

# 고객 만족을 위한 도자기 벨트 관광 상품 개발방안에 관한 연구

## - A Study on Ceramics Belt Tourism Resource Development Plan -

김창식 \*, 양광모 \*, 전현정 \*, 강경식 \*\*

### Abstract

Situation to develop Kyonggi Province area to universal tourist attraction area keeping in step with national large size event holding such as sun of Korean visit with opening a port of the In-chon International airport, the world ceramics Expo, World Cup was made up. Growth possibility is big to culture tourism resources and representative tourist resort of the Korea that use view of nature photon circle properly such as ceramics that target area possesses. Area development plan through growth possibility should be arranged to international ceramics production complex and distribution complex. Therefore, plan analyzing future district theme establishment and strength in priority via past and present of target area.

### 1. 서론

인천국제공항의 개항과 함께 한국방문의 해, 세계도자기엑스포, 월드컵 등 국가적인 대형 이벤트 개최와 발맞추어 경기도지역을 세계적 관광 지역으로 발전시킬 여건이 조성되었다. 또한, 대상지역이 보유하고 있는 도자기 등 문화관광자원과 자연관광자원을 적절히 이용한 한국의 대표적인 관광지로의 성장 가능성이 커졌다. 따라서 국제적 도자기 생산단지과 유통단지로의 성장 가능성을 통한 지역 발전 방안이 준비되어야 한다.

### 2. 도자기 관광마케팅 계획

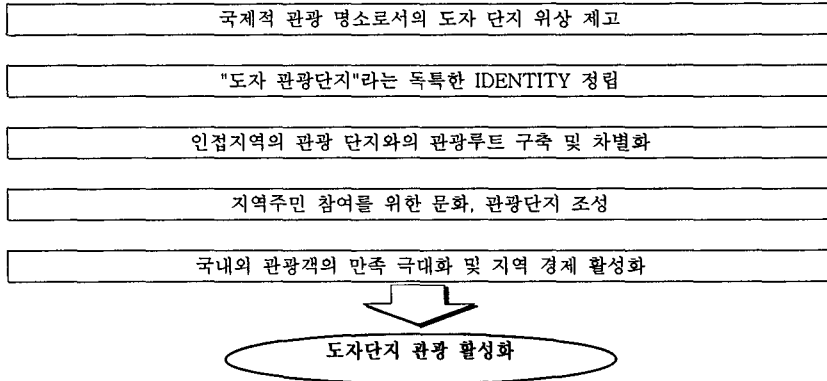
#### 1) 관광마케팅 계획의 기본방향 설정

도자기 산업의 관광 마케팅 기본 방향은 [그림 2.1]에서 제시한 것처럼 도자기벨트 지역의 국제 이미지 창출로 관광 명소화를 도모하고, 지리조건을 활용한 연계 관광루트 개발로 필수 관광 코스화 유도하여 국내외 관광객 만족 극대화 및 지역경제 활성화 유도해야 한다.

본 논문은 명지대학교 도자기세타의 지원으로 이루어 졌음

\* 명지대학교 산업시스템공학부 박사과정

\*\* 명지대학교 산업시스템공학부 교수

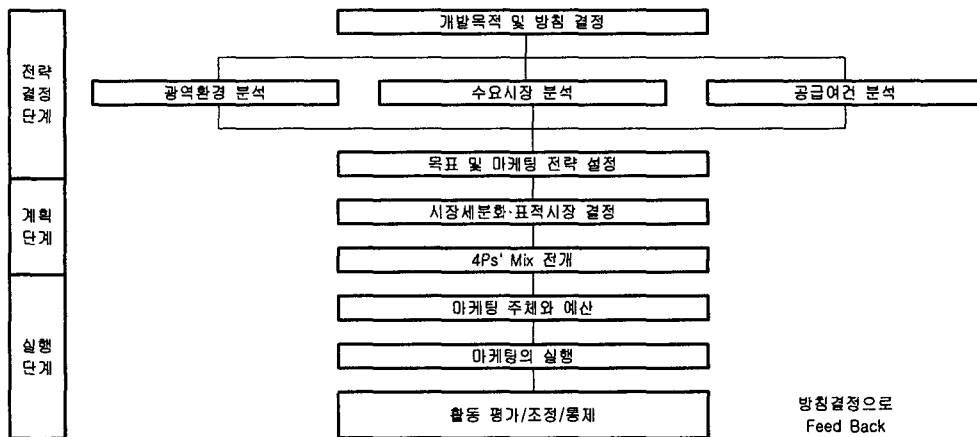


[그림 2.1] 도자기 산업의 관광 마케팅 기본 방향

## 2) 관광마케팅 계획수립과 관리 방향

경기도자기 브랜드 개념의 일반화를 위한 체계적이고 조직적인 시장 포지셔닝과 관리가 필요하며, 관광시장 지향의 지속적인 시장조사 및 분석이 지원되어야 한다. 관광마케팅 전략은 전략 결정, 계획, 실행 등 3단계로 수행되고, 개발목적, 기본방침, 환경분석, 마케팅 목표 및 전략설정, 시장세분화, 표적시장결정, 4Ps' Mix, 실행주체, 예산, 실행, 평가 등의 단계별 진행이 필요하다.

## 3) 마케팅 전략수립 과정



## 3. 세분시장 계획 및 포지셔닝 전략

### 1) 표적시장 선정

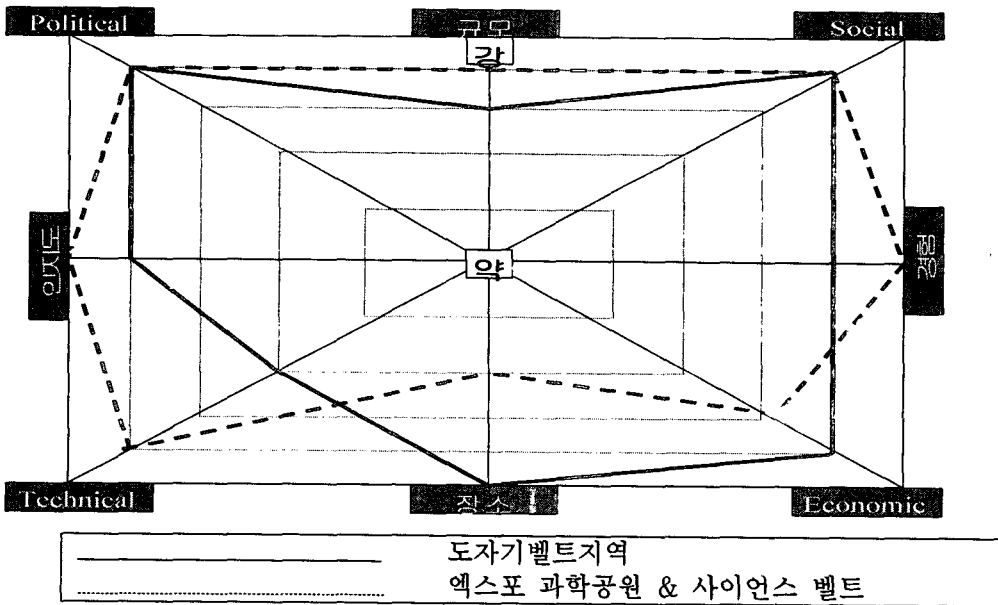
표적시장 선정기준은 관광승출 지역의 위치와 경제모델, 국내외 사례분석 등을 통해 다각적인 방식을 채택하는 것이 바람직하고, 주변 관광자원과 유인시설을 공존대상으로 인정하여 상호 보

완작용을 할 수 있는 모델로 선정해야 한다. 시장세분화는 입지적 특성에 맞도록 시간과 거리개념을 중심으로 구분해야 하고, 주요 관광시장 선정기준은 핵심 관광시설을 중심으로 선정한다.

구분	내용
지리적 표적시장	· 1차 시장 - 서울수도권, 대상지역 등의 특화시장 · 2차 시장 - 전국(교통 편리성, 관광지/자원 연계) · 3차 시장 - 세계(유일한 도자기벨트지역, 산업밀집지대)
국가별 표적시장	· 국내시장 - 국내 도자기 특화 시장 개척 · 국제시장 - 세계 유일 도자기벨트지역, 도자기산업밀집지대
수요특성별 표적시장	· 혼수/결혼 시장 · 관광/인센티브 투어 시장 · 교육/학습 시장 · 국내외 전시/회의 시장

## 2) 포지셔닝 전략

포지셔닝 전략은 다른 경쟁지와 비교하여 현재 위치 분석 및 장래 전개 방향을 제시해야 하며, 포지셔닝 전략은 엑스포 이후 유사 사례인 “엑스포 과학공원”을 비교하여 현재 위치의 강약점이 분석되었다. 그림과 같이 8가지 항목 중 7개 항목의 강점이 있지만, 기술적인 측면에서 다소 경쟁력이 떨어지고 있음을 알 수 있다.



따라서 경기도자기 브랜드의 지명도와 지역의 명소성을 창조하기 위해서는 세계적인 기술개발을 위한 전문적이고 정책적인 지원이 요청된다.

### 4. 일본의 관광마케팅

일본의 경우에는 인접국(한국, 중국 등)에 대한 시장조사와 시장별 여행상품 개발하였으며, 관광진흥을 통한 국토정비 정책 추진(국가만들기 전략)하고 있다. 일본의 관광마케팅 내용을 정리 하면 다음 표와 같다.

시장	기구	사업 내용	
한국 중국 인접국	관광공사	주변국 마케팅 조사분석 · 신벨킵 플랜 21 추진으로 방일여행객 800만명 달성목표 설정 · 일본강점증 안전, 친절, 숙박시설 강화/단점인 비용문제개선 · 한국의 40대 중심 가족여행 대비상품 개발 · 온천여행목적지 개발 · 중국시장 대비 매력요소 개발(중국인의 음식문화·일본요리(63%), 자연매력(58%), 역사유산(44%), 인문문화(41%)선호에 따른 준비)	
세계	국토교통성	국가 관광 시책 정비	·국내관광활동 감소, 국제관광활동 증가, 방일의래객 증가 등 대책 마련 ·관광진흥은 국가 만들기-전략 추진 ·관광산업진흥포럼의 방일의래객 배가정책 선택(신벨킵 플랜 21) ·고령자를 위한 관광정책 추진 ·여행환경 개선 ·관광정보 인프라 구축 ·국내 새로운 관광교류 확대 ·고용창출 및 '마을 만들기' 사업 추진 ·고령자/장애자 보도설치, 에스컬레이터, 엘리베이터, 안내표시판 등 시설정비 ·각종 요금 할인 ·국제관광테마지구 정비 ·국내관광 활성화를 위한 국가/지방공공단체 제휴(광역관광진흥회의:WAC21)
		해외 마케팅	·해외 광고/선전 활동 전개 ·방일 관광상품 개발 ·인터넷 정보제공 ·국내 외국객을 위한 정보제공체제 정비 ·국제회의 진흥, 국제경기대회 지원 ·개발도상국 관광진흥 협력 ·여행종합교역전(여행 Fair 2000) 개최 ·여행소비자 보호/서비스 향상시책 전개 ·여행업자 등록검사 강화 ·여행업협회 고충처리체제 강화 ·각종 패키지투어 개발 ·교통 운임할인 등 서비스 확충
		관광 자원 시설 정비	·관광자원 보전·보호정책의 전개 ·자연공원, 삼림, 하천, 해양, 야생생물 등 관광자원으로서 중요한 자연환경 보전·보호 추진 ·문화재, 역사적 마을 등 보존 추진 ·도시, 농산어촌, 물 등 경관 형성 도모 ·자원보호활동 추진 ·관광레크리에이션시설 정비시책 전개 ·오토캠핑장, 여행촌 등 레크리에이션시설 개발 ·레크리에이션지구, 삼림·공원 정비 ·중합보양지역 정비, 지방공공단체에 자문관(advisor) 파견 ·관광관련시설 정비 ·박물관, 미술관 등 문화시설 정비 추진 ·체육, 스포츠시설 정비 ·숙박·휴양시설 정비시책 전개 ·호텔, 여관의 정비, 국민숙사, 유스호스텔 등 공적 시설 정비 ·고령자 이용시설 등록제도 보급
		관광 기반 시설 정비	·관광기반시설 정비시책 전개 ·철도/도로교통/항공/해상교통 등 여객수송시설 정비 ·신간선정비 ·관광지 환경위생시설 정비안전확보대책 전개 ·철도/도로교통/항공/해상교통의 안전대책 추진 ·숙박시설의 화재방지대책, 식품위생대책 추진 ·기상/지진 등의 정보제공 체계 정비 ·조난구조대책 추진 ·자연재해 안전정보 제공

### 5. 결론

관광 마케팅 추진에 있어서는 전통적 경기도자기 산업지역에 있어 명소화를 통한 국내의 관광객을 유치·확대하여 세라믹벨트 지역의 국제적 이미지를 창출하도록 하고, 연계관광루트의 개발로 필수 관광코스화를 유도하도록하며, 차별화된 관광 테마를 부여하여 지역경제발전에 기여하는 마케팅이 이루어져야 할 것이다. 이와 관련한 도자기 관광상품의 개발방안으로는 경기(이천, 여주, 광주지역 중심)지역의 전통문화자원을 이용한 문화관광상품의 개발을 전략적으로 추진토록하고, 한국적 사고와 현대적 실용에 부합하는 도자기 관광상품의 개발과 제품개발연구를 위한 지원기관을 역내에 설치토록함이 바람직 할 것이다.