

# 관광품질인증제 정착을 위한 방안\*

## - 제주도의 관광지품질인증제를 중심으로 -

(A Study on Implementation of the Tourism Accreditation System in JeJu)

강재정\*\*

(Kang, Jae-Jung)

### 목 차

- I. 서론
- II. 인증제도에 대한 고찰
- IV. 제주관광지등급제의 문제점과 제도정착을 위한 방안
- IV. 제주도 농어촌 관광마을의 발전방향
- V. 결론

## I. 서론

2008년 제주도가 발표한 신경제혁명 기본계획에서는 제주관광의 부정적 이미지를 개선하기 위하여 주요 관광 상품과 서비스에 대한 가격 고시제, 비수기 그랜드 세일, 제주방문 마일리지 카드제, 숙박·교통·음식·안내·쇼핑 등 5대 부분에 대한 관광품질인증제의 실시를 표명하고 있다.

이러한 배경에는 그 동안 관광객이 느끼고 있던 고질적인 병폐인 불합리와 불편, 부조리 등 3불(不)요인을 근본적으로 개선하기 위한 것으로, 종전의 바가지 요금단속과 같은 일회성의 아니라 관광시스템 자체를 획기적으로 변화하기로 한 것이다. 이를 위해 렌터카와 음식점, 골프장, 관광지 등의 분야별 가격실태를 조사해 발표하고, 제주도 방문횟수에 따라 인센티브를 제공하는 마일리지 카드제를 도입해 자주 방문하는 관광객에게 숙박료와 골프 이용료, 횃집 음식값을 할인하고, 우수 골드회원에게는 대동한 고객 1명의 요금을 무료로 제공하는 등 제주관광의 이미지 개선을 위해 이와 같은 제도를 강력히 시행하겠다는 것이다(연합뉴스, 2008.2.21).

\* 본 논문은 한국관광레저학회에서 주관한 2008 제33차 한일국제학술논문발표대회에서 발표한 논문을 보완하였음을 알려드립니다.

\*\* 제주대학교 경상대학 경영학과 교수

우선 제주지역관광지를 관광호텔처럼 등급으로 나누어 108개 관광지(직영 38, 사설 70개 업체)를 대상으로 등급평가를 실시하여 우수관광업체를 인증해 줌으로써 관광객들에게 유용한 정보를 제공할 뿐만 아니라 훌륭한 관광서비스가 제공될 수 있는 기틀을 마련하겠다는 의도이다.

제주도에서 추진하려는 관광지 등급제와 유사한 제도는 이미 다른 여러 나라에서 실행되고 있다. 뉴질랜드와 홍콩, 그리고 스페인에서도 2000년부터 관광품질에 대한 인증제를 실행하여 많은 효과를 보고 있는 것으로 나타나고 있다. 스페인의 관광청에서는 관광품질관리소(ICTC)를 설립해 호텔과 여행사, 식당 등에 대한 품질인증제를 실시하고 있으며, 뉴질랜드의 관광청 산하 전국관광업체 공식 인증기관인 켈마크(qualmark)에서도 숙박, 음식, 교통 및 모든 관광 관련업체에 대해 정부가 품질보증을 부여함으로써 관광서비스의 품질이 크게 향상되었다는 보고가 있다. 따라서 제주도에서 이러한 제도를 벤치마킹하여 기존의 단속위주의 방식에서 벗어나 관광시스템 자체를 개선하고자 하는 의도는 높이 평가할 수 있으나 제도상의 문제와 실행과정상의 미미한 점들이 지적되고 있다.

관광지품질인증제 이전에 우리나라에서 관광품질인증제의 일종으로 볼 수 있는 것으로는 관광호텔등급제도(중앙정부에서 관광호텔업협회와 관광업협회 중앙회로 이관됨)와 한국관광명품인증(한국관광공사에서 주관)제도, 한국서비스품질우수기업인증제(한국표준협회에서 주관)등이 있다. 그러나 기대했던 만큼의 효과를 보지 못하고 있으며, 여러 가지 문제점이 있는 것으로 지적되고 있다. 예를 들어 채예병(2005)은 관광인증제도상의 문제점으로 (1) 총체적 품질인증제도의 미흡, (2) 인증제도 평가시스템의 단편적 경향, (3) 법적 근거의 명확성 미흡, (4) 인증제도 부여업체에 대한 혜택 미흡, (5) 심사위원자질의 향상과 평가의 공정성 제고 문제 등을 지적하고 있다.

본 연구는 제주도에서 관광지등급제를 실행함에 있어 문제점을 사전에 점검하여 인증제가 효과적으로 정착하기 위한 방안을 마련하기 위하여 수행되었다. 이를 위해 우리나라의 관광호텔등급제와 서비스품질우수기업인증제와 해외사례를 간략히 살펴보고, 현재 제주도에서 2008년 7월 8일부터 실행 중인 관광지등급제 관련하여 예상되는 문제점을 지적한 다음 이를 해결하기 위한 방안을 제시하는 순서로 작성하였다.

## Ⅱ. 인증제도에 대한 고찰

### 2.1 인증의 개념과 관련개념

인증(認證; Accreditation)의 사전적 의미는 “어떠한 문서나 행위가 정당한 절차로 이루어졌

다는 것을 공적기관이 인정하고 증명하는 것”이다. 일반적으로 인증은 협회나 기관이 연구프로그램이나 제도를 미리 결정된 표준이나 자격을 충족시킬 때 인증하는 과정으로 기관이나 프로그램, 서비스에 적용한다고 할 수 있다(채예병, 2005). 즉, 인증은 권한을 부여받은 특정 협회나 기관이 기업, 상품, 프로세스, 서비스 또는 관리체계가 특정 요구조건에 부합하는가를 평가하고 모니터하여 성문화된 보증을 제공하는 자발적인 절차라 할 수 있다. 따라서 인증은 객관적인 심사를 할 수 있는 주체가 어떤 대상에 대하여 인증기준의 요건을 만족시키는지를 평가하여, 이를 만족시킬 경우 그 내용을 표시한 인증서를 수여하고 시장성 있는 로고(logo)나 라벨사용 권한을 부여하는 것을 말한다(황동열, 2008). 인증제도는 특정 목적 달성을 위해 인증기관, 인증신청 대상, 인증기준, 인증서 등 제반요소와 그것들이 포함된 일련의 절차를 조직하여 제도화한 것으로, 인증시 등급을 정하여 인증을 부여하는 경우에는 등급인증이라 한다.

인증제도에 관한 연구나 정책수립과정에서 어려운 점은 인증과 유사하거나 연관을 맺고 있는 다양한 용어가 혼용되어 그 개념을 정확하게 활용하기가 어렵다는 점이다(채예병, 2005). 인증과 관련하여 유사한 개념들로는 면허, 공인, 인정, 검정, 평가 등의 개념들이 있는데, 이에 대한 정의는 <표 1>에 제시되어 있다.

<표 1> 인증관련 용어의 개념과 차이점

구 분	개 념	차이점
면허(licence)	법에 의하여 일정한 일을 행하도록 하는 허가행위, 공공성이 필요한 행위에 대해 관청이나 공인이 허가한 결과로 특수한 행위를 특수한 사람에게 하는 행정처분	인간의 생명이나 안전 및 질서와 관련하여 직업행위를 인정해준 결과로 그 선행조건으로 자격취득을 요구
공인(authorization)	어떤 행위나 물건에 대하여 인정하는 행위	국가나 사회단체기 인정
인증(accreditation)	어떤 행위 또는 문서의 성립기재가 정당한 절차로서 성립되었음을 증명하는 것	교육기관 및 사회사업기관이 국가에서 요구하는 사항을 수행하고 있는가를 증명
인정(recognition)	일정한 행위의 정당성을 평가해 주는 행위	국가나 지방자치단체가 자체의 판단에 측정해 내는 일에 초점을 둠
검정(assessment)	개인과 관련하여 적용되는 개념으로 개인의 성취정도를 평가하는 행위	가치판단을 배제하고 현상을 정확하게 측정해 내는 일에 초점을 둠
평가(evaluation)	프로그램, 교육과정, 기관 같은 대상에 적용되는 개념	어떤 대상에 가치나 의미를 부여하여 사용되며, 상호비교 관점을 중시

자료 : 채예병, 2005 참조.

일반적으로 인증을 통한 평가방법은 객관적인 관점에서 평가가 이루어질 수 있다는 장점과 함께 인증과 수상이라는 한 가지 목표를 향하여 조직구성원들을 동기부여시킴으로써 조직의 품질경영성과를 향상시킬 수 있는 이점이 있다(유한주, 2000). 또한 인증과 수상업체로 선정될 경우 인증 받은 업체나 상품에 로고나 라벨이나 인증마크를 사용하여 상품과 서비스에 대한 신뢰성을 부여함으로써 고객에게 유용한 정보를 제공할 수 있다는 점이다. 여기서는 관광인증과 관련하여 인증에 따른 효과를 고객측면, 인증기업, 사회적 측면에서 나누어 보면 <표 2>와 같이 제시할 수 있다.

<표 2> 관광인증의 기대효과

구 분	기대효과
고객측면	우수관광상품에 대한 신뢰성 있는 정보 확보, 신뢰성 있는 관광상품의 제공에 따른 고객만족도 향상, 도내 관광에 대한 부정적 이미지 쇄신, 관광상품 선택에 따른 정보탐색비용의 절감효과
인증기업(단체)	인증받은 관광상품에 대한 인지도 향상 및 구전효과, 신뢰성있는 관광상품의 제공으로 매출증대, 심사준비를 통한 현재수준의 자가진단 및 외부전문가의 객관적인 평가로 개선의 기회, 수상내역의 홍보를 통한 이미지 제고, 조직구성원들의 동기부여 및 회사에 대한 자부심 고취
사회적 측면	관광 상품과 서비스에 대한 이미지 개선으로 관광의 활성화 기대, 관광산업종사자들의 변화 및 혁신유도 기대, 우수한 관광업체의 선별적 지원을 통한 건전한 관광산업의 발전유도, 고객으로부터의 높은 신뢰와 공신력 강화

## 2.2 제품인증과 총체적 품질인증

일반적으로 인증은 제품인증과 총체적 품질인증으로 구분할 수 있다. 제품 인증은 특정 제품(제품, 공정, 또는 서비스)이 원래의 규격에 맞도록 제조되었는지의 여부를 평가하여 적합여부를 판정하는 제도로서, 주로 시험소에서 업무를 수행하며 제품에 대한 시험 성적서를 발행하여 인증한다. 예를 들어 KS마크, 품질보증마크, 에너지절약마크, 안전검사마크, 환경마크 등은 이러한 범주에 속한다. 제품인증은 인증마크 부착만으로도 소비자에게 정보를 제공할 수 있고, 품질정보를 탐색하거나 사용경험이 없어도 믿을 수 있도록 하여 시장에서 거래비용(transaction)을 최소화하고 품질정보에 대한 불안정성, 비대칭성을 최소화하는 역할을 수행하는 협의적인 제도적 장치이다(채예병, 2005; 황동열, 2008).

총체적 품질인증은 제품 및 서비스의 결과품질을 만들어 내는 경영자, 기술자 혹은 서비스

제공자의 사람품질, 그리고 제품 및 서비스가 만들어지는 과정품질을 지속적으로 개선함으로써 조직의 경쟁력을 극대화하기 위한 경영의 관점으로서의 총체적인 품질에 대한 인증이다(채예병, 2005). 즉 총체적 품질개념은 품질의 결과인 '결과 품질(quality of results)'뿐만 아니라 품질이 만들어지는 과정인 '과정품질(quality of processes)'과 '사람품질(quality of people)'을 모두 포함하는 개념이다.

이러한 총체적 품질의 속성은 첫째, 고객의 기대에 부합하거나 기대 이상에 부합하려고 노력한다는 점, 둘째 제품, 서비스, 사람, 과정 및 환경에 모두 적용될 수 있다는 점, 셋째 품질은 계속 변화한다는 점을 반영하고 있어 품질의 개념을 잘 설명하고 있다고 볼 수 있다.

인증제도는 1970년대까지는 생산자 관점에서 규격과 안전에 맞도록 제조되었는가에 초점이 있었으나, 1980년대에 접어들면서 고객과 사회적 관점에서 품질을 정의할 필요성이 높아짐에 따라 총체적 품질개념으로 그 패러다임이 전환되고 있다. 그러나 국내외 인증사례에서도 알 수 있듯이 대체로 인증제도가 성공하지 못하는 경우가 많은데, 이는 제품의 품질에 한하여 인증제도를 시행함에 따라 고객의 요구를 충족시킬 수 있는 소비자지향적인 품질개념 보다는 요구조건의 충족 또는 사용 적합성 측면에서만 부분적 평가를 가지고 품질을 파악하고 있기 때문이다. 또한 '품질의 결과'에 대하여 평가 기준 및 평가요소를 적용하다 보니 소비자들의 기대와 판단과는 거리가 먼 인증으로 전락되는 것도 실패의 주요요인이 되고 있다. 따라서 환경변화 및 고객의 요구에 따라 끊임없이 변화하는 시대 특성에 알맞은 인증제도는 총체적 품질인증과 그 맥락을 같이 한다고 볼 수 있다.

국제적으로도 품질경영의 표준화를 기하기 위해 국제표준화기구(ISO: International Standard Organization)에서는 1987년에 ISO 9000시리즈를 제정하였다. ISO 9000 시리즈는 품질경영에 관한 국제적 표준으로 조직이 제품이나 서비스를 완성할 때까지 고객의 품질요구를 만족하면서 규정준수 및 목적을 달성하기 위해 지속적인 개선을 추구하는데 관한 프로세스 및 활동들을 관리하는 구조를 제시하고 있다. ISO 9000표준에서는 인증을 받기 위해서 필요한 여러 가지 요구사항들로 구성되어 있고, 자원의 입고부터 완제품의 생산에 이르는 조직내의 모든 프로세스에 대한 구체적인 내용을 명시하고 있으므로 ISO 9000인증을 받고자 하는 기업은 이와 같은 절차와 규정을 준수하면 되는 것이다(박동준 외, 2007). 그러나 ISO 9000 규격에서는 구체적인 평가방법과 배점기준이 없이 정성적인 방법으로 적합성 여부만을 평가하고 있어, 지속적인 경영성과의 개선에는 한계가 있는 것으로 지적되고 있다(허순영, 고현우, 2007). 그러나 국가적 차원에서 품질문제를 해결하지 않고서는 기업의 경쟁력과 국가의 경쟁력을 확보할 수 없다는 인식이 전세계적으로 확산되기 시작하였다.

이러한 시발점은 1980년대에 최악의 경제상황에 직면한 미국에서 시작되었다. 1987년 레이

건 행정부의 상무장관을 지낸 말콤볼드리지는 일본과 비교하여 품질이 떨어지는 상황에서 품질에 대한 인식을 제고하고 품질 우수성에 대한 요구사항을 명시하고, 또한 성공적인 품질전략의 실행에서 얻어진 이익 및 효과에 대한 정보를 공유하기 위하여 일본의 데밍상을 참고하여 말콤볼드리지상을 제정하게 된다. 이후 여러 나라에서 말콤볼드리지상을 벤치마킹하여 전사적 차원에서 품질경영혁신을 꾀하려는 시도가 이루어지게 되었다.

또한 최근에는 고품질의 제품과 서비스를 실현하고 있음에도 불구하고 시장경쟁에서 도태되거나 재정적인 난관에 처하는 경우가 많아지면서 제품과 서비스에 대한 자체에 대한 품질보다는 경영 전반에 대한 품질, 또는 경영의 우수성이란 용어를 사용하는 경향이 많아지고 있다. 말콤볼드리지상이나 유럽품질경영상에서도 품질이란 용어 대신 우수성(Excellence)이란 말을 쓰고 있는데, 이는 제품품질이나 서비스품질이 기업경쟁력 강화로 연결되지 않으면 안 된다는 점을 강조하고 있는 것이다. 이러한 관점에서 오늘날의 품질경영상은 궁극적으로 전사적 관점에서 경영의 품질을 평가하고 있고, 경영의 품질의 경영성과로 연결되는 경우에만 진정한 의미의 품질경영이 되는 것이라고 할 수 있다.

### 2.3 말콤볼드리지상과 한국품질경영상

우수한 품질을 달성한 기업에게 포상하는 제도는 일본의 과학기술연맹(JUSE)에서 데밍(Deming)의 업적을 기리기 위하여 1951년부터 데밍상을 창설하면서이다. 우리나라에서도 일본의 데밍상을 모방하여 1975년부터 국가적 품질포상제도를 도입하여 운영하고 있으며, 미국도 1980년대에 일본과 비교하여 품질경쟁력이 떨어진다는 인식하에 일본의 데밍상을 참고하여 1987년 말콤볼드리지상(MBNQA; Malcolm Baldrige National Quality Award)을 제정하였다.

MBNQA의 특징은 첫째, 각 심사기준이 전체적이고 포괄적인 관점에서 유기적 관계를 평가하고 있다는 점이다. 즉 품질경영제도의 실시여부를 평가하는 것이 아니라 개선활동이 경영의 전체의 틀 속에서 유기적으로 어떻게 관련되어 있는지를 평가하는 것이다. 둘째, 조직의 경영이념과 목표를 달성하기 위하여 모든 조직구조와 업무과정 및 경영활동이 서로 연관되어 일관성을 유지하고 있는지를 평가하는 것이다. 셋째, 조직내의 학습과정이 체계적으로 확립되어 있는지를 평가하는 것이다(유한주, 2000).

이와 같은 특징을 갖고 있는 MBNQA 모형은 품질경영수준을 평가하는 수단 이외에 개선성과를 지향하는 경영가이드라인으로의 활용가치가 높아지면서 전세계적으로 벤치마킹의 대상이 되고 있다. 우리나라에서도 1993년에는 '공산품품질관리법'을 '품질경영촉진법'으로 대체하고, 1994년부터는 기존의 '품질관리대상제도'를 '품질경영상'으로 변경하고 심사기준도 기존의 데

밍상 유형에서 말콤볼드리지 유형으로 변경하였다. 뒤이어 일본에서도 말콤볼드리지(MB)상과 유사한 품질경영수상제도가 필요함을 인식하여 1995년 12월에 일본의 사회경제생산성본부가 일본경영품질상을 제정하여 수여하고 있다.

<표 3>은 말콤볼드리지상과 한국의 품질경영상의 평가기준을 보여주고 있는데, 여기에서 보는 바와 같이 심사기준이 거의 동일하다고 할 수 있다. 또한 국가품질제도 및 운영책임면에서 우리나라의 경우는 지식경제부에, 미국의 경우는 상무부에 있고, 운영과 관련된 사무지원을 민간기관에 위탁(우리나라는 한국표준협회, 미국의 경우에는 미국품질협회)하고 있어 표면적으로는 매우 유사하다고 할 수 있다. 그러나 실제로는 몇 가지 점에서 주요한 차이가 있다(김연성 외, 2002).

첫째, 미국의 경우 MB상의 효율적 운영과 지속적인 제도개선을 위한 상설전문조직으로 NIST라는 조직이 있다. NIST의 국가품질기획부(NQP)는 연간 300만 달러에 달하는 운영비를 연방정부로부터 지원받고 있으나, 우리나라의 경우에는 국가품질상에 대한 실제운영이 한국표준협회에 위임되어 있으나 한국표준협회에는 국가품질상을 전담하는 전문연구원이 없다. MB상의 경우 전문심사위원을 양성하기 위한 투자와 노력을 계속하고 있는데, 매년 수백명의 심사원들을 선발하여 훈련시키고 있다. 심사원 훈련을 위한 기업사례의 개발과 이를 이용한 실습이 매년 이루어지고 있다. 또한 MB상을 영구적으로 운영하기 위하여 민간 사업계의 지도자들로 구성된 MB상 재단이 천만 달러가 넘는 기금이 마련하였으며, 유럽품질경영상(EQA; European Quality Award)도 MB상과 마찬가지로 유럽의 대표적인 기업들이 결성한 유럽품질경영재단(EFQM: European Foundation for Quality Management)에서 기금을 마련하는 등 품질상 제도가 민관협력모델로서 운영되고 있는데 비하여, 우리나라의 경우 경제단체가 품질경영상 운영과 관련하여 어떠한 역할도 하지 않고 있다.

둘째, 우리나라의 품질경영상은 한번 수상하면 끝나는 일회성 제도로 운영되어 왔다. 물론 이러한 문제를 보완하기 위하여 1994년 공업진흥청에서는 품질경영상을 이미 수상한 기업들만 도전할 수 있는 한국품질대상을 새로이 신설하여 품질경영상 수상 후 3년이 지나면 한국품질대상 신청자격을 주고있다. 이는 데밍상 수상 후 5년이 경과하면 신청자격이 주어지는 일본 품질상을 벤치마킹한 것이나, 일본과 마찬가지로 한국품질대상을 받은 수상업체들은 국가품질상을 완전히 졸업하게 된다(서영호, 1999). 그러나 MB상은 수상후 5년이 경과하면 또 다시 도전할 수 있도록 하고 있기 때문에 졸업이란 개념을 있을 수 없다. 한 때의 챔피언이라 할지 지속적으로 품질경영을 하지 않으면 경쟁력을 확보할 수 없기 때문이다.

셋째, MB상의 경우에는 제조업, 서비스업, 중소기업 각 분야별로 최대한 2개 업체까지만 수상할 수 있도록 하고 있다. 그러나 우리나라에서는 한국품질대상과 품질경영상에서 제조업과

서비스업을 각각 대기업과 중소기업으로 구분하여 포상하고 있는 것 이외에도 부분상을 두고 있다. 부문상으로는 생산혁신상, 가치혁신상, 설비관리상, 환경경영상, 6시그마혁신상, 소비자만족상, 서비스혁신상, 글로벌인재개발상 등 다양한 부분별 포상이 이루어지고 있다. 상이 많을수록 좋다는 논리도 잘못된 것이라고 단정할 수 없지만 상이 많아지면 그 만큼 회소가치가 떨어질 수 있으며, 또한 품질경영상의 의미도 희석될 수 있다는 사실을 인식할 필요가 있다.

〈표 3〉 말콤볼드리지상과 한국품질경영상의 평가기준

말콤볼드리지상(2006년기준)		한국품질경영상(2008기준)	
범주	항목	범주	항목
리더십 (120점)	1. 경영진의 리더십(70) 2. 지배구조와 사회적 책임(50)	리더십 (120점)	1. 경영진의 리더십(70) 2. 지배구조와 사회적 책임(50)
전략계획 (85점)	1. 전략개발(40) 2. 전략전개(45)	전략계획 (85점)	1. 전략의 개발(40) 2. 전략의 전개(45)
고객 및 시장중시 (85점)	1. 고객과 시장정보(40) 2. 고객만족(45점)	고객 및 시장중시 (85점)	1. 고객과 시장정보(40) 2. 고객관계와 고객만족(45)
측정, 분석 및 지식경영 (90점)	1. 조직성과의 측정, 분석, 검토 (45) 2. 정보와 지식경영(45점)	측정, 분석 및 지식경영 (90점)	1. 측정, 분석 및 조직성과의 개선 (45) 2. 정보, 정보기술 및 지식경영(45)
인적자원중 시(85점)	1. 업무시스템(35) 2. 종업원교육, 훈련, 동기부여(25) 3. 종업원복지, 만족(25)	인적자원중 시(85점)	1. 인적자원관리체계(45) 2. 인적자원복지와 근무환경(40)
프로세스관 리(85점)	1. 가치창출프로세스(45) 2. 지원프로세스와 운영계획(40)	프로세스관 리(85점)	1. 업무시스템설계(40) 2. 업무프로세스 관리와 개선(45)
경영성과	1. 제품과 서비스성과(100) 2. 고객중시성과(70) 3. 재무와 마케팅성과(70) 4. 인적자원성과(70) 5. 조직효과성성과(70) 6. 리더십과 사회적 책임성과(70)	경영성과	1. 제품과 서비스성과(100) 2. 고객중시성과(70) 3. 재무와 마케팅성과(70) 4. 인적자원중시성과(70) 5. 프로세스성과(70) 6. 리더십성과(70)
합계	1000점	합계	1000점



### Ⅲ. 국내외 인증사례

본 연구에서는 관광지 품질인증제와 관련하여 관계성이 높다고 판단되는 관광호텔등급제도와 서비스품질인증제도를 살펴본 다음, 성공적으로 관광품질인증제도를 실행하고 있는 해외사례를 간략히 소개하기로 한다.

#### 3.1 우리나라의 관광호텔등급제도

##### 3.1.1 우리나라의 관광호텔등급제도의 개요

- 관광호텔등급제도는 관광호텔을 이용하는 소비자들에게 관광호텔 상품의 수준에 대한 정보를 제공하고 주기적으로 호텔의 시설 및 서비스에 대한 개선을 촉진하여 선진국수준에 이르게 함으로써 궁극적으로 호텔산업의 발전을 도모하기 위한 목적에서 시행.

- 우리나라의 관광호텔등급제도는 1971년 1월 18일 신설된 관광사업진흥법 제 33조(관광호텔의 등급)에 의거하여 처음으로 시행되었음. 동법 시행령 제 7조와 동시행세칙 제 15조는 호텔의 등급을 5개(특등급, 1등급-4등급)로 하고, 동 시행세칙 제15조의 별표 3의 등급별 시설기준을 정함으로써 최초의 등급부여가 이루어짐.

- 1979년 12월 31일자로 호텔등급결정방법에 대한 신규 개정의 시행으로 호텔의 시설뿐만 아니라 서비스 운영실태 등에 대해서도 평가를 실시하게 됨. 객실 보유수에 대한 기준도 특등급(객실 300이상), 1등급(120실)은 종전과 동일하나 2등급은 80실 이상, 3등급은 50실 이상으로 상향조정함.

- 1986년 12월 31일자로 관광사업법이 관광진흥법으로 개정되면서 관광호텔의 등급은 특1급과 특2급이 추가되어 총 5개 등급체계(특1급, 특2급, 1급-3급)로 분류되었음.

- 1999년 6월 26일 정부에서 관할하던 관광호텔등급결정권을 전면 민간에게 위탁하는 것으로 개정함.

##### 3.1.2 우리나라 관광호텔등급제도의 법적근거

- 우리나라 관광호텔등급제도는 다음과 같은 법령에 근거하여 평가기준 및 평가절차 등에 대한 세부사항을 규정받고 있음.

- ① 관광진흥법 제18조(관광숙박업 등급), ② 관광진흥법시행령 제22조(관광호텔의 등급결

정), ③ 관광진흥법시행령 제64조(등급결정권한의 위탁), ④ 관광진흥법시행규칙 제25조(관광호텔업의 등급결정기준 등), ⑤ 관광진흥법시행규칙 제65조(등급심사위원의 자격), ⑥ 호텔업 등급결정기관등록 및 등급결정에 관한 요령(문화관광부고시 제2003-11호).

### 3.1.3 관광호텔의 등급결정

-등급결정기관 : 관광호텔등급결정은 관광진흥법 제75조 제3항 제2호(권한의 위임, 위탁) 및 관광진흥법시행령 제64조(등급결정권한의 위임)에 의거하여 비영리법인 혹은 관광숙박업의 육성과 서비스 개선 등에 관한 연구 및 계몽활동 등을 하는 법인, 문화관광부령이 정하는 기준에 적합한 자격을 가진 심사위원을 평가요소별로 10인 이상 확보하고 있는 기관에 위탁할 수 있도록 하고 있음. 현재 관광호텔업협회와 관광업협회중앙회가 관광호텔등급결정업무를 담당하고 있음.

- 등급심사위원의 자격 : 관광진흥법시행규칙 제65조에서 정하는 등급평가요원의 자격기준에 적합한 자를 확보하고 있어야 함. 그 자격기준은 <표 4>와 같음.

< 표 4 > 호텔등급평가기준

부 분	자격요건
1.서비스평가	가. 관광호텔의 총지배인 자격증 소지자로 5년 이상 총지배인으로 근무한 경력이 있는 자 1인 이상 나. 고등교육법에 의한 전문대학 이상의 교육기관에서 관광호텔업에 관하여 3년 이상 강의한 경력이 있는 전임강사 이상의 교원 1인 이상 다. 일반 여행업을 5년 이상 경영한 경력이 있거나 그 임원으로 5년 이상 종사한 경력이 있는 자 1인 이상
2. 건축·설비·주차 시설 평가	건축사 자격증 소지자 10인 이상
3. 전기·통신시설 평가	전기, 통신시설에 대한 기술자 자격증 소지자 10인 이상
4. 소방·안전평가	건축물 소방, 안전 업무경력이 10년 이상인 자 10인 이상
5. 소비자 만족도 평가	가. 소비자 단체 등에서 소비자 보호업무를 5년 이상 수행한 경력이 있는 자 1인 이상 나. 고등교육법에 의한 전문대학 이상의 교육기관에서 조경, 도시공학에 관하여 3년 이상 강의한 경력이 있는 전임강사 이상의 교원 1인 이상

자료 : 관광진흥법시행규칙 제 65조

① 등급결정기관은 평가단을 구성하고자 하는 경우 등급심사위원 중에서 6인 이상 구성하도록 되어 있음. 즉 서비스 상태 또는 소비자 만족도 평가 관계자 3인 이상, 건축·설비·주차 시설 평가관계자 1인 이상, 전기·통신시설 평가관계자 1인 이상, 소방·안전 상태 평가관계자 1인 이상으로 구성됨.

② 등급결정기관이 등급평가단을 구성할 경우에 거리상의 불편 및 비용 소요 등을 고려하여 등급평가 대상 호텔이 소재한 시·도와 인접지역에 상주하는 등급심사위원으로 당해 관광호텔에 대한 평가단을 구성할 수 있음.

### 3.1.4 등급결정절차

- 관광호텔사업자는 등급결정의 사유가 발생한 날로부터 30일 이내, 신규 등록된 경우에는 지체 없이 등급결정자에게 등급결정을 신청하여야 함. 관광진흥법시행규칙 제25조에 의거 등급신청은 다음과 같은 경우에 가능하도록 하고 있음.

- ① 관광호텔을 신규 등록한 경우
- ② 등급결정을 한 날로부터 3년이 경과한 경우
- ③ 시설의 증,개축 또는 서비스 및 운영실태 등에 변동에 따른 등급조정 사유가 발생한 경우

### 3.1.5 등급평가실시

- 등급결정을 위한 평가는 등급결정기관이 평가단을 구성하여 조사를 실시함, 조사는 사업자가 제출한 자율평가결과와 중빙자료를 참고하여 현지조사를 실시함.

- 등급결정기관은 동일한 사한에 대하여 등급심사위원 2인 이상이 평가한 결과 평가점수의 차이가 20%이상 발생할 경우나, 당해 등급평가가 현저하게 잘못되었다는 객관적인 사실이 증명되었거나, 혹은 서비스의 현격한 불량 등으로 인해 기존 등급의 유지가 부적합하다고 판단되는 경우에는 등급심사위원 이외의 자를 위촉하여 재평가를 실시할 수 있음.

### 3.1.6 등급결정기준 및 배점

- 관광호텔등급평가 항목별 배점은 1) 현관·로비·복도 150점, 2) 객실부문 230점, 3) 식당·주방부문 160점, 4) 부대시설의 관리 운영 100점, 5) 종사원의 복지/관광산업에의 기여부문 100점, 6) 주차시설부문 60점, 7) 건축·설비부문 80점, 8) 전기·통신부문 40점, 9) 소방·안전부문 70점으로 구성됨.

- 관광진흥법시행규칙 제25조 2항에 따르면 현행관광호텔등급 총점이 1,000점이므로 총점의 90%이상은 특1급, 80%이상은 특2급, 70% 이상은 1급, 60%이상은 2급, 그리고 50% 이상은 3급으로 인증함.

### 3.2. 한국서비스품질우수기업인증제도

#### 3.2.1 목적과 근거

- 목적 : 서비스품질이 우수한 기업을 정부가 인증함으로써 서비스 경쟁시대에서 기업 및 국가의 경쟁력 제고와 더불어 소비자의 삶의 질 향상과 권익보호를 도모하기 위한 제도.
- 근거 : 품질경영 및 공산품안전관리법 제6조 및 서비스품질우수기업인증요령(산자부 고시)
- 접수기관 : 한국표준협회 서비스품질팀, (사)한국서비스진흥협회 사무국, (사)한국소기업소상공인연합회, (사)한국경영기술컨설턴트협회에서 연중 수시로 접수가 이루어짐.

#### 3.2.2 인증절차와 방법

- 인증절차 : 신청서 접수- 서류심사- 인증심사실시통보- 평가(공개평가, 암행평가, 고객평가)-최종인증심의회- 인증통보 및 인증서교부(산업자원부 기술표준원)- 사후관리(인증유효기간 2년)
- 인증방법 : 평가기준은 공통평가기준과 업종별 평가기준 적용하고, 평가단의 구성은 산·학·연 전문가로 구성함.
- 평가 및 인증방법 : 서비스 품질인증은 세 가지 부분의 평가로 진행되는데, 공개평가와 고객만족도 평가, 암행평가로 이루어지며, 이를 토대로 서비스품질인증전문위원회에서 최종 심의결정함.

#### 3.2.3 평가기준

- 현장평가는 리더십(150점), 서비스품질경영전략(150점), 고객정보(시스템)의 운영 및 활용(100점), 고객접점 서비스운영관리(200점), 인적자원 및 조직관리(100점), 효과적인 자원의 활용(100점), 서비스경영성과(200점)의 7가지 항목을 통하여 1000점 만점으로 측정함. 구체적인 심사기준 및 배점은 <표 5>에 제시되어 있음.

<표 5> 한국서비스우수기업인증 심사기준 및 배점

심사항목	세부평가항목	배점	
1. 리더십	1-1. 서비스 경영철학	50	150 (15%)
	1-2. 서비스 리더십과 기업문화	50	
	1-3. 기업윤리와 사회적책임	50	
2. 서비스품질 경영전략	2-1. 서비스품질 목표 및 수립체계	50	150 (15%)
	2-2. 서비스품질 실천계획 수립 및 전개	50	
	2-3. 서비스품질 평가체계와 활용	50	
3. 고객정보 (시스템의 운영 및 활용)	3-1. 고객과 시장에 대한 구분체계	20	100 (10%)
	3-2. 고객정보 및 VOC 수집체계	20	
	3-3. 고객정보 및 VOC 대응체계	30	
	3-4. 고객요구사항의 해결 및 활용체계	30	
4. 고객접점 서비스운영관리	4-1. 접점업무 프로세스의 고객지향성	40	200 (20%)
	4-2. 서비스표준(화)의 설정 및 이행정도	40	
	4-3. 고객불만 처리 및 서비스회복	40	
	4-4. 서비스 프로세스 개선 및 운영성과	40	
	4-5. 제품/서비스의 안전 및 품질시스템	40	
5. 인적자원 및 조직관리	5-1. 종업원의 동기부여 및 참여	30	100 (10%)
	5-2. 종업원의 교육훈련 및 인재육성	30	
	5-3. 종업원의 복리후생 및 만족	20	
	5-4. 협력업체 관리 및 지원체계	20	
6. 효과적인 자원의 관리	6-1. 재정적 목표와 관리	30	100 (10%)
	6-2. 시설환경의 유지관리 및 개선	30	
	6-3. 정보와 지식관리	40	
7. 서비스 경영성과	7-1. 시장성과(CSI,SQI,MS 등)	80	200 (20%)
	7-2. 재무성과(수익성,성장성,안전성 등)	80	
	7-3. 기타성과(업무혁신,대외활동성과 등)	40	

- 고객만족도 평가는 SERVQUAL 모형에 근거하여 유형성, 신뢰성, 반응성, 확신성, 공감성의 5개의 차원에 대하여 서비스 품질에 대한 만족도를 측정함.

- 암행평가에서는 전문가를 통한 미스터리 쇼핑을 통하여 서비스 품질을 측정하고, 최종적으로 공개평가 70%, 고객만족도 평가 20%, 암행평가 10%가 반영되어 최종적으로 인증여부를 결정하게 됨.

### 3.2.4 사후관리 및 인증기업에 대한 지원

- 사후관리 : 인증유효기간은 2년이며 기간 만료시 재평가에 의하여 기간을 연장할 수 있으며, 필요한 경우 사후관리를 실시하여 서비스 품질 수준 유지하도록 함.

- 인증마크 활용 : 업체의 사업장 게시, 제품·용기·포장에 표시, 광고시 인증내용 홍보 (각종 홍보물 표시)

- 인증기업에 대한 지원 : 조달구매에서의 신인도 평가, 중소기업구조개선자금중 지식서비스육성자금 지원, 신용보증기금 및 서울보증보험의 보증심사에서 우대, 품질경쟁력우수기업 선정 및 서비스품질향상 유공기업 및 유공자에 대한 정부 포상.

### 3.3 해외의 관광품질인증 도입사례

관광품질 인증제를 도입하여 실행하고 있는 대표적인 나라로는 뉴질랜드, 홍콩, 그리고 스페인 꼽을 수 있다. 스페인에서는 2000년 4월부터 관광산업 전분야(호텔, 여행업, 식당업, 캠핑촌, 스키장과 산악관광, 민박 등)에 걸쳐 관광상품 Q마크 제도를 도입하여 실시하고 있다. 품질관리 Q마크의 심사항목으로는 서비스의 질, 종업원에 대한 동기부여, 해당회사의 제도적 관리, 불편처리실태, 지속적인 서비스 향상 프로그램의 실시여부 등을 심사한 다음 인증여부를 결정하고 있다.

또한 아시아 최고의 관광목적지 중의 하나인 홍콩도 지난 2000년부터 관광서비스품질(QTS; Quality Tourism Services) 인증제도를 도입하여 실행하고 있다. QTS란 홍콩관광진흥청이 마련한 품질인증제도로 홍콩을 찾는 외국관광객들에게 믿을 수 있는 서비스를 제공하기 위하여 환경(물리적 위치), 상품과 서비스의 제공과정, 종사원, 서비스시스템의 5가지 분야에서 세부평가기준을 개발하여 이의 평가기준에 적합한 업체에게 QTS마크를 사용할 수 있도록 하고 있다. QTS 마크가 부착되어 있는 상점 또는 레스토랑은 매년 시행되는 엄격한 평가를 통과한 업체로 가격을 정확하게 명시하는 등 관광객들에게 믿을 수 있는 상품과 서비스를 제공함으로써 서로 윈윈할 수 있는 계기가 되고 있다. 특히 홍콩관광진흥청에서는 QTS의 홍보를 위하여 여러 나라로부터 평가홍보단을 모집하여 100% 공짜로 홍콩여행을 실시하고 있으며, 홍콩 QTS 평가 홍보단은 홍콩을 방문해 QTS 마크가 부착된 상점과 레스토랑을 직접 방문하고 체험해 봄으로써 QTS 제도의 특징을 체험하고 각종 미디어를 통해 QTS와 홍콩을 알리는 객원 마케터로서 활동하게 된다. 객원 마케터가 되면 홍콩 체험시 3박4일 여행권과 20만원의 여행 지원금까지 주어져 홍콩의 매력을 특특히 체험할 수 있도록 하고 있다.

그리고 뉴질랜드에서는 지금까지의 관광산업 발전을 위한 노력이 양적인 성장에 초점을 맞춘 것이었음을 인식하고, 앞으로는 질적인 성장관광산업을 육성하고자 1999년 국가 인증제도인 Qualmark 제도를 도입하였다. Qualmark 등급제는 숙박·음식·교통 및 모든 관광 관련 업체에 대해 공식적으로 정부가 부여하는 품질보증마크를 말하는데, 5단계로 구분되어 있다. 뉴질랜드의 품질인증 등급은 <표 6>에서 보는 바와 같이 별 하나인 'acceptable' 단계부터 다섯 개인 'exceptional' 단계까지 5등급으로 나누어 관리하고 있다. 현재 전국에 걸쳐 대략 2000여 개의 관련 업체들이 Qualmark 인증을 받았으며, 이는 관광객들이 관광서비스업체를 선택하는데 있어 좋은 판단기준이 되고 있다.

< 표 6 > 뉴질랜드의 관광품질인증 등급

등 급		내 용
★	Acceptable	고객의 최소한의 요구 충족, 기본적이고 양호한 시설 및 위생 상태
★★	Good	최소한의 고객 요구사항 이상 충족, 약간의 추가적인 시설 및 서비스 제공
★★★	Very good	다양한 시설 및 서비스를 제공하며, 높은 수준의 서비스 제공
★★★★	Excellent	매우 넓은 범위의 수준 높은 시설 및 서비스 제공하며, 이러한 서비스를 지속적으로 제공함.
★★★★★	Exceptional	뉴질랜드 최고 업체

이러한 노력으로 뉴질랜드는 10여 년 동안 전 세계 관광객들이 방문하고 싶은 나라 5위권 이내에 지속적으로 뽐히고 있으며, 관광산업이 제 1위 산업으로 성장하는데 크게 기여하는 것으로 나타났다. 특히 관광청에서는 2013년까지 방문객 숫자는 31% 성장한 316만 명을 추산하고 있으며, 이들이 지출하는 비용은 100억 뉴질랜드달러를 초과할 것으로 예상하고 있다.

최근 이러한 성과를 바탕으로 Qualmark에서는 기존의 단계에서 한 단계 업그레이드를 시켜 환경인증제인 Qualmark Green'제도의 도입을 추진하고 있다. 뉴질랜드에서는 청정이미지가 관광객을 끌어 들이는 가장 큰 요소임을 인식하고, 청정자연의 지속적인 보존 및 기존 이미지의 유지를 위해 오는 2008년 8월부터 세계 최초로 환경인증제를 도입하기로 한 것이다. 환경인증제에서는 에너지, 물, 쓰레기, 지역사회 참여도, 자연보호 활동의 다섯 가지 분야에 대한 심사항목을 기준으로 평가하고 있다. 이 제도는 기존의 별 시스템에서 평가하던 고객 서비스·시설·위생 등의 항목 외에 환경과 관련된 다섯 가지 평가요소가 추가된 것으로, 기존

Qualmark 보유 업체들도 최소한의 환경보호 정책을 시행해야 한다는 것을 보여주고 있다. 더 나아가 우수 업체에 대해서는 금·은·동 의 세 등급으로 인센티브를 부여하기로 했으며, 이를 제대로 시행하지 못하는 업체의 경우 기존에 부여한 별 등급의 감점 및 인증 취소로까지 연결될 수 있다(윤형욱, 2008). 이 제도의 시행을 위해 Qualmark가 제시한 가이드라인에 의하면, 최상위 단계인 금 등급을 받기 위해 업체는 먼저 심사분야에 대한 최소한 25가지 이상의 실천 계획을 담은 보고서를 제출해야 하며, 이의 시행에 대해 Qualmark의 감독을 받도록 돼 있어 있다. Qualmark는 이 제도의 시행으로 기존에 이미 환경보호를 적극적으로 시행해 온 업체에 대해서는 국가가 인증한 등급을 부여함으로써 인센티브를 부여하고, 아직 구체적인 방법을 몰라서 환경보호 전략을 도입하지 못한 업체에 일정한 가이드라인(guideline) 제시를 통한 동참을 유도함으로써, 뉴질랜드의 전반적인 청정 이미지 제고 및 궁극적으로 관광객 수의 증가와 향후 지속 가능한 관광산업 발전을 꾀하고 있다.

전 세계적으로 환경에 대한 관심이 급증하고 있는 상황에서 이미 청정국가로의 이미지가 확고한 뉴질랜드가 앞장서서 이러한 제도를 세계 최초로 도입, 미래 성장동력의 하나인 관광산업의 지속 가능한 발전을 계획한다는 점에 특히 주목할 필요가 있는데, 이는 우리나라의 관광산업 발전을 위한 계획 수립에 많은 시사점을 줄 수 있다. 특히 환경보전을 통한 수출 및 경제성장이라는 측면을 주목해, 향후 우리나라 관광산업 발전을 위한 벤치마킹이 필요할 것으로 판단된다.

#### IV. 제주관광지등급제의 문제점과 제도정착을 위한 방안

본 절에서는 제주도에서 실행하고 있는 관광지등급제에 대한 개요와 함께 문제점을 살펴보고, 이를 해결하기 위한 방안을 모색하고자 한다.

##### 4.1 제주도의 관광지등급제

###### 4.1.1 관광지등급제 시행목적

- 도 전역에 분포되어 있는 관광지(시설)에 대하여 매력도, 안내체계, 편의시설, 종사원서비스 등 다각적인 면에서 종합적으로 평가하여 등급화하여 체계적이고 효율적으로 관리하기 위한 목적.
- 이들 관광지의 매력성을 지속적으로 증대시켜 나감은 물론 관광품질향상으로 관광인프라



구축 및 관광객의 증진도모

4.1.2 평가기관과 평가위원

- 지정기관 : 제주특별자치도
- 평가기관 : (사)제주특별자치도 관광협회(민간위탁)
- 평가위원 구성: 10명 이내(관광협회). 한국관광공사제주권협력단, 관광관련교수, 관광전문가, 박물관/미술관/식물원/석물원 등 교수 전문가 등으로 구성

4.1.3 평가기준과 배점

- 현장평가(50%), 고객설문조사(20%), 관광지현황평가(20%), 관광불편사항(10%). 관광불편사항접수건당 2.5% 감점(최근 2년간)
- 현장평가내용(평가단의 공개평가) : 평가대상 관광지 유형별로 약간에 차이가 있으나 관광자원매력도 및 가격적정성(30-32점), 홍보체계(6-8점), 정보제공(14-19점), 시설이용편의성(30점), 종업원친절도(15-18점)으로 구성되어 있으며 총 100점에서 50% 반영
- 관광지현황평가내용(서면질의로 내용을 확보하여 평가): 자본투자 및 효율성(30점), 경영성과(25점), 관광수입(20점), 관광고용(20점), 홍보체계(5점)로 구분하여 총 100점에서 20%반영
- 고객설문조사내용(고객설문) : 고객설문내용은 총 20문항으로 항목별 5점 척도로 평가하여 총 100점에서 20% 반영(관광지매력, 다양한 체험가능, 입장료의 적절성, 식음료 및 기념품가격의 적정성, 홈페이지 이용편리성, 관광지 문의방법의 다양성, 시설물안내표지판, 주변도로와의 접근성, 화장실 이용편리성, 기념품판매소의 이용편리성, 충분한 휴식공간, 기타부대시설, 관광지의 청결성, 관광지의 안전성, 종사원의 고객응대성, 종사원의 용모 및 유니폼착용상태, 종사원의 친절성, 종사원의 관광지 지식 총 20문항)
- 관광불편사항은 도 및 관광협회에 접수된 관광불편사항 접수건수에 의하여 평가
- 추가조정점수(최소 -6점에서 최대 +6점까지 가감 가능) : 관광지에 대한 전반적 만족도, 재방문 의사, 추천의사에 대한 설문항목에서 매우불만족(-2), 불만족(-1), 보통(0), 만족(+1), 매우 만족(+2) 가산점을 부여함

4.1.4 등급별 점수 및 등급적용기준

- 평가결과 총점수를 기준으로 90-100점 인 경우 특1등급을 부여하고, 80-89점인 경우에는

특2등급, 그리고 70-79점인 경우에는 특3등급을 부여함, 50-69점에 해당되는 관광지는 현행과 같이 관리 운영함. 그러나 50점 미만인 경우나 등급평가거부업체는 도에서 발행하는 홍보물에서 제외하고, 70점 이상 우수(베스트)관광지에 대한 등급표시를 돌하르방모형으로 표시함.

#### 4.1.5 인센티브

- 우수관광사업체지정서 교부 및 인증마크 사업장 개시
- 관광객 유치상품개발 및 홍보비 지원
- 도 및 관광협회 홈페이지 등을 통한 홍보
- 홍보안내책자에 우선 게재 및 행정시책참여 우선권부여
- 평가결과 품질이 떨어지는 관광지는 도에서 발행하는 홍보물 등에서 제외

## 4.2 제주관광지 등급제의 문제점

앞에서 제주관광지 등급제 운영방안에 대하여 살펴보았는데, 관광지등급인증제의 제도와 실행상의 문제점을 지적하면 다음과 같다.

첫째, 인증제(등급제)실행목적의 달성가능성에 대한 문제점을 들 수 있다. 추진목적에서 관광지에 대한 매력도, 안내체계, 편의시설, 종사원 서비스 등을 종합적으로 평가하여 관광지의 매력성을 지속적으로 증대시켜 나감과 동시에 관광인프라 구축 및 관광객의 편의를 증진시키기 위한 목적이라고 제시하고 있으나 과연 이러한 항목이 우수하다면 매력적인 관광지로서 관광객을 유인할 수 있는가에 대한 심도있는 검토와 논의가 필요하다고 판단된다. 이에 대해서는 평가항목에서 다시 설명하기로 한다.

둘째, 평가항목의 구성과 배점상의 문제점이다. 평가단에 의한 공개평가항목을 살펴보면 서비스의 본질적인 요소에 대한 평가점수는 낮은 반면에 주변적이고 부수적인 요소에 대한 점수가 매우 높은 비중을 차지하고 있는 것으로 나타나고 있다. 예를 들어 가장 중요한 항목이라고 판단되는 관광자원의 매력도 부문에서 총점30점에서 15점(50%반영비율을 감안한다면 100점 만점에 7.5점 반영됨)으로 그 비중이 매우 낮게 반영되고 있으며, 홈페이지, 문의방법, 안내표지판 등 정보제공에 대한 비중이 17-21점, 홍보체계에 대한 비중이 6점으로 총합 23-27점 정도가 정보제공의 여부에 너무 많은 비중을 두고 있다. 또한 부대시설의 이용편의성에 30점을 부여하는 등 유형시설에 관한 비중이 너무 높게 평가되고 있어 전체적으로 관광매력도 혹

은 품질을 평가하기에는 무리가 있으며, 또한 관광객들에게 제공되는 정보에 왜곡현상이 발생할 소지가 매우 높다고 여겨진다. 특히 인증을 위한 평가기준과 가중치의 체계에 따라 신청업체에 대한 인증여부가 달라질 수 있기 때문에 매우 신중한 검토가 필요하다.

셋째, 평가항목의 중복성 문제이다. 등급제 평가는 전문가로 구성된 평가단이 평가하는 공개 평가와 관광객이 평가하는 설문조사로 구성되었는데, 이들 항목을 살펴보면 평가항목이 중복되고 있음을 알 수 있다. 즉 평가단에 의한 평가결과와 관광객의 설문조사 결과가 일관된 결과를 보이는 경우에는 큰 문제가 없으나 평가단에 의한 결과는 높게 나오는데, 관광객의 설문조사의 결과에는 낮게 나오는 경우에는 문제가 심각해질 수 있다. 물론 편의(bias)를 줄이기 위한 방안으로 중복평가를 할 수 있겠으나 실질적인 관광매력도를 평가하기 위해서는 소비자 위주의 평가비중을 높이는 방안을 강구할 필요성이 있다.

넷째, 안전 및 환경에 대한 평가항목이 미흡하다는 점이다. 안전에 대한 평가항목이 있으나 3점(50%시 1.5점)으로 비중이 매우 낮게 평가되고 있다. 특히 안전에 대한 평가항목은 절대적인 기준치를 넘어서는 경우에만 인증을 부여하는 방안을 강구할 필요가 있다. 또한 환경에 대한 관심이 중요해지는 시점에서 뉴질랜드의 사례와 같이 환경에 대한 평가항목을 추가하는 방안을 모색할 필요가 있다.

다섯째, 인증업체에 대한 실질적인 혜택이 미흡하다는 점이다. 현재 인증업체에 대한 인센티브는 인증서 교부 및 인증마크 게시, 관광객 유치상품개발 및 홍보비 지원, 도 및 관광협회 홈페이지를 통한 홍보, 홍보안내 책자에 우선게재 및 행정시책 참여 우선권 부여로 나타나 있다. 이와 같은 선언적 문구와 지원 정책만으로는 적극적으로 인증을 받으려고 누가 노력을 하겠는가?

#### 4.3 관광지품질인증제의 정착을 위한 방안

앞에서 언급한 관광지 품질인증제와 관련된 문제점을 해결하고 인증제도가 시급히 정착되기 위해서는 다음과 같은 사항에 염두를 두고 실행해나갈 필요가 있다.

첫째, 인증제(등급제)에 대하여 관련업체로부터의 신뢰성과 공감성을 확보하는 것이 필요하다. 아무리 좋은 제도라 하더라도 해당업체들이 공감하지 않는다면 아무 소용이 되게 된다. 따라서 관련업체들이 인증제의 취지와 목적에 공감하고 적극적으로 참여하는 분위기를 조성하는 것이 필요하다. 특히 인증제가 관련업체를 통제하거나 옥죄이기를 위한 수단이 아니라 제주관

광의 활성화와 더불어 서비스 경쟁력을 높이고 서로 윈윈하기 위한 방안이라는 것을 적극적으로 홍보할 필요가 있다. 적극적인 홍보를 통하여 관광객과 관련업체의 신뢰도를 제고하고, 인증을 받은 기업에게는 강력한 인센티브를 제공함으로써 적극적으로 인증에 참여할 수 있도록 해야 한다.

둘째, 결과적 품질인증보다는 총체적 품질인증으로 전환하는 것이 필요하다. 관광지인증평가의 목적이 고객에게 유용한 정보를 제공하는 것뿐만 아니라 관광업체에게도 품질향상 노력을 경주하도록 하는 것이다. 따라서 결과에 따른 품질을 측정하기 보다는 총체적 품질향상 노력을 측정하는 방안이 요망된다. 현재 제공되는 서비스의 품질을 사후적으로 측정하는 것도 중요하지만 신뢰성 있고 품질 좋은 서비스가 지속적으로 창출될 수 있도록 MBNQA에서 평가하고 있는 리더십과 전략, 시스템의 운영과정과 인적 품질 등을 측정하기 위한 설문을 도입하는 것이 더욱 바람직스럽다. 향후 이와 같이 총체적 품질인증으로 전환하기 위한 방안을 강구할 필요가 있다.

셋째, 평가항목 배점을 조정할 필요가 있다. 앞에서 설명한 바와 같이 현재의 평가항목의 배점은 다분히 자의적인 측면이 강하다. 따라서 인증의 실질적인 효과를 보기 위해서는 평가항목의 배점에 대한 세밀한 검토가 필요하다. 현재 관광지 매력도에 대한 배점을 높이고 보조적인 시설에 대한 비중을 낮추는 방안을 검토할 필요가 있다. 또한 동일한 항목에 대하여 평가단과 설문조사에서 중복 평가되고 있는데 이에 대한 조정이 이루어져야 한다. 예를 들어 고객의 설문조사에 대해서는 SERVQUAL 측정지표나 KS-SQI(Korean Standard- Service Quality Index)을 이용하여 측정할 수 있을 것이다. 무엇보다도 인증을 받기 위한 평가지표와 배점은 매우 중요하다. 평가지표나 배점, 그리고 가중치에 따라 인증여부와 등급이 달라지기 때문에 합리적인 평가항목과 배점에 대한 논의와 함께 관련당사자들이 합의가 이루어져야 한다.

넷째, 인증제에 대한 명확한 법적 근거를 명시할 필요가 있다. 인증제도가 업체로부터 권위와 신뢰를 부여받기 위해서는 운영기구를 관련법에 명문화시키고 제도의 권위와 지속성을 보장 받도록 해야 한다. 특히 인증결정기관의 평가단구성, 인증심사위원회의 책임 등에 대한 법적인 근거를 마련해야 한다. 적어도 인증제도는 소비자들이 이용할 때 차별성을 두고 일정기준을 통과하여 평가받아서 일일이 소비자가 이용해 보지 않더라도 그 마크를 보면 신뢰가 될 수 있도록 권위가 보장되어야 한다(채예병, 2005).

다섯째, 인증업체에 대한 차별적인 혜택을 부여해야 한다. 인증제도는 동일한 업체에서 보다

차별성을 두고 소비자들에게 신뢰도를 제고하여 경쟁력을 높이는데 목적이 있다면, 그 혜택이 의례적이거나 선언적 의미가 아닌 실질적으로 되었을 때 인증제도는 정착된다. 관광지인증제의 인센티브가 인증마크 게시, 상품개발비 및 홍보비 지원, 홈페이지를 통한 홍보, 행정시책 참여 우선권 부여 등의 혜택만으로는 힘들어서 인증을 받아내려 하지 않을 것이다. 예를 들어 인증업체와 비인증업체간에는 피부로 느낄 수 있는 차별적인 자금지원을 함으로써 인증제도에 높은 관심과 지원을 얻을 수 있으며, 이는 조기에 시스템이 정착될 수 있는 계기가 될 수 있다.

여섯째, 객관적이고 공정한 평가와 신뢰성 확보를 확보하는 것이 필요하다. 모든 제도와 평가의 성공여부는 그 제도가 얼마나 공정하고 합리적으로 운영되는가에 달려있다. 특히 등급제와 인증과 같은 제도에서 차별적인 지원이 이루어진다면 인증을 받기 위한 로비(robbly)가 성행할 수 있다. 심사위원들은 사회적 명성에 비중을 두어 선정하거나 정치적인 영향력으로부터 자유로운 사람들로 그 분야에 전문지식을 충분히 갖추고 객관적이고 공정하게 평가할 수 있는 자를 심사위원으로 위촉하여야 한다. 그리고 평가요소에 대한 사전공지와 평가 후 해당업체에 대해서는 사후적으로 그 결과를 알려주어 평가가 공정하게 진행되고 향후 인증을 받을 수 있도록 자문적인 역할도 수행해야 할 것으로 보인다.

일곱째, 특정항목별 인증에 필요한 최소점수제 도입을 고려할 필요가 있다. 등급결정을 총 점수에만 근거하는 제도는 총체적인 상품의 질 관리 측면에서 일부 항목이 미달하더라도 우수한 업체로 선정될 수 있는 소지가 많다. 따라서 각 항목별로 반드시 충족해야 할 일정 기준을 설정해 두고, 만일 해당 기준에 미달되는 경우에는 등급을 부여하지 않은 방안을 강구할 필요성이 있음. 예를 들어 관광자원의 매력도라든가, 안정성에 대한 점수가 낮다든가, 관광객 설문조사에서 전반적인 만족도, 재방문의사, 추천의사 항목의 점수가 낮은 경우에는 아무리 훌륭한 관광지라 하더라도 등급을 부여를 하지 않도록 하는 방안을 강구할 필요성이 있다.

여덟째, 다양한 평가방식을 도입할 필요가 있다. 심사평가단에 의한 공개평가 과정에서는 높은 평가를 받기 위하여 최대한 노력하겠지만 평가 후에는 관심이 낮아질 수 있다. 이러한 문제점을 해결하기 위해서는 주기적인 평가와 더불어 암행평가방식을 도입하여 병행하는 방안을 검토할 필요성이 있다. 특히 암행평가방식은 비공개로 이루어지기 때문에 업체의 종사자들에게 다양한 요구를 하고 그 대응과정과 처리결과를 심사하는 방식으로 진행되기 때문에 정확한 평가를 할 수 있는 장점이 있다. 암행평가의 실효성을 높이기 위해서는 심사위원의 구성과 평가수행방식이 중요한데, 성별 및 연령 등을 다양하게 하여 심사위원을 구성한 후 평가 전에 예비

뽑기 등과 같은 방식으로 심사위원이 담당업무분야와 임무를 결정하도록 하여 평가의 신뢰성과 객관성을 유지하는 것이 중요하다. 암행평가방식이 어렵다면 일반 고객을 대상으로 비공개 설문조사를 실시하여 서비스의 품질을 평가하는 방식을 활용할 수 있다.

아홉째, 철저한 사후관리와 인증기간의 제한을 사전에 명시할 필요가 있다. 인증제도가 소비자들로부터 인정되고 신뢰를 받기 위해서는 사후관리가 무엇보다도 중요하다. 인증을 받은 업체는 인증을 받기 위해서는 부단한 노력을 경주하지만 인증을 받은 후에는 품질이나 서비스에 소홀히 하거나 관심이 부족할 수 있다. 따라서 인증업체에 대한 사후 모니터링을 통하여 지속적으로 품질과 서비스에 대한 평가를 지속해 나가야 한다. 서비스 품질인증을 받았음에도 불구하고 소비자에게 약속한 품질을 제공하지 못할 경우에는 발생한 피해에 대하여 소비자피해보상제도 등의 제도를 마련할 필요가 있다(조유겸, 여정성, 2006). 그리고 인증기간을 마크에 인증기간을 제한함으로써 향후 인증기간이 종료되더라도 인증마크를 사용하는 사례를 미연에 방지하는 효과를 거둘 수 있을 것으로 판단된다.

열째, 우수등급분야에 따라 다양한 등급을 부여하는 방안을 검토할 필요가 있다. 현재 관광지 인증제의 등급은 특1급, 특2급, 특3급으로 구성되어 있으나, 이러한 방식은 관광객들에게 다양한 정보를 제공할 수 없다. 따라서 세부항목별로 등급을 부여하는 방안을 검토할 필요가 있다. 예를 들어 관광지 매력성(A+, A, B+, B), 서비스 시설(A+, A, B+, B), 종사원의 친절도(A+, A, B+, B)의 3개 항목별로 4등급으로 나누어 A+A B(관광지 매력성 최상급; 서비스 시설 상급; 종사원의 친절도 중급), ABB, BBB 등 품질평가 등급을 달리 표시하는 방안을 고려해 볼 수 있다. 이러한 방법은 관련업체로 하여금 어떤 항목에 노력을 경주할 것인가를 나타냄과 동시에 관광객들에게는 서비스 항목별로 정확한 정보를 제공할 수 있는 장점이 있다.

## V. 결 론

관광지품질인증제는 관광지라는 하나의 제품과 서비스에 대하여 관광객이 받아 들릴 수 있는 최소한의 품질을 보증함으로써 관광객에게는 관광상품과 서비스를 선택하는 경우에 유용한 정보를 제공할 뿐만 아니라 서비스 제공업체에게는 서비스 품질을 향상시키기 위한 노력을 기울이게 함으로써 관광서비스의 품질을 획기적으로 향상시키기 위한 제도라고 할 수 있다. 그러나 품질인증제도가 소기의 의도하는 목적을 달성하기 위해서는 다음과 같은 사항에 유념하여

추진하여야 한다.

첫째, 인증을 받기 위한 평가항목과 평가방법에 대한 신뢰성이 보장되어야 한다. 특히 평가항목과 방법에 대해서는 관련당사자의 합의가 이루어질 수 있도록 타당하고 객관적인 평가항목으로 구성되어야 한다. 특히 평가목적에 따라 평가항목은 매우 달라질 수 있기 때문에 과연 품질인증이 목적이 무엇인지에 대하여 명확한 목적이 선행되어야 한다. 품질인증 목적이 서비스의 품질을 향상시키기 위한 목적이라면 결과품질에 초점을 두기 보다는 인간품질과 과정품질에 많은 비중을 두어야 하며, 고객만족차원의 비중을 강화할 필요가 있다. 둘째, 평가항목의 타당성과 객관성도 중요하지만 특히 평가를 수행하는 인증평가위원들의 공정하고 객관적인 평가를 하는 것이 매우 중요하다. 인증에 따른 혜택이 많은 경우에는 인증을 받기 위한 다양한 방법의 로비와 뒷거래가 있을 수 있으므로 공정성을 유지할 수 있는 평가위원의 선발과 평가능력을 함양시킬 수 있는 프로그램을 마련할 필요가 있다. 특정업체의 인증심사를 하는 경우에 예비뽑기 방식을 이용하여 심사위원을 배정한다거나 연고가 있는 경우에는 배제하는 방안도 마련해야 할 것이다. 셋째, 관광품질인증제가 정착되고 확산되기 위해서는 관련업체들에 대한 품질인증제의 목적과 혜택을 널리 홍보하여 관련업체의 적극적인 참여를 유도해야 한다. 만약 몇몇 업체들만 참여하는 경우에는 원래 의도했던 목적을 달성할 수 없을 뿐만 아니라 업체들로부터도 외면을 받을 수 있으며, 또한 제주를 대표하는 관광업체에서 인증을 받지 않는 경우에는 관광지도나 홍보물에서 제외되는 경우에는 관광객 입장에서 홍보물로서의 가치가 떨어질 수밖에 없으므로 가능하면 관련업체 모두가 참여할 수 있는 분위기를 조성할 필요가 있다.

## 참고문헌

- 김연성 외 3인(2002), 경영품질의 세계기준-말콤 볼드리지, 한연.
- 박동준, 김호균, 윤원영(2007), "ISO 9000 품질경영시스템 관련 연구동향 및 향후 주제: 문헌연구", 품질경영학회지, 제35권 제3호, pp. 99-119
- 연합뉴스, 2008년 2월 21일.
- 유한주(2000), 말콤볼드리지 국가품질상과 일본경영품질상의 특징 비교분석, 품질경영학회지, 제28권 제4호, p. 140-150.
- 윤형욱(2008), 뉴질랜드 관광산업 환경인증제 도입, KOTRA, 2008년 5월 29일 보고서
- 이성태(2006), 관광호텔 등급제도 개선방안, 한국문화관광정책연구원.
- 제주특별자치도(2008), 관광지품질향상을 위한 관광지등급제 시행계획.
- 제주특별자치도와 공공정책연구소 (사)돌봄과살림(2008), 관광지평가지표개발에 관한 연구.
- 조유겸, 여정성(2006), "서비스 품질인증제의 실효성에 관한 연구", 소비자학연구, 제 17권 제 1호, pp.1-20.
- 채예병, "관광 인증 제도에 관한 연구", 관광경영학연구, 제9권, 제3호, pp.521-546.
- 황동열(2008), "국내외 공예문화상품인증제도 비교연구", 한국공예논총, pp.171-195.
- 허순영, 고현우(2007), "경영시스템의 품질경쟁력 평가모형 연구 -ISO 9001 인증기업을 중심으로-", 생산성논집, 제 21권, 제 4호, pp.1-30.
- 한국표준협회 홈페이지 <http://www.ksa.or.kr>