

碩士學位論文

濟州地域 觀光地 開發運營 方向에 關한 研究
-濟州道 訪問 觀光者の 觀光性向을 中心으로-

A Study on The Operation of Development
Tourism site to CheJu local
-A Focus on Travel Behavior of Tourist on visiting CheJu-Do-

世宗大學校 大學院

觀光經營學科

金 大 敬

金大敬의 碩士學位 論文을 認准함.

審査委員長 ⑩

審査委員 ⑩

審査委員 ⑩

世宗大學校 大學院

1992年 12月 日

感謝의 글

먼저 이 미숙한 論文이 完成되기까지 細心한 配慮로 指導해주신 金聖奕 教授님, 成基龍 教授님, 鄭圭燁 教授님께 眞心으로 感謝드립니다.

특히 자상한 모습으로 저의 서투른 글을 읽으시면서 어색한 文章과 論理를 바로 잡아주신 慶熙호텔專門大學 姜南國 教授님, 濟州大學校 高承益 教授님께 感謝드립니다. 부족한 저에게 觀光을 통하여 많은 가르침과 참된 觀光人의 자세를 일깨워 주신 濟州를 사랑하는 濟州 觀陸會 先輩님들께 感謝드립니다.

大學院 生活동안 늘 걱정과 따뜻한 마음으로 關心과 激勵을 보내준 指導 教授인 金聖奕 教授님, 그리고 바쁜 가운데도 原稿 矯正을 도와주며 先後輩의 交感으로 다가왔던 朴鐘元 學友, 그리고 주위의 많은 後輩들, 資料提供에 일조해 주신 濟州 KBS報道本部長 김양수님께도 고마움을 전합니다.

또한 힘겹고 지칠때마다 나의 뉘두리를 받아주며 念慮와 사랑속에 큰 힘이 되어주신 家族들에게도 感謝드립니다.

저에게 온갖 뒷바라지를 하시면서 마음 고생이 크셨고 農場과 산굼부리 분화구에서 지금도 쉽없이 고생하시고 계신 父母님께 머리숙여 깊은 感謝를 드리며 그분들께 이 論文을 바칩니다.

健實한 觀光地開發 計劃家로 成長할 것을 期約하면서.....

1992년 11월

金 大 敬

目 次

第 1 章 序 論	1
第1節 問題의 提起	1
第2節 研究의 目的	2
第3節 研究의 方法과 構成	3
第 2 章 觀光地 開發運營에 關한 理論的 背景	5
第1節 觀光地의 概念 및 構成要素	5
1. 觀光地의 概念과 魅力決定要因	5
2. 構成要素 및 指定基準 檢討	10
3. 觀光地의 類型 分類	11
第2節 觀光地開發과 地域開發의 相關性	19
1. 觀光地開發의 重要性和 地域開發 比較	19
2. 觀光地開發과 地域環境의 影響評價 基準	21
3. 地域住民 參與의 當爲性和 效果	23
4. 觀光地 運營 管理에 따른 諸般環境 關係	24
第3節 觀光地 立地의 理論的 檢討	28
1. 觀光地 立地의 定義 및 構成要素	28
2. 觀光地 立地 分析	29
3. 觀光地 立地의 特性에 對한 運營 戰略	30

第 3 章	濟州地域 觀光地 開發運營에 關한 準據設定	-----32
第1節	觀光市場의 與件變化와 準據設定의 接近方向	-----32
1.	觀光市場의 與件 變化	-----32
2.	準據設定의 接近을 위한 前提條件	-----34
第2節	濟州地域 觀光地 開發運營의 設計	-----37
1.	觀光者 行動 分析의 意義	-----37
2.	觀光商品의 市場 細分化 計劃	-----40
3.	觀光서비스財의 特性에 對한 對應戰略	-----42
4.	休養景觀的 設計 方案의 適用	-----53
第 4 章	濟州地域의 觀光運營現況 및 마케팅 戰略上的 問題點	-----56
第1節	觀光環境과 市場性 檢討	-----56
第2節	觀光者性向 및 觀光所得現況	-----69
第3節	觀光마케팅 戰略上的 問題點	-----77
第 5 章	濟州地域 觀光者の 觀光性向 및 意識에 關한 實證 調查 分析	-----81
第1節	調查分析을 위한 調查設計	-----81
1.	調查分析의 目的	-----81
2.	調查設計와 方法	-----81
3.	資料處理 및 分析方法	-----83
第2節	本 實證 調查結果의 分析과 解析	-----85
1.	人口統計學的인 特性과 性向分析	-----85
2.	觀光地 屬性에 대한 重要度 分析	-----87

3. 觀光動機要因에 관한 分析 -----	89
4. 本 調査 結果의 綜合 評價 -----	95
 第3節 濟州地域 觀光地의 開發運營上 問題點과 開發方向 -----	99
1. 觀光地 開發運營上 問題點 -----	99
2. 觀光地 開發運營에 따른 方向 -----	103
1) 觀光地 開發運營의 戰略案 -----	103
2) 多樣한 觀光慰樂施設의 戰略 開發案 -----	105
3) 觀光地 立地에 따른 差別化 戰略 -----	116
4) 非需期 打開策 및 受容策 -----	117
5) 休養景觀的 觀光慰樂施設 設計方案의 實施 戰略 -----	121
6) 地域住民 參與 및 開發所要財政의 自立度 向上 方案 -----	126
 第 6 章 要約 및 結論 -----	134
제1절 研究의 要約 및 限界點 -----	136
제2절 結 論 -----	140
 參 考 文 獻 -----	145
英 文 草 錄 -----	153
附 錄(設問調査用紙) -----	1

表 目 次

〈表 II-1〉 觀光地の 概念空間	6
〈表 II-2〉 클로슨의 立地型에 의한 分類	18
〈表 II-3〉 觀光地開發과 地域開發의 比較	21
〈表 III-1〉 觀光者 誘致實績 및 觀光收入	33
〈表 III-2〉 아시아諸國의 市場別 觀光者 誘致實績	34
〈表 III-3〉 사이코 그래픽스에 의한 觀光者の 性格	39
〈表 III-4〉 觀光 서비스財의 特性과 마케팅 믹스 關聯 매트릭스	52
〈表 IV-1〉 濟州道 觀光의 優位性과 制約點	57
〈表 IV-2〉 自然觀光資源	60
〈表 IV-3〉 濟州道 文化財 現況 總括	63
〈表 IV-4〉 內國人 觀光者 觀光慰樂 活動 現況	66
〈表 IV-5〉 訪問回數・年齡・性別・旅行同伴者別 觀光慰樂活動	68
〈表 IV-6〉 觀光者 誘致實績 및 觀光收入	70
〈表 IV-7〉 盛・非需期 來道觀光者 比率	70
〈表 IV-8〉 觀光者 性向別 趨勢	71
〈表 IV-9〉 國籍別 外國人 觀光者 分布	72
〈表 IV-10〉 内外國人別 觀光所得(收入)의 現況	76
〈表 V-1〉 設問紙 構成	83
〈表 V-2〉 資料의 分析方法	84
〈表 V-3〉 人口 統計學的인 特性	86
〈表 V-4〉 觀光地 屬性의 重要度 評價	88

〈表 V-5〉 動機變數의 要因分析 結果	90
〈表 V-6〉 動機群의 分類	93
〈表 V-7〉 動機群의 特性	94
〈表 V-8〉 觀光形態의 二元的 分類	108
〈表 V-9〉 海洋 觀光慰樂型 施設物 配置 計劃	112
〈表 V-10〉 量的尺度의 分類	123
〈表 V-11〉 質的尺度의 分類	124

圖 目 次

〈圖 II-1〉 觀光地の 構成 概念圖	7
〈圖 II-2〉 觀光地 또는 觀光團地 指定過程 흐름도	12
〈圖 II-3〉 觀光慰樂의 行動時間距離 累積曲線	16
〈圖 II-4〉 單一市場中心에 從屬된 地帶의 傾斜와 土地利用의 地帶	16
〈圖 II-5〉 資源·市場의 相對的 重要度에 의한 分類概念	17
〈圖 II-6〉 觀光影響評價를 위한 概念들	22
〈圖 II-7〉 觀光地 管理의 模型	27
〈圖 II-8〉 觀光地 立地 決定 構成 要素	29
〈圖 III-1〉 顧客의 接觸頻度가 높은 서비스業의 成功要件	47
〈圖 III-2〉 環境的 景觀 選擇을 위한 세가지 構成要素	54
〈圖 IV-1〉 濟州道 特定地域 및 道綜合開發計劃圖	58
〈圖 IV-2〉 自然觀光資源의 分布	61
〈圖 IV-3〉 人文觀光資源의 分布	64
〈圖 IV-4〉 觀光者 觀光慰樂活動 現況	66
〈圖 V-1〉 據點觀光地區 設定圖	98
〈圖 V-2〉 空間構想案 施設의 機能配置圖 (內陸型)	
〈圖 V-3〉 空間構想案 施設의 機能配置圖 (海洋型)	
〈圖 V-4〉 海洋型 觀光慰樂施設 配置圖	
〈圖 V-5〉 컨벤션 地域 經濟波及 效果	115

第1章 序 論

第1節 問題의 提起

人間은 보다 더 나은 삶을 추구하려는 本能과 같은 欲求를 충족시키고 나면 自我實現의 欲求를 實現하고자 한다. 이러한 個人사이의 欲求와 그러한 目的을 향한 假處分資源(資源, 돈)을 擔當하고자 하는 意志는 다양한 經驗을 提供하려는 產業의 대부분을 發展시켰으며 그중 가장 괄목할만한 成長을 보이고 있는 것 중의 하나가 觀光·레저產業이라 할 수 있다. 특히 交通手段의 發達과 生活의 質, 觀光 및 消費패턴의 變化, 制度, 機構, 行政의 變化, 女性의 社會參與 등이 觀光產業의 發展을 促進하는 계기가 되었다. 外貨獲得 產業에서도 다른 產業에 비해서 월등히 높은 사실이 주목된다.

따라서 觀光機會의 확대가 國民厚生極大化를 위한 차원 높은 目標價値로 認識되어지고 있는 오늘날 政策立案者나 企業은 觀光者의 潛在世界 및 그들의 假處分資源을 경쟁대안 중에서도 타당한 방법과 여러 경쟁목적지 중에서 特定地域을 旅行目的地로 選擇하며 어떠한 動機選好度を 가지고 있는지 또한 이를 뒷받침할만한 效率的인 觀光政策의 부재로 인한 細部的인 觀光地管理 運營이 未洽했다는데도 한 要因을 찾을 수 있을 것이다. 따라서 본 研究에서는 최근 들어서 다양한 觀光環境變化를 겪고 있는 濟州地域의 特性을 고려해 보면서 觀光者의 觀光性向을 看破하여 效率的인 觀光政策 및 觀光마케팅 戰略을 樹立한다는 명제에 부응하는 한편 다양하고 폭넓은 觀光매력을 확보하고 있음에도 불구하고 그 잠재력을 극대화 시키지 못하고 있는 실정을 감안하면서¹⁾ 觀光政策機關이나 企業의 國民觀光의 실상에 따른 효과

적인 觀光振興을 높이기 위한 研究가 실제적인 側面에서 分析, 研究되어야 할 必要性이 강하게 대두되고 있다.

第 2 節 研究의 目的

觀光은 主體인 觀光者가 客體인 觀光對象 즉 觀光地를 찾아감으로 해서 成立이 되는데 觀光者의 觀光目的地 決定에는 많은 複合的인 要因들이 作用하고 있다. 觀光을 하고자 하는 사람들은 대체로 이전에 방문하지 않은 觀光地에 대한 충분한 知識을 갖고 있지 않으나 그들의 마음속에 그들 나름대로 觀光地에 대한 心想을 갖게 된다.

이러한 觀光地에 대한 심상의 비교는 여러 尺度로 하게 된다.

즉 觀光地로서 가져야 할 重要한 속성들 - 자연경관의 아름다움, 歷史的·文化的 遺産, 宿泊施設, 交通施設, 餘興施設, 休息空間, 觀光地의 청결 등 - 에 의해서 여러 觀光目的地를 評價하게 된다. 그러므로 觀光者가 觀光地를 찾게 되는 動機를 살펴보고 特定觀光地의 立地가 어떠한지 이에 대응한 觀光地 開發 運營 方向을 도출한다는 것은 觀光事業의 기초로서 균형 있는 觀光開發은 물론 觀光振興戰略樹立에 유용할 것이다.

특히 濟州地域은 第2次 特定地域 綜合開發計劃의 시행을 앞둔 시점에서 본 研究는 다음과 같이 다섯가지 目的을 갖는다.

첫째, 觀光地開發運營에 관한 理論的 實證的 研究體系의 整理

둘째, 觀光地 立地와 觀光地의 利用 性向과의 關係分析

셋째, 濟州地域 觀光地 開發 運營上 안고 있는 問題點을 照明해 보고 이

1) C.A Gunn, Tourism Planning, New York:Crane Russak, 1979, PP.145-147.

에 대한 改善策을 마련함으로써 效率的인 관광 마케팅 振興 政策樹立의 開發 方向을 提示하고 ,

네째, 觀光者들은 觀光地의 속성에 대한 重要度 評價에 따라 어떠한 현상을 보여주는지

다섯째, 觀光地 立地의 側面에서 觀光動機要因에 關한 分析등을 통한 濟州地域 觀光地 開發 運營上的 問題點 導出 및 開發方向을 提示하면서 濟州地域 및 主要 觀光地의 開發運營戰略政策을 樹立하는데 有用할 수 있도록 具體的인 資料를 提供하는데 本 研究의 目的이 있다.

第 3 節 研究의 方法과 構成

1. 研究方法

本 研究에서는 전술한 研究目的을 達成하기 위하여 濟州地域內 觀光地 가운데 여간 觀覽人員이 100만명이 넘는 10여군데 定期코스 觀光地를 주 調査 對象으로 說問紙를 통한 面接調査를 實施하였다.

또한 濟州地域에 소재한 1급 이상의 觀光호텔내에서도 이루어졌다.

本 研究의 內容補完을 위하여 文獻 및 資料調査를 실시하였는데, 關係文獻은 國內書와 論文, 刊行物, 외서로 집약되고, 關係資料는 濟州道廳 觀光開發局, 觀光課, 綜合開發擔當官室, 統計課와 資料室 그리고 濟州道 觀光協會의 資料를 利用하였다. 그리고 濟州地域의 觀光地 開發運營現況을 把握하기 위하여 現地調査 및 關係資料를 蒐集하였고, 關係者들과의 面談도 병

행하였다.

한편 實證 調査分析의 方法으로는 旅行形態의 一般的인 特性은 分析의 單純頻度 分析을 하였고, 觀光地 屬性에 대한 評價를 위해서 要因分析(factor analysis)을 適用하였다. 한편, 觀光動機要因에 關한 分流에서는 要因分析을 한후 動機群의 회귀방법을 分流를 위해서 要因分析에서 導出된 요인값을 中心으로 群集分析(culster amalysis)을 實施하였다.

2. 研究構成

本 研究內容은 아래와 같이 構成한다.

第一章：問題의 提起, 目的, 研究의 方法과 構成內容을 技術하고

第二章：觀光地 經營에 關한 背景을 形成하는 章으로 여기에서는 觀光地의 概念 및 構成要素, 觀光地開發과 地域開發과의 相關性, 觀光地 立地의 理論的 檢討등을 論議하였다.

第三章：觀光市場變化 및 濟州地域 觀光地 開發運營에 關한 準據設定 및 觀光地開發運營에 關한 設計를 適用한다.

第四章：觀光運營現況에 따른 마케팅 戰略上的의 問題點을 考察하며

第五章：濟州地域 訪問觀光者의 觀光性向 및 意識에 關한 實證 調査分析을 要因分析 및 群集分析技法으로 實施하였다.

第六章：研究의 要約 및 限界點과 結論을 提示하였다.

第 2 章 觀光地 開發運營에 관한 理論的 背景

第 1 節 觀光地の 概念 및 構成要素

1. 觀光地の 概念과 魅力決定要因

1) 觀光地の 概念

觀光地에 관한 概念定立이 明確하지 않아서 公園, 遊園地, 觀光地, 리조트 등 상호 구분이 어려운 실정이다. 觀光地는 資源에 따라서 크게 景관지와 레크레이션지로 구분할 수 있으며 이는 또한 입지에 따라서 開發에 많은 차이를 보이고 있다. 그러므로 觀光地는 觀光者가 그의 일상생활과 공간을 떠나서 자신의 觀光欲求를 充足시켜 주면서 일정 기간동안 체재하는 지역으로써 自然觀光資源과 人工觀光資源중 어느 한가지 이상이 있기 때문에 觀光을 目的으로 그곳을 訪問함으로써 일어나는 經濟活動에 의한 많은 사람들이 經濟的 利益을 얻고 있는 지역을 觀光地라 할 수 있다.²⁾

패트릭래버리(Patrich Lavery)에 의하면 관광지는 자연경치가 아름다운 지역, 위탁시설단지, 숙박지 등 3가지로 구분되며 자연조건, 여행자의 행동, 체제시간 등의 성립조건이 다르기 때문에 이용자에게 그러한 것을 詳細하게 설명이 필요하다고 보고 있다.³⁾

일반적으로 觀光地는 觀光者의 觀光目的 중 休養, 保養, 스포츠, 오락, 문화경관 등 欲求充足을 시키기 위하여 자연자원, 문화자원, 인공적시설 등

2) 日本觀光協會, “觀光計劃의 手法”, 1976, P.16.

3) Patrich Lavery, *trowel and Tourism*, 1990, P.37.

관련시설이 배치되어야 할 자연 또는 공공시설 및 기반시설 등을 포함한 觀光 對象物인(自然, 人工)觀光客體로서 觀光地에 대한 開發意志가 있는 地域的인 概念⁴⁾으로 볼 수 있다.

또한 觀光地는 地域全體가 觀光欲求를 充足시킬 수 있다는 점에서 觀光資源과 同一하나 모든 觀光資源이 一定地域이라는 空間的 概念을 갖지는 않는다라는 점에서 觀光資源과 區分되며 觀光地도 觀光資源의 範疇에 든다.

그리고 觀光地는 餘暇 空間의 형태로서 살펴보면 기본적으로는 餘暇空間이 갖는 성격을 갖는다. 즉 觀光地는 단순한 餘暇空間이 아니라 本質的인 공간이며 生産的 공간과 反生産的 空間으로 구분한다면 觀光地도 反生産的 空間이고 반생산지는 실체적인 공간이 아니라 추상적, 개념적 공간이다.⁵⁾ 부연하면 濟州地域을 찾는 觀光者에게는 觀光空間이지만 출퇴근하면서 일하는 사람들에게는 作業空間이며 이곳에서 생활하는 주민들에게는 생활공간이다. 그리고 법적개념으로는 국립공원, 도립공원 등은 觀光地가 아니고 단지 교통부장관이 지정하는 觀光地만이 觀光地라는 모순된 상황속에 있다.

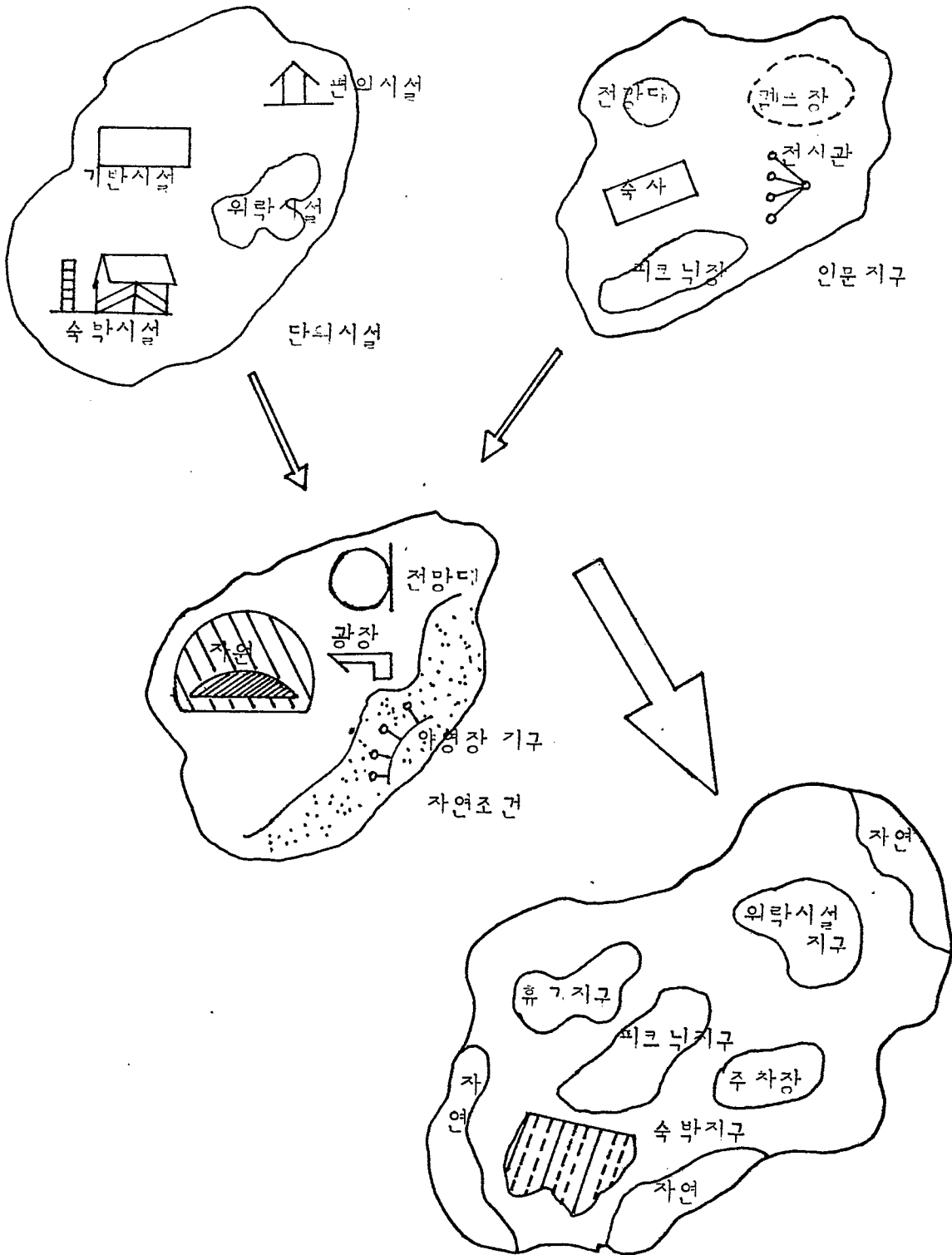
지 역	관 광 자	주 민	직 원
제 주	관광공간	생활공간, 작업공간	작업공간
포선민속촌	관광공간	——	작업공간
성읍민속촌	관광공간	생활공간, 작업공간	——

〈表 II-1〉 觀光地의 概念空間

4) 全局觀光長期綜合開發計劃報告書, 韓國觀光公事, 1989, P. 24.

5) 仙田滿, “レシゼ 空間の 構造” 「レシゼ 空間の 構造」 相父江孝南編, 日本經濟新聞, p.130.

<圖 II-1> 觀光地의 構成 概念圖



이것은 國立公園등은 建設部長官이 지정, 관리하고 유원지는 內務部에서 開發, 管理하는 등의 觀光地 供給制度上的 혼란에 기인한다. 交通部長官이 指定하는 觀光地の 경우에도 開發이 완료된 것이 아니라 觀光地로 開發을 시작하려는 目的에서 觀光地로 指定하고 있다. 따라서 엄격한 의미에서 보면 開發이 완료된 곳을 觀光地라고 해야하며 그렇지 않은 곳은 개발 예정지에 불과하다.⁶⁾

2) 魅力決定要因

觀光者로 하여금 觀光을 하고자 하는 動機와 目的을 유발하는 目的物 또는 對象을 觀光資源(매력물)이라 한다면 이러한 觀光資源 또는 매력을 갖추고 있는 觀光地の 특성은 觀光者の 질과 양을 결정하는 중요한 要因이 된다.⁷⁾

觀光地를 형성하는 國土性, 歷史性, 文化性이 가치를 갖기 위해서는 지역의 독특성을 가지고 있어야 한다. 왜냐하면 일반적인 면은 흥미거리가 될 수 없기 때문이다.⁸⁾

觀光者들은 대부분 목적지 선택에 있어서 방문지 또는 방문국의 본질을 느끼고자 하며⁹⁾ 원형 그대로의 특성에 대한 경험을 하고자 한다.

그러므로 觀光地는 他관광지역보다 국토적인 자연환경, 역사성, 문화성에 있어서 관광자원 종류의 다양성, 독특성, 순수성에 있어서 매력성의 우위를

6) 朴石熙, 「新觀光資源論」, (서울: 명보문화사, 1989), PP. 55-57.

7) 朴瑾浩, “관광개발에 고려될 변수의 상관성 고찰” 동국대학교 행정대학원 논문집 제5편, 1975, P.148.

8) E.J. Mayo & L.P. Jarvis, op.cit., P.158.

9) Michael gorman, frank Height, (ed.), Design for toruism (ICSIO, pergamon, 1977), P.40.

갖춰야 한다.

이러한 觀光地의 魅力을 決定하는 基準에 根據하여 다음과 같은 8가지 要因이 存在한다.¹⁴⁾

- ① 쇼핑 · 상업시설
- ② 스포츠 · 레크레이션
- ③ 접근성(Accessibility of the tourists)
- ④ 觀光者에 대한 態度 (attitdes toward tourists)
- ⑤ 觀光地의 下部構造 (Infrasturcture of the region)
- ⑥ 價格水準 (Price levels)
- ⑦ 文化 · 社會的 特性 (Cultural and social characteristics)
- ⑧ 天然의 景觀과 氣候 (Natural beauty and climate)

이러한 要素는 一段階에서 觀光地의 全體的인 魅力物(觀光字源價値)을 決定하는 一般的 要因(General Factors)라고 한다. 위의 8가지 一般的인 要因 중에서 國土性, 歷史性, 文化性과 關聯을 지을 수 있는 觀光資源의 價値를 決定하는 教育施設, 觀光者에 대한 地域住民의 態度 등을 들 수 있다.

그러므로 資源의 價値를 決定하는 一般的 要因은 ①天然의인 景觀과 氣候 ②文化 · 社會的 特性, ③스포츠, 레크레이션과 教育施設, 觀光者에 대한 地域住民의 態度 등을 들 수 있다.

14) Brent Ritche, Michall Zins, "Culture as determinant of the Attractiveness of a Tourism Region", Annals of Toruism Research, Vol. V. No.2, 1978. P.256.

2. 構成要素 및 指定基準 檢討

觀光對象 가운데 많은 사람들의 欲求를 만족시켜 주는 것을 갖고 있기 때문에 施設이 갖추어져 있는 지구를 觀光地라고 할 수 있다. 따라서 觀光地는 觀光對象이 되는것이기에 수반되는 諸施設에 도달하는 수단이 있어야 성립된다.¹¹⁾

觀光地의 構成要素를 살펴보면 첫째, 觀光者의 觀光欲求를 充足시켜 주는 觀光客體로서의 觀光資源과 인공적인 시설이 가미된 레크레이션시설 둘째, 觀光者와 觀光資源을 연결시켜 주는 시간적 수단인 교통시설과 공간적수단으로서 觀光者의 편의를 위한 관광안내 및 관광여행알선업 등이 갖추어진 지역으로 구성된다.

그러므로 觀光地는 세부적으로 숙박시설, 觀光資源, 야외레크레이션시설, 토산품점, 주차 등의 부대시설, 각종 정보의 제공 등을 갖추고 있다.

우리나라의 경우 교통부에서는 수려한 觀光資源을 구비한 지역을 발굴, 개발하여 觀光者들의 觀光欲求를 충족시켜 주는 한편 觀光資源이 효과적인 보호를 위하여 觀光地를 지정하고 있다. 이러한 觀光地의 지정 근거는 관광기본법 제12조(觀光地의 지정 및 개발)와 관광사업법 제46조 1항(觀光地 지정)으로서 교통부장관이 지정하는 指定觀光地와 시도지사가 지정하던 國民觀光地로 이원화 되어 있던 지정제도를 82년 관광사업법을 개정하여 이를 일원화하고 교통부장관이 관할 도지사의 의견을 들은 후에 觀光地를 지정할 수 있게 하고 있다.¹²⁾ 그런데 여기서 指定觀光地와 國民觀光地로 이원화 되어 있던 것을 일원화하여 觀光地로 지정하는 과정에서 보면 개발이 완료된

11) 日本觀光協會, 「觀光計劃の手法」, 1976. p16.

12) 李亢求, 觀光法總論, (서울:명보출판사, 1984), PP.145.

것이 아니라 이제 개발을 시작하려는 목적에서 觀光地를 개발하고 있다.

따라서 觀光地의 지정기준을 살펴보면 다음과 같다.

첫째, 관광휴양지로서 觀光者의 관광목적 충족을 위해 연관시설이 배치되어 있거나 설치되어야 할 지역 둘째, 觀光者를 유치할 수 있는 천혜적인 조건과 문화재 또는 역사적 유물, 전설등의 觀光資源을 갖춘 觀光地로서 개발의 가치가 있는 지역 셋째, 교통수단의 개발이 용이하고 주변경관이 관광·휴양에 적합한 지역 넷째, 관광정책 수립시 觀光地로서의 개발이 필요한 지역등이 있다.¹³⁾

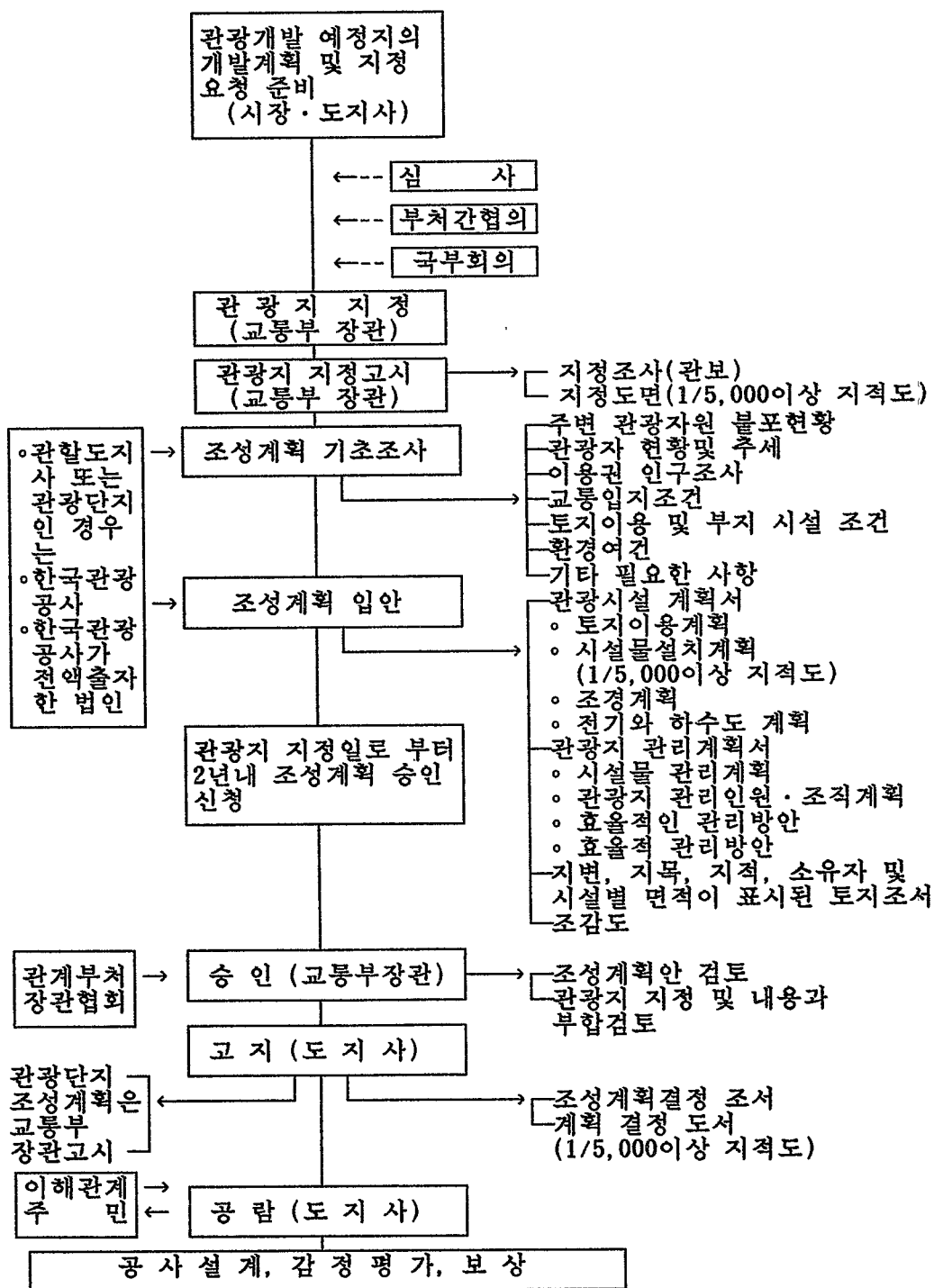
3. 觀光地의 類型 分類

일정한 법적 절차를 밟아 관광지가 조성되기 까지의 과정은 <圖 Ⅱ-2>에서 보는 바와 같다. 즉, 최초에 해당시장, 또는 도지사가 관광개발에 정기의 개발계획 및 지정요청 준비를 거쳐 교통부 장관이 관광지를 지정한다.

관광지로 지정되면 기초조사를 실시하고 이를 토대로 조성계획안을 작성하여 교통부장관에게 2년 이내에 승인을 신청하면, 관계부처장관의 협의를 거쳐 승인을 하게되고 잇달아 도지사가 해당지역을 고시하게 된다. 이후에 이해관계 주민의 공람을 거쳐 공사설계, 감정평가, 보상등이 이루어지고 관광지가 조성되어 새로운 관광지가 공급된다.

13) 한국관광공사, 「국민관광장기종합개발계획」, 1989, P. 217.
교통부장관이 관광사업법 제46조 제1항의 규정에 의한다.

〈圖Ⅱ-2〉 관광지 또는 관광단지 지정과정 흐름도



觀光地는 基準에 따라서 몇가지 類型으로 분류할 수 있는데, 分類基準으로는 매력물 유형, 이용상태, 입지 등을 들 수 있다.¹⁴⁾

가. 매력물 유형에 따른 분류

김진섭교수는 觀光地를 산악觀光地, 온천觀光地, 도시觀光地로 크게 구분하고 이들을 다시 細分시키고 있는데(김진섭:130-140), 이를 根據로 수정·보완해 보면 觀光地는 다음과 같이 간편하게 區分될 수 있다.

(1) 산악觀光地

◦ 등산기지형

山岳信仰에서 비롯된 산에 대한 행동을 觀光化한 것으로 開發에 限界가 있으나 원시성을 魅力으로 할 수 있다.

◦ 스키등산지형

일반스키장 보다 높은 곳에서는 로프웨이 등을 설치하면 많은 사람이 이용할 수 있다.

◦ 綜合山岳觀光地型

山岳形國立公園이 여기에 속하며, 온천·폭포·동식물 등 自然觀光資源이 있고, 자동차 도로 등의 정비가 완벽하여 年中 계속하여 觀光活動이 이루어진다.

◦ 別莊型

비교적 교통이 좋은 곳으로서 여름은 피서, 겨울은 스키 등 활동이 활발하게 이루어지는 곳이다.

14) 日本觀光協會, 「觀光計劃の手法」, 1976, P.17.

(2) 수변觀光地

◦ 海岸觀光地

해수욕이 觀光活動으로 보급된 것은 18세기에 영국에서 수영이 보건향상에 효과가 크다고 하여 一般化 되면서 부터였으며, 초기에는 上流階層이 즐기는 정도였으나 점차 勞動者에게까지 보급되기에 이르러 특히 조건이 좋은 해안지역은 해수욕장으로 개발되고 여름철 休養地로서 위치를 굳혀가고 있다. 영국의 브라이튼, 프랑스의 니스, 미국의 마이애미, 한국의 해운대가 그 좋은 예들이다.

◦ 호반觀光地

大規模 댐에 의해 형성되는 내수면이 대표적 예로서 상수원 보호지구가 아닌 곳이면 개발되고 있다.

(3) 都市觀光地

都市 慰樂資源은 주로 도시만에 의해 이용되며, 동시에 도시 지역 외부에서 오는 觀光者에 의해서도 공용되기 때문에 觀光資源이 있는 것만으로는 觀光都市로 설정될 수 없고, 觀光都市이기 위해서는 지역외부에서 오는 觀光者를 상대로 한 관광산업이 지역산업구성상의 비중이 커야 한다. 우리나라의 경우 경주·부여·공주 등의 도시와 같이 전체산업인구 가운데서 對個人 서비스율이 5~10%미만에 이르는 도시가 여기에 해당된다.

(4) 島嶼觀光地

제주도, 홍도, 울릉도 등과 같이 섬이기 때문에 특수한 自然環境이 形成되어 있고, 그 경관자체도 독특하기 때문에 觀光者들에게 인기가 높은 觀光

地로서 육지와 교량에 의해 연결되더라도 그 이미지는 크게 훼손되지 않으며 비행기·페속선·카페리 등에 의해 접근된다.

이 밖에도 여기에 온천觀光地, 역사유적觀光地, 특수觀光地 등을 추가시켜서 연구해 볼 수도 있다.

나. 이용상태에 따른 분류

觀光地의 이용상황을 분석하고 그 결과에 따라 다음과 같이 分類하기도 한다¹⁵⁾

(1) 訪問者 數에 따른 分類

觀光地를 찾는 연도별·월별 방문자 수를 근거로 분류하는 것으로서 연간 방문자 수가 100만명 이상, 50만명 이상, 30만명 이상, 30만명 미만으로 분류하기도 하고, 季節別로 4계절형, 3계절형, 2계절형, 1계절형 등 방문자 수의 季節的 特性에 따라 分類하기도 한다. 단, 이 경우에는 訪問者 統計資料 收集方法이 동일해야 한다.

(2) 利用時間에 따른 分類

한 觀光者가 觀光地에서 어느 정도의 시간을 체재하는가에 따라 經由型, 當日型, 一泊型, 滞在型, 長期滞在型 등으로 분류할 수 있다. 경유형 觀光地란 체재시간이 15분이상~2시간 정도인 觀光地로서 이러한 곳은 풍경탐승이나 견학, 음식먹기 등의 활동이 주가 된다.

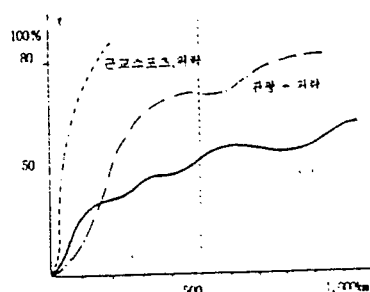
(3) 市場에 의한 分類

立地에 따라 觀光地類型을 分類하는 것은 주로 이용자가 존재하는 지역의 시장과의 위치관계에 따라서 觀光地를 분류하는 것이다. 당연히 시장의 크

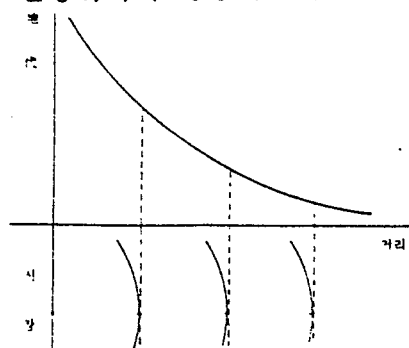
15) 日本觀光協會, 「觀光計劃の手法」, 1976, PP.18-19.

기를 구분함에 있어서, 거리를 일상권, 일일권, 숙박권으로 나누고, 시장의 크기를 500만명, 100만명, 30만명 등과 같이 범주화시켜서 이 두가지를 조합하여 분류하는 것도 한가지 방법이다¹⁶⁾.

이러한 분류를 가능하게 하는 것은 시장과 觀光地 간의 거리에 의해 이용자측과 개발자측에 일정한 규정을 내리는 것에 지나지 않는다. 예를들면, 利用者側에 있어서는 對象地域과의 거리에 의해 소요되는 여가시간, 의도하는 활동이 <圖 II-3>에서 보듯이 달라진다. 開發者側에 있어서는 행동특성과 함께 <圖 II-4>에서 보듯이 농업 등의 일반산업에서 지대와 토지이용의 관계와 동시에 시장과의 거리에 의해 결정되는 '토지대' 등의 요인에 의해 자연적으로 개발해야 할 내용이 규정되는 경우도 있다.



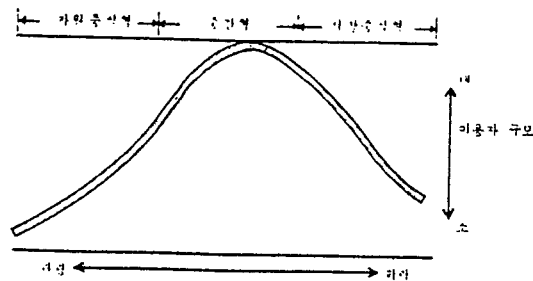
<圖 II-3> 관광위락의 행동시간거리 누적곡선



<圖 II-4> 단일시장중심에 종속된 지대의 경사와 토지이용의 지대

16) 日本觀光協會, 「觀光計劃の 手法」, 1974, PP.14-15.

물론, 觀光地의 경우는 시장과의 거리에 관계없는 고유의 資源價値가 결부되어 있어서, 이른바 觀光地는 그러한 자원에 입각하고 있다. 따라서 시장에 입각하는가, 자원에 입각하는가 하는 것은 상대적으로 중요도로서 분류하는 것도 가능하여 <圖 II-5>은 그러한 分類의 概念度에 해당한다.



<圖 II-5> 資源・市場의 相對的 重要度에 의한 分類概念

당연히 이용자가 많은 觀光地라면 資源 및 市場 條件이 모두가 뛰어난 “중간형”의 觀光地에, 그리고 자원중심형의 觀光地는 이용자 규모가 적은 경우가 많다. 이것과 유사한 개념으로 觀光 慰樂地域을 분류한 예로는 클로슨 (M. Clawson)이 자원과 利用者를 中心으로 觀光地를 분류한 것이 있다.

즉,

- 資源中心形(resources oriented area)
- 中間形 (intermediate area)
- 利用者中心形 (user oriented area)

이 클로슨의 분류의 특성은 미국에 있어서 전형적인 관광·위락지역에 기초를 둔 것으로서 각 입지형의 특성을 표로 정리하면 <표 II-2>와 같다.

〈표 II-2〉 클로슨의 입지형에 의한 분류

	이용자 중심형	중간형	자원중심형
1. 일반적입지	이용자에 근접해 있어서 이용가능한 자원은 모두 이용 한다.	이용자로부터의 거 리가 크게 멀지 않 기에 현재 거리내에 서 이용 가능한 가 장 좋은 곳에 중점 을 둔다.	뛰어난 자원이 존재하는 장소로 서 먼거리에 있 는 경우가 많다
2. 주된활동형태	골프, 테니스, 수 영, 피크닉, 산책, 승마, 동물원, 어 린이대공원 등	캠프, 피크닉, 하이 킹, 수영, 수렵, 낚 시 등	풍경구경, 과학 적, 역사적 취 미활동, 하이킹 캠프, 낚시, 수렵 등
3. 주된 이용 시간	방과후 일과후 등 의 여가시간	일일, 주말	휴가, 연휴
4. 관리기관의 일반적 類型	시·군·읍·면 등 의 지방행정기관, 사적기관	도립공원, 사적기관 관리당국	국립공원, 국유 지 및 특정도립 공원, 해변 및 주요댐 등의 관리당국,

第 2 節 觀光地開發과 地域開發의 相關性

1. 觀光地 開發의 重要性和 地域開發 比較

觀光地開發은 國家的次元에서 國家와 國民經濟向上을 꾀하고 地域間 所得格差를 줄이는 수단이 되고 地域的次元에서는 地域住民의 所得増大와 便益増大등 福祉向上과 그 결과로서 生活環境이 改善되고 향상되는 효과가 있고¹⁷⁾ 기타 많은 승수효과가 있다.

그러나 觀光地개발은 經濟的인 側面에 급급한 나머지 단기적이고 초보적인 개발이 되어온 것을 주시해야 한다.¹⁸⁾

觀光地開發過程이란 開發에 미치는 요인과 그 개발이 地域社會의 환경과 경제에 갖는 영향을 이해하기 위한 상당한 상상력을 요하는 일종의 난이한 체계이며¹⁹⁾ 실제로 한 지역에 있어 觀光地開發은 獨立的으로 遂行되는 것이 아니라 地域開發이나 地域社會開發의 일환으로 시행되는 것이 보통이기 때문에 이들과의 統合調整이 重要한 問題가 된다.²⁰⁾

따라서 地域주민이 배제된 觀光地 개발과 觀光産業育成은 住民들을 制度的 불평등 속에 經濟社會的 疏外階層으로 남게 하며 명목상의 地域均衡開發, 住民所得増大, 便益機會擴大는 외부와의 從屬狀態를 위장하는 메카니즘일 가능성이 크다.²¹⁾

17) 김진섭, 「현대관광사업론」, (서울:형설출판사, 1982), P.252.

18) 김홍운, 「관광문제 연습강의 노트」, 1984.

19) P.J. LOUKISSAS, "The Tourism Activity Game : concept and applicasion", Tourism Management, Vol.4, No.1, March 1983, P.12.

20) W.T. Chow, "Integrating Tourism with Rural Developmet", Annals of Tourism Research, Vol.VII, No.4, 1980, PP.84-607.

21) 전경수, "觀光經濟와 觀光文化의 從屬 類型", (서울:「韓國社會研究」, 한길사, 1986, PP.101-102.

최근의 觀光地개발 목적을 살펴보면,

첫째, 觀光의 經濟的便益을 통해 國民의 生活水準을 향상시키기 위한 일종의 틀을 제공하는 것

둘째, 下部構造의 開發을 통하여 訪問者나 地域住民에게 동등한 레크레이션시설과 利益을 提供하는 것²²⁾

셋째, 開發地域의 目的에 부합하는 한도내에서의 開發과 수용지역 지방정부나 사회·문화·경제적 철학에 상통하는 개발프로그램설정에 있는 것²³⁾ 등을 들 수 있다.

다시말해서 觀光地開發의 重要性은 위에서 언급한 바와 같이 觀光의 潛在力을 가진 경제·사회·환경적 가치를 성장·발전시키는 것으로서 觀光者와 지역주민의 이익을 꾀하는 諸般活動에 있다고 할 수 있겠다. 한편 지역개발이라 함은 지역경제발전을 주요 내용으로 하면서 그 궁극적 目的은 결국 주민의 복지향상에 있는 것이다. 이러한 地域開發을 인간의 사회활동관계 나아가 住民生活이라는 經濟外的 側面에서 보면 地域社會開發인 것이다.²⁴⁾

지역개발의 일환으로서 觀光地개발의 역할을 살펴보면 觀光者의 소비지출로 인해 지역주민의 소득을 향상시키는 한편 지역주민이 觀光聯關產業에 취업기회가 증가하며, 지역민예품, 특산품 등의 지역산업과 전통예술이 진흥되면서 地域偏差縮小의 공헌과 觀光旅行者의 과도집중화 등을 기대할 수 있을 것이다. 결과적으로 觀光地開發이 地域開發로서 그 役割을 다하느냐의

22) 鈴木忠義, 「現代觀光論」, (동경:有斐閣, 1984), P.183.

23) R.W. Mcinotsh and C.R. Geoldner, Tourism:principles, practices, philosophies, Fifth Ed.(N.Y.:John wiley & sons Inc., 1986), PP.309-310.

24) 최재원, “地域社會 開發과 觀光開發과의 關係에 관한 소고”, 「地域社會 開發論」, 대구대학교, 1983, P.14.

문제는 질적인 측면에 달려 있다.

〈표 II-3〉 觀光地開發과 地域開發의 比較

區分 關係形態	差 異 點	共 通 點
地 域 開 發 (regional development)	◦ 範圍: 地域開發>觀光開發 ◦ 經濟的開發에 比重	◦ 開發時 地域住民參與 必要 ◦ 開發地域住民所得과 福祉 向上 ◦ 生活環境 改善, 向上 ◦ 地域隔差 縮小 ◦ 地域産業과 傳統藝術 振興
地域社會開發 (community development)	◦ 社會, 文化, 意識開發에 比重	
觀光地開發 ²⁵⁾ (tourist area development)	◦ 觀光者の 便益까지 고려	

2. 觀光地開發과 地域環境의 觀光 影響評價 基準

관광이 지역사회의 사회·경제적 구조에 있어서 변화를 초래하는 것은 명백하다.²⁶⁾ 觀光의 研究家들은 觀光地개발의 影響은 장소와 보는 이의 견해에 따라 다양하다고 지적하고 있는데 전통적입장에서는 觀光地개발이 사회경제적 변화를 가져와서 개발에 활력소 역할을 한다는 것이고²⁷⁾ 터너

25) 參考로 英語에는 「觀光의」라는 형용사가 없으므로 프랑스어인 'touristique'와 獨逸語인 'touristisch'에 해당하는 'tourist'를 사용하였다.

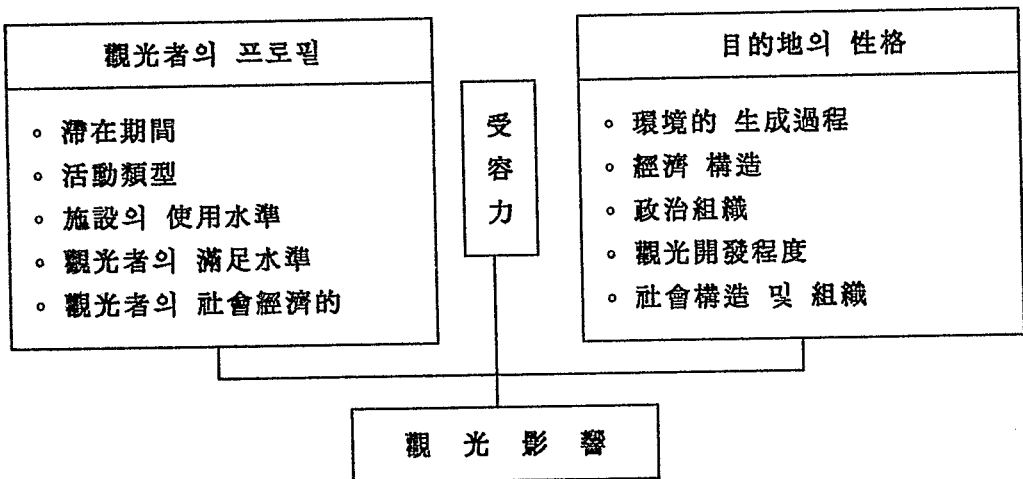
26) P.J.LOUKISSas, "Tourism's Regional Development Impacts: A comparative Analysis of the Greek Island", Annals of Tourism Research, Vol.9, No.4, 1982, PP.523-40.

27) D.E.Hawkins, "Tourism Developmet and policy Formulation." 8th symposium on Tourism Management, Kathumandu, 1982. appendix.

(TURNER)와 애쉬(ASH)와 같은 학자는 觀光地開發이 근면한 지역사회문화와 환경을 파생함과 동시에 소규모의 지역사회에 기회를 제공한다는 것이다.²⁸⁾

이러한 觀光地開發에 대한 영향이나 입장은 일률적인 것이 아니라 개발지역의 경제, 사회문화 조건에 따라 상이하므로 비교연구와 세분화의 필요가²⁹⁾ 있는 것이다. 즉 觀光影響評價를 위한 틀로서 방문하는 觀光者の 프로필, 開發地域의 收容力 그리고 그 地域의 性格 등이 觀光旅行에 크게 關係되어 있다는 것을 보여주고 있다.

〈圖 II-6〉 觀光影響評價를 위한 概念 틀



資料 : A.Mathieson & G. Wall, tourism:economic, physical and social impacts (N.Y.:Longman Inc., 1982), P.15.

28) L.Turner and J.Ash, The golden Hoardes (N.Y.: st. Martins press, 1975), P.129.

29) E.Cohen, "Rethinking the sociology of Tourism", Annals of Torrism Research, Vol. 6, No.1, 1979, PP.18-35.

3. 地域住民 參與의 當爲性과 效果

地域住民參與는 民主主義의 政治價値와 政治的 敎育의 役割이라는 觀點에서 地域住民이 비록 훌륭한 決定을 하지 못하거나 決定을 지연시키는 한이 있더라도 그 目的으로서 그 意義가 있다.³⁰⁾

우선 觀光을 위시한 기타 地域開發에 있어서 住民參與의 必要性을 몇가지 側面에서 살펴보면 다음과 같다.

첫째, 地域開發은 그의 根本意義와 理念이 住民의 福利增大에 있으므로 地域開發의 發意는 住民의 의사에 根據해야 하고, 그의 結果的 效果는 住民의 生活에 歸屬되어야 한다.

둘째, 住民의 經濟的活動을 위시한 日常生活과 直結된 地域開發이 이들 住民의 眞實된 認定과 受容이 앞서고 積極的인 好應과 參與가 뒤따르지 않고서는 결코 바람직한 성과를 거두지 못하게 된다.

셋째, 住民의 意思와 欲求가 반영된 地域開發은 遂行過程에 있어 住民의 반발과 疎外를 감소시킬 뿐만 아니라 納稅를 위시한 各種部分에서의 住民의 자발적인 協助를 손 쉽게 얻을 수 있게 된다.³¹⁾

또한 알도우스(Aldous)는 住民이 必要하다고 생각되는 실로 重要的 社會變動의 時期를 느끼고 있을 때와 住民들로 하여금 關係政策의 施行時에 兩者擇一이 아닌 꼭 한가지를 권고할 필요가 있을 때는 지체없이 決定過程에 參與를 誘導하는 것이 參與의 效果를 上昇시킬 수 있다고 한다. 알리슨(Allison)도 住民들의 모임이 비록 計劃案을 놓고 討論하는 것이 아니고 該

30) L. Allison, Environmental Planning: A Political and Philosophical Analysis(London:George Allen and Unwin Ltd., 1975), PP.99-100.

31) 金安濟, 「環境과 國土:理論과 政策」(서울:博英社, 1980), P.420.

當官廳이 그 案을 說明하면서 주민 측면에서 기대할 수 있는 효과는

첫째, 計劃의 實踐面에서 일단 樹立된 觀光地開發計劃을 參與를 통해서 지체하거나 취소하는 事例가 最小化하게 될 것³²⁾이다. 한 研究에 의하면 成熟한 住民參與體系가 事業計劃의 實踐에 障礙가 되는 예는 드물며, 그것은 觀光事業의 前後에 利害關係를 갖는 領域의 住民들로 하여금 計劃樹立무대에 최대의 投入을 可能케 할 수 있다고 한다.

둘째, 意思疏通의 增進으로 政策當局과 住民間에 自由로운 아이디어 交換은 見解의 差異를 줄일 수 있을 것으로 기대된다.

셋째, 觀光産業에 地域住民의 就業이 용이해질 것이다.

다음 行政 側面에서 기대할 수 있는 效果는

첫째, 觀光地開發行政에 대한 住民參與로 政府와 住民間의 意見이 좁혀져서 相互 理解의 輻이 넓어질 것이다.³³⁾

둘째, 政府와 住民間의 責任分擔이 이루어져서 觀光을 正確하고 迅速하게 把握할 수 있다.

4. 觀光地 運營管理에 따른 諸般 環境 關係

觀光地를 計劃하고 開發할 때는 그 觀光地의 價値를 충분히 확인하고 그 價値를 손상시키지 않음은 물론 그 價値를 드높이기 위하여 구체적인 技法들이 檢討·適用된다. 그러나 이에 따른 運營管理問題를 소홀히 하고서는 觀光地의 特性을 살릴 수 없음은 물론 觀光地의 存在與否를 좌우하는 중요한 결정수단이기도 하다고 일본관광협회의 연구에서는 지적하고 있다. 『일

32) 金學魯, “住民參與에 관한 研究”, 『大韓 國土計劃學會誌』 제15권, 제1호(통권32호), 1980, P. 59.

33) 金相營, 현대마케팅론, (서울:기문사, 1989), P. 186.

본관광협회의 연구에 의하면 관광지 運營管理란 관광계획을 실천하기 위한 관리일 뿐만이 아니라 觀光地의 특수성을 유지하기 위한 지속적인 활동이다. 내용적으로는 관광가치를 저하시키지 않고 관광행동을 할 수 있도록 하기 위한 지속적인 인간 및 공간질서유지라 할 수 있다. 즉 시설을 보전함과 동시에 觀光者에게는 쾌적하고 안전한 관광행동을 할 수 있도록 하기 위하여 실시되어야 하는 일련의 활동이다.

관광환경과 조건은 觀光地의 교통수단과 교통시설, 매력성, 서비스 및 지원시설로서의 종합된 管理體系를 구축하는 것이다.

觀光地는 觀光者의 관광활동 공간으로서 관리상의 특수성이 있으며 이에 대응한 觀光地 관리체계를 수립해야 한다.

이러한 관점에서 觀光地의 管理目標은 제한된 자원을 효율적으로 배분하여 觀光地라는 일정공간이 자원의 가치를 훼손시키지 않으면서 觀光地를 찾는 訪問者에게 최대의 편익을 제공하는 그 반대급부로서 利潤極大化라는 경영목표를 달성하는데 있다. 이를 經濟的인 價値에 의해 측정된 生産性이라 하며 최소의 비용으로 최대의 성과와 능률을 얻고자 하는 經濟性의 원칙으로 함축하여 볼 수 있다.

그 계산지표는

$$\frac{\text{목표}}{\text{수단}} = \frac{\text{산출}}{\text{투입}} = \frac{\text{편익}}{\text{비용}} \text{으로 표시될 수 있다.}$$

그러므로 觀光地 관리체계는 일반도시와는 상이한 특수성을 내포하고 있다. 觀光者들은 다수의 사람들이 각지역에서 찾아 들고 각양각색의 심리와 행동으로 그들의 욕구를 충족시키려고 하며 불평 또한 서슴치 않는 것이 觀光者의 모습이다. 이러한 觀光地의 특수한 상황에 입각하여 적절히 대처할 觀光地 관리체계를 구축하기 위해서는 다음 4가지 요건을 갖추어야 한다.³⁴⁾

34) 日本觀光協會, 「觀光計劃の手法」, 1976, PP.94-95, 일부수정.

첫째, 觀光者에 대처할 수 있는 관리체계

觀光地의 관리체계는 觀光者數에 의해서 결정되므로 觀光者數의 變化를 把握하기 위해서는 월별, 요일별, 시간대별 방문자수를 豫測할 수 있으면 더욱 유용하며, 觀光形態가 당일형, 일박형, 체재형, 장기체재형 내지는 경유형 가운데 어느 유형에 속하는가도 아울러 파악되어야 한다.

둘째, 지역특성을 고려한 관리체계

觀光地는 정주인구가 적고 계절적으로 또는 시간적으로 이용자가 쇄도하는 경향이 있다. 이 경우 지역의 特性을 파악하여 이를 충분히 이용해야 管理의 效率性을 높일 수 있다.

셋째, 이용형태별 프로그램의 운영체계

觀光地에서는 이용계층에 따라 숙박이나 이용형태도 다양하므로 이들의 요구에 부응할 수 있어야 한다. 따라서 이용계층에 적합한 관광상품과 여가 및 레크레이션, 스포츠활동의 프로그램이 수반되어야 하며 觀光利用形態別로 적합한 프로그램을 개발하여 방문자를 분산시키는 운영관리체제를 마련한다.

네째, 전문가별 관리체계를 형성한다.

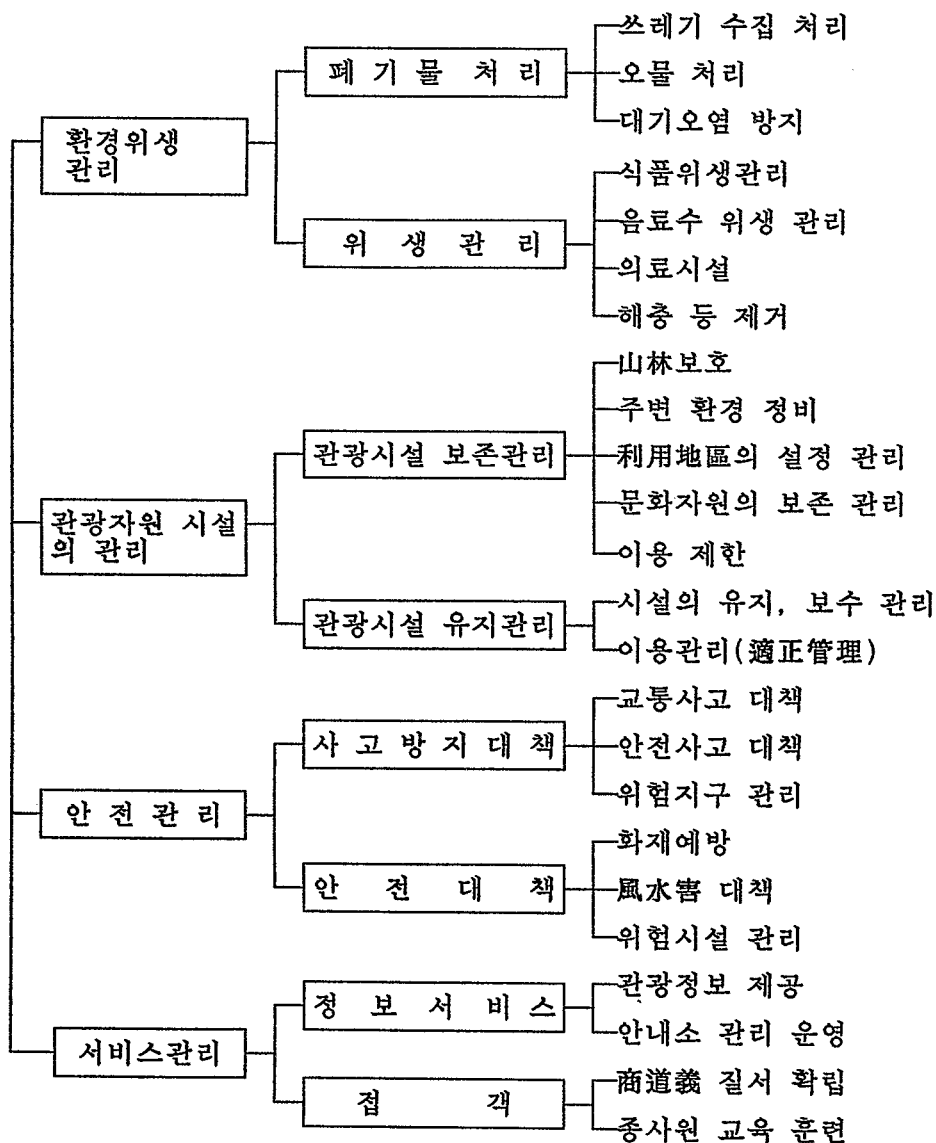
觀光地관리자는 만능일 수는 없는 관계로 문제의 해결 및 觀光地계획시 각 분야의 전문가(토목 기술자, 생태학자, 조경가, 환경문제 전문가, 건축가, 디자이너)들의 도움을 받아서 의사를 결정해야 한다.

이에 따라서 觀光地관리의 내용을 도식화하면 다음 <圖 II-7>와 같다.³⁵⁾

이상과 같은 觀光地開發로 인한 多次元的 영향을 정확하게 評價한다는 것은 그리 쉽지 않은 문제이다.

35) 金在珉, 觀光經營論, (서울: 日新社, 1990), P. 296.

따라서 종합적이고 균형적인 연구조사의 전제하에서 추진되는 것이 바람직하나 여러 상황상 진척이 어려운 실정이다.



〈圖 II-7〉 觀光地 管理의 模型

第 3 節 觀光地 立地の 理論的 檢討

1. 觀光地 立地の 定義 및 構成要素

觀光地 立地는 觀光者가 各種 情報媒體에 의해 觀光地特性을 知覺하고 競爭觀光地 特性과는 比較 評價를 통해 認知하고 있는 觀光地の 位相이다. 여기서 觀光地 特性이란 觀光地の 獨特한 매력요인 즉 特定觀光地가 個人의 好奇心을 刺戟하는 要因이며 觀光者가 觀光地에 대한 知覺(기대감)이란 觀光者 自身の 內的인 要因 즉 特定觀光地에 대해 갖는 自身の 社會心理的 要因 및 惠澤이다.³⁶⁾

觀光者는 뉴스媒體, 廣告, 販促, 觀光經驗(直接 혹은 間接)등의 情報를 媒體로 하여 競爭觀光地에 대해 特定觀光地の 總體的 이미지로서 觀光地 立地를 形成하게 된다. 따라서 觀光地 立地는 觀光地の 特性(중요 매력요인)에 대한 知覺된 相對的 이미지이다. 觀光者들은 觀光目的地 選好에 있어서 觀光動機要因에 의해 觀光을 하고자 하는데 觀光目的地의 選擇은 觀光欲求를 充足시킬 수 있는 觀光地를 選擇하고자 한다.

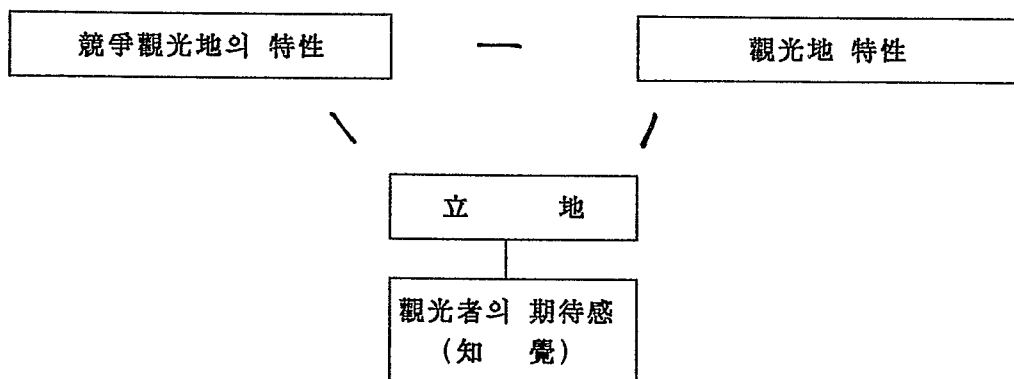
이러한 觀光地の 選擇은 觀光者에게 形成된 立地에 依存하는 傾向이 있다. 그런데 각 觀光地 立地는 個人別로 다르게 나타날 수 있으며 觀光地特色과 觀光者の 기대감 또한 優先順位로 구분할 수 있다. 觀光地 立地는 特定觀光地를 競爭觀光地보다 뭔가 다르게 즉, 보다 좋게 보이도록 하기 위해서 觀光地 特性을 觀光者로 하여금 知覺하게 하는 過程이다.³⁷⁾

이러한 觀光地 立地는 觀光者の 期待感, 觀光地の 特性, 競爭觀光地の 特

36) 林鍾沅, 「현대마케팅론」, (서울:창문사, 1988), P.279.

37) 金忠起 譯, 「포지셔닝」, (서울:나남, 1989), P.10.

性 등 세가지 構成要素에 의해 決定된다.



<圖Ⅱ-8 觀光地 立地 決定 構成 要素>

特定觀光地가 顧客誘引에 문제가 생길때 觀光地の 基準 立地를 變化시켜야 한다. 該當 觀光地の 이미지 재고를 통하여 觀光者の 知覺을 바탕으로 觀光地の 特性을 分析하고 觀光者の 기대감 및 競爭觀光地の 特性分析이 이루어져야 한다.

2. 觀光地 立地の 分析

觀光地 運營上 절대적인 立地の 決定을 하는 것은 훌륭한 調査가 뒷받침되어야 한다. 調査의 기본적인 대상영역은 잠재관광자 분석, 경쟁관광지 분석, 특정관광지의 강·약점 분석등을 들 수 있다.³⁸⁾ 여기서 중요한 점은 객관적인 시장조사에 의해서 특정관광지의 입지가 결정되어야 한다는 것이

38) G.B Frank, "Positioning as a problem-solving Tool, "HSMA Marketing Review, 1984, P.1.)

다. 市場調査 缺課 戰略上的 잘못으로 特定觀光地가 時間空間의 잘못된 部分에 입지된 것을 발견할 수도 있다. 이때 特定觀光地의 現 市場에서의 불리한 위치를 改善하기 위해 재입지를 시도할 수 있다. 觀光市場은 動的이고 觀光者의 理想郷은 變化하고 있다. 目標가 달라지면 製品이 달라지고 競爭相對가 달라지면 콘셉트가 달라져야 한다.³⁹⁾ 따라서 消費者의 理想的인 觀光地에 가까워야 特定觀光地에 대한 選擇의 確率이 높아지고 市場空間에서 優位를 차지할 수 있다. 이러한 觀光地 立地 分析은 觀光地에 대한 觀光者의 知覺程度를 確認하는 過程으로 그 目的은 特定觀光地가 어디에 입지되어져야 하는가(規範的 分析)와 觀光者가 現在 어디에 포지션되어 있는가(技術的 分析)의 두가지 類型이 있다.

즉 規範的 分析은 魅力要因上的의 다양한 要素중 어디에 立地되어져야 하는지를 評價하는 過程이며 技術的 分析은 特定觀光地의 現在 立地를 評價하는 過程으로서 觀光者의 選好에 基礎하여 競爭觀光地와 關聯한 既存의 立地를 分析하게 된다. 觀光地의 立地 樹立은 特定觀光地 및 競爭觀光地의 立地 分析 結果에 따라 행해지게 된다.

3. 觀光地 立地의 特性에 對한 運營 戰略

觀光地 立地의 主體인 觀光者는 特定觀光地의 이미지를 構築하면서 形成된다. 어떠한 觀光地 立地의 特性은 基本的으로 다음과 같이 分析이 이루어져야 한다.

첫째, 觀光地에 對한 이미지의 創出이다. 該當 이미지가 否定的, 肯定的

39) C. Kaspar, "Strategy of success positions for Tourism, "Revue de tourisme, ALEST, No.2, 1984, P.19.

인 면이 나타날 수 있기 때문에 觀光地의 기존이미지에 대한 評價가 반드시 이루어져야 한다.⁴⁰⁾

둘째, 觀光地 決定에 影響을 끼치는 요소 중 가장 重要的 것은 觀光地의 便益에 대한 知覺이다. 競爭優位를 제공하는 便益次元에 立地 하는 것은 觀光者의 기대감을 충족시킬 수 있다는 점에서 매우 效果的인 마케팅 전략이다.

셋째, 觀光地 立地시 觀光地間 競爭을 초점으로 하게 되는데 觀光者의 動機에 연관시키는 것이다. 즉 경쟁관광지와와의 관계에서 吸引要因 중 가장 特徵的인 요소를 중심으로 입지를 하는 것이다.⁴¹⁾ 환언하면 觀光地 特性을 競爭觀光地에 비교함으로써 觀光者에게 認知시키는 것이다. 이는 유명관광지에 대한 특정 관광지 입지의 경우 유용한 방법이다. 러스크(RUSK)의 연구는 어떠한 觀光目的地에 의해 제공된 혜택은 그 目的地 訪問을 고려하는 觀光市場에서 파악된 혜택과 반드시 연결되어야 한다는 것을 의미한다.

예를 들면 스키여행, 문화유적지여행, 보양여행 등은 該當觀光者에 근거하여 파악된 旅行惠澤에 근거하여 촉진되어야 한다. 따라서 觀光地에 대한 觀光經營은 한 중요한 세분시장이 원하는 것에 무슨 혜택을 제공할 수 있는가 하는 것이다. 이러한 세분시장은 대상이 해마다 바뀔것이다. 파악된 혜택과 適合度는 부적합 될 수가 있다. 이러한 과정을 통해서 觀光目的地가 제공하는 혜택을 파악하여 效果的인 開發運營戰略을 樹立되도록 해야 한다.

40) R.C. Lewis, "The Positioning statement for Hotels" "The cornell Quarterly (May 1981), PP.51-61.

41) R.C. Lewis, "Benefit segementation for Restaurant Advertising that work", "The cornell Quarterly 21, No.3(November 1980), P.6-12.

第 3 章 濟州地域 觀光地 運營에 관한 準據 設定

第 1 節 觀光市場의 與件變化와 準據設定의 接近 方向

1. 觀光市場의 與件 變化

觀光은 오늘날 人間生活에 불가결한 요소가 되고 있다.

觀光産業은 높은 成長을 거듭하여 석유, 자동차산업에 이어 세계 제3위의 大規模 産業으로 성장했다.⁴²⁾

世界觀光은 1980년대 후반부터 觀光者와 觀光收入이 대체로 增加하는 趨勢로 돌아서서 1989년에는 國際觀光者의 수가 4억 360만명으로 추기되어 전년대비 3.0%를 기록하였고 전세계의 觀光收入도 2,087억불로 전년대비 7.5%의 增加率을 보였다. <표 Ⅲ-1,2>참조. 매일 110만명의 國際觀光者가 숙박, 유흥, 식음료, 쇼핑 등의 비용으로 5억 5,100만불을 소비한 셈이다. 이러한 世界 觀光의 成長趨勢는 전면적으로 세계 GNP의 성장을 능가하고 있는 수준이다.

濟州地域은 1960년대에 들어 政府主導下에 觀光産業을 育成한 결과, 표Ⅲ-1에서 보는바와 같이 外來觀光者數가 1987년에 100만명을 돌파하였고 1990년에 들어서는 2,958,839명이 방문하는 등 지난 10년간 연평균 11.9%의 成長率을 보였다. 이러한 성장은 한국의 이미지 고양, 주요시장인 일본, 대만 등에서의 입국자 급증, 海外觀光市場에 대한 홍보 선전활동의 강화 등에

42) 한국관광공사, “21세기를 여는 관광산업의 전망”, 「관광정보」, 1990. 7, 8월호, P.12.

기인한 것이다. 韓國의 주된 觀光市場은 60년대에는 미국이었으나 70년대 부터 일본이 최대 시장으로 등장하여 한때 시장점유율이 62.5%까지 이르렀다. 그러나 海外觀光市場이 다변화됨에 따라 日本市場의 占有率은 점차 둔화되고 있다. 이에 반해 가장 높은 觀光者 증가율을 나타낸 국가는 태국으로서 1990년대에 29,367명이 입국하여 전년보다 50.3%나 증가하였다. 최근 제주지역의 경우 적극적인 觀光開發事業과 觀光産業의 振興에 힘입어 韓國에서는 가장 選好度가 높은 觀光目的地로 각광을 받고 있다. 濟州地域을 방문한 觀光者數는 1991년에 國內외의 어려운 여건속에서도 內國人 292만9천명과 外國人 27만5천명인 총320만4천명을 유치하였다.

이와 같이 濟州地域의 觀光은 연평균 16%의 높은 觀光者 增加率을 나타내면서 꾸준한 成長趨勢에 있다.

〈표 Ⅲ-1〉 觀光者 誘致實績 및 觀光收入

구분 년도별	관 광 자 수 (천명)				관광수입 (억원)	
	계	내국인	외국인	전년대비(%)	계	전년대비(%)
1988	2,001	1,843	158	114	2,382	137
1989	2,643	2,476	167	132	3,442	144
1990	2,992	2,757	235	113	4,319	125
1991	3,204	2,929	275	107	5,132	119

자료 : 제주도 통계연보, 1991.

〈표 Ⅲ-2〉 아시아諸國의 市場別 觀光者 誘致 實績 (1989年)

(單位 : 人)

市場 國別	日 本	美 國	유 럽	韓 國	臺 灣
韓 國	1,379,523 (22.7)	317,133 (-8.7)	172,086 (6.4)	-	156,530 (26.0)
臺 灣	962,179 (4.9)	223,908 (2.4)	131,141 (2.6)	138,608 (59.0)	1,132,904 (3.6)
홍 콩	1,176,189 (-5.2)	624,400 (-16.2)	19,878 (16.5)	166,995 (64.8)	1,132,904 (3.6)
싱가폴	841,371 (17.4)	247,996 (5.1)	901,125 (18.7)	87,664 (1.8)	223,806 (4.6)
泰 國	546,967 (11.4)	282,924 (5.9)	1,207,332 (25.1)	110,665 (2.3)	369,184 (8.2)

註 : () 成長率

2. 準據設定의 接近을 爲한 前提條件

세사(A. Sessa)는 觀光需要를 決定짓는 要因으로서 社會的·心理的 要因과 經濟的 要因으로 크게 區分하고 있다.

社會心理的의 要因은 勞動과 餘暇時間과의 關係, 觀光과 健康, 流行으로 把握되고 있고 經濟的의 要因은 個人所得, 國際間的 交流의 自由를 들고 있다.⁴³⁾

버거(J. Bargur)와 아벨(A. Arbel)은 觀光需要를 計劃에 應用하기 위해 필요한 變數로서 觀光指數, 觀光行動의 類型, 觀光서비스(호텔, 交通, 慰樂施設等), 觀光需要의 季節性, 地域的 分布를 重要時하고 있다.⁴⁴⁾

43) Alberto sessa, Elements of tourism economics (Roma:Catdl, 1983), PP.32-35.

44) Jana Bargur, Avner Arbel, "A comprehensive Approach to the planning of the Tourist Industry" planning for tourism development (N.Y.:pargen publishers, 1976), PP.81-82.

W.T.O.에서는 觀光需要와 環境의 영향에 대하여 인간으로서의 도피패턴으로서의 觀光敎育의 機會, 社會保障, 老齡者保護 등에서 個人과 國家간의 긴밀도, 노동의 전세계적 개념의 소비결과로 균일노동의 철저, 상품 생활양식의 격변, 유행의 추이, 공해의 발생을 들고 있다.

이렇듯 觀光需要는 經濟的, 社會的, 心理的 제요인에 영향을 받고 있으며 環境變化에 의해서 크게 좌우된다는 것을 알 수 있다.

제2차 대전 이후 제트여객기의 출현은 거리의 개념을 시간의 개념으로 바꾸어 놓았고 平均壽命의 연장은 老年層의 인구를 증대시켰으며 女性의 社會參與機會 擴大는 觀光需要를 증대시킨 요인으로 작용해 왔다.

또한 생활의 질은 여가, 관광과 깊이 상관된다는 것을 알 수 있으며 따라서 餘暇觀과 觀光觀은 個人, 社會의 消費態度가 생활의 질을 결정짓는데 중요한 역할을 하고 있다.

W.T.O.에서는 觀光計劃時에 생활의 질적향상에 중점을 두어야 한다는 주장을 취하고 있고⁴⁵⁾ 켈리(J.R.Kelly)는 위락(recreation)을 생활의 질과 연관시켜 설명하고 있으며 觀光政策의 추구이념으로서 生活의 質을 논한 見解도 있다.⁴⁶⁾

에머리(F.E.Emery)와 트리스트(E.L.Trist)는 環境變化를 단순하고 安定된 환경으로부터 점차 복잡하고 변화가 심하여 不確實性이 높은 환경으로 변화하는 과정을 4가지 단계로 구분하고 있다.

제1단계는 정적·임의적 환경, 제2단계는 정적·집약적 환경, 제3단계는 반응적 환경, 제4단계는 역동의 장으로 파악하고 있다.⁴⁷⁾

45) W.T.O., "World Tourism in figwe", Madrid :1982, PP.47-49.

46) 李長春, 「觀光政策學」, (서울:大旺社, 1986), p.42-43.

47) F.E.Emery and E.L.Trist, "casual texture of organizational Environments", Human Relations, Vol.18, 1965, PP.21-31.

이 분류에 따르면 現代는 분명히 역동의 장으로서 이해되어야 하므로 역동의 장에서는 觀光地 開發運營이 더욱 어려움을 겪게 된다.

W.T.O.에서 제시한 觀光의 世界的 未來像을 定立하는데 가장 주된 두가지 요인으로서 人間의 행동상을 들고 있고 인간의 행동상은 장래의 觀光需要決定에서 판매력과 레저타임으로 파악되고 있다. 또다른 요인으로는 여가 문명을 들고 있고 이를 다시 餘暇時間文明으로 설명하고 있다. 世界旅行産業은 旅行種類 및 形態, 旅行時間 및 回數, 旅行經費면에서 큰 변화를 나타낼 것이란 展望에 注目할 必要가 있다. 왜냐하면 環境變化에 의한 여가문명사회, 탈공업화사회의 도래는 觀光需要를 폭발적으로 증대시킬 것이 분명할 것이기 때문이다. 觀光需要 變化에 영향을 미치는 國際環境要因으로서 중국과의 수교, 일본의 아웃바운드의 선진국형화, 국제항공노선의 취항증가, 동남아국가의 경제성장에 따른 해외여행의 확대 등을 들 수 있다.

國內의 觀光環境이 觀光需要에 영향을 미칠 수 있는 것으로서 濟州 地域의 경우는 관광단지의 개발 확충 및 관광지구의 확대, 국제공항의 신설, 경제성장에 따른 여가시간 증대, 지역간 빈번한 교류, 濟州 地域내 開發 特別법에 따른 觀光商品의 開發 등이 긍정적으로 작용하는 요인으로 보아야 한다.

그러므로 觀光者의 移動文化가 觀光文化로 정착되면서 관광문화의 속성이 중요시되게 되었고 이념을 초월하는 범세계적인 방향으로의 추구는 교통수단의 혁신과 함께 새로운 環境造成과 觀光文化를 形成케 할 것이다.⁴⁸⁾

48) W.T.O., OP. cit., P.28.

第 2 節 濟州地域 觀光地 運營戰略의 設計

1. 觀光者 行動 分析의 意義

觀光地의 運營 戰略을 수립하기 위해서는 市場需要에 대한 분석이 선행되어야 한다. 市場需要를 정확하게 파악하고 그 규모를 예측한다는 것은 현실적으로 불가능하지만 논리적이고 다양한 분석기법을 통하여 需要의 性格과 規模를 가능한 정확하게 예측할 수 있어야 한다.

觀光者가 觀光을 하게 되는 動機에 대한 이해가 필요한데 이를 위해서 다음의 세가지 측면에서 살펴볼 수 있겠다.

먼저, 心理學的 연구를 바탕으로 하는 觀光欲求와 動機에 대해서는 觀光行動을 일으키는 心理的 原動力을 觀光欲求라 하고 觀光欲求가 具體化된 행동으로 유인하는 힘을 觀光動機라고 한다.

매슬로우의 욕구 5단계에 의하면 사람들의 욕구수준은 生理的, 親交, 尊敬, 愛情, 自我實現의 欲求등으로 상승하는데 관광에 대한 욕구도 이와 비슷하다고 보고 있다. 그러나 觀光의 欲求를 설명하기에는 무리가 있기 때문에 올리시즈 요인이라고 부르는 호기심, 학습, 이해, 탐구 등과 같은 知的인 欲求에 대한 이해를 추가함으로써 관광의 욕구에 대한 이해를 보다 넓힐 수 있을 것이다.⁴⁹⁾ 不恒常性和 上昇欲求 두가지 요인을 조화시키면서 觀光을 하게 된다는 것을 볼 수 있다. 지명도가 높은 觀光地를 選擇하고 여행을 통한 사전예약을 하게 하는 요인으로 작용하지만 신기성, 비예측적인 것을 추구하는 복잡성 욕구와 관광을 하게 하는 요인으로 작용한다고 볼

49) E. cohen, "who is tourist: A conceptual clarification",
sociological Review, Vol.22, 1974, P.527.

수 있다.⁵⁰⁾

일상의 生活 環境에서 벗어나고자 하는 욕구를 推進要因이라고 하고 놀이, 스포츠관람 등의 요인을 吸引要因이라고 할 수 있는데 전자는 관광동기를 의미하고 후자는 목적지의 매력물을 의미한다고 볼 수 있다.⁵¹⁾

사이코그래픽스에 의한 개인의 主觀的인 性向을 의미한 意志, 價値, 知覺, 生活類型 등에 반영된 성격을 나타낸다. 觀光者를 사이코그래픽스에 의해서 구분한 가장 대표적인 것이 外向性과 内向性으로 구분한 것인데 内向的인 사람들은 관광을 함에 있어서 자신의 근거리와 가깝거나 충분히 잘 알고 있는 지역을 택한데 반해서 外向的인 사람들은 자신의 근거리와 멀고 낯선 지역으로 여행하는 것을 좋아한다.⁵²⁾

<표 Ⅲ-3>는 내향적인 사람들과 외향적인 사람들의 관광패턴의 차이점을 나타내 주고 있다.

삶의 패턴이 변화되면서 시간의 흐름에 따라 여가나 관광에 대한 태도가 변화하게 되며 가족도 시간이 지남에 따라 관광의 패턴을 달리하게 된다. 따라서 人間의 生涯週期와 家族生活週期에 따라 觀光行動을 分析하는 것도 의미가 있으며 이러한 점을 고려한 다양한 계층의 관광프로그램을 개발하는 것이 필요하다.

성년기의 활동의 주를 이루고 노년기에 많은 餘暇時間을 가지게 되고 그동안의 축적된 부를 공유하는 시간이므로 매력적인 폭넓은 標的市場이 된다.

50) E.J.Mayo, The psychology of Leisure Travel, CBI, Boston, 1981, PP.162-164.

51) John L. crompton, "Motivations for pleasure Vacation", ATR, Vol.6, No.4, Oct./ Dec., 1970, P.410.

52) P.G. Davidoff and D.S. Davidoff, op. cit., PP.41-42.

〈표 Ⅲ-3〉 사이코그래픽스에 의한 觀光者의 性格

內 向 性	外 向 性
㉠親近感있는 觀光目的地 選好 ㉡目的地에서의 平凡한 行動을 追求 ㉢緊張緩和를 위한 일광욕, 유흥장소 選擇 ㉣生活量이 적음 ㉤드라이브가 可能한 自然地 選好 ㉥큰 規模의 宿泊施設, 家族中心型 레스토랑과 쇼핑施設 選好 ㉦家族적인 雰圍氣를 選好, 이국적인 분위기를 배제한 親熟한 곳을 選好 ㉧패키지투어 選好	㉠다른 觀光者들이 찾지 않는 觀光地 選好 ㉡他人이 하지 않은 새로운 經驗追求 ㉢새롭고 신기한 장소 選擇 ㉣生活量이 많음 ㉤비행기로 갈 수 있는 目的地 選好 ㉥초현대식이거나 체인화된 大規模 호텔이 아닌 곳과 觀光者에게 거의 魅力이 없는 곳을 選好 ㉦새로운 사람, 이국적문물을 접할수 있는 곳을 選好 ㉧施行契約중 基本的인 것(交通手段, 宿泊)만 요구, 나머지는 자유롭게 對處함.

家族은 관광서비스를 판매하는 중요한 顧客의 하나이다. 家族構成員들의 影響力은 다양하게 변화하는데 이러한 변화를 정확하게 선택함으로써 보다 능동적인 관광서비스 마케팅이 가능해 진다고 볼 수 있다. 또한 意思決定 領域을 분석한 결과 날짜, 경비, 휴가형태, 휴가기간 등은 남편이 영향력을 가지고 목적지나 숙박시설의 결정은 家族全體의 공동의사로 이루어지는 것으로 나타났다.⁵³⁾

53) J.R. Brent Ritchie and pierre Filidtrdult, "Family vacation Decision making-A Replication and Extension", P.13.

이러한 觀光需要에 影響을 미치는 要因을 구분해 보면

첫째, 관광대상지는 환대의 정도, 환경의 질, 성수기·비수기 여부, 탄력성이 가미된 가격등에 의해서 觀光需要에 영향을 미친다.⁵⁴⁾

둘째, 觀光者의 경우 가족구성 형태의 변화, 교육수준의 상승, 노인인구의 증대, 여가시간의 증대 등의 주요인으로 인해서 직접적인 영향을 미친다.⁵⁵⁾

2. 觀光商品의 市場 細分化 計劃

觀光商品의 마케팅 對象은 막연한 市場全體가 아니라 확인할 수 있는 구체적인 顧客集團의 欲求와 관련이 있다고 할 수 있다.

즉, 市場細分化를 통해서 측정가능하고 접근가능하며 유효하고 신뢰할만한 실체성을 갖는 세분시장을 찾아냄으로써 보다 효율적인 마케팅의 실행이 가능해지는 것이다.

市場을 細分化하는 基準은 여러가지 있을 수 있지만 여기서는 객관적으로 측정가능한 기준, 과거의 여행패턴에 의한 기준, 관광라이프스타일에 의한 기준 등으로 구분한다.⁵⁶⁾

먼저 客觀的인 測定可能한 基準에는 인구통계적, 지리적, 사회경제적인 요인 등이 있을 수 있는데 이러한 기준들은 비교적 편리하고 명확하게 사용

54) W.T.O., An introduction to Marketing and it's Application to Travel.

55) R. McIntosh, Tourism: principles, practices, philosophies, Grid Inc., 1972, P.111.

56) 조영석, "한국 마케팅 전략에 관한 연구", 서울대대학원 석사 논문, 1989, PP.58-65.

할 수 있다는 점에서 장점이 있다. 즉 출신국가별이나 소득수준별로 관광의 패턴에서 차이를 나타내는 경우가 많으며 쉽게 확인하고 측정할 수 있는 곳들이므로 그 유용성이 높다고 볼 수 있다. 그러나 이러한 要因들만으로 시장을 細分化하기에는 부족한 점이 있으므로 다른 기준을 이용한 市場細分化가 병행되어야 한다.

시장세분화는 다음과 같은 이점을 제공한다.

첫째, 시장기회를 보다 쉽게 발견할 수 있다. 각각의 세분시장의 욕구와 이들을 표적으로 하는 기존상품을 대응시켜 보면 세분시장의 욕구는 존재하지만 적절한 상품이 없는 경우를 발견할 수도 있다. 이것이 바로 市場機會이다. 이 때 그 세분시장의 욕구에 맞는 상품을 개발하면 비교적 손쉽게 시장을 장악할 수 있다.

둘째, 마케팅 믹스를 효과적으로 조합할 수 있다. 예를 들어 세분시장의 욕구에 초점을 두어서 제품과 광고의 내용을 일관성있게 조화시킬 수 있다. 이로써 고객이 상품을 분명하게 인식하고 경쟁사의 상품과 시장을 장악할 수 있어야 한다.

셋째, 시장수요의 변화에 보다 신속하고 대처할 수 있다. 고객의 욕구가 다양하게 섞여 있는 전체시장 대신에 욕구가 동질적인 몇몇 부분시장에 주목함으로써 수요의 변화를 쉽게 파악하고 신속하게 대처할 수 있다.⁵⁷⁾

觀光者들의 과거 여행패턴에 의한 세분화는 잠재적인 觀光市場을 세분화하는데 매우 유용한 방법이라 할 수 있다. 예를 들어서 특정지역의 관광자들이 계절별로 선호하는 관광유형과 그들의 인구통계적 변수 등이 뚜렷한 차이를 보였다면 이러한 점들을 통해서 계절별로 서로 상이한 환경이 제공

57) 金聖奭, 「觀光마케팅論」, (서울:대왕사, 1992), P. 98.

되는 觀光地를 위한 보다 적절한 市場細分化를 할 수 있을 것이다. 이 방법은 觀光者의 구체적인 여행패턴을 얼마나 정확하게 파악할 수 있느냐에 그 성패가 달려있다고 볼 수 있는데 觀光者들에게 觀光內容에 관한 設問調査 등을 실시함으로써 보다 구체적인 자료를 보유하도록 해야 한다.

한편 觀光者들의 라이프스타일을 파악하게 되면 보다 효과적인 觀光市場의 細分化가 가능해진다. 수동적 감상형, 스포츠형, 역사문화 관심형, 야외형 등으로 觀光者를 細分化 할 수 있다.⁵⁸⁾

일단 市場細分化가 이루어지면 본격적인 마케팅전략의 수립 및 실행을 하게 되는 것이다.

3. 觀光서비스財의 特性에 대한 對應戰略

觀光서비스가 갖는 독특한 特性은 觀光商品의 마케팅을 어렵게 하는 要因이기도 하지만 이러한 特性을 잘 理解하여 適切한 戰略을 構築함으로써, 보다 效果的인 마케팅을 遂行할 수 있을 것이다. 따라서 여기서는 觀光서비스가 갖는 特徵에 對處하기 위한 戰略들에 대해서 알아 보기로 한다.

(1) 無形性의 管理 - 有形化 戰略

서비스와 製品의 차이점 중 가장 중요한 것은 無形性이다. 서비스는 實體(objects)가 아닌 遂行(performance)이기 때문에 製品처럼 만질수도, 볼수도 없으며 다만 정신적으로 理解할 수 없게 하기 때문에 購買하기 전에 購買者에게 製品購買에 대한 認知된 危險을 發生시키게 되며, 製品처럼貯

58) Jonathan N. Goodrich, The Relationship Between preferences for and perceptions of vacation Destinations: Application of a choice Model, "JTR, Fall, 1978, P.12.

藏, 運送, 再販賣를 불가능하게 하며, 그 生産過程은 消費者의 消費過程과 一致시켜야 하는 등의 어려움이 發生한다. 이러한 어려움을 해결하기 위해서 서비스企業은 設備, 勞動力의 地域的, 時間的 計劃配置를 세밀하게 행하기 위한 노력을 기울여야 한다.⁵⁹⁾

서비스의 有形化는 正確한 서비스 內容의 傳達, 提供될 서비스內容의 履行保障을 위한 根據의 提示, 有形的 補助物의 添附 등을 통해서 어느 정도 이루어 질 수 있다. 즉, 서비스 販賣者는 서비스 內容의 체크리스트 作成 등을 통하여 正確한 서비스 情報를 保有하고 이를 顧客에게 提供함으로써 顧客의 履行을 保障해 줌으로써 供給者가 顧客에게 最大限의 서비스를 提供할 수 있다는 것을 可視的으로 나타내야 한다.⁶⁰⁾

한편 서비스 供給企業이나 서비스 商品의 이미지를 잘 管理하는 것도 서비스의 無形性을 減少시키기 위한 方案의 하나이다. 즉, 企業에 대한 好意의인 이미지, 取扱商品이 獲得한 名聲 등은 事前確認이 不可能한 서비스의 選擇에 있어서 매우 重要的 要因으로 作用할 수 있다. 따라서 서비스企業 및 取扱商品의 이미지를 效果的으로 管理하는 것이 必要한데 이를 위해서는 統合된 회사의 이미지를 構築하고 이를 顧客의 눈을 끌 수 있도록 顧客과 接觸하는 모든 段階에서 最善의 努力을 기울이는 것이 重要하다.⁶¹⁾

대부분의 觀光상품은 같은 장소에서 그리고 같은 시간에 生産되고 소비되어 진다. 그러한 상호의존적인 의미를 이해하기 위해서는 우선 대부분의 유형상품은 한 장소에서 生産되고 다른 장소에서 소비된다.⁶²⁾

59) 吳政煥, 「서비스産業論」, (서울:기문사, 1988), P.158.

60) Theodore Levitt, "Marketing Intangible Products and Product Intangible", HBR, May-June, 1981, P.97, 曹永錫, op. cit., P.74에서 재인용.

61) 吳政煥, op. cit., P.159.

62) 金聖奕, op. cit., P.54.

(2) 同時性の 管理 - 顧客管理, 組織管理

서비스는 生産, 購買, 利用, 評價가 本質적으로 同時に 이루어 지기 때문에, 觀光서비스 역시, 出發에서 부터 歸郷에 이르기까지 顧客이 觀光서비스의 生産에 이르기까지 顧客이 觀光서비스의 生産에 直接 參與하며, 觀光서비스 提供者와 계속적인 接觸을 가지게 된다. 따라서 生産과 消費의 主體인 顧客과 서비스組織에 대한 管理가 매우 重要하므로 이를 위한 具體적인 方案이 마련되어야 한다. 顧客 및 組織의 具體적인 管理方案에는 다음과 같은 것들이 있다.

가. 顧客管理

서비스財의 生産過程에는 需要者が 直接 參加하기 때문에 需要者和 供給者간에 協同이 이루어져야 하므로 消費者의 行動 如何에 따라 서비스財의 生産效率이 큰 影響을 받게 된다. 즉, 서비스의 生産은 顧客으로부터 發生하는 不確實性の 影響을 받게 된다. 이것은 供給者の 側面에서 보면, 生産過程에 있어서 顧客의 行動을 管理하지 않으면 안된다는 점을 示唆해 준다.

顧客管理에는 두가지의 具體적인 方法이 있는데 첫째는 顧客의 固定化이다. 實際로 많은 서비스 産業에서 固定顧客이 存在하고 있는것처럼 가능한 많은 固定顧客을 確保하는 것이 必要하다. 즉 수요자와 供給者가 固定化되면, 이르바 ‘기질’을 서로 알 수 있기 때문에 서로 協同해서 相互依存的 生産이 可能해지기 때문에, 서비스의 生産이 보다 效率적으로 이루어진다. 固定顧客을 確保하기 위해서 서비스요원이 顧客에 대한 記憶을 남길 수 있도록 顧客카드를 適切하게 作成하도록 하고 더 나아가서는 會員制의 活用 등을 통해서 一般顧客들이 받지 못하는 惠澤을 줌으로써 需要者들이 固定顧客이 되고 싶어하도록 刺戟해야 한다. 또한 觀光商品의 內容에 多樣

한 變化를 줌으로써 需要者들의 期待感을 充足시켜 주어야 顧客의 固定化가 可能해 진다.

두번째 方法은 셀프서비스의 活用이다. 오늘날에는 많은 消費者들이 受動的인 役割보다는 能動的인 役割을 選好하며, 특히 時間과 經費節約의 可能性을 提供하는 경우는 더욱 이런 傾向이 강하다. 따라서 이러한 特性을 잘 이용하게 되면 보다 效果的인 서비스의 傳達은 물론 서비스 供給費用의 節減도 可能해지는 잇점이 있다. 이를 위해서는 消費者들이 기꺼이 셀프서비스에 參與할 수 있도록 모든 與件을 마련해 주어야 하며 셀프서비스를 통한 費用의 節減이 消費者에게 돌아가게 된다는 점을 충분히 周知시킬 수 있어야 한다.

나. 組織管理

觀光企業에서는 生産과 消費의 不可分性으로 인해서 마케팅, 生産, 人事 機能이 混在되어 있으므로 이로 인한 機能 間의 葛藤이 發生하기가 쉽다. 또한 製造企業에 비해 獨自의인 마케팅部門이 담당할 수 있는 마케팅機能의 比重이 相對적으로 작기 때문에 마케팅機能의 效率的 遂行을 위해서는 生産部門, 人事部門 등과의 긴밀한 協助를 통한 全社的 마케팅(total marketing)이 이루어져야 하며 따라서 組織構造도 이러한 점을 考慮해서 짜여져야 한다. 63

觀光企業에서는 生産과 消費의 不可分性으로 인해서 마케팅, 生産, 人事 機能이 混在되어 있으므로 이로 인한 機能 間의 葛藤이 發生하기가 쉽다. 또한 製造企業에 비해 獨自의인 마케팅部門이 담당할 수 있는 마케팅機能의 比重이 相對적으로 작기 때문에 마케팅機能의 效率的 遂行을 위해서는 生産

63) 金忠起 譯, op. cit., PP.113-115.

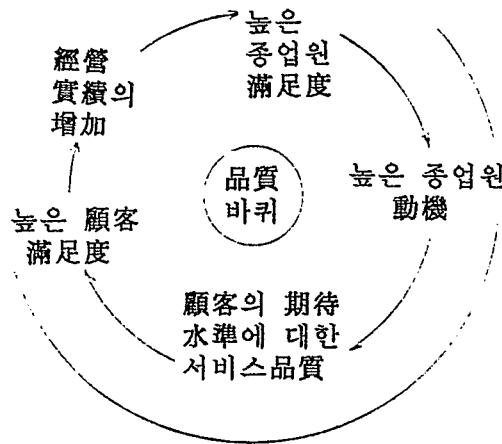
部門, 人事部門 등과의 긴밀한 協助를 통한 全社的 마케팅(total marketing)이 이루어져야 하며 따라서 組織構造도 이러한 점을 考慮해서 짜여져야 한다.

이를 위해서는 마케팅責任을 生産, 마케팅, 人事部門에 分散시키기 보다는 最高經營層이 全體的인 마케팅 活動을 管掌하는 것이 必要하다. 또한 각 機能의 責任者들로 構成되는 서비스마케팅戰略 센터(service marketing strategic center)를 設置하여 마케팅 戰略의 樹立에 一貫性を 도모함으로써 全社的인 마케팅시스템을 보다 容易하게 構築할 수 있게 된다.⁶⁴⁾

서비스 要員들이 얼마나 마케팅 指向的인가도 매우 重要的 要因이다. 서비스 要員은 消費者와 直接接觸하면서 서비스財의 質과 內容을 直接的으로 統制하므로, 그가 組織上 生産運營部門에 속해 있다 하더라도 마케팅 指向性を 갖고 있어야 한다. “특히 서비스要員들은 生産性向上이라는 組織의 目標과 滿足의 極大化라는 消費者의 目標사이에서 葛藤을 갖게 되므로, 이러한 葛藤을 解消시키고 마케팅 指向성을 갖출 수 있도록 하는 敎育, 訓練의 開發이 必要하다. 또한 <圖 Ⅲ-1>에서 보는 바와 같이 顧客의 滿足度와 販賣量은 서비스 提供者의 滿足度와 연관이 있음을 알 수 있다. 따라서 종업원의 높은 滿足을 통한 높은 動機를 誘發해 낼 수 있도록 하는 것이 必要하다.

64) 高琴姬, “서비스業에 있어서 生産管理의 變化와 마케팅 戰略”, 『觀光學研究』, 제10호, 1986, PP. 20-21.

〈圖 Ⅲ-1〉 顧客의 接觸頻度가 높은 서비스業의 成功要件



資料 : James L. Heskett, "Lessons in the service sector", HBR, March-April, 1987., 姜炳瑞, "서비스産業의 潛在力은 無限하다." "SHB, Oct-Dec, 1987. PP.97에서 재인용.

(3) 이질성의 管理 - 서비스의 標準化

同一한 서비스라도 누가 提供하느냐, 도는 언제 提供하느냐에 따라서 그 品質에 차이가 發生하게 된다. 따라서 서비스 提供者는 購買經驗을 가진 사람의 이야기를 聽取함으로써 最上의 서비스 提供者를 選定하는 것과 같은 危險輕減行動을 하게 되므로 서비스 提供者는 서비스의 높은 質과 一貫性을 保障하기 위한 方案을 마련하여야 한다.

광의의 범위에서 이러한 마케팅 노력은 잠재고객에게 그 서비스상품의 특징을 명백하게 소구하고 유사상품으로 부터 자사상품을 차별화 하는데 많은 도움을 준다.⁶⁵⁾

65) 金聖奭, op. cit., P.59.

이를 위해서는 有能한 서비스 要員을 발굴하여 敎育, 訓練을 實施하고, 顧客에게 傳達되는 서비스 內容 중 不必要한 人的 要素를 제거하는 非人格化(impersonalization) 作業을 통해서 서비스의 標準化를 推進하여야 한다. 顧客滿足監視制度(customer satisfaction monitoring system)를 開發, 活用함으로써 서비스의 標準化를 뒷받침할 수 있을 것이다.⁶⁶⁾

(4) 需要의 變動性管理 - 需要와 供給의 調整

서비스가 갖는 無形性和 生産 및 消費의 不可分性은 서비스財가 需要의 影響을 매우 敏感하게 받게 하는 要因으로 作用한다. 즉, 서비스는 미리 生産해서 保管하는 것이 불가능하므로 安定的인 需要를 持續적으로 確保하는 것이 무엇보다도 重要하다. 그러나 觀光商品의 需要는 時間에 따라서 變動이 매우 심하기 때문에 安定的인 需要를 確保하는 것은 쉽지 않은 일이다.

需要의 時間的, 量的 偏在에 對處하기 위한 方案은 크게 두가지로 나눌 수가 있다. 하나는 需要 自體를 調節하여 盛需期와 非需期の 隔差를 줄이는 것이고, 다른 하나는 이와 반대로 供給을 調節해서 變動하는 需要에 對應하는 것이다.

가. 需要調節

盛需期の 過剩需要를 非需期에 移轉시키기도 하고, 非需期에 새로운 需要를 開拓하여 平準化를 꾀하는 方法이다.

① 差別料金

季節料金, 週末料金, 年末年時料金 등처럼 盛需期에는 높은 料金を 設定하고, 平日料金を 設定하는 方法이다. 그러나 差別料金間의 隔差가 너무 크

66) 金元銖, 「마케팅 管理論」, (서울:경문사, 1986), P.743.

면 消費者들이 不公平함을 느끼게 되고, 信賴感을 잃을 수도 있다는 점에 留意해야 한다.

② 非需期の 마케팅 戰略

過大需要가 있는 경우에는 마케팅의 役割이 強化되어서는 안된다. 供給의 不足은 短期에 그치지만 購買를 하지 못한 消費者를 잘못 다루게 되면 이들에게 否定的인 이미지를 長期的으로 갖게 하는 要因이 될 수 있기 때문이다. 따라서 합리적인 디마케팅戰略(demarketing strategy)을 樹立, 展開할 必要가 있다.⁶⁷⁾

③ 非需期の 需要開拓

非盛需期에 새로운 觀光商品 (예를 들면, 觀光地의 호텔에서는 企業研修, 會議觀光, 補償觀光 등의 誘致)의 開發을 통해서 새로운 需要를 開拓해야 한다. 즉, 自社가 가지고 있는 人才, 設備, 노하우를 最大한 活用하여 需要를 安定시켜야 한다.

④ 豫約시스템

豫約시스템은 需要者和 供給者 모두에게 計劃性을 부여해 주는 좋은 方法이다. 豫約制를 採擇하게 되면 서비스供給企業은 自社の 서비스의 生産計劃을 하는데 있어서 需要를 統制하는 것이 可能해지며, 顧客입장에서도 대기하는 時間이 없어지고, 確實한 서비스의 享受가 保障되는 잇점이 있다.

나. 供給能力의 調節

供給能力을 彈力的으로 調節함으로써 變動하는 需要에 對應하는 方法이다.

67) 金元銖, op. cit., P.382.

① 파트-타임(part-time)의 利用

平常時에는 正規職員만으로 運營하다가 파트타임에는 臨時雇用員을 採用하여 生産能力을 向上시킬 수 있다.

② 效率極大化의 努力

盛需期の 경우에는 生産시스템을 通常的인 體制에서 生産極大化 體制로 바꿈으로써 供給能力을 向上시키는 方策이다. 즉, 従業員들에게 그들의 所管業務 이외의 다른 業務에 대한 교육을 實施하여서 파트타임에는 人力이 不足한 作業에 投入함으로써 生産의 效率을 높힐 수 있다.

③ 共同利用

供給企業이 갖는 收用能力을 融通性 있게 共同活用함으로써 供給能力을 彈力的으로 運用할 수도 있다. 예를 들어서 한 旅行社에서 모집한 團體손님이 차량 定員에 未達할 경우, 다른 旅行社의 협조로 未達 人員을 補充받아서 전세버스를 運行하는 경우 등이다.

盛需期에는 서비스의 生産에 消費者가 參與하는 程度를 높힘으로써 서비스의 供給水準을 増大시킬 수 있다.

(4) 觀光需要의 任意性에 대한 對應戰略

觀光은 生存에 必須的인 活動이 아니기 때문에 그 需要는 지극히 任意的이다. 觀光需要의 任意性에 對應하기 위해서는 非任意的인 觀光需要를 確保해야 한다. 여기에는 事業上의 施行, 家族, 親知訪問, 學術目的의 施行 등이 포함된다. 또한 顧客에게 施行欲求를 刺戟하는 광고, 브로슈, D.M. 등 促進活動을 展開하여, 需要를 安定시켜야 한다.

(5) 複合企業(multi-business)의 特性에 대한 對應戰略

觀光産業은 旅行社, 航空社, 호텔 등의 여러 企業과 公的인 觀光機構, 政

府 등이 密接한 關係를 가지고 業務를 遂行 나가는 産業이다. 이러한 各 業體들 간의 關聯性은 觀光商品의 開發, 價格決定, 流通, 促進 등 모든 마케팅 活動에 影響을 미치고 있으며, 觀光企業의 成敗는 다른 觀光企業과 效率的 關係를 어느 정도 維持하느냐에 있다고 해도 過言이 아닐 것이다.

觀光關係企業들 간의 效率的 協同關係를 提高시키고, 서로 간의 競爭에서 發生하는 葛藤의 問題를 원만히 調整함으로써 觀光産業 全體적으로 시너지 效果를 發生시킬 수 있는 戰略方向을 提示하기 위해서 共生的마케팅 (symbiotic marketing) 概念과 連結마케팅(relationship marketing)의 概念을 導入하는 것이 必要하다.⁶⁸⁾

(6) 觀光서비스財의 特性和 마케팅믹스 관련 매트릭스

여기서는 마케팅믹스가 細分化된 觀光서비스財의 特性, 즉 無形性, 同時性, 이질성, 需要의 變動性, 公益性, 設備 및 立地 依存性, 複合企業性和 어떤 關聯을 갖고 있는가를 表로 만들어, 觀光서비스 마케팅믹스의 內容과 機能을 明確히 하기로 한다. 따라서 이러한 研究들을 <表 Ⅲ-4>에 要約, 整理하였다.

68) 曹榮錫, op. cit., PP.93-94.

〈表Ⅲ-4〉 觀光서비스財의 特性과 마켓팅믹스 關係 매트릭스

觀光서비스財의 特性	商 品	價 格	流 通	促 進
無 形 性	· 서비스의 有形化 · 有形化 · 관련보장·보증	· 가격근거의 合理的 敍示 · 소비자의 認識價值 · 非가격경쟁	· 생산량의 充足한 供給 · 서비스의 외도管理 · 在庫管理의 外도管理	· 企業이미지의 형성戰略 · 보증수· 테리프제작에 8 · 內容管理의 積極화
時 間 性 (非 分 離 性)	· 상품의 價 格의 制限 · 관광인내력의 制限인식 · 價格이 참거하는 프로그램 개발 · 조직 및 서비스要員의 마켓팅 指向性	· 가격조작 · 가격침투도에 따른 가격조작	· 선택서비스의 확대 · 立地의 적절한 選擇 · 顧客사이의 관계 管理 (에티켓 및 매너 등의 養成)	· 需要化로 顧客관리 · D.M. · 價格의 固定化(회원제, · 고객카드, 등속제 利用)
이 질 性	· 서비스의 표준화 · 서비스要員의 非人格化	· 가격-품질聯想戰略	· 도매· 소매에서의 서비스 근권화	· 贈사券 散賣의 확대 · 口碑效果 管理
需要의 變動性	· 상품의 다양화 · 非需期상품 개발	· 가격으로 수요조절 (差別가격전략) · 特別促進料金	· 非需期 극복 - 補償노력 · 盛需期 - 소비자 참여 증대, 예약시스템 · 贈品이용, 보증적 서비스	· 계절별로 補正작 · 積極하여 促進 · 廣告를 통한 디마케팅
公 益 性	· 健全하고 有益한 관광상품 개발 · 自然環境·文化財 보호하는 상품개발	· 外貨획득을 극대화하는 가격전략 · 환경의 고려 · 바가지요금 근절	· 국가· 지역 전체적으로 손해가 되는 과열경쟁 방지 · 관광不能理 적절(상품구매 강요, 음성수수로 등)	· 국가· 지역이미지 광고 · 언론에 홍보자료 제공
設備 및 立地依存性	· 長期계획에서 觀光地 개발 · 한국특성 및 향토성 살리는 적절한 기념품 개발 · 빈번한 設備 리뉴얼(renewal)	· 테리프의 합리적 인정, 가격근거 제시	· 타 지역 여행사와 긴밀한 관계 유지	· 보증수, 광고의 중요성 · 觀光地를 방문을 喚起 · 敍示
複合企業(multi- business)性	· 패키지부여의 共同開發 · 정부, ENT와 共同으로 관광상품 開發(다규모형사, 스포츠게임 誘致)	· 합리적 인가시율 · 일반물의 조공 · 마진의 低廉 조절	· 유동경로 效果化 · 전산망 · 타 지역 여행사와 긴밀한 관계 유지	· 協同的 促進 · 홍보 공동노력 · 공동광고

資料源 : 曹永錫, op. cit., p.121. 수정작성

4. 休養景觀的 設計方案的 適用

休養景觀은 시몬에 의해서 “場所의 舞臺”에 입각한 스웨덴의 마을장터를 대상으로 분석한 결과에서 보여주듯이 환경분석의 차원을 넘어서 景觀 및 人間環境의 造成에 까지도 적용될 수 있는 概念으로 環境設計 작업시 중요하게 다루어야 한다.

休養景觀은 觀光地에서 觀光者들의 다양한 신체무대와 여러 유형의 시간, 空間的 습성이 한데 어우러져서 場所의 舞臺를 형성함으로써 나타난다.⁶⁹⁾

즉, 觀光地에서 觀光者의 조망으로 보여지는 모든 자연, 인공풍경에 다른 觀光者들이 다양한 레크레이션 활동을 보여지는 풍경으로서 바라본다는 의미까지 포함한다. 따라서 空間計劃時 해당 觀光地에서 발생하는 觀光者의 행태를 예상하여 물리적인 계획에 보완하여 행동에 대응되는 기술적 시스템의 프로세스를 분석함으로써 독특한 활력과 흡인력이 있는 곳이 되도록 한다.

또한 客觀的인 指標로서 관광자와 시설의 관계를 양적, 질적으로 측정하는 것이며 레크레이션에 대한 정책수립, 자원배분, 합리적인 프로그램(경영) 효과의 評價를 위한 레크레이션 척도가 필요하다.

景觀을 分析하고자 할 때에는 諸般 要素들을 綜合的으로 고려한 正確한 狀況을 판단할 수 있으며 適切한 意味를 지각할 수 있게 된다.

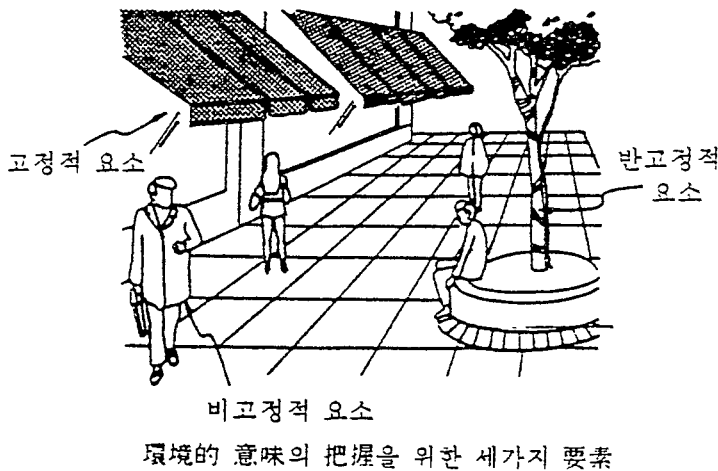
이러한 점에서 可變性的의 정도에 따라서 固定的 要素, 反固定的 要素, 非固定的 要素로 나눌 수 있으며 이들을 종합적으로 고려하여야 관광자가 처한 상황 및 관광지개발 계획시 제 상황을 파악할 수 있다.⁷⁰⁾

69) 黃現源, “景觀의 多樣性에 關한 考察”. 韓國造景學會誌, 1989, 18(1):55-68.

이를 細部的으로 살펴보면

固定的인 環境要素는 매우 천천히 변하는 요소를 지칭하며 觀光地의 建物, 進入道路, 大型造景施設物 등이 이에 포함되며 이들 요소들의 空間的構成, 規模, 位置, 連續性등은 중요한 역할을 담당한다. 고정적 요소보다도 가변성이 큰 요소로서 廣告板, 街路施設物, 상점가판대, 樹木등을 포함하는 반고정적 요소들은 관광자들의 관심이 많이두고 있다.⁷⁰⁾

觀光地의 관광자를 비고정적 요소로 한다면 관광자들간의 공간적 거리, 자세 및 신체움직임 즉 레크레이션 활동등을 포함한다. 휴양경관을 설계함에 있어서 이러한 비고정적 요소 즉 관광자들도 중요한 역할을 한다.



〈圖 Ⅲ-2〉 環境的 景觀 選擇을 위한 세가지 構成要素

70) Rapoport, Amos (1982), The Meaning of the Built Environment. Beverly Hills: Sane.

71) 任勝林, 「景觀分析論」, (서울: 서울대학교 出版部, 1991).

그러므로 기존의 觀光地 계획시 設計過程은 고정적인 요소인 물리적인 시설들의 규모결정 및 배치등을 양적인 設計基準에 치우쳐 觀光者들의 觀光形態를 고려한 質的인 面의 計劃에 충분히 다루어져야 한다.

또한 고정적인 면보다도 가변성이 反固定的要素 및 非固定的인 要素인 觀光者들의 행동 및 레크레이션 행동 보여지는 景觀 設計를 고려한 계획의 적용이 이루어져야 한다.

第4章 濟州地域의 觀光 運營現況 및 마케팅 戰略上의 問題點

第1節 觀光環境과 市場性 檢討

1. 濟州觀光의 優位點과 制約點

濟州地域은 다양한 觀光魅力을 지니고 있으며 國內 主要 觀光目的地의 하나로써 확고한 기반을 가지고 있다.

이는 政府의 적극적인 濟州道建設綜合計劃등의 樹立등 政策上의 뒷받침도 주효했지만 천혜의 조건을 구비한 吸入力이 강한 觀光性을 갖추고 있기 때문이다.

濟州地域은 國內의 여타 國民觀光地에 비하여 交通에 소요되는 時間과 費用이 過多한 점과 변덕스러운 날씨 등을 제외하면 기후, 人文環境, 自然環境, 基盤施設, 등 제반분야에서 他觀光地에 비하여 강한 優位를 점하고 있다.

부연하면 섬 어느 곳에서나 볼 수 있는 한라산을 비롯하여 폭포와 기암, 괴석, 기생화산, 동굴등이 풍부하여 사계절의 변화에 따라 훌륭한 야외 레크레이션활동의 적지로서 많은 觀光者 誘致가 기대되고 있다.

이에 반해서 동남아시아 시장과의 연계관광부족, 기후조건의 변화의 심한 상황에 따른 관광활동의 제약, 일부 숙박시설의 미약 및 청결상의 제약점을 안고 있다.

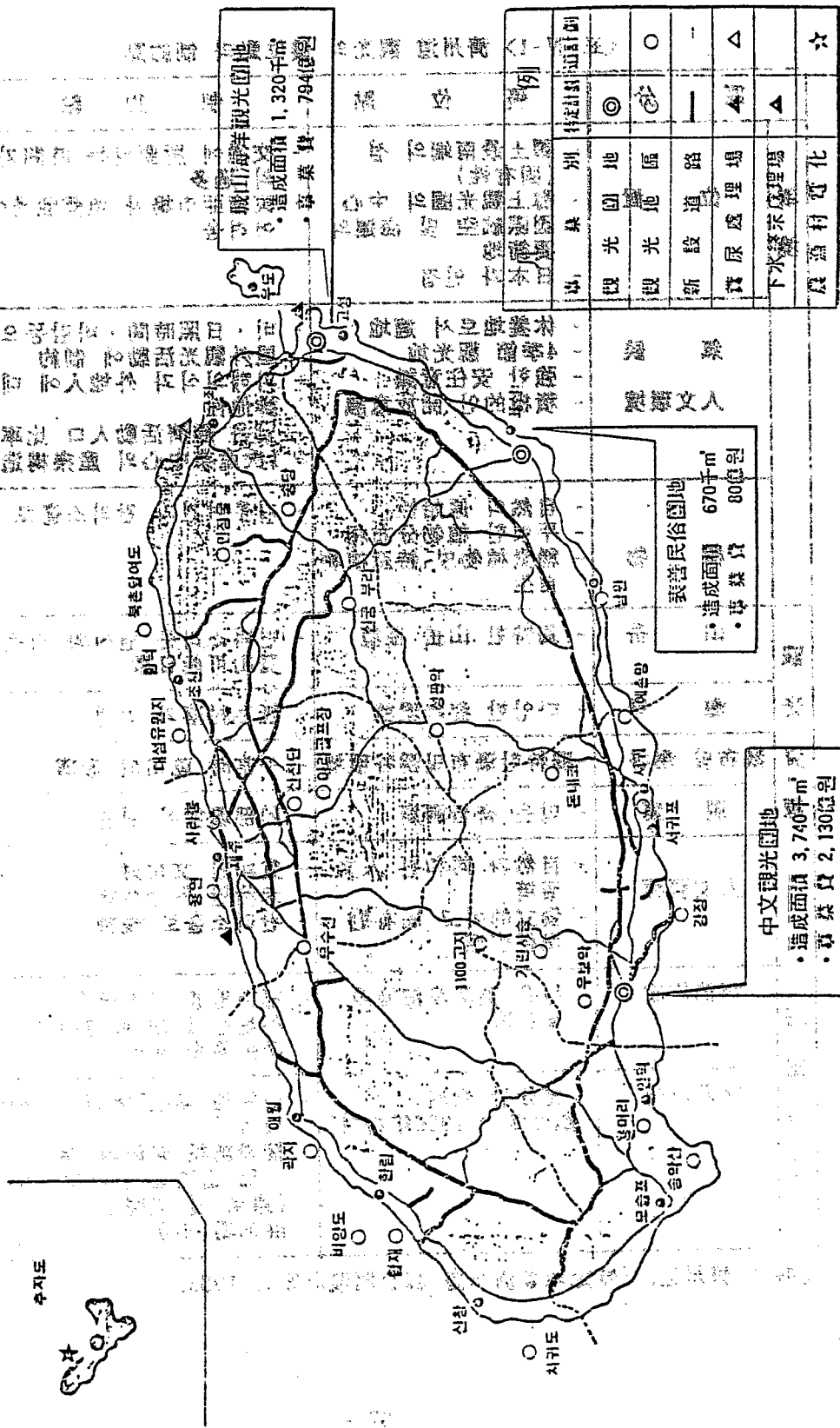
따라서 제주지역 관광의 優位點과 制約點을 살펴보면 <표 IV-1>과 같다.

〈표 IV-1〉 濟州道 觀光의 優位點과 制約點

區 分		優 位 點	制 約 點
環 境	位 置	- 國土最南端의 섬 (固有性) - 海上觀光圈의 中心 - 國際航空 및 海運의 要衝地 - 日本과 인접	- 交通에 所要되는 時間과 費用의 過多 - 東南亞市場과 連繫觀光이 어려움
	氣 候 人文環境	- 休養地로서 適地 - 4季節 觀光地 - 強한 安住意識 - 積極的인 開放意識	- 비·日照時間·바람등으로 屋外觀光活動에 制約 - 피해의식과 外地人에 대한 排他性 - 낮은 經濟活動人口 比率 - 1次産業中心의 産業構造
	植 物	- 自然의 原始性 - 平蕨한 植物分布相 - 稀貴植物 및 特産植物 自生	- 기후여건과 관리소홀로 毀損
觀 光 資 源	山 岳	- 獨特한 山岳 環境	- 변덕스러운 날씨와 적은 登山可能日數
	海 岸	- 다양한 海岸環境	- 既存村落과 인접
	瀑布 및 溪谷	- 獨特한 瀑布 및 溪谷 環境	- 平常時 乾川의 形態
	洞 窟	- 많은 奇岩洞窟	- 內部環境이 단순
	人文資源	- 自然과 同화된 人文 環境 - 獨立的이고 固有한 民俗資源	- 貧弱한 文化財 - 未洽한 保全對策 - 관리소홀로 毀損
基 盤 施 設	宿泊施設	- 높은 高級宿泊施設 增加率	- 都市地域 集中分布 - 不足한 民泊 收容能力 및 衛生施設 未備
	交通施設	- 充分한 空港 處理能力(1986年까지)	- 市街地 擴張 障礙 및 騒音 公害 - 接岸施設 未備의 港 - 一部 道路區間 混雜狀態 (週末 및 盛需期) - 停車場 不足

資料：濟州道, 「特定地域濟州道 綜合開發計劃」, 1985.

濟州道特定地域 以道綜合開發計劃圖



2. 觀光環境

1) 自然觀光資源

本道는 그 規模 및 環境의인 側面에서 世界의 優秀한 觀光地에는 미치지 못한다고 하더라도⁷²⁾ 火山活動으로 因한 地形上의 特徵性과 함께 南部海上의 環海的인 位置關係⁷³⁾에서 오는 溫和한 氣候條件으로 말미암아 國內 어느 곳에서도 찾아 보기 힘든 自然的 驚異가 到處에 散在하여 있다.⁷⁴⁾

한라산을 中心으로 곳곳에 散在한 瀑布를 비롯하여 熔岩窟, 溪谷奇岩絶壁 및 噴火口를 갖는 寄生火山과 四面이 바다로 둘러싸여 海岸, 海水浴場 등 天畀의 觀光資源이 곳곳에 分布되어 있다. 특히, 陸地와는 달리 떨어진 도 서라는 점에서 여타 內陸과는 다른 호기심에 찬, 마치 異國의 情緒와 雰圍氣를 풍기는 등 多樣한 資源을 가지고 있다.⁷⁵⁾

72) 徐康林, “濟州道 觀光資源의 生活化方案,” 濟州大「論文集」第9輯, 1977, p. 637.

73) 吳洪哲, 濟州道の 聚落에 관한 地理學的 研究, “(博士學位 論文, 慶熙大學校, 1973), p. 11.

74) 張聖洙, “圈域別 觀光資源實態의 比較·考察,” 濟州大「論文集」, 第20輯, 1985, p. 133.

75) ② 金泰保, “濟州道經濟의 構造的 特性과 產業開發前略에 관한 研究,” 濟州大「論文集」第18輯, p. 357.

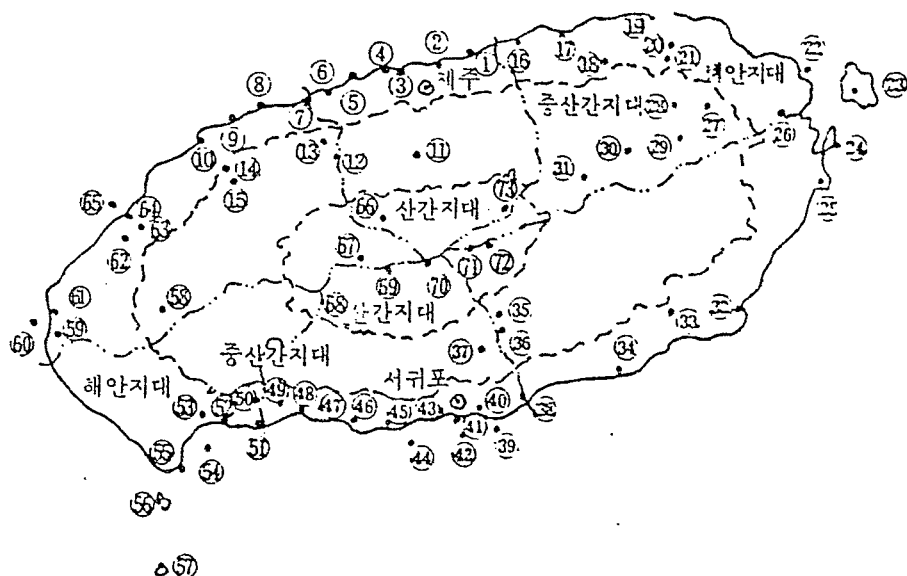
<표 IV-2> 自然觀光資源

資源類型	資源의 個所		各 資 源 的 名 稱
	總開發對象	既活用資源	
山 岳	15	4	물장울, 흙불은오름, 돌오름, 어승생악※, 사제비동산, 만세동산, 불래오름, 성판악※, 사라악, 논고악, 동수악, 백록담, 영실※, 1100고지, 방아오름
高 原	7	-	큰두레발, 장구목, 속발, 상발, 윗세오름일대, 3형제봉일대, 물가마발
洞 窟	10	2	철재굴※, 만장굴※, 사굴, 외홀굴, 한들굴, 빌레못굴, 돛배낭굴, 수산굴, 미천굴, 구린굴
瀑 布	9	3	천제연※, 천지연※, 정방, 영포, 안팎구석, 부성원, 선돌, 창천, 어위
溪 谷	11	4	탐라계곡, 구구곡※, 선녀탕, Y계곡, 수악계곡※, 돈비코, 용연※, 안덕계곡※, 방선문, 무수천, 효돈천.
噴 火 口	5	1	산굼부리※, 물영아리, 체오름, 거린사슴, 수악
海岸景觀地	20	5	성산일출봉※, 용두암※, 도두해안, 월매, 남포리해안, 수월봉, 산방산※, 손에숙국, 외돌괴※, 사라봉※, 예촌망, 남원해안, 식산봉, 삼매봉, 송악산, 새수각, 월평해안, 두산봉, 조선달이, 개깍
섬	12	-	비양도, 차귀도, 가파도, 형제섬, 문섬, 범섬, 새섬, 섭섬, 달여도, 토끼섬, 우도
海水浴場	11	10	이호※, 광지※, 협재※, 함덕※, 삼양※, 세화※, 중문※, 화순※, 표선※, 신양※, 공천포
植生群落	6	1	비자림※, 금산공원, 금덕절동산, 동백동산, 명이동곳, 선인장자생지
湖沼및河川	4	-	혼인지, 연화지, 강정천, 악군천
計	110	30	

資料 : 國土開發研究院, 「特定地域 濟州道 綜合開發計劃中 觀光團地開發計劃 및 基本設計」, 1983, p p. 4 ~ 5.

※는 既活用資源의 表示임.

〈圖 IV-2〉 自然觀光資源의 分布



番號	資源名	番號	資源名	番號	資源名	番號	資源名
1	삼양해수욕장	20	김녕사굴	39	섬섬	57	마라도
2	사라봉	21	만장굴	40	정방폭포	58	명이동굴
3	용연	22	토끼섬	41	새섬	59	수월봉
4	용두암	23	우도	42	문섬	60	차귀도
5	도두해안	24	성산일출봉	43	외돌피, 삼매봉	61	절부암
6	이호해수욕장	25	신양해수욕장	44	천지연	62	한들굴
7	월대	26	두산봉	45	범섬	63	협재굴
8	남도리해안	27	비자림	46	강정천, 악근천	64	협재해수욕장
9	손애숙국	28	체오름	47	월평해안	65	비양도
10	팍지해수욕장	29	송당기생화산	48	천제연	66	어승생
11	방선문	30	부성원폭포	49	중문해수욕장	67	1100고지
12	무수천	31	산굼부리	50	창천계곡	68	거린사슴
13	금덕절동산	32	표선해수욕장	51	안덕계곡	69	영실담
14	금산공원	33	어위폭포	52	조선탄이	70	백록담
15	빌레못굴	34	남원해안	53	화순해수욕장	71	사라악
16	조천해수욕장	35	수악계곡	54	산방산	72	성판악
17	함덕해수욕장	36	안뽕구석계곡	55	형제도	73	물장
18	등백등산	37	돈네코	56	송익산		
19	김녕해수욕장	38	새수각, 예촌망		가파도		

資對：張聖洙, “圈域別 觀光資源實態의 比較·考察,” 濟州大「論文集」, 第 20 輯, 1985, p. 137.

2) 人文觀光資源

本道에서는 到處에 秀麗한 自然觀光資源이 散在하고 있는데 反해 觀光者의 觀光欲求를 充足시켜 줄 만한 文化的 對象이 極히 貧弱한 狀態이다.⁷⁶⁾ 이러한 有形文化財의 貧困은 결국 제주도의 地理적·역사적 背景에서 찾을 수 밖에 없다. 地理적으로는 육지에서 멀리 떨어진 섬이라는 점, 역사적으로는 百濟나 新羅와 다소의 접선은 있었으나, 독립적으로 그 불교문화를 유입할 수 있는 여건이 조성되지 않았다. 고려때에 와서도 그 중앙집권하에 歸屬은 되었지만, 일세기에 걸친 蒙古의 壓制로 중앙문화에서 孤立되고 말았다. 결국 이조에 이르러서야 中央文化圈域에 들어갔다고 할 수 있다. 그리하여 귀족적·양반적인 고급문화와는 隔離되어 있었다고 할 수 있다.⁷⁷⁾

그러나, 그 대신 도민적 기반인 民俗文化를 계속 유지하게 된 效를 남긴 것이다. 따라서 대궁선이나 대지리는 없어도 무형문화재와 민속자료면에서 는 그 학술적 가치를 풍부히 지니고 있는 것이다.⁷⁸⁾

이러한 본도의 人文觀光資源으로는 觀德亭과 二姓亢, 抗蒙遺蹟地 등이 그 대표적이고, 이 외에 天然記念物, 民俗資料, 有·無形文化財 등이 있으며, 외세를 무찌른 승전을 기념하기 위한 전승비와 애국전사한 분들을 위한 추모비가 주요 전적기념물로 계승·보존되어 오고 있다.

그리고, 제주전통가옥이 민속마을을 중심으로 바다와 산간지역에 산재되어 있으며, 無形文化財로는 說話, 民謠 등이 있다.

76) 宋成大, “觀光資源分布性向에 의한 濟州道의 地域別 觀光性”, 濟州大「論文集」, 第18輯, 1984. p.525.

77) 徐康林, “濟州民俗의 觀光資源化”, 濟州大「論文集」, 第10輯, 1978, p.711.

78) 濟州道 文化公報 擔當官室, 前掲書, pp.410-413.

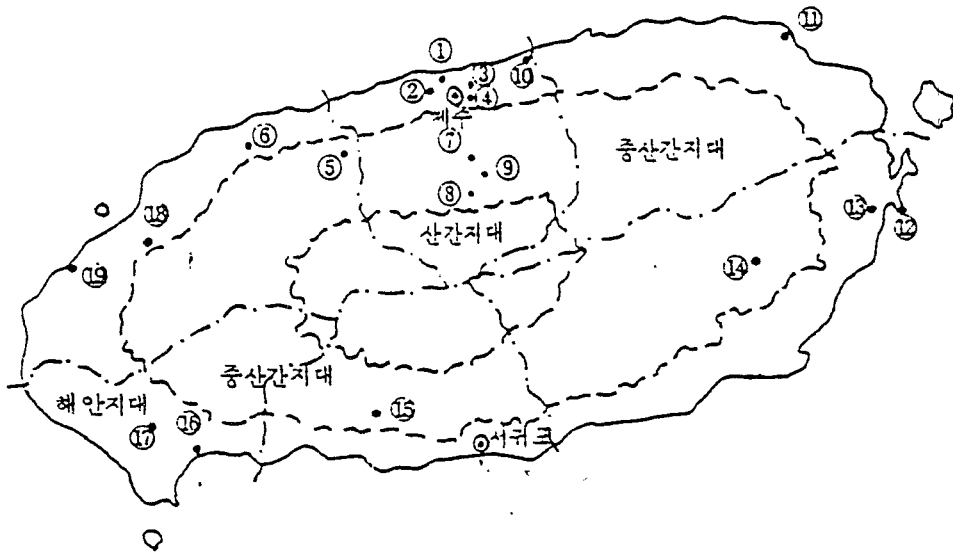
濟州道文化財現況總括

括總現況文化財濟州道〈表Ⅳ-3〉

區 分	合 計	指 定 文 化 財						地 方 文 化 財						文化財 資 料	備 考
		計	實物	史蹟	天 然 紀念物	重要民俗資料	重要無形文化財	計	有 形 文化財	無 形 文化財	紀念物	民俗資料			
合 計	90	30	1	1	18	7	3	60	9	8	36	4	3		
濟州道	10	3			2		1	7		2	2	3		한라산, 천연보호구역, 한란, 개암, 오물포기, 영감 돌이 봉수대, 무환자나무, 불하르방, 조가, 화가	
濟州市	26	7	1	1	3		2	16	3		12	1	3	草家 7棟	
西歸浦	8	5			5			3			3				
北濟州	28	7			6	1		21	3	4	14				
南濟州	18	8			2	6		10	3	2	5				

資料：濟州道 文化公報檔案保管室，1986年 8月，現在.

〈圖 IV-3〉 人文觀光資源의 分布



번호	자 료 명	번호	자 료 명	번호	자 료 명	번호	자 료 명
1	관 덕 정	6	연화지	11	별 방 진	16	하멜표류기념비
2	항 교	7	목석원	12	성산봉수대	17	명 이 동 곳
3	민속자연사박물관	8	관음사	13	혼 인 지	18	쟁 나무 군 립
4	삼 성 혈	9	산천단	14	성읍민속마을	19	월경민속마을
5	항 동 우 적 지	10	불탑사	15	법 화 사		

資料 : 上揭論文, p. 138.

3) 産業 및 其他觀光資源

産業 및 기타관광자원으로는 柑橘園, 觀光農園, 松堂牧場, 이시돌牧場, 濟東牧場, 禁獵區 를 제외한 道全域의 狩獵場, 15개소의 낙시터(소라봉, 西埠頭, 龍頭岩, 道頭, 兄弟島, 飛揚島, 토끼섬, 頭毛, 龍水, 下加, 遮歸島, 馬羅島, 27홀의 오라칸트리 구락부, 18홀의 제주 칸트리 구락부, 중앙관광단지내의 濟州觀光海洋水族館(Royal Marine Park) 등이 있다.

4) 濟州地域 訪問 觀光者의 觀光慰樂活動 現況⁷⁹⁾

(1) 觀光 慰樂活動 參與率 및 滿足度

◦ 參與率

- 濟州를 訪問하는 觀光者의 觀光慰樂活動別 參與率は 濟州內의 資源特性을 說明하듯이 전체의 76.8%가 自然觀光地의 감상에 가장 많은 참여를 하고 있으며, 그 다음으로 농원 또는 목장의 방문, 도시관광, 성읍민속마을방문, 여흥 및 오락 등의 순으로 나타났다. 이 결과에서 농원 또는 목장 방문과 성읍민속마을 방문등이 上位圈의 觀光參與活動으로 나타난 것은 濟州觀光의 特性을 나타내는 특기할 만한 사항이다.

- 또한 참여율이 가장 낮은 위락활동은 觀光者가 「골프」, 水邊「스포츠」, 기타「스포츠」등 동적인 「스포츠」중심의 위락활동이 저조하여 정적인 觀光이 중심이 되고 있다.

◦ 施設 및 觀光慰樂活動에 대한 滿足度

- 각종 관광 위락활동에 참여하면서 觀光施設 또는 활동의 여건등에 대해 觀光者는 39.8%만 만족한 것으로 나타나 濟州地域觀光者의 60%이상

79) 濟州道, 「特定地域濟州道綜合開發計劃」, 1985.

이 각종위락활동이나 시설에 대하여 만족을 느끼지 못하고 있다.

- 觀光者의 境遇 慰樂活動별 満足度를 보면 가장 만족스럽게 참여한 위락활동을 산책, 등산, 사냥, 사격, 낚시 및 자연관광지 감상 등의 순으로 나타났으며, 평균 39.8%보다 낮게 나타난 위락활동은 水邊「스포츠」, 야영, 수영, 해수욕, 기타「스포츠」및 해저관광 등으로 분석되고 있다.

〈표 IV-4〉 觀光者 觀光慰樂活動 現況

慰樂活動 區 分	參與者 (名)	參與者/ 應答者 (%)	參與者/ 總應答 者(%)	滿 足 度		
				滿 足	普 通	不滿足
自然觀光地鑑賞	282	76.8	20.5	0.59	0.32	0.09
散 策	20	5.4	1.5	0.82	0.18	-
드 라 이 브	79	21.5	5.8	0.44	0.44	0.12
野 營	23	6.3	1.7	-	1.0	-
登 山	77	21.0	5.6	0.71	0.29	-
水泳 · 海水浴	84	22.9	6.1	-	0.50	0.50
낚 시	24	6.5	1.8	0.60	0.20	0.20
水邊 스포츠	7	1.9	0.5	-	0.22	0.78
사냥 · 사격	15	4.1	1.1	0.67	0.26	0.07
골 프	5	1.4	0.4	0.43	0.43	0.14
기 타 스포츠	20	5.4	1.5	0.11	0.44	0.45
民俗博物館觀覽	63	17.2	4.6	0.26	0.68	0.36
民俗마을訪問	152	41.4	11.1	0.53	0.26	0.21
文化財鑑賞	22	6.0	1.6	0.56	0.13	0.31
海底觀光	26	7.1	1.9	0.25	0.58	0.17
遊興 · 娛樂	110	30.0	8.0	0.32	0.44	0.24
都市觀光	165	45.0	12.0	0.39	0.33	0.29
農園 · 牧場	196	53.4	14.3	0.46	0.13	0.41
計	1,370	-	100.0	-	-	-

資料：濟州道「特定地域濟州道綜合開發計劃」, 1985

(2) 性向別 觀光活動

◦ 訪問回數別 觀光活動

- 觀光者が 가장 많이 참여하는 관광활동으로 분석된 자연경관지감상은 방문회수가 늘어날수록 참여율이 떨어지고 있다. 이와 비슷한 현상을 나타내는 관광위락활동은 도시관광과 농원·목장방문 등으로 나타나 「보는」 관광은 재방문 관광자에게는 매력도가 낮음을 알 수 있다.

- 訪問回數에 관계없이 觀光者が 참여하는 활동은 「드라이브」, 등산, 낚시, 사격, 사냥, 골프, 여흥 등 대부분 동적인 위락관광활동등으로 반복하여도 항상 새로운 기분으로 즐길 수 있는 것들이다.

◦ 性別 觀光活動

- 觀光者の 경우 男性觀光者が 선호하는 위락활동은 자연관광지감상 - 농원 - 목장방문 - 민속마을방문 - 여흥 - 드라이브순으로 나타나고 있으며 女性觀光者에 있어서는 자연관광지감상 - 농원 - 목장방문 - 도시관광 - 민속마을방문 - 여흥 순으로 나타나고 있어 남성과 여성관광위락활동의 차이는 없으나 다만 남성은 드라이브, 여성은 도시관광의 참여율이 높게 나타나고 있다.

◦ 年齡別 觀光活動

- 觀光者の 경우, 연령에 관계없이 참여율이 높은 自然觀光地 감상을 제외하고 보면 20대는 수영, 해수욕 등이 높게 나타나고 있으며, 기타 연령층은 모두 농원·목장방문이 높게 나타나 연령에 따른 觀光 慰樂活動에 큰 변화는 없는 것으로 분석된다.

◦ 旅行同伴者別 活動

- 旅行同伴者別 慰樂活動에 있어서도 여타 성향별 위락활동과 같이

자연관광지감상이 가장 높은 참여율을 나타내고 있으며 이를 제외한 다른 위락활동을 놓고 볼때, '혼자'인 경우는 수영·해수욕, 농원·牧場방문, '부부'인 경우는 도시관광과 농원·牧場방문, '가족'인 경우는 도시관광과 드라이브, '친구·친지'인 경우는 도시관광과 농원·牧場 등이 높은 참여율을 나타낸다.

<표 IV-5> 訪問回數・年齡・性別・旅行同伴者別 觀光慰樂活動

(單位：名)

區 分 類 型	訪 問 回 數					계	性 別		계	年 齡							계	旅 行 同 伴 者					계
	1회	2회	3회	4회	5회		남	여		20세 미만								혼자	부부	가족	친구·친지	기타	
						20세 미만			20~29세	30~39세	40~49세	50~59세	60세 이상										
自然觀光地鑑賞	203	54	14	8	6	282	208	62	270	1	76	85	71	27	9	269	9	101	28	67	5	210	
散 策	8	5	5	1	1	20	8	9	17	0	5	6	4	3	0	18	2	10	3	2	0	17	
「드라이브」	48	14	6	6	5	79	69	9	78	0	44	21	10	3	0	78	1	14	19	5	1	40	
野 營	10	7	3	0	3	23	15	6	21	0	3	8	4	4	2	21	2	1	2	12	1	19	
登 山	44	20	5	4	4	77	56	16	72	1	22	21	20	6	0	70	3	22	9	29	2	65	
水泳・海水浴	58	14	7	4	1	84	59	17	76	0	49	19	3	2	0	73	6	10	9	26	6	63	
낚 시	13	5	2	2	2	24	22	2	24	0	6	8	8	2	0	24	1	5	2	5	0	13	
水邊「스포츠」	4	2	1	0	0	7	6	1	7	0	3	2	2	0	0	7	0	1	1	0	0	2	
사냥・사격	8	4	1	1	1	15	12	2	14	0	7	6	1	0	0	14	0	3	1	0	0	4	
「골프」	2	0	1	1	1	5	4	1	5	0	0	2	2	1	0	5	0	1	1	3	0	5	
기타「스포츠」	10	4	3	2	1	20	12	6	18	0	13	4	1	0	0	18	1	4	0	5	1	11	
民俗博物館觀覽	43	10	6	4	0	63	55	7	62	0	18	24	8	10	1	61	1	19	2	6	1	29	
民 俗 마을訪問	109	34	7	7	4	152	116	25	141	1	40	49	32	17	3	142	4	48	13	20	3	88	
文化財鑑賞	14	5	3	0	0	22	17	5	22	0	11	7	2	1	0	21	0	6	6	0	0	12	
海 底 觀 光	19	4	2	1	0	26	18	8	26	0	3	9	10	1	2	26	2	16	5	3	0	26	
遊 興	68	21	11	6	4	110	86	22	108	0	39	42	16	7	0	104	1	39	10	18	6	74	
都 市 觀 光	118	32	7	5	3	165	121	44	165	1	27	51	59	23	4	165	5	74	20	30	3	132	
農 園・牧 場	138	43	7	5	3	196	138	46	184	1	24	62	64	26	6	183	6	74	17	33	4	134	
計	922	266	92	58	40	1,370	1,022	288	1,310	5	392	429	317	135	27	1,305	44	454	149	262	34	943	
應 答 者 (名)	252	71	22	12	10	367	278	74	352	1	105	107	87	38	13	351	17	137	36	95	12	297	

(3) 夜間觀光活動

觀光者が 夜間に 행하는 活動을 조사한 결과 응답자의 47%가 숙소에서 휴식을 취하는 것으로 분석되었으며, 그 다음이 쇼핑(18.1%), 여흥 및 오락(14.1%), 시내관광(7.4%) 등의 순으로 나타났다.

第 2 節 觀光者 性向 및 觀光所得 現況

1) 觀光者 性向 및 觀光 收入

최근 濟州地域은 점차 國民所得이 높아지고 餘暇時間이 증대됨과 아울러 적극적인 觀光開發事業과 觀光産業의 진흥에 힘입어 한국에서 가장 선호도가 높은 觀光目的地로 脚光을 받고 있다. 아래표에서 보는* 바와 같이 제주도를 방문한 觀光者數는 1988년에 이미 200만명을 돌파하였고, 1990년에는 외국인 23만 5천명을 포함하여 총 299만 2천명에 이르렀다. 그리고 1991년에는 국내외 모든 여건이 불리함에도 불구하고 내국인 292만 9천명과 외국인 27만 5천명인 총 320만 4천명을 유치하였다. 이와 같이 제주도의 관광은 연평균 16%의 높은 觀光者의 증가율을 나타내면서 계속 성장추세에 있다.

또한 觀光者의 양적증가와 함께 관광수입도 크게 증가하여 1988년 2,382억원에 달하였고, 1990년에는 그 2배 수준인 4,319억원으로 증가하는 등 연평균 28%의 높은 증가율을 나타내고 있다.

〈표 IV-6〉 觀光者 誘致實績 및 觀光收入

구분 년도별	觀光者數(천명)			관광수입(億원)	
	계	내 국 인	외 국 인	계	전년비율(%)
1988	2,001	1,843	158	2,382	137
1989	2,643	2,476	167	3,442	144
1990	2,992	2,757	235	4,319	125
1991	3,204	2,929	275	5,132	119

자료 : 濟州道, 觀光年報, 1991.

그리고 濟州地域 觀光者數를 구체적으로 분석한 결과 〈표 IV-7〉에서 보듯이 1일 평균 觀光者數는 1989년에 7,240명이고 1990년에는 8,189명이었
다. 이를 성·비수기로 나누어 비교해 보면 성수기에 1일 평균 觀光者數는
1989년에는 8,586명이고, 1990년에는 9,655명, 그리고 1991년에는 10,302명
이었으며, 비수기에는 1989년에 5,846, 1990년에 6,699명, 1991년에 7,339
명으로 성·비수기가 비중이 대체로 6:4정도로 나타났다.

〈표 IV-7〉 盛·非需期 來道觀光者 比率

區 分	' 8 9	' 9 0	' 9 1
總 來 道 人 口	2,642,613 名	2,299,613 名	3,204,614 名
年平均 來道人員(1日)	7,240 名	8,198 名	14,775 名
盛需期 平均 來道人員	8,596 名	9,655 名	10,302 名
非需期 平均 來道人員	5,846 名	6,699 名	7,339 名

資料 : 濟州道 觀光課, 1992.

註 : 盛需期 (195日), 非需期(180日)

觀光者の 性向別 訪問現況은 1991년에 개인 및 기타가 전체의 절반수준에 가까운 47.2%를 차지하고 있고, 그 다음에 일반단체 20.3%, 신혼부부 16.7%, 외국인 8.6%, 수학여행 7.2%의 순으로 나타나고 있다. 이를 과거추세로 비추어볼 때 신혼부부와 수학여행 觀光者數가 다른 성향의 觀光者數보다 전체적인 비중은 적지만 지속적으로 증가하는 추세에 있음을 알 수 있다. 그러나 일반단체 觀光者은 1990년에 1.7%의 감소추세를 나타내었고 1991년에는 12.8%의 증가세에 그치고 있어 우리나라 관광패턴이 생활여건의 변화, 기업체의 유급휴가 확대등으로 가족내지는 個人別 관광으로 轉換되고 있는 것으로 생각된다.

〈표 IV-8〉 觀光者 性向別 趨勢

(單位 : 名)

性向別 年度別	計	內 國 人				外國人
		一般團體	修學旅行	新婚夫婦	個人 및 其他	
' 83	1,024,026 (100.0)	226,171 (22.1)	20,545 (2.0)	90,784 (8.9)	642,528 (62.6)	44,998 (4.4)
' 84	1,217,243 (100.0)	339,919 (29.9)	20,810 (1.7)	123,658 (10.2)	648,038 (56.2)	48,818 (4.0)
' 85	1,332,702 (100.0)	335,153 (25.3)	59,872 (4.5)	138,646 (10.5)	715,355 (54.1)	73,676 (5.6)
' 86	1,492,308 (100.0)	331,081 (22.2)	60,417 (4.1)	187,486 (12.6)	797,571 (53.4)	115,753 (7.8)
' 87	1,785,461 (100.0)	443,745 (25.2)	90,102 (5.1)	231,464 (13.2)	840,760 (47.8)	152,389 (8.7)
' 88	2,000,495 (100.0)	471,827 (23.6)	109,180 (5.5)	307,258 (15.4)	954,426 (47.7)	157,804 (7.9)
' 89	2,642,613 (100.0)	588,288 (22.3)	162,908 (6.2)	409,594 (15.5)	1,314,571 (49.7)	167,252 (7.9)
' 90	2,992,096 (100.0)	577,766 (19.3)	205,425 (6.9)	474,934 (15.8)	1,498,898 (50.1)	235,073 (7.9)
' 91	3,204,614 (100.0)	652,007 (20.3)	229,798 (7.2)	535,610 (16.7)	1,511,828 (47.2)	275,371 (8.6)

資料 : 濟州道 觀光課, 1992.

특히, 외국인 觀光者의 경우에는 전년도에 비해 1990년에 41%, 1991년에는 17%의 높은 증가율을 나타내었다. 그 이유는 일본엔하의 상승에 따라 관광비용이 상대적으로 저렴해지고 1989년 10월 제주-나가사끼간의 Jet Foil을 운항하게 됨으로써 접근도가 개선되었으며, 내부적으로는 外國人觀光者 誘致를 위한 해외촉진활동 강화와 골프, 등산, 낚시, 사냥, 외국인전용 오락시설, 해양위락시설 등의 다양한 동적 관광시설이 확충된데 기인한다고 볼 수 있다.

외국인 觀光者를 국적별로 살펴보면 1991년말 현재 일본인 觀光者가이 전체의 66.1%를 차지하고 있어 압도적으로 많으며, 이어서 대만 14.4%, 교포 8.8%, 홍콩 5.1%의 순으로 나타나고 있다. 이 가운데 제주도를 방문하는 교포가 대부분 일본에 거주하고 교포인 점을 감안한다면 일본시장 의존도가 매우 높다는 것을 알 수 있다. 그리고 중국, 홍콩등 동남아시아지역 관광객의 절대적인 수가 일본에 비해 매우 미미하고, 미국인의 경우에도 대부분 주한미군 가족인점을 고려하면 장차 시장 다변화 노력이 절실히 요구된다. 더욱기 교포, 미국, 기타지역의 관광객 점유율이 매년 감소추세에 있고 1991년에는 마이너스 성장율을 나타내고 있는데 비해 일본, 대만, 홍콩에서 입국하는 觀光者의 증가세가 두드러지고 있어 동남아시아에 대한 관심을 기울일 필요가 있을 것으로 보인다.

〈표 IV-9〉 國籍別 外國人 觀光者 分布

(單位 : 名)

區分	1989 (%)	前年 對比	1990 (%)	前年 對比	1991 (%)	前年 對比
計	167,252(100)	106	235,070(100)	141	275,371(100)	117
僑胞	27,040(16.2)	96	30,824(13.1)	114	24,085 (8.8)	-123
日本	103,658(62.0)	172	140,454(59.7)	135	181,962(66.1)	130
美國	8,146 (4.8)	79	10,454 (4.5)	130	8,048 (2.9)	-124
대만	17,699(10.6)	96	36,290(15.4)	205	39,739(14.4)	110
홍콩	4,710 (2.8)	130	9,974 (4.3)	212	14,166(5.1)	142
其他	5,980 (3.6)	58	6,958 (3.0)	116	5,448 (2.0)	-122

資料 : 濟州道 觀光課, 1992.

國內觀光者란 국적에 관계없이 어떤 국가의 주민으로 1년미만의 기간동안 같은 국가안의 어떤 장소를 여행하는 國際訪問者으로서 방문지 안에서 보수를 받는 직업을 갖는 이외의 訪問目的을 가진 사람으로 觀光者와 국내소풍객을 포함한다. 觀光者는 訪問地에서 24시간 이상 1년미만 다음의 목적으로 체재하는 國內訪問者를 意味한다.

① 즐거움, 위락, 휴가, 스포츠

② 상업, 친구, 친지방문, 업무, 회합, 건강, 연구, 종교

이와 달리 국내소풍객은 방문지에서 24시간내만 체류하는 국내 訪問者를 말한다.

이같은 WTO의 정의에 입각하여 國際觀光公社는 觀光者의 正義를 다음과 같이 내리고 있다.

觀光者은 자신의 일상거주지를 벗어나 16Km이상(시·군행정구역)을 벗어나 이행하는 자로서 그 이행목적이 위락, 건강, 연구, 신앙, 스포츠 등이나 사업, 가족관계, 업무수행, 회합에 참가하는 자로 정의하고 있다.⁸⁰⁾

이 定意는 WTO의 정의가 이행거리에 대한 제한이 없기 때문에 觀光者의 집계에 어려움이 있다는 지적에 따라 우리나라의 정주생활향토권이 16Km이내의 일상생활권으로 본다는 측면에서 WTO의 정의를 구체화하여 정의하고 있다.

濟州道가 그동안 사용하여온 觀光者 추계방법(The assumption approach)에 의거하고 있다. 제주도가 폐쇄된 섬이라는 이점을 이용하여 항공이행의 경우 국제선은 100%, 국내선은 90%, 선박여객의 경우 카페리 85%, 일반여객선은 70%를 觀光者로 추정하는 방법에 의존하여 왔는데, 비과학적이라 아니

80) 韓國觀光公社, 「全國觀光綜合開發計劃」, 1989.12, pp.101-120.

할 수 없다. 이와같은 부정확한 統計를 이용하여 地域經濟計劃을 樹立하여 觀光政策을 實施하거나 觀光施設投資를 할 때 誤算에 의한 손실을 초래할 수 있다는 점에서 濟州道觀光統計의 추계방법의 과학화가 무엇보다 시급한 과제가 되고 있다.

2) 濟州道觀光所得의 推計

濟州道觀光所得의 정확한 추계를 위하여서는 무엇보다 관광소득의 이념정립과 추계방법의 과학화가 요구된다. 觀光所得(收入)에 대한 定義는 WTO도 IMF국제수지편견에 의거하여 설명하고 있다. IMF의 정의에 의하면 국제수지체계상 여행수지는 觀光者가 체재하는 동안 자신이 직접 사용하거나 남에게 주기 위한 그 지역내에서 취득한 재화와 용역에 대한 지불을 의미한다고 되어 있다. 동항목은 재판매를 위하여 구입한 것은 제외하며, 그 나라 안에서 발생한 운임을 포함한다.

이와 같은 일반적인 정의에 기초하여 WTO는 國際觀光收入을 다음과 같이 정의하고 있다.⁸¹⁾ 國際觀光收入(International tourism receipts)은 國際觀光者가 재화 및 용역의 대가로 외화를 원천으로 지불하는 소비로부터 생긴 한 국가의 수입을 의미한다. 이 경우 當日觀光者(Excursionists)의 수입도 포함되나 고용에 의한 보수나 국제운임수입은 관광수입에서 제외된다.

國際觀光收入의 추계는 韓國觀光公社에 의하여 한국은행의 旅行 經費換錢 計定을 통해 외환분석을 고려한 가운데 해외관광자를 대상으로 해외여행자 1인당 관광소비지출액을 조사하여 방한 國際觀光者數를 승하여 추계하고 있다.

81) 韓國觀光公社, 「前掲書」, pp. 77-78.

이와같이 WTO의 國際觀光收入의 定義와 추계방법을 통하여 한 지역경제에 필요한 관광소득(수입)과 추계방법을 도입할 수 있다고 본다. 제주경제화는 지역경제단위에서 유용한 관광소득의 개념은 觀光者가 재화 및 용역의 대가로 지불하는 소비로부터 생긴 한 지역의 수입이라 정의할 수 있다. 위에서 정의한 바 대로 觀光者가 그들이 여행하고 있는 경제로부터 자신의 용도를 위해 취득하는 모든 재화 및 용역은 방문한 경제내에서의 숙박, 식사, 유흥, 운송으로서 이모든것은 제공하는 경제내에서 소비되는 것이며, 이 밖에 산물, 기념품 및 기타 물품 등은 觀光者가 방문한 경제로부터 밖으로 가지고 나가는 것이다.

아서(B. H. Archer)에 의하면 觀光産業의 경제효과는 크게 1차효과는 직접효과를 의미하는 것으로 觀光者가 최초에 지출한 경비가 창출하는 經濟的 효과를 의미하는데, 이 지출은 호텔 등의 숙박업자, 기념품상, 서비스업자들에 대한 관광지출로 나타나는 觀光所得을 말한다. 2차효과는 간접효과와 유발효과를 합한 개념으로 간접효과란 관광산업과 1차적 연관을 맺는 관련 산업부문에서의 所得·雇用創出 면에서의 경제적 효과를 의미하고, 유발효과란 가계부문의 관광수입증대로 인한 지역산업에 대한 소비지출증가효과를 의미한다.⁸²⁾ 따라서 觀光所得은 아서의 1차효과에 의한 觀光産業에서 창출되는 觀光收入을 의미한다고 할 수 있다.

濟州道는 지금까지 觀光收入을 추계함에 있어 1987년 1인당 관광경비지출액을 표준조사에 의하여 추계한 다음 물매상승율을 고려하여 당해년도의 觀光者數를 곱하여 산출하는 방식에 의하여 推計하여 왔다. 그러나 이같은

82) Archer BH. "The Uses and Abuses of Multiplier", C. E. Gearing(des) Planning for Tourism Developments, New York Praeger Publishers 1973, pp. 26-50.

추계방법은 다음에서 보는바와 같이 觀光者의 宿泊形態에 따라 1인당 觀光經費支出水準이 최고 신혼여행의 경우 397,544원인 반면, 최저 수학여행의 경우 151,716원이 되어 비교적 큰 차이를 보이고 있다는 점에서 종래의 추계방식은 실제의 觀光收入과 큰 차이를 가져올 가능성이 높다. 따라서 觀光所得의 추계 方式은 旅行形態別로 제주방문의 觀光者를 유형화하여 가중치를 적용하여 계산하는 推計方式으로 개선하는 것이 보다 실제의 觀光所得에 가깝게 접근하게 된다고 말할 수 있다(濟州大 地域開發研究所, “濟州觀光의 經濟的 效果 分析”, 1992., 濟州道 用役 最終 報告書).

위의 개선된 추계방식을 적용하기 위해 1991년 8월 15일부터 12월 12일까지 3차에 걸쳐 제주방문 觀光者를 대상으로 2100개의 표본조사에 의하여 조사된 旅行形態別 1인당 觀光經費支出額은 앞장에서 분석한표와 같다. 따라서 제주방문 1인당경비지출액을 유형화하여 이용형태별 제주방문 觀光者數의 가중치를 적용하여 濟州地域 觀光所得은 다음과 같다.

〈표 IV-10〉 内外國人別 觀光所得(收入)의 現況(1991年)
(단위 : 백만원)

구 분	내 국 인		외 국 인		합 계
	금 액	구성비	금 액	구 성 비	
숙박	205,594	25.9	61,600	23.1	267,194
식음료	137,546	17.3	57,750	21.6	195,296
육상교통	124,240	15.6	24,475	9.2	148,715
기념품구입	113,808	14.3	8,004	3.0	121,812
유홍, 기타	123,942	15.6	83,628	31.3	197,570
항공, 선박	88,551	11.1	31,075	11.6	119,626
합 계	793,681	100.0	266,532	100.0	1,060,213

위표에 의하면 國內觀光者에 의한 觀光收入은 7936.8억원, 國際觀光에 의한 觀光收入은 2,665.3억원으로, 濟州觀光所得은 1991년말 현재 1조 602.1

억원으로 추계되었다.

第 3 節 觀光마케팅 戰略上的 問題點

마케팅 戰略(marketing strategy)이란 곧 標的市場(target market)과 마케팅 믹스(marketing mix)와 관련된다. 따라서 濟州地域 觀光마케팅戰略上的 문제점은 市場細分化(표적시장 설정)와 마케팅믹스로부터 導出될 수 있을 것이다.

1) 市場細分化上的 問題點

濟州道 觀光市場細分化戰略에 있어서 根本的인 問題點은 市場細分化의 必要性은 切感하면서도 市場을 細分化하기 위한 實제적 적용기준은 대부분 人口統計的變數에 의존하고 있다는 점이다. 일부 觀光者性向을 이해하기 위한 變數를 적용하는 경우라도 人口統計的變數와 연계시키지 못함으로써 細分市場의 特性프로필을 발견하는데 失敗하고 있다는 점으로 要約이 된다.

市場細分化를 위한 여러가지 基準과 接近方法은 이미 考察한 바 있듯이, 細分化의 基準으로 볼 때, 人口統計的變數는 사람의 骨格에 해당되며 사이코그래픽 變數는 사람의 살에 해당된다고 볼 수 있다. 그리고 이들은 서로 結合이 되었을때 細分市場의 特性프로필을 잘 提示해 주게 된다. 그럼에도 불구하고 제주도는 質化·個性化·多樣化·階層化 되어가는 觀光市場의 變化에 걸맞지 않게 오로지 人口統計的變數에 기준하는 市場細分化를 함으로써 전반적으로 成熟된 마케팅戰略이 기대될 수 없는 지경이다.

2) 觀光마케팅믹스上的 問題點

(1) 서비스믹스

첫째, 제주도의 觀光慰樂活動은 대부분 自然觀光地 鑑賞으로 觀光行態가 全般的으로 靜的으로 단조로우며 이는 動態的慰樂活動을 가능케하는 施設과 프로그램의 빈약함을 보여 주고 있다.

둘째, 제주도는 신혼여행, 친목회, 호도관광 등 중요한 通過儀禮의 한 절차로 처음 방문하는 경우가 대부분으로 자기일생의 「한번의 機會」라는 생각 때문에 짧은 기간에 유명관광지를 모두 訪問해야 한다는 압박감으로 편히 쉬고 한 곳에 오래 머물면서 多樣한 追求利點(benefits sought)이나 性向에 맞는 觀光코-스가 開發되어 있지 못하다. 셋째, 제주지역내에 企劃되어 있는 7개의 觀光코-스는 企劃者 즉 生産者의 입장에서 만들어진 것으로 현대적 의미의 마케팅哲學이 없는 不合理한 企劃商品에 불과하다.

또한 본 地域은 단기체제형이고 저소비패턴이라는 문제점을 안고 있으며 무형관광상품의 개발이 시급하다고 본다.

네째, 그나마 開發되어 있는 觀光서비스도 살아있는 鄉土性(local color)이 缺如되어 있어 제주도의 매력적인 혼을 살리지 못함으로써, 觀光後 滿足度에 負(-)의 效果를 유발하는 주요 요인이 되고 있다.

(2) 價格 믹스

觀光製品을 판매함에 있어서는 觀光消費者들에게 合理的인 구매동기 보다는 感情的인 구매동기에 강하게 訴求되며 價格은 구매의사 결정에 영향을 미치는 중요한 요소이다. 또한 伸縮性있는 가격정책은 市場에 있어서 過剩과 不足을 流通함으로써 需要供給의 機能을 조절하기도 한다.

그리고 제주도처럼 多樣한 觀光資源을 보유하면서 廣範한 市場을 對象으

로 하고 있을 경우 거기에는 반드시 價格感應性이 相異한 細分市場들이 존재한다는 점을 인식하고 그 細分市場의 PLC上 위치에 따라 合理的 彈力的인 知覺價值價格이 매겨져야 한다. 그러나 제주도의 관광상품에 대한 價格믹스는 市場細分化가 未洽한 관계로 細分市場別·PLC別 적합한 가격을 提示해 주지 못하고 있다는 점에 根本的인 문제점이 있다.

(3) 流通經路믹스

경영규모가 영세하고 專門性이 저조한 제주도의 觀光事業體들은 대부분 원시적인 마케팅 經路에 의존하고 있다. 2개 이상의 市場經路는 多段階化되고, 經路管理의 非效率性 및 顧客의 不滿을 유발하는 또하나의 요인이 되고 있다.

전반적으로 經路의 前近代性은 우리나라 流通經路의 問題點을 그대로 안고 있다고 본다.

(4) 促進믹스

促進活動의 目的이 觀光消費者에게 상품에 관련된 情報를 전달하고 소비자의 행동에 영향을 주고 구매를 자극하기 위해 說得하고, 行動을 유발시키고자 하는데 있다면, 企業은 顧客의 創造를 위하여 促進活動을 지속적으로 실시해야 할 것이다.

그러나 목적달성을 위한 濟州地域 觀光의 促進活動은 다음과 같은 문제점을 안고 있다.

첫째, 濟州地域의 觀光商品을 國內外市場에 대해 시스템적으로 促進活動을 전담시킬 기구가 없다.

둘째, 실령 個別 企業單位로 促進活動을 한다 해도 標的市場의 특성프로필을 모르고 있기 때문에 主題의 選定, 機構의 選定이 不可能한 실정이다.

셋째, 企劃商品이 대부분 單純類以하고 細分市場의 追求利點에 근거하고 있지 못하기 때문에 市場을 상대로 廣告를 실시한다 해도 그것은 結局 本源的廣告에 지나지 않으므로 自社商品의 需要創出을 기대하기 어렵다.

네째, 不便申告를 接受하여 그 內容을 「서비스 네트워크」에 還流(feed back) 시키는 情報 전달 서비스體系가 없다.

第 5 章 濟州地域 觀光地의 觀光性向 및 意識에 關한 實證 調査分析

第 1 節 實證 調査分析을 위한 調査設計

1. 實證 調査分析의 目的

이 調査는 濟州地域을 訪問하는 國內·外 觀光者의 觀光性向 및 觀光地 속성의 滿足度에 대한 重要度 評價 및 전반적인 動機要因을 종합적으로 조사하여 분석함으로써 濟州地域의 觀光者 誘致増大 및 運營狀況의 改善을 위한 觀光政策樹立에 필요한 基礎的인 資料로 活用토록 하고 觀光地의 效率的인 運用에 대비한 자료로 이용하면서 급변하는 觀光環境에 대처하는데 그 目的이 있다.

2. 調査設計 및 方法

本 研究에서 설문지는 총 46문항으로 構成되어 있는데, 조사내용은 觀光性向 및 意識構造를 분석하기 위하여 일반부문 8개문항, 觀光地 屬性의 重要度 部門 19개 문항, 觀光旅行部門 19개 문항, 旅行形態別 1개 문항으로 구성하였다. 이에 대하여 內容別 構成을 살펴보면, 설문지의 부록 1에서는 觀光者가 觀光地를 選擇할 때 해당지역의 觀光地 屬性을 얼마나 중요하게 평가하는지에 대한 諸般 類型에 대하여 應答者가 답하도록 構成되어져 있다.

부록 2의 경우는 觀光者의 觀光動機 要因면에서 살펴본 매력요인을 바탕

으로 濟州地域의 이용성향에 대하여 應答者가 답하도록 구성되어 있다.

부록 3에서는 人口統計學的인 特性에 대하여 답하도록 하면서 觀光자의 旅行形態別 分析을 기하고 주관적인측면에서 濟州地域 觀光에 대한 全般的인 評價를 유도하였다.

설문지는 응답자가 한가지 질문에 대하여 여러가지 응답 가운데 선택하는 한정식 설문지법 (Losed-end questionnaire)을 사용하였다.

조사기간은 1992년 8월 1일부터 8월 15일까지 1차 조사후 동년 9월 1일부터 9월 20일까지 2차 조사를 걸쳤는데 이는 여름 휴가철의 觀光성수기와 가을철 非需期 期間을 檢討하고자 實施하였다. 調査場所는 濟州地域에 분포되어 있는 연간 觀覽人員 100만이 넘는 10여의 觀光地 및 (한림공원, 천지연, 여미지 식물원, 정방폭포, 성산일출봉, 자연사박물관, 만장굴, 산굼부리, 삼성혈 등---) 1급호텔 이상을 중심으로 說問 調査 하였다.

또한 설문지 회수시 미비한 사항에 대해서는 조사자가 응답자에게 재질문을 하므로써 내용을 보완토록 하였다.

調査方法은 설문지에 의한 個人 標準化 面接調査를 實施하였으며 調査 對象자에게 조사의 目的과 內容을 說明하고 應答者가 직접 기입하는 개인적 자기 기입방법을 사용하였다. 說問紙는 제주지역의 모 觀光지에서 예비조사 (Pretest : 20명)을 실시한 후 발견된 問題點을 補完하여 본 설문지를 확정하였다. 본 조사의 調査對象者 485명 (내국인 411명, 외국인 74명) 중에서 回收된 標本은 총 467명 (내국인 411명, 외국인 56명)으로 說問紙 回收率은 96%이다. 回收한 說問紙에 대한 檢索結果 應答內容이 부실한 28부를 제외시키고 나머지 439부(내국인 391명, 외국인 48명)를 最終 有效標本으로 確定함으로써 總回收率은 94%에 이르렀고 標本抽出方法은 單純無作為

標本抽出法을 適用하였다.

〈표 V-1〉 說問紙 構成

區 分	細 部 事 項	尺 度	問 項
觀光地 屬性의 重 要 度	宿泊・交通, 自然景觀 美, 接近度・所要費用 쇼핑, 서비스・觀光地 環境, 觀光環境 魅力度	要因分析 適用 (factor analysis) 5 점 척 도	19
觀光 動機要 因에 關한 事項	自然環境, 鄉土性, 文 化的側面, 健康 및 精 神的 側面	要因分析에 依한 要因값을 中心으 로 回歸方法 群集 方式(ward方法) 5 점 척 도	19
人口統計學的 事項	性別, 年齡, 學歷別 月 平均 所得, 職業	單純 頻度 分析 frequency	8
旅行形態別 事項	個人, 新婚旅行, 修學 旅行, 團體旅行, 其他	單純 頻度 分析 frequency	1

3. 資料處理 및 分析方法

資料處理期間은 1992년 9월 18일부터 9월 27일까지 였다. 確定된 有效標本은 일련의 資料處理節次를 걸치고 統計的 分析方法으로서 統計 패키지를

사용하여 각 설문문항에 알맞게 單純頻度, 百分率 등 基礎統計를 계산하였으며 觀光地 屬性의 대한 重要度 評價 分析의 경우에는 要因分析(factor analysis)을 觀光動機 要因에 관한 분석의 경우에는 要因分析에 따른 회귀 방법을 통한 群集分析(cluster analysis)을 適用하였다.

〈표 V-2〉 資料의 分析 方法

研 究 對 象	說 問 紙 構 成	統計的用方法
濟 州 地 域 訪 問 觀 光 者	觀光地 屬性의 重要度	要因 分析 factor analysis 適用
	觀光動機 要因에 關한 事項	要因分析 回歸方法에 依한 값을 中心으로 群集分析(ward 方法)
	人口統計學的 事項	單純 頻度 分析 (frequency)
	旅行 形態別 事項	單純 頻度 分析 (frequency)

제 2 절 本 實證 調査結果의 分析과 解析

1. 人口統計學的인 特性과 性向分析

內國人 觀光者인 경우에 응답자의 性別 構成比는 남녀 각각 65.2%와 34.2%로서 표본구성이 다소 남자에 편중되어 있다. 年齡別 分析은 20代가 58.3%로 가장 많고 30代 19.9%, 40代 11.4%, 50代 4.4%순으로 20-30代가 전체응답자의 78.2%를 차지하고 있다. 이와 같이 특정 연령층에 표본이 집중되어 있는 것은 제주도가 신혼관광지로서 응답자 중 상당수가 신혼부부로 구성되어져 있기 때문이다. 職業別 分布는 사무기술직이 31.7%로 가장 많고, 학생 17.3%, , 주부, 무직 14.1%, 자영업 11.9%의 비율로 상당히 높은 편이며 농림수산업은 매우 낮은 비율을 보이고 있다. 訪問回數別로는 제주도를 처음 찾아온 관광자가 전체의 전체의 49.7%로 거의 절반에 가까우며, 2회 23.3%, 5회 이상인 경우도 13.4%에 이르고 있다. 旅行形態別 構成度를 보면 개별여행이 42.2%, 신혼여행 26.8%, 단체여행 18.2% 순으로 나타나고 있어 제주지역을 방문하는 전체 관광자의 여행형태별 분포와 거의 비슷한 수준으로 응답분포를 보이고 있다.

외국인 관광자의 경우에는 응답자의 성별분포가 남자가 82.6%로 압도적 다수를 차지하고 있다. 연령별로는 40代가 37.6%로 가장 많고 30代 20.2%, 50代 15.5%, 20代 14.1%의 순으로 고른 분포를 나타내고 있다. 職業別 構成比를 보면 내국인의 경우와 마찬가지로 사무기술직이 22.5%로 가장 많으며, 자영업 19.7%, 경영관리직이 19.2%로 비교적 그 비율이 높는데 반해, 농림수산업, 판매서비스직, 기능작업직, 학생 등은 낮은 비율을 보이고 있다. 訪問回數別 分布는 제주도를 처음 여행하는 응답자가 전체의 74.6%로 절대 다수를 차지하고 있고 2회 13.1%, 3회 9.9%의 순으로 나타났다. 旅行形態別로 보면 신혼여행 및 단체여행이 66.1%, 개인별 기타가 33.8%,로 내국인과 마찬가지로 제주도를 방문하는 외국인의 전체 여행형태도 거의 일치하고 있다.

〈표 V-3〉 人口 統計學的인 特性

區 分		計		內 國 人		外 國 人	
		應答者數 (名)	構 成 比 (%)	應答者數 (名)	構 成 比 (%)	應答者數 (名)	構 成 比 (%)
性 別	計 (名)	(439)	100.0	(391)	100.0	(48)	100.0
	男	294	67.0	255	65.2	40	82.6
	女	142	32.4	134	34.2	8	17.4
	無 應 答	3	0.5	2	0.6	0	0
年 齡 別	計 (名)	(439)	100.0	(391)	100.0	(48)	100.0
	30歲 以下	14	3.2	14	3.6	1	0.5
	20歲 - 30歲	235	53.6	228	58.3	7	14.1
	31歲 - 40歲	87	19.9	78	19.9	10	20.2
	41歲 - 50歲	62	14.2	45	11.4	18	37.6
	51歲 - 60歲	25	5.6	17	4.4	7	15.5
	61歲 以上	10	2.3	7	1.8	3	7.0
職 業 別	無 應 答	6	1.1	2	0.6	2	5.2
	計 (名)	(439)	100.0	(391)	100.0	(48)	100.0
	農林水産業	7	1.5	5	1.3	2	3.3
	自營業	56	12.8	47	11.9	9	19.7
	販賣業	17	3.8	16	4.1	1	1.4
	技能作業職	20	4.6	18	4.7	2	3.8
	事務技術職	135	30.8	124	31.7	10	22.5
	經營管理職	26	5.9	17	4.4	8	19.2
	專門自由職	32	7.2	29	7.4	4	5.6
	學生	68	15.5	68	17.3	1	0.5
	主婦・無職	60	13.6	55	14.1	5	9.4
	無 應 答	18	4.3	12	3.1	7	14.6
訪 問 回 數	計 (名)	(439)	100.0	(391)	100.0	(48)	100.0
	1 回	229	52.3	194	49.7	36	74.6
	2 回	97	22.2	91	23.3	6	13.1
	3 回	45	10.2	40	10.3	5	9.9
	4 回	13	3.0	14	3.4	0	0
旅 行 形 態 別	5回 以上	55	12.2	52	13.4	1	2.3
	計 (名)	(439)	100.0	(391)	100.0	(48)	100.0
	個人旅行	172	39.2	165	42.2	6	13.6
	新婚旅行	105	24.0	105	26.8	1	0.9
	修學旅行	13	2.9	13	3.2	1	0.5
其 他	團體旅行	105	23.9	71	18.2	35	72.8
	其他	44	9.9	37	9.6	5	12.2

전체비율(%)

91.5%

8.5%

2. 觀光地 屬性의 重要度에 따른 分析

(1) 觀光屬性 重要度에 따른 類型區分

응답자들이 관광지를 선택할 때 분석에 이용된 19 문항의 觀光屬性을 어느 정도로 중요하게 생각하는지 그 重要度에 따라 관광지에 대한 認知와 選好가 다르게 나타날 것으로 예상하여 觀光地 屬性에 대한 중요도 평가에 따라 동질적인 응답자군을 분류하기 위하여 요인분석(Factor analysis)과 군집분석(cluster analysis)을 하였으며 이들 분석을 통한 관광자의 관광지 속성에 대한 중요도의 평가에 대한 규명을 하였다.

1) 要因分析 (Factor Analysis)

응답자들이 관광지를 선택할 경우 분석에 이용된 19 문항의 觀光屬性들을 어느 정도로 중요하게 생각하는지를 5점 척도로 응답자들에게 평가하게 하였다. 속성들을 몇개의 동질적인 차원의 주요요인을 추출하였으며 해석을 용이하게 하기 위하여 이들 주요요인을 공통요인으로 하여 직교회전(Variman)을 하였다.<표 V-5 >

응답자들의 要因分析 結果를 보면 고유치 1.0%이상의 4개의 요인이 유도되었다.

第1要因은 전체변량의 18.6%를 차지하는 요인으로 이 인자에 높게 부하된 변수는 부하량 0.77의 숙박시설의 만족도, 0.75의 교통수단의 편리성, 0.72의 휴식공간·휴식시설의 상태, 0.56의 주변경관의 아름다움이다. 따라서 이 요인을 “宿泊·交通·自然景觀美”라 하였다.

第2要因은 전체변량의 16.8%를 차지하는 요인으로 소요비용 0.84, 관광지까지 소요시간 0.81 및 관광지의 혼잡성 0.70과 높은 相關關係를 갖고 있다. 따라서 이 요인을 “接近度·所要費用”이라 하였다.

第3要因은 전체변량의 16.3%를 차지하는 요인으로 스포츠·유흥 및 오락 시설 0.84 및 관광지의 쇼핑·서비스施設 0.84와 높은 상관을 보여 이 요인을 “쇼핑·유흥시설”이라 하였다.

第4要因은 0.84의 역사·문화적 유산, 0.72의 관광지의 청결 및 0.70의 관광지 주민의 태도와 친절성이다. 따라서 이 요인을 “歷史·文化的 유산

과 觀光地 環境"이라 하였다.

<表 V-4> 觀光地 屬性의 重要度 評價

요 인 요 인 변 수	F a c t o r s			
	I 숙박·교통 자연경관미	II 관광지 접근도· 소요비용	III 쇼핑서비스 ·위락시설	IV 역사·문화 적 유산과 관광환경
1. 자연경관의 아름다움	0.5851	0.0732	-0.2641	0.3876
2. 관광지까지의 소요시간	0.2877	0.8146	-0.1822	0.3158
3. 교통수단의 편리성	0.7541	0.3358	-0.1822	0.3158
4. 관광지의 유명정도 (지각도)	-0.2783	0.3947	0.4581	0.0733
5. 관광지의 청결	0.2800	-0.0970	0.2928	0.7289
6. 관광지의 혼잡성	0.1572	0.6994	0.1268	-0.1740
7. 관광지의 스포츠	0.1824	0.3461	0.7854	-0.1430
8. 관광지의 유흥및 오락시설	0.0316	0.0226	0.8424	-0.0220
9. 쇼핑 서비스 시설	0.0316	0.0226	0.8424	0.1761
10. 관광지내 휴식공간· 휴식시설 상태	0.7222	-0.0175	0.4221	0.0712
11. 숙박시설에관한 만족도	0.7771	0.1408	0.2428	0.0732
12. 주민태도 및 친절성	0.2168	0.0970	0.2928	0.7012
13. 역사적·문화적 유산	-0.0074	-0.0543	-0.1392	0.8444
14. 관광안내원의 관광지식	0.4817	-0.0318	0.2894	0.7136
15. 관광안내원의 친절성	0.3964	0.3891	0.5462	0.4530
16. 방문 관광지의 전체적인 매력도	0.5860	0.2867	0.3414	0.1485
17. 관광지 관람시 관람체제시간	0.2745	0.3243	-0.1937	0.5849
18. 토속음식의 조리상태및 만족도	-0.0313	0.8382	0.4581	0.0733
19. 관광지에서 소요되는 비용	0.2184	0.4827	0.6418	- 0.1904

3. 觀光 動機要因에 관한 分析

(1) 動機要因 分類

動機變數에 대한 動機群을 導出하기 위한 첫단계로는 동기변수들을 몇가지의 의미있는 차원으로 줄이고자 要因 分析을 하였다.

이러한 분석을 시도한 이유는 동기변수에 대한 상관분석을 실시한 결과 이들 사이에는 특징의 변수들간에 相關係數가 크기 때문이다.

<표 V-6>에서 보는 바와 같이 要因 1에 높게 적재된 動機變數(요인적재치 0.4이상)들은 맑은공기, 쾌적한 기후, 자연경관 감상 등의 변수들으로써 자연 환경속에서 가족과의 휴양을 즐기고자 하는 경향을 알 수 있다. 신뢰도 검증계수(0.76), 따라서 要因1은 自然環境要因이라 한다.

要因2에 높게 적재된 動機變數들은 토산품 구입, 다양한 위탁시설, 토속 음식, 주민의 친절한 인심 (요인 적재치 0.4이상)등 향토성과 관련된 변수들이므로 要因2는 郷土性 要因이라고 한다.

要因3에 높게 적재된 動機變數들은 역사, 문화 등에 대한 새로운 사실을 감상함과 동시에 문화유산, 문화예술행사(요인 적재치 0.4이상)등의 문화적 측면을 중요시하는 변수들로서 要因3은 文化要因이라고 한다.

要因4에 높게 적재된 動機變數들은 저렴한 비용, 스포츠 서비스시설(요인 적재치 0.4이상) 등의 건강과 관련된 變數들로서 要因4는 健康要因이라고 한다.

要因5의 경우 높게 적재된 動機變數들은 생활반성, 스트레스 해소, 편안한 휴식(요인적재치 0.4이상) 등의 정신적인 측면에 관련된 변수들로서 要因5는 精神要因이라고 한다.

따라서 濟州地域의 경우 觀光地 魅力度에서 살펴본 관광 動機要因은 크게

5가지 要因으로 추정 분류할 수 있다. 이러한 동기요인은 田中喜⁸³⁾이 제안한 정신적인 요인(요인5), 신체적인 요인(요인4)과 매킨토시⁸⁴⁾가 제안한 문화적인 요인(요인3), 미국무성자료⁸⁵⁾에 의한 민족관광(요인2), 환경관광요인(요인1)등과 일치함을 알 수 있다.

<表 V-5> 동기변수의 요인 분석 결과

동기변수	I 자연경관 요인	II 향토성 요인	III 문화 요인	IV 건강 요인	V 정신 요인
1. 자연경관의 감상	0.73	0.30	0.05	0.13	0.10
2. 주민의 친절한 인심	0.02	0.40	0.13	0.32	0.23
3. 역사, 문화, 지리 새로운 사실을 인지	0.07	0.09	0.80	0.05	0.14
4. 기분전환 및 스트레스 해소	0.22	-0.13	-0.05	0.08	0.73
5. 가족과 즐거운 시간	0.47	-0.16	0.30	0.19	0.23
6. 스포츠를 즐기기 위해서	-0.00	0.28	0.10	0.57	0.16
7. 쾌적한 기후를 접하려고	0.74	0.30	0.05	0.13	0.10
8. 토산품 및 토속음식 접하기 위해	0.29	0.67	0.06	0.10	0.05
9. 다양한 위락시설 이용	0.04	0.72	0.19	0.13	-0.02
10. 생활의 반성	-0.03	0.10	0.20	-0.09	0.76
11. 편안히 쉬기 위해서	0.28	0.19	-0.10	0.21	0.43
12. 쇼핑, 서비스 시설 이용	0.60	0.37	0.03	0.13	0.10
13. 친목도모를 위하여	0.27	-0.12	0.19	0.63	-0.09
14. 관광시 비용이 저렴하여	0.10	0.09	0.05	0.64	0.07
15. 토속적인 문화유산 접하기 위해	0.16	0.11	0.79	0.08	0.01
16. 향토문화행사에 참여	0.05	0.27	0.62	0.27	-0.10
17. 사업상 업무추진	-0.01	0.72	0.08	0.14	-0.02
18. 정보매체를 통한 흥미유발	0.80	0.10	0.05	0.17	0.08

83) 田中喜一, 観光事業論, 観光사업연구화면, 1950. P.53.

84) Robert W. McIntosh, tourism principle, practice, philosophies, second Edition (colum-bus, ohio : Grid. Inco. 1977). P.61-65

85) The university of Missouri, tourism USA:Vol.1, appraising Tourism potential (U.S.Department of commercel.

(2) 動機群의 分類

動機群의 分類를 위해서 要因分析(factor analysis)에서 導出된 요인값을 중심으로 군집분석(cluster analysis)을 실시하였다. 5개의 동기요인이 동기군을 잘 구분해 주고 있으며 또 도출된 각 동기군의 성격이 서로 다름을 제시해 주고 있다. 일반적으로 요인값은 요인에 적재된 변수의 복합을 나타내는 장점이 있으므로 요인값에 의한 통계적 분석이 보다 바람직함을 제안하고 있다. 따라서 본 연구에서는 動機群分析의 統計量으로써 요인값을 사용한다.

<표 V-7>는 군집분석에 의한 동기군의 분류 및 분산분석 결과이다. 이러한 分析節次에 있어서 觀光地는 독특하면서 다양한 魅力要因을 가지고 있는데 이러한 魅力要因은 支配的 要素, 對等的 要素, 無關的 要素 등으로 구분할 수 있다.⁸⁶⁾

支配的 要素는 특정관광지에 있어서 관광자가 우선적으로 선호하는 요소이고, 對等的 要素는 그 다음으로 선호하며 無關的 要素는 곧 그 觀光地의 特性으로서 觀光地의 類型을 결정지우며 이는 觀光者의 動機要因과의 適合性에 의하여 관광현상으로 나타나게 되는데 이는 觀光地 選擇에 많은 영향을 미치게 된다. 즉 觀光者는 우선적으로 자신의 觀光動機에 따라 觀光地

86) 이경환, 경쟁우위를 위한 생산전략에 관한 연구, 서울대학교 大學院, 1990. pp.87-88.

* 지배적요소 (dominant factor)란 특정의 요소를 다른 요소보다 상대적으로 중요시 여기고 있는 요소(즉 正의 요인 값을 가진 요소들)를 의미한다.

* 대등적요소(equivalent factor)란 특정의 요소를 다른 요소와 평균적으로 비슷하게 추구하는 요소(즉, 0에 가까운 요인값을 가지는 요소)를 의미한다.

* 무관적요소(indifference factor)란 특정의 요소를 다른 요소에 비해 상대적으로 중요시 여기지 않고 있는 요소(즉, 부의 요인 값을 가지는 요소들)를 의미한다.

의 魅力要因을 評價하며 해당 觀光地가 제공하는 觀光者의 旅行目的(動機要因)과의 適合度에 따라 관광목적지를 선택함과 동시에 관광지 입지에 영향을 미친다.

다음으로 이 動機群은 요인1에서는 0에 가까운 正의 요인값(0.1777)을 보이고 있어 요인1에 積載된 自然景觀要因은 보통으로 중요하다. 그러나 요인2, 3의 향토성 요인과 문화요인에서는 負의 요인값으로 보이고 있으므로 관심밖의 요인이다. 따라서 動機群 1의 支配的動機要素(dominant factor)는 생활반성, 스트레스 해소, 휴식, 온천욕, 스포츠 등이며, 맑은공기, 쾌적한 기후, 자연경관 등은 對等的動機要素이다. 또한 動機群 1은 요인 2의 토속음식, 토산품, 요인 3의 문화유산감상, 문화예술행사 참여등은 중요하게 여기지 않으므로 無關的動機要素로 볼 수 있다. 따라서 동기1은 精神健康動機群이라 한다. 동기군 2는 요인 2에서 가장 높은 正의 요인값(0.443)을 가지므로 이 次元은 가장 중요한 支配的動機要素이다. 따라서 동기군 2의 지배적요소는 토산품구입, 위락시설, 토속음식, 주민의 친절한 인심 등이며 향토성동기군이라 한다. 동기군 3은 요인 3의 새로운 사실인지, 문화유산 감상, 문화예술행사 참여 등 文化要因에서 가장 높은 요인값(0.767)을 보이고 있으며, 요인1에서 0에 가까운 요인값을 보이고 있고 요인2, 4, 5,에서는 負의 값을 나타내고 있다. 따라서 동기군 3의 支配的動機要素는 文化이고 對等的動機要素는 自然環境이며 鄉土性, 健康, 精神등은 무관적동기요소이므로 동기군 3은 文化動機群이다. 동기군 4는 요인2의 향토성에서 가장 높은 正의 값(0.814)을 가지며 요인4, 5의 건강,정신 또한 다음으로 중요한 支配的動機要素이다.

또한 요인 3과 은 0에 가까운 正의 요인값을 나타내고 있으므로 對等的動機群이다. 따라서 동기군 4는 모든 動機要因을 중요시 하고 있어 全方位動機群⁹⁾이라 한다.

〈表 V-6〉 動機群의 부여

동기군 동기요인	I 1) N=171	II N=66	III N=189	III N=172	V N=73
요인 I 자연경관	0.177 (0.980)	-1.776 (0.802)	0.221 (0.735)	0.116 (0.603)	0.347 (0.968)
요인 II 향토성	-0.628 (0.782)	0.443 (1.011)	-0.337 (0.924)	0.814 (0.702)	-0.208 (0.899)
요인 III 문화	-0.596 (0.753)	-0.123 (0.968)	0.767 (0.686)	0.255 (0.838)	-1.081 (0.695)
요인 IV 건강	0.350 (0.763)	-0.146 (0.954)	-0.304 (0.898)	0.380 (0.709)	-0.239 (0.960)
요인 V 정신	0.605 (0.763)	-0.187 (0.759)	-0.304 (0.997)	0.337 (0.711)	-1.255 (0.799)
F 값	62.8649	56.1374	71.3492	23.0887	43.6267
scheffee 검증	(1-3) (1-2) (3-4) (2-4) (3-5) (2-5) (1-5)	(1-5) (1-4) (1-3) (1-2) (2-5) (2-4) (2-3)	(1-4) (1-2) (1-5) (3-4) (2-5) (3-5) (1-3)	(1-4) (1-2) (2-3) (2-5) (2-4)	(4-5) (3-4) (2-5) (1-5) (1-3) (1-4) (1-2)
	정신건강 동기군	향토성 동기군	문화 동기군	전방위 동기군	자연환경 동기군

3) Scheffee 검증										F 값
2-1	1-3	1-4	1-5	2-3	2-4	2-5	3-4	3-5	4-5	
*	n.s	n.s	n.s	*	*	*	n.s	n.s	n.s	89.2626
*	n.s	*	n.s	*	n.s	*	*	n.s	*	70.5078
*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	112.0151
*	*	n.s	*	n.s	*	*	*	*	*	30.0031
*	*	n.s	*	n.s	*	*	*	*	*	79.6657

- 1) n은 각 동기군에서 표본수를 나타낸다.
 2) 각 항목의 값은 각 동기군별 요인값을 나타낸다.
 3) *은 $P < 0.05$ 에서 유의값을 나타낸다.
 *는 유의성이 없음.
 4) 동기군내의 동기요인값에 대한 F값임(nonsignificant)을 의미한다.

87) 全方位 動機群이란 모든 동기 요인을 일시에 성취하려는 다양한 관광동기를 가지고 있는 동기집단을 의미한다.

동기군 5는 자연환경요인에서 가장 높은 正의 요인값(0.347)을 보이므로 지배적동기요소는 맑은 공기, 쾌적한 기후, 자연경관, 포근한 분위기 등이며 나머지 全要因에 걸쳐 負의 값을 보이고 있어 동기군 5는 自然環境動機群이라 한다. 이러한 동기군의 類型은 우리 나라 觀光者들이 觀光을 하게 되는 觀光動機의 경향을 나타내 주는 것으로, 文化, 精神, 健康, 全方位 動機群이 우세한 것으로 나타나고 있다. 지금까지 분석한 각 動機群의 特性을 要約하면 <표 V-8>과 같다.

<表 V-7> 動機群의 特性

動機要素 動機群	支配的 動機要素	對等的 支配要素	無 關 的 動機要素
I 精 神 健 康 動 機 群	은천욕, 스포츠, 저렴한 비용, 친목도모, 생활반성 휴식, 스트레스해소	맑은공기, 쾌적한 기후, 자연경관	鄉 土 性 文 化
II 鄉 土 性 動 機 群	토산품 구입, 위락시설, 토속음식, 주민의 친절한 인심	—	自然環境 文 化 健 康 精 神
III 全 方 位 動 機 群	새로운 사실, 인지, 문화 유산 감상, 문화예술행사 참여	맑은공기, 쾌적한 기후, 자연경관	鄉 土 性 健 康 精 神
IV 全 方 位 動 機 群	토산품구입, 토속음식, 은천욕, 스포츠, 스트레스 해소	문화유산 감상, 문화 예술행사 참여, 맑은 공기, 쾌적한 기후, 자연경관, 분위기	
V 自 然 環 境 動 機 群	맑은 공기, 쾌적한 기후, 자연경관, 포근한 분위기, 가족과의 대화	—	鄉 土 性 文 化 健 康 精 神

4. 본 조사결과의 종합평가

지금까지 조사분석 자료를 토대로 有意的 관계들을 설명하였다. 여기에서는 이들에 대한 내용을 종합적으로 요약 평가하고자 한다.

가) 표본의 구성비율

標本の 構成比率을 살펴보면 총 조사대상자 439명에 대하여 특이사항만을 열거하면 다음과 같다.

性別에 있어서는 남자가 여자보다 배수로 응답하였으며 연령은 20-30대가 78.2%를 차지하고 있다. 이와 같이 특정 연령층의 분포는 신혼부부 및 수학여행 등 젊은 층의 선호가 강한 반면 실버계층인 50대 이후의 상대적 낮음과 비율적 정체는 제주지역의 觀光地 開發運營上 檢討해 봐야할 점이라 사려된다.

職業에 있어서는 사무·기술직 및 학생·주부등이 전체 63.1% 비율로 높게 차지하면서도 상대적으로 농림수산업은 1.5%의 매우 낮은 비율을 보이고 있다. 이는 제주지역의 觀光魅力要因의 절대성을 가치 상한가를 벗어나서 지정학적 거리감, 관광소요비용의 과다, 판촉활동의 미비등을 복지관광 측면에서 형평성의 원칙아래 균형적인 수급이 형성되어져야 한다.

訪問回收別로는 濟州地域을 처음으로 찾아 온 觀光者가 49.7%로 거의 절반을 차지하고 있으며 2회까지 합칠 경우 72.0%의 다수 비율을 나타내고 있다. 이는 제주지역의 관광매력 요인에 기인한 영향의 비중도 크지만 방문횟수가 많아질수록 비율이 구성도가 감소되고 있는점에 주목할 필요가 있다.

다시 말해서 다양한 潛在觀光資源에 대한 魅力要因 創出不足 및 運營의 確立화로 인해서 파생되어지고 있는 경유형 단순 관광패턴과 관광소요비용의 과다에 따른 관광자의 재방문 기피 현상은 제주지역 觀光地 開發運營上의 問題點을 시사하고 있다고 본다.

旅行 形態別의 경우 단체여행이 66.1%를 차지하며 개인은 33.8%의 구성비율을 보이고 있는데 제주지역 관광지 운영에 있어서도 점차 개인관광형태에 맞춘 관광지 운영 방향 설정이 이루어져야 한다.

외국인은 내국인과 마찬가지로 전체 여행형태가 일치하고 있다. 따라서 개인관광형태의 비중강화를 위한 관광상품개발, 촉진활동, 관광계획 수립과 더불어 정책적인 지원이 필요하다고 사려된다.

나) 觀光地 屬性의 重要度

觀光者가 濟州地域의 觀光地를 선택할 때 重要하게 생각하는 屬性에 대한 평가는 관광지 운영상의 방향 설정시 상당한 영향을 끼친다.

따라서 觀光者가 선택한 속성상의 중요도에 대한 본 연구에서의 평가가 시사하고 있는 점을 살펴보면 다음과 같다.

첫째, 관광자가 제주지역에서 宿泊・交通・自然景觀美의 滿足에 대한 結果를 살펴보면 대체적으로 고른 만족과 함께 중요도 인식을 강하게 갖고 있다. 그러나 점차적으로 자연경관 감상을 벗어나 관광환경을 접하면서 "쇼핑・서비스・慰樂施設"에 대한 비중이 증가하고 있다는 점에 주목할 필요가 있다.

둘째, 제주지역 관광지에서 소요되는 비용 및 교통수단에 의한 접근도의 경우 지형학적인 측면과 단순 정기관광 코스상의 문제점, 물가상승에 따른

관광소요비용등의 과다함에 따라 제주지역 관광지 운영면에서 많은 문제를 시사하고 있다.

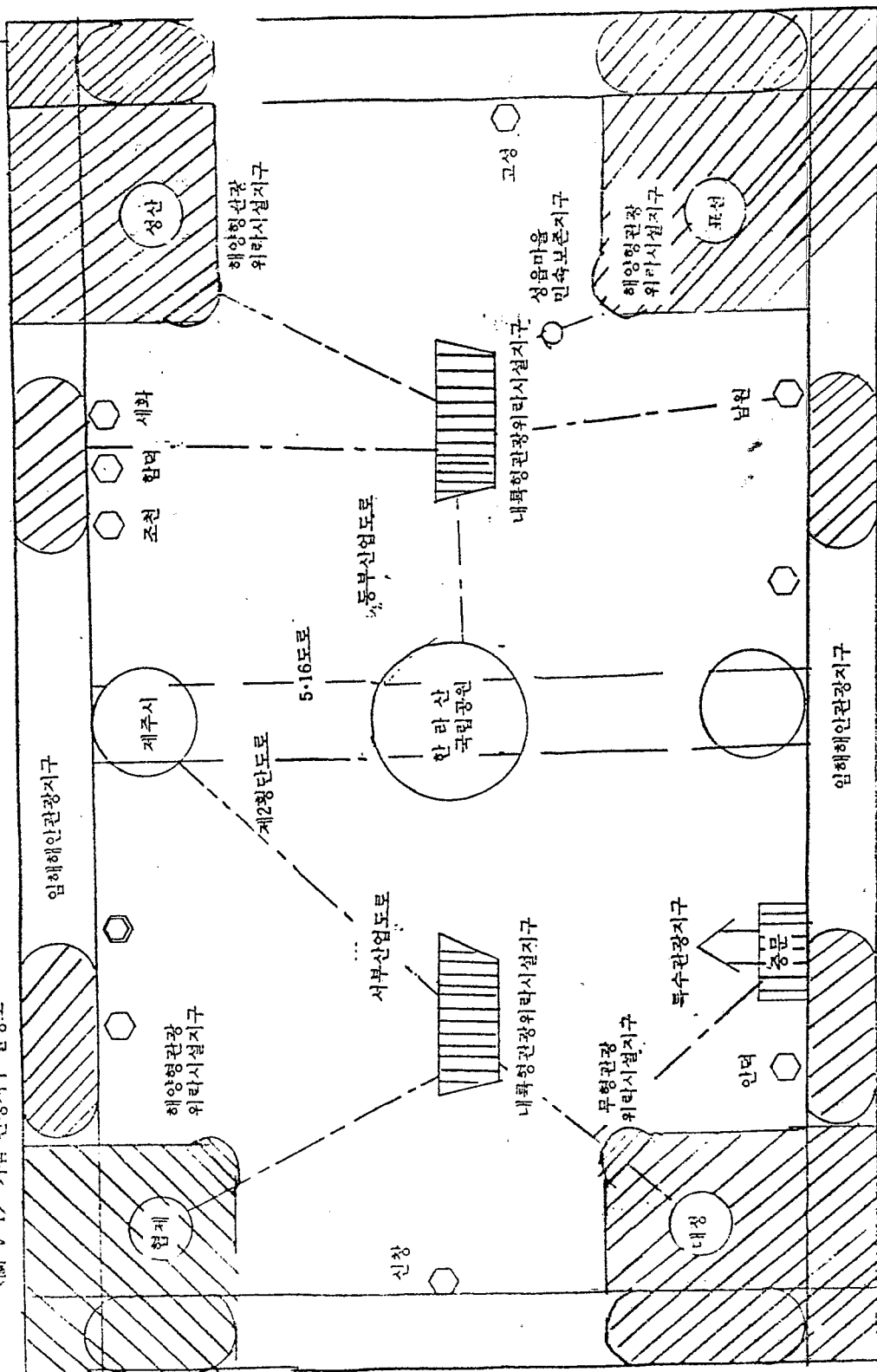
세째, "쇼핑·위락시설"의 경우 연령별로는 젊은 층을 중심으로 스포츠·오락시설의 이용형태의 변화가 점차로 일어나고 있다. 제주지역 관광지 운영 방향 설정에 있어서도 個人觀光形態는 중심의 운영전략과 함께 동적인 쇼핑·위락시설의 단계적 개발실시안의 적극적인 추진이 필요하다고 본다.

네째, 역사적으로 지리적인 환경에 영향을 받아 타지역에 반해서 제주지역은 전통적인 文化風習 및 形態, 鄉土性등이 잘 보존되어 있다. 이는 자연경관미와 함께 자원성 높은 매력요인의 하나라고 본다. 따라서 觀光者들의 歷史·文化的 遺産에 대한 重要性을 강하게 인식하는 점을 도출하여 관광지 운영상 독특한 분위기 창출과 보호에 힘써야 한다. 제주지역의 觀光環境의 重要度에 대한 觀光者들의 반응은 관광지에 대한 지각도 및 휴식시설·공간의 미비 등에 대한 낮은 반응을 보였다. 반면에 청결성, 관광안내원의 친절성·관광지식·관람시 체재시간, 주민태도 및 친절성에 대한 만족은 많은 비율을 나타내었다. 따라서 단순한 경유형 관광패턴을 벗어나서 滯在形적인 觀光慰樂施設 擴充과 토속음식 조리에 관한 체계적인 開發이 필요하다고 사려된다.

다) 觀光動機要因

動機變數에 대한 要因分析 결과 濟州地域의 경우 觀光地 魅力度에서 살펴본 觀光動機要因은 크게 5가지로 推定 分類했다. 濟州地域 觀光地는 특히 하면서 다양한 魅力要因을 가지고 있는데 이러한 魅力要因은 支配的 要素, 無關要素로 區分하였다.

〈圖 V-1〉 거점 관광지구 설정도



이러한 要素들은 觀光者의 動機要因과의 適合性에 의하여 觀光者의 觀光地 선택에 많은 影響을 미치게 된다.

농기군 形成에 따른 支配的, 對等的, 無關的 要素들에 관한 細部的인 사항을 기저로 하여 濟州地域 觀光地 運營方向을 分析해 보면 濟州訪問 觀光者들이 觀光을 하게 되는 動機의 경향을 나타내주는 것으로 文化, 精神, 健康, 전방위 등기순으로 우세한것으로 나타나고 있다.

그러므로, 濟州地域 觀光地 開發運營은 觀光商品의 시스템화를 고려해 보면서 觀光마케팅 戰略 및 觀光 政策樹立時 우선 순위에 의한 確固한 정립이 필요하다고 본다.

第 3 節 濟州地域 觀光地의 開發運營上 問題點과 開發方向

1. 觀光地 開發運營上의 問題點

現代社會로 들어서면서 勞動時間의 短縮, 餘暇時間의 増大, 生活價值觀의 變化등에 힘입어 「餘暇를 위한 勞動」의 思考가 발전하고 있으며, 이는 勞動自體도 餘暇生活을 얻기 위하여 행해진다는 적극적인 餘暇重視論의 대두로, 増加되는 餘暇活動은 從來 「休息과 스트레스 解消形」에서 「生活向上形」으로, 또 나아가 質높은 서비스 提供에 의한 즐겁게 지내는 「즐거움의 追求形」으로 다양한 발전을 해 나가고 있다.

다시 말해서 間接的인 觀光欲求充足方法에서 直接的인 「慰樂形觀光 (dcotourism 혹은 recreation)으로 欲求充足方法이 變化하고 있다.

그러나 本地域은 觀光對象을 현상태로 보고 지나가는 단순한 經由形 觀光地로 形成되어 있을 뿐만 아니라 觀光者로 하여금 體裁期間을 연장할 수 있는 資源開發과 施設開發이 또한 저조한 상태에 있다.

더우기 本地域은 都市觀光地로서 田園觀光地에서 일반적으로 나타나는 田園形宿泊施設(informal types)은 거의 없고, 대부분 都市形宿泊施設(formal types)만이 있다. 이로 인해 自身の 다양한 欲求와 要求를 만족시키기 위해 旅行을 선택하는 意思決定者로서의 觀光者의 嗜好에 맞는 다양한 宿泊施設이 未洽하며, 觀光Hotel의 경우 施設投資의 大規模性에 의해 道外投資家の 投資에 의존되고 있어 限界所得流出性向이 비교적 높게 나타나고 있다.

제주지역의 관광지 운영에 있어서 근본적인 문제점은 관광지 운영상 시장 세분화에 따른 필요성은 절감하면서도 인구통계학적인 변수에 의존하는 관계로 觀光者 성향을 이해하기 위한 변수를 적용하더라도 관광지 운영상의 특성 프로필을 발견하는데 실패하고 있다는 점이다. 이에 따라서 제주지역의 경우 관광성향은 급속히 개성화, 다양화, 계층화, 질적팽창을 형성해 가는 변화에 걸맞는 마케팅 전략의 결정 및 정책수립이 어려운 실정이다. 앞서 전술한 바와 같이 제4장의 1,2절과 제5장에서 분석되어진 것을 바탕으로 제주지역의 觀光地 運營上의 問題點을 도출해 보면 다음과 같다.

첫째, 제주지역의 觀光慰樂活動은 自然觀光地 감상으로 觀光形態가 전반적으로 단조로우며 이는 동적위락활동을 가능케하는 시설과 프로그램의 빈약함을 보여 주고 있다. 이는 觀光開發이 단기체제형이고 저소비패턴이라는 問題點을 안고 있기 때문이다.

둘째, 제주지역은 新婚旅行, 孝道觀光, 親睦會 등 처음 방문하는 경우가 많은 관계로 한번의 기회라는 생각에 짧은 기간에 유명관광지를 모두 방문

해야 한다는 압박감으로 인해 장기체재성에 따른 多樣한 追求理念이나 選擇的인 觀光코스가 開發되어 있지 못하다.

세째, 多樣한 觀光資源을 保有하면서도 觀光商品에 대한 價格믹스는 市場細分化上的 적합치 못한 價格을 提示하고 있는 關係로 濟州地域의 경우 태국, 홍콩 등 동남아국가와의 價格競爭에서 밀려 이들 地域으로 觀光者 누수가 憂慮되고 있다.⁸⁸⁾ 이는 觀光業界的 잇단 觀光料金 引上 및 國內物價上昇에 根本的인 問題點이 있다.

네째, 四季節의 變化에 따른 훌륭한 觀光資源의 적지로서 觀光者들의 魅力 吸引力이 강한 반면 氣候條件의 變化가 심하고 일부 宿泊施設의 微弱 및 清潔, 郷土性의 缺如, 동남아 市場과의 連繫觀光不足 등의 制約點이 있다.

다섯째, 濟州地域의 觀光地 開發運營에 必需的인 觀光商品에 대해 시스템적으로 促進活動을 全擔시킬 機構가 없다.

또한 市場多變化 側面에서 觀光에 대한 情報과 地域特化型 觀光商品開發이 미약한 關係로 觀光鮮展戰略 樹立에 큰 障礙要因이 되는 實情이다.

설령 個別 企業單位로 促進活動을 한다 해도 市場에 대한 特性프로필을 모르고 있기 때문에 自社商品의 需要創出을 기대하기 어렵다.

이는 대부분의 企劃商品이 單純유이하기 때문이다.

여섯째, 地域觀光資源 開發政策과 關聯시켜 濟州地域은 擴充되어 왔으나 觀光루트의 單純성과 觀光地내 慰樂施設 등의 原因으로 濟州市 및 西歸浦市에 偏重된 性向을 가져 왔으며 이로 인하여 觀光地の 均衡·發展 戰略 側面에서 地域 不均衡을 초래함과 동시에 觀光地 中心의 리조트형 宿泊施設들의 非盛需期 經營不振을 면치 못하고 있다.

88) "관광요금이 비싸다", 제주신문, 1992, 9월2일자.

일곱째, 觀光所費와 일정한 函數關係를 갖는 郷土性 産品은 食飲料와 土産品의 開發이 부진한 狀態이다.

여덟째, 觀光地의 類型이 單純하고 劃一的이며 指定基準과 開發의 哲學이 貧困하며 미지정 觀光資源에 대한 活用이 미흡한 실정이다.

따라서 濟州地域觀光地 開發運營에 있어서 觀光團地 및 地區, 指定觀光地 側面에서의 問題點을 導出해보면 다음과 같다.

먼저, 觀光團地 및 地區의 側面에서 보면

事業性 및 住民輿論 등에 대한 충분한 考慮없이 觀光資源의 開發可能性을 위주로 지정함으로써 開發이 지연되고 있으며, 또한 一部 地區는 誘致施設에 비해 과다한 面積이 지정됨으로써 計劃推進上 障礙가 따르고 있으며 地區指定後 土地投機 現狀과 土地價格의 急上昇으로 事業希望者가 있어도 土地確保가 어려워 開發이 不進하며, 誘致施設의 經濟性 미흡으로 民間資本의 誘致가 활발치 못하고 있는 실정이다.

또한 觀光開發에 關聯되는 인허가 節次가 複雜하고 많은 時間과 經費가 所要됨으로써 開發이 遲延되고 있는 가운데 地區別 開發計劃을 지나치게 경직되게 運營함으로써 民間投資의 誘致가 不進하였다.

徒勞, 上下水道 등 基盤施設에 대한 公共投資의 미흡함에 따른 開發이 지연되었다.

指定觀光地 側面에서의 경우 指定觀光地는 第1次 綜合開發計劃상의 觀光團地 또는 觀光地區와 중복되는 경향이 있어 計劃의 實質的 推進에 昏亂을 야기하고 있다. 그리고 觀光地에 따라서는 造成計劃이 未樹立되었거나 또는 面積을 과다하게 査定하였기 때문에 民원이 발생하는 동시에 개발이 지연되고 있는 실정이다.

이상의 濟州地域 觀光地 開發運營上의 問題點을 도출해 보았다.

觀光環境의 急速한 變化에 對處하기 위해서 觀光者의 불편신고를 접수하여 그 내용을 “서비스 네트워크에 피이드 백(feed back) 시키는 정보 전달 서비스체계를 확립하는 한편 관광인력수급정책이 미래지향적인 측면에서 혁신적인 전문성을 살린 혁신적인 계획 및 재교육의 시행이 필요하다고 본다.

제주지역은 구체적으로도 休養景觀地로서 인정받고 있는 독특한 관광잠재력을 보유하고 있으므로 이러한 자원과 시설들을 최대한 보완, 개발한다면 관광상품의 가치가 형성될 것이고 앞서 거론한 제반 問題點의 改善은 점차로 觀光吸引力을 強化시킬 것이다.

2. 觀光地 開發運營에 따른 方向

1) 觀光地 開發運營의 戰略案

濟州地域의 觀光形態는 단순한 관람, 감상위주에서 벗어나 각종 스포츠, 레저, 레크레이션, 쇼핑, 민속문화행사 등에 직접 참여하면서 즐기는 형태로 변모하고 있다. <표 V-9>에서 나타난 것과 같이 여행목적의 경우 가장 큰 비중을 차지했던 자연경관의 관람, 유람이 줄어든 반면 피서, 피한, 피로해소를 위한 오락, 스포츠 등의 비중이 상대적으로 점차 증가하고 있는 것으로 나타나고 있다.

제주지역에는 개성이 다양하고 잠재력이 충분한 관광자원을 보유하고 있음에도 제주지역에는 개성이 다양하고 잠재력이 충분한 관광자원을 보유하고 있음에도 제주지역 관광의 주요 관광 위락활동은 자연관광지 감상으로 경유형 관광위락활동이 주로 행해지고 있다. 이는 변화되고 있는 관광시장

의 多樣한 欲求에 順應할 수 있는 觀光商品 開發이 成行되지 않고 있음을 의미하는 것이다.

또한 施設과 資源의 多樣化로 脫季節性的의 滯在形 綜合觀光地로 전환시키도록 誘導하여야 하며, 國民觀光團地와 國際觀光團地로서 併行開發을 고려해야 할 것이다.

觀光開發의 方向은 經濟性·商業性·量的概念을 追求하는 硬성관광(hard tourism)을 자제하고 潛在觀光資源의 發掘, 觀光地の 利用, 訪問者와 訪問地の 住民間에 진정한 상호작용을 위한 質的 概念으로서 軟성관광(soft tourism)을 그 모토로 한다.

이에 따라서 濟州道 綜合觀光地開發 方向을 살펴보면 다음과 같이 設定한다.

첫째, 3개 觀光團地 및 27개 觀光地區와의 造化를 通한

둘째, 據點 觀光團地 開發에 따른 地域均衡을 圖謀하면서

셋째, 長技體裁形誘導를 위한 觀光慰樂施設 開發 方案 講究한다.

넷째, 第1次 特定地域 濟州道 綜合開發 計劃의 問題點 分析에 따른 外界 策 마련을 모색하고 (예: 地區指定方式과 個別 開發方式의 混合方式 採擇)

다섯째, 開發主體인 地域住民의 參與와 方法, 範圍 및 所要財政의 원활한 調達을 위한 향상도 方案을 강구해본다.

本地域의 自然觀光과 文化觀光은 特殊性과 獨自性이 認定됨으로 商品開發의 方向은 吸引對象物(attachment)의 불만한 價値가 있고, 他商品과 比較하여 競爭優位를 確保하게 해야 할 것이며, 地域特性과 地方色(local color)이 加味된 商品을 生産하여 濟州地域自體가 觀光雰圍氣(tourismmagnetic atmosphere)를 자아내게 해야 할 것이다.

濟州地域에 있어서 觀光者들의 一般的인 觀光形態는 일주도로변의 觀光地를 중심으로 自然觀光地의 景觀感想에 머무르는 실정이다.

그러므로 단조로운 觀光코스를 지양하고 제주시권과 서귀포시권에 편중된 觀光者들의 欲求를 해소하기 위하여 레크레이션資源을 活用하면서 未開發된 觀光資源을 開發 觀光코스를 多樣化 하는 것으로써 이는 濟州地域의 均衡發展을 도모함과 동시에 섬 전체를 하나의 觀光地로 造成하려는데 그 目的이 있다고 하겠다. 그러므로 <圖 V-1>에서 보는 바와 같이 나우어즈(Nours) 교수의 圈域設定을 基準으로 하여 濟州圈에 대한 觀光者들의 利用 및 開發 구상에 결부시켜 봄으로써 地區內 觀光地間 連繫性을 강화하고자 한다.

觀光開發 構想의 戰略을 도모하기 위하여 개개 觀光地의 開發은 가급적 기존 計劃上의 性격을 維持토록 하며 과다한 面積指定이나 다른 計劃과의 重複으로 인하여 事業施行에 지장을 줄 우려가 있는 面積 및 區域을 조정한다.

시행상 사업성있는 施設의 追加 또는 變更으로 開發의 活性化가 가능한 地區는 主要施設을 補完하거나 變更토록 한다.

또한 새로운 觀光形態의 發生 및 이에 소요되는 施設의 誘致가 적합한 지구는 主要施設을 追加 하거나 地區를 新設한다.

이에 준하여 다음에 거론할 觀光商品의 開發을 통해 觀光需要의 창출을 기하면서 체재형 觀光地로서의 轉換이 이루어져야 한다.

2) 多様な 觀光 慰樂施設의 戰略開發案

가. 內陸型 地域特化的 觀光慰樂施設의 活性化方案

오늘날 觀光·레크레이션의 類型이 遊覽型, 休養型, 스포츠型⁴⁰으로 分類되

오늘날 觀光·레크레이션의 類型이 遊覽型, 休養型, 스포츠型⁸⁹⁾으로 分類되고, 이들이 複合·混合하여 발전하고 있음에도 불구하고 現在 本地域의 觀光對象은 自然資源 그 自體에 依存하고 있기 때문에 濟州地域에서의 觀光類型은 自然資源을 主對象으로 한 「보는 觀光(flow and see)」으로서의 「遊覽型 觀光(sightseeing or tourism)」이 中心이 되고 있는데, 이는 차량을 통한 觀光과 觀光코스에 포함된 觀光對象을 주어진 짧은 시간에 대충 觀覽함으로써 密度가 없는 觀光⁹⁰⁾이 되어 극히 단조로우면서도 천면一律적인 遊覽型觀光에 지나지 않고 있다.

따라서 앞으로의 觀光開發은 「보는 觀光(flow and see)」으로서의 「遊覽型 觀光(sightseeing or tourism)」과 「參與하고 즐기며 活動하는 觀光(resort and do)」⁹¹⁾으로서의 「慰樂型觀光(do-tourism 혹은 recreation)」 또는 「체재형 관광」⁹²⁾으로 가져가야 할 것이다.

즉 觀光動機가 분명하고 需要의 再創造나 潛在需要의 開發 등 市場需要를 擴大시킬 수 있는 SIT⁹³⁾와 같은 滞在型觀光商品의 開發에 主力함으로써 顧客

89) 李萬泰, 觀光企業經營論, (서울:博英社, 1974, p.140).

90) 日本交通公社, 「觀光地の評價手法」, 1973, p.45.

91) Travel Journal International, 1985年 2月, pp.12-5.

92) 滞在型이라는 것은 自然에 적극적으로 參與하면서 그 속에서 水泳, 요트, 테니스, 낚시, 등산, 캠핑, 수렵 등의 스포츠성 레크리에이션과 독서, 그림그리기, 사교활동에 스스로 적극적인 參與를 하고 거기에 陶醉되는 것을 말한다.

(註: 松全義和幸, 中山裕, “レジャー消費の觀光レ크레이션財團法人 日本交通公社, 「觀光」, 68호, pp.7-8호.

93) 旅行의 内容에 따른 分類로 旅行業者가 一般의 不特定多數를 對象으로 하여 企劃하고 顧客의 흥미와 관심을 유도할 수 있도록 特別한 旅程을 作成한 旅程을 말한다.

(註): 財團法人 日本交通公社, 「觀光事業, 1974, p.168.)

의 創造가 可能할 것이다.

다음의 資料⁹⁴⁾에 의해 觀光行動形態를 「보는 觀光」으로서 「遊覽型觀光」과 「즐기는 觀光」으로서의 「慰樂型觀光」으로 區分하였고, 그 區分基準은 <표 V-9>에 의한다.

따라서, 慰樂型 觀光商品으로서의 本地域의 觀光資源中 野外레크리에이션 對象으로 큰 비중을 차지하고 있는 것이 狩獵, 낚시, 골프 등이다.

野外레크리에이션 對象中 狩獵의 경우를 보면, 漢拏山の 廣闊한 草原에는 어디를 가나 꿩, 까마귀, 오리, 새 등의 鳥類가 棲息하기에 좋은 丘陵地, 밭근처의 荒蕪地, 돌담, 잡풀 등의 棲息條件과 豆類, 메밀, 유채, 토란, 고구마, 其他 植物등 꿩 好植物이 풍부하여 꿩의 사냥터로는 最適地라 할 수 있다. 또한 人工化나 人工養殖에 의한 수량확보를 前提로 季節에 따른 地域變更 및 포획수량의 制限 등에 의한 狩獵期間의 年長과 狩獵場 使用料의 引下를 實現시킨으로써 狩獵의 觀光資源化는 可能할 것이다.

낚시는 自然을 背景으로 한 레크리에이션으로, 地域에는 낚시터가 到處에 散在해 있고, 季節에 구애받지 않으며, 對象魚種이 풍부하다는 등의 利點과 市場이 地域住民 뿐만 아니라 全國的이고 國際적인 레크레이션 資源이다. 더욱기 낚시는 野外레크리에이션 活動중에서 滞在率이 가장 높은 利點도 지니고 있다. 지금까지는 地域住民의 餘暇對象의 범주를 벗어나지 못하고

94) ① 金炳文, 「觀光地理學」, (서울:螢雪出版社, 1978), pp.11-8.

② 金相勳, 「觀光事業概論」, (서울:螢雪出版社, 1977), pp.4-4.

③ H.Robinson, op.cit., pp.29-52.

④ Alan Jubenville op.cit., pp.3-12.

⑤ Edmornd W.Gilbert, Land and Leisure, pp.15-42.

⑥ 日本交通公社, 「觀光のその特例象」(東京:日本交通公社, 1969, pp.11-7.

⑦ ———, 「觀光辭典」, (東京:日本交通公社, 1973), pp.44-7.

〈表 V-8〉 觀光形態의 二元的 分類

구분 지표 관광 형태	관광동기	관광기구	관 광 대 상	관광의 대상의 代替性	관광육구 충족 방법	관광시간 및 경험척도	관광이동 및 관광공간	기타
遊覽型	知·情·意		小景觀(文化財 大景觀(취락, 지형, 기후 산업)	불능	간접적	일시적 (單回性)	點·類型	
慰樂型	心身의 保護鍛鍊	운동기관	은천장, 야영장 운동장, 오락장 피서 및 피한 地	가능	직접적	지속적 (週期性)	面型	

으나, 낚시가 주로 高所得階層의 餘暇對象이고, 生活水準의 向上과 餘暇의 增大가 必然的라고 한다면, 낚시의 市場需要는 매우 넓고 밝은 展望을 줄 것으로 豫見된다. 그러므로 觀光·레크레이션客을 위한 낚시 資源의 開發裝備은 새로운 商品企劃의 可能性과 市場開拓의 關鍵이 될 것이다.

환언하면, 골프, 수영, 테니스, 승마, 사냥, 사격 등 각종 스포츠, 레저 시설과 종합레크리에이션공원, 야생동물원, 수족관 등 人工的 觀光慰樂施設 개발을 유도하여 반복형 觀光慰樂活動을 유도함으로써, 최근 새로운 관광형태의 하나로 부각되고 있는 가족, 친지들이 함께 머무르며, 즐기는 체재형 관광자들의 수요에 대처할 수 있을 것이다.

이를 세부적으로 설정해 보면 동부지역의 산골부리일대 및 동부축산산업

지구는 內陸形 觀光慰樂施設地區 開發이 가능한 적지로서, 관광자 이용 형태의 변화와 더불어 관광지의 위락, 스포츠시설이 필요불가결한 위치를 차지함에 따라서 地理的 立地와 地域 特性의 區分에 의해서 空間 形態의 構成도 개성있게 계획되어져야 할 것이다.

동부중산간지대는 해발 250-400m에 걸쳐 넓은 초원과 잘 조화 되는 기생화산들과 어우러져 폭넓게 분포되어 있다.

그러므로 이 地域에 慰樂, 스포츠 施設등 內陸形 地域特化的 觀光慰樂施設의 開發 側面에서 살펴보면 다음과 같다. 첫째, 넓은 초원을 背景으로 하여 골프장 施設의 設置가 가능 하므로 大規模 定期的인 大會 誘致를 하면서 活性化를 기한다. 둘째, 射擊場 施設을 誘致하여 千혜의 사냥터로써 조성 한다. 그러기 위해서는 다수의 번식력이 강한 동물을 인위적으로 키울 수 있는 施設이 필요하다. 셋째, 周邊의 牧場을 觀光牧場化 함으로서 畜産의 형태 및 조랑말을 이용한 乘馬施設을 提供하면서 조랑말 경주를 定期的으로 開催하여 大衆化를 꾀한다. 넷째, 靑少年을 위한 야외캠프장을 設置하여 心身鍛鍊의 場으로 활용한다. 다섯째, 기생화산을 이용한 행글라이더를 이용할 수 있는 코스개발을 유도 하면서 눈썰매장의 타당성을 검토해본다. 이 경우는 기존 기생화산을 배경으로 인위적인 눈썰매장 공간을 확보·개발한다. 여섯째, 東部地域 風習등 傳統生活樣式을 살린 宿泊施設을 活用하여 보양촌으로 이끌며 성읍민속촌의 開發 保存에 역점을 두어야겠다.

또한 송당지구와 비자림을 거치는 徒勞를 積極的으로 活用하여 성산, 신양동의 해안지구와의 連繫性을 強化할 수 있도록 誘導해야 할 것이다.

한편, 西部地域은 이시들 牧場을 基点으로 西部畜産産業道路와 海岸을 連繫하는 幹線道路를 우선적으로 설치하여야겠고, 內陸型 觀光을 導入하면서

협자해안지구와의 連繫性을 強化하고 西部地域 特有의 文化 行政의 中心地 役割을 담당해온 대정읍을 中心으로 傳統生活樣式과 옛 선비들의 중심 유배지인 특성을 살려서 주변의 자연경관등을 고려하면서 설정되어 질수 있을 것이다.

나. 海岸觀光資源의 開發方案

觀光資源이란 觀光主體인 觀光者의 觀光欲求對象이 되며 觀光行動의 目標가 되는 것⁹⁵⁾ 으로서, 觀光産業에 있어서는 經濟的 價値觀, 觀光者에 있어서는 慰樂的·文化的 價値를 갖는 觀光對象物이다.⁹⁶⁾ 즉, 人間의 觀光動機를 充足시켜 줄 수 있는 생태계내의 有形·無形의 諸資源으로서 保存·保護하지 않으면 그 價値를 喪失하거나 減少할 性質을 內包하고 있는 資源이다.

觀光레크레이션의 對象은 流動的이면서 對象의 複合性을 指向하는 自然觀光資源과 滯在的이면서 對象이 單一性을 指向하는 施設資源으로 大別되는데, 海岸觀光開發은 自然觀光資源을 開發對象으로 하는 것이겠으나, 陸地처럼 「보고 즐긴다」(flow and see)는 移動型의 觀光對象이 아닌 「하며 즐긴다」(resort and do)는 滯在型의 觀光레크레이션 對象에 目的이 있는 것이다.⁹⁷⁾

95) 開發에 있어 유념할 점은 住民參與의 概念과 精神이 절실히 요구된다. 住民參與란 그 地域全體의 政治的·經濟的 過程에 住民이 직접 參與하는 것으로 그들이 開發에 직접 計劃, 執行, 評價에까지 絶대적으로 참여하는 것이다.

(註) A.T. White, "Why Community Participation?" Assignment Children, (Geneva : UNICEF, 1982), p.17.

96) 韓國經濟研究센터, 「觀光資源開發의 現況과 課題」, (서울: 대한상공회의소, 1974), p.57.

97) 金敬春, 「觀光資源論」, (서울: 大旺社), p.78.

海洋觀光開發의 適地選定基準을 보면,⁹⁸⁾ ① 산을 등진 바다로 波濤가 거칠지 않고 海底의 大部分을 岩石으로 占하고 그 區域은 可能的 限 自然公園의 一部일 것, ② 海中景觀의 變化가 풍부하고 原始性を 지남과 동시에 그러한 區域이 넓을것, ③ 海産物이 풍부하고 그 種類가 많을것, ④ 海水가 맑고 깨끗해서 오염될 염려가 없을 것, ⑤ 特히 數育 또는 觀光을 主目的으로 한 海中公園에서는 그 位置가 交通關係에 可能的 限 有利할 것 등이다.

本地域은⁹⁹⁾ ① 近距離에 있고 交通이 便利하며, ② 海中景觀이 아름다워 水深과 地域에 따라 景觀의 變化가 풍부하고, ③ 海底生物이 多種多樣하고 풍부하며, ④ 海水가 맑아 可視距離(20-30m)가 넓고 潮流가 급하지 않아 모든 條件을 다 具備하고 있다.

視界만 하더라도 20-30m로서 日本 오사카만(24m)보다 좋고, 美國의 마이애미(Miami)경우는 海草때문에 漚속정으로 2時間 以上 나가야 水中觀光이 可能하다고 하며 視界도 100m정도라고 한다. 「하와이」나 「사모아」등의 南洋群島는 상어떼로 인한 危險한 與件을 갖고 있다.

따라서 現在 主流를 이루고 있는 海岸觀光의 形態-아웃, 水上스키, 스킨스쿠버다이빙(skin skuba diving)등 스포츠性 레크리에이션의 開發은 西歸浦 및 증문, 성산, 협재, 함덕, 신양, 포선, 남원 海岸등이 開發適地로 判斷되며, 四季節性과 遊覽型에서 慰樂型으로 轉換시키기 위하여 濟州地域의 東部地域 성산포 및 西部地域 증문 觀光團地를 中心으로 綜合觀光慰樂型資源을 絶실히 造化·均等 維持해야 할 것이다.

이에 준하여 據點觀光地區 開發에 따른 海洋觀光 慰落施設地球의 해양형 觀光慰樂施設의 施設物 配置計劃을 設定해 본다면 <表 5-9>와 같다.

98) 日本觀光協會(刊), 「觀光」, 25號, 1969, p. 20.

99) 심우진, “濟州觀光資源의 國際市長性”, 청주대, 論文集, 제6집, 1974, p. 174.

〈表 V-9〉 施設物 配置計画

區 分	施 設 物	規 模			備 考
		計	1 段階	2 段階	
宿泊施設	.호 텔 .유스호스텔 .요 텔	200실 150실 50실	200실 100실 —	— 50실 50실	기존호텔증축 1동 2동
	小 計	400	300	100	
商業施設	.쇼핑센터 .室內娛樂場 .스낵식賣店	8,500	5,500	3,000	2동 1동 2동
公共施設	.公共建物 .旅行案内所 .管理事務所	950	950		1동
教育文化	.海岸博物館	2,000	2,000	—	1동 유스호스텔 (임해학교)

區 分	施 設 物	規 模			備 考
		計	1 段階	2 段階	
海岸레크 리이이선 施設	.마리나施設	161BERTHS	59BERTHS	102BERTHS	1동 1동 施設數面積 既存漁船 船着場으로 竝行利用
	.요트클럽	1,423M ²			
	.하우스	800M ²	350M ²	450M ²	
	.海上公 場				
	.海水POOL場 (*衣場 및 展望休憩所	950M ²	—	950M ²	
陸・海上 交通施設	.보트場 (FLOATING PIER)	100M ²	100M ²		.헬기장 터미널 建物 .호텔1
	.水上*水	1個所	1個所		
	.遊覽船터미널	2,000M ²	2,000M ²	—	
	.道路 駐車場	40,000M ²			
	.헬 기 場	2個所	1個所	1個所	

다. 民俗觀光 資源의 開發 및 1次産業과의 連繫性 強化策

觀光商品의 多樣化 方案의 하나로 民俗觀光 資源의 開發에 힘을 기울여야 한다. 觀光이란 窮極的으로 鄉土性에 바탕을 두어야 하는데, 그것은 그 고장의 固有한 文化環境에서 開發함으로써 可能해진다. 濟州地域에는 民俗文化財와 民俗文化 行事가 풍부하고, 人文景觀 또한 이색적이어서 이를 效果的으로 開發한다면, 충분히 觀光資源으로 活性化시킬 수 있을 것이다.

民俗觀光資源 開發의 方向으로서는 첫째, 濟州地域 固有의 飲食을 專門으로 하여 觀光名物의 하나로 손꼽힐 수 있는 飲食店들이 많이 세워져야 한다. 둘째, 觀光客이 참여하는 民俗公演場의 施設開發이 이루어져야 한다. 셋째, 濟州民의 割民俗資源 및 行事 등을 직접 보고, 같이 生活할 수 있는 民俗·文化觀光코스 商品을 開發하는 것이 바람직하다.

넷째, 地域特化的인 土產品 開發과 流通構造秩序의 確立을 통한 지속적인 品質向上을 도모하면서 영세업자에 대한 政策的인 지원이 적극성을 가져야 한다.

이러한 측면에서 濟州地域만이 갖고 있는 독특한 민속무용인, 해녀놀이, 비바리춤, 차사영맞이, 민속놀이인 입춘굿놀이, 세경놀이, 영감놀이, 칠머리당굿 등을 觀光商品化 하여 지역특화 한다면 現在 觀光資源이 없는 지역의 새로운 관광상품으로 활용할 수가 있으며, 고령의 觀光者 및 외국인 觀光者들의 선호 만족감을 주기 위한 야간민속놀이 公演場을 만들어 宿泊地와 연계한다면 夜間觀光商品으로서 그 가치를 높일 수 있을 것이다.

또한 濟州地域에 산재해 있는 공예품 生産業體는 濟州市 44개업체, 서귀포시 4개업체, 북제주군 19개업체 등 총 74개업체이며, 生産品目別로는 석공예 13개업체, 목공예 16개업체, 산호 및 패각 21개업체, 도자공예 6개업체, 초경공예 4개업체, 기타공예 14개업체에 달하고 있으나 업종상 영세성을 면치 못하고 있는 실정이다.

또한 觀光土產品의 流通構造의 계통을 살펴보면 流通構造 生産者 → 中間都賣商 → 小賣商 → 消費者 및 生産者 → 消費者의 順으로 流通構造體系가 세워져 있는 현 시점에서 나타날 수 있는 流通秩序의 無秩序에 따른 價格의 高價招來, 品質의 粗雜, 營生성 및 他地方業體와의 競爭力微弱에 따른 鄉土的인 色彩의 부족은 1次産業과의 連繫性에 많은 영향을 미치고 있다. 그러므로 현존 공예단지 및 경주공예단지형 이상의 生産 및 流通構造의 活性化를 통한 製造企業에 대한 개발 성과급수의 등급조정등을 실시하는 政策的인 지원과 함께 資本金이 뒷받침되는 專門工藝業者의 양산을위한 制度的·세제 혜택 및 신뢰도 높은 觀光土產品 전문상설전시매장의 확보에 따른 弘報가 필요하다고 본다.

라. Convention 誘致方案

20世紀의 産業社會에 있어 物財와 情報를 中心으로 사람들이 모여 交流하는 場所의 명칭을 컨벤션(convention)¹⁰⁰⁾이라 하며 觀光地에서 컨벤션(Convention)을 開催하는 메리트(Merit)는 무엇보다도 日常生活을 떠난 休養性이라 할 수 있다.

컨벤션 觀光都市로서 目的에 맞도록 都市를 裝備한다는 것은 結果的으로 都市地域經營의 시스템化를 實施하고 있고, 새로운 觀光需要發掘의 手段이며, 會議패키지의 開發¹⁰¹⁾은 <圖4-5>에서 보듯이 컨벤션地域의 經濟에 파급효과가 크다고 할 수 있다.

예로 홍콩의 경우 통상 觀光客의 平均滞在日數가 2~3일에 반해서 컨벤션

100) 金忠鎬, “觀光都市 形成을 위한 컨벤션 誘致方案”, 경기대 「論文集」, 제17집, 제1호, 1985. p.468.

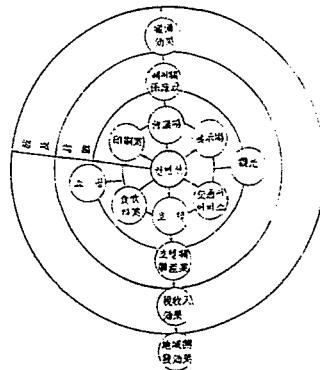
101) 보통 會議패키지는 宿泊費, 食費, 會議室 使用, 基本的 音響施設 등의 내용이 포함되고 있다.(註: John Bishop, Travel Marketing(Great Britain: Bailey Bros & Swinfen, 1981), p.88.

觀光은 5日로써 滞在期間이 길어지고 濟州地域과 같이 盛需期와 非需期の 區別이 심한 地域에서는 컨벤션 誘致는 非需期の 對策으로써 都市나 觀光地에 강제적으로 사람들을 集合시키는 최고의 方法이 되며 觀光要素와 컨벤션 要素를 잘 造化시키므로써 魅力的인 컨벤션 都市形成과 地域活性化가 可能하게 된다.

1983年の 國際會議 件數는 全世界가 4,864件으로 파리가 252件으로 가장 높고, 런던, 日內瓦 그리고 싱가포르 다음으로 東京이 155件이며, 서울이 124件으로 최하위를 차지하고 있다. ⑩

컨벤션은 앞으로 必要不可缺한 都市機能으로서 各 分野別로 확대 될 가능성이 크며 따라서 本地域도 컨벤션을 觀光政策의 一環으로서 다루어야 하며, 都市와 業界가 效率的인 投資와 弘報活動을 強化해야 함은 물론 國際會議를 誘致할 수 있는 施設의 擴充 그리고 時代의 흐름에 따라 從業員들의 資質向上이 요청되므로 敎育의 機會를 주어서 컨벤션 遂行의 能力維持를 쌓아 놓아야 할 것이다.

〈圖 V-5〉 컨벤션 地域 經濟波及 效果



資料 : 金忠鎬, “觀光都市 形成을 위한 컨벤션 誘致方法”, 경기대「論文集」, 제17집, 제1호, 1985, p.478.

102) Asia travel Trade, 1985, p.20.

103) 交通部, 「觀光動向에 관한 年報報告書, 1984, p.126.

3) 觀光地 立地에 따른 差別化 戰略

觀光地 立地는 觀光者가 各種 情報媒體에 의해 觀光地特性을 地殼하고 競爭觀光地 特性과는 比較 評價를 통해 認知하고 있는 觀光地の 位相이다.

여기서 觀光地 特性이란 觀光地の 獨特한 매력요인 즉 特定觀光地가 個人의 好奇心을 刺戟하는 要因이며 觀光者가 觀光地에 대한 知覺(期待感)이란 觀光者 自身の 內的인 要因 즉 特定觀光地에 대해 갖는 自身の 社會心理적 要因이다.

이러한 觀光地 立地는 觀光者の 期待感, 觀光地の 特性, 競爭觀光地の 特性 등 세가지 構成要素에 의해 決定된다.

그러므로 濟州地域의 경우 觀光地の 이미지 在考를 통하여 觀光者の 知覺을 바탕으로 觀光地の 特性을 分析하고 觀光者の 기대감 및 競爭觀光地の 特性分析이 이루어져야 한다.

觀光者는 뉴스媒體, 廣告, 販促, 觀光經驗(直接 혹은 間接)등의 情報를 媒體로 하여 競爭觀光地에 대해 特定觀光地の 總體的 이미지로서 觀光地 立地를 形成하게 된다. 따라서 濟州地域 觀光地는 濟州地域 觀光地の 特性(중요 매력요인)에 대한 知覺된 相對的 이미지이다.」 觀光者들은 觀光目的地 選好에 있어서 觀光動機要因에 의해 觀光을 하고자 하는데 觀光目的地의 選擇은 觀光欲求를 充足시킬 수 있는 觀光地를 選擇하고자 한다. 濟州地域 觀光地 立地の 주체인 觀光者는 特定觀光地の 이미지를 구축하면서 형성된다. 濟州地域 觀光地 立地の 特性은 기본적으로 다음과 같이 차별화 運營戰略에 의해 이루어져야 한다.

觀光者는 優先的으로 자신의 觀光動期에 따라 濟州地域 觀光地の 매력요인을 평가하며, 濟州地域 觀光地가 제공하는 觀光者の 旅行目的(동기요인)

과의 적합도에 따라 觀光目的地를 선택함과 동시에 觀光地 立地에 影響을 미친다. 그러므로 選擇的인 지역특화 觀光商品의 개발에 따른 끊임없는 매력요인의 창출은 濟州地域 觀光地 立地를 강화시킬 것이다.

觀光의 動機要因 즉 競爭觀光地와의 관계에서 動機要因중 가장 特徵的인 요소를 중심으로 입지를 하는 것이다. 환언하면, 觀光地 特徵을 競爭觀光地에 비교함으로써, 觀光者에게 認知시키는 것이다. 이는 유명관광지에 대한 특정 觀光地 입지의 경우 유용한 방법이다. 러스크(RUSK)의 연구는 어떠한 觀光目的地에 의해 제공된 혜택은 그 目的地 訪問을 고려하는 觀光市場에서 파악된 혜택과 반드시 연결되어야 한다는 것을 의미한다.

다시 말해서 觀光地 開發運營上 濟州地域 觀光細分市場이 원하는 것에 觀光者들의 만족을 충족시킬 수 있게끔 제공하는 것이다.(자연 감상 여행, 문화유산 여행, 모양여행, 향토성 탐방)등 觀光者가 원하는 動機要因들에 대한 觀光目的地로서 제공할 수 있는 혜택을 效果的으로 대응할 수 있는 觀光地 立地를 근거로 한 差別化 政策을 樹立되도록 해야 한다.

이러한 差別化 政策의 效率性を 기하기 위하여 觀光促進活動 및 觀光商品 開發의 미흡을 보완하기 위한 觀光資源體制를 活性化을 도모하고 觀光情報 體系의 입체화를 수행할 기구의 개편에 따른 濟州觀光의 이미지 弘報戰略次元에서 예산편성의 비증확대, 전담기구확대, 전문요원의 양성에 힘써야 한다.

4) 非需期 他界策 및 受容策

앞서 전술한 바와 같이 濟州道 觀光者數를 구체적으로 분석한 결과 1일 평균 觀光者數는 1989년 7,240명이고, 1990년에는 8,189명이었다.

이를 성·비수기로 나누어 비교해 보면 성수기에 1일 평균 觀光者數는 1989년에는 8,586명이고, 1990년에는 9,655명, 그리고 1991년에는 10,302명이었으며, 非需期에는 1989년에 5,846, 1990년에 6,699명, 1991년에 7,339명으로 성·비성수기가 비중이 대체로 6:3정도로 나타났다.

濟州地域의 觀光商品의 需要는 時間에 따라서 變動이 매우 심하기 때문에 安定的인 需要를 確保하는것은 쉽지 않은 일이다.

需要의 時間的, 量的, 偏在에 對處하기 위한 方案은 크게 두가지로 나눌 수가 있다. 하나는 需要 自體를 調節하여 盛需期와 非需期の 隔差를 줄이는 것이고, 다른 하나는 이와 반대로 供給을 調節해서 變動하는 需要에 對應하는 것이다.

가. 需要調節

盛需期の 過大需要를 非需期에 以前시키기도 하고, 非需期에 새로운 需要를 開拓하여 平準化를 꾀하는 方法이다.

季節料金, 週末料金, 年末年時料金 등처럼 盛需期에는 높은 料金を 設定하고, 平日料金を 設定하는 方法이다. 그러나 差別料金間의 格差가 너무 크면 消費者들이 不公平함을 느끼게 되고, 信賴感을 잃을 수도 있다는 점에 留意해야 한다.

過大需要가 있는 경우에는 마케팅의 役割이 強化되어서는 안된다. 供給의 不足은 短期에 그치지만, 購買를 하지 못한 消費者들 잘못 다루게 되면 이들에게 否定的인 濟州地域의 이미지를 長期的으로 갖게 하는 要因이 될 수 있기 때문이다. 따라서 합리적인 마케팅 戰略(demarketing strategy)을 樹立, 展開할 필요가 있다.

따라서 濟州地域은 非盛需期에 새로운 관광상품(例, 觀光地인 호텔에서는 기업연수교육, 컨벤션유치, 보양관광등의 유치)의 개발을 통해서 새로운 需要를 開拓해야 한다.

나. 供給能力의 調節

供給能力을 彈力的으로 調節함으로써 變動하는 需要에 對應하는 方法으로써는 平常時에는 正規職員만으로 運營하다가 파트타임에는 臨時雇用員을 採用하여 生産能力을 向上시킬 수 있다.

盛需期の 경우에는 生産시스템을 通常的인 體制에서 生産극대화 體制로 바꿈으로써 供給能力을 向上시키는 方案이다. 즉, 従業員들에게 그들의 所館業務 이외의 다른 業務에 대한 교육을 實施하여서 파트타임에는 人力이 부족한 작업에 投入함으로써 生産의 效率을 높힐 수 있다.

잠재관광자들에게 施行欲求를 刺戟하는 광고, 브로슈, D.M. 등 促進活動을 展開하여, 需要를 安定시켜야 한다.

供給企業이 갖는 收用能力을 融通性 있게 供給活用함으로써 供給能力을 彈力的으로 運用할 경우, 다른 旅行社의 협조로 未達 人員을 補充받아서 전 서비스를 運行하는 경우 등이다.

盛需期에는 서비스의 生産에 消費者가 參與하는 程度를 높힘으로써 서비스의 供給水準을 増大시킬 수 있다.

觀光産業은 旅行社, 航空士, 호텔 등의 여러 企業과 公的인 觀光機構, 政府 등이 密接한 關係를 가지고 業務를 遂行해 나가는 産業이다. 이러한 各業體들 간의 關聯性은 觀光商品의 開發, 價格決定, 流通, 促進 등 모든 마케팅 活動에 影響을 미치고 있으며, 濟州地域의 觀光産業 全體적으로 시너지 效果를 發生시킬 수 있는 戰略方案을 提示하기 위해서 共生的마케팅

(symbiotic marketing) 概念과 連結마케팅(relationship marketing)의 概念을 導入하는것이 必要하다.

濟州地域의 경우 觀光慰樂施設의 측면에서 살펴보면 고대나 근대가 아닌 현대의 文化財를 건설하고 觀光者들에게 이용할 수 있게끔 한다는 바탕아래 제주지역 특화적인 觀光시설물의 개발전략을 적용하여야 한다.

다. 地域 特化的인 觀光施設物 開發

濟州地域의 경우 觀光施設 開發에 따른 非盛需期 타계책을 살펴보면 고대나 근대가 아닌 현대의 文化財를 건설하고 觀光者들에게 이용할 수 있게끔 한다는 바탕아래 濟州地域의 地域性, 歷史性, 文化性을 토대로 觀光施設物이 開發은 觀光需要 創出에 많은 寄與를 하게 될 것이다.

이러한 觀光施設物은 선비마을, 연금생활자촌, 보양관광촌, 전통문화 박물관(목장, 어업, 농업), 관광농원, 관광화원, 귀양살이촌, 산지형박물관, 海洋交通手段 등으로 구분하여 살펴 볼 수 있다.

이를 具體的으로 살펴보면 첫째, 朝鮮時代 선비들의 생활상과 취미생활, 배움의 과정등을 통해 재조명하고 마을을 建設함으로써 外國人에게는 觀光商品으로써 가치를 부여하고 內國人에게는 실제로 이 마을에서 生活할 수 있는 機會를 附與한다.

둘째, 年金生活者村은 內·外國人中 年金으로 생활하고 老後生活의 참 보람을 되새기는 마을의 특성을 갖는다. 立地的 측면에서 보면 선비마을과 비슷하지만, 季節的인 年金生活者村을 형성 한다면 그 效果를 극대화 할 수 있을 것이다. 셋째, 보양관광촌의 성격을 보면 그 이용 계층은 대부분 장·노년층이 선호 할 것이며, 濟州地域의 경우 지리적인 諸般與件上 최대한 活用할 수 있을 것이다. 넷째, 濟州地域의 농촌에서 고대부터 작금까지 전해

내려오는 農村文化를 전시하는 博物館이다. 農耕 博物館은 四季節別 농기구전시관과 農耕文化에 연관된 각종 資料를 소개하는 코너를 濟州地域內의 特性地域에 설치한다. 다섯째, 漁村文化博物館은 漁村에서 사용한 각종 어기구를 전시하고 漁村文化가 時代別로 變遷해온 과정을 볼 수 있는 코너를 설치한다. 여섯째, 濟州地域이 地域的 特殊性을 살린 觀光農園과 觀光花園을 위에서 열거한 觀光施設物의 관광 흡인력을 높이는 역할을 수행할 것이다. 일곱째, 한라산과 관련된 傳說, 說話, 民俗등을 對象으로 開發해야 한다. 또한 濟州地域에 귀양살이촌을 재현시켜서 流配生活의 실상과 함께 文化的 자취를 되새길 수 있는 村落을 開發할 필요가 있다.

그러므로 盛需期와 非盛需期間의 區分없이 이에 대한 地域特性에 適合한 觀光施設 開發의 推進은 濟州地域 觀光地 開發運營上에 獨特한 示唆點을 提示해 줄 것이다.

觀光地 開發運營에 關한 地域住民들의 積極的인 參與, 地域環境 影響에 關한 諸般的인 評價와 함께 觀光地 立地 特性을 살린 開發運營計劃을 樹立하면서 觀光環境要因의 市場性 檢討 및 마케팅 戰略을 바탕으로 한 觀光政策 樹立을 세워야 한다.

5) 休養景觀의 觀光慰樂施設 設計方案의 實施戰略

觀光慰樂園地를 計劃하는 過程에 있어서 레크리에이션 尺度는 餘暇行態調査, 需要 및 供給에서 이의 使用이 重要시 되었다.

尺度는 客觀的 地表로서 利用者-資源(施設)의 關係를 量的, 質的으로 測定하는 것이며, 레크리에이션에 대한 政策樹立, 資源配分, 合理的 프로그램(經營)效果의 評價에 利用된다.¹⁾

104) 韓國造景學會, 「造景計劃論」, (서울:文運堂, 1986), p. 261-263.

가. 量的尺度

과거부터 흔히 使用되어온 레크리에이션의 量的尺度는 다음과 같은 것들이다.

- 訪問客(數)/時間 : 총 1時間 동안에 레크리에이션을 위해 오는 사람수 (하루종일, 하루중 어떤시간, 매일 같은시간)
- 訪問客(數)/施設/時間 : 어떤 레크리에이션 시설에 대한 시간당 訪問者數
- 訪問者(數) 또는 立場客數 : 레크리에이션 目的으로 어느 地域에 立場한 數
- 日訪問者 : 24시간 동안 어느지역 또는 개발지에 방문한 사람수
- 最大 日訪問者 : 기반시설 또는 건축동물등의 용량을 위해 가정하는 日訪問者

1年中 실제의 최대 日訪問者를 고려하되 이것보다 약간 적다.

- 接近客量 : 자원이 가능한 범위내에서만 고려되는 경우의 용량.

예로 보트를 정박시킬 수 있는 臺數

- 同時滞在率 : 어떤 주어진 시간에 시설이나 자원의 이용자수 즉, 이용자수/어떤 시점. 예, 어느 지역에서 피크때의 각 시설들의 이용자수를 알고 싶을 때에 적용, 그러나 설계상은 피크를 이용하지는 않음.

- 日容量 : 同時滞在率 X 回轉率

- 年容量 : 日容量 X 利用日數

量的 尺度를 타입//ㄴ 별로 보면 <表 V-11>과 같다.

〈表 V-10〉 量的 尺度의 分類

구 분	종 류	계 량 단 위	예
이 용	人口比 레크리에이션 수요 면적비	면적/인구 면적/이용자그룹 면적/계획면적	1에이커/1,000人의 근린공원 1에이커/600人의 아동놀이터 계획면적의 10%
개 발	시설(부지比) 시설배치 시설(활동比) 시설규모	시설수/ha(3,000평) 시설간 거리 시설수/이용자그룹 면적/시설	44개의 피크닉 테이블/ha 피크닉 테이블/5m 간격 1소프트볼 구장/10,000人 1.2~2ha/근린운동장
용 량	이용자수(자원比) 이용자수(시간比)	이용자수/부지 이용자수/시간/부지	240人/자연보도 1km 30人/자여보도 1km/시간
프로 그램	활동(인구比) 지도자수	활동/인구 지도자/활동	식물원 1개/10,000人 지도자 2명/100人
운영	감독자수(이용자 比) 유지관리(부지比)	감독자/인구 정도/면적	감독자 1人/1,000人 노무자 1人/4ha 운동장

나. 質的尺度

量的尺度는 基準대로 施設을 供給했을 때 利用者의 選好, 滿足度가 같다고 보거나 또는 肯定的인 經驗만을 가정한 것으로 行態的인 觀點에서 批判을 받을 수 있다. 그러나 質的尺度는 이를 補完하여 줄 수 있다. 즉, “느끼는 質”의 差異 또는 “段階에 따른 質”의 差異를 反映할 수 있는 尺度라 하겠다.

質的尺度를 타입별로 보면 <表 V-11>와 같다.

<表 V-11> 質的 尺度의 分類

구 분	종 류	계 량 단 위	예
이 용	특정인구층 소 득 인구의 이동성 이용자 형태 접근성	% 혜택 수혜 계층 수혜 정도 % 선호 시간/거리比	저능아의 80% 빈곤층의 80% 인구의 40% 잠재이용객의 50% 도보로 5분
개 발	미 학 시설비교 에너지 절약	형용사의 단어 부사의 단어 절약된 칼로리	아름다운/추한 공원 최고/최하 시설 R-19 방열층효과
프 로 그 램	프로그램 다양성 프로그램 참여도 인종별(內, 外國人)	선택가능수/시설 이용% 인구%	%프로그램 40%를 수용 인구의 80%가 내국인
운 영	시설 유지 개장시간 공공의 안전	청결도 시설/日 순찰/日	깨끗한/더러운 공원 야간 프로그램의 50% 50%의 현장순찰

資料 : Gold²⁾(1980), p. 95.

以上은 기존의 一般的인 量的, 質的 尺度이고 休養景觀에 의한 設計의 質的向上을 위해 다음과 같이 休養景觀 形成을 위한 開發方案을 提示하고자 한다.

105) Gold, Seymour M. (1980), Recreation Planning and Development, McGraw-Hill Book Co, p.93-95.

◦ 自然觀光資源을 積極 利用한 레크리에이션 行態를 開發時 生態的 景觀的 側面을 고려한다.

◦ 未來의 變化를 豫測하여 반드시 오픈 스페이스를 確保한다.

開發될 동안 잔디 植義를 하여 景觀도 良好하게 하고 피크닉등의 레크리에이션 活動을 誘導하여 경우에 따라서는 駐車場으로 代置할 수도 있다.

◦ 宿泊施設의 利用者 階層別로 多樣化 하여 規格化하며, 특히 施設의 質의水準을 區分하여 利用에 選擇權을 많이 提供한다.

◦ 靜的 空間과 動的空間을 區分하여 客室間의 特性이 방해받지 않도록 緩衝空間을 充分히 둔다. 이때 線地를 使用하므로써 周圍景觀을 補完한다.

◦ 慰樂施設을 多樣化하여 時間的利用, 利用者の 階層別 區分利用 등에 對處하며³⁾보여지는 景觀으로서 良好한 施設 및 레크리에이션 行態일때는 一部分을 視角的으로 바라볼 수 있도록 한다. 특, 프라이버시 및 進行에 支장이 없는 範圍內에서 借景이 되도록 한다.

◦ 多様な 觀光施設의 開發과 視角 및 놀이의 演出로 季節的 偏重利用限界를 克服할 수 있도록 한다.

◦ 觀光慰樂園地 開發計劃에 있어 段階的 成長技法을 導入한다. 즉, 開發規模 및 開發期間을 設定함에 있어 여러 段階別로 開發하여 年次的으로 施行하므로써 開發過程에 彈力性을 주어 融通性있는 開發이 되도록 한다.

106) 金英大, “觀光·慰樂地 開發의 方向設定에 關한 研究”, 資源問題 研究, 1983, Vol.2 : p.117-123.

6) 地域住民參與 및 開發所要財政의 自立度 向上 方案

가) 地域住民參與의 檢討

濟州地域의 觀光開發은 해당 地域住民이 主體가 되면서 參與에 대한 기회 확대가 必要하다.

전술한 바와 같이 觀光開發의 重要性에 따른 地域開發의 役割은 地域住民에 대한 參與의 必要性이 強調되고 있으며 이에 따른 住民과 行政上의 效果를 기대할 수 있다. 따라서 濟州地域 觀光開發計劃時 地域住民 參與에 대한 適用 方法을 도출시키기 위해 地域住民, 觀光開發 關聯機構 側面에서 基本構想에 대한 案을 細部的으로 講究해보면

먼저 地域住民 側面에서는

가. 3차산업의 連繫, 즉 觀光産業과 農漁村 地域 産業의 連繫에 따른 開發類型을 채택하는 方向을 設定한 가운데

나. 個別 開發 方式에 따른 現實的 參與를 誘導하면서

다. 地域 住民의 主體가 되는 濟州地域 觀光 開發計劃委員會의 設立과 함께 政策上의 권한 부여확대 해나간다.

라. 濟州地域 觀光産業에의 效率的인 雇用效果를 위한 方案을 積極的으로 摸索한다.

觀光 關聯機構 側面에서는

가. 道民主食次元의 실질적인 기관(가칭, “濟州觀光促進 開發 公社”)設立을 推進한다.

나. 상충되는 부처간 多技能을 集中化 시킬수 있는 가칭 “濟州觀光促進 法에 의한 綜合觀光行政的인 地方自治團體의 設立을 통하여 道민의견수렴과

地域特化的인 觀光開發의 役割 機能을 強化한다.”

이러한 現實的인 地域住民參與의 기회 擴大를 위해서는 濟州道民의 觀光에 대한 인식제고 必要性에 대하여 대전제 인식이 이루어져야 한다.

나) 開發所要財政의 自立度 向上方案

觀光地 開發運營에 따른 地域特化的인 觀光開發을 위해서 地域住民의 參與의 機會擴大와 더불어 開發에 따른 所要財政確保의 機能強化가 絶실히 要請되고 있다.

그러므로 198년 이후 設定된 濟州地域 3개 觀光團地 및 27개 觀光地區를 기준으로 3개 觀光團地の 경우 中央次元의 相關기구에서 基礎施設에 대한 投資를 하면서 基盤施設 調整시 民間資本誘致에 따른 濟州地域 住民의 資本參與를 誘導한다는 전제하에 地域住民의 資本參與는 주식 및 지역관광기구 차원의 형태를 취하는 한편 積極的인 稅源의 内발적 확보에 따른 福祉, 管理的 側面의 地域 환원조달에 대한 기능을 강화해 나간다.

27개 觀光地區의 경우는 觀光地區내 해당 地方自治團體의 參與에 따른 關聯技官 設立과 民間資本誘致에 따른 도민주 형태의 參與를 위하여 開發에 따른 세제혜택과 稅源의 内발적 確保를 통한 管理的 환원조달을 誘導한다.

이에 근거하여 개발에 따른 所要財政의 自立度 向上을 위하여 細部的으로 살펴보면

먼저 地方自治團體가 獨自的인 施策을 실시할 수 있는 財政的 여력의 크기를 把握하기 위한 지표로는 一般財源比率이 있다. 一般的으로 一般財源比率이 클수록 바람직하지만, 단순히 一般財源의 多少에 의해 그 良否를 直接 判斷할 수 없는데, 이는 國庫補助事業에도 지방채 부담이 수반되는 동시에 地方自治團體의 고유 사무에도 國庫補助가 이루어지기 때문이다. 一般

財源比率을 算式으로 표시하면 다음과 같다

- 一般財源比率 = (일반재원 - 세입총액) × 100
- 一般財源 = 지방세 + 보통교부재 + 세외수입

地方自體團體가 基本的인 행정수요를 어느 정도 자율적으로 해결할 潛在力을 갖고 있는가를 把握할 수 있는 지표로서 財務力指數가 있다. 財政力指數가 크면 클수록 해당 地方自治團體의 財政運營上 자율성의 정도가 커진다고 볼 수 있으며, 특히 1.0을 초과하는 만큼 獨自的인 行政活動에 充當할 수 있는 財源을 갖게 된다. 財政力指數는 다음과 같이 구한다.

$$\text{재정력지수} = \frac{\text{기준재정수입액}}{\text{기준재정수입액}}$$

< 表 V-13) 재정자립도 현황 (一般會計)

	재정력 지 수	자주재원비율(Ⅰ) (자립도)		자주재원비율(Ⅱ)		일반재원 비 율
	'90	'91	'90	'91	'90	'90
전 국 평 균	0.7	66.4	68.8	63.5	66.7	53.8
특별시 평균	1.3	98.3	98.0	97.3	97.9	69.5
직할시 평균	1.0	83.4	84.6	73.5	76.2	55.7
도 평 균	0.6	45.1	42.8	45.1	42.7	37.2
제 주	0.4	44.0	44.2	44.0	44.2	44.2
전국시 평균	0.8	71.5	70.8	68.8	68.5	39.6
전국군 평균	0.3	27.3	34.1	25.8	33.2	38.5

자료 : 한국지방재정공제회, 지방재정분석, 1991.

一般會計를 基準으로 한 財政運用의 자율성을 <表V-1>에서 보면, 지역간의 격차가 많음을 알 수 있다. 재정력 지수는 특별시, 직할시, 시 등의 대도시는 매우 높고, 郡 지역은 낮은 수준을 보이고 있다. 自主財源比率 自立度는 1991년의 경우 전국 평균은 66.4%, 제주도는 44.0%로서 전국의 道 평균 45.1%보다 낮다.

따라서 地方財政의 자주적인 運用은 地方稅 및 稅外收入 등 自體收入의 확보에 의해서 보장될 수 있으며, 地方交付金, 國軍補助金 등 中央政府로부터의 移轉財政의 비중이 커질수록 財政運營에 있어서 자유재량의 영역은 縮小되고 地方財政의 自立基盤은 취약해 질 것이다. 취약한 地方財政自立度を 향상 시키기 위해서는 觀光開發을 활용하는 것도 效果的인 方法이라 할 수 있다.

觀光開發을 통해 취약한 地方財政을 보완하려면 지역내의 부존자원을 활용한 經營事業의 推進이 필요하며, 擔當 公務員들에게는 기업적 사고와 사명감이 요구된다 하겠다.

經營事業이란 地方自治團體가 非租稅의 活動으로 公益 實現에 필요한 財源을 確保하기 위하여 私經濟를 보호하면서 구역내의 遊休 賦存字源을 생산적으로 활용하여 公益性和 經濟性を 동시에 追求하는 事業이라고 할 수 있다.

地方財政은 세출요인의 팽창, 지방세 신장의 한계성 및 사용료 수수료 현실화 곤란으로 인한 地方收入의 확보 부진, 지방경제의 기반 취약등에 의하여 脆弱性を 면치 못하고 있다. 따라서 이러한 어려움을 극복하기 위해서는 創意的 努力과 經營者的 姿勢로 遊休資源을 적극 開發하여 自主財源으로 활용하고 地域經濟를 지원하기 위해서는 經營事業의 推進이 必要하다.

經營事業은 편의상 公營開發事業과 經營受益事業으로 구분할 수 있는데,

公益性和經濟性を追求하는經濟活動이라는點에서 유사하나事業의對象이나規模,適用法規에 따라서 다음과 같은 차이가 있다.

	공영개발사업	경영수익사업
근거법령 대상 규모면 사업추진 회계운영	地方公企業法, 各 單行法規 토지자원 대규모 사업 收用 開發 기업회계에 의한 獨立採算制	各 單行法規 全 賦存資源 소규모 사업 非收用 開發 一般會計와 동일

내용면에서 公用開發事業에는 宅地 開發事業, 公園 造成事業, 공유수면 매립사업, 觀光團地 造成事業 등이 있다. 經營受益事業에는 土地開發利用, 觀光遊園地 開發運營, 建設資材 生産供給, 公有財産의 生産的 管理, 林木畜産 所得増大事業 등이 있다.

이러한 바탕에서 民間資本誘致 및 住民參與 機會의 擴大를 效率的으로 適用시켜야 한다고 사려된다.

그리고 제 3 섹터 차원에서 보면

公共財政의 硬直性和 公共部門이 지니기 쉬운 人的, 物的 組織上的 非능성을 탈피하고 民間企業의 財力, 人力, 자유로운 創意력과 활력을 活用하는 데는 제 3 섹터가 적절한 方案이 될 수 있다. 民間部門의 우수한 人才와 고도의 技術을 끌어 올 수 있고, 自治團體의 公務員이나 地方議會로부터의 규제에서 벗어나 어느 정도 자유로운 분위기에서 經營의 자주성이 보장될 수 있을 뿐만 아니라 特性있는 地域開發을 推進하고자 하는 地方自治의 理念에도 제 3 섹터는 부합된다.

제 3 섹터의 종류는 事業分野에 의해서 개발형(워터프론트 개발, 리서치 파크, 리조트 개발, 컨벤션 센터 개발), 관리형(문화시설, 공항건물), 기타 행정보완분야 등으로 구분할 수 있다. 設立目的에 따라서 필요불가결한 시설을 설치하기 위한 현상유지형 제3섹터와 地域開發 프로젝트 등의 성장개발형 제 3 섹터로 나눌 수 있다. 機能面에 따라서는 設立 당초부터 민관 결합으로 大規模 地域開發 등의 프로젝트를 추진하는 것, 역건물, 호텔 등과 같이 公共部門이 直營하기 어려운 分野에 經營形態로 설립되는 것, 관영기업의 비효율성, 적자운영에 대한 대책으로서의 제 3 섹터 등이 있다.

아직까지 우리나라에서는 地域開發事業에서 제 3 섹터가 導入되어 실제 운영해 본 경험이 없어 시행착오가 예상되지만, 地域開發事業을 推進하는 과정에서 行政組織이 갖는 경직성이나 관료주의적 형태에서 어느 정도 벗어날 수 있고, 民間部門의 資本과 人才 및 經驗이 投入됨으로써 地域開發事業이 보다 활성화될 것으로 예상된다.

제 3 섹터의 導入이 定着되고 經營의 노하우가 蓄積되면 觀光部門에도 利用이 擴散될 것으로 보인다. 日本의 경우 제 3섹터 公企業 법인 2,103개중에서 觀光, 리조트 분야의 法人數는 262개로 農林水産(519개 법인)에 이어 2위를 차지하고 있어 觀光의 重要性을 실감할 수 있다.

地方財政의 충분한 확보를 통한 재정자립도의 향상안의 일환으로 新稅源의 신설은 필요하다고 본다.

정부에서는 7차 5개년 계획중 지역간 재정부균형을 시정하고 지방정부의 公共投資事業 所要資金을 원활히 支援할 수 있도록 자금융통 기능을 주로 하는 '地域開發金融基金'을 설치할 계획이다. 여기에 호응하는 내무부는 중앙부처간의 이견을 해소하여 地域開發金融公庫法을 제정하기로 하였다.

各 地方自治團體는 새로운 稅源을 發掘하기 위해 方案을 講究하고 있는 중
이다. 한국은행에서도 高度經濟成長에 따른 産業化로 새로운 稅源 發掘이
必要하다고 지적하고 환경보전세, 관광세, 광고세, 대중교통자금충당제 등
의 신설을 제시하였다. 이중에서 관광세는 觀光資源의 利用行爲에 따른 自
然環境의 破壞 및 汚染者에 대한 汚染原因者 負擔原則을 適用하는 동시에
觀光開發 投資財源과 觀光資源의 유지 보전비용을 確保하기 위한 目的에서
新規 稅源에서 신설할 필요가 있다.

課稅 對象 및 方法의 적용상 觀光稅는 一般的으로 호텔이 징수를 대행하
므로 호텔이 일정액을 미리 納付하고 觀光客으로부터 그 세금만큼 徵收하는
方案과 宿泊客으로부터 觀光稅를 거두어 代納하는 方案이 있다. 그리고 宿
泊施設의 등급에 따라 차등 賦課하는 方法과 일괄적으로 정액과세하는 방법
이 있다.

觀光稅와 같은 취지로 觀光慰樂稅의 신설도 바람직하다. 觀光稅는 호텔
을 中心으로 하고 있지만, 觀光慰樂稅는 地域內에 소재하는 觀光事業體를
對象으로 할 수 있다.

觀光事業을 中心으로 하되, 점차적으로 그 對象을 擴大하여 利用客의 대
부분이 외지관광객인 사업체에도 부과하는 것이 바람직하다.

課稅對象은 觀光宿泊業, 專門休養業, 골프장업, 觀光飲食店業 등의 觀光
客利用施設業, 專門觀光食堂業, 一般觀光食堂業 등의 觀光 편의 시설업이 1
차적인 檢討 對象이 될 수 있다. 그리고 각종 慰樂施設, 슬로트머신, 고급
전자오락실, 遊園地 施設, 植物園, 觀光農園, 民俗村 등에도 擴大하는 것이
바람직하다.

課稅方法은 다음과 같다. 納稅義務者는 慰樂施設 利用者 또는 經營者이

제 3 섹터의 종류는 事業分野에 의해서 개발형(워터프론트 개발, 리서치 파크, 리조트 개발, 컨벤션 센터 개발), 관리형(문화시설, 공항건물), 기타 행정보완분야 등으로 구분할 수 있다. 設立目的에 따라서 필요불가결한 시설을 설치하기 위한 현상유지형 제3섹터와 地域開發 프로젝트 등의 성장개발형 제 3 섹터로 나눌 수 있다. 機能面에 따라서는 設立 당초부터 민관 결합으로 大規模 地域開發 등의 프로젝트를 추진하는 것, 역건물, 호텔 등과 같이 公共部門이 直營하기 어려운 分野에 經營形態로 설립되는 것, 관영기업의 비효율성, 적자운영에 대한 대책으로서의 제 3 섹터 등이 있다.

아직까지 우리나라에서는 地域開發事業에서 제 3 섹터가 導入되어 실제 운영해 본 경험이 없어 시행착오가 예상되지만, 地域開發事業을 推進하는 과정에서 行政組織이 갖는 경직성이나 관료주의적 형태에서 어느 정도 벗어날 수 있고, 民間部門의 資本과 人才 및 經驗이 投入됨으로써 地域開發事業이 보다 활성화될 것으로 예상된다.

제 3 섹터의 導入이 定着되고 經營의 노하우가 蓄積되면 觀光部門에도 利用이 擴散될 것으로 보인다. 日本의 경우 제 3섹터 公企業 법인 2,103개중에서 觀光, 리조트 분야의 法人數는 262개로 農林水産(519개 법인)에 이어 2위를 차지하고 있어 觀光의 重要性을 실감할 수 있다.

地方財政의 충분한 확보를 통한 재정자립도의 향상안의 일환으로 新稅源의 신설은 필요하다고 본다.

정부에서는 7차 5개년 계획중 지역간 재정불균형을 시정하고 지방정부의 公共投資事業 所要資金을 원활히 支援할 수 있도록 자금융통 기능을 주로 하는 '地域開發金融基金'을 설치할 계획이다. 여기에 호응하는 내무부는 중앙부처간의 이견을 해소하여 地域開發金融公庫法을 제정하기로 하였다.

各 地方自治團體는 새로운 稅源을 發掘하기 위해 方案을 講究하고 있는 중
이다. 한국은행에서도 高度經濟成長에 따른 產業化로 새로운 稅源 發掘이
必要하다고 지적하고 환경보전세, 관광세, 광고세, 대중교통자금충당제 등
의 신설을 제시하였다. 이증에서 관광세는 觀光資源의 利用行爲에 따른 自
然環境의 破壞 및 汚染者에 대한 汚染原因者 負擔原則을 適用하는 동시에
觀光開發 投資財源과 觀光資源의 유지 보전비용을 確保하기 위한 目的에서
新規 稅源에서 신설할 필요가 있다.

課稅 對象 및 方法의 적용상 觀光稅는 一般的으로 호텔이 징수를 대행하
므로 호텔이 일정액을 미리 納付하고 觀光客으로부터 그 세금만큼 徵收하는
方案과 宿泊客으로부터 觀光稅를 거두어 代納하는 方案이 있다. 그리고 宿
泊施設의 등급에 따라 차등 賦課하는 方法과 일괄적으로 정액과세하는 방법
이 있다.

觀光稅와 같은 취지로 觀光慰樂稅의 신설도 바람직하다. 觀光稅는 호텔
을 中心으로 하고 있지만, 觀光慰樂稅는 地域內에 소재하는 觀光事業體를
對象으로 할 수 있다.

觀光事業을 中心으로 하되, 점차적으로 그 對象을 擴大하여 利用客의 대
부분이 외지관광객인 사업체에도 부과하는 것이 바람직하다.

課稅對象은 觀光宿泊業, 專門休養業, 골프장업, 觀光飲食店業 등의 觀光
客利用施設業, 專門觀光食堂業, 一般觀光食堂業 등의 觀光 편의 시설업이 1
차적인 檢討 對象이 될 수 있다. 그리고 각종 慰樂施設, 슬로트머신, 고급
전자오락실, 遊園地 施設, 植物園, 觀光農園, 民俗村 등에도 擴大하는 것이
바람직하다.

課稅方法은 다음과 같다. 納稅義務者는 慰樂施設 利用者 또는 經營者이

며, 課稅標準은 利用料金の 5-10%정도가 적절하며, 징수방법은 事業經營者가 特別徵收 納入하는 것이 效果的이다.

觀光資源은 國民 모두가 利用할 수 있는 公共材이지만 빈번한 利用으로 일단 파괴되면 회복이 불가능하거나 매우 오랜 시간이 소요되므로 관리에 신중을 기할 필요가 있다. 觀光資源을 汚染시키는 行爲에 대해서는 이에 상응한 被害補償이라는 次元에서 관광자원세 형태로 原因者에게 負擔시키고, 그 負擔金을 觀光資源의 維持, 保全, 改善에 活用하는 것이 바람직하다.

따라서 觀光資源稅는 觀光資源을 利用하는 行爲와 關聯하여 特定地域에 汚染을 誘發시키고 觀光資源의 維持, 管理에 새로운 財政需要를 增大시키면서 특별히 便益을 누리는 利用客에게 賦課하는 것이다. 觀光資源稅의 納付義務者는 觀光資源을 直接 利用하는 者가 된다.

課稅標準은 入場料, 入湯料, 駐車料 등의 觀光收入을 基準으로 하는 것이 타당하다. 觀光資源의 利用과 關聯하여 國道立公園, 溫泉, 낚시터, 觀光地, 其他 觀光休養地에 대한 入場料, 入湯料 등이 賦課되고 있으므로 觀光資源稅의 징수 편의성을 위해서는 여기에다 賦課하여 課稅하는 것이 바람직하다. 入場料, 駐車料 등의 觀光收入을 課稅標準額으로 하고 稅率을 10%로 하는 것이 적절하다고 본다.

第 6 章 要約 및 結論

第 1 節 研究의 要約 및 限界點

1. 연구의 요약

본 연구는 서론에서 밝힌 바 있는 연구의 목적을 달성하기 위하여 觀光地 운영에 대한 이론적 연구체계의 검토와 觀光地 입지와 觀光者의 觀光地 이용성향과의 관계분석을 통해서 현재 濟州地域 觀光地 開發運營上 안고 있는 問題點을 조명해 보고 이에 대한 개선책을 마련함으로써 效率的인 마케팅 정책 수립의 방향을 제시하고자 하였다.

이를 위하여 濟州地域 訪問觀光者의 관광성향 및 의식에 관한 분석을 위해서 觀光者들은 觀光地 속성에 대한 중요도 평가를 시도하였고 관광동기 요인에 관한 분석을 통한 濟州地域 觀光地 運營上의 문제점 도출 및 개발방향을 제언함으로써 濟州地域 및 主要觀光地의 開發運營政策을 수립하는데 유용할 수 있도록 구체적인 자료를 제공하는데 본 연구의 목적을 두었다.

최근 들어서 다양한 觀光環境變化를 겪고 있는 濟州地域의 특성을 고려해 보면서 觀光者의 관광성향을 파악하여 효율적인 觀光政策 및 관광마케팅 전략을 수립한다는 명제에 부응하는 한편 다양하고 폭넓은 觀光魅力을 확보하고 있음에도 불구하고 그 잠재력을 극대화 시키지 못하고 있는 실정을 감안하여 관광정책기관이나 기업의 국민관광의 실상에 따른 효과적인 관광진흥을 높이기 위한 연구가 실제적인 측면에서 분석, 연구되어야 할 필요성을 강조하였다. 또한 효율적인 마케팅 정책 및 濟州地域 觀光地 開發運營政策

樹立을 위한 연구의 필요성과 목적을 제기하면서 개념적, 탐구적, 실증적 방법에 의해 시도하였다.

제2장에서는 觀光地의 開發運營에 관한 이론적 배경으로서 觀光地의 概念 및 構成要素에 대한 기존의 연구를 검토하면서 觀光地의 매력을 결정하는 기준에 근거하여 요인을 살펴보았다.

이는 본 연구의 설문지 작성시 기본적인 참고사항으로 활용하였으며 觀光地 구성요소에 따른 지정기준검토와 함께 觀光地의 유형분류를 검토해 보았다.

한편 觀光地開發과 地域開發의 비교에 따른 공통점 및 차이점을 분석해 보면서 觀光地開發에 따른 지역환경의 영향 평가 기준을 검토하였다. 관광 해당지역에 거주하는 지역주민참여의 당위성에 대한 필요성을 제기하고 지역주민과 행정측면에서 기대할 수 있는 효과를 살펴보았다.

觀光地 운영관리에 따른 제반 환경관계에서는 觀光地 運營管理를 위해서 觀光地를 計劃하고 開發할 때는 그 觀光地의 가치를 충분히 확인하고 그 가치를 손상시키지 않음은 물론 그 가치를 드높이기 위하여 구체적인 기법들이 검토·적용된다. 그러나 이에 따른 운영관리문제를 소홀히 하고서는 觀光地의 특성을 살릴 수 없음은 물론 觀光地의 존재여부를 좌우하는 중요한 결정수단임을 지적하였다.

觀光地環境과 조건을 觀光地의 교통수단과 교통시설, 매력성, 서비스 및 지원시설로서의 종합된 관리체계를 구축하는 것이므로 觀光地는 觀光者의 관광활동 공간으로서 관리상의 특수성이 있으며 이에 대응한 觀光地 管理體系를 수립해야 한다고 강조하였다.

이러한 관점에서 觀光地의 관리목표는 제한된 자원을 효율적으로 배분하

여 觀光地라는 일정공간이 자원의 가치를 훼손시키지 않으면서 觀光地를 찾는 방문자에게 최대의 편익을 제공하는 그 반대급부로서 이윤극대화라는 경영목표를 달성하는데 있다고 밝혔다.

또한 觀光地 立地의 이론적 검토를 토대로 觀光地 입지의 정의 구성요소 및 觀光地 立地 분석을 살펴보았다.

각 觀光地 立地는 개인별로 다르게 나타날 수 있으며 觀光地대색과 觀光者의 기대감 또한 優先順位로 구분할 수 있다. 觀光地 立地는 特定觀光地를 競爭觀光地보다 뭔가 다르게 즉, 보다 좋게 보이도록 하기 의해서 觀光地 특성을 觀光者로 하여금 지각하게 하는 과정이다.

이러한 觀光地 立地는 觀光者의 期待, 觀光地의 特性, 競爭觀光地의 특성 등 세가지 구성요소에 의해 결정된다.

또한 觀光地 입지 분석은 觀光地에 대한 觀光者의 지각정도를 확인하는 과정으로 그 목적은 特定觀光地가 어디에 입지 되어져야 하는가와 觀光者가 현재 어디에 포지션되어 있는가의 두가지 유형으로 구분하여 검토하였다.

제3장 濟州地域 觀光地 開發運營에 관한 준거설정의 경우 관광시장의 여건변화와 준거설정의 접근방향을 제시하였다. 또한 濟州地域 觀光地 開發運營에 관한 설계를 통해서 본 연구의 제5장 제3절에 거론할 觀光地 開放運營開發方向에 관한 사전 예시적인 觀光者 행동분석의 의의, 관광상품의 시장 세분화 계획, 관광서비스재의 특성에 대한 대응전략을 유도하면서 觀光地의 휴양경관적 설계 방안의 적용에 대하여 살펴보았다. 관광시장의 여건면에서 濟州地域은 1960년대 들어 정부주도하에 관광산업을 육성한 결과에 힘입어 최근의 적극적인 관광개발사업과 관광산업의 진흥에 있어서 한국에서는 가장 선호도가 높은 관광목적지로 각광받고 있다.

또한 濟州地域을 방문한 觀光者數는 1991년에 국내외의 어려운 여건속에서 내국인 292만 9천명과 외국인 27만 5천명인 총320만 4천명을 유치하였다.

이와같이 濟州地域의 관광은 연평균 16%의 높은 觀光者 증가율을 나타내면서 꾸준한 성장추세에 있다.

버거(J. Bargur)와 아벨(A. Arbel)은 관광수요를 계획에 응용하기 위해 필요한 변수로서 觀光地數, 觀光行動의 類型, 관광서비스(호텔, 교통, 위락시설 등), 관광수요의 계절성, 지역적 분포를 중요시 하고있다.

觀光地의 開發運營戰略을 수립하기 위해서는 시장수요에 대한 분석이 선행되어야 한다. 따라서 관광수요에 영향을 미치는 요인을 구분해 보면

첫째, 觀光對象地는 환대의 정도, 환경의 질, 성수기·비수기 여부, 탄력성이 가미된 가격등에 의해서 관광수요에 영향을 미친다.

둘째, 觀光者의 경우 가족구성 형태의 변화, 교육수준의 상승, 노인인구의 증대, 여가시간의 증대 등의 주요인으로 인해서 직접적인 영향을 미친다.

한편 觀光者들의 라이프스타일을 파악하게 되면 보다 효과적인 관광시장의 세분화가 가능해진다. 수동적 감상형, 스포츠형, 역사문화 관심형, 야외형 등으로 觀光者를 세분화 할 수 있다.

일단 시장세분화가 이루어지면 본격적인 마케팅전략의 수립 및 실행을 하게 되는 것이다. 과대수요가 있는 경우에는 마케팅의 역할이 강화되어서는 안된다. 공급의 부족은 단기에 그치지만 구매를 하지 못한 소비자를 잘못 다루게 되면 이들에게 부정적인 이미지를 장기적으로 갖게 하는 요인이 될 수 있기 때문이다. 따라서 합리적인 디마케팅전략 (demarketing strategy)

을 수립, 전개할 필요가 있다.

휴양경관은 觀光地에서 觀光者들의 다양한 신체무대와 여러 유형의 시간, 공간적 습성이 한데 어우러져서 장소의 무대를 형성함으로써 나타난다.

즉 觀光地에서 觀光者의 조망으로 보여지는 모든 자연, 인공풍경에 觀光者들이 다양한 레크레이션 활동을 보여지는 풍경으로서 바라본다는 의미까지 포함한다. 따라서 공간계획시 해당 觀光地에서 발생하는 觀光者의 형태를 예상하여 물리적인 계획에 보완하여 행동에 대응되는 기술 시스템적 프로세스를 분석함으로써 독특한 활력과 흡인력이 있는 곳이 되도록 한다.

제4장에서는 濟州地域의 관광운영 현황을 검토하면서 마케팅 전략상의 문제점을 도출해보았다.

濟州地域은 다양한 觀光魅力을 지니고 있으며 국내 주요 觀光目的地의 하나로서 확고한 기반을 가지고 있다.

이는 정부의 적극적인 濟州道建設綜合計劃등의 樹立등 政策上的의 뒷받침도 주효했지만 천혜의 조건을 구비한 흡입력이 강한 관광성을 갖추고 있기 때문이다.

濟州地域은 국내의 여타 國民觀光地에 비하여 교통에 소요되는 시간과 비용이 과다한 점과 변덕스러운 날씨 등을 제외하면 기후, 인문환경, 자연환경, 기반시설 등 제반분야에서 他觀光地에 비하여 강한 우위를 점하고 있다.

이에 반해서 동남아시아 시장과의 연계관광부족, 기후조건의 변화의 심한 상화에 따른 관광활동의 제약, 일부 숙박시설의 미약 및 청결상의 제약점을 안고 있다.

그러므로 濟州地域이 갖는 우위점과 제약점을 분석해보면서 觀光環境的인

면에서 自然觀光資源, 人文觀光資源, 産業 및 其他觀光資源의 現況 및 地域의 分布를 살펴보았다.

特定地域濟州道綜合開發計劃을 根據로하여 濟州地域 訪問 觀光者의 觀光 慰樂活動現況을 參與率 및 滿足度, 性向別 觀光慰樂活動面에서 檢討하였다.

또한 觀光者 性向分析은 盛·非需期 내도 觀光者 誘致實績을 바탕으로 旅行 形態別로 內·外國人 分析을 하였고, 全般的인 濟州道 觀光所得 推計方法의 適用을 시도하였다.

이러한 點에서 濟州地域 觀光 마케팅戰略上的 問題點을 市場細分化和 서비스 믹스, 가격믹스, 유통경로믹스, 촉진믹스의 마케팅 믹스로부터 導出하였다.

第5章의 경우 濟州地域 觀光者의 觀光性向 및 意識에 關해서 說問紙를 통한 調査分析을 實施하였고, 이러한 調査結果의 分析을 위해서 人口 統計學的 特性과 性向分析, 觀光地 屬性에 대한 重要度 評價, 觀光動機要因에 關한 分析 및 이에 대한 綜合評價를 시도하였다.

따라서 第4章에서의 觀光運營現況및 마케팅 戰略上的 問題點을 根據로 하여 觀光者 439名의 標本을 對象으로 한 調査分析및 評價에 準하여 濟州地域 觀光地의 開發運營上 問題點을 導出하고 觀光地 開發運營에 따른 方向을 觀光商品 믹스 戰略 開發次元을 中心으로 觀光地立地에 따른 差別化 및 非需期 打開策및 受容策을 提案하였다.

또한 觀光地 開發時 適用될 수 있는 休養景觀的 餘暇施設에 關한 設計方案의 實施 戰略을 細部的으로 適用하면서 地域住民 參與 및 所要財政 自立度 向上 方案을 提示하는 順으로 전개되었다.

結果의으로 濟州地域의 觀光地 運營은 觀光者 性向 需要를 명확히 규명하

여 다변화된 관광매력요인을 창출하는 관광정책수립의 우선순위를 정립하여야 한다고 사려된다.

2. 限界點

본 研究에서의 限界點은 첫째, 研究對象의 設定에 있어서 濟州地域의 觀光地 開發運營 方向을 제시하기 위한 概念, 探究的 研究에 지나지 않는다는 점과 둘째, 研究範圍가 濟州地域 廣義의 觀光地인 關係로 포괄적인면도 부인할 수 없고, 觀光者의 性向 및 意識조사 분석에 따는 觀光慰樂 活動施設의 方向을 제시하였으나 질의 情報을 계량화 하는데는 限界가 있다는 점에서 研究缺課의 객관성과 신뢰성에 제약이 따르고 있다.

세째, 研究調査의 時期에 있어서 濟州地域 처럼 사계절의 특징이 상이함에 불구하고 짧은 기간에 한하여 집중적으로 조사되었다는 점에서 편견이 개입될 소지가 많다. 이러한 현실적 제약속에서도 본 研究는 관광마케터들에게는 市場細分化에 따른 관광마케팅 戰略에 대한 새로운 인식과 政策 樹立에 도움이 되고자 探究的 研究가 되도록 노력하였다.

第 2 節 結 論

現代社會로 들어와 勞動時間의 減少, 餘暇時間의 增大, 人口의 增加, 生活價值觀의 變化와 더불어 觀光欲求의 多樣化로 해서 觀光市場이 擴大되고, 旅行의 大衆化됨으로 해서 旅行은 人間生活의 必需品으로 定着되고 있다. 그리하여 現代의 觀光形態는 「參與하고 즐기며 活動하는 觀光(resort and

do)으로서의 「慰樂型觀光(do-toursim:recreation)」 또는 「滯在型觀光」으로 變化되고 있는 것이다.

그러나 그동안 觀光地開發運營에 대한 研究의 不足과 特히 直接的인 觀光 欲求充足을 그 特徵으로 하는 動的觀光資源開發의 不振으로 해서 觀光마케터(行政者, 經營者, 開發者의 總稱)들은 觀光者의 多様な 觀光需要에 適切히 對應치 못한게 사실이다. 그러한 點에서 本 研究에서는 濟州地域을 滯在型, 慰樂型 觀光地로 活性化시킴과 동시에 그들을 위한 마케팅戰略樹立에 容易한 準據資料를 제공하고자 觀光商品開發에 대하여 探究的·概念的 研究을 試圖하였다.

觀光地開發運營은 觀光者의 觀光欲求充足을 誘發하게 하는 有形·無形の 제반마케팅 政策이며, 觀光活動을 容易하게 하기 위한 資源開發, 施設擴充 등 觀光者가 旅行을 하는데 있어서 必要로 하는 基本的인 要素인 觀光關聯 事業體(tourism industry;tourism plant)를 包含한 觀光프로그램을 말하는 것이다.

觀光地 開發運營方向은 消費者指向的(consumer-oriented)인 구매者支配市場體制(buyer's market system;tailor-made market;pull strategy)의 基本 理念이 提示되고, 또한 그에 따라 市場別 旅行便宜提供이 이루어짐으로써 觀光者 開發運營戰略은 광범위한 市場調査를 통하여 購買者의 欲求와 선호에 合致되는 「컨슈머리즘(consumerism)」의 方向으로 計劃되어야 한다. 또한 誘引對象物(attraction)이 不만한 價値가 있고 他商品과 비교하여 競爭 優位를 確保하게 하여야 하며, 地域特性과 地方色(local color)이 加味된 商品을 觀光商品 그 自體가 觀光磁氣의 雰圍氣(toursimagnetic atmosphere)를 자아내게 해야 할 것이다.

換言하면 濟州地域觀光地 開發運營을 위한 觀光地の 特性, 開發方向 그리고 濟州地域의 觀光特性和 觀光性向 분석을 토대로 濟州地域의 觀光地 開發運營方向을 提示해 보면,

첫째, 觀光地 開發運營方向을 설정하는데는 一般的으로 觀光者 行動 分析에 필요한 광범위한 표본변수의 開發이 필요하며, 定期的으로 連續的인 研究가 수행되어야 한다.

둘째, 간접적인 觀光欲求充足 方法에서 직접적인 觀光欲求充足 方法으로 변화하고 있음에 비추어 다양한 動的觀光慰樂施設을 추진하며, 전원형숙박 시설이 미비하고 施設投資에 있어서도 限界所得流出性向이 비교적 높게 나타나고 있으므로 이에 대한 政策的인 補完·對應策을 마련하여야 한다.

셋째, 3개 觀光團地 및 27개 觀光地區와의 調和를 통한 既存 觀光地間의 連繫性 強化를 도모한다.

넷째, 據點觀光團地 開發 構想에 따른 地域均衡 發展을 위한 開發과 더불어 觀光者の 장기체재형 誘導를 위한 觀光慰樂施設 開發 方案을 講究한다.

다섯째, 觀光地區 指定方式과 個別 開發方式의 混合方式을 채택하는 한편 開發主體인 地域住民의 參與와 方法, 範圍 및 所要財政의 원활한 調達을 위한 自立度 向上 方案을 檢討 推進한다.

여섯째, 개개의 觀光地開發은 가급적 既存 計劃上的의 性格을 維持토록 하면서 主要施設을 補完하거나 變更토록 한다.

이를 細部的으로 講究해보면,

1) 慰樂型, 滞在型 觀光資源을 活性化시키기 위한 方案으로 狩獵, 낚시, 골프 등의 觀光商品을 開發하여야 하며,

- 2) 生活探究觀光으로서의 民泊을 活性化 시켜 旅行者의 관심에 부응하는 目的指向의 行動을 충족시키고,
- 3) 內發的 開發方法의 도입을 통한 地域産業의 育成方案을 강구하여 道民 所得創出效果를 최대화 해야 할 것이다.
- 4) 「하며 즐기는」 滯在型 觀光레크리에이션 開發을 위해 內陸形 特化 觀光資源, 民俗觀光 資源, 海洋觀光資源의 開發에 重點을 둔다.
- 5) 觀光土產品에 대한 開發方案을 보면, 行政的 地圖計劃이 確立되어야 하고, 산학협동체제가 필요하며, 포장, 디자인에 대한 새로운 개발, 그리고 觀光地와 觀光土產品과의 連繫販賣方案을 들 수 있다.
- 6) 道와 觀光業體가 동시에 참여하고 더 나아가 濟州地域에 관광서비스 정보 팩시밀리 設置方案도 검토하여 超過豫約으로 인한 訪問觀光者의 불편을 들 수 있도록 綜合的 促進活動 旅行機構의 設置方案을 再考해 봐야 할 것이며, 또한 컨벤션을 유치하는 方案을 摸索하여 非需期의 對策으로서 活用해야 할 것이다.
- 7) 地域特性을 살린 民俗觀光資源의 開發促進을 政策的인 측면에서 적극적으로 支援 活性化 시켜야 한다.
- 8) 所要財政의 自立度 向上을 위한 新稅源의 新設을 積極的으로 推進하여 야 한다.
- 9) 中央關聯機構, 地方自治團體, 地域住民의 參與에 따른 公益經營 事業의 推進과 함께 第3섹터 開發의 適用을 積極的으로 導入해야 하겠다.
- 10) 開發規模나 投資規模가 큰 觀光團地造成보다 地域住民의 經濟的, 心理的, 負擔이 적고 능어촌 등 地域産業과 連繫 할 수 있는 開發類型이 바람직 하다.

11) 開發에 대한 資本金은 외부보다 地域自體의 資本中心으로 지향되어야 하며, 地域資本의 零細性 극복과 共同投資를 위한 既存團體나 모임의 活性化와 새로운 地域觀光開發委員會 등의 조성이 절실히 요구된다.

따라서 保養 鍛鍊의 觀光動機에 의해 직접적인 觀光欲求充足을 그 기본으로 하는 滯在型, 慰樂型 觀光商品의 개발은 觀光者의 다양한 欲求와 선호에 합치되는 「컨슈머리즘」(consumerism)의 방향으로 計劃되어야 한다.

즉, 濟州地域은 우리나라 어느 地域과 비교 하더라도 손색이 없는 觀光潛在力을 보유하고 있으므로 이러한 資源과 施設들을 觀光者들의 觀光欲求에 맞춰 效果的으로 開發한다면, 濟州地域 觀光地 開發運營에 따라 觀光의 價値가 향상될 것이고, 따라서 觀光吸引力도 향상될 것이다.

參 考 文 獻

< 國內文獻 >

- 김 성 혁 「서비스 産業論」, 형설출판사, 1991.
- 朴 瑾 活 “觀光開發에 고려될 변수의 상관성 고찰”, 동국대학교 행정대학원 논문집 제5편, 1975.
- 朴 石 熙 「新觀光資源論」, 명보문화사, 1989.
- 한국관광공사 국민관광장기종합계획, 1989.
- 김 진 섭 「현대 관광사업론」, 형설출판사, 1982.
- 김 흥 운 관광문제 연습강의 노트, 1984.
- 전 경 수 “觀光經濟와 觀光文化의 從層類型”, 「韓國社會研究」, 한길사, 1989.
- 최 재 원 “地域社會 開發과 觀光開發과의 關係에 관한 소고”, 「地域社會開發論」, 대구대학교, 1983.
- 金 安 濟 「環境과 國土 : 理論과 政策」, 박영사, 1980.
- 金 學 魯 “住民參與에 관한 研究”, 「大韓 國土計劃學會誌」, 제15권, 제1호 (통권 32호), 1980.
- 金 相 營 현대마케팅, 기문사, 1989.
- 金 在 珉 「觀光經營論」, 日新社, 1990.
- 金 忠 起 譯 「포지셔닝」, 나남, 1989.
- 한국관광공사 “21세기를 여는 관광산업의 전망”, 「관광정보」, 1990.
- 李 長 春 「觀光政策學」, 大旺社, 1986.
- 조 영 석 한국서비스 마케팅 전략에 관한 연구, 서울대 대학원 논문, 1989.

- 김 성 혁 「관광마케팅론」, 대왕사, 1992.
- 오 정 환 「서비스산업론」, 기문사, 1988.
- 金 東 旭 한국 서비스 마케팅 시스템에 관한 연구, 서울대 대학원 논문, 1990.
- 고 금 희 “서비스업에 있어서의 생산관리의 변화와 마케팅 전략”, 「관광학 연구」, 제10호, 1986.
- 김 원 수 「마케팅 관리론」, (서울:경문사, 1986).
- 황 현 원 “경관의 다양성에 관한 고찰”, 한국조경학회지, 1989.
- 서 경 립 “제주도 관광자원의 생활화 방안”, 제주대 「논문집」, 제 9집, 1977.
- 오 홍 석 “제주도의 취락에 관한 지리학적 연구”, (박사학위논문, 경희대학교, 1973)
- 장 성 수 “권역별 관광자원 실태의 비교·고찰”, 제주대 「논문집」, 제20집, 1985.
- 김 태 보 “제주도 경제의 구조적 특성과 산업개발 전략에 관한 연구”, 제주대 「논문집」, 제12집, 1984.
- 송 성 대 “관광자원 분포성향에 의한 제주도의 지역별 관광성”, 제주대 「논문집」, 제18집, 1984.
- 서 경 립 “제주민속의 관광자원화”, 제주대 「논문집」 제10집, 1978.
- 제 주 도 「특정지역 제주도 종합개발 계획」, 1985.
- 이 경 환 “경쟁우위를 위한 생산전략에 관한 연구”, 서울대학교 대학원, 1990.
- 한국경제연구센터 「관광자원 개발의 현황과 과제」, (서울:상공회의소, 1974)

- 심 우 진 “청주 관광자원의 국제시장성”, 청주대「논문집」 제6집, 1974.
- 김 충 호 “관광도시 형성을 위한 컨벤션 유치방안”, 경기대 「논문집」, 제17집, 제1호, 1985.
- 김 영 대 “관광 위락지 개발의 방향 설정에 관한 연구”, 자원문제 연구원, 1983, Vol. 2.
- 이 항 구 「관광법 총론」, (서울:명보출판사, 1884).
- 林 鍾 沅 「현대마케팅론」, (서울:창문사, 1988).
- 임 승 립 「경관 분석론」, (서울:서울대학교, 1991).
- 이 만 태 「관광기업경영론」, (서울:박영사, 1974).
- 김 병 문 「관광지리학」, (서울:형설출판사, 1978).
- 김 상 훈 「관광사업개론」, (서울:형설출판사, 1977).
- 김 경 준 「관광자원론」, (서울:대왕사).
- 한국조경학회 「조경회계론」, (서울:문운당, 1986).
- 전국관광장기종합개발계획보고서 한국관광공사, 1989.
- 교 통 부 「관광동향에 관한 연차보고서」, 1984.

< 外國文獻 >

- C.A.Gunn, Tourism Planning, New York : Crance Russak, 19, patrich,
havery, Travel and Toruism, 1990.
- E.J.May & L.P.Jarvis
- Michael Gorman, Frank Height(ed), Design for tourism
(ICSIC, pergamon, 1977)
- Brent Ritche, Michall Zins, "Culture as determingnt of the Attractreness
of a Tourism Management, Vol.4, No.1, March, 1983.
- W.T.Chow. "Integrating Tourism with Rural Development", Annals of
Tourism Research, Vol VII, No.4, 1980.
- R.W.Mointosh and C.R.Geoldner, Tourism:principles, prachces,
philosophies, Fifth Ed. (N.Y ; John wiley sons Inc., 1986)
- P.J.Lcukissas, "Tourism's Regional Development Impacts ; A
comparative Analysis of the Greak Island", Annals of Tourism
Research, Vol.9, No.4, 1982.
- D.E.Hawkins, "Tourism Development and policy Formulation 8th
symposium on Tourism Management, Kathumandu, 198
- L.Turner and J.Ash, The golden Hoardes(N.Y ; st. Marti press, 1975)
- E.Cohen, "Rethinking the sociology of Tourism", Annals of Rourism
Research, Vol.6, No.1, 1979.
- L.Allison, Environnertal Planning ; A political and philosophical
Analysis (London ; George Allen and Unwin Ltd, 1975)

- G.G.Frnak, "Positioning as a problem-solving Tool", HSMA Marketing Review, 1984.
- C.Kaspar, "strategy of succes posirions for Tourism", Revue de Tourisme, ALEST, No2, 1984.
- R.C.Lewis, "The positioning statement for Hotels" The cornell quarterly (May, 1981)
- R.C.Lewis, "Benefit segmentation for Restaurant Advertising that work", The cornell Quarterly 21, No.3 (November, 1980)
- Alnerto sessa, Elements of tourism conomics (Romaicattall, 1983)
- Jana Bargur, Avner Arbel, "A Comprdhensive Approach to the planning of the Tourist Zndustry" ; planning for tourism development (N.Y : pargen publisher, 1976).
- W.T.O.,op.
- F.E.Emery and E.L.Trist, "causal texture of organizationa Enviro-nments", Haman Relations, Vol.18, 1965.
- W.T.O.,op.
- E.cohen, "Who os tourist ; A conceptual clarification", sociological Review, Vol.22, 1974.
- E.J.May, The psychological of Leisure Travel, CBI, Boston, 1981.
- John.L.Crompton, "Mativations for fleasure vacation", ATR, Vol.6, No.4, Oct.1, Dec., 1970.
- P.G.Davidoff and D.S.Davidoff, op.

- J.R.Brent Ritchie and pierre Filidtrdult, "Family Nacation Decision making - A Replication and Extension.
- W.T.O, An introduvtn to Marketing and it's application to Travel.
- R.Mcintosh, Tourism:principles, practices philosophies, Grid Inc.,1972.
- Jonathan N. Goodrich, "The Relationship Between preference for and perceptions of vacation, Destinations ; Application of a choicd Model" JRR, Fall, 1978.
- Theodore Levitt, "Marketing Intangible products and product Intangible", HBR, May-June, 1981.
- Rapoport, Amos, The Meaning of the Bulit Environment, Beverly Mills ; same, 1982.
- Archer BH. : "The uses and Abuses of Multiplier", C.E.Gear planning for Tourism Developments, New York Praeger Publishe, 1973.
- Robert W.Mcintosh, Tourism ; prinaiples, practices, philosop, second Edition (Columbus, chio;Grid Inci.,1977)
- The University of Missouri, Tourism USA ; Vol.1, Appraising Tourism.
- H.Robinson, A Geography of Tourism (London ; Macdonald and Evans, 1976)
- Edward J.Mayo & L.P.Jarvis, The psychology of Leisure Trave (Boston ; CBI, 1981)
- Michael Etgar, "The Household as a production Unit", in J.N.Sheth(ed), Research in Marketing(Vol.1), (Connecticut;Jai Press Inc, 1978)

- J.Kippendort, "Towards New Tourism Policies-the importano of environmental and socioualtural factors", Tourism Management, Vol.3, (September, 1982).
- Edmund.W.Gilbert, Land and Ceisure.
- Patrieh Lavery, TRowel and Tourison, 1990.
- E. J. Majo & L. P. Jarvis, op.cit.
- Brent Ritche, Michall zins, "culture as Determinant of the Attractiveness of a Toursim Region", Annals of Tourism Research, Vol. V, No.2, 1978.
- P. J. Loukissas. "The Tourism Activity Game : concept and applicasion", Tourism Management, Vol.4, No.1, March, 1983.
- R. C. Lewis, "Benefit Segementation for Restaurant Advertising that work", The cornell Quarterly 21, No.3
- Gold, Seymour M. (1980), Recreation Planning and Development, McGraw-Hill Book Co.
- Travel Journal International, 1985,2.
- Asia reavelReade. 1985.

< 日本 文獻 >

- 日本觀光協會, “觀光計劃 の手法”, 1976.
- 日本觀光協會, “觀光計劃 の手法”, 1974.
- 鈴木忠義, 「現代觀光論」, 有斐閣, 1984.
- 田中喜一, 「觀光事業論」, 관광사업연구회, 1950.
- 日本交通公社, 「觀光地つ評價手法」, 1973.
- 松 全 義, 仁山登, “ひてー消費, と觀光レクツエ- ツヨツ,
財團法人 日本交通公社, 「관광」, 68호.
- 財團法人 日本交通公社, 「관광사업」, 1974.
- 日本交通公社 「觀光の資質とその將來象」, 日本交通公社, 1969.
- _____, 「觀光辭典」, 日本交通公社, 1973.
- 山村循次, 「觀光資源地理學 辭典」, 二營書店, 1973.
- 日本觀光協會, 「觀光」, 25호, 1969.9.
- 仙 田 浦, “시시제 공간의 구조” 「시시제 공간의 構造」, 相문江孝南
編, 일본경제신문.

ABSTRACT

A Study on The Operation of Development

Tourism site to Cheju Local

- A Focus on Travel Behavior of Tourist on visiting CheJu-Do -

Kim Dae-Kyong

Major in Hotel Management

Graduate School of

Sejong University

This study sought to illuminate the problems arising regarding the operation of the tourist site development of the CheJu district at present through the inquiry into a body of theoretical research about the operation of the tourist site and the analysis of the relationship between the location of the tourist site and the tourist's propensity to use the tourist site to attain the aim of study as discussed in an Introduction of this thesis, and attempted to propose the direction of establishing the efficient marketing strategy by providing for the remedial measures for such problems.

For this purpose this study attempted an evaluation of significance regarding the attribute of the tourist site in relation to tourist subjects exemplified to make an analysis of the tourist propensity and mode of thinking of the tourists visiting the CheJu region. It elicited the problems arising in the operation of the

tourist site of the CheJu district through an analysis of tourism motivation factors and suggested the direction of its development. Therefore, this study was aimed at providing the concrete material available in establishing the policy for the operation of the development of the CheJu district and main tourist sites.

This study, taking into consideration the characteristics of the CheJu district that has recently undergone diverse changes in the tourist environment, grasped the propensity of the tourists to tourism.

It considered the present situation that the CheJu-do district has not maximized its potential even though it holds a wide variety of tourist attractions, acting up to the proposition that the efficient policy for tourism and strategy for tourist marketing are set up through such understandings. Then, it was emphasized that the study to raise the effective promotion of tourism is required to conduct in accordance with the present situation of national tourism in the tourism policy agency or enterprise from a practical perspective. And this study presented the need and purpose of the study for the setup of the efficient marketing policy and the policy for the operation of the tourist site development of the CheJu district and attempted the study by means of the conceptional, explorative and empirical method.

As the theoretical background on the development and operation of the tourism site this study provided an inquiry into existing

researches on the concept and component of the tourism site and made an inquiry into the factor on a basis of the standard for determining the attraction of the tourism site.

It was applied as a basis reference matter in making up the questionnaire of this study and an attempt was made to examine the classification of the type of tourism sites along with the review of the standard for designation according to the component of the tourism site.

On the one hand, this study provided an analysis of the similarities and differences in comparison between tourism site development and regional development and made an inquiry into the criterion for the evaluation of the effect of the tourism site development on the regional environment, And this thesis presented the need for the participation of the local resident in the tourist site in its development, and inquired into the effect that can be expected from perspective of local resident and administration.

In planning and developing the tourism site for the management of the tourist site in respect to all the environmental relations in the management of the tourism site, the value of the tourism site is fully identified and its value is not damaged. And concrete techniques is examined and applied to the development of the tourism site in order to enhance its value.

From this perspective, it has been discussed that the objective

of tourism site management consists in attaining the objective of business, profit maximization as a corresponding consideration to those which a certain space, tourism site, does not damage the value of resources and provides the maximum benefit to the visitor.

And, based upon theoretical inquiry into the location of the tourism site, this thesis provides an inquiry into the definitional component of the location of the tourism site.

The analysis of the location of the tourist site is a process of identifying the degree of perception by the tourist on the tourist site, and its purpose was to divide it into where a particular tourist attraction should be located and where the tourist should be positioned and investigate two types.

In case of setting the standard regarding the development and operation of the tourist resort of the CheJu district, changes in conditions of the tourist market and the direction of approach to setting the standard were presented. And this thesis induced the meaning of the prior preliminary analysis of the tourist's behavior regarding the direction for the development and operation of the tourist attraction, scheme for the segmentation of the tourist product(commodity) market and a strategy on the qualities of tourist service goods which was discussed in section 3, chapter 5 though the design concerning the development and operation of the tourist resort of the CheJu district, and inquired into the application of the plan

for the design of recreational scenery of the tourist resort.

In order to establish a strategy for the development and operation of the tourist resort, the analysis of market demand should be preceded. Accordingly, as a result of analyzing what factors have had an impact on demand for tourism, the following results could be obtained.

Firstly, in case of tourist resort target demand for tourism has been influenced by extent of hospitality, quality of the tourist environment, the presence of high season or idle season prices plus flexibility.

Secondly, in case of the tourist, tourism demand has been directly affected by changes in the type of family composition, elevated educational level, increase of age old population, increase of leisure time, and the like.

Based upon the comprehensive specially designated CheJudo district development plan the present situation of tourist entertainment activity of the tourists visiting the CheJu district was investigated in terms of the rate of participation, degree of satisfaction and propensity. On the one hand, based upon the present situation of tourist operation and the problem in marketing strategy the problem in the development and operation of the tourist resort of th CheJu district was drawn from the investigatory analysis and analysis of 439 sampled tourists, and the direction for the development and operation

of the tourist attraction was differentiated, depending on the location of the tourist resort with a focus on the dimension of the development of a mix strategy of tourist commodities. And a countermeasure against idle season and a measure for attracting tourists were suggested.

And the implementing strategy of the plan for the design on the recreational facilities of recuperative scenery applicable in developing the tourist attraction was applied in detail, and was developed in orders of presenting plans in relation to local resident, required finance, self-reliance improvement. As a consequence, it is thought that the operation of the tourist resort of the CheJu district must give priority to the establishment of the tourist policy creating diversified tourist attractiveness factors by identifying the tourist's taste or propensity.

제주지역 관광지 운영방향에 관한 연구

- 제주도방문관광자의 관광성향을 중심으로 -

본조사 설문지

이 설문지는 귀하가 제주지역을 관광한 와중에 느끼셨던면과 좋아했던 (선호)점에 대하여 조사하고자 합니다.

이는 제주지역의 관광지 운영에 필요한 전반적인 인식과 상황을 파악하여 급변하는 관광환경에 발전적으로 기여하고자 하는데 그 목적이 있습니다.

본 설문에 대한 응답내용은 석사학위논문 연구목적 이외에는 사용치 않겠 사오며 설문은 익명으로 기재하여 주십시오.

본 연구의 취지를 깊이 이해하시고 바쁘시더라도 설문에 대답하여 주시면 본 연구에 큰 도움이 되겠사오니 많은 협조 바라겠습니다.

1992년 9월 일

세종대학교 대학원 관광경영학과 석사과정

김 대 경

부 록

부록 1 : 귀하가 관광지를 선택할 때 다음에 열거된 관광지의 속성을 얼마나 중요하게 생각하는지를 해당되는 사항의 번호에 “ V ”해 주십시오.

	대단히 중요하다	중요하다	보통	중요하지 않다	전혀 중요하지 않다
	1	2	3	4	5
1. 자연경관의 아름다움	1	2	3	4	5
2. 관광지까지 가는데 소요되는 시간	1	2	3	4	5
3. 교통수단의 편리성	1	2	3	4	5
4. 관광지가 알려져 있는 정도(지각도)	1	2	3	4	5
5. 관광지의 청결에 대하여	1	2	3	4	5
6. 관광지의 혼잡성에 대하여	1	2	3	4	5
7. 관광지의 스포츠에 대하여	1	2	3	4	5
8. 관광지 유흥 및 오락시설	1	2	3	4	5
9. 쇼핑 · 서비스 시설	1	2	3	4	5
10. 관광지내 휴식공간, 휴식시설의 상태에 관한 만족도	1	2	3	4	5
11. 숙박시설에 관한 만족도	1	2	3	4	5
12. 관광지 주민의 태도및 친절성에 대하여	1	2	3	4	5
13. 역사적, 문화적 유산에 대한 만족도	1	2	3	4	5
14. 관광안내원의 관광지식에 대하여	1	2	3	4	5

- | | | | | | |
|----------------------------|---|---|---|---|---|
| 15. 관광안내원의 친절성에 대하여 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 16. 방문시 관광지의 전체적인 매력도에 대하여 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 17. 관광지 관람시 관람체제시간에 대하여 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 18. 토속음식의 조리상태및 만족도에 대하여 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 19. 관광지에서 소요되는 비용에 대하여 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

매우 비싸다	많다	보통	저렴하다	매우 저렴하다
1	2	3	4	5

- | | | | | | | |
|------|-------|---|---|---|---|---|
| 1) 항 | 공 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 2) 육 | 상 교 통 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 3) 선 | 박 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 4) 숙 | 박 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 5) 쇼 | 핑 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

부록 2 : 귀하가 제주지역의 관광지를 관광하셨거나 또는 관광하시고자 한다면 그 이유(관광매력요인)에 해당되는 사항의 번호에 “ V ”해 주십시오.

전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	중간보통	그렇다	매우 그렇다
1	2	3	4	5
1. 자신을 돌아보고 생활을 반성하기 위하여			1	2 3 4 5
2. 관광지 주민의 친절한 인심을 접하고 싶어서			1	2 3 4 5
3. 역사, 문화, 지리등 새로운 사실을 감상하기 위해서			1	2 3 4 5
4. 기분전환 및 스트레스 해소			1	2 3 4 5
5. 가족과 함께 즐거운 시간을 갖기 위해			1	2 3 4 5
6. 스포츠를 즐기기 위해서			1	2 3 4 5
7. 쾌적한 기후를 접하려고(맑은 공기)			1	2 3 4 5
8. 토산품 및 토속음식을 접하기 위해서			1	2 3 4 5
9. 다양한 위락시설을 이용하려고			1	2 3 4 5
10. 수려한 자연경관을 감상하기 위하여			1	2 3 4 5
11. 그냥 편안히 쉬기 위해서			1	2 3 4 5
12. 쇼핑, 서비스시설을 이용하기 위해			1	2 3 4 5
13. 친목도모를 위하여			1	2 3 4 5
14. 문화 유산을 접하기 위하여			1	2 3 4 5
15. 관광시 비용이 저렴하기 때문에			1	2 3 4 5

- | | | | | | |
|------------------------|---|---|---|---|---|
| 16. 토속적인 문화유산을 접하기 위해서 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 17. 향토 문화행사에 참여하고 싶어서 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 18. 사업상 업무를 추진하기 위해서 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 19. 정보매체를 통한 흥미 유발 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

부록 3 : 귀하가 해당되는 사항에 “ V ”해 주십시오.

1. 성 별 : 1. 남 () 2. 여 ()
2. 년 령 : 1. 20세미만 () 2. 20-30세 ()
3. 31-40세 () 4. 41-50세 ()
5. 51-60세 () 6. 61세이상 ()
3. 결혼여부 : 1. 미혼() 2. 기혼() 3. 이혼() 4. 재혼()
4. 학 력 : 1. 고졸이하 () 2. 고졸 ()
3. 전문대졸(재) () 4. 대졸(재) ()
5. 대학원이상 ()
5. 월평균 소득(수당, 보너스 포함)
1. 50만원미만 () 2. 75-95만원미만 ()
3. 100-125만원미만 () 4. 126-149만원미만 ()
5. 150-200만원미만 () 6. 200만원이상
6. 직 업 : 1. 농림수산업 () 2. 자영업 ()
3. 판매서비스직 () 4. 기능작업직 ()
5. 사무기술직 () 6. 경영관리직 ()
7. 전문자유직 () 8. 학 생 ()
9. 주부·무직 ()

7. 여행형태별 : 1. 개인 () 2. 신혼여행 ()
3. 수학여행 () 4. 단체여행 ()
5. 기타 ()
8. 방문 횟수 : 1. 1 회 () 2. 2 회 ()
3. 3 회 () 4. 4 회 ()
5. 5회이상 ()

9. 제주지역을 관광하시는 동안 느낀 소감은?

()