

제주방문 외국인 개별여행객의 수용태세 정책에 관한 우선순위 설정

Selecting Priority of Tourism Preparation Policy for
Foreign Free Independent Travelers in Jeju

정승훈* · 고미영**

Chung, Seung-Hoon · Ko, Mi-Young

ABSTRACT

The market of free independent travelers' market is emerging as a new trend in the influence of increasing travel experience and spread of information through internet. It is necessary to establish tourism preparations for attracting foreign free independent travelers considering the market size and importance of foreign free independent travelers in the future. The purpose of this study is to select priority of tourism preparation policy for foreign free independent travelers in Jeju. For achieving the objective of the study, reference study was examined and survey of the experts and AHP were conducted for the empirical study. As a result of AHP, the development of nature experience tourism product, the development of Jeju tourism brand and the strengthening online marketing were selected important policy tasks by priority. The result of the study will be useful to improve of tourism preparation and establish effective policy for foreign free independent traveler.

핵심용어(Key words) : FIT(Free independent traveler),
관광 수용태세(Tourism preparations),
AHP(Analytic hierarchy process)

* 제주발전연구원 선임연구위원. e-mail: kyunhoo@jdi.re.kr

** 제주대학교 관광경영학과 강사(교신저자). e-mail: kossi32@jejunu.ac.kr

I. 서론

최근 관광객의 여행행태와 관련해 주목해야 할 추세 중 하나는 개별여행객(FIT)의 증가로 이는 인구구조의 변화, 교육수준의 향상, 여행경험의 증가, 인터넷을 통한 정보 획득과 공유의 확산 등에 기인한다(이원희, 2007). 예를 들면, 과거보다 건강한 노년층, 고학력 젊은층, 독신자층 등이 증가하고 있으며, 여행정보도 인터넷이나 블로그 등을 통해 쉽게 접할 수 있어 기존 여행상품 보다는 자신의 관광욕구를 충족시켜줄 수 있는 개별여행을 선호하는 계층이 증가하고 있다. 개별여행시장의 성장과 함께 오스트레일리아 시드니와 태국 방콕과 같은 도시들은 풍부한 숙박시설, 편리한 교통서비스 시스템, 우수한 여행정보센터 등의 수용태세를 구비해 전 세계 개별여행객들이 선호하는 도시로 자리매김했다(Tsaur, Yen, & Chen, 2010).

이러한 개별여행시장의 중요성을 감안해 한국관광공사(2012)에서는 해외마케팅 사업 추진의 일환으로 외국인 개별관광객 유치 확대를 위해 4대 시장별(일본, 중화권, 아시아/중동, 구미/대양주) 온라인-오프라인 FIT 유치마케팅 추진을 세부전략으로 채택했다. 최근 제주특별자치도에서도 방한 외국인 관광객 중 개별여행객의 비중이 지속적으로 증가함에 따라서 웨딩촬영상품, 승마상품, 미용상품 등 중국인과 일본인 개별여행객을 대상으로 한 맞춤형 관광상품을 전략적으로 개발하고 있다. 또한 싱가포르 관광청의 'Your Singapore' 홈페이지를 벤치마킹한 제주관광 통합정보제공 시스템 구축 사업 등 개별여행객의 수용태세를 개선하기 위한 다양한 사업들을 추진하고 있다(제주관광공사, 2012).

개별여행객은 단체여행객에 비해 이동에 대한 제약이 상대적으로 적기 때문에, 개별여행객의 증가는 현지인과의 문화 교류 및 이해를 증진시킴으로써 사회문화적인 측면에서 긍정적인 효과를 유발한다(최경은, 2011). 또한 경제적 측면에서 볼 때, 외국인 개별여행객은 단체여행객에 비해 1인당 평균 지출경비와 체류기간이 길다(정성애, 2009). 뿐만 아니라 개별여행객들은 주로 버스나 지하철 등 대중교통을 이용하고 현지의 중저가 숙박시설(게스트하우스, 민박 등) 및 지역주민이 운영하는 음식점과 소규모 상점 등을 이용한다는 점에서 관광목적지의 경제에 실질적으로 도움을 준다(최경은, 2011).

방한 외국인 개별여행객들의 한국에 대한 관광이미지와 관광매력을 증대시키기 위해서는 관광상품, 음식, 숙박, 편의시설, 관광정보, 언어소통 등 외국인 개별여행객들에게 열악한 한국관광의 수용태세를 개선할 필요가 있다(윤정현, 2009; 장

병권, 2010; 윤유식·심혜련, 2011; 제주발전연구원, 2012). 이를 통해 개별여행객들의 한국방문에 대한 관광만족도 향상, 방문 후 관광이미지 고양, 긍정적인 구전 확산 및 재방문 의도를 개선할 수 있을 것이다.

관광분야에서 관광수용태세에 관한 논의는 주로 공공부문에서 이루어져 왔으며, 부문별 수용태세를 다룬 일부 선행연구들이 진행되어 왔지만, 최근 관광패턴의 변화로 증가추세에 있는 외국인 개별여행객에 대한 수용태세를 논의한 연구는 미흡한 실정이다. 외국인 개별여행객의 경우, 단체여행객들과는 달리 주로 여행객이 스스로 항공, 숙박, 현지교통, 음식 등 여행일정을 스스로 준비한다는 점에서 관광목적지의 수용태세를 잘 갖추어야 하는 대상에 속한다.

최근 제주를 방문하는 외국인 개별여행객이 지속적으로 증가하고 있고, 향후에도 제주지역 관광시장에서 차지하는 비중이 증가할 것으로 전망된다. 따라서 외국인 개별여행객에 대한 관광수용태세를 개선하기 위해 적극적인 대응정책이 필요한 시점이다. 제주지역에서 외국인 개별여행객 유치증진을 위해서는 미흡한 대중교통 외국어 안내서비스 개선, 다양한 숙박시설 확충, 개별여행객을 대상으로 한 투어상품의 다양화, 관광정보제공의 체계화, 쇼핑관광의 개선 등 개별여행객들의 관광만족도 향상과 관광편의증진을 위해 관광수용태세 개선과제들을 제시하고 이를 실행할 필요가 있다. 특히, 외국인 개별관광시장의 증가에 시의적절하게 대응하기 위해서는 시급히 시행되어야 할 중요도가 높은 과제의 우선순위를 제시함으로써 합리적인 정책의사결정과 한정된 행재정적 자원의 효율적인 배분 및 집행이 가능할 것이다.

이러한 문제인식하에 본 연구에서는 제주방문 외국인 개별여행객 증가에 대비해 제주지역의 관광수용태세 개선 시 효율적인 정책의사결정을 돕기 위해 관광수용태세 정책과제들의 우선순위를 선정하고자 한다. 본 연구의 결과를 활용해 외국인 개별여행객 증가에 따른 제주특별자치도 관광예산의 합리적 배분, 관광불편 해결책 마련, 관광정책의 실효성 확보에 필요한 실질적인 방안을 마련할 수 있을 것이다.

II. 이론적 배경

1. 개별여행객 관련 선행연구

관광의 유형은 여행객이 여행을 시작하기 전에 이루어진 사전 준비 정도에 따라 크게 개별여행과 패키지여행으로 구분된다. 개별여행은 여행객이 여행일정에 있어

유연성이 있고, 여행목적지에서 여행장소를 선택하는데 있어 자유로운 여행이라 할 수 있다(Hyde & Lawson, 2003). 또한 여행사에 의해 사전에 모든 일정과 숙소, 식사, 교통편 등이 결정되는 풀 패키지(full package) 여행과는 대비되는 개념이다(한국관광공사, 2007). 국내에서 개별여행객에 대한 용어의 정의는 대체로 단독 혹은 소규모 그룹으로서 개별적이며 자유로운 형태의 여행객을 말한다(이원희, 2007). 광의의 개별여행은 여행자가 항공권, 숙박, 현지교통, 여행일정을 스스로 준비하는 '완전개별여행', 항공권과 숙박 장소만 여행사 혹은 항공사에 의뢰하는 '에어텔 패키지여행', 에어텔 패키지에 공항과 호텔 간의 이동편을 구매하는 '프리타임 패키지여행'과 배낭여행, 맞춤 패키지 및 DIY(do it yourself)형 여행 등의 '기타여행'을 포함한다(한국관광공사, 2007; 추승우·장준호·황영현, 2010: 3). 국가나 지자체의 관점에서 볼 때 개별여행객은 완전개별여행객 뿐만 아니라 에어텔 패키지여행, 개별여행객 등 광의의 개별여행객들을 대상으로 관광수용태세 개선을 추진해야 하므로 본 연구에서는 여행사의 풀 패키지(Full Package) 여행상품을 구매한 여행객을 제외한 여행객을 개별여행객으로 정의하고자 한다.

개별여행객에 대한 선행연구는 단독 여행객(solo traveler)¹⁾의 관광행태적 특성(Jordan & Gibson, 2005; Laesser, Beritelli, & Bieger, 2009), 개별여행객의 여행 동기(이상훈·고동완, 2012), 여행 행태(Hyde & Lawson, 2003; 정성애, 2009; 추승우·장준호·황영현, 2010), 여행사 선택속성(이재곤·홍정화·이정민, 2011), 관광계약요인(박미숙·이영진·이훈, 2009), 관광지 선택속성, 관광계약, 선호관광활동 관계(장양래·김혜영, 2011), 문화적 동기, 진정성, 충성도의 관계(변찬복·조선배, 2010), 문화적 동기, 새로움 추구, 감각추구와 충성도(변찬복, 2011), 관광안내(이성규·김영섭·서용철, 2010) 등이 있으며, 대부분의 연구들이 개별여행객의 관광행동과 관광심리적 측면에 초점을 두고 연구를 수행해 왔다고 할 수 있다.

국내외에서 연구된 개별여행객과 단체여행객의 여행특성을 비교한 연구들을 살펴보면, 개별여행객은 단체여행객에 비해 상대적으로 여행목적이 다르고, 여행일정에 유연성이 있으며, 여행경험이 풍부하며, 체류기간이 길고, 정보매체 선호도가 다르다는 결과 등을 제시하고 있다.

방안 일본인 개별여행자의 여행경험을 이동경로를 중심으로 여행일지(travel journal) 분석방법을 활용해 조사한 연구(정성애, 2009)에서는 일본인 개별여행자들의 체류가 서울에 집중되어 있으며, 불편사항으로는 대중교통 및 관광안내체

1) 단독 여행객은 국가나 지역에 혼자서 도착한 여행객이며, 개별여행객의 한 범주라 할 수 있다.

계가 제시되었으며, 개별여행자들의 관광욕구를 충족시키기 위해 다양한 옵션투어 개발이 필요하다는 결과가 도출됐다.

한편, 이상훈·고동완(2012)의 연구에서는 Pearce(1998)의 여행경력단계 이론과 Ryan(1998)의 여행경력패턴 이론을 활용해 개별자유여행객의 여행동기를 설명하고자 했으며, 개별자유여행객은 여러 가지 복합적인 동기에 의해 여행을 한다는 결과를 제시했다. Laesser, Beritelli, & Bieger(2009)의 연구에서는 국내외 여행을 다녀온 스위스 국민들을 대상으로 단독 여행객들의 집단을 4개의 집단으로 구분하여 특성을 분석했으며, 단독 여행객들은 고령 여성층과 젊은 남성층이 많은 것으로 조사되었다. 또한 단독 여행객들은 여행 시 현재의 사회적 네트워크 강화, 호기심 추구, 새로운 사회적 관계 형성을 중요시한다는 결과를 제시했다.

2. 관광수용태세 관련 선행연구

관광수용태세에 대한 정책개발은 문화체육관광부, 한국관광공사, 지방자치단체 등 공공부문에서 주로 논의가 이루어져 왔으며, 일반적으로 단체여행객과 개별여행의 구분 없이 연구의 성격에 맞게 국내·외 여행객들을 대상으로 한 연구가 진행되어 왔다. 또한 개별여행객을 대상으로 한 다양한 주제의 연구를 수행할 때 연구의 시사점에서 관광수용태세 개선의 중요성을 강조하는 연구가 이루어져 왔다.

이는 관광수용태세라는 용어의 모호한 개념과 범위의 설정, 기존 용어와의 차별성 부족 등에 기인한다고 볼 수 있다(윤정현, 2009; 장병권, 2010).

먼저 관광수용태세의 개념을 살펴보면, 한국관광공사(2008)의 연구에서는 관광수용태세란 적절한 관광수용력이 준비된 상태 또는 관광 적정 수용력이 갖춰진 상태로, 관광경험의 질적 수준을 최적 수준으로 유지시키고, 관광객과 지역주민이 관광현상에 대해 상호 긍정적 태도를 가지는 수준에서 관광목적지가 최대 방문객을 수용할 수 있게 준비된 상태로 정의했다. 또한 관광객을 맞이하기 위해 준비되어야 할 서비스, 자원(인적자원) 및 관련 인프라 자원이라고 언급했다.

한편, 윤정현(2009)은 관광수용태세를 관광객이 특정 국가나 지역을 방문했을 때, 출입국수속에서 교통, 숙박, 관광 및 레저, 식당 및 음식, 관광정보, 안내, 편의시설, 치안 및 안전, 쇼핑, 환경, 지역민의 환대 등에 이르는 모든 영역에 걸쳐 편리성과 안락함, 즐거움을 제공할 질적 및 양적 능력의 구비수준으로 정의했다.

관광수용태세의 구성요소는 주로 정부기관, 관광정책 연구기관 등에서 관광수용태세의 대상지나 대상자에 따라 구성요소를 세분화했다(〈표 1〉). 김사현

(1994)은 관광수용태세의 구성요소로 볼거리, 살거리, 숙박시설, 관광안내시설 및 안내판, 도로표지판, 관광정보, 교통서비스를 들고 있으며, 한국관광공사(2007)에서는 관광안내, 교통 및 안전, 숙박, 기념품 및 쇼핑, 화장실, 음식점으로 구분했으며, 한국관광공사(2008)에서는 지방자치단체의 관광수용태세 구성요소를 숙박, 음식, 관광지 지원, 관광안내정보, 교통, 쇼핑 및 기념품으로 구분했다. 문화체육관광부·한국관광공사(2009)에서는 관광지를 대상으로 관광안내서비스, 관광교통서비스, 숙박 및 식음료 서비스, 관광지 서비스 등으로 분류했다.

〈표 1〉 관광수용태세 구성요소

구분	구성요소	대상
김사현(1994)	볼거리, 살거리, 숙박시설, 관광안내시설 및 안내판, 도로표지판, 관광정보, 교통서비스	내/외국인 관광객
한국관광공사(2007)	관광안내, 교통 및 안전, 숙박, 기념품 및 쇼핑, 화장실, 음식점	내/외국인 관광객
한국관광공사(2008)	숙박, 음식, 관광지 지원, 관광안내정보, 교통, 쇼핑 및 기념품	내/외국인 관광객
문화체육관광부·한국관광공사(2009)	관광안내서비스, 관광교통서비스, 숙박 및 식음료 서비스, 관광지 서비스	내/외국인 관광객
윤정현(2009)	교통요인, 관광서비스, 관광안내, 숙박요인, 홍보물 및 관광정보, 위생요인, 편의시설	일본인 관광객
부산광역시(2009)	①공통 조사지표: 안내 및 표지판, 화장실, 조경 및 환경, 편의/안전시설, 기념품 및 쇼핑부문 ②개별 조사지표: 관광식당, 관광숙박업, 홈페이지, 시티투어, 관광안내소, 교통시설 및 체계, 관광홍보물	내/외국인 관광객
장병권(2010)	관광상품, 출입국절차 및 교통, 관광숙박, 관광음식, 관광정보 및 안내, 관광쇼핑, 관광시설	중국인 관광객
본 연구(2012)	관광상품/프로그램 개발, 관광마케팅, 관광안내서비스, 관광교통/숙박, 쇼핑/음식	외국인 개별 관광객

*윤정현(2009)의 연구를 토대로 연구자 재작성

또한 윤정현(2009)은 일본인 관광객들을 대상으로 관광수용태세를 교통요인, 관광서비스, 관광안내, 숙박요인, 홍보물 및 관광정보, 위생요인, 편의시설 등으로 구분했다. 부산광역시(2009)에서는 국내·외 관광객들을 대상으로 공통 조사지표(안내 및 표지판, 화장실, 조경 및 환경, 편의/안전시설, 기념품 및 쇼핑부문)와 개별 조사지표(관광식당, 관광숙박업, 홈페이지, 시티투어, 관광안내소, 교통시설 및 체계, 관광홍보물)로 구분해서 수용태세 구성요소를 분류했다. 장병권(2010)

은 중국인 관광객 대상 수용태세 구성요소를 관광상품, 출입국절차 및 교통, 관광 숙박, 관광음식, 관광정보 및 안내, 관광쇼핑, 관광시설 등으로 구분했다.

본 연구에서는 외국인 개별여행객 관광수용태세를 국가(지역)을 방문하는 개별 여행객의 관광만족도와 관광편의 증진을 위해 해당 국가(지역)에서 사전에 준비 및 제공해야 할 관광마케팅, 교통, 숙박, 관광안내, 쇼핑, 음식, 관광상품과 관광 프로그램 등과 관련된 제반 관광시설 및 서비스의 총체로 정의하고자 한다. 관광 마케팅은 일반적으로 수용태세측면에서 고려되지 않으나 개별여행객은 관광목적지를 방문하기 전에 여행일정동안 발생할 수 있는 여러 상황에 대응하기 위해 관련정보를 얻고, 지식으로 전환(Tsaur, Yen, & Chen, 2010)한다는 측면에서 구성요소로 포함했다.

국내 관광분야의 수용태세관련 선행연구들을 살펴보면, 관광숙박시설(김재민, 1997; 조용현, 2008; 조민호·김태영, 2007), 관광정보와 안내체계(오익근, 1998; 변우희, 2011), 쇼핑관광(심창섭·서용석, 2010; 김철원·이태숙·민경익, 2010), 음식관광(이영란·육운·조문수, 2011; 박종구·육풍림·강재구, 2012) 등 주로 부문별로 수용태세 연구가 진행되어 왔으며, 단체여행객과 개별여행객을 구분하지 않고 연구가 이루어져 왔다. 또한 관광수용태세를 전반적으로 다룬 연구(한국관광공사, 2008; 문화체육관광부·한국관광공사, 2009; 윤정현, 2009; 장병권, 2010)는 제한적으로 이루어져 왔다. 이는 개별연구에서 관광수용태세를 전반적으로 다루기가 매우 어렵다는 점도 하나의 원인이다. 특히, 외국인 개별여행객에 대한 국가·지역단위의 관광수용태세관련 정책우선순위 설정에 대한 연구는 미흡한 실정이다. 이러한 원인으로는 단체여행객과 개별여행객을 구분하여 관광수용태세를 구축하는 것이 현실적으로 어렵다는 측면도 작용한 것으로 판단된다.

외국문헌에서는 개별여행객에 대한 직접적인 수용태세관련 연구는 미비하나, 배낭여행시장, 개별여행시장의 중요성과 함께 관광수용태세 구축의 중요성을 제기한 연구들(O'Reilly, 2006; Rogerson, 2007; Tsaur, Yen, & Chen, 2010)이 수행되어 왔다. Rogerson(2007)은 남아프리카 공화국을 사례로 배낭여행객 유치관련 정부차원의 통계데이터와 조사 필요, 관광마케팅과 개발 강조, 지방정부 차원의 수용태세 구축(도로상대와 대중교통 향상, 안전, 숙박시설 등) 등이 중요하다고 했다. Tsaur, Yen, & Chen(2010)은 개별여행객들의 여행에 대한 지식 구조(현지여행능력, 여행전 준비상태, 긴급상황 대응능력)에 대해 명확히 알 수 있다면 개별여행객 대상 관광상품 개발, 여행정보 제공, 신뢰와 충성도 증진, 안전 등의 측면에서 관련정책을 개선하는데 유용하게 활용될 수 있다고 했다.

Ⅲ. 연구방법

1. 자료수집 및 분석방법

본 연구에서는 제주방문 외국인 개별여행객 수용태세 개선과제 우선순위를 도출하기 위해 2회의 전문가조사를 실시했다. 전문가 선정은 학계, 관계, 업계의 3가지 유형으로 구분하여 구성했다. 학계의 경우 관광관련 대학의 교수와 강사, 연구기관의 연구원들을 선정했고, 외국인관광객 관련 연구수행 경험이 있는 전문가들로 구성했다. 관계의 전문가들은 제주도 내 외국인관광객 관련 업무를 담당하고 있는 지방자치단체 등 유관기관의 담당자로 구성했으며, 업계의 경우 제주도내 여행업, 숙박업, 항공업 등 외국인관광객 관련 업계 종사자들을 대상으로 구성했다.

〈표 2〉 전문가조사 패널 선정기준 및 인원

구분	해당기관 및 선정기준	인원(명)
학계	관광관련 대학 및 연구기관 전문가 - 외국인관광객 관련 연구수행 경험이 있는 대학교수 및 연구원	30
관계	외국인관광객 유치 관련 업무를 담당하고 있는 지방자치단체, 제주관광공사 및 유관기관 전문가	30
업계	여행업, 숙박업, 항공업, 음식업, 관련 협회 등 외국인관광객 유치 관련 업계 전문가	30
합계		90

1차 전문가조사²⁾는 제주방문 외국인 개별여행객 수용태세 개선과제 도출을 위한 AHP 계층구조를 설정하기 위한 구성요소들(정책영역, 세부과제 항목)을 도출하기 위한 목적으로 실시했다. 조사는 2012년 5월 22일부터 6월 1일까지 총 11일간 실시했고, 설문지는 이메일과 팩스로 배부하거나 연구자가 직접 방문조사를 실시했다. 90부의 설문지를 배포해서 64부를 회수했지만 미기재가 많은 설문지 3부를 제외해서 총 61부의 유효표본을 확보했다. 2차 전문가조사는 1차 전문가 조사결과에서 도출된 AHP 계층구조를 형성하고 있는 정책영역과 세부과제 요소들의 상대적 중요도를 측정하기 위해 실시했다. 2차 조사는 2012년 7월 12일부터 27일까지 16일간 1차 조사에서 응답한 61명의 전문가들에게 설문지를 배포했고, 61부 중 35부를 회수했으나 분석결과 일관성이 결여된 설문지 6부를 제외한 총

2) 1차 전문가조사는 제주발전연구원(2012). 『외국인 개별관광객 유치증진방안』 보고서의 데이터를 활용함.

29부를 최종 분석에 사용했다.

〈표 3〉 전문가 조사내용 및 응답 수

구분	조사내용	전문가	표집목표 응답 수	실제 응답 수
1차 조사	AHP	학계: 교수, 강사, 연구원	30	19
	계층구조형성을 위한 구성요소 도출	관계: 관공서 및 관련 단체 담당자	30	30
		업계: 관련 업계 실무자	30	12
		(합계:90)	(합계:61)	
2차 조사	관광수용태세영역 및 세부과제의 상대적 중요도	학계: 교수, 강사, 연구원	19	7
		관계: 관공서 및 관련 단체 담당자	30	5
		업계: 관련 업계 실무자	12	17
		(합계:61)	(합계:29)	

2차 조사에서 회수된 설문지 35부의 논리적 일관성 검증을 위해 일관성 비율(CR: Consistency Rate)을 산정했다. 일관성은 평가자가 내린 판단의 논리적 모순을 측정하는 것으로 일관성 비율이 10% 이내일 경우 일반적으로 쌍대비교가 비교적 일관성 있는 것으로 판단한다. 35부의 설문문항에 대해 일관성 비율을 측정했으며, 일관성비율이 20% 이내로 판단되는 6부의 설문지를 제외하고 29부의 설문지를 최종분석에 사용했다. 분석은 Expert Choice 2000을 이용했다.

Saaty에 의해 개발된 AHP(Analytic Hierarchy Process)는 다기준 의사결정 도구로서 의사결정과정의 객관성과 강건성을 제고할 수 있다는 이점으로 실제 의사결정에 널리 활용되고 있으며(고길곤·하혜영, 2008), 기획, 대안설정, 자원 배분, 갈등해결, 우선순위 설정 등 다양한 분야에서 광범위하게 적용되고 있다(Vaidya & Kumar, 2006).

AHP는 해결해야 할 문제를 몇 개의 계층구조로 파악한 후 분석과정을 통해 상대적 우선순위를 결정하는 기법으로(Saaty, 1982), 관광분야에서도 2000년도 이후부터 사업 및 경영성과평가(정승준·한범수, 2005; 노용호·조광익·이상영, 2006; 김대관·박양우·이상민, 2007), 평가지표 개발(김남현·권순조·조문식, 2005), 관광지 입지선정(박재현, 2004), 의사결정(고종화, 2006) 등에 활용되고 있다. 특히, 정책과제 선정(유지윤, 2009; 고미영·송재호·오상훈, 2010)에도 활용되고 있다. AHP의 분석과정은 계층구조설정, 상대적 중요도 선정, 일관성 검증, 우선순위 선정이다(Saaty, 1994).

2. 계층구조 설정

AHP의 계층구조를 설정하기 위해 일반적으로 브레인스토밍, 선행연구 검토, 설문조사, 전문가 인터뷰 등의 방법을 활용해 계층구조의 요소(항목)들을 선정한다. 본 연구에서는 AHP 계층구조를 설정하기 위해 브레인스토밍 및 전문가 조사를 활용했다. 계층구조 요소들을 도출하기 위해 1차적으로 연구자 및 관련 전문가들과 브레인스토밍 과정을 거쳐 제주방문 외국인 개별여행객 수용태세 영역 및 개선과제들을 도출했다. 브레인스토밍은 문제해결을 위해 특정한 주제에 대해 자유로운 토론을 통해 의견을 제시하는 방법으로 연구자들이 외국인 개별여행객 수용태세 영역과 개선과제 도출이라는 문제해결을 위해 회의형식으로 진행했다. 브레인스토밍 과정에서 수용태세 영역과 개선과제들에 대해 연구자들이 가능한 한 많은 의견들을 제시한 후 목록을 작성했으며, 작성된 목록을 토대로 제시한 의견에 대한 논의 후 최종적으로 1차 전문가조사 설문항목에 포함할 수용태세 영역(6개) 및 개선과제들(55개)을 도출했다.

〈표 4〉 제주방문 외국인 개별여행객 수용태세 개선정책 계층구조

대항목	정책영역(중분류)	세부과제(소분류)
제주방문 외국인 개별여행객 수용태세 개선 정책	관광상품/ 프로그램 개발	자연경관 체험관광
		쇼핑관광
		야간관광
	관광마케팅	투어프로그램
		온라인마케팅 강화
		제주관광 브랜드 개발
	관광안내서비스	외국 현지 제주관광정보 판촉물 배포 확대
		해외 유력매체 활용 홍보 강화
		관광안내판의 외국어 표기 개선
		외국어 안내자료 비치 장소 확대
		외국인 개별여행객 전용 관광안내 가이드북 제작 개선
	관광교통/숙박	어권별 관광지도 제작 개선
		대중교통(시내외버스) 외국어 서비스 강화
		주요 관광지 순회 시티투어버스 운행
		외국어 표기 요금표 택시 부착
쇼핑/음식	중저가 숙박시설 확충	
	프리미엄 아울렛 개발	
	외국인 사용가능 결제시스템 확대	
	종사원 언어 및 친절교육 강화	
		도내 식당에 외국어 메뉴판 확대

브레인스토밍을 통해 도출된 요소들 중 AHP 계층구조를 구성하는 최종항목을

선정하기 위해 1차 전문가조사를 실시했다. 합리적인 의사결정과 일관성 있는 결과를 도출하기 위해 AHP 기법을 적용하기 위한 쌍대비교 문항 수는 일반적으로 7 ± 2 가 적절하다(Saaty, 1982). 따라서 본 연구에서는 합리적이고 일관성 있는 결과를 도출하기 위해 쌍대비교 문항 수를 4-5개로 선정했다. 1차 전문가조사의 결과를 바탕으로 6개의 정책영역과 55개의 개선과제들 중 AHP의 계층구조를 형성하기 위해 평균값이 높은 5개의 정책영역과 20개의 세부과제들을 중심으로 위의 <표 4>와 같은 AHP 계층구조를 설정했다.

IV. 분석결과

1. 계층분석 결과

1) 제주방문 외국인 개별여행객 관광수용태세 정책영역(중분류)의 상대적 중요도 분석결과

AHP 계층구조에서 중분류(Level II)에 해당하는 5개의 정책영역들의 상대적 중요도를 분석한 결과 관광상품/프로그램 개발이 30.4%로 가장 중요한 개선부문으로 나타났으며, 그 다음으로는 관광마케팅(29.4%), 관광안내서비스(16.0%), 관광교통/숙박(15.1%), 쇼핑/음식(9.2%) 순으로 나타났다.

분석결과, 제주방문 외국인 개별여행객들의 수용태세를 개선하기 위한 과제로 개별여행객들을 위한 관광상품이나 프로그램이 가장 중요한 개선부문인 것으로 나타났다.

<표 5> 제주방문 외국인 개별여행객 수용태세 개선정책 영역의 상대적 중요도

정책영역(중분류)	상대적 중요도	우선순위	CR
관광상품/프로그램 개발	0.304	1	0.00363
관광마케팅	0.294	2	
관광안내서비스	0.160	3	
관광교통/숙박	0.151	4	
쇼핑/음식	0.092	5	

2) 제주방문 외국인 개별여행객 수용태세 개선정책 세부과제(중분류)의 상대적 중요도 분석결과

관광상품/프로그램 개발 부문에서 4개의 세부과제들 중 우선순위를 분석한 결과, 자연경관 체험관광(44.9%)로 상대적 중요도가 가장 높게 나타났고, 쇼핑관

광(22.6%), 야간관광(15.2%), 투어프로그램(17.3%) 순으로 나타났다.

본 연구의 분석결과와 제주를 방문하는 외국인 개별여행객들은 제주의 자연체험에 대한 관심과 선호도가 높다는 기존의 연구결과(제주관광공사, 2012)를 살펴 보았을 때, 자연경관을 체험할 수 있는 상품과 프로그램 개발이 시급한 과제임을 알 수 있다.

〈표 6〉 관광상품/프로그램 개발 세부과제의 상대적 중요도

정책영역(중분류)	세부과제(소분류)	상대적 중요도	우선순위	CR
관광상품/ 프로그램 개발	자연경관 체험관광	0.449	1	0.00769
	쇼핑관광	0.226	2	
	야간관광	0.152	4	
	투어프로그램	0.173	3	

관광마케팅 정책부문을 구성하고 있는 4개의 세부과제들에 대한 상대적 중요도는 〈표 7〉과 같다. 상대적 중요도를 살펴보았을 때, 가장 우선적으로 개선되어야 할 세부과제로 제주관광브랜드 개발(35.8%)이 선정됐다. 그 다음 개선과제들로 온라인마케팅 강화(28.1%), 해외 유력매체 활용 홍보강화(25.5%), 외국 현지 제주관광정보 판촉물 배포 확대(10.5%)인 것으로 나타났다.

〈표 7〉 관광마케팅 세부과제의 상대적 중요도

정책영역 (중분류)	세부과제 (소분류)	상대적 중요도	우선 순위	CR
관광마케팅	온라인마케팅 강화	0.281	2	0.00482
	제주관광 브랜드 개발	0.358	1	
	외국 현지 제주관광정보 판촉물 배포 확대	0.105	4	
	해외 유력매체 활용 홍보 강화	0.255	3	

관광안내서비스 세부과제들 간의 상대적 중요도를 분석한 결과는 〈표 8〉과 같다. 세부과제들 중 상대적 중요도가 가장 높은 과제는 관광안내판 외국어 표기 개선(41.0%)으로 나타났다. 그 다음으로는 외국인 개별여행객 전용 관광안내 가이드북 제작 개선(24.2%), 어권별 관광지도 제작 개선(17.9%), 외국어 안내자료 비치 장소 확대(16.9%) 순으로 나타났다.

〈표 8〉 관광안내서비스 세부과제의 상대적 중요도

정책영역 (중분류)	세부과제 (소분류)	상대적 중요도	우선 순위	CR
관광안내 서비스	관광안내판 외국어 표기 개선	0.410	1	0.00 346
	외국어 안내자료 비치 장소 확대	0.169	4	
	외국인 개별여행객 전용 관광안내 가이드북 제작 개선	0.242	2	
	어권별 관광지도 제작 개선	0.179	3	

관광교통/숙박 부문에서는 세부과제들의 상대적 중요도를 분석한 결과〈표 9〉, 중저가 숙박시설 확충이 32.4%로 우선순위가 가장 높게 나타나 시급히 개선해야 할 과제로 도출됐다. 대중교통(시내외버스) 외국어 서비스 강화(27.4%), 주요 관광지 순회 시티투어버스 운행(24.3%), 외국어 표기 요금표 택시 부착(15.9%) 순으로 상대적 중요도가 높게 나타났다.

〈표 9〉 관광교통/숙박 세부과제의 상대적 중요도

정책영역 (중분류)	세부과제 (소분류)	상대적 중요도	우선 순위	CR
관광교통/ 숙박	대중교통(시내외버스) 외국어 서비스 강화	0.274	2	0.001 26
	주요 관광지 순회 시티투어버스 운행	0.243	3	
	외국어 표기 요금표 택시 부착	0.159	4	
	중저가 숙박시설 확충	0.324	1	

쇼핑/음식 부문을 구성하고 있는 세부과제들의 상대적 중요도가 〈표 10〉에 제시되어 있다. 4개의 세부과제들의 상대적 중요도를 분석한 결과, 종사원 언어 및 친절교육 강화(31.3%)가 가장 중요한 세부과제로 나타났으며, 그 다음으로 프리미엄 아울렛 개발(26.6%), 외국인 사용가능 결제시스템 확대(22.1%), 도내 식당에 외국어 메뉴판 확대(20.1%) 순으로 나타났다.

〈표 10〉 쇼핑/음식 세부과제의 상대적 중요도

정책영역 (중분류)	세부과제 (소분류)	상대적 중요도	우선 순위	CR
쇼핑/음식	프리미엄 아울렛 개발	0.266	2	0.0014
	외국인 사용가능 결제시스템 확대	0.221	3	
	종사원 언어 및 친절교육 강화	0.313	1	
	도내 식당에 외국어 메뉴판 확대	0.201	4	

3) 제주방문 외국인 개별여행객 수용태세 개선과제 최종 중요도

제주방문 외국인 개별여행객 수용태세 개선과제들 간의 우선순위를 설정하기 위해 5개의 정책영역들과 20개의 세부과제들의 최종 중요도를 종합했다. 이를 통해 AHP 계층구조를 구성하고 있는 세부과제들 간의 우선순위를 설정할 수 있다. 본 연구에서 AHP 계층도의 구성요소인 5개의 정책영역과 20개의 세부과제에 대한 최종 중요도와 종합적인 우선순위는 아래 <표 11>과 같다.

<표 11> 정책영역과 세부과제의 상대적 중요도 분석결과

정책영역 (중분류)	세부과제 (소분류)	Local (중요도)	Global (최종중요도)	우선 순위
관광상품/ 프로그램 개발 (0.304)	자연경관 체험관광	0.449	0.136	1
	쇼핑관광	0.226	0.069	5
	야간관광	0.152	0.046	9
	투어프로그램	0.173	0.053	7
관광 마케팅 (0.294)	온라인마케팅 강화	0.281	0.083	3
	제주관광 브랜드 개발	0.358	0.105	2
	외국 현지 제주관광정보 관측물 배포 확대	0.105	0.031	13
	해외 유력매체 활용 홍보 강화	0.255	0.075	4
관광안내/ 서비스 (0.160)	관광안내판의 외국어 표기 개선	0.410	0.065	6
	외국어 안내자료 비치 장소 확대	0.169	0.027	16
	외국인 개별여행객 전용 관광안내 가이드북 제작 개선	0.242	0.039	11
	어권별 관광지도 제작 개선	0.179	0.029	15
관광교통/ 숙박 (0.151)	대중교통(시내외버스) 외국어 서비스 강화	0.274	0.041	10
	주요 관광지 순회 시티투어버스 운행	0.243	0.037	12
	외국어 표기 요금표 텍스 부착	0.159	0.024	18
	중저가 숙박시설 확충	0.324	0.049	8
쇼핑/음식 (0.092)	프리미엄 아울렛 개발	0.266	0.025	17
	인렌카드 등 외국인 사용가능 결제시스템 확대	0.221	0.020	19
	중사원 언어 및 친절교육 강화	0.313	0.029	14
	도내 식당에 외국어 메뉴판 확대	0.201	0.018	20

제주방문 외국인 개별여행객 수용태세를 개선하기 위한 20개의 세부과제들의 최종 중요도에 따른 우선순위는 <표 12>와 같다. 분석결과에 따른 우선순위를 살펴보면, 자연경관 체험관광 상품/프로그램 개발(13.6%)이 최종 중요도가 가장 높게 나타나 가장 우선적으로 시행해야 할 개선과제로 도출됐다. 그 다음으로 제주관광 브랜드 개발(10.5%), 온라인마케팅 강화(8.3%), 해외 유력매체 활용 홍보 강화(7.5%), 쇼핑관광상품 개발(6.9%) 순으로 우선순위가 높게 나타났다.

〈표 12〉 제주방문 외국인 개별여행객 수용태세 개선정책 우선순위 및 최종 중요도

우선순위	수용태세 개선 세부과제	최종 중요도
1	자연경관 체험관광	0.136
2	제주관광 브랜드 개발	0.105
3	온라인마케팅 강화	0.083
4	해외 유력매체 활용 홍보 강화	0.075
5	쇼핑관광	0.069
6	관광안내판의 외국어 표기 개선	0.065
7	투어프로그램	0.053
8	중저가 숙박시설 확충	0.049
9	야간관광	0.046
10	대중교통(시내외버스) 외국어 서비스 강화	0.041
11	외국인 개별여행객 전용 관광안내 가이드북 제작 개선	0.039
12	주요 관광지 순회 시티투어버스 운행	0.037
13	외국 현지 제주관광정보 판촉물 배포 확대	0.031
14	종사원 언어 및 친절교육 강화	0.029
15	어권별 관광지도 제작 개선	0.029
16	외국어 안내자료 비치 장소 확대	0.027
17	프리미엄 아울렛 개발	0.025
18	외국어 표기 요금표 택시 착	0.024
19	인렌카드 등 외국인 사용가능 결제시스템 확대	0.020
20	도내 식당에 외국어 메뉴판 확대	0.018

V. 결 론

인구구조의 변화, 여행경험의 증가, 교육수준 향상, 인터넷을 통한 정보 확산과 같은 사회변화에 따라 전 세계적으로 여행패턴이 변화하고 있으며, 이에 따라 개별여행객 시장이 확대되고 있다. 이러한 추세에 따라 각 지역에서는 외국인 개별여행객 유치 확대를 위해 수용태세를 개선하려는 다양한 정책을 추진하고 있다.

본 연구의 목적은 외국인 개별여행객 유치를 위해 제주지역의 관광수용태세를 개선하기 위해 추진해야 할 정책과제를 도출하고, 효율적인 의사결정을 위해 시급히 개선해야 할 정책과제의 우선순위를 선정하는 것이다. 이러한 연구목적달성하기 위해 이론연구에서는 개별여행객 및 관광수용태세와 관련된 선행연구들을 검토했고, 정책과제 우선순위를 도출하기 위한 실증연구에서는 전문가조사와 AHP를 활용했다.

AHP 계층구조에서 5개의 정책영역의 상대적 중요도를 분석한 결과 관광상품/프로그램 개발이 가장 중요한 정책부문으로 나타났는데, 이는 제주를 방문하는 개

별여행객들이 지속적으로 증가하고 있다는 인식하에 각기 다른 여행일정을 갖고 행동하는 개별여행객들의 성향에 맞는 맞춤형 관광상품/프로그램 개발을 우선적으로 추진해야 한다는 전문가들의 인식이 반영된 결과로 판단된다. 그 다음으로는 관광마케팅, 관광안내서비스, 관광교통/숙박, 쇼핑/음식 순으로 중요도가 높았다.

관광상품/프로그램 개발에 해당하는 세부과제들의 우선순위를 분석한 결과, 자연경관 체험관광, 쇼핑관광, 야간관광, 투어프로그램 순으로 상대적 우선순위가 높은 것으로 나타났다.

관광마케팅 정책부문 4개의 세부과제들에 대한 상대적 중요도를 분석한 결과, 가장 우선적으로 개선되어야 할 세부과제로 제주관광브랜드 개발이 도출됐고, 그 다음으로는 온라인마케팅 강화, 해외 유력매체 활용 홍보강화, 외국 현지 제주관광정보 판촉물 배포 확대 순으로 나타났다.

관광안내서비스를 구성하고 있는 세부과제들 간의 우선순위를 분석한 결과, 상대적 중요도가 가장 높은 과제는 관광안내판 외국어 표기 개선으로 나타났다. 그 다음으로는 외국인 개별여행객 전용 관광안내 가이드북 제작 개선, 어권별 관광지도 제작 개선, 외국어 안내자료 비치 장소 확대 순으로 상대적 중요도가 높았다.

관광교통/숙박 부문의 경우, 중저가 숙박시설 확충이 우선순위가 가장 높게 나타나 시급히 개선해야 할 과제로 도출됐다. 그 다음으로 상대적 중요도가 높은 과제들은 대중교통(시내외버스) 외국어 서비스 강화, 주요 관광지 순회 시티투어버스 운행, 외국어 표기 요금표 택시 부착 순으로 나타났다.

쇼핑/음식 부문을 구성하고 있는 세부과제들의 상대적 중요도를 분석한 결과에서는 종사원 언어 및 친절교육 강화가 가장 중요한 세부과제로 나타났고, 그 다음으로 프리미엄 아울렛 개발, 외국인 사용가능 결제시스템 확대, 도내 식당에 외국어 메뉴판 확대 순으로 나타났다.

제주방문 외국인 개별여행객 수용태세 정책과제들 간의 우선순위를 설정하기 위해 5개의 정책영역들과 20개의 세부과제들의 최종 중요도를 종합한 결과, 자연경관 체험관광 상품/프로그램 개발이 최종 중요도(13.6%)가 가장 높아 최우선적으로 시행해야 할 개선과제로 도출됐다. 이는 방한 일본인 개별여행객들이 제주 올레길과 같은 녹색관광 상품을 선호하고, 제주방문 외국인 개별여행객들이 주로 참여하는 관광활동이 아름다운 자연경관 감상이라는 선행연구들의 결과와 유사한 결과라고 볼 수 있다. 유네스코 세계자연유산 지구, 세계지질공원 지구, 람사르 습지 등과 연계된 생태관광을 적극적으로 육성하고, 이와 더불어 제주만의 차별화된 융복합 체험관광상품(생태+문화+향토음식+치유 등)을 개발할 필요가 있다.

그 다음으로 제주관광 브랜드 개발(10.5%)이 두 번째로 우선순위가 높게 나타났다. 먼저 유네스코 세계자연유산 등재(2007년), 유네스코 세계지질공원 인증(2010년), 세계 7대 자연경관 선정(2011년) 등과 연계된 제주의 통합 브랜드 개발이 필요하며, 이와 연계된 제주관광 브랜드 개발이 필요하다. 제주관광에 대한 인지도 확산, 관광의 이미지 향상 및 효과적인 마케팅 활동을 위해 싱가포르의 'Your singapore'나 뉴질랜드의 '100% Pure'와 같이 제주를 대표할 수 있는 브랜드를 개발해야 한다. 제주관광의 이미지를 명확하게 각인시켜줄 수 있는 브랜드를 개발해 제주의 상징성과 매력성을 지속적으로 홍보해야 한다.

세 번째로 우선순위가 높았던 개선과제는 '온라인마케팅 강화(8.3%)'로 나타났다. 선행연구 결과에 따르면, 부산 방문 일본인 개별자유여행객의 주요한 정보원천은 인터넷으로 나타났으며(추승우·장준호·황영현, 2010), 문화체육관광부(2012)의 2011년 외래관광객 실태조사 결과에 의하면, 한국여행에 대한 정보 입수경로(중복응답 기준)로 인터넷(60%) 비율이 가장 높게 나타났다. 또한 제주방문 외국인 개별관광객의 경우도 주요한 정보원천이 홈페이지, 블로그, 여행리뷰에 관한 웹사이트로 나타났다(제주관광공사, 2012).

따라서, 이들의 정보욕구를 충족시키고, 온라인 마케팅을 강화하기 위해 다양한 온라인 공간(여행후기, 여행정보 제공 등)들을 보다 적극적으로 활용할 필요가 있다(추승우·장준호·황영현, 2010). 이밖에도 외국인 개별여행객 수용태세 정책 과제들 중 우선순위 선정에 있어서 해외 유통매체 활용 홍보 강화(7.5%), 쇼핑관광상품 개발(6.9%) 등이 상대적 중요도가 높은 과제로 선정됐다.

본 연구는 개별여행객관련 선행연구가 미흡한 가운데 관광수용태세 개선이라는 정책적 의사결정을 위한 중요 요인을 도출하고, 우선순위를 분석한 탐색적 연구로서 의의가 있다. 향후 개별관광객의 증가에 따른 제주특별자치도의 관광수용태세를 개선하기 위해 우선적으로 시행되어야 하는 과제를 제시함으로써 효율적인 의사결정과 정책기획에 유용하게 활용될 것이다.

다만 조사대상지가 제주특별자치도로 한정되어 있고, 전문가 선정에서 일부 기관의 전문가들을 대상으로 조사를 실시해 본 조사의 결과를 일반화하기에는 한계가 있다.

향후 연구에서는 전문가 집단을 대학 교수 및 강사, 연구기관 연구원, 제주특별자치도 공무원 및 제주관광공사·제주관광협회 직원 등 다양한 관련 기관의 전문가들을 대상으로 조사할 필요가 있다. 전문가 선정 시 보다 객관적인 기준을 적용하고 체계적인 과정을 거쳐 일관성 지수 기준을 충족시킬 수 있는 전문가를 선정

하려는 노력이 필요하다. 또한 실제 정책에 반영할 수 있는 실효성 있는 정책과제를 도출하기 위해서는 관련 분야의 전문가들을 대상으로 한 조사범위의 한계를 벗어나 실질적인 정책 대상자인 외국인 개별여행객들의 의견을 반영해 과제를 도출하고 우선순위를 선정할 필요가 있다.

참고문헌

- 고길근·하혜영(2008). 정책학 연구에서 AHP 분석기법의 적용과 활용. 『한국정책학회보』, 17(1), 287-329.
- 고미영·송재호·오상훈(2010). AHP를 활용한 고령사회 노인여가정책 우선순위 설정. 『관광학연구』, 34(3), 77-97.
- 고종화(2006). 관광지개발의 합리적 의사결정 모형개발에 관한 연구: 공공부문 관광지개발을 중심으로. 『관광학연구』, 30(6), 155-176.
- 김남현·권순조·조문식(2005). AHP를 활용한 관광개발 프로젝트 평가기준에 관한 연구: 복합리조트 개발 사업을 중심으로. 『관광학연구』, 29(1), 249-266.
- 김대관·박양우·이상민(2007). AHP를 활용한 관광자원개발사업 평가: 계획단계 사업을 중심으로. 『관광연구저널』, 21(4), 5-18.
- 김사현(2003). 비제도권 개별관광자의 속성과 영향. 『관광학연구』, 27(3), 175-182.
- 김재민(1997). 관광숙박시설의 확충 및 개선에 관한 연구. 『관광학연구』, 20(2), 62-79.
- 김철원·이태숙·민경익(2010). 쇼핑인증제도 도입에 관한 탐색적 연구. 『관광학연구』, 34(3), 147-167.
- 노용호·조광익·이상영(2006). AHP를 활용한 농촌관광마을 사업성과지표개발. 『관광학연구』, 30(4), 191-209.
- 문화체육관광부·한국관광공사(2009). 「국내대표관광지 수용태세모니터링보고서」.
- 문화체육관광부(2012). 「2011년도 외래관광객 실태조사」.
- 박미숙·이영진·이훈(2009). 관광활동 유형별 관광제약요인 차이분석 : 방한 개별여행 외국청소년을 대상으로. 『관광연구논총』, 21(2), 191-218.
- 박재현(2004). 분석적 계층과정(AHP)을 이용한 관광지 입지선정에 관한 탐색적 연구: H 지역을 중심으로. 『호텔관광연구』, 14, 134-152.
- 박종구·육풍림·강재구(2012). 언론보도에 따른 이태원관광특구 이슬람음식의 사회적 거리감. 『관광학연구』, 36(1), 11-30.
- 변우희(2011). 한국 관광정보의 역사와 과제. 『관광학연구』, 35(10), 419-434.
- 변찬복·조선배(2010). 개별여행객의 문화적 동기, 진정성, 충성도의 영향관계: 배낭여

행객을 대상으로. 『관광연구』, 25(4), 245-258.

심창섭·서용석(2010). 도시여가공간으로서 복합쇼핑몰의 사회문화적 의의: 공간의 사회적 구성의 관점에서. 『관광학연구』, 34(6), 191-210.

오익근(1998). 관광정보안내체계 현황과 인터넷 홈페이지의 문제점과 개선방안 및 연구 과제. 『관광학연구』, 21(2), 328-335.

윤유식·심혜련(2011). 한국 인센티브 관광 프로그램 및 수용태세평가에 따른 관광만족도 연구: 중국 바오젠 사례를 중심으로. 『한국행정학회 동계학술발표논문집』.

이상훈·고동완(2012). 해외 개별자유여행객의 여행동기-여행횟수에 따른 여행동기의 차이 분석. 『관광학연구』, 36(2), 201-220.

이성규·김영섭·서용철(2010). 개별 여행자를 위한 관광순회 일정 안내방법에 관한 연구: 부산광역시를 사례지역으로. 『한국지리정보학회지』, 13(2), 133-145.

이영란·육운·조문수(2011). 제주방문 중국관광객의 음식서비스 품질 인식. 『관광학연구』, 35(4), 171-188.

이원희(2007). 『외국인 개별여행자(FIT) 시장 특성과 정책 방향』. 한국문화관광연구원.

이재곤·홍정화·이정민(2011). 개별여행자의 여행사 선택속성 연구. 『관광경영연구』, 15(4), 175-195.

유지윤(2009). 의료관광특구 도입요인의 우선순위 분석에 관한 연구. 『관광학연구』, 33(4), 381-401.

윤정현(2009). 관광수용태세, 관광태도 및 관광이미지와 재방문의도의 구조적 관계. 『관광·레저연구』, 21(4), 353-369.

장병권(2010). 『중국관광객 유치를 위한 관광수용태세 개선방안』. 한국문화관광연구원.

장양례·김혜영(2011). 개별 여행객들의(F.I.T) 관광지 선택속성, 관광계약, 선호관광 활동에 관한 실증적 연구. 『관광연구』, 26(1), 331-350.

정성애(2009). 방한일본인 개별여행자의 여행경로에 대한 탐구. 『관광학연구』, 33(7), 119-137.

정승준·한범수(2005). 계층화분석(AHP)를 이용한 2005 경기방문의 해 사업평가. 『관광학연구』, 30(3), 183-202.

제주관광공사(2012). 『외국인 개별관광객의 중저가숙박시설 이용 활성화방안』.

제주관광공사(2012). 『1,000만 제주관광 메가투어리즘 시대 견인』.

제주발전연구원(2012). 『외국인 개별관광객 유치증진방안』.

조민호·김태영(2007). 국내 비즈니스 여행자를 위한 중가호텔 상품개발 : 컨조인트 분석 적용. 『관광학연구』, 31(1), 201-222.

조용현(2008). 국내 호텔산업구조의 특성과 문제점 그리고 중저가 호텔산업 발전을 위한 제언. 『관광학연구』, 32(6), 277-296.

최경은(2011). 『중국인 개별관광객 유치 활성화방안』. 한국문화관광연구원.

- 추승우·장준호·황영현(2010). 부산방문 일본인 개별자유여행객(FIT)의 여행 행태. 『관광학연구』, 34(5), 77-91.
- 한국관광공사(2007). 『일본 개별자유여행(FIT) 시장조사』.
- 한국관광공사(2008). 『2008년 지자체 관광수용태세 평가』.
- 한국관광공사(2012). 『2012년도 해외마케팅 사업계획』.
- Hyde, K. H., & Lawson, R.(2003). The nature of independent travel. *Journal of Travel Research*, 42(August), 13-23.
- Jordan, F., & Gibson, H.(2005). We're Not Stupid--- But We Won't Stay Home Either: Experiences of Solo Women Travelers. *Tourism Review International*, 9(2), 195-211.
- Laesser, C., Beritelli, P., & Bieger, T.(2009). Solo travel : Explorative insights from a mature market(Switzerland). *Journal of Vacation Marketing*, 15(3), 217-227.
- O'Reilly, C. C.(2006). From drifter to gap year tourist mainstreaming backpacker travel. *Annals of Tourism Research*, 33(4), 998-1017.
- Rogerson, C. M.(2007). The challenges of developing backpacker tourism in South Africa: an enterprise perspective. *Development Southern Africa*, 24(3), 425-443.
- Saaty, T. L.(1982). *Decision Making for Leaders: The Analytic Hierarchy Process for Decisions in a Complex World*. Belmont, Calif: Lifetime Learning Publications.
- _____ (1994). Highlights and Critical Points in the Theory and Application of the Analytic Hierarchy Process. *European Journal of Operational Research*, 94, 426-447.
- Tsaur, S-H., Yen, C-H., & Chen, C-L.(2010). Independent tourist knowledge and skills. *Annals of Tourism Research*, 37(4), 1035-1054.
- Vaidya, O. S., & Kumar, S.(2006). Analytic hierarchy process: An overview of applications. *European Journal of Operational Research*, 169, 1-29.

2012년 9월 24일 최초투고논문 접수

2012년 10월 22일 1차 심사완료

2012년 11월 20일 최종심사완료 및 게재확정 통보

2012년 12월 26일 최종논문 도착

3인 익명심사 룩