

김녕 미로공원의 활성화 방안에 관한 연구

이진희* · 김영남** · 이유라***

目次

- I. 서론
- II. 이론적 고찰
- III. 김녕 미로공원의 현황 분석
- IV. 연구방법과 분석결과
- V. 김녕 미로공원의 활성화 방안
- VI. 결론

국문초록

제주도는 주변에 넓은 관광시장을 보유하고 있지만 90년대에 들어서면서부터 관광산업은 계속 침체의 늪을 벗어나지 못하고 있다. 이러한 문제들은 주변 관광지에 비하여 독특하고 즐길 수 있는 관광상품이 부족하기 때문이다. 현재 제주도내에는 많은 주제공원들이 건설되었거나 건설중에 있으며, 관광객들의 관광행태도 급변하는 최근의 추세로 비추어 볼 때, 제주도의 주제공원들은 나름대로의 살 길을 모색해야 할 때가 되었다. 따라서 본 연구의 목적은 제주도 주제공원 중에서 식물이 주제가 되는 공원중의 하나인 김녕 미로공원을 대상으로 특성을 분석하고, 시장을 조사한 후 소비자인 관광객의 요구에 부합하도록 주제공원을 재정비함으로써 활성화를 도모하는 것이다.

주제어 : 미로공원, 주제공원, 시장세분화와 표적시장, 마케팅 믹스, 장소마케팅

* 제주대학교 경상대학 관광개발학과 교수

** 제주대학교 경상대학 관광경영학과 석사과정

*** 제주대학교 경상대학 관광경영학과 석사과정

I. 서론

제주도는 지리·경제적인 위치로 볼 때 베이징, 상하이, 도쿄, 오사카, 서울 등 인구 1천 만 명 이상이 거주하는 5개의 거대도시와 항공편으로 두 시간 권 거리에 위치하여 넓은 관광시장을 보유하고 있지만 90년대에 들어서면서부터 관광산업은 계속 침체의 늪을 벗어나지 못하고 있다. 이러한 문제들은 주변 관광지에 비하여 독특하고 즐길 수 있는 관광상품이 부족하다는 것이다. 제주도는 淸淨하고, 문화가 독특하여 보는 관광이 발달하였지만 보는 관광만으로는 살아남는데 한계가 있다. 청정한 이미지를 가진 곳은 세계도처에 많기 때문에 청정의 이미지와 더불어 재미있는 주제공원을 가지고 있어야 고급 관광객이 몰려 올 것이고, 침체해 있는 제주관광에 활력을 불어넣을 수 있을 것이다(이진희, 2002).

2006년에 500만 명이 넘는 관광객들이 제주도를 방문하였다. 관광객들은 제주도의 빼어난 자연환경을 감상하기도 하고, 주제공원과 박물관 등을 돌아보며 즐거움을 느끼기도 한다. 현재 제주도에는 10여 개가 훨씬 넘는 주제공원이 있으며, 주제공원의 수와 종류는 해마다 늘어나는 추세이다. 예전에는 입장료만 받아도 관광객들이 저절로 찾아왔지만 근래에 들어서는 주제공원간에 경쟁이 치열해지고 있으며, 유사한 시설들이 난립함으로써 기존에 있던 주제공원들도 점차 그 특색을 잃어가고 있는 실정이다(이진희, 2006b).

이러한 시점에서 제주도의 주제공원들은 나름대로의 살 길을 모색해야 할 때가 되었다. 따라서 본 연구의 목적은 제주도 주제공원 중에서 식물이 주제가 되는 공원중의 하나인 김녕 미로공원을 대상으로 특성을 분석하고, 시장을 조사한 후 소비자인 관광객의 요구에 부합하도록 주제공원을 재정비함으로써 활성화를 도모하는 것이다.

II. 이론적 고찰

1. 주제공원의 개념

1955년 7월 17일 개장된 미국 로스앤젤레스의 디즈니랜드는 세계 최초의 주제공원으로, 하나의 테마로 관리·운영되고 있다. 올랜도에는 LA의 '디즈니랜드'보다 150배나 큰 규모로 세계 최대의 종합휴양위락시설인 월트 디즈니월드(Walt Disney World)가 1971년 개장되었고, 일본에서는 Oriental Land가 Disney Production과 계약을 체결하여 도쿄 디즈니랜드(Tokyo Disney Land)를 1983년에 개장하였으며, 유럽에서 가장 큰 주

제공원인 유로 디즈니랜드가 1992년 개장되었다(이진희, 2006a).

1990년 전세계 주제공원의 수는 225개이었으나, 2000년에는 340개로 증가하였다. 1990년 전세계 주제공원의 입장객수는 3억명이었으나, 2000년에는 5억 4,500만명이 방문하였다. 성장속도는 점점 가속화되어 빠른 발전을 해 왔다(Camp & Aaen, 2000).

주제공원은 휴양을 목적으로 하는 리조트나 공공의 복리증진을 목적으로 하는 도시공원과는 달리 특정한 주제(Theme)를 지니고, 특별한 분위기를 연출하여 특별한 즐거움이 있는 공원으로 개념의 정의로는 아래와 같다.

<표 1> 주제공원의 개념

연구자	개념
ULI(The Urban Land Institute) (1981)	특별하게 창출된 환경과 분위기 속에서 운영되는 가족위주의 놀이공원으로 독특한 역사적 배경물, 복원된 마을, 유서 깊은 철길, 전문박물관, 전문쇼핑센터 등이 있는 놀이시설공원(ride park)
Cameron(1981)	박람회, 위락공원(amusement park), 박물관, 동물원 등의 관광산업(visitor attraction industry)
Torkidson(1983)	모험, 환상, 쾌적함과 친밀한 분위기라는 주제를 기초로 한 하루 일정의 건전한 가족단위 관광활동을 제공하는 것
Voger(1984)	단순히 놀이시설 티켓이나 음료수를 판매하는 사업이 아니라 즐거운 경험을 판매하는 사업
Perry(1986)	특정한 주제를 중심으로 한 비일상적인 공간창조를 목적으로 시설과 운영이 배타적이면서도 통일감 있는 위락공간
楢本祐二(1990)	특정한 주제에 기초하여 비일상적인 공간창조를 목적으로 시설운영이 배타적으로 이루어지는 위락공간으로서 지속적인 투자가 필요한 종합 서비스 산업
Miman(1991)	상업적으로 운영하는 대규모 위락공원으로 특별한 주제를 제공하는 통합된 매력물
McEniff(1993)	환대와 즐거운 경험을 주기 위해 다양한 놀이시설과 매력물을 제공하고, 음식과 기념품을 판매하는 곳
Lyon(1993)	깨끗하고 수준 높은 경관과 탑승시설, 테마가 있는 시설들로 이루어진 곳
Freyer(1995)	관광객에게 새로운 형태의 여가를 제공해 주는 인공적인 공원
엄서호, 서천범 (1999)	일정한 주제로 전체 환경을 만들면서 쇼(Show)와 이벤트로 공간전체를 연출하는 레저시설
이진희(2006b)	특정한 주제를 설정한 후 주제에 부합되는 환경, 시설, 이벤트 등을 만들어 제공하는 것으로 방문객이 공원에 있는 동안은 현실세계를 잊어버리고, 별세계에 와 있다는 이념을 실현한 곳

자료: 심상화(2002), 테마관광자의 만족결정에 관한 연구, 강원대학교 대학원 경영학박사학위논문 p.14를 참고하여 필자가 재작성

2. 미로를 주제로 하는 주제공원

미로(Maze)란 한 번 빠져들게 되면 길을 헤매게 되어 출구를 찾기가 어려운 길을 의미한다. 미로의 토대는 고대 그리스인들로부터 전해져 내려오는 크레타의 미로에 얽힌 신화부터 출발하는 것으로 알려져 있다. 그 이후로 유럽에서는 미로에 대한 여러 이야기들과 그에 따른 그림들이 등장하였다. 16세기 초의 마이스터가 그린 테세우스와 미노타우로스 신화에 관한 이탈리아 벽화나 바르톨로메오 베네토의 <젊은 남자의 초상>에 나오는 미로 문양, 1673년에 그려진 요한 마르틴 레르히의 <다이달로스의 미로, 또는 불꽃놀이의 즐거움>등이 있다(이즈미 마사토, 2002).

유사한 용어로는 미궁(Labyrinth)이란 말이 있다. 미궁은 일정한 구조에 의해 중심이 은폐되어 있기는 하지만 중심으로 가는 외줄기 주 회로를 지나 누구나 반드시 도달하게 되어있다. 유럽사회에서는 미궁이 종교적 의식과 관련하여 많이 발전하였는데, 근대로 들어서기 전까지의 유럽 사회에서는 미로보다 미궁에 대한 인식이 더 많이 발달하였다. 즉, 종교적 의식과 함께 미궁의 증앙을 향한 지향이다. 대조적으로 미로는 혼돈을 주고, 길을 헤매게 하는 불규칙성에 더 큰 의의를 두고 있기 때문에 고대나 중세의 유럽에서 혼돈을 일으키는 미로의 기록을 찾기는 쉽지 않다.

나무 울타리(Hedge)를 이용해 만든 미궁이 아닌 미로는 근대의 14세기까지 그 역사를 거슬러 올라간다(1338년, 북프랑스의 아르투아 백작 작), 현존하는 미로들 중에는 1680년대에 만들어진 잉글랜드의 햄턴코트성(Hampton Court Castle)의 미로가 오래된 역사를 가진 울타리 미로들 중에서 하나이다. 프랑스의 베르사유 궁전에도 1674년에 만들어진 미로가 있었으나 1774년에 없어졌다. 오스트리아의 쉐부른 궁전에는 현재까지도 정원의 한켠에 오래된 울타리 미로가 존재하고 있다. 그 외에도 영국의 블랜하임 팰리스나 리즈 성, 히버 성 등 영국의 성 등에서 울타리 미로를 찾아볼 수 있다.

현대에는 미로의 유형이 발달하여 울타리(Hedge)에서 머물지 않고, 소재와 크기를 달리하면서 다양한 모습으로 발전해왔다. 우리나라에는 제주도에 4개의 울타리 미로가 만들어져 있으며, 춘천시 봉어섬, 경기도 안양시 등 많은 곳에서 미로를 만들어 방문객들에게 즐거움과 재미있는 미로찾기 체험을 제공하고 있다.

3. 식물을 주제로 하는 주제공원

1) 한림공원

한림공원은 1971년부터 조성된 공원으로 제주도 최초의 주제공원이라고 할 수 있다. 협

제굴, 쌍용굴가 더불어 야자수길, 아열대 식물원, 새가 있는 정원, 민속마을 등을 조성하여 방문객들에게 자연이 주는 아름다움과 제주도의 민속 문화를 보여주어, 제주도를 대표하는 관광지로 자리매김하였다. 한림공원은 10여 만평의 넓은 부지에 오솔길을 조성해놓고 관람 동선을 따라 방문객들이 사진을 찍고, 식물과 새 등을 관람하게 하고 있고, 공원 안에 식당과 카페, 기념품 판매점 등을 배치하여 관람객들의 편의를 도모하고 있다. 한림공원은 과거 80년, 90년대에는 제주도를 찾는 관광객의 대부분이 반드시 방문하여야 하는 필수 코스로서 많은 관광객을 유치할 수 있었다. 그러나 비슷한 테마를 지닌 일출랜드의 개장과 많은 관광지의 개발로 인해 한림공원의 경영에 도전을 받고 있는 실정이다.

2) 여미지 식물원

여미지 식물원은 실내 온실을 위주로 하여 관람객을 유치하고 있다. 한국 정원, 프랑스 정원, 일본 정원 등으로 꾸며놓고 있으나, 주된 시설은 12,543㎡ 규모의 실내 정원이다. 실내정원에는 화접원, 수생식물원, 다육 식물원, 열대 생물원 등이 조성되어 있고, 기념품 판매점과 간이 휴게 시설 등이 조성되어 관람객들에게 불거리와 편의를 제공하고 있다. 2005년 부국개발주식회사가 서울시로부터 식물원을 인수하면서 기존의 연구를 위한 식물원에서 탈피하여, 관광객의 눈높이에 맞는 전시시설과 압화만들기, 도자기 만들기 체험 등, 관람객을 위한 주제공원으로 높은 지지를 받고 있다. 비 오는 날이면 많은 관광객들이 여미지식물원의 온실을 방문하기 때문에 비가 많은 제주도의 날씨 특성상, 다른 실외공원들보다 유리한 면을 갖추고 있다.

3) 일출랜드

서귀포시 성산읍 삼달리 미천굴관광지구에 조성된 일출랜드는 미천굴을 중심으로 선인장 하우스, 아열대식물원, 분재정원, 수변공원 등을 갖춘 주제공원이다. 식물을 주제로 한 환경조건을 갖추고, 성읍민속마을과 성산일출봉 등 동쪽의 관광지와 연계할 수 있는 지리적 요건도 갖추고 있다. 어린이를 위한 놀이분수와 도예체험, 염색체험 등 다양한 체험 교육프로그램을 시행하고 있어 호응도가 높은 편이다. 다만, 한림공원과 차별화를 이루지 못하고 있고, 공항과 멀리 떨어져 있다는 조건 때문이 약점으로 지적되고 있다.

4. 주제공원의 만족도

1980년 이후 주제공원에 대한 연구에서 이용자의 방문동기와 만족에 대한 관심이 대두되었다. 또한, 주제공원은 자원특성상 방문자의 이용에 따른 비용부담이 필수적이다.

이용여건은 지불한 비용만큼의 편익성을 얻을 수 있느냐와 관계되어 방문자의 만족도에 영향을 미치게 된다(McClung, 1991). 주제공원에서 고객들의 만족과 재방문을 위해 우월한 서비스 품질제공은 경쟁우위를 점할 수 있는 핵심적 전략이다(김성혁, 1992). 주제공원 방문자의 만족은 테마파크에서 제공하는 편익인 서비스의 질, 이용성, 비용에 대한 이용자의 종합적인 평가에 의해 이루어진다고 보고 있다(엄서호, 1994). 또한 주제공원 내에서의 총체적인 방문자 만족은 서비스 질, 가격, 접근성, 이용성 등에 의해 좌우된다고 보았다(Cronin & Taylor, 1992).

주제공원의 방문에 대한 이용자 만족은 주제공원의 서비스 질, 가격, 접근성 및 이용성에 의해 이루어지는 이용자의 평가이다. 주제공원의 이용자 만족을 서비스(서비스 질)만족과 비용만족(가격, 접근성, 이용성)으로 구분하였다(박창규, 1998).

주제공원의 전반적인 만족은 기대와 지각된 성과를 결정하는 기술적서비스, 기능적서비스, 접근성, 비용 등의 측정변수의 질과 내용에 따라서 결정되므로 기술적·기능적 서비스의 질 개선, 접근성과 이용성의 확보와 개선, 적정가격책정 등의 효과적인 마케팅믹스 전략 수립을 통해 만족도를 극대화시킬 수 있다고 하였다(심상화, 2001). 국내 주제공원의 방문자만족에 관한 선행연구로는 정필용·엄서호, 1994 ; 김성혁·안대회, 1996 ; 박창규, 1998 ; 김두하, 1999 ; 오정학, 1999 ; 하광수·한범수, 2001 등을 들 수 있다.

90년대 들어 신규수요를 중심으로 높은 성장률을 보이던 테마파크 시장이 90년대 후반에 이르러 재방문객 중심으로 고객의 성향이 바뀌면서 재방문객이나 고정 고객에 의존하게 되어 상대적으로 성장이 둔화되었다. 테마파크에서 고객들의 만족과 재방문을 위해 우월한 서비스 품질 제공은 경쟁우위를 점할 수 있는 핵심전략이므로 주제공원은 이벤트 개최와 더불어 서비스 교육 강화 등 고객 만족을 위한 각종 프로그램의 개발을 통해 고객유치 경쟁에 노력하고 있다(홍성권외1, 1999) 서비스는 무형이고 구매 이전에 평가하기 어렵기 때문에 가격은 종종 품질 기대와 지각에 영향을 미치는 대리 지표로서의 역할을 한다(전인수, 1998).

Ⅲ. 김녕 미로공원의 현황 분석

김녕미로공원은 세계적인 미로 디자이너 에드린피셔(Adrian Fisher)의 디자인을 바탕으로 미국인 F.H. Dustin 교수에 의해 1987년부터 조성되었다. 잡초도 자라지 못하는 불모지에 땅을 파고, 흙을 날라서 붓고, 나무를 심어 조성하기 시작한 미로공원은 2006년 현재 2,232 그루의 웰란드 사이프레스(*X Cupressocyparis Leylandii*)와 3개의

구름다리로 조성되어 있다. 램란디 나무는 병해충과 가뭄에 강하고, 일 년에 1m 이상 빠르게 자라는 수목으로 일 년에 2회 이상 가지치기를 하고 있다.

김녕미로공원은 1995년에 개장하였지만, 입장료를 징수한 것은 1997년부터이다. 당시에는 입장객이 거의 없었고, 수목관리와 시설상태도 미흡하였다. 그 후 꾸준한 관리와 시설보완으로 매년 입장객들이 늘어났고, 입장수입을 미로공원에 재투자할 수 있게 되어 김녕미로공원은 관광객들로부터 매년 좋은 호응을 얻고 있다. 게다가 영화배우 이영애가 출연한 CF 등 TV CF와 TV 프로그램에 소개되면서 인지도가 높아졌다.

1. 김녕 미로공원의 일반현황

1) 위치 및 시설 현황

제주특별자치도 구좌읍 김녕리 산 16번지 일대로 제주공항에서 동쪽으로 약 30여 km 떨어져 있다. 주변에 만장굴, 비자림, 김녕사굴, 김녕해수욕장이 있으며, 성산일출봉과 제주공항 사이의 관광 수요자들을 흡수할 수 있는 위치에 있다. 현재 미로공원 토지의 대부분이 문화재 보호구역에 속해있어 건물과 부대시설을 증개축 하는데 어려움이 많다. 김녕미로공원의 총 면적은 약 24,000㎡이고, 미로 자체의 면적은 3,200㎡이 된다. 시설은 승용차 50 여대와 버스 2대를 동시에 주차할 수 있는 주차장과 화장실 그리고 매표소를 겸한 사무실이 있다.

2) 종업원 현황

4명의 관리자를 포함하여 총 12명이 근무를 하고 있다. 모두가 정규직인데, 이 중 영어회화 가능자가 4명, 일어 회화 가능자가 3명, 중국어 회화 가능자가 2명 있다(중복 가능자 포함). 종업원 중 10명이 김녕미로공원 반경 10km 이내에 거주하는 지역주민으로 구성되어 있다. 대표이사를 포함하여 지역 주민 위주로 회사가 운영되고 있어, 지역 주민들과의 불화를 최소화할 수 있다. 매표 업무와 매점 업무 등 관광객과 직접 만나는 업무에는 30-40대 여성을 고용하여 관광객들이 편안함을 느끼도록 배려하고 있다. 미로공의 수목관리는 대표이사과 시설 관리를 담당하는 남자 직원 1명이 담당하고 있다.

〈표 2〉 김녕미로공원의 종업원현황

연령별	20대	30대	40대	50대	60대	70대	총계
인원수	3	2	4		2	1	12

3) 연례행사 (바람의 날 행사, 호박축제)

김녕미로공원에서는 일 년에 두 차례 축제를 열고 있다. 매년 5월 5일 어린이날에 '바람의 날' 행사를 하고 10-11월경에 김녕미로공원 호박축제를 연다. 김녕미로공원의 연례 행사는 지역 축제의 일환으로 지역 주민의 참여를 바탕으로 하는 프로그램에 관광객들이 동참할 수 있게 하고 있다. 호박축제는 올해로 3회째로서 해가 갈수록 프로그램을 개선하여 지역주민들로부터 좋은 반응을 얻고 있다. 호박축제의 프로그램으로는 지역 노인대학생들에게 자이언트호박씨를 나눠 주어 가을에 가장 무게가 많이 나가는 호박을 출품한 학생들에게 시상하는 호박품평회, 제주지역 대학생과 외국인 영어강사들을 대상으로 하는 아마추어 호박 설치 예술제, 지역 초등학생들을 대상으로 하는 호박그리기대회, 지역 부녀회에서 주도하는 호박 음식 시식회 등이 있다.

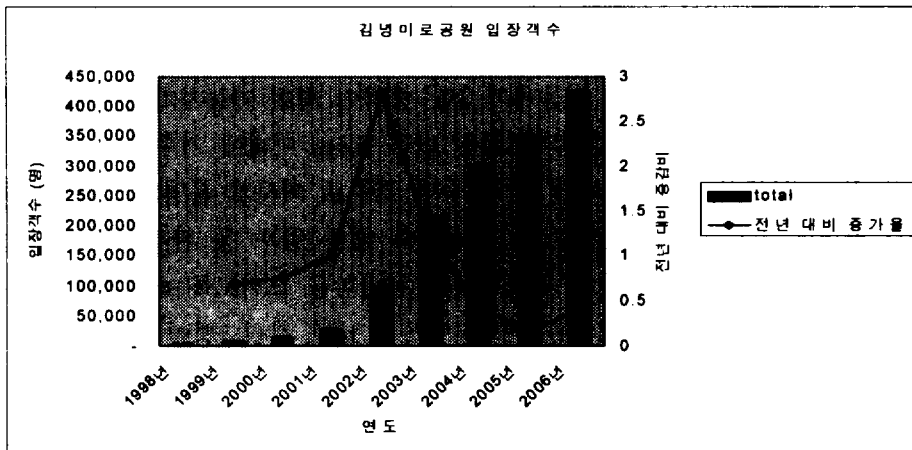
2. 김녕미로공원의 영업현황

1) 관광객 변화 추이

〈표 3〉 김녕미로공원의 년도별 관광객추이

구분	1998년	1999년	2000년	2001년	2002년	2003년	2004년	2005년	2006년*
관광객수	4,376	7,396	12,986	26,060	99,465	211,707	295,628	349,106	423,996
전년 대비 증가율	-	76%	69%	101%	282%	113%	40%	18%	38%

* 2006년 자료는 10월까지의 자료



김녕미로공원은 1995년부터 무료로 개방을 하였으며, 입장료는 1997년부터 징수하기 시작하였다. 1998년 총 입장객수가 4,376명이었으나 그 후 꾸준히 증가하기 시작하여

2006년에는 10월까지 1998년도의 100배 증가한 423,996명을 기록하였다. 하지만 2002년을 기점으로 연 성장률은 2005년까지 점점 감소하고, 2006년에는 2005년도에 비해 20% 가량 다시 성장하였다. 마케팅부분을 강화하지 않는다면 입장객 증가율은 줄어들 것이 예상되는 시점이다.

2) 입장객 연령층별 분석 (2006년 1월-10월)

김녕미로공원의 입장객을 연령층으로 나누어 분석하면, 성인과 어린이의 비율이 3:1 정도로 어린이의 비중이 작지 않다는 것을 알 수 있다.

<표 4> 김녕미로공원의 입장객 연령층

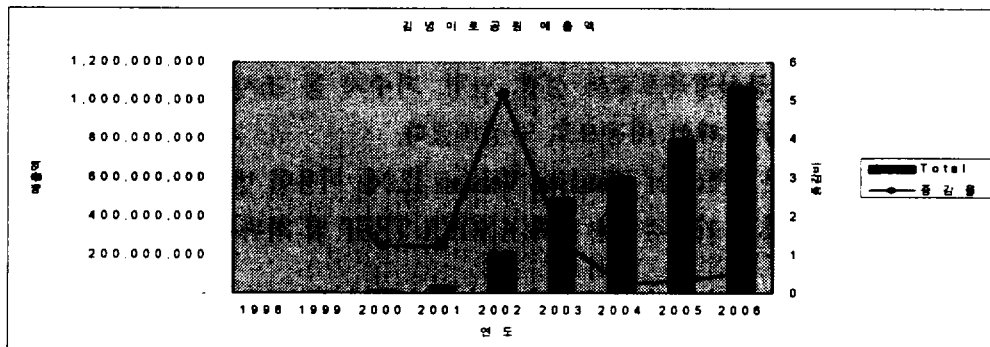
계층별	노인	성인	청소년	어린이	총합
총 인원(명)	10694	272,292	48,849	91,068	423,996
비율	3%	64%	12%	21%	100%

3) 매출액 변동사항

<표 5> 김녕미로공원의 매출액추이

년도별	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006*
총매출액 (단위:천원)	-	6,824	15,290	33,633	207,550	485,248	599,742	794,468	1,065,217
증감율(%)			124	120	517	134	24	32	52

* 2006년 자료는 10월까지의 자료



김녕미로공원의 매출액은 입장객수와 비례하여 증가하고 있으나, 그 폭은 입장객수의 증가율보다 더 크다. 이것은 입장객이 입장료 외에 소비하는 기념품, 음료수, 아이스크림 등의 매출액이 증가 때문으로 풀이될 수 있다.

IV. 연구방법과 분석결과

1. 연구가설 설정

본 연구는 김녕미로공원을 방문한 관광객을 대상으로 미로공원의 활성화를 위한 방안을 마련하기 위해 다음과 같은 연구가설을 설정하였다.

가설 1. 인구통계적 특성에 따라 만족도에 차이가 있을 것이다.

가설 2. 방문형태별에 따라 만족도에 차이가 있다.

가설 3. 직원의 친절도, 입장요금의 적정성은 만족도에 유의한 영향을 미칠 것이다.

가설 4. 전체 만족도는 재방문 의사에 유의한 영향을 미칠 것이다.

2. 조사설계 및 분석방법

설문조사는 연구대상지역인 김녕 미로공원을 방문한 관광객을 대상으로 출구조사를 실시하였다. 조사 시기는 2006년 11월 16일부터 11월 23일까지 이루어졌으며, 조사 및 수집의 성과를 높이기 위해 3명의 설문 면접원을 통한 직접조사자 이루어졌다. 입장객들에게 설문 제목과 취지를 설명하여 협조를 구했으며, 총 배부된 169장의 설문지 중 유효 표본 154부를 분석에 사용하였다.

본 연구를 위해 사용된 설문지의 구성은 연구의 목적에 따라 첫째, 김녕미로공원에 대한 일반 정보 조사를, 둘째로는 김녕미로공원 친절도와 입장요금 등에 따른 전체적인 만족도, 셋째로는 김녕미로공원 활성화방안에 대한 선호도 조사항목, 마지막으로 조사대상자의 일반적인 조사항목으로서 성별, 연령, 거주지 등 조사대상자의 인구통계적 특성 및 일반적인 항목에 대한 내용으로 구성하였다.

본 연구의 분석방법은 SPSS for Windows Version 12.0을 이용한 빈도분석을 통해 표본의 일반적 특성을 파악하였고, 가설검증을 위해 ANOVA TEST 및 회귀분석을 실시하였다.

3. 분석결과

1) 표본의 일반적인 특성

조사대상자의 일반적 특성을 파악하기 위해 유효표본 154명을 대상으로 일반항목에

대한 빈도분석을 실시하였는데 그 결과는 아래와 같다.

〈표 6〉 인구통계적 특성

구분		빈도수(명)	백분율(%)
성별	남	70	45.5
	여	84	54.5
연령	20대 이하	52	33.8
	30대	71	46.1
	40대 이상	29	18.8
결혼여부	미혼	50	32.5
	기혼	104	67.5
거주지	서울	34	22.1
	경기	51	33.1
	충청도	13	8.4
	호남	10	6.5
	영남	37	24.0
	기타	9	5.8

〈표 7〉 방문형태별 특성

구분		빈도수(명)	백분율(%)
동행자	배우자 또는 연인	43	27.9
	친구	29	18.8
	직장동료	11	7.1
	가족(자녀포함)	42	27.3
	가족(부모와 자녀포함)	16	10.4
	기타	13	8.4
	합계	154	100.0
제주도방문목적	관광	140	90.9
	친지방문	2	1.3
	업무	6	3.9
	기타	6	3.9
	합계	154	100.0

첫째, 성별로는 남자가 70명으로 45.5%를 차지하였고, 여자가 84명으로 54.5%를 차지하였다.

둘째, 연령별로는 20대이하가 52명으로 33.8%, 30대는 71명으로 46.1%, 40대 이상이 29명으로 18.8%를 차지하였다.

셋째, 거주지별로는 서울이 34명으로 22.1%, 경기도가 51명으로 33.1%, 영남이 37명으로 24.0% 등으로 나타났다.

넷째, 동행자 유형으로는 배우자 또는 연인이 43명으로 27.9%, 가족(자녀포함)이 42명으로 27.3%, 친구가 29명으로 18.8%, 가족(부모와 자녀포함)이 16명으로 10.4% 등으로 나타났다.

다섯째, 제주 방문목적으로는 관광이 140명으로 90.9%, 업무가 6명으로 3.9% 등으로 나타났다.

2) 가설 검증

(1) 인구통계적 특성별 만족도 분석

나이에 따른 미로공원의 만족도에 대한 인식을 분석하기 위해 나이별인 20대이하, 30대, 40대이상으로 나누어 ANOVA TEST를 통하여 차이검증($p < 0.05$)을 실시한 결과 각 집단간에는 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 20대이하 집단의 만족도 평균이 3.89로 가장 높았으며, 30대 집단의 만족도 평균이 3.63으로 그 다음이었고, 40대이상의 만족도 평균이 3.57로 가장 낮게 나타났다.

〈표 8〉 나이에 따른 만족도 차이분석

구분	나이별	N	평균	표준편차	F값
					P값
미로공원만족도	20대이하	52	3.89	0.64637	F = 3.433 P = 0.35
	30대	71	3.63	0.56668	
	40대이상	28	3.57	0.63413	

주1) * : $p < 0.1$, ** : $p < 0.05$, *** : $p < 0.01$

주2) 평균은 「매우 불만족」 1점, 「불만족」 2점, 「보통」 3점, 「만족」 4점, 「매우 만족」 5점을 부여한 산술평균임.

성별에 따라 미로공원의 만족도에 차이가 있는지 알아보기 위해 t-test를 실시한 결과 각 집단간에는 유의한 차이가 없는 것으로 나타났다. 남자의 만족도 평균은 3.70이고, 여자의 만족도 평균은 3.72로 여자가 조금 더 만족하는 것으로 나타났다.

〈표 9〉 성별에 따른 만족도 차이분석

변수	성별	N	평균	표준편차	T값 P값
미로공원만족도	남자	70	3.70	0.66703	-0.225 0.822
	여자	83	3.72	0.59085	

주1) 평균은 「매우 불만족」 1점, 「불만족」 2점, 「보통」 3점, 「만족」 4점, 「매우 만족」 5점을 부여한 산술평균임

(2) 방문목적별 만족도 분석

방문목적별 미로공원의 만족도에 대한 인식을 분석하기 위해 ANOVA TEST를 통하여 차이검증(p<0.05)을 실시한 결과 각 집단간에는 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 관광목적 집단의 만족도 평균이 3.76로 가장 높았으며, 친지방문과 기타 집단의 만족도 평균이 3.50으로 그 다음이었고, 업무목적의 만족도 평균이 3.00으로 가장 낮게 나타났다.

<표 10> 관광목적에 따른 만족도 차이분석

변수	관광목적	N	평균	표준편차	F값 / P값
미로공원 만족도	관광	139	3.76	0.62371	3.267 / 0.023**
	친지방문	2	3.50	0.70711	
	업무	6	3.00	0.00000	
	기타	6	3.50	0.54772	

주1) * : p<0.1, ** : p<0.05, *** : p<0.01

주2) 평균은 「매우 불만족」 1점, 「불만족」 2점, 「보통」 3점, 「만족」 4점, 「매우 만족」 5점을 부여한 산술평균임

(3) 직원의 친절도, 입장요금의 적정성별 만족도 분석

<표 11> 직원의 친절도, 입장요금의 적정성별 만족도 차이분석

구분	비표준화 계수		표준화 계수	t	p
	B	표준오차	베타		
(상수)	1.093	.118		9.293	.000**
대표직원친절도	.365	.022	.668	16.599	.000**
입장요금	.367	.030	.492	12.214	.000**

R = .871 R2 = .758 F = 236.795 p = .000

주1) * : p<0.05, ** : p<0.01

직원의 친절도, 입장요금이 미로공원 만족도에 유의한 영향을 미칠 것이라는 가설을 검증하기 위해 회귀분석을 실시한 결과 미로공원의 만족도는 직원의 친절도, 입장요금 모두에 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다.

직원의 친절도, 입장요금을 독립변수로 하고 만족도를 종속변수로 하여 회귀분석을 실시한 결과 87%의 설명력을 나타내고, F = 236.795를 얻었으며, 유의수준 0.01에서 유의적 이었으며, 회귀모형은 통계적으로 의미가 있음을 알 수 있었다. 따라서 직원의 친절도, 입장요금은 만족도에 (+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

(4) 전체 만족도와 재방문 의사와의 관련성

미로공원의 전체적인 만족도는 재방문의사에 영향을 미칠 것이라는 가설을 검증하

기위해 두 변수의 관계를 보면 재방문의사는 전체적인 만족도 속성에 유의한 것으로 나타났다.

전체만족도를 독립변수로 하고 재방문 의사를 종속변수로 하여 회귀분석을 실시한 결과 F값은 30.947로 나타났으며, 유의수준 0.01에서 유의적임을 나타내므로 회귀모형은 통계적으로 의미가 있음을 알 수 있고, 결정계수 R2=0.169로 나타났다. 따라서 미로공원의 전체적인 만족도는 재방문 의사에 (+)의 영향을 미치는 요인임을 알 수 있다.

〈표 12〉 전체 만족도와 재방문 의사분석

구분	구분	비표준화 계수		표준화 계수	t	p
		B	표준오차	베타		
재방문의사	(상수)	1.633	.379		4.305	0.000**
	전체만족도	.581	.104	.411	5.563	0.000**

R=0.411 R2=0.169 F=30.947 p=0.000

주1) * : p<0.05, ** : p<0.01

V. 김녕 미로공원의 활성화 방안

가설 1, 2, 3, 4에 대하여 검증한 결과 가설 1의 인구통계적 특성에 따른 만족도에는 유의한 차이가 있는 것으로 나타났고, 가설 2의 방문 형태별에 따른 만족도에는 유의한 차이가 없는 것으로 나타났다. 가설 3의 직원의 친절도, 입장요금의 적정성, 미로찾기 재미가 미로공원의 전체 만족도에 유의한 영향을 미치고 있으며, 가설 4의 전체 만족도는 재방문의사에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이를 토대로 각 항목별 타당성, 실현가능성 등을 고려하여 아래와 같이 활성화 방안을 구체적으로 제안하고자 한다.

1. 야간개장과 연계관광활성화

김녕미로공원의 야간개장에 대해 응답자들의 71.4%가 긍정적으로 답변했지만 현재 김녕미로공원에는 조명시설이 되어 있지 않다. 제주도에서 일년내내 야간 개장을 하는 관광지는 천지연 폭포와 러브랜드가 있고, 여름철에는 미니미니랜드, 태디베어 뮤지엄 등에서 야간개장을 하고 있으며, 야간 개장이 점점 늘어나고 있는 추세이다.

김녕미로공원에서 야간 개장을 하려면 세 가지의 해결하여야 할 문제점이 있다. 첫째는 조명시설이다. 김녕미로공원은 수목으로 이루어진 공원으로 강한 빛을 내뿜는 조명

시설을 한다면 나무의 생육에 문제를 일으킬 수 있다. 따라서 조명시설은 미로 안 길을 따라 은은하게 빛을 내는 튜브(Tube)형이 이상적이며, 낮의 경관도 고려하여야 한다. 둘째는 주변 숙박시설 부족이다. 김녕미로공원이 위치한 김녕, 월정, 행원 지역으로는 숙박시설이 방 10개 미만 규모의 펜션 5채와 미로공원에서 5km 떨어진 동북에 객실 수가 50실 규모의 호텔과 펜션이 4채가 있다. 야간 개장을 하려면 주변에 숙박 시설이 기본적이지만 주변에는 숙박시설이 부족한 편이다. 다만, 김녕미로공원에서 10Km 떨어진 함덕에는 함덕해수욕장 주변으로 대규모 리조트와 호텔들이 많이 들어서 있다. 셋째는 비용 문제이다. 야간 개장시 필요한 인력과 전기세 등의 추가비용이 발생한다. 현재 미로공원의 인력은 최소, 최적화된 상태이다. 만약 야간개장을 한다면 인원을 더 충원해야 하고, 야간개장의 따른 전기세와 마케팅 비용을 고려한다면 가능할 것이다.

김녕미로공원이 독자적으로 이벤트를 마련하기가 쉽지 않으므로 주변의 다른 관광지 와 연계가 필요하다. 미로공원에서 500m 떨어진 곳의 만장굴, 4km 떨어진 곳의 김녕해수욕장, 2km 서쪽의 행원 풍력단지 가 있는데 해안도로로 연계가 가능하다. 연계를 위해서는 교통편이 필요한데 자전거나 유럽식 트램을 활용할 수 있다. 자전거 전용 도로를 기존 도로 옆으로 마련하고 야간 조명 장치를 하고, 자전거마다 조명장치를 따로 갖춘다면 매력적인 코스가 될 것이다. 유럽식 트램은 관광객들에게 새로운 관광 경험을 제공하고 야간 트램을 이용하여 밤하늘에 별을 볼 수 있도록 천장을 열고 닫을 수 있는 개폐식으로 한다면 매력적일 것이다. 김녕해수욕장에는 라이브 카페를 건설하여 여름에는 야외공연을 주로하고 겨울에는 카페 내에서 공연을 하던가, 주변에 있는 구좌 체육관을 이용하여 대규모 락(Rock) 콘서트나 힙합(Hip-hop)콘서트 같은 행사를 공연하여 제주의 상설공연 메카로 만들어 나간다. 현재 행원의 풍력단지에는 풍차가 750kw X 5, 660kw X 9, 225kw X 1기 등 모두 15기가 설치되어 가동중이다. 행원의 풍차에 야간 조명시설과 함께 풍차의 날개마다 아름다운 색상의 조명을 설치하여 야간에도 풍차가 돌아갈 때 아름다운 빛을 낸다면 많은 관광객들이 풍차를 보러 밤에도 올 것이다. 낮에는 많은 관광객들이 풍차를 카메라에 담기위해 찾고 있는데, 야간에도 조명시설을 통하여 관광객들을 유치할 수 있을 것이다. 만장굴은 부지가 상당히 넓음에도 불구하고 동굴 외에는 아무런 매력시설이 없다. 넓은 만장굴 부지에 천체 망원경을 설치하고, 야간에 관광객들이 별을 맨눈으로 또는 천체 망원경을 통하여 볼 수 있도록 할 경우 주변에 마을이 없기 때문에 밤하늘의 별을 선명하게 볼 수 있을 것이다. 넓은 부지를 이용하여 야간 먹거리 장터라던가 카페를 열 수 있는 공간으로도 활용할 수 있다. 마지막으로 김녕미로공원은 야간 조명 시설과 함께 램프를 이용한 미로찾기를 생각해 볼 수 있다. 조명시설은 따로 많이 하지 않더라도, 입장객 개개인에게 건전지를 사용하는 램프를 하나씩 들고 미

로를 찾게 한다면 상당한 매력이 있을 것이다. 어린이들과 학생들에게는 공포체험이 될 수도 있을 것이고, 연인들에게는 은밀한 데이트 코스로 각광받을 수 있을 것이다.

2. 설치 예술제의 활성화

‘호박이 예술이다!’. 제 3회 김녕미로공원 호박축제의 메인이벤트는 호박 설치예술제였다. 대학생과 외국인 영어 강사들로 이루어진 11개 팀이 참여하여 호박을 이용한 다양한 예술작품들을 선보였다. 이들의 최선을 다하는 모습은 관광객들에게 좋은 반응을 받았다. 호박이 썩을 때까지 그들의 작품은 많은 관광객들에게 보는 즐거움과 사진 찍는 즐거움을 선사하였다. 김녕미로공원은 젊은 관광지이다. 젊다는 것은 새로운 것을 받아들이고, 소화할 수 있는 능력이 된다는 뜻이다. 김녕미로공원의 설치예술제도 제주도 화가인 강술생 작가의 무당벌레 이벤트라던가 테러 J의 ‘머리의 꽃을’ 축제, 제주도의 새로운 미술의 장을 열어가고 있는 아트스페이스C, 갤러리 하리, 대안공간제주 등 변화하고 있는 예술의 흐름을 따르고 있는 것이다.

새로움과 신선함이 없는 곳은 젊은층에게 쉽게 외면당한다. 색다른 모습을 보여줄 수 있는 가장 쉬운 방법중의 하나가 문화나 예술을 도입하는 것이다. 호박 설치예술제가 대학생들과 외국 영어강사들의 도움으로 좋은 이벤트가 되었듯이 제주도내 능력있는 젊은층들로부터 공감대를 끌어내고 미로공원을 설치예술공간으로 만들어낼 수 있다면 입장객들에게나 참여 학생들에게 많은 즐거움을 줄 수 있을 것이다.

3. 보물찾기 등 게임요소 가미

2005년 김녕미로공원 호박축제는 10월 10일 한글날에 행해졌다. 이날에는 3,000여 명의 지역주민 및 관광객들이 찾았다. 이날 많은 프로그램 중에 두 가지의 보물찾기가 진행되었다. 첫째는 한글날을 맞이하여 미로 안에 한 음질의 낱말쪽지를 뿌려놓아 의미 있는 단어를 만들어 오는 어린이들에게 작은 선물을 주는 보물찾기였다. 여러 낱말쪽지 중에서 ‘미’ 자가 써진 쪽지와 ‘로’자가 써진 쪽지를 가져와 ‘미로’라는 의미를 만들면 선물을 주는 방식이다. 보물찾기에는 많은 어린이들이 참여하여 한글날에 낱말 맞추기라는 뜻 깊은 놀이를 즐겼다. 둘째는 김녕미로공원이 상징하는 모양이 있는 미로의 중간 지점에 상징을 나타내는 모양의 스탬프를 갖다놓아 사회자가 원하는 상징 스탬프를 찍어오게 하는 게임이었다. 이 게임 또한 많은 어린이들이 즐겁게 미로 안을 뛰어다니며 스탬프를 찍어오곤 했다.

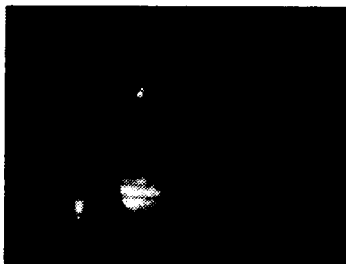
게임 요소를 가미하면 많은 어린이들이 즐거워한다는 것을 경험상 알고 있었지만 현재 실행하지 못하는 이유로는 비용부담이 크다는 것과 그와 같은 이벤트를 해야 하는 필요성을 느끼지 못하기 때문이다. 비용부담이 크다는 것은 선물비용과 이벤트를 추진해 나가는 인원이 필요하다는 것인데, 현재 김녕미로공원에서는 인원 확충에 유보적이다. 그렇지만 장래에는 게임 요소들을 가미시킬 수 있을 것이다.

4. 미로 추가 조성

김녕미로공원의 미로는 형식상으로는 울타리미로(Hedge maze)이고 의미상으로는 상징미로(Symbolic maze)이다. 미로의 역사는 5,000년 전으로부터 거슬러 올라간다. 그동안 많은 형식과 의미의 미로들이 탄생하였는데 김녕미로공원은 그 중에서 한 가지에 지나지 않는다. 따라서 다른 종류의 미로와 현재의 미로를 연계한다면 더 높은 만족도를 입장객들에게 줄 수 있을 것이다.

여러 종류의 미로 중에서 김녕미로공원에 가장 잘 어울리는 미로로 거울미로(Mirror Maze)를 제안한다. 좁은 공간에서 별다른 시설물 없이 만들 수 있는 미로가 거울미로이다. 거울미로는 영국의 Wookey Hole Caves(Somerset,UK)와 Longeat House(Wiltshire, UK)가 대표적인데, Longeat House의 거울미로는 어두운 조명으로 공포스러운 분위기를 나타내는 반면, Wookey Hole Caves의 거울미로는 밝은 이미지의 인테리어를 사용하였다. Longeat House는 김녕미로공원보다 더 큰 Heage maze를 가지고 있다. 그 외 작은 부분까지 미로와 퍼즐을 혼합하여 입장객들에게 즐거움을 선사하는 곳이다. Wookey Hole Caves는 굴(Cave)을 찾는 관람객들에게 거울미로를 제공하고 있는 곳이다. 굴과 미로를 혼합했다는 것이 김녕미로공원과 만장굴의 시너지 효과를 생각하게 한다.

김녕미로공원에 거울미로를 설치하기 위해서는 시설 자본금 3억원과 100㎡ 규모의 부지가 확보되어야 하며, 디자인의 컨셉에 많은 연구가 필요할 것이다.



Longeat House Mirror Maze



Wookey Hole Caves Mirror Maze

5. 아름다운 정원 조성

김녕미로공원에는 작은 정원이 하나 있다. 정원의 양식은 영국의 정원에 제주의 자원을 이용했다고 할 수 있다. 구획을 나눠 꽃밭을 만든 것이 아니라, 야생화들의 자유로운 번식을 보장해주면서 사계절 내내 서로 다른 꽃들이 자랄 수 있도록 환경을 조성해주고 있다. 정원의 경계는 제주 자연석으로 처리하였고, 바닥 마감은 붉은 화산재(Scoria)로 마무리하여 식물의 녹색과 돌담의 검은색과 바닥의 붉은 색이 조화를 이루도록 하였다. 토피아리(Topiary)를 조성하여 관광객들의 사진찍는 포인트를 잡아주고 줄무늬큰갈대(Striped Giant Reed)로 전체적인 정원의 무게감을 더하였다. 그리고 나비가 좋아하는 영경귀, 쥐오줌풀, 개썩부쟁이 등을 심어놓아 나비들이 찾아오게 하였다. 정원의 중앙에는 친근한 로즈마리, 민트, 라벤더 등 허브로 꾸며놓아 정원에 대한 관광객의 호응도를 높이고 있다.



김녕미로공원 정원



김녕미로공원 정원

정원이 아름답게 꾸며질수록 공원에 대한 관광객의 만족도와 전체적인 분위기가 상승할 것이다. 김녕미로공원의 정원은 다른 곳에서는 맛보기 힘든 특색 있는 정원으로서 차별화를 이뤄야 할 것이다.

6. 나비공원 등의 테마공원 추가 조성

김녕미로공원에서는 지난 2004년부터 3년에 걸쳐 나비생태환경에 대한 연구를 하고 있다. 김녕미로공원 남쪽으로는 규모가 작은 나비하우스(Butterfly House)가 있어서 나비가 알과 애벌레, 번데기를 걸쳐 나비가 되는 과정을 자세하게 연구할 수 있는 여건을 갖추고 있다. 2004년부터 오스트리아, 영국, 일본 오키나와 등지의 있는 나비하우

스를 조사하여 나름대로의 정보를 축적해왔다.

현재 우리나라에는 함평과 남해에 나비생태공원이 만들어져 있으며, 제주도는 나비레 나비박물관이 표본전시 위주로 나비 생태관 역할을 하고 있다. 김녕미로공원은 축적된 노하우가 있지만 규모를 갖춘 나비 생태관을 설립할만한 부지가 없고, 문화재 보호구역과 근접해 있으며, 이 일대가 세계자연유산으로 등록이 된다면 어떤 건축물의 허가도 불가능할 것이다. 그러므로 김녕미로공원에서 나비생태관을 설립하려면 다른 부지를 구입하여 별도로 운영하는 것이 바람직해 보인다.



Edinburgh Butterfly House



Vienna Butterfly House

7. 역사와 자연의 교육 프로그램 제공

김녕미로공원은 제주 상징미로공원이다. 미로공원의 울타리가 상징물을 나타내고 있는데, 전체적인 미로의 외곽선은 제주의 해안선을 상징한다. 미로의 동쪽에는 1276년 몽고인들이 사육용 조랑말과 함께 입도하여 수산 근처에서부터 조랑말을 방목했던 것을 형상화하는 조랑말문양이 있고, 1970년대 중반까지 제주에서 행해졌던 초기 종교적 의식을 상징화하는 뱀의 문양이 나타나 있다. 미로의 서쪽에는 17세기 말에 하멜이 타고 왔던 스페르베르호를 형상화한 배 문양이 있으며, 동양의 음양철학사상을 나타내는 음양문양이 스페르베르호에 부딪치는 파도로 형상화되어 있다. 이러한 제주 역사에 대한 상징 교육을 프로그램화 하여 어린이들의 학습 자료로 이용한다면 유치원 및 초등학교 현장학습 장소로 활용될 수 있을 것이다. 미로를 찾는 재미와 함께 제주 역사 교육의 장으로서 김녕미로공원을 발전시키는 방법이다.

8. 직원의 친절도 증대 방안

미로공원 직원의 친절도는 방문객들의 만족도에 중대한 영향을 미친다는 것이 연구

결과로 나타났다. 고객만족제도로 잘 알려진 에버랜드의 경우에는 고객만족제도를 위한 친절의 실천항목으로 전화·인사·용모·복장·보행의 5대 항목을 설정하여, 이와 관련된 서비스 기술연구조직 및 서비스 아카데미를 분리하여 운영하고 있다.(이진희, 2006a). 김녕미로공원에서도 에버랜드의 친절도 증대 방안을 받아들여 직원의 친절도를 향상시킬 필요가 있다. 특히, 외부 작업을 하는 직원들의 경우, 매표 업무와 매점 관리를 하는 직원들에 비해 방문객을 직접적으로 응대하는 경우가 드물어 방문객의 만족을 우선시하기보다, 자신의 업무를 우선하는 경우가 발생한다. 따라서 직접적으로 방문객을 응대하지 않더라도 인사·용모·복장·보행 등의 항목에 관한 교육을 실시하는 것이 좋을 것으로 판단된다. 그리고 매표 과정에서 불미스러운 일이 발생하지 않도록 매표 직원에 대한 교육을 주기적으로 실시하여, 방문객들이 매표 시 방문객들의 불만을 초래하거나, 매표시간이 지체되는 상황이 없도록 해야 할 것이다.

9. 입장요금의 적정성

김녕미로공원의 입장요금은 성인 3,300원 청소년 2,200원 어린이 550원이다. 성인 입장요금은 주변 관광지인 만장굴이 2000원인데 비해 비싼 편이나, 다른 사설 관광지에 비해 저렴한 편이다. 설문 결과도 입장요금에 대한 응답으로 보통(97명)이라고 답한 수가 많은 것으로 보아, 입장요금이 비싼 것은 아니라는 결론을 내릴 수 있다. 오히려 어린이 요금에 550원이라는 것은 다른 사설관광지에 비해 상당히 저렴한 편이다. 그렇기 때문에 어린이를 대상으로 하는 상설 교육, 놀이 프로그램을 제공하기에는 비용상 한계가 있다. 이에 따라 김녕미로공원에서는 어린이 입장요금을 인상하고 그 인상분만큼에 해당되는 상설 교육, 놀이 프로그램을 운영하는 것을 제안한다. 어린이를 위한 프로그램은 인력을 필요로 하는 이벤트성 행사보다는 어린이들이 부모와 함께 스스로 즐길 수 있는 프로그램을 개발해야 할 것이다.

VI. 결 론

김녕미로공원은 제주도내에서 비교적 단기간 내에 매력적인 주제공원으로 부각된 곳이다. 현재 제주도내에는 많은 주제공원들이 건설되었거나 건설중에 있으며, 관광객들의 관광행태도 급변하는 최근의 추세로 비추어 볼 때, 미로공원의 미래를 긍정적으로만 바라볼 수는 없다. 따라서 김녕미로공원의 활성화 방안을 마련하여 점차적으로

매력도를 향상시켜 방문객들이 재방문하였을 때에 만족시킬 수 있어야 한다. 따라서 방문객들에게 김녕미로공원의 현황과 활성화 방안에 대한 의견을 조사한 후 구체적인 방안을 제시하였다.

김녕미로공원의 활성화 방안은 응답자의 호응도와 실현 가능성을 검토한 후 야간개장과 연계관광활성화, 설치 예술제의 활성화, 보물찾기 등 게임요소 가미, 미로 추가 조성, 아름다운 정원 조성, 나비공원 등의 테마공원 추가 조성, 역사와 자연의 교육 프로그램 제공 등과 같은 9가지를 제시하였다. 모든 활성화 방안은 수익을 올리려는 편협한 사고에서 벗어나 방문객들에게 더 높은 만족을 제공한다는 본래 취지를 잃어서는 안 될 것이다.

참고문헌

- 김두하, 『주제공원 이용자의 만족형성과정에 관한 연구-에버랜드를 중심으로-』, 서울대학교 대학원 박사학위논문, 1999.
- 김성혁, 『최신서비스산업론』, 형설출판사, 1992. p.137.
- 김성혁·안대회, 『주제공원 방문객의 만족에 관한 연구』, 1996, 관광연구 Vol. 6, 대한관광경영학회
- 박창규, 『관광자 만족 결정경로에 관한 연구』, 경기대학교 대학원 박사학위논문, 1998.
- 심상화, 『테마관광자의 만족결정에 관한 연구』, 강원대학교 대학원 박사학위논문, 2001.
- 오정화, 『인지·감정 통합에 의한 주제공원 만족모형연구』, 성균관대학교 대학원 박사학위논문, 1999.
- 엄서호, 『주제공원 서비스 질의측정척도 개발에 관한 연구』, 한국조경학회지, 1994.
- 이진희, 『아시아의 관광명소』, 대왕사, 2005.
- 이진희, 『장소마케팅』, 대왕사, 2006.
- 이진희, 『제주도 해양리조트개발의 발전전략』, 산경논집 제16권, 제주대학교 관광과경영경제연구소, 2002.
- 이진희, 『제주 주제공원의 발전을 말한다』, 제주의 꿈 2006년 10월호, 제주국제자유도시개발센터, 2006b.
- 전인수, 『서비스마케팅』, 석정 1998. p.145~146.
- 정필용·엄서호, 『주제공원 포지셔닝에 관한 연구』, 관광학연구 18(1), 한국관광학회, 1994.

- 하광수 · 한범수, 『주제공원 방문자의 만족과 방문후 행동의도의 결정요인』, 관광학연구, 2001, 25(1), pp. 329~348.
- 홍성권, 이재원, 『테마파크 이용자의 선택행동이해』, 한국공원휴양학회지, 1999.
- 이즈미 마사토, 『우주의 자궁 미궁이야기』, 뿌리와 이파리, 2002, p. 42.
- Cronin, J. J. Jr. and S. A. Taylor, Measuring Service Quality : A Reexamination and Extension, "Journal of Marketing", Vol. 56, 1992 July. pp. 55-68
- David, Camp & Christian Aaen, 2000 Industry Report, Park World, 2000.
- McClung, G. W. Theme Park Selection, Tourism management, 1991 June.

[Abstract]

A Study on the Revitalization of Kimnyoung Maze Park

Lee Jin-hee

Associate Professor, Dept. of Tourism Development, Cheju National Univ.

Kim Young-nam

Undergraduate Student, Dept. of Tourism Management, Cheju National Univ.

Lee You-la

Undergraduate Student, Dept. of Tourism Management, Cheju National Univ.

Kimnyoung Maze Park, one of theme park in Jeju, has been developed from 1980s and is still developing. However, there are not many facilities which can attract tourist.

Theme parks are like living creatures, the fact that both theme parks and organic creatures undergo the process of birth, growth, decline and extinction can not be denied.

In consideration of these things, this study is focused on the establishment of strategy for place promotion. The purpose of this study is to provide a guideline of Kimnyoung Maze Park by applying the concept of place marketing. The place marketing would be a good approach when we consider revitalization of a segmented tourism area. The results of this study show that the concept of market segmentation, target market and marketing mix should be applied to Kimnyoung Maze Park in order to increase the number of visitors.

Key Words : maze park, theme park, market segmentation and target market, marketing mix, place marketing