

觀光學碩士 學位論文

러시아 잠재관광시장분석을 통한
국제관광 활성화전략

慶州大學校 大學院

觀光學科

金 惠 蓮

2009年 12月

러시아 잠재관광시장분석을 통한
국제관광 활성화전략

指導教授 卞 優 熙

이 論文을 碩士學位 論文으로 提出함

2009年 12月

慶州大學校 大學院

觀 光 學 科

金 惠 蓮

金惠蓮의 碩士學位論文을 認准함

審査委員長 印

審査委員 印

審査委員 印

慶州大學校 大學院

2009年 12月

목 차

제 1 장 서 론

제 1 절 연구 목적	1
1. 문제 제기	1
2. 연구 목적	3
제 2 절 연구범위 및 구성	4
1. 연구의 범위	4
2. 연구의 구성	5

제 2 장 이론적 고찰

제 1 절 러시아 관광시장의 특성과 잠재력 분석	8
1. 러시아관광객의 방한관광시장의 현황	8
2. 러시아관광객의 방한관광시장의 특성	11
3. 러시아관광객의 방한관광시장의 잠재력	13
제 2 절 국제관광	15
1. 국제관광의 개념	15
2. 국제관광객의 특성	16
3. 국제관광의 전망	18
제 3 절 잠재관광시장	20
1. 잠재관광시장의 개념	20
2. 잠재관광시장분석의 현대적 의의	21
3. 잠재관광시장의 과제와 전망	22

제 3 장 연구 설계 및 방법

제 1 절 연구모형 정립	24
1. 연구 모형	24
2. 변수 선정 및 측정도구 개발	27
제 2 절 가설 설정	27
1. 러시아관광객에 대한 관광제도적 지원요인이 관광시장활동 인식요인에 미치는 영향	28
2. 러시아관광객에 대한 관광제도적 지원요인이 국제관광 활성화변수에 미치는 영향	29
3. 러시아관광객의 관광시장활동 인식요인이 국제관광 활성화변수에 미치는 영향	29
4. 국제관광 활성화 평가변수에 의한 군집분류 및 군집특성 평균차이	30
5. 군집별 교차기술분석에 의한 관광시장세분화	30
제 3 절 변수선정 및 조사방법 제시	31
1. 변수의 선정	31
2. 표본설계와 자료수집	33
3. 자료의 분석방법	34

제 4 장 분석결과 및 해석

제 1 절 측정도구의 검정	39
제 2 절 분석결과	47
1. 러시아관광객에 대한 관광제도적 지원요인이 관광시장활동 인식요인에 미치는 영향도 평가	47
2. 러시아관광객에 대한 관광제도적 지원요인이 국제관광 활성화변수에 미치는 영향도 평가	51
3. 러시아관광객의 관광시장활동 인식요인이 국제관광 활성화변수에 미치는 영향도 평가	55
4. 국제관광 활성화변수에 의한 군집 분류 및 군집 특성	58
5. 군집별 교차기술분석	61

제 5 장 결론 및 시사점

제 1 절 연구결과의 요약	70
제 2 절 논의 및 한계점	73

참고문헌

Abstract

<부록>

〈표 차례〉

〈표 2-1〉 러시아 출입국 관광통계	10
〈표 2-2〉 경쟁국으로의 여행특성	12
〈표 2-3〉 분류별 국제관광객의 정의	17
〈표 2-4〉 각국의 러시아관광객 유치활동	23
〈표 3-1〉 설문지의 구성	33
〈표 3-2〉 자료의 분석방법	35
〈표 3-3〉 러시아관광객에 대한 관광제도적 지원변수	36
〈표 3-4〉 러시아관광객의 관광시장활동 인식변수	37
〈표 3-5〉 국제관광 활성화변수	38
〈표 4-1〉 인구통계학적 특성 분포	40
〈표 4-2〉 러시아관광객에 대한 관광제도적지원 인식요인의 구성타당성 및 신뢰성 검정	43
〈표 4-3〉 관광시장활동 인식요인의 구성타당성 및 신뢰성 검정	44
〈표 4-4〉 러시아관광객에 대한 관광제도적 지원요인 및 관광시장활동 인식요인간의 상관관계	46
〈표 4-5〉 러시아관광객의 관광시장활동 인식요인에 대한 제도적지원 요인의 영향도 분석	48
〈표 4-6〉 러시아관광객에 대한 관광제도적 지원요인과 국제관광 활성화변수의 상관관계	51
〈표 4-7〉 러시아관광객에 대한 관광제도적 지원요인이 국제관광 활성화에 미치는 영향검정	54
〈표 4-8〉 러시아관광객의 관광시장활동 인식요인과 국제관광 활성화변수와의 상관관계	56
〈표 4-9〉 러시아관광객의 관광시장활동 인식요인이 국제관광 활성화에 미치는 영향 검정	57

<표 4-10> 군집분류에 의한 국제관광 활성화군집의 추출과 각 변수간의 사후 검증<1단계>	59
<표 4-11> 국제관광 활성화변수 군집별 인구통계학적 특성	63
<표 4-12> 국제관광 활성화변수 군집별 제도적 지원의 특성	66
<표 4-13> 국제관광 활성화변수 군집별 관광시장활동의 특성	69

<그림 차례>

<그림 1-1> 연구 설계도	7
<그림 3-1> 러시아관광객에 대한 제도적 지원요인과 관광시장활동 인식요인이 국제관광 활성화에 미치는 단계별 적용 모형	26

제 1 장 서 론

제 1 절 연구 목적

1. 문제 제기

세계관광기구(UNWTO, 2001)가 발표한 장기 세계관광시장 전망에 따르면 국제관광객 수는 2010년 10억 명을 돌파하고 2020년에는 16억 명에 이를 것으로 예측 되고 있다. 세계 관광 선진국들은 증가하는 외국인 관광객의 자국으로의 유치를 촉진시키기 위해 다양한 정책 및 캠페인을 개발하여 전개하고 있다(문화체육관광부, 2006). 영국의 경우 “Only in Britain, Only in 2003”을 모토로 대규모의 국민 협력 멀티미디어 캠페인을 전개하고 있으며, 프랑스의 경우 “Bonjour” 캠페인을 통해 프랑스를 방문한 관광객들의 체재기간 중 소비지출을 늘리는데 주력하고 있다. 일본도 “New Welcome Plan 21”의 수립과 “Visit Japan Campaign”의 전개를 통해 적극적인 외래객 유치에 나서고 있다(한국문화관광정책연구소, 2003). 그러나 우리나라는 아직도 외래관광객 유치 및 관광 수입측면에서 관광선진국에 비해 낮은 순위를 보이고 있다. 이제 한국은 빠르게 변화하는 세계와 한국 관광시장의 흐름을 파악하고 날로 다양해지는 관광객들의 욕구를 정확히 분석하여 미래 관광시장을 주도할 수 있는 과학적이고 체계적인 시장전략 수립이 시급히 요구되는 시점에 와 있다.

본 연구의 대상이 된 러시아는 유라시아 대륙의 중앙에 자리 잡고 있어 유럽과 아시아를 잇는 다리역할을 하고 있다. 특히 관광 측면에서 러시아는 인바운드 2,400만 명, 아웃바운드 2,200만 명, 관광총량 4,600만 명을 기록함으로써 2004년부터는 세계 10대 관광대국의 면모를 이어나가고 있다. 7~8월에 3주이상의 휴가를 즐기는 여가문화 패턴과 러시아의 차가운 기후 탓에 따뜻한 지역을 찾고자 하는 성향이 러시아인들의 해외여행을 부추기고 있다(한국관광공사 통계, 2004). 러시아와 인접하고 있는 터키, 이집트, 이스라엘, 이탈리아 등 남부 유럽과 아프리카 지역은 러시아관광객들로 넘쳐나고 있으며, 이러한 관광시장의 정세를 반영하듯 현재 모스크바에서는 34개국의 여행사가 진출하여 세계 어느 나라에서 보다는 활발한 마케팅 활동을 전개하고 있다(러시아대

사관, 2006). 그러나 한국에서의 러시아관광시장은 사각지대에 있다. 러시아관광에 대한 국민적, 국가적 관심이 결여되어 있어 러시아 인바운드 관광객에 대한 국가적 차원에서의 배려와 정책지원 등 제반 상황이 턱없이 작은 예산과 관심으로 매우 열악한 상황이다. 러시아의 관광 활성화는 열악한 상황이지만 장기적인 관점에서 관광선진국의 경우처럼 관광시장세분화(tourism market segmentation)에 의한 표적시장 공략이 필요하다.

러시아 관광시장은 세 가지로 구분 될 수 있는데, 첫째는 전세비행기로 4시간 이상 소요되지 않는 거리의 싼 여행지를 찾는 대중 시장, 둘째는 쇼핑을 중요한 여행활동으로 여기는 도시 관광객, 셋째는 이국적인 여행지를 선호하는 신흥부유층(노브이 루스끼: new russian)으로 나뉜다. 또한 외국계 기업에 근무하는 직원들이 포상휴가로 외국여행을 선호하는 경향이 증가하면서 모스크바나 상트페테르부르크 뿐만 아니라 예카테린부르크(Yekaterinburg)와 같은 산업도시들로부터의 인센티브 관광이 급증한 것으로 나타났다. 아울러 러시아 기업들도 이러한 경향에 동승하여 인센티브 관광시장이 확대되고 있으며(러시아대사관, 2006) 차제에 이러한 신흥부유층이나 인센티브관광객을 위한 특별한 패키지 개발도 필요한 것으로 나타나고 있다. 따라서 인바운드의 관점에서 한국의 관광시장이 러시아관광객의 실수요와 연계되고, 덤핑이 아닌 최근 주목받고 있는 의료관광이나 특별한 표적시장을 겨냥한 차별화 된 한국고유의 관광상품을 개발함으로써 국제경쟁력을 확보하여야 할 것이다. 또한 러시아 생태관광과 스포츠관광 등 아웃바운드와 인바운드가 연계된 통합적인 관점에서의 체계적인 정책적 계획과 실행이 필요한 것이다. 궁극적으로는 러시아가 한국의 주요 표적시장으로 등장함으로써 단기적으로는 한국의 국제수지개선에 기여하게 될 것이며 거시적으로는, 양국 상호간의 정치, 경제, 사회, 문화적인 교류확대를 통한 남북철도관광 활성화 및 남북통일에도 기여하게 될 것으로 본다.

따라서 본 연구는 제기된 구조적인 문제를 해결하기 위해 우선적으로 러시아관광객의 방한 시장을 중심으로 관광제도적 지원, 방한 러시아관광객의 관광시장활동 인식 등 다양한 자료들을 종합 분석하여 러시아관광객의 방한 관광시장의 현황을 파악하고자 하였다. 또한 중장기적인 방한 시장의 흐름을 예측함으로써 방한 외래객 유치 증대 및 향후 국제관광 수용태세 개선을 위한 과학적이고 합리적인 국제관광 활성화 전략을 수립하기 위해 시도 되었다. 특히 본 연구는 도출된 근본적인 문제의 해법을 찾기 위해 방한 러시아관광객에

대한 관광시장활동인식에 관한 평가를 통하여 국제관광시장의 기반을 확충하고 실질적인 국제관광지로서의 기능을 강화해야 한다는 가설적 전제하에 다음과 같은 구체적인 연구목적을 설정하게 되었다.

2. 연구 목적

이상의 문제 제기에 도출된 근본적인 문제의 해법을 찾기 위해 본 연구는 일차적으로 러시아관광객에 대한 방한 관광시장의 제도적 지원과 러시아관광객의 관광시장활동 인식에 관한 평가가 실시되었다. 이러한 분석결과를 토대로 본 연구는 한국의 국제관광시장의 기반 확충을 통해 실질적인 국제관광지로서의 기능이 강화되고 국제관광이 활성화 될 수 있다는 가설적 전제하에 실시하게 되었다. 또한 그에 따른 구체적인 대응 방안을 모색하기 위하여 다음과 같은 세부적인 연구목적 설정하였다.

첫째, 지금까지 선행연구가 매우 부족한 현실에서 선행적 차원에서의 관광시장 개념을 고찰하고 아울러 국제관광 활성화에 관한 이론적 체계를 정립하고자 하였다.

둘째, 방한 러시아관광객의 현황과 방한관광시장의 잠재력에 대하여 관련 문헌고찰을 통해 기술하고 그에 따른 국제관광 활성화 방안에 대한 발전 방향을 탐색하고자 하였다.

셋째, 실증 분석적 차원에서 한국 방문 시 러시아관광객에 대한 관광제도적 지원과 관광시장활동에 관한 인식을 평가한 후 국제관광 활성화를 위한 전략적 대응방안을 모색하고자 하였다.

넷째, 이어서 독립변수인 러시아관광객에 대한 제도적 지원요인과 러시아관광객의 관광시장활동 인식평가 결과가 국제관광 활성화를 위한 선택적 대안으로 채택될 수 있는가에 대한 타당성평가 문제는 곧 본 연구의 핵심적 과제이다. 따라서 독립변수인 러시아관광객에 대한 제도적 지원요인과 러시아관광객의 관광시장활동 인식변수를 투입변수로 하여 대응변수인 종속변수로서 국제관광 활성화변수에 관한 영향도 평가를 실시함으로써

써 국제관광 활성화를 위한 적정 대안모색과 국제관광산업정책 의사결정의 우선순위를 확보하기 위한 평가가 실시될 것이다.

다섯째, 본 연구의 관광시장 즉, 한국을 찾은 러시아관광객의 시장세분화를 통한 표적시장을 발견하고 그에 따른 차별적이고 집중적인 러시아마케팅 전략을 수립하는 것이 매우 중요한 작업이자 최종목표인 것이다. 이러한 목표달성을 위해 관광시장세분화를 위한 실증분석 연구가 구체적으로 시도될 것이며 이를 통한 통합적 국제관광 활성화의 개발계획이 수립될 것을 기대한다.

제 2 절 연구범위 및 구성

1. 연구의 범위

세계 어느 나라에서 보다도 활발한 마케팅 활동을 전개하고 있는 러시아를 국제관광 활성화 연구의 적정후보지로 판단하여 연구대상 범위로 설정하였다. 특히 본 연구의 모델이 확정되고 실증적 분석이 증명될 경우 국제관광 활성화를 위한 선행연구모델이 될 수 있을 것으로 기대되어 1차적으로 러시아에 한정된 연구가 시도되었다. 따라서 본 연구는 타 국가에 비해 비교적 자연자원이 잘 보존되어있어 생태관광과 스포츠관광 등이 정착되고 동북아 관광의 허브로 자리매김할 잠재력을 가진 러시아와 한국이 국제관광 활성화가 될 경우 관광목적지의 기능적 활성화 뿐 아니라 침체된 국제관광의 새로운 경제 활성화의 동인이 된다는 관점에서 러시아를 연구대상지로 설정하게 된 것이다.

연구의 시간적 범위는 우선 1차적으로 2008년 11월 (1개월간) 80명의 표본을 그리고 최종적으로는 468명의 표본을 통해 본 연구의 구성 타당도 검증 및 설문완성을 위한 조사 및 분석이 실시되었다. 표본 추출은 무작위표본추출법(random sampling method)을 적용하였다. 구체적 조사방법으로는 한국관광을 마친 러시아관광객을 대상으로 공항과 국제여객 터미널 입구에 무작위 관

광객을 선정 한 후 30명 단위로 체계화시켜 설문에 응하도록 하였으며 동일한 방법으로 부산 국제시장에서 조사를 실시하였다. 그리고 한국 관광을 마친 현지 러시아인에게 메일 발송을 통한 조사도 실시하였다. 또한 연구조사원 배정도 3개의 그룹으로 분산하고 표본을 통한 모집단의 특성을 제대로 반영하기 위해 최대한 객관적인 추출이 되도록 하였으며 표집오차(sampling error)도 최대한 줄이도록 하였다. 특히 연구의 객관성을 확보하기 위해 사전 충분한 러시아어와 통계적 지식을 갖추고 철저히 훈련된 면접요원을 활용하여 전술한 대로 3그룹으로 나누어 설문 및 실제 질문을 통한 면접조사를 병행하였다.

위와 같은 이론적 정립과 내용적 고찰을 통한 선행적 연구모형 설계에 큰 의미를 가지며 제시된 이론적 체계를 통해 러시아관광객을 대상으로 한 국제관광 활성화 연구에 의한 보완이 필요할 것으로 보인다. 특히 러시아인의 관광과 국제관광과의 연계성에 대한 연구가 매우 부족한 실정에 있다. 또한 지금까지의 국제관광 활성화 연구는 일반적인 관광객의 동기조사나 만족도조사를 주로 실행하여 왔으나 본 연구는 향후 급증할 것으로 예상되는 러시아관광객이라는 특정한 대상을 한 미래연구라는 관점에서 그 이론적 범주를 설정함으로써 후속연구의 지표가 되도록 하였다.

따라서 본 연구는 러시아라는 연구대상의 공간적 범위를 우선적으로 설정해 놓고 관광시장활동 인식평가에 관한 전반적인 이론정립과 그에 따른 러시아관광의 변수 간 파생되는 상관성과 영향도를 파악하게 될 것이다. 또한 연구목적 달성을 위한 과학적 가설검정 체계를 구상하고, 그에 관련된 실행모형의 적용을 위해 실증조사 분석을 통한 명확한 연구의 방향성과 그 범위를 설정해야 한다는 차원에서 접근되어 진 것이다.

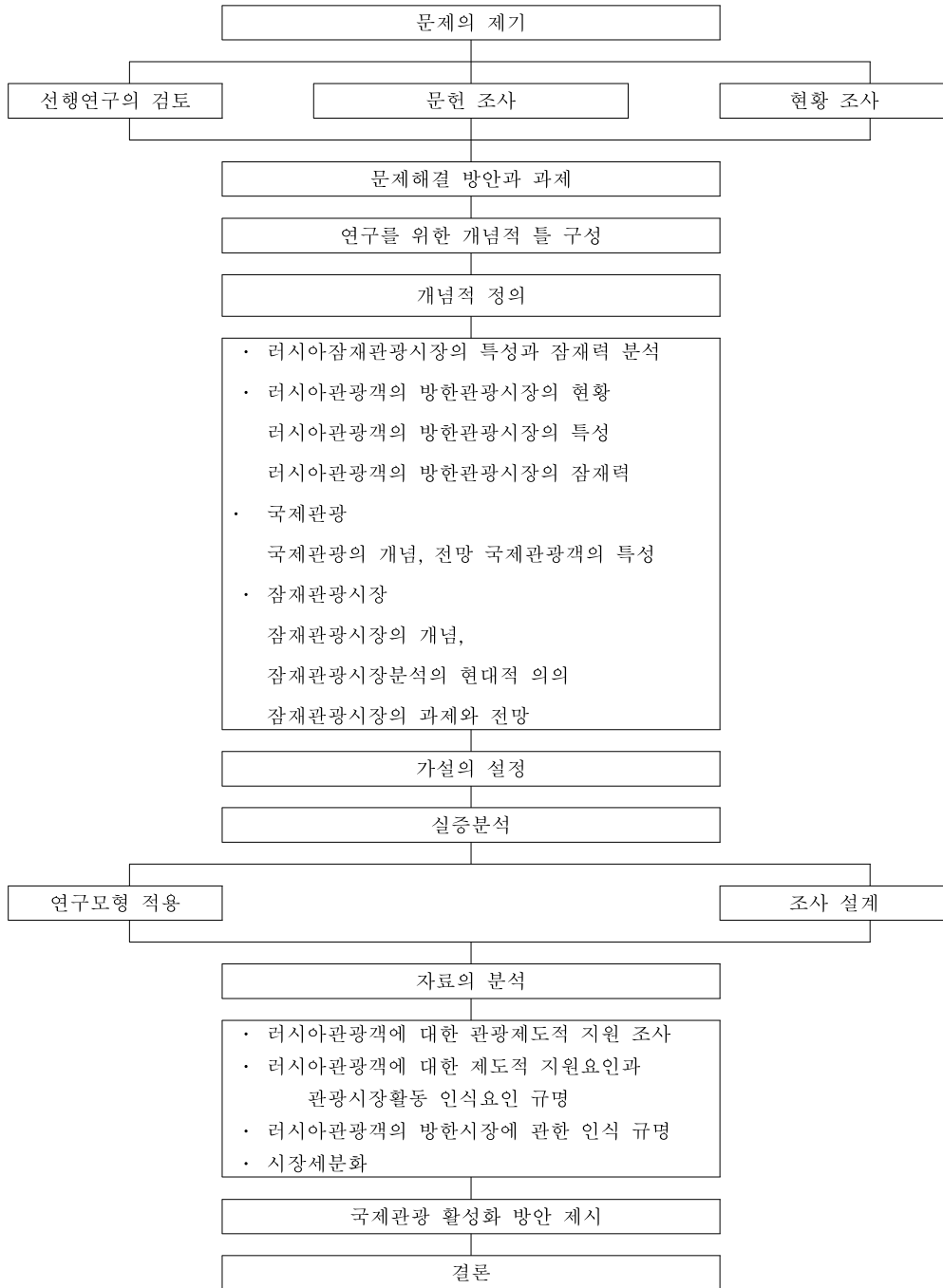
2. 연구의 구성

본 연구는 다섯 개의 장으로 구성되어 있다.

제 1장에서는 서론으로 연구의 목적과 연구범위 및 구성을 기술하였다. 제

2장에서는 먼저 러시아관광시장의 특성과 잠재력 분석에서는 러시아관광객의 방한시장의 현황과 특성 그리고 잠재력에 대한 이론적 접근을 시도하였다. 그리고 제2절 국제관광으로 국제관광의 개념과 국제관광객의 특성 및 국제관광의 향후 전망을 분석함으로써 국제관광의 이론적 근거를 제시하였다. 제3절에서는 잠재관광시장에서는 잠재관광시장의 개념과 잠재관광시장분석의 현대적 의미 및 잠재관광시장의 과제와 전망에 대해 파악하고자 하였다. 그리고 러시아관광객에 대한 국제관광의 개념과 관광시장활동 인식 평가, 러시아관광객의 방한시장 잠재력을 통해 국제관광 활성화 정도를 평가하기 위한 러시아관광객에 대한 제도적 지원과 관광시장활동 인식요인에 대한 이론적 접근을 시도하였다. 다음으로 제3장에서는 2장에서 이론을 바탕으로 실증연구를 위한 연구모형을 정립한 후 국제 관광활성화 정도의 평가를 위한 구체적인 연구목적에 따른 연구가설을 설정하였다. 그리고 연구에 따른 변수선정 및 표본설계와 자료수집과정 및 자료의 분석방법 등을 제시 하였다. 제 4장의 결과분석 및 해석에서는 먼저 측정도구의 검정으로 타당성검정과 신뢰도검정을 실시하고 가설 검정 부분은 실증분석 결과와 국제관광 영향도 평가를 통해 국제관광 활성화를 위한 최적의 효율적인 대응방안을 도출, 국제관광 활성화의 정책 자료를 제공하였고 제 5장에서는 지금까지의 연구결과에 따른 결론 및 시사점을 제시하였다.

본 연구의 주된 방향은 러시아관광객에 대한 제도적 지원과 러시아관광객의 관광시장활동 인식을 분석하여 러시아관광객의 방한 관광이 국제관광 활성화에 어느 정도 영향이 있는지를 평가하는 것이다. 따라서 본 연구는 국제관광의 활성화방안과 관련하여 한국을 방문한 러시아관광객에 대한 제도적 지원 및 관광시장활동 인식요인의 관계, 국제관광 활성화 영향에 따른 군집별 시장세분화 방안 및 시장대응방안 구축 차원에서 연구하였다. 러시아관광객에 대한 제도적 지원 및 관광시장활동 인식 요인은 국제관광 활성화에 관한 영향도가 크다. 이에 한국이 국제관광지로 개발되기 위한 최적의 대응방안 도출을 위한 준비단계로 과학적인 평가와 분석결과 분석을 대고자 다음과 같은 연구구성 체계와 연구방법론을 도입하게 되었다. 본 연구 논문의 흐름 및 구성에 대한 구체적인 연구설계도는 <그림 1-1>과 같다.



<그림 1-1> 연구 설계도

국제관광 타당성 확보를 목적으로 하는 본 연구의 완성을 위한 접근방법으로서 우선 이론적인 규명을 통하여 모형탐색과 변수선정 후 연구 분석 대상변수를 설정하였고, 그에 따른 독립변수와 의 관계성에 대한 이론을 정립한 후 실증조사 분석을 실시하였다.

본 연구의 실증분석은 요인분석, 신뢰도분석, 다중회귀분석, 상관관계분석 및 군집분석을 적용하였다. 가설은 러시아관광객에 대한 관광제도적 지원요인이 관광시장활동 인식요인에 미치는 영향과 러시아관광객에 대한 관광제도적 지원요인이 국제관광 활성화변수에 미치는 영향에 대한 연구가설을 설정하였다. 또한 러시아관광객 관광시장활동 인식요인이 국제관광 활성화변수에 미치는 영향을 연구가설로 설정하였다. 물론 방한 러시아관광객의 국제관광에 대한 러시아관광객의 인식을 높이기 위하여 어떤 인식요인이 가장 크게 작용할 것인지에 대한 논의도 함께 분석하였다. 그리고 국제관광 활성화에 의한 군집 분류 및 군집특성 평균차이와 그리고 군집별 인구통계학적 및 관광제도적 지원요인과 관광시장활동에 관한 특성변수의 독립성도 가설로 설정하여 그 차이를 파악하고자 하였다. 마찬가지로 국제관광 활성화를 높이기 위하여 어떤 인식요인이 가장 크게 작용할 것인지에 대한 논의도 함께 분석하였다.

제 2 장 이론적 고찰

제 1 절 러시아 관광시장의 특성과 잠재력분석

1. 러시아관광객의 방한관광시장의 현황

방한 러시아관광객들은 2004년 이후 비자발급 강화와 중국경제성장에 따른 보따리상 이동으로 감소세이다. 방한 러시아인은 2007년 대비 2.9% 감소한 136,342명으로 전체 외래객의 약 2.0%를 차지하였다. 그 비율은 성장과 감소를 반복하고 있다. 그리고 방한 러시아인들은 다른 방한 관광객들과는 상이한

패턴을 보이는데, 러시아인들이 가장 많이 방문하는 달은 4월인 것으로 나타났다. 비수기인 11월, 12월, 1월의 방한비중이 높으며, 성수기인 9월과 10월의 방한비중이 낮은 특이한 형태인 것으로 조사되었다(한국관광공사, 2008).

2008년을 기준으로 방한 러시아인을 성별로 살펴보면, 남성이 58%, 여성이 42%로 나타나 다른 유럽 국가들에 비해 여성의 비중이 현격하게 높았다. 이는 다른 유럽 국가들로부터의 방한객이 대부분 비즈니스를 목적으로 방한하는 반면, 러시아 방한객은 남녀 구별이 없는 보따리상의 비중이 많고, 단기 취업을 목적으로 입국하는 여성들이 많은 비중을 차지하기 때문인 것으로 분석된다. 1995년 기준 남성52%, 여성 48%에서 2007년 남성 60%, 여성 40%로 여성의 비중이 증가하는 다른 국가들과는 달리 남성의 비중이 오히려 증가하였다(한국관광공사, 2008). 또한 2008년을 기준으로 방한 러시아인을 연령별로 살펴보면, 41-50세가 25%, 31-40세가 24%, 21-30세가 19%를 차지하여 20-40대의 젊은 층이 방한함을 알 수 있다(한국관광공사, 2008). 그리고 방한 러시아인 10명 중 7명 정도가 재방문자이며 특히 비즈니스 목적 방문자 72%가 재방문자이다. 특히 4회 이상 방문자 비율은 분석대상 국가들 중에 가장 높았지만 매년 감소하는 추세에 있다. 성별로는 재방문자 비율에서 차이며 나지는 않았지만 여행형태별로는 신규방문자 비율이 특히 높았다. 10명 중 8명(84.6%)정도가 개별 여행을 하고 있으며, 비율은 남성보다는 여성이 높았고, 재방문자보다는 신규 방문자가 상대적으로 높았다. 또한 러시아인은 전체 방한 외국인보다 소비액이 약간 많은 경향을 보이고 있으며 특히 쇼핑지출액이 전체 방한 외래객 중 높은 수위를 차지하고 있다. 체류기간이 긴 것에 비해 숙박비 지출이 작으며 이것은 4회 이상의 재방문자 비율이 높고 숙박시설 이용률이 낮기 때문인 것으로 보인다. 그리고 쇼핑비가 높은 이유는 보따리상의 물건 구입비가 큰 비중을 차지하기 때문인 것으로 보인다.

한국 여행에 대한 러시아인의 평가는 대체로 향상되는 추세이며, 타국과 비교해도 좋은 편이었다. 세부항목별로는 공항, 대중교통, 숙박, 식당 각 부문 별로 시설과 서비스 항목의 점수가 높았고 다른 나라와 마찬가지로 숙박, 식당, 쇼핑에서 가격관련 항목, 그리고 관광 부문의 “정보입수” 항목의 점수가 상대적으로 낮았다. 방한 러시아인의 여행 만족도 경우는 최근 5년간 상승하는 추세이다. 여자, 단체여행, 재방문자의 만족도가 상대적으로 높다. 반면 재방문의향은 만족도가 상승한 것과 다르게 최근 5년간 전반적으로 하락세를 기록하

였다. 러시아관광객의 전반적인 출입국자 관광통계는 <표 2-1>에 제시된 바와 같다.

<표 2-1> 러시아 출입국 관광통계

구분	2003	2004	2005	2006	2007	2008
러시아출국자수 (천명)	20,572	24,507	28,416	29,197	34,295	-
러시아관광지출 (US\$Mn)	12,880	15,730	17,800	18,200	22,300	-
방한러시아수 (명)	168,038	156,890	143,850	145,000	140,000	136,000
러시아방문 한국인수 (명)	42,982	52,942	55,096	23,052	-	-

주 : 1)러시아입국자수는 '방문객'기준

2)러시아관광지출은 「Compendium of Tourism Statistics」의 'Travel'기준

자료 : 1) 한국관광공사, 「한국관광통계」, 각년도

2) UNWTO, Compendium of Tourism Statistics, 2006

러시아인의 해외여행 지난 95년 21,331명으로 정점에 달한 후 97년까지 감소세를 보이다가 점차 회복추세에 있다. 이렇듯 국외여행자가 증가추세에 있긴 하나 대부분 러시아 본국의 별장(dacha, 러시아 도시근교에 위치한 제2의 집)에서 휴가를 보내거나 그밖에 지리적으로 인접해 있는 핀란드, 중국, 폴란드, 터키, 독일, 동유럽 인근 국가들에 사는 친구들과 친지를 방문한다. 러시아여론조사센터(Russia Public Research Center)가 2006년 수행한 설문조사에 따르면, 국외에서 휴가를 보내는 러시아인들은 대부분 일 년에 한번 여행을 가는 경향이 있다. 이들 중 오직 30% 가량만이 그들의 휴가를 2번이나 그 이상으로 나눠 쓰며, 이들은 주로 모스크바와 상트페테르부르크에 거주하고 있다. 러시아 여행자들의 높은 소비수준은 잘 알려져 있다. 2007년 유엔세계관광기구(UNWTO)에 따르면, 러시아인들은 세계에서 9번째로 소비를 많이 하는 국민들이다. 추정치에 따르면 2007년 러시아인들은 US\$223억을 소비하였다(2006년에 이 수치는 US\$182억이었다). 「글로벌리펀드 2007년 연례보고서(Global Refund Annual Review for 2007)」에 따르면, 러시아인들은 이 돈을 대부분 이탈리아, 독일, 프랑스 그리고 핀란드와 같은 나라들에서 소비했다. 또한 이

보고서에 따르면, 2007년 러시아 여행자들은 중국인과 미국인, 일본인을 제치고 공항 면세점과 소비할인점에서 명품을 직구매하는 데에 돈을 가장 많이 쓴 것으로 조사되었다.

러시아 개별자유여행(FIT) 여행자들 중에서 고급관광 부문의 중요한 소비자 그룹으로 간주되는 집단이 증가하고 있다. 「메릴린치 세계 부(富)보고서(Merrill Lynch World Wealth Report」 2007년판에 따르면, 모든 브릭(BRIC)국가들 가운데 러시아는 고급시장 관광객이 가장 많이 증가한 나라로, 2006-2007년 시장의 14.4%를 차지했다. 이 범주에 속하는 사람들은 여행을 자주하며 여행 중에 명품을 사는 데 돈을 많이 쓴다. 한편 지난해 PATA지역 국가들 중에서는 중국방문이 76.0%로 압도적으로 많았으며, 그 다음이 86.%를 차지한 한국이었다. 그러나 순위 상으로는 2위이나 방문객수에는 한국방문 러시아인의 10배가 넘는 러시아인이 중국을 방문하고 있고, 중국 방문 러시아인의 성장률 또한 매해 증가를 거듭하고 있다. 또한 한국 방문 95년, 96년 이후 계속 감소를 보이다 2000년도에 들어서야 겨우 그 수준을 회복 후 지난해 9.11 테러 등의 영향으로 다시 감소된 상태이다. 그러나 다행스러운 것은 금년 들어 방한외래객중 전년대비 성장률이 가장 높은 국가가 바로 러시아라는 점이다. 그리고 러시아인의 해외여행에서 또 하나 눈여겨 볼 점은 이러한 해외여행 성장요인 중 적지 않은 부분이 shuttle trade라는 일명보따리 무역에서 온다는 점이다. 한국도 그러하고, 중국과 터키 또한 그러한 목적지가 되고 있다. 이렇게 다분히 사업성격을 띤 여행자가 많음에도 불구하고 러시아는 최근 이어지고 있는 경제 회복에 힘입어 관광객목적의 해외여행에 대한 잠재력 또한 높게 평가되고 있다. 그리고 점차 동남아, 호주, 뉴질랜드, 괌, 사이판 등으로 순수 관광목적지의 여행을 즐기는 인구가 증가하고 있다.

2. 러시아관광객의 방한관광시장의 특성

러시아인의 해외여행이 지난 95년 21,331명으로 정점에 달한 후 97년까지 감소를 보이다 점차 회복추세에 있으며, 2000년도 국외여행자는 전년대비 45.4% 증가한 18,317천 명이였다. 이렇듯 국외여행자가 증가추세에 있긴 하나 총 출국자의 42.0%가 독립국가연합에 속해있던 국가들로 나가고 있으며, 그밖에 지리적으로 인접해 있는 핀란드, 중국, 폴란드, 터키, 독일 등 유럽 인

근 국가들로의 방문이 대부분이다. 또한 국가 CIS국을 제외하면 러시아인들이 9번째로 많이 방문하는 국가가 되고 있다. 한편 지난해 PATA지역 국가들 중에서는 중국방문이 76.0%로 압도적으로 많았으며, 그 다음이 86.%를 차지한 한국이었다. 그러나 순위 상으로는 2위이나 방문객수에는 한국방문 러시아인의 10배가 넘는 러시아인이 중국을 방문하고 있고, 중국 방문 러시아인의 성장을 또한 매해 증가를 거듭하고 있다. 특히 <표 2-2>에서 보는 바와 같이 블라디보스토크, 하바로프스크, 이르쿠츠크에서 중국 수이페이혜 지방방문이 인기가 있으며, 극동지역 접경도시인 수부나에 매년 3,000명의 러시아 관광객이 쇼핑과 관광목적으로 방문하고 있다. 또한 한국 방문 95년, 96년 이후 계속 감소를 보이다 2000년도에 들어서야 겨우 그 수준을 회복 후 지난해 9.11 테러 등의 영향으로 다시 감소된 상태이다. 그러나 다행스러운 것은 금년 들어 방한외래객중 전년대비 성장률이 가장 높은 국가가 바로 러시아라는 점이다. 그리고 러시아인의 해외여행에서 또 하나 눈여겨 볼 점은 이러한 해외여행 성장요인 중 적지 않은 부분이 shuttle trade라는 일명보따리 무역에서 온다는 점이다. 한국도 그러하고, 중국과 터키 또한 그러한 목적지가 되고 있다.

<표 2-2> 경쟁국으로의 여행특성

국가	여행특성
중국	- 블라디보스토크, 하바로프스크, 이르쿠츠크에서 중국 수이페이혜 지방으로 방문 인기 - 극동지역 접경도시 수부나에 매일 3,000명의 러시아관광객이 쇼핑과 관광목적으로 방문
일본	- 극동지역 러시아인 유럽보다 일본 휴양지 선호(니가타 현)
태국	- 3성급 호텔과 조식을 포함한 저렴한 휴가상품 수요 급증
호주	- 겨울시즌 대양주 행 스톱오버 여행상품 이용객 증가

출처: 한국관광공사, 각국 NTO

3. 러시아관광객의 방한관광시장의 잠재력

미 경제전문지 포브스에 따르면 2008년 세계 전체 억만장자 1,125명 중 74명이 모스크바에 거주하는 것으로 나타났다. 이는 뉴욕(71명)보다 높은 수치로, 러시아 연방 내에서는 87명의 억만장자가 살고 있으며, 평균 연령은 46세로 조사되었다. 러시아 최고 갑부는 알루미늄 회사 '루살'의 대주주인 '알렉 데리파스카'로 세계 9위의 부자로 기록되었다. 최근 수년간 러시아 국민경제의 호조로 모라토리움 이후에 감소 추세였던 중산층이 새롭게 형성됨에 따라 중산층 수가 증가하고 있는 것으로 알려졌다. 러시아 전략문제 연구소에 따르면 러시아 내 중산층은 전체 러시아인이 25-35% 수준에 달하며, 2020년경 러시아 전체 국민의 60%가 중산층으로 성장할 것으로 전망하고 있다. 러시아 중산층은 서구와 차이를 보이는데, 차량을 보유하고 있고, 국외여행을 할 수 있는 수준이면서 스스로 중산층이라고 간주하는 사람들을 말한다. 은행예금이나 주택보유 여부는 조건에 포함되지 않는다. 특히 세계경제 불안에 따른 러시아 경제 불안정, 각 계층 간의 불화 심화, 국민의 부정부패 의식 팽배, 도시 인구 증가에 따른 도시 근로자 생활수준 하락 등의 중산층 형성에 부정적인 면도 많았지만 러시아내 이들 중산층의 성장은 소비시장, 관광시장의 성장을 주도할 것으로 예상된다. 러시아인의 국외여행이 2008-2010년의 기간 동안 매년 13-15% 증가하여 2010년에는 국외여행객이 1,600만 명에 달할 것이라고 Rosgostrax의 자체 연구보고서가 발표하였다. 전문가들은 이국적인 여행의 성시 인구 인기가 높아질 것이며, 특히 싱가포르, 멕시코, 쿠바, 베트남의 방문자는 매년 22~40% 증가할 것으로 전망하였다. 다른 보고서에 따르면 러시아인의 국외여행은 1인당 월 소득 최소 35,000루블(약 US\$1,500)이 넘는 가족 기준으로 월 소득의 0.7-2배에 이르며 루블화 소비가 소요됨을 감안할 때 중산층이 지속적으로 늘어나고 있다고 평가하였다. 더욱이 이제 불안정, 세계 8위 아웃바운드 시장으로서 아웃바운드 또한 크게 성장하고 있으며, 2016년까지 연평균 7.5%의 성장률로 증가할 것으로 WTO는 예상하고 있다(한국관광공사, 2006). 러시아 출국자 수 2005년 전년대비 16.0% 증가로 2,841만 6,000명을 기록하여 세계8위를 차지하였으며, 2007년에도 전년대비 20%이상 증가한 것으로 추정된다. 즉, 러시아의 아웃바운드 성장률은 세계 평균 성장률을 크게 앞서고 있는 것으로 나타났다. 그리고 아웃바운드 지출액은 2005년 178억\$로

세계 9위를 집계되었으며, 2006년 지출액은 182억\$로 잠정 집계되어 한국에 이어 세계 10위를 기록했다. 러시아 아웃바운드 지출액도 지속적으로 증가하고 있다.

러시아인의 국외여행 전망은 travel & tourism intelligence에서 발간한 2015년까지의 국제관광 예측(international tourism forecast, 2015) 중 러시아 해외여행 전망 부분을 인용, 정리하여 보았다. 러시아의 아웃바운드는 특히 1991년 독립국가연합(CIS)이 탄생되었을 때 새로운 정치 환경의 맥락 속에서 고려 대상이 되었다. 1991년에는 모든 해외여행의 절반 이상이 중앙유럽 및 동부유럽 지역 내에서 이루어졌다. 그러나 이러한 형상은 러시아인들의 아웃바운드가 유럽과 아시아로까지 확대됨에 따라 변모되고 있다. 그리고 그러한 요인 중의 많은 부분은 비즈니스여행에서 온 것이다. 관광의 규모가 shuttle trade (일명 보따리 무역)이라는 쇼핑기회와 연관되어 인기를 얻고 있는 양대 목적지가 바로 터키와 중국이다. 러시아인 관광객들은 이들 목적지에 의류, 전자제품 및 기타 제품들을 구입한 후 자국 시장에다 그 상품들을 공급한다. 독립국가연합(CIS)이 탄생한 이후 여행에 열심인 중산층 출현과 러시아 정부에는 의해 의도적으로 높게 유지된 루블화 강세에 힘입어 관광객 수는 증가하였다. 그러나 1995년 루블화가 무너져, 미 달러 대비 루블화의 가치가 20%나 하락하였다. 정치, 경제문제가 도처에서 발생하였고, 여행객 수는 감소하였다. 최근 대대적인 회복의 조짐이 일어나고 있으나, 전체적인 해외여행 성향은 1994년 절정이었을 당시와 비교하여 볼 때 아직은 정상을 회복하지 못한 수준이다. 따라서 경제 및 다른 요인들이 호전되면 상당한 해외여행 증가가 예상된다. 따라서 중장기적인 차원에서 볼 때 경제성장과 함께 미래의 해외여행 성장지표가 긍정적인 방향으로 작용할 것이며 모라토리엄 이후 6.2% 성장의 뒷받침과 함께 점진적인 발전이 예고되고 있다.

제 2 절 국제관광

1. 국제관광의 개념

국제관광의 일반적 정의는 세계관광기구(WTO)등과 같은 국제기구가 통계적, 기술적, 실용적 목적으로 내린 것과 학문적 차원에서 내려진 것으로 구별할 수 있다. 학자들의 연구에 따라 통계적·기술적 정의와 개념적 정의를 크게 구분할 수 있다 (손나주, 2004). 전자의 정의는 주로 국제관광객이라는 움직임은 실체를 중심으로 하였고, 이러한 국제관광에 대한 정의는 주로 통계작성을 위한 기준을 마련하기 위해 실무적 측면에서 정의를 하고 있다(Tapper, 2001). 후자는 국제관광객이 유발시키는 일체의 현상을 중심으로 개념을 정의하고 있다. 관광관련 기구 중 가장 대표적인 기구라 할 수 있는 세계관광기구(WTO: World Tourism Organization)의 국제관광의 정의는 즐거움, 위락, 휴가, 스포츠, 사업, 친지, 업무, 회의, 건강, 연구, 종교 등을 목적으로 방문국에서 적어도 24시간 이상 1년 이내 체류하는 행위이다. 이것은 외국에서 거주를 목적으로 하는 이주(emigration)와 1년 이상의 장기체류는 국제관광에서 제외(Mathieson & Wall, 1982)시키고 있다. 경제개발협력 기구(OECD: Organization for Economic Cooperation & Development)는 인종, 성별, 언어, 종교 등에 관계없이 외국의 영토에서 24시간 이상 6개월 이내의 기간 동안 체류하는 것이다. 그러나 이상의 국제관광기구의 정의는 특정목적 수행하기 위한 편법으로 기간 개념을 도입하였으나, 기간만으로 관광객 자체를 정의하는 것이 이론적 근거를 제시할 수 있는지에 대한 의구심을 자아낸다는 평가도 있었다(Divisekera, 2003).

이와 다른 관점에서 개념적 정의를 구체적으로 살펴보면, 국제관광(International Tourism)은 공간적, 이념적 국가의 국경을 넘어 이루어질 때 이를 국내관광과 구별하여 국제관광이라고 하고, 관광객이 자기나라를 떠나 다시 돌아 올 예정으로 다른 나라의 문물, 제도, 경관 등을 감상 유람 할 목적으로 여행하는 것을 말한다(Oyewole, 2009). 이와 같이 국제관광이란 용어가 넓은 의미로는 관광목적 이외의 여행까지도 포함한 국제여행을 의미하나, 좁은 의미로는 입국외래객의 여행이라는 뜻으로 사용되고 있다. 또한 국제여행

은 쌍방향의 여행으로 외래관광객의 국내여행을 인바운드라 하고, 외국여행을 나가는 자국민(또는 거주자)의 여행을 아웃바운드 라고 한다(Lee, 2007).

위에서 전술한 바와 같이 국제관광에 대한 정의를 보는 시각은 학자들에 따라 다양하나 일반적으로 다음요건을 충족하면 국제관광으로 인정한다. 첫째, 국적을 불문하고 국경선을 넘어 타국으로 이동하되 체재기간의 장단은 고려하지 않으며 체재목적이 직업을 갖기 위한 것이 아니어야 한다. 이것은 매우 광범위한 정의로서 통계상의 정의와 배치되는 점이 많이 있을 것이다.

둘째, 상기요건을 충족시키는 전제하에서 발생하는 경제적, 정치적, 사회문화적 활동과 玄裳의총제를 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, 신 식민지적 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(Jang & O'Leary. 2002). 결국 국제관광이란 취업이외의 목적으로 국경선을 넘어 타국으로 이동하여 여행하는 그 과정에서 발생하는 일체의 활동과 현상을 말한다(Jonathan. 2005).

따라서 국제관광은 정치, 경제, 사회, 교육, 문화, 보건 등 각종의 분야에서 중요한 역할을 하고 있지만, 가장 중요한 의의는 국제관광왕래가 왕성해짐에 따라 국제민간의 상호이해와 우호친선 관계가 증진되고 세계평화 수립에 공헌한다는 점에서 본 연구의 궁극적인 취지와 일치한다고 본다.

2. 국제관광객의 특성

국제관광은 관광을 목적으로 하는 사람의 국제간 이동이며 관광목적으로 국제간의 이동을 하는 사람이 국제관광객이다. 또한 관광목적 이외의 국제 여행자도 관광객이라고 부르는 경우가 많다. 그러나 반드시 타국에 입국하기전의 소득으로 체류 국에서 소비하면서 여행하는 자를 말할 수 있다(Hyun & Lee,

2009). 국제관광객에 대한 정의는 <표 2-3>에서 보는 바와 같이 학자들의 연구에 따라 상이한 개념을 정의하고 있어 앞으로 모든 국가가 긍정적으로 수용할 수 있는 더욱 명확한 통일된 개념정립이 요구되고 있다.

<표 2-3> 분류별 국제관광객의 정의

분 류	정 의
국제방문객	<ol style="list-style-type: none"> 1. 오락, 의료, 종교의식, 가사, 스포츠, 회의, 연구를 위해 입국하는 사람. 2. 외국의 선박원, 항공기승무원의 일시 기항. 3. 외국에서 사용·공무를 위한 1년 미만의 출장자(플랜트 설치 엔지니어도 포함됨). 4. 임기가 1년 미만의 국제기구직원, 단기방문의 여행자.
비국제방문객	<ol style="list-style-type: none"> 1. 이민이나 외국에서 취업의 의도로 하고 있는 자. 2. 외교관이나 구인의 신분으로 외국을 방문하는 자. 3. 상기인의 수행원. 4. 외국으로의 망명자, 유랑자 및 변경에서의 작업종사자. 5. 외국에서 1년 이상 체류예정자.
국제관광객	목적국의 숙박시설에 1일 이상 체류하는 방문객
단기국제유람자	목적지의 숙박시설에 1박도 하지 않는 국제방문객(크루즈에 숙박하는 승객은 단기 국제유람자에 포함됨. 기항지에서는 며칠씩 체류하더라도 단기국제유람자).

자료 : 세계관광기구, 『국내·외 관광통계자료의 수집·제공방법의 핸드북』

WTO(2002)의 최근의 국제관광객의 특징을 살펴보면 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 있다. 넷째, 재래식의 비호텔형 숙박시설에 대한 수요가 상대적으로 증가하고 있다. 다섯째, 활동형 휴가에서 경험형 휴가로 전환이 일어나고 있다. 핵심은 새로운 지식과 진정한 감동

을 줄 수 있는 완전한 참여적 경험을 추구하는 것이다. 여섯째, 실버관광객이 늘고 있다. 2001년부터 나타나기 시작한 새로운 특성으로 국제관광객들이 예약을 늦게 하고 여행일에 임박한 최후에 순간에 구매한다.

3. 국제관광의 전망

21세기 들어서 국가 간 이전, 물적 교류가 활발해지면서 글로벌화가 급속히 진행되고 있으며 세계화의 진행은 향후 지역정보, 지역문화 등 그 영역을 다차원적으로 확대할 것으로 전망되고 있다. 특히 세계화를 통한 개방화는 국가 간 관광교류를 더욱 활성화 시킬 것으로 전망되며 국가 간 관광교류 활성화는 국가 간 상호 협력 증진에 기여할 것으로 기대하고 있다. 글로벌 시대의 세계관광시장은 끊임없는 성장을 지속할 것으로 전망되는데 세계관광기구(UNWTO)는 [Tourism 2020 Vision]의 장기전망을 통해 세계 관광시장이 연평균 4.1% 성장하여 2000년 7억 명에서 2010년 10억 명, 2020년까지 관광산업이 세계 GDP의 10.9%로 성장하고, 세계 총 고용의 8.6%가 관광관련 산업에 종사할 것으로 전망하고 있다(한국문화관광정책연구소, 2008). 이와 같이 관광산업이 국가 경제에 미치는 영향력이 증대됨에 따라 선진국을 비롯한 세계 각국은 관광산업을 21세기 신 성장 동력산업으로 인식하고 이를 성장시키기 위한 정책을 수립하여 추진하고 있으며 세계적으로 관광산업은 미래형 감성산업으로 고용창출, 국가이미지 제고 등 파급효과가 크고 높은 성장 잠재력을 보유하고 있는 매력적인 산업으로 각인되고 있다. 또한 시장경제의 확산으로 개발에서 소외되었던 저개발 빈곤 국가들이 세계화의 조류에 동참하면서 관광이 빈곤퇴치의 효과적인 수단으로 부각됨에 따라 저개발 국가에서 관광산업이 향후 새로운 핵심 산업으로 부각될 것으로 전망되고 있다.

이처럼 관광산업이 부가가치를 창출할 수 있는 국가 전략산업으로 인식되면서 관광시장을 선점하기위한 세계 각국의 유치 경쟁이 치열해지고 있으며 세계관광기구(UNWTO)에서는 동아시아, 태평양 지역이 세계 6대 관광권역 중에서 가장 높은 수준의 관광객을 유치할 것이며, 세계 2대 관광시장으로 부상

할 것으로 전망하고 있다. 또한 2020년 국제관광객수의 약27%인 약 4억2천만 명 정도가 아·태 지역을 방문할 것으로 예측됨에 따라 아·태 국가들의 전략적 관광산업 육성과 관광객 유치경쟁이 더욱 심화될 것으로 전망된다. 이러한 상황에서 일본은 대규모 관광투자를 통해서 적극적인 외래관광객 유치전략을 수립하여 추진하고 있으며 “Visit Japan Campain”추진을 통하여 일본 브랜드의 전략적 홍보를 실시하고 있다(백 현, 2006). 특히 세계관광기구(UNWTO)에서 2020년 세계 관광시장 점유율 1위국가로 전망하고 있는 중국은 2008년 베이징 올림픽과 2010년 상하이 세계박람회 등 대규모 국제행사 유치를 계기로 해외여행이 전면 자유화 될 것으로 예상됨에 따라 중국관광객 유치를 위한 국가 간 경쟁이 더욱 심화될 것으로 예상된다.

이처럼 관광산업은 전 세계 무역거래량의 8%, 서비스 수출의 35%를 차지하며 석유, 자동차 산업과 함께 세계 3대 산업이다. 그러나 현재 세계는 국가 간 영토분쟁, 종교분쟁, 이념대립 등으로 전쟁, 테러 발생의 가능성이 남아 있으며 1003년 발생한 SARS와 조류독감 등으로 국제관광시장을 위축시킬 수 있는 위기요인이 상존하고 있어 이러한 위기상황에 대응할 수 있는 위기관리시스템 구축 등 전략적 정책 수립의 필요성이 증대되고 있다.

한편, 관광수요 다양화와 관광형태 다변화는 국제관광에 따라 급속하게 변화되고 있다. 세계화와 지역주의의 가속화, 정보통신기술의 영향력 확대 등으로 해외여행이 보편화되고 있고, 자연친화적이고 문화체험 관광을 중시하는 새로운 관광 패러다임의 출현으로 생태관광, 자연관광, 모험관광, 크루즈관광, 문화관광, 테마관광 등 새로운 유형의 관광형태가 각광받고 있다(Chu, 2001). 또한 지속가능한 관광에 대한 국가적 관심이 증대되면서 기존 대량관광에 대한 반작용과 환경보전에 대한 인식의 확산으로 자연친화적 관광형태의 New Tourism이 각광받고 있다(Hope, 2004). 이제 정보통신 기술발달로 디지털 문화가 국가 간 급속하게 확산되어 시·공간을 초월한 IT를 기반으로 하는 신관광산업이 지속적으로 등장하고 있다. 또한 그와 함께 관광사업체의 경영 효율화 작업이 가속화되고 있으며, 공산 유럽연합을 중심으로 기술 발달 등 경비에서 상당부분을 차지하고 있는 항공 및 숙박료에 대한 저비용 경영체제가 국가적으로 성공을 거두고 있다. 관광산업의 경쟁력 확보를 위하여 각국은 이러한 사업 모델을 도입하여 시행하기 위한 방안을 강구하고 있으며, 특히 경제블록 및 FTA 확대에 역내 관광경비절감을 위한 경영효율화 방안이 다각도로 모색되고 있다(Zelenka, 2009).

최근 세계관광기구(UNWTO)를 비롯하여 APEC, ASEAN, ESCAP, PATA, UNDP, OECD 등의 국제기구는 관광을 통한 국제협력에 공동의 노력을 기울이고 있고, 개별 국가 간 협정도 지속적으로 체결하고 있다. 우리나라도 ST-EP 재단을 통한 저개발국 관광개발 지원 사업, 저개발국 TSA 지원사업, 아시아지역 발전 및 관광 전망에 대한 연구지원 사업추진을 통하여 국제협력기구와의 연계를 강화하고 있으며 한·중·일 관광장관회담 개최를 통하여 동북아 3국간 협력체계를 구축하고 있다. 한·중·일 3국 등 동북아 국가 간 외래관광객 유치에 대한 경쟁이 치열해짐에 따라, 동북아 시대를 준비하고 국제환경 변화에 대응하기 위해서 외래관광객 유치 확대를 위한 제도적 개선 및 관광수용태세 개선, 주력시장을 대상으로 한 전략적 마케팅 수립, 관광산업의 블루오션 발굴 등 국가 및 지역관광 경쟁력 제고를 강화하기 위한 노력이 요구되는 시점이다. (2006 관광동향에 관한 연차보고서 2007).

제 3 절 잠재관광시장

1. 잠재관광시장의 개념

일반적으로 관광시장이란 일상적인 거주지를 벗어나 새로운 체험과 재충전을 원하는 사람들과 관련 사업체가 관광지역의 자연, 시설, 경제, 사회, 문화, 정치 등의 환경에 의해 영향을 받거나 주면서 즐기는 자유로운 공간을 말한다. 국내와 해외 시장이 그것인데, 국내의 관광시장은 기초 시장으로 구분되어 있고 주요 시장과 세부시장으로 나뉠 수 있다(Faria, 2008). 그리고 국제 시장은 기본 시장으로 나뉠 수 있으며, 주요 시장, 핵심 시장과 보조 시장과 잠재 시장으로 구분된다. 이러한 관광시장은 관광객들이 관광에 필요한 모든 제반 상품을 구매하는 곳으로 이것을 공급자 차원에서는 여행사, 여행상품, 숙박상품, 식음료, 교통상품, 쇼핑상품(기념품, 토산품, 지역특산물 등) 등이 제공되는 장소를 말하는 것이다(Ibrahim & Gill, 2004).

따라서 잠재관광시장의 개념을 정의할 때 상당히 구체적인 접근이 전제되어야 하나 학자들마다 다소 상이한 개념체계를 제시하고 있으며 현실적으로 다

소 관념적이고 추상적 개념접근이 이루어지고 있는 실정이다. 그러나 잠재관광시장의 기본적인 방향성은 공급과 수요가 이루어지는 곳을 의미하며 실질적으로 관광상품의 특성인 무형성과 유형성이 통합된 관광상품 교환장소로 일반적인 개념과 정의론적 추론을 할 수 있다. 이러한 관점에서 현대적 잠재관광시장의 개념은 관광수요 즉, 관광객이 존재하는 대상집단으로 관광마케팅의 전략적 대응차원에서는 관광객의 욕구를 파악하는 관광수요대상으로 그 의미를 파악할 수 있는 것이다.

2. 잠재관광시장분석의 현대적 의의

잠재관광시장의 개념정의는 위에서 살펴본 바와 같이 아직까지 연구자 혹은 시대적 상황에 따라 그 개념과 측정항목이 확실히 정립되지 않고 있다. 이것은 잠재관광시장에 대한 명확한 정의를 내리지 않고 활동이나 행동 그리고 관광시장이 가지는 본질, 의의, 영향, 그리고 관광에 대한 지각 등을 관광인식의 차원(dimension)으로 파악하고 있기 때문이다. 따라서 본 연구에서는 잠재관광시장에 관한 본질과 의의를 바르게 이해하고 분석하기 위하여 관광시장이 가지는 순기능인 관광의 본질적 의의, 여러 관광환경과의 상호작용 등에 대한 올바른 이해와 그에 관한 올바른 판단에 입각하여 잠재관광시장의 정의를 판단하고 그에 대한 분석의 의의를 가지고자 한다.

국제관광 발전 방안과 관련하여 추진 기본방향과 관련된 잠재관광시장분석으로 그 방향에 맞는 시장세분화 전략이 필요하다하겠다. 잠재관광시장은 자국민문화의 정체성에 대한 재발견과 각색을 통해 자긍심을 높임으로써 국제관광 활성화와 그 상관관계가 높다고 볼 수 있다(Bieher & Laesser, 2002). 잠재관광시장의 분석은 그 지역의 관광자원을 단순히 관광객에게 보여주기 위하여 변용할 것을 찾고 분석하는 것이 아니라 관광의 고유한 아이덴티티를 부각시키는 과정이며 새로운 관광문화를 창출해 나가는 것이다(Frochot, 2005). 따라서 잠재관광시장 분석을 통하여 자국민과 러시아관광객이 교감하도록 함으로써 자국민 스스로가 지역문화에 대한 긍정과 자부심을 갖도록 할 수 있다. 또한 국제관광시장은 관광객의 유입에 따라 그에 맞는 관광제도적인 지원을 지역 나름대로 개선하고 마련한다. 아울러 이런 다양한 인프라의 개선은 러시아

관광객 뿐만 아니라 자국민에게 생활의 편리함, 아름다움, 감성문화 등 쾌적함도 가져다 줄 것이다. 아울러 이런 관광객의 유입은 지역 내 관련산업의 활성화를 낳을 뿐만 아니라 이는 고용, 조세 등 직접적인 효과뿐만 아니라 지역산업과의 다양한 결합을 통하여 간접적인 파급효과를 유발함으로써 그 상관성이 높다(McKercher Áamela & Cros, 2005). 또한 잠재관광시장분석의 선행연구를 보면 1990년대에 들어와서야 잠재관광시장이 가지는 순기능이나 중요성, 그리고 관광인식이나 관광의식의 개념을 사용하면서 잠재관광시장분석의 중요성이 부각되었다.

3. 잠재관광시장의 과제와 전망

한국관광공사 도쿄지사장은 “일본 관광객 상당수를 중국이나 대만, 동남아 등지로 빼앗기고 있다”며 “2007년은 중일 문화 교류의 해이고 2008년은 베이징 올림픽, 2010년에는 상하이국제박람회가 개최돼 이런 현상이 가속화 될 것”이라고 우려했다(한국관광공사, 2007). 한국관광이 고립되고 있다. 관광산업을 흔히 굴뚝 없는 21세기 유망산업이라고 하는데 우리는 갈수록 뒷걸음질이다. 한국의 관광산업이 환율과 고물가의 뒷에 걸려 허우적대고 있을 때, 일본 중국 싱가포르 등 주변국은 급팽창하는 아시아 관광시장을 놓고 치열한 마케팅을 통해 파이를 키워가고 있다. 특히 각국에서는 러시아관광객을 유치하기 위한 마케팅을 활발히 전개하고 있다. <표 2-4>에서는 각국의 러시아관광객 유치활동을 보여주고 있다.

지난해 한국의 관광객 성장률은 아시아의 주요 경쟁국에 비해 가장 낮았다. 전문가들은 한국관광이 넘어야 할 가장 큰 장애물로 높은 물가를 지적했다. 2006년 서울에서의 비즈니스 여행자 체재비는 세계 주요 도시 중 3위, 아시아에선 도쿄를 제치고 1위에 올랐다. 비즈니스 여행자가 3박4일 머물 때 서울은 1,369달러로 도쿄(1,161달러)에 비해 200달러나 높게 조사됐다(문화관광정책연구소, 2006). 관광객이 많이 찾는 일반 패키지 상품도 높은 물가 탓에 제 살 깎아먹기에 내물리고 있다. 손님이 줄어들까봐 원고 상승만큼도 가격을 올리지 못하니 여행사들은 적자 해소를 위해 옵션, 쇼핑을 강요하고 싸구려 음식 등 저급한 서

비스에 실망한 관광객은 다시는 오려고 하지 않는 악순환이 이어지고 있다.

<표 2-4> 각국의 러시아관광객 유치활동

국가	유치활동
일본	<ul style="list-style-type: none"> - 모스크바 근교 일본마을(일본식당, 일본인 학교, 일본 비즈니스 센터 등) - 일본문화 확산을 위한 망가(만화책) 경진대회 러시아 지역 홍보
태국	<ul style="list-style-type: none"> - 저렴한 휴가상품 집중 판매
중국	<ul style="list-style-type: none"> - 하이난에서 겨울시즌 러시아 학생 캠프 유치 활동 - 중국 길림, 흑룡강성 등 러시아 국경지역에서 러시아인을 위한 다양한 새해 맞이 상품 출시 - 국경 자유무역지대 ‘수부나’ 지역 방문 러시아관광객의 입국비자 면제 - 극동 러시아 지역 인접 중국 동북 3성 국경도시 러시아인 핸드폰 서비스 저렴한 가격으로 제공 - 러시아관광객이 선호하는 해남도와 중국 본토를 연결하는 총 31Km의 연육교 설치예정 - 러-중 관광협력에 관한 협정 체결 - 의료관광객 유치 강화
말레이시아	<ul style="list-style-type: none"> - 말레이시아 민간의료단체 협의체 주도로 의료관광 홍보 및 유치활동 전개
영국	<ul style="list-style-type: none"> - 2008년 2월부터 러시아인 여국비자 전자화 실시

출처 : 한국관광공사, 각국 NTO

그럼에도 불구하고 외래 관광객 수가 60만 명을 넘어서 입국객이 사상 최고치를 기록함과 동시에 성장률도 올해 최고치를 기록할 것으로 전망 되고 있다. 그 이유는 한류 열풍과 더불어 중화권을 비롯한 근접국가에 대한 다양한 마케팅 전략과 홍보 등으로 중국 및 일본 관광객의 입국 수가 늘고 IT산업을 비롯한 타산업의 발전으로 비즈니스 관광객이 늘어남에 따른 현상으로 보인다. 이와 같이 우리나라가 넘어야 할 국제관광에 대한 문제점을 정확히 인식하고 개선해 나가려는 정부차원에서의 꾸준한 관심과 노력이 필요하겠다.

제 3 장 연구 설계 및 방법

제 1 절 연구모형 정립

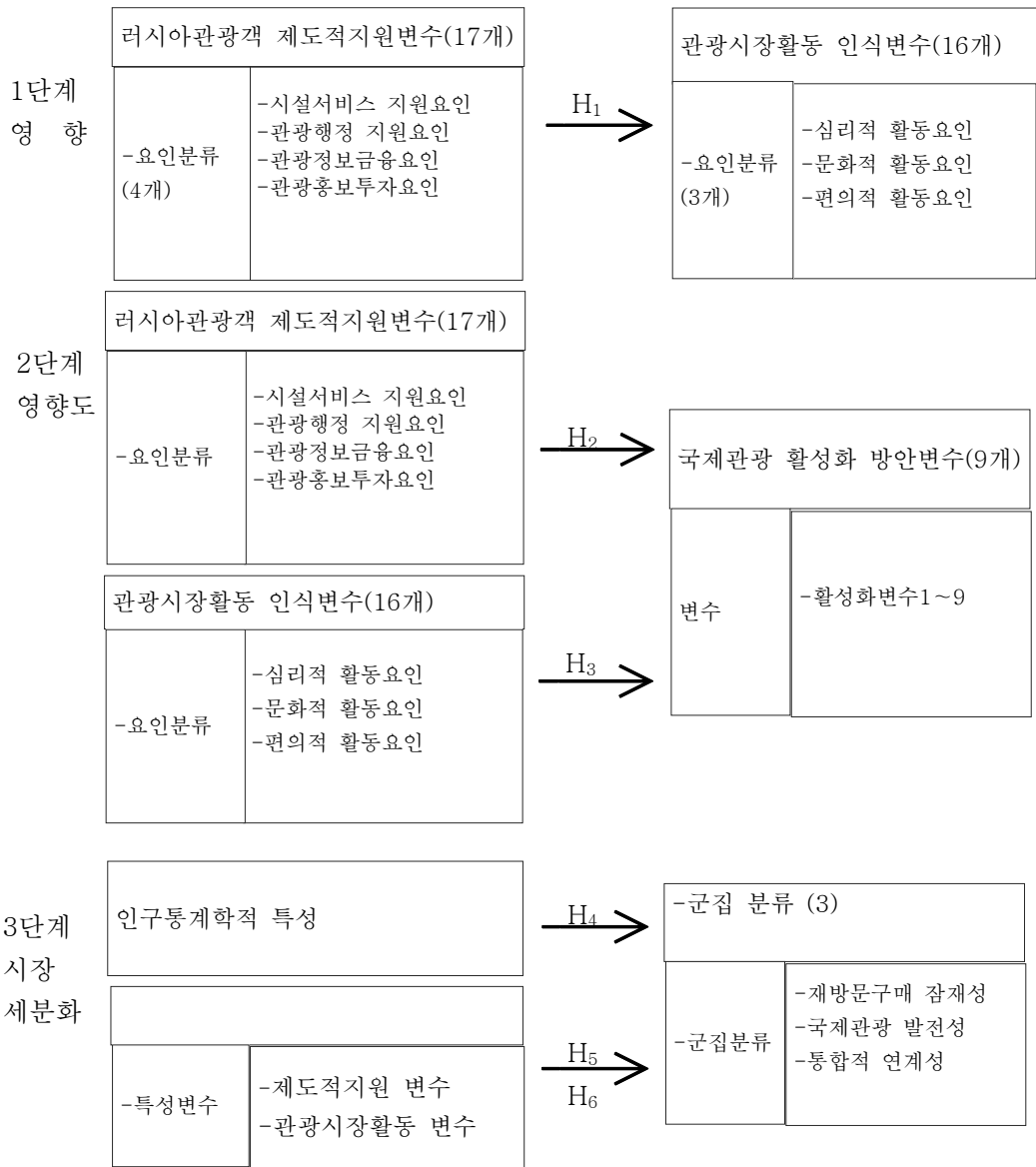
1. 연구 모형

본 연구의 목적은 러시아관광객에 대한 제도적 지원요인과 관광시장활동 인식요인을 평가하여 국제관광 활성화 타당도에 대해 평가 분석하여 국제관광지 활성화 방안 수립의 자료로 삼고자 <그림 3-1>의 연구모형을 설정하였다. <그림 3-1>에 제시된 러시아관광객 인식도 평가모델에서 제시된 각 잠재변수로 선정한 인식요인은 지금까지 전술한 선행연구의 이론적 배경을 바탕으로 하여 본 연구의 목적에 부합하도록 선별적으로 구성하였다. 따라서 국제관광 활성화는 러시아관광객에 대한 제도적 지원 및 관광시장활동 인식요인에 따라 국제관광 활성화 방안이 타당한지를 평가·분석하여, 그에 따른 선행연구의 이론적 배경을 바탕으로 각각의 인식된 영향도(perceived impact degree)를 평가하는 작업이 중요한 것이다. 특히 본 연구모형에 제시된 국제관광 활성화변수군에 대한 타당도 평가, 인구통계학적 특성, 관광시장활동 인식에서의 국제관광 활성화 방안개발 타당성에 관한 중요한 이론적 근거를 제시해 주게 될 것이다. 그리고 거시적으로는 한국의 국제관광개발의 통합개발계획과 직결되는 중요한 과제로 판단된다. 본 연구의 기본적인 투입변수는 상기모델에 제시된 바와 같이 국제관광 활성화 정도에 영향을 주는 변수인 국제관광지로서의 한국의 잠재력, 한·러 경제 성장에 대한 기여정도, 인바운드 잠재관광시장 발전 기여정도, 러시아 아웃바운드 잠재관광시장 발전 기여정도, 남북철도관광 활성화에 대한 기여정도, 재방문여부들로 구성되었다.

본 연구모형의 구조적 연계성은 1차적으로 외생변수(독립변수)로서 러시아관광객에 대한 제도적 지원요인을 선정 한 후 그에 따른 내생변수로 러시아관광객의 관광시장활동 인식요인과의 관계성을 평가하고자 하였다. 이러한 1차

적인 관계성 평가를 검정한 후 2차적으로 러시아관광객에 대한 제도적 지원과 관광시장활동 인식요인(독립변수) 그리고 국제관광 활성화 정도 변수와의 인과관계성을 규명하고자 하였다. 또한 국제관광 활성화 정도변수를 3개 군으로 분류하여 인구통계학적 특성, 관광시장활동 인식변수와의 인과관계 규명하고 군집분석을 통한 관광시장세분화를 작업을 시도하였다.

본 연구는 관광객 의사결정모델의 대표적 모델인 EBK(Engel- Blackwell -Kellat)모델의 의사결정이론을 근거로 하였다. 이것은 러시아관광객이 한국에서의 제도적 지원의 가치성을 충분히 인지할수록 국제관광의 활성화가 달성될 것이고 한국에서 국제관광 활성화의 타당성이 인정받게 될 것이라는 가정 하에 실행하는 데에 필요한 이론적 근거를 제시하고 있는 것이다. 따라서 러시아관광객의 제도적 지원인지도와 관광시장활동 인지도가 높을수록 국제관광정책이 더욱 혁신적으로 추진되어 질 것으로 예상됨에 따라 러시아관광객의 국제관광 인식평가 과정은 <그림 3-1>의 모형적용에 의해 한국의 국제관광 상품개발의 타당성을 인정받을 뿐 아니라 국제관광투자의 가능성을 타진해보는 중요한 지표가 될 것이다.



<그림 3-1> 러시아관광객에 대한 제도적 지원요인과 관광시장활동 인식요인이 국제관광 활성화에 미치는 단계별 적용 모형

2. 변수 선정 및 측정도구 개발

모델의 각 구성요소는 문헌자료를 분석하여 선정하였다. 향후 러시아관광객 인식평가를 통하여 국제관광 활성화 방안 구축을 위한 선행연구들에서 관광객 의사결정에 의해 필요한 항목을 도출하였다. 본 연구에서는 국제관광이 원활히 이루어질 경우 국제관광 활성화변수를 종속변인으로 하여 러시아관광객에 대한 제도적 지원요인에 관한 측정변수와 이에 대응한 관광시장활동 인식요인의 측정변수를 연구의 분석도구로 선정하였다. 특히 본 연구는 러시아관광객에 대한 제도적 지원요인들과 관광시장활동 인식요인간의 상관성 및 인과관계를 규명함으로써 제도와 시장의 영향도 평가를 1차적으로 접근하였다. 또한 종속변인인 국제관광 활성화 평가변수와 제도적, 관광시장활동 변인간의 인과관계를 규명함으로써 최종적인 상대적 의사결정을 내리게 된 것이다. 이어서 국제관광시장의 수요에 부합하고 관광마케팅전략을 수립하기 위해 국제관광 활성화변수군집과 인구통계학적 특성, 군집별 제도적지원 인식요인에 대한 특성, 관광시장활동 인식요인에 대한 특성을 투입변수로 하여 관광시장세분화 분석을 실시하였다. 따라서 본 연구는 인과관계 분석을 위한 각 단계별 최적의 효율적인 평가변수를 측정도구로 선정하게 됨으로써 러시아 관광활성화를 위한 정확한 의사결정 가능하게 되면서 전체적인 연구의 효용성이 입증 받게 되었다.

제 2 절 가설 설정

지금까지 살펴본 문헌고찰과 본 연구논문에서 주장하고 있는 통합모형의 검정을 위하여 다음과 같은 연구가설을 설정하고자 한다.

첫째, 러시아관광객에 대한 제도적 지원요인이 러시아관광객의 관광시장활동 인식에 미치는 영향유의정도를 연구가설로 설정하였다.

둘째, 러시아관광객에 대한 제도적 지원요인이 국제관광 활성화 평가변수에 미치는 영향유의정도를 연구가설로 설정하였다.

셋째, 러시아관광객의 관광시장활동 인식요인이 국제관광 활성화 평가변수에 미치는 영향유의정도를 연구가설로 설정하였다.

넷째, 국제관광 활성화에 의한 군집분류 및 군집 특성에 대한 평균 차이를 유무를 연구가설로 설정하였다.

다섯째, 국제관광 활성화에 의한 군집분류 및 군집 특성에 대한 인구통계학적 변수별 독립성 차이 유무를 연구가설로 설정하였다.

여섯째, 국제관광 활성화에 의한 군집분류 및 군집 특성에 대한 군집별 제도적 지원요인의 특성변수별 독립성 유무를 연구가설로 설정하였다.

일곱째, 국제관광 활성화에 의한 군집분류 및 군집 특성에 대한 군집별 관광시장활동 인식요인의 특성변수별 독립성 유무를 연구가설로 설정하였다.

1. 러시아관광객에 대한 제도적 지원요인이 관광시장활동 인식요인에 미치는 영향

일반적으로 러시아관광객의 관광시장활동 인식요인은 러시아관광객에 대한 제도적 지원요인에 의해서 영향을 받게 되고, 국제관광 활성화는 러시아관광의 관광시장활동 인식요인 및 제도적 지원요인에 의해서 영향을 받게 된다고 할 수 있다. 그러므로 먼저 21C 글로벌 지향시대 환경 하에서 러시아관광객에 대한 제도적 지원요인에 따라 관광시장활동 인식요인에게 미치는 영향이 어떻게 나타날 것인가? 즉 인식도를 포함한 영향은 다르게 나타날 것인가? 에 대한 연구가설을 설정하고 이를 검정할 필요가 있다. 따라서 다음과 같은 연구가설(hypothesis alternative)을 설정하고 이에 관한 하위가설을 연구 분석 결과에서 다루기로 한다.

H1: 러시아관광객에 대한 제도적 지원요인이 관광시장활동 인식요인에 유의한 영향을 미칠 것이다.

2. 러시아관광객에 대한 제도적 지원요인이 국제관광 활성화 평 가변수에 미치는 영향

한국은 러시아관광객에 대한 제도적 지원요인과 관련하여 러시아관광객이 국제관광 활성화 정도변수에 영향을 미치는 요인들에 따라 시장 세분화 등 개발방안을 수립한다. 또한 그 요인들의 인식정도에 따라 국제관광 개발에도 상당한 영향을 미친다고 볼 수 있다. 이 같은 중요성에 입각하여 국제관광 활성화변수에 있어서 러시아관광객에 대한 제도적 지원요인에 따라 어떤 영향이 있는지를 규명할 필요가 있다. 따라서 다음과 같은 연구가설을 설정하고 이에 관한 하위가설은 연구 분석 결과에서 다루기로 한다.

*H2: 러시아관광객에 대한 제도적 지원요인 별 국제관광 활성화 평
가변수에 유의한 영향을 미칠 것이다.*

3. 러시아관광객의 관광시장활동 인식요인이 국제관광 활성화 평 가변수에 미치는 영향

위에서 언급한 바와 같이 러시아관광객의 관광시장활동에 있어 국제관광 활성화는 상당히 다르게 나타날 것이다. 그렇다면 러시아관광객의 관광시장활동 인식 요인에 있어서 그 요인들의 인식정도에 따라 국제관광 활성화를 포함한 영향이 달리 나타날 것인가를 검정하기 위하여 다음과 같은 연구가설을 설정하고 이에 관한 하위가설을 연구 분석 결과에서 다루기로 한다.

*H3: 러시아관광객의 관광시장활동 인식요인 별 국제관광 활성화 평
가변수에 유의한 영향을 미칠 것이다.*

4. 국제관광 활성화에 의한 군집분류 및 군집특성 평균차이

앞서 추출한 국제관광 활성화에 의한 군집의 인구 통계학적 특성에 따라 유의적인 차이가 존재할 것으로 판단된다. 이와 같이 추출 전 군집의 인구 통계학적 특성은 관광시장세분화 방안 수집과 이용 러시아관광객의 선택 인식의 파악에 상당히 중요한 변수로 활용되어 지기 때문에 그 의미는 상대적으로 높다고 할 수 있다. 따라서 국제관광 활성화에 의한 군집의 인구통계학적 특성에 어떠한 차이가 존재하는지를 규명할 필요가 있다. 이에 다음과 같은 연구 가설을 설정하고 이에 관한 하위가설을 연구 분석 결과에서 다루기로 한다.

H4: 군집별 국제관광 활성화에 의한 인구 통계학적 특성에 따라 상호 종속적으로 유의한 평균의 차이가 날것이다.

5. 군집별 교차기술분석에 의한 관광시장세분화

앞서 추출한 국제관광 활성화에 의한 군집의 제도적 지원 변수와 관광시장활동 인식변수의 특성에 따라 유의적인 차이가 존재할 것으로 판단된다. 이와 같이 추출 전 군집의 제도적 지원변수와 관광시장활동 인식변수들의 특성은 관광시장세분화 방안 수집과 이용 러시아관광객의 선택 인식의 파악에 상당히 중요한 변수로 활용되어 지기 때문에 그 의미는 상대적으로 높다고 할 수 있다. 따라서 국제관광 활성화에 의한 제도적 지원 특성변수와 관광시장활동 인식 특성변수에 어떠한 차이가 존재하는지를 규명할 필요가 있다. 이에 다음과 같은 연구 가설을 설정하고 이에 관한 하위가설을 연구 분석 결과에서 다루기로 한다.

H5: 군집별 국제관광 활성화에 의한 관광제도적 지원의 특성변수에 따라 상호 종속적으로 유의한 평균의 차이가 날것이다.

H6: 군집별 국제관광 활성화에 의한 관광시장활동 인식의 특성변수에 따라 상호 종속적으로 유의한 평균의 차이가 날것이다.

제 3 절 변수선정 및 조사방법 제시

1. 변수의 선정

본 장은 연구조사방법으로 먼저 연구모형에서 적용하고 있는 요인을 즉 러시아관광객에 대한 제도적 지원요인과 러시아관광객의 관광시장활동 인식요인 그리고 국제관광 활성화의 변수에 관한 설명과 측정방법에 대해서 살펴보고자 한다. 둘째, 본 연구논문에서 이용하고 있는 표본설계와 자료수집방법 및 자료의 분석방법에 대해서도 살펴보고자 한다.

1) 러시아관광객에 대한 제도적 지원요인 변수

일반적으로 러시아관광객이 관광목적지 의사결정에 있어서 영향을 미치는 주요 요인으로 많은 것들을 들 수 있다. 이는 관광목적지 의사결정에 대한 러시아관광객의 이미지를 형성하거나 또한 우호적이거나 비우호적인 태도를 형성하여 국제관광 활성화를 얻는 평가대상이 되는 중요한 변수라 할 수 있다.

러시아관광객의 제도적 지원요인의 내부적인 구성요소로 시설서비스 지원요인, 관광행정 지원요인, 관광정보금융요인, 관광홍보투자요인이 있다. 먼저 시설서비스 지원요인의 세부구성변수항목은 문화관광자원해설관광, 세관통과, 관광거리 조성, 관광자원보전, 숙박수용능력, 법적보장, 관광정책에 대한 관심, 치안상태, 관광교통체재 등이 있고, 둘째 관광행정 지원요인은 출국세, 비자수속, 관

광행정규제 등이 있다. 셋째, 관광정보금융요인은 화폐와 환전, 인터넷이용 등이 있다. 넷째, 관광홍보투자요인은 관광홍보 및 광고, 안내소, 관광투자가능성 등이 있다. 이와 같이 제시된 변수들을 중심으로 리커트의 7점 척도를 이용하여 선호도를 측정하였다.

2) 러시아관광객 관광시장활동 인식요인 변수

러시아관광객이 관광시장활동 인식에 대하여 영향을 미치는 중요한 요인은 많은 것이 있다. 이는 관광시장활동에 따라 고려하는 요인과 직접적으로 영향을 주는 요인 등이 다양하게 작용하며 목적지의 특성에 관광시장활동에 대한 전반적인 특성이 상호 복합적으로 작용하여 러시아관광객의 중요한 의사결정에 변수라 할 수 있다.

러시아관광객 관광시장활동 인식요인의 구성요소로 심리적 활동요인, 문화적 활동요인, 편의적 활동요인이 있다. 먼저 심리적 활동요인은 러시아인에 대한 호감, 지역민의 친절, 청결 및 위생, 이국적인 분위기, 자연의 매력도, 관광종사원의 친절 등이 있다. 둘째, 문화적 활동요인은 역사적인 매력도, 음식의 맛, 독창적인 매력도, 숙박시설의 편의성, 관광상품의 다양성, 문화체험이 있다. 셋째, 편의적 활동요인에는 쇼핑의 편의성, 야간 위락 및 유흥의 편의성, 대중교통의 편의성, 기후조건 등이 있다. 이와 같이 제시된 변수들을 중심으로 리커트 7점 척도를 이용하여 중요성을 측정하였다.

3) 국제관광 활성화 변수

러시아관광객이 제도적 지원 및 관광시장활동 인식 의사결정 후 얻게 되는 중요변수로 이는 러시아관광객 수요의 지속적인 창출은 물론 국제관광의 개발성과의 확보에 상당한 영향을 미치는 중요한 변수라 할 수 있다. 국제관광 활성화에 따른 내부적 구성 변수는 국제관광지로서의 한국의 매력도가 어느 정도인지, 러시아관광객이 방한 관광이 활성화 될 경우 양국의 경제성정과 인바

운드 잠재관광시장 활성화, 한·중·일 연계관광 성공의 가능성, 한국인의 러시아 아웃바운드관광 활동, 남북 철도 관광활성화, 남북 통일에 기여하는 정도가 어떤지, 그리고 재방문 의사와 한국의 상품 패키지 구매가능성 변수 등이 있다. 이와 같이 제시된 변수들을 중심으로 리커트 7점 척도를 이용하여 활성화를 측정하였다.

2. 표본설계와 자료수집

본 연구논문의 연구대상에 대한 표본선정은 다음과 같다. 먼저 예비조사 및 본 조사에 있어서 자료수집의 방법은 문헌조사 분석을 통해, 관련 논문 및 문헌, 간행물 등을 참고하여 조사하였으며, 실증조사 분석도 한국을 방문한 러시아인 80명을 대상으로 사전 면접조사를 실시하였다. 사전면접 조사 결과 주요 인식요인으로 17개의 제도적 지원요인 변수와 16개의 관광시장 활동 인식도요인 변수를 도출하였다. 그리고 이와 관련해서 국제관광 활성화변수를 도출하였다. 그리고 이와 관련해서 9개의 주요 선호도 요인을 도출하여 이것을 바탕으로 설문지를 완성하였다. 완성된 설문지를 이용하여 한국을 방문한 러시아인 관광객 478명을 대상으로 본 조사를 실시하였다.

표본추출방법은 무작위 표본추출 방법(systematic random sampling method)을 실시하였으며 조사대상을 선정 후 사전 훈련된 조사자로 하여금 2008년 11월 15일부터 2009년 5월 15일까지 약 6개월에 걸쳐 설문지조사를 실시하였다. 본 연구논문에 사용된 설문지는 <표 3-1>에 구성되어 있다.

<표 3-1> 설문지의 구성

제1부	17개 개별 관광제도적 지원요인에 대한 중요성 측정	리커트7점척도
제2부	16개 개별 관광시장활동 인식요인에 대한 중요성 측정	리커트 7점척도
제3부	9개 개별 국제관광 활성화 방안 측정	리커트 7점척도
제4부	인구통계학적 변수	명목척도

먼저 1부에서는 러시아관광객에 대한 관광제도적 지원변수로 17개의 개별 인식도를 측정하였고, 2부에서는 러시아관광객의 관광시장활동 인식 변수로 16개의 개별 인식도를 측정하였으며, 3부에서는 국제관광 활성화 관련한 변수로 9개의 개별 인지도를 측정하였고 마지막으로 4부에서는 인구 통계학적 변수를 측정하였다.

3. 자료의 분석방법

1) 단계별 분석 적용 방법

자료의 분석방법으로는 우선 러시아관광객에 대한 제도적 지원요인과 러시아관광객의 관광시장활동 인식요인에 대한 측정개념의 타당성 검증 및 신뢰성 검정을 위해 요인분석과 신뢰도 분석을 이용하였다. 그리고 러시아관광객에 대한 제도적 지원요인과 러시아관광객의 관광시장활동 인식요인 및 국제관광 활성화에 따른 관계를 살펴보기 위해 상관관계분석과 국제관광 활성화변수에서 군집을 추출하기 위해 계층적 군집분석을 이용하였다.

이어서 이들 변수들 간의 인식도 및 예측을 포함한 영향을 검증하기 위해 다중회귀분석과 앞서 추출한 군집에 따라 타당도에 어떠한 차이가 있는지를 살펴보기 위해 일원배치 분산분석을 이용하였다. 끝으로 추출된 군집에 따른 인구통계학 특성과 관광제도적 지원요인의 특성변수 및 관광시장활동 인식요인의 특성변수에 어떠한 차이가 있는지를 살펴보기 위해 교차분석을 이용하였다. 구체적인 것은 <표 3-2> 자료 분석방법에 제시되어 있다.

<표 3-2> 자료의 분석방법

	검정대상	분석기법
표본 특성 및 측정도 구	· 러시아관광객에 대한 관광제도적 지원요인의 타당성검정	· 요인분석
	· 관광시장활동 인식요인의 타당성 검정	· 요인분석
	· 러시아관광객 관광제도적 지원요인의 신뢰성 검정	· 신뢰도분석
	· 러시아관광객에 대한 관광제도적 지원요인의 신뢰성 검정	· 신뢰도분석
	· 러시아관광객에 대한 관광제도적 지원요인과 관광시장 활동인식요인간의 영향	· 상관관계분석 · 상관관계분석
	· 러시아관광객에 대한 관광제도적 지원요인과 국제관광 활성화 변수와의 영향	· 상관관계분석
	· 관광시장활동 인식요인과 국제관광 활성화변수와의 영향	· 계층적군집분석
	· 국제관광 활성화의 군집 추출	
연구 가설	· 러시아관광객에 대한 관광제도적 지원요인과 관광시장활동 인식요인간의 관계 검정[H1]	· 상관관계분석 · 다중회귀분석
	· 러시아관광객에 대한 관광제도적 지원요인이 국제관광 활성화에 미치는 영향검정[H2]	· 상관관계분석 · 다중회귀분석
	· 관광시장활동 인식요인이 국제관광 활성화에 미치는 영향 검정[H3]	· 상관관계분석 · 다중회귀분석
	· 국제관광 활성화변수에 의한 군집 분류 및 군집특성 평균 차이[H4]	· 계층적군집분석 · 일원배치분산분석
	· 국제관광 활성화군집의 인구통계학적 특성[H5]	· 교차분석
	· 군집별 관광제도적지원요인에 대한 특성[H6]	· 교차분석
	· 군집별 관광시장활동 인식요인에 대한 특성[H7]	· 교차분석

2) 러시아관광객의 관광인식도 평가변수의 기술적 특성

러시아관광객의 인식도 변수의 세부항목으로는 러시아관광객에 대한 관광제도적 지원변수 <표 3-3>, 러시아관광객의 관광시장활동 인식변수 <표 3-4>, 국제관광 활성화변수 <표 3-5> 로 구성 되어 있다.

<표 3-3> 러시아관광객에 대한 관광제도적 지원변수

속 성 변 수	평균(표준편차)	우선 순위
1) 러시아인의 관광활동 시 한국정부의 관광정책 관심도	5.58(1.014)	7
2) 러시아인의 관광활동 시 한국정부의 법적 보장	5.07(1.091)	16
3) 러시아인의 관광활동 시 한국정부의 관광행정 규제	5.01(1.244)	17
4) 러시아인의 관광활동 시 세관통과 절차 편이	6.07(1.257)	3
5) 러시아인의 관광활동 시 한국관광투자가능성	4.95(1.324)	19
6) 러시아인의 관광활동 시 관광지내 질서 요구	5.56(1.120)	6
7) 러시아인의 관광활동 시 관광자원의 보호	5.95 (.987)	4
8) 러시아인의 관광활동 시 비자수속	5.51(1.319)	8
9) 러시아인의 관광활동 시 치안상태	5.43(1.106)	10
10) 러시아인의 관광활동 시 환전	5.16(1.087)	15
11) 러시아인의 관광활동 시 출국세	2.87(1.295)	21
12) 러시아인의 관광활동 시 소비자보호	5.19(1.131)	13
13) 러시아인의 관광활동 시 관광교통체계	6.41 (.716)	1
14) 러시아인의 관광활동 시 행정공무원의 서비스	5.43(1.261)	9
15) 러시아인의 관광활동 시 관광안내소 배치	5.40 (.936)	11
16) 러시아인의 관광활동 시 관광홍보물의 편이성	5.16(1.234)	14
17) 러시아인의 관광활동 시 인터넷 이용	5.88(1.041)	5
18) 러시아인의 관광활동 시 국제전화 이용 편이성	3.75(1.614)	20
19) 러시아인의 관광활동 시 숙박시설 수용능력	4.98(1.361)	18
20) 러시아인의 관광활동 시 관광거리 조성	6.39 (.762)	2
21) 러시아인의 관광활동 시 문화관광자원해설정도	5.23(1.203)	12

우선 러시아관광객에 대한 관광제도적 지원변수의 상대적 중요도 즉, 의사결정 우선순위를 살펴보면 가장 높은 지적율이 관광교통체계(6.41)이며, 다음으로 관광거리 조성(6.39)으로 아직까지 교통과 거리정비가 한국에 비해 낙후된 러시아로서는 좋은 인상을 받은 것으로 판단된다. 다음 순위로 세관통과시 절차의 편이성(6.07)으로 공항

이나 여객 터미널에서의 출입국 절차의 간소화로 좋은 인상을 남긴 것으로 판단된다. 그리고 다음 순위로는, 관광자원의 보호상태(5.95), 인터넷 이용(5.88)으로 나타났다. 반면, 가장 낮은 지적율이 출국세(2.87)문제로 나타났으며 다음 순위로 국제전화 이용(3.75), 러시아인의 한국관광투자 가능성(4.95)으로 나타나 관관교통체계나 거리조성 세관통과는 편이적이지만 러시아가 직접적으로 한국관광에 투자할 의사는 없는 것으로 판단된다.

그리고 러시아관광객의 관광시장활동 인식변수의 상대적 중요도 즉, 의사결정 우선 순위를 살펴보면 한국문화의 독창성(6.14)이 가장 높은 지적율이 나타나 러시아관광객이 한국 고유의 멋과 분위기를 높이 평가하는 것으로 나타났으며, 지역민의 친절성(6.10)과 관광지의 청결상태(6.04)나 기후조건(6.01)의 순으로 나타났다. 반면, 언어소통(3.84)이 가장 낮은 지적율을 보이고 있다 전국의 관광관련 사이트나 관광지에서의 홍보물이나 이정표 등 언어에 대한 개선이 시급하다고 볼 수 있다. 다음으로 물가(4.70), 문화체험의 매력도(4.87),음식의 맛(5.08), 이국적인 분위기(5.11) 순서로 나타났다.

<표 3-4> 러시아관광객의 관광시장활동 인식변수

속 성 변 수	평균(표준편차)	우선순위
1) 대중교통편이성	6.00 (.897)	5
2) 언어소통	3.84(1.320)	18
3) 관광숙박의 편이성	5.16(1.273)	12
4) 음식의 맛	5.08(1.467)	15
5) 물가	4.70(1.021)	17
6) 쇼핑의 편이성	5.66(1.051)	10
7) 관광상품 다양성	5.45 (.966)	11
8) 관광지의 역사적 매력도	5.87(1.079)	6
9) 관광지의 자연적인 매력도	5.80(1.009)	7
10) 관광중사원의 친절성	5.66(1.051)	9
11) 이국적인 분위기	5.11(1.093)	14
12) 문화체험 매력도	4.87(1.520)	16
13) 야간 위락	5.14(1.061)	13
14) 기후조건	6.01 (.994)	4
15) 청결상태	6.04 (.890)	3
16) 지역민의 친절성	6.10 (.995)	2
17) 한국문화의 독창성	6.14 (.964)	1
18) 러시아인에 대한 호감도	5.75(1.177)	8

마지막으로 국제관광 활성화변수의 의사결정 우선순위를 살펴보면 한국의 국제관광지로서의 매력도(6.30)가 가장 높은 지적율을 보여 이며 러시아관광객의 패키지상품의 구매가능성(6.30), 재방문의사(6.27)로 나타나 한국관광공사나 문화관광정책연구소의 설문에서도 나타났듯이 외래관광객중 가장 한국에 좋은 인상을 가지고 있는 것으로 판단된다. 반면, 가장 낮은 지적율은 남북 통일 기여도(2.02)로 나타났으며 남북 철도 관광활성화(2.36)와 한·중·일 연계 관광 성공 가능성(4.23)의 순으로 나타났다. 한국의 관점에서는 남북간의 통일과 철도관광의 연계성은 러시아, 중국 나아가 유럽과의 통로가 되어 국제관광지로서의 한국의 매력도를 높이고 많은 잠재력을 지닌 요인이라 생각되어 많은 관심을 가지고 있지만 아직까지 러시아관광객의 관심이 남북 관계나 아시아관련 관광연계에는 관심이 아직 미흡한 것으로 판단된다.

<표 3-5> 국제관광 활성화변수

속 성 변 수	평균(표준편차)	우선순위
1) 한국의 국제관광지 매력정도	6.30 (.934)	1
2) 양국의 경제성장 기여도	6.23(1.172)	4
3) 잠재관광시장 활성화 기여도	6.11(1.071)	5
4) 한, 중, 일 연계관광 성공 가능 기여도	4.23(1.364)	7
5) 한국인의 러시아 관광활동 기여도	4.52(1.291)	6
6) 남북 철도 관광활성화에 기여도	2.36(1.445)	8
7) 남북통일 기여도	2.02(1.047)	9
8) 재방문의사	6.27(1.025)	3
9) 패키지상품 구매 가능성	6.30 (.728)	2

제 4 장 분석결과 및 해석

제 1 절 측정도구의 검정

본 장은 앞장에서 설정한 연구가설의 검정을 위한 분석단계를 다루고 있다. 먼저, 기본단계로 표본의 일반적인 특성을 분석하고 변수의 타당성 및 신뢰도를 검정하였다. 둘째, 가설1은 러시아관광객에 대한 제도적 지원요인이 관광시장 활동 인식요인에 미치는 영향의 존재여부를 검정하였다. 셋째, 가설2에서 러시아관광객에 대한 제도적 지원요인이 국제관광 활성화변수에 미치는 영향 존재 여부를 검정하였다. 넷째, 가설3에서 러시아관광객 관광시장활동 인식요인이 국제관광 활성화에 미치는 인식도를 포함한 영향 존재 여부를 검정하였다. 다섯째, 가설4에서 국제관광 활성화변수군집 별 인구통계학적 특성의 차이에 관한 연구가설을 검정하였다. 여섯째, 가설5는 국제관광 활성화변수 군집별 관광제도적 지원인식 변수의 차이에 관한 연구가설을 검정하였다. 마지막으로 가설 6은 국제관광 활성화변수 군집별 관광시장활동 인식변수의 차이에 관한 연구가설을 검정하였다.

러시아관광객의 국제관광 활성화 연구를 위한 표본의 일반적인 특성을 파악하기 위하여 빈도분석을 실시한 결과는 <표 4-1>과 같다. 응답자의 인구통계학적 특성을 살펴보면 다음과 같다. 성별 분포는 남성과 여성이 각각 38.6%와 61.4%로 나타나 성별의 차이는 별로 없었으나 여성이 조금 많게 나타나 시장세분화 방안이나 관광활동의 프로그램 구성 시 여성의 특성에 적절한 활동을 추가할 필요성을 알 수 있었다.

연령별 분포는 20-29세가 38.6%로 가장 많았으며, 40-49세가 25.3%로 나왔으며 30-49세와 50대 이상이 각 18.1%와 14.5%로 비슷하고, 학력별 분포는 대졸이 72.3%로 가장 많고 대학원이상의 고학력자와 고졸이상이 각각 19.3%, 8.4%로 나타났다. 러시아관광객의 거주지별로는 한국과 가장 가까운 극동지방의 블라디보스토크가 44.6%, 수도권 모스크바가 31.3%, 이르쿠스크가 8.4%, 하바로프스크가 4.8%, 상트페테르부르크가 3.6%, 기타 7.2%로 밝혀졌다. 직업별로는 회사원과 전

문직종이 전체의 59%(각각 32.5%, 26.5%)로 가장 많았으며, 사업가의 14.5%까지 합한 전체의 73.5%의 러시아관광객이 시간을 할애해 한국을 방문한 것으로 예측되었다. 나머지는 주부 13.3%, 학생이 10.8, 무직이 2.4%로 응답하였다.

<표 4-1> 인구통계학적 특성 분포

구분		빈도(명)	비율	구분		빈도(명)	비율	
성별	남	185	38.6	직업	무직	12	2.4	
	여	293	61.4		학생	52	10.8	
연령	10대	17	3.6		주부	62	13.3	
	20대	185	38.6		전문 직종	126	26.5	
	30대	87	18.1		사업가	70	14.5	
	40대	121	25.3		회사원	156	32.5	
	50대 이상	69	14.5		연 수입	100(5)~500(20)	81	16.9
학력	중졸	-	-		(단위:	500~1000(45)	178	37.3
	고졸	39	8.4		1000루블	1000~2000(90)	121	25.3
	대졸	346	72.3		(백만 원))	2000~3000(140)	57	12.0
	대학원이상	92	19.3	3000이상	39	8.4		
	거주지	모스크바	150	31.3	여행목적	휴양휴식	363	75.9
상트페테르부르크		17	3.6	자연경관		-	-	
블라디보스토크		213	44.6	역사유적관람		28	6.0	
하바로프스크		23	4.8	레저스포츠		12	2.4	
이르쿠스크		39	8.4	사업회의		75	15.7	
기타		34	7.2	방문기간 (숙박)		1-5	39	8.4
좋아하는 계절	봄	150	31.3		5-10	317	66.3	
	여름	126	26.5		10-15	109	22.9	
	가을	161	33.7		15-30	6	1.2	
	겨울	39	8.4		한 달 이상	6	1.2	

연 수입은 500(2천만 원)—1000(4천5백만 원)루블 이하가 37.3%로 가장 많았으며, 1000(4천5백만 원)—2000(9천만 원)루블 25.3%, 100(5백만 원)—500(2천만 원)루블이 16.9%, 2000(9천만 원)—3000(1억4천만 원)루블이 12.0%, 3000(1억4천만 원)루블 이상이 2.5%로 응답하였다. 러시아관광객이 선호하는 계절로는 가을과 봄이 33.7%, 31.3%로 가장 많았으며, 여름은 26.5%, 겨울은 8.4%로 당연히 추운 계절을 회피하는 경향이 나타났으며, 봄에서 여름, 가을까지 계절여행에 적합한 한국관광 상품 개발이나 겨울의 경우는 냉·난방이나 건강과 관련한 상품개발방안이 요구됨을 알 수 있었다. 여행목적은 휴양·휴식이 75.9%로 전체의 절반을 넘었고, 역사유적관광은 6.0%로 러시아관광객 대부분이 역사유적보다는 휴양과 휴식을 선호하고 있음을 알 수 있었다. 그리고 사업이나 회의차 방문이 15.7%, 레저스포츠가 목적인 경우도 2.4%로 여행상품의 다양화와 한국의 자연경관과 역사문화유적이 관련된 여행상품의 개발이 시급함을 알 수 있었다. 방문기간은 5-10일이 전체의 66.3%를 차지하였으며, 10-15가 22.9%로 89.2%가 10일 정도의 관광을 하는 것으로 나타나 10일 형의 관광루트를 차별화하여 구성할 필요성을 알 수 있었다. 그리고 1-5일은 8.4%로 가까운 극동지방에서 온 관광객을 위한 짧은 시간에 테마나 목적에 맞는 관광상품 개발이 필요하다. 또 15-30, 한 달 이상이 각 1.2%로 나타났다. 이 밖에 한국관광에 대한 보다 정확한 정책을 제시해 줄 것과 러시아관광객에 대한 정책지원을 당부하는 의견이 다수 있어 러시아관광객에 대한 지원과 정책홍보에 주력 할 필요가 있음을 알 수 있었다.

다음으로 본 절에서는 측정도구의 검정을 위하여 러시아관광객에 대한 관광정책지원요인과 러시아관광객의 관광활동 인식요인의 타당성 및 신뢰도를 검정하기 위한 요인분석(Factor Analysis)과 신뢰도분석(Reliability Analysis)을 실시하였다.

1) 타당성 검정

먼저 요인분석을 이용하여 러시아관광객에 대한 관광제도적 지원요인을 구성하고 있는 변수들의 개념타당성(Construct Validity)검정을 실시하였다. 요인분석은 일반적으로 표본수가 50개 이상이어야 하며 요인의 안정성을 가질 수 있기 위해서는 요인분석에 사용되는 항목수의 4배에서 5배가 되어야 한다. 그리고 요인적재량에 있어 본 연구논문에서는 .4이상인 경우를 적용하였다. 기타 요인분석에 있어 요인추출은 주성분분석(Principle Component Analysis : PCA)법을 이용하였으며 요인회전에 있어서는 요인들 간의 상호독립성을 검정하는데 유용한 직교 회전(Varimax)법을 이용하였다. 이는 요인 추출 시 요인 수 및 정보손실을 최소화하는데 유용하기 때문이다.

둘째, 변수들 간의 상관관계가 다른 변수에 의해 설명되는 정도를 나타내고 KMO(Kaise-Meyer-Olkin)의 값은 .758로 나타나 요인분석을 위한 변수선정이 바람직함을 알 수 있다. 또한 요인분석 모형의 적합성 여부를 나타내는 바르렛트(Bartlett)의 구형성 검정치가 631.965이며 유의확률이 .000이므로 공통요인이 존재한다고 볼 수 있다. 따라서 본 연구논문에서 이용하고 있는 여가활동 인식요인의 설문문항들에 관한 요인분석은 별 문제가 없는 것으로 판단된다. 이 같은 기본적인 가정과 제약조건에 따라 검정한 러시아관광객에 대한 관광제도적 지원요인들의 타당성 및 신뢰성 검정결과는 <표 4-2>와 같다.

첫째, 요인 1인 ‘시설서비스 지원요인’은 문화관광자원 해설관광, 세관통과, 관광거리조성 등 관광지외와 제반 행정기관의 시설과 서비스 등에서 높은 요인 적재량을 보여주고 있어 이들 항목들이 관광지나 기관에서의 부대시설이나 서비스 요인과 상호영향이 있는 것으로 판단할 수 있다. 둘째, 요인 2인 ‘관광행정 지원요인’은 출국세, 비자수속 등 관광행정적 규제에 대한 관심 등에서 높은 요인 적재량을 보여주고 있어 이 항목들이 러시아관광객의 한국관광시 행정기관의 행정활동 요인과 상호영향이 있는 것으로 판단할 수 있다. 셋째, 요인 3인 ‘관광정보금융요인’은 화폐와 환전제도, 인터넷 이용 등 관광 중 정보 이용이나 제공 등에서 높은 요인적재량을 보여주고 있어 이들 항목들이 개인적인 정보

<표 4-2> 러시아관광객에 대한 관광제도적지원 인식요인의
구성타당성 및 신뢰성 검정

요 인	문 항	요인 적재치	아이겐값	분산설명력	신뢰성 계수
시설서비스 지원요인	문화관광자원해설관광	.768			0.883
	세관통과	.763			
	관광거리 조성	.700			
	관광자원보전	.693			
	숙박수용능력	.687	5.731	33.709	
	법적보장	.681			
	관광정책에 대한 관심	.652			
	치안상태	.646			
	관광교통체재	.609			
관광행정 지원요인	출국세	.772			.700
	비자수속	.758	1.897	11.160	
	관광행정규제	.755			
관광정보금융요인	화폐와 환전	.783			.587
	인터넷	.694	1.793	10.547	
관광홍보투자요인	관광홍보 및 광고	.846			.514
	안내소	.577	1.241	7.298	
	관광투자가능성	.485			

***요인 적재치 : 회전된 성분행렬

***설명된 총분산 : 고유치

이용 활동 요인과 상호영향이 있는 것으로 판단할 수 있다. 넷째, 요인 4인 ‘관광홍보투자요인’은 관광홍보나 광고 상태, 안내소의 배치, 러시아의 한국관광투자 가능성 등에서 높은 요인 적재량을 보여 주고 있어 내외적 관광 홍보활동 요인과 상호 영향이 있는 것으로 판단할 수 있다.

다음으로는 러시아관광객의 관광시장활동 인식요인의 타당성 검정을 위해 먼저, 러시아관광객의 관광시장활동 인식요인의 타당성 검정에 있어서도 인식요인

을 구성하고 있는 설문문항들의 개념타당성(Construct Validity)검정을 위하여 요인분석을 이용하였다. 그리고 러시아관광객의 관광시장활동 인식요인별 요인 적재량에 있어 마찬가지로 .4이상인 경우를 적용하여 매우 높은 유의성을 나타내고 있다. 둘째, KMO(Kaise-Meyer -Olkin)의 값은 .803으로 크게 나타나 요인분석을 위한 변수선택이 바람직함을 알 수 있다. 또한 바르테트(Bartlett)의 구형성 검정치가 729.901이며, 유의확률이 .000이므로 공통요인이 존재한다고 볼 수 있다.

따라서 본 연구 논문에서 이용하고 있는 표본들의 러시아관광객의 관광시장활동 인식요인들에 대한 요인 분석은 별 문제가 없는 것으로 판단된다. 이 같은 기본적인 가정 및 제약조건에 따라 검정한 러시아관광객의 관광시장활동 인식요인들의 타당성 검정결과는 <표 4-3>과 같다.

<표 4-3> 관광시장활동 인식요인의 구성타당성 및 신뢰성 검정

요 인	문 항	요인 적재치	아이겐값	분산설명력	신뢰성 계수
심리적 활동요인	러시아인에 대한 호감	.868	6.474	40.461	.851
	지역민의 친절	.701			
	청결 및 위생	.701			
	이국적인 분위기	.698			
	자연의 매력도	.631			
	관광종사원의 친절	.535			
문화적 활동요인	역사적인 매력도	.806	2.046	12.789	.853
	음식의 맛	.789			
	독창적인 매력도	.691			
	숙박시설의 편의성	.676			
	관광상품의 다양성	.617			
	문화체험	.589			
편의적 활동요인	쇼핑의 편의성	.773	1.559	9.742	.702
	야간 위락유흥의 편의성	.696			
	대중교통의 편의성	.644			
	기후조건	.585			

***요인 적재치 : 회진된 성분행렬

***설명된 총분산 : 고유치

첫째, 요인 1인 ‘심리적 활동요인’은 러시아인에 대한 한국인의 호감, 지역민의 친절성 등 러시아인이 느끼는 심리적인 면에서 높은 요인 적재량을 보여주고 있어 이들 항목들이 한국 관광시 심리적 요인과 상호영향이 있는 것으로 판단할 수 있다. 둘째, 요인 2인 ‘문화적 활동요인’은 한국의 과 상호영향이 , 한국 과 상호영, 독창적인 매력도 등 한국 고유의 문화적 매력에 대한 관심 등에서 높은 요인 적재량을 보여주고 있어 이 항목들이 문화적 요인과 상호영향이 있는 것으로 판단할 수 있다. 셋째, 요인 3인 ‘편의적 활동요인’은 쇼핑, 야간위락 및 유흥시설의 편이성 등 관광지 내 사교적 장소나 쇼핑 등에서 높은 요인적재량을 보여주고 있어 이들 항목들이 사교적이며 활동적인 요인과 상호영향이 있는 것으로 판단할 수 있다.

2) 신뢰성 검정

먼저 러시아관광객에 대한 관광제도적 지원요인의 신뢰성 검정은 요인분석 후 동질적인 개념들에 대하여 신뢰성을 높이기 위한 방법으로는 내적 일관성 검정을 위해 크론바하(Cronbach) 알파 값을 이용하였다.

일반적으로 탐색적인 연구 분야 예서는 알파 값이 .60 이상이면 충분하고 기초연구분야에서는 .80 나아가 중요한 결정이 요구되는 응용분야에서는 .90 이상이면 된다고 주장한다. 또한 조직단위의 분석 수준에서도 요구되어지는 알파 값이 .60 이상이면 측정도구의 신뢰성에는 별문제가 없는 것으로 간주되고 있다. 본 러시아관광객에 대한 관광제도적 지원요인의 신뢰도는 .845로 다소 신뢰도가 낮으나 의사결정에는 별 무리가 없었다. 본 연구논문에서 적용하고 있는 러시아관광객에 대한 관광제도적 지원요인들에 대한 각각의 알파 값은 .47 이상의 4개의 요인이 선택되었으며, 이들 항목들이 각 요인에 관한 내적 일관성을 지니고 있다는 전제하에 신뢰도 분석은 별문제가 없다. 따라서 제거할 필요가 없으며, 이 같은 기본적인 가정과 제약조건에 따라 검정한 러시아관광객에 대한 관광제도적 지원요인들의 신뢰성 검정결과는 <표 4-2>와 같다.

다음으로 러시아관광객의 관광시장활동 인식요인의 신뢰성 검정은 요인분석

후 동질적인 개념들에 대하여 신뢰성을 높이기 위한 방법으로 실시하였는데 내적 일관성 검정을 위해 크론바하(Cronbach) 알파 값을 이용하였다. 그리고 러시아관광객의 관광시장활동 인식요인에 있어서도 마찬가지로 알파 값은 .892이상 이므로 신뢰도 분석에 별문제가 없는 것으로 판단할 수 있다. 이 같은 기본적인 가정과 제약 조건에 따라 검정하는 목적지 관광활동 인식요인의 신뢰성 검정결과는 <표 4-3>과 같다.

지금까지 측정도구의 검정을 위한 기본적인 단계로써 변수들의 타당성과 신뢰성을 검정하였다. 그리고 러시아관광객에 대한 관광제도적 지원요인과 러시아관광객의 관광시장활동 인식요인간의 영향 검정 및 인식도를 분석하기 위한 기본적인 단계로써 상관관계 분석을 실시하였다. <표 4-4>에서 보는 바와 같이 러시아관광객에 대한 관광제도적 지원요인과 러시아관광객의 관광시장활동 인식요인간에는 모두 상호영향이 있는 것으로 분석되었으며, 따라서 이들 요인을 이용하여 연구가설 검정을 위한 절차에는 별다른 문제가 없는 것으로 판단할 수 있다.

<표 4-4> 러시아관광객에 대한 관광제도적 지원요인 및
관광시장활동 인식요인간의 상관관계

분류	심리적 활동 인식	문화적 활동요인	편의적 활동요인
피	시설서비스 지원요인 .358	.538	.348
어	관광행정 지원요인 .250	.127	.103
슨	관광정보금융요인 .078	.331	.077
상	관광홍보투자요인 .409	.081	.256
관	시설서비스 지원요인 .000	.000	.001
유	관광행정 지원요인 .007	.144	.314
의	관광정보금융요인 .390	.000	.449
확	관광홍보투자요인 .000	.350	.013
를			

*P<0.05, **P<0.01

제 2 절 분석결과

1. 러시아관광객에 대한 관광제도적 지원요인이 관광시장활동 인식요인에 미치는 영향도 평가

본 절에서는 러시아관광객에 대한 관광제도적 지원요인과 러시아관광객의 관광시장활동 인식 요인에 미치는 인식도를 포함한 영향도를 분석하고자 한다. 먼저 상관관계 분석(Correlation Analysis)을 기초로 관련변수를 선정한 후 이들 러시아관광객에 대한 관광제도적 지원요인을 독립변수로 한 다중회귀분석(Multiple Regression Analysis)을 실시하였다.

<표 4-4>를 통하여 알 수 있듯이 러시아관광객에 대한 관광제도적 지원요인과 러시아관광객의 관광시장활동 인식요인 간의 상관관계 분석 결과, 모든 러시아관광객에 대한 관광제도적 인식요인이 러시아관광객의 관광시장활동 인식요인과 유의한 상관관계가 있는 것으로 밝혀졌다. 이에 모든 러시아관광객에 대한 관광제도적 인식요인을 독립 변수로 하여 러시아관광객의 관광시장활동 인식요인간의 인식도를 포함한 영향 검정을 위해 다중회귀분석에 포함시켰다.

일반적으로 변수간의 영향 존재여부를 검정하는데 있어 많이 이용되는 분석 기법을 상관관계 분석을 들 수 있지만 어떤 변수가 또 다른 변수에 미치는 인식도 등을 측정하기에는 다소 곤란한 점이 있다. 이 같은 문제점을 보완하고 나아가 독립변수간의 종속 변수에 대한 영향 정도뿐만 아니라 각 독립변수의 인식도를 분석하기 위하여 다중회귀분석을 많이 이용한다. 다중회귀분석을 이용할 때 중요시하는 기본적인 가정을 정규성과 독립변수들 간의 높은 상관관계로 인하여 발생할 수 있는 다중공선성(Multicollinearity) 여부 및 오차항간의 상관관계가 존재함으로써 자기상관(Autocorrelation) 등을 검정하는 일이다.

이 같은 기본 가정을 충족하기 위해 본 연구 논문에서는 정규성의 확인과 다중 공선성 존재 여부에 대한 해결방법으로 요인분석에 의한 요인점수들을 이용하였다. 이는 요인점수들이 직교회전방법에 의한 상호 독립적인 변수들로 간주되기 때문에 이를 독립변수로 설정하여 문제를 해결하였다. 그리고 다중회귀분석의 변수투입 방법에 있어서는 모든 변수들을 동시에 투입하는 ENTER 방법을 이용하였다. 이 같은 기준으로 러시아관광객의 관광시장활동 인식요인에 대한 제도적지원요인간의 인식도 및 예측을 포함한 영향을 회귀 분석 한 결과는 <표 4-5>에 나타나 있으며 이를 구체적으로 살펴보면 다음과 같다.

<표 4-5> 러시아관광객의 관광시장활동 인식요인에 대한
제도적지원요인의 영향도 분석

관광시장활동 인식요인	제도적지원 인식요인	R ²	F값	유의 확률	표준화 계수	t값	유의 확률	연구 가설
심리적 활동요인	시설서비스 지원요인	.364	11.137	.000a	.358	3.958	.000	채택
	관광행정 지원요인				.250	2.767	.007	채택
	관광정보금융요인				.078	.864	.390	기각
	관광홍보투자요인				.409	4.525	.000	채택
문화적 활동요인	시설서비스 지원요인	.422	14.214	.000a	.538	6.247	.000	채택
	관광행정 지원요인				.127	1.475	.144	기각
	관광정보금융요인				.331	3.842	.000	채택
	관광홍보투자요인				.081	.941	.350	기각
편의적 활동요인	시설서비스 지원요인	.203	4.963	.001a	.348	3.439	.001	채택
	관광행정 지원요인				.103	1.014	.314	기각
	관광정보금융요인				.077	.760	.449	기각
	관광홍보투자요인				.256	.534	.013	채택

*P<0.05, **P<0.01

첫째, 러시아관광객의 관광제도적 지원요인이 러시아인의 관광시장활동 인식요인 중 심리적 활동인에 대하여 유의적인 성향을 미칠 뿐만 아니라 각각의 관광시장활동 인식요인이 러시아관광객에 대한 관광제도적 지원요인에 미치는 인식도가 다르게 나타날 것이라는 연구가설 검정 결과 시설서비스 지원요인, 관광행정 지원요인, 관광홍보투자요인이 유의적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이 같은 분석 결과를 토대로 이를 세부적으로 살펴보면 다음과 같은 결론을 내릴 수 있다.

21C 글로벌 시대의 국제관광목적지인 한국이 러시아관광객에게 관광목적지를 선택함에 있어 심리적 활동요인을 만족시키기 위해서는 러시아관광객에 대한 시설서비스 지원을 한국정부와 관광 관련 기관들이 체계적으로 개선하고 노력하는 자세가 필요하며 관광행정 지원요인들을 중요시한 출입국시 행정상의 절차의 간소화나 편의성에 중심을 둔 행정 규제완화가 필요하며 관광홍보투자요인과 관련된 안내소나 홍보 개발이 필요할 것으로 판단된다. 이 같은 결과는 본 연구자의 주장과도 일치하며, 관광목적지가 러시아관광객에게 심리적 관광시장활동 인식요인을 충족시키고 러시아관광객의 관광제도적 지원인식이 좋은 쪽으로 선택되기 위해서는 정부와 관광관련 기관들의 체계적인 시설보완과 서비스의 향상, 행정상의 편의성과 정보제공과 홍보시설 투자에 대한 개발이 중요함을 지적할 수 있다.

둘째, 러시아관광객의 관광제도적 지원요인이 러시아인의 관광시장활동 인식요인 중 문화적 관광시장활동 인식요인에 대하여 유의적인 성향을 미칠 뿐만 아니라 각각의 관광시장활동 인식요인이 러시아관광객에 대한 관광제도적 지원요인에 미치는 인식도가 다르게 나타날 것이라는 연구가설 검정 결과 시설서비스 지원요인, 관광정보금융요인, 관광홍보투자요인이 유의적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이 같은 분석결과를 토대로 이를 세부적으로 살펴보면 다음과 같은 결론을 내릴 수 있다. 21C 글로벌 시대의 국제관광목적지인 한국이 러시아관광객에게 관광목적지를 선택함에 있어 문화적 관광시장활동 인식요인을 만족시키기 위해서는 러시아관광객에 대한 시설서비스 지원을 한국정부와 관광 관련 기관들이 체계적으로 개선하고 노력하는 자세가 필요하며 관광정보금융요

인을 중요시하는 동시에 관광에 대한 홍보 및 광고, 안내소의 시설이나 분포, 한국으로의 관광투자가능성을 이끌어내는 관광홍보투자요인도 필요할 것으로 판단된다. 이 같은 결과는 본 연구자의 주장과도 일치하며, 관광목적지가 러시아관광객에게 문화적 활동요인을 충족시키고 러시아관광객의 관광제도적 지원인식이 좋은 쪽으로 선택되기 위해서는 정부와 관광관련 기관들의 체계적인 시설보완과 서비스의 향상, 정보제공 및 금융지원과 홍보시설 투자에 대한 개발이 중요함을 지적할 수 있다.

셋째, 러시아관광객의 관광제도적 지원요인이 러시아인의 관광시장활동 인식요인 중 편의적활동 인식요인에 대하여 유의적인 성향을 미칠 뿐만 아니라 각각의 관광시장활동 인식요인이 러시아관광객에 대한 관광제도적 지원요인에 미치는 인식도가 다르게 나타날 것이라는 연구가설 검정 결과 시설서비스 지원요인, 관광홍보투자요인이 유의적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이 같은 분석 결과를 토대로 이를 세부적으로 살펴보면 다음과 같은 결론을 내릴 수 있다. 21C 글로벌 시대의 국제관광목적지인 한국이 러시아관광객에게 관광목적지를 선택함에 있어 시설서비스 지원요인을 만족시키기 위해서는 문화 관광자원해설 관광에 대한 투자, 세관통과절차의 간소화 관광거리의 조성, 관광자원과 문화재의 보호, 숙박수용능력향상, 치안상태와 관광교통체재 개발이필요할 것으로 보여 진다. 또한 관광홍보투자요인을 만족시키기 위해서는 관광안내소의 배치와 시설에 대한 편의성을 높이고 관광홍보물의 배포와 광고에 투자하며 러시아인의 한국관광에 대한 투자가능성을 열어주는 것이 중요하다고 판단된다. 더구나 이 같은 결과는 본 연구자의 주장과도 일치하며 관광목적지가 러시아관광객에게 편의적 활동요인을 충족시키고 러시아관광객의 관광제도적 지원인식이 좋은 쪽으로 선택되기 위해서는 앞서 살펴본 다른 어떤 요인보다도 시설 서비스에 대한 요구를 충족하기위한 정부의 관광정책의 관심을 키워 그에 대한 부대적인 관광요소의 시설과 서비스 향상에 노력할 필요가 있음을 알 수 있다.

종합적인 측면에서 러시아관광객에 대한 관광제도적 지원요인과 러시아관광객의 관광시장활동 인식요인 간의 영향도를 살펴보면 몇 가지 특성을 들 수 있다. 각각의 시설서비스 지원요인은 관광시장활동 인식요인 중 심리적 활동요인,

문화적 활동요인, 편의적 활동요인에 높은 영향을 미치며, 관광행정 지원요인은 문화적 활동요인과 편의적 활동요인은 제외한 심리적 활동요인에만 영향을 미치는 것으로 분석되었다. 또한 관광정보금융요인은 심리적 활동요인과 편의적 활동요인을 제외한 문화적 활동요인에만 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 관광홍보투자요인은 심리적 활동요인, 문화적 활동요인, 편의적 활동요인 모두에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 전반적으로 이 같은 결과는 각각의 러시아관광객에 대한 관광제도적 지원요인이 러시아관광객의 관광시장활동 인식요인에 대해 영향 및 타당도를 나타낸다는 연구자의 주장을 뒷받침하는 것으로 평가할 수 있다.

2. 러시아관광객에 대한 관광제도적 지원요인이 국제관광 활성화 변수에 미치는 영향도 평가

본 절에서는 러시아관광객에 대한 관광제도적 지원요인과 국제관광 활성화 변수와의 인식을 포함한 영향을 분석하고자 한다. 먼저 상관관계 분석(Correlation Analysis)을 기초로 하여 영향이 있는 변수를 선정, 이를 러시아관광객에 대한 관광제도적 지원요인을 독립 변수로 한 다중회귀 분석(Multiple Regression Analysis)을 실시하였다.

<표 4-6>를 통하여 알 수 있듯이 러시아관광객에 대한 관광제도적 지원요인과 국제관광 활성화변수와의 상관관계 분석 결과는 대부분의 러시아관광객에 대한 관광제도적 지원요인이 국제관광 활성화변수와 상호 영향 및 유의한 상관관계가 있는 것으로 나타나고 있다. 러시아관광객에 대한 관광제도적 지원요인이 국제관광 활성화변수에 미치는 영향 검정의 구체적인 결과는 <표 4-7>과 같다. 1차적으로 국제관광 활성화변수 중 국제관광지로서의 한국의 잠재력에 대해서는 충분한 수준관광제도는 러시아관광객에 대한 관광제도적 지원요인 중 시설서비스 지원요인, 관광행정 지원요인, 관광정보 금융요인, 관광홍보투자요인 모두에 의해서 높은 영향을 나타내고 있지만 그 중에서 결과적으로 국제관광지로서의 한국의 잠재력을 향상 시키는 것은 관광홍보투자요인(관광홍보 및 광고, 안내소, 관광투자

가능성의 변수)과 관광행정 지원요인(출국세, 비자수속, 관광행정규제 변수)의 상대적 중요성이 더 크다고 볼 수 있다.

<표 4-6> 러시아관광객에 대한 관광제도적 지원요인과 국제관광 활성화변수의 상관관계

분류	국제관광지로서의 잠재력	한·러경제 성장 기여	인바운드 잠재관광시장 발전	아웃바운드 잠재관광시장 발전	남북철도 관광 활성화	재방문의사	
피 어 슨 상 관	시설서비스 지원요인	.222	.096	.155	.184	.105	.508
	관광행정 지원요인	.301	.039	.016	.008	.053	.235
	관광정보금융요인	.262	.259	.320	.008	.110	.174
	관광홍보투자요인	.327	.272	.335	.349	.060	.016
유 의 확 률	시설서비스 지원요인	.020	.363	.121	.082	.350	.000
	관광행정 지원요인	.002	.707	.869	.940	.637	.012
	관광정보금융요인	.006	.015	.002	.940	.326	.061
	관광홍보투자요인	.001	.011	.001	.001	.589	.866

* $P < 0.05$, ** $P < 0.01$

둘째, 국제관광 활성화변수인 러시아관광객의 관광활동 활성화가 양국의 경제 성장에 기여하는 정도는 충분한 수준에 있어서는 러시아관광객에 대한 관광제도적 지원요인 중 시설서비스 지원요인, 관광행정 지원요인, 관광정보금융요인, 관광홍보투자요인 모두에 의해서 높은 영향을 나타내고 있지만 그 중에서 결과적으로 한·러 간의 경제성장을 향상시키는 것은 관광정보금융요인(화폐와 환전의 제

도, 인터넷이용), 관광홍보투자요인(관광홍보 및 광고, 안내소, 관광투자가능성 변수)의 확대가 중요시되고 있다고 볼 수 있다.

셋째, 국제관광 활성화변수인 러시아관광객의 관광활동 활성화가 인바운드 잠재관광시장 발전 필요성은 충분한 수준에 있어서는 러시아관광객에 대한 관광제도적 지원요인 중 시설서비스 지원요인, 관광행정 지원요인, 관광정보금융요인, 관광홍보투자요인 모두에 의해서 높은 영향을 나타내고 있지만 그 중에서 결과적으로 한국의 인바운드 잠재관광시장 발전을 향상시키는 것은 관광정보금융요인(화폐와 환전의 제도, 인터넷이용), 관광홍보투자요인(관광홍보 및 광고, 안내소, 관광투자가능성 변수)의 확대가 중요시되고 있다고 볼 수 있다.

넷째, 국제관광 활성화변수인 러시아관광객의 관광활동이 활성화 될 경우 러시아 아웃바운드 잠재관광시장 발전 가능성은 충분한 수준에 있어서는 러시아관광객에 대한 관광제도적 지원요인 중 시설서비스 지원요인, 관광행정 제도적 지원요인, 관광정보금융요인, 관광홍보투자요인 모두에 의해서 높은 영향을 나타내고 있지만 그 중에서 결과적으로 러시아의 아웃바운드 잠재관광시장 발전을 향상시키는 것은 관광홍보투자요인(관광홍보 및 광고, 안내소, 관광투자가능성 변수)의 확대가 중요시되고 있다고 볼 수 있다

다섯째, 국제관광 활성화변수인 러시아관광객의 관광활동이 활성화 될 경우 향후 남북철도 관광활성화 기여에 있어서는 러시아관광객에 대한 관광제도적 지원요인 중 시설서비스 지원요인, 관광행정 지원요인, 관광정보금융요인, 관광홍보투자요인 모두에 영향을 미치지 않고 있다. 결과적으로 향후 남북철도관광활성화를 발전, 향상시키는 것은 아직까지 러시아관광객에게는 중요시되는 문제가 아니라고 볼 수 있다.

여섯째 국제관광 활성화변수인 러시아관광객의 관광활동이 활성화 될 경우 향후 한국을 다시 방문할 지에 대한 의사여부에 있어서는 러시아관광객에 대한 관광제도적 지원요인 중 시설서비스 지원요인, 관광행정 지원요인, 관광정보금융요인, 관광홍보투자요인 모두를 향상시키는 것으로 예측할 수 있으나 시설서비스 지원요인인 문화관광자원해설관광과 세관통과 편의성, 관광거리조성 정도, 관광자원의 보전 및 문화재 보호 상태, 숙박수용능력, 관광객의 법적 보호 정부의 관

광정책에 대한 관심, 관광지 치안상태, 관광교통체재에 따른 타당도의 확보와 관광행정 지원요인(출국세, 비자수속, 관광행정규제 변수)의 상대적 중요성이 더 크다고 볼 수 있다.

<표 4-7> 러시아관광객에 대한 관광제도적 지원요인이 국제관광 활성화에 미치는 영향검정

국제활성화	F1(Y)	R ²	F값	유의 확률	표준화 계수	t값	유의확률	연구가설
국제관광지로 서의 잠재력	시설서비스 지원요인	.315	8.982	.000a	.222	2.369	.020	채택
	관광행정 지원요인				.301	3.208	.002	채택
	관광정보금융요인				.262	2.799	.006	채택
	관광홍보투자요인				.327	3.492	.001	채택
한·러경제 성장 기여	시설서비스 지원요인	.152	3.494	.011a	.096	.916	.363	기각
	관광행정 지원요인				.039	.378	.707	기각
	관광정보금융요인				.259	2.488	.015	채택
	관광홍보투자요인				.272	2.609	.011	채택
인바운드 잠재관광시장 발전	시설서비스 지원요인	.239	6.116	.000a	.155	1.569	.121	기각
	관광행정 지원요인				.016	.166	.869	기각
	관광정보금융요인				.320	3.240	.002	채택
	관광홍보투자요인				.335	3.388	.001	채택
아웃바운드 잠재관광시장 발전	시설서비스 지원요인	.155	3.589	.010a	.184	1.764	.082	채택
	관광행정 지원요인				.008	.075	.940	기각
	관광정보금융요인				.008	.075	.940	기각
	관광홍보투자요인				.349	3.352	.001	채택
남북철도관광 활성화	시설서비스 지원요인	.030	.595	.667a	.105	.940	.350	기각
	관광행정 지원요인				.053	.474	.637	기각
	관광정보금융요인				.110	.988	.326	기각
	관광홍보투자요인				.060	.542	.589	기각
재방문 의사	시설서비스 지원요인	.344	10.247	.000a	.508	5.546	.000	채택
	관광행정 지원요인				.235	2.567	.012	채택
	관광정보금융요인				.174	1.901	.061	기각
	관광홍보투자요인				.016	.169	.866	기각

* $P < 0.05$, ** $P < 0.01$

이를 종합적으로 분석하여 볼 때 국제관광 활성화에 영향을 미치는 러시아관광객에 대한 관광제도적 지원요인 중 시설서비스 지원요인은 러시아관광객의 한국관광이 활성화 될 경우 러시아 아웃바운드 잠재관광시장 발전과 향후 남북철도관광의 활성화, 한국의 재방문에 높은 영향을 미치며, 관광행정 지원요인은 한국의 국제관광지로서의 잠재력 그리고 재방문 의사에 높은 영향을 미친다. 그리고 관광정보금융요인은 러시아관광객의 한국관광활동이 활성화 될 경우 양국의 경제성장에 기여, 한국 인바운드 잠재관광시장 발전, 향후 남북철도관광 산업 발전에 높은 영향을 미치며, 관광홍보투자요인은 한국의 국제관광지로서의 잠재력, 러시아관광객의 한국관광활동이 활성화 될 경우 양국의 경제성장에 기여, 한국 인바운드 잠재관광시장 발전, 러시아 아웃바운드 잠재관광시장 발전에 높은 영향을 미친다.

3. 러시아관광객의 관광시장활동 인식요인이 국제관광 활성화변수에 미치는 영향도 평가

본 절에서는 러시아관광객의 관광시장활동 인식요인이 국제관광 활성화변수에 미치는 인식도를 포함한 영향을 분석하고자 먼저 상관관계분석(Correlation Analysis)을 실시하였다. 첫째, 국제관광 활성화변수 중 국제관광지로서의 한국의 잠재력에 대해서는 <표 4-8>을 통하여 알 수 있듯이, 러시아관광객의 관광시장활동 인식요인과 국제관광 활성화와의 상관관계 분석결과는 러시아관광객의 관광시장활동 인식요인 모두가 국제관광 활성화와의 상호영향 및 유의한 상관관계가 있는 것으로 나타나고 있다. 러시아관광객의 관광시장활동 인식요인과 국제관광 활성화와의 영향 검정에 따른 구체적인 분석결과는 <표 4-9>와 같다.

러시아관광객의 관광시장활동 인식요인 중 심리적 활동요인, 문화적 활동요인, 편의적 활동요인에 의해서 높은 영향을 나타내고 있지만, 그 중에서 심리적활동요인, 문화적 활동요인이 실제로 국제관광 활성화에 영향을 미치고 결과적으로 국제관광을 활성화 시키는 것으로 상대적 중요성이 더 크다고 볼 수 있다.

<표 4-8> 러시아관광객의 관광시장활동 인식요인과 국제관광
활성화변수와의 상관관계

분류	국제관광지로서의 잠재력	한·러경제 성장 기여	인바운드	아웃바운드	남북철도관	재방문 의사	
			잠재관광시장 발전	잠재관광시장 발전	광 활성화		
피 어 스 상 관	심리적 활동요인	.427	.353	.316	.445	.236	.221
	문화적 활동요인	.399	.196	.187	.128	.101	.159
	편의적 활동요인	.017	.135	.039	.036	.133	.377
유 의 확 률	심리적 활동요인	.000	.001	.003	.000	.031	.029
	문화적 활동요인	.000	.058	.078	.091	.353	.114
	편의적 활동요인	.850	.189	.708	.717	.220	.000

* $P < 0.05$, ** $P < 0.01$

둘째, 국제관광 활성화변수인 러시아관광객의 한국관광활동이 활성화 될 경우 양국의 경제에 기여정도는 충분한 수준에 있어서는 심리적 활동요인, 문화적 활동요인, 편의적 활동요인에 의해서 높은 영향을 나타내고 있지만, 그 중에서 심리적 활동요인에 의해서 높은 영향을 나타내고 있다.

셋째, 국제관광 활성화변수인 러시아관광객의 한국관광활동이 활성화 될 경우 한국의 인바운드 잠재관광시장 발전에 기여정도는 충분한 수준에 있어서는 심리적 활동요인, 문화적 활동요인, 편의적 활동요인에 의해서 높은 영향을 나타내고 있지만, 그 중에서 심리적 활동요인이 상대적으로 영향을 나타내고 있다.

넷째, 국제관광 활성화변수인 러시아관광객의 한국관광활동이 활성화 될 경우 러시아의 아웃바운드 잠재관광시장 발전에 기여정도는 충분한 수준에 있어서는 심리적 활동요인, 문화적 활동요인, 편의적 활동요인에 의해서 높은 영향을 나타내고 있지만, 그 중에서 실제로 러시아의 아웃바운드 잠재관광시장 발전에 기여정도를 향상시키고 있는 것은 심리적 활동요인이 상대적으로 영향을 나타내고 있다.

<표 4-9> 러시아관광객의 관광시장활동 인식요인이 국제관광 활성화에 미치는 영향 검증

T	F2(X)	R ²	F값	유의 확률	표준화 계수	t값	유의 확률	연구 가설
국제관광지로서 의 잠재력	심리적 활동요인	.342	13.699	.000a	.427	4.684	.000	채택
	문화적 활동요인				.399	4.372	.000	채택
	편의적 활동요인				.017	.190	.850	기각
한·러경제 성장 기여	심리적 활동요인	.181	5.834	.001a	.353	3.469	.001	채택
	문화적 활동요인				.196	1.926	.058	기각
	편의적 활동요인				.135	1.325	.189	채택
인바운드 잠재관광시장 발전	심리적 활동요인	.136	4.147	.009a	.316	3.017	.003	채택
	문화적 활동요인				.187	1.788	.078	기각
	편의적 활동요인				.039	.376	.708	기각
아웃바운드 잠재관광시장 발전	심리적 활동요인	.215	7.225	.000a	.445	4.460	.000	채택
	문화적 활동요인				.128	1.284	.091	기각
	편의적 활동요인				.036	.363	.717	기각
남북철도관광 활성화	심리적 활동요인	.084	2.407	.073a	.236	2.196	.031	채택
	문화적 활동요인				.101	.934	.353	기각
	편의적 활동요인				.133	1.236	.220	기각
재방문 의사	심리적 활동요인	.216	7.260	.000a	.221	2.217	.029	채택
	문화적 활동요인				.159	1.596	.114	기각
	편의적 활동요인				.377	3.784	.000	채택

* $P < 0.05$, ** $P < 0.01$

다섯째, 국제관광 활성화변수인 러시아관광객의 한국관광활동이 활성화 될 경우 향후 남북철도관광 활성화에 충분한 수준에 있어서는 심리적 활동요인, 문화적 활동요인, 편의적 활동요인에 의해서 높은 영향을 나타내고 있지만, 그 중에서 심리적 활동요인이 상대적으로 영향을 나타내고 있다.

여섯째, 국제관광 활성화변수인 러시아관광객의 한국관광활동이 활성화 될 경우 러시아의 아웃바운드 잠재관광시장 발전에 기여정도는 충분한 수준에 있어서

는 심리적 활동요인, 문화적 활동요인, 편의적 활동요인에 의해서 높은 영향을 나타내고 있지만, 그 중에서 실제로 편의적 활동요인이 높은 영향을 나타내고 있다.

이를 종합적으로 분석하여 볼 때 국제관광 활성화에 영향을 미치는 러시아관광객의 관광시장활동 인식요인 중 심리적 활동요인은 재방문의 여부를 제외한 국제관광지로서의 한국의 잠재력, 러시아관광객의 한국관광 활동이 활성화 될 경우 양국의 경제성장과 한국의 인바운드 잠재관광시장 발전, 러시아 아웃바운드 잠재관광시장발전, 향후 남북철도관광 활성화 등 모든 변수에 높은 영향을 미친다. 그리고 문화적 활동요인은 국제관광지로서의 한국의 잠재력에 높은 영향을 미친다. 마지막으로 편의적 활동요인은 한국의 재방문 여부에 높은 영향을 미친다.

4. 국제관광 활성화변수에 의한 군집 분류 및 군집 특성

앞에서 9개의 국제관광 활성화변수에서 계층적 군집분석(Hierarchical Cluster Analysis)을 이용하여 3개의 군으로 분류하였다. 그리고 국제관광 활성화변수와 사후검정을 위해서 일원배치 분산분석(one-way anova)을 이용하였다.

먼저, 군집 분석은 군집결합의 기준을 워드법(Ward's method)¹⁾ 즉 모든 변수들에 대한 각 군집의 평균값에서 각 대상들에 대해 군집의 평균값과의 거리에 따라 먼저 나타난 군집들을 결합한 후 새로 형성될 군집에 대한 집단 내 제곱의 합을 최소화시키는 방법을 사용하였다(정충영, 2003). 군집분석을 이용하여 통계적 의사결정 시 가장 큰 문제인 군집수의 결정 문제를 워드법에서는 각 단계별 계수(coefficient) 값의 변화가 갑작스레 일어나는 단계에서 군집수를 결정하게 된다.²⁾

1) 워드의 방법은 특히 군집 간 중복이 있는 경우 가장 유용한 군집방법

2) 계수 값이 크다는 것은 서로 다른 케이스들이 하나로 묶였다는 것을 의미

본 논문에서는 위의 군집분석 기법에 의해 추출한 4개의 영향군집과 이에 대한 유의성 검정의 결과에 따라 비교적 높은 유의수준에서 영향 군집들이 분류되고 존재함을 알 수 있는데 구체적인 것은 <표 4-10>에서 제시되어 있다.

<표 4-10> 군집분류에 의한 국제관광 활성화군집의 추출과 각 변수간의 사후 검증³⁾<1단계>

활성화변수	군집분류			Scheffe 다중비교 검증			F값	유의 확률
	국제관광 발전성 (케이스수=232)	재방문구매 잠재성 (n=160)	통합적 연계성 (n=86)	1~2	1~3	2~3		
국제관광지로서의 잠재력	6.45	4.25	6.15	*	*	*	72.809	.000
한·러경제 성장 기여	6.50	2.50	6.00	*	*	*	244.602	.000
인바운드 잠재관광시장 발전	6.35	3.00	5.85	*	*	*	176.203	.000
한·중·일 관광연계가능성	4.29	3.50	4.15	*	ns	ns	3.330	.037
아웃바운드 잠재관광시장 발전	4.62	1.25	5.00	*	*	*	105.972	.000
남북철도관광활성화	1.92	1.25	4.92	*	*	*	310.270	.000
남북통일기여	1.88	1.00	3.08	*	*	*	58.892	.000
재방문 의사	6.09	6.75	7.00	*	*	ns	26.936	.000
패키지상품구매가능성	6.27	5.25	6.77	*	*	*	41.722	.000

* $P < 0.05$, ** $P < 0.01$

3) 군집분류 및 요인간 셀안의 수치 : 평균치,

ns : 전략군집 간 통계적으로 유의하지 못함, * : 통계적으로 유의

첫째 군집1 국제관광 발전성군집은 국제관광 활성화에 있어서 ‘국제관광지로서의 잠재력’과 ‘한·러 경제성장기여’에 대해 높은 값을 보이고 있는 반면 다른 인식요인에 대해서도 양(+)의 값을 나타내고 있다. 따라서 이들 군집은 ‘국제관광지로서의 잠재력’과 ‘한·러 경제성장기여’에 비중을 두고 국제관광지를 선택하는 군집으로 구성되어 있음을 알 수 있다.

둘째, 군집2 재방문구매 잠재성군집은 러시아관광객의 관광활동에 있어서 ‘재방문 의사’와 ‘패키지구매향가능성’에 대해 높은 값을 보이고 있으며 다른 인식요인에 대해서는 낮은 값을 나타내고 있다. 따라서 이들 군집은 ‘재방문 의사’와 ‘패키지구매향가능성’에 비중을 두고 국제관광지를 선택하는 군집으로 구성되어 있음을 알 수 있다.

셋째, 군집3 통합적 연계성군집은 전반적으로 모든 인식요인에 대해 높은 값을 나타내고 있으며 ‘인바운드잠재관광 발전가능성’에 대해서 특히 높아 국제관광지 선택 시 고려하게 되는 요인으로 ‘인바운드잠재관광 발전가능성’이 큰 군집이라 할 수 있다.

이러한 결과를 종합적으로 살펴보면 영향 군집 간 타당도와 차이 타당도 변수의 유형에 따라 달리 나타나고 있음을 알 수 있다. 그리고 러시아관광객의 관광시장활동 인식요인과 유형에 의한 타당도의 차이 검정결과 부산지역을 방문한 러시아관광객들은 주로 ‘국제관광지로서의 잠재력’과 ‘한·러 경제성장기여’에 큰 비중을 두고 ‘재방문 의사’와 ‘패키지구매향가능성’에 상대적으로 높은 타당도를 나타내는 것으로 평가할 수 있다.

5. 군집별 교차기술분석

1) 국제관광 활성화변수 군집별 인구통계학적 독립성 차이검정

군집분석에서 분류된 국제관광 활성화변수 군집별 인구통계학적 특성은 <표 4-11>에 제시되어 있다. 먼저 군집분석을 실시하는 가장 큰 이유는 유클리디안 거리에 의한 동질성 요인을 그룹화 하는데 있으며 특히 본 절에서 X^2 검정을 이용한 인구통계학적 특성과의 비교는 국제관광 활성화변수 군집별 시장세분화 전략수립에 매우 큰 의미가 있다고 판단된다. 국제관광 활성화변수 군집별 인구통계학적 특성의 군집별 독립성 차이검정은 <표 4-11>에서 제시되어진 것을 보면 알 수 있듯이 각 군에서 서로 유의한 차이가 나는 군은 연수입, 방문기간에서 유의하게 나타났으며 거주지에서 가장 유의한 X^2 값을 보였다.

<표 4-11>에서 제시되어진 3그룹의 군집에서 군집 I(국제관광 발전성)은 232명, 군집II(재방문구매 잠재성)은 160명, 군집 III(통합적 연계성)은 86명으로 나누어져 있고, 특히 군집 I(국제관광 발전성)에서 인구 통계적 특성별로 높은 분포를 나타내고 있다.

세부적으로 살펴보면 군집 I(국제관광 발전성)은 여성과 40대와50대, 대졸, 거주지는 블라디보스토크 및 기타지역, 선호하는 계절은 봄이며, 주부와 전문직종이 많은 군집으로 연 수입은 500루블(1200만원)미만과 1000-2000루블(4천5백만 원에서 9천만원대)이고 휴양/휴식 및 레저스포츠를 주로 선호하며 체류기간은 1-5일미만과 한 달 이상이 고르게 나타났다.

군집II(재방문구매 잠재성)은 여성과 남성의 비율이 고르며 30대, 대졸, 거주지는 모스크바와 상트페테르부르크, 선호하는 계절은 여름이며, 사업가가 많은 군집으로 연 수입 1000-2000루블(4천5백만 원에서 9천만원대)이고 사업과 회의차 방문하였으며 체류기간은 5-10일 군으로 나타났다.

군집 III(통합적 연계성)은 레저스포츠를 선호하는 10-30일 체류 관광객으로 주로 블라디보스토크 및 이르쿠스크등 극동지방의 거주자이며, 회사원이고 가을을 가장 선호하는 군으로 나타났으며, 대졸 10대 20대의 남성 위주의 군으로 회사원군으로 연수입이 1000-2000루블(4천5백만 원에서 9천만원대)의 군이었다.

각 변수별로 살펴보면 성별의 경우 군집 I(국제관광 발전성)은 남성(20.3%)보다 여성의 비율이 57.8%로 높고, 군집 III(통합적 연계성)에서는 여성(8.9%)에 비해 남성(45.8%)이 보다 높은 지적율을 나타내고 있고, 군집II(재방문구매 잠재성)에서는 남성과 여성이 각 33.9%로 고르게 지적율을 보이고 있다.

연령의 경우 군집 I(국제관광 발전성)과 군집II(재방문구매 잠재성)에서 상대적으로 높은 지적율을 보이고 있으며 특히 30대에서 40대에 높은 분포를 보여줌으로써 실제 관광행동의 주축이 되는 연령대가 국제관광 활성화변수에서도 큰 지적율을 보여주고 있다는 점에서 주목되는 부분이기도하다.

거주지의 경우 군집II(재방문구매 잠재성)에서 비교적 먼 거리인 유럽지역의 모스크바와 상트페테르부르크 분포가 높게 나타나며 극동지역인 블라디보스토크는 군집 I(국제관광 발전성)에서 하바로프스크는 군집 III(통합적 연계성)에서 높은 분포를 보여주고 있다. 특히 모든 군집이 고른 분포를 보여줌으로써 한국을 주로 방문하는 그룹이 그나마 균등하게 분포한다고 판단된다.

계절의 경우 선호하는 계절이 겨울을 제외한 봄, 여름, 가을 모두 균등하게 나타났으며 군집 I(국제관광 발전성)은 봄에서 높은 분포(67.7%)를 보여주고 있으며 군집II(재방문구매 잠재성)은 여름(40.6%), 군집 III(통합적 연계성)은 가을(27.2%)이 높게 나타났다.

직업의 경우 군집 I(국제관광 발전성)은 학생과 주부가 각각 60.5%, 57.1%로 가장 높지만 다른 직업군도 높은 분포를 보이고 있어 거의 균등한 분포라 볼 수 있다. 군집II(재방문구매 잠재성)에서는 사업가의 분포가 53.4%로 높은 분포를 보였으며 군집 III(통합적 연계성)은 학생이 26.3% ,회사원이 27.9%를 나타내고 있다.

연 수입의 경우, 군집 I(국제관광 발전성)은 100-500루블과 2000-3000루블이 각각 95.4%, 75.0%였으며 군집II(재방문구매 잠재성)은 1000-2000루블이 90.2% 분포를 보인 반면, 군집 III(통합적 연계성)은 500-1000이 31.3%이며 고소득자는 낮은 분포를 보였다.

여행목적의 경우는 군집 I(국제관광 발전성)은 휴양/휴식이 59.2%, 레저스포츠가 55.6%, 군집II(재방문구매 잠재성)은 역사유적관람과 사업회의가 83.7%, 68.1%로 나타났다. 군집 III(통합적 연계성)은 레저스포츠가 30.6%의 분포를 보였다.

<표 4-11> 국제관광 활성화변수 군집별 인구통계학적 특성

특 성	군 집			
	I.국제관광 발전성	II.재방문구매 잠재성	III.통합적 연계성	
	(n=232)%	(n=160)%	(n=86)%	
성별	남성	20.3	33.9	45.8
	여성	57.8	33.3	8.9
연령	10대	30.0	15.0	55.0
	20대	47.4	23.7	28.9
	30대	33.3	63.0	3.7
	40대	59.5	38.0	2.5
	50대 이상	50.0	43.8	6.3
학력	고졸	50.5	34.8	18.7
	대졸	55.8	19.2	25.0
	대학원이상	21.2	72.7	6.1
거주지	모스크바	9.1	87.3	3.6
	상트페테르부르크	2.0	64.7	33.3
	블라디보스토크	71.6	3.7	24.6
	하바로프스크	14.3	71.4	14.3
	이르쿠스크	40.0	40.0	20.0
	기타	33.3	53.3	13.3
계절	봄	67.7	27.4	4.8
	여름	43.8	40.6	15.6
	가을	38.0	34.8	27.2
	겨울	47.2	34.0	18.9
직업	무직	44.0	40.0	16.0
	학생	60.5	23.3	16.3
	주부	57.1	33.3	9.5
	전문 직종	53.3	43.3	3.3
	사업가	20.4	52.4	14.3
	회사원	46.6	18.8	47.9
연 수입	100-500	95.4	2.0	2.6
	500-1000	41.3	27.5	31.3
	1000-2000	5.9	90.2	3.9
	2000-3000	75.0	15.6	9.4
	3000 이상	48.6	18.9	32.4
여행목적	휴양/휴식	59.2	21.8	19.0
	역사유적관광	14.3	83.7	2.0
	레저스포츠	55.6	13.9	30.6
	사업회의	21.3	68.1	10.6
방문기간	1-5	58.0	2.0	9.3
	5-10	45.0	51.4	3.7
	10-15	57.1	10.7	32.1
	15-30	31.1	35.6	33.3
	한 달 이상	78.9	10.5	10.5

* $P < 0.05$, ** $P < 0.01$

방문기간은 군집 I(국제관광 발전성)은 한 달 이상이 78.9%로 가장 많았고 군집II(재방문구매 잠재성)은 5-10이 51.4%, 군집 III(통합적 연계성)은 1-5가 37.0%로 나타났다.

2) 국제관광 활성화변수 군집별 차이검정

국제관광 활성화변수 군집별 관광제도적 지원변수의 긍정성 분류에 의한 시장 세분화 분석은 <표 4-12>에서 제시되어진 것을 보면 알 수 있듯이 러시아관광객에 대한 관광제도적 지원변수 21개에서 상위 5개와 하위 5개를 선별하여 분석하였다. 3그룹의 군집은 군집 I(국제관광 발전성)은 232명, 군집II(재방문구매 잠재성)은 160명, 군집 III(통합적 연계성)은 86명으로 나누어져 있고, 특히 군집 I(국제관광 발전성)에서 타당도 특성별로 높은 분포를 나타내고 있다.

세부적으로 살펴보면 군집 I(국제관광 발전성)은 출국세와 국제전화이용은 매우 부정적이며 관광투자가능성, 숙박수용능력 관광행정에서 보통으로 응답한 반면 관광지 교통, 관광거리조성, 세관통과절차, 관광자원보호, 인터넷이용에서는 매우 긍정적인 군으로 나타났다. 군집II(재방문구매 잠재성)은 출국세와 투자가능성은 매우 부정적이며 관광지 교통, 관광거리조성, 세관통과절차, 관광자원보호, 인터넷이용, 국제전화이용, 숙박수용능력, 관광행정에서는 매우 긍정적인 군으로 나타났다. 군집 III(통합적 연계성)은 출국세에는 매우 부정적인 분포와 관광행정은 보통이며 이 두 개의 변수를 제외한 변수 모두에 대해 매우 긍정적으로 생각하고 있다.

분석의 결과를 각 변수별로 보면 관광지 교통의 경우 군집 I(국제관광 발전성), 군집II(재방문구매 잠재성), 군집 III(통합적 연계성)에서 모두 매우 적당하다는 높은 지적율을 나타내 한국의 관광지내에서의 교통은 높은 평가를 보이고 있다. 이것은 러시아관광객이 한국에 대해 국제관광지로 적당하다는 인식으로 많은 지지를 받는 것으로 향후 지속적인 개발 및 지원이 필요한 것으로 나타났다.

관광거리조성의 경우 군집 III(통합적 연계성)에서 부정적인 지적율이 나타났으며, 군집 I(국제관광 발전성)에서는 긍정적인 지적율(39.6%)이 나타났다.

세관통과절차의 경우 군집 I(국제관광 발전성), 군집II(재방문구매 잠재성), 군

집 III(통합적 연계성)에서 각각 53.4%, 26.4%, 12.0% 모두 매우 적당하다는 높은 지적율을 나타냈다. 특히 군집II(재방문구매 잠재성)에서는 매우 부정적인 지적율(91.3%)이 나타났다. 이들은 주로 재방문 의사나 구매잠재성을 가지고 있는 군집이므로 출입국절차에 대한 인식을 어느 정도 가지고 있는 것으로 짐작할 수 있다. 향후 국제관광의 연계에 대한 세관통과 절차의 간소화와 편이적 시스템이 필요함을 알 수 있다.

관광자원보호의 경우 군집 I(국제관광 발전성), 군집II(재방문구매 잠재성)에서 모두 매우 부정적인 지적율은 나타나지 않았으며, 군집 III(통합적 연계성)은 95.0%가 매우 부정적이라고 답해 관광자원과 문화재에 대한 보호와 보전을 위한 활동이 필요함을 의미한다 하겠다.

인터넷 이용의 경우, IT 강국답게 군집II(재방문구매 잠재성), 군집 III(통합적 연계성)에서 모두 매우 적당하다는 높은 지적율 22.8%, 205%로 나타냈지만 군집 I(국제관광 발전성)에서는 부정적인 답이 95.0%로 나타났다.

출국세의 경우, 군집 I(국제관광 발전성)에서 95.0%로 매우 긍정적인 지적율을 나타냈다. 반면 군집II(재방문구매 잠재성)은 매우 적당하다가 2.5%의 지적율을 보였으며, 군집 III(통합적 연계성)은 매우 부정적인 지적율이 25.9%로 나타났다.

한국 정부의 법적보장의 경우 군집 I(국제관광 발전성)에서는 긍정적인 지적율이 67.2%, 31.0%로 나타났으며 군집 III(통합적 연계성)은 매우 부정적인 지적율이 93.7%로 나타났다.

관광투자가능성의 경우, 군집 I(국제관광 발전성)은 긍정과 보통이(매우 많다)가 63.1%, 32.8%, 부정적인 응답(없다)이 77.8%로 고른 지적율을 보였다. 또 군집II(재방문구매 잠재성)은 부정적이 11.1%의 지적율을 보였으며 군집 III(통합적 연계성)은 보통과 긍정적인 지적율이 28.9%, 3.6%로 군집 I(국제관광 발전성)이 대체적으로 한국관광의 투자가능성에 대해 부정적인 응답률을 보이고 있다.

숙박수용능력의 경우 군집 I(국제관광 발전성)은 숙박수용능력이 보통과 부정적인 지적율이 55.2%, 57.1%이며 긍정적인 응답이 10.3 %로 나타났으며,

<표 4-12> 국제관광 활성화변수 군집별 제도적 지원의 특성

특 성	군 집			
	I	II	III	
	국제관광 발전성 (n=232) %	재방문구매 잠재성 (n=160) %	통합적 연계성 (n=86) %	
관광지교통	부정	30.0	33.3	36.7
	보통	78.8	11.5	9.6
	긍정	40.1	39.6	20.3
관광거리조성	부정	33.3	33.3	33.3
	보통	11.1	86.9	2.0
	긍정	53.3	26.4	20.3
세관통과절차	부정	6.7	91.3	2.0
	보통	30.8	30.8	38.5
	긍정	52.6	29.4	18.0
관광자원보호	부정	2.5	2.5	95.0
	보통	54.8	38.7	6.5
	긍정	46.9	32.0	21.1
인터넷이용	부정	95.0	3.0	2.0
	보통	26.9	61.2	11.9
	긍정	56.7	22.8	20.5
출국세	부정	51.9	22.2	25.9
	보통	16.7	81.5	1.9
	긍정	95.0	2.5	2.5
법적보장	부정	2.0	4.3	93.7
	보통	38.0	43.0	19.0
	긍정	67.2	31.0	1.7
관광투자가능성	부정	77.8	11.1	11.1
	보통	32.8	38.3	28.9
	긍정	63.1	33.3	3.6
숙박수용능력	부정	10.3	59.0	30.8
	보통	55.2	40.5	4.3
	긍정	57.1	11.9	31.0
관광행정	부정	33.3	4.2	62.5
	보통	62.0	34.8	3.3
	긍정	41.5	38.2	20.3

$X^2 = .999 (.910)$

* $P < 0.05$, ** $P < 0.01$

군집Ⅱ(재방문구매 잠재성)은 보통과 긍정적인 지적율이 40.5%, 11.9%로 나타났고 부정적인 응답은 59.0%로 나타나났다. 군집Ⅲ(통합적 연계성)은 보통과 긍정적인 지적율이 4.3%, 31.0%로 나타났고 부적당하다는 응답이 30.8%로 나타났다.

관광행정의 경우는 군집 I(국제관광 발전성)에서 보통과 긍정적인 지적율이 각각 62.0%, 41.5%로 나타나 부정적 응답은 33.3%로 나타났다. 군집Ⅱ(재방문구매 잠재성)은 보통과 부정이 34.8%, 38.2%로 긍정이 4.2%로 나타났다. 군집Ⅲ(통합적 연계성)은 보통이 3.3%로 제일 낮은 지적율을 보였고 부정적인 응답이 62.5%, 긍정적인 응답이 20.3%로 나타났다.

국제관광 활성화변수 군집별 관광시장활동 변수 긍정성 분류에 의한 시장세분화 분석은 <표 4-13>에서 제시되어진 것을 보면 알 수 있듯이 러시아관광객의 관광시장활동 변수 16개에서 상위 5개와 하위 5개를 선별하여 분석하였다. 세부적으로 살펴보면 군집 I(국제관광 발전성)은 10개의 변수 중 문화체험매력도(43.4%)에 가장 불편을 느끼고 부정적이었다. 긍정적인 지적율은 숙박의 편이성(63.6%)과 그 외 다른 변수가 고르게 높게 나타났다. 군집Ⅱ(재방문구매 잠재성)은 야간위락(83.3%)과 숙박의 편이성(54.3%)에서는 매우 부정적이며 이국적인 분위기(53.6%)와 한국문화의 독창성(50.4%)에서는 긍정적인 군으로 나타났다. 군집Ⅲ(통합적 연계성)은 한국문화의 독창성(95.0%), 기후조건(95.0%), 대중교통(95.0%)에는 매우 부정적인 분포를 나타냈으며 문화체험매력도(34.1%)와 야간위락(36.7%)에서는 긍정적인 분포를 나타내고 있다.

분석의 결과를 각 변수별로 보면 한국문화의 독창성의 경우 군집 I(국제관광 발전성)에서는 보통, 군집Ⅱ(재방문구매 잠재성)에서는 긍정, 군집Ⅲ(통합적 연계성)에서는 부정적인 지적율을 나타내 한국의 문화적 독창성은 군집Ⅱ(재방문구매 잠재성)을 제외하고는 낮은 평가를 보이고 있다. 이것은 러시아관광객이 한국에 대해 국제관광지로서의 인식이 많은 지지를 받지 못하고 있는 것으로 향후 문화의 보전과 독창적 아름다움 유지에 지속적인 개발 및 지원이 필요한 것으로 나타났다.

친절성의 경우도 마찬가지로 군집 I(국제관광 발전성)에서는 보통, 군집Ⅱ(재방문구매 잠재성)에서는 긍정, 군집Ⅲ(통합적 연계성)에서는 부정적인 지적율을 나타내 한국인의 친절한 국민성에 대한 부분은 아직까지 러시아관광객의 많은 지지를 받지 못하고 미약함을 의미한다 하겠다.

청결의 경우 군집 I(국제관광 발전성), 군집Ⅱ(재방문구매 잠재성), 군집Ⅲ(통합적 연계성)에서 각각 51.4%, 34.3%, 14.3%로 모두 매우 적당하다는 높은 지적율을 나타냈다. 특히 군집 I(국제관광 발전성), 군집Ⅱ(재방문구매 잠재성), 군집Ⅲ(통합적 연계성) 모두 부정적인 응답은 나타나지 않고 있다.

기후조건의 경우 군집 Ⅲ(통합적 연계성)에서 95.0%로 매우 부적당하다는 나타났다. 가을을 선호하는 군집 Ⅲ(통합적 연계성)은 비교적 가을이 우리나라보다 아름답다고 평가되는 러시아이므로 상대적으로 평가가 낮은 것으로 판단된다. 군집Ⅱ(재방문구매 잠재성)과 군집 Ⅲ(통합적 연계성) 모두 부정적인 응답은 낮고 긍정적인 반응에 각각 49.6%, 36.6%로 나타났다. 러시아는 기후조건이 한국과 달리 추운 겨울이 길고 따듯한 봄, 가을과 여름이 짧아 한국의 기후조건에 긍정적인 인식이 나타나는 것으로 판단된다.

대중교통의 경우, 군집 Ⅲ(통합적 연계성)에서 95.0%로 매우 부적당하다 평가를 받았다. 군집 I(국제관광 발전성)과 군집Ⅱ(재방문구매 잠재성) 모두 부정적인 응답은 낮고 보통인 반응에 각각 60.6%, 35.2%로 나타났다. 러시아는 기후조건이 한국과 달리 추운 겨울이 길고 따듯한 봄, 가을과 여름이 짧아 한국의 기후조건에 긍정적인 인식이 나타나는 것으로 판단된다.

문화체험매력도의 경우, 군집 I(국제관광 발전성), 군집Ⅱ(재방문구매 잠재성)은 긍정적인 대담이 53.8%, 34.1%로 나타났다. 또 군집Ⅱ(재방문구매 잠재성)은 보통과 부정적인 응답이 41.5%, 49.5%로 대체적으로 한국의 문화체험매력도에 대해 부정적인 응답률을 보이고 있다.

음식의 맛의 경우 군집 I(국제관광 발전성)에서는 보통의 대담이 60.7%로 나타나고 긍정적인 대담이 45.5%로 대체로 만족하는 반면 군집Ⅱ(재방문구매 잠재성), 군집 Ⅲ(통합적 연계성)에서 각각 35.3%, 50.0%,로 모두 부정적인 지적을 나타났다.

이국적인 분위기의 경우는 군집 I(국제관광 발전성)에서 보통과 긍정이 각각 51.2%, 44.9%로 나타났고 부정적인 응답은 16.7%로 나타났다. 군집Ⅱ(재방문구매 잠재성)은 긍정적이 53.6%로 나타났다. 군집 Ⅲ(통합적 연계성)은 부정적이 66.7%로 제일 높은 지적을 보였다.

야간위락의 경우, 군집 I(국제관광 발전성)에서는 보통의 대담이 55.3%로 나타나고 긍정적인 대담이 46.3%로 대체로 만족하는 반면 군집Ⅱ(재방문구매 잠재성)은

부정적인 대담이 83.3%의 지적을 보였으며 군집 Ⅲ(통합적 연계성)에서는 긍정적인 답이 36.7%로 나타났다.

숙박의 편이성의 경우, 군집 I(국제관광 발전성)은 보통과 긍정적인 답이 47.4%와 63.6%의 지적을 보였고, 군집Ⅱ(재방문구매 잠재성)은 부정적으로 인식하는 응답이 54.3%, 군집 Ⅲ(통합적 연계성)에서는 40.0%로 나타났다.

<표 4-13> 국제관광 활성화변수 군집별 관광시장활동의 특성

특 성		군집		
		I	II	III
		국제관광 발전성 (n=232)	재방문구매 잠재성 (n=160)	통합적 연계성 (n=86)
		%	%	%
한국문화의 독창성	부정	2.0	3.0	95.0
	보통	61.1	13.9	25.0
	긍정	38.8	50.4	10.9
친절성	부정	2.0	31.3	66.7
	보통	36.7	40.0	23.3
	긍정	53.4	31.3	15.3
청결	부정	33.3	33.3	33.3
	보통	44.4	32.3	23.2
	긍정	51.4	34.3	14.3
기후조건	부정	2.0	3.0	95.0
	보통	47.7	29.9	22.4
	긍정	49.6	36.6	13.7
대중교통	부정	3.0	2.0	95.0
	보통	60.6	35.2	4.2
	긍정	44.0	33.1	22.9
문화체험매력도	부정	43.4	41.5	15.1
	보통	46.3	49.5	4.2
	긍정	53.8	12.1	34.1
음식의 맛	부정	14.7	35.3	50.0
	보통	60.7	36.8	2.6
	긍정	45.5	28.4	26.1
이국적인분위기	부정	16.7	16.7	66.7
	보통	51.2	25.6	23.2
	긍정	44.9	53.6	1.4
야간위락	부정	11.1	83.3	5.6
	보통	55.3	39.8	4.9
	긍정	46.3	16.3	36.7
숙박편이성	부정	5.7	54.3	40.0
	보통	47.4	44.3	8.2
	긍정	63.6	16.8	19.6

$X^2 = .999 (.910)$

* $P < 0.05$, ** $P < 0.01$

제 6 장 결론 및 시사점

제 1 절 연구결과의 요약

본 연구는 우선 침체된 국제관광을 활성화시키기 위한 전략적 대안을 모색하기 위해 한국을 찾은 러시아관광객의 인식도를 분석하고 각 해당 결정변수에 대한 영향도 평가를 통한 국제관광 중요도에 대하여 살펴보았다. 이어서 관광시장 세분화에 의한 국제관광 활성화변수의 군집별 특성에 따른 표적시장을 구체적으로 분석하였다. 이것은 향후 관광목적지로서 한국관광을 활성화시키기 위한 관광마케팅전략을 수립하고 국제관광의 정책과 방향성을 모색하고자 하였다. 따라서 추출된 표본의 데이터 분석으로 통해 관광시장조사의 특성과 요구를 파악하게 되었으며, 분석 결과 도출된 영향도 평가결과 값과 잠재관광시장 세분화 결과를 요약하여 제시해 보면 다음과 같다.

첫째, 국제관광 활성화를 위한 정책적 수립과정에 있어 평균에 의한 상대적인 중요도 평가지수를 각각 러시아관광객에 대한 관광제도적 지원변수, 러시아관광객의 관광시장활동 인식변수, 국제관광 활성화변수로 나누어 분석한 값은 전반적인 방향성 정립에 중요한 결과 값이다. 따라서 러시아관광객에 대한 관광제도적 지원인식변수에서 상대적 우선순위로는 관광활동 시 관광교통체계, 관광거리의 조성, 세관통과 절차 편이, 관광자원의 보호 및 문화재 보전, 인터넷 이용 등이 높은 지적 비율을 나타내고 있으나 출국세나 국제전화의 이용 한국정부의 관광행정 규제에 있어서는 낮은 비율을 보인다. 이어서 러시아관광객의 관광시장활동 인식변수는 한국 문화의 독창성, 한국인의 친절성, 청결 및 위생상태, 기후조건 등이 높게 나타나고 언어소통과 물가, 문화체험, 음식의 맛은 낮게 나타났다. 국제관광 활성화변수에는 국제관광지로서의 한국의 잠재력, 한·러 양국의 경제 성장 기여, 한국의 인바운드 잠재관광시장 발전, 러시아의 아웃바운드 잠재관광시장 발전, 향후 남북철도관광활성화, 한국의 재방문이 있다. 이것은 러시아인의 관광활동이 지금 현재의 러시아와 한국의 경제적 문화적 격차나 차이로 물

가나 시설의 이용면에서 불편함을 느끼지만 언어소통이나 관광행정의 규제 면에서는 정부차원에서 제도적인 개선이 있어야 한다는 것을 알 수 있다. 그리고 러시아관광객의 한국에 대한 일반적 이미지는 긍정적인 것으로 드러났으며 국제관광지로서의 매력도를 높이 평가하며 또다시 패키지를 구매해 재방문할 의사가 있는 것으로 나타났다. 재방문과 재구매 의사가 있다는 것이 바로 잠재관광시장으로서의 가치가 있음을 나타내므로 국제관광 활성화 촉진을 위해 러시아관광객의 관광제도적 지원요인과 관광시장활동 인식요인의 주목되는 결과 값에 개선과 노력이 필요하다. 국제관광 활성화변수의 분석에서는 적극적인 정부지원과 함께 시설이 필요하고 이용의사도 있는 것으로 드러났다. 그러나 당초 기대와는 달리 러시아관광객이 아직은 남북통일이나 남북철도관광활성화나 아시아연계관광에는 별로 영향을 끼치지 않은 것으로 드러났으나 향당변수의 상대적 중요도 평가결과는 장기적 관점에서의 국제관광 활성화에 대한 가능성을 시사하고 있다는 점을 주목해야 할 것이다.

둘째, 러시아관광객에 대한 관광제도적 지원요인이 국제관광 활성화변수에 미치는 영향도 분석에서는 국제관광지로서의 한국의 매력도를 향상시키는 것은 관광홍보투자요인(관광홍보 및 광고, 안내소, 관광투자가능성 변수)과 관광행정요인(출국세, 비자수속, 관광행정규제 변수)이 유의한 것으로 나타났다. 또한 한·러 간의 경제성장을 향상시키는 것은 관광정보금융요인(화폐와 환전의 제도, 인터넷이용), 관광홍보투자요인(관광홍보 및 광고, 안내소, 관광투자가능성 변수)이 유의한 것으로 나타났다. 한국의 인바운드 잠재관광시장 발전을 향상시키는 것은 관광정보금융요인(화폐와 환전의 제도, 인터넷이용), 관광홍보투자 지원요인(관광홍보 및 광고, 안내소, 관광투자가능성 변수)의 확대가 중요시되고 나타났다. 러시아의 아웃바운드 잠재관광시장 발전을 향상시키는 것은 시설서비스 지원요인인 문화관광자원해설관광과 세관통과 편의성, 관광거리조성 정도, 관광자원의 보전 및 문화재 보호 상태, 숙박수용능력, 관광객의 법적 보호 정부의 관광정책에 대한 관심, 관광지 치안상태, 관광교통체재에 편의적 활동요인인 쇼핑, 야간 위락 대중교통, 기후에 따른 편의성 확보와 관광홍보투자요인(관광홍보 및 광고, 안내소, 관광투자가능성 변수)의 확대가 중요시되고 있다고 볼 수 있다. 향

후 남북철도관광 정도, 관광 발전시키는 것은 실제로 관광정보금융요인(화폐와 환전의 제도, 인터넷이용)의 확대가 중요시되고 있고, 러시아관광객의 관광활동이 활성화 될 경우 향후 한국을 다시 방문할 의사여부에 있어서는 시설서비스 지원요인인 문화관광자원 해설관광과 세관통과 편의성, 관광거리조성 정도, 관광자원의 보전 및 문화재 보호 상태, 숙박수용능력, 관광객의 법적 보호 정부의 관광정책에 대한 관심, 관광지 치안상태, 관광교통체제에 편의적 활동요인인 쇼핑, 야간 위락 대중교통, 기후에 따른 편의성 확보와 관광행정 지원요인(출국세, 비자수속, 관광행정규제 변수)의 상대적 중요성이 더 크다고 볼 수 있다.

셋째, 러시아관광객의 관광시장활동 인식요인이 국제관광 활성화에 미치는 영향도 결과분석에서는 국제관광지로서의 한국의 잠재력에 대해서는 심리적 활동요인, 문화적 활동요인이 실제로 국제관광 활성화에 영향을 미치고 결과적으로 국제관광을 활성화 시키는 것으로 상대적 중요성이 더 크다고 볼 수 있다. 러시아관광객의 한국관광활동이 활성화 될 경우 양국의 경제에 기여정도와 한국의 인바운드 잠재관광시장 발전에 기여정도, 그리고 러시아의 아웃바운드 잠재관광시장 발전에 기여정도는 모두 심리적 활동요인에 의해서 높은 영향을 나타내고 있다. 마지막, 러시아관광객의 한국관광활동이 활성화 될 경우 러시아의 아웃바운드 잠재관광시장 발전에 기여정도는 편의적 활동요인이 유의한 것으로 나타났다.

넷째, 러시아관광객의 국제관광 활성화변수에 의한 군집은 각각 국제관광 발전성, 재방문구매 잠재성, 통합적 연계성 군집으로 특징지을 수 있어 관광시장 세분화를 통한 표적시장을 분석할 수 있는 기초자료를 확보할 수 있게 되었다. 이러한 자료를 바탕으로 인구통계학적 독립성 차이검증의 결과는 거주지별, 연수입별로 유의하게 나타났으며 이 결과 값으로 관광시장세분화에 의한 마케팅 대응전략수립을 위한 기초자료로 활용할 수 있을 것이다.

다섯째, 군집 별 관광제도적 지원요인의 특성변수와 관광시장활동 인식요인의 특성변수와의 차이검증의 결과에서는 한국정부의 법적보장, 출국세 문제, 숙박수용능력, 음식의 맛, 야간위락의 검정통계량 X^2 값이 비교적 유의한 것으로 나타나 관광시장세분화 전략수립에 필요한 결과 값으로 도출되었다.

제 2 절 논의 및 한계점

본 연구는 전술한 바와 같이 향후 국제관광지로서의 한국이 러시아관광객의 실질적인 욕구에 부합하고 장기적으로는 양국의 경제 성장 및 잠재관광시장 발전, 나아가 아시아 연계관광 가능성 등 한국의 국제관광 활성화에 직접적으로 기여해야 한다는 가정 하에서 구체적인 관광시장조사분석이 실시된 것이다. 따라서 분석결과를 바탕으로 하여 개괄적인 국제관광 활성화를 위한 전략적인 방안을 논의 해봄과 동시에 한국이 국제관광지로서의 타당성과 그 가능성을 탐색해 보고 그 한계점을 알아보는 것이 중요한 과제로 판단되어 다음과 같은 논의를 제시해 본다.

첫째, 국제관광 활성화를 위한 관광제도적 제언으로 본 연구의 논제인 러시아관광객의 인지도를 확보하기 위한 전략수립은 지역사회나 국민 일부의 노력으로 가능한 것이 아닌 종합적인 국제관광 활성화를 위한 정부적 차원에서 검토되고 고려해야 할 것이다. 동시에 러시아관광객이 선호하는 관광제도적 지원과 관광시장활동 인식요인을 중심으로 관광기반시설과 관광 지원서비스를 강화해 나갈 필요가 있다.

둘째, 러시아관광객에 대한 제언으로 정책적·학문적 연구를 통해 우리가 인지하는 러시아관광객은 일반관광객에 비해 정적인 성향과 수동적인 관광활동이 특징적으로 나타나고 있다. 그러나 본 연구 분석결과와 같이 현실적으로는 적극적인 관광활동과 높은 구매력을 지닌 러시아관광객에 적절히 대응해 나가기 위해서는 현재의 인프라 구조가 크게 변화하여야 할 것이다. 또한 러시아관광객이 휴양·휴식을 위한 관광을 선호하고 중장기관광과 개별관광에 대한 선호도가 높은 이유가 한국에만 국한된 것인지에 대한 논의를 향후 중요한 연구과제로 논의할 필요성이 있다. 이러한 관점에서 본 연구에서 분류한 러시아관광객의 국제관광 활성화변수를 3개의 군으로 분류, 군집별로 국제관광 활성화변수가 어떻게 다른지를 차이분석 하고 러시아관광객 시장의 세분화 전략을 수립할 수 있는 이론적 틀을 제시한 결과 값에 주목하여야 할 것이다. 즉, 분석결과 드러난 표적시

장의 특성을 반영하여 본 연구의 선결과제인 국제관광 활성화 및 관련 관광제도나 활동인식의 인프라 구축에 응용하고 타당도 의사결정변수의 상대적인 중요도의 우선순위 평가 값과 연계한 국제관광 활성화 전략에 활용하도록 하여야 한다는 것을 의미하는 것이다.

셋째, 본 연구의 대상이자 관광주체인 러시아관광객에 대한 국제관광개발 산업의 활성화 논의가 대두되고 있다. 최근 새로운 관광계층으로 등장하고 있는 관광소비자인 러시아관광객과 결합한 국제관광 활성화 논의는 매우 시의적으로 필요하고 적절한 연구과제로 보아야 할 것이다. 그러나 오히려 추상적이고 애매 모호하며 직관에 의한 국제관광산업개발정책으로 실질적인 연관관광산업이 위축될 수도 있다. 본 연구에서 접근하고 추론한 객관적인 인과분석에 의한 결과값을 토대로 하여 모집단인 러시아관광객의 정확한 수요예측을 함으로서 최적의 합리적인 국제관광산업개발 전략을 수립할 수 있을 것이다.

끝으로 본 연구를 접근함에 있어 우선적으로 부딪치는 한계점은 현시적으로 최근에 관광수요자가 급격히 증가함으로서 그에 파생되는 사회적 수요와 공급의 문제를 근본적으로 진단할 시간적 한계와 여건미비로 선행연구가 매우 부족한 실정에 있다는 점이다. 즉, 이러한 기존 연구의 한계는 본 연구의 국제관광에 관련 제 개념에 관한 이론 정립 및 조작적 정의를 내리는 데에 구체성이 결여되어 있다는 점이다. 추후 보다 심층적 차원에서 국내외 선행연구의 면밀한 검토와 분석을 통해 보다 정교한 개념적 정립이 필요할 것으로 본다. 또한 현재 연구의 표본을 선정함에 있어 단순히 한국을 방문한 러시아관광객을 본 연구의 대상으로 삼아 국제관광 및 관련 산업에 내재된 근본문제 규명에 미흡할 것으로 판단된다. 따라서 향후 후속연구를 진행할 시에는 현재 한국에 있는 관광관련 직종의 전문가를 대상으로 표본을 연구대상으로 선정함으로써 보다 근본적인 문제를 파악할 수 있을 것이다.

본 연구를 시도한 직접적인 연구는 앞서 누차 강조한 바와 같이 러시아관광객의 시장의 요구 즉, 관광인식을 파악하여 관광마케팅대응전략을 수립하기 위한 일차적인 접근을 시도한 연구이다. 물론 이러한 일차적인 연구가 국제관광의 활성화를 도모하고 관광목적지로서 충분히 러시아관광객의 욕구에 충분히 대응할

수 있는 자료를 확보할 수 있지만 공급적 차원에서의 이차적인 대응연구가 보완되지 못한 아쉬움이 본 연구에서도 노출되고 있다. 따라서 추후 본 연구를 기반으로 하여 한국의 관광관련 담당공무원을 대상으로 한 후속연구가 단계적으로 진행되어야 할 것이며 보다 세밀하고 구체적인 연구를 통해 국제관광 활성화에 기여하여야 할 것이다.

參 考 文 獻

1. 국내 문헌

- 권종두(2007). 대구시민의 농촌관광에 대한 인식과 경북 농촌관광활성화 방안. 경북대 대학원 석사학위논문.
- 김사현(2006). 『국제관광론』. 서울: 백산출판사.
- 김상식·한경주 (1995). 『국제관광론』. 백산출판사.
- 김혜자(2007). 중국 국제 관광정책의 변화-WTO(세계무역기구)가입 전후를 중심으로. 경희대학교 석사학위논문.
- 김홍철(2001). 전북지역테마관광인식도분석을 통한 활성화방안. 『문화관광연구』. 한국문화관광학회. 3(1). 153-164
- 담생지(2006). 관광인식에 관한 국제 비교연구-중국 한국 일본을 중심으로-목포대학교 석사학위논문.
- 러시아 대사관 (2006) 러시아, 관광산업 진흥 팔 걸었다. 『주러시아 홍보관보고서』. 11-56.
- 문화체육관광부(2006), 『외래관광실태조사』. 23-67.
- 백 현(2006). 한국관광시장의 발전방향 : 세계관광시장의 사례를 중심으로. 관광연구저널. 21(4), 379-396.
- 삼성경제연구소 (2007). 글로벌 네트워크 구축, 러시아권역. 1(5), 5-10.
- _____ (2008). 『시베리아 극동지역 자원개발 참여 방안 연구』. 3-167.
- _____ (2008). 러시아 2020년 장기 경제개발 전략과 시사점. 『시베리아 극동지역 자원개발 참여 방안연구』. 160-178.
- 삼성경제연구소, KOTRA(2007). 황금시장 러시아를 잡아라. 서울:삼성경제연구소
- 서 강(2006). 실버관광객의 관광인식도 분석을 통한 실버관광활성화에 관한 연구. 경주대학교 박사학위논문.
- 서밀라(2006). 카자흐스탄의 국제관광정책 개선방안에 관한연구. 경희대학교 대학원 석사학위논문.
- 세계관광기구(2001). 세계관광전망 2001.

- 손나주 (2004). 국제관광객의 유형과 특성분석 : 개별여행객과 단체여행객을 중심으로. 경기대학교 석사학위 논문.
- 유 건(2008). Mega-Event를 활용한 중국Inbound관광의 진흥방안-북경올림픽을 중심으로. 관동대학교 석사학위논문.
- 이병구(2005). 우리나라 국제관광정책과정에 대한 연구 -세계관광기구(WTO) 총회 유치 및 개최 사례를 중심으로-. 한양대학교 국제관광대학원 석사학위논문.
- 한국관광공사(2003). 『한국관광통계연보』.
- _____ (2004). 『한국관광통계연보』.
- _____ (2006). 러시아 극동지역 관광시장동향.
- _____ (2006). 방한관광시장분석. 『한국관광통계연보』.
- _____ (2006). BRIC 시장활성화 방안.
- _____ (2007). 방한관광시장분석.
- 한국문화관광정책연구소(2003). 세계주요국가 관광정책 동향 및 사례분석. 『정책연구보고서』.
- _____ (2004). 세계 주요국가 관광정책 동향 및 사례분석.

2. 외국문헌

- Bieher, T., & Laesser, C.(2002). Sata segmentation by motivation: The case of switzerland. *Journal of travel research*, 41 (August), 68-76.
- Bromberg. S. H.(2005), Aviation llaw-“International Transportation” Under the warsaw convention-ninth circuit holds that a traveler’s independently purchased domestic flight in a foreign nation was not a “Single Operation” of international travel under the warsaw convention: coyle v. P.T. garuda indonesia, southern methodist university, 70(2), 277-288.
- Chu, R.(2001). What online Hong Kong travelers look for on airline/travel web sites? *International journal of hospitality management*, 20(1), 95-100.
- Divisekera, S.(2003). A model of demand for International tourism. *annals of Tourism Research*, 30(1), 31-49.
- Faria, J. R. (2008). Demographic and technological growth in the tourism market, *Turism Economics*, 14(1), 115-122.
- Frochot, I.(2005). A benefit segmentation of tourists in rural areas: a scottish perspective. *Tourism Management*, 26, 335-346.
- Hope, C. A.(2004). The impact of national culture on the transfer of “ Best practice operations management” In Hotel in St. Lucia. *Tourism Management*, 25(1), 45-60.
- Hyun, M. Y. & Lee, S. Hu, C. (2009), Mobile-Mediated virtual experience in tourism: concept, Typology and applications, *Journal of Vacation Marketing*, 15(2), 149-164.
- Ibrahim, E. E. & Gill, J. (2004), Positions strategy in international tourism market: An examination of tourist’ Perceptions and satisfaction towards barbados as International destination, *Developments In Satisfsa Science*, 27, 69.
- Jang, S. C., A. Morrison & J. O’Leary(2002). Benefit segmentation of japanse pleasure travelers to the USA and Canada: Selecting target markets based on the profitability and risk of individual market segments, *Tourism Management*, 23, 367-378.
- Jonathan Z. Bloom(2005), Market Segmentation- A Neural Network Application, *Annals Of Tourism Research*, 32(1), 93-111.
- McKercher, B., Pamela, S. Y. H & Cros, H. D.(2005). Relationship Between Tourism And Cultural Heritage Management: *Tourism Management*, 26(5), 539-548.

- Oyewole, P. (2009), Prospects For Latin America And Caribbean Region In The Global Marketing For International Tourism : A Projection To The Year 2020, *Journal Of Travel & Tourism Marketing*, 26(1), 42-59.
- Tapper, R. (2001), Tourism And Socio-Economic Development : UK Tour Operators' Business Approaches In The Context The New International Agenda, *International Journal Of Tourism Reserch*, 3(5), 351-366.
- Zelenka, J. (2009). Information and Communication Technologies In Tourism - Influence Dynamics, Trends. *Hospodarska Fakultatechmeke University* 1(1), 123-132.

A Strategy of International Tourism Activation based on Potential Tourism Analysis of the Russian Tourist

Kim, Hye Ryun

Department of Tourism
The Graduate School of
Gyeongju University

(Supervised by Professor Byun, Woo-Hee)

(Abstract)

Russia, selected as the subject of this research possesses not only high purchasing power, but also active tourism activity. However, Korea has fallen into a stagnated tourism site with gradually decreasing tourists due to lack of differentiated strategy aimed at rapidly changing international tourism market. Now in case Korea fails to efficiently confront the demands of the russian tourists and not actively cope with the changing international tourism market, there is a possibility it will fail as a international tourism site for a certain period. Especially as tourism sites are rapidly moving to competitive locations such as Japan, Thailand or China these days, the reality in Korea is that the tourism site is gradually becoming stagnated as a result.

Therefore, this research selected Russia as the sample subject as a new target market to revive stagnated Korean tourism market with russia tourists,

who are rising as the recent prospective potential tourism market under the belief that it is the best proposal to activate Korea as a international tourism site. This was a choice from a perspective to efficiently prepare for the demand of russian tourists, who are in tendency of increasing not only domestically but also internationally, in terms of national tourism policy.

Based on the results of the analysis, this paper discusses strategic solutions to activate overall international tourism, search for the validity and possibility of Korea as international tourism site, and then proposes the conclusions as following by judging that finding out this paper's limits is important.

First, to secure the recognition of Russian tourists, which is a theme of this paper with a proposal made in terms of activating international tourism policy, establishing a strategy should be observed and considered at a political level to active general international tourism, which is not possible by not only a partial effort made by the local community.

Second, to appropriately confront to Russian tourists who have high purchasing power and active tourism activity in realty as the results of the analysis in this paper, current infrastructure must change largely. Also, the discussions of whether or not Korea is the only city with high preference for long-term individual tourism and recreation-relaxation by Russian tourists must be argued as a thesis of important researches to be made in the future.

Third, discussion for activating international tourism by combining Russian tourists, who are tourism consumers who are rising as the new tourism class, which is its largest strength, must be made at a timely manner and considered as a proper research thesis. Thus, based on the values made by objective cause-and-effect analysis inferred by approaching this research, I believe a strategy to develop an optimum reasonable international tourism industry can be established by forecasting accurate demand of Russian tourists, the population.

러시아 잠재관광시장 활성화를 위한 관광객 인식도 평가 (설문지)

안녕하십니까?

한국을 찾으신 관광객 여러분의 건강과 무궁한 발전을 기원합니다. 러시아인의 한국 관광방문이 점차 늘어나고 있는 현실에서 한국에 일정을 마친 후 귀하가 느끼신 의견을 참고로 하여 러시아인의 한국관광활동 활성화에 기여하고자 합니다.

설문문항에 따라 한국관광을 하시면서 귀하가 느끼신 소감과 관광활동에서 관련 문항을 솔직히 답변하여 주시기 바랍니다.

조사내용은 양국관광발전을 위한 연구를 위한 통계처리에만 활용되고 다른 목적에는 사용되지 않을 것임을 약속드립니다.

조사에 응해주셔서 대단히 감사합니다.

2008년 11월

조 사 자 : 경주대학교 대학원 관광학과 석사과정 김혜련

지도교수 : 경주대학교 관광학부 관광경영 전공교수 변우희

☞ 본 설문지 내용은 통계법 제7조에 따라 통계 이외의 목적에는 사용하지 않겠습니다.

< 러시아 관광인식 조사 >

안녕하십니까?

바쁘신 중에도 설문에 참여해 주셔서 감사합니다.

본 연구는 연구목적에만 사용할 예정이오니 귀하께서 느끼신 대로 솔직하게 답변해 주십시오.

2008.11. 경주대학교 대학원

※ 한국관광에 대하여 귀하가 느끼신 솔직한 의견을 아래 우측 항목에 해당되는 부분을 체크(√) 하여 주십시오.

< 관광제도적 지원 >

← 매우싫다 보통 매우좋다 →

1. 러시아인의 관광활동 시 한국정부의 관광정책 관심도가 높다고 평가하십니까?	1	2	3	4	5	6	7
2. 러시아인의 관광활동 시 한국정부의 법적보장이 어느 정도라고 평가하십니까?	1	2	3	4	5	6	7
3. 러시아인의 관광활동 시 한국정부의 관광 행정 규제가 어느 정도라고 평가하십니까?	1	2	3	4	5	6	7
4. 러시아인의 관광활동 시 자본 및 물품의 세관통과 절차상 편이성이 어느 정도라고 평가하십니까?	1	2	3	4	5	6	7
5. 러시아인이 한국에 관광투자의 가능성이 어느 정도 있다고 평가하십니까?	1	2	3	4	5	6	7
6. 관광지 내의 질서를 위한 요구가 어느 정도라고 생각하십니까?	1	2	3	4	5	6	7
7. 관광자원 및 문화재의 보호, 보존 상태가 어느 정도라고 생각하십니까?	1	2	3	4	5	6	7
8. 비자수속에 대한 한국의 배려가 어느 정도라고 생각하십니까?	1	2	3	4	5	6	7
9. 관광지에서의 치안상태가 어느 정도라고 생각하십니까?	1	2	3	4	5	6	7
10. 화폐제도나 환전문제에 대한 편이성이 어느 정도라고 생각하십니까?	1	2	3	4	5	6	7
11. 출국세 제도에 대해 어떻게 평가 하십니까?	1	2	3	4	5	6	7
12. 소비자보호, 보험에 대한 한국의 보장이 어느 정도라고 생각하십니까?	1	2	3	4	5	6	7

13. 관광교통체계가 어느 정도 원활하게 운영되고 있다고 평가하십니까?	1	2	3	4	5	6	7
14. 행정 공무원의 서비스가 어느 정도라고 평가하십니까?	1	2	3	4	5	6	7
15. 관광안내소의 배치와 시설에 대한 편이성이 어느 정도라고 평가하십니까?	1	2	3	4	5	6	7
16. 관광 홍보물의 배포 및 광고가 어느 정도라고 평가하십니까?	1	2	3	4	5	6	7
17. 인터넷 이용 편이성이 어느 정도라고 평가하십니까?	1	2	3	4	5	6	7
18. 국제전화나 휴대폰로밍의 편이성이 어느 정도라고 평가하십니까?	1	2	3	4	5	6	7
19. 숙박시설의 수용능력이 어느 정도라고 평가하십니까?	1	2	3	4	5	6	7
20. 관광거리 조성 정비가 어느 정도라고 평가하십니까?	1	2	3	4	5	6	7
21. 관광지의 문화관광자원해설정도가 어느 정도라고 평가하십니까?	1	2	3	4	5	6	7

<관광시장활동 인식 >

←매우나쁘다 보통 매우좋다 →

1. 대중교통의 편이성이 어느 정도라고 평가하십니까?	1	2	3	4	5	6	7
2. 언어소통의 편이성이 어느 정도라고 평가하십니까?	1	2	3	4	5	6	7
3. 관광숙박시설의 편이성이 어느 정도라고 평가하십니까?	1	2	3	4	5	6	7
4. 음식의 맛이 어느 정도라고 평가하십니까?	1	2	3	4	5	6	7
5. 물가에 대한 상대적 가격이 어느 정도라고 평가하십니까?	1	2	3	4	5	6	7

6. 쇼핑에 대한 편이성이 어느 정도라고 평가하십니까?	1	2	3	4	5	6	7
7. 관광상품의 다양성이 어느 정도라고 평가하십니까?	1	2	3	4	5	6	7
8. 관광지의 역사적인 매력도가 어느 정도라고 평가하십니까?	1	2	3	4	5	6	7
9. 관광지의 자연적인 매력도가 어느 정도라고 평가하십니까?	1	2	3	4	5	6	7
10. 관광종사원의 친절성이 어느 정도라고 평가하십니까?	1	2	3	4	5	6	7
11. 이국적인 분위기가 어느 정도라고 평가하십니까?	1	2	3	4	5	6	7
12. 문화체험 (사찰음식, 태권도, 음식만들기)의 매력도가 어느 정도라고 평가하십니까?	1	2	3	4	5	6	7
13. 야간 위락 및 유흥의 편이성이 어느 정도라고 평가하십니까?	1	2	3	4	5	6	7
14. 기후조건이 어느 정도라고 평가하십니까?	1	2	3	4	5	6	7
15. 청결상태나 위생이 어느 정도라고 평가하십니까?	1	2	3	4	5	6	7
16. 지역민의 친절성이 어느 정도라고 평가하십니까?	1	2	3	4	5	6	7
17. 한국문화의 독창적인 매력도가 어느 정도라고 평가하십니까?	1	2	3	4	5	6	7
18. 러시아인에 대한 한국인의 호감정도는 어느 정도라고 평가하십니까?	1	2	3	4	5	6	7

< 국제관광 활성화 >

← 전혀 없다 보통 매우 많다 →

1. 한국이 국제 관광지로서의 매력도가 어느 정도라고 평가하십니까?	1	2	3	4	5	6	7
2. 러시아인의 한국관광 활동이 활성화 될 경우 양국의 경제 성장에 기여하는 정도를 어떻게 평가 하십니까?	1	2	3	4	5	6	7

3. 러시아인의 한국관광 활동이 활성화 될 경우 잠재 관광시장 활성화에 기여하는 정도를 어떻게 평가 하십니까?	1	2	3	4	5	6	7
4. 러시아인의 한국관광 활동이 활성화 될 경우 한, 중일 연계관광 성공 가능성에 기여하는 정도를 어떻게 평가 하십니까?	1	2	3	4	5	6	7
5. 러시아인의 한국관광 활동이 활성화 될 경우 한국인의 러시아 관광활동에 어느 정도 기여할 것으로 평가 하십니까?	1	2	3	4	5	6	7
6. 러시아인의 한국관광 활동이 활성화 될 경우 향후 남북철도 관광 활성화에 기여하는 정도를 어떻게 평가 하십니까?	1	2	3	4	5	6	7
7. 러시아인의 한국관광 활동이 활성화 될 경우 향후 남북통일 에 기여하는 정도를 어떻게 평가하십니까?	1	2	3	4	5	6	7
8. 귀하는 향후 3년 내에 관광목적으로 한국을 다시 방문할 의사가 있으십니까?	1	2	3	4	5	6	7
9. 귀하는 향후 러시아인이 한국의 관광패키지 상품의 구매 가능성이 어느 정도라고 평가하십니까?	1	2	3	4	5	6	7

· 인구통계학적 특성

1. 당신의 성별은? ① 남자 ② 여자
2. 당신의 연령은? ① 10대 ② 20대 ③ 30대 ④ 40대 ⑤ 50대 이상
3. 당신의 학력은? ① 초졸 ② 중졸 ③ 고졸 ④ 대졸 ⑤ 대학원
4. 당신의 직업은? ①무직 ②학생 ③주부 ④전문직종사
⑤사업가 ⑥회사원

5. 귀하의 거주지는?

- ①모스크바 ②상트페테르부르크 ③블라디보스토크
④하바로프스크 ⑤ 이르쿠스크 ⑥기타

6. 당신의 연소득수준은? 본인 및 함께 거주하는 가족의 소득을 포함해서
기입하여 주십시오. 통화단위는 루블 연 수입 ()

- ①100,000 (500만원)~500,000 (2000만원)
②500,000 ~ 1000,000 (4500만원)
③1000,000 ~ 2000,000
④2000,000 (9000만원)~ 3000,000
⑤3000,000 (1억4000만원) 이상

7. 귀하의 이번 여행의 가장 큰 목적은?

- ① 휴양/휴식 ② 자연경관감상 ③ 역사유적관람
④ 레저스포츠 ⑤ 사업/회의

8. 귀하의 이번 방문의 기간은?

- ① 1~5 ② 5 ~ 10 ③10 ~ 15 ④ 15 ~ 30 ⑤ 한 달
이상

9. 귀하가 여행하기에 가장 좋아하는 계절은?

- ① 봄 ② 여름 ③ 가을 ④ 겨울

·저희 설문에 응해 주셔서 대단히 감사합니다.

귀하께서 작성하여주신 내용은 국제관광 활성화에 발전에 이용 될 것입니다.

다시 한 번 감사의 말씀 전합니다.

АНКЕТА

(опрос российских туристов о Корее)

Здравствуй те, благодарим Вас за участие в нашем опросе. Полученные данные будут использоваться только с целью изучения туризма по Корее. Мы хотели бы узнать Ваше мнение по нижеприведенным вопросам. Помечай те выбранный ответ галочкой . Мы будем признательные за ваши честные ответы.

февраль 2009 г. Университет «Кёнджу»

* Систематическая поддержка туризма

оценочная шкал

← плохо средне хорошо →

1. Во время путешествия по Корее, как Вы оцениваете проводимую корейским правительством политику туризма?	① ② ③ ④ ⑤ ⑥ ⑦
2. Во время путешествия по Корее, как Вы оцениваете уровень правовых гарантий , предоставляемых корейским правительством?	① ② ③ ④ ⑤ ⑥ ⑦
3. Во время путешествия по Корее, как Вы оцениваете административные ограничения и запреты со стороны государства?	① ② ③ ④ ⑤ ⑥ ⑦
4. Во время путешествия по Корее, как Вы оцениваете таможенный порядок и уровень удобства при прохождении таможенного контроля?	① ② ③ ④ ⑤ ⑥ ⑦
5. Как Вы оцениваете привлекательность корейской туристической индустрии для российских инвестиций ?	① ② ③ ④ ⑤ ⑥ ⑦

6. Как Вы оцениваете предъявляемые к туристам требования по соблюдению порядка в туристических местах?	① ② ③ ④ ⑤ ⑥ ⑦
7. Как Вы оцениваете проводимые действия по сохранению и защите окружающей среды, туристических мест и исторических памятников?	① ② ③ ④ ⑤ ⑥ ⑦
8. Как Вы оцениваете процедуру получения корейской визы?	① ② ③ ④ ⑤ ⑥ ⑦
9. Как Вы оцениваете уровень обеспечения общественного порядка силами полиции по охране туристов в туристических местах?	① ② ③ ④ ⑤ ⑥ ⑦
10. Как Вы оцениваете эффективность и удобство системы обмена валют в Корее?	① ② ③ ④ ⑤ ⑥ ⑦
11. Как вы думаете о системе дополнительного транспортного налога на выезде из страны при покупке билета?	① ② ③ ④ ⑤ ⑥ ⑦
12. Как Вы оцениваете уровень защиты прав и интересов потребителей в Корее?	① ② ③ ④ ⑤ ⑥ ⑦
13. Как Вы оцениваете уровень транспортной туристической инфраструктуры?	① ② ③ ④ ⑤ ⑥ ⑦
14. Как Вы оцениваете работу государственных служащих?	① ② ③ ④ ⑤ ⑥ ⑦
15. Ваша оценка удобства технического оснащения оргтехникой и мест размещения справочно-информационных туристических бюро?	① ② ③ ④ ⑤ ⑥ ⑦

16. Как Вы оцениваете уровень информационной поддержки туристов в Кореи (каталоги, реклама)? Вы получили нужную информацию?	① ② ③ ④ ⑤ ⑥ ⑦
17. Ваша оценка удобству использования Интернета туристами?	① ② ③ ④ ⑤ ⑥ ⑦
18. Как Вы оцениваете услуги международной связи и роуминг-сервиса?	① ② ③ ④ ⑤ ⑥ ⑦
19. Всегда ли достаточно номеров в местах временного проживания туристов (гостиница, мотель)?	① ② ③ ④ ⑤ ⑥ ⑦
20. Как вы оцениваете внешний вид туристических мест, их чистоту?	① ② ③ ④ ⑤ ⑥ ⑦
21. Каков уровень донесения информации о туристических достопримечательностях Кореи?	① ② ③ ④ ⑤ ⑥ ⑦

*** Оценка состояния туристического рынка**

оценочная шкала
← плохо средне хорошо →

1.Как Вы оцениваете удобство общественной транспортной системы Кореи?	① ② ③ ④ ⑤ ⑥ ⑦
2.Как Вы оцениваете уровень языкового общения и понимания в Кореи?	① ② ③ ④ ⑤ ⑥ ⑦
3.Как Вы оцениваете удобство мест размещения туристов(гостиница, мотель)?	① ② ③ ④ ⑤ ⑥ ⑦
4.Как Вы оцениваете вкусовые качества еды в Кореи?	① ② ③ ④ ⑤ ⑥ ⑦
5.Как Вы оцениваете уровень цен в Кореи?	① ② ③ ④ ⑤ ⑥ ⑦

6.Что вы думаете об удобстве шоппинга?	① ② ③ ④ ⑤ ⑥ ⑦
7.Как Вы оцениваете разнообразие туристического продукта в Корее?	① ② ③ ④ ⑤ ⑥ ⑦
8.Как Вы оцениваете историческую привлекательность туристических мест в Корее?	① ② ③ ④ ⑤ ⑥ ⑦
9.Как Вы оцениваете природную привлекательность туристических мест в Корее?	① ② ③ ④ ⑤ ⑥ ⑦
10.Как Вы оцениваете работу сотрудников туристической сферы в Корее? Они были вежливы с Вами?	① ② ③ ④ ⑤ ⑥ ⑦
11.Как Вы оцениваете уровень экзотики в Корее?	① ② ③ ④ ⑤ ⑥ ⑦
12.С Вашей точки зрения, приобретение национального культурного опыта (приготовление корейской еды, занятия тхэквандо, программа пребывания в буддийском храме) выглядит привлекательно?	① ② ③ ④ ⑤ ⑥ ⑦
13.Как Вы оцениваете удобство ночных туристических программ и развлечений в Корее?	① ② ③ ④ ⑤ ⑥ ⑦
14.Вам подходят климатические условия в Корее?	① ② ③ ④ ⑤ ⑥ ⑦
15.В целом как Вы оцениваете в Корее чистоту и уровень гигиены?	① ② ③ ④ ⑤ ⑥ ⑦
16.Корейские люди приветливы к Вам?	① ② ③ ④ ⑤ ⑥ ⑦
17.Как вы оцениваете уровень привлекательности корейской культуры?	① ② ③ ④ ⑤ ⑥ ⑦
18.Как Вы думаете, доброжелательны ли корейцы к русским?	① ② ③ ④ ⑤ ⑥ ⑦

*** Уровень привлекательности Кореи, как международного туристического места**

оценочная шкала

← плохо средне хорошо →

1. Как Вы оцениваете уровень привлекательности Кореи, как международного туристического места?	① ② ③ ④ ⑤ ⑥ ⑦
2. Как вы думаете, если россияне будут много путешествовать по Корее, будет ли это способствовать развитию экономики двух стран?	① ② ③ ④ ⑤ ⑥ ⑦
3. Как вы думаете, если россияне будут много путешествовать по Корее, будет ли это способствовать развитию потенциальному рынку туризма?	① ② ③ ④ ⑤ ⑥ ⑦
4. Как Вы думаете, если россияне будут много путешествовать по Корее, увеличится ли тогда предложение туров из Кореи в Китай и в Японию?	① ② ③ ④ ⑤ ⑥ ⑦
5. Как Вы думаете, если россияне будут много путешествовать по Корее, будет ли это влиять на увеличение потока туристов из Кореи в России?	① ② ③ ④ ⑤ ⑥ ⑦
6. Как Вы думаете, если россияне будут много путешествовать по Корее, будет ли это способствовать разработке туристических маршрутов по Северной и Южной Корее одновременно?	① ② ③ ④ ⑤ ⑥ ⑦
7. Как Вы думаете, если россияне будут много путешествовать по Корее, будет ли это способствовать соединению Северной и Южной Кореи?	① ② ③ ④ ⑤ ⑥ ⑦

8. В течение последующих 3 лет хотите ли Вы еще раз посетить Корею?	① ② ③ ④ ⑤ ⑥ ⑦
9. Как Вы думаете, в дальнейшем россияне будут покупать туристические путевки в Корею?	① ② ③ ④ ⑤ ⑥ ⑦

Статистические данные анкетированных

1. Ваш пол: ① М ② Ж

2. Ваш возраст:

- ① 11-19 лет
- ② 20-30 лет
- ③ 30-40 лет
- ④ 40-50 лет
- ⑤ более 50 лет

3. Ваше образование:

- ① начальное общее образование
- ② основное общее образование
- ③ среднее (полное) образование
- ④ высшее образование
- ⑤ послевузовское профессиональное образование

4. Род трудовой деятельности:

- ① безработный
- ② студент
- ③ домохозяйка
- ④ специализированная деятельность
- ⑤ бизнесмен
- ⑥ служащий фирмы

5. Место жительства: _____

6. Общий годовой доход всей семьи: () рублей

7. Основная цель вашего путешествия по Корее:

- ① отдых
- ② осмотр достопримечательностей природы
- ③ знакомство с историческими местами
- ④ спорт
- ⑤ бизнес/переговоры

8. Длительность путешествия: ① 1 день ② (_ ночь _ день)

9. Ваше любимое время года для путешествия:

- ① весна ② лето ③ осень ④ зима

Спасибо за участие в нашем опросе.

Анкеты, которые вы заполнили, будут использованы для развития международного туризма.

Еще раз благодарим.