

크루즈관광산업 활성화를 위한 관광경쟁력 제고방안 연구

- 방한 크루즈관광객의 어권별 관광만족도의 차이를 중심으로 -

홍장원* · † 정병욱

*한국해양수산개발원 부연구위원, † 한국관광공사 홍보물제작팀장

A study on how to improve tourism competitiveness for the activation of cruise tourism industry

- Focusing on the influence of attribute satisfaction on overall satisfaction of cruise tourists by countries -

Jang-Won Hong* · † Byeong-Ok Jeong

* Marine Policy Research Division, Korea Maritime Institute, Seoul, 121-915, Korea

† Tourism Information Department, Korea Tourism Organization, Seoul, 100-180, Korea

요 약 : 본 연구는 동북아 크루즈관광시장의 성장에 따라 최근 급증하고 있는 국내 기항 크루즈상품 이용자의 관광만족도 분석을 통하여 국내 크루즈항만도시의 관광경쟁력 제고방안을 마련하는데 그 목적이 있다. 이를 위해 본 연구에서는 2012년 크루즈관광객 실태조사 결과를 토대로 방한 크루즈관광객을 중국어권, 일어권, 영어권으로 구분하여 관광만족도에 영향을 미치는 요인을 분석하였다. 연구결과, 각 언어권별로 관광지-일정, 출입국 절차, 교통, 쇼핑 등에서 관광만족도에 차이가 있는 것으로 나타나 향후 크루즈 항만도시별 마케팅 전략 수립에도 이러한 특성의 반영이 필요한 것으로 분석되었다. 본 연구의 결과는 크루즈 관광객 유치증진 및 크루즈항만 활성화를 위한 관광마케팅 전략 수립과 더불어 크루즈관광산업 육성정책 마련에 유용한 정보를 제공한다는 측면에서 큰 의의가 있다.

핵심용어 : 크루즈관광산업, 관광만족도, 크루즈항만, 해양관광, 관광상품

Abstract : The purpose of this study is to find out how to improve tourism competitiveness of cruise harbours in Korea by analyzing tourism satisfaction level of international cruise visitors to Korea, who are increasing rapidly as Northeast Asian cruise tourism market is growing up. In this study we analyzed the factors of effects on tourism satisfaction level by Chinese visitors, Japanese visitors and English speaking visitors respectively based on the results of "International Cruise Visitor Survey 2012". The results of this study show that the individual satisfaction level of port of calling & tour schedule, immigration procedures, transportation, shopping influenced overall tourism satisfaction level by countries. It implied that those attributes should be reflected hereafter when we establish a marketing strategy for each of cruise cities. This study has a great significance in that those results suggest useful information when we make plans not only for activating cruise harbours but also for cruise tour marketing.

Key words : Cruise Tour, Tourism Satisfaction, Cruise Harbour, Marine Tourism, Tourism Product

1. 서 론

크루즈관광시장은 국제적 금융위기에도 불구하고 지속적인 성장세를 유지하고 있다. 2012년 크루즈관광시장은 2천만 명 규모로 2005년 1천1백만명에서 2배 가까이 성장하였으며 이러한 추세는 향후에도 지속될 것으로 예측된다(Cruise Industry News, 2012). 세계 크루즈관광시장의 성장에 따라 우리나라와 중국, 일본을 연계하는 동북아 크루즈시장 또한 시장규모가 점차 확대되고 있다. 특히, 중국과 일본의 연계 거점 역할을 하는 우리나라 주요 크루즈항만의 입항실정은

2008년 73회에서 2012년 222회로 높은 증가추세를 기록하였다(Korea Tourism Organization, 2012). 이에 정부에서는 크루즈관광산업 활성화를 위한 다양한 정책들을 마련하고 있다(Ministry of Strategy and Finance, 2011). 한편, 국내 크루즈관광산업 육성정책은 크루즈항만 확충이나 항만시설 사용료 감면, 톤세제 도입 등 기초 인프라 확보나 시설개선에 중점을 두고 있으며 크루즈 이용자의 특성을 고려한 관광프로그램 마련이나 서비스 제공 등 마케팅 전략은 부족한 실정이다.

크루즈관광산업의 육성을 위해서는 기초 인프라의 확충에

* 연희원, hdave@naver.com 02)2101-4974

† 교신저자 : 연희원, bruce720@yahoo.com 02)728-9780

서 벗어나 이용자 만족도 제고방안의 마련을 통하여 소비시장을 활성화시키고 크루즈항만 도시의 관광경쟁력을 제고시켜야 한다. 한편, 크루즈관광산업의 육성과 관련된 기존의 연구나 정책들은 크루즈항만의 확충이나 출입국 관련 제약요인 해소 등 기초여건 개선에 대한 연구가 주로 이루어져 왔으며 크루즈 이용객의 국적, 관광활동 특성에 기초한 편의제공이나 관광만족도 제고를 위한 서비스 개선방안 등에 대한 연구는 다소 미흡한 실정이다.

우리나라를 기항하는 크루즈관광객의 특성에 기초한 관광만족도 분석이나 대응전략의 마련은 중국, 일본, 미국 등 크루즈이용객 시장별 관광마케팅 전략 수립과 더불어 주요 크루즈항만 도시별 관광수용태세 개선방안 수립의 기초자료로 활용되어 국내 크루즈관광산업의 경쟁력을 강화 시킬 것이다. 따라서 본 연구는 세계 크루즈관광시장 동향과 더불어 국내 크루즈관광산업 육성정책에 대한 분석을 통하여 국내 기항 크루즈이용객에 대한 관광만족도 분석·평가를 통하여 국내 크루즈관광산업의 수용태세 개선방안을 마련하도록 한다.

2. 이론적 고찰

2.1 크루즈관광산업 분석

1) 크루즈관광산업 동향

세계관광기구(UNWTO)는 크루즈관광산업을 향후 수요가 급증할 '10 대 관광트렌드'로 예측한 바 있다(UNWTO, 2001). 즉, 여러 관광지를 기항하면서 다양한 관광자원을 접할 수 있는 크루즈관광의 특성 때문에 크루즈관광에 대한 수요는 점차 증가할 것으로 예상된다.(Kim, 2007). 크루즈관광산업은 1990년대 이후 연평균 성장률 7%에 이르는 높은 성장추세를 보이고 있으며 2015년까지 약 2천 2백만명 규모로 성장할 것으로 전망되고 있다(Fig 1).

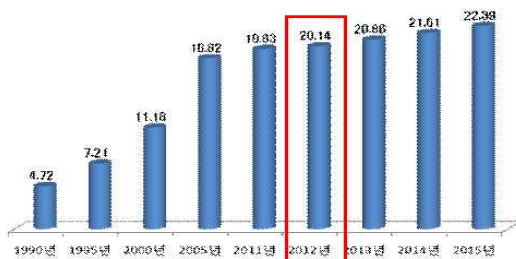


Fig. 1 Cruise Industry Trends

(출처 : Cruise Industry News 2012 Annual Report, 2012)

세계 크루즈관광시장은 미국을 중심으로 하는 캐리비안 시장과 이탈리아, 프랑스, 스페인을 연결하는 지중해 시장이 전체 크루즈시장의 60%를 형성하고 있다(Fig 2). 한편, 북미와 지중해를 중심으로 하는 크루즈시장의 성장이 한계에 이

르면서 카니발크루즈, 로열캐리비안, 코스트크루즈 등 세계 주요 선사들은 신규 시장의 진출을 모색하고 있다(Hong, 2010). 즉 주요 국가별 크루즈관광 참여율을 살펴보면, 미국이나 캐나다는 전체 국민의 3.3% 정도가 크루즈 관광경험을 가지고 있는 반면, 아시아 지역은 0.05%로 매우 낮은 수준이다.(Fig 3). 이에 국제 크루즈선사들은 신규 시장으로 중국을 모향으로 하는 크루즈상품의 개발에 노력하고 있는 실정이다.

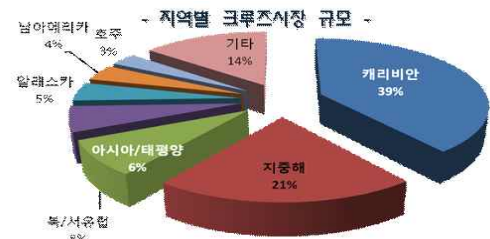


Fig. 2 Cruise Industry Market Share

(출처 : Cruise Industry News 2012 Annual Report, 2012)

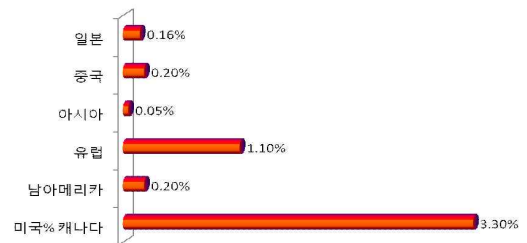


Fig. 3 Cruise Passenger Penetration Rate

(출처 : Cruise Industry News 2012 Annual Report, 2012)

이러한 추세를 반영하여 최근 우리나라를 기항하는 크루즈선박은 큰 폭으로 증가하였다. 즉 2001년부터 2007년까지는 연간 70회 정도가 기항하였으나 2008년부터 점차 증가하여 2010년 147회 2011년 149회, 2012년 222회 등으로 성장하고 있으며 이러한 증가추세는 향후에도 지속될 것으로 전망되고 있다.



Fig. 4 Cruise Ships Calling at Korea

(출처 : 한국관광공사 크루즈통계 표준화방안 연구보고서, 2012)

2) 국내 크루즈관광산업 육성정책

우리나라는 중국의 천진, 상해를 모향으로 하는 크루즈선박의 운항횟수 증가에 따라 크루즈선박의 기항횟수가 크게 증가하였다. 이에 정부에서는 크루즈관광산업의 육성을 위하

여 다양한 정책들을 연차적으로 발표하고 있다. 우리나라의 크루즈관광 육성정책은 1990년대 후반 ‘동북아 크루즈구상’에 대한 검토와 금강산 크루즈가 시작되면서 관련 정책들이 제시되었다(Hong, 2010), 초기 크루즈관광산업은 크루즈전용 터미널이나 기항지 관광프로그램의 미흡으로 크게 활성화되지 못했다. 그리고 크루즈관광 활성화 정책마련이 해양수산부, 문화체육관광부 이외에 법무부, 기획재정부 등 여러 부처가 연관됨에 따라 정책의 효율적 추진에도 한계가 나타났다. 이에 부처간 협력방안의 모색, 관계부처 합동 정책의 발표 등 다양한 정책들이 연도별로 제시되었다(Table 1).

Table 1 Cruise Industry Promotion Policy

연 도	내 용	비 고
2000년대	- 동서남해안 관광벨트, 관광진흥계획과 연계하여 동북아크루즈구상 발표	문화관광부
2005년	- 해양관광활성화를 위한 업무협력합의서 체결(문화부/해양부)	크루즈관광 산업 육성을 위한 부처간 업무협력
2007년	- ‘해양크루즈 관광산업 활성화방안’ 발표 - 추진 기본방향 : 외국의 국제 크루즈선 유치 확대, 국적 크루즈선사 육성기반조성 - 추진과제 : 크루즈선 기항여건 및 수용태세 개선, 해외홍보 및 판촉활동을 통한 기항확대, 크루즈관광협의 및 정보교류 활성화, 국내 크루즈선사 육성기반 조성	문화관광부/ 해양수산부 합동
2007년	- 동삼동 국제 크루즈 터미널 개장 - 국내 첫 국제 크루즈 터미널 조성, 제주, 여수, 인천 등 크루즈 터미널전용 터미널 추가 조성	해양수산부
2009년	- 제3차 관광진흥 5개년 계획서(2009-2013) : ‘크루즈 산업 발전기반 구축 및 홍보활성화’방안 - 기본방향 : 크루즈 관광의 활성화를 통한 관광산업 발전기반 확보 - 추진과제 : 체형형 기항지 프로그램개발, 해외홍보 판촉강화, 크루즈 R&D기반구축과 인력육성, 크루즈 관광객 출입국 심사간소화와 크루즈선 항만시설 사용료 감면	문화체육 관광부
2010년 (3월)	- ‘2010 크루즈관광 활성화 방안’발표 - 중장기 목표 : 2013년 크루즈 200편, 크루즈관광객 30만명 유치 - 추진전략 : 크루즈유치 및 홍보마케팅, 크루즈관광 수용태세 개선, 협력 네트워크 구축	문화체육 관광부
2010년 (7월)	- ‘관광·레저산업 육성방안’발표 : 크루즈산업 육성 - 크루즈전용부두 개발 : 6개 항만개발 - 크루즈산업 발전방안 마련 : 국적선사 참여 촉진, 선상출입국심사 확대, 전통문화 관광상품 개발,	정부부처 합동
2011년 (11월)	- ‘해양관광·레저 활성화 방안’발표 : 크루즈산업 육성 - 국적 크루즈선사 육성 및 경쟁력 제고 : 카지노 영업관련 제도 개선, 국적크루즈선사 전세계 적용대상 포함, 전문인력 양성 - 외국 크루즈선의 유치 확대 : 크루즈 전용부두 및 터미널 확충, 기항지 관광서비스 질 제고, 항만시설 사용료 감면 확대	정부부처 합동

자료 : 기획재정부 보도자료 인용 제작성.

한편, 크루즈관광활성화를 위하여 발표된 정책들은 크루즈 터미널조성, 출입국심사 간소화, 기항지 서비스 편의 제공 등 기반 시설조성이나 수용태세 개선에 초점이 맞추어져 왔으며 기항지 관광별 세부 마케팅 전략이나 수요활성화 전략, 크루즈관광객 유치를 위한 중앙정부나 지방자치단체의 역할 분담 등 거버넌스 구축 방안과 관련된 정책들은 다소 부족하다.

3) 시사점

세계 크루즈관광시장은 체형형 여가문화의 확산과 더불어 여가시간의 증대에 따라 향후 지속적 성장세를 나타낼 것으로 전망되고 있다. 한편, 카니발크루즈, 로얄캐러비안 등 주요 크루즈선사들은 미국과 캐러비안을 중심으로 하는 크루즈 시장이 포화기에 이르면서 중국을 중심으로 하는 동북아 크루즈시장에 경쟁적으로 진출하고 있다. 우리나라는 한·중·일을 연계하는 국제크루즈선박의 기항횟수가 매년 증가하면서 국제 크루즈이용객의 유치를 위한 수용태세 개선방안을 매년 수립하고 있다.

한편, 국내 크루즈관광산업 육성과 관련된 정책들은 대부분 기초 인프라 개선에 초점이 맞추어져 있어 새로운 정책대안의 마련이 필요하다. 즉, 크루즈터미널 조성이나 육상관광 편의시설 조성 등 거시적 차원의 정책에서 벗어나 우리나라에 기항하는 방문국가나 크루즈이용자의 관광활동 특성을 고려한 세부 관광마케팅 전략과 정책의 수립이 필요한 시점이다. 이러한 관광마케팅 전략의 수립은 방한 크루즈이용객의 관광만족도 제고와 더불어 부산, 제주, 인천, 여수 등 국내 주요 크루즈항만도시의 관광경쟁력 제고에 기여하게 된다.

2.2 관광만족

고객만족의 정의는 국내외 학자들에 의해 다양하게 정의되고 있는데, Lee(2000)는 고객만족의 개념을 소비경험에서 발생하는 결과(result)에 초점을 맞추느냐 또는 과정(process)을 강조하느냐에 따라 두 가지로 대별된다고 설명하였다. 이러한 고객만족을 설명하는데 있어 가장 많이 언급되고 있는 이론이 기대불일치 패러다임(Oliver, 1980)이다. 이 이론에 따르면 고객의 만족과 불만족은 기대와 성과의 일치/불일치 차이에서 형성된다고 보았다. 즉 성과가 자신의 기대수준보다 높으면 고객만족이 증가하고, 반대로 기대보다 성과가 낮다면 만족은 감소한다고 보는 것이다(Lee, 2000).

이렇듯 경영학에서 중요하게 다뤄지고 있는 개념인 소비자 만족이론은 관광학 분야에서도 활발하게 적용되고 있으며, Rodriguez del Bosque, I. et al.(2008)는 스페인을 방문하는 여행객을 대상으로 기대불일치 패러다임을 활용하여 관광만족과 충성도를 연구하였다. 연구결과 관광객의 기대와 성과간의 긍정적 불일치에 의해 만족도가 높아지고, 만족도가 높아질수록 해당 관광지에 대한 충성도가 높아지는 것으로 나타났다.

기대불일치를 고객만족의 선행요인으로 설명하고 있는 기대불일치 패러다임은 최근 들어 개별적 속성에 대한 만족과

전반적 만족간의 영향관계를 살펴보는 연구로 진전되고 있다. Spreng et al.(1996)의 소비자 만족에 대한 결정변수에 대한 연구에서 전반적 만족(Overall Satisfaction)에 대한 선행변수로서 기존의 기대일치(expectation congruency)외에 욕구일치(desire congruency), 개별적 속성에 대한 만족(Attribute Satisfaction)을 도입하였다.

하위속성에 대한 만족과 전반적 만족간의 구조적 관계를 다룬 국내연구를 살펴보면, Lee(2011)는 장애유형별로 관광지 및 관광정보에 대한 개별 속성 만족이 전반적 만족에 미치는 영향요인을 다중회귀분석을 통해 기본요인, 실행요인, 감동요인으로 분류하여 상하위 속성간의 영향관계를 제시하였다. 또한 Lee et al.(2012)은 방한 일본관광객의 관광만족도에 대한 연구에서 개별여행객과 단체관광객으로 대별하여 항목별 만족도가 전반적 만족도에 미치는 영향을 분석하였다. 분석결과 개별여행의 경우에는 관광지매력도, 음식, 쇼핑, 관광안내서비스, 대중교통, 숙박 순으로 전반적 관광만족도에 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 단체여행의 경우에는 관광안내서비스, 관광지매력도, 음식, 숙박 순으로 나타났다.

반면 Jeong et al.(2008)의 방한 중국관광객 만족도 연구에서는 관광지접근성요인이 만족도에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났으며, Kim et al.(2007)의 방한 중국인 관광객의 여행상품 선택속성과 만족도 연구에서는 교통수단의 안전성, 여행사의 안전성, 특색있는 식사 등이 여행상품 선택시 중요한 요인임이 밝혀졌다.

이상의 논의를 종합해보면 고객만족은 기대와 성과간의 긍정적 불일치를 통해 달성이 가능하며, 전반적 만족을 높이기 위해서는 하위속성인 개별 항목에 대한 만족도를 높이는 것이 중요함을 알 수 있다. 또한 Lee(2000)는 고객만족 연구통합모형에서 고객만족의 선행변수로는 기대, 성과, 불일치 등을 제시하고 결과변수로 구전, 재구매 의도 등을 제시하였다. 즉 크루즈관광산업 활성화를 위해서는 크루즈관광객의 만족도를 제고하는 것이 긍정적 구전, 재방문객 증대를 위해 필수불가결한 요소임을 알 수 있다. 이에 본 연구에서는 크루즈관광객의 만족도 제고를 위해 어권별 크루즈관광객의 개별 속성 만족도가 전반적 만족도에 미치는 영향을 분석하여 함의 및 시사점을 제시하고자 한다.

3. 연구방법

3.1 연구모형 및 가설설정

본 연구의 목적은 동북아 크루즈관광시장의 성장에 따라 최근 급증하고 있는 국내기항 크루즈상품 이용자의 관광만족도 분석을 통하여 국내 크루즈 항만도시의 관광경쟁력 제고방안을 마련하는 데 있다. 이를 위해 본 연구에서는 한국관광공사에서 2012년 실시한 '2012년 외래 크루즈 관광객 실태조사'결과를 토대로, 어권별로 크루즈관광객의 개별 항목별 관광만족도가 전반적 관광만족도에 미치는 영향을 분석하기

위해 다음과 같은 인과관계 연구모형을 구성하고 가설을 설정하였다(Fig. 5).

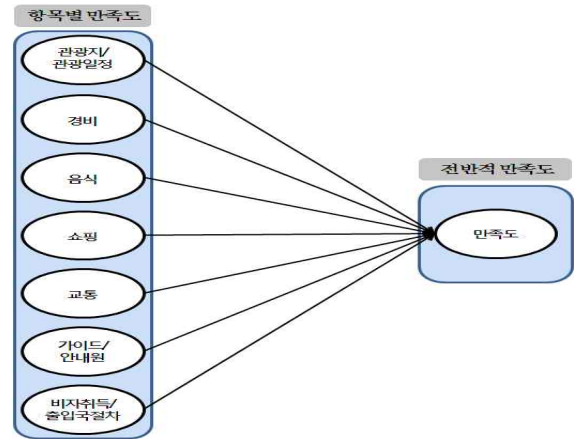


Fig. 5 Conceptual Research Model

H1 중국어권 크루즈관광객의 항목별 만족도는 전반적인 관광만족도에 유의한 영향을 미칠 것이다.

H2 일본어권 크루즈관광객의 항목별 만족도는 전반적인 관광만족도에 유의한 영향을 미칠 것이다.

H3 영어권 크루즈관광객의 항목별 만족도는 전반적인 관광만족도에 유의한 영향을 미칠 것이다.

3.2 분석문항 구성

본 연구는 2차 자료인 '2012년 외래 크루즈 관광객 실태조사(Korea Tourism Organization, 2012)'를 통해 수집된 통계자료를 이용하여 분석하였다. 연구목적 달성을 위해 중국어, 일본어, 영어권 크루즈관광객의 한국기항지에서의 관광경험에 대한 개별항목별 만족도, 전반적 관광만족도, 인구통계학적 문항 등을 주된 분석자료로 활용하였다. 분석문항은 어권별로 구분하여 항목별 만족도는 '관광지/관광일정', '경비', '음식', '쇼핑', '교통(이동편, 이동소요시간)', '가이드/안내원', '비자취득/출입국절차' 등 7개 문항을 5점 등간척도로 측정하였고, 전반적 만족도는 '전반적 관광만족도' 1개 문항을 5점 등간척도로 측정하였다. 인구통계학적 특성은 '성별', '나이', '교육수준', '연간가구소득' 등 4개 문항을 명목척도로 각각 조사하였다(Table 2).

Table 2 Construct Measurement

변수명	구성요소	척도	문항수
항목별 만족도	관광지/관광일정, 경비, 음식, 쇼핑, 교통(이동편, 이동소요시간), 가이드/안내원, 비자취득/출입국절차	등간 (리커트 5점)	7
전반적 만족도	전반적 만족도	등간 (리커트 5점)	1
인구통계학적 특성	성별, 나이, 교육수준, 연간 가구소득	명목	4

3.3 자료수집 및 분석방법

‘2012년 외래 크루즈 관광객 실태조사(Korea Tourism Organization, 2012)’의 모집단은 국내의 대표적인 크루즈 입항지역인 인천항, 부산항, 제주항, 여수항에 2012년 3월부터 10월까지 입항하는 크루즈 관광객으로 정의되어 있다. 이에 본 연구에서는 표본추출을 위해 상기 실태조사의 어권별 전체 표본 2,361명(인천 150명, 부산 794명, 제주 680명, 여수 737명)을 대상으로 결측치와 불성실 답변, 무응답 답변을 제외한 총 1,681명(인천 98명, 부산 602명, 제주 436명, 여수 545명)을 추출하여 최종분석에 활용하였다. 수집된 통계자료의 분석은 SPSS 18.0이 활용되었다. 먼저 전체적인 표본의 특성을 파악하기 위해 빈도분석이 실시되었고 신뢰도 및 타당도 검증은 위해 탐색적 요인분석이 실시되었으며, 가설검증을 위해 다중회귀분석이 실시되었다.

4. 실증분석

4.1 표본의 일반적 특성

중국어권 크루즈 관광객의 성별은 여성(60%)이 남성(37.2%) 보다 높았고 연령대는 20대(24.1%), 30대(20.5%), 40대(18.6%), 50대(18.3%) 순으로 비교적 고르게 분포되었다. 교육수준은 대학교 재학/졸업(60.6%)이 가장 높았고, 소득은 US\$ 7만불 이상(40.0%)이 가장 높았으며, 직업은 경영관리자(18.1%), 은퇴자(16.9%) 순으로 분석되었다.

일본어권 크루즈 관광객의 성별은 여성(66.3%)이 남성(33.1%) 보다 높았고 연령대는 60대(26.6%), 50대(20.3%) 순으로 나타났다. 교육수준은 대학교 재학/졸업(58.2%)이 높았고 소득은 US\$ 4만~7만불 미만 (40.8%)이 가장 높았으며, 직업은 주부(23.6%), 자영업(14.4%) 순으로 나타났다.

영어권 크루즈 관광객의 성별은 남성(59.4%)이 여성(39.8%)보다 높았고 연령대는 70대 이상(25.6%), 60대(25.2%) 순으로 나타났다. 또한, 교육수준은 대학교 재학/졸업(61.7%)이 가장 높았고, 소득은 US\$ 7만불 이상(39.5%)이 가장 높았으며, 직업은 은퇴자(42.5%), 자영업(10.9%) 순으로 분석되었다.

이와 같이 조사된 표본의 일반적인 특성을 해석해보면, 중국어권은 고학력, 고소득 분포로 구성되어 있고, 일본어권은 최근 한류의 영향으로 주부의 방한비율이 높은 것으로 판단되며, 영어권은 타 어권 관광객보다 비교적 고학력, 고연령자가 크루즈관광을 이용하는 것으로 해석된다(Table 3).

Table 3 Demographic attributes of respondents

구분(명)		명(%)		
		중국어	일본어	영어
성별	남성	301(37.2)	200(33.1)	158(59.4)
	여성	486(60.0)	401(66.3)	106(39.8)

직업	무응답	23(2.8)	4(0.7)	2(0.8)
	은퇴자	137(16.9)	28(4.6)	113(42.5)
	경영관리자	147(18.1)	42(6.9)	17(6.4)
	자영업	67(8.3)	87(14.4)	29(10.9)
	주부	24(3.0)	143(23.6)	5(1.9)
	기술자/엔지니어	71(8.8)	32(5.3)	18(6.8)
	서비스/판매 종사자	55(6.8)	55(9.1)	11(4.1)
	전문가(교수, 의사 등)	60(7.4)	26(4.3)	23(8.6)
	학생	55(6.8)	13(2.1)	2(0.8)
	무직	10(1.2)	51(8.4)	2(0.8)
	공장/건설 노동자	10(1.2)	10(1.7)	2(0.8)
	공무원/군인	52(6.4)	40(6.6)	14(5.3)
기타	92(11.4)	65(10.7)	27(10.2)	
소득수준	무응답	30(3.7)	13(2.1)	3(1.1)
	US\$ 4만 미만	235(29.0)	113(18.7)	72(27.1)
	US\$ 4만~7만 미만	209(25.8)	247(40.8)	45(16.9)
연령대	US\$ 7만 이상	324(40.0)	194(32.1)	105(39.5)
	무응답	42(5.2)	51(8.4)	44(16.5)
	20대 이하	195(24.1)	69(11.4)	40(15.0)
	30대	166(20.5)	61(10.1)	38(14.3)
	40대	151(18.6)	81(13.4)	21(7.9)
	50대	148(18.3)	123(20.3)	32(12.0)
교육수준	60대	95(11.7)	161(26.6)	67(25.2)
	70대 이상	55(6.8)	110(18.2)	68(25.6)
	고등학교 이하	189(23.3)	185(30.6)	21(7.9)
	대학 재학/졸업	491(60.6)	352(58.2)	164(61.7)
합계	대학원 이상	74(9.1)	61(10.1)	74(27.8)
	무응답	56(6.9)	7(1.2)	7(2.6)
합계		810(100.0)	605(100.0)	266(100.0)

4.2 타당도 및 신뢰도 분석

본 연구에서 사용된 측정척도의 타당도 및 신뢰도를 검증하기 위하여 탐색적 요인분석과 신뢰도 분석이 실시되었다(Table 4). 분석에 앞서, 본 연구는 2차 자료가 활용되었기 때문에 타당도 및 신뢰도 확보에 다소 한계가 있다. 하지만, 지표의 타당도 및 신뢰도를 다소 극복하기 위하여 항목별 관광만족도라는 개념을 7개의 항목이 제대로 측정되었는지 파악하였다. 분석결과, 요인분석의 적합성을 나타내는 KMO(Kaiser-Meyer-Olkin) 값은 .909로 나타났고, 모형의 적합성 테스트인 Bartlett의 구형성 검정 값은 6646.694($p < .001$, $df = 21$)로 나타나 측정척도가 항목별 관광만족도를 측정하기에 적합한 것으로 분석되었다.

또한, 공통성은 .593~.723이고 총 분산설명력은 63.847%로 나타났으며, 요인적재량은 권장기준인 .50을 모두 상회하는 것으로 나타났다. 요인의 내적 일관성을 나타내는 신뢰도 계수(Cronbach's alpha)는 .905로 권장기준 .70을 상회하고 항목제거 시 신뢰도를 현저하게 감소시키는 항목이 발견되지 않았다. 따라서 본 연구의 타당도 및 신뢰도는 확보되었다.

Table 4 Analysis of validity and reliability

항목별 만족도	요인 적재량	공통성	항목 제거 α	고유치	총분산 설명력	전 체 신뢰도
관광지/관광일정	.814	.663	.889	4.469	63.847	.905
경비	.850	.723	.883			
음식	.771	.595	.894			
쇼핑	.803	.645	.890			
교통	.808	.654	.889			
가이드/안내원	.770	.593	.894			
비자취득/출입국절차	.772	.596	.894			

KMO=.909, Bartlett의 구형성 검정=6646.694(p<.001, df=21)

항목별 만족도와 전반적 관광만족도 간 관련성을 파악하기 위하여 상관관계분석이 실시되었다(Table 5). 분석결과, 상관계수는 .251~.719 사이로 측정되어 권장수준인 .85이내를 모두 만족하였다(Hair et al., 2009). 따라서 각각의 항목별 관광만족도와 전반적 관광만족도는 별개의 개념으로 간주할 수 있다.

Table 5 Correlations Among Constructs by language

구분	Y	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7
중국어	Y	1						
	X1	.414**	1					
	X2	.423**	.670**	1				
	X3	.370**	.571**	.688**	1			
	X4	.386**	.514**	.686**	.622**	1		
	X5	.420**	.539**	.594**	.546**	.571**	1	
	X6	.366**	.439**	.519**	.478**	.534**	.616**	1
	X7	.389**	.471**	.550**	.444**	.489**	.606**	.664**
일본어	Y	1						
	X1	.580**	1					
	X2	.504**	.665**	1				
	X3	.542**	.551**	.588**	1			
	X4	.541**	.602**	.588**	.584**	1		
	X5	.516**	.551**	.531**	.488**	.496**	1	
	X6	.501**	.492**	.457**	.414**	.446**	.570**	1
	X7	.435**	.447**	.491**	.435**	.408**	.484**	.562**
영어	Y	1						
	X1	.354**	1					
	X2	.312**	.719**	1				
	X3	.338**	.417**	.582**	1			
	X4	.251**	.345**	.429**	.636**	1		
	X5	.342**	.335**	.469**	.476**	.386**	1	
	X6	.337**	.554**	.452**	.392**	.347**	.483**	1
	X7	.385**	.516**	.533**	.438**	.381**	.553**	.574**

주1) *p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001,
 주2) Y=:전반적 관광만족도, X1:관광지/관광일정, X2:경비, X3:음식, X4:쇼핑, X5:교통, X6:가이드/안내원, X7:비자취득/출입국절차

4.3 가설검증

1) 중국어권

중국어권 크루즈관광객의 항목별 관광만족도가 전반적 관광만족도에 미치는 영향을 분석한 결과, 회귀모형에 대한 설명력은 25.3%이고, F값은 40.169(p<.0 01)로 유의수준 5% 이내에서 유의한 것으로 분석되었다. 또한, 항목별 관광만족도 중 ‘관광지/관광일정’, ‘비자취득/출입국절차’, ‘교통’, ‘쇼핑’은 전반적 관광만족도와 유의한 영향을 미치는 것으로 분석되었다. 하지만, ‘경비’, ‘음식’, ‘가이드/안내원’은 전반적 만족도에 영향을 미치지 않는 것으로 분석되었다. 따라서, 가설 1은 부분 채택되었다. 독립변수들의 상대적인 중요도를 표준화한 베타 값에서는 관광지/관광일정 만족도가($\beta=.158$)가 전반적 만족도에 가장 강한 영향을 미치고 있는 것으로 분석되었다. 다음으로 비자취득/출입국절차만족도($\beta=.139$), 교통 만족도($\beta=.128$), 쇼핑 만족도($\beta=.102$) 순으로 나타났다(Table 6).

Table 6 Multiple regression analysis results(Chinese)

독립변수	전반적 관광만족도				
	비표준화 계수	표준화 계수	t	공차 한계	VIF
관광지/관광일정	.166	.158	3.659***	.497	2.011
경비	.064	.066	1.239	.330	3.030
음식	.029	.035	.771	.457	2.186
쇼핑	.101	.102	2.243*	.448	2.232
교통	.124	.128	2.865**	.459	2.179
가이드/안내원	.012	.011	.238	.457	2.190
비자취득/출입국절차	.153	.139	3.145**	.473	2.114
모형 요약	$R^2 = .253, F=40.169***$				

*p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001,

2) 일본어권

일본어권 크루즈관광객의 항목별 관광만족도가 전반적 관광만족도에 미치는 영향을 분석한 결과, 회귀모형에 대한 설명력은 46.5%이고, F값은 75.992(p<.0 01)로 유의수준 5% 이내에서 유의한 것으로 분석되었다. 또한, 항목별 만족도 중 ‘관광지/관광일정’, ‘음식’, ‘가이드/안내원’, ‘쇼핑’, ‘교통’은 전반적 관광만족도와 유의한 영향을 미치는 것으로 분석되었다. 하지만, ‘경비’, ‘비자취득/출입국절차’는 전반적 만족도에 영향을 미치지 않는 것으로 분석되었다. 따라서, 가설 2은 부분 채택되었다. 독립변수들의 상대적인 중요도를 표준화한 베타 값에서는 관광지/관광일정 만족도가($\beta=.227$)가 전반적 만족도에 가장 강한 영향을 미치고 있는 것으로 분석되었다. 다음으로 음식 만족도($\beta=.192$), 가이드/안내원 만족도($\beta=.151$), 쇼핑 만족도($\beta=.150$), 교통 만족도($\beta=.115$) 순으로 나타났다(Table 7).

Table 7 Multiple regression analysis results(Japanese)

종속변수 독립변수	전반적 관광만족도				
	비표준화 계수	표준화 계수	t	공차 한계	VIF
관광지/관광일정	.214	.227	5.117***	.448	2.230
경비	-.007	-.007	-.158	.438	2.284
음식	.180	.192	4.720***	.533	1.875
쇼핑	.129	.150	3.602***	.508	1.967
교통	.099	.115	2.822**	.532	1.879
가이드/안내원	.142	.151	3.744***	.545	1.835
비자취득/출입국절차	.049	.051	1.330	.596	1.677
모형 요약	$R^2 = .465$, $F=75.992^{***}$				

*p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001,

3) 영어권

영어권 크루즈관광객의 항목별 관광만족도가 전반적 관광만족도에 미치는 영향을 분석한 결과, 회귀모형에 대한 설명력은 19.5%이고, F값은 10.144(p<.0 01)로 유의수준 5% 이내에서 유의한 것으로 분석되었다. 또한, 항목별 만족도 중 ‘관광지/관광일정’, ‘음식’, ‘비자취득/출입국절차’는 전반적 관광만족도와 유의한 영향을 미치는 것으로 분석되었다. 하지만, ‘경비’, ‘쇼핑’, ‘교통’, ‘가이드/안내원’은 전반적 만족도에 영향을 미치지 않는 것으로 분석되었다. 따라서 가설 3은 부분 채택되었다. 독립변수들의 상대적인 중요도를 표준화한 베타값에서는 관광지/관광일정 만족도($\beta=.180$)가 전반적 만족도에 가장 강한 영향을 미치고 있는 것으로 분석되었다. 다음으로 비자취득/출입국절차 만족도($\beta=.169$), 음식 만족도($\beta=.166$) 순으로 나타났다(Table 8).

Table 8 Multiple regression analysis results(English)

종속변수 독립변수	전반적 관광만족도				
	비표준화 계수	표준화 계수	t	공차 한계	VIF
관광지/관광일정	.159	.180	2.096*	.411	2.435
경비	-.063	-.079	-.869	.370	2.705
음식	.116	.166	2.045*	.459	2.179
쇼핑	-.010	-.013	-.181	.576	1.736
교통	.088	.110	1.539	.592	1.688
가이드/안내원	.048	.062	.830	.549	1.821
비자취득/출입국절차	.126	.169	2.204*	.516	1.937
모형 요약	$R^2 = .195$, $F=10.144^{***}$				

*p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001,

Table 9 Results of hypothesis testing

가설	경로	표준화 계수	t	채택 여부	
가설 1	1-1	관광지/관광일정 만족도 → 전반적 관광만족도	.158	3.650***	채택
	1-2	경비 만족도 → 전반적 관광만족도	.066	1.239	기각
	1-3	음식 만족도 → 전반적 관광만족도	.085	.771	기각
	1-4	쇼핑 만족도 → 전반적 관광만족도	.102	2.243*	채택
	1-5	교통 만족도 → 전반적 관광만족도	.128	2.865**	채택
	1-6	가이드/안내원 만족도 → 전반적 관광만족도	.011	.238	기각
	1-7	비자취득/출입국절차 만족도 → 전반적 관광만족도	.139	3.145**	채택
가설 2	2-1	관광지/관광일정 만족도 → 전반적 관광만족도	.227	5.117***	채택
	2-2	경비 만족도 → 전반적 관광만족도	-.007	-.158	기각
	2-3	음식 만족도 → 전반적 관광만족도	.192	4.720***	채택
	2-4	쇼핑 만족도 → 전반적 관광만족도	.150	3.602***	채택
	2-5	교통 만족도 → 전반적 관광만족도	.115	2.822**	채택
	2-6	가이드/안내원 만족도 → 전반적 관광만족도	.151	3.744***	채택
	2-7	비자취득/출입국절차 만족도 → 전반적 관광만족도	.051	1.330	기각
가설 3	3-1	관광지/관광일정 만족도 → 전반적 관광만족도	.180	2.096*	채택
	3-2	경비 만족도 → 전반적 관광만족도	-.079	-.869	기각
	3-3	음식 만족도 → 전반적 관광만족도	.166	2.045*	채택
	3-4	쇼핑 만족도 → 전반적 관광만족도	-.013	-.181	기각
	3-5	교통 만족도 → 전반적 관광만족도	.110	1.539	기각
	3-6	가이드/안내원 만족도 → 전반적 관광만족도	.062	.830	기각
	3-7	비자취득/출입국절차 만족도 → 전반적 관광만족도	.169	2.204*	채택

*p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001,

5. 결론

우리나라의 크루즈관광산업은 동북아 크루즈 시장의 성장에 따라 향후 지속적인 성장이 예상된다. 이에 국내 크루즈 관광산업 육성정책은 크루즈항만시설 조성, 출입항절차 개선, 편의시설 확충 등 기초 환경개선을 중심으로 추진되어 왔다. 그러나 외래 크루즈관광객의 유치와 더불어 크루즈항만도시의 관광경쟁력 강화를 위해서는 이제는 크루즈관광객 특성에 따른 맞춤형 관광정책의 수립이 요구되는 시점이다. 이에 본 연구에서는 크루즈항만의 관광경쟁력 제고방안을 마련하기 위해 ‘2012년 외래 크루즈 관광객 실태조사(Korea

Tourism Organization, 2012)’를 토대로 국내 기항 크루즈관광객의 특성에 따른 관광만족도를 분석해보았다. 주요 연구 결과는 다음과 같다.

첫째, 중국어권 크루즈관광객의 항목별 관광만족도는 관광지/관광일정, 비자취득/출입국절차, 교통, 쇼핑 순으로 전반적 관광만족도에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 관광지/관광일정이 전체만족도에 영향을 미친 이유는 중국어권 크루즈관광객의 상품구입시 중요 고려요소 조사 결과 상대적으로 기항지 프로그램이 중요한 것으로 나타난 것과 일맥상통하는 결과이다. 또한 비자취득/출입국절차가 높은 이유는 중국어권 크루즈관광객을 대상으로 시행하고 있는 상륙허가제의 시행으로 출입국절차가 간소되었기 때문인 것으로 해석된다. 반면에 경비는 전체만족도에 영향을 미치지 않는 것으로 나타났는데, 이는 크루즈관광 상품가격이 일반 관광상품보다 상대적으로 고가인 관계로 수요의 가격탄력성이 높지 않음에 기인한다.

둘째, 일본어권 크루즈관광객의 항목별 만족도는 관광지/관광일정, 음식, 가이드/안내원, 쇼핑, 교통순으로 전반적 관광만족도에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 음식과 가이드/안내원이 전체만족도에 영향을 미친 이유는 일본어권 크루즈관광객의 주된 방한관심테마가 중국어권, 영어권에 비해 상대적으로 식도락 기행 및 역사유적지 방문에 높은 관심을 보이는 것과 일치하고 있다.

셋째, 영어권 크루즈관광객의 항목별 만족도는 관광지/관광일정, 비자취득/출입국절차, 음식 순으로 3개 속성만이 전반적 관광만족도에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 앞서 중국어권, 일본어권에서와 같이 영어권에서도 관광지/관광일정이 가장 큰 영향을 미치고 있다는 결과는 기항지 선택시 해당 기항지의 특성을 살린 연계 관광프로그램이 가장 중요하다는 것을 말해주고 있다.

마지막으로 중국어, 일어, 영어권별로 전반적 관광만족도에 영향을 미치는 항목별 만족도중에서 공통점을 살펴보면, 관광지/관광일정이 모든 어권에서 가장 큰 영향을 미치고 있었으며, 반대로 경비만족은 모든 어권에서 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다는 점이다. 차이점으로는 중국어권 크루즈관광객에게는 음식이 상대적으로 불만족 요인인 반면 일본인 크루즈관광객에게는 음식만족이 전반적 만족에 관광지/관광일정에 이어 두 번째로 큰 영향을 미치고 있음이 밝혀졌다는 점이다.

본 연구의 결과를 종합해보면 크루즈관광산업의 활성화를 위해서는 기항지 항만도시의 하선율을 높일 수 있는 한국만의 고유한 체험형 관광프로그램 개발이 필요함을 시사하고 있다. 아울러 본 연구는 향후 방한 크루즈관광객 유치증진을 위해서는 어권별로 차별화된 마케팅전략 수립에 유용한 기초 자료를 제공한다는 측면에서 중요한 의미를 지니고 있다.

본 연구의 한계점은 다음과 같다. 첫째 본 연구에서 사용된 2차 자료가 ‘2012년도 외래크루즈관광객 실태조사’에 국한되어 있어 연구결과의 미래예측에 한계가 있다. 둘째, 본 연

구에서 분석대상으로 활용했던 영어권 기초 자료는 중국어권, 일본어권과 달리 단일 국적이 아닌 7개국의 다양한 국적으로 구성되어 있어 연구결과의 일반화에 한계가 있다. 따라서 향후 연구에서는 같은 영어권이라 하더라도 문화와 민족성의 다양성을 고려하여 구주권, 미주권, 아시아권 등과 같이 지역별로 세분화시키는 것이 필요하다고 본다.

참 고 문 헌

- [1] Baek, H.(2010), “A study on Importance-Performance Analysis and Behavioral Intention about Tourist Product of Cruise”, Korea Tourism Research Association, Vol. 24, No. 3, pp. 207-220.
- [2] Chung, B. W. & Chin, Ai Ni(2008), “A Study on the Effect of Tourism Satisfaction on Destination Choice Attributes of Chinese Tourist in Korea”, Journal of Cultural Economics, Vol. 11, No. 2, pp. 47-71.
- [3] Cruise Industry News(2012), Cruise Industry News Annual Report 2012, pp. 12-18.
- [4] Cruise Market Watch(2012), Growth of Worldwide Passengers Carried, www.cruisemarketwatch.com
- [5] Dong-A Ilbo(Mar. 11th, 2013), Busan, the hub port of Northeast Asian Cruise Market.
- [6] Hair, J. F. et al.(2009). Multivariate Data Analysis(7th ed.). Pearson Prentice Hall, pp. 200-201.
- [7] Hong, J. W.(2010), “A study on the improvement way of Korea Cruise industry policy”, Marie Territory 21, Vol. 7, pp. 15-17.
- [8] Jang J. H. et al.(2011), “Status and Futuristic Strategy of Cruise Tourism Industry in Korea”, Journal of Korea Port Economic Association, Vol. 27, No. 4, pp. 109-127.
- [9] Kim, K. G. et al.(2007), “A Study on Chinese Visitors’ Travel product selection attribute and Satisfaction”, Gwangwang Yeongu, Vol. 22, No. 1, pp. 133-153.
- [10] Kim, S. G.(2007), Marine Tourism, Hyeonhaksa Press, pp. 145-147.
- [11] Korea Tourism Organization(2012), Analysis of Inbound Tourism to Korea 2011, pp. 51-78.
- [12] Korea Tourism Organization(2012), Study on Standardization Method of Cruise Statistics, pp. 11-26.
- [13] Korea Tourism Organization(2012), International Cruise Visitor Survey 2012, pp. 73-99.
- [14] Lee, B. K.(2011), “Differences in Satisfaction with the Attributes Related to Tourism Destination and Travel Information and the influences of the Satisfaction with the Attributes on Overall Satisfaction Among

- Disability Types: An Application of Matzler and Sauerwein's Three Factor Satisfaction Model", *Journal of Tourism Sciences*, Vol. 35, No. 5, pp.55-79.
- [15] Lee, Y. J.(2000), "Overall Consideration about Consumer Satisfaction Studies", *Journal of Consumer Studies*, Vol. 11, No. 2, pp.139-166.
- [16] Lee, Y. J. et al(2012), "The Satisfaction of the Japanese Tourist : What are Difference in Terms of Specific Satisfaction between Individual and Package Tour", *East Asian Studies*, Vol. 62, pp. 297-330.
- [17] Maeil Business News Paper(Mar. 8th, 2013), One billion dollar shopping from one cruise ship to Korea.
- [18] Ministry of Culture and Tourism(2012), *International Visitor Survey 2011*, pp. 213-280.
- [19] Ministry of Strategy and Finance(2011), *Strategies for Promoting Marine Tourism and Leisure*, www.mosf.go.kr
- [20] Oliver, Richard L.(1980), "A Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of Satisfaction Decisions", *Journal of Marketing Research*, Vol. 17, pp.460-469.
- [21] Rodriguez del Bosque, I. et al.(2008), "TOURIST SATISFACTION A Cognitive-Affective Model", *Annals of Tourism Research*, Vol. 35, No. 2, pp. 551 - 573.
- [22] Spreng, Richard A. et al.(1996), "A Reexamination o the Determinants of Consumer Satisfaction", *Journal of Marketing*, Vol. 60, pp.15-32.
- [23] UNWTO(2001), *Tourism 2020 Vision*, Vol. 7, UNWTO Press, pp. 17.

원고접수일 : 2013년 04월 03일
심사완료일 : 2013년 04월 22일
원고채택일 : 2013년 04월 22일