

공정거래위원회 창립20주년 및
광주사무소 개설 11주년 기념
연구용역 보고서

관광산업의 경쟁환경 구축방안

— 제주지역을 중심으로 —

조선대학교 경영경제연구소

공정거래위원회 창립20주년 및
광주사무소 개설 11주년 기념
연구용역 보고서

관광산업의 경쟁환경 구축방안

— 제주지역을 중심으로 —

2001년 10월 15일

조선대학교 경영경제연구소

연구책임자	조선대학교	교수	김 안 호
공동연구원	조선대학교	겸임부교수	기 성 래
공동연구원	동강대학	조교수	박 종 수

목 차

I. 서 론	1
1. 연구의 배경 및 목적	1
2. 연구의 방법과 범위	4
II. 경쟁환경 구축과 관련된 제도검토	5
1. 경쟁정책의 개관	5
(1) 경쟁정책의 필요성	5
(2) 경쟁정책의 구성	7
(3) 경쟁정책의 적용범위	8
2. 관광정책의 제도검토	11
(1) 중앙정부의 관광정책	11
(2) 제주도 관광정책	12
III. 제주관광산업의 현황과 경쟁구조 비교	16
1. 관광산업의 범위	16
(1) 관광산업의 특성	16
(2) 관광 구성요소의 분류	18
(3) 관광산업에서의 소프트웨어	20
2. 제주관광산업의 현황 및 문제점	21
(1) 제주관광산업의 현황	21
(2) 제주지역 관광산업의 문제점	33
3. 제주 관광산업의 경쟁구조 비교	41
(1) 주요경쟁국가의 관광산업 현황 비교	42
(2) 관광산업 부문별 비교분석	50
(3) 주요 대상지역의 관광산업 경쟁력 비교	55
IV. 제주관광산업의 경쟁환경 실태조사 분석	66
1. 조사개요	66
2. 조사결과 분석	67
(1) 여행객 조사결과의 빈도분석	67
(2) 조사결과의 교차분석 및 분산분석	76

3. 제주관광관련업종의 불공정행위유형과 문제점	78
(1) 여행업체	78
(2) 관광숙박업	78
(3) 사진비디오업체	79
(4) 기념품 판매업체	79
(5) 농 원	80
(6) 승마장업	80
(7) 유람선업	81
(8) 관광관련 음식점	81
V. 제주 관광산업의 경쟁환경 구축방안	83
1. 불공정거래 행위의 규제방안	83
(1) 관광업종에 대한 「중요정보고시」제도의 추가도입	83
(2) 송객수수료 관행의 근절방안	85
2. 관광객 고충불편의 신속처리	87
3. 관광경제 관련 통계기반 구축	88
4. 관광조직체계의 경쟁환경구축	89
5. 관광전문인력 관리시스템구축	90
6. 관광진흥법에 의한 제도개선방안	91

참 고 문 헌

부 록 : 설문지

I. 서 론

1. 연구의 배경 및 목적

- 세계적인 연구소들은 정보·통신, 환경관련 산업과 함께 레저, 생활문화, 오락, 관광·여행 산업을 21세기 유망산업으로 보고 있음.
 - 엘빈 토플러, 존 나이스비츠 등 세계적인 미래학자들도 공통적으로 여행관련 산업이 21세기 세계 최대산업이 될 것으로 예측함.
- IMF 구제금융의 여파로 구조조정, 대량실업 등 침체국면을 벗어나지 못하던 상황에서도 관광산업은 1998년 한해동안 37억달러의 흑자를 기록함.
 - 관광산업이 향락산업, 소비산업이라는 인식에서 벗어나 어려운 국가경제를 회복하는 데 기여하는 국가기간산업, 고부가가치산업이라는 인식이 확산되고 있음.
 - 관광산업에 대한 정부의 인식도 긍정적으로 변화하여, 1999년에는 문화관광산업 육성을 5대 국정과제로 포함시켰으며, 문화·정보통신과 함께 21세기 전략산업으로 육성할 계획임.
 - 대통령이 직접 해외 홍보 CF에 출연하여 세계시장을 상대로 관광객 유치에 나선 바 있으며, 기타 관광진흥기금 확충, 각종 규제완화를 의욕적으로 추진하고 있음.
 - IMF라는 상황이 관광정책에 있어서 만큼은 새로운 도약의 발판을 마련해 줌.
- IMF 직전까지만 하더라도 내국인 해외여행이 외국인 입국관광객을 크게 앞질러 1996년에는 15억달러, 1997년에는 11억달러의 적자를 기록함.
 - 이에 따라 관광산업에 대한 국민과 정부의 인식은 언제나 “놀고 먹는 비생산적인 산업”으로 유흥, 향락산업과 동일시하는 등 부정적인 측면도 있었음.
- 관광투자의 대부분은 관광지, 관광단지 등 시설위주의 하드웨어(hardware) 개발에 집중됨. 이 때문에 차별화된 관광매력, 이벤트, 관광상품, 안내체계, 서비스품질의 향상 등 소프트웨어(software) 개발에는 상대적으로 소홀했음.
 - 결과적으로 현대식 호텔은 있으나 국제적인 수준의 서비스가 없고,
 - 관광지는 있으나 차별화된 볼거리가 없으며,
 - 번듯한 공연장은 있으나 감동을 전하는 배우와 연출은 없고,
 - 모양새만 겨우 갖추었지 알맹이(contents)가 없는 것이 됨.

- 이제 다음과 같은 사항을 진지하게 고민해야 할 시점이며, 더 중요하고 근본적인 것은 소프트웨어임.
 - 어떤 매력으로 관광객을 끌어들이는 것이며, 찾아온 관광객들에게 어떤 즐거움과 감동을 전할 것인가?
 - 지역의 차별화 된 문화적 체험을 어떻게 전하고 다시 찾게 만들 것인가?

- 관광산업에서 하드웨어와 소프트웨어는 동전의 앞뒷면과 같은 밀접한 관계가 있음.
 - 관광산업에서의 하드웨어는 도로, 용수, 전기, 가스 등 기반시설(infrastructure)과 호텔, 컨벤션센터, 테마파크, 쇼핑센터 등의 관광객 이용시설로 구분할 수 있으며 양질의 관광서비스를 제공하기 위해서는 하드웨어를 필수적으로 갖추어야 함.
 - 그러나 이에 못지 않게 만들어진 시설을 얼마나 효과적으로 운영할 것인가 하는 소프트 측면에서의 노력이 더욱 중요하다고 함. 아무리 좋은 인프라와 시설을 갖추어도 관광객에게 서비스를 제대로 전달하고 관광객의 니즈(needs)를 충족시키지 못한다면 그 의미는 반감될 수밖에 없기 때문임.
 - 관광은 즐거움을 추구하는 문화행위이자 고도의 서비스를 통하여 관광객을 만족시키는 서비스활동이며, 따라서 관광서비스의 질적 향상, 매력적인 이미지의 창출 및 홍보 등 소프트한 가치가 매우 중요함.

- 한편, 21세기 관광산업은 수평적 통합과 수직적 통합이 동시에 이루어지는 통합의 시대가 될 전망이다.
 - 수평적 통합은 대형업체가 '규모의 경제'의 이점으로 중소기업체를 흡수·병합하는 현상임.
 - 수직적 통합은 업체간 공동판매 등 전략적인 통합현상임
 - 이와 같은 수평·수직적 통합을 통해 관광산업의 범세계화, 관광업체의 다국적화가 진행될 전망이다. 그러나 전문적인 소형업체는 다양하고 특수한 고객의 욕구충족 능력을 바탕으로 계속 번창해나갈 것이 예상되어 결국 소수의 범세계적인 대형업체와 다수의 전문화된 소형업체가 관광업계를 구성하게 될 것임.

- 제주의 관광산업은 천혜의 자연환경과 특유의 민속문화 등 풍부한 관광자원을 기반으로 1970년대 이후 1990년대 초까지 비약적으로 성장해 왔음.
 - 제주도의 관광산업은 감귤부문과 함께 제주지역 경제에 있어서 2대 주력산업의 위치를 차지함. 제주도에 있어 관광산업은 지역경제의 명운(命運)을 좌우하는 생명산업임.
 - 1999년도 관광산업의 총산출 효과는 2조2천570억원 규모로 지역총생산(GRDP)의

30% 이상을 점유하는 것으로 나타났으며,¹⁾ 고용효과 또한 11만여명에 이르는 것으로 평가됨.²⁾

- 그러나 제주관광은 관광객·관광수입 모두 정체현상을 보이고 있으며, 관광개발도 추가적으로 이루어지지 못하고 있음.
 - 관광 패러다임 변화에 탄력적으로 적응하지 못한 결과 고비용·저매력의 한물간 관광지로 전락하고 있음.
 - 관광조직은 있으나 불분명하고 중첩되어 있으며, 업무분장 또한 모호함. 그로 인해 관광진흥에 필수적으로 요구되는 관광조직간 협력은 더더욱 기대하기 어려운 상황임.
 - 좁은 섬 지역에 개최되는 축제가 연간 31개나 되고, 5개의 도·시·군이 제각각 관광홍보를 수행하는 것만 보아도 문제의 심각성을 어렵지 않게 짐작할 수 있음.
 - 제주관광의 회복을 위한 적절하고 신속한 정책적 대처가 이루어지지 못할 경우, 제주관광이 직면하고 있는 내·외적 상황이 단기간에 반전될 수 있는 수준에 놓여있지 않다는 점이 더욱 심각함
 - 이 위기적 국면은 소비자로서 관광객의 욕구변화를 반영하는 시장지향적 정책 패러다임과 이를 뒷받침하는 협력적 조직구조(collaborative governance)가 적절하게 갖추어지고, 전략적 경쟁우위가 주의 깊고 세심한 관광계획에 의해 인도된다면, 오히려 제주관광의 르네상스를 위한 소중한 기회로 작용할 수도 있음.
 - 금년은 중앙정부가 추진하는 ‘한국방문의 해’이고, ‘제주세계섬문화축제’가 개최되었고, 내년에는 2002 월드컵의 일부 경기가 제주도에서 개최되는 것을 비롯한 빅 이벤트들이 있어서, 국내외적으로 어려운 경제상황인 것은 사실이나, 외국인 관광객을 유치하고 홍보하는데 다시없는 좋은 기회임.

- 이와 같이 제주의 관광산업은 지역경제에서 차지하는 비중이 매우 높은 반면, 지리적 여건 등으로 인하여 외부로부터 경쟁요인이 유입될 가능성이 적어서 사업자간 가격고정, 시장분할의 담합으로 인한 불공정거래행위의 발생여지가 높음.
 - 특히 최근의 규제완화조치에 따라 소규모 영세업체가 폭발적으로 증가하여

1) 송재호·고성보·윤동구(2000. 8), “제주도 관광산업의 지역경제효과 분석,” 『경영경제연구』, 제2권, 제주대학교 경영경제연구소 .pp.390~399.
2) 송재호·신왕근·고계성(2000), “제주지역 관광산업 인력수급 예측,” 『사회발전연구』, 제16집, 제주대학교 지역사회발전연구소. p.79.

과당경쟁이 이루어져 부당한 고객유인행위, 덤핑경쟁으로 인한 재무구조의 악화, 쇼핑 및 송객수수료, 불건전관광의 알선 등 각종 부조리가 만연하여 관광산업 전반에 대한 정확한 실태파악과 이에 따른 대책의 필요성이 제기됨.

- 그러나 지방자치단체 등 관련기관에서는 지원위주의 행정과 행정조치의 경직적 운용으로 그 문제점에 접근하지 못하고 있는 실정임.

- 본 연구는 이러한 제반 관점에서 제주도내 관광산업 전반에 대한 실태를 파악하여 경쟁제한적 요소와 사업자단체 등에 관한 제도를 지속적으로 개선하고, 제반 불공정거래 행위를 시정함으로써, 경쟁과정에서 선의의 사업자를 보호하고 소비자 만족을 제고시켜, 시대발전추세에 부합하는 방향으로 제주지역 관광산업의 경쟁환경 구축방안을 제시하는 데 그 목적이 있음.

2. 연구의 방법과 범위

- 이와 같은 목적을 수행하기 위하여 본 연구는 문헌조사와 실태조사방법을 병행하여 진행하였으며,
 - 본 연구의 작성에 필요한 자료는 광주지방공정거래사무소와 제주도청, 제주도관광협회의 통계자료와 제주발전연구원, 제주대학교 등의 연구보고서 및 연구논문을 참고하였음을 밝혀둠.
 - 설문지를 이용한 실태조사는 여행객 및 관광사업체를 나누어 실시했으며, 자료의 분석은 SPSSWIN 통계패키지를 이용하여 빈도분석, 교차분석 및 분산분석을 실시하였음.
- 본 보고서의 연구대상은 제주지역에 한정하였으며 연구의 구성은 다음과 같음.
 - 제1장 서론에서는 연구의 배경과 목적 및 방법을 서술하고, 제2장에서는 관광산업의 경쟁환경구축과 관련된 제도 즉 경쟁정책과 관광정책을 검토하였으며,
 - 제3장에서는 제주관광산업의 현황과 문제점을 분석하고, 주요경쟁국가와의 관광산업의 경쟁력구조를 비교 분석하였음.
 - 제4장 실태조사분석에 있어서는 여행객과 관광사업체에 대한 설문조사분석의 결과를 토대로 하여 그 실태분석을 실시하고 그에 따른 문제점을 도출하였음.
 - 제5장에서는 지금까지의 분석을 토대로 제주관광산업의 경쟁환경 구축을 위한 정책대안을 제시함.

Ⅱ. 경쟁환경 구축과 관련된 제도검토

1. 경쟁정책의 개관

(1) 경쟁정책의 필요성

- 세계화와 무한경쟁의 시대에 있어서 시장경제를 이끌어 나가는 가장 핵심적인 이념은 무엇인가. 그리고 이같은 거대한 시대적 흐름에 효과적으로 대응할 수 있는 방안에는 어떠한 것이 있을 것인가. 정부와 기업을 불문하고, 현재 지구상의 모든 경제주체들이 이 질문들을 정확히 인식하고 올바른 해결책을 찾는 데 고심하고 있음. 새로운 경제흐름의 핵심적인 이념이 경쟁과 효율이라는 점에는 대개 합의하고 있지만, 구체적으로 어떠한 내용의 경쟁의 룰을 만들어 효율성을 제고할 지에 대하여는 국가마다 상이한 입장을 보이고 있음. 미국을 비롯한 세계 각 국가간에도 의견이 대립하고 있고, 한 국가 내에도 많은 논쟁이 일고 있음.
- 세계화란 국경 없는 세계시장의 등장과 지구적 경쟁(global competition)의 극대화를 의미함. 게다가 첨단기술 발전과 함께 급속히 확산되고 있는 정보화는 세계산업의 흐름을 주도하고 경제활동의 패러다임을 전환시키는 또 하나의 동인이 되고 있음. 즉, 세계화와 정보화가 21세기 경제의 새로운 패러다임을 만들고 있는 것임. 세계화와 정보화의 진전은 국가의 발전전략, 산업조직, 기업의 경영전략, 기업의 소유지배구조, 정부-기업관계, 기업-소비자관계 등을 모두 변화시키고 있음. 국제규범화의 압력이 거세지면서 기존의 산업정책과 무역정책은 더 이상 국가의 효과적인 정책수단이 될 수 없을 것임.
- 세계화의 핵심이념인 경쟁과 효율은 한국에게 기회와 동시에 도전의 압력으로 작용하고 있음. 기업과 시장 위에 군림하였던 정부도 그동안 애용해 온 정부개입을 지속할 수 없게 되었음. 정부의 규제와 보호를 동시에 받아온 기업도 이 같은 시대전환의 압력으로부터 결코 자유로울 수 없음. 소비자 주권이 강해졌고 경영투명성과 국제규범 준수 여부가 해당 기업의 국제신용도가 되고 있음. 세계 각국의 정부와 기업이 경쟁과 효율을 중요한 사회적 목표로 받아들이고 있음.
- 국제규범을 준수하면서 경제효율성을 제고하여 국가경쟁력을 향상시키는 전략이 시급히 요청됨. 이를 위한 가장 핵심적인 과제는 경쟁적이고 효율적인 시장

구조를 구축하는 것임. 경쟁적인 시장구조를 구축하기 위해서는 경쟁정책 (competition policy)의 강화가 필수적임.

<표 2-1> 유효경쟁 개념의 3대원칙과 주요 내용

경쟁의 원칙	주요 내용
개방적이고(open)	신규진입 용이, 퇴출비용 저렴
자유로우며(free)	경쟁제한적 요소 제거, 규제완화
공정한(fair)	불공정한 경쟁방법 및 수단의 규제

- 경쟁정책은 이러한 경쟁의 장점이 최대한 실현될 수 있는 시장구조와 거래질서를 만들기 위한 제반 경제정책을 의미함. 경쟁정책은 광의의 경쟁정책과 협의의 경쟁정책으로 분류할 수 있음.
 - 광의의 경쟁정책은 시장의 경쟁을 촉진하기 위한 모든 경제정책을 말하기 때문에 규제완화나 민영화, 그리고 각종 무역정책 등을 포함함.
 - 협의의 경쟁정책은 한국에서 논의하는 공정거래정책에 해당하며, 협의의 경쟁정책에는 시장구조 개선을 위한 독과점 규제, 불공정거래 행위 개선을 위한 거래행태 규제, 이 두 가지 사항과 결합되어 있는 경제력집중 억제제도 등이 포함됨.
 - 하지만, 대부분의 경쟁정책은 상호 연관되어 있기 때문에, 특정 분야만의 제도 개선 및 정책집행이 효과를 발휘하지 못하는 사례가 많음.
 - 경쟁정책과 관련한 하나의 심결이나 판결에도 수많은 경쟁정책의 쟁점들이 얽혀 있는 사례가 대부분이므로, 결국 경쟁정책은 거시적인 규제완화나 민영화에서 미시적인 거래행태에 이르기까지 종합적인 시각에서 분석될 필요가 있음.

- 경쟁정책에서 가장 중시되는 관심 영역은 동일한 시장과 사업내의 경쟁관계에 있는 다수의 기업간에 일어나는 경제행위임. 해당 국내 혹은 국내외 기업간에 실질적인 경쟁관계가 이루어지고 있는가 아니면 경쟁제한적인가가 주요 분석대상인 것임.
 - 최근에는 세계화와 민주화가 진전되면서 기업과 세계시장간의 관계가 급증하고 있고, 소비자의 요구 및 역할이 강화되고 있음. 과거에는 기업간, 기업과 정부 관계 등이 경쟁정책의 중심영역이었던데 비해, 최근에는 소비자와 세계시장이 경쟁정책의 새로운 주체로 등장함.

(2) 경쟁정책의 구성

- 우리나라의 경쟁정책은 ‘공정거래법’을 근간으로 하여 추진되는 정책임.
 - 제2차 개정 이후 경쟁정책은 크게 ① 독과점정책, ② 재벌정책, 그리고 ③ 공정거래정책의 3부분으로 구성되어 추진되어 옴.
 - 독과점정책은 경쟁정책의 핵심으로서 독과점기업의 남용행위를 규제하고 시장을 독과점화 하는 기업간의 결합행위나 부당한 공동행위를 규제함으로써 시장 지배력을 억제하고자 하는 정책임.
 - 재벌정책은 우리나라만의 독특한 형태로서 시장지배력보다는 경제력 집중의 억제를 주된 목표로 하는 정책으로, 이는 경제적 자원 및 생산이 소수의 재벌들에게 과다하게 집중되는 것을 억제함으로써 재벌기업의 효율성을 증진시키고자 하는 정책임.
 - 공정거래정책은 시장에서의 모든 거래가 거래의 규칙에 따라 공정하게 이루어질 수 있도록 하는 정책으로, 이는 시장거래에서 발생할 수 있는 각종 불공정한 거래행위들을 규제함.

- 넓은 의미에서의 공정거래정책은 독과점정책과 재벌정책을 포함하는 개념임.
 - 그러나 경쟁정책이 독과점규제, 재벌규제, 불공정거래행위의 규제를 포함하는 개념이기 때문에 공정거래정책은 경쟁정책의 한 줄기로서 불공정거래행위를 규제하는 정책으로 보는 것이 일관성이 있다고 할 수 있음.

- 이러한 의미에서의 공정거래정책은 불공정한 거래행위의 여부를 결정하는 기준이 공정하게 모든 기업들과 소비자들에게 적용됨을 의미함.
 - 불공정거래행위는 기업이 그 규모를 불문하고 할 수 있는 것이지만 대규모 기업이 불공정행위를 할 가능성이 더 큼.
 - 따라서 공정거래정책은 대기업보다는 경쟁의 약자인 중소기업을 보호하려는 특성이 강하다고 할 수 있음.
 - 즉, 독과점정책은 ‘경쟁(competition)’을 보호함으로써 효율성과 소비자의 후생을 궁극적으로 증진시키는 것을 목표로 하고 있는 데 반하여 공정거래정책은 ‘경쟁자(competitor)’를 보호하는 데 치중함으로써 경쟁의 대등한 관계를 유지할 것을 목표로 하고 있음.

- 이하에서는 본고와 관련된 경쟁정책의 적용과 운용을 고찰하고자 함.

(3) 경쟁정책의 적용범위

가. 부당공동행위의 금지

○ 부당공동행위의 요건

- 공동행위는 기업결합과 다른 점과 유사한 점이 있음. 공동행위는 사업자들간의 기업결합과 달리 각자가 법적인 독립성을 유지하나, 공동행위는 사업자가 서로 경쟁을 하지 않고 명시적 또는 묵시적으로 담합을 하여 공동으로 동일한 전략을 선택하는 점에서 수평결합의 효과를 가짐. 그러나 개별 사업자는 담합 또는 협정을 위반하려는 유인이 있다는 점에서 기업결합보다 느슨하다고 할 수 있음.
- 공정거래법은 다음에 해당하는 것을 부당공동행위로 규정하고 이러한 행위를 할 것을 함의해서는 안 된다고 규정하고 있음.
 - ① 가격을 결정·유지 또는 변경하는 행위.
 - ② 상품 또는 용역의 거래조건이나 그 대금 또는 대가의 지급조건을 정하는 행위.
 - ③ 상품의 생산·출고·수송 또는 거래의 제한이나 용역의 거래를 제한하는 행위.
 - ④ 거래지역 또는 거래상대방을 제한하는 행위.
 - ⑤ 생산 또는 용역의 거래를 위한 설비의 신설 또는 증설이나 장비의 도입을 방해하거나 제한하는 행위.
 - ⑥ 상품의 생산 또는 거래시에 그 상품의 종류 또는 규격을 제한하는 행위.
 - ⑦ 영업의 주요부분을 공동으로 수행하거나 관리하기 위한 회사 등을 설립하는 행위.
 - ⑧ 기타 다른 사업자의 사업활동 또는 사업내용을 방해하거나 제한함으로써 일정한 거래분야에서 경쟁을 실질적으로 제한하는 행위.

○ 부당공동행위의 예외

- 부당공동행위라고 하더라도 다음과 같은 목적을 위하여 행하여지는 경우에 대통령령이 정하는 요건에 해당하고 공정거래위원회의 인가를 받은 경우에는 부당공동행위 조항을 적용하지 아니함.
 - ① 산업합리화
 - ② 연구·기술개발
 - ③ 불황의 극복

- ④ 산업구조의 조정
- ⑤ 거래조건의 합리화
- ⑥ 중소기업의 경쟁력 향상.

○ 부당공동행위 규제에 관한 과제

- 독과점규제의 목적은 시장을 독과점화 하는 수평결합이나 독과점기업의 남용행위를 규제하며, 부당한 공동행위를 규제하여 시장을 경쟁적 구조로 유지하는 것임.
- 그러나 세계화와 정보화가 진전되면서 지리적 시장의 범위가 확대됨에 따라 수평결합과 공동행위가 경쟁제한에 미치는 효과가 약화될 것이기 때문에 국내시장에서의 수평결합과 공동행위에 관한 규제는 신축적일 필요가 있음.
- 특히 관광산업은 업체간 정보교환이 확산되기 때문에 업체간의 담합을 용이하게 하고 업체간 공동상품개발 등 전략적 제휴가 빈번하게 발생함. 따라서 가격에 대한 담합의 가능성이 높아지고, 이는 부당한 공동행위로서 규제의 대상이 됨.
- 그러나 업체간의 전략적 제휴는 업체간의 비용을 낮출 수 있기 때문에 부당공동행위의 기준을 그대로 적용하는 데는 문제가 있을 수 있기 때문에, 사안에 따라서 합리의 원칙(rule of reason)을 적용하는 것이 바람직 함.

나. 공정거래정책

○ 불공정거래행위의 규제

- 공정거래정책은 모든 시장거래에 있어서 공정하게 이루어질 수 있도록 기준을 마련하고 이를 준수하도록 하는 정책임. 이는 시장지배적 사업자나 대규모기업 집단 뿐만 아니라 모든 사업자에게 적용되는 정책으로서 다음과 같은 행위를 불공정거래행위로 보고 공정한 경쟁을 저해할 우려가 있는 행위를 하거나 계열회사 또는 다른 사업자로 하여금 이를 행하도록 하는 것을 금지하고 있음.
 - ① 부당하게 거래를 거절하거나 거래의 상대방을 차별하여 취급하는 행위.
 - ② 부당하게 경쟁자를 배제하는 행위.
 - ③ 부당하게 경쟁자의 고객을 자기와 거래하도록 유인하거나 강제하는 행위.
 - ④ 자기의 거래상의 지위를 부당하게 이용하여 상대방과 거래하는 행위.
 - ⑤ 거래의 상대방의 사업활동을 부당하게 구속하는 조건으로 거래하거나 다른 사업자의 사업활동을 방해하는 행위.

- ⑥ 부당하게 특수관계인 및 다른 회사에 대하여 가지급금(假支給金), 대여금, 인력, 부동산, 유가증권, 무체재산권(無體財產權) 등을 제공하거나 현저히 유리한 조건으로 거래하여 특수관계인 또는 다른 회사를 지원하는 행위.
- ⑦ 기타 공정한 거래를 저해할 우려가 있는 행위.

○ 기타의 규제

- 독과점규제와 불공정거래행위에 공통적으로 속하는 경쟁정책의 부문으로서 사업자단체의 규제, 재판매가격유지의 제한, 그리고 국제계약의 체결을 제한할 수 있음. 이러한 단체나 행위는 시장경쟁을 제한하고 불공정한 행위를 할 경우에 제한됨.
- 기타 「하도급거래공정화에 관한 법률」과 「표시·광고의 공정화에 관한 법률」을 공정거래법에서 따로 떼어내어 독립화하여 하도급과 표시광고에 따르는 각종 불공정한 거래행위들을 규제하고 있음.

○ 불공정거래행위 규제에 관한 과제

- 형평성을 강조하고 있는 공정거래정책은 효율성을 강조하고 있는 독과점정책과 충돌할 가능성이 있음.
- 불공정한 거래로 인정되는 행위들이 거래 상대방에게는 불리한 영향을 미칠 경우에도 시장 전체의 효율성이 증대되고 소비자후생이 증가하는 경우가 발생할 수 있기 때문에 합리의 원칙을 적용하여 불공정거래행위를 평가할 필요가 있음.
- 불공정거래행위는 어느 산업에서나 발생할 수 있는 것이지만 특히 관광산업은 그 특수성 때문에 발생빈도가 높으므로 주의깊게 관찰할 필요가 있음.
- 그러나 관광진흥법은 관광산업발전을 위하여 각종규제를 완화하고 공정거래정책에서는 이를 허용하지 않으려 하고 있으므로 이 두 정책간 조정이 있어야 할 것임.

2. 관광정책의 제도검토

(1) 중앙정부의 관광정책(2000년도)

- 중앙정부는 1999년도에 5대 국정지표의 하나로 '문화관광의 진흥'을 설정, 관광 입국의 기틀을 다지기 위해 노력하고 있음.
 - 문화관광분야 예산을 사상 처음으로 전체 예산의 1%가 넘는 9천3백여억원으로 편성.
 - 전국을 7대 문화관광권으로 나누어 각 지역의 독특한 자연경관과 문화유산을 활용한 특색있는 관광권역으로 개발.
 - 지금까지 관광산업 발전에 걸림돌이 되어온 각종 규제를 철폐하고 세제·금융상의 지원도 강화.

- 2000년도 문화관광부의 주요 관광정책은 '21세기 관광대국을 향한 기틀 마련'이라는 기조아래 다음과 같은 세부적인 관광정책을 수립·추진하고 있음.

- 전략적 마케팅으로 외래관광객 510만명 유치
 - 관광시장별 마케팅 차별화 전략 지속 추진
 - 중국인 한국관광 자유화지역을 중국전역으로 확대(현재 9개 성·시)
 - 일본 관광객 배가(倍加)운동 전개(2002년 300만명, 2005년 400만명 유치)
 - 인도·러시아 등 신흥시장 확대 전략 수립·추진(관광진흥협의회 구성 등)
 - 다양하고 특색있는 테마관광상품 개발
 - 25개 문화관광축제를 국제관광상품으로 중점 육성(15억원)
 - 우수관광기념품 개발 공모전 개최(2000. 9) 및 사후면세제도 개선
 - 체계적 관광홍보 추진
 - 일본, 중국·동남아, 구·미주 등 지역별 해외홍보 CF 제작 방영(4편, 90억원)
 - 세계 주요도시「한국관광주간」캠페인 추진 및 홍보사절단 파견

- ※ 2000년 : 외래관광객 510만명, 관광수입 65억불 달성(신규고용 11만명 창출)
2003년 : 외래관광객 700만명, 관광수입 120억불 달성(고용창출 총 70만명)

- 국제적 수준의 특화관광자원 개발
 - 남해안 관광벨트 본격 개발
 - 도시, 해양레저스포츠, 종합휴양, 역사·문화의 4대권역 구분 개발

- 계획년도간 매년 평균 30,000명, 총 36만명 신규고용 창출(관광연구원 분석)
- 경북 북부 유교문화권 관광자원화
 - 서원·고택(古宅)·관혼상제 등 유·무형 문화자원 개발
 - 계획년도간 매년 평균 19,000명, 총 19만명 신규고용 창출
- 외국인 금강산 관광객 유치 확대
 - 설악산·금강산 연계 개발계획 수립·추진

○ 관광수용태세의 획기적 개선

- 관광숙박시설 확충
 - 수도권 관광호텔 건축규제 완화(과밀부담금 면제 등) 추진
 - 대형 유명호텔과의 체인화로 중저가호텔 육성(2000년 2,000실 목표)
- 관광기반시설 설치·운영 지원 확대
 - 국민 휴식공간 확충을 위한 관광지 개발 지원(62개소, 307억원)
 - 휴양콘도미니엄업 시설자금 융자 등 경영 지원(16억원)
- 한자권 관광객 편의 제고
 - 관광지 접속 및 시내도로 안내표지판에 한자병기 확대(1,000개 추가)
 - 월드컵 개최 10개 도시, 경주·제주 등 관광거점도시부터 우선 실시 : 2002년 까지 완료(행정자치부, 건설교통부, 지자체 공동 추진)
 - 한·대만 항공노선 복항(復航) 추진
- 손님맞이 국민의식 수준 제고
 - “질서·친절·청결” 범국민운동 추진(지자체, 웰컴투코리아시민협의회, 관광업계 등 협조)
 - TV 등 언론매체 계도광고 및 대국민 캠페인 전개

○ 국제관광교류 증진을 통한 한국관광 위상 제고

- 제1차 APEC 관광장관회의 등 국제행사의 성공적 개최
 - 2001년 한국방문의 해 기획이벤트·예비행사 추진(인삼축제 등 25개)
- 국제회의 산업 등 고부가가치 관광산업의 적극적 육성

(2) 제주도 관광정책(2000년)

가. 추진목표

- 21세기 동북아 거점 관광도시로의 도약

- 친환경적 개발에 바탕을 둔 관광시책 전개
- 관광객 수용태세와 관광문화의 질적 향상
- 축제의 다변화를 통한 지역경제 활성화 유도

나. 추진전략

- 관광산업의 국제경쟁력 강화 : 외국 경쟁 관광지 비교 분석
- 외국인 관광객 유치전략 : 흡인력을 갖춘 관광 오락산업 육성
- 5대 지식기반산업 육성 : 문화·스포츠·회의산업
- 관광 관련 기본요소의 체계화 : 먹거리, 볼거리, 살거리 등
- 관광산업과 타산업과의 연계 : 도민 소득증대에 기여

다. 단위사업별 추진계획

- 관광재도약을 위한 틀 마련
 - 관광 재도약을 위한 관광진흥정책 수립
 - 관광전문인력 확보
- 관광마인드 서비스 향상 교육
 - 건전관광질서 확립추진
 - 관광종사원 친절교육
- 국민관광 활성화를 위한 홍보
 - 제주이미지 창출을 위한 영상물 제작 홍보
 - 언론인 초청 팸투어
 - 다양한 홍보매체 활용 광고
 - 관광홍보물 제작의 다양화
 - 남해안 시·도 광역관광협의회 이용 홍보
- 해외표적시장 홍보·마케팅 강화
 - 일본 수학여행단 유치 팸투어
 - 중국관광 홍보관 운영 활성화
 - 외국 유력 여행사 초청 팸투어
 - 해외 순회홍보 관광설명회 개최
 - 국내·외 관광교역전 참가

- 한국관광공사 해외지사 등 이용 홍보
- 관광상거래 체계 개선
 - 관광상품 가격안내서 발간
 - 건전관광질서 계도반 운영
 - 모범 관광사업체 육성지원
 - 관광사업체 인센티브 부여
 - 외국인 관광객 유치 우수여행사 인센티브 부여
- 관광이벤트 활성화 및 상품개발
 - 관광이벤트 활성화
 - 성산 일출제 추진
 - 세계섬문화축제 준비
 - 제2회 제주도관광기념품 공모전 개최
 - 우리나라 최남단비 로고 관광상품개발
- 관광지 이미지 개선
 - 관광지 화장실 문화개선운동 추진
 - 관광지 화장실 정비
 - 관광지 주변 환경정비
 - 관광안내 표지판 설치
 - 관광안내 센터 표지판 설치
 - 종합관광안내소 운영 활성화
 - 서귀포시 종합관광안내소 운영
 - 관광상황실 운영
 - 관광정보(불편신고+안내)센터 운영
- 국제관광 교류협력 추진
 - 한·일 지사교류 회의 운영 활성화
 - 국제회의산업 육성 추진
 - 제4차 섬관광정책포럼 참가
 - 자치단체 국제화재단을 통한 교류협력

- 관광살리기를 위한 산·학·관 공조체제 유지
 - 제주관광학회 학술세미나 개최
 - 제주도 관광협회 운영 내실화
 - 서귀포시 관광협의회 운영 활성화

Ⅲ. 제주관광산업의 현황과 경쟁구조 비교

1. 관광산업의 범위

(1) 관광산업의 특성

- 관광³⁾이란 다면적이고 복합적인 현상이며 포괄적인 특성을 가진 개념이기 때문에 일반적이고 간단 명료한 답을 찾기가 쉽지 않음. 관광은 즐거움을 추구하는 문화행위이자 고도의 서비스를 통하여 관광객을 만족시키는 서비스활동임. 따라서 관광산업은 단순한 제조상품이 교환이 아니라 사람과 문화의 교류인 까닭에 많은 관련 산업이 연계된 복합산업이며, 다양한 요소와 현상이 조화를 이루어야 하는 시스템산업임.

<표 3-1> 관광산업의 특징

성 격	특 징	핵심 고려요소
시스템산업	· 관광시장, 교통, 대상, 기업의 상호의존관계	· 관련 요소간 협력과 조정
복합산업	· 관련 산업부문의 복합체	· 관련 산업과의 조화
서비스산업	· 관광산업의 핵심은 '서비스' · 사람과 문화의 교류	· 서비스제공자로서 사람

- 첫째, 관광산업은 특정한 유물이나 장소만이 관광대상이 되는 것이 아니라 지역 전체가 관광대상이고 관광상품임. 이 때문에 관광산업의 성패는 관련된 다양한 요소와 현상을 얼마나 효과적으로 조화·균형을 유지하느냐에 달려 있으며, 이러한 조정과 연출이야말로 필수적인 소프트웨어임.
 - 관광객이 목적지와 관광상품을 선택할 때 단순히 교환 가능한 단일 상품과 서비스 차원에서 선정하는 것이 아니고 방문대상지역의 기후, 문화 및 지리적 환경과 같은 특성들의 집합(the bundle of characteristics)을 고려하여 선정함. 이처럼 조화와 종합산업인 관광산업을 성공적으로 육성하고 진흥하기 위해서는

3) 관광이란 용어는 중국 고전 주역(周易)의 「觀國之光利用賓于王」이란 표현에서 나온 것으로 '나라의 빛'을 본다는 의미이며 관광하는 이는 방문국의 왕으로부터 귀빈대접을 받는다는 것임. 즉 타국의 문물 제도와 풍속을 보고 교양을 높이는 학습과 순례의 가치를 추구하는 여행의 한 형태(손대현, 1992: 73).

제도와 물질적인 건설도 필요하지만 부문간 협력과 조정(collaboration and coordination)이 중요함.

- 둘째, 관광산업은 대표적인 서비스산업으로서 고객에 대한 따뜻한 환대(hospitality)가 핵심상품이며, 이러한 서비스가 바로 소프트웨어임. 관광이라는 서비스재화의 특징은 경제적, 사회적, 심리적 특성으로 구분하여 설명할 수 있음.
 - ① 경제적 특성은 무형재이며 교환과정으로서 동시성, 재고가 불가능한 소멸성이라는 특징을 가짐.
 - ② 사회적 특성은 고객과의 상호작용이 강조되는데 관광서비스의 본질적 특징은 구매자와 판매자간의 만남(encounter)이라는 인간적 상호작용이 강조됨.
 - ③ 심리적인 측면에서 보면 서비스 제공자와 고객간의 인간관계를 연결해주는 마음인데 그렇기 때문에 관광산업은 사람산업(people industry)⁴⁾, 체험산업, 감각패션산업이라 불림. 따라서 관광마케팅도 무형성, 동시성, 소멸성, 가치공학, 질적 통제와 표준화, 상징성 등의 특성을 가짐.
- 여기서 서비스 품질(service quality)이란 관광산업 경쟁력의 핵심개념으로 관광객 만족과 재방문으로 직결되며,
 - 서비스 향상에는 오랜 시간과 지속적인 노력이 요구되며, 서비스 품질 향상을 위해서는 인적자원(humanware) 자체의 개발뿐만 아니라 매뉴얼화, 표준화 등 소프트웨어적인 전략이 요구됨.
- 셋째, IMF 이후 재정상황에서 막대한 투자비가 요구되는 하드웨어를 단시간 내에 건설하기는 어려움이 있음.
 - 교통체계관리 분야에서는 도로를 신설하여 교통의 흐름을 좋게 하는 것이 아니라 신호등의 주기 조정 가변차선제의 실시, 교차로 개선 등 교통흐름에 대한 운영관리기법을 통해 교통 소통을 원활하게 함.
 - 따라서 새로운 호텔을 건립하는 것보다 기존 시설을 개·보수한다거나, 중저가 숙박시설을 관광안내책자에 포함하여 이용률을 높인다거나, 일시에 집중되는 관광객을 계절별로 분산시킬 수 있는 프로그램을 개발하거나 또는 관광자원의 합리적 이용을 위해 예약제를 실시하거나 홍보를 강화함으로써 이용률을 높인다거나 각종 표지판, 안내문, 설명문에 대한 보완 및 정비로 이용의 편의성을 도모하는 등의 운영관리기법 즉 소프트웨어적인 접근이 필요함.

4) McIntosh, R. W and Charles R. Goeldner(1991), *Tourism : Principles, Practices, Philosophies*, NewYork : John Wiley & Sons Inc, p.243

(2) 관광 구성요소의 분류

○ 관광사업별 분류

- 현행 관광진흥법상 관광사업의 분류를 보면 제공되는 서비스의 유형에 따라 운송, 숙박, 음식, 운동, 오락, 휴양 또는 용역을 제공하는 업으로 구분하였으며 크게 여행업, 관광숙박업, 관광객이용시설업, 국제회의 용역업, 관광편의시설업으로 구분됨.
- 여행업은 일반여행업, 국외여행업, 국내여행업으로 관광숙박업은 호텔업과 휴양콘도미니엄업으로 구분하고
- 호텔업을 다시 관광호텔업, 국민호텔업, 해상공관호텔업, 가족호텔업, 한국전통호텔업으로 구분함
- 관광객이용시설업은 전문휴양업, 종합휴양업(1종, 2종), 자동차야영업, 관광유람선업, 관광음식점업, 외국인전용 유흥음식점업, 외국인전용 관광기념품 판매업으로 분류됨.

관광숙박업	관광호텔, 국민호텔, 가족호텔, 한국전통호텔업, 휴양콘도미니엄업
여행업	일반여행업, 국외여행업, 국내여행업
관광객이용시설업	종합휴양업(1종, 2종), 전문휴양업, 관광유람선업, 관광음식점업(한국음식점, 관광극장식당), 외국인전용 유흥음식점업, 외국인전용 관광기념품판매점업
국제회의용역업	국제회의용역업
관광객편의시설업	관광사진업, 관광토속주판매업, 전문관광식당업, 일반관광식당업
카지노업	카지노업

○ 관광공급요소별 분류

- 자연자원 : 기후, 대기, 토양, 식생, 수질, 자연경관 등 자연자원
- 기반시설 : 용수공급 및 하수처리, 가스 전기 통신시설과 같은 기반시설과 기타 고속도로, 공항, 철도, 도로, 주차장, 야간조명, 부두 접안시설, 열차역, 리조트, 호텔, 모텔, 레스토랑, 쇼핑센터, 엔터테인먼트, 박물관 등

- 교통 및 교통장비 : 선박, 항공기, 버스, 리무진, 택시 등 교통수단
- 호스피탈리티(hospitality)와 문화자원 : 관광종사자들의 친절함, 주민의 따뜻한 환대를 비롯하여 미술, 음악, 역사, 쇼핑, 스포츠 등의 자원

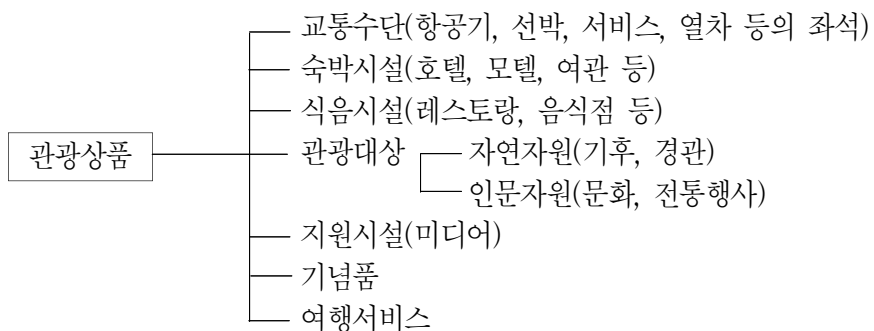
<표 3-2> 관광공급요소

구 분	세 부 내 용
자연자원	기후, 대기, 토양, 식생, 수질, 자연경관
기반시설	용수공급 및 하수처리, 가스 전기 통신시설
	고속도로, 공항, 철도, 도로, 주차장, 야간조명, 부두접안시설, 열차역, 리조트, 호텔, 모텔, 레스토랑, 쇼핑센터, 박물관, 엔터테인먼트
교통수단	선박, 항공기, 버스, 리무진, 택시
문화자원	친절함, 쾌적함 등 hospitality
	미술, 음악, 역사, 무용, 쇼핑, 스포츠

자료 : McIntosh & Goeldner(1991)

○ 관광상품별 분류 : 관광상품의 구성요소는 일반적으로 <그림 2-1>과 같이 분류할 수 있음.

- ① 교통운송수단으로는 항공기, 선박, 버스, 열차 등의 좌석
- ② 숙박업체로는 호텔, 여관, 모텔 등의 객실
- ③ 식음시설로는 레스토랑 등에서의 식음료 및 서비스
- ④ 여행에 필요한 장구 및 비품으로서 복장, 안내서, 의약품 등의 여행용품
- ⑤ 문화와 역사, 풍속 및 예술, 그리고 스포츠 등에서의 관광행위와 레저활동
- ⑥ 이런 활동을 제공하는 장소인 관광여행지
- ⑦ 여행정보에는 안내서, 카탈로그, 지도 등
- ⑧ 기념품에는 공예품, 민예품, 특산품 등
- ⑨ 여행전에 필요한 수속절차로는 여권, 사증(visa), 각종 여행보험 및 환전 등



(3) 관광산업에서의 소프트웨어

- 관광산업에서의 하드웨어는 도로, 전기, 가스 등 기반시설과 호텔, 식당, 주차장 등 편의시설을 의미하고, 소프트웨어는 매력적인 관광상품의 개발, 관광서비스의 질적 향상, 매력적인 이미지의 창출과 홍보 등을 의미함.
- 그러나 관광서비스를 전달하는데 있어 하드웨어와 소프트웨어는 확연히 구분될 수 있는 것이 아니라 상호 보완적인 기능을 하는 경우가 많음. 즉 하드웨어는 운영이라는 소프트웨어가 반드시 필요하며, 소프트웨어일지라도 관련되는 공간과 시설과 수단이 필연적으로 요구됨.
- 따라서 소프트웨어와 하드웨어의 공급은 소프트웨어 그 자체가 관광상품인 경우와 하드웨어 그 자체가 관광상품인 극단적인 경우가 존재한다고 가정한다면 양극단 내에 연속된 스펙트럼(spectrum)을 형성함. 대부분의 소프트웨어는 정도의 차이가 있을 뿐 이 연속선상에서 존재하게 됨.

<표 3-3> 관광산업에서의 하드웨어와 소프트웨어의 분류

구 분		세 부 내 용	
하드 웨어	기반시설 (infrastructure)	도로, 철도, 공항, 항만, 주차장, 가스, 전기, 통신, 상하수도시설 등	
	교통수단 (transportation)	선박, 항공기, 버스, 리무진, 택시	
	관광객 이용시설 (suprastructure)	리조트, 호텔, 콘도미니엄, 컨벤션센터, 쇼핑센터, 카지노, 레스토랑, 관광안내센터, 박물관, 테마파크, 엔터테인먼트시설 등	
소프트 웨어	상품	여행상품	패키지 여행상품, 관광코스, 답사프로그램
		기념품	토산품, 민속공예품, 지역특산물
		이벤트	축제, 이벤트기획
	운영	관광지 운영	예약, 서비스 제공, 환대서비스(hospitality)
		마케팅	상품기획, 홍보, 판촉, 민관 공동마케팅
		지역이미지	친절함, 청결함, 쾌적함
		인식제고	주민의 공감대 형성 및 참여, 종사원 교육
	정보	정보제공	가이드북, 안내지도, ARS정보제공, 인터넷정보제공
		안내·해설	안내 및 해설서비스, 통역
	제도	세제·금융	관광진흥기금
규제·제도		관광진흥법, 문화재관리법, 건축법, 도시계획법 등	

- 관광소프트의 유형을 소프트웨어의 성격에 따라 분류해 보면
 - 첫째, 소프트웨어 단독형으로서 관광해설서비스, 각종 세제혜택 등과 같이 하드웨어와는 직접 관련없이 소프트한 활동 그 자체만으로 관광서비스를 제공하는 것이 포함됨.
 - 둘째, 하드웨어 결합형으로서 하드웨어를 효과적으로 활용함으로써 활동의 실효성을 높이는 것임. 일정한 시설이나 특별한 공간에 필요한 소프트웨어가 결합된 상태로 철도와 철도시각표, 호텔과 호텔내 서비스가 이에 해당됨. 이때 하드웨어는 주로 기반시설 또는 관광객 편의시설, 이용시설을 의미함.

2. 제주관광산업의 현황 및 문제점

(1) 제주관광산업의 현황

가. 관광자원의 현황

- 서울지구 거주자를 대상으로 한 연구(서태양, 1991)에 의하면
 - 제주도의 매력요인은 맑은 공기, 쾌적한 기후, 아름다운 자연경관 등의 자연환경요인과 해수욕장요인과 문화유적 감상, 문화예술행사 참여, 토산물, 토속음식과 같은 문화적 요인 등이고
 - 설악산의 매력요인은 아름다운 자연경관, 편리한 교통, 훌륭한 관광시설 등이며,
 - 경주의 매력요인은 풍부한 문화유산, 교통 등이라고 했음
- 이처럼 제주도는 그만큼 깨끗하고 아름다운 자연환경과 문화자원을 보유하고 있고, 주로 자연자원에 의존하는 관광지로 소비자에게 인식되고 있음.
- 다음 <표 3-4>에서 <표 3-6>은 제주의 관광자원을 정리한 것임.

<표 3-4> 제주의 주요 관광자원

구 분	개 소	주 요 내 용
영주10경	10	성산일출, 녹담만설, 굴림추색, 영구춘화, 산포조어, 고수목마, 정방하폭, 산방굴사, 사봉낙조, 영실기암
계 곡	11	탐라계곡, 구구곡, 안덕계곡, 어승생, 백록담, 성판악, 삼각봉, 왕관능, 무수천, 돈내코, 수악계곡
폭포및소연	6	천지연, 천제연, 정방폭포, 용연, 영또폭포, 용소연포
동 굴	10	만장굴, 빌레못굴, 김녕사굴, 미천굴, 와흘굴, 소천굴, 협재굴, 협재쌍용굴, 구린굴, 황금굴
기 암	10	용두암, 성산기암, 외돌개, 바람바위, 오백나한, 방선문, 절부암, 우두암, 용암수형, 산방산
수 립	4	비자림, 동백군, 구상나무군, 철쭉
기생화산	360	노루오름, 사라오름, 입산봉, 산굼부리, 송악산 등
식 물	1,635종	왕벗나무, 문주란, 란(한란,새우내란) 등
동물및곤충	800종	핑, 황새, 팔색조, 노루, 오소리, 제주족제비 등
해수욕장	10	이호, 광지, 함덕, 협재, 김녕, 화순, 중문, 표선, 신양, 하모
낚 시 터	15	사라봉, 서부두, 용두암, 도두, 다려도, 형제섬, 비양도, 토끼섬, 두모, 용수, 하가, 차귀도, 마라도, 우도, 추자도
등 산	5코스	관음사, 어승생, 영실, 성판악, 돈내코
수 립	2	대유수림장 도전역(금렵구 제외)
유 물	2	관덕정, 불탑사 5층 석탑
사 적 지	1	삼 성 혈
기 타	17	감골원, 송당목장, 이시돌목장, 제동목장, 항몽유적지, 모층사, 삼매봉, 목석원, 성읍민속마을, 제주민속촌, 해양수족관, 관광식물원, 조각공원, 신천지미술관, 베릿내어촌, 제주분재예술원, 주상절리

※ 삼다(三多) : 돌, 바람, 여자 삼무(三無) : 거지, 도둑, 대문
 삼보(三寶) : 자연과 민속, 언어, 식물 삼려(三麗) : 인심, 자연, 열매

<표 3-5> 제주 도·시·군관리 관광지 : 11개소

관 리	명 칭	주 소	관 련 법 규	전 화 번 호 (지역번호 064)
제 주 도	민속자연사박 물관	제주시 일도2동 996	박물관 및 미술관진흥법	722-2465
	한라산 국립공원	제주시 해안동 산 220	자연공원법	742-3084
서귀포시	천제연폭포	서귀포시 색달동 3381-1	문화재보호법	738-1529
	천지연폭포	서귀포시 서귀동 799-3	문화재보호법	733-1528
	정방 폭 포	서귀포시 동홍동 454	문화재보호법	733-1530
북제주군	만 장 굴	북군 구좌읍 동김녕리 41	문화재보호법	783-5412
	비 자 립	북군 구좌읍 평대리 3164-1	문화재보호법	783-3857
	항몽유적지	북군 애월읍 상귀리 1010	문화재보호법	799-1968
남제주군	성산일출봉	남군 성산읍 성산리 104	문화재보호법	782-3996
	안덕계곡	남군 안덕면 감산리 345	문화재보호법	794-8683
	산방굴사	남군 안덕면 사계리 181-1	문화재보호법	794-2940

<표 3-6> 제주 사설관광지 : 13개소

소재지	명칭	주소	관련법규	전화번호
제주시	목석원	제주시 아라1동 1795-1	문화재보호법	755-0203
	삼성혈	제주시 이도1동 1313	문화재보호법	722-3315
서귀포시	퍼시픽랜드	서귀포시 색달동 2950 -5	관광진흥법	738-2888
	여미지	서귀포시 색달동 2920	관광진흥법	738-3828
	베릿네어촌	서귀포시 중문동 2563-1	관광진흥법, 박물관 및 미술관진흥법	738-5511
	대유산업	서귀포시 상례동 144	관광진흥법	738-0500
북제주군	한림공원 (협재·쌍용굴)	북군 한림읍 협재리 2487	도시공원법, 문화재보호법	796-0001
	산굼부리	북군 조천읍 교래리 38	도시공원법, 문화재보호법	783-9900
	신천지미술관	북군 애월읍 광령리 2741	박물관 및 미술관진흥법	748-2135
	분재예술원	북군 한경면 저지리 1534	관광진흥법	772-3701
남제주군	제주민속촌	남군 표선면 표선리 40-1	관광진흥법	787-4501
	제주조각공원	남군 안덕면 덕수리 산27	자연공원법	794-9680
	신영 제주 영화 박물관	남군 남원읍 남원리 2381	박물관 및 미술관진흥법	764-7777

나 관광시장 현황

○ 내국인 관광객수 변화

- '99년을 기준으로 보았을 때. 개별 방문객이 230만명으로 최다를 기록하였고, 일반 58만명, 수학여행 21만명, 신혼여행 31만명 수준을 보이고 있음.
- '90년 이후부터 '99년까지의 추세를 보면 일반단체는 '97년 80만명에 비해 크게 감소한 수치를 보이고 있고 수학여행은 '97년 50만명에서 역시 크게 감소하였음.
- 신혼여행 역시 '92년 54만명을 정점으로 크게 감소하고 있는 실정이고 개별단체여행객만이 큰 감소없이 안정적인 방문 수치를 보이고 있음.
- 전체적으로 보았을 때, '97년의 4백 17만명을 정점으로 '99년에는 3백 41만명으로 다소 침체되어 가는 추세임.

<표 3-7> 유형별 관광객수 현황

(단위 : 명)

구분	일반단체	수학여행	신혼여행	개별기타	내국인계
90년	577,766	205,425	474,934	1,498,898	2,757,023
91년	652,007	229,798	535,540	1,511,897	2,929,242
92년	725,307	251,990	548,266	1,653,567	3,179,132
93년	615,884	212,790	463,828	1,894,047	3,186,549
94년	661,418	266,423	424,196	2,118,060	3,470,106
95년	771,873	352,056	381,658	2,243,739	3,754,960
96년	802,693	443,493	347,588	2,336,927	3,934,720
97년	807,313	507,248	355,944	2,508,284	4,178,789
98년	493,254	128,533	424,038	2,021,590	3,067,415
99년	584,116	211,259	316,506	2,307,990	3,419,871

자료 : 제주관광협회

- 일반단체와 가족여행이 61%대인데 대도시에 거주하는 경향이 강하고 중소도시에 거주하는 자는 35%대로서 거의 집단간 차이가 없으며, 군읍 지역은 일반여행과 수학여행이 8%대로 다소 높고 가족여행객은 2%대로 가장 낮았음.
- 일반은 서울 28%, 부산 16%, 경기 10%, 경남 11%이고 나머지 지역은 5%미만의 낮은 수준임.
- 수학여행은 서울 23%이고 부산, 대구, 경기, 경북, 경남 12% 수준, 나머지는 미미한 수준임.

- 신혼여행은 서울 24%, 부산 11%, 경기 14%, 경남북 10%, 대구 8% 나머지 지역은 미미한 수준을 보이고 있음.

<표 3-8> 내국인 관광객의 거주지역별 분류

	1.일반	2.수학	3.신혼	4.가족	5.개별	합계
서울	69	26	29	170	43	337
	20.5	7.7	8.6	50.4	12.8	100.0
	28.0	23.0	24.0	30.7	26.4	28.2
부산	40	14	14	65	28	161
	24.8	8.7	8.7	40.4	17.4	100.0
	16.3	12.4	11.6	11.8	17.2	13.5
대구	10	14	10	25	12	71
	14.1	19.7	14.1	35.2	16.9	100.0
	4.1	12.4	8.3	4.5	7.4	5.9
광주	8	4	4	29	8	53
	15.1	7.5	7.5	54.7	15.1	100.0
	3.3	3.5	3.3	5.2	4.9	4.4
경기	26	15	17	84	14	156
	16.7	9.6	10.9	53.8	9.0	100.0
	10.6	13.3	14.0	15.2	8.6	13.0
강원	1			5	3	9
	11.1			55.6	33.3	100.0
	.4			.9	1.8	.8
충북	7	1		6	2	16
	43.8	6.3		37.5	12.5	100.0
	2.8	.9		1.1	1.2	1.3
충남	3		4	7	8	22
	13.6		18.2	31.8	36.4	100.0
	1.2		3.3	1.3	4.9	1.8
경북	14	14	12	36	9	85
	16.5	16.5	14.1	42.4	10.6	100.0
	5.7	12.4	9.9	6.5	5.5	7.1
경남	27	13	13	51	21	125
	21.6	10.4	10.4	40.8	16.8	100.0
	11.0	11.5	10.7	9.2	12.9	10.5
전북	6	7	6	14	6	39
	15.4	17.9	15.4	35.9	15.4	100.0
	2.4	6.2	5.0	2.5	3.7	3.3
전남	10	1	1	13	1	26
	38.5	3.8	3.8	50.0	3.8	100.0
	4.1	.9	.8	2.4	.6	2.2
대전	5		6	11	2	24
	20.8		25.0	45.8	8.3	100.0
	2.0		5.0	2.0	1.2	2.0
합계	246	113	121	553	163	1,196
	20.6	9.4	10.1	46.2	13.6	100.0
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	-

자료 : 제주관광협회

- 나머지도 대체적으로 비슷한 수준을 보이고 있는데 서울 부산 경기 지역의 비중이 높고, 경남과 경북도 상대적으로 높음. 인천은 5% 내외수준, 광주는 4%대, 강원과 충북은 1%대, 충남 3%대 전북 4%대 전남은 수학여행과 신혼여행은 거의 없이 평균 2%대, 대전은 약 3%대의 수준을 보이고 있음.
- 일반여행객 연령집단은 20대가 24%로 가장 높고 40대 50대는 18% 수준임
10대는 매우 미미하고, 70세 이상도 4%로 낮은 수준임.
- 수학여행집단은 학생이므로 당연히 20대 75%, 10대 25%로서 젊은 계층이 압도적으로 높음.
- 신혼여행집단도 20대와 30대가 주를 이루고 있음 .

<표 3-9> 내도 내국인 관광객의 연령집단

	1.일반	2.수학	3.기혼	4.가족	5.개별	합계
10대	1 3.2 .4	23 74.2 20.4			7 22.6 4.3	31 100.0 2.6
20대	59 14.7 24.0	85 21.1 75.2	85 21.1 70.2	90 22.4 16.3	83 20.6 50.9	402 100.0 33.6
30대	35 10.0 14.2	2 .6 1.8	35 10.0 28.9	250 71.6 45.2	27 7.7 16.6	349 1000 29.2
40대	46 28.6 18.7	2 1.2 1.8	1 .6 .8	95 59.0 17.2	17 10.6 10.4	161 100.0 13.5
50대	47 34.1 19.1	1 .7 .9		74 53.6 13.4	16 11.6 9.8	138 100.0 11.5
60대	48 52.2 19.5			34 37.0 6.1	10 10.9 .6	92 100.0 7.7
70대 이상	10 43.5 4.1			10 43.5 1.8	3 13.0 1.8	23 100.0 1.9
합계1	246 20.6 100.0	113 9.4 100.0	121 10.1 100.0	553 46.2 100.0	163 13.6 100.0	1,196 100.0 -

자료 : 제주관광협회

- 가족여행객은 30대 45%로서 가장 높고, 20대 40대 50대는 15%내외, 60대는 6%정도의

점유를 보이고 있음.

- 개별여행객은 20대가 50.9%로 압도적임. 30대 16% 40대 50대가 10%수준, 60대가 6% 수준임.

○ 외국인 입도 시장 현황

- 내도 외국인 방문객 현황을 보면 전체적으로 '91년과 '93년 27만명 수준에서 현재는 24만명 수준으로 내려갔음.

<표 3-10> 외국인 방문객 추이

연도	계	교포	일본	대만	홍콩	미국	영국	중국	기타
'90	235,073 (100%)	30,824 (13.1)	140,454 (59.8)	36,290 (15.4)	9,974 (4.2)	10,573 (4.5)	845 (0.4)	-	6,113 (2.6)
'91'	275,371 (100%)	24,085 (8.7%)	181,962 (66.1)	39,739 (14.4)	14,166 (5.2)	8,048 (2.9)	1,117 (0.4)	-	6,254 (2.3)
'92	242,576 (100%)	12,224 (5.0)	161,983 (66.8)	43,033 (17.7)	13,595 (5.6)	5,420 (2.2)	1,835 (0.8)	-	4,486 (1.9)
'93	277,359 (100%)	23,891 (8.6)	189,535 (68.3)	28,668 (10.3)	16,229 (5.9)	9,299 (3.4)	2,564 (0.9)	-	7,173 (2.6)
'94	222,442 (100%)	31,180 (14.0)	156,900 (70.5)	19,587 (8.8)	4,294 (1.9)	5,344 (2.4)	648 (0.3)	1,117 (0.5)	3,372 (1.5)
'95	241,884 (100%)	20,323 (8.4)	152,672 (63.1)	29,471 (12.2)	28,020 (11.6)	3,163 (1.3)	346 (0.1)	2,582 (1.0)	5,577 (2.3)
'96	209,253 (100%)	21,610 (10.3)	128,529 (61.4)	25,778 (12.3)	18,447 (8.8)	3,800 (1.8)	254 (0.1)	3,944 (1.9)	6,891 (3.3)
'97	184,403 (100%)	15,594 (8.4)	121,446 (65.8)	13,543 (7.3)	18,191 (9.9)	3,082 (1.7)	691 (0.4)	5,075 (2.8)	6,781 (3.7)
'98	223,701 (100%)	18,324 (8.2)	117,948 (52.7)	8,467 (3.8)	43,101 (19.3)	5,079 (2.3)	605 (0.3)	15,142 (6.9)	15,035 (6.7)
'99	246,965 (100%)	15,139 (6.1)	126,128 (51.1)	2,222 (0.9)	31,894 (12.9)	7,788 (3.2)	482 (0.2)	46,247 (18.7)	17,065 (6.9)

자료: 제주관광협회

- 최대시장은 일본으로 '93년 19만명 정도 방문하여 점유율 70% 정도에 이르렀으나 '99년 기준 12만 5천명으로 51%대의 점유율에 그치고 있음.
- 중국은 최근 급부상하고 있는데 '98년 1만 5천명 7% 점유율에서 '99년 4만 6천명 18.7%의 점유율로서 크게 성장하고 있음.
- 교포방문 시장은 '94년 3만1천명 수준 14%의 점유에서 '99년 1만 5천으로 6%대의 시장점유에 그치는 부진한 모습을 보이고 있음.

- 홍콩시장은 '98년 4만 3천명 19.3% 시장점유 보다 떨어지기는 했으나 '99년 3만 1천명 13%의 시장점유로 주요 시장임을 알 수 있음.
- 미국이 '99년 8천명으로 3.2%의 시장점유 수준, 나머지 영국이나 대만 혹은 기타 방문국은 통계에 잡히지 않을 정도로 미미한 수준임.
- 제주를 방문하는 외국인들의 인구통계학적인 특성이라든가 직업, 거주지 등은 통계로 집계되지 않아 마케팅 전략을 수립하는 데 있어 문제를 드러내고 있음.

다. 관광수입 현황

- 제주지역은 관광산업이 지역경제에서 차지하는 비중이 도민총생산의 약 1/4로 매우 높음(<표 3-12> 참조). 제주지역에서 관광산업이 차지하는 위상을 개략적으로 파악하기 위하여 제주지역 관광관련업체 기초통계조사를 살펴보면 <표 3-11>과 같음.
- 제주도 관광수입은 '70년도 8억원으로서 도민총생산의 3%에 불과하던 것이 '86년에는 관광수입이 감귤수입 1,416억원을 추월하였으며, '91년도 이후에는 도민총생산의 약 1/4에 이를 정도로 비약적인 성장을 보임.
- '98년 현재 3차산업이 차지하는 비중은 71.7%로 매우 높게 나타난 것은 관광산업의 성장에서 기인한 것임.
- 내국인 관광수입은 IMF 이후 '98~99년에는 '97년에 비해 다소 떨어졌지만 2000년에는 10,876억원으로 1조원을 돌파하였으며, 외국인 관광수입은 지속적인 상승세를 보이고 있음.

<표 3-11> 제주도 관광 관련업체 현황(2000. 12. 31현재)

구분	업체명	업체수	업체내역	근거
	합계	2,245		
관광진흥법	소계	379		
	여행업	264	일반 20, 국외 34, 국내 210(※ 영업소 : 52)	관광진흥법 제 3 조
	관광숙박업	50	관광호텔 40, 콘도미니엄 7, 우리나라전통호텔 1, 일반관광 1, 가족호텔 1	
	관광객이용시설업	25	전문휴양업 4, 관광음식점 6, 외국인전용관광기념품판매업 15	
	국제회의업	1	국제회의기획업 1	
	카지노업	8	제주시 5, 서귀포시 3	
	유원시설업	9	제주시 6, 서귀포시 1, 남제주군 2	
	관광편의시설업	22	전문관광식당업 17, 관광사진업 5	
기타 법령	소계	1,866		
	골프장	7	제주시 2, 서귀포시 1, 북제주군 1, 남제주군 3	체육시설의설치·이용에관한법률
	숙박업	1,437	일반호텔 76, 여관 367, 여인숙 185, 민박 809	부가가치세법
	승마장업	22	제주시 2, 서귀포시 2, 북제주군 7, 남제주군 11	제주도개발특별법
	유람선업	14	제주시 1, 서귀포시 3, 북제주군 2, 남제주군 8	유선및도선사업법
	관광농원	25	제주시 2, 서귀포시 5, 북제주군 10, 남제주군 8	농어촌정비법
	기념품·토산품점	182	제주시 116, 서귀포시 24, 북제주군 10, 남제주군 32	부가가치세법
	보세판매장(면세점)	4	제주시 3, 서귀포시 1	관세법
	건강보조식품 등 특산품판매	42	농원 5, 성읍민속마을내 37	부가가치세법
	자동차운송사업체	109	전세버스 43, 렌트카 31, 회사택시 35 ※ 개인택시 3,145대	여객자동차운수사업법
관광지	24	자치단체직영 11, 사설관광지 13	관광진흥법 문화재보호법	

<표 3-12> 도민총생산 및 관광수입 추이

(단위 : 억원)

연도별	도민 총생산/관광수입			비 고
	도민 총생산	관광수입	%	
1960	-	0.14		도민 총생산('61) : 26억원
1970	240	8	3	
1975	1,102	59	5	
1980	3,753	260	7	
1981	4,625	425	9	
1984	7,036	1,000	14	
1985	7,362	1,157	16	
1986	8,261	1,438	17	관광수입이 감귤수입(1,416억원) 추월
1990	16,637	4,319	26	
1991	20,882	5,132	24	
1995	37,419	9,814	26	
1996	40,145	10,179	25	관광수입 1조원 돌파
1997	44,663	10,759	24	산업별 : 1차 24.1%, 2차 3.7%, 3차 72.2%
1998	41,520	9,558	23	산업별 : 1차 25.4%, 2차 2.9%, 3차 71.7%
1999	--	10,295		
2000	--	14,975		

<표 3-13> 연도별 관광객과 관광수입

구 분	전 국 (외국인 : 천명)	제 주 도					
		관 광 객 (천명)			관 광 수 입 (억원)		
		계	내국인	외국인	계	내국인	외국인
'70	173	245	238	7	8		
'75	632	359	331	28	59		
'80	976	669	649	20	260	227	33
'85	1,426	1,323	1,249	74	1,157	899	258
'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	3,935	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	3,822	289	14,975	10,876	4,099
2001 계 획	5,800	4,200	3,890	310	15,545	11,092	4,453

(2) 제주지역 관광산업의 문제점

가. 상품 및 운영 등 소프트측면

① 문화자원의 상품화 부족

- 문화관광에 대한 잠재력이 높지만 문화자원을 이용한 관광개발은 아직 미약한 수준임. 다양하고 풍부한 문화적 자원을 갖고 있음에도 불구하고 문화적 자원을 이용하여 관광객을 유치하기 위한 노력이 부족함.
- 제주는 훌륭한 문화관광자원을 연출하여 가치를 창출하지 못하고 있음.
 - 문화자원들을 제대로 가꾸지 못하고 조직적으로 연계시키지 못해 하나하나의 관광요소가 관광매력으로서 시너지 효과를 거두지 못하고 있음.
 - 문화자원의 가치는 ‘아는 것만큼 느낀다’고 말하듯이 문화관광은 주마간산 격으로 둘러보아서는 그 의미와 즐거움을 느낄 수 없음.
 - 제주문화의 유산을 단순히 구경하는 사적관광이 아닌 문화의 형성과정을 이해하고 관광객이 직접 참여할 수 있는 프로그램이 필요하지만 역사체험프로그램, 답사프로그램이 아직 미흡한 실정임.

② 다양한 관광기념품의 부족

- 다양한 관광상품은 지속적인 투자와 창의적인 아이디어 없이는 불가능함.
 - 그럼에도 대부분의 기념품업체들이 영세하고 디자인, 유통, 제작 등 관련 업체, 기관간 협력체계가 부실하기 때문에 새로운 상품의 개발에는 한계가 있음. 이 때문에 조악한 품질과 디자인의 제품들이 대량으로 쏟아져 나오고 있어 관광기념품으로서의 가치가 떨어짐.
- 이러한 문제는 과도한 판매수수료를 지불해야 하는 구조적인 문제에서 비롯된 것으로 생각됨.
 - 기념품점은 여행사를 통해 관광객을 유치하게 되는데 이때 판매액의 35~40%⁵⁾ 정도가 수수료로 지불되는 것이 관례화됨.

5) 기념품점의 대체적인 수익구조는 원가, 운영비, 수수료로 구성됨. 이 가운데 수수료는 35%~40%에 이르며 구체적으로 여행사 25%, 가이드 10%, 접대비 5% 등

- 가뜩이나 영세한 업체는 신제품 개발에 투자할 여력이 없어지고, 손쉽게 만들 수 있는 모방품이 판을 치고, 관광객이 외면하여 판매가 저조해지고, 결국 재투자가 안되는 악순환이 구조적으로 반복되고 있음.
- 이 때문에 토기나 도자기같이 원가는 낮고 판매가는 고가인 품목은 일반 기념품에 비해 수수료를 높일 수 있어 여행사에 인기가 있음.

< 사례 : 제주도 민속자연사박물관 >

제주도 민속자연사박물관이 제주의 민속과 자연을 곁들인 관광상품 개발에 나섰다. 자연사박물관이 개발중인 관광문화상품은 금속류, 종이류, 복제품, 감귤향수와 소형장식품, 곤충류 등 모두 39종이다. 이들 상품을 도내 중소기업과 연계해 개발하는 한편 관광객들을 대상으로 판매할 생각이다. 개발중인 상품가운데는 한지로 만든 돌하루방과 제주형 대문인 정낭, 물허벅, 동자석 등도 개발해 판매하며, 곤충류와 조류, 어류의 복제품 등도 판매한다.

관광객들에게 제주의 민속문화를 제대로 전달하기 위해서 박물관이 소장하고 있는 전시품을 소재로 관광상품을 개발하게 되었다. 박물관을 찾는 관광객이 연간 120만 명에 이르는 만큼 수익증대에도 큰 기여를 할 것으로 기대하고 있다. 또 자연사박물관은 이미 한라산과 오름 등이 담긴 절경사진, 제주도를 소개하는 비디오테이프, 그림엽서 등을 판매하고 있다.

③ 서비스 연출과 야간관광상품의 부족

- ‘제품은 생산되고 서비스는 연출된다’는 말처럼 관광지엔 연출이 필요함.
 - 연출은 시나리오의 연출 구성요소인 고품위 인적서비스, 색상, 분위기, 디자인, 장치, 조명, 음향, 의상 등을 유기적으로 결합시키는 기술임.
 - 연출의 궁극적 목적은 고객을 감동시키는 것이므로 우선 그들의 심리를 읽고 파악해야 함. 연출은 인간과 상호작용을 극대화하는 것으로 디즈니랜드의 모토는 손님들에게 꿈과 감동을 주기 위해서는 거기에 일하는 직원들에게 먼저 꿈과 감동을 느끼게 함.
 - 지역주민들이 호스트(host)로서 지역의 향토사를 캐내고, 이 지역 주민들이 관광이나 역사전공자들이 가이드가 되어 정확한 고증으로 열정적인 안내가 이루어지고, 위생, 청결, 공중질서, 웃는 얼굴 등 ‘친절서비스’만 잘해도 관광지가 전국에서 가장 깨끗하기만 해도 방문자들이 감동할 수 있는 연출이 될 것임.

- 야간관광상품이 부족함(일반 유흥업소와는 전혀 다름).
 - 세계적인 관광지로 잘 알려진 프랑스의 파리는 밤낮없이 볼거리가 넘치는 도시로서 루브르 박물관, 개선문, 몽마르트르 언덕 등을 낮에 돌고 나면 밤에는 리도쇼와 센강 유람선이 기다리고 있음.
 - 싱가포르 센토사섬에는 밤이 되면 현란한 물과 빛과 소리의 향연이 펼쳐짐. 한 낮의 열대 열기를 피해 관광객들은 시원한 밤공기를 마시며 음악분수를 즐길 수 있음.
 - 또 세계최초로 야간에 동물원을 관람하는 야간사파리는 최고의 인기를 누리는 야간관광상품임.

④ 지역내 협력적 네트워크 부재

- 관광관련 이해당사자들간의 협력(collaboration)과 참여(participation), 전략적 제휴(strategic alliance)는 지역관광 발전의 성공을 좌우하는 중요한 요소임. 관광활성화를 위해 협력이 중요한 이유는
 - 관광은 여러 이해당사자들이 참여하는 복합산업이며, 시스템산업이기 때문이므로, 상품을 구성하거나 마케팅을 함에 있어 전체 상품을 구성하는 다양한 이해당사자의 이해를 협력을 통해 조정(coordinate)하지 않으면 안됨.
 - 관광객은 목적지의 전체 속성(total sets of destination attributes)으로 목적지를 인지하고 선택하기 때문임.
 - 사업자의 입장에서라도 제공되는 전체상품의 이미지 속에서 다른 공급자의 전략과 맞지 않는다면 개별 기업의 마케팅은 제한적일 수밖에 없기 때문임.
- 그동안 한국관광공사 뿐만 아니라 자회사로서의 제주관광개발공사, 그리고 제주 지역 관광업계, 제주도가 각기 자체적인 홍보활동을 펼치고 있는 실정이어서 유기적인 협력체계가 대단히 미약함.

나. 관광객 시장의 문제점

① 내국인 관광객 시장의 문제점

- 성수기에는 각종 관광수용태세의 미흡으로 방문하고자 하는 관광객들을 수용하지 못하고 있고, 비수기에는 저가의 덤핑관광상품이 난립하면서도 관광객 유치가 저

조해 적자운영에 허덕이는 경우가 많음.

- 제주도 방문객중 1인당 여행경비 비용이 큰 신희여행시장과 인센티브 시장이 계속 감소 추세를 보이고 있는데 여행사들을 상대로 적극적인 세일즈를 펼쳐 나가야 함.
- 렌트카, 택시, 관광농장, 기념품점 등에서의 관광부조리와 제주도 관광종사원들의 횡포와 불친절 등이 중앙방송에 뉴스화 되면서 관광목적지로서의 이미지를 실추시키고 있음.
- 야간에 즐길 수 있는 관광상품이 한정되어 있어 많은 관광수입을 올릴 수 있는 기회가 차단되고 있음.
- 경주와 부산 그리고 목포 등은 지역의 문화행사를 관광산업진흥에 적극적으로 연계하여 관광객 유치에 만전을 기울이고 있으나 도내의 문화행사는 관광산업과의 전략적 제휴나 연계에 성공적이지 못함.
- 패러글라이딩이나 스쿠버다이빙, 낚시, 산악레저 상품과 같은 체험형 관광상품은 양식장 운영과 항공기 이착륙, 어선법으로 인한 각종 규제로 인해 시행하기가 매우 번거로운 상태임.
- 남북정상회담과 금강산·설악산 연계상품의 개발계획 등의 여파로 인해 국내 관광의 중심지가 상당부분 강원도로 이동할 것으로 예상되지만 이에 대한 대비가 미흡한 실정임.
- 도내 관광에 소요되는 비용은 10만원대에서 150만원대까지 넓게 퍼져있으나 대부분 40~50만원 정도의 비용을 지불하는 것으로 나타났는데 가격 경쟁력에서 국내의 타주요 관광지와 동남아 시장에 밀리고 있는 추세임.
- 제주지역 여행업계는 '97년 2백 54개 업체이던 것이 '99년 말에는 55개 업체가 문을 닫아 21%가 감소되는 현상을 보이고 있음. 타도시 지역에는 신규여행사가 늘어나고 있는 현상과 비교할 때 이는 그만큼 제주관광이 어렵다는 것을 반증하고 있는 것임.
- 국내 대한항공과 아시아나 항공편은 서울, 부산, 대구, 광주, 진주, 여수, 울산, 군산, 목포, 포항, 예천에서 제주로 향하는 노선이 있고 선박편으로는 인천, 목포, 완도와 제주를 연결하는 노선이 있는데 성수기의 경우 항공편 좌석을 확보하지 못해 타지역으로 관광객들이 발길을 돌리고 있는 추세임.
- 지방자치제를 본격 실시한 이후 전국의 자치단체가 관광산업을 주요 전략산업으로 설정하고 있는 추세임. 내국인 관광객을 유치하기 위해 공격적인 마케팅을 구사하고 있고 제주관광에 대한 중앙정부의 지원도 전국대비 1%수준인 도세에 맞게 예산배정을 하고 있어 관광정책을 펼쳐나가기가 점점 어려운 환경이 되고 있

음.

- 제주도 관광홍보를 보면 도와 4개 시·군, 관광협회 등이 홍보비 예산집행을 하는데 있어 서로 중복되고 있고 전문인력의 부족으로 인해 효율적인 예산집행이 안되고 있음. 영남과 호남지역이 관광협의회를 구성하여 집중적이고 효율적인 공동 홍보활동을 펼치는 것과 대조를 보이고 있음.
- 또한 한국관광공사와 같이 공신력있는 단체 등을 통해 예산집행 없이 홍보할 수 있는 기회가 있음에도 불구하고 관광담당 공무원들의 소극적인 태도로 좋은 홍보 기회를 놓치고 있음.
- 관광공사에서 시행한 직장인 설문조사의 국내여행목적지 선호도를 보면, 산 좋고 물 좋은 곳으로 인식되는 강원도가 41%로서 제주도 21%의 두배에 가까운 수치를 보이고 있음.
- 또한 여행정보 획득 수단을 보면 인터넷을 통한 정보획득이 47%로 압도적인데 제주도의 사이버공간을 활용한 마케팅 전략을 보면 관광정보 이용자들의 욕구를 충족시켜 줄 수 있는 체계적이고 전문적인 정보를 제공하지 못하고 있음.
- 다시 말해 제주지역의 관광사업체의 사이트는 관광상품 소개만을 일률적으로 제공하고 있는데 이는 실질적으로 네티즌들을 끌어들이 수 있는 커뮤니티가 형성되어 있지 않고 경비계산 시스템이나 관광 코디네이션 기능과 같은 편의시설이 없어 네티즌들을 오래 머무르게 할 수 있는 동기부여가 안되고 있음.
- 업종별로 보면, 호텔의 경우 객실에 대한 예약만 있고 패키지 상품에 대한 자세한 소개가 없으며 상품 가격도 실시간 가격을 제공하지 못하고 있음. 여행사의 경우도 상품을 나열만 하고 있을 뿐 상품 내용은 제공하지 못하고 있으며, 관광 지리정보도 나열식에만 그쳐 취약한 모습을 보이고 있음. 또한 사이트의 구성이 세련되지 못해 이용객들에게 높은 신뢰감을 주지 못하고 특히, 특정 관광정보를 얻기 위한 검색기능이 제공되지 못하고 있음.

② 외국인 관광객 시장의 문제점

- 제주도를 방문하는 주요 외국인 관광객들이 일본과 중국 같은 특정 국가에만 편중되어 있어 시장다변화를 꾀해야 할 필요성이 있음.
- 지리적으로 멀리 떨어진 유럽과 미국 지역에서는 제주도에 대한 인지도가 낮은 것은 물론 제주도가 극동지역의 끝이고 계절적으로 특색이 없어 매력적인 관광목적지로서의 인식을 못하고 있음.
- IMF경제관리체제, 환경보존논리, 민자와 외자유치 전략의 부재로 인해 제주도 관

광개발이 정체되고 있어 외국인 방문객들의 빠른 선호도 변화를 따라잡지 못하고 있음.

- 지속가능한 관광상품 개발을 위해서는 치밀한 준비가 필요한데, 환경보존논리를 극복하기 위해서는 외국의 성공사례를 심층 연구하는 자세가 필요함.
- 캐나다 북서부 록키산맥 기슭의 온천휴양지인 밴프는 평균 나무높이 보다 낮게 시설물을 조성하여 숲의 원형을 보존하고 있고 오솔길을 따라 차가 이동하고 있으며 고즈넉한 분위기에 걸맞는 숙박시설을 제공하고 있음.
- 스위스 융프라우는 초기 극렬한 반대를 설득하고 산정상까지 철도를 부설하였는데 전문 알피니스트가 아니고서는 융프라우의 경관 감상이 어려운 상황을 개선하여 누구나 감상할 수 있고 세계적인 관광명소로 자리매김하게 만들었음.
- 발리의 경우 70년대 초반에는 외국인 관광객이 거의 없었으나 전문관광개발 계획가에게 관광지 조성을 맡기었고 국가적 차원에서 지원이 이루어졌으며 ‘엠마뉴엘 부인’과 같은 영화촬영 장소로 유명해지기 시작하면서 현재는 200만명 이상의 외래객을 끌어들이고 있음.
- 2002 서귀포 월드컵이 치러지고 제주국제컨벤션센터가 본격적으로 운영에 들어가면 제주도 숙박시설이 부족할 수 있다는 염려가 제기되고 있음. 이에 대한 대책으로 기존에 중저가 호텔과 여관, 민박 등에 대한 서비스 교육을 강화하여 외국인을 수용할 수 있는 숙박시설로 활용해야 함.
- 우리나라는 현재 국가신용등급이 낮아 외자유치가 쉽지 않음으로써 대규모 관광개발이 어려운 실정임. 예산이 적게 요구되는 기존 관광상품의 재정비를 통해 제주관광의 재도약을 꾀해야 하는데도 정책적으로 실현되고 있지 않음.

■ 일본시장의 문제점

- 일본시장을 겨냥했을 때 접근성 문제를 해결하는 것이 시급함. 문제는 항공노선이 절대로 부족하다는 데 있고 기존 제주를 연결하는 노선도 항공좌석이 절대 부족하여 오고싶은 관광객을 놓치고 있는 실정임. 운항시간도 관광스케줄을 소화하기에 불합리하게 책정되어 있고 항공요금도 여타 도시에 비해 제주노선의 요금이 비싸게 책정되어 있음.
- 제주와 일본과의 항공노선은 나고야, 오사카, 후쿠오카에만 개설되어, 동경과는 JAL항공이 운휴 노선으로 묶이고 있는 상태임. 요금에 있어서도 일본과의 거리가 서울보다 제주가 짧음에도 불구하고 서울노선 보다 제주노선이 약 1만엔 정도 비싼 기현상을 보이고 있어 제주도 관광상품의 가격경쟁력을 떨어뜨리고 있음.

- 국내의 서울이나 부산 뿐만 아니라 주변의 홍콩이나 북경, 상해 등과 비교했을 때에도 일본여행사에서 기획하는 상품은 제주가 1만엔에서 2만엔 정도 더 비싸게 책정되어 제주관광의 경쟁력을 약하게 만들고 있음.
- 최근 일본인들 사이에 가장 인기 있는 관광지는 쇼핑과 먹거리, 미용상품을 갖추고 있는 도시가 되는데 서울은 이러한 측면에서 폭발적인 인기를 얻고 있는 반면 제주는 일본인이 좋아하는 카지노를 갖추고 있기는 해도 기존의 상품들을 뛰어난 관광상품화 하는데는 한계를 보이고 있음.
- 일본의 젊은층 유치에 어려움이 있다면 시장 잠재성이 매우 큰 중장년층을 대상으로 이들이 즐길 수 있는 상품을 적극적으로 개발해야 할 것임.
- 지난 1년간 후쿠오카-부산간 선박편을 이용해 20만명이 넘는 관광객이 부산을 방문하였다는 점을 감안하면 항공좌석의 부족분을 선박편을 활용하여 일본인 관광객을 제주로 유치하는 정책을 펴야함.

■ 중국시장의 문제점

- 중국시장의 경우 몇 년 전부터 일본, 싱가포르, 말레이시아, 태국 등지에서 중국의 WTO가입을 예상하고 중국인 관광객 시장 확대를 예상하여 이미 중국본토를 대상으로 치열한 홍보전을 전개하고 있음.
- 중국인 관광객을 유치하는 과정에서 나타나는 가장 큰 문제는 서울 화교여행사에 의존하는 모객 시스템인데, 이 화교 여행사를 통해 모객된 중국인 관광객을 하청 받는 형식으로 관광이 이루어지고 있음. 이로 인해 중국인 관광객 대상의 관광상품 기획에 있어 어려움이 많고 있고 화교 무자격 통역요원의 부실한 안내 등으로 중국인의 제주 관광 이미지에 악영향을 끼치고 있음.
- 이러한 화교여행사의 모객 시스템을 통해 제주를 방문한 중국인 관광객의 경우, 하루 35달러에서 40달러 수준의 비용을 가지고 숙박과 음식, 관광지를 다 돌아보아야 하는 덤핑 부실 관광을 하고 있음.
- 현재와 같이 하청으로 이루어지는 중국인 관광객 모객 시스템에 대해 갑작스런 변화를 주는 것은 무리이나 제주도 차원에서 새로운 중국인 관광객 유치를 위한 틈새시장 개척과 15%선에 불과한 한국방문 중국인 관광객 중 제주도를 찾는 관광객을 보다 많이 유치 할 수 있는 방안을 마련해야함.
- 제주도내 중국인 관광객유치 지정여행사가 직접적인 중국인 관광객 유치를 하지 못할 경우 자격을 갖춘 다른 여행사에서 중국인 관광객을 유치할 수 있도록 제주도차원의 조정이 필요함.

- 북경의 제주관광 홍보관의 경우 중국 홍보에 대한 인식 부족, 예산 부족, 전문인력 부족 등의 이유로 홍보관의 역할보다는 연락사무소 정도의 기능밖에 담당하지 못하는 실정임.
- 중국 잠재 관광객들을 대상으로 홍보와 마케팅을 담당할 전문인력이 부족하고 제주도에서 개최될 이벤트에 대해서는 최소 6개월 전에 마스터플랜과 홍보계획을 세워 중국의 여행사를 대상으로 상품판매 설명회와 관광객 대상 매체 홍보가 이루어져야 하나 제대로 시행되고 있지 않음.
- 중국인 관광객이 한국 음식에 있어 가장 불편하게 느끼는 것은 한국 요리의 주종이 탕 위주로 이루어져 있으며, 탕의 양은 너무 많은 반면 반찬의 양이 너무 적으며 대부분의 음식이 짜고 맵게 느끼고 있음. 뜨거운 밥이나 탕 등 뜨거운 음식을 스테인레스 그릇 또는 질그릇에 담아 잡기도 힘들고 먹기도 익숙하지 못하는데 이에 대한 개선이 필요함.
- 제주도에서 제공되는 중국음식의 경우 1식 1탕 5찬 1디저트로 이루어져 있으나 그나마 중국인들이 가장 좋아하는 식사인데도, 싱가포르나 말레이시아에 비해 반찬의 종류가 부족한 단점이 있음.
- 중국인 대상 식당 및 일반식당의 메뉴판이 중국어로 되어 있지 않으며 이름만 보고는 어떤 음식인지 구분이 불가능함.
- 타지역과 연계한 관광상품을 이용하는 중국인 관광객들이 제주도를 관광하는 시간은 10시간 내외에 불과한데 이들이 주로 방문하는 관광지는 관광상품의 단가를 낮추기 위해 용두암, 도깨비도로, 성읍민속마을, 외돌괴 등 입장료가 없는 관광지이거나 성산일출봉이나 제주자연사박물관 등 입장료가 비교적 저렴한 지역 위주로 관광을 하고 있어 제주도에 대한 잘못된 이미지를 심어줄 우려가 있음.
- 제주도와 타지역간에 연계된 상품의 경우 화교가이드들은 제주지역에서 커미션에 대한 인센티브가 없기 때문에 제주 보다는 타지역에서의 쇼핑을 유도하고 있는 실정임.
- 제주에서 대규모 중저가 물건 판매 쇼핑몰이 부족한 실정이며 재래시장의 경우에도 중국인 관광객이 찾아가서 물건을 구매하기는 언어 불편 등 장애요인이 많음.
- 서울의 대형 화교여행사의 경우 제주도까지 직접 가이드를 활용하면서 제주 관광을 진행하나 이들 대부분은 무자격 가이드인 경우가 많고 특히, 제주도에 대한 기본적인 관광지식이 빈약해 만족한 안내를 하지 못하고 있음.
- 또한 타지역에서 파견되는 화교가이드의 경우 1일 가이드 비용이 10,000원으로 제주도내 가이드 비용 50,000원 내외에 비해 상대적으로 저렴하므로 제주도 출신

가이드의 활동 폭이 좁아지는 현상을 보이고 있음.

- 제주도 관광사업체 직원들의 경우 일본인 관광객과 비교하여 중국인 관광객을 상대적으로 천대시하는 경향을 보여 이에 대한 인식 전환이 필요함.

다. 관광상품가격의 결정측면

① 송객수수료 지급의 관행화

- 제주지역 관광업계는 관광객을 호객하기 위하여 여행사와 운전기사, 안내원에게 송객수수료를 지급하는 것이 관행화 되어 있으며, 송객수수료를 지급하는 관광지만을 정기코스화 하고 이를 지급하지 않는 관광지는 안내를 기피하는 경향이 있음.
- 이에 따라 제주를 찾는 관광객은 관광비용 부담이 늘어나고, 관광코스가 정례화 되어 다양한 관광상품의 개발과 품질경쟁에 소극적인 요인이 됨.

② 관광상품가격 등에 대한 사업자단체의 결정·조정행위 관행화

- 이러한 송객수수료를 사업자단체가 결정·조정하고 결정된 송객수수료를 준수하도록 하는 한편, 정기관광상품 개발과 관련하여 관광코스 및 판매요금을 확정하여 관광지와 계약할 협회(국내분과)가 일괄 계약기로 결의하는 등 관광산업분야에 있어서 구성사업자간의 경쟁을 제한할 소지가 있는 행위를 하고 있음.

3. 제주 관광산업의 경쟁구조 비교

- 관광산업 경쟁구조 분석은 싱가포르, 홍콩, 대만, 하와이를 벤치마크(Bench Mark)로 설정하고 한국을 포함하여 제주도의 경우와 비교분석하였으며, 이를 통해서 제주관광의 경쟁력을 가늠하고 향후 제주관광진흥정책의 방향성을 탐색하고자 하였음.
- 각 대상별 관광산업 현황, 국제관광동향 및 관광정책 및 조직을 주요 비교분석 준거로 선정하였고, 관광산업 부문별에서는 관광호텔, 여행업, 국제회의산업, 크루즈산업, 쇼핑산업 등 다섯 가지 대표적 산업을 기준으로 채택하였음.

(1) 주요경쟁국가의 관광산업 현황 비교

가. 싱가포르의 국제관광 현황

- 싱가포르의 아웃바운드 시장을 보면, 싱가포르 내국인의 출국자 수는 1990년부터 1997년까지 매년 10% 이상의 비교적 높은 증가세를 보이고 있음.
- 교통수단별 싱가포르의 내국인 출국자는 1998년 항공편이 58.7%이고, 선편이 41.3%로 나타났음.
- 그러나 1991~98년 동안 항공편을 이용한 승객 수와 선편을 이용한 승객 수는 연평균 각각 9.7%, 19.8%가 늘어남에 따라 선편 이용객 수의 증가율이 항공이용객 수의 증가율을 훨씬 상회하고 있음.
- 싱가포르의 외국인관광 시장을 살펴보면, 1998년의 관광수입은 전년 대비 16% 감소한 86억 싱가포르 달러이며, 이 규모는 싱가포르 서비스수출의 27.9%, 상품 및 서비스수출의 4%를 차지하고 있음.
- 1998년 싱가포르는 주요 시장인 아시아 국가의 경제위기로 인해 전년 대비 13.3%가 감소한 624만명의 외국인 관광객을 유치하였음.

<표 3-14> 싱가포르의 관광수지 추이

(단위: 백만 싱가포르 달러)

구 분	관광수지		
	수입	지출	수지
1988	5,275.5	1,871.7	3,403.8
1989	6,448.9	2,600.8	3,848.1
1990	8,325.4	3,268.4	5,057.0
1991	7,872.0	3,184.4	4,687.6
1992	9,046.3	4,094.4	4,951.9
1993	10,120.9	4,854.0	5,266.9
1994	10,996.5	5,955.3	5,041.2
1995	11,846.0	7,124.6	4,721.4
1996	11,145.6	8,594.5	2,551.1
1997	10,156.3	-	-
1998	8,600.0	-	-

자료: STB, Singapore Annual Report on tourism Statistics, 1996-98.

<표 3-15> 싱가포르의 해외관광 동향(1990-1998)

(단위: 천명, %)

구 분	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998
출국자수	1,237.0	1,607.2	1,863.2	2,156.2	2,446.5	2,867.2	3,304.7	3,671.1	3,744.9
성장률	-	29.9	15.9	15.7	13.5	17.2	15.3	11.1	2.0

자료: STB, *Singapore Annual Report on Tourism Statistics*, 1998.

<표 3-16> 싱가포르 방문 외국관광객 동향

(단위: 천명, %)

구 분	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998
외래객수	5,322.9	5,414.7	5,989.9	6,425.8	6,899.0	7,137.3	7,292.5	7,198.0	6,242.2
성장률	10.2	1.7	10.6	7.3	7.4	3.5	2.2	-1.3	-13.3

자료: STB, *Singapore Annual Report on Tourism Statistics*, 1998.

- 싱가포르를 방문하는 외국인 관광객은 1995년에 700만명을 돌파하였으나 1998년에는 624만명으로 전년 대비 13.3% 감소하였음.
- 대륙별로 보면 아시아지역과 미주지역이 전년 대비 각각 18.8%, 7.6% 감소하였고, 대양주와 아프리카는 각각 12.3%, 12.1% 증가하였으며, 유럽지역의 경우 전년 대비 0.5%의 감소에 그쳤음.
- ※ 아시아 지역에서 방문한 외국인 관광객 수가 대폭적인 감소세를 보인 것은 전반적인 경제 위기에 기인하는 것으로 이해됨.
- 방문 목적별(1998년 기준)로 보면, 휴가 목적으로 방문하는 비중이 45.3%로 압도적인 비중을 차지하고 다음으로 상용 16.5%, 통과여객 9.8%, 친구 및 친지 방문이 7.0% 등으로 나타났음.
- 또한 싱가포르 외래객의 성별 비율은 1992년부터 1995년 사이에 큰 변화는 없으며, 1995년을 기준으로 할 경우 남성과 여성의 비율이 61:39로 나타내고 있음.
- 교통수단별로 보면, 항공편을 이용한 외국인 관광객 수는 전체적으로 12.6%감소하였는데, 이 중에서 아시아지역은 일본, 한국 및 아세안국가들의 항공편 감소로 18.2% 감소하였음.
- 선편 도착 관광객 수도 대폭적인 하락세를 보였으며 그 중에서도 한국이 72.1%, 대만이 53.9%, 일본이 20%의 감소를 보인 반면, 대양주에서 선편을 이용해 방문한 관광객 수는 89.1% 증가했고, 육로를 이용한 방문객 수는 16.2%감소하였음.
- 외래 관광객 평균 체재일 수는 1991년 3.87일로 최고의 수치를 기록한 이후 1995년과 1998년을 제외하고는 매년 조금씩 줄어들어 1998년에는 3.43일 정도임.

<표 3-17> 목적별 싱가포르 입국현황(1998년)

(단위: 천명, %)

구 분	휴가	상용	상용 및 관광	통과 여객	친구·친지 방문	MICE	연수	기타	구분 불가
입국자수	2,828.7	1,029.8	172.4	610.7	439.3	148.4	34.9	269.3	708.8
구 성 비	45.3	16.5	2.7	9.8	7.0	2.4	0.5	4.3	11.3
증 감 륜	-17.8	-10.9	-17.3	-8.4	8.2	-16.7	-5.5	-7.6	-12.7

자료: STB, *Singapore Annual Report on Tourism Statistics*, 1998.

주: MICE(Meetings, Incentives Travel, Conventions and Exhibitions)

<표 3-18> 싱가포르 방문 외국인관광객의 체재일수(1991-1998)

구 분	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998
체재일수	3.87	3.73	3.59	3.51	3.71	3.29	3.27	3.43

자료: STB, *Singapore Annual Report on Tourism Statistics*, 1998.

나. 홍콩의 국제관광 현황

- 홍콩의 관광수입은 홍콩 국내총생산의 약 6%를 차지할 정도로 타지역에 비해 관광 외화수입의 비중이 상당히 높았었음.
- 그러나 외국인 관광객의 지출이 1996년에 최고를 기록한 이후 무려 36%나 감소하였는데, 이는 주로 홍콩의 물가 하락에 기인함.
- 실제로 현재 호텔 객실료는 1997년 7월 이전에 비해 1/3 수준에 머물러 있음.
- 외국인 관광객의 평균 체재일수는 1980년 이후 3~4일 정도를 유지해 왔음.
- 홍콩의 해외관광시장은 1997년 현재 약 3백 76만명으로 1991년 이후 10% 내외로 꾸준히 성장하고 있음.
- 한편, 홍콩을 방문하는 외국관광객은 1991년 6백 3만명이던 것이 1995년에는 1천 20만명으로 크게 증가하였음.
- 1994년과 1995년에는 완만한 상승세를 유지하던 홍콩 인바운드 관광은 1996년에 대폭적으로 증가하였음. 이는 1997년 중국 반환 이전에 홍콩을 방문하고자 하는 관광객들이 쇄도하였기 때문인 것으로 판단됨.
- 그러나 1997년 초반 이후 상황은 악화되었음. 이러한 추세는 1998년 7월이 되어 서야 진정될 수 있었지만 이전 수준을 완전히 회복하지는 못하였음

<표 3-19> 홍콩의 관광수입(외국인 관광객 소비액) 및 체재일수

(단위: 백만 홍콩 달러, 홍콩 달러, 일)

구 분	관광수입	1인당 소비액	1일 1인당 소비액	체재일수
1991	38,301	6,566	1,943	3.4
1992	46,699	6,927	2,019	3.4
1993	58,303	6,684	1,741	3.8
1994	62,512	6,699	1,713	3.9
1995	72,940	7,151	1,848	3.9
1996	82,462	7,046	1,904	3.7
1997	69,946	6,722	1,871	3.6
1998	53,079	5,544	1,640	3.4

자료: 한국관광공사, 「관광시장정보」, 1999, 겨울호, p.41.

주: 1) 1993년도 자료부터는 중국본토 관광객들이 포함되어 집계됨.

2) 항공승무원, 통과여객 등의 소비액은 제외됨.

<표 3-20> 홍콩의 해외관광 동향(1991-1997년)

(단위: 천명, %)

구 분	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997
출국자수	20,464	22,328	24,784	17,977	30,225	31,936	37,580
성장률	-	9.1	11.0	12.9	8.0	5.7	9.1

자료 : PATA, *Annual Statistical Report*, 1992~97.

<표 3-21> 홍콩의 외국인관광객 동향(1991~1998년)

구 분	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998
외래객수	60,321	69,862	89,375	93,112	102,000	117,027	104,063	95,747
성장률	-	15.8	27.9	4.4	9.3	14.7	-11.1	-8.0

자료: Hong Kong Tourist Association, *A Statistical Review of Tourism*, 1998.

주: 1993년도 자료부터는 중국본토 관광객들이 포함되어 집계됨.

- 홍콩의 외국인 관광객 대륙별 점유율을 살펴보면, 아시아지역이 70% 이상(1996-98년)으로 1위를 차지하고 있고, 유럽지역이 두 번째의 비중을 차지하고 있음.
- 홍콩의 외국인 관광객 유치 현황을 국적별로 보면, 1998년 홍콩을 방문한 중국인이 약 2백 60만명으로 1위를 차지하였고(전체 외국인관광객의 27.1%), 대만과 일본이 각각 1백 81만명, 95만명 등으로 집계되고 있음.
- 홍콩을 방문하는 외국인 관광객을 교통수단별로 보면, 1998년 현재 항공편이 58.2%인 557만명, 육로가 27.5%인 2백 63만명, 선편이 14.3%인 1백 37만명으로

집계되고 있음.

- 1993년부터 1996년까지 연평균 약 7.7%의 성장률을 기록하던 항공수단은 1997년 이후 마이너스 성장을 기록하였으며, 이에 반해 육로는 1995년 이후 연평균 약 5%의 성장을 나타내고 있음.
- 연령별로 보면 홍콩을 방문하는 외국관광객의 약 54-55% 정도가 26-45세이고, 평균 연령은 1996년 39.1세, 1997년 39.2세, 1998년 38.4세임.
- 홍콩을 방문하는 외래객을 성별로 살펴보면, 1992년부터 1998년까지는 큰 변화는 없으나 1998년 현재 외국인 관광객 중 남성이 65%, 여성이 35%로 나타났음.
- 홍콩을 방문하는 외국관광객들의 소비유형은 소비지출 중 쇼핑비가 49.1%로 가장 비중이 큰 항목이고, 그 다음으로 숙박, 식사, 관광, 오락의 순으로 지출하는 것으로 나타났음.

<표 3-22> 홍콩 방문 외국관광객 소비 유형(1998)

(단위: 백만 홍콩 달러)

구 분	쇼핑	숙박	식사	오락	관광	기타	합계
금액	2,602,288	1,485,699	671,453	99,008	177,935	271,487	5,307,870
구성비	49.0	28.0	12.7	1.9	3.4	5.1	100.0

자료: Hong Kong Tourist Association, *A Statistical Review of Tourism*, 1998.

다. 대만의 국제관광 현황

- 대만의 해외여행은 1979년에 자유화되었으며, 1987년 말 중국 본토의 친척 방문이 허가되는 등 규제가 완화되고 급격한 경제성장을 이루면서, 80년대 말경부터 본격적인 해외여행 시대를 맞고 있음.

<표 3-23> 대만의 해외관광 동향(1992-1998년)

(단위: 천명, %)

구 분	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998
출국자	4,214.7	4,654.4	4,744.4	5,188.7	5,713.5	6,161.9	5,912.4
성장률	-	10.4	1.9	9.3	10.1	7.8	-4.0

자료: 대만 교통부 관광국.

- 1997년부터 시작된 아시아 금융위기와 1998년 2월에 발생한 중화항공의 대형 항공사고로 인하여 대만인 해외관광객 수가 대폭 감소하였음.
- 1998년 대만인 출국자 수는 약 5백 91만명으로 나타나 전년 대비 4.0% 감소한 것으로 나타났음.

- 1998년 대만인 해외 출국자를 최초 목적지 기준으로 대륙별로 살펴보면, 아시아 지역 출국자 3.5%, 미주지역 출국자 0.1%, 오세아니아주 출국자 12.0%, 아프리카 지역 출국자 100% 각각 감소하였으나 유럽으로 출국한 자는 오히려 4.5% 증가한 것으로 나타나고 있음.
- 주요 목적지는 홍콩, 일본, 인도네시아, 싱가포르, 태국, 미국 등으로 주로 아시아 지역이 중심이 되고 있음.
- 국가별로 보면, 홍콩 방문객이 1백 75만명으로 가장 많으며, 그 다음으로 일본, 미국, 마카오, 태국, 싱가포르, 말레이시아, 필리핀, 인도네시아, 베트남, 캐나다 순임.
- 한국으로의 여행자수는 87,043명으로 전년 대비 1.4% 감소하였음.
- 대만인 해외 여행자는 주로 20-40대가 전체의 약 70%를 차지하며, 이 가운데 30대가 약 30%를 차지하고 있음.
- 대만의 외국인 관광시장을 보면, 1994년 두 자리수 성장을 한 것과 1995년 9.6%의 성장을 제외하고는 미미한 수준에 그치고 있음.
- 대만을 방문한 외국인관광객들의 방문 목적은 1997년을 기준으로 할 때 휴가 35.5%, 상용 32.6%, 친지방문 10.3%, 컨벤션 참가 1.2%, 기타 21.3%로 나타나고 있음.
- 휴가 여행객의 구성비는 점차 감소하는 대신 상용을 목적으로 하는 여행자의 비중은 증가하고 있음.
- 성별 외래관광객 입국 현황을 보면, 1997년의 경우 남성 71.6%, 여성 28.4%로 남성의 비율이 여성보다 압도적으로 높음.
- 여성의 비율은 1994년 27.7%에서 1997년 28.4%로 매년 조금씩 증가하고 있음.
- 1996년 현재 대만에서 외래객의 총지출액은 약 36억 달러 정도이고, 1991-96년 기간 중 외래방문객의 평균 소비액은 1994년을 제외하고는 약간씩 증가하는 것으로 나타났음.

<표 3-24> 대만 방문 외국인 관광객(1990-1996년)

(단위: 천명, %)

구 분	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996
외래객	1,934.1	1,854.5	1,873.3	1,850.2	2,127.2	2,331.9	2,358.2
성장률	-	-4.1	1.0	1.2	14.9	9.6	1.1

자료: 대만 교통부 관광국 발표자료

<표 3-25> 목적별 대만의 외국인 관광객

(단위: 천명, %)

구 분	휴가		상용		친지방문		컨벤션		기타		합계
	구성비	구성비	구성비	구성비	구성비	구성비	구성비	구성비	구성비		
1992	809.5	43.2	496.8	26.5	180.1	9.6	19.5	1.0	367.4	19.6	1,873.3
1993	700.9	37.9	524.9	28.4	200.8	10.9	20.0	1.1	403.6	21.8	1,850.2
1994	860.9	40.5	594.8	28.0	234.0	11.0	2807	1.4	408.9	19.2	2,127.2
1995	940.5	40.3	652.0	28.0	240.0	10.3	24.1	1.0	475.4	20.4	2,331.9
1996	904.5	38.4	704.5	29.9	241.7	10.3	25.9	1.1	481.6	20.4	2,358.2
1997	843.0	35.5	750.1	32.6	245.0	10.3	28.6	1.2	505.6	21.3	2,372.2

자료: PATA, Annual Statistical Report, 1994-1997.

<표 3-26> 대만 방문 외국인 관광객 지출액

구 분	총지출(백만달러)	1인당 평균지출(달러)	1인당 평균지출(달러)
1991	2,018.4	1,088	149
1992	2,448.6	1,307	198
1993	2,943.0	1,591	174
1994	2,243.0	1,055	140
1995	3,286.0	-	-
1996	3,636.0	1,542	208.39

자료: PATA, Annual Statistical Report, 1994-1997.

라. 하와이의 국제관광 현황

- 하와이를 방문하는 관광객(미국 본토 관광객 포함)은 1981년부터 1990년까지 연평균 6.0%의 지속적 성장을 거듭하였으나, 1990년 6,971,180명을 기준으로 1998년까지 이에 미치지 못하는 방문 추세를 보이고 있음.
- 1997년 기준 대륙별로 보면 미주지역이 59%로 가장 많으며, 일본인 관광객이 30%, 기타 아시아지역과 유럽지역이 각각 4%를 차지하고 있음.
- 이러한 방문객 추이로 볼 때, 하와이는 안정(또는 퇴보)을 보이는 관광목적지로 여겨짐.
- 관광수입액은 100억 달러를 약간 상회하는 것으로 파악되었음.
- 방문 목적별(1998년 기준)로 보면, 휴가 목적을 포함한 순수여행이 73.4%로 압도적인 비중을 차지하고 있으며, 다음으로는 신혼여행 8.9%, 회의 참석이 6.7%, 친구 및 친지방문 6.4%, 상용여행 3.1% 등으로 나타났음.

- 하와이 방문객의 성별 비율은 1997년 기준, 74:26을 나타내고 있음.
- 방문 회수별로 보면 1998년 기준, 처음 방문자와 재방문자는 40:60의 비율을 보이고 있음.

<표 3-27> 하와이 방문 관광객 동향

(단위: 천명, %)

구 분	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998
관광객수	6,971.2	6,873.9	6,513.9	6,124.2	6,430.3	6,629.2	6,829.8	6,876.1	6,738.2
성장률	5.0	-1.4	-5.2	-6.0	5.0	3.1	3.0	0.7	-2.0

자료: <http://www.hawaii.gov/dbedt/index.html>

<표 3-28> 하와이의 관광수입 추이

(단위: 백만 미국 달러)

구 분	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997
관광수입	9,738.6	10,633.8	9,558.9	8,677.6	10,603.2	11,587.7	10,684.8	10,770.1
성장률	4.9	9.2	-10.1	-9.2	22.2	9.3	-7.8	0.8

자료: <http://www.hawaii.gov/dbedt/index.html>

<표 3-29> 목적별 하와이 입국 현황(1998년)

(단위: 천명, %)

구 분	순수 여행	신혼 여행	회의 참석	상용 여행	친구·친지방문	공무/Military	학교 입학	기타
입국자수	4,948.4	597.5	453.4	210.7	429.1	64.9	20.6	13.6
구성비	73.4	8.9	6.7	3.1	6.4	0.9	0.3	0.3
증감률	2.4	-0.1	5.0	-5.5	-8.1	2.1	-19.4	

자료: <http://www.hawaii.gov/dbedt/index.html>

<표 3-30> 하와이 방문 관광 체재일 수(1996-1999)

구 분	1996	1997	1998	1999
체재일수	8.66	8.38	8.66	8.70
증감률	-	-3.2	3.3	0.5

자료: <http://www.hawaii.gov/dbedt/index.html>

(2) 관광산업 부문별 비교분석

가. 관광호텔

■ 싱가포르

싱가포르의 호텔 수와 객실공급은 207개 호텔에 35,126실 규모로, 객실 수에 있어서는 1989년에만 전년 대비 8.3%의 감소를 나타냈고, 1990년부터 1998년까지는 연평균 4.8%의 성장률을 보이고 있음.

<표 3-31> 싱가포르의 호텔 수 및 객실 수 변화 추이

(단위: 개, %)

구 분	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998
호텔수	140	141	139	140	141	147	163	184	187	207
객실수	23,948	24,943	25,592	26,036	27,029	27,112	29,544	32,348	33,199	35,126
증감률	-8.3	4.2	2.6	1.7	3.8	0.3	9.0	9.5	2.6	5.8

자료: STB, Singapore Annual Report on Tourism Statistics, 1998.

■ 홍콩

홍콩 호텔의 수용 능력은 1990년 28,146개실에서 1993년에 34,044개실로 크게 증가되었으나, 그 이후부터 1998년까지는 정체상태에 있음.

1998년 현재 홍콩의 그룹 A 호텔의 객실수는 10,000개, 그룹 B 호텔은 12,917개, 중저가 호텔은 9,200개실이며, 관광객들의 중저가 호텔 선호에 힘입어 중저가 호텔 객실 수의 경우 무려 125%나 증가하였음.

한편, 홍콩의 호텔객실 점유율을 보면, 1998년 현재 객실 점유율은 76%이며, 1990-98년 기간 동안의 평균 호텔객실 점유율은 81.4%임.

<표 3-32> 홍콩의 호텔 수 및 객실 수(1990-1998년)

(단위: 개, 실, %)

구 분	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998
호텔수	75	82	86	88	85	86	88	86	88
객실수	28,146	31,163	33,534	34,044	33,490	33,052	33,536	33,425	33,981
증감률	-	10.7	7.6	1.5	-1.6	-1.3	1.5	-0.3	1.7

자료: 한국관광공사, 「관광시장정보」, 1999, 겨울호, p.50.

주: 호텔 등급은 그룹Aghxpf, 그룹B 호텔, 중저가 호텔, Hostels, Guesthouse.

<표 3-33> 홍콩의 호텔 등급별 객실 수(1990-98년)

(단위: 실)

구 분	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998
그룹A	8,617	9,340	9,877	10,510	11,313	10,039	10,019	10,027	10,025
그룹B	12,439	12,905	13,172	12,903	11,791	12,206	12,440	12,450	12,917
중저가	4,088	5,368	9,128	9,294	9,062	9,131	9,174	9,085	9,200

자료: 한국관광공사, 「관광시장정보」, 1999, 겨울호, p.51.

주: 홍콩관광협회는 호텔의 객실요금과 객실/종사원 비율에 따라 호텔등급을 분류하고 있음. 객실요금을 기준으로 등급을 분류할 때 그룹A는 1,600 홍콩달러 이상, 그룹B는 1,040-1599 홍콩 달러, 중저가는 1,040 홍콩 달러 이하인 호텔군을 말함.

<표 3-34> 홍콩의 호텔 객실 점유율

구 분	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998
점유율(%)	79	75	82	87	85	85	88	76	76

자료: Hong Kong Tourist Association, *A Statistical Review of Tourism*, 1998.

■ 대만

대만 숙박시설의 객실 공급 규모를 보면, 객실 수는 1994년 이후 꾸준히 약 19만여개의 객실을 공급하고 있고, 1992-97년 기간 동안의 평균 점유율은 약 58.5% 수준에 머물러 있음.

<표 3-35> 대만의 객실 수와 점유율 변화 추이

(단위: 실, %)

구 분	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997
객실수	19,786	15,018	15,910	19,600	-	19,783	19,402
점유율	54.3	56.5	56.1	58.3	-	62.4	63.7

자료: PATA, *Annual Statistycal Report*, 1992-1997.

■ 하와이

하와이 숙박시설의 객실 공급 규모를 보면 1998년 기준, 호텔 수 882개에 객실 수는 71,480실이며, 1990년부터 1998년 기간 동안의 평균 점유율은 약 75% 수준임.

1990년부터 1998년까지 1일 평균 숙박비는 약 1백 15달러이며, 1998년 기준 1백 40.63달러로 나타났

<표 3-36> 하와이의 호텔 수, 객실 수, 객실 점유율 및 1일 평균 숙박비
(단위: 개, 실, %, 미국달러)

구 분	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998
호텔수	533	595	664	698	692	-	770	821	882
객실수	71,266	72,275	73,089	69,502	70,463	-	70,288	71,025	71,480
객실점유율	78.8	72.4	72.7	72.0	76.5	75.8	75.2	73.9	71.5
1일평균 숙박비	102.10	101.89	105.59	103.26	105.46	110.27	127.95	137.06	140.63

자료: <http://www.hawaii.gov/dbedt/qsr0600/d-tbls.xls>
주: 콘도미니엄 객실 수 포함.

■ 한국 · 제주도

- 1999년 6월말 현재 한국의 관광호텔업 등록 현황은 456개 업체에 객실 수 47,486실로 1998년에 비해 347개실 늘어났고, 제주도의 경우는 호텔 수 37개에 객실수 4,802실로 집계되고 있음.

<표 3-37> 우리나라 관광호텔업 등록 현황(1999년)
(단위: 개, 실)

구 분	특1등급		특2등급		1등급		2등급		3등급		합계	
	업체수	객실수	업체수	객실수	업체수	객실수	업체수	객실수	업체수	객실수	업체수	객실수
서울	13	7,537	15	4,104	26	2,846	24	1,651	19	1,098	97	17,236
부산	5	2,130	3	620	13	1,212	13	699	20	847	54	5,508
대구			3	361	15	937	7	356	1	37	26	1,691
인천			2	367	4	310	3	96	1	40	10	813
광주			1	110	8	490	1	35			10	635
대전			3	428	6	439	14	613	3	314	26	1,794
울산			2	465			4	226	1	38	7	729
경기			2	241	20	1,330	14	576	5	193	41	2,340
강원			5	879	14	994	2	112	4	175	25	2,160
충북					13	946	2	122	5	188	20	1,256
충남			1	151	4	403	5	215	2	75	12	844
전북			3	395	4	323	3	149	2	123	12	990
전남					6	411	9	433	3	114	18	958
경북	5	1,700	1	120	14	877	10	608	7	275	37	3,580
경남			2	246	15	1,486	7	418			24	2,150
제주	6	2,001	5	766	16	1,465	7	415	3	155	37	4,802
계	29	13,368	48	9,253	178	14,469	125	6,724	76	3,672	456	47,486

자료: 문화관광부, 「관광동향에 관한 연차보고서」, 1999.
주: 1999년 6월말 현재, 등급미정은 3급에 포함.

- 지역별 분포를 보면, 서울이 97개 업체에 17,236실로 총 객실 수의 36%를 차지하고 있고, 다음으로 부산이 54개 업체에 5,508실, 제주가 37개 업체에 4,802실 등으로 등록되어 있음.
- 등급별로 보면, 특1등급이 29개 업체에 13,368실, 특2등급이 48개 업체인 9,253개 실로 업체수로 보면 전체의 17%에 해당하지만 객실 수 기준으로는 47%를 점유함으로써 관광호텔의 대규모화·고급화가 이루어진 반면 증저가형 숙박시설은 부족한 상황임.
- 제주도의 호텔 객실 점유율 추이를 보면, 1990년부터 1998년까지 62%~72%까지의 점유율을 보이고 있으며, 이는 전국 관광호텔의 객실 점유율과 비슷한 추이를 갖고 있음.

<표 3-38> 전국 및 제주도의 호텔 객실 점유율(%)

구 분	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998
전국	63	64	63	63	69	67	66	64	58
제주도	64	69	68	66	70	72	68	69	62

자료: 문화관광부, 「관광동향에 관한 연차보고서」, 1999.

나. 여행업

■ 홍콩

- 1997년 현재 홍콩의 여행사는 약 1,270개로 시장 규모에 비해 과도한 수의 여행사가 존재하고 있음.
- 대부분은 인바운드 업무와 호텔, 항공권 판매만을 담당하는 소규모 여행사이고 (직원 2-3명 수준), 아웃바운드 에이전트는 100개 정도이고, 극소수에 불과한 대형수준의 여행사도 일본의 대형여행사와는 비교가 되지 않을 정도로 소규모임.
- 이 때문에 여행사의 과당경쟁이 심해 가격경쟁이 심화되고 있으나 일본과 같이 행정기관에 의한 조절기능이 없고, 여행가격의 정찰제가 이루어지지 않고 있어서 소비자와의 마찰이 빈번함.
- 여행업계 내부에서 이에 대한 대응의 일환으로 여행보험 가입의무와 배상기금 적립제도를 도입한 것도 극히 최근의 일이며, 1994년 4월에는 과당경쟁과 과대광고 방지를 위해 노선별 단체관광의 “최저판매가격”제도를 도입하였음.

■ 대 만

1996년 현재 대만에는 총 2,041개의 여행업체(564개 지점을 포함)가 영업활동 하고 있음. 이 중에 185개는 Consolidated agencies이고, 1,799개는 A-class agencies 임.

<표 3-39> 대만의 여행업체 현황(1996년)

여행사종류	Consolidated		Class A		Class B		합계	
	본사	지점	본사	지점	본사	지점	본사	지점
여행업체수	66	119	1,338	441	73	4	1,447	564

자료: 대만관광국, Annual Report, 1996.

■ 한국 · 제주도

- 우리나라의 여행업은 일반여행업, 국외여행업 및 국내여행업의 3종으로 분류되어 있음. 종류별 업체 수를 보면, 1999년 12월말 현재 일반여행업 456개, 국외여행업 2,621개, 국내여행업 2,914개로 총 5,991개 업체가 영업 중임.
- 제주도는 일반여행업 18개, 국외여행업 39개, 국내여행업 161개로 총 218개 업체가 영업 중임.

<표 3-40> 우리나라 여행업 현황(1999년)

구 분	서울	부산	대구	인천	광주	대전	울산	경기	강원	충북	충남	전북	전남	경북	경남	제주	합계
국외여행업	1,100	180	142	72	110	101	28	262	67	62	66	112	67	100	113	39	2,621
국내여행업	593	156	150	80	113	126	25	398	107	124	170	176	186	173	176	161	2,914
일반여행업	364	19	4	4	8	2	1	7	8	5	3	3	1	3	6	18	456
소 계	2,057	355	296	156	231	229	54	667	182	191	239	291	254	276	295	218	5,991

자료: 한국관광협회중앙회, 「월간관광」, 2000년 1월호.

(3) 주요 대상지역의 관광산업 경쟁력 비교

가. 관광산업 인프라 경쟁력 비교

- 위의 대상지역들의 관광산업 경쟁력을 비교하기 위하여 경쟁국들의 하드웨어적인 관광인프라에는 숙박시설, 여행업, 크루즈산업, 쇼핑산업 그리고 국제회의산업을 비교 대상에 포함시켰음.

※ 자료부족으로 포함시키지 못한 교통시설, 항공시설 등의 비교도 향후 이루어져야 할 것으로 사료됨.

- 최근 관광객들이 특정한 나라를 방문할 때 그 나라의 수려한 자연관광자원, 접근성, 환율, 물가수준, 정치적 안정성, 역사·문화재와 같은 전통적으로 중요한 요인뿐만 아니라 친절성, 의사소통 정도, 쇼핑의 편리성, 교통편의 등의 요소들도 중요한 요인으로 작용하고 있으나, 여기에서는 각국의 경쟁인프라만을 비교함으로써 경쟁력을 평가하고자 함.

■ 숙박시설

- 경쟁력 분석을 숙박시설 공급측면에서 시도해 보면, 가장 많은 객실 수를 보유하고 있는 하와이가 가장 많은 숙박시설을 공급하고 있음을 알 수 있으며, 다음으로 한국, 싱가포르, 홍콩의 순으로 나타났음.

<표 3-41> 주요 경쟁국의 호텔 객실 수 비교

(단위: 객실수)

구 분	1994	1995	1996	1997	1998	비교
싱가포르	27,112	29,544	32,348	33,199	35,126	△
홍콩	33,490	33,052	33,536	33,425	33,981	△
대만	19,600	-	19,783	19,402	-	×
하와이	70,463	-	70,288	71,025	71,480	○
한국	44,884	45,469	46,727	48,078	47,139	△
제주도	4,642	4,672	4,751	4,728	4,802	×

주: ○: 양호, △: 보통, ×: 미흡.

- 그러나 이것은 단지 객실 공급면에서 다른 지역의 객실 수와 단편적인 부분만 비교한 것으로 수요 측면은 고려하지 않고 공급측면만을 비교한 것임.

- 따라서 추가적으로 외래 관광객 수와 객실 수 공급과의 상대적 비교를 추가적으로 수행할 필요가 있으며, 그 결과는 다음 표와 같음.
- 1인당 공급수가 지나치게 클 경우 수요에 비해 객실이 과다하게 공급되어 있다고 판단할 수 있고, 지나치게 작은 경우 객실 공급 부족 현상을 나타내고 있다고 볼 수 있음.
- 싱가포르와 홍콩의 경우 내국인 수요가 매우 낮기는 하지만 외래방문객이 호텔공급에 비해 상대적으로 많은 것으로 판단되므로 추가적인 객실 공급이 필요한 상태로 추정됨.

<표 3-42> 외래 관광객 수와 객실 공급 비교(1997년)

구 분	외래관광객(명)	객실수(실)	연간공급수(실)	1인당 공급수	비고
싱가포르	6,242,153	33,199	12,117,635	1.94	×
홍콩	9,574,711	33,425	12,200,125	1.27	×
대만	2,108,000	19,402	7,081,730	3.35	△
하와이	6,876,140	71,025	25,924,125	3.77	△
한국	3,601,095	48,078	17,548,470	4.87	△
제주도	3,322,192	4,728	1,725,720	0.52	×

주: 1) ○: 양호, △: 보통, ×: 미흡.

2) 하와이는 전체 방문객 수이고, 제주도는 전체 방문객 수에서 내국인 단체관광객 중 수학여행과 개인여행객 중 기타 인원을 제외한 수치임.

- 한국의 경우 전체적으로 외국인 관광객 1인당 4.9개의 객실이 공급되는 것으로 분석됐으나, 지방의 경우는 수요 부족으로 호텔영업에 어려움을 겪고 있는 양극화 현상이 나타나고 있음.
- 제주도의 경우 외래관광객 1인당 객실 수가 0.52로 객실 공급이 부족한 것으로 나타나 추가적인 객실 공급이 요청되는 것으로 분석되었으나, 객실 점유율이 특정 계절에 집중되고 비수기에는 객실이 오히려 과잉 공급되는 양극화 현상을 해결하는 데 주력할 필요가 있음.

■ 여행업

- 대상지역의 여행업체에 대한 평가는 주관적인 기준에 의해 여행업체 수로 정하였으며, 그 평가 결과는 다음의 표와 같음.
- 우리나라와 주요 국가들의 여행업체 수를 비교해 보면, 한국은 전체 여행업체가 1999년말 현재 5,991개가 있으나 해외로 관광객을 송출할 수 있는 여행사는 일반

여행업과 국외여행업체로 그 수는 3,077개사에 달함.

- 제주도의 경우 전체 여행업체 수가 1999년말 현재 218개이며, 일반여행업과 국외여행업을 합하여 57개사에 이르고 있음.
- 홍콩은 1998년 현재 약 1,270개의 여행사가 등록되어 있어 시장 규모에 비해 그 수가 다소 과다한 편이며, 아웃바운드 에이전트는 100개사 정도로 파악됨.
- 대만은 1996년 현재 총 1,477개의 여행사가 영업활동을 하고 있는 것으로 나타났음.
- 싱가포르와 하와이는 여행업체에 대한 자료가 없어 비교분석에서 제외되었음.

<표 3-45> 여행업체 수에 대한 평가

구 분	한국(1999)	제주	홍콩(1997)	대만(1996)
여행업체수	5,991 (전체)	218 (전체)	1,270 (전체)	1,477 (전체)
	3,077 (해외부문)	57 (해외부문)	100 (해외부문)	
비교	○	△	△	△

주: ○: 과다, △: 보통; 대만은 여행업체의 지점수 제외

나. 숙박요금 및 패키지 상품 가격경쟁력 비교

■ 숙박요금

- 다음 표들은 동아시아와 오세아니아의 주요국의 특급호텔의 숙박요금을 제주도 특급관광호텔의 숙박료와 비교하기 위하여 작성한 것이며, ‘야후 코리아’ 검색사이트에서 발췌한 것임.
- 다음과 같은 기준에서 작성하였음.
 - 1) 호텔 선정은 특급호텔이상을 기준으로 작성됨
 - 2) 숙박요금은 원화로 환산한 가격임.
 - 3) 숙박은 2인1실을 기준으로 작성되었음(단 내용 중 (S)표시는 2인기준 가격이 표시되지 않은 경우이며, 스위트룸 가격임).

1. 태국

호텔명	소재지	숙박요금	비고
Amari Airport Hotel	방콕	192,326	특B
Amari Atrium Hotel	“	64,975	Superior First Class
Amari Watergate Hotel	“	83,168	특B
Ambassador	“	45,482	First Class
Dusit Resort Hotel	파타야	111,757	특A

2. 중국

호텔명	소재지	숙박요금	비고
Beijing Asia Jin Jiang Hotel	북경	79,269	특B
Beijing Hilton	“	157,239	특A
Beijing Hotel	“	207,920	특A
Capital Hotel Beijing	“	172,833	Superior First Class
Harbour Plaza Beijing	“	85,767	특B
Kunlun Hotel	“	(S)194,925	특A
Palace Hotel	“	172,833	
Tianlun Dynasty Hotel	“	(S)114,356	특B

3. 싱가포르

호텔명	소재지	숙박요금	비고
Amara Hotel	싱가폴	66,274	특B
Copthorne Harbourview Hotel	“	188,427	특B
Merchant Court Hotel	“	94,863	특B
Raffles Hotel-a Raffles International Hotel	“	(S)844,675	특A

4. 말레이시아

호텔명	소재지	숙박요금	비고
Airport Pan Pacific	쿠알라 룸푸르	98,762	특B
Concorde Hotel	“	67,574	“
Kuala Lumpur Hilton	”	(S)519,800	특A
Mingcourt Vista Hotel	”	(S)175,432	특B
Sunway Lagoon Resort Hotel-a Summit Hotel	”	(S)487,312	특A

5. 베트남

호텔명	소재지	숙박요금	비고
Hanoi Daewoo	하노이	131,249	특A
Melia Hanoi	“	(S)102,660	“
Amara Hotel	호치민	74,071	특B
Equatorial Hotel	“	102,660	“
Majestic Hotel	“	98,762	“
Omni Marcopolo Hotel	“	113,056	“
Rex Hotel	“	88,366	“

6. 인도

호텔명	소재지	숙박요금	비고
Tai Mahal Hotel	뉴델리	(S)207,920	특A
Tai Palace Intercontinental	”	(S)259,900	특B
Taj Bengal Hotel	캘커타	(S)181,930	특A

7. 인도네시아

호텔명	소재지	숙박요금	비고
Gran Melia Jakarta Hotel	자카르타	140,346	특A
Grand Hyatt	"	283,291	특B
Sheraton Bandara	"	198,823	특B
Bali Hilton International	발리	(S)240,407	특A
Melia Bali Hotel	"	77,970	특A
Melia Benoa Hotel	"	97,462	특B

8. 일본

호텔명	소재지	숙박요금	비고
Crowne Plaza Metropolitan Tokyo	동경	192,749	특A
Hotel Okura Tokyo	"	331,321	"
Makuhari Prince Hotel	"	229,215	특B
New Otani Hotel Tokyo	"	208,378	특A
Park Hyatt	"	533,447	"
Rihga Royal Hotel Narita	"	177,121	"
Rihga Royal Hotel Waseda	"	229,215	"

9. 필리핀

호텔명	소재지	숙박요금	비고
Mandarin Oriental Hotel	마닐라	126,051	특B
Manila Hotel	"	122,153	"
Pan Pacific Hotel	"	162,437	"
Alegre Beach Resort	세부	194,925	특A
Cebu City Marriott	"	97,462	특B
Plantation Bay Mactan	"	197,524	특A

10. 홍콩

호텔명	소재지	숙박요금	비고
Bishop Lei International House	홍콩	87,066	특B
Conrad International Hong Kong	"	253,402	특A
Emperor Happy Vally Hotel	"	(S)1,009,711	특B
Empire Hotel Hong Kong	"	87,066	"
Grand Hyatt Hotel	"	349,565	특A
Luk Kwok Hotel	"	167,635	특B
Regal Hong Kong Hotel	"	155,940	특A
South Pacific Hotel	"	93,564	특B

11. 마카오

호텔명	소재지	숙박요금	비고
Hyatt Regency Macau	마카오	132,549	특B
Lisboa Hotel	"	126,051	특A
Mandarin Oriental Hotel	"	123,452	특B

12. 괄

호텔명	소재지	숙박요금	비고
Hilton Guam	괄	165,036	특A
Onward Agana Beach Hotel	"	-	"

13. 사이판

호텔명	소재지	숙박요금	비고
Aquarius beach tower	사이판		콘도

14. 피지

호텔명	소재지	숙박요금	비고
Naviti Hotel	닌다	-	특A
Tanoa International Hotel	닌다	187,128	특B
Warwick Fiji Hotel	닌다	332,672	특A

15. 호주

호텔명	소재지	숙박요금	비고
ANA Hotel Sydney	시드니	331,372	특A
All Seasons Premier menzies Hotel	"	(S)237,808	특B
Boulevard Hotel	"	175,432	"
Gazebo Hotel	"	(S)128,650	"
Landmark Hotel	"	132,549	"
Merchant Court Hotel Sydney	"	(S)201,422	특A
Park Hyatt Hotel	"	367,758	"
Sheraton On The Park	"	218,316	"
Sydney Airport Hilton	"	163,737	"
Sydney Hilton	"	157,239	"
Sydney Vista Hotel	"	(S)181,930	특B

16. 뉴질랜드

호텔명	소재지	숙박요금	비고
Copthorne Harbour City	오클랜드	132,549	First Class
Novotel	"	154,640	Superior Tourist Class
Sky City	"	132,549	Superior First Class
Millennium	로토루아	136,447	"
Millennium	크라이스트처치	146,843	Deluxe Class

■ 제주도 주요호텔 숙박요금표(1일 기준)

- 1) 제주도 소재 호텔 숙박요금은 특급호텔을 기준으로 작성되었음
- 2) 숙박요금은 인터넷 검색과 함께 전화통화를 통해 작성되었음
- 3) 성수기는 3월말~6월초, 9월말~12월초, 여름성수기(7.20~8.20)로 대부분 호텔관계자들이 응답함.
- 4) 각 호텔은 룸 전망에 따라 약간의 차이가 존재함. 다만 조사요금은 호텔에서 전망권이 부여되는 룸을 기준으로 작성되었음.
- 5) 숙박요금에는 세금(10%), 봉사료(10%), 관광진흥기금(2%)이 포함되어 있음.

호텔	소재지			비고
		성수기	비수기	
서귀포 KAL	서귀포시	255,000	190,000	
제주 롯데	"	260,000	-	
신라	"	280,000	-	
그랜드	제주시	-	170,000	세금, 봉사료, 관광진흥기금 제외
하얏트	서귀포시	275,000	약 30%할인	세금, 봉사료, 관광진흥기금 제외
크라운프라자	제주시		180,000	
파라다이스	서귀포시	332,000	할인	호텔사정에 따라 비수기 때 할인 적용

- 이상에서 주요 국가 도시의 호텔들의 평균 객실료에 대한 가격 경쟁력을 비교한 것으로 관광객들의 여행비용과 관계가 크며, 이는 관광객의 체재일 수에도 상당

한 영향을 주는 변수임.

- 관광객 유치 경쟁력과 연관시켜 주관적으로 주요국의 객실 요금의 가격 경쟁력을 평가하면, 일본, 홍콩, 인도네시아, 호주의 경우 객실 요금이 비싼 나라로 분류되고 한국, 싱가포르, 대만, 인도 등은 중간수준으로 중국, 태국, 베트남의 객실 요금이 가장 저렴하여 가격 경쟁력에서 우위에 있는 것으로 평가됨.

■ 패키지 상품 가격경쟁력

- 관광사별 주요 관광지 패키지요금(허니문여행) 비교표는 다음과 같은 기준에서 작성되었음.

- 1) 본 조사는 웹사이트를 운영하고 있는 여행사를 대상으로 하였으며, 조사업체선정은 웹사이트를 성실히 운영하고 있는 업체를 대상으로 작성되었음.
- 2) 조사 요금은 1인 기준 요금임.
- 3) 숙박호텔은 특급호텔을 기준으로 함(제주도는 신라·조선호텔 기준, 기타는 하얏트 또는 힐튼 호텔을 기준으로 조사되었음)
- 4) 3박 5일은 4박 5일과 함께 작성되었음
- 5) 일요일 오후 출발하는 것을 기준으로 작성되었음(평일 출발, 토,일요일 오전 출발 등 출발 요일 및 시간에 따라 다소 요금 차이가 있음).
- 6) 중국여행패키지는 생각과는 달리 일반 여행사에서 취급하지 않고 중국관련 전문 여행사들이 있어 이들을 사이트를 방문하여 작성하였으며, 허니문여행이 아닌 일반여행상품의 가격표를 기준으로 함.

- 아래 표에서 보듯이 여행사마다 차이가 있으나 ‘제주도 여행(3일) 53만원, 방콕 파타야 산호섬 관광(5일) 69만9000원, 베이징 관광(4일) 44만9000원.’으로 나타남. 제주도 여행비용이 해외여행에 못지 않다는 점은 이미 알려진 사실이지만 이것을 보고도 제주도 여행을 선택하고 싶을까하는 의문점이 제기됨.

- 제주도 여행 경비는 숙소 여행코스 등에 따라 들쭉날쭉하지만 경우에 따라서는 동남아 관광보다 상대적으로 비싸고, 특히 패키지가 아닌 가족단위로 개별여행에 나서면 비용이 더욱 만만치 않음.

- 왕복항공료(서울~제주기준 15만원), 숙박료(특급 및 관광호텔 1박 10만~30만원), 렌터카(1일 6만원~8만원) 등의 기본경비 외에 사설관광지(한곳에 1인당 4000원~6000원)를 둘러보고 해저유람선승선, 식사비, 여행선물 등을 포함하면 제주관광에 쓰는 비용은, 4인 가족 기준으로 제대로 제주관광을 한다면 200만원 정도

수준임.

- 패키지여행은 ‘싼 게 비지떡’이며, 여행사에서 판매하는 제주관광상품은 대부분 1인당 30만~50만원선(레포츠 등 선택관광 제외)임. 이 가격은 대부분 왕복항공료와 숙박료 교통비 등으로 구성돼 있으며 숙소 등급과 성수기 여부에 따라 가격편차가 큼. 일부 여행사에서는 서울~제주노선의 왕복항공료와 비슷한 20만원정도의 패키지상품을 내놓기도 하는데, 경비가 터무니없이 낮을 경우 관광여행은 도깨비도로, 섭지코지, 성읍민속마을, 송악산 등 대부분 입장료가 없는 곳으로 코스가 짜여지고, 관광객은 특산기념품 판매업소로 이리저리 끌려 다니는 일이 많음.

		클럽 허니문	동서관광	(주)지구촌 항공	온누리	허니문	네스트 투어	가자
제주도	2박3일	550,000		529,000	560,000	560,000	530,000	595,000 (렌트카)
	3박4일	680,000	645,000	649,000	640,000	690,000	640,000	769,000 (렌트카)
태국 (방콕/ 파타야)	4박5일	799,000	799,000	699,000	740,000	869,000	778,000 (파타야)	755,000
괌	3박4일			779,000	899,000	999,000	799,000	970,000
	4박5일	989,000	1,050,000	829,000	999,000	1,129,000	879,000	1,030,000
사이판	3박4일			799,000	999,000	899,000	938,000	930,000
	4박5일	949,000	1,050,000	869,000	1,099,000	949,000	1,058,000	1,010,000
하와이	4박5일	1,249,000		1,299,000	1,390,000	1,399,000		1,150,000
싱가폴	4박5일	1,099,000	999,000	979,000	990,000	1,099,000		1,010,000

		유니온랜드 차이나	유엔차이나 (주)	국제연합 여행사	국진 월드투어	비고
중국(북경)	3박4일	449,000	449,000	599,000	499,000	
	4박5일	749,000	729,000		729,000	서안포함

IV. 제주관광산업의 경쟁환경 실태조사 분석

1. 조사개요

○ 조사목적

- 제주도는 ‘남쪽의 이국적인 섬’인 데다가 비행기로 주로 여행하는 등 ‘편안한 고급여행’이라는 인식 때문에 많은 사람이 휴가를 보내고 싶은 곳임. 하지만 동남아 등 해외관광상품에 비해 가격경쟁력 면에서 우위에 서지 못해 관광객 유치에 상당한 한계가 있는 것이 현실임. 이러한 차원에서 실시한 실태조사의 목적은 다음과 같음.

- ① 제주를 찾은 관광객들에게 보다 나은 관광분위기의 조성과 서비스를 제공하기 위한 관광정책의 수립과 제도개선에 기초자료를 제공하는 데 있음.
- ② 해외관광객을 제주관광으로 유치하고 제주관광을 더욱 활성화하는 정책대안을 도출하는 데 있음.
- ③ 관광업체의 불공정거래 행위의 원인과 실태를 파악하여 경쟁제한행위에 대한 합리적인 대응방안을 모색하는 데 있음.

○ 조사개요

- 조사대상 : 제주관광을 마친 내국인 관광객과 제주관광관련 사업체 담당자
- 조사기간 : 2001년 7~9월
- 표본크기 · 여행객 : 300부 배부 중 176부 유효표본 회수
· 관광관련업체 담당자 : 100부 배부 중 16부 회수
- 조사방법 : 우편조사

○ 분석방법

- 수집된 자료는 SPSSWIN을 이용한 통계분석을 함.
- 여행객표본의 경우는 data-cleaning을 통하여 응답이 충실하지 않은 사례를 제외시켰으며, 최종분석에는 Frequency, Cross-Tab, Anova 분석을 실시함.
- 관광관련업체 담당자의 경우는 그 표본의 크기가 너무 적기 때문에 통계분석은 하지 못하고, 제주도관광협회가 2000년 9월 19일 표본 43명을 대상으로 실시한 조사결과와 본 조사결과를 비교하여 기술통계만 작성함.

2. 조사결과 분석

(1) 여행객 조사결과의 빈도분석

○ 성별과 연령

본 조사에 응해준 유효표본 중 남자는 83명 47.3%, 여자는 92명 52.6%이고, 20대 이하는 18명 10.3%, 30대는 93명 53.1%, 40대는 56명 32.0%, 50대 이상은 8명 4.6%으로 30대의 비중이 가장 높았음.

	20대 이하	30대	40대	50대 이상	계
남자	5 (6.0)	42 (50.6)	30 (36.1)	6 (7.2)	83 (100.0)
여자	13 (14.1)	51 (55.4)	26 (28.3)	2 (2.2)	92 (100.0)
계	18 (10.3)	93 (53.1)	56 (32.0)	8 (4.6)	175 (100.0)

1) 관광경험 여부

문) 제주관광(방문)은 이번이 처음이십니까?

이번 조사 관광객의 제주관광 경험여부에서 처음(1회)라고 응답한 비율이 48.9%로서 가장 많았고 2회 이상 재방문과 비슷한 비율로 나타남.

내 용	빈 도(명)	구 성 비(%)
1회	86	48.9
2회	60	34.1
3회	22	12.5
4회 이상	8	4.5
계	176	100.0

문) 귀하는 해외관광을 하신 경험이 있으십니까?

해외관광에 대해서는 경험이 있다는 응답이 35.2%로 없다는 비율 64.2%의 절반 수준 정도로 나타남.

내 용	빈 도(명)	구 성 비(%)
예	62	35.2
아니오	113	64.2
계	176	100.0

문) 해외관광을 하시지 않고 제주관광을 선택하신 가장 큰 이유는 무엇입니까?

해외관광을 하지 않고 제주관광을 선택한 이유로는 경제적 이유가 35.5%로 가장 높았고, 다음으로 시간의 제약 16.0%, 제주 전통문화 관광이 14.2%, 편안하고 안락한 여행을 위해서가 13.6% 순으로 나타남.

제주전통문화의 관광목적이 상당히 높은 비중을 차지하고 있으므로 이에 대한 체험관광 등의 상품개발이 더욱 절실하다고 봄.

내 용	빈 도(명)	구 성 비(%)
① 시간의 제약	27	16.0
② 비용 등 경제적 이유	60	35.5
③ 편안한 안락한 여행이어서	23	13.6
④ 과거의 추억 때문에	18	10.7
⑤ 제주 전통문화를 만끽하기 위하여	24	14.2
⑥ 기 타	17	10.1
계	169	100.0

2) 참가형태

문) 이번 제주관광의 참가형태는 어느 것입니까?

제주관광의 참가형태는 가족단위 여행이 31.8%로 가장 많았고, 친구들 또는 단독으로 하는 개별 자유관광이 25.0%, 신혼여행이 24.4% 순으로 나타남.

내 용	빈 도(명)	구 성 비(%)
① 신혼여행	43	24.4
② 일반단체 및 수학여행	33	18.8
③ 가족단위 여행	56	31.8
④ 개별 자유관광	44	25.0
계	176	100.0

3) 관광예약

문) 귀하는 이번 제주관광시 항공 등 교통 및 숙박예약 등은 어떻게 하셨습니까?

제주관광예약은 교통과 숙박예약과 전체 패키지 상품예약이 각각 30.1%와 28.4%로 많은 부분을 차지하고 있음.

내 용	빈 도(명)	구 성 비(%)
① 전체 패키지상품 관광 예약	50	28.4
② 항공 또는 선박 등 교통만 예약	23	13.1
③ 교통과 숙박 예약	53	30.1
④ 숙박만 예약	22	12.5
⑤ 예약하지 않고 자유여행	28	15.9
계	176	100.0

문) 예약을 하셨다면 여행약관은 어떻게 인지하셨습니까?

여행약관 인지정도에서는 ‘구체적인 약관에 대해 언급이 없었다’가 34.2%로 가장 많았고, ‘여행약관은 구두로만 설명하였으나 서면으로는 받지 않았다’와 ‘충분히 인지하고 여행약관을 서면으로 받았다’가 각각 26.3%, 19.7%로 나타남. 결국 여행약관을 인지하고 여행을 한 응답자가 47% 수준인 것으로 조사됨.

내 용	빈 도(명)	구 성 비(%)
① 충분히 인지하고 여행약관을 서면으로 받았다	30	19.7
② 여행약관은 구두로만 설명하였으나 서면으로는 받지 않았다	40	26.3
③ 구체적인 여행약관은 언급이 없었다	52	34.2
④ 여행약관에 대해서는 전혀 언급이 없었다	30	19.7
계	152	100.0

문) 어떤 형태이든지 예약을 하셨다면 사업자 측에서 예약사항(약관)의 이행정도는 어떠했습니까?

약관 이행 정도에서는 보통이 61.0%로 가장 많았고, 충분과 미흡이 비슷한 비율을 보였으나 미흡의 20.1%로 비중이 약간 높았음.

내 용	빈 도(명)	구 성 비(%)
충 분	30	18.9
보 통	97	61.0
미 흡	32	20.1
계	159	100.0

문) 여행약관의 이행정도가 미흡했다면 이에 대해 어떻게 처리하셨습니까?

약관 불이행 보상에 있어서는 ‘귀찮아서 항의도 하지 않았다’가 61.5%로 매우 높은 비중을 나타내어 여행객들은 거의 약관불이행에 대해서 항의하지 않은 것으로 나타났고, ‘충분한 보상을 받았다’가 7.4%에 불과한 것으로 조사됨,

내 용	빈 도(명)	구 성 비(%)
① 충분한 보상을 받았다	9	7.4
② 항의를 하고 사과를 받아낸 선에서 그쳤다	38	31.1
③ 귀찮아서 항의도 하지 않았다.	75	61.5
계	122	100.0

문) 여행사의 고의 또는 과실로 인해 여행일정의 지연 또는 운송을 완수하지 못했을 경우 손해배상을 받으신 경험이 있으십니까?

관광관련업체로부터 과실 등으로 인해 정상적인 여행일정을 완수하지 못했을 때 손해배상을 받은 경험이 있는 응답자는 5.9%에 불과함.

내 용	빈 도(명)	구 성 비(%)
예	9	5.9
아니오	144	94.1
계	153	100.0

4) 제주관광비용비

문) 제주도에서 교통비(항공요금 및 선박요금 등)를 포함한 총 관광비용은 어느 정도를 지출하였습니까? (1인당)

제주에서의 관광객들이 지출하는 1인당 관광비용은 50~60만원이 16.0%로 가장 많았고, 다음으로 40~50만원과 20~30만원 순으로 나타났으며, 20~70만원의 경비를 쓰는 관광객이 전체의 65.7%로 차지했고, 100만원 이상 지출하는 관광객은 8.5%에 불과함.

내 용	빈 도(명)	구 성 비(%)
① 10만원 미만	1	0.6
② 10~20만원	13	7.4
③ 20~30만원	23	13.1
④ 30~40만원	21	12.0
⑤ 40~50만원	24	13.7
⑥ 50~60만원	28	16.0
⑦ 60~70만원	19	10.9
⑧ 70~80만원	16	9.1
⑨ 80~100만원	15	8.6
⑩ 100~150만원	9	5.1
⑪ 150만원이상	6	3.4
계	175	100.0

5) 관광관련시설 및 교통수단에 대한 만족도

문) 관광관련시설 및 교통수단에 관해서 어떻게 생각하십니까?

관광관련시설 및 교통수단에 대한 만족도에 대해서는 숙박시설에 대해서는 만족도가 55.8%로 비교적 높은 것으로 나타났고(만족도 점수 2.565), 교통수단과 기타 관광편의시설부문에서는 보통이상이 각각 87.0%, 82.85로 나타난 것에 비해 상대적으로 음식점에 대한 불만족도가 30.65로 만족도 21.2%보다 높게 나타남(만족도 점

수 1,894).

만족도 항 목	매우만족	대체로만족	보통	불만족	매우불만족	계
숙박시설	14 (8.2)	81 (47.6)	63 (37.1)	11 (6.5)	1 (0.6)	170 (100.0)
교통수단	9 (5.3)	65 (38.2)	74 (43.5)	20 (11.8)	2 (1.2)	170 (100.0)
음식점	2 (1.2)	34 (20.0)	82 (48.2)	48 (28.2)	4 (2.4)	170 (100.0)
기타관광 편의시설	3 (1.7)	54 (32.0)	83 (49.1)	27 (16.0)	2 (1.2)	170 (100.0)

문) 분야별로 가장 불만족한 이유를 선택해 주십시오.

◇ 숙박분야

숙박분야의 불만족 사유를 묻는 질문에서 요금 비쌌이 48.3%로 가장 많이 지적되었으며 다음으로는 노후시설 10.9%, 기본물품 미비치 9.55, 객실불결 8.2%로 나타남. 한편 불친절은 3.4%로 아주 낮은 비율을 보여 숙박분야의 친절도가 높은 것으로 평가됨.

내 용	빈 도(명)	구 성 비(%)
① 불친절	5	3.4
② 객실불결	12	8.2
③ 요금이 비싸다	71	48.3
④ 기본물품 미비치	14	9.5
⑤ 노후시설	16	10.9
⑥ 객실부족	9	6.1
⑦ 기타	20	13.6
계	147	100.0

◇ 교통분야

교통분야의 불만족 이유로는 불필요한 곳 안내가 35.5%로 ‘요금 비쌌’의 30.9%보다도 높은 비중을 나타냄. 이는 뒤에서도 언급하겠지만 안내원 등의 관광지 및 관광상품 강매와 송객 수수료 등과도 연관이 있을 것임. 이에 대한 제도적 개선 장치가 절실함. 교통분야에서 ‘기타’ 응답자가 상대적으로 많은 것은 자가운전의 경우라 생각됨.

내 용	빈 도(명)	구 성 비(%)
① 불친절	5	3.3
② 차량불결	7	4.6
③ 요금이 비싸다	47	30.9
④ 불필요한 곳 안내	54	35.5
⑤ 차량노후	14	9.2
⑥ 난폭운전	2	1.3
⑦ 기타	23	15.1
계	152	100.0

◇ 음식점 분야

음식점 분야의 불만족 이유로는 ‘맛이 없다’가 38.9%, ‘요금이 비싸다’가 34.4%로 나타나 제주지역 음식의 가격과 맛에 대한 문제가 있는 것으로 조사되어 이 분야의 개발의 필요성이 요구됨.

내 용	빈 도(명)	구 성 비(%)
① 불친절	2	1.3
② 위생상태불량	20	12.7
③ 요금이 비싸다	54	34.4
④ 맛이 없다	61	38.9
⑤ 시설노후	7	4.5
⑥ 기타	13	8.3
계	157	100.0

◇ 기타 관광편의 시설분야

기타 편의시설에 대해 관광객들은 ‘요금이 비싸다’가 37.2%로 가장 많았고, 다음으로 ‘디자인 등 특색부족’ 23.7%, ‘품질이 안 좋다’ 10.3%로 나타나 관광 기념상품 등의 개발 필요성을 시사해 줌.

내 용	빈 도(명)	구 성 비(%)
① 불친절	4	2.6
② 청소상태불량	13	8.3
③ 요금이 비싸다	58	37.2
④ 품질이 안좋다	16	10.3
⑤ 시설노후	9	5.8
⑥ 디자인 등 특색이 부족	37	23.7
⑦ 기타	19	12.2
계	156	100.0

문) 제주관광 중 가장 불만족스럽게 생각하신 점은 무엇입니까?

제주관광 중 불만족이 가장 크게 나타난 항목은 ‘안내원 또는 운전기사가 관광지(관광상품) 강요 및 일방적 결정’이 45.5%로 매우 높은 비중을 차지했으며 또한 호객행위에 대해서도 11.5%의 불만족을 보였는데, 이는 송객수수료 문제와 덤핑 패키지관광문제 등이 복합적으로 작용한 결과라고 해석되어 이 부문에 대한 단속과 홍보 및 제도개선이 매우 절실하다고 사료됨.

내 용	빈 도(명)	구 성 비(%)
① 요금	46	27.9
② 안내원 또는 운전기사가 관광지(관광상품) 강요 및 일방적 결정	75	45.5
③ 호객행위	19	11.5
④ 기 타	25	15.2
계	165	100.0

6) 관광요금 관련사항

문) 제주관광 중 가장 비싸다고 생각하신 요금은 무엇입니까?

제주관광 중 가장 비싸다가 느낀 요금은 관광지 입장료 30.2%와, 기념품가격 28.2%이 많은 비중을 차지함. 후술하겠지만 관광지 입장요금은 관광관련업체 종사자도 같은 의견을 보이고 있어 이에 대한 적정가격의 산정이 요구됨.

한편 관광관련종사자들은 제주관광의 가격경쟁력 애로측면에서 항공요금을 들었는데 이에 대한 응답자 의견은 11.6% 정도에 불과한 것으로 나타났음.

내 용	빈 도(명)	구 성 비(%)
① 항공요금	20	11.6
② 육지 제주간 여객선 요금	5	2.9
③ 숙박요금	23	13.4
④ 관광지 입장료	52	30.2
⑤ 제주도내 교통요금	12	7.0
⑥ 기념품(여행선물) 가격	45	28.2
⑦ 음식가격	15	8.7
계	172	100.0

문) 이번 관광에서 주로 이용한 숙박시설은 무엇입니까?

관광객 응답자가 이용하는 숙박시설은 일반호텔이 43.0%, 특급 및 1급 관광호텔이 20.3%로 나타남. 한편 기타는 민박, 야영, 친지집에 숙박한 것임.

내 용	빈 도(명)	구 성 비(%)
① 특급 및 1급 관광호텔	35	20.3
② 일반호텔	74	43.0
③ 콘도미니엄	29	16.9
④ 여관 및 여인숙	19	11.0
⑤ 기 타	15	8.7
계	172	100.0

문) 다음 숙박시설 요금에 대한 귀하의 의견은?

숙박요금에 대한 인식은 ‘매우 비싸다’ 특급 및 관광호텔 요금이, ‘비싸다’는 일반 호텔이, 적절하다는 여관 및 여인숙 등에서 상대적으로 많이 나타남.

	매우 비싸다	비싸다	적절	싸다	매우 싸다	계
특급 및 1급 관광호텔	48(31.4)	78(51.0)	26(17.0)	1(0.7)	-	153(100.0)
일반호텔	16(10.5)	98(64.1)	38(24.8)	1(0.7)	-	153(100.0)
콘도미니엄	14(9.2)	78(51.0)	57(37.3)	4(2.6)	-	153(100.0)
여관 및 여인숙	12(7.8)	63(41.2)	66(43.1)	11(7.2)	1(0.7)	153(100.0)

문) 이번 관광 중에 주로 이용한 교통수단은 무엇입니까?

응답자들이 가장 많이 이용하는 교통수단은 렌터카가 45.3%로 가장 많았고, 다음으로 택시 24.4%, 전세버스 18.0%로 나타남.

내 용	빈 도(명)	구 성 비(%)
① 전세버스	31	18.0
② 일반버스	8	4.7
③ 택시	42	24.4
④ 렌트카	78	45.3
⑤ 자가용	7	4.1
⑥ 기 타	6	3.5
계	172	100.0

문) 다음 도내 교통요금에 대한 귀하의 의견은?

도내 교통요금에 대한 조사에서는 일반적으로 비싸다는 의견이 지배적이었음.

	매우비싸다	비싸다	적절	싸다	계
전세버스	14(9.4)	68(45.6)	65(43.6)	2(1.3)	149(100.0)
15인 이하 승합차 렌터	15(10.1)	70(47.0)	62(41.6)	2(1.3)	149(100.0)
택시대절	23(15.4)	74(49.7)	50(33.6)	2(1.3)	149(100.0)
승용차 렌터	20(13.4)	75(50.3)	51(34.2)	3(2.0)	149(100.0)

19. 다음 관광지 입장요금 중 가장 비싸다고 생각하신 항목을 순서대로 세 가지 기입하여 주십시오. ()안의 숫자는 성인개인 기준 요금입니다.

(1순위 : →2순위 : →3순위 :)

관광지 입장요금 중 1순위로 비싸다는 의견을 보인 관광지는 여미지식물원(5,000) 26.7%, 테디베어 박물관(6,000) 19.9%, 퍼시픽 랜드(6,000) 11.2%의 순이었 고, 2순위로 비싸다는 의견을 보인 관광지는 여미지식물원(5,000) 17.1%, 분재예술원(5,000) 16.5%, 제주 민속촌 박물관(4,000) 12.5%의 순이었으며, 3순위로 비싸다는 의견을 보인 관광지는 제주 민속촌 박물관(4,000) 13.15%, 한림공원(4,000) 10.8%, 여미지식물원(5,000) 10.81% 순으로 나타남. 이들 관광지들은 물론 여타 관광지들도 적정요금산정이 절실하다고 사료됨. 앞의 분석에서도 관광객들은 항공요금보다도 관광지 입장요금이 더 비싸다는 의견을 보였음.

순 위	내 용	빈 도(명)	구 성 비(%)
1	⑧ 여미지식물원(5,000)	43	26.7
	③ 테디베어 박물관(6,000)	32	19.9
	⑬ 퍼시픽 랜드(6,000)	18	11.2
2	⑧ 여미지식물원(5,000)	27	17.1
	⑥ 분재예술원(5,000)	26	16.5
	② 제주 민속촌 박물관(4,000)	22	13.9
3	⑥ 분재예술원(5,000)	23	15.0
	⑤ 한림공원(4,000)	19	12.4
	② 제주 민속촌 박물관(4,000)	19	12.4

7) 제주관광발전을 위한 개선점

문) 제주관광여건 중 가장 시급하게 개선해야 할 점은?

제주관광발전을 위해 가장 시급하게 개선되어야 할 사항으로는 저렴한 관광요금 이 36.9%로 가장 많았고, 관광상품개발 29.8%, 제반 수용시설 확충 12.5% 순으로 나타남.

(2) 조사결과의 교차분석 및 분산분석

- 다음 표는 관광객이 주로 이용한 교통수단과 교통분야의 불만족 이유를 교차분석한 결과임.
 - 표에서와 같이 관광객의 가장 불만족한 이유로는 안내원이나 운전기사가 불필요한 곳을 안내한 것임.
 - 특히 택시이용의 경우 불필요한 곳 안내에 대한 불만족도가 48.7%로 가장 높고, 렌터카 이용 역시 34.3%로 높게 나타났음.
 - 통계적 P값 역시 0.001로 매우 높은 유의수준을 나타냄.
 - 이는 택시기사나 렌터카 기사가 송객수수료나 덤핑 패키지관광 등의 이유로 관광기념품점이나 음식점 및 자연농원 및 옵션관광지로 유도했거나 무료 관광지 또는 사설관광지로 안내했을 가능성이 높은 것으로 추정됨.
 - 이러한 관행이 계속된다면 향후 제주관광의 매력이 떨어지고 나아가서는 경쟁력을 상실하게 될 것이므로, 이에 대한 적절한 제도적 개선 방안이 절실히 요구됨.

	전세버스	택시	렌터카	기 타	계
불친절	1(4.0)	1(2.6)	3(4.5)	-	5(3.3)
차량불결	-	2(5.1)	4(6.0)	1(5.3)	7(4.7)
요금미비쌈	10(40.0)	11(28.2)	21(31.3)	5(26.3)	47(31.3)
불필요한 곳 안내	9(36.0)	19(48.7)	23(34.3)	3(15.8)	54(36.0)
차량노후	2(8.0)	3(7.7)	6(9.0)	3(15.8)	14(9.3)
난폭운전	-	-	-	2(10.5)	2(1.3)
기 타	3(12.0)	3(7.7)	10(14.9)	5(26.3)	21(14.0)
계	25(100.0)	39(100.0)	67(100.0)	19(100.0)	150(100.0)
Pearson의 X^2 값 60.823 유의수준 0.001					

- 다음 표는 관광객 불만족사항과 관광예약정도간의 관계를 교차분석한 결과임.
 - 변수가 비율척도나 순서척도가 아닌 명목척도이기 때문에 통계적 유의수준은 0.613으로 낮은 수준을 보였으나 큰 의미가 없음.
 - 아래 표에서 보듯이 패키지 관광의 경우나 교통과 숙박을 예약한 경우에 안내원 또는 운전기사가 여행객이 가고 싶지 않은 관광지 안내나 관광상품판매상점을 일방적으로 결정하는 데에 대한 불만이 큰 것으로 분석됨.

	관광객 불만족 사항				계
	요금	관광지·관광상품강요	호객행위	기타	
전체 패키지상품 관광 예약	7(15.2)	27(36.0)	4(21.1)	8(32.0)	46(27.9)
교통만 예약	9(19.6)	9(12.0)	3(15.8)	2(8.0)	23(13.9)
교통과 숙박 예약	14(30.4)	24(32.0)	6(31.6)	8(32.0)	52(31.5)
숙박만 예약	8(17.4)	7(9.3)	2(10.5)	3(12.0)	20(12.1)
예약하지 않고 자유여행	8(17.4)	8(10.7)	4(21.1)	4(16.0)	24(14.5)
계	46(100.0)	75(100.0)	19(100.0)	25(100.0)	165(100.0)
Pearson의 X ² 값 10.036 유의수준 0.613					

- 다음 표는 여행객의 예약약관 인지정도와 여행사업자의 이행정도와 관계를 교차 분석한 결과임.
- 통계적 유의수준은 0.009로 유의도가 높게 나타남.
 - 분석의결과는 여행약관의 인지도와 계약이 확실할수록 사업자의 여행약관 이행 정도가 높은 것으로 나타남.
 - 따라서 여행객들은 조금 귀찮더라도 계약을 확실하게 할 필요성이 있음.

	여행약관 이행정도			계
	충분	보통	미흡	
· 충분히 인지하고 여행약관을 서면으로 받았다	9 (33.3)	20 (21.5)	1 (3.2)	30 (19.9)
· 여행약관은 구두로만 설명하였으나 서면으로는 받지 않았다	7 (25.9)	29 (31.2)	4 (12.9)	40 (26.5)
· 구체적인 여행약관은 언급이 없었다	6 (22.2)	29 (31.2)	17 (54.8)	52 (34.4)
· 여행약관에 대해서는 전혀 언급이 없었다	5 (18.5)	15 (16.1)	9 (29.0)	29 (19.2)
계	27 (100.0)	93 (100.0)	31 (100.0)	151 (100.0)
Pearson의 X ² 값 17.074 유의수준 0.009				

- 다음 표는 관광관련 사업자의 여행약관 정도를 요인으로 하고 관광관련시설 및 교통수단에 관한 만족도를 종속변수로 하여 분산분석(ANOVA)한 것임.
- 모든 관광관련시설의 만족도는 5% 유의수준에서 유의도를 나타냈으며 특히 숙박시설의 만족도는 1%이하의 높은 유의수준을 보임.
 - 이처럼 여행사의 약관이행정도가 충분할수록 그 만족도가 높게 나타나는 것은 당연한 결과라 사료됨.

	약관 이행정도						F값	P값
	충분		보통		미흡			
	M	SD	M	SD	M	SD		
숙박시설	2.68	0.909	2.50	0.687	2.00	0.587	7.605	0.001
교통수단	2.87	0.806	2.67	0.631	2.30	0.952	4.455	0.013
음 식 점	3.32	0.791	3.10	0.757	2.83	0.747	3.152	0.046
기타관광 편의시설	2.97	0.615	2.91	0.780	2.53	0.819	3.286	0.040

3. 제주관광관련업종의 불공정 행위유형과 문제점

(1) 여행업체

- 행위유형

- 송객을 조건으로 부당수수료(송객보증금) 수수행위
- 무자격 안내원이 안내하는 행위
- 관광 계약 불이행 및 약관 위반행위
- 안내원의 특정업체 안내, 물품 구매 및 부당한 봉사료 강요

- 문제점

- 지역여건 등 모객의 곤란으로 육지부 여행사에 송객을 조건으로 보증금 사전 지불
- 도내 여행사와 이용시설 업체간 송객 조건으로 송객보증금 수수
- 여행업체의 난립으로 업체간 과당경쟁으로 부조리 조장
- 업체의 영세성, 자립경영의 어려움 등으로 자생력 미흡

(2) 관광숙박업

- 행위유형

- 객실 초과예약 등 예약질서 문란행위
- 숙박업소 종사원 팁요구 및 퇴폐행위 알선
- 호텔 도어맨에 의한 자가용 차량 이용 관광행위
- 호텔 종사원이 무등록 여행업자에게 관광행사 알선행위

- 문제점

- 성수기에 관광객이 예약후 빈번한 취소 사례 발생
- 객실 초과예약 등으로 관광객에게 불편을 주는 사례 많음
- 호텔 종사원과 무등록 여행업자간 부당 금품 수수

(3) 사진비디오업체

- 행위유형

- 일방적으로 사진·비디오 촬영후 제품 강매 행위
- 사진·비디오 대금을 과다하게 수수하는 행위
- 사진·비디오 촬영과 관광안내를 겸한 무등록 관광안내행 위로 인한 부실관광 초래

-문제점

- 음반 및 비디오업 등록 기준 완화로 제작업체 난립과 업체간 과당경쟁 초래
- 관광객과 협의 사진·비디오 촬영시 사전계약을 명확히 하지 않아 요금시비 발생
- 여행사와 밀접하게 연결되어 부당수수료 수수

(4) 기념품 판매업체

- 행위유형

- 기념품, 특산물 등에 대한 과대선전, 강매행위
- 저질 불량상품 생산 고가 유통
- 제주 토산품이 아님에도 제주산으로 위장 판매
- 제조회사, 상표 등 허위표시 및 가격표시 불이행

-문제점

- 송객을 조건으로 여행사와의 송객보증금 사전 수수
- 상품을 고가 판매하고 송객한 안내원, 운전기사 등에게 고액 수수료 지급
- 기념품, 토산품이 지역간, 업소간 격차로 이용객 등이 불신 초래
- 독특한 지역 특산품의 빈약
- 자유업종에 대한 부당행위 발생시 규제할 관련 법규 미비

(5) 농 원

- 행위유형

- 송객을 조건으로 여행사 등에 송객보증금 지불
- 제품을 고가 판매하고 송객한 안내원, 운전기사 등에게 부당 금품 지급
- 제조회사 상표 등 허위기재 및 가격표시 불이행
- 특산물에 대한 과대선전 및 강매행위
- 규격미달 및 저질상품 판매행위

-문제점

- 관광 관련 자유업종으로 불법행위 발생시 규제할 관계법규 미약
- 저질, 불량상품을 판매하거나 과다 선전 및 고가 판매로 관광지 이미지 훼손
- 제조회사, 규격, 함유량에 따라 가격이 상이함에도 동일한 제품으로 오인하게 하여 바가지 요금 징수
- 송객 조건으로 여행사와의 송객보증금 사전 수수
- 안내원 및 운전기사에게 송객한 대가로 상품판매액의 일정을 수수료 지급

(6) 승마장업

- 행위유형

- 송객을 조건으로 여행사 등에 송객보증금 지불
- 송객한 안내원, 운전기사 등에게 부당금품 등 지급
- 관광지 등에서 호객하는 행위

-문제점

- 여행사 등에 송객수수료 지불하지 않으면 관광객을 송객해 주지 않는 이유로 부조리 발생
- 송객한 안내원, 운전기사 등에게 1인당 이용료의 35~55% 지급
- 자유업종에 대한 부당행위 발생시 규제할 관련 법규 미비

(7) 유람선업

- 행위유형

- 송객을 조건으로 여행사 등에 송객보증금 지불
- 송객한 안내원, 운전기사 등에게 부당금품, 수수료 등 지급
- 관광지 등에서 호객·이용 강요하는 행위

-문제점

- 송객을 조건으로 여행사 등과 송객 보증금 사전 수수
- 송객한 안내원, 운전기사 등에게 1인당 이용료의 20~50% 지급
- 여행사 등에 송객수수료 지불하지 않으면 송객해 주지 않는 이유로 부조리 발생

(8) 관광관련 음식점

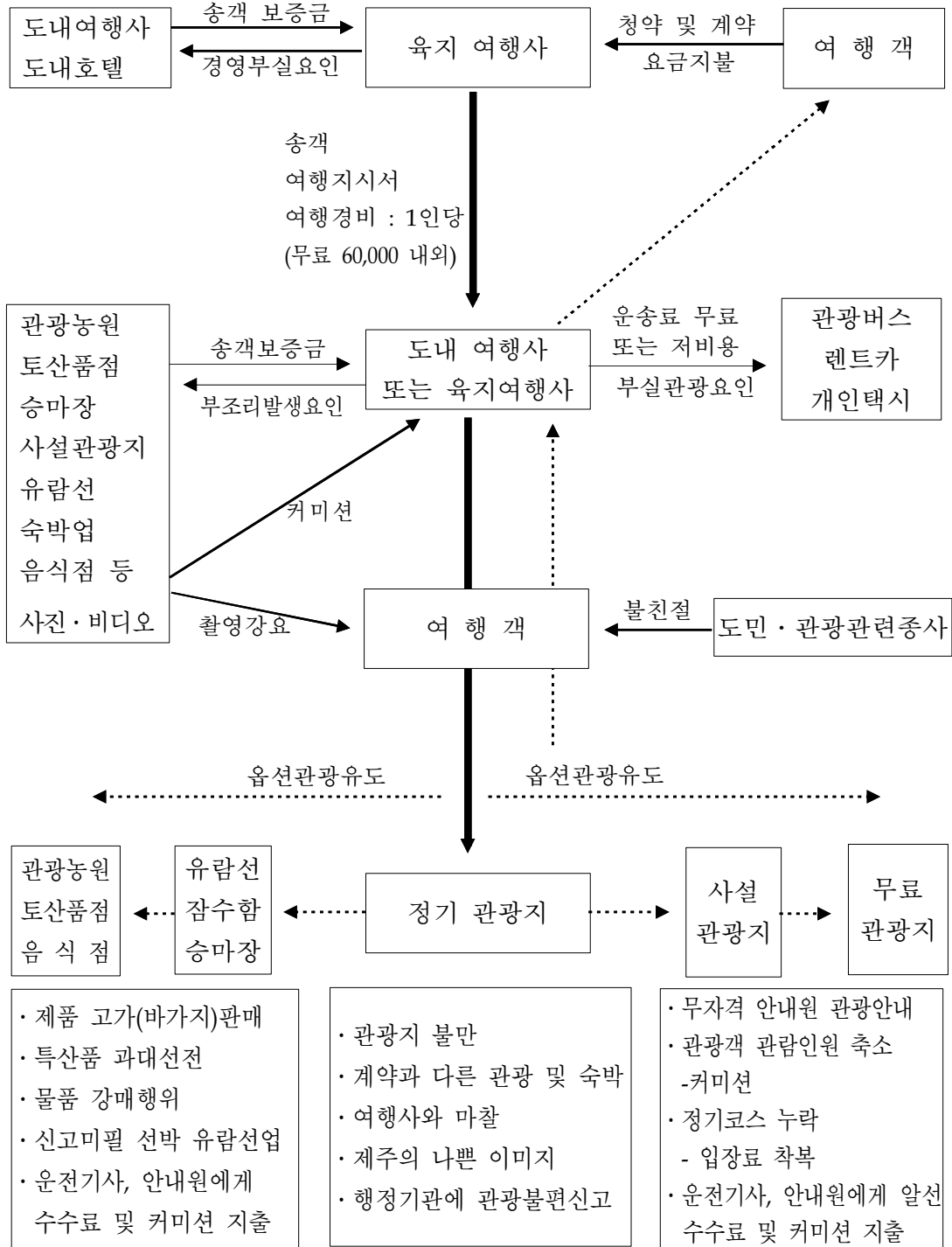
- 행위유형

- 부당금품 수수료를 지불하는 행위
- 저급어종을 고급어종으로 둔갑 고가로 판매하는 행위
- 활어를 가장한 저장된 생선회를 제공
- 가격 미표시 및 바가지 요금 징수행위

-문제점

- 기본차림 과다제공으로 가격 상승
- 저급어종을 고급어종으로 둔갑 판매하여 부당이익 취득
- 지역간, 업소간 어종가격이 크게 상이하여 이용객의 불신 초래
- 매운탕 등 식사 주문에 회를 끼워 판매하여 이용객에게 불편 초래

관광산업의 거래 흐름도



자료 : 제주도·제주발전연구원(2000), 『제주도 관광진흥기본계획』.

V. 제주 관광산업의 경쟁환경 구축방안

1. 불공정거래 행위의 규제방안

(1) 관광업종에 대한 「중요정보고시」제도의 추가도입

- 공정거래위원회는 소비자의 구매선택에 영향을 미칠 수 있는 중요한 표시·광고행위로 인한 소비자피해를 사전에 예방하기 위하여 「중요정보고시」제도를 도입 시행하고있음.
 - 이처럼 관광객에게 사전에 세부적 관광일정과 상품가격을 공고하도록 하는 「중요정보고시」제도를 관광관련업종에 추가로 도입함
 - 제도 도입 후 이를 불이행시 법에 저촉된다는 것을 관광사업체들에게 적극 홍보함.

- 이벤트 행사지시서 양식을 현행의 공급자 위주에서 소비자 위주로 전환하고, 업체별 고유번호를 부여하여 책임의 소재를 분명히 함.

- 관광일정 안내
 - 사전에 세부적이고 명료한 관광일정표를 만들어 관광객들에게 배부하고 우발적인 사고나 기상변화 등의 원인으로 일정표대로 관광이 이루어지지 못했을 때 이에 상응한 보상처리를 하도록 하는 제도를 구축함.
 - 이에 대한 기대효과 : ① 부실관광의 사전예방 효과
② 선택관광(option tour)에 대한 의구심 해소

- 관광상품가격 공고
 - 가격공고 방법 : 관광사업체별 보유상품 적정요금 수수를 유도하기 위하여 사업체별 보유상품 단가를 지방 일간지에 공고하거나 공항이나 항구 도착장에 유인물을 배포함
 - 목 적
 - 관광객 이용요금 자율화 조치 이후 규격이 없는 무분별한 상품의 단가로 인하여 소비자(관광객)에게 상당한 부담을 가중시켜 온 피해를 사전예방
 - 관광진흥법 제41조 제2호의 규정에 의거 산출된 단가를 사업자와 소비자(관광

- 객)간의 약속으로 관할 지방 일간지 및 관광객 수요창출 지역 일간지에 공고하여 관광객 이용 요금에 대한 이중 영수증 교부를 근절하고, 사업자 책임 한계를 명확히 함
- 소비자(관광객) 보호를 위해 사업자 개별 공고와 단체 공동 공고로 단가 차등제 계약제도를 도입하여 사업자의 재정 압박 요인 최소화

- 기대효과

- 소비자(관광객)가 여행상품의 질을 여행개시전 판단할 수 있는 증빙서 역할
- 소비자(관광객)의 소비금액 과부담(숙칭 바가지) 근절 장치
- 소비자(관광객)의 소비금액에 상응하는 서비스 내역에 따른 예우권리 주장 장치
- 여행상품 보유 사업체 경영의 합리화 장치 역할
- 업종대 업종간 권익 침해 예방이 되므로 무등록 여행업자 근절 역할 장치
- 관광객 안내 알선 유통구조가 정착됨으로 국세수납 상승효과 장치
- 관광상품 홍보가 체계화됨으로 국가적 차원의 관광사업 진흥 촉진 장치

사례 : 문제의 동충하초

얼마전 신혼여행을 제주로 다녀왔는데 너무 실망스럽고 화가나 이 글을 적습니다. 여행스케줄은 마치 사진앨범을 제작을 위한 장소이동에 불과했습니다. 쇼핑은 가이드가 자기를 믿고 사라고 한 곳(대한쇼핑타운)에서는 엄청난 바가지 요금이 우리를 대접했고, 밀감농사가 어찌구저찌구 하면서 제주관광을 할 아까운 시간을 낭비하며 우리를 제주 농원이라는 곳에 안내하여 때아닌 강의를 듣게 했습니다. 그리고 힘들어하는 농민을 위해 동충하초(6만원×8개)를 반강제적으로 구매하게 되었습니다. 제주도 여행이 신혼여행이 아닌 강제쇼핑, 바가지요금, 강매한 동충하초 등으로 엉망이 되어버렸습니다.

여기가 신혼여행지이고, 휴양지인가??

여행을 마치고 돌아가는 비행기 속에서 다시 제주도 여행을 선택할 것인가? 주의에 권유할 것인가?

선택은 다시는 오지 않을 것이고, 제주도 여행을 생각하는 사람이 있다면 도시락 싸들고 다니면서 반대할 것이다.

내 신혼여행의 추억을 돌려주세요.

(출처 : 제주관광협회 홈페이지 자유게시판)

(2) 송객수수료 관행의 근절방안

- 송객수수료 관행은 제주관광산업의 경쟁환경구축과 그 발전에 가장 큰 장애요소임. 그 문제점은 다음과 같음.
 - 무등록 여행업체가 난립할 수 있는 동기를 줌
 - 관광상품 가격에 전가되어 가격경쟁력이 떨어짐
 - 바가지 요금의 성행 등으로 관광이미지 훼손
 - 독특한 지역 특산품이 신규개발이 안되고, 모방품이 활개를 칠 수 있는 토양을 제공함.
 - 과도한 수수료 부담으로 영세사업자 경영난 가중

- 이러한 문제점들은 제주관광을 기피하게 하는 요소로 작용하고, 이는 결국 관광 관련 사업자의 경영난 악화로 이어지는 악순환이 됨

가. 네가티브방안 : 법적대응 강화

- 제주관광의 오랫동안 관행으로 내려온 송객수수료 지급은 ‘사업자단체금지행위’ 및 ‘부당한 고객유인행위’에 해당될 수 있음.
 - 공정거래법상 “사업자단체가 가격을 결정·유지 또는 변경하는 등의 방법으로 부당하게 구성사업자간 경쟁을 제한하는 행위”를 사업자단체금지행위로 규정하고 있는 바, 단체가 송객수수료 등을 결정하는 행위는 이에 해당될 소지가 있으며,
 - 또한 “정상적인 거래행위에 비추어 부당하거나 과도한 이익을 제공 또는 제공할 제의를 하여 경쟁사업자의 고객을 자기와 거래하도록 유인하는 행위”를 부당한 고객유인행위로 규정하고 있으므로 사업자가 과도한 송객수수료를 지급하는 행위는 이에 해당될 소지가 있음.
 - 따라서 사업자 및 사업자단체의 법 위반혐의에 대하여 별도의 법적 검토가 필요함.
 - 단 계
 - ① 대대적인 홍보활동을 통하여 ‘송객수수료 행위’가 제주관광발전에 큰 장애요인이라는 점과 이를 위반시 엄한 법적 불이익을 받을 수 있다는 인식을 제고시킴.
 - ② ‘건전 관광질서 합동상설지도·단속반’(가칭)을 운영하여 계도기간을 거쳐 일

정기간 동안 집중단속함(안전띠 착용사례 참조).

③ 중점관리대상 관광사업체를 선정하여 정기적 조사·관리를 강화함.

안전띠 착용률 97.7%...일본 앞질러

우리나라 운전자들의 안전띠 착용률이 97.7%를 기록하면서 일본을 앞지른 것으로 나타났다. 11일 손해보험협회에 따르면 여론조사 전문기관인 코리아리서치센터에 의뢰, 전국 도시지역 20세이상 운전자 1,012명을 대상으로 전화조사를 실시한 결과 97.7%인 989명이 최근 한달동안 운전중 안전띠를 착용했다고 응답했다.

이는 일본의 도쿄(東京)와 오사카(大板)지역 운전자의 안전띠 착용률인 82.8%를 상회하는 수준이다. 손해보험협회 관계자는 "지난해 11월 2002 월드컵 개최도시인 서울과 부산, 도쿄, 오사카지역 운전자를 대상으로 안전띠 착용률을 조사했을 때는 우리나라가 23.4%에 불과했지만 6개월만에 4배이상 높아졌다"고 말했다.

또 '지난 4월부터 벌인 경찰단속이 안전띠 착용에 영향을 미쳤다'는 응답이 93.3%나 돼 경찰 단속이 안전띠 착용에 큰 효과를 거둔 것으로 분석됐다.

참고로 안전띠 미착용 단속은 홍보기간(3.1~3.15까지), 계도기간(3.16~4.1)을 거쳐 4.2부터 대대적으로 연중 실시되었으며, 홍보기간 이전의 안전띠 착용률은 23%에 불과하였다.

(출처 : 중앙일보 2001.6.11(월)자에서 발췌)

나. 포지티브 방안

- 송객수수료 관행을 근절시키는 가장 효과적인 방법은 공정한 경쟁이라고 할 수 있음. 이를 위해서는 관련 이해당사자들의 참여와 협력이 중요함.
 - 제주도 산하 전 공공기관과 언론사에 공문을 발송하여 협조를 요청하고, 범도민 운동으로 전개시켜 나감.
 - 도민들의 자발적인 참여와 합의를 이끌어내야 하는데, 이러한 측면에서 시민단체와의 연대를 강화할 필요가 있음.

- 전문 관광가이드의 육성 활용
 - 관광가이드들의 자긍심을 심어주고 송객수수료 관행을 근절시키기 위해서는 전문가이드를 양성하고 이들에 대한 적정보수체계를 확립할 필요가 있음.
 - 안내원을 관광해설자임과 동시에 불공정거래 행위의 감시자로서 활용할 수 있는 제도적 장치 마련

- 전문 가이드에 대한 관광객들의 신뢰를 높이기 위해 제주도가 발행하는 인증서 또는 인증 뱃지 부착
- 양성을 위해 관광교육원 등에 위탁하고 일정규모의 운영자금 및 훈련보조비를 지원함
- 지역내 대학의 관광관련학과 재학생 및 졸업생들을 자원봉사 안내·해설 가이드로 활용

< 사례 : 이탈리아 관광가이드-프로페소레(Professore) >

이탈리아에서는 관광가이드를 프로페소레(Professore: 교수)라고 부른다. 호텔에서 주는 관광안내 책자 첫머리에는 “이탈리아의 가이드는 역사학자, 고고학자, 예술가이므로 그에 걸맞는 인격적 대우를 해주어야 합니다”라고 써어 있다. 실제로 그들이 해박한 지식과 자긍심으로 관광안내를 하는 모습을 보면 절로 존경심이 우러난다. 이탈리아뿐만 아니라 소위 선진국이라는 데를 가보면 저마다 자기네 문화유산과 삶을 알리기 위한 크고 작은 프로페소레임을 실감할 수 있다.

- 안내원, 운전기사 및 관련업자들에 대한 정기적 교육 강화
- 청렴우수 관광사업자에 대한 인증제 도입 등 각종 인센티브 부여를 통한 우수사업자 육성

2. 관광객 고충불편의 신속처리

- 종합 관광서비스센터(가칭)의 상설기구화 및 운영
 - 종합적인 관광정보 제공, 관광 홍보물의 배포 및 안내
 - 각종 불공정거래 행위 및 불편사항에 대한 신고를 접수하여 조사·시정함으로써 경쟁환경구축.
- 관광중이거나 관광을 마치고 돌아간 관광객의 문의사항 안내와 불편사항을 파악 시정하여 명랑한 관광분위기 조성 및 제주관광 이미지 제고

3. 관광경제 관련 통계기반 구축

- 국가경제 발전과 더불어 관광산업은 외화획득과 국민복지 증진의 수단으로서 그 기여도가 강조되어 왔음. 그러나 기본 관광객 통계 및 관광산업관련 기초통계의 개발이 미비하여 관광산업의 규모와 이에 따른 경제적 파급효과를 정확히 파악하기란 어려운 실정임.
- 관광이 실질적으로 일국의 경제·사회적인 현상에도 불구하고 관광사업은 다른 여러 산업부문과 복잡하게 연관되어 있기 때문에 관광을 규정하고 관광산업의 국가경제에 대한 파급효과를 측정하는 것은 어려운 일로 여겨져 왔음.
- 경제협력개발기구(OECD)는 관광, 방문객, 관광지출 등 관광관련 제개념 정의를 정교하게 발전시키고, 관광이 국가경제에 미치는 경제·사회적 파급효과를 측정하려는 도구로서 관광경제개정(TEA: Tourism Economic Accounts)을 개발.
- OECD에서는 TEA를 통해 관광이 확실한 경제적 현상임을 규명
 - 그러나 관광GDP 산출 등 경제에 있어서 보다 적극적인 관광의 역할을 규명하기 위해 관광위성계정(TSA: Tourism Satellite Accounts)을 개발 TSA는 TEA보다 종합된 정보는 제공하려는 의도를 가짐
- 관광산업은 경제적 효과 측정에 대한 UN 승인 국제기준을 가진 최초의 산업임. 2000년 3월 1일 관광위성계정(TSA: Tourism Satellite Accounts)에 포함된 국제기분이 UN 통계위원회에 의해 승인되었음. 관광위성계정은 국내총생산(GDP), 고용, 자본투자, 조세 측면에서 국민경제에 대한 관광산업의 실제 기여도를 측정하는 일련의 국제기준과 정의들을 규정하고 있음. 관광위성계정은 국제적으로 비교가능한 데이터를 생산하게 됨
- 1○ 관광이 국제적 현상인 이상 관광활동은 생산활동의 범주내에 있기 때문에 국민계정 체계내에 포함되어 있음. 방문객에 의해 구매되고 공급자에 의해 생산된 상품들은 모두 고정자본 형성과 연관되어 있으므로 국민계정 체계의 일부분임. 하지만 관광이라는 기능은 개별적인 활동으로 파악도지 않으며, 따라서 관광수요에 대응하기 위해 생산되고 소비되는 모든 상품들은 국민계정 체계내에 숨겨져 있기 때문에 분명히 드러나지 않음

- TSA는 관광의 이런 경제적 요소들을 별도로 분리하여 분석하면서도 여전히 국민계정과 밀접한 관계를 가짐.
 - TSA의 주요한 특징의 하나는 TSA가 국민계정에 포함되어 있으므로 관광을 다른 경제부문과 고립시켜 연구할 필요가 없다는 것임
- 경제 전체에서 특별한 현상(관광)을 규명해주는 방법으로서 TSA가 제안된 것임.
 - 예를 들어, 관광 GDP는 직접적으로 관찰될 수 없기 때문에 관광 GDP의 산출은 중요한 관심사임. 그러나 TEA에서는 관광 GDP를 정확히 평가할 수 없으므로 TSA는 관광 GDP 산출표를 제시하고 있음
- 특히 우리나라가 OECD에 1996년 12월 정식회원국으로 가입함에 따라 ‘기본협정 제3조’에 의거 우리나라의 각종 통계정보를 제공해야 할 의무를 지니게 되었음. 이에 따라 우리나라는 OECD에서 요구하고 있는 인구, 산업, 재정, 환경, 보건, 에너지 등 국가의 모든 분야에 걸쳐 약 80여종의 통계를 제공해야 함
- 제주도에서도 OECD에서 요구하는 TSA를 개발할 필요가 있음

4. 관광조직체계의 경쟁환경구축

- 국내·외적으로 치열해지고 있는 관광환경을 고려할 때 제주도 관광조직의 역량을 하나로 결집시켜 파트너십을 극대화하고, 관광진흥 활동을 효율적으로 수행하기 위해서는 강력한 제도적 관광기구가 필요함
- 관광 조직은 미래 환경변화를 예측하고 능동적으로 대처할 수 있는 조직구조를 가져야 함.
 - 관광을 둘러싼 환경은 고정되어 있지 않고 항상 변하므로, 관광조직은 환경변화에 능동적으로 계속 적응할 수 있도록 유연한 형태를 지녀야 함
- 관광사업과 관광상품이 다면적이고 복잡한 성격을 띠고 있는 만큼, 관광조직 구조는 민·관 협력구조를 갖추어야 함.
 - 특히 관광마케팅을 위한 산·학·민·관의 통합적 협력은 날로 치열해져 가는 국제경쟁환경에서 관광목적지가 경쟁적 우위를 확보할 수 있게 해줌

- 협력적 파트너십은 협력관계에서 발생할 수 있는 관광 주체간의 갈등을 적정하게 관리하는 조정 구조에 의해 뒷받침되어야 함.
 - 이를 위해서 관광과 관련된 모든 공공부문과 민간 부문의 견해를 조정해서 협력을 유도할 수 있는 제도적 관광기구가 필요함
- 협력적 파트너십은 수평적 연계에 의한 민간주도의 구조로 이루어져야 함.
 - 한정된 인력과 재원을 가지고 있는 행정기관이 ‘혼자 다 할 수 있다’는 생각을 가진다면 생산성과 경쟁력 면에서 경쟁관광지에 뒤쳐질 수밖에 없음. 민간부문이 지닌 전문성과 유연성을 십분 활용하고 각 관광 발전 주체의 기능을 분담·연계하여 하나의 전체로서 움직일 때만이 생존이 가능한 상황임

5. 관광전문인력 관리시스템구축

○ 관광전문가의 양성

- 컨벤션, 이벤트, 파티, 해양, 육상, 산악, 여행상품 디자인 전문가를 확보하는 방안으로 자격증 신설하고,
- 자격증은 컨벤션기획가, 파티기획가, 해상레저지도자, 산악레저지도자, 여행상품 디자이너로 구분함.
- 관광지라는 제주도의 특수성을 감안하여 「제주도개발특별법」 또는 「국제자유도시특별법」으로 제주도지사 명의로 자격인증을 부여하는 것으로 신설하는 것이 바람직 함.

○ 관광숙박업 종사원자격증의 요건 강화

- 관광진흥법상의 자격을 취득하더라도 다음의 조건을 충족시키는 자에 한하여 「호텔서비스 전문가」 타이틀 부여
 - ① 영어, 일어, 중국어 중 1개의 외국어를 선택하여 영어는 TOEFL 또는 TOEIC, 일본어는 JPT, 중국어는 객관적으로 검증할 수 있는 교육기관의 시험에서 일정점수 이상을 취득하게 함
 - ② 관광관련 전문대학 이상을 졸업하여 시험 면제를 받는 자도 적용함
 - ③ 관광숙박업체에서 6개월 이상 근무하고 있는 자도 포함함

6. 관광진흥법에 의한 제도개선방안

○ 정부가 1997년과 1999년 관광진흥법을 개정하면서 관광상거래 질서를 문란케 하는 행위 단속규정을 대부분 삭제함에 따라 현재로서는 단속근거가 없고 업계 자율만으로 해결하기는 어려운 만큼, 이에 대한 제도적 대안을 모색할 필요가 있음.

- 현행 관광진흥법 규제 및 단속 관련 삭제내용

- 요금 또는 가격의 조정
- 약관의 변경, 시설 및 운영의 개선
- 관광종사원의 양성 및 자질 향상
- 기타 관광진흥을 위하여 필요한 사항 등
- 여행사 및 종사원 금지행위
- 관광사업의 경영 또는 사업계획을 추진함에 있어 사위(詐僞) 기타 부정한 방법을 사용하는 행위
- 관광사업의 경영 또는 사업계획을 추진함에 있어 부당한 수수료나 금품을 수수하는 행위
- 관광사업의 경영 또는 사업계획을 추진함에 있어 계약이나 약관을 위반하는 행위
- 관광사업자 상호간의 과당경쟁을 하는 행위
- 퇴폐행위를 알선, 유도하는 행위
- 허위 또는 과대광고를 하는 행위
- 다른 업체의 고객을 부당한 방법으로 유인하는 행위
- 물품의 과다 구입을 유도하는 행위
- 종사원의 불성실한 업무 수행으로 관광객에게 피해를 주는 행위
- 관광객으로부터 부당한 요금을 수수하거나 계약을 위반하는 행위
- 관광객에게 물품의 판매 기타 알선과 관련하여 판매업자 기타 관계인으로부터 금품을 수수하는 행위

○ 관광산업의 경쟁력 강화와 관광상거래 질서의 정착을 위해 다음에 제시된 제도적 대안을 관광진흥법을 개정하거나 제주도개발특별법 또는 국제자유도시특별법의 제·개정시 반영하도록 함.

- 관광진흥법 제2조제3항의 규정⁶⁾에 의한 국외여행상품(여행의 목적지, 일정, 여

6) "기획여행"이라 함은 여행업을 경영하는 자가 국외여행을 하고자 하는 여행자를 위하여 여행의 목적지·일정·여행자가 제공받을 운송 또는 숙박 등의 서비스 내용과 그 요금 등에 관한

행자가 제공받을 운송, 숙박 등의 서비스 내용과 그 요금 등)과 차별화 되고 있는 국내여행상품 규격화 제도의 조문화

- 관광진흥법 제4조제1항 제1호의 규정7)에 의한 여행업종 등록 요건의 강화
- 관광진흥법 제13조의 규정8)에 의한 국외여행상품 보호장치인 관광안내원 자격증 제도와 차별화 되어 있는 국내관광안내원의 자격증제의 요건을 해외관광안내원 수준으로 강화

사항을 미리 정하고 이에 참가하는 여행자를 모집하여 실시하는 것을 말한다.

- 7) 제3조제1항제1호의규정에 의한 여행업종 대통령령이 정하는 여행업을 경영하고자 하는 자는 문화관광부장관에게 등록하여야 한다.
- 8) 여행업자가 내국인의 국외여행을 실시할 경우 여행자의 안전 및 편의제공을 위하여 당해 여행을 인솔한 자를 둘 때는 문화관광부령이 정하는 요건에 적합한 자를 두어야 한다.

참 고 문 헌

- 강신겸·김현주(1999. 9), 『관광활성화를 위한 소프트경쟁력 강화방안: 경주지역을 중심으로』, 삼성경제연구소.
- 김용웅(2000. 2), “광역원 개발에서의 지역간 협력·제휴방향”, 『국토』, 국토연구원.
- 서태양(1991), “관광지 포지션에 관한 연구”, 인하대학교 대학원 박사학위논문.
- 신동일·최승이(1999. 9), “해외관광광고의 성과에 관한 연구”, 『관광정책학연구』, 한국관광정책학회.
- 송재호·고성보·윤동구(2000. 8), “제주도 관광산업의 지역경제효과 분석”, 『경영경제연구』, 제2권, 제주대학교 경영경제연구소.
- 송재호·신왕근·고계성(2000), “제주지역 관광산업 인력수급 예측”, 『사회발전연구』, 제16집, 제주대학교 지역사회발전연구소.
- 송재호 등(2000), “제주형 관광조직체계의 기초모형 개발”, 『정책연구보고서』, 제주발전연구원.
- 오상훈(1999), “제주도 국제자유도시 개발과 관광정책”, 『계간 한국관광정책』, 한국관광연구원.
- 이종화(2000. 2), “지역간 협력·제휴를 통한 지역발전 모형”, 『국토』, 국토연구원.
- 최병길(2001. 4), “제주관광의 부진원인과 대응방안”, 제주관광의 생존과 비전을 위한 정책토론회, 제주도의회.
- 제주도관광협회, 각종자료.
- 제주도·제주발전연구원(2000), 『제주도 관광진흥기본계획』.
- 제주발전연구원(2000), 『제주형 관광조직체계의 기초모형 개발』.
- 한국관광공사(2001. 4), 『일본관광시장분석 보고서』.
- _____(1999. 12), 『중국관광시장분석 보고서』.
- _____(1999), 『한국관광통계』
- _____(1999), 『국제관광통계』
- Echtner, C. M. and W. S. Kirker(1995), “Tourism policy and strategy : modeling cooperation in the destination system,” in Conference Proceedings of Global Tourism : New Rules, New Strategies, 26th Annual Conference, *Travel and Tourism Research*, Association, Acapulco, Mexico, June 10-14.
- Gray, B.(1985), “Conditions facilitating interorganizational collaboration,” *Human Relations*, Vol. 38.

- Jamal, Tazim B. and Donald Getz(1995), “Collaboration theory and community tourism planning,” *Annals of Tourism Research*, Vol. 22, No. 1.
- Yau, Oliver H. M. and C. F. Chan(1989. 6), “Hong Kong as a travel destination in South-east Asia,” *Tourism Management*.
- <http://www.isr.gov.au/tourism/>
- http://www.ktd.co.kr/ktdc_frm.htm
- <http://www.canadatourism.com/archive/touris/images/chart2-e.gif>

6. 예약을 하셨다면 여행약관은 어떻게 인지하셨습니까?

- ① 충분히 인지하고 여행약관을 서면으로 받았다
- ② 여행약관은 구두로만 설명하였으나 서면으로는 받지 않았다
- ③ 구체적인 여행약관은 언급이 없었다
- ④ 여행약관에 대해서는 전혀 언급이 없었다

7. 어떤 형태이든지 예약을 하셨다면 사업자 측에서 예약사항(약관)의 이행정도는 어떠했습니까?

- ① 충 분 ② 보 통 ③ 미 흡

8. 여행약관의 이행정도가 미흡했다면 이에 대해 어떻게 처리하셨습니까?

- ① 충분한 보상을 받았다 ② 항의를 하고 사과를 받아낸 선에서 그쳤다
- ③ 귀찮아서 항의도 하지 않았다.

9. 여행사의 고의 또는 과실로 인해 여행일정의 지연 또는 운송을 완수하지 못했을 경우 손해배상을 받으신 경험이 있으십니까?

- ① 예 ② 아니오

10. 제주도에서 교통비(항공요금 및 선박요금 등)를 포함한 총 관광비용은 어느 정도를 지출하였습니까? (1인당)

- ① 10만원 미만 ② 10~20만원 ③ 20~30만원 ④ 30~40만원
- ⑤ 40~50만원 ⑥ 50~60만원 ⑦ 60~70만원 ⑧ 70~80만원
- ⑨ 80~100만원 ⑩ 100~150만원 ⑪ 150만원이상

11. 관광관련시설 및 교통수단에 관해서 어떻게 생각하십니까?

항 목	만족도				
	매우만족	대체로만족	보통	불만족	매우불만족
숙박시설					
교통수단					
음식점					
기타관광 편의시설					

12. 분야별로 가장 불만족한 이유를 선택해 주십시오.

12-1) 숙박분야

- ① 불친절 ② 객실불결 ③ 요금이 비싸다 ④ 기본물품 미비치
⑤ 노후시설 ⑥ 객실부족 ⑦ 기타()

12-2) 교통분야

- ① 불친절 ② 차량불결 ③ 요금이 비싸다 ④ 불필요한 곳 안내
⑤ 차량노후 ⑥ 난폭운전 ⑦ 기타()

12-3) 음식점 분야

- ① 불친절 ② 위생상태불량 ③ 요금이 비싸다 ④ 맛이 없다
⑤ 시설노후 ⑥ 기타()

12-4) 기타 관광편의 시설분야

- ① 불친절 ② 청소상태불량 ③ 요금이 비싸다 ④ 품질이 안좋다
⑤ 시설노후 ⑥ 디자인 등 특색이 부족 ⑦ 기타()

13. 제주관광 중 가장 불만족스럽게 생각하신 점은 무엇입니까?

- ① 요금 ② 안내원 또는 운전기사가 관광지(관광상품) 강요 및 일방적 결정
③ 호객행위 ④ 기 타()

14. 제주관광 중 가장 비싸다고 생각하신 요금은 무엇입니까?

- ① 항공요금 ② 육지 제주간 여객선 요금 ③ 숙박요금
④ 관광지 입장료 ⑤ 제주도내 교통요금 ⑥ 기념품(여행선물) 가격
⑦ 음식가격

15. 이번 관광에서 주로 이용한 숙박시설은 무엇입니까?

- ① 특급 및 1급 관광호텔 ② 일반호텔 ③ 콘도미니엄
④ 여관 및 여인숙 ⑤ 민박 ⑥ 야 영 ⑦ 친지 또는 친척집

1. 귀하의 성별은? ① 남성 ② 여성

2. 귀하의 연령은? ① 20대 미만 ② 20대 ③ 30대
 ④ 40대 ⑤ 50대 ⑥ 60대 그 이상

3. 귀하의 거주지는?
()특별시/광역시 ()도

설 문 지(사업체 대상)

안녕하십니까

제주도는 '남쪽의 이국적인 섬'인 데다가 비행기로 주로 여행하는 고급여행이라는 점이라는 인식 때문에 많은 사람이 휴가를 보내고 싶은 곳으로 손꼽힙니다. 하지만 동남아 등 해외관광상품에 비해 가격경쟁력 면에서 우위에 서지 못해 관광객 유치에 상당한 한계가 있는 것이 현실입니다. 귀하께서도 관광업에 종사하고 계시니까 이러한 사실을 잘 인지하고 계시리라 믿습니다.

이러한 차원에서 본 설문은 해외관광객을 제주관광으로 유치하고 제주관광을 더욱 활성화하는 정책대안을 마련하고자 작성된 것입니다. 진솔한 답을 하여 주셔서 제주관광발전에 도움이 되어 주시기 바랍니다.

감사합니다.

2001년 8월 일

조선대학교 경영경제연구소

※ 해당번호에 √표를 해 주시고, 기재란에는 기입하여 주십시오.

1. 제주관광경비가 상대적으로 비싸다고 여기는 가장 큰 원인은 다음 중 무엇이라고 생각하십니까?

- ① 숙박료 ② 항공료 ③ 도내관광교통비
④ 관광지 입장료 ⑤ 오락 유흥비 ⑥ 기타 ()

2. 숙박비 등의 가격인하가 어려운 이유는 다음 중 무엇이라고 생각하십니까?

- ① 협회가 가격을 결정하므로 ② 가격을 인하하면 타산이 안맞으므로
③ 우리 업체만 인하할 수 없어서 ④ 기 타()

3. 덤핑 패키지 관광의 문제점은 다음 중 무엇이라고 생각하십니까?

- ① 제대로 된 관광을 할 수 없다(입장료가 없는 코스를 택함)
② 제주 관광의 이미지를 실추시킨다
③ 음식점이나 특산물판매 등에서 커미션을 챙긴다
④ 기 타()

4. 관광여행사의 패키지 상품은 항공료와 숙박료만을 지불하는 자유여행상품에 비해 비싸다고 알려져 있는데 그 이유는 다음 중 무엇이라고 생각하십니까?

- ① 쾌적하고 품질이 높은 관광이므로 ② 여행사의 폭리
 ③ 고객이 원하지 않은 상품이 끼어 있으므로 ④ 기 타()

5. 귀하는 육지 관광여행사에 커미션을 준 경험이 있으십니까?

- ① 예 ② 아니오

6. 숙박비는 어떻게 결정하십니까?

- ① 협회의 협정 가격범위에서 결정한다. ② 협회의 협정 최고가격에서 결정한다
 ③ 협회의 협정 최저가격에서 결정한다 ④ 우리 사업체 독단으로 결정한다.

7. 바가지 관광요금이 가장 성행하는 분야는?

- ① 숙박요금 ② 렌터카 이용요금
 ③ 음식요금 ④ 기념품(여행선물) 가격

8. 제주관광상품을 개발할 때 가장 어려움을 느끼는 요금은?

- ① 항공요금 ② 숙박요금 ③ 관광지 입장료 ④ 기타 음식값 등

9. 여행업체에서 낸 현재 신혼여행 제주관광요금 1인 45만원(정기관광기준)은 다소 비싸다는 인식이 있습니다. 어느 정도일 때 경쟁력이 있다고 생각하십니까?

- ① 현재요금 적정 ② 5만원 정도 인하
 ③ 10만원 정도 인하 ④ 15만원 정도 이상

10. 관광요금을 어느 정도 인하하는 것이 가격경쟁력이 있다고 여기면서도 가격인하를 하지 못한 이유는 무엇입니까?

- ① 협회의 협정요금 때문에 ② 채산성이 없으므로
 ③ 기 타()

11. 다음 숙박시설 요금에 대한 귀하의 의견은?

	매우비싸다	비싸다	적절	싸다	매우 싸다
특급 및 1급 관광호텔					
일반호텔					
콘도미니엄					
여관 및 여인숙					

12. 다음 관광지 입장요금에 대해서 귀하의 생각은? ()안의 숫자는 성인개인 기준 요금입니다.

	매우 비싸다	비싸다	적절	싸다	매우 싸다
① 제주민속박물관(1,000)					
② 제주 민속촌 박물관(4,000)					
③ 테디베어 박물관(6,000)					
④ 목석원(2,000)					
⑤ 한림공원(4,000)					
⑥ 분재예술원(5,000)					
⑦ 제주조각공원(3,000)					
⑧ 여미지식물원(5,000)					
⑨ 천제연, 천지연, 정방폭포(2,000~2,700)					
⑩ 삼굼부리 만장굴(2,000~2,200)					
⑪ 이승만 기념관(4,000)					
⑫ 미니월드(4,000)					
⑬ 퍼시픽 랜드(6,000)					
⑭ 삼성혈(1,600)					
⑮ 신천지미술관(3,000)					

13. 다음 도내 교통요금에 대한 귀하의 의견은?

	매우비싸다	비싸다	적절	싸다	매우 싸다
전세버스					
15인 이하 승합차 렌터					
택시대절					
승용차 렌터					

14. 제주관광여건 중 가장 시급하게 개선해야 할 점은?

- ① 관광상품개발 ② 항공좌석 확충 ③ 저렴한 관광요금
 ④ 음식·숙박·교통 등 수용시설 확충 ⑤ 친절환 서비스
 ⑥ 안내판 등 관광편의시설 확충

1. 책임연구원 김 안 호

<약 력>

조선대학교 법정대학 경제학과 졸업
조선대학교 대학원 경제학석사
원광대학교 대학원 경제학박사

- 미국무성 초청 미국 경제계 및 교육계 시찰(UR협상관계)
- 제15대 대선후보 TV토론회 광주·전남·북·제주 지역 패널리스트
- 조선대학교 경영대학원장 역임
- 광주상공회의소 경제연구센터 연구위원(현재)
- 광주광역시 서구청 지역발전 자문위원회 위원장(현재)
- 광주 YWCA 소비자상담실 자문위원(현재)
- 조선대학교 경상대학 교수(현재)

⊙ 주요저서 및 논문

<저 서>

- 『농업경제학』(1995), 태진출판사.
- 『가슴을 열자 미래를 보자』(1995) 도서출판 금호문화
- 『산업조직론』(1997), 조선대학교 출판국.
- 『한국경제의 이해』(1999), 조선대학교 출판부

<보고서>

- 『광주광역시 서구 문화센터 및 주민자치센터 운영에 관한 연구』, 책임연구원, 1999.12.31.

<대표 논문>

- “산업조직정책의 효과에 관한 소고”, 한국산업조직학회, 『산업조직연구』, 1992
- “광주·전남지역 산업구조조정방안”, 한국산업조직학회, 『산업조직연구』, 1994
- “건설하도급의 불공정거래에 관한 사례연구”, 한국항만경제학회지, 『한국항만경제학회지』, 1996
- “전남지역 특화산업 육성을 위한 정책방향”, 한국동서경제학회, 『한국동서경제연구』, 1997
- “IMF체제 이후 지역제조업체의 현황 분석과 향후 대응방안”, 광주상공회의소, 『광주상의』, 1998
- “남북한 경제비교와 경제협력의 확대방향”, 한국동북아학회, 『한국동북아논총』, 1998
- “광주지역 산업발전을 위한 정책방향”, 한국산업경제학회, 『산업경제연구』 vol.13, 2000

2. 공동연구원 기 성 래

<약 력>

전남대학교 상과대학 졸업
원광대학교 대학원 경제학석사
조선대학교 대학원 경제학박사

- 목포과학대학 경영과 조교수 역임
- 전남대학교 강사
- (사) 한국경영평가연구원 연구위원(현)
- 조선대학교 경제무역학부 겸임부교수(현)

<대표논문>

- “정보통신산업의 산업연관분석”, 한국산업경제학회, 『산업경제연구』, 제14권 3호, 2001.
- “항만산업과 관련서비스의 경제적 효과분석: 투입산출분석을 중심으로”, 한국항만경제학회, 『한국항만경제학회지』 제16집, 2000
- “구조-행동과 상대적 소득분배분에 관한 실증분석”, 한국산업경제학회, 『산업경제연구』, 제12권 4호, 1999
- “정부지출과 인플레이션의 인과관계에 대한 실증분석”, 한국동서경제학회, 『한국동서경제연구』 제10집 1호, 1998
- “동북아 3국간 산업연관효과의 비교분석”, 한국전문경영인학회, 『전문경영인연구』 제1권 2호, 1998
- “선물환시장은 효율적인가?”, 한국국제경제학회, 『국제경제연구』 제2권 2호, 1996
- “한국의 OECD 가입, 시기상조인가?: 자본자유화를 중심으로”, 한국국제상학회, 『국제상학』 제11권 2호, 1996
- “환율변이성이 무역흐름에 미치는 효과”, 한국국제통상학회, 『국제통상연구』 제1권, 1996

3. 공동연구원 박 종 수

<약 력>

서울대학교 사범대학 졸업
한남대학교 대학원 도시계획학석사
성신여자대학교 대학원 문학박사
동강대학 관광과 조교수(현)