

1. 과업의 배경 및 목적
2. 과업의 내용 및 범위
3. 과업의 추진경과

1 | 과업의 배경 및 목적

1. 과업의 배경

1) 관광마케팅 전략 필요

▣ 지역별 경쟁 심화

- 교통과 접근성의 개선은 지역 간 경계를 허물면 관광의 이동성을 편리하게 함으로써 결과적으로 관광 총량의 증가를 가져왔으나, 관광목적지가 증가하고, 지역별 각기 차별화된 관광전략을 마련하여 관광객에게 어필하는 침체화된 관광환경이 조성됨.
- 이러한 지역별 경쟁은 자원의 가치도 중요하나, 유사한 자원의 매력을 보다 가치 있게 제공하고 알리는 홍보하는 마케팅 전략이 더욱 중요해지고 있음.

▣ 지역의 발전전략 수단

- 관광산업은 관광객 집중으로 지역을 홍보하는 수단을 뛰어넘어 지역의 경제적 부가 가치를 창출하고, 지역경제에 활력을 불어 넣는 중요한 수단으로 자리매김함.
- 관광객 증가는 지역의 음식, 제품, 일자리 등 경제활동과 연관된 연관 산업의 발전을 가져오며, 발전하는 중요한 수단으로 지역의 발전전략 가치를 지님.

▣ 새로운 자원에 대한 욕구 증가

- 국민의 관광 경험이 증가하고, 여가에서 관광이 차지하는 비중이 증가하면서 관광 수요와 빈도는 지속적으로 증가하고 있으며, 관광경험의 수준이 높아지면서, 기존의 관광목적지를 탈피한 새로운 공간에 대한 소구가 높아짐.
- 특히 단순 자연경관과 유사한 체험과 차별화된 근대산업자원과 교육적 가치를 추구하는 새로움을 추구하는 관광에 대한 수요가 지속적으로 증가하고 있는데 이러한 욕구에 광명시의 관광자원이 이에 해당됨.

▣ 관광패턴의 변화

- 무엇보다 가족관광 유형과 교육관광 목적 등의 관광행태가 지속적으로 증가하고 있으며, 이러한 단일 수요의 증가와 욕구충족을 위한 공급 차원의 수용태세의 긍정적 변화가 필요한 시점임.

2) 광명시 관광여건의 새로운 변화

▣ 관광에서 새로운 빛을 본 광명시

- 광명시는 관광목적지로서 선택되거나 관광객 유입이 제한되었던 도시로서 관광분야에 취약한 수도권 서울 인접 도시임.
- 그러나 광명시는 산업관광 육성사업 추진(2014. 12. ~ 2015. 12.), 광명동굴 유료개장(2015. 4.), 업사이클아트센터 개관(2015. 6.), 기형도 문학관 건립(2017년 완공), 무형문화제 전수관 건립(2020년 개관예정), 특급관광 호텔 건립(2020년 1월 준공 예정), 도심공항터미널 및 사후 면세점 유치(예정)를 통해 산업·문화·예술·쇼핑·관광 도시로 발돋움하고 있음.
 - 특히 광명동굴(테마파크)의 개발로 관광객이 급증하고 있으며, 관광자원으로서 광명시를 홍보하는 대표적 수단으로 발전함.
- 이러한 돋보이는 관광자원 이외에도 관광활동에서 부가적 매력을 제공할 수 있는 쇼핑특구 및 산업관광 자원이 풍부하여 교육적 관광과 여성중심의 관광을 유인하는 전략이 유효한 상황으로 전개되고 있음.

▣ 광명동굴의 관광객 증가 뚜렷

- 광명시에서는 관광의 불모지나 다름없었던 도시에 세 가지 빛을 입혀 광명의 주요 관광코스를 개발하였으며, 특히 광명동굴은 방치된 폐광을 문화, 예술, 관광의 창조 모델로 성공적으로 정착시켜 국내관광객 140만, 국외 관광객 4만 명이 찾는 국내 최고의 동굴테마파크로서의 성과를 거둠.
- 무엇보다 KTX 광명역의 이용객이 지속적으로 증가하면서 광명시 유동인구가 증가하고 있는 상황은 관광분야의 발전과 초석을 다지는 좋은 기회로 판단됨.
- 새로운 관광문화 흐름에 따라 많은 관광지에서는 기존 문화유산 뿐 아니라 재창조된 문화예술 공간, 인문학역사 공간, 그리고 다양한 음식문화 공간 등 다양한 관광 콘텐츠로 내·외국인 관광객의 볼거리를 제공하기 위해 다양한 노력이 요구됨.

▣ 체계적인 관광수용태세 필요

- 이러한 관광분야 및 산업의 발전에 따라 다양한 연계 관광 상품 개발과 다양한 관광 마케팅 방안을 통해 관광객 증가 및 세외수입 확대, 지역경제 활성화할 수 있는 현실적이고 경쟁력 있는 전략적 상품 개발 마련과 마케팅 실행계획 마련이 요구됨.

2. 과업의 목적

1) 광명시 관광에 대한 여건 진단

▣ 대외적 환경변화 대응전략 마련

- 국내·외적으로 관광을 둘러싼 환경은 변화하고 있으며, 관광과 관련한 트렌드도 변화하고 있어 관광객 지향형 관광 마케팅 전략을 수립하기 위해서는 환경변화에 대응할 수 있는 전략 마련이 필요함.
- 국제적으로는 최근 관광시장에서 중요한 부분을 차지하고 있는 중국인 관광시장이 ‘사드’배치 영향으로 감소 현상이 뚜렷하며, 저가관광 등으로 관광의 질적 하락이 나타나 관광시장에 부정적 영향을 미치고 있음.
- 국내적으로는 아웃바운드 시장이 지나치게 성장하고 내국인의 국내관광 시장이 감소하면서 관광지마다 첨예한 경쟁이 가속화되고 있음.
- 이러한 대내외적인 관광여건의 변화를 정확히 진단하고 이에 따른 광명시의 관광발전 전략을 수립하여 관광산업의 발전과 문제점을 제거함.

▣ 광명시 관광여건 강화 과제 도출

- 광명시가 보유한 관광자원의 잠재력을 파악하고, 추가적으로 관광객 지향형 상품 개발과 수요력을 강화할 수 있는 방안을 강구하여 제공할 수 있도록 전략을 마련하여 제공함.
- 이러한 전략 마련을 위해서는 광명시의 여건을 보다 정확히 진단하고 이에 따른 문제점 도출을 통해 과제를 선별적으로 마련하여 해결방안을 제시하기 위함임.

2) 체계적인 관광마케팅 전략 마련

▣ 광명시 관광의 비전 및 목표 설정

- 광명시의 관광산업 및 관광기반 시설 등은 역사적으로 짧고, 인프라의 수준도 열악하며, 관광객의 증가에 따른 인프라 개선에 제한적인 상황임.
- 광명시 관광을 활성화하고, 지속적인 관광객 유입 도시가 되기 위해 전략적인 관점에서 향후 미래의 광명시 관광 비전과 목표 등의 설정이 필요하고, 본 용역을 통해 비전과 목표를 수립하여 전략과제를 도출하기 위함임.
 - 비전과 목표 수립에 따른 향후 전략과제를 도출함.

▣ 분야별 마케팅 전략 수립

- 관광의 발전과 관광마케팅 전략을 마련하기 위해서는 다양한 관점에서의 마케팅 전략 수립이 요구됨.
- 광명시에 필요한 마케팅 전략을 선별하고, 관광브랜드, 대표음식, 관광코스, 신규 수요창출 방안 등 다각적인 관점에서 분야별 마케팅 전략 계획을 수립함.

3) 관광의 사업화방안 마련

▣ 중장기적 광명시 관광전략 마련

- 마케팅 전략 계획을 통해 도출된 사업과 전략 등을 지속가능한 방향에서 수행하고, 이를 통해 실질적인 관광환경 개선이 이루어질 수 있도록 하기 위한 사업계획과 운영계획 등을 마련하여 제시함.
- 중장기적 관점에서 관광을 활성화하고 관광객 유치 증대를 위한 마케팅 전략의 실행 사업 등을 제시함.
 - 중점분야를 포함해 그 외에 기타 분야의 관광마케팅에 대한 상호 연계성과 종합적/지속적인 추진계획 등을 제시하기 위함.

▣ 사업을 통한 실질적 기대효과 마련

- 단순한 계획수립에 지나지 않고, 실행을 통해 나타난 문제점과 대응책 등 개선방안을 제시하여 용역으로서의 실제적 가치를 수반하기 위함임.
- 그 밖에도 사업내용, 추진체계, 예산 등의 검토 등을 통해 실행사업에 대한 구체화와 문제점 및 개선책 등을 마련하여 정책적 제안 및 대안을 제시하기 위함임.
- 또한 중점분야를 포함해 그 외에 기타 분야의 관광마케팅에 대한 상호 연계성과 종합적/지속적인 추진계획 등을 마련하여 제시하기 위함임.
- 추가적으로 단계별 목표설정에 따른 계획 수립, 국/도비, 민간투자(협력사업) 등 사업별 재원확보 방안 등의 계획을 수립하기 위함임.
- 다양한 관점에서의 기대효과와 파급효과를 마련하여 관광도시 광명시의 실현방안을 보다 더욱 구체화하기 위함임.

2 | 과업의 내용 및 범위

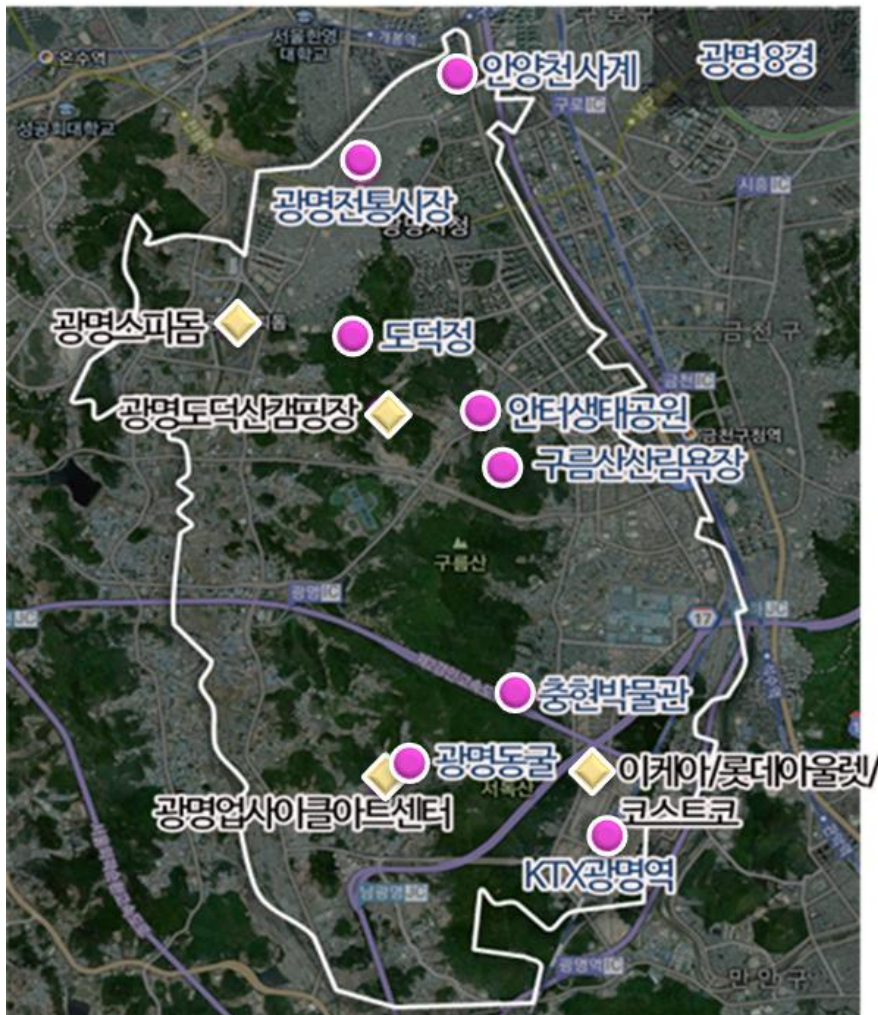
1. 과업의 내용

1) 시간적 범위

- 기준년도 : 2017년.
- 계획기간 : 2017년 ~ 2020년(4개년).
- 과업기간 : 2017년 6월 22일 ~ 2017년 12월 22일(착수일로부터 6개월).

2) 공간적 범위

- 광명시 전역.



[그림] 과업의 공간적 범위

3) 내용적 범위

▣ 관광여건 분석

- 광명시 지역 환경 분석.
- 광명시 관광 환경 분석.
- 관광 시장 분석.
- 의견 및 사례조사 분석.
- 종합분석 및 시사점/과제 도출.

▣ 관광마케팅 활성화 전략

- 관광마케팅 방향과 목표 설정.
- 중점 분야 선정과 세부전략 수립.
- 관광마케팅 분야별 전략 수립.
 - 관광콘텐츠, 스토리, 체험프로그램, 먹거리 기념품, 축제 등 분야별 검토,
 - 시장세분화 및 타깃설정.
 - 분야별 관광마케팅 전략구축 및 추진사업제시.

▣ 관광마케팅 추진계획

- 실행계획.
 - 관광브랜드 계획.
 - 관광 대표 먹거리 개발.
 - 관광코스 재점검 및 신규 코스.
 - 광명시 대표축제 발굴 및 계획.
 - 광명동굴 마케팅 방안.
 - 관광진흥 홍보계획.
 - 주변자원간 연계 마케팅 계획.
- 실행사업.
 - 광명시 팸투어.
 - 워크샵.

☐ 관광마케팅을 통한 관광활성화 및 사업화 방안

- 관광 활성화 계획.
 - 내/외국인 등 관광객 유치 활성화 방안.
 - 관광자원 및 시설 등 관광연계 활성화 방안.
 - 관광마케팅 운영관리 방안.
- 사업화 계획.
 - 사업추진 및 지원체계 구축.
 - 연차별 투자계획 및 재원조달 방안.
- 파급효과 분석.
 - 사회문화적 파급효과.
 - 관광산업적 파급효과.

