

순천 관광목적에 따른 방문객 만족도 및 재방문 의도

길병규* · 김한배**

*서울시립대학교 대학원 조경학과 · **서울시립대학교 조경학과

I. 서론

1. 연구의 배경 및 목적

최근 각 지자체들은 지역의 경제적 활성화와 지역마케팅을 위해 나름의 문화를 발전시키고 지역 자원을 개발·육성하기 위해 노력해오고 있다. 지역 발전에 있어서 자원의 개발 및 육성은 지역 간의 경쟁에서 차별화된 도구로 활용되고 있으며 관광브랜드의 도입으로 지역의 이미지 쇄신과 지역경제 및 관광산업의 활성화에 이바지 하고 있다. 또한 관광자원의 개발은 관광산업에 있어서 경제적 가치를 창출하고 관광객에게는 위락적, 문화적 가치를 가지며, 나아가 매력성과 유인성을 지녀 관광주체인 관광객을 유인하는 기능을 가지고 있다.

순천은 입지적 특성으로 인해 국내를 대표하는 생태관광지로 자리매김하고 있다. 환경부와 문화체육관광부가 지정한 한국형 10대 생태관광지에 선정되었으며 국내에서 가장 많은 생태관광객이 방문하는 곳으로 알려져 있다. 또한 최근에는 2013순천 국제정원박람회가 440만 명의 관광객을 유치하는 등 성공적인 평가를 받은 가운데 순천만 정원으로 재개장을 앞두고 있다. 순천만 정원의 추진방향은 순천만 정원과 주변관광자원을 연계하여 1회성 이벤트가 아닌 지속 가능한 관광단지로 계획하고 있다.

이렇듯 최근 순천의 관광지 및 관광자원은 관광객의 성향에 따라 다양한 선택이 가능하게 되었으며 관광객의 방문 목적 또한 자연자원에만 의존한 관광이 도시 문화시설이나 일시적 이벤트 등을 포함한 복합적인 관광의 목적으로 변화하고 있다. 이에 본 연구는 순천 관광객의 관광목적에 따라 어떠한 기대를 하고, 기대했던 요인과 방문 후 만족하는 요인에 어떠한 차이가 있는지 비교분석하고자 한다. 관광목적에 따른 방문 전 기대요인과 방문 후 만족요인의 분석을 토대로 순천의 관광자원의 체계적인 평가 및 방문객의 재방문에 미치는 요인을 검토하는 자료로 사용하고자 한다.

2. 연구의 범위 및 방법

본 연구는 순천의 관광지를 대상으로 하며 대상지의 특성 및 선행연구의 고찰을 통해 관광목적을 자연관광(산, 하천, 해안, 국립공원 등), 역사관광(사찰, 성곽, 성터, 향교, 민속마을 등), 문화관광(박물관, 미술관, 기념관, 전시관 등), 위락관광(리조트,

테마파크, 쇼핑센터 등)으로 4가지로 분류하여 진행하였다.

연구의 방법은 다음과 같다.

첫째, 순천시 관광진흥과, 관광 안내 Site, 시·도청 홈페이지, 안내책자(Brochure), 관광지도에 소개된 순천시의 관광자원을 추출한다.

둘째, 선행연구를 통해 관광목적(자연관광, 역사관광, 문화관광, 위락관광)을 분류한 후 특성을 연구한다.

셋째, 선행연구를 통해 관광지의 방문 전 기대요인과 방문 후 만족에 영향을 미치는 요인을 선정한 후 요인분석과 신뢰도 검토통해 본 연구에 적용할 요인을 추출한다.

넷째, 방문객의 관광목적 별 방문 전 기대요인, 방문 목적지, 방문 후 만족요인을 비교 분석한다.

II. 연구결과 및 고찰

1. 조사대상지 특성

문화관광부(2006)는 관광 목적에 의한 관광지의 분류를 자연형 관광, 역사형 관광, 문화형 관광, 위락형 관광, 도시형 관광으로 분류 하였으며 도시형 관광을 목적으로 순천에 방문하는 방문객은 극히 제한적이거나 다른 도시와 연계하는 관광 형태를 나타내고 있어 도시형 관광 목적을 제외한 나머지의 목적에 의한 분류를 진행하였다. 순천 관광진흥과, 시·도청 홈페이지, 관광안내 Site 등에서 공통적으로 나타난 순천의 관광자원은 자연관광으로 순천만 자연생태공원, 순천만 흑두루미 서식지, 순천만 갈대숲, 화포해변, 와온해변, 조계산 도립공원, 순천자연휴양림, 죽도봉, 상사호, 주암호, 역사관광으로 낙안읍성, 순천왜성, 선암사, 송광사, 동화사, 순천향교, 옥천서원, 문화관광으로 기독교 박물관, 순천문학관, 공룡박물관 뿌리 깊은 나무 박물관 등으로 나타났다.

2. 이용자의 일반적 특성

1) 이용자의 일반적 특성

응답자의 성별 분포에서 남자가 55.4%, 여자가 44.6%로 나타났다. 연령별로는 20대가 62%로 가장 높게 나타났으며, 30대, 40대 순으로 높은 비율을 차지했다. 관광형태는 개인관광이 70.7%, 단체관광이 28%로 나타났으며 동반자 유형별로는 친구

41.3%, 연인/배우자 22.7%, 단체모임 18.7%, 가족 10.7%순으로 나타났다. 또한 재방문과 관련이 있는 과거 방문 경험에는 방문자 중 34.7%가 과거 방문경험이 있는 것으로 나타났다.

2) 관광 목적별 빈도 분석

순천을 관광목적으로 방문한 방문객의 관광목적에 관한 빈도를 분석해 본 결과 자연관광 목적이 48%로 가장 많았고 문화관광 36%, 역사관광 9.3%, 위탁관광 6.7%순으로 나타났다.

표 1. 방문객의 관광목적 빈도분석

구분	빈도수(명)	구성비율(%)
자연관광	36	48.0
역사관광	7	9.3
문화관광	27	36.0
위탁관광	5	6.7

3) 관광지 방문 전 기대요인 요인분석

관광지의 속성과 방문객의 재방문 요인을 측정하기 위해 관광지의 물리적 요소를 경험적으로 분류하여 각 요소별로 기대와 만족요인을 측정한다. 관광지 방문 전 기대요인을 추출하기 위해 직교회전방식(varimax)를 채택하였으며, 분석결과 3개 문항(주변관광지와 다른 모습일 것 이라는 기대, 이벤트 관람, 관광지에서 제공하는 체험활동)은 요인분석과 신뢰도 분석에서 신

뢰도를 저해하는 요인으로 나타나 이를 제거한 나머지 19항목으로 요인분석을 실시하여 관광지 방문전 기대요인을 '심미적인 기대', '신기한 체험에 대한 기대', '교육적인 기대', '휴양 기대', '사회적 교류'의 기대로 명명하였다.

요인별 Cronbach's alpha 값은 모두 0.6 이상으로 항목 간의 내적 일관성이 만족할 만한 수준으로 나타났다.

4) 관광 목적에 따른 기대요인의 차이 분석

관광 목적에 따른 방문객의 기대 요인에 차이가 있는지 알아보기 위해 일원배치분산분석(One Way ANOVA)을 실시하였다. 평균값으로 살펴보면 교육적인 기대가 높은 것은 역사 관광과 문화관광이었고 자연관광이 교육적인 기대가 낮은 것으로 나타났다. 심미적인 요인의 기대는 역사관광, 자연관광, 문화관광에서 높은 기대치를 나타냈다. 사회적 교류에 대한 기대는 문화관광에서 높은 기대치를 보였으며, 신기한 체험에 대한 기대는 위탁관광에서 높은 기대치를 보였다. 휴양요인에 관한 기대는 자연관광, 역사관광, 문화관광이 높은 기대치를 보였다. 하지만 유의확률이 0.05 이상인 관광목적에 따른 교육적인 기대, 심미적인 기대, 휴양의 기대는 유의한 차이가 나타나지 않았다.

다시 말해 관광목적에 따라 모든 기대요인에 차이가 보이지만 문화관광과 위탁관광 목적의 관광객들이 사회적 교류의 기대와 신기한 체험의 기대가 자연관광과 역사관광 목적의 관광객보다 높다는 것만 성립한다고 할 수 있다.

표 2. 관광지 방문 전 기대 요인분석

항목	요인 분석					신뢰도 Cronbach α
	교육적 기대	심미적 기대	사회적 기대	신기체험 기대	휴양 기대	
새로운 문화의 경험	.862					.829
전시품 관람	.818					
교양을 쌓을 수 있을 것	.771					
지적 호기심 충족	.736					
자연경관 아름다움		.819				.810
전체적인 아름다움		.782				
풍부한 역사문화자원		.752				
지역자원의 아름다움		.733				
동료와 함께 문화행사보기			.882			.811
동료와 함께 문화행사체험			.865			
동료와 친목도모			.757			
새로운 사람과 교류			.624			
새로운 경험				.814		.776
독특한 경험				.805		
다양한 활동				.785		
그곳에서만 경험할 수 있는 것				.624		
스트레스 해소					.893	.805
신체적 휴식					.871	
에너지충전					.699	
Eigen-value	2.86	2.83	2.76	2.45	2.33	
분산설명(%)	15.18	14.89	14.51	13.13	12.29	

표 3. 관광 목적에 따른 기대요인 차이분석

기대요인	관광 목적	평균	표준편차	F값/유의확률	Scheffe
교육적 기대	자연관광	2.65	.619	2.236/0.091	-
	역사관광	3.29	.548		
	문화관광	3.00	.856		
	위락관광	2.90	.602		
심미적 기대	자연관광	3.86	.559	2.334/0.081	-
	역사관광	4.32	.345		
	문화관광	3.88	.718		
	위락관광	3.40	.379		
사회적 교류 기대	자연관광	3.02	.589	4.745/0.005	-
	역사관광	2.82	.449		
	문화관광	3.50	.863		
	위락관광	3.23	.285		
신기한 체험 기대	자연관광	3.30	.794	3.013/0.036	-
	역사관광	2.90	.429		
	문화관광	3.56	.640		
	위락관광	4.00	.209		
휴양 기대	자연관광	4.03	.598	1.431/0.241	-
	역사관광	4.10	.599		
	문화관광	4.23	.611		
	위락관광	3.67	.707		

p<0.05

5) 관광 목적에 따른 만족요인의 차이 분석

평균값으로 살펴보면 교육적인 만족에서는 대체적으로 낮게 나타났지만 자연관광과 문화관광이 비교적 높고, 심미적인 만족에서는 전체적으로 높은 만족도를 보였으며 자연관광과 역사관광, 문화관광이 특히 높게 나타났다. 사회 교류에 대한 만족은 문화관광과 자연관광이 높게 나타났다. 신기한 체험에 대한 만족은 위락관광과 문화관광에서 높게 나타났고 휴양에 대한 만족은 자연관광과 역사관광에서 높게 나타났다. 하지만 유의확률이 0.05 이상인 사회적 교류에 대한 만족과 휴양에 대한 만족은 유의한 차이를 보이지 않았다. 또한 심미적인 만족도에서는 역사관광과 위락관광 목적에서 평균차가 1.286(p=0.003)으로 유의 수준 하에서 큰 차이가 있는 것으로 나타났다.

표 4. 관광 목적에 따른 만족요인 차이분석

기대요인	관광 목적	평균	표준편차	F값/유의확률	Scheffe
교육적 만족	자연관광	2.96	.578	2.878/.042	-
	역사관광	2.82	.838		
	문화관광	2.98	.612		
	위락관광	2.15	.285		
심미적 만족	자연관광(a)	4.12	.536	5.382/.002	b>a,c,d
	역사관광(b)	4.54	.267		
	문화관광(c)	4.15	.593		
	위락관광(d)	3.25	.771		
사회적 교류 만족	자연관광	3.08	.585	1.976/.125	-
	역사관광	2.71	.366		
	문화관광	3.32	.772		
	위락관광	2.95	.622		
신기한 체험 만족	자연관광	3.30	.795	3.013/.036	-
	역사관광	2.89	.430		
	문화관광	3.56	.641		
	위락관광	3.95	.209		
휴양 만족	자연관광	4.12	.592	2.544/.063	-
	역사관광	4.10	.163		
	문화관광	3.75	.894		
	위락관광	3.33	1.130		

p<0.05

6) 관광 목적에 따른 만족도-재방문 의도차이 분석

관광 목적에 따른 전체적인 만족도 및 재방문 의도는 대체로 긍정적인(3.0 이상) 평가를 나타내고 있다. 만족도와 재방문의도 모두에서 역사관광이 높은 평균치를 나타내고 있으며 자연관광과 문화관광 목적의 방문객들도 높은 만족도와 재방문 의도를 나타내고 있다.

표 5. 관광 목적에 따른 만족도-재방문의도 차이분석

	관광 목적	평균	표준편차
전체적 만족도	자연관광	3.92	.649
	역사관광	4.14	.378
	문화관광	3.93	.385
	위락관광	3.75	.500
재방문 의도	자연관광	3.78	.637
	역사관광	3.86	.690
	문화관광	3.70	.465
	위락관광	3.25	.957

III. 결론

본 연구에서는 순천의 다양한 관광자원과 관광목적으로 관광지를 분류 하여 관광목적에 따른 방문객의 기대요인과 만족요인을 살펴보았다. 이는 순천의 관광자원이용과 관광지 방문에 있어서 관광객의 기대요인을 분석하여 만족도와 재방문영향에 긍정적인 영향을 줄 것으로 기대한다.

참고문헌

1. 권정택(2000) 관광이벤트의 방문동기와 사후 이미지가 만족과 재방문 의도에 미치는 영향. 대구대학교 대학원 박사학위논문.
2. 김희현(2010) 참여주제별 경관자원 인식 특성에 관한 연구. 대구대학교 대학원 박사학위논문.
3. 박종찬, 김성동(2004) 관광자원론. 남두도서.
4. Oppermann(2000) Tourism destination royalty. Journal of Travel Research 39: 78-84.