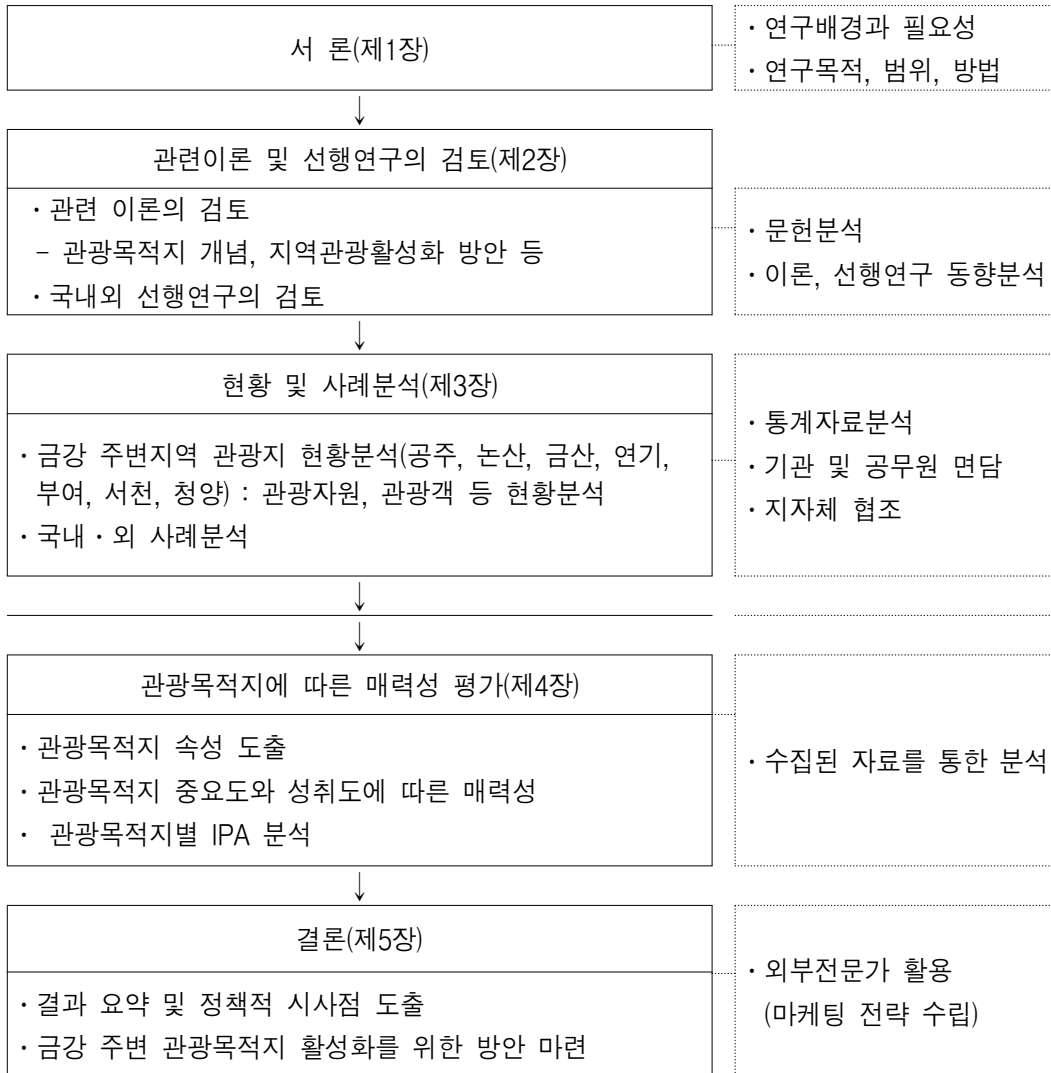
수집된 자료를 토대로 엑셀프로그램과 spss 12.0을 이용하여 금강 주변지역 7곳에 대한 중요도와 성취도를 조사하여 IPA분석을 실시하였다.

기타 연구내용과 관련된 문헌·자료의 검토, 국·내외 사례를 병행하여 지역 관광 활성화 방안을 제시하였다.

3) 연구의 흐름

금강 주변지역 관광 활성화를 위해 관련이론 및 선행연구 결과를 토대로 다음과 같은 연구의 흐름을 설정하였다.

[그림 1-2] 연구수행 방법



제2장 관련이론 및 선행연구 검토

제1절 관광목적지의 개념과 구성요인

1. 관광목적지의 개념

관광객들이 관광목적지를 찾아가는 이유는 매우 다양하며, 관광목적지는 관광객의 욕구를 충족시키기 위한 다각적인 전략 마련과 매력창출을 통한 새로운 활용 가치를 발휘하고자 노력하고 있다. 관광의 패러다임에 따른 변화를 꾀하는 관광목적지는 관광객들을 유인하기 위한 치열한 경쟁과 더불어 새로운 관광시장으로 떠오르고 있는 실정이다⁴⁾.

영어로 ‘tourist destination’ 용어 의미는 관광지나 관광목적지로 해석되어 사용되어 왔다. 사전식 한글 해석은 관광목적지에 가깝고 일본어 해석으로는 관광지라 하고 있다.

영어사전에서는 ‘관광객들이 방문하게 되는 지리적인 단위로서 독립된 센터, 마을, 고장, 도시, 지역, 섬, 혹은 국가’ 일 수 있으며, 더불어 ‘한 장소, 여행목적형의 다기능 장소, 혹은 움직이는 크루즈조차도 여기에 해당’ 한다고 하였다. 일본사전에서는 ‘목적지로 기능하는 지역으로서, 관광이 시작되는 지점을 포함하는 일상 생활권과 다른 지역’ 이라 정의하고 있다.

관광자원, 경제적, 주객, 그리고 구비조건 차원에서 개념을 고찰하면 다음과 같다. 관광자원 성격에서 살펴보면 출발지 또는 거주지를 벗어난 관광자의 관광동기를 충족시킬 수 있는 경관적 조건을 구비한 관광공간이다.

관광자원의 가치, 관광지 편의시설 구비, 관광목적지로 연결되는 교통수단과 교통로의 접근성 등이 상호작용하면서 형성된 관광활동 공간을 의미한다. 그러므로 관광공간, 곧 관광목적지는 장소, 지구 또는 영역, 지역을 모두 포함하는 공간적 개념

4) Metin Kozak, Destination Benchmarking, Oxon: CABI Publishing, 2004, pp. 36.

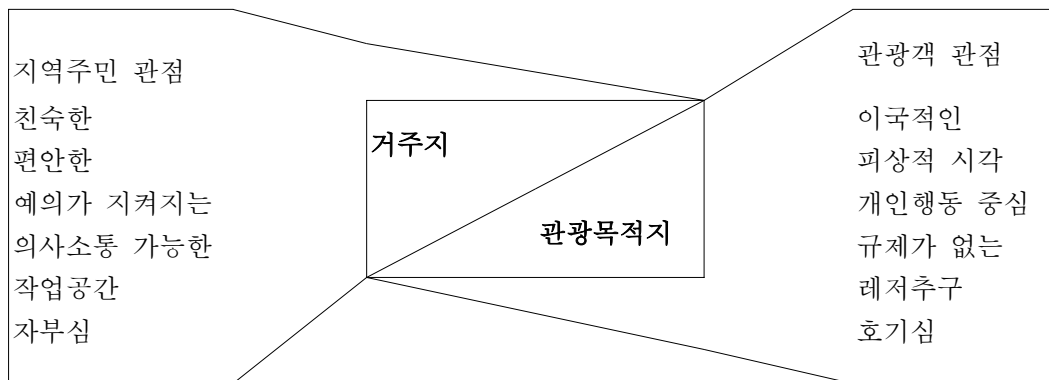
이며, 이 공간 내에 자리하는 관광입지의 기본요건을 갖춘 지역으로 설명하고 있다⁵⁾.

안전과 위협요인 차원에서 살펴보면, 인위적으로 안전하고 위협요인이 관리되는 관광객 중심형 공간으로서⁶⁾, 생소한 환경과 연계되어 관광활동에 수반되는 사건 및 사고, 부상, 건강문제 등이 발생되어 부정적 여행경험이 발생되지 않도록 적합한 안전관리 체계가 갖추어진 관광지역을 의미한다⁷⁾.

경제적 측면에서 보면 관광을 목적으로 방문하는 관광객에 의해 일어나는 경제 소비활동을 통해 지역주민, 관광사업, 관광객이 서로 경제적 편익을 얻고 있는 지역으로 정의되기도 한다.

관광현상을 주-객 관계로 볼 때, 관광목적지는 이러한 주객관계가 일어나는 곳이며, 지역주민과 관광객과의 만남의 장소이다. 아울러 관광객을 끌어들이는 일정한 임계점 이상의 흡인력, 즉 규모의 유인력(attracting power)과 관광사업자의 상품화 가치를 보유한 공간이지만 관광목적지내에서 출·퇴근하며 일하고 배워야 하는 지역주민들에게는 작업공간이며 동시에 생활공간이다⁸⁾.

[그림 2-1] 주-객 관점의 관광목적지



5) 이미혜, 「관광개발론」, 대왕사, 1999, pp. 153.

6) Alan A. Lew, "A Framework of Tourist Attraction Reserch", Annals of Tourism Research, 14, 1987, pp. 553-575.

7) Tim A. Bentley & Stephen J. Page, "Scoping the Extent of Adventure Tourism Accidents", Annals of Tourism Research, 28(3), 2001, pp. 705-726.

8) 박석희, 「신관광자원론」, 일신사, 2000, pp. 72-73.

〈표 2-1〉 주요 연구자들의 관광목적지 정의

학 자	개념 정의
Mill & Morrison (1985)	필수불가결한 관광 공급 요소인 매력물, 시설, 하부구조, 교통, 환대로 구성된 지역
Hu & Ritchie (1993)	관광시설물과 서비스의 패키지로 구성된 지역
Leiper (1995)	관광객이 인지된 매력을 경험하기 위해 찾아가서 일정기간 머무는 정소로서, 최소 일일 체류가 이루어지고 여행경험과 만족을 제공할 수 있게끔 계획되고 갖추어진 지역
김홍범 (1998)	기후, 하부구조, 상부구조, 서비스 그리고 자연적 문화적 속성 등 매력을 부여하는 다속성으로 구성된 지역
Manning & Dougherty (2000) ⁹⁾	지리적 및 문화적 여건이 조화되어 형성된 지역
박석희 (2000) ¹⁰⁾	관광객이 그의 일상 생활공간을 떠나서 자신의 관광욕구를 충족시키면서 일정시간 동안 체재하는 지역으로서, 자연 관광자원, 인문관광자원, 그리고 관광시설자원 가운데 어느 한 가지 이상 가치 있는 관광자원이 있기 때문에 이들 관광자원의 이용가치를 제고시키기 위한 숙박시설, 식음시설, 편의시설 등이 갖추어져 있고, 이러한 관광자원에 접근할 수 있는 교통시설이 설치되어 있으며 정보제공서비스가 이루어지는 일정한 지역 공간
Kelly & Nankervis (2001) ¹¹⁾	관광객들이 요구하는 서비스시설과 더불어 수많은 매력물들을 포함하는 지역
Kozak (2004) ¹²⁾	관광객들이 방문하도록 동기와 자극을 유도하는 다양한 관광상품이 소재하고, 생산되고 동시에 제공되는 지역
Haydee et. al. (2004) ¹³⁾	상품 그 자체로서 관광객을 끌어당기는 지역 혹은 장소
Sheldon, Knox & Lowry (2005) ¹⁴⁾	역사와 잘 정비된 하부구조, 문화, 그리고 다양성이 겸비된 지역
자료 ; 재인용	

9) Edward W. Manning & T. David Dougherty, "Planning Sustainable Tourism Destination", Tourism Recreation Research, 25(2), 2000, pp. 3-14.

10) 박석희, 전제서, p. 72.

11) Ian Kelly & Tony Nankervis, Visitor Destination, Sydney: John Wiley & Sons, 2001, p. 13.

12) Metin Kozak, op. cit., p. 38.

관광목적지는 관광자원 구비조건에 따라 정의하기도 하였다. 관광자원은 자연관광자원, 문화적 관광자원, 인적자원으로 구성되며 특별한 경제적 활동에 활용될 수 있는 가치와 조건을 갖추고 있다¹⁵⁾. 그리고 관광객이 일상 생활권을 떠나서 자신의 관광욕구를 충족시키면서 일정시간 동안 체재하는 지역인 동시에 지역자체가 외부로부터 방문동기를 유발시킬 수 있는 충분한 미력과 이들을 수용할 수 있는 관광환경과 관련 프로그램을 갖추고 있어 일반지역에 비해 외래방문객이 월등히 많은 지역¹⁶⁾ 등으로 개념 정의하고 있다.

따라서 관광목적지는 관광객 욕구와 동기를 충족시킬 수 있도록 수요 창출이 이루어지는 유·무형의 관광서비스가 제공되는 매력공간으로서 뿐만 아니라 경제적 편익까지 추구하는 지역으로 정의할 수 있다. 그리고 그 범위에 있어서 소규모 관광시설에서부터 하나의 대륙에 이르기까지 다양한 수준으로 존재하지만 서로 밀접한 관련을 갖는다¹⁷⁾.

매력공간으로서의 효과적인 관광목적지 위상 정립은 경쟁 목적지와 비교 시 차별적 우위를 인식시킬 수 있는 전략 적용¹⁸⁾과 특수한 매력 창출을 통하여 경쟁력을 강화시키는 관광목적지의 노력이 지역과 범위에 관계없이 요구되고 있다¹⁹⁾.

관광목적지는 하나의 관광 상품이기에 때문에 매력있는 목적지로서 관광객들에게 선택되어야만 존재가치가 있는 것이다. 따라서 성공적인 관광목적지 관리 및 마케팅에 주안점을 두면서 동시에 관광목적지의 매력을 상승시키는 시설성, 경제성, 환경성, 문화성, 그리고 관광사업 등에 대한 지속가능성을 위한 다각적인 노력을 경주하고 있다²⁰⁾.

13) Garcia Haydee et al, "The Sun and Beach Tourism Destination Image: An Application to the Case of Cuba From the Spanish Tourist-Origin Market", *Tourism Review*, 59(1), 2004, pp. 16-2.

14) Pauline Sheldon et al, "Sustainability in a Mature Tourism Destination: The Case of Hawaii", *Tourism Review International*, 9, 2005, 47-59.

15) Arturo Melian-Gonzales & Juan Manuel Garcia-Falcom, "Competitive Potential of Tourism in Destination", *Annals of Tourism Research*, 30(3), 2003, pp. 720-740.

16) 서용건, "제주특별자치도와 서비스투어리즘 전략", 「제주관광학회 동계 정기학술대회」, 2005, pp. 41-62.

17) 송재호, "섬 관광지 관리 구조모델의 개발과 적용", 「제주관광학회 동계 정기학술대회」, 2003, pp. 31-50.

18) 유필화·김용준·한상만, 「현대마케팅론」, 박영사, 2001, p. 155.

19) 오상훈, 전게서, p. 169.

본 연구에서는 지역생활 공간이자 관광객들이 찾아가는 여행목적지 의미로 해석해서 관광지보다는 수요창출이 이루어지는 다양한 관광지로 구성되어 있는 큰 공간 개념인 관광목적지라는 용어를 사용하기로 한다.

〈표 2-2〉 관광 용어 관련 개념별 정의

구분	정의
관광자원 (tourist resource)	관광객의 관광동기나 의욕을 충족시키고, 관광행동을 유발하게끔 가치와 유인력을 지닌 제반 요소들의 총체로서 어떤 형태로든 상품화의 전체조건이 있어야만 가치성이 인정되는 것
관광대상 (tourist object)	관광자원이 상품화(개발)가 된 것
관광매력물 (tourist attraction)	관광대상, 관광객, 그리고 기호학적 표시(marker) 등이 복합적으로 구성되어 관광객을 유인하는 힘(attractive power)을 갖고 있는 것
관광지 (tourist area)	수요창출이 이루어질 수 있는 독립된 매력물과 서비스, 그리고 환대가 어우러지도록 인위적으로 조성된 장소
관광목적지 (tourist destination)	최소 한 곳 이상의 관광지와 더불어 지역주민의 생활공간 및 관광사업자들의 사업공간이 계획되고 갖추어진 지역

자료: 연구자 작성.

관광목적지 발달단계를 살펴보면, 하나의 매력물이 관광목적지로 변모해 가면서 방문객들의 욕구 충족을 위한 관련 서비스 시설물들이 매력물을 중심으로 들어서게 된다.

〈표 2-3〉 관광목적지 발달 단계

구분	내 용	특 징
1단계	하나의 매력물 (the single attraction)	독립적인 매력물
2단계	미발달된 관광목적지 (the embryonic destination)	연계된 서비스가 제공됨
3단계	발달된 단일 시장 관광목적지 (the developed single market destination)	기존의 단일 관광목적지로 유인
4단계	다변화된 관광목적지 (the diversified destination)	다변화된 관광목적지로 유인

자료: John Swarbrooke, op. cit., p. 19.

관광객들에게 필요한 기반시설과 더불어 매력물로 구성된 관광목적지와는 달리 매력물은 일반적으로 하나의 단위, 장소, 소규모, 지역적 한계성을 특징으로 한다²¹⁾. 따라서 매력물은 모래알(grain of sand)이고 관광목적지는 진주(pearl)로 비유되기도 한다²²⁾.

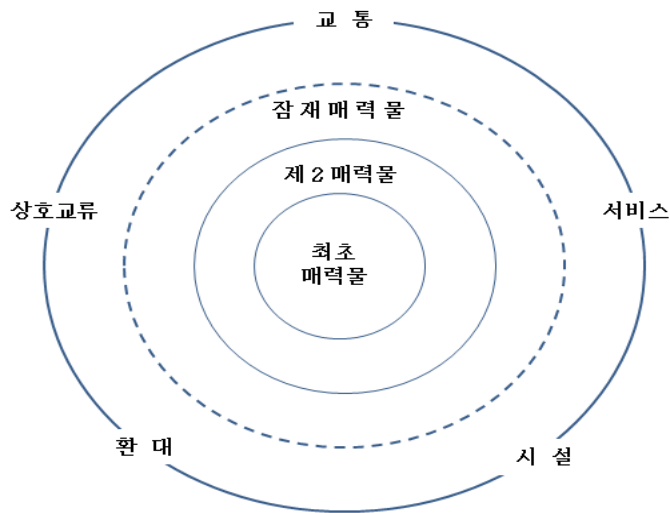
20) Pauline Sheldon et al, op. cit., pp. 47-59.

21) 고계성·오상훈, “이미지평가를 통한 문화적 매력물 방문객 관리방안 연구”, 「관광연구」, 18(3), 대한관광경영학회, 2004, pp. 89-103.

2. 관광목적지 구성 요인

관광목적지는 복잡하지만 독립적인 요인들로 구성되어 있다. 그 각각의 요인들은 관광객들에게 여행경험 만족을 제공하기 위하여 상호 의존하고 있고, 지역사회 경제 활성화를 초래하기 위하여 매력 대상을 중심으로 형성되어 있다²³⁾. 일반적으로 관광목적지 구성요인은 크게 매력물(attractions), 접근성(accessibility), 쾌적성(amenities), 숙박(accommodation), 그리고 활동(activities)으로 언급되거나²⁴⁾, 관광매력물과 그것에 부수되는 모든 시설, 하부구조, 교통, 환대,²⁵⁾ 그리고 자연적·문화·인위적 매력물 외에도 교통에 의한 접근성이 수월하고, 양적·질적으로 다양한 관광객을 수용할 수 있는 시설 포트폴리오(portfolio)로 구성되어진 집합체로 설명하고 있다²⁶⁾.

[그림 2-2] 관광목적지 구성



자료: 연구자 작성

22) John Swarbrooke, The Development and Management of Visitor Attractions, Oxford: Butterworth-Heinemann, 1999, p. 18.

23) Salah S. Hassan, "Determinants of Market Competitiveness in an Environmentally Sustainable Tourism Industry", Journal of Travel Research, 38, 2000, pp. 239-245.

24) Ian Kelly & Tony Nakervis, op. cit., p. 41.

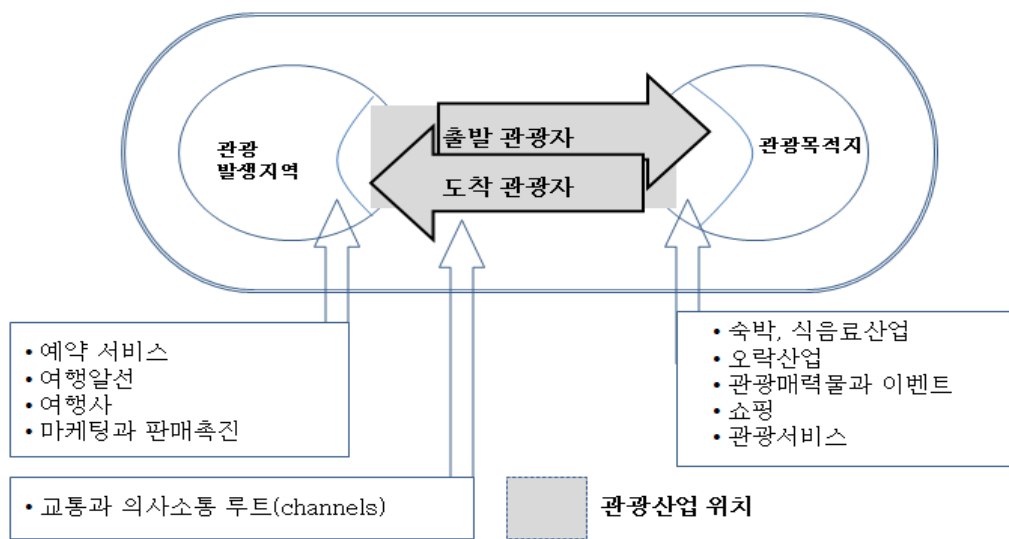
25) Robert C. Mill & Alastair M. Morrison, op. cit, p. 201

26) 오상훈, 전게서, pp. 168-169.

따라서 관광목적지는 다양한 구성요인으로 이루어진 하나의 집합체로서, 이러한 구성 요인들은 관광객들의 여행경험을 만족시켜야 하므로 상호의존적으로 연결되어 있다.

Leiper는 관광의 체계를 관광자, 관광발생지, 교통루트, 관광목적지, 그리고 관광산업 등 5개 요소가 공간적 및 기능적으로 상호 연관되어 있는 것으로 인식하고 있다. 여기에서 관광은 관광발생지에서 관광목적지까지, 관광목적지, 그리고 관광목적지에서 관광발생지 영역 내에서 행해지는 활동임을 보여주고 있다. 관광목적지 요소에는 매력물과 관광객이 이용하는 서비스 및 시설이 포함된다고 보고 있다²⁷⁾.

[그림 2-3] Leiper의 관광체계
물리적, 기술적, 사회적, 경제적,
정치적, 문화적 광역 환경

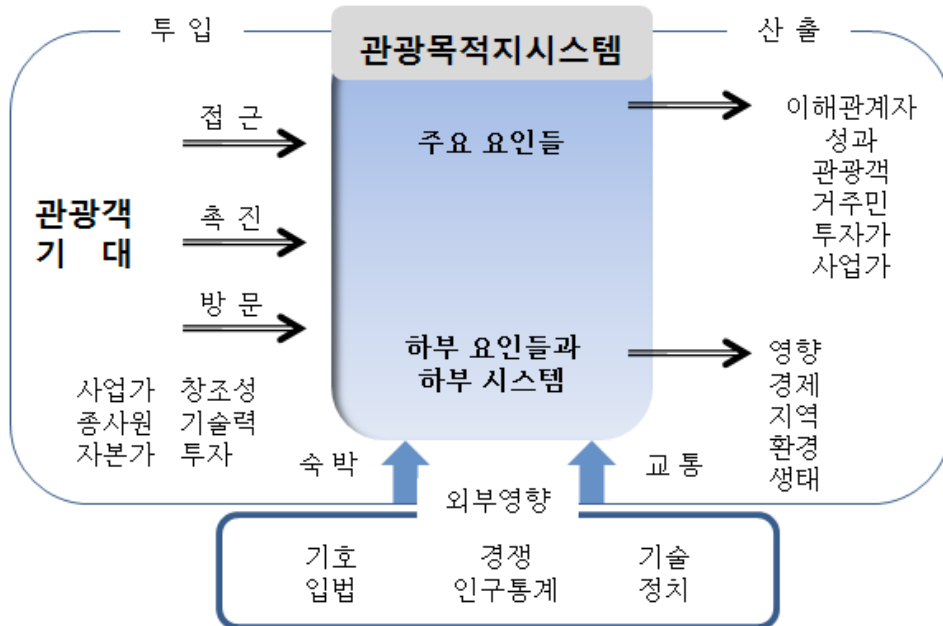


자료: Neil Leiper, op, cit., p. 397; Ian Kelly & Tony Nankervis, op. cit., p. 21. 재인용.

한편 관광개발계획에 중점을 둔 대표적인 학자인 Gunn은 관광현상을 기능적 체계(system)로 인식하고 구성요소로서 관광목적지, 교통기관, 매력물, 서비스 및 시설, 정보 및 지도 등 다섯 가지를 제시하고, 관광체계의 구성 요소와 그 인자 간의 기능이 원활하게 이루어지도록 관광개발계획 수립에 초점을 맞추고 있다.

27) 박석희, 전게서, p. 26-27.

[그림 2-4] 관광목적지의 체계



자료: Eric Laws, op. cit., p. 36.

관광은 상호 밀접하게 연관된 체계로 인식되는데 관광목적지 체계도 예외는 아닙니다. 관광목적지 체계는 자연적 혹은 매력물의 형태로서 주요 요인들(예; 기후 등)과 하부요인들(예; 호텔 등)로 구성되어 있고 상호의존적입니다. 주요 요인으로 관광목적지 투입에는 관리적 및 기술적 숙련, 투자자 자원, 그리고 관광객의 기대감이 포함된다. 일반적인 관광목적지 체계는 많은 요인들 혹은 하부시스템들, 숙박, 교통, 여흥, 소매, 활동 등이 작용하게 된다. 아울러, 이해관계자들의 결과 산출 통한 체계 평가가 이루어질 수 있고 관광목적지 요인들은 외부 영향을 받게 되면서 관광목적지의 장기적 발전 계획에 영향을 미치게 된다.

제2절 관광목적지 매력의 개념 및 특성

1. 관광목적지 매력의 개념

가족구성원수의 감소, 삶의 수명 연장, 도시와, 인구증가 등 인구통계학적 변화로 관광활동 참여폭은 확대되고 있다²⁸⁾. 이러한 변화는 관광목적지 선택에도 영향을 미치고 있다. 관광과 관광목적지 환경은 밀접한 관련성을 맺고 있으므로 매력을 제공치 못하는 관광목적지는 발전을 기대하기 어려워진다²⁹⁾. 이것은 관광광목적지마다 지속적으로 매력을 제공하려는 노력을 끊임없이 하는 이유가 된다. 비록 관련분야에서의 논의가 충분치는 않지만 관광목적지 매력성(destination attractiveness)이라는 개념이 질적인 능력 척도로서 관광목적지 선택행동 예측과 방문만족을 연구하는 데 의미가 있다고 하겠다.

따라서 매력, 유인력 혹은 매력도 등의 용어로 사용되나 본 연구에서는 매력성이라는 용어로 사용하되, 계량화된 값일 경우에는 매력도를 사용하기로 한다³⁰⁾.

소비자 행동이론이나 기타 사회과학분야에서 매력성이라는 개념이 질적인 능력 척도로서 관광목적지 선택행동 예측과 방문만족을 연구하는데 의미가 있다고 하겠다. 따라서 매력, 유인력 혹은 매력도 등의 용어로 사용되나 본 연구에서는 매력성이라는 용어로 사용하되, 계량화된 값일 경우에는 매력도를 사용하기로 한다.

소비자 행동이론이나 기타 사회과학분야에서 매력성과 유사한 의미로 사용되는

28) Asad Moshin & Chris Ryan, "Determinants of Destination Choice: The Role of Socio-Demographic Variables", *Tourism Recreation Research*, 29(3), 2004, pp. 27-33.

29) Colin S. Mellor, op. cit., pp. 100-107.

30) 박석희, 전게서, pp. 39-45. 본 저서에서 박석희 교수는 관광대상, 관광매력물, 관광자원 등의 용어들이 혼용되면서 그 복잡성을 더해가고 있다고 설명하면서, 자연적 매력, 인문적 매력, 관광시설 매력을 협의의 관광자원으로 규정하고 있으며, 그 외에 공급처리 시설과 편의시설, 인력(인적자원), 시간, 여행을 광의의 관광자원으로 설명하고 있음. 본 연구에서 관광목적지를 구성하는 자원과 관광객들에게 부여되는 자원의 상품화 가치가 상호작용하면서 관광객들이 느끼는 신념의 결합으로 매력의 정의를 내리고자 하며, 아울러 자원의 개념과도 상통하는 의미 차원에서 매력을 해석하고 있음. 본 논문에서는 매력과 혼용되어 사용되지만, 매력성 용어를 제1주제어로 사용하고 있음.

개념은 태도(attitude)라고 할 수 있다. 태도 이론을 기초로 하면, 관광목적지 매력성은 잠재적 관광자에게 어떤 관광목적지들이 자신들의 휴가 욕구를 만족시켜 줄 수 있다는 신념, 느낌 그리고 행동 성향을 반영하게 된다. 따라서 특정 관광목적지가 잠재적 관광자로 하여금 그들의 여행 욕구를 만족시켜줄 것이라는 믿음을 강하게 부여하면 할수록 그 관광목적지는 매력성이 높아진다고 할 수 있고 결국 잠재적 여행목적지로 선택될 수 있을 것이다. 이러한 이유로 관광객들을 유도하는 관광목적지에 대한 매력성 연구는 충분히 마케팅 차원에서 시사하는 바가 크다.

매력성의 개념을 사전에서는 “사람의 마음을 사로잡는 야릇한 힘³¹⁾” 이라고 정의하고 있으며, “어떤 사물이나 경험에 대해 의식적 충동이나 선호를 가지고 즐거움이나 만족을 추구하는 사람의 마음을 끄는 힘³²⁾”, 관광자가 추구하는 편익(benefits)에 대해 부여하는 중요성과 그 편익들을 관광목적지가 제공해줄 것이라고 지각하는 신념의 결합, 관광객을 끌기 위한 시설이나 관광목적지의 능력적도라 정의하고 있다.

〈표 2-4〉 매력성 용어 정의

구분	용도	해석	차이
attract	사람, 사물	유인하다	유인하다, 잡아끌다 등 동사로 사용됨
attractions	사물	매력물	유인력을 갖고 있는 유/무형 대상물을 의미함
attractivity	사람, 사물	매력도	양적인 능력 척도(quantity)로 사용됨
attractiveness	사람, 사물	매력성	질적인 능력 척도(quantity)로 사용되며, 상태/성질의 정도를 나타내는 추상명사를 의미함

매력성이란 첫째 물리적 측면으로서의 자원이나 상품으로 이해되거나, 둘째, 상징적 특징으로서 이미지, 특징, 스스로의 능력, 서비스속성, 환대성 등을 의미하거나, 관광객들이 어떤 대상에 대해서 모험적, 위락적, 교육적 혹은 확실성을 포함하는 지각된 범위와 인식에 의거하여 분류되기도 한다³³⁾.

31) 두산동아, 「새국어사전」, 두산동아출판사, 2000. p. 746.

32) 안영면·주현식, “DMZ의 관광이미지와 매력속성에 따른 관광자원화방안에 관한 연구”, 「관광·레저연구」, 12(1), 한국관광·레저학회, 2000, P. 125-137.

33) Bruce Predeaux, " Building visitor attractions in peripheral area: Can uniqueness overcome isolation to produce viability?", International Journal of Tourism Research, 4, 2002, pp. 379-389.

2. 관광목적지 매력의 특성

1) 구성요인

관광객의 관광목적지 선택은 두 가지 측면에서 이루어진다고 볼 수 있다. 첫째는 관광객의 심중에 관광 동기나 의욕이 생겨 특정 관광목적지를 방문하게 되는데, 동기나 성격, 학습 등의 요인들이 작용하게 된다. 이와 같은 요인들은 관광객 또는 상품 수용자 측면에서 고려되는 요인으로서 추진 요인이라고 한다.

수요자의 측면이 아닌 관광공급자 혹은 관광목적지의 측면에서 관광객을 끌어들이는 요인을 유인 요인이라고 한다. 공급요인들 모두가 관광객들을 끌어당기는 역할을 한다. 숙소와 기타 서비스시설 등이 관광에 참여하게 하는 주요한 동기로서 간주되며, 일반적으로 관광공급은 매력물, 교통, 숙소, 서비스시설, 그리고 하부구조로 구성³⁴⁾되거나 혹은 관광목적지의 특성이나 속성 등을 포함시켜 크게 다음의 <표 2-5>과 같이 제시하고 있다.

<표 2-5> 관광목적지 유인요인 구성

구성	관광목적지 특성	목적지 이미지	접근성
관광목적지 유인요인	기후, 역사유적지, 경관, 일출·일몰(태양), 해변, 눈 문화행사, 오락 및 여흥 기회, 기대되는 편익	부정적 목적지 이미지 긍정적 목적지 이미지 목적지의 좋은 서비스 목적지의 시설	공항, 도로, 항만, 전기·통신 등

자료: 박시사, 「관광소비자행동론」, 대왕사, 2001, p. 157.

관광목적지 매력성이나 이미지 관련된 대다수의 연구에서도 보편적인 일련의 요인들은 존재하지 않는다는 인식과 더불어 관광목적지의 매력성 연구에 영향을 미치는 각각의 요인별 중요성을 결정하는 것은 관광매력성 연구에 있어서도 가장 어려운 판단이다³⁵⁾.

34) S몽개 Formica, "Destination Attractiveness as a Function of Supply and Demand Interaction", Dissertation Paper, Virginia Polytechnic Institute and State University, 2000, p. 27.

다른 시각에도 불구하고 대다수의 연구자들은 환경 및 문화적 요인과의 상호작용을 통한 핵심자원의 매력요인으로 유인력을 발휘한다고 언급하고 있다³⁶⁾. 주요 연구를 살펴보면 다음과 같다. Goodrich는 복합적 시설(인공과 자연적 시설의 복합), 쇼핑, 음식, 오락, 경치, 환대성, 문화흥미성, 숙박, 휴식성으로 요인을 구분하여 적용하였고, Aziz³⁷⁾는 말레이시아 랑카위섬 연구를 수행하면서 관광목적지 매력성에 영향을 미치는 요인으로 지리적, 사회문화적, 물리적, 자연적, 그리고 보조적 요인으로 제시하고 있으며, Laws³⁸⁾는 관광목적지의 매력성에 영향을 미치는 1차 요인으로 기후, 생태, 문화, 전통 건축, 지형 등이 있고, 2차 요인으로는 호텔 식음, 교통, 유흥, 주제공원으로 구분하여 연구하였다.

Kozak 과 Rimmington은 매력물, 시설과 서비스, 하부구조, 환대성, 그리고 비용 요인이라 하였다³⁹⁾. 또한 관광목적지로 관광객들을 유인하는데 작용하는 중요한 요인들로 손쉬운 접근성, 적당한 비용, 역사·문화화의 유사성, 기후, 경치, 흥미 있는 활동, 가족성, 쾌락성, 그리고 홍보성을 들고 있다. 관광목적지 선택 시 영향 요인을 인공적 매력물, 자연적 매력물, 사회문화적 매력물, 심리적 매력물로 구분한 후, 자연적 매력물로는 자연경관 매력, 역사적 볼거리, 해변, 기후, 온천을 중요 매력 요인으로 제시하기도 하였다⁴⁰⁾.

35) Changuk C. Lee. "Investigation Tourist Attachment to Selected Coastal Destinations: An Application of Place Attachment", Dissertation Paper, Clemson University, 1999, p. 10.

36) Bill Faulkner et al, "Destination Competitiveness: An Exploratory Examination of South Australia's Core Attractiveness", Journal of Vacation Marketing, 5(2), 1999, pp. 125-139.

37) Azlizam Aziz, "An Evaluation of the Attractiveness of Langkawi Island as a Domestic Tourist Destination Based on the Importance and Perceptions of Different Types of Attractions(Malaysia)", Dissertation Paper, Michigan State University, 2002, pp. 19-20.

38) Eric Laws, op. cit., p. 14.

39) Metin Kozak & Mike Rimmington, "Benchmarking: Destination Attractiveness and Small Hospitality Business Performance", International Journal of Contemporary Hospitality Management, 10(5), 1998, PP. 184-188.

40) Ercan Sirakaya et al, "Modeling Vacation Destination Decisions: A Behavioral Approach", Recent Advances in Tourism Marketing Research, 1996, pp. 57-75.

〈표 2-6〉 관광목적지 매력요인과 관련된 국외 선행연구

연구자(연구년도)	매력요인
Piperoglou(1966)	전통적인 기념비, 아름다운 마을, 해변
Gearing, Swart, & Var(1974)	자연성, 사회성, 역사성, 레크리에이션과 쇼핑 시설성, 음식, 숙소
Andeson(1975)	야간 활동, 경관감상, 식음료시설, 비용, 토착문화, 해변, 기후
Glenn(1976)	방문 용이성, 접근성, 가격, 관광활동 공간 매력
Ferrario(1979)	경치, 야생, 식물, 반투족 삶, 마을방문과 쇼핑, 지역생활 참여, 태양과 해변, 역사기념관, 동물원 및 농장, 탄광지대 방문, 소수인종그룹, 스포츠시설, 해양스포츠, 야간여흥, 암각화 인류학, 야외활동, 기술과 발전, 사파리사냥, 카지노, 스포츠구경, 스파 리조트
Goodrich(1978)	복합형 시설 이용성, 쇼핑, 음식, 오락, 경치, 현대성, 문화 흥미성, 숙박, 휴식성
Haahti & Yavas(1983)	화폐가치, 접근성, 스포츠시설, 야간관광, 평화로운 휴식, 친절성, 우호성, 야영활동, 문화체험, 아름다운 풍경
Embacher & Buttle(1989)	물리적 환경, 경제개발, 기후, 지역주민, 문화, 음식, 접근성, 기반시설, 비용, 분위기
Goodall & Bersma(1990)	매력물, 시설/서비스, 접근성, 이미지, 비용
Yaw & Chan(1990)	시설, 매력물과 오락, 호텔과 식당서비스, 음식의 질과 접근성, 가격, 기후, 친구와 친척
Fakete & Crompton (1991)	매력물, 문화설비, 숙박과 교통시설, 음식과 칠전, 야간오락
Mill & Morrison(1992)	매력물, 시설, 하부구조, 교통, 현대
Hu & Ritchie(1993)	기후, 편의시설, 스포츠 및 레크리에이션, 기회, 자연경관, 음식, 야간오락, 지역주민의 생활, 매력, 의사소통, 이벤트, 접근성, 쇼핑, 가격
Millman & Pizam(1995)	가격성, 물가, 가족성, 쇼핑, 경치, 기후, 호텔, 주민환대, 안전
Kozak & Rimmington(1998)	매력물, 시설과 서비스, 하부구조, 현대성, 비용
Formica(2000)	관광서비스 및 시설, 문화와 역사적, 전원형 숙소, 야외 레크리에이션
Chen(2001)	안정성, 식음료시설, 숙박시설, 인근한 장소, 모험, 매력, 흥미, 휴식, 자연경관, 관광정보, 기후, 생활방식의 친숙함, 비용, 서비스, 의사소통, 친숙한 분위기 등
Rittichai nuwat, Qu & Brown(2001)	사회적이고 환경적인 문제, 안전한 관광목적지, 모험적인 활동과 경치, 풍부한 문화, 음식과 호텔, 접근성, 즐거운 쇼핑
Aziz(2002)	사회문화적, 지리적, 물리적, 자연적, 보조적
Pike & Ryan(2004)	야회활동, 날씨, 좋은 환경과 하부구조, 격리성

자료: 연구자 작성.

〈표 2-7〉 관광목적지 매력요인과 관련된 국내 선행연구

연구자(연구년도)	매력 요인
김영국(1987)	자연적 인자(역사성, 예술성, 전설, 보전성, 종교성, 자연경관, 사회성, 기후), 인위적 인자(접근성, 편의성 시설)
이애주(1989)	자연적요인, 사회·문화적 요인, 인위적요인
서태양(1991)	정신건강성, 향토성, 문화성, 자연환경성
김원인(1994)	귀숙애, 새로운 경험, 경제적 기본, 교육적 활동
박석희(1996)	지명도, 상기도, 신뢰성, 친절성, 요금의 적절성, 지위성, 신기성
이장주(1997)	이용성, 유희성, 신기성, 향토성, 전통성, 체험성, 교육성
박수완(1997)	문화, 레크리에이션, 자연적, 주변적, 모험적 요인
엄서호(1998)	이국적 체험, 여행편리성, 문화 접촉, 도시체험, 여행비용, 친근감
박미정(1999)	문화성, 시설성, 활동성, 자연성
김선영(1999)	휴양형, 지역활동형, 문화·자연형, 주유형
고계성·오상훈(2004)	시설성, 접근성, 친절성, 혼잡성, 비용성, 분위기
여호근·김대환·최정순 (2005)	접근성, 기후성, 자연성, 해양성, 신비성
조혜정·류태창·이주영 (2005)	관광자원성, 관광자원의 활동성, 관광자원의 접근성, 관광자원의 지원성

자료: 연구자 작성.

본 연구에서는 말레이시아 랑카위섬(Langka wi island)을 중심으로 매력성 연구에 사용된 요인들(사회문화적, 지리적 물리적, 자연적, 보조적 요인)⁴¹⁾, 국내 관광목적지들(제주, 경주, 설악, 해운대, 유성)을 중심으로 인지된 매력성 연구에 사용된 요인(계절 및 사회적 매력성, 청결과 평화로운 환경성, 숙박시설과 관련시설성, 가족중심형 분위기 및 안전성, 접근과 명성, 여흥과 레저 기회성)⁴²⁾, 국내 관광목적지 중심의 박수완 연구(문화적 요인, 레크리에이션 요인, 자연적 요인, 주변적 요인, 모험적 요인)⁴³⁾, 그리고 Mike 와 Rimmington의 연구(매력물, 시설과 서비스, 하부구조, 환대, 비용)⁴⁴⁾ 등에 기초해서 자연적 매력에 기초를 둔 자연성, 인공적 매력에 기초를 둔

41) Azlizam Aziz, op. cit., p. 20.

42) Hong-bumn Kim, op. cit., p. 351.

43) 박수완, 전개논물, p. 109.

44) Mike Kozak & Mike Rimmington, op. cit., p. 184

인공성, 그리고 시설성, 사회 문화성, 부가성 요인으로 적용하였으며, 이러한 요인 적용은 선행연구를 실시하여 신뢰도와 타당성 검증을 거쳐서 연구진행의 오류를 제거한 후 최종 설문을 실시하여 본 연구에 적용하고 있다.

2) 관광목적지 매력속성

관광목적지 매력속성에 대한 연구는 두 가지 유형이 있다. 첫째, 어떤 속성들은 관광자가 특정 관광목적지 매력성을 평가하는 데 영향을 미치는 중요성의 정도이다. 둘째, 특정 관광목적지 속성이 관광목적지의 매력성에 기여하는 데 보편적인 중요성을 가지지만, 관광목적지 매력성에 기여하는 어떤 관광목적지 속성의 중요성은 아직 그것들이 제공하는 관광목적지의 유형과 휴가 경험 등에 의존하게 된다⁴⁵⁾. 그러나 관광목적지별 매력차원은 휴가 경험보다는 해당 관광목적지별 유형에 크게 의존하기에 매력성 연구 차원에서 타당성이 있다 하겠다.

관광목적지 매력속성을 개발한 연구는 현재 많이 진행되어 왔다. 관광목적지 매력속성을 분석하기 위해서는 그 속성들을 구성하는 세부적인 항목들이 필요하다. 이 세부적인 항목들은 관광자들이 관광목적지를 선택하는 근원적인 기준이라 할 수 있다⁴⁶⁾.

관광 매력속성 사용을 통한 관광목적지 연구의 발단은 메사추세츠 사례 연구에서 시작되었다⁴⁷⁾. 초기 연구로서 Ritchie와 Zin⁴⁸⁾은 퀘벡시를 대상으로 한 연구에서 시작되었다. 초기 연구로서 Ritchie와 Zin은 퀘벡시를 대상으로 한 연구에서 8개의 일반적 속성(자연경관, 사회·문화적 성격, 관광지의 접근가능성, 관광객을 맞는 태도, 부대시설, 물가수준, 스포츠 및 오락시설, 쇼핑 및 상업시설)중 자연경관, 기후, 그 지역의 사회, 문화적 성격을 중요한 속성으로 평가하였으며, 12개의 사회·문화적 요소(전통, 음식, 역사, 건축양식, 공예품, 오락 활동, 예술 및 음악, 언어, 일에 대한 태도, 복장, 교육, 종교) 중 전통과 음식을 가장 중요한 속성으로 평가하였다.

45) 정성원, “관광목적지 선택행동에 영향을 미치는 정보원천에 관한 연구”, 석사학위논문, 대구대학교교육대학원, 2001, p.7.

46) 이명진, 전개논문, p. 19.

47) David Scott et al, "Multi-Brand/Multi-Attribute Model of Tourist State Choice", Journal of Travel Research, 17, 1978, pp. 23-29.

48) Rrent Ritchie & Michael Zins, " Culture as Determinant of Attractiveness of a Region", Annals of Tourism Research, 5(2), 1978, pp. 252-267.

관광목적지 매력속성을 5개의 주요 특성과 자연경관, 부대시설, 음식과 숙박시설 등의 17개의 하위특성으로 분류한 연구⁴⁹⁾, 관광객의 대도와 함께 특정 목적지를 선택하는데 중요하게 평가한 매력속성을 제시한 연구⁵⁰⁾, 그리고 메사추세츠의 케이프 코드를 여행한 관광객을 대상으로 8개의 속성(지역주민의 친절성, 해변, 비용, 식음료 시설, 숙박시설, 캠핑시설, 해변 상업지구, 자연경관)을 분류한 연구⁵¹⁾ 등이 있다.

Hu와 Richie⁵²⁾는 Var 등과 Richie와 Zins에 의해 수행된 선행연구를 검토하여 16가지의 매력속성(기후, 편의시설, 스포츠 및 레크리에이션 기회, 경관, 음식, 오락, 지역주민 생활, 역사적 매력, 문화적 매력물, 의사소통의 곤란성, 페스티벌 및 이벤트, 접근성, 쇼핑, 지역주민 태도, 현지 교통의 이용정도, 가격)을 도출하여 하와이, 프랑스, 중국의 관광매력을 평가하였고, 미국의 남부 메트로폴리탄 지역의 백인과 흑인을 대상으로 문화관광에 대한 연구에 문화관광자원을 식·음료, 쇼핑 등 13개의 속성을 토대로 흑백인종간의 문화관광에 대한 지각의 차이를 밝힌 연구도 있다⁵³⁾.

Inskeep은 매력의 구성요소를 자연(기후, 경관미, 해변과 해양지역, 동식물상, 특이환경, 공원, 보존지역, 보양관광), 문화(고고학적, 역사적, 문화적, 유적지, 독특한 문화형태, 예술과 수공예품, 경제활동을 포함하는 생활상), 특수형(주제공원과 놀이공원, 서커스, 쇼핑, 회의, 이벤트, 카지노, 유흥활동, 레포츠 등), 편의시설과 서비스, 기타(민족, 종교 등)로 구분하고 있다. 일반적으로 관광객들은 경치의 아름다움, 주민들의 태도, 적절한 숙박시설, 휴식 및 건강해소, 문화에 대한 흥미, 음식, 수상 스포츠, 쇼핑시설, 유흥, 골프 및 테니스 등으로 매력 순위가 낮게 조사된 연구 결과도 제시되었다. Turgut, Beck과 Loftu⁵⁴⁾에 따르면 관광목적지 매력 속성을 특성과 자연경관, 부대시설, 음식과 숙박시설 등에 대하여 17개의 하위 특성으로 연구를 수행할 바 있다.

49) Turgut Var et al, "Determinants of Touristic Attractiveness of the Touristic Area I British Columbia", Journal of Travel Research, 15, Winter, 1997, pp. 23-29.

50) Jonathan N. Goodrich, "Bundle Analysis: An Empirical Study of International Travelers", Journal of Travel Research, 16, 1977, pp. 6-9.

51) Abraham Pizam et al, "Dimension of Tourist Satisfaction with a Destination Area", Annals of Tourism Research, 5(2), 1978, pp. 314-332.

52) Yangzhou Hu & Brent Ritchie, op. cit., pp. 16-24.

53) Steven F. Philip, "Racial Difference in the Perceived Attractiveness of Tourism Destinations, Interests, and Cultural Resources", Journal of Leisure Research, 25(3), 1993, pp. 290-304.

54) Turgut Var et al, op. cit., pp. 23-29.

<표 2-8>관광목적지 매력속성에 관한 국외 선행연구

연구자	관광목적지 속성	연구내용
Calson (1976)	방문용이함, 편안한 접근성 여부, 현지거래 가격, 관광활동공간 매력성	관광소비자가 목적지를 선택할 때 가장 중요한 영향을 미치는 매력속성
Pizam et al (1979)	지역주민의 친절성, 해변, 비용, 식음료 시설, 숙박시설, 캠핑시설, 해변 상업지구, 자연경관	메사추세츠 방문객 대상의 관광목적지에 조사에 적용된 매력속성
Witter (1985)	수상스포츠와 골프, 테니스 등의 시설이용가능성, 자연경관의 아름다움, 사람들의 태도, 휴식과 긴장완화의 기회, 역사·문화적 매력물, 쇼핑시설, 요리, 오락시설의 이용가능성, 적절한 숙박시설의 이용가능성	리조트에 대한 태도연구에서 적용한 관광목적지 매력 속성
Haahti (1986)	접근성, 스포츠시설, 야간여흥, 안락한 휴가, 주민친절도, 공원, 비용편익, 자연경관	관광지의 포지션에 관한 연구에서 관광관련 문헌과 전문가와의 토의를 통해 10가지 관광목적지의 매력속성
Fakeye & Crompton (1991)	사회적 접촉기회와 매력물, 자연적 형태와 문화적 설비, 숙박과 교통시설, 하부구조, 음식 및 주민 친절도, 오락활동, 바(bar)	그랜드계곡을 방문한 관광소비자와 재방문자들간에 이미지 차이 유무를 검증하기 위한 관광목적지의 매력속성
Um & Crompton (1992)	기후, 즐거움, 다양성, 행복감, 야외오락활동, 사람들과의 교우, 도전성, 매력적인 자연환경, 휴식, 금전, 건강, 시간, 안전	관광목적지의 매력속성을 욕구만족차원, 사회적 차원, 여행능력차원으로 구분하였음
Hu & Richie (1993)	기후, 편의시설, 스포츠 및 레크리에이션기회, 경관, 음식, 오락, 지역주민 생활, 역사적 매력, 문화적 매력물, 의사소통의 곤란성, 페스티벌 및 이벤트, 접근성, 쇼핑, 지역주민 태도, 현지교통의 이용정도, 가격	주요 4군데 관광목적지 매력도출 위한 매력속성
Mike & Rimmington (1998)	자연경관/매력물, 기후, 문화, 음식, 역사, 민속, 접근성, 숙박, 교통, 스포츠, 여흥, 쇼핑센터, 식음시설, 의료, 위생, 안전, 환대, 불평처리, 물가 등	관광목적지 선택, 이미지, 만족차원에서 적용된 매력속성
Formica (2000)	식음료, 쇼핑, 기념품, 여행사, 객실, 골프코스, 역사적 기념물, 역사지구, 전적지, 축제, 와인농장, 캠핑지구, 오두막, B&B, 레크리에이션시설, 승마장, 폭포, 자전거트레킹	관광목적지 매력연구를 수요와 공급차원에서 속성연구

자료: 연구자 작성.

관광목적지 매력속성에 대한 국내 연구의 경우, 매력성 평가 모델에 기초하여 문화관광자원의 매력 평가를 자원적 인자(역사적, 예술성, 전설, 보전성, 종교성, 자연경관, 사회성, 기후)와 인위적 인자(접근성, 편의성 시설)로 구분하고 있다. 관광매력을 귀속해, 새로운 경험, 경제적 기분, 교육적 활동 등으로 제시하고 있는 연구, 관광매력속성(자연경관, 기후, 종사원의 태도, 축제 및 이벤트 문화재, 향토음식 및 토산품, 종교적 지구, 주제공원, 레저활동, 건강욕, 민속박물관, 기반시설 편리성, 숙박시설, 경비, 그리고 교통체증) 15개 항목을 중심으로 진행된 연구⁵⁵⁾, 관광동기와 관광목적지 매력속성의 관계를 분석한 연구⁵⁶⁾, 관광매력 관리를 측정하기 위하여 선행연구들인 관광매력속성(안내, 판매, 휴게, 주차, 화장실, 관광지시설, 관광지 접근, 매력물간 접근, 운송수단 편의, 주민태도, 종사원서비스, 환대서비스, 관광지혼잡정도, 교통 혼잡, 소음공해, 입장료, 숙박비용, 식음료비용, 기념품 비용, 전체비용, 주변 환경, 약취 및 불결, 청결, 역동적 분위기, 그리고 친숙정도) 25개를 중심으로 제시된 연구⁵⁷⁾가 있다.

그 외 기존 서구에서 이루어진 속성 연구를 검토하여 모든 속성을 자연에서 주어지는 요인, 사회·문화적 요인, 인위적 요인 등으로 구분하여 구체적인 10개 속성을 선택하여 조사된 경우⁵⁸⁾, 관광목적지 만족도 연구에서 관광목적지 속성별 만족도를 측정하기 위해 면접 등의 방법으로 국내 관광목적지의 속성을 수집하여 패널 토의 등을 통해 15개의 관광목적지 하위속성이 정리된 연구, 매력속성에 대한 인지적 태도 연구를 위하여 적용된 34개의 속성들(자연공원, 해변, 역사박물관, 전시회, 자연경관, 야간여흥, 쇼핑, 스포츠 활동, 숙소, 비용, 기후, 청결, 도시화, 상업화, 정치적 안정, 접근성, 의사소통, 환대성, 서비스, 명성, 모험기회, 문화 등)을 중심으로 진행된 연구⁵⁹⁾ 등이 있다.

55) 박미정, “관광매력속성이 관광목적지 선택에 미치는 영향에 관한 연구”, 석사학위논문, 동아대학교대학원, 1998, pp. 44.

56) 한승엽·박수완, “관광동기와 관광지 매력속성과의 관계에 관한 연구”, 「호텔경영학연구」, 7(2), 한국호텔경영학회, 1998, pp. 35-51.

57) 고계성·오상훈, “관광매력물 관리가 방문객 만족에 미치는 영향에 관한 연구”, 「관광·레저연구」, 16(3), 한국관광·레저학회, 2004, pp. 249-265.

58) 이애주, “관광지 선택행동에 관한 연구”, 박사학위논문, 세종대학교대학원, 1998. pp. 9-10.

59) Sung-Chae Jung, "Preceptual Attitudes about Tourist Attracting Attributes: A Comparison of Domestic Travelers and Overseas Travelers", Journal of Tourism Systems and Quality Management, 3(3/4), 1997, pp. 41-57.

〈표 2-9〉 관광목적지 매력속성에 관한 국내 선행연구

연구자	관광목적지 속성	연구내용
김향자 (1996)	자원성, 서비스, 활동, 다양성, 동질적 분위기, 지각노력, 지각 용이성 등	휴가목적지 선택결정에 있어서 지각행동조절의 역할을 파악하는 관광목적지 매력속성
정성채 (1997)	자연공원, 해변가, 역사박물관, 전시회, 자연경관, 야간여흥, 쇼핑, 스포츠 활동, 숙소, 비용, 기후, 청결, 도시와, 상업화, 정치적 안정, 접근성, 의사소통, 환대성, 서비스 명성, 모험기회, 문화 등	인지적 태도연구를 위하여 적용된 매력속성
김성혁 · 고호석 (1998)	기후, 주변관광지 접근성, 교통 편리성, 자연경관, 명성도, 해양레크리에이션, 식음료품질, 숙박시설, 편의시설, 물가, 지역주민 친절성, 지방색, 관광지내의 혼잡성, 분위기 · 청결상태 등	하계 해안관광목적지의 이미지 평가에 관한 매력 속성
박미정 (1998)	자연경관, 기후, 종사원의 태도, 축제 및 이벤트, 문화재, 향토음식 토산품, 종교적 지구, 주제공원, 레저활동, 건강욕, 민속박물관, 기반시설 편리성, 숙박시설, 경비, 그리고 교통체증	관광목적지 선택에 적용된 관광매력속성
안영면 · 주현식 (2000)	기후, 숙박시설, 레포츠 활동, 경치, 음악, 유흥시설, 지역특색, 유물 및 유적, 지역문화, 지역축제, 교통의 편리성, 쇼핑의 편리성, 물가	DMZ 지역 관광자원화에 적용된 관광매력속성
고계성 · 오상훈 (2004)	안내, 판매, 휴게, 주차, 화장실, 관광지시설, 관광지 접근, 매력물간 접근, 운송수단 편의, 주민태도, 종사원서비스, 환대서비스, 관광지혼잡정도, 교통 혼잡, 소음공해, 입장료, 숙박비용, 식음료비용, 기념품비용, 전체비용, 주변 환경, 악취 및 불결, 청결, 역동적 분위기, 그리고 친숙정도	관광매력관리를 측정하기 위한 관광매력속성

자료: 연구자 작성.

이처럼 하나의 관광목적지가 지니고 있는 매력적인 요소를 관광목적지 속성이라고 하는데, 이 말은 관광자원 혹은 관광매력물이라는 용어와도 상통한다⁶⁰⁾. 본 연구에 적용된 관광목적지 매력속성 도출은 기존 선행연구에서 제시된 측정 변수를 근거로 하여 20개의 항목을 실험적으로 선택·추출하였다.

60) 고동우, “관광의 심리적 체험과 만족감의 관계”, 박사학위논문, 고려대학교대학원, 1998, p. 18.

제3절 관광목적지 매력성 평가 기법

1. 피쉬바인 모델(Fishbein Model)

1) 피쉬바인 모델 개념

매력성 연구를 위해서는 특정지역 선정이 우선시되며 다양한 방법들이 이용 가능하다. 대다수의 연구들은 관광목적지별, 지방 혹은 도, 하나의 국가, 다 국가별⁶¹⁾ 등으로 구분하여 연구 분석되고 있다.

관광목적지는 다양한 관광시설들과 서비스들로 구성된 다차원적 속성을 지니고 있으며 속성의 유형은 매우 다양하다. 기존의 연구들은 이러한 다차원적인 속성으로 구성된 관광자원, 관광목적지 속성, 이미지(image) 등으로 관광목적지를 설명해왔다. 그러나 행동이나 태도를 결정하기에는 개인마다 다른 중요한 속성을 기준으로 한다. 기존 연구가 의도나 태도, 선호 측정을 위한 행동 이전 단계의 연구중심과 행위 차원의 연구가 이원적으로 진행되고 있기에, 행동 이전과 행동 이후 차원의 연구는 의미 있다 하겠다. 따라서 다속성태도모델 개념인 피쉬바인 모델을 응용하여 전체적인 관광목적지별 매력성과 매력속성별 및 요인별 분석과 중요도-성취도 분석을 본 연구에 적용하고자 한다.

일반적으로 태도라는 것은 “개인이 특정 대상에 대하여 긍정적·부정적 혹은 호의적·비호의적, 찬성·반대로 느끼는 것”으로 설명하고 있으며⁶²⁾, 또는 “어떤 대상 혹은 대상의 집단에 일관되게 호의적인 혹은 비호의적인 방식으로 대응하는 학습된 선경향성(learned predisposition)”이라고 설명하고 있다⁶³⁾. 즉 특정대상에 대한 소비자의 총체적인 평가 결과 형성된 일관된 성향이다. 태도는 3가지 요소로 구성되는데

61) Hans. Embacher. & Friedrich. Buttler, "A Repertory Grid Analysis of Austria's Image as a Summer Vacation Destination", Journal of Travel Research, Winter, 1989, pp. 3-7; Y. Hu & J. R. B. Ritchie, op. cit., pp. 25-34.

62) 신도길, 전제논문, p. 18.

63) 박세범, “다속성태도를 이용한 경쟁력 상품시장구조 분석”, 석사학위논문, 연세대학교 경영대학원, 1996, p. 26.

이것은 각각 인지적(cognitive)요소, 감성적(affective)요소, 능동적(conative)요소이다. 그리고 이러한 세 가지 요소는 상호 시간적인 차이를 두고서 태도의 인지적 요소가 형성되고 감성적 요소가 강화되면서 결국 능동적 요소가 연계된다⁶⁴⁾. 이러한 전통적 견해(삼각이론: tripartite theory)에서 최근의 견해(일차원이론: unidimensional view)로는 세 가지 구성 요소 중에서 감성만을 태도로 보고, 나머지 요소는 감성과 관계를 있으나 각각 별개의 개념으로 보고 있다⁶⁵⁾. 이 이론에 따르면 신념이 인지적 요소로서 태도의 기본이 되고 태도를 바탕으로 구매의도가 형성된다고 보고 있다. 즉, 신념(belief) → 태도(attitude) → 의도(intention) 간 인과관계를 이루고 있다고 보는 것이다. 여기서 신념이란 어떤 사람이 다른 사람/대상/이슈(대상과 속성간의 관계)에 대해 갖고 있는 정보(인지적 지식)를 말한다. 이때에 소비자가 갖고 있는 모든 신념이 태도에 영향을 미치는 것이 아니라 특정시점에 두드러지게 부각되는 신념(salient belief: 특정시점, 특정여건에서 활성화되는 신념 등)만이 태도에 영향을 미친다⁶⁶⁾라는 것이다. 태도의 주된 기능은 무엇보다도 대상에 대한 평가 기능이다. 태도를 앎으로서 대상에 대한 평가와 이 대상에 대해 취할 행동을 뚜렷하게 알 수가 있다. 태도의 형성은 주로 인지적 학습 관점에 따르며 대상에 대한 태도는 대상에 대한 지식을 통합한 결과로서 형성된다고 한다.

이러한 견해를 통해서 태도와 행동 간의 관계를 이해하기 위한 구조적 특성에 따라 태도는 3요소 모델, 단일요소모델, 다속성모델 등으로 구분하여 연구가 이루어지고 있다⁶⁷⁾. 소비자행동 이론분야에서 태도에 관한 많은 설명을 해온 이론 중, 피쉬바인(Fishbein)의 다속성태도 모델은 특정 제품에 대해 소비자가 갖고 있는 전반적 태도가 제품의 여러 속성에 대한 신념과 평가로 형성된다고 주장한다. 다속성 소비자태도는 신념의 각 통합 방법들이 태도를 형성하는 유형에 의한 서로 다른 별개의 모델로 제시되었고, 이러한 일련의 모델들은 다속성태도 모델(multi-attribute attitude model)로 불리게 되었다. 이러한 다속성태도 모델 중 마케팅에서 가장 널리 사용되고 있는 것은 피쉬바인 모델이라고 할 수 있다.

64) 엄서호, “관광지 이미지 측정에 관한 연구”, 「관광학연구」, 21(2), 한국관광학회, 1998, pp. 54-67.

65) 임종원 외, 「소비자행동론」, 경문사, 2001, p. 96.

66) 임종원 외, 상계서, pp. 96-97.

67) 강팽년, “농촌관광지 속성에 관한 실증적 연구”, 박사학위논문, 목포대학교대학원, 2005, p. 15.

(1) 피쉬바인 모델 구조

1963년 피쉬바인 행동이론에 기초하여 어떤 대상에 대한 소비자의 전반적인 태도(overall attitude)는 대상과 관련된 신념의 강도와 이러한 신념에 대한 평가적 항목의 함수로 정의하여 다음과 같이 표현하였다.

$$A_0 = \sum_{i=1}^n (b_i e_i)$$

여기에서 A_0 = 대상 0 에 대한 태도

b_i = 대상 0 에 관한 신념 i의 강도

e_i = b_i 의 평가적 측면

n = 대상 0 에 대한 신념들의 수이다.

(2) 로젠버그 모델(Rosenberg model)의 구조

마케팅에서 태도연구에서 초창기에 피쉬바인 모델과 더불어 많이 사용된 로젠버그 모델(Rosenberg model)로서 이 모델을 등식으로 나타내면 다음과 같다.

$$A_0 = \sum_{i=1}^m (PI_i VI_i)$$

여기에서 A_0 = 대상 0 에 대한 태도

PI_i = 대상 A가 I의 달성에 도움이 되는가 또는 방해가 되는가에 관한 지각된 도구성(perceived instrumentality)

VI_i = 특정가치 I의 중요성(value importance)으로서, 특정가치 I에 대한 개인이 느끼는 만족/불만족의 정도이다.

피쉬바인 모델에서는 가격이나 품질 등과 같은 제품의 특성들을 다속성모델의 기본구성요소인 속성으로 파악한 반면, 로젠버그 모델에서는 사람들이 제품을 소유

함으로서 가지는 보다 긍정적인 가치, 즉 힘의 과시, 명예, 타인에 대한 매력 등이 속성에 해당된다고 보았다. 이는 개인이 대상에 대한 태도를 설명하는데 있어서 그 대상을 구성하는 속성 중에서 보다 긍정적인 속성을 설명해 준다⁶⁸⁾.

(3) 이상점 모델 구조

이상점 모델(ideal-point model)은 기존 상표들에 대한 소비자의 신념이나 지식뿐만 아니라 이상적 상표에 관한 정보를 제공하는 것으로서 이는 다음과 같은 등식으로 나타낼 수 있다.

$$A_0 = \sum_{i=1}^m W_i(I_i - X_i)$$

여기에서 A_0 = 대상에 대한 태도

W_i = 대상 i 의 중요성

I_i = 속성에서 이상적인 성과(ideal performance)

X_i = 속성 i 에서 이 대상의 실제 성과(actual performance)

n = 부각적 신념의 수이다.

이 모델에서 소비자들은 여러 부각적 속성들에 대하여 특정 상표의 위치를 표시하고, 또한 가장 이상적인 상표가 취하는 각 속성상 위치도 표시하게 된다. 이 모델에 따르면 어떤 상표의 실제 위치가 이상적 위치에 근접할수록 태도가 더 호의적이 된다는 것이다⁶⁹⁾.

위와 같이 측정된 하나의 제품이나 상표에 대한 소비자들의 전반적인 태도는 일반적으로 소비자의 태도 및 구매행동을 예측하기 위한 목적으로 사용되어 왔으나, 최근에는 이러한 예측적인 목적보다는 소비자의 태도형성의 원인을 분석하는 것에 초점을 맞추어 시장 세분화, 신제품 개발, 그리고 시장내의 경쟁관계를 분석하는 데 많이 사용되고 있다.

68) 박수완, 전제논문, p. 66.

69) 배무언·김영균, 「소비자행동론」, 두남, 2002, pp. 183-184.

반면에 어떤 속성에서 경쟁사가 자사보다 잘하고 있을 때에도 두 가지 경우로 생각해 볼 수 있다. 만약 그 속성이 중요하지 않다면 소위 허위경보(false alarm)로서 그다지 걱정할 일은 아니다. 반면에 그 속성이 중요한 경우에는 경쟁열세(competitive disadvantage)이기에 실제 위기로 볼 수 있다. 이와 같이 다속성 태도모델을 통해 경쟁위치에 따른 전략을 수립할 수 있다⁷⁰⁾.

연구대상 관광목적지 매력성에 대해 중요도 속성만을 중심으로 연구 결과만을 제시할 시 다소 몇 가지 한계점을 지적할 수 있다. 첫째, 관광객들은 대체로 관광목적지에 대해 방문 이전 중요도에 대한 매력성 평가와 관광목적지 방문 후 성취도에 대한 매력성 평가에 분명한 차이가 있다. 따라서 매력성 평가는 방문 이전 지각된 속성에 대한 중요도보다는 방문 행동 후 지각된 성취도와 더불어 평가하는 접근 방법에 타당성이 있다. 둘째, 관광목적지 매력성을 구성하는 속성의 평가는 반드시 고정된 것이 아니고 시간과 장소에 따라서 바뀔 수 있기에⁷¹⁾, 잠재관광객들의 지각된 중요도에 기초한 연구 결과는 다소 제한적일 수밖에 없다.

2) 피쉬바인 모델 선행연구 검토

(1) 관광적용 모델

관광분야의 연구에서 Gearing⁷²⁾ 등은 17개의 속성을 중심으로 다음과 같은 모델 적용으로 터키(Turkey) 지역 매력성 연구를 전개하였다.

$$T_j = j(N_j, S_j, H_j, R_j, I_j)$$

여기에서 T_j = 관광목적지 매력성
 N_j = 지역 j의 자연적 변수들
 S_j = 지역 j의 사회문화적 변수들
 H_j = 지역 j의 역사적 변수들

70) 임종원 외, 전계서, pp. 109-112.

71) 임종원 외, 상계서, p. 107.

72) Charles E. Gearing, et al, op. cit., pp. 1-8.

R_j = 지역 j의 레크리에이션 및 쇼핑 변수들

I_j = 지역 j의 접근성과 숙박시설 변수들

Hu와 Richie⁷³⁾는 호주, 프랑스, 그리스, 하와이 관광목적지를 대상으로 관광객 중심의 휴가 유형에 기초한 관광목적지 매력성 연구를 수행한 우수사례로 언급되고 있다.

$$A_{is} = \sum_{i=1}^n (I_{is} B_{ijs})$$

여기에서 A_{is} = 휴가유형 S에 따른 관광목적지 J의 관광매력성

I_{is} = 휴가유형 S에 따른 관광목적지 매력을 구성하는 속성 i의 중요도

B_{ijs} = 휴가유형 S에 따른 속성 i에 대해 관광목적지 J가 관광객의 욕구를 충족시켜줄 것이라는 능력에 대한 지각

n = 고려되는 관광속성의 수

s = 휴가 유형

매력성 연구에 적용된 이 모델에서 캐나다지역 조사대상자 400명을 대상으로 레크리에이션 휴가 유형을 위한 관광목적지 선택과 지식 탐구적 휴가여행 유형을 위한 관광목적지 선택으로 여행 정황을 구분하였다.

Aziz⁷⁴⁾는 Hu와 Ritchie의 매력성 모델(destination attractiveness model)을 활용하여 말레이시아 랑카위섬을 대상으로 매력물 유형에 따른 매력성 연구에 활용하였다.

$$T_i = a_i = \sum_{k=1}^n (B_{ik} E_k)$$

여기에서 T_i = 관광목적지 매력성

a_i = 관광목적지 속성

B_{ik} = 관광목적지의 매력물 유형에 대한 응답자의 강한 믿음(belief)

73) Yangzhou Hu & J. R. Brent Ritchie, op. cit., pp. 25-39.

74) Azlizam Aziz, op. cit., p. 32.

E_k = 관광목적지로 응답자를 유인하기 위한 매력물 유형의 중요도 정도
 n = 매력물 유형

앞서 언급된 논의를 기초로 국내연구⁷⁵⁾에서는 일반적 관광매력성을 측정하기 위한 모델을 다음과 같이 정의하여 연구에 적용하고 있다.

$$A_j = \sum_{i=1}^n (I_i B_{ij})$$

여기에서 A_j = 관광목적지 J의 관광매력성
 I_i = 관광속성 i의 중요성
 B_{ij} = 관광속성 i에 대해 관광목적지 J가 관광객의 욕구를 충족시켜줄 것이라는 능력에 대한 신념이고
 n = 관광속성의 수

75) 박수완, 전제논문, p. 106.

2. 중요도-성취도 분석(Importance-Performance Analysis: IPA)

1) 중요도-성취도 분석 개념

중요도와 성취도 분석은 Martilla와 James⁷⁶⁾가 14개의 속성을 적용하여 자동차 판매상들의 서비스 중요성을 파악할 목적으로 IPA 모형을 소개한 이후로 마케팅 리서치 분석가들이 많이 이용하고 있다. 이 분석은 다속성 모델의 개념적 구조를 가지고 있다⁷⁷⁾. 이 기법은 이용자 만족도를 측정하기 위하여 우선 이용자가 어떤 속성을 중요하게 여기는 지를 조사한 뒤 이용 전에는 각 속성의 중요도를, 이용 후에는 성취도를 이용자 스스로가 평가하게 하여 각각의 속성을 상대적인 중요도와 성취도를 동시에 비교·분석하는 기법이다⁷⁸⁾. 특히 강점과 약점 제시로 인하여 상품, 서비스, 자원의 효율적 분포, 관광목적지의 경쟁력 판단 등을 명확하게 진단하는 기법으로 인식되고 있다⁷⁹⁾.

(1) 중요도-성취도 의미

관광목적지에 대해 중요도는 관광객이 그 관광목적지에 대한 방문행동을 취했을 때 자신이 바라는 바의 성취도가 어떠하리라고 예상되는 정도⁸⁰⁾ 및 일정 노력에 대

76) John A. Martilla & James, J. "Importance-Performance Analysis", Journal of Marketing, 41(3), 1977, pp. 77-79.

77) 노정철, "인바운드 활성화를 위한 관광정보시스템 가치평가: 퍼지수 적용", 박사학위논문, 경주대학교대학원, 2003, p. 70.

78) Hae-Moon Oh, "Revisiting Importance-Performance Analysis", Tourism Management, 22, 2001, pp. 617-627.

79) Hyun-Jung Im, "Modified Importance-Performance Analysis: An Application to Festival Study", The Korea Academic Society of Tourism and Leisure, 17(2), 2005, pp. 117-136; Derek J. Wade & Paul F. J. Eagles, "The Use of Importance-Performance Analysis and Market Segmentation for Tourism Management on Parks and Protected Areas: An Application to Tanzania's National Parks", Journal of Ecotourism, 2(3), 2003, pp. 196-212.

80) 권영국 외, "관광동기·사전기대·만족·재방문간의 관계분석", 「한국관광레저학회 제 26차 정

한 일정 성취도의 가능성에 대한 주관적 확률과 믿음을 의미한다⁸¹⁾. 관광객은 특정 관광목적지 방문행동의 성취도에 대한 나름대로의 예상이나 평가 기준을 형성하고 방문을 하고자 한다. 관광객은 가능한 관광목적지 대안들 중 보다 개인적으로 가치를 중히 여기는 중요도가 높은 관광목적지를 선택하여 관광행동을 추구하게 된다. 따라서 관광객이 인식하는 목적지의 이미지 속성으로 간주되며 행위 결정에도 영향을 미치고 있기에 중요한 연구로 인식되고 있다⁸²⁾.

성취도는 주관적 확률과 믿음에 대한 활동 후의 결과치를 의미한다. 이러한 성취도 결과는 어떻게 제공되는 자원이 생산적이며 효율적이고 그리고 효과적인지를 파악하는 데 도움을 제공하며 종종 리커트척도(likert-type scales)를 이용한 조사가 진행된다⁸³⁾.

관광객은 관광목적지를 방문하고자 결정할 때 중요하게 간주하고 있는 목적지의 기본적인 속성들이 제공하게 되는 성취도를 당연히 고려하지만⁸⁴⁾, 실제로 체류기간 동안에 기대와 성취도를 제대로 구분하지 못하기도 한다. 그리고 관광객은 태도, 행태, 그리고 사회적 계층 등에 따라 기대와 인식에 영향을 받기도 하고 거주하는 국가나 문화, 계절별, 또는 도시형과 섬 지역에 따라 중요도-성취도 차이가 있을 수 있다. 이러한 차이분석을 통한 해당지역 전략수립은 필수적이며 동시에 관광목적지 매력성 극대화를 위한 진단기법으로 유용하다.

관광상품 측면에서 고찰하면 관광상품 구매 후 소비자 느끼게 되는 제품에 대한 만족/불만족 구매 전의 기대와 구매 후의 성취도에 대하여 관광객이 느끼는 불일치 정도에 따라 결정된다.

관광객이 관광상품을 구매하기 전에 가지고 있던 기대보다 구매 후 느끼는 성취도가 동일하거나 클 경우에는 구매에 대하여 만족하지만 그 외에는 불만족해 한다. 만족의 경우는 상품의 반복구매로 나타나겠으나 불만족의 경우는 보다 좋은 정보를 탐색하거나 반품하는 경우나 나타난다⁸⁵⁾. 따라서 반복구매에 긍정적인 표현은 구매

기학술연구발표대회」, 2005, pp. 193-207.

81) 임범중, “한국관광개발지역의 주민기대충족에 관한 연구”, 박사학위논문, 한양대학교대학원, 1998, pp. 32-33.

82) Yangzhou Hu & J. R. Brent Ritchie, op. cit., pp. 25-39.

83) Metin Kozak, op. cit., p. 17.

84) Hong-bumm Kim, op. cit., p. 348.

85) 이계희·이은미, “관광동기가 관광객만족 및 관광지 애호도에 미치는 영향”, 「한국관광레저학회 제26차 정기학술연구발표대회」, 2005, PP. 321-333.

만족도가 높다고 할 수 있다.

관광목적지 중요도와 성취도는 관광목적지 선택 및 방문 후 만족에 영향을 미치는 중요한 기능⁸⁶⁾으로 인식되고 있다. 관광목적지 마케팅 측면에는 시사하는 바가 크며 동시에 관광목적지 개발과 마케팅활동은 이러한 중요도와 성취도에 적요오디는 속성들에 기초해서 적용되어야 한다⁸⁷⁾. 그러나 아직까지 이에 대한 설득력 있는 근거를 제시하지 못하고 있는 실정이다. 중요한 변수가 되는 구매 전 중요도와 구매 후의 실제 성취도에 대한 연구는 서로 다른 시점에서 이루어지므로 이 두 가지 변수들을 동일 차원에서 고려하기 어렵다는 점이 예전의 작용하고 있다⁸⁸⁾. 관광자의 중요도가 지나치게 높다면 아무리 훌륭한 서비스일지라도 불만족을 초래할 것이며, 중요도 수준이 낮은 경우라면 최소한의 서비스에도 높은 만족수준을 보일 수도 있기 때문이다.

방문객들이 인지하는 중요도와 성취도 측면의 관광목적지와 만족과의 관계 연구는 지속적으로 증가하고 있다⁸⁹⁾. 초기 주요 연구의 접근은 상품 및 서비스의 사전 기대와 성취도 관계로부터 파생되는 긍정과 부정적 결과로서 파악하였다. 그리고 소비자의 인식과 실질적인 질적 성취도에서 파생되는 결과로써 연구 되어졌다. 이러한 접근은 관광과 여행분야에도 적용되어 연구되고 있는데, 기대-인식차이모델(expectation-perception gap model)⁹⁰⁾, 기대 불일치이론(Oliver's expectancy-disconfirmation theory)⁹¹⁾, 일치모델

86) Sinead O'leary & Jim Deegan, "Ireland's Image as a Tourism Destination in France: Attribute Importance and Performance", *Journal of Tourism Research*, 43(3), 2005, pp. 247-256.

87) Soo-Cheong Jang & Liping A. Cai, "Travel Motivations and Destination Choice: A Study of British Outbound Market", *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 13(3), 2002, pp. 111-133.

88) 이재곤, "리조트 관광자의 선택행동에 관한 연구", 박사학위논문, 경기대학교대학원, 1998, p. 51.

89) Peter J. Danaher & Nicole Arweiler, "Customer Satisfaction in the Tourist Industry: A Case Study of Visitors to New Zealand", *Journal of Travel Research*, 34(Summer), 1996, pp. 89-93.

90) Parasuraman, A et al, "A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research", *Journal of Marketing*, 49(Fall), 1985, pp. 41-50.

91) Oliver, R. L, "A Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of Satisfaction Decision", *Journal of Marketing Research*, 17, 1980, pp. 460-469; Abraham Pizam & A. Milman, "Predicting Satisfaction among First-Time Visitors to a Destination by Using the Expectancy Disconfirmation Theory", *International Journal of Hospitality Management*, 12(2), 1993, pp. 197-209.

(Sirgy's congruity model)⁹²⁾, 성취도모델(performance-only model)⁹³⁾등의 이론들이 관광목적지와 관광객 만족조사 등에 적용되고 있다.

(2) 중요도-성취도 분석

IPA는[그림 2-7] 같이 평가요소의 중요도와 성취도를 측정하여 2차원 도면상에 표시하고 그 위치에 따라 의미를 부여한다. IPA는 중심점을 기준으로 나누어진 4분면에 대해 각각 ‘집중’·‘유지’·‘저순위’·‘과잉’으로 표시할 수 있다⁹⁴⁾. 중요도-성취도 분석의 유용성은 바로 우선순위의 항목을 도출해 내는 것이다. 이 매트릭스는 정해진 인력과 예산에 우선적으로 해결해야 될 사항을 결정하는 데 유용한 정보를 제공하며 집중 면에 속한 항목들이 개선의 우선 대상이 된다⁹⁵⁾.

[그림 2-5] 중요도-성취도 분석도형

↑ 중요도	집중(Ⅱ사분면) (Concentrate here) 중요도(고) 성취도(저)	유지(Ⅰ사분면) (Keep up the good work) 중요도(고) 성취도(고)
	저순위(Ⅲ사분면) (Low Priority) 중요도(저) 성취도(저)	과잉(Ⅳ사분면) (Possible overkill) 중요도(저) 성취도(고)

성취도 →

자료: John A. Martilla & James, J, op. cit., pp. 77-79.

실행격자의 4분면 상에 나타난 결과를 토대로 특정 속성에 대한 분석은 다음과

92) Kye-Sung Chon, & Michael D. Olsin, "Functional and Symbolic Approaches to Consumer Satisfaction/Dissatisfaction in Tourism", Journal of International Academy of Hospitality Research, 28, 1991, pp. 1-20.

93) Abracham Pizam et al, op. cit, pp. 314-332.

94) 장병수·변우희, “관광상품 지각에 의한 관광목적지 평가”, 「관광학연구」, 28(1), 한국관광학회, 2004, pp. 83-107.

95) 김성섭 외, “중요도-실행도 분석을 통한 국제회의 평가”, 「관광연구」, 16(2), 대한관광경영학회, 2001, pp. 257-274; 변우희·노정철, “백제문화권 관광발전을 위한 가치평가와 대응전략; IPA 적용”, 「관광·레저연구」, 14(2), 한국관광·레저학회, 2002, PP. 25-46.

같은 기준으로 평가된다⁹⁶⁾.

〈표 2-10〉 IPA 실행격자 4분면

구 분	분 석
I 사분면	응답자에게 매우 중요한 속성으로 인식되며, 동시에 조직은 이러한 행위에 대한 높은 수준의 실행을 가지게 됨
II 사분면	속성들이 응답자에게는 대단히 중요하게 인식되지만 성취도는 매우 낮다. 이 부분은 개선의 노력이 집중되어야 한다는 것을 직접적으로 의미함
III 사분면	중요도도 낮고 성취도도 낮은 속성이다. 이러한 낮은 우선순위 부분에 대해서는 제한된 자원이 소비되어져야 함
IV 사분면	이 부분은 낮은 중요도의 속성을 가지지만 상대적으로 높은 성취도를 가지고 있다. 응답자들은 조직의 성취도에 대해 만족을 가지고 있다. 그러나 경영자는 과도하게 존재하고 있으므로 이 부분의 속성에 대해 현재의 노력을 고려해야 함

자료: 변우희·노정철, 전계논문, p. 31.

IPA에서 중심점은 평가 요소가 어떤 영역에 속하게 될지를 구분하는 결정적 요소이므로 매우 중요한데 선행 연구자들이 제안하는 방법은 크게 4가지로 요약된다⁹⁷⁾.

〈표 2-11〉 IPA 중심점 요약

구 분	방 법	선행 연구자
척도의 중앙값	평가요소의 전체적인 분포시 유효함	최기종·박상현(2001)
표준편차	5점 척도에서 표준편차가 2보다 큰지, 적은지에 따라 중앙값 또는 평균값을 중심으로 결정	손대현·김병삼(1999)
전체 평균값	각 평균에 대해서 전체 평균값을 구하고, 그 값을 중앙값으로 결정	Vaske et al(1996), Duke & Persia(1996) Fuchs & Weiermair(2003)
임의적인 방법	연구자가 임의적으로 설정하는 방법	Go & Zhang(1989), Hudson & Shephard(1998), Guadagnalo(1985), Bruyere et al(2002)

자료: 노정철, 전계논문, pp. 70-72; 장병수·변우희, 전계논문, p. 90; Haemoon Oh, op. cit., p. 621.

96) 변우희·노정철, 상계논문, PP. 25-46.

97) 최기종·박상현, “IPA를 이용한 관광지 평가: 산정호수 사례 연구”, 「호텔경영학연구」, 10(1), 한국호텔경영학회, 2001, PP. 275-289.

본 연구에서는 크게 네 가지로 요약되는 방법 중 분포 정도에 따른 평가에 단점을 지닌 척도의 중앙값, 임의적인 연구자의 설정으로 한계성을 갖고 있는 임의적인 방법, 그리고 표준편차 적용 방법보다는, 각 평가에 대해서 전체 평균값을 구한 후 그 값을 중앙값으로 결정하는 방법인 ‘전체평균값’을 적용하여 활용할 것이다. 비록 소수의 연구가 확대된 전통방식을 적용시켜서 수행되었지만, 대다수의 기존 연구의 전통적 기법을 다른 주지에 적용시킨 연구가 시도되어왔다⁹⁸⁾.

IPA 분석의 문제점으로는 중요도 속성에 대한 명확한 정의를 제공하지 못하고 있다는 점이다. 대다수의 기존 관광 연구 분야에서는 줄곧 중요도 속성을 절대적인 구매의사의 결정요인으로 간주되어 왔다. 차츰 소비자만족에 기준을 맞추어 중요도와 만족도 연구가 제시되었지만, 다른 많은 연구자들은 중요도와 기대를 혼용하여 연구에 적용하고 있기도 하다. 중요도는 고객이 서비스질 인식에서 바라던 결과이고 기대는 묵인된 결과라는 차이점으로 분류하기도 한다. 타 연구에서도 기대는 다차원적인 정의와 애매 모호성이 있다고 평가되기도 한다.

2) 중요도-성취도 선행연구

IPA 분석기법은 빠르고 쉽게 결과를 도출해 낼 수 있기 때문에 비교적 많이 이용되고 있다⁹⁹⁾. 관광목적지의 매력성은 장소에 대한 신념과 신념에 대한 중요도로 구성되어 있기에, 관광목적지 매력성 연구¹⁰⁰⁾외에 관광자원 개발정책 평가 및 계획 수립, 관광목적지 이미지, 패키지 여행평가와 더불어 공원시설 평가¹⁰¹⁾, 자연휴양림¹⁰²⁾, 야외 레크리에이션인 스키 리조트 연구¹⁰³⁾, 호텔연구¹⁰⁴⁾, 교육연구¹⁰⁵⁾, 공원

98) Haemoon Oh, op. cit., pp. 617-627.

99) 김문수·김계섭, “호텔정보시스템의 중요도-성과 및 유효성과 사용자 만족간의 관계”, 「관광연구」, 17(2), 대한관광경영학회, 2002, pp. 199-214.

100) Steven Pike & Chris Ryan, "Destination Positioning Analysis through a Comparison of Cognitive, Affective, and Cognitive Perceptions", Journal of Travel Research, 42(4), 2004, pp. 333-342; 임화순·고계성, “관광목적지 매력속성에 따른 중요도-성취도 연구”, 「관광연구」, 21(1), 대한관광경영학회, 2006, pp. 177-190.

101) 김성일, “중요도-성취도 분석에 의한 공원 경영평가”, 「한국산림학회」, 80(1), 한국임학회, 1991, 103-108.

102) 서철현 외, “자연휴양림 이용객들의 이용 후 평가에 대한 연구: 중요도-성취도 기법을 중심으로”, 「문화관광연구」, 5(2), 한국문화관광학회, 2003, pp. 169-188.

및 인접지역 레크리에이션 시설과 프로그램 연구¹⁰⁶⁾, 단기휴가지 연구¹⁰⁷⁾, 축제연구¹⁰⁸⁾ 컨벤션 목적지 및 서비스연구¹⁰⁹⁾, 관광목적지 방문객 만족¹¹⁰⁾, 관광소평¹¹¹⁾ 등 적용 영역이 확대되고 있다. 언급된 선행연구들에 적용된 IPA기법은 다양한 관광대상의 평가뿐만 아니라 복합적 성격을 가진 관광목적지를 연구 분석할 수 있다는 데에 있다¹¹²⁾.

최근 개발되고 있는 분석기법은 전문화되고 복잡해지고 있다. 이러한 기법들은

-
- 103) Simon Hudon & G. Shephard, "Measuring Service Quality at Tourist Destination: An Application of Importance-Performance Analysis to an Alpine Ski Resort", *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 7(3), 1998, pp. 61-77.
- 104) Raymond K. S. Chu & Tat Choi, "An Importance-Performance Analysis of Hotel Selection Factors in the HongKong Hotel Industry: A Comparison of Business and Leisure Travelers", *Tourism Management*, 21, 2000, pp. 363-377; David W. Martin, "An Importance-Performance Analysis of Service Providers' Perception of Quality Service in the Hotel Industry", *Journal of Hospitality & Leisure Marketing*, 3(1), 1995, pp. 5-17.
- 105) John B. Ford et al, "Importance-Performance Analysis as a Strategic Tool for Service Marketers: The Case of Service Quality Perceptions of Business Students in New Zealand and the USA", *The Journal of Service Marketing*, 13(2), 1999, pp. 171-186; Martin A. O'Neill and Adrian Palmer, " Importance-Performance Analysis: A Useful Tool for Directing Continuous Quality Improvement in Higher Education", *Quality Assurance in Education*, 12(1), 2004, pp. 39-52.
- 106) Brett L. Bruyere et al, Enhancing Importance-Performance Analysis Through Segmentation", *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 12(1), 2002, pp. 81-95; Christopher, L. Eills & Hans Vogelsong, "Measuring Birdwatcher Preferences Through Importance Performance analysis", *Northeastern Recreation Recreation Research*, 2003, pp. 203-210.
- 107) Steve Pike, op. cit., pp. 23-33.
- 108) Hyun-Jung Im, op. cit., pp. 117-136.
- 109) Frank Go & Wei Zhang, "Applying Importance-Performance Analysis to Beijing as an International Meeting Destination", *Journal of Travel Research*, Spring, 1997, pp. 42-49; Young-Hee Ro & Seo-Ho Um, "Importance-Performance Analysis of International Convention Service: In the Case of Korean Attendees", *International Journal of Tourism Sciences*, 4(1), 2004, pp. 61-75.
- 110) Matthias Fuchs & Klaus Weiermair, :New Perspective of Satisfaction Research in Tourism Destination", *Tourism Review*, 58(3), 2003, pp. 6-14.
- 111) Tammy Kinlet et al, "Tourist-Destination Shopping Center: An Importance Performance Analysis of Attributes", *Journal of Shopping Center Research*, 9(2), 2002, pp. 51-72.
- 112) 장병수·변우희, 전계논문, pp. 83-107.

양질의 결과를 제공하지만 고도의 하드웨어와 소프트웨어가 구비되어야 하며 기법을 습득하는 데 많은 노력이 필요하다는 단점 또한 있다. 관광마케팅 차원에서 볼 때 가장 큰 특징은 다양한 관광자원을 연구 분석할 수 있다는 데에 있다. 그러나 큰 제약은 바로 중요도와 성취도에 대한 속성변수의 비교 평가가 단순한 요인 및 평균에 대한 이원론적 비교 평가에 두고 있다는 점이다. 이에 대한 후속연구가 진행되면서 보다 심층적인 가치평가의 가능성을 제시하고 있다¹¹³⁾.

IPA 분석은 어려운 통계분석을 사용하지 않더라도 평가속성의 평균값과 매트릭스를 이용하여 쉽게 결과를 도출하는 데 유용하다¹¹⁴⁾. 무엇보다도 관광객을 대상으로 관광객이 인식하는 관광목적지에 대한 매력 중요도와 성취도에 관한 속성 평가이므로 강점과 약점, 그리고 경쟁력 판단 등에 대한 자료를 통하여 표적 시장의 대응 전략을 모색한다는 차원에서도 중요하다. 관광목적지 선택 결정요인 연구에 의한 실무 적용이라는 관점에서도 매우 용이한 기법이라고 할 수 있다¹¹⁵⁾. 연구 논문에 따라서 중요도-실행도 혹은 중요도-성파로 언급되지만 이 논문에서는 중요도-성취도 용어로 사용하고자 한다.

113) 노정철, 전계논문, pp. 76-77.

114) Charles R. Duke & Margaret A. Persia, op. cit., pp. 207-223; 변우희·노정철, 전계 논문, pp. 25-46.

115) 오상훈·고계성, 전계논문, pp. 45-58.

제3장 금강 주변지역 관광목적지의 여건과 이용실태

제1절 금강 주변지역 관광목적지 현황

1. 자연관광자원

1) 자연공원

자연공원은 충청남도에는 6개소에 465.09km²가 분포하고 있고, 이중 금강권에는 4개소의 106.13km²로, 공주시와 논산시에 계룡산국립공원(54.16km²), 논산시와 금산군에 대둔산도립공원(24.54km²), 청양군에 칠갑산도립공원(32.54km²), 연기군에 고북저수지 군립공원(1.95km²)이 지정되어 있다.

〈표 3-1〉 공원 현황

지 역	소계 (개소)	국립공원 (개소)	도립공원 (개소)	시·군립공원 (개소)	면적(km ²)
충청남도	6	2	3	1	465.09
금강권	4	1	2	1	106.13

참조 : 충청남도, 충남통계연보, 2008

2) 휴양림

자연휴양림은 산림 휴양수요를 충족시키고 산촌주민의 소득증대를 도모하기 위해 조성됨. 자연휴양림은 전국적으로 90개소가 산재해 있으며, 충청남도 지역에는 12개소로 유형별로는 국유림 2개소, 공유림 9개소, 사유림 1개소로 되어있고 전체면적은 2,641ha이다.

금강권에 속하는 7개 시군의 자연휴양림은 금산군 2개소, 공주시와 청양군, 서천군에 각각 1개소로 총 5개소이다.

〈표 3-2〉 휴양림 현황

휴양림명	개장연도	면적(ha)	관리기관	소재지
금강권 휴양림	5개소 (국유림 2개소, 공유림 2개소, 사유림 1개소)			
금강자연휴양림	1997	237	충남산림환경연구소	충청남도 공주시 반포면 도남리
남이자연휴양림	1996	658	금산군청	충청남도 금산군 남이면 건천리
진산자연휴양림	1996	143	민간	충청남도 금산군 진산면 묵산리
칠갑산자연휴양림	1990	75	청양군청	충청남도 청양군 대치면 광대리
희리산자연휴양림	1998	143	부여국유림관리소	충청남도 서천군 중천면 산천리 산35-1

참조 : 휴양림현황, 산림청·충남넷 전산자료

2. 인문관광자원

1) 역사문화자원(지정문화재의 분포현황)

금강권의 지정문화재는 총 565점으로 전국 문화재수의 5.1%, 충남 전체 문화재수의 51.6%로 이는 전국대비 면적비율 3.9%나 충남대비 면적비율 45.3% 보다 높은 수준이다.

문화재 등급별로는 국가지정문화재가 202점으로 충청남도 전체 국가지정 문화재의 45.9%가 분포하고 있는 것을 알 수 있으며, 시도지정문화재가 208점으로 충청남도 전체 시도지정 문화재의 58.6%, 문화재자료 155점으로 충청남도 전체 문화재자료의 51.7%이다.

국가지정문화재의 지정종목별 분포를 보면, 국보는 부여 정림사지오층석탑, 장곡사 미륵불괘불탱 등 23점, 보물 81점, 사적이 31점, 천연기념물이 6점, 중요민속자료가 60점이 분포한다.

도지정문화재는 유형문화재 93점, 무형문화재 21점, 기념물 82점, 민속자료 12점과 문화재자료 155점이 분포한다.

〈표 3-3〉 지정종목별 문화재 현황

(단위: 점, %)

구분	합계	국가지정문화재									시도지정문화재					문화재 자료
		국보	보물	중요무형문화재	사적	명승	사적 및 명승	천연기념물	중요민속자료	소계	유형문화재	무형문화재	기념물	민속자료	소계	
전 국	11,014	405	1,874	127	458	15	9	301	1,034	4,223	2,299	366	1558	509	4,732	2,059
총 남	1,095	30	149	5	43	-	1	14	198	440	147	34	155	19	355	300
금강권	565	23	81	-	31	-	1	6	60	202	93	21	82	12	208	155
전국대비 (%)	5.1	5.7	4.3	0.0	6.8	0.0	11.1	2.0	5.8	4.8	4.0	5.7	5.3	2.4	4.4	7.5
총남대비 (%)	51.6	76.7	54.4	0.0	72.1	0.0	100.0	42.9	30.3	45.9	63.3	61.8	52.9	63.2	58.6	51.7
공주시	133	19	18	-	7	-	-	-	-	44	31	4	19	2	56	33
논산시	143	-	38	-	2	-	-	1	26	67	23	1	15	4	43	33
금산군	37	-	1	-	1	-	-	2	-	4	5	3	5	-	13	20
연기군	22	-	2	-	0	-	-	1	-	3	3	-	7	-	10	9
부여군	169	3	14	-	20	-	1	1	30	69	25	5	25	5	60	40
서천군	32	-	1	-	1	-	-	1	4	7	1	5	7	-	13	12
청양군	29	1	7	-	-	-	-	-	-	8	5	3	4	1	13	8

참조 : 지정문화재 총괄현황, 문화재청 전산자료, <http://www.ocp.go.kr/>, 2008

2) 농 · 특산물 지정 현황

인문관광 자원으로는 충청남도를 대표하는 특산물은 금산의 인삼, 서천의 모시등이 있고, 특색음식으로는 논산의 위어회와 황복탕, 금산의 인삼어죽, 청양의 표고버섯전골 등이 유명하다.

〈표 3-4〉 농 · 특산물 지정 현황

구 분	농 수 축 산 물 류	가 공 식 품 류
공주시	정안밤, 우성오이, 신평꽃고추	계룡백일주
논산시	신선딸기, 산과들에딸기, 한방인삼딸기, 해찬들한방딸기, 녹원축산돈정육	가야곡왕주, 간장 · 된장 · 쌈장, 양촌감식초, 생생포도즙, 고향참 · 들기름
금산군	백삼 · 태극삼, 추부깻잎, 땅두릅, 고려홍삼, 진생원포크, 태극삼 · 홍삼, 홍삼 · 태극삼	인삼주, 홍삼한과, 홍삼액, 홍삼진과 · 홍삼진과골드 · 홍삼절편, 홍삼경옥고차, 홍삼농축액
연기군	조치원복숭아	-
부여군	방울토마토, 부여밤, 참실콩나물, 구룡아침딸기, 백마강수박, 아가리쿠스건조버섯, 양송이버섯, 백마강메론	인동주, 청옥김치 · 단무지, 아가리쿠스버섯 캡슐 · 정제 · 과립 · 환제 · 미용비누
서천군	서천냉각쌀, 어메니티서천쌀	한산세모시, 한산소곡주, 서천자하젓, 향토매운맛김, 바다로 21, 겨울바다맑은김, 雲味조미김
청양군	청양구기자, 칠갑산토종닭	한울김치, 구기자한과, 아이디어녹용, 둔송구기주, 참계장

자료 : 충남도청, 도정백서, 2008.

3) 지역문화축제 현황

지역축제는 그동안 지역의 전통문화를 계승하고 주민들의 화합을 목적으로 개최되어 왔으며, 이들 축제의 개선발전을 통해 지역의 자연자원, 특산물, 역사유적을 이용하여 다양하게 참여하고 체험하는 프로그램을 개발 보완해 왔다.

2009년 현재 충남에서는 80개의 지역문화 축제가 행해지고 있는데, 금강권에서는 공주시 8건, 논산시 6건, 금산군 5건, 연기군 4건, 부여군 3건, 서천군 5건, 청양군 4건의 지역문화축제가 행해지고 있으며, 전체 35개 축제를 개최하고 있다.

지역문화축제 중 2009년도 문화체육관광부 지정 문화관광축제로 금산인삼축제, 한산모시문화제, 강경젓갈축제, 백제문화제가 선정되었다.

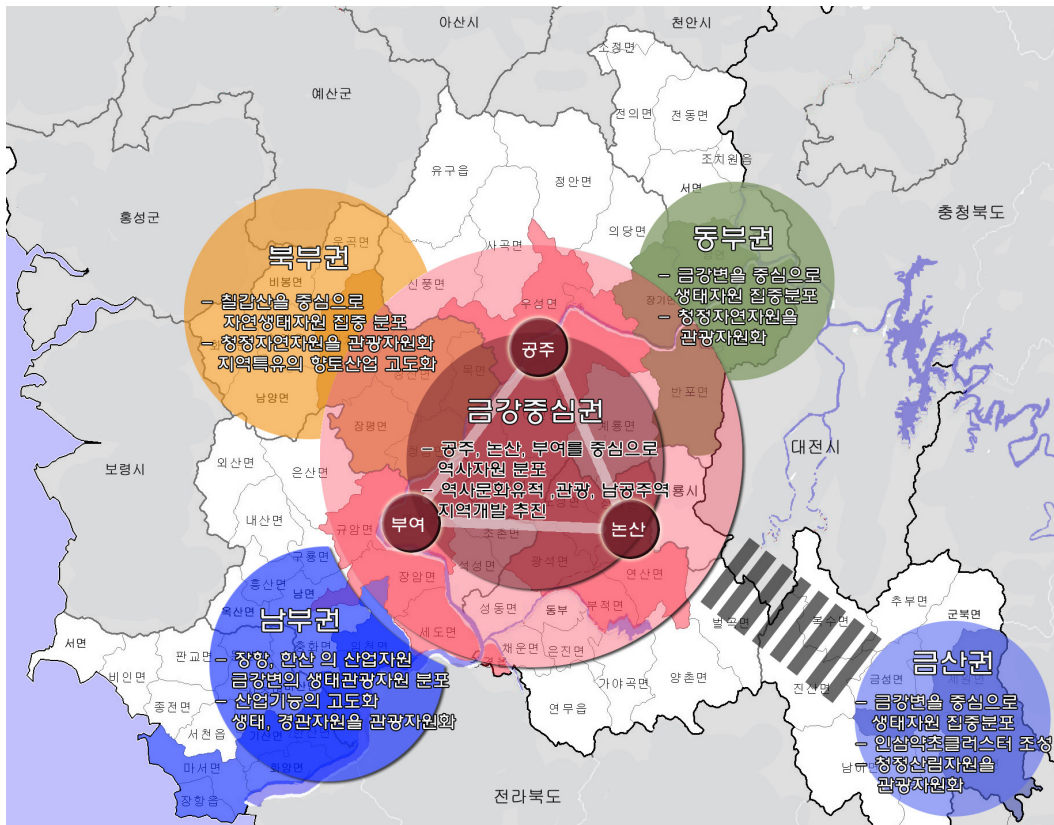
〈표 3-5〉 2009년 금강주변지역 문화축제 개최 분석

시군명	축제명	개최횟수 (시작년도)	개최시기	주관단체
공주시 (8건)	백제문화제	54회 (1955년)	10월	(재)백제문화 선양위원회
	계룡산 산신제	11회 (1998년)	4월	계룡산 산신제 위원회
	동학사 봄꽃 축제	5회 (2004년)	4월	동학사 지역번영회
	예술과 마을	7회 (2000년)	7~8월	예술과 마을행사 추진위원회
	마곡사 신록 축제	5회 (2004년)	4월말	마곡사 상가번영회
	고마나루 축제	13회 (1996년)	7~8월	웅진문화회
	공주알밤축제	5회 (2004년)	10월	공주시알밤축제추진위원회
	계룡산 분청사기축제	5회 (2004년)	5월초	계룡산 분청사기축제 추진위원회
논산시 (6건)	강경 젓갈축제	12회 (1997년)	10월	강경젓갈축제추진위원회
	논산 딸기축제	6회 (2003년)	4월 초	논산 딸기축제추진위원회
	연무 병영체험축제	2회 (2006년)	9월 말	연무병영체험축제추진위원회
	황산벌 연산대추축제	7회 (2002년)	11월 초	연산대추축제추진위원회
	양촌 꽃감축제	6회 (2003년)	11월 중	양촌 꽃감축제추진위원회
	상월명품고구마	1회 (2008년)	9월	상월면/상월면축제추진위원회
금산군 (5건)	장동달맞이축제	16회 (1993년)	2월	금산장동마을민속보존회/금산문화원
	비단고을 산꽃축제	9회 (2000년)	4월	보곡산골 민속보존회/금산문화원
	금강 민속축제	16회 (1993년)	7월	농바우꼬시기 보존회
	금산 인삼축제	28회 (1981년)	9월	금산인삼선양위원회/금산인삼축 제집행위원회
	칠백의사 추모문화제	1회 (2008년)	6월	칠백회

계 속

시군명	축제명	개최횟수 (시작년도)	개최시기	주관단체
연기군 (4건)	도원 문화제	25회 (1985년)	4월	연기군/도원 문화제 추진위원회
	왕의 물 축제	6회 (2003년)	4월	왕의물선양위원회
	조치원복숭아축제	7회 (2002년)	8월	농협연기군지부/복숭아 축제추진위원회
	금강변 벚꽃축제	1회 (2008년)	4월	금남면/금남금강변벚꽃선양위원 회
부여군 (3건)	부여 서동 연꽃축제	6회 (2003년)	7월	부여관광발전진흥회
	백제문화제	54회 (1955년)	10월	백제문화선양위원회
	갯개 포구 우여축제	5회 (2004년)	3월	양화면 번영회
서천군 (5건)	동백꽃 주꾸미축제	10회 (2000년)	3~4월	서면개발위원회
	한산모시문화제	20회 (1989년)	5월 초	한산모시문화제추진위원회
	자연산 광어, 도미축제	6회 (2005년)	5월	서면개발위원회
	춘장대 뮤직페스타	6회 (2005년)	7월 말	춘장대 운영협의회
	홍원항 전어축제	10회 (2000년)	9월	서면 개발위원회
청양군 (4건)	칠갑산 장승문화축제	10회 (1999년)	4월	칠갑산장승문화축제선양위원회
	청양 고추 구기자축제	9회 (2000년)	9월	고추구기자축제추진위
	자운영 효문화축제	1회 (2008년)	5월	백월산자운영축제추진위원회/ 남양면
	칠갑산봄꽃축제	1회 (2008년)	4월말	칠갑산봄꽃축제추진위원회

[그림 3-1] 금강 권역별 자원특성



3. 관광지 현황

1) 관광객수

〈표 3-6〉 충남 지역 관광객수 현황

단위:명

연도별 시군별	집 계 관광지수	총계	유료관광지관광객수		Tourist	무료관광지 관광객수 (내·외국인 미구분)
			계 Total	내국인 Domestic	외국인 Foreign	
2006	130	85,700,667	21,373,495	20,853,650	519,845	64,327,172
2007	139	86,579,170	23,225,981	22,473,924	752,057	63,353,189
천안시	5	2,999,520	2,775,692	2,760,235	15,457	223,828
공주시	18	3,497,367	3,436,839	3,387,969	48,870	60,528
보령시	10	19,410,811	630,497	622,490	8,007	18,780,314
아산시	11	7,466,965	6,471,805	5,895,158	576,647	995,160
서산시	5	3,207,575	-	-	-	3,207,575
논산시	9	1,356,490	282,752	282,158	594	1,073,738
계룡시		-	-	-	-	-
금산군	6	1,245,272	244,086	243,799	287	1,001,186
연기군	4	739,149	121,348	121,243	105	617,801
부여군	11	4,274,929	1,629,158	1,605,201	23,957	2,645,771
서천군	5	5,668,896	173,166	173,075	91	5,495,730
청양군	3	1,414,156	203,720	203,597	123	1,210,436
홍성군	7	2,661,954	766,166	765,861	305	1,895,788
예산군	6	7,031,249	5,706,808	5,633,964	72,844	1,324,441
태안군	35	20,880,787	579,459	574,889	4,570	20,301,328
당진군	4	4,724,050	204,485	204,285	200	4,519,565

자료 : 충청남도, 충남통계연보, 2008.

금강 주변지역에 위치하고 있는 지역의 관광객 동향을 충남 서해안지역을 방문하는 관광객수와 비교하면 많이 부족한 편으로 충남 전체 관광객수가 2007년 충남 전체 86,579,170명이고 이중 금강 주변지역을 방문한 관광객수는 11,788,214명으로 13.6%를 차지하고 있어 충남 서해안 지역을 방문하는 관광객수 56,554,073명의 65.3%에 비해 많이 떨어지고 있다.

충남에서 관광지의 40.3%가 금강주변에 위치하고 있는 것에 비해 상대적으로 관광객수에 차이가 나는 이유는 금강 주변지역의 관광지가 서해안에 비해 관광객들에게 관광목적지로서 매력을 주지 못하기 때문인 것으로 판단된다.

2) 지정관광지

충청남도의 지정관광지는 25개소이며, 금강권에는 공주시에 4개소, 서천군에 2개소, 부여군과 청양군에 각각 1개소로 모두 8개소, 2,976,995㎡가 지정되어 있다.

〈표 3-7〉 금강권역 내 관광지 분포현황

관광지명	위치	지정면적(㎡)	지정일	관광지 성격 및 주요개발내역
구드래	부여군 구교	148,515	'69. 1. 21	가족휴양 중심관광지
곰나루	공주시 웅진	139,000	'87. 7. 24	가족휴양 중심관광지
금강하구둑	서천군 마서	177,600	'93. 9. 22	해양 및 놀이시설
마곡사	공주시 사곡	126,000	'93. 11. 9	가족휴양 중심관광지
칠갑산도림온천	청양군 장평면	130,480	'95. 10. 5	온천자원개발
마곡온천	공주시 사곡	626,400	'96. 9. 16	온천자원개발
공주문화	공주시 웅진	1,330,000	'96. 10. 24	백제문화 중심관광지
춘장대해수욕장	서천군 서면	299,000	'97. 4. 21	해수욕장 중심관광지

자료 : 충청남도, 2005, 도정백서 재편집.

3) 온천지구 및 골프장

충남에는 총 11개의 온천지구가 지정되어 있으며, 이중 금강권에는 마곡온천과 동학사 온천 2개소만이 지정되어 있다. 골프장은 연기군 전의 프레야 C.C와 금산 진산의 대둔산 C.C가 운영 중이다.

〈표 3-8〉 온천지구 지정 현황

구 분	온 도 (C°)	면적 (천평)	지구지정일	1일 채수 가능량 (톤/일)
마 곡	25.2~25.8	245	93. 3. 4	4,000
동 학 사	26.9~31.5	162	87. 5. 22	6,000

자료 : 한국관광연구원, 관광동향에 관한 연차보고서, 2005

〈표 3-9〉 골프장 현황

구 분	위 치	규모(홀)	추진상황	비 고
프레야 C.C	연기 전의 유천	27	89. 11. 23(승인), 94. 11 .14(등록)	”
대둔산 C.C	금산 진산 행정	18	90. 12. 6(승인)	공사중

자료 : 충청남도, 도정백서, 2005.

4) 관광숙박시설

금강권에는 2개소의 관광숙박시설이 있으며, 관광숙박시설이 모두 관광호텔로 가족호텔과 휴양콘도미니엄은 없으며, 충남의 서해안권에 비하여 열악한 숙박시설을 보이고 있다.

〈표 3-10〉 관광숙박시설 현황

구 분	계		관광호텔		휴양콘도미니엄		가족호텔	
	호텔수	객실수	호텔수	객실수	호텔수	객실수	호텔수	객실수
충남	18 (11)	2,002 (1,785)	11 (5)	820 (637)	6 (5)	1,082 (1,098)	1	100
금강권	2 (3)	66 (535)	2 (1)	66 (83)	- (1)	- (402)	- (1)	- (50)
공 주 시	- (2)	- (485)	- (1)	- (83)	- (1)	- (402)	-	-
서 천 군	(1)	(50)	-	-	-	-	(1)	(50)
논 산 시	2	66	2	66	-	-	-	-

주: ()내는 건설중인 호텔임

자료 : 충청남도, 도정백서, 2005.

5) 관광안내시설

충남의 관광안내시설로는 천안시 관광안내소를 비롯하여 대전역을 포함하면 총 7개소의 상설안내소가 있으며, 22명의 안내원이 상주근무하고 있으며, 금강권에는 부여, 공주 각각 1곳으로 2개의 관광안내소가 있다(관광, 교통, 문화, 유적지 안내 등 관광안내서비스를 제공).

〈표 3-11〉 관광안내시설 현황

구 분	위 치	안 내 원	비 고
계	7개소	22명	
대전역 종합관광안내소	대전역 구내	2	영1, 중1
충청남도 종합관광안내소	부소산성 주차장내	7	영2, 중2, 일2, 일반1
천안시 관광안내소	천안역 광장	1	영1
공주시 관광안내소	공산성 서문	5	영2, 일1, 중2
보령시 관광안내소	대전역 구내	3	영1, 일1, 중1
아산시 관광안내소	온양온천 역 구내	2	영1, 일1
천안아산역 관광안내소	고속철도 천안아산역 구내	2	영1, 중1

제2절 금강주변 지역별 관광지 개발 계획 현황 및 여건변화

1. 금강주변 지역별 관광지 개발 계획

1) 공주시

(1) 공주 레포츠, 생태환경정비사업

- 충남성격 : 주변의 금강자연휴양림과 연계한 대도시 근교관광 거점으로 육성
- 사업위치 : 공주시 반포면 도남리, 장기면 장암리 일원
- 사업내용 : 숙박 및 상업시설, 청소년 수련시설 및 스포츠 시설, 레저스포츠 및 문화시설
- 사업비 : 757억원

(2) 2010 대백제전 기반시설 조성

- 사업성격 : 2010 대백제전의 성공적인 개최를 위한 기반시설 마련
- 사업위치 : 공주시 웅진동, 곰나루 일원
- 사업내용 : 금강 수변 무대 조성, 고마복합예술센터 건립(예술센터, 역사인물미술관, 역사자료관, 특별전시관, 상설공연장, 야외무대, 주차장 등), 곰나루-고마복합예술센터 연결 브릿지
- 사업비 : 521억원(금강수변 무대 21억, 고마복합예술센터 450억, 연결 다리 50억원)

(3) 금강 나루터 복원

- 사업성격 : 금강 나루터 복원을 통한 옛 추억 어뮤즈먼트 공간 확충
- 사업위치 : 금강 일원
- 사업내용 : 나루터 11개소(불티, 말아구, 석정리, 오얏골, 장기대, 곰, 되테울, 머그림, 새, 늦짐, 반여울) 복원, 연결 보행 녹도 조성
- 사업비 : 220억원

(4) 공주 문화관광지 조성

- 사업성격 : 백제문화권 특정지역 종합개발사업의 일환으로 백제문화권의 중심거점관광지로 조성
- 사업위치 : 공주시 웅진동 일원
- 사업내용 :
 - 금강 생태 복원사업(곰나루 복원사업, 강변·수상 생태공원 조성)
 - 문화관광지 조성(휴양·문화시설, 숙박·상업시설, 운동·오락시설, 공공시설 등)
- 사업비 : 2,959억원

2) 논산시

(1) 강경 「근대화 관광문화도시」 조성사업

- 사업성격 : 강경포구의 옛 명성을 되살리고 금강을 이용한 뱃길 되살리기 사업 등과 연계하여 관광 거점도시로 육성 도모
- 사업위치 : 논산시 강경읍 일원
- 사업내용 : 강경포구 재연, 복합 레저랜드 및 수변스포츠타운, 근대문화역사도시 조성
- 사업비 : 1,800억원

(2) 강경지역 성지순례 코스 개발

- 사업성격 : 성지순례 코스 개발 및 선교역사문화 체험 유적지 조성
- 사업위치 : 논산시 강경읍 일원
- 사업내용 : 선교역사문화 체험 유적지 조성, 강경 침례교회 복원사업 추진, 성지순례 코스 개발 및 프로그램 운영
- 사업비 : 600억원

(3) 탑정호 관광지 조성사업

- 사업성격 : 탑정호 주변을 관광진흥법에 의한 문화체육관광부 지정 관광지로 지정하고 천혜의 관광자원을 관광 명소로 조성하여 관광객 유치를 통한 지역 경제 활성화 및 지역 균형발전에 이바지
- 사업위치 : 논산시 부적면, 양촌면, 가야곡면 탑정호 일원

- 사업내용 : 레저·스포츠 시설, 문화·교육시설, 호텔·콘도시설, 주거·휴양시설, 테마파크, 기타 기반시설
- 사업비 : 250억원

3) 금산군

(1) 금산 천내지구 농업농촌테마공원 조성

- 사업성격 : 금강과 그 주변 일대의 생태적인 우수성과 다양성을 보존·활용하고 아름다운 경관을 가꾸기
- 사업위치 : 금산군 제원면 천내리 일원
- 사업내용 : 저류·생태습지 조성, 갈대밭 조성, 수변레포츠시설, 둔치정비 및 산책로 조성
- 사업비 : 1,243억원

4) 연기군

(1) 고북저수지 생태공원 조성

- 사업성격 : 여가선용 공간 확보를 위한 공원조성사업으로 관광자원화
- 사업위치 : 연기군 서면 고북리 용암리 일원
- 사업내용 : 생태관찰시설(습지, 생태공원, 친수환경조성, 수질정화시설), 생태 탐방도로(탐방도로, 자전거도로, 탐조대), 관광안내센터
- 사업비 : 45억원

5) 부여군

(1) 금강변 백제 유적 및 나루터 정비

- 사업성격 : 금강변 백제 유적 정비 및 뱃길 접근성 제고
- 사업위치 : 부여군 일원
- 사업내용 : 백제 유적 정비(천정대, 왕흥사지, 임강사지), 옛 나루터 정비(진변, 반조원 나루)
- 사업비 : 2,346억원

(2) 금강 친수 공간 조성

- 사업성격 : 늘 찾고 싶은 저탄소 녹색관광 인프라 구축
- 사업위치 : 부여군 일원
- 사업내용 : 백마강 순환도로 개설 1.7km(보행자+자전거 전용도로), 구드래 뱃길 공원 조성(구교배수장 복개 및 공원 조성), 금강변 자전거 도로 개설 20km, 강변도로 연결(부여 ~ 강경)
- 사업비 : 2,600억원

(3) 2010 대백제전 수상공연장 조성

- 사업성격 : 2010 대백제전의 성공적 개최를 위한 기반조성
- 사업위치 : 부여군 낙화암 일원
- 사업내용 : 수변 무대 정비, 수상 미디어 퍼포먼스 등
- 사업비 : 21억원

(4) 부여 금강 관광컴플렉스(tour complex) 조성

- 사업성격 : 금강과 백제역사재현단지 및 부여읍의 연계성을 통해 복합 수변관광지구
- 사업위치 : 부여군 규암면 일원
- 사업내용 :
 - 백마강 내륙수로 건설 5.5km(구드래 ~ 역사재현단지 뱃길 조성)
 - 구드래 도강터널 개설
 - 금강 녹색복합도시 건설(태양광 발전소, 농산물 등 유통센터, 전원주택, 친환경 산업단지 등)
 - 합정 백제문화 복원(백마강 원형 복원 및 공간 조명)
 - 관광복합터미널 및 워터프론트 조성
 - 사비 강변 공원 조성(백제큰길과 연계, 백마강 전망대, 백제 관문 설치 등)
- 사업비 : 5,730억원

6) 서천군

(1) 와초 태양에너지 데포즈 타운

- 사업성격 : 신재생 에너지를 활용한 복합 여가시설 조성
- 사업위치 : 서천군 화양면 와초리
- 사업내용 : 태양광발전소 및 신재생에너지 테마공원, 축구장 2면, 야구장, 습지관찰로, 오토캠핑장, 요트·윈드서핑장, 관광객 편의시설
- 사업비 : 200억원

(2) 금강 물 홍보관

- 사업성격 : 금강살리기 사업의 상징공간 조성
- 사업위치 : 서천군 마서면 도삼리
- 사업내용 : 커뮤니티 디자인 및 조경계획 수립, 통합 조형물 설치, 금강살리기 사업 홍보관 설치
- 사업비 : 200억원

(3) 서천 eco-velo(자전거 길) 구축 사업

- 사업성격 : 하천길 중심 자전거 도로망 완성으로 문화생태 연결망 구축
- 사업위치 : 서천군 일원(서해-내륙하천-금강 연결망 구축)
- 사업내용 : 자전거 도로 구축 127km
- 사업비 : 100억원

(4) 서천 생태네트워크 조성

- 사업성격 : 기존 생태관광지를 연계하는 생태네트워크 조성하여 수상생태관광 루트 개발
- 사업위치 : 서천군 화양면 일원
- 사업내용 :
 - 국립생태원 연계내륙수로 1.8km, 신성리 생태공원 조성, 금강호 상징탑 건립, 금강호 유람선 운항사업
- 사업비 : 1,244억원

7) 청양군

(1) 왕진 생태레포츠 관광지 조성

- 사업성격 : 백제역사권 지역과 연계한 위락 관광지 조성
- 사업위치 : 청양군 청남면 동강리, 왕진리 일원
- 사업내용 : 왕진 복합 위락시설 조성, 왕진나루 환경정비사업, 자연생태 교육 체험장 조성, 금강변 경관 관광도로 개설
- 사업비 : 4,100억원

(2) 농촌 문화 체험마을 조성

- 사업성격 : 의료·레저·문화시설 등의 기능을 고루 갖춘 농촌문화복합 체험마을 조성
- 사업위치 : 청양군 장평면 일원
- 사업내용 : 지역특산물 체험장 건립(특산물 판매, 전시장, 교류체험실, 향토 음식 조리체험실), 농촌체험지 조성, 시니어타운 건립, 메디컬센터 건립, 농촌 기반시설 조성
- 사업비 : 370억원

8) 공통 구역

(1) 금강 뱃길 복원

- 사업성격 : 충청인의 젖줄인 금강 뱃길 복원으로 다양한 볼거리, 즐길거리 제공
- 사업위치 : 세종시 갑천 합류지점 ~ 서천군 마서면 도삼리
- 사업내용 : 황포돛배 3척(80인승), 선착장 3개소
- 사업비 : 45억원

(2) 금강 역사트레일(history trail) 개설

- 사업성격 : 경관이 수려한 금강을 따라 트레킹 길 조성으로 가족과 함께하는 문화 조성
- 사업위치 : 장항 금강하구둑 ~ 대청댐 255km

- 사업내용 : 산악자전거 길 조성, 자전거 휴식랜드 조성, FDB(Family Bicycle Day)의 날 지정 운영
- 사업비 : 45억원

2. 금강주변지역 관광여건변화

1) 금강살리기 사업을 통한 관광환경변화

(1) 금강살리기 사업의 주요내용

중앙정부는 2011년까지 약 14조원을 집중 투자하여 4대강 살리기를 완료할 계획이며, 이와 관련하여 범부처적인 체제를 구축하고 통합적으로 추진되고 있다.

이 사업에서 금강살리기 사업은 홍수 및 가뭄의 근원적 방지, 하천공간의 합리적 정비로 이용극대화, 침체된 실물경기 회복을 목적으로 본류 및 지류하천(본류 배수영향구간) 유역면적 : 9,912km², 유로연장 395km(용담댐-대청댐-유등천-미호천-금강)을 대상으로 사업비 23,774억원(국토 13,089, 농림 8,358, 기타 2,322)으로 사업이 진행될 계획이다.

금강살리기의 목적은 크게 봐서 4대강 살리기의 목적이라고 할 수 있는데 구체적으로 크게 3가지로 요약할 수 있다.

첫째, 항구적 수해방지로 국민의 생명과 재산을 보호하는데 있다. 이를 위해 종합적인 하천정비로 안전한 국토를 건설하고, 물부족 문제 해결을 위한 종합대책을 강구하며, 지구 온난화에 의한 이상 기후 등에 대비하는 것이다.

둘째, 미래 지향적 친수공간 제공이다. 이를 위해 수상레저, 문화활동이 가능한 워터프론트를 복합개발하며, 역사와 문화를 고려한 문화관광개발을 적극 추진한다.

셋째, 경제위기를 조기에 극복하고 지역경제 활성화를 도모한다. 중앙정부에서 발표한 4대강 살리기에 의하면 19만명의 고용창출과 23조원의 생산유발효과를 기대할 수 있고, 특정지역에 편중되지 않은 지역균형개발을 추진한다.

주요 사업내용으로는 우선 수리시설 확충을 통한 재해예방 및 수자원 공급능력의 제고를 꼽을 수 있다. 이를 위하여 하천제방 단면을 확대하고, 월류에도 안전한

수퍼제방 축조를 계획하고 있다. 또한 토사 퇴적구간의 하도정비 및 중소규모 댐 및 홍수조절지를 건설하고 농업용저수지 정비가 이어진다. 이러한 사업계획은 기존의 치수 및 이수 사업계획을 확대하여 체계적으로 정비하는 것을 의미한다.

둘째는 하천공간의 합리적 정비로 이용을 극대화하는 것이다. 부문별로는 친수 및 환경을 조성하는 사업으로 둔치를 계단식으로 정비하여 레저시설 등의 다양한 활용을 모색하고, 상습 침수지는 습지 등 생태공간을 조성하고, 수변구역에 생태벨트를 조성해 저탄소 녹색성장의 기반을 마련하는 것이다.

마지막으로는 역사문화적 특성을 반영한 강변 문화관광권역 설정 및 권역별 특화개발로 연계발전 측면에서의 지역개발사업이다. 이를 위하여 인근 관광거점과 연계한 테마형 관광상품 개발, 수변지역을 문화, 예술공간으로 활용하고, 지역의 특성과 문화를 살린 친환경 녹색문화사업을 추진하는 것이다.

(2) 새로운 관광자원 개발

금강살리기 사업에서는 지역 개발 사업으로 역사문화적 특성을 반영한 강변 문화관광권역 설정 및 권역별 특화개발을 추진하고 있다. 이를 위하여 인근 관광거점과 연계한 테마형 관광상품 개발, 수변지역을 문화, 예술공간으로 활용하고, 지역의 특성과 문화를 살린 친환경 녹색문화사업을 추진하는 것이다.

금강살리기를 추진함에 있어서 금강의 역사·문화자원에 대한 인식이 확산되어 금강의 나루·포구 및 장시, 누정·서원에 대한 발굴·복원·보존에 대한 인식이 확산되고 있다.

금강은 과거 인적·물적의 소통을 담당하던 통로로서 삼국시대에는 일본과 교류하여 해상왕국으로 발전하였던 백제의 젓줄이었고, 조선시대에는 2대 포구 3대시장의 하나였던 강경을 비롯한 수많은 포구와 장시가 개설되던 곳이었던 곳으로서 1980년 대청댐과 1983년 금강하구둑의 건설로 인한 물중심의 교통수단이 내륙 육상교통으로 전환한 것에 대해 금강살리기를 계기로 잠자던 금강의 역사·문화를 다시 부흥시켜야 한다는 인식이 확장되고 있다.

또한 4대강 살리기에서 추구하는 친수공간 개발사업은 공공성, 지속가능성 등을 확보하는 것이 중요하다는 데에 인식을 같이하고, 대중교통수단 등 접근성 강화를 통한 공공성 제고, 배후지역과의 연속성 유지, 환경생태공간으로 자연성 회복, 수변 경관의 개선, 스포츠·레저·쇼핑·주거 등 복합용도 개발, 역사적 문화적 자산을 활용한

특색있는 개발을 기본방향으로 설정하고 있다.

이와 관련하여 정부에서는 추진하고자 하는 다양한 사업들과 연계하여 추진할 계획인데, 문화체육관광부에서는 ‘문화가 흐르는 4대강(Gold River)’ 사업, 농림식품부에서는 ‘활력 넘치는 금수강촌 만들기’, 지식경제부에서는 ‘녹색성장산업 활성화’ 등의 사업과 연계하여 추진하고 있다.

이에 따라 금강주변지역의 경우 관광환경에 있어 수변을 중심으로 한 관광목적지 환경 정비가 이루어질 것으로 예상되며, 특히 친수공간과 수변레저스포츠 시설의 조성이 가능해서 미래 증가될 것으로 예상되는 수변관광객의 관광수요를 충족시켜줄 수 있는 시설조성이 가능해 질 것으로 예상된다.

또한 백제역사문화가 금강을 중심으로 한 역사문화임에도 불구하고 접근성의 낙후와 개발 노력으로 부족했던 수변지역 역사문화에 대한 발굴 및 복원을 통한 새로운 역사문화 관광자원의 개발을 통해 새로운 볼거리의 제공과 백제역사문화를 재평가되는 계기가 마련될 것으로 예상된다.

2) 교통망 개선에 따른 금강주변지역 접근성 향상

(1) 고속도로 건설에 따른 접근성 강화

① 고속도로 주요시설

대전-당진, 공주-서천간 고속도로는 총연장이 153km로서 4차로로 대전-행정중심복합도시-천안~논산간 고속도로와 충청남도의 내륙을 연결하는 국가기간망이다. 대전-당진간 고속도로는 연장이 91.6km이며, 대전-행정중심복합도시-공주-천안~논산간 고속도로-예산-당진-서해안고속도로를 노선으로 한다. 공주-서천간 고속도로는 연장이 61.4km이며, 공주-청양-부여-서천-서해안고속도로를 노선으로 한다.

주요시설로서 JCT는 총 5개소이며, IC는 총 14개소, 휴게소 6개소, 교량 222개소 32.4km, 터널은 12개소 5.2km이다. 주요 JCT는 대전-당진간 고속도로의 당진, 공주, 유성 등 3개소, 공주-서천간 고속도로의 동서천, 서공주 등 2개소이다. IC는 대전-당진간 고속도로의 면천, 고덕, 예산, 신양, 유구, 마곡사, 공주, 동공주, 북유성 등 9개소, 공주-서천간 고속도로의 동서천, 서부여, 부여, 청양, 서공주 등 5개소이다. IC간

평균 거리는 대전-당진간 고속도로가 9.2km이고, 공주-서천간 고속도로는 11.2km이다. 휴게소는 대전-당진간 고속도로의 면천, 예산, 신풍, 공주의 4개소, 공주-서천간 고속도로의 부여, 청양 2개소이다. 교량은 대전-당진간이 142개소(20.4km)이며, 공주-서천간이 80개소(12.0km)이고, 터널은 대전-당진간이 7개소(3.2km), 공주-서천간이 5개소(2.0km)이다.

〈표 3-12〉 금강주변지역 고속도로 사업 개요

구 분		당진~대전	서천~공주
개요	연 장	91.6km	61.4km
	경 유 지	당진~예산~공주~대전	서천~부여~청양~서공주
	차 로 수	4차로	4차로
	사 업 비	1조 7,253억원	9,387억원
	사업기간	2001년~2009년	2001년~2009년
주요 시설	분기시설 (JCT)	3개소 (당진, 공주, 유성)	2개소 (동서천, 서공주)
	출입시설 (IC)	9개소 (면천, 고덕, 예산, 신양, 유구, 마곡사, 공주, 동공주, 북유성)	5개소 (동서천, 서부여, 부여, 청양, 서공주)
	휴 게 소	4개소 (면천, 예산, 신풍, 공주)	2개소 (부여, 청양)
	유지관리	1개소(공주지사)	1개소(부여지사)
	영 업 소	9개소	5개소
	교 량	142개소(20.4km)	80개소(12.0km)
	터 널	7개소(3.2km)	5개소(2.0km)
	건 설 효 과	<ul style="list-style-type: none"> ○ 효율적인 고속도로망 구축 (서해안, 논산-천안, 호남지선, 행복도시, 신충남도청) ○ 충남 내륙지역의 개발 촉진 ○ 운행시간 단축: 2시간 → 1시간 ○ 물류비 절감: 2천억원/년 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 효율적인 고속도로망 구축 (서해안, 당진-대전선과 연계) ○ 충남 서부 내륙지역의 개발 촉진 ○ 운행시간 단축: 1시간 20분→40분 ○ 물류비 절감: 1천억원/년

[그림 3-2] 금강주변지역 신규 고속도로 노선도



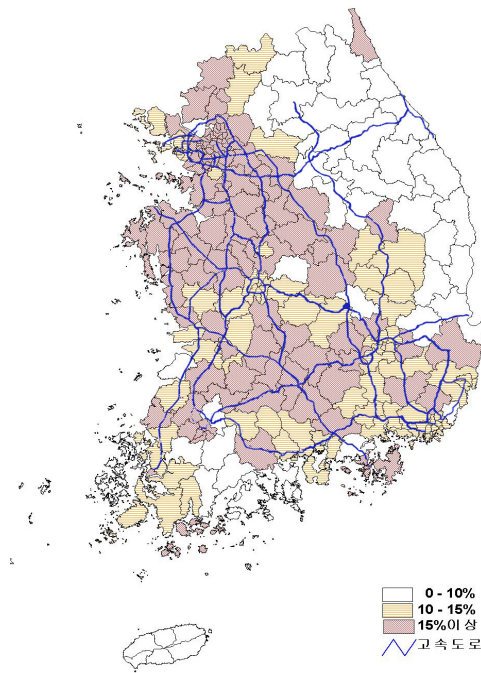
② 고속도로 개통에 따른 접근성 강화

충남지역에 대전-당진간, 공주-서천간 고속도로가 확충됨으로써 인구 1,000명당 고속도로 밀도가 전국에서 가장 높아지고, 교통소외지역의 문제를 해소하며, 충남도 전역이 1시간 생활권을 실현하게 될 것이다.

금강주변지역은 국토의 중심부에 속한 지역으로서 고속도로·국도를 통한 전국 다른 시·군과의 단순 물리적 접근성이 가장 양호한 지역에 속하고, 고속도로 개통에 따른 시간거리 단축효과도 매우 높은 지역이다.

이러한 고속도로의 개통은 서해안고속도로와 천안-논산간고속도로, 호남고속도로를 연결함으로써 효율적인 고속도로망을 구축하였으며, 이로 인하여 운행시간이 대전-당진간 고속도로는 2시간에서 1시간대로, 공주-서천간 고속도로는 1시간 20분에서 40분으로 운행시간을 단축하였으며, 연간 3천억원의 물류비 절감효과를 거둘 수 있을 것으로 예측된다.

[그림 3-3] 고속도로망 확충에 따른 시·군별 단순시간거리 단축률(1995~2009)



자료 : 김정연 · 이종상(2001)

〈표 3-13〉 고속도로 개통에 따른 지역간 통행시간 단축효과

구 분	지역간 평균 통행시간 ¹⁾		평균 단축시간 (B-A)	단축률(%)
	1995(A)	2009(B)		
청양군	34,985	23,797	11,188	32.0
금산군	36,076	25,697	10,379	28.8
당진군	39,135	28,756	10,379	26.5
아산시	33,935	24,163	9,773	28.8
예산군	32,462	25,153	7,309	22.5
태안군	31,153	24,594	6,559	21.1
홍성군	30,999	24,971	6,028	19.4
서천군	29,374	23,749	5,624	19.1
서산시	29,556	24,767	4,789	16.2
공주시	27,875	23,129	4,746	17.0
연기군	26,625	22,255	4,370	16.4
천안시	26,707	22,477	4,230	15.8
보령시	26,639	22,509	4,130	15.5
논산시	27,787	23,906	3,881	14.0
부여군	27,703	24,377	3,327	12.0
충남평균	30,734	24,287	6,447	20.3
전국평균	32,972	28,336	4,636	14.3

주석 : 지역간 평균 통행시간은 1995년부터 2009년까지 계획 고속도로가 개통될 경우 하나의 시·군으로부터 전국의 다른 모든 시·군까지의 단순 시간거리의 합을 전국의 시·군 수(165개)로 나눈 값임

(2) 호남고속철도 건설에 따른 접근성 강화

① 주요내용

호남고속철도 사업개요는 노선이 오송~익산~광주~ 포(230.9km) 구간이고 서울~오송 구간은 기존 경부고속철도 이용(121.8km) 하게 된다. 사업비는 11조 3,382억원(차량비 7,535억원 포함)이고 사업기간은 오송~광주구간이 2006~2014년, 광주~목포구간이 2006~2017년 완공을 목표로 하고 있다. 열차운영계획은 총 350량(1편성 10량, 43회, 44호/일 운행)이 운영될 예정이며, 운행시간은 오송~목포 230.9km이 60분, 서울~목포 352.7km이 106분이 소요된다. 최고속도는 300km/h(설계속도 350km/h)이고 주요 역 및 차량기지는 오송, 공주, 익산, 정읍, 광주송정, 목포(임성리)역, 광주차량기지이다.

건설방안은 순차적 건설로 오송~광주구간은 조기 착수하여 2014년 완공을 목표로 하고 광주~목포구간은 오송~광주 완료전 순차적으로 착수하여 2017년까지 완공을 목표로 하고 있다.

② 추진상황

호남고속철도 시공을 위한 기본 설계를 2006년 11월부터 약 2년간 진행하여 2008년 11월 완료되었다. 현재는 2009년 12월 부터 8개 설계공구에 대하여 실시설계가 진행중이다.

그러나 오송역 구간과 익산역 구간은 2008년 공사시행업자를 토키설계로 확정하여 현재 공사가 시행중이며, 2009년 7월부터 공식적으로 착공을 선언하였다.

4개의 시공공구에 대하여 (공사비 각공구별 약2500억~3500억) 2009년 8월에 대안 설계공고 후 2009년 10월경 사업자를 선정하여 2009년 12월경 시공이 시작될 예정이다. 전용선로는 2015년 '오송역-광주송정역' 구간을 1단계로, 2017년 '광주송정역-임성리역' 구간을 2단계로 하여 건설될 예정이다.

현재 '오송역-광주송정역' 구간은 실시설계가 2009년 10월경 완료되었으며, '광주송정역-임성리역' 구간은 2009년 7월말 타당성 재검토를 위한 용역을 실시하여 그 결과에 따라 추후 사업여부를 결정할 예정이다. 2단계구간은 광주송정역과 임성리역이 각각 광주와 목포 도심에서 멀리 떨어져 있어 일부 차량은 기존선을 이용하여 광주역과 목포역으로 진입할 수도 있다.

③ 금강주변지역 관광 효과

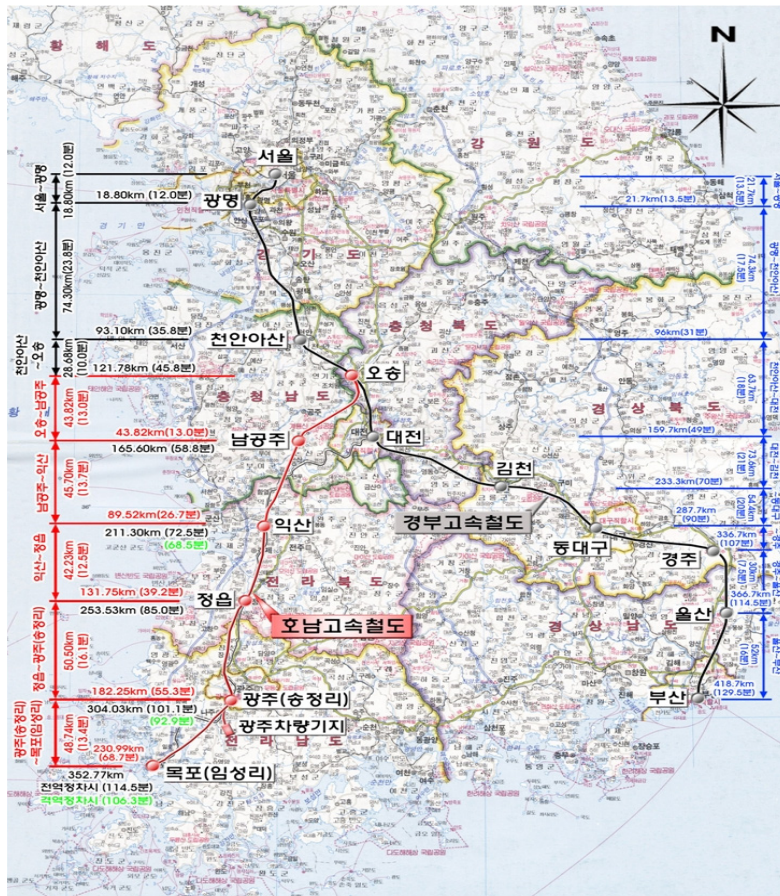
호남고속철도를 통한 금강주변지역의 효과는 남공주역의 건설에 따라 기존 도로(고속도로, 국도) 만을 활용한 관광객 접근에서 철도를 활용한 관광객의 접근이 가능해져 관광객 접근로가 다변화 되었고 수도권지역과 호남지역에서 1시간권 이내로 접근 시간이 단축되었다.

이를 통해 수도권 관광객과 호남 남부지역의 관광객이 증가할 것으로 예상되며, 특히 가족단위관광객의 증가와 새로운 철도관광객이 생겨날 것으로 예상된다.

〈표 3-14〉 호남고속철도 역별 현황

역명	시간	거리	지역	환승
용산역	-	-	서울 용산구	호남선, 전라선, 장항선 수도권 전철
광명역	12분	18.8km	경기도 광명시	경부고속철도
천안아산역	36분	93.1km	충남 아산시	경부고속철도 수도권 전철 1호선
오송역	46분	121.8km	충북 청원군	경부고속철도, 충북선
남공주역	59분	165.6km	충남 공주시	
익산역	1시간 09분	211.3km	전북 익산시	호남선, 전라선, 장항선
정읍역	1시간 25분	253.5km	전북 정읍시	호남선
광주송정역	1시간 33분	304.0km	광주 광산구	호남선, 경전선 광주 도시철도 1호선
임성리역	1시간 46분	352.8km	전남 목포시	호남선

[그림 3-4] 호남고속철도 노선도



제4장 관광목적지별 매력성 평가

제1절 연구모델과 분석방법

1. 연구모델

본 연구에서 적용되고 있는 관광목적지 매력성의 연구모델로는 소비자 행동이론에 기초하여 어떤 대상에 대한 전반적인 태도는 대상의 여러 속성에 대한 신념과 평가로 형성된다는 다속성태도모델에 이론적 근거를 두고 있다.

관광목적지에 대해 방문 이전 중요도와 방문 후 성취도에 대한 평가에는 분명한 차이가 있음에도 불구하고, 기존 관광관련 연구에서 적용된 모델들은 방문 이전의 중요도나 혹은 방문이후의 성취도만을 연구에 활용하여 연구결과 도출에는 한계가 있었다.

매력성 평가는 관광목적지 매력요인 및 속성에 대한 각각의 중요도와 성취도의 함수로 평가할 수 있다. 따라서 관광목적지 매력성 평가는 사전 중요도와 방문 행동 후 성취도와 더불어 평가하는 접근이 타당성이 있다 하겠다.

지금까지 문헌연구에 의한 이론적 고찰에 근거하여 관광목적지 매력성 평가를 위한 대안적 모델(Tourist Destination Attractiveness: TDA model)을 다음과 같이 수정하여 본 연구에 적용하고자 한다.

$$TDA_j = \sum_{i=1}^n (I_i P_{ij})$$

여기에서

TDA_j = 관광목적지 유형에 따른 관광목적지 j 의 관광매력성

I_i = 관광목적지 유형에 따른 관광매력 속성 i 의 중요도

P_{ij} = 관광목적지 유형에 따른 관광매력 속성 i 에 대해 관광목적지 j 가 관광객의 욕구를 만족시켜주는 능력에 대한 성취도

n = 고려되는 관광매력 속성의 수

따라서 도출되는 관광목적지 중요도 및 성취도 값에 따라 매력의 차이분석이 가능하다. 또한 각 요인별 및 속성별 상대적 위치는 IPA 분석을 관광목적지 유형별로 적용하여 중요도 요인별 및 속성별로 관광매력 중요도와 관광매력 성취도간 상호 관계를 비교 분석하고자 한다. 도출되는 결과는 IPA 매트릭스를 이용하여 관광목적지 유형별 매력표(attractiveness map)를 작성함으로써 관광목적지에 따른 매력성의 차이와 비교우위를 제시하고자 한다.

2. 변수의 조작적 정의

1) 자연성

자연성이란 관광목적지의 자연적 경관, 매력물, 자연적 조건 등이 복합화 되어 관광객들의 방문을 유도하는 자연적 산출물(natural output)의 총체를 의미하는 것이다.

2) 인공성

인공성이란 관광목적지의 관광대상이 되는 인공형 매력물, 위락시설, 그리고 인문형 유산 등이 어우러져 관광 환경이 조성된 정도를 의미하는 것이다.

3) 사회문화성

관광목적지의 과거 및 현재를 이해하는데 도움이 되는 사회규범적인 생활양식의 소산으로서 사회문화적 환경과 문화적 매력대상 등이 조성된 정도를 의미하는 것이다.

4) 시설성

관광목적지내 관광객들의 관광욕구 충족을 위하여 마련된 목적형 시설로서 편의

목적과 관광대상물로서 조성된 정도를 의미하는 것이다.

5) 부가성

관광목적지 방문할 적에 관광객들에게 쾌·불쾌의 감정에 영향을 미치는 외부 요인과 전반적인 관광목적지의 품질 정도를 의미하는 것이다.

3. 설문지 구성

본 연구에서는 기본적인 자료수집 방법으로 설문지법을 이용하였으며, 설문지는 선행연구 및 국내외에서 적용되어 사용되었던 관광목적지 매력성에 대한 연구를 바탕으로 대표성이 있는 속성 평가변수에 대해서 조사대상 관광목적지를 방문한 관광객들을 대상으로 각각 설문을 하였다.

관광목적지는 많은 요소들 중에서도 자원, 시설, 서비스, 사회 및 문화적 특성 등으로 구성된 공간이기 때문에 이러한 특성들이 상호 작용되어 관광객을 끌어당기는 역할을 한다.

상호 작용되어 형성된 관광목적지에 대한 인식은 관광객들의 여행욕구를 충족시켜주고 확신을 부여하는 힘으로 작용하게 된다. 이러한 관광객의 마음을 끌어당기는 힘이 관광목적지의 매력성이다. 관광목적지에 따라서 매력성은 다양한 속성으로 구성되거나 분류되기도 한다. 매력속성은 연구목적과 조사지역에 따라 약간씩 다르게 나누어지고 용어와 구분이 다를 뿐이다.

대부분의 매력속성들은 관광객에게 매력을 주는 공통요소로 제시되고 있으며 관광자원 혹은 관광매력물이라는 용어와도 상통 한다¹¹⁶⁾.

상통되는 용어 중 관광자원은 보편적으로 유형과 무형으로 분류되고 있다. 유형으로는 자연적, 인문적, 사회적, 산업적, 그리고 관광레크리에이션으로 분류하고 있는 반면에 무형으로는 인적과 비인적으로 구분되고 있다. 따라서 본 연구에서는 앞의

116) 고동우, 전개논문, p. 18.

선행연구를 바탕으로 관광목적지별 매력성을 구성하는 변수를 분석의 편의상 유형적인 분류형으로 자연성, 인공성, 사회·문화성, 그리고 시설성으로 구분하였으며, 무형적인 분류형으로 부가성을 구분하여 다시 각각에 대한 하위속성을 추출하였다. 유형 중 관광·레크리에이션은 자연성에 포함시켰으며, 산업적 분류는 조사 대상지역에 적용하기에는 다소 한계가 있기에 대상 범위에 포함시키지 않았다.

관광목적지 매력속성들은 관광목적지 특성에 따라 다르지만, 보편성과 이론적 중요성, 그리고 적정성 있는 속성을 크게 다음과 같이 구분하고 있다. 첫째, 자연에서 주어진 속성으로 자연환경에서 비롯된 속성들이다. 둘째, 사회와 문화적 환경에서 비롯된 속성들이다. 셋째, 인공적인 환경 하에서 생성된 인위적 속성들이다. 넷째, 관광 시설에서 제공되는 다양성들이다. 마지막 기타속성으로 관광목적지 내의 생활공간과 연계되어 부가적으로 제공되는 속성들이다.

본 연구에 적용된 매력속성 평가변수는 자연성 요인과 관련된 ‘자연적 매력물의 다양성’, ‘계절과 기후의 쾌적성’, ‘자연경치와 생태환경’, 그리고 ‘레저스포츠/레크리에이션 활동’이 있으며, 인공성 요인과 관련된 ‘주제공원 등 즐길거리’, 오락시설이용과 야간여흥을 합쳐서 ‘야간위락과 여흥’, ‘지역축제’, ‘안내 관광정보’, 그리고 ‘현지에서의 쇼핑’이고, 사회·문화성으로는 ‘독특한 지방색’, ‘역사유적매력물의 다양함’, ‘지역의 독특한 민속문화 체험’, ‘지역의 특화음식’이다. 시설성으로는 ‘교통편리성’, ‘교통 접근성’, 그리고 ‘다양한 숙박시설’이며, 부가성으로는 ‘청결과 위생’, ‘관광안전’, ‘지역주민 환대태도’, 그리고 ‘종사원 서비스’ 변수로 구성되어 있다.

설문은 관광객이 방문한 관광목적지별 각 속성 평가 변수별로 관광객이 이용하기 전에 느낀 중요도와 이용한 후에 느낀 성취도를 언어적 평가에 따라 관광객이 응답하도록 함으로써 객관적인 의사결정을 내릴 수 있도록 하였다. 설문지의 각 조사 영역에 대한 개별 측정 문항에 대한 추출 근거와 측정 및 방법에 대해서 설명하면 <표4-1>과 같다.

관광객이 관광목적지 방문 전 중요도와 방문 후 성취도에 대하여 과거형과 미래형 질문항목으로 이루어졌으며, 관광목적지 매력 속성도출은 사전 선행연구 등에서 제시된 측정변수를 근거로 하여 20개의 항목을 실험적으로 선택·추출하였으며, 이는 <표4-2>로 제시하였다.

〈표 4-1〉 관광목적지 매력 속성 변수 도출

매력속성	Calson	Pizam	Witter	Haahti	Fakeye Crompton	Um	Hu Richie	Mike	Formica	김향자	정성채	김성혁	박미정	안영면	고계성
자연성	자연경치	●	●	●			●	●			●	●	●	●	
	계절/기후					●	●	●			●	●	●	●	
	매력적 자연환경	●	●		●	●			●	●					
	주변 환경				●						●				●
인공성	레저스포츠 시설			●	●		●	●	●		●		●	●	
	오락시설이 용			●	●	●	●	●							
	관광쇼핑			●	●		●	●	●			●		●	
	야간여흥		●		●			●		●	●		●	●	
	레크레이션						●		●			●			
	축제 및 이벤트				●		●		●	●	●		●	●	
	안내		●		●			●		●		●	●		●
	주제공원				●						●		●		
사회문화성	역사문화적 매력물			●			●	●					●	●	
	사회적 접촉			●	●	●		●		●					
	음식			●	●		●	●	●		●		●		●
	식음시설		●					●				●			
	기념물								●						
	역사							●	●						
	전적지								●						
	역사박물관										●		●		
	전시회										●				
	문화시설				●										
	종교적지구												●		
	지방색			●	●	●		●		●		●		●	
시설성	민속문화	●			●		●	●		●	●		●	●	
	숙박시설		●	●	●			●			●	●	●		
	캠핑시설		●						●						
	관광지 내 교통 편리성	●			●		●	●				●	●	●	●
	하부구조				●								●		
	편의시설						●					●			●
	상업지구		●												
	교통접근성	●			●		●	●			●	●		●	●
부가성	주민태도		●	●	●		●					●			●
	중사원서비스			●	●	●				●		●	●	●	●
	환대서비스							●			●				●
	분위기/휴식			●		●						●			
	청결 위생	●	●		●			●			●	●			●
	안전		●		●	●		●	●		●		●		
	의료							●							
	비용										●	●	●	●	●

〈표 4-2〉 설문지 구성

분류	항목	도출된 속성	문항수	측정 척도
방문형태 및 특성		방문횟수	4	명목 척도
		동반형태		
		체류기간		
		정보획득 수단		
중요도와 성취도	자연성	자연적 매력물	4	리커트 5점척도
		계절과 기후 쾌적성		
		자연경치 및 생태환경		
		레저스포츠 활동		
	인공성	주제공원 등 즐길거리	5	
		야간 위락과 여흥		
		지역축제		
		안내 관광정보		
		관광 쇼핑		
	사회문화성	독특한 지방색	4	
		문화적 매력물 다양성		
		독특한 민속문화 체험		
		지역의 특화음식		
	시설성	다양한 숙박시설	3	
		관광목적지 내 교통 편리성		
		관광목적지까지 교통 접근성		
	부가성	청결과 위생	4	
		관광 안전		
		지역주민 환대태도		
		종사원 서비스		
만족도		관광목적지로서 호감	4	리커트 5점척도
		다른 관광지보다 좋다		
		재방문 의사		
		관광목적지로서 가치		
인구통계적 특성		성별, 연령, 직업, 가계소득, 거주지	5	명목 척도
총 문항수			33	

관광목적지 중요도에 대한 측정은 ‘매우 중요하지 않다’와 ‘매우 중요하다’를 양극으로 하는 리커트식 5점 척도를 사용하였으며, 성취도에 대한 측정은 ‘매우 좋지 않았다’와 ‘매우 좋았다’를 양극으로 하는 리커트식 5점 척도를 사용하였다.

4. 조사방법 및 분석방법

본 연구의 목적을 달성하기 위하여 문헌적 연구방법(documentary study)과 실증적 연구방법(empirical study)을 병행하였다. 문헌연구를 위해서 관련 서적, 논문, 기타 각종 간행물 및 통계자료를 활용한 후 관련 이론을 파악하여 체계화 하였다.

자료 수집의 경우에 7개 지역(공주시, 논산시, 금산군, 연기군, 부여군, 서천군, 청양군)을 방문한 관광객들을 대상으로 관광지에서 실시하였다. 2009년 8월 15일부터 9월 23일까지 총 750명을 대상으로 설문 조사를 진행하여 727명의 설문지가 회수되었고 이 중 응답이 부실한 24명을 제외하고 703명의 자료를 분석에 사용하였다.

연구 분석은 인구통계적 특성과 관광행태, 관광목적지에 따라 매력성에는 어떠한 차이가 있는지를 알아보기 위해 연구대상을 금강 주변지역 전체를 대상으로 진행하였다. 연구대상 지역으로는 지역의 대표적인 관광자원인 백제문화를 간직한 공주시, 젓갈축제로 유명한 논산시, 자연환경이 수려한 금산군, 행정중심복합도시 예정지인 연기군, 백제의 왕도인 부여군, 생태자원의 풍부한 서천군, 농촌체험관광이 발달한 청양군을 방문한 관광객으로 대상을 한정하였다.

통계처리는 통계패키지인 SPSS 12.0과 엑셀을 이용하였으며, 분석방법은 관광객의 관광행태와 매력변수들의 특성을 알아보기 위해 빈도분석을 이용하였으며 조사도구의 신뢰성 확보를 위해 크롬바흐 알파값을 이용한 신뢰도 분석과 타당성 검증을 위한 요인분석을 실시하였다.

인구통계학적 특성과 관광행태, 관광목적지 별로 매력요인과 속성에는 어떠한 차이가 있는 지를 알아보기 위해 독립표본 t-test와 One-way ANOVA를 실시하였다. 마지막으로 관광목적지 에 따라 매력성 차이를 도출하기 위하여 인구통계학적 특성별, 관광행태별, 그리고 관광목적지 별 변수별 차이에 따른 매력성 평가에 피쉬바인 모델을 적용시켜 매력도 합의 차이를 비교하였으며, 중요도 요인과 성취도 요인간 평균차이를 검증하기 위하여 IPA 분석방법을 적용하였다.

제2절 금강주변지역 관광목적지 선택의 중요도·성취도 평가

1. 표본의 일반적 특성

1) 인구통계적 특성 및 관광행태

표본의 인구통계학적 특성과 관광행태에 따른 빈도분석을 실시한 결과 다음 <표 5-1>과 같다. 성별로 살펴보면 공주시와 청양군은 여성방문객의 비율이 높았으며, 나머지 지역은 남성방문객 비율이 높은 것으로 나타났다.

<표 4-3> 표본의 인구통계학적 특성

인구 통계적 특성		공주시		논산시		금산군		연기군		부여군		서천군		청양군		전체	
		빈도	퍼센트	빈도	퍼센트	빈도	퍼센트	빈도	퍼센트	빈도	퍼센트	빈도	퍼센트	빈도	퍼센트	빈도	퍼센트
성별	남성	56	48.3	51	51.0	55	55.0	61	59.8	53	62.4	52	52.5	44	43.6	372	52.9
	여성	60	51.7	49	49.0	45	45.0	41	40.2	32	37.6	47	47.5	57	56.4	331	47.1
연령	20대	28	24.6	9	9.3	20	20.2	38	37.6	3	3.5	29	29.3	28	28.0	155	22.3
	30대	26	22.8	29	29.9	27	27.3	26	25.7	28	32.9	24	24.2	16	16.0	176	25.3
	40대	26	22.8	35	36.1	35	35.4	16	15.8	34	40.0	31	31.3	20	20.0	197	28.3
	50대	27	23.7	20	20.6	15	15.2	19	18.8	17	20.0	10	1.0	24	24.0	132	19.0
	60대	6	5.3	4	4.1	2	2.0	2	2.0	3	3.5	4	4.0	12	12.0	33	4.7
	70대	1	0.9	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1.0	0	0	2	0.3
	1회	28	24.1	18	18.0	47	47.0	14	13.7	12	14.1	42	42.4	33	32.7	194	27.6
방문 회수	2회	19	16.4	12	12.0	20	20.0	7	6.9	14	16.5	18	18.2	11	10.9	101	14.4
	3회	13	11.2	4	4.0	7	7.0	10	9.8	16	18.8	8	8.1	14	13.9	72	10.2
	4회	9	7.8	1	1.0	2	2.0	6	5.9	6	7.1	6	6.1	1	1.0	31	4.4
	5회	47	40.5	65	65.0	24	24.0	65	63.7	37	43.5	25	25.3	42	41.6	305	43.4
동반 형태	가족	65	56.0	62	62.0	54	54.0	43	42.2	61	71.8	39	39.4	20	19.8	344	48.9
	친구	29	25.0	19	19.0	23	23.0	35	34.3	12	14.1	28	28.3	25	24.8	171	24.3
	동료	7	6.0	8	8.0	7	7.0	10	9.8	6	7.1	7	7.1	24	23.8	69	9.8
	단체	5	4.3	2	2.0	14	14.0	11	10.8	0	0	20	20.2	25	24.8	77	11.0
	혼자	10	8.6	9	9.0	2	2.0	3	2.9	6	7.1	5	5.1	7	6.9	42	6.0
체류 기간	당일	91	78.4	82	82.0	73	73.0	48	47.1	47	55.3	59	59.6	83	82.2	483	68.7
	1박2일	9	7.8	10	10.0	22	22.0	43	42.2	29	34.1	32	32.3	8	7.9	153	21.8
	2박3일	3	2.6	2	2.0	3	3.0	5	4.9	8	9.4	3	3.0	4	4.0	28	4.0
	3박4일	3	2.6	0	0	0	0	3	2.9	0	0	1	1.0	0	0	7	1.0
	4박5일	10	8.6	6	6.0	2	2.0	3	2.9	1	1.2	4	4.0	6	5.9	32	4.6
정보 획득	경험	49	42.2	43	43.0	29	29.0	69	67.6	40	47.1	29	29.3	34	33.7	293	41.7
	주변 권유	16	13.8	31	31.0	19	19.0	17	16.7	6	7.1	17	17.2	26	25.7	132	18.8
	대중 매체	22	19.0	6	6.0	10	10.0	9	8.8	9	10.6	7	7.1	9	8.9	72	1.2
	안내 책자	7	6.0	5	5.0	14	14.0	1	1.0	9	10.6	10	10.1	9	8.9	55	7.8
	인터넷	16	11.2	6	6.0	21	21.0	3	2.9	11	12.9	25	25.3	6	5.9	85	12.1
	기타	9	7.8	9	9.0	7	7.0	3	2.9	10	11.8	11	11.1	17	16.8	66	9.4

연령별로는 공주시, 연기군, 청양군은 20대가 비교적 많은 것으로 나타났으며, 논

산시, 금산군, 부여군, 서천군은 40대의 비율이 상대적으로 높은 것으로 나타났다.

방문회수의 경우 금산군과 서천군은 처음인 방문객의 비율이 상대적으로 높았으며, 공주시, 논산시, 연기군, 부여군, 청양군의 경우 5회 이상의 방문객의 비율이 상대적으로 높은 것으로 조사되었다.

동반형태의 경우 공주시, 논산시, 금산군, 연기군, 부여군, 서천군은 현 시대적 관광형태를 알 수 있듯이 가족과 함께 방문한 방문객이 매우 많은 것으로 나타났으며, 반면 청양군의 경우 단체여행으로 방문한 방문객이 상대적으로 많은 것으로 나타났다.

체류기간의 경우 모든 지역에서 당일로 관광목적지를 방문하는 사람들의 비율이 높은 것으로 나타났다. 또한, 관광목적지에 대한 정보획득 수단은 모든 지역에서 본인의 경험이 상대적으로 높은 비율을 나타냈으며, 다음으로 주변 권유의 비율이 높은 것으로 나타났다.

전체적으로 금강 주변 관광목적지를 찾는 방문객들의 특징은 가족단위 관광객들로 근거리에서 경험에 의해 자주 방문하며, 당일 일정으로 여가를 즐기기 위한 목적으로 지역을 방문하는 방문객의 특징을 나타내고 있다.

2) 금강주변지역 관광목적지 중요도-성취도 속성의 특성

금강 주변지역 관광목적지 선택의 중요도와 성취도 변수의 특성 분석 결과 전체에서 중요도 변수는 ‘청결과 위생’이 전체평균 3.93으로 가장 높았으며, 다음으로 ‘신변안전’이 전체평균 3.88, ‘종사원 서비스’가 전체평균 3.86, ‘자연생태환경’이 전체평균 3.80의 순으로 중요도가 높은 것으로 나타났다. 금강 주변지역의 성취도 변수는 ‘기후 쾌적성’이 전체평균 3.64로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 ‘자연생태환경’이 3.63, ‘신변 안전’이 전체평균 3.53, ‘편한 접근성’이 전체평균 3.50, ‘자연생태환경’이 전체평균 3.49의 순으로 높게 나타났다.

관광목적지별로는 공주시의 경우 중요도 변수 중에서 ‘지역의 특화음식’이 평균 3.98로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 ‘종사원 서비스’가 평균 3.88, ‘주민환대태도’가 평균 3.86으로 상대적으로 높게 나타났으며, 성취도 변수 중에서는 ‘청결과 위생’이 평균 3.87로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 ‘편한 접근성’이 평균 3.85, ‘지역특화음식’이 평균 3.84로 높게 나타났다.

논산시의 경우 중요도 변수 중에서 ‘청결과 위생’이 평균 3.81로 가장 중요하게 생각하고 있었으며, 다음으로 ‘신변 안전’이 평균 3.72, ‘자연생태환경’이 평균 3.67로 상대적으로 중요하게 생각하는 것으로 나타났다. 성취도 변수에 대해서는 ‘기후쾌적성’이 평균 3.68로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 ‘자연생태환경’이 평균 3.66, ‘신변 안전’이 평균 3.57로 높게 나타났다.

〈표 4-4〉 변수별 중요도, 성취도 평균

구분	공주시		논산시		금산군		연기군	
변수	중요도	성취도	중요도	성취도	중요도	성취도	중요도	성취도
자연매력물	3.63	3.66	3.38	3.32	3.70	3.48	3.36	3.32
기후쾌적성	3.52	3.72	3.39	3.68	3.52	3.55	3.54	3.42
자연생태환경	3.88	3.72	3.67	3.66	3.76	3.62	3.63	3.46
레저레크레이션	3.11	3.43	3.33	2.88	2.98	2.80	3.01	3.05
편한접근성	3.68	3.85	3.66	3.36	3.70	3.39	3.61	3.43
숙박시설	3.30	3.28	2.90	2.76	3.44	2.95	3.35	3.15
독특한지방색	3.63	3.69	3.22	3.02	3.55	3.16	3.39	3.20
역사유적다양	3.63	3.48	3.24	3.00	4.06	3.65	3.24	2.99
관광지내교통	3.74	3.41	3.39	3.29	3.72	3.41	3.60	3.28
현지쇼핑	3.48	3.45	2.68	2.67	2.78	2.77	2.97	2.93
관광정보안내	3.74	3.65	3.05	2.75	3.58	3.28	3.13	2.88
주제공원 등	3.67	3.60	3.14	2.85	3.54	3.13	3.40	3.02
축제이벤트	3.67	3.69	2.98	2.66	3.33	2.95	3.32	3.03
야간위락여흥	3.17	3.32	2.60	2.52	2.80	2.69	2.91	2.84
청결과위생	4.21	3.87	3.81	3.47	3.99	3.62	3.72	3.26
신변안전	4.22	3.75	3.72	3.57	3.83	3.58	3.71	3.23
종사원서비스	4.08	3.81	3.57	3.27	3.83	3.51	3.78	3.28
주민환대태도	3.88	3.73	3.51	3.22	3.73	3.37	3.60	3.13
독특한문화체험	3.85	3.77	3.45	3.10	3.73	3.29	3.39	3.06
지역특화음식	3.84	3.84	3.52	2.99	3.62	3.11	3.54	3.21
평균	3.70	3.64	3.31	3.10	3.56	3.27	3.41	3.16
합계	73.93	72.72	66.21	62.04	71.19	65.31	68.2	63.17

구분	부여군		서천군		청양군		전체	
변수	중요도	성취도	중요도	성취도	중요도	성취도	중요도	성취도
자연매력물	3.46	3.36	3.72	3.63	3.61	3.61	3.55	3.49
기후쾌적성	3.51	3.49	3.51	3.72	3.75	3.84	3.53	3.64
자연생태환경	3.84	3.67	3.98	3.63	3.85	3.65	3.80	3.63
레저레크레이션	3.11	2.92	2.96	3.02	3.37	3.11	3.12	3.04
편한접근성	3.59	3.31	3.84	3.67	3.66	3.41	3.68	3.50
숙박시설	3.29	3.13	3.30	3.10	3.30	3.12	3.27	3.07
독특한지방색	3.38	3.14	3.78	3.26	3.57	3.34	3.51	3.27
역사유적다양	3.44	3.19	4.01	3.69	3.59	3.29	3.60	3.33
관광지내교통	3.48	3.16	3.56	3.35	3.77	3.23	3.61	3.31
현지쇼핑	3.04	2.87	2.68	2.76	3.16	2.88	2.98	2.92
관광정보안내	3.36	2.99	3.58	3.32	3.54	3.08	3.43	3.15
주제공원 등	3.41	2.93	3.58	3.13	3.45	3.20	3.46	3.14
축제이벤트	3.42	3.00	3.56	3.10	3.44	2.80	3.39	3.05
야간위락여흥	3.12	2.91	2.80	3.01	2.98	2.77	2.91	2.87
청결과위생	3.86	3.22	3.97	3.40	3.94	3.49	3.93	3.49
신변안전	3.76	3.32	3.91	3.60	3.95	3.58	3.88	3.53
종사원서비스	3.88	3.31	3.90	3.57	3.94	3.39	3.86	3.46
주민환대태도	3.86	3.29	3.63	3.42	3.62	3.50	3.69	3.39
독특한문화체험	3.67	3.15	3.87	3.34	3.61	3.25	3.66	3.29
지역특화음식	3.98	3.27	3.92	3.26	3.74	3.36	3.73	3.30
평균	3.52	3.18	3.60	3.35	3.59	3.30		
합계	70.46	63.63	72.06	66.98	71.84	65.9		

금산군의 경우 방문 전 ‘역사유적 다양성’이 평균 4.06으로 가장 중요하게 생각한다고 응답하였고, 다음으로 ‘청결과 위생’이 3.99, ‘종사원 서비스’가 평균 3.83으로 중요한 변수인 것으로 조사되었다. 성취도 변수에 있어서는 ‘자연생태환경’이 평균 3.62로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 ‘청결과 위생’이 평균 3.62, ‘신변 안전’이 평균 3.58로 상대적으로 높은 것으로 조사되었다.

연기군의 경우 방문객들이 연기군을 방문하기 전 가장 중요하게 생각하는 것으로 ‘종사원 서비스’가 평균 3.78로 가장 높은 것으로 조사되었으며, 다음으로 ‘청결과 위생’이 평균 3.72, ‘신변 안전’이 평균 3.71 순으로 높게 나타났다. 성취도 변수에 있어서는 방문객들이 연기군 방문 후 ‘자연생태환경’에 대해 평균 3.46으로 가장 높은 것으로 나타났으며, 다음으로 ‘편한 접근성’이 평균 3.43, ‘기후 쾌적성’이 평균 3.42로 높게 나타났다.

부여군을 방문하는 방문객이 가장 중요하게 고려하는 것은 ‘지역특화음식’으로 평균 3.98로 상대적으로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 ‘종사원 서비스’가 평균 3.88, ‘주민환대태도’가 3.86으로 방문객들이 중요하게 고려하는 것으로 나타났으며, 부여군을 방문한 사람들의 성취도 부문에 대해서는 ‘자연생태환경’이 평균 3.67로 가장 높은 것으로 나타났으며, 다음으로 ‘기후쾌적성’이 평균 3.49, ‘자연매력물’이 3.36의 순으로 높게 나타났다.

서천군을 방문하는 방문객이 가장 중요하게 고려하는 것은 ‘역사유적의 다양성’과 ‘자연생태환경’인 것으로 조사되었으며, 다음으로 ‘청결과 위생’이 평균 3.97, ‘지역특화음식’이 평균 3.92의 순으로 중요하게 고려하는 것으로 나타났으며, 방문 후 평가에 있어서는 ‘기후의 쾌적성’이 평균 3.72로 가장 높게 나타났고 다음으로 ‘역사유적의 다양성’이 평균 3.69, ‘편한 접근성’이 평균 3.67로 상대적으로 높게 나타났다.

청양군의 경우도 방문객들이 방문 전 가장 중요하게 고려하는 것은 ‘신변 안전’으로 평균 3.95로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 ‘청결과 위생’, ‘종사원 서비스’가 평균 3.94로 중요하게 고려되는 것으로 조사되었다. 방문 후 성취도 변수에 대해서는 ‘기후 쾌적성’이 평균 3.84로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 ‘자연생태환경’이 평균 3.65, ‘자연매력물’이 평균 3.61 순으로 높게 나타났다.

전체적으로 금강 주변지역 관광목적지를 찾는 방문객들은 방문하기 전 가장 중요하게 고려하는 것은 지역의 ‘청결과 위생’, ‘신변 안전’, ‘종사원 서비스’ 등 가장 기본적인 것들을 중요하게 고려하는 것으로 조사되었으며, 관광목적지 방문 후 ‘기후쾌적성’, ‘자연생태환경’ 등 자연 환경에 대한 성취도가 가장 높았으며, 금강 주변지역의 고속도로 개통 등에 따른 교통 접근성의 개선으로 교통 접근성에 대한 성취도도 높게 나타나는 것으로 조사되었다.

2. 금강주변지역 관광목적지 중요성-성취도 측정 신뢰성과 타당성

1) 신뢰성 검토

신뢰성이란 둘 이상의 관찰자가 각기 관찰해서 동일한 결과를 얻을 수 있는 정도로, 타당성과 더불어 측정에서 가장 중요한 요소이자 측정 대상으로서 지표의 구비 요소이기도 하다. 그러므로 지표가 신뢰성 있게 측정되었다고 하는 것은 그 자료가 안정되고, 일관성이 있으며 정확해서 믿을 만하고 나아가 예측가능성이 있음을 의미하는 것으로 동일한 항목에 대해 측정을 반복했을 때 측정값들의 분산들로 표현할 수 있는 개념이다.

신뢰도는 비교 가능한 독립된 측정 방법에 의해 특정 대상을 측정하는 경우 결과가 비슷하게 나타나야 하는 것으로, 이의 목적은 각 항목의 측정 결과가 일관성을 유지하는가의 여부를 확인하기 위한 목적으로 이용된다. 본 연구에서는 측정 척도의 신뢰성을 검증하기 위해 내적 일관성을 고려한 Cronbach's Alpha 계수를 활용하였다. Cronbach's Alpha 계수는 0과 1사이의 값을 가지며, 사회과학 자료의 경우 0.7이상이면 신뢰성이 높고 모든 변수가 강한 응집력을 갖기 때문에 하나의 요인으로 집단화 하더라도 신뢰성이 충분하다는 결론을 내릴 수 있다.

연구의 신뢰도 Alpha계수는 전체 20개 항목에 대해 관광매력의 중요도 0.916, 성취도 0.938로 모두 0.7이상으로 나타나 설문지의 구성 항목들이 관광매력 요인을 도출하는데 적절한 측정 항목임이 입증되었다.

전체적인 측면에서 본 연구의 측정에 대한 신뢰도는 매우 만족할 만한 결과라고 할 수 있다.

〈표 4-5〉 신뢰도 검증 결과

구성개념	항 목	수정된 항목 전체 상관계수	항목 제외 시 알파계수	전체 신뢰도 (표준화알파)
관광매력 중요도	1. 자연적 매력물의 다양성	.451	.914	.916
	2. 계절과 기후	.445	.915	
	3. 자연경치와 생태환경	.524	.913	
	4. 레저스포츠/레크레이션 활동	.388	.916	
	5. 접근성	.535	.913	
	6. 다양한 숙박시설	.540	.913	
	7. 독특한 지방색	.613	.911	
	8. 역사문화매력물	.561	.912	
	9. 교통 편리성	.629	.910	
	10. 관광 쇼핑	.375	.916	
	11. 관광정보·안내소	.658	.910	
	12. 주제공원 등 즐길거리	.694	.909	
	13. 축제나 관광이벤트	.627	.910	
	14. 야간 여흥	.360	.917	
	15. 청결과 위생	.658	.910	
	16. 관광안전	.660	.910	
	17. 관광종사원 서비스	.679	.909	
	18. 지역주민 환대태도	.653	.910	
	19. 지역의 독특한 민속문화 등 체험	.681	.909	
	20. 지역의 특화음식	.645	.910	
관광매력 성취도	1. 자연적 매력물의 다양성	.502	.937	.938
	2. 계절과 기후	.465	.938	
	3. 자연경치와 생태환경	.485	.937	
	4. 레저스포츠/레크레이션 활동	.601	.936	
	5. 접근성	.557	.936	
	6. 다양한 숙박시설	.621	.935	
	7. 독특한 지방색	.698	.934	
	8. 역사문화매력물	.617	.935	
	9. 교통 편리성	.638	.935	
	10. 관광 쇼핑	.615	.935	
	11. 관광정보·안내소	.716	.933	
	12. 주제공원 등 즐길거리	.714	.933	
	13. 축제나 관광이벤트	.713	.933	
	14. 야간 여흥	.602	.936	
	15. 청결과 위생	.652	.935	
	16. 관광안전	.636	.935	
	17. 관광종사원 서비스	.717	.933	
	18. 지역주민 환대태도	.724	.933	
	19. 지역의 독특한 민속문화 등 체험	.740	.933	
	20. 지역의 특화음식	.677	.934	

2) 타당성 검토

타당성은 측정하려는 것을 제대로 측정하고 있느냐의 동일성 확인에 관한 문제이다. 따라서 ‘무엇’이 측정되고 있느냐가 타당성을 확인할 수 있는 주요과제가 된다. 타당성을 높이는 데 있어서 고려되는 측면으로는 측정 도구가 제대로 기능하느냐의 문제와 이로 인해 예측가능성이 얼마나 있느냐를 알아내는 것 등이다. 그러기 위해서는 타당하고 신뢰할 만한 기준을 확보하고 측정 도구를 형성해야 한다.

타당성은 일반적으로 내용 타당성과 개념 타당성으로 나눌 수 있다. 내용 타당성은 측정 도구 자체가 측정하고자 하는 속성이나 개념을 정확히 측정할 수 있도록 설계되었는가에 관한 것으로 주관적인 판단에 의해 평가되며, 측정하려는 속성이나 개념을 조작적으로 정의하여 측정하는 데 한 가지 조작적 정의를 이용하여 개념을 측정하고, 각 측정치 간의 상관관계를 조사하여 측정의 타당성을 평가한다.

개념 타당성은 조사자가 측정하려고 하는 개념을 측정 도구로 정확히 측정하였는가에 대한 문제인데, 이론적 연구를 수행하는 데 가장 중요한 요소이다. 이는 추상적인 개념일수록 개념 타당성을 확보하기가 어렵기 때문이다. 개념타당성은 크게 집중 타당성, 판별타당성, 이해타당성으로 구분된다. 개념 타당성을 평가하는데 사용되는 방법은 다속성 다방법 매트릭스(multitrait multimethod matrix : MTMM)와 요인분석(factor analysis)이 있는데 본 연구에서는 요인분석을 활용하였다.

요인분석은 다변량 분석 방법의 하나로 변수들 간의 관계를 찾아낼 때 사용되는 데, 기본 원리는 항목들 간의 상관관계가 높은 것끼리 하나의 요인으로 묶어 내어 요인들 간에 상호 독립성을 유지하도록 하는 것이다. 이러한 요인분석은 정보 손실을 가져오기도 하나 잠재체계를 발견하여 활용하게 해준다는 장점을 가지고 있다. 또한 자료를 보다 쉽게 이해하는데 도움을 준다.

본 연구에서 타당성 검증을 위한 요인분석은 주성분 분석을 이용하였고, 요인적재치의 단순화를 위해서는 직각회전 중 varimax 회전을 실시하였다. 그리고 요인의 수는 아이겐값(eigen value)이 1 이상이 되는 요인의 수에 의해 결정되었다.

(1) 관광매력 중요도 요인분석

관광매력의 중요도 변수들에 대한 요인분석 결과 3개의 요인이 추출되었다. 우선 공통성을 보면 각 변수의 변량은 40%에서 71.7%까지 설명되었고, 전체변량은 요인별로 각각 58.62%, 34.74%, 29.74%로 설명되어 전체적으로 61.55%로 설명된다. 요인분석은 자료를 축약하는 만큼 정보의 손실이 발생되는데, 일반적으로 자료의 손실이 40%를 넘어서면 안되므로, 총 분산이 최소한 60%는 상회하여야 한다. 본 연구에서는 61.55%로 이러한 요건을 충분히 충족시키고 있다. 또한 요인분석 의미는 KMO값이 1에 가까울수록 높으며, 이 값이 0.8이상이면 우수한데, 본 연구의 관광매력 중요도 요인분석 결과는 0.943으로 매우 높은 수준이다. 요인분석 모형의 적합성 테스트인 Bartlett's 검정에서도 유의한 것으로 나타났다.

관광매력의 중요도에 대한 요인분석 결과로 얻어진 3개의 요인은 ‘부가성’, ‘지역환경성’, ‘인공성’으로 각각 명명하여 요약될 수 있다.

<표 4-6> 관광매력 중요도 및 성취도 타당성 검증 결과

항 목		요인 적재량	공통성	아이겐값	분산 설명력	누적 설명력
중요도						
요인1 부가성	9. 교통 편리성	.425	.470	5.862	29.309	61.551
	11. 관광정보 · 안내소	.523	.564			
	12. 주제공원 등 즐길거리	.598	.609			
	15. 청결과 위생	.787	.671			
	16. 관광안전	.787	.668			
	17. 관광종사원 서비스	.810	.717			
	18. 지역주민 환대태도	.768	.638			
	19. 지역의 독특한 민속문화 등 체험	.751	.643			
	20. 지역의 특화음식	.697	.568			
요인2 지역 환경성	1. 자연적 매력물의 다양성	.760	.606	3.474	17.371	61.551
	2. 계절과 기후	.797	.649			
	3. 자연경치와 생태환경	.767	.654			
	5. 접근성	.541	.442			
	7. 독특한 지방색	.476	.491			
	8. 역사문화매력물	.380	.395			
요인3 인공성	4. 레저스포츠/레크레이션 활동	.590	.454	2.974	14.871	61.551
	6. 다양한 숙박시설	.545	.472			
	10. 관광 쇼핑	.732	.549			
	13. 축제나 관광이벤트	.558	.589			
	14. 야간 여흥	.719	.544			
KMO 값		.943				
Bartlett's 검정		Chi-Square			8115.182	
		d.f.			190	
		Sig			.000	

(2) 관광매력 성취도 요인분석

관광매력의 성취도 변수들에 대한 요인분석 결과도 3개의 요인이 추출되었다. 우선 공통성을 보면 각 변수의 변량은 46.3%에서 75.5%까지 설명되었고, 전체변량은 요인별로 각각 28.87%, 17.80%, 15.28%로 설명되어 전체적으로 61.96%로 설명된다.

요인분석은 자료를 축약하는 만큼 정보의 손실이 발생되는데, 일반적으로 자료의 손실이 40%를 넘어서면 안되므로, 총 분산이 최소한 60%는 상회하여야 한다. 본 연구에서는 61.96%로 이러한 요건을 충분히 충족시키고 있다. 또한 요인분석 의미는 KMO값이 1에 가까울수록 높으며, 이 값이 0.8이상이면 우수한데, 본 연구의 관광매력 중요도 요인분석 결과는 0.926으로 매우 높은 수준이다. 요인분석 모형의 적합성 테스트인 Bartlett's 검정에서도 유의한 것으로 나타났다. 관광매력의 성취도에 대한 요인분석 결과로 얻어진 3개의 요인은 중요도와 조금 다르게 나타났는데 ‘지역인공성’, ‘부가성’, ‘자연환경성’으로 각각 명명하여 요약될 수 있다.

〈표 4-7〉 관광매력 성취도 타당성 검증 결과

항 목		요인 적재량	공통성	아이겐값	분산 설명력	누적 설명력
		성취도				
요인1 지역 인공성	4. 레저스포츠/레크레이션 활동	.656	.511	5.175	28.873	61.962
	6. 다양한 숙박시설	.673	.516			
	7. 독특한 지방색	.641	.575			
	8. 역사문화매력물	.534	.465			
	9. 교통 편리성	.513	.463			
	10. 관광 쇼핑	.752	.595			
	11. 관광정보·안내소	.665	.599			
	12. 주제공원 등 즐길거리	.733	.649			
	13. 축제나 관광이벤트	.802	.707			
	14. 야간 여흥	.745	.605			
	19. 지역의 독특한 민속문화 등 체험	.611	.641			
요인2 부가성	20. 지역의 특화음식	.603	.538	3.161	17.805	
	15. 청결과 위생	.735	.673			
	16. 관광안전	.806	.747			
	17. 관광종사원 서비스	.762	.755			
요인3 자연 환경성	18. 지역주민 환대태도	.716	.719	3.057	15.284	
	1. 자연적 매력물의 다양성	.779	.665			
	2. 계절과 기후	.812	.706			
	3. 자연경치와 생태환경	.813	.717			
5. 접근성		.520	.464			
KMO 값		.926				
Bartlett's 검정		Chi-Square			6858.078	
		d.f.			190	
		Sig			.000	

제3절 방문객 특성별 · 관광목적지별 차이분석 결과

1. 방문객 특성별 매력성 차이분석

1) 방문회수에 따른 매력요인별 차이분석

방문객의 방문회수에 따른 매력요인별 차이를 분석하기 위하여 평균 차이 검정인 일원분산분석과 사후 검정을 실시하였다.

결과 중요도 요인3 ‘인공성’에서 4회 방문한 그룹과 1, 2회 방문한 그룹간에 $p < 0.01$ 수준에서 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다.

이는 자주 지역을 방문하는 그룹일수록 그 지역에서 즐길 수 있는 관광시설에 대한 중요도가 처음 방문하는 방문객들보다 높은 것을 나타낸다.

통계적으로 유의한 차이는 없지만 전체적으로 방문회수가 많은 그룹이 중요도 요인에 대한 고려수준이 높은 것으로 나타났다.

성취도 부분에 있어서는 전체적으로 통계적으로 그룹간 유의한 차이는 없었지만 방문 횟수가 많은 그룹이 상대적으로 높은 성취도를 나타냈다.

〈표 4-8〉 방문회수에 따른 중요도 요인과 성취도 요인 차이

관광매력		구분	빈도	평균	표준편차	F	유의확률
중요도 요인1 부가성	1회		194	3.68	0.783	0.478	0.752
	2회		101	3.65	0.881		
	3회		72	3.61	0.800		
	4회		31	3.81	0.701		
	5회 이상		305	3.73	0.936		
	합 계		703	3.70	0.864		
중요도 요인2 지역 환경성	1회		194	3.60	0.793	0.108	0.980
	2회		101	3.62	0.846		
	3회		72	3.64	0.729		
	4회		31	3.69	0.669		
	5회 이상		305	3.61	0.837		
	합 계		703	3.61	0.807		
중요도 요인3 인공성	1회		194	3.05	0.711	2.343	0.054
	2회		101	3.03	0.841		
	3회		72	3.27	0.773		
	4회		31	3.38	0.815		
	5회 이상		305	3.17	0.870		
	합 계		703	3.14	0.815		

관광매력		구분	빈도	평균	표준편차	F	유의확률
성취도 요인1 지역 인공성	1회		194	3.19	0.732	1.404	0.231
	2회		101	3.13	0.801		
	3회		72	3.24	0.830		
	4회		31	3.35	0.790		
	5회 이상		305	3.08	0.875		
	합 계		703	3.15	0.820		
성취도 요인2 부가성	1회		194	3.56	0.850	1.453	0.215
	2회		101	3.46	0.827		
	3회		72	3.48	0.895		
	4회		31	3.65	0.942		
	5회 이상		305	3.39	0.960		
	합 계		703	3.47	0.906		
성취도 요인3 자연환경성	1회		194	3.56	0.811	0.853	0.492
	2회		101	3.58	0.808		
	3회		72	3.41	0.845		
	4회		31	3.69	0.667		
	5회 이상		305	3.58	0.841		
	합 계		703	3.56	0.821		

2) 체류기간에 따른 매력요인별 차이분석

방문객의 체류기간에 따른 매력요인별 차이를 분석하기 위하여 평균 차이 검정인 일원분산분석과 사후 검정을 실시하였다.

결과 중요도에 있어 요인 모두에서 그룹간 유의수준 $p < 0.05$ 에서 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다.

먼저 중요도 요인1인 ‘부가성’ 부분은 1박2일을 체류하는 방문객에 비해 2박3일을 체류하는 방문객들의 고려수준이 높은 것으로 나타났다.

중요도 요인2인 ‘지역환경성’ 부분은 당일과 1박2일의 짧은 체류 방문객에 비해 2박3일, 3박4일 이상의 장기 체류 방문객들의 고려 수준이 상대적으로 높은 것으로 나타났다.

중요도요인 3인 ‘인공성’ 부분에서도 당일과 1박2일 체류 방문객에 비해 3박4일 이상의 장기 체류 방문객들의 고려 수준이 높은 것으로 나타났다.

전체적으로 관광목적지 선택 시 짧은 체류 일정의 방문객 보다 장기 체류를 목적으로 하는 방문객들의 고려 수준이 높은 것으로 사료된다.

성취도 요인 부분에 있어서는 통계적으로 그룹간 유의한 차이가 없는 것으로 나타났다.

〈표 4-9〉 체류기간에 따른 중요도 요인과 성취도 요인 차이

구분		빈도	평균	표준편차	F	유의확률
중요도 요인1	당일	483	3.71	0.836	2.786	0.040
	1박 2일	153	3.57	0.873		
	2박 3일	28	4.03	1.083		
	3박 4일 이상	39	3.83	0.931		
	합 계	703	3.70	0.864		
중요도 요인2	당일	483	3.58	0.801	3.766	0.011
	1박 2일	153	3.57	0.809		
	2박 3일	28	3.94	0.779		
	3박 4일 이상	39	3.91	0.810		
	합 계	703	3.61	0.807		
중요도 요인3	당일	483	3.10	0.809	4.180	0.006
	1박 2일	153	3.12	0.763		
	2박 3일	28	3.39	0.955		
	3박 4일 이상	39	3.52	0.885		
	합 계	703	3.14	0.815		
성취도 요인1	당일	483	3.12	0.815	1.947	0.121
	1박 2일	153	3.18	0.756		
	2박 3일	28	3.01	0.925		
	3박 4일 이상	39	3.42	0.995		
	합 계	703	3.15	0.820		
성취도 요인2	당일	483	3.48	0.887	1.093	0.351
	1박 2일	153	3.40	0.900		
	2박 3일	28	3.33	1.106		
	3박 4일 이상	39	3.66	1.011		
	합 계	703	3.47	0.906		
성취도 요인3	당일	483	3.56	0.820	0.968	0.407
	1박 2일	153	3.55	0.823		
	2박 3일	28	3.49	0.792		
	3박 4일 이상	39	3.78	0.848		
	합 계	703	3.56	0.821		

3) 연령대에 따른 매력요인별 차이분석

방문객의 연령대에 따른 매력요인별 차이를 분석하기 위하여 평균 차이 검정인 일원분산분석과 사후 검정을 실시하였다.

결과 중요도 요인에서는 그룹간 통계적으로 유의한 차이가 없는 것으로 나타났다. 이는 금강 주변지역의 경우 연령대별로는 선택 시 고려수준이 비슷한 것을 의미한다.

반면 성취도 부분에 있어서는 성취도요인 1인 ‘지역인공성’에 대해 유의수준 $p<0.05$ 에서 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 구체적으로 60대 이상의 그룹이 다른 연령대 그룹에 비해 ‘지역 인공성’에 대해 성취도 상대적으로 높은 것으로 나타났다.

이는 금강 주변을 방문하는 방문객 중 60대 이상의 그룹은 지역에서 제공하는 관광매력물에 대한 성취도가 상대적으로 높은 것으로 판단된다.

성취도 요인 중 다른 부분에 대해서는 통계적으로 유의한 차이가 없는 것으로 나타났지만, 평균 비교에 있어서는 60대 이상 그룹이 비교적 성취도가 높은 것으로 나타났다.

〈표 4-10〉 방문횟수에 따른 중요도 요인과 성취도 요인 차이

구분		빈도	평균	표준편차	F	유의확률
관광매력	중요도 요인1	20대	155	3.70	0.594	0.667
	부가성	30대	176	3.67		
		40대	197	3.77		
		50대	132	3.64		
		60대 이상	35	3.61		
		합 계	695	3.70		
중요도 요인2	지역 환경성	20대	155	3.68	0.636	0.637
		30대	176	3.56		
		40대	197	3.63		
		50대	132	3.62		
		60대 이상	35	3.49		
		합 계	695	3.61		
중요도 요인3	인공성	20대	155	3.16	0.538	0.708
		30대	176	3.08		
		40대	197	3.18		
		50대	132	3.15		
		60대 이상	35	3.02		
		합 계	695	3.14		
성취도 요인1	지역 인공성	20대	155	3.13	2.402	0.049
		30대	176	3.03		
		40대	197	3.17		
		50대	132	3.18		
		60대 이상	35	3.47		
		합 계	695	3.14		
성취도 요인2	부가성	20대	155	3.49	2.201	0.067
		30대	176	3.32		
		40대	197	3.57		
		50대	132	3.40		
		60대 이상	35	3.59		
		합 계	695	3.46		
성취도 요인3	자연환경성	20대	155	3.60	0.439	0.781
		30대	176	3.50		
		40대	197	3.59		
		50대	132	3.54		
		60대 이상	35	3.61		
		합 계	695	3.56		

2. 관광목적지별 매력성 차이분석

1) 지역에 따른 요인별 차이분석

관광목적지에 따른 매력성 차이를 분석하기 위하여 평균 차이 검정인 일원분산 분석과 사후 검정을 실시하였다.

요인별 전체적으로 지역간 매력성에 있어 통계적으로 유의확률 $p < 0.05$ 에서 유의한 차이가 있는 것으로 나타났는데, 먼저 중요성 요인의 경우 중요성요인 1인 ‘부가성’에 대해 논산시에 비해 금산군, 청양군, 서천군의 중요 고려 수준이 높았으며, 공주시는 다른 지역들에 비해 방문객들이 ‘부가성’에 대해서 상대적으로 더 높은 고려를 통해 관광목적지로 선택하는 것으로 나타났다.

중요성요인 2인 ‘지역환경성’에 대해서는 논산시에 비해 청양군을 방문하는 방문객의 중요 고려 수준이 높고 청양군을 관광목적지로 선택하는 방문객들이 고려하는 수준보다는 금산군을 방문하는 방문객의 고려 수준이 높으며, 마지막으로 서천군을 방문하는 방문객들의 ‘지역환경성’에 대한 고려 수준이 가장 높은 것으로 나타나, 서천군을 방문하는 방문객들이 지역생태환경 등에 대한 중요성 때문에 서천군을 관광목적지로 선택하는 것으로 나타났다.

중요성요인 3인 ‘인공성’에 대해서는 논산시를 방문하는 고객의 경우 중요도가 낮은 것에 비해 부여군과 청양군의 방문하는 방문객이 상대적으로 높으며, 공주시를 관광목적지로 선택하는 방문객들이 ‘인공성’에 대해 가장 높은 고려를 통해 공주시를 선택하는 것으로 나타났다.

이는 공주시가 다른 지역에 비해 상대적으로 숙박시설, 야간 여흥, 레크레이션 활동 등에 있어 방문객들에게 다른 지역에 비해 매력을 주고 있는 것으로 판단된다.

성취도 요인에 있어서는 먼저 성취도요인 1인 ‘지역인공성’에 대해서는 논산시는 상대적으로 낮은 것에 비해 서천군이 높은 것으로 나타났으며, 공주시를 방문한 방문객들의 성취도가 다른 지역에 비해 상대적으로 가장 높은 것으로 나타났다.

성취도요인 2인 ‘부가성’에 있어서는 연기군을 방문한 방문객에 비해 금산군을 방문한 방문객의 성취도가 높았으며, 공주시를 방문한 방문객들의 성취도가 가장 높은 것으로 나타났다.

성취도요인 3인 ‘자연환경성’에 있어서는 연기군과 부여군을 방문한 방문객들의 성취도에 비해 상대적으로 서천군과 공주시를 방문한 방문객들의 성취도가 높은 것으로 나타났다.

〈표 4-11〉 관광목적지에 따른 중요도 요인과 성취도 요인 평균 차이

관광매력	구분	공주시		논산시		금산군		연기군		부여군		서천군		청양군		전체		F p
		N	평균	N	평균	N	평균	N	평균	N	평균	N	평균	N	평균	N	평균	
중 요 도 요 인	부가성	116	3.92	85	3.70	100	3.73	102	3.54	100	3.46	99	3.77	101	3.73	703	3.70	3.252 0.004
	지역 환경성	116	3.66	85	3.53	100	3.72	102	3.46	100	3.43	99	3.80	101	3.67	703	3.61	3.046 0.006
	인공성	116	3.35	85	3.20	100	3.07	102	3.11	100	2.90	99	3.06	101	3.25	703	3.14	3.512 0.002
성 취 도 요 인	지역 인공성	116	3.55	85	3.05	100	3.10	102	3.05	100	2.87	99	3.20	101	3.12	703	3.15	7.466 0.000
	부가성	116	3.79	85	3.29	100	3.52	102	3.23	100	3.38	99	3.50	101	3.49	703	3.47	4.618 0.000
	자연 환경성	116	3.74	85	3.46	100	3.51	102	3.41	100	3.50	99	3.66	101	3.63	703	3.56	2.223 0.039

2) 지역별 중요도-성취도 변수에 대한 차이분석

관광목적지별로 매력성 차이를 분석하기 위하여 중요도-성취도 차이분석을 실시하였다. 이는 방문객들이 방문 전 중요하다고 생각했던 변수 점수에 대해 방문 후 성취도 점수를 빼서 음(-)의 점수가 나오면 방문객이 생각하는 관광목적지의 매력성이 증대할 것이고 양(+)의 점수가 나오면 매력성을 떨어질 것이다.

결과를 보면, 금강주변지역을 방문한 방문객들은 방문 전 중요하게 고려했던 것에 대해 방문 후 전체적으로 성취도가 낮은 것으로 나타났다.

지역별로 살펴보면, 공주시를 방문한 방문객의 경우 자연매력물, 기후쾌적성, 레저레크레이션 활동, 편한 접근성, 독특한 지방색, 축제이벤트, 야간위락여흥에 대해서는 사전 중요하게 고려한 것에 비해 성취도가 높은 것으로 나타났으나, 나머지 변수들에 대해서는 성취도가 낮은 것으로 조사되어 전체적으로는 방문객이 생각했던 것

에 비해 성취도가 떨어진 것으로 나타났다.

논산시의 경우 기후쾌적성에 대해서만 방문객들이 논산시를 방문하기 전 고려했던 것에 비해 성취도가 높았고 나머지 변수들에 대해서는 모두 성취도가 낮은 것으로 조사되어 전체적으로 관광목적지로서 논산시의 성취도가 낮은 것으로 조사되었다.

금산군의 경우 기후쾌적성에 대해서만 방문객들이 금산군을 방문하기 전 고려했던 것에 비해 성취도가 높았고 나머지 변수들에 대해서는 모두 성취도가 낮은 것으로 조사되어 전체적으로 관광목적지로서 금산군의 성취도가 낮은 것으로 조사되었다.

〈표 4-12〉 변수별 중요도-성취도 차이분석

구분	공주시			논산시			금산군			연기군		
변수	중요도	성취도	차이	중요도	성취도	차이	중요도	성취도	차이	중요도	성취도	차이
자연매력물	3.63	3.66	-0.03	3.38	3.32	0.06	3.70	3.48	0.22	3.36	3.32	0.04
기후쾌적성	3.52	3.72	-0.20	3.39	3.68	-0.29	3.52	3.55	-0.03	3.54	3.42	0.12
자연생태환경	3.88	3.72	0.16	3.67	3.66	0.01	3.76	3.62	0.14	3.63	3.46	0.17
레저레크레이션	3.11	3.43	-0.32	3.33	2.88	0.45	2.98	2.80	0.18	3.01	3.05	-0.04
편한접근성	3.68	3.85	-0.17	3.66	3.36	0.30	3.70	3.39	0.31	3.61	3.43	0.18
숙박시설	3.30	3.28	0.02	2.90	2.76	0.14	3.44	2.95	0.49	3.35	3.15	0.20
독특한지방색	3.63	3.69	-0.06	3.22	3.02	0.20	3.55	3.16	0.39	3.39	3.20	0.19
역사유적다양	3.63	3.48	0.15	3.24	3.00	0.24	4.06	3.65	0.41	3.24	2.99	0.25
관광지내교통	3.74	3.41	0.33	3.39	3.29	0.10	3.72	3.41	0.31	3.60	3.28	0.32
현지쇼핑	3.48	3.45	0.03	2.68	2.67	0.01	2.78	2.77	0.01	2.97	2.93	0.04
관광정보안내	3.74	3.65	0.09	3.05	2.75	0.30	3.58	3.28	0.30	3.13	2.88	0.25
주제공원 등	3.67	3.60	0.07	3.14	2.85	0.29	3.54	3.13	0.41	3.40	3.02	0.38
축제이벤트	3.67	3.69	-0.02	2.98	2.66	0.32	3.33	2.95	0.38	3.32	3.03	0.29
야간위락여흥	3.17	3.32	-0.15	2.60	2.52	0.08	2.80	2.69	0.11	2.91	2.84	0.07
청결과위생	4.21	3.87	0.34	3.81	3.47	0.34	3.99	3.62	0.37	3.72	3.26	0.46
신변안전	4.22	3.75	0.47	3.72	3.57	0.15	3.83	3.58	0.25	3.71	3.23	0.48
종사원서비스	4.08	3.81	0.27	3.57	3.27	0.30	3.83	3.51	0.32	3.78	3.28	0.50
주민환대태도	3.88	3.73	0.15	3.51	3.22	0.29	3.73	3.37	0.36	3.60	3.13	0.47
독특한문화체험	3.85	3.77	0.08	3.45	3.10	0.35	3.73	3.29	0.44	3.39	3.06	0.33
지역특화음식	3.84	3.84	0.00	3.52	2.99	0.53	3.62	3.11	0.51	3.54	3.21	0.33
평균	3.70	3.64	0.06	3.31	3.10	0.21	3.56	3.27	0.29	3.41	3.16	0.25
합계	73.93	72.72	1.21	66.21	62.04	4.17	71.19	65.31	5.88	68.2	63.17	5.03

구분	부여군			서천군			청양군			전체		
변수	중요도	성취도	차이	중요도	성취도	차이	중요도	성취도	차이	중요도	성취도	차이
자연매력물	3.46	3.36	0.10	3.72	3.63	0.09	3.61	3.61	0.00	3.55	3.49	0.06
기후쾌적성	3.51	3.49	0.02	3.51	3.72	-0.21	3.75	3.84	-0.09	3.53	3.64	-0.11
자연생태환경	3.84	3.67	0.17	3.98	3.63	0.35	3.85	3.65	0.20	3.80	3.63	0.17
레저레크레이션	3.11	2.92	0.19	2.96	3.02	-0.06	3.37	3.11	0.26	3.12	3.04	0.08
편한접근성	3.59	3.31	0.28	3.84	3.67	0.17	3.66	3.41	0.25	3.68	3.50	0.18
숙박시설	3.29	3.13	0.16	3.30	3.10	0.20	3.30	3.12	0.18	3.27	3.07	0.20
독특한지방색	3.38	3.14	0.24	3.78	3.26	0.52	3.57	3.34	0.23	3.51	3.27	0.24
역사유적다양	3.44	3.19	0.25	4.01	3.69	0.32	3.59	3.29	0.30	3.60	3.33	0.27
관광지내교통	3.48	3.16	0.32	3.56	3.35	0.21	3.77	3.23	0.54	3.61	3.31	0.30
현지쇼핑	3.04	2.87	0.17	2.68	2.76	-0.08	3.16	2.88	0.28	2.98	2.92	0.06
관광정보안내	3.36	2.99	0.37	3.58	3.32	0.26	3.54	3.08	0.46	3.43	3.15	0.28
주제공원 등	3.41	2.93	0.48	3.58	3.13	0.45	3.45	3.20	0.25	3.46	3.14	0.32
축제이벤트	3.42	3.00	0.42	3.56	3.10	0.46	3.44	2.80	0.64	3.39	3.05	0.34
야간위락여흥	3.12	2.91	0.21	2.80	3.01	-0.21	2.98	2.77	0.21	2.91	2.87	0.04
청결과위생	3.86	3.22	0.64	3.97	3.40	0.57	3.94	3.49	0.45	3.93	3.49	0.44
신변안전	3.76	3.32	0.44	3.91	3.60	0.31	3.95	3.58	0.37	3.88	3.53	0.35
종사원서비스	3.88	3.31	0.57	3.90	3.57	0.33	3.94	3.39	0.55	3.86	3.46	0.40
주민환대태도	3.86	3.29	0.57	3.63	3.42	0.21	3.62	3.50	0.12	3.69	3.39	0.30
독특한문화체험	3.67	3.15	0.52	3.87	3.34	0.53	3.61	3.25	0.36	3.66	3.29	0.39
지역특화음식	3.98	3.27	0.71	3.92	3.26	0.66	3.74	3.36	0.38	3.73	3.30	0.43
평균	3.52	3.18	0.34	3.60	3.35	0.25	3.59	3.30	0.30	3.53	3.29	0.24
합계	70.46	63.63	6.83	72.06	66.98	5.08	71.84	65.9	5.94	70.61	65.87	4.74

연기군의 경우 레저레크레이션 활동에 대해서만 방문객들이 연기군을 방문하기 전 고려했던 것에 비해 성취도가 높았고 나머지 변수들에 대해서는 모두 성취도가 낮은 것으로 조사되어 전체적으로 관광목적지로서 연기군의 성취도가 낮은 것으로 조사되었다.

부여군의 경우 방문객들이 부여군을 방문하기 전 고려했던 것 중 모든 변수에 있어 성취도가 낮은 것으로 조사되어 전체적으로 관광목적지로서 금산군의 성취도가 낮은 것으로 조사되었으며, 이는 금강 주변 지역 전체 지역에서 중요도에 비해 성취도가 가장 낮은 곳으로 조사되었다.

서천군의 경우 기후쾌적성, 레저레크레이션 활동, 현지쇼핑, 야간위락여흥에 대해서 방문객들이 서천군을 방문하기 전 고려했던 것에 비해 성취도가 높았으나, 나머지 변수들에 대해서는 성취도가 낮은 것으로 조사되어 전체적으로는 방문객이 생각

했던 것에 비해 성취도가 떨어진 것으로 나타났다.

청양군의 경우 기후쾌적성에 대해서만 방문객들이 청양군을 방문하기 전 고려했던 것에 비해 성취도가 높았고 나머지 변수들에 대해서는 모두 성취도가 낮은 것으로 조사되어 전체적으로 관광목적지로서 청양군의 성취도가 낮은 것으로 조사되었다.

금강주변 전체지역에서도 기후쾌적성에 대해서만 방문객들이 방문하기 전 고려했던 것에 비해 성취도가 높았고 나머지 변수들에 대해서는 모두 성취도가 낮은 것으로 조사되어 전체적으로 관광목적지로서 금강주변 지역의 매력성이 낮은 것으로 조사되었다.

3) 지역별 피쉬바인 모델 매력도 분석

관광목적지별 매력 중요도 변수와 성취도 변수를 곱한 후 합한 결과, 공주시가 279.4로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 서천군이 251.3, 청양군이 246.3, 금산군이 240.2, 부여군이 232.4, 연기군이 225.4, 논산시가 212.9의 순으로 나타났다.

관광매력 변수별로 보면 공주시는 청결과 위생, 관광안전, 종사원 서비스, 지역음식 등에서 높게 평가되고 있는 반면, 야간여흥활동, 숙박시설, 레저레크레이션 활동, 관광쇼핑 등에서 낮게 평가되고 있는 것으로 나타났다.

논산시는 자연경치, 관광안전, 청결과 위생, 계절과 기후 등에서 높게 평가되고 있는 반면, 야간여흥활동, 관광쇼핑, 축제이벤트, 숙박시설 등에서 낮게 평가되고 있는 것으로 나타났다.

금산군의 경우 역사문화매력물, 청결과 위생, 관광안전, 자연경치 등에서 높게 평가되고 있었으며, 야간여흥활동, 관광쇼핑, 레저레크레이션 활동, 관광이벤트 등에서는 낮게 평가되고 있는 것으로 나타났다.

연기군의 경우 자연경치, 접근성, 종사원서비스, 청결과 위생에 등에서는 높게 평가되고 있는 반면, 야간여흥활동, 관광쇼핑, 레저레크레이션 활동, 관광정보 등에서는 낮게 평가되고 있는 것으로 나타났다.

부여군은 자연경치, 지역특화음식, 종사원서비스, 지역주민환대태도 등에서는 높

게 평가되고 있는 것으로 나타났으나, 관광쇼핑, 레저레크레이션 활동, 야간여흥활동, 주제공원 등 즐길거리에서는 낮은 평가를 받은 것으로 나타났다.

서천군의 경우 역사문화매력물, 자연경치, 관광안전, 접근성 등에서 높게 평가되고 있는 반면, 관광쇼핑, 야간여흥활동, 레저레크레이션 활동, 숙박시설 등에서 낮게 평가되고 있는 것으로 나타났다.

청양군의 경우 계절과 기후, 관광안전, 자연경치, 청결과 위생 등에서 높게 평가되고 있었으며, 반면 야간여흥활동, 축제이벤트, 관광쇼핑, 숙박시설 등에서는 낮게 평가되고 있는 것으로 나타났다.

전체적으로 금강 주변 지역의 경우 관광매력도에 있어 자연경치, 청결과 위생, 관광안전, 종사원서비스 등 관광에서 가장 기본적인 것에서는 매력도가 있으나, 야간여흥활동, 관광쇼핑, 숙박시설, 레저레크레이션 활동 등 관광객들이 즐길 수 있는 거리에 대해서는 매력성이 낮은 것으로 나타났다.

〈표 4-13〉 피쉬바인 모델을 이용한 관광목적지별 매력도 분석

변수	공주시	순위	논산시	순위	금산군	순위	연기군	순위	부여군	순위	서천군	순위	청양군	순위
자연생태적매력	13.7	13	11.5	8	13.3	6	11.6	9	12.0	9	14.1	6	13.4	6
계절과 기후	13.5	14	13.0	4	12.9	9	12.6	5	12.7	7	13.5	8	14.8	1
자연경치	14.9	7	14.0	1	14.0	4	13.1	1	14.6	1	14.9	2	14.4	3
레저스포츠	11.3	18	9.8	14	8.7	18	9.5	18	9.2	19	9.4	18	10.9	16
접근성	14.5	8	12.6	5	12.9	8	13.0	2	12.4	8	14.6	4	12.7	9
숙박시설	11.3	19	8.1	17	10.2	16	11.0	12	10.6	14	10.6	17	10.7	17
지방색	14.0	11	9.9	13	11.6	13	11.1	11	11.1	13	12.5	12	12.3	12
역사문화매력물	13.1	16	9.9	12	15.2	1	10.0	16	11.5	11	15.3	1	12.6	10
교통편리성	13.2	15	11.3	9	13.1	7	12.3	7	11.3	12	12.5	13	12.5	11
관광쇼핑	12.6	17	7.6	19	8.0	19	9.1	19	9.2	20	8.0	20	10.1	18
관광정보	14.1	10	8.7	16	12.0	12	9.5	17	10.5	16	12.3	14	11.4	14
주제공원 등	13.8	12	9.2	15	11.0	15	10.6	14	10.4	17	11.5	15	11.3	15
축제	14.1	9	8.1	18	9.8	17	10.5	15	10.6	15	11.5	16	9.9	19
야간여흥	11.2	20	6.9	20	7.7	20	9.0	20	9.3	18	8.9	19	8.7	20
청결과위생	16.7	1	13.5	3	14.8	2	12.8	4	12.7	6	14.0	7	14.2	4
관광안전	16.2	2	13.7	2	14.1	3	12.3	6	12.8	5	14.6	3	14.7	2
종사원 서비스	16.0	3	11.9	6	13.8	5	13.0	3	13.1	3	14.3	5	13.7	5
지역주민	14.9	6	11.6	7	12.9	10	11.7	8	13.0	4	12.7	11	13.1	7
민속문화체험	15.0	5	10.9	10	12.5	11	10.9	13	11.9	10	13.1	9	12.0	13
지역음식	15.2	4	10.7	11	11.6	14	11.6	10	13.4	2	13.1	10	12.9	8
매력도 합계	279.4		212.9		240.2		225.4		232.4		251.3		246.3	
순위	1		7		4		6		5		2		3	

주: <표 4-5>의 매력도 합계는 다음과 같이 산출된 것임.

$$\sum_{i=1}^n (\text{부가성 중요도} \times \text{부가성 성취도})/n$$

n=공주시(116), 논산시(100), 금산군(100), 연기군(102), 부여군(85), 서천군(99), 청양군(101)

3. 지역별 IPA 분석

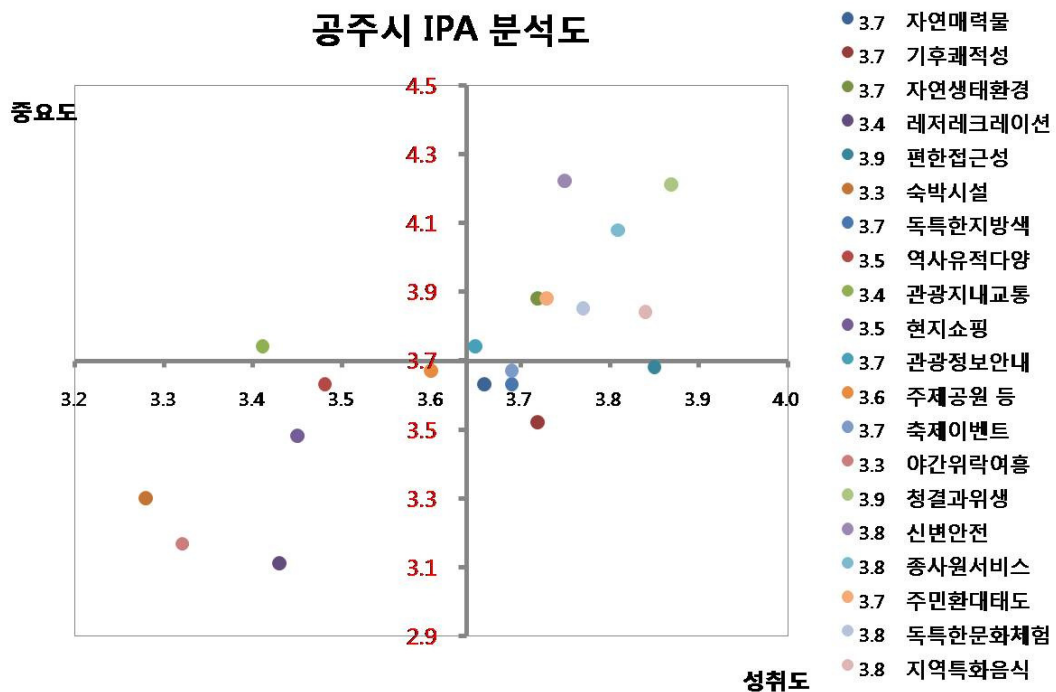
1) 공주시 IPA 분석

공주시 IPA 분석결과를 살펴보면 다음과 같다. I 사분면 유지에 ‘지역특화음식’, ‘독특한 문화체험’, ‘주민환대태도’, ‘종사원 서비스’, ‘신변안전’, ‘청결과 위생’, ‘관광정보안내’, ‘편한 접근성’, ‘자연생태환경’으로 조사되었다.

II 사분면의 집중에는 ‘관광지 내 교통’이 요구되는 속성으로 나타났다.

III 사분면 저순위 속성으로는 ‘레저레크레이션’, ‘숙박시설’, ‘역사유적다양성’, ‘현지쇼핑’, ‘관광정보안내’, ‘주제공원 등 즐길거리’, ‘야간위락여흥’등으로 나타났고 IV 사분면의 과잉에는 ‘자연매력물’, ‘기후쾌적성’, ‘독특한 지방색’, ‘축제이벤트’ 등으로 조사되었다.

[그림 4-1] 공주시 IPA 분석 격자



〈표 4-14〉 공주시 IPA 분석

구 분	속 성
I 사분면 / 유지	자연생태환경, 편한 접근성, 관광정보안내, 청결과 위생, 신변안전, 종사원 서비스, 주민환대태도, 독특한 문화체험, 지역특화음식
II 사분면 / 집중	관광지 내 교통,
III 사분면 / 저순위	레저레크레이션, 숙박시설, 역사유적다양, 현지 쇼핑, 주제공원 등 즐길거리, 야간위락여흥,
IV 사분면/ 과잉	자연매력물, 기후쾌적성, 독특한 지방색, 축제이벤트,

2) 논산시 IPA 분석

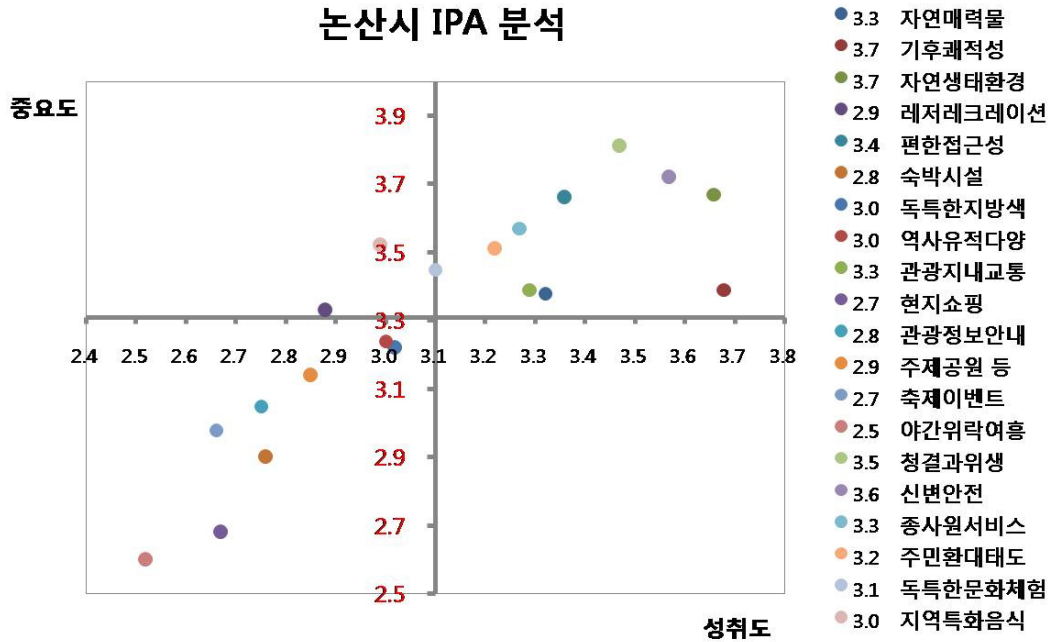
논산시 IPA 분석결과를 살펴보면 다음과 같다.

I 사분면 유지에 ‘자연매력물’, ‘기후쾌적성’, ‘자연생태환경’, ‘편한 접근성’, ‘관광지내 교통’, ‘청결과 위생’, ‘신변안전’, ‘종사원 서비스’, ‘주민 환대태도’, ‘독특한 문화체험’ 등으로 조사되었다.

II 사분면의 집중에는 ‘레저레크레이션’, ‘지역특화음식’이 요구되는 속성으로 나타났다.

III 사분면 저순위 속성으로는 ‘숙박시설’, ‘독특한 지방색’, ‘역사유적 다양성’, ‘현지 쇼핑’, ‘관광정보안내’, ‘주제공원 등 즐길거리’, ‘축제이벤트’, ‘야간위락여흥’ 등으로 나타났다.

[그림 4-2] 논산시 IPA 분석 격자



<표 4-15> 논산시 IPA 분석

구 분	속 성
I 사분면 / 유지	자연매력물, 기후쾌적성, 자연생태환경, 편한접근성, 관광지내 교통, 청결과 위생, 신변안전, 종사원 서비스, 주민환대태도, 독특한 문화체험
II 사분면 / 집중	레저레크레이션, 지역특화음식
III 사분면 / 저순위	숙박시설, 독특한 지방색, 역사유적다양성, 현지 쇼핑, 관광정보안내, 주제공원 등 즐길거리, 축제이벤트, 야간위락여흥,
IV 사분면 / 과잉	

3) 금산군 IPA 분석

금산군 IPA 분석결과를 살펴보면 다음과 같다.

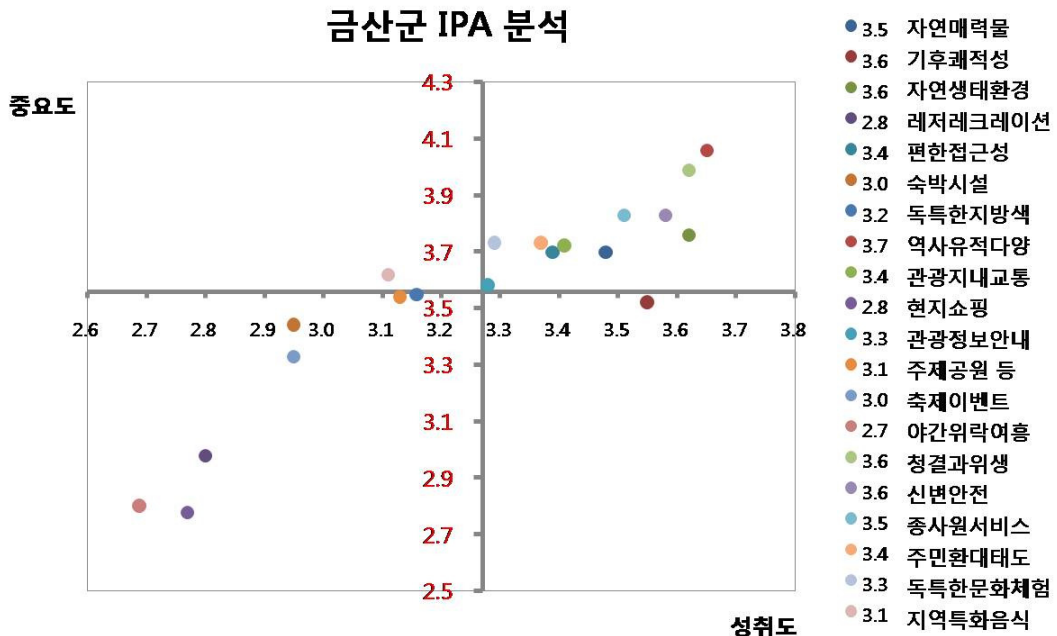
I 사분면 유지에 ‘자연매력물’, ‘자연생태환경’, ‘편한 접근성’, ‘역사유적 다양성’, ‘관광지내 교통’, ‘관광정보안내’, ‘청결과 위생’, ‘신변안전’, ‘종사원 서비스’, ‘주민환대 태도’, ‘독특한 문화체험’ 등으로 조사되었다.

II 사분면의 집중에는 ‘지역특화음식’이 요구되는 속성으로 나타났다.

III 사분면 저순위 속성으로는 ‘레저레크레이션’, ‘숙박시설’, ‘독특한 지방색’, ‘현지 쇼핑’, ‘주제공원 등 즐길거리’, ‘축제이벤트’, ‘야간위락여흥’ 등으로 나타났다.

IV 사분면의 과잉에는 ‘기후쾌적성’으로 조사되었다.

[그림 4-3] 금산군 IPA 분석 격자



〈표 4-16〉 금산군 IPA 분석

구 분	속 성
I 사분면 / 유지	자연매력물, 자연생태환경, 편한접근성, 역사유적다양, 관광지내 교통, 관광정보안내, 청결과 위생, 신변안전, 종사원서비스, 주민환대태도, 독특한 문화체험
II 사분면 / 집중	지역특화음식
III 사분면 / 저순위	레저레크레이션, 숙박시설, 독특한 지방색, 현지 쇼핑, 주제공원 등 즐길거리, 축제이벤트, 야간위락여흥
IV 사분면/ 과잉	기후쾌적성

4) 연기군 IPA 분석

연기군 IPA 분석결과를 살펴보면 다음과 같다.

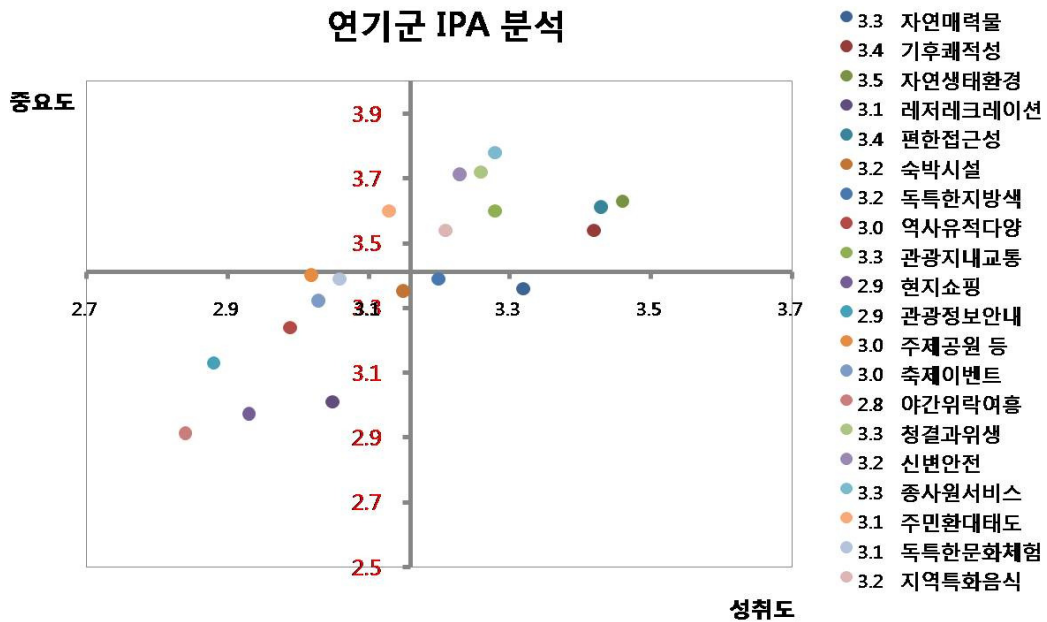
I 사분면 유지에 ‘기후 쾌적성’, ‘자연생태환경’, ‘편한 접근성’, ‘관광지내 교통’, ‘청결과 위생’, ‘신변안전’, ‘종사원 서비스’, ‘지역특화 음식’ 등으로 조사되었다.

II 사분면의 집중에는 ‘주민환대 태도’가 요구되는 속성으로 나타났다.

III 사분면 저순위 속성으로는 ‘레저레크레이션’, ‘숙박시설’, ‘역사유적 다양성’, ‘현지 쇼핑’, ‘관광정보안내’, ‘주제공원 등 즐길거리’, ‘축제이벤트’, ‘야간위락여흥’, ‘독특한 문화체험’ 등으로 나타났다.

IV 사분면의 과잉에는 ‘자연매력물’, ‘독특한 지방색’으로 조사되었다.

[그림 4-4] 연기군 IPA 분석 격자



<표 4-17> 연기군 IPA 분석

구 분	속 성
I 사분면 / 유지	기후쾌적성, 자연생태환경, 편한 접근성, 관광지내 교통, 청결과 위생, 신변안전, 종사원 서비스, 지역특화음식
II 사분면 / 집중	주민환대태도
III 사분면 / 저순위	레저레크레이션, 숙박시설, 역사유적다양, 현지 쇼핑, 관광정보안내, 주제공원 등 즐길거리, 축제이벤트, 야간위락여흥, 독특한 문화체험
IV 사분면 / 과잉	자연매력물, 독특한 지방색

5) 부여군 IPA 분석

부여군 IPA 분석결과를 살펴보면 다음과 같다.

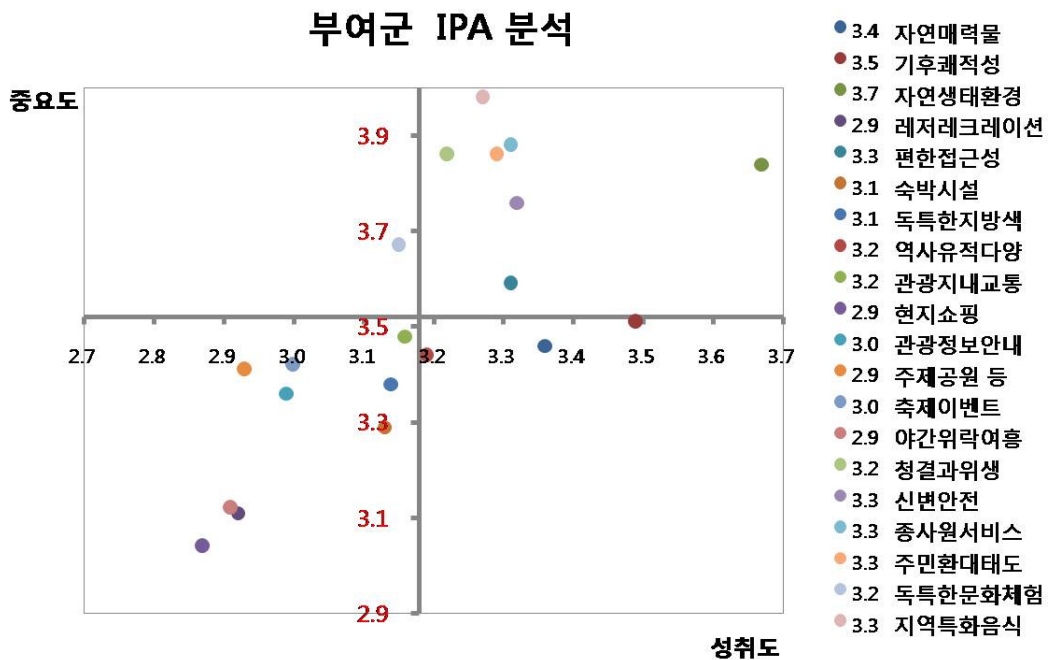
I 사분면 유지에 ‘자연생태환경’, ‘편한 접근성’, ‘청결과 위생’, ‘신변 안전’, ‘종사원 서비스’, ‘주민환대 태도’, ‘지역특화 음식’ 등으로 조사되었다.

II 사분면의 집중에는 ‘독특한 문화체험’이 요구되는 속성으로 나타났다.

III 사분면 저순위 속성으로는 ‘레저레크레이션’, ‘숙박시설’, ‘현지 쇼핑’, ‘관광정보안내’, ‘주제공원 등 즐길거리’, ‘축제이벤트’, ‘야간위락여흥’ 등으로 나타났다.

IV 사분면의 과잉에는 ‘독특한 지방색’으로 조사되었다.

[그림 4-5] 부여군 IPA 분석 격자



〈표 4-18〉 부여군 IPA 분석

구 분	속 성
I 사분면 / 유지	자연생태환경, 편한 접근성, 청결과 위생, 신변안전, 종사원서비스, 주민환대태도, 지역특화음식
II 사분면 / 집중	독특한 문화체험
III 사분면 / 저순위	레저레크레이션, 숙박시설, 독특한 지방색, 관광지내 교통, 현지쇼핑, 관광정보안내, 주제공원 등 즐길거리, 축제이벤트, 야간위락여흥,
IV 사분면/ 과잉	자연매력물, 기후쾌적성, 역사유적다양,

6) 서천군 IPA 분석

서천군 IPA 분석결과를 살펴보면 다음과 같다.

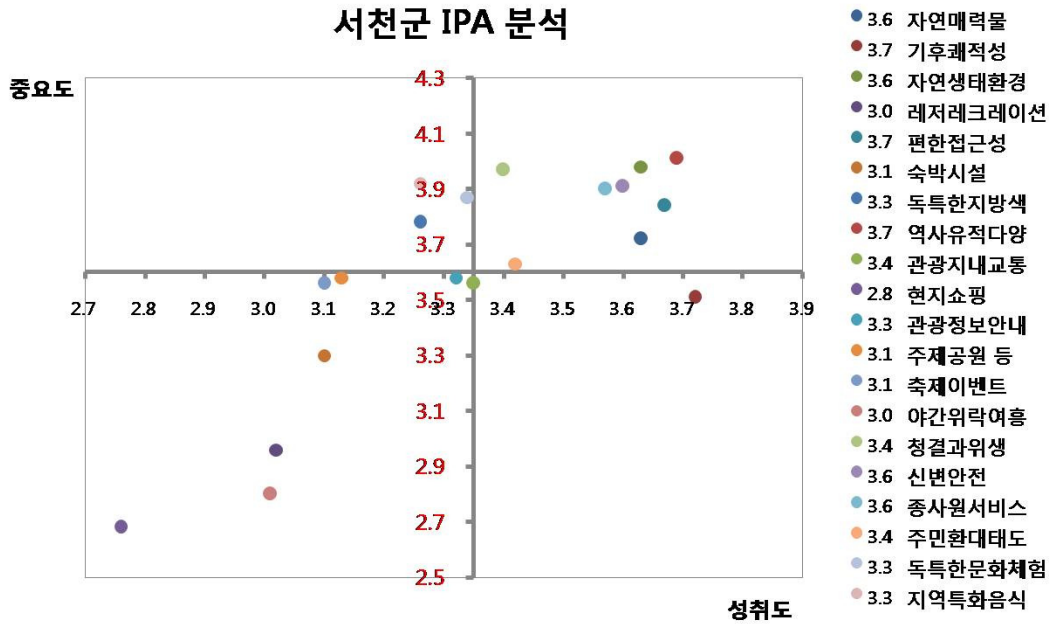
I 사분면 유지에 ‘자연매력물’, ‘기후 쾌적성’, ‘자연생태환경’, ‘편한 접근성’, ‘청결과 위생’, ‘신변 안전’, ‘종사원 서비스’, ‘주민환대 태도’, ‘지역특화음식’ 등으로 조사되었다.

II 사분면의 집중에는 ‘관광지내 교통’, ‘독특한 문화체험’ 이 요구되는 속성으로 나타났다.

III 사분면 저순위 속성으로는 ‘레저레크레이션’, ‘숙박시설’, ‘역사유적 다양성’, ‘현지 쇼핑’, ‘관광정보안내’, ‘주제공원 등 즐길거리’, ‘축제이벤트’, ‘야간위락여흥’ 등으로 나타났다.

IV 사분면의 과잉에는 ‘기후 쾌적성’, ‘관광지내 교통 편리성’ 으로 조사되었다.

[그림 4-6] 서천군 IPA 분석 격자



<표 4-19> 서천군 IPA 분석

구 분	속 성
I 사분면 / 유지	자연매력물, 자연생태환경, 편한 접근성, 역사유적다양, 신변안전, 종사원 서비스, 주민환대태도,
II 사분면 / 집중	독특한 지방색, 독특한 문화체험, 지역특화음식
III 사분면 / 저순위	레저레크레이션, 숙박시설, 현지 쇼핑, 관광정보안내, 주제공원 등 즐길거리, 축제이벤트, 야간위락여흥,
IV 사분면/ 과잉	기후쾌적성, 관광지내 교통,

7) 청양군 IPA 분석

청양군 IPA 분석결과를 살펴보면 다음과 같다.

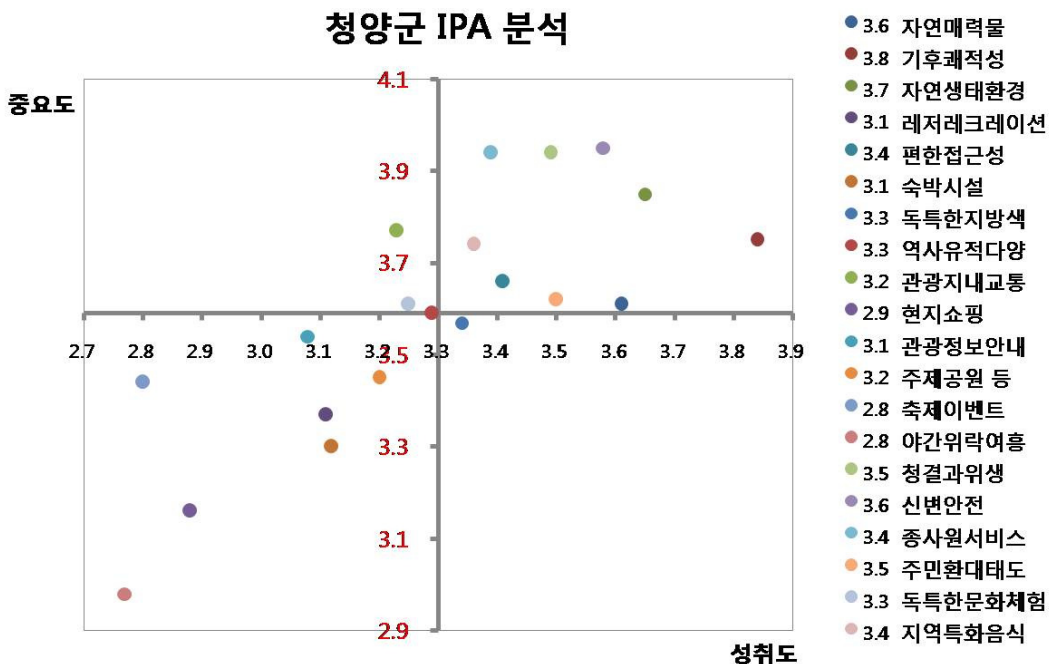
I 사분면 유지에 ‘자연매력물’, ‘기후 쾌적성’, ‘자연생태환경’, ‘편한 접근성’, ‘청결과 위생’, ‘신변 안전’, ‘종사원 서비스’, ‘주민환대 태도’, ‘지역 특화 음식’ 등으로 조사되었다.

II 사분면의 집중에는 ‘관광지내 교통’, ‘독특한 문화체험’ 이 요구되는 속성으로 나타났다.

III 사분면 저순위 속성으로는 ‘레저레크레이션’, ‘숙박시설’, ‘역사유적 다양성’, ‘현지 쇼핑’, ‘관광정보안내’, ‘주제공원 등 즐길거리’, ‘축제이벤트’, ‘야간위락여흥’ 등으로 나타났다.

IV 사분면의 과잉에는 ‘독특한 지방색’으로 조사되었다.

[그림 4-7] 청양군 IPA 분석 격자



〈표 4-20〉 청양군 IPA 분석

구 분	속 성
I 사분면 / 유지	자연매력물, 기후쾌적성, 자연생태환경, 편한 접근성, 청결과 위생, 신변안전, 종사원서비스, 주민환대태도, 지역특화음식
II 사분면 / 집중	관광지내 교통, 독특한 문화체험
III 사분면 / 저순위	레저레크레이션, 숙박시설, 역사유적다양, 현지 쇼핑, 관광정보안내, 주제공원 등 즐길거리, 축제이벤트, 야간위락여흥
IV 사분면/ 과잉	독특한 지방색

제4절 관광객 매력성 평가에 따른 금강 주변 관광목적지 과제

1. 방문객 평가에 따른 금강주변 관광목적지 과제

1) 방문 행태에 따른 과제

금강 주변 지역 관광목적지를 찾는 관광객의 방문 행태 조사 결과를 통해 활성화 방안을 제시하면 다음과 같다.

첫째, 방문객의 연령대에 있어 50대 이하의 장년층의 비율이 60대 이상의 노년층에 비해 높게 나타났는데, 60대 이상의 경우 지역 방문 후 성취도가 다른 연령대보다 높은 것으로 나타나, 노년층을 유치할 수 있는 방안이 필요하며, 이를 위해 금강 주변 관광목적지의 경우 노년층 방문객의 위한 유니버설디자인의 관광편의 시설 마련과 실버 계층이 선호할 수 있는 안내시설, 음식, 숙박시설 마련이 필요하다.

둘째, 금강 주변 지역을 방문하는 방문객의 경우 재방문객이 많은 것으로 나타나, 이를 효과적으로 관리할 수 있는 방안 마련이 필요하다. 특히 방문객 관리시스템 마련으로 지속적인 정보의 제공과 이벤트 참여 등에 대한 정보 제공을 위한 데이터베이스 구축이 필요하다.

셋째, 동반행태에 있어 가족단위 관광객이 가장 많은 것으로 나타나, 가족단위 관광객들이 참여할 수 있는 참여프로그램의 개발과 가족들이 숙박할 수 있는 가족호텔 등의 중저가 호텔시설 마련이 필요하다.

넷째, 당일 방문객이 많은 것으로 조사되었는데, 방문객의 체류기간을 늘릴 수 있는 방법으로 야간에 이용할 수 있는 프로그램 개발과 숙박시설 조성이 필요하다.

다섯째, 금강 주변지역 방문객의 경우 경험에 의해 정보를 획득하는 경우가 많은 것으로 나타났는데, 정보 제공을 위한 종합안내센터의 건립과 경험자들의 구전 효과를 극대화 시킬 수 있도록 매니아 그룹으로 양성하기 위한 지원체계 마련이 필요하다.

2) 방문객 매력성 평가에 따른 과제

금강 주변 지역을 방문하는 방문객의 매력성 평가에 있어서 사전 중요도로 관광 시설이나 프로그램 보다는 가장 기본적인 쾌적한 관광과 관련된 변수에 대한 고려가 가장 중요한 것으로 조사되어, 지역을 찾는 관광객을 위한 준비로 첫째, 청결한 환경 조성을 통해 지역을 찾는 관광객들에게 깨끗한 이미지를 심어줄 수 있도록 하는 관광목적지 관리방안 마련이 필요한데, 이를 위해 지역민 자원봉사 시스템을 활용한 환경관리 제도 및 학생 봉사활동 등의 연결이 필요하며, 관광객들은 관광목적지로서의 이미지를 지역전체에서 생성하기 때문에 지역민들이 자발적으로 자기집부터 관리할 수 있는 교육프로그램 마련과 보상제도 도입이 필요하다.

둘째, 안전성 부분에 대한 방문객의 중요도가 높게 나타나, 이를 위한 방안으로 축제 때만 활동하는 해병전우회 등의 안전 관련 자원봉사자들을 주말에도 운영될 수 있는 지원체제 마련이 필요하다.

셋째, 관광의 경우 인적서비스가 가장 큰 부분을 차지하는 산업으로 관광객들도 관광목적지 선택 시 종사원서비스와 주민환대태도 등을 크게 고려하는 것으로 조사되어, 지속적인 종사자와 주민 교육프로그램 운영과 우수 관광인 선발 등의 이벤트를 통한 지역민들 전체가 참여하고자 하는 프로그램 마련이 필요하다.

2. IPA 분석을 통한 지역별 활성화 방안

1) 공주시

공주시의 경우 관광매력성에 있어 금강 주변의 다른 지역에 비해 상대적으로 높은 것으로 나타났으나, 지역 관광활성화를 위해서는 몇 가지 개선할 부분 또한 있는 것으로 나타났다.

첫째, 관광지 내 교통에 있어 관광지와 관광지를 연결할 수 있는 교통편의 마련이 필요하다. 이를 위한 방안으로 공주시 내 근거리에서 이동할 수 있는 친환경 교통수단 제공이 필요한데, 자전거 등의 무동력 바이크 운행을 통한 자전거투어, 지역의 특색을 가미한 유류 마차 운행 등을 제안 할 수 있다.

둘째, 관광목적지에서 즐길 수 있는 다양한 프로그램 개발이 필요하다. 공주시의 경우 역사유물이나 금강 등의 자연경관은 뛰어난 반면, 관광객들이 즐길 수 있는 즐길거리가 부족한 것으로 나타났다. 따라서 이를 위한 체험프로그램과 지역의 특성을 반영한 참여프로그램은 물론 야간에 즐길 수 있는 금강을 활용한 야간 수상카페, 관광상품 판매 위주의 야시장 등 야간 위락시설 조성이 필요하다. 또한 지역 생산품을 살 수 있는 한 곳에서 지역의 모든 공산품과, 농산품을 구입할 수 있는 쇼핑센터 건립을 제안할 수 있다.

셋째, 공주시를 찾는 방문객의 경우 공주시의 자연매력물에 대해서 낮은 기대에 비해 만족도가 높은 것으로 나타났는데, 이는 지역의 자연매력물에 대한 정보 제공을 통해 백제역사문화와 더불어 공주시의 새로운 관광매력물이 될 수 있도록 육성하는 것이 필요하다.

2) 논산시

논산시의 경우 금강 주변 지역중 관광매력성이 가장 떨어지는 것으로 조사되었는데, 다양한 관광매력물을 보유하고 있는 것에 비해 백제문화권에 소외되어 방문객들에게 잘 알려지지 않은 것이 원인으로 생각된다. 이에 따라 논산시의 관광활성화를 위한 방안으로는 첫째, 지역에 있는 관광매력물에 대한 홍보활동이 선행되어야 한다. 이를 위해서는 관광매력물에 대한 소개 및 책자발간 등의 홍보물 간행과 지역

의 역사와 유적을 제대로 알릴 수 있는 방송 홍보의 유치 등이 필요하다. 둘째, 지역 역사자원물에 대한 체계적인 정비와 개발이 필요하다. 논산시의 경우 근대건축물이 많이 남아있는 지역으로 하루 빨리 근대 건축물에 대한 리스트 작업과 소유권 확보를 통한 관광매력물로 개발이 필요하다.

셋째, 논산시 강경읍 젓갈을 활용한 다양한 프로그램 개발이 필요하다. 현재는 단순히 젓갈을 파는 것에 머무르고 있는데 젓갈과 지역 문화를 연계하여 관광객들이 체험할 수 있는 프로그램 개발과 젓갈을 활용한 다양한 지역 특화음식의 개발이 필요하다.

3) 금산군

금산군은 인삼으로 특화된 지역으로 일반인들에게 잘 알려진 지역이다. 그러나 인삼의 이미지가 너무 크게 자리잡아 지역의 깨끗한 자연환경, 역사자원 등의 다른 관광자원은 잘 알려지지 않은 면이 있으며, 또한 금산인삼축제 기간에 관광객이 집중되어 사계절 관광객 방문이 이루어지지 않고 있다. 이에 따라 금산의 경우 관광활성화를 위해 첫째, 인삼의 건강이미지를 지역으로 확대하여 청정한 지역에서의 건강한 이미지로 개발할 필요가 있다.

둘째, 관광시설 부분으로 가족단위 관광객을 위한 숙박시설로 중저가 브랜드의 호텔 건립을 제안한다. 이는 인삼유통업자들의 이용에도 필요한 시설로 금산 지역의 관광활성화를 위해서는 꼭 필요한 시설이다.

셋째, 야간위락프로그램의 개발이다. 인삼약초시장을 활용하여 건강먹거리를 즐길 수 있는 야간위락공간의 조성과 방문객들이 머물면서 즐길 수 있는 야간프로그램 개발이 필요하다.

넷째, 금강을 활용한 수변레저스포츠 시설의 마련이 필요하다. 젊은층 방문객을 유인할 수 있는 시설로 수변레저스포츠 공간을 마련하여 기존 정체된 이미지를 활성화하는 이미지로 전환하고 지속적인 관광객 유입이 가능한 시설 마련이 필요하다.

4) 연기군

연기군의 경우 행정중심복합도시 예정지로서 현재 사회적인 이슈가 되는 지역으로 전국적인 관심의 대상이 되는 곳이다. 그러나 지역적 불완 요소 때문에 관광객들의 인식이 그렇게 좋지 않은 곳으로 연기군 지역의 관광활성화를 위해서는 첫째, 지역민의 환대 태도 개선을 위한 지속적인 지원과 교육이 필요하다.

둘째, 4대강 살리기 사업과 연계하여 개발되고 있는 수변을 활용한 레저스포츠 공간 조성이 필요하다. 연기의 경우 장래 대규모 레저스포츠 인구의 유입이 예상되는 지역으로 미래수요를 대비한 단지 개념의 개발 계획이 필요하다.

셋째, 지역매력물에 대한 홍보활동이 필요하다. 연기의 경우 일반인들에게 잘 알려진 조치원이라는 지역을 가지고 있으므로 이를 활용한 문화활동의 공간 조성 및 주말 공연 등의 이벤트 활동이 가능하고 지역의 관광매력물인 베어타운 등에 대한 홍보활동과 다양한 역사자원에 대한 발굴 및 이를 활용한 역사관광지 조성이 선행되어야 한다.

5) 부여군

부여군의 경우 백제의 왕도로서 관광객들에게 잘 알려져 있으나, 기존 시설 관람의 형태에서 벗어나지 못하여 일반 관광객들의 선호도에서 낮아지고 있다. 따라서 부여군 관광활성화를 위해서는 첫째, 독특한 문화체험 프로그램의 개발이다. 이는 관광객들이 직접 상시 체험이 가능하도록 구성하는 것이 중요하고 주말 프로그램으로 역사의 장소에서 관광객이 직접 참여할 수 있도록 구성하는 것이 중요하다.

둘째, 부여군 관광지를 연결하는 친환경 교통수단의 마련이다. 여기에는 역사의 거리를 걸을 수 있는 역사도보로를 조성하는 것도 포함하는 것으로 기본적으로 관광지를 연결하는 연결로를 조성하고 친환경 운송수단과 지역의 특성을 반영하는 운송수단 제공이 필요하다. 또한 백제역사재현단지와 연결되는 운송수단 마련으로 백제역사재현단지를 찾는 방문객들을 부여 시내로 유입할 수 있는 방안 마련이 필요하다.

셋째, 지역 생산품을 살 수 있는 현지쇼핑시설의 조성이 필요하다. 관광객에게 있어 현지에서 쇼핑하는 자체가 하나의 즐거움을 주는 것으로 지역의 관광상품을 살 수 있는 관광쇼핑센터의 건립이 필요하다.

넷째, 부여군도 전체적인 관광 정보를 제공해 줄 수 있는 종합안내센터의 건립이

필요하다. 관광과 관련된 모든 예약과 정보 획득이 가능한 시설로 관광객의 만남의 공간으로도 활용될 수 있는 시설 조성이 필요하다.

다섯째, 야간위락 프로그램의 개발이다. 주말의 경우 관광객들이 야간에 부여에서 즐길 수 있는 지역문화공연, 거리 이벤트 등의 프로그램 마련을 통해 숙박 관광객의 유치가 필요하다.

6) 서천군

서천군은 관광객들에게 우수한 생태자원과 친절한 지역민에 대한 인식이 좋은 것으로 나타났으나, 서천군의 관광활성화를 위해서는 몇 가지 선결과제가 필요한 것으로 나타났다. 첫째, 지역의 독특한 문화체험이다. 관광객들은 서천군에 서천군만의 독특한 문화체험에 대한 기대가 높은 반면 이에 대응할 수 있는 공간과 프로그램 개발이 안된 상태여서 서천군의 지역문화를 체험할 수 있는 프로그램과 공간 마련이 필요하다. 또한 지역의 특화 음식의 개발도 지역문화를 알릴 수 있는 좋은 자원으로 서천군의 특화음식 개발이 필요하다.

둘째, 숙박시설의 마련이다. 대규모 관광객과 가족단위관광객을 유치할 수 있는 숙박단지 또는 중저가 호텔 브랜드 유치 등이 필요하다.

셋째, 지역의 우수한 관광자원들을 알려 줄 수 있는 관광정보안내 시스템의 마련이다. 현재는 관광객들이 직접 관광지를 찾아가서 보고 바로 이동하는 형태인데, 서천군의 경우 관광지가 연계될 수 있도록 각 관광지에 지역의 다른 관광지와 연계될 수 있는 정보 안내시스템의 마련이 필요하다.

7) 청양군

청양군의 경우 자연환경적인 우수성을 보유하고 있으나, 관광시설적인 측면이 부족한 상태이다. 따라서 관광활성화를 위해서는 첫째, 관광기반시설 조성으로 관광지 내 교통수단 마련과 숙박시설 등의 조성이 필요하다.

둘째, 농촌을 주제로 한 즐길거리 마련이다. 지역의 소재를 활용하여 관광객들이 즐길 수 있는 체험놀이시설 공간 마련이 필요하다. 이는 농촌체험에서 한 단계 업그레이드 된 농촌 소품을 활용한 놀이공원의 조성을 의미한다.

제5장 결론

제1절 연구 요약

관광목적지로서의 경쟁력을 갖추기 위해서는 관광계획을 수행하기 위한 광범위한 접근이 요구된다. 관광목적지 경쟁력 창출의 시작은 관광객이 중요시하는 것이 무엇이며, 어떠한 기대를 하고 그에 따른 관광 경험형성과 기대치를 파악하는 가를 이해하는 것이 무엇보다도 중요하다.

일반적으로 관광경험 형성은 방문한 장소와 관광매력물 혹은 관광대상에 대한 강한 인상으로부터 시작되기 때문에 관광목적지의 핵심요소가 되는 매력성을 가장 잘 경험할 수 있도록 관광매력을 창조하고 관리해 나가야 할 것이다. 관광목적지 안에 관광매력이 존재하지 않으면 관광욕구를 가진 관광자를 유인할 수 없으며, 결국 관광목적지로서의 경쟁력과 가치는 상실하게 된다.

관광목적지는 하나의 상품이기 때문에 관광목적지의 핵심 경쟁 능력인 매력성을 파악하고 강화하여야 하며, 타 관광목적지와와의 차별화 및 발전적 정책추진 차원에서 매력성을 연구하는 것은 중요한 것이다.

관광목적지의 매력성은 선택에 영향을 미치고 궁극적으로 방문행동과 재방문으로 연결되기 때문에 지역별 관광경쟁력 향상을 위해서는 매력성 연구가 필연적이다.

이에 본 연구는 관광목적지 매력성 구성개념을 이론적으로 구축하고, 금강 주변 지역 관광목적지를 대상으로 매력성 평가를 실시한 후 금강 주변 지역을 중심으로 관광활성화 방안을 제공하는데 목적을 두고서 연구를 진행하였다.

첫째, 금강 주변 7개 시·군 지역의 매력성 연구를 통한 매력요인별과 속성별에 대한 관광객들의 중요도와 성취도를 파악하고자 하였다.

둘째, 금강 주변 7개 시·군 지역의 매력성에 차이가 있는지를 파악하여 비교하고자 하였다.

이러한 목적 하에 매력요인 및 속성별 대상지역과의 매력성 평가를 통하여 금강 주변지역의 차별화 및 발전적 정책영역을 도출하고자 하였다. 그리고 관광목적지 평가변수별 특성과 중요도와 성취도간의 차이를 파악하여 지속가능한 매력과 새로운 매력 창출을 위한 활성화 방안을 모색하는데 주안점을 두었다.

도출된 20개의 관광목적지 매력속성을 중심으로 중요도와 성취도간 평균으로 피쉬바인모델을 적용하여 관광목적지 매력도를 산출하였고, IPA를 적용하여 관광목적지의 속성별 대상을 시각적으로 평가하고자 하였다. 그리고 방문횟수, 체류기간과 같은 관광행태와 성별, 연령대와 같은 인구통계학적 사항에 따른 중요도 및 성취도간의 값의 차이를 분석하여 설정된 연구목적을 달성하고자 하였다.

이러한 분석 결과를 정리하면 다음과 같다.

첫째, 관광행태에 따른 관광매력성은 차이가 있는가에 대해서는 방문횟수의 경우 중요도 요인 3에 대해서 차이가 있는 것으로 나타났으며, 체류기간의 경우는 모든 중요도 요인에 차이가 있는 것으로 나타났다. 그리고 인구통계적 특성에서는 연령대 별로 성취도 요인 1에 대해 그룹간 차이가 있는 것으로 나타났다.

둘째, 관광목적지별 매력성 차이분석에서는 지역별 요인에 따른 차이분석 결과 지역별로 중요도 요인과 성취도 요인 모두에서 지역별 차이가 있는 것으로 나타났다. 또한 지역별 중요도-성취도 변수에 대한 차이분석 결과, 금강주변지역을 방문한 방문객들은 방문 전 중요하게 고려했던 것에 대해 방문 후 전체적으로 성취도가 낮은 것으로 나타났다.

다음으로 피쉬바인 모델을 활용한 지역별 매력도 분석 결과, 공주시가 279.4로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 서천군이 251.3, 청양군이 246.3, 금산군이 240.2, 부여군이 232.4, 연기군이 225.4, 논산시가 212.9의 순으로 나타났다. 여기에 관광목적지 별로 중요도와 성취도를 활용하여 IPA 분석을 실시하여 지역별 시각화하였다.

제2절 연구의 한계

본 연구는 다음과 같은 몇 가지 제한점을 내포하고 있다. 첫째, 날씨나 예기치 않은 문제의 발생으로 관광목적지의 인식을 다르게 만들어버릴 수 있다는 점을 들 수 있다. 그리고 특정 시기에만 편중하여 매력을 측정한 것이 특정 관광목적지의 매력성을 대표할 수 있는지의 여부에도 한계성을 지적될 수 있다.

둘째, 피쉬바인 모델과 IPA 분석방법이 연구결과 도출에 가장 적합한지의 타당성 여부를 들 수 있다.

셋째, 설문지 및 설문조사의 한계이다. 동일 관광객을 대상으로 전체 지역에 대한 설문조사가 실시되어야 하지만, 여건상 각 관광목적지별로 별도로 설문조사를 한 점이다. 또한 관광자가 방문한 관광목적지에 대한 중요도와 성취도에 영향을 미치는 요인은 다양한데 반해, 설문지 변수를 20개로 제한하여 관광목적지의 다양한 매력을 파악하는데 있어 제한적일 수 있다.

넷째, 연구대상 지역이 과연 관광목적지로 조사된 지역들이 비교대상 지역으로서의 적절성 문제를 들 수 있다.

향후 연구에서는 위와 같은 한계점을 보완하여 보다 나은 연구방법으로 결과를 도출하여 향후 발전적 정책 제안적인 연구 결과를 얻을 수 있도록 하겠다. 설문지에서는 방문 전과 방문 후의 평가를 차례대로 응답하도록 구성되어 있지만, 조사대상 관광객들의 기억속에서 방문 전의 중요도와 실제 경험으로부터 얻어진 성취도 평가가 구분되지 않았을 가능성이 충분히 크다. 따라서 추후 연구에서는 실제조사에 어려움이 따르더라도 관광객의 출발 직전 조사와 경험 후 돌아가기 직전 등 시점에 따라 자료를 수집해 볼 필요가 있을 것이다.

관광목적지의 성격과 특성에 따라 매력속성이 달라서 관광객들마다 관광목적지의 매력은 다를 수 있기 때문에 특정 관광목적지나 조사 범위에 따라 보다 정교하고 타당성 있는 문항과 평가척도 개발이 우선 실시되어야 할 것이다. 향후 연구에서는 보다 철저한 연구방법적 측면을 고려하여 실증적 연구결과의 적정성과 심도를 더욱 강화하여 연구하도록 하겠다.

참 고 문 헌

1) 국내 문헌

- 강팽년(2005). “농촌관광지 속성에 관한 실증적 연구”, 박사학위논문, 목포대학교대학원, pp. 15.
- 고계성·오상훈(2004). “이미지평가를 통한 문화적 매력물 방문객 관리방안 연구”, 「관광연구」, 18(3), 대한관광경영학회, pp. 89-103.
- 고계성·오상훈(2004). “관광매력물 관리가 방문객 만족에 미치는 영향에 관한 연구”, 「관광·레저연구」, 16(3), 한국관광·레저학회, pp.249-265.
- 고동우(1998). “관광의 심리적 체험과 만족감의 관계”, 박사학위논문, 고려대학교대학원, pp. 18.
- 권영국 외(2005). “관광동기·사전기대·만족·재방문간의 관계분석”, 「한국관광레저학회 제 26차 정기학술연구발표대회」, pp.193-207.
- 김문수·김계섭(2002). “호텔정보시스템의 중요도-성과 및 유효성과 사용자 만족간의 관계”, 「관광연구」, 17(2), 대한관광경영학회, pp. 199-214.
- 김성섭 외(2001). “중요도-실행도 분석을 통한 국제회의 평가”, 「관광연구」, 16(2), 대한관광경영학회, pp. 257-274.
- 노정철(2003). “인바운드 활성화를 위한 관광정보시스템 가치평가: 퍼지수 적용”, 박사학위논문, 경주대학교대학원, pp. 70.
- 두산동아(2000). 「새국어사전」, 두산동아출판사, pp. 746.
- 박미정(1998). “관광매력속성이 관광목적지 선택에 미치는 영향에 관한 연구”, 석사학위논문, 동아대학교대학원, pp. 44.
- 박석희(2000). 「신관광자원론」, 일신사, pp. 72-73.
- 배무언·김영균(2002). 「소비자행동론」, 두남, pp.183-184.
- 변우희·노정철(2002). “백제문화권 관광발전을 위한 가치평가와 대응전략; IPA 적용”, 「관광·레저연구」, 14(2), 한국관광·레저학회, pp. 25-46.
- 서용건(2005). “제주특별자치도와 서비스투어리즘 전략”, 「제주관광학회 동계 정기학술대회」, pp. 41-62.
- 서철현 외(2003). “자연휴양림 이용객들의 이용 후 평가에 대한 연구: 중요도-성취도

- 기법을 중심으로”, 「문화관광연구」, 5(2), 한국문화관광학회, pp. 169-188.
- 송재호(2003). “섬 관광지 관리 구조모델의 개발과 적용”, 「제주관광학회 동계 정기학술대회」, pp. 31-50.
- 안영면 · 주현식(2000). “DMZ의 관광이미지와 매력속성에 따른 관광자원화방안에 관한 연구”, 「관광 · 레저연구」, 12(1), 한국관광 · 레저학회, pp. 125-137.
- 양위주 · 배은주(2003). “국제관광시장에서 관광동기에 따른 관광목적지 경쟁력 비교분석에 관한 연구”, 「한국관광학회 제54차 국제학술심포지엄 및 정기학술논문 발표대회 논문집」 I, pp. 239-250.
- 유필화 · 김용준 · 한상만(2001). 「현대마케팅론」, 박영사, pp. 155.
- 이계희 · 이은미(2005). “관광동기가 관광객만족 및 관광지 애호도에 미치는 영향”, 「한국관광레저학회 제26차 정기학술연구발표대회」, pp. 321-333.
- 임종원 외(2001). 「소비자행동론」, 경문사, pp. 96.
- 임화순 · 고계성(2006). “관광목적지 매력속성에 따른 중요도-성취도 연구”, 「관광연구」, 21(1), 대한관광경영학회, pp. 177-190.
- 장병수 · 변우희(2004). “관광상품 지각에 의한 관광목적지 평가”, 「관광학연구」, 28(1), 한국관광학회, pp. 83-107.
- 정성원(2001). “관광목적지 선택행동에 영향을 미치는 정보원천에 관한 연구”, 석사학위논문, 대구대학교교육대학원, pp.7.
- 조혜정 외(2005). “울주군 관광자원 매력도 평가 연구”, 「한국관광학회 제57차 울주관광학술 심포지엄」, pp. 89.
- 최기종 · 박상현(2001). “IPA를 이용한 관광지 평가: 산정호수 사례 연구”, 「호텔경영학연구」, 10(1), 한국호텔경영학회, pp. 275-289.

2) 국외 문헌

- Arturo Melian-Gonzales & Juan Manuel Garcia-Falcom(2003). "Competitive Potential of Tourism in Destination", *Annals of Tourism Research*, 30(3), pp. 720-740.
- Asad Moshin & Chris Ryan(2004). "Determinants of Destination Choice: The Role of Socio-Demographic Variables", *Tourism Recreation Research*, 29(3), pp. 27-33.
- Azlizam Aziz(2002). "An Evaluation of the Attractiveness of Langkawi Island as a

- Domestic Tourist Destination Based on the Importance and Perceptions of Different Types of Attractions(Malaysia)", Dissertation Paper, Michigan State University, pp. 19-20.
- Brett L. Bruyere et al(2002). Enhancing Importance-Performance Analysis Through Segmentation", *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 12(1), pp. 81-95
- Bill Faulkner et al(1999). "Destination Competitiveness: An Exploratory Examination of South Australia's Core Attractiveness", *Journal of Vacation Marketing*, 5(2), pp. 125-139.
- Bruce Predeaux(2002). " Building visitor attractions in peripheral area: Can uniqueness overcome isolation to produce viability?", *International Journal of Tourism Research*, 4, pp. 379-389.
- Christopher, L. Eills & Hans Vogel song(2003). "Measuring Birdwatcher Preferences Through Importance Performance analysis", *Northeastern Recreation Recreation Research*, pp. 203-210.
- Edward W. Manning & T. David Dougherty(2000). "Planning Sustainable Tourism Destination", *Tourism Recreation Research*, 25(2), pp. 3-14.
- Ercan Sirakaya et al(1996). "Modeling Vacation Destination Decisions: A Behavioral Approach", *Recent Advances in Tourism Marketing Research*, pp. 57-75.
- Garcia Haydee et al(2004). "The Sun and Beach Tourism Destination Image: An Application to the Case of Cuba From the Spanish Tourist-Origin Market", *Tourism Review*, 59(1), pp. 16-2.
- Ian Kelly & Tony Nankervis(2001). *Visitor Destination*, Sydney: John Wiley & Sons, pp. 13.
- John B. Ford et al(1999). "Importance-Performance Analysis as a Strategic Tool for Service Marketers: The Case of Service Quality Perceptions of Business Students in New Zealand and the USA", *The Journal of Service Marketing*, 13(2), pp. 171-186.
- Martin A. O'Neill and Adrian Palmer(2004). " Importance-Performance Analysis: A Useful Tool for Directing Continuous Quality Improvement in Higher Education", *Quality Assurance in Education*, 12(1), pp. 39-52.
- Matthias Fuchs & Klaus Weiermair(2003). "New Perspective of Satisfaction Research in Tourism Destination", *Tourism Review*, 58(3), pp. 6-14.

- Metin Kozak & Mike Rimmington(1999). "Measuring Tourist Destination Competitiveness: Conceptual Considerations and Empirical Findings", *Hospitality Management*, 18, pp. 273-283
- Metin Kozak(2004). *Destination Benchmarking*, Oxon: CABI Publishing, pp. 36.
- Michael J. Enright & James Newton(2004). "Tourism Destination Competitiveness: A Quantitative Approach", *Tourism Management*, 25, pp. 777-788.
- Pauline Sheldon et al(2005). "Sustainability in a Mature Tourism Destination: The Case of Hawaii", *Tourism Review International*, 9, pp. 47-59.
- Raymond K. S. Chu & Tat Choi(2000). "An Importance-Performance Analysis of Hotel Selection Factors in the HongKong Hotel Industry: A Comparison of Business and Leisure Travelers", *Tourism Management*, 21, pp. 363-377.
- Salah S. Hassan(2000). "Determinants of Market Competitiveness in an Environmentally Sustainable Tourism Industry", *Journal of Travel Research*, 38, pp. 239-245.
- Sinead O'leary & Jim Deegan(2005). "Ireland's Image as a Tourism Destination in France: Attribute Importance and Performance", *Journal of Tourism Research*, 43(3), pp. 247-256.
- Steven Pike & Chris Ryan(2004). "Destination Positioning Analysis through a Comparison of Cognitive, Affective, and Cognitive Perceptions", *Journal of Travel Research*, 42(4), pp. 333-342.
- Stephen W. Litvin & Sharon Ng Sok Ling(2001). "The Destination Attribute Management Model: An Empirical Application to Bintan, Indonesia", *Tourism Management*, 22, pp. 481-492.
- Tammy Kinlet et al(2002). "Tourist-Destination Shopping Center: An Importance Performance Analysis of Attributes", *Journal of Shopping Center Research*, 9(2), pp. 51-72.
- Tim A. Bentley & Stephen J. Page(2001). "Scoping the Extent of Adventure Tourism Accidents", *Annals of Tourism Research*, 28(3), pp. 705-726.

금강 주변지역 관광지 설문조사

안녕하십니까?

본 조사는 충남발전연구원에서 수행하는 기본과제 연구조사로 금강 주변지역 관광지를 방문하신 관광객들의 관광지에 대한 금강 주변지역 관광지의 적절한 개발 방안을 제시하기 위해서는 실제 관광지를 이용한 방문객의 의견청취가 필요하여 설문조사를 하게 되었습니다.

본 설문지에 대한 귀하의 응답내용은 통계적 목적으로만 사용되오니 바쁘시더라도 빠짐없이 솔직하게 응답해 주시면 감사하겠습니다.

귀하의 가정에 행복과 건강을 기원하며 도움에 감사드립니다.

2009년 8월

연구자 : 충남발전연구원

연 락 처 : 충남발전연구원 공간계획연구부

I. 방문 형태 및 특성

■ 다음은 귀하의 방문 특성에 관한 질문입니다. 해당란에 V 표해 주십시오.

1. 귀하는 이 지역을 몇 번 방문하셨습니다?

- ① 1회 ② 2회 ③ 3회 ④ 4회 ⑤ 5회 이상

2. 귀하는 누구와 함께 방문하십니까?

- ① 가족 ② 친구 ③ 직장동료 ④ 단체여행 ⑤ 혼자

3. 귀하는 이 지역을 방문하신다면 체류(예정) 기간은 몇 일입니까?

- ① 당일 ② 1박2일 ③ 2박3일 ④ 3박4일 ⑤ 4일5일 이상

4. 지역과 관광지에 대한 정보를 획득하는 수단은 무엇입니까?

- ① 예전에 와 본 경험이 있어서
② 주변의 권유로
③ 신문, TV 등 대중매체에서 소개된 내용을 보고
④ 관광안내 책자나 홍보 잡지를 보고
⑤ 인터넷에서 제공되는 정보를 보고
⑥ 기타_____

II. 관광지 선택속성의 중요도와 성취도

1. 귀하께서 이 지역을 방문하시기 전에 다음 각 항목에 대하여 얼마나 중요하게 생각하셨는지 해당 번호에 (○) 표시해 주십시오.

번호	방문 이전의 중요도 항목	매우 중요치 않다	←	보통이 다	→	매우 중요 하다
1)	자연적 매력물의 다양성	①	②	③	④	⑤
2)	현지 계절과 기후의 쾌적성	①	②	③	④	⑤
3)	아름다운 자연경치와 생태환경	①	②	③	④	⑤
4)	레저스포츠/레크레이션 활동	①	②	③	④	⑤
5)	편한 접근성	①	②	③	④	⑤
6)	다양한 숙박시설	①	②	③	④	⑤
7)	독특한 지방색	①	②	③	④	⑤
8)	역사유적매력물의 다양함	①	②	③	④	⑤
9)	관광지 내 교통 편리성	①	②	③	④	⑤
10)	현지에서의 쇼핑	①	②	③	④	⑤
11)	관광정보·안내소	①	②	③	④	⑤
12)	주제공원 등 즐길거리	①	②	③	④	⑤
13)	축제나 관광이벤트	①	②	③	④	⑤
14)	야간 엔터테인먼트(위락과 여흥)	①	②	③	④	⑤
15)	청결과 위생	①	②	③	④	⑤
16)	관광지에서의 신변안전	①	②	③	④	⑤
17)	관광종사원의 서비스 태도	①	②	③	④	⑤
18)	지역주민의 환대태도	①	②	③	④	⑤
19)	지역의 독특한 민속문화 체험	①	②	③	④	⑤
20)	지역의 특화음식	①	②	③	④	⑤

2. 귀하께서 이 지역 방문을 마친 현재, 아래의 각 항목별로 느끼신 정도에 따라 번호에 (○) 표시해 주십시오.

번호	관광 후 느낀 정도(성취도)	매우 좋지 않았다	←	보통이 다	→	매우 좋았다
1)	자연적 매력물의 다양성	①	②	③	④	⑤
2)	현지 계절과 기후의 쾌적성	①	②	③	④	⑤
3)	아름다운 자연경치와 생태환경	①	②	③	④	⑤
4)	레저스포츠/레크레이션 활동	①	②	③	④	⑤
5)	편한 접근성	①	②	③	④	⑤
6)	다양한 숙박시설	①	②	③	④	⑤
7)	독특한 지방색	①	②	③	④	⑤
8)	역사유적매력물의 다양함	①	②	③	④	⑤
9)	관광지 내 교통 편리성	①	②	③	④	⑤
10)	현지에서의 쇼핑	①	②	③	④	⑤
11)	관광정보 · 안내소	①	②	③	④	⑤
12)	주제공원 등 즐길거리	①	②	③	④	⑤
13)	축제나 관광이벤트	①	②	③	④	⑤
14)	야간 엔터테인먼트(위락과 여흥)	①	②	③	④	⑤
15)	청결과 위생	①	②	③	④	⑤
16)	관광지에서의 신변안전	①	②	③	④	⑤
17)	관광종사원의 서비스 태도	①	②	③	④	⑤
18)	지역주민의 환대태도	①	②	③	④	⑤
19)	지역의 독특한 민속문화 체험	①	②	③	④	⑤
20)	지역의 특화음식	①	②	③	④	⑤

3. 다음은 이 지역 관광경험에 대한 만족도와 관련된 사항입니다..

번호	요인	전혀 그렇지 않다	←	중간이 다	→	매우 그렇다
1)	관광목적지로서 호감이 간다	①	②	③	④	⑤
2)	여기가 다른 관광지보다 더 좋다	①	②	③	④	⑤
3)	다시 방문할 의사가 있다	①	②	③	④	⑤
4)	관광목적지로서 높은 가치를 갖고 있다	①	②	③	④	⑤

4. 인구통계

1) 성 별	① 남	② 여	연 령 (세)
2) 직 업	① 농 · 임 · 어업	② 자영업	③ 회사원
	④ 공무원	⑤ 학생	⑥ 주부
	⑦ 무직	⑧ 기타	
4) 가계소득 (가족전체)	① 150만원 미만	② 150~250만원	③ 250~350만원
	④ 350~450만원	⑤ 451만원 이상	
5) 거 주 지	() 광역(특별)시/도 () 시/군/구		

5. 기타 건의 사항이 있으시면 적어주십시오.

(혹시 빠진 문항이 없는지 다시 한번 검토해 주시기 바랍니다.)

♣ 성실히 답변해 주셔서 감사합니다 ♣

■ 집 필 자 ■

연구책임 : 김경태 연구원 충남발전연구원 공간계획연구부

공동연구 : 윤유식 교수 한양대학교 관광학부

기본연구 2009-15 · 금강 주변지역 관광매력성 평가와 과제: 중요도·성취도 분석을 중심으로

글쓴이 · 김경태, 윤유식 / 발행자 · 김용웅 / 발행처 · 충남발전연구원

인쇄 · 2009년 12월 31일 / 발행·2009년 12월 31일

주소 · 충청남도 공주시 금홍동 101 충남발전연구원 (314-140)

전화 · 041-840-1169(직통) 041-840-1114(대표) / 팩스 · 041-840-1189

ISBN · 978-89-6124-103-8 03350

<http://www.cdi.re.kr>

©2009. 충남발전연구원

- 이 책에 실린 내용은 출처를 명기하면 자유로이 인용할 수 있습니다.
무단전재하거나 복사, 유통시키면 법에 저촉됩니다.
- 이 연구는 본 연구원의 공식 견해와 반드시 일치하는 것은 아닙니다.