

제주방문 관광객의 펜션형태별 이용객 특성

The Characteristics of Pension Customers by Pension Types for Jeju tourists

최 병 길* · 양 창 용**
(Choi, Byoung-Kil) · (Chang-yong, Yang)

목 차

- I. 서론
- II. 이론적 배경
- III. 실증분석
- IV. 분석 및 결과에 대한 논의
- V. 결론

I. 서 론

그동안 우리나라는 소득수준의 향상과 더불어 최근 주 5일 근무제 도입으로 인해 여가시간이 크게 확대되었을 뿐만 아니라 여가에 대한 인식에서도 커다란 변화를 가져오고 있다. 세계적으로 대중관광시대는 1990년대 이미 끝났고 이후 뉴투어리즘의 시대에 접어들었으며 우리나라의 관광 역시 세계적인 변화와 같은 변화를 보여주고 있는 것도 사실이다. 이제 관광객들은 단순휴식, 단순관광, 소극적 관광활동에서 벗어나 자기개발과 창조적 활동을 보다 더 추구하면서 단체

* 제주대학교 경상대학 관광경영학과 교수, 관광과경영경제연구소 연구원

** 제주대학교 경영대학원, 오름건축 소장

관광보다는 개별관광으로 그리고 관광객이 관광활동에 직접 참여하는 체험형 관광으로 관광형태가 바뀌어 가고 있는 것이다.

관광패턴의 변화는 결과적으로 숙박형태에서도 변화된 모습을 요구하게 된다. 과거 대단위 관광지에 위치하고 있던 호텔, 모텔에 대한 수요보다는 농촌관광, 녹색관광을 추구하는 가족단위 체험형 관광객을 위해 민박이나 새로운 형태의 숙박시설인 펜션이 새롭게 관광객들에게 각광을 받기 시작하였다. 가족단위 체험형 관광객의 비중이 전체 관광객 구성에서 있어 증가하는 추세에 따라 펜션은 시장의 수요에 대응하는 틈새시장으로 주목받기 시작하였다.

국내에서 펜션이 도입된 것은 2000년 1월 28일 제주도개발특별법과 8월17일 제주도 개발특별법 시행령, 같은 해 11월14일 조례개정공포를 통해 제주도에서 30개 사업장을 선정하여 펜션을 허가하면서부터이다. 이후 강원도와 경기도를 중심으로 펜션은 비약적으로 증가하여 4년 이후 2003년도에는 그 숫자가 전국에 1,000여개에 이르게 되었고 현재도 규모는 크게 확대되고 있는 실정이다.

이와 같이 펜션산업이 새롭게 각광을 받기 시작하면서 제주지역 경제에 있어서 차지하는 비중 또한 계속 증대되고 있다. 그러나 짧은 기간동안 펜션숙박시설의 공급 확대는 이에 따른 많은 부작용을 가져오고 있는 것도 사실이다. 새로운 관광수요가 창출되지 않은 상황에서 숙박시설의 공급과잉은 기존 숙박업에 많은 어려움을 가져다주고 있다. 특히 펜션수요가 기존의 호텔수요를 대체하면서 제주도내 호텔업의 영업수익에도 부정적인 영향을 미치고 있다. 또한 아직 펜션업에 대한 법률적 정비가 이루어지지 않은 상황에서 펜션업의 건축허가로 인해 기존의 민박업과의 관계도 정립되어 있지 않은 것도 사실이다.

제주관광이 장기적인 관점에서 지속적인 발전을 이루기 위해서는 관광숙박업의 수요와 공급에 대한 체계적인 분석이 이루어져야 한다. 숙박업은 관광산업 가운데 그 비중이 가장 높은 산업이고 관광객의 관광만족 역시 숙박부분에서의 만족이 이루어져야 전체적인 만족도를 가져올 수 있기 때문이다. 따라서 관광숙박업에서 수요와 공급의 불균형은 제주관광의 경쟁력을 악화시키는 원인을 제공할 수도 있을 것이다. 본 연구에서는 이 같은 문제인식을 바탕으로 수요적 측면에서 제주방문관광객의 관광행태특성과 펜션이용 특성을 살펴봄으로써 펜션산업에 대한 이해를 도모하고자 하는데 그 목적이 있다.

Ⅱ .이론적 배경

2-1. 펜션의 개념 및 유형

1) 펜션의 개념

펜션(pension)은 연금이라는 뜻으로 고대 그리스의 여러 도시에서 여행자에게 빵과 와인을 무료로 제공하는 민박이라는 뜻에서 시작되었고, 선진국에서는 펜션을 정년퇴직한 부부가 연금과 민박 경영으로 여생을 보내는 뜻에서 유래되었다. 프랑스에서는 이를 팡시옹(pension)이라 부르며, 영국과 미국에서는 B&B(Bed and Breakfast), 독일에서는 게스트하우스(guest-haus), 호주와 뉴질랜드에서는 로지(lodge)가 펜션의 유사한 형태다(이경호, 2003).

펜션과 유사한 개념들이 현행 법률에 의해서도 정의되고 있으나 그 구체적 규정에는 약간의 차이가 있다. 즉, 관광진흥법에 의해 ‘관광펜션업’은 “숙박시설을 운영하고 있는 자로서 자연·문화체험관광에 적합한 시설을 갖추어 이를 관광객에게 이용하게 하는 업”으로 정의되어 있다. 또한 제주국제자유도시특별법에 의해서 ‘휴양펜션업’은 “관광객의 숙박·취사와 자연체험관광에 적합한 시설을 갖추어 이를 당해 시설의 회원, 공유자, 그 밖에 관광객에게 제공하거나 숙박 등에 이용하게 하는 업”으로 정의된다.

현재 우리나라에서 사용하고 있는 펜션이라는 용어는 프랑스에서 유래된 팡시옹의 개념을 빌려온 것이나 법적으로는 그 개념과 다소 차이점을 갖고 있다는 것을 알 수 있다. <표 2-1>에 의하면 전국적으로 관광펜션업이라는 명칭을 갖고 있는데 비해 제주도에서는 휴양펜션업이라는 명칭을 갖고 있다. 관광펜션업과 휴양펜션업은 같은 이름을 갖고 있으나 이처럼 법적 적용에서 크게 차이가 있기 때문에 그 의미에는 커다란 차이가 존재한다. 예를 들면, 시설규모면에서 최대 허용객실수에서 30실과 10실은 경영적인 측면에서 시사하는바가 크다. 10실 이하는 프랑스에서 적용하고 있는 민박의 개념에 보다 충실하다고 할 수 있으나 30실규모는 펜션보다는 콘도의 성격을 갖고 있다고 볼 수 있기 때문이다<표 2-1>.

본 연구에서 적용하고자 하는 펜션에 대한 정의는 ‘저렴한 가격으로 호텔 정도의 시설을 갖추고 서비스를 제공하고 가족적인 분위기를 갖춘 소규모의 콘도형 숙박시설’이라고 정의하고자 한다.

<표 2-1> 관광펜션업과 휴양펜션업 지정기준

구 분	관광펜션업	휴양펜션업	비고
관련법	관광진흥법	제주국제자유도시특별법 및 제주도 조례	
층 수	3층 이하	2층 이하	
객 실	30실 이하	10실 이하	
안내표기	외국어 안내표기	2층 이하	
지역	전국(제주도제외)	제주도	
시설기준	취사 및 숙박에 필요한 설비	거실·현관·욕실·화장실 및 취사시설	
부대시설	바비큐장, 캠프파이어장 등 주인의 환대가 가능한 1종류 이상의 시설	체험농장용(660㎡ 이상) 또는 목장(10,000㎡ 이상) 확보여린이 놀이터, 간이골프연습장, 게이트볼장, 풀장, 바비큐장 등 이용시설 중 2종 이상	

자료 : 관광진흥법, 제주국제자유도시특별법 및 제주도 조례, 2003년.

2) 펜션의 유형

펜션산업의 국내도입이 얼마 되지 않기 때문에 이에 대한 연구는 매우 부족한 형편이다. 펜션의 유형 역시 체계적이고 일정한 기준에 따라 구분되고 있지 않다. 기존에 제기된 펜션 유형은 단지의 규모, 건물형태 및 경영방식에 따른 구분이 소개되고 있다(오명훈, 2003).

① 규모에 따른 분류

가. 독립형 펜션

본인의 자본으로 펜션을 짓는 방법으로 본인의 거주공간과 객실을 동시에 지어 전원생활과 더불어 수익을 확보하는 유형이다. 펜션창업의 가장 일반적인 방법으로 주로 퇴직자가 노후생활 영위나 전원생활을 원하는 이들이 선택하는 방법이다.

나. 단지형 펜션

관광지나 레저시설이 가까운 곳에 대규모 용지를 택지로 개발하고 개인투자자를 모집하여 분

양하고, 일정 세대 이상의 펜션단지를 개발하는 유형이다.

② 경영방식에 따른 분류

가. 자가경영형

주인이 직접 살면서 운영을 함께 하는 방식으로 주인 가족이 손수 손님을 맞아들이고 서비스를 하는 경우이다. 현재 많은 펜션들이 자가운영 방식으로 운영되고 있는데 대부분이 단독형의 개별펜션들이다.

나. 위탁관리형

전문관리회사에서 예약, 운영, 홍보까지 모든 경영을 전문적으로 해주기 때문에 자가경영에 비해 편하게 일정한 수입을 보장받을 수 있다. 수익은 관리회사가 전체수익의 30 ~ 50%를 갖고 투자자에게 월정액으로 수익을 주는 게 보통인데, 잘 되는 곳은 수익률이 연 15%도 나오지만 평균 10 ~ 12%정도가 일반적으로 알려져 있다. 최근 펜션이 부동산 투자상품으로 급부상하면서 대형의 단지형 펜션들이 위탁관리 방식을 채택하여 운영되고 있다.

③ 건물형태에 따른 분류

가. 일체형(집합형)

일체형은 주인집과 모든 객실이 건물 한 동에 함께 있는 형태를 말하는데, 2층 정도의 규모에 아래층에 4 ~ 8개의 객실이 있고 2층에는 주인가구의 살림집이 있는 형태가 일반적이다.

나. 방갈로형(독립형)

별채형 펜션이라고도 하는데 한 동에 여러 개의 객실이 배치되는 것이 아니고 주인가구는 독립공간에 거주하며 객실은 적은 평수의 방갈로를 그 주변에 배치하는 형태로 일체형보다 보다 더 독립된 공간으로 프라이버시가 보장되는 것이 특징이다. 따라서 프라이버시를 보장받고자 하는 젊은 층이나 다른 이용객들을 배려하는 어린이동반 가족 이용자들에게 인기가 있다.

④ 기타

이외에도 펜션과 함께 전원카페나 식당 등을 겸하는 전원카페형 펜션, 동일한 취미나 테마를 갖고 있는 사람들이 모여 살면서 자연스럽게 펜션단지를 만들어 가는 동호인형 펜션

(co-housing), 기업체에서 집을 지어 직원들의 연수원으로 사용하면서 나머지 시간이나 공간을 펜션으로 운영하는 형태의 연수원형 펜션, 그리고 요양형 펜션 등으로 구분하기도 한다. 특히 테마를 중심으로 최근에는 래프팅이나 패러글라이딩, 별자리를 연구하는 모임 등을 위한 전문 펜션도 등장하고 있다.

펜션의 규모에 따라 독립형 펜션과 단지형 펜션으로 구분하고 있는데 반해 일반에서 통용되는 펜션의 개념과 법적으로 정의된 유사개념을 종합하여 주택의 형태와 입지조건, 용도, 시설 및 관리방식 등 다양한 속성에 근거하여 전원형 펜션의 개념을 조작적으로 정의해 구분한 경우도 있다(이훈석, 2004). 또한 주택의 형태 측면에서 보면 관광진흥법상의 관광펜션업과 제주도개발특별법 등을 기준으로 공동주택이 아닌 단독주택으로서 3층 이하의 건물로 한정하여 펜션을 기존의 콘도형 시설이나 일반민박과 구분하거나, 입지조건 측면에서는 도시를 벗어난 농촌 지역에 위치한 주택으로 펜션의 한계를 규정하고 있다. 그리고 주택의 용도면에서는 주인 또는 위탁관리인의 거주목적과 일반 이용객의 숙박 목적이 동시에 혼합된 경우이면서 단순 숙박목적의 시설이나 객실이 10실을 초과하는 숙박시설은 펜션업에서 제외하고 있다.

본 연구에서는 제주도가 관광지이면서 대부분의 펜션이용객이 관광객 위주의 숙박시설이라는 관점에서 펜션의 유형을 체험(전원)형 펜션과 숙박형 펜션으로 구분하여 이용자들의 특성을 살펴보고자 한다. 따라서 체험(전원)형 펜션은 단독주택으로서 농촌지역에 위치해 있으면서 주택 용도는 주거 및 숙박 목적을 동시에 갖고 있으며, 시설주인이 상시거주하면서 직접관리하는 경우에 해당된다. 시설수준은 호텔수준의 고급시설을 갖추고 있으며 다양한 편의시설 및 부대시설들을 갖추고 있는 경우에 해당된다.

<표 2-2> 체험·전원형 펜션의 유형

구분	체험·전원형 펜션의 개념		
주택형태	단독주택		공동주택
위치	비도시지역		농촌지역
주택용도	주거	주거 및 숙박	숙박
시설수준	보통민박		고급민박
관리방식	직접관리		위탁관리
관리인 거주형태	비거주		상시거주

주) 음영부분이 체험·전원형 펜션의 개념에 포함되는 유형임

3) 국내의 펜션업 운영 현황

제주도 및 강원도, 경기도를 중심으로 2001년까지 불과 200여개의 펜션이 영업 중이던 것이 2003년 들어 충청도, 경상도, 전라도에까지 시장이 확대되었다. 아직까지 정부의 통계나 관련협회의 부재로 정확한 통계는 알 수 없으나 2003년 현재 전국적으로 약 400 ~ 500여 개의 펜션이 영업 중인 것으로 알려지고 있으며, 관련업계 종사자들의 말을 빌리자면 2004년에는 펜션 수가 1,000여개에 육박할 것이라고 전망되고 있다(오동훈 외 2, 2003).

펜션업체 중의 하나인 휴펜션(<http://www.huepension.com>)에서 추정한 우리나라 펜션업의 라이프사이클 단계를 살펴보면 <표 3>에서 보듯이 2000년에 도입된 이후부터 2002년까지는 도입기로 보고 있으며, 2005년까지는 성장기, 2006년 이후는 성숙기로 보고 있다. 2002년까지는 400여 개에 불과했던 펜션시장의 규모가 2003년 들어 급속한 증가세를 보여서 2005년에는 3,000여개에 육박할 것으로 예상하고 있다.

<표 2-3> 펜션시장 규모의 현황과 전망

구분	2000년	2001년	2002년	2003년	2004년	2005년	2006년	2007년
시장성숙도	도입기			성장기			성숙기	
전국 펜션수(단위: 동)	70	200	400	1,000	2,000	3,000	4,400	5,100
매년 증가 펜션수	-	130	200	600	1,000	1,400	1,000	700
시장규모(단위:억원)	245	455	700	2,100	3,500	4,900	3,500	2,450

자료: 휴펜션(<http://www.huepension.com>)

제주도는 제주국제자유도시특별법에 의거 휴양펜션업 조항이 신설되어 있으며, 유사한 업종으로 '관광펜션업'이 현재 관광진흥법 개정안에 포함되어 있다. 제주국제자유도시특별법상의 휴양펜션업 현황을 보면 <표 4>와 같이 2004년 9월 현재 제주시 7개소, 서귀포시 1개소, 북제주군 3개소, 남제주군 10개 총 21개소 178개 객실수를 가지고 운영 중에 있다.

<표 2-4> 제주지역 휴양펜션업 현황

구분	2004년 9월 현재	2005년 9월 현재	2006년 9월 현재	2007년 9월 현재
개소	7	1	3	10
객실수	39	9	59	178

자료: 제주도, 2004. 9. 30. 현재

제주도의 경우 펜션, 펜션형 콘도, 펜션형 민박, 펜션형 리조트 등 펜션 관련 명칭으로 영업 중인 업소는 2003년 말 현재 약 270~290여개 소에 이르는 것으로 추정되고 있다. 하지만 이들 중 펜션업으로 허가를 받은 업소 21개소를 제외하면 기존의 단순 민박이나 콘도의 형태가 펜션의 이름만을 빌려 쓰는 형태가 대부분이다(김대승 외 1, 2002). 따라서 본격적으로 펜션업이 성장기에 접어들면서 한국식 펜션업에 대한 규정 및 구분 작업의 필요성이 제기되어 문화관광부에서는 2003년 8월, 관광진흥법 시행령을 개정하여 펜션업을 관광편의시설업으로 지정하게 되었다. 제주지역 각 시군의 홈페이지의 민박현황을 비롯한 관련 사이트를 분석해 현황을 정리한 결과는 <표 5>와 같다.

<표 2-5> 제주도 민박 및 펜션현황(2003년 3월말 현재)

지역	구분		개소	지역	구분		개소	
제주시	이호해수욕장 지구민박		43	서귀포시	구시가권		30	
	용두암 지구민박		12		신사가권		33	
	기 타		28		중문권(I)		73	
	외국인 민박		254		중문권(II)		79	
	계		337		계		215	
북제주군	민박	동부권	구좌읍	61	민박	동부권	남원읍	7
			조천읍	163			성산읍	11
			추자면	52			표선면	7
			우도면	17			대정읍	1
			한림읍	121			안덕면	13
		서부권	애월읍	53	계		39	
			한경면	18	관광펜션	동부권	남원읍	1
			계				485	성산읍
		민박	동부권	구좌읍			1	표선면
				조천읍		8	서부권	대정읍
	추자면					안덕면		3
	우도면			1		계		9
	서부권		한림읍	3		계		9
		애월읍	17	계		9		
		한경면	4	계		9		
계		34	계		9			

자료 : 제주도 펜션·민박 협의회, 「제주지역 민박형 펜션 이용객의 이용성향 분석」, 2004

2-2. 선행연구동향

1) 공급측면에서의 접근

국내 펜션시장이 짧은 시간동안 급성장 하게된 원인은 2002년부터 점차 도입하게 된 주5일 근무제 확산에 따른 여가시간의 증대, 개인소득 수준의 향상에 따른 수준 향상에 따른 소비지출의 확대 및 소비문화의 변화 그리고 자동차보급의 확대와 도로망의 확충, 레저문화 확산과 레저 활동 인구의 증가 등으로 볼 수 있다. 또한 IMF이후의 고금리에서 갑자기 저금리시대로 접어들기 시작하면서 새로운 투자대상으로 펜션을 선택하는 것도 하나의 요인으로 작용하고 있다.

그러나 우리나라에 새롭게 소개된 펜션업은 기존의 숙박시설과는 분명한 차이점을 가지고 있기 때문에 펜션업이 성공을 거두기 위해서는 기존의 숙박시설과는 다른 영업전략이 필요하다고 할 수 있다. 펜션업은 그 성격이 숙박시설의 제공과 투숙객이 즐길 수 있는 부대시설이나 환경을 갖추고 있어야 펜션업의 고유한 성격을 유지할 수가 있는 것이다. 따라서 펜션업이 성공을 거두기 위해서는 어디에, 어떻게 펜션이 지어져야 하는가 하는 공급측면에서의 펜션업을 살펴볼 필요가 있다.

이에 관한 연구로는 우선 펜션의 입지성의 중요성을 강조한 연구를 찾아볼 수 있다. 펜션업은 입지가 영업수익과 관련이 깊기 때문에 부지선정이 매우 중요하며, 테마를 가지고 있는 시설적 측면에서 외양은 자연친화적이어야 하며 프라이버시가 보장되는 객실공간, 취사설비 등을 갖춘다는 측면에서 기존의 민박과 구별되어져 한다는 것을 강조하고 있다(오동훈, 2003).

펜션의 운영형태와 서비스 형태에 관한 연구(김인호 · 김신원, 2003)로서 강조한 부분을 살펴보면 펜션 또는 펜션단지에서 볼 수 있는 개성 없는 단지 조성 및 운영방식에서 탈피하여 특별한 테마를 지닐 수 있어야 한다는 것을 강조하고 있다. 특히 분양자 및 고객의 편의를 위해 전문회사에서 일괄적인 관리 및 예약, 홍보 서비스를 할 수 있는 방식을 채택할 것과, 부지내 공지를 넓게 확보하여 각종 이벤트 및 휴식공간 확보에 우선적인 주안점을 두고, 부지가 지닌 입지조건에 불리함에서 오는 편의시설의 부족현상을 단지 안에 관리동을 배치함으로써 해결하는 것이 바람직하다고 하였다. 마지막으로 각각의 필지 내 조정공간을 분양자들의 취향 및 개성을 고려하여 자신이 직접 가꿀 수 있도록 하여 세부공간 조성의 기회요소를 부여할 것을 강조하였다.

이와 같은 점은 특히 연구의 대상이 수도권을 중심으로 이루어졌다는 점에 주목해야 할 것이다. 펜션의 특색은 수도권지역과 농촌지역이 각각 다를 수가 있기 때문이다. 이런 점에서 농촌지역인 강원도 평창군을 사례지역으로 연구한 결과는 단지형 펜션보다는 주인이 거주하는 비율이 높은 독립형 펜션을 유치하는 것이 상대적으로 효과적이며, 펜션방문객의 경제적 부가가치를

높이기 위해서는 지방정부와 펜션사업자, 지역주민이 협력하여 하나의 관광자원으로서의 펜션과 지역특산물, 지역의 타관광지를 연계하는 방안마련이 중요하고, 인터넷 및 이용객 대면접촉을 통해 지역 인지도를 강화시킬 수 있어야 지역전체에 대한 경제적 파급효과를 최대화할 수 있다고 주장하고 있다(이훈석, 2004).

이와 같이 공급측면에서의 펜션에 대한 연구흐름은 펜션이라는 숙박시설이 우리나라에 도입된 연혁이 짧은 관계로 펜션운영과 관련된 세밀하고 구체적인 연구보다는 펜션의 정의 및 유형 구분, 법·제도적 측면이나 사업타당성과 관련된 기초적인 측면에서 연구가 수행되는 특징을 보이고 있다. 하지만 최근에는 펜션사업 자체보다는 펜션운영자의 경영자적 특징이나 운영만족도(윤지환·이시은, 2004)와 같이 연구분야가 확대되는 경향을 보여주고 있다.

2) 수요측면에서의 접근

수요측면에서의 펜션 관련 연구동향은 주로 펜션이용자의 펜션이용특성이나 소비행태, 선택속성과 관련된 연구가 진행되고 있는 것을 볼 수 있다. 펜션이용객의 인구통계적 그리고 사회경제적 특성과의 동기요인, 체험요인 그리고 만족에 영향을 미치는 요인에 대한 조사(김세준, 2003)를 살펴보면 첫째, 한국적인 펜션의 모델은 한국인의 여행패턴이 대부분 가족이나 친구 중심으로 진행되고 숙박지 선정에 있어 취사유무가 중요함에 따라 취사가 가능한 콘도형으로 정착되어야 하며, 둘째, 펜션 건축시 테마나 레포츠 활동 참여여부를 중요시함에 따라 획일적인 건축에서 벗어나 외양이나 실내 인테리어를 그 지방의 문화나 생활과 조화를 이루는 방향으로 다양하게 개발해야 하며, 셋째, 펜션선택 시 대부분의 펜션이용객이 인터넷을 통해 구매하는 경향에 비추어 볼 때, 매력적이고 편리하며 유용한 정보를 제공하는 홈페이지 구축은 매우 중요한 요인이며, 이와 더불어 인접 사업자와의 공동협력마케팅과 같은 좀더 효과적인 홍보방안의 활용이 모색되어야 하고, 넷째, 영업을 위한 표적시장은 펜션이용객의 대부분이 가족이나 친구, 연인과 동행하는 비율이 높기 때문에 이들 시장에 소구할 수 있는 마케팅을 전개할 수 있어야 난립하고 있는 시장에서 경쟁우위를 갖출 수 있다고 주장하고 있다.

제주도의 관광객 가운데 펜션 이용객을 대상으로 실시한 펜션 선택속성과 선택속성에 영향을 미치는 요인에 대한 연구(강창수, 2003)에서는 펜션이용자들은 깨끗하고 청결한 숙박시설, 적절한 가격, 친절한 서비스를 갖춘 펜션을 선호하고 있는 것으로 분석되었다. 따라서 이러한 펜션이용객의 욕구를 반영하여 펜션운영에 있어 경쟁력을 제고하기 위해서는 철저한 위생관리 및 청결유지 노력, 가격신뢰도의 제고, 종사원을 대상으로 하는 정기적인 서비스 교육, 펜션 이정표와 펜션 셔틀버스 운행, 편의시설의 확충 등이 필요하다고 말하고 있다.

제주도지역을 대상으로 한 또 다른 연구(제주도 펜션·민박협의회, 2004)에서는 제주관광객

이 펜션을 선택하는 이유로 편안한 분위기와 바다와 산 등의 자연과 인접성, 청결성 등이 주요한 요인으로 작용하며, 이들은 인터넷 홈페이지나 전화예약을 통해 주로 예약하고, 만족도 또한 전반적으로 높은 것으로 분석하고 있다. 이를 구체적으로 제주방문객의 유형별로 살펴보면, 개별여행객에게는 가격의 다양성이, 단체여행객에게는 체험성, 가족여행객에게는 취사문제 해결 등이 펜션을 이용하는 주된 이유로 나타났다. 따라서 이러한 펜션이용객의 욕구를 반영하고 보다 성공적인 펜션운업을 위해서는 단골고객 확보 및 관리노력, 차별화 및 고급화, 실시간 펜션 이종등록 방지 시스템 구축, 경쟁의 분산과 같은 지원노력을 아끼지 말아야 한다고 분석하고 있다.

Ⅲ. 가설 설정 및 분석

3-1. 연구 목적

본 연구는 펜션유형에 따라 이들 펜션이용객의 특성과 이용특성에서 어떤 차이점이 있는가를 찾아보고자하는 데 그 목적이 있다. 펜션이용객의 특성은 기존의 연구를 통해서 많이 알려져 있으나 펜션유형에 따라 그 차이점을 찾아보고자 하는 연구는 이루어지지 않았다. 우선 펜션의 유형에 대해서는 기존 선행연구에서 살펴 본대로 펜션의 규모와 경영방식, 건물형태에 따라 여러 유형으로 분류하고 있으나 본 연구에서는 제주지역의 특성을 반영하여 관광객의 체험이나 산, 바다 그리고 농·어촌지역의 경치 좋은 곳을 선호하는 형태의 펜션과 단순 숙박형태의 펜션으로 구분하였다. 따라서 그 규모나 위치 그리고 이용객이 체험할 수 있는 부대시설의 유무에 따라 체험·전원형 펜션과 숙박형 펜션으로 크게 구분하였다.

이용객의 특성이나 이용특성에 대해서는 기존의 연구를 바탕으로 펜션이용객의 여행형태 즉, 여행경험, 체재일수 및 제주방문목적, 활동유형 및 소요경비가 이에 해당된다. 또한 펜션이용특성에 대해서는 펜션선택동기, 이용객의 정보원천 및 펜션체류활동으로 구분하였다. 따라서 본 논문의 가설은 펜션유형에 따라 펜션이용객의 특성 및 펜션이용특성에서는 차이가 있을 것이라고 설정하였다.

3-2. 자료수집 및 표본의 특성

본 연구목적에 수행하기 위한 자료의 수집은 제주지역 펜션이용객을 대상으로 하였다. 1차 자료수집은 2004년 10월 2일부터 2004년 10월 16일까지 15일간 총 250부의 설문지를 배포하여 203부의 유효표본을 수집하였고, 2차 자료수집은 2004년 10월 25일부터 31일까지 7일간 추가적으로 93부의 유효표본을 수집하여 최종적으로 296부를 실증분석에 이용하였다.

이와 같이 수집된 표본의 인구통계적 특성을 살펴보면 본 결과는 <표 4-1>과 같다. 응답자의 구성은 남성이 199명(68.2%)으로 여성보다 많았으며, 연령별로는 30대가 158명(54.1%)으로 절반 정도 차지하는 것으로 나타났다. 소득별로는 전체의 과반수 이상인 168명(59.5%)이 100만원 ~ 199만원 사이의 월평균소득을 보인 집단이 가장 높은 비율을 차지하고 있으며, 직업별로는 회사원이 126명(49.6%)로 가장 높은 비율을 나타냈다.

<표 3-1> 표본의 인구통계적 특성

구분		빈도	비율(%)
성별	여성	93	31.8
	남성	199	68.2
연령	20대	76	26.0
	30대	158	54.1
	40대	42	14.4
	50대 이상	16	5.5
소득	100만원 미만	45	16.0
	100~199만원	168	59.5
	200만원 이상	69	24.5
직업	회사원	148	50.7
	자영업	70	24.0
	전문직	46	16.1
	공무원	8	2.7
	농수축산업	5	1.4
	주부	5	1.7
	학생	10	3.4

펜션의 유형은 펜션의 형태에 따라 사전에 분류된 결과를 적용하였다. 본 논문에 적용된 체험·전원형 펜션은 주택의 용도면에서 주인 또는 위탁관리인의 거주와 일반 이용객과 숙박목적

이 혼합된 경우를 모두 포함하며, 이용객들을 접대할 식당과 카페를 겸하고 있는 경우가 많기 때문에 이를 포함하되 주목적이 음식점인 경우는 제외하였다. 또한 주택의 시설 측면에서는 기본시설로서 수세식 화장실과 냉난방 시설, 독립적 취사시설 등을 갖추고 있고 부대시설로서 바베큐장, 캠프파이어장 등 이용객 체험시설을 1종류 이상 갖춘 경우로 한정하였다.

그리고 숙박형 펜션은 숙박을 주목적으로 하며 이용객들을 접대할 식당이나 카페를 운영하지 않고 자연·문화체험과 관련된 이용객 체험시설을 갖추지 않은 숙박시설로서, 기존의 민박을 포함하고 있다. 따라서 응답자가 체류한 숙박의 형태에 따라 이미 분류된 숙박의 형태로 응답자를 분류하였다.

3-3. 분석결과

1) 펜션의 유형에 따른 이용객 특성

펜션의 유형 즉 체험·전원형펜션과 숙박형펜션을 각각 이용한 이용객의 특성에는 차이가 있을 것이라는 가설에 대한 분석결과는 <표3-2>와 같이 나타났다. 먼저 응답자의 펜션 이용현황을 살펴보면 체험·전원형펜션 이용자는 전체 응답자 293명 가운데 187명으로 63.8%를 차지하였고, 숙박형펜션이용객은 106명으로 36.2%를 차지하는 것으로 나타났다.

이용객의 특성은 여행일정, 여행형태, 방문목적, 동반자유형, 주요관광활동, 여행경비, 이전 방문횟수 등으로 구성되어 있다. 우선 여행일정은 펜션의 유형별 펜션이용객의 특성을 살펴보면 체험·전원형펜션 이용객은 3박4일을, 숙박형펜션 이용객은 2박3일 이용자가 다수를 차지하는 것으로 나타났다. 그러나 펜션형태에 따라 숙박횟수에서 차이를 알아보기 위해 실시한 교차분석에서는 5%의 유의수준에서는 차이가 없으나 10%의 유의수준에서는 차이가 있는 것으로 분석되었다.

여행의 형태에 따른 분류 역시 체험·전원형펜션과 숙박형펜션 각각 비슷한 분포를 보이고 있는 것을 알 수 있다. 어느 형태의 펜션을 이용하던지 개별여행객이 다수를 차지하고 있으나 체험·전원형펜션은 가족, 단체, 신혼의 순서로 많이 이용하는 것으로 나타났으나 숙박형펜션은 가족여행객 이용비율이 가장 낮은 것으로 나타났다. 그러나 통계적으로는 펜션의 형태와 여행의 형태사이의 관계가 있다는 것을 증명할 수 없는 것으로 나타났다.

그러나 방문목적, 동반자 유형, 주요관광활동, 제주방문횟수에 따라서는 이용하는 펜션의 형태가 다르게 나타났다($p < 0.05$). 이용한 펜션과 이용객의 특성 가운데 이들 속성에서는 통계적으로 유의한 것으로 나타났다. 방문목적의 경우 이용한 펜션의 유형과는 상관없이 휴양 및 관광목적

으로 제주를 방문하였다는 응답자가 전체의 65%를 차지하고 있으나 그 밖의 목적을 갖고 방문한 방문객은 펜션의 유형에서 약간의 차이가 존재하는 것을 알 수 있다. 그 차이는 체험·전원형 펜션이용객의 경우 문화체험과 골프나 낚시 또는 등산과 같은 레저스포츠 참여가 주요한 방문목적인 것으로 나타난 반면, 숙박형 펜션이용객은 회의참석이나 사업상의 출장과 관련한 목적이 좀더 두드러진 것으로 분석되었다.

동반자 유형과 관련해서는 두 집단 모두 부부의 형태가 가장 큰 비율을 차지했다는 공통점을 가지고 있으나 상대적으로 체험·전원형 펜션에 숙박한 집단은 가족, 직장동료, 모임회원과 같은 집단의 비율이 높은 반면, 숙박형의 경우는 친구나 연인 등이 선호되는 동반자 유형인 것으로 나타났다.

관광객의 관광활동은 요인분석을 통해 활동형, 감상형, 휴양형으로 다시 분류하였다. 분석결과 체험·전원형 펜션이용객은 휴양, 체험, 감상의 순위를 보인 반면, 숙박형 펜션이용객은 휴양, 감상, 체험의 순을 보여, 상대적으로 체험·전원형 펜션이용객의 경우 활동형이 비율이 높게 나타났고 숙박형 펜션이용객의 경우 감상형의 비율이 상대적으로 높은 비율을 보였다. 이러한 결과는 동반자 유형과의 분석결과를 체험·휴양형의 경우 가족이나 모임, 직장동료의 비율이 상대적으로 높은 반면 숙박형의 경우 친구나 연인의 비율이 상대적으로 높은 것과 관련이 있다고 유추해볼 수 있다.

한편 펜션유형과 여행경비와의 관계에 있어서는 체험·전원형 펜션이용객들은 100-150만원의 비율이 높은데 반해 숙박형 펜션이용객 집단에서는 100만원 이하이라고 응답한 비율이 높은 특성을 보였다. 이에 따라 여행활동유형도 체험·전원형 펜션이용객들은 상대적으로 레포츠나 체험활동 참여와 같은 활동형의 비율이 높은데 반해 숙박형 펜션이용객들은 단순관광 활동 위주의 관광객이 주로 이용하는 것으로 조사되었다.

마지막으로 방문횟수와 관련해서는 제주방문객은 일반적으로 2회 방문시 펜션을 가장 많이 이용하는 것으로 나타났다. 체험·전원형 펜션이용객은 2회 이상의 방문시 응답자의 비율이 비슷한 반면에 숙박형의 경우 4회 이상 방문시 이용객의 비율이 상대적으로 높게 나타났다.

<표 3-2> 펜션유형과 펜션이용객 특성

구 분		펜션의 형태		Chi-square	p
		체험·전원형	숙박형		
여행 일정	2박3일	60(32.1)	43(40.6)	5.322	0.070*
	3박4일	89(47.6)	36(34.0)		
	4박5일	37(19.8)	27(25.5)		

구 분		펜션의 형태		Chi-square	p
		체험 · 전원형	숙박형		
여행 형태	단체여행	31(16.6)	16(15.1)	3.055	0.383
	개별여행	92(49.2)	58(54.7)		
	신혼여행	26(13.9)	16(15.1)		
	가족여행	38(20.3)	13(12.3)		
방문 목적	휴향 · 관광	121(64.7)	67(63.2)	5.694	0.008***
	친구 · 친지방문	12(6.4)	9(8.5)		
	문화체험	24(12.8)	12(11.3)		
	회의 · 사업	6(3.2)	8(7.5)		
	골프 · 낚시 · 등산	24(12.8)	7(6.6)		
동반자 유형	혼자	6(3.2)	13(12.3)	29.312	0.000***
	부부	72(38.5)	28(26.4)		
	가족	53(28.3)	18(17.0)		
	연인	10(5.3)	11(10.4)		
	모임	17(9.1)	10(9.4)		
	직장동료	22(11.8)	9(8.6)		
	친구	7(3.7)	16(15.2)		
주요 관광활동	활동형	44(23.5)	17(16.0)	6.902	0.032**
	감상형	40(21.4)	37(34.9)		
	휴양형	102(54.5)	52(49.1)		
여행경비	100만원 미만	68(36.4)	55(51.9)	9.070	0.028**
	100-150만원	72(38.5)	26(24.5)		
	150-200만원	39(20.8)	18(17.0)		
	200만원 이상	8(4.3)	7(6.6)		
이전 방문 횟수	없음	11(5.9)	21(19.8)	5.694	0.008***
	1회	69(36.9)	35(33.0)		
	2회	32(17.1)	17(16.0)		
	3회	41(21.9)	8(7.5)		
	4회	34(18.2)	25(23.6)		
		187(63.8%)	106(36.2%)		

주1) *p<0.1 **p<0.05 ***p<0.001

1) 펜션의 유형에 따른 펜션이용 특성

제주방문객 펜션이용특성이 펜션유형에 따라 차이를 보이는지를 살펴보기 위해 펜션이용특성을 종속변수로 하고 펜션 유형을 독립변수로 하여 분산분석과 교차분석을 실시하였다. 우선 펜션이용특성의 구성변수 중 요인분석을 통해 체험성, 실용성 및 자연친화성 및 상품성 등의 4가지 요인으로 추출하였다<표 3-2>. 펜션의 유형과 4가지 펜션선택동기 요인과의 관계에 대해서 체험성과 자연친화성 요인은 통계적으로 유의한 차이를 보였지만(p<0.05), 상품성과 실용성 요인에 대해서는 통계적으로 유의한 차이를 보이지 않은 것으로 나타났다. 전반적으로 유의한 차이를 보인 2가지 요인에 대해 체험·전원형 펜션이용객이 숙박형 펜션이용객들보다 높은 평균값을 보였다. 이러한 분석의 의미는 체험이나 친목도모 등의 방문목적으로 가족이나 모임 등의 단체 등이 주로 이용하는 체험·전원형 펜션이용객과 숙박형 펜션이용객간에는 펜션이용동기가 다르다는 것을 나타내주고 있다.

<표 3-3> 펜션유형과 펜션선택동기 요인간의 차이분석

펜션 유형 펜션선택동기	체험·전원형	숙박형	t값	p값
체험성	3.64	3.11	20.567	.000***
실용성	3.73	3.63	1.312	.253
자연친화성	4.20	3.97	6.606	.011**
상품성	3.26	3.21	.503	.479

주1) *p<0.1 **p<0.05 ***p<0.01

펜션유형과 이용한 펜션에 대한 정보수집 및 펜션의 위치상에서 차이가 있는가를 알아보기 위한 교차분석의 결과는 <표 3-3>에 나타난 바와 같다. 전반적으로 체험·전원형 펜션이용객과 숙박형 펜션이용객들이 펜션을 선택할 때 주요 이용하는 정보원천은 인터넷이란 응답이 두 집단 모두에서 가장 높은 비율을 차지하는 것으로 나타났고, 그 다음으로 여행사, 구전, 미디어 순으로 나타났다. 통계적으로 펜션유형과 이를 이용하는 이용객의 정보원천 사이에는 유의한 차이는 없는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 대부분의 펜션이 인터넷을 통해 직접 소비자에게 접근할 수 있는 홈페이지와 펜션숙박 및 정보제공을 목적으로 하는 포털사이트를 이용하는 상황에서 개별여행객 등이 이용목적에 맞는 펜션을 사진이나 게시판을 통한 이용자의 평가를 보고 선

택하는 상황과 무관하지 않는 것으로 보인다.

펜션유형과 이용한 펜션의 위치간의 관계를 살펴보았다. 펜션의 위치는 제주도의 지리적 특성을 고려하여 해안지역과 중산간 지역으로 구분하였다. 해안지역은 바다와 관련된 관광활동을 즐길 수 있는 지역이며 중산간지역의 명칭은 제주도에서 산간지역으로 분류되는 지역이다. 교차분석한 결과 유의수준 $p < 0.01$ 수준에서 통계적으로 유의한 결과를 보여주고 있다. 체험·전원형 펜션이용객과 숙박형 펜션이용객 모두 해안에 위치한 펜션을 선호하는 것으로 나타났지만 상대적으로 체험·전원형 펜션이용객은 중산간 지역을, 숙박형 펜션이용객은 해안지역을 더 선호하는 것으로 분석되었다. 또는 체험·전원형 펜션이 해안지역보다는 중산간 지역에 위치하고 있다는 것을 말해주기도 한다.

<표 3-4> 펜션유형과 펜션이용특성

구 분		펜션의 형태		Chi-square	p
		체험·전원형	숙박형		
정보 원천	여행사	34(18.2)	31(29.8)	6.578	0.087*
	인터넷	101(50.4)	43(41.3)		
	미디어	26(13.9)	13(12.5)		
	구전	26(13.9)	17(16.3)		
펜션 위치	해안	121(65.4)	85(80.2)	7.122	0.008***
	중산간	64(34.6)	21(19.8)		
		187(63.8%)	106(36.2%)		

주1) * $p < 0.1$ ** $p < 0.05$ *** $p < 0.001$

3-4. 분석결과에 대한 시사점

1) 분석결과의 시사점

① 체험성의 강화

제주방문 펜션이용자들은 대부분 휴양과 휴식을 위한 목적으로 제주를 방문하고 있지만, 다른 숙박시설보다 펜션을 선택하는 동기는 자연과 가까이 할 수 있다는 측면과 동시에 지역고유의 특성을 반영해 펜션만이 가지고 있는 체험활동 참여 가능성 때문인 것으로 나타났다. 따라서 체

험프로그램의 확충이 없이는 펜션의 장점을 살릴 수 없을 뿐만 아니라 고객유치에도 실패할 수밖에 없다.

제주도가 관광산업에 대한 의존도가 상대적으로 높은 현실에서 관광을 통한 지역경제활성화를 도모하기 위해서는 방문객을 체험을 통한 휴양 및 관광욕구를 만족시켜줌으로써 체류기간을 연장시킬 수 있는 방법이 모색되어야만 한다. 따라서 국내의 경쟁관광지에 비해 경쟁우위를 갖추고 펜션이용객의 만족도를 높이기 위해서는 제주만의 독특한 지역성을 반영한 체험프로그램을 강화하고 등 테마 있는 펜션이라는 이미지를 각인시키기 위한 노력과 이를 위한 제도적 뒷받침을 위한 준비를 해야할 것으로 판단된다.

특히 이러한 점은 숙박형 펜션보다는 체험성을 강조하는 체험·전원형 펜션에 있어 더욱 중요하다. 펜션의 경우 규모의 영세성으로 인해 콘도미니엄이 부속시설로 운영하는 볼링장, 수영장, 게임 및 전자오락실, 노래방, PC방과 같은 시설의 확보는 어렵기 때문에 지역적 특색이나 사업자의 장기를 살려 테마가 있는 시설로 가꾸어 나가는 외에 여가를 즐길 수 있는 시설을 적은 자본으로 보완하는 것도 하나의 방법이다. 구체적으로는 주변지역을 이용하여 하이킹이나 MTB 코스를 개발하여 안내하는 것도 바람직하다고 보인다.

② 차별화된 홍보 및 마케팅

우리나라 펜션의 문제점은 법과 제도상의 문제와 경영상의 문제로 구분할 수 있다. 법과 제도상으로는 펜션에 대한 기준과 설립기준이 명확히 정립되지 않아 지역적으로 혼선을 발생시키고 있다는 측면이고, 경영상의 문제로는 대부분 영세사업자라는 측면에서 발생하는 재정적인 측면과 경영에 있어서의 노하우나 이용자에 대한 서비스의 부족, 불명확한 요금체제로 인해 불신의 원인을 제공하고 있다. 또한 호텔과 같은 대형숙박시설과는 달리 홍보체계가 갖춰지지 않아 마케팅이 미흡하다.

펜션의 경우 홍보는 인터넷 홈페이지를 이용하거나 지방잡지를 통한 광고, 펜션안내업체를 통한 홍보가 전부이다. 따라서 인터넷이나 일반잡지의 주이용 대상인 20대나 30대 연령층에게 제한되어 있기 때문에 이용연령층에서 한계가 있다. 뿐만 아니라 세계화, 국제화를 맞이하여 외국인 관광객의 유치가 필요하지만 홍보부족과 함께 언어소통이 원활하지 못하고 이들에 대한 관광안내의 역할을 수행하지 못함으로써 펜션을 이용하는 외국인은 거의 전무한 실정이다. 이웃 일본의 사례에서 살펴보면 일본의 펜션은 전통가옥구조를 갖추고 다양한 채널을 통한 홍보와 예약문화를 바탕으로 펜션을 이용하는 관광객에게 지역도산품, 관광단지 안내와 같은 지역홍보와 자국의 문화를 알리며 자연스럽게 펜션도 홍보하고 있다.

또한 대부분의 이용자가 펜션을 선택할 때 인터넷을 이용하는 실정에서 홈페이지의 이미지는

곧 펜션의 이미지와 직결될 수 있다. 따라서 홈페이지 운영으로 인한 비용부담이 있음에도 불구하고 되도록 차체적인 홈페이지를 운용할 수 있는 체계를 갖추어야 하며, 이를 보다 효율적으로 운용하기 위해서는 협회설립을 통해 조직적으로 광고하는 것이 바람직하고 지방자치단체나 관광관련업체, 여행관련 정보의 홈페이지에 배너광고를 통한 적극적으로 펜션을 알리려는 노력을 해야 한다.

한국관광공사의 자료에 의하면 펜션이용자는 호텔이나 콘도미니엄 이용을 선호하는 계층보다 한국적 정서에 가까운 조용한 분위기를 좋아하고 점주의 인정에 대하여 좋은 인상을 가지는 것으로 나타났다. 홈페이지를 이용하는 경우 이러한 한국적 정서를 고취할 수 있는 고객과의 쌍방향 커뮤니케이션이 가능한 관계로 고객과의 지속적인 관계를 유지하기 위해 주변의 경치모습이나 이벤트, 행사 등을 시의적절하게 알려주어 다시 찾을 수 있도록 하고 각종 기념일도 축하해주는 서비스를 통해 고객과의 관계를 지속적으로 유지할 수 있도록 해야 한다.

V. 결 론

주5일 근무제와 국민관광 행태의 다양화 요구에 부응하여 새로운 숙박시설로서 펜션이 주목받고 있다. 선진국에 비해 상대적으로 늦게 도입된 펜션은 그 도입에 있어서 법적체계의 미비, 펜션개념에 대한 인식부족 등의 원인으로 기존 관광숙박시설과의 갈등이 발생하고, 난개발과 같은 문제로 인해 숙박시장에서 어려움을 겪고 있는 상황이다. 하지만 펜션만의 가지는 특성, 즉 체험성과 더불어 상대적으로 저렴한 가격에 호텔수준의 서비스를 제공받을 수 있다는 점, 자연과 가까이 할 수 있다는 점 등에 있어 주목을 받고 있다. 하지만 이러한 펜션을 이용하는 이용객들에 대한 연구가 미비한 실정이다. 따라서 본 연구에서는 문헌연구를 통한 펜션의 개념 살펴보고 국내 펜션의 현황을 조사하였다. 이를 토대로 펜션의 유형에 따른 이용객 형태 및 유형에 대한 관계를 살펴보고자 하였다.

연구 분석결과 제주지역의 펜션업의 경우, 펜션유형별로 펜션이용객의 특성은 차이를 보이는 것으로 나타났다. 즉, 펜션이용객의 특성인 방문목적, 동반자유형, 여행경비 및 이전방문회수 등에 있어 체험·전원형 펜션이용객과 숙박형 펜션이용객간에는 통계적으로 유의한 차이를 보였는데, 이러한 결과는 펜션이용객의 특성을 이용하고자하는, 보다 구체적으로는 시장세분화 및 표적시장 선정과 같은 차별적인 마케팅을 펼치기보다는 대량마케팅을 펼침으로써 펜션간의 차

별성을 부각시키는 노력이 필요함을 부각시키고 있다. 한편 펜션이용특성을 펜션유형에 따라 살펴본 결과에서도 유사한 결론을 도출할 수 있었다. 즉 펜션선택동기, 정보원천, 펜션위치 등에 있어서 숙박형 펜션이용객과 체험·전원형 펜션이용객의 이용행태는 일정부분 차별되는 특징을 갖고 있었다.

이러한 연구결과는 제주지역의 경우 펜션업과 다른 숙박시설, 그리고 펜션업 간의 경쟁이 심화되는 시장환경에서 생존하기 위해서는 사업자들이 마케팅과 같은 경영마인드를 갖추어야만 치열하게 전개되는 경쟁에서 경쟁력을 갖추어야 함을 시사해 주고 있다. 이를 위해서는 체험성의 강화와 차별화된 홍보 및 마케팅노력, 홈페이지를 통한 이용자와의 지속적인 관계의 구축 등이 숙박업간의 치열한 경쟁구도에서 경쟁우위를 확보할 수 있는 구체적인 대응방안으로 제시하였다.

이번 연구는 국내에서 새로운 숙박시설로서의 펜션사업에 대한 이해를 구하고 소비자의 취향을 조사해 사업자들의 사업방향에 대한 방안을 제시하기 위한 목적으로 실시되었지만, 국내에서 이에 대한 선행연구나 자료가 미비한 실정인바 이에 대한 학문적인 가설을 구하기가 어려웠다. 또한 조사대상이 제주지역으로 편중되다 보니 펜션이용객들의 정확한 욕구를 파악하는데 지역적 한계를 갖는다는 한계를 갖고 있다.

그럼에도 불구하고 펜션업이 변화하는 관광자의 욕구에 부응하는 유력한 숙박시설이라는 가능성을 가진 점에서 이에 대한 연구는 추후 연구에서 기초자료로 활용될 수 있다는 점에서 연구의 의의를 갖는다.

참 고 문 헌

- 강창수, “펜션이용자의 선택속성에 관한 연구: 제주지역을 중심으로”, 제주대학교 경영대학원 석사학위논문, 2003.
- 김인호 · 김신원, “수도권 펜션의 실태분석에 의거한 펜션단지 조성방안”, 농촌계획, 제9권 제1호, 2003, pp.63-65.
- 김세준, “펜션이용객의 소비행태에 관한 연구”, 한양대학교 국제관광대학원 석사학위논문, 2003.
- 김주승 · 김대경, “주5일 근무제 도입에 따른 휴양펜션업의 발전방안에 관한 연구”, 관광농업연구, 제9권 제11호, 2002, pp.167-191.
- 오동훈 · 박선영 · 이재순, “펜션산업의 특징과 급성장 원인에 관한 소고”, 도시행정학보, 제

16집 제2호, pp. 59-78.

윤지환 · 이시은, “펜션 운영자의 태도와 운영만족도에 관한 연구”, 관광·레저연구, 제16권 제2호, 2004, p. 272.

이경호, “펜션사업에 관한 연구: 사례를 중심으로”, 건국대학교 부동산대학원 석사학위논문, 2003, p.4.

이훈석, “펜션업이 지역에 미친 영향에 관한 연구: 이용객의 관광행태와 지출흐름을 중심으로”, 서울대학교 환경대학원 석사학위논문, 2004.

제주도, 관광진흥법, 제주국제자유도시특별법 및 제주도 조례, 2003년.

제주도 펜션·민박 협의회, 「제주지역 민박형 펜션 이용객의 이용성향 분석」, 2004, pp.27-29.

휴펜션(<http://www.huepension.com>)

The Purpose of this article was firstly to explore pension housing industry in Jeju, secondly to study the characteristics of visitor. On the basis of the satisfaction degree research about the pension facilities and utility of tourists, we intend to show the direction of the development, marketing and accommodation in Jeju tourist industry. In result, tourists liked an experiencing theme pension combined an attached farm, a barbecue facilities and sports facilities, and accommodation facilities neighboring the sea. This tells where the key of success in the pension facilities is. Pension facilities including the theme of an art, exhibition and concert is analyzed into the factors of success. But we must develop the cultural experincing program and the accommodation facilities.

This research has a significance to the businessmen operating the pension trade, they use this research to develop the new model of pension facilities.

색인어 : 펜션, 펜션의 유형, 이용객 특성