

부산지역 수변공간에서의 수변공간의식에 관한 연구 - 해운대와 자갈치를 대상으로 -

양동천* · 콘 마사유키** · † 이명권

*,** 한국해양대학교 해양공간건축학과 대학원, † 한국해양대학교 해양공간건축학과 교수

A Study on the Users' Awareness of Waterfront in Busan Area - Focusing on Haeundae & Jagalchi

Dong-Cheon Yang · Masayuki Kon** · † Myung-Kwon Lee*

*,**, † *Division of Architect & Ocean Space, National Korea Maritime University, Basan 606-791, Korea*

요 약 : 본 연구는 부산을 대표하는 수변공간으로서, 인지도가 높은 7곳(해운대, 민락공원, 광안리, APEC나루공원, 다대포, 자갈치, 태종대)을 선정하여 사전 표본 설문조사를 실시하였다. 그 결과를 바탕으로 특성이 가장 뚜렷하게 나타난 2곳(해운대, 자갈치)을 대상으로 설문조사를 다시 실시하여, 방문자가 수변공간에 대해서 느끼는 수변공간의식을 조사하였다. 그 결과, 해운대는 이용자의 81.5%(163명)가 '바다바람을 느낀다.'로 응답하였으며, 자갈치는 55.8%(111명)가 '해산물을 먹을 수 있다.'로 응답하였다. 또 수변공간의식을 중심으로 각각 연령대별, 희망 활동별로 수변공간의 전체적인 만족도에 대한 분석을 실시하였다.

핵심용어 : 수변공간의식, 해운대, 자갈치, 수변공간의 전체적인 만족도

Abstract : In this study, as waterfront space to represent the Busan, to elect (Haeundae, Minrak park, Gwangalli, APEC Naru Park, Dadaepo, Jagalchi, Taejongdae) the seven high degree of recognition, we conducted a pre-sample survey. We investigated the awareness of waterfront space to re-conducted a questionnaire survey (Haeundae, Jagalchi) the two places the property was most apparent on the basis of the result, visitors feel about waterside space. As a result, the Haeundae, has been answered "Feels the breeze of the sea" (163 people) 81.5% of users, Jagalchi is the fruits of the sea "(111 people) 55.8% it is answered. "that can be eaten. In addition, the center of consciousness of waterfront space, we conducted an analysis of the overall satisfaction of waterfront space age group of each, depending on the desired behavior.

Key words : users' awareness of waterfront, human's five senses, haeundae, jagalchi, satisfaction about the waterfronts

1. 서론

오늘날 워터프런트 개발사업은 부산 뿐만이 아니라 전국각지에서 전개되고 있다. 지금까지의 워터프런트 공간은 주로 물류공간, 생산공간으로 이용되어 중화학공업화를 목표로 했던 생산기능, 유통기능의 거점으로서 중요한 역할을 담당해왔다.

현재 부산은 국내 최대의 항만도시로서 여러장소, 여러형태의 워터프런트 개발이 진행되고 있으며, 일반인들의 쉼터로서 열린공간을 제공하고 있다. 이에 따라 인간의 삶의 질적향상을 위한 공간을 조성할 때 수변공간의식에 대한 중요성은 점차 늘어날 것으로 생각되어, 추후 수변공간개발에 있어서의 기초데이터를 제공함을 목적으로 설문조사를 실시하였다.

2. 연구 목적

부산지역의 워터프런트 개발지에 대해서 설문대상자의 속성과 수변공간의식과의 관계를 분석하기 위하여 부산의 대표적인 관광지 7개소(해운대, 민락공원, 광안리, APEC나루공원, 다대포, 자갈치, 태종대)에 대하여 사전 표본 설문조사를 실시하였다. 그 결과 해운대의 경우 자연형 개발지의 특성을, 자갈치의 경우 인공형 개발지의 특성이 뚜렷하게 나타났다. 그 결과를 바탕으로 해운대와 자갈치 일대를 최종 대상지로 선정하여 설문조사(각 지역별 200부)를 실시하여 해운대와 자갈치가 어떤 타입으로 분류되어 어떤 특징을 가진 워터프런트 개발지인가 하는 것에도 초점을 두었다.

또 이 결과를 바탕으로 두 장소를 비교, 분석하여, 두 지역

† 교신저자 : 종신회원, mklee@hhu.ac.kr 051)410-4584

* 연회원, rokaf700@nate.com 051)404-4599

** 연회원, mkplanning@gmail.com 051)404-4599

(주) 이 논문은 "부산의 대표적인 관광지 7개 지역에서의 수변공간의식 조사"란 제목으로 "2012 공동학술대회 (사)한국항해항만학회 논문집(경주교육문화회관, 2012.6.21-23, p.5-6)"에 발표된 내용을 수정·보완하였음.

이 부산의 대표적인 관광지로서 가지는 특징 및 장·단점 등을 추출하였다.

3. 설문조사 대상지의 개요 및 조사 방법

3.1 설문조사 대상지의 개요

1) 대상지 1 - 해운대

본 조사의 대상 지역인 해운대는 부산광역시 해운대구에 위치하고 있다. 해운대는 백사장의 길이와 폭이 각각 1.8km 정도 30~50m 정도이며 면적은 약 72,000m² 규모의 해운대해수욕장뿐만 아니라 해운대 온천이 있는 해안 일대를 가리킨다. 여름에는 외국인 관광객뿐만 아니라 국내 피서객도 많이 모여 매년 약 100만명 이상의 관광객이 해운대를 찾는다(Fig. 1,2 참조).



Fig. 1 Site map



Fig. 2 Site map Haeundae 1

2) 대상지 2 - 자갈치

두 번째 대상지인 자갈치는 부산광역시 중구 남포동과 서구 충무동에 위치하고 있는 국내 최대의 수산물시장이며, 현재 부산의 대명사라 해도 과언은 아닐 것이다. 자갈치라는 말은 지금의 충무동 로터리까지 뻗어있던 자갈밭을 자갈치라 부른데서 유래되었으며, 원근해의 300여종이 넘는 어패류가 자갈치 시장으로 들어오고 또 판매되고 있다(Fig. 3 참조).



Fig. 3 Site map Jagalchi 1

3.2 조사방법

설문조사방법은 해운대와 자갈치를 조사대상으로 일반적으로 이용빈도가 높은 2011년 8월 하순(8월20일/토)부터 9월 초순(9월10일/토)까지, 낮시간대(09:00~18:00)에 16세 이상 남녀 이용자를 대상으로 개별면접법으로 실시하였다.

1. 상기를 기본으로 샘플수는 200매를 목표로 평일과 휴일의 비율을 50±5%로 한다.
2. 설문조사를 개별면접법으로 실시한다.
3. 큰 이벤트가 개최되어 있는 시기는 피한다.
4. 조사장소는 조사지역의 상징이라고 생각할 수 있는 시설 앞의 광장이나 공원의 방문자의 왕래가 많은 오픈스페이스이며, 부분적으로 바다나 배가 보이는 장소에서 실시한다.
5. 조사항목은 객관식으로 작성한다.

조사에서 사용한 설문조사사항은 본 조사에 앞서 부산 7개소의 워터프런트 개발지를 사전 내방하여 설문조사(각 지역별 50부)를 실시했다.

이 사전조사를 근거로 최종적으로 조사지에 적합한 조사항목을 채택해 본 조사를 실시했다.

4. 설문조사 결과 및 분석

분석은 해운대와 자갈치를 비교해 실시하였다. 1개소의 특징 등에 주목해 두 장소를 비교해 워터프런트 개발지로서의 특성을 비교, 검토하였다.

4.1 속성

1) 성별

본 설문은 개별면접법으로 실시하여 남녀비 50±5%를 목표로 하였다. 해운대와 자갈치 모두 많은 차이가 나지 않는 응답수로서 평균화된 결과를 나타낸다(Fig. 4 참조).

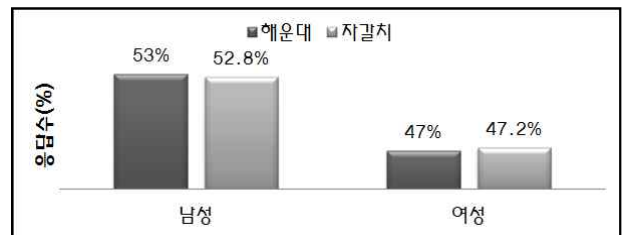


Fig. 4 Sex

2) 연령

연령은 해운대와 자갈치 모두 20대가 가장 많았으며, 특히 자갈치는 103명(51.8%)을 차지하고 있다. 이것으로 젊은층이 많이 찾는 것을 알 수 있으며, 수산시장 뿐만 아니라, 부산시의 도심과 근접한 데이트 장소로 여기고 있다고 생각할 수 있다. 다음으로는 30대, 40대의 방문이 많은 것으로 나타났다(Fig. 5 참조).

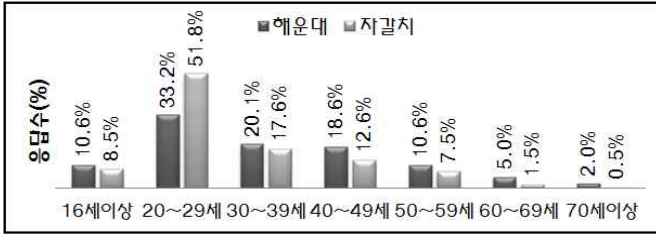


Fig. 5 Age

3) 직업

응답자의 직업으로는 두 지역 모두 학생(해운대 55명(28%), 자갈치 86(43.3%)명)이 가장 많았으며, 그 다음으로는 회사원(해운대 36명(18%), 자갈치 36명(18.2%))이 많은 것으로 나타났다(Fig. 6 참조).

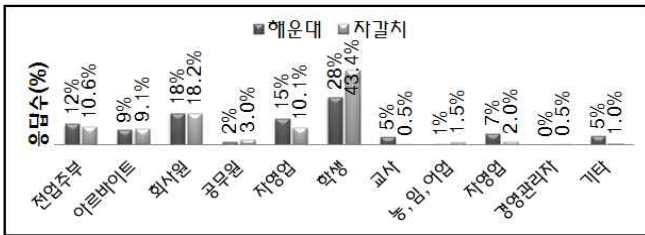


Fig. 6 Occupation

4) 거주지

거주지는 두 지역 모두 대상지의 지리적 특성에 따라 부산 시에서의 방문이 가장 많았는데(해운대 97명(48.5%), 자갈치 120명(60.3%)), 그 중에서도 해운대는 해운대구에서의 방문자가 28명으로 14%를 차지했고, 자갈치는 영도구가 38명으로 19.1%를 차지했다. 이것은 인근에서 방문하기 쉬운 것은 물론이고 시민의 휴식의 장소로서의 위치를 확립해 있기 때문이라고 생각된다. 또한 부산시 이외의 지역에서의 방문은 서울특별시에서의 방문이 많았다.(해운대 18명(9.0%), 자갈치 15명(7.5%)) 이것은 두 지역 모두 각각의 특성을 가진 국내 저명 관광지로써 인식이 높기 때문이라고 생각할 수 있다 (Table 1, 2 참조).

Table 1 Place of residence List

거주지 1	해운대		자갈치	
	응답수	비율(%)	응답수	비율(%)
부산광역시	97	48.5	120	60.3
경상남도	22	11.0	9	4.5
울산광역시	14	7.0	6	3.0
대구광역시	14	7.0	10	5.0
전라남도	2	1.0	6	3.0
광주광역시	2	1.0	5	2.5
전라북도	4	2.0	1	0.5
대전광역시	3	1.5	3	1.5
경상북도	6	3.0	4	2.0
충청남도	2	1.0	1	0.5
충청북도	2	1.0	5	2.5
경기도	5	2.5	10	5.0
강원도	0	0	1	0.5
인천광역시	9	4.5	3	1.5
서울특별시	18	9.0	15	7.5
합계	200	100	199	100.0

Table 2 Place of residence List

거주지 2	해운대		자갈치	
	응답수	비율(%)	응답수	비율(%)
기장군	2	1.0	2	1.0
금정구	6	3.0	2	1.0
해운대구	28	14.0	8	4.0
동래구	8	4.0	2	1.0
북구	4	2.0	1	0.5
연제구	10	5.0	6	3.0
수영구	9	4.5	7	3.5
남구	5	2.5	3	1.5
부산진구	1	0.5	5	2.5
사상구	4	2.0	5	2.5
동구	3	1.5	2	1.0
서구	1	0.5	13	6.5
중구	5	2.5	10	5.0
영도구	4	2.0	38	19.1
사하구	7	3.5	15	7.5
강서구	1	0.5	3	1.5
기타	0	0	0	0
불명확	102	51.0	77	38.7
합계	200	100	199	100.0

5) 방문인수

방문인원을 묻는 질문에서 해운대는 3~5명이 95명(47.5%), 자갈치가 2명이 85명(42.7%)로 가장 많은 것을 알 수 있다(Fig. 7 참조).

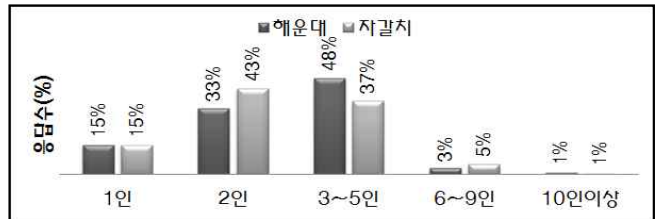


Fig. 7 The visit number of people

6) 방문구성

방문구성을 보면 두 지역 모두 친구와의 방문이 가장 많았다(해운대 71명 35.5%, 자갈치 68명 34.2%). 다음으로는 가족 단위(해운대 54명 27.1%, 자갈치 50명 25.1%)의 방문객이 많이 나타났다(Fig. 8 참조).

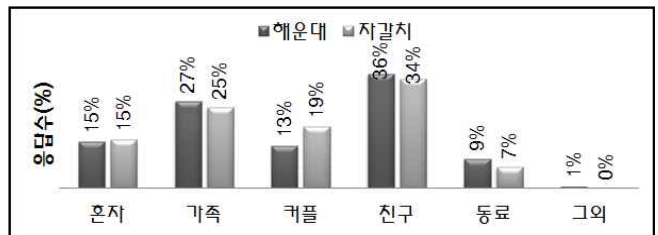


Fig. 8 Visit constitution

7) 방문방법

방문 방법으로는 대중교통 중 지하철을 이용하는 방문자가 가장 많은 것을 알 수 있다(해운대 84명(42%), 자갈치 107명(54%)). 특이한 것은 해운대의 경우 택시 이용자가 81명, 40.5%로 대중교통(지하철) 이용자와 비슷한 수치를 나타낸다. 이것은 해운대가 지하철역과의 거리가 약 1km 정도로 도보로 약 15분 정도 걸려 지하철역에서 내려 택시로 갈아타고 오는 이유에서라고 생각한다. 또, 자갈치는 지하철역과 가까이 위치해 있으므로 지하철을 이용하는 방문자가 많다고 생각할 수 있다

(Fig. 9 참조).

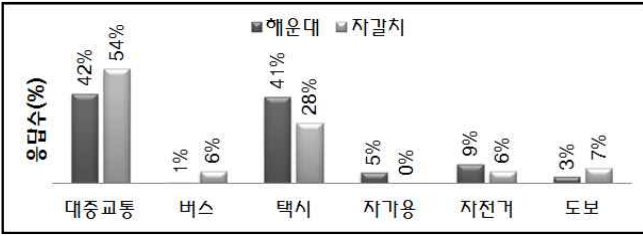


Fig. 9 Visit method

8) 소요시간

소요시간은 자갈치에서부터 대상지까지의 시간을 나타낸 것으로 해운대는 2시간 이내가 55명(28%)으로 가장 많았지만 다른 항목도 거의 같은 수치를 나타내고 있어, 여러지역에서 방문하는 것으로 생각할 수 있다. 또, 자갈치는 30분 이내가 62명(31%)으로 가장 많아 인근에서 찾는 사람이 많다고 생각된다. 다음으로 3시간 이상이 61명(31%)으로 먼 곳에서 오는 사람도 많다는 것을 알 수 있다(Fig. 10 참조).

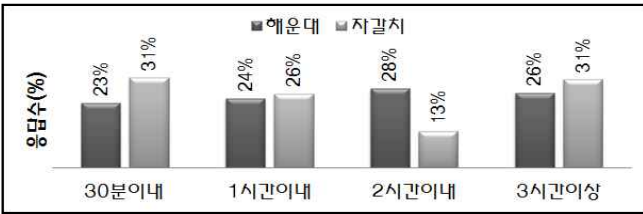


Fig. 10 The time required

9) 체재시간

체재시간은 해운대는 3시간 이상이 122(61.3%)명으로 방문 후 장시간 체재하는 것을 알 수 있고, 자갈치는 1시간 이내가 132명(66.3%)으로 나타났다. 자갈치는 어떠한 목적을 가지고 방문 후 1시간 이내로 머무르다 가는 것을 알 수 있다(Fig. 11 참조).

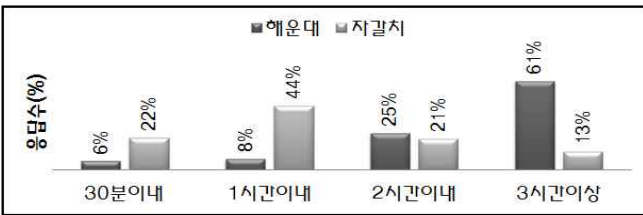


Fig. 11 Residence time

10) 방문빈도

방문빈도는 두 지역 모두 1달에 1번 이하가 많았다 (해운대 84명(42.4%), 자갈치 67명(33.8%)). 자갈치는 처음인 사람이 50명으로 4명중 1명의 비율로 높은 수치를 나타냈다(Fig. 12 참조).

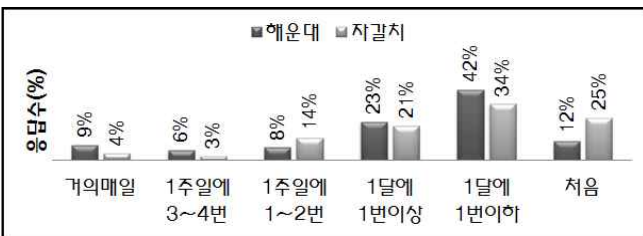


Fig. 12 Visit frequency

11) 희망활동

희망활동은 복수응답이 가능한 문항으로 해운대는 '휴식'이 103명(51.5%)으로 약 절반의 방문객이 응답했고, 자갈치는 대상지의 특성상 수산시장이 있어 '해산물먹기'가 88명(44.0%)으로 가장 많았다. 그 다음으로는 해운대가 '기분전환'(83명-41.5%), '정치보기'(75명-37.5%)로, 자갈치는 '휴식'(78명-39.0%)으로 나타났다(Fig. 13 참조).

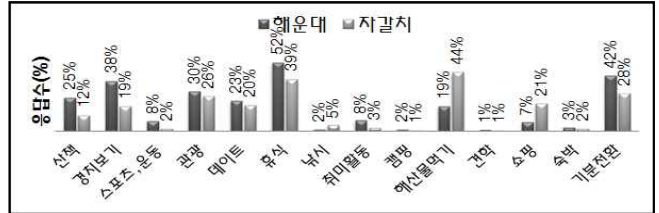


Fig. 13 Work on hope

4.2 수변공간의식 결과 및 분석

1) 수변공간의식

수변공간의식도 역시 복수응답이 가능한 문항으로 해운대는 '바닷바람을 느낀다'는 163명(81.5%)으로 가장 많았고, 그 외 '바다냄새가 난다'는 129명(64.5%), '바다가 보인다'는 106명(53.0%)이 응답하였다. 자갈치의 경우 '해산물을 먹을 수 있다'가 111명(55.5), 그 외에 '바다가 보인다'는 100명(50%), '바닷바람을 느낀다'는 98명(49.0%)이 응답하였다. 두 대상지를 단순히 비교해봤을 때, 가장 특징적인 것은 '바닷바람을 느낀다'라는 대답은 해운대가 163명으로 80% 이상이 답하고 있는 반면, 자갈치는 98명으로 약50%가 대답했다. 바닷바람을 느끼면서 바다냄새를 맡는 것은 오감 중 촉각과 후각으로 인지하고, 자갈치는 수산시장이기 때문에 절반이상의 사람이 '해산물을 먹을 수 있다(111명 55.5%)'를 선택했다. 희망활동에서도 '해산물 먹기(88명 44.0%)'가 많은 것을 보면 국내 최대 규모의 수산시장이 많은 영향을 주고 미각을 통해 인지하는 지역이라 생각할 수 있다. 수변공간의식에 대해서는 추후 자세하게 논하기로 하겠다(Fig. 14 참조).

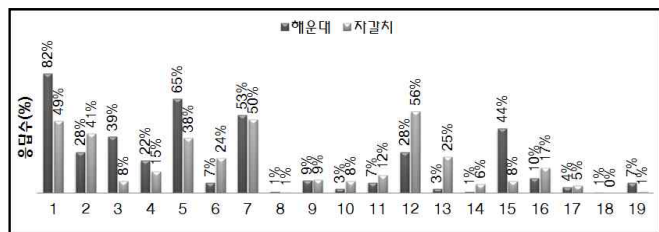


Fig. 14 Consciousness of Waterfront space

-범례-

- 1-바닷바람을 느낀다 2-배가 보인다 3-해변이 보인다
- 4-바닷새소리를 듣는다 5-바다냄새가 난다 6-배가 있다
- 7-바다가 보인다 8-안벽을 걸을 수 있다 9-야경이 보인다
- 10-전망대가 있다 11-벉수리를 듣는다 12-해산물을 먹을 수 있다
- 13-다리가 보인다 14-선착장이 있다 15-물에 접촉할 수 있다
- 16-바닷새가 보인다 17-배를 탈 수있다 18-보드워드가 있다
- 19-수족관이 있다

2) 수변공간의 문제점

수변공간의 문제점도 복수응답으로 받았으며, 해운대는 '차

양시설이 부족하다'가 81명(40.5%)으로 가장 많았다. 두 번째는 '화장실이 적다'가 77명(38.5%)으로 나타났다. 자갈치는 '쓰레기가 많다'가 89명(44.5%)으로 가장 많았으며, '녹지나 자연의 부족', '냄새가 좋지 않다', '화장실이 적다'가 20~30%의 응답률을 보였다. 자갈치는 시장의 특성상 시설주변이나 바다에 쓰레기가 다소 많이 있어 문제점으로 많이 지적되었다(89명 4.5%)(Fig. 15 참조).

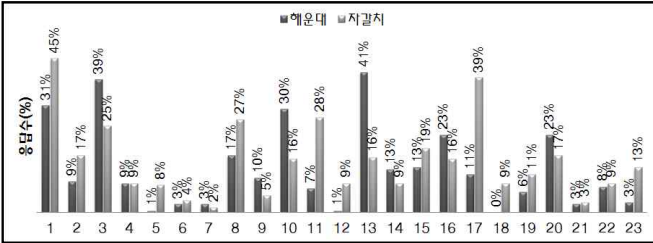


Fig. 15 Problems of Waterfront space

- 범례-
- 1-쓰레기가 많다 2-바람이 세다 3-화장실이 적다
 - 4-교통수단이 불편하다 5-바다나 물이 보이는 곳이 적다
 - 6-레스토랑이 없다 7-분수가 없다 8-녹지나 자연이 부족하다
 - 9-안내판이 적다 10-쓰레기통이 적다 11-냄새가 좋지 않다
 - 12-경치가 좋지 않다 13-차양시설이 부족하다 14-소음이 심하다
 - 15-편의시설이 부족하다 16-사람이 많다 17-바다가 더럽다
 - 18-해변이 없다 19-벌레가 많다 20-주차장이 불편하다
 - 21-조망이 좋지 않다 22-해변이 더럽다 23-시설이 좋지 않다

3) 수변공간 만족도

수변공간 만족도는 7개 항목에 대해서 매우 만족에서 매우 불만족까지 5단계로 나누어 설문조사하였다.

① 해운대

해운대의 결과를 보면 전체적으로 '보통'과 '만족'이 많았다. 만족도가 높은 것으로는 '자연환경'이며, '만족'이 107명(53.8%), '매우만족'이 19명(9.5%)이었다. 이는 해운대 해수욕장내에서 설문조사를 실시한 결과라고 볼 수 있다. 또 불만족이 높은 항목으로는 '기본시설2(화장실, 산책도로)'에 대해 55명(27.6%)이 응답하였다. 이것은 수변공간 문제점에서 '화장실이 적다'라는 문항에서 기인한 것이라고 생각할 수 있다. 전반적인 만족도에서는 84명(42.2%)이 '만족'을 선택하였다(Fig. 16 참조).

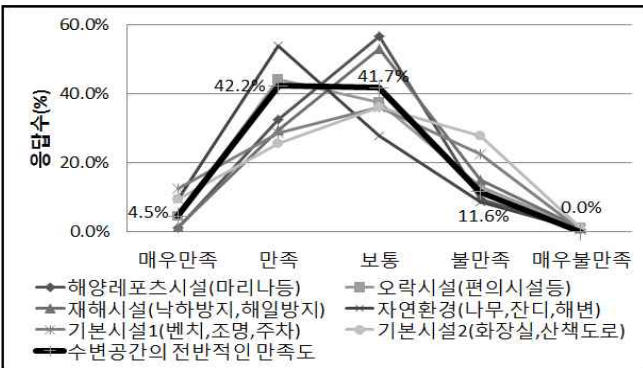


Fig. 16 Waterside space satisfaction (Haeundae)

② 자갈치

자갈치는 전체적으로 보통을 많이 선택하였다. 그 중에서도 만족도가 가장 높은 것은 오락시설(59명 29.8%)과 해양레저시

설(56명 28.3%)이며, 그 반면 도시지역에 있기 때문에 자연시설에 대한 불만족이 많이 나타났다(Fig. 17 참조).

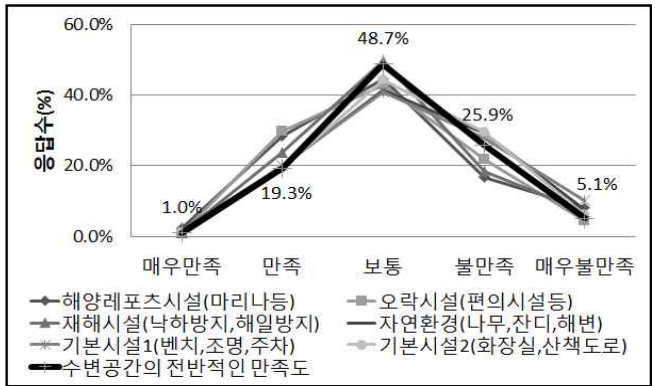


Fig. 17 Waterside space satisfaction (Jagalchi)

4.3 수변공간의식과 3개 항목 크로스 분석

본 설문조사에 사용되었던 속성들 중에서 수변공간의식에 영향을 주는 항목(연령, 방문빈도, 희망활동, 수변공간의 전체적인 만족도)을 추출해 수변공간의식과 크로스분석을 실시하였다.

1) 수변공간의식과 연령

수변공간의식과 연령의 비교에서 데이터의 추출을 용이하게 실행하기 위해 데이터 수치가 높은 3개의 항목을 분석했다. 20대, 30대, 40대를 보면 해운대는 자갈치보다 자연항목이 강한 것을 알 수 있다. 해당 항목으로는 '바다바람을 느낀다', '해변이 있다', '바닷새소리를 듣는다' 등이 있다. 자갈치는 '해산물을 먹을 수 있다'가 고령이 될수록 선택하는 사람이 감소하는데, 이를 보고 연령에 따라 오감이 둔해지는 경향이 있다고는 보기 어렵겠다. 이는 60세 이상은 표본수가 적기 때문이기도 하겠지만 단순히 본 설문 결과만을 보고 판단하는 것은 일반화의 오류라고 할 수도 있겠다(Table 3 참조).

Table 3 Waterside space consciousness and age List

	20대		30대		40대							
	해운대	자갈치	해운대	자갈치	해운대	자갈치						
	응답수	백분율 (%)	응답수	백분율 (%)	응답수	백분율 (%)						
바다바람을 느낀다	53	80.3	61	59.2	33	82.5	14	40.0	31	83.8	10	40.0
배가 보인다	16	24.2	43	41.7	12	30.0	11	31.4	10	27.0	11	44.0
해변이 있다	30	45.5	12	11.7	21	52.5	3	8.6	10	27.0	0	0
바닷새소리를 듣는다	15	22.7	19	18.4	13	32.5	1	2.9	8	21.6	5	20.0
바다냄새가 난다	45	68.2	41	39.8	24	60.0	14	40.0	19	51.4	8	32.0
배가 있다	6	9.1	21	20.4	3	7.5	9	25.7	1	2.7	7	28.0
바다가 보인다	35	53.0	48	46.6	25	62.5	21	60.0	14	37.8	12	48.0
안벽을 걸을 수 있다	1	1.5	1	1.0	0	0	0	0	1	2.7	0	0
야경이 보인다	6	9.1	12	11.7	6	15.0	2	5.7	2	5.4	2	8.0
전망대가 있다	1	1.5	7	6.8	2	5.0	4	11.4	0	0	3	12.0
벧소리를 듣는다	6	9.1	14	13.6	5	12.5%	1	2.9	2	5.4	3	12.0
해산물을 먹을 수 있다	26	39.4	59	57.3	12	30.0	19	54.3	12	32.4	12	48.0
다리가 보인다	0	0	20	19.4	3	7.5	16	45.7	2	5.4	4	16.0
선착장이 있다	0	0	8	7.8	1	2.5	1	2.9	1	2.7	1	4.0
물에 접촉할 수 있다	38	57.6	6	5.8	16	40.0	5	14.3	15	40.5	2	8.0
바닷새가 보인다	11	16.7	18	17.5	7	17.5	6	17.1	1	2.7	4	16.0
배를 탈 수 있다	5	7.6	5	4.9	2	5.0	1	2.9	1	2.7	0	0
보드워크가 있다	0	0	0	0.0	0	0	0	0	1	2.7	0	0
수족관이 있다	7	10.6	1	1.0	2	5.0	0	0	3	8.1	0	0

2) 수변공간의식과 희망활동

① 휴식

희망활동으로 '휴식'을 선택한 사람 중 해운대는 첫 번째로 '바닷바람을 느낀다'가 85명(82.5%), 두 번째로 '바다가 보인다'가 56명(54.4%), 세 번째 '물에 접촉할 수 있다'가 44명(42.7%)으로 나타났다. 이는 휴식을 원할 때 많은 사람들은 자연을 동경한다는 것을 짐작할 수 있다. 자갈치의 경우 첫 번째로 '바다가 보인다'가 49명(62.8%), 두 번째로 '바닷바람을 느낀다'가 43명(55.1%), 세 번째로 '해산물먹기'가 40명(51.3%)으로 나타났다. 첫 번째와 두 번째는 자연환경과 연관된 항목이며, 세 번째 자갈치시장의 특성을 나타낼 수 있는 항목이 나온다(Table 4 참조).

Table 4 I work on waterside space consciousness and hope (Vacation) List

	해운대		자갈치	
	응답수	백분율(%)	응답수	백분율(%)
바닷바람을 느낀다	85	82.5	43	55.1
배가 보인다	36	35.0	35	44.9
해변이 있다	49	47.6	11	14.1
바닷새소리를 듣는다	25	24.3	11	14.1
바다냄새가 난다	62	60.2	33	42.3
배가 있다	10	9.7	28	35.9
바다가 보인다	56	54.4	49	62.8
안벽을 걸을 수 있다	1	1.0	0	0
야경이 보인다	8	7.8	4	5.1
전망대가 있다	4	3.9	11	14.1
벧소리를 듣는다	6	5.8	10	12.8
해산물을 먹을 수 있다	26	25.2	40	51.3
다리가 보인다	5	4.9	24	30.8
선착장이 있다	2	1.9	6	7.7
물에 접촉할 수 있다	44	42.7	8	10.3
바닷새가 보인다	12	11.7	10	12.8
배를 탈 수 있다	5	4.9	7	9.0
보트워크가 있다	0	0	0	0
수족관이 있다	8	7.8	1	1.3

② 관광

희망활동으로 '관광'을 선택한 응답자를 보면 두 지역에서의 응답에는 큰 차이가 없었으며, 큰 특징으로 휴식을 취하고 싶은 사람과는 달리 해운대에서도 '해산물 먹기'가 높은 수치를

타나내고 있다(24명-40.7%). 자갈치는 '해산물 먹기'가 31명(59.6%)으로 나타나 관광목적의 상당수가 해산물을 먹기위해 자갈치를 찾는다고 할 수 있겠다(Table 5 참조).

Table 5 I work on waterside space consciousness and hope (Sightseeing) List

	해운대		자갈치	
	응답수	백분율(%)	응답수	백분율(%)
바닷바람을 느낀다	49	83.1	28	53.8
배가 보인다	21	35.6	27	51.9
해변이 있다	29	49.2	0	0
바닷새소리를 듣는다	16	27.1	9	17.3
바다냄새가 난다	44	74.6	24	46.2
배가 있다	6	10.2	14	26.9
바다가 보인다	36	61.0	28	53.8
안벽을 걸을 수 있다	1	1.7	0	0
야경이 보인다	10	16.9	3	5.8
전망대가 있다	2	3.4	5	9.6
벧소리를 듣는다	5	8.5	5	9.6
해산물을 먹을 수 있다	24	40.7	31	59.6
다리가 보인다	5	8.5	14	26.9
선착장이 있다	2	3.4	2	3.8
물에 접촉할 수 있다	30	50.8	5	9.6
바닷새가 보인다	12	20.3	10	19.2
배를 탈 수 있다	3	5.1	5	9.6
보트워크가 있다	0	0	0	0
수족관이 있다	7	11.9	1	1.9

2) 수변공간의식과 수변공간의 전체적인 만족도

수변공간의식과 수변공간의 전체적인 만족도를 보면 해운대는 '매우만족'한 사람 중에서 '바닷바람을 느낀다'가 9명중 8명(88.9%)이고, '만족'하는 사람 중 '바닷바람을 느낀다'가 68명(81%), '바다냄새가 난다'가 58명(69.0%) 이었다. 자갈치에서는 '만족'하는 사람들 중 '바다가 보인다'가 22명(48.8%), '바다바람을 느낀다'가 21명(55.3%)이었다. 이것은 '바다바람을 느낀다'라는 항목이 만족도에 큰 영향을 끼친다고 말할 수 있겠다. 또 매우불만족은 자갈치에서는 10명중 6명(60.0%)이 '해산물을 먹을 수 있다'고 대답했는데, 이것은 불만족의 항목에서도 29명(56.9%)이 대답하고 있다. 해운대에서의 불만족스러운 항목은 '바닷바람을 느낀다'가 18명(78.3%)으로 나타났다(Table 6 참조).

Table 6 I work on waterside space consciousness and hope (Sightseeing) List

	매우만족				만족				보통				불만족				매우불만족			
	해운대(9)		자갈치(2)		해운대(84)		자갈치(38)		해운대(83)		자갈치(96)		해운대(23)		자갈치(51)		해운대(0)		자갈치(10)	
	응답수	백분율	응답수	백분율	응답수	백분율	응답수	백분율	응답수	백분율	응답수	백분율	응답수	백분율	응답수	백분율	응답수	백분율	응답수	백분율
바닷바람을 느낀다	8	88.9	1	50.0	68	81.0	21	55.3	69	83.1	48	50.0	18	78.3	25	49.0	0	0	3	30.0
배가 보인다	3	33.3	1	50.0	24	28.6	18	47.4	18	21.7	38	39.6	11	47.8	22	43.1	0	0	1	10.0
해변이 있다	4	44.4	1	50.0	31	36.9	5	13.2	5	6.0	5	5.2	12	52.2	4	7.8	0	0	1	10.0
바닷새소리를 듣는다	2	22.2	1	50.0	18	21.4	7	18.4	7	8.4	12	12.5	5	21.7	7	13.7	0	0	2	20.0
바다냄새가 난다	6	66.7	1	50.0	58	69.0	18	47.4	18	21.7	30	31.3	13	56.5	22	43.1	0	0	4	40.0
배가 있다	1	11.1	0	0	2	2.4	15	39.5	15	18.1	20	20.8	5	21.7	11	21.6	0	0	1	10.0
바다가 보인다	1	11.1	2	100.0	41	48.8	22	57.9	22	26.5	46	47.9	17	73.9	27	52.9	0	0	2	20.0
안벽을 걸을 수 있다	0	0	0	0	1	1.2	0	0.0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	10.0
야경이 보인다	1	11.1	0	0	6	7.1	1	2.6	1	1.2	7	7.3	2	8.7	9	17.6	0	0	1	10.0
전망대가 있다	0	0	0	0	1	1.2	3	7.9	3	3.6	6	6.3	2	8.7	6	11.8	0	0	1	10.0
벧소리를 듣는다	2	22.2	1	50.0	5	6.0	3	7.9	3	3.6	11	11.5	1	4.3	9	17.6	0	0	0	0
해산물을 먹을 수 있다	4	44.4	1	50.0	24	28.6	19	50.0	19	22.9	56	58.3	8	34.8	29	56.9	0	0	6	60.0
다리가 보인다	1	11.1	0	0	1	1.2	13	34.2	13	15.7	23	24.0	0	0	13	25.5	0	0	0	0
선착장이 있다	1	11.1	0	0	0	0	2	5.3	2	2.4	4	4.2	0	0	4	7.8	0	0	2	20.0
물에 접촉할 수 있다	3	33.3	1	50.0	37	44.0	4	10.5	4	4.8	8	8.3	11	47.8	3	5.9	0	0	0	0
바닷새가 보인다	2	22.2	1	50.0	8	9.5	7	18.4	7	8.4	15	15.6	2	8.7	10	19.6	0	0	0	0
배를 탈 수 있다	0	0	0	0	2	2.4	7	18.4	7	8.4	3	3.1	0	0	0	0	0	0	0	0
보트워크가 있다	0	0	0	0	1	1.2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
수족관이 있다	0	0	0	0	6	7.1	1	2.6	1	1.2	1	1.0	3	13.0	0	0	0	0	0	0

조).

5. 결 론

본 연구는 부산의 해운대와 자갈치를 대상으로 수변공간의 식에 관한 설문조사를 실시해 비교 분석했다.

각 문항들을 면밀히 조사해 성별, 연령, 직업 등의 이용자의 분류하였다. 남녀 비율은 50±5% 이내이며, 연령은 20대가 가장 많았다. 직업으로는 학생이 가장 많았으며, 특히 자갈치에서는 43.2%를 차지하였다. 거주지에 있어서 대상지의 특성상 두 지역 모두 부산에서의 방문자가 많았으며, 서울에서의 방문이 약10%정도였고, 그 외의 지역에서도 많이 찾는 것으로 나타났다. 이것은 대상지가 한국의 대표적인 관광지로서의 역할을 하고 있다고 생각할 수 있겠다.

방문 인원수와 방문 구성에서는 해운대가 3명~5명(47.5%)의 가족단위(27.0%) 혹은 친구(34.2%)와 같이 오는 것에 반해, 자갈치는 2명(42.7%)규모의 친구(34.2%)나 커플(19.1%), 또는 부부(25.1%) 등이 많이 찾는 것으로 나타났다.

방문 방법은 두 지역 모두 대중교통 중에서 지하철을 이용하는 경우가 가장 많이 있지만, 해운대의 경우 지하철과의 거리가 비교적 멀기 때문에 택시의 이용이 많아 무료셔틀 버스의 운행 등으로 편의성을 제공해 방문자의 편의를 제공하면 더 많은 방문자를 불러들일 수 있을 것이다.

소요시간을 보면 해운대는 거주지 분석에서 보듯이 부산을 제외한 모든 항목에서 큰 차이를 보이지 않는 반면, 자갈치는 인근(영도구 38명, 19.1%)에서의 방문이 많았으며, 서울을 포함한 3시간 이상 걸려 방문하는 사람(해운대 52명 26.0%, 자갈치 61명 30.7%)도 많이 나타났다.

체제시간으로는 해운대는 3시간이상 체제하고 있는 사람이 122명(61%)으로 장시간체제형 관광지로 볼 수 있고, 자갈치는 88명(44.2%)가 1시간 이내로, 희망활동(88명 44.0%)이나 수변공간의식(111명 55.5%)에서 '해산물을 먹을 수 있다'라는 항목을 위해 방문하는 내방자가 많아 비교적 단시간체제형 관광지라 할 수 있다.

방문빈도에서는 두 지역 모두 1개월에 1회 이하가 많아 재방문자는 그렇게 많지 않다는 것을 알 수 있었다. 그런데도 자갈치보다 해운대는 재방문이 많고 거의 매일방문 하는 사람은 18명(9.0%)으로 나타났다. 자갈치는 해산물을 먹기 위한 목적으로 내방하는 것은 희망활동, 수변공간의식에서도 분석을 할 수 있지만, 수변공간의식과 수변공간의 전체적인 만족도의 크로스분석에서 보통, 불만족, 매우불만족의 3항목을 평균해보면 58.4%가 나타나 비교적 만족하지 못한다는 결과가 나왔다. 이는 재방문자가 비교적 낮게 나온 이유라고 생각할 수 있을 것이다.

해운대의 희망활동을 보면 휴식, 기분전환 등이 많이 나타났는데, 이것은 수변공간의식에서 '바닷바람을 느낀다(163명 81.5%)', '바다냄새가 난다(129명 64.5%)'등 자연항목이 많은 것도 그 요인이라고 생각할 수 있겠다. 해운대는 부산뿐만이

아니라 국민들의 휴식의 장소로서 자연형 개발지라고 생각되고, 자갈치는 국내 최대 규모의 수산시장이 방문객의 내방에 큰 역할을 하고 있다. 이것은 휴식의 장소로 인식하는 자연형 개발비인 해운대와는 달리 상업시설 및 수산시장으로 의한 인공형 개발지에서 기인된 결과라고 할 수 있다.

본 논문은 설문조사의 결과를 분석한 논문으로, 추후 연구를 진행하여 본 설문조사결과를 바탕으로 수변공간의 문제점 등을 보완하여 보다 더 객관적인 수변공간에 대한 기초데이터를 제공하고자 한다.

참 고 문 헌

- [1] Watabiki Yoshio (1994) 、Hakuhodo Institute of Life and Living : Age of five senses, Co., Inc. President
- [2] Kawaguchi Munetoshi, Terashima Shunji (1997) "Classification of the development pattern of waterfront development earth ", Japanese Association for Coastal Zone Studies research debate performances abstracts " No. 10.
- [3] Kawaguchi Munetoshi, Terashima Shunji, Kon Masayuki (1997) , "Evaluation structure of user awareness in waterfront development land", Japanese Association for Coastal Zone Studies research debate performances abstracts No. 11.
- [4] Kawaguchi Munetoshi, Kon Masayuki (1998) , 「Waterfront space consciousness of the user in waterfront development earth ", Japanese Association for Coastal Zone Studies research debate performances abstracts No. 12.
- [5] Kawaguchi Munetoshi, Kon Masayuki (1999) , "Waterfront space consciousness in waterfront development earth ", Tokai University Graduate School of Oceanography Graduate School of Marine Engineering Master's Thesis.
- [6] Yokouchi norihisa (1988) , Method of waterfront development, Kagoshima publisher, pp. 55-172.

원고접수일 : 2013년 7월 1일
 심사완료일 : 2013년 9월 10일
 원고채택일 : 2013년 9월 13일