



저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.



변경금지. 귀하는 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공할 수 없습니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

이것은 [이용허락규약\(Legal Code\)](#)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

[Disclaimer](#)

조경학석사 학위논문

국내 워케이션 시설의

운영 실태 분석

- 스테이형 워케이션 시설을 중심으로 -

Analysis of Operational Status of Workation Facilities in Korea

- Focus on Stay-Type Workation Facilities -

2023년 8월

서울대학교 환경대학원

환경설계학과 도시환경설계전공

박 소 현

국내 워케이션 시설의 운영 실태 분석

- 스테이형 워케이션 시설을 중심으로 -

지도교수 이 제 승

이 논문을 조경학석사 학위논문으로 제출함
2023년 4월

서울대학교 환경대학원
환경설계학과 도시환경설계전공
박 소 현

박소현의 석사 학위논문을 인준함
2023년 6월

위 원 장 _____ (인)

부위원장 _____ (인)

위 원 _____ (인)

국내 워케이션 시설의 운영 실태 분석

- 스테이형 워케이션 시설을 중심으로 -

서울대학교 환경대학원
환경설계학과 도시환경설계전공
박 소 현

위 논문은 서울대학교 및 환경대학원 환경설계학과 학위논문
관련 규정에 의거하여 심사위원의 지도과정을 충실히
이수하였음을 확인합니다.

2023년 8월

위 원 장 _____ (서울대학교 환경대학원 교수)

부위원장 _____ (서울대학교 환경대학원 교수)

위 원 _____ (서울대학교 환경대학원 교수)

초 록

국내 위케이션 시설의 운영 실태 분석 - 스테이형 위케이션 시설을 중심으로 -

박소현
환경설계학과 도시환경설계전공

최근 코로나19로 인해 사회적 거리두기 정책이 시행되면서 대기업, 공공기관을 중심으로 유연한 근무제도가 급격하게 확산했다. 재택근무, 원격근무, 시차출퇴근제, 선택적 근로 시간제, 스마트워크 근무 등 다양한 형태의 유연 근무 제도의 도입으로 근로자는 사업장이 아닌 주거 공간에서 업무를 진행하였다. 이러한 상황 속에서 코로나19의 장기화로 인해 재택에서 근무하던 근로자들은 여행에 대한 갈증을 느끼게 되었고 점차 일을 할 수 있는 다양한 공간을 찾게 되었다. 이런 과정에서 ‘위케이션(Workation)’이라는 근무 형태가 주목받기 시작했다. 위케이션은 참가자들이 원격으로 일하면서 다양한 장소에서 여가 활동을 즐길 수 있는 혼합된 근무 형태를 의미한다. 유연한 근무 형태와 원격근무에 대한 수요가 증가함에 따라 위케이션 시설이 등장하여 현대인들이 근무와 개인 생활의 균형을 추구하는 요구를 충족시키고 있다. 위케이션은 단순히 근로자들의 근로 형태를 넘어 다양한 해결 방안으로써도 주목받고 있다. 특히, 관계 인구를 유입하고 지역 경제를 활성화하기 위해 위케이션 제도를 활성화하고 있다. 이에 따라 각 지역에서 위케이션 관련 시설과 프로그램들이 증가하고 있으나 위케이션에 대한 정의의 모호함과 운영 초기 단계의 한계로 인해 개선이 필요한 상황이다.

현재 국내 위케이션에 대한 관심은 증가하고 있으나 위케이션 시설에 관한 연구는 부족한 상황이다. 특히, 위케이션이 지역소멸의 해결 방안 중 하나로써 대두되고 있는 상황에서 현재 운영되고 있는 위케이션 시설이 활성화될 수 있도록 심층적인 연구, 분석이 필요하다. 이에 따라 본 연구는 현재 운영 중인 위케이션 시설 중에서 지역 연계를 중점으로 하는 위케이션 시설들의 운영실태를 분석하여 국내 위케이션 시설 개선 방안을 제시하고자 한다.

본 연구에서는 한국관광공사에서 제공한 ‘2022 위케이션 시설 디렉토리북(한국관광공사, 2022)’를 바탕으로 스테이형 위케이션 시설에 초점을 맞추었으며, 총 9개의 시설을 연구 대상으로 선정하였다. 현재 각 지역에서 공공 및 스타트업을 비롯하여 다양한 형태의 위케이션 시설과 프로그램이 운영되고 있지만, 한국관광공사에서 제공하는 시설들은 위케이션의 기본 인프라에 대한 검토가 진행된

시설로 선정되어 있어 본 연구에 적합하다고 판단하였다.

본 연구는 국내 위케이션 시설 운영실태를 체계적으로 살펴보고자 문헌 조사, 관찰조사, 시설 운영자 및 로컬 크리에이터 인터뷰, 이용자 설문조사를 활용하여 연구를 진행하였다. 운영자 인터뷰는 운영 측면, 지자체와의 협력, 프로그램 측면, 공간 측면으로 구분하여 진행하며, 이를 통해 위케이션 시설의 운영 상황과 문제점을 파악하고자 하였다. 또한, 로컬 크리에이터와의 인터뷰는 프로그램에 관한 질문을 중점으로 구성되어 있어 위케이션 프로그램의 특성에 대해 파악하고자 하였다. 이용자 설문조사는 위케이션에 대한 인식, 경험, 위케이션 선호도, 공간과 서비스 및 프로그램에 대한 만족도와 중요도로 구분하여 진행했다. 설문을 통해 얻은 데이터로 기초통계분석을 실시하고, 중요도-만족도 평가를 위해 IPA 분석 기법을 활용하였다. 이를 통해 위케이션에 대한 이용자의 주관적인 평가와 요구사항을 적절하게 반영하여 연구 결과를 보다 신뢰성 있게 도출하고자 하였다. 조사를 통해 도출해 낸 결과는 다음과 같다.

첫째, 위케이션 시설과 지역 간의 원활한 협력을 위해 지역 정부와의 관계 강화가 중요하다는 사실이 확인되었다. 지역 정부와의 협력을 통해 위케이션 시설은 필수적인 예산과 지원을 확보하며, 시설 운영의 기반이 되는 인프라와 교통 서비스를 개선할 수 있다. 둘째, 효과적인 홍보 전략을 구축하는 것이 필요하다는 사실이 강조되었다. 운영자들은 잠재적인 참가자들과 적극적으로 소통하고, 지역 자원에만 의존하는 것이 아니라 프로그램의 혜택과 개인적 동기에 초점을 맞춰 홍보하는 것이 더 효과적임을 확인하였다. 셋째, 위케이션 프로그램에서 커뮤니티 형성의 중요성을 강조했다. 참가자들은 다양한 사람들과의 상호작용과 새로운 커뮤니티 형성의 기회를 높이 평가하였으며, 이러한 커뮤니티 형성에 초점을 맞춘 프로그램 개발이 지속적인 참여를 촉진하는 데 중요하다. 또한, 다양한 참가자의 선호도를 수용하기 위해 중단기 및 단기 프로그램 개발이 필요하다. 사용자들은 2주 이하의 프로그램을 가장 선호하는 것으로 나타났으며, 이는 장기적인 네트워크 형성이 중요한 지역 프로그램의 특성상 긍정적인 결과로 해석할 수 있다. 마지막으로, 지역적 특성을 반영하는 위케이션 프로그램의 중요성을 강조했다. 로컬 크리에이터들과 협력하여 참가자들이 지역적 특징을 충분히 경험할 수 있는 프로그램을 개발하는 것이 필요하다.

.....

주요어 : 위케이션 시설, 운영실태, 지방소멸, 지역활성화
학 번 : 2021-28809

목 차

제1장 서론

1절. 연구의 배경 및 목적	01
1. 연구의 배경	01
2. 연구의 목적 및 의의	04
2절. 연구의 범위 및 방법	05
1. 연구 범위	05
2. 연구 방법	06

제2장 국내 위케이션의 이해

1절. 위케이션의 이론적 배경	09
1. 위케이션의 정의	09
2. 위케이션의 발전 흐름	12
3. 위케이션 선행연구	14
2절. 스테이형 위케이션의 현황	16
1. 국내 위케이션 유형	16
2. 스테이형 위케이션 시설 현황	18
3. 스테이형 위케이션 프로그램 현황	23

제3장 스테이형 워케이션 시설 운영실태

1절. 관찰조사	27
1. 관찰조사 개요	27
2. 관찰조사 결과	29
2절. 면담 조사	34
1. 면담 조사 개요	34
2. 운영자 면담 조사	39
3. 로컬 크리에이터 면담 조사	47
4. 면담 조사 결과	50

제4장 스테이형 워케이션 시설 이용 실태

1절. 설문조사 개요	52
1. 조사 대상 및 조사 내용	52
2. 설문 응답자 특성	54
3. 분석 방법	56
2절. 설문조사 결과	58
1. 스테이형 워케이션 시설 이용자 인식 및 경험	58
2. 스테이형 워케이션 시설 이용자 선호도	69
3. 기술통계분석	76
4. 스테이형 워케이션 시설 IPA 분석 결과	78

제5장 결론

1절. 연구 결과	85
1. 스테이형 워케이션 시설 운영 개선 방안	85

2절. 연구의 한계점	88
1. 연구의 한계점	88
참고문헌	90
Abstract	93

표 목 차

[표 1] 연구 흐름도	8
[표 2] 위케이션 정의	11
[표 3] 위케이션 선행연구	15
[표 4] 스테이형 위케이션 시설 현황	19
[표 5] 국내 위케이션 시설의 업무시설 현황	21
[표 6] 스테이형 위케이션 프로그램 현황	25
[표 7] 관촬아마을 부여 편 일정	28
[표 8] 면담 조사 대상자	34
[표 9] 운영자 면담 내용	36
[표 10] 로컬 크리에이터 면담 내용	38
[표 11] 설문조사 기간 및 회수율	52
[표 12] 설문 내용 구성	53
[표 13] 위케이션 이용자 일반적 특성	55
[표 14] 위케이션 시설 이용 전 위케이션에 대한 인식 여부	58
[표 15] 위케이션에 대한 인식 여부와 위케이션에 대한 이해도 연관성	59
[표 16] 위케이션 인식 경로	59
[표 17] 위케이션 시설 방문 횟수	60
[표 18] 위케이션 시설 재방문 이유	61
[표 19] 위케이션 시설 선택 기준	61
[표 20] 위케이션 시설 체류 기간	62
[표 21] 위케이션 시설까지의 이동수단 및 이동시간	63
[표 22] 위케이션에서 이용하는 업무공간	64
[표 23] 위케이션에서 각 업무공간을 이용한 이유	65
[표 24] 이용자 근무 및 여가 시간	66
[표 25] 일과 여가의 균형 정도	67
[표 26] 위케이션 프로그램 2회 이상 참여 이유	68
[표 27] 위케이션 지역 선호도	69
[표 28] 위케이션 계절 선호도	70
[표 29] 위케이션 시설 체류 기간 선호도	70

[표 30] 위케이션 운영 관련 개선사항 및 건의 사항	71
[표 31] 위케이션 프로그램 참여 인원 선호도	72
[표 32] 위케이션 프로그램 운영시간 선호도	73
[표 33] 위케이션 프로그램 체험 시간 선호도	73
[표 34] 위케이션 프로그램 선호도	74
[표 35] 기술통계	77
[표 36] 만족도 변수	78
[표 37] IPA 분석 결과	80

그림 목 차

[그림 1] 위케이션 언급량 변화	2
[그림 2] 위케이션 발전흐름	12
[그림 3] 위케이션 유형 정의 및 특징	16
[그림 4] (주)퍼즐랩 코워킹스페이스	20
[그림 5] 관촬아마을 코워킹스페이스	20
[그림 6] (주)퍼즐랩 로그인 공주 2박 3일 일정표	24
[그림 7] (주)아웃도어아일랜드 아웃도어 위케이션 일정표	24
[그림 8] 웰컴 키트	30
[그림 9] 관촬은 나' 프로그램	30
[그림 10] 위케이션 시설 IPA 분석 종합 결과	79
[그림 11] 숙박시설 및 편의시설에 대한 IPA 분석 결과	81
[그림 12] 업무시설에 대한 IPA 분석 결과	82
[그림 13] 위케이션 서비스에 대한 IPA 분석 결과	83
[그림 14] 위케이션 프로그램에 대한 IPA 분석 결과	84

제1장 서론

1절 연구의 배경 및 목적

1. 연구의 배경

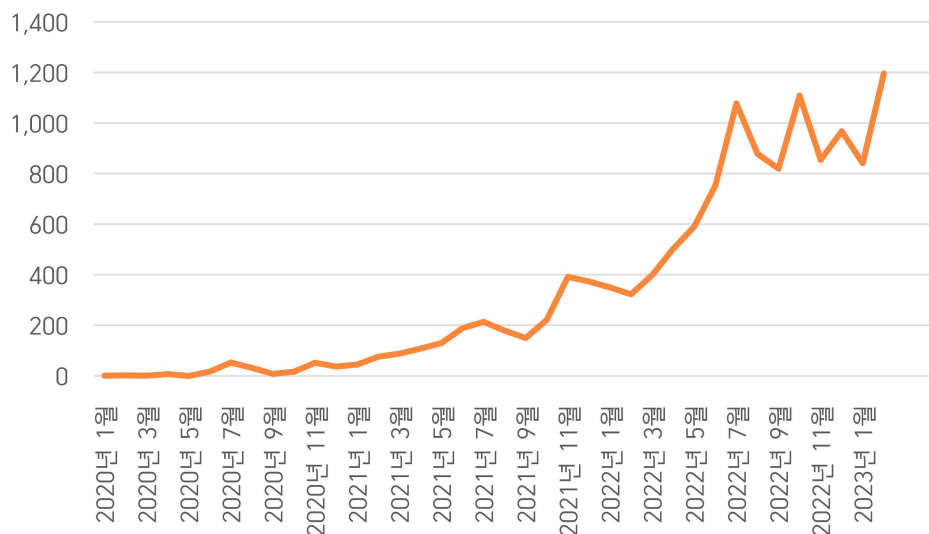
1) 유연근무제의 확산

2020년 2월 말부터 코로나19로 인해 국가적으로 사회적 거리 두기 정책이 시행되면서 공공기관뿐만 아니라 사기업에서도 비대면인 상황에서 원활한 업무가 이루어질 수 있도록 유연근무제도를 도입했다. 유연근무제도는 근로시간의 결정 및 배치 등을 탄력적으로 운영할 수 있도록 하는 제도로 근로자의 선택에 따라 근로시간을 유연하고 효율적으로 배분하고 운영하는 것이 가능하다. (고용노동부, 2019) 재택근무, 원격근무, 시차출퇴근제, 선택적 근로 시간제, 스마트워크 근무 등 다양한 형태의 유연 근무 제도의 도입으로 근로자는 사업장이 아닌 주거 공간에서 업무를 진행하였다. 국내에서는 2010년 ‘스마트워크’ 라는 유연근무제도와 유사한 개념이 있어 아예 새로운 현상이라고 할 수는 없지만, 코로나19로 인해 유연근무제의 필요성이 다시 대두되고 있고 근로자와 기업이 각각 다양한 이점을 얻을 수 있어 유연근무제의 도입은 점차 가속화되었다.

2) 새로운 근무 트렌드: 워케이션

이러한 상황 속에서 코로나19의 장기화로 인해 재택에서 근무하던 근로자들은 여행에 대한 갈증을 느끼게 되었고 점차 일을 할 수 있는 다양한 공간을 찾게 되었다. 이런 과정에서 ‘워케이션(Workation)’ 이라는 새로운 근무 형태가 추세로 자리 잡고 있다. 워케이션은 일(Work)과 휴가(Vacation)의 합성어로, 근로자들은 자신이 원하는 장소와 휴가지에서 일과 휴가를 병행하며 일과 삶의 균형이 가능하다는 장점이 있어 많은 디지털 노마드에게 떠오르고 있다.

치앙마이나 발리에서는 워케이션이 이미 활발하게 실행되고 있어 전 세계 디지털 노마드의 중심지가 되어가고 있고, 한국 또한 가구 브랜드인 데스커가 양양에서 진행한 ‘Work On The Beach(워케이션 캠페인)’와 ‘오-피스 제주’와 같이 워케이션과 관련된 시설들이 점차 증가하고 있다. 네이버, 배달의 민족, 라인플러스 등에서도 워케이션 제도를 적극적으로 활용하며, 특히 네이버, 배달의 민족, 라인플러스 등에서도 워케이션 제도를 적극적으로 활용하고 있으며, 에어비앤비와 한국문화관광연구원도 워드/포스트코로나시대 여행 트렌드로 워케이션을 제시하며 전망이 밝다는 것을 알 수 있다.



[그림 1] 워케이션 언급량 변화 (출처:썸트렌드)

코로나19 이후 워케이션에 대한 관심도가 많아졌으며 특히 SNS 데이터 분석 플랫폼 썸트렌드에서 워케이션을 검색한 결과 2020년 7월 이후부터 검색량이 증가한 것을 볼 수 있다.

최근 코로나가 종료 국면으로 접어들면서 점차 사무실로 출근하는 기업들이 증가하고 있지만 워케이션을 보상제도의 하나로 확대하고 워케이션 참여 인원

을 늘리는 등 워케이션 제도를 유지하여 운영하고 있다. 이는 워케이션이 업무 생산성 향상에 긍정적이며 직무 만족도 증대, 근로자의 삶의 질 개선, 복지 향상 등 다양한 면에서 긍정적으로 작용하였기 때문이다. 국내 지자체에서도 워케이션 지원 프로그램을 늘리고 있는 것으로 보아 워케이션은 지속적으로 유지될 것으로 전망된다.

(3) 다양한 방면에서 활용되는 워케이션

워케이션은 단순히 근로자들의 근로 형태를 넘어 다양한 해결방안으로 주목 받고 있다. 특히, 워케이션을 통해 관계 인구가 증가하고 이를 통해 지방소멸 문제를 해결하는 것이 대표적인 사례이다.

현재 많은 지방에서는 상주인구의 감소로 인한 지역소멸 문제가 심각하게 대두되고 있다. 이에 따라 지방 지자체들은 유동 인구를 유치하고 지역경제를 활성화하기 위해 워케이션 제도를 활성화하고 있다. 이러한 워케이션 제도의 활성화와 지원으로 일본의 남부 와카야마현과 같은 지역에서 워케이션 성지로 떠오르며, 지역경제가 크게 활성화된 사례가 나타나고 있다. 한국에서도 워케이션의 필요성을 강조하며 지자체용 워케이션 가이드북을 배포하여 해당 지역의 발전과 지역 경제 촉진을 목표로 하고 있다.

이처럼 워케이션은 단순히 변화하는 근로 형태로서 소비되는 것뿐만 아니라, 다양한 문제의 해결할 수 있는 유용한 도구로 인식되고 있다. 이에 따라 각 지역에서 워케이션 관련 시설과 프로그램들이 증가하고 있으나 워케이션에 대한 정의의 모호함과 운영 초기 단계의 한계로 인해 개선이 필요한 사항들이 있다. 그동안 워케이션에 대한 분석은 기업 인사담당자와 기업 근로자들을 대상으로 워케이션 만족도 및 워케이션에 대한 인식을 개선하는 것을 중심으로 이루어져 왔다. 그러나 지방소멸의 해결방안으로 대두되고 있는 시점에서 지역과 연계하여 운영 중인 워케이션 시설 자체에 대한 운영 방식, 개선사항, 개인 참여자들에 대한 만족도와 의견에 관한 연구는 이루어지고 있지 않다.

위케이션 시설의 운영실태 및 개선사항들을 모색하기 위해서는 위케이션 프로그램 관찰, 운영자와 이용자의 위케이션에 대한 생각 등 위케이션 시설의 실태를 드러낼 필요가 있다. 특히 위케이션 시설이 증가하고 있는 현 상황에서 운영실태를 파악하고 개선 방안을 마련할 필요가 있다.

따라서 본 연구에서는 지역과 연계하여 운영하는 위케이션 시설의 구체적인 운영실태를 분석하여 위케이션 시설의 활성화를 위한 개선 방안을 마련하고자 한다.

2. 연구의 목적과 의의

현재 국내 위케이션에 대한 관심은 증가하고 있으나 위케이션 시설에 관한 연구는 부족한 상황이다. 특히, 위케이션이 지역소멸의 해결방안 중 하나로써 대두되고 있는 상황에서 현재 운영되고 있는 위케이션 시설이 활성화될 수 있도록 심층적인 연구, 분석이 필요하다. 이에 따라 본 연구는 현재 운영 중인 위케이션 시설 중에서 지역 연계를 중점으로 하는 위케이션 시설들의 운영실태를 분석하여 국내 위케이션 시설 개선 방안을 제시하고자 한다.

본 연구에서는 위케이션 프로그램에 참여하여 관찰조사를 진행하고, 운영자 인터뷰와 이용자 설문조사를 통해 위케이션 시설의 운영실태를 체계적으로 파악한다. 이 연구는 한쪽에만 초점을 두는 것이 아닌, 위케이션 시설 관계자와 이용자를 대상으로 조사하여 운영실태를 파악했다는 점에서 의의가 있다.

2절 연구 범위 및 방법

1. 연구 범위

국내 위케이션 시설의 지속적인 운영 방안을 마련하기 위한 본 연구의 내용적 범위와 공간적 범위는 다음과 같다.

1) 내용적 범위

본 연구는 국내 위케이션 시설 운영실태를 체계적으로 살펴보고자 한다. 운영실태는 위케이션 프로그램에 직접 참여하여 관찰하고, 운영자 및 위케이션 시설과 연계하여 프로그램을 진행하는 로컬 크리에이터와 인터뷰를 진행한다. 운영자 인터뷰는 운영 측면, 지자체와의 협력, 프로그램 측면, 공간 측면으로 구분하여 진행하며, 이를 통해 위케이션 시설의 운영 상황과 문제점을 파악하고자 한다. 또한, 로컬 크리에이터와의 인터뷰는 프로그램에 관한 질문을 중심으로 구성되어 있어 위케이션 프로그램의 특성에 대해 파악하고자 한다. 이용자 설문조사는 위케이션에 대한 인식, 경험, 위케이션 선호도, 공간과 서비스 및 프로그램에 대한 만족도와 중요도로 구분하여 진행한다. 이를 통해 위케이션 대한 이용자의 주관적인 평가와 요구사항을 적절하게 반영하여 연구 결과를 보다 신뢰성 있게 도출하고자 한다.

2) 공간적 범위

본 연구에서는 한국관광공사에서 제공한 ‘2022 위케이션 시설 디렉토리북 (한국관광공사, 2022)’를 바탕으로 연구를 진행한다. 현재 각 지역에서 공공 및 스타트업을 비롯하여 다양한 형태의 위케이션 시설과 프로그램이 운영되고 있지만, 한국관광공사에서 제공하는 시설들은 위케이션의 기본 인프라에 대한 검토가 진행된 시설로 선정되어 있어 본 연구에 적합하다고 판단하였다. ‘2022 위케이션 시설 디렉토리북’에서는 위케이션 시설을 위케이션 특화시

설, 스테이형 위케이션 시설, 호텔 & 리조트형 위케이션 시설, 공공형 위케이션 시설의 4가지 유형으로 구분하고 있다.

본 연구에서는 이 중에서 지역 연계 측면에서 특수성을 가지고 있는 스테이형 위케이션 시설을 내용적 범위로 설정하여 조사하였으며, 총 9개소의 스테이형 위케이션 시설이 연구 대상으로 포함되어 있다.

2. 연구 방법

1) 문헌 조사

국내 위케이션 시설의 지속적인 운영 방안을 모색하기 위해 위케이션 관련 자료를 조사한다. 국내외 문헌 조사를 통해 위케이션에 대한 개념 정리하고, 본 연구에서의 위케이션 정의를 설정하여 연구 기준을 정한다. 또한, 위케이션 시설에 대한 정의와 시설 및 프로그램 현황에 대한 정보는 선행연구와 보고서 등을 참고하여 본 연구에 반영한다.

2) 관찰 및 면담 조사

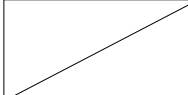
스테이형 위케이션 시설을 운영하는 관계자들을 대상으로 면담 조사를 실시한다. 이를 통해 위케이션 시설과 프로그램의 구체적인 운영실태를 파악하고자 한다. 프로그램의 진행 방식과 이용자들의 이용 행태 및 운영 실재를 확인하기 위해 프로그램에 직접 참여하여 관찰한다. 스테이형 위케이션 시설의 구체적인 운영실태를 파악하기 위해 운영 관계자와 인터뷰하였으며, 자세한 면담 내용은 제3장에서 자세히 다룰 것이다.

3) 설문조사

스테이형 위케이션 시설의 실태를 파악하기 위해 설문조사를 활용한다. 선택한 위케이션 시설 프로그램을 참여한 이용자들을 대상으로 위케이션에 대한 인식, 경험, 선호도, 공간과 프로그램 만족도와 중요도를 조사한다. 설문조사는

위케이션 프로그램 이용자들과 이전 위케이션 프로그램 참여자들에게 개별적으로 연락하여 모집하여 진행하였다. 설문을 통해 얻은 데이터로 기초통계분석을 실시하고, 중요도-만족도 평가를 위해 IPA 분석 기법을 활용하였다.

[표 1] 연구 흐름도

연구 과정	연구내용	연구 방법
제1장 서론	연구의 배경 및 목적 연구의 범위 및 방법	문헌 조사
제2장 국내 위케이션의 이해	위케이션의 이론적 배경 <ul style="list-style-type: none"> • 위케이션의 정의 • 위케이션의 발전흐름 • 위케이션 선행연구 스테이형 위케이션의 현황 <ul style="list-style-type: none"> • 국내 위케이션 유형 • 스테이형 위케이션 시설 현황 • 스테이형 위케이션 프로그램 현황 	문헌 조사
제3장 스테이형 위케이션 시설 운영실태	▼ 관찰조사 <ul style="list-style-type: none"> • 관찰조사 개요 • 관찰조사 결과 면담 조사 <ul style="list-style-type: none"> • 면담 조사 개요 • 운영자 면담 조사 • 로컬 크리에이터 면담 조사 • 면담 조사 결과 	관찰조사 면담 조사
제4장 스테이형 위케이션 시설 이용 실태	▼ 설문조사 개요 <ul style="list-style-type: none"> • 조사 대상 및 조사 내용 • 설문 응답자 특성 • 분석 방법 설문조사 결과 <ul style="list-style-type: none"> • 스테이형 위케이션 시설 이용자 인식 및 경험 • 스테이형 위케이션 시설 이용자 선호도 • 기술통계분석 • 스테이형 위케이션 시설 IPA 분석 결과 	설문조사
제5장 결론	▼ 연구결과 <ul style="list-style-type: none"> • 스테이형 위케이션 시설 운영 개선 방안 연구의 한계점	

제2장 국내 워케이션의 이해

1절 워케이션의 이론적 배경

1. 워케이션의 정의

‘워케이션’이라는 단어는 기본적으로 ‘일(work)’ 과 ‘휴가(vacation)’의 합성어로 정의되며, 근로자가 휴가지에서 일상적인 업무를 수행하면서 관광과 휴식을 동시에 즐기는 근무 형태이자 새로운 관광 형태로 사용된다. 그러나 현재 워케이션은 연구 주체에 따라 조금씩 다르게 정의되고 있으며, 학술적 연구가 오래되지 않아 다양한 개념적 정의가 존재한다.

‘워케이션’은 2010년대 초 미국을 중심으로 서구 문화권의 주요 매체들에 의해 사용되기 시작했으며(Amano, 2018) 처음에는 ‘휴일 근무(working on holiday)’의 의미로, 정형화된 근무제도에서 벗어나 근무 시간을 업무량 및 성격 등에 따라 탄력적으로 업무시간을 배분하는 유연근로시간제의 의미로 사용되었다. 또한, 업무 스트레스로부터의 해방과 활력 증진, 관광과 같이 개인적인 목적을 추구하였다. (Yoshida, 2021) 이후 일본에도 서구의 영향을 받아 워케이션을 도입하였지만 지방 정부와 회사에 의해 주도되었고 이에 따라 기존의 워케이션과 다른 양상을 띠게 되었다. 일본은 지방 정부와 회사에 의해 주도되며 회사는 근무자의 유급휴가 확대, 지방 정부는 지방인구의 감소 대책으로 지역의 관계 형성 능력을 개선하고 인구 교류의 증가를 꾀하기 위한 동기로 시작하였다고 한다.

선행연구에서는 워케이션을 근무 형태의 관점과 관광 형태의 관점으로 구분하여 정의한 것을 볼 수 있다. [표 2]는 선행연구에서 정의한 워케이션을 크게 근무 형태와 관광 형태로 구분하고 국내, 해외로 소구분 하여 정리하였다.

먼저, 워케이션을 근무 형태로 보는 관점에서 국내의 한국 관광 데이터랩(2022)은 ‘일과 휴가의 합성어로, 휴양지에서 일과 여행을 동시에 즐기는 새

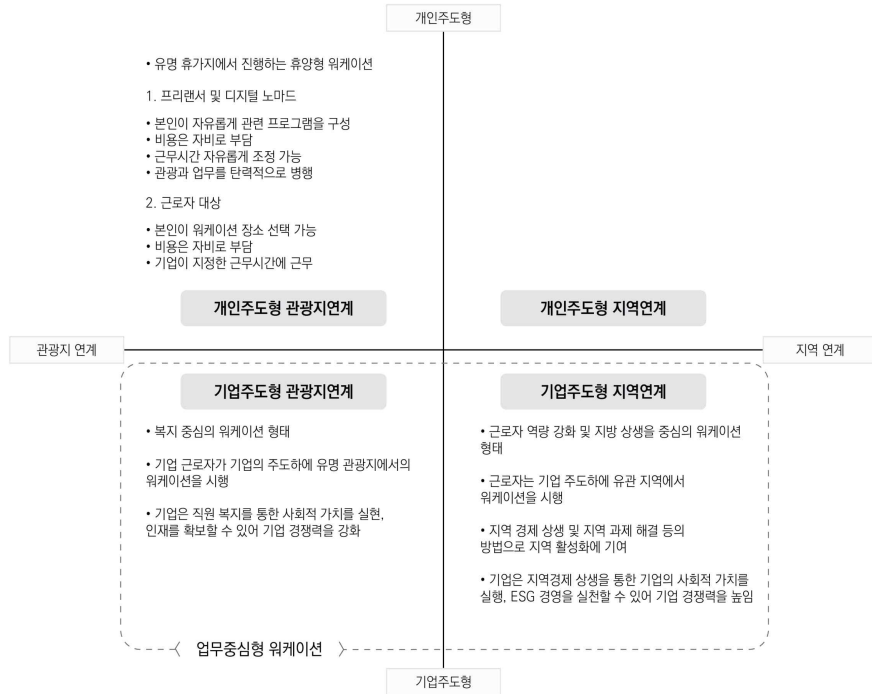
로운 근무 형태’로 정의했으며 시사상식사전에는 ‘원하는 곳에서 업무와 휴가를 동시에 소화할 수 있는 새로운 근무제도’라고 정의하였다. 반면, Matsushita(2021)는 ‘사무실을 떠나 일정 기간 특정 지역에 머무르며 일하는 방식’, Tourism Teacher(2020)는 ‘워케이션은 상당한 시간이 업무에 할애되는 휴일’이라고 정의하며 국내에서 한 정의보다는 근무에 초점을 맞춘 것을 알 수 있다. 관광 형태로 보는 관점 중 관광 빅데이터 실(2021)은 ‘장기간(일주일, 한 달 등) 여행지에 머무르며 일과 여행, 주거가 혼합된 형태의 관광 유형’으로 정의하며 주거의 의미를 포함하였다.

다양한 목적과 요소를 포함하는 워케이션의 복합적인 특성을 고려할 때, 워케이션을 업무 형태나 관광 형태 등 단일 관점에서 접근하는 것은 무리가 있다. 따라서 본 연구에서는 워케이션 시설을 다양한 방면에서 분석하고 개선사항을 모색하기 위해 선행연구에서 제시하고 있는 워케이션의 개념을 참고하여 재정의하고자 한다. 이에 따라 워케이션을 ‘업무가 가능한 공간이 마련된 곳에서 일상적인 생활이 가능한 주거와 관광을 즐길 수 있는 프로그램이 제공되는 것’으로 재정의한다. 이렇게 재정의한 워케이션의 개념은 워케이션의 복합적인 특성을 반영하며, 워케이션 이용자들이 업무와 휴식, 관광 등 다양한 활동을 한 공간에서 조화롭게 이행하여 일과 휴식에 균형 잡힌 생활을 즐길 가능성을 의미한다.

[표 2] 워케이션 정의

구분	연구자(연도)	정의
근무형태	국내	한국관광 데이터랩(2022) 일과 휴가의 합성어로, 휴양지에서 일과 여행을 동시에 즐기는 새로운 근무 형태
	국내	시사상식사전(박문각) 원하는 곳에서 업무와 휴가를 동시에 소화할 수 있는 새로운 근무제도
	해외	Matsushita(2021) 사무실을 떠나 일정 기간 특정 지역에 머무르며 일하는 방식
	해외	Yoshida(2021) 업무와 휴가를 결합하는 것이 아니라 업무와 소통, 혁신, 동기를 결합하는 새로운 의미를 함축함
	해외	Tourism Teacher(2020) 워케이션은 상당한 시간이 업무에 할애되는 휴일
	국내	관광 빅데이터 실 (2021) 장기간(일주일, 한 달 등) 여행지에 머무르며 일과 여행, 주거가 혼합된 형태의 관광 유형
관광형태	해외	Pecsek(2018) 관광객이 레저와 비즈니스를 목적으로 여행하는 하이브리드 유형의 관광이며, 기술 발달로 인해 집을 떠나 업무와 여가 활동을 모두 수행하는 것
	해외	HR Technologist 긴장을 풀고, 생산성을 높일 수 있는 여가 요소를 통합하면서 원격으로 일할 수 있는 휴가
	해외	일본관광청(2021) 워케이션뿐만 아니라 블레저 등을 포함한 일과 휴가가 융합된 체재형 여행

2. 위케이션의 발전흐름



[그림 2] 위케이션 발전흐름

위케이션의 유형은 발전 흐름에 따라 크게 개인 주도형 관광지 연계, 개인 주도형 지역 연계, 기업주도형 관광지 연계, 기업주도형 지역 연계로 분류할 수 있다. 보유 자원이 사람들에게 많이 알려진 유명 관광지에서 진행되는 관광지 연계 유형과 한적하고 도심에서 경험할 수 없는 마을이나 전통 체험 문화자원을 가진 지역 연계 유형으로 나뉠 수 있다.

위케이션에 대한 인식이 높지 않은 도입기일 경우에는 프리랜서 및 디지털 노마드, 개인 부담 근로자를 대상으로 하는 서양형 위케이션을 도입하는 것이 바람직하다. 같은 개인 주도형 관광지 연계이지만 대상에 따라 다른 특징을

가지고 있다. 두 대상 모두 비용은 자비로 부담하며 워케이션 장소를 선택할 수 있다는 공통점이 있지만 프리랜서 및 디지털 노마드들은 자유롭게 프로그램을 구성하고 근무 시간을 조정할 수 있다. 그에 반해 기업 근로자들은 자율적인 근무 시간보다는 기업의 근무 시간에 맞춰야 한다. 같은 유형이지만 프리랜서 및 디지털 노마드가 관광과 업무 면에서 더 탄력적으로 운영할 수 있다. 기업주도형은 업무 중심형 워케이션으로 도입기를 지나 인식이 점차 높아지고 친화적인 문화가 정착될 때 기업의 주도하에 업무의 비중을 높인 이 유형을 실시할 수 있다. 기업주도형 관광지 연계 워케이션은 복지 중심의 워케이션 형태로 근로자들은 유명 관광지에서 워케이션을 진행한다. 이 유형을 도입한 기업은 직원의 복지를 통한 사회적 가치를 실현하고, 인재를 확보하면서 기업 경쟁력을 높일 수 있다. 반면에, 기업주도형 지역 연계 워케이션은 복지 외에 근로자의 역량을 강화하고 지방과 상생할 수 있는 워케이션 형태이다. 이를 통해 지역 경제 상생 및 지역 문제 등을 해결할 방법으로 지역 활성화에 기여한다. 기업은 이 유형을 통해 지역 상생을 통한 기업의 사회적 가치를 실현하며, ESG 경영을 실천할 수 있어 기업 경쟁력을 높일 수 있다. 4가지 워케이션 유형은 각 지자체가 보유한 자원에 따라 적합한 유형을 선택하여 적용할 수 있다.

3. 위케이션 선행연구

위케이션은 국내에서 상대적으로 새로운 개념이며, 따라서 국내 위케이션에 관한 연구 또한 아직 많이 이루어지지 않았다. 선행연구를 살펴보았을 때 해외 연구는 주로 위케이션 개념을 정립하고 분류하는 것을 위주로 진행되었으며 국내 연구는 주로 관광 관점에서 지역 활성화 방안에 중점을 두고 이루어져 왔다.

박효연, 황지영(2021)은 위케이션 관광 상품화를 위해 기업 임원 및 인사담당자를 대상으로 위케이션에 관한 인식에 대해 조사하였고, 결과적으로 위케이션에 대한 인식은 미흡하나 위케이션 제도의 도입과 관련해서는 긍정적인 것을 확인하였다.

조한나, 김영미(2022)는 지방소멸에 대응하는 방법으로 위케이션을 제안하기 위해 관련 전문가와 현장 관계자 등을 대상으로 표적 집단면접 방법론을 통해 탐색적 연구를 진행하였다. 위케이션이 지역 도시로의 인구 유입을 유도하고 거주 인구를 증가시키며 관광과 지역경제의 활성화에 기여할 수 있다는 것을 확인하였다.

나카노 시호코, 박상희(2022)는 지자체에서 시행하고 있는 위케이션 정책을 분석하여 3가지로 분류하였고, 위케이션이 지역 활성화를 할 수 있는 수단으로 활용할 수 있는 것을 발견하였다. 또한, 분류에 따라 지역 문제 해결을 위한 프레임워크를 제시하고 이를 기반으로 제주도 위케이션 정책 방안을 제시하였다.

Brigitta Pecsek (2018)은 관광에 초점을 맞춘 위케이션 개념을 정의하고 설문조사를 통해 위케이션 관광객을 6가지로 분류하였다.

Kyra Voll, Felix Gauger, Andreas Pfnür(2022)는 위케이션의 개념을 traditional workation, coworkation, workation retreat으로 3가지 유형으로 분류하고, 위케이션에 대한 분류체계를 제시하였다.

[표 3] 위케이션 선행연구

저자	논문	내용
박효연 · 황지영 (2021)	위케이션 활성화 및 관광상품화 방안에 관한 탐색적 연구 -기업 임원 및 인사총무담당자 인식을 중심으로	위케이션에 대한 관광산업 활성화 방안을 도출 하기 위해 기업 임원 및 인사담당자를 대상으로 여론조사를 시행한 결과, 기업 관계자들의 인식 부족에도 불구하고 위케이션 프로그램 도입에 대해 긍정적인 태도를 보임.
조한나 · 김영미 (2022)	위케이션을 통한 지방소멸 대응방안 연구 : 전라남도를 중심으로	전문가와 현장 관계자 등을 대상으로 표적집단 면접방법론을 통해 위케이션이 지역 도시로의 인구 유입을 유도하고 거주 인구를 더욱 증대시 키는 방법으로 관광과 지역 경제의 활성화에 기여할 수 있음을 확인함.
나카노 시호코 · 박상희 (2022)	국내외 위케이션 정책 브랜드 분석을 통한 지역 활성화 방안 제안 - 제주 카름스테이 브랜드를 중심으로 -	지자체에서 시행하고 있는 위케이션 정책을 3가 지로 분류하고 위케이션이 지역 활성화를 할 수 있는 수단으로 활용할 수 있는 것을 발견함. 또한, 분류에 따라 지역 문제 해결을 이한 프레 임워크를 제시하고 제주도 위케이션 정책 방안 을 제시함.
Brigitta Pecsek (2018)	WORKING ON HOLIDAY: THE THEORY AND PRACTICE OF WORKCATION	관광에 초점을 맞춘 위케이션 개념을 정의하고 설문조사를 통해 위케이션 관광객을 6가지로 분류함.
Kyra Vol · Felix Gauger · Andreas Pfnür (2022)	Work from anywhere: traditional workation, coworkation and workation retreats: a conceptual review	위케이션의 개념을 3가지 유형(traditional workation, coworkation, workation retreat)으로 분류하여 위케이션에 대한 분류체계를 제시함.

2절 스테이형 위케이션의 현황

1. 국내 위케이션 유형

위케이션 특화 시설	스테이형 위케이션 시설
<p>정의</p> <ul style="list-style-type: none"> • 위케이션 수요 증가 및 시장 확대에 따라 위케이션 상품 및 프로그램 운영을 목적으로 조성된 시설 • 위케이션 전용 공간이 구축된 시설 <p>특징</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 객실 내 업무공간 보유 및 팀, 개인 단위 업무가 가능한 공유업무공간 보유 2. 업무 이외 시간에 연계할 수 있는 지역 네트워크 및 시설 자체 프로그램 운영 역량 보유 	<p>정의</p> <ul style="list-style-type: none"> • 청년마을 및 로컬 크리에이터 등의 운영 주체가 소규모 스테이 시설과 공유업무공간을 구축 또는 활용하여 위케이션 프로그램을 운영 중인 시설 <p>특징</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 위케이션이 가능한 공유업무공간 보유 2. 위케이션 이용자를 위한 자체 스테이 시설 보유 및 지역 제휴 호텔 연계 네트워크 보유 3. 시설을 활용한 '지역 한 달 살기' 및 지역 내 체험 프로그램 연계 가능
호텔&리조트형 위케이션 시설	공공형 위케이션 시설
<p>정의</p> <ul style="list-style-type: none"> • 호텔 & 리조트 중 상시 위케이션 프로그램 운영이 가능한 인프라와 위케이션에 대한 이해가 높은 시설 <p>특징</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 객실 내 업무할 수 있는 데스크 및 공간 확보 2. 일반 대관형 연회/미팅공간 외에 업무할 수 있는 공간을 별도로 조성하여 운영 중이거나 운영할 수 있는 시설 	<p>정의</p> <ul style="list-style-type: none"> • 위케이션이 가능한 숙박시설과 공유업무공간으로 활용할 수 있는 공간을 확보한 시설 • 위케이션 프로그램 운영 의향이 있는 시설 <p>특징</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 공공시설 운영 활성화 및 위케이션을 통한 지역 활성화 목적으로 위케이션 프로그램 운영을 위한 공간 조성 2. 공공시설이 보유한 기존 체험 프로그램과 위케이션을 접목하여 프로그램을 운영

[그림 3] 위케이션 유형 정의 및 특징(2022 위케이션 시설 디렉토리북, 2022. 재구성)

한국관광공사가 ‘2022 위케이션 시설 디렉토리북’에서는 위케이션 특화시설, 스테이형 위케이션 시설, 호텔&리조트형 위케이션 시설, 공공형 위케이션 시설로 총 4가지로 분류하였다.

위케이션 특화시설은 점차 증가하는 위케이션에 대한 수요와 시장 확대에 따라 위케이션을 목적으로 조성된 시설을 뜻하며 위케이션을 위한 전용 공간으로 구성되어 있다. 위케이션 특화시설의 대표적인 시설로는 오피스 제주, 디어먼데이 통영 등이 있다. 스테이형 위케이션 시설은 청년 마을 또는 로컬 크리에이터 등이 운영 주체가 되어 숙박업과 공유공간을 활용하여 위케이션 프

로그래를 운영하는 시설을 뜻한다. 공유업무공간을 보유하고 있고, 보통 자체적으로 숙박시설을 보유하기도 하지만 지역에 있는 호텔과 연계하기도 하며 이러한 시설들을 이용하여 ‘지역 한달살기’와 같은 프로그램을 운영한다. 대표적인 스테이형 위케이션으로 펜찰아마을, 강릉살자, 자유도 등이 있다. 호텔 & 리조트형 위케이션 시설은 호텔과 리조트에 있는 시설들을 활용하여 관광업을 목적으로 위케이션 프로그램을 운영하는 것을 의미하며 대표적으로 플레이스캠프, 헤이 서귀포 등이 있다. 공공형 위케이션 시설은 숙박과 공유업무공간으로 활용할 수 있는 공간으로 확보하고 있으며 기존에 보유하고 있던 체험 프로그램과 위케이션을 접목하여 프로그램을 운영한다. 공공형 위케이션 시설에는 가야산 생태탐방원, 내장산 생태탐방원, 한려해상 생태탐방원이 있다.

2. 스테이형 위케이션 시설 현황

국내에서는 코로나19가 발생하고 공공기관과 사기업을 중심으로 유연근무제가 실행되면서 점차 관련 시설들이 증가하였다. 위케이션에 대한 시장이 확대되고 수요가 증가함에 따라 위케이션을 목적으로 조성된 시설이 있으며 기존 숙박시설에 위케이션 프로그램을 추가하여 운영하는 시설이 생겨나고 있지만 위케이션 시설에 대한 정의가 아직 모호한 상태이기 때문에 정확한 현황 파악이 어렵다. 따라서 본 연구에서는 한국관광공사에서 제공한 ‘2022 위케이션 시설 디렉토리북’에 소개된 위케이션 시설들을 바탕으로 진행하였다. 총 44개의 위케이션 시설을 소개하고 있으며 이중 스테이형 위케이션 시설은 9개가 운영되고 있다. 9개의 스테이형 위케이션 시설은 강릉살자, 고요산책, 관촬아마을, 라이프밸리, 삶기술학교, 소랑이섯다, 아르카박스, 아웃도어 아일랜드, 자유도이다. 이 중 강릉살자, 라이프밸리, 자유도는 프로그램명으로 기재되어 있어 강릉살자는 (주)더웨이브컴퍼니로, 라이프밸리는 (주)트리밸로, 자유도는 (주)퍼즐랩으로 시설명을 변경하여 진행하였다.

스테이형 위케이션은 시설에 따라 약간의 차이는 있지만 기본적으로 시설면에서는 숙박시설, 업무시설, 기타 시설로 이루어져 있다. 9개의 스테이형 위케이션 시설의 숙박시설을 보면 크게 게스트하우스, 북스테이, 주변 스테이 시설(게스트하우스, 호텔)과의 연계를 통해 운영하는 것을 확인할 수 있다. 스테이형 위케이션 시설의 현황은 다음 [표 4]와 같다.

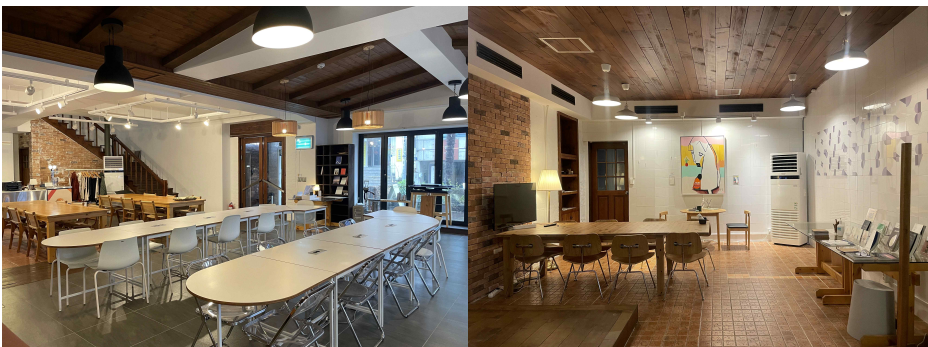
[표 4] 스테이형 워케이션 시설 현황

시설명	지역	개관 년도	시설		
			숙박시설	업무시설 (수용인원)	기타 시설
고요산책	제주 제주시	2021	북스테이 (4실)	북라운지 (약 25명)	카페
소랑이삿다	제주 제주시	2021	게스트하우스 (5실)	객실 내	공유주방, 루프탑, 세탁실
(주)트리벨	강원 속초시	2015	호텔 (17실)	소호카페 (35명) 워크로드 (25명) 고구마쌀롱 (10명)	공용 공간
(주)더웨이브 컴퍼니	강원 강릉시	2019	주변 호텔 연계	파도살롱 (약 30명)	커뮤니티바, 휴게실
아르카박스	경기 평택시	2020	북스테이 (1실)	아르카박스 북라운지 (15명)	야외정원, 전망대
괜찮아마을	전남 목포시	2018	주변 게스트하우스와 연계	반짝반짝 1번지 (약 110명)	공유주방, 회의실
삶기술학교	충남 서천군	2019	호텔 (14실)	한산 디지털 노마드 센터 (40명)	카페
(주)퍼즐랩	충남 공주시	2019	게스트하우스 (5객실) 호텔 (12실)	업스테어스 (20명) CREAM (약 15명)	팝업스토어, 와인&식료품 판매장
아웃도어 아일랜드	경남 거제시	2021	주변 호텔 연계 (59실)	메이커스 캠프 (약 30명)	작업 공방

국내 위케이션의 업무시설 코워킹 스페이스, 카페 및 북카페, 비즈니스 센터 및 회의실, 그리고 객실로 구성되어 있으며, 시설별로 최소 1개에서 최대 3개 까지 업무시설을 보유하고 있다. 국내 위케이션 시설의 업무시설 현황은 다음 [표 5]와 같다. 스테이형 위케이션 시설의 경우, 대부분이 코워킹스페이스를 운영하고 있다. (주)더웨이브컴퍼니는 과도살롱, 아웃도어 아일랜드는 메이커스 캠프, 랜챌아마일은 반짝반짝 1번지, 삶기술학교는 한산디지털노마드센터, (주)퍼즐랩은 업스테어스와 CREAM이라는 코워킹스페이스를 보유하고 있다. (주)트리벨은 코워킹스페이스인 워크로드, 고구마쌀롱과 카페인 소호카페를 운영하고 있어 총 3개의 업무시설을 보유하고 있으며, 고요산책과 아르카북스는 북카페를 업무시설로 활용하고 있다. 소량이식다는 스테이형 위케이션 시설 중 유일하게 객실 내에 책상을 비치해 놓았다.



[그림 4] (주)퍼즐랩 코워킹스페이스(좌:업스테어스, 우:CREAM)



[그림 5] 랜챌아마일 코워킹스페이스(반짝반짝 1번지)

[표 5] 국내 워케이션 시설의 업무시설 현황

구분		코워킹스페이스	카페 및 북카페	비즈니스센터 및 회의실	객실
워케이션 유형	시설명				
스테이형 워케이션 시설	고요산책		●		
	소랑이시다				●
	(주)더웨이브컴퍼니	●			
	(주)트리벨	●	●		
	아웃도어 아일랜드	●			
	아르카북스		●		
	팬잡아마을	●			
	삶기술학교	●			
	(주)퍼즐랩	●			
	워케이션 특화시설	질그랭이 거점센터	●		
코사이어티 빌리지		●			
O-Peace 제주 (조천)		●			
O-Peace 제주 (사계)		●			●
데스커 워케이션		●			
디어먼데이 통영		●			●
로컬스티치 대전			●		●
청자장 복합문화공간		●	●		●
공공형 워케이션 시설	러스틱타운	●			
	한려해상 생태탐방원		●		
	가야산 생태탐방원	●		●	
	내장산 생태탐방원		●		

호텔 & 리조트형 위케이션 시설	더 제이드 호텔		●		●
	한화리조트 제주	●	●		
	나인부띠끄 호텔		●		
	플레이스 캠프			●	
	헤이 서귀포	●	●		
	더 앤 리조트		●		
	씨마크 호텔	●		●	
	아비오 호텔			●	
	마레몬스 호텔			●	
	탐스텐 동강 시스타 리조트			●	
	골든튠립 호텔 남강			●	
	토요코인 창원		●		
	그랜드 머큐리 호텔 창원	●			
	아이스퀘어 호텔		●	●	●
	켄싱턴 리조트 지리산 하동점				●
	라까사호텔 광명			●	
	테이크 호텔			●	
	시프트도어 레지던스		●		
	롯데시티호텔 울산	●			
	롯데호텔 울산			●	●
	더 위크 앤 리조트			●	
	오크우드 프리미어 인천			●	
	라마다 군산 호텔			●	

3. 스테이형 위케이션 프로그램 현황

스테이형 위케이션 프로그램의 현황을 파악하기 위해서는 청년 마을에 대한 이해가 중요하다. 행정안전부는 2018년부터 마을기업 유형에 ‘청년참여형 마을기업’을 신규 도입하고 지역사회에서 청년의 역할을 강조했다. 청년참여형 마을기업은 청년들에게 새로운 일자리를 제공하고, 지역사회에는 청년의 유입을 통해 젊고 유능한 자원을 확보할 수 있다는 점에서 소멸 위험 지역에 지역 활성화 방안으로 떠올랐다. 2018년에는 관촬아마을 6주 살이 프로그램을 통해 청년 마을의 성공적인 사례로 나타나기도 하였으며, 이후 ‘2021 청년 마을 만들기 공모사업’을 통해 강릉살자, 자유도, 아웃도어 아일랜드 등 다양한 청년 마을들이 생겨났다. 청년 마을의 프로그램은 지역 활성화를 위해 외부 인력을 끌어들이기 위한 취지로 주로 지역 살이 프로그램으로 운영되었으며, 코로나19 발생 이후 위케이션으로 발전하여 위케이션 프로그램으로도 운영되고 있다. 청년마을에서 진행하는 위케이션 프로그램을 살펴보면 마을 투어, 노을 트레킹, 해변 요가 등 각 지역의 특색을 느낄 수 있는 로컬 콘텐츠들로 구성되어 있다. 또한, [그림 6]과 [그림 7]을 통해 위케이션을 온 근로자들의 근무 시간을 고려하여 출퇴근 후 프로그램이 구성되었다는 것을 확인할 수 있다.

스테이형 위케이션 시설 중 고요산책, 아르카박스, 소랑이식다는 청년마을이 아닌 것으로 확인되었으며, 이 중 고요산책과 아르카복스는 위케이션 프로그램을 진행하지 않았다. 소랑이식다는 프립이라는 플랫폼을 통해 위케이션 프로그램을 운영하였다. 스테이형 위케이션 프로그램의 현황은 [표 6]과 같다.

	일	월	화
8:00		모닝 스트레칭	
11:00			
12:00			점심 포트럭파티 체크아웃
14:00	마을 투어		
16:00	숙소 체크인		
18:00			
20:00		공산성 야간트레킹	
전체	<ul style="list-style-type: none"> • 1인실/2인실 숙박(2인실), 공유오피스 • 미정작업실 이용권(입장료 + 음료 1잔) • 자전거대여, 마을안내서, 피치바이매거진(공주편) • 커뮤니티/공방체험 정보 제공 		

[그림 6] (주)퍼즐랩 로그인 공주 2박 3일 일정표

시간	월	화	수	목	금
9:00~10:00		워크타임	워크타임	워크타임	워크타임
10:00~11:00					
11:00~12:00					
12:00~13:00					
13:00~14:00	체크인				
14:00~15:00	워크타임				
15:00~16:00					
16:00~17:00					
17:00~18:00					
18:00~19:00		웰컴파티	노을트레킹	모닥불불멍	체크아웃
19:00~20:00			노을트레킹		
20:00~21:00					

[그림 7] (주)아웃도어아일랜드 아웃도어 워크ेशन 일정표

[표 6] 스테이형 워크케이션 프로그램 현황

시설명	운영주체	프로그램명	운영 연도	프로그램 내용
고요산책	-	-	-	-
소랑이시다	(주)프렌트립	푸른달 일곱밤 에코라이프 in 소랑이시다	2021	티타임, 플로깅
(주)더웨이브컴퍼니	(주)더웨이브 컴퍼니	오늘은 해변으로 퇴근합니다	2021	송정해변 피크닉, 안반데기 트레킹/은하수 감상
		강릉살자	2021~2022	해변 서핑, 요가, 비치클리업 지역창업 컨설팅 및 워크샵
(주)트리벨	(주)트리벨	속초체크인	2022	요가 클래스, 소독, 스냅샷투어
		라이프밸리	2022~	멘토링, 스케치업 프로젝트, 인사이트 투어, LFS 축제
		메타버스 노마드 속초	2023	메타버스 교육
		체크 IN 설악	2023	설악동 투어, 설악산 케이블카

아웃도어 아일랜드	(주)아웃도어 아일랜드	아웃도어 위케이션	2022	웰컴파티(루프탑 바비큐 파티), 동네투어, 노을트레킹, 모닥불 불멍타임, 백팩킹
아르카북스	-	-	-	-
괜찮아마을	(주)공장공장	괜찮아마을	2018	역량 강화 교육(스토리텔링, 스타트업 창업 교육), 커뮤니티 프로그램(여행하기, 음식 나눠먹기, 상담, 멘토링 등), 지역 살이 교육
		주간/월간 괜찮아마을	2020~	괜찮은 식탁(소셜다이닝/로컬 맛집 투어), 괜찮은 상상, 괜찮은 대화, 괜찮은 여행(야경, 일출 보기)
삶기술학교	(주)자이엔트	첨단위성오피스 한산회관 위케이션	2022	소곡주 맛보기, 소곡주 메이킹 클래스, 한산모시 클래스, 공작부채DIY
(주)퍼즐랩	(주)퍼즐랩	로그인(Login)공주	2021~2022	제민러너스, 커뮤니티 식탁, 마을 클래스

제3장 스테이형 위케이션 시설 운영 실태

1절 관찰조사

1. 관찰조사 개요

스테이형 위케이션 시설의 프로그램을 관찰하기 위해 스테이형 위케이션 시설에서 진행하는 프로그램에 참여하였다. 그러나 대부분의 스테이형 위케이션의 프로그램은 일시적으로 진행되어, 연구 기간 내에 관찰조사를 진행하는 데에 어려움이 있었다. 본 연구에서는 스테이형 위케이션 시설 중 하나인 관촬아마을에서 진행하는 일회성 프로그램을 관찰하였다. 프로그램의 진행 방식과 참여자들의 이용 행태를 파악하기 위해 2박 3일 프로그램인 ‘관촬아마을 부여 편’에 직접 참가자로 참여하여 관찰하였다. 관촬아마을 부여 편은 5월 15일부터 17일까지 총 2박 3일 동안 부여군에서 진행되었다. [표 7]은 2박 3일 동안 관촬아마을 부여 편 일정을 정리해 놓은 것이다.

[표 7] 관촬아마을 부여 편 일정

날짜	시간	장소	내용
5월 15일(월)	14:30	부여 시외 버스터미널	부여 터미널 픽업
	15:00	롯데리조트 부여	관촬은 만남
	16:00		관촬은 나
	18:00	지역 식당	저녁 식사
	20:00	궁남지, 정림사지 등	관촬은 여행1(야경 투어)
	22:00	롯데리조트 부여	숙소 복귀
5월 16일(화)	8:00	롯데리조트 부여	아침 식사
	10:00	부여 지역 농장	로컬 농장 체험
	11:00	부여제철소	쿠킹 클래스
	12:00		소셜 다이닝
	14:00	자온길	관촬은 여행2(로컬 투어)
	17:00	부여 중앙시장	저녁 장보기
	18:00	부여 가림성	일몰 노을 투어
	20:30	롯데리조트 부여	바비큐 파티와 불멍
	22:00		자유 시간
9:00	아침 식사		
5월 17일(수)	10:00	롯데리조트 부여	관촬은 고향
	12:00	지역 식당	점심 식사
	14:00	부여 시외 버스터미널	

2. 관찰조사 결과

스테이형 위케이션 프로그램의 구체적인 내용을 살펴보기에 앞서 프로그램의 전반적인 진행에 적용되고 있는 특징들을 살펴보았다.

1) 프로그램 전반적인 진행 특징

① 별명을 통해 참여자들의 수평적인 관계 설정

스테이형 위케이션 프로그램은 참여자들 간의 커뮤니티가 원활하게 만들어지기 위해 다양한 요소들을 사용한다. 프로그램의 특징 중 하나는 별명을 활용하여 수평적인 관계를 구축하는 것이다. 프로그램을 시작하기 전 참가자들은 자신의 성격이나 관심사와 같이 자기 자신을 잘 나타낼 수 있는 별명을 정한다. 프로그램이 진행되는 동안 별명은 실제 이름을 대체하여 서로를 부르는 기본 수단으로 사용된다. 이는 다양한 연령층, 직업, 성격을 가진 사람들을 만나는 과정에서 수평적인 관계의 커뮤니티를 형성하는 데에 도움을 주는 장치로 사용된다.

프로그램 중에 이러한 수평적인 관계를 유지하기 위해서 참가자는 상대방에게 자신의 이름, 나이 등을 질문하지 않는 것을 원칙으로 한다. 또한, ‘언니’, ‘동생’ 등의 위계적인 용어의 사용은 지양한다. 서로를 동등하게 대하고 참가자가 자유롭게 자신을 표현하고 다른 사람들과 소통할 수 있는 환경을 조성하여 데에 중점을 둔다. 이러한 별명 사용을 통한 수평적인 관계 속에서 참가자들은 다양한 관점과 경험을 공유함으로써 소속감을 얻을 수 있다.

② 웰컴 키트를 통한 참여 및 소속감 강화

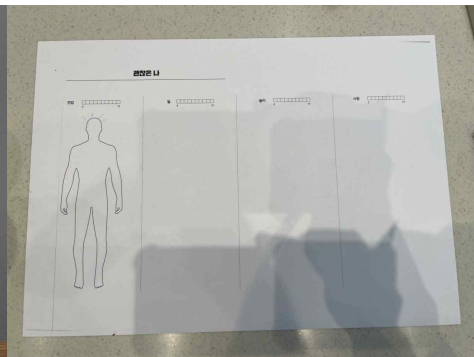
프로그램 시작 시 모든 참가자에게 웰컴 키트가 제공되어 프로그램을 진행하는 동안 필요한 도구이자 기념품이 된다. 웰컴 키트에는 연필, 펜, 지우개, 노트, 엽서, 랜잡아 마을 소개서, 편지지, 배지, 티셔츠로 구성되어 있다 ([그림 8] 참조). 프로그램 전반에 걸쳐 참가자들은 노트를 활용하여 자신이 하루 동

안 경험했던 것들에 관한 생각들을 기록한다. 프로그램 마지막 날에는 웰컴 키트에 들어있는 편지를 활용해 6개월 뒤 나에게 편지를 쓰는 ‘괜찮아 고향’이라는 프로그램을 진행한다. 이를 통해 2박 3일 동안 성찰한 자기 자신에 대해 돌아보고 현재 느끼는 감정을 미래 자신과 공유한다. 또한, 같은 티셔츠를 제공하여 참가자들 간의 일체감을 높인다. 다양한 활동을 하는 동안 같은 옷을 입음으로써 참가자들은 같은 경험을 공유하고 유대감과 공동체 의식을 형성할 수 있다.

관찰을 통해 웰컴 키트는 단순히 기념품으로서의 의미만 있는 것이 아님을 알 수 있다. 참여자의 프로그램 참여도를 높이고 참가자들 사이에 소속감을 조성하는 촉매제 역할을 하는 것을 확인하였다.



[그림 8] 웰컴 키트



[그림 9] '괜찮은 나' 프로그램

③ 유동성 있고 참여자의 자율적인 선택을 보장

프로그램을 진행하는 동안 운영진은 참가자들에게 자율성을 보장하고 개인에게 선택권을 주는 등 유연한 모습이 관찰되었다. 이는 ‘괜찮은 여행1’과 같이 부여의 명소에 방문하는 프로그램에서 잘 드러났다. ‘괜찮은 여행1’은 부여의 유적지인 궁남지와 정림사지를 방문하는 프로그램이다. 그러나 방문 당일 궁남지에 공사가 진행 중이었고, 이에 따라 일정에 차질이 생겼다. 하지

만 이러한 상황에서 운영진들은 빠르게 대응하여 부여의 야경을 감상할 수 있는 대체 장소를 찾았고, 참가자들이 프로그램을 원활히 진행할 수 있도록 하였다. 또한, 변경된 일정에 참여는 참가자가 자율적으로 정할 수 있게 하며, 참가자들의 성격과 선호도를 반영하여 프로그램 일정 일부를 수정하거나 추가하는 모습을 관찰할 수 있었다. 또한, 정해진 식사 메뉴를 강요하는 것이 아닌, 참가자들이 다양한 식당을 추천받고 취향에 맞게 메뉴를 선택할 수 있게 하여 참가자들의 전반적인 만족도가 높은 모습을 보였다.

2) 프로그램의 특징

괘찮아 마을 부여 편에는 ‘괘찮은 만남’, ‘괘찮은 나’, ‘괘찮은 여행’, 쿡킹 클래스, 소셜 다이닝, 바비큐 파티, ‘괘찮은 고향’이라는 프로그램으로 구성되어 있다.

① 원활한 커뮤니티 형성을 위해 구성된 프로그램

‘괘찮은 만남’을 통해 전반적인 프로그램에 대한 설명과 괘찮아 마을이 추구하는 것들에 대한 설명을 들은 후 ‘괘찮아 나’라는 프로그램을 진행하였다. ‘괘찮은 나’는 참가자들이 건강, 일, 놀이, 사랑으로 분류된 종이를 받아 항목별로 자신에 대해 적고 이를 참가자들과 함께 공유하는 프로그램이다(그림 9) 참조). 이 프로그램을 통해 참가자들은 각자의 경험, 생각 및 감정 등에 대해 공개적으로 공유하고 다른 참가자들은 경청하고 질문하고 공감한다. 이러한 프로그램은 나에 대해 생각하지 못했던 걸 성찰하는 시간을 가지며, 처음 보는 타인에게도 자기 생각과 취약한 부분까지 편안하게 이야기할 수 있는 분위기를 조성한다. 참가자 중 일부는 자기 자신에 대해 생각해보고 이를 발표하는 것에 대해 부끄러워하는 모습을 보였으나 건강, 일, 놀이, 사랑과 같이 틀이 정해져 있어 비교적 무난하게 발표하는 것을 볼 수 있었다. 또한, ‘괘찮아 나’ 프로그램은 참가자들 간의 공동체 의식을 함양하는 데도

움을 주는 것으로 보인다. 솔직하고 진솔한 내용을 발표하는 ‘괜찮은 나’ 프로그램이 끝난 뒤 발표 내용을 바탕으로 참가자들끼리 관심사를 공유하는 모습이 관찰되었다.

전반적으로 ‘괜찮은 나’는 초기에 진행됨에 따라 참가자들이 사이에 의미 있는 관계를 형성하는 데에 중요한 역할을 하는 것으로 파악된다. 자기 성찰과 개방적인 의사소통의 기회를 제공함으로써 전체 프로그램에 긍정적인 분위기를 조성하고 참가자들 사이에 유대감을 형성할 수 있다.

② 로컬과 연계된 프로그램

스테이형 위케이션은 지역 연계에 중점을 두어 지역사회 내 협업과 참여가 필요한 프로그램을 제공한다. 이러한 프로그램은 지역 명소를 방문하거나 해당 지역에서 거주하는 로컬 크리에이터와의 협업 등을 다양한 지역 연계 프로그램으로 구성되어 있다. 이번 괜찮아마을 부여편에서 2박 3일 동안 지역에 초점을 맞춘 다양한 프로그램에 참여하고 관찰할 수 있었다.

그 중 ‘괜찮은 여행1’, ‘괜찮은 여행2’와 일몰 노을 투어, 저녁 장보기 등 부여의 대표 명소를 둘러보며 지역 특성을 체험할 수 있는 프로그램이다. 부여의 궁남지, 정림사지, 가림성 등 유명 관광지를 탐방하여 부여의 정취를 느끼고 부여 중앙시장이나 청년 예술가들이 조성한 자온길을 방문하여 부여의 다양한 모습을 볼 수 있도록 구성되어 있었다. 특히, ‘괜찮은 여행2’ 프로그램의 경우 로컬 농장과 자온길에 로컬 식당을 운영하는 로컬 크리에이터와의 협업을 통해 농장 체험과 쿠킹 클래스를 진행하였다. 이 프로그램에서 참가자들은 농장 주인 및 로컬 크리에이터에게 여러 가지 질문을 하며 적극적으로 소통하려는 모습이 관찰되었다. 이런 프로그램은 지역 주민들과의 직접적인 상호작용이 가능하게 하여 부여에서의 생활에 대해 현실적인 이야기를 들을 수 있었고 이를 통해 지역에 대한 더 깊은 이해를 가능하게 한다는 것을 파악할 수 있었다. 이러한 체험을 통해 참가자들은 짧은 방문 기간에도 지역에 대

한 친밀감과 친근감을 형성하여 궁극적으로 연고 없던 지역사회와의 유대감을
만드는 데 이바지하는 것으로 보인다.

2절 면담 조사

1. 면담 조사 개요

1) 면담 대상자

스테이형 위케이션 시설의 구체적인 운영을 파악하기 위해 시설 운영자와 로컬 프로그램을 진행하는 로컬 크리에이터를 대상으로 인터뷰를 실시하였다.

운영자 인터뷰는 운영 전반을 파악하고 있는 담당자와 프로그램을 기획하는 담당자를 대상으로 실시하였다. 시설마다 1~2명에게 실시하였으며, 면담 시간은 90분 이내로 이루어졌다. 인터뷰는 4월에서 5월까지 이루어졌고, 대면 인터뷰로 1곳, 비대면 인터뷰로 4곳을 진행하였다.

로컬크리에이터 인터뷰는 스테이형 위케이션 시설인 관촬아마을 부여 편에서 로컬 프로그램을 진행할 때 연계하였던 로컬 운영자를 대상으로 선정하여 진행하였다.

[표 8] 면담 조사 대상자

구분	이름	위케이션 시설 이름	인터뷰 일시	인터뷰 방법	인터뷰 시간
위케이션 시설 운영자	K씨	P시설	4월 8일	대면	55분
	K씨	D시설	5월 22일	비대면	92분
	C씨	T시설	5월 27일	비대면	55분
	H씨	D시설	5월 29일	비대면	67분
로컬 크리에이터	K씨	-	5월 27일	비대면	36분

2) 조사 내용

인터뷰는 인터뷰 대상자에 따라 질문을 달리 구성하여 실시하였다. 이용자 설문조사를 통해서 파악하기 어려운 실질적인 운영 면과 프로그램의 구체적인 실태와 상황을 파악하고자 하는 것을 중심으로 면담하였다.

운영자 인터뷰 질문 구성은 [표 9]와 같다. 운영자에게는 크게 운영, 지자체, 프로그램, 공간으로 분류하여 면담하였다. 운영에 관한 질문에는 참여자 모집 방법, 주 수익 창출 방법, 위케이션 시장의 변화, 운영에서의 어려움 등 전반적인 운영에 관한 질문으로 구성되어 있다. 지자체에 관한 질문은 지자체와의 관계 및 협력 필요성으로 구성되어 있고, 프로그램에 관한 질문은 준비 과정, 이용자 선호 프로그램과 같은 질문으로 구성되어 있다. 마지막으로 공간에 관한 질문은 위케이션 시설을 계획 시 고려사항에 관한 질문으로 구성되어 있다.

[표 9] 운영자 면담 내용

구분	질문 내용	목적
운영	참여자 모집 방법은 무엇인가요?	- 위케이션 홍보 방안 파악
	수익 창출은 어떻게 하나요?	- 위케이션 수익 창출 방법 파악
	초기 운영 계획과 현재 운영하며 바뀐 점은 무엇인가요?	- 위케이션 시장의 변화 파악
	운영 시 어려운 점은 무엇인가요?	- 운영 고충/애로사항 파악 - 위케이션 시설 운영 시 개선사항 파악
	운영하면서 개선이 필요하다고 느낀 부분은 무엇인가요?	
	정책적 요구사항이 있나요?	
지자체	지자체와의 협력이 꼭 필요하다고 생각하나요?	- 지자체와의 관계 파악
	지자체와 협력할 때의 이점은 무엇인가요?	- 지자체와의 협력 필요성 조사

프로그램	프로그램 준비 과정은 어땠나요?	- 지역 연계 프로그램 준비 과정 파악
	프로그램을 준비하면서 지역 주민 또는 민간주체와의 연계가 필요할 때 지역 주민들을 설득하기 위해 어떤 노력이 있었나요?	
	이용자들이 가장 선호하고 만족도가 높은 프로그램은 무엇인가요?	- 워케이션 프로그램 선호도 및 만족도 조사
공간	숙박/업무시설을 계획할 때 가장 신경 쓴 부분은 무엇인가요?	- 워케이션 공간 계획 시 고려사항 파악
	만약 호텔&게스트하우스 등 기존 숙박시설과 연계하고 있다면, 우선으로 고려하는 것은 무엇인가요?	

로컬 크리에이터 인터뷰 내용은 [표 10]과 같다. 로컬 크리에이터에게는 위
 케이션 시설과의 협업 측면과 프로그램 측면에 관한 질문을 중심으로 구성되
 어 있다. 먼저, 위케이션 시설과의 연계에 관한 질문은 협업 계기, 위케이션
 시설과 협업한 경험, 위케이션 시설과 연계 시 이점과 바라는 점, 중심으로
 면담하였다. 프로그램 측면에서는 준비 과정, 프로그램 구성 시 고려사항, 참
 여자들의 선호도, 진행하면서 어려운 점과 지역 주민들의 반응에 대해 인터뷰
 를 진행하였다.

[표 10] 로컬 크리에이터 면담 내용

구분	내용
위케이션 시설과의 협업	위케이션 시설과 협업하게 된 계기가 무엇인가요?
	위케이션 시설과 협업하면서 무엇을 알게 되었나요?
	위케이션 시설과 협업했을 때의 이점/바라는 점이 있나요?
프로그램	프로그램을 준비하는 과정은 어땠나요?
	프로그램을 구성할 때 가장 고려하는 것은 무엇인가요?
	프로그램을 통해 참여자들이 어떤 것을 느끼길 원하나요?
	참여자들이 프로그램을 어떤 부분을 가장 선호하나요?
	참여자들이 해당 프로그램에 대한 만족도는 어떤가요?
	프로그램을 진행하면서 어려운 부분은 무엇인가요?
	프로그램을 진행했을 때의 주변 지역 사람들의 반응은 어떤가요?

모든 인터뷰는 양해를 구해 녹음하였으며, 이후 모든 녹음 파일을 전사하여
 분석하였다.

2. 운영자 면담 조사

1) 운영

① 위케이션 시설 홍보 방안

“...한 분이 자기 혼자 와보세요. 비대면 근무를 하시는 분인데 한 번 그냥 이런 시설이 있는데 한 달 여기 여행하면서 여기서 일해야겠다 하고 오세요. 그리고 그다음에 자기 팀 다 데리고 와요.”

“인스타그램으로 많이 하고 지인 소개로도 많이 받죠. 여기 프로그램에 참가한 청년들이 자기 친구한테나 아니면 지인한테 홍보하는 방식이 있어요.”

“저희는 여행사로서 카드뉴스나 영상이나 포스터나 이제 예산에 맞게 만들어서 그것을 각종 sns나 아니면 보도자료 배포하거나 해서 사람들을 모으는 방법들을 어느 정도 좀 알고 있고.”

위 인터뷰에 따르면 위케이션 시설에서 참여자를 모집하기 위해 두 가지의 주요 방법을 사용한다. 첫 번째 방법은 인스타그램과 같은 소셜 미디어 플랫폼과 보도자료 배포 등을 활용하여 홍보하는 방법으로, 잠재적 참가자와 적극적으로 소통하며 프로그램을 홍보한다. 두 번째 모집 방법은 참가자가 시설을 이용하고 프로그램에 참여하며 주변 친구, 동료, 지인들에게 자발적으로 시설을 소개하는 것이다. 다음 인터뷰는 소셜 미디어 또는 보도자료로 홍보할 때 어느 부분에 더 초점을 맞추는지에 관한 내용이다.

“이 지역은 이런 게 좋다고 한다거나 아니면 와서 도시 재생을 하라거나 창업하라거나 하는 이야기들이 우리 고객님들께는 먹히지 않을 거라는 걸 알고 있거든요. 결국 그들이 여기에 올 만한 이유는 자기 안에 있는 이유인데 그래서 그것들을 자극하고 그것들을 일깨워주는 게 중요하다고 생각해요.”

“감성적인 콘텐츠를 만들었고 로컬은 그냥 배경일 뿐인 것 같아요. ... 결국 우리가 판매하는 상품이 저는 중요한 게 로컬이 아니라는 거죠. 로컬

지역 자원이나 로컬의 특징점을 말해봐야 사람들은. 거기에서 큰 매력을 느끼기보다는 그냥 잘 모르겠다는 생각뿐일 거고요. 결국 중요한 거는 그게 어디인들 의미 있는 프로그램을 하는 것이라는 이제 그런 걸 주는 거죠.”

SNS나 보도자료를 통해 홍보할 때는 지역 자체를 홍보하기보다 위케이션에서 할 수 있는 프로그램과 참여자들이 이를 통해 얻을 수 있는 것에 초점을 맞춘다. 이는 위케이션 참가자들이 위케이션을 하고자 할 때 지역이 크게 중요한 선택요인으로 작용하지 않는다는 것을 의미한다. 대신 참여자의 내적 동기과 개인의 성장에 초점을 맞춰 홍보하는 것이 더 많은 참여자를 모집할 수 있다는 점이 주목할 만하다.

② 수익 창출 방법

“저희 수익은 크게 이제 B2C, B2B, B2G 영역에서 나뉘서 볼 수 있는데요. 사실 B2C 영역의 수익은 크지 않아요. ... 이제 대부분 수익은 B2B, B2G 영역에서 나오는데요. 비즈니스 모델이 거의 다 그래요. 대부분 B2C 개인 투어보다는 단체로 방문해서 수익을 많이 올리는 편이고 저희도 마찬가지로 그렇죠.”

“주요 비즈니스가 사실 지금 여행하는 거나 위케이션도 있겠지만 주요 비즈니스는 인센티브 투어인 것 같아요. 인센티브 투어라는 게 이제 워크숍으로 오거나 그리고 답사 프로그램들 오시는 게 주요 비즈니스예요. 그래서 그런 차원으로 B2C 여행 같은 경우에는 비즈니스 규모가 작지만 그렇게 인센티브 투어나 이제 B2B, B2G 워크숍 같은 거는 그래도 비즈니스 규모가 되다 보니까 그분들한테는 되게 중요한 파트너가 되고 있죠. 그런데 사실 이게 돈이 되려면 숙소를 직영해야지 비즈니스가 규모가 되는 것 같기는 해요.”

“마이스 영역에서 직원들 복지 또는 고객 복지 차원에서 제공하는 인센티브 투어가 사실 저희한테는 가장 크다고 볼 수 있을 것 같아요.”

“지원 사업이기 때문에 행정안전부나 시에서 예산을 줘서 저희가 하는 거고 그러다 보니까 이제 사실 수익에 대한 부분은 만들 수가 없어요. ... 오

히려 지자체들에서도 이 위케이션을 너무너무 하고 싶어 하는데 그것들을 저희가 컨설팅해드리고 공간을 개발해 주는 사업들을 위주로 좀 지금 하고 있거든요.”

인터뷰를 바탕으로 스테이형 위케이션 시설들의 수익 창출은 크게 B2C, B2B, B2G 세 가지 영역으로 나눌 수 있다. 그러나 B2C 영역의 경우 다른 두 영역에 비해 크지 않다. 대부분 시설의 주요 수익원은 B2B, B2G이지만, 행정안전부나 지방자치단체의 지원을 받는 사업이기 때문에 수익을 창출하는 데 어려움이 있다. 그래서 대부분 시설은 인센티브 투자를 통해 수익을 창출한다. 인센티브 투자는 워크숍과 답사 프로그램 등을 진행하는 주요 사업으로 중요한 역할을 한다. 또한, 수익성을 유지하기 위해서는 직접 숙소를 운영하는 것이 중요하다는 점은 주목할 만하다.

③ 위케이션 시장 변화

“저도 개인형 위케이션을 좀 크게 하고 싶었어요. 근데 개인은 돈이 없는 거예요. 그러니까 이거를 돈을 써서 자기가 누리고 싶은 분들은 사실 없는 거예요. 비싸다 보니까. 그래서 저는 기업 고객으로 바꿀 수밖에 없었던 거고 ... 그리고 이제 사람들이 원하는 공간 중에 같이 쓸 수 있는 공간하고 개인적인 공간도 있는데 이것도 역시 그 형태에 맞게 위케이션이나 아니면 개인형 위케이션으로 좀 바뀌고 있다고 좀 느꼈어요.”

“처음에는 B2C 여행에서의 매출을 크게 올린다거나 아니면 우리가 새로운 이제 뭔가 세상에 없는 상품들을 만들어내서 돈을 벌 거로 생각했던 부분들이 있지만 그게 사실 쉽지 않은 부분이 있고 아무래도 지방에서 이렇게 스타트업을 하고 있는 거다 보니까 서울에서 하는 스타트업처럼 투자 같은 것들이 원활하지 않은 부분들이 있어요. 지금 거버먼트나 아니면 이제 비즈니스 대상으로 B2B, B2G의 매출을 올리고 있었다면 지금의 목표는 다시 커스터머 대상의 B2C 비즈니스를 창출하는 데에 있고 그러기 위해서 애플리케이션도 개발하고 있고 다양한 여행 상품들이나 이런 서비스들을 개발해서 탑재하는 과정에 있어요.”

초기의 스테이형 위케이션 시설들은 B2C를 목표로 개인 참여자들을 주 대상으로 설정하여 위케이션을 확대하고자 하였다. 그러나 이러한 서비스에 돈을 쓰려는 개인 참여자를 유치하기에 어려움을 겪고 수익을 창출하기 위해 B2B와 B2G로 대상을 바꾸었다. 그러나 최근 초기의 운영 목적에 맞는 B2C 비즈니스 다시 시작하려는 추세를 보이고 있으며 애플리케이션 및 다양한 서비스 개발 등 그동안 여러 시행착오를 겪었던 경험을 바탕으로 개선된 B2C 비즈니스를 계획하고 실행하고 있는 것으로 확인되었다.

④ 위케이션 개선사항 및 발전 어려움

“해외의 위케이션 사례들을 보면 사실 내국인도 많지만 사실 외국인을 유치해서 하는 것이 위케이션의 비율이 크거든요. 위케이션의 관점으로 보면은 결국에는 내한 외국인들이 이용할 수 있는 서비스가 돼야 위케이션이라는 게 의미가 생기는 것 같아요. 왜냐면 사실 한국인들이 국내에 위케이션을 가고 싶어 하는 게 아니고 발리로 위케이션 가고 싶어 하거든요”

“위케이션이라는 키워드는 정말 그냥 동상이몽이라서 아예 생각하는 게 다 달라요. 정부 같은 경우는 위케이션을 통해서 지역에 사람들을 많이 뿌려야겠다고 생각하고 있고, 지자체는 우리 지역이 얼마나 대단하고 멋진지를 알려주는 게 중요해요. 지자체는 지역의 매력 로컬 콘텐츠를 찾아주고 그것을 되게 감각적으로 그려주는 게 필요한 서비스인 거고요. 정작 그걸 구매하는 기업 고객 입장에서는 최대한 이걸 통해서 얻을 수 있는 것들, 애사심을 고취한다거나 아니면 팀워크를 강화한다거나 (이런 게 중요하고) 복지는 사실 별로 관심 없어요.”

“애초에 사실 일주일 여행도 오실 수 있는 분들이 많지 않거든요. 그래서 그런 차원에서도 어려움이 있는 것도 같아요. 한 달 살기를 우리가 연다고 해도 참여하실 수 있는 분들의 수가 제한적이고 그리고 이게 시장 논리로 봤을 때도 좀 어려운 게 지금 청년 마을들 막 하잖아요. 지금 공공에서 사실 너무 많이 하고 있어서 전국에서 한 달 살기 무료로 하고 심지어 돈 주면서 하는 곳들도 많거든요. 그런 차원에서 지금은 한 달 살기 자체가 시장성이 없는 거죠.”

위 인터뷰 내용을 바탕으로 위케이션 시설의 개선과 발전에 관한 몇 가지 주요 인사이트가 나타난다. 먼저 해외 위케이션 사례를 살펴보면, 내국인보다는 외국인의 참여로 인해 활성화되기 때문에 한국에서의 위케이션 또한 외국 참여자를 대상으로 하는 서비스가 만족할 때 위케이션의 활성화될 것으로 기대된다. 또한, 정부, 지자체, 기업이 위케이션을 통해 달성하고자 하는 목표가 서로 다르므로, 모두가 만족하는 위케이션 프로그램을 구현하기에 어려움이 있다. 마지막으로 위케이션 발전에 있어서 실제적인 어려움도 있다. 한 주 이상의 기간으로 참여자를 모집하는 데에 어려움이 있으며, 공공에서 한 달 살기와 같은 프로그램을 무료로 진행하고 있어 장기 위케이션 프로그램을 운영하기에 어려움이 있다.

2) 지자체

① 지자체와의 관계

“(지자체와의 협력) 필요하죠. 왜냐하면 지자체의 예산도 많이 받았고 도움도 많이 받았기 때문에 저희는 오히려 좀 지자체와의 협력을 더 강화하는 위케이션 브랜드라고 생각하시면 돼요”

“지역에서 주민이나 지자체하고 협력하지 않고 뭘 일을 하기가 어려워요. 그만큼 저희가 엄청난 대기업이고 한 힘이 있으면 모를까 어쨌든 저희는 이 지역에서 도움을 받아야 하거든요. 우리가 하는 일이 우리의 비즈니스를 위해서 하지만 결국 이 일이 지역에 도움이 되는 거잖아요. 그러면 그걸 최대한 지역에서는 알려드리고 잘 되게끔 도와달라고 이야기하고 하면서 진행을 하는 거죠.”

스테이형 위케이션 시설 운영자들과 지자체와의 협력에 대해 인터뷰한 결과 이러한 협력이 운영에 매우 중요한 것을 알 수 있다. 운영자들은 지역 내에서 시설을 효과적으로 운영하기 위해 주민과 지방 정부 간의 협력이 필수

적이며 지자체로부터의 예산과 지원을 받은 것이 중요하다는 것을 강조하고 있다. 이로써 지자체와의 협력은 스테이형 위케이션 시설의 활성화의 핵심 요소로 볼 수 있다.

3) 프로그램

① 지역 연계 프로그램 준비 과정

“저는 고향을 만든다고 생각하고 모든 프로그램을 준비하면서 여기 온 청년들이 이런 고향을 만들어 갈 수 있게 하는 게 제가 제공하고 기획하는 모든 거인 것 같아요. 이곳에서 지낼 수 있는 인프라나 그리고 쉬고 놀 수 있는 프로그램이나 돈을 벌 수 있는 경제 공동체까지 가는 게 제가 생각하는 방식이었었고 그 과정에서 이제 어떻게 보면 지역의 여러 집들과 공간들을 마련하고 그걸 통해서 이제 프로그램을 만들었죠.”

“맨 처음 시작 자체가 약간 새로운 나다운 삶을 다시 설계해 볼 수 있는 걸로 시작하다 보니까 교육적인 요소들이 좀 더 많았던 것 같고 그것이 시간이 지나면서 사실은 좀 더 가벼워졌다고 보시면 될 것 같아요. 투어 같은 경우에는 계속 바뀌고 있다고 보시면 돼요. 백반집에서 듣는 얘기도 있고 동네 우리 이장님한테 듣는 얘기도 있고 그런 식으로 해서 이야기를 듣고 반응이 좋은 것들이 추리고 추려서 지금이 됐다고 봐주시면 될 것 같아요.”

“지역에 5년 정도 살았기 때문에 어느 가게가 얘기할 게 있고 어디가 얘기할 게 없는지 다 알아요. 예를 들면은 이제 여기는 프랜차이즈 식당이 거의 없다 보니까 이 식당에서 사업자 대표님이 어느 정도의 스토리가 있는지 아니면은 스토리가 없는지 이거에 따라 좀 갈리는 편이고, 물론 그게 콘텐츠 적으로도 매력이 있어야 하고 상품성도 있어야 하는 게 맞고요. 그래서 여러 가지 기준을 보는데 일단 그 대표자의 스토리가 흥미로운가? 이 콘텐츠가 매력적인가? 그리고 이 상품이 잘 팔리는가. 이 3가지에 부합하는 분들한테만 가죠.”

② 위케이션 프로그램 선호도 및 만족도

“이야기가 있는 걸 더 좋아하시는 것 같아요. … 저희의 투어를 듣지 않으면 그냥 지나칠 곳들인데 거기에서 이야기를 발견해 주고 그런 지점이 하나 있는 것 같아요.”

“처음에는 이제 디지털 노마드들이 주로 B2C 고객들 대상으로 하다 보니까 이제 그분들이 하고 싶은 게 요가나 명상이나 그리고 밖에 나가서 이제 일을 할 수 있는 오피스 키트를 빌려드린다거나 아니면 쉽게 할 수 없고 장기 체류했을 때만 이제 경험할 수 있는 그런 콘텐츠들을 주로 좋아하셨습니다.”

“각자 가진 능력으로 모임을 만들고 그 모임을 누군가가 주도해서 진행하고 그걸 같이 참여하는 게 반응이 되게 좋아요. 각자가 가지고 있는 재능을 나누는 그런 프로그램들에 되게 만족도가 높아요.”

인터뷰 결과 스테이형 위케이션 이용자들은 이야기가 있는 프로그램에 대해 높은 선호도를 보인다는 사실을 알 수 있다. 이러한 이야기들은 평범한 장소에 깊이를 더해 참가자들에게 흥미를 유발하는 요소로 작용하고 있으며, 쉽게 하지 못하는 콘텐츠에 큰 관심을 보이는 것으로 보인다.

4) 공간

① 위케이션 공간 계획 시 고려사항

“전반적으로 저희가 프로그램을 하는 것들을 좀 업무에 두고 계속 공간을 만들게 되는 것 같기는 해요. 같이 일할 수 있는 (공간을) 개발을 한 이유 중의 하나가 저희가 지역에 내려왔을 때 지역에서 되게 필요한데, 없는 공간 중의 하나가 사무실이거든요. 편하게 일할 수 있는 공간이 없어서 만든 거였던 거죠. 그래서 특히 같이 모여서 회의도 하고 같이 이제 만들어보고 싶은 거 있으면 기획도 하고 일도 하고 할 수 있는 공간들이 필요했고 그런 공간들로 사용을 했던 것이 이제 코워킹스페이스로 만들게 된 거죠.”

“테이블의 넓이라든지 높이라든지 이것들도 작업하는 방식에 따라서 다

르니까... 저희가 정확히 데이터를 가진 건 아니지만 오셨던 분들 피드백을 가지고 같은 공간에 다양한 형태의 업무에 맞는 집기나 가구들을 (앞으로) 놓게 될 것 같고요.”

“사실 오피스는 저희가 일을 많이 해보면서 계속 바뀌 나가거든요. 거기서 계속 일을 해봐요. 일해보고 불편한 점이 있으면 계속 가구 배치 바꿔보고 그러면서 이제 좀 이거 누구나 좀 편하게 일할 수 있는 동선이 나온다고 하면 이제 그때는 고정을 (해요).”

위 인터뷰를 바탕으로, 사무 공간은 지역에서 부족한 공간으로, 다수의 사람을 모으기 위해서 코워킹스페이스의 필요성을 강조하였다. 또한 공간을 운영하면서 이용자들의 이용 행태를 관찰하고 다양한 작업 스타일에 맞추어 지속해서 가구 배치를 변경하는 등의 방식으로 공간을 구성해나가고 있었다.

3. 로컬 크리에이터 면담 조사

1) 위케이션 시설과의 협업

① 위케이션 시설과 협업 계기

“저는 지역과 지역의 문제를 커뮤니티와 공간으로 해결하는 그런 지점에 관심이 좀 있었고 각자 도시의 문제를 자기만의 방법들로 조금 해석해 보는 도시 기획자들과 어떤 네트워크가 있었어요. 그런 그룹들과 연계가 되면서 부여도 또 괜찮아 마을도 알고 있었고, 그래서 2018년도에 괜찮아 마을 목포에 방문하게 되면서 인연이 개인적으로 있었어요. 제가 하는 일들이 지역의 특색을 포인트들을 잡아서 재미있게 가꿔가는 일을 하고 있다 보니 부여를 떠올렸을 때 재밌는 콘텐츠로 저를 찾아주셔서 이런 개인적 이유와 합리적인 이유로 인해 괜찮아 마을이랑 이번에 같이 하게 됐습니다.”

② 다른 위케이션 관련 시설과 협업 경험

“A 시설은 요구하는 바가 되게 확실해요. 제가 생각하는 이 프로그램은 표고버섯이 어떻게 길러지고 어떤 것들을 거쳐서 나에게 오는지 이 식사에 대한 그런 귀한 마음을 얻어가길 혹은 우리가 굉장히 유기적으로 이 모든 것이 연결되어 있음을 좀 느끼는 시간이기를 바라는 게 저의 클래스의 가치인데 그렇게까지 A는 생각하지는 않거든요. 그냥 투숙객들이 와서 여기 부여 농업 유명하니까 농장에서 재밌게 따는 걸 경험하고 딸기 케이크를 만든다, 이 정도니까 그런 깊은 소통은 조금 어려운 부분이 있죠. ... B이라는 위케이션 시설이 있어요. B와 지금 협업은 되고 있는데 위케이션 오시는 분들이 사실 클래스를 선호하지 않더라고요. 그래서 협업은 하고 있으나 한 번도 수업을 수업은 열려 있는데 실제로 실행하지 않았어요.”

③ 위케이션 참가자들이 로컬 프로그램을 선호하진 않는 이유

“그걸 좀 서로 분석 중인데 아마도 위케이션 오시는 분들이 다 디지털 노마드 쪽 있잖아요. 와서 조금 편안한 장소에서 일하거나 좀 편안히 휴식하려고 찾아오는 분들이 많고 부여가 너무 궁금하거나 뭔가 체험하고 싶거나 그건 아닌 것 같다고 그냥 저의 개인적인 판단은 하고 있어요.”

④ 위케이션 시설과 협업했을 때의 이점, 바라는 점

“부여를 경험할 수 있는 청년들이 부여를 단순한 관광이 아니라 부여에 사는 사람들 혹은 부여의 특징들, 부여에 살아서만 알 수 있는 어떤 감각들이 그들에게 잘 전달하면 지방에서도 한번 살아볼 수 있겠다는 어떤 선택지를 하나 가지고 갈 수 있다면 이라는 것을 바라고 있어요.”

2) 프로그램

① 프로그램 준비 과정

“농장에서 체험하고 딴 수확물을 가지고 뭔가 활용 요리한다는 포맷으로는 여러 번 수업했었어요. 그랬었는데 표고 농장 간 건 처음이었죠.”

② 농장 섭외과정

“사실 조금 특별한 케이스여서 마스터(표고 농장 주인)랑 저랑 관계가 이제 오래됐고, 아버지 딸처럼 지내는 사이니 ‘저 이런 거 있어요. 도와주세요’ 하면 무조건 그냥 도와주시거든요. ... 만약 그냥 농장이었다고 하면 쉽지는 않았을 것 같아요. 왜냐하면, 그 소장 작은 규모로 농장을 하시는 분들은 자기 이게 생업이니까 농장을 열어주시는 게 사실 되게 부담스러운 일 이거든요. 특히 버섯처럼 온도에 민감하거나 이런 것들은 농장 열어주시기 쉽지 않아요.”

③ 프로그램을 구성할 때 가장 고려하는 것

“고려했던 건 무조건 재료가 잘 읽히는 한 접시를 만든다예요. 그래서 어쨌든 농장에서 가지고 오는 재료잖아요. 누군가의 정성과 또 자연의 아주 적절한 선물이니까 이 버섯이 그냥 마트에서 산 버섯이 아니라 만들어져 커 온 이 과정들을 조금 더 생각하면서 원재료의 향이나 모습이 잘 살아 있는 것을 만든다는 것이 저의 클래스나 요리에 제일 신경 쓰는 부분인 것 같아요”

④ 프로그램을 통해 참여자들이 느끼고 알아가면 좋을 부분

“프로그램들을 통해서 참가자들이 이런 지역에 관한 이야기나 이런 배를 하는 이야기 그 과정들을 좀 많이 알아갔으면 좋겠어요. 그래서 우리는

같이 이동하진 않았지만 저는 보통 차에 타서 같이 이동하면서 부여 이야기도 해요. (예를 들면) 부여가 개발이 고도 제한이 되어있어서 발전이 잘 안되는 대신에 하늘이 넓다. 높은 건물이 없어서 그래서 열기구가 뜰 수 있다든지 농업의 규모가 어쩐다든지 이런 이야기들을 많이 하면서 가거든요.”

⑤ 프로그램 중 참여자들이 가장 선호하는 부분

“농장에 가는 거 그 자체 그리고 농장 농부의 얘기를 듣는 거 그러니까 요리를 만드는 순간보다도 훨씬 더 즐거워하는 것 같고 그렇게 농부를 만나고 농부의 이야기를 듣고 뭔가를 수확해 왔기 때문에 그 뒤에 이어지는 클래스도 재미있어지는 것 같아요.”

⑥ 프로그램을 진행하면서 어려운 부분

“진행하면서 어려운 부분 되게 개인적일 것 같은데 모두가 다 저의 마음을 다 알아주는 건 아니니 이렇게 불평불만 하시는 분들도 있고 또 되게 사소한 걸지 모르겠지만 우리는 이제 정해진 양만큼 따 가잖아요. 근데 이만큼을 얹어 온다든지 이래서 제가 농부님을 만나기가 되게 민망해지는 순간이 온다든지 그래서 이거를 그냥 그렇게 소중한 시간이 아닌 거로 느껴지시는 참가자가 있으면은 어려움을 느끼죠.”

⑦ 프로그램을 진행했을 때의 주변 지역 사람들의 반응

“좋아들 해 주셔요. 좋아들 해 주시고 그냥 클래스 말고 이런 농부랑 연계해서 하는 것들을 저의 행보에 대해서 이제 그 진정성을 의심하는 분들이 점점 사라지고 있다는 그런 느낌(이에요). 계속 부여를 알리려고 애쓰는 모습들이어서 다들 긍정적으로 생각해 주시는 것 같아요”

4. 면담 조사 결과

면담 조사를 통해 다음과 같은 시사점이 도출되었다.

첫째, 위케이션 시설의 초기 운영 방식은 주로 B2C를 대상으로 하였으나, 수익 창출에 어려움을 겪은 후 B2B 및 B2G 운영 방식으로 전환되었다. 개별적으로 위케이션 참가자를 모집하는 경우, 참가자들의 재정적 문제 및 지원 프로젝트를 통해 무료로 이용할 수 있는 위케이션 프로그램들이 등장함에 따라 개별 참가자들이 위케이션 시설에 찾아오는 수가 감소하였다. 이에 따라 위케이션 시설들은 기업, 지자체와 협회를 중심으로 한 인센티브 투자를 통해 점차 수익을 창출하고 있으며, 원래의 운영 목적과는 다른 방향으로 진행하고 있다. 현재 각 위케이션 시설들은 다시 B2C를 추진하는 움직임을 보여주고 있어서 B2C 사업 활성화를 위한 계획 수립이 필요하다. 또한, SNS 또는 지인들의 추천에 의존한 참가자 모집 방식에서 더 활동적인 모집 방법을 찾거나 이전 비즈니스 모델의 개선을 반영한 프로그램들을 개발하는 것이 필요하다.

둘째, 위케이션 프로그램의 기간이 점점 짧아지고 있다. 초기 위케이션 시설들은 1~2개월간의 위케이션 프로그램을 운영하였다. 그러나 장기간의 위케이션 프로그램을 진행하기 위해서는 시설 측에서 높은 비용 부담이 발생하며, 지원 프로젝트를 통해 진행하기엔 수익을 창출하기 어려운 상황이다. 또한, 사용자들도 장기간보다는 단기간의 위케이션 기간을 선호하며, 고정된 프로그램보다는 스스로 선택할 수 있는 프로그램을 선호하는 경향을 보인다. 따라서 변화하는 위케이션 이용자 선호도에 따라 운영 방식을 변경하는 것이 필요하다.

셋째, 위케이션 프로그램 이용자들은 이야기가 담긴 프로그램을 선호하는 경향을 보인다. 운영자와 로컬 크리에이터간의 공통 인터뷰 결과, 참가자들은 지역 이야기를 들을 수 있는 프로그램을 선호한다는 사실이 확인되었다. 특히 로컬 크리에이터가 진행하는 프로그램들은 참가자들에게 지역의 이야기를 직접 체험하고 들을 기회를 제공하며, 이는 이러한 참가자들의 프로그램 선호도

를 잘 반영하고 있다. 이러한 참가자들이 만족하는 지역 이야기들은 지역 주민들과 꾸준하고 원활한 관계 구축 과정에서 가능하며, 이에 따라 지역과의 커뮤니티 형성이 필수적이다. 또한, 로컬 크리에이터와의 협력을 통해 참가자들의 선호도를 높일 수 있는 프로그램을 개발하는 것이 필요하다.

제4장 스테이형 위케이션 시설 이용 실태

1절 설문조사 개요

1. 조사 대상 및 조사 내용

1) 조사 대상

본 연구에서 설문조사는 ‘스테이형 위케이션 시설’ 이용자의 위케이션에 대한 인식, 경험, 만족도 및 중요도, 개선사항을 파악하기 위해 이루어졌다.

설문조사 대상은 스테이형 위케이션 시설을 이용하거나 해당 시설에서 운영한 프로그램 참여자이다. 설문조사는 구글 폼을 통해 작성하였으며, 온라인으로 진행하였다. 관촬아마을 설문은 연구자가 직접 프로그램에 참여하여 대상자에게 설문조사를 부탁하였다. 그 외 시설 메일을 통해 설문조사에 대한 허가를 받은 후 설문조사 링크를 전달하여 진행하였으며, SNS를 통해 참여자에게 연락하여 설문조사에 관한 설명을 한 뒤 허가받은 후 링크를 전달하여 진행하였다. 설문조사는 2023년 5월 16일부터 5월 29일까지 대상자를 모집하고 설문조사를 실시하였다.

[표 11] 설문조사 기간 및 회수율

기간	응답자		회수율(%)
	대상	응답자	
5/16 ~ 5/29	60명	36명	60%

2) 조사 내용

설문조사는 이용자 기본 특성, 위케이션에 대한 이용자의 기본 인식, 경험, 공간과 서비스, 프로그램에 대한 중요도와 만족도, 앞으로의 방향성으로 구성되었다. 위케이션의 공간의 중요도와 만족도를 조사하기 위해 공간을 숙박 및 편의시설, 업무공간으로 나누어 구성되었다. 각각의 자세한 설문 내용의 구성은 [표 12]와 같다.

[표 12] 설문 내용 구성

설문 내용	세부 항목
이용자 특성	성별, 나이, 거주지 직업, 연차, 직종, 월평균 소득
위케이션에 대한 기본 인식	-위케이션에 대한 인식 여부 -위케이션에 대한 이해도 -위케이션 인식 경로 -일과 여가의 중요도
위케이션에 대한 경험	-위케이션 시설 방문 횟수 및 재방문 이유 -위케이션 시설 선택 기준 -위케이션 체류 기간 -위케이션 시설까지의 이동 수단 및 이동시간 -업무를 위한 이용한 공간 및 이용 이유 -하루 평균 근무시간 및 여가시간 -일과 여가의 균형 정도 -위케이션 프로그램 재참여 이유
위케이션 선호도	-위케이션 지역 선호도 -위케이션 계절 선호도 -위케이션 체류 기간 선호도 -위케이션 활성화를 위한 개선사항 또는 건의 사항 -위케이션 프로그램 참여 인원 선호도 -위케이션 프로그램 운영시간 선호도 -위케이션 프로그램 체험 시간 선호도 -위케이션 프로그램 선호도
위케이션 시설 중요도 및 만족도	-위케이션 숙박 및 편의시설에 대한 중요도와 만족도 -위케이션 업무공간에 대한 중요도와 만족도 -위케이션 서비스에 대한 중요도와 만족도 -위케이션 프로그램에 대한 중요도와 만족도

2. 설문 응답자 특성

1명의 응답자가 나이, 월 평균 수입에 대한 응답을 비공개를 요청하였다. 그 결과 이 두 가지 항목에 대한 응답 수는 35개로 진행하였다.

응답한 위케이션 참여자들의 특성을 보면 다음과 같다. 남성은 13명(36.1%), 여성은 23명(63.9%)이 응답하였으며 이용자는 대부분 25세부터 44세까지인 것으로 조사되었다. 그중 25세부터 29세까지가 20명(57.1%)으로 가장 많았으며 20세에서 34세는 7명(20.0%), 35세부터 39세의 응답자는 6명(17.1%), 40세부터 44세는 2명(5.7%) 순이었다. 응답자의 거주지를 살펴보면, 서울특별시가 18명(50.0%)으로 응답자 절반이 거주하는 것으로 나타났으며, 경기도는 9명(25.0%), 강원도와 충청남도, 부산광역시가 각각 2명(5.6%), 경상남도과 대전광역시, 인천광역시는 1명(2.8%) 순이었다. 응답자의 직업은 학생과 직장인이 각각 10명(27.8%)씩으로 가장 많았으며, 개인 사업자가 7명(19.4%), 취업 또는 시험 준비생이 5명(13.9%), 프리랜서가 4명(11.1%)으로 조사되었다. 직장인들의 연차를 살펴보면 1~3년 차가 6명(37.5%)으로 가장 많았으며, 3~5년 차가 4명(25.0%), 5~10년 차가 3명(18.8%), 10년 차 이상이 2명(12.5%), 1년 이내가 1명(6.3%) 순이었다. 직업에서 직장인, 개인 사업자, 프리랜서로 답한 21명의 응답자의 직종을 살펴보면 기획자가 5명(23.9%)으로 많았으며 대표 3명(14.3%), 작가와 디자이너가 2명(9.5%)씩으로 조사됐으며 이 외에 개발자, 강사, 매니저, 바리스타 등이 다양한 직종을 가진 것으로 확인되었다. 이들의 월평균 소득을 살펴보면, 소득 없음이 9명(25.7%), 월 200만 원 이하가 10명(28.6%), 월 200만 원 이상 300만 원 미만이 6명(17.1%), 월 300만 원 이상 400만 원 미만이 3명(8.6%) 월 500만 원 이상 600만 원 미만이 2명(5.7%), 월 600만 원 이상이 5명(14.3%)인 것으로 나타났다.

[표 13] 위케이션 이용자 일반적 특성

구분	빈도(%)	구분	빈도(%)			
성별	남	13(36.1)	학생	10(27.8)		
	여	23(63.9)	취업, 시험 준비생	5(13.9)		
나이	19세 이하	0	직업	직장인	10(27.8)	
	20-24	0		개인 사업자	7(19.4)	
	25-29	20(57.1)		프리랜서	4(11.1)	
	30-34	7(20.0)	연차	1년 이내	1(6.3)	
	35-39	6(17.1)		1-3년	6(37.5)	
	40-44	2(5.7)		3-5년	4(25.0)	
	45-49	0		5-10년	3(18.8)	
	50대 이상	0		10년 이상	2(12.5)	
거주지	서울특별시	18(50.0)	직종	기획자	5(23.9)	
	경기도	9(25.0)		대표	3(14.3)	
	강원도	2(5.6)		작가	2(9.5)	
	충청북도	0		디자이너	2(9.5)	
	충청남도	2(5.6)	기타 (강사, 매니저, 프리랜서 등)	9(42.8)		
	전라북도	0		소득	소득없음	9(25.7)
	전라남도	0			월 200만원 이하	10(28.6)
	경상북도	0	월	월 200~300만원	6(17.1)	
	경상남도	1(2.8)		월 300~400만원	3(8.6)	
	제주도	0	평균	월 400~500만원	0	
	인천광역시	1(2.8)		월 500~600만원	2(5.7)	
	세종특별자치시	0	소득	월 600 이상	5(14.3)	
	대전광역시	1(2.8)				
	대구광역시	0				
울산광역시	0					
부산광역시	2(5.6)					

3. 분석 방법

1) IPA 분석 방법론

IPA(Importance-Performance Analysis) 분석은 상품이나 서비스가 가지는 특정 요소에 대한 중요도(Importance)와 만족도(Performance)를 각각 X축과 Y축 2차원 평면 위에 각 요소를 표현하여 분석하는 방법이다.

중점 개선 영역(Concentrate Here), 유지관리 영역(Keep Up the Good Work), 개선 대상 영역(Low Priority), 과잉투자 영역(Possible Overkill) 등 4개 영역 분류를 통해 개선이 필요한 분야와 불필요한 분야를 파악하기 위한 유용한 분석 방법이다.

① 중점 개선 영역(Concentrate Here)은 ‘Quadrant A’ 에 분류되는 영역으로 중요도가 높지만, 만족도가 낮아 시급한 개선이 필요하며 개선내용에 대한 효과성이 가장 큰 영역이다.

② 유지관리 영역(Keep Up the Good Work)은 ‘Quadrant B’ 에 분류되는 영역으로 소비자에게 중요한 의미를 두고 있으며 동시에 만족도를 충족시켜 주고 있어 현재 제공되고 있는 수준을 지속해서 유지할 필요가 있다.

③ 개선 대상 영역(Low Priority)은 ‘Quadrant C’ 에 분류되는 영역으로 중요도 및 만족도가 현재로서는 소비자들의 관심을 받고 있지 못하여 장기적인 개선 과제로 가져갈 필요가 있는 영역이다.

④ 과잉투자 영역(Possible Overkill)은 ‘Quadrant D’ 에 분류되는 영역으로 소비자 관점에서 중요도는 떨어지나 과잉투자 또는 공급되고 있는 영역으로 만족도가 불필요하게 높은 영역이라 할 수 있다.

IPA는 분석자료 사용이 간편하고 결과해석이 용이하여 문제제시가 명확하다는 점에서 활용도가 매우 높다. IPA는 다양하고 복잡한 성격을 가진 항목을 평가할 수 있을 뿐만 아니라 어려운 통계적 기법을 사용하지 않고도 평가 요인의 평균값과 매트릭스를 이용하여 빠르고 쉽게 결과를 도출해 낼 수 있기 때문에 정해진 인력과 예산으로 우선으로 해결해야 할 사항을 결정하는 데 유용한 정보를 제공한다(공기열, 2006).

IPA 기법은 소비자가 특정한 상품이나 서비스를 이용하기 전에 그 상품이나 서비스를 선택하는 데 있어서 어떠한 속성을 중요하게 여기고 있는지를 조사하며, 이용 후에는 이용자 스스로가 만족도의 수준을 평가함으로써 속성들의 상대적인 중요도와 만족도를 동시에 비교 분석하여 소비자의 인식을 파악한 결과를 바탕으로 정해진 인력과 예산으로 우선하여 해결해야 할 것과 지양해야 할 것을 결정하는 데 유용한 정보를 제공하는 분석법이다(김경자, 2019).

2절 설문조사 결과

1. 스테이형 위케이션 시설 이용자 인식 및 경험

1) 이용자 인식

위케이션에 대한 경험과 만족도를 파악하기 전에 위케이션에 대한 인식 정도를 파악하기 위해 위케이션 전 위케이션에 대한 인식 여부, 위케이션에 대한 이해도, 인식하게 된 경로, 일과 여가의 중요성 비교를 조사하였다.

① 위케이션 인식 여부

응답자 36명 중 88.9%에 해당하는 32명이 ‘위케이션을 하러 오기 전 위케이션에 대해 알고 있었다’ 라고 답하였고, 4명(11.1%)이 위케이션에 대해 알지 못한 것으로 나타났다. 이처럼 대부분의 위케이션 시설을 이용하는 사람들은 이미 위케이션에 대해 알고 오는 경우가 많다는 것을 알 수 있다.

[표 14] 위케이션 시설 이용 전 위케이션에 대한 인식 여부

구분	알고 있었다	몰랐다	계
빈도(%)	32(88.9)	4(11.1)	36(100.0)

② 위케이션 이해도

한편, 위케이션에 대한 응답자의 이해도 1점부터 5점까지 조사한 결과, 위케이션을 이미 알고 있던 응답자들은 평균 4.17점으로 높은 이해도를 가지고 있지만, 위케이션에 대해 ‘모른다’ 라고 답한 응답자들은 평균 2.75점으로 나타나 인지 유무에 따라 위케이션에 대한 이해도 또한 차이가 난다는 것을 알 수 있다.

[표 15] 위케이션에 대한 인식 여부와 위케이션에 대한 이해도 연관성

위케이션 인지 유무	위케이션 이해도					계
	1	2	3	4	5	
알고 있었다	0	1	7	10	14	32
몰랐다	1	0	2	1	0	4
계	1	1	9	11	14	36

③ 위케이션 인식 경로

[표 14]에서 위케이션을 알고 있었다고 답한 32명에게 위케이션을 알게 된 계기에 관해 물었을 때 ‘위케이션 시설 사이트, SNS 등의 광고를 통해’ 라고 답한 응답자가 19명(59.4%)으로 가장 많았다. 그 뒤로 ‘주변 지인의 추천을 통해’ 라고 답한 응답자가 6명(18.8%)이었으며, ‘위케이션 관련 서적을 통해’, ‘회사의 권유를 통해’ 가 각각 2명(6.3)으로 나타났으며 기타 답변으로 ‘관광정책을 통해 ‘와 ‘관련 서비스 운영 경험’, ‘위케이션 관련 콘텐츠 제작’ 이 각각 1명(3.1%)으로 나타나 온라인 홈페이지나 SNS가 위케이션을 홍보할 때 가장 효과가 높다는 점을 미루어 알 수 있다.

[표 16] 위케이션 인식 경로

구분	계
홈페이지, SNS 등의 광고를 통해	19(59.4)
주변 지인의 추천을 통해	6(18.8)
위케이션 관련 서적을 통해	2(6.3)
회사의 권유를 통해	2(6.3)
관광정책을 통해	1(3.1)
관련 서비스 운영 경험	1(3.1)
위케이션 관련 콘텐츠 제작	1(3.1)
계	32(100.0)

④ 일과 여가의 중요도

워케이션이라는 단어가 일(Work)과 여가(Vacation)의 합성어인 만큼 이용자가 생각하는 일과 여가의 중요도를 파악할 필요성이 있다. 중간을 선택한 8명(22.2%)을 제외하고 나머지 28명 중 과반수가 넘는 19명(52.8%)이 ‘워케이션 중 일보다 여가가 더 중요하다’ 라고 답하였다.

2) 이용자 경험

① 워케이션 시설 방문 횟수 및 재방문 이유

워케이션 시설 이용자에게 시설 방문 횟수를 조사하였고 2회 이상 방문했다고 답한 응답자를 대상으로 재방문 이유를 주관식으로 물어보았다.

먼저, 워케이션 시설을 1번 방문한 응답자는 19명(52.8%)이었으며 2회 이상으로 답한 응답자는 8명(22.2%), 3회는 4명(11.1%), 4회는 3명(8.3%), 5회 이상은 2명(5.6%)으로 절반에 가까운 응답자가 워케이션 시설을 재방문한 것을 알 수 있다.

[표 17] 워케이션 시설 방문 횟수

구분	1회	2회	3회	4회	5회 이상	계
빈도(%)	19(52.8)	8(22.2)	4(11.1)	3(8.3)	2(5.6)	36(100.0)

워케이션 시설을 2회 이상 방문한 경험이 있는 17명을 대상으로 재방문 이유를 추가로 질문하였다. 응답자 중 4명(23.5%)은 많은 사람을 만날 수 있어서 시설을 재방문했다고 답하였다. 재방문 이유로 3명(17.6%)이 흥미로운 체험 프로그램, 워케이션 프로그램에 선발된 것, 단순히 쉬고 싶다는 것을 꼽았다. 또한, 2명의 응답자(11.8%)가 우수한 숙박 및 업무공간 때문에 재방문했다고 답했다. ‘기타’ 항목은 ‘환경을 변화시켜 심리적 압박감과 불안을 극복하기 위해’, ‘경험과 여행, 일의 3가지를 위해서’ 등의 응답을 포함하였다.

[표 18] 위케이션 시설 재방문 이유

구분	계
숙박 및 업무공간이 잘 되어있어서	2(11.8)
체험 프로그램이 흥미로워서	3(17.6)
위케이션 프로그램에 선발되어서	3(17.6)
많은 사람을 만날 수 있어서	4(23.5)
단지 쉬기 위해서	3(17.6)
기타	2(11.8)
계	17(100.0)

② 위케이션 선택 기준

위케이션 참가자들에게 위케이션 시설을 선택한 기준을 조사한 결과, ‘주변 자연환경’ 이 27.8%인 10명으로 가장 많은 것으로 나타났고 그다음으로 ‘프로그램’ 9명(25.0%), ‘숙박시설’ 이 7명(19.4%), ‘업무시설’ 은 5명(13.9%), ‘휴식시설’ 은 3명(8.3%), ‘주변 편의시설’ 은 2명(5.6%) 순으로 나타났다. 위케이션 참여자들이 위케이션 시설을 선택할 때 숙박 및 업무시설보다 주변 자연환경과 시설에서 제공하는 프로그램을 우선시하는 것으로 나타났다.

[표 19] 위케이션 시설 선택 기준

구분	주변 자연환경	프로그램	숙박시설	업무시설	휴식시설	주변 편의시설	계
빈도(%)	10(27.8)	9(25.0)	7(19.4)	5(13.9)	3(8.3)	2(5.6)	36 (100.0)

③ 위케이션 시설 체류 기간

위케이션 참가자들의 위케이션 체류 기간을 조사하였고, 2회 이상 방문한 응답자들은 중복응답이 가능하게 하여 총 50개의 응답을 받았다. 2박 3일 동안 위케이션을 한 응답자는 12명(24.0%)으로 가장 많았으며, 4박 5일이 8명(16.0%), 3박 4일이 7명(14.0%)으로 그 뒤를 이었다. 이를 통해 대부분의 위케이션 참가자가 3일에서 5일 사이의 체류하는 것으로 보아 단기 위케이션이 부담이 적다는 것을 미루어 알 수 있다. 또한 응답자들은 1박 2일과 같은 상대적으로 짧은 기간부터 한 달 이상 지속되는 체류 기간에 이르기까지 다양한 기간에 일관된 분포를 보이는 것을 확인할 수 있다.

[표 20] 위케이션 시설 체류 기간

구분	계
1박 2일	4(8.0)
2박 3일	12(24.0)
3박 4일	7(14.0)
4박 5일	8(16.0)
5박 6일	3(6.0)
6박 7일	3(6.0)
1주일 이상 ~ 2주일 미만	4(8.0)
2주일 이상 ~ 3주일 미만	3(6.0)
3주일 이상 ~ 4주일 미만	3(6.0)
한 달 이상	3(6.0)
계	50(100.0)

④ 위케이션 시설까지의 이동 수단 및 이동시간

위케이션 시설까지 가장 많이 이용하는 이동 수단은 ‘고속/시외/관광버스’로 14명(38.9%)이 이용한 것으로 나타났다. 그다음으로는 ‘자가용’과 ‘철도’를 이용한 응답자가 8명(22.2%), ‘비행기’는 4명(11.1%), ‘대중교통(시내버스, 지하철 등)’을 이용한 응답자는 2명(5.6%)으로 나타났다.

이들의 이동시간을 조사하였을 때 2~3시간 이내로 소요되는 참여자가 19명 (52.8%)으로 가장 많았고, 3~4시간 이내로 소요되는 응답자가 7명(19.4%), 1~2 시간 이내는 5명(13.9%), 4시간 이상이 3명(8.3%), 1시간 이내가 2명(5.6%)으로 대부분 2시간 이상 이동하는 것으로 나타났다.

[표 21] 워케이션 시설까지의 이동수단 및 이동시간

	구분	빈도(%)	계
이동수단	고속/시외/관광버스	14(38.9)	36 (100.0)
	자가용	8(22.2)	
	철도	8(22.2)	
	비행기	4(11.1)	
	대중교통(시내버스, 지하철 등)	2(5.6)	
이동시간	1시간 이내	2(5.6)	36 (100.0)
	1~2시간 이내	5(13.9)	
	2~3시간 이내	19(52.8)	
	3~4시간 이내	7(19.4)	
	4시간 이상	3(8.3)	

⑤ 이용자들이 워케이션에서 주로 이용하는 업무공간

워케이션 시설 이용자들이 워케이션에서 주로 이용하는 업무공간을 알아보기 위해 조사한 결과, ‘워케이션 시설 내 코워킹스페이스’가 23명(63.9%)으로 가장 많이 이용하는 것으로 나타났다. 이어 ‘워케이션 시설 내 카페’를 이용하는 응답자는 5명 (13.9%), ‘호텔 내 비즈니스 센터 또는 회의실’과 ‘객실’을 업무공간으로 활용하는 응답자는 3명(8.3%)이었다. 또한, 2명의 응답자(5.6%)가 ‘워케이션 시설 주변 카페’를 이용한다고 답하였다. 이를 통해 많은 워케이션 시설이 코워킹스페이스를 제공하고 있으며, 상당수의 이용자가 코워킹스페이스를 잘 활용하고 있다는 점을 미루어 알 수 있다.

[표 22] 워케이션에서 이용하는 업무공간

구분	계
워케이션 시설 내 코워킹스페이스	23(63.9)
워케이션 시설 내 카페	5(13.9)
호텔 내 비즈니스 센터 또는 회의실	3(8.3)
객실	3(8.3)
워케이션 시설 주변 카페	2(5.6)
계	36(100.0)

워케이션 시설 내 코워킹스페이스는 숙박 공간과 가까움에도 불구하고 업무에 집중할 수 있는 분위기를 제공하여 업무 효율성을 높인다는 인식, 우수한 전기 시설과 인터넷 환경, 제공하는 브랜드 또는 회사와의 직접적인 연계와 명확한 설명 및 콘텐츠 제공 등이 선택 동기로 작용한다. 코워킹스페이스는 책상, 와이파이, 콘센트 등이 잘 갖추어져 있어 작업에 적합하며, 쾌적한 환경, 좋은 전망, 음악 등이 작업 동기를 높이는 요소로 작용한다. 또한, 다수의 사람과 함께 작업할 수 있고 객실과 코워킹스페이스를 분리하여 휴식과 업무를 분리할 수 있는 이점이 있다. 주변의 카페를 선택하는 이유는 독립된 공간이 필요하며, 적절한 소음이 있는 환경이지만 답답하지 않고, 빠른 인터넷 연결과 사람들과의 교류가 가능하다는 이유이다. 워케이션 시설 주변의 카페를 선택하는 이유는 워케이션 시설 내부에 작업 공간이 제공되지 않아서 조용하고 경치 좋은 장소를 찾기 위해서이다. 호텔 내 비즈니스 센터 또는 회의실을 선택하는 이유는 잘 구축된 인터넷 환경과 바다를 바라보며 작업할 수 있는 환경 때문에 멀리 가지 않아도 충분하다는 이점이 있다. 객실을 선택하는 이유는 언제든지 이용할 수 있으며, 별도의 업무공간이 없어도 작업을 할 수 있다는 장점이 있다.

[표 23] 위케이션에서 각 업무공간을 이용한 이유

구분	내용
위케이션 시설 내 코워킹 스페이스	1) 근접성 및 편의성 - 숙소 공간과 가까워 업무에 용이하다. - 책상, Wi-Fi, 콘센트 등 효율적인 업무를 위해 필요한 편의시설을 갖추고 있다. 2) 우수한 시설 및 환경 - 전기설비와 안정적인 인터넷 환경이 잘 되어있다. - 좋은 전망과 음악이 흐르는 쾌적한 환경, 편안하고 생산적인 작업 공간을 만듭니다. - 방에서 휴식을 취하고 코워킹스페이스에서 업무를 볼 수 있어 업무와 휴식의 명확한 분리가 가능하다. 3) 브랜드 인지도 - 위케이션을 제공하는 브랜드, 회사와 직접 관련되어 명확하다. - 코워킹스페이스에 대한 명확한 설명과 내용으로 이해와 활용이 쉽다. 4) 사회적 상호 작용 - 많은 사람과 함께 일하는 것이 가능하다.
위케이션 시설 내 카페	- 독립된 작업 공간이 필요하다. - 적당한 소음 수준과 답답한 느낌이 없는 편안한 환경으로 적절한 분위기를 제공한다. - 빠른 인터넷과 사람들과의 교류할 수 있다.
위케이션 시설 주변 카페	- 위케이션 시설 내부에 업무공간이 제공되지 않았다. - 조용하고 경치 좋은 장소를 선호한다.
호텔 내 비즈니스 센터 또는 회의실	- 인터넷이 잘 되어있다. - 업무공간에서 바다를 볼 수 있어 다른 곳으로 이동할 필요가 없다.
객실	- 시간에 구애받지 않고 이용이 가능하다. - 따로 업무공간이 없다.

⑥ 근무 및 여가 시간

위케이션 참가자들의 하루 평균 근무 및 여가 시간에 대한 조사에서, 대다수 응답자는 하루에 4~6시간 동안 근무하는 것으로 나타났다. 2시간에서 4시간 동안 근무하는 응답자는 9명(25.0%)이며, 2시간 미만은 8명(22.2%)이다. 한편, 여가 시간에 대해서 16명(44.4%)의 응답자가 4시간에서 6시간을 사용하며, 12명(33.3%)은 2시간에서 4시간을, 6명(16.7%)은 6시간에서 9시간을 사용한다. 또한, 여가 시간을 2시간 미만 또는 9시간 이상 사용하는 응답자가 각각 1명(2.8%)씩 있다. 이를 통해 위케이션 참가자들은 근무 시간보다 여가 시간에 더 많은 시간을 보내는 경향을 보였다.

응답자들의 여가 활동에 대한 조사 결과, 응답자들은 다양한 활동을 하는 것으로 확인되었으며 주로 관광, 커뮤니티 활동, 산책 및 서핑과 같은 야외활동, 프로그램 참가, 휴식을 즐기는 것으로 나타났다. 특히, 많은 응답자가 위케이션 시설 근처 지역의 카페와 식당을 자주 방문하는 점이 주목할 만하다. 이는 위케이션이 지역 활성화에 기여한다는 사실을 뒷받침하는 결과로 해석할 수 있다.

[표 24] 이용자 근무 및 여가 시간

구분	2시간 미만	2~4시간	4~6시간	6~9시간	9시간 이상	계
근무 시간	8(22.2)	9(25.0)	15(41.7)	4(11.1)	0	36 (100.0)
여가 시간	1(2.8)	12(33.3)	16(44.4)	6(16.7)	1(2.8)	36 (100.0)

⑦ 일과 여가의 균형 정도

응답자들의 일과 여가의 균형 정도에 대해 5점 척도로 조사하였고, 이를 기술통계로 알아보았다. 평균적으로 응답자들은 위케이션에서 일과 여가가 적당

히 균형을 이뤘다고 느낀다는 것으로 확인하였다. 일과 여가의 균형이 잘 맞지 않았다고 답한 응답자를 대상으로 이유를 알아보았을 때, 1. 일과 여가의 경계선을 찾기 어려운 경우, 2. 급한 업무가 생겨 일에 몰두한 경우, 3. 선택할 수 있는 여가의 종류가 한정적인 경우, 4. 쉬고 싶은 마음이 더 큰 경우, 5. 업무를 마쳐야 한다는 부담감 등이 있었다.

[표 25] 일과 여가의 균형 정도

구분	빈도	평균(M)	표준 편차(SD)	Min	Max
일과 여가의 균형 정도	36	3.778	1.017	1	5

⑧ 위케이션 프로그램 참여 이유

위케이션 프로그램이 일회성 참가자보다 지속적인 참여자들을 모집하기 위해서는, 참가자들이 위케이션 프로그램 통해 어떤 목표를 달성하고자 하는지를 파악할 필요가 있다. 더 정확한 이유를 파악하기 위해 위케이션 참가자 중 위케이션 시설에서 운영하는 프로그램을 두 번 이상 참가한 대상자들을 대상으로 주관식 설문조사를 진행하였다. 참가자들의 목표는 크게 3가지 이유로 분류할 수 있다. 첫째, 참가자들은 위케이션 프로그램을 통해 커뮤니티 형성을 목표로 하였다. 비슷한 근무 환경을 가진 사람들을 만나고 지역을 함께 관광하며 다양한 경험을 나누기를 원하는 것으로 나타났다. 둘째, 참가자들은 프로그램을 통해 지역 콘텐츠를 체험하고 이를 통해 많은 것들을 배울 수 있다는 점도 이유로 뽑았다. 마지막으로, 참여자들은 새로운 환경에서 새로운 경험을 체험하기 위한 목적으로 참여한다고 밝혔다. 이러한 결과를 통해, 다양한 커뮤니티를 형성할 수 있고 지역적 특색을 가진 프로그램을 지속해서 발전시키는 것이 필요하다.

[표 26] 워케이션 프로그램 2회 이상 참여 이유

2회 이상 프로그램 참여 이유
1) 커뮤니티 형성
- 새로운 사람들을 만나고 지역 관광을 즐기기 위해
- 새로운 사람들과 함께 새로운 경험을 하기 위해
- 워케이션에서의 커뮤니티를 통해 새로운 영감을 얻을 수 있기 때문에
- 지역 커뮤니티에 관심이 있고, 비슷한 환경에서 일하는 동료들 만나기 위해
- 다른 참가자들과 교류하기 위해
2) 프로그램
- 지역의 콘텐츠를 잘 활용하는 프로그램이기 때문에
- 프로그램을 통해 새로운 것들을 많이 배울 수 있기 때문에
3) 새로운 환경에서 새로운 경험을 체험하기 위해

2. 스테이형 워케이션 시설 이용자 선호도

스테이형 워케이션 시설 이용자들의 선호도를 파악하기 위해 시설 선호와 프로그램 선호도로 나누어 진행하였다. 워케이션 시설에 대한 선호도는 지역, 계절, 체류 기간, 개선사항을 조사하였으며, 프로그램에 대한 선호도는 참여 인원, 운영 및 체험 시간, 프로그램 내용을 조사하였다.

1) 워케이션 시설에 관한 선호도

① 워케이션 지역 선호도

워케이션을 하고 싶은 지역에 대한 조사를 진행한 결과, 강원도 15명(41.7%), 제주도 11명(30.6%)으로 가장 높은 비율을 보인다. 이외에도 충청남도, 전라북도, 경상남도, 서울특별시, 경기도, 전라남도가 선호 지역으로 포함되었지만, 응답자가 3명 이내로 강원도, 제주도와 큰 차이를 보인다.

[표 27] 워케이션 지역 선호도

구분	계
강원도	15(41.7)
제주도	11(30.6)
충청남도	3(8.3)
전라북도	2(5.6)
경상남도	2(5.6)
서울특별시	1(2.8)
경기도	1(2.8)
전라남도	1(2.8)
계	36(100.0)

② 계절 선호도

가장 선호하는 계절에 대해 설문조사를 실시한 결과, 총 36명의 참여자 중 17명(47.2%)이 ‘봄(3월, 4월, 5월)’ 을 선호하는 것으로 나타났으며, ‘가을(9월, 10월, 11월)’ 을 12명(36.1%)이, ‘여름(6, 7, 8월)’ 을 4명(11.1%)이, 그리고 ‘겨울(12, 1, 2월)’ 을 2명(5.6%)이 선호하는 것으로 나타났다. 이를 통해 참여자들이 다른 계절보다 봄과 가을을 선호하는 것을 알 수 있다.

[표 28] 위케이션 계절 선호도

구분	봄 (3, 4, 5월)	여름 (6, 7, 8월)	가을 (9, 10, 11월)	겨울 (12, 1, 2월)	계
빈도(%)	17(47.2)	4(11.1)	13(36.1)	2(5.6)	36 (100.0)

③ 체류 기간 선호도

앞서 위케이션 이용자들의 체류 기간을 조사한 결과, 1주 미만으로 체류한 비율은 74.0%로 반 이상을 차지하며, 1주일 이상~2주일 미만의 체류 비율은 8.0%로 상대적으로 낮은 비율을 보였다. 그러나 선호도에서는 1주일 미만과 1주일 이상~2주일 미만을 선호하는 응답자가 유사하게 나타났으나, 1주일 이상~2주일 미만이 18명(50.0%)으로 약간 높은 선호도를 보였다.

[표 29] 위케이션 시설 체류 기간 선호도

구분	계
1주일 미만	17(47.2)
1주일 이상 ~ 2주일 미만	18(50.0)
2주일 이상 ~ 3주일 미만	0
3주일 이상 ~ 4주일 미만	0
한 달 이상	1(2.8)
계	36(100.0)

④ 위케이션 활성화를 위한 개선사항 또는 건의 사항

위케이션 시설 활성화를 위해 참가자들에게 개선사항이나 건의 사항에 대해 주관식으로 질문하였다. 요약된 응답 결과로부터 몇 가지 주요 사항을 확인할 수 있었다. 첫째로, 효과적인 지역 홍보와 편리한 교통수단의 필요성을 강조하였다. 둘째, 위케이션 시설에 특화된 인프라 구축과 이에 맞는 교통 서비스를 제공하기 위해 지자체의 투자가 필요하다는 의견이었다. 다음으로 위케이션의 활성화를 위해 브랜드 파워의 구축이 중요하다는 점과 마지막으로, 참가자들은 운영진의 고객 서비스 마인드가 참가자들의 전반적인 경험에 큰 영향을 미친다는 점을 강조하며, 전반적인 만족도를 향상하기 위해 운영 기술의 향상이 필요하다고 답변하였다.

[표 30] 위케이션 운영 관련 개선사항 및 건의 사항

구분	내용
운영	<ul style="list-style-type: none"> - 지역 홍보가 잘되었으면 좋겠고 교통이 편했으면 좋겠다. - 지자체에서 위케이션 자체를 위한 인프라를 구축하고 이에 따라 필요한 대중교통을 마련해주면 좋겠다. - 메이저급의 브랜드 파워가 있으면 좋겠다. - 운영진의 고객 서비스 마인드는 참가자의 경험에 큰 영향을 미치기 때문에 전반적인 만족도를 향상시키기 위해 노련한 운영 기술이 필요하다.

2) 프로그램 선호도

① 프로그램 참여 인원 선호도

위케이션 참여자들에게 적절한 위케이션 프로그램 참여 인원을 조사해 본 결과, ‘5명 이상~10명 미만’으로 답한 참여자가 25명(69.4%)으로 가장 많은 것으로 나타났다. 그다음으로 ‘5명 미만’이 6명(16.7%), ‘10명 이상~15명 미만’으로 답한 참여자가 4명(11.1%)인 것으로 조사되었다. 15명 이상부터는 응답률이 없는 것으로 보아, 위케이션 프로그램의 최대 참여 인원은 15명 미만이 적절한 것으로 짐작할 수 있다. 또한, 10명 미만까지의 참여 인원을 선택한 응답자가 31명(86.1%)을 차지한 것을 보아, 위케이션 프로그램을 구성할 때 10명 미만의 인원에게 적절한 프로그램을 선호할 것으로 보인다. 이 외로 응답자 중 한 명이 기타 의견으로 ‘프로그램과 규모, 자연환경 구성에 따라 다름’이라고 답하였다.

[표 31] 위케이션 프로그램 참여 인원 선호도

구분	계
5명 미만	6(16.7)
5명 이상 ~ 10명 미만	25(69.4)
10명 이상 ~ 15명 미만	4(11.1)
15명 이상 ~ 30명 미만	0
30명 이상	0
기타	1(2.8)
계	36(100.0)

② 프로그램 운영시간 선호도

위케이션 프로그램 운영시간에 대한 선호도 조사 결과, 일반적인 퇴근 시간인 18시부터 21시에 운영되는 프로그램을 선호한다고 답한 응답자가 13명(36.1%)으로 가장 많았으며, 정오부터 15시, 15시부터 18시를 선호하는 응답자는 각각 8명(22.2%)인 것으로 나타났다.

[표 32] 위케이션 프로그램 운영시간 선호도

구분	빈도(%)	계	
운영시간	오전 6시~9시	2(5.6)	36 (100.0)
	오후 12시~15시	4(11.1)	
	오후 12시~15시	8(22.2)	
	오후 15시~18시	8(22.2)	
	오후 18시~21시	13(36.1)	
	오후 21시~오전 24시	1(2.8)	

③ 프로그램 체험 시간 선호도

위케이션 프로그램의 체험 시간에 대한 선호도 조사 결과, 1~2시간 동안 진행되는 프로그램을 선호한다고 답한 응답자가 21명(58.3%)으로 가장 많았으며, 2~3시간이 9명(25.0%)으로 나타났다.

[표 33] 위케이션 프로그램 체험 시간 선호도

구분	빈도(%)	계	
체험 시간	1시간 이내	3(8.3)	36 (100.0)
	1~2시간 이내	21(58.3)	
	2~3시간 이내	9(25.0)	
	3~4시간 이내	1(2.8)	
	4시간 이상	2(5.6)	

④ 위케이션 프로그램 선호도

위케이션을 통해서 경험하고 싶거나 새롭게 생기면 좋을 것 같은 위케이션 프로그램을 주관식으로 질문하였다. 참여자들의 답변은 대화, 커뮤니티 형성, 로컬, 기타 프로그램으로 크게 4가지로 분류할 수 있다. 먼저, 대화 프로그램으로는 소수의 인원으로 깊은 대화 나누기, 서로의 고민을 듣고 토론하기, 참가자들의 일에 대해 고찰하기 등이 있다. 커뮤니티 형성 프로그램에는 비슷한 직종의 참가자들 간에 협업을 통해 프로젝트를 진행하거나 관심 분야 또는 지식을 공유하는 프로그램을 선호하는 것으로 나타났다. 로컬 프로그램으로는 로컬 커뮤니티에 참여하거나 지역 자연환경과 같이 지역의 특색이 잘 반영된 콘텐츠와 연계된 프로그램을 선호하고 있었다. 마지막으로 러닝과 같은 운동을 선호한다는 답변도 확인하였다.

[표 34] 위케이션 프로그램 선호도

구분	내용
대화 프로그램	<ul style="list-style-type: none"> - 참여자 간 대화 네트워킹 프로그램 - 1대1 혹은 2대2의 소수 인원 대화 프로그램 - 고민 토론 프로그램 - 참가자의 일에 대한 고찰 프로그램
커뮤니티 형성 프로그램	<ul style="list-style-type: none"> - 비슷한 직종의 참가자들 간의 협업 프로그램 - 참가자들의 관심 분야 공유 프로그램 - 참가자들의 지식 공유 프로그램
로컬 프로그램	<ul style="list-style-type: none"> - 로컬 커뮤니티 참여 프로그램 - 지역 자연환경을 잘 활용한 프로그램 - 지역 콘텐츠와 더 연계된 프로그램
기타	<ul style="list-style-type: none"> - 운동 - 아침 또는 저녁 러닝

위케이션 프로그램에 대한 선호도 설문조사 결과를 요약하면, 위케이션 프로그램 참가자들은 일반적인 근무 시간인 오후 6시 이후 1~2시간 동안 소수의 인원으로 즐길 수 있는 프로그램을 선호한다는 것으로 나타났다. 이는 위케이션 참가자들은 일반적인 근무 시간 이후에 여유로운 대화 시간이나 커뮤니티를 형성할 수 있는 프로그램을 선호하며 이러한 결과를 참고하여 위케이션 프로그램을 조정으로써 참가자들의 만족도를 높일 수 있을 것으로 기대한다.

3. 기술통계분석

설문조사를 통해 위케이션 시설에 대한 중요도를 조사하였다. 위케이션 시설을 숙박 및 편의시설, 업무공간, 서비스, 프로그램으로 분류하였고 구성마다 5~8개의 요소를 5점 척도를 통해 중요도를 조사하였고 이를 기술통계 분석을 진행하였다. 먼저, 숙박 및 편의시설의 요소 중 ‘숙박시설 청결도’가 가장 높은 평균 점수인 4.639를 받았으며, 이는 참가자들이 숙박시설의 청결에 높은 가치를 둔다는 것을 시사한다. ‘숙박 내 업무 인프라’와 ‘객실 내에서 볼 수 있는 자연환경’ 또한 상대적으로 높은 평균 점수인 4.556과 4.111을 받았다. 반면, ‘시설 외부의 편의시설’과 ‘시설 내부의 편의시설’은 상대적으로 낮은 평균 점수인 3.917과 3.972를 받아, 참가자들이 편의시설을 위케이션 경험에서 크게 중요시하지 않는다는 것을 나타낸다.

다음은 업무공간에서는 ‘업무에 필요한 서비스 마련’이 평균 점수 4.500으로 가장 높은 중요성을 보였으며 ‘자연환경을 즐길 수 있는 환경 조성’, ‘업무공간과 휴게공간의 분리’, ‘라운지, 라이브러리 등의 휴식 공간’이 평균 4점 이상으로 나타났다.

서비스 부분에서는 대체로 통신과 관련된 요소에서 4.889와 4.639로 나타나 위케이션 전체 요소 중 가장 중요도가 높게 나타났다.

마지막으로 프로그램에서는 모든 요소가 4점 이상의 중요도를 보인다.

[표 35] 기술통계

	Variable	Obs	Mean	Std. dev.	Min	Max
숙박 및 편의 시설	숙박 내 업무 인프라	36	4.556	0.773	2	5
	시설 내부의 편의시설	36	3.972	0.941	2	5
	숙박 청결도	36	4.639	0.543	3	5
	객실 내에서 볼 수 있는 자연환경	36	4.111	0.854	2	5
	시설 외부의 편의시설	36	3.917	0.806	2	5
업무 공간	업무공간과 휴게공간의 분리	36	4.056	1.068	1	5
	업무에 필요한 서비스 마련	36	4.500	0.811	2	5
	자연환경을 즐길 수 있는 환경 조성	36	4.194	0.710	3	5
	개인업무공간과 방음부스 등 공간 조성	36	3.861	0.899	2	5
	단체 인원이 수용 가능한 공간	36	3.306	1.091	1	5
	라운지, 라이브러리 등의 휴식공간	36	4.056	0.893	2	5
	간단한 커피&토스트바	36	3.528	1.082	1	5
서비스	Wi-Fi 등의 통신 환경	36	4.889	0.319	4	5
	Wi-Fi 등의 통신 보안	36	4.639	0.639	3	5
	프린터나 스캔 등이 가능한 복합기	36	3.778	1.174	1	5
	듀얼 모니터	36	3.583	0.996	1	5
	전기 자전거, 자전거 대여 서비스	36	3.222	1.072	1	5
	친환경 어메니티	36	3.056	1.194	1	5
	위케이션 홈페이지/플랫폼	36	3.500	1.082	1	5
	직원들의 친절도	36	4.083	0.692	3	5
프로 그램	프로그램 시간	36	4.194	0.920	1	5
	프로그램 내용 구성	36	4.083	1.131	1	5
	프로그램 유익함	36	4.056	0.955	2	5
	프로그램 참여 인원	36	4.083	0.937	2	5
	색다른 활동 가능	36	4.028	0.971	2	5
	다양한 사람과의 교류	36	4.083	1.025	1	5

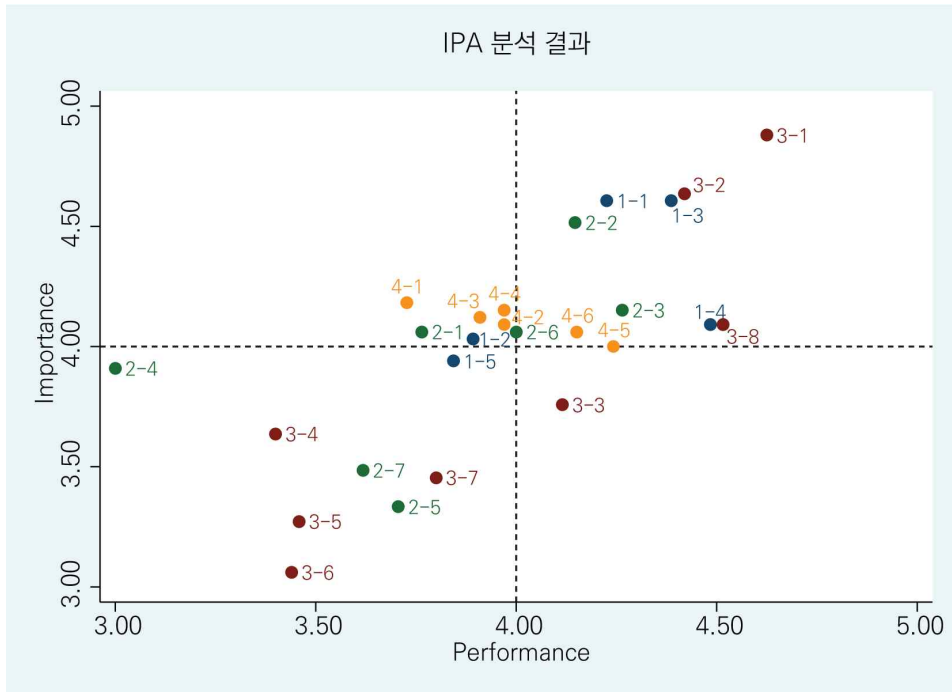
4. 스테이형 위케이션 시설 IPA 분석

스테이형 위케이션 시설의 항목별 이용자의 중요도와 만족도를 분석하기 위해 실시한 IPA 분석한 결과는 다음[그림 10]부터 [그림 14]와 같으며 종합적인 분석 결과는 [그림 10]과 [표 37]과 같다. 유지관리영역은 위케이션 이용자가 중요하다고 생각하고 실제로 잘 수행되고 있어 만족도 또한 높은 영역을 의미하며, 중점 개선 영역은 위케이션 시설 이용자가 중요하다고 생각하지만 실제로 잘 수행되지 않아 만족도가 낮은 영역을 뜻한다. 개선 대상 영역은 이용자가 인식하는 중요도와 만족도 모두 낮은 영역에 해당하는 부분이며, 과잉 투자 영역은 이용자가 인식하기에 만족도는 높지만, 중요도는 낮게 나타나는 영역이다.

[표 36] 만족도 변수

구분	변수명		
숙박 및 편의시설	1-1 숙박 내 업무 인프라	1-4 객실 내에서 볼 수 있는 자연환경	
	1-2 시설 내부의 편의시설	1-5 시설 외부의 편의시설	
	1-3 숙박 청결도		
업무시설	2-1 업무공간과 휴게공간의 분리		
	2-2 업무에 필요한 서비스 마련		
	2-3 자연환경을 즐길 수 있는 환경 조성		
	2-4 개인업무공간과 방음부스 등 공간 조성		
	2-5 단체 인원이 수용 가능한 공간		
	2-6 라운지, 라이브러리 등의 휴식공간		
	2-7 간단한 커피&토스트바		
서비스	3-1 Wi-Fi 등의 통신 환경	3-5 전기 자전거, 자전거 대여 서비스	
	3-2 Wi-Fi 등의 통신 보안	3-6 친환경 어메니티	
	3-3 프린터나 스캔 등이 가능한 복합기	3-7 위케이션 홈페이지/플랫폼	
	3-4 듀얼 모니터	3-8 직원들의 친절도	
	위케이션 프로그램	4-1 프로그램 시간	4-4 프로그램 참여 인원
		4-2 프로그램 내용 구성	4-5 색다른 활동 가능
		4-3 프로그램 유익함	4-6 다양한 사람과의 교류

1) 위케이션 시설 IPA 분석 종합 결과



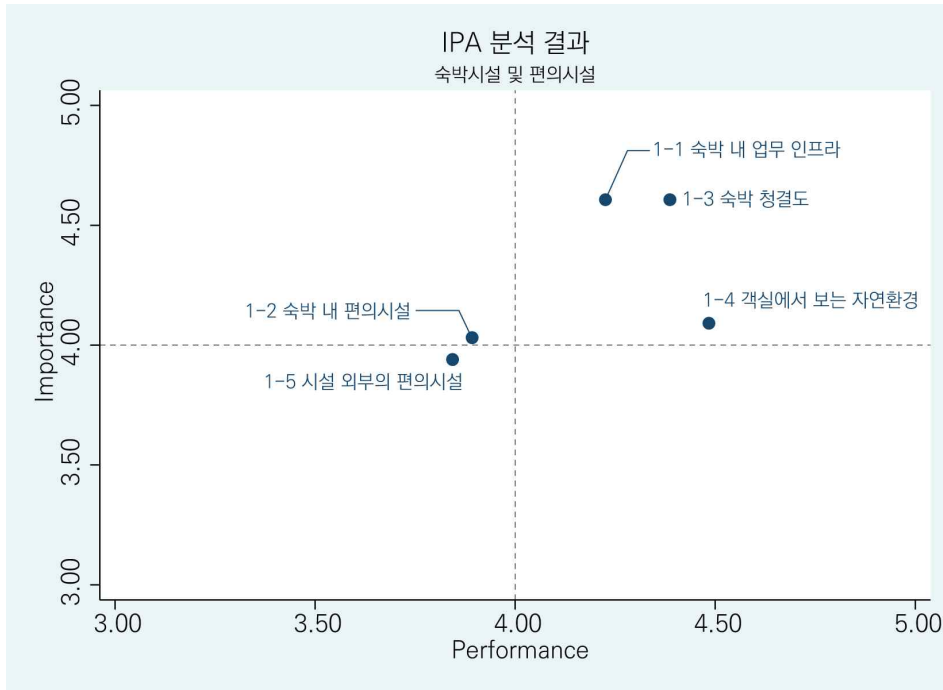
[그림 10] 위케이션 시설 IPA 분석 종합 결과

[그림 10]을 살펴보면, 위케이션 서비스는 대체로 만족도와 중요도가 비례하는 관계임을 볼 수 있으며, 위케이션 프로그램은 전체적으로 만족도와 중요도의 차이가 크지 않지만, 모든 항목이 이용자에게 중요도가 높다는 것을 알 수 있다.

[표 37] IPA 분석 결과

영역	구분	변수명
유지관리영역 (Keep Up the Good Work)	숙박 및 편의시설	1-1, 1-3, 1-4
	업무시설	2-2, 2-3
	서비스	3-1, 3-2, 3-8
	위케이션 프로그램	4-5, 4-6
중점 개선 영역 (Concentrate Here)	숙박 및 편의시설	1-2
	업무시설	2-1, 2-6
	서비스	-
	위케이션 프로그램	4-1, 4-2, 4-3, 4-4
개선 대상 영역 (Low Priority)	숙박 및 편의시설	1-5
	업무시설	2-4, 2-5, 2-7
	서비스	3-4, 3-5, 3-6, 3-7
	위케이션 프로그램	-
과잉 투자영역 (Possible Overkill)	숙박 및 편의시설	-
	업무시설	-
	서비스	3-3
	위케이션 프로그램	-

2) 숙박시설 및 편의시설 IPA 분석 결과

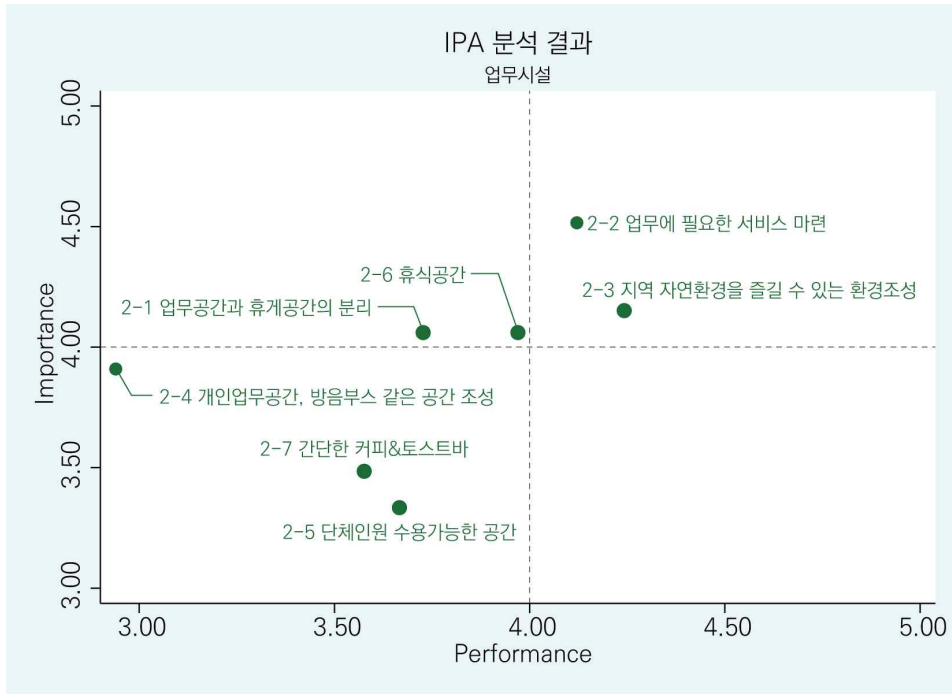


[그림 11] 숙박시설 및 편의시설에 대한 IPA 분석 결과

먼저 숙박시설 및 편의시설에 대한 IPA 분석 결과이다.

유지관리영역의 대상 항목은 숙박 내 업무 인프라(1-1), 숙박 청결도(1-3), 객실에서 보는 자연환경(1-4)이 해당하는 것으로 나타났다. 중점 개선 영역의 대상 항목은 숙박 내 편의시설(1-2)로 나타났으며 개선 대상 영역의 대상 항목은 시설 외부의 편의시설(1-5)로 나타나 편의시설 부분에 있어서 만족도가 낮은 것으로 분석하였다.

3) 업무시설 IPA 분석 결과

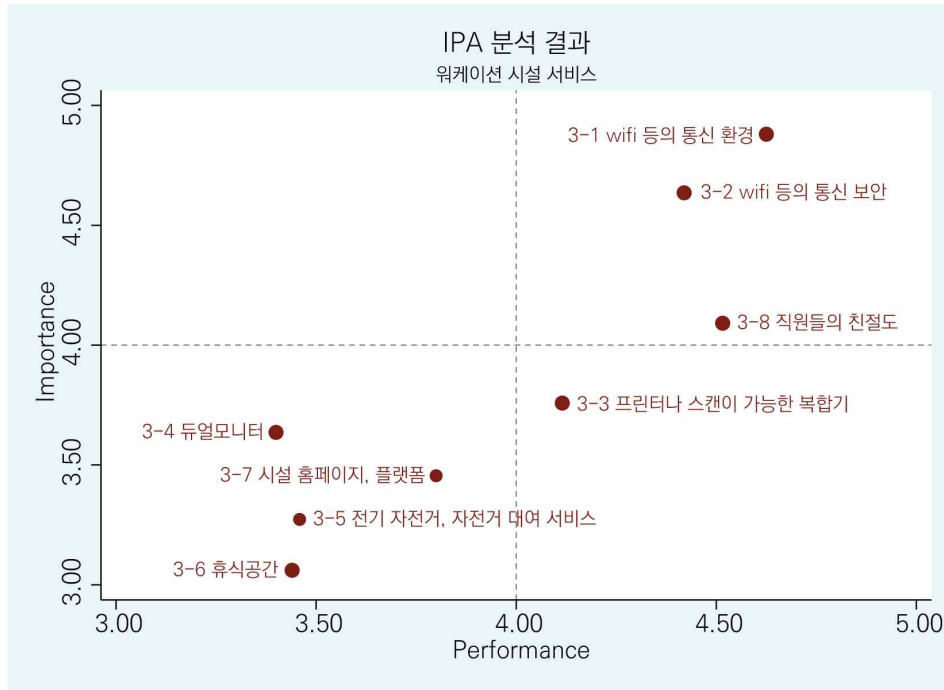


[그림 12] 업무시설에 대한 IPA 분석 결과

업무시설에 대한 IPA 분석 결과는 [그림 12]와 같다. 유지관리영역의 대상 항목은 모니터와 콘센트와 같은 업무에 필요한 서비스 마련(2-2), 지역 자연환경을 즐길 수 있는 환경 조성(2-3)이 해당하는 것으로 나타나 업무에 필요한 서비스와 자연환경에 대한 부분의 중요성을 확인할 수 있었다. 중심 개선영역은 업무공간과 휴게공간의 분리(2-1), 휴식 공간(2-6)이 해당하는 것으로 나타나 위케이션 이용자의 휴게 시설에 대한 중요도는 높지만, 만족도가 낮은 것으로 분석하였다. 개선 대상 영역의 대상 항목은 개인 업무공간, 방음부스와 같은 공간 조성(2-4), 단체인원을 수용할 수 있는 공간(2-5), 간단한 커피 & 토스트 바(2-7)가 해당하는 것으로 나타났다. 특히 개인 업무공간, 방음부스와 같은 공간 조성(2-4)은 평균에 가까운 중요도를 보이고 있지만 만족도에 있어

서 매우 낮은 것을 확인할 수 있다.

4) 워케이션 시설 서비스 IPA 분석 결과

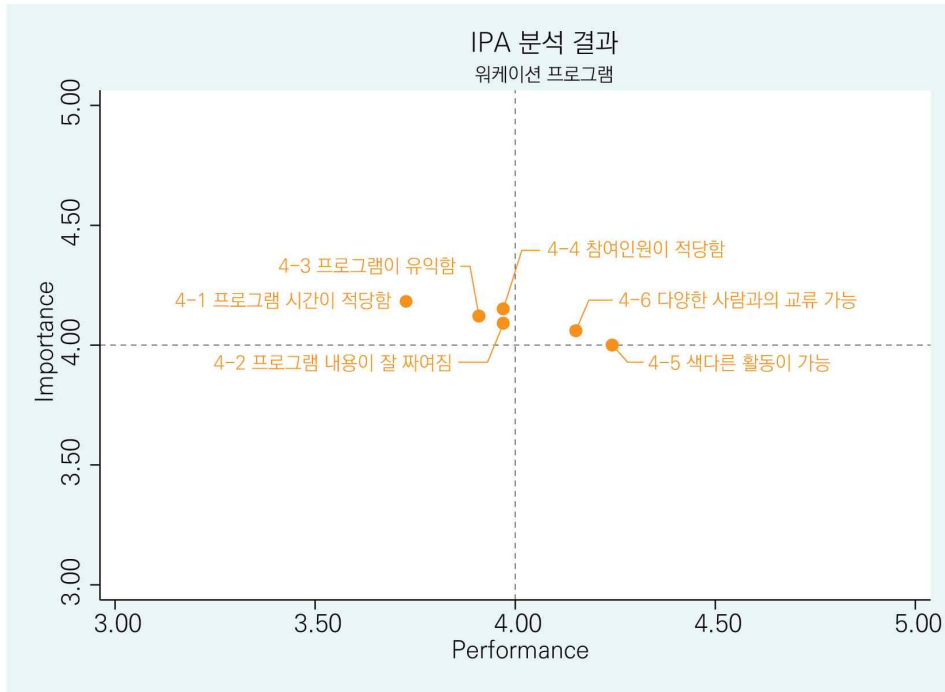


[그림 13] 워케이션 서비스에 대한 IPA 분석 결과

워케이션 시설 서비스에 대한 IPA 분석 결과는 [그림 13]과 같다. 유지관리 영역의 대상 항목은 Wifi 등의 통신 환경(3-1), Wifi 등의 통신 보안(3-2), 직원들의 친절도(3-8)로 워케이션 이용자들이 업무에 필요한 인터넷에 대한 중요성을 확인할 수 있었으며 시설 운영자들의 태도 또한 중요한 것을 알 수 있다. 개선 대상 영역은 듀얼모니터(3-4), 전기자전거 및 자전거 대여 서비스(3-5), 휴식 공간(3-6), 시설 홈페이지와 플랫폼(3-7)으로 나타났으며 워케이션 시설 서비스의 절반이 개선 대상 영역에 해당하는 것을 알 수 있다. 과잉투자 영역에는 프린터나 스캔이 가능한 복합기(3-3)가 해당하여 중요도는 낮지만,

이용자의 만족도는 높다는 것을 알 수 있다.

5) 위케이션 프로그램 IPA 분석 결과



[그림 14] 위케이션 프로그램에 대한 IPA 분석 결과

위케이션 프로그램에 대한 IPA 분석 결과는 [그림 14]와 같다. 유지관리영역의 대상 항목은 색다른 활동이 가능(4-5)과 다양한 사람과의 교류 가능성(4-6)이 해당하는 것으로 위케이션에서 새로운 다양한 사람과 다양한 활동을 할 수 있다는 점이 이용자들의 만족도와 중요도 모두 높다는 것을 알 수 있다. 중점 개선영역의 해당 사항은 프로그램 시간이 적당함(4-1), 프로그램 내용이 잘 짜임(4-2), 프로그램이 유익함(4-3), 참여 인원이 적당함(4-4)으로 프로그램의 전반적인 내용과 구성의 중요도는 높지만, 아직 만족도 측면에서 부족하다는 것을 알 수 있다.

제5장 결론

1절 스테이형 워케이션 시설 운영 개선 방안

1) 시설 운영 측면

① 지자체와의 관계 강화

스테이형 워케이션은 지역 연계에 중점을 두어 지역사회 내 협업과 참여를 요구하는 프로그램을 제공한다. 따라서 스테이형 워케이션 시설과 지역 간의 원활한 협력을 위해서는 지자체와의 협력이 필수적이다. 이는 운영자와의 면담을 통해서도 확인할 수 있으며, 지역 내에서 시설을 효과적으로 운영하기 위해 주민과 지방 정부 간의 협력이 필수적이며, 지자체로부터 예산과 지원을 받은 것이 중요하다는 점이 강조되었다. 또한 정부, 지자체, 기업 등 워케이션을 통해 달성하고자 하는 목표가 서로 다른 점으로 인해 워케이션 시설의 운영에 어려움이 있으며 이는 지자체와의 끊임없는 소통과 협업을 통해 해결될 수 있다. 참가자들을 대상으로 진행한 설문조사를 통해 워케이션 활성화를 위한 개선 및 제안 사항으로, 효과적인 지역 홍보와 편리한 교통이 필요하며, 워케이션 시설을 위한 특화된 인프라 구축과 적절한 교통 서비스를 제공하기 위해 지자체의 투자가 필요하다는 의견이 강조되었다. 이는 지방소멸 문제에 직면한 다양한 지역에 있는 청년 마을의 특성으로 인해 교통 인프라가 종종 미흡하다는 점이 영향을 미치고 있는 것으로 보인다.

이러한 결과들을 종합하여 지방 정부와의 관계를 강화함으로써 워케이션 시설에 대한 교통 인프라를 구축하고 다양한 지원을 통해 워케이션을 활성화 하는 것이 필요하다.

② 전략적인 홍보 방향

운영자 인터뷰와 사용자 설문조사를 통해 얻은 결과를 바탕으로 위케이션 시설의 홍보 방안에 대한 인사이트를 얻을 수 있었다.

첫째로, 운영자 인터뷰에서 밝혀진 바에 따르면 스테이형 위케이션 시설은 주로 SNS 플랫폼과 보도자료 배포 등을 통해 참가자를 모집하고 있으며 두 번째 모집 방법은 참가자들이 시설을 이용하고 프로그램에 참여한 후 자발적으로 친구들, 동료들, 지인들에게 시설을 소개하는 것이다. 이러한 방법을 통해 위케이션 시설은 잠재적 참가자들과 적극적으로 소통하며 프로그램을 홍보하는 것이 중요함을 확인했다. 둘째로, SNS나 보도자료를 통한 홍보에서는 지역 자체를 홍보하는 것보다는 위케이션에서 가능한 프로그램과 참가자들이 얻을 수 있는 가치에 집중하는 것이 효과적이다. 참가자들이 위케이션을 통해 수행하고 싶어 하는 작업에 대한 내재적 동기와 개인적 성장에 초점을 맞추어 홍보함으로써 더 많은 참가자를 모집할 수 있음을 확인했다. 참가자 설문조사에서는 위케이션에 대해 알게 된 경로 중 가장 효과적인 것으로 '위케이션 시설 사이트 및 SNS 광고를 통해'를 응답한 응답자가 59.4%로 나타났습니다. 이러한 결과는 온라인 홈페이지나 SNS가 위케이션을 홍보하는 데에 가장 효과적인 수단임을 시사한다.

이러한 결과를 종합하여 위케이션 시설의 홍보 전략을 개선하고 참가자 모집에 더욱 효과적인 방법을 모색하고 지역적 자원보다는 프로그램의 가치와 참가자들의 내재적 동기에 주목하여 홍보 전략을 구성할 필요가 있다.

2) 프로그램 개발 측면

① 커뮤니티 형성을 중심으로 한 프로그램의 개발

스테이형 위케이션 시설에서 운영하는 프로그램에 참여한 참가자 대다수는 다양한 목적을 가지고 참여한다. 많은 참가자가 위케이션 프로그램에 참여하는 주된 이유는 다양한 사람들을 만날 수 있다는 점이라고 언급하였다. 이러

한 관찰은 관찰조사, 운영자 면담 및 참가자 설문조사를 통해 확인할 수 있다. 다양한 사람들과의 교류와 새로운 커뮤니티 형성 가능성은 참가자들이 위케이션 프로그램에서 가장 높게 평가한 측면이며, 이는 이후 참가자들의 지속적인 참여를 유도하는 중요한 요소이다. 그러나 프로그램 현황을 살펴본 결과, 참가자들의 선호도 결과와는 달리, 지역 특색을 느낄 수 있는 지역 투어, 해변 서핑 및 요가, 노을 트레킹 등 콘텐츠들이 더욱 많이 나타났다. 현재 진행 중인 커뮤니티 프로그램은 주로 바비큐 파티, 티타임 등과 같이 일상 대화를 나누는 정도의 프로그램들로 구성되어 있지만, 참가자들이 비슷한 근무 환경이나 직업을 가진 사람들과 더 전문적이고 의미 있는 대화를 원하는 것이 설문조사를 통해 확인되었다. 이는 커뮤니티 형성의 목적의 다양성을 보여주며, 이러한 참가자들의 욕구를 고려하여 커뮤니티 형성을 중심으로 한 프로그램은 해당 요소들을 충족시킬 수 있도록 세분된 프로그램 개발이 필요함을 시사한다.

② 중·단기 프로그램 개발

위케이션 프로그램을 지속해 운영하기 위해서는 중단기의 위케이션 프로그램을 개발과 운영이 필요하다. 운영자와의 인터뷰를 통해, 기존의 스테이형 위케이션 시설에서 운영되던 한 달 이상의 휴가 프로그램은 개별 참가자를 모집하는 데 어려움이 있으며, 이는 수익 창출과 직접적으로 관련된 문제로 나타났다. 이에 따라 스테이형 위케이션 시설은 프로그램을 단기 프로그램으로 점차 전환하고 있으며, 사용자 설문조사를 통해 현재 대부분의 위케이션 프로그램이 주로 일주일 미만의 단기 프로그램으로 운영되고 있다는 사실을 확인할 수 있었다. 그러나 사용자들은 2주 이하의 프로그램을 가장 선호하는 것으로 나타났으며, 이는 장기적인 네트워크 형성이 중요한 지역 프로그램의 특성상 긍정적인 결과로 해석할 수 있다.

③ 지역적 특성을 반영한 프로그램 개발

조사 결과를 통해 참가자 대부분이 여가 시간에 야외활동을 즐긴다는 사실을 확인하였다. 대부분의 활동은 지역 내에서 진행되며, 지역 투어와 산책과 같은 활동들이 확인되었다. 이에 따라 지역 특성을 잘 반영한 프로그램 개발하여 참여자들이 여가 시간에도 충분히 즐길 수 있는 요소들이 필요하다.

또한, 운영자와 지역 크리에이터들과의 공통 인터뷰를 통해, 참가자들이 지역 이야기를 듣는 프로그램을 선호한다는 사실이 확인되었다. 특히, 로컬 크리에이터들이 진행하는 프로그램은 참가자들에게 지역의 이야기를 직접 체험하고 들을 기회를 제공하며, 이는 참가자들에게 특별한 경험을 제공하고 지역 사회와의 상호 교류를 촉진하는 데 도움을 준다. 따라서 앞으로는 단순히 지역 관광명소를 방문하는 것을 넘어서, 로컬 크리에이터들과의 협력을 통해 참가자들이 지역 특성을 반영한 다양한 경험을 할 수 있는 프로그램을 개발하는 것이 필요하다.

2절 연구의 한계점

1. 연구의 한계점

한국에서 위케이션이라는 용어가 최근에 주목받기 시작하며, 국내 위케이션 시설은 초기 개발 단계에 있어서 지역과 연계된 프로그램을 운영하는 시설이 제한적이었다. 또한, 프로그램이 상시 운영하는 것이 아니기 때문에 이전에 위케이션 프로그램에 참여한 참가자를 찾기가 어려워 조사 대상자를 모집하는 데에 어려움이 있었다. 이에 따라 조사는 적은 참가자 수를 대상으로 한 제한된 표본 크기로 실시되었다. 제한된 표본으로부터 얻은 결과는 참가자들의 다양성을 보장하기 어려워 일반화에 한계가 있었다. 또한, 이 연구에 참여한 대상자 대부분은 일부 스테이형 위케이션 시설의 이용자들로, 모든 스테이

형 위케이션 시설 이용자들에게 일반화하기 어렵다.

향후 연구에서는 위케이션 시설의 지속적인 공급을 통해 분석에 활용할 수 있는 사례가 풍부해지고 위케이션에 대한 인식이 대중적으로 변화하여 이용자 수가 증가한다며, 설문조사 대상자의 범위를 확대하고 표본의 크기를 늘려 연구를 수행함으로써 더욱 신뢰성 있는 연구 결과를 얻을 수 있을 것으로 기대된다.

참고문헌

1. 국내 문헌

■ 학술지

- 박효연, & 황지영. (2021). 위케이션 활성화 및 관광상품화 방안에 관한 탐색적 연구-기업 임원 및 인사총무담당자 인식을 중심으로. 호텔리조트연구, 20(2), 161-178.
- 조한나, & 김영미. (2022). 위케이션을 통한 지방소멸 대응방안 연구. 융합관광콘텐츠연구, 8(3), 75-90.
- 나카노, 시호코, & 박상희. (2022). 국내외 위케이션 정책 브랜드 분석을 통한 지역 활성화 방안 제안-제주 카름스테이 브랜드를 중심으로. 브랜드디자인학연구, 20(3), 453-464.
- 김승남, 주종용. (2014). 원격근무의 정의, 현황, 그리고 전망. 정보화정책, 21(2), 89-110.
- 주소현 외 5인. (2023). 인구소멸지역 해결 대안으로써 안동 청년마을기업 사례의 성공요인 분석. 혁신기업연구, 8(2), 17-42.
- 김동준 외 3인. (2020). 코로나팬더믹 이후 관광산업 발전방안 연구. 호텔경영학연구, 29(4), 129-144.
- 김미경, & 정남호. (2022). 코로나 19 하에서 에어비앤비를 통한 위케이션 참여 의도에 영향을 미치는 요인에 관한 연구. 관광레저연구, 34(5), 209-229.
- 김유한. (2020). 유연근무제 확산을 위한 스마트 워크 선호도 증대에 관한 연구 [The study of Smart Work Preference for Expanding Flexible Work Arrangements]. 한국인사행정학회보, 19(3), 159-186.
- 공기열. (2006). IPA 기법을 이용한 여가활동 평가. 대한관광영역학회, 20(3), 285-30

■ 학위논문

- 심원보. (2011). 스마트워크 활성화 방안 연구: 국내외 스마트워크 사례 연구.
- 정영광. (2022). 역세권 청년주택 주거서비스가 입주자 주거만족도에 미치는 영향 연구 (Doctoral dissertation, 한양대학교).
- 김경자. (2019). 뷔페레스토랑의 선택속성에 관한연구 :KANO모델, IPA분석, AHP분석.

■ 보고서

- 고용노동부. (2019). 유연근로시간제 가이드.
- 한국관광공사. (2022). 2022 위케이션 시설 디렉토리북.
- 관광빅데이터실. (2021). 빅데이터 기반 신규 관광트렌드 및 사업 발굴.
- 강민정, & 박선미. (2020). [디지털서울 이슈리포트] 스마트워크 정책 동향: 주요 국 원격근무를 중심으로. [SDF] 연구보고서, 1-41.

■ 단행본

- 박문각. (2014). 시사상식사전.

2. 국외 문헌

- Amano, H. (2018). Workcation: Wakayama Prefecture' s proposal for a new workstyle and regional revitalization. ESTRELA, 291, 2-13.
- Matsushita, K. (2021). Workations and Their Impact on the Local Area in Japan. Cham: Springer International Publishing. Retrieved from https://doi.org/10.1007/978-3-030-62167-4_12
- Yoshida, T. (2021). How has workcation evolved in Japan? Annals of Business Administrative Science, 20(1), 19-32.

- Tourism teacher(2020.12.09.). Workation explained: What it means and how it works. Retrieved from <https://tourismteacher.com/workation>.
- Voll, K., Gauger, F., & Pfnür, A. (2022). Work from anywhere: Traditional workation, coworkation and workation retreats: A conceptual review. *World Leisure Journal*, 1-25.
- Martilla, J. A., & James, J. C. (1977). Importance-Performance Analysis. *Journal of Marketing*, 41(1), 77-79.
- Pecsek, B. (2018). Working on holiday: the theory and practice of workcation. *Balkans Journal of Emerging Trends in Social Sciences Balkans JETSS*, 1(1), 1-13.

- 일본관광청 홈페이지(2021)

Abstract

Analysis of Operational Status of

Workation Facilities in Korea

- Focus on Stay-Type Workation Facilities -

Park, So-Hyeon

Seoul National University

Graduate school of Environmental Studies

With the recent implementation of COVID-19 related social distancing policies, flexible working systems have gained rapid popularity, especially in large corporations and public institutions. These systems include telecommuting, remote working, staggered commuting, selective working hours, and smart work, allowing employees to work from residential spaces rather than traditional workplaces. Over time, due to the prolonged impact of COVID-19, remote workers have developed a desire for travel and sought various locations to work from. This trend has given rise to the concept of “workation,” which refers to a hybrid form of work allowing participants to work remotely while enjoying leisure activities in different locations. As the demand for flexible and remote work increases, workation facilities have emerged to cater to the needs of modern individuals seeking work-life balance. Workation is considered a multi-faceted solution beyond conventional work arrangements and has garnered attention for its potential to attract populations to specific regions and revitalize local economies.

Despite the growing interest in domestic workation, research on workation facilities remains limited. Particularly in the context of workation being seen

as a potential solution to counter local decline, in-depth research and analysis are essential to enhance the current operation of workation facilities. Consequently, this study aims to propose a plan for improving workation facilities in Korea by analyzing the operational status of existing workation facilities with a focus on their regional linkages.

The study selected nine stay-type workation facilities as research subjects from the “2022 Workation Facility Directory Book“ provided by the Korea Tourism Organization. These facilities were chosen for their thorough review of the fundamental infrastructure required for workation, making them suitable for this investigation. To systematically examine the operational status of workation facilities in Korea, the study employed literature research, observational research, interviews with facility operators and local creators, and user surveys. Operator interviews were categorized into operational aspects, cooperation with local governments, program aspects, and space aspects, revealing the operational status and challenges faced by workation facilities. Interviews with local creators primarily focused on understanding the characteristics of workation programs. The user survey collected data on perception, experience, workation preferences, satisfaction with space, services, and programs. Basic statistical analysis and the Importance-Performance Analysis (IPA) technique were utilized to evaluate the importance and satisfaction of various aspects related to workation. This ensured that the subjective evaluations and requirements of users were accurately represented, leading to more reliable research results.

The study’s findings highlight several key aspects for improving workation facilities. Firstly, it confirms the significance of establishing strong relationships with local governments to foster seamless cooperation between

workation facilities and the region. Such partnerships enable workation facilities to secure essential funding and support, and enhance the infrastructure and transportation services underpinning their operations. Secondly, the study emphasizes the need for an effective PR strategy. Operators have found that actively communicating with potential participants and promoting workation programs based on the benefits and personal motivations they offer, rather than relying solely on local resources, is more effective in attracting interest. Thirdly, the study underscores the importance of community formation within workation programs. Participants highly value the opportunity to interact with diverse individuals and form new communities, necessitating the development of programs that prioritize community building to ensure continued engagement. Additionally, the study highlights the significance of developing medium- and short-term programs to cater to the diverse preferences of participants. Users exhibited a preference for programs lasting less than two weeks, indicating the positive impact of shorter-term engagements for fostering effective networking in local programs. Finally, the study underscores the importance of workation programs that authentically reflect the unique regional characteristics. Collaborating with local creators is essential in designing programs that allow participants to fully immerse themselves in the regional attributes and experiences.

In conclusion, this research provides valuable insights into the improvement of workation facilities in Korea, shedding light on the operational status and essential considerations for enhancing workation programs. By addressing the identified areas of importance, workation facilities can better cater to the needs of remote workers, foster regional

linkages, and contribute to the revitalization of local economies.

.....
keywords : Workation facility, Operation status,
Local extinction, Regional revitalization
Student Number : 2021-28809