

관광학박사 학위논문

국제관광객의 gambling산업 영향도 평가에
의한 관광시장세분화
- 일본 카지노 관광객을 중심으로 -

경주대학교 대학원

관 광 학 과

신 대 호

2009년 6월

국제관광객의 gambling산업 영향도 평가에
의한 관광시장세분화
- 일본 카지노 관광객을 중심으로 -

지도교수 구 본 기

이 논문을 박사학위논문으로 제출합니다

2009년 6월

경주대학교 대학원

관 광 학 과

신 대 호

이 세상에서 가장 사랑하고 존경하는 어머니,
먼저 하늘나라로 떠난 아름다운 아내 진,
사랑스런 딸 아람이에게 이 논문을 바칩니다.

감사의 글

항상 부족한 지식에 대한 목마름으로 큰 배움(大學)에 입문하여 많은 가르침을 받았으나 진정한 배움의 길은 아직도 멀기만 합니다. 소중한 학문의 길, 이제야 한 고비를 넘게 되었습니다. 조그마한 결실을 맺으면서 무한지식에 선작은 학문적 소양을 가지고 어두운 밤길을 가고 있는 저에게 많은 교수님들의 도움이 있었습니다. 아직 부족한 점이 많으나 더 많은 배움의 의미를 전해주시는 분들에게 감사의 글을 전합니다.

본 논문이 완성되기까지 언제나 아낌없는 애정으로 부족한 저를 이끌어 주시고 지도해주신 변우희 교수님, 구본기 교수님께 가슴깊이 감사드립니다. 보다는은 논문을 위해 주위 깊게 지도하여 주신 김기태 교수님, 손재근 교수님, 그리고 먼 길을 마다하지 않고 오셔서 세밀하게 지도하여 주신 채예병 교수님께 감사드립니다. 학문적 기반과 토대를 잘 쌓을 수 있도록 그동안 많은 자극을 주시고 격려를 하여 주셨던 서윤정 박사님과 바른 학문적인 자세를 갖출 수 있도록 열정적으로 가르침을 주신 정원일 교수님께 감사드립니다. 입문과정에 있어 인상 깊은 가르침과 세심한 배려로 이끌어 주신 노정철 교수님, 조현호 교수님께 깊은 감사를 드립니다.

뒤늦은 학문의 길에서도 항상 변치 않은 우정과 서로에게 격려를 아끼지 않았던 서승윤, 이채도, 성현, 한형주 동기 분들에게 진심어린 고마움을 전합니다. 또한 본 논문을 위해 많은 도움을 아끼지 않았던 임선희 원장님, 김혜련 선생님, 그리고 김재원, 배지현, 김애영 제자들에게도 깊은 감사를 드립니다. 마음으로 성원해 주신 별궁, 먼 이국땅 일본에서 힘과 용기를 북돋아주신 박중영, 죽마고우 김병석, 양정모, 김정수 친구들에게도 지면을 빌어 감사의 마음을 전합니다. 뒤늦은 학문에 도전하면서 어머님을 제대로 돌보지 못해드리고 고생만 시켜 드린 불효자가 어머님께 한없는 죄스러움으로 저의 논문을 받칩니다. 그리고 저세상에서 논문의 완성을 기도했을 사랑하는 아내 진에게 고마움을 전하며, 아빠의 부족한 사랑에도 건강하게 자라준 나의 외동딸 아람이에게 이 결실이 좋은 귀감이 되기를 바랍니다.

2009년 6월
신 대호 올림

목 차

제 1 장 서론	1
제 1 절 연구의 필요성과 목적	1
1. 연구의 필요성	1
2. 연구의 목적	3
제 2 절 연구의 범위와 구성	6
1. 연구의 범위	6
2. 연구의 구성	6
제 2 장 이론적 배경	9
제 1 절 국제관광객의 개념고찰	9
1. 국제관광객의 개념	9
2. 국제관광객의 유형과 특성	11
3. 국제관광객의 현황과 전망	12
제 2 절 gambling산업의 개념적 고찰	15
1. gambling산업의 개념	15
2. gambling산업의 현대적 특성	17
제 3 절 gambling산업의 과제와 전망	19
1. gambling산업의 과제	19
2. gambling산업의 전망	23

제 4 절	갬블링시장과 카지노의 역할	25
1.	갬블링시장의 국제적 현황	25
2.	카지노의 제도적 특성과 효과	26
3.	갬블링시장에서 카지노의 산업적 인식	28
제 5 절	갬블링산업의 영향도 평가	33
1.	갬블링산업의 영향도 평가의 개념	33
2.	갬블링산업의 영향도평가에 관한 이론적 체계	34
제 6 절	갬블링산업의 관광시장세분화 전략	35
1.	갬블링산업의 관광시장세분화의 의의	35
2.	갬블링산업의 관광시장세분화 접근방법	38
3.	갬블링산업의 관광세분화전략 대응요소	42
제 3 장	연구설계	45
제 1 절	자료수집	45
제 2 절	설문지 구성 및 내용	46
제 3 절	연구분석단계 및 방법	48
제 4 장	갬블링산업의 영향도 평가	49
제 1 절	표본의 특성	49
제 2 절	카지노 및 갬블링산업의 인식도 비교	51
1.	카지노 이용동기 변수 비교	51
2.	카지노 인식도 변수 비교	53
3.	갬블링 인식도 변수 비교	54

4. 갬블링 발전대응 변수 비교	57
제 3 절 카지노 및 갬블링산업 평가변수의 구성타당도	58
1. 카지노 이용동기의 구성타당도	58
2. 카지노 인식도의 구성타당도	59
3. 갬블링산업 인식도의 구성타당도(부정)	60
4. 갬블링산업 인식도의 구성타당도(공정)	62
제 4 절 카지노 및 갬블링산업의 영향도 평가	63
1. 카지노 이용동기	63
2. 카지노 인식도 비교	66
3. 갬블링산업 인식도(부정)	68
4. 갬블링산업 인식도(공정)	71
제 5 절 갬블링산업의 관광시장세분화	73
1. 카지노 3그룹별 군집화 분류	73
2. 갬블링산업의 3그룹별 군집화 분류	75
3. 갬블링 관광시장세분화(부정)	77
4. 갬블링 관광시장세분화(공정)	79
5. 갬블링산업 인식도 군집화분류	81
제 5 장 결론 및 시사	83
1. 연구결과의 요약	83
2. 시사점 및 한계	85
참 고 문 헌	87
A b s t r a c t	91
설 문 지	93

<표 차 례>

<표 2-1> 연구자별 관광객 유형과 특성	12
<표 2-2> 세계 관광현황	13
<표 2-3> 국제관광객 수 및 관광수입 추이	14
<표 2-4> 특성에 따른 gambling산업	21
<표 2-5> 합법적 gambling의 시행목적 및 법률적 근거	21
<표 2-6> 관광시장세분화 기준	40
<표 2-7> 군(Gunn)의 관광시장 세분화 기준	40
<표 2-8> 고객특성 분류	43
<표 2-9> 경정 시행규모(2002.6~11)	44
<표 3-1> 표본의 개요	46
<표 3-2> 설문지 구성	47
<표 3-3> 분석절차의 설계	48
<표 4-1> 인구통계학적 특성	50
<표 4-2> 카지노 이용동기 변수 비교	52
<표 4-3> 카지노 인식도 변수 비교	54
<표 4-4> gambling 인식도 변수 비교(부정)	55
<표 4-5> gambling 인식도 변수 비교(긍정)	57
<표 4-6> gambling 발전대응 변수 비교	58
<표 4-7> 카지노 이용동기의 구성타당도	59
<표 4-8> 카지노 인식도의 구성 타당도	60
<표 4-9> gambling 인식도 구성타당도(부정)	61
<표 4-10> gambling 인식도 구성타당도(긍정)	62
<표 4-11> 국제관광활성화기여에 관한 카지노 이용동기 평가	63
<표 4-12> 재방문정도에 관한 카지노 이용동기 평가	64
<표 4-13> 전반적인 만족도에 관한 카지노 이용동기 평가	64
<표 4-14> 테마파크형 gambling산업 필요성 정도에 관한 카지노 이용동기 평가	65
<표 4-15> 관광목적지 체류기간 연장에 관한 카지노 이용동기 평가	65
<표 4-16> 국제관광 활성화기여에 관한 카지노 인식도 평가	66
<표 4-17> 재방문에 관한 카지노 인식도 평가	67

<표 4-18> 전반적인 만족도에 관한 카지노 인식도 평가	67
<표 4-19> 테마파크형 갬블링산업 필요성 정도에 관한 카지노 인식도 평가	68
<표 4-20> 관광목적지 체류기간 연장에 관한 카지노 인식도 평가	68
<표 4-21> 국제관광활성화 기여에 관한 갬블링 인식도 평가	69
<표 4-22> 재방문에 관한 갬블링 인식도 평가	69
<표 4-23> 전반적인 만족도에 관한 갬블링 인식도 평가	70
<표 4-24> 테마파크형 갬블링산업 필요성 정도에 관한 갬블링 인식도 평가(부정)	70
<표 4-25> 관광목적지 체류기간 연장에 관한 갬블링 인식도 평가	71
<표 4-26> 국제관광활성화 기여에 관한 갬블링 인식도 평가	71
<표 4-27> 재방문에 관한 갬블링 인식도 평가	72
<표 4-28> 전반적인 만족도에 관한 갬블링 인식도 평가	72
<표 4-29> 테마파크형 갬블링산업 필요성 정도에 관한 갬블링 인식도 평가(긍정)	73
<표 4-30> 관광목적지 체류기간 연장에 관한 갬블링 인식도 평가	73
<표 4-31> 카지노 3그룹별 관광객의 이용동기요인별 평균	74
<표 4-32> 카지노 3그룹별 관광객의 인식도요인별 평균	75
<표 4-33> 갬블링 인식도 3그룹별 관광객의 영향요인별 평균(부정)	76
<표 4-34> 갬블링 인식도 3그룹별 관광객의 영향요인별 평균(긍정)	76
<표 4-35> 갬블링 관광객의 3그룹별 특성별 세분화(부정)	78
<표 4-36> 갬블링 관광객의 3그룹별 특성별 세분화(긍정)	80
<표 4-37> 갬블링 인식도 3그룹별 관광객의 영향요인별 평균(부정)	81
<표 4-38> 갬블링 인식도 3그룹별 관광객의 영향요인별 평균(긍정)	82

<그 립 차 례>

<그림 1-1> 연구 흐름도	8
<그림 2-1> 관광지의 다양한 관광 사업유형	20

제 1 장 서 론

제 1 절 연구의 필요성과 목적

1. 연구의 필요성

한국의 관광산업은 그동안 외화획득의 중요수단으로 정부차원의 적극적 지원 아래 성장을 거듭하면서 유망한 효자산업으로 부상되어 왔다. 그러나 최근 외래 관광객의 증가가 감소추세로 돌아가고, 국제관광 수지가 점점 적자에 시달리게 되면서 관광객이 진정으로 원하는 새로운 관점에서의 관광 사업이 정착되어야 하는 중요한 시기에 처해있다(변우희, 2001). 따라서 관광사업의 국가적 차원에서 전략사업으로 집중적으로 육성하여야 할 관광업종 가운데 본 연구의 대상인 갬블링산업은 외화획득으로 인한 경제적 효과는 물론, 지역 개발을 활성화시키는 매우 중요한 관광사업이라 할 수 있다. 이러한 관광산업은 서비스산업에서 가장 유망하고 주도적인 산업으로 주목받고 있으며, 관광수출의 증가, 국민의 소득수준 향상, 적극적인 지역관광지 개발 및 정부의 관광규제 완화, 여가시간의 확대 등으로 지속적인 발전을 보이고 있다.

급변하는 관광환경 속에서 세계 각국은 경쟁적이고 다양한 관광상품 및 인프라 구축 등을 통하여 국제관광객 유치에 대한 다양한 전략을 추진하고 있다. 그 가운데 카지노 산업은 전 세계적으로 대규모화, 대중화 경향을 보이며 미래의 관광산업을 주도해 나갈 유망한 산업으로 각광받고 있다. 전통적으로 대부분의 모든 국가들은 카지노를 포함한 도박활동을 사행산업으로 인식하며 강력한 통제의 대상으로 간주하였다. 그러나 1931년 도박산업을 합법화한 미국 네바다주의 라스베가스과 1976년 뉴저지주의 아틀랜틱시티의 급격한 성장을 목격한 북미와 유럽, 그리고 아시아국가에서는 지역경제의 활성화 및 관광상품으로의 대중화와 함께 다양하며 효율적인 활용을 위해 카지노의 합법화를 긍정적으로 검토하고 추진 중에 있다(김천권, 2005).

종교, 도덕, 정치적 이념으로 인해 다른 대륙에 비해 카지노산업이 더딘 발전으로 보이고 있던 아시아지역에서 도박을 즐기는 성향이 강한 중국인, 일본인, 한국인이 미국, 마카오, 필리핀의 카지노 시장의 주요 고객이 되고 있다(서원석, 2006). 또한 천연자원과 관광자원이 부족한 나라를 중심으로 성장세를 보이는 아시아의 카지노산업이 미국 라스베가스의 대규모 자본의 진출에

따라 확장, 확산되는 추세를 보이고 있으며, 특히 마카오와 필리핀의 성장세가 뚜렷하다. 카지노산업에 대한 아시아 국가들의 긍정적인 여론 확산에 따른 카지노 정책변화 등으로 고속성장 중인 아시아 카지노산업의 규모는 2005년 134억 달러에서 2012년 445억 달러로 3배 이상의 증가가 예상되고 있다(최영준·김영규, 2007).

그러나 한국의 경우 gambling산업이 극단적인 사행산업으로 분류되면서 내국인에게 엄격하게 규제가 시행되고 있고 실제로 국내인이 허용 가능한 강원랜드를 비롯한 경마산업 등의 gambling산업이 사회의 지탄의 대상이 되고 있다. 이러한 국내 gambling산업의 일방적인 정책적 편익은 역설적으로 외국인을 위한 gambling산업의 인바운드 활성화에 직접적인 장애요인으로 작용하고 있다. 이것은 gambling산업의 국제관광 경쟁력 확보차원에서도 새로운 한국형 gambling산업의 인바운드 정립이 절실히 필요한 시점에 왔다는 것을 의미한다. 더욱이 한국의 gambling산업이 인바운드 활성화를 저해하는 구조적인 문제는 국가 및 민간기업차원에서의 정책적인 지원미비 및 학계나 연구기관의 실증적인 조사연구가 거의 전무한 상황에 처해 있기 때문이기도 하다.

그동안 한국사회는 국가적 차원에서의 수출주도형 성장전략과 성공적인 경제개발정책에 힘입어 각 계층에 경제적인 여유가 확산되었고 그 결과 국민들의 생활영역에 여가활동의 기회가 증대됨으로써(정규엽·곽강화·유승석, 2007) gambling산업의 선진화 가능성이 조심스럽게 제기되고 있는 실정이다. 이것은 서비스 활동에 대한 다양화, 차별화, 첨단화된 요구가 높아지고(김천권, 2005), 카지노 gambling에 참여하는 인구가 확대됨에 따라 카지노가 단순한 도박장소에서 탈피하여 종합적인 오락장소로 전환되고 있다는 것을 시사하고 있는 것이다. 또한 gambling산업이 단순한 일차적인 게임행위에서 관광유인적 요소를 가미한 종합적인 관점에서의 행위적, 장소적 개념을 초월한 형태로 통합적인 시스템의 접근을 강요하고 있는 것이다.

이러한 시대적 상황의 변천과 gambling산업의 패러다임이 변모하고 있는 현 시점에서 이제는 카지노를 비롯한 gambling산업의 대중화, 진진화, 관광자원화 및 종합테마파크 정착은 국제관광선진화를 위해서는 필수불가결한 요소로 등장하고 있다. 따라서 외국인에게 차별적인 한국형 gambling산업의 체재를 갖추기 위해서는 외국의 선행사례를 통하여 지속적인 연구가 필요할 것이다.

마카오의 실례를 살펴보면, 2002년 1153명에 이르는 관광객이 2006년 2200만

명을 기록, 2007년에는 2700만 명에 이르며(김석주, 2008), 홍콩 사우스차이나 모닝포스트에 의하면 2008년 8월 한 달 동안의 총수입이 96억 파타카(약 1조 3500억 원)로 지난해 같은 기간보다 44%나 증가했다. 이는 마카오가 ‘세계 관광시장의 블랙홀’로 급부상하고 있음을 보여준다. 이러한 마카오의 수익성 확보에 적용시키는 경영노하우를 벤치마킹한다면 외국인에게 매력성을 부가하는 요인들이 한국적 상황에 바람직한 응용자료로 활용될 것으로 기대된다.

그러나 마카오 카지노산업의 성장과 비교해 보면 국내 카지노산업의 경영 실적은 매우 비관적이다. 국내 카지노 매출이 약 60%정도를 차지하고 있는 강원랜드의 성장세가 눈에 띄게 둔화되고, 2006년에 개장한 세븐럭을 제외한 대부분의 외국인 전용 카지노 또한 매출이 줄거나 제자리걸음 수준이다. 또한 여전히 우리나라 국민들에게 카지노는 대중화된 건전한 여가활동이 아닌 부정적이며 퇴폐적인 도박활동으로 인식되는 경우가 많다(손대현·장희정·삼성에버랜드, 2003). 이러한 상황에서 마카오 및 선진 외국의 긍정적인 요소를 세밀히 분석하여 한국 갬블링산업의 인바운드 활성화에 직접 적용하여야 할 것이다.

결국 카지노를 비롯한 갬블링산업은 훌륭한 여가활동의 하나라 여겨질 수 있으나, 중독성이 심하며 경제적 손실과 함께 인간의 존엄성에도 악영향을 미칠 위험성이 높은 양극의 측면을 갖고 있다(이준호, 2004). 이러한 양면성을 지닌 카지노산업을 전술한 바와 같이 도박의 개념에서 과감히 탈피하여 일반 관광객, 가족단위의 관광객 등 다양한 계층에 어필할 수 있는 엔터테인먼트의 기능을 갖추며 동시에 국가로부터의 정책전환 인식과 긍정적인 발전정책의 수립이 절대적으로 필요하리라 본다. 특히 도박이라는 인식적 오류에서 벗어나 휴식과 여가, 관광활동의 기능을 갖춘 갬블링산업에 대한 국제관광객의 인식에 따른 영향도 분석과 관광시장세분화에 의한 대응전략수립은 매우 중요한 선결과제로 보아야 할 것이다.

2. 연구의 목적

본 연구는 앞에서 제기한 한국 갬블링산업의 구조적인 문제를 해결하고 새로운 관점에서의 갬블링산업의 활성화를 위한 전략적 대응방안을 모색하기 위하여 시도 되었다. 특히 한국의 갬블링산업이 국내는 물론 외국인 관광객에게도 새롭고 건전한 여가문화를 선도해가는 종합레저산업으로 정착시켜야 한다는 관점에서 실증적인 분석적 연구가 시도되었다. 앞서 제기한 바와 같이

본 연구에서는 카지노산업의 관광시장에 대한 관광객 인식 효과와 세분화 속성별 요인을 파악하고 관광 목적지의 국제적 이미지 향상 가능성과 성공적인 인바운드 활성화 전략에 어떠한 영향을 주는가를 파악하기 위한 기초 자료를 제공하는 데에 궁극적인 목적이 있다.

구체적인 분석과정은 카지노산업의 관광시장 세분화를 통해 인바운드를 활성화시키고 문화관광자원적 가치성을 발휘함과 동시에 국제적 테마 관광 상품으로 정착시켜야 한다는 전제 하에 시도 되었다. 특히 국제관광객의 갬블링산업에 참여한 후 드러나는 문제점을 파악하고 갬블링관광시장세분화를 하고자 다음과 같은 세부적인 연구목적을 가지고 실증분석에 임하였다.

첫째, 지금까지 국내의 갬블링산업에 대한 연구는 주로 카지노에 국한한 연구들이 주로 논의되어 왔으나 갬블링산업에 대한 전반적인 선행연구는 거의 없는 실정이다. 외국의 경우도 마찬가지로 카지노 중심의 연구(Martinez, 1983; Walker, 1992)가 진행되어 왔으나 최근에 점차적으로 갬블링산업연구가 확산되고 있는 실정이다. 따라서 본 연구는 우선적으로 이러한 선행연구가 매우 미비한 현실에서 선행적 차원에서 카지노 및 경마, 경륜 등 갬블링산업의 개념과 그와 관련된 특성 등 제반이론을 고찰함으로써 연구의 준거틀을 마련하고자 하였다.

둘째, 본 연구의 주된 방향성은 그동안 한국의 카지노 및 갬블링산업은 도박으로 치부되어 왔으며 이를 이용하는 고객들은 특정한 병리현상을 가진 집단으로 간주되고 있는 현실적인 문제를 해결하고, 그 대안적 처방을 모색하기 위해 구체적인 영향도 평가를 실시하였다. 특히 그동안 내국인의 출입을 제한한 카지노를 비롯한 관련 카지노산업들이 내국인은 물론 외국인을 유치하는 데에 가장 큰 저해요인인 건전성과 대중성이 결여 되어 있다는 관점에서 이것을 해결하기 위한 근본적인 해법을 찾는 데 연구의 주안점을 두었다.

셋째, 본 연구는 논제에서 제시한 바와 같이 향후 한국을 방문할 국제관광객을 모집단으로 하여 인바운드를 활성화시키기 위한 전략적인 대응방안을 모색하는 것이 궁극적인 목표인 것이다. 더욱이 한국의 관점에서는 카지노산업이 그동안 인바운드 대상 관광자원으로서 가장 중요한 역할을 수행하여 온 관계로 본 연구에서는 일차적으로 카지노산업을 평가대상변수로 선정하였으나 실질적인 결과변수로 카지노와 갬블링산업을 다면적차원에서 인과관계를 적용하였다. 따라서 본 연구의 종속변수로 선정된 갬블링산업의 국제관광

활성화 기여, 재방문의사정도, 전반적인 만족도, 갬블링산업시설의 적정성 및 체류기간 연장 정도 등에 관한 영향도 평가는 향후 한국을 관광목적지로 한 인바운드 활성화에 결정적인 영향을 미칠 것이라고 판단된다. 특히 투입변수별 종속변수에 대한 상대적 중요도평가에 의한 의사결정우선순위 확보는 매우 세밀한 갬블링산업의 기업경영계획과 실행에 중요한 실행지침으로 활용하게 될 것이다.

넷째, 본 연구 분석의 가장 중요한 분석절차는 일차적으로 한국의 갬블링산업의 전반에 대한 긍정성과 부정성 요인을 군집화 하여 비교평가에 적용하였다는 점이다. 이렇게 도출된 군집분류를 통해 실질적인 인바운드시장의 세분화가 가능하게 되었으며, 특히 그에 따른 인구통계적 특성과 행태적 특성에 의한 표적시장의 구체적인 대응별 관광마케팅을 수립하는 절차는 인바운드 관광객이 진정 필요한 욕구(needs)와 요구(wants)를 파악하여 구체적으로 대응할 수 있다는 차원에서 본 연구의 강점이 있다. 더욱이 종속변수와 군집의 일원변량분석으로 통한 상대적인 중요도 비교는 각 표적시장에 대한 의사결정 우선순위 확보 뿐 아니라 갬블링산업의 긍정성과 부정성에 따른 인바운드 관광객의 내면적인 특성을 파악 할 수 있다는 의미에서 연구의 과학성과 결과의 효용성을 입증하게 되는 것이다. 따라서 일차적인 분석단계인 영향도 평가에 의한 인과관계 규명이 실행된 후 다소 평면적인 거시적인 의사결정지표가 산출되었다면 관광시장세분화에 의한 평가절차는 매우 세밀하고 비교우위적인 의사결정지표를 확보할 수 있다는 점에서 상당히 중요한 의미를 내포하고 있다.

다섯째, 본 연구의 가정적 추론에 의한 가설들이 검증되고 그 결과의 값이 구체적으로 산출될 경우 카지노를 비롯한 한국 갬블링산업의 국제화에 상당히 기여하게 될 것으로 사료된다. 특히 앞서 제기한 바와 같이 한국에서의 갬블링산업 연구는 카지노를 제외하고는 아직은 거의 연구가 되지 않고 있어 본 연구는 향후 진행될 후속연구의 선행지표로 적극 활용될 것으로 본다. 또한 그동안 음성적이고 도박 산업으로만 인식되어온 갬블링산업이 본 연구를 통해 대중화되고 건전한 레저산업으로 정착시키는데 일조를 할 것으로 기대된다. 특히 본 연구결과는 인바운드 국제관광정책수립에 중요한 참고자료로 활용될 뿐 아니라 국제관광객의 표적시장 분석을 통한 국제관광마케팅 정책수립에도 상당한 기여를 하게 될 것이다.

제 2 절 연구의 범위와 구성

1. 연구의 범위

본 연구의 공간적 범위는 국내 제2의 국제공항인 김해공항과 부산부두를 연구대상 범위로 선정하였다. 이는 한국을 방문하는 국제관광객 구성비율의 인바운드 현황조사에서 알 수 있듯이 일본시장이 과반수 가까이 차지하기 때문이다. 또한 국제관광객을 대상으로 한 기존의 연구가 수도권으로 편중되어 있는 실정이므로 지방으로 입국하는 국제관광객들의 실태조사가 절실하다고 판단되기 때문이다. 따라서 본 연구는 제2의 국제공항인 김해공항과 부산부두를 공간적 범위로 선정하였다.

연구의 시간적 범위는 우선 1차적으로 2008년 6(1개월간)월 30명의 표본을 통해 본 연구의 구성 타당도 검증 및 설문완성을 위한 예비조사 및 분석이 실시되었다. 이어서 본 연구의 설문지 회수기간은 2008년 8월 15일부터 2009년 2월 15일까지 6개월에 걸쳐 실시되었으며, 표본 추출은 체계적 무작위 표본 추출법을 적용하였다. 구체적 조사방법으로는 일본인관광객을 대상으로 선정 한 후 조사를 실시하였다. 연구조사원 배정 역시 3개의 그룹으로 분산하고 표본을 통한 모집단의 특성을 제대로 반영하기 위하여 최대한 객관적인 추출이 되도록 하였다. 특히 연구의 객관성을 확보하기 위하여 사전에 충분한 통계적 지식을 갖추고 철저히 훈련된 조사원을 활용하여 실시하였다.

2. 연구의 구성

본 연구는 앞에서 제시한 연구의 목적을 실증적으로 검증하기 위하여 우선적으로 선행연구를 중심으로 문헌연구를 수행하였다. 본 연구의 이론적 범위는 전체 5장으로 구성되어 있으며, 제1장에서는 연구의 필요성 및 연구목적 그리고 연구범위와 구성 등이 제시된다.

제2장에서는 국제관광객의 개념체계로 국제관광의 개념과 국제관광의 특성 및 향후 전망을 분석함으로써 국제관광의 이론적 근거를 제시하였다. 그리고 국제관광객의 부분은 국제관광객의 현황과 유형을 다루었다. 또한 갬블링산업의 개념적 고찰부분에서는 갬블링산업의 개념과 국제관광과의 관계를 다

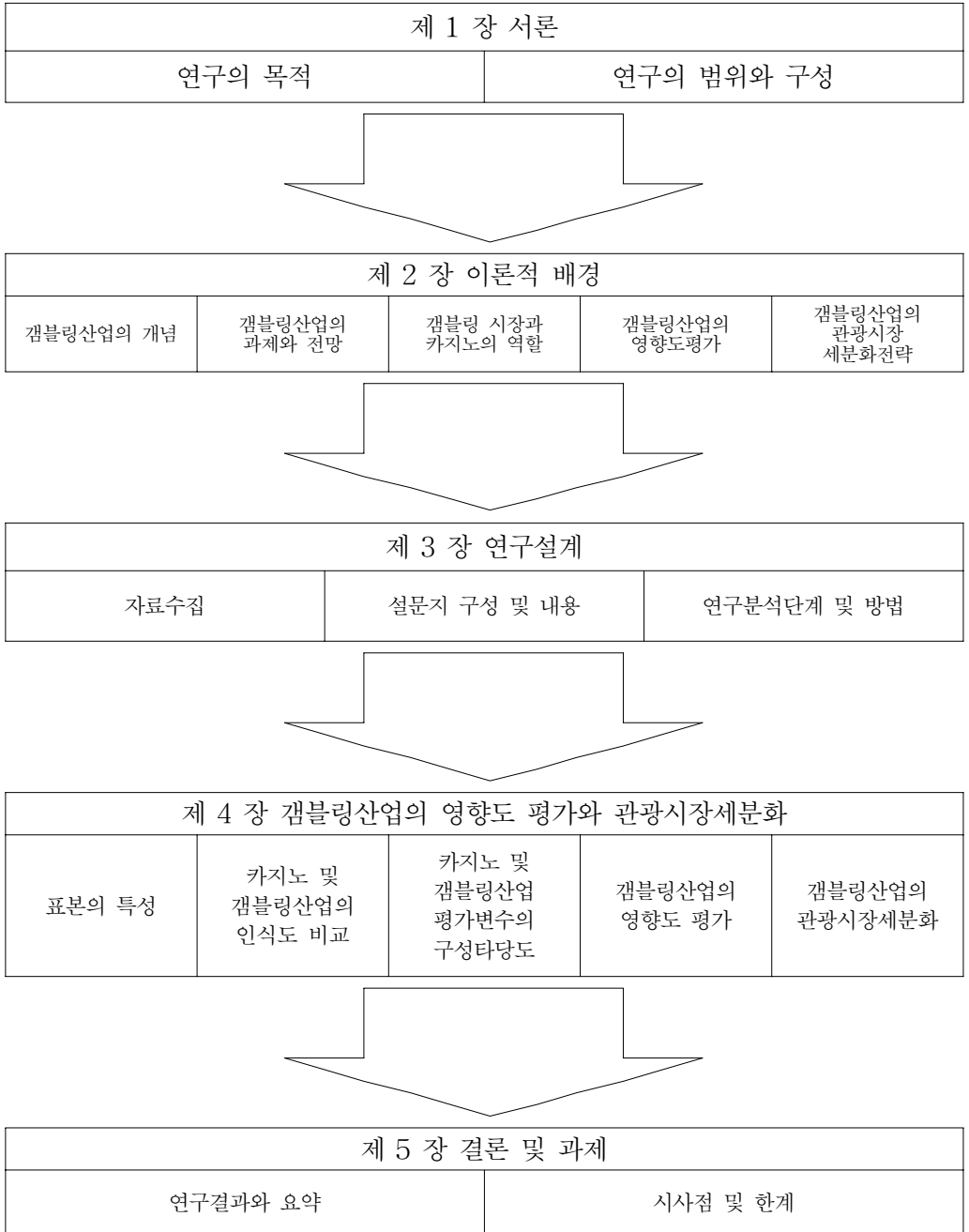
루었고, 특히 갬블링산업의 과제와 향후 전망에 대해서 다루었다. 그리고 국제갬블링시장과 카지노의 역할을 통해 갬블링시장의 국제적 현황과 카지노의 산업적 인식에 대하여 다루었다. 또한 갬블링산업의 영향도 평가를 위한 국제관광객의 카지노 이용동기와 인식요인에 대한 이론적 접근을 시도하였다. 그리고 관광시장세분화전략 대응요소에 대한 개념적 접근을 시도하였다.

제3장에서는 제2장의 이론적 고찰을 바탕으로 실증연구를 위한 연구설계로 설문지 구성 및 내용을 다루었다. 그리고 본 연구의 연구분석단계 및 방법에 대하여 다루었다.

제4장은 갬블링산업의 영향도 평가와 관광시장세분화에서는 실증분석을 통한 해석으로 표본의 특성 및 카지노 및 갬블링산업의 인식도 비교, 카지노 및 갬블링산업 평가변수의 구성타당도 분석, 갬블링산업의 영향도 평가를 실시하였다.

마지막으로 제 5장에서는 분석된 연구결과를 요약한 후 관광시장세분화의 시사점을 도출하고, 본 연구에서 나타난 연구의 한계점과 연구방향을 제시하였다.

본 연구의 주된 방향은 국제관광객의 카지노 이용동기 및 인식요인을 분석하여 카지노가 국내 갬블링산업으로 어느 정도 타당성이 있는지를 평가하는 것이다. 따라서 본 연구는 갬블링산업의 영향도 평가와 관련하여 카지노를 방문한 국제관광객의 이용동기 및 인식요인과의 영향과 군집별 시장세분화 방안 및 시장대응방안 구축 차원에서 연구하였다. 본 연구의 연구 흐름도는 <그림 1-1>과 같다. 갬블링산업 타당성확보를 목적으로 하는 본 연구의 완성을 위한 접근방법으로서 우선 이론적인 규명을 통하여 모형탐색과 변수선정 후 연구 분석 대상변수를 설정하였고, 그에 따른 독립변수와의 관계성에 대한 이론을 정립한 후 실증조사 분석을 실시하였다. 그리고 본 연구의 실증분석은 요인분석, 신뢰도분석, 다중회귀분석, 계층적 군집분석 및 일원배치분산분석, 교차분석을 이용하였다.



〈그림 1-1〉 연구 흐름도

제 2 장 이론적 배경

제 1 절 국제관광객의 개념고찰

1. 국제관광객의 개념

국제관광의 정의는 세계관광기구가 통계적, 기술적, 실용적 목적으로 내린 것과 학문적 차원에서 내려진 것으로 구별할 수 있다. 전자의 정의는 주로 국제관광객이라는 움직이는 실체를 중심으로 하였고, 후자는 국제관광객이 유발시키는 일체의 현상을 중심으로 하였다. 학자들의 연구에 따라 통계적·기술적 정의와 개념적 정의를 크게 구분할 수 있다.

오늘날 흔히 볼 수 있는 일상적인 사람들의 물리적 이동 또는 포괄적 의미에서의 여행과 관광은 여러 가지 이유에서 구별되어야 할 필요가 있다. 따라서 공간적·시간적 그리고 목적요인 등의 중요성이 감안된 국제관광객에 대한 정의를 살펴보면 다음과 같다.

최초의 공식적인 정의는 1937년 국제연맹의 통계전문가위원회(The Committee of Statistical Experts of the League of Nations)의 ‘외국관광객’에 대한 것으로 ‘적어도 24시간 동안 본인의 거주지가 아닌 다른 나라를 방문하는 사람’이라고 함으로써 24시간 미만 방문자를 중심으로 취급하고 있다. 따라서 관광객은 ‘즐거움, 가사상 이유, 건강, 사업목적, 회의, 외교적 목적 그리고 종교적 목적으로 여행하는 자’를 말하고 ‘해양유람선으로 도착하는 자는 24시간 미만 체재자일지라도 관광객의 범주에 포함시켜야 한다. 그러나 직업을 구하기 위해 방문국에서 어떤 사업활동에 종사하는 자, 거주를 목적으로 입국하는 자, 학교 기숙사생활을 하는 학생 그리고 국경지역에서 일하는 근로자들의 여행은 관광객으로 간주될 수 없다’라고 밝히고 있다. 이와 같은 외국관광객과 비관광객에 대한 정의는 다소 미흡한 점이 있으나 사상 최초로 공식적인 원칙 및 범주를 설정했다는 데 큰 의미를 부여할 수 있다. 그 후 1963년 로마에서 개최된 ‘국제관광 및 여행에 관한 유엔(UN)회의’에서는 방문 또는 여행목적에 따른 구분과 ‘방문국에서 작업상 보수를 받지 않는 일상의 거주지가 아닌 타국을 방문하는 자’를 방문객이라 정의하였다. 그리고 이 정의는 유엔통계위원회의 승인을 거쳐 1968년 비로소 국제 관설 관광 기구에 받아들여졌다.

우리나라 교통부에서는 한국관광통계의 기본이 되는 한국은행의 국제수지 편재요람(1979)에서 ‘여행자’란 군인, 외국공무원 및 가족, 그리고 당해 국민경제를 위한 생산활동을 수행중인 자 등을 제외한 체류기간 1년 이내의 비거주자로서 체류목적 불문하고 있다. 이 경우 업무여행, 유학생 및 훈련생, 기타 여행(휴가, 요양, 가족방문, 종교, 체육, 회의참석)등이 포함되나 회유여행(비숙박 단시간 체류)은 제외되어 있다. 따라서 숙박여행만이 고려되며 위의 유엔의 정의에 비해 장기체류형 ‘비관광목적’의 여행자가 많이 포함될 수 있다. 그러나 유엔의 정의 역시 여행 목적을 광범위하게 설정하고 있어 여행 목적에 따른 실측치의 차이는 크지 않을 것으로 보인다. 따라서 우리나라의 정의는 유엔의 관광객과 유사하다고 볼 수 있으나 모든 국가가 긍정적으로 수용할 수 있는 더욱 명확한 통일된 개념정립이 요구되고 있다.

또한 국제관광에 대한 정의를 보는 시각은 학자들에 따라 다양하다. 통계적, 기술적 정의에 대하여 논하였듯이 개념적 정의로 관광을 보는 학자들도 있다. 첫째, 다음 요건을 충족하면 국제관광으로 인정한다. 국적을 불문하고 국경선을 넘어 타국으로 이동하되 체재기간의 장단은 고려하지 않으며 체재 목적이 직업을 갖기 위한 것이 아니어야 한다. 이것은 매우 광범위한 정의로서 통계상의 정의와 배치되는 점이 많이 있을 것이다.

둘째, 상기 요건을 충족시키는 전제하에서 발생하는 경제적, 정치적, 사회문화적 활동과 현상의 총체를 말한다. 여기서 유의할 것은 활동(activity)과 현상(phenomenon)이다. 활동은 구경이나 식사, 그리고 각종 오락이나 스포츠와 같은 가시적인 행동이며, 현상은 이러한 활동으로 인해 야기되는 긍정적 및 부정적 효과를 말한다. 활동은 그것으로 끝나는 것이 아니며 그로 인해 그 사회에 미치는 여러 측면의 영향을 고려해야 한다. 따라서 많은 학자들은 국제관광이 국제수지에 미치는 경제적 영향만이 아니라 국제관광객의 교류로 인해 발생하는 정치 외교적 문제, 인식민적 경향, 사회적 병폐, 질병의 확산 등을 심각하게 고려하고 있는 것이다. 국제관광의 문제를 단순히 외화벌이로만 국한시킬 수 없는 이유가 바로 여기에 있으며 국제관광의 연구에도 결코 이러한 점을 간과할 수 없는 것이다. 결국 국제관광이란 취업이외의 목적으로 국경선을 넘어 타국으로 이동하여 여행하는 그 과정에서 발생하는 일체의 활동과 현상을 말한다.

이상과 같은 국제관광에 대한 관광관련기구와 학자들의 정의를 바탕으로

국제관광의 개념을 인적, 공간적, 현상적 범위로 나누어 살펴보면, 국제관광의 인적범위는 유엔이 개최한 ‘여행과 관광에 대한 로마회의’에서 보수를 지급 받고 일할 목적으로 방문한 사람을 제외시키고, 기타 목적으로 방문한 사람을 ‘방문자(visitor)’로 보고, 다시 방문자를 방문국에서 적어도 24시간을 체재하는 ‘일시 방문자’로 여가, 사업, 가족·친지방문, 업무, 회의의 방문목적에 갖는 ‘觀光者’, 방문국에서 24시간 미만동안 체재하는 일시적 방문자를 뜻하는 ‘당일방문자’로 구분하고 있다.

2. 국제관광객의 유형과 특성

관광의 유형(typology)은 그 성격에 따라 여러 가지로 나누어질 수 있다. 즉 관광자의 형태, 관광목적지의 원근과 형태, 관광의 목적, 관광집단의 크기, 여행계획자의 형태, 이용 숙박시설의 형태, 이용 운송수단의 형태별로 구분된다.

관광객의 추구 목적에 따라 자연을 벗하고자 하는 sun-lust와 문화를 견문하며 돌아다니는 wander-lust로 구분하였고(Gray, 1970), 관광개발에 따라 관광객을 방랑자(the drifter), 탐구자(the explorer), 개별대량관광자(the individual mass tourists), 조직화된 대량관광자(the organized mass tourists) 4가지로 분류하였다(Cohen, 1972). Cohen의 4가지 유형을 토대로 7가지 유형인 탐구자(explorers), 엘리트 관광객(elite tourists), 별난 관광객(off-beat tourists), 이례적 관광객(unusual tourists), 초개 대량관광자(incipient mass tourists), 전세편이용 관광객(charter tourists)로 분류, 소개하였다(Smith, 1977, 1989). 이들 분류는 광범위하고 구분이 명확하게 나타나지 않는다는 문제점을 지적할 수 있다.

반면, 관광자의 인구통계적 특성을 기준으로 개별여행객(individual free tourist), 준 제도화된 여행객 (semi-institutionalized tourist), 제도화된 여행객(institutionalized tourist)의 3가지 유형으로 분류하여 뚜렷한 구분이 된다(김사현, 2003). 이 분류는 어떤 엄격한 기준이 있는 것은 아니지만, 방랑자, 탐구자, 별난 관광객, 이례적 관광객은 ‘제도화되지 않는 관광’의 영역으로, 개별 대량관광자, 조직화된 대량관광자, 전세편이용 관광객은 ‘제도화된 관광’의 영역으로 구분할 수 있다. 하지만 오늘날 관광 사회학자들이나 정책결정자들의 관심과 연구대상은 별로 눈에 띄지 않고 영향의 정도도 미미한 ‘제도화되지 않은 관광객’계층이 아니라 현지문화와 충돌하는 대량관광자와 같은 ‘제도

화된 관광객'계층에 국한되고 있다(김사현, 2003).

<표 2-1>은 연구자별 관광객 유형과 특성이다.

<표 2-1> 연구자별 관광객 유형과 특성

연구자		관광자 유형	유형별 특성
상호작용적 유형	초기 연구	Gray	sun-lust wonder-lust 자연과 벗하고자 하는 관광객 문화를 건문하며 떠돌아다니는 관광객
		Prog	내부지향형 여행자 외부지향형 여행자 모험심 없이 기성의 관광목적지를 찾는 여행자 모험심이 강해 오지 등의 다양한 경험을 추구하는 여행자
	비제도적 관광	Cohen	drifter explrer individual mass tourist 여행계획, 원주민과 일체, 긴 여행기간 여행계획, 현지문화 경험, 신기로움 추구 기존의 여행 대상 및 수단 일부 이용, 단기, 위험회피, 고급소비지향
		Smith	explorer elite tourist off-beat tourist unusual tourist incipient mass tourist 매우 제한적인 수, 현지규범 적용 및 관찰 별로 눈에 띄지 않으며 고급문화 추구 가끔 있는 유형으로, 여행만족 극대화 혼합 소규모 단체, 당일관광객 초기 대량 관광객, 안락성 추구
		김사현	individual free tourist semi-institutionalized tourist 젊은층, 중산층 정도의 소득, 현지에 잘 적응, 여행경험 풍부 중년층, 중산층이상의 소득, 현지에 어느 정도 적응, 여행 경험 있음.
	제도적 관광	Cohen	organized mass tourist 패키지 관광, 정해진 장소만 방문, 현지문화접촉 최소, 신기성 최소
		Smith	mass tourist charter tourist 대량 유입되며 안락성 요구 대량으로 유입되며 현지에서 서구적 쾌적성 요구
		김사현	institutionalized tourist 장년층, 상위소득계층, 현지 적응 어렵고, 여행경험 거의 없음
	인지규범적 유형	Cohen	recreational diversionary experiential experimental existential 주변문화에 관심을 두지 않고 자신의 문화만을 중심으로 생각함 일상에서의 일탈만을 목적으로 함 다른 문화의 고유성을 체험하고자 함 새로운 대안적 삶을 체험하고자 함 새로운 문화체험을 그들의 대안으로 삼는 것

자료: 김윤정(2004). 문화관광 여행자의 사회경제적 특성 분석. 『한국관광학회』.

3. 국제관광객의 현황과 전망

관광산업에 있어 2000년과 2001년은 매우 예외적인 해로 기록된다. 2000년 전 세계적 해외여행자 수는 전년보다 4,500만 명이 늘어나(6.9% 증가) 사상

최고치를 기록하였으며, 뒤이은 2001년은 9.11 테러사건으로 전년대비 0.6%감소하여 1982년 이후 처음으로 마이너스 성장을 기록하였다. 그러나 2001년의 결과는 2000년에 국제관광객수가 예년에 비해 그렇게 대폭적으로 늘어나지 않았다면 지난 10년간의 추세를 어느 정도 따라가는 실적이다(<표 2-2>참조).

<표 2-2> 세계 관광현황

연도	해외여행자 수 (백만명)	증감인원(백만명)	증가율(%)
1996	586	34	6.2
1997	610	24	4.1
1998	629	19	3.1
1999	652	23	3.7
2000	697	45	6.9
2001	692	-5	-0.6

자료: 한국관광공사(2002). 『관광통계연보』.

9.11 사태는 2001년 국제관광 부진의 가장 중요한 원인이었지만, 독일, 일본 등 주요 관광객 송출국 경제상황의 악화로 2001년 1~8개월간에 이미 인바운드 시장의 위축이 미주, 남아시아, 중동시장에서 감지되고 있었다. 그러나 9.11 테러사태의 영향이 컸던 것은 사실이지만 사람들의 여행을 완전히 중단한 것은 아니었으며, 여행하는 방식을 바꾸는 방향으로 대응이 나타났다. 근거리의 친숙한 목적지를 선택하고, 보다 안전한 교통수단을 이용하였다.

테러의 영향이 가장 컸던 지역은 남아시아(2001년 9~12월 기간 중 전년대기 대비 -24%), 미주(-20%), 중동(-11%)이며, 세 지역 모두 2001년 1~8월 기간에도 이미 성장이 둔화되고 있었다. 2001년 연간으로는 미주와 남아시아는 각각 전년대비 6% 감소했으며, 중동은 3% 감소했다. 반면, 동아시아·태평양지역은 0.6%의 근소한 감소를 기록했다.

2001년 국제관광 수입은 US\$4,620억으로 2000년(US\$4,740억)대비 2.6% 감소하였다. 관광수입의 감소폭이 국제관광객 수의 감소폭(0.6%)을 상회하였는데, 이는 9.11 테러 발생 이전부터 경제 하락세가 감지되어 소비가 앞뜰해졌기 때문인 것으로 분석하고 있다. 경제적으로 어려운 시기에 소비자들은 여행 자체를 포기하기보다는 여행경비를 줄이는 방식으로 대응하는 경향을 보인다. 즉 이동 경비가 적게 들고 값싼 숙박시설을 이용할 수 있는 근거리의 저렴한 행선지를 선택하는 것이다. 또한 9.11 사태 발생 이후 항공안전에 대한 우려로 항공여행보다는 육로를 이용한 근거리 목적지로 대체되는 경향이 심화되었기

때문에 소비를 더욱 위축시키게 된 요인도 부분적으로 작용한 것으로 보인다. 유럽이 전 세계 국제관광 수입의 50%를 벌어들인 반면, 미주는 26%, 동아시아·태평양지역은 18%, 아프리카는 2.5%, 중동은 2.4%, 남아시아는 1.0%를 점유한 것으로 나타났다(<표 2-3>참조).

<표 2-3> 국제관광객 수 및 관광수입 추이

구분	관광객				관광수입			
	인원(백만명)		증감률(%)		금액(십억달러)		증감률(%)	
	2001 (57.8)	2000	2001/ 2000	2000/ 1999	2001	2000	2001/ 2000	2000/ 1999
구주	400.3 (17.4)	402.7	-0.6	5.8	230.1 (49.8)	233.0 (49.1)	-1.2	-0.5
미주	120.8 (16.6)	128.4	-5.9	5.0	122.4 (26.5)	132.8 (28.0)	-7.8	8.5
동아시아 태평양	115.1 (16.6)	109.1	5.5	12.7	82.0 (17.7)	81.4 (17.2)	0.7	9.6
아프리카	28.2 (4.1)	27.2	3.8	3.4	11.7 (2.5)	10.9 (2.3)	7.3	6.9
중동	22.5 (3.2)	23.2	-3.1	13.2	11.2 (2.4)	11.5 (2.4)	-2.6	18.6
남아시아	5.7 (0.8)	6.1 (0.9)	-6.3	5.4	4.7 (1.0)	4.9 (1.0)	-4.1	6.5
총계	692.7 (100.0)	696.7 (100.0)	-0.6	6.8	462.2 (100.0)	474.4 (100.0)	-2.6	4.2

주: 2001년 자료는 잠정치며, ()는 구성비임.
자료: 한국관광공사(2001). 『관광통계연보』.

세계 각국의 보고결과를 중심으로 2002년 상반기 국제관광의 기본적인 특징을 살펴볼 수 있다. 특징은 장거리여행의 감소로 국제관광이 위축되었으나, 시간이 경과하면서 회복되고 있다는 것이다. 하지만, 해외여행자 수의 회복에 비례한 수입 증가가 이루어지지 않고 있으며, 관광수입은 더딘 회복을 보이고 있다. 이러한 관광수입 더딘 현상에 따라 가격이 여행상품구매결정에 있어 핵심적 역할을 하고 있다.

2001년부터 나타나기 시작한 새로운 특성으로 여행자들이 예약을 늦게 하고 여행일에 임박한 최후의 순간에 구매한다. 이에 맞춰 관광업계는 이윤을 최대의 목표로 두고 공급량을 임의로 조절하고 있다. 그러므로 비용절감을 도모하고 경쟁력을 확보하기 위해 업체간 제휴, 통합, 인수 등이 활발해 지고 있다. 전 세계적으로 국제관광의 중기적 전망이 긍정적으로 나타나고 있다.

또한, 최근의 국제 관광수요의 주요 특징을 살펴 볼 수 있다. 첫째, 체류기간이 짧아지는 경향이 있다. 둘째, 근로시간 단축 및 유급휴가 일수의 증가로 휴가를 한 번에 가지 않고 여러 번의 휴가를 갖는 경향이 있다. 셋째, 여행경험이 축적되면서 맞춤형 여행을 선호하는 경향을 보이고 있으며, 정보기술의 발달에 따라 고객의 주문을 반영한 맞춤형 여행의 공급이 가능해지고 있다. 넷째, 재래식의 비호텔형 숙박시설에 대한 수요가 상대적으로 증가하고 있다. 다섯째, 활동형 휴가에서 경험형 휴가로 전환이 일어나고 있다. 핵심은 새로운 지식과 진정한 감동을 줄 수 있는 완전한 참여적 경험을 추구하는 것이다. 여섯째, 노인관광이 증가하고 있다. 일곱째, 지속가능한 개발의 경우와 같이 관광산업도 공정거래 원칙을 준수하도록 요청받고 있다. 여덟째, 이민이 증대되고 있는데 이는 관광수요 유발에 중요한 역할을 한다. 아홉째, 경제적 통합이 진행되고 있다. 열 번째, 기존의 관광지 관리자에게 상품 디자인을 재고할 필요성에 대해 경각심을 주는 새로운 개념의 관광지들이 출현하고 있다. 열한 번째, 국경출입의 장애가 완화된 행선지들의 관광부문의 기회가 증가하고 있다. 마지막으로 보다 세분화된 관광수요의 분화가 나타나고 있다.

제 2 절 갬블링산업의 개념적 고찰

1. 갬블링산업의 개념

돈을 획득할 목적으로 도박을 하는 행위 또는 습관이라고 정의되는 게이밍(gaming)이란 용어는 실제로 갬블링(gambling)이란 용어보다 265년이나 앞선 1510년에 사용되었다(이충기·권경상·김기엽·박창규, 2005). 18세기에 사용되기 시작한 갬블러(gambler), 갬블(gamble) 그리고 갬블링의 용어는 문제성 도박을 뜻하는 슬랭(slang)이었다. 네바다주에서 1931년 갬블링이 합법화된 이후로 게이밍은 산업적 용어로, 갬블이라는 용어는 도박적 행동이나 태도를 보이는데 사용하였다. 그러나 1980년대 말 갬블링의 의미가 우연의 경제적인 금전획득의 목적으로 하는 게임으로 정의되어 게이밍과 동의어로 사용되어 왔다.

갬블링은 일상적인 노동과 책임으로부터 벗어나 휴식을 취하는 활동으로 관광의 관점에서 보면 놀이와 마찬가지로 문화의 틀에 포함될 수 있다. 역사적으로 갬블링은 사람을 모이게 하는 가장 인기 있는 활동이며 갬블링을 사회적 현상으로 정의해서 갬블링은 규칙과 역할에 대해서 경기자들의 취향에 맞

는 합의가 있을 경우 발생한다. 따라서 비공식적으로 갬블링을 할 때뿐만 아니라, 조직적이고 전문적인 스포츠경기를 할 때에도 사교적 행사라고 할 수 있다. 또한 갬블링은 좀 더 고도의 구조적·조직적·규칙적인 여가활동으로서 경쟁적 갈등상황까지도 내포하고 있다(Callois, 1961).

과거 갬블링 활동을 사행산업의 한 부분이라 생각하여 부정적인 측면만을 보았으나 최근 하나의 레저 활동으로 즐거움과 일상탈출의 기회를 제공하는 유희성, 오락성을 가진 긍정적 활동으로 간주하고 있다. 갬블링산업은 적은 돈으로 베팅을 해서 많은 돈을 벌 수 있는 업종으로 갬블링산업의 종류는 카지노, 경마, 경륜, 경정, 복권 등을 포함한다.

한편 카지노는 고대의 길, 흥조를 보는 점으로 분화하여 발전해왔으며, 근대적 카지노가 시작된 것은 유럽에서 귀족사회의 사교 수단으로 소규모 카지노가 개설되면서이다(이충기·권경상·김기엽·박창규, 2005). 오늘날과 같은 대중적이고 일반화된 카지노가 된 계기는 1930년대 대공황을 극복하기 위한 네바다주의 경제대책과 사람들의 여가활동수단의 하나로 카지노를 육성하면서 발전했다. 카지노는 크게 테이블 게임(table game)과 슬롯머신으로 구분된다. 테이블 게임은 현금을 칩으로 교환해 게임을 하는 블랙잭, 바카라, 룰렛, 빅휠, 다이사이, 크랩스 등이 있고, 머신게임은 동전을 넣고 게임하는 슬롯머신, 비디오 포커, 멀티 게임 머신 등이 있다. 우리나라 카지노산업은 1961년에 ‘복표발행현상 기타사행행위 단속법’이라는 외국인을 상대로 한 카지노가 설립될 수 있는 규정이 제정되면서 운영되었다. 외국인 전용카지노만 운영되어 왔으나 2000년 강원랜드 개장으로 내국인 전용카지노 1개와 2006년 3개 업체가 추가되어 총 17개소 카지노가 운영되고 있다.

경마는 확률적 특성이 다른 게이밍산업에 비해서 강하다. 경마는 사람과 말이 함께 호흡을 맞추지만 사람의 능력보다는 경주마의 능력에 따라 결과가 좌우되기 때문에 경륜과 경정과 다른 특성을 가지고 있다(한국문화관광정책연구원, 2003). 현재 우리나라 경마산업은 서울 경마공원, 제주 경마공원, 부산경남 경마공원, 제주 육성목장, 원당목장, 장수경주마목장 그리고 장외지점(서울 13개소, 경기 9개소, 인천 4개소, 지방 7개소)에서 운영되고 있다.

경륜(cycle racing)은 7명의 선수가 사이클 경기장에서 경주를 하고 관객은 경주권을 구입하여 승자를 적중시켰을 때 일정 비율의 배당금을 지급받는 레저스포츠로 사람의 두뇌와 기계의 조화가 이루어진 게임이다(서천범, 2007).

경륜은 기계인 자전거를 이용하지만 선수의 능력과 작전이 필요한 두뇌스포츠라는 점에서 경마와 차이가 있다(한국문화관광정책연구원, 2003). 국내에 경륜이 도입된 것은 지난 1994년 올림픽공원 내 잠실경륜장이 최초로 개장하였으나 2006년 잠실경륜장을 폐장하여 현재 광명경륜장, 창원경륜장, 금정경륜장 3곳에서 운영되고 있다.

경정(motor-boat racing)은 1경주에 6명의 선수가 출전해 순위를 겨루는 모터보트 경주로 관객은 우승예상선수의 경주권을 구입해 승자를 적중시키는 경우 배당금을 받는 수상레저스포츠이다. 1991년 경륜, 경정법이 통과되어 2002년 미사리 경정장이 운영되고 있다.

복권(lottery)은 다수인으로부터 금전을 모아 추첨 등의 방법에 의하여 결정된 당첨자에게 당첨금을 지급하기 위하여 발행하는 표권으로 정의된다. 복권의 종류는 추첨식 인쇄복권, 즉석식 인쇄복권, 추첨식 전자복권, 즉석식 전자복권, 온라인복권으로 크게 5가지로 나누어진다. 국내에 근대식 복권이 도입된 시기는 1947년 이후 런던 올림픽 대회 참가비용 마련과 이재민 구호를 위하여 발행되기 시작하였으며, 2001년 이후 온라인 복권인 ‘스포츠토토’와 ‘로또복권’이 도입되었다(서천범, 2007).

갬블링산업의 개념을 종합적으로 고찰해 보면 대중화나 건전성은 불가피한 시대의 흐름이다. 따라서 한국 갬블링의 장기적인 방향과 전략은 다양한 게임을 오락의 형태로서 즐길 수 있는 기회를 이용객들에게 제공하여야 한다.

2. 갬블링산업의 현대적 특성

오늘날의 갬블링산업은 지역경제 회생, 세수확보, 고용 및 소득증대, 여가활동의 다양화를 목적으로 전 세계적으로 합법화되고 있는 추세이다. 그러나 이러한 갬블링산업의 순기능과는 달리 도박중독증, 재산탕진, 가정파탄, 범죄발생 등 여러 가지 사회적 부작용을 가져올 수 있다.

일리노이즈 대학의 존 킷트 교수에 따르면, 사회적 부작용은 납세자의 재정적 부담을 가중시킨다고 주장하면서, 도박에서 발생된 매 1달러를 위해 납세자는 적어도 3달러의 추가적인 재판비용, 사회복지비용, 법제정비용, 그리고 인프라비용으로 지출해야 한다고 역설한다.

도박중독은 정도에 따라 문제성 갬블링, 탐닉적 갬블링, 강압적 갬블링, 중독성 갬블링으로 나뉜다. 문제성 갬블링은 도박행위가 개인생활에 극단적이

아닌 적당한 영향을 미칠 때 나타나는 초기의 도박증세이며, 탐닉적 갬블링은 초기의 도박증세에서 발전하여 중독증상을 나타내어 금액이 많고 적음을 떠나 매일 도박을 해야 하는 중기의 도박증세로 통제가 어려워지기 시작한다. 강압적 갬블링은 도박하고 싶은 충동을 통제할 수 없는 중독증세로 개인의 소중한 인생을 침범하여 해치고 심지어는 망가지게 하는 말기의 도박증세이다. 이때는 도박빈도가 갈수록 늘어나고 금액은 갈수록 증가하여 개인이 감당하지 못하게 되어 개인은 물론 가족과 직장생활에까지 치명적인 손실을 가져올 수 있다.

대부분의 미국인들은 갬블링을 흥미롭고, 사회적으로 인정된 여가활동으로 간주한다. 물론 갬블링에 대한 자기의 행동을 통제할 수 있는 사람들에게는 즐거운 여가활동으로 인식될 수 있으나, 그렇지 않은 사람들에게는 소위 ‘도박중독증’과 같은 심각한 사회적 문제를 야기 시킬 수도 있다(차석빈·김종문, 2000).

도박중독에 관한 몇 가지 사례를 살펴보면, 미국 뉴저지 주 도박중독 위원회는 1996년 시민들로부터 26,000건의 전화를 받았다. 이 중 약 70%는 문제성 도박자였으며, 이들의 도박 빚은 평균 31,000달러를 넘는 것으로 나타났다. 이 중에서 9%는 21세 미만이었으며, 13%는 55세 이상인 것으로 나타났다. 또한 지난 2년간 65,000명의 사람들이 도박위원회의 웹사이트를 이용했으며, 한 달 평균 3천~7천 명이 이용하고 있는 것으로 나타났다(정호찬, 2005).

네바다 주립대학교의 연구결과에 따르면, 문제성 도박의 발병률은 네바다 주가 약 8~9%로 미국에서 가장 높은 것으로 나타났다. 라스베가스의 차터병원 도박치유센터의 설립자이자 병원장인 롭 헌터 박사는 카지노 종사원 중 15%가 도박중독증에 걸려있다고 말한다. 실제로 카지노와 인접한 지역에 거주하는 주민들이 카지노 열풍이 불어 처음에는 호기심으로 카지노를 출입하면서 점차 도박성향이 강해지고, 나아가 생업에 지장을 줄 정도로 시간을 많이 낭비하거나 재산을 탕진하게 되어 문제시되는 경우가 있다.

또한 카지노로 인한 부정적인 영향중의 하나는 탈세, 매출액 축소 의혹, 카지노를 통한 돈세탁 등을 들 수 있다. 과거 미국의 경우 카지노가 부정한 자금의 세탁장소로 이용된 사례가 있었다. 카지노산업 발전 초기에 조직범죄집단이 당시 금주법으로 판매가 금지되었던 주류를 판매하고, 그 이익금을 합법적인 자금으로 세탁하기 위해 카지노를 이용한 바 있다(채용식, 1999). 이에 일본정부는 일본관광객들이 해외카지노에서의 상당의 외화 소비 사실을 간파하고, 90년대에 들어와 외화유출방지 차원에서 자국민이 출입할 수 있는 카지노

바를 허가했다. 98년에는 출국시 엔화지참 한도액을 5백만 엔에서 1 백만 엔으로 하향 조정하여 외화유출을 방지하고 있다.

위에서 언급한 바와 같이 갬블링산업은 양면성이 있다. 갬블링 도입을 통해 긍정적인 효과를 최대한 이끌어내면서 부정적인 사회적 부작용을 최소화하기 위해서는 무엇보다도 카지노를 건전하게 이용할 수 있는 프로그램과 공공정책이 필요하다. 갬블링이 불법이던 시기에는 갬블링을 하는 사람들은 사회적으로 낙인이 찍히거나 심하면 범법자로 처리되었다. 그러나 경마, 카지노, 경륜, 경정 등에 관한 합법화가 추진되면서 이들 게임을 즐기는 사람들에 대한 부정적인 시각이 점차 사라지고 있다.

갬블링 관련 단체 및 위원회에서는 도박중세를 하나의 질병으로 보고 정부와 보험회사가 적어도 도박중독자를 치료하고 재활시키는 데 소요되는 비용만큼은 지원하도록 의무화해야 한다고 주장한다. 또한 도박중독을 예방하고 도박병으로부터 우리사회를 지키기 위해서는 카지노를 건전하게 선용할 수 있도록 테마파크형 갬블링 시설의 도입과 여가의 일환으로 인식할 수 있는 갬블링 테마파크의 활성화 방안이 제도적으로 마련되어야 할 것이다.

일본과 같이 갬블링을 허용하는 사회도 있지만 그렇지 않은 사회도 있다. 갬블링을 허용하는 것이 과연 바람직한 것인가에 대한 논의는 아직 정리되지 못했다. 그러나 인간의 내면적 욕구 중 갬블링처럼 우연에 의해 자신의 길흉을 점치는 행위를 즐기고자 하는 욕구를 무조건 도외시킬 수는 없다. 비정형적인 게임은 일상에서 존재하는 억압으로부터 해방감을 느끼게 해주는 동시에 전통사회형식과의 마찰이 클수록 반문화적 성향을 띄며 도덕적으로 문제시된다. 이러한 행위를 개인이 스스로 선택할 수 있도록 허용하는 것이 일단 인간의 자유영역 확대라는 측면에서 바람직하다는 것도 음미해 볼 필요가 있다. 따라서 이러한 현대적 갬블링의 특성에 맞추어 한국적 갬블링산업의 모형이 창출되어야 할 것이다.

제 3 절 갬블링산업의 과제와 전망

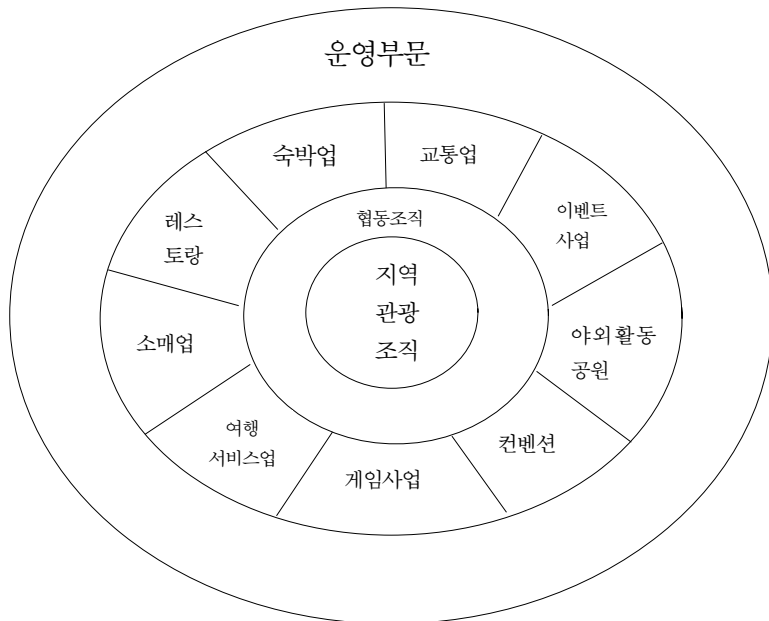
1. 갬블링산업의 과제

산업이란 인간의 생활에 필요한 여러 종류의 재화를 생산·판매하는 경제분야를 총칭하는 것으로 이들 산업은 영리를 목적으로 한다. 갬블링산업이 단

순한 게임제공 차원에서 벗어나 볼거리와 즐길 거리 등 다양한 여가활동을 제공함에 따라 산업의 체계를 갖추기 시작했다. gambling산업은 ‘관광객의 게임욕구와 다양한 여가욕구를 충족시켜줄 유·무형의 서비스를 제공하는 사업과 이를 간접적으로 지원해주는 gambling 관련 사업’으로 정의될 수 있다.

오늘날 주요 관광선진국에서 gambling산업을 보는 관점은 크게 경제적 측면과 관광시설 다양화의 측면이 있다. 전자는 외화획득, 지역경제 활성화, 세수 확보, 자국민의 외화유출방지 등을 위해 gambling산업을 고부가가치 관광산업으로 육성하고 있는 경우이다. 후자는 gambling산업을 국내외 관광객에게 다양한 여가활동을 제공하는 레저산업의 일환으로 보고 도박이 아닌 gambling산업으로 인식하는 경우이다.

이러한 gambling산업은 관광·레저산업에서 중요한 부분을 차지하고 있으며, <그림 2-1>에서 보는 바와 같이, gambling산업은 관광지에서 호텔, 여행사, 교통, 쇼핑, 이벤트 등과 마찬가지로 독립된 사업의 위치에 있다고 볼 수 있다.



<그림 2-1> 관광지의 다양한 관광 사업유형

그리고 연관부문은 관광객의 게임욕구와 여가욕구를 극대화할 수 있도록 보조해주는 숙박시설, 테마파크, 이벤트 및 쇼 프로그램, gambling 정보서비스, 교통수단, 컨벤션시설, gambling기구의 제작·공급·판매사업 등을 포함한다(이충기, 1995). <표 2-4>는 특성에 따른 gambling산업에 대한 분류이다.

<표 2-4> 특성에 따른 gambling산업

구분	내용	종류
합법적 gambling	국가가 운영하는 도박, 또는 법적으로 시행이 허용되는 도박	복권, 경마, 경륜, 경정, 카지노, 스포츠 배팅 등
불법적 gambling	정부가 사행행위 영업으로 규정한 불법적 도박과 사적영역에서의 상습적 거액 도박	상습적 거액도박, 불법전자오락실 도박, 사설경마장에서의 도박
사적 gambling	사적영역의 오락성 도박	화투, 포커, 율, 바둑 등에서의 오락성 내기행위

자료: 논자 제작성

국내 gambling시장은 크게 3가지 양상으로 변화되고 있다. 첫 번째는 정보화, 개방화, 자유화로 대변되고 있는 경제패러다임의 변화이며 두 번째는 다양한 gambling 상품의 등장과 이로 인한 경쟁격화로 시장구조가 근본적으로 변하고 있다는 것이다. 세 번째 변화는 사회일반의 gambling에 대한 인식이 변하고 있다는 점인데 이는 긍정적인 측면과 부정적인 측면 두 가지 양상을 나타내고 있다. 즉 국내 gambling 시장의 환경변화란 단순히 다양한 gambling상품의 등장과 이로 인한 경쟁체제의 심화만을 의미하는 것은 아니다(<표 2-5>참조).

<표 2-5> 합법적 gambling의 시행목적 및 법률적 근거

구분	최초시행	시행목적	시행주체	법적근거
복권	1947	공익기금마련	건교부 등	국민체육 진흥법 등
경마	1922	축산진흥마필개량 증식	한국마사회	한국마사회법
경륜	1994	국민여가선용 청소년 육성 국민체육진흥	체육진흥공단 지방자치단체	경륜경정법
경정	2002	폐광지역 경제회생 및 관광산업 활성화		
카지노	2000	폐광지역 경제회생 및 관광산업 활성화	강원도 개발공사	폐광지역개발지원에 관한 특별법
스포츠 배팅	2001	월드컵재원 및 체육진흥기금마련	체육진흥공단	국민체육 진흥법
소싸움	2003	전통계승발전 농가소득증대	경상북도 청도군	전통소싸움 경기에 관한법률

자료: 논자 제작성

종전까지 ‘일부 특수한 계층의 노름’ 정도로 이해되던 갬블링이 보편화됨에 따라 이에 비례하여 형성되고 있는 갬블링의 역기능에 대한 국민적 우려 등 사회적 인식변화 또한 갬블링시장의 급속한 환경변화 현상이라고 할 수 있다. 이러한 변화는 획일적인 규제 보다는 다양성 있는 자율을 강조하는 사회 전반적인 추세에 맞춰 급속히 심화되고 있으며, 정부정책 또한 특정산업보호보다는 상호간의 발전적인 경쟁을 유도하는 경향을 보이고 있어 앞으로 더욱 가속화될 전망이다. 향후 갬블링의 종류 또한 다양해질 것으로 볼 수 있다.

동·서양을 막론하고 갬블링은 오랫동안 부정적인 측면이 강조되어 경계하고 사라져야할 대상으로 간주되어 왔다. 이것은 갬블링이 인간의 근면성을 약화시키고 사행성을 조장하여 사회발전의 원동력을 저하시킬 것이라는 우려 때문이었다. 이처럼 역사 속에서 갬블링 자체를 부정하려 애썼지만 오히려 점점 더 성행해지고 발달되어져 왔다. 이는 인간이 갬블링을 즐기는 심리는 직접적으로 일확천금을 꿈꾸는 한탕주의에서 기인하지만, 궁극적으로 인간이 도박을 즐기려는 욕구가 있기 때문이다. 이처럼 갬블링에서 추구하고 있는 잠재적인 욕구는 우월감과 해방감인 것으로 되어 있는데, 일상생활에서의 이러한 충족이 적을수록 그 불만족을 갬블링에서 충족시키려 할 것이다. 또한 일반적으로 사회정세의 변동에 의하여 일상생활에서 불안과 초조가 일어나면 갬블링은 유행처럼 번지는 위험성이 있다(경륜사업본부, 2001).

갬블링의 유행은 그 시대의 사회적 환경에 크게 좌우되는데 2차 세계대전 이후 오늘에 이르기까지 세계적으로 갬블링산업이 붐을 이루고 있다. 갬블링 붐이 일어난 이유 중 첫째는 전후 긴장에서 해방되고 동시에 사회적 또는 경제적인 혼란과 허탈감 등의 심리적인 영향을 들 수 있고, 둘째는 세계적으로 전체주의가 붕괴되고 민주주의가 힘을 얻으면서 개인주의의 발달과 더불어 도박성 스포츠의 급기가 많이 허물어졌다고 할 수 있겠다(한국산업개발연구원, 1998).

갬블링은 참가자들에게 즐거움과 스릴을 느끼게 해준다. 갬블링은 일반적으로 인간의 내면에 잠재하고 있는 자극과 위험부담을 즐기려는 심리를 충족시켜주는 기능을 한다(Convertry & Norman, 1997). 또한 게임의 승리를 좌우하는 행위자의 판단력에 필요한 행동을 조장하고 수행할 수 있는 자신감을 시험하는 경향이 있다(Bandura, 1986). 갬블링 참가자들은 게임의 시작과 함께 결과를 알아 볼 수 있는 즉각적인 자극에 영향을 받는다(Nancy & Thomas, 1999). 이러한 자극은 보상으로 나타나는데 자아실현 부족이라는 욕구 불만족

성향을 갬블링을 통해서 해소시키려 한다. 갬블링은 우연성이 큰 비중을 차지하는데, 여기에 약간의 기량을 발휘할 여지가 있기 때문에 스틸이 있고 인간 고유의 사행심을 자극해서 예로부터 세계각처에서 행하여졌으며, 유희성이 있기 때문에 어느 한계까지 놀이이고 갬블인지의 판단은 사실상 어려운 실정이다.

따라서 갬블링 이용객을 유인하는 사회환경적, 문화적 요인, 사회분위기 등을 바꾸어야 할 필요가 있다. 부모가 갬블링 중독인 경우 모방학습을 통해 돈과 물질적 소유를 강조하지만 일관되지 못한 교육을 받으며 자란 경우 갬블링에 대한 허용적 심리상태를 제공하는 중요한 요인이 될 수 있다. 일과 직장에 대한 불만족의 경우 일과 직장에서 충족하지 못한 모험과 도전의 욕구를 참지 못해 갬블링에 참가하게 되고 이 때 갬블링은 일상적이고 지루한 일과 노동세계로부터의 탈출구 역할을 맡게 된다. 또한 현대인들의 오락과 여가생활은 대부분 상업화되어있어 여가를 즐기고자 하는 사람들은 수동적인 소비자의 입장에 머무르게 되는 경우가 많아지게 됨으로 합법적 갬블링의 경우 손쉽게 접근이 가능하며, 능동적 이용객의 참가 기회와 적당한 위험부담에서 오는 재미를 제공하여야 할 것이다.

2. 갬블링산업의 전망

현재 갬블링산업은 대부분 새로운 첨단인 갬블링산업시설이 도입되고 있다. 특히 동남아시아에서는 대규모 갬블링산업 뿐만 아니라 종합위락단지로 개발하여 여러 나라에서 경쟁업체들이 등장하고 있어, 고객유치경쟁에서도 치열해지고 있는 현실을 감안한다면 오히려 갬블링산업의 규모와 시설을 확충하여야 한다. 또한 갬블링산업시설에 유희시설 등 부대시설을 도입하여 경쟁력을 키울 수 있도록 행정, 금융상의 지원이 요구되고 있는 실정이다. 따라서 단순히 관광 진흥개발기금의 부과보다는 관광산업에 재투자하여 발전하도록 유도하는 행정력이 필요하다.

갬블링산업의 법 및 제도차원에 있어서 갬블링산업 영업종류를 19개로 규정하고 있어 중산층 고객의 욕구와 단체관광객들의 기호를 충족시키지 못하고 있다(관광 진흥법 제 25조 제1항). 따라서 고액 고객 뿐만 아니라 저액 고객이나 가족들이 가볍게 즐길 수 있는 신종게임상품을 개발하여야 할 것이다.

갬블링산업은 서비스산업으로 이에 맞는 전문 인력을 필요로 하나 국내에서는 갬블링산업에 대한 전문 인력양성기관이 미비한 상태이다(한국문화관광

정책연구원 2002). 이는 과거에는 gambling산업이 활성화되지 못해 수요가 부족한 것도 있었으나 앞으로는 gambling에 대한 수요가 점점 많아질 것으로 추정됨으로써 한국gambling산업협회 및 한국 관광협회 등에서 카지노전문가 양성교육 기관 등을 설립하여 전문 인력을 육성하여야 한다.

또한 국내의 카지노는 소규모 고액 고객 등에게 집중적으로 마케팅을 하고 있어 특정 국가와 특정 계층에만 높은 의존을 보인다고 할 수 있다. 따라서 고객시장을 고액 고객, 저액 고객 및 가족 고객 등으로 세분화하여 마케팅을 전개하며 목표시장 선정을 통해 마케팅 전략을 추구하여야 할 것이다. 또한 여행사 등은 카지노고객을 유치하는데 큰 공헌을 할 수 있으므로 이를 통해 지속적인 마케팅을 할 수 있도록 하여 대만과 같이 전문모집인을 양성할 필요가 있다.

카지노에 대한 부정적인 이미지는 카지노가 외국인전용시설로서 내국인에게서는 출입이 제한되고 있어 정보의 미흡이나 무지에서 기인된 것이 많으므로 이에 대한 적극적인 홍보가 필요하다. 이미지는 장기간에 걸쳐 학습된 느낌이므로 일단 실망을 안겨준 이미지와 인식경험에 대하여서는 이를 복원하거나 개선하는데 상당한 기간을 필요로 한다(한범수 1999). 따라서 카지노산업 종사자들은 모두가 실추된 이미지와 그릇된 인식의 복원을 위해서 지역의 생활 문화와 전통정신을 수용하여야 할 것이다. 또한 카지노가 외화획득산업으로서 경제적 효용성, 지역주민의 고용창출 및 지방재정수입의 기여 등의 긍정적 요소들을 적극적 지속적으로 홍보하여야 한다.

이처럼 우리나라 gambling산업은 외국인전용으로 운영되어 국내에 폐해가 없다는 이유만으로 언제 어느 정도 신규허가를 하는가 하는 정책의 핵심이 되어왔을 뿐 gambling산업의 체계적인 육성을 위한 일관되고 합리적인 밑그림을 마련하고 추진하는 등의 정책적 지원은 하지 않았다. 외국의 경우 gambling산업의 일정 규모 이하로 억제하여 국제경쟁력을 향상시키도록 하는 하나의 수단으로 삼고 있으며, gambling산업을 전적으로 gambling업체에 위임하여 자율성을 보장하기도 한다. 마카오, 호주, 말레이시아 등 아시아 주변 경쟁국 및 구미의 선진국들의 21세기에 가장 유망한 산업으로 관광산업을 꼽고 있는 정부의 각종 정책지원을 통해 미국 라스베가스 스타일의 대형화 및 고급화를 달성하여 국제 경쟁력을 배양함으로써 gambling산업이 더 많은 부가가치를 창출할 수 있도록 하고 있다. 따라서 국내 역시 이와 발맞추어 경쟁력을 배양하는 등 합리적인 방법을 모색할 필요성이 있다.

제 4 절 갬블링시장과 카지노의 역할

1. 갬블링시장의 국제적 현황

최근 국제적으로 수년간 갬블링시장은 지속적으로 확장되고 있으며, 이러한 확장 추세는 당분간 지속될 것으로 예상된다. 국제 갬블링시장의 규모는 1995년 2.6조원에서 2001년 약 9조원으로 증가하였으며, 인터넷 도박, 불법하우스, 사설경마장 같은 불법 시장까지 합치면 2001년 갬블링시장의 매출규모는 연간 10조원 수준이상일 것으로 예상된다. 이는 2001년 한국 GDP의 약 1.8%수준을 차지하는 규모이다. 합법적 도박 산업의 매출액 규모는 경마와 경륜이 주도하고 있으며 경마와 경륜이 전체 갬블링시장 매출의 83.9%를 차지하고 있고, 2001년 분기 서비스업 활동 동향조사에서 전년분기 대비 39.9% 증가하였다. 이는 서비스업중 전체 전년분기 대비 증가율 5.4%의 약 7배의 증가율을 나타내고 있는 것이다. 또한 강원랜드 내국인 카지노는 개장 1년 만에 경마·경륜과는 달리 총수익(총 배팅액-고객환급금)기준으로도 4,500억 원을 넘어서는 놀라운 성장세를 보이고 있으며, 총 배팅액을 기준으로 할 경우 2001년에 약 9,000억 원의 갬블링시장 매출의 증가요인이 되었다.

이러한 갬블링시장의 매출 증가가 당분간 지속될 것으로 보는 견해는 공급측 요인과 수요측 요인으로 구분된다. 공급측 요인으로는 재정수요의 확대로 인한 정부의 도박 합법화 정책의 추진이 그 원인이라고 볼 수 있다. 도박의 합법화 정책은 기존 갬블링시장 규모의 폭발적인 증가를 가져왔는데, 강원랜드에서는 2002년 메이카지노의 개장이 예정되어 있고 2004년에는 한국마사회에서 부산/경남 경마장 개장, 국민체육진흥공단에서 미사리 경정장을 개장하였으며, 한국마사회와 국민체육진흥공단에서는 경마·경륜의 장외사업소의 지속적인 개장이 이루어지고 있다.

또한 복권사업의 지속적인 추가가 이루어지고 있는데 2002년 11월 로또식 온라인 연합복권 발행과 기존의 공공기관 이외에 공공기관들과 지방자치단체 및 외국기업까지 복권사업에 가세하고 있다. 대표적으로 해양수산부와 환경부가 바다복권과 환경복권을 발행하고 있으며 호주복권회사인 'TMS글로벌 서비스 코리아'가 복권시장에 가세하였다.

이에 더하여 수요적인 측면에서도 갬블링시장의 증가를 가능케 하는 요인

들이 많이 존재한다. 이는 국민소득의 지속적인 증가로 인하여 가처분소득이 증가하고 격주 휴무제 및 주5일 근무제 확산 등으로 여가시간의 증대로 인한 도박의 기회가 증가하고 있으며, 황금만능주의라는 사회적 요인으로 인한 요행수 등 사행심리의 지속적인 확산이 이루어지고 있다. 또한 이러한 요인 외에도 이미 외국에서 사회적인 문제가 되고 있는 인터넷을 통한 불법적인 도박이 성행하고 있다. 2001년에는 각급 공무원 등 20여만 명이 근무 중 직장 컴퓨터로 인터넷 포커에 열중하는 바람에 수십억 원의 외화가 온라인을 타고 해외로 사라졌다는 정보통신부의 발표도 있었다. 그럼에도 불구하고 이를 처벌할 법적 근거가 아직 없어 인터넷 도박범죄는 더욱 기승을 부릴 것이라는 우려의 목소리가 높다. 이러한 불법 도박의 규제 필요성이 있음에도 불구하고 법적 규제 장치와 마약 및 관리시스템의 미비로 불법적인 도박시장의 규모도 확산될 것으로 예상된다.

2. 카지노의 제도적 특성과 효과

카지노(Casino)란 도박·음악·쇼·댄스 등 여러 가지의 오락시설을 갖춘 연회장이라는 의미의 이탈리아의 카사(Casa)가 어원으로 르네상스시대의 귀족이 소유하고 있었던 사교·오락용의 별관을 뜻하였으나 지금은 해변·온천·휴양지 등에 있는 일반 실내 도박장을 의미한다. 한편 웹스터 사전에 의하면 카지노란 모임(meeting), 춤(dancing) 그리고 특히 전문갬블링(professional gambling)을 위해 사용되는 건물이나 넓은 장소라고 정의되고 있으며 국어사전에는 음악·댄스·쇼 등 여러 가지 오락시설을 갖춘 실내 도박장으로 정의되고 있다. 이러한 의미에서 카지노는 일반적으로 사교나 여가 선용을 위한 공간으로서 주로 갬블링이 이루어지고 동시에 다양한 볼거리를 제공하는 장소로 변모하고 있다(정두연, 2006).

또한 국제적 관점에서 카지노업은 법률적으로 사행행위 등 규제 및 처벌특별법에서 사행행위영업으로 규정되어 오다가 1994년 8월 3일 관광 진흥법의 개정으로 새로이 관광 사업으로 규정되어 발전의 토대를 마련하였다. 관광 진흥법 제3조 1항의 5호에 관광사업의 종류로서 카지노를 ‘전용영업장을 갖추고 주사위·트럼프·슬롯머신 등 특정한 기구 등을 이용하여 우연의 결과에 따라 특정인에게 재산상의 이익을 주고 다른 참가자들에게 손실을 주는 행위 등을 하는 업’으로 규정되고 있으며 카지노영업소에 입장하는 자는 외국인(해외

이주법 제 2조의 규정에 의한 해외 이주자를 포함한다)에 한하도록 규정되고 있다.

우리나라 카지노 설립의 법적 근거가 된 최초의 법률은 1961년 11월에 제정된 ‘복표발행현상 기타사행 행위단속법’으로 1962년 9월 동법의 개정된 사항에 외국인을 상대로 하는 오락시설로서 외화획득에 기여할 수 있다고 인정될 때에는 이를 허가할 수 있게 함으로써 그 설립 근거가 마련되었다. 이와 같은 법적 근거가 외래 관광객 유치를 위한 관광산업진흥책의 일환으로 카지노의 도입이 결정되어, 1967년 인천 올림포스호텔 카지노가 최초로 개설되었고 그 다음해에 주한 외국인 및 외래 관광객 전용의 위락시설로서 서울에 워커힐 호텔 카지노가 개장되었다. 1996년 6월에는 ‘복표발행현상 기타사행행위 단속법’의 개정으로 당시까지 카지노에 내국인 출입을 허용하였던 것을 카지노 내에서 내국인을 상대로 사행행위를 하였을 경우 영업행위의 금지 또는 허가취소의 행정조치를 취할 수 있게 되었다. 이로써 카지노에 내국인 출입이 제한되어 우리나라 카지노가 외국인만을 대상으로 이용객을 한정하는 근거가 마련되었다(조장현·권종현, 2004).

우리나라 카지노산업은 이집트, 모로코, 네팔 등과 더불어 카지노출입을 외국인에게만 국한하고 있기 때문에 매출액 전액이 외화로 수치 되는 등의 특징을 지니고 있다. 첫째, 카지노업이 제공하는 기능은 우선적으로 외래 관광객을 위한 게임장소의 제공과 오락시설의 제공기능이다. 이러한 게임과 오락 제공이라는 두 가지 서비스는 우리나라 카지노업의 기본적 기능이라 할 수 있다. 둘째, 타 산업보다 높은 고용효과를 가진다는 것이다. 카지노업은 일정한 시설만을 갖추고 연중무휴로 영업되는 순수 인적서비스 상품으로 카지노업의 승수효과를 보면 고용효과는 수출산업인 섬유가죽업, TV부문, 반도체산업, 승용차산업에 비하여 훨씬 높은 것으로 분석되었다. 셋째, 천연관광자원 개발의 한계성을 극복할 수 있다는 것이다. 즉 카지노업은 옥내의 실내 유기장에서 이루어지는 영업으로 악천후에 야기되는 옥외관광 상품의 대체상품으로써 상품의 한계가 거의 없다고 할 수 있다. 또한 24시간 영업되므로 야간 관광 상품으로도 이용될 수 있다는 강점을 가지고 있다. 넷째, 카지노산업의 경제적 파급효과는 다른 산업에 비해 높게 나타난다. 카지노산업의 외화가득률(93.7%)과 수출산업의 외화가득률(반도체: 39.3%, TV: 60.0%, 승용차: 79.5%)을 고려하여 카지노 외화수입의 수출 가치를 비교해 볼 때 카지노 외래객 1명의 유치는 반도체 76개 또는 컬러 TV 4대를 수출한 것과 동일하며, 카지노 외래객 11명

유치는 승용차 1대를 수출한 것과 동일한 효과를 갖는다. 다섯째, 외래 관광객의 1인당 소비액을 늘리고 체재기간을 연장시킨다는 것이다. 카지노 이용객의 1인당 소비액은 외래 관광객 1인당 평균소비액의 약 38%를 차지할 정도로 단일 지출항목으로는 높은 비중을 차지하고 있으며, 또한 카지노 이용객의 1인당 소비액은 매년 증가세를 보이고 있어 외래 관광객 소비지출을 증가시키는 주요한 관광 상품이라 할 수 있다(이봉구·이충기, 2004). 마지막으로 카지노 고객은 호텔영업에 대한 기여도가 높다는 것을 들 수 있다. 즉 카지노고객은 호텔의 객실, 식음료, 유흥시설, 기타 부대시설을 이용하기 때문에 호텔에 추가적인 매출액을 증가시킨다. 또한 호텔 수입을 객실, 식음료, 카지노, 기타수입으로 나눌 경우 대부분의 직영방식의 카지노에서 나타나듯이 카지노수입이 전체 매출의 59%를 차지하고 객실수입 12% 식음료수입 22% 기타수입 7%를 보여주고 있어 카지노수입이 타 부문에 비하여 월등히 높아 호텔의 영업신장에 크게 기여한다는 것이다.

3. 갬블링시장에서 카지노의 산업적 인식

국제갬블링시장에서는 일반적으로 카지노를 포함한 모든 도박에 대하여 부정적인 인식과 함께 자체가 바람직하지 않은 활동이라고 보고 있다. 특히 종교적인 관점에서 본다면 어떤 종교이건 간에 도박은 인간에게 있어 해로운 활동으로 보고 있다. 불교, 카톨릭, 개신교, 이슬람, 힌두교 등 거의 모든 종교에 있어서 도박은 금기시해야 하는 활동으로 간주하고 있다. 예를 들어 불교에서는 도박이란 인간을 파멸에 이르게 하는 사악한 일 중에 하나로 간주하고 있다.

어떤 사람들은 종교적인 측면 이외에도 도박은 사회 및 경제적인 측면에서 바람직하지 않은 활동으로 보고 있다. 도박이란 사회 및 경제적으로 해로운 활동으로 다음과 같이 사람들에게 도박 중독현상을 야기하여 건전한 경제발전을 저해하며, 생활수준을 저해시킬 뿐 아니라 범죄문제들을 야기하여 지역 사회 및 국가의 사회 및 경제에 심각한 악영향을 미칠 수 있다고 주장한다. 따라서 인간의 도박행위를 부추기는 카지노산업은 절대 허가해서는 안 된다고 주장한다. 이유는 첫째, 도박 중독 현상의 야기이다. 도박은 많은 사람들에게 경제적 파멸을 이끄는 파괴적이고 병적이며 또는 문제 행동을 야기한다. 이른바 도박 중독증으로써 알코올 중독과 같이 인간을 파멸의 길로 유도할 뿐 아

나라 경제적으로나 사회적으로 악영향을 미친다. 둘째, 건전한 경제발전의 저해를 들 수 있다. 국민들이 서비스 또는 제품을 생산하는 생산적인 활동에 투자를 한다면 경제발전을 가져오지만 도박은 전혀 그렇지 못한 비생산적인 활동에 투자하는 것이므로 건전한 경제발전을 저해한다. 셋째, 생활수준의 저하로 사람들이 건강이나 음식과 같은 생활에 필요한 제품 및 서비스를 구매하는 대신 도박에 소비를 한다면 특히 사회의 빈곤층들의 생활수준은 저하될 수밖에 없다. 결국 도박은 저소득 계층들에게 있어서 빈곤의 악순환을 야기한다. 넷째, 범죄의 증가로 카지노산업의 존재는 지역사회에 있어서 범죄 증가를 유발한다. 왜냐하면 먼저 도박 중독증에 걸린 사람들은 절도, 신용카드사기 등과 같은 범법행위의 유혹을 받기 쉽다. 따라서 지역사회의 범죄 증가를 유발한다. 또한 카지노산업은 현금산업이며 사람들을 속일 수 있기 때문에 조직범죄의 가능성이 높다. 한편 카지노는 그 특성상 외부인들을 많이 유입하기 때문에 교통사고가 증가된다. 이와 같은 직접적 범죄유발 이외에도 매춘과 마약의 증가를 야기 시킬 수 있다. 이러한 관점은 도박을 하는 사람들이 다른 범죄를 저지를 가능성이 많다고 믿는 데서 오는 것이다.

결국 이상과 같은 범죄의 증가는 지역사회 내 치안비용의 증가를 야기하며, 지역사회의 삶의 질을 떨어뜨리는데 기여를 한다. 도박과 같은 카지노 산업이 범죄 증가의 주요 원인인가에 대해서는 여러 연구가 발표되고 있다. 그러나 각 연구들이 서로 상반된 결과들을 제시하고 있어 아직 쟁점이 되고 있는 현실이다.

또 다른 관점은 카지노산업의 존재를 필요악으로 보는 관점이다. 이러한 관점의 지지자들은 도박의 합법 여부를 떠나서 사람들은 어쨌든 도박을 할 것이다라는 사실에서 출발하고 있다. 실제 도박이 허용되지 않는 나라에서 불법적 도박행위가 끊이지 않고 발생하고 있는 것을 보면 이러한 주장이 상당히 설득력 있음을 알 수 있다. 우리나라의 경우도 정부의 강력한 법적 규제에도 불구하고 불법 오락실 및 불법 도박장 개장 사례가 빈번하고 이런 불법 사례들이 지속적으로 발생하고 있는 것은 부인할 수 없는 사실이다.

따라서 이 관점의 지지자들은 정부가 이러한 현상을 과감히 인정해야 한다고 주장한다. 그리고 정부는 카지노와 같은 기업을 허가하고 철저한 감독을 통하여 합법화하면, 즉 지하경제에서 지상경제로 부상시켜 정부가 카지노산업에 대하여 이니셔티브를 가진다면 첫째, 인간의 본능을 어느 정도 허용함과

동시에 국민들의 과도한 도박행위는 정부 주도하에 어느 정도 억제할 수 있고 둘째, 불법 도박과정에서 항상 제기되는 사기 및 속임수로 인한 시민들의 피해를 사전에 제거할 수 있고 셋째, 도박의 부정적 요소들을 정부의 주도하에 사전에 제거할 수 있다는 것이다.

도박의 합법화 및 불법화가 사회에 미치는 영향을 각각 비교해 보면 이 관점의 타당성을 어느 정도 발견할 수 있다. 현 시점에서 많은 사람들은 도박이 사회 및 경제에 미치는 악영향에 대하여 언급하고 있으며, 도박의 불법화에 적극적 지지를 하고 있다. 그러나 도박의 불법화는 여러 가지 비용들을 야기하고 있다.

정부 자원에 대한 효과적인 활용 측면에서 본다면 도박 불법화에 소요되는 정부의 자원이 과연 효과적인가 하는 점이다. 도박은 단지 도박에 지나치게 몰입하는, 즉 도박을 하나의 오락거리로 생각하지 않고 도박에만 전념하는 사람들에게만 해로운 것이지 다른 피해자가 별로 발생하지 않는다는 것이다. 절도나 강간, 상해 등과 같이 사회정의나 질서를 해치며 선의의 피해자들이 반드시 발생하는 범죄와는 대조를 이룬다. 그러나 도박에 대하여 정부가 이러한 범죄와 같은 연장선상에서 보고 국가자원을 투입하는 것은 비효율적인 자원의 활용으로 볼 수 있다.

만약 카지노산업을 포함한 도박이 허용된다면 국가자원이 심각한 범죄억제에 효과적으로 활용될 수 있을 뿐 아니라 다음과 같이 도박이 합법화된 사회에서 제거될 수 있는 비용을 불필요하게 지출하거나 합법화된 사회에서 획득할 수 있는 조세수입의 기회를 봉쇄당하는 결과를 초래할 수 있다. 첫째, 범죄 집단은 폭력으로 자신들의 불법적 도박 독점권을 보호하려 할 것이다. 둘째, 불법적 도박으로 발생하는 매출에 대해서는 과세가 불가능하다. 셋째, 불법적 도박조직으로 발생하는 빚을 진 사람들은 빚을 갚기 위하여 범죄에 의존할 것이다. 왜냐하면 불법적 도박 조직들은 그 빚을 합법적 절차에 의거해서 받으려 하지 않기 때문이다.

마지막 관점은 카지노산업 자체에 대해서는 부정적 견해를 가지고 있지만, 국가 또는 지역사회의 특정 목적을 달성하기 위하여 카지노산업이 필요하다는 인식에서 출발하고 있다. 이러한 관점은 지지자들은 물론 도박이 바람직하지는 않지만 도박의 부정적 영향이 관광수지가 낮아진다거나 정부가 국민에게 필요한 서비스를 제공하기 위한 조세수입이 충분치 못한 경우, 또는 지역

경제가 낙후되는 것보다는 훨씬 덜 심각하다고 보고 있다. 이들의 견해를 잘 살펴보면 카지노산업은 조세수입의 증가를 통한 지역발전, 지역의 경제발전, 관광진흥 등 국가 및 지역사회의 긍정적 목적을 달성하는데 유효한 수단이 될 수 있다는 것이다. 실제 여러 보고에 의하면 어느 정도 논란이 제기되고 있지만, 카지노 및 부대산업의 존재는 낙후된 지역이 발전되고, 고용을 포함한 지역경제가 활성화되며, 지역관광이 활성화하는 역할을 담당하고 있는 것으로 나타나고 있다. 이와 같은 현상은 외부인을 유입하고 현 지역주민의 유출을 억제하여 지역사회의 전반적 활성화를 가져다 줄 수 있다.

카지노산업이 특정 지역사회에 도입이 된다면 카지노산업으로부터 상당한 조세 수입이 가능하게 된다. 증가된 조세수입은 중앙정부 및 자치단체들로 하여금 지역의 낙후된 부분들에 투자가 가능케 함으로써 카지노산업의 도입이 지역사회 전체 발전에 기여할 수 있는 계기가 되는 것이다. 특히 이러한 형태의 조세수입증가는 지역사회 주민들로부터 직접 세율 인상을 통하여 확보하는 것이 아니기 때문에 정부 및 지방자치단체에게 있어서 카지노산업이 지역의 여러 낙후된 부분을 개선할 수 있는 매력적인 존재가 될 수 있다.

실제 카지노를 도입한 많은 지역사회들이 증가된 조세수입으로 지역사회 발전에 투자하고 있다. 미국의 일리노이주 Jolit 지역 지방자치단체의 경우 지역 카지노로부터 확보한 조세수입이 약 9천 만 불에 이르렀는데 이는 과거보다 약 20%정도 증가된 규모이다. 이러한 조세수입 중 3분의 2정도를 시내 지역 중심지의 개선사업에 그리고 나머지 3분의 1을 지역사회가 갖고 있는 부채의 상환, 지역주민의 세금경감을 위한 기금적립에 집행하였다. 실제 Jolit 지방자치단체는 약 3백만 불을 지역 간선도로 개선 사업에, 약 2천 7백만 불을 주거지역 개선사업에, 약 1천만 불을 하수도시설개선 사업에 그리고 약 4백만 불을 학교개선사업에, 마지막으로 약 4백만 불을 경찰청 확장공사에 지출함으로써 카지노산업의 도입으로 지역의 전반적 개선을 이룰 수 있었다.

또한 카지노 자체가 신규 고용을 창출하지만 카지노산업 성장을 지원하는 건설, 교통, 통신, 공공부문, 서비스 등과 같은 산업의 고용확대를 가져온다. 미국 뉴저지주 아틀랜틱시는 이러한 영향을 극적으로 보여주고 있다. 아틀랜틱시의 카지노는 1978년 처음 개장되었다. 1975년에서 1980년 사이에 아틀랜틱 건설 부문의 고용은 약 200%정도 확대되었으며, 교통부문은 약 65%정도, 통신 및 공공부문은 약 12%정도, 서비스 부문은 약 165%정도로 증가하여 업

청난 고용확대현상을 가져왔다. 그리고 아틀랜틱 시내 카지노산업자체가 지역 자치단체에게 약속한 고용수준을 많이 상회하는 무려 3만 3천 개의 카지노 직업을 신규로 창출하였다. 미국 내의 카지노를 허가한 다른 도시나 지역도 이와 비슷하게 극적인 고용의 창출을 보이고 있다.

지역 내의 고용창출 이외에도 카지노산업은 앞서 언급된 건설, 교통, 통신, 공공부분과 같은 카지노산업의 성장과 관련한 부문의 성장에 긍정적 영향을 미친다. 하지만 카지노가 지역 내의 방문객을 유입하는 촉진제 역할을 함으로써 관광, 외식, 소매부분의 발전에도 긍정적 영향을 미치는 계기가 된다. 또한 카지노산업의 도입은 해당 지역의 부동산 가치 상승을 가져온다. 미국의 경우 카지노산업을 도입한 거의 모든 지역이 부동산 가치 상승을 경험하였다. 앞서 언급된 아틀랜틱시의 경우 처음 개장했던 1978년에서 1986년까지 약 8년 동안 부동산 가치가 무려 4배로 급격히 상승되었다.

카지노시설은 지역관광진흥에 있어서 대단히 중요한 요소이다. 실제 해외 연구에 의하면 카지노가 관광객들이 선호하는 주요 시설의 하나이며, 관광 성수기를 연장하며, 평균 체재일수 및 관광 지출액을 증가시키는 등 지역 관광의 경쟁력을 높이는데 상당히 영향을 미치는 것으로 밝혀지고 있다. 먼저 카지노는 지역 또는 국가의 레저 및 관광시설의 매우 중요한 구성요소이다. 카지노는 다양한 볼거리와 오락을 제공하는 시설로서 관광지의 질적 또는 구조적 경쟁력을 높이는 시설이다. 실제 카지노는 지역주민들의 여가의 장소로서 활용될 수 있으며 많은 관광객들에게 있어서 매력물이 될 수 있다. 또한 카지노는 관광지의 비수기를 극복할 수 있는 대안이 될 수 있다. 따라서 카지노는 성수기를 연장하고 비수기의 활용률을 높이는데 기여할 수 있다. 특히 카지노의 경우 실외 날씨 변화에 영향을 받는 관광상품이 아닌 관계로 특정 지역에 비수기가 존재하는 경우 이러한 문제를 극복할 수 있는 좋은 대안이 될 수 있다.

연구에 의하면 카지노는 방문하는 관광객 등의 평균 체재일수와 그렇지 않은 관광객을 비교하면 카지노를 방문하는 관광객들의 체재일수가 길다고 보고되고 있다. 또한 같은 연구에 의하면 카지노 방문객의 평균 지출액이 일반 관광객들보다 높은 것으로 나타나고 있다. 결국 카지노는 관광객들의 평균 체재일수를 연장하고, 평균 지출액을 높이는 등 지역 관광의 질적 향상을 위한 수단일 수 있다. 카지노 시설 존재의 여부는 관광객들의 여행장소를 선택하는 의사결정에 있어서 주요 영향요인이 되고 있다. 다시 말하면 관광객들이

자신의 여행장소를 결정하는데 있어서 해당 지역에 카지노가 운영되느냐의 여부에 따라 여행장소 결정이 좌우될 수 있다는 것이다. 따라서 카지노시설 그 자체가 지역사회의 관광객 수를 증가시키는 중요한 존재인 것이다.

마지막으로 카지노산업은 어떠한 규제 없이 허용되어야 한다는 관점도 다양하게 제시되고 있다. 어떤 사람들은 도박이란 다른 사람에게 피해가 가지 않는 활동이므로 그 활동을 사람들이 선택하는데 있어서 정부가 방해하지 말아야 한다고 생각하고 있다. 또한 어떤 사람들은 도박이란 인간에게 있어 하나의 여가활동이므로 카지노산업은 무제한적으로 허용되어야 한다는 주장을 하고 있다.

이러한 관점의 지지자들은 카지노산업을 주류산업에 비유하며 다음과 같은 의견을 제시하고 있다. 음주는 인간에게 있어서 분명히 해로운 행위이지만 인간의 역사와 비슷한 오랜 역사를 지니고 있으며, 과거 어느 나라도 정부도 심각한 경제적 어려움이 존재하던 시기 이외에는 인간의 음주에 대하여 어떠한 직접적 제재를 가하지 않았다. 이는 정부가 음주의 활동을 인간의 기본적인 속성으로 인정하고 있듯이 도박도 음주와 같은 관점에서 보아야 한다는 것이다.

다만, 정부가 과도한 음주가 인간에게 미치는 폐해에 대하여 국민들에게 계몽하거나 음주로 인한 이차적 불법행위들에 대해서 법적 제재를 가하고 있는 것과 같이 정부는 카지노산업에 대하여도 적극적 개입이 필요치 않다는 것이다. 다시 말하면 카지노산업은 주류산업과 같이 시장 경제 논리에 맡겨야 한다는 것이다. 다만, 과도한 도박의 폐해에 대한 계몽 및 도박으로 인한 이차적 피해자가 발생하는 경우에만 정부가 개입하는 정도로 정부의 역할은 제한적이어야 한다는 것이다.

제 5 절 갬블링산업의 영향도 평가

1. 갬블링산업의 영향도 평가의 개념

이제 ‘갬블링’이라는 용어가 보편화되는 현실에서(Betty, Weiler & Stephen, Witt, 1997) 관광목적지를 활성화시키기 위해서는 갬블링산업이 직접적으로 해당지역관광의 매력성을 증대시켜 준다. 또한 관광목적지 즉, 관광수용국의 관광상품성 증가 및 관광수요창출에 갬블링이라는 테마가 직접적인 영향을 주게 되는 것이다. 더욱이 갬블링산업은 시설개발을 초래하지 않고 관광객의

만족을 유도할 수 있는 관광유형이며, 물리적 환경의 공급과 관광자의 욕구와 형태를 기초로 한 대안적 관광이라는 점에서 관광상품성을 인정받을 수 있을 것이다. 그러나 이러한 사행성게임과 같은 갬블링산업이 관광상품으로서의 가치성을 발휘하기 위해서는 이미지 탈바꿈의 과정을 거쳐야 하며 이러한 인위성을 신중히 대처하지 않을 때 실패할 여지가 매우 높게 된다. 따라서 카지노와 같은 갬블링산업을 상품화하기 위한 가장 기본적인 철학은 관광상품의 확립이라는 전제가 필요하게 된다(변우희, 1999). 이것은 갬블링이 바탕이 되어 갬블링시장의 문화적 정체성이 확립이 된 상태에서 이용객의 진정한 관광수요를 자극하는 계기가 되는 것이다. 갬블링시장의 문화적 요소가 갬블링산업에 적극 반영되고 이용객들에게 다양한 갬블링경험을 제공하는 차별화 전략이 선행되어야 한다는 것을 의미한다.

Hernandez, Cohen 및 Garcia의 연구에 나타난 것처럼 갬블링산업을 단순한 오락성게임으로 볼 것이 아니라 관광목적지의 유인요소이면서 중요 관광자원으로써 인식해야 하며, 그에 따른 경제적인 극대효과를 올려야 한다는 전제가 수반되어야 할 것이다. 특히 갬블링산업의 근본이념이 지역간, 국가간 문화적인 동화현상에 있으며, 이러한 문화적 동화가 갬블링산업에 적극 반영될 때 국제관광을 활성화시키는 중요한 계기가 되는 것이다(Shandra, Shaull & James, Gramann, 1997) 이러한 이념을 기초로 한 갬블링산업개발의 기본적인 정책방향은 국가적 차원의 상부하달계획(top-down)과 지역관광개발차원의 하부상달계획(bottom-up)의 상호 유기적 접근이 실현될 때(Chang & Milne, 1996) 갬블링산업의 성공 가능성은 높아지게 되는 것이다.

따라서 갬블링 목적지에서의 이용객 욕구와 갬블링시장의 가치를 조화시켜야 하며, 갬블링산업과 갬블링문화의 발전이 공존될 때 진정한 가치를 발견할 수 있는 것이다(Pearce, 1982). 갬블링산업과 같은 대규모 시장은 비용·편익분석의 관점에서조차도 정확한 사후 평가를 실시해야 하며, 지속적으로 운영되는 갬블링산업에 추가적으로 제공되는 물리적 환경에 대해 장기적인 계획과 전략을 가지고 효율적으로 대응하여야만 갬블링산업의 기본 방향성을 찾게 될 것이다(Bill & Bramwell, 1997).

2. 갬블링산업의 영향도평가에 관한 이론적 체계

문화유적과 역사성을 바탕으로 관광지의 관광자원 및 관광상품 평가는 문

학이나 예술적인 요소가 그 지역 문화와 어느 정도 조화를 이루고 있는가에 초점을 맞추어야 한다. 이것은 기존의 단순한 경제적 가치 평가보다는 다양한 측면에서 수요와 공급의 양 측면을 고려한 통합된 평가가 되어야 한다는 점을 강조한 것이다. 따라서 본 연구의 주 대상인 갬블링산업은 연구 대상인 국제관광객의 영향 평가도 Herbert가 지적한 바와 같이 수요와 공급의 통합된 시스템적 평가가 전제될 때 정확한 고객대응전략 수립 및 투자분석이 가능한 것이다.

한편 관광대상의 평가는 단편적인 가치평가 보다는 고객만족도 평가변수를 고려한 통합적 교차 분석이 시행 될 때 훨씬 더 합리적인 의사결정을 내릴 수 있다. 이러한 통합적 분석의 이론적 근거와 분석결과를 명확히 밝히고, 서비스 가치평가 변수와 관광경험 후 고객만족도 평가변수를 측정하여 서비스의 질적 가치가 고객만족에 결정적인 작용을 한다는 사실을 규명하였다. 특히 본 연구 대상인 갬블링산업은 갬블링을 이용하는 장소라는 관점에서 장소마케팅의 연구가 많은 참고가 될 것이다. 이 연구는 관광시설에서 고객의 만족도 평가 지표를 제시하고 있고 이벤트 성, 스포츠, 이미지, 지역 민 자긍심, 추가적 재정 필요성요인을 분류하여 장소마케팅의 가치 평가 구조를 밝힌 점이 주목된다. 또한 목적지 관광마케팅 차원에서의 핵심은 관광상품의 차별화, 공기업과 민간기업의 적절한 조화 및 지역민의 적극적인 협조에 의해 완성되며 미래의 관광상품개발은 새로운 과학적 기법 도입과 인터넷 적용의 필요성을 역설함으로써, 장차 관광목적지 마케팅 차원에서의 관광상품개발 및 내용의 방향이 과학적 접근이 전제가 되어야 한다는 점을 시사하고 있다.

제 6 절 갬블링산업의 관광시장세분화 전략

1. 갬블링산업의 관광시장세분화의 의의

갬블링시장에 대하여 마케팅믹스를 제공하는 전략은 크게 대량 마케팅(mass marketing)과 표적 마케팅(target marketing)으로 나눌 수 있는데, 대량 마케팅이 전체시장을 하나의 군집(이질적인 소비자들의 집단)으로 간주한다. 갬블링산업에서 표적 마케팅을 수행하기 위해서는 전체시장을 비슷한 욕구를 보여주는 특정한 그룹으로 분류한 후 세분화된 시장을 비교분석 하여 표적시장을 결정하고, 마지막으로 같은 표적시장을 대상으로 공급되는 경쟁상품과의 포지셔닝을 해야 한다.

이것은 갬블링산업의 특성을 고려해 볼 때 이러한 표적시장별 마케팅에서의 관광시장세분화의 정의가 기본 마케팅의 접근과는 차별화 되어야 할 것이다. 목표시장의 욕구특성에 적합한 마케팅 전략을 개발하는데 있어서 중요한 마케팅 도구로 여겨지고 있으며, 유용한 세분을 선정해내는 과정은 시장접근의 효과성을 높이기 위한 필수적 요소이다. 일반적으로 시장세분화는 같은 구매행동을 나타내는 특징들을 지니고 있는 잠재적 고객들을 집단적으로 묶어 줌으로써 분할된 시장에서 고객들과의 거래에 있어 효율적인 전략을 구상하여 시행하자는 측면에서 이루어진다.

시장세분화를 ‘한 조직체가 시장을 일정한 지분에 따라서 몇 개의 동질적인 소비자 집단으로 나누는 것을 말한다’라고 정의하면서 소비자의 욕구를 충족시켜야 한다는 마케팅 철학의 팽배와 소비자들의 욕구가 점점 더 다양해진다는 두 가지 사실로 인하여 시장세분화의 필요성이 강조된다고 서술하였다(유필화, 1997). 이 이론은 갬블링산업의 관점에서는 매우 주목해야 할 이론으로 평가된다. 그리고 시장세분화란 소비자, 제품, 혹은 시장을 그들의 특성에 의하여 여러 집단으로 분류하는 것이다 라고 정의하였으며(Bagozzi, 1986), 시장세분화를 전체시장에 있어서 마케팅 자원을 효율적으로 할당하기 위하여 설계되는 전략으로(유동근, 1993) 잠재적인 시장을 공통된 욕구와 특성을 가진 몇 개의 하위시장으로 나누는 것으로 정의하고 있다(Pride & Ferrell, 1985).

따라서 시장세분화란 마케팅개념을 실천하는 효과적인 방식일 뿐 아니라 시장과 제품 의사결정에서 마케팅 전략을 수립하고 자원을 배분하기 위한 지침을 마련해 주며, 하나의 제품으로 다양한 소비자의 욕구를 충족시킬 수 없다는 사고에 기초를 두고 여러 개의 동질적인 세분시장으로 분할한 후, 특정한 세분시장을 선정하여 가장 효과적인 마케팅믹스를 투입하고자 하는 것이다.

시장을 세분화하는 목적은 개인들의 욕구와 기회들이 비교적 동질성이 있는 충분히 크고, 측정가능하고 접근 가능한 군집들을 확인하기 위한 것이다(Crompton, 1983). 관광시장 세분화는 표적마케팅 활동의 핵심을 이루는 것으로 일정 기간에 있어서 특정 관광 상품의 마케팅 활동에 대하여 예상 반응이 유사한 잠재적 관광객끼리 집단화시키는 것을 말한다. 또한 관광시장세분화란 총체적으로 이질적인 관광시장 속에서 비교적 동질적 수요를 가진 관광 집단을 선정하여 이를 목표시장으로 정하고, 그 시장의 필요와 욕구를 철저히, 그리고 정확히 충족시킴으로써 이윤을 창출하려는 것이다. 관광시장세분화는 제

조업과는 달리 사람이 제조한 요소만으로 구성되어 있지는 않다. 관광시장을 구성하는 중요한 요인인 자연자원, 인문 사회적 자원 등은 이미 주어진 속성으로서 경영자 또는 관리자가 통제하기 불가능한 요소가 많은 반면에 위락시설을 중심으로 한 부대시설 등은 관광자가 지출할 수 있는 속성으로 경영자의 통제가 가능한 속성이다.

관광시장은 두 사람 또는 그 이상의 다수 관광 자들로 구성되어 있는 것이지만 이들은 기호 면에서나 직업, 소득, 관광행동 등 모든 면에서 동일하다고 할 것 같으면 시장세분화의 필요성도 가능성도 없어질 것이다. 그러나 현실적인 관광시장은 거의 그 반대이다. 즉 동질적 시장은 찾기 힘들고 유사한 구매습관을 가지고 있는 다양한 부분시장이 모여 하나의 전체시장(total market)을 구성하고 있다고 보는 것이 옳다. 그리하여 전 관광시장을 몇몇의 속성 또는 관점에서 동질성을 가진 몇 개의 소시장으로 구분하는 일을 가리켜 관광시장세분화라 하며, 이를 마케팅 전략 면에서 관광시장 세분화 정책 이라고 부르게 된다.

본질적으로 관광시장세분화는 보다 더 관광자 지향적이며, 따라서 보다 더 마케팅 사고에 접근하는 것이라 말할 수 있다. 왜냐하면 관광시장세분화는 총체적으로는 이질적인 관광시장 속에서 비교적 동질적인 요소를 가진 관광자 집단을 선정해서 이를 목표시장으로 정하고 그 시장의 요구나 욕구를 더욱 정확하고 철저히 충족시킴으로써 효과적인 자원의 배분과 절약이 가능할 뿐만 아니라 이윤확보도 가능해지기 때문이다(정익준, 1994).

표적시장을 명확히 하기 위한 기초적인 방법이 시장세분화인데, 이는 한 가지 상품으로는 시장 전체를 만족시킬 수 없다는 인식이 그 출발점이 되고 있는 것이다. 그 이유는 판매정책과 판매대책이 그 제품구성과 판매노력에 의해 목표 집단을 고려해야 하거나 그들의 수요를 환기시켜야 하기 때문이다. 무엇보다도 관광시장은 사람으로 구성되어 있으며, 그들의 구매결심은 개인적, 감정적인 관점에서 비롯된다는 것을 미리 고찰하지 않으면 안 된다.

관광기업 마케팅 관리자는 비생산적인 제품을 변경하거나 제거하도록 각기 제품계열의 수익성을 결정해야 한다. 왜냐하면 모든 관광 기업은 유한한 자원을 소유하고 있으며, 이 자원은 이윤이 보장된 세분시장, 즉 소시장에 초점이 맞춰져야 한다. 일반적 소비시장과 마찬가지로 관광시장은 많은 상이한 부분이나 세분화된 시장으로 구성되며, 마케팅 관리자는 귀중한 자원을 낭비하지 않기 위하여 관광 상품이 각 세분시장 별로 합당하게 개발되어 촉진적

자원이 각 특수시장에 도달될 수 있도록 시장을 세분화하는 것은 중요하다(하헌국 외, 1990).

갬블링사업 관련 선행연구를 살펴본 결과 대부분의 선행연구는 갬블링 참가자를 인구통계학적 변인 또는 참여기간, 구입금액, 참여횟수 등의 참여형태별로 세분화를 하고 있다. 대부분의 갬블링은 주 고객을 경제적 자립여건을 갖추고 있는 30대에서 50대까지로 하고 있다. 따라서 경마장은 놀이공원이나 테마파크에 오는 가족 단위 고객과는 다른 행색, 언행이 난무하는 곳, 즉 건전하지 못한 분위기를 풍기는 곳으로 인식되어 왔다.

가족단위 고객과 젊은 층, 여성, 사회 지도급 인사는 그동안 갬블링을 백안시 하고 외면해 왔던 계층을 주 타겟으로 하여 마케팅을 추진해나가야 할 것이다. 이를 위해서는 기본적으로 누구라고 갬블링 테마파크를 찾을 수 있도록 다양한 문화행사를 확대 시행하여 배팅외적인 즐길 거리를 상시 제공해야 할 것이며 여성고객이나 가족동반고객에게 특별한 이벤트를 제공하는 등 대학생이나 젊은이를 대상으로 하는 각종 이벤트를 개발 시행하는 방안 등이 적극적으로 검토되어야 할 것이다.

본 연구에서는 갬블링 참여고객의 시장 세분화를 위한 기준을 행동적 기준에 속하는 경륜, 경정, 테마파크의 서비스 만족도 요인으로 관광 상품 영향요인, 인구통계학적, 선택 동기별로 볼 수 있다. 첫째, 관광 상품 선택 동기별 참여고객을 만족도에 따라 시장을 세분화하는 것이고 둘째, 인구통계학적 변인과 참여형태 변인을 이용하여 세분화된 집단의 특징 및 성향을 규명하는 것이다.

2. 갬블링산업의 관광시장세분화 접근방법

갬블링산업시장을 세분화하는 방법으로는 여러 가지가 있을 수가 있으나 모든 세분화의 방법에 다 효과가 있는 것은 아니다. 갬블링산업시장세분화는 마케팅 프로그램의 개발을 위해 유익한 정보로 이용될 때 비로소 그 의미가 있다. 왜냐하면 갬블링산업시장세분화로 여러 가지 전략적 마케팅 관리를 위한 의사결정을 유발시킬 수 있기 때문이다. 따라서 갬블링산업시장세분화는 수요를 분석하기 위하여 사용되는 통계적 테크닉 이상의 것이며, 특별한 마케팅 결정을 내리게 해주는 관리도구로서 활용되기도 한다.

일반적으로 시장을 세분화하는 궁극적인 목적은 선택된 세분시장 내에 있는 동질적인 소비자들에게 맞는 차별적 마케팅믹스 전략을 개발하는데 있다. 이 목적을 달성하기 위해서는 가장 적절한 세분화 방법이 실시되어야 한다. 따라서 관광관련 세분시장이 제 기능을 발휘하려면, 다음과 같은 일반적 전제조건을 갖추어야 한다. 첫째, 내부적 동질성과 외부적 이질성이 있어야 한다. 즉 같은 세분시장의 구성원은 동질성을 보여야 하고, 다른 세분시장의 구성원과는 이질성을 보여야 한다. 둘째, 측정가능성(measurability)이 있어야 한다. 즉 세분된 시장의 규모와 구매력을 측정할 수 있는 정도를 말하는 것으로, 그러한 정보를 획득할 수 있어야 한다. 셋째, 실질성(substantiality)이 확보되어야 한다. 몇 개의 세분시장을 선택하여 각 시장에 맞게 마케팅전략을 달리하려면 하나의 통일된 전략을 쓰는 경우보다 비용이 훨씬 많이 든다. 그러므로 각 세분시장에서 얻을 수 있는 잠재적인 이윤이 그러한 차별적인 전략을 정당화할 만큼 규모가 커야 한다. 즉 세분시장의 규모와 수익성이 어느 정도의 규모를 유지하여 별개의 시장으로 개척할 가치가 있어야 한다. 넷째, 접근가능성(accessibility)이 있어야 한다. 세분시장에 접근할 수 있고 그 시장에서 활동할 수 있는 정보를 말한다. 즉 세분시장에 대하여 마케팅활동이 효과적으로 집중하여 도달할 수 있는 정도를 의미한다. 기업은 세분시장이 존재한다 해도 그 세분시장을 연결해 줄 매개체가 없다면 시장세분화는 성공할 수 없다(김성혁, 1992). 다섯째, 선정된 세분시장에 대하여 효과적인 마케팅 프로그램이 작성될 수 있을 정도로 실행가능성(actionability)이 있어야 한다. 선정된 세분시장에 대하여 효과적 마케팅 활동을 할 수 있는 인적, 물적, 자원이 결여되어 있다면 그 세분시장은 무익하다. 여섯째, 선정된 세분시장의 특성이 어느 정도의 기간 동안 지속됨으로써 기업 또는 비영리 단체의 마케팅 전략이 수행될 수 있도록 안정성(stability)이 있어야 한다. 일곱째, 관광시장에 있어서 선정된 세분시장에 대한 자사의 경쟁력이 경쟁관계에 있는 타사에 비하여 우월한가의 여부에 관한 문제로서, 경쟁적 환경 속에서 마케팅이 성공하려면 경쟁성(competition)이 있어야 한다.

Smith에 의해 시장세분화 연구가 처음 시작된 이후, 그 기법들에 대해 많은 연구가 이루어져 시장세분화의 기준에 대해 여러 차원에서 다양하게 분류해 볼 수 있다. 시장세분화는 마케팅 목적에 따라 적절한 수의 기준을 가지고 실시해야만 효과적인 시장세분화를 기할 수 있는데, 지리적, 인구 통계적, 사

이코 그래픽스, 형태적 기준에 대한 주요변수 및 내용의 예는 다음의 <표 2-6>과 같다.

<표 2-6> 관광시장세분화 기준

시장세분화 기준	주요 변수	내용
지리적 기준	거주지 거주지의 도시화 정도	시, 도 대도시, 중소도시, 농촌
인구통계적 기준	성별 연령별 교육수준 소득수준 가족생활주기 직업 종교 가족 구성원수	남, 여 청소년, 청년층, 장년층, 노년층 중졸, 고졸, 대졸 월평균소득, 월생활비 지출규모 미혼자, 기혼자(부모님 동거여부) 학생, 회사원, 공무원, 군인, 사업 기독교, 불교, 천주교, 1~2, 3~4
사이코 그래픽스 기준	생활양식/사회계층, 개성	
형태적 기준	관광 참여 빈도 관광 참여 목적 관광 참여 경험여부 관광경비지출 규모 관광태도	

자료 : 엄서호(1990). 국민관광시장 세분화 모형의 비교분석, 『교통연구』, 1(1).

<표 2-7> 군(Gunn)의 관광시장 세분화 기준

여행의 목적/ 세분이용	휴가여행 개인적 사업 다른 사업 회의참가, 스포츠 관람	목표시장이 특별한 형태의 상품을 적극적으로 구하고 있기 때문에 가장 효과적인 세분이다
세분분포의 경로	직접고객 판매 여행사를 통한 판매 투어오퍼레이터를 통한 판매 여행 도매업자를 통한 판매 항공사를 통한 판매 정부의 마케팅	적당한 가격으로 직접 도달될 수 없거나 밀접한 관계를 유지하고 있는 여행사들이 있는 시장들에 효과적이다.
인구학적 분류	연령, 성별, 교육, 가족의 크기, 직업 가족생활주기, 사회적 계층 주택 소유 현황	세분들이 도달하기 쉽고 이에 대한 정보가 이용가능하기 때문에 가장 많이 이용되고 있는 세분접근이다.
상품과 관련된 세분	레크레이션 활동, 상품충성도 기대되는 혜택, 체재기간 교통수단, 선호하는 경험 참가형태들	접근하기 어렵지만 특별한 상품들의 이용과 잘 조화를 이루고 있다.
심리학적 세분	개성, 특징들, 라이프스타일, 태도, 관심, 의견, 동기	관광에서 이 세분은 효과적이다. 관광 상품 이용이 사이코 그래픽 집단들 사이에서 광범위하기 때문에 이 방법으로 많이 세분되고 있다.
지리학적 세분	국가, 주, 지방 지역, 도시, 교외, 시골 도시의 크기, 인구밀도	분명히 정의되고 접근가능하기 때문에 가장 일상적인 세분방법이다.
이용 빈도/ 계절세분	중사용자, 보통사용자, 경사용자	고객들에게 이용 가능한 자료이어야 하며 비용 면에서는 효과적이다.

자료: Clare A, Gunn(1988), Tourism Planning

관광시장세분화에 있어 관광목적지 또는 관광서비스를 선택할 때 동일한 추구편익(benefit sought), 유사한 방문행태, 그리고 같은 태도를 가지는 집단을 세분화하는 방법들이 보다 현실적이라는 연구가 1970년대 후반부터 서비스산업에서 이루어지고 있다(서덕렬, 1997). 한편 관광시장세분화 기준을 <표 2-7>과 같이 7가지로 분류하였다(Gunn, 1988).

관광시장세분화의 기준에 대한 분류는 변수, 대상, 세분화의 모형, 통계기법의 4가지로 나누어 볼 수 있다. 첫째, 변수에 의한 분류에 있어서는 변수의 선정은 경영자의 구체적 요구, 시장세분화의 기준이 되는 변수들은 일반 소비자 특성적(general consumer characteristics)인 것과 상황별 소비자 특성적(situation-specific consumer characteristics)인 것으로 분류될 수 있다. 전자에는 인구통계적, 지리적, 사회경제적, 라이프스타일 변수들이고, 후자는 행동적 기준(behavior-based)에 해당하는 사용, 구매형태, 추구편익(benefit sought) 등을 포함하는 것이다. 둘째, 대상에 따른 분류에 있어서는 소비자에 의한 시장세분화(consumer segmentation)를 들 수 있다. 이는 종래의 시장세분화의 일반적인 형태로 시장을 구성하고 있는 소비자들을 비슷한 구매특성을 갖는 여러 집단으로 구분하는 방법이다. 또한 상황에 의한 시장세분화(situation segmentation)로 한 명의 소비자라도 제품을 구매하는 상황에 따라 구매하는 제품은 상이하다. 따라서 이 방법은 소비자에 대한 직접적인 분류보다는 제품이 쓰이는 상황을 분류하여 놓고 각 상황에 맞는 제품을 개발하기 위해 널리 쓰이고 있다. 끝으로 소비자 상황에 의한 시장세분화(person-situation)로 이는 위의 두 가지 방법을 동시에 고려함으로써 보다 효율적인 시장세분화를 이루려는 것으로 특정상황마다 각기 다른 소비자들의 반응을 예측하려는 것이다. 또한 이를 시간의 흐름에 따라 분석해 봄으로써 소비자가 추구하는 효용의 변화도 파악할 수 있는 것이다. 셋째, 세분화의 모형에 따른 분류로 먼저, 선형적 모형에 의한 세분화(a priori segmentation model)로 이는 연구자가 미리 시장을 세분화하는데 적절하다고 생각하는 변수들을 선정하여 시장을 세분화하고 이에 따라 각 세그먼트의 크기나 특성을 파악하는 방법이다. 또한 군집화 모형에 의한 세분화(cluster-based segmentation model)로 이는 변수를 선형적으로 선정하지 않고 세분시장의 수, 형태도 미리 알려져 있지 않은 상황에서 군집분석(cluster analysis)을 실시하여 소비자들을 세분화하고 각 세분시장의 특성을 파악하는 방법이다. 그리고 구성요소적 요인

에 의한 세분화(componential segmentation model)로 이 방법은 위의 두 방법을 동시에 고려함으로써 보다 효율적인 시장세분화를 이루려는 것으로 특정 상황마다 각기 다른 소비자들의 반응을 예측하려는 것이다. 또한 이를 시간의 흐름에 따라 분석해 봄으로써 소비자가 추구하는 효용의 변화도 파악할 수 있다. 끝으로 신축적 모형에 의한 세분화(flexible segmentation model)로 이 방법은 선형적 모형이나 군집화 모형과는 대조적으로 시장세분화에 대해 보다 더 역동적인 접근방법으로 새로운 신제품에 대해 유사한 반응을 보이는 소비자 군으로 구성된 다수의 대안적 세분시장들을 조사해 볼 수 있게 된다. 넷째, 통계기법에 의한 세분화로 응답자들을 집단으로 나누는데 이용되어지는 기법, 즉 분류, 군집분석, 다차원 척도법, 자동교류탐지, 회귀분석, 각 세분시장의 특성을 찾아내기 위한 방법, 즉 교차집계표, 다중회귀분석, 다중판별분석, 분류와 설명을 동시에 하기 위해 정준상관관계 분석이 이용되고 있다.

3. 갬블링산업의 관광세분화전략 대응요소

먼저 카지노 산업의 세분시장을 살펴보면, 카지노는 단순히 게임을 즐기기 보다는 다양한 사람들을 만나는 장소로서 이용되어 진다. 또한 카지노에서의 주요 수입원은 갬블링을 하는 사람들이기 때문에 고객들을 유치하기 위해 카지노를 이용하는 고객들에게는 객실요금과 레스토랑의 요금을 저렴하게 책정해 주고 객실을 무료로 제공하기도 한다.

그래서 경제적 이익을 얻을 수 있다는 것도 고객에게 간과할 수 없는 중요한 요소로 작용될 수 있다. 그리고 카지노장이 있는 대다수의 호텔은 대규모인 경우가 대부분이고 호텔들이 가지고 있는 많은 부대시설은 관광객들의 호기심의 대상이기도 한데 다양한 부대시설을 제공받을 수 있다는 것(원갑연 외, 2005)과 카지노의 기술적·기능적 서비스 품질에 대한 영역으로서 성취감이나 대리경험, 언어적 설득, 신체적·정신적 상태 효능요인과 공유될 수 있다고 생각되어진다.

그리고 소비자의 태도는 여러 가지 영향에 의해 더 다양화 되고 있으므로 고객이 경험을 통하여 관광객의 기호에 맞는 고객만족과 자기 효능감 같은 감성서비스를 느낄 수 있도록 해야 할 것이다(고택운·양일용·고현환, 2003). 따라서 카지노에 대한 태도를 긍정적으로 하기 위해서 카지노 방문객에게 다양한 경험과 지식을 제공해야 할 필요가 있다. 본 연구에서는 카지노 방문객

의 긍정적인 태도에 영향을 미치는 고객만족과 감성서비스에 대한 전략화 방안으로 방문객의 카지노 방문 후 감정적 효능에 대해 조사를 하였다. 즉 카지노 서비스품질에 대한 다양한 경험이 카지노 이용 후 고객의 건강한 삶을 주도해 나가는데 미치는 정신적 효능감과의 영향관계를 시장세분화 하였다.

국내 카지노 시장과 향후 전체 갬블링시장의 주요고객인 일본인의 카지노 방문객이 국내 카지노를 방문한 후 카지노에서 제공된 서비스에 대해서 지각된 자신의 효능감을 기준으로 군집화된 이유는 고객의 유형에 따라 긍정적인 개인이나 대인 효능감에 미치는 서비스품질요인들을 바탕으로 고객이 카지노 경험 후 지각할 수 있는 긍정적인 효능감을 향상시켜 카지노에 대한 왜곡된 이미지를 개선하고 카지노의 긍정적인 측면을 고취시키기 위함이다. 이러한 연구의 긍정적인 목적을 실현하기 위해서 본 연구를 시작했다.

경륜의 등장과 함께 경마는 더 이상 국내 갬블링시장을 독점 할 수 없게 되었다. 이후 카지노, 스포츠 베팅, 경정 등이 등장하여 국내 갬블링시장의 환경이 급격히 변화하면서 경마산업도 지금까지의 양적 성장기에서 질적 성장기로 변모해야만 하는 기로에 서게 되었다. 여러 가지 사회현상으로 이러한 추세는 더욱 가속화될 전망이다.

다양한 갬블링산업의 등장으로 각종 갬블링 간의 고객유치 매출증대 등 영역 확장을 위한 경쟁이 치열해 지고 있다는 것이다. 그동안 일부 갬블링에 의해 독과점되었던 시장의 구조가 근본적으로 변화하고 있다는 것이다. 현재 경마는 입장객 수와 매출액이 연평균 20%이상씩 증가하는 고성장을 하고 있다. 이처럼 고객특성에 따라 세분화를 하면 <표 2-8>과 같이 과열·중독 경마고객, 건전·레저 경마고객과 잠재고객으로서의 비경마팬으로 나눌 수가 있다.

<표 2-8> 고객특성 분류

고객분류	고객영향	고객특성
과열·중독 경마팬	경마를 통해 사행성 도박을 추구함으로써 경마에 대한 부정적 인식을 초래	<ul style="list-style-type: none"> · 혼자입장 · 천 경주 마권구입 · 고액베팅 · 장외발매소 주로 이용 · 경마일은 빠짐없이 입장
건전·레저 경마팬	경기자체를 즐기는 고객으로서 경마 이미지 개선과 지속적인 성장을 위해 이들 고객층의 확산이 필요	<ul style="list-style-type: none"> · 가족, 애인 동반입장 · 일부 경주 마권구입 · 서울/제주경마장 주이용 · 월 1~4회 경마장 입장
비 경마팬	경마의 지속적 성장을 위한 잠재고객	<ul style="list-style-type: none"> · 경마에 대해 부정적/무관심 · 경마장 이용 경험이 없음

자료: 97 경마고객 성향조사보고서(1997). 『한국마사회 한국겔럽』.

우리나라에서는 1991년 12월에 경륜경정법을 제정하여 시행근거를 마련하였지만 실제로 시행된 것은 2002년 6월이다. 얻어지는 수익금을 문화 복지국가 실현을 위한 스포츠 복지 서비스 제공과 관련된 산업발전에 지원함을 목적으로 시행되고 있다. 현재 경정 경기장은 미사리 올림픽조정경기장을 개보수해 활용하고 있으며 매주 화요일과 수요일에 1일 8경주씩 실시하며 1경주당 6대의 보트가 출전한다.

경륜의 시행이 갖는 또 다른 의미는 갬블링의 상시화가 가능해졌다는 점이다. 물론 2000년 스몰 카지노 개장으로 상시화가 이루어졌다고는 하지만 지리적 접근성에 문제가 있었기 때문에 경정의 등장이 명실상부한 갬블링의 상시화라고 볼 수 있다. 매주 토요일과 일요일에 시행하는 경마와, 금요일부터 일요일까지 시행하는 경륜에 화요일과 수요일에 시행하는 경정을 더할 경우 1주일중 월요일과 목요일을 제외하고는 언제든지 갬블링을 즐길 수 있게 된 것이다. 2002년 6월 최초 시행시 1일 매출액은 9억 6500만원에 불과하였지만 현재는 약 2.5배 증가한 25억 원에 이르고 있다. 이는 오랫동안 경마와 경륜을 즐기던 고객들이 경마와 경륜 휴장일에 시행하는 경륜으로 점차 유입되고 있음을 시사하는 부분이기도 하다(최규환, 2001).

<표 2-9> 경정 시행규모(2002.6~11)

구분	매출규모		사업규모		시행일수
	매출액	입장인원	사업장		
			경정장	장외	
내용	일평균 23억원	일평균 2천명내외	1개소	-	연간 100일 내외

제 3 장 연구설계

제 1 절 자료수집

본 연구논문의 목적을 수행하기 위해 연구대상을 한국을 방문하는 외래관광객을 대상으로 하되 다음의 여건과 조건하에 연구대상을 한정하였다. 첫째, 한국을 방문하는 외래객 구성비율을 인바운드 현황조사에서 알 수 있듯이 과반수 가까이 차지하는 일본시장으로 한정하여 표본을 추출하여 조사하였다. 둘째, 방한 외래관광객을 대상으로 한 기존의 연구가 수도권으로 입국하는 외래관광객으로 편중되어 있는 실정이며 지방으로 입국하는 외래 관광객들의 실태조사가 절실하다는 판단하에 김해공항과 부산부두를 통해 입국하는 방한 외래관광객들을 대상으로 조사하였다. 셋째, 기존의 연구 역시 서울을 중심으로 한 관광목적지 연구가 주류를 차지하였다. 따라서 본 연구에서는 국내 제2의 국제공항인 김해공항을 통해 입국하는 외래 관광객들이 지각하는 인근 관광지역을 관광목적지로서 어떻게 지각하는지를 연구할 필요성이 절실하다고 할 수 있다. 마지막으로 외래 관광객 중 단체여행을 제외한 외래 관광객들을 대상으로 하였음을 밝혀둔다.

따라서 본 연구의 표본선정과정은 다음과 같다. 먼저 예비조사 및 본 조사에 있어서 자료수집의 방법은 문헌조사분석을 통해, 관련 논문 및 문헌, 간행물 등을 참고하여 조사하였으며, 실증조사분석도 김해공항과 부산부두를 통해 입국하는 외래 관광객 30명을 대상으로 사전 예비조사를 실시하였다. 사전예비조사결과 도출된 요인과 결과를 바탕으로 설문지를 완성하였다. 완성된 설문지를 이용하여 김해공항과 부산부두를 통해 입국해서 여행을 마친 후 출국하는 외래 관광객을 대상으로 사전 출국정보를 입수하여 본 조사를 실시하였다.

표본추출방법은 무작위확률표본추출방법(random probability sampling method)의 하나인 체계적표본추출방법(systematic random sampling method)을 실시하였으며 조사대상을 선정 후 사전에 훈련된 조사자로 하여금 2008년 8월부터 2009년 2월까지 실시하여 총 570부의 설문지를 회수하여 그중에서 분석에 적합하지 않은 55부를 제외하고 515부를 분석하였다.

<표 3-1> 표본의 개요

연구대상 및 표본단위	김해공항과 부산부두를 통해 입국한 만 18세 이상의 외래 관광객
조사범위	김해공항과 부산부두의 출국장
조사기간	2008년 8월 15일~2009년 2월 15일
자료수집	회수된 표본수:570부 분석사용:515부

제 2 절 설문지 구성 및 내용

본 연구의 자료수집 도구로 이용된 설문지는 기존의 선행연구 결과와 이론을 근거로 구성되었다. 본 연구에서 설문지의 구성은 크게 6개의 부문으로 나누어져 있다. 첫째, 관광객의 방문특성의 설문 항목으로 방문횟수, 방문목적, 정보원, 방문 체재일수 등을 설정하여 답변하도록 하였다. 둘째, 카지노 이용동기에 관한 설문 항목으로 17문항, 리커트 5점 척도로 답변할 수 있게 하였다. 셋째, 카지노 인식에 대한 측정항목으로 15문항, 리커트 5점 척도로 답변할 수 있게 하였다. 넷째, gambling의 영향도에 대한 항목으로 긍정적/부정적 문항 각 12문항을 리커트 5점 척도로 답변할 수 있게 하였다. 다섯째, 한국gambling산업에 대한 항목으로 국제관광활성화정도, 만족도, 재방문의사, gambling산업시설의 필요성, 체류기간의 연장의향 등 다섯 가지 항목으로 설정하고 리커트 5점 척도로 답변할 수 있게 하였다. 마지막으로, 일반적인 사항으로 성별, 연령, 직업, 학력, 월소득, 결혼여부, 카지노 게임의 경험여부 등 6문항으로 구성되어 있다.

<표 3-2> 설문지 구성

조사항목	구체적인 내역	
방문특성	<ol style="list-style-type: none"> 1. 방문횟수 2. 예상경비 3. 방문목적 4. 체재일수 	<ol style="list-style-type: none"> 5. 방문동반자 6. 교통수단 7. 정보경로
이용동기	<ol style="list-style-type: none"> 1. 단순게임 2. 생계유지 3. 현실충족 4. 새로운 형태의 게임경험 5. 기분전환 6. 경제적 부 7. 경쟁유발 8. 능력 시험 9. 색다른 승부 	<ol style="list-style-type: none"> 10. 자기 충족감 11. 타인과의 교체 12. 재미있는 시간 13. 스트레스 해소 14. 타 위탁시설과의 연계 15. 오락과 유희 16. 돈을 획득 17. 전반적 시설
카지노 인식	<ol style="list-style-type: none"> 1. 게임이 아닌 도박 2. 돈을 획득할 확률의 희박성 3. 카지노 방문경험 4. 건전한 관광활동 5. 운이 따르는 활동 6. 내기게임 경험 7. 도박성 게임의 경험 8. 색다른 관광경험 	<ol style="list-style-type: none"> 9. 평소 좋은 느낌 10. 게임방법 숙지 11. 돈을 획득할 수 있는 기회 제공 12. 상당한 수준의 기술이 수반 13. 상대와 겨루는 활동 14. 내국인 출입금지 15. 보상이 따르는 활동
갬블링영향도	부정적 인식	긍정적 인식
	<ol style="list-style-type: none"> 1. 청소년 교육에 나쁜 영향 2. 사행심 조장 3. 가정파탄 유발 4. 한탕주의 조장 5. 사회적 피해 발생 6. 도시성격 변화 7. 퇴폐문화 조장 8. 조직폭력 유발 9. 게임이 아닌 도박 10. 돈을 획득할 확률의 희박성 11. 범죄증가 유발 12. 도박중독 야기 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 도시기반시설 증가 2. 주변 관광지개발에 도움 3. 낙후된 도시개발에 영향 4. 건전한 위탁활동 제공 5. 고용창출 기여 6. 지방세 수입에 기여 7. 외화획득에 기여 8. 관광객 유치에 도움 9. 좋은 느낌 10. 자기 충족감 11. 스트레스 해소 12. 돈을 획득
한국갬블링산업	<ol style="list-style-type: none"> 1. 국제관광활성화에 기여 2. 재방문의사 3. 전반적 만족도 	<ol style="list-style-type: none"> 4. 갬블링산업 시설의 필요성 5. 체류기간 연장에 기여
인구통계학적 특성	<ol style="list-style-type: none"> 1. 성별 2. 연령 3. 직업 4. 학력 	<ol style="list-style-type: none"> 5. 월소득 6. 결혼여부 7. 카지노 경험 여부

제 3 절 연구분석단계 및 방법

변수 선정시 선행연구에 제시한 John과 Crompton의 목적지 영향변수를 참고하였으며, Prentice, Witt, Hamer의 요인분석과 군집분석은 그에 따른 인구통계학적 차이검정을 본 연구분석 절차에 적용하였다. 이러한 기존 선행연구의 전개과정이 타당하다고 판단되어 이를 참고하여 <표 3-3>에 제시된 바와 같이 5가지의 단계로 설계하게 되었다.

첫째, 카지노 이용동기, 카지노 인식도, 갬블링 인식도(부정/긍정) 변수의 중요도를 파악하기 위하여 변수비교분석을 실시하였다.

둘째, 카지노 이용동기 17개 영향변수, 인식도 15개 영향변수, 긍정인식과 부정인식 각각 12개 영향변수를 가지고 요인별 특성을 파악하기 위해 Varimax 법을 적용한 주성분분석을 실시하였다.

셋째, 관광객의 동질화 그룹의 수를 파악하기 위해 군집분석이 실시되었고 종합적 단계별 방법이 적용되었다. 더욱이 이렇게 세분화된 군집은 원칙적으로 요인분석에 의한 요인점수를 기초로 한 군집방법이 실시되었다.

넷째, 표본의 인구통계학적 특성에 의한 카지노 이용동기별 세분화 그룹별 상호 독립성 여부를 알아보고 그룹별 특성을 파악하기 위해 교차 검정을 실시하였다.

다섯째, 마지막으로 중요 종속변수에 대한 요인별 회귀분석을 실시하여 상대적 중요도에 의한 대응 전략을 논의하고자 하였다.

<표 3-3> 분석절차의 설계

1단계: 17개 이용동기 변수, 15개 인식도 변수, 12개 긍정/부정인식 변수비교 분석	결과: 중앙값인 3.0이상의 평균값 도출
2단계: 17개 이용동기 변수, 15개 인식도 변수, 12개 긍정/부정인식 변수의 요인분석	결과: 4개의 요인 4개의 요인 3개(긍정)/4개(부정)의 요인으로 확정
3단계: 갬블링산업 5개 영향요인에 의한 관광객의 군집분석	결과: 3개의 세분화 그룹이 확정
4단계: 인구통계학적 x^2 검정	결과: 유의한 군집의 기술적 특성 파악
5단계: 중요 종속변수에 대한 요인별 회귀분석	결과: 중요도에 의한 대응 전략 논의

제 4 장 갬블링산업의 영향도 평가

제 1 절 표본의 특성

각 항목별 관계를 분석하기에 앞서 추출된 표본인 인구통계학적 특성에 따른 구성비는 성별, 연령별, 직업별, 학력별, 평균소득, 가족사항, 카지노 경험, 방문목적, 동반유형, 교통수단, 정보원천 등 11개 항목으로 구성하였으며, 분석 자료에 이용된 515부에 대한 응답자의 인구통계학적 특성은 <표 4-1>에 나타난 바와 같다.

성별 분포는 남자가 338명(65.6%), 여자가 177명(34.4%)으로 남자가 여자보다 많았고, 연령층으로는 40대가 196명(38.1%)로 가장 많은 것으로 나타났으며, 다음으로 30대가 168명(32.6%), 50대가 90명(17.5%), 60세 이상이 46명(8.9%), 20대가 15명(2.9%)으로 나타났다. 이것은 당연히 갬블링산업이 남성지향적 게임임을 알 수 있으나 여성인구가 34.4%나 차지하고 있어 앞으로 여성의 갬블링산업 이용에 대한 부분도 주목해야 할 것으로 본다. 더욱이 30, 40대가 표적시장을 이루고 있어 한국을 찾는 외국인의 갬블링산업 이용층이 상당히 수익성 부가가치측면에서 긍정적인 결과로 보여 진다.

직업별 분포는 회사원이 135명(26.2%)으로 가장 많았으며, 사업가(자영업)가 113명(21.9%), 기술/판매직이 93명(18.1%), 서비스업이 71명(13.8%), 기타가 32명(6.2%), 공무원이 30명(5.8%)순으로 나타났으며, 전문직에 종사하거나 주부는 응답을 보이지 않았다. 학력별 분포로는 대학졸업이 317명(61.6%)로 가장 많았으며, 전문대졸이 142명(27.6%), 고졸이하가 41명(8.0%), 대학원 이상이 15명(2.9%)순으로 나타나 비교적 대학졸업의 학력이 우세한 것으로 나타났다.

평균소득에 대한 항목에서는 300~400만원 미만이 141명(27.4%)으로 가장 많았으며, 200~300만원 미만이 107명(20.4%), 100~200만원 미만이 90명(17.5%), 100만원 미만이 76명(14.8%), 400~500만원 미만이 60명(11.7%), 500만원 이상이 41명(8.0%)순으로 나타났다. 가족사항은 기혼이 347명(67.4%)으로 미혼 157명(30.5%) 보다 높은 응답을 보였으며, 기타가 11명(2.1%)으로 나타났다.

카지노의 방문경험에 대한 항목에 있어서는 방문경험이 있다가 387명

(75.1%)으로 방문경험이 없다 128명(24.9%)보다 높은 응답을 보였으며, 방문 목적 항목에 있어서는 사업이 363명(70.5%)으로 가장 많았으며 다음으로 여가, 위락, 휴가 등이 91명(17.7%), 유학 등 체류가 46명(8.9%), 기타가 15명(2.9%)의 순으로 응답을 보였다. 동반유형에 있어서는 친구/동료가 303명(58.8%)로 가장 많은 응답을 보였으며 혼자가 121명(23.5%), 가족/친지가 76명(14.8%), 기타가 15명(2.9%)순으로 나타났다.

카지노 이용시 교통수단에 대한 항목에서는 버스가 224명(43.5%)이 가장 많았으며, 그 다음으로 승용차가 189명(36.7%), 기차가 87명(16.9%), 기타가 15명(2.9%)순으로 나타났다. 카지노 이용시 카지노에 대한 정보 경험에 대한 항목에 있어서는 인터넷을 통해서 정보를 수집한다는 응답이 210명(40.8%)로 가장 많은 응답을 보였으며 다음으로 TV/라디오를 통해 정보를 수집한다는 응답이 139명(27.0%), 친구/가족이 73명(14.2%), 기타가 15명(2.9%)순으로 응답을 보였다. 이는 방송매체뿐만이 아니라 컴퓨터의 보급으로 인해 예전과는 달리 인터넷을 통해 정보를 얻는다는 것을 알 수 있다. 또한 친구나 가족 등 구전을 통한 정보 또한 적지 않다는 것을 알 수 있다.

<표 4-1> 인구통계학적 특성

구성항목		빈도(명)	비율(%)
성별	남	338	65.6
	여	177	34.4
연령	20~29세	15	2.9
	30~39세	168	32.6
	40~49세	196	38.1
	50~59세	90	17.5
	60세이상	46	8.9
직업	회사원	135	26.2
	사업가(자영업)	113	21.9
	공무원	30	5.8
	기술/판매직	93	18.1
	전문직	-	-
	주부	-	-
	학생	41	8.0
	서비스업	71	13.8
기타	32	6.2	
학력	고졸이하	41	8.0
	전문대 재/졸	142	27.6
	4년제대학 재/졸	317	61.6
	대학원 이상	15	2.9

평균소득	100만원 미만	76	14.8
	100~200만원 미만	90	17.5
	200~300만원 미만	107	20.4
	300~400만원 미만	141	27.4
	400~500만원 미만	60	11.7
	500만원 이상	41	8.0
가족사항	미혼	157	30.5
	기혼	347	67.4
	기타	11	2.1
카지노 경험	유	387	75.1
	무	128	24.9
방문목적	여가, 위락, 휴가	91	17.7
	사업	363	70.5
	유학 등 체류	46	8.9
	기타	15	2.9
동반유형	혼자	121	23.5
	가족/친지	76	14.8
	친구/동료	303	58.8
	기타	15	2.9
교통수단	승용차	189	36.7
	버스	224	43.5
	기차	87	16.9
	기타	15	2.9
정보원천	여행사	78	15.1
	TV/라디오	139	27.0
	친구/가족	73	14.2
	인터넷	210	40.8
	기타	15	2.9

제 2 절 카지노 및 갬블링산업의 인식도 비교

1. 카지노 이용동기 변수 비교

카지노를 이용하는 이용객을 대상으로 실시한 카지노 이용동기 실증조사 결과 <표 4-2>와 같이 측정변수에 대한 기술통계분석 결과가 나타났다. 이용동기 변수를 5점 척도로 측정한 결과 생계유지, 현실충족, 경제적 부, 능력시험을 제외한 모든 항목에서는 중앙값인 3.0이상의 평균값을 보이고 있어 긍정적인 응답을 하고 있는 것으로 나타났다.

가장 높은 응답을 보인 항목은 ‘기분전환’으로 유경험(3.73)의 이용객이 무경험(3.38)의 이용객보다 높은 값을 보이고 있다. 가장 낮은 응답을 보인 ‘생계

유지’에서는 유경험(2.41)의 이용객이 무경험(2.07)의 이용객보다 높은 값을 보이는 것으로 나타났다.

<표 4-2> 카지노 이용동기 변수 비교

문항	전체평균(SD)	유경험	순위	무경험	순위	t값	유의확률
카지노 단순게임	3.60(1.35)	3.55	5	3.78	1	2.19	.029*
생계유지	2.32(0.98)	2.41	17	2.07	17	3.33	.001**
현실충족	2.90(0.98)	2.93	15	2.81	13	1.24	.212
새로운 게임경험	3.54(0.83)	3.60	3	3.36	5	2.80	.005**
기분전환	3.64(1.07)	3.73	1	3.38	4	3.22	.001**
경제적 부	2.71(1.01)	2.81	16	2.39	16	4.22	.000***
경쟁유발	3.02(1.20)	3.10	11	2.76	14	2.81	.005**
능력시험	2.85(1.17)	2.95	14	2.53	15	3.51	.000***
색다른 승부	3.36(0.89)	3.41	7	3.22	9	2.02	.043*
자기충족감	3.05(0.82)	3.06	12	3.03	11	.36	.716
사람과의 만남	3.01(0.96)	3.04	13	2.91	12	1.35	.178
흥미로운 시간	3.54(0.88)	3.58	4	3.43	3	1.63	.103
스트레스해소	3.56(0.96)	3.65	2	3.28	8	3.84	.000***
위락시설 연계	3.12(0.91)	3.14	10	3.05	10	.99	.322
오락과 유희	3.47(0.88)	3.44	6	3.55	2	1.19	.234
영리목적	3.21(1.18)	3.17	8	3.33	6	1.30	.192
전반적 시설	3.20(1.04)	3.17	9	3.29	7	1.13	.257

주) *p<0.05 **p<0.01 ***p<0.001

또한 카지노 이용동기에 관한 변수의 순위도에 있어서 카지노 유경험의 이용객의 응답에 있어서는 카지노를 이용하는 것은 ‘기분전환을 위해서(3.73)’가 가장 높은 값을 나타내고 있으며, 다음으로 ‘스트레스 해소(3.65)’, ‘새로운 게임경험(3.60)’, ‘흥미로운 시간(3.58)’, ‘카지노 단순게임(3.55)’, ‘오락과 유희(3.44)’, ‘색다른 승부(3.41)’, ‘영리목적(3.17)’, ‘전반적 시설(3.17)’, ‘위락시설 연계(3.14)’, ‘경쟁유발(3.10)’, ‘자기충족감(3.06)’, ‘사람과의 만남(3.04)’, ‘능력시험(2.95)’, ‘현실충족(2.93)’으로 조사되었다. 상위항목에 대한 조사결과, 카지노 이용동기에 있어 이용경험이 있는 이용객의 주요 이용동기는 주로 기분전환 이라든가 스트레스 해소, 흥미로운 시간을 보내기 위해서 카지노를 이용한다는 것을 알 수 있었다. 한편 ‘경제적인 부(2.81)’, ‘생계유지(2.41)’는 저조한 답을 보인 것으로 보아 경제적 이득을 위한 점에 있어서는 체계적인 접근이 필요한 것으로 판단된다.

카지노 이용 경험이 없는 이용객의 이용동기에 관한 항목에 있어서는 ‘카

지노는 단순게임이다(3.78)'가 가장 높은 값을 나타내고 있으며, 다음으로 '오락과 유흥(3.55)', '흥미로운 시간(3.43)', '기분전환(3.38)', '새로운 게임경험(3.36)', '영리목적(3.33)', '전반적 시설(3.29)', '스트레스 해소(3.28)', '색다른 승부(3.22)', '위락시설 연계(3.05)', '자기 충족감(3.03)', '사람과의 만남(2.91)', '현실충족(2.81)', '경쟁유발(2.76)', '능력시험(2.53)'으로 조사되었다. 상위항목에 대한 조사결과, 카지노 이용동기에 있어 이용경험이 없는 이용객의 주요 이용동기는 주로 오락과 유흥의 카지노가 단순게임이라는 동기유발로 카지노를 이용한다는 것을 알 수 있었다. 한편 '경제적인 부(2.39%)', '생계유지(2.07%)'는 저조한 답을 보인 것으로 보아 카지노 이용에 있어서 경험의 유무와 관계 없이 경제적 이득을 위한 점에 있어서는 체계적인 접근이 필요한 것으로 판단된다.

2. 카지노 인식도 변수 비교

카지노를 이용하는 이용객을 대상으로 실시한 카지노 인식도 실증조사 결과 <표 4-3>과 같이 측정변수에 대한 기술통계분석 결과가 나타났다. 인식도 변수를 5점 척도로 측정한 결과 한국이외에 방문경험이 있음, 모든 게임방법을 숙지, 경제적 이득의 기회제공을 제외한 모든 항목에서는 중앙값인 3.0이상의 평균값을 보이고 있어 긍정적인 응답을 하고 있는 것으로 나타났다. 가장 높은 응답을 보인 항목은 '운이 따르는 활동'으로 유경험(3.64)의 이용객이 무경험(3.52)의 이용객보다 높은 값을 보이고 있다. 가장 낮은 응답을 보인 '모든 게임방법 숙지'에서는 유경험(2.72)의 이용객이 무경험(2.45)의 이용객보다 높은 값을 보이는 것으로 나타났다. 조사결과 대부분의 항목에서 무경험의 이용객보다는 유경험의 이용객에게 있어서 높은 응답을 보이는 것을 알 수 있다.

또한 카지노 이용경험이 있는 이용객의 인식도 변수 순위에 있어서는 '운이 따르는 활동(3.64)'이 가장 높은 값을 나타내고 있으며, 다음으로 '색다른 관광경험(3.57)', '카지노 내국인 출입금지 인지(3.44)', '보상이 있는 활동(3.34)', '상대와 겨루는 활동(3.34)', '기술수반(3.30)', '건전한 관광활동(3.30)', '확률이 희박함'과 '게임이 아닌 도박(3.27)', '평소 카지노에 대한 좋은 느낌(3.24)', '내기를 하는 게임(3.11)', '인터넷 도박성 게임경험(3.08)', '경제적 이득의 기회제공(3.00)', '한국이외에 방문경험 있음(2.78)'으로 조사되었다. 상위항목에 대한 조사결과, 카지노 이용경험이 있는 이용객의 카지노 인식도는 주로 운과 보상이 따르는 게임으로 인식하고 있다는 것을 알 수 있었다. 한편 '모든

게임방법 숙지(2.72)’는 저조한 답을 보인 것으로 보아 체계적인 접근이 필요한 것으로 판단된다.

카지노 이용경험이 없는 이용객의 인식도에 관한 항목에 있어서는 ‘카지노 내국인 출입금지 인지(3.74)’가 가장 높은 값을 나타내고 있으며, 다음으로 ‘게임이 아닌 도박(3.74)’, ‘운이 따르는 활동(3.52)’, ‘상대와 겨루는 활동(3.52)’, ‘색다른 관광경험(3.42)’, ‘보상이 있는 활동(3.38)’, ‘확률이 희박함(3.34)’, ‘기술수반(3.25)’, ‘평소 카지노에 대한 좋은 느낌(3.21)’, ‘내기를 하는 게임(3.19)’, ‘건전한 관광활동(3.08)’, ‘인터넷 도박성 게임경험(2.96)’, ‘경제적 이득의 기회제공(2.52)’, ‘모든 게임방법 숙지(2.45)’로 조사되었다. 상위항목에 대한 조사결과, 카지노 이용경험이 없는 이용객의 카지노 인식도는 주로 카지노 내국인 출입금지를 인지하고 있다는 것을 알 수 있었다. 한편 ‘한국이외에 방문경험 있음(2.34)’은 저조한 답을 보였다.

<표 4-3> 카지노 인식도 변수 비교

문항	전체평균(SD)	유경험	순위	무경험	순위	t값	유의확률
게임이 아닌 도박	3.39(1.09)	3.27	9	3.74	2	4.20	.000***
확률이 희박함	3.29(0.97)	3.27	8	3.34	7	.64	.517
한국이외에 방문경험있음	2.67(1.22)	2.78	14	2.34	15	3.53	.000***
건전한 관광활동	3.24(0.92)	3.30	7	3.08	11	2.31	.021*
운이 따르는 활동	3.61(0.93)	3.64	1	3.52	3	1.31	.191
내기를 하는 게임	3.13(1.02)	3.11	11	3.19	10	.80	.423
인터넷도박성 게임경험	3.05(1.17)	3.08	12	2.96	12	.97	.333
색다른 관광경험	3.53(0.77)	3.57	2	3.42	5	1.99	.047*
평소 카지노에 대한 좋은 느낌	3.23(0.82)	3.24	10	3.21	9	.44	.657
모든 게임방법 숙지	2.66(1.00)	2.72	15	2.45	14	2.69	.007**
경제적 이득의 기회제공	2.88(0.94)	3.00	13	2.52	13	5.17	.000***
기술수반	3.29(0.92)	3.30	6	3.25	8	.52	.600
상대와 겨루는 활동	3.38(0.87)	3.34	5	3.52	4	2.05	.040*
카지노내국인 출입금지인지	3.52(0.98)	3.44	3	3.74	1	2.97	.003**
보상이 있는 활동	3.35(0.98)	3.34	4	3.38	6	.36	.715

주) *p<0.05 **p<0.01 ***p<0.001

3. 갬블링 인식도 변수 비교

갬블링을 이용하는 이용객을 대상으로 실시한 갬블링 인식도-부정적 인식에 대한 실증조사 결과 <표 4-4>와 같이 측정변수에 대한 기술통계분석 결과

가 나타났다. gambling 부정적 인식도 변수를 5점 척도로 측정된 결과 모든 항목에서 중앙값인 3.0이상의 평균값을 보이고 있어 높은 응답을 하고 있는 것으로 나타났다. 가장 높은 응답을 보인 항목은 ‘게임의 대중화 저해’로 무경험(4.48)의 이용객이 유경험(4.39)의 이용객보다 높은 값을 보이고 있다. 가장 낮은 응답을 보인 ‘성공확률희박’에서는 무경험(3.11)의 이용객이 유경험(3.06)의 이용객보다 높은 값을 보이는 것으로 나타났다. 조사결과 gambling 인식도-부정적 인식 대부분의 항목에서 유경험의 이용객보다는 무경험의 이용객에게 있어서 높은 응답을 보이는 것을 알 수 있다. 이는 유경험 이용객보다 무경험 이용객에게서 gambling의 부정적인 이미지를 보인다는 것을 알 수 있다. 따라서 무경험 이용객에게 있어서는 체계적인 접근이 필요한 것으로 판단된다.

<표 4-4> gambling 인식도 변수 비교(부정)

문항	전체평균	유경험		무경험		t값	유의확률
청소년에게 나쁜 영향	3.60(1.11)	3.51	5	3.84	6	2.88	.004**
사행심 조장	3.81(1.00)	3.78	3	3.91	4	1.23	.218
가정파탄 유발	3.58(0.99)	3.48	7	3.87	5	3.86	.000***
한탕주의 조장	3.76(1.03)	3.68	4	4.00	3	3.09	.002**
지역전시효과발생	3.49(0.97)	3.40	8	3.78	8	3.84	.000***
건전한 근로의식 붕괴	3.58(0.01)	3.50	6	3.81	7	2.96	.003**
퇴폐문화 조장	3.32(0.93)	3.26	10	3.50	10	2.47	.014**
조직폭력 유발	3.39(1.02)	3.29	9	3.70	9	3.98	.000***
게임의 대중화 저해	4.41(0.67)	4.39	1	4.48	1	1.28	.199
성공 확률 희박	3.07(0.73)	3.06	12	3.11	11	.70	.483
범죄증가 유발	3.15(0.80)	3.17	11	3.07	12	1.18	.237
도박중독 야기	4.25(0.78)	4.25	2	4.25	2	.00	.994

주) *p<0.05 **p<0.01 ***p<0.001

또한 gambling 이용경험이 있는 이용객의 gambling 부정적 인식도 변수 순위에 있어서는 ‘게임의 대중화 저해(4.39)’가 가장 높은 값을 나타내고 있으며, 다음으로 ‘도박중독 야기(4.25)’, ‘사행심 조장(3.78)’, ‘한탕주의 조장(3.68)’, ‘청소년에게 나쁜 영향(3.51)’, ‘건전한 근로의식 붕괴(3.50)’, ‘가정파탄유발(3.48)’, ‘지역전시효과발생(3.40)’, ‘조직폭력 유발(3.29)’, ‘퇴폐문화 조장(3.26)’, ‘범죄증가유발(3.17)’, ‘성공확률희박(3.06)’으로 조사되었다. 상위항목에 대한 조사결과, gambling 이용경험이 있는 이용객의 gambling 부정적 인식도는 주로 게임의 대중화를 저해한다와 도박중독 야기, 사행심 조장 등에 영향도를 보이는 것을

알 수 있었다.

갬블링 이용경험이 없는 이용객의 갬블링 부정적 인식도에 관한 항목에 있어서는 ‘게임의 대중화 저해(4.48)’이 가장 높은 값을 나타내고 있으며, 다음으로 ‘도박중독 야기(4.25)’, ‘한탕주의 조장(4.00)’, ‘사행심 조장(3.91)’, ‘가정파탄 유발(3.87)’, ‘청소년에게 나쁜 영향(3.84)’, ‘건전한 근로의식 붕괴(3.81)’, ‘지역 전시효과발생(3.78)’, ‘조직폭력 유발(3.70)’, ‘퇴폐문화 조장(3.50)’, ‘성공확률희박(3.11)’, ‘범죄증가 유발(3.07)’로 조사되었다. 상위항목에 대한 조사결과, 갬블링 이용경험의 유무와 관계없이 갬블링 이용객의 갬블링 부정적 인식도는 주로 게임의 대중화를 저해한다와 도박중독 야기, 사행심 조장 등에 영향도를 보이는 것을 알 수 있었다.

갬블링을 이용하는 이용객을 대상으로 실시한 갬블링 인식도-긍정적 인식에 대한 실증조사 결과 <표 4-5>와 같이 측정변수에 대한 기술통계분석 결과가 나타났다. 갬블링 긍정적 인식도 변수를 5점 척도로 측정한 결과, ‘좋은느낌’항목을 제외한 모든 항목에서 중앙값인 3.0이상의 평균값을 보이고 있어 긍정적인 응답을 하고 있는 것으로 나타났다. 가장 높은 응답을 보인 항목은 ‘자기 충족감’으로 유경험(4.55)의 이용객이 무경험(4.53)의 이용객보다 높은 값을 보이고 있다. 가장 낮은 응답을 보인 ‘좋은 느낌’에서는 무경험(2.73)의 이용객이 유경험(2.64)의 이용객보다 높은 값을 보이는 것으로 나타났다.

또한 갬블링 이용경험이 있는 이용객의 갬블링 긍정적 인식도 변수 순위에 있어서는 ‘자기충족감(4.55)’가 가장 높은 값을 나타내고 있으며, 다음으로 ‘스트레스 해소(4.07)’, ‘관광객유치(3.96)’, ‘외화획득에 기여(3.75)’, ‘지방세 수입 기여(3.35)’, ‘경제적 이득(3.33)’, ‘주변관광지 개발(3.30)’, ‘도시기반 시설 증가(3.30)’, ‘건전한 위락활동 제공(3.29)’, ‘고용창출 기여(3.21)’, ‘낙후된 도시개발(3.18)’, ‘좋은 느낌(2.64)’으로 조사되었다. 상위항목에 대한 조사결과, 갬블링 이용경험이 있는 이용객의 갬블링 긍정적 인식도는 주로 자기충족감과 스트레스 해소, 관광객 유치 등에 영향도를 보이는 것을 알 수 있었다.

갬블링 이용경험이 없는 이용객의 갬블링 긍정적 인식도에 관한 항목에 있어서는 ‘자기 충족감(4.53)’이 가장 높은 값을 나타내고 있으며, 다음으로 ‘스트레스 해소(4.13)’, ‘관광객 유치(3.74)’, ‘외화획득에 기여(3.56)’, ‘주변관광지 개발(3.47)’, ‘낙후된 도시개발(3.42)’, ‘지방세 수입 기여(3.39)’, ‘고용창출에 기여(3.33)’, ‘경제적 이득(3.10)’, ‘도시기반 시설 증가(3.03)’, ‘건전한 위락활동 제공

(2.84)', '좋은 느낌(2.73)'으로 조사되었다. 상위항목에 대한 조사결과, 갬블링 이용경험의 유무와 관계없이 갬블링 이용객의 갬블링 긍정적 인식도는 주로 자기 충족감, 스트레스 해소, 관광객 유치 등에 영향도를 보이는 것을 알 수 있었다.

<표 4-5> 갬블링 인식도 변수 비교(긍정)

문항	전체평균	유경험		무경험		t값	유의확률
도시기반 시설 증가	3.23(0.87)	3.30	8	3.03	10	2.96	.003**
주변관광지 개발	3.34(0.90)	3.30	7	3.47	5	1.84	.066
낙후된 도시개발	3.24(0.92)	3.18	11	3.42	6	2.64	.008**
건전한 위락활동 제공	3.18(0.93)	3.29	9	2.84	11	4.86	.000***
고용창출에 기여	3.24(1.00)	3.21	10	3.33	8	1.13	.258
지방세 수입 기여	3.36(0.88)	3.35	5	3.39	7	.35	.727
외화획득에 기여	3.71(0.99)	3.75	4	3.56	4	1.94	.052
관광객 유치	3.90(0.91)	3.96	3	3.74	3	2.39	.017*
좋은 느낌	2.66(0.72)	2.64	12	2.73	12	1.27	.203
자기 충족감	4.54(0.61)	4.55	1	4.53	1	.22	.823
스트레스 해소	4.09(0.68)	4.07	2	4.13	2	.78	.432
경제적 이득	3.27(0.62)	3.33	6	3.10	9	3.60	.000***

주) *p<0.05 **p<0.01 ***p<0.001

4. 갬블링 발전대응 변수 비교

갬블링을 이용하는 이용객을 대상으로 실시한 갬블링 발전대응에 관한 실증조사 결과 <표 4-6>과 같이 측정변수에 대한 기술통계분석 결과가 나타났다. 갬블링 발전대응 변수를 5점 척도로 측정한 결과 모든 항목에서 중앙값인 3.0이상의 평균값을 보이고 있어 긍정적인 응답을 하고 있는 것으로 나타났다. 가장 높은 응답을 보인 항목은 '갬블링산업 시설'로 무경험(4.00)의 이용객이 유경험(3.58)의 이용객보다 높은 값을 보이고 있다. 가장 낮은 응답을 보인 '전반적 만족도'에서는 무경험(3.50)의 이용객이 유경험(3.24)의 이용객보다 높은 값을 보이는 것으로 나타났다.

또한 갬블링 이용경험이 있는 이용객의 갬블링 발전대응 변수 순위에 있어서는 '갬블링산업 시설(3.58)'이 가장 높은 값을 나타내고 있으며, 다음으로 '관광목적지 체류기간(3.51)', '국제관광 활성화 기여(3.36)', '재방문(3.36)', '전반적 만족도(3.24)'로 조사되었다.

갬블링 이용경험이 없는 이용객의 갬블링 발전대응 변수에 관한 항목에 있어서는 ‘갬블링산업 시설(4.00)’이 가장 높은 값을 나타내고 있으며, 다음으로 ‘관광목적지 체류기간(3.67)’, ‘전반적 만족도(3.50)’, ‘국제관광 활성화 기여(3.39)’, ‘재방문(3.16)’으로 조사되었다. 상위항목에 대한 조사결과, 카지노 이용경험의 유무와 관계없이 카지노 이용객의 갬블링 발전대응에 있어서 갬블링산업 시설에 높은 응답을 보이는 것을 알 수 있었다.

<표 4-6> 갬블링 발전대응 변수 비교

문항	전체평균	유경험	무경험	t값	유의확률		
국제관광 활성화 기여	3.37(0.84)	3.36	3	3.39	4	.24	.807
재방문	3.31(0.84)	3.36	4	3.16	5	2.35	.019*
전반적 만족도	3.31(0.79)	3.24	5	3.50	3	3.25	.001**
갬블링산업 시설	3.69(0.87)	3.58	1	4.00	1	4.84	.000***
관광목적지 체류기간	3.55(0.91)	3.51	2	3.67	2	1.69	.090

주) *p<0.05 **p<0.01 ***p<0.001

제 3 절 카지노 및 갬블링산업 평가변수의 구성타당도

1. 카지노 이용동기의 구성타당도

카지노 이용동기의 17개 영향변수 가운데 <표 4-7>에 제시된 바와 같이 4개의 요인으로 구분되었다. 4개의 요인은 전체 17개 변수 중 총분산설명율이 74.562%로 판명되었으며, 각 변수에 드러난 일반적인 특성에 의해 요인을 명명하였다. 또한 각 요인별 고유값과 분산 설명력을 제시하였다. 또한 요인별 내적 일관성을 나타내는 신뢰도 값은 요인1($\alpha=.900$), 요인2($\alpha=.878$), 요인3($\alpha=.746$), 요인4($\alpha=.832$)로 비교적 높게 나타났다.

첫 번째 요인은 ‘경제적 부’ 및 ‘현실충족’, ‘경쟁유발’변수 등 5개의 변수를 포함하고 있어 ‘경제적 대응성’(F1)으로 명명하였다. 또한 두 번째 요인은 ‘흥미로운 시간’, ‘사람과의 만남’, ‘오락과 유희’, ‘자기 충족감’, ‘스트레스 해소’, ‘색다른 승부’, ‘카지노 단순게임’변수 등 7개의 변수를 포함하고 있어 명칭은 ‘심리적 유형성’(F2)으로 명명하였다. 세 번째 요인은 ‘전반적 시설’, ‘영리목적’, ‘위락시설 연계’변수 등 3개의 변수를 포함하고 있어 ‘시설 영리 추구성’(F3)으로 명명하였다. 네 번째 요인은 ‘새로운 게임경험’, ‘기분전환’변수 등

2개의 변수를 포함하고 있어 ‘신기적 효과성’(F4)로 명명하였다.

<표 4-7> 카지노 이용동기의 구성타당도

요인	적재치	고유값	설명된 분산율(%)	Alpha값
F1 경제적 대응성		8.060	22.786	.900
경제적 부	.875			
능력시험	.826			
현실충족	.728			
경쟁유발	.698			
생계유지	.596			
F2 심리적 유형성		1.893	21.187	.878
흥미로운 시간	.761			
사람과의 만남	.720			
오락과 유희	.702			
자기 충족감	.676			
스트레스 해소	.663			
색다른 승부	.613			
카지노 단순게임	.476			
F3 시설 영리 추구성		1.644	16.028	.746
전반적 시설	.799			
영리목적	.717			
위락시설 연계	.643			
F4 신기적 효과성		1.079	14.561	.832
새로운 게임경험	.845			
기분전환	.791			
총분산율			74.562	
KMO	.807			
구형성검정	7182.065			
유의확률	.000			

2. 카지노 인식도의 구성타당도

카지노 인식도의 15개 영향변수 가운데 <표 4-8>에 제시된 바와 같이 4개의 요인으로 구분되었다. 4개의 요인은 전체 15개 변수 중 총분산설명율이 77.383%로 판명되었으며, 각 변수에 드러난 일반적인 특성에 의해 요인을 명명하였다. 또한 각 요인별 고유값과 분산 설명력을 제시하였다. 또한 요인별 내적 일관성을 나타내는 신뢰도 값은 요인1($\alpha=.892$), 요인2($\alpha=.890$), 요인3($\alpha=.742$), 요인4($\alpha=.840$)로 비교적 높게 나타났다.

첫 번째 요인은 ‘게임방법’ 및 ‘상대와 겨루는 활동’, ‘색다른 관광경험’ 변수 등

6개의 변수를 포함하고 있어 ‘게임 활동성’(F1)으로 명명하였다. 두 번째 요인은 ‘건전한 관광활동’, ‘내기를 하는 게임’, ‘운이 따르는 활동’, ‘게임이 아닌 도박’변수 등 4개의 변수를 포함하고 있어 ‘게임 인지성’(F2)으로 명명하였다. 세 번째 요인은 ‘보상이 따르는 활동’, ‘내국인 출입 금지’, ‘기술수반’변수 등 3개의 변수를 포함하고 있어 ‘게임 효과성’(F3)으로 명명하였다. 네 번째 요인은 ‘확률 희박’, ‘방문경험’변수 등 2개의 변수를 포함하고 있어 ‘게임 정체성’(F4)으로 명명하였다.

<표 4-8> 카지노 인식도의 구성 타당도

요인	적재치	고유값	설명된 분산율(%)	Alpha값
F1 게임 활동성		7.415	23.266	.892
게임방법	.769			
좋은 느낌	.731			
상대와 겨루는 활동	.707			
색다른 관광경험	.691			
기회제공	.677			
도박성 게임경험	.634			
F2 게임 인지성		1.782	21.907	.890
건전한 관광활동	.854			
내기를하는 게임	.844			
운이 따르는 활동	.711			
게임이 아닌 도박	.703			
F3 게임 효과성		1.366	16.682	.742
보상이 따르는 활동	.783			
내국인 출입 금지	.764			
기술수반	.644			
F4 게임 정체성		1.044	15.528	.840
확률 희박	.877			
방문경험	.813			
총분산율			77.383	
KMO	.826			
구형성검정	6207.649			
유의확률	.000			

3. 갬블링산업 인식도의 구성타당도(부정)

갬블링 인식도-부정인식 12개 영향변수 가운데 <표 4-9>에 제시된 바와 같이 4개의 요인으로 구분되었다. 4개의 요인은 전체 12개 변수 중 총분산설명율이 70.180%로 판명되었으며, 각 변수에 드러난 일반적인 특성에 의해 요

인을 명명하였다. 또한 각 요인별 고유값과 분산 설명력을 제시하였다. 또한 요인별 내적 일관성을 나타내는 신뢰도 값은 요인1($\alpha=.913$), 요인2($\alpha=.819$), 요인3($\alpha=.752$), 요인4($\alpha=.820$)로 비교적 높게 나타났다.

첫 번째 요인은 ‘청소년 교육 나쁜영향’및‘가정파탄 유발’, ‘한탕주의 조장’ 변수 등 4가지 의 변수를 포함하고 있어 ‘사행성’(F1)으로 명명하였다. 두 번째 요인은 ‘퇴폐문화 조장’, ‘도시성격변화’, ‘조직폭력 유발’, ‘사회적피해발생’ 변수 등 4개의 변수를 포함하고 있어‘문화변화성’(F2)으로 명명하였다. 세 번째 요인은 ‘도박중독야기’, ‘범죄증가 유발’변수 등 2개의 변수를 포함하고 있어‘중독성’(F3)으로 명명하였다. 네 번째 요인은‘금전획득 확률희박’, ‘도박성 게임’변수 등 2개의 변수를 포함하고 있어‘도박성’(F4)으로 명명하였다.

<표 4-9> 갬블링 인식도 구성타당도(부정)

요인	적재치	고유값	설명된 분산율(%)	Alpha값
F1 사행성		4.857	28.085	.913
청소년 교육 나쁜영향	.856			
가정파탄 유발	.855			
한탕주의 조장	.826			
사행심 조장	.826			
F2 문화변화성		1.422	21.570	.819
퇴폐문화 조장	.789			
도시성격변화	.766			
조직폭력 유발	.760			
사회적피해발생	.601			
F3 중독성		1.106	11.700	.752
도박중독야기	.827			
범죄증가 유발	.826			
F4 도박성		1.037	8.825	.820
금전획득 확률희박	.721			
도박성 게임	.704			
총분산율			70.180	
KMO	.828			
구형성검정	3053.267			
유의확률	.000			

4. 갬블링산업 인식도의 구성타당도(긍정)

갬블링 인식도-긍정인식 12개 영향변수 가운데 <표 4-10>에 제시된 바와 같이 3개의 요인으로 구분되었다. 3개의 요인은 전체 12개 변수 중 충분산설 명율이 66.000%로 판명되었으며, 각 변수에 드러난 일반적인 특성에 의해 요 인을 명명하였다. 또한 각 요인별 고유값과 분산 설명력을 제시하였다. 또한 요인별 내적 일관성을 나타내는 신뢰도 값은 요인1($\alpha=.882$), 요인2($\alpha=.693$), 요 인3($\alpha=.532$)로 비교적 높게 나타났다.

첫 번째 요인은 ‘낙후된 도시개발’및‘고용창출 기여’, ‘주변관광지 개발’, ‘지 방세 수입기여’, ‘외화획득에 기여’변수 등 5개의 변수를 포함하고 있어 ‘기여 성’(F1)으로 명명하였다. 두 번째 요인은 ‘도시기반 시설 증가’, ‘건전한 위락활 동 제공’, ‘관광객 유치’변수 등 3개의 변수를 포함하고 있어‘경제성’(F2)으로 명명하였다. 세 번째 요인은 ‘스트레스 해소’, ‘자기 충족감’, ‘금전획득 충족’변 수 등 3개의 변수를 포함하고 있어‘충족성’(F3)으로 명명하였다.

<표 4-10> 갬블링 인식도 구성타당도(긍정)

요인	적재치	고유값	설명된 분산율(%)	Alpha값
F1 기여성		4.484	32.318	.882
낙후된 도시개발	.853			
고용창출 기여	.823			
주변관광지 개발	.770			
지방세 수입기여	.766			
외화획득에 기여	.700			
F2 경제성		1.760	17.706	.693
도시기반 시설 증가	.784			
건전한 위락활동 제공	.659			
관광객 유치	.635			
F3 충족성		1.016	15.976	.532
스트레스 해소	.855			
자기충족감	.723			
금전획득 충족	.707			
충분산율			66.000	
KMO	.788			
구형성검정	2689.868			
유의확률	.000			

제 4 절 카지노 및 갬블링산업의 영향도 평가

1. 카지노 이용동기

1) 국제관광활성화 기여

갬블링 국제관광활성화 기여에 관한 카지노 동기요인별 영향도를 평가하기 위해 단계별 다변량 회귀분석(stepwise multiple regression)을 실시하였다. 특히 독립변수간 다중공선성(multicollinearity)문제를 피하기 위하여 요인 점수(factor score)를 이용하였다.

<표 4-11>에서 갬블링 국제관광활성화 정도에 대해 각 독립변수 요인을 투여한 결과 2개의 요인($p < .001$)이 채택되었다. 이 가운데 신기적 효과성(F4)이 상대적으로 높은 정(+의 값을 ($\beta = .313$))을 기록 향후 갬블링의 국제화를 위해서는 우리나라 갬블링의 정체성 확보와 지속적인 홍보 등 갬블링산업의 국제화를 위한 전략이 필요할 것으로 보인다.

<표 4-11> 국제관광활성화기여에 관한 카지노 이용동기 평가

독립변수	표준화 회귀계수 β	t 값	유의확률	F값(P)
경제적 대응성(F1)	.007	.201	.841	39.808 *** (.000)
심리적 유형성(F2)	.265	8.113	.000 ***	
시설영리 추구성(F3)	.039	1.206	.229	
신기적 효과성(F4)	.313	9.587	.000 ***	

주) $n = 515$, $R^2 = .238$

2) 재방문 의사정도

<표 4-12>에서는 갬블링 이용 후 재방문 의사결정에 대해 각 독립변수 요인을 투여한 결과 3개의 요인($p < .001$)이 채택되었다. 이 가운데 가장 많은 영향을 주는 동기요인은 심리적 유형성(F2)이 ($\beta = .240$) 가장 높게 나타나 분석의 객관성이 비교적 높다고 볼 수 있다. 또한 시설영리 추구성(F3)과 신기적 효과성(F4) 요인이 갬블링 재방문의 가능성을 제시하였다. 경제적 대응성(F1)에는 저조한 답을 보인 것으로 보아 체계적인 접근이 필요한 것으로 판단된다.

<표 4-12> 재방문정도에 관한 카지노 이용동기 평가

독립변수	표준화 회귀계수 β	t값	유의확률	F값(P)
경제적 대응성(F1)	.037	1.049	.295	18.325*** (.000)
심리적 유형성(F2)	.240	6.848	.000***	
시설영리 추구성(F3)	.130	3.714	.000***	
신기적 효과성(F4)	.119	3.393	.001**	

주) n = 515, R² =.126

3) 전반적인 만족도

본 연구에서 갬블링의 전반적인 만족도에 관한 결과는 <표 4-13>과 같다. 갬블링의 전반적인 만족도에 대해 각 독립변수를 투입한 결과 2개의 요인(p<.001)이 채택되었다. 갬블링 이용 후 만족도에 가장 많은 영향을 주는 동기요인은 신기적 효과성(F4)으로 (β =.153) 나타났다. 경제적 대응성(F1)과 심리적 유형성(F2)도 어느 정도 만족도에 영향을 미치는 것으로 판단된다. 이러한 결과, 갬블링 이용객 대부분은 신기적 효과성뿐만 아니라 경제적이나 심리적 측면에도 만족도가 높다는 것으로 해석할 수 있다. 따라서 카지노 인바운드 관광객은 전반적으로 새로운 신기성이나 경제적 대응성에 만족한다는 것을 알 수 있다.

<표 4-13> 전반적인 만족도에 관한 카지노 이용동기 평가

독립변수	표준화 회귀계수 β	t값	유의확률	F값(P)
경제적 대응성(F1)	.142	4.195	.000***	11.110*** (.000)
심리적 유형성(F2)	.071	2.113	.035*	
시설영리 추구성(F3)	.048	1.429	.154	
신기적 효과성(F4)	.153	4.510	.000***	

주) n = 515, R² =.080

4) 테마파크형 갬블링산업 필요성 정도

갬블링산업(테마파크)의 시설 필요성 정도에 관한 조사결과는 <표 4-14>와 같다. 갬블링산업(테마파크)의 시설 필요성 정도에 대해 각 독립변수를 투

여한 결과 3개의 요인($p < .05$)이 채택되었다. 갬블링산업(테마파크)의 시설 필요성 정도에 가장 많은 영향을 주는 동기요인은 신기적 효과성(F4)으로 ($\beta = .170$) 나타났다. 경제적 대응성(F1)과 시설영리 추구성(F3)도 갬블링산업(테마파크)의 시설에 영향을 미치는 것으로 판단된다. 이러한 결과, 갬블링 이용객 대부분은 신기적 효과성뿐만 아니라 경제적이거나 시설영리 추구측면에서도 영향력을 미친다는 것을 알 수 있다.

<표 4-14> 테마파크형 갬블링산업 필요성 정도에 관한 카지노 이용동기 평가

독립변수	표준화 회귀계수 β	t값	유의확률	F값(P)
경제적 대응성(F1)	.151	4.074	.000***	11.074*** (.000)
심리적 유형성(F2)	.001	.032	.975	
시설영리 추구성(F3)	.094	2.541	.011*	
신기적 효과성(F4)	.170	4.609	.000***	

주) $n = 515$, $R^2 = .080$

5) 관광목적지 체류기간 연장

갬블링 관광목적지 체류기간 연장에 관한 조사결과는 <표 4-15>와 같다. 갬블링 관광목적지 체류기간 연장에 대해 각 독립변수를 투여한 결과 2개의 요인($p < .001$)이 채택되었다. 갬블링 관광목적지 체류기간 연장에 가장 많은 영향을 주는 동기요인은 심리적 유형성(F2)으로 ($\beta = .204$) 나타났다. 신기적 효과성(F4)도 갬블링 관광목적지 체류기간 연장에 영향을 미치는 것으로 판단된다. 이러한 결과, 갬블링 이용객 대부분은 심리적 유형성뿐만 아니라 신기적 효과성측면에도 영향력을 미친다는 것을 알 수 있다.

<표 4-15> 관광목적지 체류기간 연장에 관한 카지노 이용동기 평가

독립변수	표준화 회귀계수 β	t값	유의확률	F값(P)
경제적 대응성(F1)	.008	.221	.825	13.093*** (.000)
심리적 유형성(F2)	.204	5.312	.000***	
시설영리 추구성(F3)	.007	.187	.852	
신기적 효과성(F4)	.189	4.906	.000***	

주) $n = 515$, $R^2 = .093$

2. 카지노 인식도 비교

1) 국제관광활성화 기여

국제관광활성화 기여에 관한 카지노 인식요인별 영향도를 평가하기 위해 단계별 다변량 회귀분석(stepwise multiple regression)을 실시하였다. 특히 독립변수간 다중공선성(multicollinearity)문제를 피하기 위하여 요인점수(factor score)를 이용하였다.

<표 4-16>에서 국제관광활성화 정도에 대해 각 독립변수 요인을 투여한 결과 게임 활동성 요인만이($p < .05$) 채택되었다. 종속변수인 국제관광 활성화 기여는 본 연구의 궁극적인 목표인 갬블링산업의 인바운드 활성화와 직결되는 과제로서 한국을 찾은 일본인 관광객이 한국카지노산업의 게임활동성에 매우 민감하다는 사실이다. 이것은 곧 한국카지노산업이 게임활동성이라는 측면에서는 어느 정도 경쟁력이 있다는 점을 시사하고 있다. 따라서 게임 인지와 게임 효과성, 게임 정체성 요인에서 저조한 답을 보인 것으로 보아 체계적인 접근이 필요할 것으로 판단된다.

<표 4-16> 국제관광 활성화기여에 관한 카지노 인식도 평가

독립변수	표준화 회귀계수 β	t값	유의확률	F값(P)
게임 활동성(F1)	.091	2.453	.015*	2.49* (.042)
게임 인지도성(F2)	.028	.759	.448	
게임 효과성(F3)	.021	.576	.565	
게임 정체성(F4)	.065	1.743	.082	

주) $n = 515$, $R^2 = .019$

2) 재방문 의사정도

<표 4-17>에서 재방문 의사정도에 대해 각 독립변수 요인을 투여한 결과 모든 요인에서 저조한 답을 보이고 있음을 알 수 있다. 게임 활동성, 게임 인지와 게임 효과성, 게임 정체성 요인에서 저조한 답을 보인 것으로 보아 체계적인 접근이 필요할 것으로 판단된다.

<표 4-17> 재방문에 관한 카지노 인식도 평가

독립변수	표준화 회귀계수 β	t값	유의확률	F값(P)
게임 활동성(F1)	.013	.343	.732	1.819 (.124)
게임 인지성(F2)	.066	1.774	.077	
게임 효과성(F3)	.035	.934	.351	
게임 정체성(F4)	.066	1.772	.077	

주) n = 515, R² =.014

3) 전반적인 만족도

<표 4-18>에서 전반적인 만족도에 대해 각 독립변수 요인을 투여한 결과 게임 인지성 요인만이(p<0.5) 채택되었다. 따라서 게임 활동성과 게임 효과성, 게임 정체성 요인에서 저조한 답을 보인 것으로 보아 체계적인 접근이 필요할 것으로 판단된다.

<표 4-18> 전반적인 만족도에 관한 카지노 인식도 평가

독립변수	표준화 회귀계수 β	t값	유의확률	F값(P)
게임 활동성(F1)	.044	1.253	.211	1.406 (.231)
게임 인지성(F2)	.953	1.508	.032**	
게임 효과성(F3)	.046	1.300	.194	
게임 정체성(F4)	.011	.299	.765	

주) n = 515, R² =.011

4) 테마파크형 갬블링산업 필요성 정도

<표 4-19>에서 테마파크형 갬블링산업 필요성 정도에 대해 각 독립변수 요인을 투여한 결과 모든 요인에서 유의하지 않은 것으로 나타났다. 따라서 게임 활동성과 게임 인지성, 게임 효과성, 게임 정체성 요인 등 저조한 답을 보이는 것에 대하여는 체계적인 접근이 필요할 것으로 판단된다.

<표 4-19> 테마파크형 gambling산업 필요성 정도에 관한 카지노 인식도 평가

독립변수	표준화 회귀계수 β	t값	유의확률	F값(P)
게임 활동성(F1)	.036	.929	.354	1.321 (.261)
게임 인지성(F2)	.074	1.919	.055	
게임 효과성(F3)	.030	.790	.430	
게임 정체성(F4)	.013	.336	.737	

주) n = 515, R² =.010

5) 관광목적지 체류시간 연장

<표 4-20>에서 관광목적지 체류시간 연장에 대해 각 독립변수 요인을 투여한 결과 모든 요인에서 유의하지 않은 것으로 나타났다. 따라서 게임 활동성과 게임 인지성, 게임 효과성, 게임 정체성 요인 등 저조한 답을 보이는 것에 대하여는 체계적인 접근이 필요할 것으로 판단된다.

<표 4-20> 관광목적지 체류시간 연장에 관한 카지노 인식도 평가

독립변수	표준화 회귀계수 β	t값	유의확률	F값(P)
게임 활동성(F1)	.058	1.447	.148	.854 (.492)
게임 인지성(F2)	.015	.364	.716	
게임 효과성(F3)	.036	.885	.377	
게임 정체성(F4)	.026	.636	.525	

주) n = 515, R² =.007

3. gambling산업 인식도(부정)

1) 국제관광활성화 기여

<표 4-21>에서 gambling 국제관광활성화 정도에 대해 각 독립변수 요인을 투여한 결과 2개의 요인(p<.001)이 채택되었다. 이 가운데 사행성(F1)이 상대적으로 높은 정(+의 값을 (β =.335)을 기록 향후 gambling의 국제화를 위해서는 우리나라 gambling에 대한 긍정적인 인식의 확보와 지속적인 홍보 등 gambling산업의 국제화를 위한 전략이 필요할 것으로 보인다.

<표 4-21> 국제관광활성화 기여에 관한 gambling 인식도 평가

독립변수	표준화 회귀계수 β	t값	유의확률	F값(P)
사행성(F1)	.335	10.027	.000***	31.986*** (.000)
문화변화성(F2)	.168	5.023	.000***	
중독성(F3)	.035	1.049	.295	
도박성(F4)	.035	1.038	.300	

주) n = 515, R² =.201

2) 재방문 의사 정도

<표 4-22>에서 재방문 의사 정도에 대해 각 독립변수 요인을 투입한 결과 gambling 이용 후 재방문 의사결정에 가장 많은 영향을 주는 인식요인은 사행성(F1)이 ($\beta=.274$) 가장 높게 나타나 분석의 객관성이 비교적 높다고 볼 수 있다. 또한 문화변화성(F2) 요인이 gambling 재방문의 가능성을 제시하였다.

<표 4-22> 재방문에 관한 gambling 인식도 평가

독립변수	표준화 회귀계수 β	t값	유의확률	F값(P)
사행성(F1)	.274	7.978	.000***	24.919*** (.000)
문화변화성(F2)	.203	5.919	.000***	
중독성(F3)	.002	.068	.946	
도박성(F4)	.034	.992	.321	

주) n = 515, R² =.163

3) 전반적인 만족도

<표 4-23>에서 전반적인 만족도에 대해 각 독립변수 요인을 투입한 결과 gambling 이용 후 전반적인 만족에 가장 많은 영향을 주는 인식요인은 중독성(F3)이 ($\beta=.114$) 가장 높게 나타나 분석의 객관성이 비교적 높다고 볼 수 있다.

<표 4-23> 전반적인 만족도에 관한 갬블링 인식도 평가

독립변수	표준화 회귀계수 β	t값	유의확률	F값(P)
사행성(F1)	.022	.647	.518	3.732** (.005)
문화변화성(F2)	.067	1.937	.053	
중독성(F3)	.114	3.276	.001**	
도박성(F4)	.005	.148	.882	

주) n = 515, R² =.028

4) 테마파크형 갬블링산업 필요성 정도

테마파크형 갬블링산업 필요성 정도에 관한 갬블링 인식요인별-부정적 영향을 평가하기 위해 단계별 다변량 회귀분석(stepwise multiple regression)을 실시하였다. 특히 독립변수간 다중공선성(multicollinearity)문제를 피하기 위하여 요인점수(factor score)를 이용하였다.

<표 4-24>에서 테마파크 갬블링산업 필요성 정도에 대해 각 독립변수 요인을 투여한 결과 4개의 요인 모두에서 유의하지 않은 것으로 나타났다.

<표 4-24> 테마파크형 갬블링산업 필요성 정도에 관한 갬블링 인식도 평가(부정)

독립변수	표준화 회귀계수 β	t값	유의확률	F값(P)
사행성(F1)	.070	1.833	.067	1.766 (.134)
문화변화성(F2)	.056	1.461	.145	
중독성(F3)	.045	1.181	.238	
도박성(F4)	.016	.417	.677	

주) n = 515, R² =.014

5) 관광목적지 체류기간 연장

<표 4-25>에서 관광목적지 체류기간 연장에 대해 각 독립변수 요인을 투여한 결과 관광목적지 체류기간 연장에 가장 많은 영향을 주는 인식요인은 문화변화성(F2)이 ($\beta=.389$) 가장 높게 나타나 분석의 객관성이 비교적 높다고 볼 수 있다. 또한 사행성(F1) 요인이 관광목적지 체류기간 연장의 가능성을 제시하였다.

<표 4-25> 관광목적지 체류기간 연장에 관한 갬블링 인식도 평가

독립변수	표준화 회귀계수 β	t값	유의확률	F값(P)
사행성(F1)	.228	6.518	.000***	42.472*** (.000)
문화변화성(F2)	.389	11.138	.000***	
중독성(F3)	.030	.871	.384	
도박성(F4)	.056	1.605	.109	

주) n = 515, R² = .250

4. 갬블링산업 인식도(긍정)

1) 국제관광활성화 기여

<표 4-26>에서 갬블링 국제관광활성화 정도에 대해 각 독립변수 요인을 투입한 결과 2개의 요인(p<.001)이 채택되었다. 이 가운데 기여성(F1)이 상대적으로 높은 정(+)의 값 (β =.352)을 기록 한 후 갬블링의 국제화를 위해서는 우리나라 갬블링에 대한 긍정적인 인식의 확보와 지속적인 홍보 등 갬블링산업의 국제화를 위한 전략이 필요할 것으로 보인다.

<표 4-26> 국제관광활성화 기여에 관한 갬블링 인식도 평가

독립변수	표준화 회귀계수 β	t값	유의확률	F값(P)
기여성(F1)	.352	8.572	.000***	27.512*** (.000)
경제성(F2)	.120	2.935	.003***	
충족성(F3)	.027	.659	.510	

주) n = 515, R² = .139

2) 재방문 의사 정도

<표 4-27>에서 재방문 의사 정도에 대해 각 독립변수 요인을 투입한 결과 갬블링 이용 후 재방문 의사결정에 가장 많은 영향을 주는 인식요인은 경제성(F2)이 (β =.121) 가장 높게 나타나 분석의 객관성이 비교적 높다고 볼 수 있다. 또한 기여성(F1) 요인이 갬블링 재방문의 가능성을 제시하였다.

<표 4-27> 재방문에 관한 갬블링 인식도 평가

독립변수	표준화 회귀계수 β	t값	유의확률	F값(P)
기여성(F1)	.120	2.759	.006	5.172** (.002)
경제성(F2)	.121	2.780	.006	
충족성(F3)	.018	.422	.673	

주) n = 515, R² =.029

3) 전반적인 만족도

<표 4-28>에서 전반적인 만족도에 대해 각 독립변수 요인을 투여한 결과 갬블링 이용 후 전반적인 만족에 가장 많은 영향을 주는 인식요인은 기여성(F1)이 ($\beta=.460$) 가장 높게 나타나 분석의 객관성이 비교적 높다고 볼 수 있다. 또한 경제성(F2) 요인이 전반적인 만족도의 가능성을 제시하였다.

<표 4-28> 전반적인 만족도에 관한 갬블링 인식도 평가

독립변수	표준화 회귀계수 β	t값	유의확률	F값(P)
기여성(F1)	.460	12.062	.000***	58.537*** (.000)
경제성(F2)	.208	5.442	.000***	
충족성(F3)	.027	.718	.478	

주) n = 515, R² =.256

4) 테마파크형 갬블링산업 필요성 정도

<표 4-29>에서 테마파크 갬블링산업 필요성 정도에 대해 각 독립변수 요인을 투여한 결과 테마파크 갬블링산업 필요성 정도에 가장 많은 영향을 주는 인식요인은 기여성(F1)이 ($\beta=.451$) 가장 높게 나타나 분석의 객관성이 비교적 높다고 볼 수 있다. 다음으로 경제성(F2)요인과 충족성(F3)요인 역시 영향을 미치는 것으로 나타났다.

<표 4-29> 테마파크형 gambling산업 필요성 정도에 관한 gambling 인식도 평가(긍정)

독립변수	표준화 회귀계수 β	t값	유의확률	F값(P)
기여성(F1)	.451	11.541	.000***	47.804*** (.000)
경제성(F2)	.091	2.330	.020*	
충족성(F3)	.085	2.187	.029*	

주) n = 515, R² = .219

5) 관광목적지 체류기간 연장

<표 4-30>에서 관광목적지 체류기간 연장에 대해 각 독립변수 요인을 투여한 결과 가장 많은 영향을 주는 인식요인은 기여성(F1)이 ($\beta=.282$) 가장 높게 나타나 분석의 객관성이 비교적 높다고 볼 수 있다. 또한 경제성(F2) 요인이 관광목적지 체류기간 연장의 가능성을 제시하였다.

<표 4-30> 관광목적지 체류기간 연장에 관한 gambling 인식도 평가

독립변수	표준화 회귀계수 β	t값	유의확률	F값(P)
기여성(F1)	.282	6.710	.000***	17.818*** (.000)
경제성(F2)	.121	2.882	.004**	
충족성(F3)	.015	.353	.724	

주) n = 515, R² = .095

제 5 절 gambling산업의 관광시장세분화

1. 카지노 3그룹별 군집화 분류

카지노의 일반적 이용동기에 대한 동일한 속성을 가진 그룹으로 분류하여 세분시장별 특성을 파악함으로써 gambling산업의 활성화 전략을 모색하고자 군집분석을 실시하였다. 3개의 군집은 속성군집분석(quick cluster analysis)에 의해 도출되었으며, <표 4-31>에 제시된 바와 같이 각 군집은 요인점수에 의한 평균값에 의해 제시되었다. 이는 각 그룹별로 영향변수에 대한 상대적 중요도를 나타내는 기준값으로 사용되며, Shaffe의 사후검정을 실시한 결과는

다음과 같다. 특히 재방문의 경우 군집 I, 군집 II, 군집 III의 각 평균값이 유의한 것으로 판명되었다.

먼저, 군집 I은 경제적 대응성(.959)이 상대적으로 높게 평가되고 있어 이들 군집은 경제적 대응성에 역점을 두는 군집으로 구성되어 있음을 알 수 있다. 둘째, 군집 II는 경제적 대응성(1.222)에 대해 가장 높은 평균값을 나타내고 있어 이들 군집은 경제적 대응성에 역점을 두는 군집으로 구성되어 있음을 알 수 있다. 셋째, 군집 III은 심리적 유형성(.574)에 상대적으로 높은 점수를 기록하고 있다. 따라서 군집 III은 심리적 유형성에 역점을 두는 군집으로 구성되어 있음을 알 수 있다.

<표 4-31> 카지노 3그룹별 관광객의 이용동기요인별 평균

이용동기	군 집			1-2	1-3	2-3	F값	유의도
	I (n=103)	II (n=166)	III (n=246)					
경제적 대응성(F1)	.959	1.222	.422	*	*	*	778.711	.000***
심리적 유형성(F2)	.864	.315	.574	*	*	*	131.715	.000**
시설영리추구성(F3)	.488	.006	.209	*	*	n.s	18.896	.000***
신기적 효과성(F4)	.280	.008	.123	n.s	*	n.s	6.057	.003*

카지노이용객의 인식도에 대한 동일한 속성을 가진 그룹으로 분류하여 세 분시장별 특성을 파악함으로써 gambling산업의 활성화 전략을 모색하고자 군집 분석을 실시하였다. 3개의 군집은 속성군집분석(quick cluster analysis)에 의해 도출되었으며, <표 4-32>에 제시된 바와 같이 각 군집은 요인점수에 의한 평균값에 의해 제시되었다. 이는 각 그룹별로 영향변수에 대한 상대적 중요도를 나타내는 기준값으로 사용되며, Shaffe의 사후검정을 실시한 결과는 다음과 같다. 특히 재방문의 경우 군집 I, 군집 II, 군집 III의 각 평균값이 유의한 것으로 판명되었다.

먼저, 군집 I은 게임 정체성(.407)에서 상대적으로 높게 평가되고 있다. 따라서 이들 군집은 게임 정체성에 역점을 두는 군집으로 구성되어 있음을 알 수 있다. 둘째, 군집 II는 게임 효과성(1.207)에 대해 가장 높은 평균값을 나타내고 있다. 따라서 이들 군집은 게임 효과성에 역점을 두는 군집으로 구성되어 있음을 알 수 있다. 셋째, 군집 III은 게임 정체성(2.581)에 상대적으로 높은

점수를 기록하고 있다. 따라서 군집Ⅲ은 게임 정체성에 역점을 두는 군집으로 구성되어 있음을 알 수 있다.

<표 4-32> 카지노 3그룹별 관광객의 인식도요인별 평균

인식도	군 집			1-2	1-3	2-3	F값	유의도
	I (n=356)	II (n=128)	III (n=31)					
게임 활동성(F1)	.093	.241	.073	*	n.s	n.s	5.437	.005**
게임 인지성(F2)	.065	.126	.236	n.s	n.s	n.s	2.677	.070
게임 효과성(F3)	.324	1.207	1.260	*	*	*	290.725	.000***
게임 정체성(F4)	.407	.508	2.581	*	*	*	355.709	.000***

2. 갬블링산업의 3그룹별 군집화 분류

갬블링이용객의 부정인식도에 대한 동일한 속성을 가진 그룹으로 분류하여 세분시장별 특성을 파악함으로써 갬블링산업의 활성화 전략을 모색하고자 군집분석을 실시하였다. 3개의 군집은 속성군집분석(quick cluster analysis)에 의해 도출되었으며, <표 4-33>에 제시된 바와 같이 각 군집은 요인점수에 의한 평균값에 의해 제시되었다. 이는 각 그룹별로 영향변수에 대한 상대적 중요도를 나타내는 기준값으로 사용되며, Shaffe의 사후검정을 실시한 결과는 다음과 같다. 특히 재방문의 경우 군집 I, 군집 II, 군집 III의 각 평균값이 유의한 것으로 판명되었다.

먼저, 군집 I은 사회성(.959)이 상대적으로 높게 평가되고 있다. 따라서 이들 군집은 사회성에 역점을 두는 군집으로 구성되어 있음을 알 수 있다. 둘째, 군집 II는 사회성(1.222)에 대해 가장 높은 평균값을 나타내고 있다. 따라서 이들 군집은 사회성에 역점을 두는 군집으로 구성되어 있음을 알 수 있다. 셋째, 군집 III은 문화변화성(.574)에 상대적으로 높은 점수를 기록하고 있다. 따라서 군집 III은 문화변화성에 역점을 두는 군집으로 구성되어 있음을 알 수 있다.

<표 4-33> 갬블링 인식도 3그룹별 관광객의 영향요인별 평균(부정)

영향요인	군 집			1-2	1-3	2-3	F값	유의도
	I (n=103)	II (n=166)	III (n=246)					
(F1)사회성	.959	1.222	.422	*	*	*	778.711	.000***
(F2)문화변화성	.864	.315	.574	*	n.s	*	131.715	.000***
(F3)중독성	.488	.006	.209	n.s	*	*	18.896	.000***
(F4)도박성	.280	.008	.123	*	*	n.s	6.057	.003**

갬블링이용객의 긍정인식도에 대한 동일한 속성을 가진 그룹으로 분류하여 세분시장별 특성을 파악함으로써 갬블링산업의 활성화 전략을 모색하고자 군집분석을 실시하였다. 3개의 군집은 속성군집분석(quick cluster analysis)에 의해 도출되었으며, <표 4-34>에 제시된 바와 같이 각 군집은 요인점수에 의한 평균값에 의해 제시되었다. 이는 각 그룹별로 영향변수에 대한 상대적 중요도를 나타내는 기준값으로 사용되며, Shaffe의 사후검정을 실시한 결과는 다음과 같다. 특히 재방문의 경우 군집 I, 군집 II, 군집 III의 각 평균값이 유의한 것으로 판명되었다.

먼저, 군집 I은 경제성(.699)이 상대적으로 높게 평가되고 있다. 따라서 이들 군집은 경제성에 역점을 두는 군집으로 구성되어 있음을 알 수 있다. 둘째, 군집 II는 기여성(.627)에 대해 가장 높은 평균값을 나타내고 있다. 따라서 이들 군집은 기여성에 역점을 두는 군집으로 구성되어 있음을 알 수 있다. 셋째, 군집 III은 경제성(2.003)에 상대적으로 높은 점수를 기록하고 있다. 따라서 군집 III은 경제성에 역점을 두는 군집으로 구성되어 있음을 알 수 있다.

<표 4-34> 갬블링 인식도 3그룹별 관광객의 영향요인별 평균(긍정)

영향요인	군 집			1-2	1-3	2-3	F값	유의도
	I (n=226)	II (n=258)	III (n=31)					
(F1)기여성	.477	.627	1.739	*	*	*	236.709	.000***
(F2)경제성	.699	.371	2.003	*	*	*	284.592	.000***
(F3)충족성	.299	.258	.032	*	n.s	n.s	20.195	.000***

3. 갬블링 관광시장세분화(부정)

군집분류 된 군집의 동질적 요인에 의한 인구통계학적인 특성을 <표 4-35>에 제시하였다. 관광시장세분화 대응전략을 수립하기 위해 인구통계학적 그룹별 특성은 교차분석을 실시하였으며 결과는 <표 4-35>에 제시되어진 3그룹의 군집에서 군집 I 은 103명(%), 군집 II는 166명(%), 군집 III은 246명(%)으로 나타났다.

성별의 경우 남성(51.2%), 여성(41.2%)의 대부분이 군집 III에 속해있고, 특히 50대(58.9%)는 응답자의 50%이상이 군집 III에 속해있는 것을 알 수 있다. 또한 직업에 있어서는 서비스업(73.2%)에 종사자가 군집 III에서 많은 비중을 차지하고 있다.

학력에 있어서는 대학원 이상(73.3%)과 전문대 재/졸(61.3%)이 군집 III에 속해있는 것을 알 수 있으며, 평균소득에 있어서는 300~400만원 미만(41.1%)이 군집 I에 속해있는 것을 알 수 있었고, 저소득층과 고소득층 100~200만원 미만(58.2%), 400~500만원 미만(68.3%)이 군집 III에서 많은 비중을 차지하고 있다.

가족사항의 경우 미혼(66.9%), 기혼(40.6%)의 대부분이 군집 III에 속해있다. 카지노의 경험 유무의 경우 경험이 있다(42.1%), 경험이 없다(64.8)의 대부분이 군집 III에 속해있다. 조사결과 비교적 카지노의 이용경험이 없는 이용객의 응답이 많은 것을 알 수 있다.

방문목적으로는 여가, 위락, 휴가(46.0%), 사업(34.8%), 유학 등 체류(52.7)를 목적으로 하는 이용객의 응답이 군집 III에서 많은 비중을 차지하고 있다. 특히 군집별 관광행태변수에 나타난 일반적인 비율을 비교해 볼 때, 관광객 대부분은 유학 등 체류로 사업이나 위락, 여가 등의 방문에 있어서도 당일방문이 아닌 체재일수의 연장이 당연한 과제이며 교통의 접근성이나 관광사업체와의 연계성 확보 등 시급히 개선해야 할 문제가 산재해 있는 실정에 있다. 또한 동반유형에 있어서는 혼자(42.1%), 가족/친지(85.5%), 친구/동료(42.9)의 대부분이 군집 III에 속해있는 것을 알 수 있다.

교통수단으로는 자가용(43.9%), 버스(51.8%), 기차(54.0%)의 이용이 대부분 군집 III에 속해있는 것으로 나타났다. 카지노 이용 시 정보원천에 있어서는 여행사(51.3%), TV/라디오(55.7%)를 이용한 매스컴의 영향에 모든 그룹이 높

은 지적률을 나타내고 있고 특히 군집Ⅲ의 정보원천에는 매스컴의 이용도가 55.7%로 가장 많은 지적률을 보였으나 인터넷 이용자는 전무한 것으로 판명되었다. 또한 친구/가족(58.9%)은 군집Ⅱ에서 많은 비중을 차지하고 있는 것을 알 수 있다.

<표 4-35> 갬블 관광객의 3그룹별 특성별 세분화(부정)

인구통계학적 특성	군 집			행태적 특성	군 집		
	I (n=103) %	II (n=166) %	III (n=246) %		I (n=103)	II (n=166)	III (n=246)
성별				가족사항			
남성	10.7	38.2	51.2	미혼	14.0	19.1	66.9
여성	37.9	20.9	41.2	기혼	23.3	36.0	40.6
연령				기타	2.2	3.5	5.3
20~29세	.0	.0	100.0	카지노 경험			
30~39세	20.4	33.7	45.9	유	22.2	35.7	42.1
40~49세	24.4	32.7	42.9	무	13.3	21.9	64.8
50~59세	24.4	16.7	58.9	방문목적			
60세이상	.0	65.2	34.8	여가,위락,휴가	20.7	33.3	46.0
직업				사업	32.6	32.6	34.8
회사원	35.6	21.5	43.0	유학 등 체류	14.3	33.0	52.7
사업가(자영업)	2.7	50.4	46.9	기타	.0	.0	100.0
공무원	13.3	50.0	36.7	동반유형			
기술/판매직	19.4	36.6	44.1	혼자	20.7	37.2	42.1
전문직	-	-	-	가족/친지	14.5	.0	85.5
주부	-	-	-	친구/동료	22.1	35.0	42.9
학생	26.8	36.6	36.6	기타	.0	100.0	.0
서비스업	26.8	.0	73.2	교통수단			
기타	.0	50.0	50.0	자가용	34.9	21.2	43.9
학력				버스	10.3	37.9	51.8
고졸이하	22.0	63.4	14.6	기차	16.1	29.9	54.0
전문대 재/졸	28.9	9.9	61.3	기타	.0	100.0	.0
4년제대학 재/졸	15.5	39.7	44.8	정보원천			
대학원 이상	26.7	.0	73.3	여행사	15.4	33.3	51.3
평균소득				TV/라디오	20.0	24.3	55.7
100만원 미만	9.2	51.3	39.5	친구/가족	4.1	58.9	37.0
100~200만원 미만	22.7	19.1	58.2	인터넷	33.1	33.1	33.8
200~300만원 미만	21.5	27.1	51.4	기타	.0	.0	100.0
300~400만원 미만	41.1	33.3	25.6				
400~500만원 미만	6.7	25.0	68.3				
500만원 이상	.0	63.4	36.6				

4. 갬블링 관광시장세분화(공정)

군집분류 된 군집의 동질적 요인에 의한 인구통계학적인 특성을 <표 4-36>에 제시하였다. 관광시장세분화 대응전략을 수립하기 위해 인구통계학적 그룹별 특성은 교차분석을 실시하였으며 결과는 <표 4-36>에 제시되어진 3그룹의 군집에서 군집 I 은 226명(%), 군집 II 는 258명(%), 군집 III 은 31명(%)으로 나타났다.

성별의 경우 남성(56.5%)의 대부분이 군집 II 에 속해있고, 여성(62.1%)의 대부분이 군집 I 에 속해있는 것을 알 수 있다. 연령에 있어서는 20~29세(47.4%)의 대부분이 군집 I 에 속해있으며, 30~39세(52.4%), 40~49세(58.9%), 50~59세(65.2%)의 대부분이 군집 II 에 속해있는 것을 알 수 있다.

직업의 경우 회사원(73.3%), 학생(63.4%)의 대부분이 군집 II 에 속해있으며, 사업가(44.2%), 서비스업(78.9%)의 대부분이 군집 I 에 속해있고, 공무원은 고른 분포를 보이고 있는 것을 알 수 있다. 학력에 있어서는 대학원 이상(100%)이 군집 I 에 속해있는 것을 알 수 있으며, 고졸이하(75.6%), 4년제 대학 재/졸(50.8%)의 대부분이 군집 II 에 속해있으며, 전문대 재/졸(53.5%)의 대부분이 군집 I 에 속해있는 것을 알 수 있다.

평균소득에 있어서는 100만원 미만(56.6%), 200~300만원 미만(53.3%), 500만원 이상(73.2%)의 대부분이 군집 I 에 속해있는 것으로 나타났으며, 100~200만원 미만(73.8%)의 대부분이 군집 II 에 속해있으며, 중간소득층은 비교적 군집별 고른 분포를 보이는 것으로 조사되었다. 가족사항의 경우 미혼(49.7%), 기혼(49.9%)의 대부분이 군집 II 에 속해있는 것으로 조사되었다. 카지노의 경험의 유무의 경우 경험이 있다(53.5%)의 대부분이 군집 II 에 속해있으며, 경험이 없다(57.0%)의 대부분이 군집 I 에 속해있다.

방문목적으로는 여가, 위락, 휴가(54.3%)의 대부분이 군집 I 에 속해있는 것으로 나타났으며, 사업(52.2%), 유학 등 체류(92.3%)를 목적으로 하는 이용객의 응답이 군집 II 에서 많은 비중을 차지하고 있다. 또한 동반유형에 있어서는 혼자(55.4%)의 대부분이 군집 I 에 속해있으며, 가족/친지(48.7%), 친구/동료(50.2%)의 대부분이 군집 II 에 속해있는 것을 알 수 있다.

교통수단으로는 자가용(52.9%), 기차(60.9%)의 이용이 대부분 군집 II 에 속해있는 것으로 나타났으며, 버스(46.0%)의 대부분이 군집 I 에 속해있는 것으

로 나타났다. 카지노 이용 시 정보원천에 있어서는 여행사(59.0%), 인터넷(45.3%)의 대부분이 군집 I에 속해있는 것으로 나타났으며, TV/라디오(59.0%), 친구/가족(57.5%)의 대부분이 군집 II에 속해있는 것으로 나타났다.

<표 4-36> 갬블 관광객의 3그룹별 특성별 세분화(긍정)

인구통계학적 특성	군 집			행태적 특성	군 집		
	I (n=226) %	II (n=258) %	III (n=31) %		I (n=226) %	II (n=258) %	III (n=31) %
성별				가족사항			
남성	34.3	56.5	20.3	미혼	40.8	49.7	9.6
여성	62.1	37.9	-	기혼	45.5	49.9	4.6
연령				기타	36.4	63.6	-
20~29세	47.4	44.4	8.2	카지노 경험			
30~39세	38.7	52.4	8.9	유	39.5	53.5	7.0
40~49세	41.4	58.9	-	무	57.0	39.8	3.1
50~59세	34.8	65.2	-	방문목적			
60세이상	100.0	-	-	여가,위락,휴가	54.3	41.3	4.4
직업				사업	47.8	52.2	-
회사원	26.7	73.3	8.1	유학 등 체류	7.7	92.3	-
사업가(자영업)	44.2	41.6	14.2	기타	-	-	100.0
공무원	50.0	50.0	-	동반유형			
기술/판매직	46.3	17.1	36.6	혼자	55.4	44.6	-
전문직	-	-	-	가족/친지	31.6	48.7	19.7
주부	-	-	-	친구/동료	44.6	50.2	5.3
학생	36.6	63.4	-	기타	-	100.0	-
서비스업	78.9	21.1	-	교통수단			
기타	50.0	50.0	-	자가용	47.1	52.9	-
학력				버스	46.0	40.2	13.8
고졸이하	24.4	75.6	-	기차	39.1	60.9	-
전문대 재/졸	53.5	46.5	-	기타	-	100.0	-
4년제대학 재/졸	39.4	50.8	9.8	정보원천			
대학원 이상	100.0	-	-	여행사	59.0	41.0	-
평균소득				TV/라디오	41.0	59.0	-
100만원 미만	56.6	43.4	-	친구/가족	42.5	57.5	-
100~200만원 미만	14.9	73.8	11.3	인터넷	45.3	43.2	11.5
200~300만원 미만	53.3	32.7	14.0	기타	-	-	100.0
300~400만원 미만	50.0	50.0	-				
400~500만원 미만	50.0	50.0	-				
500만원 이상	73.2	4.3	-				

5. 갬블링산업 인식도 군집화분류

갬블링산업의 일반적 부정인식도 평가에 대한 동일한 속성을 가진 그룹으로 분류하여 세분시장별 특성을 파악함으로써 갬블링산업의 활성화 전략을 모색하고자 군집분석을 실시하였다. 3개의 군집은 속성군집분석(quick cluster analysis)에 의해 도출되었으며, <표 4-37>에 제시된 바와 같이 각 군집은 요인점수에 의한 평균값에 의해 제시되었다. 이는 각 그룹별로 영향변수에 대한 상대적 중요도를 나타내는 기준값으로 사용되었다.

<표 4-37> 갬블링 인식도 3그룹별 관광객의 영향요인별 평균(부정)

영향요인	군 집			1-2	1-3	2-3	F값	유의도
	I (n=103)	II (n=166)	III (n=246)					
국제관광 활성화 기여	3.323	3.531	3.322	n.s	n.s	n.s	2.946	.053
재방문	3.294	3.359	3.387	n.s	n.s	n.s	.385	.680
전반적 만족도	3.233	3.554	3.193	*	n.s	n.s	8.250	.000***
갬블링산업 시설	3.626	3.914	3.516	*	n.s	n.s	5.913	.003**
관광목적지 체류기간	3.550	3.609	3.354	n.s	n.s	n.s	.978	.377

먼저, 군집 I 은 갬블링산업 시설(3.626)이 상대적으로 높게 평가되고 있다. 따라서 이들 군집은 갬블링산업 시설에 역점을 두는 군집으로 구성되어 있음을 알 수 있다. 둘째, 군집 II와 군집 III에서도 갬블링산업 시설(각각 3.914, 3.516)에 상대적으로 높은 점수를 기록하고 있다. 따라서 군집 II와 군집 III은 갬블링산업 시설에 역점을 두는 군집으로 구성되어 있음을 알 수 있다. 조사 결과 갬블링 부정인식도에 있어서는 갬블링산업 시설에 보완점을 시사한다고 판단된다. 따라서 갬블링산업의 활성화를 위해서는 시설측면에 있어서 체계적인 접근이 필요하다고 판단된다.

갬블링산업의 일반적 긍정인식도 평가에 대한 동일한 속성을 가진 그룹으로 분류하여 세분시장별 특성을 파악함으로써 갬블링산업의 활성화 전략을 모색하고자 군집분석을 실시하였다. 3개의 군집은 속성군집분석(quick cluster analysis)에 의해 도출되었으며, <표 4-38>에 제시된 바와 같이 각 군집은

요인점수에 의한 평균값에 의해 제시되었다. 이는 각 그룹별로 영향변수에 대한 상대적 중요도를 나타내는 기준값으로 사용되며, Shaffe의 사후검정을 실시한 결과는 다음과 같다. 특히 재방문의 경우 군집 I, 군집 II, 군집 III의 각 평균값이 유의한 것으로 판명되었다.

또한 군집 I은 갬블링산업 시설(3.446)이 상대적으로 높게 평가되고 있는 것으로 보아 이들 군집은 갬블링산업 시설에 역점을 두는 군집으로 구성되어 있음을 알 수 있다. 군집 II 역시 군집 I과 같이 갬블링산업 시설(3.992)이 상대적으로 높게 평가되고 있는 것으로보아 이들 군집은 갬블링산업 시설에 역점을 두는 군집으로 구성되어 있음을 알 수 있다. 군집 III은 재방문(4.032)에 상대적으로 높은 점수를 기록하고 있는 것으로 보아 이들 군집은 재방문에 역점을 두는 군집으로 구성되어 있음을 알 수 있다. 따라서 이러한 군집화의 동질성에 의해 갬블링을 찾은 관광객의 속성을 파악할 수 있으며 이러한 세분시장의 특성에 따른 시장계획을 수립할 수 있는 것이다.

<표 4-38> 갬블링 인식도 3그룹별 관광객의 영향요인별 평균(긍정)

영향요인	군 집			1-2	1-3	2-3	F값	유의도
	I (n=226)	II (n=258)	III (n=31)					
국제관광 활성화 기여	3.221	3.550	3.037	*	n.s	*	12.385	.000***
재방문	3.247	3.290	4.032	n.s	*	*	12.441	.000***
전반적 만족도	3.238	3.534	1.967	*	*	*	69.971	.000***
갬블링산업 시설	3.446	3.992	2.967	*	*	*	40.356	.000***
관광목적지 체류기간	3.305	3.720	3.967	*	*	*	16.909	.000***

제 5 장 결론 및 시사

1. 연구결과의 요약

본 연구는 갬블링산업을 활성화시키고 관광자원적 가치성을 발휘함과 동시에 국제적 관광지로 정착시켜야 한다는 전제 하에 시도되었다. 특히 갬블링 산업 중에서 가장 대표적인 카지노산업 이용 시 드러난 문제점을 파악하고 그 원인을 규명함으로써 카지노 이용객의 욕구에 적극적으로 대응해야 한다는 가정 하에 본 연구 분석 결과를 전개하게 되었다. 이것은 향후 카지노를 관광목적지로서 갬블링관광산업을 활성화시키기 위한 전략을 수립하고 정책적 방향성을 모색하고자 하였다. 따라서 추출된 데이터 분석을 통하여 카지노 이용객의 특성과 요구를 파악하게 되었으며, 분석 결과로 도출된 영향도 평가결과 값과 관광시장 세분화 결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 갬블링산업의 영향도 평가에 있어 평균에 의한 상대적인 중요도 평가지수를 각각 카지노 이용동기 변수, 카지노 인식변수, 갬블링 인식변수로 나누어 분석한 값은 전반적인 방향성 정립에 중요한 결과 값이라고 할 수 있다. 우선 카지노 이용동기 변수에서 카지노 이용경험이 있는 이용객과 경험이 없는 이용객과의 차이는 조금씩 보이고 있으나, 상대적 우선순위로는 기분전환, 카지노는 단순게임, 스트레스 해소 등이 높은 지적 비율을 나타내고 있다. 카지노 인식변수에서는 운이 따르는 활동, 색다른 관광경험, 카지노 내국인 출입 금지 인지 등이 높게 나타나고 있다. 카지노 이용의 유경험과 무경험 이용객 모두에게서 상위 순위 값은 비교적 비슷한 결과를 보이고 있으나 무경험 이용객에게서는 카지노가 게임이 아닌 도박이라는 부정적인 인식변수가 높은 값을 나타내는 것을 알 수 있었다. 이것은 카지노 게임의 유경험 이용객은 카지노 게임활동을 선호하는 성향이 있다는 것을 알 수 있다. 또한 갬블링 인식변수(부정)에서는 게임의 대중화 저해, 도박중독 야기, 사행심 조장 등이 높은 지적 비율을 나타내고 있다. 부정인식에서는 갬블링 이용 유경험과 무경험 이용객 모두에게서 같은 상위 순위 비율을 보이고 있다. 갬블링 인식변수(긍정)에서는 자기 충족감, 스트레스 해소, 관광객 유치 등이 높은 값을 나타내고 있다. 긍정인식에서 역시 갬블링 이용 유경험과 무경험 이용객 모두에게서 같은 상위 값을 보이고 있다.

둘째, 카지노 이용동기 요인, 카지노 인식요인, 갬블링 인식요인이 갬블링 산업 타당도 평가요인에 미치는 영향도 분석에서는 카지노 이용동기의 심리적 유형성, 신기적 효과성이 국제관광활성화 기여에 유의한 값을 나타내고 있다. 재방문의사정도에 있어서는 심리적 유형성, 시설영리 추구성, 신기적 효과성이 유의한 영향정도를 보이고 있으며, 만족도에 있어서는 경제적 대응성, 심리적 유형성, 신기적 효과성이 유의한 영향정도를 보이고 있다. 갬블링산업 필요성 정도에 있어서는 경제적 대응성, 시설영리 추구성, 신기적 효과성이 유의한 영향정도를 나타내고 있다. 또한 관광목적지 체류기간 연장에 있어서는 심리적 유형성, 신기적 효과성이 유의한 영향정도를 나타내고 있다. 카지노 인식요인의 게임 활동성이 국제관광활성화 기여에 유의한 영향정도를 나타내고 있으며, 만족도에 있어서는 게임 인지성이 유의한 영향정도를 나타내고 있다. 그러나 재방문의사 정도와 갬블링산업 필요성 정도, 관광목적지 체류기간 연장에 있어서는 카지노 인식요인 모두에서 유의하지 않는 결과를 보이고 있다. 갬블링 인식(부정)요인의 사행성, 문화변화성이 국제관광활성화 기여와 재방문의사정도, 관광목적지 체류기간 연장에 유의한 영향정도를 보이고 있으며, 만족도에서는 중독성이 유의한 영향정도를 보이고 있다. 그러나 갬블링산업 필요 정도에 있어서는 갬블링 인식(부정)요인 모두가 유의하지 않은 것으로 나타났다. 갬블링 인식(긍정)요인의 기여성, 경제성이 국제관광활성화 기여와 만족도에 유의한 영향정도를 나타냈다. 또한 기여성, 경제성, 충족성 모두 갬블링산업 필요성 정도에서 유의한 영향정도를 보이고 있으며, 기여성이 관광목적지 체류기간 연장에 유의한 영향정도를 보이고 있다. 그러나 재방문의사 정도에 있어서는 모든 요인이 유의하지 않은 것으로 나타났다.

셋째, 카지노 이용동기요인에 의한 군집은 각각 경제적 대응성군집, 심리적 유형성군집으로 특징지을 수 있어 관광시장 세분화를 통한 표적시장을 분석할 수 있는 기초자료를 확보할 수 있게 되었다. 이러한 자료를 바탕으로 인구통계학적 독립성 차이검증의 결과가 유의하게 나타났으며, 이 결과를 토대로 관광시장세분화에 의한 마케팅 대응전략수립을 위한 기초자료로 활용할 수 있을 것이다. 카지노 인식요인에 의한 군집은 각각 게임 효과성군집, 게임 정체성군집으로 특징지을 수 있어 관광시장 세분화를 통한 표적시장을 분석할 수 있는 기초자료를 확보할 수 있게 되었다. 또한 갬블링 인식(부정)요인에 의한 군집은 사회성군집, 문화변화성군집으로 특징지을 수 있으며, 갬블링 인식

(긍정)요인에 의한 군집은 기여성군집, 경제성군집, 충족성군집으로 특징지을 수 있다.

본 연구의 궁극적인 방향성은 1차적으로 카지노를 찾은 이용객의 속성을 조사분석 함으로써 gambling산업의 성공과 카지노를 gambling 관광목적지로 활성화시키는 데 결정적 역할을 수행할 뿐 아니라 지역문화를 바탕으로 한 세계적 규모의 gambling산업 성공의 가능성을 그만큼 높이게 되는 것이다. 따라서 본 연구의 결과는 향후 gambling산업의 성공을 위한 참고자료로 활용되고 관광정책 의사결정의 중요한 지표가 될 것이다.

2. 시사점 및 한계

본 연구는 전술한 바와 같이 향후 관광목적지로서의 gambling산업 시설이 gambling 이용객의 실질적인 욕구에 부합하고 장기적으로는 체류기간 연장 및 재방문, gambling산업 시설의 개발 등 gambling산업의 활성화에 직접적으로 기여해야 한다는 가정 하에서 구체적인 시장조사분석으로 실시된 것이다. 따라서 이러한 가정하에서 분석결과를 바탕으로 하여 개괄적인 gambling산업 활성화를 위한 전략적인 방안을 논의 해봄과 동시에 gambling산업 개발의 타당성과 그 가능성을 탐색해 보고 그 한계점을 알아보는 것이 중요한 과제로 판단되어 다음과 같은 방안을 제시하고자 한다.

첫째, gambling산업의 정책적 제안으로 본 연구의 논제인 카지노와 gambling산업의 타당도를 확보하기 위한 전략수립은 지역사회에서 일부의 노력으로 가능한 것이 아닌 종합적인 gambling산업 활성화를 위한 정책적 차원에서 검토되고 고려해야 할 것이다. 동시에 gambling산업 이용객이 선호하는 목적지 관광활동을 중심으로 기반시설서비스를 강화해 나갈 필요가 있다.

둘째, gambling산업 이용객에 대한 제안으로 정책적, 학문적 연구를 통해 우리가 인지하는 gambling산업 이용객이 일반관광객의 성향과 어떠한 차이가 있는가 하는 관점에서 본 연구에서는 3개의 군으로 분류, 군집별로 gambling산업 활동 이용동기와 인식요인이 어떻게 다른지를 차이분석하고 시장의 세분화 전략을 수립할 수 있는 이론적 틀을 제시한 결과 값에 주목하여야 할 것이다.

셋째, 본 연구에서 접근하고 추론한 객관적인 인과분석에 의한 결과 값을 토대로 하여 모집단인 카지노 이용객의 정확한 수요예측을 함으로서 최적의 합리적인 gambling산업개발 전략을 수립할 수 있을 것이다.

끝으로 본 연구를 접근함에 있어 한계점은 현실적으로 갬블링산업에 의해 파생되는 사회적 수요와 공급의 문제를 근본적으로 진단할 시간적 한계와 여건미비로 선행연구가 매우 부족한 실정에 있다는 점이다. 이러한 기존 연구의 한계는 본 연구의 갬블링산업 제 개념에 관한 이론 정립 및 조작적 정의를 내리는 데에 구체성이 결여되어있다는 점이다. 추후 보다 심층적 차원에서 국내외 선행연구의 면밀한 검토와 분석을 통해 보다 정교한 개념적 정립이 필요한 것으로 본다. 또한 현재 연구의 표본을 선정함에 있어 단순히 카지노를 방문한 카지노관광객을 본 연구의 대상으로 삼아 갬블링 산업에 내재된 근본문제 규명에 미흡할 것으로 판단된다. 따라서 향후 후속연구를 진행할 시에는 이러한 문제점을 보완하여 단계적으로 진행되어야 할 것이며 보다 세밀하고 구체적인 연구를 통해 갬블링산업 활성화에 기여하여야 할 것이다.

본 연구는 다소 평면적 변수에 의한 시장 세분화와 영향도 분석에 그친 아쉬움이 있으며 후속 연구에는 보다 심리적이고 복합적인 변수에 근거를 둔 심층적 연구가 되어야 한다는 과제를 남겨두고 있다.

참 고 문 헌

1. 국내 문헌

- 경륜사업본부(2001). 내부자료. 경륜지원부.
- 고택운·양일용·고현환(2003). 『(현대)카지노 산업 관리론』, 서울: 한울.
- 97 경마고객 성향조사보고서(1997). 한국마사회 한국갤럽.
- 김사현(2003). 비제도권 개별관광자의 속성과 영향. 『관광학연구』, 27(3).
- 김석주(2008). 특집: 한국지역정보개발원에 바란다; 새로운 지역정보화의 메카로서 한국지역정보개발원을 기대하며. 『한국지역정보개발원』.
- 김성혁(1992). 『觀光마케팅論』, 서울: 大旺社.
- 김윤정(2004). 문화관광 여행자의 사회경제적 특성 분석. 『한국관광학회』.
- 김천권(2005). 카지노산업과 지역개발에 얽힌 담론. 『한국지역개발학회지』, 17(4).
- 변우희(1999). 강원도 폐광지역 관광개발사업에 대한 인식과 태도. 『관광개발논총』, 10(1).
- 변우희(2001). 경주세계문화엑스포의 관광영향도 평가 및 비교분석. 『관광레저연구』, 13(1).
- 서덕렬(1997). 휴양콘도미니엄 회원권시장 세분화에 대한 연구. 『관광학연구』.
- 서원석(2004). 국내 카지노산업의 인식 및 개선방향에 관한 연구. 『관광학연구 논문집』.
- 서원석(2006). 세계의 카지노산업. 주간조선 1934호.
- 서천범(2007). 겹블백서. 한국레저산업연구소.
- 손대현·장희정·삼성에버랜드(2003). 『웹사이트 관광사업론』. 서울: 김영사.
- 엄서호(1990). 국민관광시장 세분화 모형의 비교분석. 『교통연구』, 1(1), 교통개발연구원.
- 원갑연·한진수·임정우(2005). 『카지노 산업론』, 서울: 기문사.
- 유동근(1993). 『통합마케팅』, 서울: 미래경영.
- 유필화(1997). 『현대 마케팅론』, 서울: 博英社.
- 이봉구·이충기(2004). 강원랜드 카지노 개발이 지역주민의 삶의 질에 미치는 영향에 관한 연구. 『한국관광학회』, 27(4).

- 이준호(2004). 카지노에 대한 인식이 태도와 선택행동에 미치는 영향에 관한 연구. 한양대학교 관광연구소.
- 이충기(1995). 『카지노산업 육성방안』, 한국카지노업관광협회.
- 이충기·권경상·박창규·김기엽(2005). 『카지노산업의 이해』, 서울: 일신사.
- 정규엽·곽강희·유승석(2007). 카지노 서비스품질이 자기효능감에 따라 세분화된 카지노시장에 미치는 영향. 『호텔경영학연구』, 16(1).
- 정두연(2006). 『카지노산업과 게임의 이해』, 서울: 한울.
- 정익준(1994). 관광기업 마케팅믹스로서의 패키징과 프로그래밍 관리에 관한 연구. 『經營研究』, 1(8).
- 정호찬(2000). 카지노 게임링의 관여도와 그에 따른 재방문의사와의 관계 연구. 『관광학연구』, 23(2).
- 조장현·권종현(2004). 관광정보 내용의 중요도와 정보원 이용수준이 여행상품 선택속성에 미치는 영향연구. 제24차 학술연구 논문발표논문집. 『한국관광·레저학회』.
- 차석빈·김종문(2000). 네티즌 직장인들의 인터넷 여행사 방문시 중요 고려사항 및 만족, 수준에 관한 탐색적 연구. 『관광학 연구』, 24(2).
- 채용식(1999). 『한국카지노 산업론』, 서울: 학연사.
- 최규환(2001). 홈페이지 관광정보 중시요인에 따른 시장세분화 연구. 『관광·레저연구』, 13(1).
- 최영준·김영규(2007). 마카오 카지노산업의 환경변화에 따른 국내 카지노산업의 발전방안에 관한 탐색적 연구. 『대한관광경영학회』.
- 하헌국·박영목·김대권(1990). 관광시장 세분화 접근방법의 일치성 검증에 관한 연구. 『관광학연구』, 14(1).
- 한국관광공사(2001). 『관광통계연보』
- 한국관광공사(2002). 『관광통계연보』
- 한국문화관광연구원(2003). 게이밍산업의 경쟁력 강화를 위한 정책방향.
- 한국산업개발연구원(1998). 경륜사업 발전 방안 연구. 국민체육진흥공단용역보고서.
- 한범수(1999). 우리나라 카지노 산업의 발전방향 모색. 『경기관광연구』, (3).

2. 국외 문헌

- Bagozzi(1986). Principles of marketing management, *Science Research Associates*.
- Bandura(1986). Underlying Cognition in Gambling Behavior Among University Students. *Paper Presented at the Tenth International Conference on Gambling and Risk Taking. Montreal, Quebec*.
- Betty, Weiler & Stephen, F. Witt(1997). Tourism and Heritage Management: balancing conservation and development. *Tourism Management*, 18.
- Bill, Bramwell(1997). Strategic Planning Before and After a Megaevent. *Tourism Management*, 18.
- Callois, R.(1961). *Man, Play and Games*, New York: the Free press.
- Chang, T. C., Simon, Milne(1996). Urban Heritage Tourism: The Global-Local Nexus. *Annals of Tourism Research*, 23.
- Convertry, Keny R & Norman, Anna, C.(1997). Arousal, sensation seeking and frequency of gambling in off course horse racing bettors. *British Journal of Psychology*, 97(88).
- Crompton, J.L.(1983). Selecting Target Markets-A Key to effective marketing. *Journal of Park and Recreation Administration*, 1(1).
- Gunn, Clare A.(1988). *Tourism Planning*.
- Hamer, M. M.(1983). Failure prediction: sensitivity of classification accuracy to alternative statical methods and variable sets. *Journal of Accounting and Public Policy*, 2.
- Martinez, H. C.(1983). Differences in Sensation Seeking and in Depression Level between Male Social Gamblers and Male Compulsive Gamblers. *University of Maryland College Park*.
- Nancy & Thomas(1999). Addictive behavior: etiology and treatment. *Annual Review of Psychology*, 39.
- Pearce, Philip L.(1982). Perceived changes in holiday destinations. *Annals of Tourism Research*, 9.

- Pride & Ferrell.(1985). Marketing: basic concepts and dimensions, Houghton Mifflin Co.
- Shandra, L., Shaul & James, H. Gramann(1997). The Effect of Family-Related and Nature-Related Recreation among Hispanic Americans. *Journal of Leisure Research*, 30.
- Smith & Abt(1984). Estimating the prevalence of disordered gambling behavior in the united states and canada: *A research synthesis American Journal of Public Health*, 89.
- Walker, M.(1992). *The Psychology of gambling*. Oxford, England: Pergamon Press.
- Witt, S. F. & Witt, C. A.(1995). Forecasting Tourism Demand: *A Review of Empirical Research*. *International Journal of Forecasting*, 11(3).

A Study on International tourists by evaluating the impact of the tourist market gambling industry segmentation

- Focused Japanese tourists in the casino -

Shin, Dae Ho

Department of Tourism

The Graduate School

Gyeongju University

(Supervised by Professor Koo, Bon- Ki)

The aim of this study is to recognize the value of Gambling industry and to find out ways of revitalizing the casino industry, one of the gambling industries in this country. It is suggested that the gambling industry be settled down as one of international tourism attraction. Especially, this study examine and analyze the negative aspects of the casino industry and try to deal with the problem properly for the occasion.

The gambling industry is considered as prosperous and profitable industry than any other industry, thus, it needs to be supported by the government in a long-range plan. Gambling industry is expected to develop the local area and increase the tax-rate leading local development to improve successfully. Different from the gambling industry in North America

and Europe, it is regarded as one of negative businesses causing many problems, so it took time allowing it to import. However, the gambling industry is reported that the gambling industries in Europe and North-America show steady increase and good for tax-revenue. For those reason, the goal of the gambling industry became to attract foreign investment and foreigners. However, according to the government policy, in order to establish two casino complex facilities, the city should have more than three-hundred foreign tourists. The government prepared some policies which allowed Jeju to have some casinos conditionally. The objectives of the government clearance are firstly, to attract foreign-tourists and increase foreign-exchange, secondly, to enforce the casino industry, thirdly, to develop tourism industry finally, to improve providing employment.

Therefore, this research focuses on how to improve and revitalize the gambling industry in Korea through the casino market segmentation and the estimation of gambling industry at present.

設 問 調 査

こんにちは。

貴下と家庭に幸せになるように祈ります。

お忙しいところにもかかわらず 貴重なひまを見てアンケートに応じてまことに感謝させていただきます。

この本のアンケート紙は “国際観光客のギャンブル産業影響度評価による観光市場細分化”に関する実証的研究のためのことで学位論文のデータ収集のために作成されたものです。

この本のアンケートには正しくて悪さを要求するのがないです。 また回答なされた内容は無記名に処理されてひたすら学術的統計及び研究資料にだけ使われることをご約束致します。

貴下の高見は観光商品活性化をもっと進めることができる方案模索に役に立つ基礎資料構築に非常に大事に使われるでしょう。 すべての質問に漏れ無く返事して下さることをお願い致して、もう一度貴下の協助に厚く感謝いたします。

2008. 8

指導教授：慶州大學校 大學院 觀光學科
觀光學 博士 具本技

研究者：慶州大學校 大學院 觀光學科
博士課程 申大浩

I. 次は観光に関する一般的な事項です。

1. 今度訪問を含んだ韓国訪問回数は? ()回
2. 今度カジノゲーム予想費用はいくらですか? ()ウォン
3. 韓国訪問の主要目的は?
① 休暇 ② 事業 ③ 勉強/研究 ④ その他()
4. 韓国訪問時滞在日数はいくらですか?
① 当日訪問 ②()泊 ()日
5. 韓国は誰と一緒に訪問したんですか?
① ひとり ② 家族/親戚 ③ 友達/仲間 ④ その他 ()
6. カジノにどんな交通を利用して訪問したんですか?
①マイカー ②バス ③自動車 ④その他()
7. カジノに丸して分かるようになった経路は?
①旅行社 ②TV/ラジオ/雑誌 ③友達/家族 ④インターネット Dその他()

II. 次はカジノ利用同期に関する事項です. それぞれに記入してください。

質問項目	非常に そうだ	そうだ	普通だ	そうで はない	全然そ うでは ない
1. カジノゲームは単純なゲームを楽しむためになる	①	②	③	④	⑤
2. カジノゲームは生計維持にお手助けになる	①	②	③	④	⑤
3. カジノゲームは不足な現実を充足させてくれる.	①	②	③	④	⑤
4. 新しい形態のゲームを経験したい.	①	②	③	④	⑤
5. カジノゲームは気持ち転換にお手助けになる.	①	②	③	④	⑤
6. カジノゲームは経済的な余裕を持って来てくれる.	①	②	③	④	⑤
7. カジノゲームは他人との競争を誘発させる.	①	②	③	④	⑤
8. カジノゲームで私の能力を試して見られる.	①	②	③	④	⑤
9. カジノゲームは風変りな勝負を楽しむことができる活動だ.	①	②	③	④	⑤
10. カジノゲームを通じて自分の充足感を感じることができる	①	②	③	④	⑤
11. カジノでは幾多の人々に会って付き合うことができる.	①	②	③	④	⑤
12. カジノでは面白い時間を過ごすことができる.	①	②	③	④	⑤
13. カジノでは日常のストレスを解消することができる.	①	②	③	④	
14. カジノ訪問は他の慰楽施設と連携されている.	①	②	③	④	⑤
15. カジノ訪問で娯楽と遊興を楽しむことができる.	①	②	③	④	⑤

16. カジノ訪問は多くのお金を取るためのことだ.	①	②	③	④	⑤
17. カジノの全般的な施設が良くて訪問する.	①	②	③	④	⑤

Ⅲ. 次はカジノ認識に対する事項ですそれぞれに記入してください。

質問項目	非常に そうだ	そうだ	普通だ	そうで はない	全然そ うでは ない
1. カジノはゲームではない賭博だ.	①	②	③	④	⑤
2. カジノゲームでお金を取ることができる確率は希薄だ	①	②	③	④	⑤
3. 韓国以外の国家でカジノを訪問した経験がある.	①	②	③	④	⑤
4. カジノゲームは品位あって健全な観光活動だ.	①	②	③	④	⑤
5. カジノゲームは運が従わなければならない活動だ.	①	②	③	④	⑤
6. 賭かけごとをするゲーム(競馬,競輪)位のゲームを楽しむ	①	②	③	④	⑤
7. インターネット上での賭博性ゲームをして見た経験がある	①	②	③	④	⑤
8. カジノを訪問すれば風変わりな観光経験ができる	①	②	③	④	⑤
9. カジノに対して普段良い感じを持っている	①	②	③	④	⑤
10. カジノにいるすべての種類のゲーム方法が分かっている	①	②	③	④	⑤
11. カジノゲームはお金を取ることができる機会を提供する活動だ.	①	②	③	④	⑤
12. カジノゲームは相当な水準の技術が相伴されなければならない	①	②	③	④	⑤
13. カジノゲームは自分の判断によって相手と競活動だ	①	②	③	④	⑤
14. 現在カジノには国内人出入りが禁止されている.	①	②	③	④	⑤
15. カジノゲームは補償が従わなければならない活動だ	①	②	③	④	⑤

Ⅳ.次はギャンブルの影響度に対する事項ですそれぞれに記入してください。

質問項目	非常に そうだ	そうだ	普通だ	そうでは ない	全然そう ではない
否定的認識					
1. ギャンブルは青少年教育に悪い影響を及ぼす.	①	②	③	④	⑤
2. ギャンブルは射幸心を助長する	①	②	③	④	⑤
3. ギャンブルは家庭破綻を誘発する	①	②	③	④	⑤
4. ギャンブルは一発主義を助長する.	①	②	③	④	⑤
5. ギャンブルは社会的被害を発生させる.	①	②	③	④	⑤
6. ギャンブルは都市の性格を変化させる	①	②	③	④	⑤
7. ギャンブルは擾廃文化を助長する	①	②	③	④	⑤

8. ギャンブルは組織暴力を誘発する	①	②	③	④	⑤
9. ギャンブルはゲームではない賭博だ.	①	②	③	④	⑤
10. ギャンブルはお金を取ることができる確率が希薄だ.	①	②	③	④	⑤
11. ギャンブルは犯罪増加を誘発する.	①	②	③	④	⑤
12. ギャンブルは賭博中毒を惹起させる.	①	②	③	④	⑤
肯定的認識					
1. ギャンブル産業開発は都市基盤施設を増加させる	①	②	③	④	⑤
2. ギャンブル産業開発は周辺観光地開発にお手助けになる	①	②	③	④	⑤
3. ギャンブル産業開発は立ち後れられた都市開発に影響を与える.	①	②	③	④	⑤
4. ギャンブルは健全な慰楽活動を提供する	①	②	③	④	⑤
5. ギャンブルは雇用創出に寄与する.	①	②	③	④	⑤
6. ギャンブルは地方税収入に寄与する	①	②	③	④	⑤
7. ギャンブル産業は外貨獲得に寄与する	①	②	③	④	⑤
8. ギャンブル産業は観光客幼稚にお手助けになる.	①	②	③	④	⑤
9. ギャンブルに対して普段良い感じを持っている.	①	②	③	④	⑤
10. ギャンブルは自分の充足感を味わうことができる活動だ.	①	②	③	④	⑤
11. ギャンブルは日常のストレスを解消することができる	①	②	③	④	⑤
12. ギャンブルは多くのお金を取ることができる.	①	②	③	④	⑤

V.次は韓国ギャンブル産業に対する貴下の意見をそれぞれ記入してください。

質問項目	非常に そうだ	そうだ	普通だ	そうでは ない	全然そう ではない
1. 韓国ギャンブル産業が国際観光活性化に寄与することと思いますか	①	②	③	④	⑤
2. 今後の韓国ギャンブル産業のために再訪問する意思がいますか	①	②	③	④	⑤
3. ハングックケムブルリングサンアップに対する全般的な満足度はどの位評価しますか	①	②	③	④	⑤
4. 韓国ギャンブル産業(テーマパーク)施設が必要だと思いますか	①	②	③	④	⑤
5. 韓国ギャンブル産業が観光目的地滞留期間延長に影響を及ぼすと思いますか	①	②	③	④	⑤

IV. 次は人口統計的事項です。

該当欄に表示するとか()に記入すれば良いです。

1. 貴下の性別は何ですか?
① 男 ② 女
2. 貴下の年齢はどうなりますか?
① 20～29歳 ② 30～39歳
③ 40～49歳 ④ 50歳～59 ⑤ 60才以上
3. 貴下が携わる職業は何ですか?
① 会社員 ② 事業家(自営業) ③ 公務員 ④ 技術/販売職
⑤ 専門職 ⑥E 主婦 ⑦ 学生 ⑧ サービス業 ⑨ その他
4. 貴下の教育程度はどの位ですか?
① 高卒以下 ② 短大灰/卒 ③ 4年制大学灰/卒 ④大学院以上
5. 貴下の月平均所得はどの位ですか?
① 100万ウォン未満 ② 100～200万ウォン未満 ③ 200～300万ウォン未満
④ 300～400万ウォン未満 ⑤ 400～500万ウォン未満 ⑥ 500万ウォン以上
6. 貴下の家族事項はどうなりますか?
① 未婚 ② 結婚 ③ その他
7. カジノゲームをして見た経験がありますか?
① はい ② ではない

설 문 지

안녕하십니까?

귀하와 가정에 행복이 가득하시길 기원합니다.

바쁘신 중에도 귀중한 시간을 내어 설문에 응해 주심에 진심으로 감사드립니다.

본 설문지는 “국제관광객의 gambling산업 영향도 평가에 의한 관광시장세분화”에 관한 실증적 연구를 위한 것으로 학위논문을 위한 데이터 수집을 위하여 작성된 것입니다.

본 설문에는 옳고 그름을 요구하는 것이 없습니다. 또한 응답하신 내용은 무기명으로 처리되며 오로지 학술적 통계 및 연구 자료로만 사용됨을 약속드립니다.

귀하의 고견은 관광상품 활성화를 더욱 향상시킬 수 있는 방안 모색에 도움이 되는 기초자료 구축에 매우 소중하게 쓰일 것입니다. 모든 질문에 빠짐없이 답변하여 주실 것을 부탁드립니다, 다시 한 번 귀하의 협조에 깊이 감사드립니다.

2008. 8.

지도교수 : 경주대학교 대학원 관광학과
관광학 박사 구분기

연구자 : 경주대학교 대학원 관광학과
박사과정 신대호

I. 다음은 귀하의 카지노 방문 특성에 대한 질문입니다.

1. 카지노에는 이번을 포함하여 몇 번째 방문이십니까? ()회
2. 이번 카지노 게임 예상 경비는 얼마입니까? 약 ()원
3. 귀하의 한국 방문목적은 무엇입니까?
 ①여가, 위락, 휴가 ②사업 ③유학 등 체류 ④기타()
4. 귀하는 이번 방문에서 얼마 동안 머무실 예정이십니까?
 ①당일방문 ②()박 ()일
5. 카지노 방문은 누구와 함께 오셨습니까?
 ①혼자 ②가족/친지 ③친구/동료 ④기타()
6. 카지노에 어떤 교통수단을 이용하여 방문하셨습니까?
 ①자가용 ②버스 ③기차 ④기타()
7. 카지노에 대하여 알게 된 경로는?
 ①여행사 ②TV/라디오/잡지 ③친구/가족 ④인터넷 ⑤기타()

II. 다음은 카지노 이용 동기에 관한 사항입니다. 각각에 기입하여 주십시오.

문 항	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
1. 카지노 게임은 단순히 게임을 즐기기 위해서 한다.	①	②	③	④	⑤
2. 카지노 게임은 생계유지에 도움을 준다.	①	②	③	④	⑤
3. 카지노 게임은 부족한 현실을 충족 시켜준다.	①	②	③	④	⑤
4. 새로운 형태의 게임을 경험하고 싶다.	①	②	③	④	⑤
5. 카지노 게임은 기분전환에 도움을 준다.	①	②	③	④	⑤
6. 카지노 게임은 경제적 부를 가져다 준다.	①	②	③	④	⑤
7. 카지노 게임은 다른 사람과의 경쟁을 유발시킨다.	①	②	③	④	⑤
8. 카지노 게임으로 나의 능력을 시험해 볼 수 있다.	①	②	③	④	⑤
9. 카지노 게임은 색다른 승부를 즐길 수 있는 활동이다.	①	②	③	④	⑤
10. 카지노 게임을 통해서 자기 충족감을 느낄 수 있다.	①	②	③	④	⑤
11. 카지노에서는 수많은 사람들을 만나고 사귄다.	①	②	③	④	⑤
12. 카지노에서는 재미있는 시간을 보낼 수 있다.	①	②	③	④	⑤
13. 카지노에서는 일상의 스트레스를 해소할 수 있다.	①	②	③	④	

14. 카지노 방문은 다른 위락시설과 연계되어 있다.	①	②	③	④	⑤
15. 카지노 방문으로 오락과 유흥을 즐길 수 있다.	①	②	③	④	⑤
16. 카지노 방문은 많은 돈을 따기 위한 것이다.	①	②	③	④	⑤
17. 카지노의 전반적인 시설이 좋아서 방문한다.	①	②	③	④	⑤

Ⅲ. 다음은 카지노 인식에 대한 사항입니다 각각에 기입하여 주십시오.

문 항	전.혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
1. 카지노는 게임이 아닌 도박이다	①	②	③	④	⑤
2. 카지노 게임에서 돈을 딸 수 있는 확률은 희박하다	①	②	③	④	⑤
3. 한국 이외의 국가에서 카지노를 방문한 경험이 있다	①	②	③	④	⑤
4. 카지노 게임은 품위있고 건전한 관광활동이다	①	②	③	④	⑤
5. 카지노 게임은 운이 따라야 하는 활동이다	①	②	③	④	⑤
6. 내기를 하는 게임(경마, 경륜, 경정) 등의 게임을 즐긴다	①	②	③	④	⑤
7. 인터넷상에서의 도박성 게임을 해본 경험이 있다	①	②	③	④	⑤
8. 카지노를 방문하면 색다른 관광경험을 할 수 있다	①	②	③	④	⑤
9. 카지노에 대해 평소 좋은 느낌을 가지고 있다	①	②	③	④	⑤
10. 카지노에 있는 모든 종류의 게임방법을 알고 있다	①	②	③	④	⑤
11. 카지노 게임은 돈을 딸 수 있는 기회를 제공 하는 활동이다	①	②	③	④	⑤
12. 카지노 게임은 상당한 수준의 기술이 수반되어야 한다	①	②	③	④	⑤
13. 카지노 게임은 자기 판단에 의해 상대와 겨루는 활동이다	①	②	③	④	⑤
14. 현재 카지노에는 내국인 출입이 금지되어 있다	①	②	③	④	⑤
15. 카지노 게임은 보상이 따라야 하는 활동이다	①	②	③	④	⑤

IV. 다음은 갬블링의 영향도에 대한 사항입니다 각각에 기입하여 주십시오.

문 항	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
부정적 인식					
1. 갬블링은 청소년 교육에 나쁜 영향을 미친다.	①	②	③	④	⑤
2. 갬블링은 사행심을 조장한다.	①	②	③	④	⑤
3. 갬블링은 가정파탄을 유발한다.	①	②	③	④	⑤
4. 갬블링은 한탕주의를 조장한다.	①	②	③	④	⑤
5. 갬블링은 사회적 피해를 발생시킨다.	①	②	③	④	⑤
6. 갬블링은 도시의 성격을 변화시킨다.	①	②	③	④	⑤
7. 갬블링은 퇴폐문화를 조장한다.	①	②	③	④	⑤
8. 갬블링은 조직폭력을 유발한다.	①	②	③	④	⑤
9. 갬블링은 게임이 아닌 도박이다.	①	②	③	④	⑤
10. 갬블링은 돈을 딸 수 있는 확률이 희박하다.	①	②	③	④	⑤
11. 갬블링은 범죄증가를 유발한다.	①	②	③	④	⑤
12. 갬블링은 도박중독을 야기시킨다.	①	②	③	④	⑤
긍정적 인식					
1. 갬블링산업 개발은 도시 기반시설을 증가 시킨다.	①	②	③	④	⑤
2. 갬블링산업 개설은 주변 관광지개발에 도움을 준다.	①	②	③	④	⑤
3. 갬블링산업 개발은 낙후된 도시개발에 영향을 준다.	①	②	③	④	⑤
4. 갬블링은 건전한 위락활동을 제공 한다.	①	②	③	④	⑤
5. 갬블링은 고용창출에 기여한다.	①	②	③	④	⑤
6. 갬블링은 지방세 수입에 기여한다.	①	②	③	④	⑤
7. 갬블링산업은 외화획득에 기여한다.	①	②	③	④	⑤
8. 갬블링산업은 관광객 유치에 도움을 준다.	①	②	③	④	⑤
9. 갬블링에 대해 평소 좋은 느낌을 가지고 있다.	①	②	③	④	⑤
10. 갬블링은 자기 충족감을 맛볼 수 있는 활동이다.	①	②	③	④	⑤
11. 갬블링은 일상의 스트레스를 해소할 수 있다.	①	②	③	④	⑤
12. 갬블링은 많은 돈을 딸 수 있다.	①	②	③	④	⑤

V. 다음은 한국갬블링산업에 대한 귀하의 의견을 각각 기입하여 주십시오.

문항	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
1. 한국갬블링산업이 국제관광 활성화에 기여할 것으로 생각하십니까	①	②	③	④	⑤
2. 향후 한국갬블링산업을 위해 재방문 할 의사가 있습니까	①	②	③	④	⑤
3. 한국갬블링산업에 대한 전반적인 만족도는 어느정도 평가하십니까	①	②	③	④	⑤
4. 한국갬블링산업(테마파크) 시설이 필요하다고 생각하십니까	①	②	③	④	⑤
5. 한국갬블링산업이 관광목적지 체류기간 연장에 영향을 미친다고 생각하십니까	①	②	③	④	⑤

VI. 다음은 인구 통계적 사항입니다.

해당란에 표시하거나 괄호()에 기입하시면 됩니다.

- 귀하의 성별은 무엇입니까?
① 남 ② 여
- 귀하의 연령은 어떻게 되십니까?
① 20~29세 ② 30~39세
③ 40~49세 ④ 50세~59 ⑤ 60세이상
- 귀하께서 종사하는 직업은 무엇입니까?
① 회사원 ② 사업가(자영업) ③ 공무원 ④ 기술/판매직
⑤ 전문직 ⑥ 주부 ⑦ 학생 ⑧ 서비스업 ⑨ 기타
- 귀하의 교육정도는 어느 정도입니까?
① 고졸이하 ② 전문대 재/졸 ③ 4년제대학 재/졸 ④ 대학원 이상
- 귀하의 월 평균 소득은 얼마나 되십니까?
① 100만 원 미만 ② 100~200만원 미만 ③ 200~300만원 미만
④ 300~400만원 미만 ⑤ 400~500만원 미만 ⑥ 500만원 이상
- 귀하의 가족사항은 어떻게 됩니까?
① 미혼 ② 결혼 ③ 기타
- 카지노 게임을 해 본 경험이 있습니까?
① 예 ② 아니요