

장애인관광시장에 대한 우리나라 관광업계 인식 및 준비 실태에 관한 연구*

Perceptions and Readiness States of Korea Tourism Industry
on the Disabled Tourist Market

이 봉 구**

Lee, Bong-Koo

ABSTRACT

The purpose of this study was to investigate perceptions and readiness states of Korean tourism industry on the disabled tourist market. Because disabled tourist market is invisible, it is needed to explore this market for establishing the social tourism. To accomplish the purpose, data was collected from both on- and off-line survey. After getting rid of unusable responses, a total of 369 respondents were analyzed using descriptive statistics. Major findings were the followings. First, respondents perceived that the economic benefits from the disabled tourist market were not big enough, even though the disabled arguably had the right to travel. Generally, there were similar perceptions across different tourist business types. Second, respondents, regardless of types of tourist business, generally felt that all suggested tactics that might contribute for the disabled tourist market expansion were somewhat necessary. Third, tourist businesses in Korea had not put any significant efforts with the disabled tourists in mind. Practical and theoretical implications were discussed with future research directions.

핵심용어(Key words) : 장애인관광(Tourism for the disabled),
관광기업(Tourist businesses),
장애인관광 활성화(Enlarging the disabled tourist market),
준비 실태(Readiness states),
관광권(Rights to travel)

* 이 논문은 2011년도 정부(교육과학기술부)의 재원으로 한국연구재단의 지원을 받아 연구되었음
(NRF-2011-327-BB011)

** 동의대학교 국제관광경영학과 교수. e-mail: bongkool@deu.ac.kr

I. 서론

우리나라 「장애인차별금지 및 권리구제 등에 관한 법률」에서는 “장애, 즉 신체적·정신적 손상 또는 기능상실이 장기간에 걸쳐 수반되어 개인의 일상 또는 사회 생활에 상당한 제약을 초래하는 상태가 있는 사람(제2조 제2항)”으로 정의하고 있다. 오늘날 세계인구의 약 10%인 6억5천만 명 정도가 장애를 가지고 있으며, 우리나라 등록 장애 인구는 2011년 12월말 현재 총 2,519,241명(보건복지가족부, 2012)으로, 총인구에 대한 장애인의 비율은 15-20%에 달하는 것으로 추정되는 미국·영국·캐나다 등 선진국에 비해 상당히 낮은 수준인 것으로 집계되었다. 한편 선진국을 중심으로 인구의 고령화 현상이 증가함에 따라 세계 인구 중 장애인이 차지하는 비율은 지속적으로 증가할 것으로 예상되고 있다(Genoe & Singleton, 2009).

장애인은 경제논리와 효율성이 지배하는 관광시장에서 일반적으로 비가시적이었으나 최근 장애인 역시 비장애인과 동일한 관광욕구와 열망을 가지고 있다는 인식이 확산됨에 따라 학계 및 업계 모두 장애인관광시장에 대한 관심을 확대하여 왔다. 특히 많은 연구자들(류성욱·오치욱·이훈, 2012; 이봉구, 2008, 2011, 2012; 전영록, 2010; Abeyraine, 1995; Daniels, Rogers, & Wiggins, 2005; Darcy, 1998; Eichhorn, Miller, Michopoulou & Buhalis, 2008; Imrie & Kumar, 1998; McKercher, Packer, Yau & Lam, 2003; Pagán, 2012; Smith, 1987; Turco, Stumbo, & Garncarz, 1998)은 수요자관점에서 장애인의 관광동기, 접근성 관련 요구사항, 제약요인 등을 고찰하였는데, 이들은 공통적으로 장애인에 대한 비우호적인 관광환경을 언급하면서 장애인관광 활성화를 위해서는 접근가능한 관광지/관광시설 확충, 접근가능한 관광지/관광시설에 대한 정보 제공, 관광정보에의 접근성 확대, 장애인에 대한 올바른 인식과 응대 지식을 갖춘 종사원 육성 등과 같은 다양한 정책적 노력이 필요함을 제시하고 왔다.

한편 각국의 관광기업은 사회 전반에 확산되고 있는 장애인 관광권리에 대한 공감대 형성과 함께 장애인관광시장이 가진 경제적 잠재력에 대한 인식을 새롭게 함에 따라 장애인관광시장을 날로 심화되는 경쟁 환경에서 우위를 점할 수 있는 새로운 기회시장의 하나로 고려하여(Pagán, 2012) 이 시장에 소구할 수 있는 상품/서비스 개발·판매에 적극 노력하고 있다. 그러나 전술하였듯이 관광기업에 의해 형성되는 관광환경은 전반적으로 장애인에 대해 비우호적임이 수요자측면의 주된 평가이다. 따라서 비우호적인 관광환경을 개선할 뿐 아니라 장애인관광시장이

가진 욕구와 이들에게 제공되는 관광상품/서비스 사이의 갭을 감소시키기 위한 정책대안 수립을 위해서는 장애인관광시장에게 실제로 상품/서비스를 제공하는 업계가 장애인관광시장에 대해 가지고 있는 인식과 장애인관광자들을 맞이하는 업계의 현 주소에 대한 연구가 절대적으로 필요하나 이에 대한 국내외의 연구는 미흡한 실정이다.

상기한 배경 하에 본 연구는 아직 장애인관광시장에 대해 충분한 관심을 기울이지 않고 있는 우리나라 관광업계의 장애인 관광시장에 대한 인식 및 대응실태를 고찰할 목적으로 실행되었다. 구체적으로 본 연구에서 살펴보고자 하는 점은 다음과 같다. 첫째, 장애인관광시장에게 서비스를 제공하는 우리나라 관광업계 종사자들은 장애인관광시장 자체에 대해 어떻게 인식하고 있는가? 둘째, 장애인관광 활성화와 관련하여 필요한 법적·행정적·제도적 사항에 대해 우리나라 관광업계가 가지고 있는 인식수준은 어느 정도인가? 셋째, 장애인관광객의 접근성을 제고하기 위해 관광업계가 현재 실행하고 제도적 실태는 어느 정도인가? 본 연구는 탐색적 연구로써 후속 연구 주제 도출을 위한 시사점과 공급자 관점에서 장애인관광시장 활성화를 위한 정책마련에 유용한 시사점 도출에 기여할 것으로 기대된다.

II. 선행연구고찰

1. 장애인관광시장의 특성

장애인은 신체적·정서적·감각적장애로 인해 비장애인에 비해 일반적으로 사회·경제·교육·문화 등 모든 영역에서 소외되어 왔다. 이러한 이유로 인해 장애인관광시장에 대해 몇 가지 잘못된 인식이 존재하고 있는데, 첫 번째는 장애인 중 소수만이 관광활동에 참여할 수 있는 경제적 능력을 가지고 있다는 것이다. 전 세계 인구의 10%를 차지하는 장애인의 실제적 혹은 잠재적 관광수요는 어느 정도인가 하는 점과 관련되어 있는데, 이에 대한 정확한 연구 결과는 현재까지 찾아볼 수 없다. 그러나 장애인관광시장의 규모는 결코 작지 않으며 새로운 틈새시장으로서의 잠재력을 가지고 있음을 일련의 연구결과들은 보여주고 있다. 미국의 장애인 지원조직인 Open Doors가 Harris Interactive Market Research에 의뢰한 조사(Open Doors, 2003, 2005) 결과에 의하면 2002년 현재 미국 거주 장애인의 71%가 지난 2년 이내에 최소한 1회 이상 여행에 참가한 경험이 있을 뿐 아니라 장애인의 20%는 6회 이상 여행을 하였으며, 미국인 해외여행객의 약 7%가

장애를 가지고 있는 것으로 조사되었다. Open Doors의 2005년 연구에서는 2003년에서 2004년 2,100만 명의 장애인들이 즐거움 또는 사업 목적으로 여행을 한 것으로 조사되었다. 유럽거주 장애인의 경우 800만 명이 일 년에 최소 한번 이상 해외여행에 참가한 경험이 있으며, 1,500만 명이 자국내 1박 이상의 여행을, 또 다른 2,200만 명은 자국 내에서 당일여행을 다녀온 것으로 집계되고 있다 (Touche Ross, 1993). 유럽 거주 장애인에 대한 또 다른 연구인 Charbonneau (2006)의 연구 결과에 의하면 총 3,600만 명 정도가 관광활동에 참여할 수 있는 경제적 능력을 가지고 있는 것으로 예측되었고, 특히 프랑스 거주 장애인의 관광 수요는 높아서 2006년 이들에 의한 국내관광 횟수는 총 1,920만에서 5,760만 박에 달하는 것으로 추산되었다. 또한 VisitEngland의 연구에 따르면 2009년 상반기 1박 이상 국내 여행객의 12%가 내국인 장애인이었으며 이들은 총 570만 회의 여행을 하였으며 이로 인한 경제적 효과는 £10억에 달하는 것으로 보고되었다(ENAT, 2009). 한편 호주 내국인 국내 여행자의 11%가 장애인인 것으로 나타났다(Australian Bureau of Tourism Research, 2003). 뿐만 아니라 장애인들은 여행 참가 시 보호자를 동반하는 경우가 많기 때문에 장애인관광시장 규모는 결코 무시할 수 없는 규모라 할 것이다.

두 번째 잘못된 인식은 장애인들은 취약한 경제적 여건 때문에 관광 욕구를 가지기 쉽지 않다는 것이다. 그러나 일련의 연구 결과(이봉구, 2008; Smith, 1987)들은 장애인 역시 비장애인과 동일한 관광 욕구 및 동기를 가지고 있을 뿐만 아니라 관광활동에 참여하거나 다른 사람들과 교류할 수 있는 능력을 가지고 있지만 자신의 욕구와 필요에 부합되는 시설/서비스(예: 매력물, 정보, 교통수단, 숙박 및 식음료시설 등)의 존재 여부는 이들의 관광활동참여결정에 가장 기본적인 사항으로 고려하고 있음을 제시하고 있다. 따라서 이들의 욕구와 필요에 부합되는 시설/서비스를 제공하는 관광기업에 대한 충성도가 높다는 특성을 보인다(Turco *et al.*, 1998; Westcott, 2004).

한편 장애인은 혼잡한 관광지를 방문하였을 경우 자신의 장애로 인해 많은 불편함을 겪게 된다. 따라서 이들은 성수기보다는 비수기에 여행하는 것을 선호하는 특성을 가지는 것으로 알려져 있다. 또한 장애인의 유형은 다양하며, 각 유형에 따라 욕구 및 요구사항이 상이하며, 따라서 장애인관광시장은 이질적인 집합이라는 특성을 보이는 것으로 알려져 있다.

장애인관광시장에 대한 관광업계 종사자들의 인식을 고찰한 연구가 일부 이루어졌다. 예를 들어 O'Neill & Ali Knight(2000)는 호주 서부 호텔업계 종사원

의 장애인관광시장에 대해 가지고 있는 인식에 관한 연구에서 호텔 종사원들은 ① 접근성 향상 정도와 성과 지표 연계 업계 전무, ②장애인관광시장에 대한 서비스 제공으로부터 얻을 수 있는 편익에 대한 낮은 인식, ③장애인용 객실 제공은 호텔의 전반적 경영에 있어 비용이라는 인식 팽배, ④장애인은 수지가 맞지 않는 시장 등과 같은 인식을 가지고 있다는 결과를 제시하였다. Burnett & Baker(2001)의 연구에 의하면 미국 관광업계는 ADA의 기준을 충족시키기 위해서는 많은 비용이 들 뿐 아니라 장애인 관광시장의 잠재성에 대해 부정적인 인식을 가지고 있는 것으로 나타나고 있다. Open Doors(2003)의 연구는 인터뷰한 미국 내 관광업계 종사자들의 100%가 장애인고객을 위한 시설/서비스 개선을 위한 투자를 통해 수요 증가가 기대된다고 인식하고 있다는 결과를 제시하고 있다. 이러한 연구 결과들은 관광업계 종사자들이 장애인관광시장에 대해 가지는 전반적인 인식은 대체로 부정적임을 보여주고 있다. 반면 Grady & Ohlin(2009)은 ADA의 적용 범위가 시설에의 접근성에 한정되는 것이 아니라 서비스 전반에 적용된다는 점을 업계 종사원들이 점차 인식하고 있음을 보고함으로써 관광업계의 장애인 관광시장에 대한 인식이 변화하고 있음을 보여주고 있다. Darcy & Pegg(2011) 역시 호주 숙박업계 종사원의 장애인관광시장 관련 인식에 관한 연구에서 응답자들은 법이나 정책에 관계없이 장애인관광시장에게 우수한 질의 서비스를 제공하고자 하는 열망을 가지고 있으며, 이를 위해서는 장애인 관광시장의 욕구를 보다 더 이해할 필요성이 있다고 인식하고 있는 것으로 나타났다.

2. 장애인관광시장 활성화를 위한 법적·행정적·제도적 방안

장애인의 기본권에 대한 범사회적 공감대 형성과 함께 각 국은 장애인의 관광을 포함한 사회활동 참여에 있어 접근성(accessibility)을 제고하기 위한 법률 제정 및 정책 추진(예: 장애인용 관광안내책자 발간, 장애인의 접근성을 고려한 홈페이지 제작 등)을 적극 추진하여 왔다. 관광 및 문화 환경에의 접근성(accessibility) 향상과 관광권(rights to travel)에 대한 국제적 노력(UN, 2003; UNESCAP, 2000; UNWTO, 2006) 또한 지속적으로 이루어져 왔다. 특히 관광을 포함한 모든 문화 영역에의 접근권을 강조하는 한편 장애인들의 관광 상품/서비스 및 정보에의 접근성 보장을 위해 각 정부의 적극적인 노력을 촉구하는 조항(제30조)을 포함한 UN 장애인 권리에 관한 조약(UN Convention on the Rights of Persons with Disabilities) 채택과 이에 대한 각국의 비준 확대

(2012년 8월 현재 119개국 기준)는 장애인의 관광을 포함한 문화 관련 기본욕구를 충족시키는데 일조하고 있다(Darcy & Pegg, 2011).

그러나 관광환경은 전반적으로 장애인에 대해 비우호적이며(이봉구, 2008; 2011; 2012; 전영록, 2010; Abeyraine, 1995; Daniels *et al.*, 2005; Darcy, 1998; Eichhorn *et al.*, 2008; Imrie & Kumar, 1998; Israeli, 2002; McKercher *et al.*, 2003; Smith, 1987; Turco *et al.*, 1998), 따라서 관광환경의 개선을 위한 다양한 정책적 노력이 요구된다. 이러한 노력의 일환으로 영국의 VisitEngland는 국가 접근성 구축 표준(National Accessibility Scheme)을 마련하는 한편 관광기업에 대한 장애인의 접근성을 제고하기 위한 가이드라인을 마련하여 각 기업에 배포하였다(www.visitengland.com). 또한 VisitEngland는 매년 장애인의 접근성 향상에 적합한 우수 관광기업에 대한 사례를 수집하여 공유하고 있다. 프랑스, 벨기에, 영국, 아일랜드, 독일, 네덜란드, 이탈리아, 이스라엘, 캐나다, 호주 등은 관광시설/서비스에 대한 접근성 정도에 대해 실사를 통해 얻은 정보를 on/off-line을 통해 제공하는 한편 관광시설/서비스에 대한 인증 제도를 시행하고 있다.

3. 장애인관광시장에 대한 대응 태세

장애인 관광기회 확대를 위해서는 장애인의 관광 욕구를 이해하고 이들에게 만족스러운 관광경험을 제공하는 한편 장애인 관련 각종 법 및 정책·제도에 적극적으로 부응하고자 하는 공급자들(관광기업)의 노력이 무엇보다 중요하다. 즉 관광기업에서 접근가능한 시설과 자질을 갖춘 종사원을 확보하는 것은 장애인 관광시장 확대를 촉진하기 위한 첫걸음이라 할 것이다. 이러한 측면에 근거하여 일부 연구자들(Darcy, 1998; Israeli, 2002; McGrath, 2009; Murray & Murray, 1995; O'Neill & Ali Knight, 2000; Takeda & Card, 2002; Upchurch & Seo, 1996)은 장애인관광시장에 대한 관광기업의 대응 실태에 대한 실증 연구를 실시하였는데 연구 결과들은 대체로 대응 태세의 미흡함을 제시하고 있다. Israeli(2002)는 장애인의 관광경험의 선행 조건으로 관광지 접근성을 들면서 그 실태를 살펴 본 연구에서 많은 관광지 및 숙박시설의 접근성 수준이 장애인관광객이 원하는 수준에 훨씬 미달함을 보고하였다. Murray & Murray(1995) 그리고 Darcy(1998)는 호주 시드니의 숙박업소 중 장애인용 객실 보유 현황에 대한 조사에서 장애인 용 객실 보유율은 전체 객실의 0.75%에 불과함을

보고하였다. McGrath(2009)는 호주의 31개 지방 정부의 장애인을 위한 레크리에이션 및 스포츠 전략에 대한 연구에서 각 지방정부는 물리적 환경의 접근성에 대한 고려를 하고 있으나 장애유형에 따른 차이를 고려하고 있지 않음을 제시하였다. Upchurch & Seo(1996)는 미국 숙박업소의 ADA 준수여부에 대한 연구 결과 준수율이 매우 낮다는 결과를 제시하였다. O'Neill & Ali Knight(2000)는 호주 서부 호텔들의 경우 접근성 향상 정도와 호텔의 성과 지표를 연계하는 예가 전무하며 장애인용 객실 제공은 호텔의 전반적 경영에 있어 비용이라는 인식이 팽배해 있다는 결과를 제시하였다. Open Doors(2003)의 연구에 따르면 인터뷰한 미국 내 관광업계의 20%만이 1년 이내에 장애인 고객을 위한 개선 계획을 가지고 있는 것으로 나타났으며, 장애인고객의 욕구에 대한 지식결핍이 대 장애인고객 서비스제공에 있어 가장 큰 걸림돌인 것으로 나타났다. Takeda & Card(2002)는 장애인관광시장에게 접근가능한 패키지상품을 제공하고 있는 미국 여행사들의 실태와 이들이 접근가능한 패키지상품 개발과정에 당면하는 어려움에 대한 연구에서 접근불가능한 숙박 및 식음료 시설 그리고 부정적인 종사원의 태도가 가장 커다란 걸림돌임을 제시하고 있다. 또한 호주 관광산업에 대한 Rice(2006) 연구에 의하면 관광기업 경영자는 ①장애인가객의 욕구를 충족시키는데 무관심하며, ②빌딩 코드(building code)에서 규정한 접근성 충족 이외의 시간과 비용 투자에 대해 비판적이었으며, ③장애인에 대한 차별 및 접근가능한 시설 제공 등과 같은 노력이 마케팅 혹은 고객 서비스에서 경쟁우위를 가지는 수단임을 인식하지 못하고 있으며, ④접근성 개선을 위한 투자 회수에 대해 비판적인 것으로 나타났다. Ozturk *et al.*(2008)의 연구 결과에 의하면 장애인관광시장에 대한 터키 관광산업의 전반적인 준비 실태는 미흡한 것으로 나타났다. Darcy & Pegg(2011) 역시 호주 숙박업계를 대상으로 한 연구에서 장애인가객을 대하는 태도, 안전, 장애인 스스로 자신의 필요를 종사원에게 전달하는 자세, 접근가능한 객실에 대한 비장애인 고객의 인식, 보조도구 운영에 있어서의 신속성, 법적 규제와 시설 설치기준, 세분시장으로서의 장애인관광시장에 대한 인식, 종사원의 인식변화와 교육, 마케팅 및 접근성 관련 정보전달 등 측면에서 업체 차원의 개선노력이 필요하다고 인식하고 있는 것으로 나타났다.

III. 연구방법

1. 설문지 개발

장애인관광시장 및 장애인관광시장 활성화 방안에 대한 우리나라 관광업계 종사원의 인식과 업계의 현주소를 측정하기 위하여 자기기입식 설문지를 개발하였다. 설문지는 선행 연구(Burnett & Baker, 2001; Darcy, 1998; Darcy & Pegg, 2011; Grady & Ohlin, 2009; Israeli, 2002; McGrath, 2009; Murray & Murray, 1995; O'Neill *et al.*, 2000; Open Doors, 2003; Ozturk, Yayli, & Yesiltas, 2008; Rice, 2006; Takeda & Card, 2002; Upchurch & Seo, 1996)와 우리나라의 장애인 관련 법 및 건축물 시설 기준에 대한 조사 및 분석, 그리고 전문가와 관광업계 종사자로 구성된 포커스그룹(Focus Group)과의 인터뷰(오익근·김연선, 2006) 등을 통해 도출하여 본 연구에 적합하도록 수정하였다.

구체적으로 첫 번째 영역은 장애인관광시장에 대한 우리나라 관광업계 종사원의 인식을 살펴 본 17개 문항(예: “장애인관광시장은 경제적 기여도가 큰 시장이다.” “장애인관광시장은 틈새시장으로서의 잠재력이 크다.” “장애인고객에 대한 이해는 관광기업 운영에 있어 필수적이다.” 등)으로 구성되어 있다. 두 번째 영역은 장애인 관광활성화에 필요한 법적·제도적 측면에 대한 우리나라 관광업계 종사원의 인식을 살펴 본 19개 문항(예: 관광기업경영 전반에 장애인권리 및 편의증진보장 관련 법률의 의무적 적용, “정부/민간 주도 장애인관광 관련 전담조직 설치, “장애인을 위한 여행바우처의 확대” 등)으로 구성되었다. 세 번째 영역은 우리나라 관광기업의 장애인고객에 대한 대응실태를 측정하는 14개 문항(예: “장애인용 시설을 구비하고 있다.” “장애인고객 응대 매뉴얼을 가지고 있다.” “장애인고객서비스 관련 교육·훈련을 주기적으로 실시하고 있다.” 등)으로 구성되었다. 응답자들은 각 항목에 대한 개인의 의견 및 회사의 현재 모습과 일치하는 정도에 따라 Likert형 5점 척도(1: 전혀 동의하지 않음/전혀 필요하지 않음, 3: 보통, 5: 전적으로 동의함/전적으로 필요함) 상에 표시하도록 요청되었다. 설문지는 또한 응답자 개인의 특성(성별, 연령, 교육수준, 소득수준, 회사의 유형, 근무부서, 근무연수, 장애인 접촉 여부 등)을 묻는 항목들을 포함하였다. 작성된 설문지는 2012년 2월 24일-25일 양일 간 부산광역시 소재 관광업계에 종사하는 종사원 15명을 대상으로 설문문항의 이해용이성, 적절성, 응답 용이성 등에 대한 사전 조사(pilot test)를 실시한 후 의견을 수렴하여 최종 설문지를 완성하였다.

2. 자료의 수집 및 분석

본 연구의 모집단은 우리나라 관광업계에 종사하고 있는 종사원으로 하였으며, 자료는 다양한 경로(각종 관광협회 회원 명단, 관광기업 종사원의 명함 등)를 통해 확보한 관광기업 종사원의 e-mail 주소로 연구의 주요 내용과 목적, 협조 요청 등을 담은 서신과 함께 설문지를 첨부하여 발송 후 회신하는 방법을 통해 2012년 3월 5일부터 수집하였다. 1차 e-mail 발송 1주일 후 미응답에게 리마인드(remind) e-mail을 발송하였으며, 리마인드 e-mail에도 응답하지 않은 주소로 1주일 후 서신과 설문지를 재차 발송하였다. 이러한 노력에도 불구하고 회수된 설문지 수가 78부에 불과하여, 2012년 3월 27일부터 4월 20일까지 설문조사원이 서울, 인천·경기, 대전, 부산, 광주, 강원 등에 소재한 관광기업을 직접 방문하여 설문지를 배부하고 회수하는 현지조사를 추가적으로 실시하였다. 현지조사를 통해 총 335부의 설문지를 회수하였다. 두 가지 방법을 통해 자료를 비교한 결과 응답자의 특성에 있어 현저한 차이를 보이지 않아 통합하였으며, 총 413부 설문지 중 관광사업법 상 관광사업으로 분류되지 않은 기업 종사원에 의한 설문지와 불성실하게 응답한 설문지 44부를 제외한 369부를 분석에 활용하였다.

설문조사를 통해 얻은 자료는 입력한 후 SPSS 20.0을 활용하여 분석하였다. 본 연구의 목적이 장애인관광시장과 장애인관광 활성화 방안에 대한 우리나라 관광업계 종사원의 인식과 업계의 현주소를 파악하는 탐색적 성격을 띠므로 기술적 통계분석을 주로 활용하였다.

IV. 실증분석

1. 응답자의 일반적 특성

응답자의 일반적 특성은 다음과 같다. 근무하는 회사의 소재지 분포는 서울특별시(192명, 52.0%), 부산광역시(34명, 9.2%), 인천/경기도(60명, 16.3%), 광주/전라도(21명, 5.7%), 대전/충청도(25명, 6.8%), 기타(37명, 10.0%)인 것으로 나타났다. 응답자의 업종별 분포는 관광숙박업(159명, 43.1%), 여행업(157명, 42.5%), 관광객이용시설업(23명, 6.2%), 국제회의업(21명, 5.7%), 유원시설업(4명, 1.1%), 카지노(3명, 0.8%), 관광편의시설업(2명, 0.5%) 순인 것으로 나타났다. 응답자의 주요 업무로는 대고객서비스(181명, 49.7%), 영

업(76명, 20.9%), 홍보·마케팅(32명, 8.8%), 기획(30명, 8.2%) 순인 것으로 집계되었다. 응답자의 32.3%(117명)은 1-2년 미만의 근무경력을 가지고 있었으며, 3-5년은 24.9%(90명), 6-10년은 21.0%(76명), 11-15년은 7.7%(28명), 16-20년은 10.5%(38명), 21-25년은 2.5%(9명), 25년 이상은 1.1%(4명)인 것으로 나타났다. 한편 응답자의 56.9%(207명)는 업무와 관련하여 장애인고객에게 서비스를 제공한 경험이 있었던 반면 43.1%(157명)는 전무한 것으로 나타났다.

응답자의 인구통계적 특성을 분석한 결과, 남자가 189명(51.8%), 여자가 176명(48.2%)인 것으로 나타났으며, 연령별로는 20대 134명(36.6%), 30대 135명(36.9%), 40대 75명(20.5%) 50대 22명(6.0%)인 것으로 나타났다. 응답자의 월 평균 소득은 100만원 미만이 6명(1.6%), 100만 원대 120명(33.0%), 200만 원대 132명(36.3%), 300만 원대 59명(16.2%), 400만 원대 33명(9.1%), 500만 원 이상 14명(3.8%) 인 것으로 나타났다. 한편 장애를 가진 가족 또는 지인이 있는가라는 질문에 대해 응답자의 대부분은 '없다'(253명, 69.3%)고 응답하였다.

2. 장애인관광시장에 대한 우리나라 관광기업 종사자의 인식

응답자가 근무하고 있는 업종은 관광숙박업과 여행업을 제외하고 다른 업종에 속해 있는 경우는 모든 업종에 있어 소수에 불과하여 기타 업종으로 통합하였다. 장애인관광시장에 대한 우리나라 관광기업 종사자의 인식 분석 결과(〈표 1〉 참조)에 의하면 전체적으로 보았을 때 우리나라 관광기업 종사자들은 장애인의 관광욕구와 장애에 따른 요구사항의 차이를 대체로 인지하고 있으며, 장애인의 관광활동 기회가 많이 제공되지 못하고 있음을 인식하고 있다 하겠다. 그러나 장애인관광시장으로부터 얻을 수 있는 경제적 편익에 대한 인식은 대체로 낮지만 고려 가치가 있는 시장으로 여기는 것으로 나타났다.

장애인관광시장에 대한 인식을 업종별로 살펴보았을 때 우리나라 관광숙박업종사자들은 장애인의 관광욕구와 장애에 따른 요구사항의 차이, 장애인에 대한 기업의 사회적 책임, 장애인의 관광활동기회가 많이 제공되지 못하고 있음을 인식하고 있다 하겠다. 한편 장애인관광시장으로부터 얻을 수 있는 경제적 편익에 대한 인식은 대체로 낮지만 장애인관광시장을 틈새시장, 계절성 극복 및 경쟁우위를 점할 수 있는 대안으로 어느 정도 인식하고 있는 것으로 나타났다. 우리나라 여행업

종사자들은 장애인의 관광욕구와 장애에 따른 요구사항의 차이, 장애인의 관광활동기회가 많이 제공되지 못하고 있음을 인식하고 있다 하겠다. 한편 장애인관광시장으로부터 얻을 수 있는 경제적 편익에 대한 인식은 대체로 낮으며 장애인관광시장을 계절성 극복 수단으로 인식하고 있지 않은 것으로 나타났다. 한편 기타 관광기업 종사자들은 장애인에 대한 기업의 사회적 책임, 장애인의 관광욕구와 장애에 따른 요구사항의 차이, 장애인의 관광활동기회가 많이 제공되지 못하고 있음을 인식하고 있다 하겠다. 한편 장애인관광시장으로부터 경제적 편익을 얻을 수 있다는 점에 대해서는 대체로 부정적인 인식을 하고 있으며, 장애인관광시장을 경쟁우위를 점할 수 있는 대안으로 여기고 있지 않은 것으로 나타났다.

〈표 1〉 우리나라 관광기업 종사자의 장애인관광시장에 대한 인식

장애인관광시장은 . . .	전체			관광숙박업			여행업			기타업종		
	n	평균	sd	n	평균	sd	n	평균	sd	n	평균	sd
경제적 기여도가 큰 시장이다.	366	2.98	.893	160	3.09	.864	154	2.92	.907	52	2.98	.893
신체적/인지적/ 감각적 장애로 인해 관광활동에 참여할 여력이 미흡하다.	367	3.13	1.03	160	3.28	.990	155	2.95	1.06	52	3.19	1.03
타산이 맞지 않는 시장이다.	365	2.88	.946	158	2.84	.996	155	2.86	.919	52	3.08	.860
틈새시장으로서의 잠재력이 크다.	365	3.39	.979	160	3.37	.994	153	3.45	.980	52	3.29	.936
세분할 필요가 없는 동질시장이다.*	363	3.63	1.03	157	3.51	1.00	154	3.75	.994	52	3.63	1.03
충성도가 높은 특성을 가지고 있으므로 고려할 가치가 있다.	367	3.64	.882	160	3.66	.911	155	3.70	.840	52	3.42	.893
관광기업에서 관심을 가지고 접근하기에는 너무 규모가 작다.	366	3.18	.995	160	3.16	1.02	154	3.23	.994	52	3.08	.926
향후 확대될 것이며, 따라서 관광기업이 관심을 두어야 할 미래의 주요 고객이다.	365	3.55	.855	160	3.60	.877	154	3.51	.865	51	3.51	.758
비장애인과의 동일한 관광욕구를 가지고 있다.	362	4.26	.935	157	4.25	.903	153	4.23	.980	52	4.27	.910
개인의 특성(예: 장애 유형, 장애정도, 보조기구 사용 등)에 따라 상이한 관광욕구/요구사항을 가진 집단이다.	367	3.90	.753	160	3.82	.800	155	3.99	.664	52	3.88	.832
관광기업 운영에 있어서 필수적이다.	366	3.82	.830	160	3.78	.844	154	3.88	.827	52	3.79	.800

주로 단체여행을 하므로 관광기업에서는 이들을 수용하기란 일반적으로 쉽지 않다.	367	3.39	.980	160	3.32	.967	155	3.52	.935	52	3.25	1.12
관광기업의 당면 문제인 계절성 극복에 유용하다.	365	3.10	.913	160	3.21	.912	153	3.01	.862	52	3.02	1.04
관광기업의 사회적 책임과 관련된 대상이다.	363	3.77	.845	157	3.80	.807	154	3.73	.886	52	3.79	.848
자체가 존재하지 않는다.*	363	3.44	1.27	158	3.49	1.27	153	3.41	1.28	52	3.37	1.28
관광욕구는 현재로도 충분히 충족되고 있다.*	365	3.98	.846	160	3.98	.861	153	3.97	.838	52	4.00	.840
좋은 사업대상일 뿐 아니라 경쟁우위를 확보할 수 있는 대안이다.	365	3.24	.882	159	3.28	.954	154	3.22	.850	52	3.21	.750

*: 역코딩하였음

3. 장애인관광 활성화 방안에 대한 우리나라 관광기업 종사자의 인식

장애인관광 활성화 방안에 대한 우리나라 관광기업 종사자의 인식을 분석한 결과(〈표 2〉 참조), 우리나라 관광기업 종사자들은 제시된 장애인관광 활성화 방안 모두에 대해 전반적으로 필요성을 크다고 인식하고 있는 것으로 나타났으며, 특히 사회적 인식 변화와 관광지의 접근성과 관광정보의 제공이 많이 필요하다고 인식하고 있는 반면 장애인의 관광권에 대한 규정에 대한 필요성은 상대적으로 낮게 인식하고 있는 것으로 나타났다.

〈표 2〉 우리나라 관광기업 종사자의 장애인관광활성화 방안에 대한 인식

항 목	전체			관광숙박업			여행업			기타업종		
	n	평균	sd	n	평균	sd	n	평균	sd	n	평균	sd
관광기업경영 전반에 장애인 권리 및 편의증진보장 관련 법률 의무적 적용	368	3.66	.812	159	3.65	.803	157	3.75	.767	52	3.44	.938
정부/민간 주도 장애인관광 관련 전담조직 설치	368	3.84	.766	160	3.84	.797	156	3.91	.731	52	3.62	.745
장애인관광 환경개선을 위한 정부 주도의 법률/제도/정책/ 시설 적극 마련	367	3.90	.879	159	3.87	.817	156	3.92	.927	52	3.92	.926
장애인관광 환경개선을 위한 이해당사자 (학계, 기업, 정부, 장애인단체 등)들의 네트워크 형성 및 공동협력	369	3.93	.745	160	3.92	.777	157	3.97	.725	52	3.87	.715

장애인관광 환경개선을 위한 관광시설/ 서비스에 대한 '품질인증제' 도입	369	3.78	.843	160	3.74	.849	157	3.87	.822	52	3.62	.867
장애인관광 환경개선을 위한 사회적 인식 변화	367	4.32	.765	158	4.22	.826	157	4.46	.615	52	4.21	.915
정부/민간 주도전담조직에 의한 장애인관광 관련 정보 수집·제공	367	3.91	.760	159	3.86	.742	156	3.96	.756	52	3.94	.826
관광시설/서비스에 대한 접근성 정도를 기술한 "장애인 접근성 현황 요약서"작성 후 on/off-line 홍보	369	3.64	.859	160	3.65	.856	157	3.68	.840	52	3.46	.917
장애인관광 환경개선에 기여한 국내의 모범사례 수집·배포	367	3.75	.887	159	3.72	.935	156	3.83	.805	52	3.65	.968
정부에 의한 '장애인 관광권' 명문화	365	3.58	.900	157	3.59	.920	156	3.60	.855	52	3.48	.980
여행의 전 과정(여행계획- 여행-귀가)에 대한 접근성 보장	366	4.02	.794	160	3.96	.871	155	4.13	.690	51	3.86	.800
장애인의 관광시설/서비스/ 정보에의 접근성 제고를 위한 표준지침 마련·배포	369	3.83	.771	160	3.74	.795	157	3.95	.732	52	3.77	.783
시설/서비스/정보에 대한 장애인 접근성을 보장할 관광기업 자체의 정책/규정/ 기준 마련·실행 유도	368	3.81	.824	159	3.85	.773	157	3.76	.878	52	3.81	.817
장애인관광에 대한 교육/훈련 프로그램 개발과 관광기업 종사자들에 대한 정기 교육/ 훈련 실시	369	3.84	.830	160	3.77	.856	157	3.93	.825	52	3.79	.750
관광기업의 장애인용 시설/ 서비스/정보 관련 투자비용 에 대한 정부의 행·재정적 지원	367	3.97	.885	159	3.92	.907	156	4.10	.841	52	3.75	.905
관광기업 품질인증에 장애인의 접근성 정도 반영	368	3.87	.774	160	3.81	.826	156	3.97	.686	52	3.75	.837
관광 관련 정보를 장애 유무에 관계없이 이용 가능하도록 구축·제공	368	4.08	.794	159	4.03	.783	157	4.15	.833	52	4.02	.700
장애인의 개인적 특성(예: 장애 유형, 장애 정도, 보조기구 사용 등)을 고려한 관광지/관광기업 의 접근성에 대한 정보시스템 구축·제공	367	4.10	.775	159	3.98	.815	156	4.26	.692	52	3.94	.802
장애인을 위한 여행바우처 확대	365	4.05	.852	158	3.85	.873	155	4.23	.828	52	4.08	.737

업종별 필요성에 대한 인식을 살펴보았을 때 관광숙박업 종사자들은 장애인관광 활성화를 위해 무엇보다 사회적 인식 변화, 관광지의 접근성, 관광정보의 제공, 이해당사자들의 네트워크 형성 등이 필요하다고 인식하고 있는 반면 장애인의 관광권에 대한 규정 마련과 관련법의 의무적 적용 등과 같은 법제적 측면의 필요성은 상대적으로 낮게 인식하고 있는 것으로 나타났다. 여행업 종사자의 경우 장애인관광 활성화를 위해 무엇보다 사회적 인식 변화, 여행바우처와 같은 경제적 지원, 관광정보의 제공 등이 필요하다고 인식하고 있는 반면 장애인의 관광권에 대한 규정 마련 필요성은 상대적으로 낮게 인식하고 있는 것으로 나타났다. 한편 기타 업종 종사자들은 장애인관광 활성화를 위해 무엇보다 사회적 인식 변화, 재정적 지원을 통한 장애인 관광기회 확대, 관광정보의 제공 등은 필요한 반면 관련법의 의무적 적용 등과 같은 법제적 측면의 필요성은 상대적으로 낮게 인식하고 있는 것으로 나타났다.

4. 우리나라 관광기업의 장애인고객 준비실태

우리나라 관광기업의 장애인고객 준비 실태에 대한 분석 결과 <표 3>에서 볼 수 있는 바와 같이 전반적인 준비상태는 대체로 미흡한 것으로 나타났다. 그나마 긍정적으로 평가할 수 있는 부분은 장애인용 시설들(예: 경사로, 현관문, 객실, 욕실, 승강기, 비상시 유도등, 비상벨, 장애인 주차구역, 점자 메뉴 등)이었으나 법 규정 이외의 자발적 정책, 장애인고객에 대한 서비스 교육 등과 같은 측면에 대해서는 준비는 미흡한 것으로 나타났다.

장애인고객에 대한 준비 실태를 업종별로 살펴보았을 때 관광숙박업은 장애인용 시설들에 대해 다른 업종에 비해 상대적으로 준비가 되어 있으나, 법 규정 이외의 자발적 정책, 장애인고객에 대한 서비스 교육 등과 같은 측면에 대해서는 준비는 미흡한 것으로 나타났다. 여행업은 다른 업종에 비해 장애인고객에 대한 준비가 상대적으로 덜 되어 있으며, 특히 법 규정 이외의 자발적 정책, 장애인고객에 대한 매뉴얼 확보 및 서비스 교육 등과 같은 측면에 대해서는 준비는 아주 미흡한 것으로 나타났다. 기타 업종은 관광숙박업에 비해 장애인고객에 대한 준비가 미흡하였으며, 특히 법 규정 이외의 자발적 정책, 장애인고객에 대한 매뉴얼 확보 및 서비스 교육 등과 같은 측면에 대해서는 준비는 아주 미흡한 것으로 나타났다.

〈표 3〉 우리나라 관광기업의 장애인고객 준비실태

내가 근무하고 있는 회사는	전체			관광숙박업			여행업			기타업종		
	n	평균	sd	n	평균	sd	n	평균	sd	n	평균	sd
장애인용 시설(예: 경사로, 현관문, 객실, 욕실, 승강기, 비상시 유도등, 비상벨, 장애인 주차구역, 점자 메뉴 등)을 구비하고 있다.	366	3.12	1.19	159	3.57	1.63	155	2.65	1.17	52	3.15	1.14
장애인고객 응대 매뉴얼을 가지고 있다.	364	2.51	1.03	158	2.87	1.08	155	2.16	.922	51	2.45	1.02
장애인고객서비스 관련 교육·훈련을 정기적으로 실시하고 있다.	365	2.29	1.05	159	2.58	1.08	154	1.95	.881	52	2.38	1.14
사내 시설/서비스에 대한 장애인의 접근성 정도를 조사하여 이를 대내외적으로 적극 홍보하고 있다.	366	2.23	.968	159	2.47	.967	155	1.91	.817	52	2.48	1.11
장애인의 이용편의를 위해 법률로 정한 것 이외의 별도 정책을 자발적으로 마련하여 실행하고 있다.	366	2.30	.967	159	2.57	.964	155	1.97	.829	52	2.46	1.07
모든 직원들이 장애 유형에 따른 특성의 차이, 욕구와 요구사항에 대해 충분히 알고 있다.	366	2.59	1.02	159	2.77	1.02	155	2.37	1.00	52	2.67	.964
모든 직원들이 사내(社內) 장애인 고객용 시설/서비스/정책에 대해 잘 알고 있다.	363	2.61	1.03	158	2.84	1.00	153	2.33	.987	52	2.73	1.06
대다수의 직원들이 장애인고객에게 서비스를 제공할 때 마다 불편함을 느껴 그와 같은 상황을 가급적 회피한다.	366	2.63	.930	159	2.55	.953	155	2.74	.932	52	2.54	.828
장애인의 유형에 따른 시설/서비스에 대한 정보를 제공하고 있다.	366	2.69	.996	159	2.92	.958	155	2.39	.963	52	2.88	.983
장애인의 시설/정보에의 접근성 정도를 기업의 성과지표에 반영하고 있다.	365	2.15	.944	158	2.46	.914	155	1.85	.854	52	2.12	1.00
고객들의 장애여부를 확인하거나 또는 장애인에 특별 서비스가 필요한 고객은 스스로 회사 측에 알리도록 권장하고 있다.	366	2.79	1.04	159	2.75	.953	155	2.84	1.14	52	2.73	.972

장애이용 시설/서비스/ 정보 제공을 위한 투자를 이윤창출과는 거리가 먼 비용이라 생각한다.	361	2.82	1.00	158	2.80	.954	152	2.79	1.05	51	2.94	.988
장애인을 중요한 고객으로 인식하고 있다.	363	3.23	1.06	157	3.31	1.09	154	3.18	1.03	52	3.15	1.01
장애이용 시설에 대한 정보를 다양한 방법을 통해 제공하고 있다.	366	2.89	1.04	159	3.16	1.01	155	2.55	1.00	52	3.04	.969

V. 논의 및 시사점

오늘날 장애인 관광권에 대한 인식 확산과 함께 장애인관광시장에 대한 전 세계적인 관심이 점차 확대되고 있지만 관광현상에 있어 장애인은 아직 비가시적인 특성을 보이고 있다. 이러한 문제 해결을 위해서는 관광환경 전반에 걸친 변화가 요구되지만, 특히 장애인관광시장에 관광상품/서비스를 제공하는 관광업계의 인식변화와 노력이 요구되어진다. 최근 장애인관광과 관련한 현상을 공급자 측면에서 탐색하는 연구들이 증가하고 있지만 장애인관광시장을 대상으로 관광상품/서비스를 제공하는 업계 종사원이 장애인관광시장, 장애인관광활성화 방안에 대해 가지고 있는 인식과 업계의 현 주소를 고찰한 국내외 연구는 미흡한 실정이며, 본 연구는 이러한 측면을 살펴 볼 목적으로 수행되었다. 주요 결과 및 결과에 따른 시사점은 다음과 같다.

첫째, 우리나라 관광업계 종사원들은 전반적으로 장애인의 관광권 미충족, 장애인관광시장의 이질성 및 기업의 책임과 관련된 측면 등(예: 장애인과 비장애인의 관광욕구는 동일하다, 장애인의 관광욕구는 현재 충분히 충족되고 있지 못하다, 장애인관광시장은 개인의 특성에 따라 상이한 관광욕구/요구사항을 가진 집단이다, 장애인관광시장은 존재한다, 장애인관광시장은 관광기업의 사회적 책임과 관련된 시장이다, 장애인관광시장은 이질적이다) 등에 대해서는 어느 정도 동의하고 있는 것으로 나타났다. 또한 우리나라 관광업계 종사원들은 장애인관광시장의 규모는 아직 미미하며, 따라서 이들로부터 얻을 수 있는 각종 경제적 편익은 미미하다고 인식하고 있는 것으로 나타났다. 한편 이러한 인식은 업종에 관계없이 대부분 유사한 것으로 나타났다. 이와 같은 결과는 최근 들어 장애인의 일반적 권리 및 보편적 복지에 대한 사회적 공감대가 광범위하게 이루어지고 있는 점, 응답자의

과반수가 장애인고객에게 서비스를 제공한 경험이 있다는 점과 같은 연유로 장애인의 관광권과 특성에 대해 종사원들이 어느 정도 이해하고 있기 때문이라 사료된다. 그러나 장애인관광시장으로부터 관광기업이 얻을 수 있는 각종 혜택(이윤창출, 계절성극복, 경쟁우위확보 등)에 대한 종사원들의 이해 부족은 관광기업 종사자들은 장애인을 ‘고객’이 아닌 보호하고 도움을 주어야 하는 ‘시혜(施惠)의 대상’으로 접근하고 있음을 시사한다. 따라서 정부 혹은 장애인 단체 등 이해당사자들은 장애인관광시장의 규모와 관광수요, 그리고 이로 인해 창출되는 각종 효과 측면에 대한 우수사례집을 만들어 관광기업에 배포함으로써 장애인관광시장의 경제적 잠재력에 대한 관광기업 종사자들의 인식전환을 꾀해야 할 것이다.

둘째, 장애인관광 활성화 방안의 필요성과 관련하여 제시된 19개 측면에 대해 우리나라 관광기업 종사자들은 대체로 필요하다고 인식(5점 척도 상 3.5점 이상)하고 있는 것으로 나타났다. 특히 응답자들은 ‘장애인관광 환경개선을 위한 사회적 인식 변화,’ ‘장애인의 개인적 특성(예: 장애유형, 장애 정도, 보조기구 사용 등)을 고려한 관광지/ 관광기업의 접근성에 대한 정보시스템 구축·제공,’ ‘관광 관련 정보를 장애 유무에 관계없이 이용 가능하도록 구축·제공,’ ‘장애인을 위한 여행바우처 확대,’ ‘여행의 전 과정(여행계획-여행-귀가)에 대한 접근성 보장’ 등과 같은 방안에 대해 높은 필요성을 부여하고 있는 것으로 나타났다. 반면에 ‘정부에 의한 ‘장애인 관광권’ 명문화,’ ‘관광시설/서비스에 대한 접근성 정도를 기술한 “장애인 접근성 현황 요약서”작성 후 on/off-line 홍보’ 등과 같은 측면은 상대적으로 덜 필요하다고 인식하고 있는 것으로 조사되었다. 한편 업종별 분석 결과에 의하면 일부 방안을 제외하고 대체로 전체 의견과 유사한 반응을 보였는데, 관광숙박업 종사원의 경우 장애인을 위한 여행바우처 확대 방안보다는 이해당사자들의 네트워크 형성 및 공동협력의 필요성을 높게 제기하였으며, 여행업 종사자의 경우는 관광기업의 장애인용 시설/서비스/정보 관련 투자비용에 대한 정부의 행·재정적 지원에 대한 필요성을 높게 제기하였다. 반면에 관광숙박업 및 기타 업종 종사원들은 ‘관광기업경영 전반에 장애인 권리 및 편의증진보장 관련 법률 의무적 적용’ 방안에 대해서는 그 필요성을 상대적으로 낮게 부여하였다. 이러한 결과를 고려할 때 정부는 무엇보다도 장애인에 대한 사회적 인식이 더욱 개선되도록 다양한 노력(예: 학교교육, 공익광고, 장애인체험 등)을 전개하는 한편 다양한 분야(관광지, 관광시설, 관광정보 등)에의 장애인 접근성(accessibility) 향상하기 위한 제도를 마련해야 할 것이다. 또한 여행바우처는 경제적, 신체적, 사회문화적 제약 등으로 인해 국내여행에 쉽게 참여하지 못하는 사회적 취약계층(기초생활보장수급자, 차

상위계층 등)에게 여행기회를 제공함으로써 이들의 삶의 질 향상과 관광 향유권 증진에 기여할 목적으로 시행되고 있는 제도로써 현재의 문제점(예: 여행사가 마련한 상품을 구매해야 하므로 '원하는' 여행을 하는 것이 '주어진' 여행을 하는 경우가 대부분임) 보완과 함께 장애인 중 수혜 대상자를 확대해야 할 것이다. 한편 응답자들이 인식하고 있는 장애인관광 관련 편의증진에 필요한 법적장치 마련의 필요성은 낮은 것으로 나타났는데, 장애인을 위한 관광 환경 개선에 있어서 가장 효과적인 접근은 법적 장치 마련과 이의 준수에 요구되는 행·재정적인 지원(예: 장애인 접근성 향상을 위한 시설 설치비용 지원)임을 감안할 때 관련 정책의 병행이 요구된다.

셋째, 우리나라 관광기업의 장애인관광시장에 대한 준비 실태는 선행 연구(Darcy, 1998; Israeli, 2002; McGrath, 2009; Murray & Murray, 1995; O'Neill & Ali Knight, 2000; Takeda & Card, 2002; Upchurch & Seo, 1996) 결과와 동일하게 전반적으로 매우 미흡한 것으로 나타났다. 제시된 14개 항목 중 장애인을 중요한 고객으로 인식하고 장애인용 시설 구비 측면에 대해서는 상대적으로 갖추어져 있으나 장애인고객 대응 매뉴얼, 장애인고객에 대한 교육·훈련을 포함한 나머지 사항에 대한 준비는 거의 이루어지고 있지 않은 것으로 나타났다. 또한 이러한 현실은 업종을 불문하고 전반적으로 유사하게 나타났으나, 관광숙박업의 경우가 상대적으로 잘 준비되어 있는 것으로 나타났다. 이와 같은 결과는 전술한 장애인관광시장의 경제적 측면에 대한 관광업계 종사원의 잘못된 인식과 관광산업 본연의 특성에 내재되어 있는 시장 및 효율성 논리를 고려할 때 관광기업이 이들에 대해 어떤 준비의 필요성을 느끼지 못하고 있는 현실에서 연유하는 당연한 귀결인 것으로 사료된다. “지금도 객실이 1년 365일 거의 100% 차고 있을 뿐 아니라 설령 장애인 고객을 맞이하기 위해 준비를 하기 위해서는 수익을 장담할 수 없는 비용이 소요되는데 누가 준비를 하려 할까요?”(G 관광호텔 지배인과의 인터뷰)라는 말은 관광기업이 장애인관광시장에 대해 준비의 필요성을 지각하지 못하고 있는 현실을 가장 정확하게 대변하고 있다 할 것이다. 한편 연구 결과에 의하면 다른 업종에 비해 여행업의 대 장애인고객 준비실태가 미흡한 것으로 나타났는데 이와 같은 결과는 여행사는 관광지/관광시설/관광 상품에 대한 지식을 바탕으로 관광상품/서비스 공급자와 장애인관광시장을 연결(안현모·김경숙, 2009)함으로써 장애인 관광의 '촉진자(facilitator)'로서의 역할을 담당하여야 하나 오히려 '억제자(inhibitor)'의 역할에 머무르고 있다는 McKercher *et al.*(2003)의 주장을 뒷받침한다 하겠다. 한편 장애인고객에 대한 관광기업의

전반적인 준비 실태가 미흡한 이유로는 전술하였듯이 장애인관광시장이 가진 경제적 잠재력에 대한 낮은 인식 때문인 것으로 사료되며, 따라서 장애인관광시장에 효과적으로 대응함으로써 경제적 이득과 경쟁우위를 점하게 된 우수 사례를 수집하여 관광기업에 배포함으로써 이 시장이 틈새시장으로서의 가치를 충분히 가지고 있다는 인식을 관광업계가 가지도록 정책적으로 유도해야 할 것이다.

본 연구는 오늘날 날로 확대되고 있는 장애인관광의 활성화를 위한 방안 도출을 공급자 관점에서 탐색적으로 살펴봄으로써 관련 개념들(장애인관광시장에 대한 종사자 인식, 장애인관광 활성화 방안, 관광기업의 대 장애인고객 준비 실태 등)을 측정하는 틀(framework)과 측정도구를 제시함으로써 이 분야의 후속 연구에 기여하였다는 점에 의미가 있다 할 것이다. 반면 본 연구가 가진 한계점으로는 관광사업법에 규정된 관광기업 모두가 표본으로 선정되지 못하였고, 또한 편의추출법에 의해 표본이 추출되었다는 점에서 본 연구 결과를 일반화하기에는 한계가 있으며 향후에는 이러한 점을 고려한 연구가 수행되어야 할 것이다. 또한 장애인에 대한 인식이나 법적제도 등은 국가나 문화권별로 많은 차이가 존재하나 우리나라의 경우 장애인관광에 대한 전반적인 낮은 인식으로 인해 관련 법령 및 제도 그리고 선행 연구 등이 부족한 실정에서 외국의 연구결과를 바탕으로 한 점은 본 연구의 한계이며, 향후 우리나라의 현실을 반영한 측정도구의 개발에 대한 후속 연구가 요구되어진다. 또한 관광기업의 접근가능성에 대한 기초자료 수집, 장애인관광 활성화를 위한 체계적인 계획 및 우선순위 도출, 관광기업의 시설 및 서비스에 대한 장애인고객의 만족도 등에 대한 후속 연구를 통해 장애인관광 활성화 방안이 다각적으로 검토되어야 할 것이다.

참고문헌

- 류성욱·오치욱·이훈(2012). 장애인의 관광활동 제약 협상과정. 『관광학연구』, 36(1), 287-305.
- 보건복지가족부(2012). 『장애인실태조사』.
- 안현모·김경숙(2009). 여행사의 지식경영요인이 재무적 성과에 미치는 영향. 『관광학연구』, 33(2), 145-163.
- 오익근·김연선.(2006). 포커스그룹인터뷰의 관광연구 적용. 『관광학연구』, 30(1), 433-439.
- 이봉구(2008). 관광 관련 제약요인이 장애인의 관광 참여 의도에 미치는 영향에 관한 연

구: Seligman의 무력감이론의 적용. 『관광학연구』, 32(2), 39-59.

- _____ (2011). 장애유형별 관광지 및 관광정보 선택 속성에 대한 만족 차이와 각 속성에 대한 만족이 전반적 만족에 미치는 영향 차이: Mazler와 Sauerwein의 삼(三)요인 만족 모델의 적용. 『관광학연구』, 35(5), 55-80.
- _____ (2012). Understanding differences in travel information requirements across disability types and implications for developing accessible tourism information schemes. 『관광연구논총』, 24(3), 3-32.
- 전영록(2010). 장애인의 개인가치, 감성지능이 관광선호에 미치는 영향. 『관광·레저연구』, 22(4), 23-42.
- Abeyraine, R. I.(1995). Proposals and guidelines for the carriage of elderly and disabled persons by air. *Journal of Travel Research*, 33(3), 52-59.
- Australian Bureau of Tourism Research(2003). National visitor survey: travel by Australians. Retrieved 26 Fe., 2011, from www.btr.gov.au.
- Burnett, J. J., & Baker, H. B.(2001). Assessing the travel related behaviors of the mobility-disabled consumer. *Journal of Travel Research*, 40, 4-11.
- Charbonneau, G.(2006). *Tourisme et Handicap. Reussir l'Accueil pour la Mise en Accessibilite des Prestations Touristiques*. In Ingenierie Touristique—uide de Savoir-Faire. Paris, France: OEDIT France.
- Daniels, M. J., Rodgers, E. D., & Wiggins, B. P.(2005). "Travel tales": An interpretive analysis of constraints and negotiations to pleasure travel as experienced by persons with physical disabilities. *Tourism Management*, 26(6), 919-930.
- Darcy, D.(1998). *Anxiety to access: Tourism patterns and experiences of disabled New Wales people with a physical disability tourism*. Sydney, New South Wales.
- Darcy, S., & Pegg, S.(2011). Towards strategic intent: Perceptions of disability service provision amongst hotel accommodation managers. *International Journal of Hospitality Management*, 30, 468-476.
- Eichhorn, V., Miller, G., Michopoulou, E., & Buhalis, D.(2008). Enabling access to tourism through information schemes? *Annals of Tourism Research*, 35(1), 189-210.
- ENAT(2009). UK tourism firms encouraged to improve accessibility. Retrieved 26 December, 2010, from <http://www.accessibletourism.org/?i=enat.en.news>. 713.
- Genoe, R., & Singleton, J.(2009). World demographics and their implications

- for therapeutic recreation. In Stumbo, N. J.(Ed.), *Professional issues in therapeutic recreation on competence and outcomes*. Sagamore: Champaign, IL.
- Grady, J., & Ohlin, J. B.(2009). Equal access to hospitality services for guests with mobility impairments under the Americans with Disabilities Act: Implications for the hospitality industry. *International Journal of Hospitality Management*, 28, 161 - 169.
- Imrie, R., & Kumar, M.(1998). Focusing on disability and access in the built environment. *Disability and Society*, 13, 357-374.
- Israeli, A. A.(2002). A preliminary investigation of the importance of site accessibility factors for disabled tourists. *Journal of Travel Research*, 41(1), 101-104.
- McGrath, R.(2009). A discourse analysis of Australian local government recreation and sport plans provision for people with disabilities. *Public Management Review*, 11(4), 477-497.
- McKercher, B., Packer, T., Yau, M. K., & Lam, P.(2003). Travel agents as facilitators or inhibitors of travel: Perceptions of people with disabilities. *Tourism Management*, 24, 465-474.
- Murray, A., & Murray, M.(1995). *Submission on accessible accommodation stock to the industry commission inquiry: Tourism Accommodation and Training*.
- O'Neill, M., & Ali Knight, J.(2000). Disability tourism dollars in Western Australia hotels. *FIU Hospitality Review*, 18(2), 72-88.
- Open Doors(2003). *Research among adults with disabilities: Travel and hospitality*. Chicago: Open Doors Organization.
- _____ (2005). *Research among adults with disabilities: Travel and hospitality*. Chicago: Open Doors Organization.
- Ozturk, Y., Yayli, A., & Yesiltas, M.(2008) Is the Turkish tourism industry ready for a disabled customer's market? The views of hotel and travel agency managers. *Tourism Management*, 29, 382 - 389.
- Pagán, R.(2012). Time allocation in tourism for people with disabilities. *Annals of Tourism Research*, 39(3), 1514-1537.
- Rice, P.(2006). Universal management: a proposal to change the direction of accessibility management in the Australian tourism industry to create benefits for all Australians and visitors to Australia. *The*

- Review of Disability Studies: An International Journal*, 2(2), 64 - 69.
- Smith, R. W.(1987). Leisure of disabled tourists: Barriers to travel. *Annals of Tourism Research*, 14(3), 376-389.
- Takeda, K., & Card, J. A.(2002). U.S. Tour operators and travel agencies. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 12(1), 47-61.
- Touche Ross.(1993). *Profiting from opportunities: A new market for tourism*. London: Touche Ross & Co.
- Turco, D. M., Stumbo, N., & Garncarz, J.(1998). Tourism constraints for people with disabilities. *Parks and Recreation*, 33(9), 78-84.
- United Nations(2003). *Barrier-free tourism for people with disabilities in the Asian and Pacific region*. NY: United Nations.
- UNESCAP(2000). *Conditions to promote barrier-free tourism for people disabilities and older persons. Economic and Social Commission for Asia and the Pacific (ESCAP)*. Presentation at the National Workshop on Sustainable Tourism Development in China, Tianjin, China.
- UNWTO(2006). UN Convention on the Rights of Persons with Disabilities.
- Upchurch, R. S., & Seo, J. W.(1996). Civic responsibility and market positioning: Complying with the American Disability Act. *Facilities*, 14(5/6). 1-2.
- Westcott, J.(2004). *Improving information on accessible tourism for disabled people*. The European Commission.
- www.visitengland.com

2013년 7월 24일 최초투고논문 접수

2013년 8월 20일 최종심사완료 및 게재확정 통보

2013년 8월 21일 최종논문 도착

3인 익명심사 畢