

설악권 지역관광경쟁력기반 저하에 따른 위기타개와 관광활성화를 위한 속성 연구

김 영 일

극동정보대학 경영과 부교수

E-mail : kyid@kdc.ac.kr

한 응 범

극동정보대학 경영과 외래교수

E-mail : haneb2@lycos.co.kr

관광 상품의 경쟁력은 훌륭한 자연경관과 유무형의 자원들이 적절한 조화를 이룰 때 관광객의 욕구 충족과 아울러 지역경제와 연계된 시너지 효과를 발휘할 수 있다.

관광산업은 지방화시대에서 중요한 지역경제 운영 및 개발 재원 마련의 핵심 사업으로 떠오르고 있으며, 특히 강원도 설악권의 경우에는 뚜렷한 부존자원과 지역개발재원이 부족한 실정에서 지역특성에 부합하는 관광자원 개발이 각 지역의 재정자립도에 미치는 영향은 지대하다고 볼 수 있다.

따라서 본 연구는 설악권 관광개발에 있어서의 제 운영상의 문제점과 정책적 문제점을 도출하고 관광자원의 효율적인 보전과 개발 등을 통해 지역경제의 활성화를 위해 현지 방문 관광객과 관광업 종사자간 상품, 서비스, 홍보 마케팅 측면에서의 실증조사를 한 후 이에 맞는 경쟁력 있는 대안을 제시하고자 한다. 또한 이 연구는 지방화, 글로벌화 시대를 맞이하여 한국 관광자원의 개발 및 상품화를 체계화하여 금강-설악이 연계되는 설악관광의 육성화에 기여할 것으로 기대된다.

아울러 본 연구의 한계는 설악권에 대한 관광지역 활성화를 주제로 한 관계로 인해 연구범위를 설악권 한 지역으로 국한했기 때문에 일반화 과정에는 다소 미흡하다고 판단되며 측정 면에서도 관광객과 관광 종사자 사이의 인식차이 검증에 불과하다고 볼 수 있다.

<색인어> 관광상품, 관광종사자, 관광자원, 홍보 및 마케팅, 관광계획모형

I. 서 론

경쟁력 있는 관광상품은 수려한 자연환경과 유형·무형의 자원들을 갖추고 적절한 조화를 이룰 때 관광객의 욕구 충족과 아울러 지역 경제적인 효과와 연계된 시너지 효과를 얻을 수

있다(손대현 외, 1995).

지방자치시대를 맞이하여 이미 각 자치단체가 지역경제 운영 및 개발 재원마련을 위해 각종 수익사업 개발에 여념이 없으며, '관광'도 이들 사업 중 중요한 관심사로 부각되고 있는 것이 현실이다. 특히 강원도 설악권의 경우 관광자원 이외에는 뚜렷한 부존자원이 없고, 이렇다 할 지역 개발재원이 없는 현실에서 앞으로 관광개발을 지방 재정 확충을 위한 수익창출 방안으로 활용해야 하며, 따라서 지역특성에 부합하는 관광자원 개발을 위한 노력을 더욱 부가하여야 할 것이다(김사현, 1996).

관광산업은 경제적인 측면에서 지역주민의 소득증대와 고용 유발효과를 가져오고 지역주민의 생활환경을 개선시킬 수 있는 중요한 산업이다(WTO, 1975).

이러한 관점에서 그 동안 설악권의 관광산업은 미시령터널 개통과 동서 고속도로 착공과 함께 천혜의 자연자원과 청정지역으로서의 장점을 가지고 내륙지역 최고의 관광지로 각광받아 왔으나 매년 신 관광자원의 개발 없이 반복되는 상품과 서비스로 고객으로부터 외면을 당해왔다. 특히 최근 금강산 관광의 지속적인 확대와 해외관광 붐으로 갈수록 낙후되어 부가가치를 창출하지 못하고 매년 설악권 관광객 수가 감소하고 있는 실정이다. 이와 같은 관광산업 환경변화에 따라 위기에 처해있는 설악지역 관광산업 활성화를 위해 본 연구에서는 설악지역의 관광개발에 있어서의 각종 운영상의 문제점과 관광자원에 있어서의 정책적 문제점을 도출하고, 관광자원의 효율적인 보전과 개발 등을 통해 지역경제의 활성화를 도모함과 동시에 효율적인 관광상품개발을 통한 지역관광산업 활성화 방안으로 ① 설악권 고유의 관광자원 ② 종사자의 서비스 수준 ③ 홍보, 마케팅 측면에서의 이용고객과 종사자간의 차이점을 분석하고 이에 맞는 활성화 방안을 제안하는 데 있다.

II. 지역관광개발과 서비스품질에 대한 고찰

1. 지역관광개발의 개념

지역의 관광자원개발은 자원 활용을 극대화하여 지역주민의 복리증진과 효율적인 지역개발을 목적으로 하는데(김상무, 1996), 지역 관광개발은 지역의 자원활용을 효과적으로 개발하고 지역경제에 기여하기 위한 개념으로 다음과 같이 크게 세 가지 관점에서 의의를 갖는다.

첫째, 지역의 역사성·문화성·향토성·지역성에 기초한 관광자원의 개발·보존·이용·관리를 통해 지역관광공간을 제편하는데 있다. 지역관광공간을 제공한다는 것은 인간은 모두 자신의 여가시간을 이용하여 일상생활권을 벗어나 다른 자연과 문화 환경에서 각종 행동

을 하려는 생활변화를 추구하려는 관광욕구를 가지고 있기 때문에, 이러한 관광욕구를 충족시키려는 목적에 부응키 위해 자원을 개발하는 것을 말한다(박석희, 1997).

둘째, 지역 관광개발은 관광지 내의 사적, 고유문화재 및 천연기념물 등 여러 자원을 합리적이고 효과적인 방법에 의하여 학술적인 연구와 정보적 교육에 제공함으로써 문화의 발전과 지역 주민정신의 순화에 그 목적을 둔다.

셋째, 지역 관광개발은 지역사회를 부유하게 하고, 고용구조를 개선시키며, 건전한 관광문화 창출에 기여한다.

2. 지역관광개발이 지역사회에 미치는 영향과 접근방법

먼저 지역 관광자원의 개발은 지역사회 개발의 일환으로 점차 그 중요성이 더해가고 있다.

지역사회개발은 지역사회의 복지를 증진하기 위한 방안이므로, 관광개발은 지역주민의 복지를 향상시키는 것이어야 한다(Pearce, 1989). 관광개발은 지역사회의 새로운 경제성장을 제공할 뿐만 아니라 지역사회의 사회적, 경제적, 환경적 측면에서 영향을 미치는데(표성수, 장혜숙, 1994) 일반적으로 관광개발로 기대되는 경제적 이점을 Cleverdon & Edward(1990)는 아래와 같이 서술하고 있다.

첫째, 외화획득, 경제수지적자를 개선시켜 준다. 둘째, 수요의 가격 탄력성과 가격이 높고 비교적 성장 추세의 산업으로서의 장점을 갖는다. 셋째, 고용증대를 가능케 해준다. 넷째, 지역경제의 소득분배에 중요한 역할을 한다. 다섯째, 지역소득과 고용의 불균형을 시정시켜 지역적 격차를 해소시켜 준다. 여섯째, 관광유관 산업의 발전을 모색한다. 일곱째, 지역의 조세수입의 증가를 가능케 한다. 여덟째, 외부에 대하여 지역사회의 이미지를 제고하여 외부로부터 투자증가를 촉진시킨다.

Mathieson & Wall(1982)은 관광산업의 긍정적 경제적 효과를 경상수지의 균형 발전과 소득증대, 고용창출, 조세수입의 증가 등이라고 역설하였으며, Jafari(1985)는 위와 같은 경제적 이점을 추가하여 관광산업의 변수효과를 상기시키고 관광사업으로 인한 지역사회의 촉진, 기반시설의 확충 등을 추가하였다. 그리고 관광의 효과 중 간과할 수 없는 것이 관광기초부문인 운수, 숙박, 식사서비스, 오락 등의 발전을 제시하였다. 이런 것들은 관광산업에 영향을 받고 또 영향을 준다. 그러나 Jafari는 위에 언급된 재정·경제적 이점을 인플레이션(Inflation)의 유발, 이익의 외부 지출, 계절에 따른 경제활동의 기대현상, 비수기의 실업상태, 정치변혁, 질병 등으로 인한 영향에 대한 관광산업의 의존적 취약점, 모방심리에 의한 전시효과(demonstration effect) 등을 초래할 수 있다고 하였다.

Lundlber(1985)는 경제적 불이익으로서 관광투자의 기회비용 문제를 지적하였다. 그러므로 관광산업에 소요되는 시설투자규모와 마케팅비용 등과 타 산업투자와의 편익을 비교, 검사해

불 필요가 있는데 경제적 노출과 고용구조 상의 질 문제에 대한 적정 대안이 이루어지지 않는 한 지역의 경제성장이란 특정목적 하에 이루어지는 관광개발은 외형상의 지역 경제성장만을 초래하여 이른바 '장소의 변영'에는 기여할지 몰라도 주민복지에는 실질적인 혜택이 돌아가지 않아 '주인의 변영'을 도모하는 수단으로는 큰 의의를 갖지 못한다는 점을 들 수 있다.

또한 관광개발지의 지가를 상승시켜 물가를 상승시키며, 관광개발로 인해 지역주민에게 부과되는 관광오물처리비용, 관광시설의 유지비용 등 사회적 비용의 증가, 관광개발로 인한 관광지역민의 고용창출이 대부분 저임금 노동이라는 점, 여성의 고용증가가 전통적인 가족 질서를 붕괴시킨다는 점, 제 3세계의 관광개발을 종속 이론적 차원에서 보아 제3세계 경제 발전을 위장하는 매커니즘으로서 신식민주의적 착취의 한 형태로 보는 경향이 있다.

이에 대해 Cohen(1983)은 관광개발과 환경보존은 대립개념일 수도 있고 상호 보완적 개념이 될 수도 있다고 하였다. 따라서, 관광의 환경적 영향으로서 부정적인 측면은 생태, 환경의 오염과 파괴를 들 수 있다.

관광개발에 따른 관광객의 태도는 식물, 야생동물에게 큰 영향을 미치게 된다. 희귀종의 동식물은 마구 채취, 포획되며, 이것은 인공적인 매력물과는 달리 빠른 시일내에 재생산이 되지 않아 결국 관광목적지의 매력을 잃게 만든다.

더욱이 관광개발로 인한 무계획적인 건설은 자연상태를 훼손하여 지형, 지색, 심지어는 기후의 변화가 발생할 수도 있으며, 관광지의 교통혼잡 등을 초래하게 된다(김사현, 1997).

이상에서와 같이 지방자치제로서 지역관광개발이 제대로 자리잡고 관광이 지역 특화산업이 되기 위해서는 중앙정부든 지방정부든 모든 구성원간에 "발상의 대전환"이 필요하다.

이와 같이 지방자치시대에 있어서 지역관광개발은 개발에 영향을 미치는 지역 외부의 요건과 그 개발이 지역사회의 환경과 경제, 관광객 및 지역주민에 미치는 영향을 모두 고려해야 하는 일종의 복합체제이며, 실제로 한 지역에 있어서 관광개발은 지역개발의 일환으로 수행되는 것이 보통이기 때문에 이들과의 관계가 중요한 과제가 된다. 따라서 이를 극복하기 위한 접근방법으로서 지역관광개발에 대한 접근은 관광개발계획에 대해 일반적으로 가장 널리 사용되는 접근방법으로 Gold(1980)가 제시한 자원론적 접근, 활동적 접근, 경제적 접근, 행태론적 접근 그리고, 위의 세 접근방식에 장점을 혼합하여 결합적 접근의 다섯 가지를 들 수 있다. 따라서 본 연구에서는 다양한 접근방법 중 지역관광개발에 적합한 접근방법으로 공간 구조적 접근방법과 자원론적 접근방법, 이용자와 자원과의 상관성을 혼합한 속초권역의 지역사회 지향적 접근방법을 적용하여 실증조사후 관련사실을 규명하고자 한다.

3. 선행연구고찰

지역관광개발에 대한 선행연구를 보면 긍정적인 경제효과 뿐만 아니라 부정적인 영향까지

광범위한 관광계획의 필요성과 관련된 여러 지역계획전략과정을 고려한 지역관광개발모형을 연구하였는데 그 대표적인 내용을 정리해보면 다음과 같다.

Leiper(1981)와 Inskip(1987)은 관광발생지역 환경과 관광목적지역 환경의 상호 보완성을 강조하는 지역관광계획모형을 개발했으며, Sessa(1988)는 관광의 총체적 시스템(total system)측면에서 양적, 물적으로 상호 관계된 관광체계 구성요소들을 분석, 평가하여 지역관광개발을 설명하였다.

Baud-Bovy(1982)는 지역관광계획을 관광상품분석을 중심으로 한 PASOLP(Product Analysis Sequence for Outdoor Leisure Planning)모형으로 묘사하였는데, 이 모형은 지역구조, 관광자원, 관광시장을 축으로 하여 정치적, 경제적, 사회 문화적, 환경적 요소를 모두 고려하는 계획 모형이다.

Murphy(1988)는 관광사업을 관광지역의 이익을 고려해야 하는 지역사회산업(Community Industry)으로 간주하고, 관광개발과 지역사회가 상호 공생관계를 유지하기 위해서는 생태학적 모형(ecological model)에 따른 지역사회지향 접근방법에 의해 지역관광개발이 이루어져야 한다고 보았으며, Haywood(1988)는 Murphy의 이해를 수용하면서 지역관광개발에 지역주민의 폭넓은 참여가 전제될 때, 지역관광개발이 합법성을 갖는다고 설명하였다.

Marinos(1983)는 도서지역관광개발이 생태계의 파괴와 변질을 가져올 수 있다고 강조하면서 그 해결책으로 토지이용제한, 건축규제, 소규모개발 등을 제시하였다.

한편 국내연구에 있어서는 서현철(1987)은 수도권 중심의 관광코스를 살펴보고 새로운 외래관광객의 수요를 충족시키기 위하여 다양한 관광코스를 분석하고, 새로운 외래관광객의 수요를 충족시키기 위하여 다양한 관광코스 7개를 제시하였다. 그는 아울러 지역사회에 지대한 영향을 미치는 관광개발과 지역개발과의 상호보완성 및 지역관광개발의 중요성을 강조하였다.

손대현·김재완(1986)은 목포권 관광자원을 유형별로 분류하면서, 목포권 최대자원은 관광자원이며 지역관광개발을 수행함에 있어서 관광소비자, 관광생산자 및 지역사회주민이라는 세 차원의 요소를 고려하는 것이 중요하다고 주장하고, 관광개발의 기본목표, 기본방향, 기본전략을 제시했다.

지방자치제 실시에 따라 지역관광개발에 대한 관심은 한층 제고되었는데 이에 관한 연구로는 국제·국내 관광환경변화를 전망하고 지방화시대의 관광개발정책의 방향성을 제시함과 동시에 그 대안을 탐색한 엄서호(1991)의 연구, 지방문화에 바탕을 둔 관광개발과 그를 통한 지역산업의 활성화 방안을 제시한 김충호(1990)의 연구 등을 대표적인 관광자원 개발과 관련한 연구로 들 수 있다.

그밖에 지역관광개발을 위한 민관공동 출자사업 추진방향을 연구한 신동주(1995)와 설악산지역 관광개발을 연구한 김재걸(1995), 영종도 국제공항지역을 중심으로 한 인천해안권 관

광개발을 연구한 김호상(1996)의 연구가 특정지역의 관광자원개발과 관련된 연구라 할 수 있다. 이상의 국내의 연구내용과 그 특징 및 본 연구에 주는 시사점을 요약·정리해 보면 <표 1>과 같다.

<표 1> 선행연구 내용

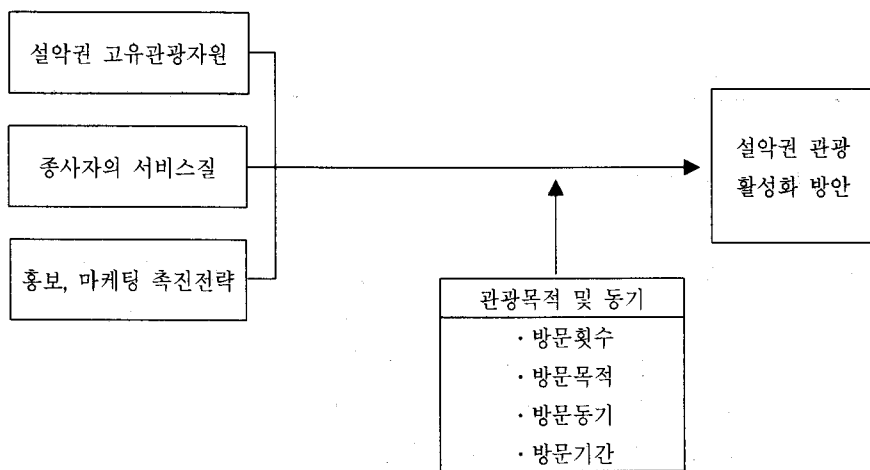
구분	연구자	년도	연구내용	특징 및 시사점
국외	Leiper Inskeep	1981 1987	관광발생지역의 환경과 관광목적 지역 환경의 상호의존성 강조	지역관광계획모형 개발적용
	Sessa	1988	관광의 총체적 시스템 연계	관광체계구성요소 분석평가로 지역관광개발설명
	Baud-Bo vy	1982	지역관광계획을 관광제품 분석을 중심으로 한 PASOLP 모형 묘사	지역구조, 관광자원, 관광시장을 축으로 정치, 경제, 사회, 문화, 환경요소 고려 주장
	Murphy	1988	관광산업개발시 관광개발과 지역 사회공생관계 유지를 위한 생태학 적 모형 중시	지역사회지향 접근방법에 따른 지역관광개발 주장
	Haywood	1988	지역관광개발에 지역주민의 참여 전제	지역주민 참여확대로 지역관광 개발의 합법성 부여를 주장
	Marinos	1983	도서지역 관광개발시 생태계 파괴 와 변질에 대한 해결책 사전제시 주장	토지이용제한, 건축규제, 소규모 개발로 대안제시
국내	엄서호	1991	지방화시대 지역관광개발전략 모 델제시	지역문화에 바탕을 둔 관광개발 중시
	김충호	1990	관광의 지역산업 활성화	지역문화에 바탕으로 관광개발 중시
	신동주	1995	지역관광개발을 위한 민관 공동출 자사업 추진 방향	민관 공동출자를 통한 상호협동 강조
	김재걸	1995	설악산권 관광지개발	지역관광자원의 토속적 상품집 중 발굴장려 주장
	김호상	1996	인천해안권 관광개발 연구	해안 관광자원 활용주장

자료 : 선행연구 내용을 바탕으로 본 연구자가 구성.

III. 연구방법

1. 분석의 틀

본 연구에서의 설악권 관광경쟁력 기반저하에 따른 위기타개와 활성화를 위한 속성을 모색하기 위해 Baud-Bovy(1982)와 Gold(1980)가 제시한 지역관광자원개발에 적합한 자원론적 공간구조적 접근방법과 이용자와 제공자원과의 상관성을 혼합한 지역사회 지향적 접근방법을 준용하였다. 본 연구에서의 주요채택변인은 독립변인으로서 설악권 고유 관광기반으로서의 음식, 상품, 자원과 지역관광업 종사자의 내적 직무연관성과 몰입정도에 따른 서비스 질 및 이론 대외홍보, 마케팅 실현을 통해 나타내는 팜플렛, 안내표지, 여론조사 등을 통한 서비스 개선 등을 반영하여 종사자와 고객간 차이를 규명하고자 하는데 이상의 분석모형을 도식화하면 다음과 같다.



<그림 5> 연구모형

2. 조사대상

본 연구는 설악권 관광객의 지역 관광 실태분석을 통해 지역 관광사업에 대한 문제점 도출과 이에 대한 방안을 모색하기 위해 2005년 10월 21일부터 2002년 11월 10일까지 20일간 설악권내 관광관련업 종사자 및 관광객을 대상으로 실증조사를 하였다.

<표 2> 조사대상

구분		대 상	인 원
설악권 방문 관광객 및 관련업 종사자	종사자	관광식당업 종사자	81명
		관광 토산품 판매점 종사자	72명
		콘도·리조트·호텔 종사자	51명
		관공서 관광관련 공무원	18명
		관광관련 일반사무직	39명
	합계		261명
	고 객	관광식당 이용고객	71명
		관광 토산품 이용고객	60명
		콘도·리조트·호텔 이용고객	51명
		설악산 관광고객	65명
		합계	247
	계		508명

3. 조사내용 및 설문지 구성

조사에 사용된 설문지는 구조화된 질문지(structured questionnaire)로 관광객 및 종사자를 대상으로 지역 관광실태를 파악하기 위해 제작된 기존 설문지 가운데 설악권의 내용에 맞는 적절한 질문지를 본 연구에 적합하도록 수정·보완하여 사용하였다.

본 연구에서 사용된 조사항목 및 측정자료는 설악권의 관광실태를 알아보기 위한 20개 항목, 관광자원, 종사원 서비스, 홍보 및 마케팅의 3개 요인 각 10개 문항씩 30개 문항과 인구 통계적 요인 5개 항목으로 55개의 항목으로 구성하였다.

<표 3> 조사항목

측정변수	문항내용	문항번호	문항수	척도(Scale)	출처
관광실태	· 방문횟수 · 방문목적 · 여행형태 · 여행동기 · 여행기간	1-20	20	명목척도	Haywood(1988) 엄서호(1991)
관광자원	· 음식 · 상품 · 관광자원	설문내용 1-10	10	서열척도	임재걸(1995)
종사원 서비스	· 친절한 정도 · 주차편의 · 청결도	설문내용 11-20	10	"	Murphy(1986)
홍보 및 마케팅	· 팜플렛 · 안내표지 · 여론조사	설문내용 21-30	10	"	신동주(1995)
인구통계적 변수	· 성별 · 연령 · 직업	21-25	5	명목척도	
계			55		

4. 통계분석방법

SPSS(Statistical Package for the Social Science) V.10을 이용하여 연구내용별로 다음과 같은 통계방법을 이용한 분석이다.

첫째, 조사대상자의 인식과 일반사항에 대해서는 빈도수, 백분율로 산출하는 빈도분석을 실시하였다.

둘째, 서열척도로 사용된 변수에 대해서 타당성 검사와 요인의 축소를 위하여 요인분석을 실시하며, 추출방법은 Principal Components로 하고, 요인의 회전방법은 직교회전의 하나인 Varimax rotation하여 결과를 산출하였다.

셋째, 요인분석에서 추출된 요인의 내적 일관성 검사를 위하여 신뢰도 분석을 실시하고 분석 방법은 Cronbach's Alpha를 사용하였다.

넷째, 명목척도로 사용된 변수에 대한 실태분석은 빈도수, 백분율을 산출하는 빈도분석을 실시하였다.

다섯째, 요인분석으로 추출된 요인에 대해서 종사자와 관광객에 대한 인식조사에 있어 t-검정을 통해 차이 분석하여 결과를 검정 제시하였다.

IV. 설악권 관광자원개발 및 서비스에 대한 요인분석

1. 연구결과분석

(1) 지역관광자원 개발 측면에 대한 요인분석 및 신뢰도

<표 4> 관광자원에 대한 요인분석 및 신뢰도

요인명	항목	Component			Cronbach's Alpha
		1	2	3	
지역관광특성 (Characteristics of regional Sight-seeing)	2. 바다회 등 자연과 휴식, 미식을 접목한 관광상품	.832	.011	.157	.7231
	4. 숙박, 리조트, 관광자원의 편의시설의 다양성과 질	.737	.178	-.047	
	1. 토속음식의 다양성과 질	.701	.069	.273	
	7. 온천관광 자원개발의 다양성과 질	.507	.408	.223	
관광자원개발 (Development of Sight-seeing resource)	5. 바다스포츠포즈(마린레포츠)의 다양한 개발	.181	.840	.054	.6848
	6. 전통재래시장 쇼핑 등 체험지향적인 관광의 다양한 개발	.036	.818	.175	
	3. 토산품, 공예품의 다양한 개발과 품질	.154	.456	.398	
관광 홍보의 다양성 (variety of advertisement of Sight-seeing)	9. 지역문화축제 이벤트의 다양성과 질	.074	.052	.848	.6224
	8. 안보관광 자원개발의 다양성과 질	.045	.394	.623	
	10. 등산과 자연을 이용한 테마관광의 다양성과 질	.315	.104	.600	

관광자원에 대한 요인분석 결과, 3개의 요인으로 추출되었으며, 3개의 요인 모두 Cronbach's Alpha값이 .6이상으로 높게 나타나고 있어 신뢰도가 높다고 볼 수 있다. 따라서 이후의 분석에서는 각각의 산술평균을 사용하였으며, 요인명으로는 지역관광특성(characteristics of regional sight-seeing), 관광자원개발(development of sight-seeing resource), 관광 홍보의 다양성(variety of advertisement of sight-seeing)을 사용하였다.

(2) 지역관광중사자 서비스 측면에 대한 요인분석 및 신뢰도

<표 5> 종사원 서비스에 대한 요인분석 및 신뢰도

요인명	항목	Component			Cronbach's Alpha
		1	2	3	
물리적 환경 (Physical Environment)	16. 장애자를 위한 시설의 충분함과 편리성	.808	.172	.030	.7770
	15. 휴식공간(휴게실, 벤치 등) 이용편리성	.740	.063	.200	
	17. 노약자, 어린이를 위한 시설의 충분함과 편리성	.697	.325	-.031	
	14. 주차장 시설의 이용편리성	.645	.188	.306	
	13. 화장실 청결과 이용편리성	.436	.284	.363	
이용 편의성 (convenience of use)	19. 관광지 청결과 관리서비스	.197	.814	.159	.6934
	20. 관광관련 단체 및 시·군청의 대외관광객을 위한 서비스	.092	.715	.300	
	18. 관광지 안내의 적절한 조절을 통한 쾌적성	.323	.696	-.046	
직원의 태도 (Attitude of salesperson)	11. 관광안내요원이 친절한 서비스	.144	.131	.838	.6912
	12. 식당, 상점 서비스 요원의 친절한 서비스	.103	.105	.794	

종사원 서비스에 대한 요인분석 결과, 3개의 요인으로 추출되었으며, 3개의 요인 모두 Cronbach's Alpha값이 .6이상으로 높게 나타나고 있어 신뢰도가 높다고 볼 수 있다. 따라서, 이후의 분석에서는 각각의 산술평균을 사용하였으며, 요인명으로는 물리적 환경(physical environment), 이용 편의성(convenience of use), 직원의 태도(attitude of salesperson)를 사용하였다.

(3) 관광홍보 · 마케팅 측면에 대한 요인분석 및 신뢰도

<표 6> 홍보마케팅에 대한 요인분석 및 신뢰도

요인명	항목	Component		Cronbach's Alpha
		1	2	
정보습득 용이성 (easiness for information obtainment)	23. 관광지 안내지도, 내용과 팸플렛의 적절성	.796	.152	.8082
	22. 관광안내소에 필요한 정보 상설 비치 및 적시 제공	.794	.124	
	21. 관광지 안내표지판의 정돈 여부	.703	.143	
	24. 관광객을 위한 다양한 광고 홍보물 발간	.657	.387	
	25. 관광업체와 관련 공무원간 유기적 협조체계	.612	.384	
홍보 및 서비스 유지 (maintenance of advertisement and service)	28. 이벤트, 축제 등 대외 홍보대상의 지속적 발굴	.171	.799	.7640
	29. 이벤트, 축제 등 대외 홍보대상의 지속적 유지, 홍보	.204	.763	
	27. 기상보도 오류 등의 언론보도내용 지속적 관리 및 체크	.075	.714	
	26. 관광요금 바가지 척결을 위한 계도	.320	.546	
	30. 관광객의 정기적인 여론조사를 통한 문제점 시정노력	.418	.533	

홍보마케팅에 대해 요인분석 결과, 2개의 요인으로 추출되었으며, 2개의 요인 모두 Cronbach's Alpha값이 .6이상으로 높게 나타나고 있어 신뢰도가 높다고 볼 수 있다. 따라서, 이후의 분석에서는 각각의 산술평균을 사용하였으며, 요인명으로는 정보습득용이성(easiness for information obtainment), 홍보 및 서비스 유지(maintenance of advertisement and service)를 사용하였다.

2. 설악권 관광에 활성화를 위한 서비스 개선에 따른 관광객과 종사자 간의 차이분석

(1) 지역관광자원 개발 측면

<표 7> 관광자원에 대한 관광객과 종사자간 차이분석

요인명	집단	인원(N)	평균(Mean)	표준편차(SD)	t (p)
지역관광특성 (Characteristics of regional Sight-seeing)	관광객	247	2.7321	.6341	9.159*** .000
	종사자	261	3.2765	.6395	
관광자원개발 (Development of Sight-seeing resource)	관광객	247	2.4051	.6696	5.687*** .000
	종사자	261	2.7843	.7495	
관광 홍보의 다양성 (variety of advertisement of Sight-seeing)	관광객	247	2.6316	.6320	6.606*** .000
	종사자	261	3.0275	.6505	

p<0.001***

관광 자원에 대해 추출된 요인에 있어 관광객과 종사자간의 차이를 분석한 결과 통계적으로 유의수준 .1%에 유의한 차이를 보이고 있다.

관광종사자가 지역관광특성, 관광자원개발, 관광홍보의 다양성에 대해 각각의 평균 3.2765, 2.7843, 3.0275로 관광객보다 더 높게 긍정적으로 인식하고 있음을 보였다. 관광자원에 있어 개발 및 노력을 하여 관광객들에게 더욱 긍정적인 이미지를 가질 수 있도록 하는 노력이 필요하다.

(2) 지역관광종사자 서비스 측면

<표 8> 종사원 서비스에 대한 관광객과 종사자간 차이분석

요인명	집단	인원(N)	평균(Mean)	표준편차(SD)	t (p)
물리적 환경 (Physical Environment)	관광객	247	2.4488	.6419	7.342***
	종사자	261	2.8620	.5694	.000
이용 편의성 (convenience of use)	관광객	247	2.5327	.6381	9.791***
	종사자	261	3.0745	.5535	.000
직원의 태도 (Attitude of salesperson)	관광객	247	2.7105	.7682	7.032***
	종사자	261	3.1804	.6705	.000

p<0.001***

종사원 서비스에 대해 추출된 요인에 있어 관광객과 종사자간의 차이를 분석한 결과 통계적으로 유의수준 .1%에 유의한 차이를 보이고 있다.

종사자가 물리적 환경, 이용 편의성, 직원의 태도에 대해 각각의 평균 2.8620, 3.0745, 3.1804로 관광객보다 더 높게 긍정적으로 인식하고 있음을 보였다. 따라서 종사원 서비스에 있어 더욱 물리적·질적 노력이 요구된다.

(3) 관광홍보 및 마케팅 측면

<표 9> 홍보마케팅에 대한 관광객과 종사자에 대한 차이분석

요인명	집단	인원(N)	평균(Mean)	표준편차(SD)	t (p)
정보습득 용이성 (easiness for information obtainment)	관광객	247	2.5426	.5995	8.436***
	종사자	261	2.9969	.5581	.000
홍보 및 서비스 유지 (maintenance of advertisement and service)	관광객	247	2.4622	.5930	7.469***
	종사자	261	2.8675	.5719	.000

p<0.001***

홍보마케팅에 대해 추출된 요인에 있어 관광객과 종사자간의 차이를 분석한 결과 통계적으로 유의수준 .1%에 유의한 차이를 보이고 있다.

종사자가 정보습득 용이성, 홍보 및 서비스유지에 대해 각각의 평균 2.9969, 2.8675로 관광객보다 더 높게 긍정적으로 인식하고 있음을 보였다. 따라서 설악권 관광활성화를 위한 홍보 마케팅에 있어 정보습득 및 홍보적 서비스에 대한 노력이 요구된다.

V. 결 론

본 연구는 설악권 관광 활성화를 위하여 관광객과 종사자간에 서비스 질에 대한 차이점과 설악권 관광에 있어 관광객의 인식의 실태를 분석하였고, 관광서비스 질 개선 방안에 대한 연구 결과는 다음과 같다.

첫째, 설악권 방문 목적과 동기에 따른 속성에 있어 여행횟수는 평균 5회 이상이 가장 높은 것으로 나타나 이곳 지역을 대상으로 자주 찾는 곳 중의 하나임을 알 수 있고, 특히 주목적인 관광이 과반수인 것으로 나타났다. 또한 설악권 관광의 선택동기에서도 스스로 선택하는 경향이 가장 높고, 형태 또한 개별여행이 가장 많은 것으로 나타났다.

둘째, 관광자원의 경쟁력 속성에서 설악권 자체 고유 관광자원이 타지역과 비슷한 수준으로 여기고 있는 것으로 나타났으며 양적·질적으로는 발전되지 않은 것으로 나타났다. 특히 관광상품개발을 위해 수행해 온 자원이 설악권 이벤트 및 지역축제에서도 보통수준으로 인식하는 것으로 나타나 경쟁력이 없음을 알 수 있다.

셋째, 설악권 관광의 최대 문제점은 교통불편 등 장기정체에 따른 소요시간의 손실과 기념품이나 음식점 등의 시설의 열악함과 바가지 요금으로 인한 이미지 실추가 가장 높게 인식하는 것으로 나타났다.

넷째, 관광자원(지역 관광특성, 관광자원개발, 관광홍보의 다양성), 종사원 서비스(물리적 환경, 이용편의성, 직원의 태도), 관광홍보 및 마케팅 측면(정보습득 용이성, 홍보 및 서비스 유지)의 요인에 따른 종사자와 관광객의 차이를 분석한 결과 종사자들이 관광객보다 더욱 긍정적으로 인식하는 것으로 나타났다($p < .001$).

이상의 결과를 볼 때 설악권이 갖는 관광자원으로서의 재방문이 많은 현실속에 자연자원에만 의존한 경쟁에서 한계를 들어낸만큼 여기서 벗어나 중장기적인 이벤트나 상품의 매력 있는 마린스포츠나 산악자전거, 캠핑 등 다양한 레저스포츠를 겸비한 상품개발이 요구됨을 알 수 있다. 또한 종사원의 내적 서비스개선과 몰입도를 높이기 위해 바가지 상환에 의한

음성수입을 제거하고 종사자의 서비스교육과 현실화된 급여체계보장을 위해 지역관광협회와 관계기관의 공동대처를 통합개선방안이 요구된다.

마지막으로 마케팅 촉진을 위한 전략에 있어 서울, 경기권 방문객을 위한 도와 시차원에서 이미 이미지 컨셉과 브랜드개발을 통해 설악권이 갖는 갖가지 장점을 고려한 장기반복적 광고전략화할 필요가 있다.

현재의 관광은 국경없는 세계화 시대에 지방도 세계화의 중심이 될 수 있다는 지방화시대를 맞아 지금까지 관광자원개발은 정부의 지원 아래 외형상으로는 괄목할 만한 성장을 거듭하여 왔으나 환경이 중시되는 설악지역발전과 더불어 설악권의 관광산업이 함께 발전해야 하나 아직도 미흡함을 알 수 있으며, 이는 갈수록 욕구가 다양해 가는 관광객의 기대에 미치지 못하고 있음을 입증해 주었다.

이러한 원인은 관광 활성화를 위한 기획과 운영을 담당하고 있는 주최가 관광축제 및 이벤트를 기획함에 있어 관광객의 기대욕구를 고려하지 않는 주최자 중심의 입안과 개최로 일관하기 때문이다. 그러나 지금 선진국에서는 지역 관광에 있어서 모든 자원을 관광상품화하기 위하여 관광객이 무엇을 기대하고 있는가를 사전에 과학적으로 조사하여 관광객의 만족 선행변수가 무엇인지 이에 맞는 서비스 질 향상에 노력하고 있는 점에 관심을 가질 필요가 있다. 그러므로 설악권의 풍부한 관광 자원의 장점을 살려 관광발전을 위한 지역한계와 연계한 학문적 연구와 프로그램화를 통한 관광객의 편익추구에 따른 시장세분화로 이에 따른 서비스 질 향상에 더욱 관심을 기울인다면 더욱 긍정적인 효과를 나타낼 것으로 보인다.

참고문헌

- 김사현 (1997. 1), “지방화시대의 관광산업”, 「지방자치」 현대사회연구소 p.140.
- 김사현 (1996. 1), “지방자치시대와 관광산업”, 「지방자치」 현대사회연구소 pp.101-103.
- 김상무 (1996), 「관광개발론」 대구 : 계명대학교출판부
- 김재걸, 설악산권 관광지개발에 관한 연구, 경희대학교 경영대학원, 석사학위논문, 1995.
- 김충호 (1990), “관광과 지역산업의 활성화 방안”, 「관광연구논집」, 경기대학교 관광개발연구소, 제 7집, pp.5-20.
- 김호상 (1996), 인천해안권 관광개발에 관한 연구-영종도 국제공항지역을 중심으로, 경희대학교 경영대학원, 석사학위논문
- 김홍운 (1995), 「관광자원론」 서울 : 일신사, p.387.
- 박석희 (1997), 「신관광자원론-개발·이용·관리」 서울 : 명보문화사, pp.82-83.
- 서미석 (1995), 지방화시대의 관광개발에 관한 연구-신안군 지역을 중심으로-, 전남대학교 대학원 지리학과, 석사학위논문, pp.10-11.
- 서현철 (1987), “외래객을 위한 수도권 관광코스개발에 관한 연구”, 「관광학연구」, 한국관광학회, 제11호, pp.77-90.
- 손대현 외 10인 (1995), 「지방화시대의 관광개발」 서울 : 일신사 pp.9-10.
- 손대현·김재환 (1986), “지역관광개발계획을 위한 방안”, 「사회과학논총」, 한양대학교, 제5집, pp.427-460.
- 신동주 (1995), 한국의 지역관광개발을 위한 민관 공동출자 사업 추진방향, 한양대학교 대학원, 박사학위논문
- 엄서호 (1991. 11), “지방화시대와 관광지 개발전략”, 지방화시대의 지역관광 진흥정책에 관한 세미나, 교통개발연구소
- 표성수·장혜숙 (1994), 「최고 관광계획 개발론」 서울 : 형설출판사 p.432.
- Baud-Bovy M. and Lawson, F. (1977), Tourism and Recreation Development(Boston: CIB publishing Co., Inc.), pp.138-143.
- Baud-Bovy, M. (1982), "New Concepts in Planning for Tourism and Recreation", Tourism Management, Vol. 3, No. 4, pp.308-313.
- Cleverdon R. and Edwards A. (1982), International Tourism to 1990, (Massachusetts : ABT Associates, Inc.), pp.140-142.
- Cohen E. (1983), "The Impact of Tourism on The Physical Environment", Annals of Tourism Research, Vol. 10, p.232.

- Gold, S. M (1980), *Recreation Planning and Design*(N.Y: McGraw Hill, Inc.), pp.45-55.
- Haywood K. M. (1988), "Responsible and Responsive Tourism Planning in the Community", *Tourism Management*, Vol. 9, No. 2, pp.105-118.
- Inskip, E. (1987), "Environment Planning for Tourism", *Annals of Tourism Research*, Vol. 14, No. 1, pp.115-135.
- Jafar Jafari (1985), "Understanding Socio-Cultural Structure of Tourism on its Effects", p.33.
- Leiper, N. (1981), "Towards a Cohesive Curriculum in Tourism : The case of a Distinct Discipline," *Annals of Tourism Research*, vol. 8, No. 1, pp.69-84.
- Lundber, D. E. (1985), *The Tourist Business*, (Mass.Boston : CBI Publishing Company, Inc.), p.156.
- Marinos, P. (1983), "Small Island Tourism", *Tourism Management*, Vol. 4, No. 3, pp.212-215.
- Mathieson A. and Wall G. (1982), *Tourism : Economic, Physical and Social Impact*, (N.Y : Longman Inc.), p.14.
- Murphy, P. E. (1988), "Tourism as a community Industry : An Ecological Model of Tourism Development", *Tourist Management*, Vol. 4, No. 2, pp.96-104.
- Pearce, D. G. (1989), *Tourism Development*, (London : Longman Group Ltd.), p.6.
- Sessa, A. (1988), "The Science of System for Tourism Development", *Annals of Tourism Research*, Vol. 15, No. 2, pp.219-235.
- WTO (1975), *Appraisal & Social Value of Investment in Domestic Tourism*, (Madrid : WTO), p.9.

A study on the attitude of Crisis outleting and Revitalization of tour as the Decline of Competitiveness of Local tourism in Mt. Sorak Area

Kim, Young-il · Han, Eung-beom

Abstract

The purpose of this study is to activate tourism industry in Sorak area where faces crisis arising from environmental change. To achieve its' purpose, this study investigated operational problem concerning about development of tourism in Sorak area and politic problem concerning about tourism resource in order to devise activation of regional economy through its effective conservation and development, and at same time, compared difference of perception between tourist and worker of tourism empirically in aspect of product, service, public marketing in order to activate regional tourism industry through effective development of tourism resource. Finally, this study also suggested countermeasure suitable for the above stated.

As seeing above results, this study contributes to promote tourism in Sorak area by developing tourism resource in vein of localization age which means local area can be center of the world in consideration of globalization age without national boundary.

Conclusively, it can be said that segmentation of tourism market based on tourist's interest needs to be accomplished through connection between regional limitation and academic research with making use of advantage of abundant tourism resource in Sorak area. what is more, supplement of attention to improvement of service quality can cause more positive effect.

<key word> tourism industry, tourism resource, visitor, shopping, employee service

< 설 문 지 >

I. 관광객 대상

1. 이번 설악권의 여행은 몇 번째입니까?

- ① 1회 ② 2회 ③ 3회 ④ 4회 ⑤ 5회 이상

2. 주로 누구와 설악산 여행을 하십니까?

- ① 혼자 ② 친구, 연인 ③ 가족, 친지 ④ 사업관계자
⑤ 단체(직장, 학교) 동료 ⑥ 기타

3. 설악권 관광지 선택과 방문의 목적은?

- ① 관광 ② 회의, 박람회, 전시회 참가 ③ 상용, 공무
④ 문화, 예술행사 ⑤ 친척, 친구방문 ⑥ 레저, 오락 ⑦ 토산품 구매
⑧ 자연을 즐기기 위해 ⑨ 싱싱한 회와 지역 특산품 외식을 위해 ⑩ 기타

4. 설악권 관광지 선택과 여행 형태는?

- ① 개별 여행 ② 친구 또는 소속단체가 조직한 여행
③ 완전 패키지 투어 ④ 자유시간형 패키지투어(Airtel 상품 등)
⑤ 기 타

5. 설악권 관광지 선택 동기는?

- ① 여행사의 권유 ② TV, 라디오, 신문, 잡지, ③ 친구나 친지의 권유
④ 여행정보책자 ⑤ 가이드 추천 ⑥ 스스로 선택

6. 이용하신 숙박시설의 형태는?

- ① 관광호텔 ② 유스호텔, 콘도, 리조트 ③ 여관 및 민박
④ 친척 또는 친구 집 ⑤ 콘도미니엄 ⑥ 기타

7. 설악권 여행 중 귀하께서 주로 구입하신 쇼핑품목은?

- ① 인삼 ② 건어물 ③ 기타 바다어류 ④ 주류 ⑤ 버섯
⑥ 식품류 ⑦ 도자기류 ⑧ 목기류 ⑨ 석기제품 ⑩ 의류
⑪ 피혁제품 ⑫ 토종특산품 ⑬ 보석류 ⑭ 기념품 ⑮ 기 타

④ 양적, 질적 모두 미발전

14. 설악권의 관광산업이 지역 경제에 어느 정도 기여할 것으로 보십니까?

- ① 매우 크다 ② 조금 기여하는 수준이다 ③ 비중이 크지 않다
④ 비중이 작다 ⑤ 잘 모르겠다

15. 강원도 설악권 관광의 주도적인 관광형태는 무엇이라고 보십니까?

- ① 풍치, 자연관광 ② 문화예술관광(공연, 전시회, 이벤트 등)
③ 안보관광, ④ 리조트, 휴양관광 ⑤ 스키, 레포츠 등 레저관광
⑥ 지역토속음식 및 먹거리(생선회, 토속음식) ⑦ 기 타

16. 강원도 설악권에서 이벤트 및 여타 지역축제의 현황에 대하여 어떻게 생각하십니까?

- ① 이벤트 사업이 매우 활발하다 ② 타도에 비해서는 활발하다
③ 보통수준이다 ④ 이벤트행사가 미흡하다
⑤ 이벤트 행사가 빈번하나 특정지역에 편중되어 있다

17. 강원도 설악권의 관광여건이 금강산 관광시행이후 많이 줄었는데 타지역과의 비례 관광
지로서 충분한 여건을 갖추고 있다고 생각하십니까?

- ① 충분한 여건을 갖추고 있다 ② 어느 정도 여건을 갖추고 있다
③ 제반 여건이 조금 불충분하다 ④ 제반여건이 매우 열악하다

18. 강원도 설악권 관광의 최대 문제점은 무엇이라고 생각하십니까?

- ① 시설의 열악함, ② 관광지 홍보의 미흡 ③ 불친절함
④ 교통, 통신 등 기반시설의 열악함 ⑤ 바가지 요금(높은 물가) ⑥ 기 타

19. 귀하의 설악권 관광지 이용시 방문정보의 원천은 무엇입니까?

- ① 가족·친지 ② 친구·동료 ③ 팸플렛·안내책자 ④ 신문·잡지
⑤ 라디오·TV ⑥ 여행사 ⑦ 이 지역에 살고있어서 ⑧ 인터넷

20. 체류기간은 며칠입니까?

- ① 당일 ② 2-3일 ③ 3-4일 이상 ④ 기 타

※ 다음의 내용은 설악권 관광에 관한 내용입니다. 평소의 경험을 바탕으로 생각과 일치하는 곳을 선택하여 주시기 바랍니다(관광객 및 종사자 대상).

변 수	설문내용	매우 낮다	다소 낮다	보통	다소 높다	매우 높다
		①	②	③	④	⑤
관광자원	1. 토속음식의 다양성과 질					
	2. 바다회 등 자연과 휴식, 미식을 접목한 관광상품					
	3. 토산품, 공예품의 다양성과 품질					
	4. 숙박, 리조트, 관광자원의 편의 시설의 다양성과 질					
	5. 바다스포츠타(마린레포츠)의 다양한 개발					
	6. 전통재래시장 쇼핑 등 체험 지향적인 관광의 다양한 개발					
	7. 온천관광 자원개발의 다양성과 질					
	8. 안보관광 자원개발의 다양성과 질					
	9. 지역문화축제 이벤트의 다양성과 질					
	10. 등산과 자연을 이용한 테마관광의 다양성과 질					
종사원 서비스	11. 관광안내요원의 친절한 서비스					
	12. 식당, 상점 서비스 요원의 친절한 서비스					
	13. 화장실 청결과 이용편리성					
	14. 주차장 시설의 이용편리성					
	15. 휴식공간(휴게실, 벤치 등) 이용편리성					
	16. 장애자를 위한 시설의 충분함과 편리성					
	17. 노약자, 어린이를 위한 시설의 충분함과 편리성					
	18. 관광지 안내의 적절한 조절을 통한 쾌적성					
	19. 관광지 청결과 관리 서비스					
	20. 관광관련 단체 및 시·군청의 대외관광객을 위한 서비스					
홍보마케팅	21. 관광지 안내표지판의 정돈 여부					
	22. 관광안내소에 필요한 정보 상설 비치 및 적시제공					
	23. 관광지 안내 지도, 내용과 팸플렛의 적절성					
	24. 관광객을 위한 다양한 광고 홍보물 발간					
	25. 관광업체와 관련공무원간 유기적 협조체계					
	26. 관광요금 바가지 적절을 위한 제도					
	27. 기상보도 오류 등의 언론보도내용 지속적 관리 및 체크					
	28. 이벤트, 축제 등 대외 홍보대상의 지속적 발굴					
	29. 이벤트, 축제 등 대외 홍보대상의 지속적 유지, 홍보					
	30. 관광객의 정기적인 여론조사를 통한 문제점 시정노력					

II. 관광객 및 종사자 대상

31. 귀하의 성별은 어떻게 되십니까?

① 남 ② 여

32. 귀하의 나이는 어떻게 되십니까?

① 20세 이하 ② 21-30세 ③ 31-40세 ④ 41-50세 ⑤ 51-60세 ⑥ 61세 이상

33. 귀하의 직업은 어떻게 되십니까?

① 공무원 ② 일반사무직 ③ 상업 ④ 학생 ⑤ 농업 ⑥ 기술직
⑦ 주부 ⑧ 설악권 토산품점 종사자 ⑨ 설악권 식당업 종사자
⑩ 리조트, 호텔, 콘도 종사자 ⑪ 기타

34. 귀하의 교육정도는 어떻게 되십니까?

① 초등학교 졸업이하 ② 중학교 졸업 ③ 고등학교 졸업
④ 전문대졸 ⑤ 대학교 졸업이상

35. 귀하나 귀하 가정의 월 평균 수입은 평균 어느 정도 됩니까?

① 50-100만원 ② 100-150만원 ③ 150-200만원
④ 200-250만원 ⑤ 250만원 이상 ⑥ 기타