

크루즈 기항지의 서비스가 크루즈 관광객의 여행만족과 충성도에 미치는 영향

The Effects of Services at a Cruise Ship Port on Cruise Tourists' Satisfaction and Loyalty

정승훈*, 양성수**

제주발전연구원*, 제주특별자치도**

Seung-Hoon Chung(kyunhoo@jdi.re.kr)*, Sung-Soo Yang(zenke@hanmail.net)**

요약

크루즈 관광산업은 부가가치를 창출하는 융복합 산업으로 지역산업에 미치는 파급효과가 크다. 이러한 관점에서 기항지가 제공하는 서비스들이 관광만족에 미치는 영향은 매우 중요하다고 볼 수 있다. 따라서 본 연구는 크루즈 기항지인 제주도를 방문한 크루즈 방문객 대상으로 기항지 서비스 요인을 파악하고 관광만족에 영향을 미치는지 살펴보는 데 있다. 이를 위해 크루즈 관광 서비스 등 문헌조사를 통해 기항지 서비스 유형을 조사하였고, 구조화된 설문지를 구성하여 유효표본 357부를 확보하였다.

실증분석결과 첫째, 기항지 인프라 서비스, 기항여행 서비스, 기항선택속성 등 기항지 서비스 유형을 도출하였다. 둘째, 기항지 서비스는 부분적으로 관광만족에 유의한 영향을 미쳤다. 셋째, 기항지 서비스는 부분적으로 충성도에 유의한 영향을 미쳤다. 이는 기항여행 서비스와 기항지 선택속성이 관광만족에 중요함을 의미한다. 이러한 연구결과는 향후 크루즈 기항지 마케터들이 기항지 서비스 구성 및 제공시 기초자료로 활용될 수 있을 것으로 기대된다.

■ 중심어 : | 크루즈 관광 | 기항지 서비스 | 여행만족 | 충성도 |

Abstract

It has been known that cruise tourism adds value in the local industry and its impacts on regional economy are tremendous. From this point of view, identifying services provided by a cruise ship port, cruise tourists' satisfaction, and their behavioral intentions are significant issues at cruise destinations. The main purpose of this study was to identify significant service factors at the cruise ship port that have an influence on cruise tourists' satisfaction and loyalty in Jeju Island. To achieve the study purpose, a structured survey questionnaire was developed on the basis of reviewing related literatures. The survey was conducted through personal interviews at the Jeju Cruise Ship Port. In total, 386 useable samples were collected during the period from September 11 to October 29, 2012. According to the factor analysis using 15 attributes related to services at a cruise ship port, three service factors were extracted: (1) infra-services, (2) shore excursion services, and (3) attributes affecting the selection of shore excursions. Regression analyses indicated that two service factors(shore excursion services and attributes affecting the selection of shore excursions) significantly influence cruise tourists' satisfaction and loyalty. Findings in this study may be insightful and useful information to marketers or managers at cruise ship ports.

■ keyword : | Cruise Tourism | Services at a Cruise Ship Port | Satisfaction | Loyalty |

* 본 연구는 2012년에 제주특별자치도·제주관광공사·제주발전연구원에서 수행한 「외국인 크루즈 관광객 만족도 조사」 연구보고서의 데이터를 활용하여 작성한 것입니다.

접수일자 : 2014년 08월 22일

수정일자 : 2014년 09월 15일

심사완료일 : 2014년 09월 16일

교신저자 : 양성수, e-mail : zenke@hanmail.net

I. 서론

크루즈 산업은 관련된 재화와 서비스를 통하여 부가가치를 창출하는 융·복합 산업으로, 고용창출 효과와 더불어 해운, 조선업 뿐 만 아니라 관광, 문화·예술 등 타 산업으로의 파급효과가 크다[1]. 이러한 이유로 인하여 크루즈 관광객 유치에 대한 도시간 경쟁도 심화되고 있으며 기항 여행상품에 대한 중요성이 대두되고 있다. 예컨대 국내 주요 기항 목적지들은 기항지 인프라시설 구축, 환영·환송행사, 관광안내, 환전서비스, 무료 셔틀버스 등 크루즈 선사와 크루즈 방문객의 편의를 고려한 콘텐츠들을 제공하고 있다.

크루즈 관광 선행연구들은 크루즈 현황 및 환경 분석 또는 크루즈 내 관광행동에 초점을 두고 있어서, 크루즈 기항지에서의 관광상품 및 관광행태에 대한 연구가 미비한 실정이다[2]. 즉, 선행연구들은 크루즈 관광관점에서 총괄적인 고객만족을 측정하고 연구하는 경향이 있다.

본 연구의 목적은 크루즈 기항지인 제주도를 방문한 크루즈 관광객의 관광만족도에 영향을 미치는 기항지 서비스 요인을 파악하는데 있다. 이를 위해 첫째 제주를 방문한 크루즈 관광객을 대상으로 크루즈 기항지 서비스를 구성하는 요인을 파악하는데 있다. 둘째, 기항지 서비스 유형별과 여행만족 및 충성도의 관계를 파악하여 수요자의 요구를 파악하는데 있다. 마지막으로 도출된 결과를 토대로 기항지의 관광활성화 방안을 제안하고자 한다.

II. 기항지 여행상품과 여행서비스

1. 크루즈 기항지 여행상품 콘텐츠

크루즈 관광을 선택하는 가장 중요한 이유의 하나가 기항지 여행상품이라고 할 수 있다[3]. 크루즈 선사들은 크루즈 기항지 선택에 있어 항로의 연결성을 중요하게 고려하지만, 기항지 도시들은 기항지 인프라 구축을 통해 크루즈 관광객들의 6-7시간 기항지 여행경험을 위한 다양한 정책들을 수립하고 있다[4]. 특히, 중국 해안주변 도시들은 크루즈 기항지 인프라 구축과 여행상품 프로그램 제공을 위한 서비스들을 제공하고 있다[5]. 다시 말해

서, 기항지 도시들은 방문하는 크루즈 관광객들에게 특색있는 여행상품을 제공하기 위하여 정책적 지원을 강화하고 있다.

크루즈 기항지 여행상품은 크루즈 선사에서 제공되는 상품을 기준으로 방문객들이 선택하고 여행을 하고 있다. 제주를 기항지로 여행상품을 판매하고 있는 코스타 크루즈사와 로열 캐리비언사의 여행상품을 살펴보고자 한다.

코스타크루즈사의 2012년 제주 기항여행상품은 9가지 코스를 제시하고 있다. 코스타 크루즈사 기항여행상품은 여행시간 4시간, 비용은 \$46-\$59, 관람형 형태의 관광지 중심으로 구성되어 있다.

표 2-1. 기항 여행상품 - 코스타 크루즈사[6]

구분	소요시간	상품내용	비용
아트리움 쇼핑관광코스	4	아트리움, 면세점	\$59
민거나말거나 박물관 중문해변관광코스	4	민거나말거나 박물관, 중문해수욕장, 면세점	\$59
러브랜드 동문시장관광코스	4	러브랜드, 동문시장, 면세점	\$58
제주도 쇼핑관광 코스	4	신비의도로, 용두암, 면세점, 기념품상점, 동문시장	\$46
제주도 시내관광 코스	4	제주민속자연사박물관, 용두암, 자유쇼핑	\$49
한림공원 관광코스	4	한림공원, 신비의도로, 자유쇼핑	\$49
테디베어박물관 쇼핑코스	4	중문관광단지, 테디베어박물관, 면세점, 신비의도로	\$59
동부성산일출봉 관광코스	4	성산일출봉, 제주전통민속촌, 지역토산품 쇼핑, 제주전통문화체험	\$52
테지움 동문시장 관광코스	4	테지움, 동문시장, 면세점	\$59

로열캐리비언사의 2012년 제주 기항여행상품은 11가지 코스를 제시하고 있다. 로열캐리비언사의 기항여행상품은 여행시간 4-8시간, 비용은 \$49-\$99, 관람형 형태의 관광지 중심으로 구성되어 있다. 특히 체제시간이 다양한 여행상품으로 구성된 것이 차별화되는 점이다.

로열캐리비언사와 코스타 크루즈사의 기항여행상품 모두 면세점 위주의 쇼핑 코스가 대부분의 상품에 포함되어 있는 것이 특징이다.

표 2-2. 기항 여행상품 - 로열 캐리비언사[6]

구분	소요시간	상품내용	비용
제주시 관광코스1	4	한라수목원, 신비의도로, 면세점, 옹두암·옹연	\$49
남부지역 관광코스1	4	주상절리, 면세점, 약천사	\$49
서부지역 관광코스1	4	한림공원, 면세점, 신비의도로	\$49
제주시 관광코스2	5	한라수목원, 신비의도로, 면세점, 자연사박물관, 옹두암·옹연	\$52
남부지역 관광코스2	5	여미지식물원, 면세점, 롯데정원, 약천사, 신비의도로	\$52
서부지역 관광코스2	5	조안스튜디오, 주상절리대, 면세점, 롯데정원	\$52
동부지역 관광코스1	5	성산일출봉, 일출랜드, 성음마을	\$59
동부지역 관광코스2	6	성산일출봉, 섭지코지, 성음마을, 쇼핑센터	\$92
제주시 중문관광코스	6	옹두암·옹연, 면세점, 테디베어 박물관, 롯데정원, 주상절리대	\$92
제주시 동부관광코스	8	성산일출봉, 만장굴, 성음마을, 옹두암·옹연, 크루즈항(중식)	\$99
제주시 서부관광코스	8	외돌고, 약천사, 여미지식물원, 옹머리해안, 송악산, 면세점	\$99

이와 같은 크루즈 기항지 여행상품 콘텐츠들은 이용객들이 별도 선택사항으로 선정할 수 있도록 크루즈 선사에서 서비스를 제공하고 있다. 이를 통해 크루즈 관광객들은 기항지에 도착하여 하선-여행-승선까지 일련의 과정을 경험하게 된다. 한편 제주 기항지 여행상품은 크루즈 여행제공자 혹은 상품판매자를 통해서 제공되어 구매되는 경우가 많다[6].

2. 크루즈 기항지 서비스

크루즈 관광은 사전적 의미로 ‘여러 항구를 방문하여 항해하는 것 또는 여행목적이나 목적지 없이 여행하는 것’이라고 할 수 있다. 특히, 기항지는 하선 및 승선하는 승객들을 위하여 선박접안시설, 육상교통시설, 관광 프로그램 등이 수반된다. 크루즈 관광객들은 기항지에서 즐길 수 있는 지역 관광프로그램을 접하고 그 지역의 다양한 문화자원이나 관광 매력물에 관심을 가지고 있다[2]. 이러한 이유로 크루즈 관광에 있어 기항지 관광객들은 일정기간의 시간을 두고 기항지 여행일정을 경험하는 일련의 과정 혹은 기항지 서비스를 행하고 있다.

기항지 서비스 관련 선행연구들은 관광객이 인지하고 경험하는 기항지 항만 인프라, 여행상품, 기항지 선택속성 등이 중요할 수 있다고 제안하고 있다. 김경희(2008)은 기항지의 전통문화유산, 관광자원 매력물 개발, 크루

즈 전용 접안시설, 승객터미널, 입국심사의 간소화 등이 중요요소라고 하였다[7]. 또한, 신동찬(2009)은 매력도, 관광자원, 종사원, 시설인프라, 주민응대 등 기항지 서비스 수용태세 관점에서 접근하였으며, 시설인프라가 가장 인과관계가 높다고 주장하였다[10]. 반면 콕대영(2009)은 관광정보서비스, 관광명소와 매력물, 음식 등 기항지 상품서비스들이 만족에 영향을 준다고 주장하였다[11].

관광지는 관광객의 욕구 충족을 위해 관광자원 및 시설들의 결합되어 있는 공간을 말하며[21], 이러한 공간을 선호하고 관광행동으로 결정되는 요인을 선택속성이라고 할 수 있다[22]. 특히 선택행동에 있어서 시간, 금전, 여행능력 등과 같은 지각된 제약들과 대안 목적지의 이미지와 상호작용의 결과로 결정될 수 있다[23]. 따라서, 크루즈 관광에 있어 기항지 선택속성은 의사결정과정에서 중요하다고 볼 수 있다.

크루즈 관광의 일환으로 기항지 만족도의 영향요인은 관광서비스[12], 기항지 관광매력도[13], 자연·문화환경[14], 여행상품기간[15] 등이 있다. 이러한 기항지 속성들은 크루즈 관광객들이 크루즈 여행상품을 구매하는 의사결정에 관련되어 있다고 말할 수 있다. 더욱이 제한된 시간동안 투어가 진행되기 때문에 크루즈 선상 프로그램과 별도로 고려하기도 한다. 만약 크루즈 선상 프로그램이 기항지 여행상품보다 좋다면 기항지 방문은 고려대상이 될 수 없다. 이러한 관점에서 기항지 선택속성은 기항지 여행상품 프로그램을 선택하는데 중요하게 작용한다.

3. 기항지 여행만족과 충성도

크루즈 기항지 여행만족도는 크루즈 관광상품을 구성하는데 중요요인으로서 인식되고 있다. 여기서 기항지 여행만족은 기대에 대한 충족으로 사전에 기대한 수준과 실제 경험한 결과와의 비교를 통한 감정 또는 심리의 표현이며, 주관적인 것으로 심리상태라고 할 수 있다[16]. 즉, 소비 경험에 대한 인지적 요소인 충족과 감성적 요소인 정서가 결합된 개념으로 제공된 편익에 대한 인지적 성과를 소비자가 지각하는 정도를 의미한다[17][18].

크루즈 관광상품은 기항지 관광지를 여행하며 즐기는 매력에서 찾을 수 있으며[15], 기항지 여행서비스 상품 등 상품속성이 관광만족과의 상관관계로 나타날 수 있다

[20]. 이는 크루즈 기항지에서 제공하는 여행서비스들이 관광객들이 인식하는 편익에 의해서 만족하는지 여부가 도출될 수 있다. 다시 말해서, 기항지 여행상품을 경험하는 특정한 감정은 소비 전 기대 수준과 감정 경험 후 욕구 충족이라는 일련의 과정에서 관찰될 수 있다. 특히, 기항지 여행만족 충족은 관광비용 지출 의도에도 영향을 줄 수 있기 때문에[19], 기항지 여행만족은 중요한 의미를 가질 수 있다.

III. 연구설계

1. 자료 수집과 분석방법

본 연구의 모형은 문헌연구를 바탕으로 사회·경제적 특성 변수로 성별, 연령, 학력, 직업, 국가를 선정하였으며, 독립변수로는 기항지 서비스 부문의 기항지 인프라 서비스, 기항여행 서비스, 기항지 선택속성을 선정하였다. 종속변수로는 여행만족과 충성도를 선정하였다.

표 3-2. 설문지 구성

구성개념	문항	설문내용	선행연구
기항지 인프라 서비스	4	입국심사, 대중교통, 출입국 절차, 안내표지판	김경희(2008) 곽대영(2009)
기항여행 서비스	8	관광중사원 서비스, 관광지 서비스 수준, 고객서비스 수준, 쇼핑장소, 상품서비스 가격수준, 볼거리·즐길거리, 관광정보제공, 언어소통	신동창(2010) 조미혜이봉희(2010) 박영기(2010) Petrick(2004)
기항지 선택속성	3	기항지 제주포함, 좋은 관광지 인식, 기항여행 시간충분	최용훈(2008), 김도영(2006)
여행만족	3	기대보다 좋은, 지각된 가치보다 높은, 전반적 만족	Swan & Mercer(1981), 박영기(2010)
충성도	2	추천의사, 재방문	박영기(2010), Petrick(2004)

본 연구는 2012년 9월 11일부터 10월 28일 기간 중에 제주항에 입항한 외국 크루즈선에서 하선하여 기항지 여행일정을 마친 승객들을 대상으로 조사하였다. 표본의 추출은 편의표본추출법을 활용하였으며, 응답자가 설문

항목에 직접 답변하는 자기기입 방식의 설문지법을 이용하였다. 총 659개 설문지가 수집되었으며, 이 중 크루즈 방문객 대상 기항지 서비스, 여행만족, 충성도 등 설문문항에 응답한 총 357부의 유효표본을 확보하였다.

한편 설문지 구성은 독립변수인 기항지 서비스는 기항지 인프라 4문항, 기항여행 서비스 8문항, 기항 선택속성 3문항으로 구성하였다. 또한 종속변수인 여행만족 3문항, 충성도 2문항으로 구성하였다. 측정척도는 '전혀 그렇지 않다', '그렇지 않다', '보통이다', '그렇다', '매우 그렇다'로 Likert 5점 척도를 사용하였다.

분석방법으로는 수집된 자료를 SPSS WIN 12.0 프로그램을 이용하였으며, 자료분석은 빈도분석, 신뢰도분석, 회귀분석을 실시하였다. 구체적으로 살펴보면, 연구대상의 일반적 특성을 알아보기 위해 빈도분석을 사용하였고, 척도의 신뢰도 검증을 위해 Cronbach's 알파값을 산출하였다. 마지막으로 기항지 서비스가 여행만족과 충성도에 미치는 영향을 분석하기 위해 회귀분석을 실시하였다.

2. 가설설정

본 연구에서는 제주항에 입항한 외래 크루즈선 승객을 대상으로 해당 지역에 대한 기항지 서비스와 여행만족, 충성도의 관계를 살펴보는 데 있다.

선행연구들은 기항지 여행만족에 영향을 미치는 요인으로 기항 인프라 서비스[7][11], 기항여행 서비스[2][10][19][20], 기항지 선택속성[14][15] 등을 제시하고 있다. 크루즈 방문객이 처음 접하는 기항지 서비스는 인프라 시설이라고 볼 수 있다. 또한 기항지 여행활동을 통해 경험한 여행서비스는 만족에 있어 중요하다고 볼 수 있다. 마지막으로 기항지를 선택하게 되는 이유들이 핵심적으로 여행만족에 견인할 수도 있다. 따라서 가설1은 기항지 서비스 3가지 요인들이 여행만족에 영향을 미칠 수 있다고 설정하였다.

크루즈 방문객들은 크루즈 여정에서 받은 다양한 이야기들을 주변사람들에게 이야기 하거나 다시 방문하고자 하는 욕구가 나타날 수 있다[19][20]. 이러한 관점에서 기항지 서비스를 통해 인지되고 경험된 생각들이 추천의사나 재방문에 영향을 줄 수 있다. 따라서 가설2은 기항지 서비스 3가지 요인들이 충성도에 영향을 미칠 수 있다고

설정하였다.

[가설 1] 기항지 서비스는 여행만족에 영향을 미칠 것이다.

1-1. 기항지 인프라 서비스는 여행만족에 영향을 미칠 것이다.

1-2. 기항여행 서비스는 여행만족에 영향을 미칠 것이다.

1-3. 기항지 선택속성은 여행만족에 영향을 미칠 것이다.

[가설 2] 기항지 서비스는 충성도에 영향을 미칠 것이다.

2-1. 기항지 인프라 서비스는 충성도에 영향을 미칠 것이다.

2-2. 기항여행 서비스는 충성도에 영향을 미칠 것이다.

2-3. 기항지 선택속성은 충성도에 영향을 미칠 것이다.

IV. 분석결과

1. 표본의 일반적인 특성

본 연구의 설문에 응답한 대상자들의 특성을 살펴보면, 연령 특성 부문은 20대 19.6%(70명), 30대 24.4%(87명), 40대 13.7%(49명), 50대 19.0%(68명), 60대 이상 23.3%(83명)로 응답되었다. 또한 학력 부문은 고졸이하 14%(50명), 대학재학중 10.6%(38명), 전문대졸 14.3%(51명), 4년 대학교졸 43.7%(156명), 대학원이상 15.1%(54명), 기타 2.2%(8명) 등으로 나타났다.

또한 직업 부문은 공무원, 군인 4.2%(15명), 기업인, 경영직 16.5%(59명), 사무, 기술직 13.4%(48명), 판매, 서비스직 12.0%(43명), 전문직 7.8%(28명), 생산, 기능, 노무직 1.7%(6명), 자영업자 4.5%(16명), 학생 3.1%(11명), 주부 6.7%(24명), 은퇴자 16.5%(59명), 무직 2.0%(7명), 기타 11.5%(41명) 등으로 응답되었다. 마지막으로, 국적은 중국 61.4%(219명), 일본 12.6%(45명), 미국 6.7%(24명), 인도네시아 3.6%(13명), 필리핀 3.1%(11명), 캐나다 3.1%(11명), 영국 2.2%(8명), 오스트리아 2.0%(7명), 기타 5.3%(19명) 등으로 응답되었다.

표 4-1. 일반적인 특성

구분	항목	빈도(명)	퍼센트(%)
성별	남	168	47.1
	여	189	52.9
연령	20~39세	70	19.6
	30~39세	87	24.4
	40~49세	49	13.7
	50~59세	68	19.0
	60세이상	83	23.3
학력	고졸이하	50	14.0
	대학재학중	38	10.6
	전문대졸	51	14.3
	4년 대학교졸	156	43.7
	대학원이상	54	15.1
	기타	8	2.2
직업	공무원, 군인	15	4.2
	기업인, 경영직	59	16.5
	사무, 기술직	48	13.4
	판매, 서비스직	43	12.0
	전문직(교수 등)	28	7.8
	생산, 기능, 노무직	6	1.7
	자영업자	16	4.5
	학생	11	3.1
	주부	24	6.7
	은퇴자	59	16.5
	무직	7	2.0
	기타	41	11.5
국가	중국	219	61.4
	일본	45	12.6
	미국	24	6.7
	인도네시아	13	3.6
	필리핀	11	3.1
	캐나다	11	3.1
	영국	8	2.2
	오스트리아	7	2.0
	기타	19	5.3

2. 선행변수의 신뢰성과 타당성

기항지 서비스에 대한 신뢰성 및 타당성 검증결과, 기항지 인프라, 기항여행 서비스, 기항지 선택속성 등 3가지 유형이 도출되었다.

기항지 인프라 서비스 요인은 ‘제주항 시설과 서비스’, ‘제주지역 교통과 서비스’, ‘항만출입국 절차’, 그리고 ‘도로 및 관광안내 표지판’ 등 변수들로 78%가 설명되었다. 또한 기항여행 서비스 요인은 ‘관광중사원 친절서비스’, ‘방문 관광지 질적 수준서비스’, ‘고객서비스 질적 수준’, ‘쇼핑장소 서비스’, ‘상품서비스 가격수준’, ‘다양한 볼거리와 즐길 거리’, ‘관광정보의 제공’, ‘언어소통’ 등 8개 항목으로 75%가 설명되었다. 마지막으로 기항지 선택속성은 ‘기항지로 제주포함’, ‘좋은 관광 기항지로 인식’, ‘기항여행 시간의 충분’ 등 3개 항목으로 62%가 설명되었다.

이렇게 도출된 3개 요인들은 신뢰성 계수가 모두 0.6이상으로 신뢰성이 확보되었다.

표 4-2. 독립변수의 요인분석 결과

구성 개념	내용	공통성	요인값	고유치 (설명력)
기항지 인프라 서비스 ^a ($\alpha = 909$)	제주항 시설과 서비스	.849	.9212	3.157 (78.93)
	제주지역 교통과 서비스	.836	.914	
	항만출입국 절차	.762	.873	
	도로 및 관광안내 표지판	.711	.843	
기항 여행 서비스 ^b ($\alpha = 952$)	관광중사원 친절서비스	.811	.901	6.071 (75.88)
	방문 관광지 질적 수준서비스	.802	.895	
	고객서비스 질적 수준	.796	.892	
	쇼핑장소 서비스	.792	.890	
	상품서비스 가격수준	.785	.886	
	다양한 볼거리와 즐길 거리	.784	.885	
	관광정보의 제공 언어소통	.750	.866	
기항지 선택 속성 ^c ($\alpha = 687$)	기항지 제주포함	.679	.824	1.876 (62.54)
	좋은 관광지 인식	.663	.814	
	기항여행 시간충분	.534	.731	

a KMO=0.825 $x^2 = 1003.756$ $df=6$ Sig.=0.000
 n KMO=0.931 $x^2 = 2757.503$ $df=28$ Sig.=0.000
 c KMO=0.655 $x^2 = 191.351$ $df=3$ Sig.=0.000

여행만족은 '지불한 비용만큼 가치 있음', '기대보다 기항여행이 좋음', '기항여행에 전반적 만족함' 등 3개 항목으로 86% 설명되어 신뢰성도 확보되었다.

충성도는 '제주 기항여행을 직접 추천', '기회 된다면 재방문 함' 등 2개 항목으로 91% 설명되어, 신뢰성도 확보되었다.

표 4-3. 종속변수의 요인분석 결과

구성 개념	내용	공통성	요인값	고유치 (설명력)
여행 만족 ^d ($\alpha = 919$)	지불한 비용만큼 가치 있음	.852	.923	2.589 (86.30)
	기대보다 기항여행이 좋음	.869	.932	
	기항여행에 전반적 만족함	.868	.932	
충성도 ^f ($\alpha = 902$)	제주 기항여행을 직접 추천	.912	.955	1.824 (91.20)
	기회 된다면 재방문 함	.912	.955	

d KMO=0.762 $x^2 = 774.651$ $df=3$ Sig.=0.000
 f KMO=0.500 $x^2 = 400.714$ $df=1$ Sig.=0.000

3. 기항지 서비스와 여행만족관계

기항지 서비스에 미치는 영향력을 살펴본 결과와 같다. 여행만족을 종속변수로 하고 기항지 인프라 서

비스, 기항여행 서비스, 기항지 선택속성 등을 독립변수로 하여 회귀분석을 실시한 결과 기항지 서비스에 따른 신뢰의 정도를 예측하는 회귀모형의 설명력은 60.0%이며, 통계적으로 유의한 모델($F=169.39$, $p<.001$)인 것으로 나타났다. 여행만족에 영향을 미치는 독립변수는 기항여행 서비스, 기항지 선택속성 등이 $\alpha=0.001$ 수준에서 통계적으로 유의한 것으로 나타났다.

즉, 기항지 서비스에 기항여행 서비스와 기항지 선택속성이 여행만족에 정(+의) 영향을 미치는 것으로 해석할 수 있다.

이는 관광중사원 서비스, 관광지 서비스 수준, 쇼핑장소, 가격수준, 볼거리·즐길거리, 관광정보 제공, 언어소통 등 기항여행 서비스가 여행만족도에 긍정적인 영향을 미친다고 볼 수 있다.

한편, 여행만족에 영향을 미치는 기항지 인프라 서비스는 통계적으로 유의하지 않은 것으로 나타났다. 이는 기항지 인프라 시설이 좋다는 인식은 여행만족에는 관계가 없음을 의미한다.

표 4-4. 기항지 서비스와 여행만족관계 결과

변수	B	표준오차	베타	t	유의학률
(상수)	.678	.163		4.170	.000
기항지 인프라 서비스	-.125	.067	-.133	-1.876	.062
기항여행 서비스	.280	.071	.282	3.949	.000**
기항지 선택속성	.710	.037	.706	19.323	.000**

*R=0.77, R²=.603, 수정R²=.600, F값=169.39, **p<0.001

4. 기항지 서비스와 충성도 관계

기항지 서비스가 충성도에 미치는 영향력을 살펴본 결과 다음과 같다. 충성도를 종속변수로 하고 기항지 인프라 서비스, 기항여행 서비스, 기항지 선택속성 등을 독립변수로 하여 회귀분석을 실시한 결과 충성도에 따른 신뢰의 정도를 예측하는 회귀모형의 설명력은 48.6%이며, 통계적으로 유의한 모델($F=108.149$, $p<.001$)인 것으로 나타났다. 충성도에 영향을 미치는 독립변수는 기항여행 서비스, 기항지 선택속성 등이 $\alpha=0.001$ 수준에서 통계적으로 유의한 것으로 나타났다.

즉, 기항지 서비스 중 기항여행 서비스, 기항지 선택속성 등 부문이 충성도에 정(+의) 영향을 미치는 것으로 해

석 할 수 있다. 이는 관광중사원 서비스, 관광지 서비스 수준, 쇼핑장소, 가격수준, 볼거리·즐길거리, 관광정보 제공, 언어소통 등 기항여행 서비스가 충성도 형성에 긍정적인 영향을 미친다고 볼 수 있다. 이는 기항관광상품 수용태세 등이 중요하다는 것을 의미한다. 또한 좋은 관광지로서 충분한 시간을 가지고 제주가 기항지로 포함되었기에 긍정적인 영향을 미쳤다고 볼 수 있다. 이는 제주지역의 브랜드 이미지가 높게 평가된다는 것을 의미한다.

한편, 충성도에 영향을 미치는 기항지 인프라가 통계적으로 유의하지 않은 것으로 나타났다. 이는 기항지 인프라 시설이 좋다는 인식은 충성도와는 관계가 없음을 의미한다.

표 4-5. 기항지 서비스와 충성도관계 결과

변수	B	표준 오차	베타	t	유의 확률
(상수)	.800	.199		4.010	.000
기항지 인프라 서비스	-.140	.082	-.137	-1.718	.087
기항여행 서비스	.349	.087	.322	4.010	.000**
기항지 선택속성	.661	.045	.607	14.736	.000**

*R=0.70, R²=.491, 수정R²=.486, F값=108.149, **p<0.001

V. 결론

21세기 최고의 전략산업중의 하나인 크루즈산업은 세계 각 국가와 도시에서 핵심 산업으로 육성하고자 하고 있다. 제주와 같이 크루즈 기항지일지라도 고부가가치 관광객인 크루즈 관광객들을 유치하여 다양한 기항지 여행상품을 판매함으로써 지역경제 활성화에 기여할 수 있다는 점이다. 이러한 중요성에도 불구하고 선행연구들은 크루즈 관광차원에서 접근하여 사실상 기항지 서비스와 관련된 연구가 부족한 실정이다. 따라서 본 연구는 크루즈선사의 제주 기항여행상품 구성을 살펴보고, 기항지 서비스 유형을 도출하여 크루즈 관광객의 만족과 충성도에 영향을 미치는지를 살펴보고자 하였다.

본 연구의 분석결과를 통한 결론과 시사점을 살펴보면 다음과 같다.

첫째, 기항지 서비스의 구성유형을 살펴본 결과 기항

지 인프라 서비스, 기항여행 서비스, 기항지 선택속성 등 3가지 유형이 도출하였다. 이러한 결과는 기존 다양한 측정항목으로 인식했던 변수들을 단일요인으로 대표하는 요인을 찾았다는데 의의를 갖는다. 따라서 기항지 인프라 시설, 기항여행 서비스, 선택속성 등 요인들은 기항지 서비스 구성에 대표성을 갖는 것을 의미한다. 이는 김경희(2008), 광대영(2009), 박영기(2010) 등 선행연구에서 도출된 단일차원 요인들이 크게 3가지 유형으로 설명이 가능하다는 시사점을 도출하였다.

둘째, 기항지 서비스는 부분적으로 여행만족에 영향을 미친다고 할 수 있다. ‘관광중사원 친절서비스’, ‘방문 관광지 질적 수준 서비스’, ‘고객서비스 질적 수준’ 등 기항여행 서비스는 여행만족에 영향을 미쳤다. 또한 ‘기항여행지로 제주포함’, ‘좋은 관광 기항지 인식’, ‘기항여행 시간의 충분’ 등 기항지 선택속성은 여행만족에 영향을 미쳤다. 이러한 결과는 크루즈 관광에서 여행상품 구성이 중요하다는 것을 의미한다. 반면에 기항지 인프라 시설은 유의하지 않아 여행만족에 영향을 미치지 않았다. 이러한 결과는 김경희(2008), 광대영(2009) 등 선행연구와 대별된다. 이는 크루즈 방문객들은 기항지 인프라 시설보다는 여행상품 자체에 의미를 두는 것을 의미한다. 따라서 결과는 향후 크루즈 관광상품 구성 마케터들에게 유용한 메시지를 담고 있다.

셋째, 기항지 서비스는 부분적으로 충성도에 영향을 미친다고 할 수 있다. 이러한 결과는 여행만족과 같은 결과로서 받아들일 수 있다. 특히, 대부분 크루즈 산업정책과 관련된 내용들이 크루즈 인프라 시설에 초점을 맞춰 진행되고 있는 것과 대별되는 내용이라고 볼 수 있다. 따라서 크루즈 산업 육성과 관련하여 정책 이해관계자들은 기항지 여행상품 개발에 좀 더 무게를 실어야 할 것으로 사료된다. 특히, 기항 여행상품 소요시간이 최소 4시간에서 최대 8시간으로 구성되어 있어, 크루즈 관광객들이 제한된 시간내에 경험할 수 있는 지역만의 독특하고, 다양한 프로그램 개발이 요구된다.

본 연구에서는 앞에서 기항지 서비스와 여행만족, 충성도의 관계에 대한 결과를 토대로 시사점이 도출되었다. 그럼에도 불구하고 2가지의 연구의 한계점이 있다. 첫째, 크루즈 방문객의 특성에 따른 차별성은 통제하여

측정하였다. 둘째, 본 연구는 일정 기간에 조사가 이루어진 횡단적 연구로 접근하였다. 이러한 한계점은 향후 연구의 과제로 관심을 가지고 접근할 필요가 있다.

참 고 문 헌

[1] 윤주, *크루즈 기항지 관광 활성화 및 프로그램 육성 방안 연구*, 한국문화관광연구원, 2013.

[2] 조미혜, 이봉희, "강원도 크루즈/페리 기항지의 관광지 역할", *관광학연구*, 제34권, 제2호, pp.77-100, 2010.

[3] J. G. Brida, M. Pulina, E. Riaño, and S. Z. Aguirre, "Cruise passengers in ahomeport: a market analysis. Tour," *Geogr*, Vol.15, No.1, pp.68-87, 2013.

[4] M. B. Lekakou, A. A. Pallis, and G. K. Vaggelas, "Which homeport in Europe: thecruise industry's selection criteria. accepted for publication," *Tourismos*. Vol.4, No.4, pp.215-240, 2009.

[5] X. Sun, X. Feng, and D. K. Gauri, "The cruise industry in China: Efforts, progress and challenges," *International Journal of Hospitality Management*, Vol.42, pp.71-84, 2014.

[6] 제주특별자치도·제주관광공사·제주발전연구원, *외국인 크루즈 관광객 만족도 조사*, 2012.

[7] 김경희, "한국 크루즈산업의 발전방안에 관한 연구: 크루선 기항 여건 및 수용태세를 중심으로", *호텔경영학연구*, 제17권, 제1호, 2008.

[10] 신동찬, *크루즈기항지의 매력성평가 연구: 중국인 관광객 중심*, 경기대학교대학원 석사학위논문, 2010.

[11] 광대영, "외래크루선의 승객의 기항지 만족도-부산, 인천, 제주항 입항. 크루즈선 승객을 중심으로", *한국콘텐츠학회논문지*, 제9권, 제10호, pp.389-397, 2009.

[12] V. B. Teye and D. Leclerc, "Product and service delivery satisfaction among North American cruise passengers," *Tourism Management*, Vol.19, No.2, pp.153-160, 1998.

[13] H. Qu and E. W. Y. Ping, "A service performance model of Hong Kong cruise travelers' motivation factors and satisfaction," *Tourism Management*, Vol.20, No.2, pp.237-244, 1999.

[14] 김도영, "크루즈여행 선택속성에 기초한 마케팅 전략에 관한 연구", *Tourism Research*, 제22호, pp.24-47, 2006

[15] 최용훈, "크루즈 관광산업 활성화 방안 연구", *여행학연구*, 제29권, pp.107-126, 2008.

[16] J. E. Swan and A. A. Mercer, *Customer Satisfaction as a Function of Equity and Disconfirmation*, Bloomington In, Indiana University School of Business, 1981.

[17] J. L. M. Tam, "The effects of service quality, perceived value and customer satisfaction on behavioral intentions," *Journal of Hospitality & Leisure Marketing*, Vol.6, No.4, pp.31-43, 2000.

[18] J. J. Cronin, M. K. Brady, and G. T. M. Hult, "Assessing the effects of quality, value, and customer satisfaction on consumer behavioral intentions in service environments," *Journal of Retailing*, Vol.76, No.2, pp.193-218, 2000.

[19] 박영기, "크루즈관광 상품속성이 관광만족에 미치는 영향", *관광연구*, 제25권, 제1호, pp.439-459, 2010.

[20] F. Petrick, "The role of quality, value, and satisfaction in predicting cruise passengers' behavioral intentions," *Journal of Travel Research*, Vol.42, pp.397-407, 2004.

[21] 여정태, "관광지 개발계획을 위한 설계환경의 평가에 관한 제언", *경기대학교논문집*, 제32권, pp.359-382, 1993.

[22] 조장현, 권종현, "유럽관광지 매력속성의 기대수준과 만족수준 평가 채방문/추천과의 관계연구", *관광연구*, 제25권, 제2호, pp.19-34, 2004.

- [23] 김원인, “관광지의 공간환경에 대한 의사결정자의 관광매력속성평가에 관한연구”, 대한관광경영학회 논문집, 제4권, pp.71-85, 1994.

저자소개

정 승 훈(Seung-Hoon Chung)

종신회원



- 1995년 2월 : 경기대학교 관광경영학과(경영학석사)
- 2000년 2월 : 경기대학교 관광경영학과(경영학박사)
- 2000년 2월 ~ 현재 : 제주발전연구원 선임연구위원

<관심분야> : 관광개발, 관광이벤트 기획, 지역개발

양 성 수(Sung-Soo Yang)

종신회원



- 2002년 2월 : 제주대학교 전자공학과(공학사)/관광경영학과(경영학사)
 - 2005년 2월 : 제주대학교 관광경영학과(관광학석사)
 - 2008년 2월 : 제주대학교 관광경영학과(관광학박사)
 - 2009년 4월 ~ 2010년 9월 : 제주대학교 관광경영학과 BK21사업단 박사후연구원
 - 2010년 10월 ~ 2012년 7월 : 제주테크노파크
 - 2012년 7월 ~ 현재 : 제주특별자치도 선임연구원
- <관심분야> : 관광정보, IT기술, 관광정책