碩士學位 論文

濟州觀光마아케팅의 促進戰略 展開方案에 關한 實證的 硏究

제주대학교 중앙도서관
JEJU NATIONAL UNIVERSITY LIBRARY

濟州大學校 大學院

經營學科

姜 寶 植

1986年 12月

제주대학교 중앙도서관
JEJU NATIONAL UNIVERSITY LIBRARY

濟州觀光마아케팅의 促進戰略 展開方案에 關한 實證的 硏究

指導敎授　玄鶴淳

姜　寶　植

이 論文을 經營學 碩士學位 論文으로 提出함.

제주대학교 중앙도서관
JEJU NATIONAL UNIVERSITY LIBRARY

1986年　12月

姜寶植의 經營學 碩士學位 論文을 認准함.

審査委員長　金　範　鳳
委　　員　玄　鶴　淳
委　　員　金　敬　夏

濟州大學校 大學院

1986年　12月

제주대학교 중앙도서관
JEJU NATIONAL UNIVERSITY LIBRARY

AN EMPIRICAL STUDY ON THE DEVELOPEMENT PLAN OF PROMOTION STRATEGY IN CHEJU TOURIST MARKETING

Bo-sig Kang
(Supervised by Processor Hak-soon Hyun)

제주대학교 중앙도서관
JEJU NATIONAL UNIVERSITY LIBRARY

A THESIS SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT
OF THE REQUIREMENTS FOR THE DEGREE OF
MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION

DEPARTMENT OF BUSSINESS ADMINISTRATION
GRADUATE SCHOOL
CHEJU NATIONAL UNIVERSITY

1986. 12

제주대학교 중앙도서관
JEJU NATIONAL UNIVERSITY LIBRARY

目　　次

I. 序　　論 ····· 1

1. 問題의 提起 ····· 1

2. 研究의 目的 ····· 2

3. 研究方法 및 限界 ····· 2

4. 研究의 方法 ····· 3

II. 觀光마아케팅에 대한 綜合的 考察 ····· 5

1. 觀光産業의 本質 ····· 5

1) 觀光産業의 意義 ····· 5

2) 觀光産業의 波及効果 ····· 6

3) 觀光産業의 分類 ····· 7

2. 마아케팅戰略과 觀光마아케팅 ····· 9

1) 마아케팅戰略 ····· 9

2) 觀光마아케팅 ····· 12

3) 觀光마아케팅의 特性 ····· 12

4) 觀光市場과 觀光消費者 行動 ····· 13

3. 觀光마아케팅의 組織構造 ····· 16

1) 觀光指導組織의 概觀 ····· 16

2) 觀光組織의 活動 ····· 16

3) 觀光産業의 當面課題 ····· 18

4. 濟州道 觀光마아케팅의 現況과 展望 ····· 19

1) 歷史的 背景 ····· 19

2) 觀光資源의 區分 ····· 23

3) 觀光資源의 特性 ····· 25

4) 觀光資源 및 觀光施設別 收容現況 ····· 26

5) 觀光動向 ····· 33

6) 觀光活動의 展望 ····· 35

5. 濟州道 觀光마아케팅 戰略 ····· 37

1) 마아케팅의 基本戰略 ····· 37

2) 部門別 마아케팅 戰略 ····· 37

3) 市場別 마아케팅 戰略 ····· 38

4) 弘報戰略 ····· 39

제주대학교 중앙도서관
JEJU NATIONAL UNIVERSITY LIBRARY

6. 觀光産業 促進戰略 遂行上의 問題點 ····· 40
1) 巨視的 側面 ····· 40
2) 國際觀光의 側面 ····· 40
3) 地域的인 側面 ····· 41
III. 觀光마아케팅에 관한 實證分析 ····· 43
1. 假說의 設定과 標本資料 ····· 43
1) 假說의 設定 ····· 43
2) 設問紙의 構成과 標本設計 ····· 44
3) 分析方法 ····· 44
2. 假說檢證 및 實證分析 ····· 44
1) 標本의 人口統計學的 分布 ····· 44
2) 觀光性向 分析 ····· 45
3) 觀光滿足度 分析 ····· 54
IV. 促進方案과 問題點의 改善 ····· 63
1. 促進方案의 模索 ····· 63
1) 人口統計的 側面 ····· 63
2) 觀光目的과 旅行形態의 側面 ····· 63
3) 宿泊施設 利用의 側面 ····· 64
4) 交通手段利用의 側面 ····· 65
5) 旅行動機에 관한 側面 ····· 65
6) 記念商品 購買의 側面 ····· 66
7) 觀光資源의 側面 ····· 67
8) 不滿足 要因의 除去 ····· 67
9) 觀光開發을 爲한 觀光者 意見 ····· 68
10) 再訪問에 대한 觀光者 意見 ····· 69
2. 現實的인 問題點과 改善方案 ····· 71
1) 問 題 點 ····· 71
2) 改 善 方 案 ····· 72
V. 結 論 ····· 73
參 考 文 獻 ····· 76
SUMMARY ····· 79
附 錄 (設問調査表) ····· 81

제주대학교 중앙도서관
JEJU NATIONAL UNIVERSITY LIBRARY

表 目 次

〈表 1〉 觀光事業의 構造 ····· 8
〈表 2〉 旅行動機 分類 ····· 15
〈表 3〉 生活形態에 따른 旅行形態 ····· 15
〈表 4〉 濟州道 資源總覽 ····· 24
〈表 5〉 觀光地別 適正收容人員 ····· 26
〈表 6〉 航空運航 現況 ····· 28
〈表 7〉 船舶運航 現況 ····· 28
〈表 8〉 自動車 運輸業體 現況 ····· 29
〈表 9〉 宿泊施設 現況 ····· 30
〈表10〉 便益施設 現況 ····· 31
〈表11〉 接客衛生業所 現況 ····· 31
〈表12〉 觀光事業體 現況 ····· 32
〈表13〉 東南亞 地域 觀光動向 ····· 33
〈表14〉 年度別 觀光動向 ····· 34
〈表15〉 '91年度의 濟州道 ····· 36
〈表16〉 觀光開發 投資計劃 ····· 37
〈表17〉 人口統計學的 分布 ····· 45
〈表18〉 觀光旅行目的別 旅行形態 ····· 46
〈表19〉 年齡別 旅行目的 ····· 47
〈表20〉 宿泊日程形態 ····· 48
〈表21〉 宿泊施設利用形態 ····· 48
〈表22〉 交通手段利用形態 ····· 49
〈表23〉 旅行經費支出形態 ····· 50
〈表24〉 旅行動機誘發形態 ····· 51
〈表25〉 觀光旅行에 必要한 情報의 類型 ····· 51
〈表26〉 情報傳達媒體의 選好度 ····· 52
〈表27〉 記念商品 購買形態 ····· 53
〈表28〉 記念商品 購買種類形態 ····· 54
〈表29〉 宿泊施設利用滿足度 ····· 55

제주대학교 중앙도서관
JEJU NATIONAL UNIVERSITY LIBRARY

〈表30〉 交通手段利用滿足度 ····· 56
〈表31〉 記念商品購買滿足度 ····· 57
〈表32〉 食堂利用滿足度 ····· 58
〈表33〉 觀光資源別 滿足度I ····· 59
〈表34〉 觀光資源別 滿足度II ····· 60
〈表35〉 觀光資源 選好度 ····· 61
〈表36〉 航空·船舶利用滿足度 ····· 62
〈表37〉 濟州觀光不滿要因 ····· 67
〈表38〉 觀光開發을 위한 觀光者 意見 ····· 68
〈表39〉 再訪問 調査表I ····· 70
〈表40〉 再訪問 調査表II ····· 70

圖 目 次

제주대학교 중앙도서관
JEJU NATIONAL UNIVERSITY LIBRARY

〈圖 1〉 標的市場 設定過程 ····· 11
〈圖 2〉 消費者의 心理的 環境的 影響 ····· 14
〈圖 3〉 觀光關聯 行政 組織 ····· 17
〈圖 4〉 道民總生産 ····· 35

I. 序　　論

1. 問題의 提起

오늘날 大部分의 國家에서는 國民健康과 文化交流 國際收支 改善을 위하여 觀光産業을 育成함으로써 人間의 生活을 더욱 윤택하게 하고 라이프스타일(Life style)의 變化에 에 따른 精神的 肉體的 갈등을 自然과 더불어 해소하게끔 努力하고 있는 實情이다. 그리고 世界的으로는 年間 3億餘名에 달하는 觀光人口가 旅行함에 따라 國家에 따라서는 觀光産業을 戰略的으로 育成하고 있는데 그 理由는 첫째로 國際的인 文化交流를 實現시켜주며 國際收支의 일익을 담당할 만큼 外貨稼得率이 높을 뿐만 아니라 貿易振興과 民間外交 및 世界平和維持에 기여하고 있기 때문이며, 둘째로는 觀光産業이 發達함에 따라 國民所得이 增大되고 고용기회가 擴大되며 經濟가 發展하고 租稅收入이 늘어나는데 寄與하기 때문이라고 할 수 있다.

우리 나라에서도 觀光産業의 育成에 대한 必要性을 政府次元에서 認識하기 始作한 60年代初에 觀光振興法을 制定하였으며 1975年에는 經濟長官會議에서 觀光産業을 國家戰略産業의 하나로 育成시켜 나간다는 基本 政策이 決定됨에 따라 觀光産業에 대한 投資가 擴大되었고 이에 따라 觀光産業은 새로운 成長産業으로 발돋움하게 되었다. 政府當局은 물론이고 關聯業界에서도 적극적인 觀光振興策을 展開함에 따라 外國觀光客이 1978年에 100만명 이상을 誘致하여 觀光産業의 基盤이 다져지기 始作한 것이다.

이와 같은 政府次元의 觀光産業 育成策과 때를 맞추어 濟州道에서도 1960年代初부터 觀光産業의 開發을 道政方針으로 推進하기 始作하였으며, 濟州道觀光協會를 設立하여 國內外에 濟州道의 觀光資源을 소개하기 시작하였고, 財産搬入에 따른 濟州道 最初의 觀光호텔이 문을 열게 되었으며, 1965年에 태평양지역 관광협회(PATA)代表團이 濟州道를다녀가면서 부터 濟州道의 觀光資源은 國際的으로 알려지게 되었다.

한편 濟州道가 觀光適地로 國內外에 알려지면서 濟州道內의 觀光産業에 대한 投資가 擴大되기에 이르렀고 濟州道 當局은 1973年에 濟州道觀光綜合開發計劃을 樹立하고 道路와 港灣 등 社會間接資本의 擴充에는 財政投資를, 그리고 宿泊施設은 民間投資를 推進해 나갔으나 民間 投資部門은 施行錯誤를 가져오기도 하였다. 그러나 해를 거듭할수록 濟州道를 찾는 國內外의 觀光客은 늘어나기 始作하여 1961年에 만여명에도 못미치던 濟州道의 觀光客은 1971年에 30만명, 1982年에 80만명, 1983年에는 100만명을 돌파하는 신장세를 보였다.그리하여 1985년에는 特定地域綜合開發計劃에 의해 濟州道의 觀光産業開發에 1991年까지 1조3천억원을 投資할 豫定이다. 그런데 2000年代를 目標로 하는 濟州地域의 觀光産業開發計劃에는 마아케팅 戰略이 결여되어 있으며 특히 마아케팅 戰略에서도 큰 比重을 차지하는 促進戰略을

樹立하지 못하는 것은 問題點을 드러내는 것이라고 지적할 수 있다. 觀光産業의 成長 發展을 위해서는 觀光事業者가 觀光서어비스의 豫想購買者들에게 그들의 態度 및 行動에 영향을 주기 위하여 情報를 傳達해야 하며 특히 觀光事業의 마아케팅管理者는 適當한 價格으로 適當한 場所에서 販賣하려는 意思를 豫想觀光客인 標的顧客에게 傳達하는 促進活動을 展開해야 하는 것이다.

이러한 促進活動은 觀光地에 대한 魅力을 알리는 告知機能이 있으며 또한 觀光地를 찾게 하는 說得機能이 있는가 하면 觀光旅行을 購買하도록 喚起시킴으로써 觀光需要를 創造하는 機能을 遂行하는 것이다. 그러므로 觀光事業의 成長과 發展을 위해서는 이와 같은 促進活動을 效率的으로 遂行하는 것이 必須條件의 하나이며 濟州道의 觀光産業도 持續的인 成長을 위해서는 例外일 수 없이 促進活動이 불가피한 것이다. 2000年代를 향한 濟州道의 觀光産業 育成을 위해서는 歡待精神의 함양도 시급을 요하지만 國內外의 觀光客이 濟州觀光을 기꺼이 購買할 수 있도록 마아케팅戰略의 하나로서 促進戰略을 合理的으로 樹立하고 이를 效率的으로 管理해 나가는 問題가 重要한 課題라고 思料된다.

2. 硏究의 目的

濟州道는 韓國의 最南端에 위치하고 있으나 天惠의 觀光資源과 自然條件이 고루 잘 갖추어진 고장으로써 國內에서 뿐만 아니라 對外的으로도 指名度가 높은 觀光旅行地로 認識되고 있으며 未來의 觀光名所로도 脚光을 받고 있는 곳이기도 하다.

그런데 현실적으로 볼 때 우리 나라의 各 觀光地에 대한 滯在型旅行動態를 살펴보면 1984년 旅行目的地 選好度는 경북이 14.6%로 제일 높고 그 다음은 강원 12.6%, 경남 11.9%, 서울 11.4% 順이며, 濟州는 3.1%로 제일 낮은 水準에 있으므로 國民觀光의 次元에서 우선적으로 促進策을 講究하여야 될 實情인 것이다.

따라서 全國的으로 最下位 水準인「濟州觀光」을 上位水準으로 育成시키기 위해서는 濟州道觀光이미지 開發과 마아케팅戰略의 中心인 促進戰略이 마련되어야 할 것이다.

本 論文은 이러한 問題點을 해결하기 위한 方案의 하나로 濟州地域의 觀光産業을 發展시키기 위한 促進戰略을 講究하는데 硏究의 目的을 두고 있다.

3. 硏究方法 및 限界

濟州道 觀光마아케팅의 促進戰略 展開方案을 模索하기 위해 本 硏究는 文獻硏究와 實證的 硏究의 두

가지 方法을 併用하였다. 먼저 國內外의 文獻, 諸般研究資料 및 報告書, 關聯研究論文 및 主要機關의 定期刊行物 등을 活用한 文獻研究를 통하여 觀光마아케팅에 관해서 綜合的으로 考察하여 理論的 體系를 整備하였으며 아울러 濟州道 觀光마아케팅의 現況과 展望을 살펴 보았다. 둘째로 設問紙에 의한 實證的研究를 통하여 濟州道 觀光마아케팅의 性向分析과 實態를 파악해 보았고 또한 14個의 假說을 設定하여 그 假說의 檢證結果를 土臺로 合理的인 濟州道 관광마아케팅의 促進戰略의 展開方案을 實證的으로 檢討하였다. 設問書를 活用한 實證的 研究의 具體的인 內容은 다음과 같다.

1) 第 1 次 資料의 蒐集 分析

觀光客을 對象으로 現地調査를 實施하였고, 여기서 얻어진 1次資料는 採擇된 分析프로그램에 따라 컴퓨터에 의해 統計處理되었으며 調査對象은 濟州地域을 來訪한 內國인을 中心으로 하였고 調査方法은 質問調査法을 採擇 實施하였다.

實證分析은 假說을 設定하여 觀光性向은 X^2分析, 觀光滿足度는 ANOVA分析, 두 要因間의 分析은 t-檢證을 하였고 또한 觀光資源에 대한 選好度 등을 分析하였다.調査內容의 構成은 問項의 性格에 따라 閉鎖質向型과 리커어트타이프(Likere-type) 그리고 自由質問型을 混用하였다.

2) 第 2 次 資料의 蒐集 活用

各種 統計報告書, 年例報告書, 用役報告書 등에 의한 觀光關聯統計表의 活用과 觀光産業 및 마아케팅에 關聯된 文獻을 活用하였다.

제주대학교 중앙도서관
JEJU NATIONAL UNIVERSITY LIBRARY

3) 研究의 限界

觀光客을 對象으로 한 設問調査에 있어서는 母集團이 廣範圍하기 때문에 標本集團 選定이 불가피했다는 점과 調査時期가 2個月로 限定되어 있어서 時系列分析의 未實施되었다는 점, 그리고 調査對象이 地域的으로 偏重되어 있어서 調査結果를 全體的인 傾向으로 一元化하여 適用하는데에는 그 限界가 있다.

4. 研究의 內容

上記와 같은 研究方法에 따라 本 論文은 研究의 性格上 前文 5개의 章으로 다음과 같이 構成되었다.

第1章의 序論에 이어 第2章은 마아케팅에 관한 綜合的 考察로써 現行 마아케팅理論과 觀光마아케팅의 연계성을 다룸과 동시에 濟州道 觀光마아케팅의 現況과 展望을 考察해 보았고, 第3章에서는 合理的인

濟州道 觀光마아케팅의 促進戰略方案을 模索하기 위한 14개의 假說을 設定하여 設問紙調査에 의하여 이를 檢證함과 아울러 同 調査에 의하여 濟州道 觀光마아케팅의 性向을 檢討해 보았다. 第4章은 第2章에서 文獻硏究를 通하여 檢討된 濟州道 觀光마아케팅의 現況과 第3章의 設問調査에 의하여 分析된 實證的 資料를 바탕으로 濟州道 觀光마아케팅의 實態 問題點 및 改善點을 導出하여 이들에 대한 合理的인 促進戰略 展開方案을 模索해 보였다. 第5章은 結論으로써 硏究의 內容을 全體的으로 要約하여 綜合的인 提案을 함과 동시에 筆者의 生覺을 整理함으로써 結論에 대신하였다.

제주대학교 중앙도서관
JEJU NATIONAL UNIVERSITY LIBRARY

II. 觀光마아케팅에 대한 綜合的 考察

觀光마아케팅戰略의 效率的인 展開方案을 探索하기 위해서는 먼지 觀光産業의 本質과 그리고 現行 마아케팅理論과 技法을 包括한 觀光마아케팅에 대해서 理論的 理解가 先行되어야 하겠다. 따라서 本章에서는 觀光마아케팅에 대해서 그 理論的 體系를 綜合的으로 考察해 봄과 동시에 濟州道 觀光마아케팅의 現況과 展望을 살펴 보고자 한다.

1. 觀光産業의 本質

1) 觀光産業의 意義

觀光이란 生業과 계속적인 關聯이 없이 外地에 여행하고 滯在함으로서 일어나는 關係의 總體라고 할 수 있다.[1]다시말하면, 觀光(Tourism)이란 研究對象自體인 觀光客을 觀光現象으로 보고 이러한 觀光現象에 관한 體系的인 知識의 總體를 일컬음이다.[2]

이러한 觀光現象은 1950年代 以後 오늘에 이르기까지 國民所得의 增大, 여가시간의 活用, 經濟成長, 發展 등과 더불어 더욱 深化된 現象으로 進一步하고 있다. 따라서 이러한 現象을 통해 各國에서는 觀光産業을 外貨獲得 國家이미지 부각의 契機로 삼으면서 重要 戰略産業으로 保護, 育成하기에 이르렀다.

觀光에 대한 定義는 시대별 學者에 따라서 다소의 差異點을 보이고 있으나 일반적으로 널리 認識되고 있는 觀光이란 "사람이 日常의 生活圈을 떠나 다시 돌아올 예정으로 他國이나 他地域의 文物·制度 등을 시찰하고 風景 등을 감상·遊覽할 目的으로 여행하는 것[3]"이라고 말할 수 있다.

여기에서 論해지는 觀光産業이란 槪念은 一般産業의 體系와 範圍와는 다르다. 즉 觀光産業이란 槪念은 觀光事業의 중추적 地位를 차지하는 産業 혹은 觀光客을 對象으로 한 그 事業의 태반을 차지하는 영업에 한한다.[4]

이를테면 숙박업은 보통 觀光産業의 범주에 포함되는 것이라고 認識되고 있으나, 일반 대중을 상대로 한 순수한 商用여관이나 Business호텔은 觀光産業에 포함되지 않음을 認識해야 된다. 즉 여관이라해도 어떤 고객을 主對象으로 하는가에 따라서 區分되어지고 있기 때문이다. 이러한 理由에서 觀光産業을 일반産業과 分類를 달리하게 된다고 볼 수 있는 데 一般産業을 橫的分類라 하면 觀光産業은 從的인 分類의

1) 國際觀光專門家協會(AIEST;Association Internation d'Experts scientifique de Turism)의 定義
金相勳,「觀光學槪論」, 서울, 集文堂, 1983, p37.
2) 金忠鎭,「觀光事經營」, 서울, 남영文化社, 1983, p7.
3) 鈴木忠義編,「現代觀光論」, 東京, 有斐閣雙書, 1974, p4.
4) 金相勳,前揭書, p.182.

性質을 가지게 되는 것이다.

2) 觀光産業의 波及效果

觀光産業의 現實的 意味와 이에 따른 波及效果를 考慮하지 않을 수 없다. 오늘날 觀光産業은 3次 혹은 4次産業的 側面에서 그 生産性을 높이 評價받고 있을 뿐만 아니라, 社會·經濟·文化 그리고 國家安保 國土開發의 次元에서 效果를 제고시키고 있음을 否認할 수 없는 現象이다.

觀光産業이 後期 産業指表로서 차지하는 波及效果[5]를 보면 다음과 같다.

(1)社會總體的 側面

1 經濟的 效果: 관광산업이 지니는 서어비스의 特性때문에 높은 外貨稼得率로 國家經濟 및 國際收支改善에 기여하게 되며, 附價價値의 創出로 國民所得의 增大, 租稅收入의 增大,雇傭增大 등의 효과를 가져올 수 있다.

2 社會的 效果: 觀光機會 및 來訪客의 數가 增大함에 따라 民間交流의 폭이 넓어 지며 計劃的 觀光施設 開發과 誘致로 國土開發의 均衡維持, 産業發展 등을 기한다.

3 文化的 效果 즉, 過去와 現在의 生活패턴을 調和시키며 國民總和,國際親善 文化交流를 실현시킨다.

4 環境的 效果 즉, 유물 유적의 보존 維持, 자연보호의 효과를 가져온다.

5 國家 安保的 效果 즉, 對內的 現實을 對外的 要素에 의하여 國力을 굳건히 하게 된다.

(2)國家的 國際的 側面

1 國家的 效果 즉, 經濟成長에 기여, 國民所得의 增大, 租稅收入의 增大, 雇傭 勞賃 근로의욕의 增進,國內 資源의 利用, 地域經濟發展에 대한 격차 시정, 他産業 發展 誘因 자극, 환경보전과 國家安保등 국익에 이바지 하게된다.

② 國濟的 效果 즉, 높은 外貨稼得率로 國濟收支改善, 相互 交流로 國民敎養 함양, 民間外交, 國威宣揚, 貿易振興, 世界平和 圖謀, 등을 실현시켜 주게 된다.

---

5) 金相勳,前揭書 pp. 198~207.

3) 觀光産業의 分類

觀光産業은 公益性과 企業性을 同時에 內包하고 있다. 따라서 觀光事業은 모든 社會의 公益性을 가지고 있는데 그 事業經營의 형태에 따라서 公的事業과 私的事業으로 區分되고 있다.

觀光에 대한 公的事業은 對內的으로 國民의 福祉厚生面에서, 對外的으로는 國威宣揚과 國民經濟의 發展을 위해서 指導·育成·整備되는 事業으로서 公益을 目的으로 행하여 지는 觀光事業을 總稱하고 있다. 이는 國家 또는 國家公共機關이 私的, 個人的인 利益이나 便益 또는 滿足을 주는 것을 目的으로 하지 않고 一般的으로 全體를 위한 것이며 공평한 기회 공정한 대우를 전제로 하여 객관적이고도, 合理的인 性質과 大衆性을 지닌 것이라고 할 수 있다.[6]이와 같은 차원에서 樹立 施行되는 觀光事業을 公的 觀光事業이라고 한다. 觀光에 대한 私的 觀光事業은 營利를 目的으로 하는 觀光企業을 말한다. 즉 營利를 第1次的 目的으로 하여 觀光客에게 財貨나 서어비스를 제공하고 그 代價를 取得하여 利益을 올리는 事業을 가리킨다. 이러한 觀光의 私的事業을 觀光産業(Tourist Industry;觀光企業) 혹은 단지 觀光業(Tourism trade)이라고 한다.[7]

이와 같은 私的 觀光事業 즉, 觀光産業은 利潤追求를 目的으로 하고 있긴 하지만 觀光事業이 가지는 社會公益性으로 말미암아 公共利益을 우선하여야 하는 使命이 있다.

觀光事業의 構造를 보면 체계적인 圖式이 아직까지 되어있지 않은 상태이나 우리 나라의 觀光事業法에 의하면 크게 3大分類로 이루어 지고 있다.[8]즉, 그 내용을 보면, ① 觀光宿泊業; 觀光호텔업, 青少年호텔업, 海上觀光호텔업, 휴양콘도미니엄 ② 旅行斡旋業; 國內여행알선, 國際여행알선, 여행대리점업. ③ 觀光客利用施設業; 골프장업, 유흥음식점업, 종합휴양업 등으로 되어 있다. 이러한 分類는 행정기관의 主導的 觀光事業體制를 벗어나지 못한 것이라고 본다. 理論的 背景에 의한 觀光事業의 分類를 認識하는 것은 보다 重要하며 일반적으로 觀光事業은 觀光主體(觀光客), 觀光企業主體(觀光企業), 政府(地方公共團體) 그리고 觀光客體(對象)의 4者가 相互 關聯을 맺으면서 構成되는 것이기 때문에 더욱 타당하며 (表1)과 같다.

제주대학교 중앙도서관
JEJU NATIONAL UNIVERSITY LIBRARY

6) 高錫勉,"韓國觀光産業의 振興方案에 關한 考察", 서울 경희대학교 경영대학원, 1982, p.5.
7) 金鳳燮,「觀光事業論」, 同和文化社 , 1978, p.8.
——,「觀光學理論과 實際」, 남영문화사, 1983, p.274.
8) 交通部 觀光事業法 1985年度에 준함.

〈表1〉 觀光事業의 構造

區分		目的	主體	事業		細部內容
觀光事業	公的觀光事業	公益性	國家(政府 地方公共團體) 觀光公社	관광행정		1. 觀光理念의 보급 2. 관광자원의 보호육성 이용 촉진 3. 관광시설의 정비향상 4. 관광지 개발운영 5. 관광 P.R 촉진 6. 관광종사원 자질향상 7. 관광정보 제공 8. 관광통계 정비 9. 조사연구활동 촉진 10. 관련기관 유대강화 11. 기 타
				관광시설정비		
				관광선전		
	私的觀光事業(觀光産業)	公益性·營利性	觀光企業	3大基幹事業	교통업	1. 철도 2. 선박 3. 비행기 4. 버스 5. 로우프웨이 6. 스카이리프트
					숙박업	1. 호텔 2. 여관 3. 모텔 4. 유스호스텔 5. 민박 6. 캠프 7. 자동차여행자호텔업 8. 貸別莊
					여행알선업	1. 국제여행 2. 국내여행 3. 여행대리점업
				關聯産業	리크리에션업	1. 스키이장 2. 해수욕장 3, 관광농원
					관광안내업	1. 통역안내 2. 시설안내 3. 투어콘닥터 4. 가이드 5. 리크리에이션 리이더 6. 등산안내업
					요리음식점업	1. 일반유흥음식점 2. 유흥전문음식점 3. 특수유흥음식점
					기념품명	1. 제조업 2. 판매업
					관광선전업	1. 觀光書 2. 포스터 3. 안내서
					부차적관광기업	1. 레스토랑 2. 바아 3. 캬바레 4. 料亭 5. 料食業 6. 映畵 7. 연극 8. 음악 9. 각종게임 10. 쇼핑을 위한 小賣業

資料5) 金震燮, 「觀光事業論」, 同和文化社, 1978, PP.78～89.
교통부(관광사업법)에 의한 분류는 숙박업, 여행알선업, 관광객이용 시설업으로 분류

제주대학교 중앙도서관 JEJU NATIONAL UNIVERSITY LIBRARY

2. 마아케팅 戰略과 觀光마아케팅

1) 마아케팅戰略

(1) 의의

우리가 흔히 사용하는 마아케팅이란 用語는 일반적으로 消費者에게 最大의 만족을 주고 生産者의 生産目的을 가장 效率的으로 達成시키는 方法에 의하여 財貨와 用役을 生産者로 부터 消費者에게로 지향하도록 하는 기업활동의 수행[9]이라고 定義할 수 있다.

간단히 환언하면, 마아케팅이란 첫째; 生産과 消費를 연결시키는 流通이며, 둘째; 消費者가 원하는 製品을 만들어 파는 販賣라는 두가지의 基本活動을 주축으로 하고 있음을 볼 수 있다. 마아케팅에 대한 論理的인 定義는 主體와 客體 또는 社會的 構造, 時代的 背景 等에 따라서 다소의 見解差를 두고 있는데 우선 學界에서 論爭이 되고 있는 時代的 側面에서의 理論을 보면 다음과 같다.

1 傳統的 마아케팅으로서 1950年代까지 적용되었던 것으로 미국 마아케팅학회(A.M.A)의 定義가 주축을 이루고 있다. 즉 販賣者의 市場支配體制로서 販賣員이 消費者에게 商品을 푸쉬(Push strategy)하는 高壓的 活動을 말했다.

2 1950年代 以後의 마아케팅으로서 購買者 中心의 市場支配體制인 現代的 마아케팅理論이다. 즉, 消費者의 欲求에 부응하기 위한 製品을 만들어 廣告와 販買促進手段을 통하여 이루어지는 풀戰略(Pull stratepy)으로서 消費者의 欲求充足을 우선하는 低壓的 마아케팅 活動을 말했다. 前者와 같은 傳統的 마아케팅은 販買量을 增大시켜 利潤을 추구하는 販買促進政策을 目標로 삼았으며, 後者의 現代的 마아케팅은 고객의 欲求에서 출발하여 고객의 요구를 滿足시키기 위한 統合的 마아케팅(Integrated marketing) 方法을 使用한 것이라 할 수 있다.[10]

3 管理的 마아케팅으로서 新마아케팅理論이다. 管理的 마아케팅이란[11]商品의 販買活動 뿐만아니라 商品 및 用役을 生産者로 부터 消費者에게로 유통시키는 全過程에서 發生되는 모든 活動 -市場調査, 製品, 價格決定, 廣告, 販賣促進, 販賣經路選擇 등一을 統一的으로 그리고 統合的으로 計劃·組織·指揮·執行·統制·調整하는 것을 말하고 있다.이와같은管理的마아케팅의 基本思想은 첫째;生産 以前에 需要者의 欲求를 商品에 반영시키는 "販賣前 販賣"에 있으며, 둘째;需要者가 願하는 場所와 가격에서 購買할 수 있도록 하는 販賣, 세째;아프터서어비스 使用法指導 등을 위한 "販賣後 販賣"등을 들고 있다.

마아케팅은 여러 종류의 생각, 방법, 개념 등을 다루는 動的인 科學이라고 할 수 있다. 最近 A.M.A에서 마아케팅定義를 수정 發表하였는데 그 內容을 보면 "마아케팅이란 個人과 組織의 目的을 滿足시켜주는

9) 金元鉄,「마아케팅管理論」서울, 經文社, 1985, p.7~8.
10) 孫大鉉,「마킷팅論」, 서울 日新社, 1985, p.10.
11) 金東基,「마아케팅原論」, 서울 博英社, 1986, p.19.

交換을 創出하기 위하여 아이디어(Idea)와 商品 그리고 서어비스를 規定하고 價格을 決定하며 販賣促進과 더불어 流通分配가 이루어 지도록하는 計劃一實行의 過程(Merketing is the process of planning and executing the Conception, pricing, promotion, and distribution of ideas, goods, and services to create exchanges that satisfy individual and organizational objectives)[12]이라고 하였다.

이상과 같이 거이 모든 마아케팅의 定義에서 보듯이 상품과 서어비스는 마아케팅活動에 포함되고 있으며 마아케팅 槪念의 導入은 서어비스업체 보다는 製品을 生産하는 製造業體가 먼저 活用되었다고 볼 수 있다.

(2) 마아케팅戰略

마아케팅戰略(Marketing strateges)이란 企業을 둘러 싼 環境變化에 적절하게 적응해 나가는 마아케팅活動의 總體[13]이라고도 하고, 마아케팅 目標를 達成하기 위한 方策[14]이라고도 하며, 좀더, 具體的으로 說明하면 항상 變化하며 예측하기 어려운 경쟁적인 환경과 조건하에서 자기의 市場을 擴大하고 기업의 成長을 도모하는 綜合的이며 長期的인 方策[15]이라고 할 수 있다.

마아케팅管理란 對內的인 性格의 개념이 강한 반면, 마아케팅戰略은 對外的인 對象을 중시하는 개념이라고 볼 수 있다.

그러나 마아케팅活動이란 어떤 경우이든지간에 그 시발점이 對內的인 문제의 해결에서 연유되어야 하며 마아케팅戰略도 마아케팅管理를 기초로 해서 출발해야 하는 次善的인 性格임을 認識해야 한다. 마아케팅戰略의 核心的 內容은 市場浸透戰略, 市場開拓戰略, 市場擴大戰略, 市場細分化戰略 등 11個 項目으로 構成되어 있으며 이는 對外的인 마아케팅戰略에서 모색되어야 할 것이다. 또한 마아케팅戰略을 모색하는데에는 企業目的의 設定, 代替手段의 選定, 競爭環境에의 適應이라는 세 가지 要素가 포함되어야 한다. 마아케팅 戰略의 전개방법이나 方向에 있어서는 企業的 環境과 企業目標 등에 따라서 여러 측면에서 마아케팅戰略을 조명할 수 있으나 일반적으로 다음의 3가지 領域을 들 수 있다.[16]

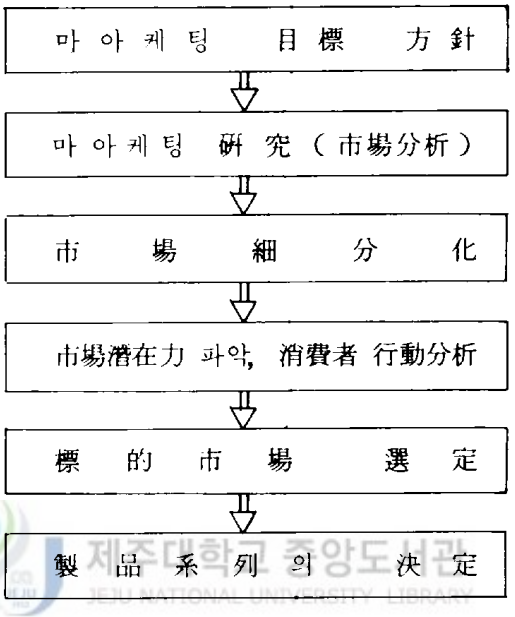
첫째는 市場開發戰略이며, 둘째는 製品戰略, 세째는 戰略計劃의 財政과 管理등이다. 즉 마아케팅戰略의 構成과 展開過程을 보면 市場標的의 決定, 마아케팅믹스의 創出, 마아케팅 組織의 變便 등에 의하여 전개되어야 한다는 것이다. 따라서 전개과정에 대한 內容을 살펴보면 다음과 같다.

첫째, 市場標的의 設定에 있어서 市場標的이란 마아케팅活動의 訴求對象이 되는 特定顧客集團을 말한다. 이는 市場을 包括的으로 파악하는 것 보다는 여러 基準에 의하여 分割 또는 再編成하고 그 市場標的에 적합한 제품을 마련하여 그 표적에 관계되는 消費者에게 接近하는 마아케팅活動이어야 한다. 市場標的의 設定은 마아케팅目標와 方針에 따라 특정한 市場範圍를 잡아 그 시장의 潛在力과 消費者

12 American Marketing Association은 1984년도에 마아케팅에 대한 새로운 定義를 發表함.
13) 出牛正芳編, 「마아케팅메니지먼트用語辭典」, 東京,白桃書房, 1970, p.226.
14) 村田 昭治, 「마아케팅메니지먼트用語辭典」, 日本經濟新聞社, 1978, p.134.
15) 林 周, 「企業과 市場創造」, 有斐閣, 1969, p.125.
16) 兪鵬老, 「마아케팅戰略」, 서울, 敎文社, 1984, pp.129~130

行動을 分析하여 企業이 주력하여야 할 市場을 정하는 것이다.
표적시장의 설정과정을 보면(圖1)과 같은 모델을 제시 할 수 있다.

（圖 1 ） 標的市場 設定過程



資料 : 兪鵬老, 「마아케팅戰略」, 教文化, 1984, P.132.

둘째, 마아케팅 믹스의 創出이다. 마아케팅 믹스論은 종래의 마아케팅論의 결함을 보충하고 정책결정에 있어서 통일적 처리方法을 제시하는데 있다. 마아케팅 문제의 해결과 목적을 달성하기 위하여 製品, 價格, 經路, 販賣促進이 이용가능한 手段이 된다.

마아케팅 믹스(Marketing Mix)란 마아케팅戰略을 構成하는 一部分이며 市場標的에 대한 마아케팅 手段, 方法의 選擇을 결합하는 것이다.

세째, 마아케팅組織의 변경이다. 마아케팅 組織은 필요한 협력을 구성하는 것으로서 組織編成이 되어야 한다는 것이다. 기업의 目的을 달성하고 기업환경과 여건의 급격한 변화에 대응하려면 組織編成을 유연구조의 체제로 하여야 한다.

觀光마아케팅은 그 對象이 觀光이라는 特殊性외에는 앞서 紹介된 現行 마아케팅理論과 그 諸技法을 원용하여 그 理論이 展開되고 있다. 問題는 本章의 後半部에 서술되는 바와 같이 觀光마아케팅의 特性을 여하히 현행 마아케팅理論과 技法에 接木시켜 나갈 수 있느냐의 課題가 論者들에게 提起되는 것이다.

2) 觀光마아케팅

觀光마아케팅이란 細分市場의 欲求(needs)를 最大한 滿足시키고 적절한 利潤을 성취하기 위하여 公私企業은 地方, 地域, 國家 및 國際的인 各 基準에 따라 企業政策을 遂行하는 것이다.[17]이러한 定義는 AIEST(Association International d'EXperts Scientifique du Tourism — 觀光科學國際專門家協會) 總會에서 다음과 같이 要約 整理되었다. 즉, 觀光마아케팅은 細分市場顧客의 緊要한 欲求와 必要(needs and Wants), 市場의 變性에 따라 自國 또는 自社의 製品市場領域을 정확히 設定한 후 製品政策을 關聯시켜 組織體와 體系的으로 調整하는 것이다.[18]

일반마아케팅의 原理와 같은 觀光마아케팅 개념은 顧客의 需要 創造를 통한 利潤追求에는 差異가 없다. 그러나 製品力을 어느 정도 發揮하느냐의 問題는 促進努力의 方法과 公私機關의 促進手段을 어떻게 活用하느냐에 달려있고 고객의 欲求와 必要에 부응하기 위한 製品形成은 차선의 課題이다. 왜냐하면 觀光製品의 속성은 고도의 相互調整關係(trade-off)와 相互依存性에 의존되기 때문이다.

3) 觀光마아케팅의 特性

觀光 즉,서어비스와 製品마아케팅은 本質的으로 同一하지만, 觀光마아케팅의 特性과 그에 따른 마아케팅戰略에서 현저한 차이점을 두고 있다.

觀光마아케팅의 特性은 觀光製品이나 觀光産業의 特性이라고도 하는데 다음과 같이 나타낼 수 있다.[19]

1 無形財이다. 즉, 觀光商品은 서어비스財로써 特徵을 가지는데 서어비스는 無形財이기 때문에 衣類나 家具, 自動車와 같은 有形財를 購買할 때 처럼 商品을 만질 수도, 볼 수도, 평가할 수도 없으며 다만 정신적으로 이해할 수 밖에 없다. 뿐만아니라, 무형재이기 때문에 一般製品처럼 저장, 수송, 재판매도 불가능하다. 여행제품의 속성에 대해서 생각할 때, 여행은 無形的 非不視的인 환상을 購入한다고 할 수 있으나, 여행자는 記憶과 追憶을 販買하는 것이며 주어진 짧은 시간동안 항공기의 좌석, 호텔의 침대와 같은 유형제품을 소유하는 것이 아니라 利用券을 購入하는 것이다.

2 有形力化하는 것으로써, 有形的 試驗的 感情的 취각적인 제품은 觀光客들이 購買되기 전에 대개 約束한 것이나 다름없다. 그러나 고객이 미리 約束된 製品을 시험해 볼 수 없을 때 證驗,直驗와 象徵을 이용하여 有形力으로 代理되게 한다.[20]代理手段으로 우아한 객실의 사진을 통하여 異國的 情趣를 맛보는 것이 바로 代理物이며 代理手段으로 보는 것이다.

歡待商社(hospitality Firm)의 가장 큰 問題는 어떻게 購買客의 마음 속에 無形製品을 有形製品으로 轉換시키느냐 하는 것이다. 이것을 위해서 현대의 觀光産業體는 廣告, 販賣促進, 弘報, 人的販賣로 構成되는 복합적인 마아케팅믹스를 開發하고 管理하고 있다. 따라서 이들은 이러한 마아케팅믹스를 消

17) J. Krippendorf,Marketing et Tourism, Frankfurt.
18) 孫大鉉, 前揭書 , P.13
19) ——,前揭書, pp.67~87.
20) T. Levitt,"Marketing Intangible product and product Intangibles", Harvard Business Review, (May-June 1981), p.96

費者와 中間商인 즉, 旅行都買業者와 旅行小買業者에게 도달시키는데 利用된다.

③ 知覺의 危險으로써, 消費者는 서어비스 製品에 대한 購買意思決定時 製造業의 商品보다 知覺에 대한 危險度가 높다.

④ 서어비스에 關한 製品은 즉, 觀光은 生産, 購買, 消費, 評價가 本質的으로 同時에 發生되는 不可分의 關係인 것이다. 여기에 관한 훌륭한 表現은 라스웰(J.M.Rathwell)이 말한 "財貨는 生産되어지고 서어비스는 遂行된다. (Goods are produced, Sevices are performed)[21]의 구절을 들 수 있다.

⑤ 觀光마아케팅의 다섯 번째 特性은 消滅性으로서 서어비스는 저장할 수 없음을 의미하는 것이다

⑥ 季節性인 것으로써 여행은 계절에 따라 고객의 欲求를 자극시키고 그 乘數가 作用하는 것이다. 즉, 盛需期 또는 非需期의 制度는 이를 증명하는 것이기도 하다.

⑦ 非價格競爭으로써 서어비스의 異質性과 品質標準化의 어려움 때문에 대부분의 서어비스는 고도로 差別化 되는 것이다. 따라서 完全競爭이 적용되지 못하는 理由도 그 하나이다.

⑧ 類似製品과 研究開發(R & D)에 대한 것으로써 어떠한 관광자에게도 旅行産業의 競爭會社들은 類似製品을 販賣하고 있다. 즉, 비행기의 탑승이나 賃貸乘用車는 그 대표적인 類似製品이라고 할 수 있다. 연구개발에 있어서도 觀光企業에 R & D가 이루어 지면, 금방 서어비스 모방이 일어나므로 R & D가 危險하게 된다.

⑨ 限界効用遞減의 法則의 不適用으로써, 관광제품의 購入과 消費에 있어서는 耐久的이거나 剩餘的인 것은 經驗이나 追憶이므로 限界効用遞減이 일어나지 않는다.

⑩ 價値工學으로써, 觀光客은 人的 서어비스 보다는 분명히 어떤 地位를 購入한다는 것이다. 또한 觀光地에 있어서도 훌륭한 價値를 지닌다면 高價의 支拂도 응할 것이다.

⑪ 質的 統制와 標準化로써, 無形財의 觀光産業은 서어비스가 個人的 非標準的이기 때문에 均質的인 통제가 不可能하다. 이러한 특성을 認知한다면 그에 대한 방안이 마련되어야 할것이다.

⑫ 象徵性으로써, 旅行은 無形的 幻想을 購入하는 것이므로 이미지와 印象 즉, 象徵性이 旅行者에게 매우 重要하며 이것이 또한 觀光製品의 가장 重核的인 本質이다. 관광여행의 중요한 잉여가치가 경험이나 추억과 같은 높은 상징성을 요구하기 때문에 價値設計나 평판을 開發하기가 용이하지 않은 것이다.

4) 觀光市場과 觀光消費者行動

(1) 觀光市場

시장의 개념은 價格形成力이 作用되고 거래되는 財貨의 實際的 移動에 의해서 所有權 交換이 이루어지는 어떤 범위를 말한다. 市場은 이동하는 商品의 종류에 따라서 財貨市場, 勞動市場, 資本市場

21) J.M. Rathwell.,"Marketing in the service sector", MA;Cambridge winthrop publishers, 1974, p.588.

등으로 분류되는데 마아케팅 對象은 財貨市場에 限하고 있다.

市場槪念을 構成하는 要素로서는① 需要와 供給의 存在 ② 場所 또는 建物과 地域的 限定③ 時間的인 限定 ④ 독득한 組織 ⑤ 價格形成 등의 5가지 요소로 집약된다.

(2) 觀光市場細分化

市場細分化(Market Segmentation)는 目標消費者중 타켙트(target)를 설정하는 戰略이고 製品差別化(Product & Herentiation는 타켙트(Target)의 欲求는 겨냥한 戰略이다. 이렇게 差別化된 製品을 細分市場에 자리잡게 되는 것을 포지션닝(Positioning)이라고 하는데 마아케팅믹스(marketing-mix)와 함께 마아케팅 戰略理論의 骨格을 이룬다. 市場細分化는 全市場에서 目標消費者인 部分市場 즉, 細分市場을 發見하는 것이다. 지금까지는 細分化戰略의 人口統計(性, 年齡), 經濟(所得階層), 社會(敎育水準, 職業, 職位) 등의 각 데이타(data)를 기초로 하여 市場空間을 細分化하여 왔다. 그러나 오늘날에 있어서는 行動科學에 基礎를 둔 라이프스타일 세그멘테이션(Life style segmentation)이 크게 活用되고 있다.

現實的으로 觀光計劃立案者는 細分市場에 주의와 관심을 기울이지 않고 美國市場, 日本市場과 같은 地域的 市場範疇를 우선하여 활동을 펴고 있으며 한 시장내에 市場細分化를 이용한 觀光促進計劃을 시도하지 못하고 있을뿐만 아니라 국내시장에 있어서는 濟州道가 國民觀光을 誘致하기 위한 地域別 市場細分化가 고려되고 있지 못하다. 觀光市場을 擴大하기 위해서는 觀光製品 開發에 역점을 두기 보다는 여행패턴을 관찰한 후 이를 다시 細分하여 중점개발하는 것이 바람직하다. 이렇게 할 때 季節性에 대한 역효과를 감소시키고 收益極大化에 이바지 하게 된다.

제주대학교중앙도서관
JEJU NATIONAL UNIVERSITY LIBRARY

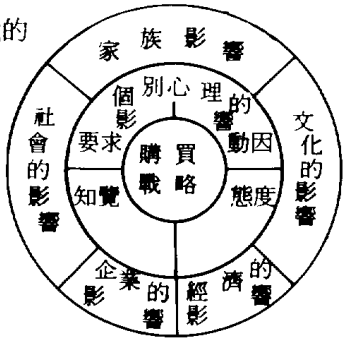
(3) 觀光消費者行動

① 消費者行動의 研究目的

消費者의 欲求를 充足시키려는 충동을 動機라 하며 이러한 動機로부터 나온 行動을 消費者行動이라고 할 수 있다. 消費者의 行動을 研究하는 目的은 消費者의 滿足 보다는 不滿足 欲求와 欲望을 評價하는데 있다. 따라서 마아케팅活動은 市場을 對象으로 하기 때문에 마아케팅 基本要素인 消費者의 行動과 市場을 올바르게 파악하여야 할 것이다.

消費者行動의 研究는 消費者欲求의 滿足을 創出할 수 있는 戰略을 開發하는 것이다. 消費者의 行動을 誘發하는데 따른 그 영향요인을 살펴 보면 (圖2)와 같이 설명할 수 있다.

〈圖 2 〉 消費者의 심리적 環境的 影響



資料) 孫大鉉, 「觀光마킷팅論」, 서울, 日新社,1985. P.125.

· 要求는 유용하고 필요한 것 또는 바람직한 것에 대한 결핍이며, · 動因은 사람에게 어떠한 행동을 유발시키는 자극이다. · 知覺은 특별한 認知와 觀察이며 감각기관을 통해 對象을 알게 된다. · 態度는 인간감정의 광범위한 群集이나 行動을 有形化 함을 의미한다. 즉, 사람이나 事物, 制度 등에 대하여 어떤 특정한 방법으로 행동하거나 반응하는 것이다. 소비자는 要求, 動因, 態度, 知覺이라는 개인의 內部心理的인 影響을 받게되며 個人은 環境에 계속적으로 영향을 주게 된다. 또는 개인의 消費者行動에는 다섯가지 광범위한 환경적 決定因子가 있는데 이는 ① 家族影響 ② 社會的 影響 ③ 企業的 影響 ④ 文化的 影響 ⑤ 經濟的 影響 등을 말함이다.

B) 觀光動機에 관한 思索

사람이 여행하는 理由는 여러가지 대답을 찾을 수 있겠으나 대개 이것은 心理的 社會的인 원인에 있다고 볼 수 있다. 〈표2〉에서는 18가지의 동기를 教育과 文化, 弛緩 및 快樂, 조상의 遺産, 기타로 분류한 것이다.

〈表2〉 여행동기 分類

教育과 文化	弛緩 및 快樂	祖上의 遺産	其 他
1. 訪問地의 國民이 生活, 일, 놀이를 觀察 2. 特別景觀 鑑賞 3. 뉴스對象에 대해 보다 나은 理解를 獲得 4. 特別行事에 參席	5. 日常으로 부터 脫出 6. 氣分轉換 7. 浪漫的인 經驗을 成就	8. 祖上이 태어난 곳 방문 9. 家族, 친구의 緣故地 방문	10. 기후 11. 健康 12. 스포츠 13. 經濟 14. 冒險 15. 우월성 과시 16. 同調 17. 역사참여 18. 사회학·미지의 세계 획득 욕망

資料 : ① J.A. Thomas, "What Makes People Travel," ASTA Travel News (August 1964), PP.64~65

② 孫大鉉, 前揭書 P.135.

다음의 (表3)은 관광자의 생활형태에 따른 여행형태를 9단계로 나누고 여행동기를 나타냈다.

〈表3〉 生活형태에 따른 여행형태

段 階	生 活 形 態	여 행 동 기 및 여 행 형 태
1 단계	가족과 함께 살고 있는 독신관계	적절한 수입이 있으나 그들의 수입을 어떻게 지출할 것인가를 망설이며 책임감 없음.
2 〃	무자녀의 젊은 신혼부부	

제주대학교 중앙도서관 JEJU NATIONAL UNIVERSITY LIBRARY

段階	生 活 形 態	旅行動機 및 旅行形態
3 〃 4 〃 5 〃	6세이하의 어린아이 가짐 6세 혹은 그 이상의 아이를 가짐 부양아이들을 둔 부부	자유재량 소득, 자동차여행, 캠핑, 조부모, 친지 친구를 방문 사업여행이 두드러짐.
6 〃 7 〃	어린아이를 두지 않고 가장은 노동력이 있음. 어린아이 없고 가장은 정년퇴직 노부부	쾌락여행, 항공여행, 유람선 여행
8 〃 9 〃	고독한 생존자 (노동력 있음) 고독한 생존자 (은퇴함)	건강이 허락하는 한 여행의 중요성 인식

資料 : The University of Missori , Development Assessing your product and the Market, (U·S Dept. of commerce, USTS, 1978), P. 46.

消費者行動과 동기에 관한 기초이론으로서 관광자의 欲求(needs)를 검토할 필요가 있으며 그들의 欲求와 欲望의 정도를 파악하여 마아케팅活動에 반영하는것이 중요하다.

제주대학교 중앙도서관
JEJU NATIONAL UNIVERSITY LIBRARY

3. 觀光마아케팅의 組織構造

1) 觀光指導組織의 概觀

觀光産業의 育成에 가장 큰 影響을 미치는 것은 觀光産業을 支援하는 關係法規, 制度, 政策 및 支援行政으로서 金融, 稅制, 財政 등을 들수 있으며 또한 이를 집행하는 行政組織을 들 수 있다.

觀光行政組織으로는 (圖3)에서 보는 바와 같이 政府組組과 民間組織으로 구분된다. 政府組織으로는 國務總理를 委員長으로 하는 觀光政策諮問委員會가 있고 中央行政의 最高機關인 交通部가 있다. 그리고 地方에는 各 市道에 觀光局 또는 觀光課를 설치하고 있다.

公社組織으로서는 韓國觀光公社가 있으며 그 子會社로서는 慶州開發事務所, 濟州開發事務所, 海外支社를 두고있다. 또한 特殊法人으로서는 韓國觀光協會가 設立되어있고 各 市道協會가 있다.

2) 觀光組織의 活動

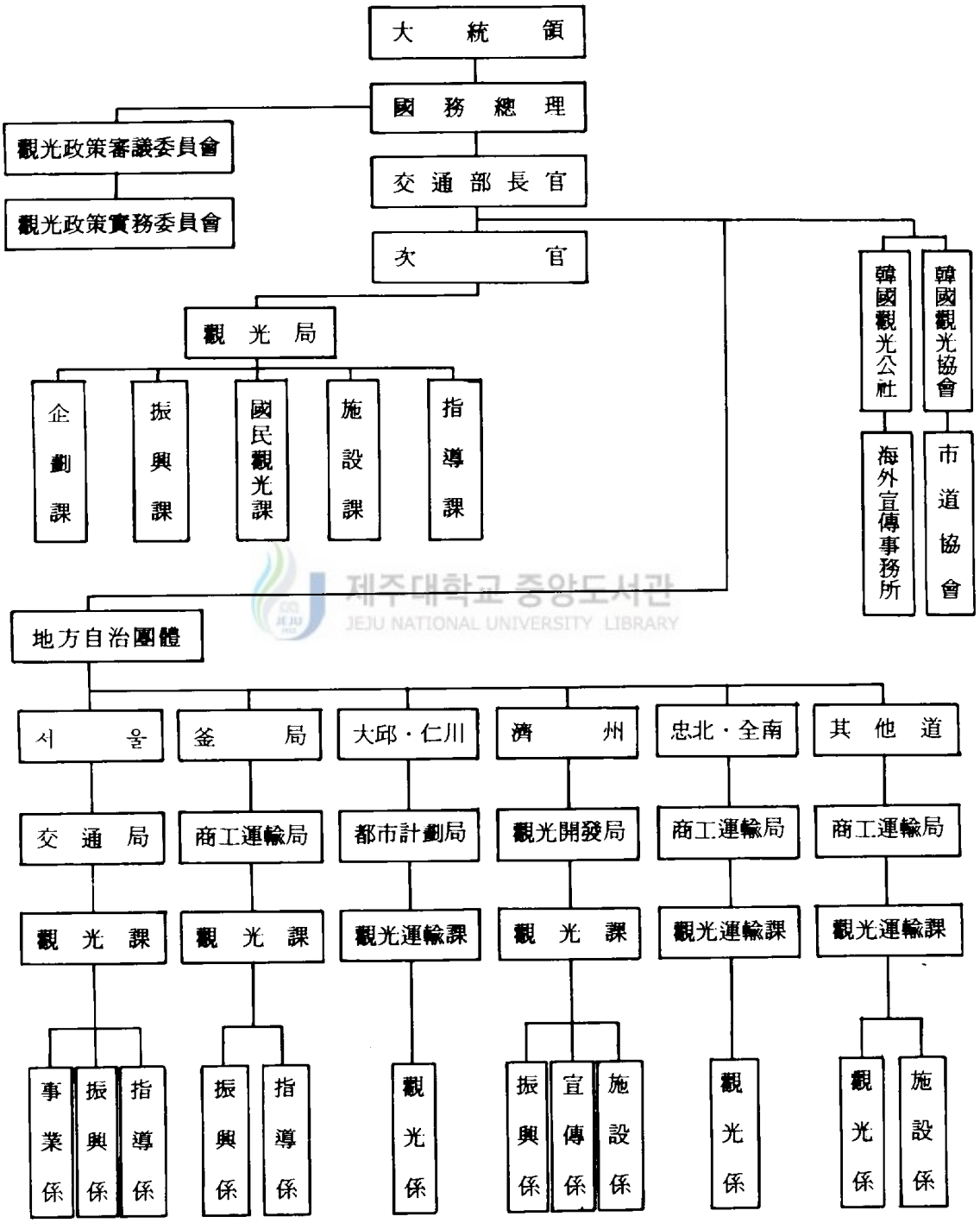
觀光行政組織 및 機構別로 管掌하고 있는 業務를 보면 다음과 같이 要約할 수 있다.

1. 觀光政策審議委員會

國務總理를 委員長으로 한 機構로서 觀光에 대한 綜合的인 政策의 審議 및 分科委員會別로 諸般事務를 管掌하고 綜合調整하는 것을 機能으로 하고 있다.

〈圖 3〉 觀 光 關 聯 行 政 組 織

（1984年6月現在）



제주대학교 중앙도서관
JEJU NATIONAL UNIVERSITY LIBRARY

資料：韓國觀光協會，韓國觀光發展史，1984. P. 194.

2. 交通部

觀光의 主務部處인 交通部의 觀光組織은 1984년말 現在 1局 5課를 中心으로 國際觀光業務와 國民觀光業務를 수행하고 있다. 主要業務로는 觀光政策의 樹立, 觀光從事員의 養成 및 訓練, 觀光資源調査 및 開發計劃樹立國際業務 및 海外宣傳, 觀光振興基金助成 및 運用, 觀光會社指導監督 各種 事業計劃承認, 觀光統計 및 資料蒐集, 國民觀光地開發 및 觀光施設擴充, 觀光協會의 指導監督 등이다.

③ 地方의 觀光行政

各 市道別로 觀光局 내지 觀光課를 두고 있으며 지방의 여건에 따라 다소 특이한 業務를 遂行하고 있기도 하다. 濟州道는 觀光開發局을 중심으로 觀光業務 全般에 걸친 사항을 管掌하고 있으나, 特定地域綜合開發 道綜合開發, 觀光綜合開發 등 上位計劃에 관한 업무는 綜合開發當官室(企劃管理室소속)에서 관장하고 있으며, 公報, 地方文化 및 藝術에 관한 사항은 文化公報室에서 관장하고 있어 다른 시도와는 다소 특이한 것이라 할 수 있다.

4. 觀光公社

韓國觀光公社는 國際觀光의 振興, 國民觀光의 振興, 觀光資源開發事業, 觀光要員育成과 訓練, 其他 附帶事業 등으로 구분할 수 있다.

5. 觀光協會

觀光事業者들로 구성되어 있으며 회원간의 親睦을 도모하고 福利增進을 위한 共濟活動을 하는데 그 目的이 있고 觀光事業의 건전한 發展, 出版物刊行, 弘報活動, 觀光共濟事業 등을 관장하고 있다.

제주대학교 중앙도서관

3) 觀光産業의 當面課題

韓國觀光公社의 '84년 主要業務計劃 解說[22]에 의하면 우리 나라 觀光産業의 推進方向에 대한 基本目標와 方針을 다음과 같이 設定하고 있다.

1) 基本目標

(1) 韓國 旅行製品의 國際競爭力 强化

(2) 外來觀光者 誘致戰略의 再整備

2) 基本方針

(1) 觀光市場別 特性에 맞는 誘致活動展開

22) 韓國觀光公社, 「'84年主要 業務計劃 解說」, 1984, pp.23-24

(2) 新製品開發과 서어비스 改善을 통한 國際競爭力 强化

(3) 弘報 宣傳方法의 刷新으로 對外宣傳效果 提高

한편 韓國觀光公社(Korea Tourism Corporation;KNTC)는 韓國觀光의 當面課題를 다섯 가지 觀點에서 정해놓고 있다.

1 安定된 海外觀光市場確保

②潛在的인 市場開拓

③韓國的인 旅行製品開發

4 健全觀光의 定着

5 韓國觀光의 跳躍基盤 造成

4. 濟州道 觀光마아케팅의 現況과 展望

1) 歷史的 背景

濟州道의 觀光産業을 發展시키기 위한 行政當局의 政策이나 關聯業界의 關心은 比較的 그 過程이 짧다고 할 수 있다. 특히 1970年代 중반 까지만 해도 政府의 行政的 財政的 支援이나 政策方向은 農魚民의 所得增大를 위하여 農·蓄産業, 水産業과 柑橘生産業 등에만 關心이 集中되었음을 감안 할 때, 觀光産業은 이들 産業에 比하여 영세성을 면치 못하였다고 말할 수 있다. 그러나, 우리 나라의 經濟構造를 改善하기 위한 제1차 經濟開發 5個年計劃(1962~1966)과 새마을運動의 成果에 힘입어 地域住民의 經濟力 向上과 깨끗한 生活環境을 造成하기에 이르렀고 觀光綜合開發計劃의 推進과 더불어 經濟成長이라는 結果와 天惠의 自然環境을 維持 保全하게 됨은 다행한 일이 아닐 수 없다. 濟州道는 수려한 自然景觀과 固有의 傳統民俗, 生活樣式 등 多樣한 觀光資源을 保存하고 있어서 觀光地로서는 손색이 없을만큼 指名度가 높은 잇점을 지니고 있다. 이러한 잇점을 갖게 되기까지에는 여러가지 行政的, 財政的 뒷바침에 기인하여 社會經濟的인 發展과 基盤施設의 擴充 交通手段의 發達 등으로 觀光者의 不便要因을 段階的으로 改善해 나가는 努力이 있었기 때문이라고 分析할 수 있다. 現實的으로 "觀光濟州"를 考察하는데는 어떠한 過程을 거쳤으며 또한 어떠한 歷史的 背景을 간직하고 있는가를 認識해야 할 것이다. 濟州道의 觀光産業 發展過程을 살펴보면 4단계로 區分할 수 있는데 그 內容은 다음과 같다.

(1) 1960年代 以前 - 政策의 發芽

濟州道는 他地域에 比하여 土地面積의 협소와 不均衡을 이루는 自然條件 등으로 道民生活의 水準은 經濟的 社會的인 면에서 영세성을 면치 못하였고 수마일 떨어진 육지부와 연결해 주는 交通手段

-航空·선박-이 發達하지 못하여 經濟·社會·文化的인 交流가 힘들었고 落後된 地域性을 면치 못하였다. 1946年 8月 1日부터 濟州道政을 實施하면서 道勢를 整備해 나가기 始作하였는데 當時의 道勢로는[23]人口 266,419名, 1人當所得 8,800원, 道民總生産額 23억 4천 4백만원으로서 36年間의 日本帝國의 식민통치와 약탈경제의 영향을 벗어나지 못하였다. 1948年 解放과 더불어 基本主權의 회복과 經濟發展을 위한 方案을 모색하기에 이르렀다. 農·水産業에 偏重된 當時의 與件으로 보아 觀光에 대한 이미지는 거의 찾아 볼 수 없었으나, 1948年 4月에 最初로 國際觀光客 80名 — 주한 외국인공관원, 實業人, 記者團 — 이 來道하였으며 1957年의 南濟州郡 觀光施設推進委員會 結成과 1959年의 濟州道觀光開發 3個年計劃 등이 이루어 졌으나 實効를 거두지 못하고 有名無實한 結果를 낳았다. 1960年代 以前 - 政策의 發芽 — 時代의 주요활동을 보면 다음과 같다.[24]

1 1948年 4月에는 最初로 外國人觀光客 — 주한외국공관원, 주한외국실업인, 주한외국기자단 — 80여명이 來道하였으며 2 1957年에는 南濟州郡 觀光施設推進委員會를 結成하였고 3 1959年에는 西歸浦觀光 호텔의 開館과 더불어 濟州道 觀光開發 3個年計劃 — 1960年에서 1962年까지 — 을 樹立하였다.

(2) 1960年代 - 政策基盤의 造成

우리 나라의 觀光産業은 1960年代에 들어서면서 政府의 體系的인 政策基盤造成과 觀光企業의 등장으로 外貨獲得産業으로서의 發展과 그 토대를 構築하게 되었다. 政府는 觀光産業의 諸効果를 감안하여 이를 적극적으로 先導 育成하고 觀光에 대한 各種 法令의 制定과 行政組織을 擴大하여 나아갔다. 특히 1966年에 外國專門家(Morton.D.Kauffman)에 의해 韓國觀光地를 最初로 진단한 報告書가 提出되었고 이때부터 우리 나라 觀光産業의 一大轉換點을 기져오게 되었다. 1960年代의 開發性向은 發展過程의 基盤造成時代였으나 1964年의 第19회 東京올림픽대회와 1965年度의 韓·日間 國交正常化로 많은 日本인이 來訪하면서 觀光市場이 形成되었고 Expo'70의 開催로 外國觀光客이 入國하기 시작함으로써 綜合産業으로서의 觀光産業이 體系的으로 發展하기 始作하였다. 특히 1963年度에는 濟州道에서 최초의 觀光호텔施設인 "파라다이스濟州호텔"이 57室 規模로 開館되었고 同年에 濟州空港이 國際空港으로 昇格되었으며 1969年에는 국제항공노선으로서의 취항기능을 發揮하게 되었다. 또한 제1, 제2횡단도로의 開通과 濟州道의 特定地域綜合建設計劃 - 建設部와 觀光綜合技術公社 各各가 1967년, 1968年에 成案한 報告書 - 이 마련되어 潛在的인 觀光地의 與件을 助成하는 契機가 되었다. 1960年代 - 정책기반의 조성 -의, 觀光活動을 要約해 보면 다음과 같다.[25]

---

23) 1 현치방,"道制實施 40年의 發展相", 濟州道誌 , pp.45~46.
2 東亞日報,1986. 8. 1. 社說 參照

24) 1 高永璉,"濟州道觀光開發의 발걸음", 濟州道誌 , 1986, pp.92~113.
2 金泰保,"해방後濟州道研究", 濟州大學校 耽羅文化 4號, 1986, p.317.

25) 1 金泰保,濟揭論文, p.318.
2 孫海植,"韓國觀光의 産業의 마아케팅戰略에 關한 연구", 釜山大 대학원, 1979, pp.16~20.
3 觀光事業振興法, 1961. 8.22字 法律 제869호(총5장 62조 및 부칙)로 제정되었으나 1975.12.31 폐지됨.
4 PATA (Pacific Area Travel Association) 태평양지역 관광협회를 말함.

1) 1961년 8월 22일자로 觀光事業振興法을 制定하였고 同年에 濟州 - 西歸浦間 제1횡단도로 建設에 着手하였다.

2) 1962年 1월 10일자로 文化財保護法을 制定하였고 同年 1月 22日字로 國際觀光公社, 韓國觀光協會, 濟州道觀光協會를 設立하였다.

3) 1963年에는 國土綜合開發計劃法의 制定과 同年 10月에 "파라다이스濟州호텔"이 開館되었다.

4) 1964年에는 濟州道綜合建設計劃樹立

5) 1965年에는 제14차 PATA總會 서울開催

6) 1967~68年에는 濟州道特定地域綜合建設計劃書를 發表하였다.

7) 1969年에는 文化財管理示範團地를 指定하였으며 同年에 濟州·釜山·오오사까를 잇는 國際항공노선을 開通 취항하였다.

1960年代의 觀光活動은 한마디로 말해서 첫째, 1960年代 以前時代에 比하면 모든면에서 획기적인 發展을 거듭하였다. 둘째, 그러나 觀光에 대한 行政機關의 參與關心은 정책결정을 위한 先行段階에 지나지 않았으며 計劃書나 調査報告書 등은 "濟州道"誌의 刊行物을 통하여 發表되긴 했어도 서설적이며 단편적인 형편에 불과하였으며 多角的이지 못하였다.

(3) 1970年代 - 劃期的 發展

1970年代에 進入하면서 1970年에 始作한 새마을運動 그리고 제3차 經濟開發 5開年計劃의 推進, 1972年 12月에 發表한 濟州道綜合開發計劃의 確定, 1973年 2月에는 청와대관광개발계획단의 濟州道觀光綜合開發計劃 發表 등 政策的 次元에서 發展方案을 提示하고 段階的으로 觀光産業을 育成하는데 關心이 고조되기 시작했다. 특히 1970年 3月에는 한라산이 國立公園으로 指定되었고 1971年 5月 20日에는 道內에 있는 5個地域을 指定 觀光地로 公告하여 觀光地로서의 價値를 創出하여 觀光與件을 對內外에 널리 弘報하기에 이르렀다. 이에 발맞추어서 法的인 制度와 業界의 體制도 차원높은 段階로 整備하는데 관심이 쏟아졌다. 그 일면을 본다면 1972年의 觀光振興開發基金法, 1975年의 觀光團地開發促進法, 觀光基本法, 觀光事業法을 制定 公布하였으며 業界에서는 1971年의 西歸浦라이온즈호텔(60室)開館, 1974年의 濟州KAL호텔(310室)開館, 1979年의 서귀포파라다이스호텔開館 등으로 觀光收容能力을 확충하였다. 學界에서도 濟州道의 觀光産業을 發展시키기 위하여 1973年度에 濟州大學校 觀光學科의 新設과 제주전문대학 觀光科의 新設로 觀光 産業에 우수한 人力을 배출하는데 일익을 담당하게 되었다. 특히 1970年代 후반기에 접어들면서 濟州大學校 觀光開發研究所가 開所되었으며 濟州道 觀光에 대한 研究論文이 多數 發表되었다.

1970年代 - 劃期的 發展期 - 를 要約해 보면 다음과 같다.[26]

26) 1 金泰保,前揭論文, p.p. 318~319.
2 觀光振興開發基金法, 1972.12.29일자 法律 제2402호(전문12조)로 制定
3 觀光團地開發促進法, 1975. 4. 4일자 法律 제2759호(전문21조)로 제정
4 觀光事業法, 1975.12.31일자 法律 제2878호로 제정
觀光基本法, 1975.12.31일자 法律 제2877호로 제정

1 1970年 3月에는 漢拏山을 國立公園으로 指定하였으며, 1972年까지 漢拏山에서 대단위 用水開發事業 推進하였다.

2 1971年 5月 20日에는 제주도 5개지구 - 용연, 만장굴, 정방폭포, 안덕계곡, 천제연 를 指定觀光地로 公告되었으며 同年 6月에 60室規模의 서귀포라이온즈호텔이 開館되었다.

3 1972年에는 觀光振興開發基金法의 制定과 同年 12月에 청와대관광개발계획단에 의해서 濟州道綜合開發計劃이 發表되었다.

4 1973年 3月에는 濟州大學校 觀光學科와 제주전문대학 관광과를 新設하였으며 제주관광여행사도 創設되었다.

5 1974年 3月에 濟州KAL호텔이 310室 規模로 開館을 보았다.

6 1975年 3月에는 濟州大學校 觀光開發研究所 開所 同年 12月에는 觀光基本法과 觀光事業法을 제정하였다.

7 1979年 12月에는 서귀포파라다이스호텔이 開館하였다.

8 이외에도 제2횡단도로의 開通, 항몽유적지건립, 카훼리취항, 등으로 관광지의 면모를 일신시키는 시대였다.

1970年代의 觀光活動은 국민관광과 外來觀光의 增大로 觀光收入의 증대를 가져왔고 産業構造의 改編, 觀光開發의 必要性을 認識하도록 하였으며 민간인이 觀光開發事業에 參與하는 契機를 조성했다. 1970年代 중반까지만 해도 柑橘生産業이 道民所得에의 기여도가 높았으나 大量觀光時代가 到來한 1970年代 후반기에는 관광수입이 더 큰 영향을 주었던 時代라고 볼 수 있다.

1970年代의 특기사항은 觀光振興政策의 추진과 관광법규의 정비에 있다고 볼 수 있다.
첫째 관광진흥정책에 있어서는 觀光産業을 國家의 戰略産業으로 育成시키는데 관심이 집중되었으며 관광행정기구를 강화한다는 基本方向을 설정하였다.
둘째, 관광관계법규의 확충 및 정비로서 관광단지개발촉진법, 관광기본법, 관광사업법 등을 제정 또는 분리제정으로 관광산업발전의 바탕을 마련하는데 역점을 두었다. 결국 1970년대는 劃期的인 發展期로서 觀光需要의 增大, 觀光資源의 開發과 保存, 觀光要員의 資質向上, 促進方法 講究, 行政指導 등으로 관광산업을 활성화 한 시대이었다.

(4) 1980年代 - 成長과 跳躍期

1980年代에는 觀光綜合開發計劃의 推進成果에 대한 批判과 더불어 濟州道의 觀光開發과 發展方向에 대한 論議가 대두되는 시대를 맞이한 시기이었다. 이에 따라서 學界의 研究論文도 活潑히 전개되고 있으며 行政機關에서도 觀光資源의 開發과 觀光與件을 造成하기 위하여 친절·봉사에 대한 道民參與指導, 濟州道案內, 現代的 便宜施設의 설치 등으로 觀光地로서의 면모를 쇄신해 나가고 있다. 業界에서는 國民觀光, 外來觀光者를 유치하기 위하여 消費者를 지향하는 土産品의 開發과 觀光地에서 觀光活動을 적극적으로 전개할 수 있도록 효과적인 促進시스템을 강구하고 있다. 우리 나라의 觀光動向은

제주대학교 중앙도서관
JEJU NATIONAL UNIVERSITY LIBRARY

1970년대 후반의 관광여건 惡化現象이 '80年代初까지 이어져 결정적인 타격을 입기도 하였는데 이는 日本人들의 歪曲된 편향보도와, 沒理解로 外來觀光客이 激減하게 되었기 때문이다. 그러나 '86아시안게임과 '88올림픽대회를 유치한 결과는 점차 관광객의 수를 증대시키고 있으며 또한 觀光發展의 청신호와 더불어 도약기를 맞이하였다고 할 수 있다. 또한 1983年 9月에 서울에서 개최된 제53차 ASTA總會는 세계 各國의 旅行業者에게 韓國觀光의 이미지를 심어주게 하였고 日本人과 美國人에게만 偏重되었던 外來觀光市場이 多元化될 수 있는 좋은 契機를 마련하였다.

1980年代를 要約하면 다음과 같다.[27]

1. 1981年 7月에 333室 規模인 濟州그랜드호텔등이 開館한 후 제주로얄호텔, 瑞海호텔, 서귀포KAL호텔, 中文하얏트호텔들이 잇달아 開館하여 觀光宿泊施設을 擴充하였으며,

2. 1983年에는 觀光客誘致實績이 1백 2만 5천명으로 관광역사의 흐름을 바꾸는 면모를 보였다.

3. 1985年 3月 7日에는 建設部公告 제13호로 특정지역제주도종합개발계획이 確定되어 3개단지사업과 14개지구관광개발 계획을 제시하게 되었다.

4. 1986年 10月 7日에는 濟州와 타이페이(臺北)를 연결하는 새로운 國際航空線이 開設됨으로써 現在 濟州에 開航된 國際路線은 濟州와 도쿄(東京), 제주와 후꾸오까, 제주와 오오사까(大阪), 제주와 타이페이 등 2個國 4個路線을 確保하고 있다.

2) 觀光資源의 區分

濟州道는 우리 나라의 最南端에 위치한 가장 작은 行政道[28] - 全國土의 1.8%인 1,824km^2 - 로 海洋文化圈에 속해 있다. 漢拏山을 中心으로 濟州道의 行政區域[29] - 2市 2郡 7읍 4面 31洞 - 을 編成 道民生活의 편익을 도모하고 있으며, 道政에 있어서는 '60年代까지만 해도 農·水産 및 蓄産業에 주력하였으나 現在에 이르러서는 觀光開發에 역점을 두고 있다고 할 수 있다.

濟州道는 인구가 1985年末로 489,464명(男 240,368, 女 249,096)이[30]되는데 이들의 생활공간을 연결해주는 일주도로, 제1횡단도로, 제2횡단도로, 서부산업고속도로, 그리고 중산간도로가 있으며 또한 항공·선박의 교통수단이 있어서 道內生活이 1時間대로 이어지고 있으며 全國을 1日生活圈으로 형성되었다. 이러한 立地的인 要件에 따라서 現在는 年間 100만명이 훨씬 넘는 觀光客을 誘致하게 되었다. 立地的인 與件과 自然環境은 다른 어떤 곳에서 보다 우위성을 확보하고 있기 때문에 우리 나라에서 뿐만 아니라 外國人에게 까지도 觀光地로써 指名度가 높은 實情에 있다. 濟州道에 있어서 觀光動機를 誘發시키는 自然環境은 人間의 日常生活과도 밀접한 關係를 維持시켜주며 國家나 地域社會의 賦存資源으로서의

27) 1 高永堪,前揭誌, p.103.
2 濟州新聞 1986.10. 9字 參照.
28) 行政道라는 槪念은 自治機構의 體制下에서 國家行政 組織의 下位 시스템을 말함.
29) 濟州道,「濟州統計年報」, 1986, p.46.
30) 濟州道,上揭資料, p.61.

價値를 간직하고 있는 것이다. 또는 제주도의 言語構造, 民俗, 生活形態 등 제주고유의 環境도 觀光資源이 되고도 남음이 있다. 觀光動機를 誘發시키는 觀光資源의 總體를 體系的으로 區分한다는 것은 너무 광범위하고 학자에 따라서 각자 주관적으로 분류하고 있어서 난해한 입장에 있으나 다음과 같이 2大 要素인 自然資源과 人文資源으로 分類하고 있는 것이 있으며 濟州道의 觀光資源도 이에 따라서 區分하여 놓고 있음을 發見할 수 있다.[31]

1 自然資源은 산악, 해안, 동굴, 고원, 하곡, 호수, 온천 등을 지칭하는 지형, 지질자원과, 태양, 月星, 雲雨, 氷, 공기를 지칭하는 천문 기상자원, 그리고 鳥獸, 魚類, 森林, 화초, 낙엽을 가리키는 동식물자원을 들고 있다.

2 人文資源은 文化財, 박물관 등의 文化的資源, 民族性, 風俗, 信仰, 行事, 스포츠, 人情, 禮道, 文化, 敎育, 社會施設 등의 社會的資源, 공업 상업 농업 산업시설 등의 産業的資源, 그리고 鄕土景觀, 農漁村景觀, 전원경관, 역사·도시경관 등의 복합적자원을 들 수 있다.

이에 따라 제주도 관광자원의 내용을 분류해 보면(表4)와 같은데 여기서 알수 있는 現象은 비교적 人文資源보다는 自然資源의 比重이 높음을 알 수 있는 것이다.

〈表4〉 濟州道資源總覽

(單位 : 個所)

資源別 \ 地域別		計	漢拏山	濟州市	西歸浦市	北濟州郡	南濟州郡
計		340	41	49	40	126	84
自然資源	小計	256	40	30	33	87	66
	山岳	15	15	—	—	—	—
	高原	7	7	—	—	—	—
	噴火口	11	3	—	1	3	4
	洞窟	31	1	—	3	18	9
	瀑布	10	—	—	6	—	3
	溪谷	22	12	4	4	—	1
	海岸景觀地	48	1	6	7	15	18
	島嶼	15	—	2	4	6	3
	海水浴場	12	—	2	1	6	3
	湖沼및河川	35	—	6	2	12	15
	植生群落	52	—	10	5	27	10

31) 1 李 根,「觀光資源論」, 韓一文化社, 1984, p.47.
2 金正培·鄭承鎰,「觀光資源論」, 螢雪出版社, 1983, pp.16~21.

資源別 \ 地域別		計	漢拏山	濟州市	西歸浦市	北濟州郡	南濟州郡
人文資源	小計	76	1	15	6	37	17
	文化財	70	1	13	6	35	15
	博物館	3	—	2	—	1	—
	民俗마을	3	—	—	—	1	2
其他資源	小計	8	—	4	1	2	1
	牧場·農場	4	—	1	—	2	1
	골프場	2	—	2	—	—	—
	其他	2	—	1	1	—	—

資料 : 제주도 「특정지역 제주도종합개발계획」, 1985.

3) 觀光資源의 特性

(1) 自然觀光資源

자연관광자원은(表4)에서 보는 바와 같이 漢拏山과 海岸을 중심으로 山岳, 高原, 噴火口, 洞窟, 瀑布, 溪谷 등 總 256여개소가 分布되어 있다. 이러한 관광자원은 다양하고 異國的인 분위기를 자아내게도 하는데 北濟州地域에 多數가 保存되고 있으나 다양함은 西歸浦地域에 보존되고 있음을 볼 수 있다. 自然觀光資源의 형태로는 瀑布, 계곡, 동굴, 기암절벽 및 噴火口가 중심을 이루고 있으며 이외에도 四面이 바다로 둘러싸여 있어서 海岸觀光地 海水浴場이 散在해 있고 겨울철에는 漢拏山 登山客에게 鹿潭晩雪의 광경을 안내할 수 있다. 또한 1,800여종이나 되는 희귀한 아열대성식물이 분포되어 있어서 관광지로서의 기능을 發揮하는데 손색이 없을 정도이며 관광목적에 부응하고 있다.

(2) 人文觀光資源

人文觀光資源은 文化財 民俗마을 등 76여개소가 地域別로 散在해 있으며(表4)에서 보는바와 같이 北濟州地域에 多數의 人文資源이 分布하고 있음을 알 수 있다. 代表的인 人文資源으로는 寶物322號로 指定되어 있는 觀德亭과 史蹟 제134號로 指定된 三姓穴 등을 들 수 있으며 이밖에도 抗蒙遺蹟地 民俗마을 傳統民俗, 민요, 說話 등이 있고 人文資源은 觀光目的과 觀光雰圍氣를 한층 더 조화시키고 있다.

(3) 其他觀光資源

自然觀光資源과 人文觀光資源을 제외한 資源으로서 濟州地域의 其他觀光資源으로서 濟州地域의 其他觀光資源은 漢拏山을 背景으로 한 울창한 森林과 草原, 골프장, 牧場, 수렵장 등이 있으며 이외에도 季節資源으로서 유채꽃풍경, 柑橘農場 등이 存在하고 있어서 觀光需要에 부응하고 있다.

이상과 같은 濟州地域 觀光資源을 綜合해보면 自然觀光資源이 256個所, 人文觀光資源이 76個所, 其他觀光資源이 8個所 등 約 340點에 달하고 있는데 資源別 種類를 보면 그 順位는 文化財가 70點으로 제일

제주대학교 중앙도서관 JEJU NATIONAL UNIVERSITY LIBRARY

많고, 植生群落이 52個所, 海岸景觀地 48個所, 湖沼 및 河川 35개소, 洞窟 31개소, 계곡 22個所 등의 順으로 되어 있다.

한편 1982年度에 調査된 主要觀光地別 訪問順位를[32]보면, 日出峰이 제1順位이며 그 다음으로는 萬丈窟, 天地淵瀑布, 正房瀑布, 木石苑 등의 順으로 되어 있는데 이는 觀光資源의 分布順位와는 달리 資源利用度가 自然觀光資源에 依存되고 있음을 나타내주고 있다.

4) 觀光資源 및 觀光施設別 收容現況

濟州地域에서 觀光活動이 促進되기 위해서는 우선 觀光客의 活動터전과 또한 이들의 活動을 自由롭게 할 수 있는 觀光施設 즉, 交通施設 宿泊施設 道內交通利用手段 其他施設 등이 擴充되어야 할 것이다.

(1) 觀光資源別 收容能力[33]

觀光客이 관람할 수 있는 觀光資源別 收容能力은 (表5)에서 提示되고 있는 바와 같이 5,000여명으로 되고 있다. 여기에서 收容能力이 큰 順位는 城山日出峰이 600名으로 第1順位이며 그 다음으로는 中文天帝淵이 500명, 瀛室 400名, 협재쌍용굴이 250名, 관음사 250명, 城邑民俗마을 200名 등으로 나타나고 있다.

제주대학교 중앙도서관 JEJU NATIONAL UNIVERSITY LIBRARY

〈表 5 〉 觀 光 地 別 適 正 收 容 人 員

觀 光 資 源	利 用 面 積 (m^2)	適正收容人員 (人)
三 姓 穴	23,500	100
紗 羅 峰	120,000	100
龍 淵 地 區	20,000	100
항 파 두 리	16,500	100
錦 山 公 園	33,900	70
挾 才 窟	25,000	250
松 岳 山	60,000	150
山 房 山	110,000	100
安 德 溪 谷	44,000	200
天帝淵 (中文包含)	200,000	500
1100 高 地	80,000	150

32) 濟州道,「特定地域 濟州道綜合開發計劃(觀光開發편)」, 1985, pp.62-63.
33) 濟州道, 上揭資料, p. 27.

觀光資源	利用面積 (m^2)	適正收容人員 (人)
木石苑	9,900	150
山泉壇	40,000	100
觀音寺	160,000	250
어리목	80,000	150
城板岳	51,000	100
돈네코溪谷	39,000	200
正房瀑布	3,500	100
天池淵瀑布	5,000	150
三梅峰	150,000	200
萬丈窟	26,000	200
榧子林	145,500	200
산굼부리	464,000	150
靈室	200,000	400
城邑	260,000	250
城山日出峰	600,000	600
計	2,966,800	5,020

資料 : 제주도, 「特定地域 濟州道綜合開發計劃 4권」, 1985, P. 207.

제주대학교 중앙도서관
JEJU NATIONAL UNIVERSITY LIBRARY

(2) 航空輸送現況[34]

航空便에 의한 여객수송실적을 보면 1985年末 現在 1년동안 國內線을 利用한 여객수는 總 944千인이며 國際線을 이용한 여객수는 28.8千인에 이르고 있다.

路線別 實績을 보면 서울과 제주, 부산과 제주간 항공운송이 國內여행객의 79%인 754千名에 이르고 있어 來道客의 대부분을 차지하고 있는 실정이며 나머지 190千인은 其他의 路線인 대구 여수 광주 진주 등으로 21%에 지나지 않고 있다. 1986년 8月 15日 現在 航空運航現況을 보면 다음과 같다.(表6參照)

34) 濟州道,「濟州道統計年報」, 1986, p.190.

〈表6〉 航 空 運 航 現 況

(1986. 8.15 現在)

路 線	運航回數	所要時間	路 線	運航回數	所要時間
濟州～서울	每日 10回 週 15〃	1 時間	濟州～光州	每日 3 回	35 分
濟州～釜山	每日 3回 週 30〃	40 分	濟州～麗水	每日 1 回	45 分
濟州～大邱	每日 2回	50 分	濟州～晋州	每日 1 回	55 分
濟州～大阪	週 4回 (月, 水, 金, 土)	1 時間 4 分	濟州～東京	週 2 回	

資料： 大韓航空,「濟州統計年報」, 1986.

(3) 船舶輸送現況[35]

선박편에 의한 여객수송실적을 보면 1985年末 現在 1년동안 914千인이며, 부산, 목포, 완도, 여수 등의 항로가 있다. 量的인 면에서 運送實績의 順位는 第1順位가 목포와 제주간의 항로로써 378千인이며 그 다음으로는 300千인의 완도, 221千인의 釜山 등의 順으로 나타나고 있다. 여객선의 항로별 운항현황은 다음(표7)과 같다.

〈表7〉 船 舶 運 航 現 況 (1986. 8.15 現在)

路 線	出港時刻	復港時刻	航 路	距離 (마일)	所要時間
濟州～釜山	19:00	19:30	東洋高速	168	11 時間 30 分
	17:00	17:30	훼리 1, 3 號	168	11 時間 30 分
濟州～木浦	07:50	17:30	훼리 2 號	96	5 時間 50 分
	11:00	11:00	안성, 가야號	96	8 時間
濟州～莞島	15:30	12:00	한일카페리號	56	2 時間, 3 時間 10 分
西歸～釜山	17:00	17:00	동해·유성	182	16 時間

資料： 濟州地方海運港灣廳,「濟州統計年報」, 1986.

(4) 道路交通利用手段現況[36]

濟州地域內에서 運行되고 있는 自動車運輸事業體의 現況을 보면, 1985年末 現在 全體的인 登

35) 濟州道,「濟州道統計年報」, 1986, p.186～189.
36) 濟州道, 上揭資料, p.184～185.

錄臺數는 11,961대이며 이중 運輸事業體는 84個業體 2,641대에 이르고 있으며 그 內容은 (表8)과 같다.

〈表 8〉 自動車 運輸事業體 現況

구 분	계	버스			택 시	렌트카	기 타	계
		시 내	시 외	전 세				
업 체 수	16(6)	5(5)	6(1)	5	30	2	36	84(6)
보유대수	712	246	232	234	1,165	81	683	2,641

資料 : 濟州道 「濟州統計年報」 1986, PP. 204～205.

이중에서 관광에 이용될 수 있는 交通手段은 전세버스, 택시, 렌트카(Lent-a-car)에 한하게 되며 이들의 총 보유대수는 1,480대에 이르고 있다. 제주지역의 관광 교통수단은 도로교통수단에 의존하고 있으며 주요관광도로는 제주-서귀포간의 제1횡단도로, 제주-중문간의 제2횡단도로, 제주-대정간의 서부산업고속도로, 제주-표선간의 동부산업도로, 그리고 해안선을 따라 일주하는 우회도로 등이 주축을 이루고 있다.

(5) 宿泊施設現況[37]

濟州地域은 육지부와 떨어져 있으므로 교통편이용이 다소 대수롭지 않은 狀態라고 할 수 있다. 이러한 制約的인 條件때문에 濟州地域의 觀光客들은 대부분 宿泊을 하면서 觀光目的을 遂行하고 있다. 따라서 숙박시설을 확충한다는 일은 觀光需要에 부응하는데 중요한 役割을 하게 된다.

宿泊施設의 형태를 구분하는데는 2가지 方法이 있다.[38]즉, 觀光事業法에 의한 숙박시설은 觀光호텔업, 自動車旅行者호텔업, 青少年호텔업 등으로 分類하고 있으며, 宿泊業法에 의한 숙박시설은 호텔營業, 旅館營業, 旅人宿營業 및 下宿營業 등으로 分類하고 있다. 이러한 基準에 따라 제주지역의 宿泊施設을 分類해보면 觀光事業法에 의한 觀光호텔業이 11棟 1,931室을 確保하고 있으며 宿泊業法에 의한 호텔, 여관 여인숙영업 등이 436棟 6,240室을 確保하고 있다.[39]숙박시설의 收容能力에 관해서는 客室數에 同伴率을 乘하여 計算되는데 同伴率決定이 문제이지만 일반적으로 2.0 내지 2.5로 보는 것이 일반적인 同伴率基準이다.[40]숙박시설의 형태에 따라 다소 차이가 있을 것이나 同伴率을 2.0으로 적용한다면 1日最大收容人員은 (表9)에서 제시되고 있는 바와 같이 16,342명을 수용할 수 있으며, 民泊指定家屋까지 포함시키면 17,282名을 收容할 수 있다. 觀光호텔業인 경우 '86年度와 '87年度의 建立推進計劃을 보면

37) 濟州道,「濟州道統計年報」, 1986, p.204～205.
38) 金敬昊,"濟州圈域 觀光宿泊業에 관한 考察",「濟州大 耽羅文化」 2號, 1982, p.107.
39) 濟州道, 前揭資料, pp. 204～205.
40) 金敬昊, 前揭論文 , p.112.

〈表 9〉 宿 泊 施 設 現 況

업체수
(객실수)
(백분율)

구 분	총 계	호 텔			여 관	여인숙	민 박	수 용 가능인원
		계	관 광	일 반				
총 계	649 (8,641) (100)	33 (2,802) (100)	11 (1,931) (100)	22 (871) (100)	186 (3,011) (100)	227 (2,358) (100)	203 (407) (100)	17,282 (100)
제 주 시	316 (5,648) (48.7)	25 (1,959) (75.8)	6 (1,244) (55)	19 (715) (864)	98 (1,710) (53.7)	177 (1,943) (77.9)	16 (36) (7.9)	11,296 (65.4)
서 귀 포 시	98 (2,119) (15.1)	8 (843) (24.2)	5 (687) (45)	3 (156) (13.6)	64 (1,042) (34.4)	26 (234) (11.5)	- -	4.238 (24.5)
북 제 주 군	171) (619) (26.3)				11 (114) (5.9)	13 (94) (5.7)	147 (311) (72.4)	1,238 (7.2)
남 제 주 군	64 (355) (9.9)				13 (145) (6.9)	11 (87) (4.8)	40 (123) (19.7)	710 (4.1)

자료 : 제주도, 「제주통계연보」, 1986, P. 204～205
주) ○ 수용가능 인원은 특정지역 제주도종합개발계획시에 준하여 算定(객실수×2인)하였으며 총계는 민박지정업소를 포함시킨 숫자임

제주대학교 중앙도서관
JEJU NATIONAL UNIVERSITY LIBRARY

7個所 1,457室을 擴充할 段階에 있어서 總 3,888室을 갖추게 될 展望이다. 이러한 숙박시설의 확충은 國民觀光은 물론 外國人의 觀光需要에 크게 이바지 할 것으로 보인다.

(6) 其他施設

觀光客을 대상으로 觀光商品을 販賣하는 백화점, 대형기념품판매점, 면세점 등의 商業施設은 (表10)에서[41]보는 바와 같이 87個所언데 이들의 業所에서 販賣되는 觀光商品의 特性을 보면 販賣되는 記念品의 單價가 小額으로 형성되고 있어서 各種 商品이 質的으로 低水準에 있으며 그 規模도 영세적이어서 經濟面에서 크게 實效를 거두지 못하고 있다. 한편 其他施設의 分布를 보면 濟州市에 82.8%로 시설집중 현상을 보이고 있으며 이러한 現象은 상품구매자들에게 상품구매욕구를 불러일으킬 수 있는 자극적인 마아케팅環境이 결여될 수 있게 된다. 이러한 현상을 고려할 수 있다면, 기타시설의 배치문제, 종사원의 資質向上, 商品特性開發 등을 해결하여야 할 것이며 토산품마아케팅戰略을 講究하여야 할것이다.

41) 金泰保 · 前揭論文, p. 200.

〈表 10 〉 便 益 施 設 現 況 單位 : 個所 (백분비)

區分 / 地域別	合 計	百貨店	記念品店	土産品店	免稅店	其 他
合 計	87(100)	5	9	63	5	5
濟 州 市	72(82.8)	3	9	50	5	5
西歸浦市	14(16.1)	2	-	12	-	-
北濟州郡	1(1.6)	-	-	1	-	-
南濟州郡	-(0)	-	-	-	-	-

資料 : 濟州道, 「濟州統計年報」, 1982

(7) 接客衛生業所의 現況[42]

위생접객업소는 食品業所와 위생업소로 區分지을 수 있는데 이들업소의 分布現況을 보면 (表11) 에서 제시되고 있는 바와 같이 식품업소는 2,972개 업소가 있으며 위생업소는 981개 업소가 있다. 이들업소를 형태별로 살펴 보면 식품업소에는 전문음식점이 4개소, 대중음식점 1,782개소, 유흥음식점 355개소 다방 476개소, 제과점 및 휴게실 175개소가 확충되어 있으며 위생업소로는 이용업 342개소, 미용업 532개소, 목욕탕 107개소, 수영장 5개소 등 지역별로 시설을 갖추고 있다.

이들 업소의 지역별 分布現況을 보면 식품업소인 경우 60%에 해당하는 업소가 제주시에 偏重되고 있음을

제주대학교 중앙도서관 JEJU NATIONAL UNIVERSITY LIBRARY

〈表 11 〉 接 客 衛 生 業 所 現 況 單位 : 個所 (백분비)

區分	計	食品業所					衛生業所			
		專門飮食店	大衆飮食店	遊興飮食店	茶房	其他製菓店	計	理容	美容	沐浴湯
계	2,792 (100)	4	1,782	355	476	175	981 (100)	342	532	107
제주시	1,678 (60.1)	4	1,092	218	272	89	571 (58.2)	151	354	66
서귀포시	560 (20.1)		350	78	99	33	171 (17.4)	62	87	22
북제주군	281 (10.1)		174	27	50	30	130 (13.3)	71	51	8
남제주군	273 (9.7)		163	32	55	23	109 (11.1)	58	40	11

資料 : 濟州道 保健擔當官室, 「濟州統計年報」, 1986, PP. 220 ~ 223.

42) 濟州道, 「濟州統計年報」, 1986, pp. 220 ~ 223.

알 수 있으며 위생업소인 경우도 60%에 가까운 업소가 濟州市 地域에 集中되고 있음을 알 수 있다. 이러한 偏重現象은 都市化의 傾向과 濟州市를 中心으로 한 消費生活의 패턴, 觀光客의 宿泊地, 觀光商品購買地 등의 원인으로 돌릴 수 있다. 또한 이들 시설의 집중화경향은 지역적 人口에 비례한다고도 살펴 볼 수 있는데 제주시지역과 서귀포지역에 다수의 업소가 배치되어야 함은 당연하나 특성을 살릴 수 있는 지역별 배치가 고려되어야 할 것이다.

(8) 觀光事業體現況[43]

관광사업체를 보면 宿泊業 446個業所, 旅行斡旋業 19個業所, 콘도미니엄 1個業所, 골프장 2개업소, 휴양업 1개업소, 유료관광지 16개소, 민박지정가옥 203가구 등을 들 수 있으나 관광기념품판매업과 관광사진업은 여기에 포함시키지 않고 있다. 특히 숙박업인 경우 관광호텔업에 대해서는 제주시지역에 55%, 서귀포지역에 45%로 양지역에 집중배치되고 있으며 여행알선업체인 경우는 100%에 해당하는 19개업소 모두가 濟州市地域에만 집중되고 있다. 또한 골프장 2개소도 모두 제주시지역에 위치하고 있으며 종합휴양지 1개소는 서귀포지역에 위치하고 있다. 이러한 관광업소가 대부분 제주시 지역과 서귀포시지역에 집중 위치하고 있어 편중된 감이 없지 않으나 유료관광지 만큼은 道全域에 골고루 분포되어 있어서 그나마 觀光活動을 多樣하게 하도록 이바지하고 있음을 볼 수 있다. 民泊指定家屋은 서귀포시지역에 1개소도 없을 뿐더러 濟州市地域에도 7.9%에 해당하는 가옥이 지정되어 있을 뿐이다.

제주대학교 중앙도서관
JEJU NATIONAL UNIVERSITY LIBRARY

〈表 12〉 觀光事業體現況 業體(%)

區分 / 市郡別	觀光宿泊施設		旅行斡旋業體			觀光利用施設					
	業體	客室	計	國際(事業所)	國內	觀光호텔業體	一般遊興飮食店	골프場	綜合休養地	有料觀光地	民泊(室數)
計	446 (100)	8,171	19 (100)	8 (100)	11 (100)	11 (100)	4 (100)	2 (100)	1 (100)	16 (100)	203(470) (100)
濟州市	300 (67.3)	5,612	19 (100)	8 (100)	11 (100)	6 (55.0)	3 (75.0)	2 (100)	—	5 (31.3)	16(36) (7.9)
西歸浦市	98 (22.0)	2,119	—	—	—	5 (45)	—	—	1 (100)	3 (18.7)	—
北濟州郡	24 (5.4)	208	—	—	—	—	—	—	—	5 (31.3)	147(311) (72.4)
南濟州郡	24 (5.4)	232	—	—	—	—	1 (25.0)	—	—	3 (18.7)	40(123) (19.7)

資料： 濟州道,「濟州統計年報」,1986.

43) 濟州道,濟州統計年報, 1986, pp.204~205.

5) 觀光動向

(1) 外來觀光客

우리 나라를 찾는 外國人 觀光客의 年度別 增加趨勢를 보면 1962年에서 1983年까지는 年平均 23.7%라는 높은 增加率을 보이고 있다. 제1차 경제개발 5개년計劃期間인 1962년에서 1966年까지는 年平均 46.5%의 높은 成長率을 나타냈으나 이와 같은 現象은 發展初期에 있어서의 相對的 高度成長으로 그 成長幅이 매우 不規則하고 不安定한 結果에서 비롯된다. 1967年에서 1971年까지에는 年平均 28.1%로 제1차 經濟開發計劃期間 보다는 훨씬 둔화된 成果였다고 볼 수 있으나 전체적인 면에서 보면 더욱 안정되고 건실한 성장도를 나타내 주고 있다. 제3차 계획기간인 1972年에서 1976年까지는 34.5%로 지속적인 經濟成長과 조화를 이루는 劃期的의 成果를 마련하는 시기였으며, 1978年에는 史上 처음으로 100만명이 넘는 觀光客이 來訪하는 結果를 낳아 觀光活動의 成長分岐點이 되고 있음을 시사해 주었다.

그러나 1980年에 들어서면서 제2차 石油波動에 의한 世界經濟의 불황과 이란과 이락크의 局地戰爭, 國內의 政治不安 등 갖가지 國內外環境의 변화로 外來觀光客이 100만명에도 미달되는 結果를 가져와서 새로운 問題點을 發見하게 되었고 이에 대한 促進策을 마련하는데 努力을 기울이지 않으면 안되게 되었다. 그러던 것이 1981年에 들어서면서 國家的인 次元에서 外來觀光客誘致의 促進策을 강구한 결과 110만명을 誘致하였고 1983年에는 120만명에 이르는 觀光客을 誘致함으로써 量的인 增加와 더불어 觀光地로써의 成長基盤을 다지게 되었다. 그러나, 東南亞 인접국가들과 比較하여 볼 때, 우리 나라는 싱가폴, 홍콩, 태국, 말레이지아, 중국, 일본 다음인 7번째의 觀光客誘致國家가 되고 있다. 우리 나라는 1962年부터 觀光統計가 作成되기 시작하였는데 이때부터 인접국가와 相對的인 위치를 確認하게 되었으며 促進策을 마련하기 시작하였다.

제주대학교 중앙도서관
JEJU NATIONAL UNIVERSITY LIBRARY

관광통계에 의하면 동남아지역에서 제일 먼저 100만명 이상을 誘致한 國家는 1972년도의 홍콩이며 그 다음은 1973년도의 태국, 1974년도의 싱가폴과 말레이지아 順으로 이어지고 있다. 日本의 경우는 1977년도에 100만명 이상을 誘致하였고 우리 나라는 1978년도에 100만명 이상을 달성하여 일본과는 커다란 격차를 두지 않았으나 最近에 이르러서는 현저하게 觀光客誘致 實績에 차이가 發生되고 있다.

그러나 잠재적인 觀光資源을 開發하고 外國觀光客誘致에 보다 效果的인 促進戰略을 강구하고 실천한다면 밝은 展望을 기대할 수 있다고 판단되는 것이다.

〈表 13〉

東南亞地域 觀光動向

단위 : 천명

구 분	1977	'78	'79	'80	'81	'82	'83	'84	'85
한 국	949	1,079	1,126	976	1,092	1,145	1,194	1,297	1,426
일 본	1,027	1,041	1,089	1,316	1,583	1,793	1,968	—	—
싱 가 폴	1,681	2,047	2,247	2,562	2,829	2,956	2,853	—	—

區　分	1977	'78	'79	'80	'81	'82	'83	'84	'85
홍　콩	1,755	2,054	2,213	2,301	2,535	2,609	2,775	—	—
태　국	1,220	1,472	1,591	1,800	2,016	2,218	2,191	—	—
말레이지아	1,288	1,399	1,416	1,529	1,600	2,093		—	—
중　국	1,110	1,270	1,340	1,385	1,583	1,793	1,968	—	—

자료 : 교통부 · 한국관광공사, 「한국관광통계」, 1985.
註) ① 천명 미만숫자는 절삭함 ② 日本 等은 '84,'85 統計 未確認 공란.

(表 14)

年度別 觀光動向

구　분		'80	'81	'82	'83	'84	'85	단 위
전국	관광객수	976	1,092	1,145	1,194	1,297	1,426	千名
	관광수입	369,265	447,640	502,318	596,245	673,355	784,312	US $1,000
제주	관광객수	669 (20)	724 (42)	860 (44)	1,025 (45)	1,217 (49)	1,323 (74)	千名
	관광수입	(260) 33	(425) 84	(633) 133	(844) 158	(1,012) 171	(1,157) 258	億원

자료 : ① 제주도, 「제주통계연보」, 1981～1986에 의거 筆者가 作成.
② 交通部 · 韓國觀光公社, 「韓國觀光統計」, 1985, P. 25.
註) ①( )는 外國人 觀光客數.
②千名미만 숫자는 절삭함.

(2) 國民觀光

濟州地域이 國民觀光目的地로써 脚光을 받고 있음은 주지의 事實이다. 이는 濟州地域이 육지부와 떨어져 있어서 異國的인 정취를 느끼게 하고 있으며 三多三無의 傳說과 耽羅先人의 독특한 生活慣習 등의 文化資源과 다양한 自然觀光資源이 分布되어 있어서 觀光地로서의 면모를 나타내고 있기 때문이다. 이런한 사실은 觀光統計에서도 알 수 있었데 즉, 1980年에는 669千名, 1985年에는 1,323千名으로 年平均 20%에 가까운 증가추세를 보이고 있으며 1986年 9月末 現在 100만명이상을 유치함으로써 國民觀光地로서의 위치를 확고히 하고 있다.[44]

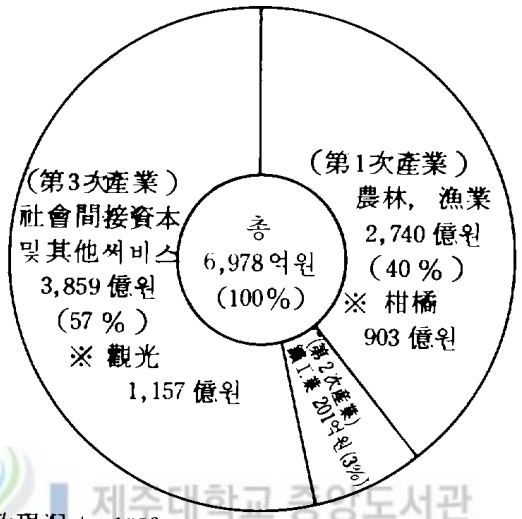
特記할만한 事實은 觀光事業이 發展되면서 (表1)에서 보는 바와 같이 濟州道가 지니는 經濟的活動이 柑橘生産業에서 觀光産業으로 전환되고 있는데 그 內容을 보면 道民總生産은 1次産業 40%, 2次産業 3%, 3次産業 57%로 區分되어 있고 여기서 3차산업인 觀光部門은 柑橘生産 903억원 보다 254억원이 초과된

44) 交通部, 韓國觀光公社,「韓國觀光統計」, 1986.
濟州道, (觀光課),「觀光統計資料」, 1986.

1,157억원을 차지하고 있어서 相對的으로 比重이 큼을 알 수 있다. 그러나 濟州地域을 來訪하는 觀光需要는 國民觀光의 차원에서 볼 때 全國的으로 最下位順位를 탈피하지 못하고 있다.[45]

이는 大都市를 선호하는 國民觀光의 형태와 또한 濟州地域이라는 觀光商品이 과다한 觀光經費의 支出, 交通利用의 不便 등으로 不利한 위치에 있기 때문인 것으로 判단할 수 있다.

〈圖 4 〉　　道民總生産('84末 기준)



제주대학교 중앙도서관
JEJU NATIONAL UNIVERSITY LIBRARY

資料 : 濟州道,「道政現況」, 1986.

6) 觀光活動의 展望

미래의 사회구조는 人口增加, 都市化, 高齡層社會의 到來, 技術革新, 國際化의 進展, 餘暇의 증대, 國民生活의 意識變化 등 많은 변화가 예상되고 있는데, 첫째: 人口統計的 變化에 있어서 앞으로 出生率과 死亡率의 低下, 平均壽齡의 伸張 등으로 人口統計는 피라밋構造에서 鐘型構造로 變化가 豫測되면서 高齡化時代로 돌입하게 될 것이며 人生 80세의 라이프 사이클(Life cycle)이 정착되면서 고령자를 대상으로 하는 産業이 成長되고 고령자의 욕구에 부응할 수 있는 새로운 市場展開가 要請되는 것이다.[46]둘째: 技術革新과 産業構造의 變化에 있에서는 技術情報가 급속하게 이루어 지게 될 것이다.[47]특히 電子産業 分野에 있어서는 1國의 基幹産業을 先導 成長해 나갈것이 예상되며 國家經濟를 이끌어 나가는 선도산업으로 성장될 전망이다. 따라서 産業構造의 側面에 있어서도 서어비스화, 소프트화가 진전될 것이며, 그 背景으로서는 기업에서는 情報와 企劃이 重要視되고 個人的인 측면에 있어서는 서어비스 需要의

45) 韓國觀光公社, "全國民旅行動態 調査", 1984. p32.
46) 韓國觀光協會,"미래를 향한 觀光活動의 展望", 月刊觀光 1985, 6月號. p.26.
47) 金忠鎭,"21세기를 向한 觀光의 社會的 변化와 미래상",「경기대, 觀光研究論集」 제3집 1986, pp.16~17.

多樣化 高度化가 이루어지며 女性의 社會進出과 餘暇時間의 증가로 새로운 關聯産業이 成長되고 餘暇關聯産業, 觀光産業, 文化産業 등 소프트분야가 育成될 것이 豫想된다. 세째: 國民生活의 意識變化에 있어서 國民의 總生活時間은 所得水準의 向上, 價値觀의 變化, 高齡化의 到來 등으로 餘暇時間대의 比重이 높아지고 있다.[48]우리 나라의 경우 여가는 大衆化와 成熟됨이 아직 초기 단계에 있는데 주말이나 연휴가 있을 경우에만 活用되고 있는 실정이며 시설이용시 대혼잡을 이루고 있다. 그러므로 여가이용의 다양화 관광개발의 지역적 분배 등으로 균형있는 발전이 요구되는 것이다.

國民生活은 所得水準의 向上과 耐久消費財의 普及, 家計貯蓄增大, 經濟安定을 가져 왔으며 이를 背景으로 國民의 價値判斷基準이 量的 充足에서 質的 充足으로 전환하여 안정되고 여유있는 文化生活과 自然環境을 겸비한 생활로 展開될 것이라고 예측되는 것이다. 이러한 國民生活의 패턴은 觀光活動과 긴밀한 접촉을 갖게 되기 때문에 觀光産業部門은 크게 活氣를 찾을 것이다. 觀光開發을 道政力點施策으로 추진하고 있는 濟州道의 特定地域計劃과 道綜合開發計劃에 의하면 1991年度의 濟州道 모습을 道民總生産 1조 3천억원, 道民 1인당 所得 $ 2,700로 先進國 隊列에 부응하면서 觀光客誘致目標를 外國인 12만명을 포함하여 230만명으로 하며 觀光收入도 5,000억원으로 設定하여 놓고 있어 劃期的인 發展方向을 모색하고 있다. (表15참조)

(表 15) '91 年度의 濟州道

- ○ 人 口 : 482 千名 → 601 千名
- ○ 道 民 所 得 (總 生 産) : 7,000 億원 → 1 兆 3,000 億원
- ○ 道 民 所 得 (G . N . P) : 1,672 $ → 2,700 $
- ○ 觀 光 客 : 120 萬名 → 230 萬名
  (外國人 : 5 萬名 → 12 萬名)
- ○ 觀 光 收 入 : 1,000 億원 → 5,000 億원
- ○ 給 水 量 (1 日) : 171 ℓ → 268 ℓ
- ○ 電話保有 臺數(100 人當) : 12.6 臺 → 25 臺

觀光開發投資計劃에 있어서도 1991년까지 총, 1조 3천억원을 투입하여 관광지로서의 면모를 일신시키고 관광욕구를 충족시켜줄 수 있도록 先進觀光의 創出이 실현될수 있도록 제시되고 있어서 관광활동은 더욱 활기를 띨 것이며 觀光地의 이미지가 혁신될 展望이다.(표16참조)

48) 金忠鎭, 前揭論文, p. 18.

〈表 16〉

觀光開發 投資計劃 (單位 : 百萬원)

計劃別 / 分野別 · 財源別	計			特定地域計劃			道綜合開發計劃		
	計	公共	民資	計	公共	民資	計	公共	民資
合計	1,337,174	613,466	723,708	656,968	334,501	322,467	680,206	278,965	401,241
觀光開發	397,018	38,394	358,624	352,441	38,219	314,222	44,577	175	44,402

資料 : 濟州道, 觀光開發計劃 報告書 (1986) 參照.

5. 濟州道의 觀光마아케팅 戰略[49]

1) 마아케팅의 基本戰略

우리 나라 觀光産業의 "마아케팅"에 대한 자세는 매우 수동적이며 初步的인 단계를 벗어나지 못하고 있으며 마아케팅活動에 의한 波及效果를 創出하지 못하고 있는 實情이다.[50]따라서 濟州地域의 觀光産業도 濟州道와 濟州道觀光協會를 중심으로 그 機能을 發揮한다고 볼 수 있으나 濟州道觀光綜合開發計劃書(제주도, 1985년 확정)에서 제시되고 있는 바와 같이 마아케팅部門의 未設置 내지 이를 實現할 수 있는 組織的 機構와 豫算이 미흡한 實情에 있음을 지적할 수 있다. 基本方向의 提示에 있어서는 다음과 같다.

(1) 마아케팅體系의 면에서는 全社的 마아케팅 시스템(Total marketing system)의 마련

(2) 促進面에 있어서는 弘報 宣傳活動機構 및 制度的 裝置, 觀光商品開發, 情報傳達서어비스體系 市場細分化, 國民觀光弘報 등을 마련하고 있어서 觀光與件을 造成하도록 하고 있으며

(3) 國民觀光與件을 조성하기 위한 효율적 弘報方案을 講究하고 있다. 그러나 基本方向을 제시하고 있는 만큼 현실적으로 그이행이 두두러지게 나타나지 못함을 發見할 수 있다.

2) 部門別 마아케팅戰略

部門別 마아케팅戰略으로는 6개부문으로 區分하고 있다.

(1) 觀光商品戰略

觀光旅行構造의 個性化, 大衆化, 大量化, 高級化 추세에 부응하는 觀光地 開發과 관광이미지 刷新을 위한 鄕土特産品의 開發 그리고 觀光서어비스의 質的向上과 觀光루트의 再編成으로 市場構造를 多樣化시키는데 중점을 두고 있다.

49) 濟州道,「特定地域 濟州道綜合開發計劃」, 1985. pp.288~290.
50) 孫大鉉,前揭書, pp. 351~408.

(2) 經營戰略

流通構造의 大型化와 流通秩序確立에 중점을 두고 있다.

(3) 價格戰略

固有商品은 高價, 他地域과의 경쟁상품은 低價政策을 구사하는 差別價格制의 價格政策을 도입하는데 있다.

(4) 去來戰略

外來觀光客에 대해서는 通關節次의 간소화와 後拂觀光(Credit travel)의 擴大, 觀光客 誘致와 送出의 바터(barter)制 도입을 고려하는 등 促進戰略을 모색하고 있다.

(5) 販賣促進戰略

主要觀光市場別 顧客類型別 집중적 弘報活動의 전개와, 濟州觀光象徵의 固有觀光商品開發 및 宣傳 그리고 政府와 中央觀光公社와 協力 거국적 弘報活動을 전개하는데 중점을 두고 있다.

(6) 특수상품으로의 誘致戰略

"팩케지투어(Packege tour)" "인센티브투어(Incentive tour)의 誘致와 "컨벤션투어(Convention tour)의 誘致를 위하여 商品開發과 道와 國家機構의 努力講究, 또한 세계 有名觀光地를 순항하는 유람선의 라인을 유도할 수 있도록 인센티브를 부여하는 것과 新婚夫婦를 위한 特別商品開發, 海産物 保養食品을 주종으로 하는 觀光村 建設의 構想, 常設·野外展示場을 갖추는 것 등 다각적 戰略을 모색하고 있다.

제주대학교 중앙도서관
JEJU NATIONAL UNIVERSITY LIBRARY

3) 市場別 마아케팅戰略

市場別 마아케팅戰略은 日本市場을 주축으로 臺灣市場, 東南亞市場, 美國市場 歐洲市場 國內大都市圈市場 등 6個市場圈으로 마아케팅 戰略을 마련해 놓고 있다.[105]이하에서 이들 諸市場에 대해서 具體的으로 살펴보면 다음과 같다.

(1) 日本市場의 마아케팅戰略으로서는 ① 現在 農村, 低所得層 高齡者層의 觀光形態를 大都市, 中産層, 青·壯年層으로 轉換시키는 마아케팅 對象階層의 高級化를 기하며 ② 男性爲主의 快樂型을 탈피하고 女性觀光客의 확대유치, 目的地 觀光誘導 등 관광형태를 質的인 면에서 向上시키는데 주력하며 ③ 團體旅行者 및 新婚旅行者 등의 誘致를 위한 "인센티브투어(Incentive tour)를 강구하고 ④ 日本內國民觀光을 濟州觀光으로 전환시키기 위해서 광범위한 弘報活動을 展開하고 있다.

(2) 臺灣市場의 마아케팅戰略으로서는 中上位 所得階層을 對象으로한 觀光客誘致와 反共戰線國家로서의 同質性을 부여하는 戰略을 講究하고 있으며,

(3) 東南亞市場에서의 마아케팅戰略으로서는 싱가폴, 홍콩, 말레이지아, 인도네시아, 필리핀, 태국 등의 국가를 對象으로 高級團體 및 個人觀光客을 誘致하는데 重點을 두고 있으며 濟州地域의 고유의 이미지를 부각시키는 戰略을 講究하고 있다.

(4) 美洲市場에 대한 戰略으로서는 장거리 旅行經費에 따른 動機賦與와 日本 대만과의 共同研究,

그리고 태평양지역의 美軍綜合休養地開設로 市場을 開拓하고 이를 위해서 마아케팅戰略을 講究하고 있으며

(5) 歐洲市場에 대한 戰略으로서는 英國, 독일, 프랑스, 이탈리아 등의 國家를 主要 마아케팅 對象(Marketing target) 國으로 設定하여 이들 諸市場에 대한 관광루트의 開設, 여객유람선취항 등을 推進하고 있다.

(6) 國內 大都市에 대한 마아케팅戰略으로서는 중산층 이상을 대상으로 하며, 각종 인센티브를 부여하고 情報傳達센터의 運營과 大規模 事業體의 휴가촌설치를 유도한다. 중북부지방의 관광객들에게는 요금할인의 혜택을 부여하고 또한 金融支援制度의 新設과 講究 등으로 國民觀光의 機會를 促進시킨다는 마아케팅 戰略을 세워놓고 있다.

4) 弘報戰略

신문, 라디오, TV 등 메스콤을 통한 弘報戰略을 보면 다음과 같이 具體化할 수 있다.

(1) 新　聞

職場勤勞者, 老年層을 對象으로 特輯座談會, 돌출광고, 觀光地紹介 등을 마련하고 있다.

(2) 雜　誌

特輯連載, 季節特輯案內, 관광자원해설문 게재, 紀行文의 連載 등 가정주부, 직장여성, 청소년을 대상으로 弘報戰略을 마련하고 있다.

제주대학교 중앙도서관
JEJU NATIONAL UNIVERSITY LIBRARY

(3) 라디오

여러 계층의 고객을 대상으로 관광기자 좌담회, 現地對話, 觀光美談, 스파트廣告 등을 촉진적 략으로 마련하고 있다.

(4) 텔레비젼

각 계층을 대상으로 각종 좌담회, 관광특집, 이용안내, 스파트광고 등의 促進戰略을 마련하고 있다.

濟州를 광고 선전하기 위해서는 우선 정부차원의 弘報機構가 마련되어야 하며, 다양한 海外宣傳事務所에 대해서는 각 각의 特性에 맞는 機能과 責任을 賦與하여 改善하도록 하고 있다. 이러한 戰略들은 觀光産業의 促進을 위한 마아케팅戰略으로 마련해 놓고 있는 實情이다.

現在까지 실시되고 있는 濟州地域에 관한 觀光廣告促進活動內容을 살펴 보면 다음과 같다.[51]

濟州道와 濟州道觀光協會가 독자적으로 弘報活動을 施行하고 있는데 그 實績을 보면 濟州道에서는 1982年부터 "觀光濟州", "觀光案內圖", "Welcome to cheju" 및 "秘境の島濟州道を行く"등의 홍보물을 發行하여 有關機關에 配布하고 있으며 道觀光協會에서는 "신비의 섬 濟州"와 "觀光濟州"를 發刊하여 配布하고 있다. 그러나 濟州觀光을 促進시키기 위한 活動은 豫算擴保의 어려움, 國內外의 市場이 방대함, 促進標的選定이 현시점에서 별로 의미가 없다는 理由 등으로 부진한 실정에 있음을 지적할 수 있다.

51) 金敬昊,"濟州圈 觀光商品의 企劃과 促進課題",「濟州大學校 觀光開發研究論文集」 제3호, 1986, pp.13~14.

6. 觀光産業 促進戰略 遂行上의 問題點

관광사업이 성장 발전되기 위해서는 무엇보다도 기존의 問題를 찾아내고 이를 해결하여야 할 것이다. 觀光活動을 전제로 한 관광산업이 發展되어야 할 까닭은 서두에서 지적한 바도 있지만 크게는 國家的인 側面에서 國民經濟에 이바지 하고 작게는 地域的인 側面에서 地域經濟를 活性化시키는데 있다고 할 수 있다. 이러한 意義를 지니고 있는 觀光産業의 育成 發展에 따른 促進戰略을 遂行함에 있어서 실제적으로 提起되고 있는 現實的인 장애요인을 살펴 보면 다음의 諸點으로 集約化 할 수 있다.

1) 巨視的인 側面

우리 나라의 觀光地는 10大觀光圈으로 區分하고 있는데 여기에서는 아래와 같이 4가지 문제점을 들고 있으며[52]그 외에도 國際環境에 대한 문제점을 들 수 있다.[54]

(1) 전국에 散在한 관광자원을 圈內에 전부 포함시키지 못하고 있어서 관광자원의 효율적인 開發, 管理 및 保全이 不振한 狀況에 있다.

(2) 國·道立公園을 中心으로 據點開發方式에 따른 圈域設定으로 相互 有機的인 관광루트의 形成과 觀光資源의 多樣化를 기하지 못하고 있으며

(3) 特定地域에 대한 觀光資源의 開發로 관광객의 集中現象을 招來하고 있고

(4) 圈域開發과 國土綜合開發 計劃과의 不一致로 관광개발 및 圈域 相互間 有機的인 형성이 困難하다는데 있다.

2) 國際觀光의 側面

첫째, 地理的으로 東北亞에 위치하고 있기 때문에 있어 國際觀光루트에서 제외되므로써 連繫觀光이 안되고 있으며

둘째, 外國觀光客은 서울을 중심으로 訪問하기 때문에 6~7일 정도의 일정으로는 서울과 원거리 관광지는 제외되고 있다.

세째, 관광객을 수용할 人的, 物的 서어비스 水準이 國際水準과 差異가 있다. 즉, 식당 화장실 등의 시설과 從業員의 外國語 구사능력이 다른 나라에 비하여 미숙한 실정이다.

네째, 이미지의 歪曲 즉 歐美國의 敎科書에는 戰爭을 하고 있는 나라 또는 政治的으로 不安한 나라, 日本國과의 感情激化, 南北間 軍事力의 대치로 인한 긴장감造成 등 對外的인 이미지가 說得的이지 못하여

52) 李 根,「觀光資源論」, 한일문화사 1984, p247.
53) 韓國觀光公社,「美國觀光市場 動向 및 마아케팅戰略」, 1986, p.33.

觀光對象地選定에서 除外되고 있다.

다섯째, 國際的인 促進活動 - 觀光廣告, - 은 9월에서 11월까지 편중된 실정이어서 外國인들의 觀光目的地決定을 위한 意思決定에 실질적으로 도움을 주고 있지 못하다.

3) 地域的인 側面

(1) 수용태세의 문제

육지부와 연결하는 교통수단은 항공과 선박에 한정되어 있어서 타지역 보다 목적지 선정에 신중을 기하게 되는 바 대설, 폭설, 폭우, 태풍 등의 불규칙한 이상기후 래습시 目的地를 변경하거나 포기하게 되며 이로 인해 이미지가相對的으로 나쁘게 造成되고 있다. 특히 目 的地에서 이러한 상황이 發生되었을 때에는 그것이 不滿要因으로 인식되고 口傳에 의한 惡影響이 擴散 될 수 있는 것이다. 예컨데 1986년 新正 連休를 濟州에서 지냈던 서울 등지의 觀光客이 폭설로 인하여 現地에서 발이 묶였던 사실이 問題化 되었으며 특히 관광객의 현지 再受容態勢의 未治이나 行政機關 司法機關 등의 利權 및 權力部署의 특권남용, 指導層 인사의 특권남용에 의한 탑승 무질서는 濟州觀光의 이미지를 말살시켜버리는 좋은 예이다.

(2) 觀光基盤施設面에서 他地域과 비교할 때 地域經濟의 與件上 施設水準이 미흡하며 특히 공항, 부두, 도로, 상하수도 및 숙박시설이 國際水準에 質的으로 낮은 편이다.

(3) 國民觀光次元에서 볼 때 海外旅行自由化가 이루어지면 그 매력은 相對的으로 떨어지게 되며 관광객이 현재와 같이 봄 가을에 집중됨으로서 施設收容能力에 限界가 미칠뿐만 아니라 일시에 大量觀光을 하게 되면 自然環境이 毁損된다.

(4) 觀光活動을 보다 유익하게 展開할 수 있는 리크리에이션시설의 부족과 관광코스의 類似性 등으로 旅行期間의 短期化, 旅行單位費用의 增加 등의 결과를 초래하게 되어 需要의 再創造 戰略에 設得的이지 못하며 觀光活動의 결과가 滿足 보다는 不滿足要因으로 변화될 수 있다.

(5) 外國觀光客의 경우 滯在型 보다는 經由型 觀光으로 이루어지고 있으며 특히 日本인인 경우 低學歷勞動者 위주의 관광으로 인하여 觀光地 이미지가 惡化되고 있다.

(6) 이미지 開發이 안되어 觀光目的地로서의 機能發揮가 어려운 실정이다. 예를들면 美國의 디즈니랜드, 英國의 버킹궁, 프랑스의 개선문 등의 상징적 이미지가 있듯이 訴求할 수 있는 이미지의 不在를 들 수 있다.

(7) 海外市場開拓에 있으서 觀光廣告 및 弘報 등은 韓國觀光公社가 전담하므로써 地域訴求가 미흡한 광고실정이며 특히 도내에는 國際旅行斡旋業體의 事業所가 존재하고 있으나 外國人 誘致가 어려운 실정이다.

(8) 觀光行政上의 問題로서 다음의 사항을 지적할 수 있다.

1 産學協同體制의 미흡

2 觀光收入에 비하여 促進豫算의 미흡

3 道綜合開發, 特定地域開發, 觀光開發 등 觀光行政體制의 多元性

4 觀光收入의 地域經濟 貢獻度 미흡

5 道民參與意識 미흡

6 觀光促進의 槪念上 공익성 신뢰성을 바탕으로한 弘報戰略은 되어 있으나 觀光企業的 側面에서 營利性, 非營利性을 포함시킨 促進活動 導入이 미흡한 실정이며 觀光事業法 第9條 2項에 의한 促進活動의 規制도 문제가 되고 있다.

7 國內 國際(海外)市場調査의 미흡

8 觀光土産品의 劃一性 즉 귤, 파인애플, 돌하르방, 생선, 정동모자, 꿀, 산호제품 , 등에 국한됨.

(9) 綜合開發計劃上의 問題

濟州市와 西歸浦地域을 中心으로 開發되고 있어 東西部地域의 觀光開發에 미흡한 실정이다. 특히 狹才地區, 송악산지구, 함덕지구, 만장굴지구를 제외하면 市級地域에만 偏重되고 있다.

(10) 宿泊施設에 대한 問題點

宿泊業所 및 收容能力의 편재로 인한 濟州市와 서귀포시의 비대화를 지적할 수 있다. 宿泊業所는 濟州市가 호텔의 75.8%, 여관의 52.7%, 여인숙의 77.9%이고, 서귀포시가 호텔의 24.2%, 여관의 34.4%, 여인숙의 11.5%로 兩 地域의 分布가 90%를 넘게 점유하고 있다. 宿泊業 및 收容能力의 偏在는 관광코스의 單純化를 불가피하게 하고 있다.

제주대학교 중앙도서관
JEJU NATIONAL UNIVERSITY LIBRARY

III. 觀光마아케팅에 관한 實證分析

本 章은 前 第2章의 觀光마아케팅에 關한 綜合的 考察 및 濟州道 觀光마아케팅의 現況과 展望에 대한 理解를 바탕으로 濟州道 觀光마아케팅의 合理的인 展開方案을 實證的으로 검토하기 위해 마련되었다. 이하에서 調査概要, 實證分析의 內容과 그 主要分析 結果를 중심으로 살펴보겠다.

1. 假說의 設定과 標本資料

1) 假說의 設定

觀光産業의 發展方向을 展開하기 위한 基本的 資料를 提示하기 위하여 다음과 같이 假說을 設定하였다.

(1) 觀光性向에 關한 假說

H1. 觀光旅行者의 旅行目的과 여행형태와는 서로 차이가 날 것이다.

H2. 觀光旅行目的은 觀光者의 年齡에 따라 서로 다르게 나타날 것이다.

H3-1. 觀光旅行日程의 長短은 觀光目的에 따라 서로 다르게 나타날 것이다.

H3-2. 觀光旅行日程의 長短은 觀光者의 年齡에 따라 서로 다르게 나타날 것이다.

H4. 觀光旅行者의 年齡階層別로 宿泊施設 利用에 대한 選好度는 차이가 있을 것이다.

H5. 觀光旅行者의 交通手段利用은 年齡別로 차이가 날 것이다.

H6-1. 觀光旅行에 지출되는 經費의 規模는 旅行者의 所得에 따라 차이가 있을 것이다.

H6-2. 觀光旅行에 支出되는 經費의 規模는 旅行者의 旅行日程에 따라 차이가 있을 것이다.

H7. 旅行動機를 誘發시키는 要因은 年齡에 따라서 차이가 있을 것이다.

H8. 記念品購買性向은 年齡別로 차이가 있을 것이다.

(2) 觀光滿足度에 關한 假說

H9. 宿泊施設 利用은 觀光旅行者의 年齡에 따라서 차이가 있을 것이다.

H10. 交通手段利用의 滿足度는 觀光旅 行者의 年齡에 따라서 차이가 있을 것이다.

H11. 觀光記念品 購買項目間의 購買滿足度는 年齡別로 차이가 있을 것이다.

H12. 食堂利用滿足度는 觀光旅行者의 年齡에 따라서 차이가 있을 것이다.

H13. 觀光資源要素別 관람욕구 만족도는 觀光旅行者의 年齡에 따라서 차이가 있을 것이다.

H14. 航空, 船舶利用 滿足度는 항공편 이용자와 선박편 이용자에 따라서 차이가 있을 것이다.

이상과 같은 假說은 H1에서 H7까지는 觀光性向을, H8에서 H14끼지는 관광만족도에 관한 內容을 중심으로 세운 것이다.

2) 設問紙의 構成과 標本設計

訪問觀光客을 對象으로 觀光性向, 欲求滿足度 그리고 觀光商品選好度 등을 설문지를 통하여 統計資料를 作成하였으며 이러한 統計資料에 의해서 假說을 검증하였다. 設問紙의 構成과 標本設計는 다음과 같다.

設問紙의 構成은 觀光旅行性向에 관하여 11개문항, 商品購買性向에 관하여 4개문항, 消費者滿足度에 관하여 33개문항,滿足要因과 不滿足要因에 관하여 2개문항, 여행성과에 관하여 3개문항, 人口統計的 項目에 관하여 5개문항 觀光促進要因에 관하여 3개문항, 기타 自由意見記錄에 관하여 3개문항 등 總68개 問項으로 構成하였다. 設問紙의 配附基準은 濟州觀光을 마치기 1日前 또는 當日에 한하여 觀光旅行業體 및 코스별로 배부 회수하였다. 설문지 배부량은 총 500枚를 배부하였으며 배부대상은 成年을 對象으로 하고 이 중 수학여행이나 단체관광등의 집단형태에 대해서는 제외하였으며 부부관광인 경우에도 1부만을 배부하여 성향과 경향의 집중화를 피하도록 하였다. 설문지의 회수실적은 총 500枚중 300枚를 회수하였으나 이중 불성실하거나 記錄不在 및 이중기재 등은 제외하였으며 조사기간은 2개월(1986. 5. 1.~6.30)로 하였다.

제주대학교 중앙도서관
JEJU NATIONAL UNIVERSITY LIBRARY

3) 分析方法

설문지에 의한 統計的 가설검증은 다음과 같이 4가지 技法에 의해 이루어졌다.

소비자 만족도를 조사하기 위해 리커트척도(Likert scale)를 사용하여 ANOVA分析으로 가설을 검증하였고, 觀光旅行者의 觀光性向, 商品選好度등은 X^2-검증으로 유의적인 차이분석을 하였으며, 觀光旅行者間에 관광여행자들이 이용한2가지 項目에 대해서는 t-검증을 실시하였다. 그리고 分析項目의 相對的, 全體的인 比重을 나타내기 위하여 백분비를 병행하였다.

2. 假說檢證 및 實證分析

1) 標本의 人口統計學的 分布

성별 분포는 여자보다는 남자관광객이 전체의 70% 이상을 차지하고 있으며, 년령별 분포는 20세에서 29세까지인 20대 년령계층이 46.8%를 차지하고 있고 그 다음으로는 30대(30~39세)가 31.7%를 차지하고 있어 經濟活動人口層에 속하는 集團이 標本으로 추출되는 결과를 가져왔다.

〈表 17 〉 人口統計學的 分布

성 별			년령별			직 업 별			학 력 별			소 득 별		
변수	N	%	변수	N	%	변 수	N	%	변 수	N	%	변 수	N	%
남자	160	73.4	20 대	102	46.8	전문직	11	5.0	중졸이하	8	3.7	30 만원이하	43	19.8
여자	58	26.6	30 대	69	31.7	관리직	25	11.5	고 졸	75	34.4	50 〃	135	61.9
			40 대	30	13.8	사무직	102	46.8	초급대졸	35	16.1	70 〃	31	14.2
			50 대	17	7.7	판매직	35	16.0	대졸이상	100	45.8	71 만원이상	9	4.1
						기 타	45	20.7						
계	218	100	계	218	100	계	218	100	계	218	100	계	218	100

資料 : 筆者가 作成

學歷別 變數는 4個變數으로 構成되었고 이중 大卒이 45.8%, 高卒이 34.4%, 初級大卒이 16.1%, 그리고 中卒이 3.7%로 구성되어 있다.

所得別 變數도 4個變數으로 構成되었고 31만원에서 50만원(50만원 이하) 變數가 61.9%, 다음이 30만원미만 계층이 19.8%, 70만원이하 계층이 14.2%, 70만원이상 계층이 4.1%로 형성되었다.

人口統計學的 分析에 의한 特性을 要約해 보면 성별에 있어서는 남자위주의 관광객, 년령별에 있어서는 20대와 30대, 직업별에 있어서는 사무직, 학력별에 있어서는 大卒이상, 소득에 있어서는 31만원에서 50만원 階層이 標本集團의 주류를 이루고 있다.

제주대학교 중앙도서관
JEJU NATIONAL UNIVERSITY LIBRARY

2) 觀光性向 分析

(1) 觀光目的과 觀光形態分析

(표18)과 같이 여행목적을 ① 순수관광(신혼여행, 효도관광) ② 방문(고향방문, 초청), ③ 공용(공무, 시찰교육), ④ 상용(관광겸 상용), ⑤ 기타(수학여행, 특수목적) 등으로 분류하여 비교하였으며, 여행동반형태는 개인, 부부, 가족, 친구, 단체, 기타 등의 형태로 구분하였다. (표18)에서는 $P<0.01$ 수준에서 여행형태와 여행목적은 유의적인 차이가 있다고 나타났다.

관광형태와 목적별로 차이점을 발견할수 있는 것은 순수관광인 경우 부부가 51.4%로 평균 15%보다 35%나 상회하고 있어서 모든 목적별 형태별에서 지배적인 상태를 나타내고 있으며 그 다음으로는 단체관광이 28%로 지배적인 위치를 점하고 있다. 관광객을 유치하기 위한 전략에는 관광목적에 따라 관광동반형태가 서로 달라진다는 것을 반영시켜야 할 것이다.

관광목적에 대한 相對的 比重도 순수관광 목적이 83.9%로 평균 20%에 비하면 4배나 증가된 상태이다.

이러한 現象을 뒷받침해 주는 한국관광통계[54]에 의하면 순수관광이 1984年度 64.3%, 1985年度 61.6

54) 交通部·韓國觀光公社,Anmal Statistical Report on Tourism, 1986. p.28.

〈表 18〉 관광여행목적별 여행형태

여행목적 \ 여행형태			동반형태						
			혼자	부부	가족	친구	단체	기타	계
여행목적	순수관광	N	13	94	7	16	52	1	183
		행	7.1	51.4	3.8	8.7	28.4	0.6	100
		열	56.5	47.2	63.6	26.2	98.1	100	83.9
	방문	N	2	1	2	2			7
		행	28.6	14.2	28.6	28.6			100
		열	8.7	0.9	18.2	9.5			3.2
	공용	N	4	4	2	1			11
		행	36.4	36.4	23.2	4.0			100
		열	17.4	3.7	18.2	4.8			5.0
	상용	N	3	1		2	1		7
		행	42.8	14.3		28.6	14.3		100
		열	13.0	0.9		9.5	1.9		3.2
	기타	N	1	9					10
		행	10	90					100
		열	4.4	8.3					4.7
	계		23	109	11	21	53	1	218
			10.6	50.0	5.0	9.6	24.3	0.5	
			100	100	100	100	100	100	100
통계적검증값			$X^2 = 53.06^{***}$ df = 20 P < 0.01						

제주대학교 중앙도서관 JEJU NATIONAL UNIVERSITY LIBRARY

資料 : 筆者가 作成

%의 構成比를 나타내고 있다.

(표18)에서 나타난 結果는 관광 目的에서의 순수관광과 그리고 관광형태에서의 단체 관광을 선호하고 있음을 알 수 있다. 따라서 순수관광 目的을 가진 부부나 단체관광자에 대해서 광고에 의한 소구보다는 人的購買나 판매촉진 요소의 믹스(Mix)에 의해서 제주지역의 관광상품을 구매할 수 있도록 촉진시켜야 한다.

이러한 要因을 認識하게 된다면 觀光消費者의 欲求를 充促시키는데 한걸음 다가서게 될 것이며 內面的 성숙을 다지게 될 것이다.

(2) 년령별 관광집단의 관광목적과의 차이 분석

관광여행의 目的과 여행자의 年齡에 대한 項目間 차이를 분석한 결과 P<0.10에서 유의적인 차이가 있다. 따라서 관광목적에 대한 반응은 순수관광이 지배적이며 모든 年齡階層에서도 지배적인 빈도를 나타내고 있다.

〈表 19〉 年齡別 旅行目的

N N 행 비 율 열 비 율		여 행 목 적					
		순수관광	방 문	공 용	상 용	기 타	계
20 ~ 29 세	N	89	4		3	6	102
	행	87	4		3	6	100
	열	49	57		42	60	46.8
30 ~ 39 세	N	56	1	6	2	4	69
	행	81	1	9	3	6	100
	열	31	14	55	29	40	31.7
40 ~ 49 세	N	22	2	4	2		30
	행	73	7	13	7		100
	열	12	29	36	29		13.8
50 세 이 상	N	16		1			17
	행	94		6			100
	열	8		9			7.7
계	N	183	7	11	7	10	218
	행	84	3	5	3	5	100
	열	100	100	100	100	100	100
통 계 적 검 증 값		$X^2 = 19.032^*$ df = 12 P < 0.10					

제주대학교 중앙도서관
JEJU NATIONAL UNIVERSITY LIBRARY

資料 : 筆者가 作成

"제주도"라는 觀光地는 (표18), (표19)에서 나타난 바와 같이 純粹觀光目的地로서 그 기능을 발휘하고 있다고 할 수 있다.

(3) 宿泊日程에 關한 差異分析

관광여행자의 숙박일정은 관광정책을 수립하는 측면이나 관광산업을 발전시키기 위한 計劃的 側面에서 빼놓을 수 없는 항목이라고 할 수 있다. 즉, 숙박일정의 長短은 숙박자인 觀光客에게 있어서 經費가 증감될 수 있는 費用要素이기 때문에 분석에서 차이분석을 함으로써 有價値性을 創造해 내는데 기여하게 된다. 숙박일정에 대한 차이분석 結果, (표20)에서 보면 년령별 계층에서는 차이가 없으며 觀光目的別로는 P<0.01로서 유의적인 차이가 있다고 나타났다.

주로 순수관광여행인 경우는 2박3일이 전체적으로 47%나 되고 있으며 그 다음으로는 동일형태에서 3박4일이 24% 수준을 나타내 주고 있다. 따라서 숙박일정의 장단은 年齡別 집단과의 分析에서는 유의적인 차이가 없으므로 독립적이라고 할 수 있지만 여행목적에 의한 分析에서는 아주 많은 차이가 발견되었기 때문에 이에 대한 細部的인 促進戰略이 필연적으로 樹立되어야 할 것이다.

〈表 20 〉 숙박일정 형태

	구분	연령별				관광목적별					계
		20~29	30~39	40~49	50이상	순수관광	방문	공용	상용	기타	
1박2일	N	8	9	5		14	3	3	2		22
	행	36.4	40.9	22.7		63.6	13.6	13.6	9.0		100
2박3일	N	50	41	16	9	101	2	4	3	6	116
	행	43.1	35.3	13.8	7.8	87.1	1.7	3.4	2.6	5.2	100
3박4일	N	29	17	8	6	53	2	2		3	60
	행	48.3	28.3	13.3	10	88.3	3.3	3.3		5.0	100
4박5일	N	12	2	1	2	14		1	2		17
	행	70.6	11.8	5.8	11.8	82.3		5.9	11.8		100
6일이상	N	3				1		1		1	3
	행	(100)				33.3		33.3		33.3	100
계	N	102	69	30	17	183	7	11	7	10	218
	행	46.8	31.7	13.8	7.7	83.9	3.2	5.0	3.2	4.6	100
통계검증값	$X^2 = 14.268$ df=12 P>0.10					$X^2 = 35.806^{***}$ df = 16 P<0.01					

資料 : 筆者가 作成

제주대학교 중앙도서관
JEJU NATIONAL UNIVERSITY LIBRARY

(4) 宿泊施設 利用에 對한 差異分析

〈表 21 〉 연령별 숙박시설이용 형태

숙박시설 / 구분	관광호텔	장급여관	여관	기타	계
20 ~ 29세	38(37.3)	46(45.1)	13 (12.7)	5 (4.9)	102(100)
30 ~ 39세	24(34.8)	29(42.0)	14 (20.3)	2 (2.9)	69(100)
40 ~ 49세	9(30)	14(46.7)	7 (23.3)		30(100)
50 세이상	5(29.4)	6(35.3)	6 (35.3)		17(100)
계	76(34.9)	95(43.6)	40 (18.3)	7 (3.2)	218(100)
통계적검증값	$X^2 = 8.33$, df=9, P>0.10				

資料 : 筆者가 作成

설문지에서 숙박시설의 형태를 관광호텔, 장급여관, 여관, 기타(야영, 민박)의 형태로 구분하고, 각 변수에 대한 차이를 두고 있는지를 分析하였다. 즉, 관광여행자의 집단을 年齡別로 구분하고 年齡別 집단에서 숙박시설의 이용도가 어느정도 차이를 두어 活用되고 있는가를 分析한 결과 P<0.01 水準에서 유의적인 차이가 없는 것으로 분석되고 있다.

이러한 분석결과에 따라 숙박시설 이용은 관광객의 人口統計的 變數인 年齡別 집단에 의하면 20대, 30대, 40대, 50대이상 등의 계층은 관광호텔, 장급여관, 여관 또는 기타의 형태 등을 이용할 때 서로 비슷한 관계를 형성하고 있다. 그러나 표본집단에서 두드러진 현상은 장급여관, 관광호텔, 여관 등의 순으로 이용도가 높은 실정이다.

(5) 交通手段 利用에 대한 差異 分析

관광객의 年齡集團別 교통수단이 이용되는 형태는 P<0.05수준에서 유의적으로 나타났다. 따라서 年齡別로 특정 교통수단을 선호하고 있다고 볼 수 있다. (표22 참조)

〈表 22〉 교통수단 이용 형태

구 분	교통수단					계
	관광전세	택 시	렌 트 카	일반버스	기 타	
20 ~ 29 세	28(27.5)	20(19.6)	50(49.0)	4(3.9)		102(100)
30 ~ 39 〃	15(21.7)	12(17.4)	38(55.1)	1(1.4)	3(4.4)	69(100)
40 ~ 49 〃	7(23.3)	1(3.3)	16(53.3)	2(6.6)	4(13.3)	30(100)
50 세 이 상	9(52.9)	2(11.8)	6(35.3)			17(100)
계	59(27.1)	35(16.1)	110(50.4)	7(3.2)	7(3.2)	218(100)
통계적검증값	$X^2 = 26.504^{**}$, df = 12, $p<0.05$					

資料 : 筆者가 作成

제주대학교 중앙도서관
JEJU NATIONAL UNIVERSITY LIBRARY

1. 20대에 속한 年齡계층은 觀光目的이 대부분 신혼여행 형태가 주종을 이루고 있으며 이들의 교통수단을 이용하는 형태도 효율적인 관광을 하기 위한 렌트카(rent-a-car)에 의존한다고 볼 수 있다.

2. 전체적으로도 관광이미지를 겸비하는 입장에서 50%이상이 임대승용차를 이용하고 있으며 그 다음 관광전세버스가 30%정도이며 택시이용이 16%에 머물고 있다. 그외에 일반버스를 이용하는 관광객도 발견할 수 있는데 이는 20대 젊은계층에서 고무적인 관광기회에 기인한다고 볼 수 있다.

(6) 여행경비 지출에 대한 차이분석

관광자의 여행경비는 人口統計學的인 所得계층에 의한 分析과 여행활동 중심의 관광일정에 의한 분석을 사용하였다(표23)에서 시도되고 있는 것은 여행경비의 지출에 어떠한 변수가 영향을 줄 수 있는 것인가에 촛점을 두고 있는데 분석결과 관광여행자의 所得이나 觀光여행 일정에 따라 대단히 큰 差異가 있음을 시사해 주고 있다. 즉, 소득수준별 여행경비 지출은 P<0.01로 유의하며 또한 여행일정별 여행경비도 P<0.01로 有意함을 나타내고 있다. 따라서 여행자는 여행을 떠날때 費用을 고려하여 여행목적과 能力의 범위를 합치시킨다고 할 수 있다. 여행경비 지출에 대한 차이분석을 諸關係變數와 관련시켜 검토해 보면 다음과 같다.

〈表 23〉 여행경비 지출 형태

구 분	1 일 여 행 경 비						통계적검증값		
	2만원이하	2～3만원	3～4만원	4～5만원	5 만이 상	계	X^2	df	유의수준
30 만원이하	7(15.2)	9(19.6)	14(30.4)	11(23.9)	5(10.9)	46(100)	37.486^{***}	12	$p<0.01$
31 ～ 50 원	6(4.7)	33(25.6)	50(38.8)	27(20.9)	13(10.1)	129(100)			
51 ～ 70 원	1(3.0)	3(9.0)	8(24.2)	14(42.4)	7(21.2)	33(100)			
70 만원이 상	4(40)		1(10)	2(20)	3(30)	10(100)			
1 박 2 일	3(13.6)	4(18.2)	13(59.1)	1(4.5)	1(4.5)	22(100)	39.620^{***}	12	$p<0.01$
2 박 3 일	6(5.2)	23(19.8)	32(27.6)	37(31.9)	18(15.5)	116(100)			
3 박 4 일	2(3. 3)	16(26.7)	23(38.3)	11(18.3)	8(18.3)	60(100)			
4 박 5 일	7(35.0)	2(10)	5(25)	5(25.0)	1(5)	20			
계	18(8.3)	45(20.6)	73(33.5)	54(24.8)	28(12.8)	218			

資料 : 筆者가 作成

소득면에서 분석해 보면 첫째, 여행자의 분포는 31%50만원계층, 30만원미만 계층, 70만원계층, 70만원 이상계층의 순으로 분포를 이루고 있으며 특히 50만원의 계층이 전체 59%를 점유하고 있어 관광여행자의 소득별 분포에서 중심적인 경향을 보이고 있다. 둘째, 소득계층별 여행경비지출규모는 30만원미만과 31%50만원에 있어서는 1일기준 3~4만원에서 여행경비를 지출하는 것으로 나타났으나 51%70만원에 있어서는 1일기준 4~5만원선으로 나타났다. 즉 소득수준이 높을수록 여행경비의 지출폭이 증가되고 있음을 알 수 있다. 세째, 종합적인 관점에서 보면 1일기준 여행경비는 3～4만원 정도 소비하고 있음이 전체 58%를 차지하고 있어 지배적인 현상이다.

관광여행일정면에서 분석해 보면 첫째, 관광여행일정의 分布는 2泊3日, 3泊4日, 1泊2日, 4泊5日 順으로 分布를 이루고 있으며 2泊3日인 형태가 전체의 53%를 차지하고 있어 중심적 경향을 보이고 있다. 둘째, 여행일정 형태별 여행경비 支出規模는 1泊2日형은 3~4만원선, 2泊3日형은 4~5만원선, 3泊4日형은 3~4만원선으로 지출하고 있음이 지배적이며 전체적으로는 3~4만원이 33%, 4~5만원이 24.7%로 3~5만원선 정도에서 여행경비를 지출하고 있음이 두드러지게 나타나고 있다.

따라서 전체적으로 觀光旅行에 필요한 여행경비의 지출규모는 관광여행자의 所得이나 여행일정에 따라서 크게 달라지고 있음을 시사하고 있다. 이러한 現象은 관광여행자의 所得面에서는 31만원에서 50만원을 받고 있는 계층이 지배적인 위치를 차지하고 있고, 여행기간면에서는 2泊3日형이 지배적인 위치를 차지하고 있어서 活動的이고 實質的인 여행을 하고 있다고 推論된다. 따라서 가장 중심적인 傾向은 1인당 여행경비는 왕복교통비를 제외하고 15만원선에서 지출되고 있음을 알 수 있다.

(7) 여행동기 유발에 대한 차이 분석

년령별로 관광여행 동기를 유발시키는 要因은 $P<0.05$에서 유의적인 차이가 있다.

〈表 24〉 동기유발 형태

구 분	여행사	안내책자	매스콤	친구권유	기 타	계
20 대	29(28)	11(11)	14(14)	27(26)	21(21)	102(100)
30 대	31(45)	10(15)	5(7)	12(17)	11(16)	69(100)
40 대	11(37)	11(37)	1(2)	2(7)	5(17)	30(100)
50 대 이 상	3(17)	1(6)	2(12)	7(41)	4(24)	17(100)
계	74(34)	33(15)	22(10)	48(22)	41(19)	218(100)
통계적검증값	$X^2 = 25.53^{**}$, df = 12, $p < 0.05$					

資料 : 筆者가 作成

(표24)에서 보는 바와 같이 20대와 30대의 년령계층은 여행사와 친구의 권유에 의한 要因이 크게 작용하고 있으며, 40대의 경우는 여행사와 여행안내 책자에 의한 要因作用이 크다고 할 수 있고, 50대의 경우는 친구의 권유와 기타의 要因에 의한 영향을 받고 있다고 볼 수 있다. 따라서 여행동기를 유발시키는 媒體는 年齡에 따라서 차이를 나타내 주고 있어서 여행동기를 보다 효과적으로 자극시키기 위해서는 여행에 필요한 정보와 정보 전달 매체를 고려하여야 될 것이다. 이를 살펴보기 위하여 情報傳達媒體의 選好度와 필요한 정보의 형태에 대하여 그 反應을 알아 보았다.관광여행에 필요한 정보의 유형을 보면 다음과 같은 반응이 나타나고 있다.

제주대학교 중앙도서관

수용태세와 각종 요금에 대한 정보가 각각 43.1%, 20.6%로 제일 높은 반응을 보인 반면, 치안, 안전, 역사, 문화에 대한 정보를 필요로 하는 반응은 3~4% 수준에 머무르고 있어 제일 낮은 반응을 보이고 있다.

〈表 25〉 觀光旅行에 필요한 정보의 유형

구 분	필요				정보			
	수용태세	각종요금	치안안전	경관경치분포	레이저(콘도, 수렵)	역사문화	기 타	계
20 ~ 29 세	50(49.0)	17(16.7)	6(5.9)	11(10.8)	11(10.8)	2(1.9)	5(4.9)	102(100)
30 ~ 39 〃	28(40.6)	15(21.7)		8(11.6)	12(17.4)	3(4.3)	3(4.3)	69(100)
40 ~ 49 〃	10(33.3)	7(23.3)	1(3.3)	6(20)	2(6.6)	4(13.3)		30(100)
50 세 이 상	6(35.3)	6(35.3)		3(17.6)		1(5.9)	1(5.9)	17(100)
계	94(43.1)	45(20.6)	7(3.2)	28(12.8)	25(11.5)	10(4.6)	9(4.1)	218(100)

註) %는 行比率
資料 : 筆者가 作成

(表25)에 의해서 年齡別 필요정보의 종류와 유형을 보면 20대의 年齡階層은 관광수용태세 즉, 관광여행을

위한 숙박시설, 교통수단의 원활화, 식당 그리고 관광안내 등에 대한 정보를 49%나 필요하다고 보고 있으며, 역사·문화에 대한 정보는 1.9%의 필요성을 부여하고 있어서,역사적 문화적인 측면을 떠난 관광을 하겠다는 것으로 예측할 수 있다. 30대의 연령계층은 수용태세의 정보를 40.6%로 제일 높은 반응을 보인 반면 치안·안전에 대한 정보는 전무한 형편으로 제일 낮은 수준을 나타내고 있다. 40대의 연령 계층은 제일 높은 반응을 보인 필요정보가 33.3%나 되는 수용태세에 관한 것이었고, 기타에 대한 정보는 전무한 형편이고, 치안·안전에 대한 정보가 3.3%로 제일 낮다. 50대의 연령계층에 있어서는 수용태세와 각종 요금에 대한 정보를 꼭 같이 35.3%나 나타내고 있으며, 치안·레져 등의 정보는 반응을 보이지 않고 있는 반면 역사·문화·기타의 정보가 5.9%나 반응을 나타내고 있다.

정보전달 매체의 선호도를 보면, 여행사의 팜플렛·가이드북에 대한 정보원을 41.7%나 선호하고 있어서 제일 높은 빈도를 보였고 그 다음으로는 T.V(28.4%) 여행사설명회(11.9%)순으로 나타났다. 반면에 라디오와 잡지 그리고 신문 등의 정보원은 관광여행자에게 정보원으로서의 기능을 다하지 못하는 소외된 결과를 가져오고 있다.

(表26)에 의해서 年齡別 정보원 선호도를 보면 다음과 같다.

〈 表 26 〉 情報傳達 媒體의 선호도

정보원 / 년령별	여행사 팜플렛	여행사 설명회	신문광고	잡지광고	T·V	라디오	기 타	계
20 ~ 29 세	52(51.0)	11(10.8)	5(4.9)	4(3.9)	20(19.6)	1(0.9)	9(8.8)	102(100)
30 ~ 39 〃	29(42.0)	8(11.6)	3(4.3)	2(2.9)	21(30.4)	1(1.4)	5(7.2)	69(100)
40 ~ 49 〃	7(23.3)	5(16.7)	1(3.3)		11(36.7)	1(3.3)	5(16.7)	30(100)
50 세 이 상	3(17.6)	2(11.8)	1(5.9)		10(58.8)		1(5.9)	17(100)
계	91(41.7)	26(11.9)	10(4.6)	6(2.8)	62(28.4)	3(1.4)	20(9.2)	218(100)

註) %는 行比率
資料 : 筆者가 作成

20대는 여행사의 팜플렛(51%),T.V(19%), 여행사설명회(10.8%), 순으로 선호하고 있으며 30대에 있어서도 20대와 꼭 같은 현상을 보였으며, 40대는 T.V(36.7%),여행사 팜플렛 23.3%, 여행사 설명회가 16.7%의 순이다. 50대에 있어서도 40대와 마찬가지로 58.8%가 T.V에 의한 정보원을 가장 크게 선호하고 있으며, 그 다음으로는 여행사 팜플렛, 여행사 설명회 등이 좋은 반응을 얻고 있다.

관광여행동기를 유발시키는데는 중점적으로 년령에 따라서 수용태세와 각종 요금 등에 관한 情報를 여행사와 T.V를 통하여 促進할 필요가 있다고 보아진다.

(8) 기념품 구매 性向 및 차이分析

年齡집단별로 상품구매에 영향을 주는 分析項目間의 차이를 분석한 결과 P<0.05에서 차이를 보이고 있을 뿐 다른 구매 형태와는 유의적인 차이가 없음을 나타내주고 있다.(표27 참조)

〈 表 27 〉 기념상품구매형태

년령집단별	N	구매종류		구매목적		선택기준		구매동기	
		종류수	N	목 적	N	기 준	N	동 기	N
20 대	101	1 종류	116 (55)	여행기념	50 (24)	미관·디자인	25 (12)	자신이결정	151 (71)
30 대	66	2 〃	64 (30)	선 물	102 (48)	필 수 품	24 (11)	직원·안내양	29 (14)
40 대	28	3 〃	24 (11)	수 집	4 (2)	향 토 색	138 (65)	동 료	24 (11)
50 대 이 상	17	4 〃	8 (4)	다 목 적	56 (26)	가 격 저 렴	9 (4)	기 타	8 (4)
						기 타	16 (8)		
계	212		212 (100)		212 (100)		212 (100)		212 (100)
統 計 檢 證 값		$X^2 = 14.07^{**}$ df = 9, P < 0.05		$X^2 = 10.25$ df = 9, P > 0.10		$X^2 = 12.90$ df = 12, P > 0.10		$X^2 = 13.38$ df = 9, P > 0.10	

註) ***: P < 0.01, ** : P < 0.05 , * : P < 0.10
資料 : 筆者가 作成

(表28)에 의하면 모든 계층의 관광객은 1종류의 관광상품을 구입한 예가 전체의 55%에 달하고 있고, 2종류 구입형태는 30%, 3종류 구입은 11%, 4종류 이상을 구입한 예는 4%에 불과하여 현격한 차이를 나타내 주고 있다. 특히 20대와 30대의 관광객은 다종의 품목을 구입할려는 意思가 있는가 하면 40대나 50대의 경우는 1종 내지 2종의 품목을 구입하고 있음은 합리적으로 필요한 상품만을 구입하는 것이라고 할 수 있을 것이다.

그 이외에 차이가 없는 항목인 구매 目的, 선택기준, 구매동기에 있어서 성향을 보면 다음과 같다.

구매목적은 선물을 하기 위해서가 48%로 가장 높은 비중을 차지하고 있으며 그 이외는 다목적용도 또는 여행기념, 수집 등의 順으로 나타나고 있다.

구매선택의 기준은 향토색이 65%로 가장 높고 그 외에는 미관,디자인, 필수품, 가격저렴 등의 순으로 나타났다.

구매동기를 유발하는 要因으로서는 자기 자신이 스스로 결정한다는 관광객이 71%로 가장 높고 그 이외에는 직원, 안내양의 권유, 동료의 권유, 기타등의 順으로 나타나고 있다.

제주대학교 중앙도서관 JEJU NATIONAL UNIVERSITY LIBRARY

〈表 28 〉 기념품구매종류 형태

년 령 별		1 종류	2 종류	3 종류	4 종류	계	비 고
20 대	N	55	34	9	3	101	
	%	(54)	(34)	(9)	(3)	(100)	
30 대	N	32	20	9	5	66	
	%	(49)	(30)	(14)	(8)	(100)	
40 대	N	15	7	6		28	
	%	(54)	(25)	(21)		(100)	
50 대	N	14	3			17	
	%	(82)	(18)			(100)	
계	N	116	64	24	8	212	
	%	(55)	(30)	(11)	(4)	(100)	

註) %는 行比率
資料 : 筆者가 作成

3) 觀光滿足度 分析

제주대학교 중앙도서관
JEJU NATIONAL UNIVERSITY LIBRARY

(1) 宿泊施設利用에 대한 分析

숙박시설에 대한 관광객의 利用滿足感을 알아보기 위한 분석으로서 관광여행자의 1 년령별로 2 관광여행자가 이용한 숙박업소별로 구분하여 그 만족의 차이를 알아보았다. 分析結果에 의하면 표33에서 제시되고 있는 바와 같이 년령별 숙박업소별로 모든 계층이 $P<0.01$에서 유의적인 차이를 나타내고 있어서 숙박시설을 利用하는 만족도는 이용형태에서 차이가 나타나고 있다.

이를 分析해 보면,

(表29)에서 제시되고 있는 바와 같이 첫째: 설비면에 만족도는 년령별로는 20대에서 40대까지 "만족하다"는쪽으로 민감한 반응을 보이고 있으나, 50대에 있어서는 "보통이다"로 나타나고 있다. 숙박업소별로는 관광호텔, 장급여관, 여관,기타의 順으로 만족하다고 나타나고 있으며 여관시설은 불만족스럽게 생각하고 있다. 둘째: 서어비스면에 있어서도 민족도는 설비면에서와 같은 표현이 되고 있으며 불만족감은 관광호텔이나 호텔 그리고 여관 등 설비의 우열을 초월하여 꼭같은 입장을 나타나고 있다. 숙박업소가 제공하는 서어비스의 수준은 만족감에 있어서 20대는 68%, 30대는 58%, 40대는 63%, 50대는 31%로 되고 있어 신혼여행을 목적으로 하는 20대는 다른 연령 계층보다도 서어비스의 만족감이 높다. 만족수준의 순서는 20대, 40대, 30대, 50대 순으로 되어 있으며 불만족을 느끼는 계층은 50대가 11%로 제일 높다. 여기서 발견할 수 있는 것은 순수관광을 즐기는 50대와 30대의 계층에서 다른 계층보다 만족과 불만족의 차이가 두드러지게 나타나고 있다는 것이다. 셋째:분위기면에 있어서도 숙박업소의 설비나

〈表29〉 숙박시설이용 만족도

변수	구분		만족도 (N)→(점수) 매우만족	만족	보통	불만족	매우불만족	계	통계적 검증값 F-Value	df			유의수준
년령별	설비	N	18	97	88	13	1	217	3,929***	3	16	19	P<0.01
		행	(8.3)	(44.7)	(40.6)	(5.9)	(0.5)	(100)					
	서어비스	N	19	94	87	16	1	217	3.438***	3	16	19	P<0.01
		행	(8.8)	(43.3)	(40.1)	(7.4)	(0.5)	(100)					
	분위기	N	17	82	100	15	3	217	3.389***	3	16	19	P<0.01
		행	(7.8)	(37.8)	(46.1)	(6.9)	(1.4)	(100)					
	요금	N	12	39	117	45	4	217	3.931***	3	16	19	P<0.01
		행	(5.5)	(17.9)	(53.9)	(20.7)	(1.8)	(100)					
숙박업소별	설비	N	90	388	264	26	1	769	3.537***	3	16	19	P<0.01
		행	(12)	(50)	(34)	(3)	(1)	(100)					
	서어비스	N	95	376	261	32	1	765	3.943***	3	16	19	P<0.01
		행	(12)	(49)	(34)	(4)	(1)	(100)					
	분위기	N	85	328	300	30	3	746	3.730***	3	16	19	P<0.01
		행	(11)	(43)	(40)	(4)	(2)	(100)					
	요금	N	60	156	351	90	4	661	3.603***	3	16	19	P<0.01
		행	(9)	(24)	(53)	(13)	(1)	(100)					

註) ① 년령별은 표본수(N), 숙박업소별은 점수 ② ***: P<0.01, **: P<0.05, *: P<0.01
資料: 筆者가 作成

서어비스를 제공한 만큼 분위기를 창조하고 있지 못하다. 설비와 서어비스 만족수준은 60%를 상회하고 있으나 분위기에 대한 만족수준은 54%에 그치고 있다. 넷째: 요금에 대한 만족수준은 어느 변수보다 제일 낮다. 다른 요인에서는 50%를 상회하고 있으나 33%에 그치고 있어 저조한 실정임이 드러난다.

모든 인간관계에서 금전문제와 결부된 일은 만족감을 얻으려면 그에 따른 報償이 뒤따라야 하는 당위성을 들 수 있다. 따라서 內的인 보상과 外的인 報償이 같을수 있도록 改善의 여지를 남겨야 할 것이며 보다 發展的인 것은 제주도를 찾아온 관광객이 "만족하다"고 느낀 비율은 평균 50%를 넘고 있으며 이러한 결과는 미래를 위한 現實的 過程이라고 추론을 내릴 수 있는 것이다.

이상에서, 숙박업소 이용을 위한 人的 非人的 訴求活動은 인적 비인적 변수의 각 階層에 따라서 P< 0.01의 유의적인 차이를 나타내고 있으며 環境과 要因에 따라 細分的 促進이 要求되는 것이다.

(2) 교통수단 利用 滿足度 分析

(表29)에 의하면 교통수단 이용형태별로 만족수준에 대한 차이는 유의적인 차이가 없다고 나타났다.

교통수단은 관광전세버스, 택시, 렌드카, 일반버스, 자가용 등의 형태로 區分했으며 이에 대한 만족수준은 관광안내면, 서어비스면, 청결도, 요금 등으로 항목간 만족—불만족도를 조사한 것이다.

〈表 30 〉 교통수단이용 만족도

구 분	만 족 도						통계적검증값		
	아주만족	만 족	보 통	불만족	아주 불만족	계	F-Value	df	유의수준
안 내	225 (25)	508 (59)	126 (15)	6 (1)	1 –	866 (100)	2.373	(4.20)24	P〉0.10
서어비스	215 (25)	496 (58)	135 (15)	10 (1)	1 –	857 (100)	2.431	(4.20)24	P〉0.10
청 결 도	125 (16)	432 (54)	216 (27)	26 (3)	0 –	799 (100)	2.089	(3.15)19	P〉0.10
요 금	85 (12)	248 (35)	333 (47)	44 (6)	6 –	710 (100)	2.256	(4.20)24	P〉0.10

註) ***: P〈0.01, **:P〈0.05, *;P〈0.05, * : P〈0.10
資料 : 筆者가 作成

교통수단 형태별로 유의적인 차이를 나타내 주고 있지 못하다. 즉,관광전세버스나 택시, 렌드카 등 교통수단이 만족도에의 기여나 불만족도를 나타내 주는데는 유사하게 작용하고 있음을 나타내 주고 있다. 그러나 평면적인 입장에서 살펴보면 만족이상의 수준을 나타내 주는 척도는 안내면이 84%,서어비스면이 83%, 청결도면이 70%, 요금면에서 47% 등으로 나타나고 있다. 만족도에는 안내면이나 서어비스, 청결도는 크게 접근하고 있으나 요금의 측면에서는 다른 要因에 비하면 그 척도가 아주 낮게 나타나고 있다.

요금에 대한 자유경쟁체제를 도입하는 새로운 戰略이 모색되어야 할 것이며 특이하다고 할 수 있는 것은 교통수단 이용면에서 불만족 이하의 수준을 거의 찾아볼 수 없는 현상으로 나타났다.

(3) 년령별 기념품구매 만족도 분석

관광여행 활동과 병행되는 관광여행자의 상품 구매 활동은 필요 불가결한 요소로서 바람직한 수준으로 유도되어야 할 것이다. 상품구매자의 사후 조건으로서 이루어지는 만족감은 관광여행의 추억과 人間生活의 윤택함과 그리고 건강하고 활기찬 생활로 유도될 수 있기에 중요한 것이다. 이러한 상품 구매활동에서 얻어진 만족감으로 歸向後 기념품, 선물 등의 꾸러미에서 회상적인 감상을 맛볼수 있고 따라서 이웃 형제 동료들에게 이러한 滿足感을 커뮤니케이션함으로써 제주관광의 이미지를 향상시킬 수 있다고 보는 것이다.

(표31)를 통해서 만족수준을 알아보면, 가격에 대해서는 만족한 편이 35%, 불만족한 편이 9%, 보통이라는 편이 56%로 나타났으며 품질면에서는 만족이 38%, 불만족 6%, 보통 56%로 가격면에서보다는 나은 편이며 상품의 다양성에 대해서는 만족 40%, 불만족 15%, 보통 45%로 다른 要因과 두드러진 차이를 나타내고 있는데 만족수준은 다소 높으나 不滿足水準도 15%로서 다른 요인보다 높다. 또한 상품의 포장면에 있어서는 만족이 33%이며, 불만족이 13%, 보통 54%로 改善點이 많다고 볼 수 있다. 이러한 現象은 호의적인 형태를 나타내주고 있어도 불만족과 그저 그렇다는 감도를 줄일수 있도록 상품판매점을 비롯한 각계의 努力이 필요한 것이다.

〈表 31〉 기념상품구매 만족도

구 분	만족도						통계적검증값		
	아주만족	만 족	보 통	불만족	아주 불만족	계	F-Value	자유도	유의수준
가 격	40 (6)	196 (29)	375 (56)	52 (8)	4 (1)	667 (100)	5.431***	4,15,19	P< 0.01
품 질	20 (3)	236 (35)	384 (56)	42 (6)		682 (100)	4.616***	3,12,15	P< 0.01
다양성	20 (3)	240 (37)	294 (45)	94 (14)	3 (1)	651 (100)	4.930***	4,15,19	P< 0.01
포 장	20 (3)	192 (30)	351 (54)	78 (12)	4 (1)	645 (100)	4.981***	4,15,19	P< 0.01

註) *** P < 0.01, ** P < 0.05, * P < 0.10
資料 : 筆者가 作成

만족도에 대한 차이분석 즉 상품구매자의 年齡別 집단과 상품의 속성과의 관계에서 분석하여 본 결과 모든 속성별로(표31)과 같이 P<0.01의 유의적인 차이를 나타내 주고 있다.

가격에 있어서는 50대는 보통이상이 라고 시사한 반면 20대는 만족에서 불만족까지 아주 고른 분포를 보이고 있다. 상품을 구매한 고객의 입장에서 보면 년령계층이 높을수록 만족감에 대한 비율도 높으며 년령계층이 낮을수록 만족감에 대한 비율이 떨어지고 있다. 이러한 현상은 젊은 년령계층일수록 모든 행동을 직접으로 나타내기 때문이라고 할수 있다.

품질면에 있어서는 가격에서의 만족수준보다 높은 반응을 보이고 있다. 가격면에서와 같이 년령계층에 따라 만족수준도 비례하고 있음을 나타내주고 있다. 유의수준은 P<0.01로 유의적인 차이를 나타내고 있어 년령계층별 각각 서로 다른 형태의 만족도 반응을 나타내고 있다.

제주대학교 중앙도서관
JEJU NATIONAL UNIVERSITY LIBRARY

상품종류 및 형태의 다양화에 대한 욕구만족도는 50대의 년령계층에서 보통이라고 반응을 보인것이 75% 만족은 25%에 머무르고 있어 호의적인 반응을 얻지 못하고 있으며 20대에서 40대의 계층까지는 만족과 불만족의 수준이 일반적으로 고른 형태를 내 주고 있다. 이러한 결과는 상품에 대한 매력을 다른 요인보다 낮은 수준에 있음을 지적해 주는 것이라고 할 수 있다. 또한 유의수준은 P<0.01로 유의적인 차이를 나타내 주고 있어서 만족도에 대한 척도가 다양하다.

포장면에서는 정규분포형 만족·불만족 반응을 보이고 있으며 P<0.01로 유의적인 차이를 나타내고 있어서 년령 계층별로 각각 다른 반응을 나타낸다고 할 수 있다.

綜合的인 관점에서 보면 상품구매에 따른 관광여행객의 만족감은 보통이다라는 편에 50% 이상 치우치고 있는 실정이며 또한 "불만족하다"는 반응보다는 "만족하다"는 반응이 약간 높은 현상이다. 이러한 현상은 상품속성을 소비자의 欲求滿足에 기여 할 수 있는 方案과 노력이 결여되어 있기 때문에 발견될 수 있다.

(4) 식당 이용자의 滿足度 分析

식당을 이용한 관광객의 욕구만족도는 년령별계층과 숙박시설이용형태별로 2가지를 결부시킬 수 있도록 분석하였으며 여기에 주어지는 분석항목은 (표32)와 같이 음식의 종류·맛, 식당의 청결도, 음

〈表 32〉 食堂利用滿足度

구 분	만 족 수 준 (%)						년 령 별	
	매우만족	만 족	보 통	불만족	매우불만	계	F-Value	df
음식의종류	(8) 18	(28) 60	(51) 112	(11) 25	(2) 3	218	4.343***	19
맛	(10) 21	(28) 62	(49) 106	(12) 27	(1) 2	218	3.798***	19
식당의청결도	(5) 10	(28) 61	(53) 115	(14) 30	(1) 2	218	3.716***	19
가 격	(2) 5	(33) 73	(38) 82	(22) 48	(5) 10	218	3.406***	19

註) ***P < 0.01 **P < 0.05 *P < 0.10
資料 : 筆者가 作成

식요금으로 하였다.

년령별로 차이분석을 한 결과 P<0.05로 유의적인 차이를 나타내고 있어 분석항목간에 차이가 나타나고 있다.

음식의 종류에 있어서 만족이 36%, 보통 51%, 불만족 13% 이며 음식의 맛에 있어서는 만족 38%, 보통 49%, 불만족 13%로 종류의 면에서 보다는 약간 만족도가 높다. 식당의 청결도에 있어서는 만족 37% 보통 53%, 불만족 15%이며, 가격에 있어서는 만족 35%, 보통38%, 불만족이 27%로 식당을 이용하는데 가장 큰 불만족 要因은 가격에서 찾을 수 있고 만족요인에 공헌을 하고 있는 것은 음식의 맛에 있다고 볼 수 있다.

제주대학교 중앙도서관
JEJU NATIONAL UNIVERSITY LIBRARY

(5) 관광자원형태별 만족도 비교 분석

관광여행자에 대한 관광자원 형태별로 활동을 분류하고, 이들 모든 활동이 전체적인 측면에서 만족도에 대한 수준과 유의수준을 분석하며, 자원형태별로 項目間의 關係를 糾明하기 위해서 ANOVA 分析과 t-검증을 竝行하였다.(표33 참조)

관광자원 형태를 종합한 상태에서 이들 활동이 어느정도 만족수준에 있는가를 알아보기 위해 比率分析을 하였다. 그 結果, 자연경관에 의한 만족수준이 77%로서 편의시설 이용에 대한 만족수준 60%와 문화시설 이용에 대한 만족수준 51%보다 월등하게 차이를 낳게 하였다. 또한 불만족수준에 있어서도 자연경관에 의한 불만족이 거의 없다시피한 상태인데 편의시설이용자는 6%, 문화시설이용자는 10%로 질적·양적인 면에서 차이를 낳게 하면서 자연경관을 관람하는 것이 관광 만족도에 많은 공헌을 하고 있음을 發見할 수 있다.

편의시설과 자연경관요소, 그리고 문화시설 등 여러 형태의 관광자원 관람자는 관광자원별로 욕구만족이 기여하는 정도는 같은 것이라는 가정하에 분석한 결과 P<0.01로 대단히 큰 차이를 보여주고 있다. 그리고 관광자원 형태를 3가지로 분류하여 t-검증을 한 결과 다음과 같이 모두 차이가 있다.

첫째, 편의시설과 자연경관과의 평균간의 차이분석에 있어서 "아주만족"과 "만족"에 대해서는 편의

〈表 33 〉 觀光資源別 滿足度 I

구 분	관광자원형태 N %			F-Value	t-value					
	편익시설	자연경관	문화시설		편익↔자연		자연↔문화		문화↔편익	
아주 만족	31 (14)	43 (29)	17 (13)	*** F=10.467	0.816		2.501	*** P<0.01	2.777	*** P<0.01
만 족	102 (46)	68 (48)	48 (38)		0.283		1.428	* P<0.10	2.146	
보 통	76 (34)	33 (23)	49 (39)	$df_1 = 4$ $df_2 = 11$	1.889	** P<0.05	2.610	*** P<0.01	0.734	
불만족	9 (4)	2 (1)	9 (7)	$df_3 = 15$	1.358	* P<0.10	2.165	** P<0.05	0.930	
아주 불만족	1 (2)		1 (3)	P<0.01	1.421	* P<0.10	1.745	** P<0.05	0.452	
계	218 (100)	146 (100)	124 (100)							

註) 1) *** : P<0.01, ** : P<0.05, * : P<0.10
2) 편익시설 : 교통수단, 식당, 숙박시설, 항공, 선박
3) 자연경관 : 하이킹 산책, 등산, 경관경치 등
4) 문화자원 : 민속마을, 문화재(지정) 민속행사, 상품구매, 나이트클럽 등

資料 : 筆者가 作成

제주대학교 중앙도서관 JEJU NATIONAL UNIVERSITY LIBRARY

시설과 자연경관 요소간에 차이를 두지 않고 있으며 "보통", "불만족", "아주 불만족", 반응을 보인데에는 P<0.05로 유의적인 차이가 있다.

둘째, 자연경관과 문화시설에 대한 평균간 차이분석에 있어서는 P<0.05로 모두 유의적인 차이가 있다. 편의시설에서와는 대조적으로 반응이 되고 있다.

세째, 문화시설과 편의시설에 대한 평균간의 차이분석에 있어서는 "아주 만족"에서만 P<0.01로 유의적인 차이를 보이고 있을 뿐이고,그 이하의 수준에서는 차이가 없다.

그런데, 자연경관을 관광자원의 중심이라고 볼 때, 그 다음은 편익시설이고, 그 다음순이 문화시설이라고 볼 수 있다.

이러한 차이현상이 일어나고 있음은 월등한 자연경관요소에 편익시설과 문화시설이 통합되고 있지 못하다는 추론을 얻을 수 있다. 따라서 자연경관을 관람하면서 편익시설이나 문화시설도 이용할 수 있도록 觀光環境을 改善해야할 것이다.

(6) 관광 자원 요소별 관람욕구만족도 분석

관광자원별 관광여행객의 욕구만족도를 年齡別로 차이를 分析한 결과 다음과 같다.

〈表 34 〉 觀光資源別 滿足度 Ⅱ

구 분	만족도 (%)					무응답	통계적 검증값				
	매우 만족	만족	보통	불만족	계		F-Value	자유도			유의수준
하이킹 산책	(26) 43	(44) 71	(29) 47	(1) 2	163	55	* 2.84	3	12	15	P〈0.10
등산	(27) 33	(46) 56	(24) 29	(3) 4	122	96	2.50	3	12	15	
자연동굴 등자연경관	(35) 54	(50) 78	(15) 24		156	62	1.92	2	9	11	
민속마을	(16) 23	(45) 65	(31) 44	(8) 12	144	74	** 3.263	4	15	19	P〈0.05
드라이브	(32) 52	(43) 70	(25) 40	(1) 1	163	55	1.803	3	12	15	

주) 1) 무응답이 50% 이상되는 것은 分析에서 제외
2) *** : P〈0.01, ** : P〈0.05, * : P〈0.10

資料 : 筆者가 作成

제주대학교 중앙도서관
JEJU NATIONAL UNIVERSITY LIBRARY

하이킹 및 산책에 대한 年齡別 欲求滿足에의 차이는 P〈0.10로 유의적인 차이가 있다. 즉 20대나 30대보다는 40대나 50대인 연령 계층이 더 만족하다는 반응을 보이고 있다.다시 말하면 年齡이 높을 수록 하이킹이나 산책활동에서얻어지는 內面的인 욕구 만족도가 높으며 상대적으로 年齡 젊은 계층일수록 만족도가 분산되고 있다. 이러한 현상은 정적인 감정을 가지고 청·장년의 活動的 差異라 하겠으나 하이킹 및 산책을 할수 있는 公園·遊園地 등의 觀光對象이 다양하면 반드시 이런 결과를 예측할 수 없을 것이다.

등산에 있어서 年齡別 欲求滿足度의 차이는 없다. 이러한 이유는 濟州道에서 등산할 수 있는 곳이라면 唯一無二하게 한라산으로 한정되고 있기 때문으로 볼 수 있다.

해안·동굴 등 자연경관에 있어서 年齡別 欲求滿足의 차이는 없다. 제주도에서 느낄 수 있는 自然景觀에 대한 이미지는 세계적으로 주목받고 있는 만장굴, 쌍용굴, 등의 동굴과 해안변에서의 기암절벽, 천제연, 정방폭포 등 유수의 자원이 보존되고 있기 때문에 누구에게나 꼭 같이 만족, 불만족을 느낄수 있는 요소라고 볼 수 있는 것이다.

민속마을에 대한 年齡別 欲求 滿足에의 차이는 P〈0.05로 유의적인 차이가 있다. 年齡別로 만족수준을 보면 20대 67%,30대 69%, 40대 83%,50대 86%이며 불만족은 20대, 30대,50대가 2~5% 수준에 있고 40대가 11%로 만족과 불만족요인이 가장 크게 작용하고 있는 계층이 40대로 나타났다.

드라이브관광에 있어서 년령별 욕구 만족도의 차이는 없다. 이는 특색있는교통 수단이나 다양한

〈表35〉 觀光資源 選好度

구 분	년 령 별 (N)										선호도 (순 위)
	20~29세		30~39		40~49		50세이상		계		
	N	순위	N	순위	N	순위	N	순위	N	%	
해안절벽	71	①	46	①	15	②	11	②	143	(25)	1
한라산	59	②	35	③	16	①	9	③	119	(21)	3
제주도민상	46		30		11		5		92	(16)	4
자연동굴	59	②	40	②	16	①	12	①	127	(22)	2
자연조건(기후)	29		25		9		8		71	(12)	5
기타자원	9		5		2		1		17	(3)	6
계	273		181		69		46		569	(100)	
N 1인당선호항목수	102 2.7개		69 2.6개		30 2.3개		17 2.7개		218 2.6개		

資料 : 筆者가 作成

관광코스가 존재하지 않고 있기 때문으로 본다.

관광자원요소별 관광욕구만족도를 비교하여 보면 특이할만한 현상은 해안 동굴등의 자연적 요소에 의한 인상이 제일 크게 만족도에 기여하고 있음을 알 수 있으며 불만요인이 큰 것은 민속마을 방문에서 찾아 볼 수 있다. 또한 觀光여행중 가장 인상깊은 觀光對象을 調査한 결과(表35)에서 제시되고 있는 바와 같이 해안 절벽, 자연동굴, 漢拏山登山 등이 比較優位에 있었다. 이러한 現象은 自然觀光對象에서는 觀光滿足을, 그 이외의 觀光對象에서는 不滿足要因을 나타내고 있다고 볼 수 있다. 따라서 불만족 요인을 안고 있는 觀光對象은 觀光客의 欲求를 환기시킬 수 있도록 改善되어야 한다. 不滿足感을 最小化 시킨다면 觀光客들은 자발적으로 마아케팅리더(Marketing Leader)의 役割을 遂行하게 될 것이며 또한 濟州地域의 觀光商品購買에 促進영향을 발휘하게 될 것이다.

(7) 항공·선박의 이용수단에 따른 만족 수준과 제주도에서 관광여행의 目的을 達成하려면 전제적으로 항공편이나 선박편을 이용하여야 한다. 관광 여행길에서 첫 인상이 좋아야 함은 이루 말할 수 없지만 상대적으로 바람직하지 못한 인상을 얻게되면 관광욕구를 충족할 수 없을 뿐만 아니라 관광지의 이미지를 흐리게 볼 수 있는 것이다. 이러한 重要性으로 인하여 항공편이나 선박편을 이용할 때 관광여행자의 서어비스와 요금에 대한 만족수준과 有意水準을 찾아내는데 그 目的이 있다.

첫째, 서어비스 側面에서 살펴보면 이용교통수단별 서어비스에 대한 만족도는 만족하다는 반응에 있어서 항공편 이용자는 66%, 선박편 이용자는 32%로 항공편 이용자가 선박편이용자보다 34%나 상회하는 편이며 불만족하다는 반응에 있어서는 선박편 이용자가 21%인데 항공편 이용자는 6%에 지나지 않아 15%나 더 많은 不滿足度를 가지고 있다.

(表36)에 의하면 "만족하다"와 "아주 불만족하다"는 $P<0.01$로 유의적인 차이를 나타내 주고 있으며

〈表 36〉 항 공 · 선 박 利 用 滿 足 度

구 분		만 족 도 (%)					
		아주만족	만 족	보 통	불 만 족	아주불만족	계
서어비스	항 공	27 (15)	91 (51)	50 (28)	10 (5)	2 (1)	180 (100)
	선 박	2 (5)	10 (27)	18 (47)	3 (8)	5 (13)	38 (100)
요 금	항 공	17 (9)	54 (31)	80 (44)	24 (13)	5 (3)	180 (100)
	선 박	2 (5)	8 (21)	17 (45)	7 (19)	4 (10)	38 (100)
	서어비스 요 금	1.334	3.892***	2.803***	3.204***	0.568	(전체분석)
t Value	(항공, 선박) 서어비스	1.651	2.964***	2.294***	0.735	3.883***	(서어비스)
	(〃) 요 금	0.882	1.231	0.112	0.967	1.094	(요 금)

註) *** : P < 0.01, ** : P < 0.05, * : P < 0.10
資料 : 筆者가 作成

제주대학교 중앙도서관
JEJU NATIONAL UNIVERSITY LIBRARY

"보통이다"는 P<0.05로 유의적인 차이가 있다. 서어비스측면에서는 이용교통수단간에 "만족하다" "보통이다" "아주 불만족하다"는 측면에서 차이가 있다. 일반적으로 항공편은 단시간 운행으로 기내에서의 不便要因은 크게 作用하지 않는 반면 선박편을 이용하게 되면 장시간 운행과 여기에서 消費되는 各種 人的 非人的 要因間의 관계가 作用되고 있기 때문에 불만요인이 作用되고 있다.

둘째, 요금에 대한 측면에 있어서는 항공편 요금과 선박편 요금에 대한 차이검증에서 P<0.10수준에 있으므로 관계가 없음을 나타내 주고 있다. 즉 항공요금과 선박요금에서 만족도에서의 차이는 없다고 할 수 있다. 그러나 만족도에 기여한 比率을 만족, 보통, 불만족의 측면에서 비교하면 "만족"에서는 항공편 40%, 선편 26%, "불만족"에서는 항공편 16%, 선편 29%, "보통에서는 항공편 44%, 선편 45%로 비율면에서 약간의 차이를 發見할 수 있으나 통계적으로는 차이가 없다고 할 수 있다.

종합적으로 살펴보면 항공편을 이용하는 관광객이 선편 이용자보다도 만족수준이 높으며 불만족수준은 선박편이용자가 더 높다고 볼 수 있다. 따라서 항공편을 利用하는 觀光客에게도 서어비스나 消費者의 欲求를 환기시킬 수 있는 努力이 필요하겠지만 더 큰 관심은 선박편을 利用하는 觀光客들에게는 不滿要因을 最小化시킬 수 있는 서어비스의 質을 향상시켜야 될 것이다.

IV. 促進方案과 問題點의 改善

本 章에서는 지금까지의 調査結果를 다시 要約 檢討함과 더불어 그러한 結果가 앞으로 濟州地域의 觀光産業을 發展시키는데 어떠한 意味가 있으며 또한 觀光開發政策의 마아케팅 促進戰略에 어떻게 적용될 수 있는가를 模索해 보고자 한다. 그리하여 제1절에서는 分析結果와 假說檢證을 토대로 "促進方案의 摸索"을 第2節에서는 觀光産業을 저해시키는 요인을 중심으로 "現實的인 문제점 및 改善方案"을 摸索 提案하는데 있다.

1. 促進方案의 模索

1) 人口統計的 側面

人口統計的인 측면에서 觀光性向을 살펴보면 성별에 있어서는 男性이 73%로 우위를 차지하고 있으며, 年齡別에 있어서는 20대와 30대가 78%로 젊은 청장년층이 주류를 이루며 직업별에는 사무직이 47%로 우위로 차지하고 있다. 학력별로는 대졸수준이 46%나 되며 소득별로는 31~50만원 계층이 62%로 일반적 주류를 이루고 있다.

제주대학교 중앙도서관
JEJU NATIONAL UNIVERSITY LIBRARY

이러한 現象을 糾明하는데에는 연구목적에서 밝힌 바와 같이 조사시기의 편중으로 限界가 있겠으나 아직까지는 이에 대한 通說이 없으므로 硏究의 結果를 適用하는데는 무리가 없다고 할 수 있다.따라서 人口統計學的인 측면에서 促進方案을 모색해 보면, 첫째 女性觀光客을 多數 誘致할 수 있도록 市場調査를 통하여 促進要素의 Mix로 觀光市場을 開拓하여야 할 것이다. 둘째, 年齡別 및소득별로 볼 때 50代이상과 高所得 계층들을 多數 誘致할 수 있도록 觀光標的市場化하여야 할 것이다. 이러한 觀光市場을 開拓하고 濟州地域의 觀光商品을 告知하기 위해서는 마아케팅 理論에 立脚한 促進戰略을 導入·適用하여야 하는데 市場細分化戰略이 우선적으로 遂行되어야 할 것이다.

2) 觀光目的과 旅行形態의 側面

"가설1" "가설2"에서 관광여행자의 觀光目的은 여행자의 旅行形態에 따라서, 여행자의 년령에 따라서 差異가 날 것이다라는 가정은 모두 P<0.01로 유의적인 차이가 있었음을 확인하였다. 따라서 이들의 特徵은 年齡에 따라서 觀光目的을 달리하고 있을 뿐만 아니라 여행 형태에 따라서도 觀光目的을 달리하고 있다는 事實이다. 관광객을 유치하기 위한 戰略에는 觀光目的에 따라서 관광동반형태가 달라지고 있음과, 관광자 연령분포가 달라지고 있음을 반영하여야 할 것이다. 表23과 表24에서 제시된 資料에 의하면 "제주도"라는

觀光地는 純粹觀光目的地로서, 團體觀光形態로서 觀光需要가 發生되고 있다고 볼 수 있다. 觀光客을 誘致하기 위한 促進策은 순수관광욕구를 가진 단체·그룹을 標的市場으로 하여 促進活動을 전개해야 하기 때문에 기존의 觀光商品에 대한 관광소비자의 구매의사결정과 制限된 관광상품의 企劃을 감안한다면, 觀光企業의 적극적인 促進策은 人的販賣와 販賣促進(personal selling & sales promotion)에 比重을 높이는 것이 효과적인 결과를 가져올 수 있다.

3) 宿泊施設 利用의 側面

"가설3-1", "가설3-2"에서 관광여행자의 연령과 관광목적에 따라서 숙박시일정이 차이가 날 것이다는 가정과 "가설4"에서 관광여행자의 년령에 따라서 숙박시설이용을 다르게 할 것이라는 가정은 觀光目的에 따라서 여행일정의 장단에 한하여 차이를 나타내고 있을뿐 년령이나 숙박일정에 따라서는 숙박시설의 이용이 차이가 없었다. 그리고 숙박시설이용 만족도는 연령과 숙박업소별로 차이를 나타낼 것이라는 가정은 모두 큰 차이를 가지고 있다. 숙박시설의 利用에 대한 特徵을 살펴 보면 장급여관이 43.6%로 가장 높고 그 다음 관광호텔이 34.9% 여관이 18.3% 順으로 나타났다. 또한 旅行日程은 표본집단의 53%가 2泊3日을 선택하고 있어서 커다란 比重을 차지하고 있다. 觀光旅行者들이 이용하게 되는 宿泊施設의 側面에 있어서 改善해야 될 問題點과 努力을기울여야 될 중요관점은 첫째, 觀光目的別로 여행일정의 차이를 해소시키는데 있으며, 둘째, 숙박업소별로 消費者의 不滿足水準을 改善시켜야 하는데 있으며, 세째, 숙박시설의 稼動率을 높이기 위해서는 消費者의 여행일정 기준을 늘리도록 하여야 할 것이다. 따라서 이러한 要因을 改善하기 위한 促進方案으로서 첫째 여행일정의 차이에 있어서 純粹觀光인 경우 分散되어 있는 不均一한 日程基準을 4日내지 5日의 商品이 선호 될 수 있도록 하고 숙박시설의 가동율을 높이기 위해서도 4日 내지 5日 基準의 兩側 대칭형 분포가 되어야 한다. 이러한 結果를 達成하기 위해서는 觀光資源의 開發과 觀光企業別로 特色있는 觀光商品 마련으로 潛在市場에 訴求하여야 할 것이다. 다양한 觀光資源開發은 그 自體만으로도 觀光客의 여행일정을 늘려 줄 수 있는 原動力이 된다. 둘째,宿泊施設의 滿足水準을 보면 設備面에서는 긍정적인 反應이 53% 否定的인 反應이 6.4%로 나타나고 있으며 서어비스면에 있어서는 긍정적인 반응이 53.1%, 否定的인 반응이 7.9%이며 분위기는 肯定的인 반응이 45.6%, 부정적인 반응이 8.3%이며 價格의 側面에서는 肯定的인 반응이 23.4%, 부정적인 반응이 22.5%로 나타나고 있다. 이렇게 볼 때 觀光여행자들의 특이한 欲求水準은 宿泊施設利用에 따른 요금에 대해서22.5%가 不滿足하다는 반응을 보이는 것이다.*

식당을 이용할 경우 음식의 종류, 맛, 식당의 청결도,가격 등을 만족, 불만족 요인의 기준으로 보면 다음과 같다.

식당을 이용한 觀光客의 만족도를 보면 음식의 종류에 있어서는 36%가 만족함을 나타내고 13%가 불만족 수준에 있었다. 맛의 경우는 38%가 만족수준에 있었고 불만족 수준은 13%에 있었으며 식당의 청결도에 있어서는 만족수준이 33%, 불만족수준이 15%로 나타났다. 가격에 있어서는 35%가 만족수준에

있었고 27%가 불만족 수준에 있었다. 결과적으로 볼 때 식당은 10%가 넘는 불만족 수준은 改善되어야 될 것이며, 가격에 있어서 27%가 되는 불만족수준은 가격으로 인해 식당의 이미지를 흐리게 할 수 있다.

이러한 원인은 시설이용 그 自體에 불만족함이 있기 때문에 숙박시설이용에 따른 요금지불이 불만족하다는 것으로 받아들일 수 있다. 따라서 觀光産業이 發展되기 위해서는 觀光事業主體別로 消費者의 欲求를 充足시켜 줄 수 있는 施設의 改善, 서어비스水準의 質的向上 등에 努力을 기울여야 될 것이다. 아직도 전통적이고 전근대적인 方法으로 觀光者를 수용하고 있다면 濟州地域의 觀光이미지를 흐리게 할 것이다. 그러나 고도의 수준으로 서어비스를 향상시킬 경우 濟州觀光의 發展을 촉진시킬 수 있으리라고 전망되며 새로운 서어비스의 開發은 觀光企業主體別로 特性을 살려야 하는데 이러한 課題는 앞으로 더욱 연구되어야 할 分野이라고 제안한다.

4) 交通手段 利用의 側面

假說5, 假說10, 假說13을 통하여 交通手段利用形態, 利用滿足度,등을 檢證한 結果, 年齡에 따라서 교통수단이용형태는 差異가 있었으나 교통수단이용만족도에서는 차이가 없었다. 이러한 現象을 糾明해 보면 다음과 같은 特徵을 가지고 있다고 할 수 있다.

觀光여행자들이 利用한 교통수단은 賃貸乘用車(rent-a-car)가 50.4%로 제일 높은 比重을 차지하고 있으며,그 다음이 觀光專賃버스가 27.1%, 택시가 16.1% 順으로 되어 있으며 年齡別로는 20代와 50代의 階層은 觀光專賃버스를 제일 많이 利用하고 있는 반면 30代와 40代는 賃貸車를 제일 많이 利用하고 있다. 따라서 이들의 利用한 교통수단의 滿足水準을 보면 案內面에 있어서는 "만족"이 84% "보통"이 15% 불만족이 1%로 반응을 보이고 있어서 친절한 안내가 이루어진다고 볼 수 있다. 서어비스면에 있어서도 案內面과 대동소이한 反應을 보였으며, 교통수단의 청결도에 있어서는 만족이 70%, 보통이 27%, 불만족이 3%라는 반응을 보였고 교통요금의 측면에 있어서는 만족이 47%, 보통이 47%, 불만족이 7%라는 반응을 보였다.

한편 表39에서 제시된 資料에 의하여 항공·선박이용자의 만족수준을 살펴보면 서어비스나 요금의 면에서 모두 항공편 이용자가 선박편 이용자보다도 만족수준이 높은데 불만족수준은 선박편 이용자가 그 比重이 높았다.

특히 선박에 관련된 企業들은 이러한 現象을 認識하고 改善해 나갈 때 觀光需要를 創出할 수·있다. 따라서 모든 교통관련 기업들이 消費者欲求 充足을 위해서 獻身할 때 觀光機會의 조성과 더불어 觀光需要를 증대시킬 것이며, 觀光産業도 發展하게 될 것이다. 이들 기업이 어떠한 促進戰略을 樹立 施行해야 할 것인가는 교통수단별로 促進要素를 統合시킨 후 적용되어야 할 것인데 어떠한 Program으로 訴求할 것인가는 관련기업별로 더욱 연구 해야될 課題라고 보아진다.

5) 旅行動機에 관한 側面

여행동기를 어디에서 얻었는가를 알아보는 것은 관광사업의 發展方向을 모색하는데 重點을 둔 것이며 또한 어떠한 情報를 어떠한 方法으로 訴求해야 할 것인가를 찾아내는 것도 위와 마찬가지의 方向을 모색하는데 중점을 둔 것이다. 가설7에서 분석되고 있는 바와 같이 여행동기에 관한 특징은 년령별로 차이를 두고 있으며 動機誘發媒體의 效果는 여행사나 친구의 권유 등에 의해서 이루어지고 있으며, 이들의 필요한 情報는 觀光受容態勢와 各種料金에 관하여 63.7%라는 比重을 두고 있고, 觀光에 관한 必要情報를 獲得하는 方法은 70.1%가 觀光여행사와 T.V매체로 나타났다.

이러한 現象을 고려한다면 表23에서 제시된 바와 같이 순수관광과 단체관광이 주류를 이루고 있음에 따라서 觀光促進活動을 展開할 때 媒體는 旅行社와 T.V에 의존되어야 할 것이다. 특히 宿泊施設의 情報, 各種 料金 등에 중점을 둠으로서 그들의 欲求를 刺戟시킬 수 있을 것이다.

6) 記念商品購買의 側面

觀光客들이 現地에서 購買한 記念品의 購買形態를 보면 구매종류수에 있어서는 1개종류가 55%로 제일 높고 2개종류 구입은 30%로 그 다음이다.구매목적에 있어서는 선물용이 48%, 다목적이 26% 여행기념 24% 등이며, 선택기준에 있어서는 향토품목이 65%, 미관 디자인이 12%, 필수품이 11%로 나타났다. 상품을 구매하게 된 동기에 있어서는 자신의 결정이 71%, 직원 안내양의 권유가 14%, 동료의 권유가 11%이며, 기념상품의 內容에 있어서는 과일 어류종류가 32.9%, 기념품이 27.8%, 석제품 19.5%, 산호제품 1.8% 순으로 나타났다. 기념품구매에 따른 소비자의 년령계층에 따른 差異分析에 있어서는 구매종류의 측면에서만 차이가 있었을 뿐이며, 그 이외의 형태에서는 차이가 없었다. 記念品購買에 따른 消費者의 滿足水準을 보면 價格的인 면에 있어서는 만족이 32%, 보통이 56%, 불만족이 9%인 반응을 보였고, 品質面에 있어서는 만족이 38%, 보통이 56%, 불만족이 6%에 있었다. 또한 多樣性의 側面에 있어서는 만족이 40%, 불만족 15%로 되어 있으며, 包裝面에 있어서는 만족이 33%, 불만족이 13%인 반응을 보였다. 이를 종합해 보면 만족수준이 높은 측면은 다양성에 있었으며 낮은 수준은 가격의 측면에서 찾을 수 있다. 또한 불만족의 수준은 다양성에서 제일 높은 반면 가격의 측면에서는 낮은 수준에 있었다. 기념상품의 경우 다소 좋은 평가를 받고 있는 側面은 品質面에서 찾을 수 있다.따라서 記念品購買에 대한 促進努力은 적정한 價格을 維持할 수 있어야 될 것이고 記念商品의 多樣化를 꾀하여야 될 것이다.

觀光商品의 構成要素는 無形財로서의 個別商品인 宿泊施設, 交通手段, 食堂施設, 觀光對象, 其他의 觀光施設 등이며 이러한 構成要素는 모두가 서어비스의 관점에서 파악되어야 하는 것이다. 즉, 觀光商品의 購買는 一般商品과 같이 所有權 移轉을 의미하는 것이 아니고 서어비스인 移用權의 購買를 의미하는 것이다. 그러나 觀光欲求의 充足은 이러한 서어비스의 滿足에서만 비롯되는 것이 아니고 觀光과 관련된 모든 現象의 滿足에서 비롯되고 있는 것이다. 이러한 관점에서 만족 수준을알아본 결과 모든 商品의 價格面에서는 "不滿足하다"는 반응이 상대적으로 높았다. 따라서 觀光關聯 企業은 不滿足을 改善하는데 노력과 細部的인 戰略이 수립되어야 한다. 滿足하다는 쪽 보다는 불만족하다로 要因을 改善해야 하는

제주대학교 중앙도서관
JEJU NATIONAL UNIVERSITY LIBRARY

理由는 전체에 미치는 波及効果가 만족보다는 불만족 요인이 더 크기 때문이다.

7) 觀光資源의 側面

觀光資源要素別 분류(表40 참조)에 보면 편의시설이 60%, 자연경관이 77%, 문화시설이 51%로 대체로 높은 긍정적 반응을 보이고 있으며 불만족에 대해서는 편익시설이 6%, 자연경관 1% 문화시설이 10%로 좋은 결과로 받아들여지고 있다. 여기서는 자연경관을 감상함으로써 대체로 만족함을느끼는 것은 관광효과가 이들 요소에서 나타나고 있음을 의미하는 것이다. 그런데 濟州地域觀光資源의 自然的인 資源에 限定된다면 획일적인 觀光과 觀光日程의 단축 관광파급효과의 減少 등의 課題가 自招된다.

관광자원 본포의 측면에서 차이분석결과 자연자원과 편익시설,문화시설 사이에는 차이가 있음을 나타내 주고 있는데 이는 서로 혼합되지 못한 결과라고 볼 수 있다. 또한 관광자원요소별 만족도 분석에 있어서도 자연적인 자원에서는 차이가 없으나 인문자원인 민속마을 관람이나 하이킹 산책에도 수준에 차이가 있음을 시사하고 있다.

8) 불만족 요인의 제거

〈表37〉 濟 州 觀 光 不 滿 要 因

불만요인 \ 년령별		20~29세	30~39세	40~49세	50세이상	계	비 고
불만족요인	택시운전사불친절	6(5.8)	2(2.8)			8(3.7)	
	종사원팁강요	1(0.9)	1(1.4)			2(0.9)	
	관광위락시설부족	27(26.4)	20(28.9)	5(16.6)	4(25)	56(25.9)	1
	신뢰할수없는쇼핑	13(12.7)	10(14.4)		3(18.7)	26(11.9)	4
	숙박시설부족	15(14.7)	17(24.6)	5(16.6)	5(31.2)	42(19.4)	3
	관광안내시설부족	21(20.6)	11(15.9)	8(26.6)	3(18.7)	43(19.8)	2
	관광농원바가지요금	13(12.7)	3(4.3)	3(10)	1(6.3)	20(9.2)	5
	기타요원	6(5.9)	5(7.2)	9(30)		20(9.2)	
계		100(100)	69(100)	30(100)	16(100)	217(100)	(무응답1)

註) %는 列比率
資料 : 筆者가 作成

제주대학교 중앙도서관 JEJU NATIONAL UNIVERSITY LIBRARY

관광여행활동을 하고 있는 당사자에게는 필연적으로 滿足感이 있으면 相對的으로 不滿足感이 있기 마련이다. 어떠한 집단을 식별하는데는 여러가지 方法이 있겠으나 처음으로 대면하는 消費者를 識別하는데 가장 용이한 方法은 相對方의 인상과 외모에 의한 판단기준으로서 年齡別로 細分化하는 것이라

할 수 있다. 이러한 基準에 입각하여 관광객의 年齡 계층별로 관광여행중 不滿足感을 자아내게 했던 要因을 1個項目에 限定하여 체크하도록 誘導한 結果 (표42)에서 제시된 바와 같이 전체 25.9%가 관광위락시설 부족이며 그 다음이 관광안내시설부족19.8%, 숙박시설부족 19.4% 順으로 되어 있다. 이상의 內容을 年齡變數를 基準으로 분류하여 보면 다음과 같다.

20대에 있어서 불만족 요인은 1 관광위락시설부족(26.4%) 2 관광안내시설 부족(20.6%) 3 숙박시설 부족(14.7%)이고, 30대, 1 관광위락시설부족(28.9%) 2 숙박시설부족(24.6%) 3 관광안내시설 부족(15.9%)이고, 40대, 1 관광안내시설 부족(26.6%) 2 관광위락시설 부족과 숙박시설 부족이 16.6%로 동일하다. 50대이상 계층은 1 숙박시설 부족 31.2%, 2 관광 위락시설 부족과 신뢰할 수 없는 쇼핑기회가 똑같이 18.7%로 3대순위에 올라있다. 즉 20대, 30대, 40대, 50대계층 등은 불만족 요인을 나타내는과정에서 각기 차이가 있음을 시사하고 있다. 20대와 30대의 계층은 모든 측면에서 불만족함을 나타냈지만 40대와 50대는 택시운전사의 불친절, 종업원 팁강요, 복합적인 요소 등에서 불만족을 느끼지 않다는 반응을 보여 的要素에 의한 불만족이 없어서 웃어른을 공경하는 미풍양속이 곁들여 있음을 볼 수 있다.

이러한 不滿足要因은 관광발전에 커다란 沮害要素가 되고 있으므로 이를 改善하는 일이 가장 중요하다고 볼 수 있다. 즉, 만족하다는 表現에서 창출될수 있는 效益보다 不滿足에서 表現되는 파급효과가 관광지로써의 가치를 떨어뜨리는 결과가 더 큰 저해요인이 되기 때문이다.

9) 觀光開發을 爲한 觀光者 意見

〈표38〉은 觀光産業을 發展시키기 위한 다음의 6가지 質問事項을 基準으로 分析된 觀光者 意見의 內容이다.

〈表 38 〉 觀光開發을 위한 觀光者 意見

구 분	(1)관 광 자원개발	(2) 관 광 루트체계	(3) 관 광 동기부여	(4) 매 체 이용광고	(5) 관 광 비용저렴화	(6)제주도 이 미 지	계
20 ~ 29 세	19(18.6)	13(12.7)	19(18.6)	2(1.9)	29(28.4)	20(19.6)	102(100)
30 ~ 39 세	16(23.1)	9(13.0)	8(11.6)	10(14.5)	13(18.8)	13(18.8)	69(100)
40 ~ 49 세	4(13.3)	3(10)	4(13.3)	2(6.7)	2(6.7)	15(50)	30(100)
50 세 이 상	6(35.3)		1(5.8)	2(11.8)	5(29.4)	3(17.6)	17(100)
계	45(20.6)	25(11.5)	32(14.7)	16(7.3)	49(22.5)	51(23.4)	218(100)

註) %는 行比率
資料 : 筆者가 作成

즉①관광자원을 개발시켜야 한다.②관광루트를 체계화 시켜야 한다.③관광활동을 할 수 있도록 관광동기(Motivation)를 강화한다.④매체를 통하여 廣告 등 促進活動을 강화한다.⑤觀光旅行에 所要되는 비용을

저렴화 시킨다.⑥國民觀光의 機會를 넓혀 나아갈 수 있도록 濟州道 이미지를 부각시킨다. 라는 6개 項目中 觀光客의 입장으로써 실제적으로 필요하다는 項目 1개만을 선택하도록 한 바(표43)와 같은 반응을 보이고 있는데, 전체적인 입장에서의 반응을 보면 "濟州道의 이미지를 부각 시킨다"라는 項目이 23.4%로 가장 높고, 그 다음이 관광비용 저렴화 22.5%, 관광자원 개발이 20.6% 順이다.

年齡別 집단에 의한 제안순위는 다음과 같다. 20대에 있어서는 관광비용 저렴화가 28.4%로 가장 높았으며, 30대에 있어서는 관광자원 開發이 필요하다가 23.1%로 가장 높았다. 40대에 있어서는 제일 높은 項目은 제주도 이미지 부각이 50%였으며, 50대에 있어서는 관광자원개발이 필요하다고 한 반응이 35.3%로 가장 높은 반응을 보였다.

관광객에게 어떠한 정책으로 관광활동을 촉진시킬 수 있을 것인가에 대해서는 "제주도 이미지 부각", "관광비용 저렴화", "관광자원개발의 필요" 등이 주축을 이루고 있어서 이를 반영해야 할 것이다. 즉, "제주도"라는 상징적인 슬로우건을 찾아야 할 것이며 촉진활동을 전개할 때 상징적인 슬로우건으로 효율적 方案을 모색하여야 할 것이다.

10) 再訪問에 대한 觀光者 意見

(表39)에서는 年齡別 집단으로 區分한 후 재차 방문의 정도를 알아 본 결과 전체적으로는 "기회가 나면 오겠다"가 67.8%로 제일 높고 , "꼭 오겠다" 23.4%, "생각해 보겠다" 6.9%, "잘모르겠다" 1.8% 順으로 되어 있어서 反應은 92.3%에 해당하는 觀光客이 再訪問의 意思를 지니고 있다.

(表40)에서는 ①상품구매 만족도 ②교통수단 이용 만족도 ③식당이용만족도 ④숙박시설 이용 만족도 ⑤항공·선박이용 만족도별로 재차 방문여부를 알아본 결과 꼭 오겠다고 응답한 반응은 위 만족도별로 모든 항목이 "보통과 불만족"보다는 "만족" 계층에서가 더 높은 반응을 나타내고 있다. "기회가 나면 오겠다"고 응답한 반응은 모든 계층에서 "보통"이다는 계층이 "만족"과 "불만족" 계층보다 더높게 나타나고 있다. "생각해 보겠다"고 응답한 반응은 "불만족"하다는 계층이 거의 반응을 나타내지 않은 반면 "만족","보통"에서는 微微한 반응을 나타내고 있다. "잘 모르겠다"고 응답한 반응은 거의 微細한 반응을 보이고 있으나 만족하더라도 부정적인 반응을 나타내고 있음을 알 수 있다.

따라서 觀光消費者들을 보다 친숙하게 밀착시키기 위해서는 이들의 離道前에 觀光商品의 側面만이 아니고 메모지, 안내도 등 枝葉的인 면에서도 정성과 서어비스를 제공함으로써 더욱 감명받게 될 것이고 이능 歸鄕後 marketing leader로써의 役割을 遂行하는데 原動力이 될 것이다.

〈表 39〉 재 차 방 문 조 사 표 Ⅰ

구 분		재 차 방 문 (%)				
		꼭 오겠다	기회가 나면 오겠다	생각해보겠다	잘모르겠다	계
년령별	20 ~ 29 세	27(26.5)	66(64.7)	7(6.8)	2(1.9)	102(46.7)
	30 ~ 39 세	13(18.8)	50(72.5)	5(72.5)	1(1.4)	69(31.6)
	40 ~ 49 세	8(26.6)	20(66.6)	2(6.6)		30(13.7)
	50 ~ 59 세	3(17.6)	12(70.6)	1(5.9)	1(5.9)	17(7.8)
	계	51(23.4)	148(67.8)	15(6.9)	4(1.8)	218(100)

註) %는 行比率
資料 : 筆者가 作成

〈表 40〉 재 차 방 문 조 사 표 Ⅱ

구 분		재 차 방 문 (%)				
		꼭 오겠다	기회가 나면 오겠다	생각해보겠다	잘모르겠다	계
상품구매만족도 (1)	만 족	26(30.6)	55(65.5)	2(2.3)	1(1.2)	84(100)
	보 통	22(18.3)	84(70.0)	12(10.0)	2(2.0)	120(100)
	불만족	1(12.5)	6(75.0)		1(12.5)	8(100)
	계	49(23.1)	145(68.4)	14(6.6)	4(1.9)	212(100)
교통수단 이용만족도 (2)	만 족	46(26.1)	116(65.9)	11(6.3)	3(1.7)	176(100)
	보 통	5(12.2)	31(75.6)	4(9.6)	1(2.4)	41(100)
	불만족		1(100)			1(100)
	계	51(23.4)	148(67.8)	15(7.0)	4(1.8)	218(100)
식당 이용만족도 (3)	만 족	35(36.5)	55(57.3)	4(4.2)	2(2.1)	96(100)
	보 통	15(13.4)	86(76.8)	10(8.9)	1(0.9)	112(100)
	불만족	1(10.0)	7(70.0)	1(10.0)	1(10.0)	10(100)
	계	51(24.1)	148(67.8)	15(6.9)	4(1.8)	218(100)

제주대학교 중앙도서관 JEJU NATIONAL UNIVERSITY LIBRARY

구 분		제 차 방 문				
		꼭 오겠다.	기회가 있으면 오겠다.	생각해보겠다.	잘 모르겠다.	계
숙박시설 이용만족도 (4)	만 족	40(29.0)	88(63.8)	8(5.8)	2(1.4)	138(100)
	보 통	9(12.9)	54(77.1)	6(8.6)	1(1.4)	70(100)
	불만족	1(10.0)	6(60.0)	1(10.0)	1(10.0)	9(100)
	계	50(23.0)	148(68.2)	15(6.9)	4(1.8)	217(100)
항공·선박 이용만족도 (5)	만 족	35(29.4)	76(63.8)	7(5.9)	1(0.8)	119(100)
	보 통	15(19.0)	59(74.7)	5(6.3)		79(100)
	불만족	1(5.0)	13(65.9)	3(15.0)	3(15.0)	20(100)
	계	51(23.4)	148(67.9)	15(6.9)	4(1.8)	218(100)

註) %는 行比率
資料 : 筆者가 作成

제주대학교 중앙도서관
JEJU NATIONAL UNIVERSITY LIBRARY

2 . 現實的인 問題點과 改善方案

1) 問 題 點

觀光産業을 發展시키기 위한 現實的인 課題는 促進戰略에 대한 저해요인을 제거해야 되는 것이다. 제2장 제2절에서 밝힌 바와 같이 문제점의 유형을 ①國家政策的인 問題, ②地方行政機關의 政策推進上 問題, ③ 其他 産業的 차원에서의 문제로 區分할 수 있다.

(1)國家政策的인 問題

觀光綜合開發計劃上 全國的인 권역계획의 중심을 둠으로서 관광자원의 多樣化에 지장을 초래하는 등 觀光政策上의 不一致하는 現象을 낳게하고 있다. 또한 觀光루트의 체계화문제 수용태세의 문제 국가이미지의 문제, 현행 促進活動上의 문제 등을 들 수 있다.

(2)地方行政機關의 政策樹立 및 推進의 問題

道綜合開發, 特定地域綜合開發計劃등을 推進하는 統制, 管理機構의 多元化問題와 計劃을 추진함으로써 얻어진 效益이 地方經濟 活性化에 이바지하지 못하고 있다.

(3) 其他의 問題

觀光産業의 發展을 위한 促進策을 마련해 놓고 있으나 理論的으로 뒷받침해 줄수 있는 提案 내지 參與의 不在로 發展을 劃期的으로 達成하지 못하고 있으며 國民觀光인 경우 1인당 경비 지출이 2박3일 기준으로 7만원선이며, 外國人인 경우 1인당 35만원선 으로 소비되고 있음은 觀光이 산업적 차원에서 發達되지 못하고 있음을 지적하는 것이며 최근에 개최된 ASTA총회, '86아시안게임 등 國際的인 行事를 개최하였음에도 同期間에 本道를 訪問한 外國人은 각 각 40여명에 그쳤다는 現實的인 문제를 발생시켰다.[54] 또한 促進策으로는 弘報, 선전 등을 주축으로 하고 있다는 데에도 문제가 있다.

2) 改善方案

(1) 政府側의 役割

1 政治, 經濟의 安定과 社會紀綱을 확립, 2 왜곡된 국가의 역사 수정과 설득적 국가이미지 開發, 3 觀光開發計劃—圈域開發計劃, 道綜合開發計劃,特定地域綜合開發計劃—등의 綜合的 體系(Toral system) 마련, 4 관광기반 시설의 균형적 확충, 5 관광행정의 체질개선—관광질서, 지역경제, 국민경제 등—에 노력을 기울여야 할 것이다.

(2) 한국관광공사

1 대외적인 마아케팅戰略은 지역적 특성을 감안 이를 促進戰略으로 삼아야 하며, 서울,경주, 부산, 설악산 등 특정지역에 편중된 전략을 지양하여야 할 것이다., 2 質的으로 우수한 觀光從事員의 大量育成과 3 國民觀光의 促進機會를 助成하여야 할 것이다.

제주대학교 중앙도서관
JEJU NATIONAL UNIVERSITY LIBRARY

(3) 觀光協會

1 觀光地의 觀光從事業體 從事員의 성장 계획을 수립 추진하고, 2 덤핑관광이나 음성관광등 관광저해요소를 척결하여야 하며 , 3 산하단체의 수용태세를 마련하는데 원조하여야 한다. 4 또한 관광정보망 형성과 체계적 관광활동을 할 수 있는 여건을 조성하여야 한다.

(4) 지방행정기관

1 범도민 관광안내자를 육성할 수 있는 동기를 부여해야 하고, 2 마아케팅 理論 즉, 廣告, 人的販賣, 販賣促進, PR 및 弘報등에 입각한 觀光客 誘致戰略을 마련하여야 하며, 3 歸鄕觀光客의 管理, 歸鄕後 管理, 4 不請 觀光客의 管理, 5 觀光基盤施設의 均衡開發 등이다.

54) 濟州新聞, 1986. 10. 社說參照

V. 結　　論

觀光産業을 發展시키기 위한 努力은 현재에 이르러서 各界의 관심이 고조되고 있다. 이러한 努力의결과 거시적으로는 國力의 바탕임과 동시에 域內的으로 地域經濟의 原動力이 되고 있음을 잘 나타내 주고 있다. 그러나 努力과 그 結果가 중요하겠지만 現實的인 문제와 未來指向的 方向이 合理的으로 設定되지 못하고 그 努力도 各各 分散하게 된다면 觀光産業의 座標를 잃게 될 것이다. 이러한 점을 감안한다면 觀光에 관한 모든 活動을 管理할 수 있는 管理體制가 마련되어야 할 것이다.

本 硏究는 現在 세계적으로 急增되고 있는 國民觀光 및 國際觀光의 現像을 認識하고 濟州地域의 觀光産業을 마아케팅 理論에 基礎하여 觀光産業의 促進戰略을 마련하는데 힘을 기울여 보았다.

促進戰略을 樹立하는 데에는 마아케팅理論에 의한 促進要素의 믹스와 促進戰略에 관한 意思決定의 흐름을 認識해야 할 것이다. 여기에는 市場調査, 市場開拓, 市場細分化로 標的市場을 選定하여야 할 것이며 마아케팅믹스의 創出과 마아케팅組織의 변경에 의해서 그 技法을 活用하여야 할 것이며 觀光産業의 特性을 감안한 소비자의 욕구, 서어비스의 특성을 고려하여 標的市場에서의 促進努力이 實行되어야 할 것이다. 따라서 마아케팅戰略은 이러한 理論的 바탕위에서 樹立 推進되어야 할 것이며 그 方向은 근시안적인 마아케팅戰略 보다는 미래지향적인 方向으로 展開되어야 할 것이다.

本 硏究에서는 觀光消費者의 觀光商品 購買에 관한 現場調査를 바탕으로 實證的인 考察을 하였으며 그 中心은 第4章에서 提示된 假說을 檢證함으로서 現象을 糾明하고 促進方案과 문제점 改善方案을 摸索하는데 주력하였다. 또한 現實的으로 解決되어야 할 課題를 中心으로 改善方案을 제언하였다. 假說검증의 결과 가장 중요한 사실은 여행자의 個人的 特性이 다양하게 나타나고 있는 사실이며 이에 대한 促進方案은 消費者에 알맞는 제품이나 상품을 만들어내는 것이 아니라 濟州道라는 觀光商品을 購買할 수 있는 消費者를 發見하여 이들에게 促進努力을 실행하는 것이 중요한 것이다.

가. 促進方法

濟州道를 찾아오는 觀光旅行者를 대상으로 濟州地域의 觀光商品 購買結果에서 얻어진 觀光性向, 觀光滿足水準, 觀光對象選好度, 不滿足要因 등을 分析 및 檢證結果에 의해 다음과 같은 促進方案을 提案하는 것이다.

1) 觀光形態를 보면 個人 보다는 團體觀光이 주축을 이루고 있으며 觀光目的에 있어서는 純粹觀光이 주축을 이루고 있다. 따라서 濟州觀光商品을 訴求하는 데에는 단체나 집단을 대상으로 설득력을 행사할 수 있는 人的販賣와 販賣促進要素에 의하는 것이 효과적이며 또한 促進要素의 Mix로 전개되어야 한다.

2) 觀光旅行日程에 있어서는 2泊3日 基準이 주축을 이루고 있다. 따라서 促進方案으로는 바람직한 觀光을 하기 위해서는 4泊5日 이상의 일정을 세우도록 하여야 하며, 이러한 일정을 觀光者들이 收容할

수 있도록 觀光資源을 다양화 시켜야 하고, 자연자원에 의존된 觀光對象을 수직적 수평적으로 확대시켜 인문자원이 보완적 기능을 발휘하도록 통합되어야 한다.

3) 觀光經費에 있어서는 1인1일 평균 3만원 내지 5만원선에서 지출되고 있었으며 觀光客들이 不滿足은 상품구입시 가격에 대해서 높은 반응을 보였다. 따라서 관광경비의 측면에서 改善을 하여야 할 것은 記念品 가격의 정찰제와 그 이외에 公式 非公式 經費를 告知하여야 하는데 있다. 특히 서어비스의 特性을 감안하여 사전에 불만족을 배제 할 수 있도록 관광기업안내자의 역할을 강조하여야 할 것이다.

4) 觀光滿足度의 水準에 있어서는 年齡別로 유의적인 차이를 보이고 있다. 이러한 現象은 濟州觀光商品이 消費者의 欲求滿足에 기여하고 있지 못함을 나타내는 것이라고 할 수 있다.
따라서 觀光企業從事者는 서어비스의 特性을 감안 "販賣-購買"의 關係가 成立될 수 있도록 하고 支出과 報償이 均衡을 이룰 수 있는 人的關係가 이루어져야 한다.즉, 觀光旅行者들에게 보다 나은 만족감을 가져다 줄 수 있는 觀光資源을 開發하여야 하며 開發된 觀光資源은 觀光對象으로 活用되어야 할 것이다.

6) 觀光對象에 대한 선호도를 보면 自然的인 觀光資源 즉 해안 절벽,자연동굴, 한라산, 폭포, 고원 등을 들 수 있는데 觀光客들의 좋아하는 觀光對象은 自然的인 觀光對象에 있다. 그러나 觀光客들의 不滿要因은 관광위락 시설의 부족과 관광안내시설의 부족 등에 높은 반응을 나타내었다. 이러한 현상은 시간과 공간을 조화시키는 人文資源의 부족과 리크리에이션 활동 공간의 부족에 기인한 것이라고 볼 수 있는데, 앞으로 開發方向은 人文觀光施設의 확충과 더불어 活動空間을 넓혀 나가는데 주력하여야 할 것이다.

제주대학교 중앙도서관
JEJU NATIONAL UNIVERSITY LIBRARY

나. 問題點의 改善方案

觀光業體들은 현실적으로 부당한 觀光産業發展의 阻害要因을 發見하고 이를 改善하는데 노력을 기울여야 할 것이다.가장 중점적으로 개선해야 될 문제점을 보면 다음과 같이 요약될 수 있다.

첫째, 國家이미지의 改善 및 수정에 대한 것으로써 外國의 歷史敎科書에 의하면 한국은 戰爭중인 나라, 구호물자로 사는 나라, 정치적으로 불안하고 미개한 국가 등으로 소개되고 있다. 이러한 부당한 이미지 때문에 外國人들의 한국 관광기회를 놓치게 되고 있으며 다른 나라에 비해 상대적으로 적은 편이다. 따라서 外交的인 次元에서 韓國의 이미지를 改善하는 일과 觀光廣告에 주력하여야 할 것이다.

둘째, 해외관광 광고의 편중성에 대한 것으로써 한국관광공사에 의해서 시행되고 있는 해외관광의 실태를 보면 특정지역의 觀光所在를 이용하여 광고하고 있으며 시기별로도 9월에서 11월까지 집중된 광고현상을 들 수 있다. 이러한 현상은 한국관광의 意思決定에 역행을 초래하게 될 것이다.

세째, 觀光行政의 體質改善에 관한 것으로써 권역개발계획, 종합개발계획, 특정지역종합개발계획 등의 觀光開發計劃을 전체적으로 統合해야 할 것이며, 잠재고객에게 觀光動機를 부여할 수 있는 觀光情報網을 構築해야 할 것이고, 觀光所得이 國民經濟와 地域經濟에 이바지 할 수 있는 制度的인 장치가 마련되어야 한다. 또한 현실적으로 침체된 國民觀光을 促進시킬 수 있어야 하겠고, 觀光基盤施設의 均衡開發과

觀光서어비스의 充實化를 이룩해야 할 것이며, 더 많은 觀光客을 誘致하기 위해서는 마아케팅理論에 立脚한 促進戰略을 導入, 適用하여야 할 것이다.

끝으로 促進戰略에 關한 本 硏究는 觀光者를 對象으로 한 設問調査結果에 의해서 假說檢證을 하였으며, 이에 따른 促進方案을 提示하였다. 그리고 2次 資料에 의해서 문제점을 찾아내고 이에 대한 改善方案을 提示한 것이다.

제주대학교 중앙도서관
JEJU NATIONAL UNIVERSITY LIBRARY

參 考 文 獻

I. 國內文獻

(書 籍)

金東基,「마아케팅原論」, 서울, 博英社, 1986.

金相勳,「觀光學槪論」, 서울, 集文堂, 1983.

金元鉄,「廣告學槪論」, 서울, 經文社, 1983.

_____,「마아케팅管理論」, 서울, 經文社, 1985.

_____,「마아케팅 情報시스템론」, 서울, 博英社, 1979.

金正培 鄭承鎰,「觀光資源論」, 대구, 螢雪出版社, 1983.

金震燮,「觀光事業論」, 同和文化社, 1978.

_____,「觀光學理論과 實際」, 남영문화사, 1983.

金忠鎬,「觀光事業經營」, 서울, 남영文化社, 1983.

宋容燮,「現代마아케팅論」, 법문사, 1982.

孫大鉉,「관광마켓팅論」, 서울, 日新社, 1985.

柳東根,「促進戰略論」, 鮮一文化社, 1983.

兪鵬老,「마아케팅戰略」, 서울, 敎文社, 1984.

李 根,「觀光資源論」, 韓一文化社, 1984.

韓義泳,「마아케팅 管理論」, 서울, 茶山出版社, 1984.

한희영·김원수外 共著,「경영학핸드북」, 서울, 서울대학교 출판부, 1980.

한국관광협회,「한국관광발전사」, 한국관광협회편, 1984.

한국생산성본부,「판매촉진」, 한국생산성본부, 1985.

제주대학교 중앙도서관 JEJU NATIONAL UNIVERSITY LIBRARY

(論 文)

高南旭,「제주지역의 관광산업진흥방안」, 耽羅文化 4호, 1985.

高錫勉,「韓國觀光産業의 振興方案에 關한 考察」, 서을 경희대학교 경영대학원, 1982.

高永琓,「濟州道觀光開發의 발걸음」, 濟州道, 1986.

권명광,「시장조사 분석을 통한 장기광고 戰略수립」, 광고정보, 85. 9.

金敬昊,「제주권 호텔업의 촉진활동에 관한 고찰:객실경영을 중심으로」, 제주대학교, 논문집 제18집

(사회과학편), 1984.
_____, 「濟州圈域 觀光宿泊業에 관한 考察」, 濟州大 耽羅文化 1號, 1982.
_____, 「濟州圈 觀光商品의 企劃과 促進課題」, 濟州大 觀光開發研究所 論文集 제3호, 1986.
金泰保, 「解放後 濟州道研究」, 耽羅文化 4號, 1986.
金忠鎬, 「21세기를 향한 관광의 사회적 변화와 미래상」, 경기대, 관광연구논집 제3집, 1986.
孫大鉉, 「한국 관광마아케팅 戰略 전개에 관한 연구 행정문제 논집」, 제5집(한양대), 1984.
孫海植, 「韓國觀光産業의 마아케팅戰略에 관한 연구」, 부산대학교 대학원, 1979.
孫海德, 「서어비스산업 마아케팅에 관한 연구」, 부산대학원, 1981.
吳政煥, 「서어비스산업의 특성에 관한 연구」, 경기대학교 관광개발연구소 관광연구논집, 제3집, 1986.
尹元九, 「올림픽 광고」, 광고정보, 85. 9月號.
崔丙龍, 「消費者 滿足, 不滿足에 관한 研究」, 동국대학교 대학원, 1986. 2.
崔泰光, 「광고없는 관광산업, 販賣없는 企業活動」, 서울 광고정보, 1985. 9月號
한국관광협회, 「미래를 향한 관광활동의 전망」, 월간관광, 1985. 6月
현치방, 「道制實施 40년의 發展相」, 제주도, 1986.

(資　料)

제주대학교 중앙도서관
JEJU NATIONAL UNIVERSITY LIBRARY

교통부, 한국관광공사, 「한국관광통계」, 1985.
제주도 「제주도지」, 1982.
_____, 「제주통계연보」, 1986. p46.
_____, 「특정지역 제주도종합개발계획」, (제4집) 1985.
주간조선 880호, 1986. 1月.
한국관광공사, 「미국관광시장동향 및 마아케팅戰略」, 1986.
_____, 「'84년 주요업무계획 해설」, 1984.
_____, 「1984年 全國民旅行動態調査」, 1984.
_____, 「한국관광자원 총람」, 1981.
한국관광협회, 「한국관광의 오늘과 내일」, 1975.

II. 外國文獻(서적)

Booms. B. H. & Mary. J.Bitner, "marketing Strategy &Organization structure for service Firms", 1981.

Kotler. P, "Marketing Management", prentice-Hall INC, 1984.

———— ,"Behavioral model for Analyzing Buyers", N.Y, Applenton cently-crofts, 1969.

Krippendorf. J, "Marketing et Tourism",Frankfurt, 1971.

McCarthy, "Basic Marketing; A managerial Approach", Richard D.Irwin, 1971.

Peters. M, "International Tourism", 1969.

Lowson T. and M.Baud.Bovy, "Tourism and Recreational Development", London;Architectural Pless, 1977.

Schmoll G.A, "Tourism promotion", London;Tocuism Internationul press, 1977.

Staneon W.J, "Fundamantals of manketing", 5th ed., 1978,11~412.

Zaltman G.K, Lemasters, and M. Hafring, "Theory construction in marketing;Some Toughts on Thinking", New york;John wiley & Sons, 1982.

出牛正芳編, "마아케팅메니지먼트用語사전", 東京白桃書房, 1970.

前田勇, 大森信治浪, "觀光 とン ーヅ", 月刊觀光, 1980. 4月.

鈴木忠義編, "現代觀光論", 東京 有斐閣雙書, 1974.

村田昭治,"마아케팅用語辭典", 日本經濟新聞社, 1978.

林周, "企業과 市場創造", 東京 有斐閣雙書, 1969.

제주대학교 중앙도서관 JEJU NATIONAL UNIVERSITY LIBRARY

(論 文)

Forrester. J.W, "A dvertising;Aproblem in industrial Dynanics", Halrevard Business Review(Vol. 48. No4).

Hunt.S.D. "The Nature and Scope of marketing", Journal of Marketing(Vol.40),

Irving. D.Caton,"Learning to low the Service ecomomy", Harvard Business Review, (May-Jane), 1984.

Kotler. P, "Megamarketing", Harvard Business Review(march-April);1986.

The university of Missori Tourism USA;Vol II,"Development Assessing your product and the market", U.S Dept. of Commerce, UST, 1978.

Thomas. J.A,"What Makes people Travel", ASTA Travel News(August) 1964.

Peter J.P. and J.C Olson,"Is Science marketing?", Journal of marketing, (Vol.47), 1983.

Levitt. T, "markering Intangible product and product Intangibles", Harvard Business Review, (may-June), 1981.

Rath well. J.M., "Marketing in the service sector", (MA:cambridge winthrop publishers), 1974.

Summary

An Empirical Study on the Development Plan of Promotion Strategy in Cheju Tourist Marketing

By Bo-sig Kang
Graduate School, cheju National University

The study of this thesis is focused on the search of development plan of promotion strategy in the tourist industry on the basis of marketing theory and under the recognition of the phenomena of national tourism and international tourism.

The promotion strategies on the basis of marketing theory are to select the target markets, to create the marketing mix, to execute the modification of the marketing organization and to take the characteristics of the tourist products and tourist consumers into consideration by means of market research, opening up new markets and market segmentation.

This study has analysed and verified the tourist consumers' inclination to purchase the tourist products and their degree of satisfaction through a field investigation and accordingly presented a promotion plan.

The summary of the contents is as follows.

1) Group and pure tourism is the leading mode in terms of Cheju tourism pattern. The effective promotion strategy to apply to this mode is the mixture of two promotive elements of personnel selling and sales promotion.
2) For the most part, the Cheju tourism schedule is made by the trip of three days and two nights. Desirable and more rewarding tourism is not yet sufficient. The tourism schedule must be extended to remove this insufficiency. In other words, it is necessary to develop tourist resources, especially the human and cultural resources, objects dependent on the natural resources of tourism to function vertically and horizontally.
3) The most important matters of concern of the tourists are to purchase the tourist products of Cheju Island, From this point of view, it is necessary to grasp and control the elements of dissatisfaction that muddy the atmosphere of tourism, when the tourists purchase the products. The biggest dissatisfaction of the tourists is about the price of the tourist products.

The tourist business must endeavor to improve this by means of kindness and swift service and develop continuous management.

4) According to the result of analysis, satisfaction differs with the tourists. This means that Cheju tourist products are not near to the satisfaction of the consumers. The tourist business, therefore, must be concerned in the combination of the tourist objects and the human services.

5) Seaside precipices, natural caves, Mt. Halla, waterfalls and plateaus are the main attraction among the Cheju tourist objects, and the elements of dissatisfaction are the shortage of tourist facilities and information bureaus. Taking this situation into consideration, the subsequent tourist development must be directed to amplification of the human tourist facilities and the space of activity.

6) The following practical problems are to be solved.

1 Improvement and modification of our country's image of 'being at war'

2 Originality of overseas tourist information and Introduction by regional groups

3 Integration of multi-lateral tourist development plan

4 Establishment of tourist intelligence networt

5 Contribution of the tourist income to the national and regional economy

6 Development of the tourist promotion plan between the regions

7 Balanced development of tourist facilities

8 Faithfulness to service

제주대학교 중앙도서관
JEJU NATIONAL UNIVERSITY LIBRARY

This study comes to the conclusion that the efforts the consideration more tourists must be made under for attracting more tourists must be made under the consideration of the characteristics of the tourist markets and from the side of marketing, and more concerns and efforts of the tourist business is requested.

설 문 지

안녕하십니까?

귀하의 제주도 방문을 진심으로 환영하는 바 입니다.

본 설문지는 제주도 관광산업을 발전시키기 위한 효과적인 방안을 제시하는데 기초자료를 얻기 위하여 마련된 것입니다. 귀하의 여행에 다소의 시간소비와 부담을 드리게 되어 죄송스럽게 생각되옵니다만, 귀하의 의견을 솔직하게 답해 주시면 제주도 관광산업발전의 방향제시에 많은 도움이 되리라 믿습니다. 본 조사 설문지의 귀하의 신상에 어떠한 폐도 끼치지 않을 것이며 학문적 연구에만 사용할 것임을 약속드립니다.

끝으로 본 설문지 작성에 솔직한 의견제시를 당부하오며, 귀하의 여행에 그리고 가정에 행운이 깃드시길 기원합니다.

1986년 5월 일

제주대학교 대학원 경영학과 강 보 식

제주대학교 중앙도서관
JEJU NATIONAL UNIVERSITY LIBRARY

* 해당란에 체크(V) 표시를 하여 주십시오

1. 제주도를 여행하게 된 동기는 어떻게 됩니까?

1 ( ) 여행사
2 ( ) 관광안내 책자
3 ( ) 매스컴, 라디오
4 ( ) 친구의 권유
5 ( ) 초청(회의,강연)
6 ( ) 기 타

2. 여행의 목적은 어떻게 됩니까?

1 ( ) 순수관광
2 ( ) 방문(고향,친지,친구)
3 ( ) 공 용
4 ( ) 상 용
5 ( ) 기 타

3. 금번제주도 방문은 몇번째 입니까?

1 ( ) 1 회
2 ( ) 2 회
3 ( ) 3 회
4 ( ) 4 회
5 ( ) 5회이상

4. 누구와 동행하십니까?

1 ( ) 혼 자　　2 ( ) 부 부

3 ( ) 가족단위　　명　　4 ( ) 친구, 친지　　명

5 ( ) 단 체　　6 ( ) 기 타

5. 일정은 몇일 입니까?

1 ( ) 1박2일　　2 ( ) 2박3일

3 ( ) 3박4일　　4 ( ) 4박5일

5 ( ) 6일이상

6. 어떠한 교통편을 이용하여 오셨읍니까?

1 ( ) 비행기　　2 ( ) 선박편　　호

7. 출발지는 어디였읍니까?

1 ( ) 서 울　　2 ( ) 부 산

3 ( ) 대 구　　4 ( ) 광 주

5 ( ) 목 포　　6 ( ) 기 타

8. 귀하가 제주에서 이용한 교통편은 어떤 것이 었읍니까?

1 ( ) 관광전세버스　　2 ( ) 택 시

3 ( ) 렌트카(임대승용차)　　4 ( ) 버스(일반)

5 ( ) 자가용　　6 ( ) 기 타

제주대학교 중앙도서관
JEJU NATIONAL UNIVERSITY LIBRARY

9. 귀하가 숙박한 곳은 어떤 곳을 택하셨읍니까?

1 ( ) 관광호텔　　2 ( ) 장급여관

3 ( ) 여 관　　4 ( ) 민 박

5 ( ) 친구, 친척댁　　6 ( ) 야 영

10. 여행경비는 하루에 1인당 대략 얼마나 소비하셨읍니까?

1 ( ) 1만원정도　　2 ( ) 2만원-3만원

3 ( ) 3만원-4만원　　4 ( ) 4만원-5만원

5 ( ) 5만원 이상

11. 돌아가실때 교통편은 어떤 것을 이용하시겠읍니까?

1 ( ) 비행기

2 ( ) 선박편

12. 제주에서 구입하신 기념상품이 있으시면 표시해 주십시오.

1 ( ) 목각제품　　2 ( ) 산호제품

3 ( ) 석재품(돌하르방)　　4 ( ) 박제품

5 ( ) 기념품(제주도산)

6 ( ) 과일, 식물성,동물성 재재품(꿀, 귤, 바나나, 생선,버섯등)

7 ( ) 기 타

13. 기념상품을 구입하였다면 어떤 이유에서 구입하셨읍니까?

1 ( ) 여행기념　　2 ( ) 선물하기 위하여

3 ( ) 생활용품 이용　　4 ( ) 수집하기 위하여

5 ( ) 다목적 구입

13. 기념상품을 구매하게 된 동기는 어디에 있읍니까?

1 ( ) 자신이 결정

2 ( ) 여행사, 호텔직원의 권유

3 ( ) 관광안내원의 권유로

5 ( ) 동료등의 권유로　　6 ( ) 기 타

15. 기념상품 선택 기준은 어디에 두었읍니까?

1 ( ) 미관, 디자인　　2 ( ) 필 수 품

3 ( ) 향토색(희귀성)　　4 ( ) 가격저렴

5 ( ) 기 타

제주대학교 중앙도서관
JEJU NATIONAL UNIVERSITY LIBRARY

16. 귀하께서 기념상품을 구입하셨다면 다음 항목은 어떻게 생각하십니까?

	매우만족	만 족	보 통	불만족	매 우 불
1 가격적인 면	( )	( )	( )	( )	( )
2 상품의 질적인 면	( )	( )	( )	( )	( )
3 종류의 다양성	( )	( )	( )	( )	( )
4 포장의 정도	( )	( )	( )	( )	( )

17. 제주에서 이용하신 교통수단에 대한 만족감은 어떠하십니까?

1 안 내 면	( )	( )	( )	( )	( )
2 서어비스	( )	( )	( )	( )	( )
3 청 결 도	( )	( )	( )	( )	( )
4 요 금	( )	( )	( )	( )	( )

18. 제주에서 스포츠, 레저, 리크레이션 시설에 대한 만족감은 어떻습니까?

1 시설활용 정도	( )	( )	( )	( )	( )
2 서어비스	( )	( )	( )	( )	( )
3 가격(요금)	( )	( )	( )	( )	( )
4 분 위 기	( )	( )	( )	( )	( )

19. 숙박시설 이용시 만족감은 어떠하였읍니까?

1 설 비 면	( )	( )	( )	( )	( )
2 서어비스면	( )	( )	( )	( )	( )
3 분 위 기	( )	( )	( )	( )	( )
4 가격(숙박료)	( )	( )	( )	( )	( )

20. 식당 이용시 만족감은 어떠하셨읍니까?

1 음식의 종류	( )	( )	( )	( )	( )
2 음식의 맛	( )	( )	( )	( )	( )
3 청 결 도	( )	( )	( )	( )	( )
4 요 금	( )	( )	( )	( )	( )

21. 제주도에 오실때 이용하신 비행기나 선박편의 만족감은 어떠하셨읍니까?

1 서어비스	( )	( )	( )	( )	( )
2 요 금	( )	( )	( )	( )	( )

제주대학교 중앙도서관
JEJU NATIONAL UNIVERSITY LIBRARY

22. 위락활동에 대한 귀하의 만족감을 알아보겠읍니다.

이용하셨던 위락활동에 대하여 부담없이 체크하여 주십시오.

위락 활동면	매우만족	만 족	보 통	불만족	매 우 불
1 하이킹 및 산책	( )	( )	( )	( )	( )
2 등 산	( )	( )	( )	( )	( )
3 낚 시	( )	( )	( )	( )	( )
4 사 냥	( )	( )	( )	( )	( )
5 야 영	( )	( )	( )	( )	( )
6 승 마	( )	( )	( )	( )	( )
7 골 프	( )	( )	( )	( )	( )
8 경관감상	( )	( )	( )	( )	( )
9 자동차 드리이브	( )	( )	( )	( )	( )

민속마을 방문	( )	( )	( )	( )	( )
민속행사 관람	( )	( )	( )	( )	( )
문화재 감상	( )	( )	( )	( )	( )
카 지 노	( )	( )	( )	( )	( )
나이트크럽	( )	( )	( )	( )	( )
기 타	( )	( )	( )	( )	( )

23. 제주도 여행중 인상깊은 점을 모두 체크하여 주십시오

1 ( ) 해변, 해안절벽등의 경관
2 ( ) 한라산의 경관
3 ( ) 제주민의 생활풍속, 풍경, 제주도 민심
4 ( ) 자연경관, 기암, 폭포, 동굴
5 ( ) 자연조건, 날씨, 기후
5 ( ) 숙박시설
6 ( ) 쇼핑기회
7 ( ) 기 타

24. 제주 여행중 불만하셨거나 불만스러웠던 점을 하나만 체크하여 주십시오.

1 ( ) 택시운전기사의 불친절, 바가지 요금
2 ( ) 종사원의 팁강요
3 ( ) 관광 위락시설 부족
4 ( ) 신뢰할 수 없는 쇼핑
5 ( ) 숙박시설의 부족, 서어비스 부족
6 ( ) 관광안내시설 부족
7 ( ) 관광농원에서의 바가지 요금
8 ( ) 기 타

제주대학교 중앙도서관
JEJU NATIONAL UNIVERSITY LIBRARY

25. 제주도 여행후 돌아가시면 제주여행을 친구, 이웃등 여러분들에게 권유하실 생각이 있으십니까?

1 ( ) 꼭 권하겠다
2 ( ) 권하겠다
3 ( ) 생각해 보겠다.
4 ( ) 권하지 않겠다
5 ( ) 절대 권하지 않겠다.

26. 제주도를 방문하시기 전의 느낌과 현재의 느낌은 어떻습니까?

1 ( ) 예상했던 것보다 좋다
2 ( ) 예상대로이다

3 ( ) 잘 모르겠다　　4 ( ) 예상보다 못하다

5 ( ) 아주 불만족 하다

27. 제주에 다시 오겠읍니까?

1 ( ) 꼭 오겠다　　2 ( ) 기회가 나면 오겠다

3 ( ) 잘 모르겠다.(생각해 보겠다)

4 ( ) 생각하지 않겠다

5 ( ) 전혀 올 필요가 없다

28. 귀하의 성별은?

1 ( ) 남　　2 ( ) 여

29. 귀하의 연령은?

1 ( ) 20세미만　　2 ( ) 20-29세

3 ( ) 30-39세　　4 ( ) 40-49세

5 ( ) 50세이상

30. 귀하의 직업은 어떻게 됩니까?

1 ( ) 전문직(교수,의사, 변호사, 회계사, 고급공무원 등)

2 ( ) 관리직(과장급 이상, 교수, 영관급 군인등)

3 ( ) 사무직(회사원, 공무원, 위관급군인 등)

4 ( ) 판매직(상인, 자영업자)

5 ( ) 기능직(숙련기능공, 운전기사, 목수 등)

6 ( ) 가정주부

제주대학교 중앙도서관
JEJU NATIONAL UNIVERSITY LIBRARY

31. 귀하의 최종 학력은?

1 ( ) 중졸이하　　2 ( ) 고 졸

3 ( ) 전문대졸　　4 ( ) 대 졸

5 ( ) 대학원이상

32. 귀하의 월평균 소득은 어떻게 됩니까?

1 ( ) 30만원 이하　　2 ( ) 31-50만원

3 ( ) 51-70만원　　4 ( ) 71-100만원

5 ( ) 100만원이상

33. 제주도 관광에 많은 사람들이 참여하도록 하기 위해서는 어떠한 활동이 전개되어야 한다고 생각 되십니까?

1 ( ) 관광자원을 더욱 개발한다.

2 ( ) 관광루트를 체계화 시킨다.

3 ( ) 관광동기를 부여하고 촉진활동을 벌인다.

4 ( ) 매체를 통한 광고활동을 벌인다.

5 ( ) 관광여행 비용을 저렴화 시킨다.

6 ( ) 제주도 이미지를 창출하여 부각 시킨다.

34. 제주도 관광여행에 꼭 알아야 될 정보가 있다면 어떤 것이라고생각 되십니까?

1 ( ) 수용태세(숙박시설, 교통면, 식당)

2 ( ) 각종요금(주식비,숙박비 등)

3 ( ) 치안, 안전

4 ( ) 경관, 경치의 유형

5 ( ) 레이저 정보(콘도, 수렵, 낚시 등)

6 ( ) 역사, 문화에 대한 전반

7 ( ) 기 타

35. 필요한 정보를 제공하려면 어떤 방법이 좋겠읍니까?

1 ( ) 여행사 팜플렛, 가이드북

2 ( ) 여행사 설명회

3 ( ) 신문광고

4 ( ) 잡지광고

5 ( ) 텔레비 프로그램

6 ( ) 라디오 프로그램

7 ( ) 기 타

제주대학교 중앙도서관
JEJU NATIONAL UNIVERSITY LIBRARY

36. 관광여행에 적절한 계절은 어느 시기가 좋을것 같읍니까?

1 ( ) 봄(3-5월)

2 ( ) 여름(6-8월%

3 ( ) 가을(9-11월)

4 ( ) 겨울(12-2월)

5 ( ) 기타(월- 월)

37. 제주도 관광을 하기 위하여 관광지 방문코스는 어떻게 정하는 것이 좋을 것 같읍니까?

1 ( ) 제주도에 오기전에 확고하게 정한다.

2 ( ) 제주에 도착한 후 바로 정한다.

3 ( ) 여행을 하면서 알맞게 조정한다.

4 ( ) 코스를 정하지 않고 무작위 관광한다.

5 ( ) 관광여행사나 운전사에게 맡긴다.

38. 제주도에 대한 것중 부수적으로 좀 더 알고 싶은 것이 있다면 어떤 분야에 속하는 것이겠읍니까?

1 ( ) 제주도민상(생활,언어)

2 ( ) 제주도 자연환경의 분포

3 (　　) 제주도 자생 동‧식물의 생태

4 (　　) 제주도 해양문화 및 자원

5 (　　) 기　　타

39. 관광을 마친후 휴식을 취하는 방법은 어떤 것이 바람직 합니까?

1 (　　) 취침을 한다.　　　　　　　　2 (　　) 쇼핑을 한다

3 (　　) 야경을 관망한다.

4 (　　) 짧은 여행이기 때문에 휴식이 필요 없었다.

5 (　　) 극장이나 쇼를 구경한다.

※ 귀하께서 제주도의 관광정책 당국에 건의하시고 싶은 사항을 기록해 주십시오.

1 가장 인상 깊었던 점

2 개선이 되었으면 하는 점

제주대학교 중앙도서관
JEJU NATIONAL UNIVERSITY LIBRARY

3 없어졌으면 하는 점

(협조해 주셔서 대단히 감사합니다.)