

석사학위 논문

제주지역 관광지 개발의 경영전략에 관한 연구

(The Strategy of Administration of
Tourism Site Development to Cheju Local)

지도교수 윤 창 구

동국대학교 경영대학원 부동산전공

정 유 석

1 9 9 6

석사학위 논문

제주지역 관광지 개발의 경영전략에 관한 연구

(The Strategy of Administration of
Tourism Site Development to Cheju Local)

정 유 석

지도교수 윤 창 구

이 논문을 석사학위 논문으로 제출함
1996년 월 일

정유석의 경영학 석사학위 논문을 인준함
1996년 월 일

위원장_____

위 원_____

위 원_____

동국대학교 경영대학원

감사의 글

상호의존성은 독립성보다 훨씬 더 가치있는 것이다.

96년 12월 9일

시간을 쪼개가면서 논문을 마지막으로 손질하던 밤. 오늘은 그리 춥지도 않았다. 우리 나라 특유의 기후인 삼한사온 현상이 발생했나 보다. 오늘 이 밤이 지나면 나에겐 또하나의 논문을 완성하게 된다. 그동안 이 논문을 작성하기까지 몸과 마음 고생이 많았다. 그래도 주위의 좋은 사람들의 배려가 아니었으면 이 논문은 생겨날 수 없었으리라.

저에게 아낌없이 지도해 주신 스승님이신 윤창구 교수님에게 감사드립니다. 그리고 이 논문을 자상하게 심사해주고 조언해 주신 이진욱 교수님, 손성태 교수님에게 감사드립니다.

이 논문이 나오기까지 여러모로 저에게 많은 도움을 주신 여러분께 진심으로 감사의 말씀을 드립니다.

존경하는 부모님(정달빈, 강봉자)은 저의 타지생활을 걱정하시어 항상 인자하신 마음으로 보살피 주셨습니다. 누님(정일순, 정혜순)은 동생들의 행복을 항상 기원해 주셨으며, 매형(좌운숙)은 만날때마다 인생의 달콤한 에기를 전해주셨습니다. 형님네(정은석, 강문자)는 올바른 생활을 하도록 지도해 주시고 다정스런 말씀을 전해 주셨습니다. 작은형(정의석)은 열심히 노력한 마음을 갖고 생활하라고 하셨습니다. 그리고 사랑스런 동생 정희운, 내가 많이 보살피 주지 못해 미안한 감을 갖고 있으

면서도 너 스스로 곳곳이 사는 모습을 보니 마음이 든든하다.

또 나의 고향 친구 김봉수, 문동수, 홍민석, 그리고 최윤희, 이들은 그동안 학업을 잘 할 수 있도록 여러모로 도와주었으며 외로울 때 많은 힘이 되었습니다.

현재 저는 직장생활을 하고 있습니다. 직장생활을 하면서 학업을 한다는 것이 참 어려운 것인데 이러한 짐을 여러분들의 도움으로 많이 경감되어 대학원 과정의 유종의 미를 거둘 수가 있었습니다.

한승진 부장님은 묵묵히 저의 학업을 지켜 봐주시고 많은 배려를 해주셨습니다. 김진기 차장님은 입사 후 직장생활에 빨리 적응을 할 수 있도록 지도해 주셨으며, 또한 저의 학업생활을 할 수 있도록 많은 배려를 해주셨습니다. 권한준 대리님은 인자한 미소로 저를 채찍질 해주시어 좋은 직장인이 될 수 있도록 많은 지도를 해 주셨습니다. 정운환 대리님은 묵묵히 저의 행동을 지켜 봐주시고 적시에 조언을 아끼지 않았습니다. 그리고 권용주 대리님, 임지연 대리님에게도 모자란 제가 대리님들과 같이 전산부라는 한배에 같이 타게 된 것을 기쁘게 생각합니다.

이 외의 전산부 직원들에게 감사의 말씀을 드립니다.

끝으로,

이 논문을 하늘에 계신 할머니의 영전에 바칩니다.

일천구백구십육년십이월구일

나의 집무실에서

새벽을 부르는 고요한 밤

정 유 석 씀

목 차

제 1 장 서 론	1
제 1 절 연구의 목적	1
제 2 절 연구방법 및 범위	2
제 2 장 관광지 개발의 이론적 고찰	4
제 1 절 관광지의 의의 및 특성	4
1. 관광의 의의	4
2. 관광지의 정의 및 특성	5
제 2 절 관광지 개발과 지역개발간의 상호관계	9
1. 관광지 개발의 의의 및 목적	9
2. 관광지 개발과 지역개발과의 비교	11
3. 관광지 개발과 지역환경과의 연관성	13
제 3 절 관광지 입지의 정의 및 분석	14
1. 관광지 입지의 정의 및 구성요소	15
2. 관광지 입지의 분석	16
제 4 절 관광지 개발 경영전략의 설계	17
1. 관광상품의 시장세분화 계획	17
2. 관광서비스의 특성에 대한 대응전략	19
3. 휴양경관에 관한 설계방안	26
제 3 장 제주지역 관광지 개발의 현황분석	28
제 1 절 제주지역 종합개발 계획의 연혁	28

1. 제주지역 종합개발 계획의 변천사	28
2. 제주도 개발특별법(1991년 12월 31일 법률 제 4485)	34
3. 제주도 종합개발계획(1994)	36
제 2 절 관광객의 성향 및 관광자원 현황	43
1. 관광객의 성향	43
2. 관광자원 현황	47
3. 제주지역 방문 관광객의 관광위락활동 현황	52
제 3 절 제주지역 관광의 우위점과 제약점	56
 제 4 장 제주지역 관광지 개발의 문제점과 개발방안	58
제 1 절 제주지역 관광지 개발의 문제점	58
제 2 절 제주지역 관광지 개발의 개선방안	61
1. 관광지 개발의 전략안	61
2. 다양한 관광지 위락시설의 개발전략안	63
 제 5 장 결 론	77
제 1 절 연구결과의 요약 및 시사점	77
제 2 절 연구의 한계점 및 향후 연구방향	81
1. 연구의 한계점	81
2. 향후 연구방향	82
 참 고 문 헌	83
 ABSTRACT	86

표 차 례

<표 2- 1>	관광지의 개념공간	7
<표 2- 2>	관광지 개발과 지역개발의 비교	12
<표 3- 1>	제주도 관광개발 계획의 변천사(1)	30
<표 3- 2>	제주도 관광개발 계획의 변천사(2)	31
<표 3- 3>	제주도 관광개발 계획의 변천사(3)	33
<표 3- 4>	제주도내 13개 관광단지 · 지구 현황	38
<표 3- 5>	관광단지 사업계획	40
<표 3- 6>	관광지구 사업계획(1)	41
<표 3- 7>	관광지구 사업계획(2)	42
<표 3- 8>	관광객 유치실적 및 관광수입	44
<표 3- 9>	성 · 비수기 來道관광객 비율	45
<표 3-10>	관광객 성향별 추세	46
<표 3-11>	자연자원 현황	47
<표 3-12>	한라산의 주요자원	48
<표 3-13>	해수욕장 현황	49
<표 3-14>	주요 낚시터 현황	50
<표 3-15>	주요 수중경관지 현황	51
<표 3-16>	관광객 관광위락활동 현황	53
<표 3-16>	방문회수 · 연령 · 성별 · 여행동반자별 관광위락활동	55
<표 3-18>	제주지역 관광의 우수성과 제약점	57
<표 4- 1>	관광형태의 이원적 분류	65
<표 4- 2>	양적 척도의 분류	72
<표 4- 3>	질적 척도의 분류	74

그림 차례

<그림 2-1> 관광지 개발에 영향을 미치는 요인	13
<그림 2-2> 관광지 입지 결정구성요소	15

제 1 장 서 론

제 1 절 연구의 목적

경제성장에 따른 국민소득의 증가와 산업의 고도화 등으로 노동시간이 단축되어 여가시간이 점점 늘어나고 있으며 도시화 현상으로 위락공간이 감소하는 등 복잡한 사회생활과 인간관계의 다원화로 여가활동에 대한 국민의 인식이 차츰 높아져감에 따라 관광활동이 크게 증가하였으며, 관광이 일상생활의 한 부분으로 인간성 회복과 보다 나은 사회, 문화창조를 위한 기본조건으로서의 의의를 가지게 되었다¹⁾. 우리 나라에서는 1960년대까지만 해도 관광에 대한 국민들의 일반적 관념이 단순한 소비행위로서 부유층이나 외국인들이 즐기는 것으로 생각하였으나 1970년대 말부터 국가의 경제가 발전되고 국민의 소득이 향상됨에 따라 생활환경과 관광에 대한 가치관이 변화되기 시작하였다. 또한 이때부터 관광지를 찾는 관광객의 수가 급증하여 국민관광의 중요성과 관광자원의 개발 및 활용에 대한 문제가 지역개발의 중요한 정책으로 등장하게 되었다.²⁾ 특히 관광지 개발이 지역경제의 성장에 상당히 기여하고 직접·간접으로 지역주민소득증대에 영향을 미친다는 점에서 볼 때, 관광지 개발은 지역개발의 중요한 전략수단이 되는 것이다.

이러한 관점에서 우리나라에서 가장 좋은 입지조건을 가진 관광지 개

1) 한국관광공사, 국민관광연구의 이론과 실제, 1986, p.82.

2) 이정구외 4인, 전남 동남권 관광거점단지 개발 타당성 연구, 전남대학교 지역개발연구 제22권 제1호, 1990, p.161.

발방향을 모색하고자 한다. 특히 최근들어 도내에 확산되어 있는 관광지를 제주도 종합개발계획과 연결하는 정책으로 체계적이고 종합적인 관광개발계획이 절실히 요청되고 있다. 따라서 본 연구는 제주지역 관광지개발이 관광성향의 변화에 대응하여 제주지역의 특수성을 가미한 관광지 개발, 지역주민이 혜택을 받을 수 있는 관광지 개발, 지역경제의 활성화를 위한 관광지 개발에 일조하고자 한다. 이러한 연구의 필요성 및 배경에 입각하여 본 연구는,

첫째, 관광지 및 관광지 개발에 관한 이론적 연구를 정리하고,

둘째, 관광지 개발과와 지역개발간의 이론적 연관성을 살펴보고,

셋째, 관광지와 관광지 입지간의 연관성을 기술하고,

넷째, 관광지 입지 측면에서 제주지역 관광지 개발현황을 분석하여 제주지역 관광지개발 운영상 지니고 있는 문제점들을 도출하고 개선방안을 제시함으로써 제주지역 관광지 개발 경영전략을 수립하는데 유용할 수 있도록 구체적인 자료를 제공하는데 그 목적을 두고 있다.

제 2 절 연구방법 및 범위

연구방법은 문헌연구 및 자료조사를 실시하였는데, 관계문헌은 국내·외 서적 및 선행연구논문, 정기간행물을 참고하고, 관계자료는 제주도청 관광개발국, 관광과, 종합개발담당관실, 통계과와 자료실 그리고 제주도관광협회의 자료를 이용하였다.

본 연구는 모두 5장으로 나누어져 구성된다.

제 1 장은 논문의 서론 부분으로, 연구의 목적과 연구방법 및 범위, 즉 두 개의 절로 구성되어 있다.

제 2 장은 관광지 개발에 관한 이론적 고찰로서 모두 네 개의 절로 구성되어 있다. 1절에서는 관광지의 의의 및 특성에 대하여 기술하고, 2절에서는 관광지 개발과 지역개발간의 상호관계를 살펴보고, 3절에서는 관광지 입지에 대해 정의하고 분석한다. 그리고 4절에서는 관광지 개발을 위한 경영전략을 설계한다.

제 3 장은 제주지역 관광지개발의 현황분석으로서 두 개의 절, 즉 1절에서는 제주도 종합개발계획의 연혁, 2절에서는 관광객의 성향 및 관광자원의 현황에 대해 분석한다.

제 4 장은 제주지역 관광지개발의 문제점과 개발방안으로서, 1절에서는 제주지역 관광지 개발의 문제점, 2절에서는 제주지역 관광지 개발의 개선방안을 종합·요약한다.

마지막으로, 제 5 장에서는 본 연구의 결론부분으로 연구결과의 요약 및 시사점을 기술하였고, 연구의 한계점과 향후 연구방향을 제시한다.

제 2 장 관광지 개발의 이론적 고찰

제 1 절 관광지의 의의 및 특성

1. 관광의 의의

관광이란 일반적으로 ‘아름다운 풍경, 진귀한 풍속, 역사적인 유물 등을 보는 것’³⁾으로 알려져 있다. 그러나 관광사업상의 경우에는 단순히 이것만으로는 관광의 의미를 전달하기는 어렵다. 아투 보만(Artur Bormann)은 관광을 보양, 유람, 사냥, 취업 및 기타 특수한 용무이든 간에 자기집에서 일시적이거나 떠나는 모든 여행, 단 직업상 교통관계로 직장의 정기적인 왕래는 제외한다.⁴⁾라고 정의하였다. 위의 독일학자의 정의처럼 관광이란 광의의 뜻으로서 전반적인 여행을 뜻하는 것이다. 그리고 우낙기(1976)는 관광을 ‘생활상의 일체의 구속으로부터 벗어나 전혀 낯선 타지에서 체류기간 동안 그 지방의 생활상, 문화, 자연과 접촉하며 휴식과 오락을 즐기는 소비생활속에서 여가활동의 일종’이라고 하였다. 그러나 관광여행은 오랜기간과 많은 비용이 들었고 주로 ‘보는 관광(Sight seeing)’이었으나 현대의 관광은 짧은 기간과 적은 비용으로 휴가(Vacation)를 활용한다는 특성있는 관광으로 변모하고 있다. 현대 관광의 특징을 요약하면 다음과 같다.

- ① 현대 관광은 일반적으로 대중화되어 일상생활의 일과와 같이 인정하는 경향이 있어 일생을 통해 한 두 번씩 국내·외 관광을 하거나

3) 우낙기, 관광학 입문, (서울: 성문사, 1976), p.12.

4) Artur Bormann, "Die Lehrevpn Fremdenverkehrs - Kunde", 1930, p.34.

- 경우에 따라서는 수 차례 관광을 할 때도 있다.
- ② 현대 관광은 개인관광보다는 집단관광이 많다. 특히 회사를 중심으로한 직장단위 관광 및 친목단체 관광이 많다.
 - ③ 현대 관광은 고속도로의 개통으로 여러지역을 관광하는 특징을 갖고 있다. 교통과 통신의 발달로 짧은 기간동안 빠른 속도로 많은 곳을 관광여행할 수 있기 때문이다.
 - ④ 현대 관광은 단순한 관광만 아니라 실제로 운동이나 오락놀이 등에 참가하는 ‘행동하는 관광’이 많다.⁵⁾
 - ⑤ 현대 관광지는 고적, 명칭, 자연경관 등의 전통적 관광자원의 寶庫 위주에서 사회관광, 산업관광 등이 보편화되고 있으며, 이에 따라 도시, 농촌, 사회 전체가 관광지화되어가고 있다.
 - ⑥ 현대 관광은 관광지에 대한 경관보다 인간 상호간의 접촉에 의한 욕구가 강하게 나타나고 있는데, 이는 단순히 ‘보는 관광’이 아니라 타국의 일상생활을 직접 체험하고 싶은 욕구가 강하기 때문이다.⁶⁾

2. 관광지의 정의 및 특성

가. 관광지의 개념

관광지에 관한 개념정립이 명확하지 않아서 공원, 유원지, 관광지, 리조트 등 상호구분이 어려운 실정이다. 관광지는 자원에 따라서 크게 경관지와 레크레이션지로 구분할 수 있으며, 이는 또한 입지에 따라서 개발에 많은 차이를 보이고 있다.

5) 국제관광공사, 관광지의 평가방법, 관광정보, 1983, p.3.

6) 국제관광공사, 일본인 해외여행자의 실태, 관광정보자료 제35집, 1984, p.4.

관광지는 관광객이 그의 일상생활공간을 떠나서 자신의 관광욕구를 충족시켜 주면서 일정기간 체류하는 지역으로써 자연관광자원과 인공관광자원중 어느 한가지 이상이 있기 때문에 관광을 목적으로 그곳을 방문함으로써 일어나는 경제활동에 의한 많은 사람들이 경제적 이익을 얻고 있는 지역을 관광지라 할 수 있다.

패트릭래버리(Patrick Lavery)에 의하면 관광지는 자연경치가 아름다운 지역, 위탁시설단지, 숙박지 등 세 가지로 구분되며, 자연조건, 여행자의 행동, 체류시간 등의 성립조건이 다르기 때문에 이용자에게 그러한 것을 상세하게 설명이 필요하다고 보고 있다.

일반적으로 관광지는 관광객의 관광목적 중 휴양, 保養, 스포츠, 오락, 문화경관 등 욕구충족을 시키기 위하여 자연자원, 문화자원, 인공적시설 등 관련시설이 배치되어야 할 자연 또는 공공시설 및 기반시설 등을 포함한 관광대상물인(자연, 인공) 관광객체로서 관광지에 대한 개발의지가 있는 지역적 개념으로 볼 수 있다. 또한 관광지는 지역전체가 관광욕구를 충족시킬 수 있다는 점에서 관광자원과 동일하나 모든 관광자원이 일정지역이라는 공간적 개념을 갖지는 않는다는 점에서 관광자원과 구분되며 관광지도 관광자원의 범주에 든다. 그리고 관광지는 여가공간의 형태로서 살펴보면 기본적으로는 여가공간이 갖는 성격을 갖는다. 즉 관광지는 단순한 여가공간이 아니라 본질적인 공간이며, 생산적 공간과 반생산적 공간으로 구분한다면 관광지도 반생산적 공간이고 반생산적 공간은 실체적인 공간이 아니라 추상적, 개념적 공간이다. 즉 제주지역을 찾는 관광객에게는 관광공간이지만 출·퇴근하면서 일하는 사람들에게는 작업 공간이며 이곳에서 생활하는 주민들에게는 생활공간이다<표 2-1>. 그리고 법적개념으로는 국립공원, 도립공원 등은 관광지가 아니고 단지 건설

교통부장관이 지정하는 관광지만이 관광지라는 모순된 상황속에 있다.⁷⁾

〈표 2-1〉 관광지의 개념공간

지역	관광지	주민	직원
제주시	관광공간	생활공간, 작업공간	작업공간
표선민속촌	관광공간	————	작업공간
성읍민속촌	관광공간	생활공간, 작업공간	————

이것은 국립공원 등은 건설부장관이 지정·관리하고 유원지는 내무부에서 개발·관리하는 등의 관광지 공급제도상의 혼란에 기인한다. 교통부장관이 지정하는 관광지의 경우에도 개발이 완료된 것이 아니라 관광지로 개발을 시작하려는 목적에서 관광지로 지정하고 있다. 따라서 엄격한 의미에서 보면 개발이 완료된 곳을 관광지라고 해야하며 그렇지 않은 곳은 개발예정지에 불과하다.⁸⁾

나. 관광지의 특성

관광지 특성이란 관광지의 독특한 매력요인, 즉 특정관광지가 개인의 호의성을 자극하는 요인이며 관광객이 관광지에 대한 지각(기대감)이란 관광객 자신의 내적인 요인, 즉 특정관광지에 대해 갖는 자신의 사회심리적 요인 및 혜택이다.⁹⁾ 따라서 관광객의 특성은 관광객의 질과 양을 결정하는 중요한 요인이 된다. 관광지를 형성하는 국토성, 역사성, 문화

7) 한국관광공사 기획부, 전국관광장기종합개발계획보고서, 한국관광공사, 1989, p.24.

8) 박석희, 신관광자원론, (서울:명보문화사, 1989), pp.55~57.

9) 임종원, 현대마케팅론, (서울:창문사, 1994), p.279.

성이 가치를 갖기 위해서는 지역의 독특성을 가지고 있어야 한다. 왜냐하면 일반적인 면은 중요한 요인이 될 수 없기 때문이다.¹⁰⁾ 관광객들은 대부분 목적지 선택에 있어서 방문지 또는 방문국의 본질을 느끼고자 하며 원형 그대로의 특성에 대한 경험을 하고자 한다. 그러므로 관광지는 타 관광지보다 국토적인 자연환경, 역사성, 문화성에 있어서 관광자원의 다양성, 독특성, 순수성에 있어서 매력성의 우위를 갖춰야 한다. 이러한 관광지의 매력을 결정하는 기준에 근거하여 다음과 같이 8가지 요인이 있다.¹¹⁾

- ① 상업시설
- ② 스포츠 · 레크레이션 · 교육시설
- ③ 관광지의 접근성
- ④ 관광객에 대한 지역주민의 태도
- ⑤ 관광지의 기반시설
- ⑥ 관광 서비스(제품)의 가격수준
- ⑦ 문화 · 사회적 특성
- ⑧ 천연의 경관과 기후

이러한 요인 중 국토성, 역사성, 문화성과 연관지을 수 있는 요인은 관광자원의 가치를 결정하는 관광지의 기반시설, 관광객에 대한 지역주민의 태도, 천연의 경관과 기후, 문화적 사회적 특성, 스포츠 · 레크레이션 및 교육시설 등을 들 수 있다.

10) E. J. Mayo, **The psychology of Leisure Travel**, CBI, Boston, 1981, p.158.

11) Brent Ritchie, Michall Zins, **"Culture as determine of the attractiveness of a tourism region"**, Annals of Tourism Research, Vol. V. No.2, 1978, p.256.

제 2 절 관광지 개발과 지역개발간의 상호관계

1. 관광지 개발의 의의 및 목적

가. 관광지 개발의 정의

협의의 관광지 개발이란 관광자원의 개발, 즉 '관광자원을 잘 가꾸어 관광객들에게 관람케 하는 것'을 의미한다. 광의의 관광지 개발이란 '누구나가 가질 수 있는 관광욕구를 만족시키기 위하여 관광자원을 건설하여 제공하는 것'¹²⁾으로 해석한다. 즉 관광이라 하면 보고, 느끼고, 서로 부딪쳐 느껴지는 五感에서 풍기는 다양한 내용으로 해석된다. 따라서 관광자원 개발은 비용대 효과분석 등을 통해 전체의 종합적인 계획에서 실행되어야 하며 중앙정부나 지방자치단체에서 주관하여 강력한 감독과 지도, 통제하에서 관광과 연계된 각종 기업을 결합시켜서 수행하는 것이 이상적인 방법이라 할 수 있다. 이외에도 중앙정부, 지방자치단체, 기업체가 삼위일체가 되어 합동 개발하는 방법도 효과적인 방법이다.

나. 관광지 개발의 필요성

관광지 개발의 근본 목적은 관광레크레이션 및 기반시설 제공과 지역경제 개발에 있다. 따라서 영리를 목적으로한 관광개발이라할 지라도 이러한 기본개념하에 실행해야 하며 관광사업으로서의 본연의 활동목표로 삼아야 한다. 관광개발의 필요성을 한마디로 말하면, 관광자원의 가치를 보다 효과적으로 개발·보전함은 물론, 새로운 가치관 확립과 증진을 위해 관광개발이 필요한 것이다. 이러한 가치는 경제적, 사회적, 문

12) 우낙기, 관광학입문, (서울: 성문사, 1985), p.53.

화적 가치를 포함한다. 관광자원이 가지고 있는 가치를 그대로 방치해 둔다는 것은 마치 가치있는 상품원료를 창고에 매장해둔 것과 마찬가지로 이것은 어떠한 방법으로라도 개발하여 관광객의 구미에 맞는 상품으로 만들어 제공해야 할 것이다. 자연자원이든 문화자원이든 간에 그냥 방치해 둘 경우 아무런 가치를 발휘하지 못할 뿐만 아니라 때로는 그 가치마저도 환경의 변화와 시간의 흐름에 보전하지 못하고 상실할 우려도 있는 것이다. 따라서 관광지 개발은 사정에 따라 어느 정도 인공적 부대시설이나 손질을 가해 상품으로서의 매력을 갖추도록하는 것이 필요하다. 특히 제주도 중산간지역인 경우 개발잠재력이 있기 때문에 한라산과 해안경관, 그리고 중산간지역을 연결하는 다각적이고 다양성있는 관광자원개발이 필요하다. 여가활동을 겸한 관광시장(Tourism Market)개발을 위해 관광시설 개발이 요청된다고 본다.

관광지는 본래 그 자체가 관광가치를 가지고 있으나 이것을 개발이라는 인공수단을 가함으로서 관광대상이 될 수 있을 것이다. 관광지 개발은 관광사업의 목적달성을 위한 가장 중요한 수단인바 관광자원이 거의 없는 지역을 대상으로 하는 수도 있겠지만 대개는 자연경관등 상당한 관광가치가 있으나 일반에게 알려있지 않은 지역을 대상으로 하는 수가 많다.¹³⁾ 그러나 현대관광개발의 의미는 모든 관광사업개발과 관련된 교통수단, 숙박시설, 전망시설, 서비스시설까지도 관광지 개발 범주내 포함시켜야 한다. 관광지 개발의 목적을 살펴보면 다음과 같다.

- ① 관광의 경제적 편익을 통해 국민의 생활수준을 향상시키기 위한 일종의 틀을 제공하는 것.

13) 岡送博은 그 저서 '관광론 개요, 1985'에서 이것을 관광개발이라 하고, 새로운 지역의 관광개발은 관광시설이라고 하는 것이 좋다고 하였음.

② 하부구조의 개발을 통하여 방문객이나 지역주민에게 동등한 레크레이션시설과 이익을 제공하는 것.

③ 개발지역의 목적에 부합하는 한도 내에서의 개발과 수용지역 지방정부나 사회·문화·경제적 철학에 상통하는 개발 프로그램 설정에 있는 것 등을 들 수 있다.¹⁴⁾

결국, 관광지 개발은 관광의 목적과 가치에 연계되며 가치를 위주로하여 사회적, 문화적, 종교적 가치의 증진을 위해 행하여진다고 볼 수 있다.

2. 관광지 개발과 지역개발과의 비교

관광지 개발은 국가적 차원에서 국가발전과 국민경제향상을 꾀하고 지역간 소득격차를 줄이는 수단이 되며 지역적 차원에서는 지역주민의 소득증대와 편익증대 증 복지향상과 그 결과로서 생활환경이 개선됨에 그 의의를 두고 있다.¹⁵⁾ 관광지 개발과정은 지역사회의 환경과 경제에 미치는 영향을 이해하기 위한 상당한 노력을 요하는 일종의 난이한 체계이며¹⁶⁾ 실제로 한 지역에 있어서 관광지 개발은 독립적으로 수행되는 것이 아니라 지역개발이나 지역사회개발의 일환으로 시행되는 것이 보통이기 때문에 이들과의 통합조정이 중요한 문제가 된다.¹⁷⁾ 따라서 지역주

14) R. W. Mcinotsh and D. R. Delodner, **Tourism : principles, practices, philosophies**, New York: Grid Inc., 1986, pp.309~310.

15) 김진섭, 현대관광사업론, (서울: 형설출판사, 1982), p.252.

16) P. J. Loukissas, **"The tourism activity game : concept and application"**, Touriam Management, Vol. 4, No. 1, March 1983, p.12.

17) W. T. Chow, **"Integrating tourism with rural development"**, Annals of Touriam Research, Vol. 8, No. 4, 1980, pp.84~85.

민이 배제된 관광지 개발과 관광산업육성은 주민들을 제도적 불평등 속에 경제사회적 소외계층으로 남게 하며 명목상의 지역균형개발, 주민소득증대, 편익기회확대는 외부와의 종속상태를 위장할 가능성이 크다.¹⁸⁾

따라서 관광지 개발은 관광의 잠재성을 가진 경제·사회·환경적 가치를 성장·발전시키는 것으로서 관광객과 지역주민의 이익을 꾀하는 협력활동에 그 중요성을 두고 있다고 할 수 있다. 한편 지역개발이라 함은 지역경제발전을 주요 내용으로 하면서, 그 궁극적 목적은 주민의 복지향상에 있는 것이다. 이러한 지역개발을 인간의 사회활동관계, 나아가 주민생활이라는 경제외적 측면에서 보면 지역사회개발인 것이다.¹⁹⁾

〈표 2-2〉 관광지 개발과 지역개발의 비교

구분 관계형태	차이점	공동점
지역개발	- 범위: 지역개발 > 관광지 개발 - 경제적 개발에 중점	- 개발시 지역주민참여 필요 - 개발지역주민소득과 복지향상 - 생활환경개선 및 향상 - 지역간의 격차 감소 - 지역산업 발전과 전통 예술의 진흥
지역사회개발	- 사회, 문화, 의식개발에 중점	
관광지 개발	- 관광객의 편익까지 고려	

18) 전경수, “관광경제와 관광문화의 종속유형”, (서울: 한국사회연구, 한길사, 1986), pp. 101~102.

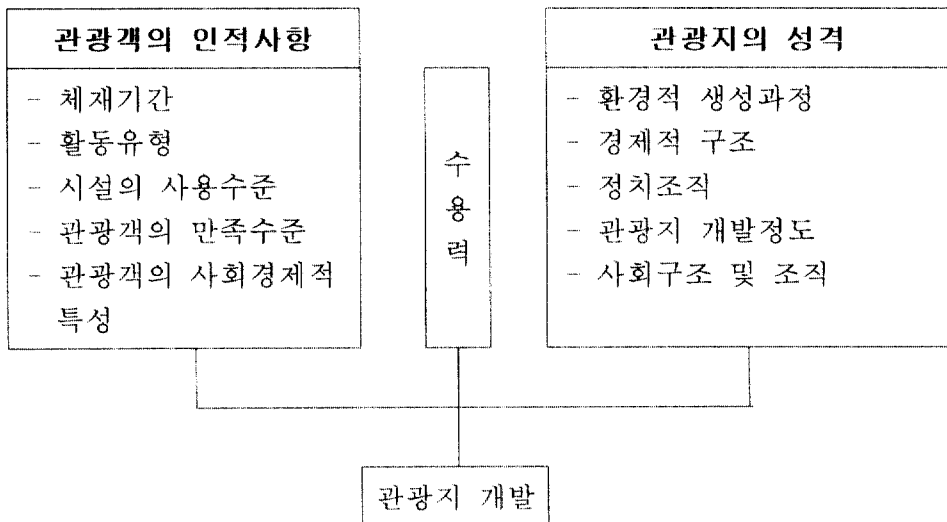
19) 최재원, “지역사회 개발과 관광개발과의 관계에 관한 소고”, 지역사회개발론, 대구대학교, 1983, p.14.

지역개발의 일환으로 관광지 개발의 역할을 살펴보면 관광객의 소비지출로 지역주민의 소득을 향상시키는 한편 지역주민이 관광관련산업에 취업기회가 증가하며, 지역산업과 전통예술이 진흥되면서 지역간 균형발전의 기대를 모을 수 있을 것이다<표 2-2>. 결과적으로 관광지 개발이 지역개발로서 그 역할을 성공여부는 모든 관광서비스의 질적인 측면에 달려 있다.

3. 관광지 개발과 지역환경과의 연관성

관광지 개발이 지역사회의 사회·경제적 구조에 있어서 변화를 초래하는 것은 명백하다.

〈그림 2-1〉 관광지 개발에 영향을 미치는 요인



관광학자들은 관광지 개발의 영향은 장소와 보는 이의 견해에 따라 다양하다고 지적하고 있는데 전통적 입장에서는 관광지 개발이 사회·경제적 변화를 가져와서 개발에 활력소 역할을 한다는 것이고²⁰⁾ 터너(Turner)와 애쉬(Ash)에 의하면²¹⁾ 관광지 개발은 근면한 지역사회문화와 환경에 영향을 미침과 동시에 소규모의 지역사회발전에 기회를 제공한다는 것이다. 이러한 관광지 개발에 대한 영향이나 입장은 일률적인 것이 아니라 개발지역의 경제, 사회문화의 조건에 따라 상이하므로 비교연구의 세분화가 필요한 것이다.²²⁾ 즉 방문객의 인적사항, 개발지역의 수용력 그리고 그 지역의 성격 등이 관광지 개발에 많은 관련이 있음을 보여주고 있다<그림 2-1>.

제 3 절 관광지 입지의 정의 및 분석

관광지 입지 결정에 영향을 끼치는 요소 중 가장 중요한 것은 관광지의 편익(benefit)에 대한 지각이다. 그리고 관광지 입지시, 관광시간을 경쟁의 초점으로 보는데 있어 관광객의 동기에 연관시킨다. 따라서 관광지 입지는 관광지 개발에 대한 이미지의 창출인 것이다. 그리고 경쟁우위를 제공하는 편익차원에 입지하는 것은 관광객의 기대감을 충족시킬 수 있다는 점에서 매우 효과적인 마케팅 전략이다. 여기에서는 관광지 입지의 정의 및 분석에 관해 살펴본다.

20) D. E. Hawkins, "Tourism development and policy formulation", 8th symposium on tourism management, Kathumandy, 1982, appendix.

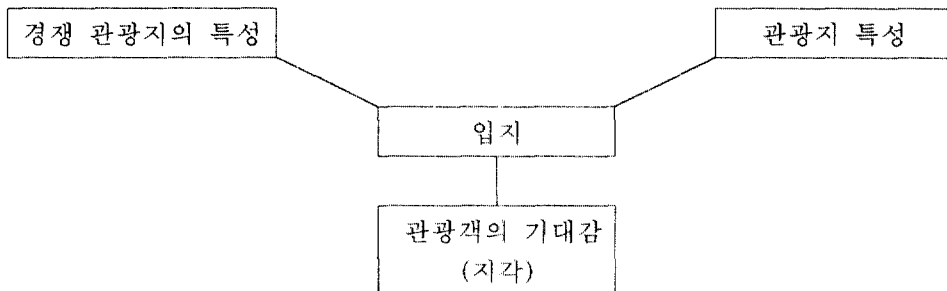
21) L. Turner and J. Ash, **The golden hoardes**, (New York : St. Martins press, 1975), p.129.

22) E. Cohen, "Rethinking the sociology of tourism", Annals of tourism research, Vol. 6, No. 1, 1979, pp.18~35.

1. 관광지 입지의 정의 및 구성요소

관광지 입지는 관광객이 각종 정보매체에 의해 관광지 특성을 지각하고 경쟁관광지 특성과는 비교 평가를 통해 인지하고 있는 관광지의 위상이다. 관광객은 뉴스매체, 광고, 판촉, 관광경험(직접 혹은 간접) 등의 정보를 매체로하여 경쟁관광지에 대해 특정관광지의 총체적 이미지로서 관광지의 입지를 형성하게 된다. 따라서 관광지 입지는 관광지의 특성(중요 매력요인)에 대한 지각된 상대적 이미지이다. 관광객들은 관광목적지의 선호에 있어서 관광동기요인에 의해 관광을 하고자 하는데 관광목적지의 선택은 관광욕구를 충족시킬 수 있는 관광지를 선택하고자 한다.

〈그림 2-2〉 관광지 입지 결정구성요소



이러한 관광지의 선택은 관광객에게 형성된 입지에 의존하는 경향이 있다. 그런데 각 관광지 입지는 개인별로 다르게 나타날 수 있으며 관광지 특색과 관광객의 기대감으로 구분할 수 있다. 관광지 입지는 특정 관광지를 경쟁관광지보다 뭔가 다르게, 즉 보다 좋게 보이도록 하기 위

해서 관광지 특성을 관광객으로 하여금 지각하게 하는 과정이다.

이러한 관광지 입지는 관광객의 기대감, 관광지의 특성, 경쟁관광지의 특성 등 세가지 구성요소에 의해 결정된다<그림 2-2>.²³⁾

2. 관광지 입지의 분석

관광지 운영상 절대적인 입지의 결정을 하는 것은 훌륭한 조사가 뒷받침되어야 한다. 조사의 기본적인 대상영역은 잠재관광객 분석, 경쟁관광지 분석, 특정관광지의 강·약점 분석 등을 들 수 있다.²⁴⁾ 여기서 중요한 점은 객관적인 시장조사에 의해서 특정관광지의 입지가 결정되어야 한다는 것이다. 시장조사 결과 전략상의 잘못으로 특정관광지가 시간·공간의 잘못된 부분에 입지된 것을 발견할 수도 있다. 이때 특정관광지의 현 시장에서의 불리한 위치를 개선하기 위해 재 입지를 시도할 수 있다. 관광시장은 동적이고 관광객의 이상향은 변화하고 있다. 목표가 달라지면 제품이 달라지고 경쟁상대가 달라지면 개념이 달라져야 한다²⁵⁾. 따라서 소비자의 이상적인 관광지에 가까워야 특정관광지에 대한 선택의 확률이 높아지고 시장공간에서 우위를 차지할 수 있다. 이러한 관광지 입지 분석은 관광지에 대한 관광객의 지각정도를 확인하는 과정으로 그 목적은 특정관광지가 어디에 입지되어져야 하는가(규범적 분석)와 관광객이 현재 어디에 포지션(Position)되어 있는가(기술적 분석)의 두 가지 유형이 있다. 즉 규범적 분석은 매력요인상의 다양한 요소중 어디에 입

23) 김충기, 포지셔닝, (서울:나남, 1989), p.10.

24) G.B Frank, "Positioning as a problem-solving tool", HSMA Marketing Review, 1984, p.10~11.

25) C. Kaspar, "Strategy of success positions for tourism", Revue de Tourism, ALEST, No.2, 1984, p.19.

지되어져야 하는지를 평가하는 과정이며, 기술적 분석은 특정관광지의 현재 입지를 평가하는 과정으로서 관광객의 선호에 기초하여 경쟁관광지와 관련한 기존의 입지를 분석하게 된다. 관광지 입지 수립은 특정관광지 및 경쟁관광지의 입지분석결과에 따라 행해지게 된다.

제 4 절 관광지 개발 경영전략의 설계

1. 관광상품의 시장세분화 계획

시장세분화란 한 조직체가 시장을 일정한 기준에 따라서 몇 개의 동질적인 소비자집단으로 나누는 것을 말한다.²⁶⁾ 소비자의 욕구를 충족시켜야 한다는 마케팅 철학의 팽배와 소비자들의 욕구가 점점 더 다양해진다든 두 가지 사실로 인하여 시장세분화는 이제 거의 필수가 되었다.

관광상품의 마케팅 대상은 막연한 시장전체가 아니라 확인할 수 있는 구체적인 고객집단의 욕구와 관련이 있다고 할 수 있다. 즉, 시장세분화를 통해서 측정가능하고 접근가능하며 유효하고 신뢰할만한 실체성을 갖는 세분시장을 찾아냄으로써 보다 효율적인 마케팅의 실행이 가능해지는 것이다. 시장을 세분화하는 기준은 여러 가지 있을 수 있지만 여기서는 객관적으로 측정 가능한 기준, 과거의 여행패턴에 의한 기준, 관광라이프스타일에 의한 기준 등으로 구분한다.²⁷⁾

먼저 객관적인 측정 가능한 기준에는 인구통계적, 지리적, 사회경제적인 요인 등이 있을 수 있는데 이러한 기준들은 비교적 편리하고 명확하

26) 유필화, 현대마케팅론, (서울 : 박영사, 1991), p.47.

27) 조영석, “한국 마케팅 전략에 관한 연구,” 서울대대학원 석사논문, 1989, pp.58~65.

게 사용할 수 있다는 점에서 장점이 있다. 즉 출신국가별이나 소득수준별로 관광의 패턴에서 차이를 나타내는 경우가 많으며 쉽게 확인하고 측정할 수 있는 곳들이므로 그 유용성이 높다고 볼 수 있다. 그러나 이러한 요인들만으로 시장을 세분화하기에는 부족한 점이 있으므로 다른 기준을 이용한 시장세분화가 병행되어야 한다.

시장세분화는 다음과 같은 이점을 제공한다.

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

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

셋째, 시장수요의 변화에 보다 신속하게 대처할 수 있다. 고객의 욕구가 다양하게 섞여 있는 전체시장 대신에 욕구가 동질적인 몇몇 부분시장에 주목함으로써 수요의 변화를 쉽게 파악하고 신속하게 대처할 수 있다.²⁸⁾

관광객들의 과거 여행패턴에 의한 세분화는 잠재적인 관광시장을 세분화하는데 매우 유용한 방법이라 할 수 있다. 예를 들어 특정지역의 관광객들이 계절별로 선호하는 관광유형과 그들의 인구통계적 변수 등이 뚜렷한 차이를 보였다면 이러한 점들을 통해서 계절별로 서로 상이한 환

28) 김성혁, 관광마케팅론, (서울:대왕사, 1992), p.98

경이 제공되는 관광지를 위한 보다 적절한 시장세분화를 할 수 있을 것이다.

한편 관광객들의 라이프스타일을 파악하게 되면 보다 효과적인 관광시장의 세분화가 가능해진다. 수동적 감상형, 스포츠형, 역사문화 관심형, 야외형 등으로 관광객을 세분화할 수 있다.²⁹⁾ 일단 시장세분화가 이루어지면 몇 개의 세분시장에 진출할 것인가와 어떤 세분시장을 공략할 것인가를 정해야 한다. 그 지역의 자원, 관광상품의 동질성, 제품수명주기, 시장의 동질성, 경쟁지역의 마케팅전략 등을 고려하여 가장 적합한 시장 공략방법을 비차별화, 차별화, 집중마케팅의 세 방법 중에서 골라야 한다. 그런 다음, 객관적으로 매력이 있고 그 시장에서의 성공요건을 갖춘 세분시장을 관광지 개발 입지로 삼아야 한다. 관광지 개발 입지를 선택했으면, 관광지 개발업체는 관광객들의 마음속에 자리잡을 수 있도록 관광서비스를 제공해야한다. 그리고 그 지역의 강·약점을 관광객들은 어떻게 지각하고 있나를 철저하게 분석해야 한다.

2. 관광서비스의 특성에 대한 대응전략

관광서비스란 관광지에서 한 당사자가 다른 당사자에게 소유권의 변동 없이 제공해 줄 수 있는 무형의 행위 또는 활동을 말한다. 서비스는 대체로 저장하거나 운반할 수 없다.³⁰⁾ 이러한 관광서비스를 판매하기 위한 마케팅 프로그램을 개발하기 위해서는 관광지에 있는 관광지의 각종

29) Jonathan N. Goodrich, "The relationship between preference and perceptions of vacation destinations; Application of a choice model", JTR, (Fall 1978), p.12.

30) 유필화, 전제서, p.375.

업체들은 먼저 서비스의 주요특징을 잘 이해해야 한다. 관광서비스의 주요특징을 아래와 같이 네 가지로 요약할 수 있다.

관광서비스가 갖는 독특한 특성은 관광상품의 마케팅을 어렵게 하는 요인이기도 하지만 이러한 특성을 잘 이해하여 적절한 전략을 구축함으로써, 보다 효과적인 마케팅을 수행할 수 있을 것이다. 따라서 여기서는 관광서비스가 갖는 특징 및 이에 대응하기 위한 전략들에 대해서 알아보 고자 한다.

가. 관광서비스의 무형성(intangibility)

서비스는 만져볼 수 없다. 구두, 옷, 선풍기 같은 제품은 우리가 사기 전에 신어보고, 입어보고, 시험해볼 수 있지만, 박물관 관람, 해수욕장에서 물놀이, 놀이시설, 식물원 기타 등등과 같은 서비스는 그렇지 않다. 그래서 서비스를 제공하는 사람이나 업체는 관광객들이 믿고 자기들의 서비스를 구입할 수 있도록 여러 가지 조치를 취할 수 있다.

- ① 서비스의 결과를 눈에 보이는 형태로 만들어 보여줄 수 있다.
- ② 서비스의 내용보다는 서비스를 받음으로써 얻게 되는 구체적인 편익(benefit)을 강조할 수 있다.
- ③ 서비스가 제공되는 장소, 서비스를 제공하는 사람의 복장, 서비스를 할 때 사용되는 장비, 커뮤니케이션에 사용되는 재료나 커뮤니케이션의 내용 등의 눈에 보이는 요소를 잘 조종하여 관광객들에게 서비스의 질이 아주 좋다는 인상을 주도록 할 수 있다.

따라서 서비스의 유형화는 정확한 서비스 내용의 전달, 제공될 서비스 내용의 이행보장을 위한 근거의 제시, 유형적 보조물의 첨부 등을 통해

서 어느 정도 이루어 질 수 있다. 즉, 서비스 판매자는 서비스 내용의 체크리스트 작성 등을 통해서 정확한 서비스 정보를 보유하고 이를 고객에게 제공함하여 고객의 여행을 보장해 줌으로써 공급자가 고객에게 최대한의 서비스를 제공할 수 있다는 것을 가시적으로 나타내야 한다.³¹⁾

한편 서비스 공급기업에서 서비스 상품의 이미지를 잘 관리하는 것도 서비스의 무형성을 감소시키기 위한 방안의 하나이다. 즉, 기업에 대한 호의적인 이미지, 취급상품이 획득한 명성 등은 사전확인이 불가능한 서비스의 선택에 있어서 매우 중요한 요인으로 작용할 수 있다. 따라서 서비스기업 및 취급상품의 이미지를 효과적으로 관리하는 것이 필요한데 이를 위해서는 통합된 회사의 이미지를 구축하여 이를 고객의 눈을 끌 수 있도록 고객과 접촉하는 모든 단계에서 최선의 노력을 기울이는 것이 중요하다.³²⁾

나. 관광상품과 관광서비스의 동시성(inseparability)

대부분의 관광상품은 같은 장소에서 그리고 같은 시간에 생산되고 소비되어 진다. 그러한 상호의존적인 의미를 이해하기 위해서는 우선 대부분의 유형상품은 한 장소에서 생산되고 다른 장소에서 소비된다.³³⁾ 예컨대, 엑스포의 도우미는 방문객에게 시설물의 안내를 해주며, 관광호텔의 직원은 숙박객의 편의를 위해 각종 서비스를 제공한다. 이와같이 생산과 소비가 동시에 행해진다는 것은 또 많은 경우 서비스를 생산하는 사람과 소비하는 사람이 같은 장소에 있다는 것을 의미한다.

31) Theodore Levitt, "Marketing intangible products and product intangible", HBR, (May-June 1981), p.97.

32) 오정환, 전게서, p.159.

33) 김성혁, 전게서, p.54.

서비스는 생산, 구매, 이용, 평가가 본질적으로 동시에 이루어지기 때문에 관광서비스 역시, 출발에서부터 귀향에 이르기까지, 고객이 관광서비스의 생산에 이르기까지 고객이 관광서비스의 생산에 직접 참여하며, 관광서비스 제공자와 계속적인 접촉을 가지게 된다. 따라서 생산과 소비의 주체적인 고객과 서비스조직에 대한 관리가 매우 중요하므로 이를 위한 구체적인 방안이 마련되어야 한다. 고객 및 조직의 구체적인 관리 방안에는 다음과 같은 것들이 있다.

고객관리에는 두 가지의 구체적인 방법이 있는데, 첫째는 고객의 고정화이다. 실제로 많은 서비스 산업에서 고정고객이 존재하고 있는 것처럼 가능한 많은 고정고객을 확보하는 것이 필요하다. 즉 수요자와 공급자가 공정화되면, 이른바 '기질'을 서로 알 수 있기 때문에 서로 협동해서 상호의존적 생산이 가능해지기 때문에, 서비스의 생산이 보다 효율적으로 이루어진다. 고정고객을 확보하기 위해서 서비스요원이 고객에 대한 기억을 남길 수 있도록 고객카드를 적절하게 작성하도록 하고 더 나아가서는 회원제의 활용 등을 통해서 일반고객들이 받지 못하는 혜택을 줌으로써 수요자들이 고정고객이 되고 싶어하도록 자극해야 한다. 또한 관광상품의 내용에 다양한 변화를 줌으로써 수요자들의 기대감을 충족시켜 주어야 고객의 고정화가 가능해진다.

두 번째 방법은 셀프서비스(Self-Service)의 활용이다. 오늘날에는 많은 소비자들이 수동적인 역할보다는 능동적인 역할을 선호하며, 특히 시간과 경비절약의 가능성을 제공하는 경우는 더욱 이런 경향이 강하다. 따라서 이러한 특성을 잘 이용하게 되면 보다 효과적인 서비스의 전달은 물론 서비스 - 공급비용의 절감도 가능해지는 이점이 있다. 이를 위해서는 소비자들이 기꺼이 셀프서비스에 참여할 수 있도록 모든 여건을 마

련해 주어야 하며, 셀프서비스를 통한 비용의 절감이 소비자에게 돌아가게 된다는 점을 충분히 周知시킬 수 있어야 한다.

조직관리 측면에서의 개선방안은 다음과 같다. 관광기업에서는 생산과 소비의 불가분성으로 인해서 마케팅, 생산, 인사기능이 잠재되어 있으므로 이로 인한 기능간의 갈등이 발생하기가 쉽다. 또한 제조기업에 비해 독자적인 마케팅부문이 담당할 수 있는 마케팅기능의 비중이 상대적으로 작기 때문에 마케팅기능의 효율적 수행을 위해서는 생산부문, 인사부문 등과의 긴밀한 협조를 통한 전사적 마케팅(Total Marketing)이 이루어져야 하며, 따라서 조직구조도 이러한 점을 고려해서 짜여져야 한다³⁴⁾. 이를 위해서는 마케팅책임을 생산, 마케팅, 인사부문에 분산시키기 보다는 최고경영층이 전체적인 마케팅활동을 감독하는 것이 필요하다. 또한 각 기능의 책임자들로 구성되는 서비스마케팅전략 센터(Service Marketing Strategic Center)를 설치하여 마케팅 전략의 수립에 일관성을 도모함으로써 전사적인 마케팅시스템을 보다 용이하게 구축할 수 있게 된다.³⁵⁾

서비스 요원들이 얼마나 마케팅 지향적인가도 매우 중요한 요인이다. 서비스 요원은 소비자와 직접 접촉하면서 서비스재의 질과 내용을 직접적으로 통제하므로, 그가 조직상 생산운영부문에 속해 있다 하더라도 마케팅 지향성을 갖고 있어야 한다. “특히 서비스 요원들은 생산성 향상이라는 조직의 목표와 만족의 극대화라는 소비자의 목표사이에서 갈등을 갖게 되므로, 이러한 갈등을 해소시키고 마케팅 지향성을 갖출 수 있

34) 김충기, 전제서, pp.113~115.

35) 고금희, “서비스업에 있어서 생산관리의 변화와 마케팅 전략,” 관광학 연구, 제10호, 1986, pp.20~21.

도록 하는 교육, 훈련의 개발이 필요하다.

다. 서비스의 이질성(variability, hererogeneity)

서비스의 질은 누가, 언제, 어디서 그것을 제공하느냐에 따라 차이가 많이 난다. 따라서 서비스 구매경험을 가진 사람의 이야기를 청취함으로써 최상의 서비스 제공자를 선정하는 것과 같은 위험경감행동을 하게 되므로 서비스 제공자는 서비스의 높은 질과 일관성을 보장하기 위한 방안을 마련하여야 한다. 광의의 범위에서 이러한 마케팅 노력은 잠재고객에게 그 서비스상품의 특징을 명백하게 요구하고 유사상품으로부터 자사상품을 차별화하는데 많은 도움을 준다.³⁶⁾ 이를 위해서는 유능한 서비스요원을 발굴하여 교육, 훈련을 실시하고, 고객에게 전달되는 서비스 내용 중 불필요한 인적 요소를 제거하는 비인격(impersonalization)작업을 통해서 서비스의 표준화를 추진하여야 한다. 고객만족감시제도(customer satisfaction monitoring system)를 개발, 활용함으로써 서비스의 표준화를 뒷받침할 수 있을 것이다.³⁷⁾

라. 수요의 변동성(perishability)

서비스는 저장할 수 없다. 서비스는 어떤 특정시간에 소비되지 않으면 그것의 가치를 영원히 잃고 만다. 물론 서비스를 저장할 수 없다고 하더라도, 서비스에 대한 수요가 일정하면 그다지 큰 문제가 안된다. 왜냐하면 수요에 맞게 서비스를 공급할 수 있도록 서비스요원을 배치하면 되기 때문이다. 그러나 수요의 변동이 심할 때는 서비스업체가 어려움

36) 김성혁, 전계서, p.59.

37) 김원수, 마케팅 관리론, (서울:경문사, 1986), p.743.

을 겪게 된다. 따라서 서비스는 생산해서 보관하는 것이 불가능하므로 안정적인 수요를 지속적으로 확보하는 것이 무엇보다도 중요하다. 수요의 시간적, 양적 편재에 대처하기 위한 방안은 크게 두 가지로 나눌 수가 있다. 하나는 수요자체를 조절하여 비수기의 격차를 줄이는 것이고, 다른 하나는 이와 반대로 공급을 조절해서 변동하는 수요에 대응하는 것이다.

(1) 수요조정

성수기의 과잉수요를 비수기에 이전시키기도 하고, 비수기에 새로운 수요를 개척하여 평준화를 꾀하는 방법이다.

- ① 수요가 적을 때는 가격을 싸게 하고, 많은 때는 가격을 비싸게 한다.
- ② 비수기 때의 수요를 늘리는 프로그램을 개발한다.
- ③ 기다리는 손님들을 위한 보조서비스를 개발한다.
- ④ 예약시스템을 구축한다. 예약제도는 수요수준을 조정하기 위한 좋은 수단이다. 항공회사, 호텔, 의사들이 이 제도를 많이 이용한다.

(2) 공급의 조정

공급능력을 탄력적으로 조절함으로써 변동하는 수요에 대응하는 방법이다.

- ① 수요가 많은 때는 임시직원들(part-time employee)을 고용한다.
- ② 고객들로 하여금 서비스의 일부를 스스로 하게 한다.
- ③ 서비스 시설을 공동으로 이용한다.

3. 휴양경관에 관한 설계방안

휴양경관은 환경분석의 차원을 넘어서 경관 및 인간환경의 구성에까지도 적용될 수 있는 개념으로 환경설계 작업시 중요하게 다루어야 한다. 그리고 휴양경관은 관광지에서 관광객들의 다양한 신체무대와 여러 유형의 시간, 공간적 습성이 한데 어우러져서 장소의 무대를 형성함으로써 나타난다.³⁸⁾ 즉 관광지에서 관광객의 조망으로 보여지는 풍경으로서 바라본다는 의미까지 포함한다. 따라서 공간계획시 해당 관광지에서 발생하는 관광객의 행태를 예상하여 물리적인 계획에 보완하여 행동에 대응되는 기술적·시스템적 프로세스를 분석함으로써 독특한 활력과 흡인력이 있는 곳이 되도록 한다. 또한 객관적인 지표로서 관광객과 시설의 관계를 양적, 질적으로 측정하는 것이며, 레크레이션에 대한 정책수립, 자원배분, 합리적인 프로그램(경영) 효과의 평가를 위한 레크레이션 척도가 필요하다. 경관을 분석하고자 할 때에는 제반 요소들을 종합적으로 고려한 정확한 상황을 판단할 수 있으며, 이들을 종합적으로 고려하여야 관광지가 처한 상황 및 관광지개발 계획시諸상황을 파악할 수 있다.³⁹⁾

이를 세부적으로 살펴보면, 고정적인 환경요소는 매우 천천히 변화하는 요소를 지칭하며 관광지의 건물, 유입도로, 대형조경시설물 등이 이에 포함되며, 이들 요소들의 공간적 구성, 규모, 위치, 연결성 등은 중요한 역할을 담당한다. 고정적 요소보다도 가변성이 큰 요소로서 광고판, 가로시설물, 상점가판대, 수목 등을 포함하는 반고정적 요소들은 관광객들의 관심이 많은 편이다.⁴⁰⁾ 그러므로 기존의 관광지 계획시 설계과정은

38) 황현원, “경관의 다양성에 관한 고찰,” 한국조경회지, 1989, 18(1), pp.55~68.

39) Rapoport, Amos, **The meaning of the built environment**, (Beverly Hills: Sane, 1982), p.85.

고정적인 요소인 물리적인 시설들의 규모결정 및 배치 등을 양적인 설계 기준에 치우쳐 관광객들의 관광형태를 고려한 질적인 측면의 계획에 충분히 다루어져야 한다. 또한 고정적인 측면 보다도 가변성이 반고정적 요소 및 비고정적인 요소인 관광객들의 행동 및 레크레이션 행동으로 보여지는 경관설계를 고려한 계획이 적용되어야 할 것이다.

40) 임승림, 경관분석론, (서울: 서울대학교 출판부, 1991), p.72

제 3 장 제주지역 관광지 개발의 현황분석

제 1 절 제주지역 종합개발 계획의 연혁

제주지역 종합개발 계획을 살펴보면, 1963년부터 1991년까지 열세번의 종합개발 계획의 수립·시행되었다. 여기서는 지금까지 실시되었던 제주지역 종합개발 계획, 그리고 현재 수립·실시되고 있는 제 2 차 제주도 종합개발계획의 특성에 대해서 살펴보고자 한다.

1. 제주지역 종합개발 계획의 변천사

제주지역은 지리적으로 육지와는 멀리 떨어져 있는 지역이고 국가정책 상으로 관심을 끌 특별한 여건이 없어 소외된 낙후지역으로 버림받는 변경에 불과하다. 그러나 1960년 후반에 이르러서는 관광개발 자유항 건설구상 등 국가정책의 주류에 들어가게 되었다. 1960년대에서 1991년까지의 제주지역 관광정책 수립을 살펴보면 다음과 같다.

1960년대에는 관광개발 정책으로 자유항 설정구상, 제주도 건설종합계획, 그리고 제주도 특별지역건설종합계획 조사의 형태로 그 당시 건설부의 주도 하에 실시되었다. 그리고 1970년대에는 제주도 종합개발 10주년 계획, 제주관광 종합개발계획, 제주도 특정자유지역 개발구상, 그리고 특정지역 정비 구상이라는 정책 하에 제주지역을 개발하였다. 마지막으로 1980년에서 1991년까지의 관광개발 정책을 살펴보면, 1980년대에는

자유항 구상, 특정지역 제주도 종합개발계획, 제주도 종합개발 보완계획)을 수립하였다. 1991년에는 제 2차 제주도 종합개발계획을 수립하였다. 이상의 내용을 자세히 살펴보면 <표 3-1>과 같다.⁴¹⁾

가. 1960년대 관광개발 정책

1963. 6. 국가재건 최고회의 지시에 따라 당시 국무총리 所屬下의 유관부처 기획관리실장으로 구성된 ‘제주도건설연구위원회’를 설치하여 외국인 투자, 유인 방안으로서 제주도 전역에 걸친 자유지역 설정 및 제주항과 제주시에 국한된 자유지역 설정을 검토하였으나 지리적으로 불리한 여건 국가안보상의 제약요인으로 인하여 관광자유화만이 가능한 것으로 결론이 지어졌다. 1964년에는 제주도의 특정지역 지정을 위한 사전 조사의 성격을 띠고 1964년 건설교통부(그당시 건설부) 주관으로 계획이 수립되었다. 계획의 주요내용은 관광객 120만명을 유치목표로 제주시, 한라산, 성산, 대정 등 5개 지역을 관광거점으로 개발하고 제주, 서귀포는 종합공업지로 한림, 대정, 성산은 수산 및 축산가공 공업단지로 조성토록 하고 있다. 이 계획에 따라 산업진흥부문에서는 큰 진전이 없었으나 사회기반시설은 크게 확충되어 제주도 지역개발의 기반이 되었다. 그리고 1967년에는 국토건설종합계획법에 의거하여 제주도를 특정지역으로 지정하고 계획기간을 30년간으로하여 건설교통부 주관하에 구체적인 조사 및 계획을 수립하였다. 이 계획은 제주도의 개발사업을 국가투자사업 차원으로 격상시킴으로써 제주도 개발에 활력을 부여하고자 시도하

41) 제주도, 특정지역 제주도 종합개발계획(관광개발계획의 기초 및 요약), 1985. pp.3~6.

제주도, 특정지역 제주도 종합개발계획 보완계획, 1993, pp.9~16.

였다. 이 계획에 의하여 어승생댐 건설 및 용천수 개발이 착수되었고, 전원입지 후보지 5개소가 선정되었으며, 제주공항의 국제공항으로의 승격 및 주요 도로망 체계가 형성되어 향후 계획의 근간이 되었다.

〈표 3-1〉 제주도 관광개발 계획의 변천사(1)

관광개발 정책	년도	정책 내용
자유항 설정 구성	1963	- 제주도 건설연구위원회 설치 - 관광자유화 방향
제주도 건설종합계획	1964	- 종합공업지 조성 - 수산 및 축산가공 공업단지 조성
제주도 특정지역건설 종합기획 조사	1967	- 제주지역 개발사업을 국가투자사업 차원으로 인식 - 어승생댐 건설, 용천수 개발 - 제주공항의 국제공항으로의 승격 - 주요 도로망 체계 형성

(계속)

나. 1970년대 관광개발 정책

1970년에는 제1차 국토종합개발계획(1972~1981)의 권역별 계획의 일환으로 건설교통부 주관하에 목표년도를 1981년으로 하는 10주년 계획이 작성되었다. 이 계획은 잠재자원의 효율적 개발, 관광자원의 합리적 개발, 제주도 특유의 경관보전 및 사회간접 시설확충 등에 목표를 두었으나 구체적 개발전략과 같이 지침이 없어 실질적인 개발실적은 미미하였다. 다만, 지역개발의 발전축과 지대별 토지이용방향, 관광기지 조성 등

은 향후계획의 기본골격이 되어 왔다. 그리고 1973년에는 그간 논의되어 왔던 국제수준은 관광지를 조성하기 위하여 그당시 청와대내에 관광기획단을 설치하고 1973년부터 1981년까지의 9년간을 계획기간으로 하는 관광개발계획을 수립하였다. 본 계획에는 관광개발을 통하여 지역경제성장을 도모한다는 목표하에 구체적이고 단계적인 개발전략이 포괄되어 있었다.

〈표 3-2〉 제주도 관광개발 계획의 변천사(2)

관광개발 정책	년도	정책 내용
제주도 종합개발 10주년 계획	1970	- 제1차 국토종합개발계획(1972~1981) 수립 - 잠재자원의 효율적 개발, 관광자원의 합리적개발, 제주지역 특유의 경관보전 및 사회간접 시설확충 등
제주관광 종합개발계획	1973	- 지역경제성장 도모 - 제주도 특정지역 관광종합개발계획 공포 (1972.2)
제주도 특정자유지역 개발구상	1975	- 자유지역 설정 - 무역자유기능, 관광자유지역 기능, 원자재의 비축기능 등의 부문별 타당성 검토
특정지역 정비 구상	1976	- 특수자유지역 구상, 새로운 형태의 여가공간조성 계획 - 수출가공자유지역 및 원양어업 전진기지 구상

(계속)

이러한 관광기반시설 조성, 관광단지 개발 및 집약적인 관광권의 단계적 조성을 위하여, 1975년 2월 제주도 특정지역 관광종합개발계획을 공포하고, 소관 부처별로 관광개발 사업을 추진토록 조치하였다.

1975년에는 1963년에 제기된 바 있었던 특정자유지역의 타당성을 새로운 시각에서 검토하기 위하여 자유지역설정에 따른 지역의 변화상을 다각적으로 분석하였다. 계획의 내용은 자유항으로서 무역자유지역 기능, 관광자유지역기능, 원자재의 비축기능, 수출가공 자유지역기능, 관광자유지역기능 등을 대상으로 부문별 타당성을 검토하였으며, 가장 효율적인 특수기능 유치규모 및 위치를 설정하였다. 그러나 본 계획은 국내외 제반여건 변화로 무산되었으며, 정책적 지원을 얻지 못하여 실제적인 효과는 거두지 못하였으며, 그 후 자유지역 조성검토에 기초자료로 활용되었다. 그리고 1976년에는 특정지역 지정후 10년이 경과되어 그간 많은 여건이 변화되었으므로 기존의 계획 구상을 재정비하고 구체적인 개발방향을 모색하기 위하여 계획이 수립되었다. 본 계획은 목표년도를 1996년으로 하고 관광개발을 중심으로 특수자유지역구상, 새로운 형태의 여가공간 조성계획 등을 추가하여 포괄적인 설계를 수립하였다. 본 설계중 관광개발은 부처별로 시행되었으며, 수출가공자유지역 및 원양어업 전진기지 구상은 구체적으로 실천방안이 마련되지 못하였다.

다. 1980대의 관광개발 정책

1980년에는 그 동안 꾸준히 구상되어 왔던 자유항 설치계획을 제검토한 결과, 국제적 여건으로 보아 단기간에 효과를 얻기 어려우며, 장기에 걸쳐 꾸준히 추진해 온 대외적인 이미지 개선에 크게 기여한 것으로 판

단되었다. 그러나 재정경제원(그당시 경제기획원)은 성공가능성이 불투명하고 투자소요액이 막대하다는 점 등을 들어 자유항설치를 유보하고 관광개발중심으로 개발할 필요가 있다는 결론을 내렸다. 그래서 1985년에 제주도 주관하에 제주도 전역을 대상으로 지역개발계획, 관광개발계획, 국제자유지역 조성계획 등 3개 부문에 걸쳐 계획을 수립하였다. 이 가운데 관광개발계획에서는 국민관광을 기반으로 국제관광을 활성화하는 것을 기본목표로 하고 3개 관광단지 및 14개 관광지구를 지정하고 기본적인 개발구상을 지시하였다. 그리고 이 때에 관광개발과 지역개발의 조화를 도모할 수 있도록 종합계획을 수립하였다. 계획의 주요내용에는 13개의 관광지구 개발을 추진토록 하였으며, 지역균형 발전을 위한 공간질서구축, 산업진흥 및 사회개발계획이 포괄되어 있다.

〈표 3-3〉 제주도 관광개발 계획의 변천사(3)

관광개발 정책	년도	정책 내용
자유항 구상	1980	- 자유항 설치 재검토 - 관광개발 중심 개발의 필요성 재인식
제주도 종합개발계획	1985	- 지역개발계획, 관광개발계획, 국제자유지역조성계획 등 3개 부문에 걸쳐 계획수립 - 지역균형 발전을 위한 공간질서 구축, 산업진흥 및 사회개발계획 등의 종합개발계획의 수립
제주도 종합개발 보완계획 수립	1988	- 1985년에 수립, 추진하고 있는 특정지역 제주도 종합개발계획을 지속적으로 추진 - 기반설비(숙박)의 부족, 숙박형태의 변화, 지구별 경제성, 시설부족에 따른 개발지원 등을 보완

그리고 1985년 수립 추진되고 있는 특정지역 제주도 종합개발 계획이 3개 관광단지 26개 지구를 지정, 관광분야에 중점을 두어 추진하였으나 관광객 증가에 따른 기반설비(숙박)의 부족, 숙박형태의 변화, 지구별 경제성, 시설부족에 따른 개발지연 등을 보완하였다.

이상으로 1960년에서부터 1980년대까지의 제주도 종합개발계획에 대해 살펴보았다. 각 연대별로 계획상의 특성은 있으나 그 계획이 면밀히 검토하여 실시하는 데는 많은 문제점을 낳았음을 알 수 있다. 특히 제주도의 특정지역에 자유항을 설치하는 것에 있어서도 여러번의 계획이 수립되다가 실패했으며, 다시 재검토에 들어가 있음을 알 수 있다. 그리고 공업지역을 설립하려는 계획은 있었으나 결국 별 실효를 거두지는 못하였다. 어쨌든 위와같은 여러번의 계획수립으로 인해 제주지역은 전 보다는 많은 발전을 거듭하였으며, 그리고 제주지역을 개발해야겠다는 인식 고조되었음을 알 수 있다.

그 다음으로 제 1 차 제주도 종합개발계획(1981~1991)을 연계 및 새로운 계획안을 수립하여 진행되고 있는 제주도 개발특별법 특성에 대해 살펴보려고 한다.

2. 제주도 개발특별법(1991년 12월 31일 법률 제 4485)

가. 특별법의 기본 목표

제주도 종합개발계획의 수립과 시행에 관한 사항을 규정하여 제주도민이 주체가 되어 제주도 개발 특별법의 입법정신에 따라 제주지역 고유의 향토문화를 창조적으로 계승발전시키고 자연 및 자원을 보호하며 산업을 보호육성함과 동시에 쾌적한 생활환경 및 관광여건을 조성함으로써 도민

의 복지향상과 지역발전에 이바지 하는데 이를 구체화하면 다음과 같다.⁴²⁾

(1) 자주적이고 자율적인 개발계획의 수립 시행

제주도 개발특별법은 제주도민 및 지방정부가 자주적으로 계획을 수립하여 지역특성에 맞게 자율적으로 개발사업을 시행하도록 규정되었다.

(2) 자연 환경의 보전 및 관리철저

수려한 경관자원과 특유한 자연환경의 보전을 위하여 절대보전지역, 상대보전지역 특별 관리지구로 지정, 관리하도록 하고, 희귀 동·식물 및 광물 등의 관광자원은 보존자원으로 지정하여 철저히 관리하며 환경영향평가를 강화하고 경관보호를 위해 경관영향평가제도와 지하수 원수대금의 부과·징수 제도를 최초로 도입하였다.

(3) 개발사업에 대한 주민 참여제도 강화 등

제주도내 농어민 단체에 개발사업 우선 시행권을 인정하고, 토지에 매도한 도면에 대하여 양도소득세 감면, 휴게소 등의 운영권과 공동개발권을 인정하여, 인근지역 주민을 우선 고용하도록 하는 등 지역주민의 참여제도가 강화되었다.

(4) 안정적인 개발자원 확보방안강구

제주도 개발사업 특별회계를 설치·운영하고, 그 세입으로는 국가, 지자체의 출연금, 다른 회계로 부터의 전입금, 지하수의 원수대금과 제주도

42) 제주도, 제주도 종합개발계획(안), 1993. 3, p.36.

에서 발생하는 개발부담금 전액을 지원토록하며 보조산업의 보조율은 다른 지역보다 20%를 가산 지원하며 관계법령에 불구하고 지역개발채권발행, 관광진흥기여금의 모금 등을 할 수 있도록 되었다.

(5) 기타

제주시 외곽지대의 개발제한구역내 주거환경을 개선하기 위하여 생활환경개선 계획을 수립·시행하도록 했으며 1차산업의 진흥 및 관광산업과의 조화·균형을 도모하기 위하여 보조금의 지원, 융자알선, 조세감면 등의 규정을 두고 있다.

3. 제주도 종합개발계획(1994)

가. 배경 및 목적

제주도 종합개발계획은 지난 91년 제정된 제주도 개발특별법에 근거를 두고 있다. 이 법은 낙후된 도내 관광자원 개발과 사회간접자본시설 확충을 통해 21세기의 세계적인 관광지로 조성하기 위해서 마련됐다. 지역주민들이 주체가 되어 지역특성을 살린 합리적인 개발방안을 모색하고 효율적인 집행을 위한 실질적인 추진계획을 수립하지는 것이다. 특별법은 물적시설, 산업경제, 사회문화등 각종 부분을 포괄하고 있다. 그러나 특별법이 제정된 이후 개발이 자연환경파괴를 낳을 것이라는 보존론과 개발론간 갈등으로 별 진전을 보지 못했다. 업체들 역시 까다로운 투자조건과 사업의 불투명성 때문에 적극적인 참여를 꺼려 개발계획은 표류할 수밖에 없었다. 그러던 것이 개발특별법이 제정된 지 3년이 지난 95년 6월 ‘제주도 종합개발계획(이하 개발계획)’이 수립됨으로써 구체적인

개발방안이 제시됐다. 이때부터 지역주민은 물론 업계의 참여도 적극적으로 전환, 개발의 구체적인 방향이 잡히기 시작했다. 이후 11월에는 3개단지 10개지구에 대한 사업자를 선정, 표선민속관광단지 등 일부지구를 제외하 9개단지·지구의 신규 사업자가 결정됐다. 도는 빠르면 올 연말까지 부지수용이 더딘 일부 지구를 제외하고는 대부분 착공에 들어갈 수 있을 것으로 예상하고 있다. 또 아직 사업자가 선정되지 않은 지구들도 올해안으로 사업자를 지정, 본격적인 사업을 개시할 방침이다.

개발계획은 총 7조원을 투입, 오는 2001년까지 세계적인 종합관광휴양지로 조성한다는 것이 핵심적인 내용이다. 개발계획 기간은 94년부터 오는 2001년까지 2단계로 구분해 97년까지 1단계로 3조3천4백40억원, 98년부터 2단계로 4조4백61억원을 각각 투자하는 등 총 7조3천9백억원을 투자하게 된다.

이를 통해 오는 21세기에는 제주도를 동북아시아는 물론 세계적인 관광휴양지로 변모시킨다는 것이 목표다. 도는 이를 위해 제주도와 중국의 해남, 인도네시아의 발리, 일본의 오카나와를 대상지역으로 하는 ‘동아시아 도서관광정책 포럼’창설을 준비중이다.

나. 주요내용

제주도 종합개발계획에는 중문·성산포·표선 등 3개 관광단지를 조성하고 만장굴·함덕 등 10개 관광지구 등을 지역적 특성에 맞게 정비한다는 내용이 포함돼 있다. 또 공항·항만처리능력 및 도로 확장 등 사회간접자본시설을 확충하는 것도 개발의 주요내용이다. 이밖에 자연환경보존과 토지의 효율적 이용, 지역주민의 생활 및 복지시설 향상 등이 개

발계획에 담긴 사항들이다. 그러나 무엇보다 개발계획의 목적이 세계적인 종합관광휴양지로 조성하는 것에 있는 만큼 3개단지 10개지구에 대한 개발사업이 가장 중요한 부분이다. 이는 곧 주민들의 소득수준 향상등 개발계획에 속한 모든 내용들과 직접적으로 연계되는 사항들이다. 따라서 13개 관광단지·지구에 대한 개발의 성패여부가 곧 개발계획 전체 성공의 열쇠가 된다.

〈표 3-4〉 제주도내 13개 관광단지·지구 현황

(단위:m²)

단지·지구	면적	사업자
중문	4,150	한국관광공사
성산포	1,231	한국토지공사
표선	526	미정
돈내코	152	유로공영
함덕	465	신성리조트
만장굴	2,436	만장굴문화원
남원	200	금호개발
용머리	256	미정
봉개휴양림	1,346	한화국토개발
교래농어촌	500	(주)교래
송악산	1,672	대명레저산업
묘산봉	4,665	미정
세화·송당온천	2,400	제주온천

주요내용 <표 3-4>을 보면 우선 오는 2001년까지 제주도를 제주·서

귀포시의 2대핵, 성산포·한림·대정 등의 3중핵의 도시체계로 발전시키는 것이다. 또 중문·성산포·표선 등의 5.9km²를 국제적인 종합관광 및 휴양단지로 개발하게 된다. 이와 함께 함덕·묘산봉·만장굴·남원·돈내코·교래·봉개·송악산·용머리·세화지구 등 10개 지구에 콘도·호텔을 비롯한 각종 숙박시설 등을 지역적 특성에 맞게 개발, 제주도를 장기체류형 관광단지로 탈바꿈시킨다는 방안이다<표 3-5>. 이를 통해 연간 3백42만명에 그치고 있는 제주관광객을 오는 2001년 이후 5백30만명으로 늘려 亞太지역의 관광거점으로 육성할 방침이다. 관광지 개발외에 도로·상하수도·공항·항만 등 각종 SOC(사회간접자본시설) 확충도 개발계획의 주된 내용이다. 제주공항의 항공처리능력을 연 8만회에서 13만회로, 항만하역능력을 연 2백88만9천톤에서 6백8만4천톤으로 각각 확충한다는 것이다. 또 기존도로외에 새로 3백km를 확장, 개설해 원활한 여객 및 화물운송능력을 갖추게 된다.

이밖에 지역정보센터를 설립해 화상회의서비스도 제공할 계획이며 한라산·해안별 등 63개소를 특별관리지역으로 지정, 개발과 보존의 균형을 갖추겠다는 것이 개발계획이 포함하고 있는 내용들이다.

〈표 3-5〉 관광단지 사업계획

	관광 지명	개발방향	위치 및 면적	주요시설계획
관 광 단 지	중문	· 국제적 종합 휴양단지 조성 · 해안변의 일정구간을 보존 · 이용객의 계층을 다양화하고 수용가능한 숙박 및 사업시설을 유치 · 기존시설과 2단계(동부)지역의 시설이 조화되도록 서로 상충되지 않는 시설을 적극 도입	위치: 서귀포시 중문동 상·하예동 면적: 4,150,000m ²	숙박시설, 사업시설, 운동 및 레크레이션시설, 휴게시설, 교양시설, 종교시설, 공공시설, 회의시설
	성산포 해양 관광	· 도시계획사업과 연계하여 추진 · 경유형에서 체류형으로 전환 · 해양레크레이션 활동을 위한 시설의 유치 · 일출봉의 시각경관을 보존	위치: 남제주군 성산읍 성산리 면적: 1,231,000m ²	숙박시설, 상업시설, 업무시설, 운동 및 오락시설, 휴양시설
	표선 민속 관광	· 도시계획사업과 연계하여 추진 · 표선해수욕장과 연계 · 사업성있는 시설의 유치를 적극 검토하여 단지를 활성화	위치: 남제주군 표선읍 표선리 면적: 526,000m ²	숙박시설, 교양시설

〈표 3-6〉 관광지구 사업계획(1)

	관광 지명	개발방향	위치 및 면적	주요시설계획
관 광 지 구	돈내 코 지구	· 청소년 수련 및 교화의 장으로 개발 · 민자유치 활성화를 위 한 도입시설의 유치를 추진 · 지역주민을 위한 휴양 시설을 보완	위치:서귀포시 상효동 면적:526,000m ²	숙박시설, 상업시설 , 휴양시설
	함덕 지구	· 해수욕장을 적극 개발 · 일부지역을 지역주민 참여 활성화차원에서 상가지구로 변경	위치:북제주군 조천읍 함덕리 면적:465,000m ²	숙박시설, 상업시설 , 레크레이션시설, 종교시설
	만장 굴 지구	· 동굴을 관광자원으로한 특수 성격을 부여 · 만장굴과 김령사굴을 연계하여 개발 · 문화, 교양위주의 공간 성격을 부여	위치:북제주군 구좌읍 김녕리 면적:2,346,000m ²	문화시설, 휴양시설 , 조경시설
	남원 지구	· 특색있는 도입시설과 계절감있는 지구를 조성 · 해안가의 해안경관을 보존	위치:남제주군 남원읍 남원리 면적:200,000m ²	숙박시설, 교양시설 , 휴게시설, 조경시 설, 운동시설,
	용머 리 지구	· 지구 면적을 조성계획 면적으로 축소조정 · 산방산을 보전지구로 지정하여 적극 보존	위치:남제주군 안덕면 사계리 면적:256,000m ²	화훼단지, 사적시 설, 선착장, 상업시 설, 전망대, 수산물 판매장 등

〈표 3-7〉 관광지구 사업계획(2)

관광지명	개발방향	위치 및 면적	주요시설계획
관광지구	봉개휴양림지구	· 종합휴양지 기능을 도입 · 노인들이 자급자족할 수 있는 활동 프로그램을 작성	위치:제주시 봉개동 면적:1,346,000m ² 가족호텔등 숙박시설,상가,노인휴양숙박업,운동시설
	교래농어촌휴양지구	· 주민의 수익성을 고려한 시설 · 독특한 레크레이션시설을 개발하여 단지의 매력도를 제고	위치:북제주군 교래리 면적:500,000m ² 숙박시설,연수시설, 휴양시설, 체육시설,상업시설
	송악산지구	· 경관감상과 역사유적 관광지로 개발 · 기존 취락을 중심으로 집중개발 · 해상 위락활동을 유치 · 청소년과 탐방객이 해양수련활동을 할 수 있는 대규모 공간을 확보	위치:남제주군 대정읍 송악산 면적:1,672,000m ² 선착장, 고급숙박시설 및 사업시설, 해양수련시설
	묘산봉지구	· 체육 및 운동시설을 주기로한 레저·스포츠 지구의 조성 · 시설 수요에 맞추어 도입시설을 선택할 수 있도록 단계적으로 개발	위치:북제주군 구좌읍 서감녕리 면적:4,665,207m ² 전통수련장,퍼블릭골프장,산악행오토바이경륜장, 종합레포츠센터, 체육공원 및 체력단련시설,상가 및 숙박시설

다. 과제

개발계획과 관련, 지역주민들에게 가장 큰 관심사는 무엇보다 개발이익의 지역화 문제다. 개발사업과정에서 지역주민들이 제외될 경우 개발이익은 모두 외지업체들이 나눠갖고 지역주민들은 개발에 따른 제반 문제만 떠안게 될지도 모른다는 우려 때문이다. 道는 이같은 이유 때문에 각종 개발사업을 주민·지자체·업체 등이 공동참여하는 제3섹터 방식으로 추진할 방침이다. 또 개발과정에서 외지업체의 협력업체로 지역건설업체들의 참여를 의무화하고 개발이익의 지역내 사업에 대한 재투자를 적극 유도할 계획이다. 한편 어려운 개발을 막고 각종 시설 등의 효율적인 운영을 위해서는 각종 법규완화등이 필요하다는 지적이 제기되고 있다.

외국자본의 유치를 위해 외국인 투자규제를 완화해 주는 한편 관광개발사업자에 대한 금융·세제지원이 뒤따라야 할 것으로 전문가들은 지적하고 있다. 또 민간투자에 상응하는 중앙정부의 SOC부문에 대한 공공투자가 보다 적극적으로 이뤄져야 하고 해외증권 발행 등 투자재원 확보 마련을 위한 각종 특별법 제정도 시급한 것으로 요구되고 있다.

제 2 절 관광객의 성향 및 관광자원 현황

1. 관광객의 성향

최근 제주지역은 점차 국민소득이 높아지고 여가시간이 증대됨과 아울러 적극적인 관광개발사업과 관광산업의 진흥에 힘입어 한국에서 가장 선호도가 높은 관광여행지로 각광을 받고 있다. <표 3-8> 과 같이 제

주도를 방문한 관광객의 수는 1988년에 이미 200만명을 돌파하였고, 1990년에는 외국인 23만 5천명을 포함하여 총 299만 2천명에 이르렀다. 그리고 1991년에는 국내의 모든 여건이 불리함에도 불구하고 내국인 292만 9천명과 외국인 27만 5천명인 총 320만 4천명을 유치하였다. 이와 같이 제주도의 관광은 연평균 16%의 높은 관광객의 증가율을 나타내면서 계속 성장추세에 있다. 또한 관광객의 양적 증가와 함께 관광수입도 크게 증가하여 1988년 2,382억원에 달하였고, 1990년에는 그 2배 수준인 4,319억원으로 증가하는 등 연평균 28%의 높은 증가율을 나타내고 있다.

〈표 3-8〉 관광객 유치실적 및 관광수입

구분 년도별	관광자수(천명)			관광수입(억원)	
	계	내국인	외국인	계	전년비율(%)
1988	2,001	1,843	158	2,382	137
1989	2,643	2,476	167	3,442	144
1990	2,992	2,757	235	4,319	125
1991	3,204	2,929	275	5,132	119
1992	3,422	3,179	243	7,970	
1993	3,464	3,185	277	8,516	
1994	3,692	3,470	222	8,894	

자료: 제주시, 제35호 통계년보, 1995.

그리고 제주지역 관광객 수를 구체적으로 분석한 결과 <표 3-9>에서 보듯이 1일 평균 관광객 수는 1989년에 7,240명이고 1990년에는 8,198명이었다. 이를 성·비수기로 나누어 비교해 보면 성수기에 1일 평균 관

광객 수는 1989년에는 8,586명이고, 1990년에는 9,655명, 그리고 1991년에는 10,302명이었으며, 비수기에는 1989년에 5,846, 1990년에 6,699명, 1991년에 7,339명으로 성·비수기가 비중이 대체로 6 : 4정도로 나타났다.

〈표 3-9〉 성·비수기 來道관광객 비율

구분	1989	1990	1991
총 관광객 수	2,642,613	2,299,613	3,204,614
연평균 관광객 수	7,240	8,198	14,775
성수기 평균 관광객 수	8,596	9,655	10,302
비수기 평균 관광객 수	5,846	6,699	7,339

자료: 제주도, 관광년보, 1992.

주: 성수기(195일), 비수기(180)

관광객의 성향별 방문현황<표 3-10>은 1991년에 개인 및 기타가 전체의 절반수준에 가까운 47.2%를 차지하고 있고, 그 다음에 일반단체 20.3%, 신혼부부 16.7%, 외국인 8.6%, 수학여행 7.2%의 순으로 나타나고 있다. 이를 과거 추세로 비추어 볼 때 신혼부부와 수학여행 관광객수가 다른 성향의 관광객수로다 전체적인 비중은 적지만 지속적으로 증가하는 추세에 있음을 알 수 있다. 그러나 일반단체 관광객수는 1990년에 1.7%의 감소추세를 나타내었고 1991년에는 12.8%의 증가세에 그치고 있어 우리 나라 관광패턴이 생활여건의 변화, 기업체의 유급휴가 확대 등으로 가족내지는 개인별 관광으로 전환되고 있는 것으로 생각된다.

〈표 3-10〉 관광객 성향별 추세

(단위: 명)

성향별 년도별	계	내 국인				외 국인
		일반단체	수학여행	신혼부부	개인 및 기타	
'83	1,024,026 (100.0)	226,171 (22.1)	20,545 (2.0)	90,784 (8.9)	642,528 (62.6)	44,998 (4.4)
'84	1,217,243 (100.0)	339,919 (29.9)	20,810 (1.7)	123,658 (10.2)	648,038 (56.2)	48,818 (4.0)
'85	1,332,702 (100.0)	335,153 (25.3)	59,872 (4.5)	138,646 (10.5)	715,355 (54.1)	73,676 (5.6)
'86	1,492,308 (100.0)	331,081 (22.2)	60,417 (4.1)	187,486 (12.6)	797,571 (54.1)	115,753 (7.8)
'87	1,785,461 (100.0)	442,745 (25.2)	90,102 (5.1)	231,464 (13.2)	840,760 (47.8)	152,389 (8.7)
'88	2,000,495 (100.0)	471,827 (23.6)	109,180 (5.5)	307,258 (15.4)	954,426 (47.7)	157,804 (7.9)
'89	2,642,613 (100.0)	588,288 (22.3)	162,908 (6.2)	409,594 (15.5)	1,314,571 (49.7)	167,252 (7.9)
'90	2,992,096 (100.0)	577,766 (19.3)	205,425 (6.9)	474,934 (15.8)	1,498,898 (50.1)	235,073 (7.9)
'91	3,204,614 (100.0)	652,007 (20.3)	229,798 (7.2)	535,610 (16.7)	1,511,828 (47.2)	275,371 (8.6)

자료: 제주도, 관광년보, 1992.

특히, 외국인 관광객의 경우에는 전년도에 비해 1990년에 41%, 1991년에는 17%의 높은 증가율을 나타내었다. 그 이유는 일본엔화의 상승에 따라 관광비용이 상대적으로 저렴해지고 1989년 10월 제주-나가사끼간의 쾌속선(Jet Foil)을 운항하게 됨으로써 보다 쉽게 접근이 가능하게 되었으며, 내부적으로는 외국인 관광객 유치를 위한 해외촉진활동 강화와

골프, 등산, 낚시, 사냥, 외국인 전용 오락시설, 해양위락시설 등의 다양한 동적 관광시설이 확충된 데 기인한다고 볼 수 있다.

2. 관광자원 현황

가. 자연자원

제주지역의 자연 관광자원은 한라산을 중심으로 여러 곳에 산재한 폭포를 비롯하여 화암동굴, 계곡, 기암절벽 및 기생화산과 맑고 깨끗한 4면의 바다로 둘러싸여 있으며, 경관이 수려한 해안, 해수욕장 등의 천혜의 관광자원이 곳곳에 분포되어 있다<표 3-11>.

〈표 3-11〉 자연자원 현황

자원명	개소	자원명	개소
계곡	11	폭포 및 소연	6
동굴	10	기암	10
수림	4	기생화산	360
식물	1,635	동물 및 곤충	800
등산코스	5	수림장	2
해수욕장	10	낚시터	15
수중경관	12		

자료: 제주시, 제33회 통계년보, 1993.

(1) 산악

1970년에 국립공원으로 지정된 해발 1,950m의 한라산은 백록담을 비롯한 20여개의 봉우리를 중심으로 하여 난대, 온대, 한대의 식물이 수직

적으로 분포함으로써 독특한 경관을 보유하고 있으며, 백록담을 비롯한 5개소의 화구호와 흙붉은오름, 방아오름, 물이 없는 분화구로서 20여개의 봉우리가 산재되어있고, 한라산 특유의 고원지형, 탐라계곡, Y계곡, 동굴, 기암 등, 경관자원이 분포하고 있다<표 3-12>. 그리고 제주지역에는 약 360개의 기생화산이 있으며, 이들 대부분이 분화구가 있다. 특히 중산간지대의 오름군은 제주지역 특유의 경관유지에 큰 몫을 하고 있는데, 산굼부리와 같이 관광명소로 이용되는 곳도 있다.

〈표 3-12〉 한라산의 주요자원

구분	주요자원
화구호 및 분화구	백록담, 사리암, 물장울, 논고악, 동수악, 흙붉은오름, 어송생악, 방아오름, 불래오름 등
고원	속밭, 상밭, 큰두레밭, 윗세오름밭, 삼형제봉일대, 장구목, 물가마밭 등
계곡	탐라계곡, Y계곡, 구구곡, 선녀랑, 성관악계곡, 장구목계곡 등
동굴	구린굴, 용진굴, 통패, 평패, 상패 등
기암	영실, 오백나한, 왕관능, 백록담, 서북벽 및 남벽
사찰	관음사, 천왕사 등

자료: 제주도, 제주통계년보, 1993.

나. 해안

(1) 해안경관

제주지역은 화산섬으로서 약 50개의 섬들과 250km의 해안선이 독특한 경관을 나타내고 있다. 특히 일출봉, 남원해안, 서귀포해안, 용머루, 송악산해안 등 남부지역의 해안을 관광자원으로 이용되고 있으며 기타 해안지역 역시 관광자원으로서의 잠재력이 높다.

(2) 해수욕장

〈표 3-13〉 해수욕장 현황

해수욕장	백사장		시설물		'91이용객
	면적	길이	화장실	샤워장	
	m ²	m	동	동	명
이호	42,000	7,010	2	2	380,000
곽지	128,926	350	1	1	43,000
협재	107,243	700	2	2	37,000
함덕	231,278	900	4	3	63,000
김녕	49,587	200	1	1	108,000
화순	99,174	2,000	1	1	12,000
중문	107,400	560	3	1	34,000
표선	251,204	200	1	1	54,000
신양	307,439	1,500	1	1	8,000
하모	178,513	250	1	1	13,000

자료: 제주도, 제주통계년보, 1992.

현재 운영되고 있는 해수욕장은 <표 3-13>에서 보는 바와 같이 함덕,

중문, 협재 등 총 10개소로서 1991년도의 경우 연간 총 이용객은 38만명에 달하고 있다. 함덕, 중문, 협재 해수욕장 등은 비교적 외래관광객의 이용이 높으며, 팍지, 김녕, 신양리 해수욕장 등은 주로 도민이 이용하고 있는데 해수욕장으로서의 자연환경은 대단히 높은 편이다.

(3) 낚시터

주요 낚시터로는 漁種에 따라 다르지만 제주지역 연안의 크고 작은 섬지역과 강정, 내도, 도두, 송악산 해안지역이 유명하다<표 3-14>.

〈표 3-14〉 주요 낚시터 현황

낚시터	어종별 낚시시기
북촌	참돔(6~9월), 숯뱅이, 뱀자리(6~10월)
마라도	뱀자리(7~9월), 방어(7~10월), 갯돔, 뱅에돔
추자도	감성돔(4~11월), 돌돔(7~9월), 오징어(7~9월)
우도	참돔(6~9월), 감성돔(7~9월), 우럭
비양도	참돔, 오징어(6~9월), 황돔, 모래무지(7~10월)
차귀도	돌돔, 다금바리(6~9월), 감성돔(연중)
서부두방파제	귀리, 오징어(6~11월), 황돔, 갯돔(7~11월)
민물낚시터	하가, 강정, 외도, 수산
갯바위낚시터	관탈섬, 형제섬, 섬섬, 범섬, 문섬, 고내, 송악산 해안, 귀덕, 한림, 신창, 월정, 행원, 하도, 대포, 성산, 애월, 중엄, 서부두 등

자료: 제주도, 제주통계년보, 1993.

(4) 수중경관

제주지역 인근의 해수온도는 높고 맑은 수명도를 유지하여 수중경관을 감상하기에 알맞은 지역으로서, 스쿠버를 이용한 수중탐험과 잠수함을 이용한 경관감상 활동이 활성화되고 있다<표 3-15>.

〈표 3-15〉 주요 수중경관지 현황

위치	섬 명	인접항	특징
동쪽	우도	성산포	· 각양각색의 산호초 · 아름다운 지형 · 다량다종의 수중동물
서쪽	차귀도	고산	· 각양각색의 산호초 · 수중의 용암동굴
	비양도	한림	· 다종의 산호초 · 수중암초지대
남쪽	문섬, 섬섬, 범섬, 지귀섬	서귀포	· 각양각색의 산호초 · 아름다운 지형
	형제섬	화순, 사계	· 수중아취 · 수중동굴 · 다종의 산호초와 수중동굴
	마라도	모슬포	· 다종의 산호초 · 다량다종의 수중동굴
북쪽	해암서화도 (일명:관탈섬), 사수도	제주	· 다종다량의 어류 · 각양각색의 산호초 · 아름다운 지형

자료: 제주도 제주도종합개발계획(안), 1993.

주: 상기 섬들외에도 제주지역 주변의 해양과 수중은 많은 암초지대가 있고 이곳에는 상당히 많은 해양동식물이 서식하고 있다.

(5) 산업 및 기타관광자원

산업 및 기타관광자원으로는 관광농원, 송당목장, 이시돌목장, 제동목장을 제외한 도내 전지역의 수렵장, 27홀의 오라칸트리 구락부, 18홀의 제주칸트리 구락부, 중앙관광단지내의 제주관광해양수족관(Royal Marine Park) 등이 있다.

3. 제주지역 방문 관광객의 관광위락활동 현황

가. 관광 위락활동 참여율 및 만족도

(1) 참여율

제주를 방문하는 관광객의 관광위락활동별 참여율은 제주내의 자원특성을 설명하듯이 전체의 76.8%가 자연관광지의 감상에 가장 많은 참여를 하고 있으며, 그 다음으로 농원 또는 목장의 방문, 도시관광, 성읍민속마을방문, 여흥 및 오락 등의 순으로 나타났다. 이 결과에서 농원 또는 목장방문과 성읍민속마을 방문 등이 상위권의 관광참여활동으로 나타난 것은 제주관광의 특성을 나타내는 특기할 만한 사항이다. 또한 참여율이 가장 낮은 위락활동은 관광객이 골프, 수상스포츠, 기타 스포츠 등, 동적인 스포츠 중심의 위락활동이 저조하여 정적인 관광이 중심이 되고 있다.

(2) 시설 및 관광위락활동에 대한 만족도

각종 관광 위락활동에 참여하면서 관광시설 또는 활동의 여건 등에 대해 관광객은 39.8%만 만족한 것으로 나타나 제주지역관광객의 60%이상이 각종 위락활동이나 시설에 대하여 만족을 느끼지 못하고 있다. 관광

객의 경우 위락활동별 만족도를 보면 가장 만족스럽게 참여한 위락활동을 산책, 등산, 사냥, 사격, 낚시 및 자연관광지 감상 등의 순으로 나타났으며, 평균 39.8%보다 낮게 나타난 위락활동은 수상스포츠, 야영, 수영, 해수욕, 기타 스포츠 및 해저관광 등으로 분석되고 있다<표 3-16>.

〈표 3-16〉 관광객 관광위락활동 현황

구분 위락활동	참여자 (명)	참여자/ 응답자(%)	참여자/ 응답자(%)	만족도		
				만족	보통	불만족
자연관광지감상	282	76.2	20.5	0.59	0.32	0.09
산책	20	5.4	1.5	0.82	0.18	-
드라이브	79	21.5	5.8	0.44	0.44	0.12
야영	23	6.3	1.7	-	1.0	-
등산	77	21.0	5.6	0.71	0.29	-
수영·해수욕	84	22.9	6.1	-	0.50	0.50
낚시	24	6.5	1.8	0.60	0.20	0.20
수상스포츠	7	1.9	0.5	-	0.22	0.78
사냥·사격	15	4.1	1.1	0.67	0.26	0.07
골프	5	1.4	0.4	0.43	0.43	0.14
기타스포츠	20	5.4	1.5	0.11	0.44	0.45
민속박물관관람	63	17.2	4.6	0.26	0.68	0.06
민속마을방문	152	41.4	11.1	0.53	0.26	0.21
해저관광	22	6.0	1.6	0.56	0.13	0.31
문화재감상	26	7.1	1.9	0.25	0.58	0.17
유흥·오락	110	30.0	8.0	0.32	0.44	0.24
도시관광	165	45.0	12.0	0.39	0.33	0.29
농원·목장	196	53.4	14.3	0.46	0.13	0.41
계	1,370	-	100.0	-	-	-

자료: 제주도, 제주도종합개발계획, 1993.

나. 성향별 관광활동

(1) 방문회수별 관광활동

관광객이 가장 많이 참여하는 관광활동으로 분석된 자연경관지감상은 방문회수가 늘어날수록 참여율이 떨어지고 있다. 이와 비슷한 현상을 나타내는 관광위락활동은 도시관광과 농원·목장방문 등으로 나타나 '보는' 관광은 재방문 관광객에게는 매력도가 낮음을 알 수 있다. 방문회수에 관계없이 관광객이 참여하는 활동은 드라이브, 등산, 낚시, 사격, 사냥, 골프, 여흥 등 대부분 동적인 위락관광활동으로 반복하여도 항상 새로운 기분으로 즐길 수 있는 것들이다.

(2) 성별 관광활동

관광객의 경우 남성관광객이 선호하는 위락활동은 자연관광지감상, 농원, 목장방문, 민속마을방문, 여흥, 드라이브 순으로 나타나고 있으며, 여성관광객에 있어서는 자연관광지감상, 농원, 목장방문, 도시관광, 민속마을방문, 여흥 순으로 나타나고 있어 남성과 여성의 관광위락활동의 차이는 없으나 다만 남성은 드라이브, 여성은 도시관광의 참여율이 높게 나타나고 있다.

(3) 연령별 관광활동

관광객의 경우, 연령에 관계없이 참여율이 높은 자연관광지 감상을 제외하고 보면 20대는 수영, 해수욕 등이 높게 나타나고 있으며, 기타 연령층은 모두 농원·목장 방문에 높은 참여율이 나타나 연령에 따른 관광위락활동에 큰 변화는 없는 것으로 분석된다.

〈표 3-16〉 방문회수 · 연령 · 성별 · 여행동반자별 관광위락활동

(단위: 명)

유형	구분	방문회수					성별		계	연령						계	여행동반자					계	
		1회	2회	3회	4회	5회	계	남		여	20세 미만	20~29세	30~39세	40~49세	50~59세		60세 이상	혼자	부부	가족	친구·친지		기타
자연관광지관광 산책 드라이브 야영 등산 수영·해수욕 낚시 수상스포츠 사냥·사격 골프 기타스포츠 민속박물관관광 민속마을방문 문화재관광 해저관광 여흥 도시관광 농원·목장	203	54	14	8	6	282	208	62	270	1	76	85	71	27	9	269	9	101	28	67	5	210	
	8	5	5	1	1	20	8	9	17	0	5	6	4	3	0	18	2	10	3	2	0	17	
	48	14	6	6	5	79	69	9	78	0	44	21	10	3	0	78	1	14	19	5	1	40	
	10	7	3	0	3	23	15	6	21	0	3	8	4	4	2	21	2	1	2	12	1	19	
	44	20	5	4	4	77	56	16	72	1	22	19	20	6	0	70	3	22	9	29	2	65	
	58	14	7	4	1	84	59	17	76	0	49	21	3	2	0	73	6	10	9	26	6	63	
	13	5	2	2	2	24	22	2	24	0	6	8	8	2	0	24	1	5	2	5	0	13	
	4	2	1	0	0	7	6	1	7	0	3	2	2	0	0	7	0	1	1	0	0	2	
	8	4	1	1	1	15	12	2	14	0	7	6	1	0	0	14	0	3	1	0	0	4	
	2	0	1	1	1	5	4	1	5	0	0	2	2	1	0	5	0	1	1	3	0	5	
	10	4	3	2	1	20	12	6	18	0	13	4	1	0	0	18	1	4	0	5	1	11	
	43	10	6	4	0	63	55	7	62	0	18	24	8	10	1	61	1	19	2	6	1	29	
	109	34	7	7	4	152	116	25	141	1	40	49	32	17	3	142	4	48	13	20	3	88	
	14	5	3	0	0	22	17	5	22	0	11	7	2	1	0	21	0	6	6	0	0	12	
	19	4	2	1	0	26	18	8	26	0	3	9	10	1	2	26	2	16	5	3	0	26	
68	21	11	6	4	110	86	22	108	0	39	42	16	7	0	104	1	39	10	18	6	74		
118	32	7	5	3	165	121	44	165	1	27	51	59	23	4	165	5	74	20	30	3	132		
138	43	7	5	3	196	138	46	184	1	24	62	64	26	6	183	6	74	17	33	4	134		
계	922	266	92	58	40	1,370	1,022	288	1,310	5	392	429	317	135	27	1,306	44	454	149	262	34	943	
응답자(명)	252	71	22	12	10	367	278	74	352	1	105	107	87	38	13	351	17	137	36	95	12	297	

자료: 제주도, 제주도 종합개발계획, 1992.

(4) 여행동반자별 활동

여행동반자별 위락활동에 있어서도 여타 성향별 위락활동과 같이 자연관광지 감상에 가장 높은 참여율을 보이고 있으며, 이를 제외한 다른 위락활동을 놓고 볼 때, ‘혼자’인 경우에는 수영 · 해수욕, 농원 · 목장방문, 부부인 경우는 도시관광과 농원 · 목장방문, 가족인 경우는 도시관광과 드라이브, 친구 · 친지인 경우는 도시관광과 농원 · 목장 등에 높은 참여율을 보이고 있다.

다. 야간 관광활동

관광객이 야간에 행하는 활동을 조사한 결과, 응답자의 47%가 숙소에서 휴식을 취하는 것으로 분석되었으며, 그 다음이 쇼핑(18.1%), 여흥 및 오락(14.1%), 시내관광(7.4%) 등의 순으로 나타났다.

제 3 절 제주지역 관광의 우위점과 제약점

제주지역은 다양한 관광매력을 지니고 있으며 국내 주요 관광목적지의 하나로서 확고한 기반을 가지고 있다. 이는 정부의 적극적인 제주도건설종합계획 등의 수립등 정책상의 뒷받침도 그 영향이 크지만 천혜의 조건을 구비한 흡인력이 강한 관광성을 갖추고 있기 때문이다.

제주지역은 국내의 여타 국민관광지에 비하여 교통에 소요되는 시간과 비용이 과다한 점과 변덕스러운 날씨 등을 제외하면 기후, 인문환경, 자연환경, 기반시설, 등 제반분야에서 타관광지에 비하여 강한 우위를 점하고 있다. 즉 섬 어느 곳에서나 볼 수 있는 한라산을 비롯하여 폭포와 기암, 괴석, 기생화산, 동굴 등이 풍부하여 사계절의 변화에 따라 훌륭한 야외 레크레이션 활동의 적지로서 많은 관광객 유치에 기대되고 있다. 이에 반해서 동남아시아 시장과의 연계관광부족, 기상변화의 심한 상황에 따른 관광활동의 제약, 일부 숙박시설의 미약 및 청결상의 제약점을 안고 있다<표 3-18>.

〈표 3-18〉 제주지역 관광의 우수성과 제약점

구분		우수성	제약점
환경	위치	· 국토최남단의 섬 (고유성) · 해상관광권의 중심 · 국제항공 및 해운의 요충지 · 일본과 인접	· 교통에 소요되는 시간과 비용의 과다 · 동남아시아와 연계관광이 어려움
	기후 인문환경	· 유양지로서 적지 · 4계절 관광지 · 강한 安住意識 · 적극적인 개방의식	· 비, 일보시간, 바람등로 옥외관광의 제약 · 피해의식과 외지인에 대한 배타성 · 낮은 경제활동인구 비율 · 1차산업중심의 산업구조
	식물	· 자연의 原始性 · 뚜렷한 식물분포상 · 희귀식물 및 특산물	· 기후여건과 관리소홀로 훼손
관광 자원	산악	· 독특한 산악 환경	· 변덕스러운 날씨로 등산이 힘들 · 일수(당일)
	해안	· 수려한 해안경관	· 기존촌락과 인접
	폭포 및 계곡	· 독특한 폭포 및 계곡	· 평상시 乾川의 형태
	동굴	· 많은 기암동굴	· 내부환경이 단순
	인문자원	· 자연과 동화된 인문자원 · 독립적이고 고유한 민속	· 빈약한 문화재 · 미흡한 보전대책 · 관리소홀로 훼손
기 반 시 설	숙박시설	· 고급숙박시설	· 도시지역 집중분포 · 부족한 민박 수용능력 및 위생시설 미비
	교통시설	· 편리한 항공편, 배편	· 시가지 확장 장벽 및 굉음, 소음 · 接岸시설 미비의 부두 · 일부 도로구간 혼잡상태 (주말 및 성수기) · 주차장 부족

자료: 제주도, 제주도 종합개발계획, 1992.

제 4 장 제주지역 관광지 개발의 문제점과 개발방안

제 1 절 제주지역 관광지 개발의 문제점

현대사회로 들어서면서 노동시간의 단축, 여가시간의 증대, 생활가치관의 변화 등에 힘입어 ‘여가를 위한 노동’의 사고가 발전하고 있으며, 이는 노동자체도 여가생활을 얻기 위하여 행해진다는 적극적인 여가중시론이 대두되고 있다. 따라서 증가되는 여가활동은 종래 ‘휴식과 스트레스 해소형’에서 ‘생활향상형’으로, 또 나아가 질 높은 서비스 제공에 의한 즐겁게 지내는 ‘즐거움의 추구형’으로 다양한 발전을 해 나가고 있다. 다시 말해서 간접적인 관광육구충족방법에서 직접적인 ‘위락형 관광(Recreation)’으로 육구충족방법이 변화하고 있다.

그러나 제주지역은 관광대상을 현상태로 보고 지나가는 단순한 경유형 관광지로 형성되어 있을 뿐만 아니라 관광객으로 하여금 체재기간을 연장할 수 있는 자원개발과 시설개발이 또한 저조한 상태에 있다. 아울러 제주지역은 도시관광지로서 전원관광지에서 일반적으로 갖추고 있는 전원형 숙박시설(Informal types)은 거의 없고, 대부분 도시형 숙박시설(Formal types)만이 있다. 이로 인해 자신의 다양한 욕구를 만족시키기 위해 여행을 선택하는 의사결정자로서의 관광객의 기호에 맞는 다양한 숙박시설이 미흡하며, 관광호텔의 경우 시설투자의 대규모성에 의해 도외투자자의 투자에 의존되고 있어 한계소득유출성향이 비교적 높게 나타

나고 있다.

제주지역의 관광지 운영에 있어서 근본적인 문제점은 관광지 운영상 시장세분화에 따른 필요성은 절감하면서도 인구통계학적인 변수에 의존하는 관계로 관광객 성향을 이해하기 위한 변수를 적용하더라도 관광지 운영상의 특성 프로필을 발견하는데 실패하고 있다는 점이다. 이에 따라서 제주지역의 경우 관광성향은 급속히 개성화, 다양화, 계층화, 질적 팽창을 형성해 가는 변화에 걸맞는 마케팅 전략의 결정 및 정책수립이 어려운 실정이다. 앞서 전술한, 즉 제 3 장에서 분석되어진 것을 바탕으로 제주지역의 관광개발상의 문제점을 도출해 보면 다음과 같다.

첫째, 제주지역의 관광위락활동은 자연관광지 감상으로 관광형태가 전반적으로 단조로우며 이는 동적 위락활동을 가능케하는 시설과 프로그램의 빈약함을 보여주고 있다. 이는 관광개발이 단기체재형이고 저소비패턴이라는 문제점을 안고 있기 때문이다.

둘째, 제주지역은 신흥여행, 효도관광, 친목회 등 처음 방문하는 경우가 많은 관계로 한 번의 기회라는 생각에 짧은 기간에 유명관광지를 모두 방문해야 한다는 압박감으로 인해 장기체재성에 따른 다양한 추구이념이나 선택적인 관광코스가 개발되어 있지 못하다.

셋째, 다양한 관광자원을 보유하면서도 관광상품에 대한 가격믹스는 시장세분화상의 적합치 못한 가격을 제시하고 있는 관계로 제주지역의 경우 태국, 홍콩 등 동남아 국가와의 가격경쟁에서 밀려 이들 지역으로 관광객 누수가 우려되고 있다. 이는 관광업계의 잇단 관광요금인상 및 국내물가상승에 근본적인 문제점이 있다.

넷째, 사계절의 변화에 따른 훌륭한 관광자원의 적지로서 관광객들의 매력 흡인력이 강한 반면 기후조건의 변화가 심하고 일부 숙박시설의 마

약, 향토성의 결여, 동남아 시장과의 연계관광부족 등의 제약점이 있다.

다섯째, 제주지역의 관광지 개발운영에 필수적인 관광상품에 대해 시스템적으로 촉진활동을 전환시킬 기구가 없다. 또한 시장다변화 측면에서 관광에 대한 정보와 지역특화형 관광상품개발이 미약한 관계로 관광선전전략 수립에 큰 장벽요인이 되는 실정이다. 설령 기업단위로 촉진활동을 한다 해도 시장에 대한 특성프로필을 모르고 있기 때문에 자사상품의 수요창출을 기대하기 어렵다. 이는 대부분의 기획상품이 기존 제품과 질이나 디자인 측면에서 별 차이가 없기 때문이다.

여섯째, 지역관광자원 개발정책과 관련시켜 제주지역은 확충되어 왔으나 관광루트의 단순성과 관광지내 위락시설 등의 원인으로 제주시 및 서귀포시에 편중된 성향을 가져왔으며 이로 인하여 관광지의 균형·발전 전략 측면에서 지역 불균형을 초래함과 동시에 관광지 중심의 리조트형 숙박시설들의 비성수기 경영부진을 면치 못하고 있다.

일곱째, 관광소비와 일정한 함수관계를 갖는 향토성 짙은 식사요금과 토산품의 개발이 부진한 상태이다.

여덟째, 관광지의 유형이 단순하고 획일적이며 지정기준과 개발의 철학이 빈곤하며 미지정 관광자원에 대한 활동이 미흡한 실정이다.

이상의 제주지역 관광지 개발운영상의 문제점을 도출하였다.

관광환경의 급속한 변화에 대처하기 위해서 관광객의 불편신고를 접수하여 그 내용을 ‘서비스 네트워크에 피드백(feed back)’시키는 정보전달 서비스체제를 확립하는 한편 관광인력수급정책이 미래지향적인 측면에서 전문성을 살린 혁신적인 계획 및 재교육의 시행이 필요하다. 제주지역은 구체적으로 휴양관광지로서 인정받고 있는 독특한 관광잠재력을 보유

하고 있으므로 이러한 자원과 시설들을 최대한 보완·개발한다면 관광상품의 가치가 형성될 것이고, 앞서 도출한 제반 문제점의 개선을 점차로 관광흡인력을 강화시킬 것이다.

제 2 절 제주시역 관광지 개발의 개선방안

1. 관광지 개발의 전략안

제주시역에는 개성이 다양하고 잠재력이 충분한 관광자원을 보유하고 있음에도 주요 관광위락활동은 자연관광지 감상으로 경유형 관광위락활동이 주로 행해지고 있다. 이는 변화되고 있는 관광시장의 다양한 욕구에 순응할 수 있는 관광상품 개발이 성행되지 않고 있음을 의미하는 것이다. 또한 시설과 자원의 다양화로 탈계절성의 잠재형 종합관광지로 전환시키도록 유도하여야 하며, 국민관광단지와 국제관광단지로써 병행개발을 고려해야 할 것이다.

관광개발의 방향은 경제성·상업성·양적개념을 추구하는 경성관광(Hard tourism)을 자제하고 잠재관광자원의 발굴, 관광지의 이용, 방문객과 방문지의 주민간에 진정한 상호작용을 위한 질적개념으로서 연성관광(Soft tourism)을 그 목표로 한다. 이에 따라서 제주도 종합관광지개발 방향을 살펴보면 다음과 같이 설정한다.

첫째, 3개 관광단지 및 27개 관광지구와의 조화를 통한,

둘째, 거점 관광단지 개발에 따른 지역균형을 도모하면서,

셋째, 장기체재형을 유도하기 위한 관광위락시설 개발방안을 강구한다.

넷째, 제 1 차 특정지역 제주도 종합개발 계획의 문제점 분석에 따른

대응책을 마련하고(예: 지역지정방식과 개별 개발방식의 혼합방식 채택)

다섯째, 개발주체인 지역주민의 참여와 방법, 범위 및 소요재정의 원활한 조달을 위한 향상을 강구한다.

본 지역의 자연관광과 문화관광은 특수성과 독자성이 인정됨으로 상품 개발의 방향은 흡인대상물(Attraction)의 불만한 가치가 있고, 타상품과 비교하여 경쟁우위를 확보하게 해야 할 것이며, 지역특성과 지방색(Local color)이 가미된 상품을 생산하여 제주지역 자체가 관광분위기(Tourismmagnetic atmosphere)를 자아내게 해야 할 것이다. 제주지역에 있어서 관광객 등이 일반적인 관광형태는 일주도로변의 관광지를 중심으로 자연관광지의 경관감상에 머무르는 실정이다. 그러므로 단조로운 관광코스를 지양하고 제주시권과 서귀포시권에 편중된 관광객들의 욕구를 해소하기 위하여 레크레이션 자원을 활용하면서 미개발된 관광자원을 개발하여 관광코스를 다양화하는 것으로서 이는 제주지역의 균형개발을 도모함과 동시에 섬 전체를 하나의 관광지로 조성하려는데 그 목적이 있다. 관광개발 구상의 전략을 도모하기 위하여 개개 관광지의 개발은 가급적 기존 계획상의 성격을 유지토록 하며 과다한 면적지정이나 다른 계획과의 마찰 등으로 인하여 사업시행에 지장을 줄 우려가 있는 면적 및 구역을 조정한다.

시행상 사업성있는 시설의 추가 또는 변경으로 개발의 활성화가 가능한 지구는 주요시설을 보완하거나 변경토록 한다. 또한 새로운 관광형태의 발생 및 이에 소요되는 시설의 유치가 적합한 지구는 주요시설을 추가하거나 지구를 신설한다. 이상의 내용을 기반으로 하여 다음에 거론할 제주상품의 개발을 통해 관광자원의 재창출을 기하면서 체재형 관광지로서의 전환이 이루어져야 한다.

2. 다양한 관광지 위락시설의 개발전략안

가. 내륙형 지역특화적 관광위락시설의 활성화 방안

오늘날 관광 레크레이션의 유형은 유람형, 휴양형, 스포츠형⁴³⁾으로 분류되며, 이들이 혼합하여 발전하고 있음에도 불구하고 현재 본 지역의 관광현상은 자연자원 그 자체에 의존하고 있기 때문에 제주지역에서의 관광유형은 자연자원을 주 대상으로 한 ‘보는 관광(flow and see)’으로서의 유람형관광(sightseeing tourism) 유형이 중심이 되며, 이는 차량을 통한 관광과 관광코스에 포함된 관광대상을 주어진 짧은 시간에 대충 유람함으로써 밀도가 없는 관광이 되어 극히 단조로우면서도 일률적인 유람형관광에 지나지 않고 있다. 따라서 앞으로의 관광개발은 ‘보는 관광’으로서의 유람형관광과 ‘참여하고 즐기며 활동하는 관광(resort and do)’으로서의 ‘위락형관광(do tourism or recreation)’ 또는 ‘체재형 관광’으로 변화해야 할 것이다.

<표 4-1>⁴⁴⁾은 관광행동형태를 ‘보는 관광’으로서 ‘유람형관광’과 ‘즐기는 관광’으로서의 ‘위락형관광’으로 구분하였다. 위락형 관광상품으로서 본 지역의 자연자원들 중 야외 레크레이션 대상으로 큰 비중을 차지하고 있는 것이 수렵, 낚시, 골프 등이다.

수렵의 경우를 보면, 한라산의 넓은 목초지에는 어느 곳을 가든지 꿩, 까마귀, 오리, 새 등의 조류가 서식하고 있으며, 특히 꿩의 사냥터로서는 최적지라 할 수 있다. 낚시는 자연을 배경으로 한 레저로서, 지역에는 낚시터가 산재해 있으며, 계절에 구애받지 않고, 魚種이 풍부하여 전국적으로 잘 알려진 자연자원이다. 더욱이 야외레크레이션 활동중에서 체재

43) 이만태, 관광기업경영론, (서울:박영사, 1974), p.140.

44) 김병문, 관광지리학, (서울:영운출판사, 1978), pp.11~18.

율이 가장 높은 이점도 지니고 있다. 지금까지는 지역주민의 여가대상의 범주를 벗어나지 못하고 있으나, 낚시가 주로 고소득층의 여가대상이고, 생활수준의 향상과 여가의 증대가 필연적이라고 한다면, 낚시의 시장수요는 매우 넓고 밝은 전망을 줄 것으로 예상된다. 그러므로 관광객을 위한 낚시 자원의 개발장비는 새로운 상품기획의 가능성과 시장개척의 관건이 될 것이다.

위의 내용을 보다 상세히 지역적으로 설정해보면, 동부지역의 산굼부리일대 및 동부축산산업지역은 내륙형 관광위락시설지역 개발이 가능한 적지로서, 관광객 이용 형태의 변화와 더불어 관광지의 위락, 스포츠시설이 필수적인 위치를 차지함에 따라 지리적 입지와 지역 특성의 구분에 의해서 공간형태의 구성도 개성있게 계획되어져야 할 것이다.

동부 중산간 지대는 해발 250~400m에 걸쳐 넓은 초원과 잘 조화되는 기생화산들과 어우러져 폭넓게 분포되어 있다. 그러므로 이 지역에 위락, 스포츠 시설 등 내륙형 지역특화적 관광위락시설의 개발측면에서 살펴보면 다음과 같다.

첫째, 넓은 초원을 배경으로 하여 골프장 시설의 설치가 가능하므로 대규모 정기적인 대회 유치를 하면서 활성화를 기한다.

둘째, 사격장 시설을 설치하여 사냥터를 조성한다. 그러기 위해서는 다수의 번식력이 강한 동물을 인위적으로 키울 수 있는 시설이 필요하다.

셋째, 주변의 목장을 관광목장화함으로서 축협이 형태 및 조랑말을 이용한 승마시설을 제공하면서 조랑말 경주를 정기적으로 개최하여 대중화를 꾀한다.

넷째, 청소년을 위한 야외캠프장을 설치하여 심신수련의 장으로 활용한다.

다섯째, 기생화산을 이용한 행글라이더를 이용할 수 있는 코스개발을 유도하면서 눈썰매장의 타당성을 검토해본다. 이 경우는 기존기생화산을 배경으로 인위적인 눈썰매장 공간을 확보·개발한다.

여섯째, 동부지역 풍습 등 전통생활양식을 살린 숙박시설을 활용하여 보양촌으로 이끌며 성읍민속촌의 개발 보존에 역점을 두어야 한다. 또한 송당지구와 비자림을 거치는 도로를 적극적으로 활용하여 성산, 신양 등의 해안지구와 연결성을 강화할 수 있도록 유도해야 할 것이다. 한편, 서부지역은 이시돌 목장을 기점으로 서부축산산업도로와 해안을 연결하는 간선도로를 우선적으로 설치하여야겠고, 내륙형 관광을 도입하면서 협재해안지구와의 연결성을 강화하고 서부지역 특유의 문화 행정의 중심지 역할을 담당해온 대정읍을 중심으로 전통생활양식과 옛 선비들의 중심 유배지인 특성을 살려 주변의 자연경관 등을 고려하면서 설정할 수 있을 것이다.

〈표 4-1〉 관광형태의 이원적 분류

구분 지표 관광 형태	동기	기구	관광대상	대상의 대체성	욕구충 족방법	시간 및 경험척도	이동 및 공간	기 타
유람형	知情, 意	—	小景觀 (문화재) 불능	간접적	불능	일시적	點類型	
위락형	심신 단력	운동 기관	온천장, 야영장, 운동장, 오락장	직접적	가능	지속적	面類型	

자료: 김병문, 관광지리학, 1978, pp11.

나. 해안관광자원의 개발방안

해안관광개발의 적지선정기준⁴⁵⁾을 보면, ① 산을 등진 바다로 파도가 거칠지 않고 해저의 대부분을 암석으로 구성되어 그 지역은 가능한 한 자연공원의 일부일 것, ② 해중경관의 변화가 풍부하고 원시성을 지님과 동시에 그러한 구역이 넓을 것, ③ 해산물이 풍부하고 그 종류가 많을 것, ④ 해수가 맑고 깨끗해서 오염될 염려가 없을 것, ⑤ 특히 교육 또는 관광을 주목적으로 한 해중공원에서는 그 위치가 교통이용에 가능한 한 유리할 것 등이다.

제주지역은 ① 내륙과 근거리에 있고 교통이 편리하며, ② 해중경관이 아름다워 수심과 지역에 따라 경관의 변화가 풍부하고, ③ 해저생물이 다종다변하고 풍부하며, ④ 해수가 맑아 가시거리(20-30m)가 넓고 조류가 급하지 않아 모든 조건을 다 구비하고 있다. 따라서 현재 주류를 이루고 있는 해안관광의 유형(요트, 수상스키, 스킨스쿠버다이빙 등 스포스 레크레이션의 개발은 서귀포 및 중문, 성산, 협재, 함덕, 신양, 표선, 남원해안 등이 개발적지로 판단되며, 유람형에서 위락형으로 전환시키기 위하여 동부지역 성산포 및 서부지역 중문 관광단지를 중심으로 종합관광위락형 자원을 적절히 조화시켜야 할 것이다.

다. 민속관광 자원의 개발 및 1차산업과의 연결성 강화책

제주지역에는 민속문화재와 민속문화 행사가 많으며, 인문경관 또한 이색적이어서 이를 효과적으로 개발한다면, 충분히 관광자원으로 활성화시킬 수 있을 것이다. 민속자원개발의 방향으로서는 첫째, 제주지역 고유

45) 일본관광협회(刊), 관광, 25호, 1969, p.20.

의 음식을 전문으로 하여 관광식품의 하나로 손꼽힐 수 있는 음식점들을 세워야 한다. 둘째, 관광객이 참여하는 민속공연장의 시설개발이 이루어져야 한다. 셋째, 제주도민의 민속행사를 직접 보고, 같이 즐길 수 있는 민속·문화관광코스 상품을 개발하는 것이 바람직하다. 넷째, 지역특화적인 토산품 유통구조질서의 확립을 통한 지속적인 품질향상을 도모하면서 영세업자에 대한 정책적인 지원이 적극적으로 이루어져야 한다.

이러한 측면에서 제주지역만이 갖는 있는 독특한 민속무용인 해녀놀이, 비바리춤, 차사영맞이, 민속놀이인 입춘굿놀이, 세경놀이, 영감놀이, 칠머리당굿 등을 관광상품화하여 지역특화한다면 현재 관광자원이 없는 지역의 새로운 관광상품으로 활용할 수가 있으며, 고령의 관광객 및 외국인 관광객들의 선호도 및 만족감을 주기 위해 야간 민속놀이 공연장을 만들어 숙박지와 연계한다면 야간관광상품으로서의 그 가치를 높일 수 있을 것이다.

라. 컨벤션(Convention) 유치방안

20세기의 산업사회에 있어 물질과 정보를 중심으로 사람들이 모여 교류하는 장소의 명칭을 컨벤션(Convention)⁴⁶⁾이라하며 관광지에서 컨벤션을 개최하는 메리트(Merit)는 무엇보다도 일상생활을 떠난 휴양성이라 할 수 있다. 컨벤션 관광도시로서 목적에 맞도록 도시를 꾸며나가는 것은 결과적으로 도시지역경영의 시스템화를 실시하고 있고, 새로운 관광수요발굴의 수단이며, 회의 패키지의 개발⁴⁷⁾은 컨벤션지역의 경제에 파

46) 김충호, “관광도시 형성을 위한 컨벤션 유치방안,” 경기대 논문집, 제17집, 제1호, 1985, p.468.

47) 보통 회의 패키지는 숙박비, 식비, 회의실 사용, 기본적 음향시설 등의 내용이 포함되고 있다.(주: John Biship, Travel Marketing(Great Britain: Bailey Bros & Swinfen, 1981), p.88.

급효과가 크다고 할 수 있다. 예를 들면 홍콩의 경우 통상 관광객의 평균체재일수가 2~3일에 반해서 컨벤션 관광은 5일로서 체제기간이 길며, 제주지역과 같이 성수기와 비수기의 구분이 심한 지역에서는 컨벤션 유치는 비수기의 대책으로써 도시나 관광지에 강제적으로 사람들을 집합시키는 최고의 방법이 되며 관광수요와 컨벤션 수요를 잘 조화시킴으로써 매력적인 컨벤션 도시형성과 지역활성화가 가능하게 된다.

컨벤션은 앞으로 필수 불가결한 도시기능으로서 각 분야별로 확대될 가능성이 크며 따라서 본 지역도 컨벤션을 관광정책의 일환으로서 다루어야 하며, 도시와 업계가 효율적인 투자와 홍보활동을 강화해야 함은 물론 국제회의를 유치할 수 있는 시설의 확충 그리고 시대의 흐름에 따라 종업원들의 자질향상이 요청되므로 교육의 기회를 주어서 컨벤션 수행의 능력유지를 쌓아 놓아야 할 것이다.

마. 관광지 입지에 따른 차별화 전략

관광지 입지는 관광객이 각종 정보매체에 의해 관광지 특성을 파악하고 경쟁관광지 특성과는 비교 평가를 통해 인지하고 있는 관광지의 위상이다. 여기서 관광지 특성이란 관광지의 독특한 매력요인, 즉 특정관광지가 개인의 호기심을 억제하는 요인이며 관광객이 관광지에 대한 지각(기대감)이란 관광객 자신의 내적인 요인, 즉 특정관광지에 대해 갖는 자신의 사회심리적 요인이다. 이러한 관광지 입지는 기대감, 관광지의 특성, 경쟁관광지의 특성 등 세 가지 구성요소에 의해 결정된다. 그러므로 제주지역의 경우 관광지의 이미지 제고를 통해 관광객의 기각을 바탕으로 관광지의 특성을 분석하고 관광객의 기대감 및 경쟁관광지의 특성분

석이 이루어져야 한다.

관광객은 뉴스매체, 광고, 판촉, 관광경험(직접 혹은 간접) 등의 정보를 매체로 하여 경쟁관광지에 대해 특정관광지의 총체적 이미지로서 관광지 입지를 형성하게 된다. 따라서 제주지역 관광지는 제주지역 관광지의 특성(중요 매력요인)에 대한 지각된 상대적 이미지이다. 관광객들은 우선적으로 자신의 관광동기에 따라 제주지역 관광지의 매력요인을 평가하며, 제주지역 관광지가 제공하는 관광객의 여행목적(동기요인)과의 적합도에 따라 관광목적지를 선택함과 동시에 관광지 입지에 영향을 미친다. 그러므로 선택적인 지역특화 관광상품의 개발에 따른 끊임없는 매력요인의 창출은 제주지역 관광지 입지를 강화시킬 것이다.

이러한 차별화 정책의 효율성을 기하기 위하여 관광촉진활동 및 관광상품개발의 미흡을 보완하기 위한 관광자원체제의 활성화를 도모하고 관광정보체제의 입체화를 수행할 기구의 개편에 따른 제주관광의 이미지 홍보전략차원에서 예산 편성의 비중확대, 전담기구확대, 전문요원의 양성에 힘써야 한다.

바. 비수기 타개책 및 수용책

제주지역의 관광상품의 수요는 시간에 따라서 변동이 매우 심하기 때문에 안정적인 수요를 확보하는 것은 쉽지 않은 일이다. 수요의 시간적, 양적에 대처하기 위한 방안은 크게 두 가지로 나눌 수가 있다. 하나는 수요자체를 조절하여 성수기와 비수기의 편차를 줄이는 것이고, 다른 하나는 이와 반대로 공급을 조절해서 변동하는 수요에 대응하는 것이다.

① 수요조절

성수기의 과대수요를 비수기에 이전시키기도 하고, 비수기에 새로운 수요를 개척하여 평준화를 꾀하는 방법이다. 계절요금, 연말년시요금 등처럼 성수기에는 높은 요금을 설정하고, 평일요금을 설정하는 방법이다. 그러나 차별요금간의 격차가 너무 크면 소비자들이 불공평함을 느끼게 되고, 신뢰감을 잃을 수도 있다는 점에 유의해야 한다.

과대수요가 있는 경우에는 마케팅의 역할이 강화되어서는 안된다. 공급의 부족은 단기에 그치지만, 구매를 하지 못한 소비자들을 잘못 다루게 되면 이들에게 부정적인 제주지역의 이미지를 장기적으로 갖게 하는 요인이 될 수 있기 때문이다. 따라서 합리적인 마케팅전략을 수립, 전개할 필요가 있다. 따라서 제주지역은 비수기에 새로운 관광상품(예, 관광지인 호텔에서는 기업연수교육, 컨벤션 유치, 保養관광지의 유치)의 개발을 통해서 새로운 수요를 개척해야 한다.

② 공급능력의 조절

공급능력을 탄력적으로 조절함으로써 변동하는 수요에 대응하는 방법으로서 평상시에는 정규직원만으로 운영하다가 파트타임에는 임시고용원을 채용하여 생산능력을 향상시킬 수 있다. 성수기의 경우에는 생산시스템을 일반적인 체제에서 생산극대화 체제로 바꿈으로써 공급능력을 향상시키는 방안이다. 즉, 종업원들에게 그들의 소관업무 이외의 다른 업무에 대한 교육을 실시하여 파트타임에는 인력이 부족한 작업에 투입함으로써 생산의 효율을 높일 수 있다.

공급기업이 갖는 수용능력을 융통성있게 공급 활용함으로써 공급능력을 탄력적으로 운용할 경우, 다른 여행사의 협조로 미달인원을 보충 받아

서 전세버스를 운행하는 경우 등이다. 성수기에는 서비스의 생산에 소비자가 참여하는 정도를 높임으로써 서비스의 공급수준을 증대시킬 수 있다. 관광산업은 여행사, 항공사, 호텔 등의 여러 기업과 공적인 관광기구의 정부 등이 밀접한 관계를 가지고 업무를 수행해 나가는 산업이다. 이러한 각 업체들간의 관련성은 관광상품의 개발, 가격결정, 유통, 촉진 등 모든 마케팅활동에 영향을 미치고 있으며, 제주지역 관광산업 전체적으로 시너지 효과를 발생시킬 수 있는 전략방안을 제시하기 위해서 공생적 마케팅(Symbiotic Marketing) 개념과 연결 마케팅(Relationship Marketing)의 개념을 도입하는 것이 필요하다.

제주지역의 경우 관광위락시설의 측면에서 살펴보면 고대나 근대가 아닌 현대의 문화시설들을 건설하고 관광객들에게 이용할 수 있게끔 한다는 바탕아래 제주지역 특화적인 관광시설물의 개발전략을 적용하여야 한다.

사. 휴양경관상의 관광위락시설 설계 방안

관광위락단지를 계획하는 과정에 있어서 레크레이션 척도는 여가행태 조사, 수요 및 공급측면에서 이의 활용이 중요시 되고 있다. 척도는 객관적 지표로서 이용자-자원(시설)의 관계를 양적, 질적으로 측정하는 것이며, 레크레이션에 대한 정책수립, 자원배분, 합리적 프로그램(경영) 효과의 평가에 이용된다⁴⁸⁾.

48) 한국조경학회, 조경계획론, (서울:문운당, 1992), pp.261~263.

① 양적척도

과거로부터 흔히 사용되어온 레크레이션의 양적척도는 다음과 같은 것들이 있다.

- 방문객(수)/시간 : 총 1시간 동안에 레크레이션을 위해 오는 사람수
(하루종일, 하루중 특정시간, 매일 같은 시간)

〈표 4-2〉 양적 척도의 분류

구분	종류	계량단위	예
이용	人口比 레크레이션 수용면적비	면적/인구 면적/이용자 그룹 면적/계획면적	1에이커/1,000人的 근린공원 1에이커/600人的 아동놀이터 계획 면적의 10%
개발	시설(부지比) 시설배치 시설(활동比) 시설규모	시설수/3,000평 시설간 거리 시설수/이용자 그룹 면적/시설	44개의 피크닉 테이블/ha 피크닉 테이블/5m 간격 1소프트볼 구장/10,000人 1.2~2ha/근린 운동장
용량	이용자수(자원比) 이용자수(시간比)	이용자수/부지 이용자수/시간/부지	240人/자연보호 1km 30인/자연보호 1km/시간
프로그램	활동(인구比) 지도자수	활동/인구 지도자/활동	식물원 1개/10,000人 지도자 2명/100人
운영	감독자수(이용자比) 유지관리(부지比)	감독자/인구 정도/면적	감독자 1人/1,000人 노무자 1人/4ha 운동장

자료: 한국조경학회, 조경계획론, 1992, p.265.

- 방문객(수)/시설/시간 : 어떤 레크레이션 시설에 대한 시간당 방문
객 수
- 방문객(수) 또는 입장객 수 : 레크레이션 목적으로 어느 지역에 입

장한 입장객 수

- 일일 방문객 : 24시간 동안 어느 지역 또는 개발지에 방문한 사람 수
- 최대 일일 방문객 : 기반시설 또는 건축동물 등의 용량을 위해 가정한 일일 방문객
- 일일 수용량 : 동시체재율 × 전환율
- 연 수용량 : 일일 수용량 × 이용일수

② 질적척도

질적척도는 기준대로 시설을 공급했을 때 이용자의 선호, 만족도가 같다고 보거나 또는 긍정적인 경험만을 가정한 것으로 행태적인 관점에서 비판받을 수 있다. 그러나 질적척도는 이를 보완하여 줄 수 있다. 즉 “느끼는 질”의 차이 또는 “단계에 따른 질”의 차이를 반영할 수 있는 척도라 하겠다. 질적척도를 타입별로 보면 <표 4-3>과 같다.⁴⁹⁾

이상은 기존의 일반적인 양적, 질적 척도이고 휴양경관에 의한 설계의 질적 향상을 위해 다음과 같이 휴양경관 형성을 위한 개발방안을 제시하고자 한다.

① 자연관광자원을 적극 이용한 레크레이션 행태를 개발시 생태적 경관적 측면을 고려한다.

② 미래의 변화를 예측하여 반드시 수용공간을 충분히 확보한다.

개발될 동안 잔디를 키워 경관도 양호하게 하고 피크닉 등의 레크레이션 활동을 유도하여 경우에 따라서는 주차장으로 대치할 수도

49) Gold, Seymour M., **Recreation planning and development**, (McGraw-Hill Book Co, 1980), p.93~95.

있다.

- ③ 숙박시설의 이용자 단계별로 다양화하여 규격화하며, 특히 시설의 질적 수준을 구분하여 이용에 선택권을 많이 제공한다.

〈표 4-3〉 질적 척도의 분류

구분	종류	계량단위	예
이용	특정인구층 소득 인구의 이동성 이용자 형태 접근성	% 혜택 수혜 계층 수혜 정도 % 선호 시간/거리比	저능아의 80% 빈곤층의 80% 인구의 40% 잠재이용객의 50% 도보로 5분
개발	미학 시설비교 에너지 절약	형용사의 단어 부사의 단어 절약된 칼로리	아름다운/추한 공원 최고/최하 시설 R-19 방열층효과
프로그램	프로그램 다양성 프로그램 참여도 인종별(내,외국인)	선택가능성/시설 이용% 인구%	% 프로그램 40%를 수용 인구의 80%가 내국인
운영	시설유지 개장시간 공공의 안전	청결도 시설/일수 순찰/일수	깨끗한/더러운 공원 야간 프로그램의 50% 50%의 현장순찰

참고: Gold, 1982.

- ④ 정적 공간과 동적 공간을 구분하여 객실간의 특성이 방해받지 않도록 수용공간을 충분히 둔다.
- ⑤ 위락시설을 다양화하여 시간적 이용, 이용자의 계층별 구분이용 등에 대처하며, 보여지는 경관으로서 양호한 시설 및 레크레이션 행

태일때는 일부분을 시각적으로 바라볼 수 있도록 한다. 특히 프라이버시 및 진행에 지장이 없는 범위내에서 제공되도록 한다.

- ⑥ 다양한 관광시설의 개발과 시각 및 놀이의 연출로 계절적 편중이용한계를 극복할 수 있다.
- ⑦ 관광위락단지 개발계획에 있어 단계적 성장기법을 도입한다. 즉 개발규모 및 개발기간을 선정함에 있어 여러 단계별로 개발하여 연차적으로 시행함으로써 개발과정에 탄력성을 주어 융통성 있는 개발이 되도록 한다.⁵⁰⁾

아. 지역주민 참여방안

제주지역의 관광지 개발은 해당 지역주민이 주체가 되면서 참여에 대한 기회확대가 필요하다. 전술한 바와 같이 관광지 개발의 중요성에 따른 지역개발의 역할은 지역주민에 대한 참여의 필요성이 강조되고 있으며 이에 따른 주민과 행정상의 효과를 기대할 수 있다. 따라서 제주지역 관광개발계획시 지역주민 참여에 대한 적용방법을 도출시키기 위해 지역주민, 관광지 개발 관광기구 측면에서 기본구상에 대한 방안을 세부적으로 강구해보면,

지역주민 측면에서는,

- ① 3차산업의 연계, 즉 관광산업과 농업촌 지역산업의 연계에 따른 개발유형을 채택하는 방향을 설정한 가운데,
- ② 개별 개발방식에 따른 현실적 참여를 유도하면서,
- ③ 지역주민의 주체가 되는 제주지역 관광개발계획위원회의 설립과 함

50) 김영대, “관광·위락지 개발의 방향설정에 관한 연구”, 자원문제연구, 1983. Vol.2, p.117~123.

게 정책상의 권한을 부여해 나간다.

- ④ 제주지역 관광산업에의 효율적 고용효과를 위한 방안을 적극적으로 모색한다.

관광관련기구 측면에서는,

- ① 道民主食次元의 실질적인 기관(가칭, “제주관광촉진 개발공사”)설립을 추진한다.

- ② 상충되는 부처간에 다기능을 집중화시킬 수 있는 법안을 설립하여 도민의견수립과 지역특화적인 관광지 개발의 역할기능을 강화한다.

이러한 현실적인 지역주민참여의 기회 확대를 위해서는 제주도민의 관광에 대한 인식제고 필요성에 대하여 대전제 인식이 이루어져야 한다.

제 5 장 결 론

제 1 절 연구결과의 요약 및 시사점

본 연구는 서론에서 밝힌 바 있는 연구의 목적을 달성하기 위하여 관광지 경영에 대한 이론적 연구체계의 검토와 관광지 입지와 관광객의 관광지 이용성향과의 관계분석을 통해서 현재 제주지역 관광지 개발운영상 안고 있는 문제점을 조명해보고 이에 대한 개선책을 마련함으로써 효율적인 경영전략 수립의 방향을 제시하고자 하였다. 이를 위하여 제주지역 방문관광객의 관광성향 및 의식에 관해 살펴보았고 관광동기 요인에 관한 분석을 통한 제주지역 관광지 운영상의 문제점 도출 및 개선방안을 제시함으로써 제주지역 및 주요관광지의 개발운영정책을 수립하는데 유용할 수 있도록 구체적인 자료를 제공하는데 본 연구의 목적을 두었다.

최근 들어 다양한 관광환경변화를 겪고 있는 제주지역의 특성을 고려해 보면 관광객의 관광성향을 파악하여 효율적인 관광정책 및 관광마케팅 전략을 수립한다는 명제에 부응하는 한편 다양하고 폭넓은 관광매력을 확보하고 있음에도 불구하고 그 잠재력을 극대화시키지 못하고 있는 실정을 감안하여 관광정책기관이나 기업의 국민관광의 실상에 따른 효과적인 관광진흥을 높이기 위한 연구의 필요성이 강조되었다.

현대사회로 들어와 노동시간의 감소, 여가시간의 증대, 인구의 증가, 생활가치관의 변화와 더불어 관광욕구의 다양화로 인해 관광시장이 확대되고, 여행의 대중화로 인해 여행은 인간생활의 필수품으로 정착되고 있다. 그리하여 현대의 관광형태는 '참여하고 즐기며 활동하는 관광

(Resort and Do)으로서의 '위락형관광(Do-Tourism; Recreation)', 또는 '체재형관광'으로 변화되고 있는 것이다. 그러나 그 동안 관광지개발운영에 대한 연구의 부족과 특히 직접적인 관광욕구충족을 그 특징으로 하는 동적 관광자원개발의 부진으로 해서 관광마케팅(여행객, 경영자, 개발자의 총칭)들은 관광객의 다양한 관광수요에 적절히 대응치 못한 것이 사실이다. 그러한 점에서 본 연구에서는 제주지역을 체재형·위락형 관광지로 활성화시킴과 동시에 그들을 위한 마케팅전략수립에 용이한 준거자료를 제공하고자 관광상품개발에 대하여 탐구적·개념적 연구를 시도하였다. 관광지개발운영은 관광객의 관광욕구충족을 유발하게 하는 유형·무형의 제반 마케팅 정책이며, 관광활동을 용이하게 하기 위한 자원개발·시설확충 등 관광객이 여행을 하는데 있어서 필요로 하는 기본적인 요소인 관광개발사업체(Tourism Industry; Tourism Plant)를 포함한 관광프로그램을 말하는 것이다.

관광지 개발방향은 소비자지향적(Consumer-Oriented)인 구매자지배시장체제의 기본이념이 제시되고, 또한 그에 따라 시장별 여행편의제공이 이루어짐으로써 관광객 개발전략은 광범위한 시장조사를 통하여 소비자의 욕구와 선호에 합치되는 '컨슈머리즘(Consumerism)'의 방향으로 계획되어야 한다. 또한 유인대상물(Attraction)이 불만한 가치가 있고 타상품과 비교하여 경쟁우위를 확보하게 하여야 하며, 지역특성과 지방색(Local color)이 가미된 상품을 관광상품 그 자체가 觀光磁氣的 분위기(Tourismagnetic Atmosphere)를 자아내게 해야 할 것이다.

제주지역 관광지 개발전략을 위한 관광지의 특성, 개발방향 그리고 제주지역의 관광특성과 관광성향 분석을 토대로 제주지역의 관광지 개발 개선방안을 제시해보면,

첫째, 관광지 개발 개선방안을 설정하는데는 일반적으로 관광객행동분석에 필요한 광범위한 표본변수의 추출이 필요하며, 정기적으로 연속적인 연구가 수행되어야 한다.

둘째, 간접적인 관광욕구충족 방법에서 직접적인 관광욕구충족 방법으로 변화하고 있음에 비추어 다양한 동적 관광위락시설을 추진하며, 전원형 숙박시설이 미비하고 시설투자에 있어서도 한계소득유출성향이 비교적 높게 나타나고 있으므로 이에 대한 정책적인 보완·대응책이 마련되어야 한다.

셋째, 세 개 관광단지 및 27개 관광지구와의 조화를 통한 기존 관광지 간의 연계성 강화를 도모한다.

넷째, 거점관광단지 개발구상에 따른 지역균형 발전을 위한 전개와 더불어 관광객의 장기체재형 유도를 위한 관광위락시설 개발방안을 강구한다.

다섯째, 관광단지 지정방식과 개별 개발방식의 혼합방식을 채택하는 한편 개발주체인 지역주민의 참여와 방법, 범위와 소요재정의 원활한 조달을 위한 자립도 향상방안을 검토·추진한다.

여섯째, 개개의 관광지개발은 가급적 기존 계획상의 성격을 유지토록 하면서 주요시설을 보완하거나 변경토록 한다.

위의 방안을 세부적으로 살펴보면,

1) 위락형, 체재형 관광자원을 활성화시키기 위한 방안으로 수렵, 낚시, 골프 등의 관광상품을 개발하여야 하며, 생활탐구관광으로서의 민박을 활성화시켜 여행객의 관심에 부응하는 목적지향적 행동을 충족시키고, 지역내에서부터 시작하는 개발방법의 도입을 통한 지역산업의 육성 방안을 강구하여 도민소득창출효과를 최대화시켜야 할 것이다.

2) ‘하며 즐기는’ 체재형 관광레크레이션 개발을 위해 내륙형 특화 관광자원, 민속관광자원, 해양관광자원 개발에 중점을 둔다. 그리고 관광토산품에 대한 개발방안을 보면, 행정적 지도계획이 확립되어야 하고, 산학협동체제가 필요하며, 포장, 디자인에 대한 새로운 개발, 그리고 관광지와 관광토산품과의 연계판매방안을 들 수 있다.

3) 제주도 기관과 관광업체가 동시에 참여하고 더 나아가 제주지역에 관광서비스 정보 팩시밀리 설치방안도 검토하여 초과예약으로 인한 방문관광객의 불편을 들 수 있도록 종합적 촉진활동 여행기구의 설치방안을 재고해 봐야 할 것이며, 또한 컨벤션을 유치하는 방안을 모색하여 비수기의 대책으로서 활용해야 할 것이다.

4) 지역특성을 살린 민속관광자원의 개발촉진을 정책적인 측면에서 적극적으로 지원 활성화시켜야 한다. 그리고 소요재정의 자립도 향상을 위한 세금제도의 신설을 적극적으로 추진하여야 한다. 또한 중앙정부기관, 지방자치단체, 지역주민의 참여에 따른 공익경영 사업의 추진과 함께 제3섹터 개발의 적용을 적극적으로 도입해야 하겠다.

5) 마지막으로 투자규모가 큰 관광단지조성보다 지역주민의 경제적, 심리적, 부담이 적고, 농어촌 등 지역산업과 연계할 수 있는 개발유형이 바람직하다. 따라서 개발에 대한 자본금은 외부보다 지역자체의 자본중심으로 지향되어야 하며, 지역자본의 영세성 극복과 공동투자를 위한 기본단체나 모임의 활성화와 새로운 지역관광개발위원회 등의 조성이 절실히 요구된다. 아울러 보양 관광동기에 의해 직접적인 관광욕구충족을 그 기본으로 하는 체재형, 위락형 관광상품의 개발은 관광객의 다양한 욕구와 선호에 합치되는 ‘컨슈머리즘(Consumerism)’의 방향으로 계획되어야 한다. 즉 제주지역은 우리 나라 어느 지역과 비교하더라도 손색이

없는 관광잠재력을 보유하고 있으므로 이러한 자원과 시설들을 관광객의 욕구에 맞춰 효과적으로 개발한다면, 제주지역 관광지 개발전략에 따라 관광의 가치가 향상될 것이고, 따라서 관광흡인력도 향상될 것이다.

제 2 절 연구의 한계점 및 향후 연구방향

1. 연구의 한계점

모든 연구들이 가지고 있는 공통적인 한계점으로 지적되고 있는 연구 방법론상의 문제를 본 연구에서도 한계점으로 둘 수 있는데 그 구체적인 내용은 다음과 같다.

첫째, 본 연구는 사례조사와 전문가의견조사를 병행하였다. 실증연구를 하지 못함으로써 연구결과에 오류가 있을 가능성이 크다.

둘째, 연구범위가 제주지역, 즉 광의의 관광지인 관계로 포괄적이라는 것은 부인할 수 없으며, 관광객의 성향 및 의식조사 분석에 따른 관광위락 활동시설의 방향을 제시하였으나 질적 정보를 계량화하는 데는 한계가 있다는 점에서 연구결과의 객관성과 신뢰성에 제약이 따르고 있다.

셋째, 본 연구에서는 수집된 자료는 연구자의 지각 내지 인지된 수준을 근거로 한 주관적인 평가방법을 사용하였다. 이는 주관적인 편기(Bias)를 제거하지 못하는 것이 한계점으로 지적될 수 있다.

넷째, 연구결과의 일반화 문제이다. 본 연구가 가지는 성격으로 인하여 연구결과를 일반화하기 보다는 가설적인 모형으로 제안하는 것이 더 적합할 것으로 볼 수 있으며 다른 표본에 대한 연구에서도 일반화하는 것에는 한계점으로 지적될 수 있다고 하겠다.

2. 향후 연구방향

본 연구가 가지는 한계점에 비추어 볼 때 제주지역 관광지 경영전략수립 뿐만 아니라 이론적인 발전을 위하여 앞으로 다음과 같은 과제를 중심으로한 연구가 진행되어야 할 것이다.

첫째, 본 연구가 문헌 연구에 의해 경영전략방안을 제시하는 것이라면 앞으로는 가설적인 모형을 토대로 통계분석연구를 함으로써 연구결과의 일반화에 대한 한계를 줄이게 될 것이다.

둘째, 본 연구의 측정방법은 사용자 개인의 주관적으로 인지된 값을 사용하는 주관적인 방법을 채택한 반면, 앞으로의 연구는 비용/편익 분석 또는 가치 분석 등을 통한 객관적인 측정방법에 의한 연구가 병행하여 진행되어야 할 것이다.

셋째, 실증연구시 측정변수 및 항목의 선정을 검토하고 검증되어야 하며 지속적인 연구노력이 진행되어야 할 것이다.

이상에서 살펴본 바와 같이 향후 연구방향은, 이 분야의 연구가 있는 관광개발의 역사와 더불어 생성된 語義상의 혼란을 극복하기 위하여 실무적인 차원에서의 관광개발의 바람직한 이해와 개념정립이 선행되어야 한다. 물론 이러한 작업은 실무자와 연구자들의 공동노력에 의해 도출되어야 할 것이며 보다 더 체계적이고 합리적인 연구가 요구된다.

본 연구에서 제안된 전략방안은 부분적으로는, 새로운 연구가설로 또는 향후 실행이슈를 주제로한 연구들을 위하여 준거로 제공될 수 있으며, 본 연구결과를 지지 또는 반증함으로써 전략방안에 대한 이론구축자의 측면에서 볼 때 경험적 지식에 대한 부정적인 시각을 탈피하고 서서히 합의를 도출해 가는데 일조가 되기를 기대한다.

참 고 문 헌

1. 국내문헌

가. 단행본

1. 김병문, 관광지리학, 서울:영운출판사, 1978.
2. 김성혁, 관광마케팅론, 서울: 대왕사, 1992.
3. 김원수, 마케팅 관리론, 서울: 경문사, 1986.
4. 김충기, 포지셔닝, 서울: 나남, 1989.
5. 박석희, 신관광자원론, 서울: 명보문화사, 1989.
6. 오정환, 서비스산업론, 서울: 기문사, 1988.
7. 우낙기, 관광학입문, 서울: 성문사, 1985.
8. 임승립, 경관분석론, 서울: 서울대학교 출판부, 1991.
9. 임종원, 현대마케팅론, 서울: 창문사, 1994.
10. 이만태, 관광기업경영론, 서울: 박영사, 1974.
11. 한국조경학회, 조경계획론, 서울: 문운당, 1992.

나. 정기간행물 및 논문

1. 고금희, “서비스업에 있어서 생산관리의 변화와 마케팅 전략,” 관광학 연구, 제10호, 1986.
2. 김태보, “제주도의 외발적 개발의 문제점,” 제주대학교 사회발전연구
3. 김영대, “관광·위락지 개발의 방향설정에 관한 연구,” 자원문제연구, Vol.2, 1983.
4. 부만근, “지역개발계획수립의 합리화 방안,” 제주대학교 행정대학원,

아라논총, 제1집, 1991.

5. 이정구외 4인, “전남 동남권 관광거점단지 개발 타당성 연구”, 전남대학교 지역개발연구 제22권 제1호, 1990.
6. 조영석, “한국 마케팅 전략에 관한 연구,” 서울대대학원 석사논문, 1989.
7. 황현원, “경관의 다양성에 관한 고찰,” 한국조경회지, 1989, 18(1).
8. 한국관광공사, 국민관광연구의 이론과 실제, 1986.
9. 제주도, 특정지역 제주도 종합개발계획(관광개발계획의 기초 및 요약), 1985.
10. 제주도, 특정지역 제주도 종합개발계획 보완계획, 1993.
11. 제주도, 제주도 종합개발계획(안), 1993. 3.
12. 제주신문, 제민일보, 1992, 6.27, 사회면.
13. 한국관광공사 기획부, 전국관광장기종합개발계획보고서, 한국관광공사, 1989.

2. 외국문헌

1. Gold, Seymour M., **Recreation planning and development**, McGraw-Hill Book Co, 1980.
2. R. McIntosh, **Tourism: Principles, practices, philosophies**, New York: Grid Inc., 1972.
3. Rapoport, Amos, **The meaning of the built environment**, Beverly Hills: Sane, 1982.,
4. C. Kaspar, **"Strategy of success positions for tourism"**, Revue de Tourism, ALEST, No.2, 1984.

5. E. Cohen, **"Who is Tourist: A conceptual clarification"**, Sociological Review, Vol. 22, July, 1974.
6. G.B. Frank, **"Positioning as a problem-solving tool"**, HSMA Marketing Review, 1984.
7. J. R. Brent Ritchie and Pierre Filidtrdult, **"Family vacation decision making—a replication and extension"**, The Cornell Quarterly, Dec., 1981.
8. John L. Crompton, **"Motivations for pleasure vacation"**, ATR, Vol.6, No.4, (Oct./Dec. 1970), P.140
9. Jonathan N. Goodrich, **"The relationship between preference and perceptions of vacation destinations; Application of a choice model"**, JTR, Fall, 1978.
10. R. C. Lewis, **"The Positioning statement for hotels"**, The Cornell Quarterly, May, 1981.
11. _____, **"Benefit segmentation for restaurant advertising that work"**, The Cornell Quarterly 21, No.3, November, 1980.
12. Theodore Levitt, **"Marketing intangible products and product intangible"**, HBR, May-June, 1981.

ABSTRACT

The Strategy of Administration of Tourism Site Development to CheJu Local

Cheong, Yu-Seok
Major in Real Estate
Graduate School of
Business Administration
Dongguk University

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

For this purpose this study attempted an evaluation of significance regarding the attribute of the tourism site in relation

to tourist subjects exemplified to make an analysis of the tourist propensity and mode of thinking of the tourists visiting the CheJu region. It elicited the problem arising in the operation of the tourism site of the CheJu district through an analysis of tourism motivation factors and suggested the direction of its development. Therefore, this study was aimed at providing the concrete material available in establishing the policy for the operation of the development of the CheJu district and main tourist sites.

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

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

conceptional, explorative method.

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

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

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

Based upon the comprehensive specially designated CheJu-do district development plan the present situation of tourist entertainment activity of the tourist visiting the CheJu district was analyzed in terms of the rate of participation, degree of satisfaction and propensity. On the one hand, based upon the present situation of tourist operation and the problem in marketing strategy the problem in the development and operation of the tourism resort of the CheJu district was drawn from the direction for the development and operation of the tourism attraction was differentiated, depending on the location of the tourist resort with

a focus on the dimension of the development of a mix strategy of tourism commodities. And a countermeasure against idle season and a measure for attracting tourists were suggested.

And the implementing strategy of the plan for the design on the recreational facilities of recuperative scenery applicable in developing the tourism attraction was applied in detail, and was developed in orders of presenting plans in relation to local resident, required finance, self-reliance improvement.

As a consequence, it is thought that the operation of the tourism resort of the CheJu district must give priority to the establishment of the tourism policy creating diversified tourism attractiveness factors by identifying the tourist's taste or propensity.

Key Word : Strategy, Tourism, Tourist resort, Tourist site
Attractiveness, Motivation