

정책연구 2002-03

제주관광 유통체계의 진단과 개선 방안

2002. 8

제주발전연구원

목 차

I. 연구의 개요	1
1. 연구 배경	1
2. 연구 목적	2
3. 연구 방법	2
4. 연구 범위	3
II. 여건 분석	4
1. 관광 현황	4
2. 관광유통체계 현황	8
III. 의견 조사	13
1. 조사의 개요	13
2. 인구통계적 특성	14
3. 분석 결과	16
4. 시사점 및 정책적 함의	31
IV. 개선 방안	35
1. 기본 방향	35
2. 세부 방안	36
V. 결 론	44
【 부 록 】 의견조사 설문지	45

I. 연구 개요

1. 연구 배경

- 일부 도내 여행사와 도외 여행사간, 도내 여행사와 도내 관련 관광사업체간의 송객보증금과 송객수수료 문제는 덤핑관광과 같은 불합리한 관광 유통체계를 조장하고 있고, 결국에는 제주도를 찾는 관광객의 불만족을 유발하는 요인으로 작용하고 있다.
- 즉, 왕복항공료에도 미치지 못하는 제주관광상품이 버젓이 유통되고 있는 현실은 다양한 할인혜택을 적용받은 점을 고려하더라도 불합리한 거래에 따른 제주관광의 품질 저하와 여행사 등 도내 관광사업체의 경쟁력을 더욱 약화시키는 현상을 야기하고 있다.
- 물론 이러한 실태는 도내 여행사가 직접 모객을 하지 못하고 도외 여행사로부터 부당한 조건하에 송객을 받고 있는 것이 근본적인 문제라는 점에서 무엇보다도 불합리한 조건하에 이루어지는 송객문제를 개선시키는 것이 가장 시급하다.
- 하지만 시장경제하에서 현실적으로 도외 여행사를 규제하고 간섭하기는 어렵기 때문에 현 상황에서 제주도 행정당국 및 여행사와 같은 관광사업체가 취할 수 있는 최선의 방안을 모색해 보고자 한다.
- 다시 말해 제주관광에 대한 관광객들의 만족·불만족 여부는 최종적으로 제주지역 내의 관광사업체와 제주도가 감당해야 할 문제라는 점에서 자체 경쟁력을 확보하고 관광품질을 높이기 위한 방안 마련이 시급하게 요구된다.

2. 연구 목적

- 본 연구의 궁극적인 목표는 제주관광상품의 품질을 높여 관광객들의 만족도를 제고시킴으로써 제주관광의 경쟁력 확보를 위한 정책의사결정의 기초자료를 제공하는 데 있다.
- 이와 같은 궁극적인 목표를 달성하기 위하여 본 연구는 다음의 구체적인 목적을 달성하고자 한다.
 - 제주관광 유통체계 특히, 도내 여행사와 도외 여행사간의 거래 실태를 정확히 진단하고, 문제점이 무엇인지를 분석한다.
 - 학계, 업계 등 관련 전문가들과의 의견 교환을 통하여 보다 현실적이고 합리적인 제주관광 유통체계의 개선 방안을 모색해 본다.
 - 내도 관광객에 대한 의견조사를 통하여 제주관광에 대한 기대수준 및 만족·불만족 요인 및 정도 등을 파악하고, 개선 방안 마련을 위한 기초자료로 활용한다.

3. 연구 방법

- 제주관광 유통체계의 현황을 파악하기 위한 문헌연구 및 자료분석
- 여건분석 및 접근 방향 모색을 위한 관련 전문가 포럼
- 시사점 및 개선 방안 설정을 위한 기초자료로서의 관광객 의견조사

4. 연구 범위

- 유통체계는 다양하고 복잡한 경로를 통해 이루어지는 것이지만 그 시발점은 관광객을 모객하고 송객하는 여행사라는 점에서 본 연구의 내용적 범위는 도내 여행사와 도외 여행사간에 이루어지는 패키지상품을 주된 대상으로 하고 있다.
- 본 연구의 구성 틀은 여건 분석 → 전문가 의견 수렴 → 내도 관광객 의견조사 → 자료분석과 시사점 도출 → 개선 방안 수립으로 이어지는 일련의 흐름을 골격으로 하고 있다.
- 제1장은 연구의 개요 부분으로 연구의 배경과 목적, 그리고 그 목적을 달성하기 위한 연구 방법과 범위를 기술하였다.
- 제2장은 여건분석 부분으로 내도 관광객의 현황과 관광사업체 현황 등 제주관광의 기본적 현황과 여행사간의 유통체계 실태와 문제점을 분석하였다.
- 제3장은 관광객 의견조사 부분으로 1차(비수기)와 2차(성수기)에 걸친 설문조사를 통하여 제주관광에 대한 관광객들의 행태와 만족·불만족 정도 등을 분석하여 시사점과 정책적 의미를 도출하였다.
- 제4장은 제주관광 유통체계의 개선 방안을 수립하는 장으로 앞서의 여건분석, 관광객 의견조사 결과, 전문가 포럼 결과 등을 토대로 제주관광의 품질과 만족 정도를 높임으로써 경쟁력을 제고할 수 있는 방안을 제시하였다.
- 제5장은 결론 부분으로 연구 결과를 요약하고 향후 과제 등을 제시하였다.

Ⅱ. 여건 분석

1. 관광 현황

1) 관광객 수 및 관광수입

□ 제주지역 관광객 · 관광수입 추이

(단위: 천명, 억원)

구분	전국 관광객	제주도					
		관광객			관광수입		
		계	내국인	외국인	계	내국인	외국인
90	2,959	2,992	2,757	235	4,319	3,308	1,011
91	3,196	3,205	2,929	276	5,132	3,838	1,294
92	3,231	3,422	3,179	243	7,970	6,217	1,753
93	3,331	3,464	3,187	277	8,516	6,442	2,074
94	3,580	3,693	3,470	223	8,895	7,153	1,742
95	3,753	3,997	3,755	242	9,814	7,844	1,970
96	3,684	4,144	3,933	209	10,179	8,400	1,779
97	3,908	4,363	4,179	184	10,756	9,143	1,613
98	4,250	3,291	3,067	224	9,558	7,523	2,035
99	4,660	3,667	3,420	247	10,295	8,037	2,258
2000	5,321	4,110	3,882	289	14,975	10,876	4,009

자료) 제주도, 2001 관광업무계획

- 전체 관광객은 1991년도에 300만을 돌파하고, 1996년에 400만을 돌파하는 등 꾸준한 성장세를 보여 왔으나, 1998년 이후 IMF 위기와 동남아 등 국외관광으로 전환 등의 요인으로 다소 침체에 빠진 양상을 보이고 있다.
- 전체 관광객중 내국인 관광객의 점유율은 1990년 92%, 1995년 94%, 2000년 93% 등 아직도 제주관광은 내국인이 거의 다수를 차지하는 상황으로 이는 내국인 관광객에 의해 제주관광은 좌지우지되는 것이 현실임을 반증한다.

□ 내국인 관광객 성향별 내도 현황

(단위 : 명, %)

구분	'97	'98	'99	'00
전체 내국인관광객 수	4,363,192	3,291,116	3,666,836	4,110,934
일반단체 (전체 대비 구성비)	807,313 (18.5)	493,254 (15.0)	584,116 (15.9)	627,033 (15.2)
수학여행 (전체 대비 구성비)	507,248 (11.6)	128,533 (4.0)	211,259 (5.8)	311,795 (7.6)
가족관광 (전체 대비 구성비)	1,975,088 (45.3)	1,544,197 (47.0)	1,678,677 (45.8)	2,061,136 (50.1)
신혼여행 (전체 대비 구성비)	355,944 (8.2)	424,038 (12.9)	316,506 (8.6)	240,272 (5.8)
개별여행 (전체 대비 구성비)	533,196 (12.2)	477,393 (14.5)	629,313 (17.2)	582,273 (14.2)

자료) 제주도, 2001 관광업무계획

- 일반단체 관광객은 현상유지 양상을 보이며 제주도를 찾는 전체 내국인 관광객의 15~6%의 점유율을 보이고 있다.

- 수학여행은 1997년 이후 국내경제의 침체로 1998년부터는 급속한 감소세를 보이다가, 2000년부터는 다시 회복의 양상을 보이고 있다.
- 가족관광객 역시 1997년 이후 잠시 주춤하였으나 2000년에는 상승세를 보이기 시작하여 내국인 관광객의 50% 이상을 차지하는 가장 중요한 시장으로 자리잡았고, 향후에도 이러한 추세는 지속될 것으로 전망된다.
- 신혼여행은 1997년 이후 지속적인 감소세를 보인 결과 전체 시장의 6% 미만을 차지하는 소규모 시장으로 전락하여 신혼여행지로서의 제주도의 관광전략은 수정되어야 할 것으로 보인다.
- 개별여행은 소폭의 증가와 감소를 반복하는 양상을 보이고 있는데, 이러한 추세는 당분간 이어질 것으로 보인다.

2) 관광사업체 현황

- 관광진흥법에 의한 분류기준에 의거 관광사업체 등록 현황을 살펴보면 제주지역의 관광사업체 수는 2001년말 현재 총 444개 업체이다.
- 업종별로 보면 여행업이 321개 업체로 가장 많고 그 다음으로 관광숙박업 54개 업체, 관광편의시설업 32개 업체, 관광객이용시설업 20개 업체, 카지노업 8개 업체, 유원시설업 8개 업체 순으로 나타났으며, 국제회의 기획업 등록업체는 1개 업체에 불과하다.
- 특히, 여행업의 경우 264개 업체(2000년)에서 321개 업체(2001년)로 전년 대비 21.6%가 증가하여 여행업의 난립현상이 가속화되고 있다.
- 허가제에서 등록제로 전환한 이후 발생한 이러한 현상은 도외 여행사로부터 송객을 확보하기 위한 도내 여행사들의 과당경쟁으로 불합리한 유통체

계를 야기하고 있는 현실이다.

□ 관광사업체 현황(2001년 12월 31일 기준)

(단위 : 개소)

구 분		시·군별		계	제주시	서귀포시	북제주군	남제주군
		계	소 계					
		계		444	366	45	23	10
관광숙박업	호텔업	소 계		54	26	18	8	2
		종합관광호텔업		42	25	13	3	1
		일반관광호텔업		1	1	-	-	-
		한국전통호텔업		1	-	1	-	-
	가족호텔업		1	-	1	-	-	
	휴양콘도미니엄업		9	-	3	5	1	
관광객 이용시설업	소 계		20	13	5	2	0	
	전문휴양업		5	-	4	1	-	
	외국인전용관광기념품판매업		15	13	1	1	-	
국제회의업	국제회의기획업		1	1	-	-	-	
관광편의 시설업	소 계		32	23	6	1	2	
	관광유희음식점업		6	3	3	-	-	
	관광식당업		21	15	3	1	2	
	관광사진업		5	5	-	-	-	
카지노업			8	5	3	-	-	
유원시설업			8	5	1	-	2	
여행업	소 계		321	293	12	12	4	
	일 반		25	23	-	-	2	
	국 외		36	33	2	1	-	
	국 내		260	237	10	11	2	

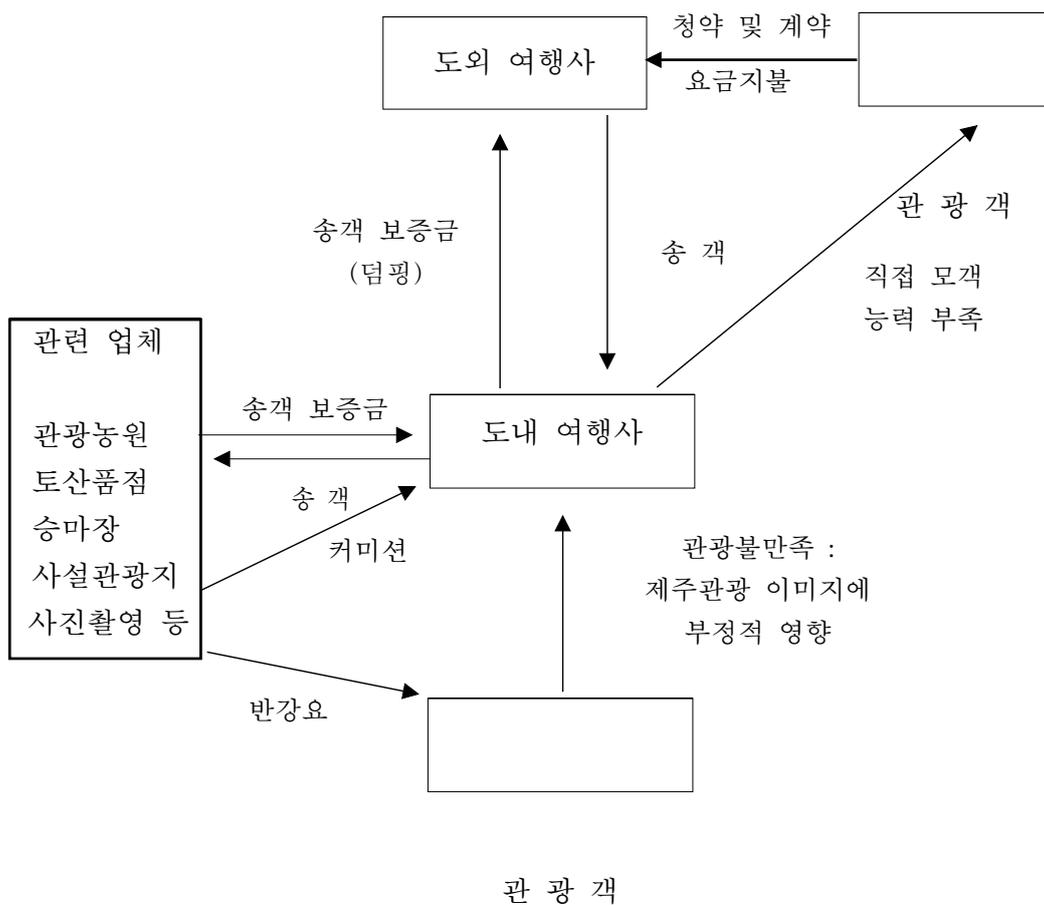
자료 : 제주도, 관광문화국 현황자료, 2001.

2. 관광유통체계 현황

※ 다음의 제주지역 관광상품의 유통체계는 수차례에 걸친 업계 관계자와의 면담 결과와 2002년 5월 14일(화)에 있었던 전문가 포럼 결과를 정리한 것으로 포럼에는 관광 관련학과 교수, 여행사 대표 등이 참여하였다.

1) 관광유통 실태

- 도내 여행사와 도외 여행사간, 그리고 도내 여행사와 도내 관광 관련사 업체간의 유통체계는 아래의 그림과 같은 형태로 전개되고 있다.



□ 도내 여행사는 도외 여행사의 송객에 의존한다.

- 과거에는 도외 여행사에 송객보증금을 지불하여 관광객을 받아 왔고, 최근에는 송객보증금 대신에 도외 여행사가 송객하는 관광객 1인당 1만 5천원에서 1만 8천여원의 관광행사비(관광지 입장료, 식사비, 도내에서의 교통료 등)를 떠안으며 받고 있는 실정이다.
- 다시 말해 관광객들은 서울, 부산 등 대도시의 도외 여행사에 청약과 계약을 하지만 실제 관광은 도내 여행사에 의해 이루어지고 있는데, 도내 여행사는 도외 여행사로부터 항공료와 숙박비를 제외한 나머지 관광비용을 자체부담하며 관광객을 송객받고 있다.

□ 도내 관광 관련업체는 도내 여행사의 송객에 의존한다.

- 마찬가지로 관광농원, 식당, 기념품점과 같은 도내 관광 관련업체는 도내 여행사에 송객보증금을 지불해야만 관광객을 받을 수 있는 상황이다(업계 관계자의 말에 따르면 일부 관련 업체에서는 고액의 송객보증금이 도내 여행사에 지급되는 상황임).

□ 송객수수료(소위 커미션)이 관행화되었다.

- 도외 여행사에 송객보증금 혹은 관광행사비를 부담한 도내 여행사의 입장에서는 이익을 내기 위해 도내 관련 업체로부터 송객수수료를 당연스레 요구하게 되고, 관련 업체는 이 부분을 관광요금에 전가하는 실태가 관행화되고 있다.

2) 주요 원인

□ 도내 여행사와 관련 사업체 대부분이 자본력이 약한 소규모이다.

- 도내 여행사는 자본력 등 여러 가지 제약요인으로 관광객 모객지역(서울, 부산 등 대도시)에 자체 지사나 대리점 등을 설치하기가 어렵고, 인지도에서 도외의 대형여행사에 비해 경쟁력이 약하다.
- 송객보증금 혹은 관광행사비를 부담하지 못하는 경우에는 도외 여행사가 관광객을 송출하면서 이에 대한 경비지급을 6개월 후불제로 요구하는 사례도 있어 영세한 도내 여행사는 자금유통문제로 도산 가능성이 크기 때문에 어쩔 수 없이 관광행사비를 부담하는 조건을 수용하는 원인이 있다.
- 또한 도내 여행사와 도내 관광 관련업체는 자본의 영세성 및 전문인력의 부족 등의 이유로 자체 홍보능력이 부족하여 관광객에게 홍보가 충분히 이루어지지 않고 있다. 즉, 관광객에게 해당 사업체의 존재와 상품정보를 전달하지 못하고 있기 때문에 도내 여행사의 모객은 도외 여행사에 의해, 도내 관광 관련업체의 모객은 도내 여행사에 의해 좌지우지되는 결과를 낳고 있다.

□ 도내 여행사간의 과당경쟁이 불합리한 거래를 부추기고 있다.

- 2001년말 기준으로 도내에는 국내 여행업체가 260여개나 있고, 기타 무등록 여행사등의 난립은 과당경쟁을 유발하여 관광행사비 부담액을 더욱 높이는 악순환을 반복하고 있다.

- 즉, 1인당 1만 5천원 정도를 떠안고 관광객을 송객받던 도내 여행사들 간의 과당경쟁은 보다 많은 관광행사비를 부담하면서도 관광객을 송객 받으려는 분위기를 조장하여 최근에는 1만 8천원 정도를 부담하는 사례도 일부 보고되고 있다.

3) 문제점

□ 반강제적인 옵션투어와 쇼핑 분위기를 조장하고 있다.

- 도내 여행사는 도외 여행사로부터 관광행사비를 떠안으며 관광객을 받다 보니 무리한 옵션관광이나 쇼핑 분위기를 조장하고 있다.

사례) • 옵션관광을 거부하는 경우 당사자만 호텔에 남겨둔다.

- 기념품점 같은 곳에 내려주고 오랜시간 픽업을 하지 않는 방법으로 쇼핑시간을 인위적으로 연장한다.

□ 비상식적인 투어코스를 운영하고 있다.

- 옵션관광이나 쇼핑 수수료 등을 취하기 어려운 관광코스나 업체를 기피함으로써 무료 관광지만을 선택하는 등의 비상식적인 투어가 이루어지고 있다.

사례) • 성산일출봉은 바로 앞에 상가와 토산품점이 있어 상품가격이 드러나게 되어 투어코스에서 제외되고 있다.

- 자체 기념품점을 갖추고 있는 호텔이나 인근에 대규모 상가나 대형매장 등이 있는 호텔 역시 상품가격이 드러나게 되고, 쇼핑 수수료를 취하기 어렵다는 이유로 여행사에서 이용을 기피하고 있다.

- 섬문화축제의 경우도 입장료가 비싸다는 이유로 투어코스에서 제외되었다.

□ 관광 관련 상품가격이 높아져 바가지요금의 오명을 듣고 있다.

- 일부 도내 관광 관련업체는 도내 여행사에 송객보증금과 수수료를 지불하는 상황에서 당연히 그 비용은 관광객에게 고스란히 넘어가 부당한 상품가격을 취하는 경우가 발생하고 있다.

□ 관광종사원들의 자질을 떨어뜨리고, 이는 제주관광의 불만족 요인으로 작용하고 있다.

- 관광종사원 특히, 일부 가이드들의 경우는 쇼핑이나 옵션관광을 거부하는 관광객들에게 무관심 혹은 불친절한 태도를 보임으로써 관광객들의 불만족 요인으로 작용하고 있다.
- 또한 관광객에게 친절하고 충실한 안내를 하는 가이드 보다는 보다 많은 옵션관광의 유도를 통하여 수수료를 챙길 수 있는 가이드들이 능력 있는 것으로 인식되는 문제를 야기하고 있다.

Ⅲ. 의견 조사

1. 조사의 개요

1) 조사 목적

- 본 조사의 목적은 제주를 방문중인 관광객들의 의견수렴을 통해 제주관광 유통체계가 갖는 문제점과 실태를 진단하고 이에 따른 개선 방안을 수립하는 기초자료로 활용하는데 있다.
- 구체적으로는 여행사 관광상품(패키지상품)을 이용하여 내도한 관광객들의 관광행태, 제주관광에 대한 기대 수준, 만족·불만족 정도 등을 분석하고, 비수기와 성수기 등 관광시기별로 그 정도의 차이가 있는지를 조사하고자 한다.

2) 조사 방법

- 조사대상지역 : 제주도 전역
- 조사대상 모집단 : 만18세 이상의 내도 관광객
- 조사기간 : 1차 비수기 조사 (2002년 6월 13일 ~ 22일, 10일간)
2차 성수기 조사 (2002년 8월 1일 ~ 7일, 8일간)
- 조사방법 : 구조화된 설문지에 의한 1대1 개별면접 방법

3) 표본 추출

- 1차 조사는 배포된 설문지 450부 중 410부를 회수하고, 이 중에서 응답이 부실하거나 신뢰도가 떨어진다고 판단된 14부를 제외한 396부를 최종 유효표본으로 확정하여 실증분석에 사용하였다.
- 2차 조사는 배포된 설문지 400부 중 365부를 회수하고, 이 중에서 응답이 부실하거나 신뢰도가 떨어진다고 판단된 25부를 제외한 340부를 최종 유효표본으로 확정하여 실증분석에 사용하였다.

2. 인구통계적 특성

- 응답자의 성별 분포대를 보면 1차조사에서는 남(40.9%), 여(59.1%)를 보였고, 2차조사에서는 남(40.5%), 여(59.5%)로 공통적으로는 여성의 비율이 높았다.
- 연령별 분포대를 보면 1차조사에서는 20대(45.7%)가 가장 많은 응답률을 보였고, 2차조사에서는 30대(35.9%)가 가장 많은 응답률을 보였는데, 공통적으로는 20대와 30대의 응답률이 높았고 40대가 다음으로 높은 수치를 보여주고 있다.
- 학력별 분포대를 보면 1차(61.4%), 2차(66.5%)의 두 차례 조사 모두 대학졸업자가 가장 많은 응답률을 보였고 고졸 응답률이 그 다음 분포대를 보여주고 있다. 대학원졸 이상과 중졸 이상 답변률은 상대적으로 적은 수치를 보여주고 있다.

□ 인구통계적 특성

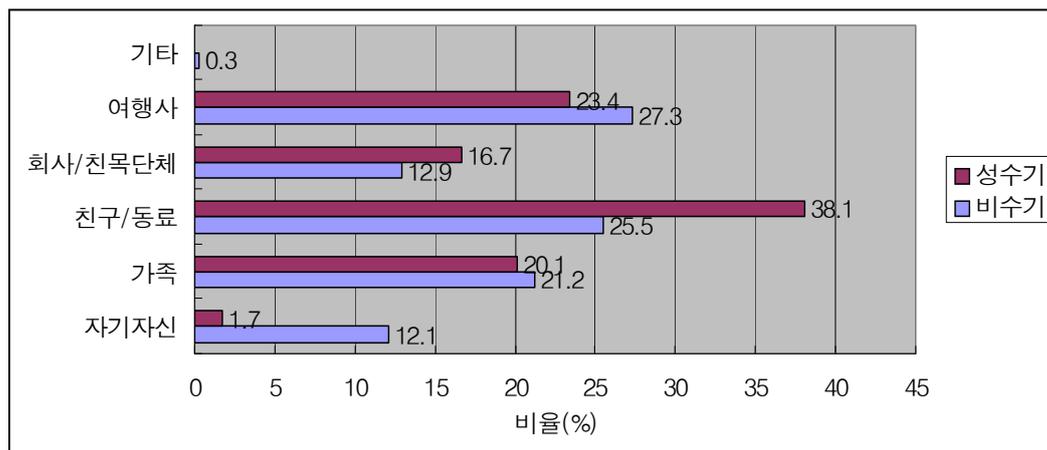
변 수		사례수		비율(%)	
		1차 조사 (비수기)	2차 조사 (성수기)	1차 조사 (비수기)	2차 조사 (성수기)
성별	남자	162	138	40.9	40.5
	여자	234	202	59.1	59.5
연령	20세 미만	9	20	2.3	5.9
	21~30세	181	118	45.7	34.7
	31~40세	125	122	31.6	35.9
	41~50세	52	63	13.1	18.5
	51세 이상	29	17	7.3	5.0
학력	중졸 이하	14	8	3.5	2.4
	고등학교재/졸	124	96	31.3	28.2
	대학재/졸	243	226	61.4	66.5
	대학원재/졸	14	10	3.5	2.9
직업	전문직/자유직	59	35	14.9	10.3
	관리/사무직	100	82	25.3	24.1
	자영업	63	75	15.9	22.1
	생산직	4	16	1.0	4.7
	판매/서비스	49	59	12.4	17.4
	농수/축산업	7	10	1.8	2.9
	학생	69	36	17.4	10.6
	주부	29	20	7.3	5.9
	무직	12	-	3.0	-
	기타	4	7	1.0	2.0
월평균 소득	100만원 미만	97	58	24.5	17.1
	100~150만원	77	45	19.4	13.2
	151~200만원	126	118	31.8	34.7
	201~250만원	61	90	15.4	26.5
	251~300만원	26	22	6.6	6.5
	301만원 이상	8	7	2.0	2.0
합	계	396	340	100	100

- 직업별 응답률을 보면 1차(25.3%), 2차(24.1%) 두 차례 조사 모두 관리/사무직이 가장 높은 응답률을 보여주고 있다. 그 외에 학생층, 자영업층, 전문직/프리랜서 계층이 1차 조사에서 높은 응답률을 보였다. 반면 2차 조사에서는 자영업, 판매/서비스 계층이 비교적 높게 나타났다.
- 소득별 응답률을 보면 월평균 150~200만원의 계층이 1차(31.8%), 2차(34.7%) 두 차례 모두 가장 높게 나타났다. 1차 조사에서는 이어 100~150만원 계층과 201~250만원 소득 계층 순으로 응답률을 보였고, 2차 조사에서는 201~250만원 소득 계층과 100만원 미만 순으로 응답률을 보여주고 있다.

3. 분석 결과

1) 관광행태

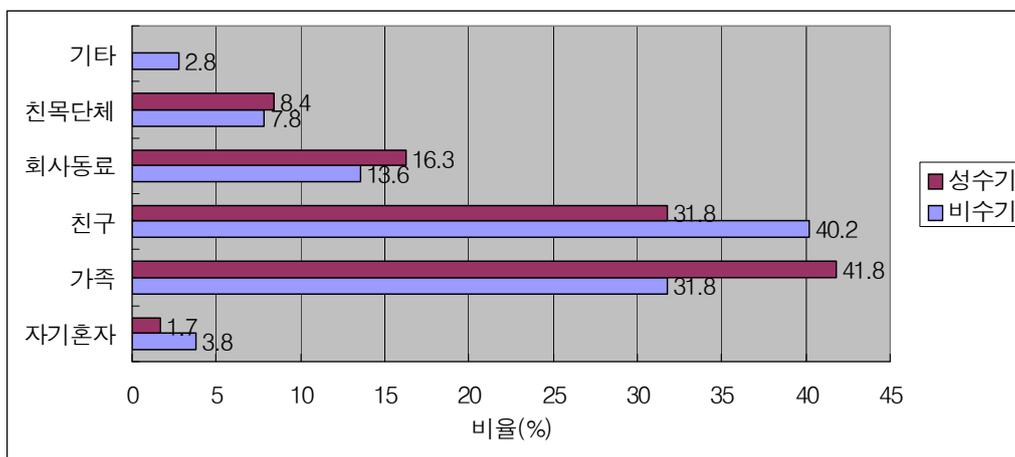
□ 제주관광 의사결정 형태



- 관광목적지를 제주도로 확정하는 의사결정 형태를 보면 성수기의 경우 친구 및 직장동료와 의논하여 결정(38.1%)하였다는 비율이 가장 높았다. 그 외에 여행사와의 상담(23.4%), 가족과의 협의(20.1%), 회사 및 친목단체와의 협의(16.7%) 등의 순으로 나타났다.
- 반면, 비수기의 경우에는 여행사와의 상담(27.3%)을 통해 제주관광을 결정한 경우가 가장 많았고, 다음으로 친구 및 직장동료와의 협의(25.5%), 가족과의 협의(21.2%), 회사 및 친목단체와의 협의(12.9%) 등을 통하는 결과를 나타내었다.

□ 동행자 여부

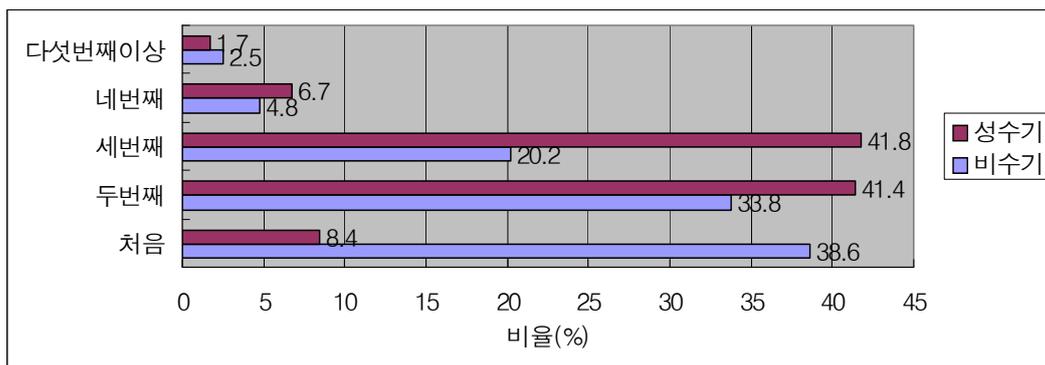
- 동행자를 묻는 질문에 성수기에는 방학기간이어서 그런지 가족과의 동행형태(41.8%)가 가장 많았고 다음으로 친구(31.8%), 회사동료(16.3%), 친목단체(8.4%) 순으로 나타났다.



- 비수기의 경우는 친구와의 동행(40.2%)이 가장 많은 응답을 보였고 그 외에 가족과의 동행(31.8%), 회사동료와의 동행(13.6%), 친목단체와의 동행(7.8%) 순으로 나타났다.
- 자기 혼자 관광을 온 형태는 성수기(1.7%)와 비수기(3.8%) 모두 가장 적은 응답률을 보여주었다.

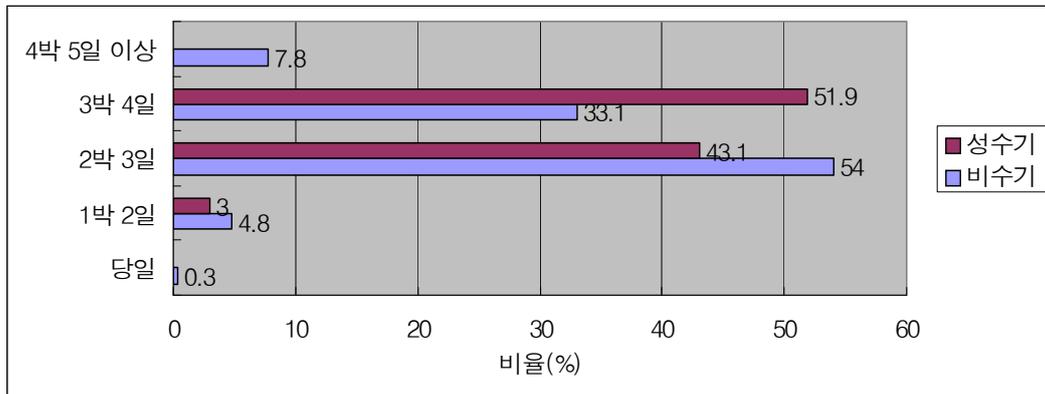
□ 방문 회수

- 제주방문이 몇번째냐는 묻는 질문에 성수기(41.4%)와 비수기(38.8%) 모두 두 번째 이상 재방문이라는 답변이 압도적으로 많았다. 다만, 성수기에 비해 비수기의 경우 처음 방문이라는 답변이 상대적으로 많은 특징을 보여주고 있다.
- 성수기의 경우는 90% 이상이 재방문이라는 답변을 보였고 비수기의 경우는 약 60%정도가 재방문이라는 답변을 보여 성수기와 비수기간 방문 회수에 있어 차별화된 수치를 보여주고 있다.



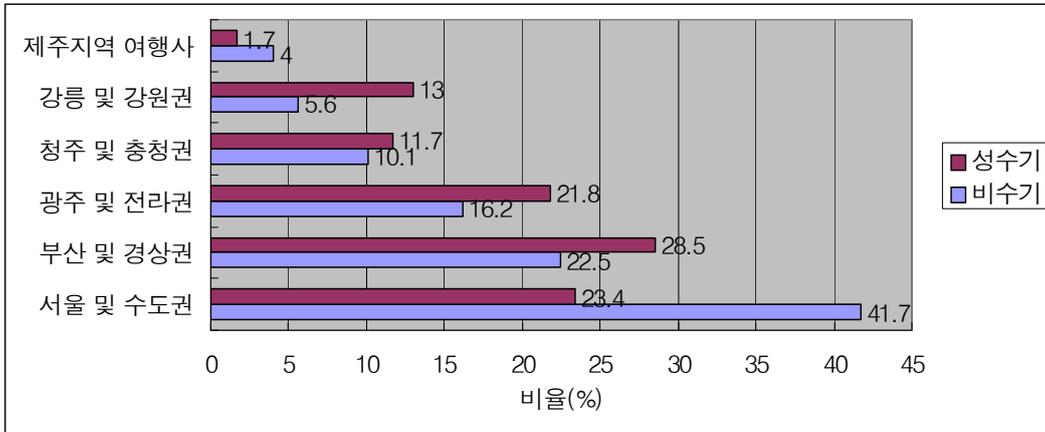
□ 체재 기간

- 성수기와 비수기별 체재기간을 보면 3박4일과 2박3일 체재하였다는 답변이 대부분이었다. 다만 성수기의 경우는 3박4일(51.9%) 체재하였다는 답변이 가장 많았고 비수기의 경우는 2박3일(54%) 체재하였다는 답변이 가장 많았다.
- 상대적으로 4박5일 이상 체재하였다는 답변과 1박2일간 체재하였다는 답변은 상대적으로 적었는데 이는 여행사의 제주관광 패키지상품이 대부분 2박3일과 3박4일 상품이 많다는데 그 원인이 있다.



□ 패키지상품 구매 여행사 소재지

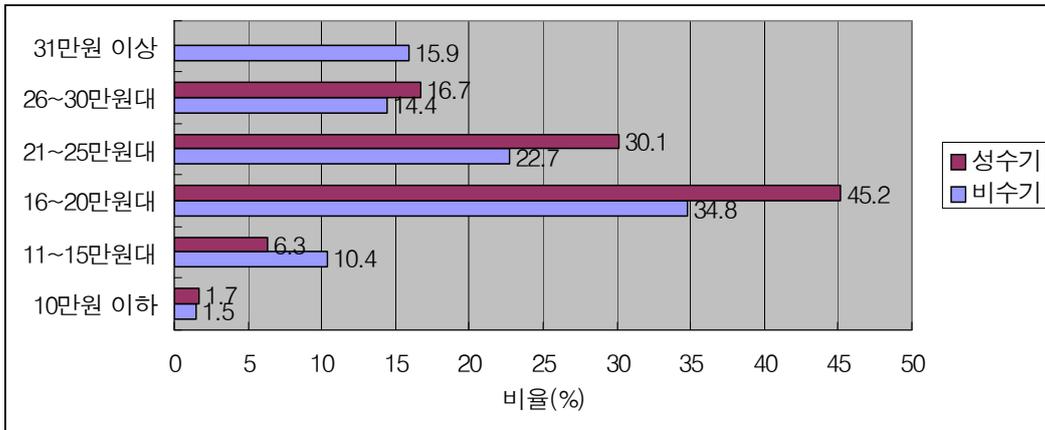
- 제주관광 패키지 상품을 구매한 여행사는 전체적으로는 역시 관광송출이 가장 많은 지역인 서울 및 수도권 지역 여행사에서 구매하였다는 답변이 가장 많았다. 다만 성수기인 경우는 부산 및 경상권 (28.5%)이 서울 및 수도권(22.5%) 보다 높게 나타난 것은 주목할 만한 결과였다.



- 다만, 제주지역 여행사에서 패키지상품을 구매하였다는 답변은 성수기 1.7%와 비수기 4%에 머물고 있어 제주지역 여행사가 타지역 여행사에 관광객 모객을 의존할 수밖에 없는 현실을 보여주고 있다.

□ 1인당 패키지상품 가격

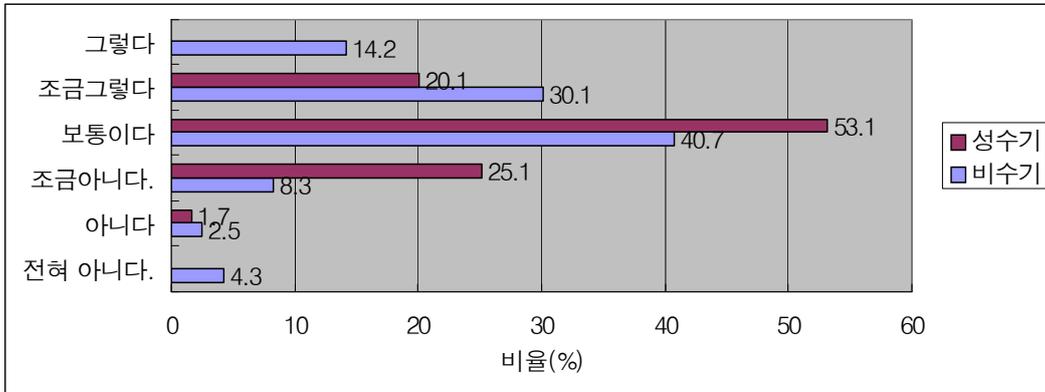
- 제주방문 관광객 1인당 패키지상품 구매가격을 보면 성수기(45.2%)와 비수기(34.8%) 모두 16~20만원대의 상품을 가장 많이 구입한 것으로 나타났다. 다음으로 21~25만원대의 패키지상품과 26~30만원대의 패키지상품을 많이 구입하는 것으로 나타나고 있다.
- 반면, 덤핑상품이라는 비판을 받을 소지가 있는 15만원대 이하의 패키지 상품 구매비율은 상대적으로 낮은 수치를 보였고 특히 10만원대 이하의 상품구매는 1%대 수준에 그치고 있다.



- 30만원대를 넘어가는 고가 패키지상품은 주로 비수기(15.9%)에 집중적으로 판매되고 있는데 이는 골프관광객들이 주로 성수기를 피해 비수기에 집중적으로 상품을 구매하는 것과 일치하고 있다.

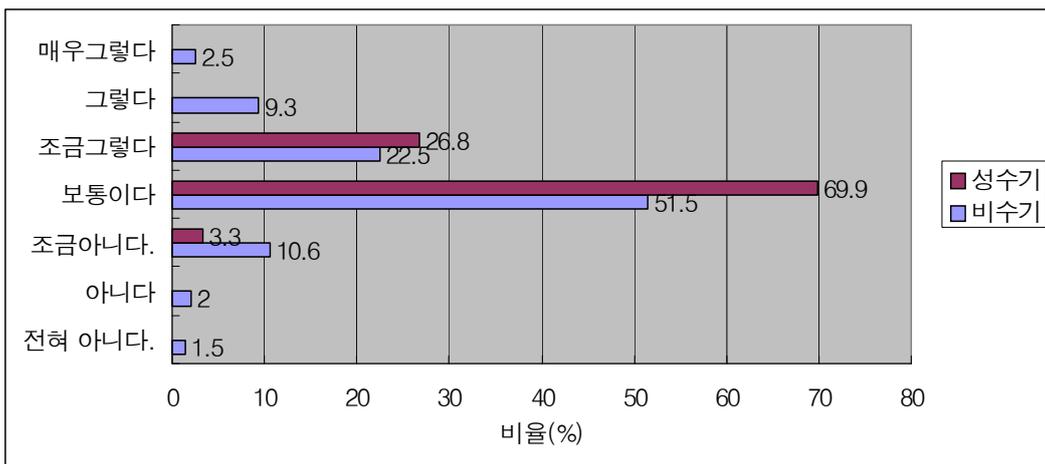
□ 패키지상품 내용에 대한 사전인지

- 패키지상품이 제시하고 있는 숙박시설 수준, 방문관광지, 식사수준 등의 내용에 대해 사전에 어느 정도 인지하고 있는지를 묻는 질문에는 비수기의 경우 44.3%가 잘 알고 있다는 응답을 보여 성수기보다는 비수기에 방문하는 관광객들이 비교적 꼼꼼하게 따져보는 것으로 나타났다.
- 성수기에는 상대적으로 20.1%만이 알고 있다는 응답을 보여 상품내용에 대해 잘 알지 못하는 상태에서 제주를 방문하는 것으로 나타났고, 전체적으로는 보통이라는 답변이 많아 관광객들이 상품내용에 대해 정확하게 인지하지 않은 상태로 방문하는 것으로 나타났다.



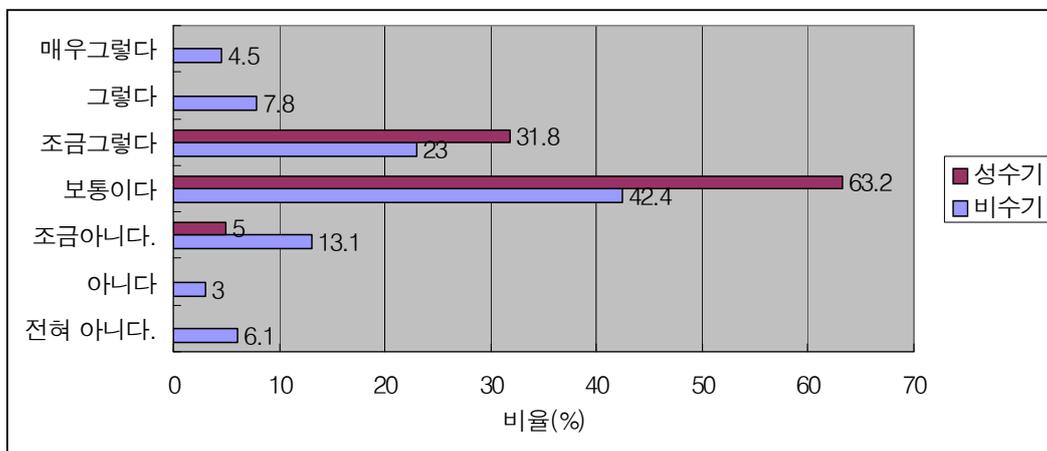
□ 패키지상품 가격의 적정성

- 패키지상품 가격이 적정한가 여부를 묻는 질문에 보통이라는 답변이 압도적으로 많고 성수기(26.8%), 비수기(34.3%) 모두 부정적인 답변 보다는 긍정적인 답변 경향이 조금 더 많아 패키지상품 가격수준에 대해서는 큰 불만이 없는 것으로 나타났다.



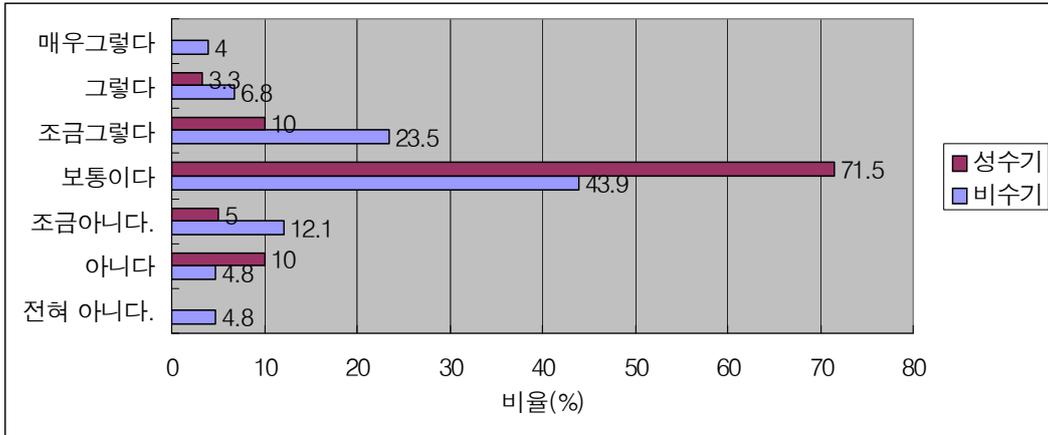
□ 패키지상품 재구매 의사

- 패키지상품 재구매 의사를 묻는 질문에서는 성수기의 경우 31.8%가 긍정적인 답변을 하였고, 5%정도가 부정적인 답변을 하였다.
- 비수기의 경우는 성수기 보다 높은 35.3%가 재구매에 있어 긍정적인 답변을 한 반면 부정적인 답변(22.1%)도 성수기 보다 높게 나타났다.



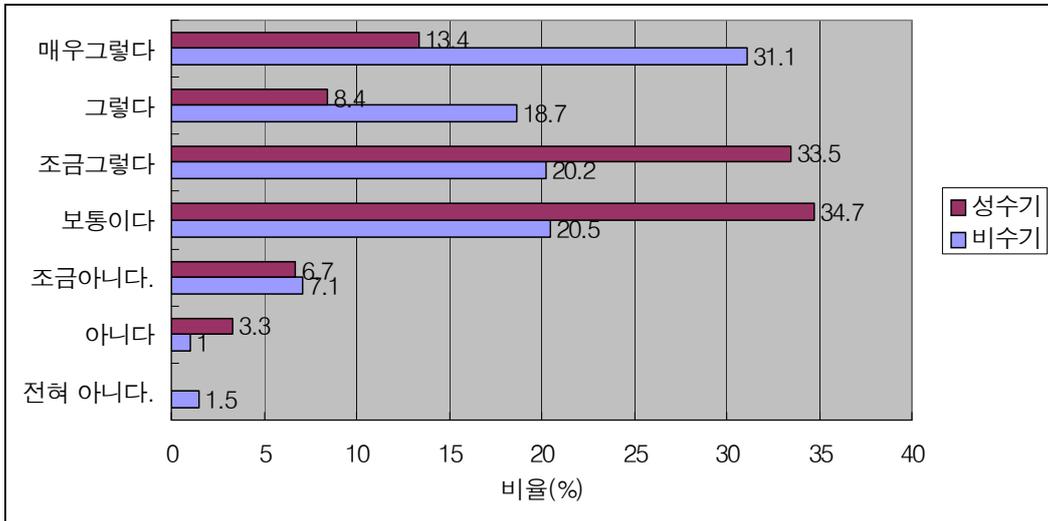
□ 패키지상품 구매권유 의사

- 구매한 패키지상품을 타인에게 권유할 의사가 있는가 여부를 묻는 질문에서는 성수기의 경우 13.3%가 긍정적인 답변을 하였고 10%가 부정적인 답변을 하였다.
- 반면 비수기의 경우는 34.3%가 구매를 권유하겠다는 긍정적인 답변을 하였고 21.7% 정도가 구매권유에 부정적인 입장을 취하고 있다.



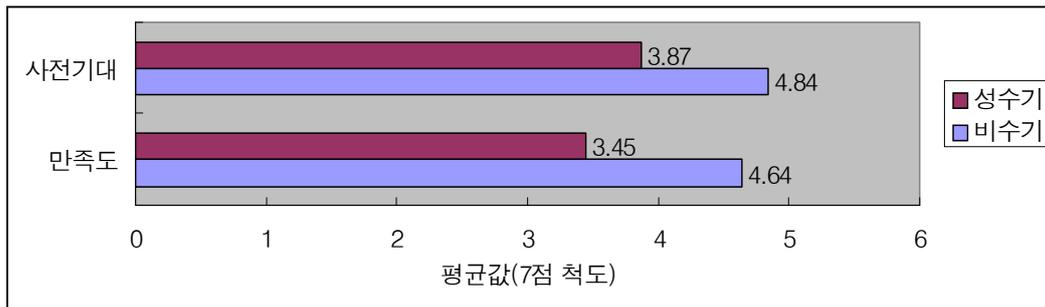
□ 부실 패키지상품에 대한 시정요구 의도

- 만약 구입한 패키지상품이 계약내용보다 부실할 경우 시정요구를 할 것인가에 대해서는 성수기(55.3%)와 비수기(70%) 모두 대부분의 응답자가 시정요구를 할 의사가 있다고 답변을 하였다.



2) 기대정도 및 만족도 여부

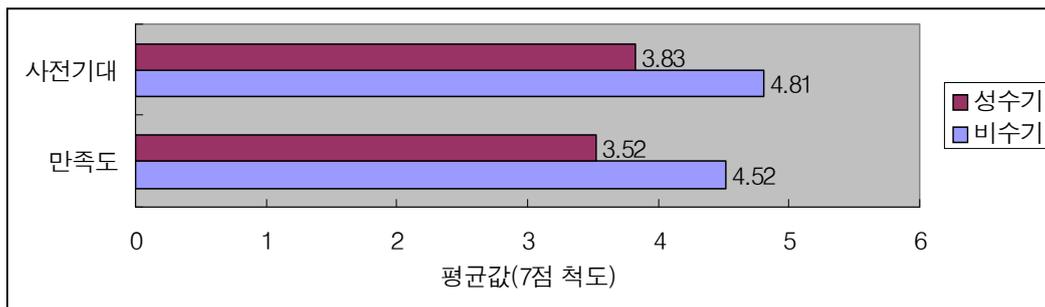
□ 계약코스과 실제코스의 일치여부



- 패키지상품을 구입할 시 계약코스과 실제코스의 일치여부에 대한 사전 기대와 관광후의 만족도 여부는 성수기보다는 비수기 동안의 관광객이 사전기대(4.84)와 만족도(4.64) 모두 7점 척도의 평균값 이상의 수치를 보여주고 있는데, 이는 비수기기간 관광객들은 제주관광 이전부터 패키지상품 코스에 대한 기대수준도 만족도도 높은 것으로 나타났다.
- 반면, 성수기 기간의 관광객은 사전기대(3.87)와 만족도(3.45) 모두 평균값에도 미치지 못하는 것으로 나타나 상대적으로 관광 이전부터 패키지상품 코스에 대한 큰 기대를 하지 않고 있고, 관광이 끝난 후에도 관광코스에 대한 만족도가 다소 떨어지는 것으로 나타났다.

□ 계약내용과 실제내용 일치여부

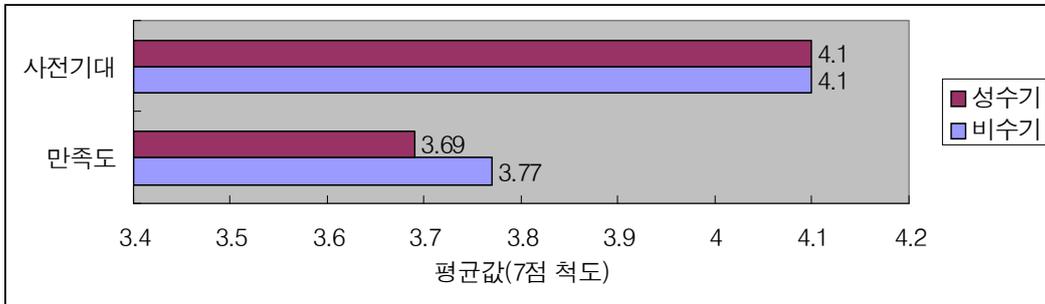
- 계약내용과 실제 관광내용이 어느 정도 일치할 것인가에 대한 사전 기대와 관광후의 만족도 조사결과 계약코스 관련 변수와 비슷한 결과가 제시되었는데, 성수기보다는 비수기 동안의 관광객이 사전기대(4.81)와 만족도(4.52) 모두 평균값 이상의 수치를 보여주고 있다.
- 반면, 성수기 기간의 관광객은 사전기대(3.83)와 만족도(3.52) 모두 평균값 이하의 결과를 보여 상대적으로 관광 이전부터 패키지상품에 대한 신뢰가 떨어지고 관광이 끝난 후에도 만족도가 더욱 떨어지는 것으로 나타났다.



□ 쇼핑상품의 품질

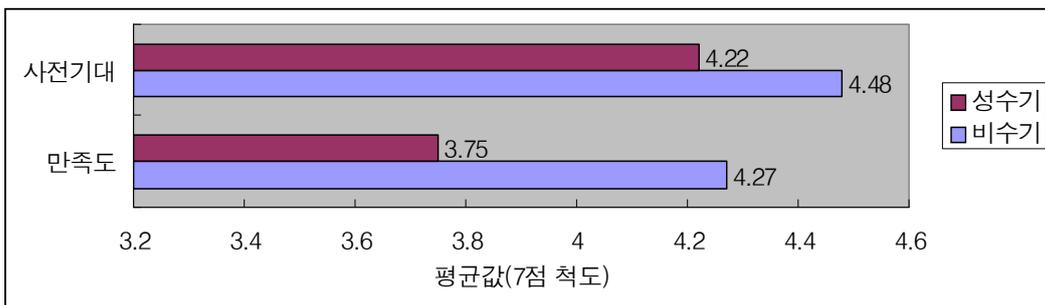
- 쇼핑상품 품질에 대한 사전기대는 성수기(4.1)와 비수기(4.1) 모두 평균값 이상의 기대치를 보여주고 있으나 실제 패키지관광을 마치고 난 후의 결과는 성수기(3.69)와 비수기(3.77) 모두 평균값 이하의 낮은 만족도를 보여주고 있고, 특히 비수기보다는 성수기 기간동안의

쇼핑품질에 더 낮은 만족도를 보여주고 있다.



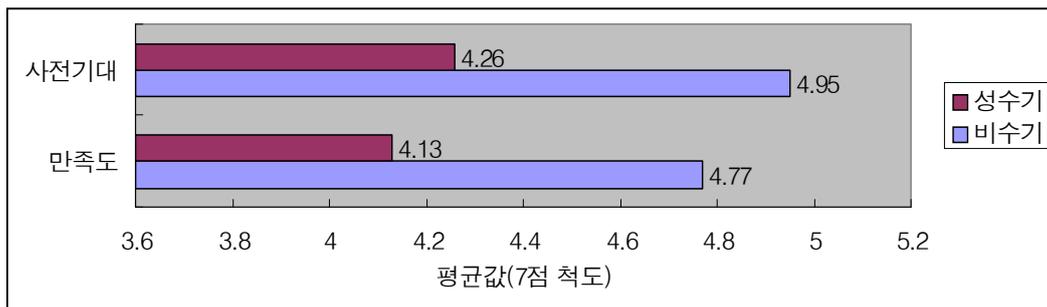
□ 부당한 옵션관광 강요는 없을 것이다

- 부당한 옵션관광은 없을 것이라는 사전기대를 보면 성수기(4.22)와 비수기(4.48) 모두 평균값 이상의 수치를 보이고 있다.
- 반면 관광 이후 결과를 보면 비수기(4.27) 동안은 부당한 옵션강요에 대해 그다지 큰 불만은 없었지만 성수기(3.75)의 경우는 평균값 이하의 낮은 만족도를 보이면서 사전에 가졌던 기대심리와 많은 차이를 보여주고 있다.

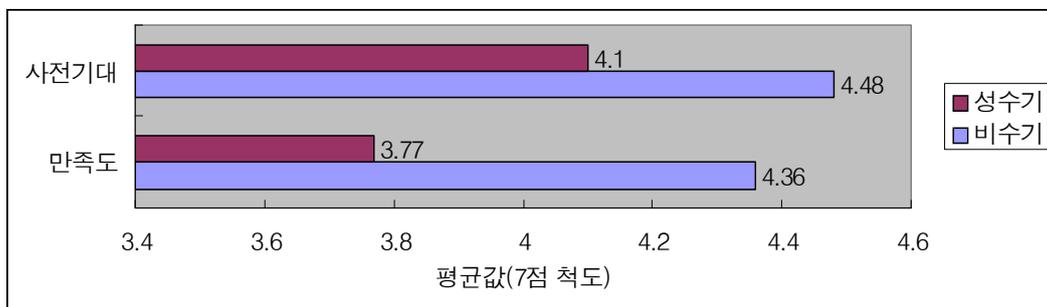


□ 패키지상품이 비용절감에 효율적이다

- 패키지상품이 개별관광에 비해 갖는 장점인 여행비용절감 측면에 있어서는 관광객들이 비수기(4.95)의 경우 사전에 많은 절감효과가 있을 것이라는 기대를 갖고 있고, 성수기(4.26)의 경우도 비수기에 비해 떨어지기는 하지만 어느 정도 기대하는 것으로 나타났다.
- 실제 관광 이후 비용절감에 대한 만족도를 보면 사전기대와 큰 차이가 없는 것으로 나타나 실제로 비용절감의 효과가 있는 것으로 분석되었는데, 비수기(4.77)의 경우가 성수기(4.13)의 경우보다 그 만족도가 더 높게 나타났다.



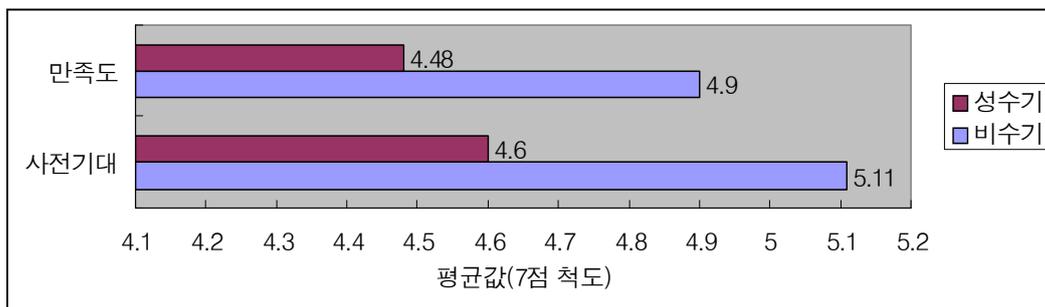
□ 관광안내원의 친절성



- 패키지상품 구매를 통하여 관광안내원 서비스에 대한 기대수준은 비수기(4.48)의 경우가 성수기(4.1)보다 높게 나타나 비수기에 더 나은 서비스를 받을 수 있을 것으로 기대하고 있었다.
- 관광 이후 관광안내원 서비스에 대한 만족도 역시 사전기대와 비슷한 수치를 보이고 있는데 비수기(4.36)의 경우가 성수기(3.77)에 비해 더 나은 서비스를 받았다고 응답하였고, 성수기의 경우에는 평균값 이하로 나타나 서비스의 품질이 다소 떨어졌다고 반응하고 있다.

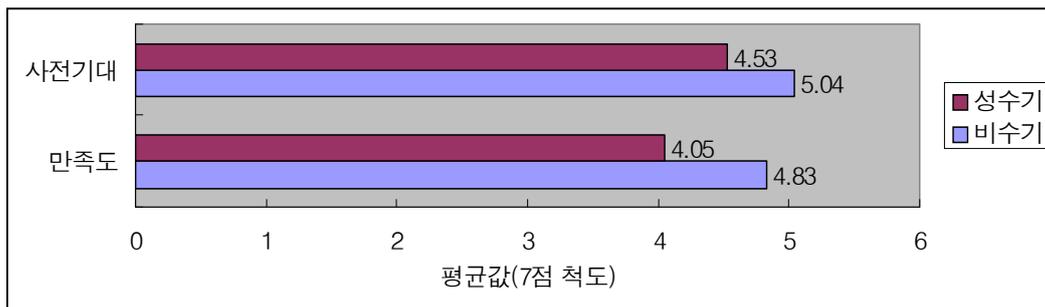
□ 패키지상품의 안정성 및 편리성

- 패키지상품이 갖는 안정성과 편리성에 대한 조사결과를 보면 관광객들이 비수기(5.11) 경우가 성수기(4.6)에 비해 기대수준이 높은 것으로 나타났다.
- 관광 이후 만족도 역시 비수기(4.6)의 경우가 성수기(4.48)에 비해 높게 나타났지만, 전체적으로 평균값 이상의 결과를 보여 패키지상품의 안전성과 편리성에 동감하는 결과를 보였다.



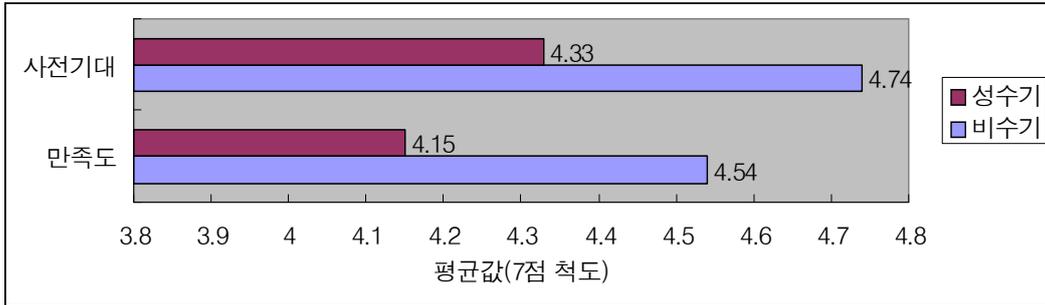
□ 관광안내원의 전문지식

- 패키지상품을 안내하는 가이드들의 관광안내 전문지식에 대한 조사 결과를 보면 전문성에 대한 사전기대가 성수기(4.53)와 비수기(5.04) 모두 평균값 이상의 수치를 보이면서 제주관광 가이드들의 전문적 자질에 대해 비교적 높은 신뢰를 보이고 있다.
- 관광 이후 만족도 정도 역시 비수기(4.83)와 성수기(4.05) 기간 모두 평균값 이상의 만족도를 보였고, 비수기에 더욱 만족하는 것으로 나타났다.



□ 동행 관광객과 교류확대

- 제주를 방문하는 관광객들이 동행객들과의 교류확대에 대한 사전기대는 비수기(4.74)와 성수기(4.33) 모두 평균값 이상을 보였지만, 비수기에 방문하는게 교류확대에 더 유리하다는 인식을 가지고 있다.



- 관광 이후의 교류확대 만족도 결과를 보면 성수기(4.15)와 비수기(4.54) 모두 평균값 이상의 만족을 보여주고 있어 제주관광이 동행인들과 교류확대를 하는데 기여를 하고 있다고 인식하고 있다.

4. 시사점 및 정책적 함의

1) 여행사가 제주관광 의사결정에 큰 영향을 미치고 있고, 특히 도외 여행사에 대한 의존도가 지나치게 크다.

- 관광목적지를 제주도로 확정하는 의사결정 형태를 보면 성수기의 경우는 친구 및 직장동료와 의논하여 결정(38.1%)하였다는 응답 다음으로 여행사와의 상담(23.4%)이 높게 나타났고, 더욱이 비수기인 경우는 여행사와의 상담(27.3%)이 가장 높게 나타나 내도 관광객의 제주관광 결정에는 여행사가 큰 영향을 주는 것으로 분석된다.

- 이러한 결과는 송객의 대부분을 도외 여행사에 의존하는 현실과도 일치하는 것으로 도내 여행사의 자체 모객능력과 경쟁력 확보와 더불어 도외 여행사에 대한 판촉 및 마케팅 전략 여부가 관광객 유치에 큰 증감을 가져올 수 있다는 것을 의미한다.
- 제주관광 패키지 상품을 구매한 여행사는 성수기와 비수기에 상관없이 관광송출이 가장 많은 지역인 서울 및 수도권, 부산/경상권 지역 여행사에서 대개 구매한 것으로 나타나 도외 여행사에 의존도가 큰 사실을 반증하고 있다.
- 특히, 제주지역 여행사에서 패키지상품을 구매하였다는 답변은 성수기 1.7%, 비수기 4%에 지나지 않아 도외 여행사에 대한 의존도를 낮출 구체적인 대안이 요구되어 진다.

2) 체재기간이 늘어가는 추세이고, 가족관광객에 대한 관광상품 개발과 마케팅 전략이 시급하게 요구된다.

- 성수기와 비수기별 체재기간을 보면 3박4일과 2박3일 체재하였다는 답변이 대부분이었다. 더우기 성수기의 경우 3박4일(51.9%) 체재하였다는 답변이 가장 많았다는 사실은 상당히 고무적인 결과이다.
- 이러한 결과는 가족단위 관광객의 증가와 맥락을 같이 하는 것이라고 보여지는데, 제주관광이 주유형에서 체재형, 휴양형으로 변모할 수 있는 가능성을 보였다는 점에서 시사하는 바가 크다.
- 동행자를 묻는 질문에 성수기(41.8%), 비수기(31.8%) 모두 가족과의 동행이라는 응답이 높게 나타났는데, 이러한 결과는 최근 5년간의 내도 관광객 성향별 분석 결과와도 일치하는 것이다.

- 다시 말해 제주도는 점차 가족단위 관광객이 주요 시장이 되가고 있음을 의미하고 있고, 이러한 추세는 주5일 근무제의 정착과 더불어 더욱 확대될 것으로 기대되기 때문에 이들에 대한 관광상품의 개발과 마케팅 전략이 요구되고 제주관광 유통체계도 이에 맞춰 변화할 것으로 전망된다.

3) 제주관광에는 중저가상품이 주로 유통되고 있다.

- 제주방문 관광객 1인당 패키지상품 구매가격을 보면 성수기(45.2%)와 비수기(34.8%) 모두 16~20만원대의 상품을 가장 많이 구입한 것으로 나타나, 중저가상품이 주류를 이루는 것으로 나타났다. 다음으로 21~25만원대의 패키지상품과 26~30만원대의 패키지상품을 많이 구입하는 것으로 나타나고 있다.
- 하지만 덤핑상품이라는 비판을 받을 소지가 있는 15만원대 이하의 패키지상품 구매비율은 상대적으로 낮은 수치를 보였고 특히 10만원대 이하의 상품구매는 1%대 수준에 그쳐 지나친 우려였다는 점과 30만원대를 넘어가는 고가 패키지상품이 주로 비수기(15.9%)에 집중적으로 판매되고 있는 것은 시사하는 바가 크다.

4) 제주관광 패키지상품의 내용과 수준은 보통 수준이다.

- 패키지상품 재구매 의사를 묻는 질문에서는 성수기의 경우 31.8%가 비수기의 경우는 35.3%가 재구매에 있어 긍정적인 답변을 한 반면 부정적인 답변도 22.1%로 나타났다.

- 또한 구매한 패키지상품을 타인에게 권유할 의사가 있는가 여부를 묻는 질문에서는 성수기의 경우 13.3%, 비수기의 경우는 34.3% 정도가 구매를 권유하겠다는 긍정적인 답변을 보여 아직은 보통 정도의 수준으로 인식되는 것으로 분석된다.

5) 제주관광에 대해 성수기 보다는 비수기에 기대수준과 만족도가 높은 것으로 나타났으나, 전반적으로 보통 수준이다.

- 계약내용과 실제내용의 일치여부, 쇼핑상품의 품질, 패키지상품 구입을 통한 비용절감과 타인과의 교류확대, 전문지식을 갖춘 관광안내 서비스 등 모든 부문에서 성수기보다는 비수기 기간의 관광객들이 기대수준과 만족도가 높은 것으로 나타났다.
- 하지만 조사결과를 보면 대부분의 항목에서 4점대의 수치를 보여 아직은 보통 수준 정도의 기대수준과 만족도를 나타내고 있는데, 이러한 결과는 제주를 찾은 관광객들이 대부분이 중저가대의 패키지상품을 이용하는 상황에서 관광객들 스스로 큰 기대도 하지 않고 있고 따라서 큰 불만도 없는 양상으로 분석된다.

IV. 개선 방안

1. 기본 방향

1) 도내 여행사의 경쟁력과 모객능력 향상

- 현재 불합리한 유통거래 실태의 가장 근본적인 문제는 도내 여행사들의 영세성과 모객능력 부족이라고 할 수 있기 때문에 도내 여행사들의 모객능력을 향상시키고 경쟁력을 확보하는 방안이 무엇보다 시급하다.
- 이에 본 연구에서는 도내 여행사의 모객능력을 향상시켜 송객보증금과 관광행사비 떠안기 등의 불합리한 거래를 개선하는 방향을 모색하고자 한다.

2) 제주관광 패키지상품의 신뢰도 제고

- 여행사를 통해 제주를 찾은 관광객의 90% 이상이 서울 등 대도시 여행사를 이용하는 상황에서 도내 여행사의 모객능력 확보만으로는 제주관광상품의 품질 향상을 도모하기 어렵다.
- 다시 말해 도외 여행사의 패키지상품을 이용하여 내도하는 관광객들이 제주관광 패키지상품 구매시에 신뢰하고 구매할 수 있는 선택의 기회를 제공해야 할 것이다.

3) 적극적 구제와 보상을 통한 제주관광 만족도 제고

- 관광객들의 계약대상이 도내 여행사인가 도외 여행사인가 하는 문제와 상관없이 제주관광의 만족·불만족의 최종적인 책임과 결정 주체는 제주도라는 점에서 적극적인 예방과 보상 노력이 필요하다.
- 따라서 제주관광으로 생길 수 있는 관광객들의 피해를 미연에 방지하고 만일 피해 발생시에는 적극적인 구제와 보상 노력으로 관광객들의 불만족을 최소화해야 한다.

2. 세부 방안

1) (가칭)'관광객권익보호위원회'의 구성

□ 목적 및 기능

- 관광객과 업체간의 분쟁 발생시 이를 조정하고, 관광상거래 질서의 개선을 위한 방안과 제도 등을 관련 기관에 건의한다.
- 제주관광상품의 구입 및 제주관광 과정에 피해를 본 관광객을 적극 구제하기 위한 관광소비자보호기금을 조성하고 운용한다.
- 관광사업체등급제와 관광상품품질보증제를 시행함에 있어 구체적인 기준과 조건 등을 선정하고, 이를 심사하여 등급을 정하는 권한을 갖는다.

□ 기대 효과

- 위원회의 구성은 그 자체만으로도 관광객 보호를 위해 노력하고 있다는 제주도의 의지를 나타내어 제주관광 홍보의 하나로 관광객 유치 증대에 기여한다.
- 즉, 관광객의 피해를 실질적으로 구제하고 보상할 뿐만 아니라 관광사업체등급제 등을 시행하는 기구는 아직까지는 어느 시도의 경우에도 없기 때문에 제주도가 선도적인 역할을 수행할 수 있다.

□ 조직 구성

- 행정부지사를 위원장으로 하고, 도와 4개 시·군의 관광 관련 과장, 시민단체 대표, 업계 대표, 전문가 등으로 구성하되, 위원회의 실질적 권한 강화를 위하여 세무서의 관련 담당자를 포함시킨다.
- 위원회는 인적구성에 그치는 것이 아니라 '여성특별위원회'의 경우와 같이 도청내에 사무실을 마련하여 실질적인 업무를 수행할 수 있도록 계장급 이상 실무자를 포함하여 3인 이상 상근시키고, 이들을 포함하는 실무위원회를 별도로 구성한다.
- 위원회 조직은 기본적으로 분쟁조정담당, 관광유통조사담당 등으로 구성될 수 있고, 품질보증제와 연계하기 위하여 품질심사담당 조직도 설치한다.

□ 운영 방법

- 행정부지사를 포함한 전체 위원회는 관광사업체 및 관광상품의 심사 및 사업체에 대한 인센티브와 벌칙 부과, 관광소비자보호기금의 조성 등 중요한 사안에 대해 소집되고, 관광객 피해액 구제 등의 업무는 상근 실무위원회에서 수행하게 한다.
- 관광소비자보호기금의 지급을 위해서는 관광상거래 관련 피해를 본 관광객이 확증과 함께 피해구제를 요청하고, 피해상황이 확인될 경우 피해액의 2배 이상을 기금에서 보상한다.
- 한편, 관광객에게 피해를 준 업체에 대해서는 제주도와 각 시·군의 인센티브 혜택대상에서 제외시키고, 세번 이상 관련된 업체에 대해서는 세무조사를 실시하거나 제주도가 인증하는 품질보증 관광사업체에서 완전 제외시키는 삼진아웃제 등도 고려한다.

□ 자원 조달

(1안)

- 중기적으로는 관광복권 발행 수익금의 일부를 단계적으로 적립할 수 있도록 관련 법·제도를 정비하고, 초기 기금은 제주관광의 투자비용적 측면에서 도와 각 시·군이 일정액을 각각 조성한다.

(2안)

- 관광사업체의 책임으로 발생하는 피해이므로 당사자보상 차원에서 관광사업체들이 매년 관광협회에 납부하고 있는 회비의 일부를 활용한다.

2) '여행사협동조합'의 설립과 공동마케팅 개발

□ 목적 및 기능

- 협동조합의 설립은 기본적으로 공동자금의 조성을 통하여 도내 여행사의 영세성에 따른 약점을 최대한 극복하기 위한 방안이고, 기타 도외 공동지사 등을 설치하여 직접 모객능력을 향상시킴으로써 도외 여행사에 대한 의존도를 낮추는 방안으로도 활용한다.
- 또한 동종의 관광사업체별로는 공동홍보물의 제작, 홈페이지 구축 등과 같은 공동마케팅을 개발하고 실시한다.

□ 실시 방안

- 여행사협동조합은 완전한 민간 주도로서 참여하는 여행사 각자가 지분을 갖는 형태로 구성하여, 공동마케팅, 공동자금조달, 공동교육, 정보의 공유 등을 도모한다.
- 조합원이 된 여행사들은 공동자금을 조성하여 조합 여행사에 대해서는 저리로 융자해 줄 수 있다.
- 행정당국은 기존 여행사들의 협동조합 참여를 높이기 위하여 다양한 인센티브를 개발하고 부여한다. 인센티브의 예로는 경영자금의 장기융자, 도지사 품질보증업체로의 선정 우대, 관광객 모객에 따른 장려금의 지급, 도청 홍보물을 통한 홍보지원 등이 있다.

- 한편, 관광농원, 펜션 등의 관광 관련 사업체 등은 동종의 관광사업체별로 공동 홈페이지를 구축하고, 홍보물의 공동발간과 같은 공동 마케팅의 강화를 통해 홍보비용을 절감하고, 관광객에게 정보를 제공함은 물론 도내 업체간에도 상호감시를 통하여 바가지 요금의 가능성 등을 방지할 수 있다.

3) 관광사업체 등급제와 품질보증제의 실시

□ 목적 및 기능

- 여행사 등 관광 관련 사업체의 등급제와 품질보증제를 통하여 관광객에게 신뢰를 갖게 하고, 관광사업체에게는 다양한 인센티브 부여의 기준으로 활용하는 등 보다 건전한 관광상거래를 유도한다.

□ 실시 대상

- 등급제와 품질보증제는 우선 도내 여행사를 대상으로 실시하고 단계적으로 도내 관광 관련사업체 전체로 확대한다.

□ 실시 방안

- 등급과 품질보증 사업체를 선정하기 위한 세부적인 기준은 외부 전문기관의 구체적인 조사결과를 바탕으로 (가칭)‘관광객권익보호위원회’에서 결정하고 도지사가 품질을 보증한다.

- 관광사업체의 적극적인 참여를 유도하기 위한 다양한 인센티브를 부여한다. 즉, 우수업체에 대한 장려금의 지급과 도청 및 각 행정기관 홈페이지와 홍보물 등에 품질보증업체 임을 소개하고 품질인증 명판의 부착 허용 등이다.

4) 여행사 인센티브의 확대

목적 및 기능

- 도외 여행사에 의해 제주관광이 크게 영향을 받는 상황에서 도외 여행사에 대한 적절한 관리와 통제가 없이는 제주관광상품의 품질 향상은 어렵다.
- 따라서 도내 여행사는 물론 우수 관광상품을 판매하고, 다수의 관광객을 제주도로 송객한 도외 여행사에 대해서도 장려금 지급, 도지사 품질인증업체로 홍보 등의 인센티브를 제공한다.

실시 대상

- 전국의 일반 또는 국내 여행업체를 대상으로 관광객 500명 이상을 도내 숙박시설에 1박 이상 투숙시킨 여행사별 실적을 연인원으로 환산하여 순위를 결정하고, 결정된 순위에 준하여 포상한다.

□ 심사 및 포상방법

- 도에 제출된 '관광객 유치실적 확인서'를 해당 숙박업소에 확인 후 우수 여행사 5개 업체를 선정한다. 단 유치 관광객 산정시 초·중·고생은 투숙실적의 50%를 적용한다.
- 한편, '관광객 유치실적 확인서'에는 1인당 패키지 판매가격을 기재하도록 하여 숙박업소 등급별로 적정한 패키지가격 유무를 확인하므로써 덤핑관광으로 송객한 여행사가 선정되는 부작용을 미연에 방지한다.
- 선정된 여행사는 최우수상의 경우 도지사가 인증하는 우수여행사인 증패 및 상금 1천만원, 우수상의 경우 인증패 및 상금 3백만원 등으로 차등 지급할 수 있다. 또한 이 외에도 도청 홈페이지와 홍보물에 소개하는 등의 부가혜택을 부여하여 제도를 활성화한다.

5) 제주관광상품 표준가격고시제 시행

□ 목적 및 기능

- 제주도 혹은 (가칭)'관광객권익보호위원회'가 제주관광상품의 유형별 표준가격을 고시하여 관광객에게 정확한 정보를 전달한다.
- 따라서 관광객은 자신이 구매한 상품가격에 따라 옵션관광의 유무 등을 사전에 판단할 수 있고, 적정한 상품을 구매하는 기준으로 활용할 수 있다.

□ 실시 방안

- 숙박업소 유형별, 체재일수별, 교통수단별 등으로 구분하여 제주관광 표준가격을 산정하고 이를 각 행정기관의 홈페이지에 고시한다.
- 제주관광상품 표준가격은 가능하면 월별로 산정하여 고시해야 하나, 실시초기에는 최소한 계절별로 고시하여 시기에 따른 가격정보를 관광객들에게 정확하게 전달한다.
- 또한, 우수 관광사업체 선정기준의 하나로 활용하는 방법을 통하여 각 관광사업체의 자체 홍보물 등에도 게시하도록 유도한다.

<참고> 표준가격 고시(안)

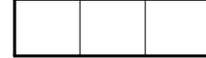
- 출발지 : 서울
- 교통편 : 항공기 왕복 이용

6월의 표준가격	1박 2일	2박 3일	3박 4일
민박 or 펜션	₩200,000	₩250,000	₩300,000
일반호텔	₩220,000	₩290,000	₩360,000
관광호텔	₩250,000	₩350,000	₩450,000
특급관광호텔	₩300,000	₩450,000	₩600,000

주) 위의 상품가격은 왕복항공료와 숙박비를 포함한 가격으로 관광지 입장료와 제주도내에서의 교통비, 식사비 등은 포함되지 않은 성인 2인 이상 1인 기준 표준가격입니다. 따라서 이상의 표준가격은 유아 및 학생할인, 단체요금할인 등 기타 요인에 따라 다소 상이할 수 있습니다.

V. 결 론

- 본 연구에서는 도내 여행사와 도외 여행사간의 불합리한 유통구조를 초점으로 하여 이를 개선하기 위한 방안들을 모색해 보았다.
- 하지만 서두에 밝혔듯이 시장경제하에서는 현실적으로 도외 여행사의 거래를 규제하거나 관리할 수 있는 방안이 없다는 점에서 많은 연구의 한계가 있는 것도 사실이다.
- 또한 도내·외의 모든 여행사와 관광사업체들이 불합리한 거래를 한다는 의미는 결코 아니고, 일부 관련 업체에서 벌어지는 현상이라 판단하고, 더우기 송객수수료와 같은 문제는 많은 관광선진국에서도 정당한 사례금처럼 관행으로 굳어진 현상이라는 점도 잘 알고 있다.
- 그러나 이러한 이유로 수수방관할 수 없는 이유는 제주관광으로 나타날 수 있는 부작용이나 관광객들의 불만족은 최종적으로는 제주가 모든 책임을 질 수 밖에 없고, 그러한 부작용들이 제주관광 발전의 큰 장애요인으로 작용한다는 점이다.
- 이에 본 연구에서는 각계 전문가들의 의견 수렴과 내도 관광객들의 의견조사 등을 통하여 제주관광 유통체계의 현실을 정확히 파악하고, 현 시점에서 과연 제주가 취할 수 있는 최선의 방안은 무엇인지를 모색해 보고자 하였다.
- 연구 결과 제주관광 유통체계의 개선을 위해서는 도내 여행사의 경쟁력 확보가 최우선시되고, 이를 위한 업계의 노력과 정책당국의 행·재정적 지원 방안이 조속하게 시행되어야 할 것으로 보인다.



설 문 조 사

안녕하십니까?

저희 제주발전연구원은 제주도출연 전문연구기관으로서 제주도 발전 및 정책개발을 위한 연구를 전담하여 수행하고 있습니다. 본 조사는 당 연구원에서 수행하고 있는 “제주관광 유통체계의 진단과 개선 방안” 연구와 관련하여 관광객의 의견수렴을 통해 제반 문제점과 실태를 분석하고 이에 따른 개선점과 보다 발전된 제주관광으로 나아가는 방향을 모색하기 위하여 실시하는 것입니다.

각 질문항목에 대하여 느끼신 점을 솔직하게 응답해 주시기 바라며 선생님의 의견은 앞으로 제주관광을 발전시키는데 아주 중요한 자료로 활용될 것입니다.

본 설문조사는 통계적인 목적으로만 사용되고 개인의 비밀은 절대적으로 보장됨을 약속드립니다. 감사합니다.

2002. 6.

조사기관: (재)제주발전연구원
(재)제주발전연구원 연구원 신동일
제주관광대학 호텔경영과 교수 홍성화
TEL) 064) 751-5166 ~ 7, FAX) 064) 751-2168

※ 이하의 질문은 패키지관광(항공과 숙박, 가이드 등이 포함된 여행사 여행상품)으로 제주를 찾으신 관광객께서만 대답해 주십시오.

♠ 질문항목에 해당되는 번호에 '○' 또는 '√'표를 해주시거나 물음에 따라 빈칸에 기입하시면 됩니다.

1. 귀하가 이번 제주관광에 관한 정보를 얻는데 가장 도움이 되었던 것은?

- ① 텔레비전 ② 라디오 ③ 신문 ④ 여행사
⑤ 아는 사람 ⑥ 인터넷 ⑦ 기타()

2. 제주관광을 하시게 된 결정은 어떤 형태로 이루어졌습니까?

- ① 자기 자신 ② 가족 ③ 친구/동료 ④ 회사/친목단체
⑤ 여행사 ⑥ 기타()

3. 이번 제주관광을 위해 누구와 동행하십니까?

- ① 자기 혼자 ② 가족 ③ 친구(연인 포함) ④ 회사동료
⑤ 친목단체 ⑥ 기타()

4. 이번 제주관광은 몇번째입니까?

- ① 처음 ② 두번째 ③ 세번째 ④ 네번째 ⑤ 다섯번째 이상

5. 이번 관광을 위해 제주도에 얼마나 체재하십니까?

- ① 당일 ② 1박2일 ③ 2박3일 ④ 3박4일 ⑤ 4박5일 이상

6. 어느 지역의 여행사에서 금번 제주관광 패키지상품을 계약하십니까?

- ① 서울 및 수도권 ② 부산 및 경상권 ③ 광주 및 전라권
④ 청주 및 충청권 ⑤ 강릉 및 강원권 ⑥ 제주지역 여행사

※ 이하의 질문은 귀하가 제주관광 패키지상품(항공과 숙박, 가이드 등이 포함된 여행사 여행상품)을 이용하여 관광하시기 전의 기대 정도와 관광후의 만족도의 차이를 파악하기 위한 질문들입니다.

20. 다음은 패키지상품 이용에 대한 귀하의 기대정도를 묻는 질문입니다. 해당되는 칸에 ‘○’ 또는 ‘√’표를 해주시면 됩니다.

내용		기대도						
		전혀 아니다	아니다	약간 아니다	보통 이다	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다
상품 내용	사전에 계약한 여행코스 와 실제코스는 일치할 것이다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
	사전에 계약한 상품내용 (숙박,식사,이벤트 등)과 실제내용은 일치할 것이다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
	패키지상품에 포함된 장소 에서의 쇼핑상품은 저렴하 고 다양할 것이다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
가이드 기사 등	부당한 옵션관광은 없을 것이다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
	부당한 쇼핑이나 행사강요 는 없을 것이다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
	가이드와 기사는 친절할 것이다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
	가이드의 안내(전문지식 등)는 충실할 것이다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
기타	패키지상품을 이용하는 것 이 개별관광보다 비용이 저렴할 것이다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
	패키지상품을 이용하는 것 이 개별관광보다 안전하고 편리할 것이다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
	가이드의 안내가 있으므로 보다 많은 정보를 얻을 수 있을 것이다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
	패키지상품을 통하여 모르 는 사람과 교류하는 기회 를 가질 수 있을 것이다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦

21. 다음은 패키지상품 이용에 따른 귀하의 만족도를 묻는 질문입니다. 해당되는 칸에 ‘○’ 또는 ‘√’표를 해주시면 됩니다.

내용 족도		만	전혀	약간	보통	약간	그렇다	매우
		아니다	아니다	아니다	이다	그렇다	그렇다	그렇다
상품 내용	사전에 계약한 여행코스 실제코스는 일치하였다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
	사전에 계약한 상품내용 (숙박,식사,이벤트 등)과 실제 내용은 일치하였다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
	패키지상품에 포함된 장소 에서의 쇼핑상품은 저렴하 고 다양하였다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
가이드 기사 등	부당한 옵션관광은 없었다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
	부당한 쇼핑이나 행사강요 는 없었다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
	가이드,기사는 친절하였다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
	가이드의 안내(전문지식 등)는 충실하였다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
기타	패키지상품을 이용하는 것 이 개별관광보다 비용이 저렴하였다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
	패키지상품을 이용하는 것 이 개별관광보다 안전하고 편리하였다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
	가이드의 안내가 있으므로 보다 많은 정보를 얻을 수 있었다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
	패키지상품을 통하여 모르 는 사람과 교류하는 기회 를 가질 수 있었다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦

22. 귀하께서 생각하시는 제주관광 패키지상품의 문제점이나 기타 발전방안 등이 있으시면 지적해 주십시오.

23. 귀하의 성별은?

- ① 남 성 ② 여 성

24. 귀하의 연령은?

- ① 20세 미만 ② 21 ~ 30세 ③ 31 ~ 40세 ④ 41 ~ 50세 ⑤ 50세 이상

25. 귀하의 학력은?

- ① 중졸 이하 ② 고등학교재/졸 ③ 대학재/졸 ④ 대학원재/졸

26. 귀하의 직업은?

- ① 전문직/자유직 ② 관리/사무직 ③ 자영업 ④ 생산직
⑤ 판매/서비스직 ⑥ 농/수/축산업 ⑦ 학생 ⑧ 주부
⑨ 무직 ⑩ 기 타 (구체적으로:)

27. 귀하의 월평균소득은?

- ① 100만원 미만 ② 100 ~ 150만원 ③ 151 ~ 200만원
④ 201 ~ 250만원 ⑤ 251 ~ 300만원 ⑥ 301만원 이상

♠ 끝까지 응답해주셔서 대단히 감사합니다 ♠

연 구 진

· 연구책임	신 동 일	제주발전연구원 연구원
· 공동연구	홍 성 화	제주관광대학 호텔경영과 교수
	정 승 훈	제주발전연구원 책임연구원

제주관광 유통체계의 진단과 개선 방안

인 쇄 일 2002. 8
발 행 일 2002. 8
발 행 인 고 충 석(제주발전연구원장)
발 행 처 제주발전연구원
인 쇄 처 으 뜸 출 판 문 화 사 (☎ 724~4818)

ISBN 89-88021-24-X 93320

□ 이 책에 실린 내용은 出處를 밝히는 한 자유로이 引用할 수 있으나
無斷轉載나 複製는 금합니다