
외래 크루즈선 승객의 기항지 만족도

- 부산, 인천, 제주항 입항 크루즈선 승객을 중심으로 -

Foreign Cruise Ship Passengers' Satisfaction with the Korean Port of Calls Focused on the Passengers Visiting Busan, Incheon, and Cheju Ports

곽대영
남서울대학교 관광경영학과

Dae-Young Kwak(dykwak@nsu.ac.kr)

요약

본 연구는 크루즈선 승객의 기항지 만족도에 영향을 미치는 주요요인을 도출하여 기항지 전체만족도와와의 영향관계를 규명하고, 국내 크루즈선 기항지별 만족도차이를 조사하고, 기항지 전체만족도가 재방문, 추천 의사 및 방문국가의 이미지 변화에 미치는 영향을 실증적으로 규명함으로써 외래 크루즈선 관광객 수용태세의 점검에 필요한 시사점을 제공하고자 하였다.

분석결과, 기항지로서 우리나라를 찾은 외래 크루즈선 승객들은 '음식'관련 서비스에서 상대적으로 만족도가 낮은 것으로 나타났다. 또한 기항지별로 주요 만족도 평가요인에 대한 만족도의 차이를 조사한 결과, '대중교통', '관광정보서비스', '쇼핑' 및 '전체만족도'에서 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 한편, 주요 기항지 만족도 평가요인 중 '관광정보서비스'와 '관광명소/매력물' 그리고 '음식'요인은 열거 순으로 크루즈선 승객들의 기항지 전체만족도에 영향을 미치는 것으로 나타났고, 이러한 기항지 전체만족도는 이용객의 재방문, 타인에 대한 추천, 그리고 긍정적인 방향으로의 국가 이미지변화에 영향을 미치는 것으로 조사되었다.

■ 중심어 : 기항지 | 크루즈관광 | 기항지 관광만족 | 음식관련서비스 |

Abstract

The objectives of this study are to analyze the effects of major factors influencing cruise ship passengers' satisfaction with a port of call on overall satisfaction with it and the differences in satisfaction with the domestic port of calls. To achieve these objectives, as a conceptual framework of the study, cruise tourism and tourist satisfaction were reviewed, and the empirical studies on cruise ship passengers' perceptions toward the Korean port of calls were conducted.

According to the findings of this study, the following suggestions were presented to the local governments with the port of calls. The local governments are required to improve the food services provided around the port of call areas, and in addition, in case of Cheju, improvement of tourism information service which is verified as the most significant factor affecting passenger's overall satisfaction with the port of call is needed as well.

■ keyword : Port of Call | Cruise Tourism | Tourist Satisfaction | Food Service |

* 본 연구의 수행에 적극 협조하여 주신 한국관광공사에 감사드립니다.

접수번호 : #090727-002

심사완료일 : 2009년 10월 14일

접수일자 : 2009년 07월 27일

교신저자 : 곽대영, e-mail : dykwak@nsu.ac.kr

I. 서론

매력적인 관광상품이면서 동시에 산업적 측면에서도 거대한 경제적 효과를 지닌 크루즈산업의 성장환경 조성에 따라 당면과제의 조속한 해결과 산업발전을 위한 실질적 방안수립이 요구된다.

크루즈산업은 전 세계적으로 급성장하고 있는 산업 분야 가운데 하나이다. 지난 25년간 세계관광산업의 연평균 성장률은 4.3% 수준이었으나 크루즈 관광객은 이에 두 배에 달하는 연평균 8.1%의 성장률을 보였다[1]. 또한 크루즈전문 연구기관들은 2006년 1,500만명 수준이었던 전 세계 크루즈 관광객의 규모가 2015년에는 2,500만명에 이를 것으로 전망하면서, 특히 이 기간 중에 아시아지역에서의 성장가능성에 주목하고 있다. 아시아지역은 지속적인 경제성장과 관광목적지로서의 매력, 그리고 유리한 지리적 조건 등으로 향후 새로운 크루즈시장으로의 성장가능성이 높게 평가되고 있다[2][3].

크루즈 산업은 자본, 기술, 노동집약적인 고부가가치 산업으로서 그 경제적 효과에 있어서는 전 세계적으로 510억 달러의 경제적 이익과 54만명의 고용창출 효과가 있는 것으로 나타나 국가 및 지역경제의 발전에 기여하는 바 크다고 할 수 있다[2]. 이에 따라 최근 우리나라에서도 크루즈산업에 대한 관심이 커지면서 중앙정부는 지난 2007년 4월 '해양크루즈 산업 활성화 방안'을 발표하였고, 지방자치단체에서는 관련 세미나와 해외 크루즈선박의 유치에 위한 홍보활동을 진행하는 등 활발한 움직임을 보이고 있다. 그러나 전문가들은 아직도 우리나라는 항만시설, 전용터미널, 기항지 주변 수용태세, 관련법규 정비, 재정지원 세제감면 등 크루즈산업의 활성화를 위해 선결해야 할 많은 당면과제를 가지고 있는 미성숙단계임을 지적하고 있다[4][5].

우리나라의 크루즈산업의 활성화를 위해서는 단기적으로는 외국의 국제 크루즈선 유치에 노력을 기울이면서 장기적으로는 국적 크루즈선사의 육성을 위한 기반을 마련해야 한다. 이를 위해서 먼저, 국제 크루즈선 기항지로서 외래 관광객 수용태세에 대한 세밀한 점검의 필요성이 요구된다.

이러한 측면에서 본 연구는 국제 크루즈선 승객의 기항지 만족도에 영향을 미치는 주요요인들을 도출하여 기항지 전체만족도와와의 영향관계를 규명하고, 국내 크루즈선 기항지별 만족도차이를 조사하고, 기항지 전체만족도가 재방문, 추천의사 및 방문국가의 이미지 변화에 미치는 영향을 조사하여 시사점을 제공하고자 한다. 이를 위한 연구방법으로 문헌연구를 통해 크루즈관광, 관광객의 만족도를 조사하고, 표본조사법을 통하여 외래 크루즈선 승객의 의견을 수집, 통계적 분석을 실시하고자 한다.

II. 연구의 이론적 배경

1. 크루즈 관광

크루즈 관광이란 '다수의 매력적인 항구를 방문하는 해안항해', '숙박, 음식, 위락 등 관광객을 위한 시설을 갖추고 고품질의 관광 상품을 제공하면서 수려한 관광지를 순항하는 순수 관광목적의 선박여행', '출발항으로 되돌아오는 운송이 아닌 위락형태의 여행' 등으로 정의된다[6-8].

크루즈 관광의 특성은 운항목적에 승객이나 화물 등의 수송이 아닌 관광이며, 운항기간은 정기적이거나 운항형태는 비정기적인 것이 더 많고, 운항지역은 관광자원이 있는 지역이며, 선박 내에서는 관광객을 위한 각종 오락 및 편의시설을 갖추고 호화로운 서비스를 제공하며, 선박의 규모는 대형급 이상이 일반적이다[9].

크루즈 관광의 유형은 공간적 범위에 의한 분류와 주제에 의한 분류 등 크게 두 가지로 구분된다. 공간적 범위에 의한 분류는 항구와의 연계성에 따른 것으로서 그 종류로는 항구 내 일주형과 항구 내 정박형 등의 '항구 내 크루즈 관광'과 연안형 및 국제 항구 간의 이동형과 같은 '항구 간 크루즈 관광'이 있다. 주제에 의한 분류는 네 가지 형태로 구분이 되는데, 주로 해양 관광자원을 대상으로 하는 '해안형 크루즈 관광', 라인강, 세느강 등의 하천을 대상으로 하는 '하천형 크루즈 관광', 오락이나 관광보다는 특정 주제를 탐구하는 목적의 '주제 탐험 크루즈 관광', 그리고 돛단배, 쾌속선 등의 범선을 이

용한 '범선 크루즈 관광' 등이 그것이다[10].

크루즈 항구는 그 특징에 따라 출항항, 기항항, 그리고 다목적항 등 세 가지로 나눌 수 있는데, 출항항은 승객 및 수하물 서비스 시설과 더불어 도크, 출입국, 선적, 쇼핑, 교통 및 탑승객을 위한 위탁시설 등을 갖추고 있다. 기항항은 승객들의 기항지 관광을 위해 약 10여 시간의 서비스를 제공하는 항만시설로서 크루즈선의 지속적인 항해에 필요한 물품을 제공하는 역할을 하는데, 일반적으로 역사, 문화적인 장소로서 좋은 기후와 편리한 교통시설 등이 요구된다. 다목적항은 출항항과 기항항의 혼합 형태로서 크루즈 선박의 출항 또는 기항항의 서비스를 모두 제공한다[11].

2. 관광객의 만족도

만족이란 기대에 대한 충족이라 할 수 있는데, Swan과 Mercer(1981)는 만족을 '사전에 기대한 수준과 실제 경험한 결과와의 비교를 통한 감정 또는 심리의 표현'이라 정의하였다. 즉, 만족은 그 정도에 있어 개인에 따라 차이가 있을 수 있는 주관적인 것으로서 기대정도와 결과의 차이에 대한 심리상태라고 할 수 있다[12].

관광객의 만족은 관광객이 관광활동 및 경험에 대해 가지고 있는 기대와 실제로 얻은 성과간의 차이라 할 수 있는데, Abraham등(1978)은 관광객의 만족을 '관광객의 관광목적지에 대한 사전기대와 실제 경험사이의 상호작용에 의한 결과'로, Swan과 Linda (1976)는 '관광객이 기대했던 관광지와 방문성취에 있어서 방문에 소요된 투자비용과 편익을 비교한 결과'라고 정의한 바 있다[13][14]. 환언하면 관광객의 만족은 관광상품 제공자가 얼마나 관광객의 기대에 부합하는 상품을 제공하였는가에 대한 결과라고 할 수 있다. 이는 곧 제품에 대한 불만족이 소비자의 이탈을 야기하듯 관광객의 불만족 또한 관광객 감소로 이어질 수 있다는 것을 의미하는 것으로서, 관광상품 제공자는 관광객의 불만요인을 파악하고 이에 대한 적극적인 관리가 필요함을 시사한다.

이러한 측면에서 관광객의 만족도에 관한 연구는 오래전부터 수행되어 오고 있다. Moscardo와 Pearce(1996)는 관광목적지의 대한 타인에 추천의사, 재방문의사, 및 즐거웠던 정도 등의 변수를 가지고 관광객의

만족도를 측정하였고, Akama와 Kieti(2003)는 케냐 국립공원 방문객을 대상으로 한 관광객의 만족도 조사결과에서 관광객들은 관광상품인 국립공원에 대해서는 만족하지만 기타요인들에서 불만족하고 있어 관광상품 이외의 요인들이 관광객의 만족도에 영향을 미치고 있음을 확인하였다[15][16].

또한 이수범 등(2007)은 한류관광 상품을 구매한 방문객인 관광객을 대상으로 한 연구에서 관광만족도에 가장 큰 영향을 미치는 요인은 한류관련요인이며 다음으로 도시매력요인과 쇼핑요인 등이 영향을 미치는 요인임을 확인하였고, 정규업과 김한선(2009)은 서울을 방문한 외래 관광객을 대상으로 관광만족도에 영향을 미치는 요인을 조사한 결과, 오락 및 장소, 편의시설, 인프라, 자연현상 등 관광요소와 도시의 이미지 요인이 관광 만족도에 영향을 미치는 것을 확인하였다[17][18].

한편, 크루즈 관광이 중요한 관광산업의 한 분야로 자리를 잡게 되면서 크루즈 관광의 만족도에 대한 연구도 수행되고 있다. Victor와 Denis(1998)는 북미 크루즈 승객들을 대상으로 기항지, 기항지 관광, 객실서비스, 식당서비스, 선박의 청결수준, 승무원, 오락, 바 서비스, 음식의질, 안내데스크 등의 주요상품요소를 가지고 크루즈 관광에 대한 만족도를 조사하였다. 조사결과, 승객들은 객실서비스에 대해 가장 만족도가 높은 것으로 나타났다으며, 또한 재이용의사와 타인에 대한 추천의사에 대해서는 85%가 긍정적으로 답변 한 것으로 조사되었다[19].

김도영(2006)은 크루즈 관광경험이 있는 여행사의 고객들을 대상으로 크루즈여행 만족도, 재참여의사, 타인에 대한 권유의사에 영향을 주는 속성들을 조사하였다. 조사결과, 기항지관광 매력도, 기항지의 자연 및 문화접촉 등의 '크루즈 경로 및 상품속성', 객실서비스, 친절성, 고객서비스 등의 '크루즈관광의 서비스', 그리고 쇼핑시설, 카지노시설, 레크레이션 시설 등의 '크루즈 여행문화속성' 모두가 크루즈 여행 만족도와 재참여의사, 타인에 대한 권유의사에 영향을 미치는 것으로 조사되었다[20].

III. 연구방법

1. 자료의 수집과 분석

본 연구에서는 2009년 3월부터 4월 사이 부산, 인천, 제주항에 입항한 외래 크루즈선(부산 Princess Cruise 호, 인천 Balmoral호, 제주 Volendam호)의 승객들을 조사대상으로 하였다. 표본의 추출은 편의표본추출법을 사용하였으며, 조사방법은 응답자가 설문항목에 직접 답변하는 자기기입 방식의 설문지법을 이용하였다. 자료의 수집은 조사목적과 항목, 응답방법 및 수거요령 등이 잘 교육된 조사자들이 조사대상지역을 직접 방문하여 조사를 실시함으로 이루어졌다. 상가지역 입항 크루즈선의 승객들을 대상으로 총 1,040부(부산 400, 제주 300, 인천 340)의 설문지가 배포되어 951부(부산 367, 제주 266, 인천 340)가 회수되었고, 이중 유효한 설문지 881부(부산 355, 제주 226, 인천 300)를 분석에 이용하였다. 자료의 분석은 SPSS 14.0 통계 패키지를 이용하였으며, 가설의 검증을 위한 분석방법으로는 기술분석, 일원분산분석 및 회귀분석이 이용되었다.

2. 가설설정

본 연구에서는 부산, 인천, 제주항에 입항한 외래 크루즈선 승객을 대상으로 해당 지역에 대한 기항지로서의 만족도를 조사하고자 다음과 같은 가설을 설정하였다.

[가설 1] 주요 만족도 평가요인들은 기항지 전체만족도에 영향을 미칠 것이다.

- 1-1. 기항지 입국심사는 기항지 전체만족도에 영향을 미칠 것이다.
- 1-2. 기항지 대중교통은 기항지 전체만족도에 영향을 미칠 것이다.
- 1-3. 기항지 음식만족도는 기항지 전체만족도에 영향을 미칠 것이다.
- 1-4. 기항지 쇼핑만족도는 기항지 전체만족도에 영향을 미칠 것이다.
- 1-5. 기항지 관광명소 및 매력물에 대한 만족도는 기항지 전체만족도에 영향을 미칠 것이다.
- 1-6. 기항지 관광정보 서비스는 기항지 전체만족도

에 영향을 미칠 것이다.

[가설 2] 주요 만족도 평가요인에 대한 만족도와 기항지 전체의 만족도는 기항지별로 차이가 있을 것이다.

- 2-1. 입국심사 만족도는 기항지별로 차이가 있을 것이다.
- 2-2. 대중교통 만족도는 기항지별로 차이가 있을 것이다.
- 2-3. 음식만족도는 기항지별로 차이가 있을 것이다.
- 2-4. 쇼핑만족도는 기항지별로 차이가 있을 것이다.
- 2-5. 관광명소 및 매력물에 대한 만족도는 기항지별로 차이가 있을 것이다.
- 2-6. 관광정보 서비스에 대한 만족도는 기항지별로 차이가 있을 것이다.
- 2-7. 기항지에 대한 전체만족도는 기항지별로 차이가 있을 것이다.

[가설 3] 기항지에 대한 만족도는 재방문의사, 타인에 대한 방문추천의사 및 긍정적 방향으로의 이미지 변화에 영향을 미칠 것이다.

- 3-1. 기항지에 대한 만족도는 재방문의사에 영향을 미칠 것이다.
- 3-2. 기항지에 대한 만족도는 타인에 대한 방문추천의사에 영향을 미칠 것이다.
- 3-3. 기항지에 대한 만족도는 기항 국가에 대한 긍정적 방향으로의 이미지 변화에 영향을 미칠 것이다.

IV. 실증분석

1. 표본의 일반적인 특성

본 연구표본의 인구통계학적 특성으로는 여성(53.5%)이 남성보다 더 많았으며, 연령은 60대(47.6%)가 가장 많았고, 학력은 고졸(44.6%)이, 연간수입은 7만원 이상(23.1%)이, 국적은 호주(37.8%)가, 직업은 퇴직자(72.4%)가 전체에서 가장 큰 비중을 차지했다([표 1] 참조).

표 1. 표본의 인구통계적 특성

구분		빈도 (명)	비율 (%)	구분		빈도 (명)	비율 (%)
성별	남자	391	46.5	학력	고졸	354	44.6
	여자	450	53.5		대졸	281	35.4
연령	20대	10	1.3	연간 수입	3만불 미만	138	21.6
	30대	25	3.3		3만 - 4만불	56	8.8
	40대	14	1.8		4만 - 5만불	132	20.6
	50대	77	10.1		5만 - 6만불	67	10.5
	60대	363	47.6		6만 - 7만불	99	15.5
	70대	274	35.9		7만불 이상	148	23.1
국적	호주	305	37.8	직업	퇴직자	590	72.4
	영국	252	31.2		자영업자	51	6.3
	미국	72	8.9		전문직	50	6.1
	캐나다	40	5.0		주부	23	2.8
	네덜란드	39	4.8		사무/기술직	22	2.7
	이태리	34	4.2		공무원/군인	17	2.1
	뉴질랜드	26	3.2		기업의 임원	16	2.0
	남아프리카	7	.9		판매/서비스직	8	1.0
	인도	5	.6		학생	4	.5
	스페인	5	.6		실직자	4	.5
	홍콩	3	.4		공정/건설노동자	3	.4
	독일	3	.4		기타	27	3.3
	기타	16	1.8				

*무응답자는 표기하지 않았으며, 비율은 유효비율임.

2. 설문문항

본 연구의 설문문항은 선행연구에서 검토된 이론적 근거를 바탕으로 기항지 만족도에 관한 7개 문항, 기항지 이미지에 관한 3개 문항, 그리고 응답자의 인구통계적 특성에 관한 6개 문항 등 총 3개 부문 16개 문항으로 구성되었다[표 2] 참조[17-24].

표 2. 설문문항의 구성

조사 내용	측정 변수	이론적 근거	문항
I. 기항지 만족도	입국심사, 대중교통, 음식, 쇼핑, 관광명소/매력물, 관광정보서비스, 전체만족도	Teye & Leclerc(1998), 이수범·이은용·송영은(2007), 정규염·김한선(2009), 여호근(2005),	7
II. 기항지 이미지	재방문의사, 추천의사, 긍정적인 이미지변화	Bigne, Sanchez & Sanchez(2001), Chi & Qu(2008), 여호근(2005), 김도영(2006) 이수범·이은용·송영은(2007), 이준혁(2008)	3

3. 가설검증

[가설 1]은 주요 만족도 평가요인들의 기항지 전체만

족도에 대한 영향여부 및 그 정도를 조사하기 위한 가설이며, 이에 대한 분석을 위해 다중회귀분석을 실시하였다([표 3] 참조).

표 3. 주요 만족도 평가요인의 기항지 전체만족도에 대한 영향분석

	비표준화 계수	표준화 계수	t값	유의 확률	공차 한계
상수	2.288		8.743	.000	
입국심사	-.052	-.051	-.915	.361	.717
대중교통	.066	.076	1.298	.195	.951
음식	.093	.116	1.989	.048*	.754
쇼핑	.078	.098	1.703	.090	.901
관광명소/매력물	.152	.178	2.890	.004**	.856
관광정보서비스	.201	.251	4.584	.000**	.726

R² = .258 Adjusted R² = .233 F = 19.210 유의확률 = .000

*p < 0.05 **p < 0.01

분석결과, 회귀식의 설명력 R²은 0.258로 주요 만족도 평가요인이 기항지 전체 만족도에 미치는 영향력을 25.8% 설명하는 것으로 나타났다. 이는 본 연구에서 정의한 주요 만족도 평가요인들 외에도 다른 다양한 요인들이 기항지 전체만족도에 영향을 미치고 있기 때문인 것으로 추측된다. R²의 변화량에 대한 F변화량 값은 19.210이며 이때 유의확률 F변화량 값이 0.000으로 유의수준 0.05에서 R²변화량에 대한 통계적인 유의성이 존재한다고 볼 수 있다. 또한 공선성통계량의 허용오차는 모두 0.717이상이므로 독립변수들 간의 다중 공선성은 문제가 되지 않는 수준으로 조사되었다. 기항지 전체만족도에 유의한 영향을 미치는 요인과 그 정도는 '관광정보서비스'(0.251), '관광명소/매력물'(0.178), '음식'(0.116)의 순으로 나타나 관광정보서비스 요인이 기항지 전체만족도에 가장 큰 영향을 미치는 것으로 조사되었다.

[가설 2]는 기항지별 주요 만족도 평가요인에 대한 만족도 및 전체 만족도의 차이를 조사하기 위한 가설이며 이에 대한 분석을 위해 One way ANOVA를 실시하였다([표 4] 참조).

표 4. 기항지별 주요 만족도 평가요인에 대한 만족도 및 전체 만족도차이

		평균	표준편차	F값 (유의확률)	Scheffe
입국심사	인천	4.56	.587	.694 (.500)	-
	부산	4.60	.579		
	제주	4.54	.689		
대중교통	인천	4.48	.672	6.081 (.002**)	부산)제주
	부산	4.50	.660		
	제주	4.25	.974		
음식	인천	3.95	.823	.246 (.782)	-
	부산	3.90	.772		
	제주	3.95	.866		
쇼핑	인천	4.00	.794	5.155 (.006**)	부산)제주
	부산	4.15	.834		
	제주	3.89	.920		
관광명소 매력물	인천	4.15	.675	.463 (.630)	-
	부산	4.21	.782		
	제주	4.18	.800		
관광정보 서비스	인천	4.56	.677	33.757 (.000**)	인천) 제주,부산
	부산	4.35	.878		
	제주	3.87	1.062		
전체 만족도	인천	4.62	.572	13.027 (.000**)	인천)제주
	부산	4.52	.653		
	제주	4.31	.813		

*p <0.05 **p <0.01

분석결과, 유의수준 0.01내에서 '대중교통', '쇼핑', '관광정보서비스' 및 '전체만족도' 항목이 집단 간 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났는데, 그 세부 내용을 보면 '대중교통'과 '쇼핑'은 부산, 인천, 제주 순으로, '관광정보서비스'는 인천, 부산, 제주 순으로, 그리고 '전체 만족도'에서는 인천, 부산, 제주 순으로 만족도가 높은 것으로 조사되었다.

한편, 주요 만족도 평가요인에 대한 기항지별 만족도 순위에서는 '입국심사' 항목이 3개 지역모두에서 가장 높은 만족도를 나타냈고, 반면 인천과 부산에서 '음식'이, 제주에서는 '관광정보서비스'가 가장 낮은 만족도를 보였다([표 5] 참조).

표 5. 기항지별 주요 만족도 평가요인에 대한 만족도 순위

		인천		부산		제주		
순위	항목	평균	순위	항목	평균	순위	항목	평균
1	입국심사	4.56	1	입국심사	4.60	1	입국심사	4.54
2	관광정보 서비스	4.56	2	대중교통	4.50	2	대중교통	4.25
3	대중교통	4.48	3	관광정보 서비스	4.35	3	관광명소 매력물	4.18
4	관광명소 매력물	4.15	4	관광명소 매력물	4.21	4	음식	3.95
5	쇼핑	4.00	5	쇼핑	4.15	5	쇼핑	3.89
6	음식	3.95	6	음식	3.90	6	관광정보 서비스	3.87
전체 만족도		4.62	전체 만족도		4.52	전체 만족도		4.31

[가설 3]은 기항지에 대한 전체만족도가 재방문의사, 타인에 대한 방문추천의사 및 기항지에 대한 긍정적 방향으로의 이미지 변화에 미치는 영향을 조사하기 위한 가설이며 이에 대한 분석을 위해 단순회귀분석을 실시하였다. [표 6]은 기항지에 대한 전체만족도가 재방문의사에 미치는 영향에 대한 회귀분석 결과이다. 회귀식의 설명력 R²은 0.066으로 전체만족도가 한국에 대한 재방문의사에 미치는 영향력을 6.6% 설명하는 것으로 나타났다.

표 6. 전체 만족도가 재방문의사에 미치는 영향

	비표준화 계수	표준화 계수	t값	유의확률
상수	4.485		19.138	.000
전체 만족도	-.388	.257	-7.538	.000**
R ² = .066 Adjusted R ² = .041 F = 56.820 유의확률 = .000				

*p <0.05 **p <0.01

R²의 변화량에 대한 F변화량 값은 19.210이며 이때 유의확률 F변화량 값이 0.000으로 유의수준 0.05에서 R²변화량에 대한 통계적인 유의성이 존재한다고 볼 수 있다.

[표 7]은 기항지에 대한 전체만족도가 타인에 대한 한국방문 추천의사에 미치는 영향에 대한 회귀분석 결과이다. 회귀식의 설명력 R²은 0.171로 전체만족도가 한국에 대한 재방문의사에 미치는 영향력을 17.1% 설명하는 것으로 나타났다. R²의 변화량에 대한 F변화량

값은 165.318이며 이때 유의확률 F변화량 값이 0.000으로 유의수준 0.05에서 R²변화량에 대한 통계적인 유의성이 존재한다고 볼 수 있다.

표 7. 전체 만족도가 타인에 대한 한국방문 추천의사에 미치는 영향

	비표준화 계수	표준화 계수	t값	유의확률
상수	3.825		24.360	.000
전체 만족도	-.443	-.414	-12.858	.000**

R² = .171 Adjusted R² = .120 F = 165.318 유의확률 = .000

*p <0.05 **p <0.01

[표 8]은 기항지에 대한 전체만족도가 한국에 대한 긍정적 방향으로의 이미지 변화에 미치는 영향에 대한 회귀분석 결과이다. 회귀식의 설명력 R²는 0.149로 전체만족도가 한국에 대한 재방문의사에 미치는 영향력을 14.9% 설명하는 것으로 나타났다. R²의 변화량에 대한 F변화량 값은 130.465이며 이때 유의확률 F변화량 값이 0.000으로 유의수준 0.05에서 R²변화량에 대한 통계적인 유의성이 존재한다고 볼 수 있다.

표 8. 전체 만족도가 한국에 대한 긍정적 방향으로의 이미지 변화에 미치는 영향

	비표준화 계수	표준화 계수	t값	유의확률
상수	3.556		22.471	.000
전체 만족도	-.396	-.386	-11.422	.000**

R² = .149 Adjusted R² = .115 F = 130.465 유의확률 = .000

*p <0.05 **p <0.01

[가설 3]의 검정을 위한 회귀분석 결과에서 설명력이 비교적 높지 않게 나타나는 것은 기항지에 대한 전체만족도 이외에 다른 다양한 요인들이 종속변수들에 영향을 미치고 있기 때문인 것으로 추정된다.

IV. 결론 및 시사점

본 연구에서는 크루즈선 승객의 기항지 만족도에 영향을 미치는 주요요인을 도출하여 기항지 전체만족도와 의 영향관계를 규명하고, 국내 크루즈선 기항지별

만족도차이를 조사하고, 기항지 전체만족도가 재방문, 추천의사 및 방문국가의 이미지 변화에 미치는 영향을 실증적으로 규명함으로써 외래 크루즈선 관광객 수용태세의 점검에 필요한 시사점을 제공하고자 하였다.

분석결과, 기항지로서 우리나라를 찾은 외래 크루즈선 승객들은 ‘입국심사’, ‘대중교통’, ‘관광정보서비스’, ‘관광명소/매력물’, ‘쇼핑’등에서는 대체로 만족하였으나 ‘음식’에서는 상대적으로 만족도가 낮았던 것으로 나타났다. 또한, 부산, 제주, 인천 등 기항지별로 주요만족도 평가요인에 대한 만족도의 차이를 조사한 결과, ‘대중교통’은 부산, 인천, 제주 순으로, ‘관광정보서비스’는 인천, 부산, 제주 순으로, 그리고 ‘쇼핑’은 부산, 인천, 제주의 순으로 나타나면서 만족도에 있어 유의한 차이가 있었고, 전체 만족도에서는 인천, 부산, 제주 순을 보이며 만족도에 유의한 차이가 있었다. 특히, 제주의 경우 ‘관광정보서비스’와 ‘쇼핑’에 대한 만족도가 전체 평균인 ‘만족’수준에 미치지 못한 것으로 조사되었는데, 이는 결국 부산과 인천지역의 경우 크루즈 이용객들이 ‘음식’에 대한 ‘만족’도가 낮았던 반면, 제주지역에서는 ‘음식’외에 ‘관광정보서비스’와 ‘쇼핑’에서도 만족도가 상대적으로 낮았음을 의미하는 것이다.

한편, 주요 기항지 만족도 평가요인 중 ‘관광정보서비스’와 ‘관광명소/매력물’ 그리고 ‘음식’요인은 열거순서대로 크루즈 이용객들의 기항지 전체만족도에 영향을 미치는 요인으로 나타났고, 이러한 기항지 전체만족도는 이용객의 재방문, 타인에 대한 추천, 그리고 긍정적인 방향으로의 국가 이미지변화에 영향을 미치는 것으로 조사되었다.

이러한 연구결과가 시사하는 바는 다음과 같다. 부산, 인천, 제주 등 국내 크루즈선 기항지들은 이용객들의 전체만족도에 부정적인 영향을 미치고 있는 ‘음식’관련 서비스의 개선을 위한 노력이 요구된다, 특히 제주의 경우는 ‘음식’관련 서비스이외에 ‘관광정보서비스’의 개선에도 노력이 필요한데, ‘관광정보서비스’는 이용객들의 전체만족도에 가장 큰 영향을 미치는 요인으로 확인된 바, 이에 대한 대책마련이 필요한 것으로 사료된다. 관광지 ‘음식’관련 서비스의 제고를 위해서는 지방정부의 지속적인 계도와 관리를 통해 지역 전체의 음식점의

수준향상을 추진하는 것이 근본적인 해결방안이나, 우선, 합리적인 가격과 다양한 메뉴 및 청결한 위생수준을 갖춘 모범업소들을 많이 발굴하여 이를 관광안내 등의 책자를 통해 관광객들에게 안내하는 방법도 좋은 대안이 될 수 있을 것으로 판단된다.

본 연구의 한계점으로는 크루즈 분야에 대한 국내의 연구가 아직까지 활발하지 않은 까닭에 측정도구의 개발에 있어, 비록 국내의 실정에 적합하도록 조정과정을 거쳤음에도 다소 미흡한 면이 있지는 않았는가에 대한 아쉬움, 그리고 외국인들을 대상으로 한 조사과정에서 소통상의 문제로 인해 혹 연구결과에 유익하지 않은 영향을 주었는지에 대한 우려가 남는다. 향후에는 이러한 부분을 보완하여 보다 심도 있는 연구를 수행할 필요가 있음으로 사료된다.

참고 문헌

- [1] 해양한국, *크루즈관광, 이제부터 시작이다*, 2007.
- [2] 해양수산부, *해양수산부 크루즈 자료*, 2007.
- [3] 황진희, “우리나라 해양크루즈 산업 육성방안에 관한연구: 인천지역을 중심으로”, *월간해양수산*, 제291권, pp.24-47, 2008.
- [4] 해양한국, *대중에 한발 더 가까워진 크루즈관광*, 2005.
- [5] 김경희, “한국 크루즈 산업의 발전방안에 관한 연구”, *호텔경영학연구*, 제17권, 제1호, pp.199-216, 2008.
- [6] L. Kendall, *The Business of Shipping*, 1986.
- [7] 한국관광연구원, *한중일 연계 크루즈 관광사업 추진방안*, 1999.
- [8] hal. Gold, *The Cruise Book, New York: Delmar Publisher Inc.*, 1990.
- [9] 한국관광공사, *해안관광유람선 운항 타당성 분석*, 1987.
- [10] 박중환, 여호근, “부산항 크루즈 관광 활성화 방안에 관한 실증적 연구: TEZROC호를 중심으로”, *관광·레저연구*, 제10권, 제2호, pp. 31-48, 1998.
- [11] 하인수, 이애주, “국내 크루즈 항만인프라 개발 방향에 관한 실증적 연구”, *호텔경영학연구*, 제11권, 제2호, pp.21-20, 2002.
- [12] J. E. Swan, and A. A. Mercer, *Customer Satisfaction as a Function of Equity and Disconfirmation*, 1981.
- [13] P. Abraham, Y. Neumann and A. Reichel, “Demension of Tourist Satisfaction with a Destination Area”, *Anal of Tourism Research*, Vol.5, No.3, pp.314-322, 1978.
- [14] J. E. Swan, and J. C. Linda, “Product Performance and Consumer Satisfaction: A New Concept” *Journal of Marketing*, 1976.
- [15] G. M. Moscardo, and P. L. Pearce, “Historic Theme Park: A Australia Experience in Authenticity” *Anal of Travel Research*, Vol.22, No.1, pp.67-85, 1996.
- [16] J. S. Akama, and D. M. Kieti, “Measuring Tourist Satisfaction with Kenya’s Wildlife Safari: A Case Study of Tsavo West National Park”, *Tourism Management*, Vol.24, pp.73-81, 2003.
- [17] 이수범, 이은용, 송영은, “방한 외국인 관광객의 한류관광상품 만족도에 관한 연구”, *호텔경영학연구*, 제16권, 제5호, pp.257-271, 2007.
- [18] 정규엽, 김한선, “외래관광객의 만족도에 영향을 미치는 서울의 도시관광요소와 도시이미지”, *호텔경영학연구*, 제18권, 제2호, pp.201-219, 2009.
- [19] Victor B. Teye and Denis Leclerc. “Product and service delivery satisfaction among north American cruise passengers”, *Tourism Management*, Vol.19, No.2, 1998.
- [20] 김도영, “크루즈여행 선택속성에 기초한 마케팅 전략에 관한연구” *Tourism Research*, 제22호, pp.27-47, 2006
- [21] 여호근, “지역관광정책 이해수준 평가연구: 부산 방문 한중일 관광객의 만족도 비교를 중심으로”, *한국관광레저학회*, 제17권, 제2호, pp.287-303,

2005.

- [22] J. E. Bigne, M. I. Sanchez, and J. Sanchez, "Tourism image, evaluation variables and after purchase behavior: inter relationship", *Tourism Management*, Vol.22, No.6, pp.607-616, 2001.
- [23] C. G. Q. Chi, and H. Qu, "Examining the structural relationships of destination image, tourist satisfaction and destination loyalty: An integrated approach", *Tourism Management*, Vol.29, No.4, pp.624-639, 2008.
- [24] 이준혁, "관광이미지 만족도, 재방문의도, 추천의도에 미치는 영향: 부산 관광이미지에 대한 외래관광객의 평가를 중심으로", *호텔관광연구*, 제10권, 제4호, pp.183-198, 2008.

저자 소개

곽대영(Dae-Young Kwak)

정회원



- 2002년 8월 : 세종대학교 관광경영학과(경영학석사)
- 2006년 2월 : 한양대학교 관광학과(관광학박사)
- 2008년 9월 ~ 현재 : 남서울대학교 관광경영학과 전임교수

<관심분야> : 여행, 항공, 인력개발, 관광정보