

코로나19발생에 의한 어촌관광 변화추이 빅데이터 분석연구

거제시 다대어촌체험휴양마을 중심으로

A Study on the Big Data Analysis of the Changes in Fishing Village
Tourism due to the Coronavirus19 outbreak

Focusing on the Dadae fishing experience recreation village in Geoje-City

주 저 자 : 최규철(Choi, Kyu Chul)

국립공주대학교 지역사회개발학과 박사과정

공 동 저 자 : 이서구(Lee, Seo Gu)

한국어촌어항공단 어촌개발팀장

교 신 저 자 : 강동선(Kang, Dong Seon)

한양여자대학교 산업디자인학과 교수

(ktf7781@nate.com)

<https://doi.org/10.46248/kidsr.2021.3.290>

접수일자 2021. 8. 29. / 심사완료일자 2021. 9. 20. / 게재확정일자 2021. 9. 25.

Abstract

Corona 19 is hurting the entire industry, and moreover, many changes in leisure life are being made due to the non-face-to-face "untact" culture. This raises the possibility that it is negatively affecting our fishing village recreation village. Considering that what we enjoy in our fishing villages is a form of socially valuable tourism consumption, the decline of fishing village tourism can have a significant impact on our society.

Advanced analysis of big data and proposal of alternatives are important for a new leap forward in fishing village tourism. Changes in the number of visitors and sales due to COVID-19 were confirmed by analyzing consumer needs, such as existing surveys, based on big data (mobile communication data and card sales data). Initially, the study was conducted with the hypothesis that the number of visitors and sales of the Dadae Fishing Village Experience Recreation Village in Geoje would have significantly decreased due to Corona 19. Fatigue, etc.), there was no significant change in the number of visitors and sales during the two-year survey period (September 2018 to September 2020) before and after Corona 19. In addition, implications were drawn so that the analysis results could be utilized for each subject. The purpose of this study was to provide meaningful data and to show the basis of analysis for marine tourism related policy development managers and fishing village experience resort village managers.

In particular, for various technical limitations, if big data can be more easily provided and utilized through institutional supplementation in the future, it can be an opportunity to change the paradigm not only in the marketing and tourism industries but also across all industries.

Keyword

Fishing Experience Recreation Village(어촌체험휴양마을), Tourism(관광), Big Data(빅데이터), Coronavirus 19(코로나19)

요약

코로나19로 인하여 전 산업분야가 타격을 받고 있으며, 더욱이 비대면 방식의 '언택트(Untact)' 문화로 여가생활의 많은 변화가 생겨나고 있다. 이는 우리의 어촌체험휴양마을에도 부정적인 영향을 주고 있을 가능성이 제기된다. 대표적인 경험재로서의 문화소비인 체험관광, 그 중에서도 우리의 어촌에서 즐기는 것이 어업인에게 어업의 소득까지 연결되니 사회적으로 가치있는 관광소비의 형태임을 인지한다면 어촌관광의 쇠락이 우리사회에 미치는 영향이 상당하다 할 수 있다.

어촌관광의 새로운 도약을 위해 빅데이터의 고도화된 분석과 대안제시는 중요하며, 코로나19로 인해 타격을 받은 어촌관광산업의 활성화를 위해서 본 연구가 시작되었다. 기존 설문조사 등의 소비자 니즈분석을 빅데이터(모바일 통신 데이터와 카드매출데이터)기반의 소비자 분석으로 코로나19로 인한 방문객 수, 매출액의 변화추이를 확인하였다. 당초 연구는 코로나19로 인해서 거제시 다대어촌체험휴양마을의 방문객 및 매출액이 현저히 감소했을 것이라는 가설을 가지고 연구가 진행되었지만 감소인자(코로나19)에 대한 증감인자(아웃바운드 관광수요 및 지속적인 코로나19로 인한 피로감 등)로 상쇄되어 2년의 조사기간 동안(2018.9월~2020.9월)방문객 수, 매출액이 코로나19 전후로 유의미한 변화는 없는 것으로 나타났다. 또한, 분석결과에 대한 각 주체별로 활용할 수 있도록 시사점을 도출하였다. 해양관광 관련 정책개발 담당자, 어촌체험휴양마을 관리운영자에 대한 유의미한 데이터 제공 및 분석근거를 보여주고자 하였다. 특히, 현재 여러가지 기술적 한계점에 대해서는 향후 제도적 보완을 통해 보다 쉽게 빅데이터를 제공받고 활용할 수 있다면 마케팅, 관광산업 뿐만 아니라 전산업에 걸쳐 패러다임의 변화를 줄 계기가 될 수 있다고 생각된다.

목차

1. 서론

- 1-1. 연구 배경
- 1-2. 연구 목적

2. 선행연구 고찰

- 2-1. 관련 연구동향
- 2-2. 본 연구의 차별성

3. 연구의 방법

- 3-1. 분석방법
- 3-2. 분석범위

4. 유형별 결과 분석

- 4-1. 방문객 분석
- 4-2. 매출분석

5. 결론

- 5-1. 연구결과
- 5-2. 시사점 및 한계점

참고문헌

1. 서론

1-1. 연구배경

‘19년 12월에 발생한 코로나19가 전 세계로 유행되면서 많은 인명피해와 경제적 타격을 주고 지금도 지속되고 있는 등 장기국면으로 접어들고 있다.

코로나19로 인하여 전국적으로 모든 산업분야에서 피해가 속출하고 있으나, 우리의 어촌지역은 어떤 피해를 받고 있는지 관광적인 측면으로 분석은 나오지 않고 있다.

또한, 비대면 방식의 ‘언택트(Untact)’ 문화로 여가 생활에 걸쳐 많은 변화가 나타나고 있어, 이는 우리의 어촌체험휴양마을에도 부정적인 영향을 주고 있을 가능성이 제기된다.

대표적인 경험재로서의 문화소비인 체험관광, 그 중에서도 우리의 어촌에서 즐기는 것이 어업인에게 어업 외 소득까지 연결되니 사회적으로 가치있는 관광소비의 형태임을 인지한다면 어촌관광의 쇠락이 사회에 미치는 영향은 상당하다고 할 수 있다. 최근에는 ‘21세기 원유’, ‘디지털 시대의 금광’ 등 희망적인 수식어와 함께 ‘빅데이터’가 사회전체적으로 이슈가 되고 있으며, 마케팅부터 관광분야까지 활용되고 있다. 이에 과학적 접근에 기반한 어촌체험관광의 코로나19로 인한 변화를 분석하고 어촌체험휴양마을 운영자, 해양관광 정책의 관계자들에게 판단의 근거가 되는 실증적 연구가 절실히

필요한 시기이기도 하다.

어촌관광분야 가치증진 및 새로운 비즈니스의 창출을 위해 빅데이터의 고도화된 분석과 대안제시는 중요하며, 코로나19로 인해 타격을 받은 어촌관광산업의 새로운 활력을 줄 수 있을 것이라는 생각에서 본 연구가 시작되었다.

1-2. 연구목적

코로나19로 인한 어촌관광이 피해를 정량적 파악하고 코로나19 발생(2019.12)의 전(前)인 2018년 9월부터 후(後)인 2020년 9월까지의 데이터를 비교해 보고자 한다. 코로나19로 인한 방문객 및 매출액 감소를 빅데이터를 이용하여 산정하기로 한다. 그리고 분석된 자료를 바탕으로 어촌관광 활성화를 위한 정책적 제언을 마련하는 것이 본 연구의 목적이다.

2. 선행연구 고찰

2-1. 관련 연구동향

빅데이터는 대량의 정보 혹은 자료를 기반으로 대량의 처리방식을 수반하는 데이터를 말하며, 데이터가 방대하기 때문에 다양한 처리기술에 필요하다. 검색, 저장, 분석, 시각화 등 다양한 방법으로 분석을 하게 된다.¹⁾

빅데이터의 형태로는 거래데이터, 센서데이터, 소셜 미디어 데이터 등이 있으며, 최근 소셜미디어 데이터를 활용하여 빅데이터를 분석하여 연구하는 방법론이 관광 분야에서 많이 적용되고 있다. 특히 관광산업의 경우 빅데이터 분석을 통한 소비 트렌드 분석으로 새로운 콘텐츠 개발에도 활용을 적극적으로 하고 있으며, 메르스 등 전염병 위기의 상황에 돌파구를 빅데이터에서 찾고 있기도 하다.²⁾

최근에는 관광분야 SNS(인스타그램, 유튜브) 등 소셜미디어 빅데이터 연구로 유명 관광지의 음식문화에 대해서도 활발하게 연구가 진행되고 있는 추세에 있다. 특히 식도락 문화가 발달한 전남지역 관련 관광객들의 인식과 이를 통한 관광 활성화 관련 연구 또한 이루어지고 있다.³⁾

검색엔진의 키워드 검색을 분석한 텍스트마이닝(text mining) 또한 자료의 시각화로 많은 활용이 되기도 한다.⁴⁾

스마트관광의 확산과 함께 빅데이터에 대한 관심이 늘어나고 있는데 포털사이트나 SNS 이용을 분석하여 관광트렌드나 관광객의 의견을 분석하거나, 고도의 분석을 통한 더 나은 마케팅 전략 또는 관광정책을 수립하는데 기여하고 있다.⁵⁾

또한 이종간 결합한 통신데이터, 부동산데이터, 위치기반데이터, 지하철 데이터를 결합한 상관분석까지 빅데이터의 활용은 무섭게 확장되고 있다.⁶⁾

이처럼 산업분야의 활성화를 위해 점차 고도화된 분석기법을 활용하고 있으며, 빅데이터의 활용분야는 다양화, 융합화의 방향으로 가고 있다.

- 1) 서정아·오익근, 사회연결망 분석을 활용한 대구의 관광지 이미지 분석 : 온라인 빅데이터를 중심으로, 한국콘텐츠학회논문지, 2015, 17(7)
- 2) 김동완, 빅데이터의 분야별 활용사례. 경영논총, 2013, 34호
- 3) 한 장한·서현·소셜 빅데이터 분석을 활용한 여수관광 인식 및 관광활성화 방안에 관한 연구, 관광레저연구, 2019, 31(7)
- 4) 박원철, 텍스트 마이닝 기반의 비밀상담 관리 모델에 관한 연구, 공주대학교 대학원, 2018
- 5) 이영진·윤지환, 관광분야에서 SNS 빅데이터의 활용 방법 모색: 관광 정보 검색 키워드 분석을 중심으로, 관광연구저널, 2014, 28(3)
- 6) 함유근. 채승병, 빅데이터. 경영을 바꾸다, 삼성경제연구소, 2014

빅데이터 분석방법의 다양한 사례와 창의적 접근으로 분석하여 각 유형별 특징과 한계점, 이후 과제에 대한 방향성 정립에도 참고할 예정이다.

또한 어촌체험 관광측면으로 이용객의 성별, 연령별, 소득별로 분석 어촌체험휴양마을의 이용객의 인구통계적 고객만족도를 분석하여 고객충성도 향상방안 수립에 기여한다.⁷⁾

[표 1] 관련 선행연구

연구자	연구내용
서정아 외(2017)	검색, 저장, 분석, 시각화로 다양하게 활용
한장현 외(2019)	소셜미디어 빅데이터를 식도락과 관련활용
권태일 외(2016)	포털사이트, SNS분석 관광트렌드 분석활용
이영진 외(2014)	이종간 결합(부동산,통신,지하철 등)융복합
박근화(2016)	고도의 분석으로 마케팅전략, 정책수립 활용
박대환(2014)	성별, 연령별, 소득별 어촌체험휴양마을 고객 만족도 분석

2-2. 본 연구의 차별성

빅데이터 중 위치정보기반의 모바일 통신데이터(skt)와 현대카드의 카드매출실적 데이터를 이용해서 추출한 데이터를 취합, 분석하였다. 특히 모바일 빅데이터를 통한 공간단위 분석의 정밀성은 기지국별 전파 영역을 특성할 수 있는지 여부에 달려 있으며, 본 연구에서 이용한 sk telecom데이터는 전세계에서 유일하게 기지국별 전파 영역을 특정하고 관리할 수 있어 정밀도가 높게 나타난다. 위치기반의 관광객 변화추이를 분석하고 더 나아가 관광객들의 소비패턴을 파악하기 위해 현대카드 매출데이터를 분석하여 방문객의 업종별, 연령별, 성별, 시간대별 매출을 분석하였다. 또한 카드사별 점유율과 현금사용 보정비를 반영한 매출 데이터를 분석하였다.

3. 연구의 방법

3-1. 분석방법

3-1-1. 모바일 통신 빅데이터

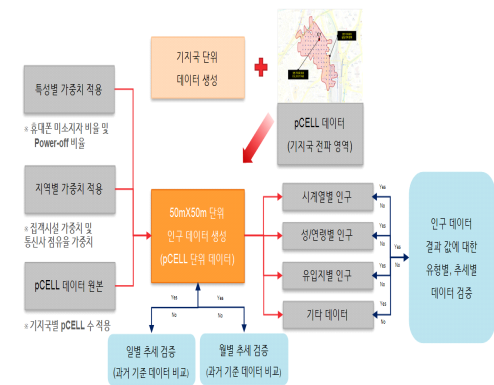
모바일 통신가입자 중 약 53.6%의 점유율을 가진

- 7) 박대환, 장병주, 어촌체험마을 이용객의 인구 통계적 특성에 따른 고객만족도와 고객충성도의 차이에 관한 연구. 관광레저연구, 2014, 26(2)

skt데이터의 기지국 전파 영역내 정확한 인구 데이터를 분석하여 점유율 보정 후 데이터를 추출하였다. 50m×50m단위 pCell단위(기지국 전파 영역) 데이터를 분석하여 인구 데이터 결과값에 대한 유형별, 추세별 데이터 검증치를 활용하였다. 또한, 통신빅데이터를 Alteryx와 ArcGIS프로그램을 이용하여 해석하였다.

[표 2] 모바일 빅데이터 추출 가입자수

구분	SKT	KT	그 외 기타
CDMA(1X, 2G)	1,245,004	0	0
WCDMA(3G)	2,857,025	0	0
LTE(4G)	23,312,103	16,937,680	0
합계	27,414,132	16,937,680	6,806,121
인구대비 점유율	53.6%	33.1%	13.3%



[그림 1] pCell단위 통신데이터 생성 프로세스

3-1-2. 매출 빅데이터

적용한 매출데이터는 현대카드(약 12% 점유율) 매출데이터를 기반으로 카드사 점유율 보정, VAN사와 POS사의 현금사용보정비율을 반영한 전체 매출데이터를 분석하고, 성별, 연령별 매출 분석과 표준산업분류표 상의 업종분류를 기반으로 업종별 매출액의 분석자료를 활용하였다.

3-2. 분석범위

공간적 범위 : 거제시 다대어촌체험휴양마을

시간적 범위 : 2018년 9월~2020년 9월(2개년)

내용적 범위 : 시계열별 방문객 분석(월별 추이),

성별, 연령별, 유입지별, 시간대별 방문객 분석,

시계열별 매출분석(월별 추이),

업종별 매출분석, 성별, 연령별 매출분석,

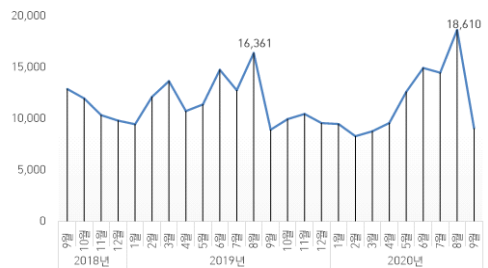
연령대별 매출과 방문객 비교분석

4. 유형별 결과분석

4-1. 방문객 분석

4-1-1. 시계열 방문객 분석

다대어촌체험휴양마을은 분석기간 월평균 약 1만1천명이 방문하는 것으로 나타났으며, 2020년>2019년>2018년 순으로 점차적으로 증가세를 나타내고 있다. 방문객 월별 패턴으로는 8월, 9월이 가장 높은 것으로 나타났다. 결과분석에서 특이한 점은 코로나19 이후 여름철 극성수기인 8월 방문객수가 오히려 13.7%가 증가한 결과가 나타났다. 이는 코로나19로 아웃바운드 관광이 막혀 국내여행으로 돌아선 결과로 유추된다.



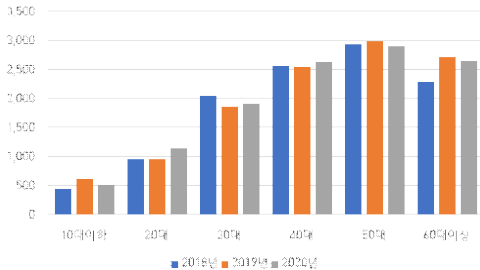
[그림 2] 월별 방문객 변화 추이

4-1-2. 연령별/성별 방문객 분석

연령대별 방문객수는 50대>60대 이상>40대상>30대 순으로 나타났으며, 50대 이상의 중년층, 노년층에서 타 여행상품에 비해 경제적인 어촌체험프로그램을 선호하는 추정할 수 있다.

[표 3] 연령대별 방문객수

연령별	2018년	2019년	2020년
10대 이하	446명	606명	512명
20대	959명	954명	1,143명
30대	2,053명	1,860명	1,914명
40대	2,550명	2,534명	2,621명
50대	2,929명	2,978명	2,905명
60대 이상	2,286명	2,718명	2,636명



[그림 3] 연령대별 방문객수

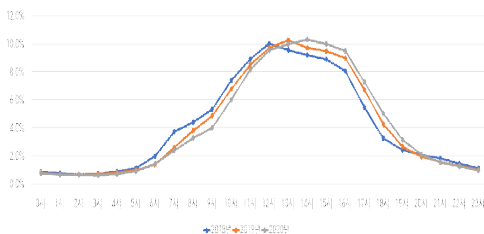
방문객의 성별로는 남성 비율이 약 60%를 나타내고 있으며, 이는 연간 비슷한 양상을 보이고 있다.

[표 4] 성별 방문객수

성별	2018년	2019년	2020년
남성	6,842명	6,890명	7,038명
여성	4,381명	4,761명	4,692명

4-1-3. 시간대별 방문객 분석

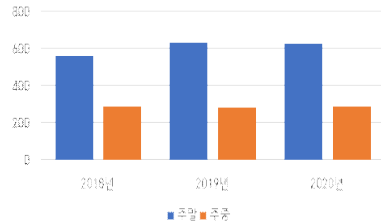
시간대별 방문객수는 2개년간 공통적으로 12시~14시에 방문객이 가장 많은 것으로 나타났으며, 이는 해양레포츠를 즐기기에 좋은 오후시간에 집중된 것을 볼 수 있다.



[그림 4] 시간대별 방문객수

4-1-4. 주중/주말 방문객 분석

주중/주말 방문객 분석결과 주말 일평균 약 600여명, 주중 일평균 약 280여명이 방문하는 것으로 보이고, 주말이 약 68% 더 많이 방문하는 것으로 나타났다.



[그림 5] 주중/주말 방문객수

4-1-5. 유입지별 방문객 분석

광역시도 단위로 본 거제 다대어촌체험휴양마을의 유입지별 방문객 순위는 2018년부터 2020년까지 동일하게 경남>부산>경기>서울>대구>경북 순으로 나타났으며, 코로나로 인한 장거리 관광보다는 인접 광역시도가 높은 비율로 나타났다.

[표 5] 광역시도별 방문객수

순위	18년 (점유율)	19년 (점유율)	20년 (점유율)
1	경남 (48.9%)	경남 (50.3%)	경남 (56.4%)
2	부산 (12.5%)	부산 (12.0%)	부산 (13.9%)
3	경기 (8.0%)	경기 (8.6%)	경기 (6.3%)
4	서울	서울	서울
5	대구	대구	대구
6	경북	경북	경북
7	울산	울산	울산
8	인천	전남	전남
9	전남	전북	충남
10	전북	충남	대전

시군단위 단위로 본 유입지별 방문객 순위는 다소 변화가 있었으나 근거리 인접 시군 높은 비율로 유의미한 변화는 나타나지 않았다. 표에서 보는 바와 같이 시군구별 방문객 수 상위 3개 지자체는 3년간 동일하게 나오는 등 근거리 관광수요가 많음을 알 수

있었다.

[표 6] 시군구별 방문객수

순위	18년 (점유율)	19년 (점유율)	20년 (점유율)
1	경남 거제 (30.4%)	경남 거제 (34.2%)	경남 거제 (38.6%)
2	경남 통영 (6.1%)	경남 통영 (3.8%)	경남 통영 (3.8%)
3	경남 김해 (2.6%)	경남 김해 (2.5%)	경남 김해 (2.9%)
4	부산 사하구	부산 사하구	경남 진주시
5	부산 부산진구	경남 진주	부산 사하구
6	부산 해운대구	부산 부산진구	부산 부산진구
7	경남 진주시	창원시 의창구	창원시 성산구
8	양산시	부산 해운대구	창원시 의창구
9	창원시 성산구	양산시	부산 해운대구
10	창원시 진해구	창원시 성산구	창원시 진해구

4-2. 매출분석

4-2-1. 시계열 매출액 분석

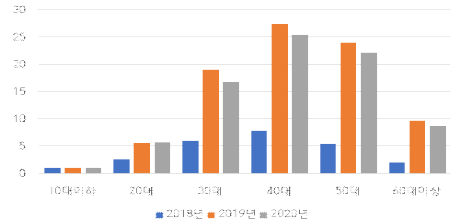
업종별 매출분석 결과 조사기간 동안 공통적으로 관광/여가/오락 > 도매/유통 > 생활서비스 순으로 매출액이 높게 나타났으며, 특히 체험관광지의 특성상 관광/여가/오락 업종이 가장 많은 매출액이 발생하는 것으로 나타났다.

[표 7] 업종별 매출액

업종별	2018년 월평균	2019년 월평균	2020년 월평균
음식	1백만원	3백만원	2백만원
소매	1백만원	2백만원	2백만원
생활서비스	1백만원	3백만원	3백만원
도매/유통	2백만원	15백만원	17백만원
관광/여가/오락	21백만원	62백만원	55백만원

4-2-2. 연령대별 매출과 방문객 분석

연령대별 매출액은 40대>50대>30대>60대 이상 순으로 나타났으며, 성별로는 남성이 약 70%로 높게 나타났다.



[그림 6] 연령대별 매출액

40대~50대 방문객이 주를 이루는 만큼 매출액 또한 비례해서 많게 나타났으며, 20대의 매출액 및 방문객 증가율이 가장 높게 나타났다.

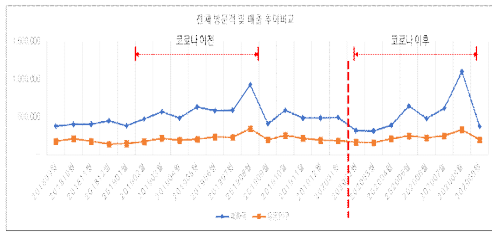
[표 8] 연령별 매출액 및 방문객 수

연령별	매출액(백만원)			방문객(명)		
	2018년	2019년	2020년	2018년	2019년	2020년
10대	1	1	1	446	606	512
20대	3	5	6	959	954	1,143
30대	6	19	17	2,053	1,860	1,914
40대	8	27	25	2,550	2,534	2,621
50대	5	24	22	2,929	2,978	2,905
60대	2	10	9	2,286	2,718	2,636

5. 결론

5-1. 연구결과

당초 연구는 코로나19로 인해서 거제시 다대어촌체험휴양마을의 방문객 및 매출액이 현저히 감소했을 것이라는 가설을 가지고 연구가 진행되었다. 하지만 감소인자(코로나19)에 대한 증감인자(아웃바운드 관광수요 및 지속적인 코로나19로 인한 피로감 등)로 상쇄되어 2년의 조사기간 동안(2018.9월~2020.9월)방문객 수, 매출액의 코로나19 전후로 유의미한 변화는 없는 것으로 나타났다.



[그림 8] 주중/주말 방문객수

'20년 2월 코로나19 1차 유행 시기 감소 추세를 나타냈으나, 5월 이후 예년 수준의 회복세를 나타내고 있으며, 이는 전국 단위 코로나19 기간 입지유형별 이동량 변화 추이와 유사한 패턴을 보여주고 있으나 분석 대상 지역의 경우 여촌 관광지의 특성상 7~9월 하계휴가 시즌 관광지 방문객은 2019년 대비 소폭 증가한 것으로 분석되었다. 또한 아웃바운드 여행객들의 국내 여행지로의 선회가 감소될 수 있었던 여촌체험휴양마을의 방문객 유입에 한몫을 한 것으로 보여진다. 또한 코로나19로 인한 장기간 지속된 사회적 거리두기의 피로도가 국내 여행지로의 유입, 특히 개방적인 공간인 여촌지역으로 유입됐으리라 유추해볼 수 있다.

여촌체험휴양마을의 관리운영자는 빅데이터 분석결과에서 보는 바와 같이 특정시간대 관광객 집중되는 것을 감안하여 방문객 수용능력 검토 및 성별, 연령별 체험 콘텐츠 개발시 고려하여야 할 것으로 판단된다.

마을의 매출증대를 위해서 방문객 주요 연령대인 50대, 60대가 선호하는 방문집중시간대(12~14시)를 타겟팅한 레시피 개발 및 판매와 더불어 주중 대비 주말 방문객이 약 10배 증가하는 것으로 나타남에 따라 체험관리인원에 대한 탄력적 배치가 이루어져야 할 것이다.

불특정 다수에 대한 홍보보다는 목적별로 방문객수 상위지역에 대한 재방문을 위한 홍보영상 배포와 방문객 하위지역에 대한 마을 및 관광콘텐츠 홍보로 이원화 전략을 추진하는 것이 타당할 것으로 보여진다.

해양관광 정부정책 담당자들은 빅데이터를 활용하여 효과적인 정책수립과 공공데이터를 공공성격을 지닌 여촌체험휴양마을 관계자들에게 확산, 공유하여야 할 필요가 있다고 보여진다. 또한 주기적으로 빅데이터 변화에 대한 각 마을별 사무장에 대한 역량강화교육도 병행해서 이루어진다면 일부 민간과 경쟁하는 마을공동체의 존립기반에 많은 도움을 줄 수 있을 것으로 기대된다.

5-2. 시사점과 한계점

다대여촌체험휴양마을의 경우는 데이터 분석결과에 따라 중식시간대(12시~14시) 방문객 최대치를 나타내고 있어, 중식시간대를 타겟팅한 지역특산물 요리체험 및 판매전략을 추진하는 것이 타당하리라 판단된다. 타 여촌체험마을과 대동소이한 체험프로그램(바지락, 후릿그물체험 및 갯벌체험)으로는 차별화가 어려워 경쟁력이 다소 결여된 상태이기도 하다.

다대여촌체험휴양마을의 경우 해양수산부 일반농산 어촌개발사업 추진중으로 설계시 빅데이터를 기반한 관광객 수요를 예측한 시설물의 면적산정, 체험프로그램 동선을 고려한 조닝계획(Zoning plan), 마을여건과 주민역량에 적합한 트렌디한 관광콘텐츠 개발 등을 사업내용과 관련된 빅데이터 분석이 필수적으로 선행되어야 할 것으로 사료된다.

제도 및 정책관계자의 관점에서는 수요자 중심의 상향식 지역개발을 추진하고 있지만, 빅데이터 분석 및 활용의 범위에서는 민간에서 모든 것을 감당하기에는 아직까지는 힘이 든 것이 사실이다. 특히 빅데이터의 효과가 가장 크고 효과적으로 변화를 나타낼수 있는 분야 중 하나가 공공부문이다. 자원의 효율적으로 활용을 위한 빅데이터를 도입하는 것으로 상대적으로 용이한 문제라고 생각된다. 이미 세계적으로 빅데이터를 발다투어 활용하려는 이유도 여기에 있다. 특히 공개된 인터넷 정보를 기업의 사익이 아닌 국민들의 공익에 사용하는 것이 법적으로 용인되는 추세이기도 하다. 타 산업에 비하여 제약이 적은 점도 공공부문에서 빅데이터가 활용될 수 있는 까닭이기도 하다.

본 연구를 통해 여촌체험휴양마을이 코로나19상황에서 방문객 및 매출의 패턴에 대해서 분석하고 대안을 제시하고자 하였다. 그러나 동 연구에서 분석한 요인 외에도 해양환경, 교통, 전통문화 등 많은 요인들과 더불어 활용할 수 있지만 구득이 어려웠던 데이터가 있어 반영하지 못한 한계가 있다고 생각한다.

모바일 통신 빅데이터는 시간적, 공간적 정의에 따라 변화하는 데이터 특성이 있어, 분석의 세팅상태에 따라 인구가 다소 차이가 날 수 있는 한계를 가지고 있다고 생각한다. 통신사 데이터의 한계점으로는 핸드폰 미지참자 또는 핸드폰 미사용 10대 미만의 경우 인구량 추정 오차가 발생할 수 있다. 통신데이터 및 매출데이터는 전수가 아닌 활용 데이터의 점유율을 환산하여 추정된 수치이며, 이로 인한 오차는 존재할 수 있는 한계가 있다. 2018년 9월부터 2020년 9월까지 2년간을 시간적 범위를 설정하여 다소 시계열 분석에는

부족함이 있지만 조사기간 이후 발생한 변종 바이러스 등 변화된 여건에 대해서는 향후 추가적으로 보완하여 연구하도록 하겠다.

법적, 제도적인 관점에서의 한계로는 빅데이터의 활용이 개인정보 식별가능성 때문에 개인정보보호법, 신용정보의 이용 및 보호에 관한 법률 등에 의해 빅데이터 사용이 제한적이다. 따라서 접근성, 신뢰도 등 데이터가 가진 특징 중 이동통신 데이터가 현재로서는 한계를 가지고 있지만 관광 및 마케팅 분야로의 활용방안은 크게 증가할 것으로 예상된다.

참고문헌

1. 장동인, [빅데이터로 일하는 기술], 한빛미디어, 2014
2. 함유근. 채승병, [빅데이터로 경영을 바꾸다], 삼성경제연구소, 2014
3. 김민형. 황영현, '빅데이터를 활용한 관광분야 사회적 기업인식에 관한 연구 : 관광분야 사회적 기업과 일반 사회적기업의 비교를 중심으로', 관광레저연구지, 2018, 30권1호
4. 오익근, '사회연결망 분석을 활용한 대구의 관광지 이미지 분석 : 온라인 빅데이터를 중심으로', 한국콘텐츠학회논문지, 2015, 17권7호
5. 최성. 우성구, '빅데이터 정의, 활용 및 동향', 정보처리학회지, 2012, 19권2호
6. 임종훈. 김영현, '소셜미디어 빅데이터 분석을 활용한 익산 관광인식에 관한 연구', 관광학회, 2020, 45권3호
7. 이영진. 윤지환, '관광분야에서 SNS 빅데이터의 활용 방법 모색: 관광 정보 검색 키워드 분석을 중심으로', 관광연구저널, 2014, 28권3호
8. 박승진, '환경변화에 따른 관광산업의 빅데이터 활용이 관광객 만족에 미치는 영향', 관광학회, 2017, 42권3호
9. 황옥선. 민정기, '빅데이터 활용에 의한 리조트 관광객의 소비성향 분석', 호텔리조트연구회, 2017, 16권2호
10. 정효선. 김태희, '빅데이터 분석을 활용한 남도 바닷길 미식 관광 활성화 방안 연구', 한국조리학회, 2020, 26권12호
11. 박태수, '해양관광 활성화 방안 도출을 위한 빅데이터 분석 연구', 관광레저연구학회, 2020, 32권7호
12. 김상락. 강만모, '빅데이터 분석 기술의 오늘과 미래', 정보과학학회, 2014, 32권1호
13. 이수희, 박득희, 김맹선, '소셜 빅데이터 분석을 활용한 제주도 관광 인식에 관한 연구', 관광레저연구, 2018, 30권2호
14. Kwon, S. W. & Adler, P. S. Social Capital: Maturation of a Field of Research. Academy of Management Review, 2014, 39(4)
15. Lee, J., Park, D. & Han, I. The different effects of online consumer reviews on consumer's purchase intentions depending on trust in online shopping malls. Internet Research, 2011, 21(2)
16. Gretzel, U., Sigala, M. Xiang, Z. & Koo, C. Smart tourism: foundations and developments. Electronic Markets. 2015
17. Pan, B., MacLaurin, T. & Crotts, J. C. Travel blogs and its implications for destination marketing. Journal of Travel Research, 2017, 46
18. Guo, Y., Liu, H. & Chai, Y. The embedding convergence of smart cities and tourism internet of things in China: An advance perspective. Advances in Hospitality and Tourism Research, 2014, 2(1)
19. Garcia-Lillo, F., Ubeda-Garcia, M. & Marco-Lajara, B. The intellectual structure of research in hospitality management: A literature review using bibliometric methods of the journal International Journal of Hospitality Management. International Journal of Hospitality Management, 2016, 52