

碩士學位論文

濟州地域 主題公園 利用客 態度에
관한 實證研究

指導教授 崔 炳 吉



濟州大學校 經營大學院

觀光經營學科

金 時 範

1998年

濟州地域 主題公園 利用客 態度에 관한 實證研究

指導教授 崔 炳 吉

이 論文을 經營學 碩士學位 論文으로 提出함.

1998年 12月 日

濟州大學校 經營大學院

觀光 經營 學科



金時範의 經營學 碩士學位 論文을 認准함.

1998年 12月 日

委員長 _____

委 員 _____

委 員 _____

목 차

제1장 서론	1
제1절 연구의 목적	1
제2절 연구의 방법과 범위	3
제2장 주제공원에 관한 이론적 배경	4
제1절 주제공원의 개념과 특성	4
1. 주제공원의 개념	4
2. 주제공원의 본질과 특성	6
3. 주제공원의 발전과정	10
4. 전망	14
제2절 주제공원의 분류	17
1. 공간적 분류	17
2. 주제별 분류	19
제3절 주제공원 이용자의 태도에 대한 고찰	23
1. 태도의 본질	24
2. 태도의 형성과정	26
3. 태도와 행동의 관계	27
제4절 주제공원에 대한 특성과 만족에 관한 고찰	31
1. 주제공원의 특성에 대한 선행연구	31
2. 주제공원의 만족도에 대한 선행연구	35
제3장 주제공원의 이용현황	37
제1절 국내외 주제공원의 이용현황	37
1. 미국의 테마파크	37
2. 일본의 테마파크	39

제2절 국내 주제공원의 이용현황	40
제4장 주제공원 이용객 태도에 관한 실증분석	44
제1절 연구모델 및 연구가설	44
1. 연구모델	44
2. 연구가설	45
제2절 연구조사설계	46
1. 표본	46
2. 설문지 구성	47
3. 분석방법	48
제3절 자료의 일반적 특성	49
1. 자료의 특성	49
2. 주제공원에 대한 태도변수의 정의	51
제4절 가설의 검증 및 분석	55
1. 가설검증	55
2. 주제공원 운영과 관련된 기타 요인분석	63
제5장 요약 및 결론	71
참고문헌	74
설문지	77
Summary	81

표목차

<표 2-1> 국내종합휴양업체의 대표적 놀이동산 시설현황	13
<표 2-2> 국내 주요 주제공원의 이용객 현황	14
<표 2-3> 주제공원의 주제별 분류	23
<표 2-4> 주제공원 매력특성들의 선행연구 종합	33
<표 3-1> 1995년 세계 50대 테마파크에 포함된 미국내 테마파크 현황	38
<표 3-2> 세계 50대 테마파크에 선정된 일본내 테마파크	39
<표 3-3> 국내 테마파크 현황	41
<표 3-4> 미국, 일본, 한국의 세계 50대 테마파크 현황	41
<표 3-5> 제주지역 주제공원의 연도별 이용현황	43
<표 4-1> 설문지의 구성	48
<표 4-2> 자료의 구성표	50
<표 4-3> 주제공원에 대한 태도변수의 요인분석결과	52
<표 4-4> 주제공원에 대한 태도변수간의 상관관계분석결과	53
<표 4-5> 주제공원에 대한 태도의 수준	54
<표 4-6> 주제공원 방문자의 동반자에 따른 이용객의 태도에 대한 기술통계치	56
<표 4-7> 여행동반자별 주제공원에 대한 태도의 차이검증	56
<표 4-8> 주제공원 방문목적별 주제공원에 대한 태도의 기술통계치	57
<표 4-9> 주제공원 방문목적별 주제공원에 대한 이용객 태도의 차이검증	57
<표 4-10> 제주관광의 여행기간별 주제공원에 이용객에 대한 차이검증	58
<표 4-11> 제주관광형태별 주제공원에 대한 태도의 기술통계치	59
<표 4-12> 제주관광형태별 주제공원에 대한 태도의 차이검증	60
<표 4-13> 성별 주제공원에 대한 태도의 기술통계치 및 차이검증	61
<표 4-14> 연령별 주제공원에 대한 태도의 기술통계치 및 차이검증	61
<표 4-15> 직업별 주제공원에 대한 태도의 기술통계치	62
<표 4-16> 직업별 주제공원에 대한 태도의 차이검증	63

<표 4-17> 주제공원에 대한 만족사항	64
<표 4-18> 쇼핑시 불만사항	64
<표 4-19> 주제공원 재방문 이유	65
<표 4-20> 주제공원에 대한 비권유 이유	65
<표 4-21> 운영개선요소	66
<표 4-22> 주제공원의 방문목적에 따라 살펴본 운영개선요소	67
<표 4-23> 여행동반자에 따라 살펴본 운영개선요소	68
<표 4-24> 여행일정에 따라 살펴본 운영개선요소	69
<표 4-25> 제주여행의 목적에 따른 운영개선요소	70



그림목차

<그림 2-1> 주제공원의 공간적 분류	18
<그림 2-2> 태도의 구성요소	25
<그림 2-3> 태도의 형성과정	27
<그림 3-1> 제주지역 주제공원 이용객의 연도별 증감율	43
<그림 4-1> 연구모형	44
<그림 4-2> 주제공원에 대한 태도의 분포비교	54



제1장 서론

제1절 연구의 목적

현대사회는 복잡화·전문화·다양화·개성화되고 있음에 따라 사회의 관습과 제도 그리고 개인의 사고방식과 행동 욕구가 서로간에 갈등과 부조화를 초래한다. 그러한 개인의 욕구 불만과 사회생활에서의 부조화가 각 개인의 내적 불균형을 가져와 긴장감을 일으키지만 레저활동은 이와같이 일상생활에서 생기는 그러한 긴장감과 정신적 압박감을 완화시켜 각 개인에게 새로운 활력소를 제공해주는 역할을 함으로써 레저활동의 중요성이 현대사회에서 차지하는 비중은 날로 증가해 간다고 볼 있다. 주제공원은 이와같은 개인의 스트레스를 완화시켜주는 레저의 장이 되고 있으며, 특히 도시화된 구조하에서는 효율적인 레저시설로 발전해가며, 이용객에 있어서도 비약적인 발전을 해가고 있다.

세계적으로 이름있는 주제공원의 이용객을 보면, 1995년 디즈니랜드는 연간 1천 4백여만명 이상이 입장하였고, 월트 디즈니월드에는 2,600만명, 덴마크의 티보리는 약 5백만명 이상의 관광객을 유치하고 있어, 오늘날 주제공원은 시설규모의 대형화뿐만 아니라 다양화, 개성화, 동적화를 추구하고 있다.

우리나라도 1960년대 이후 급속한 경제의 성장에 따라 레저활동에 대한 관심이 지속적으로 증가해 옴으로써 삶에 대한 가치 부여를 더 이상 양적 또는 물질 충족이 아닌 개인에게 주어진 자유시간 속에서 다양한 활동을 통해 자아를 실현하려는 질 차원에서 찾고자 하고 있다. 그 결과 사람들은 보는 것보다는 즐기는 것, 즉 체험하는 관광으로, 감성형보다는 활동형·참여형으로 레저의 취향이 바뀌어가는 추세를 보이고 있으며, 여기에 부응해 1995년 롯데월드는 5백 3십여만명, 서울랜드 및 엑스포과학공원은 3백여만명 이상, 우방타워랜드 2천 9백여만명, 그리고 한국민속촌 및 경주월드, 서울드림랜드, 통도환타지아 등도 1천만명을 훨씬 넘고 있다.

한편 공원의 개념도 시대적 상황의 변화에 따라 변화하고 있다. 즉 구미지역의 경우 국가나 지방자치단체가 소유하고 있는 부지에 기본적인 시설만을 갖추고 있는 공원을 의미하는 일반공원(public park)에서 단조로운 일반공원 기능에 동적인 각종

유기시설과 게임장, 음식점 등을 갖추고 잔디광장, 정원 등의 휴식공간을 더한 공원을 의미하는 위락공원(amusement park)으로 위락공원에서 주제공원으로 발전되고 있으며, 특히 우리 나라와 일본에서도 일반공원, 유원지, 주제공원 등으로 발전되고 있는 과정이므로 주제공원에 대한 올바른 인식 및 개발의 필요성이 증대되고 있다.

주제공원이란 어떠한 주제(theme)를 설정하여 그 주제를 실현시키고자 각종 시설물, 건축물 그리고 조형물 등을 전개하고 실현시키는 곳이라고 할 수 있으므로 주제공원은 단순한 공원적 개념에서 크게 신장되어 체제성이 가미되는 등의 본격적인 레저시설로 부상되고 있다. 주제공원은 도심 내 비휴양지에 위치하고 있고, 지역주민이 접근이 용이하기 때문에 도시민에게 재미와 스틸, 유머, 가족여흥 등 특정한 주제와 환상적인 분위기를 바탕으로 시간과 비용의 규제 요소를 충족시킬 수 있는 여가공간으로 부각되고 있어 그 역할이 더욱 커지고 있다. 또한 주제공원이 현대인의 복잡한 생활구조 속에서 반복되는 일상생활과 지루함을 벗어나고자 하는 심리를 이용한 현실 탈피와 참여로서 자기 성취를 구현하며, 환상의 세계, 모험의 세계 등 다양한 프로그램으로 구성되는 레저센터에서부터 역사적·문화적 이미지, 동·식물의 자연 생태계 등 교육적 측면에 이르기까지 다양한 형태로 발달하고 있다.

특히 주제공원의 설치는 주제공원의 갖는 비일상성이 주변에 있는 일상성을 바꾸어 새로운 개념을 창출함으로써 그 지역의 의미를 상징하고 향상시키고, 사업이 행해지는 지역 측면에서는 거액의 자본에 의해 세금의 증가와 대규모의 고용 확대가 가능하며, 프로젝트의 규모, 구성에 따라서는 어떤 지역에서도 성립해 대규모의 주제공원들을 건설·운영하고 있으며, 전통성 또는 지역적 문화의 소재들을 박제나 보존의 대상으로만 존재되어 왔던 기존의 인식에서 그러한 소재들을 현대적 건축 현장에 창의적으로 등장시켜 새롭게 역사 속에 재구성한 결과와 함께 가처분소득과 여가시간의 증대, 여가 욕구의 다양화와 가족단위의 여가활동의 변화 등으로 인하여 그에 대한 수요가 증가 일로에 있다.

그러한 사실에 비추어 볼 때, 제주도 지역이 갖는 특성, 즉 한라산을 정점으로 한 산악지대, 광활한 중산간 지대, 수려한 해안지대 및 도서지역을 포함한 해상들을 경험할 수 있는 다양한 관광자원에 어떠한 주제(theme)를 설정하여 그 주제의 실현을 위해 시설물, 건축물, 그리고 조형물 등을 전개할 필요성이 제기된다. 따라서 상대적

으로 낮은 증가율에 있는 제주도 지역 관광시장을 다양화·다변화·개성화 된 관광객의 레저 욕구를 충족시킬 제주도 지역 개발 방향을 모색할 필요성이 제기된다.

제2절 연구의 방법과 범위

본 연구는 제주도 지역에 위치하고 있는 주제공원의 관광객을 대상으로 주제공원별 특성에 대한 주제공원 이용자의 반응을 분석하여 효율적인 운영방안을 모색하는데 있다.

따라서 본 연구에서는 이를 위하여 먼저 주제공원에 관련된 국내외 문헌을 수집하여 주제공원에 대하여 이론적으로 이해하기 위하여 주제공원의 개념, 형성과 발전과정, 종류 및 특징 등을 고찰하고, 그 다음으로 관광객을 대상으로 제주지역 주제공원별 특성에 대한 태도를 실증적으로 분석함으로써 그 운영방안을 모색하는데 있다.

특히 제주도 지역에 있는 주제공원의 현황을 살펴보고, 관광객을 대상으로 여미지식물원, 한림공원, 분재예술원 등 대체로 관광객수가 많고, 공원간 차별성이 있는 3개의 주제공원에 대한 설문조사를 통해 레저활동의 취향을 충족시킬 수 있는 운영방안을 모색해 본다.

본 연구는 다음과 같은 내용으로 구성되어 있다.

제1장 서론에서는 연구의 목적, 방법과 범위 등을 기술한다.

제2장에서는 주제공원의 개념과 특성, 발전 과정과 전망, 주제공원의 분류, 주제공원에 대한 선행연구 등을 고찰한다.

제3장은 주제공원의 국내외 이용현황을 살펴보았다.

제4장은 실증분석으로서, 가설의 설정, 연구 설계, 표본의 일반적 특성과 가설검증 등을 다룬다.

제5장은 요약 및 결론 부분으로 연구의 요약 및 제주 지역 주제공원의 운영개선을 위한 시사점 등을 언급한다.

제2장 주제공원에 관한 이론적 배경

제1절 주제공원의 개념과 특성

1. 주제공원의 개념

주제공원의 근대적 개념은 대체로 미국의 Walter Disney World로 보고 있지만, 정의가 확립되어 있지 않고 학자에 따라 다양하게 정의되고 있다. 이러한 정의를 구체적으로 살펴보면 다음과 같다.

①카메론(Cameron): Theme Parks는 만국박람회부터 amusement Parks, 주나 지역 박람회, 박물관이나 동물원과 같은 문화적이거나 다른 영리시설물에 이르는 관광산업내의 몇몇 중요한 시설중의 하나이다.¹⁾

②조지 토킬드슨(George Torkildson): 미국 디즈니랜드가 1955년 amusement Park를 부흥시킨 이래 미국에서 대중화된 공원으로 특이성, 청결성, 정돈성, 안정성 등을 철학으로 하며, 이러한 것들이 환상, 마력, 도피, 특권, 흥미 등의 분위기를 연출한다.²⁾

③보겔(Vogel): 주제공원은 티켓이나 음료를 판매하는 사업이 아니라 즐거움과 적절한 경험을 판매하는 사업이다.³⁾

④ULI: 주제공원이란 특별하게 창출된 환경과 분위기 속에서 운영되는 가족 위주의 즐기는 공원으로서 그 속에서는 독특한 역사적 배경이 있는것, 복원된 마을, 유서 깊은 철길, 전문박물관, 심지어는 전문쇼핑센터도 해당되며, 가장 인기있는 것은 주제가 있는 탑승시설공원이다.⁴⁾

⑤이연택: 주제공원은 스틸, 환상, 그리고 깔끔함과 친밀한 분위기라는 테마에 바

1) 이동열, "Themepark에서의 상점·경영에 관한 연구", 경희대학교 석사학위논문, 1989, p.35.

2) 박종찬, "주제공원 활성화 방안에 관한 연구", 세종대학교 경영대학원 석사논문, 1989, p.2.

3) M.Vogel, 1985, "Outlook for theme parks, proceeding of the U.S. travel DATA center's", TRAVEL OUTLOOK FORUM(Washington D.C.: U.S travel DATA center), 1984, p.129~135.

4) ULI-The Urban Land Institute, *Recreation Development Handbook*, 1981, p.154.

탕을 둔 하루종일의 건전한 가족여흥을 제공한다.⁵⁾

⑥메리오타사(Merlotsa): 환상을 유발시키는 분위기를 만들기 위하여 여흥 및 상품과 풍속 및 건축양식의 연장을 조합한 특별한 주제나 사적지를 지향한 가족여흥의 장이다.⁶⁾

⑦園田榮治: 주제공원사업의 특성은 고도의 노동집약성과 자본집약성이다.⁷⁾

⑧ 맥에니프(McEniff)는 일반적으로 환대와 물리적 경험과 관계되어 다양한 놀이 시설과 매력물을 제공하고, 또한 다양한 음식과 기념품을 판매하는 곳이라고 정의하고 있다.⁸⁾

⑨김성혁은 테마를 만들고 전시장, 탑승물, 쇼핑, 레스토랑 등을 설치하는 것으로 정의하였다.⁹⁾

이상의 여러 학자 및 기관들의 정의를 종합해 보면, 주제공원은 문화적이거나 대중화된 공원으로 특이성, 청결성, 정돈성, 안정성, 즐거움, 경험, 스릴, 환상, 깔끔함과 친밀한 분위기, 고도의 노동집약성과 자본집약성 등의 특성을 가지며, 독특한 역사적 배경, 복원된 마을, 유서깊은 철길, 전문박물관, 풍속 및 건축양식, 다양한 놀이시설과 매력물, 테마에 바탕을 둔 전시장, 탑승물, 쇼핑, 레스토랑 등 관련된 시설물들이 여러개 조합하여 존재함으로써 자체가 목적지가 되는 다양한 경험을 할 수 있는 지역임을 알 수 있다. 따라서 주제공원은 일반적으로 “어느 특징의 주제를 설정하여 그 주제에 따른 환경과 오락시설 및 이벤트를 설정하고 분위기를 조성하여, 전체를 구성해 운영하는 레저를 위한 주제의 한 형식”이라고 할 수 있다.

5) George Torkildson, *Leisure and Recreation Management*, pp.93~94.

6) 박종찬, “주제공원 활성화 방안에 관한 연구”, 세종대학교 경영대학원 석사논문, 1989. p.8.

7) 신동주, “수도권내 주제공원의 마케팅 측면에서의 활성화방안에 관한 연구”, 한양대학교 관광연구소, 관광연구는 총, 1992, Vol.4, p.97, 園田榮治, 월간 산업자료 252호, 1988.

8) John. McEniff, “Leisure Industries,” *EIU Travel & Tourism Analyst*, No 5, 1993, p.52.

9) 김성혁, 「관광학원론」, 형설출판사, 1994, p.309.

2. 주제공원의 본질과 특성

1) 본 질

주제공원에 대한 이해를 넓히기 위해서는 주제공원의 본질을 살펴볼 수 있을 것이다. 주제공원의 본질은 여러가지 측면에서 볼 수 있을 것이나 여기에서는 독자성과 통합성의 측면¹⁰⁾에서 살펴본다. 즉, 주제공원의 특성이 다른 시설물들의 환경과 차이를 보이는 독특한 면과, 여러개의 시설물이 합해져서 주제공원만의 본질을 나타내는 것이라고 할 수 있다.

첫째, 주제공원은 독자성이라는 본질을 가진다.

주제공원의 여러 본질 중에서 독자성은 주제공원의 본질에 가장 강하게 영향을 미치고 있으며, 이것은 쉽게 설명하면 주제공원 내에는 주제에 걸맞는 것만 설치한다는 것이다. 예를 들어 디즈니랜드에 들어오면 외부 세계와는 완전히 단절되어 있다는 것을 느끼게 된다. 따라서 이용자는 주제공원의 이용을 통해 꿈의 세계를 경험하게 되고 바깥의 일상적인 세계와 전혀 다른 느낌을 가지게 된다.

그러나 주제공원의 운영자측면에서는 이러한 독자성을 얻기 위해 다음과 같은 특성들이 고려된다.

즉, 광대한 공간이 필요하며, 포용력 있는 주제개념이 필요하다. 개념에 어울리는 것만 설치해야 하므로 개념 자체가 광의의 의미를 갖지 않으면 안된다. 또한 시설물은 독특성을 가져야 하며, 이러한 시설들을 통합적으로 관계를 맺기 위해 전문적 경영과 운영이 필요하다. 특히 교육된 종업원은 주제공원의 생명력을 유지하기 위한 최소한의 요소라고 해도 틀리지 않으므로, 개념을 이해하고 그것에 따라 공원을 운영할 수 있는 지속적인 인재확보 교육이 필요하다.

둘째, 주제공원은 통합성이라는 본질을 가진다.

주제공원을 구성하는데는 많은 요소와 업무분야가 관련된다. 기획단계의 컨설팅, 건설단계의 디자인, 운영단계의 이벤트 및 인재육성, 지원시설로서의 매점, 레스토랑, 호텔, 부동산관리 등 기존의 서비스업을 포함한 통합 서비스산업 인 것이다.

주제공원을 계획할 때는 이런 광역적인 업무를 모두 동시에 수행하고 각각의 계

10) 국제무역박람회조직위원회, 「대전 EXPO'93 사후활용계획」, 1990, pp.26~27.

획을 통합 조정할 필요가 있다. 이러한 통합성은 주제공원을 계획하는 측에서는 무척 어려운 일이지만 이 통합성 이야말로 주제공원을 특정 지우는 중요한 요소이다.

2) 특 성

주제공원이 본질적으로 다른 시설에 비하여 독자성을 띠고, 통합적인 성격을 가지므로써, 여러가지 특성을 가지게 되는데, 이러한 특성을 보면, 오락성, 과점화, 지역성, 주제, 관람객유치, 배타성, 일품성 등을 들 수 있다.¹¹⁾

(1) 오락성

세계적인 대규모 주제공원의 점유도에 있어서 미국이 70%이상을 점유하고 있다.

미국이 주제공원의 주무대가 된 최대의 이유는 오락을 지향하는 미국민의 국민성을 산업으로 성립 발전시켰기 때문이다. 또한 기존의 엔터테인먼트(Entertainment)산업의 발전과 그 노우하우(Know-How)의 축적을 들 수 있다. 특히 헐리우드를 정점으로 하는 영화산업의 발전은 주제공원의 활성화에 커다란 공헌을 하였다.

(2) 과점화

세계적으로 큰 점유율을 보이고 있는 미국에서 보면, 전체 주제공원의 연간 입장객의 80%정도를 디즈니를 포함한 4개회사가 차지하고 있다. 즉 주제공원사업은 전형적인 과점산업인 것이다. 이런 현상은 이 산업의 워낙 막대한 투자자본을 요구하기 때문이며, 신규기업이 새롭게 투자를 시작해도 원래기업을 따라잡기 어렵기 때문이다. 그러므로 주제공원은 거대한 투자를 필요로 하는 장치산업이라고 말 할 수 있을 것이다.

(3) 지역성

주제공원의 입지를 중심으로 생각해 보면 몇 가지 타입으로 나눌 수 있다. 즉, 대도시중심 또는 근교에 입지 하는 경우, 지방도시 또는 근교에 입지 하는 경우, 리조트·관광지역에 입지 하는 경우, 완전히 산림이나 인구집적이 빈곤한 장소에 입지 하는 경우이다.

이와같이 다양한 양상의 입지패턴을 갖는 것은 주제공원이란 것이 주변환경에 다소 의존하더라도 최종적으로는 그 본질상 오히려 환경과 차단된 별세계가 되기 때문

11) 상계서.

이다. 또한 주제공원은 네 번째 경우를 제외하고는 각각 그 입지주변과 인근인구를 주요고객으로 인식하는 것을 알 수 있다. 그러므로 주제공원 사업은 주변상권을 전제로 하여 성립되는 지역산업이라 할 수 있다.

(4) 주 제

주제공원의 생명은 주제이다. 주제공원의 인기도는 바로 이 주제로 인해 결정된다 해도 과언이 아니다. 일반적인 위락공원은 단순히 오락에 충실한 반면 주제공원의 주제는 매우 다양하고 나름대로의 개념과 줄거리를 가지고 있다는 것을 인식하여야 한다. 그러나 그 주제이상으로 중요한 것은 주제를 표현하는 소프트웨어와 시설들이다. 실제로 관람객에게 직접적인 영향을 미치는 것은 바로 이러한 소프트웨어와 시설들이며, 관람이 끝난 후 사람들에게는 공원이 보여주고 있는 총체적인 주제의 의미가 여운으로 남게되는 것이다.

(5) 관람객 유치

주제공원을 역사적으로 볼 때, 연간 오백만 명 이상의 관람객 유치는 매우 어렵다고 보고 있으나 디즈니랜드는 이를 극복하였고, 이는 디즈니랜드가 다른 공원과는 다르다는 것을 암시한다. 이는 무엇보다도 본격적인 대형주제공원이라는 점이며, 따라서 근래에 들어 대형주제공원을 건설 운영하고자 하는 경향이 강하게 나타나고 있는데, 이것은 산업으로서의 경쟁력을 높이고자 하는 것이다. 앞으로도 대형화 추세는 지속될 것이며, 특히 여가시간 활용에 대한 관심이 점차 높아지고 있는 우리 나라와 일본 및 동남아 여러 나라에서 그 현상이 뚜렷하게 나타나고 있다.

그러나 주제공원이 아무리 대형시설로 만들어져도 관람객수가 증가시키지 못하면 결국은 실패하게 된다. 이는 비수기의 관람객수가 결정적인 영향을 미치며, 비수기 관람객을 위해 첫째, 동절기에도 계속 운영가능 토록 온난한 곳에 입지하든지, 아니면 실내형 시설을 설치할 필요가 있다.

둘째, 주중 대책이다. 이를 위해 학교, 회사등 단체관람을 유도하고 남녀노소가 즐길 수 있는 풍부한 시설이 요구된다.

셋째, 재방문객을 확보하기 위해 가장 기본적인 것은 매력있는 주제와 시설을 확보하는 것이다. 관람자로 하여금 계속적인 방문을 유도하기 위한 시설의 보완이나 추가투자는 단지 공원의 흥미를 지속시키기 위한 단순한 미봉책에 지나지 않으며,

근본적으로 개발초기단계부터 흥미있는 주제시설의 개발이 절실히 요구되는 특징을 가지고 있다.

(6) 배타성

주제공원의 정의에서 언급한 바와 같이 주제공원은 배타성이라는 특성을 내포하고 있는데, 이는 비일상적인 공간, 즉 특정 주제의 분위기가 독점적으로 지배하는 환경을 만들기 위해 주제공원을 일상적인 외부환경과 단절시키기 위한 시설환경조성을 말한다. 즉, 주제공원 내에 들어선 관람자들은 일상생활을 완전히 잊고 그 공원 주제에 흠뻑 매료되고 몰입할 수 있는 환경으로 조성하는 것을 의미한다.

(7) 일품성

일품성이란 위의 배타적 환경의 조성이 다른 동일한 주제공원과 경쟁단계에 놓일 때, 경쟁력을 확보할 수 있는 뛰어난 성질을 주제공원에 있어 일품성 이라고 한다.¹²⁾

주제공원이 일품성을 확보하지 못 할 경우, 경쟁력은 말할 것도 없고 배타적 환경의 조성에도 실패할 가능성이 높아지므로 이에 대한 중요도는 매우 높다.

이러한 일품성의 확보에 따라 중요한 가능성이 높아지므로 이에 대한 중요도는 매우 높다. 이러한 일품성의 확보에 중요한 전제조건이 종합성이다. 즉, 배타적인 환경의 조성은 종합예술이기 때문에 마치 영화를 제작할 때와 같이 총괄적인 감독의 지휘아래 배타적인 환경에는 전시나 체험시설이외에도 관객들이 주제공원 내에서 필요로 하는 모든 시설을 완비해야 한다. 즉, 주제 공원 내에서의 체험에 조금이라도 일상생활에서의 체험이 상기될 수 있는 요인이 있다면 그 주제공원의 흥미는 반감할 것이다.

이상과 같은 주제공원의 특징들을 요약하면 다음과 같다.

①전체를 통합하는 주제가 있다.

②주제에 기초한 문화적 정보와 모티브가 전개되고 있어, 내용의 폭과 지식의 깊이가 있다.

③주제공원은 고유의 아이덴티티(차별화된 개성)를 갖고 있다.

④주제에 기초해, 보통은 비일상적인 환경으로 전개된다.

⑤레저 시설로서의 즐거움과 엔터테인먼트가 있다.

12) 정순오, "엑스포과학공원의 발전과제와 전략," 1994, p.14.

- ⑥주제를 보다 즐겁고 인상적, 감동적으로 체험시키기 위한 연구와 방법
- ⑦주제공원은 사전에 손님에게 이미지를 주고, 집객의 동기와 선택성을 부여한다.
- ⑧주제공원은 연출된 환경·장치산업이다.

⑩매력적인 유희장치나 이벤트에 더해 상품 소매업과 음식업 등을 포함한 형태로 복합적인 성격이 있다.

이같이 종래의 오락 시설에 부족한 많은 특색이 현대 여가행동의 욕구에 적응하여 재미있는 공원으로 평가되면서 사업적으로도 성공하는 사례가 많아지고 있는 것이다.

이러한 점을 종합해 보면 주제공원은 어느 특정한 주제를 설정하고 그 주제에 따른 환경과 위락시설 및 이벤트를 설정하고 분위기를 연출하여, 전체를 일관성 있게 구성·운영하는 레저파크의 한 형식으로 시간을 초월한 거대한 폐쇄된 공간 또는 공원이라 할 수 있다.

우리 나라의 주제공원은 몇 개를 제외하고는 이상과 같은 주제공원의 특성을 제대로 갖춘 주제공원은 없는 형편이지만 보는 관점에 따라 주제공원으로서의 발전과정에 있으므로 이런 범주에 포함된다고 볼 수 있을 것이다.

3. 주제공원의 발전과정

1) 주요국들의 주제공원 발전과정

주제공원의 발달은 지역별·국가별로 다양하게 진행되고 있으나, 오늘날에는 유럽보다 늦게 출발한 미국의 주제공원이 급속도로 발전하여 세계 각처로 개발컨셉트가 수출되고 있는 실정이다. 주제공원의 출발지라 할 수 있는 유럽지역은 기존의 공원에 위락·오락시설을 가미한 방식으로 시작하였고, 미국은 영화·연출산업을 기반으로 한 주제공원, 일본은 박람회 중심의 주제공원을 발전시켰다.

주제공원은 1760년에 나타난 영국과 프랑스의 플레저랜드에서 출발한다. 플레저랜드(pleasure land)란 사람들이 모여서 자연 속에서 구경거리, 연극 등을 보면서 식사를 하는 장소였다. 이러한 플레저랜드에 유희용 기기를 도입하여 관광객에게 보다 나은 즐거움을 제공하게 되었다. 이와 같은 대표적 공간으로는 1843년 덴마크 쿠펜하겐에 등장한 티보리 공원으로 자연 속에서 식사를 하고, 음악을 듣고, 타는시설을

즐길 수 있는 공간 및 시설들이 설치되었다. 또한 18세기 산업혁명으로 기계화를 통한 유희기계의 발달이 급속히 진행되어 1873년 비인 만국박람회에서 세계최초의 대형 유희기계가 등장하게 되었으며, 이를 계기로 다양한 유희기계가 발명되었다.

미국의 주제공원은 2단계로 구분하여 발전하였는데, 19세기 말부터 20세기 초까지를 1단계로 보고, 20세기 중반이후부터 현재까지를 2단계로 하여 본격적인 주제공원을 발전시켰다. 미국의 주제공원도 사람들이 많이 모이는 유원지에서 출발한다.

19세기 중반이후 미국은 경제적·사회적 발전에 따라 사람들은 즐거운 여가를 보내기 위하여 많은 유원지를 필요로 하였다. 또한 유희기계의 발달로 인하여 유원지 개발이 산업으로 정착하게 되었고, 이를 뒷받침할 수 있는 교통수단의 발달로 그 시장범위가 확대되었다. 이처럼 초기의 주제공원은 유럽식의 주제공원인 위락시설 위주로 발전 하였다. 대표적 공간으로는 존스의 숲(뉴욕), 유니아일랜드 등이 있다.

그러나 20세기 중반에 들어오면서 자동차 증가, 영화산업발달 등으로 사람들의 오락수단이 다양하게 됨에 따라 이러한 위락·오락중심의 공원은 점차 사냥화의 길로 접어들었다.

1955년 사냥화되어 가고있는 유원지산업을 재구축하고자 디즈니랜드가 출현함으로써, 본격적인 주제공원 시대를 열게 되었고, 그 이후 관광객들에게 일상성을 탈피한 「꿈」을 제공하는 다양한 주제공원이 미국 전역에 설치되기 시작하여 오늘날 연간 1백만명 이상의 관광객을 유치하는 주제공원은 약 40여개에 달하고 있다.

일본의 경우는 박람회를 중심으로 한 주제공원이 발달하였다. 메니지시대 이래 식산흥업(殖産興業)의 목적으로 각지에서 박람회가 성행하였고, 이러한 박람회에서는 여러종류의 유희기계가 전시되었다. 박람회가 종료된 후 그 유희기계를 이용한 주제공원이 발달하였다. 오사카 박람회의 엑스포 랜드, 고베 박람회의 포트피아랜드 등이 그 예이다. 그러나 일본도 역시 사람들이 많이 찾는 경내 중심으로 한 유원지, 전철회사 중심으로 한 레저랜드 또한 자연발생적인 유원지에 유희기계를 설치하는 등 매우 다양하게 발전하였다. 이러한 일본의 주제공원은 메이지시대 이후 1950년 이래 주제공원의 고도 성장기를 맞이하게 되어, 위락·오락 시설을 중심으로 한 富急하이랜드와 小山유원지와 같은 레저랜드가 개설되었으며, 1960년대에는 기존의 형태를 보완하여 스포츠, 자연형을 가미한 피크닉 랜드와 같은 새로운 타입의 레저랜드가

등장했다. 1975년 이후 레저랜드는 다양화·개성화시대를 맞이하여 미국의 東京 디즈니랜드가 개발되었으며, 네델란드를 주제로 한 하우스텐보스 등 다양한 주제공원 등이 설치되고 있다.

이상과 같이 주요국가들의 주제공원 발전과정을 보면, 유럽에서 먼저 발생하여 발전하여 오다가, 주제공원에 유희기구 및 스포츠 등의 오락성이 추가되고 강화되어 옴으로써 현대인의 다양화되고 개성화된 특성에 부합되어 왔음을 알 수 있다.

2) 우리 나라 주제공원의 발전

우리 나라 주제공원의 효시는 일제에 의해서 1909년부터 창경궁에 동물원, 식물원, 타는 놀이시설을 설치하여 민간인에게 개방된 창경원이다. 1973년 성동구 능동에 조성된 어린이 대공원은 현대적 의미의 우리 나라 최초의 주제공원이다. 이후에 건설된 서울대공원, 서울드림랜드, 경주월드, 광주 어린이 대공원, 용인 자연농원 등은 여러개의 주제를 구비한 종합적 주제공원으로 분류할 수 있다. 반면에 용인 민속촌, 제주도 제주 민속촌, 서울시 신천동 어린이 교통공원, 목포 유달산 조각공원, 서울시 동숭동의 마로니에 조각공원 등은 단일주제의 소주제공원으로 분류할 수 있다. 한편, 외국에서 통용되는 대규모 주제공원의 판단기준은 타는 놀이시설의 존재여부보다는 주제의 명확성과 이용자의 상상력을 유발시키는 정도를 보다 중시하기 때문에 이 기준을 적용하면 우리 나라의 대부분의 주제공원을 단순히 위락공원 혹은 대규모 유원지의 범주를 벗어나지 못하는 실정이다. 이러한 경향은 우리 나라 종합휴양업체의 대표적 놀이동산(Amusement Park) 시설 현황과 이용객 현황에서도 나타난다.

<표 2-1> 국내종합휴양업체의 대표적 놀이동산 시설현황

지역 구분	LAND명	업체명	소재지	면적(m ²)	시 설 내 용	개장일
수도권	용인자연농원	(주)중앙개발	경기 용인	10,466,825	음식점:식당4개,동물원,식물원 유가장(24종),민속관,야영장,눈썰매장	1977
	어린이대공원	(주)동마	성동구 능동	약 600,000	동·식물원,식당, 전시관,도서관,운동시설,유기시설(88열차 외12종)	1988
	드림랜드	(주)일우공영	도봉구 번동	347,878	운동시설:수영장,탁구장 오락시설:(16종)	1987
	서울랜드	(주)한덕개발	과천	280,000	오락시설(29종 33개소) 교양시설(9종 20개소) 편익시설(16종 17개소) 조경시설(11종 52개소)	1988
	롯데월드	(주)호텔롯데	강동잠실	204,000	운동시설·오락시설(47종)식당·동식물 원	1989
	63빌딩	(주)대생기업	영등포 여의도		관람시설: 63골든타워, 63씨월드 63아이맥스	
	남양주랜드	홍정선	경기 남양주	604,376	숙박시설:가족호텔88실, 오락시설:모노레 일등3종, 운동시설:경구장등5종 기타간이폴프장,납시터	1988
	기흥 FAMILY LAND		경기기흥	297,735	운동시설:잔디구장등5종, 오락시설:회전 목마등3종, 식당가족휴게소등	1986
기타지역	경주월드	(주)아진건업	경북 경주시	1,955,291	교육문화시설,관람시설 운동시설,유희시설12종	1985
	부곡하와이	제일홍업	경남부곡	410,509	숙박시설·동식물원, 운동시설:수영장등 오락시설(11종)	1986
	금호랜드		전남광주	171,000	숙박시설:방갈로9동, 운동시설:수영장등5 종, 오락시설:회전목마등15종, 기타휴식 공간, 납시터	1988
	코타레저타운		충북중원	588,463	숙박시설:산장196동, 운동시설:경구장등 6종, 오락시설:회전목마등10종	1987
	프라자랜드	한국국토개발	강원속초	230,613	운동시설:경구장, 식당,수영장,승마장 유희시설:18종	1984
	제주민속촌		남제주	181,895	운동,오락,식당,시설완비	1987

자료: (주)엑스포과학공원, 「엑스포 과학공원 시설계획서」, 1994, p.84-85.

<표 2-2> 국내 주요 주제공원의 이용객 현황

(단위:천명)

연도 \ 공원	롯데월드	드림랜드	올림픽공원	서울대공원	자연농원
1987	-	958	471	2,928	2,657
1988	-	850	2,184	5,450	3,035
1989	2,434	764	1,590	1,960	3,980
1990	5,559	644	1,446	1,784	3,762

자료: (주)엑스포과학공원, 「엑스포 과학공원 시설계획서」, 1994, p.84-85.

4. 전망

외국의 주제공원운영을 보면, 주제공원이 단순히 사업차원이 아니라 산업적 차원에서 디자인되고 운영됨으로써 커다란 성공을 이루고 있음을 알 수 있다. 특히 주제공원을 이용하는 이용객들이 경제적으로 가치분소득을 가지게 된 이후로 다양화되고 개성화되면서, 자신들의 욕구가 반영된 주제공원의 이용은 점차 커질 것으로 예상되므로 주제공원에 대하여 다음과 같은 사항들이 중시될 것이다.

주제공원은 지역과 관련한 산업으로 인식해야 한다. 주제공원의 여러 가지 입지 여건 중 제일 중요한 것은 배후시장 여건이다. 즉, 영국의 관광청에서 자동차로 2시간 이내 거리에 약 1,200만명의 인구가 살고 있거나, 수많은 관광객을 유인할 수 있는 관광지가 1시간 이내의 거리에 위치하며 5백만명 이상의 인구가 2시간 이내의 거리에 거주해야 한다고 그 배후 시장여건을 제시하는 바와 같이 주제공원의 입지는 대부분 대도시 또는 관광지, 리조트에 위치할 필요가 있다. 이와 더불어 주제공원은 주변지역을 기본으로 하는 관광객을 주요고객(표적시장)으로 삼고있는 지역산업이기 때문에, 그 지역 및 지역주민을 중심으로 하여금 지역에 없거나, 필요한 개발컨셉트와 놀이시설 및 부대시설 등을 구성하여야 한다.

또한, 지역고용효과 및 지역경제를 발전시킬 수 있는 산업이므로, 주제공원은 지역과 관련한 산업으로 인식해야 하는데, 일본의 예를 들어보면 나가사키에 있는 하

우스텐보스라는 주재공원의 조성은 지역경제에 막대한 경제적 파급을 예상하고 있다. 연간 1,000만식(食)이나 되는 식사에 소요되는 식자재료 등은 지역에서 조달하는 것을 기준으로 하고, 물품판매에 있어서도 지역특산물 코너를 설치하고 있다. 나가사키 오란다촌에 대하여 한 은행이 산출한 하우스텐보스의 경제적 파급효과는 건설공사에 따른 파급효과만 약 4,200억엔에 달할 것으로 추정하고 있으며, 하우스텐보스의 고용효과를 살펴보면 직접 고용이 2,700명에 이르며, 간접 고용은 3,800명에 달하고 있다. 또한 하우스텐보스내에는 대기업의 참여뿐만 아니라, 지역 사업자의 참여도 적지 않다. 약 50개 지역사업자가 참여하여 각종 특산품을 제작, 오리지널 상품을 개발하는 등 하우스텐보스의 매출에 크게 기여하고 있다. 이뿐만 아니라 市の 재정인 稅收 수입은 하우스텐보스 개장전보다 약 2배의 증가가 예상되며 관광유발효과는 약 1,100억엔에 달할 것으로 보고 있으며, 더욱이 지역이미지 개선 및 교통문제 해소를 위한 도로, 상하수도 등 기간 시설 투자로 지역민의 생활환경은 상당히 좋아지는 것으로 나타났다.¹³⁾ 이처럼 주재공원의 개발은 시장, 고용, 소득 등 여러 측면에서 지역과 면밀한 관계에 있어, 지역발전 및 지역개발에 있어서 관광기회를 제공하는 것을 제외하고도 매우 중요한 위치를 차지하고 있다.

주재공원은 자본집약적 산업으로 대형화를 추구한다. 주재공원은 드넓은 대지와 막대한 자본이 요구되는 자본집약적 산업이다. 전세계의 주재공원시장의 약 70%를 차지하고 있는 미국의 예를 보면, 대부분 주재공원을 개발·운영하고 있는 업체는 대기업으로 나타나고 있다. 이는 주재공원의 특질에서 제시된 것처럼 일관되고, 특정한 주재구성으로 위한 막대한 자본과 그에 따른 고도의 기술 및 전문화된 인력 등이 필요할 뿐만 아니라 개발기간도 상당히 오래 걸리며, 자금회전율도 他 산업에 비해 상대적으로 장기화 되는 단점이 있다. 따라서 중소기업 또는 공공기관이 참여하기에는 상당 어려운 실정이다. 주재공원의 후발국인 미국이 오늘날 전계의 주재공원시장을 독점하는 것은 자본, 시장, 기술(인력)등 모든 여건들이 적절한 상태에 있기 때문이었다. 이러한 것을 극복하고, 비용절감을 위한 첨단 과학기술도입 및 개발 컨서시엄 형성 등 주재공원 업체별로 다양한 방안 등이 모색되고 있기도 하다

한편, 이와같이 대기업의 대자본을 통한 주재공원 개발로 인하여 주재공원의 규

13) 정재선, “우리나라 주재공원의 개황 및 발전방향”, 관광정보, 1995, p.43.

모는 날로 대형화 하고 있다. 주제공원을 찾는 관광객들은 통상적으로 실외의 놀이 공간에서 즐기고자 하는 일일 관광형태를 보이고 있다. 그러나 소득 및 여가시간 증가, 급증하는 관광수요, 관광형태변화, 관광여건의 긍정적 변화에 따라 주제공원도 이에 따른 시설규모의 대형화를 추진하게 되었다. 보통의 주제공원은 연간 5백만명의 관광객을 유치하는 것이 한계로 보고되고 있으나, 오늘날의 주제공원은 그 이상의 관광객을 유치하고 있다. 1990년대 이후 디즈니랜드는 연간 1천 4백여만명 이상 입장하였고, 월트 디즈니월드에는 2,600만명, 덴마크의 티보리는 약 5백만명 이상의 관광객을 유치하고 있다. 이처럼 오늘날 주제공원은 시설규모의 대형화뿐만 아니라 다양화, 개성화, 動的化를 추구하고 있다. 주제공원의 대형화 추세는 대형 주제공원을 건설·운영하는 것이 기업적 측면(경영)에서나 소비자적(관광객)측면에서나 모두 긍정적인 효과가 있기 때문이며, 당분간 이러한 추세는 지속될 것으로 전망되며, 특히 미국 및 유럽지역보다는 여가시간이 장기화 되고 있는 아시아 국가에서 뚜렷이 나타날 것으로 예상되고 있다.

주제공원의 주제가 다양화되고 있는데, 지금까지 주제공원은 관광객에게 단순히 놀고 즐기는 오락중심의 활동을 제공하였다. 그러나 관광인식의 변화에 따라 주제공원은 재미·흥미와 동시에 교육 및 문화적인 면을 동시에 추구하고 있다.

또한 관광형태의 변화에 따라 참여관광을 유도하고 있으며, 주제공원의 시설도 이러한 측면에서 고려되어 지고 있다. 지금까지의 평범한 주제공원의 시설들을 가지고는 새로운 관광객을 유인하는 데에는 한계를 보일 것이다. 다시 말하면 단순히 보며, 즐기거나, 쉽게 따라할 수 있는 초보적 놀이시설은 시간이 흐를수록 관광객의 흥미를 반감시키게 되어 있다. 따라서 개성화, 동적화와 더불어 교육적 효과가 큰 프로그램 등을 많이 개발·연구하고 있다. 예를 들면 문화유적지를 주제공원으로 추진하고 있는 곳도 있는데, 프랑스에서 계획중인 피레네 선사시대 유적공원은 첨단기술을 활용하여 주제공원화 되어가는 문화유적지의 변모를 보여주는 것이 그 예이며, 이와 같은 문화와 자연환경을 중심으로 하는 교육적 효과를 극대화 할 수 있는 시설이 점차 보편화 되어가고 있다. 또한 첨단과학 기술발전에 따른 가상경험을 통해 간담을 서늘하게 하는 스틸과 교육적 효과를 동시에 누릴 수 있도록 한 새로운 놀이시설이 출현할 것이며, 현실을 있는 그대로 재현 가능한 첨단과학 기술을 활용한 주제공원이 널리 보급될 것이다. 이런 시설들은 전통적인 주제공원의 설비 투자액보다 저렴

하고, 시설변경 및 확충 등이 용이하여 대자본·대형화 추세에 있는 주제공원에도 새로운 변화를 일으킬 수 있는 것이다.

또한 인구구조변화에 따른 가족단위 중심의 주제공원이 부상할 것이다. 경제발전, 의학발전 등으로 사회는 점차 고령화시대로 진입되고 있으며, 노인인구의 사회활동 참여가 나날이 높아지고 있다. 이에 따라 주제공원도 시설을 재정비 또는 보완하여야 할 것이다. 즉, 10대와 20대의 젊은 층에 폭발적인 인기를 끌고 있는 라이드시설 보다는 노년층이나, 가족전체가 즐길 수 있는 놀이시설의 도입을 고려하여야 할 것이며, 그 결과 단순히 놀고, 즐기는 것보다는 교육적 성격이 가미된 지나간 역사·문화 및 첨단과학 기술을 응용한 새로운 놀이시설이 각광을 받게 될 것이다. 주제공원을 찾는 관광객 중에는 어린이가 차지하는 비중은 상당하다. 그러나 실제 내방객 중 성인과 아동의 비율을 살펴보면 어린이 층의 규모가 생각보다는 훨씬 적은 것으로 나타난다. 약 3~4배의 차이를 보이고 있다. 이처럼 앞으로의 주제공원시설등은 어느 한 계층을 위한 공원보다는 모든 계층을 포함한, 종합적이며 체계적인 가족중심의 주제공원 개발이 필요할 것으로 전망된다.

제2절 주제공원의 분류



주제공원의 유형은 아직 정형화된 것은 없으며, 매우 창의적인 관광지유형으로 크게 인간의 경험을 주제로 하여 지적 호기심을 강조하는 유형과 위락형 주제공원으로 상상을 초월하는 신비함과 즐거움을 강조하는 유형으로 구분할 수 있다.¹⁴⁾

그러나 이러한 주제공원의 성격에 따른 분류외에 주제공원은 주제공원이 어떤 주제의 성향에 따라 공간적으로 또는 주제별로 분류해 볼 수 있는데, 이하에서 이러한 기준에 따라 구체적인 분류를 해본다.

1. 공간적 분류

주제공원을 분류하는 방법으로는 주제의 유사성으로 분류하거나, 공원의 공간성으로 분류하거나, 아니면 개발되는 수법이나 형태로 분류한다. 공간적으로 분류하면

14) 조상필, “국민여가선용을 위한 주제공원개발”, 『전남발전』, 1996, pp.49~50.

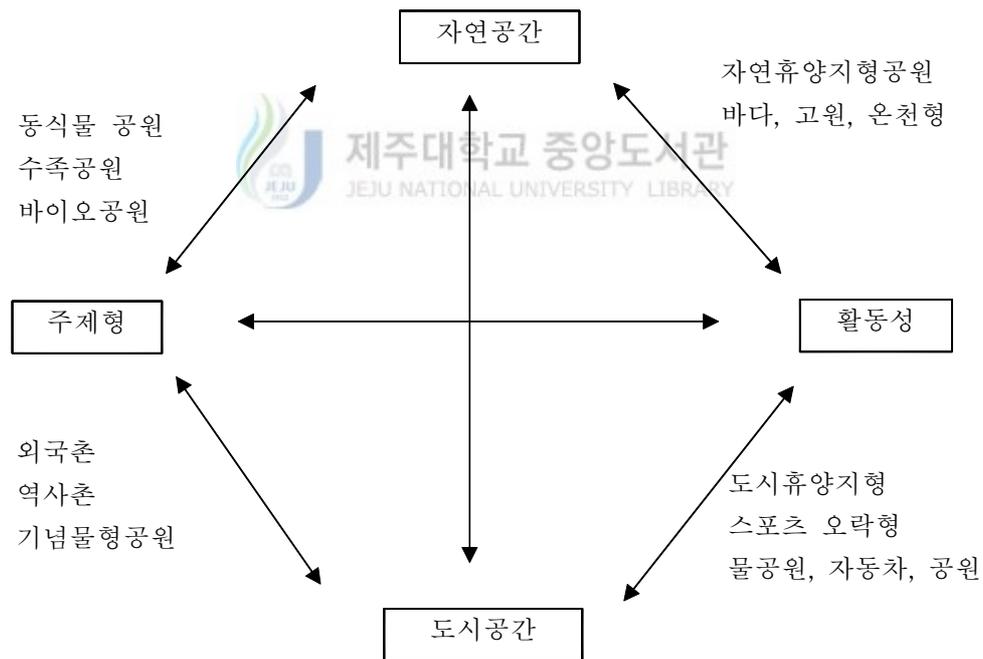
<그림 2-1>과 같다.

종축에 자연공간과 도시공간, 횡축에 주제형과 활동성을 대비시켜 매트릭스로 표현하면 다음과 같은 구성이 이루어진다.

즉, 「자연공간×주제형」, 「자연공간×활동형」, 「도시공간×주제형」, 「도시공간×활동형」공원 등으로 크게 분류할 수 있다.

「자연공간×주제형」의 공원은 주로 동물, 식물, 물고기, 정원 등을 이용하고 있으며, 「자연공간×활동형」 공원은 리조트형으로써, 바다, 고원, 온천 등이 포함된 공원이다. 「도시공간×주제형」은 산업, 과학, 풍속, 구조물 등이 주류를 이루며, 마지막으로 「도시공간×활동형」의 공원은 스포츠, 오락, 건강, 예술 등이 주요 테마가 되는 공원이다.

<그림 2-1> 주제공원의 공간적 분류



자료: 테마헤크-테-유 리조트 企劃 開發實務資料集, 종합 유니움, pp.21-24.

2. 주제별 분류

공간적 차원에서와 마찬가지로 공원의 주제에 따라서도 주제공원을 구분해 볼 수 있다. 따라서 공간적 차원에 나타난 주제공원의 분류는 주제별 분류에 나타난 주제공원과 중복되거나 분리될 수 있다.

주제는 본질적으로 그 내용이 확장이나 깊이를 내포한 성격을 갖고 있는데, 주제의 분류 시점으로 주제공원을 정리하면 다음과 같이 11가지로 구분해 볼 수 있다.¹⁵⁾

- | | |
|-------------------------|-------------------|
| 1) 인간사회의 민속을 주제로 한다. | 역사축의 단면을 주제로 한다. |
| 2) 지구상의 진귀한 생물을 주제로 한다. | 구조물을 주제로 한다. |
| 3) 산업을 주제로 한다. | 예술을 주제로 한다. |
| 4) 놀이를 주제로 한다. | 환상적인 창조물을 주제로 한다. |
| 5) 과학과 하이테크를 주제로 한다. | 자연자원을 주제로 한다. |
| 6) 주제를 복합시킨다. | |

이상과 같은 구분을 세분하여 살펴보면 다음과 같다.

- 1) 인간사회의 민속을 주제로 한다.
 - (1) 민가·건축을 주제로 한 공원: 어느시대, 어느지역을 특정하여 민가·건축물을 수집, 복원하여 구성, 지역성, 시대성의 가치를 표현한다.
 - (2) 민가와 민속, 공예, 기능을 종합 연출한 공원: 어느시대, 지역을 특정한 환경, 건축, 분위기를 재현하여 민속적, 문화적 정보의 전시, 공예, 예능의 실현, 음식 시설 등 종합적으로 출현하여 개발한다.
 - (3) 거리로 지역 전체를 공원화: 지역에 밀착한 건축 양식을 전통적 문화유산으로 보존 활용한다. 살아있는 거리로서 보존하기 때문에, 지역 입장료는 받지않고 개별시설로서 수익을 올린다.
 - (4) 외국의 건축·풍속을 주제로 한 공원: 외국의 지역을 특정하여, 그 건축 스타일에서 산물, 이벤트등을 전개한다. 실물감과 국제교류가 열쇠이다.

15) 테마해-크테-유리소-트기획, *op.cit.*, pp.25~28.

2) 역사축의 단면을 주제로 한다.

- (1) 전설, 유적을 주제로 한 공원: 고대의 전설이나 문화유산 중에서 제재를 취하여, 낭만적인 전설을 꾸며 구성한다.
- (2) 역사를 주제로 한 공원: 하나의 역사적 사항이나 인물에 중점을 두고, 환경이나 상황을 재현한 속에서 구성한다. 지역에 밀착된 소재가 많고, 사실과 전설과의 조화를 꾀할 필요가 있다.

3) 지구상의 진귀한 생물을 주제로 한다.

- (1) 동물, 새 등을 주제로 한다: 동물의 생태를 본래 생식하는 환경을 재현하는 속에서 보여준다. 동물에 관한 정보를 전시한다.
- (2) 물고기, 바다 생물을 주제로 한다; 물고기나 펭귄, 오토세이등 바다생물의 전시를 중심으로 정보, 수집, 실현해 보이는 쇼등으로 구성한다. 진기한 종류가 있는가, 없는가에 따라 인기가 좌우되기 쉽다.
- (3) 식물을 주제로 한다: 특정한 식물을 주제로 종류를 폭 넓게 수집하여, 아름다운 매력을 나타낸다.



4) 구조물을 주제로 한다.

- (1) 거대한 건축물, 타워, 기념물을 주제로 한다: 구조물의 크기, 높이, 거대조형의 재미가 화제와 흡인력이 된다. 외관의 인상과 내부 공간에서의 조망, 또 내부 공간의 이용과 연출이 중요하다.
- (2) 건축이나 환경을 소형하여 공원화 한다: 특정한 도시의 환경 상황이나 건축, 타는기구를 사람들의 미소형 규모로 표현한다. 조형물의 정교함과 사실적 표현이 요구된다.

5) 산업을 주제로 한다.

- (1) 광산의 맥을 주제로 한 공원: 광산의 흔적을 활용하여, 광산 발굴 작업의 상황을 전시, 체험시킨다. 광산에 얽힌 생활, 소재 활용등의 정보전시를 한다.
- (2) 지방 산업을 주제로 한 공원: 지방 특산 과일, 농수산물등을 선정하여, 채집 체험이나 정보전시, 수확등의 이벤트를 하는 공원 만들기.

- (3) 목장을 주제로 한 공원: 목장을 개방하여 가축과의 접촉이나 낙농의 상황을 보여준다. 스위스나 미국 서부등 외국의 환경을 설정하는 경우도 있다.
- (4) 산업시설을 주제로 한 공원: 산업시설을 개방하여 특정 산업의 자료관을 중심으로 전개한다.
- (5) 전통 공예, 수예품을 주제로 한 공원: 도자기, 유리공예, 목공등 전통공예 기술을 배경으로, 작품이나 기술을 보이는 창작 체험을 시키는 등의 형태를 취하게 한다. 체재, 반복이 가능하다.

6) 예술을 주제로 한다.

- (1) 영화를 주제로 한 공원: 영화 세트를 환경으로 이용한다. 명화의 한 장면을 어트랙션으로 재현한다. 영화 정보의 전시, 로케현장이나 어트랙션 이벤트로 종합적으로 구성한다.
- (2) 미술, 음악을 주제로 한 공원: 미술 작품의 야외 갤러리 공원, 음악에서는 음악 스튜디오, 음악 이벤트 홀 등으로 구성한다.



7) 놀이를 주제로 한다.

- (1) 스포츠를 주제로 한 공원: 스포츠 활동과 건강을 주요시설을 한다. 골프, 테니스, 싸이클등으로 구성한다.
- (2) 레저풀을 주제로 한 공원: 파도의 풀, 흐르는 풀, 슬라이드 풀을 중심으로 여러가지로 물과 노는 장치로 구성한다. 특히 대형 스틸 슬라이드의 도입이 특징이다.
- (3) 놀이기구의 놀이를 주제로 한 공원: 각종의 스틸 슬라이드를 주로 기구에 의한 체험의 즐거움으로 구성한다. 기구의 이동의 다양성이 매력의 핵심이며, 기구의 대형화 경향이 있다.
- (4) 자동차 운전을 주제로 한 자동차공원: mini circuit 코스 설정에 의한 전문운전기사 기술의 체험이나, motocross 4WD 자동차에 의한 모험 운전 공원을 구성한다.

8) 환상적인 구조물을 주제로 한다.

- (1) 성격을 주제로 한 공원: 동화나 애니메이션의 성격을 중심으로 이야기 일부를 상황으로 재현하거나, 극장이나 이벤트, 환상적인 레스토랑으로 구성한다.
- (2) 과학적 공상을 주제로 한 공원: 소설이나 SF세계, 가공한 동물, 로봇 세계 등을 주제로 하여, 비밀상성에 중점을 둔 구성을 한다.

9) 과학과 하이테크를 주제로 한다.

- (1) 우주개발의 소재를 주제로 한 공원: 우주개발 정보, 지식, 사물의 전시, 천사의 별이나 우주의 낭만이나 우주 체험 여행의 모의 체험, 우주 비행사 훈련 모의 체험 등 우주과학과 체험의 장소.
- (2) 통신, 교통 에너지를 주제로 한 공원: 통신, 교통, 에너지, 생명공학 등 현재의 과학 기술의 모습을 과거의 역사부터, 발달사로 보여준다. 정보의 전시, 학습적인 주제를 매혹적으로 연출할 수 있는가가 요지가 된다.

10) 자연자원을 주제로 한다.

- (1) 자연자원을 주제로 한 공원: 바다, 산, 공원, 폭포등 자연자체를 이용한다.
- (2) 온천 리조트에서의 놀이를 주제로 한 공원: 리조트 지역 안에서 온천, 스포츠 시설을 복합시켜 체제형 공원으로 구성한다.

11) 주제를 복합한다.

주제를 복합시켜 구성한 공원: 거대한 대지, 시설중에 다른 주제를 복합시키면서 전개한다. 전체로서의 이미지 창조와 종합적인 주제 창조가 필요하다.

이상과 같은 주제별 분류에 따라 우리나라의 주제공원을 분류하면 <표 2-3>과 같다.

<표 2-3> 주제공원의 주제별 분류

분류방식	개발컨셉트	개발방법	비고
사회,민속,역사	민가, 건축, 민속공예, 예능, 외국의 건축풍속	어느 시대, 어느지역을 특정하는 민가나, 건축물 또는 분위기를 조상또는 역사내용과 인물에 중점을 두고 환경과 상황을 재현하여 민속,문화, 시대상을 표현	민속촌, 룯 데 월드
생물	동물, 새, 고기, 식물등	생물의 생식환경을 재현하여 정보, 수집등을 구성	
산업	광산유적, 지역산업, 전통공예, 산업시설등	지역산업시설이나 목장 등을 개방·전시하고, 체험시키는 형태를 취한 것으로 체재 및 리피트가 가능	
예술	음악, 미술, 조각, 영화, 문학	영화세트, 미술작품의 야외갤러리, 정원 및 음악이벤트등의 환경을 이용	
놀이	스포츠, 게임, 오락등	스포츠활동, 건강 등의 아이템을 도입하여 시설구성	드림랜드 서울랜드 자연농원
환상적 창조물	캐릭터, 동화, 만화, 서커스, 사이언스 픽션 등	동화와 애니메이션의 캐릭터를 중심으로 이야기의 일부를 재생하거나 SF세계등을 주제로 비일상성을 중심으로 구성	
과학 하이테크	우주, 로버트, 바이오, 통신, 교통, 컴퓨터	우주, 통신, 에너지, 바이오테크놀러지등 현대과학기술의 정보와 모습을 전시하거나 우주체험의 시뮬레이션을 도입해 우주 및 과학체험의 장을 구성	대전 엑스포
자연자원	자연경관, 온천, 공원, 폭포, 하천	관광단지, 위락단지내, 온천, 스포츠 시설등을 복합시켜 체제형 파크로 구성	경주도투락 월드

자료: 국제산업정보연구소, “주제공원개발방향과 수법”, 1992, 재편집

제3절 주제공원 이용자의 태도에 대한 고찰

주제공원을 이용하는 사람은 기본적으로 주제공원 서비스를 이용하는 소비자라 할 수 있으며, 이러한 소비자들은 서비스를 이용한 후 또는 이용하기 전에 이 서비스에 대해 긍정적이거나 부정적인 반응을 가지게 될 것이다. 따라서 이하에서는 주

제공원이용자들의 주제공원 서비스에 대해 나타내는 태도를 이해하기 위하여 태도에 대한 본질과 태도의 형성과정 그리고 태도와 행동과의 관계를 간략히 살펴본다.

1. 태도의 본질

사회심리학자들 사이에는 태도의 정의에 관한 일치된 견해가 없으나 소비자 행동의 연구자들 사이에는 보편적으로 수용되고 있는 정의는 다음과 같이 구분될 수 있다.

첫번째 견해는 태도를 “개인의 특정 대상에 대하여 얼마나 긍정적 혹은 부정적으로, 또는 호의적, 비호의적으로 또는 찬부로 느끼는가”로 정의하고 있다.¹⁶⁾ 이는 태도를 느낌(feeling)이나 대상에 대한 평가적 반응(evaluative reaction)으로 간주하는 견해이다.

두번째 견해는 태도를 “특정 대상 또는 일련의 대상군에 대하여 지속적으로 호의적 또는 비호의적으로 반응하려는 학습된 선요경향”으로 정의하고 있다.¹⁷⁾

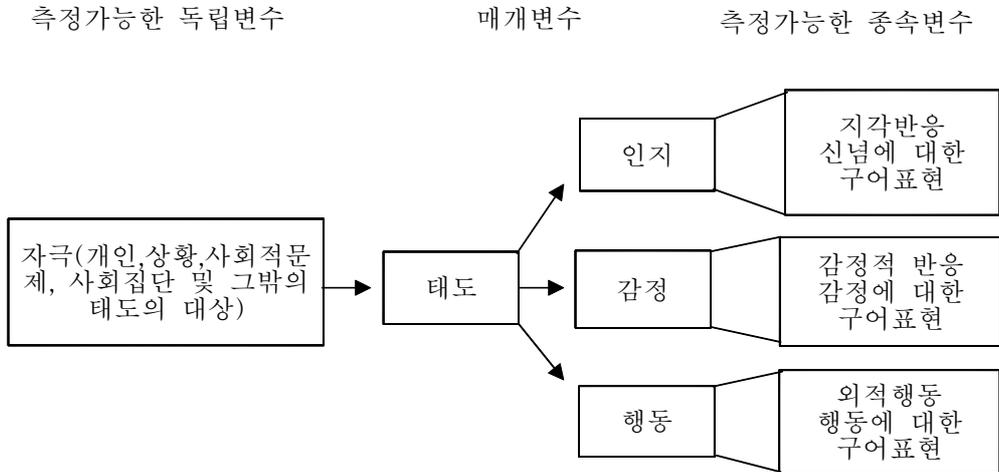
이러한 정의는 대상에 대한 태도를 일관성있게 호의적 혹은 비호의적으로 평가하고자 하는 소비자들의 경향성과 대상에 대한 소비자들의 준비태세(readiness)의 관념을 통합한 개념으로 보기 때문에 첫번째 정의 보다는 다소 복잡하다고 할 수 있다.

세번째 견해는 인지적측면을 강조하는 사회심리학자들이 태도를 “개인을 둘러싸고 있는 세계의 일부측면에 대한 동기부여, 감정적 및 인지적 과정의 지속적인 조직”으로 정의하고 있는데, 이는 태도를 구조적인 관점에서 세 개의 요소 즉 인지적(cognitive or knowledge), 감정적(affective or emotional), 행동적(behavioral)요소로서 구성되어 있다고 주장한다. 이 견해를 도표로 나타내면 <그림 2-2>와 같다.

16) J.L. Freedom, J.M. Carlsmith, and D.O. Sears, *Social Psychology*, Englewood Cliffs, N.J. : Prentice-Hall, 1971; P.G. Zimbardo, E.B. Ebbesen, and C. Maslach, *Influencing Attitudes and Changing Behavior*(2nd, Ed.) Reading, Mass. : Addison-Wesley, 1977.

17) Gordon W. Allport, “Attitudes,” *A Handbook of Social Psychology*, C.A. Murchison(ed.), Clark University, Worcester, MA., 1935, pp.798~844.

<그림 2-2> 태도의 구성요소



자료: Arch G. Woodside, James D. Clokey, and Joan M. Combes, "Similarities and Differences of Generalized Brand Attitudes, Behavioral Intentions, and Reported Behavior" , Advances in Consumer Research, Vol. 2, 1975, pp.335-344.

네번째 견해는 태도에 관한 정의를 최근들어 단일차원적 개념(unidimensional concept)으로부터 다차원적 개념(multidimensional concept)으로 확장시키고 있는 견해다. 즉 소비자들은 '좋다-나쁘다' 라는 단일차원적으로만 대상을 평가하는 것이 아니라, 수개의 차원에 따라 대상을 평가한다는 것이다. 태도의 이와 같은 다차원적 정의는 목적지에 대한 태도는 단순하고 전반적 평가를 통해 단일차원으로 측정하였을 경우 보다. 그것이 가지고 있는 제속성을 근거로 다차원적으로 측정하는 것이 관광객의 행동에 대한 예측력이 훨씬 우수함을 암시해 주고 있다.¹⁸⁾

이러한 관점에서 볼 때 "태도는 대상의 제속성과 관련된 평가적 제관념, 제이미지 및 제체계로서 이루어진 하나의 시스템" 으로 정의될 수 있다.¹⁹⁾

18) Arch G. Woodside, James D. Clokey, and Joan M. Combes, "Similarities and Differences of Generalized Brand Attitudes, Behavioral Intentions, and Reported Behavior", *Advances in Consumer Research*, Vol. 2, 1975, pp.335~344

19) Mehmet Kucukkurt, "Factors Affecting Travel Destination Choice : An Expectancy Theory Framework for Studying Travel Behavior", Rensselaer Polytechnic Institute, Troy, New York, 1983.

이러한 태도의 정의에 비추어 볼 때 태도는 다음과 같은 중요한 특성을 가지고 있다.²⁰⁾

① 태도에는 대상이 존재한다. 그 대상은 단일속성이 아닌 다속성에 의해서만 본질적인 파악이 가능하다.

② 태도는 방향과 강도를 가진다.

③ 태도는 구조를 가진다. 태도는 내적일관성(internal consistency)과 태도간 중심성(interattitudinal centrality)을 가진 안정적인 구조를 가지고 있으며 각 태도는 현저성 면에서 차이가 있다. 즉, 한 개인의 태도구조내에 있는 모든 태도들 가운데 일부는 다른 것들 보다 중요하거나 현저하다.

④ 태도는 하나의 학습현상이다. 즉 태도는 가족, 동료집단, 친구나 이웃, 대중매체로부터의 정보와 개인적 경험, 성격에 의해 영향을 받는 학습과정을 통해 시간이 경과함에 따라 형성된다.

2. 태도의 형성과정

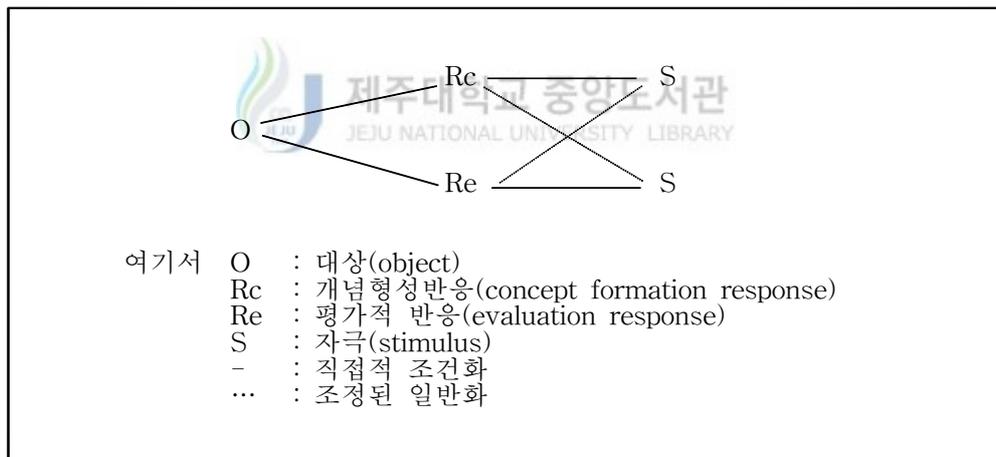
하나의 자극대상(stimulus object)은 두가지의 내적인 조정반응(internal mediating response)을 유발하게 되는데, 그 하나는 대상의 범주화(categorization) 또는 동인화(identification), 즉 개념형상(concept formulaton)이며, 다른 하나는 평가적 반응 또는 감정적인 호·불호의 반응이다. 여기서의 첫번째 반응은 두번째 반응이 이루어지기 위한 전제조건으로 볼 수 있으며 평가적 반응은 처음의 반응이 있는 후에 끝이어나타나게 된다. 그러나 이러한 두 반응은 조건화에 의하여 이루어지며, 각각은 각기 상대방에 대한 자극으로 작용한다.²¹⁾ <그림 2-3>은 특정대상의 한가지의 속성에만 관련된 범주화반응(Rc)과 평가적 반응(Re)을 예시하고 있다. 그러나 대부분의 경우 대상은 하나 이상의 속성을 가지고 있기 때문에 동일한 방법으로 도식화할 수 있으

20) 유동근, 소비자행동이론, 석정, 1986, pp.260~261.

21) O, Mitchel and M. Olson, "Learning Theory Approach to Concept Formation", in Gerald Zaltman and Melanie Waliendorf(eds.), *Reading in Consumer Behavior:Individuals, Groups and Organization*, New York : John Wiley and Sons, 1979, pp.222~230.

나, 대신에 범주화반응 및 평가적 반응의 분류구조는 속성의 수만큼 복잡해진다. 예컨대 자연적 매력, 문화적 매력, 역사적 매력, 거리, 비용의 5가지 속성을 가진 관광지를 하나의 대상으로 고려하는 경우를 살펴보자. 이 때 우리는 각각의 속성을 동일화하고 연이어 각 속성을 평가하게 된다. 그 후에 이러한 범주화반응과 평가적반응은 각기 상대방 반응을 조건지우고 상대방 반응을 유발하는 원인으로 작용을 한다. 예를 들어 관광지 A의 해안을 좋아하는 사람은 훌륭한 해안지를 여행하고자 할 때는 언제나 무의식적으로 관광지 A의 해안을 회상하게 될 것이다. 또한 그가 관광지 A에 대한 정보를 들었다면, 그 정보와 훌륭한 해안의 깨끗한 물과 모래를 자동적으로 관련지을 것이다. 속성에 대하여 이루어진 이러한 범주화 및 평가적반응을 기초로 보다 전체적인 이미지 및 평가적반응을 기초로 보다 전체적인 이미지 및 평가적반응(overall image and evaluative response)을 형성하게 된다.

<그림 2-3> 태도의 형성과정



자료: O. Mitchel and M, Olson, *op.cit.*, p.233.

3. 태도와 행동의 관계

Howard Model, Howard-Sheth Model, Engel-Blackwell-Kollat Model을 비롯한 대부분의 거시적 소비자행동 모형은 행동의도(behavioral intention)와 실제의 구매행동은 태도의 함수라고 가정하고 있다. 라피에르(La Pier)는 태도와 행동의 관계를 검

토하기 위한 한 연구²²⁾에서 한쌍의 중국인 부부와 함께 미국전역을 여행하면서 호텔의 지배인이 중국인 부부에게 어떻게 응대하느냐를 관찰한 후, 동일한 지배인에게 서신을 보내 자기 호텔에서 동양인을 접대해 줄 것인지의 여부를 물어 보았다. 중국인에게 실제로 투숙을 허용했음에도 불구하고 그들의 응답은 중국인 또는 동양인을 자기 호텔에서는 투숙을 허용치 않을 것이라는 것이었다. La Pier의 이 연구는 태도와 행동의 불일치론을 주장하는 고전적인 연구결과로 인용되고 있다. 이러한 논쟁의 쟁점에 대한 다른 연구들도 표현된 태도와 실제의 행동간에는 아주 낮은 상관성이 있음을 보고하고 있다. 반면에 태도와 행동간에는 유의한 관계가 있다고 주장하는 연구도 상당히 있다. 이하에서는 태도와 행동간의 관계를 검토한 제문헌을 살펴본다.

1) 태도와 행동의 불일치론

Campbell²³⁾은 태도와 행동간의 불일치론을 검증하기 위하여 미국의 서부 버지니아 광산촌에 근무하는 광부들을 대상으로 실험을 하였다. 이 연구에서 백인광부 중 20%는 흑인광부에 대하여 우호적인 태도를 표현하였고, 작업상황 및 지역사회의 활동에서도 마찬가지로 흑인광부에 대하여 비우호적인 태도를 가지고 있음을 표현하였고 작업상황 및 지역사회의 활동에서도 그들이 갖고 있는 태도에 따라 비우호적으로 행동하였다. 나머지 60%의 백인광부는 작업상황에서와 지역사회의 활동에서 흑인광부에 대한 행동을 각각 달리하였다. 즉 한 상황에서는 흑인광부를 그들보다 열등하게 취급하였으나, 또 다른 상황에서는 흑인광부들을 그들과 동등하게 취급하고 있다. 다시 말해서 그들이 애초에 표현한 태도와는 관계없이 작업상황과 지역사회에서의 사회적 압력에 따라 행동을 변경하였던 것이다. 또 다른 실험에서는 피험자의 절반이 그들이 구술한 태도와는 다르게 행동하였다.²⁴⁾ 즉, 흑인과 함께 사진을 찍을 의사를 표현하였던 일부 피험자들이 그들이 했던 말과는 달리 사진을 함께 찍지 않으려고 하였다. 그 반면에 흑인과 함께 사진을 찍지 않겠다는 의사를 표명한 일부의 피

22) J. L. Freedman et al., *Social Psychology*, Englewood Cliffs, N.J: Prentice-hall

23) D.T. Campbell, "Social Attitudes and Other Acquired Behavioral Dispositions" in S. Koch(ed.), *Psychology: A Study of Science* New York:Mcgraw-Hill, 1963, pp.94~172

24) L.S Linn, "Verbal Attitudes and Overt Behavior: A Study of Racial Discrimination," *Social Forces*, Vol 43, 1965, pp.353~364.

험자들이 흑인과 함께 사진을 찍었다. 태도와 행동간의 불일치의 원인으로 여러 가지를 들 수 있다. Campbell은 그 원인을 지각된 사회적압력(perceived social pressure), 보상(reward), 벌(punishment), 정당화의 가능성(available justification), 자의로 처분가능한 자원(resources at one's disposal), 위험(risk) 등의 상황적 장애물 탓으로 돌리고 있다.²⁵⁾ Rokeach는 태도와 행동의 불일치의 원인을 태도의 부적절한 평가에 두고 있다.²⁶⁾ 그는 행동이란 두가지의 태도 즉, 대상에 대한 태도와 상황에 대한 태도의 함수임을 주장하고 있다. 그는 실험을 통하여 교수에 대한 학생의 태도(대상에 대한 태도)와 학습활동에 대한 학생의 태도(상황에 대한 태도)를 동시에 고려하는 것이 각각 독립적으로 고려하는 것에 비해 학습성과를 더 정확히 예측할 수 있음을 밝혔다. Hyman and Singer도 행동은 대상에 대한 태도와 상황에 대한 태도의 함수임을 주장하고 있다.²⁷⁾ 그는 태도는 준거집단(reference group)과 사회적 또래 집단(social peer group)의 영향을 받아, 대상이나 상황에 대한 사적인 태도(private attitude)를 은밀하게 간직한채, 사회적압력에 부응하는 제2의 태도를 표현하게 되는 경우가 가끔 있음을 지적하고 있다. 부조화이론(dissonance theory)에 의하면 태도와 태도, 태도와 행동, 행동과 행동간에 불일치가 존재하게 되면, 요소중의 하나가 다른 요소에 압력을 가하여 변화를 유도한다는 것이다. 태도와 행동간의 부조화를 지각하는 태도는 그 이후에 따르는 행동에 영향을 미친다. 만약, 어떤 사람이 흑인을 싫어하지만 탄광이라는 작업상황에서 동등하게 취급하였다면, 행동과 태도의 불일치로 말미암아 어느정도의 부조화가 일어난다. 그러나 흑인을 싫어하는 태도가 작업상황에서의 과업을 성공적으로 수행하기 위해서는 흑인동료를 동등하게 취급해 주어야 한다는 태도보다 덜 중요하기 때문에 그가 가지고 있는 부조화의 정도가 유의하지 않을 수도 있다. 이와같이 사람은 특정상황에 서는 그가 가지고 있는 태도와 상치되는 행동을 그 스스로 용인하는 수도 있다. 이러한 추론을 호텔의 경우에 적용

25) D.T. Campbell, *op,cit*.

26) M. Rokeach and P.Kliejanus, "Behavior as Function of Attitude Toward the Object and Attitude Toward the Situation", *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol 22, 1972, pp.194~201.

27) H.H. Hyman and E. Singer, "An Introduction to Reference Group Theory and Research," in E.P. Hollander and R.G. Hunt (eds.), *Current Perspectives in Social Psychology*, New York: Oxford Univ. Press, 1976.

해 볼 수 있다. 예를 들어 어떤 고객이 특정 호텔에 대하여 주위경관은 아주 매력적이나 종업원은 불친절하다고 지각하고 있다고 가정했을 때, 그 고객이 부정적인 측면보다 긍정적인 측면을 더 중요시 한다면 그가 종업원의 친절성에 대하여 부정적인 태도를 가지고 있음에도 그 호텔을 이용하기로 결정할 수도 있을 것이다. 부조화이론은 또한 기존의 태도들간에 갈등이 존재하는 상황에서의 행동은 부조화를 야기시키고, 이 부조화는 태도를 행동과 일치하도록 변화시킴으로써 감소될 수 있는 것이고 태도와 행동사이의 부조화정도가 크면 클수록 더 많은 양의 태도를 변화시켜야만 부조화의 정도가 감소된다고 설명하고 있다. 특정상황에서 태도와 불일치하는 행동을 수행하도록 압력을 가하는 요인이 있는데, 이를 행동의 조화요소(consonant element)라고 부른다.²⁸⁾ 보상이나 벌이 이러한 요소에 해당한다. 태도의 균형(balance of attitude)은 새로운 상황에 대한 정보에 의해서도 변화될 수 있다. 즉, 정당화할 수 있는 어떤 조건을 발견함으로써 태도와 불일치하는 행동을 할 수 있다. 따라서 태도와 행동은 서로간에 영향을 미치는 상호의존적 관계에 있다고 볼 수 있다. 태도와 행동의 불일치를 주장하는 경험적 연구에 의하면 불일치의 원인은 태도의 부적합한 평가에 두고 있는 듯하다. 행동은 대상에 대한 태도와 상황에 대한 태도의 함수로 볼 수 있으며, 다음 항에서는 태도와 행동의 일치관계를 주장하는 문헌들을 살펴보고자 한다.

2) 태도와 행동의 일치론

Wicker는 태도와 외현적 행동의 관계에 대하여 연구한 46개의 경험적 문헌을 검토한 후에, 태도와 외현적 행동사이에는 아주 미약한 상관성이 존재할 뿐이며, 외현적 행동을 측정할 값이 상관계수치 0.3이상, 분산(variance)의 값이 10%이상의 경우가 아주 드물었다고 보고하고 있다.²⁹⁾ Wicker 태도와 행동의 불일치론을 해결하기 위한 대안으로 다음과 같은 두 가지를 제시하고 있다.³⁰⁾

- ① 특정대상과 관련된 구체적인 행동에 대한 태도를 측정한다, 즉 교회에 대한

28) J.L. Freedman, et al., *op.cit.*

29) A.W. Wicker, "An Examination of other Variables Explanation of Attitude-Behavior Inconsistency," *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol, 10, 1971, pp.18~30.

30) Ibid.

전체적인 태도를 측정하는 대신 교회행사への 참가 또는 기부금을 거절하는 행동에 대한 태도를 측정해야 한다는 것이다. 이러한 방법에 의하여 측정된 결과, Wicker는 태도와 행동간에는 유의한 상관이 있음을 발견하였다.

② 구체적인 상황에서 발생하는 예상치 못한 외생변수의 지각된 영향력을 고려하라, 그에 따르면, 어떤 상황에서는 외생변수의 측정치가 태도측정치보다 행동을 더 잘 예측할 수 있는 경우가 있음을 발견하였다. 예컨대, 일기가 불순하거나, 시간이 아주 긴박한 상황에서도 태도 이외의 외생변수가 행동의 더 훌륭한 예측인자가 될 수 있는 것이다.

제4절 주제공원에 대한 특성과 만족에 관한 고찰

1. 주제공원의 특성에 대한 선행연구

밀만(A. Milman)은 방문객 측면에서 주제공원의 방문을 결정하는 선택 속성은 위치요인과 디자인요인이라고 하였다. 위치요인은 일정범위내의 지역시장, 접근 용이한 운송시설, 날씨, 지역의 화폐가치(외국방문객인 경우), 전경, 다른 경쟁 매력물, 호텔, 레스토랑 등의 관광객 이용 편의시설이라 할 수 있으며, 디자인 요인은 공원내의 전반적인 매력물과 경쟁공원 및 필적할 만한 공원의 포지셔닝이라 할 수 있다. 구체적으로 디자인 요인은 쇼나 탑승물, 전시물의 형태 및 수, 건축의 설계와 경치, 수용능력, 휴식공간, 음식서비스와 같은 내부적인 매력물을 포함한다고 하였다. 또한 다른 연구에서 그는 중앙 플로리다에 위치한 말(horse)위주의 주제공원에 대한 잠재시장을 확인하고, 예측할 목적으로 연구를 하였는데, 결과를 통해 다중회귀분석을 통해 10개의 예측 변수를 밝혀냈으며, 주제공원의 시장을 확인하는데 있어서 여행행동이나 인구통계적 사항에 관계된 외적 변수보다 특별한 공원에 대한 내적 변수를 고려하는 것이 의미가 있다고 하였다.³¹⁾ 모틴호(L. Moutinho)는 전략적, 기술적 계획을

31) Ady Milman, "Market Identification of A New Theme Park: An Example From central Florida," *Journal of Travel Research*, Spring 1988, pp.7~11.

개발하기 위한 목적으로 스코틀랜드에 위치한 주제공원방문객의 행동을 분석하였는데, 질문지를 통해 소비자의 선택기준, 정보원천, 공원의 속성에 대한 중요성의 세가지 셋트를 설정하여 조사하였다. 결과는 재미있는 탑승물, 짧은 대기시간, 좋은기후, 환경이 가장 중요한 선택 기준이 된 것으로 나타났다. 친구와 가족 구성원이 정보를 제공하는데 있어 중요한 역할을 하였으며, 또한 TV와 라디오광고도 중요한 정보로 나타났다.³²⁾

샤론(V. Sharon) 등의 연구에서는 방문횟수가 증가함에 따라 서비스 요인(접근성, 운영시간, 식사, 이용가능한 주차시설 등)의 속성에 대한 중요도가 감소하였으며, 또한 체재시간이 증가함으로써 서비스 요인의 중요도가 감소하는 것으로 나타났다.

그리고 주제공원의 특성을 확인하고 차별화하는 과정에서 고객에게 영향을 주는 가격, 접근성, 편의성, 환대의 형태 등의 요인은 고객의 형태에 의해 중요도가 다양하게 나타났다. 주제공원에 대한 정보 원천의 중요도 평가에 있어서는 친구, 가족, TV광고 등의 순으로 나타났다.³³⁾

이 연구에서 주제공원의 특성에 있어서는 라인컨트롤, 청결성, 좋은 경관, 수상 탑승물, 롤러 코스트, 이용가능한 주차시설 등의 순으로 높게 평가되었다.

맥클렁(G. W. McClung)은 미국 대도시의 주부 3,000명을 대상으로 주제공원 선택에 영향을 주는 요인을 연구하였다. 그 결과 첫째, 주제공원 방문객에게 영향을 미치는 요인은 7개의 요인 중에서 기후, 어린이의 유무, 비용등의 순으로 나타났다. 비 방문객에게 영향을 미치는 요인은 숙박, 기후, 혼잡도 등의 순으로 나타났다. 둘째, 13개의 주제공원 매력물을 평가한 결과 중요시 하는 것은 교육을 위한 전시회·매력물, 레스토랑의 질, 자연 서식지의 동물 순으로 나타났다. 셋째, 각각의 다른 주제공원을 가지고 있는 14개 주제공원에서 가장 매력성이 높은 주제공원은 교육적 전시, 이국적인 동물, 과학기술, 식물원 등의 순으로 나타났다.³⁴⁾

32) Luiz Moutinho, "Amusement park visitor behavior-scottish attitudes", *Tourism Management*, December 1988, pp.291~300.

33) Sharon V. Thach and Catherine N. Axinn, "Patron Assessments of Amusement Park Attributes," *Journal of Travel Research*, Winter 1994, pp.51~60.

34) Gordon W. McClung, "Theme Park Selection: Factors influencing attendance," *Tourism Management*, June 1991, pp.132~140.

맥에니프(J. McEniff)는 주제공원을 선택하는 중요한 요인들을 접근의 용이성, 전반적인 가격, 스릴있는 탐승물, 보트와 수영장, 동물원, 쇼 등이라고 언급하였다.³⁵⁾

홀렌호스트(S. Hollenhost) 등은 인근지역의 숙박, 쇼핑시설 유무, 보트와 수영장, 동물원 쇼, 교육적 가치, 가족적 분위기, 명성, 식음료시설의 질, 경치, 환경, 식물원, 하이킹,스키 트레일을 이용하여 분석에 적용하였다.³⁶⁾

<표 2-4> 주제공원 매력특성들의 선행연구 종합

구 분	A. Milman	L. Moutinho	S.V. Thach	G.W McClung	J. McEiffn	S. Hpllenhost	본연구
접근의 용이성		○	○				○
운영시간		○	○				
이용가능한 교통수단		○	○				○
주차시설		○	○				
입장료		○					○
전반적인 가격			○		○		○
단체 할인률		○					
통합 입장권			○				
놀이시설의 가격		○					○
모험적인 탐승물					○		
놀이시설의 질			○	○	○		○
놀이시설의 다양성			○				○
롤러코스트		○					
어린이를 위한 시설		○	○	○			
작은 탐승물		○		○			
활동의 다양성							○
산책지역의 유무		○	○		○		
운동		○	○				
짧은 대여시간	○		○		○		

35) John. McEniff, "Leisure Industries," *EIU Travel & Tourism Analyst*, No 5, 1993, pp.52~73.

36) Steve Hollenhost, David Olson, Ronal Fortney, "Use of Importance-Performance Analysis to Evaluate state Park Cabins: The case of the West Virginia State Park system," *Journal of Park and Recreation Administration*, Vol 10(1), Spring 1992, pp.1~11.

구 분	A. Milman	L. Moutinho	S.V. Thach	G.W McClung	J. McEiffn	S. Hpllenhost	관영구
미드웨이(Midway)		○	○				
광고/촉진/방문자를 위한 정보			○				
투어 패키지			○				
신기성			○				
가족/친구의 영향			○		○		○
휴식공간			○				○
인근지역의 숙박/쇼핑 시설의 유무		○	○			○	
기념품 코너				○			○
야간 환대 시설	○			○			
대형 환대 시설				○			
보트와 수영장 이용	○	○			○	○	
수상 탐승물/폴장	○	○		○			
동물원/쇼	○	○	○	○	○	○	
인공적인 동물원 쇼	○						
자연적인 동물원 쇼	○						
만화영화 쇼		○					
코미디 쇼		○					
뮤직 쇼		○					
오락 쇼							
교육적 기회	○	○	○			○	
교육적 가치			○				○
교육적인 쇼		○		○	○		
환상적 분위기	○	○	○	○	○		
모험적 분위기	○	○	○				
가족적 분위기		○	○			○	
좋은 이미지나 명성		○	○			○	
식음료시설의 질	○	○					
식음료시설의 다양성				○	○		
식음료의 가격		○	○				
경치/환경	○	○			○	○	

구 분	A. Milman	L. Moutinho	S.V. Thach	G.W McClung	J. McEiffn	S. Hpllenhost	본연구
전시회/이벤트 행사	○		○			○	
식물원	○			○	○		
대표소안내원 친절성			○				○
식당종사원의 친절성			○				○
놀이시설종업원의 친절성							○
종사원의 친절성					○		○
동물과의 접촉	○						
공원의 청결성		○			○		○
카페테리아		○					
패스트 푸드		○					
스트레스 해소			○				
하이킹/스키 트레일						○	

2. 주제공원의 만족도에 대한 선행연구

방문객들의 방문을 결정하는 매력요인은 공원의 특별한 선호도, 편의성, 활동성, 제공되는 시설물, 경제적 요소와 이용가능한 여가시간이 또한 잠재적인 방문결정 과정의 중요한 요소라 하였다. 다른한편, 방문 경험 전반에 대한 총체적인 소비자 만족은 주제공원의 서비스 질, 가격, 접근성, 이용성(availability)등에 좌우 될 수 있다고 하였다.³⁷⁾

브라지(M. A. Blazey)는 주제공원을 방문하는 55세 이상의 노인을 대상으로 동기, 만족도, 매력물에 대한 연구에서 주제공원을 이용하는 노인들은 대다수가 가족과 함께 방문을 하였고, 기대했던 것보다 전반적으로 만족하는 것으로 나타났다. 또한 노인들에 대한 만족도는 공원내에서의 다양한 활동과 주제공원 경험에 대한 예상과 관련이 있다고 하였다.³⁸⁾

37) J.J. Cronin and S.A. Taylor, "Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension," *Journal of Marketing*, July 1986, pp.55~68.

38) M.A.Blazey, "Theme Park Use by Older Persons: An Exploratory Investigation," Dissertation, The Pennsylvania State University, 1984.

호렌호스트(S. Hollenhost) 등은 서부 버지니아 주립공원의 산림을 평가하기 위해 중요도와 선호도에 대해 실증분석한 결과, 방문객들은 지역의 자연적 특성, 즉 청결성, 전원적인 디자인, 단순성을 선호 하였으며, 청결성이 가장 중요한 항목으로 나타났다, 또한 캠프화이어 장소를 가장 선호하는 항목으로 나타났다. 응답자들은 또한 예약시스템, 은둔 및 사생활, 린넨서비스, 캠프화이어 장소, 조리용품의 제공을 가장 중요시하고, 이등 숙성을 가장 만족하는 것으로 나타났다. 반면 목욕시설, 조리기구, 가구등에 대해서는 불만족하는 것으로 나타났다.³⁹⁾

모틴호(L. Moutinho)는 스코틀랜드 지역에 위치한 주제공원에 대하여 응답자를 대상으로 실증분석을 실시한 결과 방문전 초기의 기대와 지각된 편의 제공, 제품의 성과에 대한 '만족 갭(gap)' 을 측정하였는데. 결과는 대다수의 경우에 있어서 총만족도는 이전의 기대수준과 비교하여 만족하지 않는 것으로 나타났다. 그럼에도 불구하고 만족과 성과간의 갭은 어떠한 영향을 주지 못하는 것으로 나타났다.

앞의 매력특성에 대한 선행연구를 종합 할 때, 주제공원의 특성에 대한 연구들은 특정 주제에 대해 너무 지나친 세부사항을 바탕으로 주관적인 연구가 이루어져 왔음을 알 수 있다. 또한 위의 선행연구에 나타난 바와 같이 주제공원의 매력특성을 연구자에 의해 다양하게 이용되어 왔다. 주제공원의 매력특성은 만족도 측면에서 측정 변수가 많이 있을 수 있으나, 본 연구에서는 위의 모틴호, 밀만, 맥크렁, 타치 및 캐썬, 아썬, 홀렌호스트의 주제공원 매력특성을 바탕으로, 특정 주제에 대해서는 그 특성이 의미하는 대표성을 고려하여 관련성이 있는 항목으로 묶어 제주도지역에 위치한 3개의 주제공원의 특성에 맞게 재구성하였다.

39) Steve Hollenhost, David Olson, Ronal Fortney, "Use of Importance-Performance Analysis to Envaluate State Park Cabins: The Case of the West Virginia State Park System," *Journal of Park and Recreation Administration*, Vol 10(1), Spring, 1992, pp.1~11.

제3장 주제공원의 이용현황

제1절 국내외 주제공원의 이용현황

1. 미국의 테마파크

1995년 입장객 기준 세계 50대 테마파크에 선정된 미국의 테마파크는 모두 22개이며, 이들의 입장객 총수는 1억 1,092만명이다. 이들 모두 연간 200만명이상의 관광객을 모으고 있으며, 이중 디즈니 월드내의 테마파크와, 디즈니랜드의 입장객 합계는 4,512만명으로 전체의 41%에 달한다.

이를 주제에 따라 분류해 보면, 꿈과 환상을 주제로 한 오락공원이 22개중 16개, 입장객 6,005만명으로 전체의 55%를 점유하고 있으며, 영화를 주제로한 스튜디오형 파크는 3개, 입장객 2,220만명으로 전체의 20%를 점유하고 있다. 그밖에 야생동물 및 해양동물을 주제로 한 파크가 4개, 입장객 1,488만명으로 14%의 점유율을 보여 3개의 영화 스튜디오 파크보다 점유율이 낮은 것으로 나타났다.

파크의 입지면에서 보면 연중 온화한 기후를 보이고 있는 플로리다주에 위치한 6개 테마파크의 1995년 총 입장객이 4,958만명으로 세계 50대 테마파크에 선정된 22개의 파크중 46%를 점유하고 있다. 특이한 것은 플로리다주에 위치한 테마파크의 연간입장객이 플로리다주 인구의 3배에 달한다는 것이다.

플로리다주가 이처럼 테마파크에의 메카가 된 것은 월트 디즈니사에 의해서였다. 1955년 월트 디즈니사에 의해서 캘리포니아에 조성된 디즈니랜드는 과거 단순한 놀이시설에의 집합에 불과했던 레저파크를 다양한 유희기계시설과 특정 주제로 구성된 테마파크를 탈바꿈시켰다.

본격적인 테마파크의 조성은 플로리다 북부의 3,600만평에 달하는 거대한 부지를 개발하려는 프로젝트에 의해서 실현되었다. 현재 '월트 디즈니 월드'는 '매직킹덤', 'EPCOT 센터', '디즈니 MGM 스튜디오' 등 세 가지 테마파크로 운영되고 있으며, 이 세 개의 테마파크가 1995년에 3,310만명의 입장객을 기록했다.

<표 3-1> 1995년 세계 50대 테마파크에 포함된 미국내 테마파크 현황

(단위:명)

순 위	파 크 명	입 장 객	순	파 크 명	입 장 객
1	DISNEYLAND	14,100,000	13	KNOTT'S BERRY FARM	3,400,000
2	MAGIC KINGDOM	12,900,000	14	SANTA CRUZ BEACH	3,100,000
3	EPCOT CENTER	10,700,000	15	SIX FLAGS OF ILL	3,000,000
4	DISNEYMGM STUDIOS	9,500,000	16	SIX FLAGS OVER TEXAS	2,900,000
5	UNIVERSAL STUDIOS	8,000,000	17	SIX FLAGS OVER	2,800,000
6	SEA WORLD OF FAL	4,950,000	18	KNOTT'S CAMP SNOOPY	2,625,000
7	UNIVERSAL STUDIOS OF HOLLYWOOD	4,700,000	19	PARAMOUNT'S GREAT AMERICA	2,500,000
8	SIX FLAGS GREAT ADVENTURE	4,000,000	20	PARAMOUNT'S KINGS DOMINION	2,450,000
9	BUSCH GARDENS	3,800,000	21	SIX FLAGS ASTROWORLD	2,400,000
10	SEA WORLD OF CA.	3,750,000	22	BUSCH GARDENS THE OLD COUNTRY	2,375,000
11	CEDAR POINT	3,500,000			
12	PARAMOUNT'S KINGS	3,470,000	계		109,200,000

자료 : Amusement Business, 1996.

최근 10여년간, 미국의 테마파크는 투자의 대상이 되어 왔다. 고속도로 건설, 소비성향의 증가, 상상의 세계를 펼쳐놓은 것 같은 테마파크의 새로운 이미지는 지역 파크의 역할을 활성화시키기에 충분하였다. 투자하고자 하는 많은 후원자들이 특정 지역으로 몰렸는데, 대개가 SIX Flag이나 Anheuser Busch에 의해 설립된 것들이었다.

Kottt's Berry Farm, Magic Mountain, Disney의 여러 파크, the Sea World Marine Animal Parks와 같은 테마파크는 특정 주제를 나타냄으로써 폭넓은 호응을 얻고 있다. 이러한 미국형 테마파크는 다른 나라에까지 파급되어 그 나라의 전통 레저 리조트와 경쟁을 벌이고 있다.

2. 일본의 테마파크

일본의 경우 <표 3-2>에서 보는바와 같이, 1995년 세계 50대파크에 선정된 테마파크모두 8개로, 이들의 총입장객은 4,030만명으로 미국의 36%를 수준이다.

<표 3-2> 세계 50대 테마파크에 선정된 일본내 테마파크

(단위:명)

순위	파크명	입장객
1	동경디즈니 랜드	15,509,000
2	하카이시마 씨 파라다이스	6,000,000
3	하우스텐보스	3,831,000
4	나카시마 스파랜드	3,627,600
5	도시마엔 오락파크	3,583,600
6	파크 에스파냐	3,444,000
7	고쿠라엔 유원지	2,238,988
8	스페이스월드	2,070,000
	계	40,304,288

자료 : Amusement Business, 1996.

미국과 일본의 20대 테마파크의 입장객을 비교할 경우, 미국은 1억 515만명, 일본은 7,804만명으로 국가전체 인구와 비교할 경우 미국은 전체 2억5천만명중 42%, 일본은 전체 1억2,400만명중 63%가 테마파크를 이용하고 있어 인구대비 테마파크의 시장규모는 오히려 일본이 더 큰 것으로 볼 수 있다.

일본에서 테마파크가 본격적으로 등장한 것은 1983년 동경디즈니랜드가 탄생하면서 부터이다. 개장 첫해에 1천만명의 입장객을 달성한 동경디즈니랜드는 1990년 최

고 1천600만명이 몰리는 기록을 세웠으며, 1995년 8월에는 입장객 누계 1억5천만명을 달성했다. 일본의 인구가 1억 2,400만명임을 감안할 때, 통계상으로 일본인이 한번 이상은 방문했다는 것을 알 수 있다.

동경디즈니랜드의 대성공이후 전국 곳곳에 50여곳 이상의 테마파크가 조성되었는데, 2천 200억엔을 투자한 네델란드 풍의 하우스텐보스, 2천억엔 이상의 투자비가 들어간 시가이아 오션돔 등 대규모의 테마파크가 탄생되기도 하였다.

일본의 테마파크는 주제면에서 미국의 디즈니랜드를 도입한 '동경 디즈니랜드', 외국 풍물이 주제를 이루는 '하우스 텐보스', 인공돔을 설치하여 연중 온화한 해변을 경험 할 수 있는 '시가이아 오션돔' 등을 대표적으로 내세울 수 있으며, 여기에 일본 역사를 배경으로 한 테마파크도 한 주류를 이루고 있다.

일본 테마파크의 특색은 각기 다른 주제를 가진 지방형 테마파크가 많다는 것이다. 세사미 플레이스, 웨스턴촌, 시네마 월드 등의 스튜디오형 테마파크가 있는가 하면, 스페이스 월드, 아리타포세린 파크 등의 학습 체험형 테마파크와 히고몽가도, 노보리베츠, 에사시후지하라, 메이지촌 등의 역사를 주제로 한 테마파크도 있다. 여기에 해당 국가의 협조를 얻어 과거의 역사적 물품이나 설비를 기증받아 시설을 설치한 하우스텐보스, 네델란드촌, 그리스왕국, 캐나다인 월드 등의 외국의 전통과 문화를 주제로 한 테마파크도 속속 건설되고 있다.

제2절 국내의 주제공원의 이용현황

우리나라의 테마파크는 70년대에 등장한 용인에버랜드, 한국민속촌으로부터 시작하여, 80년대에 서울랜드, 롯데월드로 이어졌다. 1989년 롯데월드가 개장된 이후 본격적인 테마파크의 경쟁이 시작되었으며, 1994년에 개장한 엑스포 과학공원은 주제면에서 가장 부가되는 시설로 볼 수 있다.

이중 1995년 기준 50대 테마파크에 선정된 곳은 에버랜드, 롯데월드, 서울랜드 등 3곳이며, 50대 테마파크에 선정되지는 않았으나, 1995년 입장객 기준으로 볼 때, 엑스포과학공원과 우방타워랜드도 세계 50대 테마파크에 포함되는 것으로 볼 수 있다. 이 두 곳을 세계 50대 테마파크에 포함시켜, 미국, 일본의 경우와 비교하면 <표

3-4>와 같다.

<표 3-3> 국내 테마파크 현황

(단위:명)

명 칭	개장시기	95년입장객	95년 매출액(억원)	96년예상 입장객
한국민속촌	1974	1,500,000	116	1,550,000
에버랜드	1976	7,300,000	1,000	8,500,000
경주월드	1985	1,590,000	122	1,670,000
서울드림랜드	1987	1,400,000	70	2,000,000
서울랜드	1988	3,500,000	250	4,000,000
롯데월드	1989	5,300,000	648	6,000,000
통도환타지아	1993	1,483,000	104	1,700,000
엑스포과학공원	1994	3,180,000	204	3,650,000
우방타워랜드	1995	2,937,000	280	3,800,000
계		28,190,000	2,794	32,870,000

자료: 허태학, “Theme Park의 시나리오 구상”, 상공회의소기획발표집, 1997, p.118

<표 3-4> 미국, 일본, 한국의 세계 50대 테마파크 현황

구 분	갯 수	총입장객수(명)	점유율	총인구(명)	인구대비 입장객비율
미 국	22개	109,200,000	63.6%	250,000,000	44.4%
일 본	8개	40,300,000	23.5%	124,000,000	32.5%
한 국	5개	22,280,000	12.9%	46,000,000	48.4%
계	35개	171,780,000	100.0%	420,000,000	40.9%

자료: 허태학, “Theme Park의 시나리오 구상”, 상공회의소기획발표집, 1997, p.118

<표 3-4>에서 보는 바와 같이 세계 50대 테마파크에 포함된 우리나라의 테마파크의 갯수와 총입장객수 미국, 일본과 비교하여 작은 규모이지만, 총인구대비 입장객의 비율에서는 48.4%로, 44.4%, 32.5%의 미국과 일본을 앞지르고 있다. 이러한 수치를 통하여 우리나라 사람들의 테마파크에 대한 관광참여율이 미국이나 일본에 비하여 훨씬 높은 것을 알 수 있으며, 이는 향후 국내 테마파크의 시장전망을 밝게 해주는 지표라고 할 수 있다.

미국, 일본과 비교하여 또 하나 발견할 수 있는 사실은 국민소득이 1만불을 초과하는 시점에서 본격적인 테마파크의 건설이 이루어졌다는 것이다. 미국의 경우 1인당 국민소득 1만불을 달성하면서 'EPCOT 센터', 'MGM 스튜디오' 등 디즈니월드 내의 테마파크가 본격적으로 개발되기 시작했으며, 일본의 경우는 1인당 국민소득 1만불을 넘어서면서 동경디즈니랜드, 스페이스월드, 하우스텐보스 등의 테마파크들이 속속 개발되었다.

우리나라도 1995년 1인당 국민소득이 1만불을 돌파하였으며, 이는 미국, 일본의 경우와 비교할 경우 본격적으로 테마파크가 건설될 수 있는 경제적 여건이 성숙되었음을 의미한다.

제주지역 주제공원 이용현황을 살펴보면 <표 3-5>에 나타난 바와 같이 주제공원을 이용하는 이용객이 매년 증가추세를 보이고 있다.

제주도의 총 21개 관광지중 주제공원은 7개를 차지하고 있는데, 21개 관광지의 이용관광객 대비 주제공원 이용객의 비율이 1991년, 26.05%에서 1996년 33.07%로 꾸준히 증가하고 있다. 그러나 제주지역의 소규모의 여러 주제공원의 연간 전체 이용객수가 50만을 조금 상회하고 있는 것은 우리나라의 대형주제공원의 1%정도에 불과해 앞으로 발전시켜가야 할 중요한 과제로 남아있다고 볼 수 있다.

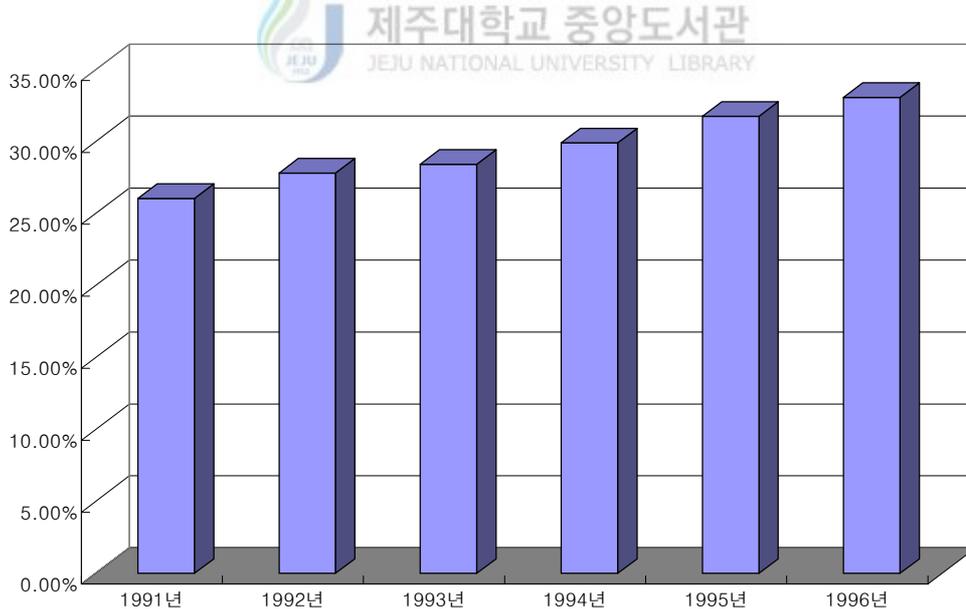
<표 3-5> 제주지역 주제공원의 연도별 이용현황

(단위: 천명)

구분	1991년	1992년	1993년	1994년	1995년	1996년
목석원	698	759	747	831	971	1,084
한림공원	1,324	1,384	1,296	1,373	1,494	1,507
제주민속촌	230	265	58	230	265	58
해양수족관	595	647	659	595	647	659
신천지미술관	234	260	194	189	143	191
제주조각공원	170	166	160	174	195	230
여미지식물원	871	1,058	1,252	1,312	1,652	1,735
분재예술원	0	16	84	152	170	220
합계	4,122	4,555	4,450	4,856	5,537	5,684
관광지별 관광객 대비 비율	26.05%	27.82%	28.43%	29.91%	31.75%	33.07%
전년대비증감율	-	11%	-2%	9%	14%	3%
관광지별관광객수	15,822	16,375	15,655	16,238	17,437	17,188

자료: 제주도, 「제주통계연보」, 1997, pp.276~277.

<그림 3-1> 제주지역 주제공원 이용객의 연도별 증감율



자료: 제주도, 「제주통계연보」, 1997, pp.276~277.

제4장 주제공원 이용객 태도에 관한 실증분석

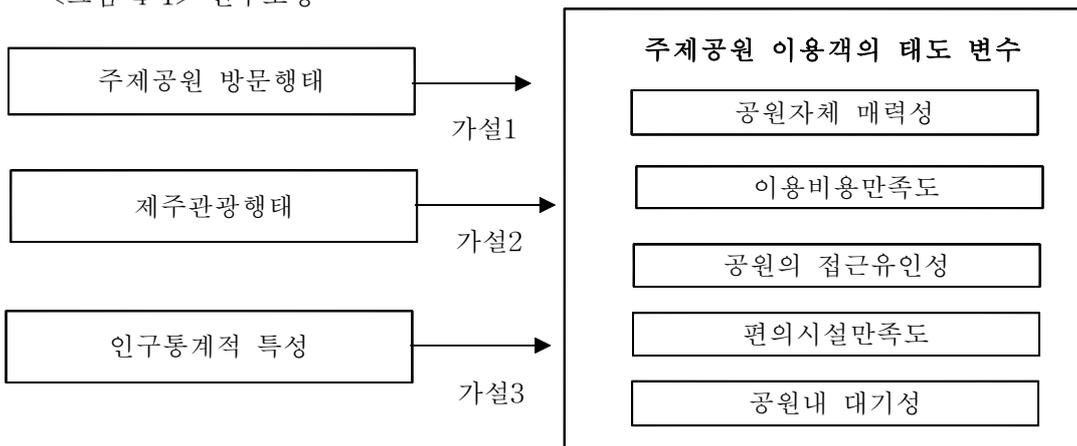
제1절 연구모델 및 연구가설

1. 연구모델

선행연구에서 나타난 바와 같이 주제공원의 특성을 구분하는 항목이 매우 세부적으로 분류되어 있는 것을 알 수 있다. 본 연구에서는 각각의 주제공원이 가지고 있는 일반적인 특성에 대한 이용객의 태도 변수를 공원자체의 매력성, 이용비용에 대한 만족도, 공원의 접근 유인성, 편의시설에 대한 만족도, 공원내 대기성 등으로 분류하였다. 주제공원의 이용객은 이용객의 특성에 따라 태도 변수에서 차이를 보이게 될 것이다. 특히 제주도와 같은 휴양지에 위치한 주제공원의 경우에는 관광객들이 많이 이용하고 있는 반면, 디즈니랜드와 같이 그 자체가 관광객을 유인할 수 있을 정도로 관광매력으로 작용하지는 않는다.

따라서 본 연구에서는 주제공원의 방문행태 및 제주관광의 관광행태에 따라 그리고 이용객의 인구통계적 특성에 따라 주제공원이 가지고 있는 특성에 대해 이용객의 태도에서는 어떠한 차이점이 있는가를 살펴보고자 그림 <4-1>과 같이 연구모델을 설정하였다.

<그림 4-1> 연구모형



2. 연구 가설

주제공원의 방문객들은 방문시의 동반자 및 방문목적에 따라 주제공원에 대한 이용객의 태도에서도 차이가 있을 것이다. 즉 주제공원을 방문할 때, 방문의 목적은 교육적인 측면, 휴식 및 위락 그리고 인근의 관광지에 왔다가 가벼운 마음으로 방문하는 등으로 분류할 수 있을 것이다. 또한 동반자의 경우에는 가족과 같이 오는 경우도 있을 수가 있으며, 친구와 친지간에 방문하는 경우 등으로 구분할 수 있을 것이다.

가설1) 주제공원의 방문행태에 따라 주제공원에 대한 이용객의 태도에 차이가 있을 것이다.

1-1) 방문목적에 따라 주제공원에 대한 이용객의 태도에 차이가 있을 것이다.

1-2) 방문시 동반자에 따라 주제공원에 대한 이용객의 태도에 차이가 있을 것이다.

휴양지에 위치한 주제공원의 이용객은 관광객들이 많은 부분을 차지하고 있다. 이들은 관광행태 즉, 관광의 목적, 여행기간에 이용객의 태도에서도 차이가 있을 것으로 보인다. 본 연구를 위한 자료의 수집기간이 신혼여행객과 수학여행이 집중되어 있는 점을 감안하여 관광의 목적을 수학여행, 신혼여행 및 기타로 분류하였다. 그리고 방문기간은 2박3일 이하와 3박4일 이상으로 크게 분류하였다.

가설2) 제주관광행태에 따라 주제공원에 대한 이용객의 태도에 차이가 있을 것이다.

2-1) 제주관광의 목적에 따라 주제공원에 대한 이용객의 태도에 차이가 있을 것이다.

2-2) 제주관광의 여행기간에 따라 주제공원에 대한 이용객의 태도에 차이가 있을 것이다.

주제공원의 이용객은 이용객이 가지고 있는 특성에 따라 주제공원 이용시의 태도에서도 차이를 보여주게 될 것이다. 인구통계적 특성은 다양한 항목으로 구분지을 수 있으나 본 연구에서는 성별, 연령, 그리고 직업 등의 항목으로 분류하였다.

가설3) 인구통계적 특성에 따라 주제공원에 대한 이용객의 태도에 차이가 있을 것이다.

3-1) 성별에 따라 주제공원에 대한 이용객의 태도에 차이가 있을 것이다.

3-2) 연령에 따라 주제공원에 대한 이용객의 태도에 차이가 있을 것이다.

3-3) 직업에 따라 주제공원에 대한 이용객의 태도에 차이가 있을 것이다.

제2절 연구조사설계

1. 표본

본 연구의 목적을 달성하기 위해 도내의 대표적인 3개의 주제공원(여미지 식물원, 한림공원, 분재예술원)을 방문한 이용객을 대상으로 설문을 조사하였다. 조사방법은 설문지를 이용하여 방문을 마치고 돌아가는 이용객을 대상으로 면접조사원이 설명을 한 후에 각 항목에 대한 응답을 하는 면접조사 및 설문지를 배포한 후에 수거하는

두가지 방법을 병행 실시하였다. .

설문의 조사기간은 1998년 10월 16일부터 같은 해 10월 25일까지 10일간에 걸쳐 이루어졌으며, 총 350매를 배포하여 299매를 회수하였고, 이 중 불성실하게 응답한 36매의 설문을 제외하고 263매가 최종적으로 분석에 이용되었다.

2. 설문의 구성

설문은 <표 3-1>에 나타난 바와 같이 크게 4개 부문으로 구성되었으며, 첫째는 주제공원의 방문목적 및 동반자, 둘째는 제주관광의 여행행태 및 여행기간에 관한 설문이며, 세번째는 새로운 시설추가정도, 교통편, 공원내 체류시간, 만족스런 공원시설, 공원혼잡정도, 시설의 다양성, 직원에 대한 교육, 효과성, 상대적 흥미성, 권유성, 재방문 의도성, 실제 경험적 평가, 편의시설 만족도, 쇼핑만족도, 위락시설 이용성, 직원친절성, 시설물 이용편리성, 이용요금, 상대적 이용비용, 관람료수준 등 총 19개가 공원이용 전반에 대한 이용객의 태도 관련 문항이고, 네번째는 사전 공원관람여부, 숙박지역, 공원만족 및 불만족요소, 공원방문 비권유 이유, 재방문 이유, 쇼핑불만 요인, 환경조화성, 공원운영 개선사항, 방문객의 거주지 등이 기타 관광관련 변수이며, 마지막으로 성별, 연령, 직업 등이 포함된 인구통계적 특성변수이다.

이들의 총 문항수는 36개 이며, 구체적인 내용은 <표 4-1>과 같다.

<표 4-1> 설문 의 구성

구분	변수내용(설문번호)	문항수	척도유형
관광행태	여행동반자 방문목적 여행기간 여행형태	4	명목척도
주제공원에 대한 태도	새로운 시설추가정도, 교통편, 공원내체류시간, 만족스런 공원시설, 공원혼잡정도, 시설의 다양성, 교육, 효과성, 상대적 흥미성, 권유성, 재방문의도성, 실제 경험적 평가, 편의시설 만족도, 쇼핑만족도, 위락시설 이용성, 직원친절성, 시설물 이용편리성, 이용요금, 상대적 이용비용, 관람료수준 등	19	5점척도
기타 관광관련변수	사전 공원관람여부 숙박지역 공원만족요소 공원불만족요소 공원방문 비권유 이유 재방문 이유 쇼핑불만 요인 환경조화성 공원운영 개선사항 방문객의 거주지	10	명목척도 " 다중응답 " " " " 명목척도 다중응답 명목척도
인구통계적 특성	성별, 연령, 직업	3	명목척도

3. 분석방법

본 실증분석은 사회과학 통계패키지(SPSS for Windows Release 8.0)를 이용하였으며, 분석방법은 변수에 따라 다르게 적용하였으나 가설검증시 본 연구의 유의수준은 0.05로 하였다.

주제공원에 대한 이용객의 태도와 관련된 변수들은 요인분석을 통해 5개의 요인으로 구분하였으며, 각 요인에 기여도가 없는 변수는 제외하였다. 이들 5개의 요인이 공원방문시의 방문행태 및 제주관광행태 그리고 인구통계적 변수에 따라 차이를 보

이는지 검증하였다. 또한 주제공원에 대한 태도를 나타내는 요인간의 관계를 파악해 보기 위해 추가적으로 상관관계분석을 하였다.

차이 검증시에는 비교유목이 2개인 성별, 연령, 여행기간 등에 대해서는 T-test를 하였고, 2개 이상의 유목을 가진 방문동반자 등 나머지 변수에 대해서는 Oneway ANOVA를 이용하였다. 특히 일원변량분석(Oneway ANOVA) 분석은 Tukey test(0.05)를 이용하여 사후검증을 실시하였다.

제3절 자료의 일반적 특성

1. 자료의 특성

자료의 특성은 <표 4-2>에 나타난 바와 같이 성별로는 남녀가 비슷한 비율로 조사되었고, 연령별로는 20대의 연령층이 대다수를 차지하고, 40대 이상의 연령층이 극히 적어 20대 이하의 연령층과 30대의 연령층으로 재구분한 결과, 20대의 연령층이 72.2%로 주류를 이루고 있으며, 직업별로는 회사원, 공무원 등이 포함된 급여근로자가 전체의 31.6%, 다음으로 학생 및 주부 등 비급여생활자가 30.0%를 차지하고 있다.

주제공원의 방문행태에 따른 특성을 살펴보면, 공원방문시 동반한 사람은 응답자의 63.1%가 가족 구성원이었는데 이는 신혼부부가 대다수를 차지하고 있기 때문에 나타난 현상이며, 다음으로 친구나 동료가 차지하고 있다. 주제공원의 방문목적에 따라 살펴보면, 주변을 방문하다가 들린 경우가 36.5%로 가장 높았고, 다음이 휴식 및 위락을 위해 방문한 경우였다. 제주관광의 여행기간별로는 2박3일과 3박4일이 주류를 이루고 있어 2박3일이하와 3박4일이상으로 재구분하였는데, 2박3일이하가 24.8%, 이룬 3박4일 이상은 75.2%를 차지하였다. 또한 제주관광의 방문형태별로는 신혼여행의 경우가 61.6%로 가장 높았고, 다음은 기타 및 수학여행 순이었다.

이상과 같은 자료의 구성비율은 특정시기에 한정하여 설문조사가 이루어졌기 때문에 유목별 편중현상이 나타난 것으로 보인다.

<표 4-2> 자료의 구성표

구분		빈도	백분율	유효백분율	누적백분율
성별	남성	130	49.4	49.4	49.4
	여성	133	50.6	50.6	100.0
	총계	263	100.0	100.0	
연령	20대이하	190	72.2	72.2	72.2
	30대이상	73	27.8	27.8	100.0
	총계	263	100.0	100.0	
직업	급여근로자 ^a	83	31.6	31.6	31.6
	비급여생활자 ^b	79	30.0	30.0	61.6
	자영서비스	41	15.6	15.6	77.2
	전문기술직	60	22.8	22.8	100.0
	총계	263	100.0	100.0	
동반자	부부	166	63.1	63.1	63.1
	친구동료	58	22.1	22.1	85.2
	기타 ^c	39	14.8	14.8	100.0
	총계	263	100.0	100.0	
방문목적	교육	26	9.9	10.0	10.0
	휴식 및 위락	81	30.8	31.0	41.0
	인근방문	96	36.5	36.8	77.8
	기타	58	22.1	22.2	100.0
	총계	261	99.2	100.0	
Missing	0	2	.8		
총계		263	100.0		
여행기간	2박3일이하	64	24.3	24.8	24.8
	3박4일이상	194	73.8	75.2	100.0
	총계	258	98.1	100.0	
Missing	0	5	1.9		
총계		263	100.0		
방문형태	수학여행	29	11.0	11.0	11.0
	신혼여행	162	61.6	61.6	72.6
	기타 ^d	72	27.4	27.4	100.0
	총계	263	100.0	100.0	

- 주) a: 급여근로자-회사원, 공무원 등
 b: 비급여생활자-학생 및 주부
 c: 기타-사회단체, 여행사 단체, 가족 및 친지 등
 d: 기타- 개별여행자, 회의 및 사업상 여행자, 친지방문자 기타 단체관광객

2. 주제공원에 대한 태도변수의 정의

1) 주제공원에 대한 태도변수의 구분

주제공원 이용객에 대한 태도는 요인분석을 통해 5개의 요인으로 추출되었다. <표 4-3>에 나타난 바와 같이 아이겐값 1이상인 요인만을 채택하였고, 이에 대한 총분산은 63.919%로 나타났다. 요인추출 방법은 베리맥스(VariMax)방식을 사용하였고 <표 4-3>과 같은 적재값을 얻었다. 즉, 실제 경험적 평가, 재방문의도성, 상대적 흥미성, 권유성, 교육적 효과성, 시설의 다양성, 만족스런 공원시설 등의 변수가 제1요인으로 묶였으며, 관람료수준, 상대적 이용비용, 이용요금 등은 제2요인으로, 새로운 시설추가정도 및 교통편리성 등은 제3요인으로, 편의시설 만족도, 쇼핑시설만족도 등은 제4요인으로, 그리고 공원혼잡정도 및 공원내체류시간은 제5요인으로 각각 묶였다.

따라서 제1요인은 공원자체 매력성으로 명명하였고, 제2요인은 이용비용 만족도, 제3요인은 공원의 접근유인성, 제4요인은 편의시설 만족도 그리고 제5요인은 공원내 대기성으로 각각 명명하였다.

동일한 개념을 측정시 요인에 포함된 변수들의 신뢰도를 높이기 위한 방법으로 크론바하 알파(Cronbach's Alpha)계수를 이용하는데, 일반적으로 사회과학분야에서 알파계수가 0.6이상이 되면 비교적 신뢰도가 높다고 볼 수 있다.⁴⁰⁾ 본 분석에서 제1요인은 크론바하 알파값이 .8628로 매우 높게 나타났고, 제2요인(.7775)이나 제3요인(.7512)도 높게 나타났다. 다만 제4요인 및 제5요인은 여기에 미치지 못했다.

또한 주제공원에 대한 이용객의 태도변수별로 상관관계가 있는지를 파악해 보기 위해 상관관계분석을 실시한 결과 공원자체 매력성이 높을수록 이용비용에 대해서 및 편의시설, 그리고 공원내에서의 대기시간에 대해서 대체로 긍정적인 태도를 보이고 있다. 또한 이용비용에 대해서 긍정적인 경우에 편의시설에 대해서도 긍정적으로 그리고 공원접근성 및 유인성에 대해서 긍정적일수록 편의시설에 대해서도 긍정적인 태도를 보이고 있는 것으로 나타났다<표 4-4>.

40) 채서일, 『사회과학조사방법론』, 법문사, 1990, pp.250-251.

<표 4-3> 주제공원에 대한 태도변수의 요인분석결과

변수 및 변수내용	구성요인(Component)					커뮤 넬리 티
	1	2	3	4	5	
V21 실제 경험적 평가	.776	0.00820	0.007023	0.006179	0.003575	.618
V19 재방문의도성	.773	0.00371	0.006504	.197	0.001019	.642
V16 상대적 흥미성	.764	.110	-0.004720	0.001208	0.003221	.599
V17 권유성	.747	0.00267	-0.005425	.293	-.182	.679
V15 교육적 효과성	.723	-0.00106	.103	-0.007193	-.131	.556
V14 시설의 다양성	.695	.183	.107	-0.003015	.122	.543
V10 만족스런 공원시설	.583	0.00378	.423	.117	.199	.574
V30 관람료수준	0.008094	.833	-.106	0.002343	0.009481	.721
V29 상대적 이용비용	0.007764	.814	.120	0.001933	-.215	.730
V28 이용요금	.143	.792	.101	.249	0.007157	.726
V2 새로운 시설추가정도	0.007906	-0.00678	.797	.167	.190	.711
V4 교통편	-0.008818	-.153	-.737	0.009767	.211	.628
V22 편의시설 만족도	0.008055	0.00441	.160	.792	0.003072	.662
V23 쇼핑만족도	.104	.169	-7.810E- 02	.745	-0.00370 4	.602
V13 공원혼잡정도	.245	0.00461	.162	.142	-.778	.715
V9 공원내체류시간	.242	0.00679	.181	.118	.641	.521
아이겐값(Eigenvalues)	3.871	2.106	1.1517	1.465	1.268	-
분산(% of Variance)	24.193	13.162	9.483	9.156	7.925	-
총분산(Cumulative %)	24.193	37.356	46.838	55.995	63.919	-

<표 4-4> 주제공원에 대한 태도변수간의 상관관계분석결과

구분		공원자체 매력성	이용비용 만족도	공원의 접근유인성	편의시설 만족도	공원내 대기성
공원자체 매력성	Pearson Correlation	1.000	.215(**)	.028	.254(**)	.350(**)
	Sig. (2-tailed)	.	.001	.748	.000	.000
이용비용 만족도	Pearson Correlation	.215(**)	1.000	.012	.220(**)	.061
	Sig. (2-tailed)	.001	.	.888	.001	.334
공원의 접근유인성	Pearson Correlation	.028	.012	1.000	.194(*)	-.032
	Sig. (2-tailed)	.748	.888	.	.033	.710
편의시설 만족도	Pearson Correlation	.254(**)	.220(**)	.194(*)	1.000	.124
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.033	.	.058
공원내 대기성	Pearson Correlation	.350(**)	.061	-.032	.124	1.000
	Sig. (2-tailed)	.000	.334	.710	.058	.
** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).						
* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).						

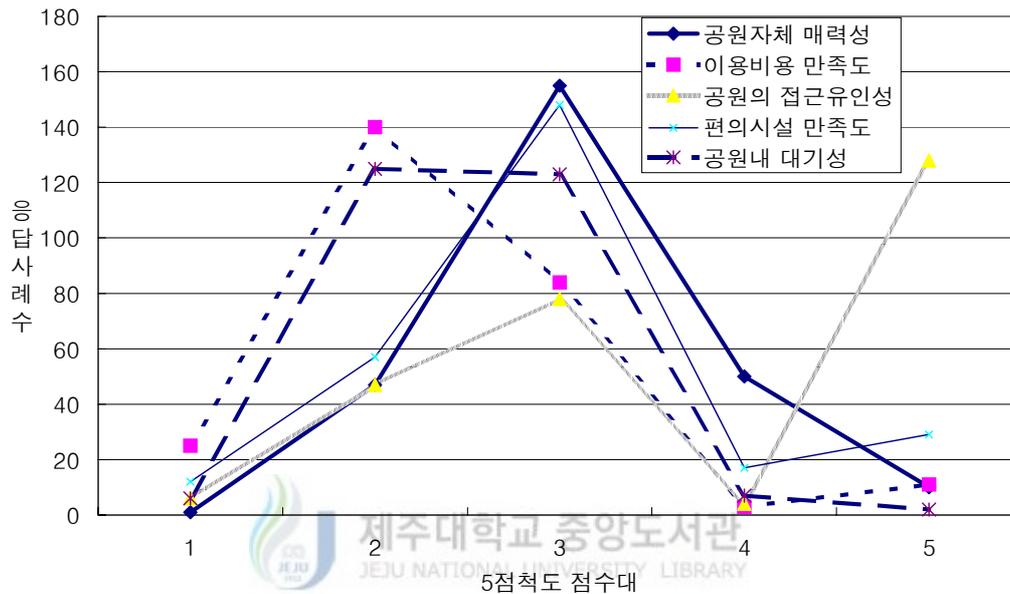
2) 주제공원에 대한 태도의 수준

<표 4-5>에 나타난 바와 같이 주제공원을 이용한 응답자들의 태도에 대해서는 공원의 접근성 및 유인성은 5점 척도 가운데 평균 3.7643으로 매우 높은 만족도를 보여 이용객의 태도가 긍정적인 반면, 공원을 이용하면서 느낀 자체매력성에는 3.0798로 중간을 약간 상회하여 긍정적인 편이고, 다음으로 평균이 높은 편의시설에 대한 만족도는 2.9772, 공원내 대기성 2.5209, 그리고 공원의 이용시 들어가는 비용에 대한 만족도는 2.3726으로 대체로 이용객의 태도가 부정적으로 나타나고 있다.

비용에 대해서 한 만족도를 제외한 모든 부분에 대해서는 평균 이상의 만족도를 보여주었다. 특히 주제공원에서 가장 중요한 부분으로 평가할 수 있는 항목으로 자체매력성을 들 수 있는데 이 부분에 대해서는 대체로 긍정적으로 평가받고 있는 것

으로 나타났다. 그리고 공원의 접근성 및 유인성은 매우 만족하는 평가를 받고 있으나 이는 주로 단체 관광객들이 응답자들의 많은 부분을 차지하고 있다는 점이 고려되어야 할 것이다.

<그림 4-2> 주제공원에 대한 태도의 분포비교



<표 4-5> 주제공원에 대한 태도의 수준

구분		공원자체매력성	이용비용만족도	공원접근유인성	편의시설만족도	공원내 대기성
사례수	유효사례	263	263	263	263	263
	Missing	0	0	0	0	0
평균		3.0798	2.3726	3.7643	2.9772	2.5209
표준편차		.7292	.8368	1.2861	.9528	.6289

제4절 가설의 검증 및 분석

1. 가설검증

1) 주제공원 방문행태별로 본 주제공원에 대한 이용객의 태도차이

(가설1)은 주제공원 방문행태에 따라 주제공원에 대한 이용객의 태도에서 어떠한 차이가 있는가를 검증해보고자 하는 것이다.

<표 4-6> 및 <표 4-7>에 나타난 바와 같이 주제공원의 방문목적에 따른 차이점을 살펴보면, 공원내 대기성에 대해서만 통계적으로 $\alpha=0.05$ 수준에서 통계적으로 유의적인 차이를 나타내고 있는데, 이는 교육, 휴식 및 위락, 인근방문 등의 방문목적을 가진 집단이 기타의 목적을 가진 경우보다 공원내 대기성에 대한 불만족이 더 높다는 것을 의미한다. 다만 기타의 여행목적은 응답자들이 따로 명시하지 않았기 때문에 추후 구체적으로 조사될 필요가 있을 것이다. 공원자체 매력성에 대해서는 $\alpha=0.01$ 의 수준에서 통계적으로 차이점을 보여주고 있다. 그러나 기타 다른 변수에서는 응답자의 주제공원 방문목적에 따른 통계적 차이점을 보여주진 않고 있다.

<표 4-8> 및 <표 4-9>은 나타난 바와 같이 주제공원 방문시 동반자가 누구냐에 따라 주제공원에 대한 이용객의 태도가 부분적으로 다르게 나타나고 있다. 이용비용에 대한 만족도에서 부부, 특히 신혼여행객의 경우 2.4576으로 가장 낮게 나타나고 있어 이들 집단이 비용부분에 대해서는 불만요인이 가장 큰 집단으로 분류할 수 있다. 친구나 동료인 경우는 2.6121로 부부동반인 경우보다는 약간 높게 조사되어 요금에 대해서는 보통보다는 약간 싸게 생각하는 집단으로 분류되었다. 기타 단체나 가족친지 등이 동반자인 경우가 2.7500으로 가장 높게 나타나 요금에 대해서는 이들 집단이 비교적 싸게 생각하는 집단이다. 그러나 세 집단간의 평균 점수가 2.45에서 2.75사이로 평균적으로 보통이다라고 생각하고 있어 요금에 관한한 적정 수준이라고 평가할 수 있다. 부부가 동반한 경우보다 기타 단체 및 가족친지 등이 동반자인 경우가 통계적으로 $\alpha=0.05$ 수준에서 유의적인 것으로 나타났다. 그러나 공원자체 매력성, 공원의 접근유인성, 편의시설 만족도, 그리고 공원내 대기성 등의 변수에 대해서는 유의적인 차이를 보이지 않고 있다.

<표 4-6> 주계공원 방문자의 동반자에 따른 이용객의 태도에 대한 기술통계치

구분		사례수	평균	표준편차	표준오차
공원자체 매력성	부부	159	3.4834	.6289	4.987E-02
	친구동료	58	3.3374	.4671	6.133E-02
	기타	37	3.2934	.6208	.1021
	합계	254	3.4224	.5978	3.751E-02
이용비용 만족도	부부	161	2.4576	.5699	4.491E-02
	친구동료	55	2.6121	.5042	6.798E-02
	기타	36	2.7500	.5983	9.971E-02
	합계	252	2.5331	.5687	3.582E-02
공원의 접근유인성	부부	88	2.8580	.5620	5.991E-02
	친구동료	28	2.8214	.6268	.1185
	기타	19	2.9474	.4971	.1140
	합계	135	2.8630	.5646	4.859E-02
편의시설 만족도	부부	147	2.9932	.6749	5.566E-02
	친구동료	55	2.8727	.6682	9.010E-02
	기타	33	2.9848	.5374	9.355E-02
	합계	235	2.9638	.6552	4.274E-02
공원내 대기성	부부	166	2.7741	.5814	4.513E-02
	친구동료	58	2.7328	.5233	6.871E-02
	기타	37	2.6081	.5155	8.475E-02
	합계	261	2.7414	.5609	3.472E-02

<표 4-7> 여행동반자별 주계공원에 대한 태도의 차이검증

구분		자승합	df	평균자승	F	Sig.
공원자체 매력성	집단간	1.625	2	.813	2.297	.103
	집단내	88.794	251	.354		
	총계	90.419	253			
이용비용 만족도	집단간	2.956	2	1.478	4.705**	.010
	집단내	78.213	249	.314		
	총계	81.169	251			
공원의 접근유인성	집단간	.186	2	9.294E-02	.288	.750
	집단내	42.529	132	.322		
	총계	42.715	134			
편의시설 만족도	집단간	.598	2	.299	.695	.500
	집단내	99.845	232	.430		
	총계	100.443	234			
공원내 대기성	집단간	.839	2	.420	1.337	.264
	집단내	80.954	258	.314		
	총계	81.793	260			

주) ** p<0.05

<표 4-8> 주제공원 방문목적별 주제공원에 대한 태도의 기술통계치

구분		사례수	평균	표준편차	표준오차
공원자체 매력성	교육	26	3.5824	.6073	.1191
	휴식 및 위락	80	3.4929	.6998	7.824E-02
	인근방문	93	3.4117	.5382	5.581E-02
	기타	54	3.2672	.5011	6.819E-02
	총계	253	3.4241	.5984	3.762E-02
이용비용 만족도	교육	26	2.6538	.5290	.1037
	휴식 및 위락	81	2.5638	.4237	4.708E-02
	인근방문	88	2.5265	.6059	6.459E-02
	기타	55	2.4364	.7024	9.471E-02
	총계	250	2.5320	.5700	3.605E-02
공원의 접근유인성	교육	16	3.0625	.6021	.1505
	휴식 및 위락	44	2.8750	.5819	8.773E-02
	인근방문	48	2.7813	.5545	8.004E-02
	기타	27	2.8704	.5297	.1019
	총계	135	2.8630	.5646	4.859E-02
편의시설 만족도	교육	23	2.8913	.6564	.1369
	휴식 및 위락	72	3.0000	.6280	7.401E-02
	인근방문	83	2.9096	.7496	8.228E-02
	기타	55	3.0182	.5267	7.102E-02
	총계	233	2.9614	.6537	4.283E-02
공원내 대기성	교육	26	2.8846	.5533	.1085
	휴식 및 위락	81	2.7840	.6272	6.969E-02
	인근방문	96	2.7917	.5009	5.112E-02
	기타	56	2.5357	.5210	6.962E-02
	총계	259	2.7432	.5609	3.485E-02

<표 4-9> 주제공원 방문목적별 주제공원에 대한 이용객 태도의 차이검증

구분		자승합	df	평균자승	F	Sig.
공원자체 매력성	그룹간	2.374	3	.791	2.242*	.084
	그룹내	87.866	249	.353		
	총계	90.240	252			
이용비용 만족도	그룹간	.974	3	.325	.999	.394
	그룹내	79.937	246	.325		
	총계	80.911	249			
공원의 접근유인성	그룹간	.965	3	.322	1.00	.391
	그룹내	41.749	131	.319		
	총계	42.715	134			
편의시설 만족도	그룹간	.620	3	.207	.480	.696
	그룹내	98.532	229	.430		
	총계	99.152	232			
공원내 대기성	그룹간	3.291	3	1.097	3.591**	.014
	그룹내	77.885	255	.305		
	총계	81.176	258			

주) * p<0.1, ** p<0.05

2) 관광객의 관광행태별로 본 주제공원에 대한 이용객의 태도차이

(가설2)는 관광객의 관광행태에 따라 주제공원에 대한 이용객의 태도에서 어떠한 차이가 있는가를 검증해보고자 하는 것이다.

<표 4-10> 및 <표 4-11>은 관광객이 제주도 여행기간의 차이에 따라 주제공원 이용시의 태도에 대해서 어떠한 차이가 있는 가를 보여주고 있다. 일반적으로 여행 일정이 길고 짧음에 따라서는 공원자체 매력성, 이용비용 만족도, 공원의 접근유인성, 편의시설 만족도 그리고 공원내 대기성 등의 주제공원에 대한 태도에 차이가 없는 것으로 분석되었다.

이와 같은 결과는 여행기간의 분류가 세부적으로 이루어져 있지 않고 응답자 대부분이 신혼여행객 및 수학여행객이기 때문에 그 기준을 2박3일이하 및 3박4일 이상으로만 분류되었기에 나타난 현상으로 해석할 수 있다.

이와 같은 현상은 제주관광의 여행행태별 차이에서도 똑같은 결과를 보여주고 있다. 즉 제주여행의 형태, 신혼여행, 수학여행, 그리고 기타로 분류되어 있어 주제공원 이용객의 태도에서도 차이점을 보여주지 않고 있다.

<표 4-10> 제주관광의 여행기간별 주제공원에 이용객에 대한 차이검증

구분	사례수	평균	표준편차	t	df	Sig. (2-tailed)	
공 원 자 체 매력성	2박3일이하	62	3.4355	.6135	0.242004	247	0.809
	3박4일이상	187	3.4141	.6011			
이 용 비 용 만족도	2박3일이하	59	2.4350	.5880	-1.38889	245	0.166
	3박4일이상	188	2.5532	.5645			
공 원 의 접 근유인성	2박3일이하	30	2.8500	.6180	-0.06662	130	0.947
	3박4일이상	102	2.8578	.5512			
편 의 시 설 만족도	2박3일이하	51	2.9608	.5463	-0.03142	100	0.975
	3박4일이상	179	2.9637	.6931			
공 원 내 대 기성	2박3일이하	64	2.7188	.4618	-0.3505	254	0.726
	3박4일이상	192	2.7474	.5967			

<표 4-11> 제주관광형태별 주제공원에 대한 태도의 기술통계치

구분		사례수	평균	표준편차	표준오차
공원자체 매력성	수학여행	29	3.3695	.4086	7.587E-02
	신혼여행	153	3.4500	.6233	5.039E-02
	기타	72	3.3849	.6097	7.185E-02
	총계	254	3.4224	.5978	3.751E-02
이용비용 만족도	수학여행	26	2.7051	.3925	7.697E-02
	신혼여행	156	2.4808	.5893	4.718E-02
	기타	70	2.5857	.5659	6.764E-02
	총계	252	2.5331	.5687	3.582E-02
공원의 접근유인성	수학여행	17	2.9706	.4497	.1091
	신혼여행	82	2.8598	.5571	6.152E-02
	기타	36	2.8194	.6342	.1057
	총계	135	2.8630	.5646	4.859E-02
편의시설 만족도	수학여행	25	3.0200	.6690	.1338
	신혼여행	145	2.9828	.6781	5.631E-02
	기타	65	2.9000	.6008	7.452E-02
	총계	235	2.9638	.6552	4.274E-02
공원내 대기성	수학여행	29	2.8103	.4708	8.743E-02
	신혼여행	160	2.7031	.5809	4.592E-02
	기타	72	2.7986	.5481	6.459E-02
	총계	261	2.7414	.5609	3.472E-02

<표 4-12> 제주관광형태별 주제공원에 대한 태도의 차이검증

구분		자승합	df	평균자승	F	Sig.
A 공원자체 매력성	집단간	.299	2	.150	.417	.660
	집단내	90.119	251	.359		
	총계	90.419	253			
B 이용비용 만족도	집단간	1.390	2	.695	2.170	.116
	집단내	79.778	249	.320		
	총계	81.169	251			
C 공원의 접근유인성	집단간	.266	2	.133	.413	.662
	집단내	42.449	132	.322		
	총계	42.715	134			
D 편의시설 만족도	집단간	.396	2	.198	.459	.633
	집단내	100.047	232	.431		
	총계	100.443	234			
E 공원내 대기성	집단간	.608	2	.304	.966	.382
	집단내	81.185	258	.315		
	총계	81.793	260			

3) 인구통계적 특성에 따른 주제공원에 대한 태도차이

(가설3)은 인구통계적 변수에 따라 주제공원에 대한 이용객의 태도에서 차이가 있는가를 검증하고 하는 것이다.

먼저 성별에 따라 주제공원에 대한 태도가 다른지 분석한 결과가 <표 4-13>에 나타나 있다. 분석결과에 따르면 이용비용 만족도 및 공원의 접근유인성 변수에 대하여 성별로 차이가 있음을 알 수 있다. 즉, 남성의 이용비용 만족도(2.6183)가 여성의 이용비용 만족도(2.4505)보다 높게 나타나고 있어, 남성보다는 여성이 주제공원 이용비용에 대해서 비싸다고 생각하는 것으로 나타났다. 공원의 접근유인성에 있어서는 여성(2.9462)이 남성(2.7857)보다 대체로 편리하다고 생각하는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 $\alpha=0.05$ 수준에서 통계적으로 유의적이었다. 그러나 공원자체 매력성이나 편의시설 만족도 그리고 공원내 대기성 등의 주제공원에 대한 태도는 성별에 따라 차이가 없는 것으로 분석되었다.

연령에 따라 살펴보면, <표 4-13>에 나타난 바와 같이 이용비용에 대하여 연령별 차이가 있는 것으로 나타났는데, 즉, 30대 이상의 연령층(2.6569)이 20대 이하의 연령층(2.4873)보다 평균적으로 높게 나타나 나이가 어릴수록 비용이 비싸다고 생각

하고 있다는 것을 알 수 있다. 이러한 차이는 $\alpha=0.1$ 수준에서 통계적으로 유의적이었
다.

<표 4-13> 성별 주제공원에 대한 태도의 기술통계치 및 차이검증

구 분	사 례 수	평 균	표 준 편 차	t	df	Sig.
공원자체 매력성	남성	125	3.4583	0.941928	252	0.347
	여성	129	3.3876			
이용비용 만족도	남성	124	2.6183	2.353707**	234	0.019
	여성	128	2.4505			
공원의 접근유인성	남성	70	2.7857	-1.66051*	133	0.099
	여성	65	2.9462			
편의시설 만족도	남성	114	2.9254	-0.87147	233	0.384
	여성	121	3.0000			
공원내 대기성	남성	128	2.7227	-0.52833	259	0.598
	여성	133	2.7594			

주) * $p<0.1$, ** $p<0.05$

<표 4-14> 연령별 주제공원에 대한 태도의 기술통계치 및 차이검증

구 분	사 례 수	평 균	표 준 편 차	t	df	Sig.
공원자체 매력성	20대이하	185	3.4347	0.538976	252	0.590
	30대이상	69	3.3892			
이용비용 만족도	20대이하	184	2.4873	-1.83177*	94	0.070
	30대이상	68	2.6569			
공원의 접근유인성	20대이하	91	2.8901	0.802356	133	0.424
	30대이상	44	2.8068			
편의시설 만족도	20대이하	169	2.9408	-0.86073	233	0.390
	30대이상	66	3.0227			
공원내 대기성	20대이하	190	2.7632	1.026291	259	0.306
	30대이상	71	2.6831			

주) * $p<0.1$

직업별 차이에서는 <표 4-16>에 나타난 바와 같이 통계적으로 유의성이 없는 것
으로 분석되었다. 회사원 및 공무원, 학생 및 주부, 상업 및 회사원, 그리고 전문직
및 기술적으로 구분화한 후에 이들 직업 집단간에 차이 검증은 본 연구에서 나타난

결과에 의하면 유의하지 않는 것으로 조사되었다.

<표 4-15> 직업별 주제공원에 대한 태도의 기술통계치

구분		사례수	평균	표준편차	표준오차
공원자체 매력성	회사원 및 공무원	80	3.4000	.5707	6.381E-02
	학생, 주부	78	3.3718	.5237	5.929E-02
	상업 및 서비스업	38	3.4962	.6498	.1054
	전문 및 기술직	58	3.4729	.6928	9.096E-02
	합계	254	3.4224	.5978	3.751E-02
이용비용 만족도	급여근로자	81	2.5062	.5942	6.602E-02
	비급여생활자	73	2.5890	.4213	4.931E-02
	자영서비스	41	2.5528	.7134	.1114
	전문기술직	57	2.4854	.5878	7.786E-02
	합계	252	2.5331	.5687	3.582E-02
공원의 접근유인성	급여근로자	41	2.8415	.6066	9.474E-02
	비급여생활자	31	2.9194	.5642	.1013
	자영서비스	23	2.6304	.4577	9.544E-02
	전문기술직	40	2.9750	.5541	8.761E-02
	합계	135	2.8630	.5646	4.859E-02
편의시설 만족도	급여근로자	75	3.0267	.7347	8.484E-02
	비급여생활자	71	2.9296	.6285	7.459E-02
	자영서비스	34	3.0000	.5365	9.202E-02
	전문기술직	55	2.9000	.6484	8.742E-02
	총계	235	2.9638	.6552	4.274E-02
공원내 대기성	급여근로자	83	2.6867	.5669	6.223E-02
	비급여생활자	79	2.7848	.5231	5.885E-02
	자영서비스	39	2.6923	.6028	9.652E-02
	전문기술직	60	2.7917	.5770	7.450E-02
	총계	261	2.7414	.5609	3.472E-02

<표 4-16> 직업별 주제공원에 대한 태도의 차이검증

구분		자승합	df	평균자승	F	Sig.
공원자체 매력성	집단간	.595	3	.198	.552	.647
	집단내	89.824	250	.359		
	총계	90.419	253			
이용비용 만족도	집단간	.433	3	.144	.443	.722
	집단내	80.736	248	.326		
	총계	81.169	251			
공원의 접근유인성	집단간	1.863	3	.621	1.992	.118
	집단내	40.852	131	.312		
	총계	42.715	134			
편의시설 만족도	집단간	.648	3	.216	.500	.683
	집단내	99.795	231	.432		
	총계	100.443	234			
공원내 대기성	집단간	.642	3	.214	.678	.566
	집단내	81.151	257	.316		
	총계	81.793	260			

2. 주제공원 운영과 관련된 기타 요인 분석

주제공원 운영과 관련된 기타 요인 분석에서 다루어진 변수들은 이분화 복수응답으로써 응답사례수가 설문사례수를 초과할 수 있다. 즉 한 사람이 하나의 항목에도 표시하지 않을 수도 있고 모든 항목에 표시할 수도 있으므로, 만약 1개 이상의 항목에 표시하게 되면 설문사례수를 초과할 수 있도록 구성되어 있다.

1) 주제공원 이용시 만족사항 및 불만족사항

주제공원을 방문하여 만족한 사항과 불만족한 사항을 조사한 결과, <표 4-17>에 나타난 바와 같이 만족사항으로써 가장 빈도가 높은 항목은 깨끗한 환경이었으며, 이는 응답의 34.6%에 해당하는 것이다. 또한 두번째로 많은 빈도를 차지한 항목은 휴식시설 및 공간에 대하여 만족스럽다는 것이었으며, 이어 다양한 볼거리가 이어졌다. 반면, 저렴한 가격이나 관람안내 및 홍보 그리고 직원의 친절은 극히 낮은 빈도

를 나타냈다.

이에 반하여 불만사항으로 가장 많은 빈도를 차지한 것은 비싼 가격이었으며, 다음으로 관람안내 및 홍보미비, 편의시설의 부족 등이 차지하고 있어, 주제공원으로써 개선되어야 할 사항을 지적해 주고 있다.

특히 <표 4-18>에 나타난 바와 같이 쇼핑시의 불만요소로 가장 많은 빈도를 차지한 항목은 가격이 비싸다(61.0%)는 것이 가장 큰 문제였으며, 다음으로 상품이 조잡한 것도 문제점(31.3%)으로 지적되었다.

<표 4-17> 주제공원에 대한 만족사항

구분		빈도(개)	응답수별 비율(%)	사례별 비율(%)
만족사항	다양한 볼거리	58	22.3	26.1
	직원의 친절	5	1.9	2.3
	휴식시설 및 공간	69	26.5	31.1
	저렴한 가격	3	1.2	1.4
	관람안내 및 홍보	3	1.2	1.4
	깨끗한 환경	90	34.6	40.5
	타공원과의 차별성	32	12.3	14.4
합계	260	100.0	117.1	
비고		41 missing cases; 222 valid cases		
불만사항	특색없다	28	12.1	14.0
	직원의 불친절	14	6.1	7.0
	편의시설 부족	50	21.6	25.0
	비싼 가격	80	34.6	40.0
	관람안내 및 홍보미비	59	25.5	29.5
	합계	231	100.0	115.5
비고		63 missing cases; 200 valid cases		

<표 4-18> 쇼핑시 불만사항

불만족요소	빈도(개)	응답수별 비율(%)	사례별 비율(%)
가격비싸다	119	61.0	64.3
점원의 불친절	7	3.6	3.8
조잡한 물건	61	31.3	33.0
부적합한 주변시설물	8	4.1	4.3
합계	195	100.0	105.4
비고		78 missing cases; 185 valid cases	

2) 주제공원 재방문 의사

응답자들이 주제공원을 재방문할 경우, 그렇게 하겠다는 이유로 가장 많은 빈도를 차지한 항목은 <표 4-19>에 나타난 바와 같이 주변관광지(48.4%)때문인 것으로 응답하였다. 그 외에 볼거리가 많다(34.0%)는 응답도 상당히 높았으나 직원친절이나 저렴한 가격을 이유로 다시 방문하겠다는 응답은 현저히 낮았다.

응답자들이 제주지역의 주제공원에 대하여 만족하였을 경우에는 다른 사람에게 방문을 권유할 수도 있으나, 그렇지 못한 경우 권유를 하지 않을 것이다. 다른 사람에게 권유하지 않을 경우 그 이유로는 <표 4-20>에 나타난 바와 같이 특색이 없기 때문(31.1%)이며, 다음으로 비싼가격(28.5%), 휴식공간부족(19.2%) 순으로 나타났다.

<표 4-19> 주제공원 재방문 이유

만족요소	빈도(개)	응답수별 비율(%)	사례별 비율(%)
볼거리많다	73	34.0	35.1
직원친절	4	1.9	1.9
잘된 편의시설	28	13.0	13.5
저렴한 요금	6	2.8	2.9
주변관광지	104	48.4	50.0
합계	215	100.0	103.4
비고	55 missing cases; 208 valid cases		

<표 4-20> 주제공원에 대한 비권유 이유

비권유 이유	빈도(개)	응답수별 비율(%)	사례별 비율(%)
특색없다	47	31.1	34.6
직원불친절	8	5.3	5.9
휴식공간부족	29	19.2	21.3
비싼 가격	43	28.5	31.6
불편한 교통	24	15.9	17.6
합계	151	100.0	111.0
비고	127 missing cases; 136 valid cases		

3) 주제공원의 운영개선 요소

주제공원에서 시급히 개선해야 할 사항중의 하나는 <표 4-21>에 나타난 바와 같이 다양한 볼거리(39.4%)로 지적되었으며, 다음으로 편의시설확대, 홍보활동 등의 순

으로 분석되었다. 그러나 공원규모확대(5.5%)나 직원교육강화(6.2%)는 상대적으로 낮은 빈도를 보였다. 다시 말하면 직원에 대한 불친절 정도는 깊게 인식하면서도 주제공원의 운영개선 요소로는 크게 중요하게 여기지는 않는 사항으로 보고 있는 것으로 조사되었다.

<표 4-21> 운영개선요소

개선요소	빈도(개)	응답수별 비율(%)	사례별 비율(%)
위락시설확대	32	11.1	12.7
편의시설확대	63	21.8	25.1
홍보활동	46	15.9	18.3
공원규모확대	16	5.5	6.4
직원교육강화	18	6.2	7.2
다양한 볼거리	114	39.4	45.4
합계	289	100.0	115.1
비고	12 missing cases; 251 valid cases		



이를 주제공원의 방문형태 및 제주관광행태에 따라 구체적으로 살펴보면, <표 4-22>에 나타난 바와 같이 주제공원의 방문목적에 따라 살펴볼 때 교육적 효과를 고려하여 방문한 경우에는 다양한 볼거리(44.0%)가 가장 높은 빈도를 나타냈고 다음으로 편의시설확대(28.0%), 홍보활동 등의 순으로 나타났다. 이러한 경향은 주변관광지를 방문하다가 주제공원을 들린 경우에도 나타났다. 그러나 방문목적이 휴식 및 위락인 경우는 다양한 볼거리(39.4%)가 가장 높은 빈도를 나타낸 것은 동일하나, 두 번째로 많은 빈도를 나타낸 항목이 홍보활동(18.1%), 편의시설확대(17.0%) 등으로 나타나, 상대적으로 홍보활동의 중요성이 휴식 및 위락목적의 관광객에게 중요하게 나타나고 있다.

<표 4-22> 주제공원의 방문목적에 따라 살펴본 운영개선요소

구분	교육	휴식 및 위락	인근방문	기타	줄간합계
위락시설확대	1명 3.1% 4%	14명 43.8% 14.9%	13명 40.6% 11.7%	4명 12.5% 6.9%	32명 11.1%
편의시설확대	7명 11.1% 28%	16명 25.4% 17%	25명 39.7% 22.5%	15명 23.8% 25.9%	63명 21.9%
홍보활동	3명 6.5% 12%	17명 37% 18.1%	18명 39.1% 16.2%	8명 17.4% 13.8%	46명 16%
공원규모확대	1명 6.3% 4%	5명 31.3% 5.3%	8명 50% 7.2%	2명 12.5% 3.4%	16명 5.6%
직원교육강화	2명 11.1% 8%	5명 27.8% 5.3%	10명 55.6% 9%	1명 5.6% 1.7%	18명 6.3%
다양한 볼거리	11명 9.7% 44%	37명 32.7% 39.4%	37명 32.7% 33.3%	28명 24.8% 48.3%	113명 39.2%
열간합계	25명 8.7%	94명 32.6%	111명 38.5%	58명 20.1%	288명 100%

주) 빈도, 줄간비율, 열간비율 등이 순차적으로 표시됨.

<표 4-23>은 주제공원 방문시에 주제공원의 운영개선 요인으로 부부동반으로 주제공원을 방문한 경우에는 다양한 볼거리(37.3%)가 가장 많은 빈도를 보여 주었고, 이어 편의시설확대, 홍보활동순으로 개선사항을 들고 있다. 친구 및 동료가 동반자인 경우도 역시 다양한 볼거리(43.5%)가 최우선순위였으며, 다음으로 공원규모확대 및 편의시설확대 등으로 나타났다.

<표 4-23> 여행동반자에 따라 살펴본 운영개선요소

구분	부부	친구동료	기타	출간합계
위락시설확대	24명	6명	2명	32명
	75%	18.8%	6.3%	11.1%
	13%	9.7%	4.8%	
편의시설확대	41명	11명	11명	63명
	65.1%	17.5%	17.5%	21.8%
	22.2%	17.7%	26.2%	
홍보활동	30명	8명	8명	46명
	65.2%	17.4%	17.4%	15.9%
	16.2%	12.9%	19%	
공원규모확대	11명	5명	0명	16명
	68.8%	31.3%	0%	5.5%
	5.9%	8.1%	0%	
직원교육강화	10명	5명	3명	18명
	55.6%	27.8%	16.7%	6.2%
	5.4%	8.1%	7.1%	
다양한 볼거리	69명	27명	18명	114명
	60.5%	23.7%	15.8%	39.4%
	37.3%	43.5%	42.9%	
열간합계	185명	62명	42명	289명
	64%	21.5%	14.5%	100%

주) 빈도, 출간비율, 열간비율, 등이 순차적으로 표시됨.

제주관광의 여행기간에 따른 분석결과 <표 4-24>를 보면 2박3일 이하나 3박4일 이상의 두집단이 모두 동일한 경향을 보이고 있다. 즉 2박3일 이하의 여행기간을 가진 집단은 다양한 볼거리(38.2%), 편의시설확대(22.1%), 그리고 홍보활동(19.1%) 등의 순으로 나타났고, 3박4일 이상의 여행일정을 가진 집단 역시 다양한 볼거리(40.7%), 편의시설확대(16.3%), 그리고 홍보활동(14.5%) 등으로 나타나, 단기체재자 집단이 편의시설확대 및 홍보활동을 강조한 반면, 장기체재집단은 다양한 볼거리를 핵심으로 여러 항목에 걸쳐 중요도가 분산되어 있다고 볼 수 있다.

<표 4-24> 여행일정에 따라 살펴본 운영개선요소

구분	2박3일이하	3박4일이상	주간합계
위락시설확대	9명 28.1% 13.2%	23명 71.9% 10.7%	32명 11.3%
편의시설확대	15명 24.6% 22.1%	46명 75.4% 21.5%	61명 21.6%
홍보활동	13명 29.5% 19.1%	31명 70.5% 14.5%	44명 15.6%
공원규모확대	3명 18.8% 4.4%	13명 81.3% 6.1%	16명 5.7%
직원교육강화	2명 12.5% 2.9%	14명 87.5% 6.5%	16명 5.7%
다양한 볼거리	26명 23% 38.2%	87명 77% 40.7%	113명 40.1 %
일간 합계	68명 24.1%	214명 75.9%	282명 100%

제주관광의 행태 즉 제주관광의 목적에 따른 분석결과<표 4-25>를 살펴보면 수학여행객은 다양한 볼거리(45.2%)가 주를 이루고 있으며, 편의시설확대(19.4%)가 다음을 차지한다. 또한 신혼여행이 여행목적인 집단도 다양한 볼거리(37.2%), 편의시설확대(24.0%), 그리고 홍보활동(15.8%) 등의 순으로 나타나 동일한 순위를 보이고 있다. 다만 신혼여행이 여행목적인 집단은 위락시설의 확대에도 상당한 비중을 두는데 반해 수학여행이 여행목적인 집단은 상대적으로 이 항목에 대해 낮은 비율을 보인다.

다.

<표 4-25> 제주여행의 목적에 따른 운영개선요소

구분	수학여행	신혼여행	기타	주간합계
위락시설확대	2명	22명	8명	32명
	6.3%	68.8%	25%	11.1%
	6.5%	12%	10.7%	
편의시설확대	6명	44명	13명	63명
	9.5%	69.8%	20.6%	21.8%
	19.4%	24%	17.3%	
홍보활동	4명	29명	13명	46명
	8.7%	63%	28.3%	15.9%
	12.9%	15.8%	17.3%	
공원규모확대	3명	10명	3명	16명
	18.8%	62.5%	18.8%	5.5%
	9.7%	5.5%	4%	
직원교육강화	2명	10명	6명	18명
	11.1%	55.6%	33.3%	6.2%
	6.5%	5.5%	8%	
다양한 볼거리	14명	68명	32명	114명
	12.3%	59.6%	28.1%	39.4%
	45.2%	37.2%	42.7%	
합계	31명	183명	75명	289명
	10.7%	63.3%	26%	100%

제5장 요약 및 결론

제주도는 한라산을 중심으로 아열대·온대·냉대에 걸쳐 다양하고 풍부한 식생을 보유하고 있을 뿐만 아니라 기생 화산, 용암굴 등 자연 자원과 민속, 전설 및 토속문화 등의 인문·사회학적 자원이 비교적 잘 보존되어 있는 훌륭한 관광자원을 보유하고 있다. 이러한 자연환경 및 인문환경을 바탕으로 현재 제주도는 국제적인 관광도시로 발돋움하기 위해 독자적인 종합개발계획을 수립하여 개발이 계속 이루어지고 있으며, 최근에 메가리조트개발 그리고 국제적인 자유무역지대로의 발전을 위한 계획이 진행중에 있다.

우리나라에서는 최고의 관광지로 알려진 제주도가 많은 관광객이 찾으면서 주제공원의 숫자도 증가할 뿐만 아니라 주제공원 이용객수도 매년 증가하고 있다. 그러나 휴양지에 위치한 주제공원은 도시 근방에 위치하고 있는 주제공원과 비교할 때 주제의 성격이나 운영상에서도 그 차이점이 있어야 할 것이다. 따라서 본 논문은 휴양지에 위치하고 있는 관광지 특히 관광객이 많이 찾는 휴양지의 주제공원의 이용객들의 특성을 살펴봄으로써 주제공원을 효율적으로 운영하여 지속적인 관람객 수요 창출에 도움을 주고자 하는데 그 목적이 있다.

먼저 주제공원에 관한 이론적 배경으로서 주제공원의 개념 및 본질, 그리고 특성을 살펴보았고, 주제공원에 대한 국내외의 현황을 분석하였다. 문헌연구를 통한 주제공원의 이론을 바탕으로 연구모형을 설정하고 이를 검증하기 위해 주제공원 이용객을 대상으로 설문지를 통해 자료를 수집하였다. 즉 주제공원을 방문하는 관람객을 대상으로 주제공원 특성에 따른 공원 매력성, 이용비용 만족도, 공원의 접근유인성, 편의시설 만족도, 공원내 대기성 등에 대한 이용객의 태도에 대한 자료를 수집 분석하였다.

실증분석결과 및 시사점을 정리하면 다음과 같다.

주제공원 방문객들의 방문을 결정하는 요인은 주제에 대한 매력성, 접근성, 이용비용의 만족도, 편의시설의 만족도 그리고 공원내 대기성 등을 들 수가 있을 것이다. 제주도에 위치한 주제공원의 방문객들은 도민들도 다수를 차지하고 있으나 대부분 관광객들의 비중이 매우 높은 편이다.

주제공원이 성공적이 되기 위해서는 주제의 특성이 매우 강하거나 가까운 거리에 커다란 배후시장이 있는 경우일 것이다. 예를 들면, 디즈니랜드와 롯데월드 등은 주제의 특성이 강하면서 대도시에 인접해 있는 것을 알 수 있다. 제주도의 주제공원은 지역적 특성을 고려한 자연을 주제로한 경우가 대부분이다. 따라서 주제의 특성이 강하게 부각되지 않는지만 자연과의 조화를 잘 이루고 있다고 할 수 있다.

본 연구에서 나타난 주제공원 이용객의 특성은 주제에 대해서는 보통 수준을 약간 상회하는 태도를 보여주었다. 공원의 접근성에 대해서는 매우 편리하다는 생각을 가지고 있으나 이는 설문 응답자들의 구성이 신혼여행객 및 수학여행객으로 구성되어 있기 때문에 나타난 현상으로 분석된다. 편의시설 및 공원입장요금에 대해서는 보통수준의 태도를 보여주는 것으로 조사되었다.

주제공원의 방문 목적에 대해서는 공원내 대기성에서만 특별한 목적을 가지고 방문한 경우에 긍정적인 태도를 보여주는 것으로 나타났으며, 이용요금에 대해서는 친구나 친지 등이 동반한 경우가 부부동반인 경우보다 더 많은 비중을 두고 있는 것으로 나타났으나 이는 연령층에 따른 차이에서 비롯된 것으로 보인다.

관광객의 경우 제주관광의 전체 여행기간 및 제주관광의 여행 목적에 따른 주제공원 이용시의 태도에서 차이점을 보이지 않고 있다. 이와 같은 결과는 여행기간을 2박3일이하 및 3박4일이상으로 그리고 여행행태에 대해서 신혼여행, 수학여행 및 기타로 크게 구분되었기 때문으로 분석된다.

성별에 대해서는 남성보다 여성이 공원입장요금에 대해서 비싸다고 느끼고 있으며, 공원의 접근성에 대해서는 여성이 남성보다 불편하게 생각하는 것으로 나타났다. 연령에 대해서는 입장요금에 관한 30대 보다는 20대가 비싸다는 생각을 갖고 있는 것으로 나타났으나 그외의 다른 항목에 대해서는 차이점이 없는 것으로 조사되었고, 직업별에 대해서도 모든 항목에 대해 차이가 없는 것으로 조사되었다.

또한 주제공원의 운영과 관련된 조사 분석에 의하면, 주제공원을 방문하여 만족한 사항은 깨끗한 환경이었으며, 반면, 불만사항으로 가장 많은 빈도를 차지한 것은 비싼 가격이었다. 응답자들이 주제공원을 재방문하겠다는 이유로 주변관광지를 꼽았으며, 직원친절이나 저렴한 가격을 이유로 다시 방문하겠다는 응답은 낮다. 또한 응답자들이 제주지역의 주제공원 방문을 권유하지 않겠다는 이유로 가장 큰 것은 특색

이 없기 때문이었으며, 주제공원에서 시급히 개선해야 할 사항으로는 다양한 볼거리로 지적되었다.

본 논문의 한계점으로는 주제공원을 방문한 후에 설문지 조사가 이루어졌으나 응답기간이 10월로 편중되어 있어 응답자의 많은 부분이 신혼여행객 및 수학여행객으로 이루어져 전체 관광객 그리고 지역주민들에 대한 태도분석이 결여되어 있는 점을 들 수 있다. 또한 제주도내 전체 주제공원을 대상으로하지 못하고 3개의 주제공원만을 표본으로 삼은 것도 한계점으로 볼 수 있다.

제주도는 휴양지로서 주제공원 그 자체가 관광객을 유인할 수 있을 정도의 충분히 관광매력이 있어야하나 주제공원으로서의 주제에 대한 매력이 부족한 것으로 생각된다. 본 논문에서 나타난 주제공원 이용객의 태도 연구가 앞으로도 계속 이루어져 주제공원 방문자의 만족도가 제고될 수 있기를 바라며, 제주도의 특성에 맞는 주제공원이 연구를 통해 제시되어져야 할 것이다.



참고문헌

1. 국내문헌

- 강현만, “EXPO과학 주제공원의 효율적 운영방안에 관한 연구”, 경희대학교 석사학위논문, 1994.
- 김성혁·안대희, “주제공원 방문객의 만족에 관한 연구”, 대한관광경영학회 논문집 Tourism study Vol.6,1996
- 김성혁·안대희·김상희, “주제공원 속성의 고객평가에 관한 연구”, 「호텔관광경영연구」, 제10집, 세종대학교 관광산업연구소, 1995.
- 김은중·박승, “일본에 있어서 전통 및 지역성을 주제로한 테마파크에 관한 연구”, 대한건축학회 논문집, 10권,8호,통권70호, 1994.
- 박종찬, “주제공원 활성화 방안에 관한 연구”, 세종대학교 경영대학원 석사논문, 1989.
- 부선자, “주제공원으로서의 성읍민속마을의 활성화 방안에 관한 실증적 연구”, 경희대학교 석사학위논문, 1993.
- 신도길, “관광지 속성과 만족도가 관광지 선택에 미치는 영향”, 영남대학교 박사학위논문, 1993.
- 이경환, “한국주제공원의 기업이미지 제고방안에 관한 연구”, 한양대학교 석사학위논문, 1994.
- 園田榮治, 월간 산업자료 252호, 1988, 신동주, “수도권내 주제공원의 마케팅 측면에서의 활성화방안에 관한 연구”, 한양대학교 관광연구소, 관광연구는 총, 1992, Vol.4, p,97에서 인용
- 이동열, “Themepark에서의 상점·경영에 관한 연구”, 경희대학교 석사학위논문, 1989.
- 정순오, “엑스포과학공원의 발전과제와 전략”, 1994.
- 정재선, “우리나라 주제공원의 개황 및 발전방향”, 관광정보, 1995.
- 조상필, “국민여가선용을 위한 주제공원개발”, 「전남발전」, 1996.
- 허태학, “Theme park 시나리오 구상”, 1997.
- 국제무역박람회조직위원회, 「대전 EXPO'93 사후활용계획」, 1990.
- 김성혁, 「관광학원론」, 형설출판사, 1994.
- 유동근, 「소비자행동이론」, 석정, 1986.

(주)엑스포과학공원, 「엑스포 과학공원 시설계획서」, 1994.
채서일, 「사회과학조사방법론」, 법문사, 1990.

2. 국외문헌

- Ady Milman, "Market Identification of A New Theme Park: An Example From central Florida," *Journal of Travel Research*, Spring 1988.
- Ady Milman, "The Role of Theme Park as a Leisure Activity for Local Communities," *Journal of Travel Research*. Winter 1991.
- Allport, Gordon W. "Attitudes," C.A.Murcnison(ed.), *A Handbook of Social Psychology* Clark University, Worcester, MA., 1935.
- Campbell, D.T. "Social Attitudes and Other Acquired Behavioral Dispositions" in S. Koch(ed.), *Psychology:A Study of science*, New York:Mcgraw-Hill, 1963.
- Gordon W. McClung, "Theme Park Selection: Factors influencing attendance," *Tourism Management*, June 1991.
- Hyman H.H. and Singer, E. "An Introduction to Reference Group Theory and Research, " in E.P. Hollander and R.G. Hunt (eds.), *Current Perspectives in Social Psychology*, New York:Oxford Univ. Press, 1976.
- J.J. Cronin and S.A. Taylor, "Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension," *Journal of Marketing*, July 1986.
- John. McEniff, "Leisure Industries," *EIU Travel & Tourism Analyst*, No 5, 1993.
- Kucukkurt, Mehmet "Factors Affecting Travel Destination Choice : An Expectancy Theory Framework for Studying Travel Behavior" , Rensselaer Polytechnic Institute, Troy, New York, 1983.
- Linn, L.S "Verbal Attitudes and Overt Behavior:A Study of Racial Discrimination, " *Social Forces*, Vol. 43, 1965.
- Luiz Moutinho, "Amusement park visitor behavior-scottosh attitudes", *Tourism Management*, December 1988.
- M.A.Blazey, "Theme Park Use by Older Persons: An Exploratory Investigation," Dissertation, The Pennsylvania State University, 1984.

- Mitchel O, and Olson, M. "Learning Theory Approach to Concept Formation" , in Gerald Zaltman and Melanie Waliendorf(eds.), *Reading in Consumer Behavior:Individuals, Groups and Organization* New York : John Wiley and Sons, 1979.
- Rokeach M. and Kliejanus, P. "Behavior as Function of Attitude Toward the Object and Attitude Toward the Situation " *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol 22, 1972.
- Sharon V. Thach and Catherine N. Axinn, "Patron Assessments of Amusement Park Attributes, " *Journal of Travel Research*, Winter 1994.
- Steve Hollenhost, David Olson, Ronal Fortney, "Use of Importance-Performance Analysis to Envaluate State Park Cabins: The Case of the West Virginia State Park System," *Journal of Park and Recreation Administration*, Vol 10(1), Spring, 1992.
- Steve Hollenhost, David Olson, Ronal Fortney, "Use of Importance-Performance Analysis to Evaluate state Park Cabins: The case of the West Virginia State Park system," *Journal of Park and Recreation Administration*, Vol 10(1), Spring 1992.
- Woodside, Arch G. Clokey, James D. and Combes, Joan M. "Similarities and Differences of Generalized Brand Attitudes, Behavioral Intentions, and Reported Behavior" , *Advances in Consumer Research*, Vol. 2, 1975.
- Wicker, A.W. "An Examination of other Variables Explanation of Attitude-Behavior Inconsistency," *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol, 10, 1971.
- Freedam, J.L. Carlsmith, J.M and Sears, D.O. *Social Psychology*, Englewood Cliffs, N.J. : Prentice-Hall, 1971: P.G. Zimbardo, E.B. Ebbesen, and C. Maslach, *Influencing Attitudes and Changing Behavior*(2nd, Ed.) Reading, Mass, : Addison-Wesley, 1977.
- Freedman, J. L., *Social Psychology*, Englewood Cliffs, N,J: Prentice-hall
- George Torkildson, *Leisure and Recreation Management*.
- M.Vogel, 1985, Out look for theme parks, proceeding of the u.s. travel DATA center's *TRAVEL OUTLOOK FORUM*(Washinton D.C.:U.S travel DATA center). 1984.
- Manual Baud-Bovy & Fred Lawson, *Tourism and Recreation Development* (Boston: CBI Publishing Company, Inc), 1977..
- ULI-The Urban Land Institute, *Recreation Development Handbook*, 1981.
- テ-マヘ-ク-テ-ユ リゾート 企劃 開發實務資料集, 종합 유니コム.

설문지

안녕하십니까?

저는 제주대학교 관광경영학과 대학원에 재학중인 학생입니다.

본 조사는 주계공원 이용자를 대상으로 하여 고객이 주계공원에 대하여 느끼는 이미지를 분석하는데 그 목적이 있습니다.

귀하께서 응답해주시는 내용은 무기명으로 처리되어 비밀이 보장되며 순수하게 학문적인 목적으로만 사용될 것이오니 솔직히 응답해 주시면 학문연구에 큰 도움이 되겠습니다.

제주대학교 경영대학원

관광경영학과

지도교수 : 최 병 길

조 사 자 : 김 시 범



* 공원방문 계획과 여행사항

1. 귀하께서는 이 공원을 관람하신적이 있습니까?
①예 ②아니오
2. 이전 방문과 비교하여 볼 때 새로운 시설들이 있습니까?
①전혀 그렇지않다 ②약간 그렇지않다 ③그저 그렇다 ④조금 그렇다
⑤매우 그렇다
3. 현재 숙박 또는 거주하시고 있는 지역은 어디입니까?
①제주지 ②서귀포 ③기타
4. 숙박지 또는 거주지에서 공원까지 오시는데 교통편은 어떠하십니까?
①매우 불편하다 ②불편하다 ③보통이다 ④편리하다 ⑤매우 편리하다
5. 귀하는 어떠한 사람들과 오셨습니까?
①사회단체 ②부부 ③여행사에서 모인단체 ④가족, 친지 ⑤친구, 직장동료

6. 이 공원을 방문한 목적은 무엇입니까?
 ①교육적 가치 ②휴식 ③놀이시설 이용 ④인근관광지에 왔다가 ⑤기타
7. 관광객이라면 제주에 몇일 관광을 계획하고 오셨습니까?
 ①당일 ②1박 2일 ③2박 3일 ④3박 4일 ⑤그 이상
8. 제주방문형태는 어느 경우입니까?
 ①단독 ②단체관광 ③수학여행 ④신혼여행 ⑤회의참석 및 사업상
 ⑥친지방문 ⑦기타
9. 이 공원에서는 몇 시간 정도 머무르셨습니까?
 ①1시간 ②1~2시간 ③2~3시간 ④3~4시간 ⑤5시간 이상
10. 이 공원의 이용시설에 대해서는 만족하십니까?
 ①전혀 그렇지않다 ②약간 그렇지않다 ③그저 그렇다 ④조금 그렇다
 ⑤매우 그렇다
11. 만족하셨다면 어떤 부분에 만족하십니까?
 ①다양한 볼거리 ②직원이 친절하다 ③잘 꾸며진 휴식시설 및 공간
 ④가격이 저렴하다 ⑤관람안내 및 홍보시설 ⑥깨끗한 환경
 ⑦다른공원과 비교 색다르다
12. 불만족하셨다면 어떤 부분에 불만족하십니까?
 ①다른 관광지와 색다른게 없다 ②직원이 불친절하다 ③편의시설이 부족하다
 ④가격이 비싸다 ⑤관람안내 및 홍보시설물 부족
13. 이 공원을 구경하시는데 혼잡하다고 느끼셨습니까?
 ① 전혀 그렇지않다 ②그렇지 않다 ③보통이다 ④그렇다 매우 ⑤그렇다
14. 공원내의 구경거리가 다양하다고 생각하십니까?
 ①전혀 그렇지않다 ②그렇지 않다 ③보통 ④그렇다 ⑤매우 그렇다
15. 아이들의 교육적 효과가 좋은 곳이라고 생각하십니까?
 ①전혀 그렇지않다 ②그렇지 않다 ③보통 ④그렇다 ⑤매우 그렇다
16. 다른 공원들보다 더 큰 흥미와 매력을 느끼십니까?
 ①전혀 그렇지않다 ②그렇지 않다 ③보통 ④그렇다 ⑤매우 그렇다

17. 귀하는 이 공원 방문을 다른 사람에게 권유하시겠습니까?
 ①절대 안하겠다 ②안하겠다 ③생각해 보겠다 ④하겠다 ⑤꼭 하겠다
18. 권유를 안 하신다면 어떠한 이유로 안 하시겠습니까?
 ①다른관광지와 색다른게 없다 ②직원이 불친절하다 ③휴식공간이 부족하다
 ④가격이 비싸다 ⑤교통편이 안좋다
19. 기회가 있다면 이 공원에 다시 오시겠습니까?
 ①절대 안오겠다 ②안 오겠다 ③그저 그렇다 ④오겠다 ⑤꼭 오겠다
20. 오신다면 어떠한 이유로 오시겠습니까?
 ①볼거리가 많다 ②직원이 친절하다 ③잘 꾸며진 편의시설 ④요금부담이 적다 ⑤주변에 관광지가 있어서 쉽게 둘러 볼 수 있다.
21. 방문전의 기대와 실제 경험에 대한 평가를 내리신다면?
 ①매우불만족 ②불만족 ③보통 ④만족 ⑤매우 만족
22. 공원내의 편의시설(화장실 및 휴식공간·커피숍)에 대해 만족했습니까?
 ①전혀 그렇지않다 ②그렇지 않다 ③보통 ④그렇다 ⑤매우 그렇다
23. 공원내의 쇼핑에 대해서는 어떻게 생각하십니까?
 ①전혀 그렇지않다 ②그렇지 않다 ③보통 ④그렇다 ⑤매우 그렇다
24. 공원내 쇼핑가운데 불만족부분이 있다면 다음중 어느것에 해당됩니까?
 ①가격이 비싸다 ②점원이 불친절하다 ③물건이 조잡하다 ④주변시설물이 안좋다
25. 공원내 위락시설(유홍·오락)이용은 만족하셨습니다?
 ①전혀 그렇지않다 ②그렇지 않다 ③그저 그렇다 ④조금 그렇다 ⑤매우 그렇다
26. 공원내 직원들이 친절하다고 생각하십니까?
 ①전혀 그렇지않다 ②그렇지 않다 ③보통이다 ④그렇다 ⑤매우 그렇다
27. 안내표지판, 팸플렛이 잘 되어 있어 시설물 이용이 편리하다고 생각하십니까?
 ①전혀 그렇지않다 ②그렇지않다 ③보통 ④그렇다 ⑤매우 그렇다
28. 공원방문 소요경비가 예상했던 것과 비교해서 어떠했습니까?
 ①매우 비싸다 ②비싸다 ③보통이다 ④싸다 ⑤매우 싸다

29. 다른 공원들과 비교할때 총경비는 어떠했습니까?
 ①매우 적었다 ②적었다 ③보통이다 ④많았다 ⑤매우 많았다
30. 관람료의 수준은 적정하다고 생각하십니까?
 ①매우 비싸다 ②비싼 편이다 ③보통이다 ④싼 편이다 ⑤매우 싼편이다
31. 이 공원은 주변의 자연환경과 잘 어울린다고 생각하십니까?
 ①예 ②아니오
32. 이 공원의 운영개선을 위해서는 어느점에 치중해야 한다고 생각하십니까?
 ①위락시설(다양한 행사, 놀이기구)확대 ②편의시설확대 ③홍보활동 및 선전
 ④공원규모확대 ⑤직원교육강화 ⑥다양한 볼거리 제공
33. 귀하께서는 어디에서 오셨습니까?
 ①육지지역 ②제주지역 ③기타
34. 이 공원에서 가장 흥미로웠던 부분은 어떤 곳 이였습니까?
 ()
35. 귀하의 성별은? 남 성() 여 성()
36. 귀하의 연령? (만 세)
37. 귀하의 직업은?
 ①상업 ②회사원 ③공무원 ④학생 ⑤주부 ⑥서비스업 ⑦전문직
 ⑧기술직 ⑨기타

- 대단히 고맙습니다 -

THE DEMONSTRATIVE STUDY ON THE TOURISTS' ATTITUDE OF THE THEME PARK IN CHEJU REGION

Shi-bum Kim

Department of Tourism Management

Graduate School of Business Administration

Cheju National University

Summary

I. An Introduction

The theme park is generally considered to materialize self-achievement with joining in its program by exuviating the realities of a life, making good use of the psychology to free themselves from an insipid repititious daily life in the cobweb-like puzzled structure of a life modern people. The theme park is being developed in various ways can proffer not only a variety of programs made up of the world of a fantasy, adventure and the other diversified programs but also a historical change of ecological system as a way of educational side.

In spite of such a fact as above development and efforts, a number of tourists have been relatively tending downwards, and so many-sided theme park in the tourism market of Cheju region should be considered to form to satisfy the tourists' attentive desire of leisure seeking for diversity, many-sidedness, and idiosyncrasy of the tour itself. In case that the above mentioned requirements can't be solved, the demand of viewing the theme park seems to be steadily decreasing. Therefore the study on the theme park is strongly required to continuously create the demand of the viewing as the fixed amicable place to provide the tourists with an amusement, impression, and delight jointed together with the surroundings.

II. Objectives.

The theme park of the tourists in Cheju-do Island has been limited only in making use of natural resources but now began increasing the magnetic power of tourists' resources jointed together with the natural resources. In that manner, most of the theme parks are dispersed around in Cheju region. Therefore this study focused on showing the reason analysis of the attitude how differently the tourists use the theme park and effected an inspection of evidence by sampling the characteristics of a dependent variable.

1) An Introduction

2) A Theological Consideration: the conception of the theme park, consideration on the attitude of the users and the preceding studies.

3) A Theological Consideration: the present using status of the domestic and foreign theme park.

4) The Analysis of the Substantial Data

5) Conclusion

III. Methodology

This study is completed by carrying out the theological and substantial approach. The domestic and foreign textbooks are widely used as references and the survey of the study with the method of questionnaires is done next to the reference books. 300 questionnaires have been distributed to the tourists viewing 3 theme parks of Cheju region. Among 300 questionnaires, 270 collected and 263 used for the analysis of this study. SPSS for Windows Release 8.0, the social and science statistic package, were used for the substantial analysis. The attitude toward the theme park is used the relevant variables for the analysis, and divided into 5 different factors, and the variables which doesn't distribute to the

factors are excluded here and included in a dependent variable. The variable of the tour attitude and the special variable of population statistics is considered as an independent variable and then substantiated the difference of the attitude of the theme park. Furthermore the coherent relation analysis is carried out to catch the relation of independent variables showing the attitude of the theme park. T-test is used for sex, age, and the period of tour in time for difference evidence, 2 comparative objects. Oneway ANOVA is used for the independent variable such the accompanying visitors who has more than 2 objects. Tukey(0.05) is used for an ex facto evidence in time for Oneway ANOVA analysis.

IV. Findings

The datum analysis of the substantial investigation is as follows;

- 1) There has been a difference according to the kind of the tour.
- 2) There has been also a difference according to the population statistic characteristics.

V. Conclusion

This study is reached to show that the theme park is considered to keep the circumstances clean, and the cost should be reasonable, and the employees should be also kind to the tourists. Such pre-requirements should be done to keep pace with foreign competitive park and ready in mind to proffer merrying rest-place and a pleasure resort.