



저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.



변경금지. 귀하는 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공할 수 없습니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

이것은 [이용허락규약\(Legal Code\)](#)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

[Disclaimer](#)

해운경영학석사 학위논문

해양레저관광의 발전전략
- AHP 및 IPA 분석을 통한 통합적 접근 -

The Development Strategy of Marine Leisure Tourism
- Integrated Approach Using AHP and IPA-



지도교수 조우정

2018년 8월

**KMI-KMOU Cooperative Program
Graduate School of Korea Maritime
and Ocean University**

장다혜

본 논문을 장다혜의 해운경영학 학위논문으로 인준함

위원장 : 오용식 인

위 원 : 이재형 인

위 원 : 조우정 인

2018 년 06 월 21 일

한국해양대학교 대학원

목 차

List of Tables	iii
List of Figures	iv
Abstract	v
제 1 장 서론	1
1.1 연구의 배경	1
1.2 연구의 방법 및 체계	4
1.3 연구의 필요성 및 목적	7
1.3.1 해양레저관광 연구고찰	7
1.3.2 시사점	9
제 2 장 이론적 배경	11
2.1 해양레저관광의 개요	11
2.1.1 해양레저관광의 의의	11
2.1.2 해양레저관광의 분류	12
2.1.3 해양레저관광의 특성	14
2.2 해양레저관광의 현황	17
2.2.1 세계 해양레저관광의 현황	17
2.2.2 한국 해양레저관광의 현황	22
2.2.3 시사점	29
2.3 해양레저관광의 여건분석	30
2.3.1 해양레저관광의 SWOT 분석	30
2.3.2 시사점	32

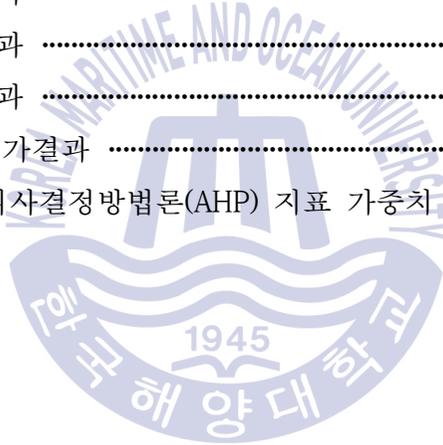
제 3 장 해양레저관광 수요자 기반 IPA 분석	33
3.1 IPA 개요	33
3.2 연구방법	35
3.2.1 연구대상	35
3.2.2 조사도구	39
3.2.3 자료처리	44
3.3 해양레저관광 수요자 기반 IPA 분석결과	45
3.4 수요자 기반의 해양레저관광 발전전략	49
제 4 장 해양레저관광 전문가 기반 AHP 분석	53
4.1 발전전략 중요도 평가 의사결정방법론	53
4.1.1 계층분석적 의사결정방법론 개요	53
4.1.2 계층분석적 의사결정방법론을 이용한 발전전략 분석	55
4.2 계층분석적 의사결정방법론(AHP) 분석결과	60
4.2.1 계층별 평가	60
4.2.2 발전전략의 중요도 종합	62
4.3 발전전략에 대한 정책 지지도 및 대안 평가	64
4.4 전문가 기반의 해양레저관광 발전전략	66
제 5 장 결론 및 통합적 발전전략	69
5.1 연구결과의 요약	69
5.2 통합적 발전전략에 대한 제언	72
5.3 연구의 제한점 및 향후 과제	76
참고문헌	78
부록 1	94
부록 2	99

List of Tables

Table 1	해양레저관광 선행연구	8
Table 2	활동특성에 따른 분류	13
Table 3	중앙정부의 해양레저관광 육성정책 개요	22
Table 4	지방정부의 해양레저관광 육성정책 개요	23
Table 5	우리나라 해양레저관광 SWOT분석	31
Table 6	조사대상의 일반적 특성	36
Table 7	수요자의 소비행태	37
Table 8	IPA 분석을 위한 마케팅 믹스 요인	40
Table 9	설문지 구성	41
Table 10	중요도에 대한 탐색적 요인분석	42
Table 11	만족도에 대한 탐색적 요인분석	43
Table 12	마케팅 믹스의 요인에 대한 중요도 및 만족도의 차이분석	46
Table 13	AHP의 4가지 공리	53
Table 14	AHP 분석을 위한 발전전략의 도출	56
Table 15	조사대상의 선정기준 및 구성	58
Table 16	난수지수	59
Table 17	지표 간 가중치 분석결과	63
Table 18	국가 및 지방정부의 해양레저관광 정책 지지도	64
Table 19	해양레저관광 유형의 육성 우선순위	65
Table 20	GE 비즈니스 스크린을 활용한 통합 전략	73

List of Figures

Fig. 1 연구의 흐름	6
Fig. 2 IPA 모형	33
Fig. 3 수요자 기반의 해양레저관광 마케팅믹스 IPA 매트릭스	48
Fig. 4 AHP의 표준 계층	54
Fig. 5 계층분석적 의사결정방법론(AHP)의 모형도	57
Fig. 6 1 계층 발전전략의 평가결과	60
Fig. 7 인프라 평가결과	60
Fig. 8 대중화 평가결과	61
Fig. 9 고도화 평가결과	61
Fig. 10 법 & 제도 평가결과	61
Fig. 11 계층분석적 의사결정방법론(AHP) 지표 가중치 평가결과	63



The Development Strategy of Marine Leisure Tourism

-Integrated Approach Using AHP and IPA-

Jang, Da Hye

KMI-KMOU Cooperative Program
Graduate School of Korea Maritime and Ocean University

Abstract

Most countries with shorelines want to promote marine leisure tourism, as the tourism sector has significant socioeconomic impacts on such countries. Both central and regional governments in South Korea have shown keen interest and made massive investments in activating marine leisure tourism as a future growth engine.

Accordingly, this study aimed to analyze the importance and performance or satisfaction of the marketing 4P's for marine leisure tourism and the current marine leisure tourism policy using Analysis of Hierarchical Process(AHP). It then suggested the activation strategies for further developing marine leisure tourism by integrating consumers' and experts' perspectives.

First, for the study of consumers' perspectives, a survey was conducted with 387 visitors at an international boat show co-hosted by both government levels. The questionnaire consisted of 4 marketing mix factors and 16 items on each importance and performance scale. These factors and items were developed in previous research and then validated through content validity from experts and construct validity

by exploratory factor analysis and Cronbach's α . The collected data were analyzed through descriptive statistics, t-tests and Importance-Performance Analysis (IPA) using SPSS 18.

IPA showed that the first quadrant included Program Safety, Convenience of Facilities, Program Expertise, and Program Variety, and the second quadrant included Accessibility, Equipment Purchase & Rental Cost, and Program Usage Cost. The third quadrant covered Convenience of Facilities Cost, Program Differentiation, and Food/Beverage Cost, and the fourth quadrant contained Public Media Promotion, Amenities Facilities Offer, Social Media Promotion, Promotional Events, Connectedness to Tourist Attractions, and PR Material and Brochures.

Second, the study on experts' perspectives was initiated to analyze the strategies already developed for both central and regional government's marine leisure tourism. A survey was also conducted with experts (university professors, researchers, field specialists, and related public officials) after face-to-face and email requests from April 1 to 29, 2018. As a survey tool, a questionnaire composed of 4 factors with 12 detailed strategies from previous research was used, and then the drafted factors and items were validated by marine leisure research experts, who checked the appropriateness and representativeness of the questionnaire. A total of 123 questionnaires were distributed and finally, 68 valid questionnaires were analyzed using Excel to set priorities by pairwise comparison.

The results of the pairwise comparison of the four major factors in the first class were as follows: Infrastructure, Popularization, Law & System Improvement, and Advancement. In detail, the results were as follows: Marine Waterfront Space Maintenance, Expansion of Marina

Facilities, Marine Leisure Safety&Culture Improvement, Increased Experience&Education Program, and the Revision of Water-related Leisure Activities Safety Act.

In conclusion, the aforementioned findings indicate that suppliers need to consider program safety when developing infrastructure. Secondly, the infrastructure of marine leisure tourism should be maintained to improve the convenience of facilities and accessibility. Lastly, it is necessary to reduce equipment purchase and rental costs by promoting the marine leisure equipment industry.

KEY WORDS: Marine Leisure 해양레저; Marine Leisure Tourism 해양레저관광; IPA 중요도-만족도 분석; AHP 계층분석적 의사결정방법론; Development Strategy 발전전략.



제 1 장 서 론

1.1 연구의 배경

인간의 생활이 한정된 내륙 중심으로 전개되어 제한된 육지자원을 고갈시키고 있다. 많은 연구자가 그 해결책을 도모하고자 지구표면의 70%를 차지하는 해양을 제2 삶의 터전으로 인식하고 있으며 그에 따라 해양경제 및 해양산업의 중요성은 증대되고 있다(세계해양발전전략연구소, 2014).

다양한 해양산업 중 해양관광은 인근에 바다가 존재하는 국가 경제에 기여하는 부분이 매우 크기 때문에 많은 국가가 해양관광을 이용하여 부가가치를 창출하고 있다. 해양관광의 수요는 1950년 2,500만 명에서 2013년에는 1억 8,700만 명으로 지난 60년간 급변하는 세계 경제 영향을 받은 여타 산업과는 달리 지속적 성장을 기록하고 있다(OECD, 2016).

해양관광 산업은 2010~2013년까지 4년간 연평균 7%의 성장률을 보였으며(UNCTAD, 2014), 2012년 기준으로 10억 명 이상의 국제 관광객 중 두 명 중 한 명이 해양관광 활동을 체험하였다고 보고한다(UNWTO, 2012). 해양관광은 2010년 기준 전체 해양산업 중 해양 석유 및 천연가스 부문(34%) 다음으로 큰 시장 규모(26%)를 기록하였으며 2030년도에는 가장 큰 해양산업 부문(26%)으로 성장할 것으로 예측된다(OECD, 2016).

특히 UNWTO & GTERC(2016)가 제안한 ‘미래 10대 관광 트렌드’ 중 해변, 해양레저, 크루즈, 생태 관광 등 6개 테마가 해양관광과 관련된 영역들이었다. OECD(2016)의 The Ocean Economy in 2030에 따르면 해양관광객 수는 2020년 14억 명, 2030년에는 18억 명으로 증가할 것으로 전망된다.

미국의 해양산업은 전체산업 GDP의 1.8% 및 고용 창출의 2.3%를 차지하고 있으며 해양관광은 해양산업의 72%의 고용 및 36%의 경제 기여도를 자랑하고

있다(NOAA, 2017). 영국의 해양관광은 30억 유로 이상의 가치를 창출하고 있으며 전체인구의 6.5%인 320만 명 이상이 해양관광 활동에 참여하고 있다. 더불어, 호주의 해양관광은 해양산업 중 가장 크게 기여하고 있으며(280억 달러), 해양관광과 관련된 산업인 레저 피싱(21.6억 달러), 레저보트 제조 및 수리(12.6억 달러), 마리나 및 보트 기반시설(7억 달러) 등도 국가 해양산업에 기여하고 있는 것으로 보고된다(AIMS, 2016).

이렇게 해양산업의 핵심 부문으로 주목받고 있는 선진국의 해양관광 활동 패턴을 살펴보면 스쿠버 및 스노클링 등의 해중레저 활동과 요트, 모터보트, 카누 및 카약 등 각종 해양레저 활동들이 주요 관광 프로그램을 구성하고 있다(조우정과 최의열, 2017). 전 세계 해양레저 시장의 규모는 450억 달러 시장을 형성하고 있으며 해중레저 관광 시장 규모도 60억 달러 이상인 것으로 추정된다. 미국의 경우 전체 인구의 75%가 해안, 강 및 호수 인근에서 레저 및 관광 활동에 참여하고 있으며 해양레저 종목별로는 모터보트(4.9%), 카약(3.2%), 피싱(3.3%), 카누(2.5%), 수상스키(1.2%) 등에 참여하는 것으로 나타났다(NSGA, 2016).

우리나라의 해양관광 선호도도 과거 해양경관감상, 해수욕 및 수산물 취식 등의 전통적인 관광 활동에서 벗어나 해양레저를 기반으로 한 활동적, 모험적 해양관광 시장으로 확대되고 있다. ‘해양수산물국민인식조사’에 따르면 해양낚시, 크루즈관광 그리고 해양레저 활동 등에 대한 수요가 지속적으로 증가되는 것으로 나타나고 있다(KMI, 2018). 대표적인 사례로서 부산의 10대 인기상품으로 해양관광이 선정되었으며 요트관광 프로그램을 제공하고 있는 ‘더베이101’이 부산을 대표하는 해양관광레저 공간으로 평가되었고, ‘해양수도에 대한 시민 인식도 조사’에 따르면 해양레저관광은 발전 가능성 및 우선 추진해야 할 해양산업 분야 1위(20.4%)로 파악되었다(부산발전연구원, 2017).

이렇게 해양관광의 주요 트렌드로 성장하고 있는 해양레저관광에 대한 정부와 지방정부의 관심과 투자는 지속적으로 증가하고 있다. 해양수산부(2018)는 해양레저관광을 국가의 미래 신성장산업으로 지정함과 동시에 해양레저관광의 경쟁력 제고를 위해 ‘해양레저관광과’를 신설하였으며, 해양레저관광 업무의

주관 부처도 문화체육관광부에서 해양수산부로 이관하는 내용을 정부조직법에 명시적으로 규정하는 등 해양레저관광 발전을 위한 제도적 기반을 구축하고 있다.

지방정부들은 지역경제 활성화와 도시마케팅 효과를 기대하며 정부의 해양관광 및 해양레저관광 중·장기 육성정책과 연계하여 해양레저관광 프로그램 개발 및 추진을 확대하고 있다. 연안역에 인접한 대부분의 지방정부가 해양레저관광 활성화를 위한 기본계획과 전담 부서를 설립, 운영하고 있으며 해양레저관광의 기반시설인 마리나항만 개발, 복합해양레저관광체험 시설 및 관련 서비스산업 육성을 위한 경쟁적 노력을 기울이고 있다.



1.2 연구의 방법 및 체계

본 연구는 해양레저관광 활성화를 위한 발전전략을 모색하는 데 있어 정부의 공급자 중심 정책 대안을 과학적으로 재조명해 보고 해양레저관광 수요자인 마케팅 니즈를 분석하여 보다 효과적인 해양레저관광 발전전략을 제시하기 위해 수행되었다. 이를 위해 본 연구는 공급자 중심의 해양레저관광 발전전략 또는 요인에 대한 계층분석적 의사결정을 검토하여 정부가 그동안 추진한 해양레저관광 발전전략 요인들의 우선순위를 과학적으로 분석하고자 한다. 더불어 해양레저관광 수요자의 마케팅 니즈는 마케팅 4P's를 중심으로 중요도-만족도를 분석하여 공급자인 정부 정책에 우선 반영해야 하는 마케팅 요인을 제시하고자 한다.

이러한 연구목적을 달성하기 위해 첫째, 해양레저관광의 개념을 정리하고, 국내·외 현황 및 우리나라 해양레저관광의 SWOT 분석을 살펴 현재 수준을 분석한다.

둘째, 수요자 대상으로 해양레저관광의 마케팅믹스로 구성된 요인들에 대한 중요도와 만족도를 분석하여 해양레저관광 발전전략을 제시한다.

셋째, 전문가 집단을 대상으로 계층분석적 의사결정방법론(AHP)을 활용하여 해양레저관광에 관한 의견 및 주요 발전요인의 우선순위를 분석하여 발전전략을 도출한다.

넷째, 수요자 기반의 해양레저관광 마케팅 믹스 요인과 공급자 기반의 발전전략을 GE 비즈니스 스크린을 적용해 해양레저관광의 통합적 발전방안 및 정책 우선순위를 제시한다.

더하여 본 연구는 <Fig. 1>과 같은 체계를 구성한다.

제1장에서는 본 연구에 대한 배경, 연구방법 및 체계 그리고 연구의 필요성 및 목적을 제시한다.

제2장에서는 해양레저관광의 개요, 해양레저관광의 국내·외 현황 및 여건분

석을 서술한다.

제3장에서는 수요자기반의 해양레저관광에 대한 요인과 중요도와 만족도를 분석하여 마케팅 전략을 도출한다.

제4장에서는 전문가 대상의 해양레저관광에 대한 요인을 계층분석적 의사결정방법론(AHP)을 이용하여 중요도 우선순위를 도출하고 발전전략을 제시한다.

제5장에서는 연구결과를 요약하고 및 해양레저관광의 발전전략에 대해 수요자와 전문가의 입장을 통합한 발전전략을 제시한 후 연구의 한계 및 향후 연구 과제를 제시한다.



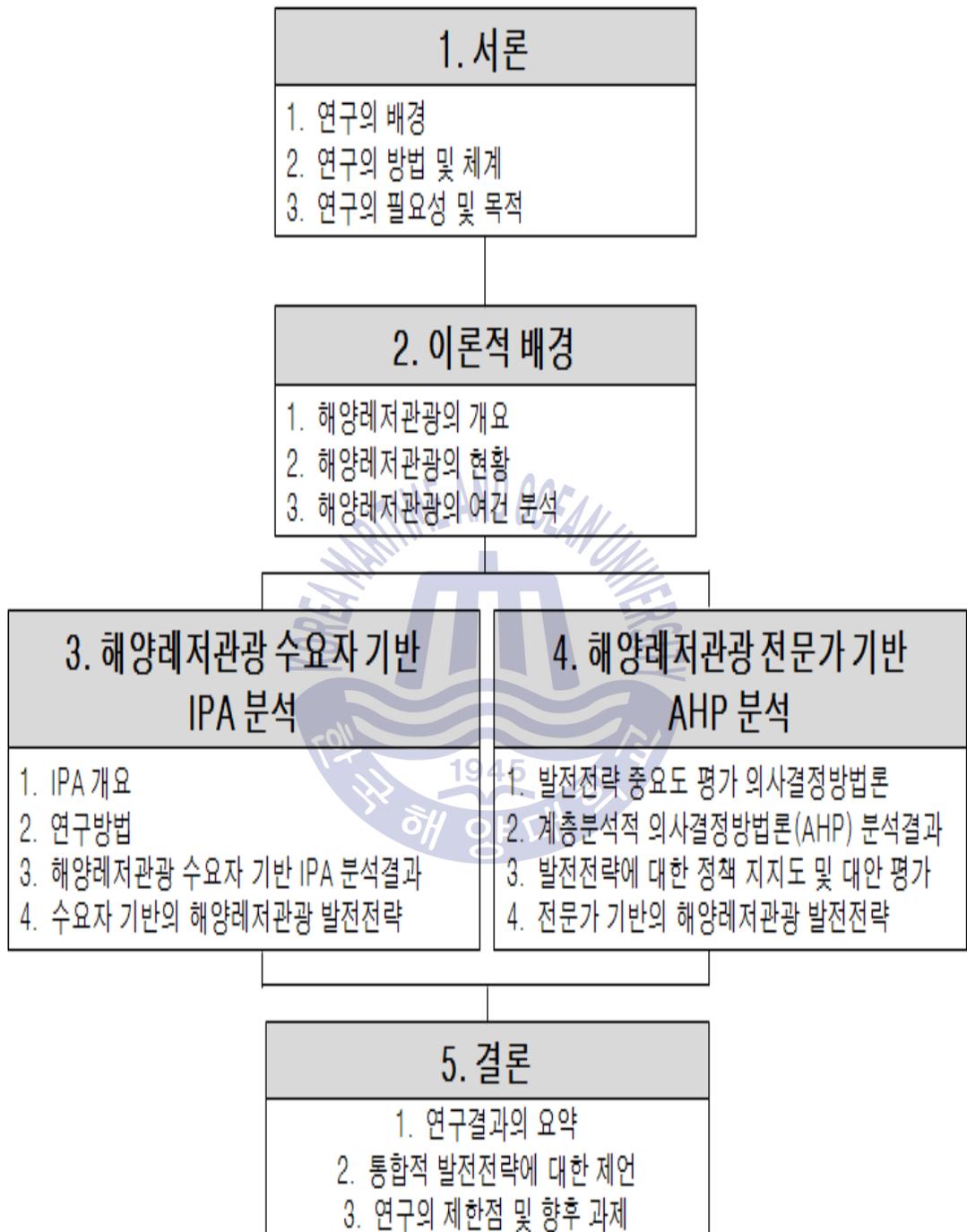


Fig. 1 연구의 흐름

1.3 연구의 필요성 및 목적

1.3.1 해양레저관광 연구고찰

정부와 지방정부의 해양레저관광에 대한 관심과 투자가 지속되면서 학계의 관련 연구도 다양한 측면에서 이뤄지고 있다. 해양레저관광 관련 연구를 종합해 보면 일반 관광학에서 추진되어왔던 수요자 측면의 연구와 공급자 측면의 연구로 구분할 수 있다(김사헌 등, 2012).

먼저 해양레저관광 수요자 기반의 관련 연구를 살펴보면 김가야와 황보주(2016)는 수요자 특성을 고려하여 해양관광활동 선호유형에 대한 조사를 시행하여 해양레저관광의 활성화 방안을 제시하였으며, 조우정과 최의열(2017)은 가상가치평가법(CVM)을 활용하여 해양스포츠의 가치를 경제적으로 평가해 수요를 분석하였으며, 이를 통해 수요자 중심으로의 활성화 방안을 제시하였다. 김찬룡 등(2017)은 해양레저관광 이벤트 수요자의 사회통계학적 특성을 분석하고, 수요자가 느낀 이벤트의 이미지, 만족도가 재방문 및 추천 의도에 미치는 영향을 연구하였다. 김충환과 정연승(2018)은 체험마케팅의 변수가 구매의도에 미치는 영향 관계를 분석하여 해양레저 수요자들의 체험을 유도하기 위한 마케팅 전략을 수립하고자 하였다.

다음으로 정부의 해양레저관광 발전을 위한 정책적 대안을 제시하고자 추진된 공급자 기반의 관련 연구를 살펴보면 홍장원(2014)은 해양레저관광에 대한 국내 정책의 문제점을 지적하며 해양레저 활성화를 위한 친수문화 보급 사업을 제시하였다. 김태동(2014)은 해양레저관광의 국내·외 사례분석 및 여건분석을 통해 도출된 시사점을 토대로 강원도 해양레저관광의 활성화 방안을 제시하였으며, 권일권과 문선호(2015a)는 해양레저관광 활성화를 위해 정책적인 법제 기반을 모색하며, 장애요소가 되는 현행 관련 법제유형을 알아보았다. 장승현(2017)은 부산의 해양스포츠 시설 인프라의 실태와 문제를 살펴보고 부산의 해양스포츠 활성화를 위한 시설 인프라에 관한 정책적 제안을 제시하였다.

Table 1 해양레저관광 선행연구

구분		연구주제	연구목적 및 내용	
수 요 자	김가야와 황보주	2016	부산·울산·경남지역의 수요자 특성을 고려한 해양관광 활성화에 관한 연구	부산, 울산, 경남지역의 수요자 특성을 고려한 해양관광에 대한 요구사항을 조사하고 확인함
	조우정과 최의열	2017	해양스포츠 활성화를 위한 수요 및 소비지출 결정요인 분석	해양스포츠 활성화를 위한 수요 요인과 수익 증대에 기여할 수 있는 마케팅 정보를 제공하기 위해 해양스포츠의 수요 및 소비지출 결정요인을 분석함
	김찬룡 등	2017	해양스포츠 이벤트 관람자의 이미지, 만족도가 재방문 및 추천의도에 미치는 영향	해양레저관광 이벤트를 방문한 수요자를 대상으로 방문 장소의 이미지 및 만족도가 재방문 및 추천의도에 미치는 영향을 살펴봄
	김충환과 정연승	2018	체험마케팅이 만족도, 충성도, 구매의도에 미치는 영향: 해양레저산업의 사용자집단별 차이를 중심으로	해양레저활동 수요자 중심의 체험마케팅을 통해 구매의도에 미치는 영향 관계를 분석하고자 함
공 급 자	홍장원	2014	친수문화 확산을 통한 해양레저산업 육성	증가하는 해양레저 수요에 따라 우리나라의 해양레저의 문제점을 지적하며, 산업 성장을 위한 과제를 제시함
	김태동	2014	해양레저관광산업 활성화 전략에 대한 제고찰 : 강원도를 중심으로	해양레저관광의 여건분석 및 현황분석을 통하여 강원도 해양레저관광의 경쟁력을 제고시키고자 함
	권일권과 문선호	2015a	해양레저관광 활성화를 위한 법제 개선방안에 관한 함의	해양레저관광 활성화 관련 규제를 분석 및 검토하여 개선할 수 있는 대안을 마련하고자 함
	장승현	2017	부산해양스포츠 활성화를 위한 시설인프라	부산 해양스포츠 시설의 인프라 실태를 살펴보고 문제 도출 및 정책제안을 통한 해양스포츠 활성화에 기여하고자 함

* 선행연구를 바탕으로 연구자가 정리하였음

1.3.2 시사점

해양레저관광 시장의 미래 성장 가능성에도 불구하고 현재 시장 규모가 초보적인 상황에서 대부분의 연구가 국가적인 측면에서 관련 인프라 구축 및 시장 기반 구축 등의 공급자에 초점을 맞춘 연구를 주로 수행해 왔다(조우정과 최의열, 2016). 한편 해양레저관광에 대한 국민들의 관심이 폭발적으로 증가한 2010년 이후에는 수요자의 니즈를 과학적으로 분석하고 마케팅 대안을 제시하기 위한 연구들도 증가하고 있는 추세이다.

문제는 과거 10년 이상 중앙정부와 지방정부가 해양레저관광 발전을 위한 기반구축, 대중화 및 고도화를 위한 다각적인 정책을 추진해 왔지만, 시장규모를 추정할 수 있는 해양레저 활동 참여 인구(국민안전처, 2016a : 443만 명, 2015년 기준)는 선진국 수준에 미치지 못하고 있다는 것이다. 이는 정부와 지방정부의 정책이 공급자 중심의 발전전략에 초점이 맞춰져 왔다는 것을 의미한다. 이 또한 관련 시장을 전략적으로 확장하고자 하는 정부의 태도와 목적이 반영된 부분을 인정하나 잠재 수요자인 국민들의 요구와 필요가 효과적으로 반영되지 못했다는 비판에서 벗어날 수 없다.

다시 말해서 정부의 공급자 중심의 정책 추진과 잠재 수요자인 국민들의 요구 사이에 갭(gap)이 존재함을 의미하며 동시에 정부의 해양레저관광 발전 정책에 잠재 수요자의 선호와 요구가 충분히 반영되지 못했음을 방증한다. 예를 들어 정부의 해양레저관광 발전전략의 주요 프로그램은 요트에 초점이 맞춰져 있으나 수요자 기반의 마케팅 니즈를 분석해 보면 국민들은 보다 저렴하고 접근성이 있는 카누나 카약 등 대부분의 해양관광 선진국에서 인기를 끌고 있는 해양레저 활동을 선호하고 있었다(조우정과 최의열, 2016). 또한 정부가 마리나 항만법 등을 제정해 전략적으로 추진하고자 했던 해양레저관광의 기반 시설인 마리나 건설의 경우 대규모 민간 자본의 투입이 불가피한 상황에서 시장규모의 한계로 인한 경제성 부족이라는 딜레마에 부딪혀 있는 실정이다. 정부의 개발이 성공적으로 추진된 사례는 극히 미흡한 실정이다. 반대로 해양레저관광 잠재수요자들은 해양레저 친화형 친수공간 정비나 소규모 계류시설 및 편의시설

의 제공 등의 소규모 개발 사업에 대한 관심과 지지도가 상대적으로 높게 나타났다.

따라서 본 연구는 중앙정부 및 지방정부에서 추진된 해양레저관광 활성화를 위한 발전전략을 재조명하고 해양레저관광 수요자의 마케팅 니즈를 과학적으로 분석하여 정부의 공급자 중심 해양레저관광 활성화 정책에 효과적으로 반영될 수 있는 기초자료를 제공하기 위해 수행되었다.



제 2 장 이론적 배경

2.1 해양레저관광의 개요

2.1.1 해양레저관광의 의의

레저란 자유로운 활동이나 기회를 얻는 것을 말하며, 활동 상태에 따라 관광, 레크리에이션, 스포츠, 놀이 등 다양한 활동 형태로 구분된다. 해양레저는 해양에서 이루어지는 레저활동으로 일반적으로 레저의 시간적 개념과 활동의 개념을 포괄하고 있다(조우정과 최의열, 2016).

해양관광은 단순히 순수 관광 활동을 넘어 해안에서 실시하는 수상스키, 윈드서핑, 스쿠버다이빙과 해양공원 구경 등과 같은 해양레저활동을 모두 포함하며, 해양관광에 대한 영어표기도 Marine Tourism, Maritime Tourism, Coastal Tourism, Marine Tourism and Recreation, Ocean Tourism 등과 같이 다양하게 사용되고 있다(한국관광학회, 2017).

해양레저관광이란 2개 이상의 개념이 복합적으로 나타나는 산업으로 해양레포츠, 해양관광, 해양문화 등 다양한 요소들이 유기적으로 얽혀 이뤄지는 것을 뜻하며(이동원, 2016), 직·간접적으로 해양공간에서 이루어지거나 해양 인근에서 이루어진다. 더불어 인간이 가지고 있는 기본적인 욕구인 생활환경의 변화를 충족시키기 위하여 일시적으로 이동하여 정신적, 신체적 상태를 환기하고, 낯선 곳의 문화, 제도, 풍습 등을 관찰하는 인간행동 양식의 총체라고 정의한다(홍장원, 2015).

2.1.2 해양레저관광의 분류

해양레저관광의 분류에 대한 일치된 의견을 찾기는 쉽지 않다. 이동원(2016)은 해양레저관광을 수중형, 수변활동형 등 공간 및 장소에 따라 분류했다. 더불어 김천중(2015)은 해양레저관광을 관련 시설산업, 용품산업 그리고 이벤트산업으로 구분하였다. 하지만 본 연구에서는 해양레저관광 활동적 측면에 초점을 맞추고 선진국의 해양레저관광 패턴 분석 등을 통해 해중레저관광, 동력형 해양레저, 견인형 해양레저, 무동력형 해양레저 그리고 패들형 해양레저로 구분하고자 한다.

1) 해중레저관광

해중레저관광은 수중에서 해양레저관광활동을 하는 것으로서 스노클링, 스쿠버다이빙, 씨워킹 등이 있다. 스노클링은 스노클, 마스크, 오리발과 같은 장비를 이용하여 얕은 지역에서 잠수하는 것을 말하며, 스쿠버 다이빙은 스노클링과 달리 깊은 수심에서 다이빙장비를 장착한 채 활동하는 것을 말한다. 해중레저관광은 깊은 바닷속을 조망할 수 있는 육상관광과는 또 다른 매력을 지닌다.

2) 동력형 해양레저

동력을 장착한 레저기구(모터보트, 수상오토바이, 고무보트 등)를 이용하여 해양에서 쾌속 질주의 경험을 즐기는 형태를 일컫는다. 모터보트는 소형선박으로 모터를 사용하며, 낚시, 수상스키 등 다른 해양레저관광 활동을 함께 즐길 때 주로 사용한다. 수상오토바이는 오토바이 형태의 소형 모터보트를 말하며, 제트 펌프로 흡입된 물을 분사하는 원리로 입식의 형태와 좌식의 형태로 두 가지 유형이 있다.

3) 견인형 해양레저

견인형 해양레저는 바나나보트, 수상스키, 패러세일링 등과 같이 동력 기구의 뒷면에 장비를 부착하여 동력기구의 움직임에 따라 이동하며 물 위를 달릴 수 있다. 바나나보트는 모든 연령층에 인기 있는 해양레저 활동으로 1인 바나나보트부터 10인승까지 다양한 형태의 바나나보트가 있다. 수상스키는 육상에 타는 스키에서 고안되었으며, 양발이 십 일자 모양의 형태를 나타내며 앞으로 나아가는 투스키와 양발을 일자 모양의 형태를 나타내며 진행하는 원스키가 있다.

4) 무동력형 해양레저

자연환경의 바람에 의해 해양레저 장비를 앞으로 진행하는 무동력형 해양레저는 덩기요트, 서핑, 윈드서핑이 있다. 덩기요트는 선실이 없는 요트로서 돛에 바람을 받아 앞으로 흐르는 바람에 의해 전진하며, 크루에 의해 요트의 균형이 유지된다. 서핑은 서프보드를 타고 평형감과 정확한 타이밍을 가지고 파도의 경사진 면을 오르내리는 것이다.

5) 패들형 해양레저

해상 위에서 패들을 이용하여 앞·뒤로 이동하는 해양레저활동으로 조정, 카약, 카누 등이 있다. 조정은 크루들이 한 줄로 앉아 몸을 뒤로 잡아당기는 방식으로 힘껏 노를 저어 앞으로 진행하는 것을 말한다. 카약은 안정성과 기동성이 있는 둥근 선체에 길고 좁은 폐쇄형 보트로서 양날의 노를 이용하여 양옆을 번갈아 저으며 앞으로 진행한다(네이버 지식백과).

Table 2 활동특성에 따른 분류

유형	설명
해중레저관광	해중에서 이루어지는 레저형태 (예: 스킨스쿠버, 스쿠버다이빙, 씨워킹 등)
동력형 해양레저	동력을 장착한 기구를 이용한 레저형태 (예: 모터보트, 수상오토바이, 고무보트 등)
견인형 해양레저	동력 기구의 뒷면에 장비를 부착하여 동력기구의 이동에 따라 즐기는 레저형태 (예: 바나나보트, 수상스키, 패러세일링 등)
무동력형 해양레저	동력 부착 없이 해양레저 장비만으로 즐길 수 있는 레저형태 (예: 덩기요트, 서핑, 윈드서핑 등)
패들형 해양레저	해상 위에서 패들을 가지고 이동하는 레저형태 (예: 조정, 카약, 카누 등)

* 연구자 직접 작성

2.1.3 해양레저관광의 특성

해양레저관광은 내륙 레저관광과 비교하면 공간이 해양이라는 특수한 공간에서 이루어지는 활동으로 계절에 의해 기온, 수온 등의 영향을 많이 받아 관광객들은 계절에 따라 해양레저관광 활동을 제약받을 수 있다. 또한 해양레저관광 시설은 바다의 파도, 바람 등을 격변하는 해양환경에 견디기 위하여 견고하게 만들어져야 한다.

해양레저관광은 크게 자연조건에 대한 높은 의존도, 지역사회와의 관계, 환경수용력, 환경수용력에 의한 제약, 접근성에 의한 제약, 해양 자원적 특성 그리고 해양레저 스포츠 관광활동상 이용적 측면의 특성으로 나뉜다.

1) 자연조건에 대한 높은 의존도

해양레저관광은 해양이라는 공간에서 이루어져 해안의 특성, 기후, 기상 등에 따라 활동이 다양화될 수 있으나 평평한 지면인 내륙과 달리 조류와 같은 환경적 특성으로 인해 활동이 제약되기도 한다.

해양레저관광지로 발전시키기 위하여 대상 지역의 기상조건, 해양조건, 지형조건에 대한 분석이 필요하다. 모래사장이 500m 이상, 수온 23~25° 이상, 하계 쾌청일 2주간 이상, 안전하고 청결한 수역이 있는 등이 해수욕장의 기본조건이다(임은미와 김선희, 2007).

주로 온화한 하계에 활동을 선호하지만, 종목에 따라 선호하는 기후가 다르게 나타난다. 서핑의 경우 잔잔한 파도보다는 거센 파도를 활용하여 활동하는 것을 선호하며, 요트, 보트, 윈드서핑 등은 바람 한 점 없는 날보다는 바람이 있는 날을 선호하며, 관광잠수정과 수상스키의 경우 잔잔한 수면을 선호한다.

2) 지역사회와의 관계

해양레저관광 시설을 구축하기 위하여 공유수면을 매립하거나 시설 건립 및 해양레저관광활동 공간으로 내수면을 변화하는 것은 주변 어업권을 방해할 수도 있다. 이로 인해 주민 또는 어업인들 등 이해관계자와 마찰이 생기기 쉽다.

하지만 해양레저관광지는 경제적일 뿐만 아니라 장기적인 측면에서도 많은 이점을 가지게 된다. 고용기회를 창출할 수 있으며, 재정수입을 증대할 수 있는 각종 생산유발효과 및 도시마케팅으로 인한 지역 이미지가 향상된다. 더불어 지역주민들은 소속감 등 지역사회의를 함양할 수 있으며, 해양레저관광이벤트를 개최함으로써 지역주민들에게 직·간접적인 경제적 가치를 창출할 수 있다(김찬룡 등, 2016).

정부 및 관계자는 지역주민과 마찰이 생기지 않도록 지역주민들의 의사를 최대한 수렴해야 하고, 해양레저관광시설 조성을 통해 주민의 여가생활의 환경을 개선하며, 일자리 창출, 어업인들의 소득증대와 역량 강화 및 환경에 미치는 영향을 최소화하도록 노력해야 한다. 즉, 정부 및 관계자는 어업과 해양레저관광 활동이 공존하는 어업겸용 해양레저관광시설을 조성하도록 노력하여야 한다.

3) 환경수용력에 의한 제약

해양레저관광지의 경쟁력을 결정하는 가장 중요한 요소는 환경이다(김낙중, 2010). 해양관광이 이루어지는 연안 지역은 육지와 바다가 교차하는 곳으로, 육지 폐기물, 폐수들에 매우 취약하며, 환경변화에 민감한 생태계를 가지고 있는 환경구조이다(임은미와 김선희, 2007).

관광객들은 레저관광행위를 즐기기 위하여 연안과 해안지역의 경관을 중요시 하되 생태계를 파괴하고 환경을 오염시키는 것을 꺼려한다. 때문에 많은 지방자치단체들은 해양레저관광지에 ‘청정 해양환경 입증(김홍수, 2017)’, ‘안전성과 편리성에 쾌적한 환경까지 갖춘’ 등의 마크를 명시하여 관광객들을 유도하고 있다.

4) 접근성에 의한 제약

해양레저관광은 접근성 부분에 상당한 제약이 존재한다. 연안은 도서 지역에는 접근성이 제한되어 있으며, 도시지역으로부터 멀리 떨어져 있기에 접근성이 열악하다. 이러한 접근성은 환경수용력과 함께 해양관광지의 개발 규모가 좌우되는 요인이 되기도 한다(정석중, 2011).

과거와 비교하면 교통 환경이 많이 개선되었지만 분주하고 치열하게 살아가는 현대인들에게 관광지로 접근 편의성은 더욱 중요시되고 있다. 환경수용력과 함께 해역에 위치할 가능성이 많은 해양레저관광지는 항로, 도로, 해로 등의 접근 경로와 교통기반시설 등 관광지로의 접근성에 경쟁력이 좌우된다(김낙중, 2010).

5) 해양자원적 특성

해양이라는 장소 자체만으로도 다양한 긍정적인 효과를 볼 수 있지만 자연 관광자원이나 인문관광자원 등의 환경을 정비, 복원, 보수 등을 통하여 해양레저관광객들의 만족감을 더욱 높일 수 있다.

멕시코 칸쿤의 ‘The Museo Subacuatico de Arte’ 은 해양 생물들이 잘 자랄 수 있는 여건을 만들기 위한 프로젝트의 일환으로, 인공 산호초가 담긴 조각상을 해저에 뒹으로 해저박물관으로 재탄생 되었다. CNN(2017)에 따르면 이 박물관에 방문하기 위해 매년 75만 명의 관광객이 방문하고 있다. 이처럼 정부 및 지방정부는 자연환경에 이바지 할 수 있고 관광객을 끌어들일 수 있는 해양레저관광 콘텐츠를 개발하여 배치함으로 관광객을 유도할 수 있다.

6) 해양레저 스포츠 관광활동상 이용적 측면의 특성

해양레저관광활동은 기상변화 등 자연현상에 큰 영향을 받고 있으며, 이용기간도 한정적이다. 이러한 기후나 기상변화는 해양의 이용수요변화에 큰 영향을 준다.

해양레저관광활동지는 연령대를 나누어 살펴보면 중·노년층은 기후가 온화한 휴양지와 동적인 활동보다는 정적인 활동을 선호하며(KMI, 2018), 동적인 활동을 할 수 있는 해양레저관광활동 지역은 젊은 층의 관광객들이 선호한다. 따라서 연령대별 수요를 분석하여 해양레저관광활동지역에 적합한 시설 및 자원을 배치할 수 있다.

2.2 해양레저관광의 현황

2.2.1 세계 해양레저관광의 현황

1) 미국

미국의 해양레저관광은 해양경제의 한 산업군으로서 경제적으로 중요한 역할을 하고 있다. 해양레저관광 산업은 해양경제 분야에서 가장 많은 사업체 수를 보유하고 있으며, 전체적으로 이 분야는 2010년에서 2013년까지 평균 고용 성장률은 3.8%, GDP 성장률은 5.5% 증가하여 상대적으로 강한 성장세를 보인다. 더불어 미국의 해양레저관광은 2010년에서 2013년의 해양경제 성장에 큰 역할을 했다(NOEP, 2016). 2014년 미국 대서양 경제의 GDP는 약 920억 달러를 기여하였으며 그중 60% 이상을 관광, 레크레이션, 어업이 차지하였다(NRDC, 2018).

미국 해양산업의 고용 측면에서 해양레저관광 부문이 가장 큰 비율을 차지하고 있다. 특히 해양산업의 고용 성장은 해양레저관광부문에 의해 주도되었다. 미국 해양경제의 종사자 비율 중 해양레저관광의 종사자 비율이 83%를 차지하며, 고용은 71%로 해양 산업 내에 가장 큰 비중을 차지하고 있다(NOEP, 2016). 또한 중부 대서양 해양 경제의 72만 개 이상의 일자리 중 77%를 해양레저관광이 차지하고 있다(NRDC, 2018).

해양레저관광업의 주요 분야로는 식당 및 호텔이 있으며 경관감상을 위한 해양 관광, 마리나 및 놀이시설과 레저 서비스 부분에서는 높은 연평균 성장률을 기록하였다.

해양레저관광은 미국 사우스캐롤라이나의 폴리 지역경제에 1억 1,700만 달러에 기여하였으며, 2014년 사우스캐롤라이나 주민들에게 약 4천만 달러의 경제적 파급효과를 창출하였다. 플로리다주의 팜 비치 카운티는 2013년~2014년 동안 170만 명의 관광객이 방문하여 1억 7300만 달러를 소비하였으며, 2천 4백만 달러의 부가가치가 창출되었다(NRDC, 2018).

미국의 요트 시장은 2012년 이후로 지속적인 성장(연평균 2.2%)을 하고 있으며, 2015년을 기준으로 레저보트 관련 매출은 360억 달러이며, 레저보트 수는 15,970만대를 기록하고 있다. 특히 연평균 소득 수준이 100만 달러 이상인 보트 소유자가 전체의 70% 이상을 차지하고 있다. 신규 보트의 평균가격은 24,600달러이며, 길이가 26피트(8m) 이하인 보트의 점유율이 95%를 차지하고 있다. 레저보트산업의 경제적 파급효과는 소비자 직접지출의 4배에 이르는 1,215억 달러로 추정되고 있다. 하지만 소유보다는 차터링 및 보트 공유 등과 같은 렌트 형태로 전환되고 있는 추세이다(ICOMIA, 2015).

PAC(2018)에 의하면 미국인들의 수상 또는 해양레저 참여율은 2011년 12.4%에서 2017년 13.4%로 증가했으며 미국 인구 75% 이상의 레저 활동이 해안, 강, 호수 인근에서 이뤄지고 있어 레저보트 및 마리나의 중요성이 커지고 있다. 한편 NSGA(2016)가 조사한 해양레저의 종목별 참여율은 모터보트(4.9%), 카약(3.2%), 피싱(3.3%), 카누(2.5%), 수상스키(1.2%) 등의 순으로 나타났다.

전 세계적으로 600만 명의 스쿠버 다이버가 활동하고 있으며, 미국에서 활동 중인 스쿠버 다이버의 수는 2.7만 명에서 3.5만 명에 이른다. 전 세계 약 2,000만 명의 스노클링 인구 중 미국인이 약 1,100만 명을 차지하고 있다(DEMA, 2014). 스쿠버 다이버의 연령대는 다양하지만, 주요 활동층은 38세 이상에서 53세 이하이며 남성의 비율이 76%를 차지하고 있으며, 71%가 기혼자인 것으로 나타났다. 또한 18세 미만의 어린이도 17%를 차지한다는 점을 통해 어릴 적부터 물을 놀이의 공간으로 인식하고 있음을 알 수 있다(Club Med, 2017).

2) 영국

영국은 해양산업의 성장을 위하여 정부, 기업 그리고 무역협회들의 효과적인 의사소통을 위하여 Marine Industries Leadership Council(MILC) 공동체를 구성하고 있다. 이 협회는 장기적인 기술 향상을 위한 지침서 및 기존의 해양레저 관광활동을 규제하는 법적 요인에 대한 검토 등의 역할을 한다.

영국은 해양산업에서 9만 명 이상을 고용하고 있으며, 약 35억 파운드의 부가가치를 창출하고 있다. 영국의 해양레저관광은 해양산업 중 성장 가능성이 높은 산업으로 선택되었다(UK MIA, 2011).

영국 해양레저관광 시장의 규모는 37억 유로 이상이며, 4,500개의 회사 수가 존재한다. 영국 슈퍼요트 산업은 연간 매출액이 4억 만 파운드이며 3,600명 이상의 고용 창출하는 전 세계적으로 인정받고 있는 주요 산업이다.

2015년 기준으로 113만대 이상의 레저보트가 등록되었으며, 그중 카누/카약이 47%를 점유하고 있으며, 보유 형태는 소유(33.6%), 차터(10.4%), 친구/가족(41.4%) 그리고 기타(14.5%)로 구성되었다.

영국 해양레저관광은 레저 부문 측량사와 용선 계약자부터 전문 장비 제조업 및 해양레저 의류 브랜드에 이르기까지 서비스와 제조업이 섞여있다. 많은 국제 요트 디자이너들은 영국 출신으로 명성을 떨치고 있다(UK MIA, 2011).

영국의 스쿠버는 크게 스쿠버 다이빙, 스노클링 활동과 보트 다이빙 세 부문으로 구분할 수 있다. 대부분의 해안 다이빙은 파른섬(Farne Island), 사우스 웨스트(플리머스, 콘웰, 웨이머스, 스와니지), 룬디 섬 그리고 서스세스에서 이루어지며, 2015년에는 약 35만 명이 스쿠버 다이빙 활동을 즐겼다.

영국의 보건 안전부(HSE)는 업무 관련 부상을 예방하기 위하여 1997년에 다이빙 매뉴얼을 만들었으며, 2017년 개정하였다. 매뉴얼은 오프쇼어 다이빙, 내륙 다이빙 등 다양하게 분류하여 구성하고 있다(HSE, 2017).

3) 호주

호주는 지리적 여건상 남반구 위에 위치하여 아름다운 연안을 다수 보유하고 있어 휴양객들이 많고, 서핑, 스쿠버 다이빙 등 다양한 해양레저관광 활동을 통해 경제적 가치를 창출하고 있다.

AIMS(2016)에 따르면 호주 해양레저관광은 238억 달러로 국가 경제에 크게 기여하고 있다고 밝혔다. 해양레저 참여율은 다이빙/수영 7.8%, 레저낚시 1.4%, 서핑 1.3%, 카누/카약 0.8%, 요트 세일링 0.4%, 스쿠버/스노클링 0.4%, 조정 0.2%를 기록하였으며, 피싱, 보팅, 세일링, 스노클링, 스쿠버 다이빙 등 호주 해양레저관광은 튼튼한 내수시장을 기반으로 구성되고 있다.

유럽을 제외한 지역 중 레저보트 시장이 가장 큰 호주의 보트생산업체 수 및 마리나/요트항구 수는 세계 4위를 기록하고 있다. 호주는 해양레저 및 야외 활동이 핵심 문화로 자리 잡고 있으며, 85만대 이상의 보트가 등록되어 있으며, 등록의 의무가 없는 패들보트, 소형보트의 수는 100만 대 이상으로 추정되고 있다.

호주정부에 따르면 스쿠버 다이빙산업은 11억 달러 정도의 국가 경제에 파급 효과가 있으며, 대표적으로 퀸즐랜드주에서는 약 120만 건의 다이빙과 230만 건의 스노클링이 이루어져 9.1 억 달러 이상의 경제적 가치를 창출하고 있다.

호주를 방문하는 해외여행자의 절반가량이 퀸즐랜드에서 다이빙하기 위해 방문한다. 퀸즐랜드의 다이빙과 스노클링 부문은 매년 퀸즐랜드 경제에 약 14억 달러에 기여하며, 다이빙 또는 스노클링 활동을 하는 주요 고객층은 35세 이하가 가장 많다(WHSQ, 2011).

퀸즐랜드 주정부는 다이빙을 하러 온 국제 방문객으로부터 10억 호주 달러, 국내 다이버로부터 5억 7400만 호주 달러의 경제적 가치를 창출하며, 그레이트 배리어 리프 해양 공원 내에서 연평균 740,000회의 다이빙이 이루어지고 있다.

그레이트 배리어 리프 해양공원에서 운영되는 산업에서 관광 사업은 가장 큰 상업 활동으로 연간 평균 190만 명의 방문자를 끌어들이며, 약 6만 호주 달러의 수입과 약 63,000개의 일자리를 창출한다(Pabel & Coghlan, 2011).

4) 일본

일본정부는 관광정보 제공과 외국인관광객 유치활동 등을 위하여 국토교통성 산하에 관광정책을 담당하는 “일본정부관광국(JNTO)”을 두고 있다. 야마하, 혼다, 스즈키 등의 일본 엔진제작회사는 국제적으로 아시아 지역에서 유일하게 레저보트의 엔진 제작이 가능하여 세계적으로 인정을 받고 있다(강원도, 2016).

경제 영향 2016 JAPAN에 따르면, 해양레저관광에 의한 GDP 직접 기여는 2015년에 12.9조 엔, 2016년에 13.4조 엔으로 1년 동안 3.7% 증가하였다. 2026년에는 연간 성장률 2.1%로 16.4조 엔에 달할 것으로 예상하며, 일본의 GDP에 대한 레저 및 관광의 직접 기여 비율은 2015년 2.6%에서 2026년에는 3.0%로 증가할 것으로 예상된다(WTTC, 2015).

일본의 요트산업은 지방정부별 레저보트의 보급 증가로 인해 항내에 고의로 요트를 버리는 행위와 같은 문제 등이 대두되어 관련 법 제도를 제정하고 있다. 일본 국토교통성에 따르면 일본 내 레저 보트수는 1999년에 최고점에 도달한 이후 지속적으로 감소하고 있다고 밝혔다.

일본 보트 소유자의 연령대는 60세 이상이 절반을 차지하고 있으며, 보트 면허보유자 수는 남성 중장년층이 가장 많은 것으로 조사되었다. 신규 취득자는 면허 보유자들보다 젊은 층이 주로 많이 취득하고 있으며, 연간 10만 명 미만으로 집계되었다.

2.2.2 한국 해양레저관광의 현황

1) 해양레저관광 육성정책 개요

정부는 해양레저관광에 대한 국민적 저변확대와 함께 경쟁력을 확보하기 위해 정부차원의 지원을 확대하고 있으며, <Table 3>과 같이 해양레저관광에 대한 다양한 발전전략을 수립하고 있다.

Table 3 중앙정부의 해양레저관광 육성정책 개요

정책	년도	주관
해양레저장비산업 활성화방안	2009년	교육과학기술부
제 1차 마리나 항만 기본계획	2010년	국토해양부
제2차 연안정비수정계획	2012년	국토해양부
해양관광레저 전문인력 양성체계 구축방안 연구	2014년	해양수산부
제2차 해양수산물발전기본계획	2014년	기획재정부, 교육과학기술부, 외교통상부, 통일부, 국방부, 행정안전부, 문화체육관광부, 농림수산물식품부, 지식경제부, 환경부, 고용노동부, 국토해양부, 기상청, 해양경찰청
제2차 해양관광진흥기본계획	2014년	해양수산부
크루즈산업 활성화 대책	2014년	해양수산부
제4차 해양환경종합계획	2015년	국토해양부, 환경부, 농림수산물식품부, 해양경찰청
2017년도 해양수산물발전시행계획	2017년	해양수산부
2017년 해양수산물인재개발원 교육훈련계획	2017년	해양수산부

자료 : 강원도 해양레저관광 마스터플랜 연구(2016)를 기초로 제작성

<Table 4>와 같이 정부 정책 방향에 맞추어 부산광역시, 인천광역시, 경기도 및 강원도 등 각 지방정부는 해양레저관광을 육성하기 위한 마리나 개발, 해양레저관광 프로그램개발 등 다양한 분야를 포함하여 조례를 제정하고, 발전전략을 수립하고 있다.

Table 4 지방정부의 해양레저관광 육성정책 개요

구분		정책	발전전략
부산광역시	2016년	해양레저 활성화 기본계획	<ul style="list-style-type: none"> - 해양레저 지원체계 구축 - 체류형 해양스포츠 프로그램 개발 - 해양레저 산업육성 및 기술경쟁력 강화 - 해양레저 인프라 확충 - 국제해양레저도시 브랜드화
인천광역시	2016년	해양레저산업 육성계획 연구	<ul style="list-style-type: none"> - 해양레저 기반(인프라) 구축 확대 - 어촌마리나 및 어촌간이역 개발 - 마리나클러스터 조성 - 해양레저 전문인력 양성, 교육공간 및 시험장 구축 - 해양레저 장비산업(부품 및 지원서비스업) 육성 - 해양레저브랜드 구축을 통한 대중화 및 국제화
경기도	2011년	경기도 해양레저산업 육성전략 연구	<ul style="list-style-type: none"> - 대중화사업 및 인력양성 추진 - 조직적 장치 구축 및 제도 개선 - 해양레저서비스사업 진흥 모델 구축
	2012년	경기도 해양레저산업 및 서비스 활성화 방안	<ul style="list-style-type: none"> - 해양레저산업 및 서비스 육성 - 해양레저 인프라 개선 - 해양레저 부품산업 발굴 및 육성 - 정책추진체계 강화
강원도	2015년	해양레저 트렌드와 강원도	<ul style="list-style-type: none"> - 해양레저 기구 도입 - 해양레저 인프라 구축
	2016년	강원도 해양레저관광 마스터플랜	<ul style="list-style-type: none"> - 친수 공간 조성 - 인조구조물 조성 - 어촌 중심 해양레저활동
	2017년	미래 해양레저 관광은 강원도에서	<ul style="list-style-type: none"> - 대중화 기반 마련 - 소규모 어항 개발 추진

충청도	2012년	충남 연안지역의 해양레저 활성화 방안 -요트활동을 중심으로	<ul style="list-style-type: none"> - 거점형 마리나항만 개발 및 요트네트워크 조성 - 해양레저메가이벤트 개최 - 해양레저 교육시설 확충 및 전문 인력 양성 - 해양레저용 선박 건조 산업단지
	2015년	충청남도 해양 수산물발전계획	
전라도	2010년	전남 해양레저 스포츠 활성화 방안 연구	<ul style="list-style-type: none"> - 해양레저산업 인프라 구축 - 해양레저산업 활성화 - 해양레저산업 연구 및 지원
	2011년	신해양레저관광 활성화를 위한 정책 연구	
	2017년	전라북도 해양산업 육성방안	
경상도	2012년	경남의 해양자원 활용방안	<ul style="list-style-type: none"> - 해양레저 기반조성 - 체험·교육 관광 - 섬 생태관광 상품화 - 어촌 숙박서비스 모델 제시
	2012년	국제 인증제도를 활용한 경남의 해양레저스포츠 육성 전략	
	2014년	경북 동해안 해양관광축제 경쟁력 제고 방안	
제주도	2012년	제주지역의 해양관광 활성화방안	<ul style="list-style-type: none"> - 스킨스쿠버 운송근거 마련 - 마리나항·피셔리나항 개발 - 자매결연을 통한 해양레저관광상품 개발 - 해양레저스포츠와 연계한 해양축제 개발 - 스킨스쿠버학교 개설 - 주요 거점지역 해양레저지원센터 건립 - 해양레저관광 상품개발

* 기존 보고서를 바탕으로 연구자 직접 작성

2) 부산광역시

부산은 해양레저관광 활동의 최적지로 인정받는 자연환경, 올림픽과 아시안 게임 요트대회 등을 개최한 요트시설, 7개의 해수욕장 등 국내 최대 규모의 해양레저관광 기반을 갖추고 있다. 부산시는 한국해양대학교, 부경대학교, 영산대학교 등 대학 수준의 해양레저 전문 인력 양성 프로그램이 갖춰진 국내 유일의 도시이다(조우정과 최의열, 2016).

세계적인 관광지인 해운대 해수욕장에는 전망형 열기구를 도입하고, 송정해수욕장에는 최첨단 전자결제시스템을 도입하여 관광객들의 이용 편의를 높이고 있다(권병석, 2018). 국내에서 유일한 레저선박 제조 산업 전시회인 부산국제보트쇼는 해양수산부와 부산시가 공동으로 주최하고 있다. 또한 국내외 요·보트 제조업체 등 해양레저관광과 관련된 100여 개 업체가 참여하여, 국내외 레저선박 제조 산업의 시장현황과 기술 수준을 파악할 수 있다(노충근, 2018).

3) 인천광역시

해양수산부는 물류 중심으로 성장해 온 인천항을 해양레저관광 중심지로 개발하겠다는 청사진으로, 내항은 역사 및 원도심 관광, 남항은 국제 크루즈 및 카페리와 마리나, 송도는 도시관광 및 워터프론트로 구축하겠다는 계획이다(김덕현, 2017). 또한, 인천광역시는 매년 가파르게 증가하고 있는 해양레저 선박을 인천의 섬(150개 이상의 유·무인도) 지역으로 흡수하기 위하여 주요 섬 9 곳에 요트·보트 마리나 기반시설을 설치하여 해양레저관광활동의 네트워크 구축을 통해 지역을 발전시키고자 한다(한갑수, 2016).

인천해양경찰서에서는 바다에서 체험활동 하는 해양레저관광 활동자 및 해양레저기구를 즐기는 관광객을 대상으로 레저장비 점검사항, 심폐소생술 교육, 해양레저 안전수칙, 해양레저 안전사고 예방과 안전의식을 고취하기 위한 프로그램을 시행하고 있으며, 인천지방해양수산청에서는 해양적 소양 증진 및 해양의식을 제고하기 위해 청소년을 대상으로 해양레저관광 체험 프로그램을 제공하고 있다(김선근, 2017).

4) 경기도

경기도는 약 300개 이상의 요트 및 보트 관련 부품과 해양레저 기자재 수출 기업이 있으며(윤상연, 2017), 해양레저관광을 통해 지역경제 활성화 및 도시브랜드 향상에 기여하고자 한다. 경기도는 생태계가 복원된 시화호의 ‘거북섬’을 해양레저관광의 랜드마크로 만들어 연간 1,000만 명의 관광객 유입을 기대하고 있으며(임영일, 2017), 대부도 방아머리 마리나항 개발, 해양안전체험관 등 특화된 복합리조트를 조성해 대부도를 거점으로 해양레저관광을 육성시키고자 한다(박성철, 2017).

경기도는 경기국제보트쇼를 열어 빅바이어를 초청하는 등 해양레저산업에 전폭적인 지원을 하고 있으며(윤상연, 2017), 전문 인력 양성(천주연, 2017), 국외 기관과 상호협력(이승환, 2017) 등 유기적 보완을 통해 협력을 도모하고 있다. 이 외에도 경기도는 귀어·귀촌에 관심 있는 사람들에게 어촌관광을 내세워 홍보하고 있으며(이재인, 2017), 장애 학생을 위해 해양레저체험교실을 개설하여 모험심과 도전정신을 일깨워주기 위한 해양안전교육, 윈드서핑, 바나나보트 등의 체험활동을 제공하고 있다(김영준, 2016).

5) 강원도

강원도는 해양레저관광 트렌드 변화에 대응하기 위하여 해중레저관광, 어촌 체험마을 조성, 수산항 요트마리나 기반시설 조성 등 해양레저관광 분야를 위해 185억 원을 투자한다(유형재, 2018). 실제로 서울양양고속도로 개통으로 인해 강원도의 관광객 수가 증가하고 있으며, 양양은 젊은이들 사이에서 서핑메카로 주목받고 있다. 이에 양양군은 ‘다목적 서핑 인공구조물 설치사업’을 제공하여 연중 일정한 파도를 유발하고, 연안 침식을 방지하는 사업을 통해 서핑 수요를 극대화할 것이라 밝혔다(송미숙, 2017).

또한 강원도는 삼척항을 8년 동안 매립하여 해양친수공간 조성사업을 한다. 친수공간에는 공원 및 편의시설과 물놀이장, 해양생태체험장과 같은 해양레저관광체험시설이 구성되며(이형진, 2017), 삼척해수욕장을 이용한 해양레저관광 상업권 조성할 것이라 밝혔다(김태식, 2018).

6) 충청남도

해양레저관광 수요가 증가함에 따라 충청남도는 신 해양시대를 선도하는 환황해권 해양거점도시로서의 위상을 높이기 위하여 해양, 레저관광, 항만 등 각 분야의 비전을 제시하며 청사진을 그렸으며, 해양레저 콘텐츠 강화를 위한 국제 해양레저 아카데미 설립·운영 및 요트스테이·요트투어 단지 조성을 제안하였다(송인용, 2017). 해양레저관광 육성에 2017년부터 5년간 9천 3백억을 투입하며, 보령·서천·태안 등을 ‘해양레저관광권’으로 지정하여 집중적으로 육성할 계획이다(김지훈, 2017).

보령시는 지속할 수 있는 해양항만 개발을 통해 신 성장 동력을 확보하고자 노력을 기울이고 있으며, 특색 있는 보령 섬 관광 프로그램을 개발하여 해양레저관광지로 발전시켜 나갈 계획이다. 지역의 색을 입힌 차별화된 발전전략의 일환으로 원산도에는 스킨스쿠버, 수상오토바이, 레저보트 등 해양레저관광단지를 조성해 해양과 관광, 스포츠를 결합한 상품을 제공한다. 태안은 해양헬스케어산업을 육성하며, 28개의 해수욕장과 42개의 항·포구 등 태안의 독특한 자연경관에 미래관광 트렌드를 접목해 미래형 해양레저관광 테마파크를 건설한다(장영숙, 2017). 더불어 정부에서는 여수·진도·안산에 해양리조트 조성 규제를 풀어주어 해양레저관광을 통해 지역경제를 활성화를 돕는다(정현수, 2017).

7) 전라도

전라남도는 ‘다도해 요트 레저관광시대’를 맞이하여 2025년까지 요트마리나 시설을 23곳으로 확충하며, 목포항, 완도항 등 중심으로 ‘요트 마린 실크로드’를 조성하고자 한다(최성국, 2017). 전라남도의 여수시는 해상케이블카, 야간 유람선 등 해양레저관광을 통해 2년 연속 입장객 1천 300만 명을 기록하여 해양레저관광도시로 입지를 굳히고 있으며(최창윤, 2017), 여수해양과학고에서는 해양 레저 관광 분야의 인력양성을 위한 차별화된 교육을 제공하고자 해양레저관광과를 신설하였다(김재선, 2017).

전라북도도는 ‘海洋樂道 全羅北道(해양락도 전라북도)’ 비전을 앞세워 전라북도의 인프라와 미래지속성장 가능성 등을 고려해 발전 가능성이 높은 산업을

선별하였다(윤승례, 2017). 이에 해양레저관광이 선정되었으며, 군산, 김제, 고창, 부안 서해안권 4개 시군을 대상으로 국제적 해양레저관광거점으로 조성한다는 목표를 가지고 있다(임청, 2017).

8) 경상도

경상남도는 ‘해양레저’와 ‘해양관광’을 경제적 가치 및 고용 창출 효과가 높은 산업으로 선정하여 집중 투자하고 있으며(김회경, 2017a), 2008년부터 해양레저선박의 독자적(국산화) 개발, 친환경 레저선박 등 다양한 해양레저관광 사업들을 추진하고 있다(김회경, 2017b). 더불어 조선업의 불황으로 어려움을 겪고 있는 거제도에는 해양관광 조성사업을 통하여 돌과구를 마련하고자 하며, 해양관광테마파크를 조성하여 어려움에 부딪친 조선 산업과 관광이 어우러진 도시를 만들고자 한다(한동훈, 2017).

경상북도는 청정 동해, 천혜의 백두대간 등 경상북도만이 가진 해양관광자원을 중심으로 해양레저 및 해양관광 산업 투자유치에 박차를 가하고 있다(김용구, 2017). 영덕은 고래불해양복합타운(김대기, 2017), 포항은 크루즈와 페리를 이용한 복합 해양관광 육성(문석준, 2017), 울진은 해양자원을 이용한 ‘해양헬스케어’ 산업 육성을 하고자 한다(문정화와 원형래, 2017).

9) 제주특별자치도

제주도는 국내외 관광객들의 수요가 급증하는 것에 대비하여 해양레저관광 특화 체험 상품을 확대·보급하기 위한 3대 분야 단기 대책과 25개와 10대 중장기 대책을 마련했다(조문호, 2017). 제주도청은 체육부서와 해양부서를 통해 관광객들에게 해양레저 관광, 낚시 그리고 요트 등의 활동을 제공하고 어린이 동반 여행인 친자연형, 실버여행, 의료관광 등 테마별로 나눈 프로그램을 제공하고 있다(고경호, 2017).

제주도는 동북아 중심 해양레저관광 거점형 마리나 항만 개발, 해양레저관광 거점 기반 조성, 도서어촌·섬 관광 활성화를 위한 관광어항 개발 등을 검토하고 있다(진주리, 2017). 또한 탐동 앞바다를 중심으로 레저관광, 여객, 크루즈, 물류를 아우르게 하여 사람과 물건이 자유롭게 드나드는 멀티 복합항만인 국제항을 건설할 계획이다(박창석, 2017).

2.2.3 시사점

해양레저관광은 해안지역의 발전뿐만 아니라 고용유발 효과가 큰 산업으로, 많은 국가에서 해양레저관광을 이용하여 국가적 경제 효과를 창출하고자 한다. 또한 OECD, UNWTO, NOEP 등 각종 국제기구에서 발표한 보고서에 따르면 해양레저관광은 해양경제에서 중요한 역할을 하고 있으며, 미래 수요도 더욱 증가할 것이라 예상된다.

우리나라는 2010년 제1차 마리나항만기본계획을 중심으로 해양레저관광에 대한 산업 활성화를 촉진했다. 제2차 해양수산물발전기본계획에서는 다양한 해양레저 활동 발굴 및 육성, 해양관광 공간의 조성 및 정비, 해양관광정책의 통합적 추진체계 구축 및 해양문화 콘텐츠의 다양화를 계획하였다. 또한 제2차 해양관광진흥기본계획에서는 해양레저스포츠 저변확대, 마리나산업의 고도화 지원, 마리나 국제 네트워크 구축, 관련 법·제도 정비를 계획하였다.

이에 우리나라 지방정부는 중앙정부의 정책에 맞춰 시도별 해양레저관광 발전전략을 구축하였다. 부산시는 차별화된 콘텐츠 발굴 부족, 마리나항만 조성 등 인프라 투자 부진 및 제도적 한계 등의 문제를 분석하여 마리나 클러스터 조성, 맞춤형 큐레이션 서비스 제공 등과 같은 대책을 제시하였다.

경기도는 5년간 해양레저산업 및 서비스 육성전략을 3단계로 제시하였으며, 구체적으로 해양레저 인프라 확충, 해양레저 산업과 서비스 육성의 전진 기지화, 해양레저기업의 기술경쟁력 강화, 하드웨어와 소프트웨어의 동반 육성 그리고 수도권 지역의 해양레저 서비스 주도권 확보와 같은 중점 추진과제를 도출하였다.

하지만 정부 정책 아래 각 지방정부는 일관적인 프로그램 및 이벤트를 제공하여 해양레저관광 발전에 한계를 보인다. 그리고 프로그램 및 이벤트도 공급자 중심으로 이루어져 수요를 창출하는 데 한계가 있다. 이러한 문제점을 해결하기 위해서는 지역 특성별 맞춤형 전략 및 수요자 중심의 발전방안이 필요한 시점이다.

2.3 해양레저관광의 여건분석

2.3.1 해양레저관광의 SWOT분석

우리나라의 해양레저관광의 SWOT을 살펴보면, 강점으로 동북아 중심부에 위치하여 중국, 일본 등의 관광객을 유입할 수 있는 지리적 이점을 들 수 있다. 또한 해양레저관광객의 수요 증가 및 정부와 지방정부의 해양레저관광의 경제적 파급효과에 대한 관심 증대로 인하여, 정부는 다양한 정책 및 발전전략을 제시하고 있으며, 해양레저관광과 관련된 다양한 프로그램과 이벤트를 개발·실행하고 있다.

약점으로 국민들은 해양레저관광활동에 관하여 위험하고 고비용의 위함한 활동이라는 인식을 가졌다는 점 그리고 해양에서의 안전과 질서 및 발전을 도모하기 위한 목적으로 개정된 수상레저안전법이 도리어 해양레저관광활동을 규제하는 걸림돌이 되고 있다는 것을 들 수 있다. 해양레저관광관련 법으로는 수상레저안전법, 항만법, 마리나항만의 조성 및 관리 등이 있으며 개별 법률에 따른 허가 및 절차를 거쳐야 하는 상황을 직면할 경우도 발생해 혼란을 안겨준다.

기회로는 국민소득의 증가 및 교통기술발달로 인하여 해양레저관광지에 대한 접근성이 용이해졌으며, 국민들의 해양레저관광활동에 대한 선호도가 나날이 증가하고 있다는 것을 들 수 있다. 이에 따라 정부는 해양레저관광에 대한 다각적 정책 추진을 통하여 활동자들의 욕구를 충족시켜 주고 있다.

하지만 주변국인 중국의 해양레저관광 산업의 성장으로 인해 인근 아시아 국가들의 관광객들을 우리나라로 유도하는 것을 저해하는 요인이 되고 있으며, 해양레저관광 관련 산업 간의 폐쇄적인 네트워크와 해양레저관광의 하드웨어적인 기반시설 계획 추진이 미흡하여 발전이 더디게 진행되고 있다. 또한 지방정부 간의 무분별한 해양레저관광 이벤트 유치 및 경쟁은 자원 낭비 및 사업성 약화를 일으킬 가능성이 높다.

Table 5 우리나라 해양레저관광 SWOT분석

강점(Strength)	약점(Weakness)
<ul style="list-style-type: none"> • 동북아 중심부에 위치한 지리적 이점 • 정부 및 지방정부의 해양레저관광에 대한 관심 증대 • 해양레저관광의 경제적 가치 인식 • 해양레저관광객의 수요 증가 • 점진적 해양레저관광 관련 이벤트 확대 	<ul style="list-style-type: none"> • 크루즈, 마리나 관광 상품 개발에 대한 관심과 투자 미흡 • 해양레저 활동 위험성에 대한 국민들의 부정적 인식 • 해양레저관광 관련 분산적 업무 체계 • 해양레저관광의 위기관리 매뉴얼 부재 • 해양레저관광활동을 규제 및 제약하는 법조항
기회(Opportunity)	위협(Threat)
<ul style="list-style-type: none"> • 국민소득 증가 • 교통기술발달로 인한 해양레저관광지 접근성용이 • 해양레저관광에 대한 정부의 다각적 정책 추진 • 해양레저관광활동에 대한 국민들의 선호도 증가 • 세계적인 조선기술 및 IT기술 	<ul style="list-style-type: none"> • 관련 산업 간의 폐쇄적 네트워크 • 중국의 해양레저관광 성장 • 지방정부 간의 무분별한 해양레저관광 이벤트 유치 및 경쟁 • 해양레저관광 관련 기업의 해외 판로확보 애로 • 해양레저관광 하드웨어적 기반 시설의 계획 추진 미흡

2.3.2 시사점

우리나라의 해양레저관광은 동북아 중심부에 위치한 지리적 이점과 해양레저관광의 경제적 가치 인식의 확산으로 관광객의 수요가 확대되고 있다. 이에 대응하여 정부 및 지방정부의 해양레저관광에 대한 관심이 증대하고 있으며, 관련 이벤트와 다양한 정책이 추진되고 있다.

국내 해양레저관광은 국민들의 소득 증가, 교통기술발달로 인한 해양레저관광지의 접근성 용이, 국민들의 선호도 증가와 같이 산업이 발전할 기회로서 세계적인 조선기술 및 IT 기술을 접목한 해양레저관광 상품 개발 가능성은 긍정적인 미래를 예상하게 한다.

하지만 중국 해양레저관광의 성장, 지방정부 간의 무분별한 해양레저관광 이벤트 유치 및 경쟁 등은 해양레저관광 발전에 부정적인 영향을 가져오며, 해양레저관광활동을 규제 및 제약하는 법 조항, 마리나 관광 상품 개발에 대한 관심과 투자 미흡 등은 해양레저관광의 대중화 및 활성화를 저해하는 요소라고 할 수 있다.

앞으로는 지방정부의 무분별한 해양레저관광 이벤트 유치를 방지하기 위해 해양수산부의 통제 속에 인근 해역의 특징을 살린 지역별 특색 있는 해양레저관광 이벤트를 유치하여 국민들에게 다채로운 볼거리 및 활동을 선사할 필요가 있다.

현재 해양레저관광활동에 대한 선호도 및 수요는 증가하지만, 인프라 구축이 미흡하여 해양레저관광객의 수요를 충족시키기에 무리가 있다. 이에 따라 중앙정부는 해양레저관광 발전의 저해 요소를 분석하고, 문제점을 개선하여 맞춤형 기본계획을 수립하여 인프라 구축에 대한 적극적인 투자를 해야 할 필요가 있다.

제 3 장 해양레저관광 수요자 기반 IPA분석

3.1 IPA 개요¹⁾

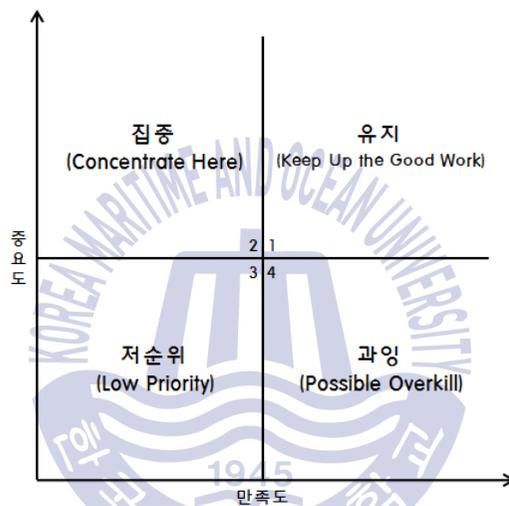


Fig. 2 IPA 모형

IPA(Importance-Performance Analysis)는 이용자가 상품이나 서비스의 다양한 속성들에 대한 중요도와 만족도를 어떻게 인식하고 있는지를 파악하기 위하여 개발된 기법이다. IPA는 1970년대 Martilla and James에 의해 모형이 개발되었으며, 각 속성에 대한 상대적인 중요도와 만족도를 동시에 비교가능하며, 마케팅, 심리학 등 다양한 분야에서 사용되고 있다.

Martilla and James(1977)에 따르면 IPA는 어려운 통계적 기법을 사용하지 않고 결과를 쉽게 해석할 수 있으며, 또한 각 속성의 상대적인 중요도와 만족도

1) 안세길, 「서비스마케팅 믹스의 중요도-성취도 분석(IPA)에 대한 호텔고객의 재구매 의도에 관한 연구」, (한양대 박사학위논문, 2008), pp.35-39.

를 동시에 비교분석할 수 있다는 점에서 활용도가 매우 높다. 또한 정해진 인력과 예산으로 평가속성의 평균값과 매트릭스를 이용하여 결과를 쉽고 빠르게 도출해 낼 수 있다. 다른 기법에 비교하여 시각적으로 결과값을 판단하기 용이하며, 전문지식을 가진 연구자뿐 아니라 일반인들 또한 해석하기에 용이한 장점이 있다. 그리고 우선순위를 어떤 부분에 두고 역량을 집중할 것인가에 대하여 시간과 비용의 제약을 안고 있는 연구자들에게 답을 도출해 준다(공기열, 2006).

IPA는 이용자들이 만족도를 측정하기 전 각 속성에 대한 중요도를 평가한 후, 같은 속성에 대하여 만족도를 평가하는 것이다. 즉, IPA의 기본가정은 이용자들의 상품이나 서비스 성취도에 대한 기대와 판단이 만족도로 연결된다는 것이다(한송이, 2006).

이용자들의 중요도와 만족도를 파악하기 위해 구성된 설문은 5점 또는 7점 척도로 측정되는 각 요소의 평균값을 사용하여 사분면의 실행격자에 작성된다. 각 속성에 대한 평균값은 수직축은 중요도를 수평축은 만족도를 나타내는 실행격자 상에 표시하게 된다(기기철, 2005).

제1사분면(좋은 성과 유지, Keep Up the Good Work)은 중요도와 만족도가 모두 높은 구간으로, 이용자들이 평가속성에 대해 중요성 및 이용 후 만족도 또한 모두 높게 평가한 것을 나타낸다. 이러한 속성의 서비스나 제품은 경쟁력을 가지고 있으며, 이러한 경우 상대적 우위를 유지하도록 지속적인 노력을 하여야 한다. 제2사분면(집중노력구간, Concentrate Here)은 이용자들이 매우 중요하게 생각하는 평가속성임에도 불구하고 만족도가 낮은 경우를 의미한다. 즉, 만족도 수준을 높이기 위해 서비스나 제품 향상을 위해 노력을 가장 집중적으로 가하여야 할 부분이다. 만약 제2사분면의 문제를 해결하지 않고 버려둘 경우 공급업자 및 업체의 위기를 초래할 수 있기에 중점적으로 개선해야 할 영역이라 할 수 있다. 제3사분면(열등 순위 구간, Low Priority)은 중요도와 만족도 모두 낮은 구간으로 이 구간은 다른 요인들에 비교해 추가적인 자원 및 노력의 필요성이 낮다. 제4사분면(과잉노력지양, Possible Overkill)은 중요도는 낮지만, 만족도가 높은 구간으로 과잉 투자가 이루어지고 있다고 할 수 있다(손대현과 안세길, 2007).

3.2 연구방법

3.2.1 연구대상

본 연구는 수요자 기반의 해양레저관광 발전전략을 도출하기 위하여 부산국제보트쇼의 관람객을 모집단으로 선정하였다. 부산국제보트쇼는 개최 기간동안 해양레저관광 및 관련 산업의 최신 기술 정보 공유를 위한 컨퍼런스, 카약시승체험, 투명카누 시승체험, 해양레저활동을 위한 안전교육 등과 같은 다채로운 이벤트를 제공하기 때문에 해양레저관광에 참여 경험이 있거나 해양레저관광 활동에 관심이 많은 수요자가 주로 방문한다는 점에서 본 연구의 연구 대상 장소로 선정하였다.

해양레저관광 마케팅 믹스 중 전문가 회의를 거쳐 도출된 요인들에 대한 중요도-만족도를 알아보기 위하여 2018년 4월 26일부터 29일까지 부산국제보트쇼를 방문한 방문객들을 대상으로 비확률표본추출법(Non-Probability Sampling Method) 중 편의표본추출법(Convenience sampling)을 이용하여 표본을 추출하였다. 이에 총 412명으로부터 작성된 설문지를 현장에서 직접 수거하였다. 수집된 설문지 중 결측치와 불성실 응답자의 설문지 25부를 제외한 387부를 분석하였으며, 수요자들의 일반적 특성은 <Table 6>과 같다.

1) 해양레저관광 수요자의 일반적 특성

해양레저관광을 활성화하기 위한 발전전략 도출을 위하여 설문조사를 하였으며, 수요자의 인구통계학적 특성 중 성별은 남자 61.2%, 여자 38.8%로 분포하고 있었으며, 연령대는 20~29세 58.1%, 30~39세 16.3%, 40~49세 12.7% 그리고 50세 이상 8% 등의 순으로 나타났다. 거주지는 부산 62%, 대구·경북 12.1%, 울산·경남 11.9% 그리고 광주·전라 3.6% 등의 순으로 나타났다. 교육수준은 대졸 62.3%, 전문대졸 16.5%, 고졸 이하 14% 그리고 대학원 이상이 7.2%로 나타났다. 월 소득은 100만 원 미만 47.8%, 200~300만 원 미만 15%, 100~200만 원 미만 14% 그리고 300~400만 원 미만 8.5% 등의 순으로 나타났다. 직업은 학생 46.5%, 전문/기술직 14.5%, 관리/사무직 7.5% 그리고 자영업 7.2% 등의 순으로 나타났다.

Table 6 조사대상의 일반적 특성

특성	내용	빈도(명)	백분율(%)
성별	남자	237	61.2
	여자	150	38.8
연령	20세 미만	19	4.9
	20~29세	225	58.1
	30~39세	63	16.3
	40~49세	49	12.7
	50세 이상	31	8.0
거주지	부산	240	62.0
	서울	13	3.4
	경기·인천	18	4.7
	대전·충청	9	2.3
	광주·전라	14	3.6
	대구·경북	47	12.1
	울산·경남	46	11.9
학력	고졸이하	54	14.0
	전문대학재(졸)	64	16.5
	대학재(졸)	241	62.3
	대학원이상	28	7.2
소득수준	100만원 미만	185	47.8
	100~200만원 미만	54	14.0
	200~300만원 미만	58	15.0
	300~400만원 미만	33	8.5
	400~500만원 미만	30	7.8
	500만원 이상	27	7.0
직업	관리/사무직	29	7.5
	전문/기술직	56	14.5
	자영업	28	7.2
	공무원/정부관련	9	2.3
	서비스/판매/영업직	20	5.2
	생산직	10	2.6
	주부/가사	6	1.6
	학생	180	46.5
	교육/연구직	20	5.2
	무직	13	3.4
	기타	16	4.1

2) 해양레저관광 수요자의 소비행태

해양레저관광을 경험해본 수요자의 활동유형별 비율은 동력형 수상레저기구 61%(236명), 견인형 수상레저기구 55%(213명), 패들형 수상레저기구 37%(143명), 무동력형 수상레저기구 35.1%(136명) 그리고 해중레저관광 33.6%(130명) 순으로 나타났다.

수요자의 해양레저관광 참여경력은 1년 미만 49.1%, 1~3년 미만 34.9%, 4~6년 미만 8.3% 그리고 7년 이상이 7.8%를 차지하고 있다. 연평균 참여횟수는 1~5회 미만 37.2%, 1회 27.9%, 10회 이상 23.3% 그리고 5~10회 미만이 11.6% 순으로 나타났다.

수요자의 해양레저관광 활동 시 일회 평균 지출 금액은 1~5만 원 미만 31%, 5~10만 원 미만 28.7% 1만 원 미만 25.3% 그리고 10만 원 이상이 15%로 나타났다. 동행수는 4명 이상 48.1%, 2명 27.4%, 3명 18.6% 그리고 혼자 5.9%를 차지하였다. 동행자는 친구 50.6%, 가족/친지 25.6%, 학교/학교단체 11.1%, 혼자 3.9% 등의 순으로 나타났다.

해양레저관광을 체험하기 위해 사용하는 교통수단은 자가용 58.9%, 버스(단체 버스 포함) 33.1%, 도보 6.2%, 열차 1%로 나타났다. 해양레저관광 활동과 관련한 정보 수집은 인터넷 47.5%, 주변사람소개 19.6%, TV, 라디오방송 14.5%, SNS 11.1% 등의 순으로 나타났다.

Table 7 수요자의 소비행태

특성	내용	빈도(명)		백분율(%)
		유	무	
해양레저관광 경험활동	해중레저관광	유	130	33.6
		무	257	66.4
	동력형 수상레저기구	유	236	61.0
		무	151	39.0
	견인형 수상레저기구	유	213	55.0
		무	174	45.0
	무동력형 수상레저기구	유	136	35.1
		무	251	64.9
	패들형 수상레저기구	유	143	37.0
		무	244	63.0

참여경력	1년 미만	190	49.1
	1~3년 미만	135	34.9
	4~6년 미만	32	8.3
	7년 이상	30	7.8
연평균 참여횟수	1회	108	27.9
	1~5회 미만	144	37.2
	5~10회 미만	45	11.6
	10회 이상	90	23.3
일회평균 지출액	1만원 미만	98	25.3
	1~5만원 미만	120	31.0
	5~10만원 미만	111	28.7
	10만원 이상	58	15.0
동행수	혼자	23	5.9
	2명	106	27.4
	3명	72	18.6
	4명 이상	186	48.1
동행자	혼자	15	3.9
	가족/친지	99	25.6
	친구	196	50.6
	직장동료	19	4.9
	학교/학교단체	43	11.1
	동호회	8	2.1
	종교단체	4	1.0
	지역모임	2	0.5
	여행사 모집	1	0.3
교통수단	도보	24	6.2
	자가용	228	58.9
	버스(단체버스 포함)	128	33.1
	열차	4	1.0
	기타	3	0.8
정보수집 경로	신문, 잡지	12	3.1
	TV, 라디오방송	56	14.5
	인터넷	184	47.5
	관광 관련 책자	4	1.0
	주변사람소개	76	19.6
	여행사	5	1.3
	지자체 홍보물	7	1.8
	SNS	43	11.1

3.2.2 조사도구

본 연구에서 설문지는 기존의 선행연구를 바탕으로 초안을 작성하고 예비조사를 한 후 해양레저관광과 관련된 전문가 집단으로부터 내용타당성을 검증받아 설문문항을 구성하였다.

1) 설문지의 구성

설문지의 구성은 해양레저, 해양관광 등 <Table 8>과 같이 기존 해양레저관광의 선행연구에서 도출된 요인들과 관련 내용을 바탕으로 본 연구의 목적에 부합하도록 설문지 초안 작성 후 예비 조사를 하였다. 예비조사에서는 내용의 적합성과 적용 가능성을 검토하였으며, 이를 다시 수정·보완하여 사용하였다.



Table 8 IPA 분석을 위한 마케팅 믹스 요인

요인	항목	선행연구
제품	프로그램 안전성	강명구와 서동환(2016), 권일권(2016), 윤영혜 등(2016), 권일권과 문선호(2015b), 이해구(2014), 임봉우(2014), 전찬수(2014)
	프로그램 다양성	김찬룡 등(2017), 노재현(2016), 이수과 박세준(2016), 최덕환과 권재윤(2016), 권일권과 남상백(2015), 권일권과 문선호(2015b)
	프로그램 전문성	권일권(2016), 권일권과 문선호(2015b), 임봉우(2014), 전찬수(2014), 전호문(2012), 오응수와 배성우(2011), 유현순과 하수영(2007)
	프로그램 차별성	문선호와 조태수(2014), 임봉우(2014), 전찬수(2014), 양정은과 김봉석(2009)
가격	프로그램 이용비용	백승헌과 김기탁(2016), 김효윤과 양길승(2015), 이정학 등(2012), 문선호와 조태수(2011), 양정은과 김봉석(2009), 유현순과 하수영(2007)
	식음료비용	권일권(2016), 백승헌과 김기탁(2016), 윤영혜 등(2016), 권일권과 문선호(2015b), 김효윤과 양길승(2015), 황정 등(2015)
	부대/편의시설 이용비용	김찬룡 등(2017), 김가야와 황보주(2016), 권일권과 문선호(2015b), 최덕환과 권재윤(2016), 김효윤과 양길승(2015), 황정 등(2015)
	장비구매/대여비용	권일권과 남상백(2015), 권일권과 문선호(2015b), 김가야 등(2014), 전찬수(2014), 전호문(2012)
장소	시설의 편리성	권일권(2016), 윤영혜 등(2016), 권일권과 문선호(2015b), 김효윤과 양길승(2015), 황정 등(2015), 한태용 등(2015)
	접근의 용이성	강명구와 서동환(2016), 권일권(2016), 김가야와 황보주(2016), 권일권과 문선호(2015b), 김효윤과 양길승(2015), 황정 등(2015)
	주변관광지와의 연계성	권일권(2016), 김가야와 황보주(2016), 한태용 등(2015), 황정 등(2015), 김가야 등(2014), 문선호와 조태수(2014), 이해구(2014)
	부대/편의시설 제공	김찬룡 등(2017), 백승헌과 김기탁(2016), 권일권과 문선호(2015b), 한태용 등(2015), 전찬수(2014), 변신규와 최석준(2014)
촉진	소셜미디어 홍보	백승헌과 김기탁(2016), 황정 등(2015), 이정학 등(2012), 전호문(2012), 오응수와 배성우(2011)
	홍보 자료 및 안내물	백승헌과 김기탁(2016), 황정 등(2015), 이수경과 전태준(2013), 최청락과 허철무(2012), 노동연과 김종필(2011)
	대중매체 홍보	윤영혜 등(2016), 김효윤과 양길승(2015), 황정 등(2015), 이정학 등(2012), 오응수와 배성우(2011), 구강본과 석강훈(2010)
	홍보 이벤트	백승헌과 김기탁(2016), 황정 등(2015), 이수경과 전태준(2013), 전호문(2012), 최청락과 허철무(2012), 문선호와 조태수(2011)

설문지의 주요 구성 지표 및 내용은 <Table 9>와 같다. 설문지는 일반적 특성 6문항, 소비행태 8문항, 해양레저관광의 마케팅 믹스에 대한 IPA 평가 16문항으로 구성하였다. 설문문항은 명목척도(Nominal Scale)와 리커트(Likert Scale) 5점척도를 사용하여 측정하였다.

Table 9 설문지 구성

요인	구성 항목	문항 수
제품	프로그램 안전성	4
	프로그램 다양성	
	프로그램 전문성	
	프로그램 차별성	
가격	프로그램 이용비용	4
	식음료 비용	
	편의시설 이용비용	
	장비구매·대여비용	
장소	시설의 편리성	4
	접근의 용이성	
	주변관광지와의 연계성	
	부대·편의시설 제공	
촉진	소셜미디어 홍보	4
	홍보 자료 및 안내물	
	대중매체 홍보	
	홍보 이벤트 및 관측	
총 문항 수		16

2) 설문지의 타당도 및 신뢰도 검증

앞서 마케팅 요인의 설문 문항에 대한 <Table 10>, <Table 11>과 같이 타당도를 확보하는 요인분석을 한 후 해양레저관광의 마케팅 요인을 IPA에 적용하였다.

Table 10 중요도에 대한 탐색적 요인분석

구분	항목	성분			
		1	2	3	4
촉진	대중매체 홍보	.817	.080	.108	.173
	홍보 이벤트	.812	.082	.107	.123
	홍보 자료 및 안내물	.802	.103	.104	.139
	소셜미디어 홍보	.748	.117	.201	.194
가격	부대/편의시설 이용비용	.117	.837	.089	.132
	식음료비용	.102	.830	.005	-.037
	장비 구매/대여비용	.075	.703	.127	.287
	프로그램 이용비용	.079	.693	.232	.155
제품	프로그램 전문성	.160	.083	.796	.121
	프로그램 다양성	.162	.162	.781	.126
	프로그램 차별성	.157	.110	.699	-.022
	프로그램 안전성	-.046	.060	.631	.378
장소	접근의 용이성	.111	.129	.220	.800
	시설의 편리성	.098	.172	.286	.774
	부대/편의시설 제공	.332	.168	.066	.620
	주변관광지와의 연계성	.367	.070	-.079	.557
고유값		2.910	2.528	2.423	2.335
분산(%)		18.185	15.797	15.141	14.595
누적(%)		18.185	33.982	49.124	63.718
신뢰도		.761	.803	.759	.856
(KMO=.926, $\chi^2 = 3242.320$, df=210, p<.001)					

Table 11 만족도에 대한 탐색적 요인분석

구분	항목	성분			
		1	2	3	4
촉진	대중매체 홍보	.818	.159	.192	.235
	홍보 이벤트	.794	.201	.251	.129
	홍보 자료 및 안내물	.774	.148	.246	.253
	소셜미디어 홍보	.715	.183	.172	.257
가격	부대/편의시설 이용비용	.169	.826	.204	.132
	식음료비용	.273	.784	.152	.185
	장비 구매/대여비용	.157	.779	.199	.265
	프로그램 이용비용	.098	.678	.199	.380
제품	프로그램 전문성	.257	.145	.781	.191
	프로그램 다양성	.178	.109	.775	.229
	프로그램 차별성	.201	.293	.774	.144
	프로그램 안전성	.262	.278	.631	.291
장소	접근의 용이성	.230	.259	.161	.732
	시설의 편리성	.280	.193	.170	.725
	부대/편의시설 제공	.155	.234	.324	.686
	주변관광지와의 연계성	.318	.267	.265	.622
고유값		3.012	2.911	2.725	2.582
분산(%)		18.826	18.197	17.031	16.140
누적(%)		18.826	37.023	54.053	70.193
신뢰도		.842	.867	.825	.876
(KMO=.926, $\chi^2 = 3242.320$, df=210, p<.001)					

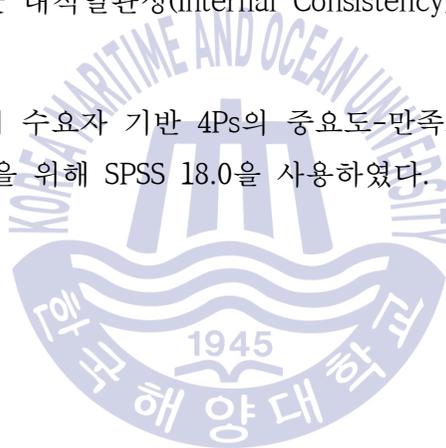
3.2.3 자료처리

수집된 자료는 부호화 과정(Coding)과 오류 검토 작업(Data Cleaning)을 통하여 적절치 않은 자료를 제외하여 빈도분석 및 IPA(IPA: Importance Performance Analysis)를 이용하였다. 구체적인 내용은 다음과 같다.

첫째, 조사대상자의 인구통계학적 특성을 알아보기 위하여 빈도분석(Frequency Analysis)을 실시하였다.

둘째, 해양레저관광의 제품, 가격, 장소 그리고 촉진요인의 타당성 검증을 위하여 탐색적 요인분석(Exploratory Factor Analysis)을 실시하였다. 그리고 Cronbach's α 계수를 산출한 문항 간 내적일관성(Internal Consistency)을 통해 신뢰도를 검증하였다.

셋째, 해양레저관광의 수요자 기반 4Ps의 중요도-만족도 분석(IPA: Importance Performance Analysis)을 위해 SPSS 18.0을 사용하였다.



3.3 해양레저관광 수요자 기반 IPA 분석결과

본 절에서는 해양레저관광 수요자가 인지하는 해양레저관광 마케팅 믹스의 중요도와 만족도 차이를 비교·분석 및 평가하고, 해양레저관광 발전을 위한 실질적인 마케팅 전략 및 방안을 도출하고자 한다.

1) 해양레저관광 마케팅 믹스 요인의 중요도-만족도 차이분석 결과

해양레저관광 마케팅 믹스의 IPA분석을 위해 대응표본 t-tests를 실시하였으며, 분석결과는 <Table 12>와 같다.

분석결과 모든 항목의 중요도가 만족도보다 높은 것으로 나타났다. 16개 항목 중 중요도와 만족도의 차이가 가장 크게 나타난 것은 프로그램 안전성(중요도:4.22, 만족도:3.45)으로 0.77의 차이가 있었다. 다음으로는 접근의 용이성(중요도:4.09, 만족도:3.34)으로 0.75의 차이를 나타냈으며, 시설의 편리성(중요도:4.16, 만족도:3.45), 프로그램 이용비용(중요도:3.93, 만족도:3.28), 장비구매/대여비용(중요도:3.95, 만족도:3.28)의 순으로 나타났다. 수요자들은 프로그램 안전성, 접근의 용이성, 시설의 편리성, 프로그램 이용비용, 장비구매/대여비용 등에 만족스럽지 못한 것으로 나타났다.

Table 12 마케팅 믹스의 요인에 대한 중요도 및 만족도의 차이분석

구분	항목	중요도	만족도	t
		M±SD	M±SD	
제품	프로그램 안전성	4.220±.849	3.450±.824	13.929***
	프로그램 다양성	3.866±.816	3.362±.850	8.919***
	프로그램 전문성	3.969±.890	3.460±.888	8.846***
	프로그램 차별성	3.698±.866	3.279±.907	7.205***
가격	프로그램 이용비용	3.930±.859	3.279±.976	9.980***
	식음료비용	3.506±.920	3.225±.957	4.295***
	부대/편의시설 이용비용	3.711±.893	3.189±.959	8.034***
	장비구매/대여비용	3.935±.895	3.282±1.008	10.184***
장소	시설의 편리성	4.168±.861	3.452±.916	12.241***
	접근의 용이성	4.085±.902	3.339±.961	11.363***
	주변관광지와의 연계성	3.708±.936	3.421±.942	4.731***
	부대/편의시설제공	3.786±.854	3.370±.942	7.324***
촉진	소셜미디어 홍보	3.801±.872	3.416±.870	7.196***
	홍보 자료 및 안내물	3.625±.920	3.408±.433	3.814***
	대중매체 홍보	3.765±.916	3.380±.880	6.838***
	홍보 이벤트 및 판촉	3.711±.907	3.390±.944	5.440***

***p<.001

2) 해양레저관광 마케팅 믹스에 따른 IPA 매트릭스 분석결과

<Fig. 3>은 해양레저관광의 마케팅 믹스에서 선정된 전체항목의 IPA 매트릭스로서 전체 항목의 해당 요인에 대한 각 항목의 중요도와 만족도의 평균값을 매트릭스로 표시한 것이다. 매트릭스의 중심점은 Likert 5점 척도와 동일하며, 중요도의 평균(3.90)과 만족도의 평균(3.30)이다.

I 사분면 ‘지속유지’의 속성들은 중요도와 만족도가 모두 높은 속성으로 상대적 우위를 유지하기 위해 지속적인 유지와 관리가 필요한 경우를 의미한다. 여기에 속한 요인으로는 시설의 편리성, 프로그램 다양성, 프로그램 안전성, 프로그램 전문성으로 나타났다.

II 사분면의 ‘집중노력’의 속성들은 중요도는 높은 데 비해 만족도가 낮아 시급하게 개선해야 할 속성으로 만족도 수준을 높이기 위하여 집중적인 노력이 필요한 경우를 의미한다. 여기에 속한 요인으로는 장비구매·대여비용, 접근의 용이성, 프로그램 이용비용으로 나타났다.

III 사분면의 ‘낮은 우선순위’에 위치한 속성들은 중요도와 만족도 모두가 낮게 평가되고 있는 경우로 식음료 비용, 편의시설 이용비용, 프로그램 차별성으로 나타났다. 여기에 위치한 속성들은 현재 이상의 노력이 불필요하며, 추가적인 자원을 투입할 필요성이 상대적으로 작다.

IV 사분면의 ‘과잉노력지양’의 속성들은 해양레저관광 마케팅 믹스 요인에 대한 중요도가 낮게 평가되고 있고 만족도는 높게 나타나는 경우로 대중매체 홍보, 부대·편의 시설제공, 소셜미디어 홍보, 주변관광지와의 연계성, 홍보 이벤트 및 판촉, 홍보 자료 및 안내물로 나타났다.

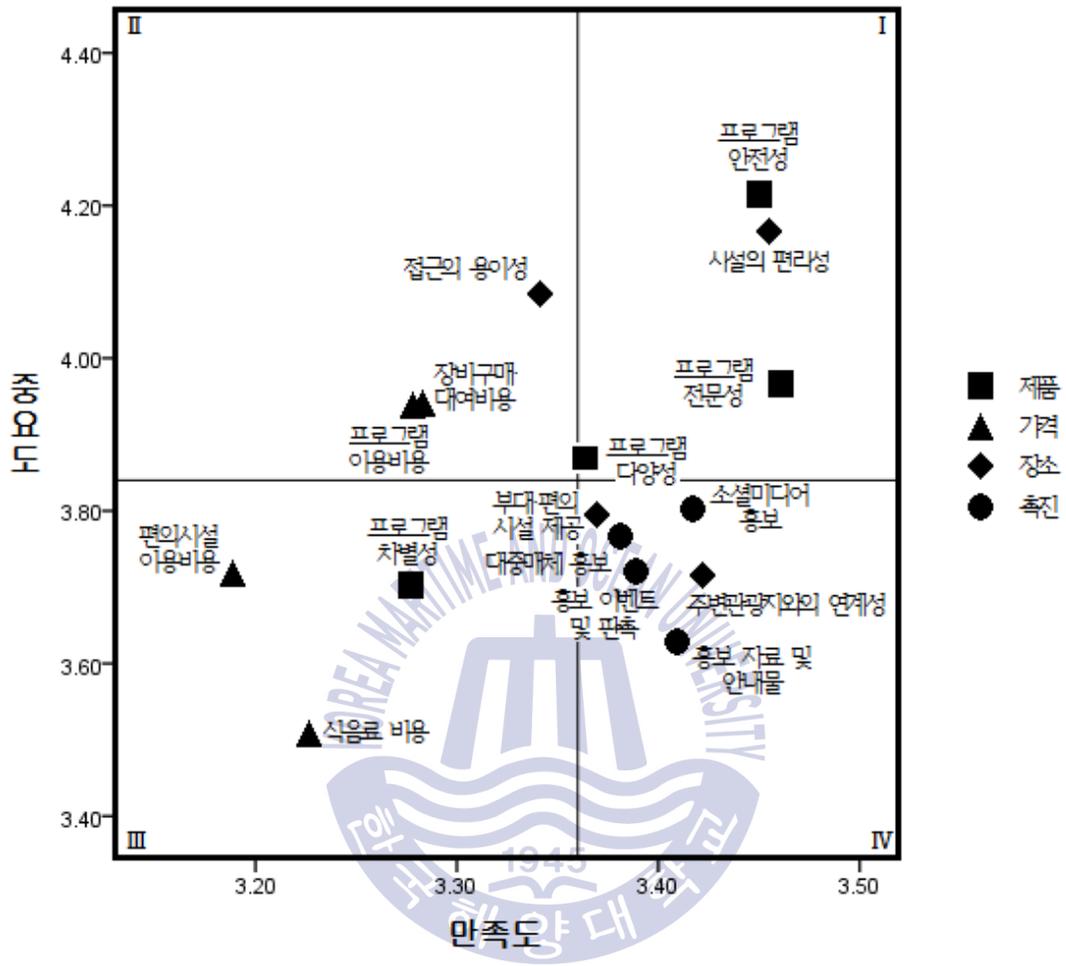


Fig. 3 수요자 기반의 해양레저관광 마케팅믹스 IPA 매트릭스

3.4 수요자 기반의 해양레저관광의 발전전략

수요자 기반의 해양레저관광 마케팅믹스의 중요도-만족도(IPA) 분석 결과를 바탕으로 해양레저관광을 발전시키기 위한 마케팅 전략을 다음과 같이 제시하고자 한다.

1) 제품전략

본 연구에서는 프로그램의 차별화가 3사분면으로 노정철과 김기태(2014)와 동일한 맥락을 이루고 있다. 구체적으로, 관광객을 활동지로 유인하기 위해서는 차별화된 관광 상품이 중요하다고 나타났으며, 성별, 연령 등에 따라서 선호하는 유형이 존재하기 때문에 시장 세분화를 통하여 수요자의 욕구를 충족시켜 줄 필요가 있다(여호근과 김재원, 2014; 최규환, 2010; 전호문, 2012).

전호문(2012)은 연령이 낮을수록 해양레저관광 자체의 장비나 기술습득에 더 많은 관심을 두기 때문에 새로운 지식 습득을 위한 차별화된 정기적인 프로그램이 제공이 필요하다고 주장하고 있다. 따라서 20대 및 30대를 위한 해양레저관광 프로그램은 장비를 기반으로 한 수준별 프로그램 제공이 필요하다면 반대로 40대에서 60대 수요자들에게는 해양레저 장비를 활용한 활동보다는 해중경관 감상 등 정적이고 비활동적 관광 프로그램 제공이 필요하다고 판단된다.

본 연구에서 분석한 해양레저관광 활동 경험자들의 소비행태를 보면 해양레저관광 수요자들이 가장 많이 경험한 활동은 모터보트, 고무보트가 포함된 동력형 해양레저였으며 다음은 바나나보트, 수상스키 등 견인형 해양레저 활동이었다. 하지만 대부분의 해양레저관광 경험자들이 체험 중심의 일회성 활동에 참여하고 있어 참여빈도 확산을 위한 대안 마련이 필요하다. 예를 들어 20대 및 30대의 지속적인 참여를 유도하기 위해서 패키지 관광 상품을 개발, 제공할 필요가 있다.

국민해양수산물인식도 조사에 따르면 40대부터 60대 중장년층은 정적인 경관 감상을 선호하는 것으로 나타났다(KMI, 2018). 따라서 이러한 수요자층에 접근하기 위해서는 동력형 해양레저기구를 이용한 해양 경관감상 프로그램 개발을

고려해 볼 필요가 있다. 바다 위에 있는 자체가 망망대해에 서 있는 심리적 안정 효과를 줌으로 국외에서는 바다에서 해양레저기구를 이용한 해양 치유 프로그램을 제공하고 있다.

2) 가격전략

KMI 동향분석(2018)에 따르면 국내 해양관광 활성화의 저해요인은 가격으로 나타났으며, 본 연구와 같이 최성범 등(2013), 강명구와 김우성(2012), 전호문(2012)의 연구에서도 가격은 중요도는 높지만, 만족도가 낮게 나타났다. 활동 가격에 대한 부담을 줄인다면 수요자들의 지속적인 참여 유도가 가능할 것으로 나타났으며, 멤버십 또는 마일리지 제도 등을 도입하거나 생일 할인, 기념일 할인 등과 같은 할인 혜택을 제공함으로써 수요자들의 가격 부담을 줄일 수 있을 것이라는 방안을 제시하였다.

특히 관광 상품의 가격에 민감한 20 및 30대 소비자를 공략하기 위해서는 해양레저관광 업체들의 다양한 할인 프로그램 도입이 필요하다. 실제로 박기동 등(2018), 전호문과 최의열(2018), 장다혜와 조우정(2017), 함도웅과 전상완(2015), 여호근과 김재원(2014)에 따르면, 해양레저관광의 활동연령은 20대 및 30대가 가장 많으며, 해양레저관광 이용 시 1회 적정 지출비용은 1~5만 원 미만이 가장 많이 나타났다. 하지만 국내 해양레저관광 프로그램의 가격대는 수요자가 지출할 수 있는 범위를 벗어나 고가 중심으로 가격이 책정되어 있고 프로모션을 통한 가격 할인 프로그램도 미미한 실정이다. 가격에 민감한 젊은 수요자를 해양레저관광 프로그램으로 효과적으로 유입하기 위해서는 다양한 유형, 수준의 맞춤형 가격 전략을 수립, 구사할 필요가 있다.

본 연구에서 분석한 해양레저관광 경험자들의 소비행태는 혼자보다는 친구 및 가족 단위로 주로 이용하며 활동 관련 정보의 수집으로는 주변사람소개가 인터넷 다음으로 높게 나타나 가족 할인, 동성 친구 단체 할인 및 연인 할인 등 다양한 할인 프로그램을 제공하는 것이 소비자를 유입하는 좋은 전략이라고 판단된다. 더불어 참여경력이 1년 미만인 대상이 49%로 나타나 이러한 수요자들의 지속적인 참여를 유도하기 위해서는 회원관리 프로그램을 도입하여 재방

문 고객 및 계절이 바뀌고 다시 찾아온 수요자들 대상으로 촉진 이벤트를 보다 적극적으로 추진할 필요가 있다.

3) 장소전략

해양레저관광의 주요 기반시설인 마리나항만의 선정기준을 살펴보면 대규모 시장과의 접근 용이성이 필요하며 철도, 항공, 도로 등 교통수단의 접근성 및 편리성도 중요한 평가요소이다(해양수산부, 2010). 본 연구에서는 해양레저관광지의 접근 용이성이 다른 요인들에 비해 상대적으로 중요도는 높으나 만족도가 낮은 2사분면에 위치한다.

접근성은 중요도와 만족도가 모두 높은 1사분면에 위치한 최성범 등(2013) 연구와 동일한 맥락을 이루고 있지 않았지만, 문태영(2010), 강명구와 김우성(2012), 전호문(2012) 연구에 따르면 해양레저관광지의 장소는 참여에 큰 영향을 미치는 것으로 나타났다.

해양레저관광 활동을 위해 자가용과 버스를 주로 이용한다는 점과 주요 고객층의 소득이 높지 않으며, 주로 학생인 20대의 경제적 상황을 고려한다면 시티투어 및 렌터카 회사와 제휴한 프로그램을 제공하는 것이 바람직한 촉진 전략이 될 것이다.

4) 홍보전략

홍보는 다른 요인들에 비해 만족도가 상대적으로 높게 나타났지만 관련 선행 연구들에 비교하여 대중매체 홍보, 홍보 이벤트 및 판촉 항목들의 만족도 수준이 높다고 단정할 수 없다. 해양레저관광 발전을 위해서는 지속적이고 효과적인 홍보 전략을 수립, 추진할 필요가 있다.

대표적인 홍보 전략으로 TV 프로그램을 통한 홍보 방안을 고려해 볼 수 있다. 예를 들어 드라마 및 리얼 버라이어티쇼를 통한 해양레저관광 상품 노출은 수요자들의 활동 욕구를 자극할 수 있으며, 해양레저관광 활동 및 프로그램에 대한 잠재 수요자들의 관심과 흥미를 획기적으로 확대할 수 있는 전략이라 평가된다. 하지만 TV와 같은 대중매체 홍보가 해양레저관광 업체들에게는 접근의

한계가 있는 것은 현실이다. 다시 말해서 대부분의 해양레저관광 업체들이 영세하기 때문에 홍보 마케팅에 상당한 비용을 지출하기는 재정적으로 어려움이 있기 때문이다.

따라서 정부에서도 영세한 해양레저관광 기업들이 공동 마케팅을 할 수 있는 비즈니스 플랫폼을 구축하는데 재정적으로 지원할 필요가 있다. 또한 인스타그램, 페이스북과 같은 소셜미디어를 통한 WOM마케팅은 해양레저관광 수요자 중 20대 및 30대를 효과적으로 소구할 수 있는 홍보 방안이라 판단된다(유호중, 2010).



제 4 장 해양레저관광 전문가 기반 AHP 분석

본 장에서는 해양레저관광의 발전전략을 평가하기 위하여 계층분석적 의사결정방법론(AHP)을 적용하여 전문가 집단의 해양레저관광의 발전요인에 대한 의견을 분석하고 주요 요인을 중심으로 발전전략을 제시하고자 한다.

4.1 발전전략 중요도 평가 의사결정방법론

4.1.1 계층분석적 의사결정방법론 개요²⁾

계층분석적 의사결정방법(Antyctic Hierarchy Process : AHP)는 평가자의 지식, 경험 및 직관을 알아보기 위한 의사결정방법론이며, 다수 기준 하에 평가되는 다양한 대안들을 쌍대비교를 통하여 우선순위를 도출하는 방법이다. AHP는 1970년대 초 Tomas L. Saaty에 의해 개발되었으며, 이론의 단순성, 적용의 간편성 및 범용성이라는 장점으로 의사결정을 하기 위해 다양한 분야에서 응용되고 있다.

4가지의 공리(Axioms)가 AHP의 적용을 위해 이론적 배경을 마련하고 있다.

Table 13 AHP의 4가지 공리

공리 1	역수성 (Reciprocal)	동일한 계층 내의 두 대상은 쌍대비교가 가능하여야 하며, 중요성의 정도는 역수조건을 만족시켜야 한다.
공리 2	동질성 (Homogeneity)	중요도는 정해진 척도에 의해 표현되어야 한다.
공리 3	종속성 (Dependency)	하위 계층의 요소들은 상위항목에 상응하는 요소에 대하여 종속적이어야 한다.
공리 4	기대성 (Expectations)	계층구조는 의사결정에 필요한 모든 사항을 내포하고 있다고 가정한다.

2) 조근태 등, 2003. 『계층분석적 의사결정』, (동현출판사, 2003), pp.3-47.

의사결정에 관련된 문제를 해결하기 위해 일반적으로 4단계로 작업 단계로 나누어 AHP를 사용한다.

첫째, 의사결정계층(Decision Hierarchy)을 설정하기 위해 주어진 의사결정 문제를 상호 관련된 의사결정 사항들의 계층으로 분류한다.

의사결정 사항들을 계층으로 분류하는 것은 AHP의 적용에서 가장 중요한 단계라 할 수 있다. 가장 포괄적인 의사결정이 상위에 놓이며, 그다음에 관련한 세부 요소들로 구성된다. 의사결정체계는 <Fig. 4>와 같이 형태로 나타날 수 있다.

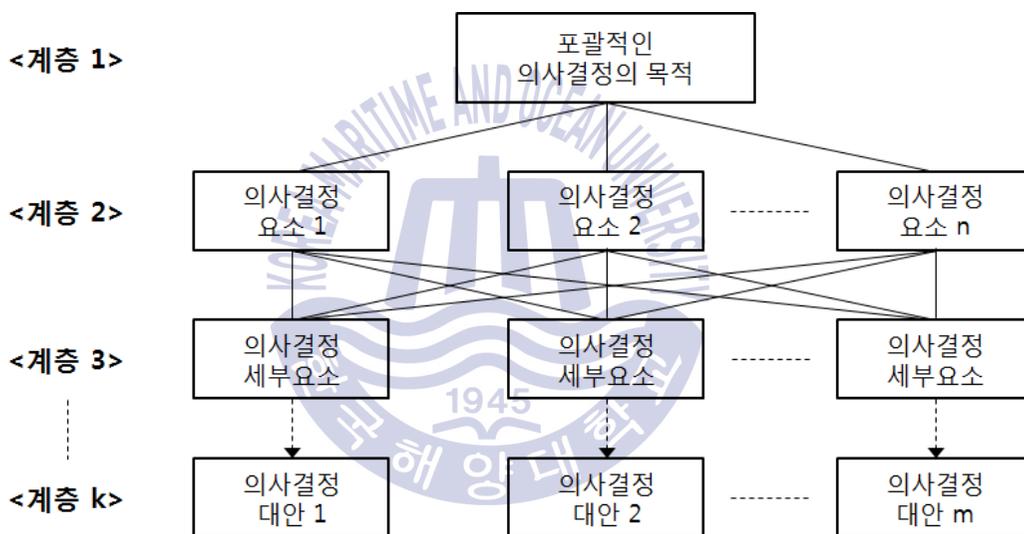


Fig. 4 AHP의 표준 계층

둘째, 동일 계층에 있는 의사결정 요소 간의 쌍대비교를 한다.

상위 계층에 속해있는 직계의 하위계층에 있는 요소들을 쌍대비교하여 행렬을 작성한다. 각 요소에 기여하는 정도는 9점 척도로 상대적 중요도를 평가하며, $n(n-1)/2$ 의 공식을 통해 n 개의 요소의 쌍대비교를 행해야 하는 수를 알 수 있다.

다음과 같이 작성된 쌍대비교 행렬 A는 아래와 같은 모습을 취하게 된다.

셋째, 가중치 추정을 위한 다양한 방법(고유치방법, 산술평균, 기하평균 등)의 하나를 택하여 의사결정요인들의 상대적인 가중치를 추정한다. 4단계는 의사결정 요소들의 상대적 가중치를 종합화하여 여러 대안들에 대한 종합적인 우선순위를 구한다.

4.1.2 계층분석적 의사결정방법론을 이용한 발전전략 분석

1) 계층구조의 수립

본 연구에서는 해양레저관광의 발전요인에 대한 전문가 집단의 의견을 분석하고, 주요 발전요인의 중요도를 평가지표로 설정하였다.

평가지표는 <Table 14>와 같이 해양레저관광 보고서, 참고문헌 등 해양레저관광의 선행연구에서 도출된 요인들과 관련 내용을 바탕으로 본 연구의 목적에 부합한 주요평가항목을 도출하였으며, 2차 전문가들의 자문을 거쳐 본 연구에서 필요한 해양레저관광의 주요 발전요인을 도출하여 <Fig. 5>와 같은 계층구조를 만들었다.

본 연구에서는 설문지를 조사도구로 사용하였으며, 설문지는 기존의 선행연구를 바탕으로 초안을 작성하고 1, 2차 예비조사를 실시한 후 해양레저관광 전문가 집단으로부터 내용타당성을 검증받아 설문문항을 구성하였다.

또한 계층분석적 의사결정방법론(AHP) 전문가들의 의견을 토대로 의사결정구조의 적정성을 평가하였다. 본 연구에 제시된 해양레저관광의 발전전략 중요도 구성 지표로는 인프라에 대한 중요도, 대중화 방안에 대한 중요도, 고도화 방안에 대한 중요도 그리고 법 & 제도 개선에 대한 중요도 등 4개의 요인으로 구성되어있으며, 각각 3개의 세부 발전전략이 2 계층으로 구성되어 있다.

해양레저관광의 발전전략을 도출하기 위한 전문가 설문조사로 수집된 자료는 계층분석적 의사결정방법론(AHP) 분석 프로그램인 Excel을 통해 계층 1, 계층 2, 일관성 분석, 상대적 중요도 그리고 지표 간 가중치 종합 등을 분석하였다.

Table 14 AHP 분석을 위한 발전전략의 도출³⁾

요인	항목	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
인프라	마리나 시설 확대	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○			○
	해양레저 친수공간정비	○	○	○	○	○	○	○	○	○		○		○	○
	해양레저교육센터 설립	○		○	○	○	○	○	○	○		○	○	○	○
대중화	해양레저안전·문화제고	○		○	○		○					○	○		○
	체험·교육프로그램 확대	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
	홍보 이벤트 유치 및 개최	○	○	○	○	○		○	○	○		○	○		
고도화	해양레저관광 비즈니스지원체계	○		○	○	○		○	○	○					
	마리나 서비스산업 육성	○	○	○	○	○	○		○				○	○	
	해양레저관광 특화·클러스터	○	○	○	○	○	○	○	○	○		○		○	○
법 & 제도	수상레저안전법 개정	○							○				○		
	해양관광진흥법 제정					○						○	○	○	
	민간투자활성화 촉진							○							○

- 3) 1. 해양수산부, 『제2차 해양관광진흥기본계획』, pp.23~25.
2. 해양수산부, 『제1차 마리나항만 기본계획(2010-2019) 및 수정계획(2015-2019)』
3. 부산광역시, 『해양레저 활성화 기본계획』
4. 인천발전연구원, 『인천시 해양레저산업 육성계획 연구』
5. 경기도, 『경기도 해양레저산업 및 서비스 활성화 방안』
6. 강원도, 『강원도 해양레저관광발전 마스터플랜 연구』 pp.253~280.
7. 충청남도, 『충남 연안지역의 해양레저 활성화 방안』
8. 전남발전연구원, 『전남 해양레저·스포츠 활성화 방안 연구』
9. 전북연구원, 『신해양레저관광 활성화를 위한 정책연구』
10. 경남발전연구원, 『경남의 해양자원 활용방안』
11. 제주발전연구원, 『제주지역의 해양관광 활성화방안』
12. 정영남, 「해양레저 시설 운영자의 현안 인식과 해양레저 활성화 방안」
13. 김태동, 「해양레저관광산업 활성화 전략에 대한 제 고찰」
14. 홍장원 등, 「해양레저스포츠 진흥을 위한 정책방향 연구」

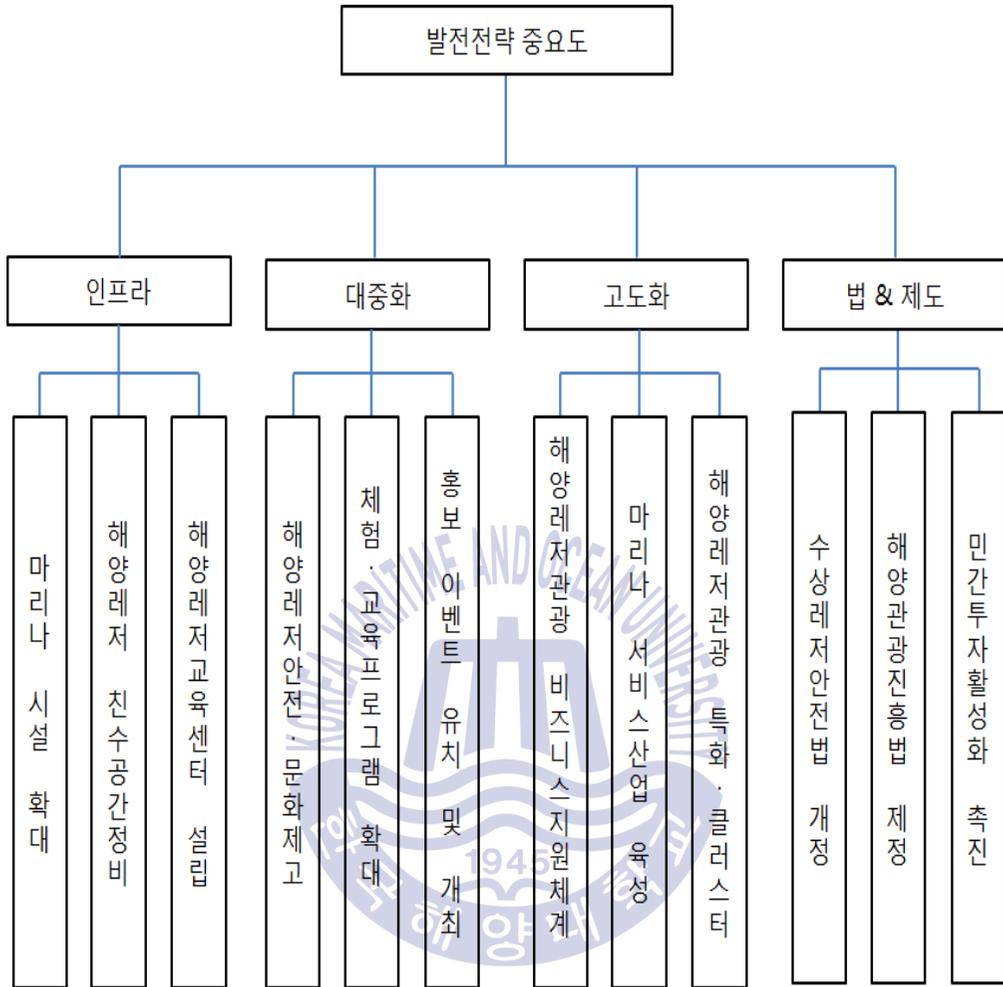


Fig. 5 계층분석적 의사결정방법론(AHP)의 모형도

2) 자료의 수집

AHP 설문조사의 대상은 2018년 4월 6일부터 2018년 4월 30일까지 해양레저 관광의 전문가(대학교수 및 연구원, 현장전문가 그리고 관련 공무원)를 선정하여 직접 방문 또는 이메일 설문조사를 실시해 123부를 배부하여 93부를 회수하였으며, 신뢰성이 부족한 25부를 제외한 68부의 유효설문지를 자료 분석에 사용하였다.

AHP 설문조사는 <Table 15>와 같은 선정기준으로 구성되어 있으며, 대상 수는 한국개발연구원(2008)의 권고 기준을 충족시키는 것으로 나타났다.

Table 15 조사대상의 선정기준 및 구성

구분	선정 기준	조사인원	유효표본(%)
교수/연구원	해양레저관광 연구 및 개발 전문가(해양스포츠관광 주제의 학회 방문자 대상으로)	62	36(52.9)
현장 전문가	해양레저관광 관련 실무자	51	25(36.7)
공무원	중앙, 시청 및 도청 해양스포츠 담당자	10	7(10.2)
합계		123	68(100)

3) 일관성 검토

계층분석적 의사결정방법론(AHP)의 가중치 추정을 위한 방식으로 고유치방법, 산술평균, 기하평균, 최소자승법 등이 있으며, AHP는 응답자들의 일관성을 검토할 수 있는 장치를 마련할 수 있다는 장점이 있다. 일관성 정도는 일관성지수(Consistency Index : CI)와 일관성비율(Consistency Ratio : CR)을 통하여 구할 수 있다.

일관성 지수 (CI) : $(\lambda - n)/(n-1)$

일관성 비율 (CR) : $(CI/RI) \times 100\%$

RI는 난수지수(Random Index)를 의미하며, n이 1에서 10까지 변화할 때는 <Table 16>과 같다.

Table 16 난수지수

n	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
난수지수	0	0	0.58	0.90	1.12	1.24	1.32	1.41	1.45	1.49

응답자가 완전한 일관성을 유지하면서 응답하였을 때 일관성 지수의 값은 0%이며, 응답자가 일관성을 유지하지 못하면서 설문하였을 시 일관성 지수의 값이 커진다.

응답자가 각 항목에 대한 내린 판단의 일관성 비율이 0.1 이내이면 일관성을 갖는 것으로 판단하고, 0.2 이내일 경우 용납할 수는 있으나 그 이상이면 일관성이 부족한 것으로 판단한다(이창효, 2000).

이창효(2000)는 응답자가 각 항목에 대해 내린 판단의 일관성 비율이 0.1 이내이면 응답자의 판단이 일관성을 갖는다고 판단하며, 0.2 이내일 경우 받아들일 수는 있으나 그 이상이면 응답자 판단의 일관성이 부족한 것이라 간주한다. 일관성 지수 값이 0.2 이상이면 일관성 부족으로 쌍대 비교를 다시 하거나 설문지를 수정해야 한다.

또한 계층 1의 일관성 지수 값이 계층 2의 일관성 지수 값에 비해 더욱 중요하므로 계층 1의 일관성 지수 값은 0.1 미만의 값을 적용하며(황규승, 1989), 계층 2는 0.15 미만의 값을 적용한다(이진모, 2008).

따라서 본 연구는 일관성 지수 값이 0.1 미만 값의 표본들을 계층 1의 분석 대상으로 선정하였으며, 일관성 지수 값이 0.15 미만 값의 표본들을 계층 2의 분석대상으로 선정하였다.

본 연구에서는 전체 72개 표본에서 0.1 미만 값인 1 계층의 표본과 0.15 미만 값인 2 계층의 표본을 68개를 추출하여 최종 분석 대상으로 선정하였다.

4.2 계층분석적 의사결정방법론(AHP) 분석결과

4.2.1 계층별 평가

1) 1 계층 발전전략의 평가

1 계층의 4가지 대분류 발전전략을 쌍대 비교한 결과는 <Fig. 6>과 같이 인프라가 0.371, 대중화 방안이 0.309, 고도화 방안이 0.136 그리고 법 & 제도 개선이 0.184로 나타나 시설 인프라 구축이 가장 중요한 발전전략으로 나타났다.

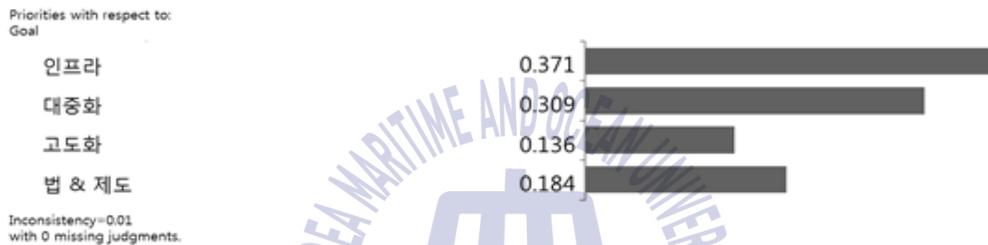


Fig. 6 1 계층 발전전략의 평가결과

2) 2 계층 발전전략의 평가

2 계층 요인 중에 인프라에서는 <Fig. 7>과 같이 마리나 시설 확대가 0.367, 해양레저 친수공간정비는 0.471, 해양레저교육센터 설립은 0.162로 나타났다.

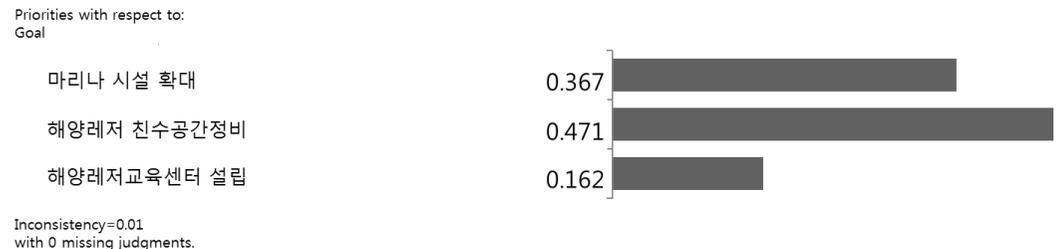


Fig. 7 인프라 평가결과

<Fig. 8>과 같이 대중화 방안에서는 해양레저안전·문화제고가 0.434, 체험·교육프로그램 확대는 0.422, 홍보 이벤트 유치 및 개최는 0.144로 나타났다.

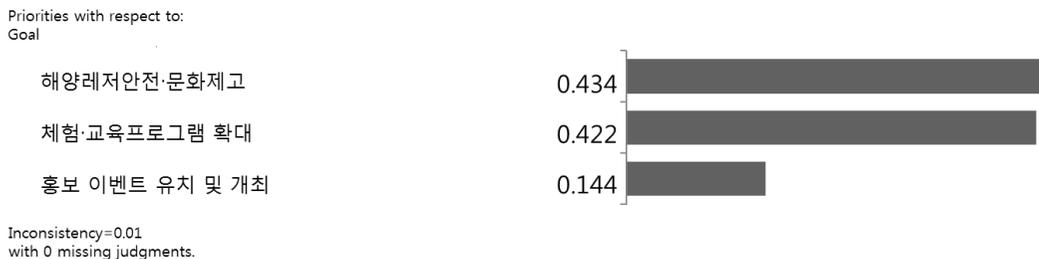


Fig. 8 대중화 평가결과

<Fig. 9>와 같이 고도화 방안에서는 해양레저관광 비즈니스지원체계가 0.341, 마리나 서비스산업 육성이 0.285, 해양레저관광 특화·클러스터가 0.374로 나타났다.

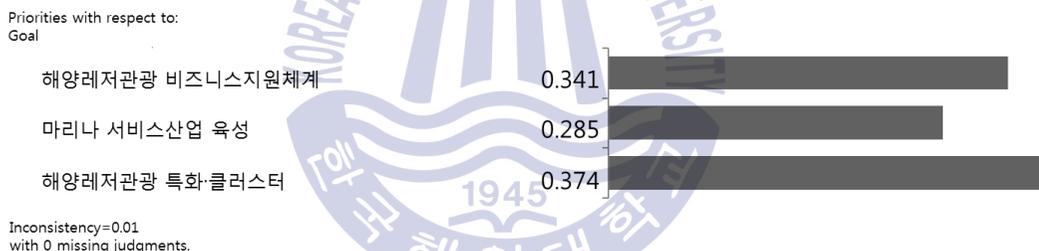


Fig. 9 고도화 평가결과

<Fig. 10>과 같이 법 & 제도에서는 수상레저안전법 개정이 0.608, 해양관광진흥법 제정이 0.258, 민간투자활성화 촉진이 0.135로 나타났다.

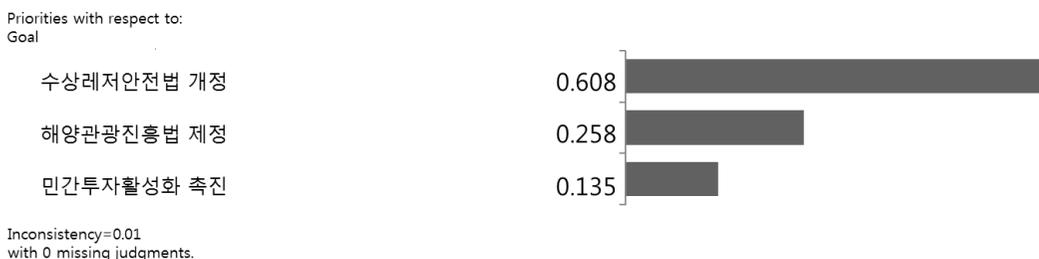


Fig. 10 법 & 제도 평가결과

4.2.2 발전전략의 중요도 종합

우리나라 해양레저관광의 발전전략에 대한 지표 간 가중치의 분석결과는 <Table 17> 및 <Fig. 11>과 같이 나타났다.

인프라 구축의 가중치 값은 0.371로 1계층 중 가장 중요한 요인으로 나타났으며, 인프라 구축의 세부 발전전략 중 하나인 해양레저 친수공간 정비의 가중치 종합 값이 0.175로 가장 높게 나타났다. 다음으로 마리나 시설 확대가 2순위인 0.136으로, 해양레저교육센터 설립이 6순위인 0.06으로 나타났다.

대중화 방안의 가중치는 1계층 중 두 번째인 0.309로 나타났으며, 세부 발전전략으로 해양레저안전·문화제고가 3순위인 0.134로 나타났다. 다음으로 체험·교육프로그램 확대가 4순위인 0.131로, 홍보 이벤트 유치 및 개최가 10순위인 0.045로 나타났다.

법 & 제도 개선의 가중치는 0.184로 나타났으며, 세부 발전전략으로 수상레저안전법 개정이 5순위인 0.112로 나타났다. 다음으로 해양레저관광진흥법 제정이 8순위인 0.047로 나타났으며, 민간투자활성화 촉진은 12순위인 0.025로 나타났다.

마지막으로 고도화 방안의 가중치는 0.136으로 나타났으며, 세부 발전전략으로 해양레저관광 특화·클러스터가 7순위인 0.051로 나타났다. 다음으로 해양레저관광 비즈니스지원체계는 9순위인 0.046으로 나타났으며, 마리나 서비스산업 육성 11순위인 0.039로 나타났다.

Table 17 지표 간 가중치 분석결과

지수	가중치	지표 간 가중치		가중치 종합	전체 순위
인프라	0.371	마리나 시설 확대	0.367	0.136	2
		해양레저 친수공간정비	0.471		
		해양레저교육센터 설립	0.162		
대중화	0.309	해양레저안전·문화제고	0.434	0.134	3
		체험·교육프로그램 확대	0.422		
		홍보 이벤트 유치 및 개최	0.144		
고도화	0.136	해양레저관광 비즈니스지원체계	0.341	0.046	9
		마리나 서비스산업 육성	0.285		
		해양레저관광 특화·클러스터	0.374		
법 & 제도	0.184	수상레저안전법 개정	0.608	0.112	5
		해양관광진흥법 제정	0.258		
		민간투자활성화 촉진	0.135		

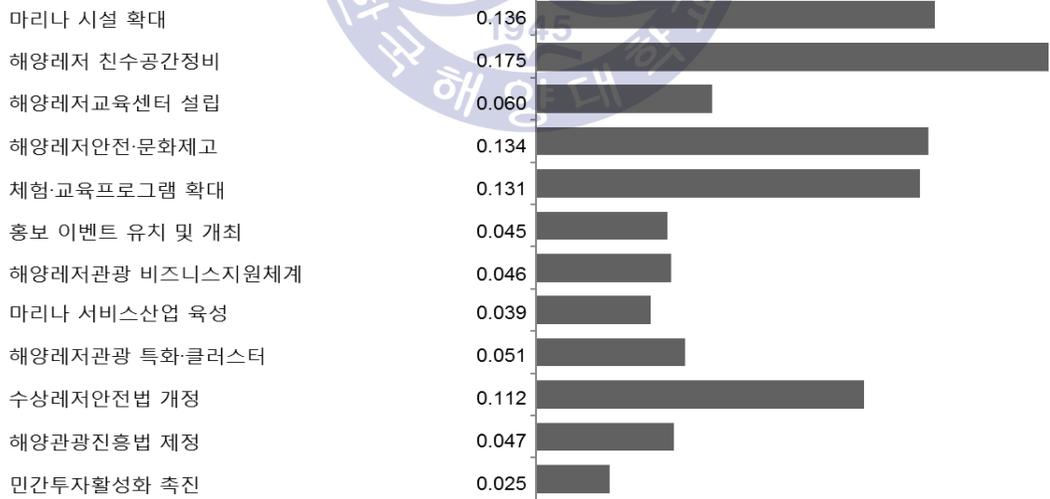


Fig. 11 계층분석적 의사결정방법론(AHP) 지표 가중치 평가결과

4.3 발전전략에 대한 정책 지지도 및 대안 평가

1) 발전전략에 대한 정책지지도

국가 및 지방정부는 해양레저관광을 활성화하기 위하여 다각적인 정책 및 전략을 펼치고 있으며, 자원을 투자하고 있다. 정책의 해양레저관광 발전전략에 대한 지지도를 알아보기 위해 해양레저관광의 전반적인 정책을 포함한 5개 항목을 설정하고, 항목들의 정책지지도는 리커트(Likert) 5점 척도로 평가되었으며, 응답 결과는 <Table 18>과 같다.

<Table 18>에서 평균은 리커트(Likert) 5점 척도의 평균치를 나타낸 것으로 이 수치가 높을수록 국가 및 지방정부의 해양레저관광 발전전략 정책에 지지함을 의미한다. 표에서 알 수 있는 바와 같이 5개 항목의 정책에 대한 리커트(Likert) 5점 척도에서 모두 3 미만으로 나타났다. 즉, 국가 및 지방정부에서 시행하고 있는 해양레저관광에 대한 정책은 적극적으로 찬동하지 않음을 확인할 수 있다.

Table 18 국가 및 지방정부의 해양레저관광 정책 지지도

항목	빈도(%)					M	SD
	매우 높음	높음	보통	낮음	매우 낮음		
해양레저관광 발전전략에 대한 전반적 정책	6 (9%)	8 (11.9%)	19 (28.4%)	23 (34.3%)	11 (16.4%)	2.62	1.166
해양레저관광 활성화를 위한 인프라 확충	2 (3%)	14 (20.9%)	20 (29.9%)	14 (20.9%)	17 (25.4%)	2.55	1.171
해양레저관광 대중화 방안	5 (7.5%)	9 (13.4%)	21 (31.3%)	12 (17.9%)	20 (29.9%)	2.51	1.260
해양레저관광 고도화 방안	4 (6%)	13 (19.4%)	24 (35.8%)	17 (25.4%)	9 (13.4%)	2.79	1.095
해양레저관광 활성화를 위한 법 & 제도 개선	9 (13.4%)	9 (13.4%)	19 (28.4%)	16 (23.9%)	14 (20.9%)	2.75	1.307
평균	5.2	10.6	20.6	16.4	14.2		

2) 정책대안 평가

국가 및 지방정부가 해양레저관광 발전을 위해 우선 육성해야 하는 해양레저관광 유형을 알아보기 위해 관련 전문가들을 대상으로 인터뷰를 실시하여 해양레저관광 유형으로 5개 유형을 설정하고, 이들 유형의 우선순위를 설문조사하였다. 설문 응답의 결과로는 <Table 19>에서 보는 바와 같이 해양레저관광을 활성화하기 위해서는 무동력형 해양레저, 동력형 해양레저, 해중레저관광, 견인형 해양레저, 패들형 해양레저 순으로 육성해야 하는 것으로 나타났다.

Table 19 해양레저관광 유형의 육성 우선순위

해양레저관광 유형	응답평균 순위	순위
무동력형 해양레저	2.197	1
동력형 해양레저	2.924	2
해중레저관광	3.121	3
견인형 해양레저	3.333	4
패들형 해양레저	3.424	5

4.4 전문가 기반의 해양레저관광 발전전략

1) 인프라 시설 조기 확충

국토해양부(2010)에 의하면 해양레저관광지의 개발 전 계획지로부터 주변수역에 세일링, 피싱, 크루징할 수 있는 수역 분포의 여부, 도심권 연계, 주변 개발에 따른 인프라 연계성 등 인프라 확보가 해양레저관광지의 선정기준이 된다.

해양레저관광 수요자들은 해양레저관광 인프라에서 느끼는 감정이 활동의 만족 및 향후 재참가 의도에 영향을 미치며(이상호 등, 2010), 이러한 수요자들의 욕구를 충족시키기 위해 정부 및 지방정부의 주도하에 다양한 형태의 인프라 구축사업이 추진되고 있지만, 투자재원 부족으로 사업 추진과정에서 많은 어려움을 겪고 있는 실정이다(노정철과 김기태, 2014). 또한 민간투자사업으로 진행된 해양레저관광시설 건립 및 운영은 막대한 초기비용 때문에 사업 중단된 다양한 사례들이 발생하고 있다(장승현, 2017).

우리나라의 해양레저관광지는 관심과 수요가 증가하고 있는 시점이나 초기 단계 산업으로 인프라의 규모 및 시설 면에서 아직 미흡한 실정이다. 이는 이진모(2008)의 연구에서도 해양레저관광 발전을 위하여 시설 인프라 구축이 우선 과제로 나타난 것을 통해 시간이 지나 현재까지 제자리 단계라는 것을 알 수 있다.

또한 과거에 비해 정부 및 지방정부에서 해양레저관광 인프라 구축을 위하여 다양한 시도를 하고 있지만, 국비와 시비 지원을 받아 건립 계획 및 건립 중인 해양레저관광 인프라 구축은 연간 제한된 비용에 사업을 중단하거나 시간이 지나 건립에 재기해야 하는 어려움을 가지고 있다.

해양레저관광지에 대한 경제적 타당성만 확보된다면 인프라 시설 등과 같은 하드웨어적인 부분을 초기에 집중적으로 확충해야 해양레저관광의 저변확대가 이뤄질 수 있다. 때문에 육지개발의 연장선상에서 마리나, 공원 등 다양한 활동 공간을 적극적으로 조성하여야 한다. 또한 하드웨어적인 부분들이 갖춰진 후 기반시설을 잘 활용할 수 있도록 저변확대에 관한 소프트웨어적인 부분을 강화해야 해양레저관광이 한 산업으로서 발전해 나갈 수 있을 것이다.

2) 수상레저안전법 개정

해양레저관광을 진흥시키기 위하여 제정된 수상레저안전법은 기본 취지와 달리 해양레저관광의 발전을 저해하는 요소로 작용하고 있다. 정영남(2013)에 따르면 과거 해양레저관광 활동에 대한 인식이 낮은 상황에서 안전과 규제 중심으로 법이 구성되어졌다. 하지만 해양레저관광 활동을 추구하는 수요가 나날이 많아지고 있는 시점에 안전과 규제는 불필요한 제약이 되고 있어 현장 상황에 적합한 합리적인 방안이 강구되어야 함을 주장하였다.

실제로 해양레저관광활동의 안전과 질서 및 발전을 도모하기 위한 목적으로 수상레저안전법을 개정하였지만(해양경찰청, 2017), 해양레저관광 활동에 수상레저안전법, 선박에 관한 법률, 유선 및 도선 사업법, 체육시설의 설치 및 이용에 관한 법률 등에 다수 활동을 제약하는 요소들이 포함되어 있으며, 존재하는 법들은 안전과 질서를 유지하려는 특성이 강해 오히려 산업발전에 장애요인으로 작용하고 있다(최철호, 2011).

또한 김찬룡(2008)은 다양한 동법의 적용은 과거 해양레저관광 산업의 비활성화된 상황에서는 적합하였으나 해양레저관광이 발전되고 산업으로서 성장하고 있는 상황에서는 오히려 규제되는 내용이라 언급하며 의견을 같이 했다.

구체적으로, 해양레저관광관련 사업을 시작하기 위하여 사업자는 수상레저안전법, 항만법, 마리나항만의 조성 및 관리 등 개별 법률에 따른 허가를 거쳐야 하며, 이러한 조항은 유사한 내용을 상이한 기준으로 평가하기 때문에 사업자들에게 혼란을 안겨준다. 또한 기상 및 날씨에 따른 활동 규제는 해양레저관광 수요자들의 자유롭게 활동하는 권리를 침해한다. 이는 활동자에게 자유로이 판단을 맡기고, 안전에 유의할 수 있도록 유도하는 것이 필요하다고 판단된다.

더불어 요트면허와 동력 조종면허의 일원화, 조종시험면허장의 확대 등은 해양레저관광을 발전시키기 위하여 개선이 필요하다. 정부는 체계적이고 효율적인 제도와 정책을 마련하여야 하며, 문제시되는 관련 법령들을 검토 및 개정하여 해양레저관광의 발전에 이바지 할 수 있도록 하여야 한다.

3) 해양레저안전 · 문화제고

해양레저관광의 수요가 증가함에 따라 관련 활동 사고 발생 수도 증가하고 있다. 국민안전처(2016b)에 따르면 해양레저관광 활동 사고 80% 이상은 연료 고갈, 배터리 방전으로 인한 표류사고였으며, ‘수상레저안전법’의 안전장비 미착용, 무면허 조종 등의 위반은 2014년 대비 2016년에 두 배 이상 신고되었고, 20대가 해양레저관광 안전사고의 가장 많은 비율을 차지하였으며, 30대가 두 번째로 높은 비율을 차지하였다(한국소비자원, 2017).

이처럼 젊은 층의 안전사고가 나날이 증가함으로 안전사고 예방을 위한 해양 안전 매뉴얼 구축 및 해양안전 모바일 제공 등을 통해 안전 · 문화를 제고할 필요가 있다.

해양레저관광 활동지는 해안 인근이라는 지리적 장소를 가지고 있기 때문에 목적에 따라 해양안전에 관련된 각종 자료를 수집 및 지역 주민의 정보 등을 통하여 데이터를 구축할 수 있다.

또한 스마트 기기(모바일, 태블릿 PC 등) 보급의 대중화에 맞춰 사용자 환경에 제약이 없는 웹 서비스를 적용하여 활동지 별 도면, 각종 안전 및 유의사항 정보, 사고가 빈번히 발생하는 장소, 밀물 주의 알림 등을 제공함으로 해양레저 관광 수요자들이 사전에 인지함으로써 해양안전사고를 예방할 수 있다.

해양수산부에서 제공하는 안전해(海)는 모바일 앱으로 현재까지 약 1만 건의 다운로드 수를 가지고 있으며, 성동권과 안장현(2017)에 따르면 해양 안전에 관한 앱과 같은 서비스 제공은 해양안전사고에 대한 경각심 제고와 다양한 형태의 해양레저안전 정보 제공을 통해 안전사고를 미연에 예방할 수 있을 것이라 밝혔다.

제 5 장 결론 및 통합적 발전전략

이 장에서는 연구결과를 요약하고 수요자 및 공급자 중심의 발전방안의 통합적 발전전략 제안, 연구의 제한점 및 향후 과제를 제시하고자 한다.

5.1 연구결과의 요약

해양레저관광에 대한 연구는 지속적으로 증가하고 있으나 대부분의 연구가 수요자 측면 또는 공급자 측면의 발전 방안 모색에 초점이 맞춰져 왔다. 본 연구에서는 이러한 선행연구의 한계를 극복하기 위해 정부의 공급자 중심의 정책 요인들을 전문가들을 통해 재조명하고 해양레저관광 수요자의 마케팅 니즈를 분석하여 이러한 수요자의 요구와 함께 정부의 공급자 중심 정책을 반영한 통합적 해양레저관광 발전방안을 제시하기 위해 추진되었다.

본 연구는 해양레저관광에 대한 정의를 명확히 제시하고 국내·외 해양레저관광의 현황을 거시적인 관점에서 살펴보았으며, 해양레저관광의 수요자와 전문가 기반을 통합한 발전전략에 대한 선행연구를 분석하였다.

제2장에서는 문헌연구를 통해 선진 해양레저관광 국가의 부문별 현황과 국내 시도별 현황을 살펴보았다.

제3장에서는 해양레저관광 수요자(387명)를 대상으로 실시한 해양레저관광에 대한 일반적 특성, 소비행태 및 마케팅 믹스의 중요도와 만족도에 대해 살펴보았다. 설문조사결과는 다음과 같이 나타났다.

해양레저관광을 경험해본 수요자의 활동유형별 비율은 동력형 수상레저기구 61%(236명), 견인형 수상레저기구 55%(213명), 패들형 수상레저기구 37%(143명), 무동력형 수상레저기구 35.1%(136명) 그리고 해중레저관광 33.6%(130명) 순으로 나타났다.

그리고 이용비용에 관한 설문에서 일회 평균 지출 금액은 1~5만 원 미만 31%, 5~10만 원 미만이 28.7%로 나타났고, 동행 수는 4명 이상 48.1%, 2명이 27.4%를 차지하고 있다. 동행자는 혼자보다는 친구 50.6%, 가족/친지가 25.6% 순으로 나타났다. 이와 같은 결과를 바탕으로 IPA 분석에서 가격 비용이 2, 3 사분면에 나타난 것을 반영하여 1인 프로그램보다는 친구 및 가족 단위 프로그램을 저렴하게 제공하는 마케팅 전략을 구축할 필요가 있다.

수요자의 해양레저관광 활동 관련 정보 수집은 인터넷 47.5%, 주변사람소개가 19.6%로 나타났다. 다양한 인쇄물 및 대중매체를 통한 홍보 효과도 중요하지만, 구두를 통한 홍보 효과도 중요함을 알 수 있다. 따라서 해양레저관광 공급자는 주변 지인과 동반할 시 할인 혜택을 적용해주는 각종 이벤트 및 프로그램을 제공할 필요가 있다.

해양레저관광 마케팅 믹스에 대한 중요도에서는 프로그램 안전성(M=4.22), 시설의 편리성(M=4.17), 접근의 용이성(M=4.09) 순으로 나타났다. 만족도에서는 프로그램 전문성(M=3.46), 시설의 편리성(M=3.45), 프로그램 안전성(M=3.45) 순으로 나타났다.

IPA 매트릭스에서는 지속유지의 I 사분면은 시설의 편리성, 프로그램 다양성, 프로그램 안전성, 프로그램 전문성이 속해있으며, 집중노력의 II 사분면은 장비구매·대여비용, 접근의 용이성, 프로그램 이용비용이 있었다.

낮은 우선순위의 III 사분면은 식음료 비용, 편의시설 이용비용, 프로그램 차별성을 포함하고 있었으며, 과잉노력지방의 IV 사분면은 대중매체 홍보, 부대·편의 시설제공, 소셜미디어 홍보, 주변관광지와의 연계성, 홍보 이벤트 및 판촉, 홍보 자료 및 안내물이 속해있었다.

제4장에서는 전문가(68명)를 대상으로 해양레저관광의 발전전략에 대한 평가와 중요도와 만족도, 정책 만족도 및 해양레저관광 활동의 육성 우선순위에 관한 설문조사를 실시하였다.

먼저 해양레저관광 발전전략에 대한 AHP 분석 결과, 전문가들은 인프라 구축(0.371)을 가장 우선적으로 해결해야 할 과제로 보고 있으며, 다음으로 대중화

방안(0.309), 법 & 제도 개선(0.184), 고도화 방안(0.136)의 순으로 중요하다고 응답하였다. 구체적으로 지표 간 가중치의 전체 순위는 해양레저 친수공간정비, 마리나 시설확대, 해양레저안전·문화제고, 체험·교육프로그램 확대, 수상레저 안전법 개정 등의 순으로 나타났다.

전문가들은 인프라 구축에서 해양레저 친수공간정비, 마리나 시설확대를 중요하게 고려하고 있으며, 대중화 항목에서 해양레저안전·문화제고를 중요하게 고려하는 것으로 나타났다.

해양레저관광 활동 유형 중 육성해야 할 우선순위는 무동력형 해양레저, 동력형 해양레저, 해중레저관광, 견인형 해양레저 그리고 패들형 해양레저로 나타났다. 무동력형 해양레저로는 딩기요트, 서핑, 윈드서핑 등이 있으며, 동력형 해양레저는 모터보트, 수상오토바이, 고무보트 등이 있다.



5.2 통합적 발전전략에 대한 제언

GE 비즈니스 스크린은 1970년대 제너럴 일렉트릭에 의해 McKinsey & Company에서 고안된 9 박스 프레임워크로서(SM Insight, 2014) 여러 요인들로 구성된 두 축을 통합하여 전략사업을 도출하기 위해 활용되는 모델이다. 이 모델은 여러 요인들이 종합된 두 축을 통합하여 도출하며, 전략적 투자를 위해 고, 중, 저 세 차원으로 나누어 우선순위를 결정한다(박성진 등, 2017).

본 연구는 가로축에는 공급자 요인, 세로축에는 수요자요인을 통합하여 전략을 도출하기 위해 GE 비즈니스 스크린을 활용하였다(이필상 등, 2010). 가로축과 세로축은 우선순위를 나타내기 위해 High·Medium·Low 세 차원으로 나누며 그 결과 9개 영역으로 구분되고, 이 중 좌상의 세 영역은 집중투자, 우하의 세 영역은 선택투자, 대각선상의 세 영역은 고려 유지로 구분한 면을 활용하여 전략을 제시하고자 한다.

해양관광레저 수요자와 공급자 기반을 대상으로 한 각각의 설문조사 결과 선정된 주요 항목을 바탕으로 GE 비즈니스 스크린을 활용하여 도출한 통합적 발전전략은 다음과 같다.

첫째, 공급자는 인프라 시설 개발 시 프로그램 안전성을 중요하게 고려할 필요가 있다. 수요자 기반에서는 프로그램 안전성이 해양레저관광 요인들 중 중요도가 가장 높았으며, 공급자 기반에서는 인프라 요인의 중요도가 가장 높았다. 이러한 결과를 반영하여 인프라 시설 개발 시 해양레저관광 시설 및 장비에 안전장치를 도입하여 안전성을 보장할 필요가 있다.

구체적으로 인프라 구축 및 프로그램 안전성 향상을 위한 방법은 스마트 기기를 활용하는 해양레저관광 시설 개발이다. 그리스 Patra Marina는 모바일 앱을 이용하여 마리나 시설 안전과 해수 상황 정보를 전달하고, 계류 선석 감독 서비스를 제공하여 방문객들의 안전성을 보장하고 있다. 더하여 운영자는 해양레저관광지의 전통적인 관리 방법을 벗어나 차별화된 새로운 접근방식으로 방문객들의 안전성을 보장하고 있다. 사례를 통해 국내의 해양레저관광지도 모바일을 이용한 안전 정보 제공 및 모니터링 프로그램을 도입할 필요가 있다.

Table 20 GE 비즈니스 스크린을 활용한 통합 전략

수요자 요인 \ 공급자 요인		High				Medium				Low			
		해양 레저친수공간 정비	마리나 시설확대	해양 레저안전 전문화 제고	체험 교육 프로그램 확대	수상 레저 안전 법 개정	해양 레저 교육 센터	특화· 클러스터	해양 관광 진흥 법 제정	비즈 니스 지 원 체 계	홍보 이벤트 유치	마리나 산업 육성	민간 투자 촉진
High	프로그램안전성	●	●	●	●	●	●	○	△	×	×	×	×
	시설의편리성	●	●	●	○	×	●	○	○	×	×	○	×
	접근의용이성	●	●	●	●	×	●	△	○	×	×	○	×
	프로그램전문성	△	△	○	○	△	●	●	△	△	×	△	×
	장비구매/대여비용	×	△	●	●	×	○	△	×	△	×	×	×
Medium	프로그램이용비용	△	○	●	●	×	○	△	×	△	×	×	×
	프로그램다양성	○	○	○	○	×	●	○	×	△	×	△	×
	소셜미디어홍보	×	×	○	○	×	○	○	×	×	△	×	×
	부대편의시설제공	○	●	○	○	×	○	○	×	×	×	△	×
	대중매체홍보	×	×	○	○	×	△	○	×	△	△	×	×
Low	부대편의시설비용	×	○	△	○	×	△	△	×	△	×	△	×
	홍보이벤트및관측	×	×	△	○	×	○	○	×	×	○	×	×
	주변관광지외연계성	○	○	×	○	×	△	○	△	○	×	△	×
	프로그램차별성	×	△	×	○	×	○	○	△	△	△	×	×
	홍보자료및안내물	×	×	○	△	×	○	○	×	△	×	×	×
	식음료비용	×	×	×	△	×	△	△	×	×	×	×	×

범례 : ×(관계없음), △(보통), ○(있음), ●(매우 강함)

	집중 투자
	선택 투자
	고려 유지

둘째, 해양레저관광의 인프라 시설 정비는 시설의 편리성 및 접근의 용이성을 반영하여 이루어져야 한다. 전문가 설문조사에서 해양레저친수공간정비 및 마리나 시설 확대의 중요도가 1, 2순위로 높게 평가되었으며, 수요자 기반 설문조사에서는 시설의 편리성 및 접근의 용이성이 중요도는 높으나 만족도가 낮은 2사분면에 위치하여 만족도를 높이기 위한 방안이 필요한 것으로 판단된다. 이러한 결과를 반영하여 소규모 마리나 시설 확대와 시설의 편리성 및 접근의 용이성을 제고할 필요가 있다.

이에 대한 해결책은 소규모 마리나 확대, 대중교통 노선 및 주차공간 확보이다. 인프라 시설 개발의 일환으로 소규모 마리나 확대는 계류시설의 접근성 향상, 내륙과 해안의 중간 기착지 역할 및 부족한 계류 시설 수 증가와 같은 긍정적인 역할을 한다.

실제로 호주 정부는 20개 이상 선석의 집합을 ‘소규모 마리나’로 지정하여 소규모 마리나 수를 확대하였다. 해안선을 중심으로 형성된 365개의 마리나는 활동자 및 비활동자에게 해양레저 활동 공간을 제공하며, 접근성이 용이한 환경을 조성하였다(MIAA, 2010).

대중교통 및 주차시설 수용력은 산업 성숙기에 문제점으로 수반되며, 교통수단 및 주차시설 등의 문제는 시설 건립 전 입지선정 단계에서 신중히 고려되어야 한다. 수요자들의 시설 편리성 및 접근의 용이성에 대한 중요도는 높으나 만족도를 낮게 평가한 결과를 고려하여 정부는 해양레저관광 인프라 시설 조성 계획 시행 시 진입 수요 증가에 대비하여 해양레저관광지를 연결하는 대중교통 노선 및 주차 공간 등을 확보할 필요가 있다.

해양레저관광지의 명소인 마이애미 해수욕장은 세계 3대 보트쇼 중 일환인 마이애미 보트쇼를 개최하고 있다. 해수욕장 관계자들은 10만 명 이상 방문객들을 위해 해수욕장 내 셔틀 버스 운행으로 시설의 편리성을 높이고 있다. 또한 2016년 보트쇼는 대중교통 및 주차시설 확보를 위해 인근 야구장에서 보트쇼를 개최한 사례를 통해 대중교통 및 주차공간의 중요성을 인지할 수 있다 (BONNIER, 2015).

셋째, 장비 국산화를 통하여 장비 구매 및 대여비용을 절감할 필요가 있다. 수요자 기반의 설문조사 결과에 따르면 장비구매/대여 및 프로그램 이용비용이 비싸 해양레저관광 발전에 제약이 되는 것으로 나타났다.

장비의 국산화는 해양레저관광 활성화 제고에 기여할 것으로 판단된다. 장비 생산 업체의 영세성, 공급자 위주의 판매방식 등의 문제들이 존재하지만 가장 큰 문제점은 국내 대부분의 해양레저 장비 및 보트가 전량 수입에 의존되고 있다는 것이다. 해양레저 산업의 내수기반이 본격적으로 형성되고 있는 시점에서 공급자는 해양레저장비의 국산화를 통해 적절한 비용의 장비를 공급하여 해양레저관광산업의 활성화 제고에 기여해야 할 것이다.



5.3 연구의 제한점 및 향후 과제

이 연구는 수요자 기반의 마케팅 믹스를 통해 도출된 해양레저관광의 마케팅 요인들을 IPA 기법을 활용하여 중요도와 만족도를 살펴보았으며, 공급자 기반에서 AHP를 활용하여 발전방안의 우선순위 및 상대적 중요도를 분석하였다. 더불어 수요자 기반 마케팅 요인과 공급자 기반의 정책요인들을 통합함으로써 종합적인 해양레저관광 발전방안을 제시하고자 노력하였다. 그럼에도 불구하고 본 연구의 설계 및 방법론적 측면에서 제한점이 있으며 이를 토대로 다음과 같은 차후 연구 과제를 제시하고자 한다.

첫째, 이 연구의 목적은 해양레저관광 발전요인을 수요자 및 공급자 측면의 요인을 통합적으로 분석하고 거시적 측면에서 우리나라 해양레저관광 발전 방안을 제시하기 위해 수행되었다. 하지만 수요자 측면의 마케팅 믹스 요인에 대한 분석은 부산광역시를 중심으로 설문조사가 수행되어 그 결과를 우리나라 전체 해양레저관광 수요자의 마케팅 요인에 대한 인식도로 일반화하는 데는 한계가 있다. 따라서 외적타당도(external validity)를 높이기 위해서는 충분한 조사기간을 갖고 조사대상을 전국적 범위로 확대해 수요자들의 해양레저관광 요인에 대한 중요도와 만족도를 분석할 필요가 있다.

둘째, 이 연구는 해양레저관광 발전전략을 제시하는 데 있어 수요자 및 공급자 측면의 발전전략에 대한 인식도를 각각 분석하여 도출된 주요 요인을 종합해 통합적 발전방안을 제시하고자 노력하였다. 그럼에도 불구하고 수요자 측면의 발전과제 및 요인들은 주로 해양레저관광 수요자들이 인식하는 마케팅 요인에 초점이 맞춰졌으며 공급자 측면의 요인들은 정부가 추진하고 있는 정책 요인들에 대한 전문가들의 평가를 기반으로 하고 있다. 수요자 및 공급자 측면의 요인들을 분석하는데 각기 다른 요인들을 전문가 집단의 의견을 반영해 통합한 것이다. 따라서 차후 연구에서는 수요자 및 공급자 측면의 발전요인들을 일치시켜 수요자 및 전문가 간 인식 차이를 과학적으로 검증하고 이를 토대로 정부와 지방정부의 해양레저관광 발전전략 및 정책에 보다 직접적으로 반영될 수 있는 체계적인 연구가 추진될 필요가 있다.

마지막으로 해양레저관광은 대부분 연안역에 인접한 지방정부가 전략적으로 추진하고 있는 유망 해양산업 분야이다. 하지만 지방정부별로 해양환경과 해양레저관광의 전후방 산업의 여건 및 정책의 우선순위에 차이가 있는 것이 사실이다. 따라서 차후 연구에서는 지역별로 거시적, 미시적 사회경제적 환경을 반영한 발전요인을 도출하고 이를 과학적으로 검증하고 지역 특성에 실제 적용 가능한 맞춤형 해양레저관광 발전전략 수립의 기초를 제공할 수 있는 연구가 지속적으로 추진될 필요가 있다.



참고문헌

논문

- 강명구, 김우성, 2012. 해양레저스포츠 참여자의 이용실태가 참여동기에 미치는 영향. *한국사회체육학회지*, 49(1), pp.401-412.
- 강명구, 서동환, 2016. 해양레저스포츠시설의 이용만족 및 불만족 요인 탐색. *한국체육과학회지*, 25(2), pp.41-53.
- 공기열, 2006. IPA 기법을 이용한 여가활동 평가. *觀光研究*, 20(3), pp.285-303.
- 구강분, 석강훈, 2010. 스키리조트 마케팅 믹스 요인, 충성도 및 재방문 의도와 의 관계. *한국체육과학회지*, 19(3), pp.721-731.
- 권일권, 2016. Kano 모델을 이용한 부산지역 해양레저관광지 서비스품질 속성 분류 및 잠재적 고객만족개선지수(PCSI Index) 분석. *한국사회체육학회*, 66, pp.39-54.
- 권일권, 남상백, 2015. 해양스포츠 매니아의 진지한 여가체험 형성에 관한 질적 탐구. *수산해양교육연구*, 27(6), pp.1783-1796.
- 권일권, 문선호, 2015a. 해양레저관광 활성화를 위한 법제 개선방안에 관한 함의. *한국사회체육학회지*, 59(1), pp.363-376.
- 권일권, 문선호, 2015b. IPA기법을 활용한 부산지역 해양레저관광지 선택속성에 대한 중요도와 만족도의 차이분석. *한국체육과학회*, 24(1), pp.571-584.
- 김가야, 김형철, 김정호, 2014. 수요자 특성을 고려한 해양관광 활성화 방안 - 성별, 연령에 따른 수요자 특성을 중심으로. *한국관광레저학회*, 26(2), pp.67-81.
- 김가야, 황보주, 2016. 부산·울산·경남지역의 수요자 특성을 고려한 해양관광 활성화에 관한 연구. *관광레저연구*, 28(12), pp.135-149.

- 김찬룡, 2008. 해양레저스포츠 정책의 발전방향. *한국항해항만학회지*, 32(5) pp.415-423.
- 김찬룡, 남용진, 변영선, 2016. 해양스포츠이벤트 관람자의 만족도가 도시이미지와 지역사회 의식에 미치는 영향. *한국체육학회지*, 55(1), pp.97-105.
- 김찬룡, 이재빈, 장승현, 2017. 해양스포츠 이벤트 관람자의 이미지, 만족도가 재방문 및 추천의도에 미치는 영향: 2015 부산컵 세계여자매치레이스 요트대회를 중심으로. *한국체육학회지*, 56(1), pp.53-65.
- 김충환, 정연승, 2018. 체험마케팅이 만족도, 충성도, 구매의도에 미치는 영향 - 해양레저산업의 사용자집단별 차이를 중심으로. *대한경영학회지*, 31(3), pp.603-624.
- 김태동, 2014. 해양레저관광산업 활성화 전략에 대한 제고찰 - 강원도를 중심으로 -. *한국엔터테인먼트산업학회논문지*, 8(3), pp.359-366.
- 김효운, 양길승, 2015. 마케팅믹스 요인에 의한 도시관광 만족도와 태도 연구. *관광연구저널*, 29(5), pp.117-132.
- 노동연, 김종필, 2011. 골프연습장 마케팅믹스 전략이 브랜드자산 및 재구매 의도에 미치는 영향. *한국사회체육학회지*, 43(1), pp.143-154.
- 노재현, 2016. 해양레저스포츠축제 방문자의 체험유형과 체험만족 및 방문의도 간에 구조적 관계모형. *한국체육과학회지*, 25(2), pp.505-520.
- 노정철, 김기태, 2014. 해양관광산업의 투자 활성화를 위한 경제성 평가모형 정립 - 감포관광단지를 중심으로. *관광레저연구*, 26(2), pp.459-474.
- 문선호, 조태수, 2011. 스포츠 시설의 마케팅믹스가 스포츠 시설 이미지와 이용자의 태도에 미치는 영향. *한국사회체육학회지*, 46(1), pp.103-116.
- 문선호, 조태수, 2014. 해양스포츠 방문객의 연령별 참여동기와 고객행동의도 간의구인동등성 검증 및 다중집단분석. *한국사회체육학회지*, 55(1), pp.171-184.

- 문태영, 2010. 해양레저스포츠 체험환경 요인이 참가자의 감정적 반응, 만족 및 재참가의도에 미치는 영향. *한국사회체육학회지*, 40(2), pp.799-810.
- 박기동, 한관령, 김기섭, 박수근, 2018. 해양레저스포츠 시설의 지각된 환경단서가 재미요인에 미치는 영향. *한국체육과학회지*, 27(1), pp.215-223.
- 박성진, 백승철, 문혜정, 2017. 세계 모바일 통신 분야 연구의 의미상 분석을 통한 연구동향 분석. *한국경영학회*, 8, pp.314-343.
- 백승현, 김기탁, 2016. IPA분석을 활용한 프로야구장 마케팅믹스 6Cs의 중요도, 만족도 분석. *한국사회체육학회지*, 64, pp.259-271.
- 변신규, 최석준, 2014. 서해안 지역의 해양 스포츠 관광 실태 및 활성화 요인. *한국체육과학회지*, 23(3), pp.729-745.
- 성동권, 안장현, 2017. 해양안전 정보의 효율적 제공방안. *한국통신학회지*, 34(6), pp.73-79.
- 손대현, 안세길, 2007. 마케팅믹스 7P's의 IPA를 통한 호텔마케팅 전략방안: 일본인·중국인 호텔투숙객을 중심으로. *관광연구논총*, 19(2), pp.153-175.
- 양정은, 김봉석, 2009. 전시주최자의 마케팅믹스가 전시참가업체의 만족도와 사후행동에 미치는 영향. *호텔경영학연구*, 18(3), pp.281-299.
- 여호근, 김재원, 2014. 해양레저 및 관광활동 유형별 선호도에 관한 연구. *관광레저연구*, 29(6), pp.27-42.
- 오응수, 배성우, 2011. 해양레저스포츠 마케팅믹스 요인이 서비스품질만족에 미치는 영향. *한국체육과학회지*, 20(6), pp.737-745.
- 유현순, 하수영, 2007. 해양레저스포츠 서비스품질 마케팅믹스(4P's) 요인이 참여만족도 및 재구매의도에 미치는 영향. *한국체육학회지*, 46(1), pp.485-494.
- 유호종, 2010. 소셜미디어를 이용한 웹 홍보전략에 관한 연구 - 충청관광 사례를 중심으로. *e-비즈니스 연구*, 11(5), pp.97-116.
- 윤영혜, 이재희, 윤유식, 2016. 도시관광 마케팅믹스 전략 인식이 관광만족도 및

- 충성도에 미치는 영향. *관광연구저널*, 30(11), pp.35-48.
- 이상호, 전재균, 이동철, 2010. 해양레저스포츠 체험공간의 속성이 참가자의 감정적 반응, 만족 및 재참가의도에 미치는 영향. *관광레저연구*, 22(2), pp.467-486.
- 이수, 박세준, 2016. 해양레저스포츠 참가자의 참가동기 유형별 관광시설 선호도 분석. *관광연구논총*, 28(1), pp.159-182.
- 이수경, 전태준, 2013. 스포츠센터 고객의 마케팅믹스 만족이 고객신뢰 및 재구매의도에 미치는 영향. *한국체육과학회지*, 22(5), pp.977-987.
- 이정학, 이용건, 이지혜, 2012. 무용공연장 마케팅믹스 요인이 공연 관람객만족과 재관람 의도에 미치는 영향. *한국사회체육학회지*, 48(1), pp.279-289.
- 이해구, 2014. 디자인관점에서 본 해양레저스포츠 이용자 접근 편의성 연구. *디자인지식저널*, 29, pp.365-375.
- 임봉우, 2014. 해양레저스포츠 선택속성과 중요도 우선순위. *한국체육과학회지*, 23(4), pp.109-119.
- 장다혜, 조우정, 2017. IPA를 활용한 해양레저이벤트의 서비스품질에 관한 연구. *한국사회체육학회지*, 70, pp.143-154.
- 장승현, 2017. 부산해양스포츠 활성화를 위한 시설인프라의 정책방향. *한국체육학회*, 56(4), pp.47-62.
- 전찬수, 2014. 해양레저스포츠 선택속성 중요도 분석에 따른 마케팅방안. *한국사회체육학회지*, 56(1), pp.419-428.
- 전호문, 2012. 해양레저스포츠 충성고객 유입을 위한 마케팅 믹스 전략. *한국사회체육학회지*, 48(1), pp.347-360.
- 전호문, 최의열, 2018. CVM을 활용한 해양스포츠의 경제적 가치 평가. *한국사회체육학회지*, 71, pp.283-292.
- 정영남, 2013. 「수상레저안전법」 쟁점사항 고찰을 통한 개정방안 모색. *한국체육학회지*, 52(6), pp.373-385.

- 정영남, 2017. 해양레저 시설 운영자의 현안 인식과 해양레저 활성화 방안. *한국체육과학회*, 26(6), pp.815-830.
- 최규환, 2010. 해양관광기회 스펙트럼 분석기법과 가치패러다임을 적용한 해양관광자 시장세분화 연구. *한국관광레저학회*, 22(3), pp.429-449.
- 최덕환, 권재운, 2016. 부산지역 해양레저스포츠 참여자의 스포츠즐거움, 참여만족 및 참여지속의사와의 관계. *한국수산해양교육학회*, 28(5), pp.1459-1469.
- 최성범, 한태용, 이계석, 2013. IPA기법을 활용한 강원도 동해안 방문 고객의 해양레저선택속성 평가. *한국체육과학회지*, 22(6), pp.227-237.
- 최철호, 2011. 해양스포츠관련 법령의 문제점과 개선방안. *스포츠와 법학회지*, 4(6), pp.181-196.
- 최청락, 허철무, 2012. 골프연습장 이용주자들에게 대한 마케팅믹스 전략이 지각된 품질과 고객만족, 재구매의도에 미치는 효과. *한국사회체육학회지*, 48(1), pp.217-232.
- 한태용, 최종인, 이영훈, 최성범, 2015. 해양레저스포츠 참가자의 매력성이 지각된 가치, 장소성 및 관계지속의도에 미치는 영향. *한국체육과학지*, 24(6), pp.803-817.
- 함도웅, 전상완, 2015. 해양레저스포츠 참여자의 성취욕구, 몰입경험, 운동중독, 운동정서와 참가정도의 구조적 관계. *한국체육과학회지*, 24(3), pp.561-576.
- 황규승, 1989. AHP(Analytic Hierarchy Process) 기법의 신뢰성에 관한 연구. *경영논총*, 32(1), pp.83-97.
- 황정, 윤영혜, 윤유식, 송래현, 2015. 컨벤션 목적지 마케팅믹스가 목적지 이미지와 충성도에 미치는 영향. *한국과학예술포럼*, 19, pp.735-745.
- 홍장원, 2014. 친수문화 확산을 통한 해양레저산업 육성. *한국관광정책*, 58, pp.33-38.
- Pabel, A., & Coghlan, A., 2011. Dive market segments and destination

competitiveness: A case study of the Great Barrier Reef in view of changing reef ecosystem health. *Tourism in Marine Environments*, 7(2), pp. 55-66.

Martilla, J.A., & James, J.C., 1977. Importance-Performance Analysis, *Journal of Marketing*, 41(1), pp. 77-118.

도서

김낙중, 2010. *해양레저 스포츠관광론*. 대왕사.

김사현, 김규호, 박세정, 2012. *관광경제학*. 백산출판사.

김천중, 2015. *마리나와 해양관광산업*. 백산출판사.

이창효, 2000. *집단의사결정론*. 세종출판사.

이필상, 이만우, 정순진, 2010. *경영학원론*. 제14판. 대경문화사.

임은미, 김선희, 2007. *관광개발론*. 전남대학교출판부.

세계해양발전전략연구소, 2014. *한국의 신해양산업 부흥론*. 두남출판사.

조근태, 조용근, 강현수, 2003. *계층분석적 의사결정*. 동현출판사.

정석중, 2011. *해양관광론*. 대왕사.

한국관광학회, 2017. *관광사업론*. 백산출판사.

학위논문

기기철, 2005. *중요도-성취도 분석(IPA)을 이용한 교육서비스 평가*. 석사학위논문. 경남:경상대학교.

이진모, 2008. *해양레저스포츠산업 발전전략에 관한 연구*. 박사학위논문. 부산: 한국해양대학교.

한송이, 2006. *컨벤션 기획가의 호텔브랜드 이미지 속성에 관한 연구*. 석사학위논문. 서울:경희대학교.

전자기록물

고경호, 2017. 레저스포츠 여행 뚝...길도는 특수목적 관광 [Online] (Updated 8 May 2017) Available at: <http://www.jemin.com/news/articleView.html?idxno=447748> [Accessed 20 April 2018].

국민안전처, 2016a. 수상레저사고 예방, 안전장비 착용부터! [Online] (Updated 4 August 2016) Available at: http://www.kcg.go.kr/home/news/press/press/?jsessionid=nVTBzY8fVVp4xiiwldrK5e.node40?boardId=bbs_000000000000047&mode=view&cntId=1152&category=&pageIdx=43&searchCondition=&searchKeyword= [Accessed 17 April 2018].

국민안전처, 2016b. 즐겁고 재미있는 수상레저의 첫출발은 ‘안전’ [Online] (Updated 3 May 2016) Available at: http://www.mpss.go.kr/home/news/press/press/?boardId=bbs_000000000000047&mode=view&cntId=969&category=&pageIdx= [Accessed 26 January 2018].

권병석, 2018. 부산 해운대구, 해수욕장 손님맞이 채비 분주 [Online] (Updated 9 May 2018) Available at: <http://www.fnnews.com/news/201805090928534443> [Accessed 13 April 2018].

김대기, 2017. 영덕 고래볼해양복합타운, 경북 동해안 캠핑산업 활성화 신호탄 [Online] (Updated 30 January 2017) Available at: <http://www.nocutnews.co.kr/news/4725436> [Accessed 19 April 2018].

김덕현, 2017. “인천항 ‘해양관광·레저 중심지’ 로 만들 것” [Online] (Updated 10 August 2017) Available at: <http://www.kihoilbo.co.kr/?mod=news&act=articleView&idxno=711004> [Accessed 26 February 2018].

김선근, 2017. 인천해양경찰서, 맞춤형 해양레저 안전프로그램 시행 [Online] (Updated 8 August 2017) Available at: <http://www.anews.com/detail.php?number=1203747&thread=09r02> [Accessed 26

February 2018].

김영준, 2016. 장애학생 해양스포츠 교실 “모험심·도전정신 길러요” [Online] (Updated 29 July 2018) Available at: <http://www.kyeongin.com/main/view.php?key=20160728010009137> [Accessed 28 February 2018].

김용구, 2017. 경기도, 동해안 천리 ‘해양관광’ 개발 박차 [Online] (Updated 21 February 2017) Available at: <http://www.gukjenews.com/news/articleView.html?idxno=654882> [Accessed 8 April 2018].

김재선, 2017. 여수해양과학고 전국 최초 해양레저관광과 신설 [Online] (Updated 9 August 2017) Available at: <http://www.yonhapnews.co.kr/bulletin/2017/08/09/0200000000AKR2017080912880054.HTML?input=1195m> [Accessed 20 December 2017].

김지훈, 2017. 충남도, 관광권 육성 5년간 9천3백억 투입 [Online] (Updated 23 May 2017) Available at: <http://tjmbc.co.kr/000006/view/id/102244> [Accessed 29 December 2017].

김태식, 2018. 강원 남부 해변도시들, 바다에서 관광 해결책 찾는다 [Online] (Updated 16 April 2018) Available at: http://www.newsis.com/view/?id=NISX20180416_0000283038&cID=10805&pID=10800 [Accessed 19 March 2018].

김희경, 2017a. 경상남도, 대규모 해양레저산업 추자유치 성사 [Online] (Updated 11 April 2017) Available at: <http://www.aneusa.com/detail.php?number=1230713&thread=10r03> [Accessed 13 April 2018].

김희경, 2017b. 경상남도, 해양레저산업 기술력 제고사업 참여업체 [Online] (Updated 11 April 2017) Available at:

- <http://www.aneusa.com/detail.php?number=1153411&thread=10r03> [Accessed 3 April 2018].
- 김홍수, 2017. 인천 자월도·무의도 환경성 평가, ‘청정바다’ 입증 [Online] (Updated 28 November 2017) Available at: <http://www.gukjenews.com/news/articleView.html?idxno=829791> [Accessed 26 April 2018].
- 네이버 지식백과, 2012. 조경 [Online] (Updated 25 May 2012) Available at: <https://terms.naver.com/entry.nhn?docId=1579542&cid=42877&categoryId=42877> [Accessed 1 February 2018].
- 노충근, 2018. 해수부-부산시, 국제보트쇼 개막...마리나산업 활성화 [Online] (Updated 26 April 2018) Available at: <http://www.gukjenews.com/news/articleView.html?idxno=915040> [Accessed 13 April 2018].
- 문석준, 2017. 포항시 ‘환동해권 거점 도시’ 발돋움 나선다 [Online] (Updated 11 September 2017) Available at: <http://www.nocutnews.co.kr/news/4845044> [Accessed 17 July 2018].
- 문정화, 원형래, 2017. 울진군 ‘해양치유 웰스케어 조성사업’ 선정 [Online] (Updated 19 October 2017) Available at: <http://www.idaegu.com/?c=3&uid=372310> [Accessed 17 July 2018].
- 박성철, 2017. 대부도 해양관광 메카로... 힐링리조트 개발 추진 [Online] (Updated 29 September 2017) Available at: <http://www.kihoilbo.co.kr/?mod=news&act=articleView&idxno=717983> [Accessed 25 February 2018].
- 박창석, 2017. 제주해운항만의 도약 [Online] (Updated 30 April 2017) Available at: <http://www.jemin.com/news/articleView.html?idxno=446355> [Accessed 30 April 2018].

- 송미숙, 2017. 양양군, 서핑문화 체계화·활성화 위한 청사진 마련 [Online] (Updated 28 September 2017) Available at: <http://www.gukjenews.com/news/articleView.html?idxno=772300> [Accessed 18 March 2018].
- 송인용, 2017. 보령시 지속가능한 해양항만 발전 청사진 나왔다 [Online] (Updated 28 December 2017) Available at: <http://www.cctoday.co.kr/?mod=news&act=articleView&idxno=1107100> [Accessed 29 December 2017].
- 유형재, 2018. 강원도, 해양수산분야 163개 사업에 1천105억원 투자 [Online] (Updated 6 January 2018) Available at: <http://www.yonhapnews.co.kr/bulletin/2018/01/05/0200000000AKR2018010507390062.HTML?input=1195m> [Accessed 18 March 2018].
- 윤상연, 2017. 경기 ‘100조 해양레저산업 개척’ 돛 올리다 [Online] (Updated 23 May 2017) Available at: <http://news.hankyung.com/article/2017052283921?nv=o> [Accessed 27 February 2018].
- 윤승례, 2017. 전북연구원, 전북 해양산업 육성 위한 33개 과제 제안 [Online] (Updated 1 December 2017) Available at: <http://www.newsprime.co.kr/news/article.html?no=397411> [Accessed 25 April 2018].
- 이승환, 2017. 경기TP, SOUTH DEVON COLLEGE-워터웨이플러스, 인력양성을 위한 상호협력 MOU [Online] (Updated 29 May 2017) Available at: <http://www.gukjenews.com/news/articleView.html?idxno=718262> [Accessed 29 February 2018].
- 이재인, 2017. “인생2막은 경기도 어촌마을에서” ... 귀어·귀촌 최적지 즐비 [Online] (Updated 30 June 2018) Available at: <http://www.suwon.com/news/articleView.html?idxno=112889> [Accessed 26

February 2018].

이형진, 2017. *삼척항 친수공간조성* [Online] (Updated 18 July 2017) Available at: <https://www.gnmbc.co.kr/post/49912> [Accessed 19 March 2018].

임영일, 2017. *시화호 거북섬, 해양레저 랜드마크로 조성* [Online] (Updated 30 October 2018) Available at: <http://www.gyotongn.com/news/articleView.html?idxno=179280> [Accessed 26 February 2018].

임청, 2017. *전북도, 서해안권 4개 시·군 공동발전 방안 마련한다* [Online] (Updated 20 December 2017) Available at: <http://www.yonhapnews.co.kr/bulletin/2017/12/20/0200000000AKR20171220120800055.HTML?input=1195m> [Accessed 12 February 2018].

장영숙, 2017. *태안군, 미래형 해양관광산업 새로운 메카로* [Online] (Updated 20 August 2017) Available at: <http://www.ccdailynews.com/news/articleView.html?idxno=935357> [Accessed 29 December 2017].

정현수, 2017. *여수·진도·안산 해양리조트 조성 규제준다* [Online] (Updated 27 February 2017) Available at: <http://news.mt.co.kr/mtview.php?no=2017022414294624642&outlink=1&ref=http%3A%2F%2Fsearch.naver.com> [Accessed 29 December 2017].

조문호, 2017. *제주관광, 단기&중장기 대책 동시 추진* [Online] (Updated 21 March 2017) Available at: <http://www.jejudomin.co.kr/news/articleView.html?idxno=84220> [Accessed 17 April 2018].

진주리, 2017. *제주 15개 지방어항 탈바꿈한다* [Online] (Updated 20 March 2017) Available at: <http://www.jejunews.com/news/articleView.html?idxno=2009558> [Accessed 25

April 2018].

천주연, 2017. 인하공전, 수도권 최초 'FRP 레저보트 선체정비 교육' 실시 [Online] (Updated 2 August 2017) Available at: <http://news.unn.net/news/articleView.html?idxno=177559> [Accessed 20 February 2018].

최성국, 2017. 전남도 '다도해 요트관광 시대' 연다 [Online] (Updated 28 February 2017) Available at: <http://news.hankyung.com/article/2017022718701?nv=o> [Accessed 20 December 2017].

최창윤, 2017. 전남도, 여수에 관광 테마단지 등 투자유치 잇따라 [Online] (Updated 23 July 2017) Available at: <http://www.newsmaker.or.kr/news/articleView.html?idxno=47962> [Accessed 20 December 2017].

한갑수, 2016. 유커 사로잡는 '인천 해양스포츠관광' [Online] (Updated 11 July 2017) Available at: <http://www.fnnews.com/news/201607111816566729> [Accessed 27 February 2018].

한국소비자원, 2017. 여름철, 수상레저 활동 중 안전사고 주의 [Online] (Updated 7 July 2017) Available at: https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:krG2LRnqlacJ:https://www.kca.go.kr/brd/m_367/down.do%3Fbrd_id%3DG026%26seq%3D462%26data_tp%3DA%26file_seq%3D1+%&cd=3&hl=ko&ct=clnk&gl=kr [Accessed 3 February 2018].

한동훈, 2017. 조선메카서 관광도시로 변신한 통영 [Online] (Updated 27 June 2017) Available at: <http://www.sedaily.com/NewsView/1OHD2BJOEW> [Accessed 22 April 2018].

BONNIER, 2017. *Scuba Diving* [Online] (Updated 7 May 2015) Available at:

<https://www.boatingmag.com/2016-miami-boat-show-parking-and-shuttle-plan#page-2> [Accessed 3 May 2018].

Club Med, 2017. *Scuba Diving* [Online] (Updated 1 April 2017) Available at: https://www.clubmedta.com/wp-content/uploads/2017/05/2017.04_Scuba-diving_Product-Presentation_VF-2.pdf [Accessed 3 May 2018].

CNN, 2017. *8 amazing underwater attractions* [Online] (Updated 12 July 2017) Available at: <http://edition.cnn.com/travel/article/amazing-underwater-attractions/index.html> [Accessed 1 February 2018].

Diving Explore the Rest of Your World(DEMA), 2014. *Fast Facts: Recreational Scuba Diving and Snorkeling* [Online] (2014) Available at: <http://www.dema.org/store/download.asp?id=7811B097-8882-4707-A160-F999B49614B6> [Accessed 11 February 2018].

Strategic Management Insight(SM Insight), 2014. *GE McKinsey Matrix* [Online] (Updated 19 August 2014) Available at: <https://www.strategicmanagementinsight.com/tools/ge-mckinsey-matrix.html> [Accessed 3 July 2018].

보고서

강원도, 2016. *강원도 해양레저관광발전 마스터플랜 연구*, 강원: 강원도.

강원발전연구원, 2012. *강원도 해양레저관광산업 활성화 방안*, 강원: 강원발전연구원.

강원발전연구원, 2015. *해양레저 트렌드와 강원도*, 강원: 강원발전연구원.

강원발전연구원, 2017. *미래 해양레저관광은 강원도에서*, 강원: 강원발전연구원.

경기개발연구원, 2011. *경기도 해양레저산업 육성전략 연구*, 경기도: 경기개발연구원.

경기도, 2012. *경기도 해양레저산업 및 서비스 활성화 방안*, 경기도: 경기도.

경남발전연구원, 2012. *경남의 해양자원 활용방안*, 경남: 경남발전연구원.

경남발전연구원, 2012. *국제 인증제도를 활용한 경남의 해양레저스포츠 육성 전략*, 경남: 경남발전연구원.

국토해양부, 2010. *마리나항만 기본계획*, 서울: 국토교통부.

대구경북연구원, 2014. *경북 동해안 해양관광축제 경쟁력 제고 방안*, 경북: 대구 경북연구원.

부산광역시, 2016. *해양레저 활성화 기본계획*, 부산: 부산광역시.

부산발전연구원, 2017. *해양수도구현을 위한 해양산업 기본계획 수립 용역*, 부산: 부산광역시.

이동원, 2016. *새만금 해양레저 선도사업 추진방안 연구*, 세종: 새만금개발청.

인천발전연구원, 2016. *인천시 해양레저산업 육성계획 연구*, 인천: 인천발전연구원.

전남발전연구원, 2010. *전남 해양레저·스포츠 활성화 방안 연구*, 전남: 전남발전연구원.

전북연구원, 2011. *신해양레저관광 활성화를 위한 정책연구*, 전북: 전북연구원.

전북연구원, 2017. *전라북도 해양산업 육성방안*, 전북: 전북연구원.

제주발전연구원, 2012. *제주지역의 해양관광 활성화방안*, 제주: 제주발전연구원.

조우정, 최의열, 2016. *해양스포츠 활성화를 위한 수요분석 및 수요자 중심의 정책 연구*, 부산: 부산발전연구원.

충청남도, 2012. *충남 연안지역의 해양레저 활성화 방안 - 요트활동을 중심으로*, 충남: 충청남도.

충청남도, 2015. *충청남도 해양수산발전계획*, 충남: 충청남도.

해양경찰청, 2017. *수상레저안전법*, 서울: 해양수산부.

해양수산개발원, 2018. *KMI 동향분석(80)*, 부산: 해양수산개발원.

- 해양수산부, 2010. *제1차(2010~2019) 마리나항만 기본계획*, 서울: 해양수산부.
- 해양수산부, 2014. *제2차 해양관광진흥기본계획*, 서울: 해양수산부.
- 해양수산부, 2014. *제1차 마리나항만 기본계획(2010-2019) 및 수정계획(2015-2019)*, 서울: 해양수산부.
- 해양수산부, 2018. *2018년도 해양수산부 업무계획*, 서울: 해양수산부.
- 홍장원, 2015. *해양레저·관광의 사회 경제적 파급효과와 지표개발에 관한 연구*, 부산: 한국해양수산개발원.
- 홍장원, 이종훈, 이정아, 이보람, 2013. *해양레저스포츠 진흥을 위한 정책방향 연구*, 부산: 한국해양수산개발원.
- Australian Institute of Marine Science (AIMS), 2016. *The Aims Index of marine Industry*, Townsville City: AIMS.
- Health and Safety Executive (HSE), 2017. *Diving at Work Regulations 1997 List of Approved Diving Qualifications*, Sheffield: HSE.
- International Council of Marine Industry Association (ICOMIA), 2015. *Recreational Boating Industry Statistics 2015*, Egham: ICOMIA.
- Marina Industries Association of Australia (MIAA), 2010. *Size and Characteristics of the Australian Marina Sector*, Sydney: MIAA.
- National Ocean Economics Program (NOEP), 2016. *State of the U.S. Ocean and Coastal Economies 2016 Update*, Monterey: NOEP.
- National Oceanic and Atmospheric Administration (NOAA), 2017. *NOAA Report on the U.S Ocean and Great Lakes Economy*, Monterey: NOAA.
- National Sporting Goods Association (NSGA), 2016. *Sports Participation in the United States 2016 Edition*, Illinois: NSGA.
- Natural Resources Defense Council (NRDC), 2018. *America's atlantic ocean economy - too important to jeopardize*, New York: NRDC.

Organization for Economic Cooperation and Development (OECD), 2016. *The Ocean Economy in 2030*, Paris: OECD.

Physical Activity Council (PAC), 2018. *2018 Participation Report*, Boston: PAC.

UK Marine Industries Alliance (UK MIA), 2011. *A Strategy for growth for the UK Marine Industries*, London: UK MIA.

United Nations Conference on Trade And Development (UNCTAD), 2014. *The Ocean Economy: Opportunities and Challenges for Small Island Developing States*, Geneva: UNCATD.

United Nations World Tourism Organization (UNWTO), 2012. *UNWTO World Tourism Barometer*, Madrid: UNWTO.

United Nations World Tourism Organization (UNWTO) & Global Tourism Economy Research Centre(GTERC), 2016. *Asia Turism Trends 2016 Edition*, Madrid: UNWTO.

World Travel & Tourism Council (WTTC), 2015. *Travel & Tourism Economic Impact 2015 South Korea*, London: WTTC.

Workplace Health and Safety Queensland (WHSQ), 2011. *Recreation Dive and Snorkelling Industry Refrence Group*, Queensland: WHSQ.

<부록 1> 수요자인 일반인용 설문서

안녕하십니까?

바쁘신 중에도 본 설문조사에 응해 주셔서 진심으로 감사합니다.

본 설문지는 해양레저관광의 수요기반 발전전략을 수립하기 위해 작성된 설문지입니다. 이 설문지는 해양레저관광 수요자의 일반적 특징, 소비행태 그리고 마케팅믹스에 대한 중요도 및 만족도 평가 문항을 포함하고 있습니다.

더불어, 본 설문은 저의 석사학위 논문 작성을 위한 조사로 귀하의 응답 내용은 연구목적으로만 사용될 것이며, 개인에 대한 사항은 통계법에 의해 절대 비밀이 보장됩니다. 귀하의 성의 있는 응답은 본 연구의 귀중한 자료로써 활용된다는 점을 생각하시고 모든 질문에 빠짐없이 설문조사에 응해주실 것을 부탁드립니다.

본 설문에 응해 주셔서 진심으로 감사드립니다.

2018년 4월

연구자 : 한국해양대학교 KMI & KMOU 학연협동과정 장다혜
(☎ 010-6488-7797, sweet9764@naver.com)

I. 조사대상의 일반적 특성

1. 귀하의 성별은?

- ① 남자 ② 여자

2. 귀하의 연령은?

- ① 20세 미만 ② 20~29세 ③ 30~39세 ④ 40~49세 ⑤ 50세 이상

3. 귀하의 거주지는?

- ① 부산 ② 서울 ③ 경기·인천 ④ 대전·충천 ⑤ 강원
⑥ 광주·전라 ⑦ 대구·경북 ⑧ 울산·경남 ⑨ 제주

4. 귀하의 교육수준은?

- ① 고졸이하 ② 전문대학재(졸) ③ 대학재(졸) ④ 대학원이상

5. 귀하의 월평균 개인소득은?

- ① 100만원 미만 ② 100만원 이상~200만원 미만 ③ 200만원 이상~300만원 미만
④ 300만원 이상~400만원 미만 ⑤ 400만원 이상~500만원 미만 ⑥ 500만원 이상

6. 귀하의 직업은?

- ① 관리/사무직 ② 전문/기술직 ③ 자영업
④ 공무원/정부관련 ⑤ 서비스/판매/영업직 ⑥ 생산직
⑦ 주부/가사 ⑧ 학생 ⑨ 교육/연구직
⑩ 무직 ⑪ 기타 ()

II. 해양레저관광 소비행태

7. 귀하께서 경험하신 해양레저관광 활동을 모두 표시(✓)해 주십시오.

- ① 해중레저관광 ② 동력형 수상레저기구 ③ 견인형 수상레저기구
(스킨스쿠버, 스쿠버다이빙 등) (모터보트, 수상오토바이 등) (바나나보트, 수상스키 등)
④ 무동력형 수상레저기구 ⑤ 패들형 수상레저기구
(딩기요트, 서핑 등) (조정, 카약 등)

8. 귀하의 해양레저관광 활동 참여 경력은?

- ① 1년 미만 ② 1~3년 미만 ③ 4~6년 미만 ④ 7년 이상

9. 귀하께서 연평균 해양레저관광 활동에 참여하는 횟수는?

- ① 1회 ② 1~5회 미만 ③ 5~10회 미만 ④ 10회 이상

10. 귀하께서 해양레저관광 활동 시 일회 평균 지출하는 금액(일인당)은 대략 얼마입니까?

- ① 1만원 미만 ② 1~5만원 미만 ③ 5~10만원 미만 ④ 10만원 이상

11. 귀하께서는 해양레저관광 활동 시 주로 몇 명과 동행합니까(본인포함)?

- ① 혼자 ② 2명 ③ 3명 ④ 4명 이상

12. 귀하께서는 해양레저관광 활동 시 주로 누구를 동반합니까?

- ① 혼자 ② 가족/친지 ③ 친구 ④ 직장동료 ⑤ 학교/ 학교단체
⑥ 동호회 ⑦ 종교단체 ⑧ 지역모임 ⑨ 여행사 모집 ⑩ 기타()

13. 귀하께서 해양레저관광 활동 장소로 이동 시 주로 어떤 교통수단을 이용합니까?

- ① 도보 ② 자가용 ③ 버스 ④ 열차 ⑤ 기타
() (단체버스 포함) ()

14. 귀하께서 해양레저관광 활동 관련 정보를 어디에서 주로 수집하십니까?

- ① 신문, 잡지 ② TV, 라디오방송 ③ 인터넷 ④ 관광 관련 책자
⑤ 주변사람소개 ⑥ 여행사 ⑦ 지자체 홍보물 ⑧ SNS

III. 해양레저관광 마케팅 믹스에 대한 IPA 평가

15. 해양레저관광 마케팅믹스에 대한 **중요도**와 **만족도**를 평가해 주십시오.

(귀하께서 해양레저관광 활동 참여시 중요하게 생각하는 요인(중요도)들을 평가해 주시고 각 요인에 대한 현재 수준(만족도)을 평가해 주십시오)

구분	평가항목	중요도					만족도				
		매우 낮음	낮음	보통	중요	매우 중요	매우 불족	불족	보통	만족	매우 만족
제품	프로그램 안전성	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
	프로그램 다양성	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
	프로그램 전문성	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
	프로그램 차별성	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
가격	프로그램 이용비용	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
	식음료 비용	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
	편의시설 이용비용	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
	장비구매·대여비용	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
장소	시설의 편리성	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
	접근의 용이성	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
	주변관광지와의 연계성	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
	부대·편의시설 제공	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
촉진	소셜미디어 홍보	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
	홍보 자료 및 안내물	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
	대중매체 홍보	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
	홍보 이벤트 및 판촉	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤

16. 다음은 귀하의 해양레저관광 관여도 및 구매 후 행동을 평가하기 위한 문항입니다.

구분	평가항목	전혀 아니다	아니다	보통	그렇다	매우 그렇다
관여도	해양레저관광 활동은 나에게 매우 중요하다	①	②	③	④	⑤
	해양레저관광 참여는 나에게 의미를 준다	①	②	③	④	⑤
	해양레저관광은 나에게 가치 있는 활동이다	①	②	③	④	⑤
구매 후 행동	해양레저관광 활동에 재참여 할 의향이 있다	①	②	③	④	⑤
	해양레저관광 활동을 가족 및 친구들에게 추천할 의사가 있다.	①	②	③	④	⑤
	내가 경험한 해양레저관광 정보를 공유할 의도가 있다.	①	②	③	④	⑤

“응답해 주셔서 대단히 감사합니다”



<부록 2>

AHP 평가를 위한 설문

본 설문은 AHP(Analytic Hierarchy Process) 기법을 활용하여 해양레저관광의 활성화 방안을 종합적으로 평가하기 위한 것입니다. 각 평가 항목 간 상대적 중요도를 **전문가의 관점**에서 판단하여 주시면 감사하겠습니다. 응답의 일관성이 낮은 경우 설문을 다시 하게 되오니 신중하게 응답해 주십시오.

한국해양대학교 대학원
KMI-KMOU 학연협동과정
장다혜

성 명 : _____
소 속 : ① 대학 및 연구소 _____ ② 시청 및 도청 _____
 ③ 관련 단체 및 회사 _____
연락처 : ☎ _____ FAX: _____ E-mail: _____

AHP(Analytic Hierarchy Process: 계층화 분석법)는

평가에서 고려되는 평가항목들을 계층화한 다음, 평가 항목 간 상대적 중요도를 측정하여 정책 중요도를 종합적으로 판단하는 의사결정 기법입니다.

● 설문 작성 시 유의사항 ●

첫째, 평가 항목 간 비교는 평가항목 A가 B에 비해 상대적으로 얼마나 중요한지(또는 적절한지)를 평가하는 것입니다.

둘째, 평가 요령, 평가항목의 계층구조와 평가내용, 그리고 각 항목에 대한 세부 설명을 꼭 읽어보시고 설문에 응해 주십시오.

설문지 목차

1. AHP 설문 응답 시 유의사항	1
2. AHP 평가구조 및 평가내용	2
3. 발전전략에 대한 요약 설명	3
4. AHP 평가를 위한 설문(가중치 선정)	4
5. 발전전략에 대한 IPA 및 정책 지지도 평가	9
6. 정책추진 대안에 대한 평가	10



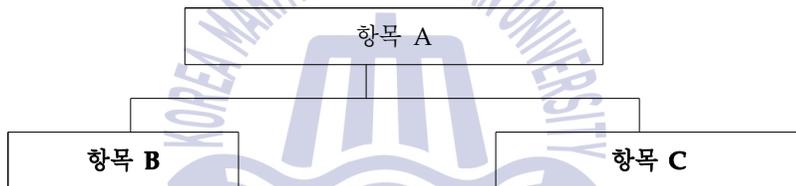
1. AHP 설문 응답 시 유의사항

1. 응답 예

예) 항목 A의 평가기준에서 판단할 때 항목 B가 항목 C보다 매우 중요하다고 생각하시면 아래와 같이 기입하면 됩니다.

평가 항목	절대 중요	매우 중요	중요	약간 중요	같다	약간 중요	중요	매우 중요	절대 중요	평가 항목								
항목 B	⑨	⑧	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑨	항목 C

[평가 예]



2. 응답 일관도

- AHP 분석에서는 분석의 부산물로 비일관도지수가 생성됩니다. 비일관도 지수가 0.15 이상이 될 경우 응답결과를 신뢰할 수 없다고 판단되어 재설문하게 됩니다. 비일관도 지수가 높게 나오는 것은 크게 다음과 같이 두 가지 경우가 해당됩니다.

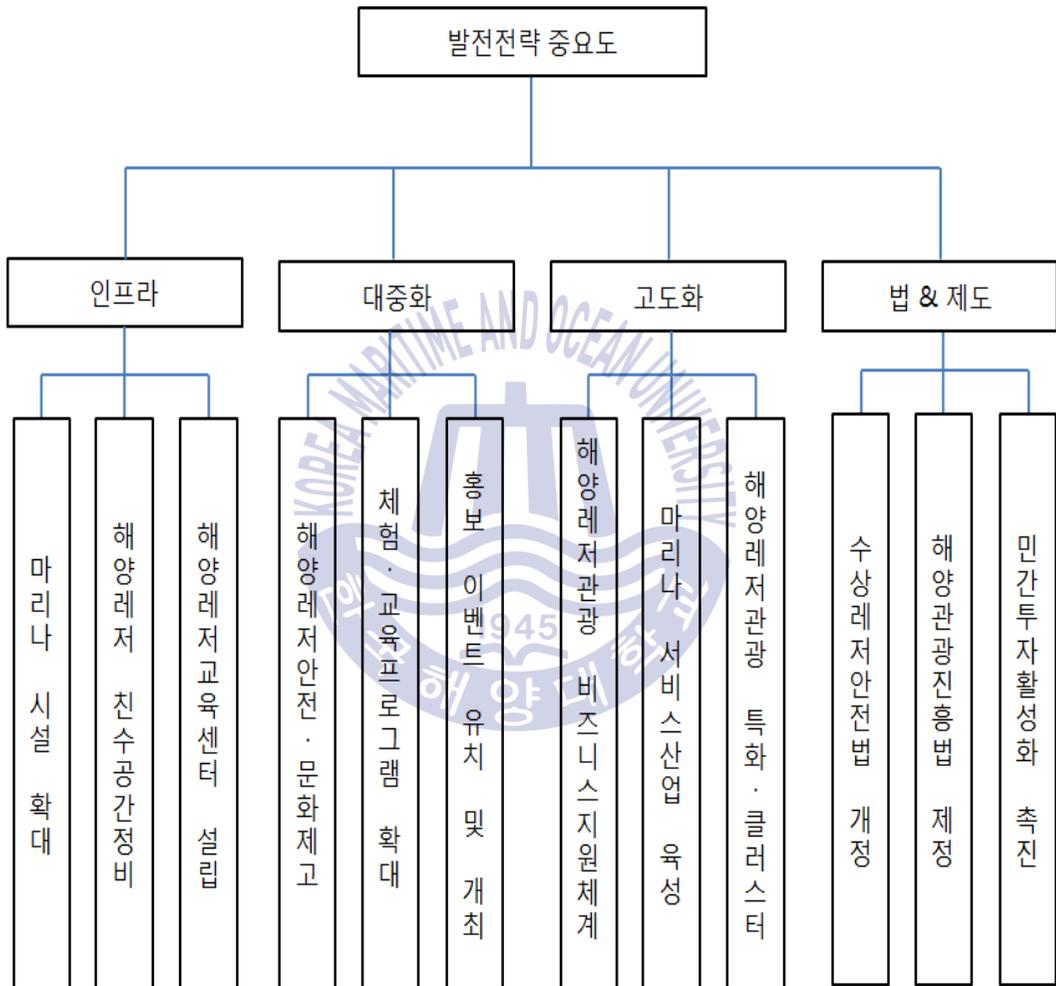
- 예)
- A > B : A가 B보다 2배 중요하다고 응답
 - A ≫ C : A가 C보다 4배 중요하다고 응답
→ B > C라고 응답해야 함.

[원인 1] 서수적 일관성 결여 : A > B > C의 순위가 바뀌게 응답

[원인 2] 기수적 일관성 결여 : 위 예에서 B가 C보다 9배 중요하다고 응답할 경우

2. AHP 평가구조 및 평가내용

[해양레저관광의 발전전략의 중요도 AHP 계층 구조]



3. 발전전략에 대한 요약 설명

다음은 해양레저관광 활성화를 다룬 선행연구 분석을 통해 도출된 발전전략 및 항목에 대한 간략한 설명입니다. 이를 참조하시어 설문에 응답하여 주시기 바랍니다.

□ 해양레저관광 활성화를 위한 인프라 확충

- 1) **마리나 시설 확대** : 해양레저관광의 핵심 기반시설 조성(거점 마리나, 소형 마리나 포함)
- 2) **해양레저 친수공간정비** : 친수공간정비를 통해 시민과 관광객들의 해양레저관광 욕구를 충족시킬 수 있는 공간 확보
- 3) **해양레저교육센터 설립** : 해양레저 안전·교육센터 설립, 확대를 통해 해양레저 안전의식 및 해양레저관광 활동에 대한 긍정적 마인드 제고

□ 해양레저관광 대중화 방안

- 1) **해양레저 안전·문화 제고** : 해양레저 활동에 대한 부정적 인식을 변화시킬 수 있는 안전 교육 및 해양레저 문화 확산을 위한 프로그램 개발 운영
- 2) **해양레저 체험·교육프로그램 확대** : 수요자의 요구를 반영한 해양레저 활동을 중심으로 체험 및 교육 프로그램 확대
- 3) **해양레저 홍보 이벤트 유치 및 개최** : 해양레저 대중화를 위한 다양한 홍보 이벤트 및 대회 개최를 통한 해양레저 활동의 사회적, 경제적 가치 확산

□ 해양레저관광 고도화 방안

- 1) **해양레저관광 비즈니스지원체계** : 해양레저관광 창업 및 운영지원을 위한 정보구축, 마케팅 지원 그리고 금융 지원 체계 구축
- 2) **마리나 서비스산업 육성** : 마리나 서비스 산업 클러스터 조성(마리나 관광 편의시설, 엔진정비 및 선체관리 시설, 모터보트·요트 딜러타운, 장비용품비즈니스센터 등)을 통한 고부가가치 해양레저관광 개발
- 3) **해양레저관광 특화·클러스터** : 지자체별 해양환경을 고려한 특화된 해양레저관광 프로그램 개발 및 경쟁력 있는 아이템들의 집적화를 통한 부가가치 창출

□ 해양레저관광 활성화를 위한 법 & 제도 개선

- 1) 수상레저안전법 개정 : 해양레저 활동을 규제 및 제약하는 법조항(내수면 동력보트 낚시금지조항 등)들에 대한 지속적 개정 및 보완
- 2) 일원화된 해양관광진흥법 제정 : 해양레저관광 사업 추진 관련 20여 개의 법률 조항을 통합, 지원할 수 있는 일원화된 법 제정 필요
- 3) 민간투자활성화 관련 규제완화 : 대규모 해양레저관광 사업에 요구되는 민간투자 활성화를 위한 제도 개선 및 규제 완화

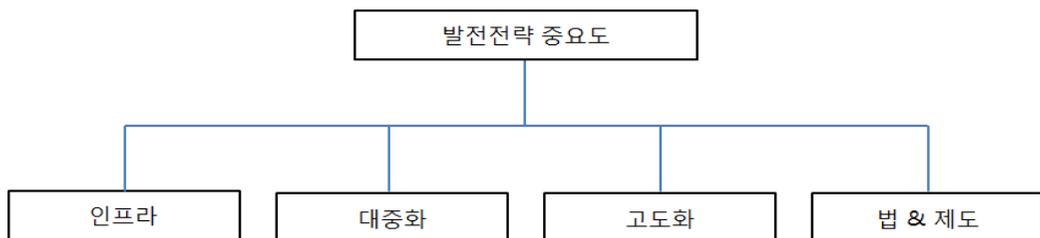


4. AHP 평가를 위한 설문(가중치 선정)

□ 다음 설문 I은 해양레저관광의 발전전략의 4대 요인에 대한 상대적 중요도를 평가하기 위한 것입니다. 전문가의 관점에서 신중히 응답해 주십시오(응답 시 유의사항 참조).

I. 해양레저관광의 발전전략에 대한 중요도 비교

평가항목	절대 중요	매우 중요	중 요	약간 중요	같 다	약간 중요	중 요	매우 중요	절대 중요	평가항목								
인프라 (마리나 시설 확대, 해양레저 친수공간정비, 해양레저교육센터 설립)	⑨	⑧	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑨	대중화 (해양레저 안전·문화제고, 체험·교육프로그램 확대, 홍보 이벤트 유치 및 개최)
인프라 (마리나 시설 확대, 해양레저 친수공간정비, 해양레저교육센터 설립)	⑨	⑧	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑨	고도화 (해양레저관광 비즈니스지원체계, 마리나 서비스산업 육성, 해양레저관광 특화·클러스터)
인프라 (마리나 시설 확대, 해양레저 친수공간정비, 해양레저교육센터 설립)	⑨	⑧	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑨	법 & 제도 (수상레저안전법 개정, 해양관광진흥법 제정, 민간투자활성화 촉진)
대중화 (해양레저 안전·문화제고, 체험·교육프로그램 확대, 홍보 이벤트 유치 및 개최)	⑨	⑧	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑨	고도화 (해양레저관광 비즈니스지원체계, 마리나 서비스산업 육성, 해양레저관광 특화·클러스터)
대중화 (해양레저 안전·문화제고, 체험·교육프로그램 확대, 홍보 이벤트 유치 및 개최)	⑨	⑧	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑨	법 & 제도 (수상레저안전법 개정, 해양관광진흥법 제정, 민간투자활성화 촉진)
고도화 (해양레저관광 비즈니스지원체계, 마리나 서비스산업 육성, 해양레저관광 특화·클러스터)	⑨	⑧	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑨	법 & 제도 (수상레저안전법 개정, 해양관광진흥법 제정, 민간투자활성화 촉진)

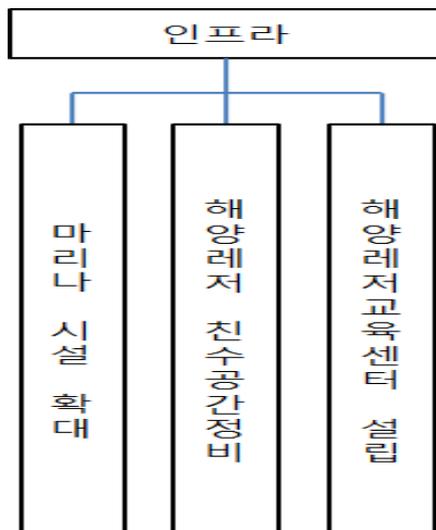


□ 설문 II는 제2계층의 평가 항목들 간 상대적 중요도를 평가하기 위한 것입니다. 전문가의 관점에서 신중히 응답해 주십시오.

II-1. 해양레저관광 인프라에 대한 중요도 평가

평가항목	절대중요		매우중요		중요		약간중요		같다		약간중요		중요		매우중요		절대중요		평가항목
	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9		
마리나 시설 확대	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	해양레저 친수공간정비	
마리나 시설 확대	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	해양레저교육 센터 설립	
해양레저 친수공간정비	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	해양레저교육 센터 설립	

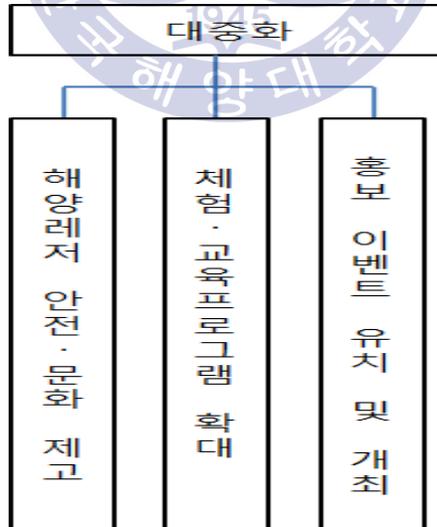
[인프라에 대한 중요도 평가]



II -2. 해양레저관광의 대중화 방안에 대한 중요도 평가

평가항목	중요도 평가											평가항목						
	절대중요	매우중요	중요	약간중요	같다	약간중요	중요	매우중요	절대중요									
해양레저 안전문화 제고	⑨	⑧	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑨	체험·교육 프로그램 확대
해양레저 안전문화 제고	⑨	⑧	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑨	홍보이벤트 유치 및 개최
체험교육 프로그램 확대	⑨	⑧	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑨	홍보이벤트 유치 및 개최

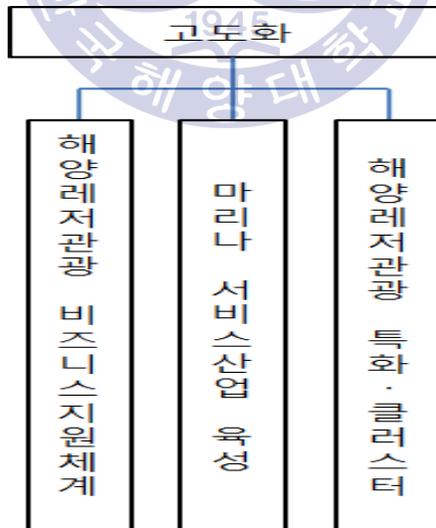
[대중화 방안에 대한 중요도 평가]



II -3. 해양레저관광 고도화 방안에 대한 중요도 평가

평가항목	중요도 평가											평가항목						
	절대중요	매우중요	중요	약간중요	같다	약간중요	중요	매우중요	절대중요									
해양레저관광 비즈니스지원 체계	⑨	⑧	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑨	마리나 서비스산업 육성
해양레저관광 비즈니스지원 체계	⑨	⑧	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑨	해양레저관광 특화·클러스터
마리나 서비스산업 육성	⑨	⑧	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑨	해양레저관광 특화·클러스터

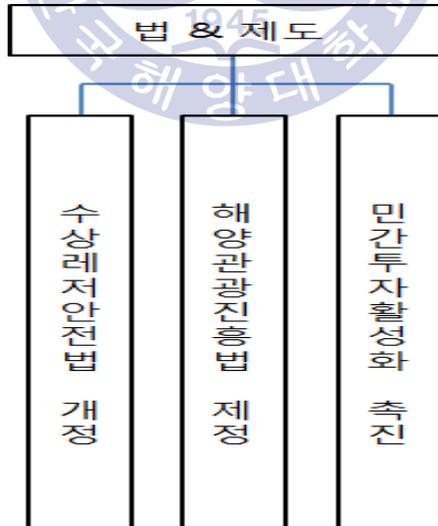
[고도화 방안에 대한 중요도 평가]



II-4. 해양레저관광 법 & 제도 개선에 대한 중요도 평가

평가항목	중요도									평가항목								
	절대중요	매우중요	중요	약간중요	같다	약간중요	중요	매우중요	절대중요									
수상레저안전법 개정	⑨	⑧	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑨	해양관광진흥법 제정
수상레저안전법 개정	⑨	⑧	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑨	민간투자활성화 촉진
해양관광진흥법 제정	⑨	⑧	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑨	민간투자활성화 촉진

[법 & 제도 개선에 대한 중요도 평가]



5. 발전전략에 대한 IPA 평가

Ⅲ-1. 앞에서는 발전전략에 대한 상대적 중요도를 평가하셨습니다. IPA분석에
서는 각 항목별 중요도와 만족도(현재 수준 또는 역량)를 평가하시면 됩니
다(5=매우 높음, 1=매우 낮음).

발전전략	중요도	만족도(현재 역량&수준)
① 마리나 시설 확대	5-4-3-2-1	5-4-3-2-1
② 해양레저 친수공간정비	5-4-3-2-1	5-4-3-2-1
③ 해양레저교육센터 설립	5-4-3-2-1	5-4-3-2-1
④ 해양레저 안전·문화 제고	5-4-3-2-1	5-4-3-2-1
⑤ 해양레저 체험·교육프로그램 확대	5-4-3-2-1	5-4-3-2-1
⑥ 해양레저 홍보 이벤트 유치 및 확대	5-4-3-2-1	5-4-3-2-1
⑦ 해양레저관광 비즈니스지원체계	5-4-3-2-1	5-4-3-2-1
⑧ 마리나 서비스산업 육성	5-4-3-2-1	5-4-3-2-1
⑨ 해양레저관광 특화 클러스터	5-4-3-2-1	5-4-3-2-1
⑩ 수상레저안전법 개정	5-4-3-2-1	5-4-3-2-1
⑪ 해양관광진흥법 제정	5-4-3-2-1	5-4-3-2-1
⑫ 민간투자활성화 촉진	5-4-3-2-1	5-4-3-2-1

Ⅲ-2. 해양레저관광 발전전략을 국가 및 지방정부의 정책으로 추진하는데 대한
지지도를 평가하고자 합니다. 해양레저관광 활성화를 위한 전반적인 정책
지지도와 인프라, 대중화, 고도화 및 법&제도 개선에 대한 정책 지지도를
평가해 주십시오(5=매우 높음, 1=매우 낮음).

구분	정책 지지도
① 해양레저관광 발전전략에 대한 전반적 정책	5-4-3-2-1
② 해양레저관광 활성화를 위한 인프라 확충	5-4-3-2-1
③ 해양레저관광 대중화 방안	5-4-3-2-1
④ 해양레저관광 고도화 방안	5-4-3-2-1
⑤ 해양레저관광 활성화를 위한 법 & 제도 개선	5-4-3-2-1

6. 정책추진 대안에 관한 평가

IV. 다음 해양레저관광 유형 중 경제적, 사회적 및 환경적으로 지속가능한 대안은 무엇이라고 생각하십니까? (국가 및 지방자치단체가 해양레저관광 활성화를 위해 우선 육성해야 하는 해양레저관광 유형이 무엇인지 순위를 표기해 주십시오.)

유형	설명	우선 육성순위 (1~5까지 순위를 표기 해주세요)
해중레저 관광	해중에서 이루어지는 레저형태 (예: 스킨스쿠버, 스쿠버다이빙, 씨워킹 등)	
동력형 해양레저	동력을 장착한 기구를 이용한 레저형태 (예: 모터보트, 수상오토바이, 고무보트 등)	
견인형 해양레저	동력 기구의 뒷면에 장비를 부착하여 동력기구의 이동에 따라 즐기는 레저형태 (예: 바나나보트, 수상스키, 패러세일링 등)	
무동력형 해양레저	동력 부착 없이 해양레저 장비만으로 즐길 수 있는 레저형태 (예: 딩기요트, 서핑, 윈드서핑 등)	
패들형 해양레저	해상 위에서 패들을 가지고 이동하는 레저형태 (예: 조정, 카약, 카누 등)	

※ 설문지 작성하느라 수고하셨습니다. 완성된 설문지는 한국해양대학교 장다혜
에게 보내주십시오. (Tel: 010-6488-7797, E-mail: sweety9764@naver.com)

◆ 설문에 응해 주셔서 감사 합니다 ◆