

창조경제 실현을 위한 경북 해양관광산업의 활성화 전략

A Study on Strategy to Reinforce Marine Tourism Industry for Creative Economy: Application to the province of east sea in Gyeongsangbuk-do

노정철¹

Chung-Chul Roh¹

요약

국제 유가하락과 세계경제의 저성장 기조가 지속되면서 민간소비와 투자위축으로 실물경기의 부진이 지속되고, 금융자산 부실화 및 중국과 유로존, 신흥국의 경기둔화로 수출부진이 예상되는 상황에서 세계 각국은 경제불안 요인들을 안정시키고, 일자리 창출 및 지속적인 성장기반을 마련하기 위한 노력들을 적극적으로 추진하고 있다. 이에 따라 세계 각국에서는 관광산업을 '고부가가치를 창출하는 융·복합산업'으로 지정하고, 2020년 16억명으로 예상되는 국제 관광시장을 선점하기 위해 대대적인 투자에 나서고 있다. 국내에서도 지역 활성화와 내수진작을 위한 창조경제(Creative Economy)를 실현하기 위해 관광산업의 혁신과 함께 지속적인 성장을 위해서 특성화된 융·복합 관광모델을 강조하고 있으며, 관광산업의 국제 경쟁력 강화를 위한 대책마련에 정책역량을 집중하고 있다.

따라서 본 연구는 신성장 동력산업으로 부각되고 있는 해양관광분야에 있어서 국내 최대의 대계 집산지인 강구항의 대대적인 개발을 통해 해양관광목적지로 도약하고자 하는 영덕지역을 중심으로 실제 이용자인 관광객의 가치평가와 관광자원의 가치측정을 통해 지역의 해양관광산업에 내재되어 있는 근본적인 문제점 분석과 개선방안을 제시하고자 하였다.

핵심어 : 해양 관광 산업, 창조 경제, IPA, 경쟁력, 지역의 개발

Abstract

As tourist behaviors become more diverse and living standard enhances throughout the world, potential demand of marine tourism is growing rapidly. In line with the trend, the national interests in utilizing ocean resources for the tourism is expanding gradually in Korea. Additionally, as it is expected that the demand of marine tourism will gradually be greater than the inland tourism. Local governments are competitively promoting and developing marine tourism businesses. Accordingly, this study attempts to explore the potential customers for marine tourism of Yeongdeok, which tries to leap to the era of New Eastern Marine Tourism. As ocean tourism is emerging as a new growth engine business, and propose the implications of blue ocean creation strategy based on the value innovation of marine tourism industry. To do so, it analyzes buyer's and supplier's values in the attributes of marine tourism site and suggests a future value curve for marine tourism industry by using IPA Model. The results of the study will show the factors to be removed or re-considered of the competitive factors that had been employed in marine

1 Dept. Tourism Management, Kyongju Univ., Hyohyeon-dong, Gyeongju-si, Gyeongsangbuk-do, 780-712, Korea
e-mail : gogokorea@gu.ac.kr

* This research was a part of the project titled "Gyeongbuk Sea Grant Program", funded by the Ministry of Oceans and Fisheries, Korea.

Received(April 15.2014), Review (May 8.2014), Accepted(June 30.2014)

tourism industry so far. The purpose of this study is to present the policy direction for leading domestic stimulation and employment creation by Yeongdeok. It will also be desirable to present data that raising of competitive power of Yeongdeok tourism industry, promotion of east seaside tourism industry of Yeongdeok and indicating of region's development. In conclusion, this study is expected to help with the opportunity for taking-off Yeongdeok tourism industry through offering basic data, which is to give specific character of seaside tourism resource of Yeongdeok and to use diverse program that focuses on recent change of tourism trend.

Keyword : Marine Tourism Industry, Creative Economy, IPA, Competitive Power, Region's Development.

1. 서론

국제 유가하락과 세계경제의 저성장 기조가 지속되면서 민간소비와 투자위축으로 실물경기의 부진이 지속되고, 금융자산 부실화 및 중국과 유로존, 신흥국의 경기둔화로 수출부진이 예상되는 상황에서 세계 각국은 경제불안 요인들을 안정시키고, 일자리 창출 및 지속적인 성장기반을 마련하기 위한 노력들을 적극적으로 추진하고 있다. 이에 따라 세계 각국에서는 관광산업을 '고부가가치를 창출하는 융·복합산업'으로 지정하고, 2020년 16억명으로 예상되는 국제 관광시장을 선점하기 위해 대대적인 투자에 나서고 있다. 국내에서도 지역 활성화와 내수진작을 위한 창조경제(Creative Economy)를 실현하기 위해 관광산업의 혁신과 함께 지속적인 성장을 위해서 특성화된 융·복합 관광모델을 강조하고 있으며, 관광산업의 국제 경쟁력 강화를 위한 대책마련에 정책역량을 집중하고 있다. 그러나 이러한 노력에도 불구하고, 국내 관광산업은 2001년 이후 매년 적자를 기록하면서 국가경제의 어려움을 가중시키고 있는 실정이다[1][2].

한편, 세계 경기침체로 미국과 유럽을 비롯한 주요 선진국에서는 2010년 이후 관광산업이 매년 마이너스 성장을 하고 있는 것에 비해, 다양한 관광상품 개발과 관광인프라 확대를 통해 중국, 일본, 홍콩, 싱가포르, 말레이시아와 같은 아시아 국가들은 2012년 8.6%의 성장율을 기록하면서 세계 관광산업을 선도하고 있다. 이와 같이 우리나라와 경쟁상대에 있는 아시아 국가들이 관광산업에서 급성장을 하고 있음에도 불구하고, 국내의 관광수지 적자가 지속적으로 확대되고 있는 가장 큰 이유는 인바운드 관광시장(수입)에 비해 아웃바운드 관광시장(지출)의 규모가 크고, 낮은 재방문율(2회 15%, 3회 8.5%)과 인바운드 관광객 1인당 지출금액이 2012년(1207달러)과 1991년(1203달러)비교 시, 차이가 거의 없으며 현재의 물가상승률을 고려할 때 오히려 감소한 상황이다. 즉, 국내 관광산업의 근본적인 체질개선이 시급하게 요구되고 있다[3].

따라서 국내 관광산업의 가장 큰 문제점중 하나인 관광수지 적자해소와 부가가치가 높은 관광산업을 활용한 창조경제를 실현하기 위해서는 국내외 관광객들을 유인할 수 있는 다양한 신규 관광자원의 개발과 관광거점 지역 활성화, 산업간 융합 및 국내관광 활성화를 통해 수도권에 편중된

관광객들을 지방으로 분산시켜 체류일과 소비를 증가시킬 수 있는 새로운 관광정책이 추진되어야만 한다. 특히 지역특성과 관광환경 변화에 따른 미래 관광수요의 예측과 함께 개성화·다양화되고 있는 국내외 관광수요를 적극적으로 수용할 수 있는 해양관광개발 전략의 추진이 시급하게 요구되고 있다. 왜냐하면, 지역관광의 발전은 지역의 경쟁력, 나아가 국가 경쟁력의 원천이 될 수 있으며, 국내관광 활성화를 통해 국가 전체적인 관광경쟁력 강화와 함께 내수경기 진작과 일자리 창출이라는 선순환 구조가 이어질 때, 진정한 창조경제가 실현될 수 있기 때문이다.

본 연구에서는 정부에서 추진중인 관광산업을 통한 창조경제 실현과 국내관광 활성화를 위한 거점 지역으로 경북 동해안에서 국내 최대의 대계 집산지인 강구항의 대대적인 개발을 통해 해양관광목적지로 도약하고자 하는 영덕지역을 중심으로 실제 이용자인 관광객의 가치평가와 관광자원의 가치측정을 통해 지역의 해양관광산업에 내재되어 있는 근본적인 문제점 분석과 개선방안을 제시하고자 한다.

2. 해양관광의 개념과 현황

1. 해양관광의 개념 및 유형

세계적으로 해양관광의 중요성과 성장 잠재력이 부각되면서 선진국뿐만 아니라, 국내 연안지역에 인접한 지방자치단체에서도 마리나, 해양낚시공원, 해양친수공간 조성사업 등 다양한 형태의 해양관광 개발사업을 경쟁적으로 추진하고 있다. 특히 관광의 형태가 다양화·전문화되고, 정적인 관광형태보다 체험하는 동적 관광형태를 선호하면서 관광의 대상이 내륙·산악중심에서 해양으로 범위가 확대되고 있으며, 소득수준의 향상과 교통수단의 발전, 가치관의 변화에 따라 육지중심의 관광에서 해양의 다양성을 체험하고 즐길 수 있는 해양관광이 급부상하고 있다[4].

해양관광은 연구자에 따라 다양한 개념으로 정의되고 있으며, 일반적으로 바다와 모래, 암벽 등 해양환경과 관련된 곳에서 관광객이 행하는 활동형태 혹은 국민의 건강·휴양 및 정서생활의 향상을 위하여 해양에서의 관광활동 및 레저·스포츠 활동이나, 일상생활에서 벗어나 변화를 추구하기 위한 행위로서, 해역과 해안에서 이루어지는 활동으로 해양공간자원에 의존하거나 해양과 연관된 장소에서 이루어지는 총체적인 활동으로 정의되고 있다. 해외에서는 해양관광을 해안 또는 연안지역과 연관된 곳에서 관광과 레저지향적 활동을 하는 것으로 개념화하고 있다. 즉, 해양의 야생적 매력에 기초한 생태관광과 문화·유산관광까지 포함하고 있으며, 레저활동으로 사륜 드라이브, 해

변캠핑, 바다카약, 스포츠 낚시, 경관구경 등을 포함하고 있다. 이에 비해 국내에서는 바다를 토대로 해변, 도서, 어촌 등에서 일상생활을 벗어나 변화를 추구할 목적으로 직·간접적으로 해양공간에 의존하거나 연관된 활동으로 정의하고 있다. 따라서 해양관광이란 연안과 해안지역에서 관광활동을 하는 과정에서 경관감상, 체험활동 및 심신을 휴식할 수 있는 휴양·레크레이션활동으로서 해양관광지에서 이루어지는 모든 관광활동을 의미한다[5].

한편, 해양관광의 유형은 활동형, 자연형, 사회·문화형, 특정 이벤트형의 4가지로 분류되거나, 단순한 경관감상과 해변에서 일광욕을 하는 등의 휴식형 호라동부터 활동성이 강한 서핑까지 다양한 형태가 존재한다. 최근에는 레크레이션 활동이 다양화, 개성화, 복합화 되어가는 경향이 있지만, 해양은 참가자의 욕구와 원하는 활동량에 따라 다양한 레크레이션 활동을 제공하는 공간으로 변화하고 있다[6][7].

2. 국내외 해양관광산업의 현황

유럽과 중국, 일본을 비롯한 관광선진국에서는 다양한 관광자원의 개발과 관광경쟁력 강화를 위해 새로운 관광자원으로 해양레저·스포츠와 인프라가 결합된 해양관광산업을 집중적으로 육성하면서 전세계적으로 해양관광은 급성장하고 있다. 이에 비해 국내에서는 바다를 기반으로 해변, 도서, 어촌 등에서 일상생활을 벗어나 변화를 추구할 목적으로 직·간접적으로 해양공간에 의존하거나 연관된 활동으로 해양관광을 정의하고 있다[8].

한편, 세계 경기침체에 따라 유럽과 미주를 비롯한 국제 관광시장의 마이너스 성장에도 불구하고, 해양관광 시장은 2010년 2,322억 달러에서 2020년에는 3,603억 달러로 55.2% 증가할 것으로 예측되고 있으며, UNWTO에서는 전세계 관광활동 인구의 50%가 해안지역을 관광목적으로 하는 해양관광 수요로 추정하고 있다. 최근에는 크루즈, 마리나, 요트 등 해양레저·스포츠와 인프라가 결합된 해양관광은 유럽과 중국, 일본을 비롯한 관광 선진국에서는 고도화되고, 복잡해진 관광객의 욕구를 충족시켜 줄 수 있는 새로운 관광산업으로 각광받고 있다[9].

국내에서도 해양관광이 스포츠, 체험활동 등으로 다변화됨에 따라 타 관광에 비해 수요가 증가하고 있다. 즉, 국내 관광수요에서 해양관광이 차지하는 규모는 2001년 35%에서 2011년 39%, 2013년 40%로 증가할 것으로 예상되고 있으며, 매년 해양관광 참여인구는 증가하고 있다. 이로 인해 충북의 서해안과 전남의 다도해, 경남의 한려수도, 부산을 중심으로 도시개발과 지역경제 활성화를 위해 해양관광을 적극적으로 개발·운영하고 있다. 이에 따라 정부와 연안지역에 인접한 지방자치

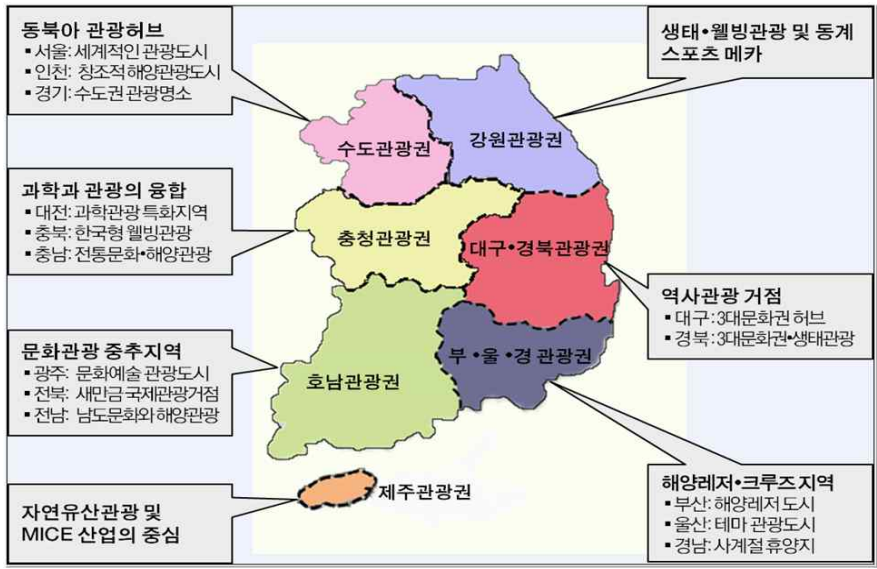
단체에서는 도시개발과 지역 활성화를 위한 대안산업으로 해양관광단지 조성, 해양관광 프로그램 개발 등 해양관광산업을 적극적으로 추진하고 있지만, 지역별 관광수요와 경제적 타당성을 고려하지 않고, 유사한 해양관광개발을 추진하면서, 답보상태에 있는 실정이다.

이와 같이 국내의 해양관광산업을 어려움을 겪고 있는 근본적인 이유는 각 지자체에서 추진하고 있는 대규모 개발계획이 인근 지역과 유사하고, 다양한 프로그램의 미비로 여름철에만 집중되는 수요로 인해 경제성 확보가 어렵기 때문이다. 또한 해양관광의 계절적 편중현상은 관광객 혼잡에 따른 만족도 저하, 각종 관광시설과 편의시설의 일시적 부족, 과다한 이용비용 등의 문제로 연계되어 해양관광 활성화의 장애요인으로 작용하고 있다[10][11].

3. 영덕지역의 해양관광 현황

최근 중앙정부차원에서 추진되었던 지역거점을 중심으로 하는 대규모 관광개발은 지역차원에서의 독자적인 관광개발 노력으로 점차 변화하고 있다. 또한 산업기반이 갖추어지지 않은 지방자치단체들이 가장 용이하게 접근할 수 있는 지역발전 수단으로서 관광산업을 선택하고 있으며, 대부분의 지방자치단체에서는 관광객을 위한 다양한 관광자원을 개발하고 이를 관광상품화시키는 관광자원 개발전략을 적극적으로 추진하면서 지역간의 관광자원 개발경쟁이 심화되고 있다.

[그림 1]과 같이 광역권 관광개발 계획상 역사관광 거점에 포함되어 있는 영덕은 2013년 현재, 860만명의 관광객이 방문하고 있으며, 영덕 대게공원을 출발하여 축산항을 거쳐 고래불해수욕장에 이르는 도보여행을 위해 조성된 약 64.6km의 해안길인 영덕블루로드의 개통과 함께 동해를 배경으로 한 풍력발전단지과 대게원조마을, 축산항, 괴시리마을 등 풍부한 볼거리와 먹을거리를 통해 많은 관광객을 유인하기 위한 다양한 정책들을 추진하고 있지만, 국내 관광산업의 폭발적인 증가에도 불구하고, 2010년 이후 정체상태를 보이고 있는 상황이다. 이와 같이 영덕지역의 관광산업이 정체되어 있는 것은 현대 관광의 트렌드가 단순히 보고 즐기는 관광이 아니라, 직접 참여하는 관광에 대한 관심이 커지면서 SIT(special interest tour)와 DIY(do it yourself)형과 같은 참여형 체험관광, 해양관광, 스포츠관광, 모험관광 등 다양하고 차별화된 테마관광상품의 부상과 같은 관광산업의 변화에 적극적으로 대응할 수 있는 신규 관광자원의 개발부족에서 기인한 결과라고 할 수 있다.



[그림 1] 광역권 관광개발 계획
 [Fig. 1] Plan Tourism Development

한편, 금융도시에서 국제적인 관광목적지로 이미지를 변신하기 위해 싱가포르가 중앙정부차원에서 추진한 ‘Tourism 2015’ 계획의 핵심인 카지노·컨벤션센터·호텔·쇼핑몰·박물관 등을 결합한 복합 리조트인 리조트 월드 센토사(Resort World Sentosa)와 마리나 베이 샌즈(Marina Bay Sands)를 2010년 개장하여 외국인 관광객은 전년대비 22.3%, 관광수입은 전년대비 50.9%나 증가하면서, 일자리 창출과 지역발전에 성공한 사례는 영덕에 시사하는 바가 매우 크다고 할 수 있다. 즉, 고용효과와 경제적 파급효과가 매우 큰 관광산업의 경쟁력을 강화시키기 위해서는 관광환경 변화에 따른 미래 관광수요의 예측과 관광객의 관광형태 변화 및 개성화·다양화되고 있는 국내외 관광수요를 적극적으로 수용할 수 있는 새로운 관광자원의 개발이 시급하게 요구되고 있는 상황이다.

[표 1] 영덕방문 관광객 현황
 [Table 1] The Present Status of Yeongdeok Tourism

연도	내국인 (외국인)
2007	4,136,513명 (2,592명)
2008	5,839,597명 (2,092명)
2009	6,271,810명 (3,523명)
2010	8,104,697명 (4,045명)
2011	8,250,620명 (8,363명)
2012	8,625,979 명 (3,929명)

3. 연구방법

3.1 IPA 이론체계

본 연구에서 적용한 IPA(IPA: Importance-Performance Analysis)는 Martilla와 James(1977)에 의해 소개된 이래, 건강·마케팅·은행·교육·스포츠 심리학 등 여러 분야에서 활용되고 있는 평가기법으로서 기본 가정은 만족도 속성에 대한 이용자의 수준은 상품이나 서비스 성취도의 기대와 판단에 의해 주로 파생되고 있다는 것이다. 즉, IPA는 이용자의 만족도를 측정하기 위하여 이용 전에는 각 속성의 중요도, 이용 후에는 실행도를 이용자 스스로가 평가하게 함으로써 각 속성의 상대적인 중요도와 실행도를 동시에 비교·분석하는 평가기법이다[12].

IPA는 최근 다양한 산업에서 상표, 상품, 서비스 및 소매상에 대한 강점과 약점을 판명하는데 광범위하게 사용되고 있으며, 관광산업에서도 그 필요성이 제기되고 있다. 왜냐하면 관광마케팅 차원에서 볼 때 IPA의 모형을 적용함에 있어서 가장 큰 특징은 연구대상이 단지 하나의 관광자원 평가뿐만 아니라, 다양하고 복합적 성격을 가진 관광자원의 가치측정과 가치평가 분석에 이용할 수 있기 때문이다.

현재 학계에서 개발되고 있는 분석기법은 갈수록 전문화되고 그만큼 복잡해지고 있다. 이러한 기법들은 양질의 결과를 제공하지만, 기법을 습득하는데 많은 노력이 필요하고, 고도의 하드웨어와 소프트웨어가 구비되어야 하는 단점이 있다. 그러나 IPA는 요인분석·판별분석·다차원 척도법과 같은 통계적 기법과 고도의 소프트웨어를 사용하지 않고도 평가속성의 평균값만 산출하면 매트릭스를 이용하여 빠르고 쉽게 결과를 도출해 낼 수 있기 때문에 시간과 비용의 한계를 안고 있는 실무 담당자에게 매우 유용하다고 할 수 있다.

즉, IPA는 [그림 2]와 같이 평가요소의 중요도와 만족도를 측정하여 2차원 도면상에 표시하고, 그 위치에 따라 의미를 부여하게 된다. IPA는 중심점을 기준으로 나누어진 4분면에 대해 각각 ‘집중’·‘유지’·‘과잉’·‘저순위’로 표시하는데 ‘집중(concentrate here)’ 면에 표시된 평가속성은 중요도는 높지만 실행이 잘 되지 않는 것으로 향후 신속한 개선이 필요한 속성을 나타낸다. ‘유지(keep up the Good Work)’ 면에 표시된 평가속성은 중요도가 높고, 실행도 비교적 잘 이루어지고 있는 것으로 계속 유지해 나가는 것이 바람직함을 의미한다. ‘과잉(possible overkill)’ 면에 표시된 평가속성은 별로 중요하지도 않은 곳에 과잉 실행된 상태이므로 실행을 줄이거나 상황에 따라 중단하는

것이 효율적이다. ‘저순위(low priority)’는 중요도와 실행도가 모두 낮은 상태이며, 의사결정에서 낮은 우선순위이다. 이러한 4개 분면을 통해서 관리자는 우선적으로 개선되어야 할 속성을 쉽게 발견할 수 있게 된다. 다시 말해서 IPA 매트릭스는 정해진 인력과 예산으로 우선적으로 해결해야 될 사항을 결정하는데 유용한 정보를 제공하며, ‘집중’면에 속한 항목들이 개선의 우선 대상이 된다 [13].

	중요도(고)		
실행도(저)	집중 (Concentrate Here)	유지 (Keep up the Good Work)	실행도(고)
	저순위 (Low Priority)	과잉 (Possible overkill)	
	중요도(저)		

[그림 2] IPA 매트릭스

[Fig. 2] Metrics of IPA

한편, IPA에서 중심점은 평가요소가 어떤 영역에 속하게 될지를 구분하는 결정적 요소이므로 매우 중요한데 선행 연구자들이 제안하는 방법은 크게 4가지로 요약된다. 즉 척도의 중앙값, 표준편차에 의한 계산, 전체 평균값, 임의적인 방법이 그것이다. 그런데 ‘척도의 중앙값’을 중심으로 하는 방법은 평가요소가 전체적으로 잘 분포되어 있을 때만이 유효하다는 전체를 가지고 있다. 만약 속성들이 어떤 한 부분에 집중되어 있다면 전체적인 평가는 가능하지만, 어떤 속성들을 집중적으로 개선해야 하는 지를 알 수가 없다. ‘표준편차에 의한 계산방법’은 5점 척도에서 표준편차가 2보다 크지, 적은지에 따라 중앙값 또는 평균값을 중심으로 결정하는데, 분포의 형태를 수치로 판단하고 중심점을 결정하게 된다. ‘전체 평균값’을 중심으로 하는 경우는 각 평가에 대해서 전체 평균값을 구하고, 그 값을 중앙값으로 결정하는 방법이다. ‘임의적인 방법’은 연구자가 임의적으로 설정하는 방법으로서 본 연구에서는 표준편차가 고른 분포를 보이고 있으므로 전체 평균값을 기준으로 중심점을 설정하였다[14].

3.2 평가절차

영덕에 산재해 있는 해양관광자원의 실질적 이용자인 관광객들에게 선행연구를 바탕으로 선정된 평가변수를 기준으로 관광객이 느끼는 중요도와 성취도의 평가값을 비교함으로써, 실질적으로 지역의 해양관광자원에 어떤 문제가 있고, 어느 부분의 개선이 필요한 지에 대한 평가를 가능하게

하였다. 또한 이를 토대로 영덕지역의 관광산업 발전을 위해 우선적으로 개선되어야 할 부분에 대한 객관적 판단자료를 제공하고자 하였다.

본 연구에서 선정된 속성평가변수는 선행연구를 바탕으로 자원의 가치(프로그램의 다양성)와 경관미, 자원 개발현황과 관리상태를 평가하는 '매력성(E_{a1})'과 자원의 희소성, 지역 정체성과의 관련성 및 특화 관광상품 개발정도를 평가하는 '차별성(E_{a2})', 방문객수와 탐방시간/입장료 등을 평가하는 '시장성(E_{a3})' 변수를 선정하였다. 또한 관광기반시설과 안내시스템 구축 현황 및 관광객의 접근 편의성을 평가하기 위해 '편의성(E_{a4})'과 지역내 관광코스 개발현황과 주변자원간 연계성을 평가하는 '연계성(E_{a5})', 자원 경쟁력과 수요창출 및 지역관광발전 가능성을 평가하는 '잠재성(E_{a6})'이 선정되었다.

본 연구의 설문조사를 위해 2014년 8월 15일부터 9월 20일까지 주말을 이용하여 영덕 강구항과 블루로드 일원에서 관광객들에게 설문조사의 취지를 충분히 설명한 다음, 설문지를 배부하였다. 설문지 응답자는 자기기입식으로 설문지를 작성하고, 설문지 회수시 조사원이 주요 항목의 작성여부 및 추가응답 필요여부를 확인하여 보완하였다.

관광객 203명을 대상으로 설문조사가 실시되었으며, 응답내용이 불성실하거나 유효하지 않은 31부를 제외한 총 172부를 최종 분석에 활용하였다. 설문 대상자의 인구통계적 특성은 남자가 92명, 여자는 80명이었으며, 설문 응답자의 연령은 40대가 37.4%로 가장 높았고, 50대(27.2%)와 30대(22.1%)의 순서였으며, 직업은 회사원이 85명(49.4%)으로 가장 많았고, 거주지역은 대구·경북권 78명(45.4%), 부산·경남권 60명(34.9%), 서울·수도권 21명(12.2%), 기타 13명(7.5%)로 나타났다.

4. 결과의 분석 및 해석

다음의 [표 2]는 영덕에 산재해 있는 해양관광자원에 대한 관광객의 평가변수별 중요도-성취도의 평균을 보여주고 있다. 관광객이 평가한 평가변수중 관광자원의 매력성(E_{a1})이 4.00으로 중요도에서 가장 높은 수치를 기록하고 있고, 편의성(E_{a4})이 3.84로 그 다음을 차지하고 있다. 한편, 관광객이 평가한 성취도에서도 자원의 매력성(E_{a1})과 연계성(E_{a5})이 가장 높은 수치를 기록하고 있으며, 차별성(E_{a2})과 연계성(E_{a5})이 가장 낮은 결과값을 보이고 있다. 변수별 평균값은 중요도가 3.685, 성취도가 3.78을 기록하여 전체적으로 관광객의 만족도가 높게 나타나고 있으며, 이러한 전체 평균값을 기준으로 4사분면이 구성되어, [그림 3]과 같은 분석격자에 평가변수별 위치가 표시됨으로서 지역의 해양관광자원에 대한 관광객의 기대도와 성취도를 파악할 수 있고, 그에 따른 의사결정을 내

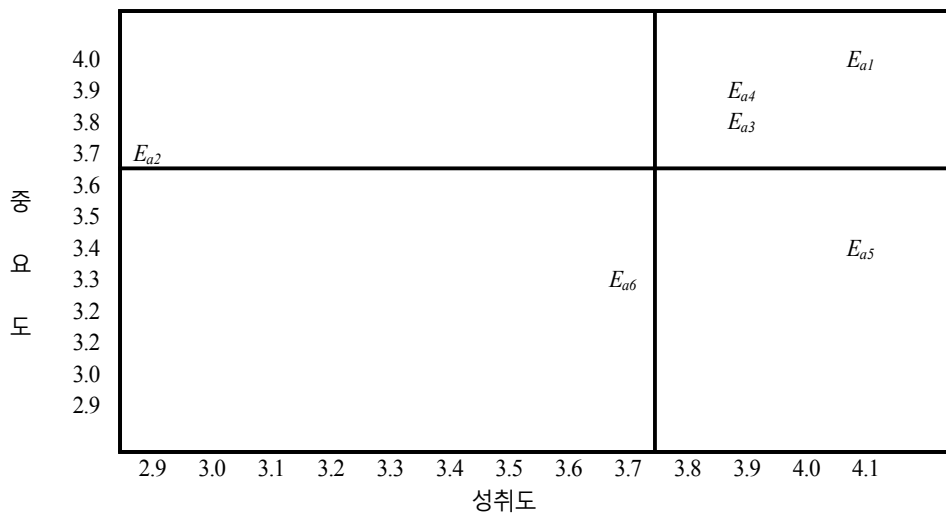
릴 수 있게 되었다.

[표 2] 중요도-성취도 평균 비교

[Table 2] Comparison of Importance and Accomplishment

평가변수	중요도		성취도	
	평균	표준편차	평균	표준편차
매력성(E_{a1})	4.00	0.89	4.10	1.23
차별성(E_{a2})	3.70	0.71	2.90	0.87
시장성(E_{a3})	3.80	0.94	3.90	0.82
편의성(E_{a4})	3.84	0.91	3.98	0.79
연계성(E_{a5})	3.40	1.15	4.05	1.10
잠재성(E_{a6})	3.37	0.84	3.74	0.97
평균	3.685	0.91	3.78	0.96

분석결과, 5개의 속성변수가 성취도가 중요도에 비해서 높은 것으로 나타나고 있으며, 전체 평균값에서도 중요도에 비해서 성취도가 높은 것으로 나타나 현재의 상태를 유지하는 것이 적합한 것으로 보인다. [그림 3]에서 나타난 것과 같이 "고도의 집중력을 필요"로 하는 I 사분면에 1개의 속성이 있으며, "현재의 좋은 작업상태 유지 필요"의 II사분면에 3개의 속성이, "우선순위가 낮음"의 III사분면에 1개의 속성이, "과도한 낭비 가능성"의 IV사분면에 1개의 속성이 있는 것으로 분석되었다.



[그림 3] 중요도-만족도 분석격자

[Fig. 3] Analytic grid of Importance and Satisfaction

4.1 I 사분면

I 사분면은 영덕을 방문한 관광객이 지역의 해양관광자원에 대해서 매우 중요하게 생각하지만, 현재는 만족하지 못하고 있는 변수로서 중요도와 성취도간의 비율값이 크기 때문에 잠재적 발전변수를 의미한다. 따라서 향후 지역 해양관광산업의 활성화를 위해서 반드시 집중해야 하는 요소로서 관광자원의 차별성(E_{a2})변수가 선정되었다. 국내의 해양관광이 해수욕중심의 해양관광 활동으로 인해 양질의 해수욕장과 해안경관을 보유한 강원도와 남해안을 중심으로 활성화되었고, 향후 해양관광이 생태·체험관광시장의 성장과 접근성 개선 및 관광기반시설의 확대 등으로 관광수요의 지역적 분산이 이루어질 것으로 예측되는 상황에서, 동해안의 청정 해양자원을 보유하고 있는 영덕 지역의 관광산업이 한단계 성장·발전하기 위해서는 단순한 해안 트레킹과 해수욕 중심의 관광형태를 탈피하고, 타 지역과는 차별화되는 다양한 해양체험 관광자원의 발굴과 해양레저·스포츠시설의 확충 및 문화자원을 활용한 관광콘텐츠와 관광상품의 개발을 통해 국내 해양관광 활성화의 장애요인으로 작용하고 있는 계절적 편중현상과 관광객 혼잡에 따른 만족도 저하 및 각종 관광시설과 편의시설의 일시적 부족과 과도한 이용비용 등의 문제를 극복해야 할 것이다[15].

한편, 영덕지역은 동해에 위치한 지리적 특성을 활용한 해양관광상품과 프로그램의 개발은 아직 미약한 수준이다. 즉, 다양하고 풍부한 해양관광자원이 있음에도 불구하고, 국내의 대표적 해양관광 목적지인 강원도와 부산에 비해 해양관광자원의 활용을 통한 관광객 유치노력은 매우 부족한 실정이다. 따라서 최근 국내외 해양관광 트렌드가 해안선에 인접한 해변을 중심으로 해수욕과 경관감상이 대부분이던 초기의 해양관광에서 요트, 해상낚시, 연안 크루즈 등 고품격 해양레저관광으로 확산되고 있는 것을 고려하여, 해양관광객들의 관광욕구를 충족시킬 수 있도록 다양한 해양체험 프로그램과 관련상품의 개발이 필수적이며, 사회변화에 따른 관광수요와 관광트렌드에 지속적으로 대응해 나가야만 할 것이다.

4.2 II 사분면

II 사분면에는 관광자원의 매력성(E_{a1})과 시장성(E_{a3}), 편의성(E_{a4}) 변수가 위치해 있는데, 이들 변수는 영덕을 방문한 관광객의 성취도가 높을뿐만 아니라, 지역 관광산업의 경쟁력을 제고시키기 위한 발전동기와 대안을 제시해주고 있는 주요 변수로서 관광객의 욕구에 가장 충실한 대응전략을 펼치고 있는 속성들이다. 즉, 관광지지의 경쟁력 및 비교우위의 기반이 되는 관광자원은 지역에서 관

광객을 유인하는 가장 근본적이고 결정적인 속성이 된다[16]. 또한 관광자원의 풍부성은 비교우위의 핵심요소로서 지역 관광경쟁력의 근원이 되며, 지역의 관광경쟁력을 유지하기 위해서는 지역자원의 품질을 제고할 수 있는 관광상품의 개발이 이루어지는 것이 매우 중요하다. 따라서 현재의 수준을 유지할 수 있도록 지속적인 관리가 필요하다[17][18].

4.3 Ⅲ사분면

Ⅲ사분면은 관광객의 욕구에 가장 대응하지 못하고 있는 속성으로서 영덕지역 관광산업에 내재되어 근본적인 문제점을 보여주고 있다. 즉, Ⅲ사분면에는 지역 해양관광자원의 경쟁력과 수요창출 및 지역관광발전 가능성을 평가하는 관광자원의 잠재성(E_{a6}) 변수로서 I 사분면에 표시되어 있는 관광자원의 차별성(E_{a2})변수에 대한 신속한 개선이후, 장기적인 관점에서 Ⅲ사분면에 속한 평가변수를 개선해 나가야 될 것이다.

현재 해양관광에 대한 국민관광 수요의 전반적인 증가로 다양한 자원활용에 대한 관심영역이 확대되고 해양관광활동이 내륙형중심 관광활동에 비해 상대적으로 수요가 증가할 것으로 예상되고 있는 상황에서 국내 지방자치단체들간의 해양관광 개발사업이 경쟁적으로 추진되고 있다. 그러나 국내 해양관광 활성화의 가장 큰 장애요인은 7월과 8월에 집중되는 계절적 편중성과 이에 따른 시설의 일시적 부족 및 높은 혼잡도, 관광객의 다양한 욕구를 충족시키기에는 부족한 프로그램과 관광상품이라고 할 수 있다. 따라서 이러한 문제점을 해결하기 위해서는 영덕지역 고유의 문화를 바탕으로 하는 해양관광 콘텐츠의 개발이 필수적이다.

최근 문화콘텐츠산업의 발전으로 인해 소비패턴의感性화에 대한 논의가 확대되면서, 감성자극의 핵심요소로서 스토리텔링(storytelling)에 대한 관심도 증가하면서 전설·설화·신화 등 지역에 기반을 둔 역사문화자원의 상품화로 새로운 돌파구를 찾아야 한다는 주장이 제기되고 있다. 이에 따라 차별화된 관광콘텐츠의 경쟁력이 지역 관광발전의 핵심적인 요소로서 등장하고 있으며, 그 원동력은 스토리텔링을 통해 다양한 부가가치를 창출할 수 있다는 점에서 지역의 관광 활성화를 위해서 스토리텔링의 의의는 매우 크다고 할 수 있다. 왜냐하면 초기에는 이색적이고, 차별화되는 관광상품이라 할지라도 시간이 지나면서, 다른 지역에서 벤치마킹을 통해 유사한 상품이 개발되면서 이전에 개발한 관광상품은 보편화되거나 쇠퇴의 길을 걷게 되기 때문이다[19].

따라서 해양관광자원의 경쟁력과 신규 수요창출 및 지역 관광산업의 발전을 위해서 영덕 해안지역에 산재해 있는 지역 고유의 문화와 관광을 스토리텔링에 접목시킬 경우, 각 지역별 특색있는 해양관광지 개발과 해양관광 프로그램의 운영이 가능하며, 이를 통해 해양관광의 발전을 저해하고

있는 관광객의 계절적 편중성과 지역별로 유사한 자원개발로 인해 국내외 관광객으로부터 외면받고 있는 해양관광산업의 문제점을 해결할 수 있게 될 것이다. 또한 영덕지역 고유의 문화를 관광상품화하여, 해양관광산업 발전의 기반으로 활용하는 것은 해양관광 개발에서 요구되는 대규모 투자없이 저비용으로 타지역과 차별화된 관광경쟁력을 가질 수 있고, 동시에 관광자원 개발과정에서 관광개발에 부정적인 태도를 보이고 있는 지역주민들의 참여기회를 확대할 수 있기 때문에 지역주민의 생활향상과 나아가 지역경제 활성화에도 큰 도움을 줄 수 있게 될 것이다.

4.4 IV사분면

IV사분면은 관광객들의 중요도는 낮은 반면에 성취도는 높게 나타나는 속성변수들로서 여기에 해당되는 관광자원의 연계성(E_{as}) 변수는 관광객의 중요도가 낮은 평가변수에 대해서 공급자가 만족을 높이기 위하여 지나치게 투자를 집중한 것으로서 관광객들이 대체로 만족하고 있지만, 그다지 주목할 만한 변수군이 아닌 보편적인 변수들로 평가된다. 따라서 이들 속성에 투입된 노력을 다른 평가변수에 투입하는 것이 효율적이다.

5. 결론

최근 지방분권화와 지역균형발전을 정책의 골자로 시행하고 범정부차원에서 관광산업을 국가의 기간산업으로 육성하기 위하여 많은 노력을 경주함에 따라 전국 대부분 지방자치단체들의 경우도 지역경제 활성화 차원에서 지역발전의 대안산업으로 관광산업을 주목하고 지역관광산업의 육성을 위한 다양한 노력을 가시화하고 있는 실정이다. 이에 따라 미국과 EU, 일본과 같은 선진국을 비롯한 세계 각국에서는 21세기를 주도하는 성장산업인 관광산업을 고부가가치를 창출하는 융·복합산업으로 지정하고, 국가 전략산업 및 지역개발의 정책수단으로서 관광산업을 집중 육성하고 있다.

한편, 미래의 관광은 ‘어떠한 관광을 하였는가’라는 경험의 질을 중시하면서, 관광을 통해 다양한 체험을 원하는 관광수요의 증가와 관광경험이 보편화될수록 차별적이고, 세분화된 관광경험을 찾는 욕구가 증가하게 될 것이다. 특히 과거의 해양이 주로 산업적인 측면에서 중요한 이용공간이었다면, 현대에서는 일상활동에 지친 휴식공간으로서 다양한 여가생활을 즐길 수 있는 해양레저공간으로서의 역할이 크게 부각되고 있는 것은 주지의 사실이다.

특히 해양관광은 미래 성장가능성이 높은 10대 관광트렌드의 하나로서 고도화되고, 복잡해진 관광객의 욕구를 충족시켜 줄 수 있는 새로운 관광산업으로 인식되고 있으며, 이미 유럽과 중국, 일

본을 비롯한 해외에서는 관광자원 개발과 관련된 뜨거운 이슈로 등장하고 있다[20]. 국내에서도 해안에 위치한 지방자치단체들을 중심으로 해양관광개발을 적극적으로 추진하고 있지만, 관광수요를 고려하지 않은 무분별한 개발과 육지개발의 연장선상에서 전시관·공원·마리나 등을 조성할 뿐, 해양공간과 도서에 대한 이용노력은 부족한 상황이다. 따라서 국내의 해양관광 활성화 수준은 답보 상태에 있는 실정이다.

이러한 문제점을 바탕으로 본 연구에서는 향후 관광수요가 급증할 것으로 전망되고 있는 10대 관광트랜드중 하나인 해양관광의 활성화와 이를 연계시킨 다양한 소프트웨어 관광상품을 활용한 해양관광 개발전략을 통해 영덕지역이 관광목적지로서의 경쟁력을 가질 수 있도록 대처방안을 제시하고자 하였다.

본 연구의 결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 관광자원의 차별성(E_{a2})변수는 그 중요성에 비해 관광객의 만족도는 낮은 것으로 나타나 지방자치단체에서 적극적인 개선과 신속한 정비가 필요한 상황이다.

둘째, 관광자원의 매력성(E_{a1})과 시장성(E_{a3}), 편의성(E_{a4}) 변수들은 관광객의 중요도와 만족도가 모두 높은 상태로 나타나 현재의 수준을 유지할 수 있는 지속적인 관리가 요구된다.

셋째, 관광자원의 잠재성(E_{a6}) 변수는 관광객의 기대도 낮으면서 동시에 만족도도 낮은 것으로 나타나 이들 변수는 관광객의 욕구에 대응하지 못하고 있으므로 향후 장기적인 관점에서 개선이 요구된다.

넷째, 관광자원의 연계성(E_{a5}) 변수는 보편적인 변수로서 그 중요성에 비해 지나치게 자원이 낭비되고 있는 것으로 나타났으므로, 이들 변수에 대한 더 이상의 투자는 지양되는 것이 바람직하다.

본 연구결과를 바탕으로 영덕지역의 해양관광산업이 이용자인 관광객의 만족도를 증가시키고, 재방문을 적극 유도할 수 있는 대응전략을 수립할 수 있으므로 침체된 관광산업의 활성화에 기여하게 될 것으로 기대한다. 또한 관광객이 평가한 가치평가의 결과값을 철저히 분석하고, 이를 기초로 관광객의 요구에 부응할 수 있는 관광자원의 개발과 관광정책 수립을 통해 영덕이 해양관광 목적지로서 재도약하기를 기대한다.

References

- [1] Gyeongsangbuk-do, Master Plan of Tourism Development in Gyeongsangbuk-do, (2011).
- [2] C. -C. Roh and G.-T. Kim, "Development on Economical Evaluation Model for Activation of Investment of Marine Tourism Industry: Application on The Gampo Tourist Complex", *Journal of Tourism and Leisure Research*, vol. 26, no. 2, (2014).
- [3] C. -C. Roh, "Strategy for Activation of Marine Tourism in the province of Gyeongsangbuk-do: focussing on the Gyeongju", *Journal of the Korea Construction and Environment Association*, vol. 12, no. 2, (2013).
- [4] Ministry of Land, Infrastructure and Transport, A Study on the Improvement of Policy and Master Plan of Marine Tourism Promotion, (2008).
- [5] S. -K. Kim, "Marine Tourism", Hyunhaksa, (2007).
- [6] G. -Y. Kim, H. -C. Kim and J. -H. Kim, "Activation of Ocean Tourism Considering The Characteristic of Proposed", *Journal of Tourism and Leisure Research*, vol. 26, no. 2, (2014).
- [7] H. -Y. Kim, "A Study on Attractive Factors of Mine Tourism", Graduate School of Tourism Management, Kyonggi University, (2005).
- [8] B. -K. Jang, "Sustainable Marine Tourism Development", *Journal of Culture & Tourism Research*, vol. 4, no. 1, (2002).
- [9] S. -H. Kim, Y. -I. Kim and J. -K. Oh, "Market Segmentation Based on the Motivation of Marine Tourism and the effect of Marine Tour Activities on Tour Satisfaction and Image: Focused on Busan Area", *Korean Journal of Tourism Research*, vol. 27, no. 1, (2012).
- [10] Korea Maritime Institute, A Study on the Master Plan of Marine Tourism Promotion, (2000).
- [11] W. -G. Lee, "A Study on the Plans to Apply Marine Cultural Contents for the Activation of the Marine Tourism", Korea Maritime Institute, (2010).
- [13] Martilla and James, "Importance analysis", *Journal of Marketing*, vol. 41, no. 1, (1977).
- [12] W. E. Hammit, D. Bixler and F. P. Noe, "Going beyond important performance analysis to analyze the observance-influence of park impact", *Journal of Park and Recreation Administration*, vol. 14, no. 1, (1996).
- [14] G. -J. Choi, "Tourism Information System", Baek-San Publishing Company, (2001).
- [15] Korea Culture & Tourism Institute, A Study on the Case Study of Marine Tourism Development, (2007).
- [16] L. Dwyer and C. Kim, "Destination competitiveness: Determinants and indicator", *Current issues in tourism*, vol. 6, no. 5, (2003).
- [17] T. Mihalic, "Environmental management of a tourist destination: a factor of tourism competitiveness", *Tourism Management*, vol. 21, (2000).
- [18] J. Ritchie and G. Crouch, "The competitiveness destination: a sustainability perspective and social", *Tourism Management*, vol. 21, (2000).

- [19] C. -C. Roh, "Development Strategy of Tourism Destination through Storytelling", Journal of the Korea Construction and Environment Association, vol. 7, no. 3, (2008).
- [20] S. -H. Kim, Y. -I. Kim and J. -K. Oh, "Market Segmentation Based on the Motivation of Marine Tourism and the effect of Marine Tour Activities on Tour Satisfaction and Image: Focused on Busan Area", Korean Journal of Tourism Research, vol. 27, no. 1, (2012).