



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](#)

경영학석사 학위논문

해수욕장 이용객의 선택속성이 전반적
만족도 및 행동의도에 미치는 영향

- 부산해수욕장을 중심으로 -



2008년 8월

부경대학교 대학원

경영학과

심미숙

경영학석사 학위논문

해수욕장 이용객의 선택속성이 전반적
만족도 및 행동의도에 미치는 영향
- 부산해수욕장을 중심으로 -

지도교수 : 전재균

이 논문을 석사학위논문으로 제출함.

2008년 8월

부경대학교 대학원

경영학과

심 미 숙

심미숙의 경영학석사 학위 논문을 인준함.

2008년 8월



주 심 관광레저학박사 양 위 주 印
위 원 호텔관광경영학박사 설 훈 구 印
위 원 관광경영학박사 전 재 균 印

<차 례>

I. 서론	1
1. 문제의 제기	1
2. 연구의 목적	2
3. 연구의 범위 및 방법	3
1) 연구의 범위	3
2) 연구의 방법	4
II. 이론적 배경	6
1. 해수욕장의 개념적 이해	6
1) 해수욕장의 역사적 배경 및 정의	6
2) 해수욕장의 경관적 특성과 관광적 가치	8
3) 우리나라 해수욕장 현황	11
4) 부산의 해수욕장 현황	12
2. 선택속성 이론적 고찰	15
1) 관광지 선택 속성	15
2) 선행연구 비교를 통한 해수욕장 선택속성 도출	20
3. 관광객 만족	24
4. 관광객 행동의도	28
III. 조사설계	29
1. 연구모형	29
2. 가설설정	30
1) 선택속성과 만족과의 관계	30

2) 선택속성과 행동의도간의 관계	30
3) 만족과 행동의도간의 관계	30
3. 조사의 설계	31
1) 조사의 목적	31
2) 조사대상의 선정 및 방법	32
4. 변수의 조작적 정의	32
1) 해수욕장 선택속성	32
2) 관광객 만족	32
3) 관광객 행동의도	33
5. 설문지 구성	33
6. 자료의 수집과 분석 방법	34
1) 자료의 수집	34
2) 분석방법	34
IV. 실증 분석	36
1. 표본의 특성	36
1) 인구통계학적 특성	36
2) 이용자 성향 분석	37
3) 해수욕장 선택속성에 대한 해수욕장별 기술통계분석	39
2. 변수의 타당성 및 신뢰성 검증	44
1) 해수욕장 선택속성에 대한 타당성 검증	44
2) 해수욕장 선택속성에 대한 신뢰성 검증	47
3) 해수욕장별 및 인구통계적 특성에 따른 요인간 차이검증	48
3. 가설 검증	55
1) 해수욕장 선택속성의 만족도에 미치는 영향 분석(H1)	55
2) 해수욕장 선택속성이 행동의도에 미치는 영향 분석 (H2)	56

3) 해수욕장 전반적 만족도가 행동의도에 미치는 영향 분석 (H3)	58
V. 결 론	60
1. 분석결과 요약	60
2. 연구결과 시사점	62
3. 연구의 한계	64
4. 미래의 연구방향	64
참고문헌	66
1. 국내문헌	66
2. 국외문헌	68



〈표 차례〉

<표 1> 관광지 선택속성에 관한 선행연구	19
<표 2> 선행연구비교를 통한 해수욕장 선택속성 도출	22
<표 3> 해수욕장 선택속성	23
<표 4> 표본의 인구통계학적 특성	37
<표 5> 표본의 해수욕장 이용 특성	38
<표 6> 전체 해수욕장 이용객의 선택속성 기술통계분석	39
<표 7> 해운대해수욕장 이용객의 선택속성 기술통계 분석	40
<표 8> 광안리해수욕장 이용객의 선택속성 기술통계 분석	41
<표 9> 송정해수욕장 이용객의 선택속성 기술통계분석	42
<표 10> 송도해수욕장 이용객의 선택속성 기술통계분석	43
<표 11> 요인분석결과	45
<표 12> 신뢰성 검증 결과	47
<표 13> 해수욕장별 이용객의 선택속성요인 차이분석	49
<표 14> 성별에 따른 선택속성 차이분석	50
<표 15> 연령별에 따른 선택속성 차이분석	51
<표 16> 직업별에 따른 선택속성 차이분석	52
<표 17> 학력별에 따른 선택속성 차이분석	53
<표 18> 소득별에 따른 선택속성 차이분석	54
<표 19> 해수욕장 선택속성이 전반적 만족도에 미치는 영향분석	55
<표 20> 해수욕장 선택속성이 재방문의도에 미치는 영향분석	57
<표 21> 해수욕장 선택속성이 추천의사에 미치는 영향분석	58
<표 22> 해수욕장 만족이 재방문의도에 미치는 영향분석	59
<표 23> 해수욕장 만족이 추천의사에 미치는 영향	59

〈그림 차례〉

<그림 1> 연구모형	29
-------------------	----

The Effect of Beach Selection Attributes on Overall
Satisfaction and Behavior Intentions : Focused on Busan
Beaches.

Shim, Mi Sook

*Department of Tourism Management
The Graduate School
Pukyong National University*

Abstract

This study examines the relationship between the attributes of destination selection (beach) and satisfaction and behavior intention on four major beaches in Busan through empirical analysis. Many studies have been conducted in the field of selection attributes, tourist satisfaction, the revisiting, recommendation will study on selection attributes, revisiting, satisfaction of beach is still insufficient. Therefore, this study examines through the selection attribute of beach, the attribution of the visitor that uses beaches and how it effects in general satisfaction and revisiting and behavior intentions by drawing the selection attribute of beach. This study is to provide advantageous information for tourism marketing that can increase the number of tourists of the destination(beaches) and to draw revisiting of the

tourists.

Firstly, the most important factor in satisfaction and behavior intention of selection attribution is safety · sanitation. Therefore, for the beach management, differentiated services in safety · sanitation should be deliberated.

Secondly, discriminable marketing strategy is needed considering the beach accessibility because the accessibility to beach is a influencing factor, Therefore regional transportation and location in beach areas should be considered for the differentiated marketing. Also to attract revisiting tourists and improve tourist satisfaction, assurance of spacious parking lots, improvement of transport networking, introduction of water taxi and bus, and construction of water taxi terminal is needed.

Thirdly, it is important to manage the cost in tourist destination in a good way because the cost of merchants affects on satisfaction and behavior intention. The lower cost can be an influencing factor in intention of revisiting and recommendation.

Fourthly, unique and traditional local foods and merchants should be provided because they have been one of the influencing factors. So it is important to make and develop special character products like key rings and products of water-side excursion as well as local products.

Finally. to develop tourism promotion activity, various programs that the tourists can participate in should be provided. Those programs can attract more tourists as well as stimulating the tourists who want to revisit the destination.

I. 서론

1. 문제의 제기

사회경제구조의 변화로 인하여 21세기는 문화관광, 레저·스포츠관광, 생태관광, 모험관광, 해양형 크루즈 관광 등으로 그 관광형태가 변화할 것으로 보인다(Neuman, 1999). 최근의 관광 수요 패턴의 변화로 보다 다양한 해양레저관광 욕구가 강하게 증가하고 있으며 이에 따른 해양에 관한 소재 개발 필요성이 높아지고, 다양한 해양관광지 개발이 필요한 실정이다. 해양은 다양한 요소를 골고루 갖추고 있어 상품개발이 가능하므로 지중해의 인근 국가들과 일본 등에서는 이미 해양관광지 개발 분야에서 다양하게 많은 상품이 운영되고 있다.

최근 우리나라 관광유형이 산악→스키→골프→해양 등으로 변모해 가는 과정 중에 있는데 (김성귀, 1998), 일반적인 상품 라이프사이클 상으로 비교해 본다면 산악관광은 성숙기를 지나고 있다고 볼 수 있고, 1990년대 초반부터 시작된 스키는 성장단계, 골프는 대중화되기 시작한 3~4년 전부터 급격히 늘어나 성장진입단계에 있다고 볼 수 있다. 이와 더불어 전통적인 해양관광인 해수욕, 낚시 등을 제외한 윈드서핑, 스킨스쿠버, 요트, 마리나와 같은 스포츠형 해양관광은 도입초기 단계라고 볼 수 있다.(성기만 2002)

특히 여름철을 중심으로 해양관광활동이 집중적으로 이루어지고 있으며, 이중 50%이상이 해수욕장을 중심으로 실시되고 있다. 해수욕장의 이용객은 2001년 6천3백만명에서 2004년 9천3백만명, 2005년 만천백만명으로 갈수록 증가하고 있다.(해양수산부, 2006) 최근 들어 주5일 근무제 시행과 교통망이 발달되면서 해수욕장은 여름철 한시적 이용뿐만 아니라 비수기 주말형 관광패턴 또한 늘어나고 있는 추세이다.

이처럼 해수욕장의 여가 및 관광수요가 지속적으로 증가함에도 불구하고

해수욕장 기반시설이나 서비스 등에 대한 이용객의 만족도는 아직까지 낮게 평가되고 있다.(박상우, 2005) 따라서 다양화된 이용객의 욕구를 충족시키기 위해서는 개별 해수욕장간 차별화된 이미지를 만들고 관광객 유치에 보다 적극적인 자세와 독창적 서비스를 제공하지 않으면 안된다. 그러나 다른 관광지에 대한 연구들은 활발하게 이루어지고 있으나 해수욕장에 관한 연구는 거의 이루어지지 않았다. 따라서 해수욕장 관광객의 선택속성은 어떻게 이루어지고 있으며, 그 결과 해수욕장 관광객의 만족, 재방문, 추천의사에 대한 연구는 의의가 있을 것이다.

본 연구에서는 현재 학문적 토대가 미흡한 해수욕장의 이론적 고찰과 함께, 해수욕장을 찾는 관광객을 대상으로 해수욕장 이용객의 해수욕장 선택요소를 파악하여, 선택속성을 도출하고, 그에 따른 분석결과를 바탕으로 해수욕장 이용객 유치 전략 및 보다 효과적인 해수욕장 마케팅전략에 도움을 주고자 한다.

2. 연구의 목적

관광객이 해수욕장을 선택하는데 있어서 해수욕장의 선택속성이 관광객에게 그 해수욕장에 대한 이미지를 형성하게 하며 관광객은 이를 바탕으로 해수욕장을 선택하게 된다.

따라서 본 연구의 목적은 관광객이 해수욕장을 선택할 때 어떠한 속성을 가지고 선택하는지를 파악하기 위하여, 관광지 선택속성을 토대로 해수욕장 선택속성을 규명하고, 의미있는 요인들을 추출한 후 분석결과를 토대로 그러한 속성들이 어떻게 관광객들에게 인지되고 있는지를 살펴봄으로서 해수욕장의 효율적인 마케팅 전략 방안을 제공하고, 향후 해수욕장 이용객의 추세 및 변화를 반영하여 해수욕장 발전방향을 제시하는데 연구목적이 있다.

이러한 연구의 목적을 달성하기 위한 구체적인 목표는 다음과 같다.

첫째, 기존의 문헌과 선행연구를 바탕으로 관광지 선택속성에 대한 이론을 확립하고, 체계화한다. 둘째, 해수욕장 선택속성에 관한 영향요인들을 파악하고, 각 해수욕장별, 인구통계학적 특성별 선택속성의 차이가 있는가를 분석하고자 한다. 셋째, 해수욕장 선택속성에 대한 중요도가 있는지를 분석하고자 한다. 넷째, 해수욕장 선택속성이 만족과 행동의도에 미치는 영향을 알아보하고자 한다. 다섯째, 해수욕장 선택속성이 만족과 행동의도에 미치는 영향을 토대로 해수욕장의 관광객 유치 전략 도출 및 관광발전을 위한 효율적인 마케팅 방안을 제시하고자 한다.

3. 연구의 범위 및 방법

1) 연구의 범위

선행연구들을 살펴보면 관광지를 찾기 전에 중요하게 고려했던 선택속성이 관광지를 이용하면서 상황이나 다른 환경에 의해 희석될 수 있고, 오히려 이용후의 평가가 만족과 재방문의도에 영향을 미친다는 연구(Woodruff, 1997)의 결과를 통해 해수욕장을 이용하기 전의 선택속성보다 이용 후의 관광객이 평가하는 해수욕장의 속성평가가 더 유용하리라고 판단된다. 따라서 본 연구는 부산의 해수욕장 이용객을 대상으로 하였고, 조사 시기는 해수욕장 이용객이 가장 많을 것으로 판단되는 2007년 7월 28일부터 8월 5일까지 실시하였으며, 조사지역은 해운대해수욕장, 광안리해수욕장, 송도해수욕장, 송정해수욕장으로 선정하였다.

2) 연구의 방법

본 연구의 방법으로 문헌연구와 실증연구를 병행하였다. 문헌적 연구를 위하여 국·내외의 관련서적 및 논문, 각종 간행물과 통계자료, 인터넷 등을 활용하여 이론과 선행연구를 고찰하였다.

본 연구의 수행을 위하여 선행연구에서 얻어진 이론적 근거를 바탕으로 도출된 해수욕장 선택속성을 관광만족, 행동의도 등의 변수들과 관계를 설정하여 연구가설과 모형을 도출하였다.



연구의 흐름도

서론		
1. 문제의 제기	2. 연구의 목적	3. 연구의 범위 및 방법



이론적 배경			
1. 해수욕장의 개념적 이해	2. 선택속성 이론적 고찰	4. 관광객 만족	5. 관광객 행동의도



조사설계		
1. 연구모형	2. 가설설정	3. 자료의 수집과 분석



실증분석		
1. 표본 특성	2. 변수의 타당성 및 신뢰성 검증	3. 가설검증



결론		
1. 분석결과 요약	2. 연구결과 시사점	3. 연구의 한계와 미래 연구방향

II. 이론적 배경

1. 해수욕장의 개념적 이해

1) 해수욕장의 역사적 배경 및 정의

그리스의 역사학자인 Herodote(BC 484~BC 425)는 ‘태양과 바다는 여성 질환을 비롯한 모든 질병에 중요한 역할을 한다’고 해수욕을 예찬하였으며, 그 외 Hippocrate, Galien, Platon과 같은 위인들도 해수욕을 권장하기도 하였다.

근대적 의미의 해수욕은 18세기 중반 영국의 의사인 Charles Russel이 ‘해변 공기를 호흡하고 바다에 몸을 담그며 바닷물을 마시면 의료 효과가 크다’고 주장하면서 해변에 환자를 모아 실행한 것이 근대 해수욕의 시초라고 알려져 있다. 영국에서는 18세기에 이미 전국에 60여 곳의 해수욕장이 운영되었고, 그 후 연구와 경험을 통하여 해수욕이 육체적인 건강뿐만 아니라 정신적인 건강에도 매우 유익하다는 사실이 알려지고 해변레저를 비롯한 활동이 다양화되면서 해수욕은 치료의 영역에서 레저의 영역으로 발전하게 되었다.

“海水浴”이란 용어의 기원은 일본 메이지시대의 육군 군의총감이었던 마쓰모토준에 의해 한자로 번역되어 보급된 것으로 알려져 있고, 1885년 일본 최초의 해수욕장이 카나가와현 테루가사키해안에서 개장됨으로써 아시아 지역에서도 근대적인 해수욕장 보급이 시작된 것으로 알려져 있다.

우리나라에서는 19세기 후반 유럽의 선교사들이 서해 몽금포 및 원산 송도원에서 해수욕을 즐겼다는 기록이 있으며, 공식적인 최초의 공설 해수욕장은 일제강점시기인 1913년에 개장한 부산 송도해수욕장으로 알려지고 있

다. 한편 인천의 송도해수욕장은 1937년 최초의 인공해수욕장으로 조성되어 개장된 기록이 있다.(해양수산부, 2006)

“해수욕(Sea-bathing)”이란 일반적으로 건강증진·피서·레크리에이션 등을 목적으로 바닷물에 몸을 씻는 행위로, 원래는 건강회복이나 건강증진을 위한 원시적인 자연치료요법이었으나, 오늘날에는 바다와 바닷가에서 수영 등의 활동을 포괄적으로 의미하고 있으며 “해수욕장”이란 이러한 해수욕 행위가 이루어지는 장소를 말한다. 해수욕장으로 활용되는 해변은 주로 지형이 평탄하고 바다로의 접근이 용이한 모래나 자갈로 구성된 곳이다. 해수욕장의 범위를 엄밀하게 말하면 해수욕 행위를 하는 공간, 즉 일부 수영이 가능한 해변과 배후해안을 포함하는 공간을 의미하지만, 일반적으로 주변의 배후시설과 기반시설을 포괄적으로 포함하는 뜻으로 인식되고 있으며 해수욕 목적의 이용객이 활동하는 공간범위까지 포함하는 광범위한 권역으로서의 의미를 가지고 있다.

서구에서는 해수욕장을 ‘해변(beach)’의 개념으로 정의하고 있으며, 이 해변의 개념은 해수욕만을 위한 공간으로는 인식되지 않고 있다. 주로 해안지형 중 모래해안으로 이루어진 곳을 의미하며 바다수영, 서핑, 선텐, 해변스포츠 등 레저활동의 공간으로서 뿐만 아니라, 연안침식에 대한 완충지역으로서의 역할과 바다거북, 바다새, 저서생물, 산호초와 같은 해양생물의 서식지로서 기능이 강조되어 자연생태계의 중요한 부분으로 다루어지고 있다. 해수욕의 역사는 인간이 해변에서 생활하기 시작한 시점까지 거슬러 올라갈 수 있지만, 최초의 기록으로는 ‘구약성서’에서 나타난 이집트인들의 목욕으로 알려져 있다.

해수욕장은 일반적으로 평탄하고 균질한 기질로 이루어져 있고 쾌적성이 뛰어난 모래해안을 중심으로 발달해 있다. 해양관광지중 가장 대표적인 비치형(Beach Type) 해양리조트, 즉 해수욕장에 대한 명확한 정의는 없으나

일본 관광협회¹⁾는 “불특정 다수인이 스포츠 또는 레크리에이션으로서 안전하게 유명하거나 즐기기 위해 필요한 시설과 환경, 관리기구를 갖춘 공공적인 해변”으로 규정하고 있다.

최근 들어서는 해수욕장 모래사장, 해수면을 공유하는 레저활동 증가에 따라 해수욕장 배후지의 도시적 환경과 해수욕장 주변의 관광자원을 조화롭게 정비함으로써 종합적인 해양리조트로 전환시켜 나가는 추세에 있다.

현재 우리나라는 학문적, 제도적 측면에서 해수욕장에 대한 인문·자연 조건에 대한 명확한 구분은 없고, 통상적으로 해수욕장은 모래해변이 길고, 적정 수심을 확보하고, 조용한 바다 그리고 비교적 온화한 기후와 함께 다양한 해양레크레이션 활동에 적합해야 한다고 언급하고 있다.

2) 해수욕장의 경관적 특성과 관광적 가치

해수욕장은 입지에 따라 다소 상이한 환경적 특성을 가지고 있으나 육역과 수역이 융합되는 교차지점이라는 특수한 환경으로 독특한 물리적 요소인 생산성·다양성·위락성·방향성 뿐만 아니라 정신적 요소로서 어메니티·개방성·문화성·역사성 등의 속성을 지니고 있다.

(1) 경관적 특성

해수욕장은 넓은 수면 조망으로 인한 개방적인 경관 제공과 함께 주변 환경과의 조화가치가 높아 경관연출이 매우 중요한 요소로 부각되고 있다.

경관은 보여지는 대상과 그것을 보는 사람과의 상대적인 위치관계에 따라 매우 다양하게 변화한다.

해수욕장의 경관적 특징은 시점과 대상간에 수면의 2차원적인 광대함이 있기 때문에 시야의 일부에는 반드시 수면이 포함되고 물을 어떻게든 경관

1) 일본관광협회, 해양성 관광지 계획의 안내, 1987.

가운데 포함시켜야 하는 것이 매우 중요하다.

해수욕장 경관연출의 핵심요소²⁾는 재료와 채색의 조화, 스카이라인의 통일, 슬릿(Slit)³⁾의 확보, 전망의 확보, 조망의 확보, 식재의 축진, 랜드마크의 형성이다. 따라서 이들의 좋고 나쁨에 따라 해수욕장에 대한 이미지가 달라지게 된다.

① 심미적 특성

해수욕장은 인간의 본능이라 할 수 있는 평온함과 친수감을 제공한다. 특히 인간의 심리적 요소와 지식의 87%를 시각을 통해 얻는다⁴⁾고 하는데서 알 수 있듯이 평온함을 제공해 주는 해수욕장의 가치는 매우 높다고 볼 수 있다.

한편 해수욕장 일원의 각종 관광시설 도입 및 관광프로그램 연출 시에 필요한 거리는 인간의 동작을 식별할 수 있는 한계거리라고 일컬어지는 135m(45ft)를 반드시 고려할 필요가 있다.

② 개방성과 공간의 연속성

해수욕장은 내륙지의 폐쇄된 생산공간과는 달리 개방된 활동공간으로서 다양한 활동을 직접 눈으로 볼 수 있는 개방성을 가지고 있다.

또한 도시내륙지 개발에 있어서는 한정된 공간적 제약이라는 물리적 영향을 받을 수 있지만 넓은 수역을 가진 해수욕장은 해양토목기술의 발달로 해수욕장 전면 깊은 대수심의 무한한 해역공간까지도 다양한 경제공간으로 활용할 수 있는 공간적 연속성을 지니고 있다.

③ 방향성과 도시의 랜드마크 기능

2) 워터프론트의 경관설계, 일본토목학회편/배현미, 김종하, 김경인 역, 보문당, 1991.

3) Slit는 틈새, 사이를 의미

4) Wesley E. Woodson, Designer를 위한 인간공학, 창문각 1983.

도시 속에 탁 트인 바다를 향해 입지해 있는 해수욕장은 지역전체가 시야에 들어오게 됨으로서 도시의 위치를 보다 쉽게 판단할 수 있을 뿐 아니라 해수욕장은 도시의 위치관계를 보다 쉽게 구분하고, 이해하는데 도움이 되는 도시의 지표가 될 수 있다.

(2) 관광적 가치

① 새로운 미래산업 공간

물이라는 요소가 생명의 존립을 좌우하는 근원이 되며, 역사적으로 모든 산업이 물을 발전의 근원으로 삼아왔듯이 광대한 수변을 끼고 있는 해수욕장도 임해도시의 활력제공과 더불어 미래 도시발전의 매우 중요한 공간적 요소가 될 수 있다.

어업이나 항만활동의 중요한 거점으로서 물 의존형의 1·2차산업이 발달되어 온 과거의 해수욕장은 그 동안 단순한 조망형 여가공간이나 해수욕 기능이 전부였고, 도시의 생산기능으로서의 역할은 미약했다.

그러나 미래의 해수욕장은 관광산업 측면에서 볼 때, 새로운 도시산업의 육성·부화공간(Incubation Space)으로서 매우 중요한 도시공간적 요소가 될 것이다.

② 시민여가 및 관광적 기능

해수욕장은 그 자체가 자연이라는 특성과 함께 바다냄새, 파도소리, 수평선 등 도시민이 일상생활에서 접하기 어려운 차별적인 분위기가 존재하고 있다.

도시의 매우 중요한 공공재의 하나인 해수욕장은 물 그 자체 또는 수변공간이 가지고 있는 다양한 자연적 요소와 도시의 인공적 요소를 융합시켜 여가 및 도시리조트 공급공간으로 창출이 가능하다. 즉 관광적·경관적 매

력을 지니고 있는 해수욕장은 여가·관광·레크리에이션 등과 같은 최상의 도시리조트의 공급공간이 될 수 있다.(최도석, 2006)

3) 우리나라 해수욕장 현황

우리나라의 해수욕장은 4계절 기후 특성상 7~8월 약 6주 동안만 주로 이용하는 계절적인 한계를 보이고 있다. 우리나라의 해수욕장 개장기간은 주로 7월에 개장하여 8월까지 운영하고 있으며, 해수욕장 폐장은 8월 20일이 전체의 56.3%(196개)를 차지하고, 해수욕장 개장기간은 대부분 약 40일 정도로 나타나고 있다

이에 따라 하계절로 한정된 기간에 집중적으로 이루어지는 해수욕장 이용특성으로 비수기의 자원 이용률 저하, 성수기의 극심한 교통체증 유발, 쓰레기 및 오폐수의 급증으로 인한 환경오염 등의 문제가 매년 반복되고 있다.

우리나라 해수욕장으로 진입하는 주요 접근체계는 국도를 이용하는 접근이 가장 많고, 그 다음으로는 지방도, 고속도로, 기타 순으로 나타나고 있다.

해양수산부 자료에 의하면 우리나라 해수욕장 백사장 구성물질은 모래 해변, 자갈해변, 몽돌해변, 패사해변, 갯벌 등으로 구분했을 때, 전체 해수욕장의 약 83%가 모래해변으로 구성되어 있고, 나머지는 패사와 자갈, 몽돌 등으로 구성되어 있는 것으로 나타난 바 있다.

한편 해양수산부의 조사에 의하면 우리나라 해수욕장 정비에 따른 문제점으로는 전체 해수욕장 중 약 31.2%가 모래유실을 가장 큰 문제점으로 지적한 바 있다.

우리나라 남해안에 입지하고 있는 해수욕장은 온화한 해양성 기후와 함께 해수욕장 주변에는 수려한 자연경관 및 풍부한 문화유적이 분포하고 있

으며, 특히 남해안에는 한려해상국립공원과 다도해해상국립공원 등 두 개의 해상국립공원이 위치하고 있다. 그러나 남해안 해수욕장은 도서 및 벽지에 위치하는 해수욕장이 많아 교통 접근성이 대체로 불리한 여건에 있다.

우리나라 서해안 소재의 해수욕장은 해안이 완만하고 파도가 비교적 잔잔하다는 장점은 있지만, 조석간만의 차이가 크고, 해수의 탁도가 높으며, 백사장의 모래성분도 동해안, 남해안에 비해 양호하지 못하는 단점이 있다. 이에 따라 서해안의 해수욕장 방문객은 동해안에 비해 상대적으로 감소하는 추세에 있다.

우리나라 동해안은 단조로운 해안선을 따라 100여개 이상의 해수욕장이 분포하고 있는데, 청정해역과 양질의 모래가 장점으로 최근 들어서는 지역간 고속도로의 개통과 함께 해안도로 확장에 따라 해수욕객 방문이 급증하고 있다. 한편 동해안 해수욕장은 수심이 깊고 수온이 낮아 해수욕 기간이 짧은 것이 단점으로 대두되고 있다.

연평균 기온 14.5℃ 이상의 난대성, 해양성 기후특성을 지니고 있는 제주도에는 남국의 이미지를 풍기는 14개의 해수욕장이 분포하고 있다. 특히 검은 모래로 유명한 삼양해수욕장, 패각 백사장으로 이루어진 협재해수욕장, 문주란 자생지인 토끼섬 인근의 세화해수욕장 등이 유명하다.

지역적으로는 연간 입장객수 수백만명 이상의 대형해수욕장은 주로 부산과 충남에 주로 분포하고 있다.(해양수산부, 2002)

4) 부산의 해수욕장 현황

부산지역 해수욕장에는 해수욕장을 찾은 피서객의 불편사항 해소, 피서객의 안전관리, 공공시설의 운영관리, 해수욕장 청정 수질 확보, 유관기관과의 비상연락체계 유지 등 총체적인 운영관리를 위한 행정봉사실을 운영

하고 있다. 해운대해수욕장과 송정해수욕장의 경우는 탈의장과 샤워장을 공익단체를 중심으로 임대 관리하고 있고, 광안리해수욕장은 수영구청이 직접 운영하고 있으며, 공중 화장실, 음수대, 공중전화 등을 설치하고 있다. 또한, 송정해수욕장과 다대포해수욕장에는 야영객을 위한 텐트촌이 있어 백사장에서의 야영이 가능한 시설을 확보하고 있다.

(1) 해운대해수욕장

한국 최고의 해수욕장으로 알려진 해운대해수욕장은 침식된 해수욕장을 복원하기 위하여 매년 타지역의 모래를 반입(약 1,560m³)하여 개장 약 2개월 전부터 해수욕장 백사장을 정비해 오고 있다.

모래사장의 병조각 등 이물질 제거를 위해 Beach-Cleaner를 도입하고 트랙터와 청소차량을 상시 배치하여 백사장 청소를 실시해 오고 있다.

각종 문화행사와 조망권 확보를 위하여 파라솔 없는 구간을 100m로 확대하고, 피서객이 집중되는 7월 20일부터 8월 20일까지 약 1개월 동안 해운대해수욕장 이용객의 편의를 위해 일부 구간에 8톤이상 화물차량의 통행 제한을 실시하고 있다.

또한 해운대해수욕장 주변에는 「관광테마 거리」 조성(사업비 58억, B=6m L=640m, 한국아쿠아리움~한국콘도), 사업비 20억원이 투입된 해운대 야간경관조명거리 조성, 인터넷 무료컴퓨터 및 비즈니스센터 운영과 함께 쓰나미 등 해수욕장 해양재해 대비의 경보시스템을 구축해 놓고 있다.

특히 백사장에서 피서객의 현금보관 불편을 해소하고 투명한 요금결재를 위해 전자화폐(해운대 Summer Beach Card)를 전국 최초로 도입하여 시범적으로 운영해 오고 있다.

(2) 광안리해수욕장

교량 조명화 사업의 성공으로 전국적으로 유명한 광안대교가 전면에 펼

쳐지는 광안리해수욕장은 방문객들에게 다양한 문화시설을 제공하여 다시 찾고 싶은 해수욕장으로 만들기 위하여 테마공원 등 주변 녹지대(105m : 협진태양아파트~만남의 광장) 조성, 해변 문화센터 조성 및 어방축제, 바다 축제 등 다양한 문화행사를 개최하여 문화해수욕장으로서의 이미지를 높여 나가고 있다. 또한 쾌적한 해수욕장 조성을 위해 불법행위 단속, 파라솔 대여 피서객에게 종량제봉투(5ℓ) 무료 제공과 함께 Beach-Cleaner를 투입하여 모래사장을 청소하고, 해초 이적용 리프트 트럭을 구입하여 백사장을 관리해 오고 있다.

(3) 송도해수욕장

부산 최초의 공설 해수욕장인 송도해수욕장은 서구청에서 시행한 해중잡 제공법과 인공양빈공법을 병행한 해수욕장 모래사장 확장사업을 비롯하여 호안정비, 해안도로 확장 등의 연안정비사업(323억원), 송림공원, 거북섬 일대의 송도관광테마공원 조성사업(70억원), 친수공간 조경사업(22억원), 경관 조명 설치(15억) 등과 같은 대대적인 송도연안개발사업을 부분 완료한 바 있다. 이와 같은 성공적인 송도해수욕장 사장 확충 및 정비사업으로 2005년도에 재개장한 송도해수욕장은 제1회 현인가요제 개최를 비롯하여 각종 문화행사를 개최하고 상설무대를 설치하여 축제공간으로 활용하고 있으며, 재정비 개방 첫해인 2005년도에는 최대 인파인 320만명이 송도해수욕장을 방문한 바 있고 점차 이용객이 증가하고 있다.

(4) 송정해수욕장

해운대해수욕장 인근 동측편에 위치한 송정해수욕장도 양질의 모래와 맑은 수질을 강점으로 하고 있으나, 매년 해수욕장의 침식현상으로 타지역의 모래 반입(330m³)을 통한 백사장을 정비해 오고 있다. 특히 송정해수욕장은 그동안 군부대 전용 백사장으로 활용해 온 국방부 부지(약 14,000m²) 내에

설치되었던 군막사를 철거하고 그 자리에 파라솔(약 300여개)로 대체하는 등 개방된 해수욕장으로 탈바꿈하였다.(최도석, 2006)

2. 선택속성 이론적 고찰

1) 관광지 선택 속성

관광지는 자원의 특성과 사업주체의 특성에 맞게 적절히 구성된 요소들의 결합에 의해 특정인에게 제공하는 다차원의 많은 속성들로 이루어진다.

이때 속성이란 대상에 속하는 성질을 말하는 것으로 선택에 미치는 영향요인으로 비교 집단 별 서로 다른 선택의 결과를 요인으로 추출한것을 의미하며, 관광지 속성이란 관광자가 보고, 느끼고, 경험하는 것으로서 관광과 관련된 물질적, 사회적, 그리고 행동적 특징을 의미한다.(김향자, 1997) 따라서 관광여행자에게 있어서 관광지 속성은 매력을 제공하는 공통 요소로, 관광지 선택의 결정인자라고 할 수 있다.

관광객이 관광지를 선택하는데 있어 다양한 요인들이 작용하게 된다. 이러한 관광객의 관광지 선택 의사결정과정이나 목적지 선택행동과 그 결과에 대한 여러 학자들의 연구가 진행되어 왔다. 특히, 관광객의 행동특성을 경제학, 문화인류학, 심리학, 사회학 등 제반분야의 연구를 통해 이해하려는 학제적 접근이 이루어지고 있으며, 관광지 선택행동과 구매는 관광객의 요구와 욕구로 연계되어 이루어지게 되며, 관광지를 선택하는 의사결정과 관광지 선택행동은 관광객의 연구에 중요한 핵심요소가 되고 있다.

관광객의 관광지 선택속성의 연구는 국립공원의 선호도를 조사한 Mayo의 연구에서 시작되었다고 할 수 있으며, Mayo(1973)는 관광지로서 국립공원에 대한 관광객의 선호도를 조사하여 휴가 목적지로서 국립공원을 어떻게 지각하며 관광지의 선택기준이 무엇인지를 규명하기 위하여 연구한

결과 혼잡도, 경치, 기후를 가장 중요한 관광지 선택속성으로, 이상적 관광지는 경치가 아주 좋고 사람과 산업으로 혼잡하지 않은 관광지 그리고 쾌적한 기후를 더 선호하는 것으로 연구되었다.

Var, Turgut, Beck, Loftus(1977)는 관광지 선택속성을 자연적 요소, 사회적 요소, 역사적 요소, 오락 및 쇼핑시설, 부대시설 및 숙박시설과 음식의 5개로 분류하였다. 이 연구에서는 관광전문인(여행사직원, 호텔경영인, 관광연구자)들로 하여금 직업경험을 바탕으로 하여 5개의 주요특성과 17개의 하위특성에 대해 상대적 중요성을 평가하도록 하였다.

Richie & Zins(1978)는 8개의 일반속성(자연경관, 문화·사회적 성격, 관광지의 접근 가능성, 관광객을 맞는 태도, 부대시설, 물가수준, 스포츠·오락시설, 쇼핑 및 상업시설) 12개의 사회·문화적 요소(전통, 음식, 역사, 건축양식, 공예품, 오락활동, 예술 및 음악, 언어, 일에 대한 태도, 복장, 교육, 종교)를 제시하고 있다.

Gunn(1979)은 관광의 구성 요소로서 관광지, 매력물, 서비스와 시설, 교통, 정보 등의 5가지로 분류하였고, 이 때 관광객들의 흥미를 충족시켜주는 관광매력요소를 물리적 공급으로 설명하였다. 이러한 관광 매력요소로는 자연환경, 축제와 공연, 독특한 음식과 유흥이 있는 장소, 역사적 장소와 건물, 쇼핑, 종교 행사, 주제공원 등이 있다.

Haahiti(1986)는 관광목적지를 선택하는 결정인자와 관광지 속성에 대한 관광객의 지각과 선호의 관계를 규명하여, 관광지 속성은 화폐가치, 접근성, 스포츠 시설, 심야 유흥 및 위락, 평화롭고 조용한 휴가, 친근하고 친절한 사람들, 자연공원 및 캠핑, 문화적 경험, 아름다운 풍경, 새로운 목적지 등의 10개 관광지 속성변수를 이용하여 연구하였다.

Brent(1987)는 관광지의 접근성, 관광객 접객태도, 부대시설, 물가, 스포츠, 오락시설, 쇼핑시설을 관광지 선택속성으로 제시하고 있으며, 사회 문

화적 요인에 전통, 음악, 역사, 건축, 공예품, 오락 활동, 예술 및 언어, 일에 대한 태도, 복장, 교육, 종교 등을 제시하여 관광객에게 어떻게 인지될 것인가를 연구하였다.

이애주(1988)는 관광 행동을 유도하는 속성으로 첫째, 자연에서 주어진 속성(자연경관, 기후, 태양 및 해변, 그 지역의 특수 동물군, 특수 식물군) 둘째, 사회 및 문화적 속성(역사물, 건축양식, 예술 및 음악, 언어, 관광객을 맞는 주민의 태도) 셋째, 인위적 속성(숙박시설, 오락, 음식, 교통, 스포츠시설, 쇼핑시설)으로 나누고 관광지 선택속성으로 스포츠 시설, 수상스포츠, 역사적·문화적 흥미, 경치(자연경관), 주민의 친절함, 휴식과 휴양, 쇼핑시설, 음식, 오락시설, 숙박시설 등 10개의 속성을 선정하였다.

김원인(1994)은 위락관광지선택에 관한 연구로서 위락관광지의 관광매력 속성에 대한 인지도와 선호도를 실증적으로 분석하여 위락관광지 선택에 관한 연구를 한 것으로 관광지 선택에 영향을 미치는 주요 변수로서 인구통계적 변수, 관광목적지까지의 거리, 관광지의 매력도에 대한 객관적인 이미 지속성을 이용하여 실증분석을 하였다.

Goodrich(1997)는 여행에 대한 연구에서 관광지를 선택하는데 관광객들이 가장 높이 평가하는 속성들은 경치, 지역주민의 태도, 적절한 숙박시설, 휴식 및 긴장해소, 문화에 대한 흥미, 음식, 수상스포츠, 쇼핑시설, 유희, 골프 및 테니스 등으로 정의하였다.

서윤원(1999)은 중국인 관광객의 행동특성에 따른 만족도 연구에서 관광지 선택속성으로 숙박시설(요금, 서비스, 청결도), 식음료시설(요금, 맛, 청결도), 환대성(지역주민, 안내원), 제반시설(위락, 편의, 스포츠, 휴양), 매력성(자연경관, 문화자원), 근접성(용이성), 비용 등 16개 속성을 적용하여 만족도를 측정하였다.

권오주(2000)은 방한 중국인 관광객의 관광행동에 관한 연구에서 관광지

선택속성으로 자연경관, 수상 스포츠, 한국민의 친절, 교통시설, 육상 스포츠, 숙박시설, 역사적 유물·유적, 지역 민속행사·축제, 기후, 쇼핑시설, 비용, 유흥·오락시설, 한국의 지리적 위치, 휴식·휴양, 음식 등 15개 속성을 적용하였다.

이경하·문혜영·김홍범(2002)은 관광지 속성과 관광지 선택과의 관계에서 관광지 선택행동은 관광지 속성을 구성하고 있는 매력성, 관광지의 시설, 서비스, 접근성 등에 대하여 물리적 거리, 심리적 거리, 여행시간, 여행비용 등의 판단에 의하여 달라질 수 있다고 주장하고 있다.

김창완(2002)는 관광지가 선택되고 이용되어지기 위해 필요한 속성, 즉 관광객이 선호하는 관광지선택과 관련된 속성들을 관광지의 공급요인, 관광객의 수요요인, 그리고 관광지 인근의 지역·사회적인 요인으로 나누어 연구하였다.

관광객은 의사결정과정을 통해 관광지를 선택하게 되며 관광지 속성 분류는 연구자와 연구목적에 따라 달라질 수 있는데 관광지 속성에 대한 선행연구를 정리하면 다음 <표 1>과 같다.

<표 1> 관광지 선택속성에 관한 선행연구

학 자	관광지 선택속성 요인 및 변수
Mayo(1973)	혼잡도, 경치, 기후
Var, Beck & Loftus(1977)	자연적 요소, 사회적 요소, 역사적 요소, 오락, 쇼핑시설, 부대시설, 시설, 음식
Ritchie & Zins (1978)	자연경관, 문화·사회적 성격, 접근 용이성, 관광객에 대한 태도, 부대시설, 물가수준, 스포츠·오락시설, 쇼핑 및 상업시설, 전통, 음식, 역사, 건축양식, 공예품, 오락활동, 예술 및 음악, 언어, 일에 대한 태도, 복장, 교육, 종교
Gunn(1979)	관광자원의 독특성, 매력성, 관광시설의 구비정도, 관광서비스 수준, 교통, 정보 및 촉진정도, 관광지의 관리
Ferrario(1986)	자연경관, 야생동물관람, 열대식물, 쇼핑시설, 지역이벤트행사
Haagt(1986)	화폐가치, 접근성, 스포츠시설, 심야유희, 위락, 휴가, 지역주민들의 태도, 자연공원, 캠핑, 문화적 경험, 아름다운 풍경, 새로운 목적지
Murphy(1987)	관광자원의 매력성과 환대수준, 체험수준, 기반시설, 관광지의 접근성
Stabler(1988)	기후, 자연자원, 기반시설, 레크레이션 시설, 숙박시설, 레스토랑, 관광안내소, 쇼핑센터, 스포츠 시설, 공원, 동물원, 오락시설, 역사적 특색, 극장, 콘서트홀, 화랑, 박물관, 건조물, 전람회, 페스티벌, 정치, 경제, 사회제도
Middleton(1988)	문화적/사회적/인공적 관광대상, 관광지내의 이용 가능한 시설 및 서비스, 관광지의 접근성, 여행수단, 운영요소(시간, 비용)와 제약요소, 관광지의 이미지, 총여행비용
McIntosh & Goeldner(1990)	관광지의 자연적/인공적/문화적 자원, 교통, 숙박시설, 관광서비스 지원시설, 관광지 마케팅
Inskcep(1991)	기후, 경치, 해변과 바다, 동식물군, 문화적 전통과 관습, 예술과 수공예품, 경제적 활동, 주제공원, 위락공원, 쇼핑, 각종회의, 특별한 이벤트, 카지노

<표계속>

학 자	관광지 선택속성 요인 및 변수
Crompton(1993)	기후, 즐거움, 다양성, 행복감, 특별한 야외오락활동, 사람들과의 만남, 도전성, 휴식, 매력적인 자연환경, 금전, 건강, 안전
김원인(1994)	인구 통계적 변수, 관광목적지까지의 거리, 관광지의 매력도
Goodrich(1997)	경치, 지역주민의 태도, 숙박시설, 휴식 및 긴장해소, 문화에 대한 흥미, 음식, 수상스포츠, 쇼핑시설, 유흥, 골프, 테니스
이애주(1988)	스포츠시설, 수상스포츠, 역사적·문화적 흥미, 자연경관, 주민의 친절함, 휴식과 휴양, 쇼핑시설, 음식, 오락시설, 숙박시설
서운원(1999)	숙박시설(요금, 서비스, 청결도), 식음료시설(요금, 맛, 청결도), 환대성(지역주민, 안내원), 제반시설(위락, 편의, 스포츠, 휴양), 매력성(자연경관, 문화자원), 근접성(접근 용이성), 비용
권오주(2000)	자연경관, 수상스포츠, 한국 국민의 친절, 교통시설, 육상 스포츠, 숙박시설, 역사적 유물, 지역 민속행사·축제, 기후, 쇼핑시설, 비용, 유흥·오락시설, 한국의 지리적 위치, 휴식·휴양, 음식
이경하·문혜영·김홍범(2002)	경치, 친절한 서비스, 숙박시설, 교통편리성, 관광지의 안전성, 기후, 교통비용, 식당시설, 문화재 및 축제, 쇼핑/휴양시설, 유적 및 유물, 관광지와의 접근성, 유흥 및 스포츠 시설, 관광지의 유명도

2) 선행연구 비교를 통한 해수욕장 선택속성 도출

관광지 속성은 매력을 제공하는 공통 요소로, 관광지 선택의 결정인자라고 할 수 있다. 즉, 관광객들이 목적지에 대해 평가하고 선택하는 과정은 관광객들이 가지고 있는 내적 욕구를 목적지가 가지고 있는 속성 총합에 의해 제공되는 편익과 연결하여 인식하는 과정이라고 볼 수 있으며, 하나의 관광지가 지니고 있는 특정한 성질, 즉 긍정적인 요소 혹은 매력적인

요소를 관광지 속성(임주연, 2002)이라고 보는 것이다. 따라서 해수욕장 역시 다양한 시설과 서비스로 구성된 다차원적 속성을 지니고 있다고 하겠다. 목적지란 자신이 지니는 여러 개의 물리적 속성에 의해 특징 지워지지만, 관광객은 주관적 여과과정인 지각과정을 거쳐 사물을 인식하므로 선택 행동은 목적지 객관적 속성이 아닌 지각된 속성에 기초하여 이루어진다고 하였다.(이경하, 2002)

따라서 문헌연구를 통하여 관광지 선택속성을 도출하고 여기서 도출된 요인들을 기초로, ‘해수욕장 유형별 관리·평가 모델 개발 연구(해양수산부 2006)’의 해수욕장 평가모델 요인중 해수욕장 선택속성에 부합되는 요인만을 추출하여 해수욕장 선택속성에 접목시켰다. 이렇게 도출된 요인을 기초로 하여 설문조사를 실시하고, 요인분석을 통하여 해수욕장 선택속성을 최종적으로 대항목과 소항목으로 분류하여 도출하였다.

그러므로 해수욕장 방문객들이 해수욕장 속성을 어떻게 인식하고 있는지를 알아봄으로써 해수욕장 방문객들이 해수욕장을 선택하는데 높이 평가하는 속성 등을 밝혀낼 수 있을 것이다.

본 연구에서는 선행연구에서 제시되고 있는 측정문항을 토대로 해수욕장 선택속성을 가격(3문항), 접근성(3문항), 운영서비스(4문항), 주변 관광자원 및 경관요소(2문항), 체험프로그램(4문항), 지원시설의 편리성(4문항), 안전/위생(4문항), 먹거리/특산물 체험(4문항)으로 분류하고 리커트 7점척도로 구성하여 측정을 하였다.

<표 2> 선행연구비교를 통한 해수욕장 선택속성 도출

질문	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑨	⑩	⑪	⑫	⑬	⑭	연구자
시설 이용료															○
숙박비/음식비								○							○
교통비										○	○				○
교통/주차시설 편리성										○		○			○
용이한 접근성	○		○					○		○				○	○
지역주민의 친절도			○				○	○							○
정보의 제공(홍보)											○	○		○	○
관광안내소				○											○
주변 관광지와의 연계			○												○
주변경치 및 조망권			○	○	○	○	○	○	○	○			○	○	○
해수욕, 해양레포츠			○	○			○	○	○	○			○		○
휴양활동(해변 휴식)			○			○	○	○					○		○
해변 축제 및 공연	○			○	○			○					○		○
야간 엔터테인먼트			○						○						○
화장실, 샤워시설														○	○
숙박시설				○					○	○		○			○
어린이 보호시설															○
안전요원										○					○
응급구조체계															○
위험물 제거(안전성)						○			○					○	○
깨끗한 수질														○	○
백사장 관리상태														○	○
특산물 구입		○													○
관광상품/쇼핑		○			○					○					○
수산물맛보기													○		○
음식							○		○						○

주) 선행연구를 바탕으로 논자 작성

출처 : ① Ritchie & Zins (1978) ② Ferrario(1986) ③ Haaht(1986) ④ Stbler(1988) ⑤ Inskip(1991) ⑥ Crompton(1993) ⑦ Goodrich(1997) ⑧ 서윤원(1999) ⑨ 권오주(2000) ⑩ 이경하·문혜영·김홍범(2002) ⑪ Gunn(1979) ⑫ McIntosh & Goeldner(1990) ⑬ 홍장원(2002) ⑭ 해수욕장 유형별 관리평가 모델 개발 연구(2006)

<표 3> 해수욕장 선택속성

설문항목	변수명	항목수	
선택 속성	가격	시설이용비 숙박비, 음식비 교통비	3
	접근성	주차시설편리성 용이한 접근성 대중교통 연계성(환승 등)	3
	운영 서비스	지역주민의 친절도(환대성) 바가지요금근절 정보의 제공(홍보) 안내소 확보(안내요원 서비스), 안내판	4
	주변경관	주변관광지와 연계 여부 주변경치 조망권	2
	체험 프로그램	해양레포츠, 해수욕 휴양활동(해변휴식) 축제, 공연 프로그램 야간 엔터테인먼트	4
	시설편리성	화장실, 샤워시설 숙박시설 어린이 보호시설 여가 레저 시설	4
	안전/ 위생	안전요원 응급구호체계(감시탑, 역사대비 체계) 깨끗한 수질 백사장관리상태(유리조각 등 위험물) 제거	4
	먹거리/ 특산물 체험	특산물 구입 다양한 관광상품(기념품) 수산물맛보기 음식	4

3. 관광객 만족

관광객은 자신이 다녀온 관광목적지에 대하여 만족 또는 불만족을 경험하게 되고 자신의 결정에 대한 잘잘못을 평가하여 나아가 그 관광목적지의 재방문 여부를 결정하게 된다. 관광객의 관광 후 행동은 매우 다양하고 또 어떤 이는 다른 관광 목적지로 전환하거나 행동을 포기하는 등 적극적인 행동을 하기도 한다.(김소영 2001)

관광객 만족은 관광활동 및 선택의 결과로 개인이 형성하고 표출하며 혹은 획득하는 긍정적인 지각이나 기분을 나타낸다. 이것은 개인이 현재 일반적인 관광경험과 상황에 만족하거나 기뻐하는 정도이다. 이 긍정적인 만족감은 개인이 느끼는 혹은 느끼지 못하는 만족감으로 기인한다. 그리고 만족과 불만족은 최종단계인 평가에서 나타나는데 기대와 실제 방문지와의 차이에서 발생하는 것이다.(안영면, 1991)

만족이란 이미 기대한 수준과 실제로 경험한 결과의 비교를 통한 감정이나 심리의 표현이라고 정의할 수 있으며 이는 기대보다 좋은 결과를 만족하는 것으로 보고 나쁜 결과를 얻어 기분 좋지 않은 상태를 불만족이라고 보는 것이다. (J. E. Swan and A. A, Mercer, 1981)

만족이란 기대의 충족에서 오는 것이고, 고객들은 한정된 속성들의 세트로부터 제품을 평가하여 어떤 속성들은 만족을 결정하는 중요한 요소가 되고, 어떤 부분은 불만족을 결정하는 요소가 되며 이는 태도변화와 구매의도에 영향을 미치는 것으로 믿어지고 있다.(J. E. Swan and J. C. Linda, 1976)

관광활동 후에 갖는 만족 혹은 불만족은 다음 관광을 위한 의사결정과정에 있어 중요한 경험으로서 영향을 미치는 것이므로 그러한 만족이나 불만의 원인이 되는 근본적인 요인을 정확하게 파악한다면 마케팅 계획자나 관리자가 조절 할 수 있는 통제가능 변수가 된다는 점에서 더욱 중

요하다. 즉 관광 상품이나 관광활동에 대한 관광자의 만족은 그 관광자가 같은 관광 상품이나 관광활동을 다시 이용할 가능성을 어느 정도 설명할 수 있으며 그 외 미래 관광의사 결정에 기여하게 된다. 따라서 관광자 만족은 반복적 관광자에게 크게 의존하는 마케팅 계획자 또는 관리자 뿐만 아니라 기업전체의 목표설정에도 중요한 요소가 되는 것이다.(신현주·이연택, 1986)

관광자 만족에 대한 연구 중 초기에 이루어졌던 것 중 대표적인 것으로 Clawson과 Ketch(1966), Fisher와 Krutilla(1972) 등의 학자들에 의해 이용 밀도와 만족도간에 역관계가 존재한다는 ‘만족도 모형’을 들 수 있다. 이러한 연구의 공통적인 접근방법은 위락지역 방문을 독립변수로 보고, 이용자 만족도를 종속변수로 보는 것으로서, 방문자 수가 증가함에 따라서 방문자의 총 만족도는 증가하나 각 개인의 한계만족도는 점점 감소하게 된다는 논리를 전개하고 있다.(김사현, 1993)

관광객만족관련 연구는 1970년 이전까지는 거의 이루어지지 않았다고 보아야 할 것이다. 관광객만족에 대한 연구는 Pizam, Neumann 그리고 Reichel(1978)의 연구가 시초로 파악된다.

Pizam 등(1978)은 관광객만족을 관광목적지에 대한 사전 기대와 관광객의 실제 경험간의 상호작용에 의한 결과로 보고, 관광객만족의 구성개념을 여행경험에 있어서 특정 영역에 대한 관광객 태도의 조합으로 정의하였다. 특정 영역을 숙박, 음식시설, 접근성, 매력성, 가격, 분위기와 시설, 환대 등 7개 영역으로 파악하였다, 7개 영역의 32개 개별 항목에 대한 요인분석 결과, 관광객만족의 8개 차원이 있음을 제시하였다, 이 연구에서는 소비자 만족 이론을 가지고 관광객만족에 적용하여, 관광객만족의 구조를 조작화하였다는 점에서는 관광문헌에서 중요하게 공헌한 것으로 간주되었지만, 이들의 연구는 부차적으로 관광객만족의 개념에 대해

여 어떤 문제적인 요소들을 간과하였다는 점에서 비평받았다.

Dann(1978)은 Pizam 등 (1978)의 연구를 다음의 네 가지 면에서 반박하고 있다, 첫째, 이론적인 면에서 보면 일반적인 소비자만족의 부분 집합으로 관광객만족을 파악하고, 편리하게 상품과 서비스의 도구적 표현적 수행을 연계시켰다, 둘째, 변화의 정도이다. 만족은 고정적이라기 보다는 유동적 개념이다. 셋째, 내용적인 것으로 흡인요인(Pull Factor)만이 연구되었는데, 방출요인(Push Factor)도 같이 연구되어야 한다는 것이었다. 넷째 측정의 문제이다. Dann의 주장은 현대의 심리학적 연구의 결과들에 반하는 것이고, 제품이나 서비스의 만족이 제품이나 서비스의 품질과 기대에도 불구하고 전체적 생활 만족의 함수라고 믿는 것은 합당하지 않다고 주장하였다. 또한 방법론적 측면에서 반박하기를 비구조화된 관찰법은 수량화하기가 어렵고 신뢰도가 낮아 오히려 문제가 되며, 반면에 리커트형 척도는 매우 신뢰적이고 간단하게 응답할 수 있는 상황이 광범위하기 때문에 사회적 태도 평가의 적용시 가장 광범위하게 이용하는 측정기법이라고 주장하였다.

Mercer(1971)는 Clawson과 Ketch(1966)의 5단계 관광자 구매행위 모델과 관련하여 관광자 만족을 설명하고 있다. 관광자의 관광지에 대한 만족은 첫 번째의 예상단계와 마지막의 회상 단계가 제일 중요하며, 또한 지역 혹은 장소에 따라서 표현된 이미지는 기호적 혹은 상징적으로 그 장소를 개별적으로 나타내고 이 이미지는 실제 경험과 비교하여 만족/불만족을 야기한다고 하였다. 지금까지 만족, 행복, 기쁨 등은 본질적인 동기에 입각한 여가의 밀집성에 대한 연구가 널리 행하여져 왔다(Buchanan, 1983). 그러나 여가 행위를 수행하기 위해 요구되는 단계를 포함한 속성들을 구체화한 결과도 많은 연구자들에게 동일 수준으로 인정받지는 못했다. 여가 생활에 대한 상세한 연구가 진행되려면, 응답자들

의 의사결정에 만족한 이유에 대하여도 확연한 설명이 필요할 것이다. 측정의 상세화에 관한 문제를 언급할 때에는 만족 태도를 이해하는 것이 필수적이다. 기준적변수에 관한 태도의 상세한 언급은 언어적 표현과 응답자의 행동과의 낮은 상관관계를 수정한 Fishbein과 Ajzen(1975)에 의해 획기적으로 주장 되었다. Heberlein과 Black(1976)은 상세한 태도 측정에 대하여 연구하여 측정이 보다 상세할 때 높은 상관관계를 가진다는 것을 알았다. 이론이나 모형이 가설검정을 거쳐 입증되면, 가설은 형상화 되고 측정도구는 강화되거나 모형을 변화시킬 수 있다. 이 과정은 만족의 모형에서도 같다. 만족은 상세한 구성요소들에 의해서 뿐만 아니라 가능성에 의해서도 영향을 받는다고 할 수 있다.

이와같이 관광객의 만족을 분석하는 과정은 단순히 관광객의 불평을 연구하는 것이 아니며, 어떤 불평을 지적하거나 불만을 글로 표현한 것이 아닌 관광객의 불만족을 연구하는 것이다. 만족한 관광객은 단지 주위의 몇 사람에게 이야기 하지만 불만족한 관광객의 경험은 구전으로 급속하게 퍼져 관광지 선택에 있어서도 많은 영향력을 행사한다.(WTO, 1988)

관광자 만족은 '만족'이 의미하는 함축적 내용에 따라서 최소수준과 최대수준 등의 형태로 다양하게 나타나고 있음을 알 수 있다. 즉, 만족이란 어떤 관광자들이 수용할 수 있는 최소수준을 의미하기도 하지만 다른 관광자들의 경우에는 거의 완벽한 것을 요구하는 것일 수도 있다는 것이다. 또한 동일한 관광자의 경우에도 시간이 지나감에 따라 만족에 대한 의미가 달라져 나타날 수도 있다.(정하운, 2002)

결국 관광자 만족을 연구하기 위해서는 그 주제에 맞는 명확한 정의가 필요함을 알 수 있다. 즉 관광자 만족이 전체적 평가를 지향하는가 혹은 그 구성요소 자체에 대해서 평가할 것인가의 문제가 제기될 수 있다. 이

에 본 연구에서는 관광객 만족의 개념을 구성요소의 평가를 기초로 하고 있는 전체적인 만족개념으로 설정하고자 한다.

4. 관광객 행동의도

Moutinho(1987)와 Pearce(1988)는 관광객들은 그들의 만족 불만족의 결과에 따라 재방문을 하거나 다른 관광지로 목적지를 바꾼다고 주장하였다. 특히 긍정적인 결과(만족)를 갖는 관광객은 재방문하거나 다른 관광객들에게 그 관광지를 추천하거나 해당 관광지에 대하여 호의적인 설명으로 표현하지만 그렇지 못한(불만족) 관광객들은 재방문을 하지 않으며 다른 사람에게 추천하지 않고 부정적인 설명으로 표현하여서 해당 관광지의 평판에 크게 손해를 입힌다고 하였다.

Mazursky(1989)는 관광장면에서 '장래 행동 의도'는 관광지에 대한 기대와 기대불일치 수행만이 아니라 과거 다른 경험, 사회적 규범 및 만족의 정도가 영향을 미친다는 가설을 검증한 것으로 나타났다.

이화인(1999)은 관광행동의 결과로서 나타나는 관광객 태도변화에 대한 연구들은 그룹간 접촉이 상호 친밀감과 이해를 촉진시켜 이질감과 편견을 감소시키고 정서적 긴장과 거리감을 완화시킨다는 접촉모형(contact model)에 기초하여 시작되었다고 주장하였다. 즉, 관광목적지에 대한 태도변화는 방문전에 가지고 있었던 태도나 선입관, 그리고 그 곳에서의 행동에 의해 크게 영향을 받을 수 있고, 관광행동의 효용과 만족도가 높으면 긍정적인 태도변화가 발생하고, 그 결과로서 재방문 행동을 기대할 수 있다고 하였다.

재방문 의도는 해당서비스 상품의 재방문 가능성이나 다른 사람에게 해당 서비스 상품의 우수성을 자발적으로 추천할 가능성이 높은 상태를 의미한다.(전채구, 1998)

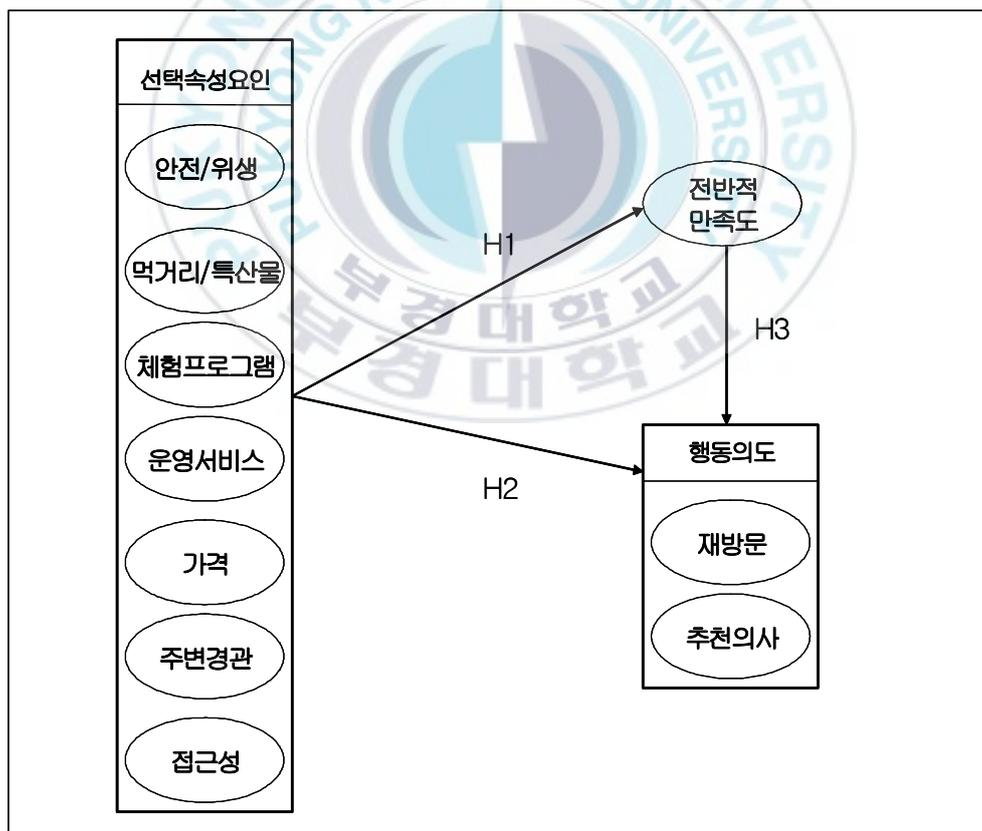
Ⅲ. 조사설계

1. 연구모형

본 연구에서는 여름철 해수욕장 이용객을 대상으로 해수욕장을 선택할 때 어떠한 선택 속성을 가지고 있는지 등을 파악하고, 이렇게 추출된 선택속성이 만족도 재방문의도, 추천의사 등에 어느 정도 영향을 미치는지를 알아보고자 한다.

이러한 연구 목적을 위해 다음과 같은 연구모형을 설계하였다.

<그림 1> 연구모형



2. 가설설정

1) 선택속성과 만족과의 관계

조윤식·김옥희(2005)의 연구에서는 선택속성에 대한 경험은 만족으로 연결되고, 전시회 선택속성 모두 만족에 영향을 미친다고 하였고, 이창기·권영린의 연구에서도 레스토랑의 선택속성요인이 고객의 전체적인 만족도에 유의적인 영향을 미친다고 하였다.

H1. 해수욕장 선택속성은 이용객의 전반적 만족도에 유의한 영향을 미칠 것이다.

2) 선택속성과 행동의도간의 관계

관광객들의 관광지선택과정은 복잡하며, 많은 변수가 의사결정에 영향을 미치게 된다. 행동의도는 소비자들이 어떤 대상에 대한 태도를 형성한 후 특정한 미래행동으로 나타내려는 개인의 의지와 신념으로 정의할 수 있다.

김영우(2006)는 방한 여성관광객의 에스테틱 동기가 관광지 선택속성, 만족, 행동의도간의 영향관계를 살펴보고, 관광지 선택속성은 행동의도에 영향을 미친다고 하였다.

H2. 해수욕장 선택속성은 이용객의 재방문 및 추천의사에 유의한 영향을 미칠 것이다.

3) 만족과 행동의도간의 관계

관광만족과 행동의도에 관한 선행연구를 살펴보면 첫째, 관광만족이란 관광활동을 통하여 여러 욕구가 충족된 정도를 의미하는 것으로서 관광객 자신의 총체적 관광체험에 대한 평가라고 할 수 있는 ‘전반적 관광만

족'이며, 둘째는 관광지 하위 속성과 관련한 체험들에 근거하여 참여자가 해당관광지를 다시 방문할 요구를 느끼는 '재방문의도'이며, 마지막으로 관광지의 여러 속성과 관련한 여러 체험에 근거하여 그 개인이 타인에게 긍정적으로 구전할 의향의 정도를 의미하는 '추천의사'이다.(김영우, 2006)

충제만족과 행동의도에 대한 영향관계에 대해서 장경수(2005)는 충제 만족은 재방문의도와 구전의도 같은 행동의도에 긍정적인 영향을 미친다고 주장하였다,

H3. 해수욕장 만족도는 이용객의 재방문 및 추천의사에 유의한 영향을 미칠 것이다.

3. 조사의 설계

1) 조사의 목적

본 연구의 목적은 관광객이 해수욕장을 선택할 때 어떠한 속성을 가지고 있는지를 파악하고, 그러한 속성들이 어떻게 관광객들에게 인지되고 있는지를 살펴봄으로서 해수욕장별 효율적인 마케팅 전략 방안을 제공하는 데 있다.

이러한 연구의 목적을 달성하기 위한 구체적인 목표는 다음과 같다.

첫째, 기존의 문헌과 선행연구를 바탕으로 관광지 선택속성에 대한 이론을 확립하고, 체계화한다. 둘째, 해수욕장 선택속성에 관한 영향요인들을 파악하고, 관광객들이 부산 해수욕장을 어떻게 인지하고 있는지와 각 해수욕장별 인구통계학적 특성별 선택속성에 따른 차이가 있는가를 분석하고자 한다. 셋째, 해수욕장 선택속성에 대한 중요도를 파악하고 이러한 선택속성이 만족과 행동의도에 미치는 영향력을 분석하고자 한다.

2) 조사대상의 선정 및 방법

본 조사의 목적을 달성하기 위한 조사대상은 부산에 있는 해수욕장중 4개 해수욕장을 선정하여 연구하였다. 선정된 해수욕장은 해운대해수욕장, 광안리해수욕장, 송도해수욕장, 송정해수욕장이다. 본 조사는 설문지법을 이용한 조사방법을 택하였는데, 미리 작성한 설문지를 배포하여 설문지에 표시된 지시어를 바탕으로 조사 대상자가 스스로 기입하도록 하는 자기기입법을 사용하였다.

4. 변수의 조작적 정의

1) 해수욕장 선택속성

선행연구에서 관광지 선택속성이란 ‘관광지의 기후, 하부시설과 상부시설, 접근성 및 환경 등과 같은 구성요소에 대하여 선택하는 정도’를 의미한다고 하였다. 이때 속성이란 대상에 속하는 성질을 말하는 것으로, 선택에 미치는 영향요인으로서 비교 집단별 서로 다른 선택의 결과를 요인으로 추출한 것을 의미한다.(임윤정, 이혜린, 윤장열, 2006)

관광지 선택속성의 선행연구를 토대로 하여 논자가 해수욕장 선택속성과 부합되는 속성을 추출하고, 이를 리커트 7점 척도로 구성 하였다. 측정을 위하여 ‘전혀 중요하지 않다’를 1점으로 시작하여 ‘매우 중요하다’를 7점으로 하여 측정하였다.

2) 관광자 만족

선행연구에서 관광만족은 관광지 방문경험에 대한 관광자의 종합적인 평가를 의미하며 관광자의 관광체험에 근거하여 관광지에서 제공하는 서

비스 그리고 이를 위해 관광자가 지불한 비용에 대한 이용자의 종합평가에 의해 이루어지고 있음을 알 수 있었다.(김계섭, 안윤지2004)

본 연구는 관광자 만족에 대한 문항을 리커트 7점 척도로 구성하였다.

3) 관광자 행동의도

관광객의 만족/불만족의 결과는 매우 다양한데, Moutinho(1987)의 이론에 의하면, 관광객은 그들의 만족/ 불만족의 정도에 따라 재방문을 하거나 다른 관광목적지로 바꾼다고 하였으며, Pearce(1988)는 긍정적 결과(만족)를 갖는 관광객은 재방문하거나, 다른 관광객들에게 그 관광지를 추천하거나, 해당 관광지에 대하여 호의적인 설명으로 표현하지만 그렇지 못한(불만족) 관광객들은 재방문을 하지 않으며, 다른 사람에게 추천하지 않고, 부정적으로 표현하여서 해당 관광지의 평판에 크게 손해를 입힌다는 것이다. 이에 본 연구는 관광지에 대한 재방문, 그리고 추천의사 등의 문항을 리커트 7점 척도로 구성하였다.

5. 설문지 구성

본 연구는 해수욕장의 선택속성을 도출하고 해수욕장 이용객들이 해수욕장별 선택속성에 따른 차이가 있는가를 분석하고 해수욕장 선택속성에 대한 중요도와 선호도가 있는지를 알아보기 위함이다. 설문지의 구성은 총 4부로 구성되었으며, 1부는 해수욕장 이용객의 일반적 성향으로 교통편, 동반자, 체류예정기간, 숙박시설, 방문계절, 정보제공 등 총6문항으로 구성되어 있고, 2부는 해수욕장 선택속성에 관한 질문으로 총 29개의 속성으로 구성 되어있다. 3부는 만족도에 관한 질문으로 만족도, 재방문의도, 추천의사 등 총 3문항으로 구성되어있으며, 4부는 일반적 사항으로 참여자의 인구 통계학적인 특성을 살펴보기 위한 질문으로 총 5개의 문

항으로 구성되었다. 응답유형은 명목척도와 리커트7점척도를 병행하여 사용하였다.

6. 자료의 수집과 분석 방법

1) 자료의 수집

본 연구조사의 시기는 해수욕장 이용객이 가장 많은 시기로 2007년 7월 28일부터 8월 5일까지 실시하였고, 조사지역은 부산의 4개 해수욕장(해운대, 광안리, 송도, 송정)으로 선정하였으며, 설문을 위한 조사대상은 선정된 4개 해수욕장을 이용하는 관광객을 대상으로 각 해수욕장별 65명씩 총 260명을 조사하였으나, 이중 설문항목 일부를 응답하지 않았거나, 응답이 불성실한 20부를 제외한 실제 유효 표본으로 각 해수욕장별 60부씩 총 240부를 분석에 사용하였다.

2) 분석방법

자료는 SPSS Windows 14.0을 사용하여 분석을 실시하였다. 관광지 선택속성중 해수욕장에 적합한 요인을 추출하여, 요인분석을 실시하였고, 각 요인별 신뢰도를 검정하였다. 그리고 각 요인분석에 의해 추출된 7개의 해수욕장 선택속성이 관광객 행동의도에 미치는 영향을 분석하기 위해 회귀분석을 실시하였다.

응답자들의 분포비율을 보기 위하여 빈도분석을 실시하였으며, 다변량 통계기법의 하나인 요인분석을 이용하여 해수욕장 선택속성을 구성하는 변수들을 몇 가지 동질적인 차원으로 축소, 요약하고자 하였다. 요인분석은 주성분분석(Principal component analysis)으로 실시하였으며, 회전방법으로는 베리맥스(Varimax)를 실시하였다. 각 요인들의 신뢰성을 파악

하기 위하여 신뢰성 분석을 하여 크론바하알파(Cronbach's α)계수를 이용하였다.

요인간의 차이를 파악하기 위하여 해수욕장별 및 인구통계적 특성에 따른 평균의 차이를 이용하여 집단간 특성을 파악하는 일원배치 분산분석(one-way ANOVA)과 독립표본 T-검증(T-test)을 실시하였다.

해수욕장의 선택속성 요인이 전체 만족도 및 재방문의도, 추천의사에 미치는 영향을 파악하기 위하여 다중회귀분석을 실시하였다.



IV. 실증 분석

1. 표본의 특성

1) 인구통계학적 특성

본 연구의 설문에 응답한 표본의 인구통계적 특성은 다음과 같다.

성별에서는 남성 135명(56.3%)이 여성 105명(43.8%)보다 높게 나타났으며, 연령은 20대와 30대가 각각 111명(46.3%)과 68명(28.3%)로 가장 높은 수치를 보이고 있고, 20세 미만이 24명(10%), 40~49세가 33명(13.8%), 50~59세가 4명(1.7%)등의 순으로 나타났다.

소득수준은 100만원 미만이 88명(36.7%)로 가장 높은 비율을 차지했고, 다음으로 100~199만원 50명(20.8%), 200~299만원이 48명(20%), 300~399만원과 400만원 이상이 각각 27명(11.3%)의 순으로 나타났다.

직업은 학생이 87명(36.3%)로 가장 많았으며, 전문/자유직이 37명(15.34%), 사무/기술직이 34명(14.2%), 주부가 29명(12.1%), 판매/서비스직 12명(5%), 기능/숙련직 10명(4.2%), 자영업 9명(3.8%) 등의 순으로 조사되었다.

학력은 대학교 재학/졸업이 174명(72.5%)로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 고등학교 재학/졸업이 40명(16.7%), 중졸이하와 대학원 이상이 각각 13명(5.4%)등의 순으로 나타났다.

<표 4> 표본의 인구통계학적 특성

구분	변수	빈도 (명)	퍼센트 (%)	구분	변수	빈도 (명)	퍼센트 (%)	
성별	남	135	56.3	직업	전문/자유직	37	15.4	
	여	105	43.8		경영/관리직	7	2.9	
	합계	240	100.0		사무/기술직	34	14.2	
연령	20세 미만	24	10.0		판매/서비스직	12	5.0	
	20~29세	111	46.3		기능/숙련직	10	4.2	
	30~39세	68	28.3		자영업	9	3.8	
	40~49세	33	13.8		가정주부	29	12.1	
	50~59세	4	1.7		학생	87	36.3	
	합계	240	100.0		기타	15	6.3	
소득수준	100만원 미만	88	36.7		합계	240	100.0	
	100~199만원	50	20.8		학력	중졸이하	13	5.4
	200~299만원	48	20.0			고등학교 재학/졸업	40	16.7
	300~399만원	27	11.3	대학교 재학/졸업		174	72.5	
	400만원 이상	27	11.3	대학원 이상		13	5.4	
	합계	240	100.0	합계		240	100.0	

2) 이용자 성향 분석

해수욕장 이용객의 교통수단을 보면 자가용이 115명(47.9%)으로 가장 높게 나타났으며 다음으로 일반버스 40명(16.7%), 지하철과 택시가 각각 26명(10.8%), 기차 20명(8.3%), 기타 8명(3.3), 렌트카 5명(2.1%) 등의 순으로 나타났다.

동행자로는 친구가 129명(53.8%)로 가장 높은 비율을 나타냈고, 다음

으로 가족/친지가 82명(34.2%), 연인이 18명(7.5%), 직장동료가 5명(2.1%), 혼자 4명(1.75), 기타가 2명(8.8%) 순으로 나타났다.

체류기간은 1일이 155명(64.6%)으로 가장 많았으며, 2일이 57명(23.8%), 3일이 18명(7.5%), 4일이 7명(2.9%), 6일 이상이 3명(1.3%) 순으로 나타났다.

숙박시설은 여관/여인숙이 33명(13.8%), 호텔, 친구/친척집이 19명(7.9%), 민박이 15명(6.3%), 콘도/펜션 10명(4.2%), 야영 4명(1.7%) 순으로 나타났다.

<표 5> 표본의 해수욕장 이용 특성

변 수		빈 도(명)	구성비(%)	변수		빈도(명)	구성비(%)
교통수단	자가용	115	47.9	체류기간	1일	155	64.6
	지하철	26	10.8		2일	57	23.8
	일반버스	40	16.7		3일	18	7.5
	렌트카	5	2.1		4일	7	2.9
	택시	26	10.8		6일 이상	3	1.3
	기차	20	8.3		합계	240	100.0
	기타	8	3.3	숙박시설	숙박안함	125	52.1
	합계	240	100.0		호텔	19	7.9
동행자	혼자	4	1.7		민박	15	6.3
	가족/친지	82	34.2		야영	4	1.7
	친구	129	53.8		친구/친척집	19	7.9
	연인	18	7.5		콘도/펜션	10	4.2
	직장동료	5	2.1		여관/여인숙	33	13.8
	기타	2	.8	기타	15	6.3	
	합계	240	100.0	합계	240	100.0	

3) 해수욕장 선택속성에 대한 해수욕장별 기술통계분석

해수욕장 선택속성에 대한 기술 통계 분석을 통하여 해수욕장을 이용할 때 고객이 중요시여기는 속성들을 알아보기 위하여 다음과 같이 기술 통계 분석을 실시하였다.

(1) 전체 해수욕장이용객의 선택속성 기술통계 분석

전체 해수욕장에 대한 기술 통계를 살펴보면 깨끗한 수질, 위험물 제거, 백사장관리상태, 화장실·샤워시설, 안전요원 등 대부분 해수욕장의 관리와 안전을 중요시하는 것으로 나타났으며, 토속음식이나 다양한 관광상품, 특산물 구입, 수산물 맛보기 등 먹거리나 특산물구입 등은 비교적 낮은 것으로 나타났다.

<표 6> 전체 해수욕장 이용객의 선택속성 기술통계분석

선택속성	평균	표준편차	순위	선택속성	평균	표준편차	순위
깨끗한수질	6.17	1.347	1	야간백사장즐길거리	5.31	1.511	15
위험물제거	6.09	1.294	2	여가레저시설	5.26	1.407	16
백사장관리상태	6.08	1.277	3	어린이보호시설	5.25	1.656	17
화장실샤워시설	5.98	1.515	4	휴양활동	5.11	1.525	18
안전요원	5.75	1.405	5	안내소안내관	5.04	1.454	19
응급구호체계	5.73	1.410	6	교통비	5.03	1.639	20
바가지요금근절	5.73	1.459	7	지역주민친절도	5.02	1.544	21
숙박시설	5.72	1.484	8	해변축제공연	4.99	1.560	22
숙박비음식비	5.59	1.498	9	주변관광지와연계	4.97	1.392	23
용이한접근성	5.53	1.449	10	정보의제공	4.90	1.476	24
시설이용료	5.45	1.651	11	해수욕/해양레포츠	4.85	1.570	25
대중교통연계성	5.38	1.685	12	토속음식	4.05	1.662	26
주차시설편리성	5.37	1.639	13	다양한 관광상품	4.00	1.649	27
주변경치조망권	5.33	1.386	14	특산물구입	3.80	1.506	28
				수산물맛보기	3.63	1.746	29

(2) 해운대해수욕장이용객의 선택속성 기술통계 분석

해운대해수욕장에 대한 기술 통계를 살펴보면 깨끗한 수질, 위험물 제거, 백사장관리상태, 화장실·샤워시설, 안전요원 등 대부분 해수욕장의 관리와 안전을 중요시하는 것으로 나타났으며, 토속음식이나 다양한 관광상품, 특산물 구입, 수산물 맛보기 등 먹거리나 특산물구입 등은 비교적 낮았다.

<표 7> 해운대해수욕장 이용객의 선택속성 기술통계 분석

선택속성	평균	표준편차	순위	선택속성	평균	표준편차	순위
백사장관리상태	5.9000	1.39855	1	용이한 접근성	5.2500	1.60111	15
위험물제거	5.8833	1.49680	2	어린이보호시설	5.1667	1.79610	16
깨끗한수질	5.8667	1.52345	3	안내소안내관	5.1167	1.72805	17
안전요원	5.7500	1.48009	4	야간백사장즐길거리	5.0333	1.68711	18
화장실샤워시설	5.7500	1.68367	5	휴양활동	5.0167	1.44377	19
숙박시설	5.7333	1.51676	6	지역주민친절도	5.0000	1.74667	20
응급구호체계	5.7167	1.54142	7	교통비	4.9833	1.74173	21
숙박비음식비	5.5667	1.62988	8	정보제공	4.9000	1.68443	22
상거래신뢰성	5.5333	1.75119	9	주변연계관광지	4.8667	1.43168	23
시설이용료	5.4667	1.63092	10	해변축제공연	4.8500	1.56037	24
여가레저시설	5.4000	1.49802	11	해수욕/해양레포츠	4.8000	1.56010	25
주변경치조망권	5.3500	1.43592	12	토속음식	4.0667	1.83992	26
대중교통연계성	5.3333	1.70410	13	다양한 관광상품	3.8333	1.70907	27
주차시설편리성	5.2833	1.72805	14	특산물구입	3.7333	1.64540	28
				수산물맛보기	3.5667	1.77904	29

(3) 광안리해수욕장 이용객의 선택속성 기술통계 분석

광안리해수욕장에 대한 기술 통계를 살펴보면 해수욕장 이용객이 해수욕장을 선택할 때 가장 중요하게 고려하는 속성으로 깨끗한 수질, 백사장관리상태, 화장실·샤워시설, 위험물제거, 숙박시설 등으로 나타났으며, 다양한 관광상품, 토속음식 특산물구입, 수산물맛보기 등 먹거리나 특산물구입 등은 비교적 낮은 것으로 나타났다.

<표 8> 광안리해수욕장 이용객의 선택속성 기술통계 분석

선택속성	평균	표준편차	순위	선택속성	평균	표준편차	순위
깨끗한수질	6.0833	1.45313	1	여가레저시설	5.1667	1.37984	15
백사장관리상태	5.9333	1.21943	2	주변경치조망권	5.1667	1.42813	16
화장실샤워시설	5.9167	1.59758	3	교통비	4.9833	1.62075	17
위험물제거	5.9167	1.35661	4	안내소안내관	4.9667	1.35255	18
숙박시설	5.7333	1.56082	5	주차시설편리성	4.8667	1.61000	19
숙박비음식비	5.5500	1.53408	6	주변관광지연계	4.8333	1.43995	20
응급구호체계	5.4500	1.38301	7	정보제공	4.8333	1.35505	21
야간백사장즐길거리	5.4333	1.56624	8	휴양활동	4.7333	1.67602	22
바가지요금근절	5.4333	1.40660	9	해변축제공연	4.7000	1.69045	23
대중교통연계성	5.3833	1.51927	10	지역주민친절도	4.6500	1.57119	24
안전요원	5.3500	1.47090	11	해수욕/해양레포츠	4.6000	1.67939	25
시설이용료	5.2667	1.73564	12	다양한 관광상품	4.1500	1.72543	26
어린이보호시설	5.2000	1.68543	13	토속음식	4.0333	1.67703	27
용이한접근성	5.1833	1.51257	14	특산물구입	3.9333	1.53895	28
				수산물맛보기	3.5000	1.61035	29

(4) 송정해수욕장 이용객의 선택속성 기술통계 분석

송정해수욕장 역시 백사장관리상태, 깨끗한 수질, 위험물 제거, 화장실·샤워시설, 안전요원 등 해수욕장의 관리와 안전을 중요시하는 것으로 나타났으며, 토속음식, 수산물 맛보기, 특산물 구입, 다양한 관광상품, 등 먹거리나 특산물구입 등은 비교적 낮았다.

<표 9> 송정해수욕장 이용객의 선택속성 기술통계분석

선택속성	평균	표준편차	순위	선택속성	평균	표준편차	순위
백사장관리상태	6.2333	1.18417	1	시설이용료	5.3833	1.63740	15
깨끗한수질	6.2333	1.14042	2	지역주민친절도	5.3833	1.27680	16
				여가레저시설	5.3000	1.42971	17
위험물제거	6.2333	1.07934	3	야간백사장즐길거리	5.2500	1.38546	18
				대중교통연계성	5.2167	1.74756	19
화장실샤워시설	6.1000	1.20310	4	안내소안내판	5.1833	1.20016	20
안전요원	6.0500	1.21327	5	해변축제공연	5.1667	1.41621	21
바가지요금근절	6.0500	1.24090	6	정보의 제공	5.1167	1.36657	22
응급구호체계	5.9667	1.36502	7	주변관광자연계	5.0667	1.37615	23
주차시설편리성	5.8000	1.31226	8	교통비	5.0000	1.59448	24
용이한접근성	5.7500	1.18786	9	해수욕/해양레포츠	4.9833	1.43198	25
숙박시설	5.6500	1.44767	10	토속음식	4.2333	1.39450	26
어린이보호시설	5.5667	1.51116	11	수산물맛보기	3.9833	1.59970	27
주변경치조망권	5.4667	1.30795	12	특산물구입	3.9000	1.46946	28
숙박비음식비	5.4667	1.46677	13	다양한 관광상품	3.8667	1.47828	29
휴양활동	5.4167	1.33139	14				

(5) 송도해수욕장 이용객의 선택속성 기술통계 분석

송도해수욕장은 깨끗한 수질, 위험물 제거, 백사장관리상태, 화장실·샤워시설 등을 중요시하는 것으로 나타났으며, 토속음식, 특산물 구입, 수산물맛보기 등 먹거리나 특산물구입 등은 비교적 낮은 것으로 나타났다.

<표 10> 송도해수욕장 이용객의 선택속성 기술통계분석

선택속성	평균	표준편차	순위	선택속성	평균	표준편차	순위
깨끗한수질	6.6250	1.10215	1	교통비	5.4000	1.44648	15
위험물제거	6.2250	1.27073	2	대중교통연계성	5.4000	1.86465	16
백사장관리상태	6.2000	1.18105	3	주변경치조망권	5.3750	1.42662	17
화장실샤워시설	6.1500	1.42415	4	여가레저시설	5.2308	1.22392	18
용이한접근성	6.1250	1.24422	5	주변관광지연계	5.2250	1.31046	19
바가지요금근절	6.0250	1.25038	6	해변축제공연	5.1750	1.63123	20
숙박음식비	5.8500	1.35021	7	지역주민친절도	5.1000	1.27702	21
시설이용료	5.7750	1.52732	8	어린이보호시설	5.0500	1.50128	22
주차시설편리성	5.7500	1.56484	9	해수욕/해양레포츠	5.0000	1.39596	23
숙박시설	5.7250	1.51890	10	안내소안내판	4.9500	1.17561	24
응급구호체계	5.6500	1.29199	11	정보의 제공	4.6500	1.42415	25
안전요원	5.6250	1.35282	12	다양한관광상품	4.2750	1.73925	26
휴양활동	5.5250	1.33949	13	토속음식	3.7000	1.68249	27
야간백사장 즐길거리	5.4750	1.43201	14	특산물구입	3.6000	1.41058	28
				수산물맛보기	3.4000	1.83694	29

2. 변수의 타당성 및 신뢰성 검증

1) 해수욕장 선택속성에 대한 타당성 검증

타당성이란 측정하고자 하는 개념을 정확하게 측정하였는가에 대한 것으로, 타당성을 평가하기 위해서는 동일개념에 대하여 2가지 이상의 상이한 방법으로 측정했을 경우에는 다속성 측정방법을, 상이한 개념에 대해 각기 여러 측정수단(항목)을 이용하여 측정한 경우 요인분석을 실시한다.

측정도구의 타당성을 검증하기 위하여 정보의 손실을 최대한 줄이면서 많은 변수들을 가능한 적은 수의 요인으로 줄이는데 목적이 있는 주성분 분석(principal component analysis)을 실시하였으며, 요인들간의 상호독립성을 유지하여 회전하는 직교회전(varimax rotation)방법을 사용하여 분석하였다.(<표 11> 참조)

<표 11> 요인분석결과

선택속성 항목	요인 적재량	고유치	분산설명력	알파계수
안전/위생				
위험물제거	.851	5.136	19.754	.919
깨끗한 수질	.823			
응급구호체계	.820			
백사장 관리상태	.792			
화장실, 샤워시설	.762			
안전요원	.762			
숙박시설	.550			
어린이 보호시설	.515			
먹거리/특산물				
특산물 구입	.873	2.754	10.593	.812
다양한 관광상품	.844			
음식	.732			
수산물맛보기	.598			
체험프로그램				
해변축제/공연	.808	2.680	10.309	.811
휴양활동/해변휴식	.723			
야간백사장 길거리	.704			
해수욕/ 해양레포츠	.609			
운영서비스				
정보의 제공/홍보	.772	2.307	8.872	.804
안내소, 안내판	.741			
지역주민 친절도	.550			
가격				
숙박비/음식비	.836	2.268	8.724	.773
교통비	.740			
시설이용료	.711			
주변경관				
주변경치/조망권	.805	1.850	7.115	.861
연계 관광지	.792			
접근성				
용이한 접근성	.865	1.840	7.077	.820
주차시설 편리성	.836			

해수욕장 선택속성 요인분석 한 결과 7개의 요인으로 추출 되었고, 선정된 요인 가운데서 요인 부하치 0.4이상인 것을 주요인으로 채택하였으며 이러한 과정에서 내용상 어울리지 않는 차원에 들어간 항목이나 두 요인 이상에 높은 요인 적재치를 보이고 있는 3개 항목이 제거되었다.

추출된 요인은 모두 7개로서, 대부분의 요인들이 선행연구와 같이 관련 요인을 중심으로 적절하게 부하되었으므로, 선행연구를 참고하여 요인명을 부여한다.

요인 1은 위험물제거, 깨끗한 수질, 응급구조체계, 백사장 관리상태, 화장실/샤워시설, 안전요원, 숙박시설, 어린이 보호시설 등의 문항으로 해양수산부의 '해수욕장 유형별 관리 평가 모델(2006)'의 평가항목을 참고하여 '안전/위생'으로 명명한다.

요인 2는 특산물 구입, 다양한 관광상품, 토속음식, 수산물맛보기 등의 문항으로 Goodrich(1997)의 연구를 참고하여 '먹거리/특산물' 이라고 명명하였다.

요인 3은 해변축제/공연, 휴양활동/해변휴식, 야간백사장줄길거리, 해수욕/ 해양레포츠 등의 문항으로 '체험 프로그램'이라고 명명하였다.

요인 4는 정보제공/홍보, 안내소/안내관, 지역주민 친절도 등의 문항으로 Middleton(1988)의 연구를 참고하여 '운영서비스'로 명명하였다.

요인 5는 숙박비/음식비, 교통비, 시설이용료 등의 문항으로 서운원(1999), 권오주(2000)의 연구를 참고하여 '가격'이라고 명명한다.

요인 6은 주변경치/조망권, 연계관광지 등의 문항으로 Ritchie&Sins(1978)의 연구를 참고하여 '주변경관'이라고 명명하였다.

요인 7은 용이한 접근성, 주차시설 편리성 등의 항목으로 Haaht(1986)의 연구를 참고하여 '접근성'이라 명명하였다.

2) 해수욕장 선택속성에 대한 신뢰성 검증

측정도구의 신뢰성이란 측정항목간의 내적일관성을 의미하는 것으로 측정변수의 진정한 값을 측정할 수 있는 정도라 할 수 있다. 만일 동일한 측정도구를 이용해 동일한 개념을 반복적으로 측정하였을 때 일관된 값을 나타낸다면 이는 신뢰성이 높은 측정도구라 할 수 있다.

신뢰성을 측정하는 방법은 다양하나 일반적으로 Cronbach's α 계수를 이용하여 신뢰성을 파악하였다. Nunnally(1978)에 의하면 0.7이상이면 신뢰성이 있는 것으로 판단되고, 탐색적 연구(preliminary research)에서는 0.5이상을 기준으로 한다고 하였다.

<표 12> 신뢰성 검증 결과

구분	Cronbach α 계수	전체 신뢰도
해수욕장 선택속성	안전/위생	.919
	먹거리/특산물	.812
	체험프로그램	.811
	운영서비스	.804
	가격	.773
	주변경관	.861
	접근성	.820
		.932

다음 표에서 알 수 있듯이 신뢰성 검증결과는 모든 변수 계수의 값이 0.7이상임을 알 수 있다. 따라서 모든 변수들이 가설검증에 충분한 신뢰도를 갖는 것으로 평가하여 분석에 이용하였다.

3) 해수욕장별 및 인구통계적 특성에 따른 요인간 차이검증

(1) 해수욕장별 요인간 차이 검증

해수욕장별 선택속성 요인간 차이를 검증하기 위하여 분산분석(ANOVA)을 실시하였다. 분석 결과 안전/위생($F=1.171, P=.321$), 먹거리/특산물($F=.365, P=.778$), 체험프로그램($F=1.580, P=.195$), 운영서비스($F=1.219, P=.303$), 가격($F=.486, P=.692$), 주변경관($F=.510, P=.675$) 등은 해수욕장 선택속성간 유의적인 차이가 없는 것으로 나타났고, 접근성($F=1.171, P=.321$)은 유의한 것으로 나타났다.

이러한 결과는 해수욕장간 안전/위생, 먹거리/특산물, 체험프로그램, 운영서비스, 가격, 주변경관 등은 중요도에 대해 동일한 인식을 하고 있는 반면 접근성은 해수욕장별 다른 인식을 가지고 있음을 알 수 있다.

<표 13> 해수욕장별 이용객의 선택속성요인 차이분석 (7개 요인별)

선택속성요인	해수욕장 이용객	평균	편차	F값 (p값)
안전/위생	해운대	5.7230	1.33684	1.171 (.321)
	광안리	5.7003	1.13626	
	송정	6.0058	1.01015	
	송도	5.9650	1.04653	
먹거리/특산물	해운대	3.8000	1.40580	.365 (.778)
	광안리	3.9042	1.29462	
	송정	3.9958	1.27765	
	송도	3.7708	1.29233	
체험프로그램	해운대	4.9250	1.34219	1.580 (.195)
	광안리	4.8667	1.34232	
	송정	5.2042	1.08972	
	송도	5.2667	1.1125	
운영서비스	해운대	5.0053	1.55682	1.219 (.303)
	광안리	4.8167	1.19498	
	송정	5.2282	1.08514	
	송도	4.8882	1.16259	
가격	해운대	5.3390	1.38919	.486 (.692)
	광안리	5.2672	1.37877	
	송정	5.2833	1.25020	
	송도	5.5277	1.29333	
주변경관	해운대	5.1083	1.35950	.510 (.675)
	광안리	5.0000	1.29536	
	송정	5.2667	1.26714	
	송도	5.2250	1.29675	
접근성	해운대	5.2667	1.56624	4.050 (.008)
	광안리	5.0250	1.40346	
	송정	5.7750	1.12153	
	송도	5.7250	1.45970	

(2) 인구통계적 특성에 따른 요인간 차이 검증

① 성별에 따른 요인간 차이검증

해수욕장 선택속성이 성별에 따라 유의한 차이가 있는지를 알아보기 위해서 t-test를 실시하였는데, 분석 결과 안전/위생($t=-1.166$, $P=.245$), 먹거리/특산물($t=.902$, $P=.368$), 체험프로그램($t=.226$, $P=.822$), 운영서비스($t=.144$, $P=.886$), 가격($t=-.671$, $P=.503$), 주변경관($t=.075$, $P=.940$), 접근성($t=.276$, $P=.782$)으로 두 집단간 유의적인 차이는 없는 것으로 나타났다.

이러한 결과는 남성과 여성 두 집단이 해수욕장 선택속성에 대한 차이가 없다고 볼 수 있다.

<표 14> 성별에 따른 선택속성 차이분석

선택속성요인	평균값		t값 (p값)
	남자	여자	
안전/위생	5.7729	5.9458	-1.166 (.245)
먹거리/특산물	3.9352	3.7810	.902 (.368)
체험프로그램	5.0815	5.0452	.226 (.822)
운영서비스	4.9950	4.9712	.144 (.886)
가격	5.3036	5.4194	-.671 (.503)
주변경관	5.1556	5.1429	.075 (.940)
접근성	5.4704	5.4190	.276 (.782)

② 연령에 따른 요인간 차이 검증

해수욕장선택속성을 연령에 따른 요인간 차이를 검증하기 위하여 분산분석(ANOVA)을 실시하였다. 분석 결과 안전/위생(F=.733, P=.570), 먹거리/특산물(F=1.175, P=.322), 체험프로그램(F=.218, P=.928), 운영서비스(F=1.322, P=.263), 가격(F=.417, P=.796), 주변경관(F=.713, P=.584) 등은 해수욕장 선택속성간 유의적인 차이가 없는 것으로 나타났고, 접근성(F=3.600, P=.007)은 유의한 것으로 나타났다.

이러한 결과는 연령에 따라 해수욕장간 안전/위생, 먹거리/특산물, 체험프로그램, 운영서비스, 가격, 주변경관 등은 중요도에 대해 동일한 인식을 하고 있는 반면 접근성은 연령별 차이가 있음을 알 수 있다.

<표 15> 연령별에 따른 선택속성 차이분석

선택속성요인	10대	20대	30대	40대	50대	F값 (p값)
안전/위생	5.9338	5.7229	5.9194	6.0139	6.2550	.733 (.570)
먹거리/특산물	4.1667	3.8536	3.7904	3.9924	2.7500	1.175 (.322)
체험프로그램	4.9583	5.0833	5.0625	5.0303	5.5625	.218 (.928)
운영서비스	5.3054	4.8105	5.1472	5.0500	4.5850	1.322 (.263)
가격	5.3613	5.2614	5.3826	5.5961	5.4150	.417 (.796)
주변경관	4.8958	5.1712	5.0588	5.4242	5.3750	.713 (.584)
접근성	4.9583	5.2072	5.7941	5.9242	5.2500	3.600 (.007)

③ 직업별에 따른 선택속성 차이분석

해수욕장선택속성을 직업에 따라 요인간 차이를 검증하기 위하여 분산분석(ANOVA)을 실시하였다. 분석 결과 안전/위생(F=.893, P=.523), 먹거리/특산물(F=1.138, P=.339), 체험프로그램(F=.574, P=.798), 운영서비스(F=.973, P=.457), 가격(F=.744, P=.652), 주변경관(F=.918, P=.503) 등은 해수욕장 선택속성간 유의적인 차이가 없는 것으로 나타났고, 접근성(F=2.690, P=.008)만 유의한 것으로 나타났다.

이러한 결과는 직업에 따라 해수욕장 선택속성 가운데 접근성에 있어서 차이가 나타나는 것으로 나타났고, 특히 가정주부와 자영업의 경우 매우 높게 중요성을 인정하는 것으로 나타났다.

<표 16> 직업별에 따른 선택속성 차이분석

선택속성요인	전문/자유직	경영/관리직	사무/기술직	판매/서비스직	기능/숙련직	자영업	가정주부	학생	F값(p값)
안전/위생	5.9851	6.0029	5.6568	5.7533	6.0670	5.6411	6.2128	5.8079	.893 (.523)
먹거리/특산물	4.1959	3.5714	4.0368	4.1667	4.0500	3.1944	3.7586	3.8190	1.138 (.339)
체험프로그램	5.2432	5.6071	4.9191	5.3125	5.1750	4.8611	5.0690	5.0374	.574 (.798)
운영서비스	5.2162	5.0000	4.8526	4.8592	4.9010	5.0378	5.4483	4.8695	.973 (.457)
가격	5.4862	5.4771	5.3044	5.9167	5.7000	4.9256	5.5176	5.2146	.744 (.652)
주변경관	5.2162	5.5714	5.0147	5.5417	5.5000	5.5000	5.3448	5.0345	.918 (.503)
접근성	5.8514	5.5000	5.5000	5.8333	5.4500	5.9444	6.0690	4.9770	2.690 (.008)

④ 학력에 따른 요인간 차이검증

해수욕장선택속성을 학력에 따라 요인간 차이를 검증하기 위하여 분산분석(ANOVA)을 실시하였다. 분석 결과 안전/위생(F=.502, P=.681), 먹거리/특산물(F=.566, P=.638), 체험프로그램(F=1.723, P=.163), 운영서비스(F=2.528, P=.058), 가격(F=.917, P=.434), 주변경관(F=.151, P=.929), 접근성(F=1.882, P=.133)등은 해수욕장 선택속성에 유의적인 차이가 없는 것으로 나타났다.

이러한 결과는 학력에 따라 해수욕장 선택속성인 안전/위생, 먹거리/특산물, 체험프로그램, 운영서비스, 가격, 주변경관, 접근성 등은 중요도에 있어서 차이가 없는 것으로 판단된다.

<표 17> 학력별에 따른 선택속성 차이분석

선택속성요인	중졸이하	고등학교졸	대학제·졸	대학원제·졸	F값 (p값)
안전/위생	6.0692	5.9993	5.8025	5.7808	.502 (.681)
먹거리/특산물	4.1346	3.9188	3.8118	4.1923	.566 (.638)
체험프로그램	4.6923	5.3438	5.0647	4.5962	1.723 (.163)
운영서비스	5.5123	5.3503	4.8560	5.0523	2.528 (.058)
가격	5.4615	5.5755	5.2701	5.6931	.917 (.434)
주변경관	4.9231	5.2000	5.1552	5.1538	.151 (.929)
접근성	4.9231	5.6375	5.3937	6.1154	1.882 (.133)

⑤ 월 평균 수입에 따른 요인간 차이검증

해수욕장선택속성을 월 평균 수입에 따라 요인간 차이를 검증하기 위하여 분산분석(ANOVA)을 실시하였다. 분석 결과 안전/위생(F=1.326, P=.261), 먹거리/특산물(F=.384, P=.820), 체험프로그램(F=.145, P=.965), 운영서비스(F=.282, P=.890), 가격(F=.907, P=.460), 주변경관(F=1.369, P=.246) 등은 해수욕장 선택속성간 유의적인 차이가 없는 것으로 나타났고, 접근성(F=4.310, P=.002)은 유의한 것으로 나타났다.

이러한 결과는 소득에 따라 접근성에 있어서는 차이가 있으며, 300만원이상의 소득자는 그 이하의 소득자에 비해 보다 높게 중요성을 인식하고 있는 것으로 나타났다.

<표 18> 소득별에 따른 선택속성 차이분석

선택속성요인	100만원 미만	100-199만원	200-299만원	300-399만원	400만원 이상	F값 (p값)
안전/위생	5.8456	5.9202	5.8954	6.0767	5.4141	1.326 (.261)
먹거리/특산물	3.8381	4.0700	3.7917	3.7963	3.7963	.384 (.820)
체험프로그램	5.0881	5.1200	5.0833	5.0093	4.9167	.145 (.965)
운영서비스	4.9581	4.9734	5.0694	5.1230	4.8026	.282 (.890)
가격	5.1631	5.3602	5.4860	5.6293	5.4574	.907 (.460)
주변경관	5.1080	4.9600	5.1563	5.6667	5.1111	1.369 (.246)
접근성	5.0341	5.4100	5.6250	6.0185	5.9815	4.310 (.002)

3. 가설 검정

1) 해수욕장 선택속성이 만족도에 미치는 영향 분석(H1)

가설 1 : 해수욕장 선택속성은 이용객의 전반적 만족도에 유의한 영향을 미칠 것이다.

해수욕장 선택속성이 전반적 만족도에 미치는 영향을 검증하기 위해 전반적 만족도를 종속변수로, 해수욕장 선택속성을 독립변수로 하여 다중회귀분석을 실시하여 다음과 같은 결과를 도출하였다.

<표 19> 해수욕장 선택속성이 전반적 만족도에 미치는 영향분석

종속변수	요인 (선택속성)	비표준화 계수		표준화 계수	t	유의확률
		B	표준오차	베타		
만족도	안전/위생	.207	.088	.200	2.337	.020**
	먹거리/특산물	-.069	.064	-.077	-1.070	.286
	체험프로그램	.050	.079	.052	.639	.523
	운영서비스	.012	.080	.013	.152	.880
	가격	-.085	.066	-.096	-1.285	.200
	주변경관	.078	.070	.086	1.122	.263
	접근성	.122	.061	.147	1.984	.048**
		$R^2=.101$	수정된 $R^2=.074$	F=3.712	P=.001	

주) *p<0.1, **p<0.05, ***p<0.01

분석결과 다음표와 같이 해수욕장 선택속성 7개 중에서 전반적 만족도에 영향을 미치는 요인으로 회귀모형의 F값이 3.712 (P=0.001)의 수치를 보이고 있다. R^2 는 0.101으로 나타나 10.1의 설명력을 보이고 있다. 또한 회귀식에 투입된 선택속성들의 회귀계수에 대한 t검증 결과 ‘안전/위생’

과 ‘접근성’이 유의수준 0.05에서 통계적으로 유의하게 나타났다. 따라서 해수욕장을 찾는 관광객에게 해수욕장을 선택하는 속성들중 ‘안전/위생’, ‘접근성’ 등이 관광만족에 영향을 미치는 요인임을 알 수 있었다.

2) 해수욕장 선택속성이 행동의도에 미치는 영향 분석 (H2)

가설 2 : 해수욕장 선택속성은 이용객의 재방문 및 추천의사에 유의한 영향을 미칠 것이다.

(1) 가설 2-1 : 해수욕장 선택속성은 재방문의도에 영향을 미칠 것이다.

해수욕장 선택속성 요인이 해수욕장 이용객의 재방문의도에 미치는 영향을 파악하기 위하여 추출된 7개의 요인을 독립변수로 하고 재방문의도를 종속변수로 하여 회귀분석을 실시한 결과 다음 표와 같은 결과가 도출되었다. 설명력(R^2)은 0.138로 나타났으며, F값이 $P=0.000$ 에서 5.327의 수치를 보이고 있다. 회귀식에 투입된 선택속성들의 회귀계수에 대한 t 검증 결과 ‘안전/위생’과 ‘가격’이 유의수준 0.01에서 통계적으로 유의하게 나타났고, ‘접근성’은 0.05에서 유의했으며, ‘먹거리/특산물’은 0.1에서 유의한 것으로 나타났다. 따라서 해수욕장을 찾는 관광객에게 해수욕장을 선택하는 속성들중 ‘안전/위생’, ‘가격’, ‘접근성’, ‘먹거리/특산물’ 등이 재방문에 영향을 미치는 요인임을 알 수 있다.

<표 20> 해수욕장 선택속성이 재방문의도에 미치는 영향분석

종속변수	요인 (선택속성)	비표준화 계수		표준화 계수	t	유의확률
		B	표준오차	베타		
재방문의도	안전/위생	.311	.091	.286	3.417	.001***
	먹거리/특산물	-.124	.066	-.131	-1.864	.064*
	체험프로그램	.077	.081	.077	.953	.341
	운영서비스	.018	.083	.019	.222	.824
	가격	-.195	.068	-.208	-2.853	.005***
	주변경관	.052	.072	.054	.720	.472
	접근성	.137	.063	.157	2.173	.031**
		$R^2=.138$	수정된 $R^2=.112$	F=5.327	P=.000	

주) *p<0.1, **p<0.05, ***p<0.01

(2) 가설 2-2 : 해수욕장 선택속성은 추천의사에 영향을 미칠 것이다.

해수욕장 선택속성 요인이 해수욕장 이용객의 추천의사에 미치는 영향을 파악하기 위하여 추출된 7개의 요인을 독립변수로 하고 추천의사를 종속변수로 하여 회귀분석을 실시한 결과 다음 표와 같은 결과가 도출되었다. 설명력(R^2)은 0.109로 나타났으며, 회귀식에 투입된 선택속성들의 회귀계수에 대한 t검증 결과 ‘안전/위생’이 유의수준 0.01에서 통계적으로 유의하게 나타났고, ‘가격’은 0.05에서 유의했으며, ‘접근성’은 유의수준 0.1에서 유의함을 나타내었다. 따라서 해수욕장을 찾는 관광객에게 해수욕장을 선택하는 속성들 중 ‘안전/위생’, ‘가격’, ‘접근성’ 등이 추천의사에 영향을 미치는 요인임을 확인하였다.

<표 21> 해수욕장 선택속성이 추천의사에 미치는 영향분석

종속변수	요인 (선택속성)	비표준화 계수		표준화 계수	t	유의확률
		B	표준오차	베타		
추천의사	안전/위생	.305	.103	.251	2.947	.004***
	먹거리/특산물	-.047	.075	-.044	-.623	.534
	체험프로그램	.056	.092	.050	.613	.540
	운영서비스	.067	.094	.061	.712	.477
	가격	-.189	.078	-.181	-2.441	.015**
	주변경관	.001	.081	.001	.010	.992
	접근성	.141	.072	.145	1.970	.050*
		$R^2=.109$	수정된 $R^2=.082$	$F=4.066$	$P=.000$	

주) *p<0.1, **p<0.05, ***p<0.01

3) 해수욕장 전반적 만족도가 행동의도에 미치는 영향 분석 (H3)

가설 3 : 해수욕장 전반적 만족도는 이용객의 재방문 및 추천의사에 유의한 영향을 미칠 것이다.

(1) 가설 3-1 : 해수욕장 전반적 만족도는 이용객의 재방문의도에 영향을 미칠 것이다.

해수욕장의 전반적 만족도가 해수욕장 이용객의 재방문의도에 미치는 영향을 파악하기 위하여 해수욕장 만족도요인을 독립변수로 하고 재방문의도를 종속변수로 하여 회귀분석을 실시한 결과 다음 표와 같은 결과가 도출되었다. 회귀모형은 F값이 489.121(P=0.000)으로 통계적으로 유의한 것으로 나타났고, $R^2=0.673$ 으로 67%의 설명력을 보이고 있다. 회귀식에 투입된 선택속성들의 회귀계수에 대한 t검증 결과 유의수준 0.01에서 통

계적으로 유의하게 나타났다. 따라서 해수욕장 만족은 재방문의도에 유의한 영향을 미치는 것을 알 수 있다.

<표 22> 해수욕장 만족이 재방문의도에 미치는 영향분석

종속변수	요 인	비표준화 계수		표준화 계수	t	유의확률
		B	표준오차	베타		
재방문	전체만족도	.863	.039	.820	22.116	.000***
		$R^2=.673$	수정된 $R^2=.671$	F=489.121	P=.000	

주) *p<0.1, **p<0.05, ***p<0.01

(2) 가설 3-2 : 해수욕장 전반적 만족도는 이용객의 추천의사에 영향을 미칠 것이다.

해수욕장의 전반적 만족요인이 해수욕장 이용객의 추천의사에 미치는 영향을 파악하기 위하여 만족요인을 독립변수로 하고 추천의사를 종속변수로 하여 회귀분석을 실시한 결과 다음 표와 같은 결과가 도출되었다. 회귀모형은 F값이 319.966(P=0.000)으로 통계적으로 유의한 것으로 나타났다, $R^2=0.573$ 으로 57%의 설명력을 보이고 있다. 회귀식에 투입된 선택속성들의 회귀계수에 대한 t검증 결과 유의수준 0.01에서 통계적으로 유의하게 나타났다. 따라서 해수욕장 만족도는 추천의사에 유의한 영향을 미치는 것을 알 수 있다.

<표 23> 해수욕장 만족이 추천의사에 미치는 영향

종속변수	요 인	비표준화 계수		표준화 계수	t	유의확률
		B	표준오차	베타		
추천의사	전체만족도	.889	.050	.757	17.888	.000***
		$R^2=.573$	수정된 $R^2=.572$	F=319.966	P=.000	

주) *p<0.1, **p<0.05, ***p<0.01

V. 결 론

1. 분석결과의 요약

본 연구는 부산지역 4개 해수욕장(해운대, 광안리, 송도, 송정)을 대상으로 해수욕장 선택속성이 관광객 만족 및 행동의도에 어떠한 영향을 미치는지의 여부를 실증분석을 통해 접근하였다. 이 연구는 해수욕장 관광지의 관광객 유치 증대, 특히 관광객의 재방문을 이끌어내기 위한 관광마케팅 전략에 유익한 정보를 제공하기 위함이다.

기존 관광 분야에서는 관광지를 중심으로 한 선택속성, 관광객 만족이나 불만족, 관광지 재방문, 추천의사 등에 대한 많은 연구가 나오고 있으나 해수욕장 선택속성이나 만족, 재방문의도 등의 연구는 미흡한 실정이다.

본 연구는 기존의 문헌연구를 통하여 관광지 선택속성을 도출하고 여기서 도출된 요인들을 기초로 하여 '해수욕장 유형별 관리·평가 모델 개발 연구(해양수산부 2006)'의 해수욕장 평가모델 요인중 해수욕장 선택속성에 부합되는 요인만을 추출하여 해수욕장 선택속성에 접목시켜 다음과 같은 7가지 요인을 추출하였다. 추출된 요인은 안전/위생, 먹거리/특산물, 체험프로그램, 운영서비스, 가격, 주변경관, 접근성 등이다.

해수욕장 이용객들이 해수욕장을 선택할 때 해수욕장별 세부 선택속성별 요인들의 중요도를 파악한 결과 전체 해수욕장에 대한 기술 통계를 살펴보면 깨끗한 수질, 위험물 제거, 백사장관리상태, 화장실·샤워시설, 안전요원 등 대부분 해수욕장의 관리와 안전을 중요시하는 것으로 나타났다. 토속음식이나 다양한 관광상품, 특산물 구입, 수산물 맛보기 등 먹거리나 특산물구입 등은 비교적 낮은 것으로 나타났다. 이는 4개 해수

욕장을 개별적으로 살펴보아도 약간의 차이가 있을 뿐 비슷한 결과를 보이고 있다.

해수욕장별 및 인구통계적 특성에 따른 요인간 차이검증 결과 해수욕장간 안전/위생, 먹거리/특산물, 체험프로그램, 운영서비스, 가격, 주변경관 등은 중요도에 대해 동일한 인식을 하고 있는 반면 접근성은 해수욕장별 다른 인식을 가지고 있음을 볼 때, 해수욕장을 선택할 때 가장 중요하게 생각하는 것은 접근성임을 알 수 있었다.

본 연구에서 해수욕장 선택속성이 만족 행동의도에 미치는 영향관계의 가설검증결과 모델 적용이 적합한 것으로 분석되었으나 부분적인 적합관계를 보이고 있으며, 일부 요인은 영향관계가 없는 것으로 나타났다.

첫째, ‘해수욕장 선택속성은 이용객의 전반적 만족도에 유의한 영향을 미칠 것이다’ 라는 가설을 다중회귀분석을 통해 검증한 결과 해수욕장을 찾는 관광객에게 해수욕장을 선택하는 속성들중 ‘안전/위생’, ‘접근성’ 만이 관광만족에 영향을 미치는 요인으로 나타났다.

둘째, ‘해수욕장 선택속성은 이용객의 재방문 및 추천의사에 유의한 영향을 미칠 것이다’ 라는 가설을 검증한 결과 ‘안전/위생’, ‘가격’, ‘접근성’, ‘먹거리/특산물’ 등이 재방문에 영향을 미치는 요인으로 나타났고, ‘안전/위생’, ‘가격’, ‘접근성’ 등이 추천의사에 영향을 미치는 요인으로 나타났다.

셋째, 해수욕장 만족은 이용객의 재방문 및 추천의사 등의 행동의도에 유의한 영향을 미치는 요인임을 알 수 있었다.

2. 연구결과의 시사점

첫째, 일반적 관광지에 대한 선택속성 및 관광만족에 관한 연구는 많이 수행되었지만 해수욕장 방문객들의 선택속성과 만족에 대한 연구는 미흡하였다. 따라서 본 연구에서는 해수욕장에 대한 개념을 살펴보고, 해수욕장을 이용하는 이용객들의 선택속성에 대한 이론적인 기초를 체계화하였다.

둘째, 해수욕장 선택속성중 만족과 행동의도에 가장 큰 영향을 주는 요인으로 ‘안전·위생’임을 알았다. 해수욕장 관리에 있어 안전, 쾌적성 등에서 차별화된 서비스가 필요한 것으로 판단된다. 선진국의 경우 해수욕장의 평가와 관리제도는 각국의 지역적·환경적 여건에 따라 다소 차이가 있지만 객관적이고 합리적인 평가기준을 통해 전반적인 해수욕장의 품질을 높일 수 있는 인증제를 채택하고 있다.

우리나라의 경우 2006년 해양수산부가 ‘해수욕장 유형별 관리 평가 모델’을 발간한 바 있다. 여기엔 해수욕장의 관리상에서 나타나는 문제점에 대한 대응방안을 마련하고 보다 효율적인 관리를 실시하기 위하여 해수욕장 특성에 따른 유형별 관리방안을 제시하고 있다. 따라서 부산의 해수욕장이 경쟁력을 갖춘 차별화된 해수욕장으로서의 기능 발휘를 위해서는 해수욕장의 가장 기본요건인 백사장 청결 및 청정수질 확보가 필수적이다. 그러기 위해서는 지금도 일부 시행하고 있는 피서객의 클린업타임제의 정착, 쓰레기 종량제의 철저한 시행, 주부, 노인, 학생자원봉사활동으로 해안 보호, 피서객의 자기쓰레기회수에 대한 지역특산물 보답 등 체계적인 대책이 요구된다.

셋째, 해수욕장의 접근성을 고려한 마케팅 전략의 차별화가 필요하다.

해수욕장 선택속성중 접근성이 만족, 행동의도에 영향을 주는 요인임을 볼 때, 해수욕장은 지역의 교통, 위치 등에 따라 마케팅전략을 차별화

해야 한다. 즉 해운대와 광안리 등은 지하철이 인접해 있고, 도심과 근접해 있는가 하면 송도, 송정은 비교적 접근성이 떨어진다고 보아진다. 또한 해운대와 광안리는 비교적 타 해수욕장에 비해 인지도가 높고, 동백섬과 누리마루, 광안대교와 같은 유명 관광지가 인접해 있어 찾는 관광객이 많은 것으로 보이는 반면, 송도, 송정 등은 지명도나 인지도보다는 접근성을 고려하여 방문하는 이용객이 많은 것으로 판단된다. 따라서 해수욕장 방문객의 만족도를 높이고, 재방문을 유도하기 위해서는 일단 교통망의 완비가 제일 중요하다. 특히 근거리 셔틀버스를 이용한 해수욕장 연결로 관광루트화, 넓은 주차장 확보, 관광 탈거리 도입, 수륙양용버스 도입, 해상택시 터미널 조성 등을 적극 검토해 볼 필요가 있다.

넷째, 상권의 관리가 요구된다. 가격은 재방문과 추천의도에 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 가격이 낮을수록 재방문의도와 추천의도에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 부산 해수욕장의 가장 큰 문제점의 하나가 하계절에 집중되는 관광객과 사유로 인한 가격통제가 어렵다는 것이다. 고(高)가격정책은 마케팅 전략의 한 방법이긴 하지만 해수욕장 자체가 지역주민이나 관광객들의 여흥의 장으로서 공공성을 띠고 있는 사실을 감안하여 가격정책에 대한 관리와 통제가 필요하다. 따라서 마을 공동관리와 지자체의 적극적인 감독권 행사가 필요하고 가격표시제, 저가업소 유치가 필요하다. 또한 해수욕장 내 영업행위 전문화 즉, 대학 및 전문서비스 업체 위탁 등도 적극 검토해 보아야 할 것이다.

다섯째, 차별화된 먹거리·특산물 제공이다. 상품구성의 필수적인 요건은 역시 차별성 확보이다. 다른 지역과 차별화 할 수 있는 그 지역만의 고유성을 가지고 있을 때 관광객을 유인 할 수 있다. 해수욕장 선택속성 중 ‘먹거리/특산물’ 등이 재방문에 영향을 미치는 요인으로 볼 때, 그 지역 특산물뿐만 아니라 방문객의 연상을 위해 해수욕장의 독창적인 캐릭

터 상품을 개발하고, 기념품으로 열쇠고리, 물놀이 용품 등의 기념품 제작과 홍보물을 개발하여야 할 것이다. 따라서 해수욕장 개장기간중 임시 관광홍보 및 기념품 판매소 운영을 고려해볼 필요가 있다.

또한 관광객이 구경만 하고 돌아가게 할 것이 아니라 놀거리를 제공할 수 있는 이용시설물과 참여할 수 있는 오락시설물의 확충도 필요하다. 그러기 위해서는 각종 해변이벤트의 활성화와 새로운 해상스포츠 활동의 도입이 필요하고, 단순히 자연 자원의 이용에 그치지 말고 마리나, 해양수족관, 잠수정 등을 갖추어 해양을 입체적으로 활용할 수 있는 복합해양관광리조트로 발전해야 할 것이다.

3. 연구의 한계

첫째, 본 연구의 한계점은 부산시에 위치하고 있는 해수욕장 중에서 해운대, 광안리, 송정, 송도 해수욕장이라는 특정지역을 방문한 관광객들을 대상으로 실증연구를 실시하였으므로 해수욕장을 전체적으로 파악하는 데는 한계가 있다.

둘째 만족도를 분석하기 위해 이용된 변수 가운데, 재방문의도와 추천의사 등은 측정하기 위한 변수들이 다양하게 있음에도 불구하고, 단일항목으로 분석한 것이 본 연구의 한계점이다.

4. 미래의 연구방향

첫째, 해수욕장 선택속성에서 중요한 요소로 날씨를 들 수 있다. 선행연구를 살펴보면 Mayo(1973), Stabler(1988), Inskoop(1991), Crompton(1993), 권오주(2000), 이경하·문혜영·김홍범(2002)등의 연구에서 관광지 선택속성 변수로 기후를 포함하고 있다. 따라서 미래연구에서는 기후 또는 날씨를 해수욕장 선택속성 요인으로 포함시켜 다른 변수들과 같이 그 중

요도를 알아보고 만족 및 행동의도에 어떠한 영향을 미치는지 살펴봐야 할 것이다.

둘째, 해수욕장의 만족, 재방문의도나 추천의사 등에 대해 보다 내실 있는 연구가 이루어져야 할 것이다.

셋째, 해수욕장 선택속성에 영향을 줄 수 있는 선행변수에 대한 연구도 이루어져야 할 것이다.

넷째, 관광만족에 영향을 줄 수 있는 새로운 변수의 개발도 연구되어야 할 것이다.



참고문헌

1. 국내문헌

- 김성귀(1998). 해양관광 상품개발 방안, 관광학연구, 22(2) : 482-488
- 권오주(2000), 방한 중국인 관광객의 관광행동에 관한 연구, 세종대학교 대학원, 석사학위논문
- 김계섭, 안윤지(2004), 문화관광자원의 매력속성, 자원해설, 관광만족간의 영향관계, 관광연구 제19권 제1호
- 김동훈(2004), 관광지 속성이 지각된 관광가치, 관광만족 및 재방문의도에 미치는 영향에 관한 연구, 제주대학교 대학원, 박사과정논문
- 김소영(2001), 패키지 여행상품이 고객만족 및 재방문에 미치는 영향, 동아대학교 대학원 석사학위 논문 p. 28
- 김시중(2005), 전시컨벤션 개최지 선택속성의 차이 및 선호에 관한 연구, 산업경제연구 제18권 제6호, 2791-2816
- 김영우(2006), 방한 일본 여성관광객의 에스테틱 동기가 관광지 선택속성, 만족, 행동의도간의 영향관계, 컨벤션연구 제6권 제2호(통권 제13호)
- 김이향(2006), 방한 중국인 관광객의 한류태도, 관광목적지 이미지, 관광지 선택속성, 만족 및 재방문 의도에 관한 연구, 동아대학교 석사학위논문
- 김창완(2002), 관광지 선택속성과 개발요인이 관광성과에 미치는 영향에 관한 연구, 경영경제연구 제19집
- 김향자·엄서호(1997), 휴가목적지 선택결정 요인으로서 지각행동 조절에 관한 연구, 관광학연구, 21(1) : p. 11-29
- 강원개발연구원(1998), 21세기를 향한 동해안 종합해양관광개발 방안
- 박상우(2005), 「우수해수욕장 평가와 관리제도 개선 방향」, 『월간 해양수산 통권 제255호』 p. 46-47
- 서진우(2000), 관광이벤트 참여자의 선택속성이 재방문 의사결정에 미치는 영향에 관한 연구, -부산바다축제를 중심으로-, 세종대학교 대학원 석사학위논문

- 성기만(2002), 국내 해양관광지 개발모형에 관한 연구, 세종대학교 대학원 박사학위논문
- 서윤원(1999), 중국인 관광객의 행동특성에 따른 만족도 연구, 경희대학교 대학원, 석사학위논문
- 신도길(1993), 관광지속성과 만족도가 관광지 선택에 미치는 영향, - 미국과 일본 방문 관광객을 중심으로-, 영남대학교 대학원 박사학위논문
- 신현주·이연택(1986), 관광객의 만족과 그 응용에 관한 이론적 접근, 세종대호텔 관광경영연구, 2
- 심홍보·이순철(2004), 호텔기업 선택시 이미지 속성 도출에 관한 연구, 관광통계연구 제10호 제1권
- 안영면(1991), 라이프스타일에 따른 관광객 행동특성에 관한 연구, 경남대학교 대학원 박사학위논문, p.50
- 이경하·문혜영·김홍범(2002), 관광지 속성과 공간마찰력변수가 관광지 선택에 미치는 영향, 관광연구 제 17권 제2호
- 이승용·김석출(2008), 문화관광축제의 교육적 요인이 축제만족과 행동의도에 미치는 영향관계 : 익산서동축제를 중심으로, 관광학연구 제32권 제1호(통권 65) p.119-139
- 이운섭(2005), 관광자가치, 라이프스타일, 동기가 관광지선택과 행위의도에 미치는 영향, 경기대학교 대학원, 박사학위논문
- 이애주(1988), 관광지 선택행동에 관한 연구 : 관광객의 지각 및 선호도를 중심으로, 세종대학교 대학원, 박사학위 논문
- 이초혜(2002), 문화관광자의 재구매 의도에 관한 연구, 경기대학교 대학원 박사학위논문
- 이화인(1999), 외래관광객의 국내 관광행동이 재방문 의사결정에 미치는 영향, 한국관광학회, 관광학연구, p. 262-276
- 임윤정, 이혜린, 윤장열(2006), 영상촬영지 관광객의 선택속성과 태도에 관한 연구, 대한관광경영학회, 관광연구 제21권 2호. p. 235-255
- 임주연(2002), 문화관광지 속성에 대한 기대와 성과가 관광자 만족에 미치는 영향, 한양대학교 석사학위 논문

- 전경철, 정진우, 박봉규(2005), 일식레스토랑 고객의 선택속성이 판매촉진과 고객만족, 고객충성도에 미치는 영향, 외식경영연구, Vol. 8 No. 3, p. 107~124
- 정하운(2002) 관광이벤트의 매력속성이 관광객 만족 및 재방문에 미치는 영향, 동아대학교 교육대학원 석사학위논문
- 전채구(1998) 호텔서비스 품질에 대한 소비자 만족도가 재구매 의도 및 가격수용성에 미치는 영향 연구, 충남대학교 경영대학원, 석사학위논문
- 장경수(2005) 축제의 서비스 품질이 방문자 만족과 행동의도에 미치는 영향, 관광학연구, 29(3), p. 131-145
- 조윤식·김옥희(2005), 전시회 방문동기, 전시회 선택속성, 방문객 만족간의 영향관계, 관광·레저연구 제17권 제1호(통권 제30호) p.25-42
- 조은영(2003), 관광통역안내원의 외국어 구사능력이 관광객만족에 미치는 영향, 신라대학교 대학원 석사학위논문
- 최나리(2005), 해수욕장의 방문동기, 관광만족 및 재방문 의도 연구 : 부산지역 해수욕장을 중심으로, 관광연구 제20권 2호, p. 165-181
- 최도석(2006), 부산의 해수욕장 관광상품화에 관한 연구, 부산발전연구원, p. 4-8
- 최설매, IP분석에 의한 방한 중국인 관광객의 관광지 선택속성과 만족에 관한 연구, 동아대학교 대학원 석사학위논문
- 표성수·윤동구(2000), 관광객만족구조 모형의 개발에 관한 연구, 경기대학교 대학원 박사학위논문
- 홍장원(2002), 「해양관광활동 및 해수욕장의 마케팅전략에 관한 연구」, 『월간 해양수산 통권 제215호』 p. 48-50
- 해양수산부(2002), 해수욕장 및 공유수면관리제도 개선방안에 관한 연구
- 해양수산부(2006) 해수욕장 유형별 관리·평가 모델개발 연구

2. 국외문헌

- Buchanan, Thomas(1983). Toward an Understanding of Variability in Satisfaction. *Journal of Leisure Research*, 12(1) : 20-33
- Clawson, M., & Kretch, J.(1996), *Economics of outdoor recreation*. Baltimore : Johns

Hopkins Press

- Dann, Graham M. S.(1978). Tourist Satisfaction : A Highly Complex Variable. *Annals of Tourism Research*, 5(4) : 440-443
- Dann(1979), G.M.S, Anomie, ego-enhancement, and Tourism, *Annals of Tourism Research*, 8, pp187-219
- E. F. Ferrario(1986), Black and White Holiday : The Future of the Local Tourist Industry in South Africa, *Annals of Tourism Research*, Vol. 13. pp 331-348
- Fishbein, M., and I. Ajzen(1975). *Belief, Attitude, Intention, and Behavior*, Reading, Mass.: Addison-Wesley.
- Gunn, C. A.(1979), *Tourism Planning*, New York : Crane & Russak Co.
- Haahti, A. J.(1986), Finland's Competitive Position as a Destination, *Annals of Tourism Research*, Vol. 13, p11-35
- Heberlein, Thomas, and J. Stanley Black(1976). Attitude Specific and the Prediction of Behavior in a Field Setting, *Journal of Personality and Social Psychology*, 33(4) : 474-479
- Inskeep, E.(1991), *Tourism Planning : An Integrated and Sustainable Development Approach*, New York : Van Nostrand Reinhold, pp25-34
- J. C. Nunnally(1978), *Psychometric Theory*, New York : McGraw-Hill, p 13-14
- J. E. Swan and A. A. Mercer(1981), Consumer Satisfaction as a Function of equity and Disconfirmation.
- J. E. Swan and J. C. Linda(1976), Product Performance and Consumer Satisfaction : a New Concept, *Journal of marketing*, 40, p25-33
- J. L. Crompton & P. K. Ankomah(1993), Choice Set Propositions in Destination Decisions, *Annals of Tourism Research*, Vol. 20, p 461-476
- J. N, Goodrich(1997), Benefit bundle analysis : An Empirical Study of International Travels, *Journal of Travel Research*, Vol, 16. p 1-3
- J. R. Brent, Ritchie & Zins(1978), Culture as Determinant Attractiveness of an Tourism Region, *Annals of Tourism Research*, p252~266
- Mayo, E. J(1973), Regional Image and Regional Travel Development, *Travel and*

Tourism Research Association Proceeding

- Mazursky. D. (1989), Past experience and future tourism decision, *Annals of tourism research*. 16.
- Mcintosh, R. W. and C. R. Goeldner.(1990), *Tourism : Principles, Practices, Philosophies*, New York : John Willey & Sons.
- Mercer, David(1971), *The Role of Perception in the Recreation Experience : A Review and Discussion*. *Journal of Leisure Research*, 3(4) : 261-276
- Michael J. Stabler(1988), *The Image of Destination Regions : Theoretical and Empirical Aspects*, *Marketing in the Tourism Industry : The Promotion of Destination Regions*, Brain Goodall and Gregory Ashwoth, eds., New York : Croom Helm Ltd., p144
- Middleton, V. T. C.(1988), *Marketing in travel and tourism*, Oxford : Heinemann.
- Moutinho, L, (1987), *Consumer Behaviour in tourism*, *European journal of Marketing*, Vol. 2(10) p5-44
- Murphy, P. E. (1987), *Tourism : A community approach*, New York : Methuen.
- Neuman, Michael(1999), *A new approach to planning and governing; the jersey shore experience*. *Ocean & Coastal Management*, 42(9); 815-834
- Pearce, Philip L.(1988). *The Ulysses factor : Evaluating Visitors in Tourist Settings*. New York : Springer Verlag.
- Pizam, A., Neumann, Y.(1978), and Reichel, A, *Dimension of tourist satisfaction with a destination area*. *Annals of Tourism Research*, 5, pp314-322.
- Saharuddin, Abdul H.(2001). *National ocean policy new opportunities for Malaysian ocean development*. *Marine Policy*, 25(6): 427-436
- Var, Turgut, R. A. D Beck, & P. Loftus(1977) *Determination of Touristic Attractiveness of the Touristic Areas in British Columbia*, *Journal of Travel Research*, Vol. 15, pp 23-29
- Woodruff R. B., (1997), *Customer value : The Next Source for competitive Advantage*, *Journal of the Academy of Marketing Science*, 25(2)
- WTO(1988), *Quality Control of Tourism Products and services* Sofia, p.6

설문지

_____해수욕장

안녕하십니까?

바쁘신 가운데에도 본 조사에 응해 주셔서 대단히 감사합니다.

본 설문지는 ‘해수욕장 이용객의 선택속성이 전반적 만족도 및 행동의도에 미치는 영향’을 위해 작성된 것입니다. 바쁘시겠지만 다음 설문을 읽고 귀하께서 판단하시는 대로 응답해 주시면 감사하겠습니다.

응답해 주신 설문자료는 순수하게 학술연구목적 이외에는 사용되지 않으므로 협조를 부탁드립니다.

2007. 7 .

조사자 : 부경대학교 대학원 석사과정 심미숙

연락처 : 051-860-8826

E-mail : newly1@hanmail.net

지도교수 : 부경대학교 관광경영학 교수 전재균

번호	질문	전혀 중요하지 않다 ← 보통이다 → 매우 중요하다						
		①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
<가격>		①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
1	시설(주차장,탈의장,파라솔 등) 이용료							
2	숙박비, 음식비							
3	교통비							
<접근성>		①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
4	주차시설 편리성							
5	용이한 접근성							
6	버스 등 대중교통 연계성(환승 등)							
<운영 서비스>		①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
7	지역주민의 친절도							
8	상거래의 신뢰성(바가지 요금 등)							
9	정보의 제공(홍보)							
10	안내소 확보(안내요원서비스), 안내판							
<주변 관광자원 및 경관요소>		①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
11	주변(배후) 연계 관광지와의 연계 여부							
12	주변경치 및 조망권							
<체험 프로그램>		①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
13	해수욕, 각종 해양레포츠 (수상스키 등)							
14	휴양활동(해변 휴식)							
15	해변 축제 및 공연							
16	야간 백사장 즐길거리(엔터테인먼트)							
<해수욕장 지원시설의 편리성>		①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
17	화장실, 샤워시설							
18	숙박시설							
19	어린이 보호시설							
20	여가 레저 시설							
<안전/위생>		①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
21	안전요원							
22	응급구호체계(감시탑, 역사대비 체계)							
23	위험물(유리조각 등) 제거							
24	깨끗한 수질							
25	백사장 관리상태							
<먹거리/특산물 체험>		①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
26	특산물 구입							
27	다양한 관광상품(기념품 등)							
28	수산물 맛보기							
29	음식							

8. 귀하께서 이 곳 해수욕장 이용에 따른 만족도에 대해 해당하는 란에 V 표시를 해 주십시오.

번호	질문	전혀 그렇지 않다 ← 보통이다 → 매우 그렇다						
		①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
1	이곳 해수욕장 방문을 전체적으로 만족한다.							
2	이곳 해수욕장을 다시 방문하고 싶다.							
3	주변사람들에게 이곳 해수욕장을 추천할 의사가 있다.							

※ 다음은 인구통계학적 특성에 관한 질문 사항입니다.

1. 귀하의 성별은?

- ① 남 ② 여

2. 귀하의 연령은?

- ① 20세 미만 ② 20~29세 ③ 30~39세 ④ 40~49세
 ⑤ 50~59세 ⑥ 60세 이상

3. 귀하의 직업은?

- ① 전문/자유직 ② 경영/관리직 ③ 사무/기술직 ④ 판매/서비스직
 ⑤ 기능/숙련직 ⑥ 자영업 ⑦ 가정주부 ⑧ 학생 ⑨ 기타()

4. 귀하의 최종학력은?

- ① 중졸이하 ② 고등학교 재학·졸업 ③ 대학교 재학·졸업
 ⑥ 대학원 이상

5. 귀하의 월평균 소득수준은?

- ① 100만원미만 ② 100~199만원 ③ 200~299만원
 ④ 300~399만원 ⑤ 400만원이상

감사의 글

어느덧 석사과정을 마치고 그 동안의 대학원생활을 돌이켜 보면, 짧지만 길었던 시간이라 생각합니다. 지금까지 많은 분들의 도움이 없었더라면 지금의 결실을 가지지 못하였을 겁니다.

이 글을 통해 부족한 저에게 관심을 가지고 아낌없는 도움을 주신 주위분들께 감사의 인사를 올리고 싶습니다.

먼저 석사과정을 마칠 수 있도록 헌신적인 지도와 논문의 완성도를 높여주신 전재균교수님께 진심으로 감사를 드립니다. 그리고 마지막까지 관심과 조언을 아끼지 않고 지도해 주신 양위주교수님, 설훈구교수님께도 감사의 말씀을 전하고 싶습니다.

특히 지속적으로 관심을 가지고 논문의 체계와 내용을 세심하게 봐주신 최도석 박사님께 진심으로 감사드리고, 항상 관심을 가지고 지켜봐주신 신성교박사님, 최치국박사님께도 감사의 말씀을 드립니다. 또한 논문 작성을 위해 아낌없는 지도를 해주신 허운수박사님, 김울성박사님, 김영표박사님, 김동욱박사님께도 감사드리며, 일일이 열거하진 못하지만 도시창조본부 동료연구원 모두에게도 감사의 말씀을 전하고 싶습니다.

그리고 많은 관심으로 격려해주신 이정환박사님과 김진생선생님께도 고맙다는 말을 전하고 싶습니다.

지금의 행복한 순간이 있도록 도와주신 많은 분들께 진심으로 감사드리며, 2년이란 기간을 함께 해준 동기 회장, 본아, 그리고 선배님들께도 감사드립니다.

무엇보다 저를 낳아주시고 이 자리에 설 수 있도록 변함없는 사랑과 정성으로 키워주신 아버지, 어머니께 깊은 감사를 드리며, 사랑하는 나의 동생 세영이와 미희에게도 고마운 마음을 전합니다.