



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

제주 우도의 관광매력속성에 관한
방문객과 지역주민 간 지각차이
비교연구

제주대학교 경영대학원

관광개발학과

곽 명 신

2017년 8월

제주 우도의 관광매력속성에 관한
방문객과 지역주민 간 지각차이
비교연구

지도교수 최 용 복

곽 명 신

이 논문을 관광학 석사학위 논문으로 제출함

2017년 8월

곽명신의 관광학 석사학위 논문을 인준함

審査委員長 _____ (印)

委 員 _____ (印)

委 員 _____ (印)

제주대학교 경영대학원

2017년 8월

Visitor-Local Resident Differences
in the Perception toward Destination
Attractiveness of Udo Island, Jeju

Myung-sin, Kwak

(Supervised by professor Yong-bok, Choi)

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

2017. 8.

Department of Tourism Development
GRADUATE SCHOOL OF BUSINESS ADMINISTRATION
JEJU NATIONAL UNIVERSITY

목 차

제1장 서론	1
제1절 문제 제기 및 연구 배경	1
제2절 연구 목적	3
제3절 연구 범위 및 방법	4
1. 연구 범위	4
2. 연구 방법	5
제2장 연구의 이론적 배경	6
제1절 섬 관광의 정의 및 매력속성	6
1. 섬 관광의 정의	6
2. 섬 현황 및 섬 관광의 특성	9
3. 섬 관광목적지에 대한 매력속성 이론	13
제2절 관광지에 대한 매력지각	19
1. 관광지 매력지각의 개념	19
2. 지각 주체의 특성에 따른 관광지 매력지각 간 관계	21
제3절 연구 대상지 특성	27
1. 우도의 인문지리적 현황	27
2. 우도의 관광목적지로서의 특성	29
제3장 실증 연구의 설계	36
제1절 연구 모형의 설계와 가설의 설정	36
1. 연구 모형	36
2. 가설 설정	37
3. 변수의 조작적 정의	38

제2절 조사 설계	40
1. 설문지 구성과 측정	40
2. 조사 방법	42
3. 분석 방법	42
제4장 실증 분석	43
제1절 표본의 일반적 특성	43
1. 표본의 인구통계적 특성	43
2. 관광행태특성	45
제2절 측정 정도의 신뢰도 및 타당성 검증	48
제3절 가설 검증	53
1. 매력속성에 따른 방문객과 지역주민의 지각차이 검증	53
2. 매력속성에 따른 방문객의 만족도 관계	56
제5장 결론	61
제1절 연구의 결과	61
제2절 연구의 한계 및 제언	62
참고문헌	64
설문지	74
초록Abstract	83

표 목차

<표 2-1> 섬 관광의 정의	8
<표 2-2> 관광목적지 매력요인과 관련된 선행연구	14
<표 2-3> 섬 관광 매력속성에 관한 선행연구	18
<표 2-4> 우도의 주요관광자원	34
<표 2-5> 우도 섬 관광의 매력속성분류	34
<표 3-1> 매력속성 구성요인별 측정항목	39
<표 3-2> 관광 만족도의 구성요인별 측정항목	40
<표 3-3> 설문지 구성	41
<표 4-1> 방문객의 인구통계적 특성	44
<표 4-2> 지역주민의 인구통계적 특성	45
<표 4-3> 방문객의 관광행태 특성	46
<표 4-4> 지역주민의 관광행태 특성	47
<표 4-5> 방문객의 구성요인의 타당성, 신뢰도 분석	49
<표 4-6> 지역주민의 구성요인의 타당성, 신뢰도 분석	51
<표 4-7> 방문객의 주요 개념 간 상관관계 분석(n=201)	52
<표 4-8> 지역주민의 주요 개념 간 상관관계 분석(n=101)	53
<표 4-9> 방문객과 지역주민의 지각 차이(가설1)	54
<표 4-10> 방문객과 지역주민의 지각 차이(가설2)	54
<표 4-11> 방문객과 지역주민의 지각 차이(가설3)	54
<표 4-12> 방문객과 지역주민의 지각 차이(가설4)	55
<표 4-13> 방문객과 지역주민의 지각 차이(가설5)	55
<표 4-14> 방문객과 지역주민의 지각 차이(가설6)	55
<표 4-15> 방문객과 지역주민의 지각 차이(정리)	56
<표 4-16> 자연성과 만족간의 관계	57
<표 4-17> 고유성과 만족간의 관계	57

<표 4-18> 활동성과 만족간의 관계	58
<표 4-19> 시설과 만족간의 관계	58
<표 4-20> 편의성과 만족간의 관계	58
<표 4-21> 지역성과 만족간의 관계	59
<표 4-22> 매력속성과 만족간의 관계(가설7)	59

그림 목차

[그림 1-1]	연구의 흐름도	5
[그림 2-1]	주간명월	30
[그림 2-2]	야항어범	30
[그림 2-3]	천진관산	30
[그림 2-4]	지두청사	30
[그림 2-5]	전포망도	31
[그림 2-6]	후해석벽	31
[그림 2-7]	동안경굴	32
[그림 2-8]	서빈백사	32
[그림 3-1]	연구자의 연구모형	36

제 1 장 서 론

제 1 절 문제 제기 및 연구 배경

전 세계의 섬 지역에 대하여 국토 영역적, 문화적, 관광적 측면으로 활용 가치가 날로 증가함에 따라, 섬에 대한 관심이 높아지고 있다(최용복, 오승, 2012). 또한 국내에서 관광행태의 변화와 주5일 근무제의 정착 등에 따른 섬 지역 관광 수요가 확대되었으며, 최근 섬 휴양지, 크루즈관광은 물론 해양레저스포츠에 관한 관심이 커지면서 섬이 관광목적지로서 새롭게 조명 받게 되었다(김향자, 2013).

오래 전부터 바다(sea), 태양(sun), 모래사장(sand)으로 대변되어진 섬(island)은 관광객들이 찾는 가장 매력 있는 관광지 중의 하나로서(Lockhart, Drakakis-Smith, 1997), 휴가나 휴양을 떠나는 사람들이 섬을 찾아 나서고 있다. 또한 섬은 사람들을 끊임없이 유혹하며 강한 유인력을 보이고 있다(Colin & Baum, 1995). 특히 지리적 고립성, 독특한 문화, 환경, 매력적 기후 등이 휴양객들을 섬으로 이끄는 요인들로 작용하고 있다(오상훈, 고계성, 2005). 즉, 지리적인 격리로 인한 고립성에서 섬 관광의 본원적 매력이 시작된다(송재호, 2002)고 할 수 있겠다. 이토록 매력적인 섬 지역이 관광목적지로서, 관광객과 지역주민에게 다양한 효용가치를 제공하는데 의의가 있다.

Ritchie와 Crouch(2000)는 관광목적지에 대하여 부가가치 창조를 위한 국가의 능력으로 자산 처리 방법, 매력성, 적극성, 근접성에 관한 경제 및 관리, 그리고 사회적인 모델의 일반적인 관계에 대한 통합에 의해 국가적 부를 증대시키는 것이라고 밝혔다.

즉, 관광객의 동기와 욕구를 충족시킬 수 있도록 유·무형의 관광서비스가 제공되는 관광목적지가 매력공간으로서 뿐만 아니라 경제적인 편익까지 제공되는 곳이라고 할 수 있겠다. 그리고 관광목적지를 방문하기 위한 결정을 할 때 중요하다

게 간주하고 있는 관광목적지의 기본적 속성들이 제공하는 성과를 당연하게 고려(Kim, 1998)하게 되는데, 그 중에 관광지의 매력성은 관광객의 방문목적일 뿐만 아니라 관광목적지의 경쟁력으로서 재방문을 창출하게 된다(Enright & Newton, 2004).

따라서 관광목적지로서 유인력을 갖추려면 다른 목적지와 비교되며 관광목적지의 주요 요소가 되는 매력성을 창조, 관리해 나가야 할 것이다(김선영, 1999). 관광목적지 안에 관광매력이 없으면 관광객을 유인할 수 없고 따라서 관광목적지로서의 경쟁 우위와 가치는 사라지게 되기 때문이다.

관광목적지의 발전 여부는 그 자체의 매력성 여하에 따라 크게 좌우되기 때문에(한학진, 1994), 타 관광목적지와의 경쟁우위에 있기 위하여 핵심경쟁력인 매력성에 대한 연구는 더욱 강화되어야 한다. 관광목적지의 매력은 관광지 선택에 영향을 미치고 궁극적으로 방문행동으로까지 연결되기 때문에, 국가별, 지역별 관광 경쟁력 향상을 위해서 매력 연구가 필연적이다(임화순, 고계성, 2006)고 할 수 있겠다.

특히 섬 지역의 경우 관광산업이 지역경제에서 차지하는 비중이 절대적이므로 더욱이 고유한 매력성에 대한 연구와 세부적인 조사를 바탕으로 한 경쟁력 강화를 위한 다각적 접근에 따라 적절한 개발이 요구되어진다.

2016년 7, 8월 동안 내국인 관광객이 국내여행지 중 가장 많이 찾은 곳은 제주도로 약 226만 명이 방문한 것(제주관광협회, 2016)으로 나타났으며, 특히 제주도내 섬 속의 섬으로 불리어지고 있는 우도 섬 지역을 찾는 관광객 수가 해마다 증가하고 있다. 우도는 제주도 부속 섬 가운데 가장 큰 섬으로 연간 관광객이 2012년 100만 명을 이상을 기록하고 꾸준히 증가하여, 2016년 기준 223만 명이상의 관광객이 방문하였다(<http://www.jejudomin.co.kr/>). 섬 속의 섬 관광을 찾는 이들이 증가하면서 우도는 경제적 특수를 맞이하고 있으며 아울러 우도 섬 관광목적지의 매력성에 대한 학문적 관심이 높아지고 있다.

이러한 섬 관광목적지의 매력성이 관광산업과 지역경제에 중요한 경쟁력임을 인식하여 매력성에 대한 방문객 중심의 연구가 많이 이루어졌다, 그러나 실제 지역주민이 과연 섬 관광목적지에 대한 매력속성에 대하여 어떻게 지각하고 있는지, 그리고 관광객과의 지각의 차이가 어떻게 나타나는 지에 대한 연구는 많

지 않다. 이러한 배경을 바탕으로 본 연구는 섬 관광목적지의 매력속성에 대한 관광객과 지역주민 간 지각차이를 파악하고자 한다. 특히 최근 섬 관광목적지로서 방문객이 급증하고 있는 우도를 연구의 대상지로 선정하여 관광목적지로서의 매력속성을 객관적으로 평가하고, 나아가 본 연구의 결과가 섬 관광지 발전정책에 기초자료로서 기여하고자 본 연구의 주제를 정하고 이를 문제 제기하는 바이다.

제 2 절 연구 목적

본 연구에서는 섬 관광목적지의 매력속성에 대한 문헌연구와 방문객과 지역주민 간 지각차이에 대한 연구를 종합적으로 고찰하여, 실제 우도 섬 지역 관광목적지로서의 고유한 매력속성을 방문객과 지역주민이 어떻게 인지하고 있는지를 규명하는 데에 궁극적인 목적이 있다.

우도를 대상으로 한 구체적인 항목의 매력요인이 관광객과 지역주민 간 각각 어떻게 나타나는지를 자세히 살펴보고 분석 결과를 통해 얻을 수 있는 시사점을 도출하여 우도의 관광목적지로서 개발방향을 수립하는데 유용한 자료를 제시하고자 한다.

본 연구의 목적을 달성시키기 위하여 다음과 같이 세부 목표를 갖는다.

첫째, 섬 관광에 있어 개념정립과 섬 현황 및 섬 관광의 특성에 대한 이론으로 정리 및 체계화하여 분석의 준거로 삼으려 한다.

둘째, 섬 관광목적지의 매력속성 이론 및 속성에 대한 선행연구들을 중심으로 문헌연구를 통하여 우도 대상지에 대한 매력요인들을 파악하고 제시한다.

셋째, 관광지 지각이론에 대한 이론적 연구를 살펴보고, 우도 섬 관광 매력속성에 관한 관광객과 지역주민 간 지각차이에 유의한 차이가 있는지를 규명하는 실증적 연구를 실시한다.

넷째, 실증 분석의 결과를 토대로 가설 검증을 함으로서, 우도 섬 관광목적지의 매력속성을 구체적으로 확인하고 나아가 만족도에 미치는 영향을 분석하여 본 연구의 시사점을 제시하고자 한다.

제3절 연구 범위 및 방법

1. 연구 범위

본 연구의 목적을 효율적으로 달성하기 위해 내용적 범위와 공간적 범위, 그리고 시간적 범위로 구분하고 연구를 수행하였다.

첫째, 내용적 범위를 전체 5장으로 구성하였는데, 그 주요내용은 다음과 같다.

제 1장은 문제제기를 통한 연구의 목적과 필요성, 연구의 방법 및 범위로 서론을 구성하였다.

제 2장은 연구의 이론적 배경으로 섬 관광의 정의 및 매력속성, 매력지각이론과 연구 대상지 특성을 중심으로 이론적 연구를 실시하였다.

제 3장은 실증연구의 설계로서 연구모형의 설계와 가설 설정, 그리고 어떻게 설문지를 구성하고 조사방법과 자료수집, 그리고 분석방법 등의 조사 설계에 대해 설명하였다.

제 4장은 실증조사를 통해 얻어진 자료의 분석결과와 결과에 따른 시사점을 제시하였다.

제 5장은 결론으로서 본 연구의 과정과 결과를 종합적으로 정리 및 요약하고, 본 연구의 한계성, 향후 연구 방향을 제시하였다.

둘째, 공간적 범위로서 제주특별자치도 연안에 산재하는 부속도서 가운데 최대 면적의 우도 섬 전체를 대상으로 선정하였다. 연구의 대상에 대하여 방문객의 경우 우도에 입도한 내국인 관광객을, 지역주민의 경우 우도 내에서 거주하시는 주민을 대상으로 하였다.

셋째, 시간적 범위로서 설문조사가 이루어진 2017년을 기준년도로 설정하였다.

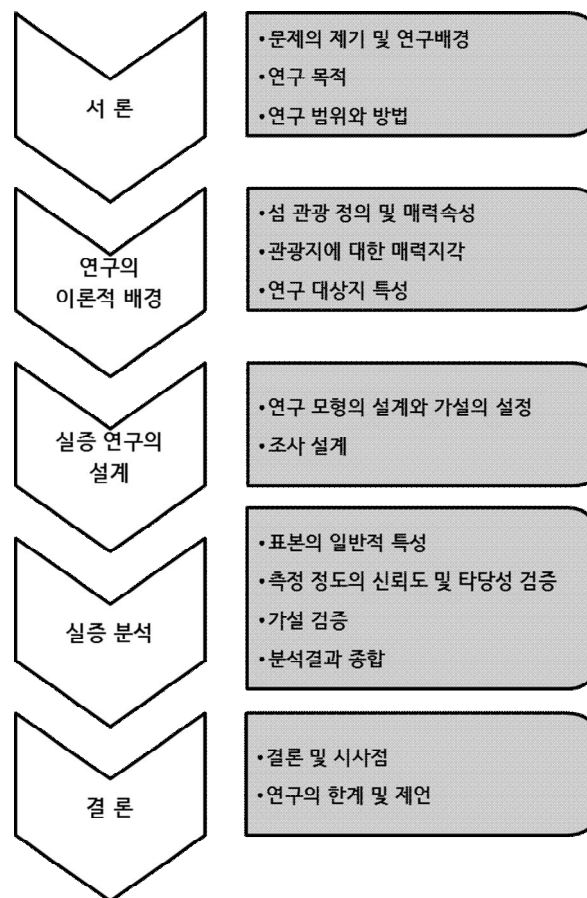
2. 연구 방법

본 연구에서는 이론 고찰 등의 선행연구를 통한 문헌자료 연구와 실천적 유용성과 논리적 타당성을 높이기 위하여 설문조사로 수집되어진 실제자료를 통계적으로 분석하고 처리하는 실증연구를 병행하였다.

섬 관광목적지 매력요인의 선행연구 자료에 근거하여 우도 대상지의 섬 관광의 매력속성 변수를 도출 및 문항을 구성하고, 5점 리커트 척도를 이용하여 측정하였다. 데이터 코딩 과정을 거쳐, SPSS 통계패키지 프로그램을 활용하여 빈도분석, 신뢰성분석, 요인분석, 상관관계분석, 대응표본 T-검정, 회귀분석 등을 실시하였다.

[그림 1-1]은 본 연구의 구성을 정리한 것이다.

[그림 1-1] 연구의 흐름도



제 2 장 연구의 이론적 배경

제 1 절 섬 관광의 정의 및 매력속성

1. 섬 관광의 정의

섬이란 대양(大洋)·호소(湖沼)·대하(大河)·내해(內海) 등의 수역(水域)으로 완전히 둘러싸여진 육지의 일부로서 바다뿐 아니라 호수와 강에 있는 지역까지 포함한다(문화체육관광부, 2008). 또한 UN해양법협약에 따르면, 바다로 둘러싸여 있고, 만조 시 수면 위에 있는 자연적으로 형성되는 육지지역으로 정의하였다.

섬은 지리적으로 고립된 장소이며 인구 백만 이하의 소규모 도서국가(small island states)로서(Berno & Douglas, 1998), 섬 특유의 자연과 생태계를 갖으며 독특한 생활문화가 생겨날 수밖에 없는 지역이다. 특히 섬은 육지와 다르게 섬 특유의 상이함, 고유문화, 소규모성, 삶의 여유, 야생생태계, 원시적 환경들은 곧 섬의 특징(Baum, 1997; Lockhart, 1997)이 되고 섬으로 이끄는 주요 요인이 되었다. 따라서 물리적 이격성에 의하여 정치적인 분리를 수반하여 섬의 호소력이 잠재적 관광객들에게 기대감을 증폭시키고, 사람들이 추구하는 여가에 대한 기대, 색다른 기후, 물리적인 환경과 문화는 섬 자체가 관광목적지로서 매력성(attractiveness)을 크게 인식시킬 수 있다고 기대되기 때문에 오랫동안 섬이 관광목적지로서 지위를 누리고 있다(Butler, Richard, 1993).

항공, 기술혁명 등의 혁신적 발달로 19세기 중반 이후 대륙보다 먼 곳에 위치한 섬들이 특별한 매력성과 더불어 관광개발 대상의 목적지로 급부상하게 되었다. 이러한 상황에서 바다(sea), 태양(sun), 모래사장(sand)의 이미지로 대변되어지며 관광객들에게 섬은 가장 매력적인 관광지로 인기를 끌게 되었다(Lockhart, Drakakis-Smith, 1997).

현재까지 휴양과 원기회복을 위하여 섬을 찾아 떠나는 것은 전통이 되어 왔고, 여전히 유행으로 계속 지속되고 있다(Colin & Baum, 1995). 오늘날의 관광 형태는 다양화와 전문화뿐 만 아니라 직접 체험형태의 유형이 늘어남에 따라 관광의 대상 또한 기존의 내륙과 산악 중심의 관광에서 해양관광, 섬 관광으로 다변화되고 있는 추세이다. 바다는 여가 및 관광공간으로서의 중요성이 부각되며 바다와 인접한 섬 지역에서 지역개발의 수단 중 하나로 섬 관광에 관심을 갖게 되었다(김민철, 2007).

섬은 관광적 측면에서 해양관련 자원을 경험 가능한 곳으로 해양레저스포츠, 해변활동 등이 가능하며 격절성으로 완전히 휴양이 가능하고, 특유의 문화와 자연의 장소로서 지역민의 생활풍습을 보여주는 독특한 관광자원으로 매력이 부각되고 있다(김향자, 2013).

섬 관광에 대한 관심이 커지면서 자연 친화적 체험관광 등이 확산됨에 따라 섬 관광의 수요도 점차 증가한다. 내륙을 대상으로 한 자원개발의 한계를 극복하며, 해양자원을 활용하여 보존할 수 있으며 관광객에게 특별하고 새로운 해양관광의 경험을 제공하는 점에서 더욱이 매력적이라고 할 수 있다(신혜숙, 2005).

결국 섬 관광이란 공간적으로 내륙으로부터 완전히 벗어난 섬 지역에서 섬만이 지니는 격절(隔絶)성을 최대한 활용하여 기존 생활공간 및 방식과는 전혀 다른 섬 자원을 활용한 다양한 체험활동을 하며 새로운 관광 욕구를 충족하는 것으로 확인할 수 있다(손대현&장희정&김민철, 2004).

또한 섬 관광을 일상생활에서 벗어나 변화를 쫓아 공간적으로는 연안과 해역에 접한 단위지역사회에 발생하는 관광을 목적으로 한 활동으로서 직·간접적으로 해양공간에 의존하거나 연관되는 활동이라 할 수 있다(한국관광공사, 2005).

섬 관광은 보며 감상하는 관광에서 직접적인 체험으로 변화하는 행태에 따라, 해양 레저스포츠 및 섬 관광의 추진은 시대적인 차원에서 아주 중요하다. 그리고 국내 섬 지역의 발전 대안으로서의 관광적 측면에서 접근성 개선과 신규 관광자원 발굴과 관광 상품의 개발에 따라 범위가 확대되고 이를 통한 또 다른 서비스 시장개척과 새로운 일자리 창출 및 연안 지역의 조화로운 발전을 도모하는 효과가 있다고 볼 수 있다. 이는 해양 관광을 매개로 정책 사업이 섬 지역에 도입되는 환경은 기반시설의 정비를 통하여 섬지역의 발전, 그리고 관광객 유인을

통한 지역경제에 긍정적 효과를 가져 오며, 새로운 관광 콘텐츠를 발굴하고 관광 상품을 개발하여 섬 관광의 발전을 도모한다(김향자, 2013).

또한 섬을 관광자원화 한다는 것은 자연경관과 휴식, 휴양 중심의 개발을 의미한다고 볼 수 있다. 섬 관광은 지역 경제에 도움을 줄 수 있고, 주민의 쾌적한 정주성을 보장할 수 있어야만 지속가능한 자원으로 활용될 수 있다.

섬은 폐쇄적 공간이어서 수용력을 넘어서게 되면 환경파괴가 초래된다. 즉, 환경과 문화의 변화에 따라 한번 파괴되면 회복하는데 많은 노력과 시간이 소요되고 외부 반입 자원에 의한 환경자원의 훼손도 심각한 영향을 받는데, 특히 섬은 자연환경과 육지와 떨어진 지리적 위치 때문에 매력적 자원으로 인식되는 동시에, 규모가 작고 물리적으로 멀어 기후변동이 잦아져 방문에 대한 민감한 지역으로 인식되기도 한다(김향자, 2013).

이는 섬 관광 활성화가 섬이 가지는 자연자원에 대하여 복원취약성이 있어서 훼손 시 복구가 어려울 수도 있다는 것이다. 이러한 연유로 섬의 개발이 단기적인 개발이 아니라 지역의 환경·경관·조망·정주권 등 다양한 방법들이 서로 어우러지며 장기적이고 점진적 개발로 공존하고 공생하는 환경자원으로서의 가치를 극대화하여야 한다. 나아가 사용하여 일시적 이용에 훼손되어 버리는 자연이 아니라 지속가능한 관광지로 만들어져야하고 이를 섬 관광으로 정의하고자 한다(박형준, 2014).

섬 관광의 정의에 대한 선행연구를 정리하면 표<2-1>과 같다.

<표2-1>섬 관광의 정의

연구자	정 의
손대현·장희정· 김민철, 2004	공간적으로 내륙으로부터 완전히 벗어난 섬 지역에서 섬만이 지니는 격절(隔絶)성을 최대한 활용하여 기존 생활공간 및 방식과는 전혀 다른 섬 자원을 활용한 다양한 체험활동을 하며 새로운 관광욕구를 충족해가는 것
한국관광공사, 2005	일상생활에서 벗어나 변화를 좇아 공간적으로 연안과 해역에 접한 단위지역사회에서 발생하는 관광을 목적으로 한 활동으로서 직·간접적으로 해양공간에 의존하거나 연관되는 활동
김향자, 2013	해양관련 자원을 경험 가능한 곳으로 해양레저스포츠, 해변활동 등이 가능하고 격절성으로 완전한 휴양을 하고, 특유의 문화와 자연의 장소로서 지역민의 생활풍습을 보여주는 독특한 관광자원을 매력으로 하는 것
박형준, 2014	휴식과 휴양 자연경관 중심의 개발을 의미하고, 주민의 쾌적한 정주성을 보장하며 지역 경제에 도움을 줄 수 있고 지속가능한 자원으로 활용하는 것

자료: 기존 연구를 바탕으로 연구자 재 작성

본 연구에서는 섬 관광을 '일상생활에서 벗어나 공간적으로 섬 지역에서 격절성을 활용한 관광 활동으로, 휴식과 휴양, 자연경관 중심의 개발을 통하여 지역 경제에도 도움을 줄 수 있는 지속가능한 섬 자원을 활용한 관광' 으로 정의하고자 한다.

2. 섬 현황 및 섬 관광의 특성

1) 섬 현황

국토해양부(2010) '무인도서 종합 관리 계획' 연구 보고서에 따라, 우리나라 섬 현황을 살펴보면 다음과 같다.

첫째, 전국 섬의 경우, 현재 3,358개소로 전체 면적은 3,757.7km²이고, 이는 전국 총 면적인 99,720km²의 약3.8%에 해당하는 수치이다. 이 중 유인도는 482개로 섬 전체의 14.4%의 작은 수치로 나타났고, 무인도는 2,876개로 85.6%로 확인되어 현재 대다수의 섬이 무인도로 남아 있다. 면적으로 볼 때, 유인도가 3,681.25km² 면적으로 전체 섬의 98.1%이고, 무인도는 76.47km²로 겨우 1.9%에 불과하다. 무인도 실태조사 과정에서 미등록 도서가 계속 발견되며 무인도가 계속 증가하고 있다. 유인도의 개소수를 보면, 2005년에는 483개, 2009년 470개, 2010년 463개로 섬 지역 생활기반의 취약성, 육지와와의 상대적 삶의 질 하락 등에 따라 지속적인 감소세에 있다.

둘째, 전국 지역별 섬 분포를 살펴보면 전국 시·도 중에 최다의 섬들이 분포하는 곳이 전라남도로 대략 2,020개로 전체의 60.2%가 분포하고 있다. 전라남도 다음으로 경상남도 565개와 충청남도 270개, 그리고 인천광역시 151개의 순으로 확인되었다. 섬 면적에 있어서 전라남도가 1,796.89km²로 가장 넓었으며 인천광역시는 691.28km²와 충청남도 158.53km²의 순으로 나타났다.

셋째, 지역별 섬 특성을 보면, 국내 섬들의 경우 전체 중 97% 이상이 서·남해안에 집중되어 있으며 각 지역별 자원 및 자연 생태 간의 차이를 보이고 있다. 동해안은 서남해안에 비해 깊은 수심과 단조로운 해안선을 보이며 섬의 개소 수는 적지만 울릉도와 독도로 대표되는 섬을 보유하는데, 주요 섬인 울릉도와 독

도는 높은 인지도를 보였다. 그리고 울릉도는 제 3차 도서종합개발사업을 통하여 종합휴양관광단지로 추진되고 있다. 그리고 서해안은 북한과 접경지역이라는 특수성과 중국뿐만 아니라 수도권이라는 큰 배후 시장을 두고 있다. 조석간만의 차가 타 해안과 비교 시 크며, 국내 갯벌의 83% 이상을 차지하고 있다. 서해 5도 관광자원화의 사업 뿐만 아니라, 이작도, 외연도, 어청도 등의 섬들이 명품 섬 Best-10 사업, 가고 싶은 섬 사업 등에 포함되어 추진되고 있다. 남해안은 다도해 해상과 한려해상 국립공원을 포함하며 리아스식 해안, 온난한 기후가 나타나고 있으며 다도해로 불리며 많은 섬을 포함하고 있다. 남해안의 관광 벨트 사업과 관광 클러스터 사업이 추진 중에 있고, 그 외에도 다도해 명소화 사업과 갤럭시 아일랜드 사업 등이 추진 중에 있다.

본 연구의 포괄적 범위인 제주도의 경우, 우리나라에서 가장 큰 섬으로 화산에 의해 형성되어 해안선이 비교적 단순하고 하나의 한라산체로 이루어진 섬이다. 중심부에 위치한 한라산을 정점으로 하였을 때 동서사면은 완만한 경사(3~5°)를 이루나, 남북사면은 동서쪽보다 급한(5~10°) 경사를 보인다. 그리고 주변 부속도서로는 동쪽 우도, 북쪽 추자도와 비양도, 남서쪽 가파도와 최남단의 마라도 외 다수의 도서로 이루어져있다(김미영, 2008). 제주도는 특색 있는 지형과 기후를 바탕으로 다양한 자연환경을 구성하고 있어 많은 관광객에게 매력적인 섬으로 인식되고 있다.

2) 섬 관광의 특성

기본적으로 섬은 4면이 바다로 둘러싸인 환해성과 육지와 떨어져 접근이 어려운 격절성과 내부 면적이 좁은 곳이라는 협소성이라는 특징을 지니고 있다(문화체육관광부, 2008). Baum과 Lockhart(1997)는 섬을 고립성, 고유문화, 소상이함, 규모성, 삶의 여유, 야생생태계, 원시적인 환경이 특징으로 보고 있으며, 이는 독특한 문화, 지리적 고립성, 매력적인 기후와 환경 등을 가지고 있기 때문이라고 하였다.

섬은 이와 같은 요인으로 인해 지역주민들은 다소 생활상에 어려움을 느끼기도 하지만, 관광객들 입장에서는 특유의 독특성에 의하여 매력적인 관광목적지가

된다. 기본적인 섬의 특성인 환해성에 의해서 섬은 단일관광경제구조라고 할 만큼 매우 의존성이 높아서 선택의 폭이 부족하고, 환경치유능력이 떨어지기 때문에 훼손 후 복원하는데 상당한 노력과 기간이 필요하다. 섬 주민들은 관광객과 접촉에 완전히 노출된 채로 사회문화적인 영향을 받는다. 섬은 육지와 다른 특성을 가지고 있어 문화, 환경의 변화에 의하여 한번 파괴된 섬의 경우 회복에 많은 기간이 소요될 뿐 아니라 커다란 노력이 필요하기 때문에 자연환경이 잘 보존되는 측면에 반해 외부에서 반입하는 자원에 의해 환경자원의 훼손도 심각한 특성을 갖는다. 또한 섬은 육지와 자연환경과 떨어진 위치 때문에 매력적 자원으로 인식되기도 하지만 물리적인 거리가 멀고 규모가 작으며 기후의 변동이 잦아서 방문에 있어 민감한 지역으로 인식되어진다.

이처럼 확연히 구별되는 성격을 갖은 섬의 관광산업적 특성에 대하여 국내 문헌연구를 살펴보면 다음과 같다.

오상훈·고계성(2005)은 기후, 문화, 여유로움, 환대적인 지역민, 경관, 민속촌 및 기념품 등을 섬 관광의 매력요인으로 언급하였고 소규모, 삶의 여유, 독립성, 상이함, 고유적인 문화, 원시적인 환경들을 제시하였다.

김준(2008)은 섬 정체성(island identity)의 구성요소로 문화자원과 경관자원이 섬 관광자원이 된다고 하여 이러한 섬 관광자원에 따라서 섬의 관광활동이 정의된다고 보았다.

강신겸(2012)은 접근성, 고유성, 고비용성, 계절성, 가변성 등으로 구분하여 섬 관광 특성에 대해 언급하였다.

섬 관광에 있어서 앞서 언급된 특성들은 섬 지역으로 관광객들을 유인하는 요소로서 작용되며, 물리적 공간으로 내륙으로부터 벗어난 단절성이 섬 관광의 본연적 매력으로 작용했다(한국관광학회, 2009).

섬 관광의 특성에 대하여 국외 연구자들은 다음과 같이 언급하였다.

지리적으로 섬은 고립된 장소(Berno & Douglas, 1998)로 도서만의 자연생태계, 독특한 생활문화가 오롯이 그 원형을 유지하게 된다. 따라서 소규모성, 고유문화, 독립성, 상이함, 야생생태계, 삶의 여유, 원시적 환경들은 곧잘 도서의 특징으로 지원된다(Baum, 1997; Lockhart, 1997). 이러한 장소와 공간의 개발 수단으로, 관광은 외화벌이와 고용, 그리고 내수경제 활성화를 이루기 위한 방법

으로서 섬에서 그 역할을 하고 있다(Sharpley,2003). 수많은 섬 관광지들은 필연적인 환경과 사회문제들을 경험하게 되는데, 이러한 문제들은 환경과 자원의 한정, 지역공동체 해체, 하부구조, 관광개발의 전문가 그리고 경험부족 등이 관광 현상을 관리하며 이끄는 데 난제로 작용하게 된다(Kokkranikal, Mc Lellan & Baum,2003). 섬으로의 접근수단 또한 항공기, 여객선에 의존하고 있으므로, 입도를 위한 교통비용과 교통수단의 횡수는 여전히 주요 논의거리로 남는다(Mellor,2003).

Butler(1995)는 섬 관광지로 대변되는 특성들을 기후, 문화, 현대적인 지역민, 경관, 여유스러움, 기념품 및 민속촌 등은 섬의 전형으로 인식되는 특성에 대해 의구심을 제시하였다. 그 이유로는 섬 관광지가 기존 섬 이미지에서 변질된 섬 이미지로 바뀌며 타 지역 관광객들에게는 이미 익숙한 환경으로 변모하고 있기 때문이다. 즉, 해수욕장, 골프, 승마와 인공적인 리조트 등이 자리를 차지하며 예전의 매력인 신비스러움은 많이 퇴색될 수 있다.

관광개발에 있어 계획, 통제 및 평가를 적용하면서 발전적 방향을 모색하지만, 일반적으로 통용되는 섬 관광 개발과 발전 모델은 찾기가 어렵다.

관광지 수명주기 모델(Butler, 1980)에 의하면, 섬 관광지는 탐험단계(exploration)에서 마지막 하락단계(decline)로 급속히 진행될 수 있는 특성을 띤다. 그래서 방문객 관리, 지역주민의 삶의 질 향상, 자연환경 유지 등을 포괄할 수 있는 지속가능한 관광(sustainable tourism)이 섬 관광지에서 주요한 관심사항으로 여겨지고 있다. 조화가 어려운 지속가능성과 개발 간에, 이 두 개념의 균형성에 따라 발전의 목표가 될 수 있다(Jayawardena,2002). 특히 관광의 확대에는 섬의 경제규모에 바로 직접적 영향을 미치기 때문에 섬 관광 지속성을 위하여 주민과 관광객으로부터 섬 관광의 매력성에 대해 높은 평가를 얻을 수 있어야 한다(Lockhart, 1997).

3. 섬 관광목적지에 대한 매력속성 이론

1) 관광목적지 매력요인

관광객들이 관광목적지를 찾는 원인은 매우 다양하며, 이러한 이유 때문에 관광목적지는 관광객의 욕구(needs)를 충족시키기 위해서 다각적인 전략 수립과 매력 창출을 통하여 새로운 활용 가치를 발휘하고자 노력하고 있다. 관광의 패러다임을 따라서 변화를 추구하는 관광목적지는 관광객들을 유인할 수 있도록 치열한 경쟁과 동시에 새로운 관광시장으로 떠오르고 있는 실정이다(Metin Kozak, 2004).

매력요인에 대한 연구를 살펴보면, 대다수 연구자들이 환경과 문화적 요인 간의 상호작용을 통하여 핵심 자원이 매력 요인으로서 유인력을 발휘한다고 언급하였다(Bill Faulkner, 1999). 주요 연구들을 살펴보면 다음과 같다.

Goodrich(1978)는 쇼핑, 음식, 오락, 경치, 환대성, 복합적 시설(인공·자연적 시설의 결합), 숙박, 문화 흥미성, 휴식성으로 각 요인을 구분하여 적용하였고, Laws(1995)는 관광목적지의 매력속성에 영향을 미칠 수 있는 1차 요인으로 생태, 기후, 전통, 문화, 건축, 지형 등이 있으며 2차 요인으로는 주제공원, 호텔, 식음, 유흥, 교통으로 구분하고 연구하였다.

Kozak과 Rimmington(1998)은 하부구조, 환대성, 매력물, 시설과 서비스, 비용의 요인이라 하였다. 또한 관광객들을 관광목적지로 유인하는데 작용하는 주요 요인들로 기후, 경치, 접근성, 적당한비용, 역사·문화와의 유사성, 가족성, 흥미 있는 활동, 홍보성 그리고 쾌락성을 들고 있다.

Ercan Sirakaya(1996)은 관광목적지 선택에 영향 요인으로 인공적 매력물, 자연적 매력물, 심리적 매력물, 사회문화적 매력물로 구분하고, 자연적 매력물로 해변, 기후, 온천, 자연 경관매력, 역사적 볼거리를 중요 매력요인으로 언급하기도 하였다.

국내 선행연구에 의하면, 매력요인에 대하여 김영국(1987)은 자원적 인자로 종교성, 자연경관, 역사성, 사회성, 예술성, 전설, 보전성, 기후 등을, 인위적 인

자로 접근성과 편의성, 시설 등을 언급하였다. 국내 관광목적지 중심의 박수완(1997) 연구에서 문화적요인, 레크리에이션요인, 자연적요인, 주변적요인, 모험적요인으로 적용하였다. 고계성·오상훈(2004)는 시설성, 접근성, 친절성, 혼잡성, 비용성, 분위기로 구분하였고, 여호근·김대환·최정순(2005)는 접근성, 기후성, 자연성, 해양성, 신비성을 매력요인으로 꼽았다.

앞서 언급한 관광목적지 매력요인과 관련된 선행연구를 요약정리하면 표<2-2>와 같다.

〈표 2-2〉 관광목적지 매력요인과 관련된 선행연구

연구자	매력 요인
Goodrich(1978)	복합적 시설(인공·자연적 시설의 복합), 휴식성, 경치, 현대성, 쇼핑, 음식, 오락, 문화 흥미성, 숙박
김영국(1987)	자원적 인자 : 보전성, 자연경관, 사회성, 기후, 역사성, 예술성, 전설, 종교성 인위적 인자 : 접근성과 편의성, 시설
박수완(1997)	문화적요인, 레크리에이션요인, 자연적요인, 주변적요인, 모험적요인
Kozak & Rimmington(1998)	매력물, 하부구조, 시설과 서비스, 현대성, 비용 요인, 적당한비용, 손쉬운 접근성, 기후, 경치, 역사·문화와의 유사성, 흥미 있는 활동, 쾌락성, 가족성 그리고 홍보성
Laws(1995)	1차 요인 : 지형, 기후, 생태, 전통, 문화, 건축 2차 요인 : 교통, 호텔, 식음, 유희, 주제공원
Ercan Sirakaya(1996)	인공적 매력물, 자연적 매력물, 심리적 매력물, 사회문화적 매력물로 구분하고, 자연적 매력물로 해변, 기후, 온천, 자연 경관매력, 역사적 볼거리를 중요 매력요인으로 제시
고계성·오상훈(2004)	시설성, 혼잡성, 비용성, 접근성, 분위기, 친절성
여호근·김대환·최정순(2005)	기후성, 접근성, 해양성, 자연성, 신비성

자료: 기존 연구를 바탕으로 연구자 재 작성

2) 관광지 매력속성과 관광자의 만족에 대한 관계

관광지 매력속성은 관광객의 만족도와도 밀접한 상관관계를 갖는데, 이러한 관광자의 만족은 관광활동의 최종적 목적일 정도로 중요한 개념이라고 할 수 있다(고계성, 2006). 관광자 만족은 개념적으로는 기대했던 관광지와 방문 후의 성과 측면에서의 방문의 투자비용과 그 편익을 비교한 결과로 볼 수 있으며, 조작적으로 여러가지의 속성에 대한 편익총합으로 측정될 수 있는 태도라고 확인하였다(엄서호, 1998).

관광소비경험의 발생 결과로 보는 측면에서 관광자의 만족을 정의하면, 관광자 자신이 관광경험에서의 총체에 대한 사후 이미지를 평가함으로써 경험의 총체에 관한 태도(Lounsbury & Polik, 1992)와 관광지에 대해 관광자가 가졌던 기대심과 관광자의 그 경험에의 상호작용한 결과(Pizam, Y. Neumann, & A. Reichel, 1978), 또한 기대에 대해 불일치를 경험할 때 감정과 관광소비 경험에 대해 방문 이전에 관광자가 갖는 전체적 심리적 상태(Dann, 1979) 등으로 볼 수 있다.

평가과정에서의 관광자 만족을 정의하면, 소비경험이 최소로 기대된 것보다 좋았다는 평가(Hunt, 1977), 그리고 선택된 대안이 사전에 갖고 있던 생각과의 일치성을 띠는 평가(Geva & Goldman, 1991), 사용 후에 느낀 제품의 성과가 사전적 기대 사이의 지각되어진 불일치 평가(Van Raaij & Francken, 1984)로 정의될 수 있다. 평가과정의 측면에서 관광객 만족을 보는 접근 방식은 관광자의 전체 관광경험을 다루기 때문에 각 단계별 중요한 역할을 하는 각각의 요소들을 세부적으로 측정하고 과정을 확인시킨다는 부분에서 결과 지향적 접근보다 이점을 가지고 있다. 또한 관광자의 만족을 형성하는 지각적이고 평가적이며 심리적인 과정 모두에 대한 검토를 가능하게 하여 관광자의 만족에 대한 연구에서 많이 확인되었다(고계성, 2006).

종합적인 만족도는 '관광객이 관광 목적지에서 느끼는 전반적인 만족 정도'를 뜻한다. 대부분 연구에서의 만족의 개념 및 측정은 '종합적인 평가'로 같고, 이런 방식으로 소비자행동분야나 조직행동에 종합적 만족을 측정하는 것과 비슷하다.

이는 만족에 대한 가장 일반적인 정의이며 측정방식이다(고동우,1998).

본 연구에서는 만족도 측정의 의미를 ‘종합적인’ 만족으로 하고, ‘섬 방문객의 관광체험에 대한 종합적이고 총체적인 평가’로 정의하며 방문객을 대상으로 3개의 문항을 구성하여 조사하였다.

3) 섬 관광의 매력속성

관광목적지 매력속성을 개발한 연구는 많이 진행되어 왔다. 관광목적지 매력속성을 연구하기 위해서는 그 속성들을 구성하는 세부적 항목들이 필요하다. 이 세부적인 항목들은 방문객들이 관광목적지를 선택하는 근본적인 원인이라 할 수 있다(이명진, 1998).

섬 관광목적지는 항공 교통의 발달과 기술 혁명으로 대륙에서 보다 멀리 위치한 섬들이 독특한 매력과 더불어 관광지로 떠오르게 되었다(Douglas, 1997). 섬은 지리적으로 고립된 장소(Tracy Berno & Ngaire Douglas, 1998)이기 때문에 섬만의 자연생태계와 특별한 생활 문화가 고스란히 그 상태를 유지하게 된다. 따라서 소규모성·고유문화·고립성·상이함·삶의 여유·야생생태계·원시적인 환경들이 섬의 특성으로 설명 된다(Michael V. Conlin & Tom Baum, 1995). 이러한 특성들은 곧 관광객들에게 좋은 이미지 형성의 원인이 되지만 관광객들은 섬 관광을 위해 추가적인 비용을 부담하여야 하는 현실적인 문제에 직면해 있다(허향진·오상훈, 2003). 섬의 개발수단으로서의 관광은 외화벌이, 고용 그리고 내수경제의 활성화를 위한 방법으로 그 역할을 수행하고 있다(Richard Sharpley, 2003).

섬 관광지는 관광 활동이 집적되는 일정한 지역과 더불어 섬 전체가 하나의 ‘관광목적지’로의 개념을 형성하는 공간이다. 제한된 자원으로 성공적인 관광 전략 수립에 중요성을 두고(Steve Pike, 2002), 관광개발에 대한 계획, 통제 평가를 적용하여 발전적인 방향을 찾고 있다. 그러나 일반적으로 활용되는 관광목적지 개발과 그 발전모델은 찾기가 어렵다. 관광의 확대는 섬 지역에 직접적으로 경제적 영향을 주지만, 섬의 지속적인 관광 활성화를 위해서는 지역주민과 관광객 양자 간에 매력성이 높게 지각되어야 할 것이다. 그리고 매력창출은 다른 섬

의 관광목적지와 대륙의 관광목적지를 벗어난 차별적 이미지 구축(David Gilbert, 1990)과 지역 사회 및 관광기업의 친절한 환대정신(Frank M. Go. & Robert Govers, 2000) 등을 통하여 가능하다고 제시되고 있다.

특히 섬이라는 독특한 관광목적지에 대한 매력속성에 대한 연구는 지역에서의 관광산업의 입지를 재조명하고, 향후 섬 관광지의 효율적인 개발 및 관리를 위한 방향을 제시하며, 나아가 관광객을 유치하는데에 정책대안 마련에도 도움이 될 수 있겠다(오상훈·고계성, 2006).

Hu와 Ritchie(1993)는 섬 관광의 하와이, 호주 등을 대상으로 연구하였는데 기후, 스포츠 및 레크리에이션의 기회, 경관, 지방색, 역사적 매력물, 숙박시설, 음식, 여흥, 축제, 접근성, 쇼핑, 지역주민의 태도, 커뮤니케이션, 교통의 편리성, 물가를 섬 관광매력속성으로 제시하였다.

Aziz(2002)는 말레이시아에 위치한 랑카위섬에 관한 연구를 수행하며 관광 목적지에 영향을 미치는 매력요인으로 물리적, 자연적, 지리적, 사회문화적 그리고 보조적 요소로 구분하며, 랑카위섬의 매력속성을 구체적으로 위치, 접근성, 기후 날씨, 독특성, 지역환대성, 지역민의 태도, 가격, 의사소통, 예술과 수공예, 주제 공원, 위락시설, 건축물, 경관, 자연적 미, 야외매력물, 하부구조, 숙소와 식당, 교통으로 언급하였다.

Pike(2002)는 IPA기법으로 뉴질랜드를 연구지역으로 선정하고, 자연경관, 식당, 날씨, 물가, 접근성, 해변, 숙박시설, 수영시설, 한적함, 지역주민 친절도, 쇼핑, 와인, 낚시, 연계 관광지, 모험활동, 문화경험, 겨울스포츠 등을 매력속성으로 분석하였다.

국내 연구조사에서도 섬 관광 매력속성을 다양하게 구분하였는데, 추명희(1998)는 행사의 다양성, 향토성과 민속성, 신기성, 관광안내정보, 편의시설, 요금, 먹거리, 주차공간, 주민의 친절성, 참여활동의 풍부성 등으로 진도 섬의 관광매력속성으로 언급하였다.

또한 거문도를 연구한 이덕순과 박경희(2003)는 관광속성으로 접근성, 자연경관, 먹거리, 특산품, 볼거리, 주민의 서비스활동, 혼잡오염, 비용, 편의시설, 이용행위(폭죽, 고성방가, 음주 등) 등을 주장하였다.

이재곤(2005)은 크게 7가지로 구분하여, 역사성(역사문화유적), 자연성(해양

경관), 활동성(낚시, 요트, 크루즈, 서핑 등), 교육성(체험활동, 해양문화탐방), 시설(숙박, 음식시설, 해양 등), 사회성(지역주민의 태도, 독특한 지방색), 기타(접근성, 혼잡성, 물가 등)를 섬 관광지의 매력속성으로 분류하였다.

임화순과 고계성(2006)의 일본 오키나와지역의 관광매력 속성 연구에 따르면, 계절과 기후, 자연적 매력물, 자연경관, 접근성, 레저스포츠, 지방색, 숙박시설, 문화 매력물, 현지교통의 편리성, 물가, 쇼핑, 안내정보, 축제, 주제공원, 야간여흥, 안전, 먹거리, 종사원서비스, 이국적 분위기, 환대태도, 교육용 시설물 등을 언급하였다.

섬 관광의 매력속성에 대한 기존의 선행연구를 통하여 정리하면 다음의 <표 2-3>과 같다.

<표2-3> 섬 관광 매력속성에 관한 선행연구

연구자	매력속성	조사지역
Hu & Ritchie (1993)	숙박시설, 기후, 스포츠 & 레크리에이션의 기회, 음식, 경관, 지방색, 여흥, 커뮤니케이션, 역사적 매력물, 접근성, 축제, 쇼핑, 교통의 편리성, 지역주민의 태도, 물가	하와이, 호주
추명희 (1998)	행사의 다양성, 향토성과 민속성, 신기성, 관광안내정보, 편의시설, 요금, 먹거리, 주차공간, 주민의 친절성, 참여활동의 풍부성	진도
Aziz (2002)	위치, 접근성, 기후날씨, 독특성, 지역환대성, 지역민의 태도, 가격, 의사소통, 예술과 수공예, 주제공원, 위탁시설, 건축물, 경관, 자연적 미, 야외매력물, 하부구조, 숙소와 식당, 교통	말레이시아 랑카위섬
Pike (2002)	물가, 숙박시설, 자연경관, 접근성, 날씨, 식당, 해변, 수영시설, 지역주민 친절도, 쇼핑, 한적함, 모험활동, 와인, 연계 관광지, 낚시, 문화경험, 겨울스포츠	뉴질랜드
이덕순·박경희 (2003)	접근성, 자연경관, 먹거리, 볼거리, 주민의 서비스활동, 특산품, 비용, 혼잡오염, 이용행위(폭죽, 고성방가, 음주 등), 편의시설	거문도
이재곤 (2005)	역사성(역사문화유적), 자연성(해양경관), 활동성(낚시, 요트, 크루즈, 서핑 등), 사회성(지역주민의 태도, 독특한 지방색), 시설(해양, 숙박, 음식시설 등), 교육성(체험활동, 해양문화탐방), 기타(접근성, 물가, 혼잡성 등)	제주도, 동해안, 서해안
임화순·고계성 (2006)	계절과 기후, 자연적 매력물, 레저스포츠, 자연경관, 숙박시설, 접근성, 문화 매력물, 지방색, 현지교통의 편리성, 쇼핑, 물가, 안내정보, 축제, 주제공원, 야간여흥, 안전, 먹거리, 종사원서비스, 이국적 분위기, 환대태도, 교육용 시설물	일본 오키나와

자료: 기존 연구를 바탕으로 연구자 재 작성

본 연구에서는 제주 우도 섬 관광의 매력속성을 추출하기 위하여 기존 선행연구를 바탕으로 제시되어진 매력속성을 측정 변수의 근거로 하여, 34개의 문항을 크게 6가지로 도출하여 본 연구의 실증적 연구를 진행하였다.

제2절 관광지에 대한 매력지각

1. 관광지 매력지각의 개념

매력(attraction)이란 어떤 사물 또는 경험에 대하여 의식적인 충동이나 선호를 가지고 즐거움 또는 만족을 추구하는 사람의 마음을 이끄는 힘이라 할 수 있다. 관광 매력은 관광객들이 추구한 편익(benefit)에 대해 부여하는 중요도와 그 편익들을 관광지로부터 제공 받을 것이라 인지하는 신념의 결합, 관광객을 유인하기 위한 시설 또는 관광지가 가지는 능력의 척도라고 할 수 있다(이훈, 2002).

Gunn(1972)은 관광객을 유인하는 측면으로 볼 때, 관광매력을 관광객이 목적으로 여행하는 데에 가장 중요한 요인이라 하며, 관광매력이란 볼거리 이상의 범위를 가진 관광지의 어떠한 속성을 표현하는 대상, 볼거리, 이벤트 등으로 정의하였고 이것의 가치가 사람들을 즐겁게 끌어당기는 힘이라고 정의하였다.

Mayo and Jarvis(1981)는 관광 매력 즉, 관광 매력도란 관광객에게 어떤 형태로 지각되어 그들에게 그들이 위치한 곳의 매력적인 산물에 대하여 갖게 되는 전반적 신념이나 느낌과 그러한 매력적 산물에 대한 상대적인 중요성의 결합이라 정의하였다.

Lew(1987)는 가장 포괄적인 정의로 관광 매력이란 위락공원, 역사지역, 서비스 시설과 특별한 경관, 대상지의 사회제도 등을 포함한 개념으로 말하고, 비위락적 매력을 부대요인, 편의시설, 숙박시설 및 서비스로 정의하였다.

관광매력은 관광에 영향을 주는 많은 요인들 가운데 중요한 요소 중 하나이다. 가족 구성원수가 감소하고, 삶의 수명이 연장되었으며, 도시화 및 인구 증가 등

인구통계학적인 변화로 관광으로의 활동 참여폭은 확대되고 있고, 이런 변화는 관광지 선택에도 커다란 영향을 미치고 있다. 관광지로서 유인력을 갖추기 위해 다른 관광지와 비교되고 그 핵심요소가 될 수 있는 매력 요인을 만들고 관리해야 하는데, 이는 관광지 속에 관광 매력이 없으면 관광객을 유인할 수 없고, 결론적으로 관광지로서의 경쟁력과 가치는 상실되기 때문이다(김재진, 2001).

박석희(2000)는 관광지는 관광 산출물로 즉 관광서비스가 제공하는 매력의 복합체로, 관광은 관광 자원에 대한 매력에 많이 의존한다고 보고 이러한 관광매력을 관광현상요소 중 하나로 다른 곳이나 타국의 문물이나 경관을 구경하고 견문하려는 사람들의 마음을 이끄는 힘이라고 정의하였다.

관광객이 관광지의 매력속성을 지각하게 되면 관광지에 대한 선호나 의미가 형성이 되고, 관광 목적지들에 대한 개인적 이미지를 형성하거나, 관광지를 선택하는데 있어서 직접적인 영향을 미치게 되기도 한다(유영심, 2007). 관광지의 매력을 지각한다는 것은 관광객의 관광욕구와 관광동기를 충족하고, 물리적인 환경뿐만 아니라 관광객의 기대와 관광경험까지 고려하는 것이라 할 수 있다(김시중&김희정, 2011).

어떤 관광지가 관광시장에서 지속가능한 성장을 위한 근본적인 근원은 관광지로서 경쟁 우위를 점하는 것이다. 다시 말해, 관광객의 수요를 창출하기 위하여 다른 관광지보다 방문객의 관광동기를 충족시켜야 하며, 차별적이고 고유의 독특함을 갖추고 관광지로서의 기본요건을 고루 갖춘 관광공간으로서의 역할이 필요하다(김희정, 2012).

관광과 관광지의 환경은 밀접한 관련성을 갖는데, 즉 환경으로 대변되는 매력성을 제공 못하는 관광목적지의 발전에 대해 기대하기 어렵다(Mellor, 2003). 관광지의 매력은 방문객의 방문 의사 결정뿐 아니라 재방문의사 또는 방문객 주변인들이 목적지에 대한 인식에 큰 영향을 미칠 수 있다(오상훈·임화순·고계성, 2005).

또한 방문객들은 관광지를 방문하기 전 행동성과에 대하여 예상이나 평가의 기준을 이루고 가능한 대안 관광지들 중에서 보다 개인의 가치를 부여하는 중요 정도에 따라 관광지를 선택하여 관광행동을 추구한다. 그 중에서도 관광지 매력 지각은 방문객의 방문의사와 더불어 관광지의 경쟁력으로 지각되며 그 곳의 재

방문을 창출한다고 역설하였다(Enright & Newton, 2004).

관광지 매력지각을 정의하면, 다양한 관광 산출물로서 관광서비스가 제공하는 매력의 총합체로 관광현상의 요소 중 하나로 타국이나 타 지역의 경관 또는 문물 등을 견문 및 구경하려는 욕구를 가진 자들의 마음을 끄는 힘이며, 이는 곧 관광 관여도를 높이고 관광자의 관광 욕구를 충족시키는 것으로 말할 수 있겠다(Gunn, 1972; Leiper, 1990; 박석희, 2000; 고계성·현홍준, 2008; 김혜진, 2010). 즉, 오늘날과 같이 경쟁이 과열된 환경 속에서 관광지별 매력요소들을 새롭게 발굴하거나 재발견하는 것도 중요하겠지만, 무엇보다 다른 경쟁 지역과 특히 차별화할 수 있는 경험을 만들어야 한다(김희정, 2012).

따라서 관광지 매력지각을 정의하면 관광자의 관광욕구와 동기를 충족시키고, 물리적 환경뿐만 아니라 방문객의 기대와 그에 따른 관광 경험까지 고려하고, 관광자원의 이용 효율을 높여 방문객의 행동을 이끄는 것으로 정의할 수 있다(김희정, 2012).

관광지는 복잡하지만 독립적인 요인들로 구성되어 있으며, 각각의 요인들은 방문객들에게 관광의 경험에 만족감을 제공하기 위하여 상호의존하며, 지역사회의 경제 활성화를 실현하기 위해 매력 대상 중심으로 이루어져 있다(Hassan, 2000). 그리고 관광지를 구성하는 그 요소들을 관광자원이라 할 수 있으며, 관광객이 선택할 수 있는 속성으로 다뤄지기도 한다(정선태·박정하, 2006).

관광지 매력지각의 구성요소에 대한 국내·외 다양한 선행연구에 따르면, 관광지마다 다양한 특성을 보이며, 관광지에 대한 방문객의 매력지각 정도가 사람마다 주관적이고 결국 개인마다 그 차이를 보이고 있다고 하겠다. 즉, 지각된 가치는 사람마다 각각 다르며, 시간에 따라 다르다는 측면에서 주관적인 개념으로 볼 수 있다(Parasuraman, 1997). 특히, 관광지에서 제공되는 시설의 이용편리성이 강조되는 경우가 많았다(김희정, 2012).

2. 지각 주체의 특성에 따른 관광지 매력지각 간 관계

관광은 본질적으로 무형의 서비스를 제공하는 것으로, 사전경험이 불가하고 구체적인 개념 설정이 어려워, 관광객들은 구매의사결정 과정에서 추상적이면서

복잡한 심리적 변수에 의해 의사결정을 하게 된다. 그 중에서 지각하는 주체의 성향과 같은 복잡한 심리적 변수는 자기행동의 내적인 기준을 마련하고, 행동을 구성하는 인자로서 그들의 내적 상태를 이해하는데 많은 정보를 제공해 준다(김홍렬·윤설민, 2006:49). 관광객 행동에 대한 연구들을 통해, 관광객의 개인적 성향보다는 태도와 의도, 라이프스타일, 사회경제적 변수, 인구통계적 변수를 이용하여 행동을 설명할 수 있다. 한편, Lowyck 등(1992)은 관광자의 행동을 더 잘 이해하고 설명하려면 인구통계학적, 사회경제학적 분석만으로는 관광자의 행동을 설명하는 것이 불충분하다며, 심리학적인 연구도 포함되어야 한다고 강조하였다(김광근 외, 2001:126에서 재인용).

이러한 경향에 맞춰, 최근 관광자의 행동을 이해하기 위한 개인의 심리적변수를 사용하는 연구가 증가하고 있다. Erfu(1995)는 여행스타일과 개인가치, 과거여행경험, 목적지 선택과의 관계를 연구하였으며(김광근·김형섭, 2001:1에서 재인용), Zin(1998)은 관광객 행동을 이해하기 위하여 개인가치, 라이프스타일, 휴가스타일, 추구 편익 등이 유용하다고 하였다. 국내 연구에서, 공기열(2003)은 개인가치변수를 호텔 선택속성에 이용하였으며, 이정규(1999)는 문화관광객의 구매행동 특성에 관한 연구에서 가치관, 라이프스타일, 휴가스타일변수를 사용하였다.

그러나 이러한 연구들은 관광객의 행동의 일부측면에 국한하여 진행되고 있으며 폭넓게 적용되지 못한 한계를 갖고 있다. Hur, Uysal과 McCleary(2006) 역시 관광객의 개인적 특성이 중요변수라고 강조하였다. 특히 관광지에서는 다양한 변수가 작용된다. 지각의 주체가 관광지에 대해 지각하는 매력의 수준이 다르고, 지역민과 접촉하는 과정에서 만족하는 수준이 다르게 형성된다. 이러한 일련의 과정에서 관광객 개인의 특성은 중요하다고 이들은 보고 있다.

본 연구에서는 제주 우도의 관광 매력속성에 대하여 방문객과 지역주민 간 지각 차이를 연구하고자 한다. 이에 앞서, 지각하는 주체의 특성에 따라 관광지 매력지각의 정도가 다르다는 것을 이해하는 데서 연구가 시작되어야 한다고 생각하고 있다. 즉, 방문객과 지역주민 간 관광지 매력지각 차이에 대해, 그들의 생활방식, 관광 성향의 관점에서 관련 논의를 살펴보고자 한다.

1) 생활방식

관광객은 관광활동을 통해서 자신의 욕구를 채우고, 그 과정에서 관광객은 주어진 상황에 적응하는 성향을 보인다. 인구통계적 변수만으로 관광객의 행동을 이해하는 데는 한계가 있다. 관광객의 생활방식을 알고 이해하면, 관광객의 행동 특성을 이해하는 데 도움이 될 수 있다. 생활방식(lifestyle)은 생활유형, 양식 또는 방법으로 행동과 의식의 총체적인 생활양식이며 통합적 상징으로서의 성격을 보인다. 생활방식은 인간의 관심과 활동을 엿볼 수 있기 때문에 마케팅에서 소비자의 행동을 관찰하는 중요한 정보이다. 생활방식은 소비자의 소비행동과 밀접한 관련 있어 마케팅관리자에게 중요한 개념이 된다(이윤섭, 2005:22).

이와 같이 생활방식의 개념은 인간의 행동을 결정하는 중요한 요소로 행동과학 연구자들의 관심 대상이었다. 개개인은 자기만이 가지는 독특한 성향 또는 목표를 가지고 있으며 이를 달성하고자 하는 방향을 가지고 있다는 관점에서 '라이프스타일'이라는 용어를 사용하기도 한다(조명환, 2005).

라이프스타일에 대한 측정은 AIO(Activities, Interests and Opinions)기법과 가치 측정도구인 RVS(Rockeach Value Survey), VALS(Value and Life-Style Survey) 그리고 LOV(List Of Value) 접근방법 등이 있다(김성혁, 2006).¹⁾

AIO는 소비자들의 행위나 관심, 의견에 대한 질문에 응답하도록 되었으며, 응답자의 행동은 작업시간과 여가시간을 어떻게 보내는가로 측정되며, 당면한 환경에서 무엇을 중요시 생각하는지에 관한 관심 정도로 측정된다. 또한 그들의 의견은 사회적 문제와 제도 및 그들 자신에 대한 태도로 측정된다(민계홍, 2005:46). 이는 라이프스타일 연구에서 가장 많이 쓰이는 측정방법이다. 따라서 특히 AIO는 관광객의 심리적 측면과 행동적인 측면에 대한 연구를 수행하는데 유용한 방법이 될 수 있다.

1) 개인가치 항목(소속감, 자기존중, 재미와 기쁨, 안정감, 성취감, 열정적, 능력 발휘, 존경, 인가관계)을 이용하여 응답자의 반응을 측정하는 개인가치 척도이다. 이 측정법은 시행방법이 간단하고 측정시간이 짧으며, 생활의 주요역할 개인가치와 밀접한 관련이 있는 것으로 널리 사용되고 있다(박지연, 2004: 18에서 재인용). AIO분석은 Plummer(1974), Well와 Tigert(1975)에 의해 제시한 방법으로 사람들이 그들의 활동, 관심, 의견에 관한 질문에 응답하도록 고안한 것이다.

Abbey(1979)는 라이프스타일의 변수가 관광객의 선호도에 유의한 영향을 미치며, 관광객의 동기, 태도, 여행상품을 창출하는데 효과적인 마케팅 수단이 된다고 주장하였다(박지연,2004:16). 김성혁 등(1999)은 문화관광객의 라이프스타일을 부정형, 가정 중심형, 내향적 보수개방형, 외향적 활동형 집단으로 구분하여, 세분집단에 따라 문화관광 구매의사 결정단계에 차이가 있음을 규명하였다. 또한 박지연(2004)은 리조트의 호텔 이용자의 생활방식이 플로우와 만족에 미치는 영향에서 플로우에 대한 영향력이 상대적으로 크다는 것을 확인한 바 있다. 이와 같이 생활방식의 변화를 깊게 활용하면 변화하는 관광객의 행동을 파악하는 데 유용할 것으로 판단된다(유영심, 2008).

본 연구에서의 방문객은 각기 다른 지역에서 거주하며 집단에 따른 성향 차이 등 각각의 생활방식에 대하여 일반적인 선행연구를 통하여 다양한 유형이 있음을 확인할 수 있었다. 반면, 우도 섬지역의 지역주민의 경우, 섬 지역 특성상 농·어촌산업이 주를 이루고 관광객을 대상으로 하는 서비스업, 판매업, 자영업 등에 종사하는 특성과 더불어 여가활동에 범위 역시 한정적인 점을 미루어 보아 방문객의 생활방식과는 큰 차이를 보이는 것으로 생각할 수 있겠다. 즉, 이러한 생활방식의 차이에서 비롯되어 우도 섬 관광의 매력지각의 차이가 발생 될 수 있을 것으로 판단된다.

2) 관광성향

관광객의 관광목적지를 선택하는 과정에서 새로움이나 친숙함에 대한 추구는 관광객들의 선호나 성향을 나타내는 행동유형이다. McIntosh와 Goeldner(1990)는 해외여행을 처음 하는 관광객들은 위험을 무릅쓰고 낯선 곳을 찾기 보다는 결국은 편안함이 느껴지는 곳을 여행하는 식으로 새로움보다는 친숙함을 추구하는 경향이 있다고 밝혔다. 한편 Mo(1991)는 관광객들이 해외여행의 경험을 쌓으면서 대부분 새로움을 추구하는 성향이 점차 세지고 시간이 경과됨에 따라 자신들이 추구하는 유형을 바꿔 간다는 것을 확인하였다(김광근·김형섭, 2001).

Cohen(1972)은 방문객이 관광지를 크게 새로움(novelty)과 친숙함

(familiarity)의 연속선상에서 보고 있으며, 방문객의 행동은 안정과 동질성이 반영된 패턴을 보여준다고 설명하였다. 그리고 그는 새로움과 친숙함의 차이는 각각 다른 특성을 가진 해외 관광목적지에 대한 방문객의 행동으로 이해할 수 있으며, 이러한 새로움과 친숙함 추구행동은 여행유형, 편의시설에 대한 방식, 서비스 이용패턴, 지역민과의 사회적 접촉에 의해 나타난다고 설명하였다. 방문객의 역할에 대한 코헨의 4가지의 방문객 유형은 사회학적 인식에서는 중요한 함의를 갖지만, 관광마케터들의 관점에서 직접 적용하기는 일정한 한계가 나타나기도 한다(Jiang, Havitz & O'Brien, 2000). Snepenger(1987)는 Cohen의 이론을 실제 관광마케팅시장에 적용시킨 대표적인 연구자로, 그는 Cohen의 유형학을 관광경험에 대한 이해를 진척시키고, 휴가시장의 세분화의 기초로 적용하였다.

그러나 그의 연구의 한계는 방문객을 관광행태에 따른 구분 없이 새로움에 대한 동기를 측정함으로써 상황적 맥락에 따른 이해를 진척시키지 못하였다는 점이다. 따라서 방문객 행동과 경험은 다양한 상황적 맥락 하에서 다차원적인 척도에 의해 연구되어야 함을 의미한다.

Mo(1991)는 코헨의 방문객 유형을 중심으로 20가지 개인적 의견에 바탕을 둔 ITR(International Tourist Role)척도를 제안하였다. 이 척도는 방문객들의 문화적 차이, 여행서비스, 그리고 사회적 접촉의 문제와 관련된 것으로 새로움과 친숙함 개념이 중요하게 포함되었다(김광근·김형섭, 2001).

ITR척도는 외국을 여행하는 관광객의 새로움 추구선호에 관한 측정으로 Cohen의 이론을 중심으로 다음과 같이 3가지로 분류하였다. Cohen은 관광객은 자신과 다른 지역이나 외국사람, 장소, 문화에 흥미를 느낀다고 하였는데, 이를 바탕으로 관광객은 목적지 지향성향과 여행서비스 선호성향, 사회적 접촉선호성향이라는 세 가지 관광성향을 보여준다고 하였다. 목적지 지향성향(destination-oriented dimension)을 가진 관광객은 목적지에서 문화, 사람, 언어 그리고 관광제도를 통해 새로움에 대한 욕망과 서로 다른 여행 경험에 의해 동기화된 선택을 한다.

여행서비스선호성향(travel services dimension)을 가진 관광객은 해외여행 시 여행사 또는 관광가이드를 동반한 제도화된 관광객 서비스 이용을 선호한다.

이러한 분류는 낯선 외국을 방문할 때 국제관광객들이 제도화된 서비스를 기꺼이 받아들여질 수 있는 정도에 관한 것으로 Cohen의 4가지의 역할들을 구별짓는 데 도움을 준다.

마지막으로 사회적 접촉 선호경향(social contact dimension)은 현지민들과의 사회적 접촉의 범위와 다양성을 선호하는 성향을 가진 관광객이다. Cohen은 관광객을 현지 민 혹은 현지사회와의 접촉 정도에 따른 분류에서 대중관광객들은 일반적으로 현지 민과의 상호작용을 전혀 하지 않지만, 방랑자(drifter)는 현지 사회의 구성원들의 삶속에서 심리적, 감정적인 상호작용을 원하고 있다고 하였다(김사헌, 2006).²⁾

앞서 선행연구를 통하여 방문객의 관광성향이 크게 새로움과 친숙함을 추구하는 형태의 행동유형을 보인다고 확인하였다. 하지만 지역주민의 경우, 새로움의 측면을 공감하는데 다소 무리가 있을 것으로 판단된다. 즉, 지역주민의 친숙함에 맞추어 우도 섬 관광에 매력정도를 지각하는 경향이 있을 것으로 보여진다. 예를 들어, 방문객의 경우 우도를 방문한 횟수가 처음인 경우를 포함하여 여러 경험이 있을지라도 우도 관광의 경험치는 관광명소마다 차이가 있을 것이다. 또한 매력속성을 인지하는 지각 정도에도 곳곳에 따라 다를 것이다. 반면, 지역주민의 경우 우도 내에 거주를 하며 직접 경험한 곳부터 정보로 취득한 경험까지 넓게 매력속성에 대한 인지 정도가 친숙하리만큼 깊이 있는 지각정도를 보일 것으로 예상해 볼 수 있다.

따라서 본 연구에서는 이러한 방문객과 지역주민의 관광성향 차이에서 비롯되어 우도 섬 관광의 매력지각 차이가 발생 될 수 있을 것으로 판단된다.

2) Cohen(1972)의 국제관광 사회학에 관하여(Towards a Sociology of International Tourism)의 관광객 분류는 현지민과의 사회적 접촉정도에 따라 4계층으로 분류하였다. 방랑자(the drifter), 탐구자(the explorer), 개별 대량관광객(the individual mass tourists), 조직화된 대량관광객(the organized mass tourist)으로 방랑자와 탐구자는 제도화되지 않는 관광유형이고, 개별, 조직화된 대량관광객들은 제도화된 관광객으로 여행사에 의해 짜여진 조직적 관광유형을 의미한다(김사헌,2006:41).

제3절 연구 대상지 특성

1. 우도의 인문지리적 현황

1) 우도의 지리적 특성

우도의 지리적인 위치는 북위 33°29' ~ 33°31', 동경 126°56' ~ 126°58'에 있고, 동서의 길이가 2.5km, 남북의 길이 약 3.53km인 신생대 동안에 화산활동의 결과로 만들어진 화산도이다. 우도는 제주특별자치도 동쪽 연안에 산재하는 부속도서로서 최대의 면적을 보유하는 섬으로 성산포항에서 약 3.8km 떨어져 있다.

우도의 자연적 환경으로, 지형은 동남쪽으로 해발 132m인 소머리 오름 지역의 정육형 및 측화산형을 제외하고 거의 대부분이 고도 30m이내의 평평한 태지형 해안저지를 이룬다. 수중에서 분출한 화산인 소머리 오름은 사면경사가 25°내외이고, 해식에 의한 상당한 침식으로 동남쪽 해수에 접한 곳은 급경상 단애를 이룬다. 섬의 전면적이 목야나 경작지로 이용되고 있고 삼림은 없다고 볼 수 있다(김민철, 2007).

우도연안에는 서빈백사라 불리는, 무절산호조 파편으로 이루어진 산호사해빈이 발달한 것을 비롯하여 폐각사로 구성된 사빈도 분포하는 등 지역이 협소함에도 특이한 지질환경을 보인다.

특히 우도해안의 일대에는 거의 외해에 노출되어 해류와 해파의 유통이 활발하고, 단조로운 해안선을 이루어 해안절벽과 암석돌출부 및 암초 등이 발달하여 해빈 간에 연속성이 절단되어 해빈 발달이 적은 편이다.

우도는 제주의 동쪽에 위치해 환해의 현무암으로 이루어진 섬으로 해안굴곡이 적고 해안가는 현무암 적별과 의회암의 조잡한 암반인 암초가 많이 있어 어류가 서식하기 좋은 어초의 역할을 하고 있다. 세계에서 가장 큰 해류 중에 하나인 흑조해류의 지류인 대마 난류가 흐르는 연변에 위치하고 있어서 삼치, 전갱이,

멸치, 오징어, 고등어, 잿방어, 복어 등의 중요한 어류가 회유하는 좋은 어장이 형성되고 제주도에서의 중요한 어업기지가 되고 있는 섬이다.

우도 가까운 연안에서 형성되어진 어업은 장어 통발어업(12~2월), 멸치 분기 초망어업(5~7월), 갈치 채낚이 어업(6~11월), 오징어 채낚이 어업(6~12월), 고등어 및 전갱이 건착망어업(6~8월), 잿방어 예승어업(7~8월) 등이 있다.

우도에는 갈조류, 녹조류, 홍조류 등의 해조류와 소라, 전복 등의 패류가 서식하여 해녀들의 작업장인 제1종 공동어장이 구성되어 있으며, 이와 같은 해조류, 패류가 서식함으로써 이들을 먹는 회유성 어류가 또한 많이 내유하여 좋은 낚시 어장을 형성하고 있다.

2) 우도의 인문학적 특성

우도는 조선 숙종 23년 1697년에 국유 목장이 생기면서 국마(國馬)를 관리, 사육하기 위해 사람들의 왕래가 있었다. 헌종 8년(1842년)에 입경 허가하고, 헌종 10년(1844)에는 김석린진사 일행이 입도한 후 정착하였으며, 1900경 1자년(庚子年)에 향교 훈장 오유학선생이 연평으로 명명하였다. 그 후에 입도한 주민들은 비양동과 영일동동 전흘동 고수동 주흥동 천진동 우목동 등 8개 8동으로 분산하여 동네를 이루기 시작했다. 이 섬은 물소의 머리를 내미는 모양(牛頭形)으로 명명되었다고 전해졌다. 또한 이 곳을 ‘물에 뜬 두둑’이라는 뜻의 연평리로 정하고 구좌읍에 속하였는데 1986년 4월 우도면으로 승격되어, 2006년 7월 제주특별자치도 출범에 따라 제주시 우도면으로 행정구역이 개편되어 현재에 이르고 있다(권혜경, 2007). 현재 우도의 섬 주민의 인구는 약 1,788명(국가통계포털, 2016)으로, 마을은 동천진동, 서천진동 2개동으로 구성된다.

인골분 이야기를 포함하여 몇 가지 설화와 해녀가·잠수소리 등 민요가 전해진다. 남동천진동 포구에 일제강점기에 1932년 일본인 상인들의 착취에 대항했던 우도 해녀의 항일항쟁을 기념하며 세운 해녀노래비가 있다. 그리고 남동쪽 끝의 쇠머리 오름에는 유명한 우도 등대가 있다. 성산포에서 1시간 간격으로 정기여객선이 운항된다(www.doopedia.co.kr).

우도의 특산물로는 땅콩, 마늘, 갈치, 전복, 소라, 톨, 뽕, 미역 등이 있으며,

우도의 축제로는 우도 동굴 음악회, 우도사랑걷기대회, 우도소리축제, 우도일몰 축제 등이 있다(<http://udo.invil.org/>).

2. 우도의 관광목적지로서의 특성

1) 우도팔경

우도는 소가 누워있는 모습의 섬으로 우도의 관광자원은 우도팔경(牛島八景)으로 요약 할 수 있는데 낮과 밤 주간명월 야항어범, 앞과 뒤 전포망대 후해석벽, 동과 서 동안경굴 서빈백사, 하늘과 땅 천진관산 지두청사를 우도팔경이라고 하여 우도의 대표적인 풍경으로 꼽힌다(권혜경, 2008). 따라서 우도팔경은 관광객이 방문하는 대표적인 관광목적지이며 우도의 고유성을 지각하는데 영향을 미치는 주요 매력속성이라 할 수 있다. 우도팔경을 소개하면 아래와 같다.

(1) 주간명월(晝間明月)

우도봉의 남쪽 기슭에 위치한 해식 동굴로 이 동굴은 낮에 달이 두둥실 떠오른다. 오전 10시 부터 11시경 동굴 안으로 쏟아지는 햇빛이 반사되어 동굴의 천장을 비추고 햇빛이 닿은 천장 동그란 무늬와 겹쳐지면 영락없는 달의 모양을 만들어 보인다. 이를 “주간명월”이라고도 한다.

(2) 야항어범(夜航漁帆)

고기잡이 어선들이 여름 밤이 되면 무리를 지어, 우도의 바다를 불빛으로 환하게 밝힌다. 이 때가 되면 칠후 같은 어둠이라도 마을 안길은 별로 어둡지가 않을 뿐 만 아니라, 밤하늘도 밝은 빛으로 가득 물들며 잔잔할 때면 마치 온 바다에 불꽃놀이를 하는 것처럼 찬란하다.

〈그림 2-1〉 주간명월



〈그림 2-2〉 야항어범



자료: <http://udo.invil.org/>

(3) 천진관산(天津觀山)

우도 도항의 관문인 동천진동항에서 보이는 한라산의 모습을 말한다. 여기서 바라보는 한라산 부근의 경치가 가장 아름답게 보인다고 한다.

(4) 지두청사(地頭靑莎)

한눈에 우도의 전경을 감상하는 것을 말하는데 우도의 최고 고도의 우도봉(132m)에 올라가서 보면 우도의 전체풍경을 감상할 수 있고 아름다운 초록빛 물결이 바다에 맞닿아있음이 보인다.

〈그림 2-3〉 천진관산



〈그림 2-4〉 지두청사



자료: <http://udo.invil.org/>

(5) 전포망도(前浦望島)

제주도의 동쪽에 위치한 구좌읍 종달리에서 우도를 바라보게 되면, 동쪽으로 야트막하게 우도봉이 보이고 서쪽기슭을 따라 평탄한 섬의 중앙부가 이어지다 섬의 서쪽 끝자락은 수평선과 합쳐지며 바다로 잠기어버리는 모양이다. 이 곳에서 보는 우도의 모습은 소가 누워있는 형상으로 보인다.

(6) 후해석벽(後海石壁)

우도봉의 높이 20여, 폭 30여m로 이루어진 기암절벽이 차곡차곡 석편을 쌓아 올린 것처럼, 가지런히 단층을 이루고 있는 석벽이 90도 각도로 절벽을 이루고 있다. 오랫동안 풍파에 깎이어서, 단층 사이사이마다 깊은 주름살이 형성된 듯 보인다.

〈그림2-5〉 전포망도



〈그림2-6〉 후해석벽



자료: <http://udo.invil.org/>

(7) 동안경굴(東岸鯨窟)

우도봉의 영일동 앞에 검은 모래가 펼쳐져 있는 “검멀래” 모래사장에 끄트머리 절벽 아래에 “콧구멍”이라고 하는 동굴에서 커다란 고래가 살았다는 이야기가 전설로 전해져 내려왔다. 이 굴은 썰물이 될 때만 입구를 통하여 안으로 들어 가 볼 수 있다.

(8) 서빈백사(西濱白沙)

우도의 서쪽 바닷가에는 하얀 홍조단괴해빈이 있다. 이 모래는 눈이 부셔 잘 뜨지를 못 할 정도라 할 만큼 하얗다 못해 푸른빛이 떠는데 우리나라에서 단 한 군데 이곳 바다에서만 있는 모습이다.

〈그림2-7〉 동안경굴



〈그림2-8〉 서빈백사



자료: <http://udo.invil.org/>

2) 기타 관광자원

(1) 하고수동 해수욕장

푸른빛이 감도는 하고수동 해수욕장은 아름다운 해수욕장으로 유명하고 일명 ‘싸이판 해변’으로 불린다. 이 곳의 백사장은 밀가루를 밟는 듯 부드러운 모래, 얇은 수심으로 가족단위 해수욕에 좋은 장소로 꼽힌다.

특히 어린아이들과 함께 지내기에는 좋은 곳이며 이곳 해수욕장 내에서 야영이 가능 할뿐만 아니라 샤워실과 탈의시설도 갖춰져 있다. 여름밤에는 멀치잡이 배들의 휘황찬란한 불빛들로 앞바다를 수놓고 불꽃놀이의 장관을 볼 수 있다 (<http://udo.invil.org/>).

(2) 비양도

우도 비양도는 제주도의 가장 큰 섬인 우도면의 동쪽에 있는 작은 섬으로 우도에서 약 120m 떨어진 곳에 위치하고 있으며 우도와 다리로 연결되어 있는 섬

속의 작은 섬이다. 비양도 라는 이름은 섬에서 해 뜨는 모습을 보면 수평선 아래에서 날아오르는 것 같다하여 붙여진 이름이며, 해녀의 마을로도 유명하다 (www.visitjeju.net).

(3) 검멀레

우도봉 아래 협곡 속에는 검은 모래 해변인 '검멀레' 해수욕장이 숨어있다. 폭 1백여 미터의 작은 해변이지만 모래짐질을 겸한 해수욕이 가능하다. 바닷물을 꺼안고 오르는 듯이 우도의 일출과 검은 모래사장을 뛰어서 바다로 향하면 곧이라도 손에 잡힐 것 같은 태양과 고래가 살았다는 해변 끝에 위치한 동굴로 유명하다.

해수욕장 바로 옆에는 고래의 콧구멍이라 불리는 경안동굴이 있는데, 이 동굴의 입구는 좁지만 안으로 들어 갈수록 넓어진다.(자료: <http://udo.invil.org/>)

(4) 우도봉

제주도 동쪽 끝에 위치한 우도(牛島)에서 고도가 가장 높은 봉우리이다. 소가 누워 머리를 든 형상의 우도는 오름의 남쪽에 위치한 정상부를 소머리 부분이라 하여 우두봉(牛頭峰), 소머리오름, 쇠머리오름, 우두악(牛頭岳) 등의 여러 이름으로 부른다. 우도 주민들은 섬의 머리 부분이라 하여 섬머리오름 또는 도두봉(島頭峰)이라 부른다. 우도의 봉우리라는 의미로 우도봉(牛島峰)이라고도 한다.

정상에 오르면 아름다운 우도 전체의 경치가 펼쳐지며, 멀리로 한라산을 위시하여 성산일출봉·다랑쉬오름·높은오름·지미봉·둔지오름 등 오름군이 한눈에 들어온다. 또한 우도등대가 서 있는데, 1906년 3월에 최초로 점등한 우도등대의 원형 콘크리트 등탑이 높이 16m이다. 등대 주변으로는 국내 최초로 등대시설을 해양친수문화공간으로 만든 등대공원이 있다(www.doopedia.co.kr).

종합적으로 우도팔경과 기타 관광자원을 지역적으로 구분하여 정리하면 아래의 표<2-4>과 같다.

〈표2-4〉 우도의 주요관광자원

구분		내용	비고
서부권	홍조단괴 서빈해수욕장	동양 유일의 홍조단괴해변 홍조단괴와 푸른 바다가 어우러진 이국적 풍경	우도8경
	전포망도	우도 앞바다에서 바라보는 우도 섬의 전경	우도8경
동부권	하고수동해수욕장	비교적 넓은 해안백사장 수심이 얕고 완만한 최적의 해수욕장	
	비양도	섬속의 섬, 간만조시 섬의 형태 변화	
	야항어범	멀치잡이 어선들이 밝히는 형형색색의 불빛	우도8경
남부권	검멀레	검멀레해안의 이중 동굴굴속의 굴 동쪽 언덕의 고래가 살만 한 곳이라는 뜻	
	동안경굴	검멀레 해안에 있는 이중의 동굴	우도8경
	후해석벽	높이20m, 폭30m의 줄무늬 바위로 형성된 기암절벽	우도8경
	지두청사	우도봉에서 바라보는 우도의 절경	우도8경
	천진관산	천진리에서 바라보는 우도의 절경	우도8경
	주간명월	파도에 의해 생긴 해식동굴로 바다에 비친 햇살이 반사되어 동굴의 천장에 달의 형체가 나타나는 기이한 현상	우도8경
	우도봉	우도섬의 최고봉 넓은 초지로 목가적 풍경	

자료: 제주시, 북제주군 해양군립공원 지정 타당성 조사 및 기본계획, 2000

이상 이론적 선행연구를 종합하여 정리하면, 주요변수인 제주 우도 섬 관광의 매력속성을 총 6가지로 분류할 수 있다. 자연성, 고유성, 활동성, 시설, 편의성, 지역성의 매력속성을 바탕으로 항목별 세부 문항에는 우도 특성을 토대로 정리하였다. 종합적으로 요약하면 다음 〈표2-5〉와 같이 제시하였다.

〈표2-5〉 우도 섬 관광의 매력속성분류

매력속성 분류		연구자
자연성	우도 해안의 산호모래, 우도의 아름다운 자연경관, 훼손되지 않은 자연환경, 우도의 청정한 바다	Hu & Ritchie(1993), Aziz(2002), Pike(2002), 추명희(1998), 이덕순·박경희(2003), 이재곤(2005), 임화순·고계성(2006)
고유성	소머리 형상의 전망이 좋은 우도봉, 세계유명등대를 전시하고 있는 국내 최초의 등대공원, 현무암이 부서져 만들어진 검멀레 해변, 천연기념물로 지정된 반짝이는 하얀 홍조단괴 해변(서빈백사), 해식동굴 천정에 비치는 주간명월, 에메랄드빛의 아름다운 하고수동해수욕장, 썰물 때만 모습을 드러내는 동안경굴, 우도와 연결된 숨은 섬 비양도, 우도만의 독특한 해안가 기암절벽	
활동성	우도 올레길, 소리축제 등 문화 프로그램, 보트 등 수상레저 스포츠, 스쿠터 등 육상 레저활동	

〈표 계속〉

매력속성 분류		연구자
시설	다양한 음식점, 쇼핑시설 및 상가, 안내시설(표지판, 설명소개 등), 양호한 숙박시설(침실, 화장실 등), 휴게·편의시설(벤치, 화장실, 음수대 등), 편리한 주차시설	Hu & Ritchie(1993), Aziz(2002), Pike(2002), 추명희(1998), 이덕순·박경희(2003), 이재곤(2005), 임화순·고계성(2006)
편의성	입도 접근성, 입도를 위한 편리한 운항 스케줄, 우도 내 이동수단의 편리성, 안내지도 등 정보취득 용이성, 안내자(가이드, 관광해설사 등)의 수준 높은 해설	
지역성	우도의 물가, 흥미로운 우도의 전설, 우도 땅콩 등 특산물, 지역주민의 환대, 우도의 다양한 종류의 먹거리, 음식의 훌륭한 맛	

자료: 기존 연구를 바탕으로 연구자 재 작성

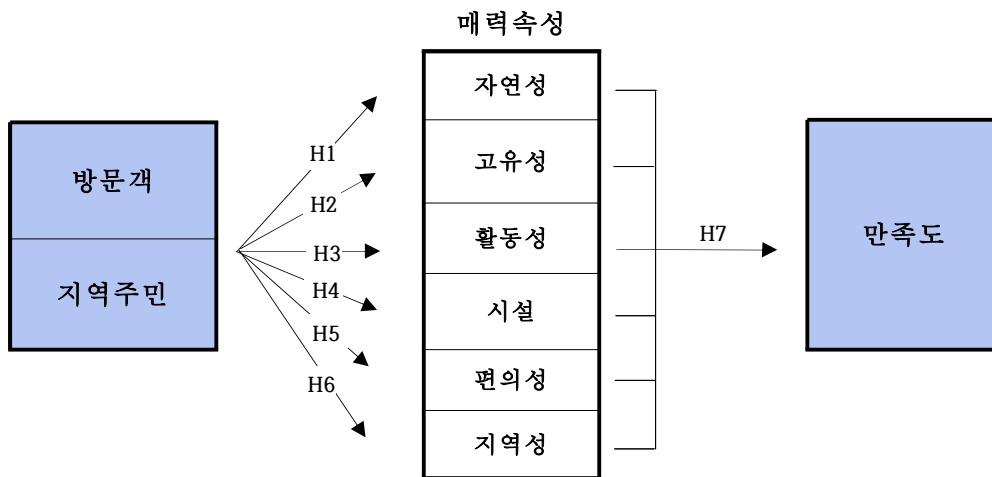
제3장 실증 연구의 설계

제1절 연구 모형의 설계와 가설의 설정

1. 연구 모형

본 연구는 문헌연구와 실증연구를 병행하였는데, 지금까지 정리한 선행 연구의 고찰을 바탕으로 하여 우도 섬 관광의 매력속성과 관광 만족도를 구분하였다. 이를 바탕으로 실질적으로 제주 우도 섬 관광의 매력속성에 대한 방문객과 지역 주민 간 지각차이를 알아보는 실증연구 분석을 통하여 결론을 제시하고자 한다. 다음 <그림3-1>과 같은 연구모형을 구성하여 연구를 실시하였다.

<그림 3-1> 연구자의 연구모형



2. 가설 설정

본 연구에서는 앞에서 제시한 실증연구모형을 토대로 연구 목적을 달성하기 위해서 우도 섬 지역에서 방문객과 지역주민을 대상으로 설문조사를 실시한 후 변수들 간의 관계를 분석하고자 한다. 연구모형은 우도의 매력속성으로 자연성, 고유성, 활동성, 시설, 편의성, 지역성으로 여섯 가지 변수를 포함하고 있으며, 방문객과 지역주민 간의 지각차이를 확인하기 위해 구성되었다. 또한 방문객이 지각한 매력속성에 따라서 만족도에 유의한 영향을 미치는지를 검증하고자 한다. 이에 따라 다음과 같은 연구가설을 설정하여 연구를 진행하기로 한다.

I. 우도 섬 관광의 매력 속성에 따라 방문객과 지역주민간 유의미한 지각차이가 있을 것이다.

I-1(H1). 우도 섬 관광의 자연성에 대해 방문객과 지역주민간 유의미한 지각차이가 있을 것이다.

I-2(H2). 우도 섬 관광의 고유성에 대해 방문객과 지역주민간 유의미한 지각차이가 있을 것이다.

I-3(H3). 우도 섬 관광의 활동성에 대해 방문객과 지역주민간 유의미한 지각차이가 있을 것이다.

I-4(H4). 우도 섬 관광의 시설에 대해 방문객과 지역주민간 유의미한 지각차이가 있을 것이다.

I-5(H5). 우도 섬 관광의 편의성에 대해 방문객과 지역주민간 유의미한 지각차이가 있을 것이다.

I-6(H6). 우도 섬 관광의 지역성에 대해 방문객과 지역주민간 유의미한 지각차이가 있을 것이다.

II-1(H7). 우도 섬 관광의 매력속성에 따라 방문객의 만족도에 유의미한 영향을 미칠 것이다.

3. 변수의 조작적 정의

본 연구에서는 사용된 각 변수의 측정항목들을 실증분석을 위하여 연구의 주요 변수들에 대하여 조작적 정의를 내리고, 이를 기초로 설문항목을 개발하였다. 모든 설문항목은 기존 사례연구에서 사용되었던 척도를 근거로 하여, 우도 섬 관광의 매력속성을 크게 자연성, 고유성, 활동성, 시설, 편의성, 지역성 6가지 특성으로 정의하였다. 그리고 관광 만족도는 관광객이 관광경험에 따라 인식한 우도 섬 지역의 유형적·무형적 속성에 근거하여 내리는 전반적인 평가로 정의하였다. 이러한 변수들은 5점 리커트 척도를 사용하여 측정하였다(1=매우 그렇다, 5=전혀 그렇지 않다).

본 연구에 사용한 각 변수들에 대한 측정항목을 설명하면 다음과 같다.

1) 우도 섬 관광의 매력속성 6가지

본 연구에서 제주 우도지역의 섬관광 매력속성을 Hu and Ritchie(1993), Aziz(2002), Pike(2002)의 연구와 추명희(1998), 이덕순·박경희(2003), 이재곤(2005), 임화순·고계성(2006) 등의 연구한 결과를 기초로 하여 자연성, 고유성, 활동성, 시설, 편의성, 지역성으로 설정하였다. 본 연구에서는 우도의 매력속성을 '관광객에게 우도 섬이 관광목적지로서 유인되어지는 매력적 요인의 개념'으로 정의하였다.

본 연구의 목적에 맞추어 매력속성에 대한 측정항목을 방문객과 지역주민에게 동일한 문항으로 제시하였다. 각 측정항목은 기존 연구들에서 활용되었던 개념 및 항목으로 본 연구의 특성을 고려하여 <표3-1>과 같이 구성요인별로 나누어 총 34개 문항을 제시하였다.

〈표3-1〉 매력속성 구성요인별 측정항목

측정항목			선행연구
자연성	1	우도 해안의 산호모래	Hu & Ritchie(1993), Aziz(2002), Pike(2002), 추명희(1998), 이덕순·박경희(2003), 이재곤(2005), 임화순·고계성(2006)
	2	우도의 아름다운 자연경관	
	3	훼손되지 않은 자연환경	
	4	우도의 청정한 바다	
고유성	5	소머리 형상의 전망이 좋은 우도봉	
	6	세계유명등대를 전시하고 있는 국내 최초의 등대공원	
	7	현무암이 부서져 만들어진 검멀레 해변	
	8	천연기념물로 지정된 반짝이는 하얀 홍조단괴 해변 (서빈백사)	
	9	해식동굴 천정에 비치는 주간명월	
	10	에메랄드빛의 아름다운 하고수동해수욕장	
	11	썰물 때만 모습을 드러내는 동안경굴	
	12	우도와 연결된 숨은 섬, 비양도	
	13	우도만의 독특한 해안가 기암절벽	
활동성	14	우도 올레길	
	15	소라축제 등 문화 프로그램	
	16	보트 등 수상레저 스포츠	
	17	스쿠터 등 육상 레저활동	
시설	18	다양한 음식점	
	19	쇼핑시설 및 상가	
	20	안내시설(표지판, 설명소개 등)	
	21	휴게·편의시설(벤치, 화장실, 음수대 등)	
	22	양호한 숙박시설(침실, 화장실 등)	
	23	편리한 주차시설	
편의성	24	입도 접근성	
	25	입도를 위한 편리한 운항 스케줄	
	26	우도 내 이동수단의 편리성	
	27	안내지도 등 정보취득 용이성	
	28	안내자(가이드, 관광해설사 등)의 수준 높은 해설	
지역성	29	우도의 물가	
	30	흥미로운 우도의 전설	
	31	우도 땅콩 등 특산물	
	32	지역주민의 환대	
	33	우도의 다양한 종류의 먹거리	
	34	음식의 훌륭한 맛	

2) 관광 만족도

본 연구에서 제주 우도지역의 관광 만족도에 대하여, Hunt(1977), Noe(1987), Geva and Goldman(1991)과 이영진(2001)의 연구 결과를 활용하여 전반적인 만족도, 추천 의사, 재방문 의사로 설정하고, 총 3개의 문항으로 제시하였다.

본 연구에서는 만족도 측정의 의미를 ‘종합적인’ 만족으로 하고, 우도의 방문객이 ‘우도 섬 관광에 대하여 관광체험에 대한 종합적이고 총체적인 평가’의 정도를 의미한다.

〈표3-2〉 관광 만족도의 구성요인별 측정항목

측정항목			선행연구
우도 섬 관광의 만족도 정도	1	전반적으로 만족한다.	Hunt(1977), Noe(1987), Geva & Goldman(1991), 이영진(2001)
	2	주위 사람에게 추천할 것이다.	
	3	꼭 다시 방문할 것이다.	

제2절 조사 설계

1. 설문지 구성과 측정

본 연구에 사용된 설문은 섬 관광목적지 매력속성 관련 문항, 섬 관광목적지의 만족 관련 문항, 관광동기·관광일정·관광활동 등 일반적인 관광행태 관련 문항, 그리고 인구통계적 변수 관련 문항 등 4개 부분으로 구성되었다(표3-3 참조). 방문객용과 지역주민용 설문지를 따로 구성하여 매력속성에 대한 지각 차이에 관한 문항은 동일하되, 일반적인 관광행태관련, 인구통계적 변수와 관련한 문항은 차이를 두었다. 또한 방문객을 대상으로 한 설문지에 우도 섬 지역 관광에 대한 전반적인 만족도를 나타내는 문항을 별도로 추가편성 하였다.

〈표 3-3〉 설문문의 구성

구분	선행연구	세부항목	문항수		측정 척도
			방문객	지역 주민	
우도 섬 관광 매력속성 정도	Hu & Ritchie(1993), Aziz(2002), Pike(2002), 추명희(1998), 이덕순·박경희(2003), 이재곤(2005), 임화순·고계성(2006)	자연성 (산호모래, 자연경관, 보존된 환경, 청정바다) 고유성 (우도봉, 등대공원, 검멀레, 서 빈백사, 주간명월, 하고수동, 동안경굴, 비양도, 기암절벽) 활동성 (올레길, 문화프로그램, 수상 레저, 육상레저) 시설 (음식점, 상가, 안내시설, 휴 게·편의시설, 숙박시설, 주차 시설) 편의성 (입도접근성, 운항 스케줄, 교 통시설, 정보취득용이성, 안내 자해설) 지역성 (물가, 전설, 특산물, 주민환 대, 다양한 먹거리, 훌륭한 맛)	34	34	리커트 척도
우도 섬 관광의 만족도 정도	Hunt(1977), Noe(1987), Geva & Goldman(1991), 이영진(2001)	만족, 추천, 재방문	3	0	리커트 척도
일반적인 관광행태 관련 문항	이진의(2012) 허양례(2010)	방문 횟수, 체류시간, 숙박시 설, 동반자 유형, 정보취득경 로, 방문동기, 여행형태, 교통 수단	8	4	명목 척도
인구통계적 변수 관련 문항		성별, 연령, 거주기, 직업, 월 평균소득	5	6	명목 척도

2. 조사 방법

본 연구는 이론적 배경을 바탕으로 설문지를 작성하여 조사를 실시하였다. 설문조사는 2017년 3월 24일부터 4월 26일까지의 기간 동안 연구자와 조사원이 우도 지역을 직접 방문하여 실제 우도를 방문하는 방문객과 현재 우도에 거주하는 지역주민을 대상으로 협조를 얻어 설문조사를 시행하였다.

설문대상의 선정은 우도 방문객과 지역주민에 대하여 편의표본추출을 통하여 실시하였으나, 설문응답자 선정에 인구통계학적 특성이 적절하게 분포하도록 신중을 기하였다. 조사기간 동안 방문객 250부, 지역주민 120부의 설문지를 배포하여 회수된 방문객 211부, 지역주민 116부 가운데 응답 문항에 누락된 응답이 있거나 불성실한 응답으로 사료되는 각 10부, 15부를 제외한 방문객 201부, 지역주민 101부를 확보하여 최종 분석을 실시하였다.

3. 분석 방법

본 연구에서 기대되는 바람직한 결과를 도출하기 위하여, 표본의 전반적인 성격을 고려한 부합되는 방법을 적용하여 분석하였다. 분석을 위한 도구로 사회과학분야에서 널리 사용되고 있는 통계패키지 SPSS 프로그램을 사용하였다.

이론 등의 선행연구를 통한 문헌자료 연구와 논리적 타당성과 실천적 유용성을 높이는 것을 목적으로 수집된 실제자료를 이용하여 통계적 분석·처리하는 실증 연구를 함께 진행 하였다.

섬 관광목적지 매력요인의 선행연구 자료에 근거하여 우도 대상지의 섬 관광의 매력요인 변수를 도출 및 문항을 구성하였고, 5점 Likert 척도를 이용하여 측정하였다. 데이터 코딩 과정을 거친 후 SPSS 통계패키지 프로그램을 활용하였으며 빈도분석, 신뢰성분석, 요인분석, 상관관계분석, 대응표본 T-검정, 회귀분석 등을 실시하였다.

제4장 실증 분석

제1절 표본의 일반적 특성

우도의 매력속성과 관련하여 방문객과 지역 주민의 지각 차이를 조사하기 위하여 표본을 대상으로 빈도분석을 실시한 결과, 인구통계적 특성과 관광행태특성은 <표 4-1>, <표 4-2>, <표4-3>, <표4-4>와 같다.

1. 표본의 인구통계적 특성

우도를 방문한 방문객을 대상으로 성별, 연령, 거주지, 직업, 소득에 대한 빈도분석을 실시한 결과 인구통계적 특성은 <표 4-1>과 같다.

방문객의 표본적 특성을 살펴보면, 전체 응답자 중 남성이 91명으로 45.3%, 여성 110명으로 54.7%로 구성되어 있다. 연령은 20대(30.8%), 40대(23.4%), 30대(22.4%), 50대(10.9%), 10대(9.5%), 60대 이상(3%)의 순이며, 거주지는 인천/경기(28.4%), 제주(26.4%), 서울(17.4%), 광주/전남(7%), 부산/경남(6.5%), 대구/경북(6%), 대전/충남(5.5%), 전북(1.5%), 충북(1%), 강원(0.5%)의 순으로 나타났다. 직업은 회사원(31.3%), 학생(20.9%), 자영업(11.4%), 전문직(10.9%) 등의 순으로 나타났으며, 소득은 401만원 이상(28.9%), 201만원~300만원(24.4%), 101만원~200만원(17.9%) 등의 순으로 나타났다.

〈표 4-1〉 방문객의 인구통계적 특성

구분	항목	빈도(명)	비율(%)	구분	항목	빈도(명)	비율(%)	
성별	남성	91	45.3	직업	회사원	63	31.3	
	여성	110	54.7		자영업	23	11.4	
	소 계	201	100.0		공무원	10	5.0	
연령	10대	19	9.5		전문직	22	10.9	
	20대	62	30.8		학생	42	20.9	
	30대	45	22.4		도소매업	2	1.0	
	40대	47	23.4		판매/서비스업	16	8.0	
	50대	22	10.9		기 타	23	11.4	
	60대 이상	6	3.0		소 계	201	100.0	
	소 계	201	100.0					
거주지	서울	35	17.4	소득	100만원 이하	25	12.4	
	인천/경기	57	28.4		101만원 ~ 200만원	36	17.9	
	대전/충남	11	5.5		201만원 ~ 300만원	49	24.4	
	충북	2	1.0		301만원 ~ 400만원	33	16.4	
	전북	3	1.5		401만원 이상	58	28.9	
	광주/전남	14	7.0		소 계	201	100.0	
	강원	1	0.5					
	대구/경북	12	6.0					
	부산/경남	13	6.5					
	제주	53	26.4					
	소 계	201	100.0					

우도에 거주하는 지역주민을 대상으로 성별, 거주지, 연령, 직업, 소득, 결혼 여부에 대한 빈도분석을 실시한 결과 인구통계학적 특성은 〈표 4-2〉와 같다.

지역주민의 표본적 특성을 살펴보면, 전체 응답자 중 남성이 64명으로 63.4%, 여성이 37명으로 36.6%로 구성되어 있다. 연령은 20대(27.7%), 50대(24.8%), 30대(22.8%), 40대(20.8%), 60대 이상(3%), 10대(1%)의 순이며, 거주지는 우도(80.2%), 우도 외 지역(19.8%) 순으로 나타났다. 직업은 판매/서비스업(34.7%), 자영업(30.7%), 관광사업(16.8%), 기타(12.9%) 등의 순으로 나타났으며, 소득은 201만원~300만원(24.4%), 101만원~200만원(17.9%), 301만원~400만원(16.8%), 401만원 이상(9.9%) 등의 순으로 나타났다. 결혼 여부는 기혼(60.4%), 미혼(39.6%)으로 구성되었다.

〈표 4-2〉 지역주민의 인구통계적 특성

구분	항목	빈도(명)	비율(%)	구분	항목	빈도(명)	비율(%)	
성별	남성	64	63.4	직업	자영업	31	30.7	
	여성	37	36.6		농수산업	4	4.0	
	소 계	101	100.0		관광사업	17	16.8	
거주지	우도	81	80.2		도소매업	1	1.0	
	우도 외 지역	20	19.8		판매/서비스업	35	34.7	
	소 계	101	100.0		기 타	13	12.9	
연령	10대	1	1.0		소 계	101	100.0	
	20대	28	27.7		소득	100만원 이하	6	5.9
	30대	23	22.8			101만원 ~ 200만원	34	33.7
	40대	21	20.8			201만원 ~ 300만원	34	33.7
	50대	25	24.8	301만원 ~ 400만원		17	16.8	
	60대 이상	3	3.0	401만원 이상		10	9.9	
	소 계	101	100.0	소 계		101	100.0	
	결혼	기혼	61	60.4		미혼	40	39.6
		미혼	40	39.6	소 계	101	100.0	
		소 계	101	100.0				

2. 관광행태 특성

우도를 방문한 방문객을 대상으로 방문 횟수, 체류 기간, 숙박시설, 동반자, 관광정보원천, 방문 동기, 참여 활동, 교통수단에 대한 빈도분석을 실시한 결과 관광행태의 특성은 〈표 4-3〉과 같다.

우도 방문을 처음 하는 응답자는 54.7%로 절반을 차지하고 있으며, 2회 방문은 24.9%, 4회 이상 방문이 10.4% 등의 순으로 나타났으며, 체류기간은 당일 여행이 86.6%로 대부분을 차지하고 있으며, 1박2일이 8%, 2박3일이 2.5% 등의 순으로 조사되었다. 숙박시설은 기타가 69.7%로 절반 이상을 차지하고 있으며, 펜션이 22.9%, 민박이 3.5% 등의 순으로 나타났으며, 동반자는 가족이 55.7%, 친구 20.4%, 연인 13.9%, 동료 5% 등의 순으로 나타났다. 관광정보

원천은 웹사이트가 40.3%로 가장 많았고, 친구·친지가 31.3%, 소셜네트워크 10.9%, TV·라디오 6.5%등의 순으로 조사되었으며, 방문 동기와 관련해서는 유명한 관광지라는 이유로 30.8%, 자연경관 관람이 24.9%, 지인 소개 18.4%, 과거 방문 경험 11.9% 등의 순으로 나타났다. 참여 활동으로는 자연경관 관람이 51.2%로 절반 이상을 차지하며, 드라이브가 17.4%, 산책 11.9%, 해양레포츠 5% 등의 순으로 나타났으며, 교통수단은 자전거·스쿠터가 43.3%로 가장 많았고, 다음으로 도보 19.9%, 자가용 17.9% 등의 순으로 나타났다.

〈표 4-3〉 방문객의 관광행태 특성

구분	항목	빈도(명)	비율(%)	구분	항목	빈도(명)	비율(%)	
우도 방문	1회	110	54.7	방문 동기	새로운 경험 (섬속의 섬)	19	9.5	
	2회	50	24.9		과거 방문 경험	24	11.9	
	3회	20	10.0		지인 소개	37	18.4	
	4회 이상	21	10.4		유명한 관광지	62	30.8	
	소 계	201	100.0		자연경관 관람	50	24.9	
체류 기간	당일 여행	174	86.6		기 타	9	4.5	
	1박 2일	16	8.0		소 계	201	100.0	
	2박 3일	5	2.5		참여 활동	해양레포츠	10	5.0
	3박 4일	3	1.5			육상레포츠	7	3.5
	4일 이상	3	1.5			교육학습체험	6	3.0
	소 계	201	100.0	드라이브		35	17.4	
숙박 시설	친척·친구 집	4	2.0	자연경관관람		103	51.2	
	민박	7	3.5	취미활동		11	5.5	
	여관·모텔	4	2.0	산책		24	11.9	
	펜션	46	22.9	기 타		5	2.5	
	기타	140	69.7	소 계		201	100.0	
	소 계	201	100.0	교통 수단		자가용	36	17.9
동반자	가족	112	55.7		버스	34	16.9	
	친구	41	20.4		자전거·스쿠터	87	43.3	
	연인	28	13.9		도보	40	19.9	
	동료	10	5.0		기 타	4	2.0	
	모임·단체	9	4.5		소 계	201	100.0	
	기타	1	0.5		관광 정보 원천	여행사	3	1.5
	소 계	201	100.0			친구·친지	63	31.3
관광 정보 원천	TV·라디오	13	6.5			신문·잡지	1	0.5
	신문·잡지	1	0.5			홍보책자	9	4.5
	홍보책자	9	4.5	웹사이트		81	40.3	
	웹사이트	81	40.3	소셜네트워크		22	10.9	
	소셜네트워크	22	10.9	기 타		9	4.5	
	기 타	9	4.5	소 계		201	100.0	
	소 계	201	100.0					

우도에 거주하는 지역주민을 대상으로 고향이 우도인지 여부, 거주 기간, 지역 주민이 생각하는 관광객의 우도 방문 동기·관광객의 우도 참여 활동에 대한 빈도분석을 실시한 결과 지역주민의 특성은 <표 4-4>와 같다.

고향이 우도인 응답자는 32.7%로 나타났고, 고향이 우도가 아닌 응답자는 67.3%로 많았다. 거주기간은 1년 미만이 39.6%로 가장 많았고, 다음으로 1년 ~ 5년이 21.8%, 20년 이상 18.8% 등의 순으로 나타났다. 지역 주민이 생각하는 관광객의 우도 방문 동기와 관련하여서는 새로운 경험(섬속의 섬) 37.6%, 자연경관 관람 24.8%, 유명한 관광지 22.8% 등의 순으로 조사 되었으며, 관광객의 우도 참여활동은 자연경관 관람이 57.4%로 절반 이상을 차지하고 있으며, 다음으로 드라이브가 20.8%, 해양레포츠 7.9%, 기타 5% 등의 순으로 나타났다.

<표 4-4> 지역주민의 관광행태 특성

구분	항목	빈도(명)	비율(%)	구분	항목	빈도(명)	비율(%)	
고향이 우도인 지 여부	그렇다	33	32.7	관광객의 우도 방문 동기	새로운 경험 (섬속의 섬)	38	37.6	
	아니다	68	67.3		과거 방문 경험	3	3.0	
	소 계	101	100.0		지인 소개	5	5.0	
거주 기간	1년 미만	40	39.6		유명한 관광지	23	22.8	
	1년 ~ 5년	22	21.8		자연경관 관람	25	24.8	
	5년 ~ 10년	10	9.9		기 타	7	6.9	
	10년 ~ 20년	10	9.9		소 계	101	100.0	
	20년 이상	19	18.8		관광객의 우도 참여 활동	해양레포츠	8	7.9
	소 계	101	100.0			육상레포츠	4	4.0
						교육학습체 험	2	2.0
			드라이브	21		20.8		
			자연경관관 람	58		57.4		
			취미활동	0		0		
			산책	3		3.0		
			기 타	5	5.0			
			소 계	101	100.0			

제2절 측정 정도의 신뢰도 및 타당성 검증

본 논문의 측정 변수는 SPSS 프로그램을 이용하여 두 집단 간의 평균을 비교 분석하는 방법으로 T-Test를 실시하였다. 분석에 앞서 요인분석, 신뢰도분석을 거쳐 변수정화 과정을 거친 후, 변수계산을 실시하여 새롭게 생성되는 변수를 가지고 분석하였다.

요인분석이란 측정도구의 타당성을 검증하는 것으로 측정하고자 하는 개념에 대해 얼마나 정확하게 측정하였는가를 파악하는 것이다. 즉, 같은 개념을 측정하는 변수들을 동일요인으로 묶이는 지에 대해 확인하고자 하는 것이다.

모든 측정변수는 구성요인을 확인하기 위하여 주성분 분석(principle component analysis)을 사용하였고, 요인적재치의 단순화 과정을 위해 직교회전방식(varimax)을 본 연구에 채택하였다. 요인적재치란 각 변수와 요인 간 상관관계의 정도를 나타내는 것이다. 그러므로 각각의 변수들이 요인적재치가 가장 높은 요인으로 속한다. 그리고 고유값(eigen value)은 특정 요인에 적재된 총 변수의 적재량을 제공하여 더한 값을 말하며, 특정 요인에 관한 표준화된 분산(standardized variance)을 의미한다. 통상적으로 사회과학 분야에서 요인·문항 선택의 기준은 고유 값이 1.0 이상과, 요인적재량이 0.40 이상이면 이를 유의한 변수로 인지하며 0.50이 넘으면 매우 중요한 변수로 본다. 또한 Kaiser의 표본적합도가 0.9이상이면 대단히 좋은 값이며, 0.8이상은 좋은 편이고, 0.7 이상은 적당하며, 0.6이상이면 보통수준이며 0.5이상은 빈약한 값이고, 0.5이하이면 요인분석에 곤란한 값으로 알려져 있다. 따라서 본 연구에서는 이들의 기준을 따라서 고유값이 1.0 이상과 요인적재량이 0.50 이상의 정도로 기준화하였다(박석희, 2000).

신뢰도 분석이란 설문지의 응답자로부터 측정하려는 개념에 대해 정확하고 일관되게 측정되었는지를 확인하는 것이다. 즉, 동일 개념에 대해 반복하여 측정했을 때 동일값을 얻을 수 있는 가능성을 뜻한다. 측정도구의 정밀성이나 정확성을 나타내는 것이다. Cronbach α 값이 0.6이상이면 신뢰도가 있다고 한다.

SPSS에서 신뢰도를 분석하여 Alpha if Item Deleted 값이 전체 Cronbach α 값 보다 높을 때 제거 후 신뢰도를 높일 수 있지만 그렇다하여 반드시 제거 할

필요는 없다(송지준, 2011). 하지만 본 연구에서는 요인제거 과정을 거쳐, 요인 적재량 0.50 이상의 요인들로만 분석을 따로 실시하였다. 이에 따라 높은 신뢰성을 확보할 수 있었다.

탐색적 요인분석(Exploratory Factor Analysis)은 요인별 전체 측정변수와 의 사이 간 관계를 상정하고, 그리고 그 관계가 어떤 측정변수에서 강한지에 따라 요인이 구분되어 진다.

<표 4-5>와 <표 4-6>은 방문객과 지역주민과 관련하여 구성요인의 탐색적 요인분석을 통한 신뢰도와 타당성을 검증한 자료이다.

우선 방문객의 분석 결과, <표 4-5>에 나타난 바와 같다. 우선 시설, 지역, 편의성, 고유성, 자연성, 활동성 요인들의 구성변수별 요인적재량은 최소 0.587로 나타나 적합하였고, 모든 요인에서 고유값(eigen value)도 1이상을 보이며 연구 요인으로 타당성이 있음을 확인하였다. 또한 총분산이 75.7%로 기준치인 60%를 상회하여서 전체변수에 대한 표본 적합도를 나타내는 KMO통계량이 0.910으로 요인 분석에서 적절함을 설명해주고, 요인분석 모형의 적합성 여부를 확인할 수 있는 Bartlett의 검정($\chi^2=4109.581$, 유의확률=0.000)에서도 유의함을 보였다. 탐색적 요인분석에서의 신뢰도를 나타내는 Cronbach α 값이 전 항목에서 0.6이상으로 설명되어 내적일관성이 확보되었다.

〈표 4-5〉 방문객의 구성요인의 타당성, 신뢰도 분석

요인	변수명	요인 적재량	고유값 (eigen value)	분산 설명력	신뢰도	
					AID* Cronbach α	Cronbach α
우도 매력 속성	요인1. 시설					
	휴게·편의시설	.780	3.760	13.430	.875	.910
	양호한 숙박시설	.760			.887	
	안내시설	.680			.890	
	쇼핑시설 및 상가	.659			.895	
	편리한 주차시설	.652			.903	
요인2. 지역						
정도	우도 땅콩 등 특산물	.790	3.449	12.318	.893	.907
	우도의 다양한 종류의 먹거리	.713			.880	
	흥미로운 우도 전설	.691			.892	
	지역주민의 환대	.683			.878	
	음식의 훌륭한 맛	.665			.889	

<표 계속>

요인	변수명	요인 적재량	고유값 (eigen value)	분산 설명력	신뢰도	
					AID* Cronbach α	Cronbach α
우도	요인3. 편의성					
	입도 접근성	.852	3.187	11.382	.850	.894
	입도를 위한 편리한 운항 스케줄	.849			.871	
	우도 내 이동수단의 편리성	.804			.836	
안내지도 등 정보취득 용이성	.611	.892				
매력	요인4. 고유성					
	등대공원	.809	3.072	10.972	.813	.835
	소머리 형상의 우도봉	.736			.770	
	해식동굴 천정의 주간명월	.701			.801	
검멀레 해변	.650	.779				
속성	요인5. 자연성					
	훼손되지 않은 자연환경	.843	2.843	10.155	.781	.828
	우도의 청정 바다	.797			.754	
	우도의 아름다운 자연경관	.748			.778	
우도 해안의 산호모래	.587	.820				
정도	요인6. 활동성					
	보트 등 수상레저 스포츠	.833	2.369	8.462	.693	.844
	스쿠터 등 육상 레저활동	.801			.817	
	소라축제 등 문화프로그램	.688			.832	
KMO and Bartlett's test KMO =.910 $\chi^2=4109.581$ 유의확률=0.000			충분산 (%)	75.734 %		

다음으로 지역주민의 분석 결과, <표 4-6>에 나타난 바와 같다. 우선 시설, 지역, 편의성, 고유성, 자연성, 활동성 요인들의 구성변수별 요인적재량은 최소 0.596으로 나타나 적합하였고, 모든 요인에서 고유값(eigen value)도 1이상을 보이며 연구 요인으로 타당성이 있음을 확인하였다. 또한 충분산이 68.1%로 기준치인 60%를 상회하여서 전체변수에 대한 표본 적합도를 나타내는 KMO통계량이 0.799으로 요인 분석에서 적절함을 설명해주고, 요인분석 모형의 적합성 여부를 확인할 수 있는 Bartlett의 검정($\chi^2=1811.694$, 유의확률=0.000)에서도 유의함을 보였다. 탐색적 요인분석에서의 신뢰도를 나타내는 Cronbach α 값이 전 항목에서 0.6이상으로 확인되어 내적일관성이 확보되었다.

〈표 4-6〉 지역주민의 구성요인의 타당성, 신뢰도 분석

요인	변수명	요인 적재량	고유값 (eigen value)	분산 설명력	신뢰도	
					AID* Cronbach α	Cronbach α
우도 매력속성 정도	요인1. 시설					
	휴게·편의시설	.780	3.760	13.430	.875	.910
	양호한 숙박시설	.760			.887	
	안내시설	.680			.890	
	쇼핑시설 및 상가	.659			.895	
	편리한 주차시설	.652			.903	
	요인2. 지역					
	우도 땅콩 등 특산물	.790	3.449	12.318	.893	.907
	우도의 다양한 종류의 먹거리	.713			.880	
	흥미로운 우도 전설	.691			.892	
	지역주민의 환대	.683			.878	
	음식의 훌륭한 맛	.665			.889	
	요인3. 편의성					
	입도 접근성	.852	3.187	11.382	.850	.894
	입도를 위한 편리한 운항 스케줄	.849			.871	
	우도 내 이동수단의 편리성	.804			.836	
	안내지도 등 정보취득 용이성	.611			.892	
	요인4. 고유성					
	등대공원	.809	3.072	10.972	.813	.835
	소머리 형상의 우도봉	.736			.770	
해식동굴 천정의 주간명월	.701	.801				
검멀레 해변	.650	.779				
요인5. 자연성						
훼손되지 않은 자연환경	.843	2.843	10.155	.781	.828	
우도의 청정 바다	.797			.754		
우도의 아름다운 자연경관	.748			.778		
우도 해안의 산호모래	.587			.820		
요인6. 활동성						
보트 등 수상레저 스포츠	.833	2.369	8.462	.693	.844	
스쿠터 등 육상 레저활동	.801			.817		
소라축제 등 문화프로그램	.688			.832		
KMO and Bartlett's test KMO =.910 $\chi^2=4109.581$ 유의확률=0.000			충분산 (%)	75.734 %		

상관관계는 변수들 간의 관계를 의미하는 것으로, 두 개 이상의 변수에서 하나의 변수가 변함에 따라 나머지 변수가 어떻게 변화하는지 그러한 변화의 강도와 방향을 뜻한다. 즉, 서로 변수 간의 관련 정도 및 방향을 보여주는 것이다.

우선 시설요인과 지역성, 편의성, 고유성, 자연성, 활동성 요인 간의 상관성과

방향성을 파악하기 위하여 각 개념의 상관관계를 분석하였다. 상관관계의 정도를 의미하는 지표가 상관계수(r)인데, -1에서 +1까지의 값을 보이며, 절대값 1에 가까울수록 그 변수들 사이 상관관계가 높고, 상관계수의 부호에 따라 긍정(+), 부정(-)적인 관계의 특성을 보인다.

〈표 4-7〉은 방문객의 주 개념 간에 상관관계를 분석한 결과인데, 표에서 알 수 있듯이 모든 변수간의 상관관계에서 긍정(+)적인 관계를 보이고 있다.

자연성은 고유성과 더 높은 관련성을 보여주고 있고, 고유성 또한 자연성과 높은 관련성을 가지고, 활동성은 시설과 가장 높은 관련성을 갖으며, 시설은 지역성과 높은 관련성을 갖고 있다. 편의성은 지역성과 지역성은 만족과 가장 관련이 높다.

〈표 4-7〉 방문객의 주요 개념 간 상관관계 분석(n=201)

구분	평균	표준 편차	구성개념 간 상관관계 (inter-construct correlations)						
			자연성	고유성	활동성	시설	편의성	지역성	만족
자연성	1.6850	.59003	1						
고유성	2.0100	.66560	.566**	1					
활동성	2.3648	.82839	.273**	.398**	1				
시설	2.8557	.83167	.298**	.443**	.641**	1			
편의성	2.4017	.89065	.343**	.353**	.336**	.619**	1		
지역성	2.5831	.84493	.340**	.494**	.545**	.724**	.496**	1	
만족	1.9867	.70067	.503**	.457**	.313**	.456*	.492**	.572**	1

* p < 0.05, ** p < 0.01 양쪽에서 유의함.

〈표 4-8〉은 지역주민의 주요 개념 간 상관관계 분석 결과로서, 모든 변수들 간의 상관관계에서 긍정(+)적인 관계를 보이고 있다.

자연성은 고유성과 더 높은 관련성을 보여주고 있고, 고유성 또한 자연성과 높은 관련성을 가지고, 활동성은 시설과 가장 높은 관련성을 갖으며, 시설은 지역성과 높은 관련성을 갖고 있다. 편의성은 지역성과 가장 관련이 높게 나타났다.

〈표 4-8〉 지역주민의 주요 개념 간 상관관계 분석(n = 101)

구분	평균	표준 편차	구성개념 간 상관관계 (inter-construct correlations)					
			자연성	고유성	활동성	시설	편의성	지역성
자연성	2.0561	.74397	1					
고유성	2.0875	.70856	.570**	1				
활동성	2.4818	.91951	.425**	.557**	1			
시설	3.2558	.94386	.449**	.542**	.569**	1		
편의성	2.8059	.88429	.495**	.507**	.515**	.703**	1	
지역성	3.0257	.88257	.387**	.518**	.436**	.742**	.727**	1

* p < 0.05, ** p < 0.01 양쪽에서 유의함.

제3절 가설 검증

본 연구에서 실증분석에 이용한 주요변수는 자연성, 고유성, 활동성, 시설, 편의성, 지역성, 만족도 등으로 구성되었다. 자연성, 고유성, 활동성, 시설, 편의성은 독립변수로 만족도는 종속변수로 사용하였다.

1. 매력속성에 따른 방문객과 지역주민의 지각차이 검증

가설을 검증하기 위하여 방문객과 지역주민간의 평균 차이가 통계적으로 유의미한가를 검증하는 분석기법(원태연·정성원, 2001)인 T-Test를 실시하였다. 분석에 앞서 분석에 앞서 요인분석, 신뢰도분석을 거쳐 변수정화 고장을 거친 후, 변수계산을 실시하여 새롭게 생성되는 변수를 가지고 분석하였다.

가설1은 자연성에 있어서의 방문객과 지역주민의 만족도에 관한 지각 차이가 있을 것이라는 것을 검증하기 위한 것이다.

〈표 4-9〉에 나타난 바와 같이 자연성 요인에 있어서 평균치의 차이가 통계적으로 유의수준 0.001에서 유의미한 것으로 나타났다. 즉 우도의 자연성에 있어서 방문객과 지역주민은 지각 차이가 있는 것으로 파악할 수 있다.

〈표 4-9〉 방문객과 지역주민의 지각 차이 (가설1)

구분 (방문객/지역민)	평균		표준편차		t값	유의확률
	방문객 (n=201)	지역민 (n=101)	방문객	지역민		
자연성(가설1)	1.6866	2.0561	.58898	.74397	-4.699	.000

〈표 4-10〉에 나타난 바와 같이 고유성 요인에 있어서는 평균치의 차이가 통계적으로 유의미하지 않은 것을 나타냈다. 따라서 우도의 고유성에 있어서는 방문객과 지역주민은 지각 차이가 없는 것으로 파악할 수 있다.

〈표 4-10〉 방문객과 지역주민의 지각 차이 (가설2)

구분 (방문객/지역민)	평균		표준편차		t값	유의확률
	방문객 (n=201)	지역민 (n=101)	방문객	지역민		
고유성(가설2)	2.0100	2.0953	.66560	.70940	-1.007	.315

〈표 4-11〉에 나타난 바와 같이 활동성 요인에 있어서는 평균치의 차이가 통계적으로 유의미하지 않은 것을 나타냈다. 즉 우도의 활동성에 있어서 방문객과 지역주민은 지각 차이가 없는 것으로 확인할 수 있다.

〈표 4-11〉 방문객과 지역주민의 지각 차이 (가설3)

구분 (방문객/지역민)	평균		표준편차		t값	유의확률
	방문객 (n=201)	지역민 (n=101)	방문객	지역민		
활동성(가설3)	2.3648	2.4818	.82839	.91951	-1.078	.283

〈표 4-12〉에 나타난 바와 같이 시설 요인에 있어서는 평균치의 차이가 통계적으로 유의수준 0.001에서 유의미한 것으로 나타났다. 즉 우도의 시설적인 요인에 있어서 방문객과 지역주민은 지각 차이가 있는 것으로 파악할 수 있다.

〈표 4-12〉 방문객과 지역주민의 지각 차이 (가설4)

구분 (방문객/지역민)	평균		표준편차		t값	유의확률
	방문객 (n=201)	지역민 (n=101)	방문객	지역민		
시설(가설4)	2.8557	3.2558	.83167	.94386	-3.613	.000

〈표 4-13〉에서 확인할 수 있듯 편의성 요인에 있어서도 평균치의 차이가 통계적으로 유의수준 0.001에서 유의미한 것으로 나타났다. 즉 우도의 편의적 요인에 있어서도 방문객과 지역주민은 지각 차이가 있는 것으로 파악할 수 있다.

〈표 4-13〉 방문객과 지역주민의 지각 차이 (가설5)

구분 (방문객/지역민)	평균		표준편차		t값	유의확률
	방문객 (n=201)	지역민 (n=101)	방문객	지역민		
편의성(가설5)	2.4017	2.8059	.83065	.88429	-3.824	.000

〈표 4-14〉에 나타난 바와 같이 지역성 요인에 있어서 평균치의 차이가 통계적으로 유의수준 0.001에서 유의미한 것으로 나타났다. 따라서 우도의 지역성 요인에 있어서 방문객과 지역주민은 지각 차이가 있는 것으로 파악할 수 있다.

〈표 4-14〉 방문객과 지역주민의 지각 차이 (가설6)

구분 (방문객/지역민)	평균		표준편차		t값	유의확률
	방문객 (n=201)	지역민 (n=101)	방문객	지역민		
지역성(가설6)	2.5831	3.0257	.84493	.88257	-4.171	.000

이상의 가설검증 결과를 종합하면 가설1, 가설4, 가설5, 가설6은 채택되었으며, 가설2, 가설3은 기각되었다. 표로 정리하면 다음 〈표 4-15〉와 같다.

〈표 4-15〉 방문객과 지역주민의 지각 차이(정리)

구분 (방문객/지역민)	평균		표준편차		t값	유의확률	가설채택 여부
	방문객 (n=201)	지역민 (n=101)	방문객	지역민			
자연성(가설1)	1.6866	2.0561	.58898	.74397	-4.699	.000	채택
고유성(가설2)	2.0100	2.0953	.66560	.70940	-1.007	.315	기각
활동성(가설3)	2.3648	2.4818	.82839	.91951	-1.078	.283	기각
시설(가설4)	2.8557	3.2558	.83167	.94386	-3.613	.000	채택
편의성(가설5)	2.4017	2.8059	.83065	.88429	-3.824	.000	채택
지역성(가설6)	2.5831	3.0257	.84493	.88257	-4.171	.000	채택

2. 매력속성에 따른 방문객의 만족도 관계

독립변수로 설정된 6개의 매력 속성이 방문객의 만족에 영향을 줄 것이라는 가설을 검증하기 위하여 두 개 이상의 연속되는 변수들 사이에 인과관계가 얼마나 존재하는지를 정리하고, 원인에 따른 결과를 예측하기 위하여 이용되는 단순회귀분석을 이하 〈표 4-16~22〉와 같이 실시하였다.

분산분석 결과는 회귀식의 유의성을 검토하기 위하여 필요한 바, 여기에서는 유의확률이 0.000이므로 유의수준인 0.001에서 의미가 있다고 할 수 있다.

편회귀계수의 유의성을 확인하기 위해 t값과 p값(유의확률)이 요구된다. t값이 클수록 그 변수는 목적변수를 설명하고 예측하는데 있어서의 공헌도가 높다. 또한 p 값에 의해서 편회귀계수의 유의성을 판정할 수 있다(노형진, 2002).

〈표 4-16〉에서는 독립변수인 자연성 요인이 종속변수인 방문객의 만족을 설명해주는 설명력은 결정계수(R Square)의 정도로 파악할 수 있다.

분석결과 독립변수인 자연성 요인은 종속변수인 방문객의 만족에 대하여 25.3%(R²은 .253)를 설명해주고 있다. 그리고 종속변수와 독립변수의 상관계수(R)은 0.503이고 자유도를 고려하여 수정된 R제곱(Adjusted R square)은

0.249로 나타났다.

〈표 4-16〉 자연성과 만족간의 관계

모형	비표준화계수		표준화계수	t	유의 확률
	B	표준오차	Beta		
자연성	상수	.977	.130	7.504	.000
	만족	.597	.073	.503	8.184
R=.503 ^a , R ² =.253, 수정된 R ² =.249, F=66.973, df=5, p=.000					

* a) 예측값 : (상수), 자연성.

〈표 4-17〉에서 분석결과 독립변수인 고유성 요인은 종속변수인 방문객의 만족에 대하여 20.9%(R²은 .209)를 설명해주고 있다. 그리고 종속변수와 독립변수의 상관계수(R)은 0.457이고 자유도를 고려하여 수정된 R제곱(Adjusted R square)은 0.205으로 나타났다.

〈표 4-17〉 고유성과 만족간의 관계

모형	비표준화계수		표준화계수	t	유의 확률
	B	표준오차	Beta		
고유성	상수	1.020	.141	7.260	.000
	만족	.481	.066	.457	7.244
R=.457 ^a , R ² =.209, 수정된 R ² =.205, F=52.483, df=5, p=.000					

* a) 예측값 : (상수), 고유성.

〈표 4-18〉에서 분석결과 독립변수인 활동성 요인은 종속변수인 방문객의 만족에 대하여 9.8%(R²은 .098)를 설명해주고 있다. 그리고 종속변수와 독립변수의 상관계수(R)은 0.313이고 자유도를 고려하여 수정된 R제곱(Adjusted R square)은 0.093으로 나타났다.

〈표 4-18〉 활동성과 만족간의 관계

모형	비표준화계수		표준화계수	t	유의 확률
	B	표준오차	Beta		
활동성	상수	1.361	.143	9.541	.000
	만족	.265	.057	.313	4.645
R=.313 ^a , R ² =.098, 수정된 R ² =.093, F=21.576, df=5, p=.000					

* a) 예측값 : (상수), 활동성.

〈표 4-19〉에서 분석결과 독립변수인 시설 요인은 종속변수인 방문객의 만족에 대하여 20.8%(R²은 .208)를 설명해주고 있다. 그리고 종속변수와 독립변수의 상관계수(R)은 0.456이고 자유도를 고려하여 수정된 R제곱(Adjusted R square)은 0.204로 나타났다.

〈표 4-19〉 시설과 만족간의 관계

모형	비표준화계수		표준화계수	t	유의 확률
	B	표준오차	Beta		
시설	상수	.890	.158	5.628	.000
	만족	.384	.053	.456	7.229
R=.456 ^a , R ² =.208, 수정된 R ² =.204, F=52.252, df=5, p=.000					

* a) 예측값 : (상수), 시설.

〈표 4-20〉에서 분석결과 독립변수인 편의성 요인은 종속변수인 방문객의 만족에 대하여 24.2%(R²은 .242)를 설명해주고 있다. 그리고 종속변수와 독립변수의 상관계수(R)은 0.492이고 자유도를 고려하여 수정된 R제곱(Adjusted R square)은 0.239로 나타났다.

〈표 4-20〉 편의성과 만족간의 관계

모형	비표준화계수		표준화계수	t	유의 확률
	B	표준오차	Beta		
편의성	상수	.989	.132	7.481	.000
	만족	.415	.052	.492	7.982
R=.492 ^a , R ² =.242, 수정된 R ² =.239, F=63.706, df=5, p=.000					

* a) 예측값 : (상수), 편의성.

〈표 4-21〉에서 분석결과 독립변수인 지역성 요인은 종속변수인 방문객의 만족에 대하여 32.7%(R²은 .327)를 설명해주고 있다. 그리고 종속변수와 독립변수의 상관계수(R)은 0.572이고 자유도를 고려하여 수정된 R제곱(Adjusted R square)은 0.324로 나타났다.

〈표 4-21〉 지역성과 만족간의 관계

모형	비표준화계수		표준화계수	t	유의확률
	B	표준오차	Beta		
지역성	상수	.761	.131	5.810	.000
	만족	.475	.048	.572	9.843
R=.572 ^a , R ² =.327, 수정된 R ² =.324, F=96.891, df=5, p=.000					

* a) 예측값 : (상수), 지역성.

분석결과 종합하여 살펴보면 모든 요인에서 유의수준 0.001에서 유의미한 것으로 나타났다.

또한 회귀분석에서 독립변수가 여러 개인 경우에는 상대적인 중요도를 비교하기 위한 표준회귀계수(Beta)의 값을 비교해야하는 바, 그 값을 비교한 결과 지역성이 0.572로 독립변수 중 가장 높은 설명력을 가지고 있고, 그 다음으로 자연성, 편의성 등의 순서를 갖는다. 즉 지역성이 방문객의 만족도에 가장 높은 설명력을 갖는다.

〈표 4-22〉 매력속성과 만족간의 관계(가설7)

모형	비표준화계수		표준화계수	t	유의확률	
	B	표준오차	Beta			
자연성	상수	.977	.130	7.504	.000	R=.503 ^a , R ² =.253, 수정된 R ² =.249, F=66.973, df=5, p=.000
	만족	.597	.073	.503	8.184	
고유성	상수	1.020	.141	7.260	.000	R=.457 ^b , R ² =.209, 수정된 R ² =.205, F=52.483 df=5, p=.000
	만족	.481	.066	.457	7.244	
활동성	상수	.890	.158	5.628	.000	R=.313 ^c , R ² =.098, 수정된 R ² =.093, F=21.576 df=5, p=.000
	만족	.384	.053	.456	7.229	

<표 계속>

모형	비표준화계수		표준화계수	t	유의 확률		
	B	표준오차	Beta				
시 설	상수	.890	.158		5.628	.000	R=.456 ^d , R ² =.208, 수정된 R ² =.204, F=52.252 df=5, p=.000
	만족	.384	.053	.456	7.229	.000	
편 의 성	상수	.989	.132		7.481	.000	R=.492 ^e , R ² =.242, 수정된 R ² =.239, F=63.706, df=5, p=.000
	만족	.415	.052	.492	7.982	.000	
지 역 성	상수	.761	.131		5.810	.000	R=.572 ^f , R ² =.327, 수정된 R ² =.324, F=96.891, df=5, p=.000
	만족	.475	.048	.572	9.843	.000	

- * a) 예측값 : (상수), 자연성.
- * b) 예측값 : (상수), 고유성.
- * c) 예측값 : (상수), 활동성.
- * d) 예측값 : (상수), 시설.
- * e) 예측값 : (상수), 편의성.
- * f) 예측값 : (상수), 지역성.

제5장 결론

1. 연구의 결과

본 연구는 제주 우도의 관광 매력속성에 관한 방문객과 지역주민 간 지각차이에 대해 실증적으로 연구하였다. 본 연구의 분석 결과와 가설에 대한 검증 결과는 다음과 같다.

첫째, 〈가설1〉의 우도 섬 관광의 자연성에 대해 방문객과 지역주민 간 유의미한 지각차이가 있는지를 검증한 결과, 우도의 자연성 매력속성에 있어서 방문객과 지역주민은 지각차이가 있었다. 방문객에 비하여 지역주민은 우도의 청정한 바다와 훼손되지 않은 자연환경에 대하여 매력지각 정도를 비교적 높게 평가하였다.

둘째, 〈가설2〉의 우도 섬 관광의 고유성에 대해 방문객과 지역주민 간 유의미한 지각차이가 있는지를 검증한 결과, 평균값의 차이가 통계적 의미로 유의미하지 않은 것으로 나타났다. 즉, 우도의 고유성에 있어서는 방문객과 지역주민은 거의 유사하게 지각하는 것으로 파악할 수 있었다.

셋째, 〈가설3〉의 우도 섬 관광의 활동성에 대해 방문객과 지역주민 간 유의미한 지각차이가 있는지를 검증한 결과, 우도의 활동성 매력속성에 있어서 방문객과 지역주민 간 지각차이가 없는 것으로 나타났다.

넷째, 〈가설4〉의 우도 섬 관광의 시설에 대해 방문객과 지역주민 간 유의미한 지각차이가 있는지를 검증한 결과, 우도의 시설 매력속성에 있어서 방문객과 지역주민은 지각차이가 나타났다. 우도의 시설에 대하여 지역주민이 방문객에 비해 비교적 긍정적으로 지각하였음을 확인하였다.

다섯째, 〈가설5〉의 우도 섬 관광의 편의성에 대해 방문객과 지역주민 간 유의미한 지각차이가 있는지를 검증한 결과, 우도의 편의성 매력속성에 있어서 방문객과 지역주민은 지각차이가 있었다. 지역주민은 우도의 정보취득의 용의성과 안내자의 수준 높은 해설이 중요한 매력속성임을 보여주는 결과이다.

여섯째, 〈가설6〉의 우도 섬 관광의 지역성에 대해 방문객과 지역주민 간 유의

미한 지각차이가 있는지를 검증한 결과, 우도의 지역성 매력속성에 있어서 방문객과 지역주민은 지각차이가 크게 있었음을 확인할 수 있었다. 방문객이 지각한 우도의 지역 특산물은 큰 매력속성으로 평가되었음을 알 수 있었다.

일곱째, <가설7>의 우도 섬 관광의 매력속성에 따라 방문객의 만족도에 유의미한 영향을 미치는지를 검증한 결과, 모든 매력속성이 방문객의 만족도와 높은 상관관계를 보여주고 있었다. 특히 지역성의 매력속성이 방문객의 만족도에 가장 높은 설명력을 보였다.

따라서 본 연구를 통해 섬 관광에 대한 개념과 섬 현황 및 섬 관광의 특성에 대한 이론을 체계적으로 확인할 수 있었다. 또한 섬 관광의 매력 속성에 대한 이론과 선행연구를 토대로 제주 우도의 매력속성을 파악할 수 있었다. 또한 관광지각 차이에 대한 이론적 연구를 살펴보고, 이를 토대로 방문객과 지역주민 간 매력속성에 대한 유의미한 차이를 규명하였으며, 나아가 우도의 매력속성이 방문객의 만족도에 미치는 영향을 밝혀 검증하였다.

2. 연구의 한계 및 제언

본 연구를 수행함에 있어 표본의 대상이 된 제주 우도의 지역주민의 표본수가 방문객에 비하여 부족하여, 지각 차이를 규명하는 데에 한계가 존재한다. 주민의 경우, 현업에 바빠 샘플링 자체에 어려움이 있었고 방문객에 비하여 물리적인 수치에 차이가 컸기 때문에 판단된다.

또한 연구가 특정시점에서 수집된 표본의 자료에 근거하여 분석이 이루어진 횡단적인 연구라는 한계를 가진다. 연구의 질적 성과를 높이기 위해 향후 특정 표본 집단을 대상으로 일정기간 반복하여 조사하는 종단적인 조사를 실시하고 결과를 비교하는 연구가 필요하다.

이와 함께 우도 섬관광이 매력속성에 대한 지각차이 연구로서 단순 매력 지각 차이를 규명하는 분석으로 그쳐, 향후 후속연구의 모델로서 지각된 가치를 조절 변수로 활용함으로써 한층 발전된 연구로 방문객과 지역주민간의 보다 면밀한 결론적 차이를 밝혀낼 수 있을 것이다.

연구를 요약하여보면 제주 우도 섬 관광의 매력속성에 대하여 방문객과 지역주

민 간 지각차이가 있었는데, 즉, 자연성, 시설, 편의성, 지역성의 매력속성에 대하여 대부분 지역민에 비해 방문객의 인지정도가 낮게 나왔음을 보여주는 결과로 분석된다. 따라서 우도의 관광개발에 있어 특히 자연성, 시설, 편의성, 지역성의 측면에서 방문객에게 우도의 매력요인으로 작용될 수 있도록 하는 관점으로 개발방향을 보완할 수 있어야 할 것이다.

또한 자연성, 고유성, 활동성, 시설, 편의성, 지역성에 따라서 방문객의 만족도에 영향을 주는 것으로 나타났는데, 특히 지역적인 매력성이 큰 영향을 주는 것으로 나타났다. 우도 특산물이나 먹거리 등 만족에 큰 영향을 주는 것으로 확인할 수 있었다. 이는 우도 관광의 광고, 홍보 등이 실제 느낌에 비하여 기대 이하로 나타났거나 혹은 각각의 관광명소의 경험 정도의 차이가 매력지각에 영향을 주었는지 구체적으로 확인할 수 없었다. 구체적으로 어떤 영향으로 인해 차이를 보이는지를 규명하는 다양하고 실용적인 연구가 향후 진행되어야 할 것이다.

우도 섬의 지속적인 관광 활성화를 위하여, 방문객과 지역주민 양자 간에 높게 지각되는 매력속성을 개발하고 발전시켜 나아가야 할 것이다. 많은 연구와 관심이 필요하며 이를 통해 섬 관광지의 효율적인 개발 및 관리를 위한 방향을 제시하고, 나아가 많은 관광객을 유치하여 우도 경제 활성화 정책의 대안을 도출하는 것이 향후 더욱 중요하리라 판단된다.

참고문헌

1. 국내문헌

- 강신겸(2012). 커뮤니티 중심의 섬 관광 개발. 『경남발전지』121. 24-34
- 고계성(2006), 관광목적지 유형에 따른 매력성 평가에 관한 연구, 박사학위논문, 제주대학교 대학원.
- 고계성·오상훈(2004) “관광매력물 관리가 방문객 만족에 미치는 영향에 관한 연구”, 「관광·레저연구」, 16(3), 한국관광·레저학회.
- 고계성·현홍준(2008), 관광목적지 관광자원 매력 평가 연구: 제주를 중심으로, 호텔관광연구, 10(3), 191-202.
- 고동우(1998) “관광의 심리적 체험과 만족감의 관계”, 박사학위논문 고려대학교 대학원, p. 18.
- 고한익.(2010). 외국인 관광객의 관광지 서비스품질, 지각된 가치가 자기 효능감 및 만족에 미치는 영향. 동아대학교 박사학위논문.
- 공기열(2003).방한 일본인 관광객의 개인가치에 따른 호텔숙성의 차이연구, 『관광·레저연구 논문집』 제13호,제 3호(22).
- 국토해양부(2010). 무인도서종합관리계획
- 권혜경(2007), “관광지 정보획득원천이 관광동기에 미치는 영향 연구”, 석사학위논문, 동아대학교 경영대학원
- 김광근·김형섭(2001).개인가치와 해외여행선호유형에 관한 연구, 『관광학연구 논문집』 제16권 제1호
- 김광근·김형섭(2001).개인가치가 휴가스타일에 미치는 성향, 『관광경영학회 논문집』 제12호
- 김미영(2008), “한·중 도서관광 비교연구”, 경기대학교 대학원 석사학위논문
- 김민철(2007), “한국 도서관광의 매력요인 분석” 한양대학교대학원 박사학위논문
- 김사헌(2006). 『국제관광론』,백산출판사.

- 김선영(1999). “관광대상의 매력성이 관광지 개발 유형에 미치는 영향에 관한 연구” 동아대학교 대학원석사학위논문.
- 김성혁(2006). 라이프스타일에 따른 외래관광객의 한국관광이미지 차이에 관한 연구, 『관광학연구』 제21권 1
- 김성혁·이정규(1999). 라이프스타일에 따른 문화관광객의 시장세분화와 문화관광 선택행동 분석, 『관광학연구 논문집』 제24권 제2호
- 김시중·김희정(2011), 관광 스토리텔링이 관광목적지 매력지각에 미치는 영향, 관광경영학회. 관광경영연구. 49, 41-62.
- 김영국 (1987) “관광자원의 매력성 측정 및 평가에 관한 연구 경주지역15개사적지구문화 관광자원을 중심으로”, 「동국대학교경주캠퍼스논문집」, 6, pp. 213-230.
- 김재진(2001), 문화관광지에 대한 이해도가 지각 매력도에 미치는 영향, 경기대학교 대학원 석사학위논문.
- 김준(2008), “섬관광 실태와 활성화 방안 연구”. 전남발전연구원 연구
- 김태구.(2006). 비자발적 수요환경의 호텔 프론트 오피스시스템 이용 예측: FIDELIO를 대상으로 한 정보 시스템 품질, 직무관련성, 지각된 가치와 기술수용모델(TAM)의 적용. 관광학연구, 30(1), 129-150.
- 김향자(1996), 휴가목적지 선택결정에 있어서 지각행동조절의 역할을 파악하는 관광목적지 매력속성
- 김향자(2013), “섬 관광 활성화 방안 연구”, 한국문화관광연구원.
- 김혜진(2010), 관광스토리텔링의 구성 요소가 관광목적지 매력 지각, 브랜드 자산, 브랜드 가치에 미치는 영향, 동아대학교 대학원 박사학위논문.
- 김홍렬·윤설민(2006).관광객의 가치에 따른 관광목적지 매력평가에 관한 연구:제주도 지역을 중심으로, 『호텔관광연구 논문집』 제8권 제3호
- 김희정(2012), 관광지 스토리텔링과 경험적 가치, 매력지각 및 행동반응 관계 연구, 우송대학교 대학원 박사학위논문.
- 문화체육관광부(2008). “섬 관광 활성화를 위한 과제발굴 및 평가모델 개발”
- 문화체육관광부(2011). 가고 싶은 섬 시범사업 최종 평가
- 민계홍(2005).외식소비자의 RVS와 AIO분석에 관한 연구,전주대학교 인문과학

- 종합연구소, 『인문과학연구』
- 박미정(1998), “관광 매력속성이 관광목적지 선택에 미치는 영향에 관한 연구”, 동아대학교대학원, 석사학위논문
- 박석희(2000). 『신관광자원론』, 일신사.
- 박석희(2000), 「관광조사연구기법」, 일신사 . p.151).
- 박수완(1997), “관광지 매력과 여행 상황이 관광지 선택에 미치는 영향에 관한 연구”, 박사학위논문 상지대학교대학원.
- 박지연(2004). 리조트 호텔 이용자의 플로우 경험과 만족구조분석, 경기대학교 대학원 박사학위 논문.
- 박형준(2014), “섬관광 활성화 방안 연구”, 목포대학교 경영행정대학원 석사학위논문
- 손대현·장희정·김민철(2004). “우리나라의 해양관광활성화를 위한 도서관광개발 정책 개선방안”. 관광연구논총, 16:3-23.
- 송재호(2002). 『제주관광의 이해』. 제주: 도서출판각. p.29
- 신혜숙(2005). “해양관광의 활성화 방안에 관한 연구. 호텔경영학 연구”, 14(3):
- 안영면 · 주현식(2000) “DMZ의 관광이미지와 매력속성에 따른 관광자원화방안에 관한 연구”, 「관광·레저연구」, 12(1), 한국관광·레저학회.
- 엄서호(1998) “관광지 이미지측정에 관한 연구”, 「관광학연구」, 21(2), 한국관광학회, pp. 54-67
- 오상훈·임하순·고계성(2005), 관광매력성의 계절간 비교연구, 관광·레저연구, 17(4), 249-265.
- 오상훈, 고계성(2005), “IPA를 이용한 섬 관광지 매력성 평가: 제주섬의 사례”, 관광연구, 제19권 제3호.
- 유영심(2008), 관광가이드의 역할에 대한 만족과 관광지 매력 지각간의 관계, 계명대학교 대학원 박사학위논문.
- 오상훈 · 고계성(2005). IPA를 이용한 섬 관광지 매력성 평가: 제주섬의 사례. 『관광연구』19(3): 45-58
- 이명진(1998) “관광자원교육성의 측정 척도 개발 및 관광객 만족과의 관계성 연구”, 박사학위논문 경기대학교대학원.

- 이윤섭(2005). 관광자 가치, 라이프스타일, 동기가 관광지 선택과 행위의도에 미치는 영향, 경기대학교 대학원, 박사학위논문.
- 이정규(1999). 문화관광객의 구매행동 특성에 관한 연구, 세종대학교 대학원 박사학위논문.
- 이훈(2002), 스포츠의 관광매력 측정: 개념적 접근, 관광연구논총, 14, 47-62.
- 임화순, 고계성 (2006). “관광목적지 매력속성에 따른 중요도-성취도 연구”. 관광연구, 21(1), 177-190.
- 정성채(1997), 인지적 태도연구를 위하여 적용된 매력속성 연구
- 제주도·제주발전연구원(2001), “제5회 제주 섬관광정책포럼 : 해양관광과 섬번영의 기회”
- 제주도·제주발전연구원(2003), “21세기 해양시대의 섬관광”
- 제주시(2000), 북제주군 해양군립공원 지정 타당성 조사 및 기본계획
- 조명환(2005). 현대인의 라이프스타일과 여가활동유형에 관한 연구, 『관광·레저연구』 제17권 제4호
- 최용복, 오승(2012), “국가 도서의 효율적 관리 및 활용을 위한 도서정보 실험시스템 개발”, 한국공간정보학회지, 제20권 제3호, 51-56.
- 한국관광공사(2005), “보존형 섬 관광개발방안”
- 한국관광학회(2009), 관광학총론, 백산출판사
- 한국문화관광연구원(2016), “섬 관광 활성화 방안 연구”
- 한학진(1994). “관광지의 관광매력성 평가에 관한 실증 연구” 세종대학교 대학원 석사학위논문 4.
- 허향진·오상훈(2003) “제주도관광정책의방향과도서관협력방안”, 제주도·제주발전연구원, pp. 201-217.

2. 해외문헌

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

314-332.

- Azlizam Aziz(2002), "An Evaluation of the Attractiveness of Langkawi Island as a Domestic Tourist Destination Based on the Importance and Perceptions of Different Types of Attractions(Malaysia)", Dissertation Paper, Michigan State University, pp. 19-20.
- Baum, T.(1997). "The fascination of islands: A tourist perspective." In D. Lockhart and D.Drakakis-Smith(eds) *Island Tourism: Problems and Perspectives*(pp.21-35).London: Mansell.
- Berno, T. & Douglas, N.(1998). *Tourism in the South Pacific: A Polynesia / Malsnesia Discussion.. Asia Pacific Journal of Tourism Reserch*,2(2),65-73.
- Bill Faulkner et al(1999,). "Destination Competitiveness: An Exploratory Examination of South Australia's Core Attractiveness", *Journal of Vacation Marketing*, 5(2), pp. 125-139.
- Bolton, R. N., & Drew, J. H. (1991). A multistage model of customers' assessment of service quality and value. *Journal of Consumer Research*, 17(4), 375-384.
- Brent Richie & Michael Zins(1978), "Culture as Determinant of Attractiveness of a Region", *Annals of Tourism Research*, 5(2), pp. 252-267.
- Butler, Richard W.(1993). "Tourism Development in Small Islands". In Lockhart et al(eds), *The Development Process in Small Island States*. Routledge, London. p.71.
- Butler, R. W.(1980). The Concept of tourist area cycle of evolution: Implications for management of resources, *Canadian Geographer*, 2(1):5-12.
- Buzzell, R. D.,& Gale, R. T. (1987). *The PIMS principles*. New

- York: Macmillan.
- Cohen, E. (1985). The Tourist Guide : The Origins, Structure and Dynamics of a Role. *Annals of Tourism Research* 12:5-29
- Conlin, M. V., & Baum, T. (1995). *Island Tourism: an Introduction*. Chichester: John Wiley & Sons.
- Dann, G. M. S. (1979). Tourist satisfaction : A highly complex variable .*Annals of Tourism Research*, 4, 47
- David Gilbert (1990), "Strategic Marketing Planning for National Tourism", *The Tourist Review*, 1, pp. 18-27.
- Dodds, William B. (1991). In Search of Value: How Price and Store Name Influence Buyers Product Perception, *The Journal of serviced Marketing*, 5, 27-35.
- Douglas G. Lockhart, *Islands and Tourism: An Overview*. In D. G. Enright, M. J. & Newton, J. (2004). "Tourism destination competitiveness: A quantitative approach." *Tourism Management*, 25: 777-788.
- Enright, M. J., & Newton, J. (2004), *Tourism destination competitiveness: A quantitative approach*, *Tourism Management*, 25(6), 777-788.
- Ercan Sirakaya et al (1996), "Modeling Vacation Destination Decisions: A Behavioral Approach", *Recent Advances in Tourism Marketing Research*, pp. 57-75.
- Frank M. Go. & Robert Govers (2000), "Integrated Quality Management for Tourist Destinations: A European Perspective on Achieving Competitiveness", *Tourism Management*, 21(1), pp. 79-88.
- Geva, A. & Goldman, A. (1991). Duality in consumer post-purchase attitude, *Journal of economic psychology*, 12, 99.
- Gunn, D. A. (1972). *Vacation scape : Designing tourist regions*,

- Austin. University of Texas.
- Hassan, S. S.(2000), Determinants of market competitiveness in an environmentally sustainable tourism industry, *Journal of Travel Research*, 38(3), 239-245.
- Hur, J. Uysal, M. and McCleary (2006). Cultural/Heritage Destination : Tourist Satisfaction and Market Segmentation, *Journal of Hospitality & Leisure Marketing*, Vol.14(3)
- Hunt, H. K.(1997). Conceptualization and measurement of consumer satisfaction and dissatisfaction, Cambridge Mass: Marketing science institute. Allyn and Bacon.
- Inskeep, Edward(1991), *Tourism Planning*, NY: Nostrand Reinhold.
- Jayawardena, C.(2002). Mastering Caribbean Tourism, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 14(2):88-93.
- Jiang, J., Havitz, M. E. and O'Brien, R. M. (2000). Validating The International Tourism Role Scale, *Annals of Tourism Research*, Vol.27, No.4, 964-981.
- Jonathan N(1977). Goodrich, "Bundle Analysis: An Empirical Study of International Travelers", *Journal of Travel Research*, 16, pp. 6-9.
- Jonathan N(1978). Goodrich, "The Relationship between Preferences for and Perceptions of Vacation Destinations", *Journal of Travel Research*, Fall, pp. 8-13.
- Kashyap, R., & Bojanic, D. C. (2000). A structural analysis of value, quality, and price perceptions of business and leisure travelers. *Journal of Travel Research*, 39(August), 45-51.
- Kokkranikal, J. · McLellan, R. · Baum, T.(2003). Island tourism and sustainability: A case study of the Lakshadweep Islands, *Journal of Sustainable Tourism*, 11(5), pp. 426-447.
- Kim, H. B.(1998). "Perceived attractiveness of Korean destinations."

- Annals of Tourism Research, 25(2): 340-361.
- Laws, Eric(1995), Tourist Destination Management, NY: Routledge.
- Leiper, N.(1990), Tourist attraction system, Annals of Tourism Research, 17(3), 367-384.
- Lew, A. L.(1987), A framework of tourist attraction research, Annals of Tourism Research, 14(4), 553-575.
- Lockhart, D, & Drakakis-Smith, D.(1997). Island Tourism: Trends and Prospects. London: Printer, 3
- Lockhart, D. G.(1997) Islands and tourism: An overview. In D. G Lockhart and D.Drakakis-Smith(eds) Island Tourism-Trends and Prospects(pp.3-21). London: Pinter.
- Lockhart & David(1997). Drakakis-Smith(eds), Island Tourism-Trends and Prospects, London: Pinter, p. 3.
- Lounsbury & J.R.Polik(1992). Leisure needs and Vacation Satisfaction. LeisureScience,14(2),105
- Mayo, E. J., & Jarvis, L. P.(1981), The psychology of leisure travel, Boston: CBI Publishing.
- McIntosh,W.& Goeldner(1990), Tourism principles, practices, philosophies, NY : John Wiley& Sons, INC.
- Metin Kozak & Mike Rimmington(1998), "Benchmarking: Destination Attractiveness and Small Hospitality Business Performance", International Journal of Contemporary Hospitality Management, 10(5), pp. 184-188.
- Metin Kozak,(2004) "Destination Benchmarking, Oxon: CABI Publishing, p. 36.
- Mellor,C.S.(2003).Towards new tourism development strategies in Cook islands. Pacific Economic Bulletin, 18(1),100-107.
- Michael V. Conlin & Tom Baum(1995), Island Tourism: An Introduction, Chichester: John Wiley & Sons, p. 5.

- Mo, C. (1991). Developing an attitudinal scale for Cohen's tourist role typology, Unpublished doctoral dissertation, University of Oregon, Eugene, OR.
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (1990). Consumer behavior and marketing strategy. 2nd ed., Illinois: Richard D. Irwin, Inc.
- Pizam, Y., Neumann & A. Reichel (1978). Dimension of tourist satisfaction with a destination area. *Annals of Tourism Research*, 5(3)
- Richard Sharpley, "Tourism, Modernization and Development on the Island of Cyprus: Challenges and Policy Responses", *Journal of Sustainable Tourism*, 11(2&3),
- Ritchie, J. R. and Crouch, G. L. (2000). The competitive destination: a sustainability perspective and Societal Prosperity, *Tourism Management*, 21, pp. 1-7. Ansari,
- Snepenger, D. J. (1987), Segmenting the Vacation Market by Novelty-Seeking Role *Journal of Travel Research*, October 1, 26(2). 8-14.
- Steve Pike (2002), "The Use of Importance-Performance Analysis to Identify Determinant Short-Break Destination Attributes in New Zealand", *Pacific Tourism Review*, 6., pp. 23-33.
- Tracy Berno & Ngaire Douglas (1998), "Tourism in the South Pacific: A Polynesia/Melanesia Discussion", *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 2(2), pp. 65-73.
- Turgut Var et al (1997), "Determinants of Touristic Attractiveness of the Touristic Area British Columbia", *Journal of Travel Research*, 15, Winter, pp. 23-29.
- Van Raaij, W. F. & Francken, D. A. (1984). Vacation decision, activities and satisfaction, *Annals of Tourism Research*, 11(1), 129.
- World Tourism Organization (2004), Making tourism work for small

island developing states

Yi, Yon Joe(1990). A Critical Review of Consumer Satisfaction, in Review of Marketing Valarie a Zeithaml Chicago American Marketing Association, pp.68-123.

Zeithaml, V. A. (1988). Consumer perceptions of price, quality, and value: a means-end model and synthesis of evidence. Journal of Marketing, 52(3), 2-22.

3. 기타 : 웹사이트

국가통계포털, www.kosis.kr

두산백과사전 두피디아, www.doopedia.co.kr

우도유채꽃 정보화마을, <http://udo.invil.org/>

제주 관광정보 공식 사이트, www.visitjeju.net

제주도민일보, <http://www.jejudomin.co.kr/>

섬 관광목적지 매력성에 대한 방문객과 지역주민 간
지각차이 비교연구에 대한 설문조사(방문객용)

--	--	--

안녕하십니까. 본 설문지는 섬 관광목적지 매력성에 대한 방문객과 지역주민 간 지각차이에 대하여 연구하기 위하여 설문조사를 실시하고 있습니다. 귀하께서 응답하신 내용은 오로지 연구의 목적으로만 사용할 것을 약속드립니다. 각각의 항목들은 연구 결과와 깊은 관련이 있으며 중요한 기초자료로 활용될 것입니다. 응답하시는 내용 모두 익명으로 처리되며, 솔직하고 성의 있는 답변을 부탁드립니다.

바쁘신 와중에도 귀중한 시간을 할애하여 본 설문에 응해주셔서 대단히 깊은 감사를 드립니다. 귀하와 가정에 행복과 평안을 기원 드립니다.

본 조사의 내용은 통계법 제8조에 의거하여 비밀이 보장되며 통계적 목적 이외에는 사용되지 않습니다.

2017. 04

제주대학교 경영대학원 관광개발학과 곽명신
지도교수 최용복

myungsin1014@naver.com / 064-710-8262

다음 문항은 우도 섬 관광의 매력성에 관한 질문입니다. 응답자의 의견과 가장 가까운 항목에 **체크(✓)**해 주시기 바랍니다.

I. 설문조사를 위한 일반적인 사항입니다.

1. 귀하의 우도 방문은 몇 번째입니까?

- ① 첫 번째 ② 두 번째 ③ 세 번째 ④ 네 번째 이상

2. 이번 여행 중 우도에서 며칠 체류 예정입니까?

- ① 당일여행 ② 1박2일 ③ 2박3일 ④ 3박4일 ⑤ 4일 이상

3. 우도에서 숙박하실(한) 경우 숙박시설은 무엇입니까?

- ① 친척/친구 집 ② 민박 ③ 여관/모텔 ④ 펜션 ⑤ 해당사항 없음

4. 귀하는 누구와 함께 오셨습니까?

- ① 가족 ② 친구 ③ 연인 ④ 동료 ⑤ 모임/단체 ⑥ 기타

5. 우도 관광에 대한 정보를 주로 어디에서 얻으셨습니까?

- ① 여행사 ② 친구/친지 ③ TV/라디오 ④ 신문/잡지 ⑤ 홍보책자(팜플렛)
⑥ 웹사이트(인터넷) ⑦ 소셜네트워크(SNS) ⑧ 기타()

6. 귀하가 우도를 방문하신 주된 동기는 무엇입니까?

- ① 섬속의 섬이라는 새롭고 낯선 경험을 하기 위해
② 과거 좋은 방문 경험으로
③ 주변 사람들의 소개로
④ 유명한 관광지라서
⑤ 우도의 자연경관 관람을 위해
⑥ 기타()

7. 귀하가 우도에서 참여하신(하실) 가장 주요한 활동은?

- ① 해양레포츠 ② 육상레포츠 ③ 교육학습체험 ④ 드라이브
⑤ 자연경관관람 ⑥ 취미활동, 사진시작 등 ⑦ 산책 ⑧ 기타()

8. 귀하가 우도 내에서 이용하신 주요 교통수단은 무엇입니까?

- ① 자가용 ② 버스 ③ 자전거, 스쿠터 ④ 도보 ⑤ 기타()

Ⅱ. 우도 섬 관광에 관한 매력성 정도에 관한 사항입니다.

* 귀하께서 생각하시는 우도 섬 관광의 매력성에 대해 해당되는 곳에 **✓표**를 해 주십시오.

구분	내용	매우 그렇다	그렇다	보통이다	그렇지 않다	전혀 그렇지 않다
자연성	1 우도 해안의 산호모래	①	②	③	④	⑤
	2 우도의 아름다운 자연경관	①	②	③	④	⑤
	3 훼손되지 않은 자연환경	①	②	③	④	⑤
	4 우도의 청정한 바다	①	②	③	④	⑤
고유성	5 소머리 형상의 전망이 좋은 우도봉	①	②	③	④	⑤
	6 세계유명등대를 전시하고 있는 국내 최초의 등대공원	①	②	③	④	⑤
	7 현무암이 부서져 만들어진 검멀레 해변	①	②	③	④	⑤
	8 천연기념물로 지정된 반짝이는 하얀 홍조단괴 해변(서빈백사)	①	②	③	④	⑤
	9 해식동굴 천정에 비치는 주간명월	①	②	③	④	⑤
	10 에메랄드빛의 아름다운 하고수동해수욕장	①	②	③	④	⑤
	11 썰물 때만 모습을 드러내는 동안경굴	①	②	③	④	⑤
	12 우도와 연결된 숨은 섬, 비양도	①	②	③	④	⑤
활동성	13 우도만의 독특한 해안가 기암절벽	①	②	③	④	⑤
	14 우도 올레길	①	②	③	④	⑤
	15 소라축제 등 문화 프로그램	①	②	③	④	⑤
	16 보트 등 수상레저 스포츠	①	②	③	④	⑤
시설	17 스쿠터 등 육상 레저활동	①	②	③	④	⑤
	18 다양한 음식점	①	②	③	④	⑤
	19 쇼핑시설 및 상가	①	②	③	④	⑤
	20 안내시설(표지판, 설명소개 등)	①	②	③	④	⑤
	21 휴게·편의시설(화장실, 벤치, 음수대 등)	①	②	③	④	⑤
	22 양호한 숙박시설(침실, 화장실 등)	①	②	③	④	⑤
편의성	23 편리한 주차시설	①	②	③	④	⑤
	24 입도 접근성	①	②	③	④	⑤
	25 입도를 위한 편리한 운항 스케줄	①	②	③	④	⑤
	26 우도 내 이동수단의 편리성	①	②	③	④	⑤
	27 안내지도 등 정보취득 용이성	①	②	③	④	⑤
지	28 안내자(가이드, 관광해설사 등)의 수준 높은 해설	①	②	③	④	⑤
	29 우도의 물가	①	②	③	④	⑤

역 성	30	흥미로운 우도의 전설	①	②	③	④	⑤
	31	우도 땅콩 등 특산물	①	②	③	④	⑤
	32	지역주민의 환대	①	②	③	④	⑤
	33	우도의 다양한 종류의 먹거리	①	②	③	④	⑤
	34	음식의 훌륭한 맛	①	②	③	④	⑤

Ⅲ. 우도 섬 관광 만족도에 관한 사항입니다.

* 우도 섬 관광목적지로서 전반의 만족도 정도를 해당되는 곳에 **✓표**를 해주십시오.

내용		매우 그렇다	그렇다	보통 이다	그렇지 않다	전혀 그렇지 않다
1	전반적으로 만족한다.	①	②	③	④	⑤
2	주위 사람에게 추천할 것이다.	①	②	③	④	⑤
3	꼭 다시 방문할 것이다.	①	②	③	④	⑤

Ⅳ. 다음은 인구통계적인 사항에 대한 질문입니다.

1. 귀하의 성별은 무엇입니까?

- ①남성 ② 여성

2. 귀하의 연령은 어떻게 되십니까? (만 나이)

- ①10대 ②20대 ③30대 ④40대 ⑤50대 ⑥60대 이상

3. 귀하의 현재 거주지는 어디입니까?

- ①서울 ②인천/경기 ③대전/충남 ④충북 ⑤전북 ⑥광주/전남

⑦강원 ⑧대구/경북 ⑨부산/경남 ⑩제주 ⑪그 외()

4. 귀하의 직업은 어느 범주에 속하십니까?

①회사원 ②자영업 ③공무원 ④농수산업 종사자 ⑤전문직 ⑥학생
⑦도소매업 ⑧판매/서비스업 ⑨기타()

5. 귀하의 가게 월 평균 소득은 어떻게 되십니까?

① 100만원 이하 ② 101만원~200만원 ③ 201만원~300만원
④ 301만원~400만원 ⑤ 401만원 이상

< 설문에 응답해주셔서 감사합니다 >

섬 관광목적지 매력성에 대한 방문객과 지역주민 간
지각차이 비교연구에 대한 설문조사(지역주민용)

--	--	--

안녕하십니까. 본 설문지는 섬 관광목적지 매력성에 대한 방문객과 지역주민 간 지각차이에 대하여 연구하기 위하여 설문조사를 실시하고 있습니다. 귀하께서 응답하신 내용은 오로지 연구의 목적으로만 사용할 것을 약속드립니다. 각각의 항목들은 연구 결과와 깊은 관련이 있으며 중요한 기초자료로 활용될 것입니다. 응답하시는 내용 모두 익명으로 처리되며, 솔직하고 성의 있는 답변을 부탁드립니다.

바쁘신 와중에도 귀중한 시간을 할애하여 본 설문에 응해주셔서 대단히 깊은 감사를 드립니다. 귀하와 가정에 행복과 평안을 기원 드립니다.

본 조사의 내용은 통계법 제8조에 의거하여 비밀이 보장되며 통계적 목적 이외에는 사용되지 않습니다.

2017. 04

제주대학교 경영대학원 관광개발학과 곽명신
지도교수 최용복
myungsin1014@naver.com / 064-710-8262

다음 문항은 우도 섬 관광의 매력성에 관한 질문입니다. 응답자의 의견과 가장 가까운 항목에 체크(✓)해 주시기 바랍니다.

I. 설문조사를 위한 일반적인 사항입니다.

1. 귀하의 고향은 우도입니까?

① 그렇다 ② 아니다

2. 우도에서 거주하신지 얼마나 되었습니까?

① 1년 미만 ② 1년-5년 ③ 5-10년 ④ 10년-20년 ⑤ 20년 이상

	17	스쿠터 등 육상 레저활동	①	②	③	④	⑤
시설	18	다양한 음식점	①	②	③	④	⑤
	19	쇼핑시설 및 상가	①	②	③	④	⑤
	20	안내시설(표지판, 설명소개 등)	①	②	③	④	⑤
	21	휴게·편의시설(화장실, 벤치, 음수대 등)	①	②	③	④	⑤
	22	양호한 숙박시설(침실, 화장실 등)	①	②	③	④	⑤
	23	편리한 주차시설	①	②	③	④	⑤
편의성	24	입도 접근성	①	②	③	④	⑤
	25	입도를 위한 편리한 운항 스케줄	①	②	③	④	⑤
	26	우도 내 이동수단의 편리성	①	②	③	④	⑤
	27	안내지도 등 정보취득 용이성	①	②	③	④	⑤
	28	안내자(가이드, 관광해설사 등)의 수준 높은 해설	①	②	③	④	⑤
지역성	29	우도의 물가	①	②	③	④	⑤
	30	흥미로운 우도의 전설	①	②	③	④	⑤
	31	우도 땅콩 등 특산물	①	②	③	④	⑤
	32	지역주민의 환대	①	②	③	④	⑤
	33	우도의 다양한 종류의 먹거리	①	②	③	④	⑤
	34	음식의 훌륭한 맛	①	②	③	④	⑤

III. 다음은 인구통계적인 사항에 대한 질문입니다.

1. 귀하의 성별은 무엇입니까?

①남성 ② 여성

2. 귀하의 연령은 어떻게 되십니까? (만 나이)

①10대 ②20대 ③30대 ④40대 ⑤50대 ⑥60대 이상

3. 귀하의 현재 거주지는 어디입니까?

①우도 ②우도 외 지역

4. 귀하의 직업은 어느 범주에 속하십니까?

①자영업 ②농수산업 종사 ③관광사업 ④도소매업 ⑤판매/서비스업

⑥기타()

5. 귀하의 가계 월 평균 소득은 어떻게 되십니까?

- ① 100만원 이하 ② 101만원~200만원 ③ 201만원~300만원
④ 301만원~400만원 ⑤ 401만원 이상

6. 귀하의 결혼여부는 어떻게 되십니까?

- ①기혼 ②미혼

〈 설문에 응답해주셔서 감사합니다 〉

Abstract

Visitor-Local Resident Differences in the Perception toward Destination Attractiveness of Udo Island, Jeju

Myung-sin, Kwak

Department of Tourism Development

Graduate school of business administration

Jeju National University

As the number of people looking for islands in the islands increases, Udo has a special economic interest, and academic interest in attractiveness of Udo Island as a tourist destination is increasing. Although the attractiveness of the island as a tourism destination is an important competitiveness for the tourism industry and the local economy, the visitor - centered research on attractiveness has been carried out. However, it is difficult to know how the local residents are perceiving the attractiveness of the island as a tourist destination, And there are not many studies on how the difference of perception with tourists appears.

The purpose of this study is to propose useful data for establishing the development direction as a tourist destination of Udo Island by examining in detail how the attractiveness factors of Udo's specific items appear between tourists and local residents.

In this study, we conducted statistical analysis and processing of

actual data collected through questionnaires in order to increase the practical usefulness and logical validity.

The questionnaire used in this study consisted of four parts such as questions related to attraction attributes of island tourism destinations, satisfaction related items of island tourism destinations, questions related to general tourism behavior such as tourist motives, tourist attractions, and demographic variables. The characteristics of the charm of Udo are divided into naturalness, uniqueness, activity, facility, convenience, and locality through literature research. The questionnaire for visitors and local residents were constructed separately, and the items regarding perception difference on attraction attributes were the same, but the items related to general tourism behavior and demographic variables were different. In addition, a questionnaire for visitors was further added to the overall satisfaction level of the island.

The attractiveness factor of the island tourism in the destination area was derived from the previous research data of the attractiveness factors of the island tourist destination, and the items were constructed and measured using the 5 point recurring scale. After data coding, SPSS statistical package program was used to perform frequency analysis, reliability analysis, factor analysis, correlation analysis, corresponding sample T-test, and regression analysis.

The questionnaire survey was conducted between March 24th and April 26th, 2017, with a total of 201 visitors and 101 local residents in cooperation with the visitors who visited the actual island and residents living in the island. The final analysis was carried out.

The results of the empirical study and analysis on differences in

the perception toward tourism attractiveness of Udo Island in Jeju are as follows.

There was a difference between visitor and local residents about attractiveness of Udo Island tourism. Most of the residents of Udo Island were perceived positively about the attractiveness of naturalness, facilities, convenience, and locality. Therefore, the development direction should be complemented with the viewpoint that it can serve as an attractive factor for the visitors in terms of naturalness, facilities, convenience, and locality.

Also, it was found that visitor`s satisfaction was influenced by naturalness, uniqueness, activity, facilities, convenience, and locality. It was confirmed that Udo has a great influence on satisfaction such as special products and food. This could not be confirmed in detail how the influence of Udo`s attractiveness was affected. There is a need for a variety of practical researches to clarify the difference in the effect.

Through this study, we could systematically confirm the concept of island tourism, the island status and the characteristics of island tourism. Also, based on the theory and the previous research on the attractiveness of island tourism, we could grasp the attractiveness of Udo Island in Jeju. In

addition, the theoretical study on the difference of tourism perception was examined, and the difference between the attractiveness of the visitors and the local residents was identified.

Key words :Island tourism, Attractiveness, Perception, Satisfaction