

부산 강서지역의 지속가능한 관광마케팅전략에 관한 연구

김성환*, 강인길**

A Sustainable Tourism Marketing Strategy at Gang-Seo Region in Busan

Kim, Sung-Hwan*, Kang, In-Gil**

Abstract

There are tremendous change for Gang-Seo Regions in Busan for International Logistics Center of Korea strategic development. And many development plan and project are focused toward Gang-Seo Regions remaining for potential growth and competitive advantage to grow up as international center for Asia-Pacific Regions. But there are few research of Gang-Seo Regions to make sustainable development to consider regional people and natural environment, and this study is proposed how to make coordiance with regional development and natural environment. And this study is revealed to make structural relationship among destination image, tourism attractiveness, sustainability, direction for development. The results of this study are as follows.

First, destination image for Gang-Seo Regions was stronger emotional image than cognitive image, folkways lifestyle was appealed tourist as needed as many tourist participant program will be developed. Second, natural attractiveness are stronger than cultural appealing attraction, and coastal landscape and tourist experience were strategically considered, Third, economic and ecological sustainability were stronger than cultural and managerial sustainability, and had to make plan for regional people and natural environment. Fourth, sustainable tourism marketing strategy was focused toward coordination among agricultural and marine tourism connected with ubiquitous information technology.

I. 서론

부산광역시는 미래발전 10대 주요사업에서 강서지역을 첨단, 운하물류 산업도시, 동북아 허브항만, 남부권 신공항¹⁾ 등 주요 하드웨어 지향적인 개발로 지향하고 있다. 또한, 국책사업과 지역현안사업으로 강서지역에서 서부산 유통단지, 신호공단, 하훼유통단지, 명지 신도시 조성 등 부산시의 국책 및 지역현안사업 중 12개사업 21.38km²으로 전체의 86.8%를 차지할 만큼 부산시의 미래에 중추적인 역할을 하게 될 것으로 예상된다. 그러나, 부산이 추구하는 도시관광 이미지와 강서지역이 가지고 있는 고유한 지역이미지가 부합되지 않은 부분이 있을 뿐만 아니라, 차별화하

* 동아대학교 경영대학 경영학부 교수 kimsh@dau.ac.kr

** 동아대학교 대학원 경영학과 박사과정 재학중 kink271@hanmail.net

1) 부산시 내부자료

여야 할 필요성이 제기되고 있다. 강서지역은 부산의 미래성장동력이자 항만과 항공, 육로의 복합물류거점으로 발전하고 있으며, 지사 과학단지, 명지 신도시, 가덕해양관광 테마파크, 항공-항만 복합물류단지 등 다양한 기능과 잠재력을 보유하고 있어, 강서지역에 부합하는 지역이미지와 정체성을 가진 이미지를 가질 수 있도록 개발되어야 한다. 특히, 뉴욕의 자유여신상, 파리의 에펠탑, 도쿄의 타워 같은 랜드마크를 중심으로 도시 이미지가 연상되나, 뉴욕항 배후지역을 중심으로 한 예술인거리, 박물관, 월스트리트, 브로드웨이 등 다양한 문화적 다양성으로 뉴욕의 매력성을 높이고 있으며, 몽마르뜨 거리, 루브르 박물관, 노트담 성당, 상제리제거리, 세느강변, 바스티유 광장 등 파리의 문화예술과 자연경관이 파리의 이미지를 높여주고 있는 한편, 시부야 거리, 긴자, 스키지 시장, 하마리큐, 오다이바 등등 도쿄의 볼거리를 풍요롭게 해주고 있다. 강서지역은 부산시가 추구하는 물류운하 복합도시의 위상을 갖추어야 할 뿐만 아니라 을숙도 철새도래지, 생태관광자원, 가덕 해양관광지, 가덕 육소장망 송어잡이, 대저 토마토, 화훼단지 등등 토착성이 강하고 고유성이 높은 관광매력을 개발하여야 한다. 또한, 강서지역의 경제성장과 환경친화성을 조화롭게 이룰수 있도록 생태계를 파괴하지 않고 환경을 훼손하지 않는 범위내에서 지속가능한 관광마케팅활동이 전개되어야 한다. 따라서, 본 연구는 강서지역의 관광매력과 지속가능성을 조화롭게 개발하기 위하여, 지역이미지와 관광매력성에 대한 이론적인 배경을 검토하고, 관광객과 지역주민, 정책입안자, 전문가를 중심으로 한 의견조사를 통하여 강서지역의 관광매력성을 도출하고, 지속가능한 관광마케팅전략을 강구하는 시사점을 제공하고자 한다.

II. 이론적 배경

1. 관광지 이미지

이미지를 살펴보면 이전 경험에 대한 환기(Dennis, 1991), 과거의 경험으로부터 감각적으로 마음속에 재생되는 상(像), 사물, 목적지의 신념, 전반적인 인상으로 나타나는 태도(Baloglu & McCleary 1999a)로 인식되고 있다. 관광지 이미지는 관광지에 대해 사람들이 느끼는 신념이나 인상(Gartner, 1989), 대중에게 형성되는 장소, 상품, 경험의 시각적 인상(Milman & Pizam 1995) 등 관광지에 대한 경험으로 통해 형성된 전체적인 인상(이장주, 1997)이라 할 수 있다. 대부분 관광지 이미지는 전형적으로 속성척도를 사용하고 구조화된 이의척도나 리커트 척도를 사용하여 측정하고 있다.(Calantone, DiBenedetto, Hakam and Bojanic, 1989; Crompton 1979; Gartner and Hunt 1987; Gartner 1989; Hunt 1975; Phelps 1986; Richardson and Crompton 1988) 관광지 이미지는 관광욕구 또는 동기의 중요요인(이상봉, 2002, 정진생, 2003)으로 평가되고, 관광객의 심리와 관광욕구의 상호작용(Anderson, Prentice & Guerin, 1997; 엄서호, 1998)로 인식되며, 관광객의 인지적, 정서적 지각현상(엄서호, 1998; 박의서 1999; Baloglu & Brinberg 1995; Baloglu &

McCleary 1999)로 구분하고 있다. 이러한 관광지 이미지를 정서적 측면에서 측정(Baloglu & McCleary 1999)하기도 하고, 친숙성과 인지적 요소의 관계(Milman & Pizam 1995), 이미지 형성 요소(Mackay & Fesenmaier 1997)를 연구하고 있다.

< 표 1 > 관광지 이미지 측정항목 구성

연구개념	구성요인	항 목
인지적 이미지	환경	접근성, 쇼핑 및 환경, 야간관광, 식음료질, 지명도
	매력물 및 경험	자연경관, 역사문화, 휴식활동, 숙박시설, 오락활동, 고유문화
	가치	물가수준, 기후조건, 안전성, 친절성
정서적 이미지	자극	지루한/흥미로운, 평범한/매력적인, 재미없는/재미있는, 아담한/거대한, 정적인/역동적인, 일상적인/색다른, 낡은/새로운, 단조로운/다양한
	환기	시끄러운/조용한, 혼란스런/안정된, 평화롭지않은/평화로운, 긴장한/편안한, 불결한/정결한, 짜증나는/휴식적인
	여유	쌀쌀한/포근한, 위험한/안전한, 거북한/편안한, 불편한/편리한, 불만족한/만족한, 맛없는/맛있는

자료; 조명환(2007)연구를 토대로 작성

한국관광 이미지를 인지적, 정서적 이미지의 중요도와 성과(박의서 1999)를 분석하고, 방문전후 인지적, 정서적 이미지의 차이(김상원·박석희 2000)를 다루기도 하였으며, 관광지 이미지측정 요인을 분류(조명환·최규환·여호근 2002)한 연구도 있다. 이러한 관광지 이미지 연구를 통해 관광객이 사전에 인식하는 인지적 이미지와 경험과 정보를 통해 갖게 되는 정서적 이미지를 같이 측정하는 것이 바람직하며, 인지적, 정서적 이미지에 따라 관광지에 대해 매력을 느끼게 되고, 관광지 선택이나 관광만족에 영향을 받게 된다는 것을 알 수 있다. 따라서, 관광지 이미지를 측정하기 위해 선행연구를 토대로 조명환(2007)의 조사항목을 구분항목으로 인지적, 정서적 이미지로 구분하여 측정하고자 한다.

2. 관광지 매력성

관광지 매력성은 관광자원이 가지고 있는 본원적 매력과 지원시설로 구분되며, 자연경관, 문화, 이벤트, 지역관광활동, 서비스로 이해될 수 있다. (Godfrey 2000) 또한, 관광계획에 관광지매력특성을 도입하여 자연경관의 매력, 문화매력, 고유매력성으로 구분하고 있다.(Inskip 1991) 이리

한 자연경관은 기후, 아름다운 경치, 바다, 서식동물식물류와 같은 자연환경에 따라 이루어지고, 문화매력은 지역건축의 특이함, 역사적 배경, 지역의 고유풍습같은 지연적인(authentic) 자원이며, 전통특산물과 지역토속과 같은 지역경제활동으로 나타나고 있다. 고유매력성은 지역축제, 주제공원, 위락공원, 쇼핑, 카지노 등 인위적인 시설과 자원으로 구분할 수 있다. 관광지 매력성에 대한 선행연구로 나타난 구성요인을 연구자가 종합, 재정리하여 제시하면 < 표 2 >과 같다

관광지 매력성을 추진요인과 유인요인의 관계를 통해 오락과 리조트, 야외, 자연, 문화유산, 지역성 등으로 규명(Uysal and Jurowski 1994)하고, 정준상관분석을 통해 관광지 유인요인과 추진요인을 분석(Oh et al., 1995)하였다. 관광지 유인요인을 스포츠와 해양리조트, 신비함, 기본전환, 해안리조트를 도출(Baloglue and Uysal 1996)하기도 하고, 관광지의 매력성으로 자연환경, 안전, 유희, 스포츠 등등(Cai Combrink 2000)으로 분류하였다. 이처럼 여러 학자들의 연구를 통해 관광지의 매력성은 관광지가 가지는 자연경관, 역사문화성, 지역축제참여, 주민환대, 스포츠활동, 청결과 안전, 이국적 분위기 등으로 나타나고 있다.

< 표 2 > 관광지 매력성의 선행연구와 구성요인

연구자	도출요인	본연구
Inskeep(1991)	자연매력(경관,해변바다,동식물식생 등), 문화매력(건축,역사, 문화장소, 관습 등), 특별매력(주제공원, 위락공원, 쇼핑, 각종회의, 축제, 카지노등)	
Uysal and Jurowski(1994)	오락/리조트, 야외/자연, 문화유산/문화, 지방/저렴	자연매력성 (자연경관,섬,바다,철새도래지 등)
Tumbuli and Uysal(1995)	문화유산/문화,도시문화, 안락/휴식, 해안리조트, 야외자원, 지방과 저렴	문화매력성 (천성진성,가덕봉수대,가덕동대,송어잡이 등)
Oh, Uysal, and Weaver(1995)	역사/문화,스포츠/활동, 안전/부유함, 자연/야외, 저렴/여행경비	시설매력성 (경마공원,생태공원,신항만,삼성자동차 등)
Godfrey(2000)	자연자원(식물군,경치,동물군,기후,수자원등), 문화자원(종교,유적),이벤트(축제,토너먼트), 서비스자원(교통,숙박,연회,케이타링 등)	서비스매력성 (주민환대,체험활동,등대체험,축제참여,음식 등)
Cai Combrink (2000)	자연환경과 안전, 유희, 스포츠, 레크레이션, 자연과 불모지, 역사 및 예술, 학습기회, 현대성과 시설, 가격적절성, 사냥과 낚시, 문화적 고유성	
SooCheong Jang and Liping A. Cai(2002)	자연적역사적 환경, 청결과 안전, 접근용이성과 경제성, 야외활동, 태양과 이국적 분위기	
S.S.Kim et al. (2003)	관광자원의 다양성, 관광정보와 시설편리성, 접근성	

자료: 선행연구를 토대로 연구자 작성

3. 관광개발 지속가능성

세계관광기구(WTO)는 1993년, 1999년에는 ‘지속가능한 관광개발은 미래세대의 관광기회를 보호, 증진시키면서 현재 세대의 관광객 및 지역사회의 필요에 부응하는 것으로 구체적으로 문화의 보전, 필수적인 생태환경, 생물다양성, 그리고 생명지원체계를 유지하는 동시에 경제적, 사회적, 미적 필요를 충족시킬 수 있도록 모든 자원을 관리하는 것’으로 정의하였다.

이러한 관광개발의 지속가능성은 자연환경에 해를 주지 않는 생태적 지속가능성을 기초로, 지역사회의 사회문화적 지속가능성, 지역사회의 경제적 지속가능성을 강조하고 있다. 그러나, 지속가능한 관광개발은 기존의 대중관광을 대체하는 새로운 관광현상으로 간주하기보다 기존의 대량관광이 가졌던 자연환경훼손이나 지역문화 변질과 같은 관광지의 자연이나 사회변화를 일으키지 않고 지속적으로 유지가능하도록 지원하는 관광으로 평가되어야 할 것이다.

< 표 3 > 지속가능한 관광원칙

출 처	원칙
WTO, WTTC The Earth Council (1996)	관광으로 사람들이 자연과 조화롭고 건강하게 생산적인 삶을 영위할 수 있어야 한다. 관광은 지구 생태계의 보존, 보호, 회복에 기여하여야 한다. 관광은 지속가능한 생산, 소비패턴에 기초하여야 한다. 관광, 평화, 개발, 그리고 환경보호는 상호관계를 맺고 있다. 관광서비스 교역에 있어서 보호무역주의는 철폐되어야 한다. 환경보호는 관광개발과정에서 절대적인 부분으로 여겨져야 한다. 관광개발과 관련된 문제는 지역수준의 계획결정과정과 주민들의 적극적인 참여로 다루어져야 한다. 국가는 관광객 또는 관광지에 영향을 줄수 있는 자연재해를 경고하여야 한다. 관광은 여성과 지역주민의 완전고용을 창출하기 위하여 수용력을 적극 이용하여야 한다. 관광개발은 지역주민의 일체감(정체성), 문화, 관심을 인식하고 지원하여야 한다. 환경보호를 위한 국제법 들은 관광산업에도 적용되어야 한다.
Tourism Concern (1992)	자원을 지속가능하게 이용하여야 한다. 과소비 및 낭비를 줄여야 한다. 다양성을 유지해야 한다. 통합적 관광계획을 수립해야 한다. 지역경제를 지원해야 한다. 지역사회의 참여가 필수적이다. 이해당사자 및 일반대중과의 사전조율을 해야 한다. 관광종사자를 교육한다. 관광객들에게 관광지의 자연, 사회, 문화에 대한 이해를 증진시킨다. 지속적인 연구수행이 필요하다.

출처 : WTO, WTTC, The Earth Council(19956), Tourism Concern(1992)

지속가능한 관광개발의 공통적인 사항은 지역주민 즉 지역사회의 경제적, 환경적, 사회문화적 측면이 강조되고 있으며, 장병하(1998)의 연구에서 경제적 측면, 사회적, 문화적 측면을 관광개발 원칙에 포함시켜 제시하였다. 또한 김성일(2001)은 경제적, 사회문화적, 환경적 지속성을 포함한 14개 기준을 설정하였으며, 본 연구에서는 경제적 지속가능성, 문화사회적 지속가능성, 환경생태적 지속가능성, 운영관리적 지속가능성으로 4개 중항목으로 구분하여 측정하고자 하였다.

< 표 4 > 지속가능한 관광개발 지표 설정

대항목	중항목	세부지표항목
경제적 지속가능성	주민소득향상	관광객으로부터 소득향상, 관광개발에 따른 소득향상, 지역특산물, 음식판매 소득향상
	장단기성과	관광객 증가, 지역경제수입 증대, 지역이미지 제고
	지역고용증대	지역주민 고용증대, 관광사업 주민참여, 신규 일자리 창출
문화사회적 지속가능성	삶의 질 향상	지역주민 복지증대, 생활수준 증대 및 자긍심 강화, 지역 특산물-도시민교류 증대
	문화전통유지	지역고유풍습 보존, 토속문화 보호 및 홍보 역사유물 보존 및 관광자원화
	자원이용안전성	관광자원 및 축제 안전성, 지역치안수준, 관광객인식제고, 공공시설 편의성 및 청결수준, 지역주민 환대증대
	지역자원연계성	인근관광자원 및 시설연계수준 강화 지역축제 및 행사 다양성 제고 인근 관광자원간 정보공유 및 네트워크
환경생태적 지속가능성	주변환경개선	접근성 개선, 자연경관 보존강화 공공편의시설 제고, 주민생활환경 개선
	수용한계설정	관광개발 수용한계기준 및 설정
	자원사용지속성	종다양성 조사 및 보호, 환경친화 농수산물 증가, 서식 동식물보호 프로그램
	환경모니터링	환경보호기준, 관광환경 모니터링평가
운영관리적 지속가능성	체험축제 관리	지역토속현상 및 축제 관광객참여 프로그램 체험이벤트 교육 및 자원해설
	관광지마케팅홍보	자매결연, 대중매체홍보, 인터넷홍보, 브랜드개발, 관광홍보 팸투어
	서비스관리	축제체험, 이벤트참여, 관광시설 서비스관리 음식, 토산품 품질 및 가격관리, 관광만족도
	시설간 협력체계	지역행사 및 관광시설 협력수준, 주민의견 개방수용, 행정기관 및 공공시설 협력구축
	관광개발협의체제	관광자원 및 시설과 주민의견참여, 불만소통 개방수준, 주민-관-개발사간 협의체활동
	지역주민 교육훈련	관광자원해설, 서비스교육, 환경위생 교육 등 체험행사 및 축제참여 및 진행

4. 관광마케팅전략

강서지역은 부산시의 미래성장동력으로 향후 유라시안 물류흐름의 중심거점이 될 전망이다. 특히, 부산시가 추진하고 있는 강서의 미래비전과 구상에서 중국 동부해안도시(렌윈강)과 공동경제특구를 추진하는 한편, 부산과 후쿠오카를 연결하는 대한해협 중심교역거점으로 중국과 일본으로 동아시아물류를 유출입하며, 낙동강유역 및 동남권 연안도시와 동북아해양벨트를 연계하는 중심도시로 발전할 것으로 예측하고 있다. 강서지역은 북항과 신항, 국제공항, 대륙철도의 기종점을 연결하는 환경친화적인 유비쿼터스 워터프론트로 개발되는 한편, 국제물류 인프라의 삼각구조(triangle network)를 직접 연계하는 항만-항공-철도의 첨단복합물류단지인 고부가가치 물류허브를 조성하고, 동남권 산업벨트의 중심으로 로봇 및 메카트로닉스, 유비쿼터스 해양관광거점으로 한중일 크루즈노선으로 성장하고 있다. 부산시는 강서지역의 관광개발로 가덕 해양관광단지, 을숙도 생태공원, 낙동강 철새도래지의 탐조공원화를 구상하고 있다.

강서구는 자체적으로 가덕 해양관광지구로 놀차매립지역과 천성항 해안관광지구를 구상하고 있으며, 친환경 미래형 신도시로 강서신도시와 명지국제신도시를 건설할 예정이다. 강서구에 첨단산업단지로 화전산업단지와 미음산업단지가 조성될 계획이며, 부산신항과 서부산 유통단지를 건설할 것으로 전망된다. 따라서, 강서지역에 적합한 지속가능한 관광마케팅전략과 유형을 제시하면 다음과 같이 나타낼 수 있다.

< 표 5 > 강서지역 지속가능한 관광마케팅전략과 유형

구분	관광마케팅전략	유형
유비쿼터스 관광	유비쿼터스 정보기술을 연계한 테마파크 관광자원 및 콘텐츠개발, 컨벤션과 연계 국제회의, 박람회개최, 유비쿼터스 자원 해설 서비스 등	유비쿼터스시티투어(부산) 유비쿼터스박물관, 미술관 유비쿼터스 해양수족관 유비쿼터스관광정보서비스
해양관광	한,중,일 크루즈코스연계 크루즈레저공간 해양생태계 자원해설 연계 해양테마파크 메가요트 건조 등 호화요트 건조기지 원해양식 등 고부가가치 해양연구단지	해양테마파크, 요트마리나, 해 양스포츠단지, 해양크루즈 기지 등
농촌관광	지역특산품 연계 전통농가체험 및 전통어로체 험, 전통축제 관광객참여 및 홈스테이, 지역 자연생태자원해설 교육참가	환경친화 농가체험, 지역예술문 화해설, 지역설화 자원해설, 농 요 및 토속음식관 전통문화 상설공연장 등

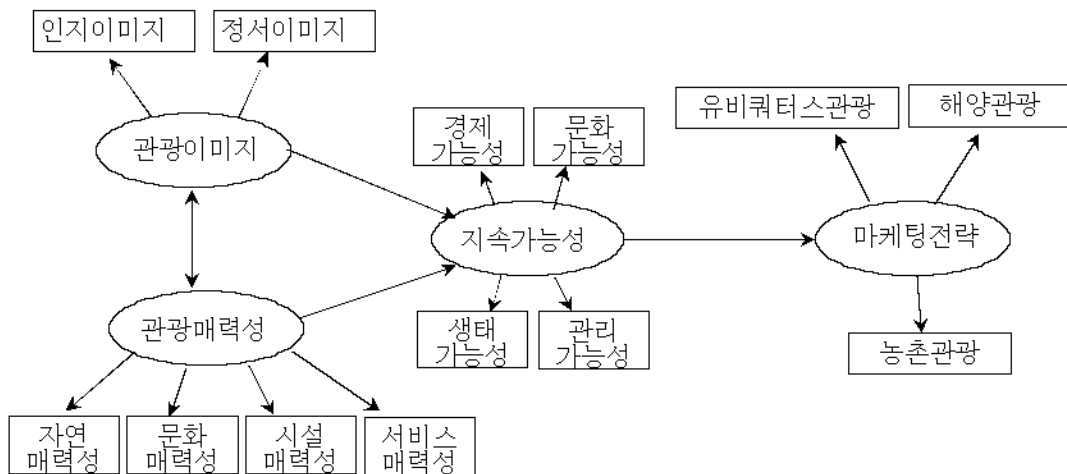
자료: 선행연구를 토대로 연구자 작성

III. 연구방법

1. 연구모형 및 가설의 설정

강서지역의 지속가능한 관광마케팅전략을 설정하기 위해 관광지 이미지, 관광매력성, 관광개발 지속가능성과의 관계모형을 다음과 같이 설정하고자 한다.

< 그림 1 > 연구모형



이러한 연구모형에 따라 가설을 설정하여 제시하면 다음과 같이 나타낼 수 있다.

가설 1 : 관광지의 이미지는 관광개발의 지속가능성에 영향을 주게 될 것이다.

정보를 통해 인지하게 된 관광지의 인지적 이미지와 관광객이 경험하여 느끼게 되는 정서적 이미지는 관광개발의 지속가능성에 다르게 나타나게 될 것이다. 즉, 관광객의 인지적 이미지와 정서적 이미지는 관광개발의 경제적 지속가능성, 사회문화적 지속가능성, 생태환경적 지속가능성, 관리가능성에 다르게 작용하게 될 것이다

가설 2 : 관광지 매력성은 관광개발의 지속가능성에 영향을 주게 될 것이다.

관광지의 자연매력성, 문화매력성, 시설매력성, 서비스매력성에 따라 관광개발의 지속가능성에 다르게 작용하게 될 것이다. 즉, 관광지가 경치가 빼어난지, 고유한 문화가 우수한지, 시설이 편안한지, 서비스가 맘이 드는지에 따라 어떠한 방식으로 개발할 것인가에 다르게 나타나게 될 것이다.

가설 3 : 관광개발의 지속가능성은 관광마케팅전략에 영향을 주게 될 것이다.

관광개발의 경제적 가능성, 사회문화적 가능성, 생태환경적 가능성, 관리운영적 가능성에 따라, 관광마케팅전략에 다르게 작용하게 될 것이다. 즉, 유비쿼터스 관광마케팅전략을 추구하는 것이 좋은지, 해양관광 마케팅전략을 개발하는 것이 좋은지, 농촌관광 마케팅전략을 추진하는 것이 좋은지 각기 다르게 나타날 것이다.

2. 실증조사의 설계

가. 표본의 설계

표본대상은 부산시민을 대상으로 선정하여 수행하였으며, 설문조사는 강서지역의 관광이미지와 관광매력성, 관광개발의 지속가능성, 관광개발유형과 방향에 대해 면접원들이 사전에 교육을 받아 개별 면접방식으로 설문조사를 수행하였다. 대부분의 설문지는 응답자가 자기기입하였으나, 이해가 부족한 부분이나 필요한 부분에 대해 설명한 후 기록하였다. 본 연구에서는 지역주민과 관련 공무원은 강서지역을 대상으로 조사하였으며, 관광객은 주요 관광지를 대상으로 조사하였고, 관광관련 전문가들은 부산지역 소재 관광관련학과 교수들을 중심으로 조사를 수행하였다. 본 연구는 2008년 5월 20일부터 2008년 6월 11일까지 총 500매를 배부하여 이 가운데 무응답이나 오류가 있는 설문지를 제외하고 380매를 분석에 사용하였다.

나. 설문지의 설계 및 분석방법

강서지역의 관광지 이미지, 관광매력성, 관광개발 지속가능성, 관광마케팅전략에 대해 선행연구를 바탕으로 설문을 설계하였다. 개발된 설문항목은 < 표 6 >과 같이 관광지 이미지, 관광매력성, 관광개발지속가능성, 관광마케팅전략 등 4개의 구성차원으로 설정되고, 응답자들이 느끼게 되는 전반적인 항목에 대해 리커트 5점척도와 이의척도를 이용하여 질문하였으며, SPSS 12.0과 Lisrel 8.3 을 이용하여 구조모형을 검증하였다.

< 표 6 > 설문지의 구성

구성개념	구분항목	세부항목	이론적 근거
관광지 이미지	인지적 이미지 정서적 이미지	환경, 매력물 및 경험, 가치, 자극, 환기, 여유	조명환(2007) Baloglu, & McCleary, 1999
관광 매력성	자연 매력성 사회문화 매력성 시설 매력성 서비스 매력성	자연경관, 섬, 바다, 철새도래지, 천성진성, 가덕봉수대, 가덕등대, 송어잡이, 경마공원, 생태공원, 신항만, 삼성자동차, 주민환대, 체험활동, 등대 체험, 축제 참여, 음식 등	Inskeep(1991), Oh, Uysal, and Weaver(1995) Godfrey(2000) Cai Combrink (2000) S.S.Kim et al. (2003)
관광개발 지속가능성	경제적지속가능성 문화적지속가능성 생태적지속가능성 관리적지속가능성	주민소득향상, 장단기성과, 지역고용증대, 삶의 질 향상, 문화전통유지, 자원이용안전성, 지역자원연계성, 주변환경개선, 수용한계설정, 자원사용지속성, 환경모니터링, 체험축제 관리, 관광지마케팅홍보, 서비스관리, 시설간 협력체계, 관광개발협의체제, 지역주민 교육훈련	WTO, WTTC The Earth Council (1996) Tourism Concern (1992) 장병하(1998) 김성일(2001)
관광 마케팅 전략	유비쿼터스관광 해양관광 농촌관광	유비쿼터스 테마파크, 유비쿼터스 관광정보서비스, 유비쿼터스 자원해설 서비스, 한중일 크루즈코스, 해양생태계 자원해설, 해양테마파크, 메가 요트 건조, 지역특산품 전통농가 체험, 전통어로체험, 축제참여, 자연자원해설 등	부산시 내부자료(2005)

강서지역의 지속가능한 관광마케팅전략을 개발하기 위하여 강서지역의 지역주민, 행정기관 공무원을 대상으로 조사를 수행하였으며, 2008년 10월 1일부터 10월 20일까지 총 300매의 설문지를 배포하여, 243매를 회수하였으며, 이중 설문기입상 오류와 무성의한 설문을 제외하고 223매를 조사분석에 사용하였다.

IV. 실증분석

1. 표본의 특성

성별로는 남자가 137명(61.4%), 여자가 86명(38.6%), 월급여는 200만원이하가 81명(36.3%), 200~400만원이 61명(27.4%), 400만원이상인 81명(36.3%)으로 나타나고 있다. 연령은 20대가 87명(39%), 30대가 66명(29.6%), 40대가 48명(21.5%), 50대이상인 22명(9.9%)로 나타나고 있으며 결혼여부는 미혼이 123명(55.2%), 기혼이 100명(44.8%)으로 나타나고 있다. 학력은 고졸이 60명(26.9%), 대졸이 149명(66.8%), 대졸이상인 14명(6.3%), 직업으로는 농업이 127명(57.0%), 사무직이 30명(13.5%), 공무원 51명(22.9%), 전문직이 13명(5.8%), 기타가 2명(0.9%)로 나타나고 있다.

< 표 7 > 표본의 인구통계적 특성

변수명	설문지 구성	빈도	비율(%)	변수명	설문지 구성	빈도	비율(%)
성 별	남자	137	61.4	결혼여부	미혼	123	55.2
	여자	86	38.6		기혼	100	44.8
월급여	100만원미만	43	19.3	경 력	1년 미만	19	8.5
	101~200만원	38	17.0		1~5년	161	72.2
	201~400만원	61	27.4		5~10년	41	18.4
	400~600만원	81	36.3		10년 이상	2	0.9
연 령	20~30세	87	39.0	직업	농업	127	57.0
	31~40세	66	29.6		사무직	30	13.5
	41~50세	48	21.5		공무원	51	22.9
	51세 이상	22	9.9		전문직	13	5.8
학 력	고졸	60	26.9	기타	2	0.9	
	대졸	149	66.8				
	대졸이상	14	6.3				

2. 탐색적 요인분석과 신뢰도분석

연구개념의 타당성과 신뢰도를 분석하기 위하여 요인분석과 신뢰도분석을 실시하였다. 요인분석은 주요인분석에 의한 직각회전 방식을 이용하였으며, 신뢰도 분석은 측정변수들에 대하여 Cronbach α 값을 이용하여 실시하여, 항목상관계수가 0.4 이상인 변수들만을 분석하였다. 강서지역 관광지 이미지에 대한 요인분석을 통해 2개 요인이 도출되었는데, 요인 1은 인지적 이미지, 요인2는 정서적 이미지로 명명하였으며, 인지적 이미지의 아이젠값은 4.27, 정서적 이미지는 2.30으로 나타나고, 요인의 총분산이 84.3%로 나타나고 있다. 신뢰도계수는 크론바하 알파값이 인지

적 이미지는 .825, 정서적 이미지는 .834로 나타나고 있다. 관광매력성에 대한 요인분석을 통해 4개 요인이 도출되었는데, 요인 1은 자연매력성, 요인2는 문화매력성, 요인3은 시설매력성, 요인4는 서비스매력성으로 명명하였다. 자연매력성의 아이겐값이 3.83, 문화매력성은 3.11, 시설매력성은 2.84, 서비스매력성은 2.08으로 나타나고 있으며, 요인의 총분산은 78.2%로 나타나고 있다. 신뢰도 계수는 크론바하 알파값이 자연매력성이 .832, 문화매력성이 .810, 시설매력성이 .781, 서비스매력성이 .710으로 나타나고 있다. 관광개발의 지속가능성에 대한 요인분석을 통해 4개요인이 도출되었는데, 요인 1은 경제적 지속가능성, 요인 2는 사회문화적 지속가능성, 요인 3은 생태환경적 지속가능성, 요인 4는 관리운영적 지속가능성으로 명명하였다. 경제적 지속가능성의 아이겐값은 3.38로 나타나고, 사회문화적 지속가능성은 3.18, 생태환경매력성은 2.56, 관리운영적 지속가능성은 2.03으로 나타나고 있으며, 요인의 총분산은 82.6%로 나타나고 있다. 신뢰도 계수는 크론바하 알파값이 경제적 지속가능성은 .793, 사회문화적 지속가능성이 .742, 생태환경적 지속가능성이 .912, 관리운영적 지속가능성이 .719로 나타나고 있다. 관광개발방향에 대한 요인분석은 3개요인이 도출되었는데, 요인 1은 유비쿼터스 관광, 요인 2는 해양관광, 요인 3은 농촌관광으로 명명하였다. 유비쿼터스 관광은 3.29, 해양관광은 2.31, 농촌관광은 2.08로 나타나고 있으며, 요인의 총분산은 74.3%로 나타나고 있다. 신뢰도 계수는 크론바하 알파값이 유비쿼터스 관광은 .893, 해양관광은 .831, 농촌관광은 .768로 나타나고 있다.

< 표 8 > 탐색적요인분석과 신뢰도분석

설명	요인명	아이겐값	분산 설명력(%)	Cronbach α
관광지 이미지	인지적 이미지	4.27	47.24	.825
	정서적 이미지	2.30	37.06	.834
관광매력성	자연매력성	3.83	35.71	.832
	문화매력성	3.11	21.06	.810
	시설매력성	2.84	11.24	.781
	서비스매력성	2.08	10.19	.710
관광개발 지속가능성	경제적지속가능성	3.38	34.92	.793
	사회문화지속가능성	3.18	21.64	.742
	생태환경지속가능성	2.56	14.21	.912
	관리운영지속가능성	2.03	10.82	.719
관광마케팅전략	유비쿼터스관광	3.29	42.85	.893
	해양관광	2.31	20.46	.831
	농촌관광	2.08	11.02	.768

3. 확인요인분석과 타당성분석

가. 확인요인분석

확인요인분석을 통해 살펴보면, GFI(Goodness of Fit Index: $\geq .90$ 바람직), AGFI(Adjusted Goodness of Fit Index: $\geq .90$ 바람직), RMR(Root Mean Square Residual: .05보다 적을수록 바람직), RMSEA(Root Mean Square Error of Approximation; .05~.08 바람직), NFI(Normed Fit Index: $\geq .90$ 바람직), χ^2 (작을수록 바람직), χ^2 에 대한 p 값 $\geq .05$ 가 바람직), CFI (Comparative Fit Index : $\geq .90$ 바람직) 등을 이용하여 살펴보면 아래 <표 9>과 같이 나타나고 있다.

<표 9> 확인요인분석

측정 척도	항목수	χ^2	df	P 값	GFI	AGFI	RMR	RMSEA	NFI	CFI
관광지이미지	2	11.8130	2	.0023	.9920	.9610	.0163	.0809	.9840	.9870
관광매력성	4	18.1680	2	.0001	.9880	.9400	.0188	.1040	.9750	.9780
관광개발 지속가능성	4	34.3760	2	.0000	.9780	.8880	.0393	.1470	.9540	.9560
관광마케팅 전략	3	12.4930	2	.0019	.9920	.9590	.0113	.0837	.9930	.9940

나. 측정변수의 타당성분석

탐색적 요인분석과 확인 요인분석을 통해 확정된 측정척도의 측정모델(measurement model)을 분석한 결과 <표 9>에서와 같이 적합도 지수는 $\chi^2 = 816.407$, $df = 278$, $p = .00$, $GFI = .923$, $AGFI = .902$, $RMR = .0361$, $RMSEA = .0509$, $NFI = .915$, $CFI = .943$ 의 값을 갖는 것으로 나타나 구조모형을 분석하는데 큰 무리가 없는 것으로 나타났다. 한편, 측정모델에 이용된 구성개념들의 크론바알파는 일반적으로 요구되어지는 수준인 .60 이상 보다 높은 .74-.89의 값을, 측정모델에 이용된 4개의 구성개념 신뢰도(construct reliability)는 .75-.89의 값을, 척도분산 중 특성(trait)에 설명되는 비율을 뜻하는 평균분산추출 값(Average Variance Extracted: AVE)은 .51-.66의 값을 갖는 것으로 나타났다. 이와 같은 결과는 구성개념 신뢰도에서 기준값인 0.7과 AVE 0.5의 기준값 보다 높은 것으로 나타났다. 따라서 이 항목들은 해당구성개념들에 대한 대표성을 가지고 있으며 이 항목들을 이용하여 구성 개념들 간에 관련성을 분석하는 것이 적절한 것으로 보인다. 한편 척도의 판별타당성(discriminant validity)은 2가지 방법으로 평가하였다. 먼저 변수들 간의 성격이 서로 다른가를 알아보기 위하여 상관계수 값의 절댓값이 1보다 작은가를 살펴보았다. 분석결과 판별타당성의 정교한 분석을 위하여 AVE값이 구성개념간의 상관계수의 제곱 값을 상회하는 여부를 검토하였다(Fronell & Larcker, 1981). 즉, 두 구성개념들에 대한 변수들 간의 AVE값이 그 구성개념간의 상관계수 자승 값 보다 크면 판별타당성이 있는 것이다. 검토결과 <표 10>에서와 같이 구성개념들의 AVE 값은 .51-.66인 반면에 상관계수 자승값은 .06-.52로 나타나 본 연구모델에 이용된 구성개념들의 척도들은 판별타당성을 보여주고 있다.

<표 10> 타당성분석

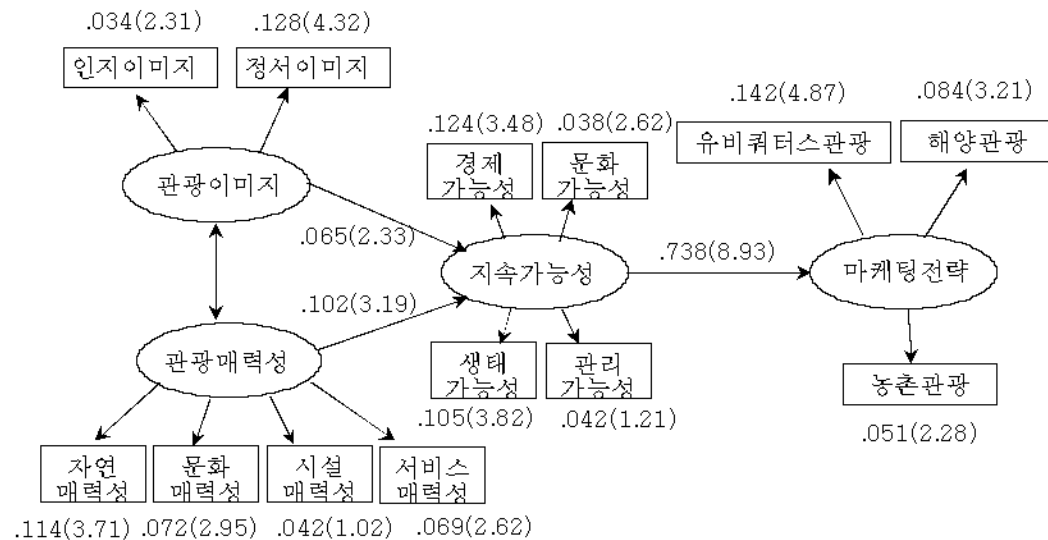
척도	평균	표준 편차	구성개념간의 상관관계 ^a			
			1	2	3	4
1. 관광지이미지	3.09	.53	1.000			
2. 관광매력성	2.73	.63	.343* (.117)	1.000		
3. 지속가능성	2.95	.63	.305* (.093)	.238* (.056)	1.000	
4. 관광마케팅전략	3.08	.72	.640* (.409)	.336* (.112)	.314* (.098)	1.000
Cronbach α			.82	.86	.85	.82
구성개념 신뢰성			.75	.75	.77	.77
AVE ^b			.50	.56	.56	.55
모델적합도:	χ ² = 816.407, df = 278, p = .00, GFI = .923, AGFI = .902, RMR = .0361, RMSEA = .0509, NFI = .915, CFI = .943					

* 상관계수는 0.01 수준에서 유의하며(양방향), ()의 수치는 상관계수의 자승값을 나타냄.
a. 상관계수의 표준오차추정구간(two standard-error interval estimate)이 1을 포함하지 않음.
b. AVE(Average Variance Extracted)

3. 가설의 검증

가설을 검증하기 위해 Lisrel 8.3을 이용하여 연구모형의 구조관계를 살펴보면 <그림 2>와 같이 χ² = 863.911, df= 287, p= .000, GFI= .919, AGFI=.900, RMR=.0389, RMSEA=. 0518, NFI=.912, CFI=. 940로 구조모형이 적합하게 나타나고 있다.

<그림 2> 연구모형의 검증



첫째, 관광지 이미지가 관광개발 지속가능성에 영향을 줄 것이라는 가설 1을 검증한 결과, 경로 계수 값은 .065, t 값은 2.339로 $p=.00$ 수준에서 유의적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 가설 1은 지지되었다. 둘째, 관광매력성이 지속가능성에 영향을 줄 것이라는 가설 2를 검증한 결과 경로계수 값은 .1023, t 값은 3.193으로 $p=.00$ 수준에서 유의적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 가설2는 지지되었다. 셋째, 관광개발의 지속가능성이 관광개발에 영향을 줄 것이라는 가설 3를 검증한 결과는 경로계수 값은 .738 t 값은 8.931로 $p=.00$ 수준에서 유의적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 가설 3은 지지되었다. 각 구성 개념들 간의 직접 및 간접 효과를 보여주는 구조모델분석 결과를 표로 나타내면 <표 11>와 같다.

<표 11> 제안모델의 LISREL 추정결과

가설	경로	직접효과		간접효과	
		경로계수	t값	경로계수	t값
H1	관광지이미지→지속가능성	.065	2.339	-	-
H2	관광매력성→지속가능성	.102	3.193	-	-
H3	지속가능성→관광마케팅전략	-	-	.738	8.931

$\chi^2 = 863.911$, $df = 287$, $P = .000$, $GFI = .919$, $AGFI = .900$, $RMR = .0389$, $RMSEA = .0518$, $NFI = .912$, $CFI = .940$

이러한 연구결과를 통해, 강서지역 관광지 이미지가 인지적 이미지보다 정서적 이미지가 더 높게 영향을 주고 있으며, 관광매력성도 자연매력성이 다른 매력성보다 높게 영향을 주고 있음을 발견할 수 있었다. 관광개발의 지속가능성도 경제적 지속가능성이 매우 높게 나타났으나, 생태적 지속가능성도 높게 나타나고 있어, 강서지역의 관광개발 지속가능성은 경제적 효과외에 생태 환경적 지속가능성을 중요하게 고려하여야 할 것으로 판단된다. 또한, 관광마케팅전략으로 유비쿼터스 관광과 해양관광이 매우 높게 나타나는 반면, 농촌관광은 낮게 나타나고 있어, 강서지역의 첨단복합물류 기능이 강화되고 부산신항을 중심으로 유비쿼터스 관광개발이 중시되어야 할 뿐만 아니라 한중일 해양크루즈 결절지점으로 해양관광의 위상도 높아지고 있어 가덕 해양관광 테마파크가 필요할 것으로 판단되고 있다.

V. 결론

본 연구를 통해 강서지역의 관광지 이미지와 관광매력성이 관광개발 지속가능성에 어떻게 영향을 주고, 관광마케팅전략을 결정하는데 주요한 시사점을 제공하는지 살펴볼 수 있었다.

첫째, 강서지역의 관광지 이미지는 인지적 이미지보다 정서적 이미지가 크게 작용하고 있어, 을숙도 철새도래지나 육소장망 전통어로와 같은 지역토속성이 강한 관광자원에 대해 매우 높게 소구하고 있으며, 일반적인 강서지역의 이미지보다 강서를 보다 많이 경험할 수 있는 관광객 참여지향 프로그램의 개발이 필요한 것으로 나타나고 있다.

둘째, 강서지역의 관광매력성은 자연매력성이 가장 크게 작용하고 있어, 강서지역의 생태관광 자원을 보존하고, 가덕해안경관과 등대체험을 체계적으로 개발하여 강서관광코스로 개발할 필요가 있는 것으로 사료된다. 또한, 향후 가덕 해양관광단지가 조성되고 요트마리나와 크루즈노선이 취항하게 될 때 외항에서 가덕도와 강서를 바라보는 해안경관의 매력성이 부각될 수 있도록 경관을 관리하고 이러한 경관체험 프로그램을 운영하여야 할 것이다.

셋째, 강서지역의 관광개발 지속가능성에서 경제적 지속가능성과 생태환경적 지속가능성이 높게 나타나고 있어, 지역주민의 생활수준을 고려하면서 강서지역 생태경관과 자연해설 프로그램이 적절하게 조화되도록 설계하고 조성하여야 할 것으로 판단된다. 이는 기존 대부분의 개발을 통해 많은 지역주민이 유출되고, 지역에 대한 애정이나 자긍심이 없는 유입인구가 범람하게 되면, 지역자원과 토속성에 대한 애착이나 긍지도 약화되어, 관광지가 가지는 본연의 고유성을 상실하게 되는 결과를 가져올 수 있다. 따라서, 강서지역의 자연성을 높이는 한편, 생태환경의 수준을 제고하는 조화로운 관광마케팅전략을 검토하여야 할 것이다.

넷째, 강서지역의 관광마케팅전략은 유비쿼터스 관광이 가장 높게 나타나고 있으며, 해양관광이 같이 고려되어야 할 것으로 판단된다. 특히, 낙동강 워터프론트지역을 유비쿼터스 인공지능형 시스템으로 실시간 오염방지와 처리, 맥도강이나 지사천 주변 바이오연구단지를 조성하여, 효과적으로 낙동강 워터프론트를 방재하고 보존할 수 있을 때 강서지역의 관광기반이 조성되는 것이라 할 수 있다.

이러한 연구결과를 토대로 강서지역의 관광지 이미지를 홍보하고, 관광매력성을 개발하여, 지역주민과 자연환경을 동시에 고려하는 지속적인 관광마케팅전략을 통해 유비쿼터스 관광자원과 해양관광자원으로 발전할 수 있는 다양한 기대효과를 도출할 수 있게 된다.

한편, 본 연구의 한계점은 다음과 같다.

첫째, 본 연구는 강서지역의 관광지 이미지에 한정하여 관광매력성을 살펴보고, 관광개발 지속가능성과 관광마케팅전략을 고려하여, 일반화된 연구결과를 도출할 수 없다는 한계를 가지고 있다. 이는, 근교농업의 새로운 방향성을 모색하는 한 계기는 마련할 수 있지만, 지역이 가지는 내재된 특성을 포괄적으로 반영할 수 없다는 문제점을 가지게 된다. 이러한 문제점을 보완하고, 다양한 지역특성을 고려할 수 있는 관광지 이미지, 관광개발 지속가능성, 관광매력성의 지수를 도출할 수 있도록 전국적인 단위에서 연구가 진행되어야 할 것이다.

둘째, 본 연구는 관광지 이미지나 관광매력성, 관광개발 지속가능성의 상대적 중요성을 고려하는 분석기법을 적용하지 못한 한계를 가지고 있다. 향후, 분석기준의 상대비교가 가능한 AHP기법으로 분석할 필요성이 제기된다. 최근들어, 상대비교에 의한 다양한 의사결정기법이 등장하고 있으며, Expert choice나 BSC지표를 창출하여 비교할 수 있는 연구가 진행되어야 할 것이다.

셋째, 본 연구를 통해 강서지역의 관광마케팅전략을 정책적으로 도출하고자 결과변수를 강서지역의 관광마케팅전략으로 의도적으로 한정된 한계를 가지고 있다. 관광지 마케팅에 관한 많은 연구들이 일반적인 이론적 근거나 관계구명에 한정되어, 실제로 지방자치단체가 특정한 관광개발이나 사업에 대해 투자우선순위를 결정하거나, 의사결정을 내려야 할때, 투자되는 사업이나 관광마케팅전략의 실제적인 효과나 영향을 검토하거나 평가할 수 있는 다양한 기법들이 제공되어야 한다. 이상과 같이 본 연구의 한계를 차후 연구과제로 실제적인 지방자치단체의 관광개발투자나 논리적 근거를 제공할 수 있도록 보다 심도있는 논의를 지속적으로 진행해야 할 것이다.

참 고 문 헌

- 김남조, 조광익(1998), 지속가능한 관광개발과 지역주민참여, 한국문화관광정책연구원
김대관(2001), 지속가능한 관광개발 지표연구, 한국문화관광정책연구원
김동렬(2000), 지속가능한 관광의 지표개발에 관한 연구, 서울대학교대학원 석사논문
김병국, 박석희(2001), 관광지 이미지의 형성에 관한 연구, 관광학연구, 25(1)
박의서(1999), 한국 관광이미지 결정요인에 관한 연구, 경기대학교 대학원 관광경영학과
이상봉(2002), 관광지 이미지가 관광지 선택에 미치는 영향에 관한 연구, 경기대학교대학원 석사학
위논문
조명환(2006), 관광목적지로서의 부산이미지에 관한 연구, 관광레저연구, 제18권 제3호
최영국(2001), 환경용량과 지속가능한 관광개발, 지속가능한 관광, 일신사
Campbell, L(1999), Ecotourism in rural developing communities, Annal of Tourism Research, 26(3)
Cater, E(1993), Ecotourism in the Third World: problems for sustainable tourism development, Tourism Management, 14(2)
Jamal. T, Gets.D(1999), Community Round Tables and Consensus: The Dialoetics of Consensus and Process Structures, Journal of Sustainable Tourism, Vol.7, No, 3&4
Paul, J. Cloke, Chris(1985), Park, Rural Resource Management ,Croom Helm Ltd, London
Regina, S(2002), tourism for development: empowering communities, Pearson Education Asia, Ptd Ltd,
WECD(1987), Our Common Future, Brundtland Commission's Report, Oxford University
Wight, P. A(1996), Planning for success in sustainable tourism, presentation to 'Plan for Success' National Conference of the Canadian Institute of Planner, Saskatoon
WTO(1993), Sustainable Tourism Development, Guide for Local Planner, Madrid
WTO(2002), World Tourism Stalls in 2001