

| SRI-기본-2017-07 |

선택실험법을 활용한 광교호수공원의 가치 추정

The Value Estimation for the Gwanggyo Lake Park by Using Choice Experiment

송화성

연구진

연구책임자 송화성 (수원시정연구원 연구위원)
참여연구원 김기현 (수원시정연구원 연구원)
김남수 (수원시정연구원 연구원)

연구 자문위원

강영애 (한국관광공사 전문위원)
곽소윤 (한국환경정책평가연구원 부연구위원)
김 현 (단국대학교 녹지조경학과 교수)
박석희 (경기대학교 관광개발학과 교수)
엄서호 (경기대학교 관광개발학과 교수)
이은승 (남서울대학교 관광경영학과 교수)
한경동 (한국외국어대학교 경제학부 교수)

© 2017 수원시정연구원

발 행 인 이재은
발 행 처 수원시정연구원
경기도 수원시 권선구 수인로 126 더함파크
(우편번호) 16429
전화 031-220-8001 팩스 031-220-8060
<http://www.suwon.re.kr>
인 쇄 2017년 10월 31일
발 행 2017년 10월 31일
디 자 인 아이큰커뮤니케이션 Tel.031-245-5500
I S B N 979-11-87778-79-0 (93320)

이 보고서를 인용 및 활용 시 아래와 같이 출처 표시해 주십시오.

송화성. 2017. 「선택실험법을 활용한 광고호수공원의 가치추정」. 수원시정연구원.

비매품

국문 요약

삶의 질에 대한 인식이 높아지며 여가·관광자원 개발에 대한 정책적 중요성이 강조되고, 더불어 여가·관광자원이 지니고 있는 가치에 대한 관심도 늘어나고 있다. 이와 동시에 여가·관광자원에 대한 접근방식과 해당 자원이 지닌 가치의 범주도 보다 다양해지고 넓어지고 있다. 이에 본 연구에서는 여가·관광자원이 지닌 다양한 속성별 가치를 특정 자원의 특성에 맞게 유형화하고 세부 속성별 가치를 추정하고자 하였다.

도심공원은 아름다운 자연경관과 휴식공간을 제공하는 동시에 각종 공연과 행사들이 진행되는 문화공간이기에 다양한 기능들이 복합적으로 설치되어있다. 또한 해당 공원의 특성과 위상에 따라 이용객이 공원에 소구하는 기능이 다르다. 본 연구의 대상인 광교호수공원은 국내 호수공원 중 가장 큰 규모이며 휴양 및 여가공원으로서 이용객에게 심신단련, 야외활동 및 각종 문화행사 등을 제공하고 있다. 지역민을 위한 휴식·운동의 공간에서 복합 문화공간이자 관광자원으로 활용되고 있는 해외 선진사례들을 감안할 때, 그에 못지않은 시설과 프로그램을 구축한 광교호수공원은 지역민을 위한 공간에서 나아가 수원시의 대표적인 여가·관광자원으로서의 활용 가능성을 보유하고 있다.

따라서 본 연구는 전통적인 공원의 기능부터 여가·관광지로서의 기능까지 현재 보유하고 있는 속성뿐만 아니라 향후 해당 자원의 가치와 함께 이용자들의 효용을 극대화할 수 있는 속성을 세분화하여 분석해보고자 하였다. 이러한 연구목적을 달성하기 위하여 가치 평가법 중 세부 속성별 가치 추정에 용이한 선택실험법을 사용하였다. 선택실험에 앞서 수원의 주요관광자원 및 광교호수공원의 현황분석을 통해 여가·관광자원으로서 광교호수공원의 중요성과 문제점을 다각도로 알아보았으며, 국내외 유사시설과의 비교분석을 통해 해당 자원의 특성과 수준을 도출하였다. 현황 및 사례결과 분석 결과를 바탕으로 한 광교호수공원의 속성은 크게 공원조성 수준, 다양한 활동제공, 편의 정도로 구분하였으며, 각각 3단계의 수준을 구체적인 사례를 중심으로 계층화하였다. 해당 결과는 실험의 객관적 타당성 제고를 위해 전문가 조사를 통해 보완하였다.

선택실험은 광교호수공원 방문객 652명을 대상으로 실시되었으며, 선택실험을 통한 결과해석 및 정책 방향설정을 위해 선택실험을 위한 항목 외에 동반 유형, 목적 및 체류시간, 공원 가치인식평가, 거주지 등을 조사하였다. 조사결과는 일반 이용실태과약을 위해 빈도분석과 교차분석을 사용하였고, 조건부 로짓모형을 통해 한계지불의사금액을 추정하였다.

선택실험결과 광교호수공원의 속성별 한계지불의사금액은 공원조성 수준 9,663원, 편의 정도 7,201원, 다양한 활동제공 6,885원의 순이며, 총액은 23,750원으로 나타났다. 세부

속성별 가치에 대한 중요도 인식은 전문가 조사결과와 유사한 것으로 나타났다. 해당 결과를 지역주민과 외지인으로 나누어서 비교해본 결과, 지역민의 지불의사가 외지인대비 큰 것으로 나타났다. 세부적으로 지역민은 공원조성수준에 대한 편익을 높게 평가한 반면 상대적으로 외지인은 다양한 활동제공과 편의정도에 더 많은 지불의사를 밝힌 것으로 나타났다. 해당 결과에 따르면 광교호수공원의 이용객은 일반적인 공원 기능을 가장 높게 평가하는 것으로 나타났다. 그러나 이용객은 공원의 다양한 활동제공이나 편의정도에 대한 수요도 높았다는 점도 유의해야 할 것이다. 특히 광교호수공원이 2013년 11월에 개장하였고 조사시점이 2017년 5월 이므로, 약 3년 정도의 짧은 역사에 비추어 공원의 일반 기능 외에 공원 자체가 지니고 있는 자원의 다양한 가치 및 가능성에 대한 인식은 비교적 높다고 볼 수 있다.

현재 광교호수공원은 자연생태 및 문화프로그램을 다양한 연령층이 참여할 수 있도록 세분화하는 등 일반 도심공원에서 환경친화적 여가공간으로 진화하려는 노력이 경주되고 있다. 해외의 이화원과 메디슨 호수가 일반 공원 기능에서 나아가 가지고 있는 수변 및 생태자원으로 활용하여 국가를 대표하는 여가·관광지로 자리매김했다는 점을 주목해야 한다. 여가·관광지로서 부상하기 위해서 광교호수공원은 현재 지적받고 있는 대중교통수단 및 주차공간 부족 등의 접근성 문제, 공원 내에서 이뤄지는 프로그램과 축제·이벤트의 홍보 및 질 관리 부족으로 인한 참여도 저하 등을 해결해야 할 것이다. 특히 역사·문화도시인 수원시에 위치하고 있으며, 원천유원지·신대호수 등 지역 대표 수변 관광지에 조성된 만큼 역사, 문화 그리고 수변을 활용한 다양한 콘텐츠와 함께 관련 볼거리, 즐길거리와 할거리를 기획하고 주변 관광지 및 관광상품과의 연계를 통해 그 정체성을 공고히 하여 국가 대표 생태수변공원으로서의 자리매김해야 할 것이다.

주제어: 광교호수공원, 선택실험법, 경제적 가치 평가, 수변자원, 여가·관광자원

| 차례 |

제1장 서론	1
제1절 연구의 배경 및 목적	1
1. 연구배경	1
2. 연구목적	2
제2절 연구의 범위 및 방법	3
1. 연구범위	3
2. 연구방법	3
제2장 선행연구 고찰 및 이론적 논의	5
제1절 관광자원의 가치	5
1. 관광자원의 정의 및 분류	5
2. 관광자원 가치 정의 및 분류	7
제2절 관광자원의 가치추정 방법	9
1. 유형별 관광자원 가치추정 방법	9
2. 관광자원의 비사용가치 추정 방법	10
3. 선택실험법을 활용한 관광자원 가치추정 연구	12
제3장 현황 및 사례분석	19
제1절 수원 관광자원 및 광고호수공원 현황	19
1. 수원 주요 관광자원 현황분석	19
2. 광고 호수공원의 현황 및 이용실태	28
제2절 국·내외 유사시설 사례 분석	36
1. 사례 분석의 개요	36
2. 국내·외 시설 사례분석	38
제3절 시사점	53
1. 관광자원 현황 분석	53
2. 국·내외 유사시설 사례 분석	54

제4장 실험설계 및 분석방법	57
제1절 가치속성 및 수준 결정	57
1. 주요 선행연구의 관광자원 가치 속성 및 수준	57
2. 광고호수공원 가치 속성 및 수준	63
3. 전문가 조사	65
제2절 선택실험법 적용 방법	68
1. 실험설계	68
2. 분석모형	69
제5장 분석결과	73
제1절 공원 이용객 일반 실태조사 결과	73
1. 조사개요	73
2. 조사결과	75
3. 시사점	85
제2절 광고호수공원 가치추정 결과	87
1. 가치속성별 지불의사액 추정 결과	87
2. 지역주민과 외지인의 속성별 선호 비교	89
3. 시사점	91
제6장 결 론	93
제1절 연구요약 및 시사점	93
제2절 정책적 제언	95
1. 수원의 대표 관광자원으로서의 도약을 위한 접근성 개선	95
2. 프로그램 및 각종 행사의 테마화 및 정례화	96
3. 주변 관광자원과의 연계 코스 및 상품 개발	96
참고 문헌 	99

| 표 차례 |

<표 2-1> 관광자원 유형	6
<표 2-2> 조건부가치추정법을 활용한 최근 관광자원 가치추정 연구	10
<표 2-3> 조건부가치추정법과 선택실험법 장단점 비교	12
<표 2-4> 선택실험법을 활용한 관광자원 가치추정 관련 주요 국내 선행연구	13
<표 2-5> 선택실험법을 활용한 관광자원 가치추정 관련 주요 해외 선행연구	16
<표 3-1> 수원시 문화재 보유 수	19
<표 3-2> 수원의 산림 및 수자원 현황	20
<표 3-3> 수원의 공원 현황	20
<표 3-4> 수원의 박물관 현황	21
<표 3-5> 수원의 공연시설 현황	21
<표 3-6> 문화거리 현황	22
<표 3-7> 전통시장 코스	23
<표 3-8> 팔색길 관광코스	24
<표 3-9> 수원시 시티투어코스 현황	25
<표 3-10> 수원시 지역축제 현황	26
<표 3-11> 광교호수공원 주요 교통편 현황	29
<표 3-12> 광교호수공원 주요 도입시설	30
<표 3-13> 광교가족캠핑장 이용 현황	32
<표 3-14> 광교호수공원 축제 현황(2016년)	33
<표 3-15> 광교호수공원 개최지별 행사수 현황	34
<표 3-16> 민간위탁프로그램 운영 현황(2016년)	35
<표 3-17> 유사시설 사례분석 개요	37
<표 3-18> 고양호수공원 개요	38
<표 3-19> 고양호수공원 주요 시설현황	39
<표 3-20> 고양호수공원 자연생태학교 프로그램	40
<표 3-21> 고양호수공원 축제 개최현황	40
<표 3-22> 고양마이서틀버스 운행정보	41
<표 3-23> 고양호수공원 편의시설 현황	42
<표 3-24> 송도센터럴파크 개요	42

〈표 3-25〉 송도공원 주요 시설현황	43
〈표 3-26〉 수변 레저·체험프로그램 현황	43
〈표 3-27〉 송도공원 축제 개최현황	44
〈표 3-28〉 인천시티투어 운행정보	44
〈표 3-29〉 인천 센트럴파크 주요 교통노선	45
〈표 3-30〉 이화원 축제 개최현황	47
〈표 3-31〉 수변 레저·체험프로그램 현황	48
〈표 3-32〉 이화원 주변 대중교통 연계 현황	49
〈표 3-33〉 위스콘신 메디슨 호수 축제·이벤트 개최정보 제공	50
〈표 3-34〉 위스콘신 메디슨 호수 지역관광 연계프로그램	51
〈표 3-35〉 위스콘신 메디슨 호수 편의시설 및 서비스	52
〈표 3-36〉 국·내외 유사시설 사례 분석	55
〈표 4-1〉 댐호수 휴양가치 추정을 위한 속성 및 수준	58
〈표 4-2〉 용산공원 가치 추정을 위한 속성 및 수준	59
〈표 4-3〉 경인 아라뱃길 여가·레크레이션 가치추정을 위한 속성 및 수준	60
〈표 4-4〉 Braulio Carrillo 국립공원 생태관광 개발의 속성 및 수준	61
〈표 4-5〉 사르디니아지역 지속가능 관광정책 선호에 대한 속성 및 수준	62
〈표 4-6〉 광교호수공원 가치 추정을 위한 제반 속성 구분	63
〈표 4-7〉 공원조성 수준 속성의 수준별 구분 (기본 여가 및 관광편익)	64
〈표 4-8〉 공원조성 수준 속성의 수준별 구분 (다양한 활동 제공)	64
〈표 4-9〉 공원조성 수준 속성의 수준별 구분 (공원이용의 편의성을 높이기 위한 각종시 설 및 서비스)	65
〈표 4-10〉 전문가 설문 대상	65
〈표 4-11〉 광교호수공원 가치 추정을 위한 속성별 중요도에 대한 전문가 AHP 조사 결과	66
〈표 4-12〉 극단적인 속성 조합에 대한 지불의사 금액 전문가 설문 결과	67
〈표 4-13〉 설문을 위한 수준별 지불의사 금액	67
〈표 4-14〉 유효 프로파일 조합	68
〈표 5-1〉 응답자 인구통계적 특성	75
〈표 5-2〉 방문 동반자 분석 결과	77
〈표 5-3〉 방문 목적 분석 결과	78

<표 5-4> 방문 빈도 분석 결과	79
<표 5-5> 방문 소요시간 분석 결과	80
<표 5-6> 체류 여부 분석 결과	81
<표 5-7> 당일 체류시간 및 일수 분석 결과	81
<표 5-8> 광교호수공원 가치인식 분석 결과	82
<표 5-9> 재방문의사 분석 결과	83
<표 5-10> 재방문의사 부재 분석 결과	83
<표 5-11> 재방문의도 분석 결과	84
<표 5-12> 추천 의도 분석 결과	85
<표 5-13> 전체 응답의 조 건부 로짓모형 추정결과	87
<표 5-14> 전체 응답의 MWTP 추정 결과	88
<표 5-15> 수원시 거주 여부에 따른 조건부 로짓모형 추정결과	89
<표 5-16> 인근 지역 거주 여부에 따른 조건부 로짓모형 추정결과	90
<표 5-17> 수원시 거주 여부에 따른 MWTP 추정 결과	90
<표 5-18> 인근 지역 거주 여부에 따른 MWTP 추정 결과	91

| 그림 차례 |

<그림 2-1> 관광자원의 가치 체계	8
<그림 2-2> 관광자원 가치추정 방법	9
<그림 3-1> 수원시 주요 역사문화자원	19
<그림 3-2> 수원시 주요 공연시설	22
<그림 3-3> 수원시 주요 역사문화자원	23
<그림 3-4> 수원시 주요 축제 및 프로그램	27
<그림 3-5> 광고호수공원 시설 배치도	28
<그림 3-6> 광고호수공원 주요 교통편	29
<그림 3-7> 광고호수공원 주요 도입시설	31
<그림 3-8> 광고호수공원 가족캠핑장 및 부속시설	32
<그림 3-9> 사례분석 방향성	36
<그림 3-10> 고양호수공원 시설 배치도	38
<그림 3-11> 고양호수공원 주요시설	39
<그림 3-12> 송도공원 시설 배치도	42
<그림 3-13> 송도공원 수변자원 활용 체험프로그램	43
<그림 3-14> 이화원 지도	46
<그림 3-15> 이화원 주요시설	47
<그림 3-16> 이화원 수변자원 활용 체험프로그램	48
<그림 3-17> 메디슨 호수 공원 이용 및 시설	49
<그림 3-18> 위스콘신 유니온 테라스 아웃도어 프로그램	50
<그림 4-1> 무작위로 선택한 카드 예시	69
<그림 5-1> 광고호수공원 방문객 실태조사 조사지점	73
<그림 5-2> 설문조사 절차	74

제1장 서론

제1절 연구의 배경 및 목적

1. 연구배경

1) 여가 및 관광자원으로서 광고호수공원 평가 필요

수원의 대표 자원인 광고호수공원은 광고 신도시 내에 위치한 국내 최대 규모의 도시공원으로 수도권 중의 중요 생태녹지 공간 및 여가공간으로 이용되어 연간 400백만 명 이상의 방문객이 방문하고 있다. 원천저수지와 신대저수지를 연결한 광고호수공원은 일산호수공원 대비 1.7배 넓은 면적을 보유하고 있으며, 호수와 숲을 최대한 보존하며 조성하여 그 생태적·심미적 가치가 높은 것으로 평가받고 있다. 또한 생태녹지공간으로서의 효용 뿐 아니라 가족 단위의 레저활동 욕구 및 자연과 함께 하는 생태 체험에 대한 수요에 대응하여 자연생태, 문화와 관련된 각종 축제, 이벤트 및 프로그램을 제공함으로써 여가공간자원으로서의 높은 효용 가치를 보유하고 있다.

이러한 수요를 반영하듯 2017년 수원시 내외국인 관광객 실태조사 결과, 광고호수공원에 내국인은 수원의 대표 관광지인 화성행궁과 수원화성, 그리고 그 주변에 위치한 팔달문 시장에 이어 네 번째로 방문비율이 높은 것으로 나타났고, 외국인 역시 광고호수공원을 많이 찾는 것으로 나타났다. 그러나 대부분의 수원관광 관련 정책 및 사업은 수원화성과 화성행궁 중심으로 한 구도심에서 역사·문화관광 위주로 이루어지고 있으며, 외지인들은 광고호수공원이 수원에 소재하고 있다는 사실도 인지하고 있지 못하고 있는 등 수원의 여가·관광자원으로서의 인식이 부족한 상황이다. 따라서 광고호수공원을 수원화성과 더불어 수원을 대표하는 관광 브랜드로 육성하기 위하여 광고호수공원의 자원 가치 평가를 통한 재인식이 필요한 시점이다.

2) 선택실험법을 통한 광고호수공원의 가치평가

관광자원은 자원의 특성상 자원을 이용함으로써 발생하는 편익인 시장가치와 자원의 존재 자체만으로도 발생하는 비시장가치를 동시에 지니고 있으며(오호성, 2006), 다양한 형태로 소비됨에 따라 총 가치 평가에 어려움이 있어 다양한 추정방법이 적용된다. 비시장가치를 포함한 관광자원의 경제적 가치 추정을 위해서는 진술선호법(stated preference)에 기반한 조건부 가치추정법(CVM: contingent valuation method)이 대표적으로 사용되고 있으나,

이는 일반적으로 단일 속성 또는 통합 속성에 대한 가치 추정에 용이하다. 예를 들어 수원시정연구원(2015)의 수원화성의 입장료 책정에 대한 CVM 연구결과, 지불의사액에 근거한 관람료는 수원화성 현재 관람료인 1,000원보다 높은 5,267원으로 나왔다. 또한 도출된 지불의사액에 기초한 수원화성의 가치추정결과 수원화성의 가치는 연 19억 원이며, 수원화성방문객 수에 근거한 잠재적 가치는 연간 150억 원으로 도출되었다. 그러나 CVM은 위의 경우처럼 전체적인 가치를 추정할 뿐 세부적인 가치나 세부 사업 및 정책의 가치를 나타낼 수 없다. 즉 특정재화를 단적인 상품으로만 평가할 수 있고, 내재되어있는 속성의 부분별 가치를 파악하기 어렵다.

반면, 진술선택법 중 하나인 선택실험법(choice experiment)은 다양한 속성과 속성수준으로 조합된 대안을 구성하기 때문에 관광자원의 특성을 보다 다양하게 나타내고 각 속성별 관광객 선호를 추정할 수 있어 최근 관광분야에서 점차 활용도가 높아지는 추세이다. 특히 속성의 부분별 우선순위를 확인할 수 있어 관련 정책 및 사업의 방향성을 제기하는데 유리하다. 예를 들어 CE를 활용한 김성윤·이희찬·최성임(2012)의 경인아라뱃길의 관광·레크레이션 가치 추정결과, 활동가치는 47억 원, 관광포인트 가치 350억 원, 질 가치 213억 원, 유람선 이용 327억 원으로 평가되어 하천관리의 방향을 제시해준 바 있다. 이에 본 연구에서는 광교호수공원의 생태적·심미적·여가/관광자원 등의 여러 가치를 평가하고 그 속성 종류와 수준을 설정하는 등 CE를 활용한 광교호수공원의 경제적 가치 분석 모델과 결과를 제시함으로써 향후 보다 과학적인 방법으로 관광자원의 세부 속성별 가치를 평가하고 개발할 수 있는 기틀을 마련하고자 한다.

2. 연구목적

1) 광교호수공원의 이용실태 파악

광교호수공원을 대상으로 한 기존 연구는 공원관리를 위한 이용객의 기본적인 행태파악에만 치중되었다면 본 연구에서는 광교호수공원이 지닌 수변자원, 역사·문화도시인 수원시 소재로 인한 장소성 등에 주목하였다. 수원의 대표 여가·관광자원으로서의 활용을 위해 수원시민, 근교, 외지인 등 집단별 공원이용시간 및 횟수, 접근성, 공원 가치 평가, 재방문 및 추천의사 등 해당 자원의 가치 평가와 관련된 변수를 추출하고자 한다.

2) 광교호수공원의 가치 파악

국내의 선진 수변 여가·관광시설들은 주민들을 위한 휴식·운동의 공간에서 나아가 복합 문화공간이자 관광자원으로 애용되고 있다. 이에 착안하여 그에 못지않은 하드웨어와

소프트웨어를 구축한 광고호수공원을 대상으로 문헌조사, 사례조사와 전문가 조사를 통해 관광자원으로써의 속성 및 수준을 설정하였다. 선택실험법을 활용한 속성별 가치 평가를 통해 주민만을 위한 공간에서 나아가 수원시 대표 관광자원으로써의 활용 가능성을 평가하고자 한다.

3) 광고호수공원의 발전 전략 제언

선택실험법에 기반한 광고호수공원의 속성별 경제적 가치 추정을 통해 광고호수공원 위상 제고 및 관광객 수요를 반영한 정책개선방향 제시에 전체적인 목적을 두고, 수원 시민, 용인·화성 등 근교 거주자 대비 외지인의 집단별 가치 평가를 분석함으로써 방문객 선호에 부합하는 공원 관리 정책을 제언하고자 한다.

제2절 연구의 범위 및 방법

1. 연구범위

1) 공간적 범위

본 연구의 공간적 범위는 광고호수공원을 대상으로 한다.

2) 시간적 범위

본 연구의 시간적 범위는 2017년 3월 1일부터 10월 31일까지(8개월)이다.

3) 내용적 범위

본 연구의 내용적 범위는 수원 및 광고호수공원의 현황 분석, 관광자원 및 공원의 가치 결정요인 분석, 국내외 유사사례 분석, 선택실험법 적용 모형 개발 및 적용, 일반 공원 이용실태 분석 및 정책제언이다.

2. 연구방법

본 연구의 목적을 달성하기 위해 현장답사를 통해 수원 주요 관광자원 및 광고호수공원의 현황분석을 실시하였다. 이어서 문헌연구를 통해 관광자원의 가치 및 결정요인 및 선택실험법 적용을 정리하여 유사자원의 속성 및 수준에 대한 이론적 토대를 세웠으며, 이를 국내외 유사사례와의 비교 및 전문가 조사 검증을 통해 선택실험법을 위한 모형을 개발하였다. 광고호수공원 이용객을 대상으로 선택실험법을 적용하여 공원의 속성별 가치평가 및 이용실태를 분석하였다.

제2장 선행연구 고찰 및 이론적 논의

제1절 관광자원의 가치

1. 관광자원의 정의 및 분류

1) 관광자원의 정의

관광자원(tourism resources)에 대한 정의는 여러 학자들의 개념적 관점에 따라 다양하게 설명되고 있으며, 그 종류와 특징이 다양하여 단순 유·무형의 유인물로 정의와 설명에는 한계가 존재한다(김재학, 2014). 따라서 이번 절에서 관광자원의 가치에 대해 논하기에 앞서 관광자원의 접근 관점에 따른 정의와 분류 유형을 파악하고자 한다.

관광자원의 일반적 정의는 관광객의 동기나 관광의욕을 유발해 그들의 목적과 욕구를 충족 시켜 줄 수 있는 유·무형의 자원으로 관광대상으로서의 소재가 있는 관광재를 의미하며(박종찬·김성동, 2006; 박석희, 2012; 임화순·박종준, 2013), 동시에 경제적 가치를 제공할 수 있는 대상이자 원천이라 할 수 있다(Encyclopedia of Tourism, 2000).

한편 한국관광공사(2010)는 관광자원을 “관광 구성요소 중 관광개체로서 관광객이 인식하는 감상·관람·보건·휴양·활동·경험 등의 관광욕구를 충족하기 위한 관광목적물과 관광시설”로 정의하고 있으며, 한국문화관광연구원(2016)은 “관광객이 관광요구를 가지고 일부러 찾아올 만큼의 매력적인 해당 지역의 목적물”로 정의한다. 즉, 지역이 가지고 있는 고유한 자연, 역사문화 자원으로서 아직 활용되고 있지는 않지만 관광자원으로서 잠재적 가치를 가지고 지역 특성이 반영된 미래 관광자원으로 활용될 수 있는 자원으로 규정할 수 있다(이상민, 2014).

이처럼 협의적 관점에서의 관광자원은 관광객의 관광욕구를 직접적으로 유발시키거나 충족시켜줄 수 있는 유·무형의 자연적, 인문적 관광대상을 포함하며, 광의적 관점에서는 관광활동에 제공되는 편의시설, 관광행위를 위해 사용되는 재화, 시간, 여행 등을 통해(박석희, 2012) 관광객의 흥미를 이끌고 자극시킬 수 있으며 만족과 보상을 제공하는 가치와 유인력을 높이기 위해 수반되는 다양한 유·무형의 자원을 모두 포함하는 개념으로 해석하고 있다(Gunn, 1994). 더불어 관광자원은 관광지가 보유하고 있는 매력물(attractions)을 중심으로 자원의 성격과 특징, 적용대상과 범위 등의 우선적 고려를 통해 관광목적지로서의 경쟁력이 필요하나(Yoon, 2002), 그 동안의 관광지 개발 계획은 자원 중심적 개발보다는 경영 중심에 치우쳐 부작용이 뒤따르고 있다.

2) 관광자원의 분류

관광자원의 유형은 관광자원 가치, 관광행동, 관광시장 및 입지의 특성 등 다양한 연구 목적에 따라 구분하고 있다. 관광자원의 유형화는 관광자원에 대한 이해의 도모와 지역적 차별성을 밝혀낼 수 있고(박정아, 1999), 관광지의 재평가와 다양한 자원들에 대한 활용가치 평가에 따른 지역적 특성에 기반 한 차별화를 도모할 수 있으며(한국문화관광연구원, 2008), 관광객 유형에 적합한 관광자원의 계획과 관리가 가능하게 한다는 이점이 있다(Boniface et al, 2012). 관광자원은 다양한 속성을 지녔기에 유형의 범위와 분류 기준을 선정하는데 어려움이 있어, 관광자원가치, 관광시장 특성, 관광자원 입지 특성 등 연구목적에 따라 다양하게 구분하고 있다.

국·내외 관광자원 유형의 분류체계를 살펴보면 대체로 자연자원과 인문자원으로 구분하여 유형을 분류하였으나(한국관광공사, 2010), 관광자원의 개념이 광범위해지며 <표 2-1>과 같이 자연자원, 문화관광자원, 사회관광자원, 시설자원 등 보유한 자원의 특성에 맞춰 그 기준과 분류체계를 설정하여 관광자원의 유형을 구분하고 있는 추세이다.

<표 2-1> 관광자원 유형

구분	유형	주요 자원
일본관광협회 (1976)	자연자원	산악, 고원, 원야, 습원, 협곡, 폭포, 하천, 해안, 굽, 도서, 암석, 동굴, 식물, 자연현상
	인문자원	사적, 절, 성곽, 정원, 공원, 역사경관, 향토경관, 연중행사
Pearce (1989)	자연자원	지형, 동·식물 등
	인공자원	사원, 카지노, 기념물, 역사적 건축물, 테마공원 등
	인문자원	언어, 음악, 민속, 무용 등
Gunn (1994)	자연자원	해변, 리조트, 야영장, 공원, 스키리조트, 크루즈, 골프장, 자연보전지, 캠핑장, 자전거, 트레일, 경관도로
	문화자원	역사적 명소, 고고학적 유적, 박물관, 민속지역, 축제, 극장, 의료센터, 무역센터, 산업관광지, 컨벤션 센터
박석희 (1997)	인문관광자원	국가지정문화재, 시·도지정문화재, 문화재자료, 성곽성터, 정원, 공원, 역사경관, 산업경관, 도시경관, 상업경관, 어촌경관, 신촌경관, 행사, 전설 등
	관광시설자원	구경시설, 놀이시설, 취미·교양시설, 유희·오락시설, 체육시설 등
임주환 외 4인 (2003)	자연관광자원	산악, 화산, 계곡, 고원, 습지, 호수, 동굴, 하천, 해안, 도서, 해양, 암석, 오천, 천문, 기상, 동식물 등
	인문관광자원	사적, 사찰, 성곽, 옛날도로, 역사적 건축물, 근대적 건축물, 정원, 공원, 문학기비, 문화제, 행사제례, 예능인, 특산물, 지역산업, 고사·전설 등
	복합관광자원	도시, 농어촌, 산촌, 향토전경, 역사경관, 문학·영화의 무대 등

자료: 한국관광공사(2010)의 자료를 바탕으로 연구자 재작성

한편, 문화체육관광부(2008)는 관광자원을 지리적 개념으로 확대하여 관광지, 관광단지, 관광특구로 구분하고 있다. 관광지는 관광자원과 함께 관광객을 위한 기본적인 편의시설이 구비된 지역으로, 조성이 활성화될 경우 방문객으로 인한 주민소득 증대, 주민고용 확대 등으로 인한 지역경제활성화를 기대할 수 있다. 관광단지는 관광산업의 진흥 촉진과 국내외 관광객을 위해 각종 관광시설을 종합적으로 개발하는 관광거점이며, 관광특구는 외국인 관광객 유치 촉진을 위한 외국인 관광여건 집중 조성지역이다(관광진흥법, 2015).

본 연구의 대상인 광고호수공원은 신대저수지와 원천저수지라는 자연·생태 관광자원을 활용하여 조성된 도심형 생태환경공원으로 공원 내에 어번레비, 캠핑장, 공연장 등의 시설과 함께 다양한 축제 및 이벤트가 제공하고 있다. 광고호수공원은 수변 생태관광자원을 기반으로 하여 방문객의 편의를 도모하기 위한 각종 시설 및 프로그램을 보유하고 있기에 관광지라고 분류할 수 있다.

2. 관광자원 가치 정의 및 분류

1) 관광자원 가치

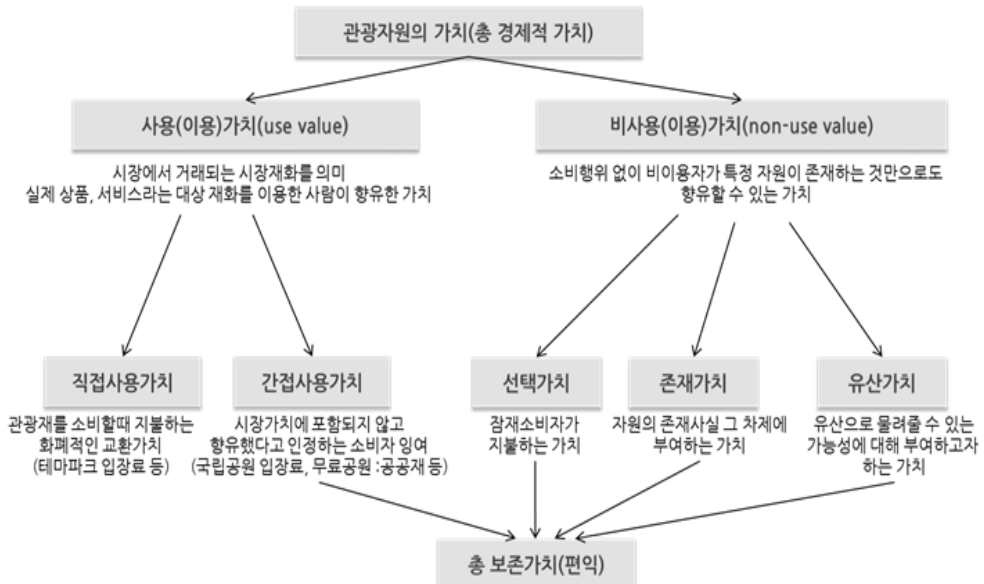
가치의 개념은 재화가 보유하는 속성과 기능에 대해 사용자가 그 재화를 사용함으로써 느끼는 주관적 효용의 크기를 의미하고 있다. 따라서 재화 가치 추정은 사용자 입장에서 재화의 속성수준을 화폐 가치로 산출하는 과정이다(국토부, 2010). 가치추정의 일반적 구분은 해당 재화의 속성은 시장재 또는 비시장재임에 따라 구분되며, 시장재화의 경우 시장에서 거래되어지는 통상적 소비재로서 수요와 공급에 의해 결정된 가격이 경제적 가치와 동일하게 인식된다(박홍립, 2002). 반면 공공재는 모든 사람들이 공동으로 이용할 수 있는 재화 또는 서비스로, 그 재화와 서비스에 대하여 이용가치를 지불하지 않더라도 소비 혜택에서 배제할 수 없는 성격을 가지고 있다(김성윤, 2012).

광고호수공원은 도심형 생태환경 및 수변중심공원으로 산업발달로 인한 환경파괴로 환경의 중요성이 강조되고 있는 지금 자연생태공간으로서의 가치가 높다. 특히 광고호수공원이 지향하는 도심 속 수변을 중심으로 한 자연생태공원은 방문객들에게 휴양 및 여가공간 뿐만 아니라 생태체험 및 관련 활동 등을 제공하여 관광자원으로서 주목받고 있다. 게다가 광고호수공원인근에는 역사·문화자원인 수원화성과 화성행궁, 산업자원인 삼성이노베이션 뮤지엄, 스포츠자원으로 월드컵 경기장과 KT 위즈파크가 위치하고 있어 연계 관광코스 및 관광상품을 개발할 수 있는 부가적인 관광가치를 보유하고 있다.

2) 관광자원 가치의 분류

관광자원의 가치는 자원의 특성상 사용가치와 비사용가치로 구분되며, 두 가치의 합이 총 가치를 나타낸다. 구체적으로 사용가치는 자원을 실제로 이용함으로써 발생하는 편익이고, 비사용가치는 자원의 존재 자체로 발생하는 편익을 의미하며 이는 <그림 2-1>과 같이 설명 가능하다(오호성, 2006).

한편, 본 연구의 대상인 광고호수공원과 같은 관광자원의 가치는 공공재의 비시장재화로써 현실적 시장가격이 존재할 수 없으므로 가치의 유형분류와 함께 수준을 다양한 방법으로 추정하고, 그 결과를 근거로 화폐단위로 환산하여야 한다. 따라서 앞서의 관광자원 가치 구분에 따르면 간접사용가치 및 비사용가치에 보다 중점을 두어 살펴볼 필요가 있다. 광고호수공원의 관광자원으로써의 가치를 구성하는 세부내용은 제4장의 가치속성 및 분석 방법에서 보다 자세히 살펴보기로 한다.

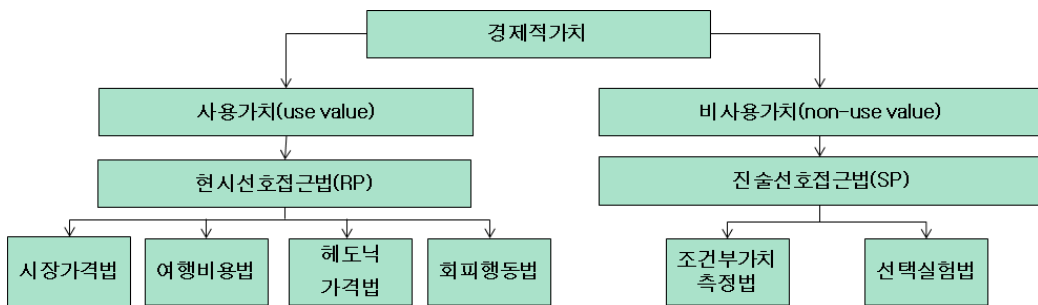


<그림 2-1> 관광자원의 가치 체계

제2절 관광자원의 가치추정 방법

1. 유형별 관광자원 가치추정 방법

앞서 살펴본 바와 같이 관광자원의 가치는 크게 사용가치와 비사용가치로 구분되는데 가치추정 방법 역시 아래 <그림 2-2>에 나타난 것처럼 현시선호접근법(revealed preference)과 진술선호접근법(stated preference)으로 크게 구분할 수 있다.



<그림 2-2> 관광자원 가치추정 방법

현시선호접근법은 현실 시장이나 가상의 시장에서 실제 행동으로 확인된 소비자들의 선호를 바탕으로 관광자원에 대한 지불의사 금액을 추정하는 방법을 의미한다. 현시선호접근법의 대표적인 추정 방법으로는 기본적으로 시장에서 나타나는 소비자의 행동을 토대로 경제적 가치를 추정하게 되므로 관광자원의 사용가치 추정에 보다 적합하다.

한편 진술선호접근법은 가상의 시나리오를 제공하여 응답자의 진술을 통해 선호를 찾는 방법이다. 대표적인 추정방법으로는 조건부가치추정법(contingent valuation)과 선택실험법(choice experiment)이 있다. 진술선호접근법은 사용가치 뿐만 아니라 비사용가치까지 측정이 가능할 수 있다는 장점을 가지고 있어 비사용가치의 중요성이 높은 관광 및 여가자원의 경제적 가치 추정에 많이 사용된다(류성욱, 2014).

연구대상인 광고호수공원의 경우 별도의 입장료를 부과하지 않는 공공재 개념의 공원이기 때문에 사용가치보다는 비사용가치의 관점에서 그 가치를 평가해야 하며, 이에 비사용가치 평가에 사용되는 조건부가치추정법과 실험선택법에 알아보고자 한다.

2. 관광자원의 비사용가치 추정 방법

1) 조건부가치추정법

관광자원의 비사용가치를 추정하는 대표적인 방법인 조건부가치추정법(Contingent Valuation Method; 이하 CVM)은 환경 변화에 대한 가상적인 시장을 설정하여 응답자에게 설문을 통해 지불의사금액(Willingness To Pay: WTP)이나 수용의사금액(Willingness To Accept: WAT)을 추정하는 방법이다. CVM은 가상의 시나리오를 설정하여, 응답자에게 이에 대한 정보를 제공하고 제시된 지불의사금액(WTP)이나 수용의사금액(WTA)에 대한 지불유무를 파악하며, 이를 통해 대상에 대한 가치를 추정하는 방법이다. 따라서 CVM은 가상적 환경의 양적, 질적 변화에 대한 지불의사금액의 측정이 가능하고, 다양한 대상과 지역에 광범위하게 적용 가능하다(Sorg & Nelson, 1987).

다양한 대상에 대한 비시장 가치를 추정할 수 있다는 점에서 CVM은 관광분야에서 경제적 가치추정 방법으로 광범위하게 활용되고 있으며, 가치추정을 위한 연구대상도 자연휴양지, 습지, 야생동물보호, 역사·문화유산, 지역축제와 같이 매우 다양한 유형의 관광자원을 대상으로 하고 있다.

<표 2-2> 조건부가치추정법을 활용한 최근 관광자원 가치추정 연구

연구자 (발표년도)	연구대상	조사대상	측정도구	지불형식	추정가치(WTP)
이은정 외 1인 (2016)	울산 고래관광 (울산 장생포)	광역시도별 지역주민	CVM (이선선택형)	보존기금	26,320원(가상적 상황) 22,946원(실제상황1) 16,852원(실제상황2)
박찬열 외 1인 (2016)	수원화성	수원 방문객	CVM (이중양분)	입장료	5,267.5원
하보름 외 1인 (2015)	울릉도	전국민 (지역주민, 잠재방문객)	CVM (이선선택형)	보존기금	34,416원(가상적 상황) 33,646원(실제상황1) 32,841원(실제상황2)
정찬영 외 1인 (2014)	김제지평선축제	방문객	CVM (이중양분)	입장료	10,504원(1인당)
한상열 (2013)	지리산둘레길	이용객	CVM (이선선택형)	입장료	5,604원(1인당)
심규원 외 2인 (2013)	20개 국립공원	성인 방문객	CVM (이선선택형)	입장료 보존기금	13,348원(1가구, 1년)
김성윤 외 2인 (2012)	경인아라뱃길의 레크레이션	수도권 시민	CVM (이중양분)	이용료	10,143원 (연평균 지불금액)
최나리 외 1인 (2009)	부산지역 해수욕장	방문객	CVM (개방형 질문)	입장료	해운대 993.4원 광안리 2,558.4원 송도 732.8원

그러나 CVM은 가상의 시나리오 및 상황을 전제로 하는 응답자의 지불의사를 확인하는 방법론상의 특징으로 인한 한계를 내포하고 있다. 우선 CVM은 가상적 상황에 대한 반응을 응답자에게 질문하는 방식이기 때문에 조사방법에 따라 편의(bias)가 발생할 우려가 있다 (박찬열 외, 2016; 한상현, 2007a). 또한 연구자가 가상적 시나리오를 설계하고 이에 대한 정보를 취사선택하여 제공하기 때문에 이러한 조사설계 과정에서의 편이도 흔히 발견된다 (류성욱, 2015).

2) 조건부가치추정법과 선택실험법 비교분석

CVM 외에 관광자원의 비사용가치 추정방법으로 최근 많이 활용되고 있는 방법이 선택 실험법(choice experiment, choice modeling; 이하 CE)이다. CE는 경제학의 한계효용이론 (marginal utility theory)에 기초하여 특정 재화나 서비스의 선택에 영향을 미치는 여러 가지 속성들이 내재하고 있는 한계 지불의사금액(MWTP)을 추정하는 방법이다.

CVM과 CE는 조사의 설계 및 수행, 결과 도출 및 분석에 있어 각각의 장단점 및 특징을 지니고 있다. CE도 가상의 시나리오를 구성해 응답자의 진술을 통한 지불의사금액을 추정 한다는 측면에서는 CVM과 유사하지만, 관광자원의 가치에 영향을 미치는 여러 가지 속성들을 구분하고 각 속성별 수준에 대한 선택을 지불의사금액 도출한다는데 가장 큰 차이를 보인다.

CE에 비해 CVM의 가장 큰 장점은 질문이 직접적이고 비교적 간단하기 때문에 응답자의 상황에 대한 이해도가 상대적으로 높다는 것이다. 연구자 입장에서는 조사설계 뿐 아니라 데이터 처리 및 분석의 편의성도 높다. 이에 반해 CE는 다양한 속성변수, 속성수준의 수가 증가하게 되면 설문지가 지나치게 길어져 응답자에게 과도한 부담을 줄 수 있고, 선택 질문에 가능한 모든 대안을 포함시키기 어렵다(김민재, 2015).

반면 CVM은 응답의 간소함으로 인해 오히려 거짓 응답에 의한 편이, 시나리오 오설정으로 인한 편이 등의 위험이 더 크다. 이에 반해 CE는 가치를 구성하는 속성과 수준에 대한 구체적인 보기를 제시하고 정확성에 신중을 기함으로서 편이 문제에 보다 효과적이며, 응답자에게 속성의 조합으로 이루어진 대안들 간 선택을 요구함으로써 대안 간 상쇄효과를 고려할 수 있는 기회를 제공한다는 장점이 있다. 또한 CVM에서는 측정이 어려운 세부속성별 가치를 추정함으로써 추정결과에 대한 이해와 활용도를 높일 수 있다.

〈표 2-3〉 조건부가치측정법과 선택실험법 장단점 비교

구분	조건부가치측정법(CVM)	선택실험법(CE)
장점	-비시장재의 가치측정에 용이 -가치를 질문하는 방법이 직접적이며 선택실험법에 비해 간단, 데이터 처리가 용이	-특정재화나 서비스를 구성하는 속성과 수준 에 대한 정확성에 신중을 기함으로서 편의 (bias) 문제에 보다 효과적 -응답자에게 속성의 조합으로 이루어진 대안 들 간 선택을 요구함으로써 대안 간 상쇄효과 를 고려할 수 있는 기회 제공
단점	-특정재화나 서비스의 속성별 가치를 추정할 수 없음 -응답을 거짓으로 하는 동기에 의한 편의, 암 시된 가치단서에 의한 편의, 시나리오 설정 편의 등이 발생	-선택 질문에 가능한 모든 대안이 포함되지 않음 -대안을 비교하는 질문을 구성할 때 경우의 수가 많아 선택 문제 -데이터 처리 복잡, 응답자에게 부담 -다양한 집단의 가치를 반영하지 못하는 한계

자료: 김민재(2015)의 연구를 연구자가 재작성

결국 CE는 응답자의 선호체계에 보다 중점을 둔 지불의사 유도방법으로 여러 속성으로 구성된 재화에 대해 각 속성들과 응답자 지불의사 사이의 관계를 분석하고, 여러 속성들의 부분가치를 도출할 수 있어 CVM에 대한 대체 혹은 보완적인 수단으로 활용되고 있다(유진채 외, 2010). 특히, 관광자원의 경우 앞서 살펴본 바와 같이 다양한 가치를 제공하고 있는데, CVM은 이러한 가치의 총합만을 추정하게 되는데 반해 CE는 각 유형별 가치를 함께 분석해 볼 수 있다는 장점이 있다. 따라서 광고호수공원의 다양한 속성별 가치추정을 위해 본 연구에서는 CE를 적용하였다.

CE에서는 속성별 가치추정을 위해 측정하고자 하는 대상의 경제적 가치를 구성하는 세부 속성을 구분하고 각 속성별 수준을 설정하는 조사 설계가 매우 중요하다. 따라서 이를 위해 기존 CE를 활용한 관광자원의 경제적 가치 추정에 대한 국내외 선행연구를 속성 및 수준의 구성에 중점을 두고 살펴보았다.

3. 선택실험법을 활용한 관광자원 가치추정 연구

1) 국내 CE 관련 선행연구

기존 관광자원의 가치추정 연구는 CVM을 이용한 연구가 주를 이루었으나 최근에는 국내에서도 가치 세분화의 장점으로 인해 다양한 관광자원의 가치추정 연구에 CE가 활용되고 있다. 본 연구와 연관성이 높은 최근 연구들로는 〈표 2-4〉에 나타난 바와 같이 김태균 외(2014), 류성욱(2014), 김성운 외(2013), 국토부(2010), 권오상(2006) 등이 있다. 이 중 공원, 호수 등을 대상으로 한 선행연구들의 경우 관광자원의 가치를 결정하는 세부 속성들 중

수질, 산책로, 수변활성화 등 기본적인 공원 조성 수준에 대한 지불의사가 대체로 높게 나타났다. 관광 상품 및 서비스에 대한 속성을 포함하는 선행연구에서는 제공하는 관광프로그램 및 해설 등 편의제공의 중요성도 확인할 수 있다.

〈표 2-4〉 선택실험법을 활용한 관광자원 가치추정 관련 주요 국내 선행연구

연구자 (발표년도)	연구대상	조사대상	측정가치 및 도구
권오상 (2006)	댐호수 휴양가치	주요 댐호수 휴양지 방문객	여행비용
국토부 (2010)	용산공원 조성 가치 (비사용가치)	서울 및 수도권 거주자	가구당 월 지불액
김성윤 외 2인 (2013)	경인 아라뱃길 관광 레저가치	서울 및 수도권 거주자	유지 및 관리 기금
김태균 외 2인 (2014)	독도 생태관광 상품	전국민	관광상품 가격
류성옥 (2014)	평창 동계올림픽 여행상품 선호와 전문화	스키 또는 스노우보드 활동 경험자	여행상품 가격

관련 국내 선행연구의 주요내용을 살펴보면, 권오상(2006)에서는 CE를 적용하여 가상적으로 만들어진 수상휴양지의 특성별 가치 도출을 위해 수질뿐 아니라 위락시설 이용여부, 주변 휴양지 존재 여부 등 영향을 미치는 다양한 특성변수의 조합을 제시하고 휴양가치를 추정하였다. 이는 호수를 대상으로 한 가치추정이라는 측면에서 본 연구와도 관련성이 높다. 특히, 권오상(2006)은 기존 유사연구들이 댐호수의 음용수나 하천 수질개선의 비시장적 편익을 분석한 연구와 달리 수질개선의 휴양가치를 분석했다는 점에서 본 연구와 관련성이 더욱 높다. 권오상(2006)에서는 가치를 구성하는 주요 속성 변수들로 호수규모, 수질, 소요시간, 혼잡도, 위락시설 이용여부, 주변 휴양지 존재 여부 등을 설정하였다. 국내 주요 댐호수 휴양지 방문객 963명을 대상으로 설문조사를 실시하여 분석한 결과 댐호수 휴양가치는 환경적 요인에 다소 민감한 것으로 나타났다. 특히, 호수방문의 만족도는 수질이 나빠지거나 혼잡도가 높아지면 감소하고, 지나치게 큰 댐호수를 조성할 경우 오히려 환경적 부작용과 유람선 운행에 따른 수질오염 등의 발생으로 가치가 하락할 수 있는 것으로 나타났다. 즉, 댐호수의 수질개선은 생활용수나 농공용수의 편익 증가 뿐 아니라 휴양가치까지 높일 수 있는 것으로 보았다.

국토부(2010)의 연구는, 용산 미군기지 이전과 공원화 결정에 따른 가치평가 및 사업추진의 효과분석을 통해 공원의 이용가치를 증대시킬 수 있는 정책적 시사점을 도출하고자

하였다. 국토부(2010)에서는 우선 용산공원의 가치를 크게 사용가치와 비사용가치로 구분하여 정의했다. 첫째, 사용가치는 국민들이 용산공원을 직접 방문하여 공원내 각종 시설물들을 이용함으로써 누리게 되는 가치로 정의하고 있다. 둘째, 비사용가치는 용산공원 조성 이후 공원을 방문할 계획은 없더라도 향후 이용할 가능성이 있음을 가정한 선택가치와 과거 군사기지를 공원화하여 민족적 상징성을 부여한 공원을 조성함에 따른 존재가치, 후손들에게 용산공원의 역사성과 공원이 주는 다양한 물리적 혜택을 물려주게 되는 유산가치로 다시 분류하였다. 이러한 정의에 따라 비사용가치는 CE를 통해 추정하였으며, 가치 속성은 공원의 위상, 체육시설, 문화시설, 환경생태공원 속성으로 구분하고 있다. 서울 및 수도권 20대 이상 70세 이하의 남녀 1,000명을 대상으로 설문조사를 실시하여 분석한 결과 모든 속성의 계수는 양(positive)의 부호가 추정되어 공원의 위상이 향상하고, 체육시설 및 문화·예술시설, 그리고 생물다양성에 대한 긍정적 선호를 확인하였다. 구체적인 추정금액은 가구당 월 2,147원의 비사용가치를 지니는 것으로 나타났으며, 세부 속성별로는 공원의 위상, 체육시설, 문화시설에 대한 가치가 유사한 반면 생물다양성에 대한 선호가 상대적으로 낮게 나타났다. 국토부(2010)의 연구는 공공재로써 공원의 비시장가치를 고려할 때 공원의 위상과 같은 추상적 개념도 지불의사 및 선호에 상당히 유의미한 영향을 준다는 점에서 본 연구에 시사하는 바가 있다.

광고호수공원과 유사한 수변활동을 중심으로 한 관광자원의 경제적 가치를 추정한 연구로는 김성운 외(2013)의 연구가 있다. 김성운 외(2013)은 경인 아라뱃길의 관광·레크레이션 가치 추정을 위해 CE를 적용하였다. 여기서 관광·레크레이션 가치는 수변 활성화 정도, 수질상태, 구경거리, 유람선 이용의사의 4개 속성으로 구성하였다. 서울 및 수도권에 거주하는 20세 이상 성인 남녀 516명을 대상으로 설문조사를 실시하고, 조건부 로짓 모델로 분석한 결과 각 속성의 수준이 모두 양의 부호를 나타내 수변활성화 정도, 수질상태, 활성수준, 구경거리의 수가 증가함에 따른 효용이 증가하는 것을 확인하였다. 한계 지불의사액(MWTP) 추정결과 경인 아라뱃길의 관광·레크레이션 가치는 속성별 수준이 최대일 경우 1가구당 연간 가치액이 16,502원으로 속성별 선호는 수변활성화 정도, 구경거리, 유람선 이용의사, 수질상태의 순으로 나타났다. 광고호수공원과 유사한 수변활동을 기초로 한 관광가치에서 자전거길, 산책로 등의 수변활성화 정도 및 구경거리에 대한 선호가 가장 높게 나타났기 때문에 본 연구의 실험 설계에서도 이를 충분히 반영하고자 하였다. 그 외에도 CE를 활용한 다양한 가치추정 연구들이 있으나, 대체로 관광자원으로써의 가치보다는 환경·생태적 가치추정에 중점을 두고 있다).

1) 배민기·박민정(2011), 홍성권(2011), 신유진·박수진·박찬열(2016) 등 외 다수

한편 관광자원의 개발 및 활용의 관점에서 CE를 이용한 관광 상품의 가치 추정 연구가 최근 활발히 이루어지고 있다. 대표적으로 김태균 외(2014)는 생태자원을 활용한 독도의 중·장기적 관광상품 개발을 위한 이용 속성별 선호도와 그에 따른 지불의사금액을 CE를 이용해 추정하였다. 독도 관광상품의 가치 속성은 생태관광코스, 전문가 해설서비스, 이동수단, 가격 등 총 4개 속성으로 구분하였으며, 다항 로짓모형을 활용하여 선호도와 지불의사금액을 추정하였다. 전국 광역도시별 총 1,803명을 대상으로 조사한 결과 코스, 해설서비스, 이동수단은 양의 계수 값이 추정되어 각 속성의 단계가 증가함에 따라 효용수준이 증가함을 확인하였다. 관광상품의 관점에서 접근한 또 다른 연구로는 평창 동계올림픽 여행상품 선호에 대한 류성욱(2014)의 연구가 있다. 류성욱(2014)는 스포츠 이벤트가 개최되는 목적지를 찾는 관광객의 여행상품 구매 기준에 대한 결정적 역할을 하는 속성들의 상대적 중요도를 파악하고자 하였다. 이에 CE를 적용하여 여행상품 구성의 속성과 속성수준의 한계 지불의사금액의 파악을 위해 대표적 겨울철 여가 활동인 스키나 스노우보드 활동에 참여한 경험이 있는 스키어 362명을 대상으로 조사를 실시하였다. 여행상품 속성은 4박5일 일정의 평창동계올림픽 여행상품 시나리오를 가정하여 이용 교통수단, 숙박, 식사, 관람경기, 지역 관광프로그램, 스키 활동 등 8개 속성별 총 24개 수준으로 구성하였다. 조건부 로짓모형을 이용한 추정결과 숙박시설 가운데 민박보다 고급리조트나 호텔에서의 숙박을 선호하고, 메달 유망 경기 관람에서는 스피드스케이팅, 쇼트트랙과 같은 인기종목 경기 관람이 가능한 여행상품을 선호하는 것으로 나타났다. 인근 지역 관광프로그램과 스키/스노보드 활동역시 관광상품에 대한 선호에 긍정적인 영향이 있는 것으로 나타났다. 이와 같은 관광 상품 관점에서의 가치추정 연구들은 관광자원을 활용해 제공되는 콘텐츠나 프로그램이 해당 관광자원 가치에도 중요한 의미를 지닌다는 점을 시사하고 있다.

2) 해외 CE 관련 선행연구

해외의 경우 관광분야에서 CE를 활용한 보다 다양한 연구들을 찾아 볼 수 있다. 여기서는 다양한 해외 연구들 중 본 연구와 관련해 참고할 만한 점이 있는 Hearne & Salinas (2002), León et al.(2015), Oppewal et al.(2015), Brau(2008) 등 주요 연구들을 중심으로 살펴보고자 한다. 해외 선행연구들의 경우 단순히 관광자원의 가치 추정 뿐 아니라 관광목적지 결정, 정책 개선에 대한 선호 확인 등 다양한 방식으로 CE를 활용하고 있다. 특히, 외지인의 차이, 혼잡도 개선 등 편의 서비스 등이 관광가치 결정에 유의미하게 나타나고 있어 본 연구의 광고호수공원 가치 추정 및 분석에서도 이를 최대한 활용하였다.

〈표 2-5〉 선택실험법을 활용한 관광자원 가치추정 관련 주요 해외 선행연구

연구자 (발표년도)	연구대상	조사대상	측정가치 및 도구
Hearne & Salinas (2002)	코스타리카 생태관광 개발(Braulio Carrillo 국립공원) 가치	국내외 관광객	입장료
Brau (2008)	휴양지(이탈리아 사르디냐) 관광지 개선 선호도	국내외 관광객	1인당 소비 금액
León et al. (2015)	카타르헤나 국립공원 혼잡도와 거주민 복지에 대한 선호	국립공원 방문객	입장료
Oppewal et al. (2015)	관광 목적지 결정요인	지역(호주 멜본주) 거주자	여행 비용

우선 Hearne & Salinas(2002)는 코스타리카의 Braulio Carrillo 국립공원 Barva 화산지역의 접근성 개선으로 인해 방문률이 대폭 증가에 맞춰 관광자원 개발 계획 수립을 위해 CE를 활용한 속성별 선호도를 측정하였다. 관광자원 가치를 구성하는 속성은 인프라, 정보, 경관, 이용의 제한, 국립공원의 입장료 등 총 5개 속성으로 구성하였으며 국내·외 관광객 442명을 대상으로 설문조사를 실시하였다. 다항로짓 모형을 사용한 추정결과 인프라 속성의 수준은 모두 양의 부호로 나타나 현재의 간소한 형태의 관광안내소 및 루트보다는 현대적 시설을 선호하고, 경관 및 정보제공 측면에 있어서도 안내 정보 제공과 경관을 감상할 수 있는 시설의 도입을 선호하는 것으로 나타났다. 속성별 선호 정도는 국립공원 이용제한 완화에 따른 입장료 가치는 \$3.31, 경관 감상 \$2.11, 그리고 안내정보는 \$1.54 순으로 추정되었다. Hearne & Salinas(2002)의 연구는 관광지 혼잡도가 관광객 선호에 미치는 영향을 파악해 보기위해 이용제한과 관련한 속성을 추가하였다는 점과 동일한 관광자원의 경우에도 내국인 대비 외국인이 안내 및 이용제한 완화에 높은 선호를 보이고 있어 관광객 유형에 따른 차이를 분석하였다는 점을 주의 깊게 살펴볼 필요가 있다. 특히, 광고호수공원의 경우에도 지역주민과 외지인의 광고호수공원 속성별 가치에 대한 선호가 다를 수 있어 실험설계 및 분석과정에서도 이를 추가적으로 살펴보고자 한다.

León et al.(2015)의 연구는 국립공원의 관광객 혼잡 대응을 위해 고안된 일련의 정책, 지역민 복지 증가, 그리고 생태계 서비스 증가에 따른 효용을 측정하고자 하였다. 이에 입장료, 산호초 생태계, 맹그로브 숲, 건조숲, 해양생태계, 관광객 수, 인구통계학적특성 등의 국립공원의 선호도 속성을 구성하고, 혼합 및 다항로짓 모형을 활용하여 복원 가치를 추정하였다. 카타르헤나 다도해 국립공원 방문객 750명을 대상으로 설문조사를 실시한 결과 정책에 대한 선호(preferences for the proposed policies)를 기반으로 관광객을 3가지 유형의 군집(segment)으로 구분할 수 있었으며, 3개의 관광객 군집이 복원 가치에 대해서도 서로 다른 선호도를 가지는 것을 확인하였다. 동 연구는 가치 추정의 세부 속성으로 생태계 서

비스, 관광객 혼잡 개선, 지역 커뮤니티 복지 등을 제시하여 관련 정책의 관점에서 가치추정을 시도하였다는 점에서 다른 연구들과의 차별성이 있고, 정책에 대한 선호로 응답자를 군집화하여 각 집단별 WTP의 차이를 분석한 결과를 제시함으로써 정책적 활용도가 보다 높은 연구결과를 도출해 내고 있다.

해외 연구들의 경우 단순히 관광자원의 가치 혹은 관광상품의 가치 추정 뿐 아니라 다양한 목적으로 CE를 활용하고 있는데, Oppewal et al.(2015)는 CE를 활용해 관광목적지 결정 요인과 각 요인에 대한 선호 정도를 분석하고 있다. Oppewal et al.(2015)는 관광계획에 대한 의사결정 과정에서 목적지와 체험유형 및 형태에 대한 정보 제공이 소비자의 결정에 어떻게 영향을 미치는지를 살펴보았다. 이에 항공, 렌트, 숙박기간 및 등급, 목적지등으로 관광목적지와 체험관광의 유형 및 여행형태의 속성을 구성하고 각 속성이 관광지 결정에 미치는 영향을 분석하였다. 호주 멜번주 거주민을 대상으로 1,611명의 응답결과를 다항로지 모형을 통해 추정하고 시나리오에 따른 그룹별 차이를 제시하였다. 동 연구에서는 정보제공 순서에 따른 차이를 살펴보기 위해 2가지 유형의 시나리오를 설정하였는데, 첫째, 목적지를 먼저 제시하고 이후 속성과 체험과 관련된 프로그램 제시 그룹(D-first)과 둘째, 체험프로그램 제시 이후 속성과 목적지명을 제시한 그룹(E-first)로 구분하여 차이를 분석하였다. 추정결과 항공사와 렌트카에서는 두 그룹 모두 유의한 영향이 없는 것으로 나타났으며, 관광객들은 장기 숙박과 숙박시설의 높은 등급, 높은 소비금액을 선호하는 것으로 나타났다. 체험활동 측면에서는 모든 속성이 유의한 양의 선호가 관측되었으며, 자연, 휴식, 이벤트 & 축제 체험의 순으로 선호도가 높은 것으로 나타났다.

Brau(2008)은 수요기반의 지속가능한 관광정책수립을 위해 관광객들의 관광지 주요 서비스 정책 선호를 CE를 활용해 분석하였다. Brau(2008)은 휴양지인 사르디니아지역에서 숙박시설 부근 보호구역, 자연자원 품질, 관광목적지의 과잉수용, 그리고 휴양시설의 이용가능성과 관련한 주요 정책에 대한 관광객 선호도를 분석하였다. CE 적용을 위한 세부 속성 및 수준의 구성은 주요 관광명소의 접근성, 주요 관광명소의 관광객 집중도, 자연 환경의 훼손, 레크리에이션 서비스, 휴가지 부근 자연보호구역, 숙박요금 등과 관련한 구체적인 정책을 단계별로 제시하였다. 이탈리아 사르디아 공항에서 조사한 지역 관광경험이 있는 내·외국인 관광객 252명의 응답결과를 분석한 결과 주요 관광명소와의 접근성을 높이거나, 레크리에이션 서비스 제공에 있어 넓은 범위의 선택과 다양한 서비스가 제공될수록 양의 선호를 보이는 것으로 나타났다. 특히, 목적지 접근성과 목적지 내 상호보완적 서비스 수준이 높을수록 관광객들이 선호하는 것을 파악하였다. Brau(2008)의 연구는 구체적 관광정책에 대한 선호를 확인하고 수요기반의 관광정책 수립에도보다 직접적으로도 CE가 활용될 수 있음을 보여주고 있다.

제3장 현황 및 사례분석

제1절 수원 관광자원 및 광고호수공원 현황

1. 수원 주요 관광자원 현황분석

수원시의 주요 관광자원은 한국문화관광연구원의 관광지식정보시스템(www.tour.go.kr)의 관광자원분류 기준에 따라 문화, 자연자원, 시설로 분류하고자 한다.

1) 역사문화자원

수원시는 세계문화유산으로 등재된 수원화성과 화성행궁을 비롯해 국보, 보물, 사적 등 국가지정문화재 14개소를 보유하고 있다.

〈표 3-1〉 수원시 문화재 보유 수

계	국가지정				도지정					등록 문화재
	소계	보물	사적	중요 민속 문화재	소계	유형	무형	기념물	문화재 자료	
46	14	10	3	1	32	12	3	7	8	2

자료: 문화재청

수원의 대표적 역사문화자원인 수원화성은 길이 5.52km의 성곽으로, 1997년에 유네스코 세계문화유산으로 등재된 이후 세계적으로 알려져 있다. 화성행궁은 경복궁의 ‘부궁’ 이라고 불리며 정조대왕이 수원을 방문할 때 사용한 임시 궁궐로 수원의 대표적 역사문화자원 중 하나이다. 수원화성의 주요자원으로는 팔달문, 장안문, 화홍문 등 성문과 성곽, 서장대, 방화수류정 등이 있으며, 각기 독특한 형태로 수원시 경관과 조화를 이루고 있다. 수원시에서는 이들 문화재를 활용한 야간공연, 정조대왕 거동, 성곽작은음악회 등 다양한 관광 프로그램을 통해 관광객들에게 다양한 볼거리를 제공하고 있다.



〈수원화성〉



〈화성행궁〉



〈팔달문〉

출처: 수원시청 홈페이지(우, 가운데), 수원문화재단 홈페이지(좌)

〈그림 3-1〉 수원시 주요 역사문화자원

2) 자연자원

(1) 생태자원

수원시는 광교산, 칠보산, 청명산 등 산림자원과 수원천, 서호 등 수자원을 보유하고 있어 자연자원이 풍부한 특징을 지니고 있다.

<표 3-2> 수원의 산림 및 수자원 현황

구분		소재지	일일이용객	내용
산림 자원	광교산	장안구 상·하광교동 일원	평일 : 12,500명 공휴일 : 30,000명	- 수원함양림 등 다양한 삼림욕장 보유
	칠보산	권선구 금곡, 당수동, 호매실동	평일 : 1,500명 공휴일 : 3,000명	- 생태교육을 위한 자연생태학습장 보유
	청명산	영통구 영통동	평일 : 500명 공휴일 : 1,000명	- 수려한 경관을 자랑하는 산림
수자원	수원천	권선구 일원	-	- 광교 저수지를 지나 구시가지를 관통하는 천변
	서호 (축만제)	팔달구 화서동 436-1	-	- 수원8경 중 하나

자료: 수원시공원녹지사업소 홈페이지, 수원시청 홈페이지(www.suwon.go.kr)

(2) 공원

수원시 공원수는 총 296개소로 소공원 21개, 어린이 공원 196개, 근린공원 64개 등 생활권 공원과 역사·문화·수변공원 등 주제공원 15개소가 분포하고 있다. 이 외에 기존의 산림자원과 저수지를 최대한 보존하면서 조성된 광교호수공원을 보유하고 있으며 공원 내에는 커뮤니티 숲, 야외공연장, 잔디광장, 반려견 놀이터 등 다양한 공간 및 시설이 조성되어 있다.

<표 3-3> 수원의 공원 현황

합계	생활권 공원				주제공원	비고
	소계	소공원	어린이공원	근린공원		
296개소/ 7,166,791.3㎡	281개소/ 6,623,096.8㎡	21개소/ 25,941.4㎡	196개소/ 493,218.2㎡	64개소/ 6,103,936.8㎡	15개소/ 215,220.8㎡	광교호수공원 약205만㎡

자료: 수원시청 홈페이지(www.suwon.go.kr)

주: 합계는 광교호수공원 면적을 제외한 생활권 공원과 주제공원의 면적의 합을 계산

3) 문화 및 시설자원

(1) 문화시설

수원의 역사 및 문화를 주제로 한 박물관과 미술관 등의 체험시설이 있으며 공연 및 전시시설, 영상시설 등 다양한 문화시설을 보유하고 있다.

■ 박물관 및 전시관

수원시에는 수원화성과 수원의 역사를 테마로 건립된 박물관 및 전시관이 많으며, 이 외 어린이 교육 중심의 미술전시관과 2015년에 건립된 수원시립아이파크미술관 등이 운영되고 있다.

<표 3-4> 수원의 박물관 현황

구분	소재지	기능 및 역할
수원박물관	영통구 창룡대로 265(이의동)	- 수원의 역사박물관과 한국서예박물관으로 구성
수원화성박물관	팔달구 창룡대로21 (매향동)	- 수원화성의 역사·문화와 관련된 유물전시와 상설체험실 운영
수원광고박물관	영통구 광고로 182	- 광고신도시 개발지역에서 발굴된 각 시기의 유물 전시
축구박물관	팔달구 월드컵로 310	- 2002월드컵을 비롯한 한국 축구의 역사
지도박물관	영통구 월드컵로 92(원천동)	- 지도 관련 다양한 전시 및 체험
수원시미술전시관	송죽동 영화정길 35	- 어린이미술체험관, 생태미술체험관 프로그램 운영
수원화성홍보관	팔달구 행궁로 11(남창동)	- 수원화성의 홍보를 위한 다양한 자료 전시(기획전시실, 3D영상실 등)
수원시립아이파크 미술관	팔달구 정조로 833(신평동)	- 전통과 현대의 문화예술플랫폼으로 지역작가를 발굴 후원시설

자료: 수원시공원녹지사업소 홈페이지, 수원시청 홈페이지

■ 공연시설

수원SK아트리움, 무형문화재전수회관, 경기도문화의전당 등 공연시설 6곳이 위치하고 있으며, 각 시설에서는 매년 지역축제, 행사 등이 개최되고 있다.

<표 3-5> 수원의 공연시설 현황

구분	소재지	주요 시설
수원SK아트리움	장안구 이목로 24-25 (정자동)	소공연장, 대공연장
무형문화재전수회관	매향동 복수문길 96	야외공연장, 전시실 등
경기도문화의전당	팔달구 호원로 307번길20	대공연장, 연습실, 휴게실 등
KBS수원아트홀	팔달구 인계로 123	실내공연장, 회의실, 사무실 등
제1야외음악당	인계동 동수원로 270	연습실, 공연단, 잔디광장 등
제2야외음악당	정조로 1087 (송죽동)	원형광장



[수원SK아트리움]



[무형문화재전수회관]



[경기도문화의전당]

출처: 네이버메거진캐스트(우), 두산백과(가운데), 대한민국 구석구석(좌)

<그림 3-2> 수원시 주요 공연시설

(2) 문화거리와 전통시장

수원시에는 나혜석문화거리, 삼남길 등 테마거리가 구성되어 있으며, 수원의 대표적인 음식을 테마로 한 음식문화촌, 지동순대타운이 특화거리로 구성되어있다.

<표 3-6> 문화거리 현황

구분	주요자원	내용
테마문화거리	나혜석거리	<ul style="list-style-type: none"> - 한국최초 여성 서양화가이자 문학가 나혜석을 테마로한 거리 - 지난 2000년 팔달구 인계동에 위치한 효원공원부터 600m구간으로 조성 - 수원의 변화가에 위치하고 있어 음식문화거리로도 불리우며 음식문화축제 등 다양한 축제가 개최
	삼남길	<ul style="list-style-type: none"> - 조선시대 육로교통의 중심축인 삼남대로를 기본원형으로 한 도보길 - 독산성 및 세미대지, 궐리사 등 풍부한 문화유산과 함께 사도세자와 관련된 스토리텔링이 있는 거리 - 서호천길, 중북들길, 화성효행길 등 템플스테이 프로그램을 운영하고 있는 문화거리
음식문화거리	통닭거리	<ul style="list-style-type: none"> - 팔달로 1가에 위치한 거리로 8개의 크고 작은 통닭집이 모여 형성
	나혜석거리 음식문화촌	<ul style="list-style-type: none"> - 팔달구 인계동에 소재한 나혜석거리를 중심으로 65여개소의 음식점 분포
	지동순대타운	<ul style="list-style-type: none"> - 팔달구 지동에 위치한 순대, 곱창을 파는 식당들이 40여 곳이 모여 순대타운 형성

자료: 수원시정연구원(2015) 참고 연구자 재작성

지동시장, 영동시장, 역전시장 등 전통시장이 수원화성의 팔달문 주변에 위치하고 있어 주요 상권을 형성하고 있으며 약 20여 곳이 2005년부터 운영되고 있다.



[지동시장]



[남문로데오시장]



[수원가구거리상점가]

출처: 두산백과(우), 네이버블로그(가운데, 좌)

<그림 3-3> 수원시 주요 역사문화자원

(3) 관광코스

■ 도보관광코스

수원이 가지고 있는 다수 관광자원을 연계한 전통시장코스와 팔색길 코스 등 역사문화, 자연·생태체험 등 다양한 테마별 관광코스를 보유하고 있다.

전통시장 코스는 화성행궁에서 수원 전통시장까지 팔달문 권역을 둘러보는 코스로 1·2 코스는 수원화성(화성행궁)을 중심으로 영동시장과 남문패션1번가, 못골 종합시장을 연계한 코스이며 3코스는 연무대의 국궁체험을 중심으로 코스를 제안하고 있다.

<표 3-7> 전통시장 코스

구분	코스 현황
1코스	수원화성(화성행궁)→ 팔달문 로터리→ 팔달문시장 고객안내센터→ 영동시장 2층 아트포라→ 불취무귀상(포토존)→ 영동시장내 한복전문, 의류매장 쇼핑→ 팔달문시장내 점심식사→ 남문패션 1번가
2코스	수원화성(화성행궁)→ 팔달문 로터리→ 팔달문시장 고객안내센터→ 영동시장 2층 아트포라→ 불취무귀상(포토존)→ 지동시장 쇼핑→ 못골 종합시장→ 남문패션 1번가→ 영동시장내 한복전문, 의류매장 쇼핑
3코스	연무대(국궁체험)→ 매향교(정치)→ 수원천변→ 팔달문 고객안내센터→ 불취무귀상(포토존)→ 팔달문 시장(차없는 거리)→ 영동시장(아트포라)→ 통닭거리→ 화성행궁 주차장

자료: 수원시청 홈페이지(www.suwon.go.kr)

팔색길은 수원이 지닌 행운을 상징하는 8의 긍정적 의미를 담아 수원의 역사·문화·자연을 체험할 수 있도록 구성되었다. 자연·생태를 주제로 한 모수길, 지계길, 매실길, 여우길, 도란길, 수원둘레길과 역사·문화를 주제로 한 효행길, 화성성곽길로 나뉜다.

<표 3-8> 팔색길 관광코스

구분	소개	거리(시간)	코스 현황
모수길	서호천과 수원천 주변 환경을 느낄 수 있는 코스	22.8km (7시간 40분)	광고공원→ 화홍문→ 수원천→ 서호공원→ 서호천→ 광고저수지→ 광고공원
지계길	광고천 수변길을 즐길 수 있는 코스	7.1km (2시간 30분)	광고공원→ 광고쉼터→ 수루레미 다리 → 광고산 등산로 입구→ 한철약수터 → 향아리 화장실→ 파장시장
매실길	황구지천의 자연환경을 즐길 수 있는 코스	18.1km (6시간)	수원시농업기술센터→ 경기도축산위생연구소→ 칠보산 여가복지→ 왕송호수→ 황구지천(금곡교)→ 수원시농업기술센터
여우길	광고저수지와 광고호수공원을 연결 코스	10.7km (3시간40분)	광고공원→ 경기대학교 정문→ 광고역사공원→ 원천호수→ 여우골숲길→ 봉녕사→ 경기대학교→ 광고공원
도란길	메타세콰이어 길 영통의 공원 연결코스	11.1km (2시간50분)	영통중앙공원→ 영흥체육공원→ 원천리천→ 머니생태공원 → 곡반정교→ 영통초교건기좋은길→ 영통중앙공원
수원 둘레길	광고산길, 칠보산길, 원천리길, 영통의 경계를 연계한 코스	60.6km (22시간30분)	광고호수공원→ 영통가로수길→ 원천리천→ 황구지천 → 칠보산→ 왕송호수→ 지지대쉼터→ 광고산→ 광고호수공원
효행길	정조대왕이 현릉원을 참배할 때 왕래하던 효행의 길	12.3km (4시간30분)	효행공원→ 노송지대→ 만석공원→ 장안문→ 화성행궁 → 팔달문→ 매교삼거리→ 수원경계(장다리천2교)
화성 성곽길	수원화성을 둘러볼 수 있는 역사테마 코스	5.1km (2시간)	팔달문→ 서장대→ 화서문→ 장안문→ 화홍문→ 팔달문

자료: 수원시청 홈페이지(www.suwon.go.kr)

■ 시티투어코스

수원시 시티투어코스는 수원의 대표관광자원인 수원화성을 중심으로 향토음식, 해우재 등 관광자원을 연계하여 하루 만에 다양한 곳을 방문할 수 있도록 구성되었다. 외국인의 이용을 돕기 위해 안내시설에서는 다양한 언어를 지원하고 있으며, 이 밖에 다채로운 체험 관광 프로그램을 운영하고 있어 관광객들에게 수원의 역사적배경과 사회문화적 특성을 이해시켜줄 수 있는 유용한 수단으로 각광받고 있다.

시티투어코스는 수원화성과 화성행궁을 중심으로 한 주변 도시 관광상품과 연계 코스로 나누어 운영되고 있다. 특히, 2코스는 경기 광명시, 3코스는 경기 화성시와 연계하여 지역 대표 문화·역사 관광지 투어를 진행하고 있다.

<표 3-9> 수원시 시티투어코스 현황

구분	내용	
이용시간	- 1코스 수원시티투어코스 : 연중 매주 화~금요일 운행(1일 2회 운영) - 2코스 수원·광명 1일 코스: 매주 토요일 운행(1일 1회 운영) - 3코스: 수원·화성 1일 코스: 매주 일요일 운행(1일 1회 운영)	
이용대상	- 국내·외 관광객	
운행코스	1코스 (시티투어코스)	수원역 관광정보센터 → 해우재 → 화서문 경유 → 장안문 경유 → 화성행궁 → 화홍문(방화수류정) → 동장대(연무대) → 수원화성박물관 → 수원역 관광정보센터
	2코스 (수원·광명 1일 코스)	수원역 관광정보센터 → 화서문 경유 → 장안문 경유 → 화홍문(방화수류정) → 화성행궁 → 동장대(연무대) → 지동시장 → 용·건릉 → 용주사 → 물향기수목원 → 수원역 관광정보센터
	3코스 (수원·화성 1일 코스)	수원종합안내소(수원역) → 화서문(경유) → 장안문(경유) → 화홍문(20분) → 화성행궁(80분) → 연무대(20분) → 수원월드컵경기장(경유) → 지동시장(중식, 60분) → 팔달문(경유) → 용·건릉(40분) → 용주사(30분) → 물향기수목원(40분) → 수원종합안내소(수원역)



자료: 수원시 시티투어 홈페이지(<http://www.suwoncitytour.co.kr/>)

4) 축제 및 관광프로그램

수원시에서 개최되는 축제는 대부분 지역축제로 정조대왕, 수원화성 등 수원시 역사문화 자원을 테마로 한 것이 특징이다.

매년 개최되는 상시축제로는 2017년 54회를 맞이하는 수원화성문화제가 대표적이며, 역사적 사실의 고증뿐만 아니라 시민참여를 위한 다양한 체험프로그램을 운영해 2013년 문화체육관광부의 우수 축제로 선정되었다.

2016년에는 ‘수원화성 방문의 해’를 맞아 정조대왕능행차 공동재현 프로그램을 운영하였으며 수원음식문화축제 등 수원시 관광자원을 주제로 한 축제가 다수 개최되었다.

<표 3-10> 수원시 지역축제 현황

구분	행사기간 (개최일수)	행사장소	주요 프로그램
수원화성문화제	10월 중 (3일간)	수원화성일원	- 무예공연 '무무화평' - 개폐막행사, 놀이마당 참여프로그램 등 - 혜경궁홍씨 진찬연 - 정조대왕 친림과거시험(무과) 등
수원국제음악제	8월 중 (8일간)	수원제1야외 음악당 등	- 국내외 아티스트 초청공연 - 동요음악회, 프린지 공연 등 다양한 음악콘서트 등
수원연극축제	5월중 (4일간)	수원시 일원	- 국내외 초청작 공연 - 수원생활연극축제, 시민희극낭독 등 - 대학연극페스티벌 등
수원음식문화 축제	4월중 (3일간)	화성행궁 주차장	- 갈비,중식,일식 할인판매 - 제8회 수원전국요리경연대회 - 음식문화개선 홍보부스 운영 등
전국무궁화 수원축제	8월중 (3일간)	효원공원	- 무궁화 전시, 공식행사, 심포지엄, 프로그램 운영 등
2016 수원청소년 어울림마당	5월,6월중 (2일간)	수원청소년 문화센터 야외광장	- 청소년 동아리 체험부스, 문화예술공연, 나눔장터 운영 등
2016 수원국제자매 도시수공예축제	5월중	화성행궁광장	- 세계 수공예 전시 및 체험활동 - 국제자매도시 도시정보 부스 운영 등
2016 가족문화축제	5월중	영통 반달공원	- 사생대회, 보물찾기, 레크레이션, 인디밴드 공연, 에어바운스, 벼룩시장, 각종체험부스 등
2016경기인형 극제 in Suwon	7월중	경기도문화의 전당 등	- 인형이야기 공모전, 인형 만들기 워크숍 등 다양한 연극 프로그램 운영 등

구분	행사기간 (개최일수)	행사장소	주요 프로그램
2016 수원발레축제	9월중 (4일간)	제1아외음악당	- 발레메인공연, 발레체험교실, 발레역사 및 옹품관련 전시회, 횡단보도 댄스 등
2016 수원재즈 페스티벌	9월중	광고 호수공원	- 재즈공연, 밴드공연 등
2016 정조대왕능행차 공동재현	10월중	서울, 안양, 수원 일원	- 배다리 퍼포먼스, 자객대적공방전 등 다양한 볼거리 제공, 시민참여 프로그램 진행
2016 수원등불축제	9월중	수원천	- 수원천 구간별 정조대왕의 콘셉트를 도입한 등불을 활용한 퍼포먼스 개최

자료: 수원시 문화관광 홈페이지, 2016년 지역축제 개최계획

주. 2016년에 수원시에서 개최된 축제를 중심으로 구성(상시적, 일시적으로 개최되는 축제 모두 포함)

이외에도 지역 축제 외에 2016년에는 2016 길 위의 인문학과 광고수련관 법축제, 2016 수원발레축제, 수원사람들 영화제 등 인문학적 콘셉트의 특색 있는 축제가 개최되었으며, 2016년에는 수원화성방문의 해를 맞아 플라잉 수원, 수원화성 1박2일 테마여행, 수원화성 달빛동행 등 다양한 주·야간 관광 프로그램이 운영되고 있다.



[수원화성문화제]



[플라잉 수원]



[수원음식문화축제2016]

출처: 수원시청홈페이지(www.suwon.go.kr)

<그림 3-4> 수원시 주요 축제 및 프로그램

2. 광고 호수공원의 현황 및 이용실태

1) 광고호수공원 개요

- 위치 : 광고신도시 내 원천저수지 및 신대저수지 일원
- 면적 : 2,025,418㎡(613,763평)
 - ※ 호수면적 653,003㎡(원천저수지:373,568㎡, 신대저수지:279,435㎡)
- 조성기간 : 2010. 6 ~ 2013. 4
- 사업비 : 1,200억 원
- 주요시설
 - 어번레비, 마당극장, 신비한 물너미, 인공암벽장, 가족캠핑장, 반려견 놀이터 등



자료: 수원시청 홈페이지(www.suwon.go.kr)

<그림 3-5> 광고호수공원 시설 배치도

2) 광고호수공원 접근성

광고호수공원은 버스나 지하철로 접근이 가능하나 주요 지하철역에서 환승 시 대부분 20분 이상이 소요되며, 자가용 이용객을 위한 주차장을 3개 보유(1,100대 주차 가능)하고 있으나, 주말의 경우 이용객이 급증하여 주차 혼잡 현상이 발생하고 있다.



<그림 3-6> 광고호수공원 주요 교통편

<표 3-11> 광고호수공원 주요 교통편 현황

지하철역 (버스정류장)	버스노선	배차간격 (토요일기준)	도착 정거장수	도착지
광교중앙역 (2번출구) 04-266	7-2번	22~25분	6번째	광고호수공원 스텝파크
	80번	9분	12번째	
	88-1번	20~30분	6번째	
상현역 (3번출구) 04-277	670번	25~30분	4번째	광고호수공원 스텝파크
	7-2번	22~25분	4번째	
	80번	9분	4번째	
청명역 (1번출구) 04-162	34번	25분	16번째	광고 한양수자인
	34-1번	25분	10번째	
망포역 (1번출구) 04-085	34번	25분	22번째	광고 한양수자인
	34-1번	25분	16번째	
수원역 (10번출구) 03-023	22번	30~50분	23번째	광고호수공원 스텝파크
	7-2번	22~25분	28번째	
양재역 (8번출구) 22-003	5006번	25~30분	18번째	광고 한양수자인

3) 광고호수공원 주요시설 및 이용현황

광고호수공원은 수원시 영통구 하동 일대에 위치한 공원으로, 경기도시공사에서 시행하고, 삼성물산에서 시공하여 2013년 11월 3일에 개장하였다. 과거 유원지가 자리했으나 주변 여건변화에 따라 기능을 상실하게 되면서 광고신도시 개발에 맞춰 자연친화적인 공원으로 재조성 되었다. 약 2,050,000㎡(65만평)의 면적으로 국내 호수공원 중에서 가장 큰 규모이며, 일산호수공원의 1.7배에 해당한다.

(1) 주요 도입시설

광고호수공원은 단일호수로만 구성되어 있는 대다수의 호수공원과 다르게 원천호수와 신대호수 2개로 이루어져 있으며, 호수를 중심으로 각각 다른 권역으로 나뉘어져 있다.

원천호수 권역은 광고호수공원의 주요 시설들이 대부분 위치하고 있어 신대호수 권역보다 즐길거리가 많은 것이 특징이다. 주요 도입시설로는 수경시설이 배치되어 있는 어반레비, 신비한 물너미, 광고 요트장, 오토캠핑장, 재미난 밭, 암벽등반장 등이 있다.

신대호수 권역은 애견공원이 들어서 있고, 자전거도로가 잘 갖춰있는 것이 특징이다. 주요 도입시설로는 조용한 물숲, 향긋한 꽃섬, 스텝파크, 행복한들, 하늘전망대, 조류관찰대, 애견놀이터 등이 있다.

<표 3-12> 광고호수공원 주요 도입시설

구분	면적 및 시설규모	주요시설 및 기능
어반레비	길이 약 1.6km	- 야간 경관조명 - 레비 안개분수 및 고사분수 - 수변데크 산책로 등
마당극장	1,800㎡ 약 600석(스탠드)	- 중앙마당 또는 전면무대 - 공연전문가 정기 무료공연 - 아마추어 동호회 공연 및 공익단체 행사 개최 등
신비한 물너미	지름 60m	- 벽천분수, 안개분수, 바닥분수 등 - 수면 아래에 설치된 다용도의 광장에서 소규모 공연 개최 - 여름철 어린이들의 물놀이 공간
인공암벽장	인공암벽 3동	- 스피드코스, 초급자, 중상급자 코스로 나뉘어져서 시설운영 - 국제공식경기용
조용한 물 숲, 향긋한 꽃 섬	-	- 신대호수 수변에 정다운 다리와 원형데크, 수중조명이 배치 - 아치형 교량, 원형데크 산책로로 구성된 친수공간인 인공식물섬
가족캠핑장	5,320㎡ 33면	- 가족과 함께 휴식과 여유를 즐길 수 있는 도심 속 레저 및 힐링공간 - 캠핑시설 33면 중 일반사이트와 캐러반 사이트로 구분되어 운영

구분	면적 및 시설규모	주요시설 및 기능
반려견 놀이터	3,524㎡	- 신대호수주차장 녹지대에서 운영 - 2015년 4월에 개장 - 소형견, 안전격리공간, 중대형견으로올 공간을 구분하여 운영

자료: 광교호수공원 시설현황(수원시청 공원녹지과 내부자료)

그 외 시설로는 초화원, 잔디광장, 자연학습체험장, 어린이 놀이터, 잔디광장 등 자연생태 체험을 위한 시설로 체험 프로그램을 운영하고 있으며, 호수공원 주변의 산책로, 자전거도로(전체 6.5km) 등 둘레길이 광교신도시의 그린웨이와 연계되어 있다.

벤치, 그네, 파고라 등의 편의시설과 노젓기운동, TM스텝사이클 등의 운동시설이 배치되어 지역주민들이 이용할 수 있는 근린공원의 성격을 지니고 있다.



[어반레비]



[마당극장]



[반려견 놀이터]



[광교호수공원 둘레길]



[어린이놀이터]



[인공암벽장]

<그림 3-7> 광교호수공원 주요 도입시설

(2) 가족캠핑장 이용현황

■ 가족캠핑장 일반현황

- 위치 : 영통구 광고호수로 57(하동 1023번지)
- 면적 : 5,320㎡
- 사이트 : 일반사이트 26면, 캐러반사이트 7면
- 부대시설 : 연면적 408.85㎡/1층건물(샤워실, 식기세척장, 매점 등)
- 개별시설 : 주차장, 테이블 등



[광고호수공원 둘레길]



[가족캠핑장]



[부속시설]

<그림 3-8> 광고호수공원 가족캠핑장 및 부속시설

■ 광고가족캠핑장 이용실태

광고가족캠핑장 이용현황을 살펴보면, 2014년 5,280명, 2015년 5,667명, 2016년 5,385명(10월까지 집계)으로 지속적으로 증가하는 추세를 보이고 있다. 주로 캐러반 이용률이 80% 내외로 오토캠핑(40% 내외)보다 높은 편이다.

<표 3-13> 광고가족캠핑장 이용 현황

(단위 : 명, %)

구분	계	캐러반		오토캠핑		비고
		횟수	이용율	횟수	이용율	
2014년	5,280	1,661	76%	3,619	40%	1.1~12.31
2015년	5,667	1,701	78%	3,966	44%	
2016년	5,385	1,745	82%	3,640	46%	1.1~10.31

4) 2016년 광고호수공원 축제 및 프로그램

(1) 축제

2016년에 광고호수공원에서 개최된 축제는 7개로 관 주도형 축제가 대부분이며, 지역 공동체 형성을 위한 화합의 장을 목표로 진행되고 있다.

〈표 3-14〉 광고호수공원 축제 현황(2016년)

구 분	시기	주최/주관	장소	내용
수원화성 드림 페스티벌	5월 중	한국스카우트연맹	재미난발 신대산책로	다양한 체험활동에 청소년들이 직접 참여하는 방식으로 진행
다둥이 축제	7월 중	수원시	마당극장 원천호수 주변	저출산 문제를 극복하고 시민 들의 관심과 공감대 형성을 위 한 축제
수원재즈페스티벌	9월 중	수원시/ 수원문화재단	재미난 발 (잔디광장)	다양한 음악분야의 스타들이 함께하는 공연축제
2016 수원국제음악제	8월 중	마당극장	수원국제음악제 개최 프로그램 중 호수콘서트 개최	
3개시 한마음 어울림 문화페스티벌	9월 중	수원시광역행정 시민협의회&경기문 화예술단체연합회	마당극장	예술인들의 상생과 화합을 위 한 축제
2016년 원천·광고 한마음 축제	9월 중	광고1,2동 주민자치위원회	마당극장	지역의 공동체를 형성하고 연 합축제의 장으로 마련하기 위 한 축제
꿈빛별빛축제	10월 중	수원 YMCA	마당극장	유아·가족마라톤, 에코티어 링 등 생태체험프로그램 운영

자료: 수원시청 내부자료(2016년 기준)

(2) 행사 및 이벤트

광고호수공원에서 개최된 행사 수는 약 60여개로 동호회 단체나 시민들의 자발적인 참여를 중심으로 한 민간 주최의 행사가 대부분이다.

공원 내에서도 어번레비 근처 마당극장에서 개최된 경우가 많았으며 주로 버스킹, 음악회 등 공연위주의 행사가 개최된 것을 확인할 수 있다.

<표 3-15> 광고호수공원 개최지별 행사수 현황

구분	개최장소	개최수
어번레비 인근	거울못 분수	3
	나루터매점	3
	마당극장	27
	물보석분수	4
	어번레비	2
	에일린의 뜰	1
	반려견 놀이터	2
커뮤니티 숲	캠핑장 부근	1
원천호수 인근	원천호수	7
신대저수지 인근	신대호수	3
	자작나무쉼터	1
재미난 밭		4
행복한 들		3

(3) 운영 프로그램

광고호수공원의 운영 프로그램은 수원 YMCA에서 위탁운영하고 있으며, 2016년 기준 연간 39개의 생태 문화 프로그램이 총 311회 운영되었다. 기간은 3월부터 12월까지로 광고호수공원의 자연생태 및 문화프로그램과 관련된 프로그램이 광고호수공원 일원에서 운영되고 있다.

프로그램은 주로 유아부터 성인까지 다양한 연령대가 참여 할 수 있는 자연학습체험 및 환경친화적 프로그램이 다수를 이루고 있다. 특히, 신대호수 주변은 숲 높이, 명상, 새 탐사 등 생태프로그램을 중심으로 운영되고 있는 것이 특징이다.

<표 3-16> 민간위탁프로그램 운영 현황(2016년)

테마	프로그램명	개최기간	내용
자연생태	광교호수공원에서 놀자	4월~11월	유아를 위한 프로그램 생태 체험 프로그램 중심
	엄마랑 숲놀이	3월~11월	
	달팽이숲놀이터	3월~11월	
	숲에서 책놀이	3월~11월	
	광교호수공원 탐험대	3월~11월	초등학생을 위한 프로그램 숲놀이, 명상, 새탐사 등 프로그램 운영
	광교호수공원에서 놀자	4월~11월	
	환경기자단	4월~11월	
	1박2일 하하캠프	8월	
문화예술	청소년 또래 생태 안내자	3월~11월	생태교육 프로그램 광교호수지킴이 역할로 시민참여활동 프로그램
	엄마, 아빠는 숲 해설가	3월~11월	
	우리동네숲해설가	6월~8월	
	숲과 인문학	6월, 9월	-
	풀피리	8월	가족단위 이용객을 위한 프로그램 운영 공원 전체를 둘러보는 나들이 체험이나 자연물을 활용한 만들기 체험 중심
	오물조물 자연물 만들기	3월~11월	
	오감생태 나들이	3월~11월	
	두바퀴로 보는 호수공원	5월~10월	
	에코티어링	6월, 10월	
	가족봉사단(눈&발)	4월~10월	
	광야똥	4월~11월	
	깜깜탐험	3월~11월	
똑똑! 광교호수공원 알아보기	3월~11월		
시민참여	오 해피데이(어린이날)	5월	가족참여 프로그램 운영
	four rest	3월~11월	장애인을 위한 프로그램
전통문화	다함께 놀자!전래놀이	4월~10월	전통놀이 체험 프로그램

자료: 수원시청 내부자료

제2절 국·내외 유사시설 사례 분석

1. 사례 분석의 개요

1) 기본방향

본 장에서는 관광자원으로서 광고호수공원의 가치를 재조명하기 위해 호수 관광자원이 활성화된 국·내외 우수사례 분석을 통해 관광목적지(자원)의 기능과 특성을 검토하고자 한다. 이를 통해 향후 광고호수공원의 관리·운영 및 활성화 방안에 대한 개선점 파악과 가치추정을 위한 기준을 설정하고, 정책 방안 모색을 위한 시사점을 도출하고자 하며 사례분석의 방향성은 <그림 3-9>와 같다.



<그림 3-9> 사례분석 방향성

■ 공원조성 수준(시설)

생태녹지공간이 제공하는 자연감상, 휴식 및 건강 증진을 위한 산책로, 자전거길 및 각종 체육 시설 제공 등 공원 조성의 수준을 국민 여가증진에 목적을 두고 기본 휴식공간 제공, 산책로·자전거길 확대, 수변공간 활용 등 수준별 사례를 알아보려고 한다.

■ 프로그램 및 콘텐츠

광고호수공원을 관광지로 규정하고 수변 공원 내에서 제공할 수 있는 축제, 이벤트, 각

중 수변활동 및 체험활동 등 다양한 프로그램 및 콘텐츠 사례를 검토하고자 한다. 특히, 주변 관광지와의 연계 사례의 검토를 통해 광고호수공원과 수원의 주변 관광지와의 상생 방안을 강구해보고자 한다.

■ 수용태세(편의시설 및 인프라)

관광수용태세는 관광객 유치의 가장 중요한 하드웨어뿐만 아니라 최근 이를 지원하는 소프트웨어 및 휴먼웨어까지 포함하여 관광객에게 편의성과 인락함, 즐거움을 제공하는 통합적 전략으로 제시하고 있다(장병권, 2010; 윤정현, 2009). 이에 호수 공원 이용객들을 위한 기본적 편의시설 및 추가 편의 제공에 따른 이용활성화와 교통 인프라, 캠핑장 및 안내해설 및 가이드 프로그램 제공에 따른 관광편의를 제공하는 성공 사례를 중점적으로 분석해 보고자 한다.

2) 분석 대상 및 기준

본 연구의 대상지인 광고호수공원은 약 61만평 규모로 조성된 국내 최대 규모의 도시공원으로, 국·내외 사례 선정 시 이와 유사한 형태, 기능 및 접근성 등이 유사한 시설을 중심으로 검토하고자 한다.

국내 사례 분석은 관광자원으로서 광고호수공원과 유사한 기능을 제공한다고 판단되는 고양호수공원, 송도센트럴파크를 대상으로 하며, 국외 사례 분석은 중국의 북경 위화원, 미국의 위스콘신주 메디슨 호수를 대상으로 조사·분석하였다.

<표 3-17> 유사시설 사례분석 개요

구분	국내사례	국외사례
중점사항	호수공원 조성수준 및 관광활동 프로그램과 편의제공 시설 분석	
대상지 선정	국·내외 수변을 중심으로 조성된 호수공원	
대상	<ul style="list-style-type: none"> - 고양호수공원 - 송도센트럴파크 	<ul style="list-style-type: none"> - 중국 이화원 - 미국 위스콘신 메디슨 호수
분석항목	<ul style="list-style-type: none"> - 공원조성 수준 (위치, 주요 시설 및 특징) - 다양한 활동제공 (축제 & 이벤트, 운영프로그램, 주요 관광지 연계) - 편의정도 (편의시설, 안내해설 및 주변 인프라) 	

2. 국내·외 시설 사례분석

1) 국내 유사사례

(1) 고양호수공원

■ 공원조성 수준(시설)

고양호수공원은 일산신도시 택지개발사업과 연계하여 조성된 근린공원으로, 국내 최대 인공호수를 만들어 도시인이 접할 수 없었던 자연생태계를 재연하고 다양한 주변경관 및 호수를 이용한 레크리에이션 공간을 제공하고 있다.

<표 3-18> 고양호수공원 개요

구분	내 용
위치	일산동구 장항동 906
면적	1,034,000m ² , 호수면적(300,000m ²)
조성기간	1992.12 ~1995.12
사업비	255억원
주요시설	자연학습원, 노래하는분수, 꽃전시관, 장미원, 산책로, 맨발마당 등

자료: 고양시 호수공원 홈페이지(<http://www.goyang.go.kr/park/view/sub03/01/>)



<그림 3-10> 고양호수공원 시설 배치도

특히, 호수를 중심으로 조성된 4.7km의 자전거도로와 8.3km의 산책로는 시민들의 산책과 운동장소로 각광받고 있다. 문화교양시설에는 자연학습원, 선인장 전시관, 화장실역사전시관, 꽃전시관 등이 있으며, 조경시설에는 인공폭포, 조각공원, 약초섬, 장미원, 회화나무 광장 등이 있다. 호수공원 내 ‘노래하는 분수대’는 주 분대수와 바다분수, 계단분수, 콘트를 하우스, 부속시설로 이루어져 있는데, 최대 500여 가지의 분수 연출이 가능하여 볼거리를 제공하고 있다.

<표 3-19> 고양호수공원 주요 시설현황

구분	주요시설물
도로 및 광장	자전거 도로(4.7Km), 산책로(8.3Km), 광장(4개소)
조경시설	전통공원(4,958m ²), 중국정자, 장미원(10천본), 인공폭포, 분수(6), 수목(262천본), 초화원
운동시설	농구장(2), 게이트볼장(2)
교양시설	자연학습장, 조각품(30점), 공연장(3), 화장실전시관, 선인장전시관

자료: 고양시 호수공원 홈페이지(<http://www.goyang.go.kr/park/view/sub03/01/>)



[장미원]



[자전거 길]



[고양 꽃 전시관]

자료: 고양시 호수공원 홈페이지(<http://www.goyang.go.kr/park/view/sub03/01/>)

<그림 3-11> 고양호수공원 주요시설

■ 프로그램 및 콘텐츠

25,000㎡규모에 1,000여종 이상의 다양한 생물과 맹꽂이 등 멸종위기종이 서식하고 있는 도심 속 자연생태학교를 운영하고 있다. 고양 호수공원 자연생태학교는 초등학교 교과과정과 연계하여 프로그램을 추진하고 있으며 상시 프로그램, 주중 및 주말프로그램으로 구분하여 진행하고 있다.

<표 3-20> 고양호수공원 자연생태학교 프로그램

구분	주중	주말	상시
기간	4월~11월(화~금요일)	4월~11월(토요일)	4~11월
대상	단체(만 5세이상)	개인, 가족단위	호수공원 방문객
교육내용	풀 꽃교실, 숲생태교실, 수서곤충교실, 수생식물교실, 육상곤충교실, 자연놀이교실 등 운영		호수공원 자연물을 활용하여 공예작품 만들기 프로그램 운영

자료: 고양시 호수공원 홈페이지(<http://www.goyang.go.kr/park/view/sub03/01/>)

고양 호수공원에서는 1년 연중 다양한 축제가 개최되고 있으며 공원의 분수대, 야외정원, 야외무대, 수변 등을 활용한 특징을 지닌다. 주요 축제 및 박람회는 4월 고양국제꽃박람회, 5월 호수장미페스티벌, 9월 고양가을꽃축제, 12월 고양호수꽃빛축제 등이 개최되고 있으며, 특히, 매년 고양세계꽃박람회가 개최되는 장소로 세계적 명소로 자리 잡아 가고 있다.

<표 3-21> 고양호수공원 축제 개최현황

구분	시기	주최	특징
고양국제꽃박람회	매년 4월 초	고양시, (재)고양국제꽃박람회	- 실내전시 및 야외정원, 공연·체험프로그램 - B2C·B2B 종합 박람회 개최
호수장미페스티벌	매년 5월 말	고양시, (재)고양국제꽃박람회	- 분수를 둘러싼 1백여 품종 이상의 장미 정원 - 장미터널, 포토존, 장미 꽃밭에서의 볼거리 제공
고양호수예술축제	매년 10월 중	고양시, 고양문화재단	- 호수, 거리, 자연, 사람이 어우러진 새로운 도심 축제가 호수공원을 무대로 물, 환경을 테마로 한 다양한 거리극 중심의 공연예술 축제 개최
고양가을꽃축제	매년 10월 중	고양시, 고양문화재단	- 가을의 정취를 만끽할 수 있는 실내·외 전시 및 국화꽃 가을정원, 어린이 실내 놀이 정원, 포토존 등을 운영 - 수변을 이용한 꽃수상 자전거체험, 화훼판매 등 공연·체험 가능
고양국제야외 조각축제	매년 10월 중	고양시, 고양조각가협회	- 시민들이 가을의 정취를 느끼면 전시된 작품을 통해 조각의 예술적 아름다움을 경험할 수 있는 거리축제 - 창작조형체험, 세미나, 평화기원탑, 청조망 평화통일 메시지 매달기 등 다양한 시민참여 프로그램 개최

구분	시기	주최	특징
고양호수꽃빛축제	매년 12월	고양시, (재)고양국제꽃박람회	- 고양꽃전시관 및 호수공원 주제광장 일원에서 실·내외 전시 개최 - 빛조형물, 꽃빛터널, 레이저쇼, 공연·이벤트 등의 볼거리 제공

자료: 고양시 문화관광 홈페이지(<http://www.goyang.go.kr/visitgoyang/index.asp>)

또한 전시·컨벤션센터 방문객의 파급효과 확대를 위한 인근 관광지의 무료 셔틀을 운영하여 목적지 연계와 관광객 편의를 제공하고 있으며, 주요코스에는 고양 호수공원, 한화아쿠아플라넷, 엠블호텔, 웨스턴돔, 라페스타 등이 포함된다.

<표 3-22> 고양마이셔틀버스 운행정보

● “고양마이셔틀” 운행

- 고양시·킨텍스는 전시·컨벤션 참가자의 지역 연계를 위한 인근 호텔, 쇼핑, 지하철역, 관광명소 대상 무료 셔틀 운행
- [오전] 정발산역→ 킨텍스: 오전 10시~12시 운행(매 30분 간격)
[오후] 정규순환노선: 오후 13시~17시 30분 운행(매 30분 간격)
- 호수공원, 한화아쿠아플라넷, 엠블호텔, 웨스턴돔, 라페스타 등 순회



자료: 킨텍스 홈페이지(<http://www.kintex.com/>)

■ 편의정도

수용태세 측면에서는 화장실, 벤치, 매점, 원두막, 그늘시설 등의 기본 편의시설 설치·관리와 노인종합 복지관, 공용주차장 등의 추가 편의시설을 설치·운영하고 있다. 인근 도보 5분 거리에는 3호선 정발산역, 마두역, 주엽역 등과 영등포역, 신촌역, 서울역 등 서울 주요 교통 거점지와 교통연계가 이루어져 높은 편의수준을 제공하고 있다.

<표 3-23> 고양호수공원 편의시설 현황

구분	주요시설물
편의시설	공중전화(3개소), 주차장(1,050대), 쉼터(9), 화장실(8), 벤치(991), 그늘시렁(28), 매점(1), 원두막(3), 음수전(16), 팔각정(1), 전망대(1), 피크닉 탁자(13), 목교(75m), 공예품 전시장(1)
공공관리시설	관리사(3), 공원등(393), 기계실, 수처리시설(2동)
기타시설	꽃전시관, 전망동산, 약초섬, 선착장, 두루미사육장, 노인복지회관

자료: 고양시 호수공원 홈페이지(<http://www.goyang.go.kr/park/view/sub03/01/>)

(2) 송도센트럴파크

■ 공원조성 수준

송도센트럴파크는 우리나라 최대 면적의 임해 매립 해수공원으로, 연장 1.8Km, 최대폭 110m에 이르는 최초의 해수공원이다. 송도국제도시의 핵심지구인 국제업무단지 내 첨단업무지구와 주거단지 한가운데 도시의 열섬 현상을 막고, 세련된 도시에서의 안락한 휴식을 취할 수 있는 장소이다. 센트럴파크는 신개념의 공원으로 자연을 고스란히 옮겨 온 듯, 소나무 산책로와 돌이 깔린 계곡 등으로 친환경적 공원으로 조성되어 있다.

<표 3-24> 송도센트럴파크 개요

구분	내 용
위치	인천광역시 연수구 송도동 24-5번지 일원
면적	370,750m ²
조성기간	2007.01 ~ 2009.08
사업비	1,900억원
주요시설	보트하우스(수상택시), 산책정원, 초지원, 정형식정원, 테라스정원 등

자료: 인천광역시시설관리공단 홈페이지(http://www.insiseol.or.kr/institution_guidance/central_park/index.asp)



<그림 3-12> 송도공원 시설 배치도

수변을 따라 화단길과 연못 등이 들어서 있는 정형식 정원, 한국 전통의 정원양식을 형상화 하고 있는 테라스정원에는 방문객이 자유롭게 이용할 수 있는 광장과 보트하우스, 생태관 등이 들어서 있다. 또한 중앙공원을 대표하는 산책정원은 소나무 산책로와 돌이 깔린 계곡 등으로 자연친화적 공원이 조성되어 있다.

<표 3-25> 송도공원 주요 시설현황

구분	주요시설물
정형식 정원	화단길정원, 담수원, 워터프런트
테라스정원	마당, 보트하우스, 생태관
초지원	어린이 놀이공원, 잔디광장, 관광정보센터
산책정원	송림원, 암석원, 돌의 계곡

자료: 인천광역시시설관리공단 홈페이지(http://www.insiseol.or.kr/institution_guidance/central_park/index.asp)

■ 다양한 활동 제공

송도센트럴파크 내 카약, 카누, SUP(Stand Up Paddle Board)보드 등을 즐길 수 있는 이스트보트하우스, 송도의 풍경과 야경을 감상할 수 있는 웨스트보트 등은 관광객들을 대상으로 수변을 활용한 관광체험의 기회를 제공한다.

<표 3-26> 수변 레저·체험프로그램 현황

프로그램	이용시간	내용
이스트보트하우스	10:00~20:30	- 도심내에서 수상레저를 즐길 수 있는 장소 - 카약, 카누, 패밀리 보트, SUP보드(Stand Up Paddle Board)등의 수상레저를 체험할 수 있는 장소
웨스트보트하우스	평일: 10:00~19:00 주말: 10:00~21:00	- 송도BD 중심부인 센트럴파크 내 인공수로를 달리는 수상택시 정류소 - 수상택시를 타고 달리면서 이색 갤러리로 인기를 끌고있는 트라이볼, 동북아무역타워, G타워 등의 송도의 풍경과 야경을 감상
센트럴파크 해수족욕탕	13:00~20:00	- 소염과 살균 효과가 있으며 혈액순환을 도와 머리를 맑게 하여 두통과 불면증에 도움을 주는 족욕을 통해 공원이용객의 피로를 풀 수 있는 시설 체험 가능



[이스트보트하우스]



[웨스트보트하우스]



[해수족욕탕]

자료: 인천투어 홈페이지(<http://itour.incheon.go.kr/index.jsp>)

<그림 3-13> 송도공원 수변자원 활용 체험프로그램

송도센트럴파크 잔디광장에서는 매년 9월 ‘장미’와 야간의 아름다움을 더하는 ‘빛’을 소재로 LED장미 20,000송이를 전시하는 불빛축제를 개최하고 있다. 단일 콘텐츠를 활용(Light rose garden)하기 때문에 다양한 콘텐츠를 제공하는 기존의 행사들과는 차별성을 지니며, 송도국제도시와 어우러진 야경을 감상할 수 있다.

<표 3-27> 송도공원 축제 개최현황

구분	시기	주최	특징
송도불빛축제	매년 9월	인천광역시	- LED장미 약 20,000송이를 전시하는 불빛 축제행사

자료: 인천투어 홈페이지(<http://itour.incheon.go.kr/index.jsp>)

송도공원 내에 위치한 관광안내센터를 거점으로 시티투어버스와 연계하여 인천시 주요 관광지를 방문할 수 있으며, 트라이볼 복합문화공간, 송도컨벤시아 전시·컨벤션센터, 인천도시계획을 테마로 한 컴팩스마트시티, 송도 신도시를 한 눈에 내려다 볼수 있는 G타워 전망대 등이 송도센트럴 파크를 기준으로 위치해 있다.

<표 3-28> 인천시티투어 운행정보

- 인천시의 “인천시티투어”는 매주 월요일을 제외한 매일 오전 9:30분부터 오후 4:30분 까지 인천시 운영 관광안내소와 연계하여 시티투어를 운영(센트럴파크 정류장, 인천역관광안내소)
- 이용객은 1일권(1day pass) 구매로 모든 정류장에서 자유롭게 이용가능하며, 문화관광해설사가 동행하여 안내 및 설명



자료: 인천시티투어 홈페이지(<http://www.travelicn.or.kr/>)

■ 수용태세(편의시설 및 주변 인프라)

센트럴파크는 화장실, 벤치, 그늘막 등의 기본 편의시설 설치 및 관리와 어린이 놀이터, 잔디광장, 공용주차장 등의 추가 편의시설을 갖추고 있다. 교통편의 제공을 위한 인천역 1호선 센트럴파크역 및 버스정류소가 위치해 있으며, 인천공항 리무진 등의 외국인 관광객을 위한 교통연계가 이루어지고 있다.

<표 3-29> 인천 센트럴파크 주요 교통노선

구분	주요 교통노선				
	노선수	상세노선			
버스	4	6-2	103-1	908	M 6405
지하철	2	인천 1호선 (센트럴파크역)			



자료: 인천관광공사 홈페이지(www.travelicn.or.kr)

2) 해외 유사사례

(1) 이화원(Summer Palace and Imperial Garden)

■ 공원조성 수준

세계문화유산이자 최초의 전국 중점문화보존물로 지정된 이화원은 베이징 시내 서북부 4환 순환도로와 5환 순환도로 사이에 있으며, 시내 근교에 위치해 있다. 중국 현존하는 규모가 가장 크고 보존이 잘 되어있는 황실정원인 이화원의 면적은 877천여 평이며, 웅장한 궁궐들과 유서 깊은 사찰, 이름난 사당들이 서로 어우러져 있다. 1998년 유엔에서 세계문화유산으로 인정받았으며, 풍부한 역사문화가 누적되어 있고 걸출한 과학·예술적 가치를 가지고 있는 인류문명의 찬란하고 진귀한 보물로 여겨지고 있다.

이화원은 거대한 인공호수와 60m 높이의 인공산을 중심으로 각종 전각(殿閣)과 사원, 회랑 등 3,000여개의 전통건축물이 있다. 가장 눈길을 끄는 것은 총면적의 4분의 3을 차지하는 거대한 인공호수 곤명호(昆明湖)가 차지하고 있으며, 곤명호를 중심으로 궁정구, 전호구, 전산구, 후산후하구 등 네 개의 권역이 위치하고 있다.



<그림 3-14> 이화원 지도

특히, 만수산 산책로는 입구에서 산세를 따라 올라가면 곤명호의 아름다운 절경을 극대화 하고, 뒷산의 솔숲 오솔길은 소주의 운하를 복원해둔 ‘소주하’를 통해 중국의 남방문화를 감상할 수 있다.



[곤명호]



[만수산]



[소주거리]

자료: 중국국가여유국 서울지국 홈페이지(<http://www.visitchina.or.kr/>)

<그림 3-15> 이화원 주요시설

■ 프로그램 및 콘텐츠

이화원에서는 중국과 세계 문화·역사, 예술, 화훼 등을 소재로, 연중 상설 전시 및 소주거리에서의 춘절 궁시 등의 축제를 개최한다. 특히, 매년 5월에는 대형 청조 전기 문물전을 개최하여 청시대의 문화와 역사가 담겨있는 전시를 개최하고 있으며, 소주가 궁궐장터에서는 매화 개화에 맞추어 매화분재를 전시하고 행사기간 궁궐음식 맛보기와 전통 민속 공연, 경극, 민속춤 공연 등을 관람할 수 있다.

<표 3-30> 이화원 축제 개최현황

구분	시기	주최	특징
프랑스 상보를 성 역사문화전	10월	이화원	- 아름다움과 지혜를 모은 고적이자 문예부흥의 상징인 상보를 성 전람에서는 가장 대표성 있는 프랑스 원림문화 체험이 가능함 - 43점의 사진과 500여년의 프랑스 상보를 소개
특색 관광 문화창의 상품전	8월	이화원	- 황실원림의 문화창의전으로, 이화원 마스코트 “이씨우”를 소개 - 인형의 모양은 이화원 행교 우물 등 양측의 네 마리 석각 신수에서 형태를 따옴
삼산오원 황실원림 관광축제 현대예술전	10월	이화원	- 조각, 회화, 칠기, 목기 등 각 원림 회화와 현대 회화·예술 작품, 고대 원림 가구 사진과 현대 가구작품 등 총 50여개 품목 전시
계화문화전	9월	이화원	- 2002년부터 매년 이화추운:계화 축제 개최 - 계화를 주제로 하고, 이화원 경관문화, 화훼문화 및 문물, 역사 등 여러 요소를 결합 8개의 꽃 감상 대표 관광지 형성

구분	시기	주최	특징
청나라전기 역사문물전	05월	이화원	- 122개의 청시대 문물전 - 창조전기역사의 정치군사, 궁궐생활 및 종교 신앙을 전시
궁궐장터 공시와 매화전시	02월	이화원	- 소주가 궁궐장터에는 100년 이상 된 매화 분재 전시 - 궁궐음식 맛보기와 전통 민속공연, 경극, 민속춤 공연 등을 개최

자료: 베이징관광국홈페이지(<http://visitbeijing.or.kr/>)

곤명호에서는 방문객을 위한 수상자전거, 전기선, 곤명호 주요코스 유람선을 운영하여 관광객들을 대상으로 각종 수변 레저 및 체험프로그램을 제공한다. 특히, 유람선은 1시간 코스의 동물원, 백석교, 자족원 공원을 거쳐 운영을 하고 있다. 세계 대표적 프로젝트인 러버덕(Rubber Duck) 전시기간에는 외국인들을 대상으로 일일투어 프로그램을 진행하여 장소마케팅의 효과를 극대화 하였다.

<표 3-31> 수변 레저·체험프로그램 현황

구분	세부 내용
수상자전거	4인(보증금: 200위안, 60위안/1시간), 6인(보증금:300위안, 80위안/1시간)
전기선	4인(보증금: 400위안, 80위안/1시간), 6인(보증금:400위안, 120위안/1시간)
노를 저는 배	4인(보증금: 200위안, 60위안/1시간)
곤명호 주유코스	15위안 / 1인



[수상자전거]



[노 젓는 배]



[곤명호]

자료: 이화원 홈페이지(<http://www.summerpalace-china.com/>)

<그림 3-16> 이화원 수변자원 활용 체험프로그램

■ 편의정도

2003년 안내서비스센터가 설립되었고 중·영·러시아어 안내해설을 제공하고 있으며, 1시간, 1.5시간, 2시간 노선으로 구분하여 안내해설을 제공한다. 관광 접근성을 위한 북궁문, 동궁문, 신건궁문과 가까운 지하철 및 버스노선 등 교통인프라의 구축은 방문객 편의를 제공한다.

<표 3-32> 이화원 주변 대중교통 연계 현황

구분	주요 교통노선
신건궁문	버스 374, 437, 704
동궁문	버스 726, 826, 732, 331, 332, 346, 718
북궁문	버스 384, 375, 393, 817, 808, 801, 697



자료: 베이징관광국 홈페이지(<http://visitbeijing.or.kr>)

(2) 위스콘신 메디슨 호수(Wisconsin madison)

- 공원조성 수준

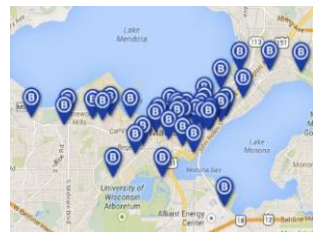
위스콘신 메디슨 호수는 미국 위스콘신주에 있는 담수호로, 멘도타호, 모노나호, 윈그라 호 등 5개의 호수와 200여개 공원으로 이루어져 있다. 메디슨 호수를 기준으로 토지의 이용은 대부분이 지역주민과 방문객이 이용할 수 있는 휴식공간으로 이루어져 있고, 호수 주변 자전거 대여소(39개소)에서는 350대의 자전거를 보유하고 온라인 사이트 및 애플리케이션과 연동하여 대여서비스를 제공하고 있다. 또한 테니스 코트 및 스타디움 시설 등의 각종 체육시설이 위치해 방문객 레저·여가 활동 증진에 기여하고 있다.



[메디슨 호수 전경]



[자전거 이용 웹사이트]



[자전거 대여소 지도]

자료: 위스콘신유니온 홈페이지(<https://union.wisc.edu/>), 메디슨 BCycle홈페이지(<https://madison.bcycle.com>)

<그림 3-17> 메디슨 호수 공원 이용 및 시설

■ 프로그램 및 콘텐츠

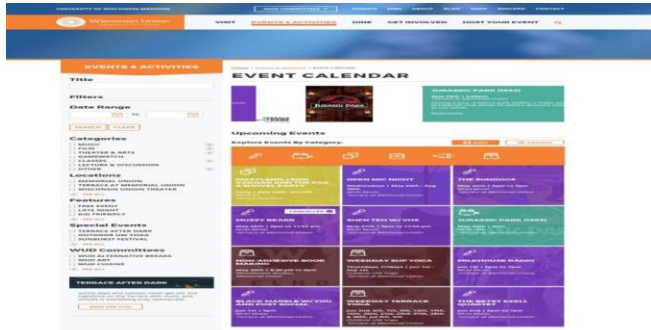
위스콘신 대학 내 위치한 메모리얼 유니온, 메모리얼 유니온 테라스, 위스콘신 유니온 시어터, 유니온 사우스 등의 시설에서는 음악, 영상, 예술·공연, 강연 및 토론, 전시 등의 콘텐츠별 프로그램을 기획하고 개최하며, 요가 및 쿠킹 클래스 수업을 통한 교양프로그램 운영과 콘서트, 뮤지컬 등의 문화·예술 활동을 지원하는 프로그램을 운영한다. 웹 페이지 상에서는 이벤트 장소와 일자별 프로그램 정보를 제공하고 있으며, 실시간 프로그램의 신청과 등록이 가능하다.

<표 3-33> 위스콘신 메디슨 호수 축제·이벤트 개최정보 제공

<축제·이벤트 개최정보 제공>

위스콘신 유니온 내의 메모리얼 유니온, 메모리얼 유니온 테라스, 위스콘신 유니온 시어터 등에서 개최하는 음악, 영화, 예술·공연, 특강 및 세미나 개최에 대한 정보를 제공

- 정보의 획득과 문화 향유를 위한 전문 강좌 및 프로그램 운영
 - 음악: 재즈 페스티벌, MIC Night 등 다양한 음악 공연(디스코, 클래식 등)
 - 교육프로그램: 요가, 쿠킹클래스, 와인&음식 페어링 행사 진행
 - 문화·예술공연: 뮤지컬, 발레, 클래식 등의 문화 공연 개최



자료: 위스콘신유니온 홈페이지(<https://union.wisc.edu/>)

위스콘신 유니온 테라스에서는 수변을 중심으로 휴식과 요가 강좌 등의 프로그램 진행과, 카약·카누, 캠핑장비 및 하이킹 장비 대여 등의 아웃도어 활동을 위한 시설을 지원하고 있다.



[메모리얼유니온 테라스]



[요가 클래스]



[아웃도어 활동]

자료: 위스콘신유니온 홈페이지(<https://union.wisc.edu/>)

<그림 3-18> 위스콘신 유니온 테라스 아웃도어 프로그램

한편 위스콘신 메모리얼 유니온 시어터에서는 위스콘신 주의 대표적 지역 투어 상품을 연계하며 판매하고 있다. 주요 상품에는 박람회, 열차 투어 등의 당일투어 상품과 밀워키, 시카고 등의 주변 대도시의 관광상품을 연계 판매한다.


<표 3-34> 위스콘신 메디슨 호수 지역관광 연계프로그램

<지역관광 연계 프로그램 상품>

호수공원 방문과 지역의 관광상품 연계프로그램 제공

- **Fall colors by train**
 - 지역 투어가이드와 함께 위스콘신 전동차에서 위스콘신의 가을의 대자연을 즐길 수 있는 여행상품
 - 전동차에서는 점심을 즐길 수 있고, 사과창고와 와이너리를 방문하고 투어하는 일정으로 테이스팅과 쇼핑을 동시에 즐길 수 있는 상품
- **Wi State fair**
 - 위스콘신 State Fair는 200개 이상의 전시부스에서 약 400,000가지의 슈크림(빵)을 관람하고 즐길 수 있음
 - 공연 및 이벤트 무대와 1,000여종 이상의 동물 등 주요 전시관람 이외의 다양한 콘텐츠를 경험할 수 있는 상품

FALL COLORS BY TRAIN



Learn the history of the electric train in Wisconsin and take in Mother Nature's Autumn beauty


DETAILED OVERVIEW	TOUR ITINERARY	OTHER INFORMATION	PICK-UP POINTS	DEPARTURE DATES
-------------------	----------------	-------------------	----------------	-----------------

FALL MIGHT BE THE PRETTIEST SEASON IN WISCONSIN -- SEE IT IN A NEW WAY!

- Wednesday, October 18
- East Troy, WI
- Enjoy Lunch Aboard the Train

[열차 관광상품]

WI STATE FAIR 2017



Wisconsin State Fair, Cream puffs, entertainment, animals and more!

DETAILED OVERVIEW	TOUR ITINERARY	OTHER INFORMATION	PICK-UP POINTS	DEPARTURE DATES
-------------------	----------------	-------------------	----------------	-----------------

WISCONSIN STATE FAIR!

- Thursday, August 10
- West Allis, WI
- Come along and enjoy the day with us at the State Fair!
- Try a cream puff, enjoy the entertainment, do some shopping or try some new foods!
- The day is yours to enjoy the fair and take in the summer sunshine!

[전시 · 박람회 상품]

자료: 위스콘신유니온 홈페이지(<https://union.wisc.edu/>), Van Galder 버스 홈페이지(<http://tours.vangalderbus.com/>)

■ 수용태세(편의시설 및 주변 인프라)

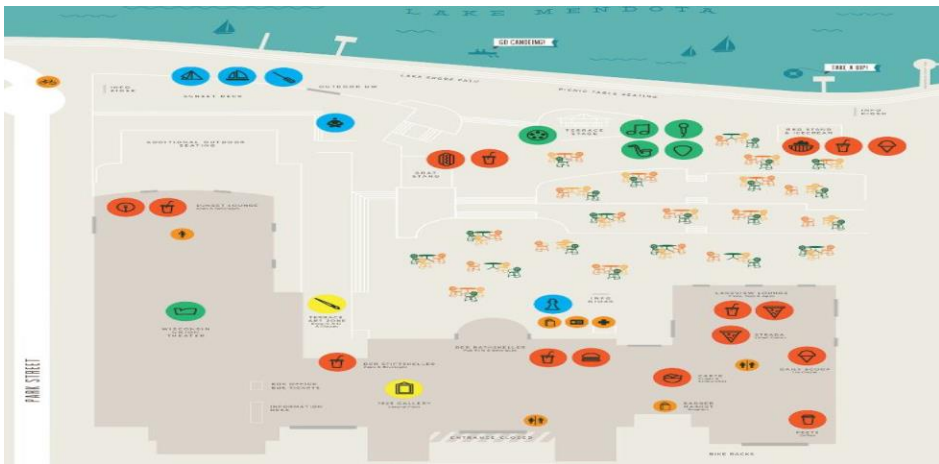
위스콘신 메디슨 호수를 중심으로 미팅, 웨딩, 컨퍼런스, 케이터링 등이 가능한 시설들이 위치하여 다양한 기능과 서비스를 제공한다. 방문객을 위한 추가 편의시설로는 메모리얼 유니온 주변의 4개, 유니온 사우스 주변 3개 총 7개의 주차시설을 보유하고 있으며, 주변 데인 카운티 공항이 위치하여 지역 및 국제 항공 서비스를 제공한다.

또한 메모리얼 유니온과 위스콘신 유니온 테라스에서는 이용객들을 위한 테이블 및 의자, 식·음료, 화장실 등의 기본 편의시설 제공과 약국, 기념품 구매가 가능한 추가편의시설을 운영한다. 더불어 위스콘신 대학 CAVR(Campus And Visitor Relations)에서는 방문객 대상 캠퍼스 투어를 제공한다.

<표 3-35> 위스콘신 메디슨 호수 편의시설 및 서비스

<편의시설 및 서비스 제공>

- 방문객을 위한 기본 편의시설 운영 및 인포메이션 데스크와 인포키오스크 운영, 버스티켓 판매 부스, 약국, 기념품 판매 등의 서비스 제공
- 편의시설 제공 내용
 - 위스콘신 유니온 테라스에서는 수변을 주변으로 테이블과 의자, 다양한 식·음료를 즐길 수 있으며, 무대에서는 상시 다양한 음악, 영화 등의 다양한 이벤트를 즐길 수 있음
 - 약국, 기념품 판매점을 운영하고, 안내정보를 위한 안내데스크, 키오스크를 운영



위스콘신 메디슨 호수의 편의시설 현황 및 위치도

자료: 위스콘신유니온 홈페이지(<https://union.wisc.edu/>)

제3절 시사점

1. 관광자원 현황 분석

1) 수원 관광자원 현황

수원시는 세계문화유산 수원화성과 화성행궁을 중심으로 한 역사문화유산을 비롯해 광교산, 칠보산 등 산림자원과 수원천과 서호 등의 수자원을 보유하고 있다.

이 외에도 수원의 역사문화를 중심으로 한 박물관 및 전시관, 공연시설, 나혜석문화거리, 삼남길 등 테마거리가 도시 곳곳에 조성되어 있어 최근 관광 트렌드인 히든 주얼(Hidden Jewels), 숨겨진 골목(Hidden Alley)으로서의 역할을 수행하고 있다.

2017년 54회를 맞이하는 수원화성문화제는 수원 화성 일원에서 개최되는 지역 대표 축제로 2013년 문화체육관광부의 우수 축제로 지정되었다. 본 문화제는 역사 고증을 바탕으로 한 혜경궁홍씨 진찬연, 정조대왕 친림과거시험 등과 함께 역사를 중심으로 새로운 문화 콘텐츠를 개발하여 방문객들에게 색다른 재미를 제공하고 있다

수원시는 이들 관광자원을 둘러볼 수 있는 시티투어를 운영하고 있다. 일반적인 시티투어가 지역 내에 머무는 것에서 더 나아가 광명시와 화성시, 오산시와의 연계를 통해 이용객들이 보다 다양한 경험을 할 수 있도록 지원하고 있다.

2) 광교호수공원 현황

광교신도시와 함께 조성된 광교호수공원은 수원시의 새로운 관광자원이자 시민들의 삶의 질 향상을 도모하는 문화·체육·교육의 장으로 사랑받고 있다. 국내 호수공원 중에서 가장 큰 규모를 자랑하고 있으며, 높은 지명도를 자랑하는 일산호수공원과 비교해도 약 1.7배에 달한다.

현대인의 다양한 여가욕구를 고려하여 어반레비, 마당극장, 반려견 놀이터, 어린이 놀이터, 인공암벽장, 가족캠핑장 등 다채로운 시설을 도입하였으며, 축제 및 프로그램도 지속적으로 운영하여 하드웨어 뿐 아니라 소프트웨어도 충실한 공원으로 자리 잡고 있다.

광교호수공원은 휴식과 충전이라는 공원의 전통적 역할 뿐 아니라 시민들이 생태환경에 대해 배우고 이를 실천할 수 있도록 기초를 다지는 교육의 장으로 활용되고 있다. 2016년에는 3월부터 11월까지 유아부터 성인까지 전 연령을 대상으로 한 자연생태·문화예술·시민참여·전통문화 프로그램을 운영하여 시민들이 환경의 소중함을 배우고 나아가 자연을 지키는 참여자로 성장할 수 있도록 지원하였다.

2. 국·내외 유사시설 사례 분석

광고호수공원의 활성화 방안 수립 및 정책 방안 모색을 위해 국·내외 수변공원을 중심으로 사례 분석을 실시하였으며, 그 결과는 <표 3-36>과 같다. 해당 결과의 분석 기준은 관광자원으로서 광고호수공원의 가치 확대를 위한 사례분석의 벤치마킹 및 실제 적용 가능한 수준, 제공활동 및 편의정도이다.

1) 공원 조성 수준

■ 호수공원의 기능을 극대화하는 시설 조성 및 유지

국·내외 사례에서 살펴본 바와 같이 호수공원에서는 호수 주변에 정원, 광장 등의 시설을 조성하여 방문객에게 휴식공간을 제공하고 있다.

광고호수공원의 경우 호수의 야경을 감상할 수 있는 어번레비, 인공암벽장 등의 시설을 갖추고 있으나, 이용의 활성화 측면에서 현재까지 제한적인 한계를 나타내고 있다.

기존 사례에서는 무분별한 자연훼손을 통한 시설의 개발보다는 자연친화적인 공간과의 조화를 이루고 있으며, 이에 광고호수공원은 지역주민을 포함한 누구나 이용할 수 있는 관광자원으로서의 가치 확대를 위한 시설의 조성과 유지가 필요하다.

2) 활동제공

■ 수변을 중심으로 한 다양한 프로그램 제공

전통적 역사를 갖춘 이화원에서는 고유의 역사·문화를 배경으로 전시 및 축제를 개최하고 있으며, 총 면적의 3/4를 차지하는 곤명호를 활용한 수변 관광프로그램을 운영 중이다. 이 외의 호수공원 사례에서도 수상자전거, 카누, 보트 등을 활용한 수변 관광이 이루어짐을 확인할 수 있다. 또한 호수공원에서는 다양한 예술·문화 공연, 전시, 축제 및 이벤트 개최가 활성화 되어있으며 특히, 위스콘신 메디슨 호수의 메모리얼 유니온 테라스에서는 강연, 요가, 영화 상영, 문화·예술 공연 등 다양한 프로그램을 제공하며 커뮤니티 거점의 역할을 하고 있다.

광고호수공원의 경우, 축제 및 다양한 이벤트가 상설로 개최 되고 있으며, 자연생태·전통놀이 문화행사 등이 개최되고 있으나, 시민 참여와 대외적인 홍보 및 인지의 부족으로, 활성화를 위한 정책적 노력이 요구된다.

이에 광고호수공원의 자연을 훼손시키지 않는 범위에서 선진사례의 친환경적 수변활동을 벤치마킹하여 프로그램 확대를 실시, 방문객의 만족도를 높일 필요가 있다.

■ 지역 관광목적지 연계를 통한 지역관광 활성화

인천 송도공원과 고양호수공원 등에서는 호수공원을 거점으로 목적지와 지역 주요 관광지를 연결하는 투어버스를 운영하여 주변 관광자원 및 지역연계 확대를 도모하고 있다.

해외의 위스콘신의 메디슨에서는 열차 투어상품 및 박람회와 연계한 지역 투어상품을 온라인과 오프라인 통해 판매하여 목적지 활성화 및 주변으로의 파급 효과 확대를 추진하고 있다.

수원시의 경우, 광고호수공원을 중심으로 한 주변 관광지와의 연계방안이 부족하기 때문에 이에 대한 정책적 방안 모색 및 지원이 요구된다.

3) 편의정도

■ 교통연계를 통한 이용자 편의 확대

국내·외 사례 검토에서 살펴보았듯이, 이화원의 경우, 3개의 지하철 노선의 환승이 가능한 교통을 구축하고 있으며, 인천과 고양은 각각 인천 1호선과 3호선과 도보 5분 거리 내 위치해 대중교통을 이용한 방문객 편의를 제공하고 있다.

그러나 현재 광고호수공원의 경우, 버스 및 지하철 등 대중교통을 이용한 접근성이 떨어지는 편으로 주요 지하철역에서 대부분 20분 이상의 시간이 소요되는 실정이다. 또한 주차면적도 협소한 편으로 과거 기존 주변 공사장 공터 사용했으나 주변 건물 완성으로 향후 주차장 혼잡이 예상되므로 이에 대한 보완이 필요하다.

<표 3-36> 국·내외 유사시설 사례 분석

구분		국내유사시설		해외유사시설	
		고양호수공원	송도센트럴파크	(중국)이화원	(미국)위스콘신 메디슨 호수
공원조성 수준	기본 휴식공간	광장 4개소 (장미원,전통정원, 조각공원, 회화나무광장)	잔디광장, 송림원, 마당(정원)	곤명호(인공호수), 만수산	5개 호수와 200여개 공원
	산책로, 자전거길	자전거도로 (4.7km), 산책로(8.3km)	산책로 (산책정원, 화단길 정원, 송림원)	만수산 산책로	39개 자전거 대여소 (350대 자전거 대여서비스)
	경관, 조경시설	인공폭포, 분수대	인공 계곡, 조경시설	3,000여개 전통 건축물	-

구분		국내유사시설		해외유사시설	
		고양호수공원	송도센트럴파크	(중국)이화원	(미국)위스콘신 메디슨 호수
	체육시설	농구장, 게이트볼 장	다목적 운동장	-	테니스코트, 스타디움
	수변활동	수상자전거	카약, 패밀리보트, SUP보드	수상자전거, 곤명호 주유코스	카약, 카누
	생태체험	호수자연생태학교 운영 (주중, 주말, 상시운영)	-	-	-
활동제공	축제, 이벤트	고양꽃박람회, 고양호수예술축제, 고양호수꽃빛축제	송도불빛축제	상시 전시 및 춘절 공시 축제	메모리얼 유니온, 위스콘신 시어터, 유니온테라스 (음악, 영상, 강연, 예술·공연, 토론, 전시 등)
	관광지연계 프로그램	고양마이 셔틀버스 운행 (호수공원, 킨텍스, 이쿠이플라넷 등)	시티투어버스 운행 (차이나타운, 월미도, 인천 개항지 등)	-	위스콘신주 및 주변 도시 투어상품 (열차투어, 박람회 및 주변 지역 연계)
편의정도	기본편의시설	쉼터, 화장실, 벤치, 매점, 피크닉 의자 등	화장실, 벤치, 그늘막 등	소주거리 먹거리, 기념품 판매점 등	테이블 및 의자, 화장실, 기념품 판매점, 약국, 식음료점 등
	추가편의시설 (해설 및 가이드)	공용주차장, 전망대	공용주차장, 어린이놀이터	안내서비스센터 운영 (중·영·러시아어 안내해설)	CAVR(Campus And Visitor Relations) 캠퍼스 투어
	교통연계	지하철3호선 (마두역, 주엽역), 주요 교통거점지 교통연계	인천 지하철 1호선, 4개 버스노선 운영	신건공문, 동공문, 북공문 17개 버스노선 운영, 북공문 지하철역 위치	주요 호수주변 및 도시연결 시외버스 운영

제4장 실험설계 및 분석방법

제1절 가치속성 및 수준 결정

1. 주요 선행연구의 관광자원 가치 속성 및 수준

관광자원의 가치 추정에 CE를 적용하기 위해서는 해당 자원의 속성(attributes) 및 수준(levels)을 정의하는 것이 매우 중요하다. 속성이란 측정하고자 하는 대상이 갖는 유형 또는 무형의 특징을 의미한다(류성욱, 2014). 좀 더 쉽게는 선호를 파악하고자 하는 대상 즉, 관광객이 자원의 가치를 판단하기 위해 비교하는 여러 가지 특성이라 볼 수 있다. 본 연구에서는 광교호수공원의 가치추정을 위한 속성 및 수준을 정의하기 위해 앞서 소개한 주요 선행연구들에서 사용한 속성 및 수준에 대해 살펴보고 일반적으로 관광객 선호가 높고 광교호수공원의 경우에도 적용 가능한 내용을 활용하였다.

우선 댐호수 휴양가치에 대한 연구인 권오상(2006)에서는 휴양가치에 영향을 미칠 수 있는 주요 변수들을 나열하는 방식으로 속성을 구성하였다. 분석결과 수질개선, 저수량 등 환경적 요인에 대한 선호가 매우 높은 것으로 나타났는데, 이는 환경적 요인을 포함한 다른 관광자원 가치추정연구들의 결과와 다소 차이를 보인다. 권오상(2006)의 결과와 달리 국토부(2010), 김성윤 외(2013) 등에서는 환경·생태적 요인에 대한 선호가 상대적으로 낮게 나타났다. 권오상(2006)의 연구에서 환경적 요인에 대한 선호가 높게 나타난 것은 적극적 관광활동 보다는 휴양가치라는 관점에서 가치추정을 시도했기 때문으로 보인다. 실제로 각 속성별 수준의 구성을 보면 호수 규모나 수질, 혼잡도 등 환경적 요인에 대한 수준은 3~4 단계로 구체적으로 제시한 반면, 볼거리, 할거리, 구경거리와 관련한 속성은 매우 제한적이고 유람선, 전시관, 주변 관광지 등 관련 항목은 ‘있다 또는 없다’ 로만 제시하여 응답 자유도를 상당히 제한한 측면이 있다. 따라서 본 연구에서 광교호수공원의 가치추정을 위해 이러한 적극적 관광활동과 관련한 보다 구체적인 속성 및 수준을 제시해 보고자 한다.

〈표 4-1〉 댜호수 휴양가치 추정을 위한 속성 및 수준

속 성(Attribute)	속성별 수준			
	1. 호수규모(총 저수량)	대형(25억m ³)		중형(8억m ³)
2. 수질	1급(식수)	2급(수영)	3급(뉘시)	4급(뱃놀이)
3. 거주지로부터의 소요시간	30분	1시간	2시간	4시간
4. 혼잡도(1일방문객)	100명		500명	1,000명
5. 유람선	있다		없다	
6. 뉘시	가능		불가능	
7. 차량진입	가능		불가능	
8. 주변 관광지	있다		없다	
9. 전시관	있다		없다	
10. 강변 숙박시설	있다		없다	
11. 강변 음식점	있다		없다	

자료: 권오상(2006)

용산공원의 비사용가치 추정을 위한 국토부(2010)에서 정의한 속성 및 수준은 다음과 같다. 가장 눈에 띄는 점은 일반적인 공원의 가치 외에도 추상적인 개념의 민족성, 역사성, 중심성, 대표성 등에 해당하는 공원의 위상을 하나의 속성으로 본 것이다. 이를 측정하기 위한 구체적인 수준은 대표적인 도심공원, 국가상징공원 등을 제시하여 단계를 구분하였다. 체육시설, 문화시설 속성의 경우 단계별로 관련 시설이 증가하는 것으로 정의하고, 환경생태공원 속성에는 단계별 수목과 동물의 종수로 계량화 하여 제시하고 있다. 이와 같은 각 속성별 1단계 수준은 현재상태로 제시하고 있다. 지불금액은 사전조사를 통해 가구당 월 지불금액으로 지불의사 없음에서부터 6천원까지 각 2천원 단위로 제시하였다. 이때 구체적인 지불수단을 명시하지 않고 있는데, 응답자 편이를 배제하고 보다 정확한 선호를 추정하기 위해서는 입장료나 세금 등의 구체적인 지불수단을 명시할 필요가 있다.

〈표 4-2〉 용산공원 가치 추정을 위한 속성 및 수준

용산공원 속성	속성	수준 및 범위	
공원의 위상	민족성·역사성 중심성·대표성 (국가상징공원)	Level 1	현재상태
		Level 2	도심공원 (서울숲, 남산공원)
		Level 3	국가상징공원(서울 올림픽공원)
체육시설	건강·체육활동 휴식·레저체험 정서적·심리적 안정	Level 1	현재상태
		Level 2	기초 체육시설 도입
		Level 3	기초 체육시설, 트랙, 수영장, 체육관
문화시설	문화·예술체험	Level 1	현재상태
		Level 2	시화전시관·야외조각공원
		Level 3	시화전시관·야외조각공원, 박물관, 미술관, 각종 공연시설
환경·생태공원	생물다양성 보전 생태네트워크 구축	Level 1	수목 70종, 동물 5종
		Level 2	수목 85종, 동물 10종
		Level 3	수목 100종, 동물 20종
지불금액 (가구당 월 지불금액)		Level 1	0원/월
		Level 2	2,000원/월
		Level 3	4,000원/월
		Level 4	6,000원/월

자료: 국토부(2010)

경인아라뱃길의 관광·레저가치를 추정하는 수변 활성화 정도, 수질상태, 구경거리, 유람선 이용의사 등 총 4개 속성으로 다음과 같이 수준을 제시하였다. 이 중 관광객 선호도가 가장 높게 나타난 것은 수변활성화 정도로 자전거길, 산책로, 수상관광 활성화를 단계별로 제시하였다. 다음으로 선호도가 높게 나타난 구경거리의 경우 단순히 적음, 보통, 많음의 정성적인 세 단계를 제시하였는데, 이는 응답자로 하여금 다른 속성 및 수준들과의 비교 판단을 모호하게 하는 측면이 있다. 따라서 본 연구에서는 보다 구체적인 구경거리를 응답자에게 제시하고자 한다. 수질상태는 권오상(2006)에서와 달리 가장 선호도가 낮은 속성으로 조사되었다. 이는 앞서 밝힌바와 같이 관광·레저가치의 관점에서 할거리, 구경거리 등을 속성에 함께 구성할 경우 환경적 요인에 대한 선호도는 상대적으로 낮게 나타나는 것으로 보인다.

<표 4-3> 경인 아라뱃길 여가·레크레이션 가치추정을 위한 속성 및 수준

속 성	설 명	수 준
수변활성화 정도	수준에 따라 관광행동 다양	자전거길·산책로 비활성화 (활성화수준 낮음)
		자전거길·산책로 활성화 (활성화수준 보통)
		자전거길·산책로·수상관광 활성화 (활성화수준 높음)
수질상태	수준에 따라 수질상태 증가	선박만 운행(수영, 낚시 불가) (수질수준 낮음)
		낚시가 가능한 수질 (수질수준 보통)
		수영이 가능한 수질 (수질수준 높음)
구경거리	수준에 따라 구경거리 개수 증가	구경거리가 적음(수준 낮음)
		구경거리가 보통(수준 중간)
		구경거리가 많음(수준 높음)
유람선 이용의사	유람선 탑승 의사	유람선 탑승 의사가 없음
		유람선 탑승 의사가 있음

자료: 김성윤 외(2013)

코스타리카의 Braulio Carrillo 국립공원의 생태관광 개발에 대한 속성별 선호도를 분석한 Hearne & Salinas(2002)연구에서는 인프라, 정보안내, 경관, 이용제한 등의 속성으로 구성하고 각 수준별 설명을 제시하고 있다. 앞서 살펴본 선행연구들에서는 크게 다루지 않았던 정보안내의 수준 및 방법, 경관감상을 돕는 각종 시설의 설치 정도를 중요 요인으로 다루고 있으며, 분석결과 두 가지 모두 양의 선호를 확인하고 있다. 이때 선호의 순서는 내국인과 외국인이 다소 차이가 있었는데, 외국인 방문객은 이용제한 완화에 대한 지불의사가 가장 높았던 반면, 내국인은 경관 감상 시설에 대한 지불의사가 가장 높고 이용제한 완화에 대한 지불의사는 가장 낮게 나타났다. 이는 내국인 또는 지역주민의 경우 관광자원 훼손에 대한 우려가 있기 때문으로 볼 수 있다.

〈표 4-4〉 Braulio Carrillo 국립공원 생태관광 개발의 속성 및 수준

속 성	설 명	수 준	
인프라	관광안내소 건물 및 편리성, 산책로 개발	소박한	산책로 개선은 거의 없고, 자연 소재 건축물로 편리성 낮음
		약간 소박한	약간의 산책로 개선, 자연 및 현대적 소재 건축물로 편리성 보통
		현대적	잘 정비된 산책로, 현대적 건축물로 편리함
정보안내	서면 및 구두 정보 제공	최소	산책로 표지판
		중간	산책로 표지판과 해설 팸플릿
		최대	산책로 표지판과 해설 팸플릿, 안내센터의 영상 해설 제공
경관	피크닉 장소와 전망대, 케이블카 설치	없음	케이블카와 전망대, 피크닉 장소 없음
		있음	케이블카와 전망대, 입구의 피크닉 장소 설치
이용제한	공원 이용 제한	제한 없음	산책로 이용에 제한 없음
		일부 제한	일부 산책로에 대한 이용 제한
입장료	방문객 입장료	낮음	외국인 \$4, 내국인 350 Colons
		보통	외국인 \$6, 내국인 550 Colons
		높음	외국인 \$8, 내국인 750 Colons

자료: Hearne & Salinas(2002)

마지막으로 앞선 연구들과 달리 관광 정책의 관점에서 속성 및 수준을 구성한 Brau(2008)의 연구를 참고할 필요가 있다. Brau(2008)은 이탈리아의 유명 관광지인 사르디니아지역에서 특정 관광자원을 대상으로 한 것이 아닌 관광 편의 증진을 위한 정책과 연계한 속성 및 수준을 다음과 같이 구성하여 관광객 선호도를 분석하였다.

<표 4-5> 사르디니아지역 지속가능 관광정책 선호에 대한 속성 및 수준

속성	수준	
주요 관광명소의 접근성	High	체류숙박시설에서 주요 목적지까지 쉽게 도보 이동 가능
	Low	주요 목적지까지 대중교통 혹은 승용차를 이용하여 이동 가능
주요 명소의 관광객 과잉(overcrowding) 위험	Low	호텔이 주요 관광명소에 대한 접근성을 보장 (호텔 손님을 위해 예약된 주차장 및 그늘막)
	High	호텔이 주요 관광명소에 대한 접근성을 보장하지 않음
주요 명소의 오염되지 않은 자연환경	Maximum	해변에서부터 보이지 않는 곳에 차를 주차하고 도보 이동. 부근에 건물과 관광안내, 식음료 서비스 제공이 없음
	Good	해변에서부터 보이지 않는 곳에 차를 주차하고 도보 이동. 부근에 약간의 건물과 제한적인 관광안내, 기본적인 식음료 서비스 제공
	Discrete	주변 주차시설과 안내지점과 다수건물 있음. 식음료 서비스 이용 가능
	Minimum	충분한 주차공간과 인접한 건물들이 위치함. 식음료 서비스와 쇼핑 장소가 부족하지 않음
레크리에이션 서비스 이용	Ample	넓은 범위의 선택이 가능한 다양한 서비스 제공
	Good	합리적 범위의 선택이 가능한 다양한 서비스 제공
	Low	다소 부족하거나 불편한 선택지와 서비스 제공
	Minimal	매우 부족하거나 불편한 선택지와 서비스 제공
휴가지 부근의 자연 보존구역	Yes	숙소에서 30분 이내에 자연보호 구역이 위치함
	No	숙소에서 적어도 30분 이상에 자연보호 구역이 위치함
1인당 소비금액	Level 1	50 euros
	Level 2	65 euros
	Level 3	80 euros
	Level 4	95 euros

2. 광교호수공원 가치 속성 및 수준

앞에서 살펴본 바와 같이 가치추정을 위한 CE의 적용을 위해서는 광교호수공원의 다양한 기능을 세분화하고 가치 속성을 유형화 하는 작업이 선행되어야 한다. 이를 위해 본 연구에서는 관광객 편익의 관점에서 광교호수공원의 주요 기능을 유형화하고 가치 속성(attributes)을 세분화하였으며, 선행연구 및 광교호수공원 운영 현황을 참고하여 크게 다음과 같이 세 가지 속성으로 구성하였다.

〈표 4-6〉 광교호수공원 가치 추정을 위한 제반 속성 구분

속성	설명	세부내용
공원조성 수준	자연경관, 휴식 및 건강, 정서적/심리적 안정 제공 등 공원의 기본적 기능	<ul style="list-style-type: none"> - 산책로와 자전거길 활성화 - 각종 체육시설 등
다양한 활동 제공	각종 볼거리와 구경거리 등 공원을 활용한 즐길거리 및 각종 프로그램	<ul style="list-style-type: none"> - 조경, 불꽃놀이, 이벤트, 음악회, 학습 및 생태체험(식생 및 조류 관찰), 각종 수변활동(물놀이) 등 참여 프로그램 - 주변 여가·관광지(수원화성, 컨벤션센터, 월드컵 경기장 등) 연계 관광프로그램 등
편의 정도	공원 내 편의시설, 교통 연계 정도, 취약계층 배려, 해설 및 가이드 등 공원 이용 편의 증진에 관계된 각종 시설 및 정책	<ul style="list-style-type: none"> - 화장실, 매표, 벤치, 그늘막 등 기본 편의시설 - 공용 주차장, 노약자/장애우대시설 - 자전거 이용시간 제한 - 버스 및 지하철 연계 - 캠핑장 확대 - 해설 및 가이드 프로그램 제공 등

첫 번째 속성인 공원조성 수준은 공원에서 누릴 수 있는 기본적인 여가 및 관광 편익에 관련된 것으로 호수 경관, 산책로와 자전거길 활성화, 각종 체육시설 등을 포함하고 있다. 공원조성 수준은 다음과 같이 세 단계 수준(levels)으로 구성되어 있다. 이때, LEVEL 1.은 최소한의 수준을 의미하며, 수준이 증가할수록 이용자 편익이 향상되는 방향으로 세부 내용이 구성되는데, 이는 다른 속성의 경우에도 동일하다.

〈표 4-7〉 공원조성 수준 속성의 수준별 구분 (기본 여가 및 관광편익)

수준	설명	
LEVEL 1. (낮음)	기본 휴식 공간	호수 경관을 위주로 기본적인 휴식 공간을 제공합니다.
LEVEL 2. (보통)	기본 휴식 공간, 산책로/자전거길 활성화	호수 경관을 즐길 수 있는 산책로와 자전거길을 보다 활성화 합니다.
LEVEL 3. (높음)	기본 휴식 공간, 산책로/자전거길 활성화, 경관 아름다움, 각종 체육시설	호수 경관의 아름다움을 극대화 하고, 각종 체육시설을 확대 배치합니다.

두 번째 속성은 다양한 활동 제공으로 기본적인 공원조성 수준에 더해 공원을 보다 다양하게 즐길 수 있는 구경거리, 할거리, 놀거리 등에 관련된 것이다. 구체적으로는 조경, 불꽃놀이, 이벤트, 음악회, 학습 및 생태체험(식생 및 조류 관찰), 각종 수변활동(물놀이) 등의 참여 프로그램, 주변 여가·관광지(수원화성, 컨벤션센터, 월드컵 경기장 등)와의 연계 관광프로그램 등이 포함되어 있다. 다양한 활동 제공 속성 역시 다음과 같이 세 단계로 수준을 구분하였다.

〈표 4-8〉 공원조성 수준 속성의 수준별 구분 (다양한 활동 제공)

수준	설명	
LEVEL 1. (낮음)	기본 볼거리/구경거리	조경, 불꽃놀이, 이벤트, 음악회 등 기본적인 볼거리와 구경거리를 제공합니다.
LEVEL 2. (보통)	기본 볼거리/구경거리, 학습 및 생태체험, 각종 수변활동	추가적으로 학습 및 생태체험(식생 및 조류 관찰), 각종 수변활동(물놀이) 등 참여 프로그램을 제공합니다.
LEVEL 3. (높음)	기본 볼거리/구경거리, 학습 및 생태체험, 각종 수변활동, 주변 여가·관광지 연계	추가적으로 주변 여가·관광지(수원화성, 컨벤션센터, 월드컵 경기장 등)와 연계한 관광프로그램을 제공합니다.

마지막으로 세 번째 속성인 편의 정도는 그 외 공원 이용의 편의성을 높이기 위한 각종 시설 및 서비스를 의미한다. 구체적으로는 화장실, 매점, 벤치, 그늘막 등 기본 편의시설과 공용 주차장, 노약자 및 장애우대시설, 자전거 이용시간 제한, 버스 및 지하철 연계, 캠핑장 확대, 해설 및 가이드 프로그램을 제공 등이 있다. 편의 정도 역시 앞서의 두 가지 속성들과 마찬가지로 다음과 같이 세 단계 수준으로 구분하였다.

〈표 4-9〉 공원조성 수준 속성의 수준별 구분 (공원이용의 편의성을 높이기 위한 각종시설 및 서비스)

수준	설명	
LEVEL 1. (낮음)	기본 편의시설	화장실, 매표, 벤치, 그늘막 등 기본 편의시설을 설치·관리합니다.
LEVEL 2. (보통)	기본 편의시설, 추가 편의시설	공용 주차장, 노약자/장애우대시설 등을 추가하고 자전거 이용시간 제한 등으로 공원이용의 편의성을 높입니다.
LEVEL 3. (높음)	기본 편의시설, 추가 편의시설, 교통 연계, 캠핑장 확대, 해설 및 가이드 프로그램	버스 및 지하철 연계, 캠핑장 등을 확대하고 해설 및 가이드 프로그램을 제공하여 관광편의를 극대화 합니다.

3. 전문가 조사

광교호수공원의 가치 추정에 활용할 속성 및 수준의 구성 등 실험설계에 대한 객관성을 높이기 위해 본 설문에 앞서 전문가 설문을 실시하였다. 전문가 설문 대상은 다음과 같이 관광, 조경, 경제 등 본 연구 주제와 관련된 각 분야 전문가 7명을 대상으로 하였다.

〈표 4-10〉 전문가 설문 대상

분야	성명	소속 및 직위	전문분야
관광	박석희	경기대학교 관광학과 명예교수	관광자원가치
	엄서호	경기대학교 관광학과 교수	관광정책
	이은승	남서울대학교 관광경영학과 교수	관광경영
경제	곽소윤	한국환경정책평가연구원 부연구위원	환경경제, 가치추정
	한경동	한국외국어대학교 경제학부 교수	실험경제
조경	강영애	한국관광공사 전문위원	관광경영, 녹지조성
	김현	단국대학교 녹지조경학과 교수	공원조성

전문가 설문은 각 속성별 중요도에 대한 전문가들의 인식을 파악해 보기 위해 쌍대비교 방법을 이용한 AHP 조사를 수행하였다. 이를 통해 분야별 전문가들이 인식하는 각 속성별 중요도를 파악하여 실험설계 측면에서 속성 간 균형 있는 설계 여부를 점검하고, 나아가 향후 관광객 대상 설문을 통한 속성별 가치추정 결과와 비교하여 일반 방문객과 전문가들의 인식차이도 살펴보고자 하였다. 이와 함께 제시한 3가지 속성 외에 추가되어야 하는 속성이나 수준 구성의 적절성, 지불수단 및 금액의 적정성 등에 대한 의견을 수렴하여 최종 실험설계에 최대한 반영하였다.

각 속성별 AHP 중요도 가중치 산출은 1차 전문가조사 이후 각 속성별 조정된 내용에 대해 2차 조사를 통해 보완하였으며, 이때 1차 조사의 가중치 도출 결과를 제공하는 델파이 방식을 사용하였다. 최종적으로 광고호수공원의 가치를 구성하는 세 가지 속성에 대해 전문가들의 중요도 인식은 공원 조성 수준(0.406)이 가장 높고 다양한 활동 제공(0.309), 편의정도(0.285)의 순으로 나타났다. 분석결과 각 속성의 중요도 격차가 매우 심하지 않아 세 가지 속성간 비교적 균형 있는 설계가 이루어 졌다고 볼 수 있다.

<표 4-11> 광고호수공원 가치 추정을 위한 속성별 중요도에 대한 전문가 AHP 조사 결과

구분	AHP 가중치			Consistency Index
	1. 공원 조성 수준	2. 다양한 활동 제공	3. 편의 정도	
1차 응답결과	0.458	0.298	0.244	0.0001
최종 응답결과	0.406	0.309	0.285	0.0000

주: CI(Consistency Index)가 0에 가까울수록 응답 신뢰성 높음. 일반적으로 0.05이상이면 신뢰성 낮음

광고호수공원의 관광객 편의 및 속성 세분화를 위해 제시된 전문가 주요 의견에서도 AHP 결과와 유사하게 호수공원이나 자연자원이 이용객에게 편익을 주는 것은 활동이나 편의정보다는 자연성이나 경관의 질이 가장 중요하다는 의견이 있었다. 또한 이와 더불어 호수공원이 주는 심리적 편익, 예를 들어 삶의 질이나 치유, 쾌적성 같은 요소도 고려할 필요가 있음을 지적하였다. 속성의 구분 및 명칭에 대해서도 내용의 중복 가능성 등으로 명확성이 낮아 응답자에게 혼란을 초래하지 않도록 구체적인 요소로 세분하여 사후적으로 재조합하는 방법이나 속성 명칭을 변경할 것에 대한 제안이 있어 기존에는 첫 번째 속성을 ‘공원 활성화 정도’로 명명하였으나 두 번째 속성인 ‘다양한 활동 제공’과 명확한 구분을 위해 ‘공원 조성 수준’으로 변경하였다. 그 외에도 앞으로 광고호수공원과 같은 대규모 도심 공원은 공원전체가 하나의 커다란 테마파크로 인식될 수 있게 지속적인 작은 공연이나 이벤트, 정기적인 대규모 축제, 국제적인 이벤트도 필요하므로 이러한 측면을 상위 단계 수준에 반영할 필요가 있다는 제언도 있었다. 또한 공원을 바라보는 관점이 지역 주민, 수원시민, 경기도민 등에 따라 다를 수 있으므로 이러한 관점에 따른 차이를 세심히 살펴볼 필요가 있다는 의견도 있었다.

마지막으로 각 속성 수준별 적정 지불의사 금액과 지불수단에 대한 의견을 수렴하였다. 본 연구에서는 지불수단으로 세금 및 기부금의 형태로 충당하는 것을 제시하고 있다. 이에 대해 입장료 징수가 어려운 광고호수공원의 여건상 비교적 적절한 지불수단이라는 의견이 많았다. 한편 지불수단 또는 공원 건설(유지) 비용의 조달 방법에 따라 부담 금액이 달라질

수 있기 때문에 바우처 등을 고려한 음(negative)의 지불금액도 제시할 필요가 있다는 의견이 있었다.

설문에 앞서 전문가 설문을 통해 본 설문에서 제시할 적정 지불의사 금액의 수준을 가늠해 보기 위해 각 속성별 최상위 수준만의 높음 조합, 보통 조합, 최하위 수준만으로 구성된 낮음 조합 각각에 대한 적정 지불의사 금액을 질문한 결과는 다음과 같다.

<표 4-12> 극단적인 속성 조합에 대한 지불의사 금액 전문가 설문 결과

구분	높음 조합	보통 조합	낮음 조합
1. 공원 조성 수준	조성 수준 높음	조성 수준 보통	조성 수준 낮음
2. 다양한 활동 제공	구경거리 많음 (수준 높음)	구경거리 보통 (수준 보통)	구경거리 적음 (수준 낮음)
3. 편의 정도	편의성 높음	편의성 보통	편의성 낮음
평균 지불의사 금액 (원/월)	3,667	2,000	583

위와 같은 전문가 응답결과와 선행연구의 지불의사 제시금액을 참고하여 본 설문에 활용할 지불의사 금액은 다음과 같이 4단계로 구분하였다. 지불수단은 각 속성별 수준을 향상시키기 위해 공원의 개선 및 유지·관리 비용의 일부를 세금 및 기부금의 형태로 충당하는 것을 제시하고 있다

<표 4-13> 설문을 위한 수준별 지불의사 금액

구분	금액
LEVEL 1.	가구당 연간 5,000원
LEVEL 2.	가구당 연간 10,000원
LEVEL 3.	가구당 연간 20,000원
LEVEL 4.	가구당 연간 30,000원

제2절 선택실험법 적용 방법

1. 실험설계

본 설문을 통한 실험 진행을 위해서는 앞서 소개한 속성 및 속성별 수준 조합을 토대로 선택카드를 구성해야 한다. 본 연구에서는 지불의사 금액까지 포함하면 4가지 속성과 각 속성별 3개 또는 4개 수준으로 구성되어 완전인수설계(full factorial design)의 경우 총 108(33 X 41)개 프로파일이 도출되나 이를 모두 설문을 통해 조사하는 것은 현실적으로 불가능하다. 따라서 SPSS를 이용한 직교설계(orthogonal design)를 통해 합리적 수준의 16개 프로파일을 도출하여 사용하였다.

유효 프로파일을 무작위로 추출하여 선택대안집합(choice set)을 구성하는데, 이때 각 속성별 LV.1은 최소한의 수준을 의미하므로 세 가지 속성이 모두 LV.1이고 지불의사는 없음을 기본 프로파일로 항상 포함하도록 하였다. 따라서 기본 프로파일과 지불의사 금액만 다르고 중복되는 4개 프로파일을 제외한 최종적으로 12개 프로파일에서 무작위로 3개를 추출하여 설문응답자는 4가지 대안 중 1가지 프로파일을 선택하게 된다.

<표 4-14> 유효 프로파일 조합

카드번호	속성별 수준(LV.)			지불의사금액 (원/연간)
	1. 공원 조성 수준	2. 다양한 활동 제공	3. 편의 정도	
0(기본)	1	1	1	0
1	1	2	2	30,000
2	3	2	1	10,000
3	2	1	2	5,000
4	3	1	2	5,000
5	2	2	1	20,000
6	3	3	1	30,000
7	3	1	3	20,000
8	1	2	3	5,000
9	1	3	2	20,000
10	2	3	1	5,000
11	1	3	3	10,000
12	2	1	3	30,000

카드 ID : 0			카드 ID : 1		
1.공원조성 수준	LV 1.	기본 휴식 공간	1.공원조성 수준	LV 1.	기본 휴식 공간
2.다양한 활동 제공	LV 1.	기본 볼거리/구경거리	2.다양한 활동 제공	LV 2.	기본 볼거리/구경거리, + 학습 및 생태체험, 각종 수변활동
3.편의 정도	LV 1.	기본 편의시설	3.편의 정도	LV 2.	기본 편의시설 + 추가 편의시설
4.지불의사	X	지불의사 없음	4.지불의사	LV 4.	가구당 연간 30,000원

카드 ID : 2			카드 ID : 3		
1.공원조성 수준	LV 3.	기본 휴식 공간 + 산책로/자전거길 활성화 + 경관 아름답고, 각종 체육시설	1.공원조성 수준	LV 2.	기본 휴식 공간 + 산책로/자전거길 활성화
2.다양한 활동 제공	LV 2.	기본 볼거리/구경거리, + 학습 및 생태체험, 각종 수변활동	2.다양한 활동 제공	LV 1.	기본 볼거리/구경거리
3.편의 정도	LV 1.	기본 편의시설	3.편의 정도	LV 2.	기본 편의시설 + 추가 편의시설
4.지불의사	LV 2.	가구당 연간 10,000원	4.지불의사	LV 1.	가구당 연간 5,000원

〈그림 4-1〉 무작위로 선택한 카드 예시

실험은 설문 응답자에게 광고호수공원 개요에 대한 설명과 공원 이용 실태에 대한 일반적인 질문과 함께 각 속성 및 속성별 수준에 대한 설명을 충분히 제공한 후 선택 실험을 수행한다. 실험은 기본 프로파일 카드 외에 3장의 선택카드를 응답자가 무작위로 선택하고, 각 대안을 비교하여 가장 선호하는 카드를 선택하는 방식으로 진행되며 이를 총 5차례 씩 수행한다. 본 연구에서 진행한 설문의 유효응답자는 총 652명이었으므로 실험은 총 3,260회 진행되었다.

2. 분석모형

CE는 이론적으로 가치를 추정하고자 하는 대상이 다양한 속성과 각 속성별 수준을 조합한 프로파일로 묘사할 수 있고, 확률효용모형(random utility model)을 이용하여 이를 정형화 할 수 있다는 이론적 기반에서 출발한다(강재완, 2015). 보다 구체적으로 소비자는 여러 대안들 중 기대효용을 최대로 하는 대안을 선택하는데, 이를 다음과 같은 간접효용함수를 정의하여 나타낼 수 있다(Mcfadden, 1974).

$$U_{ij} = V_{ij}(C_{ij}, S_i) + e_{ij} \quad (1)$$

여기서 U_{ij} 는 실험에 참가한 i 가 선택한 C_{ij} 대안으로부터 얻을 수 있는 효용으로 이를 i 가 선택한 대안의 속성별 수준과 i 의 인구통계적 특성인 S_i 의 함수로 나타낸 것이다. e_{ij} 는 관측 불가능한 확률적 오차를 포함한 것이다.

간접효용함수와 실험에 참여한 i 의 선택을 통해 효용극대화 이론을 적용하면 효용의 상대적 크기는 선택확률을 추정하는 과정에서 확인할 수 있다(류성옥, 2015). i 가 선택할 수 있는 선택집합(choice set) 중 j 대안을 제외한 다른 모든 k 대안에 대해 $U_{ij} > U_{ik}$ 를 만족한다면 i 는 항상 j 대안을 선택하게 된다. 이를 조건부 확률로 나타내면 다음과 같이 표현할 수 있다.

$$P(j|C_i) = \Pr(V_{ij} + e_{ij} > V_{ik} + e_{ik}) = \Pr(V_{ij} - V_{ik} > e_{ij} - e_{ik}) \quad (2)$$

Mcfadden(1974)은 오차항($e_{ij} - e_{ik}$)의 분포가 독립적(independent)이고, 제 I 형태 극치 분포(Type I extreme value distribution)를 따른다고 가정한다. 이러한 가정에 따른 i 가 j 대안을 선택할 확률의 추정은 조건부 로짓모형(conditional logit model: CL)을 통해 가능하며 다음과 같이 표현할 수 있다.

$$P(j|C_{ij}) = \frac{\exp(V_{ij})}{\sum_{k \in C_i} \exp(V_{ik})} \quad (3)$$

기본적으로 실험을 통한 모든 참여자들의 응답결과는 주어진 선택대안을 선택했는가에 대한 ‘예’ 또는 ‘아니오’ 라는 응답결과로 정리할 수 있다. 즉, i 가 j 대안을 선택한 것을 $Y_{ij} = 1$ 로 나타내고, i 가 j 대안을 선택하면 1, 그렇지 않으면 0이 되는 지시함수(indicator function) $1(\cdot)$ 을 적용한 로그우도함수를 식(4)와 같이 나타낼 수 있으며, 이를 최우추정법을 적용해 추정하면 간접효용함수의 관측가능한 부분인 V_{ij} 는 식(5)와 같은 선형함수로 나타낼 수 있다(강재완, 2015).

$$\ln L = \sum_{i=1}^N \sum_{j=1}^m [Y_{ij} \cdot \ln \{\Pr(j|C)\}] \quad (4)$$

$$V_{ij} = \sum_{q=1}^l \beta_q Z_{q,ij} \quad (5)$$

식(5)를 식(3)에 대입한 후 최우추정법을 적용하면 β 에 대한 일치추정치를 구할 수 있는데, 이를 통해 각 속성에 대한 한계 지불의사액(MWTP: marginal willingness-to-pay)을 구할 수 있다. 한계 지불의사액을 계산하기 위해서는 각각의 편익속성변수의 한 단위 증가에 대해 식(5)를 전미분하여 구할 수 있는데, 이해하기 쉽도록 가격속성을 p 로 구분하여 지칭하면 한계 지불의사액은 다음과 같이 나타낼 수 있다.

$$MWTP_{Z_q} = \frac{dZ_q}{dZ_p} = -\frac{\beta_q}{\beta_p} \quad (6)$$

전술한 바와 같이 CE의 적용을 위한 확률추정을 위해서는 CL 모형이 일반적으로 사용된다(강재완, 2015). 이때 CL모형은 대안 간 독립성(Irrelevant independence alternative: IIA) 가정을 충족해야 하는데, IIA는 제시된 여러 대안 가운데 하나의 대안을 선택할 확률이 다른 대안들로 인해 영향을 받지 않는다는 가정이다(Louviere et al., 2000). IIA 가정을 완화하고자 하는 경우 이질성을 인정하는 혼합로지트모형(Mixed-logit model), 잠재집단을 인정하는 잠재집단모형(Latent Class model), 다항프로빗모형(multinomial probit model)등 보다 일반화된 모형을 사용한다(강재완, 2015; 류성욱, 2015). 본 연구에서는 관광자원의 가치추정을 위한 선행연구에서 일반적으로 가장 많이 사용되고 있는 IIA 가정에 기반한 CL모형을 사용해 추정하였으며, 추정을 위한 통계프로그램은 STATA 13.0을 사용하였다.

제5장 분석결과

제1절 공원 이용객 일반 실태조사 결과

1. 조사개요

설문조사는 2017년 5월 13일(토)부터 5월 28일(일)까지 평일 5일, 주말 6일 동안 광고호수공원 방문객을 대상으로 진행되었다.

조사방법으로는 구조화된 설문지를 활용한 일대일 면접조사를 채택하였으며, 사전에 교육을 받은 조사원이 직접 설명하며 실험을 진행하였다.

조사장소는 조사지점 특성에 따른 시간별 유동인구를 고려하여, 각 방향 도로 진입로, 공원 1·2·3 공영 주차장, 캠핑장 등 4개 지점을 선택하여 운영하였으며 이는 <그림 5-1>과 같다.



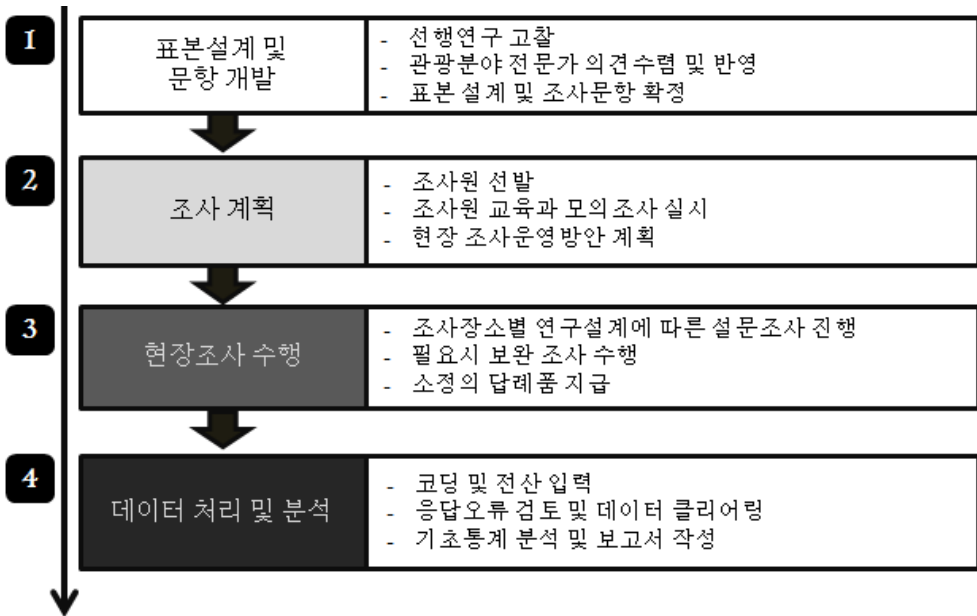
<그림 5-1> 광고호수공원 방문객 실태조사 조사지점

■ 주요 조사내용

설문항목은 응답자 기본정보(성별, 가구소득, 연령, 거주지, 직업, 결혼여부 등), 호수공원 이용실태(동반자, 방문목적, 방문주기, 방문시간 등), 공원 가치 중요도(11개 항목) 및 공원 가치 평가 실험, 재방문 의사 및 추천의향(2개 문항) 등을 주요 조사내용으로 구성하였다.

■ 자료처리 및 분석

수집된 자료는 응답내용이 불성실하거나 중도 작성 포기한 설문지를 제외하고 유효표본을 구성하고, 유효표본을 기준으로 SPSS(Statistical Package for the Social Science) 통계패키지를 이용하여 기초통계분석(빈도분석 및 교차분석)을 실시하였으며, 응답자 특성은 무응답을 제외한 유효표본 수를 대상으로 100.0%처리하였다.



<그림 5-2> 설문조사 절차

2. 조사결과

1) 응답자 특성

광고호수공원 방문객(652명)에 대한 인구통계학적 특성 분석결과, 응답자의 성별 비율은 여성 383명(58.7%)으로 남성 269명(41.3%)보다 높은 것으로 나타났고, 연령대는 40대 201명(30.8%), 30대 166명(25.5%), 50대 135명(20.7%), 60대 73명(11.2%)의 순으로 높은 것으로 나타났다. 결혼여부는 상대적으로 가족단위 방문객이 많아 기혼이 538명(88.1%)으로 미혼 73명(11.9%)대비 높게 나타났다.

지역별로는 수원시 외 방문객 351명(54.8%)이 수원시 방문객 301명(46.2%) 대비 높은 비중을 차지하고 있으며 특히, 광고호수공원 주변의(수원 영통, 용인 수지, 기흥) 지역민의 비율은 전체의 58.2%를 차지하고 있었다.

직업은 전문가 및 전문업 종사자 125명(21.4%), 일반 사무 종사자 122명(20.9%)로 비중이 높았으며, 월평균 가구소득은 400만원~499만원 65명(10.0%), 500만원~599만원 81명(12.4%), 600만원~699만원 91명(14.0%)로 나타났다.

<표 5-1> 응답자 인구통계적 특성

	구 분	사례수 (명)	비율 (%)
성별	남 성	269	41.3
	여 성	383	58.7
연령	20세 미만	5	0.8
	20대	43	6.4
	30대	166	25.5
	40대	201	30.8
	50대	135	20.7
	60대	73	11.2
	70세 이상	30	4.6
결혼여부	미혼	73	11.9
	기혼	538	88.1
월 평균 가구소득	200만원 미만	21	3.2
	200만원대	26	4.0
	300만원대	49	7.5
	400만원대	65	10.0
	500만원대	81	12.4
	600만원 이상	91	14.0
	무응답	319	48.9

구 분		사례수 (명)	비율 (%)		
거주지(1)	수원시 거주 방문객	301	46.2		
	수원시 외 거주 방문객	351	54.8		
거주지(2)	지역 방문객	수원 영통구	209	32.1	
		용인	수지구	64	9.8
			기흥구	106	16.3
	주변 지역 외 방문객	273	41.8		
직업	공무원 및 관리직	47	8.0		
	전문가 및 전문업 종사자	125	21.4		
	일반 사무 종사자	122	20.9		
	서비스업 종사자	65	11.1		
	도소매 판매업 종사자	16	2.7		
	농림어업 종사자	2	0.3		
	단순노무 종사자	15	2.6		
	군인, 학생	17	2.9		
	무직	82	14.0		
	주부	64	10.9		
	기타	30	5.1		

2) 응답자 호수공원 이용실태

(1) 방문 동반자

응답자의 동반자 유형은 가족 및 친지가 전체 72.1%로 가장 높았으며, 친구 및 연인(13.3%), 혼자(7.8%), 직장동료(4.8%), 기타(2.0%) 등의 순으로 나타났다.

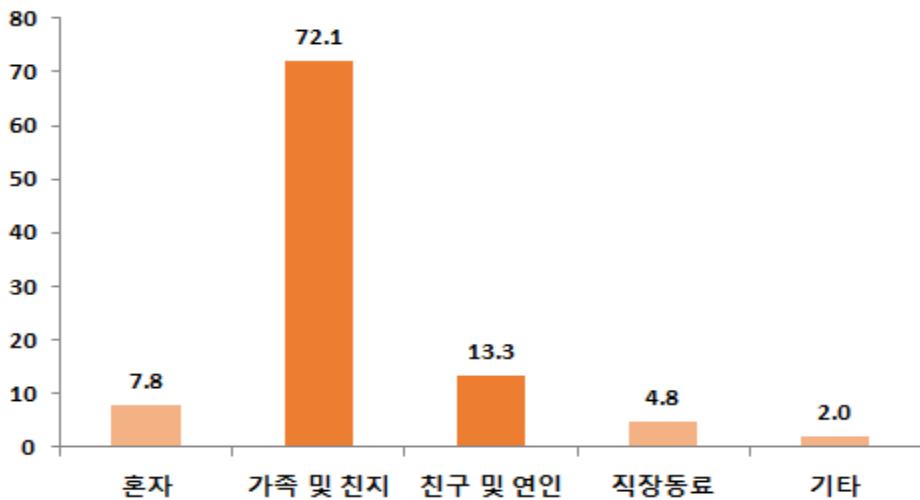
기타응답에는 애완동물(0.2%), 동호회(0.3%), 지역주민(0.3%)등 전체 응답자의 2.0%가 기타 의견으로 나타났다.

특히, 가족 및 친지, 친구 및 연인과 방문 비율은 전체의 85.4%를 차지하며, 이는 대부분의 방문객들이 여가를 즐기기 위해 선호하는 방문형태를 나타내고 있다.

<표 5-2> 방문 동반자 분석 결과

Q 귀하는 누구와 함께 방문하셨나요?

(단위 : %)



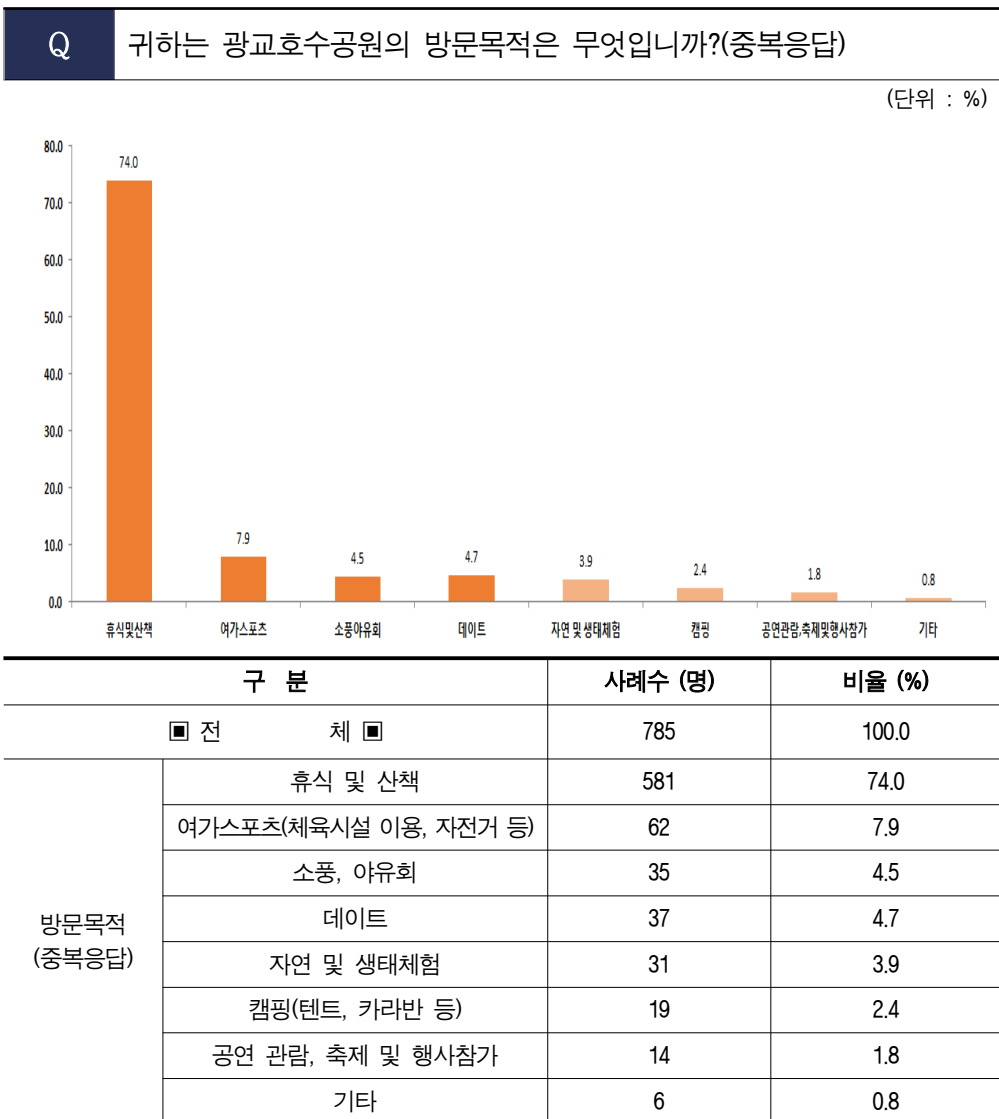
구 분		사례수 (명)	비율 (%)	
□ 전 체 □		652	100.0	
동반자	혼자	51	7.8	
	가족 및 친지	470	72.1	
	친구 및 연인	87	13.3	
	직장동료	31	4.8	
	기타	애완동물	2	0.2
		교회동료	1	0.2
		지역주민	2	0.3
		동호회	2	0.3
		무응답	6	0.9

(2) 방문 목적

응답자의 방문목적은 휴식 및 산책이 전체 74.0%로 가장 높았으며, 여가·스포츠(7.9%), 데이트(4.7%), 소풍·야유회(4.5%), 자연 및 생태체험(3.9%)등의 순으로 나타났다.

반면, 공연관람, 축제 및 행사참가(1.8%), 캠핑(2.4%) 등의 목적에 의한 방문 비율은 비교적 낮게 나타났으며, 이는 방문객들이 공원에서의 휴식과 산책을 즐기며, 여유로운 시간을 보내기 위한 목적으로 호수공원을 방문하는 것으로 판단된다.

<표 5-3> 방문 목적 분석 결과



(3) 방문빈도

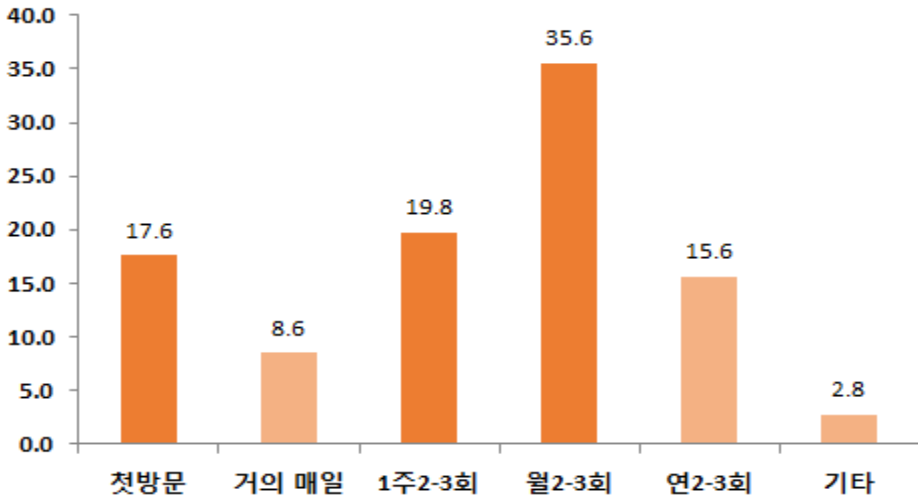
광교호수공원 방문빈도에 대한 조사결과 월 2-3회가 전체의 35.6%로 가장 많은 것으로 나타났으며, 주 2-3회(19.8%), 첫 방문(17.6%) 등의 순으로 나타났다.

반면, 거의 매일 방문(8.6%)과 연 2-3회 방문(15.6%)의 비율은 비교적 낮게 나타났으며, 이는 첫 방문이후, 호수공원이 방문객을 대상으로 쉼터 및 휴식처를 제공하는 목적지 역할에 따른 방문 빈도 상승과 주기가 짧아지는 긍정적 결과로 해석할 수 있다.

<표 5-4> 방문 빈도 분석 결과

Q 귀하는 광교호수공원에 얼마나 자주 방문하십니까?

(단위 : %)



구 분		사례수 (명)	비율 (%)
전 체		652	100.0
광교호수공원 방문빈도	첫 방문	115	17.6
	거의 매일	56	8.6
	주 2-3회	129	19.8
	월 2-3회	232	35.6
	연 2-3회	102	15.6
	기타	18	2.8

(4) 방문 소요시간

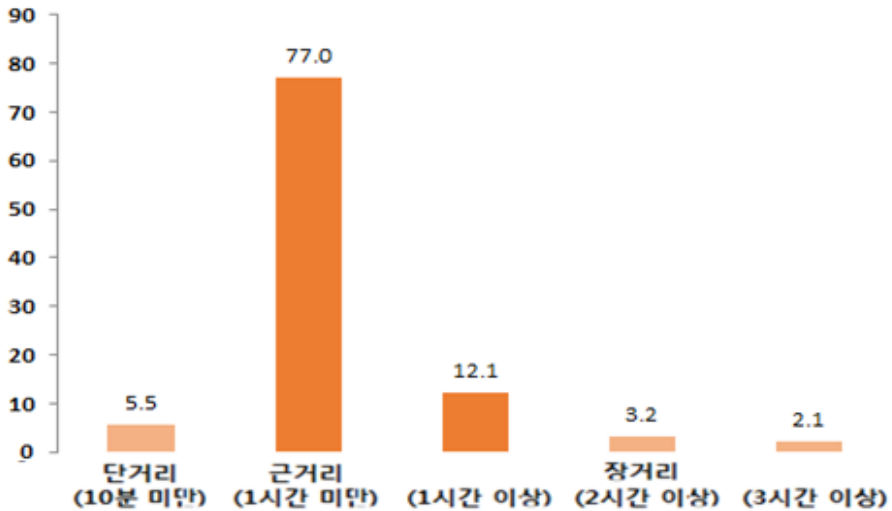
광고호수공원 방문을 위한 소요시간에 대한 조사결과 1시간미만의 근거리 방문객이 전체의 77.0%로 가장 많은 것으로 나타났으며, 1시간 이상(12.1%), 10분미만(5.5%) 등의 순으로 나타났다.

반면 10분미만의 단거리 방문객(5.5%), 2시간 이상(3.2%), 3시간 이상(2.1%)의 중·장거리 방문객 비율은 낮은 것으로 나타났는데, 이는 근린생활권의 여가를 위한 방문객의 비율은 높으나, 휴가 및 관광 목적의 방문객 비율이 낮은 것으로 판단된다.

<표 5-5> 방문 소요시간 분석 결과

Q 귀하의 집에서 광고호수공원까지 걸리는 시간은 어느 정도입니까?

(단위 : %)



구 분		사례수 (명)	비율 (%)	
■ 전 체 ■		652	100.0	
광고호수공원 방문빈도	단거리(10분 미만)	36	5.5	
	근거리(1시간 미만)	502	77.0	
	장거리	1시간 이상	25	12.1
		2시간 이상	21	3.2
		3시간 이상	14	2.1

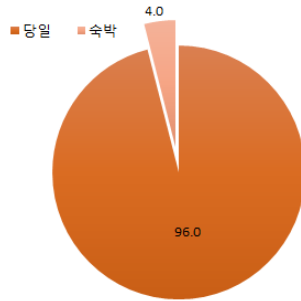
(5) 체류 여부

방문객의 체류 여부에 대한 조사결과 96.0%가 당일 방문객으로 나타났고, 당일방문객의 평균 체류시간은 2.23시간, 숙박 방문객의 평균 체류일수는 2.16일로 나타났다.

<표 5-6> 체류 여부 분석 결과

Q 귀하는 광고호수공원에 방문하실 때 보통 얼마나 머무르시나요?

(단위 : %)



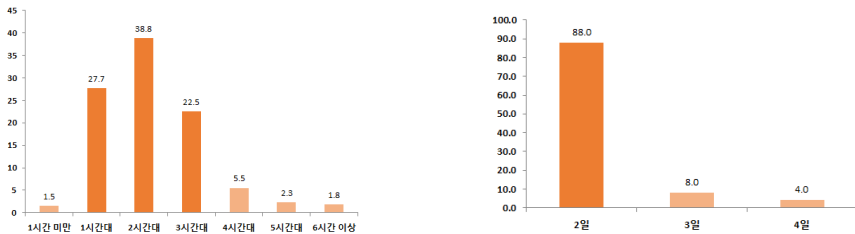
구분	사례수 (명)	비율 (%)	평균(시간/일)
■ 전 체 ■	652	100.0	-
당일	626	96.0	2.23
숙박	26	4.0	2.16

또한 당일 방문객의 체류시간은 2시간대(38.8%), 1시간대(27.7%) 순으로 높게 나타났으며, 숙박의 경우 2일(88.8%)이 가장 많은 것으로 나타났다.

<표 5-7> 당일 체류시간 및 일수 분석 결과

Q 당일 체류시간 및 일수

(단위 : %)



구분	사례수 (명)	비율 (%)	구분	사례수 (명)	비율 (%)
■ 전 체 ■	618	100.0	■ 전 체 ■	25	100.0
1시간미만	9	1.5	2일	22	88.0
1시간대	171	27.7	3일	2	8.0
2시간대	240	38.8	4일	1	4.0
3시간대	139	22.5			
4시간대	34	5.5			
5시간대	14	2.3			
6시간 이상	11	1.8			

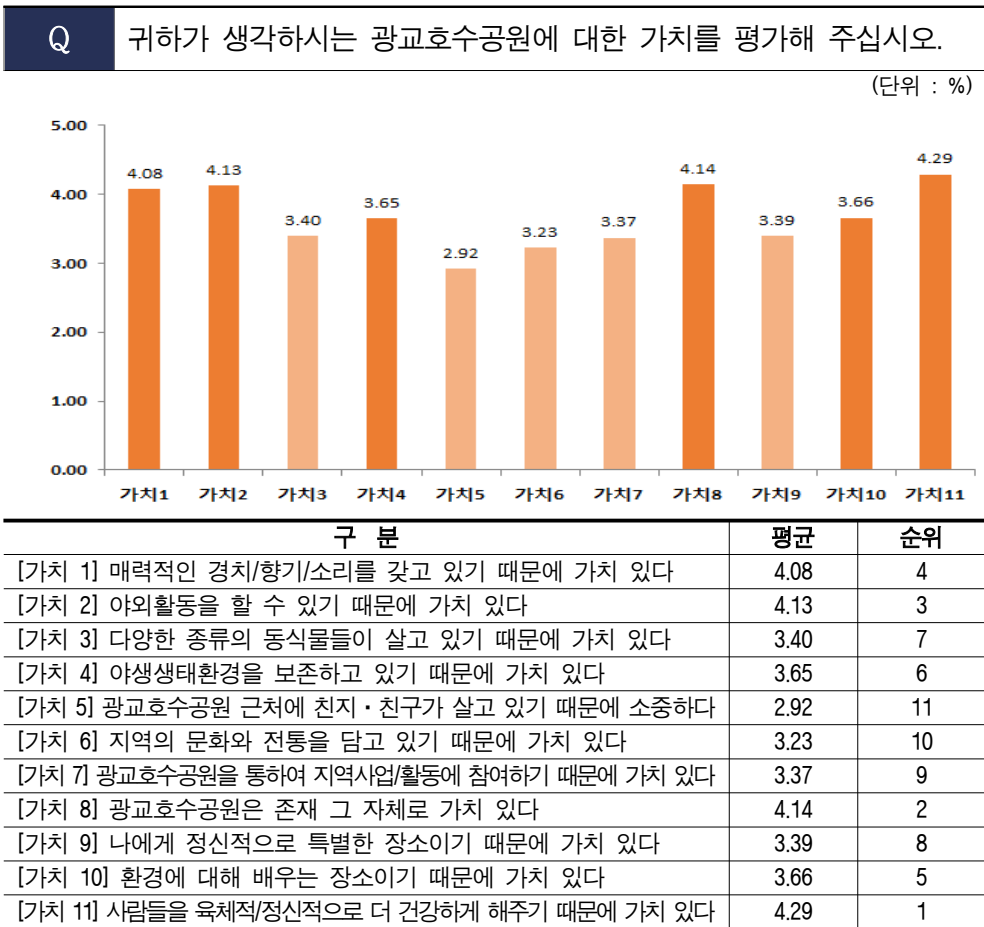
3) 응답자 호수공원 가치 및 행동 평가

(1) 광고호수공원 가치인식

광고호수공원의 가치에 대한 중요도 조사결과 응답자들은 육체적/정신적 건강에 대한 가치(4.29)를 가장 높게 인지하였으며, 이어서 호수공원 존재의 가치(4.14), 야외활동에 따른 가치(4.13), 매력적 경치·향기·소리에 대한 가치(4.08)의 순으로 응답하였다.

반면, 광고호수공원 근처에 지인(친지·친구)거주에 따른 가치(2.92), 지역 문화·전통의 가치(3.23), 지역사업·활동 참여에 따른 가치(3.37)는 비교적 낮게 인식하는 것으로 나타났으며, 이는 자연 관광자원으로서 광고호수공원에 대한 가치는 개인과 가족이 함께 육체적·정신적 건강을 위한 다양한 야외활동과 동반한 매력적 경치, 향기, 소리를 통해 형성 되는 것으로 해석된다.

<표 5-8> 광고호수공원 가치인식 분석 결과



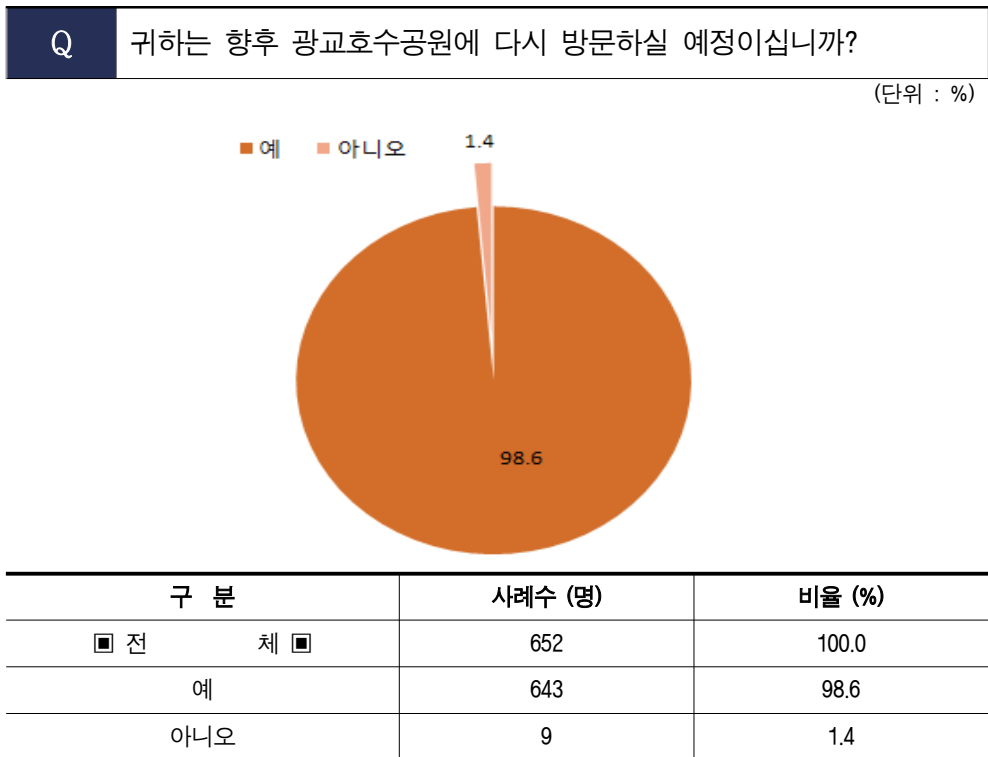
주: 전혀 중요하지 않음(1점), 중요하지 않음(2점), 보통(3점), 중요함(4점), 매우중요함(5점)

(2) 광고호수공원 재방문 의사

■ 재방문의사

재방문의사에 대한 조사결과 98.6%가 향후 호수공원의 재방문 의사가 있는 것으로 나타났으며, 이는 호수공원 방문에 따른 가치에 대한 인식의 형성이 반영된 것으로 판단된다.

<표 5-9> 재방문의사 분석 결과



또한 재방문의사가 없는 응답자를 대상으로, 구체적인 재방문 의사가 없는 이유에 대한 조사를 진행하였으며, 조사결과 접근성이 낮음에 따라 재방문 의사가 없는 것으로 나타났다. 이는 전체의 1.2%의 비율에 해당하는 비율로, 이에 따라 향후 광고호수공원의 접근성 향상을 위한 노선의 고려와 개선방안 마련이 필요하다.

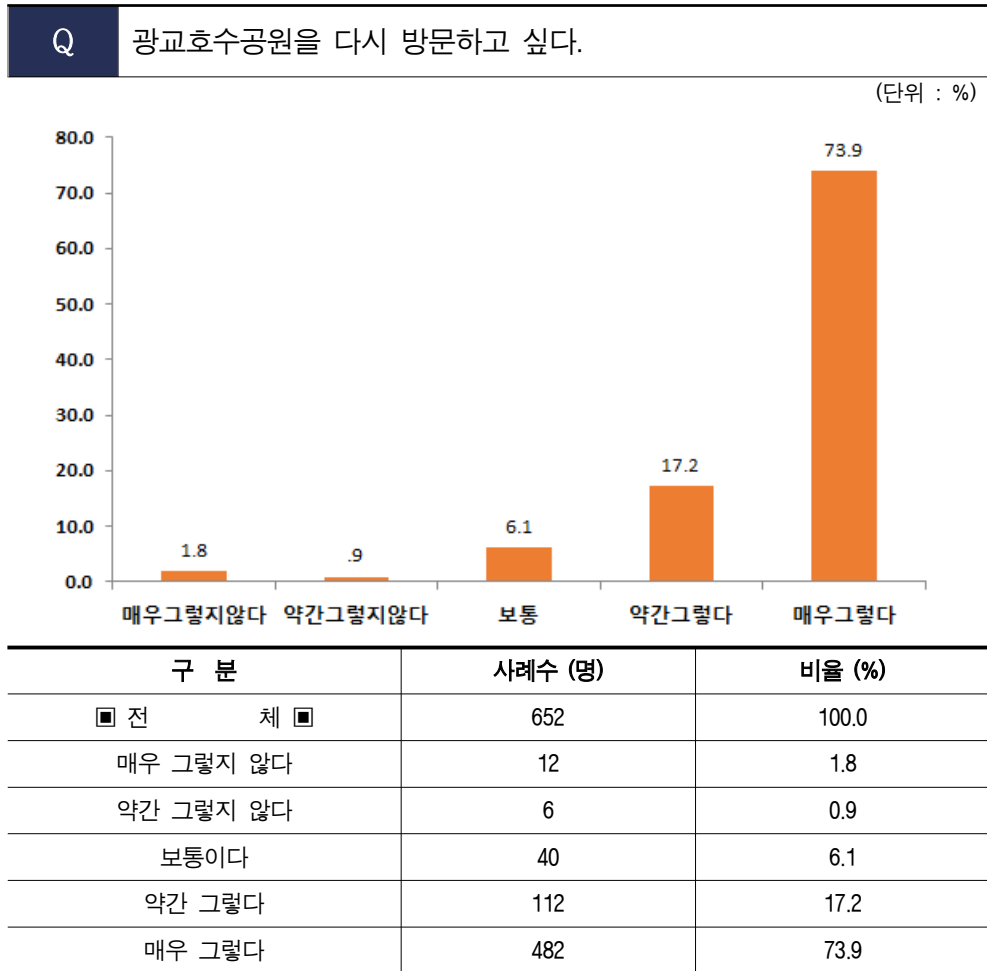
<표 5-10> 재방문의사 부재 분석 결과

재방문 의사 부재	사례수 (명)	비율 (%)
접근성이 낮음	8	100.0

■ 재방문 및 추천의도

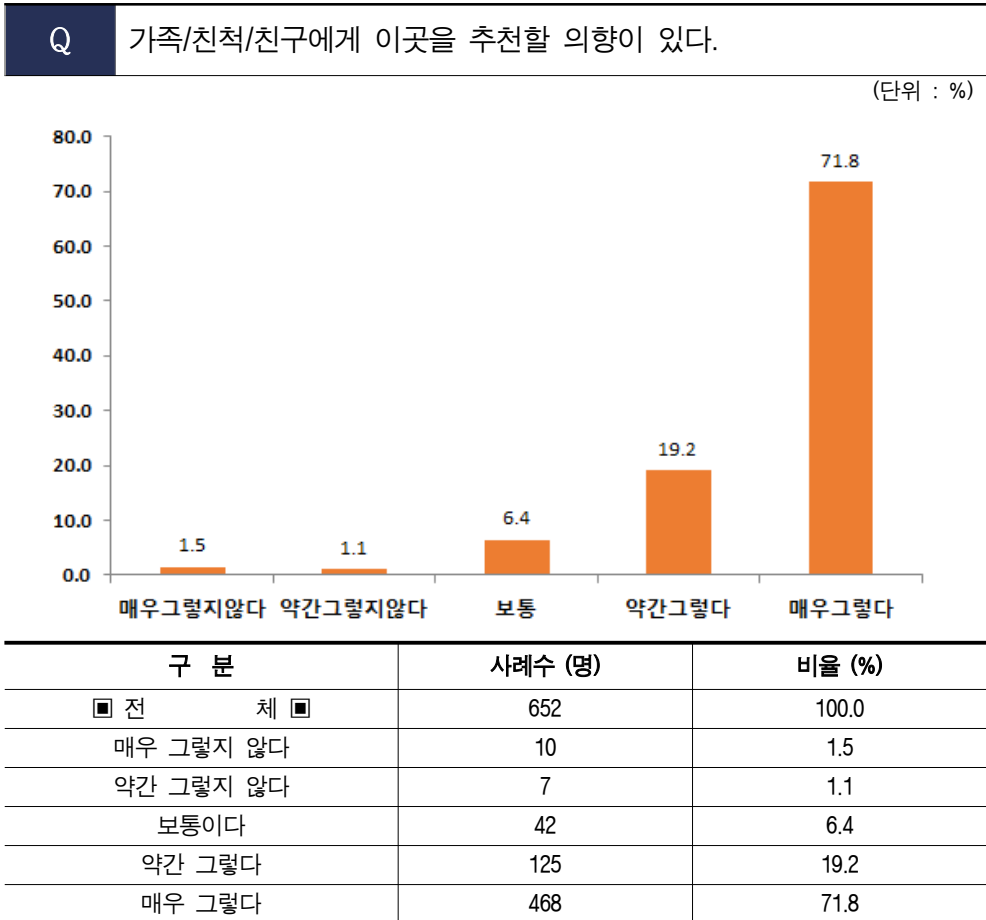
광고호수공원의 재방문의도에 대한 조사결과 긍정적 의견(매우 그렇다+그렇다)이 91.1%로 나타났다. 방문객의 높은 재방문 의사를 통해 광고호수공원이 관광자원으로서의 높은 가치가 있다고 할 수 있다.

<표 5-11> 재방문의도 분석 결과



광고호수공원의 추천의도에 대한 조사결과 긍정적 의견(매우 그렇다+그렇다)이 91.0%로 나타났으며, 이는 광고호수공원이 가족/친척/친구들 과 함께 여가와 휴식을 즐기기 위한 목적지로서 높은 가치를 가지고 있음을 의미한다.

<표 5-12> 추천 의도 분석 결과



3. 시사점

1) 광고 호수공원 이용실태

- 호수공원 방문객의 방문목적과 부합하는 공원 기본 시설의 보수 및 개선 필요

방문객의 대다수는 가족 및 친지(72.1%)와 함께 방문하였으며, 휴식 및 산책(74.0%), 여가 스포츠(체육시설 이용 및 자전거 타기, 7.9%)의 순의 목적으로 광고호수공원을 방문하는 것으로 나타났다. 이는 방문자 대다수가 공원에서 여가 및 휴식 등 정서적·심리적 안정 등 기본적인 공원의 편익을 얻기 위하여 방문하기에 새로운 활동 및 프로그램의 제공에 앞서 기본 시설 및 환경의 정비 및 개선이 우선시되어야 한다고 해석된다.

- 주변 지역 거주자, 비교적 단시간 체류·정기적 방문 패턴 보유

광고호수공원 주변 지역 거주자가 가장 많이 방문하는 것으로 나타났으며(거주지로부터 소요시간 1시간 미만, 77%), 평균 체류시간은 2.23시간이며, 방문빈도가 높은 것으로(월 2~3회(35.6%), 주 2~3회(19.8%))으로 나타났다.

도심형 근린공원으로 조성된 만큼 호수 주변 지역 거주자들이 집 근처 공원을 방문하듯이 정기적으로 방문하기에 공원이 제공하는 휴식과 운동에서 나아가 재미, 즐거움, 유익함을 줄 수 있는 다양한 관광활동을 공원 내에서 제공하고 주변 관광코스 및 상품과의 연계를 통해 공원 내 체류시간 증대 및 공원 외 수원 지역으로의 유도가 필요하다.

2) 광고호수공원 가치 및 선호 비교

- 공원 자체가 제공하거나 공원에서 할 수 있는 활동에 높은 가치 부여

공원이 제공하는 기본적인 기능(육체적/정신적 건강증진, 호수공원 존재 자체, 야외활동 가능여부 등)에 대해 그 가치를 높게 평가하는 것으로 나타났으며, 공원이 소재하고 있는 지역 자체의 장소적 가치나 사회적 가치는 비교적 낮게 평가하는 것으로 나타났다.

광고호수공원이 위치한 곳은 예전에는 원천유원지로 불리며 수상가옥, 낚시터, 수영장, 오리보트, 수상스키 등 다양한 수상레저장비와 바이킹, 비룡열차 등을 탈 수 있는 테마파크가 있는 국민관광지였다. 광고 신도시 개발로 외지인이 유입되며 상대적으로 해당 장소에 대한 경험이나 추억이 부재하거나, 수상관광지였던 원천 유원지와 도심근린공원인 광고호수공원의 차이가 장소 자체에 대한 가치를 낮게 평가한 것으로 해석할 수 있다. 공원의 상징이자 큰 자원인 호수자원의 관광자원으로서의 활용 정도에 따라 광고호수공원의 위상이 달라지기에 친환경적인 수변활동을 기획하여 예전 원천유원지에서의 관광경험과의 연계가 필요하다.

- 접근성 제고를 통한 방문객 편의 제고

재방문 의사(98.6%)와 의도(91.1%)는 매우 높으며 재방문 의사의 부재 이유를 ‘낮은 접근성’을 응답하여, 향후 광고중앙역 등 주변 지하철과의 연계 셔틀 제공 및 수원 시티투어 버스 코스 포함 등 접근성 제고가 필요한 것으로 나타났다.

추천의도 역시 높게 나타났으나(91.0%), 광고호수공원 주변 지역의 주거단지가 급격히 늘어나고 경기도 도청사, 컨벤션 센터, 법원 등 주요 국공립 건물이 호수 주변 지역으로 이전 및 건립이 예정되어있으므로 공원 접근성 제고 방안의 강구가 필요하다.

제2절 광고호수공원 가치추정 결과

1. 가치속성별 지불의사액 추정 결과

광고호수공원의 속성별 가치추정을 위한 선택 실험 결과의 조건부 로짓모형 추정결과를 정리한 <표 5-13>을 보면, 지불금액의 계수 추정치는 음(negative)의 부호로 1% 유의수준에서 통계적으로 유의한 것으로 나타났다. 이는 제시된 선택 카드의 지불금액이 클수록 선택 확률이 감소하는 결과로 합리적 의사결정을 전제하는 가정에 일치하는 결과로 볼 수 있다. 한편, 광고호수공원의 가치를 세분화 한 세 가지 속성인 공원 조성 수준, 다양한 활동 제공, 편의 정도의 각 계수 값 추정치는 양(positive)의 부호로 유의하게 나타나 다른 모든 조건이 동일 할 때(ceteris paribus) 각 속성의 수준이 증가할수록 해당 대안을 선택할 확률이 증가하는 것으로 나타났다.

<표 5-13> 전체 응답의 조건부 로짓모형 추정결과

구분	추정결과	
지불금액	-5.E-05*	(2.6E-06)
공원 조성 수준	0.512*	(0.026)
다양한 활동 제공	0.365*	(0.026)
편의 정도	0.381*	(0.025)
Log likelihood	-4,126.2	
Number of obs	12,949	
LR χ^2	723.4	

주: 괄호안은 표준오차, * : $p < 0.001$

앞서 분석모형에서 전술한 바와 같이 위에 제시한 조건부 로짓모형 추정결과를 토대로 각 속성에 대한 한계지불의사금액(MWTP)을 추정할 수 있다. 계산 결과, <표 5-14>에서 보는 바와 같이 이용자들이 느끼는 광고호수공원의 속성별 가치는 공원조성 수준이 연간 9,663원으로 가장 높고, 편의정도가 7,201원, 다양한 활동제공이 6,885원의 순으로 나타났다. 여기서 위와 같은 한계지불의사금액 추정치는 각 속성별 수준이 1단계 증가할 때 이용자들이 추가적으로 지불할 의사가 있는 금액이다²⁾. 즉 속성 수준의 변화에 따라 광고호수공원의 가치가 추정치만큼 증가한다고 볼 수 있다. 따라서 각 속성별 가치 추정 결과를 합산하면 각 속성별 2단계 수준에 도달할 때³⁾ 이용자들이 생각하는 광고호수공원의 가치를 추정해 볼 수 있는데, 이를 계산해 보면 가구당 연간 총 지불의사는 23,750원 이다.

2) 이러한 추정 방식은 각 속성별 수준이 선형(linear)임을 가정함

3) 실험 설계에서 각 속성별 2단계 수준을 현재 광고호수공원의 현황 및 제공하는 서비스를 대변할 수 있도록 구성함

광고호수공원의 잠재적 이용대상을 수원시민으로 한정해 보면 2016년 수원시 가구 수는 472,194가구⁴⁾ 이므로 수원시 거주가구의 광고호수공원에 대한 잠재적 지불의사는 연간 약 112억원 수준이다. 본 연구를 위해 실시한 설문조사에서 광고호수공원 이용자 비율은 수원시민이 46.2%였으며, 나머지는 용인시 등 인근 서울-경기권 거주자 비율이 상당히 높았다. 따라서 광고호수공원의 이용대상을 보다 확장해 서울-경기권 거주 가구를 잠재적 이용대상으로 보면 통계청의 시도별 장래가구추계에서 2017년 서울 및 경기 가구 수는 8,328,455 가구⁵⁾로 여기에 본 연구에서 추정한 가구당 연간 총 지불의사 금액을 곱하면 서울-경기권 거주 가구의 광고호수공원에 대한 잠재적 지불의사는 연간 약 1,978억원이다. 이러한 수치는 해당 지역 거주 가구를 모두 잠재적 이용 대상으로 보고 단순 추정한 결과이며, 보다 정확한 가치 산정을 위해서는 향후 광고호수공원 방문객 통계 작성 등이 필요하다.

광고호수공원의 속성별 가치에 대한 MWTP 추정 결과를 앞서 소개한 전문가 설문에서의 속성별 중요도 AHP 결과와 <표 5-14>과 같이 비교해 보았다. 이용자 MWTP 추정 결과를 각 속성별 합이 1이 되도록 가중치 형태로 변환하여 전문가 AHP 결과와 비교해 보면 수치가 상당히 유사함을 알 수 있다. 각 각의 결과에서 이용자와 전문가 조사 결과는 모두 공원 조성 수준에 보다 많은 중요도를 부여하고 있으며, 다양한 활동 제공과 편의 정도에 대해서는 거의 유사한 수준의 가중치를 부여하고 있다. 다만 전문가 AHP에서는 편의 정도에 비해 다양한 활동 제공의 중요성을 조금 더 높게 본 반면 실제 이용자들은 편의 정도의 중요성을 조금 더 높게 보는 것으로 나타났다. 하지만 그 차이가 크지 않아 이용자를 대상으로 한 속성별 가치 추정 결과는 전문가 AHP를 통한 사전적인 예상과 크게 어긋나지 않은 것으로 볼 수 있다.

<표 5-14> 전체 응답의 MWTP 추정 결과

구 분	MWTP 추정결과 (가구당 원/연간)	속성별 중요도 가중치	
		이용자 MWTP 추정	전문가 AHP
공원 조성 수준	9,663.1 [8674.2-10651.9]	0.407	0.406
다양한 활동 제공	6,885.9 [5984-7787.7]	0.290	0.309
편의 정도	7,201.5 [6251.5-8151.6]	0.303	0.285

주: 괄호 안은 95% 신뢰구간

4) 수원시청, ‘통계로 보는 수원’ 홈페이지 - 연도별 인구현황. 2016.12.31.기준.

(<http://stat.suwon.go.kr/stat/stats/statsView.do?categorySeqNo=15>)

5) 통계청(2017), ‘장래가구추계 시도편: 2015-2045년’

(http://kostat.go.kr/portal/korea/kor_nw/2/2/6/index.board?bmode=read&aSeq=255176)

2. 지역주민과 외지인의 속성별 선호 비교

광교호수공원은 도심공원의 성격도 지니고 있기 때문에 공원의 가치 및 세부 속성별 가치에 대한 지역주민과 외지인의 지불의사에 차이가 발생할 수 있다. 따라서 이러한 차이점을 살펴볼 수 있도록 조사 설계에서부터 거주 지역간 차이를 비교할 수 있도록 하였다. 지역주민은 행정구역상의 구분과 물리적 거리로 구분하는 방법을 각각 적용해 보고자 하였다. 우선 행정구역상 지역주민을 수원시 거주자로 정의할 경우 설문 응답자 652명중 46.2%가 수원시 거주자였으며, 그 외 타지역 거주자 54.8%와 MWTP 추정 결과를 비교해 보았다. 다음으로 물리적 거리는 광교호수공원과 직접적으로 인접한 지역에 거주한 수원시 영통구, 용인시 수지구, 용인시 기흥구 거주자를 지역주민으로 정의하였다. 이 경우 인접지역 거주자는 전체 응답자 652명중 58.2%를 차지하였으며, 타 지역 거주자 41.8%의 응답결과와 비교하여 분석해 보았다.

거주 지역별 응답결과를 구분하여 조건부 로짓모형을 추정한 결과는 <표 5-15>와 <표 5-16>에서 보는 바와 같이 모두 통계적으로 유의미하고 합리적인 기대를 충족시키는 결과를 보여 주고 있다. 한 가지 눈에 띄는 점은 수원시 거주자 또는 인근지역 거주자와 타지역 거주자를 구분하여 분석할 경우 모두 지불금액에 대한 계수값 추정치 절대값이 크게 나타나 지역주민에 비해 타지역 거주자가 다른 조건이 동일한 상황에서 지불의사 금액이 증가할 경우 해당 카드를 선택할 확률이 더 크게 줄어드는 것으로 나타났다. 즉, 지역주민에 비해 타 지역 거주자가 가격 변수에 더욱 민감하게 반응하는 것을 확인 할 수 있다.

<표 5-15> 수원시 거주 여부에 따른 조건부 로짓모형 추정결과

구 분	수원시 거주 여부	
	수원시민	타지역 주민
지불금액	-5.E-05* (3.7E-06)	-6.E-05* (3.6E-06)
공원 조성 수준	0.502* (0.038)	0.521* (0.036)
다양한 활동 제공	0.320* (0.038)	0.402* (0.036)
편의 정도	0.335* (0.037)	0.419* (0.034)
Log likelihood	-1,936.6	-2,185.9
Number of obs	6,004	6,945
LR κ^2	288.5	442.5

주: 괄호안은 표준오차, * : $p < 0.001$

<표 5-16> 인근 지역 거주 여부에 따른 조건부 로짓모형 추정결과

구 분	인근지역 거주 여부	
	인근지역 거주	타 지역 거주
지불금액	-5.E-05* (3.3E-06)	-6.E-05* (4.1E-06)
공원 조성 수준	0.506* (0.034)	0.520* (0.04)
다양한 활동 제공	0.359* (0.034)	0.376* (0.041)
편의 정도	0.296* (0.033)	0.504* (0.039)
Log likelihood	-2,422.5	-1,695.3
Number of obs	7,536	5,413
LR χ^2	378.8	361.6

주: 괄호안은 표준오차, * : p < 0.001

지역주민과 타 지역 거주자의 조건부 로짓모형 추정결과를 토대로 광고호수공원 세부속성별 MWTP 추정결과를 비교해 보면 <표 5-17>와 <표 5-18>과 같다. 비교 결과 첫째, 지역주민의 광고호수공원에 대한 지불의사는 대체로 타 지역 거주자에 비해 큰 것으로 볼 수 있다. 하지만 MWTP 추정치의 95% 신뢰구간이 겹치는 것을 확인할 수 있기 때문에 통계적으로 유의미한 차이라고는 할 수 없다. 둘째, 세부속성별 지불의사를 살펴보면 특히 지역주민은 공원 조성 수준에 대한 편익이 타 지역 주민에 비해 크다는 것을 확인할 수 있다. 반면 공원 조성 수준 이외의 다른 속성에서는 차이가 크지 않거나 오히려 역전되는 현상도 볼 수 있다.

<표 5-17> 수원시 거주 여부에 따른 MWTP 추정 결과

구 분	수원시 거주 여부		MWTP 격차 (지역주민-타지역)
	수원시민	타지역 주민	
공원 조성 수준	10,809.8 [9079.6-12540.1]	8,868.1 [7680.8-10055.5]	1,941.7
다양한 활동 제공	6,888.6 [5397.4-8379.7]	6,838.3 [5714.8-7961.8]	50.3
편의 정도	7,214.0 [5638.2-8789.9]	7,128.9 [5951.4-8306.4]	85.1

주: 괄호안은 95% 신뢰구간

〈표 5-18〉 인근 지역 거주 여부에 따른 MWTP 추정 결과

구 분	인근지역 거주 여부		MWTP 격차 (지역주민-타지역)
	인근지역 거주	타 지역 거주	
공원 조성 수준	10,082.4 [8704.7-11460.1]	9,080.0 [7673.8-10486.3]	1,002.3
다양한 활동 제공	7,162.6 [5917.5-8407.7]	6,552.4 [5253.6-7851.2]	610.2
편의 정도	5,898.7 [4644.6-7152.8]	8,801.3 [7337.3-10265.3]	-2,902.6*

주: 괄호안은 95% 신뢰구간

3. 시사점

1) 속성별 지불의사

분석 결과 광교호수공원 방문객이 느끼는 공원 속성별 가치는 공원조성수준 9,663원, 편의정도 7,201원, 다양한 활동제공 6,885원으로 나타났으며, 가구당 연간 총 지불의사는 23,750원으로 분석되었다. 이러한 분석결과는 아래와 같은 시사점을 제시해준다. 첫째, 광교호수공원의 가치를 높이기 위한 정책적 개선방안 수립에서 역시 공원의 가장 기본적인 조성 수준 향상이 우선적으로 고려되어야 한다는 것이다. 공원 이용객들은 공원에서의 활동이나 편의 정도에 앞서 공원의 경관이나 산책로 등 기본 기능이 갖추어 지는 것을 가장 중요하게 생각하고 있다. 그럼에도 불구하고 두 번째 시사점은 공원조성 수준 이외에 다양한 활동제공이나 편의 정도에 대한 수요도 그에 못지않다는 점이다. 이는 공원을 대상으로 한 여가 및 관광정책 수립 시 단순히 좋은 공원을 조성하는데 그치지 않고 공원을 이용하고 즐길 수 있도록 다양한 프로그램이나 볼거리 및 즐길거리를 제공하는 한편 편의성을 높일 수 있는 다양한 서비스도 병행되는 것이 중요하다는 것을 확인할 수 있는 부분이다.

2) 지역주민과 외지인 속성별 선호 비교

광교호수공원에 대한 지불의사는 외지인 대비 지역주민이 높았으며, 특히 공원수준에 대한 편익이 컸다. 이러한 차이는 지역주민과 타 지역 주민이 공원을 이용하는 주 목적이 다르기 때문에 발생할 수 있다. 지역주민들의 경우 가벼운 나들이 형태의 여가 활동을 공원을 이용하는 주 목적이기 때문에 경관이나 산책로와 같은 공원 조성 수준이 가장 중요한 요소로 부각되는 반면, 해설 서비스나 대중교통 연계 확대 등 편의정도는 크게 중요한 요

소가 아닐 수 있다. 오히려 이러한 타 지역 주민을 위한 편의 서비스 확충은 공원 혼잡도 증가로 인해 지역주민 입장에서 공원 이용 편익을 저해하는 요소가 될 수 있는데, 이러한 점이 인근지역 거주자와 타 지역 주민의 편의 정도에 대한 MWTP가 역전되어 나타난 하나의 원인이라 볼 수 있다. 선행연구들에서도 이처럼 지역주민과 외지인의 선호가 다르게 나타나는 경우를 종종 볼 수 있었는데, Hearne & Salinas(2002)에서도 외국인 방문객은 이용제한 완화에 대한 지불의사가 가장 높았던 반면, 내국인은 경관 감상 시설에 대한 지불의사가 가장 높고 이용제한 완화에 대한 지불의사는 가장 낮게 나타났다. 연구자들은 이를 지역주민의 경우 관광자원 훼손에 대한 우려 때문으로 보았는데, 이러한 지역주민과 외지인의 관광자원 편익에 대한 상충관계를 본 연구에서도 확인할 수 있었다.

제6장 결 론

제1절 연구요약 및 시사점

수원시는 유네스코 세계문화유산인 수원화성으로 대표되는 역사·문화도시다. 수원화성과 화성행궁 대비 지명도는 낮으나 광고호수공원은 공사비만 약 1,200억원이 소요된 대형공원으로 역사·문화자원 중심인 수원 관광의 성격을 다변화 할 수 있는 중요한 관광자원이다. 현재 광고호수공원은 도심형 생태녹지공간으로서 휴식과 건강증진의 제공 등 도심근린공원의 기본 기능을 제공하고 있다. 그러나 인위적으로 조성된 다른 호수공원들과 달리 광고호수공원은 수원의 대표 수변 관광명소였던 원천유원지와 신대호수를 중심으로 원래 있던 호수와 숲을 최대한 보존하며 조성되었기에 수변 관광자원으로서의 가치가 높다. 이에 본 연구는 광고호수공원이 갖는 다양한 여가·관광자원적 가치를 계량화 할 수 있도록 해당 자원의 특성에 맞게 유형화하여 속성별, 수준별 가치를 선택실험법을 통해 추정해보고자 하였다.

수원의 주요 관광자원 및 광고호수공원의 기본현황 분석과 국내외 유사시설과의 비교분석을 통해 광고호수공원의 관광자원으로써의 중요성을 파악하고, 보유한 관광자원 가치 속성을 공원조성수준, 다양한 활동 제공, 편의 정도로 구분하여 각각 3단계로 수준을 계층화하였다. 해당 과정을 통해 도출된 3개의 속성과 3단계의 수준은 전문가 조사를 실시하여 실험설계의 객관적 타당성을 높였다. 세 가지 속성과 지불의사 금액의 수준별 다양한 조합으로 구성된 프로파일은 직교설계를 통해 유효 파일을 구성하였고, 현 수준 유지 및 지불의사 없음의 기본 프로파일을 제외한 12개 프로파일을 최종 실험에 사용하였다. 본격적인 실험은 광고호수공원 방문자를 대상으로 진행되었으며, 총 652명의 유효 표본을 획득하였고 1명당 5회씩 총 3,260회의 실험이 진행이 되었다. 실험결과는 조건부 로짓모형을 사용해 한계지불의사금액(MWTP)을 추정하였다. 선택실험 외 설문조사 항목은 호수공원 이용실태, 공원 가치 중요도, 재방문의사 및 추천의향이며 해당 부분은 빈도분석을 통해 공원이치평가 해석 및 정책적 제언 수립에 활용하였다.

선택실험법을 통한 광고호수공원의 세부속성별 가치추정 결과, 이용자들의 광고호수공원에 대한 속성별 MWTP는 공원조성 수준이 연간 9,663원으로 가장 높고, 편의정도가 7,201원, 다양한 활동제공이 6,885원의 순으로 나타났다. 이를 합산하면 광고호수공원에 대한 연간 총 지불의사는 23,750원으로 수원시 거주가구를 잠재적 이용자로 볼 경우 광고호수공원에 대한 잠재적 이용자들의 지불의사 총액은 연간 약 112억원 수준이다. 또한 세부 속성별

가치추정 결과는 전문가 AHP 결과와 거의 유사한 모습을 보였다. 해당 분석결과를 통한 시사점은 아래와 같다.

첫째, 공원 기본 조성 수준 향상이 우선시되어야 한다. 실태조사결과, 방문객은 광고호수 공원을 휴식 및 산책, 여가 스포츠를 즐기기를 위한 목적으로 방문하였으며, 자연생태공원으로서 공원이 제공하는 육체적/정신적 건강증진, 야외활동 제공 등 공원의 기본적 기능에 높은 가치를 부여하는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 속성별 MWTP 추정 결과에서도 공원의 세부속성 세 가지 중 공원조성 수준이 가장 높은 것으로 일관된 결론을 보이고 있다. 따라서 광고호수공원의 정책방향 설정시 방문객들이 자연경관 감상, 산책 등 공원으로서의 기본 기능을 가장 중요하게 생각하는 것을 염두에 두어야 할 것이다.

둘째, 공원조성 수준을 중요하게 다루어야 하지만 다양한 활동제공이나 편의 정도에 대한 수요도 그에 못지않다는 점에 유의해야 한다. 세 가지 속성들 중 공원조성수준에 대한 MTWP가 가장 높긴 하였지만 편의정도와 다양한 활동에 대한 MTWP의 합은 오히려 전자에 비해 크다는 점에 유의할 필요가 있다. 먼저 편의정도에 대해서는 이용객 실태조사결과 재방문하지 않는 이유로 ‘낮은 접근성’을 답했으며, 현황분석 결과에서도 현재 광고호수공원과 가까운 지하철역이 없어 호수 주변에 주요 국공립 건물 이전 및 주거단지 확대로 주차난이 예상되므로 접근성 제고방안이 필요한 상황이다. 또한 휴식 및 산책을 목적으로 방문하는 경우가 많으나, 자연 및 생태체험, 캠핑, 공연관람 및 축제 참가의 목적으로 공원을 방문하는 수요도 있다는 점을 감안하여 공원을 보다 적극적으로 이용하고 즐길 수 있는 볼거리 및 즐길거리 제공을 확대할 필요가 있다.

또한 본 연구에서는 지역주민과 외지민의 광고호수공원에 대한 속성별 가치 인식 차이도 살펴보았는데 그 결과, 첫째, 타 지역 거주자 대비 지역주민의 지불의사가 컸으며, 타 지역 거주자는 동일한 상황에서 가격 변수에 더욱 민감하게 반응하는 것으로 나타났다. 둘째, 세부속성별 지불의사금액의 차이에서 지역주민은 공원조성수준에 대한 편익이 타 지역주민 대비 큰 것으로 나타났으나, 나머지 두 속성에서는 오히려 역전되는 현상도 볼 수 있었다. 이는 Hearne & Salinas(2002)에서 제시한 것과 유사하게 지역주민과 외지인의 관광자원이용에 대한 상충관계가 발생할 수 있어 공원 가치에 대한 선호가 큰 차이를 보일 수 있음을 확인 할 수 있는 것이다. 따라서 관광자원 개발에 대한 새로운 정책 수립에 있어 이와 같이 관광자원 이용에 대한 이용자의 세부 속성별 선호를 보다 구체적으로 확인하고 이를 적절히 조정할 수 있는 최적 대안을 마련하려는 노력이 더욱 필요하다고 할 수 있다.

위의 연구결과를 종합해보면 광고호수공원은 수원의 대표적인 수변 관광지인 원천 유원지와 신대호수를 중심으로 개발이 되었으나 아직은 수변 관광지로서보다는 주변 지역민이

중심이 된 도심근린공원으로서 기능하고 있는 것으로 나타났다. 이처럼 단일여가위락자원으로서 근린공원으로서 역할을 수행할 수도 있지만 본 연구에서 실시한 가치평가 결과, ‘공원 조성 수준’이 가장 높게 평가되었으나 공원 내에서의 자연과 수변활동을 매개로 한 다양한 체험활동, 공연 및 이벤트 등에 대한 요구이자 나아가서는 주변 여가·관광지와 연계성을 통한 ‘다양한 활동 제공’에 대한 지불의사도 기대이상으로 높은 점을 감안할 때 광고호수공원의 가치를 높이는 동시에 기존 수원시 관광자원과의 연계방안을 마련하여 지역의 관광자원을 보다 다채롭게 하고 상호 보완적 관계를 형성할 수 있는 계기를 마련해야 할 것이다. 특히 광고호수공원이 위치하고 있는 수원시는 세계문화유산으로 지정된 수원화성이 소재하고 있는 지역으로 이에 따라 역사문화관련 박물관, 전시관, 각종 축제 및 이벤트가 상시 열리는 곳으로 역사문화 중심의 수원관광에 광고호수공원이 줄 수 있는 생태문화, 휴식과 힐링 기능을 결합한다면 상생하는 효과를 기대해볼 수 있을 것이다. 특히 지역주민 대비 타 지역 거주자들은 상대적으로 ‘다양한 활동 제공’과 ‘편의 정도’에 대한 지불의사가 높아 광고호수공원을 기존의 전통적인 수원 관광자원과 결합할 때 이용자의 다양한 욕구를 충족시킬 수 있기 때문에 상호 긍정적인 파급효과를 예상할 수 있을 것이다.

본 연구에서는 향후 대표 수변 관광지로서 발전이 예상되는 광고호수공원을 대상으로 세부 속성별 분석이 가능한 선택실험법을 적용하여 도심근린형 공원의 기능부터 수변 관광지로서의 기능까지 수준별·속성별 가치 추정을 시도하였다. 이러한 시도는 단순히 광고호수공원의 관광자원으로써의 가치를 가늠해 보는 것에 그치지 않고, 향후 광고호수공원 개발을 위한 정책 수립에 있어 이용자들의 효용을 극대화 하는 방향으로 수요 중심의 관광 정책 추진에 중요한 기반이 될 것이다.

제2절 정책적 제언

1. 수원의 대표 관광자원으로서의 도약을 위한 접근성 개선

고양호수공원이 고양시의 대표 생태자원이자 문화·교육 공간으로 활용되고 있으며, 이 화원이 베이징의 자랑으로 주민은 물론 관광객에게 사랑받고 있듯이 광고호수공원도 수원시의 대표 생태자원이자 관광자원으로 발돋움하기 위해서는 접근성 개선이 요구된다. 사례 분석을 통해 알 수 있듯이 대표적인 호수공원들은 대중교통을 이용한 접근성이 높아 방문객이 보다 편리하게 이용할 수 있으며, 주차장도 충분히 구비되어 자가용 이용자들도 주중 및 주말 모두 부담 없이 방문이 가능하다.

광고호수공원이 위치한 광고신도시는 수원시내에서 비교적 최근에 조성된 곳으로 자가용을 이용한 접근은 비교적 용이하나 시내버스 노선이 부족하여 대중교통 이용객이 불편을 호소하고 있다. 또한 자가용으로 방문하는 경우에도 이용객 대비 주차장 면수가 부족하여 접근성이 현저히 떨어지는 실정이며, 임시 주차장으로 사용하는 주변 공터에 건물이 들어서고 있기 때문에 향후 더욱 극심한 주차 부족 문제가 발생할 것으로 예상된다. 따라서 수원역, 수원버스터미널 등 교통거점을 중심으로 하여 접근성 개선을 위한 버스노선 확대 및 기존의 시티투어 노선에 광고호수공원을 추가하는 등의 정책적 방안이 요구된다.

2. 프로그램 및 각종 행사의 테마화 및 정례화

현재 광고호수공원에서는 각종 축제 및 이벤트가 개최되고 있으나 다등이 축제, 국제 음악제, 재즈페스티벌, 각종 체육대회 등 일반 공원에서도 할 수 있는 행사가 많아 호수공원이라는 장소적 특수성을 활용하지 못하고 있다. 또한 축제의 기본원칙인 상시성을 확보하지 못한 일회성 행사가 많은데다가 이마저도 대내외적 홍보가 이루어지지 않아 활성화되지 못하고 있다.

수원은 화성과 화성행궁으로 보유한 대표 역사·문화도시의 이미지를 지니고 있다. 중국의 이화원의 경우 문화창의상품전, 황실원림관광축제, 프랑스 상보를성 역사문화전 등 중국 및 해외의 역사·문화를 배경으로 한 특색있는 전시 및 축제를 상시 개최하고 있으며, 특히 이화원 내 곤명호를 활용하여 수변 역사·문화 이벤트를 운영하고 있다. 이처럼 광고호수공원에서도 수원의 역사·문화 이미지를 활용하여 각종 프로그램 및 이벤트를 제공하여 역사·문화 이미지를 강화해야 한다. 또한 수상 레저시설, 수상공연 등 호수 자체의 매력을 활용한 프로그램 및 행사를 제공하여 원천 유원지와 신대호수 시절의 추억과 경험을 되살릴 뿐만 아니라 대표적인 수변 여가·관광지로서의 위상을 확립해야 할 것이다.

3. 주변 관광자원과의 연계 코스 및 상품 개발

인천 송도공원과 고양호수공원 등의 사례에서 호수공원과 지역 주요 관광지를 연결하는 투어버스를 운영하여 주변 관광자원 및 지역연계 확대를 도모한 것을 반면교사로 수원시 또한 공원과 주요 관광지를 연결하는 투어버스를 운영하거나 기존 시티투어코스에 광고호수공원을 추가하여 운영하는 방안을 고려해볼 필요가 있다. 동선 및 기존 자원의 성격을 고려할 때 수원·광명 시티투어코스에도 광고호수공원을 추가할 수 있을 것으로 예상된다.

또한 미국의 위스콘신 메디슨 호수에서 지역 박람회와 연계한 지역 투어상품을 판매하

며 박람회 및 메이신 호수 동반 경제적 효과를 거두고 있는 것을 감안하여, 2019년 광교호수공원 주변에 건립되는 컨벤션 센터를 이용하는 전시·컨벤션 방문자들을 위한 상품 및 코스 개발이 필요하다.

특히 수원시는 전통시장코스, 팔색길 코스 등 역사문화, 자연·생태체험 등 다양한 테마별 관광코스를 보유하고 있기 때문에 수원화성 및 화성행궁 주변의 구도심을 중심으로 한 코스에 광교지역인 신도심을 연계할 수 있다. 예를 들어 나들이, 가족여행, 커플데이트, 걷기 등 수요자 지향적인 코스와 자연체험형, 역사문화형, 휴식 및 힐링 등 각 코스마다 스토리텔링이 가미된 코스 등 다각화된 코스로 구도심과 신도심을 연결을 기대할 수 있다.

또한 기존 자원 및 코스와의 지리적 연계 뿐 아니라 축제 및 이벤트 등의 소프트웨어와의 연계도 가능하다. 현재 수원시 주요 축제는 대부분 역사문화자원을 테마로 하고 있기 때문에 광교호수공원의 자원적 성격을 고려할 때 직접적인 연계가 다소 어려울 수 있지만, 그 밖에 음식 및 음악 등 개최되는 다양한 축제와의 연계를 적극적으로 추진하여 광교호수공원을 수원시의 대표적인 문화·생태·교육 공간으로 발전시켜 수원 대표 관광브랜드로 육성할 필요가 있다.

| 참고 문헌 |

<국문 자료>

- 국토해양부. (2010). 용산공원의 가치와 조성 효과에 관한 연구.
- 강재완 · 이희찬. (2015). 선택실험법을 이용한 하천공간 복원의 경제적 가치평가: 만경강을 대상으로. 2015 한국호텔외식관광경영학회 국제학술대회, 63-77.
- 권오상. (2006). 선택실험법을 이용한 댐호수의 특성별 휴양가치 분석. 자원 · 환경경제연구, 15(3), 555-574.
- 김민재. (2015). 선택실험법을 활용한 부산김해경전철의 선택가치 추정. 국토연구, 87, 81-95.
- 김성윤. (2012). 선택실험법(CE)을 이용한 관광 · 레저기능의 가치평가: 경인아라뱃길을 대상으로. 박사학위 논문, 세종대학교, 서울.
- 김성윤 · 최성임 · 김태구. (2012). CVM을 이용한 관광자원의 가치평가: 경인아라뱃길을 중심으로. 호텔경영학연구, 21(5), 207-218.
- 김성윤 · 이희찬 · 최성임. (2013). 선택실험법을 이용한 관광 · 레크레이션 가치추정: 경인아라뱃길을 대상으로. 관광학연구, 37(7), 33-54.
- 김재학. (2014). 관광특구의 관광자원과 관광시장 고찰: 수안보온천, 속리산, 단양의 경우. 경상논총, 7(1), 35-46.
- 김태균 · 이충기 · 이대은. (2014). 선택실험법(CE)을 이용한 독도 생태관광의 속성별 지불의사금액 추정. 관광학연구, 38(1), 137-154.
- 류성욱. (2014). 관광 및 여가 자원의 경제적 가치 추정법에 대한 비교: 진술선호 선택법을 중심으로. 관광연구논총, 26(2), 105-125.
- 류성욱. (2015). 선택실험법을 활용한 스크린골프장 선호 분석: 조건부로지트 모형과 혼합로지트 모형 비교. 관광학연구, 39(9), 31-45.
- 박석희. (1997). (신)관광자원론. 서울: 일신사.
- 박석희. (2012). 신관광자원론(제4판). 서울: 대왕사.
- 박정아(1999). 일간지에 나타난 관광자원의 유형분석. 관광연구, 14, 229-245.
- 박종찬 · 김성동. (2006). (최신)관광자원론. 서울: 갈채.
- 박찬열 · 송화성. (2016). CVM을 활용한 역사관광자원의 입장료 지불가치 추정: 수원화성을 중심으로. 지방정부연구, 20(2), 255-271.
- 수원시정연구원. (2015). 2018 올해의 관광도시 수원 육성계획.

- 심규원 · 권현교 · 이숙향. (2013). 가상가치평가법(CVM)을 이용한 국립공원의 경제적 가치 평가 관한 연구: 20개 국립공원을 대상으로. 한국산림휴양지학회, 17(4), 33-40.
- 유진채 · 김미옥 · 공기서 · 유병일. (2010). 한국 산림의 공익적 가치 추정: 선택실험법을 이용하여. 농촌경제, 33(4), 43-62.
- 이상민. (2014). 지역 관광 잠재력 평가 지표 개발에 관한 연구. 박사학위 논문, 경희대학교, 서울.
- 이은정 · 이충기. (2016). 2단계 CVM을 이용한 고래관광의 경제적 가치평가: 울산 고래관광을 중심으로. 관광연구, 31(4), 111-129.
- 임주환 · 권오준 · 이명우 · 임봉구 · 정병웅. (2003). (환경친화적)관광지개발론. 서울: 백산출판사.
- 임화순 · 박종준. (2013). 관광자원 분포에 기반한 관광권역 설정 및 발전전략: 제주지역을 대상으로. 관광레저연구, 25(4), 377-394.
- 정찬영 · 이훈. (2014). 축제의 경제적 지속성을 위한 축제 입장료 지불 가치 추정: 가상적 가치추정방법(CVM)을 이용하여. 관광연구논총, 26(2), 153-174.
- 최나리 · 김재원. (2009). 가상적가치평가법(CVM)을 이용한 비시장 관광자원의 가치 추정: 부산 지역해수욕장을 대상으로. 관광연구저널, 23(4), 19-36.
- 한국관광공사. (2010). 관광자원 개발 매뉴얼 2010.
- 하보름 · 이승곤. (2015). 울릉도 자연관광자원의 보존가치 평가. 관광연구저널, 29(2), 5-18.
- 한상열. (2013). 지리산둘레길의 환경 및 사회·문화적 효과 분석. 한국산림휴양지학회, 17(1), 21-26.
- 한상현. (2007). 문화유산의 경제적 가치 평가방법: 해외연구사례 분석을 중심으로. ceri 엔터테인먼트연구, 7, 139-155.
- 문화체육관광부. (2016). 2015국민여행 실태조사.
- 한국문화관광연구원. (2008). 관광특구 평가 및 개선방안.
- 한국문화관광연구원. (2016). 지역 관광자원 개발방향 연구 I: 현황 분석편.

<영문 자료>

- Brau, R. (2008). Demand-driven sustainable tourism? A choice modelling analysis. *Tourism Economics*, 14, 4, 691-708.
- Gunn, C. A. (1994). *Tourism Planning (3rd ed.)*. New York: Taylor and Francis.
- Pearce, D. G. (1989). *Tourism Development*. London: Longman Group Ltd.

- Hearne, R. R., & Salinas, Z. M. (2002). The use of choice experiments in the analysis of tourist preferences for ecotourism development in Costa Rica. *Journal of environmental Management*, 65, 153-163.
- Japari, J. (2000). *Encyclopedia of tourism*. London: Routledge.
- León, C. J., León, J., Arana, J. E., & Gonzalez, M. M. (2015). Tourists' preferences for congestion, residents' welfare and the ecosystems in a national park. *Ecological Economics*, 118, 21-29.
- Louviere, J. J., Hensher, D. A., & Swait, J. D. (2000). *Stated choice methods: Analysis and Applications*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- McFadden, D. L. (1974). Conditional logit analysis of qualitative choice behavior. In *Frontiers in Econometrics*, ed. P. Zarembka, 105-142. New York: Academic Press.
- Oppewal, H., Huybers, T., & Crouch, G. I. (2015). Tourist destination and experience choice: A choice experimental analysis of decision sequence effects. *Tourism Management*, 48, 467-476.
- Sorg, C. F., & Nelson, L. J. (1987). *Net economic value of waterfowl hunting in Idaho*. Resource Bulletin RM-14, Fort Collins, CO: USDA Forest Service.
- Yoon, Y. S. (2002). *Development of a Structural Model for Tourism destination competitiveness from Stakeholders' Perspectives*. Unpublished doctoral dissertation, Virginia Polytechnic Institute and State University.

<뉴스·홈페이지 자료>

- 수원시. (n.d.). 수원시 관광자원 현황자료. 2017년 06월 20일 검색, <http://www.suwon.go.kr>
- 킨텍스. (n.d.). 고양마이스서틀 운행에 관한 사례. 2017년 05월 30일 검색, <http://www.kintex.com>
- 고양시 호수공원 홈페이지. (n.d.). 고양호수공원 현황자료. 2017년 05월 29일 검색, <http://www.goyang.go.kr>
- 고양시 문화관광 홈페이지. (n.d.). 고양호수공원 현황자료. 2017년 05월 29일 검색, <http://www.goyang.go.kr/visitgoyang>
- 인천광역시시설관리공단 홈페이지. (n.d.). 송도센트럴파크 현황자료. 2017년 6월 01일 검색, <http://www.insiseol.or.kr>

인천투어 홈페이지. (n.d). 송도센트럴파크 레저·체험프로그램 현황자료. 2017년 06월 02일 검색,
<http://itour.incheon.go.kr>

인천시티투어 홈페이지. (n.d). 인천시티투어버스운영 현황자료. 2017년 06월 02일 검색,
<http://www.travelicn.or.kr>

■ 본 조사는 통계법에 따라 조사목적 이외에는 사용되지 않습니다.

ID					-			
----	--	--	--	--	---	--	--	--

광교호수공원 방문객 실태조사

안녕하십니까? 귀하의 안녕과 건승을 기원합니다.

수원시에서는 **이용객의 편의 증진 및 보다 효과적인 관광정책의 수립**을 위해 광교호수공원을 방문해 주신 분들을 대상으로 실태조사를 실시하고 있습니다.

본 조사 결과는 오직 학문적·정책적 목적으로만 이용되며, 귀하가 응답하신 설문내용 및 개인정보는 **통계법 제33, 34조에 따라 비밀이 철저히 보호**됩니다.

귀하의 답변은 보다 쾌적한 수원의 여가·관광문화 구성에 매우 중요한 역할을 담당하므로 바쁘시더라도 적극 협조해 주실 것을 부탁드립니다.

2017년 5월

- 응답시 유의사항 ●
- 본 조사는 **모든 광교호수공원 방문객을 대상**으로 하는 조사입니다.
 - 질문 내용 중 **특별한 안내문이 없는 한 모든 질문에 답**해 주십시오.
 - 질문에 응답하실 때 **특별한 안내문이 없으면 보기 번호 중 한 개만 골라** 주시기 바랍니다.

● 면접원 작성 ●

조사장소	조사일	월 일
------	-----	----------

● 응답자 작성 ●

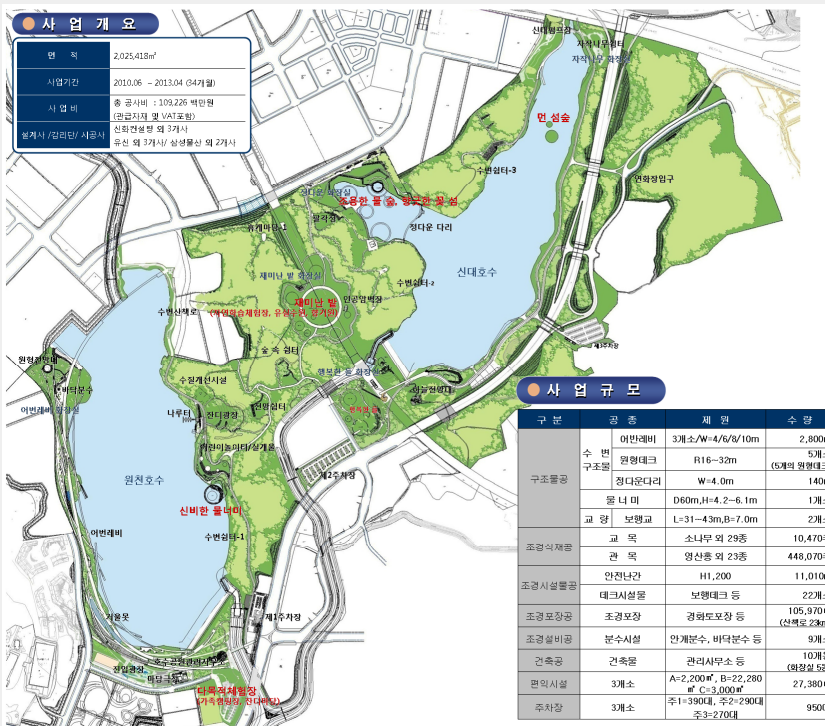
성 별*	① 남 ② 여	출생년도(본인) *	_____년 출생
월 평균 가구소득	_____만원	거주지*	_____시/군 _____구/읍/면
직 업	① 공무원 및 관리직 ③ 일반 사무 종사자 ⑤ 도소매 판매업 종사자 ⑦ 단순노무 종사자 ⑨ 무직	② 전문가 및 전문업 종사자 ④ 서비스업 종사자 ⑥ 농림어업 종사자 ⑧ 군인, 학생 ⑩ 기타(_____)	
결혼여부	① 미혼 ② 기혼	첫째아이 출생년도 (자녀가 있는 경우만)	_____년 출생

조사담당자: 수원시정연구원 재정경제연구실 송화성 연구위원

※ 다음은 광고호수공원에 관한 설명입니다.

■ 광고호수공원 개요

- 위치 : 광고신도시 내 원천저수지 및 신대저수지 일원
- 면적 : 2,025,418㎡(613,763평) ※ 호수면적 653,003㎡(원천저수지:373,568㎡, 신대저수지:279,435㎡)
- 조성기간 : 2010. 6 ~ 2013. 4 • 사 업 비 : 1,200억원
- 주요시설
 - 어번레비, 마당극장, 신비한 물너미, 인공암벽장, 가족캠핑장, 반려견 놀이터 등
 - 그 외 자연생태체험 프로그램, 산책로 및 자전거도로, 편의시설(벤치, 파고라 등), 운동시설 구비
- 축제 및 프로그램
 - 드림페스티벌, 다동이 축제, 재즈페스티벌, 국제음악제, 꿈빛별빛축제 등의 각종 축제와 환경보호캠페인, 암벽등반대회, 자전거 대회, 걷기대회, 반려동물문화교실, 클라이밍대회 등 다양한 동적활동과 공연위주의 행사가 이루어지고 있음
 - 특히 유아부터 성인까지 다양한 연령층이 참여할 수 있는 각종 자연생태(숲놀이, 명상, 새탐사 등) 문화·예술(브런치 영화관, 목공수업 등), 시민참여(어린이날 행사), 전통문화 프로그램(전래놀이 등)을 운영하고 있음



**광고호수공원 이용 유형별 선호도 질문
안내문**

지금부터는 광고호수공원 **유형별 선호도**를 묻는 질문입니다. 아래 **설명문**을 숙지하시고, 이어지는 광고호수공원 **유형별 선호도 질문에 응답**해 주시면 됩니다.

▣ 광고호수공원 관련 속성 및 수준 설명문

속성	수준	설명	
1. 공 원 조성 수준 (3개 수준)	수준에 따라 공원에서 누릴 수 있는 여가 및 관광 편익이 늘어납니다.		
	LEVEL 1 (낮음)	기본 휴식 공간	호수 경관을 위주로 기본적인 휴식 공간을 제공합니다.
	LEVEL 2 (보통)	기본 휴식 공간, 산책로/자전거길 활성화	호수 경관을 즐길 수 있는 산책로와 자전거길을 보다 활성화 합니다.
	LEVEL 3 (높음)	기본 휴식 공간, 산책로/자전거길 활성화, 경관 아름다움, 각종 체육시설	호수 경관의 아름다움을 극대화 하고, 각종 체육시설을 확대 배치합니다.
2. 다 양 활 동 제 공 (3개 수준)	수준에 따라 구경거리, 할거리와 놀거리 등 관광 활동의 개수가 증가합니다.		
	LEVEL 1 (낮음)	기본 볼거리/구경거리	조경 볼꽃놀이, 이벤트, 음악회 등 기본적인 볼거리와 구경거리를 제공합니다.
	LEVEL 2 (보통)	기본 볼거리/구경거리, 학습 및 생태체험, 각종 수변활동	추가적으로 학습 및 생태체험(식생 및 조류 관찰), 각종 수변활동(물놀이) 등 참여 프로그램을 제공합니다.
	LEVEL 3 (높음)	기본 볼거리/구경거리, 학습 및 생태체험, 각종 수변활동, 주변 여가관광지 연계	추가적으로 주변 여가관광지(수원화성, 컨벤션센터, 월드컵 경기장 등)와 연계한 관광프로그램을 제공합니다.
3. 편 의 정 도 (3개 수준)	수준에 따라 공원 이용의 편의성이 높아집니다		
	LEVEL 1 (낮음)	기본 편의시설	화장실, 매점, 벤치, 그늘막 등 기본 편의시설을 설치·관리합니다.
	LEVEL 2 (보통)	기본 편의시설, 추가 편의시설	공용 주차장, 노약자/장애우대시설 등을 추가하고 자전거 이용시간 제한 등으로 공원 이용의 편의성을 높입니다.
	LEVEL 3 (높음)	기본 편의시설, 추가 편의시설, 교통 연계, 캠핑장 확대, 해설 및 가이드 프로그램	버스 및 지하철 연계, 캠핑장 등을 확대하고 해설 및 가이드 프로그램을 제공하여 관광 편익을 극대화 합니다.
4. 지 불 의 사 (4개 수준)	※ 속성별 수준을 향상시키기 위해서는 공원의 개선 및 유지·관리 비용의 일부를 세금 및 기부금의 형태로 충당해야 합니다.		
	LEVEL 1	가구당 연간 5,000원	
	LEVEL 2	가구당 연간 10,000원	
	LEVEL 3	가구당 연간 20,000원	
	LEVEL 4	가구당 연간 30,000원	

※ 각 속성별 LEVEL 1은 현재수준 또는 최소한의 수준을 의미합니다.

다음은 광고호수공원의 유형별 선호도를 묻는 질문입니다.

지금부터 앞서 설명 드린 속성별 수준을 조합하여 구성한 광고호수공원의 유형별 카드가 제시됩니다. 귀하께서는 조사원의 안내에 따라 카드를 고르시고, 제시된 카드 중 가장 선호하시는 것을 한 가지만 골라주시면 됩니다.

※ 제시한 속성 이외의 다른 모든 것은 서로 동일한 것으로 가정하고 응답해 주십시오.

8. 조사원의 도움에 따라 카드를 고르신 후 제시된 카드 중, 가장 선호하는 유형을 선택해 주십시오.

8-1. 선호유형 선택 1

카드 ID	ID : 0	ID : ()	ID : ()	ID : ()
선택카드				

8-2. 선호유형 선택 2

카드 ID	ID : 0	ID : ()	ID : ()	ID : ()
선택카드				

8-3. 선호유형 선택 3

카드 ID	ID : 0	ID : ()	ID : ()	ID : ()
선택카드				

8-4. 선호유형 선택 4

카드 ID	ID : 0	ID : ()	ID : ()	ID : ()
선택카드				

8-5. 선호유형 선택 5

카드 ID	ID : 0	ID : ()	ID : ()	ID : ()
선택카드				

Abstract

The Value Estimation for the Gwanggyo Lake Park by Using Choice Experiment

According to growing attention for better quality of life, the policy importance of leisure and tourism resources development is emphasized and the interest of its values also has been on the increase. At the same time, the approach to the leisure and tourism resources and categories of its values have become more diverse and widening. Thus, the purpose of this study is to classify the values of various attributes of leisure and tourism resources by its characteristics and to estimate the values of each property.

The city park is a complex space with various functions because it provides beautiful scenery and relaxation as well as a variety of performances and events. The demands of users vary with the characteristics and status of a park. The Gwanggyo Lake Park (GLP) is the largest in Korea. As a recreational and leisure park, it offers relaxation, outdoor activities and various cultural events to its users. This place has good facilities and programs compared to advanced cases overseas which are being utilized as cultural space and tourism resources in space for relaxation for local residents. Thus, it has the potential to be used as a place for local residents as well as a representative leisure and tourism resource in Suwon City.

The purpose of this study is to analyze the attributes that can maximize users' utility as well as the value of existing resources from the functions of traditional parks to the functions of leisure and tourism sites. The Choice Experiment (CE) was used to estimate it. As a leisure and tourism resources, the importance and problem of the GLP were derived from the status analysis of main tourism resources in Suwon and the GLP. The characteristics and level of the resources were derived through case studies. As results, the attributes of the GLP were derived into level of basic composition of the park, the variety of activities, and convenience. These three attributes were stratified by specific related cases.

Experimental design was supplemented by the expert survey to enhance the objective validity of the experiment.

The CE was conducted for 652 visitors in the GLP. In addition to the items for CE, companion type, visiting purpose and length of stay, evaluation of park value recognition, residence information were investigated to use for interpreting CE results and planning policy direction. Frequency and cross tab analysis were employed to identify the using pattern. The Marginal willingness to pay (MWTP) was estimated by the conditional logit model.

As a result of CE, the users responded MWTP with 9,663 won for basic composition of the park, 7,201 won for convenience, and 6,885 won for various activities. The total amount was 23,750 won. The perception on importance of detailed attributes was similar to the results of the experts. As a comparison result, residents showed higher MWTP than visitors. While residents highly estimated the basic composition of the park (i.e., park itself value), visitors relatively expressed more MWTP for convenience and various activities (i.e., tourism resource value). In sum, the basic composition of the park was the highest among the three attributes of the GLP. However, it should also be noted that the demand for various activities and convenience of the park was high. The GLP was opened in November 2013 and the survey date was conducted in May 2017. In light of the short history of approximately three years, the perception of the various values and possibilities for the GLP was comparatively high.

Currently, various endeavors have been made for the GLP to evolve from a general urban park to an eco-friendly leisure place by refining natural, ecological, and cultural programs for various groups. Summer Palace in China and Madison Lake in the U.S.A. have improved from general park to national leisure and tourism attraction by utilizing waterside and ecological resources. As a representative leisure and tourism site, it has to handle several issues such as the accessibility and the quality management of programs, festivals, and events in the park. In particular, this park is located in Suwon, a historical and cultural city, and it was constructed in the Woncheon Amusement Park and the Shinda Lake. Thus, a variety of contents can be planed using cultural, historical, waterside, and ecological resources. To become a representative ecological waterside park, the linkage with nearby tourism sites and products should also be considered in order to consolidate its identity.

Key words : Gwanggyo lake park, Choice Experiment, Economic Value Estimation, Waterside Resource, Leisure and Tourism Resource

| 저자 약력 |

송화성

관광학박사

수원시정연구원 재정경제연구실 연구위원(현)

E-mail : hssong@suwon.re.kr

주요 논문 및 보고서

「외국인 유학생과 VFR 관광시장 연계방안 연구」 (2017, 수원시정연구원)

「수원시 관광통계 개선방안」 (2015, 수원시정연구원)