



저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.



변경금지. 귀하는 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공할 수 없습니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

이것은 [이용허락규약\(Legal Code\)](#)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

[Disclaimer](#)

석사학위논문

중문관광단지 방문객의 관광동기와
만족에 관한 연구

제주대학교 대학원

관광개발학과

문 영 호

2012년 6월

중문관광단지 방문객의 관광동기와 만족에 관한 연구

지도교수 이 진 희

문 영 호

이 論文을 觀光學 碩士學位 論文으로 提出함

2012年 6月

문영호의 觀光學 碩士學位 論文을 認准함

審査委員長 _____ (印)

委 員 _____ (印)

委 員 _____ (印)

濟州大學校 大學院

2012年 6月

A Study on tour motivations and satisfaction
factors of tourists to Jungmun Tourist Complex

Young-Ho Moon

(Supervised by professor Jin-Hee Lee)

A thesis submitted in partial fulfillment of the
requirement for the degree of Master of Tourism

2012. 6.

This thesis has been examined and approved.

Department of Tourism Development

GRADUATE SCHOOL

JEJU NATIONAL UNIVERSITY

<목 차>

제1장 서론	1
제1절 연구의 배경	1
제2절 연구의 목적	3
제3절 연구의 방법	4
제2장 관광동기와 관광만족에 관한 이론적 배경	6
제1절 관광동기	6
1. 동기의 개념	6
2. 관광동기의 개념 및 유형	8
제2절 관광만족	16
1. 만족의 개념	16
2. 관광만족의 개념 및 측정방법	18
제3절 관광동기와 관광만족에 관한 선행연구	22
제3장 중문관광단지 현황 및 방문특성 변화	26
제1절 국내 관광단지 현황	26
제2절 중문 관광단지 현황	30
1. 중문관광단지 개발개요	30
2. 중문관광단지 방문객 현황	35
제3절 중문관광단지 방문목적 및 관광특성 변화	37
1. 방문목적 및 관광활동 변화	37
2. 관광대상별 활동 변화	38
3. 중문관광단지 방문특성 변화	39
제4절 중문관광단지 관광동기 및 만족 분석	41
제5절 중문관광단지에 관한 선행연구	43

제4장 연구설계	45
제1절 연구모형 설정	45
제2절 연구가설 설정	46
제3절 조사방법 및 설문지 구성	46
1. 변수의 조작적 정의	46
2. 변수의 측정	49
3. 자료의 수집 및 분석방법	51
제5장 실증분석	52
제1절 일반적 특성 분석	52
1. 표본의 일반적 특성 분석	52
2. 관광동기 평균분석	54
3. 만족도 평균분석	55
제2절 측정척도의 평가	56
1. 신뢰도 검증	56
2. 타당성 검증	57
제3절 연구가설 검증	60
1. 가설 I의 검증결과	60
2. 가설 II의 검증결과	64
3. 가설 III의 검증결과	66
4. 가설 IV의 검증결과	69
5. 가설 검증결과 요약	72
제6장 결론	73
제1절 연구의 요약 및 의의	73
제2절 연구의 한계 및 제언	75

참고문헌

설문지

ABSTRACT

<표 차례>

<표 2-1> 동기에 대한 개념	7
<표 2-2> 관광동기에 대한 개념	10
<표 2-3> Glüksmann의 관광 원인	11
<표 2-4> 다나카(田中喜一)의 관광욕구 및 동기의 분류	12
<표 2-5> Thomas의 관광동기의 분류	12
<표 2-6> McIntosh의 관광동기의 분류	13
<표 2-7> Fisher & Price의 관광동기 분류	13
<표 2-8> Mill & Morrison의 관광욕구와 동기요인	14
<표 2-9> 관광동기에 대한 유형분류	15
<표 2-10> 만족에 대한 개념	17
<표 2-11> 관광만족에 대한 개념	19
<표 2-12> 소비자만족/불만족 모형의 주요 특성	21
<표 2-13> 관광동기 설문문항 연구자 구성	24
<표 2-14> 관광만족 설문문항 연구자 구성	25
<표 3-1> 국내 관광단지 현황	27
<표 3-2> 중문관광단지 개발규모	31
<표 3-3> 중문관광단지 투자실적	33
<표 3-4> 중문관광단지 민자유치실적	34
<표 3-5> 중문관광단지 방문객 현황	35
<표 4-1> 관광동기 요인 내용	47
<표 4-2> 만족요인 내용	48
<표 4-3> 관광행태 내용	49
<표 4-4> 인구통계적 특성 내용	49
<표 4-5> 측정도구의 구성	50
<표 5-1> 일반적 특성	52
<표 5-2> 관광동기 평균분석	55
<표 5-3> 만족도 평균분석	55
<표 5-4> 신뢰도 검증결과	56
<표 5-5> 관광동기 타당성 검증결과	58

<표 5-6> 만족도 타당성 검증결과	59
<표 5-7> 관광동기가 심리적 만족요인에 미치는 영향	60
<표 5-8> 관광동기가 시설 만족요인에 미치는 영향	61
<표 5-9> 관광동기가 서비스 만족요인에 미치는 영향	62
<표 5-10> 관광동기가 자원 만족요인에 미치는 영향	62
<표 5-11> 관광동기가 체험 만족요인에 미치는 영향	63
<표 5-12> 방문횟수에 따른 만족 요인 차이분석	64
<표 5-13> 동행유형에 따른 만족 요인 차이분석	65
<표 5-14> 여행형태에 따른 만족 요인 차이분석	65
<표 5-15> 체류기간에 따른 만족 요인 차이분석	66
<표 5-16> 성별에 따른 관광동기 요인 차이분석	67
<표 5-17> 연령에 따른 관광동기 요인 차이분석	67
<표 5-18> 직업에 따른 관광동기 요인 차이분석	68
<표 5-19> 학력에 따른 관광동기 요인 차이분석	68
<표 5-20> 성별에 따른 관광만족 요인 차이분석	69
<표 5-21> 연령에 따른 관광만족 요인 차이분석	70
<표 5-22> 직업에 따른 관광만족 요인 차이분석	70
<표 5-23> 학력에 따른 관광만족 요인 차이분석	71
<표 5-24> 가설 검증 결과 요약	72

<그림 차례>

[그림 1-1] 연구흐름도	4
[그림 2-1] 확장된 Maslow의 동기이론	14
[그림 3-1] 중문관광단지 개발계획도 (자 료: 한국관광공사)	32
[그림 3-2] 중문관광단지 시설별 이용률	37
[그림 3-3] 중문관광단지 연도별 방문현황	38
[그림 4-1] 연구모형	45

제1장 서론

제1절 연구의 배경

산업화에 따라 개인소득이 향상되었고, 노동시간의 단축에 따라 여가시간이 증가되었으며, 사회가 복잡해지고 다양화됨에 따라 겪게 되는 각종 스트레스를 해소하고, 여가시간을 활용하려는 개인적인 욕구가 점차 증대되고 있다(이진희, 1996).

이러한 수요에 부응하여 우리나라에는 대규모 관광사업인 관광단지 개발이 1971년 중문관광단지가 최초로 관광단지로 지정된 이후 2012년 5월 현재 35개의 관광단지가 지정되었으며 보문, 중문, 감포, 원주 오크밸리, 휘닉스파크, 평창용평, 황성 두원 등 7개소는 운영 중이고 나머지 관광단지는 조성 예정이거나 조성 중이다.

관광단지는 외래관광객에게 다양한 관광기회를 제공하는 외화획득의 역할이 강조되면서 산업여건이 미흡한 지역의 지역경제 기반 구축, 고용 창출 등의 목적으로 조성되었다.

그러나 현재는 국내 관광 수요 증가와 관광산업의 중요성이 강조되면서 관광경쟁력을 강화하기 위한 허브 기능을 수행하고, 해외 관광활동 증가로 인한 외화 유출 방지 및 관광수지 적자개선으로 내수를 촉진하는 등 국민여가공간의 확보 목적도 중시되고 있다.

이러한 다양한 요구에 따라 관광단지 지정이 경쟁적으로 이루어져 왔으며, 1993년 민간에 의한 관광단지 개발이 가능해지면서 꾸준한 증가세를 보이다가 2004년 관광단지 지정 권한이 문화체육부장관에서 시·도지사로 이양되면서 관광단지 조성이 급증하고 있는 실정이다.

관광단지가 개발되고 운영되기 시작하면서 지역의 관광거점으로서 경제활성화 및 일자리 창출 등 긍정적인 효과를 거두고 있으나, 사업 추진의 핵심인 민간투자 유치 지연, 대규모 투자 대비 저수익 문제, 자본 회임기간 장기화에 따른 채산성 저하 등의 문제가 나타나고 있다.

또한, 급격한 건설기술발전에 따라 대량생산체제로 전국 각지에는 관광단지를 무분별하게 건설하게 되었고, 이와 같은 여건은 관광단지가 소유자 위주의 시장에서 관광자 위주의 시장으로 상황이 변화되었다(이진희, 1996).

제주특별자치도에서는 중문관광단지를 비롯하여 성산포해양관광단지, 예래휴양형주거단지,

신화역사공원, 제주헬스케어타운, 팜파스종합휴양지, 제주롯데관광단지 등 7개소가 관광단지로 지정되어 현재 중문과 성산포 관광단지는 운영 및 개발 중에 있고 나머지 5개 관광단지는 개발사업이 진행 중이다.

이 가운데 중문관광단지는 국제수준의 휴양관광단지 조성, 제주도의 관광거점지로 조성, 천연자원과 전통적인 민속자원의 조화 있는 개발, 관광객의 장기 체재를 위한 휴양·레크레이션 시설을 개발하여 외화획득을 목적으로 외국관광객의 숙박 또는 여가활동을 지원할 수 있도록 하고 있다. 중문관광단지를 수준 높은 휴양관광단지로 도약시켜 제주도 발전 및 서귀포 지역 경제 활성화에 기여하면서 한국의 관광거점으로 조성하기 위한 중장기 개발계획을 갖고 1970년대부터 현재까지 개발이 계속 진행되고 있다(이진희, 2005).

그러나 시설투자 부진, 미미한 민자유치, 소극적인 관광 상품 개발 등으로 관광단지 활성화 전망이 불투명한 상태이다. 관광단지에 대한 투자는 대규모 자본이 투입된다는 점에서 수요에 대한 정확하고 세밀한 분석이 필요하며, 이러한 수요에 부응하는 단지계획 및 조성이 이루어질 수 있도록 해야 할 것임에도 이와 관련된 연구가 활발하게 이루어지지 않고 있어 본 연구를 진행하게 되었다.

또한, 방문객의 관광동기와 만족에 관한 연구들은 대부분이 관광지나 특정 테마를 가진 지역으로 한정해서 진행되어 왔으며, 이러한 연구들 가운데 홍원식(2010)은 제주지역의 어촌을 방문하는 방문객의 관광동기에 따른 관광활동에 관한 연구를 진행하였고, 고경업(2010)은 제주지역의 성을 주제로 하는 주제공원 방문객의 관광동기가 만족에 미치는 영향에 대하여 연구를 진행하였으며, 이진희(2011)는 제주특별자치도의 어촌관광 동기분석에 따른 관광활성화 방안에 관하여 연구를 진행하였다.

더불어 본 연구에서 대상지로 하고 있는 중문관광단지에 대한 연구도 미미한 실정이다. 이 가운데 장미경(2005)은 중문관광단지 인근 거주민을 대상으로 지역주민들이 관광의 영향에 대하여 왜 긍정적 또는 부정적으로 인식하는 지를 이해하는데 있어 사회교환이론의 적용 가능성을 탐색해 보았다.

이진희(2001)는 중문관광단지에 장소마케팅 개념을 도입하여 새로운 마케팅 전략의 관점에서 재조명하고, 마케팅믹스전략을 검토하여 관광단지 활성화 방안을 제시하고 향후 개발전략 수립 시 정책적 시사점을 제공하고자 하고 있다. 또한, 이진희(2003a)는 중문관광단지의 야간 관광상품을 개발하여 향후 야간관광의 메카로 탈바꿈할 전략적 마케팅 수립에 관하여도 연구를 진행하였으며, 부석현(2001)은 중문관광단지의 현황분석 및 개발가능지 분석·평가를 통해

2단계 동부지역에 카지노 리조트를 계획하여 1단계 공사가 완료된 시설과 조화를 이룰 수 있도록 향후 개발계획 수립 시 개발전략을 제공하고자 연구를 진행하였다.

그러나 중문관광단지의 지속적인 명소화를 위해 방문객들의 동기와 만족에 대한 파악이 시급히 필요하지만 이러한 연구들은 중문관광단지의 전체적인 진단이 아니라 부분적인 문제점을 해결하는데 초점이 맞추어져 있다고 할 수 있다.

이처럼, 중문관광단지 방문객의 동기에 따른 만족에 관한 연구가 국내외적으로 전무한 실정으로 대규모 자본을 투자하여 개발한 관광단지가 어떠한 방향으로 운영되고, 개선되어야 하는가와 신규 관광단지를 개발하고자 할 때, 소비자인 관광객의 요구에 부응하여 개발목표를 달성하고 이익이 창출될 수 있는 관광단지 개발 방안을 모색하고자 본 연구를 진행하게 되었다.

제2절 연구의 목적

외래관광객 유치 및 지역관광산업의 발전, 관광인프라 조성 등 다양한 이유로 관광단지가 개발·운영되고 있으나 사업 추진의 핵심인 민간투자 유치 지연, 대규모 투자 대비 저수익 문제, 자본 회임기간 장기화에 따른 채산성 저하 등의 문제가 나타나고 있다.

이러한 문제를 개선하고 관광단지 활성화를 모색하기 위한 연구들이 이루어지고 있으나, 미미한 실정이며 대부분의 연구가 관련 법규 개선 방안 및 시설에 관한 것이다.

본 연구는 관광동기, 관광만족에 관한 이론적 배경과 중문관광단지에 관한 선행연구를 살펴보고, 국내 관광단지 현황과 중문관광단지 현황 및 방문특성 분석을 통하여 중문관광단지 관광동기와 관광만족을 분석해 보고자 한다.

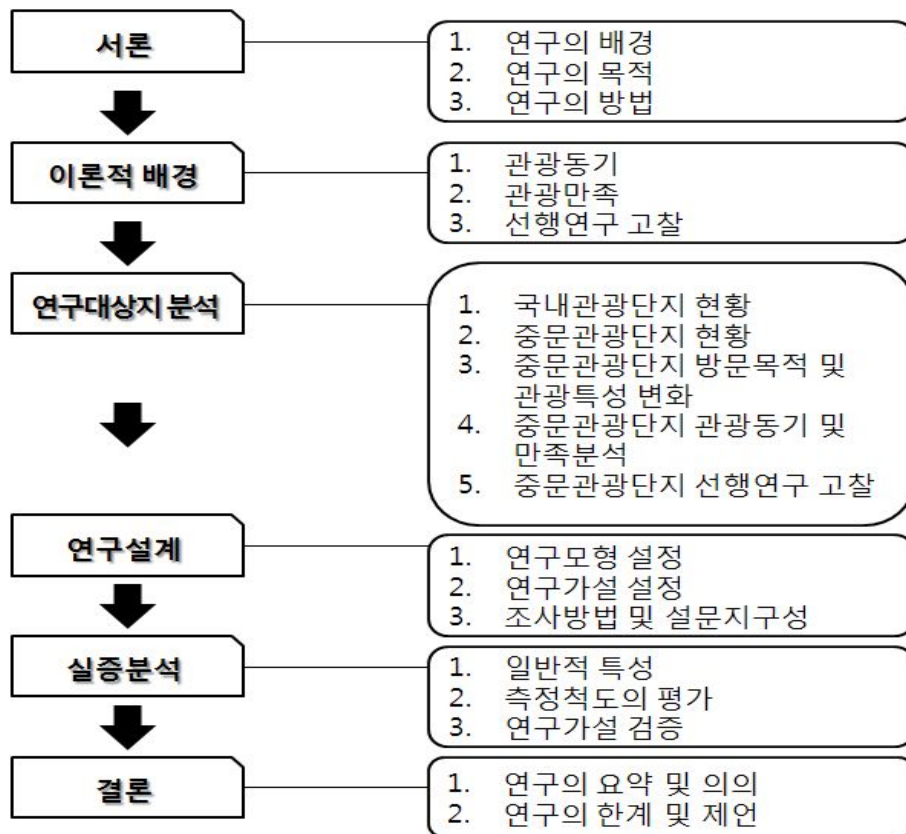
또한, 관광단지 방문객들이 관광단지를 방문하는 관광동기와 만족요인을 분석하고, 관광행태에 따라 관광만족에는 어떠한 영향을 미치며 인구통계적 특성에 따라 관광동기와 관광만족에는 어떠한 차이가 있는지를 실증적으로 분석해 봄으로써 중문관광단지를 비롯한 관광단지 활성화 방안을 모색하는데 기초 연구 자료로 제공하기 위하여 본 연구를 수행하고자 한다.

제3절 연구의 방법

본 연구는 조성·운영 중인 관광단지의 효율적인 추진과 발전방안을 모색하고자, 제주특별자치도의 중문관광단지를 방문하는 방문객을 대상으로 관광동기와 만족에 영향을 미치는 요인과의 관계를 규명하였다. 연구목적을 달성하기 위하여 국내·외 서적, 논문, 기타 간행물 등을 활용해 동기 및 만족에 관한 개념, 관광동기와 관광만족에 관한 선행 연구를 고찰했으며, 중문관광단지의 현황 및 방문특성 변화 등을 살펴보았다.

이를 바탕으로 가설을 설정하고 가설검증을 하기 위한 실증적 방법으로 중문관광단지 방문객을 대상으로 설문조사를 실시한 후 통계분석을 통해 연구를 수행했다.

연구를 위한 구성은 [그림 1-1] 과 같다.



[그림 1-1] 연구흐름도

본 연구는 총 6장으로 구성하여 수행하였다. 제1장은 서론으로 본 연구의 배경 및 목적, 연구의 방법에 대해 제시하였다. 제2장에서는 관광동기, 관광만족에 대한 이론적 배경을 정리하고 선행연구를 검토하였다. 제3장에서는 연구대상지 분석으로 국내 관광단지 현황과 중문 관광단지 현황을 기술하고 연구대상인 중문관광단지 방문 특성을 분석하였으며, 제4장에서는 연구설계 부분으로 연구모형 및 연구가설 설정, 조사방법 및 설문지 구성에 대하여 기술하였고, 제5장에서는 가설검증을 위해 실증분석을 실시하였다. 마지막으로 제6장은 결론으로 본 연구에 대한 총괄적인 정리와 연구의 한계점 및 향후 연구방향을 제시하였다.

제2장 관광동기와 관광만족에 관한 이론적 배경

제1절 관광동기

1. 동기의 개념

동기는 무언가 부족하거나 욕구를 충족시키고자 할 때 발생되며 행동의 방향, 강도, 지속성 등 어떤 목표를 향하여 행동하게 하는 것이라고 할 수 있다(장호성, 2008). 동기(motivation)란 ‘움직인다’라는 뜻을 가진 라틴어의 ‘movere’에서 유래된 것으로 이동이라는 철학적 의미를 내포하고 있으며, 사람을 움직여 행동을 하게 하는 충동, 감정, 욕망 또는 어떤 일이나 행동을 일으키게 하는 계기를 말한다(김영우, 2005).

또한, 동기는 인간의 행동 원인으로 행동 방향과 강도를 결정하고, 행동의 지속성을 유지시켜주는 내적 구성 개념이며, 어떤 행동이 시작되고 활성화되며, 유지되고 이끄러는 그리고 정지되는 현상과 이러한 현상이 나타나는 동안에 인간 내부에서는 어떤 주관적 반응이 나타나는지를 설명하는 개념이기도 하다(Johanson, J. K., Douglas S. P. & Nonaka I., 1993).

즉, 동기란 외부적 환경 내에서 존재하는 목표를 향하여 선택적으로 생체에너지를 활성화시키고 방향 짓는 내부적 상태를 의미한다(한응범, 2010).

Dann(1981)은 동기를 인간의 행동이나 활동에 직·간접적으로 영향을 미치는 내부적인 요인으로서 심리적·생리적 욕구이며, 쉽게 형성되거나 표현되지 못하지만 개인의 상태를 인식하거나 계획 합의를 이끌어 내는 힘이라고 하였다.

Loudon & Bitta(1984)는 동기란 행동을 강요하는 개인 내부의 주요 추진동력 또는 신체 에너지를 활성화해 그것의 외부환경에 존재하는 목표를 달성하도록 지시하는 내부 상태라고 정의한다. 여기서 추진력과 에너지를 활성화시키는 힘이란 긴장상태에 의해 발생된 것이라 할 수 있으며 그러한 긴장은 다시 미 충족된 욕구에 의해 야기된다(유수현, 2006).

프랜티스(Prentice, 1993)는 동기에 대해 ‘개인이나 집단행동을 적절하게 배분하고 연속적인 각 의사결정에 대해 유효한 표현으로 타인에게 나타낼 수 있는 내적 심리상태’라고 하였으며,

오웬스(Owens, 1987)는 ‘인간의 욕구가 행동으로 나타나도록 작용하는 매개변수’를 동기라고 칭하였다.

라우돈과 비타(Loudon & Bitta, 1984)는 ‘행동을 유발하는 개인의 내적 동인(動因)이나 신체 에너지를 활력화시켜 외부환경의 목표를 달성하도록 지시하는 내적상태’로 동기를 설명하였고, 모리슨(Morrison, 1989)은 동기를 ‘소비자가 자신의 욕구를 충족하기 위한 개인적인 욕망과 충동’이라고 하였다.

이유라, 노경국, 박시사, 허향진, 김태진(2009) 등은 동기란 “모든 행동에 대하여 실행할 것인지, 하지 않을 것인지를 결정하는 것인데, 이는 목적 없는 행동은 유발되지 않으며 개체의 행동은 언제나 일정한 목표를 추구하게 된다고 하였다. 그들은 동기를 행동을 취하게 하는 준비 태세이며 이러한 상태로 하여금 목표를 이끌어 갈 수 있는 에너지원”이라고 정의하였다.

양길승(2010)에 의하면 “동기란 최초 문제인식을 시작으로 정보탐색을 거쳐 다양한 대안들에 대한 평가를 거쳐 구매에 확신을 갖기까지 뒷받침되는 에너지 및 원동력”이라고 정의하였다.

이상의 내용들을 종합해 볼 때 동기는 어떤 행동의 원인을 설명하기 위한 하나의 추론적 개념이라고 할 수 있다.

〈표 2-1〉 동기에 대한 개념

연구자	정 의
Dann (1981)	인간의 행동이나 활동에 직·간접적으로 영향을 미치는 내부적인 요인으로서 심리적·생리적 욕구이며, 또한 동기는 쉽게 형성되거나 표현되지 못하지만 개인의 상태를 인식하거나 또는 계획 합의를 이끌어 내는 힘
Loudon & Bitta (1984)	동기란 행동을 강요하는 개인 내부의 주요 추진동력 또는 신체에너지를 활성화해 그것의 외부환경에 존재하는 목표를 달성하도록 지시하는 내부 상태
Loudon & Bitta (1984)	행동을 유발하는 개인의 내적 동인(動因)이나 신체에너지를 활력화시켜 외부환경의 목표를 달성하도록 지시하는 내적상태
Owens (1987)	인간의 욕구가 행동으로 나타나도록 작용하는 매개변수
Morrison (1989)	소비자가 자신의 욕구를 충족하기 위한 개인적인 욕망과 충동
(Johanson, J. K. , Douglas S. P. & Nonaka I. (1993)	인간의 행동원인으로 행동방향과 강도를 결정하고, 행동의 지속성을 유지시켜주는 내적 구성개념이며, 어떤 행동이 시작되고 활성화되며, 유지되고 이끌리는 그리고 정지되는 현상과 이러한 현상이 나타나는 동안에 인간내부에서는 어떤 주관적 반응이 나타나는지를 설명하는 개념
Prentice (1993)	개인이나 집단행동을 적정하게 배분하고 연속적인 각 의사결정에 대해 유효한 표현으로 타인에게 나타낼 수 있는 내적 심리상태

〈표계속〉

연구자	정 의
김영우 (2005)	‘움직인다’라는 뜻을 가진 라틴어의 ‘movere’에서 유래된 것으로 이동이라는 철학적 의미를 내포하고 있으며, 사람을 움직여 행동을 하게 하는 충동, 감정, 욕망 또는 어떤 일이나 행동을 일으키게 하는 계기
장호성 (2008)	동기는 무언가 부족하거나 욕구를 충족시키고자 할 때 발생되며 행동의 방향, 강도, 지속성 등 어떤 목표를 향하여 행동하게 하는 것
이유라 외 (2009)	인간의 욕구에 따라 유발되는데, 특히 관광의사 결정요인이 되며, 이를 통해 관광객이 관광행동으로 옮기는 일련의 과정에 나타나는 심리적 상태
한응범 (2010)	외부적 환경 내에서 존재하는 목표를 향하여 선택적으로 생체에너지를 활성화 시키고 방향 짓는 내부적 상태
양길승 (2010)	최초 문제인식을 시작으로 정보탐색을 거쳐 다양한 대안들에 대한 평가를 거쳐 구매에 확신을 갖기까지 뒷받침 되는 에너지 및 원동력

자료 : 선행연구를 바탕으로 연구자 재구성

2. 관광동기의 개념 및 유형

1) 관광동기의 개념

관광학에 있어 관광동기는 가장 오랫동안 관심을 받고 있는 연구 분야 중 하나로 특히 세계 2차 대전 이후의 급속한 대중관광의 성장은 이러한 관광동기에 대한 연구를 더욱 활발하게 하였다(민창기, 2001).

Glücksmann은 관광원인을 분석하는데 있어 관광객의 관광동기를 자발적으로 관광하려고 하는 ‘관념적인 것’과 어떤 곳으로 관광하지 않을 수 없는 ‘물질적인 것’으로 구분을 시도하였다(정경희, 2011 재인용).

관광 동기는 관광행동을 일으키게 하는 중요한 요인으로서 인간이 관광을 통해 만족을 얻거나 향유하고자 할 때 나타나는 관광 행동에 매우 중요한 역할을 하게 된다(이귀옥, 2000). 이러한 관광동기는 관광객이 관광행동을 일으키도록 하는 관광욕구나 요구를 그들의 의사결정에 따라 행동으로 옮기는 것을 말하며, 관광동기는 관광행동을 유도하는 중요한 요인으로서 관광객이 관광을 통해서 만족을 얻고자 할 때 나타난다(손호익, 2009).

또한, 관광동기는 인간의 내면세계와 연관돼 있어 개인의 심리적인 요인에 따라 크게 차이가 날 수 있으며, 개인적인 특성에 따른 문화·환경의 차이 및 개인적인 차이가 서로 복합적으로 작용된다. 따라서 관광동기에 대한 이론 또한 각 개인이 처한 사회적, 역사적, 경제적, 문화

적, 환경적 요인에 따라 가변적일 수밖에 없다(윤유식 외, 2005).

Mill & Morrison(1985)은 Maslow의 욕구단계설에 지적욕구와 미적욕구를 포함시켜 7가지의 동기와 관련된 관광행동으로 고찰해 인간의 욕구동기, 관광행동 간의 관련성을 설명했다(이민경, 2008 재인용).

Hudson & Hawkins(1989)는 일반적인 관광동기는 흡입요인 및 배출요인의 개념과 관계있는 것으로 인식하면서 건강, 호기심, 스포츠, 즐거움, 정신적 혹은 종교적, 직업 및 사업, 친구·친척 방문, 뿌리 확인, 자존으로 크게 구분하고 이들 각각의 하위요소를 제시하고 있다(윤유식 외, 2005 재인용)

이정은(2001)은 관광동기란 인간의 행동 이면에 있는 사고력에 의해서 어떤 특정한 방향으로 행동을 일으키는 영향력으로써, 이것이 관광행동을 유발하거나 어떤 목표를 지향하는 것은 내재된 욕구 때문이며, 욕구는 만족을 추구하거나 완성을 하고자 하는 심리적으로 불완전한 상태로써 동기발생의 요인이 된다고 하였다.

황금덕(2003)은 관광동기란 관광자가 그들의 관광욕구를 충족시키기 위한 개인적 욕망과 충동이라 하였으며, 관광은 개개인의 내면적 및 심리적인 상황과 사회문화적인 여건에 따라 다양하게 이루어지지만 시간과 경제적인 조건 및 사회적 제약 하에서 자신의 욕구가 만족될 것임이 가능해진다는 점에서 관광동기는 관광행동을 유발하는 충동력이라 하였다.

김성수(2005)는 관광동기는 잠재 관광객으로 하여금 관광행동을 일으키도록 하는 관광욕구를 의사결정을 통하여 행동으로 나타내는 힘을 말한다. 따라서 관광동기는 관광행동을 일으키게 하는 중요한 요인으로서 인간이 관광을 통해서 만족을 얻고자 할 때 발생한다고 하였다.

조이경(2009)에 의하면 관광동기란 개인적·심리적인 내적 환경요소와 문화적·사회적인 외적 환경요소에 근거를 두고 있기 때문에 이를 어떤 척도에 기준을 두고 총체적으로 추출해 내기란 매우 어려운 일이며, 접근하는 관점도 달라야 한다고 하였다. 정익준, 안범용, 장태선, 김미경(2010)은 관광동기란 인간이 내향적으로 갖는 관광행동을 지배하는 궁극적인 충동력이라 표현할 수 있다고 하였다(정경희, 2011 재인용).

홍원식(2010)은 관광동기는 관광객에게 관광행동을 유발하게 하는 자극으로서 실제 행동의 요인이 되는 여러 가지 힘 또는 관광행동을 지배하는 궁극적인 충동력이라 정의할 수 있고, 관광자가 관광행동을 일으키게 하는 중요한 요인으로서 인간이 여행을 통해 만족을 얻거나 향유하고자 할 때 일어나며, 이러한 관광동기에 대한 지식은 사람들의 여행습관과 목적지 결정은 물론 그들의 미래 여행패턴을 예견하는데 매우 중요한 역할을 한다고 볼 수 있다고 하였다.

선행연구들을 종합해 보면 관광동기란 개인적·심리적인 내적 환경요소와 문화적·사회적인 외적환경 요소에 근거를 두고, 관광행동을 지배하는 궁극적인 충동력으로 관광행동을 유도하는 중요한 요인이라고 볼 수 있다.

〈표 2-2〉 관광동기에 대한 개념

연구자	정 의
Mill & Morrison (1985)	Maslow의 욕구단계설에 지적욕구와 미적욕구를 포함시켜 7가지의 동기와 관련된 관광행동으로 고찰해 인간의 욕구동기, 관광행동 간의 관련성을 설명
Hudson & Hawkins (1989)	일반적인 관광동기는 흡입요인 및 배출요인의 개념과 관계있는 것으로 인식하면서 건강, 호기심, 스포츠, 즐거움, 정신적 혹은 종교적, 직업 및 사업, 친구·친척 방문, 뿌리 확인, 자존으로 크게 구분하고 이들 각각의 하위요소를 제시
이귀옥 (2000)	관광행동을 일으키게 하는 중요한 요인으로서 인간이 관광을 통해 만족을 얻거나 향유하고자 할 때 나타나는 관광 행동에 매우 중요한 역할
이정은 (2001)	인간의 행동 이면에 있는 사고력에 의해서 어떤 특정한 방향으로 행동을 일으키는 영향력으로써, 이것이 관광행동을 유발하거나 어떤 목표를 지향하는 것은 내재된 욕구 때문이며, 욕구는 만족을 추구하거나 완성을 하고자 하는 심리적으로 불완전한 상태로써 동기발생의 요인
황금덕 (2003)	관광자가 그들의 관광욕구를 충족시키기 위한 개인적 욕망과 충동
윤유식 외 (2005)	인간의 내면세계와 연관돼 있어 개인의 심리적인 요인에 따라 크게 차이가 날 수 있으며, 개인적인 특성에 따른 문화·환경의 차이 및 개인적인 차이가 서로 복합적으로 작용
김성수 (2005)	관광동기는 잠재 관광객으로 하여금 관광행동을 일으키도록 하는 관광욕구를 의사결정을 통하여 행동으로 나타내는 힘을 말한다. 따라서 관광동기는 관광행동을 일으키게 하는 중요한 요인으로서 인간이 관광을 통해서 만족을 얻고자 할 때 발생
손호익 (2009)	관광객이 관광행동을 일으키도록 하는 관광욕구나 요구를 그들의 의사결정에 따라 행동으로 옮기는 것을 말하며, 관광동기는 관광행동을 유도하는 중요한 요인으로서 관광객이 관광을 통해서 만족을 얻고자 할 때 나타난다
조이경 (2009)	개인적·심리적인 내적환경요소와 문화적·사회적인 외적환경요소에 근거를 두고 있기 때문에 이를 어떤 척도에 기준을 두고 총체적으로 추출해내기란 매우 어려운 일이며, 접근하는 관점도 달라야 함
홍원식 (2010)	관광객에게 관광행동을 유발하게 하는 자극으로서 실제 행동의 요인이 되는 여러 가지 힘 또는 관광행동을 지배하는 궁극적인 충동력이라 정의할 수 있고, 관광자가 관광행동을 일으키게 하는 중요한 요인으로서 인간이 여행을 통해 만족을 얻거나 향유하고자 할 때 일어나며, 이러한 관광동기에 대한 지식은 사람들의 여행습관과 목적지 결정은 물론 그들의 미래 여행패턴을 예견하는데 매우 중요한 역할을 함
정익준 외 (2010)	인간이 내향적으로 갖는 관광행동을 지배하는 궁극적인 충동력

자료 : 선행연구를 바탕으로 연구자 재구성

2) 관광동기의 유형

관광동기의 유형에 대해 많은 학자들의 연구가 있었지만, 개념이 중복되거나 상이해 한 마디로 규정하는 것은 어렵다고 볼 수 있다.

독일의 글릭스만(Glücksman, 1935)은 관광분야에서 처음으로 관광동기의 유형을 분류하고자 시도하였고, 1981년에 펴낸 ‘일반 관광론’이라는 자신의 저서에서 관광 원인을 인간과 장소 크게 두 가지로 구분하면서 관념적, 물질적으로 양분하였다. 그는 관광동기를 기반으로 표현하면서 관념적 기반으로는 구체적으로 심적, 정신적으로 구분하였고, 물질적 기반으로는 육체적, 경제적으로 나누었다(한응범, 2010 재인용).

〈표 2-3〉 Glücksman의 관광 원인

인간 (여행자 측)	관념적기반	심 적	질병, 불안, 자연력, 자연과 인간, 형이상학
		정신적	직업상의 준비, 교육, 실천
	물질적기반	육체적	질병예방, 반응
		경제적	상용(常用)여행

자료 : 조명환(1994), “관광동기연구에 관한 재고찰”. 관광·레저연구, Vol.6, pp.99

다음으로 여러 가지 동기이론 중에서 가장 잘 알려진 이론으로 매슬로우(Maslow)의 욕구 위계 이론이 있다. 매슬로우에 의하면 인간을 동기부여 할 수 있는 욕구는 계층을 형성하고 있으며, 이러한 욕구들이 높은 데에서 낮은 데로 순서가 정해질 수 있으며, 각 단계의 욕구가 만족됨에 따라 선행단계는 더 이상 동기부여의 역할을 수행하지 못하고 다음의 욕구가 어떤 행위를 동기부여 할 수 있는 요인으로 작용하게 된다고 가정하였다.

관광동기는 Maslow의 욕구 5단계 이론 중 자아실현의 욕구라고 볼 수 있고, 현대 관광객의 대부분은 이러한 고차원의 자기실현 욕구를 실현하고 있으며, 이는 알려고 하는 지적욕구를 나타내고 있다(손대현, 1983).

다나까(田中喜一, 1950)는 글릭스만(Glücksman)의 관광동기 분류체계를 발전시켜 관광의 결정요인을 분석하면서 관광욕구를 관광자원 및 관광매체(교통수단, 여행업 등)와 함께 내생적(內生的)요인이라 하였다. 그리고 정치·경제·사회적 요인을 외생적 요인으로 설명하고 있다. 그는 자극된 욕구에 의해서 여행하려는 관광자의 동기에는 여러 가지가 있을 수 있다고 하였다. 이를테면 일상생활에 변화를 주거나 생활의 내용을 풍부하게 하려는 개인적 욕구에서 관광동기가 발생하는 일이 많다고 기술하면서 다음<표 2-4>와 같이 제시하였다.

〈표 2-4〉 다나까(田中喜一)의 관광욕구 및 동기의 분류

동기의 유형	관광동기	욕구의 유형	관광욕구
심리적 동기	사향심(思郷心)	신체적 욕구	치료욕구
	교류심(交流心)		요양욕구
	신앙심(信仰心)		운동욕구
정신적 동기	지식욕구	경제적 욕구	쇼핑목적
	견문욕구		사업목적
	환락욕구		

자료 : "관광사업 경영론", 서울: 관광사업연구회편, 1999, p.53

또한 토마스(Thomas, 1964)는 18개의 주요 사회·문화적 관광동기를 교육·문화적 동기, 휴양과 오락적 동기, 종족 지향적 동기, 기타 동기로 아래의 <표 2-5>와 같이 제시하였다.

〈표2-5〉 Thomas의 관광동기의 분류

동기의 유형	관 광 동 기
교육·문화적 동기	①타국의 건문화대 ②명소감상 ③새로운 것의 이해 ④특별한 행사의 참여
휴양과 오락적 동기	⑤일상성 탈피 ⑥즐거움 시간 향유 ⑦낭만적 경험추구
종족 지향적 동기	⑧조상의 생활터 방문 ⑨종족의 묘지방문
기타 동기	⑩기후 ⑪건강 ⑫스포츠 ⑬경제 ⑭모험 ⑮우월성 ⑯동조 ⑰역사체험 ⑱세상을 알고자 하는 욕망

자료 : Thomas, J. A.(1964), "What makes people travel", ASTA Travel News, August, pp.64-65

이와 함께 맥킨토시(Mcintosh, 1977)는 관광자들은 복잡하고 상징적인 속성을 가지고 있는 여행을 통해 많은 욕구를 한꺼번에 충족시키려고 하기 때문에 관광행동에 한가지의 동기만이 개입되어 표출되는 것으로 추측해서는 안 된다는 점을 강조하면서 인간의 기본적 관광동기를 다음<표 2-6>과 같이 세분화하였다.

〈표 2-6〉 Mcintosh의 관광동기의 분류

동기의 유형	관광동기
신체적 동기 (physical motivations)	· 심신의 일신: 치료 EH는 자발적인 건강유지의 목적, 스포츠 참여 · 즐거움: 쾌락, 흥분, 낭만, 오락, 쇼핑
문화적 동기 (cultural motivations)	· 타국의 사람 및 장소에 대한 호기심 · 음악, 조각 등의 예술과 민속에 관한 흥미 · 올림픽과 같은 국가 및 국제적 특별행사의 실제 경험
대인적 동기 (personal motivations)	· 친구 및 친지방문 · 순례여행과 같은 정신적 이유에서 사람, 장소 방문 · 색다른 환경에서 새롭고 특별한 경험의 모색 · 일상적인 사회적 환경에서 벗어나고자 하는 욕구 · 여행을 통해 새로운 사람과의 만남 · 여행 그 자체를 위한 여행
명예와 지위동기 (prestige and status motivations)	· 취미활동 · 학습 또는 사업 · 교육적 기여 · 자아실현 · 감각적 몰입 · 회의참여 · 패션추구

자료: McIntosh, R.W.(1977), "Tourism: principles, practices and philosophies (2nded.)", Columbus: GridInc. , pp.61-65

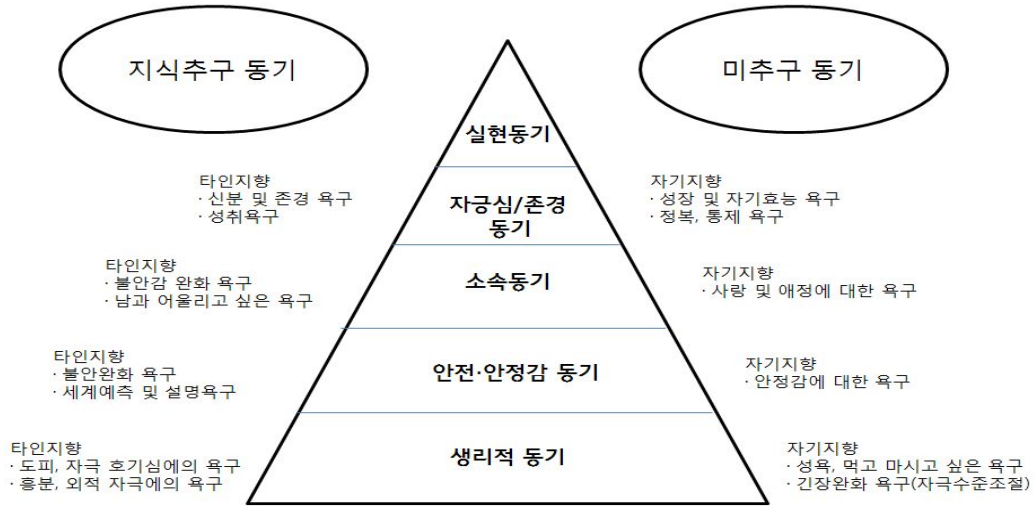
피셔와 프라이스(Fisher & Price, 1991)는 과거 연구들을 기초로 교육, 도피, 대응, 친목 새로운 교제 등의 관광동기를 제시하여 다음 <표 2-7>과 같이 4가지 차원으로 분류하여 설명하고 있다.

〈표 2-7〉 Fisher & Price의 관광동기 분류

동기의 유형	관 광 동 기
교육동기	방문국 문화에 대해 배우고자 하는 욕구
도피동기	일상의 단조로움과 스트레스로부터의 도피욕구
해소동기	어떤 문제를 해결하고자 여행을 하는 욕구
사교동기	친구 또는 가족 간의 유화감 조성과 새로운 사람을 사귀고자 하는 욕구

자료: Fisher, R. J. , & Price, L. L.(1991), "International pleasure travel motivations and post vacation cultural attitude change", Journal of Leisure Research, Vol.23 No.4, pp.555-581

밀과 모리슨(Mill & Morrison, 1985)은 매슬로우 욕구 5단계에 근거를 둔 동기이론에 2단계
를 추가하여 매슬로우의 동기이론을 [그림 2-1]과 같이 확장하였다.



[그림 2-1] 확장된 Maslow의 동기이론

자료: 강미희(1999), "생태관광객의 여행 동기 및 태도", 서울대학교 박사학위논문, p.33(재인용)

매슬로우의 욕구 위계이론을 확장한 밀과 모리슨(Mill & Morrison)은 관광사업자가 관광객의 관광동기 요소를 정확히 이해하면 보다 효과적으로 광고를 실행할 수 있을 것이며, 관광객의 욕구를 바로 파악할 수 있다면 그러한 욕구를 정확히 만족시킬 대안 제시도 가능해진다는 주장을 하면서 <표2-8>과 같은 7단계 관광동기를 제안하였다¹⁾

<표 2-8> Mill & Morrison의 관광욕구와 동기요인

욕구의 유형	동기	동기요인
생리적 욕구	휴식동기	일탈, 휴식, 기분전환, 긴장완화, 햇빛추구
안전욕구	안정동기	안전, 건강, 위락, 활동성
소속욕구	사랑동기	가족화합, 가족에 대한 애정, 친족 및 동족 방문, 개인적 유대감, 대인관계, 동료의식, 사교, 사회적 접촉유지
자존의 욕구	자존의 동기	수행능력 확인, 직업개발, 신분상승, 품위·위신, 신분·지위, 사회적 인정, 타인에 대한 자기과시, 자아확대
자아실현욕구	진실성의 동기	탐구를 통한 자기평가, 자아발견, 내적욕구의 충족
지적욕구	지식추구의 동기	문화, 교육, 방랑성, 타지역에 대한 관심
미적욕구	미적 동기	환경, 경관 미(美)

자료: 이장주(2003), "지역축제 참여동기 모형에 관한 연구", 전남대학교 박사학위논문, p.29

1) Mill.R.C.(1990), The "international business", New Jersey: Prentice-Hall, pp.62-70

이상에서 선행연구들이 어떻게 관광동기를 개념화하고 유형화하는지를 살펴보았다. 이를 종합해 보면, 연구자별, 시대별로 다소 차이는 있지만 관광동기 요인들이 전반적으로 비슷하게 구분되는 경향을 볼 수 있다.

〈표 2-9〉 관광동기에 대한 유형분류

연구자	정 의
Glücksman (1935)	<ul style="list-style-type: none"> • 관념적 기반(심적, 정신적) • 물질적 기반(육체적, 경제적)
田中喜一 (1950)	<ul style="list-style-type: none"> • 심리적 동기 • 정신적 동기 • 신체적 욕구 • 경제적 욕구
Thomas (1964)	<ul style="list-style-type: none"> • 교육·문화적 동기 • 종족 지향적 동기 • 휴양과 오락적 동기 • 기타 동기
Mcintosh (1977)	<ul style="list-style-type: none"> • 신체적 동기 • 대인적 동기 • 문화적 동기 • 명예와 지위동기
Mill & Morrison (1990)	<ul style="list-style-type: none"> • 생리적욕구(휴식동기) • 소속욕구(사랑동기) • 자아실현욕구(진실성의 동기) • 미적욕구(미적동기) • 안전욕구(안정동기) • 자존의 욕구(자존의 동기) • 지적욕구(지식추구의 동기)
Fisher & Price (1991)	<ul style="list-style-type: none"> • 교육동기 • 해소동기 • 도피동기 • 사교동기
문순영 (1994)	<ul style="list-style-type: none"> • 신체적 동기 • 경제적 동기 • 지위향상적 동기 • 문화적 동기 • 정신적 동기

자료 : 선행연구를 바탕으로 연구자 재구성

제2절 관광만족

1. 만족의 개념

만족에 관한 연구는 소비자 연구에 있어서 매우 강조되어 왔으나 그 개념에 대해서는 아직 학자들 간에 의견의 일치를 보지 못하고 있다. 소비자만족 개념의 이해를 위한 다양한 접근방법(또는 패러다임)들이 여러 학자들에 의해 제시되고 있으며, 따라서 만족에 대한 기존의 연구는 다양한 관점으로 구분 가능하다(조승행, 2005).

Oliver(1993)는 만족(satisfaction)이라는 단어를 영어의 'enough' 뜻을 가진 라틴어의 'satis'와 'to do or make'의 의미인 'facere'에서 파생되었으며, 만족시킨다(to satisfy)라는 개념은 영어 어휘적 의미로 볼 때 '가득 차도록 충족시킨다(to gratify to the full)'라고 설명하였다(정경희, 2011 재인용).

그러면서 Oliver(1993)는 느낌, 즐거움, 놀라움, 기쁨, 만족 등의 척도를 사용하여 만족의 개념을 정의하였는데 만족이란 체험관광객의 체험활동 참가 이후 그 후속단계에 대한 평가방법으로서 체험관광에 참가한 후의 경험을 토대로 총체적으로 어떤 느낌으로 만족하였는가를 측정하는 것이라고 하였다.

Westbrok(1987)은 소비자들은 구매할 때 긍정적인 감정과 부정적인 감정의 두 가지 감정 상태를 형성하고 그 긍정적·부정적인 감정이 만족에 포함된다고 주장하면서 만족의 정의에 감정적인 측면을 강조했다(Oliver, 1993).

문순영(1994)은 만족이란 행동과학에서는 일반적으로 인간의 기본적인 필요나 욕구에 의하여 동기목표를 달성하는 정도를 나타내는 복합적인 용어 또는 개념이라고 하였으며, 이유재(1995)는 만족은 결과에 강조를 둔 결과 지향적인 정의와 과정에 강조를 둔 과정 지향적인 정의로 구분하여 볼 수 있는데, 과정 지향적 접근은 소비자의 전체 소비경험을 다루고 있어 고객 만족을 형성하는 지각적, 평가적, 심리적 과정 모두에 대한 검토가 가능하기 때문에 대부분의 만족연구는 이 과정 지향적 접근을 채택하고 있다고 하였다.

또한, 만족은 인지적(cognitive) 측면에 입각한 정의와 감정적(affective) 측면에 입각한 정의로도 나뉘 볼 수 있다(김규동, 1996). 인지적 측면의 입장은 만족을 '구체적인 구매 선택과 관련된 선택 후의 평가적인 판단'이라고 정의하고 있으며, 감정적 측면의 입장은 '감정적 또는

부정적 감정' 또는 느낌의 요소가 만족에 있어 중요하다고 주장한다(김두하, 1998).

이주한(2000)은 만족에 대해 구매와 사용과정에서 기대했던 결과와 구매 비용과의 관계로 살펴보면, 소비자는 구매 결과가 최초의 기대와 같거나 또는 기대보다 높다고 인지할 때 만족을 하게 되며 결과가 기대보다 낮을 때 불만을 느낀다. 만족이란 구매와 사용과정에서 기대했던 결과와 구매비용 부담을 비교해 봄으로써 나타나는 결과이다. 또한, 한응범(2010)은 만족이란 기대와 사용 후 느끼는 성과를 비교할 때 느끼는 감정 상태라라고 볼 수 있다. 즉, 사전의 기대와 사용 후 지각되는 제품 성과 간에 지각된 불일치의 평가 반응으로 소비자 영역, 총괄적 이익, 소비, 특정 있는 행동 등에서 지각된 평가의 결과라고도 볼 수 있다. 만족은 현재 경험하고 있는 것이 기대했던 만큼의 수준인가에 대한 평가라고 하였다.

주현식(2001)은 만족의 개념(concept) 또는 구성개념(construct)을 정의하는 데는 다음과 같은 조건이 충족되어야 한다고 주장하고 있다. 첫째, 정의가 지나치게 광범위하거나 제한적으로 제시되어서는 안 되며, 둘째, 명확하지 않거나 모호하거나 애매하거나 비유적인 언어가 정의에 포함되어서는 안 되며, 셋째, 정의에는 명명될 대상의 본질적인 특성이 기술되어야 한다고 하였다.

〈표 2-10〉 만족에 대한 개념

연구자	정 의
Westbrok (1987)	소비자들은 구매할 때 긍정적인 감정과 부정적인 감정의 두 가지 감정상태를 형성하고 그 긍정적·부정적인 감정이 만족에 포함된다고 주장하면서 만족의 정의에 감정적인 측면을 강조
Oliver (1993)	만족(satisfaction)이라는 단어를 영어의 'enough' 뜻을 가진 라틴어의 'satis'와 'to do or make'의 의미인 'facere'에서 파생되었으며, 만족시킨다(to satisfy)라는 개념은 영어 어휘적 의미로 볼 때 '가득 차도록 충족시킨다(to gratify to the full)'라고 설명
문순영 (1994)	행동과학에서는 일반적으로 인간의 기본적인 필요나 욕구에 의하여 동기목표를 달성하는 정도를 나타내는 복합적인 용어 또는 개념
이유재 (1995)	결과에 강조를 둔 결과지향적인 정의와 과정에 강조를 둔 과정지향적인 정의로 구분하여 볼 수 있는데, 과정지향적 접근은 소비자의 전체 소비경험을 다루고 있어 고객 만족을 형성하는 지각적, 평가적, 심리적 과정 모두에 대한 검토가 가능하기 때문에 대부분의 만족연구는 이 과정지향적 접근을 채택
김규동 (1996)	만족은 인지적(cognitive) 측면에 입각한 정의와 감정적(affective) 측면에 입각한 정의로 나뉘
김두하 (1998)	인지적 측면의 입장은 만족을 '구체적인 구매 선택과 관련된 선택 후의 평가적인 판단'이라고 정의하고 있으며, 감정적 측면의 입장은 '감정적 또는 부정적 감정' 또는 '느낌의 요소가 만족에 있어 중요
이주한 (2000)	구매와 사용과정에서 기대했던 결과와 구매비용 부담을 비교해 봄으로써 나타나는 결과
한응범 (2010)	기대와 사용 후 성과를 비교할 때 느끼는 감정 상태이며, 사전의 기대와 사용 후 지각되는 제품 성과 간에 지각된 불일치의 평가 반응으로 소비자영역, 총괄적 이익, 소비, 특정 있는 행동 등에서 지각된 결과의 평가 반응

자료 : 선행연구를 바탕으로 연구자 재구성

2. 관광만족의 개념 및 측정방법

1) 관광만족의 개념

관광만족에 대한 연구는 피잠, 노이만 및 레이첼(Pizam, Neumann & Reichel, 1978)로부터 시작되었는데, 그들은 소비자만족 이론을 이용하여 관광만족에 적용한 관광만족의 구조를 조 작화 하였다(장형섭, 2001). Pizam(1982)은 관광객의 관광지 만족에 대한 차원 연구에서 만족 측정을 먼저 관광지가 제공하는 7가지 경험요소를 숙박시설, 식음시설, 접근성, 매력성, 비용, 쾌적성, 환대정신 등으로 구분하였다. 각 요소들에 대한 만족정도를 측정해 관광객이 전반적 인 만족은 궁극적으로 각 요소의 만족도 평균값으로 정의했다. 이 연구에서 관광객 만족의 결 정요인을 실증적으로 규명하려 했으며 그 요소들을 측정하고자 확인적 요인분석 등의 방법을 제시하였다(김길수, 2010 재인용).

Iso-Ahola(1980)는 관광만족의 개념은 동기, 선호도, 심리적 결과, 그리고 경험의 기대와 같 은 다양한 용어들과 관련하여 다루어져 왔으며, 이러한 접근법은 관광에 대한 요구와 동기, 경 험의 유형 등에 대한 인지를 관광만족으로 가정하고 있다. 또한, Fridgen(1991)은 관광만족은 관광마케팅과 직접 연관될 수 있으며, 만족한 관광객은 관광목적지에 대해 더욱 더 재방문하 고 싶어 하며 잠재관광객을 더 많이 발생시킨다고 하였다.

이러한 개념으로 Crompton과 Love(1995)는 위락이나 관광활동의 참여로부터 나타나는 심 리적 결과인 관광객의 경험품질(quality of experience)로 관광객만족을 정의하였으며, Baker 와 Crompton(2000)도 “만족은 기회에 노출된 이후(after exposure to opportunity)에 생성되는 관광객의 정서적 상태(emotional state)로 정의하면서, 경험품질(quality of experience)”을 강조 하였다. 이것은 Bultena와 Klessig(1969)의 만족 정의와 일치하는 것이다.

관광객 만족을 기대된 경험과 관광활동의 참여로부터 나오는 지각된 경험 간의 비교과정으 로 인식하고 있다. 그러나 이 연구에서는 이러한 비교과정의 심리적 최종 상태도 또한 중요한 것임을 강조하고 있다(윤동구, 2001 재인용).

관광만족은 관광활동 참여의 궁극적 목적이라고 할 정도로 중요한 개념이라 할 수 있으며, 만족의 개념은 관광체험의 후속단계를 대표하는 심리적 구성개념이다(고동우, 1998)

또한, 관광만족이란 관광상품 속성 수준에서의 실제 혜택과의 주관적인 평가이며 시장 전체 뿐 아니라 구매한 상품이나 서비스, 소매상, 쇼핑, 구매행동과 같은 개별행위에서 유도된 감정 적 반응이다(박상규, 2008).

Lounsbury & Polik(1992)에 의하면 전반적인 관광만족은 관광 참여자 자신이 체험관광 총체에 대한 사후 이미지를 평가하는 것으로서 체험관광 총체에 대한 일종의 태도이다.

그러나 관광만족에 있어서 구체적인 측정방식은 기존의 연구들마다 다양한 형태를 띠고 있다(정경희, 2011 재인용). 선행연구들로부터 얻어진 관광만족은 결국 “최종상태(an end state)”나 “과정(process)”으로 정의하고 있음을 암시하고 있다(Rust and Oliver, 1994).

상태 혹은 평가과정으로서의 만족 정의에 대한 이 두 가지 견해는 지각된 실제와 기대를 비교하는 것으로 비교기준의 틀을 제시하고 있다. 전자는 경험 과정으로부터 야기되는 결과를 강조하고 있는 반면, 후자는 만족이 산출되는데 형성되는 경험과정에 있어서 각 단계의 독특한 구성요소에 초점을 맞추고 있다. 후자의 과정 지향적 접근은 관광객의 전체 관광경험을 다루고 있어 각 단계에서 중요한 역할을 하는 각 요소들을 개별적으로 측정하여 중요한 과정을 확인시켜 줄 수 있는 것이다(이유재, 1995).

〈표 2-11〉 관광만족에 대한 개념

연구자	정 의
Pizam, Neumann, and Reichel (1978)	관광목적지에 대한 사전 기대와 관광객의 실제 경험간의 상호작용에 의한 결과로 보고, 관광객만족의 구성개념을 여행경험에 있어서 특정영역(관광지 속성)에 대한 관광객 태도의 조합
Iso-Ahola (1980)	관광만족의 개념은 동기, 선호도, 심리적 결과, 그리고 경험의 기대와 같은 다양한 용어들과 관련하여 다루어져 왔으며, 이러한 접근법은 관광에 대한 요구와 동기, 경험의 유형 등에 대한 인지
Fridgen (1991)	관광마케팅과 직접 연관될 수 있으며, 만족한 관광객은 관광목적지에 대해 더욱 더 재방문하고 싶어 하며 잠재관광객을 더 많이 발생
Lounsbury & Polik (1992)	관광 참여자 자신이 체험관광 총체에 대한 사후 이미지를 평가하는 것으로서 체험관광 총체에 대한 일종의 태도
Crompton and Love (1995)	위락이나 관광활동의 참여로부터 나타나는 심리적 결과인 관광객의 경험의 질
고동우 (1998)	관광활동 참여의 궁극적 목적이라고 할 정도로 중요한 개념이라 할 수 있으며, 만족의 개념은 관광체험의 후속단계를 대표하는 심리적 구성개념
박상규 (2008)	관광상품 속성수준에서의 실제 혜택과의 주관적인 평가이며 시장 전체뿐 아니라 구매 한 상품이나 서비스, 소매상, 쇼핑, 구매행동과 같은 개별행위에서 유도된 감정적 반응

자료 : 선행연구를 바탕으로 연구자 재구성

2) 관광객 만족의 측정방법

관광객만족의 측정방법은 크게 직접 측정법(직접조사)과 간접 측정법(간접조사)으로 나눌 수 있다. 직접 측정법은 하나 또는 그 이상의 문항으로 직접 관광경험에 대한 느낌이나 만족, 선호도 등을 질문함으로써 관광객만족을 측정하는 방법이다(김완석·강용주, 1999).

이 방법의 장점은 간편성으로 목적이 명확하고 관광객이 쉽게 응답할 수 있는 방법이다. 또한 관광객만족과 측정치 사이의 관계도 비교적 명확하다고 할 수 있다. 그러나 단점은 응답자가 질문자에 의해 쉽게 영향을 받을 수 있다는 점이다. 표본 선정의 오류, 면접자 오류, 무응답자 오류 등의 문제로 조사 자료의 타당성이 위협받을 수 있다(이유재, 1995).

간접 측정법은 관광객으로 하여금 관광상품의 여러 측면 또는 속성에 대해 평가하도록 하고, 이들 응답값들을 다양한 방식으로 계산해서 얻은 단일점수를 관광객만족의 지표로 삼는 방법으로(김완석·강용주, 1999), 고객 불평이나 재방문에 대한 자료수집을 통해서도 조사할 수 있다.

그러나 이 방법에는 몇 가지 문제점이 있는데, 첫째 혼동효과(confounding effect)들 때문에 개념과 측정치 사이의 관계가 모호하며 불완전하다. 즉 관광객의 재방문은 관광객만족뿐만 아니라 관광기업이나 관광지의 촉진활동, 방문가능성, 충성도와 같은 다른 요인들에 의해서도 영향을 받는다. 예를 들어 관광객은 이전의 방문에 대해 불만족을 느끼지만 다른 관광지로 방문할 수 없거나 관광지나 관광기업이 특별한 판촉활동을 하기 때문에 해당 관광지를 재방문할 수 있다. 따라서 이러한 간접 측정법은 만족뿐만 아니라 다른 외적 요인들까지 함께 측정하게 된다. 둘째로 이러한 척도(measures)는 분포의 양끝 부분에 존재하기 때문에 극단적 표본을 추출함으로써 전형적인 관광객만족을 측정하는데 실패할 수도 있다. 예를 들어, 일반 관광객보다 공격적이거나 매우 극단적인 경험을 한 관광객이 불평으로 자기 의견을 표현할 가능성이 많다(이유재, 1995).

관광객만족의 형성과정과 영향요인들에 관심을 갖는 이론지향성이 강한 연구들은 관광객만족을 측정할 때 기대, 지각된 성과, 불일치 등의 개념과는 독립적으로 따로 관광객만족을 측정하는 직접 측정법을 대체로 이용한다.

이에 비해 관광객만족의 관리와 진단에 관심을 갖는 실용적인 연구들은 따로 관광객만족을 측정하지 않고 상품 속성별로 측정된 불일치, 지각된 성과, 중요도-성과 등 다양한 방식으로 조합한 복합점수를 관광객만족의 지표로 사용한다(윤동구, 2001 재인용)

Parasuraman, Zeithaml, & Berry(1988; 1991)가 개발하여 널리 알려진 성과-기대모형의 SERVQUAL이 대표적이며, 또한 성과 모형으로 대표되는 Cronin과 Tylor(1992; 1994)가 개발

한 SERVPERF, 그리고 Tsas(1993)의 EP모형(성과-이상점)도 있다.

Cardozo(1965)의 연구 이래, 소비자 혹은 고객만족 연구는 주로 만족의 이론적 결정요인에 초점을 맞추어 발전되었고, 그러한 대부분의 연구들은 주로 Oliver(1980a)가 제시한 기대-불일치 패러다임(expectation-disconfirmation paradigm)을 따라 왔다.

그러나 기대-불일치 패러다임의 한계성에 대한 많은 지적과 함께 기대-불일치 패러다임에 대한 확장 및 수정 노력들이 기울어져 왔고, 이러한 결과로 다양한 소비자만족의 비교기준들이 제시되어 다양한 관점에서 상이한 소비상황과 소비자만족 형성과정으로 설명하고자 이용되고 있다(Bearden and Teel, 1983)

따라서 만족의 주요 비교기준으로 기대-불일치 패러다임 이외에도 지각된 성과 패러다임(Churchill and Suprenant, 1982), 비교기준으로서의 규범(LaTour and Peat, 1979), 다중적 과정모델(Sirgy, 1984), 귀인 패러다임(Folkes, 1984), 공정성 패러다임(Adams, 1963), 감정적 반응 패러다임(Westbrook, 1980) 등 다양한 접근방법으로 고객만족을 설명하고 있다. 다음의 <표 2-12>는 소비자만족/불만족의 결정변수와 관련된 주요 비교기준(모형)의 특성을 요약한 것이다.

<표 2-12> 소비자만족/불만족 모형의 주요 특성

비교기준	주요특성
기대불일치 모형	소비자의 구매 이전의 기대가 긍정적 혹은 부정적 불일치를 가져와 만족과 불만족을 초래
공정성 모형	소비자만족은 거래에 관련된 고객들이 투입하는 비용과 예상되는 보상에 의해 도출된 공정성에 의해 의존
귀인 모형	소비자들은 다차원적인 스키마를 이용하여 구매의 성공과 실패의 원인을 찾으며, 구매 후의 반응은 귀인에 의존
지각된 성과 모형	어떤 제품들은 처음의 기대와 상관없이 지각된 제품성공에 의해 결정
규범 모형	규범이 상표평가의 준거점으로 작용하며 만족의 판단은 이들 규범과 비교한 일치/불일치에 근거
다중적 과정 모형	소비자는 다중적(복수의) 기준을 이용하거나 만족에 도달하기까지 연속적 내지 동시적으로 여러번의 비교를 거침
감정 모형	만족은 인지적 요소 외에도 감정반응의 함수이다. 긍정적/부정적 감정은 고객만족에 대한 판단과 불평행동, 구진행동에 영향을 미침

자료: 정용길(1997). 소비자 만족/불만족에 영향을 미치는 변수에 관한 연구. 서울대학교경영논집, 31(1/2): 389.

관광만족의 측정방법도 이러한 소비자만족 이론의 영역으로부터 출발하여 연구되었지만, 본 연구에서의 만족도 측정은 선행연구에서 제시되었거나 사용된 측정항목으로부터 공통된 항목을 도출하여 연구를 진행하였다.

제3절 관광동기와 관광만족에 관한 선행연구

관광단지의 방문객을 대상으로 한 동기 및 만족에 관한 연구는 전무한 실정으로 본 연구에서는 관광지의 관광동기와 만족간의 관계를 바탕으로 하여 관광단지 관광동기 요인과 만족 요인을 도출하여 연구를 진행하였다.

관광만족과 같이 어떤 상품의 이용 또는 소비 이후의 만족에 대한 연구는 고객만족이 소비자 행동에 미치는 영향을 다루는 독립변수와 상품의 다양한 요인이 고객만족에 미치는 영향을 다루는 종속변수 등 두 가지 방향에서 연구가 주로 진행되어 왔다(안영면, 2005).

관광객 만족에 대한 연구가 관광분야에서 중요하게 다뤄지는 이유는 관광객의 만족 정도에 따라 해당 관광목적지에 대한 재방문 가능성이 높아질 뿐더러 구전효과의 영향 또한 매우 커 관광수요의 크기를 결정짓는데 중요한 역할을 한다는 사실 때문이다. 따라서 관광만족에 직접적인 영향을 미치는 관광객욕구를 파악할 수 있고 관광객의 동기요소를 정확히 이해한다면 효과적으로 광고를 실행할 수 있으며, 성공적인 관광객 만족과 재방문 결과가 나타난다. 따라서 관광에 있어 동기와 만족의 관계와 그 경로는 매우 중요하다(고경업, 2010).

Dann(1981)은 이와 관련 관광객 동기를 고려하지 않고 만족을 연구하는 것은 아무 의미가 없는 것이라고도 표현하고 있다.

문성환(2006)은 중국인 관광객의 제주관광동기와 만족도 연구에서 제주지역을 방문한 중국인 관광객을 대상으로 통계적 변수들이 제주관광을 하는데 어떤 영향을 미치는가를 분석하였다. 그는 관광동기 구성요인을 심정적 동기, 정서적 동기, 오락적 동기, 경제적 동기 등 4개 요인으로 구분하였다. 분석결과 인구통계적 특성에 따라 관광객의 관광동기 요인인 정서적 동기, 경제적 동기, 심정적 동기, 오락적 동기 등이 유의한 차이가 나타났으며, 동기가 낮은 집단에 따라서 관광만족도에 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다.

김병원(2008)은 주제공원 관광동기에 따른 서비스에 초점을 맞춰 각각의 요인에 대한 명칭을 항목에 대한 대표변수를 토대로 설정해 가족구성원, 신기성, 휴식, 재미있는 분위기, 사교, 시설 및 장소, 연인과의 활동이라는 7개 요인으로 나눴다.

고경업(2010)은 제주지역 주제공원 방문객의 관광동기가 만족에 미치는 영향에 관한 연구에서 관광동기 요인을 유희성, 탈일상성, 접근성이라 명명하였으며, 관광만족 요인은 심리적, 시설적, 체험적 만족을 가지고 연구를 실시하여 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다.

함응범(2010)은 관광동기로서 push-pull 요인의 관광객 만족에 미치는 영향에 관한 연구에서 동기요인 17개 가운데 일상의 탈출, 스트레스 해소 등을 탈일상성 요인으로, 다양한 체험, 여행에 대한 즐거움을 유희성 요인이라 명명하여 연구를 진행하였고, 그 결과 유희성 요인은 교통 및 시설, 서비스 및 편의성에 영향을 미치는 것으로 나타났고, 탈 일상성은 관광지 매력성에 영향을 미치는 것으로 나타났다.

심상화(2002)는 테마관광자의 만족결정에 관한 연구에서 만족에 대한 요인을 기술적 서비스, 기능적 서비스, 이용성, 비용의 4개 요인으로 연구를 진행하였고, 최지남(2003)은 서울랜드와 롯데월드를 중심으로 테마파크 이용 만족에 관한 연구에서 전반적인 사항, 일반적인 사항, 인구통계사항으로 분류하여 진행하였다.

김은정(2009)은 어촌관광의 참여동기와 만족도에 관한 연구에서 삼척 장호 어촌체험마을을 찾은 관광객을 대상으로 30개의 참여동기 측정항목을 가지고 어촌 체험동기, 신체·자아실현동기, 교육·문화동기, 지위·명예동기, 휴식동기 등 5개의 요인으로 구분하였다. 분석결과 인구통계적 차이분석에서는 성별, 연령, 학력, 직업, 소득, 거주지 모두 유의한 차이가 있는 것으로 나타났으나, 어촌체험 동기는 소득에서만 차이가 있는 것으로 나타났다. 이용 행태적 특성과 차이분석에서 방문횟수, 정보원천, 동반형태, 체류기간, 숙박장소, 교통수단 모두 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 참여동기와 만족도의 상관관계에서는 어촌체험동기, 신체·자아실현동기, 교육·문화동기, 휴식동기 등은 만족도와 상관이 있지만 지위·명예동기는 만족도와 상관이 없는 것으로 나타났다.

최창희(2011)는 관광지 속성이 관광객의 만족도와 재방문 의도에 미치는 영향에 관한 연구에서 자연경관, 역사·문화적 볼거리, 이벤트·축제, 쇼핑시설, 서비스, 바가지, 교통편의, 편의시설, 숙박시설 등을 만족요인으로 연구를 진행하였다.

그 동안 관광동기와 관광만족 간의 관계에 대한 연구를 살펴보면, 관광동기와 관광만족 사이에 목적지 이미지와 기대요인이 작용한다는 연구, 추진동기 중심의 관광동기와 관광만족의 관계, 관광동기 요인과 관광목적지 선택과 만족도와의 관계, 춘천을 방문한 일본관광객의 관광동기와 만족도 관계, 관광동기에 따른 만족도가 삶의 질에 미치는 영향, 그리고 홍콩의 크루즈 여행객 대상의 연구와 섬 문화 축제에 참가한 방문객을 대상으로 실시한 관광동기와 관광만족과의 관계에서 동기와 관광만족 간에는 관련이 있는 것으로 나타났다(변수녀, 2009).

특히 이승곤·류제숙(2007)의 연구에서는 제주도를 방문한 관광객을 대상으로 관광동기 유형 및 관광지 이미지 유형 연구의 결과, 일탈 및 매력성 추구를 위한 관광동기로 제주를 방문

하는 경우가 많은 것으로 나타났고, 제주 방문 시 뚜렷한 관광동기를 가진 집단은 방문 후 만족, 재방문 및 추천 의사가 높게 나타나는 것으로 확인됐다.

여기에 노재현(2010)은 관광목적지 선택속성과 관광 참가만족 및 방문 의도간의 관계에서 접근성 및 부대시설, 해양스포츠 서비스질, 매력성, 먹거리 및 쇼핑시설 등 4개 요인으로 선택속성을 분류하였으며, 프로그램, 시설 및 장소, 비용, 종사원서비스, 전반적 만족 등 5가지 요인을 관광 참가 만족으로 하는 연구를 진행하여 유의한 차이를 보이는 것으로 나타났다.

이상의 관광지 방문객의 관광동기에 대한 선행연구들에서 관광동기의 특성 요인은 시설, 서비스, 탈일상성, 편의성, 사교성 등 다양한 요인들을 가지고 측정할 것을 알 수 있으며, 관광만족에 대한 요인은 심리, 시설, 체험, 서비스, 홍보, 가격, 교육요인 등 다양한 요인들이 있는 것을 알 수 있다.

이 가운데 관광단지라는 특수성을 지니고 있기 때문에 본 연구에서는 이를 토대로 중복된 개념을 피하고 대표성을 지닌 요인을 도출하여 사회성, 탈일상성, 유희성, 접근성을 동기요인으로 선정하였으며 심리, 시설, 서비스, 자원, 체험요인을 만족요인으로 선정하였다.

관광동기는 선행연구 고찰을 통해 15가지 항목을 도출하였고, 추가로 중문관광단지의 특성을 고려하여 올레길 체험, 바다를 보기위해, 다양한 음식체험, 숙박이나 체재, 회의나 연구 등과 같은 항목을 추가하여 20문항을 구성하였고, 만족요인은 선행연구에서 15가지 항목을 도출한 후, 회의시설 만족과 관람시간 만족은 추가로 선정하여 17문항으로 구성하였다.

〈표 2-13〉 관광동기 설문문항 연구자 구성

구분	변수	김병원	고경업	홍원식	한용범	연구자
관 광 동 기	평온한 휴식을 취하기 위해	○	○	○	○	◎
	스트레스 해소를 위해	○	○	○	○	×
	일상에서의 탈피를 위해	○	○	○	○	◎
	여가생활을 즐기기 위해	○		○		◎
	재충전의 기회를 위해		○		○	×
	이벤트 등의 행사 참여를 위해	○		○		◎
	모험 및 스릴을 위해					◎
	호기심을 충족하기 위해		○	○		◎
	새로운 경험을 위해	○	○	○		×
	과거의 좋은 경험 때문에					◎

<표계속>

구분	변수	김병원	고경업	홍원식	한용범	연구자
관 광 동 기	가족과의 친밀감을 위해	○	○	○	○	◎
	새로운 사람과의 만남을 위해			○		◎
	친구 및 동료들과의 화합을 위해			○		◎
	접근성이 좋기 때문에	○				◎
	주변관광지와 가깝기 때문에	○	○			◎
	자연경관 감상을 위해		○		○	◎
	흥미와 재미를 위해		○			◎
	지적호기심 충족을 위해				○	◎
	올레길 체험을 위해서					●
	바다를 접하기 위해서					●
	다양한 음식을 체험하기 위해서					●
	숙박이나 체재를 위해서					●
	회의나 연구를 위해서					●

주) ◎ 선행연구에서 도출한 관광동기 항목, × 중복항목 및 관광단지 관광동기에 적합하지 않은 제외 항목
● 관광단지 관광동기에 적합한 항목

<표 2-14> 관광만족 설문문항 연구자 구성

구분	변수	심상화	최지남	고경업	최창희	연구자
관 광 만 족	환상적인 느낌을 준다	○	○	○		×
	이미지가 좋다		○		○	◎
	분위기가 쾌적하다		○	○		×
	관람 중 행복하다	○	○			×
	방문한 것에 가치가 있다	○				×
	시설이 청결하다	○		○		◎
	편의시설이 좋다	○	○			◎
	쇼핑시설이 좋다				○	◎
	바가지 안씌우기		○		○	◎
	숙박시설이 좋다				○	◎
	불거리가 많다	○		○		◎
	즐길거리가 많다	○				◎
	자연경관이 아름답다				○	◎
	역사/문화적 볼거리				○	◎
	새로운 것을 알게 되었다	○		○		◎
	이용비가 적정하다	○	○			◎
	직원이 친절하다	○	○		○	◎
	접근성이 좋다	○				◎
	이벤트 등 체험거리가 많다	○		○	○	◎
	관람시간이 적정하다					●
회의시설이 훌륭하다					●	

주) ◎ 선행연구에서 도출한 관광만족 항목, × 중복항목 및 관광단지 관광만족에 적합하지 않은 제외 항목
● 관광단지 관광만족에 적합한 항목

제3장 중문관광단지 현황 및 방문특성 변화

제1절 국내 관광단지 현황

‘관광단지’란 관광객의 다양한 관광 및 휴양을 위하여 각종 관광시설을 종합적으로 개발하는 관광 거점 지역으로서 관광진흥법 제2조 7항에 의해 지정된 곳을 말한다.

관광단지는 외래관광객에게 다양한 관광기회를 제공하는 외화획득원으로서 역할이 강조되었고 산업여건이 미흡한 지역의 지역경제 기반 구축, 고용 창출 등의 목적이 강조되었다.

그러나 현재는 국내 관광 수요 증가와 관광산업의 중요성이 강조되면서 관광경쟁력을 강화하기 위한 허브 기능을 수행하고, 해외 관광활동 증가로 인한 외화 유출 방지 및 관광수지 적자개선을 내수를 촉진하는 등 국민여가공간의 확보 목적도 중시되고 있다.

이러한 다양한 요구에 따라 관광단지 지정이 경쟁적으로 이루어져 왔으며, 1993년 민간에 의한 관광단지 개발이 가능해지면서 꾸준한 증가세를 보이다가 2004년 관광단지 지정 권한이 문화체육부장관에서 시·도지사로 이양되면서 관광단지가 급증하고 있다.

우리나라에는 1971년 중문관광단지가 최초로 관광단지로 지정된 이후 2012년 5월 현재 35개의 관광단지가 지정되었으며 보문, 중문, 감포, 원주 오크밸리, 휘닉스파크, 평창용평, 횡성 두원 등 7개소는 운영 중이고 나머지 관광단지는 조성 예정이거나 조성 중이다.

관광산업이 장치형 산업으로 인한 초기 투자비가 높고, 낮은 수익성 및 투자회수 기간 장기화 등의 문제점은 2011년 기준으로 관광단지 전체 시설 중 58.9%에 해당하는 시설이 미착공 상태이며 29.2% 시설만이 일부 또는 전부 운영되고 있고 현재 공사 중인 시설은 전체 시설의 7.1%에 불과하다(김영준, 2011).

제주특별자치도에는 중문관광단지를 비롯하여 성산포해양관광단지, 예래휴양형주거단지, 신화역사공원, 제주헬스케어타운, 팜파스종합휴양지, 제주롯데관광단지 등 7개소가 관광단지로 지정되어 현재 중문과 성산포 관광단지는 운영 및 개발 중에 있고 나머지 5개 관광단지는 개발사업이 진행 중이다.

중문관광단지는 국제적 수준의 휴양관광단지로 개발시켜 제주도 발전 및 지역경제 활성화

에 기여하면서 지명도 높은 한국의 관광거점으로 조성하기 위한 중장기 개발계획을 갖고 1970년대부터 현재까지 개발이 계속되고 있다. 그러나 시설투자 부진, 미미한 민자유치, 소극적인 관광상품의 개발 등으로 관광단지 활성화 전망이 불투명한 상태이다. 또한 성산포해양 관광단지도 2008년 개장하여 일부 시설이 운영되고 있으나 개발 속도가 더디게 진행되고 있고, 2009년 2월 관광단지로 지정 및 조성계획이 승인된 중문색달은천 관광단지는 2011년 2월 까지 사업 착공이 이루어지지 않아 개발 사업이 취소되는 등 제주도 내 관광단지가 전반적으로 활성화되지 못하고 있다.

〈표 3-1〉 국내 관광단지 현황

단 지 명 (지정/조성계획)	위 치	사업 기간	규모 (km ²)	사업비 (억원)	개발주체	주요도입시설
보 문 (79.7/08.3)	경북 경주시 신평동, 천군동 일원	1973- 2010	8.006	9,709	경북관광 개발공사	관광호텔, 콘도, 골프장, 신라촌,상 가, 놀이시설, 청소년수련시설 등
중 문 (71.5/78.6)	제주도 서귀포시 중문동,색달동 일원	1978- 2010	3.562	18,137	한국관광 공사	관광호텔,콘도,골프장,해양수족관,식물 원,상가,야외공연장,놀이시설 등
해남 화원 (92.10/94.6)	전남 해남군 화원면 주광리,화봉리 일원	1991- 2011	5.084	10,631	한국관광 공사	관광호텔,콘도,골프장,마리나, 해수욕장, 해양문화센터, 휴양병원 등
화 양 (03.10/06.05)	여주시 화양면 장수 리, 화동리, 안포리	2004- 2015	9.989	15,031	주식회사 일상	호텔, 스포츠타운,골프장, 테마파크, 화훼원, 오션파크
감 포 (93.12/05.12)	경북 경주시 감포읍 대본리, 나정리 일원	1997- 2015	3.975	8,500	경북관광 개발공사	관광호텔,콘도,골프장,오션랜드,레 포츠랜드,노인휴양촌,청소년수련시 설,수목원 등
원주 오크밸리 (95.3/96.1)	강원도 원주시 지정면 월송리 일원	1995- 2013	11.300	11,525	한솔개발 주식회사	관광호텔,콘도,골프장,스키장,미술 관,청소년수련시설,생태관광지등
김천 온천 (96.3/97.12)	경북 김천시 부항면 파천리 일원	1997- 2011	1.424	5,357	주식회사우 촌개발	관광호텔,콘도,온천장,스포츠센터, 승마장,노인휴양촌,연수원등
휘닉스파크 (98.10/99.3)	강원도 평창군 봉평면 면온리, 무이리, 진조리 일원	1994- 2016	3.995	9,514	(주)보광	관광호텔,콘도,골프장,스키장,체육관, 빙상장,상가등
용유·무의 (00.2/수립중)	인천 중구 을왕동, 덕 교동, 무의동 일원	2003~ 2020	21.650	800,000	인천경제 자유구역청	관광호텔,콘도,골프장,마리나, 카지노,상가등

〈표 계속〉

단 지 명 (지정/조성계획)	위 치	사업 기간	규모 (km ²)	사업비 (억원)	개발주체	주요도입시설
평창 용평 (01.2/04.3)	강원도 평창군 도암면 용산리, 수하리 일원	1986~ 2015	16.367	14,385	(주)용평리조트	관광호텔, 콘도, 골프장, 스키장, 빙상장, 워터파크, 테마파크 등
안동문화 (03.12/05.4.)	경북 안동시 성곡·석동동 일원	2000~ 2015	1.662	3,989	경북관광개발공사	호텔, 콘도, 공예촌, 골프장, 놀이공원 등
동부산 (05.3/06.3)	부산 광역시 기장군 기장읍 시랑리 일원	2000~ 2011	3.638	8,812	부산도시공사	호텔, 콘도, 복합상가, 골프장, 테마파크, 녹지시설 등
횡성 두원 (05.6/수립중)	강원도 횡성군 둔내면 두원리, 우용리, 조항리 일원	1992~ 2011	4.251	5,008	현대시멘트(주)	콘도, 호텔, 골프장, 스키장, 식물원, 공연시설 등
알펜시아 (05.9/06.4)	강원도 평창군 도암면 수하리, 용산리 일원	2004~ 2008	4.930	13,538	강원도개발공사	호텔, 콘도, 엔터테인먼트, 골프장, 스포츠파브, 워터파크, 컨퍼런스센터, 동계스포츠 지구 등
광주 어등산 (06.1./07.4)	광주광역시 광산구 운수동 어등산 일원	2005~ 2015	2.732	3,400	광주광역시도시공사	빛과예술센터, 테마파크, 골프장, 관광호텔, 콘도미니엄 등
성산포 해양관광단지 (06.1/06.1)	서귀포시 성산읍 고성리 127-2번지 일원	2006~ 2011	0.653	3,870	(주)보광제주	호텔, 콘도미니엄, 웰컴센터, 전시관, 해중 전망대, 해양구제공원, 해수스파랜드, 엔터테인먼트 센터 등
송도 (08.3/수립예정)	인천 연수구 동춘동, 옥련동, 학익동 일원	2008~	2.113	미정	인천관광공사·지주SFC(예정)	미정
홍천 비발디파크 (08.11/수립예정)	강원도 홍천군 서면 팔봉리, 대곡리 일원	1990~ 2011	5.468	11,300	(주)대명레이저산업	콘도미니엄, 관광호텔, 스키장, 골프장, 다목적운동장, 정구장, 양궁장, 호수공원, 유원시설
신화역사공원 (06.12/06.12)	제주 서귀포시 안덕면 서광리 일원	2006~ 2014	4.043	15,945	제주국제자유도시개발센터	테마호텔, 비즈니스호텔, 승마장, 타임스퀘어, 원형극장, 테마파크, 워터파크 등
팜파스종합 휴양 (09.1/09.1)	제주 서귀포시 표선면 3196-2번지 일원	2008~ 2018	3.000	8,775	(주)남영산업	관광호텔, 가족호텔, 휴양콘도미니엄, 테마스트리트몰, 웰빙테마랜드, 승마클럽, 스파랜드 등
고흥 (09.5.14/09.5.14) 지식경제부(승인)	고흥군 영남면 남열리 일원	2009~ 2013	1.158	3,239	주식회사태인	우주전망대, 우주과학관, 골프장, 로켓발사시설습장, 해양레포츠센터, 콘도 등
무릉도원 (09.9/09.9)	강원도 춘천시 동산면 조양리, 홍천군 북방면 전치곡리 일원	2009~ 2014	4.985	5,985	(주)에이엠엘앤디	한옥호텔, 세계품물거리, 힐링&클리닉센터, 명품아울렛, 생태공원 등

〈표 계속〉

단 지 명 (지정/조성계획)	위 치	사업 기간	규모 (km ²)	사업비 (억원)	개발주체	주요도입시설
평택호 (‘09.10/ 수립예정)	평택시 현덕면 권관 리, 기산리, 대안리, 신 왕리 일원	1982~ 2015	2.743	6,663	미정	수족관, 워터월드, 농악마을, 평택호예술 관, 수상레포츠센터, 가족호텔, 승마장, 골프장, 위그선착장 등
강동 (‘09.11/ 수립예정)	울산 북구 산하동,무 룡동,정자동 일원	2007- 2012	1.358	26,000	미정	워터파크, 타워콘도, 스키돔, 테마파크 등
에버랜드 (‘09.12/ 수립예정)	용인시 처인구 포곡읍 전대리, 유운리 일원	2009- 2014	6.461	11,344	삼성에버 랜드(주)	테마파크, 워터파크, 모터파크, 박물관, 미술관, 동물원, 숙박시설, 골프연습장, 스키장등
마우나오션 (09.12/09.12)	경주시 양남면 신대리 산140-1번지 일원	1994- 2011	3.919	6,379	마우나 오션개발	골프장, 수영장, 썰매장, 화훼공원, 노인 휴양소 등
여수경도 해양 (09.12/09.12)	여수시 경호동 대경도 1번지	2009- 2016	2.143	3,913	전남개발 공사	마리나, 골프장, 골프빌라, 씨푸드센터, 호텔 등
제주헬스케 어타운 (10.1/10.1)	서귀포시 동홍동 2032 일원	2010- 2015	1.539	7,845	제주국제 자유도시 개발센터	헬스케어센터, 전문병원, 명상원, 힐링가든 등
신앤박 (‘10.2/예정)	춘천시 동산면 군자리 산224번지	2010- 2013	1.1.314 645	3,400	신앤박중 합개발 (주)	골프장, 스키장, 콘도, 커뮤니티센터 등
설악 한화리조트 (‘10.8/10.8)	강원도 속초시 장사동 11번지 외 101필지	2010- 2012	1.314	3,912	한화호텔 앤드리조 트(주)	콘도, 온천장, 드라마세트장, 골프장 등
제주롯데	서귀포시 색달동 산 49번지	2008- 2013	1,338	3,010	롯데제주 리조트(주)	지구촌빌리지, 호텔, 관광농원, 아울렛샵 등
예래 휴양형 주거단지	서귀포시 예래동 일원	2005- 2015	0.744	22,292	버자야제주 리조트(주)	호텔, 콘도, 전문병원, 카지노, 상업시설 등
구산해양 (11.4.21/ 수립예정)	창원시 마산합포구 구 산면 구산면 구북·십 리 일원	2013- 2016	3.807	9,831	미정	호텔, 펜션, 민박촌, 씨푸드레스토랑, 워터월드, 마리나랜드, 골프랜드, 웰니스 타운
천안 골드힐카운 티리조트 (11.12)	천안시 서북구 입장면 기로리 일원	2010- 2015	1.704	4,414	(주) 골드힐	페어웨이빌라, 골프텔, 콘도미니엄, 캠핑장, 스포츠센터, 골프장박물관, 조류사파리, 포도체험장, 자연치유센터 등
고성 대명설악	강원도 고성군 토성면 원암리 403-1번지	2010- 2014	0.895	2,103	(주)대명 레저산업	콘도, 호텔, 골프장, 아쿠아월드 등
합 계						35개소

자료 : 연구자 재구성

제2절 중문 관광단지 현황

1. 중문관광단지 개발개요

1) 조성배경

중문은 제주시에서 40여km 밖에 되지 않는 거리에 위치해 있는데다가 천혜의 자연자원을 갖고 있다. 천지연폭포·정방폭포·외돌개 및 안덕계곡·산방산·용머리 해안 등 제주도 그 어느 곳보다도 빼어난 경승지가 20분 이내 거리에 몰려 있어 제주도 관광의 중심지가 되기에 부족함이 없는 조건을 갖추고 있다.

우리나라 경제개발이 처음 추진되던 1962년부터 제주도 개발에 대한 중앙정부의 정책적 관심으로 관광개발에 중점을 둔 투자가 이루어져, 중문지역 일대 16.45km²를 관광지로 지정하여 제주도 관광개발에 대한 중앙정부 정책이 시작되었다. 이것은 1970년대에 경주 보문관광단지 개발에 이어 우리나라에서 두 번째로 시작된 해안형 관광단지이다(이진희, 2003).

1972년 2월부터 1973년 2월까지 대통령에 의해 제주도에 대해 종합적이고 체계적인 관광개발계획을 수립하였으며, 중문을 국제 수준의 위락 관광지로 조성해 적정 규모의 관광호텔과 해수욕장, 오락 및 유흥시설 등이 있는 관광단지로 조성하여 제주도 관광 전반의 중추적 기능지로 조성한다는 구상을 하였다.

1974년 8월 청와대 주관 정부 연석회의에서 관광공사가 중문 단지개발을 시행토록 결정하였으며, 1977년 2월 21일 청와대 주관으로 개최된 관계관 연석회의에서 정부는 관광공사를 중문단지 개발사업의 실질적인 주체로 결정하고 관광공사 주관으로 연내에 중문지구에 대한 타당성 조사 및 기본설계를 실시한 후 토지를 매입하기로 방침을 정했다(한국관광공사, 2007). 한국관광공사는 1977년 12월 19일 중문 관광단지 종합개발계획을 수립함으로써 중문 관광단지 개발에 참여하게 되었다. 중문단지 개발 사업은 1978년 4월 1일 국제관광공사 중문개발사업소가 개설된 후 토지매입 및 개발사업을 착수하였다. 1978년 6월 15일 교통부에서 종합개발계획이 승인되어 개발면적은 1,650,000m²(1단계 825,000m², 2단계 825,000m²)로 제주도 남제주군 중문면 색달리 일원(현 서귀포시 색달동)으로 천제연 계곡에서 서쪽으로 마금골 계곡까지 사업부지가 정해졌다. 총 투자비는 1,595억 원(정부 63억 원, 공사 233억 원, 민자 1,299억 원)이며, 1978년부터 1985년(1단계 1978~1980, 2단계 1981~1985)까지 개발하도록 됐다. 1989년 5

월 31일 해안 절벽을 낀 국내 유일의 해안 골프코스, 국제 규모의 연중 이용할 수 있는 중문골프클럽이 개장되었으며, 골프장은 관광객을 위해 비원회제로 운영되어 왔다. 최근에는 컨벤션센터, 평화박물관 등 관광객들을 위한 다양한 기능들을 갖고 있는 부대시설들이 들어서고 있다.

2) 개발규모

중문관광단지는 1996년 8월 3,562,000m²(1단계 2,251,165m², 2단계 1,310,835m²)으로 개발계획을 최종 확정하였다. 전체 계획부지 중 제1단계 중부 지역은 1989년에 기반시설 공사를 완료하였지만, 2001년 12월이 되어서야 민자 시설 부지 분양이 완료되었다. 제2단계 동부지역은 제주도개발특별법에 의해 수립된 제주도종합개발계획을 근거로 조성계획이 수립됐다.

1996년 12월 도로, 부지조성 등 기반시설 공사에 착수하여 2004년 기반시설 공사를 완료하였고, 민자 시설부지는 2006년 12월에 분양이 완료되었다.

현재, 한국관광공사에서 토지매입과 도로 등 기반시설 조성 관리가 이루어지고 있으며, 숙박시설과 휴양, 문화시설 등 민자시설에 대해서는 민간사업자를 유치하여 사업을 시행하고 있다. 중문관광단지 개발사업 시행 방법은 정부가 개발사업 계획공고·진입도로 개설·교량건설·상수원개발·토지수탁매입·하수종말처리장 건설·통신 및 전기시설을 조성 추진하였고, 한국관광공사는 설계·토지매입·단지조성·조경·하수관로·배전설비·단지분양에 대한 역할을 맡았으며, 숙박시설·관광위락시설은 민간사업자가 직·간접으로 투자하여 건설하도록 하였다. 2011년 말 현재 1, 2단계 계획에 의해 숙박시설 18개소, 상가시설 9개소, 운동, 오락시설 5개소, 휴양·문화시설 22개소, 공공·편익시설 16개소 등 시설들이 건설 운영되고 있는 실정이다.

〈표 3-2〉 중문관광단지 개발규모

구분	개발면적	개발기간	투자계획	시 설 계 획
계	356만m ²	'1978 ~ 2011	19,279억원	숙박시설 18개소(4,754실), 상가시설 9개소, 운동·오락시설 5개소, 휴양·문화시설 22개소, 공공·편익시설 16개소
1 단계	225만m ²	'1978 ~ 2011	9,468억원	숙박시설 12개소(2,426실) 상가시설 4개소, 운동·오락시설 3개소 휴양·문화시설 10개소, 공공·편익시설 9개소
2 단계	131만m ²	'1985 ~ 2011	9,811억원	숙박시설 6개소(2,328실) 상가시설 5개소, 운동·오락시설 2개소 휴양·문화시설 12개소, 공공·편익시설 7개소

자료 : 선형연구를 바탕으로 연구자 재구성

3) 투자실적

중문관광단지 내 투자규모는 아래 <표 3-3>과 같이 2010년 말 현재, 1조 9,279억 원으로 정부 365억 원, 관광공사 1,358억 원, 민자 17,556억 원으로 조사되었다. 제1단계 사업에서는 토지매입과 기반시설에 322억원, 골프장 건설에 86억원, 숙박시설 등 각종 시설에 민간사업자가 4,965억원이 유치되어 총 5,373억이 투자되었다. 제2단계 사업에서는 기반조성 등에 1,178억원, 숙박시설에 약 4,299억, 회의시설에 1,771억 등 총 7,248억이 투자된 것으로 나타났다. 하지만 계획대비 1단계 사업에서는 56.7%, 2단계 사업에서는 73.9%가 투자되어 전체 투자 유치 계획 중 65.5%만이 투자된 것으로 나타나 향후 중문관광단지가 완성되기 위해서는 관광객들이 요구하는 각종 시설이나 프로그램에 적합한 투자가 이루어져야 할 것으로 사료된다.

〈표 3-3〉 중문관광단지 투자실적

(단위 : 억원, 2010년말 기준)

구 분		사 업 내 용	투자 계획	투자 실적	진도율 (%)	비 고
1단계	기 반 조 성	토지매입, 기반조성	317	322	100	· 조성완료
	직 영 사업	골 프 장	86	86	100	· 건설완료
	민 자 건 설	숙박 시설 등 26개소	9,065	4,965	54.8	· 완 공 16개소 · 추진중 10개소
	소 계		9,468	5,373	56.7	
2단계	기 반 조 성	토지매입,기반조성	1,223	1,178	96.3	· 매입완료 · 기반조성공사 100% · 평화센터포함
	주 민 참 여 사업	상가 시설 1개소	97	-	-	· 지역주민에게 분양
	민 자 건 설	숙박 시설 등 14개소	6,685	4,299	64.3	· 운영 : 골프게임장 · 공사중 : 앵커호텔 · 착공준비 : 콘도,타워, 상가 4개소 · 계약체결 : 호텔등6개소
		회의 시설 1 개소	1,806	1,771	98.1	· 운 영 : 컨벤션센터
	소 계		9,811	7,248	73.9	
합 계			19,279	12,621	65.5	

자료 : 한국관광공사

〈표 3-4〉 중문관광단지 민자유치실적

(단위 : 백만원, 2010년말 기준)

구분	사업명	완공시설	추진중	투자비	비고	
1 단 계	숙박 시설	관광호텔	5개소 (1,323실)	4개소 (602실)	383,623	신라등 5개소 서라벌등 4개소
		콘도미니엄 전통호텔	216실 30실	200실 55실	24,579 2,977	한국콘도, 오션블루 씨에스
		소계	7개소 (1,569실)	7개소 (857실)	411,179	
	위락 · 휴양 시설	관광식물원	34,031평	-	11,000	부국개발
		관광어촌 해양센타	민속촌 들고래쇼장	- 마리나	2,595 23,205	씨에스 퍼시픽랜드
		완구박물관 전망휴게소(미술관)	전시동 3개소	- 2개소	13,700 4,300	(주)JSI 트리아트뮤지엄 등
		종합스포츠위락	-	1개소	7,000	오션블루
		소계	6개소	3개소	61,800	
	상가 시설	한국관광 롯데상가	3,606평 1동	- 1동	5,688 2,444	서교호텔 롯데관광
		상가(1) 상가(2)	2동 3동	- -	7,000 8,450	아일랜드조이 신우성
	소계	4개소	1개소	23,582		
	계	17개소	12개소	496,561		
2 단 계	회의 시설	컨벤션센터	3,500수용	-	177,045	제주국제컨벤션
	숙박 시설	관광호텔	-	5개소 (1,680실)	228,735	(주)부영, JID
		콘도미니엄		648실 (2개소)	151,427	현대성우, JID
	상가 시설	상가(1),(2),(4), 관광식당	-	4개소	10,495	착공 준비중
	위락 휴양 시설	관망탑	-	152m	4,107	(주)부영 (주)우림 (주)부영 (주)부영
		골프계입장		36홀	4,000	
중문랜드			1개소	27,693		
자연수련장			1개소	3,424		
	계	1개소	15개소 (2,328실)	606,926		
합계		18개소 (1,569실)	27개소 (3,185실)	1,103,487		

자료 : 한국관광공사

2. 중문관광단지 방문객 현황

중문관광단지는 정부와 관광공사에서 거액의 투자를 통해 다양한 시설들이 시대에 맞춰 호텔, 콘도 등 숙박시설, 골프장, 상가, 식물원, 해양센터(돌고래 쇼, 요트투어), 전망휴게소 등이 운영되고 있다. 이러한 시설들이 시대적 변화에 맞춰 제주를 방문하는 방문객들에게 다양한 관광상품을 제공하고 있으며, 관광객들의 관광동기에 맞는 상품을 제공할 수 있는 종합휴양관광단지로서 역할을 하고 있다. 또한, 시설별 이용객 현황을 살펴보면, 조사된 자료 중 <표 3-5>에서 2002년부터 2011년 까지 평균 약 5%에서 10% 정도 방문율이 증가하고 있으며, 2002년 제주도 입도관광객 수(약 450만명)의 약 76%(약 348만명)가 방문하였고, 2011년에는 약 699만명이 중문관광단지를 찾았다. 이러한 방문비율은 제주를 찾는 전체 관광객 수 중 2006년 제주도 입도관광객 수(약 531만명)의 약 87%(약 466만명), 2009년 제주도 입도관광객 수(약 652만명) 중 약 97.3%(약 635만명)가 중문관광단지를 방문한 것으로 나타나 제주관광에 상당한 비중을 차지하고 있는 것으로 볼 수 있다. 하지만, 2010년부터 전체 제주도 입도관광객수의 약 84%(약 636만명), 2011년 제주도 입도 관광객수의 약 80%가 방문하는 것으로 나타나 중문관광단지를 방문하는 관광객들의 방문비율이 조금씩 감소하는 것으로 조사되었다.

〈표 3-5〉 중문관광단지 방문객 현황

(단위 : 명)

구 분	2002		2003		2004	
	내국인	외국인	내국인	외국인	내국인	외국인
신라호텔	173,794	66,717	179,743	41,900	142,858	44,044
하얏트호텔	54,077	13,053	80,900	13,840	64,042	20,269
롯데호텔	116,085	58,298	123,013	46,973	86,642	78,027
더스위트	41,878	4,526	8,628	476	21,340	2,084
하나	16,897	4,493	14,544	4,793	9,669	5,773
한국콘도	194,265	572	199,180	-	171,199	1,068
씨에스앤리조트	15,453	364	7,455	125	-	-
퍼시픽랜드	349,596	1,656	533,421	1,647	472,971	2,112
테디베어	346,299	8,204	438,678	22,241	420,785	35,036
식물원	1,277,551	647	1,205,580	577	1,024,220	8,094
천제연	502,718	44,278	524,001	33,533	490,127	54,358
해수욕장						
주상절리						
민거나말거나						
안내소	53,826	6,528	39,344	4,086	23,195	3,129
컨벤션센터						
골프장	69,146	17,149	74,962	11,551	67,449	14,363
소 계	3,211,585	226,485	3,429,449	181,742	2,994,497	268,357
합 계	3,438,070		3,611,191		3,262,854	

〈표 계속〉

구 분	2005		2006		2007	
	내국인	외국인	내국인	외국인	내국인	외국인
신라호텔	175,926	52,092	168,839	55,743	166,063	55,924
하얏트호텔	72,025	20,473	80,175	16,009	78,049	24,807
롯데호텔	114,161	78,996	99,816	94,180	91,338	93,104
더스위트	25,423	2,914	24,514	1,600	22,799	1,768
하나	12,818	5,735	16,187	5,941	13,345	5,595
한국콘도	138,034	240	105,900	828	56,352	351
씨에스앤리조트	8,164	46	8,765	46	8,741	282
퍼시픽랜드	407,818	1,083	425,223	1,803	439,594	2,154
테디베어	392,531	44,584	548,547	70,463	493,871	144,198
식물원	939,905	5,564	938,108	31,795	789,679	105,400
천제연	457,228	60,624	460,454	85,802	477,224	84,717
해수욕장			77,725	5,767	223,859	9,971
주상절리			1,146,647	78,599	1,096,970	63,147
믿거나말거나						
안내소	23,207	5,378	27,258	6,771	35,944	8,396
컨벤션센터						
골프장	69,886	9,540	69,886	9,540	66,641	6,002
소 계	2,837,126	287,269	4,198,044	464,887	4,060,469	605,816
합 계	3,124,395		4,662,931		4,666,285	

〈표 계속〉

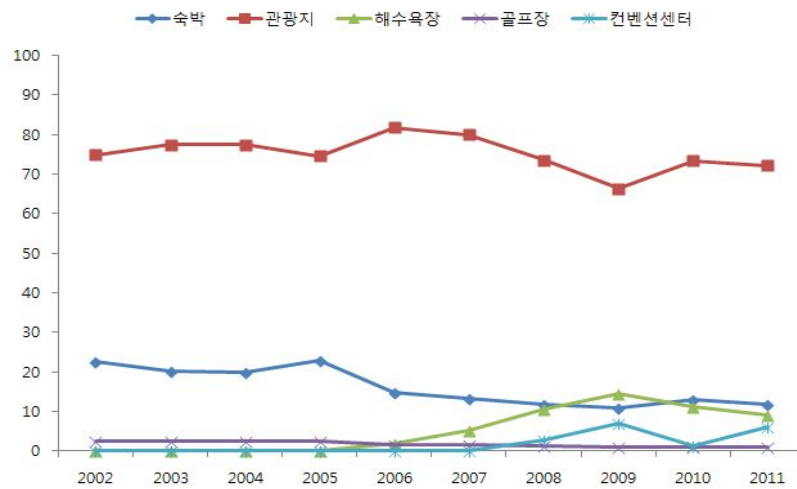
구 분	2008		2009		2010		2011	
	내국인	외국인	내국인	외국인	내국인	외국인	내국인	외국인
신라호텔	188,979	44,140	224,937	40,023	252,152	47,497	263,360	38,651
하얏트호텔	81,011	33,631	89,236	33,250	101,089	28,719	97,342	41,553
롯데호텔	95,271	81,991	107,126	94,009	113,348	87,545	116,458	72,409
더스위트	23,682	2,343	26,656	2,503	29,576	3,536	51,751	8,386
하나	18,437	2,426	21,756	1,619	46,438	-	50,203	-
한국콘도	38,788	268	33,492	88	53,577	3,262	49,147	3,591
씨에스앤리조트	15,361	315	15,706	217	14,703	497	19,547	246
퍼시픽랜드	464,584	6,148	704,742	-	880,901	-	957,995	-
테디베어	508,468	110,042	541,486	131,893	564,182	158,745	531,984	107,997
식물원	783,028	109,407	655,621	73,400	665,451	68,800	606,109	49,900
천제연	506,007	116,762	491,334	144,594	500,210	98,496	689,559	91,753
해수욕장	558,121	-	915,856	-	682,704	-	636,166	-
주상절리	1,241,608	76,680	1,318,214	115,686	1,376,399	102,287	1,418,509	154,016
믿거나말거나							383,387	12,233
안내소	43,306	9,050	46,105	8,015	45,404	6,483	52,389	6,237
컨벤션센터	125,920	31,041	430,054	18,355	70,668	10,998	397,517	21,271
골프장	65,195	3,905	61,012	4,604	51,113	4,135	59,532	4,709
소 계	4,757,766	628,149	5,683,333	668,256	5,747,915	621,000	6,380,955	612,952
합 계	5,385,915		6,351,589		6,368,915		6,993,907	

자료 : 한국관광공사

제3절 중문관광단지 방문목적 및 관광특성 변화

1. 방문목적 및 관광활동 변화

중문관광단지 방문객의 시설 별 방문현황은 숙박, 관광지, 해수욕장, 골프장, 컨벤션센터 방문 등으로 구분할 수 있으며, 구성 비율은 매년 [그림 3-2] 와 같이 변화하였다.



[그림 3-2] 중문관광단지 시설별 이용률

2002년부터 중문관광단지를 방문한 방문객의 시설별 이용률은 관광지의 이용률이 평균 70.0%이상으로 가장 높은 이용률을 보이는 것으로 나타났고, 다음으로 숙박시설이 20.0%의 이용률을 보여 오다 최근 들어 점차 감소 추세로 돌아서는 것을 알 수 있다.

또한, 해수욕장 이용객은 집계를 시작한 2006년 1.8%의 이용률을 보이던 것이 꾸준한 증가세로 성장하여 연 평균 10.0%의 이용률을 보이는 것을 알 수 있으며, 컨벤션센터가 조성된 이후 평균 이용률이 10.0%인 것으로 분석되었다.

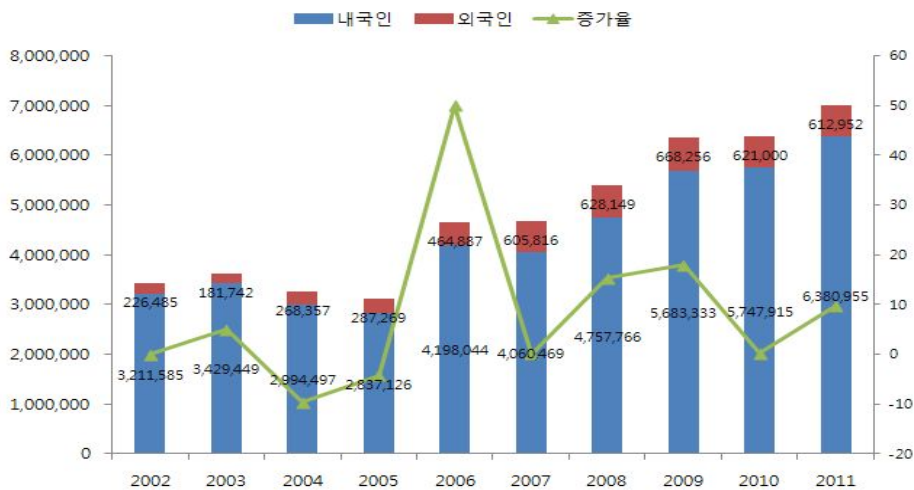
이처럼 2002년부터 지난해까지 중문관광단지를 방문한 방문객을 대상으로 시설별 이용현황에 대해 분석을 실시한 결과 시설 이용률이 가장 높은 것은 중문관광단지 내의 테마파크 및 자연관광지를 방문하는 활동이 가장 큰 것으로 분석되었지만, 점차 증가율이 둔화되고 있는

것으로 나타났다. 이는 중문관광단지 조성 시 함께 조성되었던 관광지 이외의 신규 관광지의 조성이 활발하게 이루어지지 않고 있기 때문인 것으로 판단할 수 있으며, 중문관광단지 이외의 지역에 신규관광지가 경쟁적으로 많이 생겨나게 된 것이 원인일 것이라 사료된다.

숙박시설 이용률 역시 점차 감소 추세를 보이는 것으로 보아 중문관광단지를 방문하는 방문객들이 중문관광단지 이외의 지역에서 숙박을 하고자 하는 것으로 판단할 수 있으며, 신규로 조성된 컨벤션센터의 이용률이 꾸준히 증가하는 것으로 보아 방문객의 방문목적의 변화가 이루어지고 있다고 사료된다.

2. 관광대상별 활동 변화

중문관광단지 방문객의 증가 추세를 분석해 보면 2002년 제주방문 관광객 450만명 가운데 76.0%인 3,438,070명을 시작으로 2003년 3,611,191명으로 5.0% 증가하였으나 2004년과 2005년 방문객의 수가 9.7%, 4.2% 감소하였고, 2006년에는 전년 대비 50.0%가 증가하여 처음으로 400만명을 돌파하였고, 꾸준한 증가를 기록하면서 지난해에는 제주방문 관광객 가운데 84.0%에 달하는 6,993,907명이 방문한 것으로 조사되었다.



[그림 3-3] 중문관광단지 연도별 방문현황

중문관광단지 방문객은 제주특별자치도의 관광객 증가와 더불어 꾸준히 증가하는 것을 알 수 있으며, 내국인뿐만 아니라 외국인 방문객도 꾸준히 증가하고 있는 것으로 조사되었다.

중문관광단지를 방문하는 방문객들의 시설 이용률도 점차 다양하게 변화되고 있으며, 김경호·이진희(2001)의 중문관광단지를 방문하는 방문객들의 유형에 따른 활동연구를 살펴보면 중문관광단지 골프장은 고소득층의 장년층에서 주간에 주로 이루어지고 이용그룹은 단체의 성격을 띠는 것으로 조사되었고, 해양수족관과 천제연 폭포는 어린이, 청소년, 가족이나 연인, 친구, 단체로 방문하는 것으로 나타났으며, 여미지식물원과 중문해수욕장은 모든 이용계층에서 가족, 연인, 친구, 단체의 방문행태로 방문하는 것으로 조사되었다.

또한, 중문관광단지를 방문하는 방문객들을 대상으로 중문관광단지 내에서 미비하게 느끼는 것을 조사한 결과 먹거리에 대해서는 매우 부족하다는 포함한 부족하다는 의견이 40.4%로 부족하지 않다는 11.8%에 비해 매우 높게 나타났고, 즐길거리(실내·외 놀이시설, 게임장, 공연장 등)에 대해서는 매우 부족하다는 포함한 부족하다가 54.7%로 부족하지 않다는 10.7%보다 매우 높게 나타난 것으로 분석되었다. 볼거리(제주특별자치도 축소모형, 화산폭발쇼, 분수쇼, 안무쇼 등)에 대해서는 매우 부족하다는 포함한 부족하다가 34.6%로 부족하지 않다는 16.9%보다 높게 나타났고, 쇼핑(토산품점, 제주특산물 및 쇼핑센터)에 대해서는 매우 부족하다는 포함한 부족하다가 30.9%로 부족하지 않다는 20.6%보다 높게 나타났다. 숙박시설(여관, 유스호스텔, 야영장 등)에 대해서는 매우 부족하다는 포함한 부족하다가 24.6%로 부족하지 않다는 36.7%보다 낮게 나타난 것으로 분석되었다.

3. 중문관광단지 방문특성 변화

관광지를 방문하는 관광객의 태도에 관한 연구는 많이 이루어져 왔으나 관광단지를 찾는 방문객에 대한 연구 및 중문관광단지 방문객에 대한 선행연구가 많지 않은 실정이다. 이에 따라 본 연구에서는 기존의 선행연구들 중에서 보고서 형태로 작성된 연구는 제외하고, 학술적 가치가 있는 연구 논문 가운데 중문관광단지 활성화를 위한 연구(이진희, 2001)와 중문관광단지 활성화를 위한 마케팅전략에 관한 연구(김경호·이진희, 2001), 중문관광단지 야간관광 활성화 전략에 관한 연구(이진희, 2003)를 토대로 방문객의 특성을 분석 하였다.

1) 방문목적별 특성

김경호·이진희(2001)의 중문관광단지 활성화를 위한 마케팅전략에 관한 연구에서 조사된 바에 따르면 응답자의 동행인 유형으로는 가족단위 관광객이 48.5%로 가장 높게 나타났고, 다음으로 연인이라고 응답한 응답자가 21.3%, 단체를 통한 방문객이 20.6% 순으로 나타난 것을 알 수 있으며, 회사동료는 8.5%, 혼자 방문한 방문객은 1.1%로 가장 낮은 것을 알 수 있었다. 방문목적에 대해서는 이벤트 및 관람을 위한 방문이 78.7%로 매우 높은 것을 알 수 있으며, 다음으로 기타 목적 8.8%, 숙박을 위한 방문 7.7%, 업무·쇼핑·식사 등과 같은 이유로 방문한 방문객은 전체 응답자의 4.8%를 차지하는 것을 알 수 있었다.

방문에 대한 만족에는 대체로 만족한다는 의견이 60.3%, 매우 만족이 7.0%로 중문관광단지를 방문하는 방문객들은 대체로 만족하고 있는 것으로 조사되었다.

2) 관광행태별 특성

이진희(2001)의 장소마케팅전략을 통한 중문관광단지 활성화 방안에 관한 연구에서 중문관광단지를 방문하는 방문객들의 특성을 분석한 결과 미혼인 방문객들 보다 기혼인 방문객이 더 높음을 알 수 있었고, 연령별로는 30대가 39.7%로 가장 높게 나타났으며, 학력은 대학졸업이 35.3%, 직업은 회사원이 25.4%로 가장 많았고, 소득은 200~300만원이라고 응답한 비율이 가장 많은 것으로 조사되었다.

또한, 이진희(2003)의 중문관광단지 야간관광활성화 전략에 관한 연구에 따르면 야간관광상품 개발의 필요성에 대한 의견에 대해서는 필요하다는 73.9%로 나타났고, 정기야간공연, 계절별 음식페스티벌 및 각종 경연대회가 다른 야간이벤트보다 높게 나타난 것으로 분석되었다. 야간에 즐길거리에 관한 의견에 대해서는 78.0%가 부족하다는 의견을 보이고, 볼거리에 관한 의견에 대해서는 60.9%가 부족하다는 의견을 보이는 것으로 분석되었다. 중문관광단지에 야간상품 개발 시 재방문할 의향에 대한 의견은 재방문 의사가 있다는 의견이 73.9%로 높게 나타나 야간상품개발에 대한 필요성이 높다는 것을 결론으로 제시하였다.

제4절 중문관광단지 관광동기 및 만족 분석

관광지를 방문하는 관광객의 태도에 관한 연구는 많이 이루어져 왔으나, 관광단지를 찾는 방문객의 동기와 만족을 분석하고, 동기와 만족에 따른 활성화 방안을 마련하는 시도는 부족한 실정이다. 관광객의 관광동기는 관광목적지로서 관광단지의 성공여부를 결정하는 중요한 요소로 작용하기 때문에 관광객의 관광동기와 만족에 어떠한 인과구조를 갖는지를 분석하는 것은 중요한 일이라 하겠다. 관광단지 개발의 기본목표는 관광자와 관광지 지역주민의 욕구를 충족시키는데 있으며, 정부는 관광수요를 충족시키고 관광산업의 발전을 위한 관광기반시설을 마련 하고자 관광단지 개발사업을 추진하고 있다.

중문관광단지를 방문한 방문객을 대상으로 시설별 이용현황을 분석한 결과 중문관광단지 내 테마파크 및 자연관광지를 방문하는 관광활동이 가장 큰 것으로 분석되었지만, 점차 증가율이 둔화되고 있는 것으로 나타났다(한국관광공사, 2012). 이는 중문관광단지 조성 시 함께 조성되었던 관광지 이외의 신규 관광지 조성이 활발하게 이루어지지 않고 있으며, 중문관광단지 이외의 지역에 신규관광지가 경쟁적으로 많이 생겨나게 된 것이 원인일 것이라 사료되므로 다양한 신규시설 확충이 요구된다.

또한, 중문관광단지를 방문하는 방문객들을 대상으로 중문관광단지 내에서 미비하게 느끼는 것을 조사한 결과 즐길거리(실내·외 놀이시설, 게임장, 공연장 등)가 가장 부족한 것으로 조사되었고, 먹거리, 볼거리(제주특별자치도 축소모형, 화산폭발쇼, 분수쇼, 안무쇼 등), 쇼핑(토산품점, 제주특산물 및 쇼핑센터) 순으로 부족하다는 의견이 부족하지 않다는 의견 보다 많았고, 숙박시설(여관, 유스호스텔, 야영장 등)에 대해서는 부족하지 않다는 의견이 우세했다(김경호·이진희, 2001). 따라서 중문관광단지 활성화를 위해서는 숙박시설의 개발보다는 즐길거리, 먹거리, 볼거리에 중점을 둔 개발이 필요하다.

중문관광광단지를 방문한 방문객들의 방문특성을 분석한 결과 방문목적은 이벤트 및 관광을 위한 목적이 가장 높았으며, 동행인 유형은 가족단위 관광객, 연인 순으로 조사되었다(김경호·이진희, 2001). 그리고 연령별로는 30대가 가장 높게 나타났으며, 학력은 대학졸업, 직업은 회사원, 소득은 200~300만원 수준이 가장 높게 분석되었다(이진희, 2001). 따라서 대학을 졸업한 200~300만원 소득 수준의 30대 회사원의 가족단위 관광객을 대상으로한 관광상품 개발 및 관광 마케팅 활동이 요구된다.

현재 중문관광단지는 제주를 방문하는 관광객의 약 80% 이상이 방문하고 있으며, 제주관광의 대명사로 자리를 잡았다. 2010년 12월 말 현재, 중문관광단지 내 고용인원은 약 2,650명(도내인 2,230명 : 84%), 입주업체가 지방세를 연간 약 50억원 납부(서귀포시 세수의 20%)하여 지방세수 증대, 지역주민 고용증대 및 소득향상에 기여하고 있다. 또한, 세계정상회담(5회) 및 남북장관급회담(3회) 개최, 각국 정상들의 휴양·관광지로 각광 받아 국제 관광 거점지로 위치를 확립한 것에 대해서는 중문관광단지 개발 목표에 부합된다고 사료된다.

그러나 중문관광단지 내 기반시설 조성공사가 완료되었음에도 불구하고 단지 전체의 개발 완성도가 60%를 조금 넘을 정도로 단지 내에는 조성이 중단된 건물들과 터파기 조차 하지 못한 부지들이 많다. 이러한 것들은 중문관광단지에 대한 부정적인 이미지가 형성되면서 관광객들의 방문을 저해하는 요인으로 작용하고 있다고 사료된다. 또한, 1단계 지역이 호텔 등 숙박 시설 위주로 개발되어 종합휴양관광단지로서의 기능과 개념이 다소 취약하므로 제주지역의 특성을 최대한 살리고 역사와 문화를 관광 자원화할 필요성이 있고, 이에 따라 특색 있는 테마 개발과 관광객과 지역주민들이 함께 할 수 있는 다양한 체험시설 확충, 야간관광시설, 퍼포먼스 및 이벤트 등 관광 상품 개발에 대한 지속적인 개선이 요구되고 있다.

제5절 중문관광단지에 관한 선행연구

앞서 서론에서 언급한 바와 같이 본 연구에서 대상지로 하고 있는 중문관광단지에 대한 연구는 미미한 실정이다. 이 가운데 장미경(2005)은 중문관광단지 인근 거주민을 대상으로 지역 주민들이 관광의 영향에 대하여 왜 긍정적 또는 부정적으로 인식하는 지를 이해하는데 있어 사회교환이론의 적용 가능성을 탐색해보고자 하였다. 그 결과 지역주민의 태도 형성에 가장 중요한 영향인식 요인은 경제적 편익이며, 사회적 편익이나 환경적 편익도 중요 결정요인으로 판명해냈다. 또한, 사회교환이론의 관점에서 보면 관광개발로 인하여 개인적으로 이익을 얻는다고 생각하는 지역주민들은 관광개발을 긍정적으로 생각하며, 추가 관광개발에 대한 지지도도 높은 것으로 나타나는 것을 밝혀냈다.

이진희(2001)는 중문관광단지에 장소마케팅 개념을 도입하여 새로운 마케팅전략의 관점에서 재조명하고, 마케팅믹스전략을 검토하여 관광단지 활성화 방안을 제시하면서 향후 개발전략 및 마케팅전략수립 시에 상품개발방향은 자연환경, 역사, 문화 등이 반영된 제주적인 관광지가 되도록 하였다. 이를 위해 향토음식을 주제로 한 먹거리 관광상품을 개발하였고, 제주축소모형과 쉬리촬영장소복원, 정상회담장의 관광명소화 등의 볼거리 관광상품을 개발하였으며, 실내·외 주제공원 같은 즐길 거리 관광상품을 개발하였다. 또한 중문원, 재래식 농사지역인 논골, 민속장터 등의 제주의 역사·문화자원을 관광상품화 하였고, 분수쇼, 화산폭발쇼, 레이저쇼 등의 야간관광상품을 개발하였다. 기존 지역축제를 발굴하여 현재 시행되고 있는 축제와 연계한 축제상품을 개발하였고, 가격전략은 다양한 제도로 운영하는데 사계절 중 관광객의 수요가 급증하는 성수기와 비수기의 차별을 제시하였고, 사계절 체험공간이란 전략에 따라 계절별, 주간, 일일 단위로 즐길 거리, 볼거리, 먹거리를 제공하기 위한 광고, 홍보, 판촉을 실시하도록 하였다.

김경호·이진희(2001)는 중문관광단지 활성화를 위한 마케팅전략에 관한 연구에서 중문관광단지는 고소득층을 표적시장으로 하여 숙박시설 및 골프장을 개발하였으나 재미있고, 즐길 수 있는 Hardware 관광상품과 Software 프로그램의 개발이 미흡하여 관광객이 감소하였으며, 현재 계획되어 있는 2단계 지역의 프로그램도 소비자에 대한 포지셔닝이 잘못되어 관광객의 구매에 맞지 않으므로 사업성이 없다고 판단한 투자자들이 외면하고 있는 실정이라고 분석하고, 이에 대해 마케팅 믹스를 적용하여 중문관광단지 활성화를 위한 마케팅전략을 수립하였다.

또한, 이진희(2003)는 중문관광단지의 야간관광상품을 개발하여 향후 중문을 야간관광의 메카로 탈바꿈할 전략적 마케팅 수립에 관하여도 연구를 진행하였으며 중문관광단지의 관광활성화를 위해서는 주간위주의 상품에서 벗어나 야간관광상품을 개발해서 좀 더 관광객들이 장기 체류할 수 있는 방안을 모색하였다. 그러기 위해 중문관광단지의 야간관광활성화를 위한 기본전략으로 다섯 가지의 기본방향을 제시했다. 즐겁고 오래 기억되는 야간관광, 계절과 날씨를 초월한 4계절 전천후 야간관광, 밤에도 독특한 매력이 흘러 넘치는 24시간 살아 숨쉬는 관광, 자연과 문화가 조화를 이루는 야간문화관광, 마지막으로 이러한 관광이 살아날 때 중문은 국제화시대에 경쟁력 있는 야간관광지로 거듭 태어날 수 있다고 하였다.

또한, 부석현(2001)은 중문관광단지의 현황분석 및 개발가능지 분석·평가를 통해 2단계 동부지역에 카지노 리조트를 계획하여 1단계 공사가 완료된 시설과 조화를 이룰 수 있도록 향후 개발계획 수립 시 개발전략을 제공하고자 연구를 진행하였다. 그 결과 2단계 동부지역에 카지노 리조트 계획수립 시 대상지의 개발에 있어 물리적 계획 설정보다는 자원의 정확한 위치와 규모를 산정하고 이용에 따른 환경적 영향 등 문제를 인식하고, 이에 따른 근본적인 문제를 해결해야 한다고 하였다.

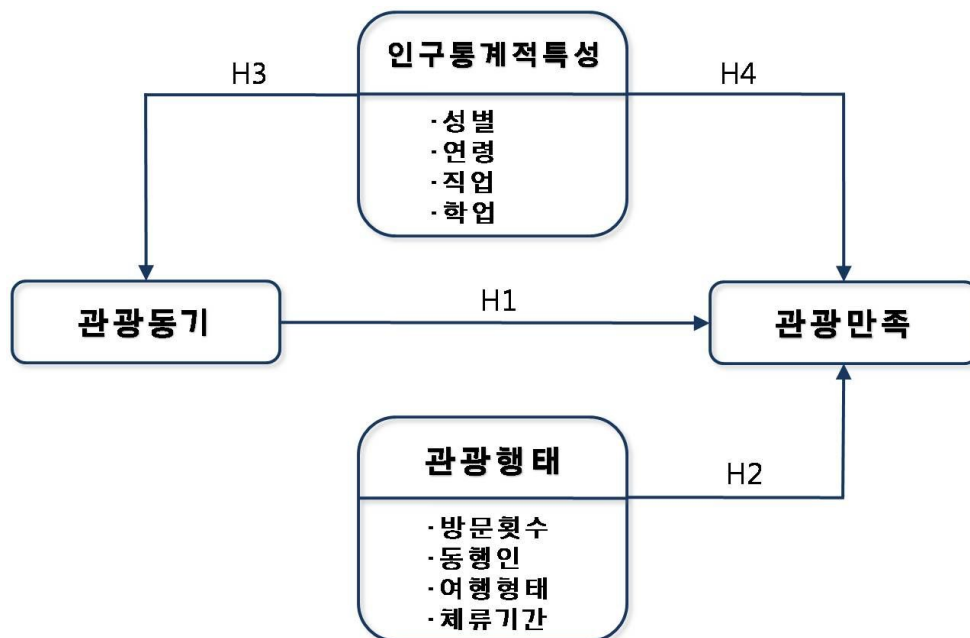
이처럼 중문관광단지에 관한 선행연구들을 종합 해 정리해 보면, 지속적인 명소화를 위해 방문객들의 동기와 만족에 대한 파악이 시급한 실정이지만, 선행 연구들은 중문관광단지의 전체적인 진단이 아니라 부분적인 문제점을 해결하는데 초점이 맞추어져 있다고 할 수 있다.

제4장 연구설계

제1절 연구모형 설정

본 연구는 앞 장에서 수행한 이론적 배경 부분에서 살펴보았던 관광단지 방문객의 다양한 관광동기와 만족도를 중문관광단지 방문객을 대상으로 연구를 설계했다. 본 연구의 목적은 우리나라의 관광단지가 점차 늘어나고 있는 실정에서 관광단지를 방문하는 방문객의 관광동기와 만족도에는 어떠한 관계가 있는지를 규명하는데 그 목적을 두고 있다. 본 연구는 중문관광단지를 대상으로 하고 있으며, 본 연구를 통해 조성 중이거나 조성계획에 있는 관광단지의 개발 및 활성화를 위한 사업 계획수립에 도움이 될 것이라 사료된다.

본 연구에서는 이론적 배경과 선행연구 결과를 토대로 관광단지에 대한 관광동기 요인을 추출하고, 관광단지 방문을 통해 얻어지는 만족요인과의 관계를 규명하기 위한 연구모형을 다음과 같이 설정하였다.



[그림 4-1] 연구모형

제2절 연구가설 설정

앞서 제시한 연구모형을 바탕으로 본 연구에서는 인구통계적 특성에 따른 관광동기 간의 차이, 인구통계적 특성 및 관광행태에 따른 관광만족 간의 차이와 관광동기가 관광만족도에 미치는 영향을 분석하고자 다음과 같은 가설을 설정하였다.

[가설 I] 관광단지 방문객의 관광동기는 관광만족도에 영향을 미칠 것이다.

[가설 II] 관광단지 방문객의 관광행태에 따라 관광만족에는 차이가 있을 것이다.

[가설 III] 관광단지 방문객의 인구통계적 특성에 따라 관광동기에는 차이가 있을 것이다.

[가설 IV] 관광단지 방문객의 인구통계적 특성에 따라 관광만족에는 차이가 있을 것이다.

제3절 조사방법 및 설문지 구성

1. 변수의 조작적 정의

개념에 대한 실증적 검증을 하기 위해 현상에 대한 관찰과 실험이 이루어져야 하고, 이를 위한 각 변수에 대한 정의가 필요하다. 이러한 정의는 이론과 실제의 연결고리 역할을 수행하므로 현실적이면서 구체적이어야 한다.

따라서, 본 연구에서는 중문관광단지를 방문한 방문객들의 관광동기와 만족을 측정하기 위하여 설정한 요인들을 일반적인 개념의 틀에서 측정할 수 있도록 하는 조작적 정의를 내렸다.

1) 관광단지 방문객

선행연구에서 관광객이란 일상생활을 떠나 다시 돌아올 예정으로 이동 및 체제를 하여 정신적·육체적 휴식을 즐기는 최종 소비자(김경호, 고승익, 2000)라고 하였다. 본 연구에서는 기존의 선행연구에서 의미하는 관광객과 중문관광단지를 방문하는 다양한 목적의 방문객들을 대상으로 연구를 진행하였다.

또한, 관광단지 방문객의 동기와 만족에 관한 선행연구가 부족한 실정으로 관광지 방문객의 관광동기와 만족에 관한 선행연구를 토대로 관광단지 방문객의 특성을 분석하였으며, 중문관광단지를 목적으로 방문한 방문객들을 대상으로 연구를 진행하였다.

2) 동기요인

동기는 무언가 부족하거나 욕구를 충족시키고자 할 때 발생되며 행동의 방향, 강도, 지속성 등 어떤 목표를 향하여 행동하게 하는 것이라고 할 수 있으며(장호성, 2008), 관광동기는 관광자가 그들의 관광욕구를 충족시키기 위한 개인적 욕망과 충동이라 할 수 있다(황금덕, 2003). 따라서 본 연구에서는 ‘중문관광단지를 방문한 방문객의 관광동기’로 정의하고 관광동기 요인은 사회성, 탈일상성, 유희성, 접근성으로 측정하며 김병원(2008), 고경업(2010), 홍원식(2010), 한웅범(2011)의 연구를 참고해 측정항목을 도출하였다.

〈표 4-1〉 관광동기 요인 내용

구 분		설문항목	비고
동기요인	사회성	1. 모험을 즐기기 위해	리커트 5점 척도
		2. 자기계발을 위해	
		3. 다양한 사람을 만나기 위해	
		4. 친구 및 동료화합을 위해	
	탈일상성	5. 휴식 및 재충전을 위해	
		6. 일상에서 탈출하기 위해	
		7. 올레길 체험을 위해	
	유희성	8. 숙박이나 체류를 위해	
		9. 이벤트 등의 행사참여를 위해	
		10. 다양한 음식체험을 위해	
	접근성	11. 접근성이 좋기때문에	
		12. 주변 관광지와 가깝기 때문에	

3) 만족요인

관광만족은 관광상품 속성 수준에서의 기대와 실제 혜택과의 주관적인 평가이며 시장 전체 뿐만 아니라 구매한 상품이나 서비스, 소매상, 쇼핑, 구매행동과 같은 개별행위에서 유도된 감정적 반응이다(박상규, 2008). 본 연구에서는 ‘중문관광단지를 방문한 방문객들의 만족도’로 정의하고, 관광만족도 요인은 심리적, 시설, 서비스, 자원, 체험 만족요인으로 측정하며, 심상화(2002), 최지남(2003), 노재현(2010), 고경업(2010), 최창희(2011)의 연구를 참고해 측정항목을 도출하였다.

〈표 4-2〉 만족요인 내용

구 분	설문항목	비고	
만족요인	심리적만족	1. 시설물 관리	리커트 5점 척도
		2. 단지로의 접근	
		3. 편의시설	
		4. 자연경관	
		5. 단지 내 분위기 쾌적	
	시설만족	6. 레저·스포츠 시설	
		7. 회의시설	
		8. 숙박시설	
		9. 쇼핑시설	
	서비스만족	10. 종업원 친절	
		11. 새로운 정보 제공	
		12. 부당요금 등 바가지	
	자원만족	13. 전통문화 존재	
		14. 단지 내 볼거리	
	체험만족	15. 관람시간	
		16. 관광시설	

4) 관광행태

본 연구에서는 중문관광단지 방문객을 대상으로 하여 중문관광단지 방문횟수, 동행인, 여행 형태, 정보획득경로, 체류기간 등으로 한정하여 조사를 실시하였다.

〈표 4-3〉 관광행태 내용

구 분	설문항목	비 고
관광행태사항	1. 방문횟수	명목척도
	2. 동행인 유형	
	3. 여행형태	
	4. 정보획득경로	
	5. 체류기간	

5) 인구통계적 특성

본 연구에서의 인구통계적 특성 항목은 성별, 연령, 직업, 학력, 월평균 가구 소득, 거주지 항목 등으로 조사를 실시하였다.

〈표 4-4〉 인구통계적 특성 내용

구 분	설문항목	비 고
인구통계적 특성	1. 성별	명목척도
	2. 연령	
	3. 직업	
	4. 학력	
	5. 월평균 가구소득	
	6. 거주지	

2. 변수의 측정

본 연구의 조사를 위한 설문 항목들은 기존의 선행연구 분석을 통한 관광단지 관광동기 및 만족도에 관한 연구가 부족한 실정으로 관광지의 관광동기와 만족도에 관한 선행연구를 통하여 조사를 실시하였다.

관광동기에 대해서는 중문관광단지 방문객들의 관광동기와 만족도를 설명하는 항목에 대해 리커트 5점 척도를 사용하여 표시하도록 하였으며, 설문지의 구성은 크게 관광행태, 관광동기, 관광만족도, 인구통계적 특성으로 구성하였다.

관광동기 항목 중에서 신뢰도 계수가 낮은 항목인 바다 접근성, 아름다운 경관 감상, 관광지 방문, 회의나 연구, 레저와 스포츠, 쇼핑, 과거의 경험, 관광단지 내용 파악 등의 8개 항목은 제외하였다. 선택된 관광동기의 12개 항목은 사회성, 탈일상성, 유희성, 접근성 등 4개 요인으로 분류할 수 있으며, 관광만족 항목에 대해서는 16개 항목 가운데 심리적, 서비스, 시설, 자원, 체험 등 5개 요인으로 구성하였다.

〈표 4-5〉 측정도구의 구성

구 분		설문 항목	비고
관광행태		1. 방문횟수	명목척도
		2. 동행인 유형	
		3. 여행형태	
		4. 정보획득경로	
		5. 체류기간	
동기요인	사회성	1. 모험을 즐기기 위해	리커트 5점 척도
		2. 자기개발을 위해	
		3. 다양한 사람을 만나기 위해	
		4. 친구 및 동료화합을 위해	
	탈일상성	5. 휴식 및 재충전을 위해	
		6. 일상에서 탈출하기 위해	
		7. 올레길 체험을 위해	
	유희성	8. 숙박이나 체류를 위해	
		9. 이벤트 등의 행사참여를 위해	
	접근성	10. 다양한 음식체험을 위해	
		11. 접근성이 좋기때문에	
		12. 주변 관광지와 가깝기 때문에	
만족요인	심리적만족	1. 시설물 관리	리커트 5점 척도
		2. 단지로의 접근	
		3. 편의시설	
		4. 자연경관	
		5. 단지 내 분위기 쾌적	
	시설만족	6. 레저·스포츠 시설	
		7. 회의시설	
		8. 숙박시설	
		9. 쇼핑시설	
	서비스만족	10. 종업원 친절	
		11. 새로운 정보 제공	
	자원만족	12. 부당요금 등 바가지	
		13. 전통문화 존재	
	체험만족	14. 단지 내 볼거리	
		15. 관람시간	
		16. 관광시설	
인구통계적 특성		1. 성별	명목 척도
		2. 연령	
		3. 직업	
		4. 학력	
		5. 월평균 가구소득	
		6. 거주지	

3. 자료의 수집 및 분석방법

1) 자료의 수집

본 연구의 대상 및 자료 수집은 연구대상지인 제주특별자치도의 중문관광단지를 방문한 내국인 방문객을 대상으로 설문조사를 실시했다. 총 330부의 설문을 배포하고 회수하였으며, 회수된 설문지 가운데 응답이 부실하거나 신뢰성이 떨어지는 29부의 설문지를 제외한 301부를 유효표본으로 확정하였다. 조사기간은 2012년 3월부터 4월까지 주중, 주말을 분리하여 조사를 진행하였으며, 조사장소는 중문관광단지 내에서 실시하였다.

2) 분석방법

본 연구에서 수집된 자료는 통계분석 프로그램 SPSS 18.0을 이용해 분석을 하였다. 자료의 분석은 크게 기술통계 분석 가운데 빈도분석과 평균 차이분석을 실시하였으며, 빈도분석은 중문관광단지를 방문한 방문객의 관광행태 및 인구통계적 특성을 알아보기 위하여 실시하였다. 그리고 설문 내용의 신뢰성과 타당성 검증을 위하여 크론바하 알파 계수를 이용하고 요인분석을 통해 내적타당성, 구성 타당성 등을 검증하였다. 또한, 가설의 검증을 위해 유의수준 $p < 0.05$ (신뢰도 95% 이상)에서 두 집단 간의 차이 검증을 위해 t-test를 실시하고 세 집단 이상의 차이 검증을 위해 일원배치 분산분석(ANOVA)을 실시하였다. 마지막으로 관광동기가 관광만족도에 미치는 영향정도를 파악하기 위해 선형회귀분석을 실시하였다.

제5장 실증분석

제1절 일반적 특성 분석

1. 표본의 일반적 특성 분석

중문관광단지 방문객의 일반적 특성인 관광행태와 인구통계적 특성에 따른 빈도분석 결과는 <표 5-1> 과 같다.

〈표 5-1〉 일반적 특성

구 분	내 용	빈도(명)	비율(%)	
관광행태	방문횟수	처음	58	19.3
		2회	66	21.9
		3회	62	20.6
		4회	48	15.9
		5회 이상	67	22.3
	동행인 유형	친구	81	26.9
		연인	44	14.6
		가족	90	29.9
		모임	69	22.9
		기타	17	5.6
	여행형태	개별여행	210	69.8
		단체여행	91	30.2
	정보획득경로	인터넷	128	42.5
		언론매체	30	10.0
		분인지식	32	10.6
		지인소개	28	9.3
		여행사	56	18.6
		기타	27	9.0
	체류기간	당일	22	7.3
		1박 2일	13	4.3
2박 3일		154	51.2	
3박 4일		95	31.6	
4박 5일 이상		17	5.6	
계		301	100.0	

〈표 계속〉

구 분		내 용	빈도(명)	비율(%)
관광행태	성별	남성	155	51.5
		여성	146	48.5
	연령	10대	40	13.3
		20대	78	25.9
		30대	62	20.6
		40대	70	23.3
		50대	29	9.6
		60대 이상	22	7.3
		직업	학생	87
	자영업		36	12.0
	회사원		84	27.9
	주부		60	19.9
	공무원		21	7.0
	기타		13	4.3
	학력	고졸 이하	106	35.2
		초대졸	60	19.9
		대졸이상	135	44.9
	월평균 가구소득	300만원 미만	98	32.6
		300~400만원 미만	114	37.9
		400~500만원 미만	73	24.3
		500만원 이상	16	5.3
	거주지	서울	79	26.2
		경기/인천	99	32.9
충청권/강원권		31	10.3	
경상권		36	12.0	
전라권		32	10.6	
제주도		24	8.0	
계			301	100.0

중문관광단지의 방문횟수에 대해서는 5회 이상 67명(22.3%)이 가장 높게 나타났고, 다음으로 2회 66명(21.9%), 3회 62명(20.6%) 순이었으며, 처음으로 방문하는 방문객은 58명(19.3%)으로 2회 방문객보다 낮게 조사되었다.

동행인은 가족이 90명(29.9%), 친구 81명(26.9%), 모임 69명(22.9%), 연인 44명(14.6%)으로 조사되었으며, 기타 유형의 동행인은 17명(5.6%)으로 나타났다.

여행형태는 개별여행 210명(69.8%)이 단체여행 91명(30.2%)에 비해 높게 표집되었고, 정보 획득경로는 인터넷조사 128명(42.5%), 여행사 56명(18.6%), 본인지식 32명(10.6%), 언론매체 30명(10.0%), 지인소개 28명(9.3%), 기타 수집 경로는 27명(9.0%)으로 조사되었다.

체류기간은 2박 3일 154명(51.2%), 3박 4일 95명(31.6%), 4박 5일 이상 17명(5.6%), 당일 22명(7.3%)으로 조사되었다.

인구통계적 특성 가운데 성별로는 남성 155명(51.5%), 여성 146명(48.5%)으로 비슷하게 표집되었으며, 연령별로는 20대 78명(25.9%), 40대 70명(23.3%), 30대 62명(20.6%), 10대 40명(13.3%), 50대 29명(9.6%), 60대 이상 22명(7.3%)으로 나타났다.

직업별로는 학생 87명(28.9%), 회사원 84명(27.9%), 주부 60명(19.9%), 자영업 36명(12.0%), 공무원 21명(7.0%), 기타 직업군이 13명(4.3%)으로 조사되었다.

학력별로는 대졸이상이 135명(44.9%), 고졸 이하 106명(35.2%), 전문대졸 60명(19.9%)으로 조사되었다.

월 평균 가구소득별로는 300~400만원 미만 114명(37.9%), 300만원 미만 98명(32.6%), 400~500만원 미만 73명 24.3%, 500만원 이상 16명(5.3%)순으로 집계됐다.

거주지별로는 경기/인천권이 99명(32.9%)으로 가장 많았으며, 다음으로 서울 79명(26.2%), 경상권 36명(12.0%), 전라권 32명(10.6%), 충청/강원권 31명(10.3%)순이었으며, 제주도는 24명(8.0%)으로 조사되었다.

2. 관광동기 평균분석

중문관광단지를 방문한 방문객의 관광동기를 분석하기 위해 리커트 5점 척도를 점수화해 평균을 이용한 기술통계분석을 실시했다. 5점에 가까울수록 관광동기가 강하다는 점에서 가장 높은 관광동기를 보인 항목은 ‘휴식 및 재충전을 위해’(3.62점)로 나타났으며, 다음으로 ‘친구 및 동료와의 화합’(3.39점), ‘일상에서 탈출하기 위해’(3.26점)순으로 분석됐다.

〈표 5-2〉 관광동기 평균분석

관광동기	평균	표준편차
1. 모험을 즐기기 위해	2.71	1.052
2. 자기계발을 위해	2.82	1.101
3. 다양한 사람을 만나기 위해	2.60	0.861
4. 친구 및 동료화합을 위해	3.38	1.204
5. 휴식 및 재충전을 위해	3.62	0.932
6. 일상에서 탈출하기 위해	3.26	1.036
7. 올레길 체험을 위해	2.96	1.022
8. 숙박이나 체류를 위해	2.57	1.039
9. 이벤트 등의 행사참여를 위해	2.16	0.865
10. 다양한 음식체험을 위해	2.85	0.972
11. 접근성이 좋기때문에	3.24	0.995
12. 주변 관광지와 가깝기 때문에	3.01	0.877

3. 만족도 평균분석

중문관광단지를 방문한 방문객의 만족도를 분석하기 위해 리커트 5점 척도를 점수화해 평균을 이용한 기술통계분석을 실시했다. 5점에 가까울수록 만족도가 강하다는 점에서 가장 높은 만족도를 보인 항목은 ‘자연경관’(4.26점)으로 나타났고, 다음으로 ‘단지 내 분위기 쾌적’(3.99점), ‘시설물 관리’(3.94점), ‘단지로의 접근’(3.94점) 등의 순으로 조사되었다.

〈표 5-3〉 만족도 평균분석

만족도	평균	표준편차
1. 시설물 관리	3.94	0.702
2. 단지로의 접근	3.94	0.728
3. 편의시설	3.92	0.723
4. 자연경관	4.26	0.606
5. 단지 내 분위기 쾌적	3.98	0.702
6. 레저·스포츠 시설	3.02	0.940
7. 회의시설	2.92	0.741
8. 숙박시설	3.21	0.897
9. 쇼핑시설	3.22	0.878
10. 종업원 친절	3.53	0.776
11. 새로운 정보 제공	3.48	0.823
12. 부당요금 등 바가지	3.01	0.812
13. 전통문화 존재	3.56	0.938
14. 단지 내 불거리	3.90	0.731
15. 관람시간	3.52	0.781
16. 관광시설	3.88	0.709

제2절 측정척도의 평가

1. 신뢰도 검증

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 믿을만하고, 나아가 예측가능성이 있음을 의미하는 것이다(김광웅, 1992; 고계성, 2006).

신뢰성 검증을 위해서 전체항목과 구성요소별로 내적 일관성을 측정하는 방법인 크론바하 알파값(Cronbach's Alpha)을 이용하였으며, 크론바하 알파계수는 0과 1사이의 값을 가지며, 일반적으로 사회과학 자료의 경우 0.6이상이면 신뢰성이 있는 것으로 볼 수 있다.

〈표 5-4〉 신뢰도 검증결과

구성 개념	항 목	항목이 삭제된 경우 척도 평균	항목이 삭제된 경우 척도 분산	항목이 삭제된 경우 Cronbach's Alpha	전체 신뢰도
관광 동기	1. 모험을 즐기기 위해	32.48	31.99	0.725	0.752
	2. 자기계발을 위해	32.37	31.93	0.727	
	3. 다양한 사람을 만나기 위해	32.59	33.02	0.724	
	4. 친구 및 동료화합을 위해	31.81	33.45	0.752	
	5. 휴식 및 재충전을 위해	31.57	33.37	0.732	
	6. 일상에서 탈출하기 위해	31.93	31.50	0.715	
	7. 올레길 체험을 위해	32.23	33.40	0.738	
	8. 숙박이나 체류를 위해	32.61	33.80	0.744	
	9. 이벤트 등의 행사참여를 위해	33.03	34.13	0.737	
	10. 다양한 음식체험을 위해	32.34	34.14	0.743	
	11. 접근성이 좋기때문에	31.95	34.50	0.748	
	12. 주변 관광지와의 가깝기 때문에	32.18	33.95	0.735	

〈표 계속〉

구성 개념	항 목	항목이 삭제된 경우 척도 평균	항목이 삭제된 경우 척도 분산	항목이 삭제된 경우 Cronbach's Alpha	전체 신뢰도
관광 만족	1. 시설물 관리	53.36	31.75	0.741	0.762
	2. 단지로의 접근	53.36	31.83	0.743	
	3. 편의시설	53.38	31.91	0.744	
	4. 자연경관	53.04	64.10	0.760	
	5. 단지 내 분위기 쾌적	53.32	31.39	0.737	
	6. 레저·스포츠 시설	54.28	32.24	0.759	
	7. 회의시설	54.38	30.67	0.745	
	8. 숙박시설	54.09	32.01	0.754	
	9. 쇼핑시설	54.08	31.12	0.744	
	10. 종업원 친절	53.76	33.23	0.758	
	11. 새로운 정보 제공	53.82	32.00	0.750	
	12. 부당요금 등 바가지	54.29	32.51	0.755	
	13. 전통문화 존재	53.73	32.20	0.759	
	14. 단지 내 불거리	53.40	32.37	0.749	
	15. 관람시간	53.78	32.03	0.748	
	16. 관광시설	53.42	32.03	0.745	

본 연구의 Alpha계수는 관광동기가 0.752, 관광만족도가 0.762로 모두 0.750 이상으로 나타나 설문지의 구성항목들이 관광동기 요인과 관광만족도 요인을 도출하는데 적절한 측정 항목이라는 것이 입증됐다.

2. 타당성 검증

타당성은 측정하려는 것을 제대로 측정하고 있느냐의 동일성 확인에 관한 것으로 ‘무엇’이 측정되고 있느냐가 타당성을 확인할 수 있는 주요 사항이 된다. 타당성을 높이는데 있어 고려되는 것은 측정도구가 제대로 기능을 하느냐의 문제와 이로 인하여 예측가능성이 얼마나 있느냐를 알아내는 것이 그것이다. 그러기 위해서는 타당하고 신뢰할 만한 기준을 확보하고 측정도구를 형성해야한다(김광웅, 1992: 고경업, 2010).

본 연구에서 타당성 검증을 위한 요인분석은 주성분 분석을 이용하였으며, 요인 적재치의 단순화를 위하여 직각회전 중 베리맥스(Varimax) 회전을 실시하였다. 그리고 요인의 수는 아이겐 값이 1이상이 되는 요인의 수에 의해 결정하였다.

또한, 표준형성 적절성의 KMO(Kaiser-Meyer-Olkin)측도 값은 변수 쌍들 간의 상관관계가 다른 변수에 의해 설명되는 정도를 나타내기 때문에 1에 가까울수록 좋으며, 0에 가까우면 요인분석을 위한 변수들의 선정이 좋지 못함을 나타낸다. KMO 값이 0.9이상이면 상당히 좋은 값이고, 0.8이상은 좋은 값, 0.7이상은 적당, 그리고 0.6이상이면 평범하다고 할 수 있다(정록용, 2003)

〈표 5-5〉 관광동기 타당성 검증결과

항 목	요인적재값	공통성	아이겐값	분산설명력
요인1: 사회성			3.348	27.903
모험을 즐기기 위해	0.733	0.619		
자기계발을 위해	0.672	0.541		
다양한 사람을 만나기 위해	0.551	0.547		
친구 및 동료화합을 위해	0.547	0.491		
요인2: 탈일상성			1.560	12.996
휴식 및 재충진을 위해	0.893	0.818		
일상에서 탈출하기 위해	0.823	0.771		
올레길 체험을 위해	0.497	0.505		
요인3: 유희성			1.370	11.417
숙박이나 체류를 위해	0.823	0.682		
이벤트 등의 행사참여를 위해	0.690	0.547		
다양한 음식체험을 위해	0.626	0.602		
요인4: 접근성			1.197	9.978
접근성이 좋기때문에	0.793	0.685		
주변 관광지와의 가깝기 때문에	0.758	0.667		
KMO값	0.701			
Bartlett's 검정	$\chi^2=863.630$ p=0.000			

〈표 5-6〉 만족도 타당성 검증결과

항 목	요인적재값	공통성	아이겐값	분산설명력
요인1: 심리적만족			3.782	23.369
시설물 관리	0.803	0.701		
단지로의 접근	0.683	0.609		
편의시설	0.682	0.680		
자연경관	0.625	0.525		
단지 내 분위기 쾌적	0.593	0.699		
요인2: 시설만족			2.524	15.774
레저·스포츠 시설	0.856	0.765		
회의시설	0.808	0.711		
숙박시설	0.683	0.522		
쇼핑시설	0.633	0.572		
요인3: 서비스만족			1.792	11.199
종업원 친절	0.838	0.746		
새로운 정보 제공	0.784	0.669		
부당요금 등 바가지	0.607	0.577		
요인4: 자원만족			1.174	7.340
전통문화 존재	0.801	0.686		
단지 내 불거리	0.735	0.642		
요인5: 체험만족			1.106	6.915
관람시간	0.800	0.678		
관광시설	0.704	0.597		
KMO값	0.735			
Bartlett's 검정	$\chi^2=1511.569$ p=0.000			

관광동기 항목에 대한 요인분석 결과 사회성, 탈일상성, 유희성, 접근성 등 4개의 요인이 추출되었으며, KMO값은 0.701로 적절한 수준이며, 요인분석 모형의 적합성 테스트인 Bartlett의 구형성 검정 역시 유의한 것으로 나타났다.

만족도 항목에 대한 요인분석 결과 심리적만족, 시설만족, 서비스만족, 자원만족, 체험만족 등 5개의 요인이 추출되었으며, KMO값은 0.735로 적절한 수준으로 나타났으며, 요인분석 모형의 적합성 테스트인 Bartlett의 구형성 검정 역시 유의한 것으로 나타났다.

제3절 연구가설 검증

1. 가설 I의 검증결과

중문관광단지 방문객의 관광동기는 관광만족도에 영향을 미칠 것이라는 가설 I을 검증하기 위해 회귀분석을 이용했으며, 관광만족 요인인 심리적 만족, 시설 만족, 서비스 만족, 자원 만족, 체험 만족으로 구분해 세부가설을 다음과 같이 설정하였다.

- 세부가설 I-1. 관광단지 방문객의 관광동기는 심리적 만족요인에 영향을 미칠 것이다.
- 세부가설 I-2. 관광단지 방문객의 관광동기는 시설 만족요인에 영향을 미칠 것이다.
- 세부가설 I-3. 관광단지 방문객의 관광동기는 서비스 만족요인에 영향을 미칠 것이다.
- 세부가설 I-4. 관광단지 방문객의 관광동기는 자원 만족요인에 영향을 미칠 것이다.
- 세부가설 I-5. 관광단지 방문객의 관광동기는 체험 만족요인에 영향을 미칠 것이다.

세부가설 I-1. 관광단지 방문객의 관광동기는 심리적 만족요인에 영향을 미칠 것이다.

관광단지 방문객의 관광동기 요인은 심리적 만족요인에 영향을 미칠 것이라는 가설 I-1을 분석하기 위하여 선형회귀분석을 실시한 결과 <표 5-7>과 같이 유의한 영향을 미치지 않는 것을 알 수 있다.

<표 5-7> 관광동기가 심리적 만족요인에 미치는 영향

독립변수	비표준화계수		표준화계수	t	p
	회귀값(B)	표준오차	베타(β)		
(상수)	3.747	.172		21.742	0.000
사회성	.097	.041	.151	2.376	0.018
탈일상성	.004	.046	.006	0.086	0.931
유희성	.042	.041	.064	1.030	0.304
접근성	-.079	.043	-.112	-1.838	0.067
R ² =0.031 F-value=2.362 p=0.053					

*p <0.5, **p <0.01

세부가설 I-2. 관광단지 방문객의 관광동기는 시설 만족요인에 영향을 미칠 것이다.

관광단지 방문객의 관광동기 요인은 시설 만족요인에 영향을 미칠 것이라는 가설 I-2를 분석하기 위하여 선형회귀분석을 실시한 결과 <표 5-8>과 같이 유의한 영향을 미치는 것을 알 수 있다. 여기에서 독립변수가 종속변수를 설명해 주는 결정계수는 0.173으로 17.3%를 설명해 주는 것으로 나타났으며, 이는 유의수준 $p < 0.01$ 수준에서 유의한 것으로 나타났다.

관광동기 요인 가운데 탈일상성, 유희성, 접근성 동기 요인은 모두 시설 만족요인에 유의한 정(+의) 영향을 미치는 것으로 나타났다.

이는 휴식 및 재충전, 일상탈출 등과 같은 ‘탈일상성 동기’와 숙박이나 체류, 이벤트 행사 참여, 다양한 음식체험 등의 ‘유희성 동기’, 접근성, 주변 관광지와의 연계 등의 ‘접근성 동기’에 따라 레저·스포츠시설, 회의, 숙박, 쇼핑 시설 등의 시설 만족에 영향관계를 형성하고 있다고 할 수 있다. 특히 ‘접근성 동기’요인은 회귀계수가 0.243으로서 ‘탈일상성 동기’요인 0.200과 ‘유희성 동기’요인 0.149에 비해 높게 나타나 접근성 동기가 시설 만족과 더 높은 영향관계를 형성하고 있음을 알 수 있다. 따라서 접근성 및 주변 관광지와의 연계를 위해 관광단지를 방문한 관광객이 시설적 만족을 더 느끼고 있음을 알 수 있다.

<표 5-8> 관광동기가 시설 만족요인에 미치는 영향

독립변수	비표준화계수		표준화계수	t	p
	회귀값(B)	표준오차	베타(β)		
(상수)	1.733	.220		7.890	0.000
사회성	-.092	.052	-.103	-1.761	0.079
탈일상성	.200	.058	.209	3.429	0.001
유희성	.149	.052	.164	2.877	0.004
접근성	.243	.055	.250	4.454	0.000
R ² =0.173 F-value=15.446 p=0.000**					

* p < 0.5, ** p < 0.01

세부가설 I-3. 관광단지 방문객의 관광동기는 서비스 만족요인에 영향을 미칠 것이다.

관광단지 방문객의 관광동기 요인은 서비스 만족요인에 영향을 미칠 것이라는 가설 I-3을 분석하기 위하여 선형회귀분석을 실시한 결과 <표 5-9>와 같이 유의한 영향을 미치는 것을 알 수 있다. 여기에서 독립변수가 종속변수를 설명해 주는 결정계수는 0.051로 5.1%를 설명해 주

는 것으로 설명력이 다소 낮게 나타났으나 유의수준 $p < 0.01$ 수준에서 유의한 것으로 나타났다.

관광동기 요인 가운데 탈일상성 동기 요인은 서비스 만족요인에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 사회성 동기 요인은 서비스 만족요인에 유의한 부(-)의 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 유희성, 접근성 동기 요인은 서비스 만족요인에 영향을 미치지 않는 것으로 분석되었다. 이는 휴식 및 재충전, 일상탈출 등과 같은 '탈일상성 동기'에 따라 종업원 친절도, 새로운 정보제공, 바가지 요금 등과 같은 '서비스 만족' 요인에 영향관계를 형성하고 있다고 할 수 있다.

〈표 5-9〉 관광동기가 서비스 만족요인에 미치는 영향

독립변수	비표준화계수		표준화계수	t	p
	회귀값(B)	표준오차	베타(β)		
(상수)	3.612	.211		17.113	.000
사회성	-.166	.050	-.208	-3.314	.001
탈일상성	.116	.056	.135	2.072	.039
유희성	.034	.050	.041	.676	.500
접근성	-.066	.053	-.075	-1.254	.211

$R^2=0.051$ $F\text{-value}=3.998$ $p=0.004^{**}$

* $p < 0.5$, ** $p < 0.01$

세부가설 I-4. 관광단지 방문객의 관광동기는 자원 만족요인에 영향을 미칠 것이다.

관광단지 방문객의 관광동기 요인은 자원 만족요인에 영향을 미칠 것이라는 가설 I-4를 분석하기 위하여 선형회귀분석을 실시한 결과 <표 5-10>과 같이 유의한 영향을 미치는 것을 알 수 있다.

〈표 5-10〉 관광동기가 자원 만족요인에 미치는 영향

독립변수	비표준화계수		표준화계수	t	p
	회귀값(B)	표준오차	베타(β)		
(상수)	3.854	.242		15.954	.000
사회성	.076	.057	.084	1.321	.188
탈일상성	.009	.064	.009	.134	.893
유희성	-.047	.057	-.052	-.828	.408
접근성	-.097	.060	-.099	-1.614	.107

$R^2=0.015$ $F\text{-value}=1.124$ $p=0.345$

* $p < 0.5$, ** $p < 0.01$

세부가설 I-5. 관광단지 방문객의 관광동기는 체험 만족요인에 영향을 미칠 것이다.

관광단지 방문객의 관광동기 요인은 체험 만족요인에 영향을 미칠 것이라는 가설 I-5를 분석하기 위하여 선형회귀분석을 실시한 결과 <표 5-11>과 같이 유의한 영향을 미치는 것을 알 수 있다. 여기에서 독립변수가 종속변수를 설명해 주는 결정계수는 0.084로 8.4%를 설명해 주는 것으로 설명력이 다소 낮게 나타났으나 유의수준 $p < 0.01$ 수준에서 유의한 것으로 나타났다.

관광동기 요인 가운데 탈일상성 동기 요인은 서비스 만족요인에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났고, 접근성 요인은 서비스 만족요인에 유의한 부(-)의 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 사회성, 유희성 동기 요인은 서비스 만족요인에 영향을 미치지 않는 것으로 분석됐다.

<표 5-11>관광동기가 체험 만족요인에 미치는 영향

독립변수	비표준화계수		표준화계수	t	p
	회귀값(B)	표준오차	베타(β)		
(상수)	3.376	.205		16.469	.000
사회성	-.042	.049	-.053	-.865	.388
탈일상성	.257	.055	.302	4.719	.000
유희성	.004	.048	.005	.075	.940
접근성	-.114	.051	-.132	-2.227	.027

$R^2=0.084$ F-value=6.794 p=0.000**

*p < 0.5, **p < 0.01

이상의 가설 I 에 대한 검증결과 사회성은 서비스 만족요인, 탈일상성은 시설, 서비스 및 체험만족 요인, 유희성은 시설 만족요인, 접근성은 시설 및 체험 만족요인에 영향을 미치는 것으로 분석되었다. 따라서 관광단지를 방문한 방문객의 관광동기는 관광만족도에 영향을 미칠 것이라는 가설 I 은 부분 채택되었다고 할 수 있다.

2. 가설 II의 검증결과

중문관광단지 방문객의 관광행태에 따라 만족도에는 차이가 있는 지를 검증하기 위해 평균 차이분석을 이용하였고, 사후분석은 Tukey를 이용하였으며, 세부가설을 다음과 같이 설정하여 검증한 결과는 다음과 같다.

세부가설 II-1. 방문횟수에 따라 관광만족에는 유의한 차이가 있을 것이다.

세부가설 II-2. 동행유형에 따라 관광만족에는 유의한 차이가 있을 것이다.

세부가설 II-3. 여행유형에 따라 관광만족에는 유의한 차이가 있을 것이다.

세부가설 II-4. 체류기간에 따라 관광만족에는 유의한 차이가 있을 것이다.

세부가설 II-1. 방문횟수에 따라 관광만족에는 유의한 차이가 있을 것이다.

방문객의 관광행태 가운데 방문횟수에 따른 만족 요인에 대한 차이분석 결과 서비스요인과 자원요인만이 $p < 0.05$ 수준에서 통계적으로 유의한 차이를 보이며 심리적, 시설, 체험요인은 통계적으로 유의한 차이를 보이지 않는다.

처음 방문한 집단이 서비스 및 자원 만족요인에 대해 강한 것을 알 수 있으며, 이는 방문횟수가 증가할수록 서비스 및 자원에 대한 만족도가 감소하는 것으로 재방문객을 위한 시설 및 자원에 대한 재투자가 필요할 것으로 사료된다.

〈표 5-12〉 방문횟수에 따른 만족 요인 차이분석

기간 만족	처음	2회	3회	4회	5회이상	전체	F(p)
심리적	4.12	3.92	3.94	4.05	4.04	4.01	1.568 (0.183)
시설	2.91	3.09	3.12	3.25	3.10	3.09	1.615 (0.170)
서비스	3.55b	3.30ab	3.41ab	3.26ab	3.19a	3.34	3.029 (0.018)*
자원	3.97b	3.81ab	3.57a	3.65ab	3.67ab	3.73	3.135 (0.015)*
체험	3.85	3.74	3.65	3.60	3.65	3.70	1.437 (0.022)

주) a < b < c 는 Tukey Multiple Test 시 집단차이가 나타남을 말함.

* p < 0.5, ** p < 0.01

세부가설 II-2. 동행유형에 따라 관광만족에는 유의한 차이가 있을 것이다.

방문객의 관광행태 가운데 동행인 유형에 따른 만족 요인에 대한 차이분석 결과 체험요인은 $p < 0.01$ 수준에서, 자원요인은 $p < 0.05$ 수준에서 통계적으로 유의한 차이를 보이며, 심리적, 시설, 서비스 요인은 통계적으로 유의한 차이를 보이지 않는다. 친구와 기타 집단과 함께 방문한 집단에서 자원과 체험에 대한 만족도가 다른 집단에 비해 상대적으로 높은 것으로 나타났다.

〈표 5-13〉 동행유형에 따른 만족 요인 차이분석

기간 만족	친구	연인	가족	모임	기타	전체	F(p)
심리적	4.02	4.09	4.02	3.97	3.87	4.01	0.688 (0.601)
시설	2.96	3.07	3.25	3.05	3.07	3.09	1.972 (0.099)
서비스	3.35	3.31	3.41	3.22	3.53	3.34	1.321 (0.262)
자원	3.90c	3.81bc	3.67a	3.53a	3.91c	3.73	3.26 (0.013)*
체험	3.80b	3.68ab	3.78ab	3.43a	4.00b	3.70	5.454 (0.001)**

주) a < b < c 는 Tukey Multiple Test 시 집단차이가 나타남을 말함.

* p < 0.5, ** p < 0.01

세부가설 II-3. 여행형태에 따라 관광만족에는 유의한 차이가 있을 것이다.

방문객의 관광행태 가운데 여행형태에 따른 만족 요인에 대한 차이분석 결과 모든 관광만족 요인에서 통계적으로 유의한 차이를 보이지 않는다.

〈표 5-14〉 여행형태에 따른 만족 요인 차이분석

기간 만족	개별여행	단체여행	전체	t(p)
심리적	4.10	3.80	4.01	4.946 (0.001)
시설	3.11	3.04	3.09	0.875 (0.382)
서비스	3.32	3.38	3.34	-0.720 (0.472)
자원	3.72	3.77	3.73	-0.651 (0.516)
체험	3.69	3.74	3.70	-0.614 (0.540)

* p < 0.5, ** p < 0.01

세부가설 II-4. 체류기간에 따라 관광만족에는 유의한 차이가 있을 것이다.

방문객의 관광행태 가운데 체류기간에 따른 만족 요인에 대한 차이분석 결과 시설, 자원 만족 요인만이 $p < 0.01$ 수준에서 통계적으로 유의한 차이를 보이며, 심리적, 서비스, 자원, 체험 만족 요인은 통계적으로 유의한 차이를 보이지 않는다.

4박 5일 이상의 방문객 집단에서 자원에 대한 만족도가 더 높음을 알 수 있으며, 시설에 대한 만족도는 다른 집단에 비해 2박 3일 체류한 방문객에서 만족도가 더 높음을 알 수 있다.

〈표 5-15〉 체류기간에 따른 만족 요인 차이분석

기간 만족	당일	1박2일	2박3일	3박4일	4박5일 이상	전체	F(p)
심리적	4.05	4.08	4.02	3.94	4.25	4.01	1.531 (0.193)
시설	2.77a	3.17ab	3.29b	2.82a	3.16ab	3.09	8.538 (0.001)**
서비스	3.26	3.51	3.40	3.29	3.14	3.34	1.220 (0.302)
자원	3.73a	3.38a	3.61a	3.56a	4.44b	3.73	7.640 (0.001)**
체험	3.73	3.85	3.73	3.61	3.79	3.70	0.881 (0.475)

주) a < b < c는 Tukey Multiple Test 시 집단차이가 나타남을 말함.

* $p < 0.5$, ** $p < 0.01$

3. 가설 III의 검증결과

중문관광단지 방문객의 인구통계적 특성에 따라 관광동기에는 차이가 있는지를 검증하기 위해 평균차이분석을 이용하였으며, 사후분석은 Tukey를 이용하였고, 검증결과는 다음과 같다.

- 세부가설 III-1. 성별에 따라 관광동기에는 유의한 차이가 있을 것이다.
- 세부가설 III-2. 연령에 따라 관광동기에는 유의한 차이가 있을 것이다.
- 세부가설 III-3. 직업에 따라 관광동기에는 유의한 차이가 있을 것이다.
- 세부가설 III-4. 학력에 따라 관광동기에는 유의한 차이가 있을 것이다.

세부가설 III-1. 성별에 따라 관광동기에는 유의한 차이가 있을 것이다.

인구통계적 특성 가운데 성별에 따른 관광동기 요인에 대한 차이분석 결과 접근성 요인에 서만 $p < 0.01$ 수준에서 통계적으로 유의한 차이를 보이는 것으로 나타났으나, 평균 3점미만으로 동기요인이 약한 것을 알 수 있다.

〈표 5-16〉 성별에 따른 관광동기 요인 차이분석

형태 동기	남성	여성	전체	t(p)
사회성	3.32	3.23	3.28	0.909 (0.364)
탈일상성	2.87	2.88	2.88	-0.130 (0.897)
유희성	3.12	3.13	3.13	-0.194 (0.846)
접근성	2.43	2.64	2.53	-2.526 (0.012)*

* $p < 0.5$, ** $p < 0.01$

세부가설 III-2. 연령에 따라 관광동기에는 유의한 차이가 있을 것이다.

인구통계적 특성 가운데 연령에 따른 관광동기 요인에 대한 차이분석 결과 모든 요인에서 $p < 0.01$ 수준에서 통계적으로 유의한 차이를 보이는 것으로 나타났으며, 사회성 요인은 다른 집단에 비해, 20대, 30대, 40대에서 강한 것을 알 수 있고, 탈 일상성은 10대와 20대에서 강하게 나타나고 있으며, 숙박이나 체류, 이벤트 행사, 음식체험 등과 같은 유희성은 40대에서 강한 것을 알 수 있다.

〈표 5-17〉 연령에 따른 관광동기 요인 차이분석

기간 동기	10대	20대	30대	40대	50대	60대 이상	전체	F(p)
사회성	3.03ab	3.48b	3.31b	3.33b	3.40b	2.67a	3.28	4.954 (0.001)**
탈일상성	3.39b	3.91b	2.62a	2.89a	2.84a	2.63a	2.88	6.680 (0.001)**
유희성	3.18b	3.19b	3.13ab	3.32b	2.67a	2.75ab	3.13	4.258 (0.001)**
접근성	2.45ab	2.77b	2.69b	2.39ab	2.16a	2.33ab	2.53	5.039 (0.001)**

주) a < b < c는 Tukey Multiple Test 시 집단차이가 나타남을 말함.

* $p < 0.5$, ** $p < 0.01$

세부가설 III-3. 직업에 따라 관광동기에는 유의한 차이가 있을 것이다.

인구통계적 특성 가운데 직업에 따른 관광동기 요인에 대한 차이분석 결과 탈일상성은 $p < 0.01$ 수준에서, 접근성은 $p < 0.05$ 수준에서 통계적으로 차이를 보이는 것으로 나타났으며, 학생은 다른 직업의 방문객들에 비해 탈일상성에서 높은 관광동기를 보이는 것을 알 수 있으며, 접근성은 학생과 회사원 집단에서 더 높음을 알 수 있다.

〈표 5-18〉 직업에 따른 관광동기 요인 차이분석

기간 동기	학생	자영업	회사원	주부	공무원	기타	전체	F(p)
사회성	3.41	3.34	3.17	3.27	3.14	3.23	3.28	1.026 (0.402)
탈일상성	3.24b	2.76ab	2.76ab	2.80ab	2.36a	2.81ab	2.88	7.882 (0.001)**
유희성	3.23	3.18	3.00	3.18	2.83	3.27	3.13	1.552 (0.174)
접근성	2.63b	2.26a	2.63b	2.51ab	2.24a	2.44ab	2.53	2.4341 (0.035)*

주) a < b < c 는 Tukey Multiple Test 시 집단차이가 나타남을 말함.

* p < 0.5, ** p < 0.01

세부가설 III-4. 학력에 따라 관광동기에는 유의한 차이가 있을 것이다.

인구통계적 특성 가운데 학력에 따른 관광동기 요인에 대한 차이분석 결과 사회성, 접근성 요인은 $p < 0.01$ 수준에서, 탈일상성 요인은 $p < 0.05$ 수준에서 통계적으로 유의한 차이를 보이고, 유희성 요인은 차이를 보이지 않는다.

전문대졸에서 사회성과 탈일상성에 대한 동기 요인이 강하게 나타나고 있으며, 대졸이상에서는 다른 집단에 비해 상대적으로 접근성 요인이 강하게 나타났다.

〈표 5-19〉 학력에 따른 관광동기 요인 차이분석

동행인 동기	고졸이하	초대졸	대졸이상	전체	F(p)
사회성	3.00a	3.64c	3.34b	3.28	14.346 (0.001)**
탈일상성	2.94ab	3.03c	2.77a	2.88	3.141 (0.045)*
유희성	3.13	3.18	3.10	3.13	0.194 (0.824)
접근성	2.33a	2.57ab	2.67b	2.53	7.033 (0.001)**

주) a < b < c 는 Tukey Multiple Test 시 집단차이가 나타남을 말함.

* p < 0.5, ** p < 0.01

4. 가설 IV의 검증결과

중문관광단지 방문객의 인구통계적 특성에 따라 관광만족에는 차이가 있는 지를 검증하기 위해 평균차이분석을 이용하였으며, 사후분석은 Tukey를 이용하였고, 검증결과는 다음과 같다.

세부가설 IV-1. 성별에 따라 관광만족에는 유의한 차이가 있을 것이다.

세부가설 IV-2. 연령에 따라 관광만족에는 유의한 차이가 있을 것이다.

세부가설 IV-3. 직업에 따라 관광만족에는 유의한 차이가 있을 것이다.

세부가설 IV-4. 학력에 따라 관광만족에는 유의한 차이가 있을 것이다.

세부가설 IV-1. 성별에 따라 관광만족에는 유의한 차이가 있을 것이다.

방문객의 인구통계적 특성 가운데 성별에 따른 만족 요인 차이분석 결과 체험 항목만이 $p < 0.01$ 수준에서 통계적으로 유의한 차이를 보이며, 다른 항목은 유의한 차이가 없는 것을 알 수 있다. 성별에 따라서는 여성이 남성에 비해 체험에 대한 만족도 요인이 높게 나타났다.

〈표 5-20〉 성별에 따른 관광만족 요인 차이분석

기간 만족	남성	여성	전체	t(p)
심리적	4.00	4.02	4.01	-0.212 (0.833)
시설	3.03	3.16	3.09	-1.583 (0.114)
서비스	3.40	3.28	3.34	1.548 (0.123)
자원	3.71	3.76	3.73	-0.617 (0.538)
체험	3.60	3.81	3.70	-2.879 (0.004)**

* $p < 0.5$, ** $p < 0.01$

세부가설 IV-2. 연령에 따라 관광만족에는 유의한 차이가 있을 것이다.

방문객의 인구통계적 특성 가운데 연령에 따른 관광만족 요인 차이분석 결과 체험 항목을 제외한 심리적, 시설, 서비스 만족 요인은 $p < 0.01$ 수준에서 통계적으로 유의한 차이를 보이며,

자원 만족 요인은 $p < 0.05$ 수준에서 통계적으로 유의한 차이를 보이는 것으로 나타났다.

심리적 만족요인은 40대에서 다른 연령에 비해 높게 나타났고, 시설 만족요인은 30대, 40대, 60대 이상에서 높은 만족도를 보이며, 서비스 만족도 요인은 60대 이상, 자원만족 요인은 10대에서 다른 집단에 비해 상대적으로 높게 나타났다.

〈표 5-21〉 연령에 따른 관광만족 요인 차이분석

기간 만족	10대	20대	30대	40대	50대	60대 이상	전체	F(p)
심리적	3.84ab	4.07ab	4.05ab	4.20b	3.95ab	3.51a	4.01	8.165 (0.001)**
시설	2.72a	3.09ab	3.18b	3.22b	3.02ab	3.19b	3.09	3.147 (0.009)**
서비스	3.38a	3.37a	3.32a	3.29a	3.06a	3.77b	3.34	3.511 (0.004)**
자원	4.00b	3.79ab	3.75ab	3.64ab	3.43a	3.68ab	3.73	2.623 (0.024)*
체험	3.95	3.69	3.62	3.70	3.57	3.73	3.70	1.772 (0.119)

주) a < b < c 는 Tukey Multiple Test 시 집단차이가 나타남을 말함.

* p < 0.5, ** p < 0.01

세부가설 IV-3. 직업에 따라 관광만족에는 유의한 차이가 있을 것이다.

방문객의 인구통계적 특성 가운데 직업에 따른 관광만족 요인 차이분석 결과 시설만족 요인과 자원만족 요인은 $p < 0.01$ 수준에서 통계적으로 유의한 차이를 보이며, 심리적, 서비스, 체험만족 요인은 통계적으로 유의한 차이를 보이지 않는다.

자원만족 요인은 학생에서 다른 집단에 비해 상대적으로 높은 만족도를 보이는 것을 알 수 있다.

〈표 5-22〉 직업에 따른 관광만족 요인 차이분석

기간 만족	학생	자영업	회사원	주부	공무원	기타	전체	F(p)
심리적	3.95	3.88	4.10	4.04	4.05	3.92	4.01	1.417 (0.218)
시설	2.96a	2.94a	3.27ab	3.22ab	3.79c	3.10ab	3.09	3.374 (0.006)**
서비스	3.37	3.31	3.38	3.21	3.51	3.33	3.34	0.917 (0.470)
자원	3.91b	3.33a	3.66ab	3.83ab	3.69ab	3.77ab	3.73	3.997 (0.002)**
체험	3.84	3.54	3.68	3.73	3.57	3.42	3.70	2.094 (0.066)

주) a < b < c 는 Tukey Multiple Test 시 집단차이가 나타남을 말함.

* p < 0.5, ** p < 0.01

세부가설 IV-4. 학력에 따라 관광만족에는 유의한 차이가 있을 것이다.

방문객의 인구통계적 특성 가운데 학력에 따른 관광만족 요인 차이분석 결과 심리적, 시설 만족 요인은 $p < 0.01$ 수준에서 통계적으로 유의한 차이를 보이며, 서비스, 자원, 체험만족 요인은 통계적으로 유의한 차이지 보이지 않는다. 대졸이상의 집단에서 심리적 만족요인이 높게 나타났고, 시설만족 요인에 대해서는 전문대졸과 대졸이상의 집단에서 더 높은 만족도를 보이는 것으로 나타났다.

〈표 5-23〉 학력에 따른 관광만족 요인 차이분석

기간 만족	고졸이하	초대졸	대졸이상	전체	F(p)
심리적	3.83a	4.07b	4.13b	4.01	11.652 (0.001)**
시설	2.91a	3.20b	3.19b	3.09	5.773 (0.003)**
서비스	3.37	3.33	3.32	3.34	0.226 (0.798)
자원	3.76	3.73	3.71	3.73	0.165 (0.848)
체험	3.74	3.76	3.65	3.70	0.947 (0.389)

주) a < b < c 는 Tukey Multiple Test 시 집단차이가 나타남을 말함.

* p < 0.5, ** p < 0.01

5. 가설 검증결과 요약

〈표 5-24〉 가설 검증결과 요약

가 설		검증결과	
가설 I	관광동기 → 관광만족		
	세부가설1	심리적 만족	기각
	세부가설2	시설 만족	채택
	세부가설3	서비스 만족	(부분)채택
	세부가설4	자원 만족	기각
	세부가설5	체험 만족	(부분)채택
가설 II	관광행태 → 관광만족		
	세부가설1	방문횟수	(부분)채택
	세부가설2	동행유형	(부분)채택
	세부가설3	여행행태	기각
세부가설4	체류기간	(부분)채택	
가설 III	인구통계적 특성 → 관광동기		
	세부가설1	성별	(부분)채택
	세부가설2	연령	채택
	세부가설3	직업	(부분)채택
세부가설4	학력	(부분)채택	
가설 IV	인구통계적 특성 → 관광만족		
	세부가설1	성별	(부분)채택
	세부가설2	연령	(부분)채택
	세부가설3	직업	(부분)채택
세부가설4	학력	(부분)채택	

제6장 결론

제1절 연구의 요약 및 의의

우리나라에는 1971년 중문관광단지가 최초로 관광단지로 지정된 이후 2012년 5월 현재 35개의 관광단지가 지정되어 있으며 보문, 중문, 감포, 원주 오크밸리, 휘닉스파크, 평창용평, 횡성 두원 등 7개소는 운영 중이고 나머지 관광단지는 조성 예정이거나 조성 중이다.

관광단지는 외래관광객에게 다양한 관광기회를 제공하는 외화획득의 역할이 강조되면서 산업여건이 미흡한 지역의 지역경제 기반 구축, 고용 창출 등의 목적으로 조성되었다. 그러나 현재는 국내 관광 수요 증가와 관광산업의 중요성이 강조되면서 관광경쟁력을 강화하기 위한 허브 기능을 수행하고, 해외 관광활동 증가로 인한 외화 유출 방지 및 관광수지 적자개선으로 내수를 촉진하는 등 국민여가공간의 확보 목적도 중시되고 있다.

이러한 다양한 요구에 따라 관광단지 지정이 경쟁적으로 이루어져 왔으며, 1993년 민간에 의한 관광단지 개발이 가능해지면서 꾸준한 증가세를 보이다가 2004년 관광단지 지정 권한이 문화체육부장관에서 시·도지사로 이양되면서 관광단지 조성이 급증하고 있는 실정이다.

관광단지가 개발되고 운영되기 시작하면서 지역의 관광거점으로서 경제 활성화 및 일자리 창출 등 긍정적인 효과를 거두고 있으나, 사업 추진의 핵심인 민간투자 유치 지연, 대규모 투자 대비 저수익 문제, 자본 회임기간 장기화에 따른 채산성 저하 등의 문제가 나타나고 있다.

관광단지에 대한 투자는 대규모 자본이 투입된다는 점에서 수요에 대한 정확하고 세밀한 분석이 필요하며, 이러한 수요에 부응하는 단지계획 및 조성이 이루어 질 수 있도록 해야 할 것으로 사료된다. 따라서 본 연구에서는 관광단지 방문객들이 관광단지를 방문하는 관광동기와 만족요인을 분석하여 조성 계획에 있거나 조성 중인 관광단지에 대한 기초자료로 활용할 수 있도록 하는데 그 목적을 두고 연구를 진행하였다.

연구결과, 관광단지를 방문한 방문객의 관광동기에는 관광만족도에 영향을 미칠 것이라는 가설 I에 대한 검증결과 사회적 동기요인은 서비스 만족요인, 탈일상성은 시설과 서비스 및 체험만족 요인, 유희성은 시설만족, 접근성 동기요인은 시설 및 체험 만족에 영향을 미치는 것으로 분석되었다. 가설II 관광단지 방문객의 관광행태에 따른 만족 요인에 대한 차이분석 결

과 여행형태는 유의한 차이를 보이지 않는 것으로 나타났고 방문횟수, 동행인 유형, 체류기간 등은 부분적으로 유의미한 차이를 보이는 것으로 분석되었다. 가설 III 관광단지 방문객의 인구통계적 특성에 따른 관광동기 요인에 대한 차이분석 결과 연령은 유의한 차이를 보이는 것으로 나타났고 성별, 직업, 학력, 거주지 등은 부분적으로 유의미한 차이를 보이는 것으로 나타났다. 가설 IV 관광단지 방문객의 인구통계적 특성에 따른 관광만족 요인에 대한 차이분석 결과 성별, 연령, 직업, 학력은 부분적으로 채택되어 가설 IV에 대한 검증결과 부분적으로 채택되었다고 할 수 있을 것이다.

이러한 연구결과에 따라 향후의 관광단지 조성 시에는 연구결과에서 도출된 바를 토대로 다음과 같은 대안을 모색해 볼 필요가 있을 것이라 사료된다. 인구통계적 특성에 대하여 성별, 연령별, 직업, 학력, 거주지 등에 따라 관광동기와 만족에는 차이가 있기 때문에 다양한 계층을 위한 시설의 도입이 필요하고, 재방문을 위한 시설의 투자나 서비스에 대하여 적극 반영할 필요가 있다고 사료된다. 또한, 관광동기가 관광만족에 미치는 영향에 대하여 유의한 차이가 있다는 것으로 보아 관광단지를 방문하는 방문객의 동기를 사전에 분석하고, 이에 대하여 유동적으로 대처를 할 필요가 있을 것이며, 관광단지 컨셉과 규모 등 사업계획 수립에 반영할 필요가 있다고 사료된다. 본 연구는 앞서 언급한 바와 같이 관광단지 방문객의 관광동기와 만족에 관한 연구가 미미하여 관광지 방문객의 관광동기와 만족 간의 관계에 대한 선행연구를 토대로 진행을 하였다. 선행연구 가운데 관광동기가 만족에 미치는 영향에 대하여는 정(+)의 영향을 미치는 것으로 분석되었으나, 본 연구에서는 관광단지 방문객의 관광동기가 만족에 미치는 영향에 대해서는 영향관계가 선행연구에 비해 다소 낮은 설명력을 보이는 것으로 나타났다. 이는 선행연구가 관광지 및 단일목적지를 대상으로 하고 있는 반면, 관광단지는 그 특성상 복합적인 시설 및 서비스가 제공되는 대상으로 영향관계가 낮게 나타난 것이라 사료된다.

앞서 서술한 바와 같이 관광단지 지정에 대한 규제가 점차 완화되면서 관광단지가 급격히 증가하고 있고, 2010년 기준으로 관광단지에 대한 총 투자실적이 약 12,185억원, 계획대비 29.6%수준으로 사업추진의 핵심인 투자실적이 부진하여 관광단지 활성화를 모색하기 위한 다양한 연구와 시도가 절실한 실정이다. 따라서 본 연구는 인구통계적 특성에 따른 관광동기를 분석하고, 인구통계적 특성 및 관광행태가 관광만족에 미치는 영향을 분석하고자 하였으며, 관광단지 방문객들의 관광동기가 관광만족에 미치는 영향을 분석하여 현재 조성 중이거나 향후 조성계획이 있는 관광단지 개발에 있어서 기초자료로 제공 하고자 하는 것에 의의가 있으며 적지 않은 시사점을 제시했다고 할 수 있다.

제2절 연구의 한계 및 제언

본 연구는 관광단지 방문객의 관광동기와 만족에 관하여 살펴보았는데 다음과 같은 한계점을 지니고 있다고 할 수 있다.

관광단지 방문객의 관광동기와 만족에 관한 연구가 미미하여 관광지 방문객의 관광동기와 만족 간의 관계에 대한 연구를 토대로 진행을 하였다. 이는 관광지 및 단일목적지를 대상으로 하고 있는 선행연구와는 달리, 관광단지는 그 특성상 복합적인 시설 및 서비스가 제공되는 대상으로 관광지의 방문객과는 다소 차이가 있음에도 관광지 방문객의 관광동기와 만족에 관한 연구를 토대로 관광단지 방문객의 관광동기와 만족에 관한 항목을 도출한 것에 대하여는 아쉬운 부분으로 남는다.

향후 중문관광단지 방문자 중에서 숙박을 목적으로 하는 방문객을 대상으로 한 연구, 골프장이나 주제공원 또는 해수욕장을 이용하고 다른 곳에서 숙박하는 방문객을 대상으로 한 연구, 컨벤션센터에서 회의나 전시를 목적으로 하는 방문객을 대상으로 한 연구 등과 같이 방문 목적에 따라 다양한 연구가 진행되어야 할 것이다.

또한, 국내의 많은 관광지 가운데 중문 관광단지를 연구대상지로 선정한 배경과 비용 및 시간의 제약으로 인해 중문 관광단지를 방문하는 관광객 가운데 3월과 4월에 연구를 진행한 것에 대하여 계절적, 지리적으로 한계가 있음을 밝혀둔다.

본 연구는 관광단지를 목적지로 방문한 방문객을 대상으로 연구를 진행하였음에도, 관광동기에 대한 평균이 다소 낮게 나타난 부분에 대해서는 관광단지 방문객을 대상으로 다양한 측정도구로 연구를 진행했어야 함에도 선행연구의 부족으로 그러하지 못했던 부분에 대하여 향후 연구에서는 독창적이고 타당한 연구의 시도가 필요할 것으로 보인다.

마지막으로, 관광단지는 대규모 투자와 민간자본의 유치가 사업추진의 핵심이라는 점에서 수요에 대한 정확하고 세밀한 분석이 필요하며, 이러한 수요에 부응하는 단지계획 및 조성이 이루어 질 수 있도록 앞으로 다양한 연구가 진행되기를 기대해 본다.

참고문헌

1. 국내문헌

- 고경업(2011), 주제공원 방문객의 관광동기가 만족에 미치는 영향-제주지역을 중심으로-, 제주대학교 대학원 석사학위 논문
- 고동우(1998), 관광의 심리적 체험과 만족 간의 관계, 고려대학교 대학원 박사학위 논문.
- 곽노엽(1999), 관광지 속성의 선호도에 관한 연구, 경기대학교 박사학위 논문.
- 김광웅(1998), 「사회과학연구방법론」, 박영사.
- 김두하(1999), 주제공원 이용자의 만족형성과정에 관한 연구, 서울대학교 박사학위 논문.
- 김미숙·조재원(2006), 발상의 전환에서 오는 즐거움, 성을 만나다 제주러브랜드, 「맛있는 잡지」, 전주 국제발효식품엑스포 조직위원회.
- 김경호·이진희(2001), 중문관광단지 활성화를 위한 마케팅전략에 관한 연구, 「제주관광학연구」
- 김병원(2008), 테마파크 이용관광객들의 관광동기 및 유형별 지각성과와 만족 분석-에버랜드를 중심으로-, 「관광연구저널」, 22(1).
- 김상균·현용호·한진수(2006), 관광정보와 관광동기에 따른 관광지 이미지형성과 관광지 충성도 간의 구조모델 분석-영국록그룹 '비틀즈' 테마시티 방문객을 대상으로-, 「관광학 연구」, 30(20).
- 김성수(2005), 축제이미지가 관광객 참여동기와 만족에 미치는 영향 : 충주 세계무술축제를 중심으로, 안양대학교 대학원, 석사학위 논문.
- 김영우(2005), 관광동기 및 위험지각이 관광지 유형선택과 관광 후 행동에 미치는 영향, 세종대학교 석사학위 논문.
- 김영준(2010), 관광(단)지 도입시설 개설방안, 한국문화관광연구원
- (2011), 관광단지 평가체계 구축 및 운용방안 연구, 한국문화관광연구원
- 김완석·강용주(1999), 복합점수를 이용하는 소비자만족 측정법들의 준거타당도 연구, 소비자학연구, 10(1)
- 김원인(1995), 「관광학원론」, 학문사.
- 김은정(2009), 어촌관광 참여동기와 만족도에 관한 연구, 강원대학교 대학원 석사학위 논문.
- 노재현(2010), 관광목적지 선택속성과 관광 참가만족 및 방문의도간의 관계 : 해양스포츠 선호유형과 국가 중심으로, 경희대학교 대학원 박사학위 논문.
- 문성환(2006), 중국인 관광객의 관광동기와 관광만족 및 충성도의 관계에 관한 연구, 제주대학교 석사학위 논문.
- 문순영(1994), 일본관광자의 관광동기와 만족에 관한 실증적 연구, 세종대학교 대학원 석사학위 논문.

- 박상규(2008), 도시마케팅 전략을 위한 해양관광레저스포츠 참여동기, 제약, 도시브랜드와 관광만족의 관계, 조선대학교 박사학위 논문.
- 박천우(2008), 한국관광객의 관광동기와 시장세분화, 「생산성논집」, 22(2).
- 변수녀(2009), 관광목적지 대안평가 유형별 관광동기, 관광만족 및 충성도 간의 구조모형 연구, 제주대학교 대학원 박사학위 논문.
- 부석현(2001), 중문관광단지내에 카지노 리조트 계획에 관한 연구, 제주대학교 대학원 석사학위 논문.
- 손대현(1983), 우리나라 관광사업의 마케팅에 관한 실증적 연구, 고려대학교 대학원 박사학위 논문.
- 손호익(2009), 전시컨벤션 관람자의 방문동기요인이 만족도에 미치는 영향, 서울벤처정보대학교 박사학위 논문.
- 송재호·장성수(2002), 관광지 개발 구조모델의 구축과 검증, 「관광학연구」, 26(3)
- 송재호·허향진(2003), 제주도 관광지 포지셔닝에 관한 연구, 한국관광학회 학술대회 발표논문집
- 심상화(2002), 테마관광자의 만족결정에 관한 연구, 강원대학교 대학원 박사학위 논문.
- 안경모·김주연(2009), 양양연어축제의 참가동기가 만족 및 재방문에 미치는 영향, 「관광연구」, 24(2).
- 양길승 외(2010), 문화공연 관람객의 관람동기와 만족도가 관람행동의도에 미치는 영향-섬진강 기차마을 상설문화공연 관람객을 중심으로, 한국도서연구, 22(3)
- 양희재(2004), 해양관광 참여동기와 시장세분화에 관한 연구, 경기대학교 대학원 석사학위 논문.
- 유수현(2006), 테마파크의 관광동기에 따른 서비스 차별화 방안-고객만족도 중심의 고객지향적 전략- 「문명연지」, 제16집.
- 윤동구(2001), 관광객 만족구조 모형의 개발에 관한 연구, 경기대학교 대학원 박사학위 논문.
- 윤유식·선종갑(2005), 주제공원의 관광동기가 관광체험에 미치는 영향, 「사회과학연구」, 제26집.
- 이민경(2008), 문화관광지 방문동기와 만족요인에 관한 연구 : 제주특별자치도 민속자연사박물관 관람객을 중심으로, 제주대학교 대학원 석사학위 논문.
- 이승곤·류재숙(2007), 제주도 방문객의 관광동기 및 이미지에 따른 시장세분화에 관한 연구, 「관광연구저널」, 21(1).
- 이유라 외(2009), 스포츠이벤트 참가자들의 라이프스타일에 따른 참여동기가 만족도에 미치는 영향, 「호텔관광연구」, 11(1).
- 이유재(1995), 고객만족의 결과변수에 대한 이론적 연구, 한국경영연구소, 「경영논집」, 28(3-4).
- 이장주(2003), 지역축제 참여동기 요인에 관한 연구, 전남대학교 대학원 박사학위 논문.
- 이정은(2001), 주제공원의 이미지와 방문동기가 관광체험 및 만족에 미치는 영향, 동아대학교 대학원 석사학위 논문.

- 이진희(1996), 동계형 리조트의 포시셔닝에 관한 연구, 성균관대학교 대학원 박사학위 논문.
- 이진희(2001), 장소마케팅 전략을 통한 중문관광단지 활성화 방안에 관한 연구, 「관광학연구」, 25(2).
- 이진희(2003a), 중문관광단지 야간관광 활성화 전략에 관한 연구, 「동아시아 연구논집」, 13.
- 이진희(2003b), 「제주관광 발전전략」, 한국관광공사·제주대학교
- 이진희(2005), 아시아의 관광명소」, 대왕사.
- 이진희(2009), 장소마케팅 전략을 통한 표선민속관광단지의 관광활성화 방안에 관한 연구, 「농촌관광 연구」, 16(3)
- 이진희(2011), 제주도 어촌관광 동기분석에 따른 관광활성화 방안에 관한 연구, 「농촌계획」, 17(3)
- 이진희, 홍원식(2010), 표선 어촌마을 관광활성화 추진전략에 관한 연구, 「탐라문화」, 36.
- 임명재·정강환·곽용섭(2005), 방문객 만족 측면에서 주제공원 이벤트의 효과-엑스포과학공원을 중심으로-, 「관광레저연구」, 17(2).
- 임화순(2012), 해양관광개발에 대한 지역주민 인식이 태도 및 지지도에 미치는 영향, 「동북아관광연구」, 8(1).
- 임화순·강영순(2008), 관광행태별 관광자원 선호도에 관한 연구, 「관광레저연구」, 20(2)
- 장미경(2005), 지역주민의 관광영향 인식과 관광개발 태도에 관한 연구 : 중문관광단지 인근 거주민을 중심으로, 제주대학교 대학원 석사학위 논문.
- 장성수(2009), 관광지 개발 잠재력 평가요인과 투자결정 경로에 관한 구조분석, 경기대학교 대학원 박사학위 논문.
- 장성수·양영근·고계성(2008), 축제 방문객 만족도와 재방문의도에 관한 연구, 「관광학 연구」, 32(4).
- 장형섭(2001), 이동통신 서비스품질과 고객만족에 관한 연구, 경기대학교 대학원 박사학위 논문.
- 장호성(2008), 관광지 방문 후 이미지가 태도와 구전의도에 미치는 영향, 세종대학교 대학원 박사학위 논문.
- 정경희(2011), 체험관광동기가 관광만족도와 관광행동의도에 미치는 영향에 관한 연구-함평석두 어촌 체험마을을 중심으로-, 호남대학교 대학원 석사학위 논문.
- 정철, 박태영, 노경국(2010), 제주올레 관광객의 방문동기와 사전이미지의 관계, 「관광학연구」, 34(4).
- 조명환(1994a), 관광동기연구에 관한 재고찰, 「관광·레저연구」, 6.
- 조명환(1994b), 방한 일본인 여성관광객의 유인요인과 추진요인에 관한 연구, 「관광학연구」, 25(4).
- 조승행(2005), 리조트관광자의 만족에 관한 연구, 경기대학교 대학원 박사학위 논문.
- 조이경(2009), 체험관광 동기에 따른 음식체험관광 상품의 기대도와 만족도에 관한 인식, 세종대학교 대학원 석사학위 논문.
- 주현식(2001), 컨벤션 참가동기, 개최지속성, 만족 및 재 참가의도간의 영향관계, 동아대학교 박사학위 논문.
- 최용복(2001), 우리나라와 미국의 국립공원관리에 대한 비교 연구, 「한국산림휴양학회지」, 5(3)
- (2006), 제주 텔레메틱스 시범도시사업에 대한 관광객 인지와 콘텐츠 선호도에 관한 연구, 「한

국지리정보학회지」, 9(2)

최지남(2003), 테마파크의 이용 만족에 관한 연구-서울랜드와 롯데월드를 중심으로-, 단국대학교 대학원 석사학위 논문.

최창희(2011), 관광지 속성이 관광객의 만족도와 재방문 의도에 미치는 영향에 대한 연구, 인하대학교 대학원 석사학위 논문.

한상인(2006), 라이프스타일을 통해 본 제주지역 해양레저관광에 관한 연구, 제주대학교 경영대학원 석사학위 논문.

한응범(2010), 관광동기로서 Push-Pull 요인의 관광객 만족에 미치는 영향에 관한 연구, 청주대학교 대학원 박사학위 논문.

허향진·홍성화·송재호(2003), 제주세계섬문화축제의 참여동기에 따른 만족에 관한 연구, 「산경론집」, 18.

홍원식(2010), 제주지역 어촌방문객의 관광동기에 따른 관광활동에 관한 연구, 제주대학교 경영대학원 석사학위 논문.

황금덕(2003), 관광이벤트 처음방문객과 재방문객의 관광동기·평가만족도·추천의도에 관한 연구, 배재대학교 대학원, 석사학위 논문.

한국관광공사(2007), 중문관광단지 개발백서

한국관광공사 제주지사(2012), 중문관광단지 시설별 이용현황

2. 국외문헌

Beard, J. G. and J. E. Teel(1983), Selected Determinants of Consumer Satisfaction and Complaint Reports, *Journal of Marketing*, 20(February).

Cardozo, R. A.(1965), An Experimental Study of Consumer Effort, Expectation, and Satisfaction, *Journal of Marketing Research*, 2(August)

Churchill, Gilbert A. and Jr. and Carol Suprenant(1982), An Investigation into the Determinants of Consumer Satisfaction, *Journal of Marketing Research*, 19(November).

Crompton, J. L.(1979), Motivation for pleasure vacation, *Annals of Tourism Research*, 6(4).

Dann, G. M. S.(1977), Anomie, ego-enhancement and tourism, *Annals of Tourism Research*, 8(2).

(1981) Tourist Motivation: An appraisal, *Annals of tourism research*, 8(2)

Fisher, R. J. and Price, L. L.(1991), International pleasure travel motivation and post vacation cultural attitude change, *Journal of Leisure Research*, 23(4)

- Fridgen J. D.(1991), Demention of Tourism, Educational Institute of the American Hotel & Motel Association.
- Iso-Ahola, S. E.(1980), Toward a social psychological theory of tourism motivation: A rejoinder, *Annals of Tourism Research*, 8(2)
- Johnson, Peter and Barry Thomas(1992), The Analysis of Choice and Demand in Tourism, Mansell Publishing Limited.
- Laudon, D. L. and Bitta, A. J. D.(1984), Consumer Behavior(2nd ed), MacGraw-hill
- Lounsbury, J. W. S and Polik, J. R.(1992), Leisure need and Vacation Satisfaction. *Leisure Science*, 14(2).
- Mayo, E. J. and Jarvis, L. P.(1981), The Psychology of Leisure Travel, CBI Publishing.
- McIntosh, R. W.(1997), Tourism: Practice and philosophies(2nd ed), Grid Inc.
- Mill and Morrison(1985), The tourism system: An introductory text New Jersey. Prentice Hall Inc.
- Oliver, R. L.(1980), A Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of Satisfaction Decision .(1993), Cognitive, Affective and Attribute Bases of the Satisfaction Response.
- Owens, R. G.(1987), Organizational behavior in education(3rd ed), New Jersey : Prentice-Hall.
- Pizam, Y. N.(1982), The effect of advertising on high and low layalty consumer segments, *Journal of Consumer Search*, 9.
- Prentice, R.(1993), Motivation of heritage consumer in the leisure marketing : An application of the manning has demand hierarchy, *Leisure Science*, 15(3)
- Ross, E. L. D. and Iso-Ahola, S. E.(1991), Sightseeing Tourists Motivation and Satisfaction, *Annals of Tourism Research*, 18
- Rust, R. T. and R. L. Oliver(1994), Service Quality : New Direction Theory and Practice, Thousand Oaks, CA : Sage Publishing.
- Thomas, J. A.(1984), What Makes People Travel. *Asta Travel News*, August.
- Westbrook, Robert, A.(1987), Product/Consumption-Based Affective Responses and Post-Purchase Process, *Journal of Marketing Research*, 24(August).
- Parasuraman, A. and Valarie A. Zeithaml, and Leonard L. Berry(1988), SERVQUAL : A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer. *Journal of Retailing*, 64(1).
- (1991), Refinement and Reassessment of the SERVQUAL Scale, *Journal of Retailing*, 67(4).
- Cronin, J. J. and S. A. Tylor(1992), Measuring Service Quality: A Reexamination and Extention, *Journal of Marketing*, 56(July).

설문지

안녕하십니까?

저는 제주대학교 관광개발학과 석사과정을 수료한 대학원생입니다.

본 조사는 중문관광단지를 방문하는 방문객들의 관광동기와 만족에 관한 연구를 하는데 그 목적을 두고 있습니다.

중문관광단지를 방문하신 귀하의 고견이 본 연구에 있어서 무엇보다도 중요한 도움이 될 것이며, 소중하게 사용될 것입니다.

아울러 귀하께서 응답해 주시는 내용은 연구 이외의 목적에는 절대로 사용되지 않을 것이며, 무기명으로 처리되어 비밀이 보장될 것입니다.

부디, 바쁘시더라도 진솔된 의견을 말씀해 주시면 감사하겠습니다.

2012. 4

지도교수 : 제주대학교 관광개발학과 교수 이진희

연구자 : 제주대학교 대학원 관광개발학과 문영호

I. 여행형태에 관한 질문입니다.

1. 귀하의 중문관광단지 방문은 몇 번째 입니까?

- ① 처음 ② 2회 ③ 3회 ④ 4회 ⑤ 5회 이상

2. 귀하께서는 누구와 함께 중문관광단지를 방문하십니까?

- ① 혼자 ② 친구 ③ 연인 ④ 가족 ⑤ 직장동료 ⑥ 모임 ⑦ 기타()

3. 귀하의 여행형태는 무엇입니까?

- ① 개별여행 ② 단체여행 ③ 기타()

4. 중문관광단지에 대한 정보는 주로 어디에서 얻으셨습니까?

- ① 인터넷 ② 언론매체(TV, 신문, 광고, 잡지 등) ③ 본인지식과 경험 ④ 지인의 소개
 ⑤ 여행사 ⑥ 기타()

5. 귀하의 이번 여행 체재기간은 얼마나 되십니까?

- ① 당일 ② 1박 2일 ③ 2박 3일 ④ 3박 4일 ⑤ 4박 5일 이상

II. 중문관광단지 방문 동기에 관한 질문입니다.

중문관광단지를 방문하게 된 동기	전혀 아니다	아니다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
1. 일상에서 탈출하기 위해서	①	②	③	④	⑤
2. 휴식 및 재충전을 위해서	①	②	③	④	⑤
3. 올레길 체험을 위해서	①	②	③	④	⑤
4. 모험을 즐기기 위해서	①	②	③	④	⑤
5. 자기계발을 위해서	①	②	③	④	⑤
6. 친구 및 동료들과의 화합을 위해서	①	②	③	④	⑤
7. 접근성이 좋기 때문에	①	②	③	④	⑤
8. 다양한 음식을 체험하기 위해서	①	②	③	④	⑤
9. 숙박이나 체재를 위해서	①	②	③	④	⑤
10. 이벤트 등의 행사참여를 위해서	①	②	③	④	⑤
11. 다양한 사람과 만나기 위해서	①	②	③	④	⑤
12. 주변 관광지와의 가깝기 때문에	①	②	③	④	⑤
13. 바다를 접하기 위해서	①	②	③	④	⑤
14. 아름다운 경관을 즐기기 위해서	①	②	③	④	⑤
15. 관광지 방문을 위해서	①	②	③	④	⑤
16. 회의나 연구를 위해서	①	②	③	④	⑤
17. 레저·스포츠 활동을 위해서	①	②	③	④	⑤
18. 쇼핑을 하기 위해서	①	②	③	④	⑤
19. 과거의 좋은 경험 때문에	①	②	③	④	⑤
20. 어떠한 곳인지 알아보기 위해서	①	②	③	④	⑤

Ⅲ. 중문관광단지 방문 만족도에 관한 질문입니다.

중문관광단지 방문 만족도	전혀 아니다	아니다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
1. 자연경관이 아름답다	①	②	③	④	⑤
2. 관광단지내 독특한 전통문화가 존재한다	①	②	③	④	⑤
3. 단지 내 볼거리가 많다	①	②	③	④	⑤
4. 단지 내 분위기가 쾌적하다	①	②	③	④	⑤
5. 관광단지내로 접근성이 좋다	①	②	③	④	⑤
6. 단지 내 시설물관리가 잘 되어있다	①	②	③	④	⑤
7. 편의시설(화장실, 주차장 등)이 잘 되어있다	①	②	③	④	⑤
8. 관광시설이 즐기고 체험하기 좋다	①	②	③	④	⑤
9. 관람시간이 적정하다	①	②	③	④	⑤
10. 회의시설이 훌륭하다	①	②	③	④	⑤
11. 레저·스포츠(골프, 요트 등)하기 좋은 곳이다	①	②	③	④	⑤
12. 쇼핑시설이 훌륭하다	①	②	③	④	⑤
13. 숙박시설이 훌륭하다	①	②	③	④	⑤
14. 관광단지내 물가가 적절하다	①	②	③	④	⑤
15. 바가지를 씌우지 않는다	①	②	③	④	⑤
16. 관광업소 종업원들이 친절하다	①	②	③	④	⑤
17. 새로운 것을 알게 되었다	①	②	③	④	⑤

ABSTRACT

A Study on tour motivations and satisfaction factors of tourists to Jungmun Tourist Complex

Young-Ho Moon

Department of Tourism Development

GRADUATE SCHOOL JEJU NATIONAL UNIVERSITY

Korea has designated 35 tourist complexes as of May 2012 since Jungmun Tourist Complex was designated as the first tourist complex in 1971. Among them, 7 tourist complexes including Bomun, Jungmun, Gampo, Wonju Oak Valley, Phoenix Park, Pyeongchang Yongpyeong and Hoengseong Duwon have been in operation and other tourism complexes are planned for development or are under development.

Tourist complexes were arranged for the purpose of constructing the local economic infrastructure and generating jobs for areas with the lack of industrial conditions by playing the role of earning foreign currencies while providing various tourism opportunities for foreign tourists.

However, the goal of securing national leisure spaces have also been emphasized now, as the importance of the tourism industry has been highlighted together with an increased demand for domestic tourism along with the performance of hub functions which strengthen our tourism competitiveness as well as prevent the outflow of foreign currency due to increased overseas tour activities and facilitation of domestic demand from improvements in the tourism deficit.

Accordingly, tourist complexes have been designated in a competitive way due to these various demands. As the development of tourist complexes in the private sector became possible in 1993, steady growth was shown with a sharp increase after the right to designate tourist complexes was transferred from the Minister of Culture, Sports and Tourism to the mayors of cities or governors of provinces in 2004.

As tourist complexes began to be developed and operated, there were positive effects as tourism bases in areas including economic stimulation and job creation among others. However, problems have appeared including delayed investments in the private sector, the core driving force of the

project, low profits compared to large investments, and degraded profitability due to a long turnover of capital.

Therefore, accurate and precise analysis for its demand in any tourist complex investments is required because large capital has to be invested. There should also be planning and development for these complexes in response to the demand.

Accordingly, the purpose of this study was to analyze tour motivations and satisfaction factors of tourists who visit tourist complexes resulting in the utilization of basic data for tourism complexes that are planned for development or under development.

As a result of the study, the verification results for Hypothesis I postulating that the tour motivation of visitors to tourist complexes would affect the satisfaction of the tour showed that social motivation affects service satisfaction, escape from daily life affects facilities and service experience satisfaction, the nature of leisure affects facilities, and the access motivation affects the facilities and experience satisfaction.

As a result of the variance analysis for satisfaction factors according to the type of tourism by tourist complex visitors in Hypothesis II, the type of travel did not show any significant differences and the number of visits, types of companion and duration of stay showed partial significant differences.

As a result of variance analysis for tour motivation according to the demographic characteristics of visitors to tourism complexes in Hypothesis III, age showed significant differences and gender, occupation, educational attainments and residence among others showed partial significant differences.

As a result of difference analysis for tour satisfaction according to the demographic characteristics of visitors to tourism complexes in Hypothesis IV, gender, age, occupation and educational attainments were partially adopted and subsequently can be said to be partially adopted as a result of the verification for Hypothesis IV.

According to these findings, it is considered necessary to seek the following alternatives based on the derived facts from the findings when any tourist complex is developed in the future.

It is necessary to introduce facilities for various strata because there are differences in tour motivation and satisfaction according to gender, age, occupation, educational attainments and residence among others in terms of the demographic characteristics. It is also considered necessary to actively include them into the investments of facilities and services for revisits.

In addition, it is necessary to have prior analyses for the motivations of visitors to tourist complexes with flexible measures for their motivation as there are significant differences regarding the impact of motivation on tour

satisfaction. It is also considered necessary to include them in the establishment of business plans, including the concept and size of tourist complexes among others.

This study was carried out on the basis of studies on relationships between tour motivation and satisfaction of visitors to tourist attractions because there are few studies on tour motivation and satisfaction of visitors to tourist complexes as mentioned earlier. Although the impact of tour motivation on satisfaction was analyzed to have a positive (+) influence in preceding studies, the influence of tour motivation by visitors to tourist complexes showed a rather lower explanatory power than that of the preceding studies in this study in terms of influential relationships. It is considered that influential relationships appeared to be lower because tourist complexes provide facilities and services in terms of its characteristics, while the preceding studies analyzed tourist attractions and places with a single purpose.

As mentioned earlier, tourist complexes have been rapidly increasing with gradual deregulation on the designation of tourism complexes. Various studies and attempts to seek for the vitalizations of tourist complexes are urgently needed due to sluggish investments as the core of business initiatives with only a total investment of 1,218.5 billion won for tourism complexes which is 29.6% compared to the 2010 standard.

Accordingly, this study attempted to analyze the pattern of visitors according to tour motivations while identifying the motivations of visitors. This study is significant in that there are many implications as well as the fact that basic data for developing tourist complexes which have been developed or will be developed in the future has been provided as it analyzed the influences of tour motivations on the satisfaction of visitors to tourist complexes.