

순창지역 방문객의 지역관광에 대한 의향분석

유찬주¹ · 강창식² · 장동헌^{3*}

¹순천대학교 농업경제학과, ²(사)농산업전략연구원, ³전북대학교 생명자원유통경제학과

Intention analysis of Sunchang area tourists for local tourism

Chan-Ju Yu¹, Chang-Sik Kang², Dong-Heon Jang^{3*}

¹Dept. of Agricultural Economics, Suncheon National University, Suncheon 540-950, Korea

²Research Institute of Agribusiness Strategy, Jeonju 561-822, Korea

³Dept. of Food Resource Marketing Economics, Chonbuk National University, Iksan 570-752, Korea

Received on 27 June 2013, revised on 22 August 2013, accepted on 23 August 2013

Abstract : This study analyzed tourists' intention at Gangcheon Mountain, Sunchang-gun for local tourism. The contents of study included impression, characteristics, specialized resources, development direction, intention of visit and its form, destination prior and post visit, travelling expenses, and development form of tourism. The results were as following. Impression and characteristics showed that gochujang and fermentation industry established a strategic ground of local development. Intention of revisit of tourists was relatively high by 97.1%. Furthermore, tourists were mainly family units and they preferred family-based recreational type for the future local tourism development form. Therefore, a development strategy will be required that involves inexpensive accommodation, unique local food items, agricultural-specialty products and local tour packages. For invigoration of local tourism, recruitment of skilled managers for farm village experience will be necessary as well.

Key words : Local tourism, Sunchang-gun, Local development

I. 서론

최근 들어 농촌은 외부적으로는 수입개방의 압력이 가중되고, 내부적으로는 이농현상으로 인한 공동화, 고령화로 어려운 시기를 맞이하고 있다. 이를 극복하고자 정부는 농업·농촌종합대책을 수립하고, 직불제, 토지구제완화, 도농교류 활성화 등 다양한 시책을 추진하고 있다. 그러나 농촌 지역 활성화를 위한 노력에도 불구하고, 농촌의 현실은 해결의 실마리를 쉽게 찾기 어려운 실정이다.

농촌은 아직 도로·주택·상하수도 등 생활기반시설과 교육·의료 등 사회복지시설이 도시에 비해 크게 낙후되어 있다. 또한 그동안 계속되어온 이농현상으로 빈집과 폐교가 곳곳에 산재하는 등 또 다른 지역사회의 문제로 대두되고 있다. 뿐만 아니라 농촌의 지속적인 인구감소는 직접적으로 지역경제와 농가경제에 영향을 미쳐 도시가구대비 농가

소득이 1990년 97.4%에서 2006년에는 78.6%, 2011년 59.1%로 감소하는 결과를 초래하고 있다(STATISTICS KOREA, 2012).

이러한 부정적인 여건변화에도 불구하고 국민소득 향상, 주5일근무제 실시, 교통망의 발달 등으로 국민여가의 패턴이 변화하고 농촌의 다원적 역할에 대한 관심이 증대됨에 따라 농촌은 농촌관광이라는 새로운 가능성을 발견하게 되었다. 우리나라에서도 농업·농촌의 여건 악화를 극복하기 위한 새로운 정책 대안으로 농촌관광을 도입하였으며, 2000년 이후 다양한 사업들이 본격화되면서 농촌관광은 농업정책의 하나로 그 위상이 더욱 높아지고 있다. 2002년 농림부 등 중앙부처는 농촌주민들이 주체가 되고 농업·농촌의 역량을 강화하기 위해 녹색농촌체험마을사업(2002~2009) 및 농촌전통테마마을(2002~2009), 어촌체험마을조성사업(2001~2013) 그리고 농촌마을종합개발사업(2004~2017) 등 다양한 형태의 사업을 진행해 왔다(Park et al., 2012).

농촌지역은 도시지역에 찾아볼 수 없는 자연경관, 역사

*Corresponding author: Tel: +82-63-850-0715

E-mail address: jdh584@jbnu.ac.kr

전통문화 등의 부존자원을 보유하고 있다. 최근 들어 이러한 자원을 활용하여 도시민들이 농촌에 투자하고 자주 찾아오게 함으로써 농촌은 도시민에게 농촌전원생활의 쾌적함과 여유로움을 제공하며 새로운 농촌지역 활성화의 장을 열어가고 있다. 특히, 농지전용이 쉬운 한계농지를 저렴한 가격에 구입, 농지전용을 통해 펜션·전원주택을 건립하는 사례가 증가하고 있으며 주말이나 여가를 농촌에서 가족단위로 영농체험을 하면서 보내는 건전한 관광형태가 크게 확산될 것으로 예상되고 있다(Lee, 2005).

실제로, 최근에는 농어촌 지역의 방문객수가 해마다 늘어나고 있으며, 농어촌 지역에서의 체험활동에 대한 관심이 고조되면서 전국적으로 농어촌체험마을이 주요 관광목적지로서 인기가 높아지고 있다(Uyanga and Um, 2012). 이렇게 체험관광이 부상되는 것은 감각적인 면과 현장성이 중시되는 경향을 반영하고 있다고 볼 수 있다. 농촌관광은 목적형 관광 또는 체험관광의 한 형태로서, 도시민들이 농촌다움이 보전된 농촌에 머물면서 그 곳의 생활을 체험하고 여가를 즐기는 것을 의미한다(Kang, 2007).

농촌관광은 관광객이 농촌을 직접 방문하여 각종 농촌어메니티 자원을 소비하는 것으로 농촌의 자연체험, 농사체험, 농사문화체험, 농산물 수확체험, 농촌음식만들기 체험 등 다양한 체험적 요소를 포함하고 있다. 농촌체험 활동은 민박, 음식과 음료, 체험, 휴양, 농산물 판매 등과 연계하여 농외소득을 증대시킴으로써 농촌지역에 경제적 영향을 미치게 된다(Kang, 2007). 또한, 농촌에서의 체험 활동은 농민들과의 만남을 통해 농민들에 대한 신뢰감뿐만 아니라 방문한 농촌마을에 대한 긍정적 태도를 형성하는데 기여함으로써 궁극적으로 해당 농촌마을의 브랜드 파워를 제고하고, 지역 특화산업 발전에 기여할 수 있다.

이상에서 언급한 바와 같이, 농촌에서는 어려운 현실 문제를 극복하기 위해 농업생산 이외에 농촌관광 활성화를

위한 다양한 시도가 진행되고 있다. 도시에서는 주5일 근무제와 노동형태의 변화에 따른 여가시간 증대로 새로운 여가공간에 대한 갈망이 농촌관광 수요로 이어져 도시민의 다양한 욕구를 충족할 수 있는 농촌관광이 새로운 농촌개발 전략의 하나로서 주목받고 있다. 특히, 농촌관광은 농업이 지역경제에 미치는 영향이 큰 지역일수록 지역관광 및 지역개발에 중요한 역할을 담당하고 있으며, 농촌관광 활성화를 통한 지역경제 활성화 모델이 필요하다.

따라서 본 연구에서는 지역경제에서 농업이 큰 비중을 차지하고 있는 순창지역 방문객을 대상으로 농촌을 기반으로 한 관광산업 발전전략을 모색하기 위해 일반적 특성과 지역이미지, 방문 및 재방문 의향, 관광산업 발전에 대한 의견들을 조사 분석함으로써 향후 농촌 관광활성화는 물론 지역 관광산업 발전을 위한 방안을 모색하는데 그 목적이 있다.

II. 연구방법

1. 조사개요

본 연구에서는 순창지역 방문객을 대상으로 지역개발에 대한 우선순위를 파악하고자 일반적 특성, 특화자원, 방문 및 재방문 의향, 여행일정, 소요경비, 관광산업의 개발형태 등을 분석하였다. 설문조사는 강천산 입구에서 직접 면담 조사를 통해 실시하였으며, 조사기간은 2012년 10월 1일에서 2012년 10월 30일까지 이루어졌다. 그리고 설문방식은 방문객을 대상으로 일대일 면접방식으로 이루어졌다. 총 조사자는 937명이며, 이중 설문조사가 성실하게 이루어지고, 여행 경비에 대한 문항 등을 응답한 조사자 515명(55%)을 최종 분석대상으로 하였다(Table 1). 조사에 대한 분석은 데이터 코딩 작업을 거쳐 SPSS 12.0 통계 패키지를 이용

Table 1. Survey Overview.

Items	Main Subject
Content	general characteristics (gender, residence, age, job), resources available, regional development, visit the forms, tourism industry, travel expense, travel plan etc.
Object	visit Gangchun Mt.
Analysis	frequencies, crosstabs
Period	Oct/1/2012 ~ Oct/30/2012
Methodology	face to face interview
Participation in surveys	Total investigators 937(Survey analysis 515)

하여 빈도분석과 교차분석을 실시하였다.

2. 조사자의 특성

순창지역을 방문한 조사자의 특성은 Table 2와 같다. 성별은 남성이 45.4%, 여성이 54.6%로 남성보다 여성 응답자가 많았다. 거주지역은 전남이 28.2%로 가장 많았고, 전북 27.7%, 경남 19.7%, 경기 11.5%의 순이었다. 이들의 연령별 분포는 50~60세가 36.1%로 가장 많았고, 다음으로 40~50세가 32.2%이었고, 30세 미만은 5.8%로 낮았다. 직업별로는 주부와 학생이 31.4%, 도소매 및 서비스업이 20.1%, 회사원이 18.4%, 제조·건설업이 11.7%를 보이고 있다.

III. 결과 및 고찰

1. 이미지와 특징적 자원

지역이미지 형성은 지역을 하나의 상품과 같이 마케팅

대상으로 인식하는 장소마케팅이 지역발전 전략으로 중요시되고 있다. 따라서 지역의 긍정적이고 개성있는 이미지 형성은 지역발전에 있어서 매우 중요한 실천적 과제라고 볼 수 있다(Lim, 2008). 순창지역 방문객을 대상으로 한 순창의 지역적 이미지는 고추장이라고 응답한 비율이 85.7%로 가장 많았고, 다음으로 강천산, 청정지역, 한정식, 장수고을 등이었다. 그리고 모든 연령층에 있어서도 고추장이 순창군을 대표하는 이미지로 인식하였다(Table 3). 이러한 결과를 볼 때 순창지역은 지역이미지의 창출을 위해 고추장 관련 산업에 많은 노력을 기울였고, 그 결과 순창지역의 연상 이미지는 고추장이 대표하고 있으며, 지역의 중요한 발전전략으로 형성되고 있음을 알 수 있다.

이와 같은 지역적 이미지와 더불어 순창지역은 발효산업이 중심이 되는 지자체라는 특징을 가지고 있는 것으로 파악되었다. Table 4에서 순창지역의 특징으로 응답한 것은 발효산업이 61.5%로 가장 많았고, 다음으로 교육문화관광, 귀농귀촌, 교육도시의 순이었다. 연령층별로는 발효산업의 특징을 가진 지자체라는 응답이 전반적으로 높았다. 연

Table 2. Characteristics of investigators.

Items		No.	%	Items		No.	%
Gender	Male	234	45.4	Under 30 years old	30	5.8	
	Female	281	54.6	30~40	76	14.8	
Residence	Jeonbuk	143	27.7	Age	40~50	166	32.2
	Jeonnam	145	28.2		50~60	186	36.1
	Gyeongbuk	33	6.4		60 years old and over	57	11.1
	Gyeongnam	102	19.7		Agriculture, forestry and fishery	31	6.0
	Chungbuk	25	4.9		manufacturing and construction	60	11.7
Job	Chungnam	4	0.8	Wholesale and retail sales, service industry	103	20.1	
	Gyeonggi	59	11.5	Professions	64	12.4	
	Gangwon	1	0.2	Company staff	95	18.4	
	Jeju	3	0.6	Housewife/student	162	31.4	

Table 3. Image association.

(Unit: No, %)

Items	Under 30 years old	30~40	40~50	50~60	60 years old and over	Total
Gochujang	27(90.0)	66(86.9)	144(86.8)	151(81.2)	53(93.0)	441(85.7)
Gangchun Mt.	2(6.7)	8(10.5)	18(10.8)	28(15.1)	3(5.3)	59(11.3)
Seomjin River	-	1(1.3)	-	-	-	1(0.2)
Hanjeongsik	1(3.3)	-	2(1.2)	1(0.5)	-	4(0.8)
Longevity towns	-	-	2(1.2)	2(1.0)	-	4(0.8)
Clean area	-	1(1.3)	-	4(2.2)	1(1.7)	6(1.2)
Total	30(100.0)	76(100.0)	166(100.0)	186(100.0)	57(100.0)	515(100.0)

Table 4. To symbolize the local characteristics.

(Unit: No, %)

Items	Under 30 years old	30~40	40~50	50~60	60 years old and over	Total
Culture and tourism	7(23.3)	18(23.7)	45(27.1)	51(27.4)	18(31.6)	139(27.0)
fermentation industry	22(73.4)	49(64.5)	101(60.9)	110(59.1)	35(61.4)	317(61.5)
Return to farm and Rural	1(3.3)	9(11.8)	16(9.6)	23(12.4)	4(7.0)	53(10.3)
Rural education	-	-	4(2.4)	2(1.1)	-	6(1.2)
Total	30(100.0)	76(100.0)	166(100.0)	186(100.0)	57(100.0)	515(100.0)

Table 5. Local representative or specialized resources available.

(Unit: No, %)

Items	Under 30 years old	30~40	40~50	50~60	60 years old and over	Total
Pepper and Goshujang	26(86.6)	50(65.8)	116(69.9)	143(76.9)	36(63.2)	371(72.0)
Soybean, Plum and Korean beef	-	3(3.9)	9(5.4)	8(4.3)	1(1.8)	21(4.1)
Rubus Coreanus, Blueberry and Mulberry	2(6.7)	8(10.6)	16(9.6)	10(5.4)	6(10.5)	42(8.2)
Gangchun Mt.	2(6.7)	12(15.8)	25(15.1)	24(12.9)	13(22.7)	76(14.7)
Hoimun Mt.	-	1(1.3)	-	-	1(1.8)	2(0.4)
Seomjin River	-	2(2.6)	-	1(0.5)	-	3(0.6)
Total	30(100.0)	76(100.0)	166(100.0)	186(100.0)	57(100.0)	515(100.0)

령별로는 30세 미만인 73.4%, 30~40세 64.5%, 40~50세 60.9%, 50~60세 59.1%, 60세 이상이 61.4%를 보여 30세 미만에서 발효산업의 지자체라는 인식이 높게 형성되고 있었다.

고추장의 이미지와 발효산업의 특징을 갖고 있는 순창지역의 대표 또는 특화 가능한 자원에 대해서는 고추와 고추장이 72.0%로 가장 많았고, 다음으로 강천산 14.7%, 복분자블루베리아오디 8.2%, 콩매실·한우 4.1% 등이었다. 전체 연령층에서 고추와 고추장이 60%이상으로 높았고, 특히 다른 연령층에 비해서 60세 이상은 강천산이 대표 또는 특화가능한 자원이라는 응답이 22.7%를 보였다(Table 5). 결국, 순창지역의 이미지는 고추장, 특징은 발효산업, 대표적인 특화자원은 고추와 고추장이라는 인식이 높게 형성되고 있었다.

2. 방문경험 및 재방문 의향

최근 순창지역의 방문 경험에 대한 질문에서는 방문 경험이 있다가 81.9%, 방문경험이 없다가 18.1%로 순창지역을 방문한 비율이 높음을 알 수 있다. 그리고 방문경험이

있는 경우 연령이 높을수록 방문 비율이 높았으며, 연령이 낮을수록 방문한 경험이 없다는 비율이 높았다(Table 6).

방문한 경험이 있는 응답자들의 총 방문회수를 평균적으로 보면, 전체 4.8회 정도의 방문 경험을 보이고 있다. 그리고 연령별로는 30세 미만이 3.56회로 가장 낮았고, 40~50세가 5.47회로 방문횟수가 많은 것으로 나타났다(Table 7).

다음으로 순창지역을 재방문할 의향은 재방문 하겠다가 97.1%로 재방문 하지 않겠다의 2.9%보다 높아 순창지역을 방문한 관광객들은 향후 재방문할 의향이 매우 높음을 알 수 있다. 그리고 연령층에 있어서도 연령층이 높을수록 재방문의 비율이 높았고, 30세 미만에서는 재방문 하지 않겠다는 응답자는 없는 것으로 파악되었다(Table 8). 이 점에서 구체적인 지역발전을 위한 발전전략이 수립되어야 할 것이다.

한편, 재방문을 하지 않는 이유로는 숙박시설의 불편이 33.3%로 많았고, 다음으로 지역의 독특한 먹을거리의 부족이 26.7%, 즐길 거리가 없어서와 서비스가 미흡해서가 각각 13.3%를 보였다. 연령별로는 30~40세는 지역만의 먹거리 부족을, 50~60세와 60세 이상은 숙박시설이 불편하다는 응답이 높았다(Table 9). 재방문하지 않겠다는 응답자

Table 6. Visit experience.

(Unit: No, %)

Items	Under 30 years old	30~40	40~50	50~60	60 years old and over	Total
Visited.	18(60.0)	59(77.6)	136(81.9)	158(84.9)	51(89.5)	422(81.9)
Not visited.	12(40.0)	17(22.4)	30(18.1)	28(15.1)	6(10.5)	93(18.1)
Total	30(100.0)	76(100.0)	166(100.0)	186(100.0)	57(100.0)	515(100.0)

Table 7. Number of visits.

Items	Mean	No.	SD	Minimum	Maximum
Under 30 years old	3.56	18	2.5718	1	10
30-40	4.44	59	3.7750	1	20
40-50	5.47	136	5.1882	1	30
50-60	4.70	158	5.4745	1	50
60 years old and over	4.20	51	3.0595	1	20
Total	4.80	422	4.8402	1	50

Table 8. Revisit the decision.

(Unit: No, %)

Items	Under 30 years old	30~40	40~50	50~60	60 years old and over	Total
Will be revisited.	30(100.0)	73(96.1)	161(97.0)	180(96.8)	56(98.2)	500(97.1)
I do not revisit.	-	3(3.9)	5(3.0)	6(3.2)	1(1.8)	15(2.9)
Total	30(100.0)	76(100.0)	166(100.0)	186(100.0)	57(100.0)	515(100.0)

Table 9. Why not revisit.

(Unit: No, %)

Items	30~40	40~50	50~60	60 years old and over	Total
Unique is a lack of food.	3(100.0)	1(20.0)	-	-	4(26.7)
Entertainment is lacking.	-	1(20.0)	1(16.6)	-	2(13.3)
The lodge is inconvenient.	-	1(20.0)	3 (50.0)	1(100.0)	5(33.3)
Transportation is inconvenient.	-	1(20.0)	-	-	1(6.7)
The service is bad.	-	-	2(34.4)	-	2(13.3)
Other	-	1(20.0)	-	-	1(6.7)
Total	3(100.0)	5(100.0)	6(100.0)	1(100.0)	15(100.0)

의 비율은 낮지만, 지역개발 차원에서 독특한 향토음식이 나 숙박시설의 확충 그리고 서비스의 개선 등이 이루어져야 할 것으로 판단된다.

3. 방문대상 및 여행일정과 여행경비

순창지역 방문객들의 방문형태는 가족단위가 47.6%로

가장 많았고, 친구 15.3%, 동호회 11.7% 등의 순으로 나타나 주로 가족단위 형태로 방문하고 있음을 알 수 있다. 그리고 연령별로는 연령이 높을수록 동호회 중심의 방문이 높았으며, 50~60세 층에서 친구중심의 방문형태 비율이 높았으나 전반적으로 가족단위 구성의 방문이 많아 가족단위를 겨냥한 마케팅 전략도 필요할 것으로 판단된다(Table 10).

방문에 따른 여행기간은 당일 방문이 68.5%로 가장 많았

Table 10. Visit the forms.

(Unit: No, %)

Items	Under 30 years old	30~40	40~50	50~60	60 years old and over	Total
Individual	-	3(3.9)	14(8.4)	20(10.8)	7(12.3)	44(8.5)
Family	15(50.0)	42(55.3)	87(52.5)	80(43.0)	21(36.8)	245(47.6)
Couple	8(26.7)	11(14.5)	11(6.6)	3(1.6)	-	33(6.4)
Friend	3(10.0)	6(7.9)	21(12.7)	40(21.5)	9(15.8)	79(15.3)
Club	-	6(7.9)	18(10.8)	22(11.8)	14(24.6)	60(11.7)
Group	4(13.3)	8(10.5)	10(6.0)	19(10.2)	6(10.5)	47(9.1)
Other	-	-	5(3.0)	2(1.1)	-	7(1.4)
Total	30(100.0)	76(100.0)	166(100.0)	186(100.0)	57(100.0)	515(100.0)

Table 11. Schedule of upcoming travel plans.

(Unit: No, %)

Items	Under 30 years old	30~40	40~50	50~60	60 years old and over	Total
The day	25(83.3)	59(77.6)	128(77.1)	109(58.6)	32(56.1)	353(68.5)
2days 1night	5(16.7)	16(21.1)	34(20.5)	66(35.5)	18(31.6)	139(27.0)
More than 3 days	-	1(1.3)	4(2.4)	11(5.9)	7(12.3)	23(4.5)
Total	30(100.0)	76(100.0)	166(100.0)	186(100.0)	57(100.0)	515(100.0)

Table 12. Visit before and after visiting the destination.

(Unit: No, %)

Prior to visit		Items	After visits	
Outside	Inside		Outside	Inside
15(11.2)	3(4.4)	Under 30 years old	5(5.4)	11(12.5)
24(17.9)	15(22.1)	30~40	25(26.9)	14(15.9)
34(25.4)	29(42.6)	40~50	27(29.0)	27(30.7)
52(38.8)	18(26.5)	50~60	31(33.3)	30(34.1)
9(6.7)	3(4.4)	60 years old and over	5(5.4)	6(6.8)
134(100.0)	68(100.0)	Total	93(100.0)	88(100.0)

Table 13. Travel expenses of visitors.

(Unit: No, Won)

Items		Transportation expenses	Food expenses	Shopping	Lodge	Total cost
Under 30 years old	Mean	37,482	53,125	36,667	106,667	76,400
	No.	27	16	3	3	30
30~40	Mean	54,436	47,368	51,158	75,294	109,566
	No.	62	57	19	17	76
40~50	Mean	46,810	45,086	39,512	79,688	96,669
	No.	142	116	41	32	166
50~60	Mean	54,379	43,307	47,359	78,973	114,290
	No.	140	124	53	73	186
60 years old and over	Mean	62,974	56,029	55,000	62,895	106,018
	No.	38	34	10	19	57
Total	Mean	51,443	46,268	45,730	77,153	104,790
	No.	409	347	126	144	515

Table 14. Promotion points for regional development.

(Unit: No, %)

Items	Under 30 years old	30~40	40~50	50~60	60 years old and over	Total
Activation of local commercial	13(43.3)	27(35.4)	73(44.1)	80(43.0)	26(45.6)	219(42.5)
Maintenance of life amenities	3(10.0)	13(17.1)	17(10.2)	21(11.3)	9(15.8)	63(12.2)
Maintenance of cultural welfare	3(10.0)	4(5.3)	16(9.6)	22(11.8)	4(7.0)	49(9.5)
Improvement of landscape	6(20.0)	10(13.2)	12(7.2)	18(9.7)	6(10.5)	52(10.2)
The strengthening of citizen participation	2(6.7)	4(5.3)	9(5.4)	6(3.2)	-	21(4.1)
Increase in income	-	4(5.3)	14(8.4)	18(9.7)	7(12.3)	43(8.3)
Environmental preservation	3(10.0)	14(18.4)	25(15.1)	21(11.3)	5(8.8)	68(13.2)
Total	30(100.0)	76(100.0)	166(100.0)	186(100.0)	57(100.0)	515(100.0)

Table 15. Type the future of the tourism industry.

(Unit: No, %)

Items	Under 30 years old	30~40	40~50	50~60	60 years old and over	Total
Family Recreation	14(46.7)	52(68.4)	109(65.7)	126(67.7)	38(66.7)	339(65.8)
Ecotourism & education	9(30.0)	10(13.2)	20(12.0)	21(11.3)	11(19.3)	71(13.8)
Leisure experience	7(23.3)	14(18.4)	36(21.7)	38(20.4)	8(14.0)	103(20.0)
Other	-	-	1(0.6)	1(0.6)	-	2(0.4)
Total	30(100.0)	76(100.0)	166(100.0)	186(100.0)	57(100.0)	515(100.0)

고, 1박 2일이 27.0% 그리고 3일 이상이 4.5%를 보여 방문객들은 주로 당일 방문을 선호하는 것으로 파악되었다. 연령별로는 연령이 낮을수록 당일 여행이 많았고, 1박 2일의 경우 연령이 높을수록 선호하는 것으로 나타났다(Table 11).

순창을 방문하기 이전과 이후의 목적지에 대해서 살펴보면, 방문하기 이전에 순창지역외 지역에서 방문한 사람은 134명이며, 순창 지역내에서 방문한 사람은 68명으로 파악되었다. 그리고 방문 이후의 여행 목적지로는 순창지역외 지역이 93명, 순창 지역내 지역이 88명으로 나타났다. 연령별로는 방문하기 이전에 순창지역외 지역인 경우 50~60세가 38.8%로 많았고, 순창지역내 지역은 40~50세가 42.6%로 많음을 알 수 있다. 다음으로 방문 이후의 목적지로는 순창지역외 지역과 순창지역내 지역의 경우 50~60세가 많은 것으로 나타났다(Table 12). 결국, 순창지역을 방문하는 사람들은 순창지역외 지역에서 방문하여 순창지역외 지역으로 이동하는 형태가 많은 점을 고려할 때 순창지역내 지역에서 많은 시간을 보낼 수 있는 프로그램 개발 및 장소마케팅 전략들이 필요할 것으로 판단된다.

한편, 방문객의 평균 여행경비를 보면, 1인당 비용은 104,790원이었으며, 그 구성은 교통비가 51,443원, 식비가 46,268원, 쇼핑이 45,730원, 숙박이 77,153원으로 파악되었다. 연령별로 살펴보면, 여행경비는 50~60세가 114,290원으로 가장 많았고, 30세 미만이 76,400원으로 적게 사용하였다. 교통비는 60세 이상이 가장 많이 지출한 반면에, 30세 미만은 37,482원으로 가장 낮았다. 식비는 30세 미만과 60세 이상에서 지출이 많았고, 쇼핑은 60세 이상에서 많았으며, 숙박은 30세 미만에서 지출비용이 많았다(Table 13). 결국, 지역차원에서 저렴한 숙박시설이나 독특한 지역만의 먹을거리 개발 그리고 특산물 등을 구입할 수 있는 쇼핑 항목 등의 개발 전략이 필요할 것으로 판단된다.

4. 지역발전의 우선사항과 관광의 개발 방향

순창지역이 지속적으로 발전하기 위해서 우선적으로 해야 할 사항으로는 지역상권의 활성화가 42.5%로 가장 높았고, 다음으로 환경보전 13.2%, 생활편의시설 12.2%, 경관

개선 10.2%, 문화 및 복지시설 확충이 9.5%, 소득증대 8.3%, 주민역량강화 4.1%를 보였다. 연령별로는 전 계층에서 지역사회의 활성화를 지역발전의 우선순위로 지적하였지만, 30~40세는 환경보전이 18.4%를 보여 다른 연령층에 비해서 응답비율이 높았다. 그리고 30세 미만은 마을 숲녹지, 가로경관, 경관저해 및 불량간판 정비 등 경관개선의 응답비율이 20.0%로 다른 연령층에 비해서 높았다. 반면에 60세 이상은 생활편의시설의 정비라는 응답이 15.8%로 다른 계층에 비해서 높게 나타났다(Table 14). 이상의 결과로 볼 때 응답자들은 재래시장 정비와 특산물 홍보 그리고 지역축제 활성화 등 지역경제의 활성화가 우선적으로 중요하다고 인식하고 있으며, 청정지역 이미지를 유지하기 위한 노력을 지역발전의 활성화 전략으로 인식하고 있음을 알 수 있다.

이러한 지역발전에 대한 인식과 더불어 지역의 관광산업 개발형태는 가족휴양형이 65.8%로 가장 많았다. 다음으로 레저체험형이 20.0%, 생태·교육형이 13.8%의 순이었다. 연령별로는 30세 미만을 제외한 연령층에서 가족휴양형 응답률이 전반적으로 65% 이상이였다(Table 15). 결국, 응답자들은 여가시간의 증가 등에 따른 가족단위의 휴양을 주로 선호하는 것으로 파악되었다.

IV. 결론

이 연구는 순창지역 방문객을 대상으로 지역관광에 대한 의향분석을 하였다. 방문객에 대한 조사는 순창지역의 이미지와 특징, 대표 또는 특화 가능한 자원, 발전방향, 방문 의향 및 방문형태, 방문이전과 이후의 목적지, 여행경비 및 관광산업의 발전형태 등을 분석하였다. 주요 내용을 요약 정리하면 다음과 같다.

첫째, 조사는 강천산 입구의 방문객을 대상으로 이루어졌고, 분석대상은 515명이며, 빈도분석과 교차분석을 실시하였다. 조사자들은 남성보다 여성이 많았고, 거주지는 전남과 전북이 55.9%로 가장 많았다. 연령별로는 50~60세가 36.1%, 40~50세가 32.2%이었다. 그리고 직업별로는 주부와 학생이 31.4%를 보였다.

둘째, 지역의 이미지 특성은 고추장이 많았고, 지역적 특성으로는 발효산업의 중심이라는 인식이 높았다. 또한 지역의 대표적 자원 또는 특화 가능한 자원도 고추와 고추장이라는 응답이 높게 나타나 이 점에서 지역 이미지의 형

성과 지역발전의 전략축이 되고 있음을 알 수 있다.

셋째, 순창지역을 방문한 경험이 있다는 81.9%를 보였으며, 연령이 높을수록 방문한 비율이 높았다. 방문 경험이 있는 응답자의 평균적인 방문횟수는 4.8회 정도였으며, 연령별로는 30세 미만이 3.56회로 낮은 반면에, 40~50세는 5.47회로 높았다. 그리고 향후 재방문하겠다는 응답이 97.1%로 높았지만, 재방문을 하지 않겠다는 응답자의 이유로는 숙박시설과 독특한 먹을거리 그리고 즐길거리 부족, 지역 서비스의 미흡 등으로 나타나 향후 지역발전 전략수립에 이러한 점을 면밀히 검토해야 할 필요가 있음을 시사하고 있다. 실제로 순창지역의 경우 숙박시설은 민박과 펜션이 약 13개에 불과하고, 농촌체험마을(10개)이나 농촌마을종합개발사업(5개)을 추진하고 있는데, 대부분 숙박시설이 거의 없고, 방문자센터 중심으로 시설이 구축되어 있어 가족단위 휴양시설이 매우 부족한 실정이다. 또한 지역 먹을거리 측면에서도 지역특화 10대 작목을 선정하여 집중육성할 계획인데, 지금까지 복분자와 블루베리, 꾸지뽕을 육성해 왔다. 그러나 이러한 지역특화품목은 원료농산물로 주로 판매되고 있으며, 이를 이용하여 음식이나 제품개발이 미흡한 실정이며, 장류를 이용한 전문 음식개발 보다는 장류 자체의 판매형태로 사업이 추진되고 있다.

넷째, 방문자들은 가족단위 방문형태가 많아 가족단위를 겨냥한 지역마케팅 전략이 필요한 것으로 파악되었다. 그리고 여행기간은 당일 방문이 68.5%로 많았고, 연령이 낮을수록 당일 여행을, 연령이 높을수록 1박 2일의 여행일정을 선호하였다. 그리고 순창지역의 지역을 방문하여 순창지역의 지역으로 이동하는 방문객들이 많은 점들을 고려할 때, 순창지역내에서 많은 시간을 보낼 수 있는 지역관광 전략수립이 필요할 것으로 판단된다. 이와 더불어 여행경비는 평균 104,790원이었고, 세부적으로 교통비가 51,443원, 식비가 46,268원, 쇼핑이 45,730원, 숙박이 77,153원이었다. 이러한 결과는 순창지역의 여건에서도 살펴볼 수 있는데, 순창지역 축제로는 군단위 장류축제와 권역단위 도라지축제와 싹축제 등이 있다. 장류축제의 경우 7회까지 진행되어 왔으나 우수축제로 지정받지 못하고 있으며, 권역단위 축제도 아직 소규모 축제로 관광객 유치에는 한계가 있다. 따라서 장류의 이미지가 가장 강하기 때문에 장류 축제의 전국 규모 우수축제로서의 위상정립과 더불어 지역 차원에서 저렴한 숙박시설이나 독특한 지역만의 먹을거리 개발, 그리고 특산물 등을 구입할 수 있는 쇼핑 항목 등의

개발 전략이 필요할 것으로 판단된다.

다섯째, 지역발전의 우선사항으로 지역상권의 활성화를 42.5%가 응답하여 향후 재래시장 정비와 특산물 홍보, 지역축제 활성화 등이 지역발전의 계획 수립시에 고려되어야 할 것으로 보인다. 그리고 지역관광 개발형태는 65.8%가 가족중심의 휴양형을 선호하여 향후 가족과 함께 즐길 수 있는 지역관광 상품 등을 개발할 필요가 있을 것이다.

이외에도 향후 지역 관광산업 및 농촌관광의 활성화를 위해서는 경영마인드를 가진 농촌체험 운영자의 육성이 매우 중요하다 할 수 있다. 이는 농촌체험 운영자가 방문객 유치 및 수요시장 확대에 중요한 역할을 담당하고 있기 때문에 다양한 계층의 참여유도가 필요하다. 또한 개별경영자 지원형태의 다양한 체험프로그램 개발과 더불어 숙박형 체험프로그램의 개발과 운영도 필요하다. 이외에도 가족단위와 연령대별 목표시장 전략과 초등학교와 같은 교육기관과의 연계성 등도 필요할 것이다.

참 고 문 헌

- Uyanga Galt, Um SH. 2012. The effects of visitor satisfaction on attitudes toward green tourism village and green tourism. *Korea Journal of Tourism and Hospitality Research* 26(2):171-187. [in Korean]
- Kang SK. 2007. The rural tourism, pp.11-37. Daewangsa, Seoul, Korea. [in Korean]
- Lee BH. 2005. The direction of a rural community development project. *Rural planning* 11(1):67-75. [in Korean]
- Lim SH. 2008. Goryeong-gun's regional image and its improvement-policy agenda *The Korean Association of Regional Geographers* 14(4):309-327. [in Korean]
- Park JW, Choi YW, Yoon YC, Kim YJ. 2012. Estimation of willingness to pay of rural tourism *Korean Society of Rural Planning* 18(2):47-56. [in Korean]
- STATISTICS KOREA. 2012. Results of the farm and fishery household economy survey in 2011. [in Korean]