

크루즈(Cruise)참가속성 만족도에 따른 재 참가 및 참가추천의사에 관한 연구

A Study on Re-Participation and Recommendation
by Evaluation of Cruise Tour Attributes

김도영* · 김맹선**

【목 차】

I. 서론	V. 결론과 시사점
II. 이론적 배경	Abstract
III. 조사 설계 및 분석방법	참고문헌
IV. 분석결과	

I. 서론

여객선이 여객의 수송을 주목적으로 하는 것임에 반해 '크루즈여행'은 단순한 운송이라기보다는 '위락'을 위한 선박여행으로 숙박, 식사, 음주, 오락시설 등 관광객을 위한 각종 편의 시설을 갖춰 놓고 수준 높은 서비스를 제공하면서 승객들을 안전하게 원하는 관광지까지 운송하는 여행이다. 휴식과 여행을 동시에 즐길 수 있는 것이 특징인 크루즈 여행은 여객선 자체가 휴식처이며 관광지이다(CLIA,1995).

오늘날 크루즈는 과거 부유한 특권계층, 혹은 노년층의 전유물로 여겨지던 것과는 달리 다양한 계층과 연령을 포괄하고 있으며 선박들은 점차 대형화 추세로 가고 있다. 또한 많은 크루즈들이 최고급의 정찬과 편안한 휴식을 최고의 가치로 두어왔으나, 최근의 크루즈

* 경희대학교 호텔관광대학, (사)한국일반여행업협회이사

** 숙명여자대학교 문화관광학과 교수

2. 관광식음료경영연구

들은 보다 활동적이고, 많은 경험과 다양한 볼거리와 배울 거리를 제공하는 방향으로 변화하고 있으며 일정과 기항지도 동서양을 넘나들며 보다 다양화되고 있다. 현재 세계크루즈시장은 매년 지속적인 수요증가와 성장잠재력이 확대되고 있으며, 동북아 지역을 포함한 아시아 크루즈 시장은 지속적인 경제성장과 함께 독특한 관광목적지로서의 지리적·입지적 조건이 양호하여 새로운 관광시장으로 부상하고 있다.

한편 국내에서도 한국 제 2의 도시 부산에서 부산항 크루즈 전용부두 및 전용터미널이 금년 중 완공예정이며 팬스타 드림호의 1박 2일, 티파니 21호의 데일리 크루즈 코스가 운항되고 있어 낭만을 주는 부산의 여행매력을 새롭게 나타내 주고 있다. 그리고 6성급인 럭셔리 호화크루즈선인 실버시, 더 월드 등이 제주, 부산, 목포항에 기항한바 있으며, 코스타 크루즈(Costa Cruise)의 최대탑승객 1,000명, Deck수 8층, 2만 8천 5백톤급의 코스타알레그라호가 제주에서 출발하여 상하이, 나가사키를 거쳐 다시 제주로 돌아오는 한·중·일 크루즈 선을 운항할 예정이다.

또한 홍콩의 고급선사인 아시아 크루즈(Asia Cruise)사도 한국, 일본, 중국, 싱가포르, 홍콩 등을 연계한 크루즈 여행상품을 운영할 예정이다. 동북아시아의 경제적 거점에 위치하며 지리적으로 삼면이 바다인 반도국가 대한민국은, 그 지리·역사·문화관광적인 배경으로 크루즈여행국으로의 잠재력이 충분하다고 사료된다.

따라서 크루즈여행에 대한 효율적인 마케팅관리 및 크루즈 운영방안, 한국형크루즈선의 개발, 연계여행상품개발, 크루즈 기반시설의 확충, 관련법제정 등의 연구와 개선이 시급히 요구되고 있다. 이에 본 연구는 크루즈여행 참가속성에 대한 조사연구와 아울러 여 여행 참여 후 만족도, 재 참가 및 참가추천의사에 관한 연구를 통한 크루즈 여행 활성화 방안을 제시하고자 한다.

II. 이론적 배경

1. 크루즈 여행의 현황

우리나라의 관광진흥법에는 크루즈의 개념을 관광유람선으로 규정하고 있으며, 관광유람선업은 해운업 법에 의한 해상 여객운송사업 면허를 받은 자 또는 유선 및 도선업 법에 의한 유도선 경영신고를 한자로서 선박을 이용하여 관광객에게 관광할 수 있도록 하는 업

으로서 다음과 같이 ① 구조: 선박안전법의 규정에 의한 구조 및 설비를 갖춘 선박으로서 운항 중 관광객이 관광을 하는데 적합할 것. ② 선상시설: 이용객의 숙박 또는 휴식에 적합한 시설을 갖추어 줄 것. ③ 위생시설: 이용객에게 불편이 없는 위생설비와 냉·난방 설비를 갖추어 줄 것. ④ 편의시설: 식당, 매점, 휴게실 등 편의시설을 갖추어 줄 것. ⑤ 수질오염방지시설: 수질오염을 방지하기 위한 오수저장 및 처리시설과 폐기물 시설을 갖추어 줄 것) 규정하고 있다.

따라서 크루즈 여행의 개념은 다음과 같이 정리되어 질 수 있다. 즉 강, 해상을 대상으로 한 SIT(Special Interest Tour)성격이 강한 위락선박여행으로, 선내에서의 다양한 여가활동과 다수의 매력적인 항구방문 및 해안에서의 수상 레크레이션 활동 등을 통해 관광욕구를 충족시키는 여행이라고 정의할 수 있다.

현재 세계크루즈 산업은 미국과 유럽의 대형 유럽선사나 다국적 기업들에 의해 선도되어지고 있으며 아시아지역에서는 일본의 NYK, MOR, Japan Cruise Line과 싱가포르의 Star Cruise사 등이 있다. 세계크루즈 시장은 1990년 이후 꾸준히 성장세를 보이고 있으며 북미 시장이 전체의 70%이상을 차지하고 있다. CLIA(2001)의 시장조사에 의하면 2010년 전 세계 크루즈 관광객은 1,412만 명이 될 것으로 추산하고 있으며 미국, 유럽, 일본, 동남아시아 등의 점유율이 증가될 것이라고 예상하고 있다. 이들 시장 중 전통적으로 카리브해, 지중해, 그리고 북미 서안 지역이 주요 3대 시장을 이루고 있으며, 호주를 기점으로 한 남태평양 해역, 하와이 군도, 싱가포르를 기점으로 하는 동남아시아 지역, 스칸디나비아 및 영국군도 등이 부각되고 있다.

2006년 현재 기준 전 세계 크루즈 선은 261척(당일 크루즈 선 제외)이고, 시장 수용능력은 약 1,437만 명이며, 크루즈 선의 시장 점유율은 대형 3사가 117척(81%)을 소유하고 있으며, Carnival사 73척(44%), Royal Caribbean사 28척(25%), 스타 크루즈 그룹사 16척(12%)을 각각 소유하고 있다(Cruise Industry News, 2005).

한편, 한국 조선업계는 그동안 상선분야에선 압도적 우위를 지켰다. 하지만 금액으로 세계 선박시장의 30%(70억 달러)에 달하는 여객선과 크루즈선 시장은 이탈리아 핀칸티에리, 핀란드 크베너마사, 독일 메이어베르프트, 프랑스 아틀란틱 등 유럽 4대 메이커가 거의 독점하고 있다. '블루오션'을 찾는 국내 조선업체들은 그동안 크루즈선 시장에 진입하기 위한 준비를 차곡차곡 해왔다. 크루즈선의 전 단계인 일반여객선과 카페리고속여객선을 건조하며 실력을 쌓았다. 2005년 삼성중공업에서 건조한 노포크 여객선은 총 톤수가 3만 4,500톤에 달하며, 톤당 선가도 2,580달러 정도다. 국내조선사의 크루즈선의 수주전은 대우조선해양이 그리스 블루 스타에 2000년에 1척, 2002년에 2척의 호화카페리 인도하였고,

2001년 이탈리아 모비라인에 호화 카페리호 2척을 수출하여 2년 연속 세계최우수선박에 선정됐으며 나이트 페리(연안여객선)설계기술 확보하고 있다.

현대중공업은 2003년엔 스웨덴의 스테나페리사에 900명의 승객과 1200대의 자동차를 동시에 실을 수 있는 다목적 여객선 두 척을 인도해 좋은 평가를 받았다. 현대중공업측은 다목적 여객선 건조로 이미 크루즈선 건조를 위한 설계능력을 확보했다며 늦어도 2010년엔 크루즈 시장에 본격적으로 뛰어 들 수 있을 것이라고 밝혔다. 삼성중공업은 1999년부터 크루즈시장 진입을 위한 여객선설계팀 운영, 네덜란드 노포크사에 호화여객선 3척 인도, 5만톤급과 8만 5천톤급 호화여객선 3개 선종을 자체개발하고 있다(해양수산부, 2005).

그러나 우리나라의 크루즈여행 산업은 현대 상선의 금강산 크루즈, 평택항의 스타크루즈 운항 등으로 크루즈여행의 활성화를 기대하였으나, 현재 평택과 인천, 부산 등에서 국제간의 정기페리선만 운항되고 있는 실정이며 대부분 당일유람선(Day Cruise)으로 연안 여객선 형태로 운항되고 있다. 그리고 일부여행사에서 외국 유람선사와 대리점계약을 체결하고 크루즈상품의 판매를 대행하는 수준에 그치고 있으나, 2006년 7월 한·중·일을 연계하는 크루즈선 운항을 계기로 국내 크루즈여행의 활성화를 기대하고 있다.

2. 크루즈여행의 선택속성

여행 동기란 관광객이 관광행동을 일으키게 하는 중요한 요인이며, 관광동기와 그 속성에 대한 연구는 여행객들의 여행습관과 목적지 결정은 물론 그들의 미래 여행패턴을 예견하는데 매우 중요하다고 사료된다. Mill & Morrison(1985)은 관광에 있어서 동기부여는 개인이 욕구를 충족하고자 할 때 발생한다고 하였으며 잠재관광자로 하여금 관광행동을 일으키도록 하는 의사결정을 통하여 행동으로 나타내는 힘을 말한다고 주장한다.

Crompton(1988)은 관광동기를 일상생활권 으로부터의 이탈, 모험, 휴식, 타인에 대한 우월성, 향수, 동료의식고취, 사회적 교류, 신기성, 교육 등 9개의 요인을 제시하였다. 즉 일상생활권 으로부터의 이탈에서 사회적 교류까지를 심리적 동기로서 외부의 영향을 받아 형성한 추진요인(push)과 신기성 요인, 교육요인을 관광으로부터 얻은 흡인요인(pull)으로 분류하여 분석한 결과 흡인요인의 심리적 동기보다 추진요인의 심리적 동기가 보다 중요함을 주장하였다.

McIntosh(1997)은 신체적 동기(physical motivation), 문화적 동기(cultural motivation), 대인적 동기(interpersonal motivation), 지위와 명예동기(status and prestige motivation)를 들고 있

다. 또한 관광지이미지가 관광행동에 미치는 영향에 대한 연구들은 그동안 여러 연구들이 관광지 이미지의 선호도가 관광지(재)방문의도에 영향을 미칠 것이라는 연구결과가 발표되어왔다(Goordrich, 1978; Hunt, 1975; Milman & Pizam, 1995; 엄서호, 1998; 이충기, 2002; 강재정 외, 2003).

일반적으로 크루즈는 여객선이 여객의 수송을 목적으로 한다는 점에서 차이가 있으며, 카페리가 주요 항구 간을 수송목적으로 운행한다는 점에서 카페리와 차이가 있고, 쾌속선은 소규모의 고속력을 특징으로 한다는 점에서 차이가 있다. 선택속성은 소비자가 선택할 때 중요시 여기는 속성의 중요도와 선택하여 이용하고 난 이후에 지각되는 만족도를 의미한다. 따라서 선택속성을 상위속성이라고 하면, 하위속성은 속성 중요도와 속성 만족도라고 할 수 있다.

이덕우·이충기(2003)의 축제 속성연구에서는 15개의 환경단서요인 중에서 접근성과 지역문화 인지요인은 방문객 만족과 방문객 충성도에 영향을 미치는 중요한 속성으로 분석하였으며, 음식가치, 축제상품, 편의시설 등의 요인들이 방문객 만족에 상대적으로 약한 영향을 미치는 것으로 연구하였다. 신흥철(2003)은 아시아 크루즈산업 활성화방안에 대한 연구에서 크루즈 여행 선택속성을 6개 요인으로 명명하고(종업원의 서비스 태도, 시설의 다양성, 크루즈 상품요금, 크루즈 경로의 매력도, 선상의 이벤트, 크루즈 선상의 숙박서비스), 28개 변수에 대한 요인분석과 영향력을 파악하기위한 로짓 회귀분석을 실시하였다. 그 결과 크루즈 여행객의 6개의 중요한 속성 중 종사원의 서비스 및 태도, 크루즈 상품요금, 크루즈 경로의 매력도가 통계적으로 고객의 영향력에 관심을 줄 정도로 유의 값을 나타내고 있다고 분석하였다.

Ⅲ. 조사 설계 및 분석방법

1. 조사 설계 및 분석

본 연구의 목적을 달성하기 위하여 모집단인 크루즈 참가자를 대상으로 임의 표본조사를 실시하였으며 선행연구를 기초로 선정된 변수들을 구성하여 설문지를 작성하였다. 설문조사 시기는 2005년 12월 1일부터 2006년 3월 31일까지 크루즈여행을 이용하는 여행사의 고객을 대상으로 하여 이루어졌다. 조사대상은 설문지에 나타난 지시어를 바탕으로 자

기기입법(Self Administered Questionnaire Survey Method) 설문방식을 사용하여 실시하였다.

설문은 크게 3부분으로 구성하였으며, 크루즈여행 선택속성에 대한 총 23개 항목에 대하여 리커트 유형 5점 척도법(1=매우 불만족, 5=매우만족)을 사용하여 측정하였으며, 크루즈여행참가 전체만족도, 재 참가 의사, 참가 추천의사 등은 리커트 유형 5점 척도(1=전혀 그렇지 않다, 5=매우 그렇다)로 측정하였다. 그리고 일반적인 인구통계학적인 특성을 조사 분석에 활용하였다. 설문지는 선행연구들을 종합하여 분석한 후 대학교수 및 박사과정 학생들을 통한 예비 설문조사를 통하여 부분적으로 수정 보완하였으며, 비확률 표본추출법(Non-Probability Sampling Method)의 편의표본추출법(Convenience Sampling)으로 크루즈 여행객에 대한 일반적 특성을 대략 고려하였으며 일반적 특성은 명목척도로 구성하여 측정하였다.

총142부의 유효한 설문지를 확보하였으며 유효설문의 통계처리는 코딩과정을 거쳐 SPSS-Win 11.5 통계패키지를 이용하여 자료의 신뢰성과 타당성을 검증하기 위하여 요인분석에서 Cronbach's α 계수를 구하고, 요인의 해석과 정리를 용이하게 하기 위하여 직각회전(Varimax Rotation)방식을 이용하였으며 고유값(Eigen value)1을 기준으로 1이상의 요인을 추출하여 사용하였다. 요인분석을 통하여 도출된 변수를 독립변수로 다중회귀분석을 실시하였으며 도출된 요인들의 평균을 이용하여 군집분석을 실시하였다. 그리고 판별분석을 통하여 군집의 타당성을 파악하고 ANOVA분석을 통하여 전체 크루즈여행 참가만족도, 재 참가 의사 및 추천의사와의 차이분석을 하였다.

본 연구에서는 다음과 같은 연구 과제를 제시하고 실증분석을 통하여 향후 바람직한 크루즈 운영 및 관리방안에 대하여 논의하고자 한다.

연구과제 1: 크루즈여행에서 크루즈여행객이 중요하게 생각하는 크루즈여행 참가선택 속성은 무엇인가?

연구과제 2: 크루즈여행 참가선택속성에 대한 긍정적인 평가는 크루즈 참가자의 전체적인 크루즈만족도에 영향을 미치고 크루즈 마케팅 측면에 미래참여 의도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

2. 변수의 조작적 정의

국내에서 크루즈 여행의 연구는 활발히 이루어지고 있다고 볼 수 없으며, 관광지 이미지가 관광행동에 미치는 영향에 대한 연구들은 그동안 여러 연구들이 관광지 이미지의 선

호도가 관광지 (재)방문 의도에 영향을 미칠 것이라는 연구(Goordrich, 1978; Hunt, 1975; Milman & Pizam, 1995; 엄서호, 1998; 이충기, 2002; 강재정 외, 2003), Morrison(1985)은 관광 동기 부여에 관한 연구, Thomas(1964)의 인간의 여행 동기에 관한 연구, Crompton(1988)의 관광동기에 관한 연구, 정규엽 · 이창호(1998)의 여행 동기에 관한 연구, 신흥철(2003)의 크루즈 선택속성에 대한 연구 등이 있다.

또한 본 연구에서는 만족도 문항은 Lee et al(2000)의 연구에서 사용된 항목을 활용하였고, 신흥철(2003)의 크루즈 선택속성에 대한 요인을 근거로 하여 여행사에서 실제 크루즈 여행객들에게 운용되고 있는 Brochure 및 각종 홍보설명서등에 기초하였다. 그리고 크루즈 여행객들이 쉽게 이해할 수 있도록 크루즈여행전문가 및 대학교수 3인, 박사과정 학생들의 자문을 구하여 세부내용을 조정하였다. 이러한 과정을 통하여 도출된 속성에 대한 내용은 <표 1>과 같다.

각 문항의 중요도는 1점이 “매우불만족(전혀 그렇지 않다)”, 5점이 “매우만족(매우 그렇다)”으로 측정되었으며 만족도 및 재 참가의사 차이분석에 대한 평균값이 높을수록 크루즈 여행참가자의 만족도 및 재 참가의사가 높게 인식되고 있음을 의미한다.

<표 1> 변수의 조작적 정의

구 분	측정 항목 내용	근 거	
크루즈 여행 참가선택 속성	(1) 종사원의 깨끗한 옷차림	(13) 해상의 기후 및 날씨	CLIA(2001); Goordrich, 1978; Hunt, 1975; 엄서호, 1998; 이충기, 2002; 강재정 외, 2003; 김병원, 2005; Morrison, 1985; Thomas, 1964; Crompton, 1988; 정규엽 · 이창호, 1998; 신흥철, 2003
	(2) 식음료의 질 높은 서비스	(14) 크루즈 선박의 안전성	
	(3) 고객에 대한 친절성	(15) 기항지의 관광매력도	
	(4) 고객을 위한 서비스	(16) 기항지의 자연 및 문화접촉	
	(5) 불편사항신속처리	(17) 선상에서의 서비스요금	
	(6) 선내객실서비스 다양성	(18) 동반자를 위한 부가서비스	
	(7) 선상의 유희시설 다양성	(19) 적절한 크루즈의 요금	
	(8) 다양한 레크레이션 시설	(20) 숙박의 안락함	
	(9) 선상에서의 쇼핑시설	(21) 크루즈상품의 선상이벤트	
	(10) 선상카지노 시설	(22) 출항지까지의 교통수단	
	(11) 선상의 다양한 스포츠시설	(23)광고내용의 신뢰성	
	(12) 낭만적 · 독특한 분위기		
크루즈 여행 만족도	(1) 크루즈여행에 참가하기로 한 결정에 대하여 만족한다. (2) 크루즈여행 일정 등 전반적으로 여행에 만족한다. (3) 향후 크루즈여행에 재 참가 및 타인에게 추천 할 것이다.	Lee et al(2000)	

IV. 분석결과

1. 일반적 특성에 대한 분석

표본의 일반적 특성은 살펴보면, 총 142명중 남성 68명(48%), 여성 74명(52%)으로 여성의 여행참여도가 약간 높았으며, 연령은 60세 이상이 42(30%), 50대가 36명(25%), 40대 28명(20%), 30대 26명(18%), 20대 10명(7%)으로 나타나 50~60대가 50%이상을 차지하고 있으므로 크루즈 여행상품의 가격비중 등에 따른 원인 등에 의하여 상품 선호도 층이 대체적으로 높음을 알 수 있다.

학력은 고졸 이하 16명(11%), 전문대 졸 24명(17%), 대졸 76명(54%), 대학원 졸 이상 26명(18%)으로 나타났고, 월 소득은 500만원 이하가 16명(11%), 501만원~700만원 28명(20%), 701만원~900만원, 901만원 이상(69%)으로 연봉 1억 이상의 고객이 다수를 차지하고 있음을 알 수 있다. 직업은 자영업 56명(39%), 전문직 68명(48%), 회사원 14명(10%), 기타 4명(3%)으로 나타났고, 참가경험은 처음참가 18명(13%), 2~3회 참가 76명(54%), 4~5회 참가 26명(18%), 5회 이상 참가 22명(15%)으로 재 참가자가 다수임을 파악할 수 있다.

향후 크루즈 참가희망지역은 한·중·일 연계크루즈 78명(55%), 지중해크루즈 16명(11%), 카리브 해 크루즈 26명(18%), 밴쿠버·알래스카 크루즈 12명(8%), 기타 10명(7%)으로 파악되고 있어 한국을 과 일본·중국을 연계한 크루즈 상품의 선호도가 높음을 알 수 있었으며, 한국을 기점으로 하는 크루즈상품이 개발되면 마케팅측면의 강점으로 부상될 수 있음을 알 수 있었다.

2. 요인분석 결과

크루즈 여행 참가 선택속성의 만족변수 23항목을 이용하여 요인분석을 실시한 결과 <표 2>와 같이 나타났다. 요인해석을 위하여 직각회전 방식을 선택하였으며 아이겐 값(Eigen value) 1 이상인 요인만을 추출하였다. 변수 쌍들 간의 상관관계가 다른 변수에 설명되는 정도를 나타내는 KMO(Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy)=.830을 보였으며, 요인분석의 적합성을 나타내는 Bartlett's Test of Sphericity 값이 6382.407로 유의수준 $P < .000$ 으로 나타나 요인분석의 적합성을 보였다. 요인분석 결과, 아이겐 값 1 이상의 요인은 총 3개의 요인이 도출되었고, 총 요인의 부산설명력은 67.78%를 보였으며 각 요인은 요인의 특성을

〈표 2〉 요인분석 결과

요인 명	측정항목	요인 적재값	고유값	분산 설명력	신뢰계수
크루즈 여행의 차원 높은 서비스	종사원의 깨끗한 옷차림	.845	4.594	33.79	.832
	식음료의 질 높은 서비스	.805			
	고객에 대한 친절성	.765			
	고객을 위한 서비스	.732			
	불편사항신속처리	.695			
	선내 객실서비스 다양성	.735			
크루즈 여행문화 관리 속성	선상의 유희시설 다양성	.865	3.452	19.43	.765
	다양한 레크레이션 시설	.736			
	선상에서의 쇼핑시설	.669			
	선상카지노 시설	.656			
	선상의 다양한 스포츠시설	.634			
	낭만적 · 독특한 분위기	.714			
	해상의 기후 및 날씨	.636			
크루즈 선박의 안전성	.743				
크루즈 경로 및 상품속성	기항지의 관광매력도	.769	3.271	14.56	.819
	기항지의 자연 및 문화접촉	.745			
	선상에서의 서비스요금	.759			
	동반자를 위한 부가서비스	.735			
	적정한 크루즈의 요금	.678			
	숙박의 안락함	.683			
	크루즈상품의 선상이벤트	.759			
	출항지까지의 교통수단	.732			
	광고내용의 신뢰성	.684			

참고 : Kaiser -Meyer -Olkin measure of sampling adequacy : .830, Bartlett's Test of Sphericity=6382.407, Sig.=.000

고려하여 각각의 요인의 명칭을 <표 2>와 같이 부여하였다.

요인 1은 분산의 설명력은 33.58로 크루즈여행 참가자들의 크루즈 여행객들이 기대하는 차원 높은 서비스 요인들로 구성되어 있으며(종사원의 깨끗한 옷차림, 식음료의 질 높은 서비스, 고객에 대한 친절성, 고객을 위한 서비스, 불편사항 신속처리, 선내의 객실서비스 다양성), 요인명칭을 크루즈 여행의 차원 높은 서비스 속성으로 명명하였다.

요인 2의 분산설명력은 19.43이며 크루즈 여행에 대한 고객들의 독특한 문화적 요소를 포함하고 있으며(선상의 유희시설 다양성, 다양한 레크레이션 시설, 선상에서의 쇼핑시설, 선상카지노 시설, 선상의 다양한 스포츠시설, 낭만적 · 독특한 분위기, 해상의 기후 및 날씨, 크루즈선박의 안전성), 요인명칭을 크루즈 여행문화관리 속성으로 명명하였다.

요인 3은 14.56의 분산 설명력을 갖고 있으며 크루즈 경로 및 상품속성(기항지의 관광매

력도, 기항지의 자연 및 문화접촉, 선상에서의 서비스요금, 동반자를 위한 부가서비스, 적절한 크루즈의 요금, 숙박의 안락함, 크루즈상품의 선상이벤트, 출항지까지의 교통수단, 광고내용의 신뢰성)을 지니고 있으므로 크루즈 경로 및 상품속성으로 명명하였다.

3. 크루즈여행 참가속성에 대한 만족도 재 참가 의사, 추천의사에 대한 분석

크루즈 여행 참가 선택속성의 만족변수에 대한 요인분석을 통하여 도출된 3개의 요인을 이용하여 크루즈 여행 참가자 전체 만족도, 타인에 대한 추천의사 및 재 참가의사에 미치는 영향관계를 파악하고자 다중회귀분석(Multiple Regression)을 실시하였다. <표 3>에서와 같이 크루즈 참가 여행객의 전체만족도에 미치는 영향관계를 파악 할 수 있었다. 약 58%의 분산설명력을 보이고 있고, 크루즈여행의 차원 높은 서비스, 크루즈 여행문화관리 속성, 크루즈 경로 및 상품 속성에 대하여 유의수준 $P<.001$ 에서 유의한 결과를 보이고 있다.

이것은 크루즈 여행의 참가 선택속성에 대하여 참가자들이 만족하면 할수록 크루즈여행에 대한 전체 만족도가 높아지는 것으로 해석할 수 있으며, 크루즈 경영자는 항상 크루즈 여행 참가선택 속성에 유의하여 크루즈 상품의 개발과 선내 프로그램 등에 관리에 주의를 기울여야 한다는 것을 의미한다.

<표 3> 크루즈 여행 선택속성 만족요인에 대한 전체만족도 분석

변수 명	회귀계수	표준오차	β 값	t값	유의확률
크루즈여행의 차원 높은 서비스	.193	.072	.175	2.68	.000
크루즈 여행문화 관리 속성	.705	.074	.596	9.57	.000
크루즈 경로 및 상품속성	.108	.065	.093	1.66	.000

$R^2=.575$, F 값=79, 2, $P<.001$

<표 4> 크루즈 여행 재 참가 및 추천의사에 미치는 영향관계 분석

변수 명	회귀계수	표준오차	β 값	t값	유의확률
크루즈여행의 차원 높은 서비스	-.096	.059	.095	-1.63	.000
크루즈 여행문화 관리 속성	.845	.076	.782	11.26	.000
크루즈 경로 및 상품속성	-.016	.068	-.017	-.235	.000

$R^2=.553$, F 값=72.04, $P<.001$

크루즈 여행 재 참가 및 추천의사에 미치는 영향관계를 분석한 결과는 <표 4>와 같이 파악되고 있으며 전체 회귀 식은 유의수준 $P < .001$ 에서 유의한 결과를 나타내고 약 55%의 분산 설명력을 보이고 있다. 크루즈 여행객 참가선택속성 중 크루즈여행의 차원 높은 서비스, 크루즈 여행 문화관리 속성, 크루즈 경로 및 상품속성에서 통계적으로 유의한 것으로 나타났다. 따라서 크루즈 여행객들이 여행객 선택속성에 대하여 만족하면 할수록 재 참가 및 타인에게 추천할 의사가 높다는 것을 의미한다.

4. 군집분석 결과

크루즈여행 참가 선택속성 만족변수의 요인분석을 통하여 도출된 요인을 비 계층적 결합계수를 기준으로 군집중심점(Centroid Seed)를 이용한 계층적 군집분석을 실시한 결과

<표 5> 크루즈여행 참가자 만족도 군집분석(N=142)

구 분	크루즈 여행의 차원 높은 서비스	크루즈 여행문화 관리 속성	크루즈 경로 및 상품속성
크루즈 여행 매우 만족 군(n=76)	5.525	5.539	5.998
크루즈여행 보통 만족 군(n=45)	5.254	5.365	5.297
크루즈여행 불만족 군(n=21)	4.453	4.545	4.595

측정척도 5=매우만족, 1=매우 불만족

<표 6> 판별분석을 통한 군집분석의 타당성 검증

	판별함수	Eigen value	정준상관	판별함수의 유의성	
				Wilks' 람다	Chi-square 유의확률
크루즈 참가자 만족도 요인	1	4.29	.827	.135	.001
	2	1.05	.633	.632	.001
		크루즈 여행 만족요인		함수1	함수2
표준화 정준판별함수		크루즈 여행의 차원 높은 서비스		.574	.654
		크루즈 여행문화 관리 속성		.614	-.165
		크루즈 경로 및 상품속성		.535	-.532

*적중률(hit ratio)=98.4%, 교차유효성(Cross-validated)=97.9%

<표 5>에서와 같이 3개의 집단으로 분류할 수 있었다. 즉, 크루즈 여행의 차원 높은 서비스, 크루즈 여행문화 관리 속성, 크루즈 경로 및 상품속성에 대하여 만족도 평균이 매우 높은 것으로 나타난 매우만족 군, 평균이 중간집단으로 나타난 보통만족 군, 평균값이 낮은 것으로 나타난 불만족 군으로 설명될 수 있다.

<표 6>에서는 크루즈여행객 참가 속성만족도 변수에 대한 군집분석 결과에 대한 타당성과 군집화의 기여도를 판별하기 위하여 목적변수를 크루즈여행 만족분류 군으로 설명변수를 크루즈 만족속성요인 군으로 하여 판별분석을 실시하였다.

분석결과, 판별력을 나타내는 정준상관관계 값이 각각 .827, .633으로 판별력이 비교적 우수한 것으로 파악되고 있으며 판별함수 값이 $p < .001$ 로 신뢰수준에서 통계적으로 유의한 것으로 나타났다.

각 판별함수 계수에 의한 군집화 기여도를 비교해보면 판별함수 1에서는 크루즈 경로 및 상품속성이, 판별함수 2에서는 크루즈 여행의 차원 높은 서비스 요인이 군집화의 설명력이 높은 것으로 분석되었다. 또한 군집화의 타당성측면에서 적중률과 교차 유효성이 각각 98.4%와 97.9%로 각 케이스가 올바르게 분류되어 있으므로 실행된 군집분석의 결과는 타당하다고 할 수 있다.

5. 크루즈 여행고객 만족도에 따른 전체 만족도 재 참가 의사 및 추천 의사와의 차이분석

크루즈 여행 참가고객 만족도 변수에 따른 군집분석 결과 3개의 군집으로 분류되었으며 각각 크루즈 참가자 속성에 대한 매우 만족 군, 보통 만족 군, 불만족 군으로 구분되었다. 크루즈여행 결정만족, 전체만족, 재 참가 의사 및 타인추천의사를 종속변수로 하고, 각 만족군집을 독립변수로 하여 집단간 일원일차 차이분석(One-Way ANOVA)을 실시한 결과 <표 7>과 같이 나타났다.

분석결과 크루즈 참가결정만족, 전체만족, 재 참가 의사 및 타인추천의사에 대하여 유의수준 $P < .001$ 에서 집단별 유의적인 차이가 나타나고 있다. 이러한 결과는 크루즈 여행참가 속성에 대한 만족도가 높은 집단이 전반적인 만족도가 높고 재 참가 및 타인에 대한 추천 의사가 높은 것으로 설명된다. 따라서 크루즈여행 참가 속성에 대하여 만족도가 높은 집단은 여행결정만족, 전체만족, 크루즈여행에 타인 추천의사 및 재 참가가 높다고 분석된다.

〈표 7〉 크루즈 여행 참가 전체만족도, 재 참가 및 타인추천의사에 대한 차이분석

크루즈여행 참가 만족도요인	크루즈여행참가 매우만족 군(n=76)	크루즈여행참가 보통만족 군(n=45)	크루즈 여행참가 불만족 군(n=21)	F값
참가결정에 대한만족	5.49	4.96	4.32	57.23*
전반적 만족	5.35	5.12	4.49	46.33*
재 참가 및 타인추천의사	5.56	5.09	4.38	44.67*

측정척도 5=매우만족, 1=매우 불만족, *=p<.001

V. 결론과 시사점

본 연구의 목적은 크루즈마케팅 전략측면에서 크루즈 여행 참가고객의 선택속성에 대한 만족도를 분석하고 이에 따른 크루즈 여행 참가에 대한 전체만족도와 재 참가 및 타인 추천의사에 영향을 미치는 관계를 파악하고자 연구 과제를 설정하고 실증분석 하였다. 이러한 연구는 최근 크루즈 여행 산업의 발전으로 인하여 효과적이고 효율적인 크루즈여행상품 기획이나 마케팅을 모색하고 지속적인 크루즈여행 산업 발전을 추구하고자 하는데 그 의의가 있다고 할 수 있다.

선행연구 고찰을 통하여 크루즈여행 참가선택속성 만족에 대한 23개의 변수들을 도출하여 요인 분석한 결과, 세 가지 요인이 도출되었으며 ‘크루즈 여행의 차원 높은 서비스’, ‘크루즈 여행문화 관리 속성’, ‘크루즈 경로 및 상품속성’ 등이다.

이러한 결과는 크루즈 여행객들이 크루즈 투어에 참가함으로써 발생하는 선택속성들로 기항지 관광, 선상 서비스 프로그램, 각종 레저 레크레이션, 엔터테인먼트, 쇼핑 등의 속성이고 크루즈 여행에 직접적인 관계가 있는 크루즈 여행의 종업원의 친절한 서비스, 식음료 서비스, 기타 크루즈 분위기 등으로 파악할 수 있다. 그리고 크루즈 여행에 용이하게 접근할 수 있는 항공 및 각종교통 연결 편, 크루즈여행경비 등으로 분석될 수 있다.

크루즈 여행 참가 선택속성에 대한 요인들이 참가결정에 대한 만족, 전반적 만족, 참가 추천 의사 및 재 참가 의도에 영향을 미치는 관계를 살펴본 결과, 크루즈 여행 여행의 차원 높은 서비스, 크루즈 경로 및 상품속성, 크루즈 여행문화 관리 속성이 전반적인 크루즈

여행참가 만족도에 영향을 미치고 있으며, 재 참가 및 타인에 대한 추천 및 재 참가 의사에도 영향을 미치는 것으로 파악되고 있다. 그러나 무엇보다도 크루즈 여행의 차원 높은 서비스가 전반적 만족도에 크게 영향을 미치고 있으며 참가 추천 및 재 참가 의도에도 중요한 속성으로 분석되고 있으므로 경영관리측면에서 주의 깊은 관리가 요구된다.

또한 크루즈 여행 참가선택 속성에 대한 군집분석을 통하여 크루즈여행 고객 참가 만족도에 따른 매우 만족 군, 보통 만족 군, 불만족 군으로 구분하여 차이를 분석한 결과, 크루즈 여행 참가속성에 대한 만족한 집단은 전반적인 만족도 및 타인 추천의도와 재 참가 의사가 높은 것으로 나타났다. 이와 같은 결과는 크루즈 마케팅관리측면에서 크루즈 여행 참가선택 속성에 대한 만족도를 높일 수 있는 방안을 강구해야 한다는 것을 의미한다.

결과적으로 본 연구는 크루즈 여행객들의 크루즈 여행 참가 선택속성에 대한 인식과 태도, 크루즈 여행 행동의도를 분석함으로써, 향후 지속적인 크루즈 고객창출 및 마케팅 전략관리 방안에 활용될 수 있는 자료로 사용될 수 있다고 사료된다. 그러나 크루즈 여행은 현실적으로 국가간, 정부와 민간부문과의 상호협력사업 이므로 관계자간의 긴밀한 협력에 따른 기반시설확충과 아울러 정책적, 법률 적인 지원이 밀받침되어야 한다. 한·중·일 연계 크루즈 여행시대를 맞이하여 동북아 크루즈의 잠재력 및 필요성 증대에 따른 관련 정책기관의 적극적인 정책적 지원의 기대와 함께 활성화 방안에 대한 연구가 이어지기를 바란다.

연구의 한계점으로 크루즈여행 고객은 크루즈여행목적지 및 크루즈 선박 고려측면에서 여행참가 선택속성측면의 다양한 의사결정이 도출될 수 있을 수 있으므로 향후 연구에서는 세분화된 연구로 보다 더 심도 있는 연구가 될 수 있기를 제안하고자 한다.

Abstract

Recently, Cruise travel Industry becomes a major market in the SIT tour. this perspective, the primary purpose of this study was to investigate relationship between influencing factors of the Selection Attributes of Cruise Tour. This research aims to provide information to establish customer-oriented marketing strategies in developing by cruise tour. The current study examined related literature finding out the number of the factors to meet future users preference and expectations. Based on examined factors, the study investigated the same dimensions in Korea

future cruise industry. The data collected outgoing tourists of travel service company. The Survey instrument consisted of asking respondents a number of questions regarding their intention, preferences, and expectations toward future cruise travel. The result of study showed that a certain number of factors were statistically significant on the future users cruise travel intention. It shows that there was significant difference related to the using purpose and the usage attitude. It can be conducted from the results that respondents expected a certain number of factors when the cruise travel launched in Korea.

Key Words : Cruise Tour, the Selection Attributes, Customer Satisfaction, Customer-Oriented marketing

참고문헌

- 김성국(1998), 해상관광업의 마케팅전략에 관한 연구, 해운산업연구소 논문집, 제7집, pp 189-219.
- 김천중(1999), 크루즈 사업론, 학문사.
- 신흥철(2003), 아시아지역 크루즈산업 활성화 방안에 관한 연구, 관광연구저널 17(2), pp 97-111.
- 황미화·백유경(2000), 우리나라 관광유람선 사업 활성화를 위한 정책개발, 관광연구, pp 307-326.
- 하인수(2002), 국내크루즈산업의 개발 방안에 관한연구, 세종대대학원, 박사학위논문.
- 하인수(2005), 국내크루즈 산업의 장애요인, 관광연구저널, 19(3), pp497-549.
- CLIA(2000), Cruise Industry Overview.
- Cruise Industry News Annual(2003).
- Eggert. A. & Ulaga.W.(2002).Customer Perceived Value. A Substitute for Satisfaction in Business Markets?, Journal of Business & Industrial Marketing, 17(2/3), pp107-118.
- Gartrell, R.B.(1988), Destination Marketing, Champaign, IL., Kendall / Hunt Publishing Company.
- Lee, C, K(2000), A Comparative Study of Caucasian and Asian visitors to a Cultural Expo in an Asian setting, Tourism Management, 21(2), pp 169-176.

- Lee, C.K., Lee, Y.K. & Wicks Brice E.(2004),Segmentation of festival Motivation by nationally and satisfaction, *Tourism Management*, 25(1), pp 61-70.
- Marti, Bruce E. & Sergio A. Cartaya(1996), Caribbean Cruising: Competition among U.S. Home ports, *Maritime Policy and Management*, 23(1), pp 15-25.
- Peisley, Anthony(1999),The Cruise Market, *Financial Times*, London.
- Peisley, Tony(1999), The World Cruise Ship Industry, *Travel & Tourism Intelligence*.
- Singh, Amrik(1999), Growth and Development of the Cruise Line Industry in Southeast Asia, *Asia-Pacific Journal of Tourism Research*, 3(2), pp 24-31.
- Rothaermael. F.T.,(2000), Technological Discontinuities and the Nature of Competition, *Technology Analysis & Strategic Management* 12(2), pp 151-172.
- WTO(2004), World Cruise Ship Activity.
- World Travel & Tourism Council.(2002). Retrieved 23. September 2005 from <http://www.wttc.org/resourcecentre/mediacentre/releases/measure.asp>