



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](#)

碩士學位論文

IPA를 이용한 크루즈 여행상품
선택속성에 관한 연구
-제주방문 중국관광객 중심으로-

濟州大學校 大學院

觀光經營學科

王 晶 晶

2014年 2月

IPA를 이용한 크루즈 여행상품 선택속성에 관한 연구

-제주방문 중국관광객 중심으로-

指導教授 홍 성 화

왕 징 징

이 論文을 觀光學 碩士學位 論文으로 提出함

2014年 2月

王晶晶의 觀光學 碩士學位 論文을 認准함

審査委員長_____

委 員_____

委 員_____

濟州大學校 大學院

2014年 2月

A Study on the Cruise Tour Product
Selection Attributes by IPA
-Focus on Chinese Tourists Visiting Jeju-

Jing-Jing Wang
(Supervised by professor Sung-Hwa Hong)

A thesis submitted in partial fulfillment of the requirement for the degree
of Master of Tourism Science

2014. 2.

This thesis has been examined and approved.

.....
.....
.....
.....

Department of Tourism Management
GRADUATE SCHOOL
JEJU NATIONAL UNIVERSITY

목 차

| | |
|-----------------------------|----|
| I. 서 론 | 1 |
| 1. 연구 배경 | 1 |
| 2. 연구 목적 | 3 |
| 3. 연구 범위와 방법 | 4 |
| II. 이론적 고찰 | 6 |
| 1. 크루즈의 개념과 발전과정 | 6 |
| 1) 크루즈의 개념과 분류 | 6 |
| 2) 크루즈의 특성 | 10 |
| 3) 크루즈 여행의 발전과정 | 12 |
| 2. 크루즈 여행상품과 선택속성 | 17 |
| 1) 크루즈 여행상품의 개념 | 17 |
| 2) 크루즈 여행상품의 구성 및 형태 | 17 |
| 3) 크루즈 여행상품 선택속성 | 19 |
| 3. 크루즈 산업의 현황 | 24 |
| 1) 국내 크루즈 산업의 현황 | 22 |
| 2) 국외 크루즈 산업의 현황 | 41 |
| 4. IPA | 47 |
| 1) IPA의 분석개요 | 47 |
| 2) IPA의 분석과정 | 48 |
| 5. 선행연구 | 51 |
| 1) 크루즈 여행상품 선택속성 선행연구 | 51 |
| 2) IPA를 활용한 선행연구 | 54 |

| | |
|-----------------------------|----|
| III. 연구 설계 | 56 |
| 1. 조사방법 | 56 |
| 2. 연구 모형과 가설설정 | 57 |
| 3. 분석방법 | 59 |
| | |
| IV. 분석 결과 | 61 |
| 1. 표본의 일반적 특성 | 61 |
| 2. 측정척도의 평가 | 64 |
| 3. 연구가설의 검증 | 69 |
| 4. 중요도-만족도(IPA) 차이 분석 | 80 |
| 5. 분석결과의 요약 | 84 |
| | |
| V. 결론 | 86 |
| 1 연구결과 논의 및 시사점 | 86 |
| 2. 연구의 한계점 | 91 |
| | |
| 참고문헌 | 92 |
| 1. 국내문헌 | 92 |
| 1) 서적 | 92 |
| 2) 논문 | 93 |
| 2. 국외문헌 | 95 |
| 1) 서적 | 95 |
| 2) 논문 | 95 |
| 3. 기타문헌 | 96 |
| | |
| 설문지 | 97 |

<표 차례>

| | |
|---|----|
| <표 2-1> 크루즈 정의 | 8 |
| <표 2-2> 크루즈 선박 규모에 따른 분류 | 9 |
| <표 2-3> 크루즈 운항구역에 따른 분류 | 9 |
| <표 2-4> 크루즈 여행형태에 따른 분류 | 10 |
| <표 2-5> 크루즈 시장구성에 따른 분류 | 10 |
| <표 2-6> 크루즈 산업의 특성 | 12 |
| <표 2-7> 크루즈 관광 발전과정 및 동향 | 16 |
| <표 2-8> 크루즈 여행상품 구성 | 18 |
| <표 2-9> 크루즈 여행상품 서비스 형태 | 19 |
| <표 2-10> 국내·외 학자들의 크루즈 여행상품 선택속성에 대한 연구 | 23 |
| <표 2-11> 한국 국내 연도별·항만별 크루즈 현황 | 27 |
| <표 2-12> 국내 기항 외국크루즈선 현황 (2012) | 28 |
| <표 2-13> 크루즈 운항노선(예시) | 30 |
| <표 2-14> 기항지별 관광프로그램 운영사례 | 30 |
| <표 2-15> 크루즈-관광사업 관련정책 현황 | 31 |
| <표 2-16> 크루즈-관광사업 관련법규 현황 | 32 |
| <표 2-17> 연도별 제주 국제 크루즈 입항실적 및 방문관광객 추이 | 33 |
| <표 2-18> 제주특별자치도의 주요 크루즈관광 육성 정책 | 34 |
| <표 2-19> 제주특별자치도의 주요 크루즈관광 육성 현황 | 35 |
| <표 2-20> 중국주요 여행사의 제주 여행상품 현황 | 38 |
| <표 2-21> 권역별로 주요 크루즈 기항지 | 42 |
| <표 2-22> 크루즈 관광의 국제 수요 | 45 |
| <표 2-23> 메이저 크루즈 4개 선사 현황 | 46 |
| <표 2-24> 크루즈 여행상품 선택속성에 대한 선행연구 | 54 |
| <표 2-25> 중요도-만족도 분석을 이용한 관광관련 선행연구 | 55 |
| <표 3-1> 설문지 구성과 측정정도 | 60 |
| <표 4-1> 표본의 인구통계학 특성 | 62 |
| <표 4-2> 크루즈 여행상품 구매자의 이용특성 | 64 |
| <표 4-3> 크루즈 여행상품 선택속성에 대한 요인분석 결과 | 66 |
| <표 4-4> 크루즈 여행상품 선택속성에 대한 신뢰성 및 타당성 검증 | 67 |
| <표 4-5> 성별에 따른 크루즈 여행상품 선택속성 차이분석 | 70 |
| <표 4-6> 연령에 따른 크루즈 여행상품 선택속성 차이분석 | 71 |
| <표 4-7> 학력에 따른 크루즈 여행상품 선택속성 차이분석 | 73 |

| | |
|---|----|
| <표 4-8> 직업에 따른 크루즈 여행상품 선택속성 차이분석 | 74 |
| <표 4-9> 결혼여부에 따른 크루즈 여행상품 선택속성 차이분석 | 76 |
| <표 4-10> 크루즈 경험 유·무에 따른 크루즈 여행상품 선택속성 차이분석 ... | 77 |
| <표 4-11> 제주지역과 이전 방문지역 크루즈 여행상품 선택속성에 대한 T검증 | 78 |
| <표 4-12> 크루즈 여행상품 선택속성에 대한 기술통계 및 차이검증 | 80 |
| <표 4-13> 크루즈 여행상품 선택속성 IP분석표 | 83 |
| <표 4-14> 가설검증결과 요약 | 85 |

<그림 차례>

| | |
|--|----|
| [그림 2-1] 한국의 지리적 크루즈 환경 | 24 |
| [그림 2-2] 한국 국내 항만위치 및 크루즈 입항항만 | 29 |
| [그림 2-3] 세계 크루즈 승객 추이(1989년~2011년) | 44 |
| [그림 2-4] IPA 분석 모형 매트릭스 | 48 |
| [그림 3-1] 연구 모형 | 58 |
| [그림 4-1] 크루즈 여행상품 선택속성 IP분석 결과 | 81 |

I. 서론

1. 연구 배경

크루즈 관광산업은 21세기에 가장 유망한 성장산업 중에 하나로 주목받고 있다. 세계 관광기구(UN WTO: World Tourism Organization)에서는 최단시간 다양한 경험을 즐길 수 있는 크루즈 여행을 21세기 최고의 관광 상품으로 선정하였고, 또한 북미지역 크루즈 관광객은 1980년부터 2005년까지 평균 8.2%씩 증가하는 추세에 있다¹⁾.

국제크루즈선사협의회(International Council of Cruise Lines) 발표에 따르면 세계 크루즈 시장은 전 세계 크루즈 관광객이 2000년 1,510만 명에서 2012년 2,014만 명의 연평균 10.3%로 증가세를 나타내고 있는데 동기간 관광산업 연평균 성장률 4%에 비해 2배 성장하였으며, 오는 2015년에는 2,239만 명 연평균 4%로 성장에 달할 것으로 예측하고 있다.²⁾

현재 북미시장을 중심으로 한 크루즈관광은 아시아·태평양 지역으로 점차 그 시장이 이동하는 추세에 있으며, 중국의 경제 성장세와 더불어 2000년대 후반 이후부터는 아시아의 크루즈 관광 인구가 크게 증가하고 있다. 이와 같은 요인으로 글로벌 크루즈 선사들이 아시아지역으로 속속 진출하고 있으며, 또한 아시아지역 국가 및 지자체들은 크루즈관광을 고부가가치 시장으로 인식하고 적극적인 개발에 나서고 있다. 즉, 크루즈 관광은 아시아 관광산업의 뜨거운 이슈로 부상하고 있다³⁾.

아시아지역은 지속적인 경제성장과 독특한 관광 목적지로서의 매력, 지리적·입지적 조건의 양호 등으로 인하여 지역 내 크루즈 이용 인구도 급증하고 있다. 특히 동북아 크루즈관광 시장이 급성장하면서, 세계적인 크루즈선사들이 앞 다퉈서 동북아 크루즈관광 시장에 진출하고 있으며 한·중·일 중심에 위치한 제주

1) 크루즈 관광산업 현황분석 및 활성화 방안(제주지역을 중심으로)

2) 해양수산부, “해양新산업 육성과 일자리 창출을 위한 크루즈산업 활성화 대책”, 2013

3) 제주발전연구원, “제주지역의 크루즈관광 실태 및 활성화방안”, 2009.11

도는 연간 약 40만 명의 크루즈 관광객이 방문하는 기항지로서 최적의 조건을 갖추고 있어 한국은 명실상부한 전 세계 크루즈 선사들로부터 기항요청이 쇄도하고 있다⁴⁾.

최근 10년간 크루즈 관광은 연평균 7%에 가까운 성장률을 보여 세계관광 평균 성장률을 상회하는 관광형태로 주목받고 있으며, 또한 저탄소 녹색관광의 한 형태로서 향후 지속적인 성장가능성이 예견되고 있다. 한편 제주도는 섬 지역으로 타 지역과 차별화되며, 다양한 관광자원을 보유하고 있어 한·중·일 3국을 연계하는 크루즈관광 상품을 개발하는 최적지라고 할 수 있다. 크루즈 산업에 대한 제주도의 무한 잠재력은 유네스코 3관왕 달성과 세계7대 자연경관 선정을 통한 ‘천혜의 자연환경 제주’와 더불어 ‘동북아 크루즈 허브’의 지리적 이점을 더하여 아시아 크루즈산업을 선도할 차세대 주자로 각광받고 있다⁵⁾.

한국, 중국, 일본을 중심으로 한 동북아 지역은 다양한 측면에서 세계 크루즈 관광시장의 새로운 수요에 부응할 수 있는 잠재력을 지니고 있으며, 경제력과 관광 성향에 비추어 잠재된 크루즈 관광의 수요도 적지 않은 것으로 평가되고 있다⁶⁾.

이러한 동북아지역 크루즈의 성장세에 힘입어 한국의 경우 제주를 비롯하여 부산, 인천, 여수 등 여러 지자체가 크루즈 유치에 심혈을 기울이고 있으며, 크루즈 관광의 활성화를 위한 움직임이 가시화되고 있다. 예를 들면 크루즈 유치를 위한 크루즈박람회 참석은 물론, 선사와 크루즈 관광객의 만족도를 높이기 위해 각종 편의제공을 통한 크루즈 관광객 수용태세의 개선에 노력하고 있다. 또한 부산을 비롯해 제주 등 일부 지역에서는 크루즈 전용 항을 이미 건설하였거나 건설 중에 있으며, 이러한 인프라 구축 노력에 발맞추어 크루즈기항지의 매력성에 대한 이해가 절실한 상황이다. 관광목적지가 부적합한 하부구조개선이나 시설 도입 등으로 기존 매력성의 가치를 상실할 수 있는 특수한 공간이라는 점을 고려할 때, 크루즈기항지로서 지속적인 매력 창출과 관리를 위한 전략이 요구되는

4) 2013 제주국제크루즈포럼, 2013.10

5) 김혜숙, “우리나라 크루즈 관광에 관한 연구-국내사업을 중심으로”, 호텔관광연구, 한국관광정책학회, 2003.

6) 박가홍, “한·중·일 크루즈관광객의 잠재력과 성공조건”, 제1회 동북아시아지역의 관광협력 방안 모색을 위한 한·중·일 관광포럼, 문화관광부, 2006.12, p.109.

것이다⁷⁾.

또한, 한국을 방문하는 크루즈의 70%이상이 한중일 노선을 중심으로 순항하는 동북아크루즈로서, 동북아시아의 중요성 및 비중을 고려할 때 최근 급속한 성장세를 보이고 있다.

지난 2012년에는 크루즈가 총80회에 14만여 명의 크루즈 관광객들이 제주도를 다녀갔으며 올해에는 170회 35만여 명을 무난히 돌파할 것으로 예상된다. 내년에도 250회에 50만여 명이 방문할 것으로 기대하고 있다. 바야흐로 바닷길을 이용한 관광의 고급화로 제주관광산업은 또 한 번 질적 성장의 계기를 맞고 있으며 크루즈관광은 도민 소득 3만 달러 시대를 앞당기는 창의경제의 견인차 역할을 하게 될 것이다.

크루즈 관광객 또한 가파른 상승세를 보일 것으로 전망되고 있다. 2010년 5만 명에 이르던 크루즈 관광객은 꾸준히 증가해 2012년부터 한해 2배 이상의 성장 추세를 보이며 빠르게 성장하고 있다. 이에 따라서 2011년 240만 명에서 2017년 370만 명, 2020년 700만 명의 아시아 크루즈 관광객 유치가 예상되는 가운데 제주도 또한 2020년 200만 크루즈 관광객 유치를 목표로 현재 순항중이다.⁸⁾

따라서 크루즈 여행상품을 선택하는 관광객들의 선택속성을 파악하여 이에 적합한 서비스와 고객의 요구에 맞는 크루즈 여행상품을 마련하여 감으로서 앞으로 계속 증가될 것으로 전망 되는 크루즈 관광 수요에 부응하기 위하여 경제적인 측면의 광범위한 시장성과 높은 수익성을 지니고 있는 크루즈 시장 활성화 방안을 제시하고자 크루즈 여행상품 선택속성을 연구하고자 한다.

2. 연구 목적

풍부한 해양자원을 적극 활용하여 다양한 크루즈 여행상품을 개발하고 크루즈 관광 수요에 능동적으로 대처하기 위해서는, 민간사업자의 적극적인 크루즈 사업

7) 2013제주국제크루즈포럼, 2013.10

8) 해양수산부, 「크루즈 산업 활성화 대책」, 2013.7

진출과 정부의 정책적 지원이 필요한 실정이다. 2006년 이후 선박의 대형화와 Flight & Cruise 관광 상품, 중저가 크루즈 여행상품의 개발, 이용연령대의 증가 등의 크루즈 대중화는 중국여행시장의 개방과 맞물려 지속적으로 확대될 전망이다.

아시아 크루즈 시장은 스타크루즈에 의해 선도되고 있으나 홀랜드 아메리카 라인(HAL), 오리엔트 라인(Orient Line), 프린세스(Princess) 및 실버씨(Silver Sea) 등과 같은 서구의 대형 크루즈선사 또는 아시아 지역을 운항하면서 시장진입을 노리고 있다.⁹⁾

따라서 동북아시아 크루즈관광의 허브로써 세계자유도시 제주도에서 주목되는 필요성이 있다. 이에 제시된 본 연구의 목적을 구체적으로 기술하면 다음과 같다.

우선, 크루즈산업 관련 선행연구 분석을 통해 크루즈 여행상품의 선택속성에 대한 연구하고, 관광객이 크루즈 여행상품을 선택할 때 주요 고려하는 선택속성을 무엇인지 분석하고자 한다. 둘째, 중국인 크루즈 관광객을 대상으로 크루즈 여행상품 선택속성의 요인들을 중요도에 따라 분석하고, 이를 제주지역의 크루즈 여행상품의 선택속성 만족도를 IPA(Importance-Performance Analysis)로 분석하고자 한다. 셋째, 이 중에는 크루즈 경험 있는 관광객들에게 더 깊이 있게 체험했던 크루즈 여행상품의 만족도가 이번 제주 크루즈 여행상품의 만족도와 대비하여 t-검정, ANOVA로 분석하고자 한다. 이를 통해 제주지역이 크루즈산업을 유치함에 있어 미흡한 부분과 개선할부분 등을 파악하여 보완할 수 있는 방안을 마련하고자 한다.

3. 연구 범위와 방법

본 연구의 목적을 달성하기 위한 연구방법으로는 문헌적 연구(documentary study)와 경험적 연구(empirical study)를 병행하였다. 먼저 문헌연구에서는 국·

9) 양승훈·김민철, “한국형 크루즈관광 활성화를 위한 제언”, 2008

내외관련 논문, 관련서적을 활용하였으며, 크루즈 관광, 크루즈 여행상품 선택속성, 중요도, 만족도 등 개념을 정리하고, 지금까지의 연구 흐름을 검토하여 본 연구에서 제시한 가설과 연구 모형에 대한 이론적 근거로 삼았다. 또한 정부간행물, 발간보고서, 각종 통계자료 등을 참고하였으며, 연구대상자의 의사결정에 영향을 미칠 수 있는 사항 및 상황에 대한 인터뷰를 통해 선택속성에 주 고려사항에 대해 제시하였다.

연구의 대상은 제주방문 중국인 크루즈 관광객으로 진행하였으며 크루즈 패키지 관광객을 대상으로 자기기입식 설문조사 방법과 개별 관광객에게 인터뷰형식으로 자료를 수집하였다.

표본은 편의표본추출로 선정하여 조사를 시행하였으나, 표본의 구성이 남녀노소 고른 분포를 유지하기 위해 노력하였다. 조사 기간은 2013년 7월 20일 부터 10월 27일까지 100일간으로 날씨나 기타 이슈에서 응답의 내용에 영향을 주지 않는 날을 선정하여 실시하였으며, 수집된 350부에 자료 중에 320부를 채택하여 통계 분석 프로그램 SPSS 18.0을 사용하여, 빈도분석, 요인분석, 신뢰도분석, t-test분석, 일원배치 분산분석(one-way ANOVA), IP분석 방법으로 분석하였다.

II. 이론적 고찰

1. 크루즈의 개념과 발전과정

1) 크루즈의 개념과 분류

(1) 크루즈의 개념

일반적으로 운송개념을 지지는 페리여객선과는 달리 크루즈는 운송보다 순수 관광목적의 선박여행으로 숙박·음식·위락 등 관광객을 위한 시설을 갖추고, 수준 높은 관광 서비스를 제공하면서 수려한 관광지를 안전하게 순항하는 여행이라고 할 수 있다. 따라서 크루즈는 운송서비스를 제공하는 ‘선박’과 숙박·음식의 서비스를 제공하는 ‘호텔’, 위락활동을 제공하는 ‘리조트’, 그리고 ‘관광’의 개념을 공유하고 있다. 이 때문에 국제적으로 여객 또는 여객과 화물을 함께 운송하는 선박을 페리(ferry)라고 칭하며, 한국에서 ‘여객선’ 또는 ‘화물여객선’이라고 한다¹⁰⁾

크루즈여행 의정의 ‘크루즈(cruise)’는 용어의 사용에 따라 다소 상이한 의미를 내포하고 있다. 일반적으로 크루즈는 다양한 여행형태 중 하나로 인식되고 있지만, 용어의 정의방법에 따라 그 뜻이 다르게 해석되기도 한다¹¹⁾.

영어에서 cruise의 뜻은 ‘여러 항구를 방문하며 항해하는 것(to sail about touching at a series of ports)’ 또는 ‘여행목적이나 목적지 없이 여행하는 것(to travel without destination or purpose)’ 및 ‘신속하고 평온하게, 또는 힘들이지 않고 움직이는 것(to move or proceed speedily, smoothly, or effortlessly)’으로 정의되어 있다. 또한, 크루즈는 ‘가로지르다’의 뜻에서 ‘순항(巡航)하다,’ ‘돌아다니다,’ ‘여행하다,’ ‘순항(巡航),’ ‘순양(巡洋)’ 및 ‘만유(漫遊)’의 뜻을 지니고 있다¹²⁾.

10) 김창수, 이경모, 『관광교통론』, 대왕사, 2004, p308

11) 이경모, 『크루즈산업의 이해』, 대왕사, 2004, p31

12) 김창수, 이경모, 『전계서』, pp308-309

크루즈 여행은 Cruise ship Tour, Cruise ship Travel 혹은 Cruise로 줄여서 표현되기도 하는데 켈텔(1983)은 “크루즈 여행이란 위락추구 여행상품 구매자에게 다수의 매력적인 항구를 방문하도록 하는 해안항해”라고 정의하고 있고, 포스터(1986)는 크루즈를 하나의 “순간의 생동감 있는 사회”라고 하였다¹³⁾.

이에 대하여 크루즈선 국제협회 (Cruise Line International Association, 1995)에서는 오늘날 크루즈선 산업은 여객 운송이라기보다는 움직이는 “리조트 호텔 (Resort Hotel)”의 개념으로 인식되고 있다고 주장하였다¹⁴⁾.

또한, 한국관광공사에서 발표한 “해안 관광유람선 타당성분석”의 크루즈의 정의는 “숙박시설, 음식시설, 위락시설을 갖추고 수준 높은 서비스를 제공하면서 순수 관광유람을 목적으로 수려한 관광지를 안전하게 순항하는 선박”이라고 하고 있다.

즉, 크루즈 여행이란 유람선을 이용한 독특한 관광여행으로 정기운항의 여객선이 아닌 선박회사가 포괄요금으로 관광객을 모집하여 운항하는 것으로 위락 여행상품 구매자에게 다수의 매력적인 항구를 방문하는 해안 항해여행을 말하는 것이다¹⁵⁾.

다시 말해서 운송의 개념에 호텔의 개념을 합한 것이라 할 수 있다.

그러나 크루즈 여행은 크루즈선의 관광형태나 운송방법, 기항지 등 여러 형태가 있어 정의를 하는데 어려움이 있으며 학자들의 정의 역시 연구의 방법과 시기, 접근방법에 따라 다양해질 수 있다. 이러한 학자들의 정의를 요약 정리하면 대체로 <표 2-1>와 같다.

13) George, M. Foster., *South Seas Cruise : A Case Study of Short-lived Society*, Annals of Tourism Research, Vol. 13, No. 1, 1986. pp.215-237.

14) *The Cruise industry, An Overview, Marketing Edition*, New York, Cruise Line International Association, 1995, p.2.

15) 안영면, “관광유람선의 관광마케팅 전략에 관한 소고”, 동아대학교 경영대학, 경영연구, 1998. pp.61-79.

<표 2-1> 크루즈의 정의

| 구분 | 연구자, 연구기관 | 정 의 |
|-------------|-----------------------|--|
| 사전적 정의 | | <ul style="list-style-type: none"> · 여러 항구를 방문하여 항해하는 것 · 여행목적이나 목적지 없이 여행하는 것 · 신속하고, 평온하게, 또는 힘들이지 않고 움직이는 것 |
| 법적 정의 (국내) | 해운법 | <ul style="list-style-type: none"> · 순항(巡航) 여객운송사업(해운법 제3조 5호, 시행령 제3조): 해당 선박 안에 숙박시설, 식음료시설, 위락시설 등 편의시설을 갖춘 총 톤수 2천 톤 이상의 여객선을 이용하여 관광을 목적으로 해상을 순회하여 운항(국내외의 관광지에 기항하는 경우를 포함한다)하는 해상여객운송사업 · 복합 해상여객운송사업: 내항 정기 여객운송사업, 내항 부정기 여객운송사업, 외항 정기 여객운송사업, 외항 부정기 여객운송사업 중 하나의 사업과 순항여객운송사업을 함께 수행하는 해상여객운송사업 |
| | 관광진흥법 | <ul style="list-style-type: none"> · 관광유람선업에 해당하며, 해운법에 따른 순항(順航) 여객운송사업이나 복합 해상여객운송사업의 면허를 받은 자가 해당 선박 안에 숙박시설, 위락시설 등 편의시설을 갖춘 선박을 이용하여 관광객에게 관광을 할 수 있도록 하는 업 |
| 협회·연구기관의 정의 | CLIA (1995) | <ul style="list-style-type: none"> · 떠다니는 리조트 즉 여객 운송이라는 것 보다는 움직이는 호텔의 개념 |
| | 한국관광공사 (1987) | <ul style="list-style-type: none"> · 운송보다는 순수관광 목적의 선박여행으로 숙박, 음식, 위락 등 관광객을 위한 시설을 갖추고 수준 높은 관광상품을 제공하면서 수려한 관광지를 안전하게 순항하는 여행 |
| | 한국관광연구원 (1999) | <ul style="list-style-type: none"> · 숙박과 오락 및 여가활동을 할 수 있는 시설을 가지고 수준 높은 서비스를 제공하면서 2개국, 2개 기항지 이상을 연계하여 비교적 장거리의 일정에 따라 관광을 목적으로 운항하는 선박여행 |
| 학문적 정의 | Kendall(1985) | <ul style="list-style-type: none"> · 위락추구 여행자들에게 다수의 매력적인 항구를 방문하도록 하는 해안 항해 여행 |
| | Marc,L&Miller | <ul style="list-style-type: none"> · 해안 형 관광이란 해안선에 인접한 육지와 바다의 공간에서 모든 해안심층과 해안 레크리에이션 행위를 하는 행동 |
| | Foster | <ul style="list-style-type: none"> · 하나의 생동감 있는 사회 |
| | Holloway(1985) | <ul style="list-style-type: none"> · 선박을 이용하여 관광을 목적으로 하는 주요 항해 |
| | Ritter&Schafer (1998) | <ul style="list-style-type: none"> · 유연성(遊泳性)의 여가환경 구조에 맞게끔 만들어진 선상여행 |
| | 김천중 (1999) | <ul style="list-style-type: none"> · 숙박과 오락 및 여가활동을 할 수 있고, 비교적 장거리여행도 기능하게 하는 시설을 갖춘 선박여행 |
| | 이경모 (2004) | <ul style="list-style-type: none"> · 운송보다 순수관광목적의 여행으로 국내외항을 정기 또는 부정기적으로 운항하는 선박에서 다양한 등급의 숙박·음식 및 식당시설, 다양한 위락활동 등에 필요한 시설을 갖추고, 수준 높은 관광서비스를 제공하면서 기항지를 안전하게 순회하는 여행 |
| | 하인수 (2004) | <ul style="list-style-type: none"> · SIT(Special Interest Tour) 성격이 강한 위락선박여행으로, 선내에서의 다양한 여가활동과 다수의 매력적인 항구 방문 및 해안에서의 수상 레크리에이션 활동 등을 통해 관광욕구를 충족시키는 여행 |

자료: 문화관광부, 크루즈산업 육성을 위한 관광진흥계획, 2006, p.5.내용을 수정작성

(2) 크루즈 분류

크루즈 수요 증가를 위해서는 크루즈 여행을 분류를 하고 다양한 욕구를 가진 고객들에게 맞는 적절한 여행상품으로 만들어 주는 것이다. 일반적으로 대부분의 크루즈선은 선박의 규모, 운항 지역, 크루즈 여행형태에 따라 구분할 수 있다.

크루즈 선박은 규모에 따른 분류해 보면<표 2-2>, <표 2-3>, <표 2-4>, <표 2-5>과 같다.

이 중에 중형규모의 크루즈 선박은 경제성을 보전하기 힘들어 점차 감소하고 있는 추세이지만, 특정 세분시장 또는 틈새시장에 포지셔닝을 하기 용이한 소형 선박이나 규모의 경제 효과를 추구할 수 있는 대형선박의 수는 증가하고 있다.

<표 2-2> 크루즈 선박 규모에 따른 분류

| 종류 | 내용 |
|--------------------------------|--|
| 소형선박 크루즈(small ship cruise) | GT2,000 ~25,000 이하 규모의 선박으로 일반적으로 승객을 500명 정도까지 수용 |
| 중형선박 크루즈(mid-size ship cruise) | 중형 선박은 GT20, 000 ~50, 000 규모로 승객을 500~ 1,000명 규모로 수용 |
| 대형선박 크루즈(large ship cruise) | 대형 선박은 GT50, 000~ 150,000급의 규모로 승객을 1,000명 이상 수용 |

자료: <http://www.cruise.co.kr>

한편, 크루즈는 경관이 아름다운 항구도시, 역사도시, 문화도시, 휴양지 등 우수한 관광요소를 내포하고 있는 지역을 운항하게 된다.¹⁶⁾

<표 2-3> 크루즈 운항구역에 따른 분류

| 종류 | 내용 |
|-------------------------|--|
| 해양크루즈 (ocean cruise) | 일반적인 개념의 크루즈로 대양으로 항해하거나 국가 간을 이동하는 개념의 크루즈 |
| 연안 크루즈 (coastal cruise) | 한 지역의 해안을 따라 항해하는 크루즈 |
| 하천 크루즈(river cruise) | 하천을 통해 운항하는 크루즈로 당일 크루즈(day cruise)와 숙박 크루즈(extented river cruise)로 구분 |

자료: 논자 재구성

16) 한국문화관광정책연구원, 2006

<표 2-4> 크루즈 여행형태에 따른 분류

| 종류 | 내용 |
|-----------------------------------|--|
| 대중 크루즈 (Volume Cruises) | 대중 크루즈(Volume Cruises)는 대략 모든 크루즈 수익의 약 60%를 차지한다. 이런 종류의 크루즈에는 3가지 타입이 있는데 2일에서 5일짜리 단기 크루즈, 7일짜리 일반 크루즈, 9 일에서 14일짜리 장기 크루즈가 있다. 대중 크루즈에는 여행비의 지불 방식에 따라 할부 크루즈와 보통 크루즈가 있다. |
| 고급 크루즈 (Premium Cruises) | 고급 크루즈(Premium Cruises)는 크루즈 사업에서 2번째 큰 비중을 차지하고 전체 수익 중 약30%를 차지한다. 고 급 크루즈에는 1주일 항해에서부터 2주에서 3개월짜리 장기항해까지 있다. |
| 호화 크루즈 (Luxury Cruises) | 호화 크루즈(Luxury Cruises)는 크루즈 시장의 약 6%를 차지하며 이것은 고상하고 안락한 높은 수준의 서비스를 제공하고 크루즈 중 가장 비싼 종류이다. |
| 특수목적형 크루즈 (Speciality Cruises) | 특수목적형 크루즈(Speciality Cruises)는 고래구경, 스쿠버 다이빙, 고고학, 생물학 크루즈를 포함한다. 이 크루즈는 전체 크루즈 이익의 4%를 차지한다. |

자료: 김천중, 『크루즈 사업론』, 학문사, 1999. pp.10-12를 토대로 논자 재구성¹⁷⁾

<표 2-5> 크루즈 시장구성에 따른 분류

| 구분 | BUDGET | STANDARD | PREMIUM | LUXURY |
|--------|-----------|-----------|--------------|-----------|
| 여행기간 | 3 ~ 7일간 | 3 ~ 7일간 | 7 ~ 14일간 | 14일 이상 |
| 승선료/일 | 200\$ 이하 | 300\$ 이하 | 300\$ ~500\$ | 500\$ 이상 |
| 대상고객 | 신고객/단체 | 신고객 | 경험고객 | 부유층/고정고객 |
| 주요운항지역 | CARIBBEAN | CARIBBEAN | ALASKA/CARIB | WORLDWIDE |

자료: 현대상선 내부자료, 1999

2) 크루즈 산업의 특성

크루즈 관광은 가장 빠르게 성장하는 분야이다. 1980년 이래 연간 8%씩 성장하는 크루즈산업은 다른 모든 관광사업 보다 약 두 배 정도의 빠른 성장을 하고 있다¹⁸⁾.

17) 김천중, 『크루즈 사업론』, 학문사, 1999. pp.10-12

18) Robert, E. Wood., *Caribbean Cruise Tourism, Globalization at sea*, Annals of Tourism Research. USA, 2000.

크루즈 산업은 다른 산업과 다음과 같은 특성을 지니고 있다.

첫째, 크루즈 산업은 선박의 운항 목적 차이를 들 수 있다. 지역 간의 화물이나 여객수송의 교통수단으로서가 아니라 매력적인 항구를 방문하는 순수 관광을 목적으로 하고 있고, 보통 관광객들은 출발항구로 되돌아오는 형태이며, 특정구간을 설정하여 편도로 선박여행을 하기도 한다.

둘째, 크루즈 산업은 수송과 관광의 목적을 동시에 실현시키면서 숙박을 제공하는 또 다른 여행형태라는 점이다. 따라서 선상에는 객실, 식당, 스포츠 및 레크리에이션 시설 등 관광객을 위한 각종 편의시설을 갖추고 여행상품 구매자의 욕구에 적합한 선상 행사와 최고급 호텔의 수준과 흡사한 최고의 서비스를 제공한다¹⁹⁾.

셋째, 운항기간 및 승선기간이 다른 여행상품에 비해 장기간이다. 운항기간이 수일에서 수개월에 이르는 장기여행인 경우가 많으며, 적정 속도의 항해를 통해 안정되고 여유 있는 운항을 한다.

넷째, 크루즈 여행 시 제공되는 서비스는 다양하게 제공된다. 크루즈 여행 제공되는 서비스는 동일 기간, 동일 목적지라도 이용하는 객실 등급에 따라 다양하게 구성되어 있어 객실 등급에 따라 최고급의 서비스를 제공받을 수 있다.

다섯째, 일반여행과는 달리 FIT 여행상품 구매자나 단체여행상품 구매자 일지라도 여러 나라의 출입국 수속을 일괄적으로 처리할 수 있어 수속시간 단축, 개별 수속의 번거로움 등의 불편함을 덜 느끼는 것이다.

여섯째, 크루즈 여행을 진행하는 동안 여행업 업자가 포괄요금으로 관광객을 모집하여 운항한다.

19) 한국관광연구원, 한·중·일 연계 오리엔트 크루즈 사업의 기본추진방안, 정책연구보고서, 1998. p.5.

<표 2-6> 크루즈 산업의 특성

| 항목 | 내용 |
|-----------------|---|
| 자연 및 지리적 아름다움 | 관광을 목적으로 역사도시, 항구도시, 휴양지, 자연경관이 뛰어난 곳 등 관광적인 요소가 내재되어 있는 다수의 매력적인 항구를 기항 |
| 휴양 및 휴식 | 해변이나 선상에서 타인의 간섭 없이 자유롭게 즐길 수 있음 |
| 가 격 | 요금을 산정하는 것은 간단하게 객실종류와 여행시즌의 문제라 할 수 있으며 크루즈의 가격책정은 각각의 선실에 따른 근거가 아니라 선실의 종류에 따라 결정됨 |
| 스포츠 | 해상스포츠가 주종을 이루며, 해상 스포츠로는 수영, 수상스키, 윈드서핑, 요트타기, 낚시 등이 있음 |
| 쇼 핑 | 크루즈 내의 쇼핑 몰에는 세련된 상품진열, 풍부한 상품 확보, 어린이를 위한 상품, 예술품 경매, 보석 경매 등 다양한 상품이 확보 |
| 편의시설 | 다양한 각종 시설과 선실, 호텔 수준의 식당, 미용실, 사우나 실, 마사지 룸, 페스트 푸드와 아이스크림 상점, 바, 카페, 샤워 실, 산책로, 쇼핑매장, 위성 전화실, 세탁소, 나이트클럽, 도서관, 산보나 조깅트랙, 게임 룸, 탁아시설, 카지노, 회의실, 수영장 등 다양한 시설을 완비함 |
| Food & Beverage | 크루즈 선에서의 만찬은 세계 최고의 요리사들이 양식, 중국식, 한식 등 세계 각국의 별미를 준비 |
| 오락 | 낮에는 각 기항지에서 새로운 세계탐험을 하고 밤에는 선내 시설을 이용한 각종 레크리에이션과 쇼 관람, 카지노 등 화려한 파티의 무대를 경험 |
| 육상관광 | 대체적으로 풍부한 관광자원과 쇼핑시설을 갖춘 항구에 기항하여 크루즈 선박운항업자가 개발 해 놓은 육상관광코스(shore excursion)를 선택하여 관광 |
| 여행기간 | 운항기간 및 승선기간이 다른 여행상품에 비해 장기간이며 2일, 3일의 단기간에서 수 주일에서 수개월에 이르는 장기간인 경우도 많음 |
| 안 전 성 | 특히 밤에는 현지의 치안이나 안전에 대한 불안감을 느낄 수 있으나 선박 안으로 외부인의 출입이 금지되어 선박 안에서 모든 즐거움을 만끽 |
| 직원의 서비스 | 선실의 종류와 등급에 따라 직원들의 다양한 서비스를 받을 수 있음 |
| 국제 친선의 기회 | 세계 각지에서 온 사람들과 함께 생각하고 즐기는 가운데 서로의 문화를 이해할 수 있으며, 마음을 열고 진정한 친구가 될 수 있는 기회 |
| 다양한 문화체험 | 각 기항지에서 다양하고 독특한 지역문화와 지역주민들을 접할 수 있는 많은 기회 |

자료: 논자구성, Tourism Research. U.S.A. 2000²⁰⁾

3) 크루즈 여행의 발전 과정

(1) 초기 크루즈 여행

1835년 셰틀랜드 저널(Shetland Journal)의 창간호에 “관광객에게”라는 제목아

20) Tourism Research. U.S.A. 2000

래 스코틀랜드의 스트롬니스(Stromness)를 출발하여 아이슬란드와 페로섬(Faroe Island)을 경유하여 겨울에 스페인의 태양아래서 크루즈를 즐기는 내용의 광고를 게재하였다. 앞서 말한 이 저널의 창시자인 아서 앤드슨(Arther Anderson)이 크루즈의 개념을 최초로 고안한 사람으로 여겨진다. 2년 후에 앤더슨은 동업자인 브로디 윌콕스(Brodie Wilcox)와 함께 P&O의 전신인 페니슬라 스팀 네비게이션(Penisular Steam Navigation Company)을 창설했고, 곧 사무엘 큐나드(Samuel Cunard)는 1840년 7월 4일 브리타니아(Britannia)인 증기선박을 리버풀(Liverpool)에서 헬리팩스(Halifax)까지 북대서양을 횡단하는 항해를 시작하였으며, 이후 매년 Cunard는 대서양 횡단 정기노선을 운영하였다²¹⁾. 이후 1889년 3월 12일에는 오리엔트 라이너(Orient Liner)의 칬보라조(Chimborazo)호와 가곤(Garrone)등 크루즈 개념의 무수한 항해 시도가 유럽지역에서 행해졌고, 1891년 독일의 함부르크에서 아메리카까지 대서양 횡단 선박인 아우구스타(Augusta)호의 승객 수송이 겨울철에는 비수기인 점을 감안, 이에 대한 해결책으로 크루즈 상품을 출시하여 241명의 성공적인 크루즈를 실시하였다²²⁾.

그 후 큐나드 라인(Cunard Line)의 모리타니아(Mauretania)호와 루시타니아(Lusitania)가 취항하였고, 1912년 4월 영국 선적 화이트 스타라인(White Star Line) 타이타닉(Titanic)호 칬몰로 선박여행의 수요 감소와 선박여행에 관한 국제 안전규정의 재정비가 있었으며, 2년 후인 1914년에 제1차 세계대전의 영향으로 영국 국적 크루즈 선박인 로알메일(Royal Mail)의 아카디안(Arcadian)호를 제외한 여객선들이 전투용 지원선박으로 활용하게 되었다.

1922년에는 큐나드 라인(Cunard Line)의 라코니아호(Laconia/19,680 grt)가 아메리카 익스프레스(American Express)사의 여행사업부에 의해 용선되어 세계 최초의 공식 적인 세계일주 크루즈여행 사업을 시행하였는데 이 선박은 1등 선실과 2선실에 각각 350명, 3선실에 1,500명을 수용할 수 있는 것이었다²³⁾.

1930년대에 미국에서는 금주법으로 인해 미국인들은 육지에서 어느 정도 떨어진 바다 위에서는 술 판매가 허용되어 증기선 선사들은 3-4일간의 단기 크루즈

21) Douglas Ward. 2003 : 14

22) 안영면. 1998: 64

23) 이경모, 1994: 34

여행이 주요 수익원 중의 하나가 되었다. 이시기 영국, 프랑스, 독일, 미국의 거대한 세계적인 크루즈회사의 경쟁이 심화되면서 유례가 없던 호화스럽고, 우아하고, 웅장하고, 안락한 정기노선이 생겨나게 되었다.

이 후 세계 2차 대전을 통해 세계의 항공기술은 놀라울 정도로 성장하여 대서양횡단에서 크루즈 선박보다 항공기 이용 더 부상하기 시작하였다.

(2) 크루즈 여행의 전환기

세계 2차 대전이후 미국의 퍼니스 위디 회사(Furness Withy & Company Ltd)에서는 최초의 크루즈 선박 Ocean Monarch를 건조하였고, 1951년 뉴욕에서 버뮤다(Bermuda)까지 처녀항해를 시작했다. 1948년에 건조된 아다운 큐나드의 카로니아(Cunard's Caronia/34,183 tons)는 한 여름 수개월동안에 대서양 횡단을 하였으며, 이 선박은 또한 아름다운 외양으로 인해 “녹색의 여신”(Green Goddess) 또는 “백반장자의 배”라고 불리었다²⁴⁾.

1958년 6월에 상업을 목적으로 하는 최초의 제트항공기가 대서양을 횡단하여 대서양횡단여행의 경제성을 완전히 바꾸어 놓는 계기가 되었다.

1970년대 초에 보잉 747기 출현으로 그 변화는 점점 가속화되어 1962년에 100만 명이 선박을 이용한 북대서양 횡단을 하였으나 1970년에는 25만 명으로 감소하여 크루즈 선사의 비수익성을 초래하게 되어 결국 큐나드 화이트 스타 라인(Cunard White Star Line)의 퀸 메리 (Queen Mary/80,774 tons)는 1967년 9월에 운항을 취소하였고, 큐나드 계열의 퀸 엘리자베스 (Queen Elizabeth/83,673 tons)도 1968년 10월에 마지막 운항을 하였다. 이런 상황에 서도 생존할 수 있었던 선사들은 대서양횡단과 남쪽항해의 크루즈여행을 혼합하여 바하마를 포함한 캐리비안의 작은 섬들을 개발하여 오로지 크루즈여행만을 위한 새로운 크루즈 산업이 탄생하게 되었다²⁵⁾. 특히 항공기를 이용하여 크루즈 가까운 지역에 승객을 이동시켜 매우 흥미 있는 관광지만을 선택하여 크루즈를 즐기게 하는 이른바 Fly & Cruise가 도입되면서 크루즈 사업이 도약할 수 있는 발판을 마련해 주었다.

24) 안영민, 1998: 65

25) Douglas Ward. 2003 : 15

(3) 현대의 크루즈 여행

오늘날의 크루즈의 개념은 과거와 크게 다르지 않다. 세계의 주요 크루즈 선사들은 과거 80일 - 120일간의 크루즈 여행상품은 급속한 산업사회에서 통용 되지 않는다는 사실을 잘 인지하게 되었고, 1970년대 이후 새로운 마케팅전략으로 젊은 세대의 고객도 새로운 시장으로 흡수할 수 있는 3-4일간의 크루즈 여행을 비롯해 7일-14일간의 비교적 짧은 기간 위주의 상품을 출시하기 시작 했다²⁶⁾. 이렇게 크루즈 여행상품은 소비자들의 편의를 위해 많이 개선되고 향상되었고 더 이상 부유한 사람들을 위한 전유물이 아닌, 모든 세대와 여러 사회적, 경제적 계층을 위한 산업이 되었다. 크루즈는 더 이상 승객을 실어 나르는 사업이 아닌 환대 사업으로서 근래에 건조되는 크루즈선 들은 대형화와 소형화의 경향이 나타나고 있다. 이는 표적시장을 대중화 할 수 있는 일반 서민층과 고급화의 부유층으로 양분하는 것으로 나타나고 있다. 크루즈선사는 선박의 공간성과 쾌적성을 한층 기능화 하여 여행객들에게 만족을 제공하고자 한다. 이로 인한 크루즈 상품과 서비스 만족에 대하여 여행객들로 부터 긍정적 평가 얻고자 한다.

1980년대에 세계 주요 크루즈 선사들은 젊은 고객시장도 유치할 수 있는 단기간(3~14일)의 크루즈 관광상품을 개발하고 보다 적극적인 마케팅 활동을 실시함으로써 크루즈 관광수요가 급성장 함과 동시에 1980~1985년 사이에 크루즈관광의 공급규모도 두 배로 증가하였다.

1990년대에는 크루즈 관광활동이 주요한 휴가활동의 하나로 인식되면서 크루즈관광 참여 계층의 범위가 고소득층을 포함한 중간소득층까지 확대되기 시작했으며 크루즈 관광사업은 항공과 연계되어 보다 현대화, 첨단화되어 가고 있다.

2000년대에는 럭셔리, 디럭스, 프리미엄, 컨템퍼러리 등 다양한 급의 크루즈선과 크루즈 상품이 출시되었으며, 연령에 상관없이 크루즈선을 이용하는 이용객들이 증가하면서 대중화 시대가 도래하고 있다. 크루즈 관광시장이 북미, 유럽지역에 편중되어 있었으나, 싱가포르, 홍콩, 말레이시아, 중국, 일본 등을 중심으로 아시아 시장이 빠르게 성장하고 있다. 과거 크루즈 여행이 은퇴한 60세 이상 노인들만의 럭셔리한 휴가로 여겨졌다면 현재는 온 가족 혹은 연인들이 즐길 수 있는 하나의 휴가 방법으로 새로운 트렌드 확장세가 이어진다.

26) 이경모, 1994: 35

〈표 2-7〉 크루즈 관광 발전과정 및 동향

| 연대 | 발전 과정 및 동향 |
|------|--|
| 1960 | <ul style="list-style-type: none"> · 제트기 출현이 대중 관광에 이용되면서 크루즈와 항공여행이 결합하여 크루즈 관광사업 발전에 기여 · 1~4만 톤의 여객 선박이 크루즈 선박으로 이용됨 · 크루즈 선박의 출발 및 크루즈 관광 항로구역은 주로 카리브 해, 지중해, 남지나해 · 크루즈 관광이 고비용이고 노년층만을 위한 여행이라는 잘못된 인식으로 크루즈 산업의 발전에 장애가 됨 |
| 1970 | <ul style="list-style-type: none"> · 크루즈 선박이 단순히 여객 수송수단이 아니라 선상에서 여가 활동의 공간으로서 크루즈 관광에 대한 인식 변화 · 최초의 15,000-30,000 총 톤수 규모의 크루즈 전용 선박의 등장 · 항공 산업의 급속한 발전으로 카리브 해가 주요 크루즈 선박의 출발 및 크루즈 관광 구역으로 부각 · 크루즈 관광 기간이 7~14일로서 3~4곳의 기항지를 연계한 다양한 크루즈 관광 상품 개발로 크루즈 관광수요를 창출함 · 크루즈 상품의 판매는 여행사에 의하여 이루어짐 |
| 1980 | <ul style="list-style-type: none"> · 1970년대 중반 이후의 경제 불황으로 인해 정체(1976~ 1980) · 텔레비전 프로그램 “사랑의 유람선” 방영으로 일반인에게 크루즈 선박에 의한 관광이 널리 알려지기 시작함 · 크루즈선 상품의 적극적인 마케팅 활동과 항공/해상관광이 결합하여 크루즈 관광산업이 발전하기 시작함 · 알래스카, 버뮤다, 유럽 등이 주요 크루즈 관광지역으로 추가됨 · 3~4일의 단기 크루즈 상품의 등장 |
| 1990 | <ul style="list-style-type: none"> · 주요 휴가 활동의 하나로 크루즈 관광 정착 · 연안 관광 등을 통해 대다수가 크루즈 관광을 간접 경험 · 고 소득층에서 중 소득층까지 크루즈 관광이 확대되는 추세: 크루즈의 대중화가 이루어짐 |
| 2000 | <ul style="list-style-type: none"> · 다양한 크루즈 여행상품 출시/개발 · 연령에 상관없는 크루즈 대중화 시대 도래 · 아시아 크루즈시장의 급성장 · 가족단위 크루즈관광객의 성장 |

자료: 세계 크루즈 산업의 동향, Korea Tourism News, Vol. 6, 1994. 이 태우, 크루즈 전용터미널의 개발 방향에 관한 연구, 해운연구, 2002. pp.1 3

2. 크루즈 여행상품 선택속성

1) 크루즈 여행상품의 개념

크루즈 여행은 Cruise ship Tour, Cruise ship Travel 혹은 Cruise로 줄여서 표현되기도 하는데 켈텔(1983)은 “크루즈 여행이란 위락추구 여행상품 구매자에게 다수의 매력적인 항구를 방문하도록 하는 해안항해”라고 정의하고 있고, 포스터(1986)는 크루즈를 하나의 “순간의 생동감 있는 사회”라고 하였다²⁷⁾.

이에 대하여 크루즈선 국제협회 (Cruise Line International Association, 1995)에서는 오늘날 크루즈선 산업은 여객 운송이라기보다는 움직이는 “리조트 호텔 (Resort Hotel)”의 개념으로 인식되고 있다고 주장하였다²⁸⁾.

또한, 한국관광공사에서 발표한“해안 관광유람선 타당성분석”의 크루즈의 정의는“숙박시설, 음식시설, 위락시설을 갖추고 수준 높은 서비스를 제공하면서 순수 관광유람을 목적으로 수려한 관광지를 안전하게 순항하는 선박”이라고 하고 있다.

즉, 크루즈 여행이란 유람선을 이용한 독특한 관광여행으로 정기운항의 여객선이 아닌 선박회사가 포괄요금으로 관광객을 모집하여 운항하는 것으로 위락 여행상품 구매자에게 다수의 매력적인 항구를 방문하는 해안 항해여행을 말하는 것이다²⁹⁾.

2) 크루즈 여행상품의 구성 및 형태

크루즈 여행상품의 구성은 일반적으로 선박, 선상서비스, 선상프로그램, 상륙서비스 등으로 구성되어 있다. 이러한 다양한 관련 상품이 종합되어야 비로소 전체적인 상품의 가치를 유지한다³⁰⁾.

27) George, M. Foster., *South Seas Cruise : A Case Study of Short-lived Society*, Annals of Tourism Research, Vol. 13, No. 1, 1986. pp.215-237.

28) The Cruise industry, *An Overview, Marketing Edition*, New York, Cruise Line International Association, 1995, p.2.

29) 안영면, “관광유람선의 관광마케팅 전략에 관한 소고”, 동아대학교 경영대학, 경영연구, 1998. pp.61-79.

선상에서의 생활은 장기적인 항해이거나 선상생활 그 자체를 즐기려는 고객의 경우에는 각종시설의 구비여부가 판매에 결정적인 작용을 하게 될 것이다. 각종편의 시설이 다양하고 연령층에 따라 독특한 시설이나 서비스를 제공하는 경우에는 상품의 가치를 한층 높일 수가 있다.

이와 함께 크루즈 상품의 매력은 아름다운 항구에 기항하거나 유명관광지를 방문하는 상륙여행의 매력을 때놓을 수가 없다. 이러한 상륙여행은 크루즈 여행의 최대의 가치 중의 하나이며 이때에 출입국수속을 사전에 선상에서 처리하는 등 신속성을 확보해야한다³¹⁾.

<표 2-8> 크루즈 여행상품 구성

| 구분 | 항목 | 세부항목 | 비고 |
|---------|----------|-----------------------|-----------------------------|
| 선박 | 선박규모와 선령 | 대형, 최신형 | 선박의 아름다운 외형 |
| | 브랜드 이미지 | 회사이미지, 역사 | |
| | 예약시스템 | 신용, 예약과 해약, 시설의 사전인지 | |
| 선상 서비스 | 시설서비스 | 다양한 시설 | 승무원의 전문성 |
| | 인적서비스 | 승무원의 헌신도, 전문성 | |
| 선상 프로그램 | 내부서비스 | 다양한 선택권의 부여, 승무원의 전문성 | 다양한 공연, 유명 연예인, 스포츠 스타 |
| | 외부서비스 | 공연자의 인지도, 스타성 | |
| 기항지 | 항구 | 항구의 미관, 전용접안시설 | 아름다운 항구, 유명 관광지, 출입국수속의 신속성 |
| | 관광지 | 관광지의 명성, 만족도 | |
| | 출입국수속 | 수속의 신속성과 간편성 | |

자료: 김천중, “크루즈 여행상품 개발방안 연구”, 산업경영논총 5, 1999. p.101³²⁾

크루즈는 여러 휴가형태와는 다른 이동형태와 휴가형태를 가진다. 직접적인 크루즈 경험 또는 이러한 차이점에 대한 교육이 없다면 정확하게 크루즈를 표현하고 판매하는데 어려움을 겪을 것이다.

대부분의 승객들은 크루즈로부터 무엇을 기대할 수 있는지 모르는 것이고 이들 다양한 서비스와 시설 그리고 독특한 프로그램이 모여 전체의 크루즈 여행상

30) 김천중, 전계서, p.11.

31) 김천중, 전계서, p.45.

32) 김천중, “크루즈 여행상품 개발방안 연구”, 산업경영논총 5, 1999. p.101

품을 좌우한다. 이러한 각종 서비스의 형태는 아래의<표 2-9>와 같다.

<표 2-9> 크루즈 여행상품 서비스 형태

| 분야 | 항목 | 비고 |
|----------|------------------|---------------|
| 금융 | 환전, 신용카드기, 안전 금고 | 현금도 필요함 |
| 바와 라운지 | 다양한 성격의 장소 | 18세 이상 |
| 카지노 | 항해 중에만 이용 | 18세 이상 |
| 전열기 | 배니트 룸, 승압기 | |
| 통신 | 우편, 전화, 전신, 팩스 | 유료 |
| 오락 | 스포츠, 영화, 무대공연 | 무료, 저렴한 가격 |
| 식음료 | 하루 6회 이상 제공 | 정장만찬(2회 이상) |
| 미용 | 남·여 헤어살롱 | 가격 비쌌 |
| 사우나, 마사지 | 예약제 | 저렴 |
| 세탁 | 가격 저렴 | 승무원 배달 서비스 |
| 도서관 | 무료 | 1-2\$의 팁 |
| 의료 | 의사, 간호사 | 진료비 : 25-49\$ |
| 종교 | 세계 3대 종교 | |
| 쇼핑 | 면세점, 토산품 | 세계 유명 면세점 분점 |

자료: 김천중, 『크루즈 사업론』, 학문사, 1999. pp.62-68³³⁾

3) 크루즈 여행상품 선택속성

속성이란 일반적으로 사물의 특징이나 성질을 말하는 사전적 의미가 있는데 (국립국어원) 여기에 속성들을 조합하면 상품이 만들어지게 된다. 속성의 개념을 Kotler & Armstrong(2001)은 상품이 가진 특성으로 인식, 선택속성을 소비자가 상품을 선택하기 위한 대안 평가과정에서 소비자 만족을 충족시켜주기 위한 상품선택의 기준이라고 밝히고 있으며 김광근·여창원·김용철(2007)은 선택속성을 소비자가 선택 시 중요하게 여기는 속성의 중요도와 선택한 후 지각되어 지는 만족도를 의미한다고 하였다. 주동근(2010)은 여행상품 선택속성이 변화하는 것은 관광객의 의식수준과 정보취득방법의 다양함, 전반적 생활수준의 향상과 여행에 대한 변화되는 패러다임 등이라고 하였다.

크루즈의 특성과 운항역사 등에 관한 연구는 다양하다. 대표적인 국내 연구로는 『크루즈 산업론』(김천중, 1999)이 있고 “현대 크루즈의 변화와 상품에 대해

33) 김천중, 『크루즈 사업론』, 학문사, 1999. pp.62-68

서는 크루즈 여행의 신상품 개발에 관한 연구”(이경모, 1994)등이 있다. 크루즈 선택속성에 대한 연구는 근래에 지속적으로 이루어지고 있다. 외국의 연구 사례는 많으나 국내 크루즈 여행상품에 대한 연구는 개발 초기 단계라 할 수 있다 (김홍섭, 2008).

크루즈 선택속성이란 여행을 크루즈로 선택할 시 우선적으로 중요시 여기는 중요도와 선택 후에 느끼는 만족도를 의미한다. 따라서 선택속성을 상위속성이라고 하면, 하위속성은 속성 중요도와 속성 만족도라고 할 수 있다.

크루즈 여행상품 선택속성은 Hailin Qu와 Elsa Wong Yee Ping(1999)는³⁴⁾ 홍콩 크루즈 여행상품 구매자들의 동기요인과 만족수준에 대해서 연구하였는데 구체적으로 개별면담을 통해서 데이터를 모았으며 질문은 세 가지 요인으로 구성되었다.

첫째, 8개의 동기요소들은 “일상생활에서의 도피”, “건강과 운동”, “사회적 모임”, “사회적 지위”, “자아발전”, “사업 목적”, “문화의 이해”, “아름다운 환경과 경치”였으며 제시하였다.

둘째, 여행상품 구매자들의 만족속성에 의해 만들어진 자료에 기초하여 31개의 속성들을 다시 5개의 항목 “숙박”, “음식 및 음료”, “오락”, “편의 시설”, “직원”으로 나누고 여행상품 구매자들의 전반적인 만족을 측정하였다.

셋째, 크루즈 여행상품 구매자들의 인구통계학적인 특성들 “나이”, “성별”, “결혼유무”, “교육”, “직업”, “월수입”, 그리고 “동반 가족”을 평가하였다.

크루즈 여행객의 관광동기를 살펴보면, Qu & Ping(1999)은 아시아 크루즈 여행객과 서양 크루즈여행객들의 관광동기가 거의 비슷한 것으로 밝히고 있으며, 크루즈 관광동기 요인을 8개 속성으로 밝히고 있다. 즉, 일상으로부터 탈출, 사회적인 모임, 아름다운 환경 관람, 문화적인 이해, 사회적인 상태, 비즈니스 추구, 건강과 경험, 자기발전 등으로 밝히고 있으나, 크루즈만의 중요 속성이 되는 크루즈 편의시설과 부대활동에 대한 관광 동기를 배제하였다.

장양례·윤유식·인옥남(2009)은 중저가 크루즈 여행객의 관광동기 시장 세분화와 일본 관광목적지 이미지 관계 연구에서 중저가 크루즈 여행객들의 관광 동

34) Hailin, Qu and Elsa Wong Yee Ping, *A Service Performance Model of Hong Kong Cruise Traveler's Motivation Factors and Satisfaction*, *Tourism Management*, Vol. 20, 1999. pp.237-244.

기는 5가지지 요인인 ‘새로운 경험 추구형’, ‘선상체험 및 활동 추구형’, ‘일상탈출 추구형’, ‘관광지 매력 추구형’, ‘가족 친화 추구형’ 등의 5가지 요인으로 나타났으며, 세분화된 중저가 크루즈 여행객의 관광동기유형과 관광목적지 이미지 간에는 유의적인 상관관계가 있다고 밝혔다.

또 다른 연구에서는 크루즈 여행객의 관광동기가 지리학적, 사회경제학적으로 변화하고 있다고 주장하면서 짧은 기간의 크루즈는 기분전환, 일상으로 탈출동기, 친구 등의 동기가 강한 젊은 사람이 많으므로 다양한 활동이나 환대 및 많은 이벤트를 제공해야 하며, 장거리 크루즈 여행객들은 고급스럽고 평화로운 운항, 방문 기항지, 문화적이고 역사적인 장소를 중요시하는 관광동기를 가지고 있으므로 이들의 특성에 맞는 크루즈 프로그램 개발을 제안하였다³⁵⁾.

가격민감도에 따른 크루즈 관광객들의 시장세분화라는 연구논문에서는 크루즈 상품의 서비스 속성으로 유형적인 면(tangible)에서는 갑판위의 지역, 전반적인 배의 상태, 내부시설, 객실시설 등의 속성을 제시하였으며, 무형적인 면(intangible)에서는 항구지역 방문, 해안가 답사, 오락프로그램, 음식 등으로 제시하였다³⁶⁾. 그의 연구결과에서는 가격의 민감도에 따라 민감성이 낮은 그룹(low sensitive), 중간(moderate), 높은(high sensitive)으로 나누고 각 그룹의 특징을 크루즈에 대한 애착, 지각된 가격, 하루 지출량, 특질선호경향, 가계소득, 전반적인 만족도, 서비스 및 활동에 대한 평가, 크루즈의 지각된 가치, 재 구매의도 등에 따라 묘사하였다.

신홍철(2003)은 아시아 크루즈산업 활성화 방안에 대한 연구에서 크루즈여행 선택속성을 6개 요인으로 명명하고 (종업원의 서비스태도, 시설의 다양성, 크루즈 상품 요금, 크루즈 경로의 매력도, 선상의 이벤트, 크루즈 선상의 숙박 서비스), 28개 변수에 대한 요인분석과 영향력을 파악하기 위한 로짓 회귀분석을 실시하였다. 그 결과 크루즈 여행객의 6개의 중요한 속성 중 종사원의 서비스 및 태도, 크루즈 상품 요금, 크루즈 경로의 매력도가 통계적으로 고객의 영향력에 관심을 줄 정도로 유의한 값을 나타내고 있다고 분석하였다.

또한 유람선 상품의 선호도 분석에서 유람선구성요소를 상품성 구성요인에 새

35) Pencic, 2007

36) Petric, 2005

로운 가치성 등 10개의 항목을 통해 측정하였으며, 인적시설 구성요인에 다양한 메뉴 등 총 11개의 항목을 통해 측정하였다. 또한 일반적 구성요인으로 관광 상품 가치성 등 총 8개의 항목을 가지고 측정에 임하였다. 연구결과 첫째, 남성이 여성보다 인적시설구성요인 중 시설이미지에 관심이 높은 것으로 나타났으며, 둘째, 자영업소득자가 급여 소득자나 학생 및 주부보다는 상품성구성요인 중 관광 이벤트에 관심이 높은 것으로 나타났다. 셋째, 40세 이상이 인적시설구성요인 중 승무원 이미지, 시설이미지에 상품성구성요인 중 관광이미지, 관광이벤트에 가장 많은 관심을 보였으며, 그 다음이 30대 순으로 나타났다. 또한 유람선의 선호도 분석에서는 휴식공간으로서 자리매김, 일상탈출의 도움, 추억으로 남는 여행, 훌륭한 관광자원으로서의 인식, 새로운 가치인식, 승무원의 유니폼 착용 및 자세, 승무원의 친절함, 매력적인 관광 상품으로서의 인식을 선호했으며, 식음료매장 청결, 메뉴의 다양성, 식음료 가격 의 적정성, 환경친화성, 다양한 이벤트, 수준 있는 이벤트 행사 요인에는 선호도가 낮게 나타났다³⁷⁾.

크루즈 여행상품 선택속성에 대한 항목은 앞에서 언급한 크루즈의 구성 및 형태 그리고 특성을 가지고 재구성하였으며 크루즈 여행상품 선택속성에 대한 국내·외 학자들의 크루즈 여행상품 선택속성을 살펴보면 다음 <표 2-10>와 같다.

37) 황봉취, 2001

<표 2-10> 국내·외 학자들의 크루즈 여행상품 선택속성에 대한 연구

| 구성요소 | 국내학자 | | | 국외학자 | | |
|----------|------|-----|-----|----------------|---------|-------------------------------|
| | 고충섭 | 박태원 | 신흥철 | Teye & Leclerc | Patrick | Hailin Qu & Elsa Wang Yee Hng |
| 자연 경관 | | ○ | | | | ○ |
| 기항지 | | ○ | ○ | ○ | ○ | ○ |
| 종교 | | | | | | |
| 사업 목적 | | | | | | ○ |
| 선박의 아름다움 | | | | | ○ | |
| 숙박 | | ○ | ○ | ○ | ○ | ○ |
| 휴양 | | ○ | | | | ○ |
| 가격 | | | ○ | | | |
| 스포츠 | ○ | ○ | | | | ○ |
| 쇼핑 | ○ | ○ | | | | ○ |
| 편의시설 | ○ | ○ | ○ | | ○ | |
| 식음료 | ○ | ○ | | ○ | ○ | |
| 선사 서비스 | | ○ | | ○ | | ○ |
| 오락 | ○ | ○ | | ○ | ○ | ○ |
| 선상프로그램 | ○ | ○ | ○ | | | |
| 육상 관광 | ○ | | | ○ | | ○ |
| 여행 기간 | | | | | | |
| 안전성 | | | | | ○ | |
| 서비스의 질 | | ○ | ○ | ○ | | ○ |
| 국제적인 친선 | | | | | | |
| 다양한 문화체험 | ○ | | | | | ○ |
| 소계 | 8 | 12 | 6 | 7 | 7 | 12 |

자료: 연구자 제작성

3. 크루즈 산업의 현황

1) 국내 크루즈 산업의 현황³⁸⁾

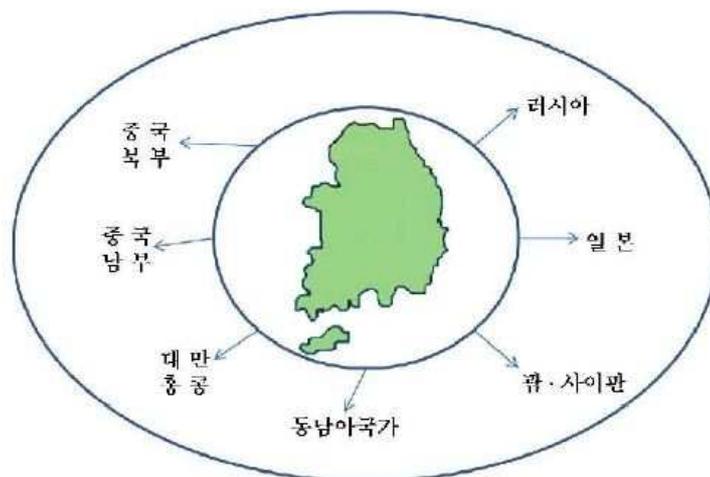
(1) 국내 크루즈 산업 여건³⁹⁾

① 지리적인 여건

한국은 삼면이 바다로 둘러싸여 있어 크루즈 운항측면에서 매우 유리한 입지를 점하고 있다. 동쪽으로 극동 러시아 및 일본과 연결 되고, 나아가 태평양과 연결되어 세계 일주 크루즈에 유리한 입지에 있다. 동남방향으로는 괌(Guam), 사이판(Saipan)등 관광지와 해상으로 연결되며, 남쪽으로는 일본의 규슈(Kyusyu)와 연결되어 일본의 유명관광지와 연계가 용이한 편이다.

서북방향으로 대련·천진·북경 등의 중국 동북지역과 연결이 가능하고, 서쪽으로는 청도·상해·연태 등의 중국 동부도시와의 연계가 가능하며, 남·서 방향으로는 대만·홍콩·필리핀 및 베트남·태국·말레이시아·싱가포르 등의 지역도 연계선상에 자리하고 있다.

[그림 2-1] 한국의 지리적 크루즈환경



자료: 이경모, 『크루즈 관광산업의 이해』, 대왕사, 2004, p134

38) 김경희, “한국 크루즈산업의 발전방안에 관한 연구”, 호텔경영학연구, 제17권 제1호, 2008, pp. 203-207.

39) 이경모, 『크루즈 관광산업의 이해』, 대왕사, 2004, p133

따라서 한국은 크루즈운항에 있어 서구의 선박이 일본에서 중국, 중국에서 일본, 일본에서 동남아, 동남아에서 일본, 또는 극동 러시아나 태평양에서 동남아시아지역으로 운항하기 위해 반드시 거쳐야 하는 위치에 있다. 또한, 한국은 동아시아지역의 크루즈 유치나 운항에 있어 매우 경쟁적인 지리적 특징을 지니고 있다.

② 사회·경제적인 여건

고도의 경제성장을 바탕으로 개인소득의 증대, 여가시간의 증대, 삶의 질을 추구하려는 인식 등으로 인해 국민의 생활 패턴이 최근 들어 크게 바뀌었으며, 주5일 근무제 시행 등 더욱 더 한국 국민의 여가 및 여행활동이 다양하게 행해질 것으로 예상되고 있다.

더구나 한국 국민 관광의식 동향을 살펴보더라도 생활여건 개선과 의식 구조의 변화로 과거의 ‘즐겁게 노는 것’ 보다도 ‘새로운 경험을 획득하는 것’에 주안점을 두는 즉, ‘보는 여행’에서 ‘체험하는 여행’으로 여러 장소를 둘러보는 경유형 여행을 선호하고 있다.

③ 정치·외교적인 여건

한국은 지정학적인 조건으로 대륙을 통한 교통운송은 현재로서는 불가능한 현실에 있다. 따라서 한국 국민의 국외여행과 외래 관광객의 출입국은 오직 항공과 해운에 의해서만 가능한 처지에 있다.

한국은 국제정치와 세력 사이에서 가장 복잡하고 중요한 지정학적 위치에 있으며 주변에 중국시장 12억 명, 일본시장 1억 2천만 명, 인도시장 8억 명의 이동인구를 가진 관광잠재력이 있는 국가이다⁴⁰⁾.

(2) 한국 국내 크루즈 시장의 현황⁴¹⁾

한국 크루즈 관광은 부산항, 인천항, 제주항을 중심으로 이루어지고 있으며, 전국 6개 항에 크루즈선 전용터미널을 건설할 계획이다.

각 항별 크루즈선박 국내 입항실적 및 크루즈 입항을 통한 입국객수를 살펴보면 부산항의 경우 2011년에는 부산항의 크루즈 입항횟수와 입항 크루즈 여객수가 크게 감소하였는데 이는 일본의 지진사태로 인한 영향으로 보이며 상대적으로

40) 이장춘, 최신 관광 자원학, 대왕사, 1999. pp.90-92.

41) 권태일, “제주크루즈 관광의 전망”, 2012

로 인천항의 크루즈 입항횟수가 전년도(2010년)에 비해 증가하였다. 부산항은 2012년 21척 크루즈선의 135회 입항으로, 180,475명(전년대비 251.5% 증가)의 여객이 입국함에 따라 주요 항 중 가장 높은 증가율을 나타내었다. 이는 세계 제2대 선사인 Royal Caribbean Cruises와 유럽최대의 선사인 Costa Cruises/Costa Crociere가 2010년부터 본격적으로 공급량을 늘린 것이 원인으로 판단된다.

제주항의 크루즈 입항횟수는 매년 가장 안정적으로 증가하는 추세이다. 2012년 15척의 크루즈선이 80회 입항하였고, 140,899명(전년대비 116.8% 증가)의 여객이 크루즈를 통해 입국하였다. 크루즈관광협의회 자료에 따르면 2013년도에는 제주를 기항하는 크루즈는 약 156회, 관광객 300,000명 이상이 예상되고 있다. 2013년에는 Costa Cruises/Costa Crociere사의 Costa Victoria호가 33회, Royal Caribbean Cruises사의 Voyager of the Seas호가 26회 Mariner of the Seas호 29회 등 대형 크루즈들이 제주항으로 기항을 예정하였다.

인천항의 입항횟수는 2012년 5척의 선박이 7회 입항하였고, 2,748명(전년대비 90.9% 감소)의 여객이 크루즈를 통해 입항하였다. 인천항은 부산항이나 제주항에 비해 크루즈 선의 입항횟수가 적지만 2014년 인천에 크루즈전용부두 및 전용터미널이 완공되면 입항횟수와 입국객수는 대폭 증가될 것으로 전망되고 있다.

크루즈는 부산항, 제주항, 인천항을 비롯해 여수항, 군산항, 마산항, 통영항, 속초항, 동해·목호항, 울산항, 목포항, 평택·당진항, 광양항, 화순항(제주) 등을 통해 비정기적으로 입항하고 있다. 아직까지는 주요 메이저 항외에 다른 지역항만들의 입항 실적은 저조한 상태이다.

마산항, 통영항, 속초항, 동해항, 울산항, 목포항, 군산항, 평택·당진항 등의 기타 지역 항에는 주로 일본선사인 Mitsui O.S.K Lines의 Nippon Maru, Japan Cruise Line의 Pacific Venus호, NYK Cruises사의 Asuka 2호가 비정기적으로 입항하고 있다.

<표 2-11> 한국 국내 연도별 · 항만별 크루즈 현황

| 구분 | 부산항 | | | 제주항 | | | 인천항 | | |
|------|-------|-------|----------------------|-------|-------|----------------------|-------|-------|---------------------|
| | 입항 선박 | 입항 횟수 | 여객 수 | 입항 선박 | 입항 횟수 | 여객 수 | 입항 선박 | 입항 횟수 | 여객 수 |
| 2008 | 11 | 29 | 32,484 | 7 | 39 | 30,523 | 4 | 5 | 2,573 |
| 2009 | 13 | 33 | 26,244 (-19.2%) | 9 | 37 | 38,147 (+24.9%) | 11 | 15 | 7,223 (+180.7%) |
| 2010 | 15 | 17 | 106,312 (+305.0%) | 9 | 49 | 55,243 (+44.8%) | 8 | 13 | 7,536 (+43%) |
| 2011 | 15 | 42 | 51,331 (-51.7%) | 8 | 69 | 64,995 (+17.6%) | 8 | 31 | 30,748 (+304.1%) |
| 2012 | 21 | 135 | 180,475 (+251.5%) | 15 | 80 | 140,899 (+116.8%) | 5 | 7 | 2,748 (-90.9%) |

자료: 부산 항만공사 통계자료, 제주도청 해양개발과 내부자료, 인천 항만공사 내부자료로 연구자가 재구성.

주) 자료의 증감률은 전년대비 여객수의 증감률을 나타낸 것임.

<표 2-12> 국내 기항 외국크루즈선 현황 (2012)

| 선사명 | 선명 | 총톤수 | 기항현황(횡수/승객수) | | | |
|------------------------------|------------------------|---------|-------------------------|------------------------|---------------------|------------------------|
| | | | 계 | 부산 | 인천 | 제주 |
| 16개사 | 23척 | | 160 /259,608 | 69/100,8 74 | 6/5,63 2 | 74/139, 293 |
| Royal Caribbean Cruise | Legend of the Seas | 69,130 | 28/48,368 | 14/23,986 | | 13/22,579 |
| | Voyager of the Seas | 137,276 | 22/67,664 | 5/13,685 | | 17/53,979 |
| Costa Cruises | Costa Victoria | 75,166 | 47/90,779 | 11/21,446 | 1/3,150 | 30/56,232 |
| Princess Cruises | Diamond Princess | 115,875 | 9/23,422 | 9/23,422 | | |
| | Pacific Princess | 30,277 | 1/600 | 1/600 | | |
| | Dawn Princess | 77,441 | 1/1,777 | 1/1,777 | | |
| | Sea Princess | 77,499 | 1/1,895 | 1/1,895 | | |
| | Sun Princess | 77,441 | 1/1,948 | 1/1,948 | | |
| Holland America Line | Amsterda m | 62,735 | 1/846 | | | 1/846 |
| | Zaandam | 61,214 | 3/3,736 | 1/1,373 | 1/1,185 | 1/1,178 |
| MOL | Fuji Maru | 23,235 | 7/3,059 | 4/1,878 | 2/846 | |
| | Nippon Maru | 22,472 | 5/1,399 | 2/573 | | 2/466 |
| Japan Cruise Line | Pacific Venus | 26,594 | 9/3,889 | 5/2,105 | | 1/424 |
| NYK Cruise | Asuka 2 | 50,142 | 3/2,012 | 2/1,314 | | 1/698 |
| Azamara Club | Azamara Quest | 30,277 | 1/606 | 1/606 | | |
| Amadea Shipping | Amadea | 28,856 | 2/1,092 | 1/546 | | 1/546 |
| Oceania Cruises | Nautica | 30,277 | 1/674 | 1/674 | | |
| Orion Cruises | Orion 2 | 4,077 | 5/351 | 4/265 | | 1/86 |
| Silversea Cruise | Silver Shadow | 28,258 | 6/1,451 | 2/544 | 1/150 | 3/757 |
| Hapag Loyd | Hanseatic | 8,378 | 2/442 | | 1/301 | 1/141 |
| Crystal Cruise | Crystal Serenity | 68,000 | 2/1,632 | 1/815 | | 1/817 |
| Saga Cruise | Saga Ruby | 24,492 | 1/544 | | | 1/544 |
| Ocean Dream | Ocean Dream | 35,265 | 2/1,422 | 2/1,422 | | |

자료: 해양수산부, 「크루즈 산업 활성화 대책」, 2013

[크림 2-2] 한국 국내 항만위치 및 크루즈 입항항만



자료: 제3차 항만기본계획 고시문(2011)

(3) 국내기항 크루즈선의 주요 노선 및 관광프로그램⁴²⁾

한국에 기항하는 주요 크루즈선은 대부분 4~10월중 운항하며, 11월~3월 사이에는 동남아, 남태평양 등으로 이동하여 운항하고 있다. 특히 상해, 텐진, 요코하마 등을 모항으로 3박4일~5박6일 간 한국에 인천·부산·제주 등을 기항하고 다시 돌아가는 코스가 대다수 노선이며 대부분 부정기적으로 운항(4월~10월 기간 중 1~15항차 등)하며, Henna 크루즈(텐진에서 인천, 4~10월 주1회 28항차)와 같은 정기선도 일부분으로 존재하고 있다.

42) 해양수산부, 「크루즈 산업 활성화 대책」, 2013.7

<표 2-13> 크루즈 운항노선(예시)

| 구 분 | 노 선 | 구 분 | 노 선 |
|------|------------------------|-------|-----------------------------|
| 마리너호 | 상해~제주~부산~상해 | 빅토리아호 | 텐진(요코하마)~제주~부산~텐진(요코하마) |
| 보이저호 | 베이징~한국(4개항)~일본(대만)~베이징 | 제미니호 | 상해~한국(4개항)~일본(나가사키·후쿠오카)~상해 |

<표 2-14> 기항지별 관광프로그램 운영사례

| 기항지 | 주요 관광·쇼핑 코스 |
|-----|--|
| 부산항 | < 레전드호(미국 캐리비언 크루즈사) > ① 경주(불국사, 천마총, 국립박물관) → 용두산 공원 - 자갈치 시장 ② 해동용궁사 → 누리마루 APEC 하우스 → 쇼핑(롯데면세점, 국제시장) → 자갈치 시장 ③ 용두산 공원 → 자갈치 시장 → 전통공연 |
| | < 코스타 크레스카 및 로만티카호(이태리 코스타사) > ① (시티투어) 용두산 공원 → 자갈치 시장 → 국제시장 → 롯데면세점 ② (필름로테이션) 태종대 → 임시정부기념관 → 상해거리 → 롯데면세점 ③ (부산 전일투어) 해운대 → 부산박물관 → 뷰티쇼핑 → 공안대교 → 용두산 공원 → 국제시장 |
| | ① 경복궁·민속박물관 → 청와대 |
| | ② 연안부두 어시장 → 월미도, 월미 공원 → 차이나타운 → 신포시장 |
| | ③ DMZ → 임진각 공원, 자유의 다리 → 박람회상, 도라 전망대 |
| 제주항 | < 반 일 > ① (제주시권) 자연사박물관 → 용두 암/용연 → 쇼핑 ② (서부/제주시권) 한림공원 → 도깨비도로 → 쇼핑 ③ (시내투어) 제주 민속자연사박물관 → 용두 암 → 쇼핑 ④ (한림공원 투어) 한림공원 → 도깨비도로 ⑤ (해피월드투어) 해피월드공연관람 ⑥ (난타관람투어) 난타관람 |
| | < 전 일 > ① (동부권 A) 산굼부리 → 성읍민속마을 → 섭지코지/올인하우스 → 성산일출봉 → 시내쇼핑 ② (동부권 B) 성산일출봉 → 섭지코지 → 성읍민속촌 → 산굼부리 ③ (중문/제주시권) 여미지식식물원 → 천제연폭포 → 중문해수욕장 → 약천사 → 도깨비도로 → 시내쇼핑 ④ (중문단지투어) 도깨비도로 → 천제연폭포 → 여미지 식물원 → 약천사 → 중문해수욕장 → 주상절리 |

자료: 해양수산부, 「크루즈 산업 활성화 대책」, 2013.7

(4) 한국 크루즈 관련 정책 및 법규

<표 2-15> 크루즈-관광사업 관련정책 현황43)

| 구분 | 주요 내용 | 비고 |
|---------|--|--------------|
| 부산광역시 | - 정책목표/비전 : 한·중·일 크루즈 관광 허브 구축 - 크루즈 관광 활성화를 위한 장기계획 수립 및 활성화 협의회 운영 - 크루즈 관광 경쟁력 강화를 위하여 수용태세 개선, 항내크루즈 활성화, 마케팅 활동 지속 추진 ※ 로열캐러비언사와 코스타 크루즈사가 준 모항으로 취항 | 국제 크루즈 정기 취항 |
| 제주특별자치도 | - 정책목표/비전 : '동북아의 중심 크루즈항구' - 마케팅 전략 : 크루즈 유치 마케팅 전략, 크루즈 고객만족도 제고전략, 네트워크 구축전략의 3개 전략 수립 - 국제 크루즈산업 활성화협의회 구축 - 크루즈 관광객 유치와 수용태세 조성에 초점 ※ 코스타 크루즈 정기 취항 | 국제 크루즈 정기 취항 |
| 진라남도 | - 동북아 크루즈 관광시장과 중국 크루즈 관광시장 선점 - 목포항, 여수항 크루즈 기반시설 확충, 기항지 관광프로그램 개발, 관광 수용태세 개선 ※ 씨번 크루즈 정기 취항(2010년 목포) | 국제 크루즈 정기 취항 |
| 경상남도 | - 경남 무역항(마산, 진해, 삼천포)의 기항지 마케팅 추진 - 크루즈 여행상품 개발과 크루즈 전용부두 등 기반시설 확충에 초점 | |
| 강원도 | - 동북아 웨리항로 운영(속초-니가타-자루비노/훈춘) 및 환동해안권 연안 항로 개발 추진 - 강원/일본/연해주의 해운항로 활성화 추진협의회 구성·운영 ※ DBS크루즈 페리 운항 | |
| 인천광역시 | - 인천항 크루즈 유치마케팅 실시(인천광역시, 인천항만공사, 인천관광공사) ※ 국제 크루즈선박 부정기 입항 | |
| 서울특별시 | - '서해비단길'조성을 통한 국제/국내 크루즈 운항 | |

자료: 홍장원, "우리나라 크루즈 관광정책의 주요 이슈와 개선방안", 2010.11

크루즈관광사업 추진과 관련된 법규는 크게 터미널 등 각종 시설에 관한 기반 시설 관련법, 크루즈관광 관련사업 및 면허 등에 관한 인허가 관련법, 선원 및 선박의 관리·운영 등에 관한 선박·선원 관련법, 선박의 입·출항에 관한 입·출항 관련법, 선박안전 및 환경 등에 관한 환경·안전 관련법 등으로 나눌 수 있다.

기반시설 관련법으로는 국토이용관리법, 해양개발기본법, 항만법, SOC법 등이 있으며, 인허가 관련법으로는 해운법, 항만운송 사업법, 관광진흥법 등이 있다. 선박 및 선원 관련법으로는 선박법, 선원법, 선원보험법 등이 있으며, 입·출항

43) 홍장원, "우리나라 크루즈 관광정책의 주요 이슈와 개선방안", 2010.11

관련법으로는 개항질서법, 출입국관리법, 검역법, 관세법 등이 있다. 그리고 환경 및 안전 관련법으로는 해양오염방지법, 해상교통안전법, 선박안전법 등이 있다.

이러한 관련정책 중에 크루즈관광사업 추진과 관련된 주요 세부조항을 살펴보면 다음<표 2-16>과 같다.

<표 2-16> 크루즈-관광사업 관련법규 현황

| 관련분야 | 관련법규 | 주요관련내용 |
|---------|---------|---|
| 기반시설 | 국토이용관리법 | 항만구역 등 지정통보(규칙 제3조) 공공시설등의 설치협의(령 제21조) 등 |
| | 해양개발기본법 | 항로·항만개발 등 해양공간자원의 이용 (제9조, 령 제10조) 등 |
| | 항만법 | 항만의 신설·개축·유지 및 보수(제9조) 종합여객시설 점용허가(제 36조) 항만운영 전산망 구성 및 운영(제70조 3) 항만시설 사용 및 요금징수(령 20조 2) 등 |
| | 민간투자법 | 사회간접자본시설의 정의(제2조) 등 |
| 관련업·인허가 | 해운법 | 해상여객 운송 사업의 종류·면허(제3, 4조) 해운중개업, 해운대리점업, 선박대리점 및 선박관리업 (제34조) 계획조선자금지원 등(제46조) 등 |
| | 항만운송사업법 | 항만운송관련 사업(제2조 ②) 등 |
| | 관광진흥법 | 관광객이용시설업 규정(제3조) 관광유람선업 등록기준(령 제7조) 등 |
| 선박·선원 | 선박법 | 선박의 국적(제2,3조) 선박 등기,등록(제8조) 등 |
| | 선원보험법 | 보험제도(각조항) |
| | 선원법 | 선원의 직무(제6조 16조) 선원의 근로조건(령 제2.3조) 등 |
| | 국제선박등록법 | 국제선박에 대한 지원(제9조) 등록대상선박(령 제2조) 등 |
| 입·출항 | 개항질서법 | 입·출항의 신고(제5조) 수리 또는 개선(제7조) 등 |
| | 출입국관리법 | 선박 등의 검색(제69조) 출·입항예정 통보(제86조) 등 |
| | 검역법 | 검역조사(제9조) 무전검역(제22조) 등 |
| | 관세법 | 입·출항 절차(제44,45,46조) 등 |
| 환경·안전 | 선박안전법 | 구비시설과 장비(제4조 2,3) 검사(제5조) 국제협약 등에 따른 각종 통제(제13조) 등 |
| | 해양오염방지법 | 선박으로부터의 폐기물의 배출규제(제33조) 등 해상안전 및 해상교통관리(제6조) |
| | 해상교통안전법 | 해상교통관리교육훈련 (제 7조) 항로의 지정(규칙 제8조) 등 |

자료 : “크루즈산업 육성을 위한 관광진흥계획 수립”, 한국문화관광정책연구원, 2006.

(5) 제주 크루즈기항지로서 발전현황

① 제주 방문 크루즈 관광객 현황

제주도는 섬지역으로 타 지역과 차별화되며, 다양한 관광자원을 보유하고 있어 한·중·일 3국을 연계하는 동북아 크루즈 여행상품을 개발하는데 최적지이다. 최근 제주를 기항하는 크루즈 노선이 확대되고 있으며, 이에 따라 다양한 국적의 크루즈 관광객들이 제주를 방문하고 있다. 2013년에는 제주항에 2012년(80회) 보다 139% 증가한 191회 입항할 예정이며, 이는 국내 크루즈항구 중에서 가장 많은 수치이다.

크루즈 관광산업은 제주관광의 과제인 관광객들의 항공교통 의존도를 줄일 수 있고, 외국인 관광객 유치증진에 기여할 수 있다. 또한 크루즈 관광객들이 일반 관광객들과 비교하여 단기간 내에 더 많은 관광소비를 한다는 점에서 매우 중요한 관광시장이라고 할 수 있다. 특히 중국인 크루즈 관광객의 폭발적인 증가로 동북아 크루즈 노선이 활성화되고 있으며, 향후 크루즈 관광객 유치를 위한 각국 도시간의 경쟁도 심화되고 있다.

지난 2012년 제주를 방문한 크루즈 관광객은 140,899명이며, 이중 외국인 관광객은 137,722명으로 약 98%를 차지하고 있다. 외국인 관광객을 국적별로 살펴보면, 중국인 104,445명(74.1%), 일본인 13,389명(9.5%), 대만인 4,922명 (3.5%), 미국인 3,310명(2.3%) 등의 순으로 나타났다.

<표 2-17> 연도별 제주 국제 크루즈 입항실적 및 방문관광객 추이

| 구분 | 입항실적(회) | 관광객(명) |
|-------|---------|---------|
| 2004년 | 2 | 753 |
| 2005년 | 6 | 3,205 |
| 2006년 | 23 | 11,265 |
| 2007년 | 24 | 17,285 |
| 2008년 | 39 | 30,523 |
| 2009년 | 37 | 38,147 |
| 2010년 | 49 | 55,243 |
| 2011년 | 69 | 64,995 |
| 2012년 | 80 | 140,899 |

자료: 제주특별자치도 해양수산국 내부자료.

②제주 크루즈관광 육성정책

제주도의 크루즈관광 육성정책은 2011년 10월 제주의항에 크루즈 전용부두가 조성됨에 따라 본격화되고 있다. 이에 따라 제주특별자치도에서는 크루즈관광 수용태세 강화계획 수립(2012.8), 코스타크루즈와 업무협약 체결(2012.11), 제주특별자치도 국제크루즈협의회 구성(2012.12) 등을 추진하고 있다⁴⁴⁾.

<표 2-18> 제주특별자치도의 주요 크루즈관광 육성 정책

| 구분 | 주요내용 |
|--------------------------------|---|
| 크루즈 전용부두 준공 -2011.1 | · 2011년 10월 제주의항에 크루즈 전용부두가 준공 |
| 수용태세 강화계획 -2012.8 | · 크루즈관광에 특화된 관광프로그램의 개발, 쇼핑환경의 개선 및 쇼핑장소의 확대 (동문시장 등 시장활성화 구역 인접 상권과의 연계 등) 개별관광객에 대한 각종 정보 (관광, 쇼핑, 교통 등) 제공. 공공교통수단의 강화, 환영이벤트의 다양화 및 질적 향상, 제주 청정농수축산물 등의 크루즈선 선식 공급 추진 등 6대 중점 추진과제가 포함 |
| 코스타크루즈와 업무협약 체결 -2012.11 | · 제주기항 국제크루즈 관광 활성화를 위해 제주특별자치도, 코스타크루즈(주), 롯데관광개발(주)간 3자 업무협약을 2012년 11월 23일에 체결 · 제주특별자치도는 크루즈의 선석배정 등 코스타크루즈(주) 및 롯데관광개발(주)의 국제크루즈 관련 사업을 위하여 적극적인 행정지원 · 코스타크루즈(주) 및 롯데관광개발(주)에서는 제주를 중심으로 한국국제크루즈선 운항에 따른 제주산 농수축산물 등 식료품 공급. 삼다수 등의 구매 방안을 강구하고, 승무원 등 필요인력은 제주지역인재를 고용하여 지역경제 활성화에 적극 노력 |
| 협의회 구성 -2012.12 | · 제주특별자치도 국제크루즈협회를 2012년 12월에 구성 |

자료: 제주특별자치도 각종 현황자료로 작성.

44) 정승훈, “제주지역 크루즈관광 육성을 위한 향후 과제”, 제주발전포럼, 제44호

<표 2-19> 제주특별자치도의 주요 크루즈관광 육성 현황

| 구분 | 제주 |
|-------------------------|--|
| 크루즈 입항횟수 및 크루즈 관광객 수 | 2011년 69회 64,995명 2012년 80회 140,899명 |
| 크루즈 인프라 | 2011년 10월 8만 톤급 크루즈전용 접안부두 건설 민군복합관광미항에 15만 톤급 2선석 건설 중 |
| 환영·환송행사 관광안내 | 입출항시 환영·환송행사는 상시하지 않음 관광안내소, 택시 탑승장, 주차장 등 편의시설 설치함 |
| 환전서비스 | 2011년 5월부터 제주항 국제여객터미널과 화순항에서 환전 업무를 실시함 |
| 무료 셔틀버스 | 무료셔틀버스가 운행 |

자료: 제주특별자치도·제주관광공사·제주발전연구원 『외국인 크루즈 관광객 만족도 조사』, 2012.의 내용으로 작성

③ 제주 크루즈산업에 관한 시사점

가. 수요관점

크루즈관광 동향과 제주도의 여건에 비추어 수요 관점에서 제주도는 한·중일 크루즈관광의 중간 기항지로서 이러한 지역적 특성 때문에 향후 한·중·일 크루즈에서 제주도의 역할은 지속적으로 증대될 것이다. 이에 따라 중국, 일본 등으로 모항(준 모항)으로 하는 국제 크루즈관광객은 지속적으로 증가할 것으로 예상할 수 있다. 특히 대규모 국제 크루즈관광시장이라 할 수 있는 중국 크루즈시장의 급속한 성장에 따라 제주 크루즈관광 수요 역시 급속히 성장할 것으로 예상할 수 있는 것이다.

나. 공급관점

크루즈관광 동향과 제주도의 여건에 비추어 공급 관점에서 제주도와 다른 지역 간의 경쟁이 심화될 것이다. 크루즈관광 시장의 급속한 성장과 맞물려 ‘과잉 공급’의 문제와 경쟁의 심화 등이 나타날 잠재적 요인들이 내재되어 있다. 따라서 남해안지역의 부산항을 비롯하여 인천항, 동해항 등과 경쟁관계 놓일 수 있을 것이다.

한편 크루즈관광의 공급여건과 인프라 측면에서 제주항은 2014년 크루즈전용

부두와 국제여객터미널이 완공되면 국제 크루즈관광객 수용 능력이 현저히 높아질 것이다. 이에 따라 지금까지 부분적으로 크루즈항구로서 기능을 수행하고 있는 화순항의 기능을 완전히 대체하면서 국제크루즈관광 해양관문으로서 기능을 수행하게 될 것이다. 또한 서귀포항은 현재로서는 제주특별자치도 남부지역의 화물수송 거점항구 기능을 하고 있으나, 향후 배후권역의 관광산업을 함께 지원하는 관광·물류 거점항구로 발전한 것이다. 현재 건설중인 민군복합형 관광미항(제주해군기지)과 연계하여 크루즈관광 활성화를 위한 크루즈 기반항구로서 기능을 하게 될 것이다.

이러한 맥락에서 볼 때 제주항과 서귀포항은 크루즈관광 활성화를 위한 기반항만으로서 성격을 지니고 있으며, 이에 따라 제주항과 서귀포항 인근에서는 크루즈관광객의 관광활동이 증가할 것이다. 따라서 향후 제주항과 서귀포항 인근지역에 크루즈관광객 증가에 적극적으로 대응하고, 크루즈관광 활성화를 통한 제주관광산업의 새로운 도약을 위해 현재 크루즈 여행상품의 완화와 신(新) 크루즈 여행상품의 개발이 필요한 것이다.

그러므로 관광상품 개발 측면에서 대안을 고려한다.

첫째, 기항지 다양한 연계 관광프로그램 개발. 연계 관광코스를 테마별, 일정별, 지역별로 보다 다양하게 개발하여 제주지역에서의 체류시간을 확대해야 하는 것이다. 세계자연유산, 제주전통 굿 공연, 재래시장 투어 등 자연과 제주문화관광 콘텐츠와 연계한 관광상품과 건강검진, 스파(Spa), 수(水)치료, 산림욕 등과 연계한 웰스관광 프로그램을 개발할 필요가 있다. 또한 고부가 가치 관광객인 크루즈관광객들의 소비를 유도하기 위해 쇼핑관광을 활성화하는데 중점을 두어야 한다.

둘째, 지역축제와 연계한 크루즈 여행상품 개발. 제주도내 지역축제 개최일자에 맞춰 크루즈선이 입항할 수 있도록 한다면, 단 시간 내에 제주의 자연과 문화를 체험할 수 있어 크루즈 관광객들의 만족도가 높아질 수 있는 것이다.

셋째, 중국 인센티브 크루즈 관광객의 유치. 동북아 주요 크루즈 시장으로 급부상하고 있는 중국의 인센티브 시장을 적극적으로 공략할 필요가 있다. 크루즈 인센티브 여행을 시행하는 중국소재 기업 관계자들에 대한 팸투어 시행을 통해 인적 네트워크를 구축하고, 기업 관계자들에게 E-mail를 활용한 지속적인 제주관광정보 제공, 제주도 홍보물을 지속적으로 제공하는 방안이 필요하다.

④ 중국 新여유법(旅遊法)에 대한 해외여행시장에 영향

올해 8월말까지 제주를 찾는 외국인 관광객은 183만여 명에 이른다. 이 가운데 중국관광객은 146여만 명으로 전체의 79%에 달한다.

중국인 관광객은 지난 2000년 초만 하더라도 년 가 10만여 명에 불과하였으나 2012년에 100만 명을 돌파하는 등 폭발적인 증가세를 보이고 있다.

이처럼 중국관광객이 증가하는 것은 중국의 경제성장과 개방화 등의 영향으로 2000년 이후 해외여행 붐과 제주도의 무사증 입국제도 등 제주도의 발 빠른 대응도 한몫을 했다.

그러나 지난 10월 1일부터 중국은 "여유법(旅遊法)" 개정안을 본격 시행하였다. 여유법 개정의 표면적 이유는 『자국 해외 관광객의 보호』다 하지만 내면에는 국부의 유출방지이다. 즉 해외여행을 가능한 규제함으로써 자국 내 여행소비를 증진하겠다는 것이다.

하나투어의 경우 지난 8월과 9월 각각 1만1천 명과 1만여 명씩 들어오던 중국인 관광객이 이달 들어 4천여 명 수준으로 무려 60%가 줄었다. 모두투어도 8·9월 각각 1만2천여 명과 1만3천여 명씩 들어오던 중국인 관광객 숫자가 5천여 명 수준으로 60% 떨어졌다⁴⁵⁾.

제주발전연구원 신동일 연구위원과 정지형 책임연구원은 여유법(旅遊法) 시행으로 중국 여행사가 판매하는 제주 여행 상품의 가격이 30~50% 올라 제주를 찾는 패키지 단체 관광객이 40~60% 줄어들 것으로 내다봤다.

제주를 단일 관광목적지로 한 여행상품의 경우 최대 3박 4일 상품이 많으며, 국내 타 도시와 연계된 여행상품의 경우 1박 2일 상품이 주류를 이루고 있다. 2011년 기준 중국 국제여행사와 청년여행사의 제주여행상품 현황에 대한 주요 내용은 다음<표 2-21>와 같다.

45) 연합뉴스, 2013.10.7

<표 2-20> 중국주요 여행사의 제주 여행상품 현황

| 구분 | 여행상품 주요내용 |
|-------|---|
| 국제여행사 | <ul style="list-style-type: none"> · 여행상품가격은 4,100위안부터 4,880위안까지 다양하게 구성됨. · 체재기간은 제주상품인 경우 3박 4일이며, 타 지역과 연계된 상품은 4박 5일~5박 6일 상품임. · 쇼핑은 주로 면세점, 화장품·특산품 가게 등임. · 공연관광상품은 한류뮤지컬 난타로 구성되어 있음. 김치만들기 체험 프로그램이 있다는 점이 독특함. · 제주시내 방문자는 용두암, 제주민속박물관 등임. 동부권인 경우 성산일출봉, 섭지코지, 성읍민속마을 등이 주요 코스에 포함됨. 서귀포중문권의 경우 주상절리대, 천지연폭포, 테디베어박물관, 롯데호텔(풍차관람) 등이 주요 코스임. · 드라마·영화 촬영지는 대장금 촬영지 등이 주요 코스로 구성됨. 그 외 신비의 도로, 해안도로, 한라산 어리목 코스, 한라산 자연전시관 등이 방문코스로 구성됨. |
| 청년여행사 | <ul style="list-style-type: none"> · 여행상품가격은 3,380위안부터 6,500위안까지 다양하게 구성됨. · 체재기간은 제주상품인 경우 3박 4일이며, 타 지역과 연계된 상품은 4박 5일~5박 6일 상품임. · 쇼핑은 주로 자수정 가공공장, 중앙로 지하상가 등임. · 공연관광상품은 한류뮤지컬 난타로 구성되어 있음. · 제주시내 방문지는 용두암, 제주민속박물관, 한라수목원 등임. 동부권인 경우 성산일출봉, 섭지코지 성읍민속마을 등이 주요 코스에 포함됨. · 서귀포중문권의 경우 정방폭포, 서북전시관, 분재예술원, 천지연폭포, 테디베어박물관, 월드컵경기장 등이 주요 코스이며, 사찰은 약천사가 주요 방문코스로 구성됨. 그외 신비의 도로 등이 방문코스로 구성됨. |

자료: www.cits.com.cn/ www.cysonline.com

이 같은 중국 관광객 감소는 다른 여행사도 마찬가지로 대부분 여유법(旅遊法)의 영향에서 연유한 것이다. 그동안 한국 여행사들은 원가 이하의 상품을 판매하고 옵션관광과 쇼핑센터 방문 수수료 등으로 그 차액을 메워온 게 관행이었다. 하지만, 여유법(旅遊法) 발효로 중국인 단체관광의 '필수 코스'이던 쇼핑센터 방문과 옵션관광이 불가능해졌다.

개정안을 발효로 중국인들의 한국 관광상품 가격이 30~50%가량 높아지기 때문이다. 일각에서는 가격상승에 따라 당분간 중국인 여행객이 40~60%가량 줄어

들 것이라는 우려 섞인 전망도 하고 있다.

여유법의 주 개정안을 살펴보면

- ▲ 여행사의 초저가 관광상품 기획 및 쇼핑·옵션 강요금지
- ▲ 여행사의 자격을 갖춘 공급업체와의 거래의무
- ▲ 여행사의 무자격 가이드 및 인솔자의 임의 여행일정 변경 등을 포괄적으로 금지한다는 내용 등이 포함되어 있다.

중국 여행당국에 여행불만 신고가 접수되면 여행사가 문을 닫을 수 있을 정도로 규제가 강해 중국 현지 여행사들은 잔뜩 긴장하였다. 실제로 중국 현지 여행사가 쇼핑 강요가 엄격히 금지되면서 이달 들어 외국의 쇼핑센터에 관광객을 유도했다가 고객의 신고로 30만 위안(한화 5천2백만 원) 이상의 벌금을 무는 등 제재를 받은 것으로 알려졌다.

중국 여유법(旅遊法) 시행으로 제주관광은 새로운 상황에 직면해 있다. 따라서 중국의 여유법(旅遊法) 시행이 제주관광시장에 찬물을 끼얹을 것이라는 우려와 제주 관광업계의 체질 개선에 도움 될 것이라는 기대가 교차하는 상태다.

제주도관광협회에 따르면 국경절 하루 전인 지난달 30일부터 항공편과 크루즈선으로 중국 관광객이 몰려 연휴 기간 총 7만여 명이 찾아올 것으로 예상된다. 이 기간 부정기편을 포함한 국제선 항공기 117편의 좌석이 80%가량 예약됐다. 중국인 관광객을 태운 국제 크루즈선도 5차례 제주항에 들어왔다. 이는 지난해 국경절 연휴의 중국인 관광객 4만7천995명과 비교해 46% 정도 증가한 것이다.

중국 여유법(旅遊法)으로 인해 관광객들이 일부 차단되면서 제주입도 중국 관광객 수는 상당부분 감소하고 있지만 이는 일시적인 현상에 그칠 것으로 예상되고 있으며, 이를 계기로 업계 차원에서 고품질의 관광 상품을 만들어 나간다면 제주관광이 한 단계 성장하는 시발점이 될 것이다.

여유법(旅遊法)의 개정안은 위기(危機)이자 기회(機會)이다. 여행, 호텔, 화장품, 의류 산업 등에 적잖은 악재가 될 것이다. 하지만 노력여하에 따라 제반 산업을 선진화하는 계기로 활용할 수 있는 것이다. 특히 저가·덤핑관광에다 쇼핑만 강

요하는 등 위기의 중국인 바운드시장의 이미지를 바꿀 수 있는 더 없는 기회이기도 하다.

제주관광의 미래는 중국경제권을 상대로 어떤 정책과 활동을 펴는가에 따라서 운명이 달라진다. 중국경제권의 관광요충지가 되도록 중장기계획을 세우고 하나하나 강력하게 추진해야 할 시기이다. 그러기 위해서는 인프라 확충과 소프트웨어 점검 등을 통해 고부가가치형 상품 개발, 현재와 미래의 수요를 예측한 개발 계획, 국제적 차원의 투자유지와 자금조달, 국제적 운영을 주도하고 담당할 제주 인재 양성 등 종합적인 비전과 계획을 세워 추진하여 제주도를 동아시아의 보물로 만들어야 하겠다.

또한 제주관광공사는 10월 1일 제주웰컴센터 대회의실에서 중국 ‘여유법(旅遊法)’ 시행에 따른 파급효과에 대한 공동워크숍에서는 중국 여유법(旅遊法) 시행에 따른 단기적 위기를 기회삼아, 2014년 해외 관광시장 변화에 대응한 제주 관광시장 다변화, 질적 성장과 개별관광객 유치 등 구체적인 방안이 논의 되었다.

우선, 해외 관광시장 다변화를 위해 제주특별자치도가 꾸준히 추진해 온 관광영토 확장에 더욱 진력해야 한다는 것이다. 최근 엔저 및 외교상의 문제로 인해 감소추세에 있는 일본 관광시장 회복 및 베트남, 인도네시아, 말레이시아 등 동남아시아 시장 선점, 러시아 몽골 등 극동 및 중앙아시아 신규시장 개척 등을 위해 각 시장별 맞춤형 상품 및 핵심 콘텐츠 개발 필요성이 강조되고 있다.

또한, 제주특별자치도가 주력하기 위해 웨딩과 골프, 승마 등 고부가가치 상품 개발과 프로모션 다각화 방안에 대해 유관기관이 전략적으로 사업을 전개하기로 협의되고 있다.

아세안 지역에는 직항이 없는 점을 감안해 홍콩-제주 간 직항을 전략적으로 활용하는 방안, 유네스코와 N7W 글로벌 브랜드를 활용한 공격적인 프로모션과 상품개발, 자가운전 상품 확대, 각 국가별 현지 스타를 활용한 마케팅방안 등이 구체적으로 논의 되고 있다.

특히 침체된 일본시장 활성화를 위해 표적시장이 명확한 레저동호회를 집중 공략하고, 여성시장을 타깃으로 하는 힐링&뷰티 상품을 확대해나가기로 협의 중이며, 일본인 관광객 유치 활성화를 위해 제주를 기항으로 하는 크루즈 상품을 확대하는 등 접근성을 강화하는 방안 등이 마련되고 있다.

2) 국외 크루즈업의 현황

(1) 세계 주요 크루즈권역 및 주요 기항지

세계 크루즈 운항의 주요지역은 북미, 중남미, 유럽, 아시아 태평양 지역, 일본, 하와이, 오세아니아 등이 있다.

북미지역은 여름철에 한정되기는 하지만 캐나다, 알래스카의 빙하, 피요르드가 이루는 웅장한 자연경치와 함께 계곡 낚시, 강물살타기 등 활력 있는 스포츠를 즐길 수 있다. 세계에서 가장 아름다운 바다의 낙원이라는 카리브 해는 가장 인기 높은 항해권이다. 파나마 운하를 지나 카리브 해와 태평양 연안의 아카팔카를 잇는 경유 운항항해(Trans Canal Cruise)도 유명하다. 그리고 역사와 문화의 뿌리를 자랑하는 지중해, 에게 해(Aegean Sea) 지역도 세계를 대표하는 항해권으로 봄-가을 동안의 성수기이다. 또한 아시아 태평양지역은 최근에 관심을 끌기 시작한 지역이며 해양 레저 대국을 자처하는 일본이나 일본을 시발점으로 한 중국, 한국, 대만, 홍콩 등에서의 단기항해, 괌, 사이판, 싱가포르 등을 시발점으로 한 항공·항해 등 여러 가지 상품이 여러 해운회사에서 제시되고 있다. 특히 사철 여름인 하와이는 섬들을 잇는 단기 항해와 태평양 횡단 항해의 중계지로서도 중요한 유람항해 구역이며 한국·일본·중국 등과 반대의 계절을 지닌 호주, 뉴질랜드 등 오세아니아도 크루즈 권에 들어 있으며 남극, 아마존에서의 항공·항해, 라인 강을 따라가는 항해(River Cruise), 세계 일주 항해등 특별 여행상품으로써 크루즈 여행상품들도 선보이고 있다.

아래 <표 2-21>은 아시아·오세아니아·북미·카리브·중남미·유럽 및 기타 권역별로 주요 크루즈 기항지를 나타내고 있다.⁴⁶⁾

46) 이경모, 『크루즈 관광산업의 이해』, 대왕사, 2004, pp.230~233.

<표 2-21> 권역별로 주요 크루즈 기항지

| 권역명 | 권역 | 주요기항지 | |
|-----------|-------------|--|--|
| 아시아 | 한국 | 부산, 인천, 제주 | |
| | 극동 아시아 | 중국 | Dalian, Xingang-Beijing, Shanghai, Xiamen, HongKong, Keelung-Taibei |
| | | 러시아 | Vladivostok |
| | | 일본 | Hakodate, Yokohama, Tokyo, Kobe, Osaka, Kagoshima, Nagasaki, Fukuoka, Okinawa |
| | 동남 아시아 | 필리핀(Manila), 베트남(Hochminh City, Hanoi, Nha Trang), 태국(Bangkok, Ko Samui, Phuket, Thailand), 말레이시아(Kuala Lumpur, Penang), 싱가포르, 인도네시아(Bali, Samarang, Surabaya) | |
| 오세아 니아 | 호주, 뉴질랜드 | 호주 | Caits, Brisbane, Sydney, Melbourne, Adelaide, Hobart-Tasmania, Perth-Fremantle |
| | | 뉴질랜드 | Bay of Islands, Tauranga, Auckland, Wellington, Christchurch-Lyttleton, Dunedin, Fjordland National Park |
| | 남태평양 군도 | 팜, 프랑스령 폴리네시아(Bora Bora, Moorea, Raiatea, Tahaa), 키리바티(Fanning Island), 피지(Lautoka, Suva), 타히티(Papeete), 쿡제도(Rarotonga) | |
| | 하와이 | Hilo, Honolulu, Kauai, Kona, Maui, Oahu | |
| | 알래스카 | Anchorage, Haines, Juneau, Ketchikan, Seward, Sitka, Skagway, Valdez | |
| | 캐나다 | New Brunswick주 Saint John, St. John's Newfoundland, Nova Scotia주 Halifax, Sydney, Quebec주 Montreal, Quebec City, British Columbia주 Vancouver, Victoria | |
| | 북미 | 미국 | Maine주 Bar Harbor, Portland, Massachusetts주 Boston, New York주 New York, Florida주 Port Canaveral, Ft. Lauderdale, Miami, Key West, Tampa, Louisiana주 New Orleans, Texas주 Galveston, California주 Catalina Island, Los Angeles, San Diego, San Francisco, Washington주 Seattle |
| 멕시코 | | Acapulco, Cabo San Lucas, Cancun, Conzamel, Ensenada, Huatulco, Manzanillo, Mazatlan, Playa del Carmen, Puerto, Vallarta, Zihuatanejo-Ixtapa | |
| 버뮤다 | | Hamilton, King's Wharf, St. George's | |
| 바하마 | | Freeport, Nassau | |
| 카리브 | 카리브 해 | 그랜드케이먼(George Town), 자마이카(Montego Bay, Ocho Rios), 도미니카공화국(Puerto Plata, Santo Domingo), 푸에르토리코(San Juan), 영국령 버진 아일랜즈(Tortola/Virgin Gorda), 미국령 버진 아일랜즈(St. Thomas, St. Croix, St. John), 서인도제도(Anguilla, Antigua, St. Lucia-Castries), 리워드제도(St. Kitts -Basseterre), 과들루프(Basse-Terre), 윈드워드제도(Dominica-Roseau), 프랑스령 마띠니끄, 세인트빈센트(Kingstown), 바베이도스(Bridgetown), 그레나딘(Grenada), 트리니다드(Port of Spain), 네덜란드령 엔틸리스제도(Aruba, Bonaire, Curacao, St. Maarten) | |

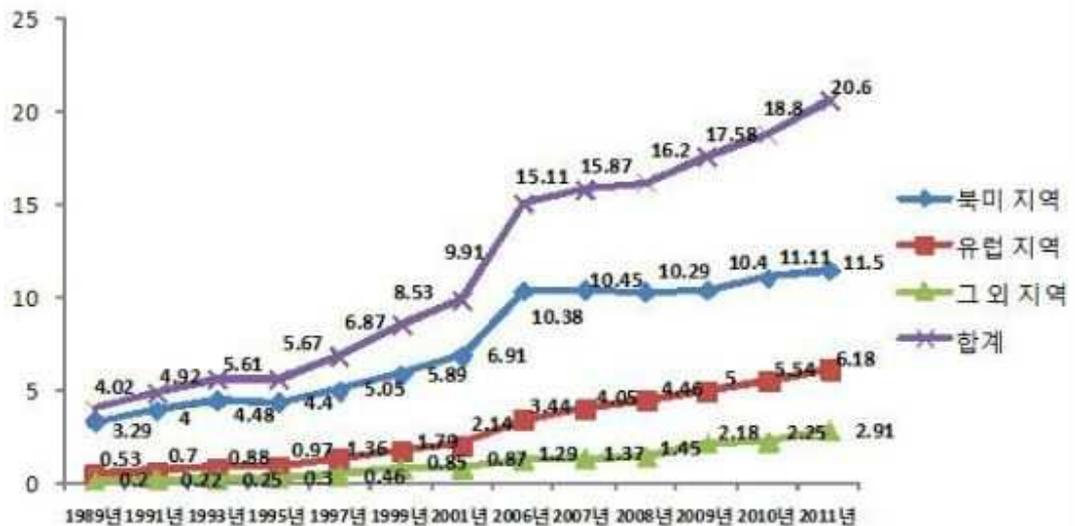
| | | |
|-----|------------------|---|
| | 중미, 파나마 운하 | 벨리즈(Belize City), 구아테말라(Puerto Quetzal), 온두라스(Roatan), 코스타리카(Puerto Caldera, Puerto Limon), 파나마(파나마운하, San Bias Island) |
| 중남미 | 남미 | 콜롬비아(Cartagena, San Andres Island), 베네주엘라(Caracas, Isla Margarita, Puerto Ordaz), 프람스령 기아나(Devil's Island), 브라질(Manaus, Recife, Rio de Janeiro), 에콰도르(Guayaquil, Manta), 페루(Lima-Callao), 우루과이(Montevideo), 아르헨티나(Buenos Aires, Ushuaia), 칠레(Arica, Coquimbo-La Serena, Punta Arenas, Santiago) |
| | 대서양 항로 | 북미와 유럽구간 북미출발(New York, Boston, Miami, Ft. Lauderdale 및 카리브 해 항구) 유럽출발(영국 Southampton 스페인 Barcelona, 기타 유럽주요항구) |
| 유럽 | 북유럽, 발트 해 | 아이슬란드(Reykjavik), 북아일랜드(Belfast), 아일랜드(Cork, Dublin), 스코틀랜드(Glasgow), 영국(Dover, Harwich, London, Plymouth), 노르웨이(Bergen, Flam, Geiranger, Hellsylt, Honnigsvag, Oslo, Stavanger, Tromso, Trondheim), 스웨덴(Kalmar, Srockholm), 핀란드 (Helsinki), 러시아(St. Petersburg), 에스토니아(Tallinn), 라트비아(Riga), 폴란드(Gdanisk), 덴마크(Copenhagen), 독일(Berlin, Hamburg), 네덜란드(Amsterdam), 벨기에 (Brussels), 프랑스(Bordeaux, Paris-Le Havre) |
| | 남유럽, 지중 해 | 포르투갈(Lisbon, Madeira), 지브랄타, 스페인(Almeria, Barcelona, Cadiz, Cartagena, Ibiza, Las Palmas-T-Canary Islands, Malaga, Palma De Mallorca, Seville, Vigo), 카나리아제도(Tenerife), 프랑스(Ajaccio-Corsica, Bonifacia-Corsica, Cannes, Marseilles, Nice, St Tropez, Villefranche), 모나코(Monte Carlo), 이태리 (Amalfi, Capri, Elba-Portoferraio, Firenze-Livorno, Genoa, Messina, Napoli, Palermo, Pisa-Livorno, Portofino, Rome-Civitavecchia, Sorrento, Taormina, Venezia), 몰타(Valetta), 크로아티아(DtArovnik), 그리스(Athens-Piraeus, Corfu, Iraklion, Katakolon-Olympia, Mykonos, Rhodes, Santorini-Thira), 불가리아(Varna), 우크라이나(Odessa, Yalta). 키스러스(Limassol) |
| | 아프리카 | 아집트(Cairo, Giza), 남아공(Cape Town), 모로코(Casablanca, Tangier), 호주 크리스마스섬, 케냐(Mombasa, Seychelles), 튀니지 아(Tunis), 탄자니아(Zanzibar) |
| 가타 | 중동 | 이스라엘(Haifa, Jerusalem, Tel Aviv), 터 키 (Istanbul, Kusadasi -Ephesus) |
| | 남극 | Deception Island, Paradise Harbor, Lemaire Channel, Cuverville Island, Port Lockroy, Coronation Island, Elephant Island, Neumayer Channel, Half Moon Island |
| | 세계일주 | 태평양·대서양·인도양을 모두 운항할 경우 방문하게 되는 기항지 |

자료: 이경모, 『크루즈 관광산업의 이해』, 대왕사, 2004, pp.231~233

(2) 세계 크루즈 관광시장 현황

세계 크루즈 동향을 살펴보면 관광객은 주로 북미와 유럽의 편중되어 있으며 아시아 지역은 미비한 실정이며 지역별로는 미국이 55%로, 유럽이 33%로 크루즈 시장을 주도하고 있으나, 2005년 전체 크루즈 관광객은 1,329만 명이며, 북미 지역이 925만 명로 전체의 68.1%를 차지하여 북아메리카지역 이용관광객이 가장 많다. 또한 유럽은 320만 명, 20.9% 이고, 그 외 아시아와 기타지역이 각각4.8%, 6.2%로 나타났다. 세계의 크루즈 시장이 형성되어 있으며, 그 이외 아시아 및 기타 지역이 접하고 있다.⁴⁷⁾ 2012년 전 세계 총 크루즈 관광객은 2,014만 명으로 2010년 대비 연평균 10.3%로 성장되고 있는 동시에 특히 최근 아시아지역의 크루즈 관광객은 빠르게 성장하고 있으며 2005년에 80만 명이 6.3%에서 2010년에 130만 명이, 6.9%로 세계 크루즈 관광객증가비율을 크게 상회할 것으로 나타내는 성장을 보일 것으로 전망되어 예상된다.⁴⁸⁾

[그림 2-3] 세계 크루즈 승객 추이(1989년~2011년)



자료: 권태일, “크루즈 관광의 현황과 전망”, 2012

47) 김경희, “한국 크루즈산업의 발전방안에 관한 연구”, 호텔경영학연구, 제17권 제1호, 2008, pp. 202~203.

48) 해양수산부(2013), 해양新산업 육성과 일자리 창출을 위한 크루즈산업 활성화 대책

세계 크루즈 시장에서 가장 높은 수요를 보여주는 지역은 북미지역으로 크루즈 시장의 약 2/3을 점하고 있다. 북미지역은 다른 지역보다 시장이 성숙되어있는 편으로 세계 최대 선사협회인 국제크루즈선사협회(CLIA)가 활동 중인 지역이며, 크루즈 상품개발 등 크루즈 시장 전반에 대해 주목해야 할 점이 많은 지역이다.

북미의 대표 크루즈선사로는 Carnival Cruise Lines, Royal Caribbean International, Norwegian Cruise Line, Princess Cruises, Holland America Line, Celebrity Cruise Lines, Aida Cruises, P&O Cruises, MSC Cruises, Costa Cruises/Costa Crociere가 있고 기타 190여개의 크루즈선사가 운영 중에 있다.

<표 2-22> 크루즈 관광의 국제 수요

(단위: 백만 명)

| 지역/년도 | 2001 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 |
|--------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|------|
| 북미지역 | 6.91 | 10.38 | 10.45 | 10.29 | 10.40 | 11.11 | 11.5 |
| 전체대비 북미지역 비율(%) | 69.77 | 68.7 | 65.8 | 63.5 | 59.2 | 59.4 | 55.8 |
| 유럽지역 | 2.14 | 3.44 | 4.05 | 4.46 | 5.00 | 5.54 | 6.18 |
| 아시아와 기타지역 | 0.87 | 1.29 | 1.37 | 2.45 | 2.18 | 2.25 | 2.91 |
| 합계 | 9.91 | 15.11 | 15.87 | 16.20 | 17.58 | 18.8 | 20.5 |

자료: G.P. Wild(International) Limited from PSA, CUA, IRN 자료.

<표 2-23> 메이저 크루즈 4개 선사 현황

| 선사 명 | 선박 수 | 침상 수 | '12년 실적(명) | 시장 점유율(%) |
|--|------------|----------------|-------------------|-------------|
| <Carnival Corporation> | | | | |
| Carnival Cruise Lines | 24 | 61,526 | 3,775,298 | 19.4 |
| Costa Crociere | 14 | 31,819 | 1,387,354 | 7.1 |
| Princess Cruises | 16 | 36,510 | 1,340,494 | 6.9 |
| Holland America Line | 15 | 23,234 | 830,571 | 4.2 |
| AIDA Cruises | 9 | 16,338 | 607,892 | 3.1 |
| P&O Cruises UK | 7 | 14,380 | 372,770 | 1.9 |
| P&O Cruises Australia | 4 | 6,286 | 260,023 | 1.4 |
| Iberocruceros | 3 | 4,138 | 207,240 | 1.1 |
| Cunard Line | 3 | 6,712 | 204,612 | 1.1 |
| Seabourn Cruise Line | 6 | 1,962 | 67,566 | 0.3 |
| sub-Total | 101 | 202,905 | 9,053,820 | 46.5 |
| <Royal Caribbean Cruises> | | | | |
| Royal Caribbean International | 22 | 61,608 | 3,291,004 | 16.9 |
| Celebrity Cruises | 11 | 24,116 | 794,802 | 4.1 |
| Pullmantur | 3 | 5,230 | 291,534 | 1.5 |
| TUI | 2 | 3,700 | 173,900 | 0.9 |
| Azamara | 2 | 1,428 | 46,498 | 0.2 |
| CDF | 1 | 1,442 | 43,320 | 0.2 |
| sub-Total | 41 | 97,524 | 4,641,058 | 23.8 |
| <Star Cruises> | | | | |
| Norwegian Cruise Line(NCL) | 11 | 26,330 | 1,332,800 | 6.9 |
| Star Cruises | 8 | 9,004 | - | 2.4 |
| Orient Lines | 1 | 826 | - | 0.2 |
| sub-Total | 20 | 36,160 | - | 9.0 |
| <MSC Cruises> | 12 | 29,940 | 1,326,840 | 6.9 |
| 총 계 | 174 | 366,979 | 16,354,518 | 86.2 |

자료: 해양수산부, 「크루즈 산업 활성화 대책」, 2013.7

4. IPA (Importance-Performance Analysis)

1) IPA의 분석개요

IPA(Importance-Performance Analysis)는 평가하고자 하는 서비스나 상품의 중요한 속성들에 대해서 소비자들이 어떻게 인식하고 있는지를 분석하기 위해 개발된 방법으로(홍성화 등, 2005), 1970년대 경영분야에서 최초로 소개되어 건강, 마케팅, 은행, 교육, 스포츠, 심리학 등 여러 분야에서 활용되었다. 이 기법에 대해 Martma&James(1977)는 다른 기법에 비하여 시각적 판단이 쉽고, 고도의 학문적 지식이 없어도 일선 실무자들이 이용하기 용이한 장점을 지니고 있으며, 비용과 시간의 한계를 안고 있는 실무자들에게 어떤 부분에 우선순위를 두고 역량을 집중할 것인가에 대하여 분석을 통해 답을 제시해 주는 특징이 있다고 하였다.

이 후 Hammitt(1996)는 상품이나 서비스가 가지고 있는 중요속성들에 대하여 중요도(Importance) 및 성취도(Performance)를 소비자가 어떻게 인식하고 있는지를 동시에 분석하기 위하여 이용 전에는 각 속성의 중요도, 이용 후에는 성취도를 이용자 스스로가 평가하게 함으로써 각 속성의 상대적인 중요도와 성취도를 동시에 비교·분석하는 평가 기법이라고 제안하였다.

다양하고 복잡한 성격을 가진 항목을 평가할 수 있을 뿐만 아니라 어려운 통계적 기법을 사용하지 않고도 평가속성의 평균값과 매트릭스를 이용하여 빠르고 쉽게 결과를 도출해낼 수 있기 때문에 정해진 인력과 예산으로 우선적으로 해결해야 될 사항을 결정하는데 유용한 정보를 제공한다(공기열, 2006).

IPA는 이용자 만족도를 측정하기 위하여 ①이용자가 어떤 속성을 중요하게 여기는지를 조사한 뒤, ②이용 전에는 각 속성의 중요도를, ③이용 후에는 성취도를 이용자 스스로가 평가하게 하여, ④각 속성의 상대적인 중요도와 성취도를 동시에 비교·분석하는 기법이다(김성일, 1991). 즉 중요 속성들에 대한 사용 전 기대, 사용 후 평가 및 사용 전 기대와 사용 후 평가간의 차이를 동시에 비교·분석(이주희 등, 2001)하는 것이다.

이러한 IPA는 특정제품의 속성이나 특징이 소비자에게 얼마나 중요한지를 판

별함으로써 소비자의 만족도를 평가하고, 각각의 특징에 대한 상대적인 중요도와 공급자 측의 활용도를 설정하는 것을 목적으로 하고 있다(조윤주 등, 2001). IPA는 이용자 만족 혹은 경영주체의 경영평가를 위하여 우선적 특정 경영활동에 대하여 이용자가 무엇을 중요하게 여기고 있는지를 파악하여 이 항목들의 중요정도를 이용자가 스스로 평가하도록 하고, 위의 항목에 대한 경영주체의 성취정도를 측정하여 마지막으로 중요도와 성취도를 비교 검토하는 기법이다(김성일, 1991).

2) IPA의 분석과정

IPA는 다 속성 모델의 개념적 구조를 가지고 있다. 즉, IPA모형의 특성은 중요도와 만족도의 속성별 비교평가 값에 의하여 4가지의 다면적 의사결정을 내리는 분석방법으로 평가요소의 중요도와 성취도를 측정하여 2차원 도면상에 표시하고 그 위치에 따라 의미를 부여하는 방법이며, IPA모형은 <그림 2-4>과 같이 나타나며, 중심점을 기준으로 나누어보면 각 4분면에 대해 다음과 같이 표시된다(Martilla&James, 1977).

[그림 2-4] IPA분석 모형 매트릭스⁴⁹⁾

| | | | |
|---------------------------|---|--|------|
| 높음 ↑ 중요도 ↓ 낮음 | II 사분면(집중) 우선시정 필요 Concentrate Here (High Importance Low Performance) | I 사분면(유지) 지속적으로 노력 필요 Keep Up the Good Work (High Importance High Performance) | |
| | III 사분면(저순위) 저우선 순위 Low Priority (Low Importance Low Performance) | IV 사분면(과잉) 과잉 노력지양 Possible Overkill (Low Importance High Performance) | |
| | 낮음 ← | 만족도 | → 높음 |

49) Martilla&James, 1977

첫째, 제 1사분면(좋은 성과 지속 유지 : Keep Up the Good Work):이용자들도 중요하게 생각하고 있으며 실제로도 평가속성의 성취도 또한 비교적 잘 이루어지고 있는 상태로 계속 유지해 나가는 것이 바람직하다.

둘째, 제 2사분면(노력집중화의 지향 : Concentrate Here): 이용자들이 평가 속성에 대해 중요하게 생각하고 있는 반면 이 평가속성에 대한 성취도에서는 낮게 평가된 상태로 향후 시급히 개선해야 하는 속성이다.

셋째, 제 3사분면(낮은 중요도 : Low Priority): 이용자들의 평가속성에 대해 중요도가 낮게 평가하고 있고 성취도 또한 낮은 상태로 현재 이상의 노력이 불필요한 상태의 속성들이다.

넷째, 제 4사분면(과잉노력 지양 : Possible Overkill): 이용자들은 중요하게 생각하고 있지 않는 평가속성에 대해 성취도가 과잉되게 나타난 상태로 투입된 노력을 다른 평가속성에 투입해야 할 것이다.

IPA 분석은 크게 4단계로 이루어지는데 첫 번째 단계는 중요속성을 선별하는 단계, 두 번째는 설문조사 단계, 세 번째 단계는 실행격자 단계, 네 번째 단계는 실행격자 해석단계로 구분할 수 있다(최정우, 2008). 이러한 과정을 거쳐 중요도를 수평축과 성취도를 수직축으로 한 2차원 격자를 기준이 되는 점점을 바탕으로 4분면의 영역을 구분하고 그 위치별 의미를 부여하게 된다(한승엽 등, 2008).

(1) 중요속성 결정

이용 시설과 서비스의 속성을 규명하는 단계로서 이용자의 만족 관련 속성을 규명하기 위해 기존 분석 또는 유사한 조사의 결과를 참조하거나 문헌조사, 이용자대상 핵심집단면접 또는 실무자와 직접면담 등으로 주요 속성들을 도출한다.

(2) 설문조사

도출된 주요 속성들을 토대로 작성된 설문항목을 이용자에게 배포하여 각 속성항목에 대한 중요도와 성취도의 판단 정도는 5단계 또는 7단계 척도를 이용하여 평가하게 한다.

(3)실행격자 작성

실행 격자(Action Grid)의 작성은 각 주요 속성에 대한 중요도와 성취도에 대한 평균값 또는 중앙값을 구한 후 X축과 Y축으로 이루어진 2차원 실행격자 상에 표기했다. 사분면 축의 중심점은 평가요소를 결정짓는 중요한 요소로서

Martma와 James(1997)는 각 속성에 대한 평가치를 설문응답지의 평균값으로 분석하였으나, 중앙값을 가지고 분석하는 방법(최정우, 1999), 표준편차에 의한 방법(손대현, 김병삼, 1999), 전체 평균의 최대값과 최소값에 의한 분석방법(DukeandD Persia, 1996), 임의적 방법(Hudson and Shephard, 1998)등 다양한 방법 들이 있으며 이들 중 전체 평균의 최대값과 최소값의 중앙값에 의한 계산 방법이 효용성이 높아 많이 사용되고 있다. IPA의 특징은 실제 분석 절차상의 통계적인 엄밀성보다는 집단 결과에 대한 실용적 가치를 더욱 중요시한다고 할 수 있겠다.

(4) 실행격자 해석

평가하고자 하는 각 속성의 중요도 (Importance) 와 실행도(Performance)를 측정 평가하여 그 결과를 실행격자의 4분면 상에 표기하고, 그 위치에 따라 의미를 부여한다.

IPA분석에서 사분면의 영역을 구분하기 위해 중요도와 성취도 각각의 중심점을 설정하게 되는데 이는 평가항목의 위치를 결정함과 동시에 위치에 따른 전력 방안을 제시하는 기준이 된다는 점에서 중심점 설정은 매우 중요하다(Oh, 2001).

IPA에서 중심점은 평가요소가 어떤 영역에 속하게 될지를 구분하는 결정적 요소이므로 매우 중요한데 4가지로 요약된다. 첫째, 척도의 중앙값, 둘째, 표준편차에 의한 계산, 셋째, 평균값의 최대값과 최소값의 중앙값, 넷째, 임의적 방법이다. 그런데 척도의 중앙값을 중심점으로 하는 방법은 평가요소가 전체적으로 잘 분포되어 있을 때만이 유효하다는 전제를 가지고 있다. 만약 속성들이 어떤 한 부분에 집중되어 있다면 전체적인 평가는 가능하지만 어떤 속성들을 집중적으로 개선해야 할지 알 수가 없다. 표준편차에 의한 계산방법은 5점 척도에서 표준편차가 2보다 크냐, 작으냐에 따라 중앙값 또는 평균값을 중심점으로 결정하는데, 분포의 형태를 수치로 판단하고 중심점을 결정하게 된다. 평균값의 최소값과 최대값의 중앙값을 중심으로 하는 경우는 우선 각 평가속성에 대해서 평균값을 구하고, 그 최대값과 최소값을 IPA 매트릭스의 범위로 설정하고, 중심점은 최대값과 최소값의 중앙값으로 결정하는 방법이다(최기중, 박상현, 2001).

대부분의 IPA연구들은 평균값을 중심축으로 채택·추천(O'Neill&Palmer, 2004)하고 있기 때문에 본 연구에서는 평균값을 중심점으로 결정하여 IPA분석을 실시

하고자 한다⁵⁰⁾.

5. 선행연구

1) 크루즈 여행상품 선택속서에 대한 선행연구

일반적으로 속성(attribute)이란, 사전적인 의미로 ‘대상에 속하는 성질’이며, Lancaster(1966)가 “소비자는 상품을 상품자체로 구매하는 것이 아니라 여러 가지 속성의 덩어리(bundle)를 사는 것”이라고 주장한데서 그 용어가 유래하였다. Kelleman(1987)은 속성에 대해 “상품이나 서비스가 가진 유형 및 무형의 특징을 의미 하며, 상품이란 이런 속성들의 묶음”으로 정의하였다. 이러한 속성의 개념을 바탕으로, Dick(1994)은 상품을 구매하고자 하는 고객의 선호도와 구매하는데 차이를 일으키는 상품의 속성에 대한 태도가 어떻게 형성되며, 이러한 상품속성이 다른 속성들과 어떻게 구별될 수 있는가가 선택속성 (selection attributes)이라고 정의하였다.

일반적으로 크루즈선은 여객선이 여객의 수송을 목적으로 하는 것과는 차이가 있고, 카페리가 주요 항구 간을 수송목적으로 운행하는 것과는 차이를 보인다⁵¹⁾. CLIA(2001)의 크루즈에 대한 정의 및 특성에 따라 크루즈 관광의 속성을 살펴보면 관광형태의 다양한 이벤트 및 활동측면에서의 복합성, 수준 높은 서비스 질에 대한 저렴한 비용측면의 경제성, 대규모 선박 및 의료시설 구비 등에 의한 안전성, 타국의 사람과도 자연스럽게 친교를 나눌 수 있는 사교성, 낮과 밤을 시간적으로 낭비 없이 활용할 수 있다는 시간적 효율성, 세련된 식사분위기 및 파티, 교양프로그램 등의 제공에 의한 차별성, 항공 및 타 여행상품과 같이 수시로 짐을 챙겨야 하는 불편함이 없는 편리성을 들 수 있다.

Hailin과 Elsa(1998)는 크루즈 관광객의 동기요인과 만족수준에 대한 연구에서 3가지 요인으로 크루즈 상품 선택속성을 측정하였다. 그 중 동기요인으로 일상생

50) 강봉조, “IPA를 이용한 제주지역 전시산업 선택속성 연구”, 제주대학교대학원, 석사학위논문, pp33-36

51) 해양수산부, 2007

활에서의 도피, 건강과 운동, 사회적 모임, 사회적 지위, 자아발전, 사업, 문화의 이해, 아름다운 경치였으며, 만족요인으로는 숙박, 식음료, 오락, 편의시설, 직원 서비스로 나누어 만족도를 측정하였다.

박태원(1995)은 해상관광산업의 활성화 방안 중의 하나로 유람선 운항에 대한 타당성을 측정하기 위해 해산관광유람선 탑승객과 전문가를 대상으로 조사하였다.⁵²⁾ 탑승자들은 유람선 여행의 목적을 새로운 형태의 여행이기 때문이라고 가장 많이 대답했으며 휴양을 위해, 일상의 스트레스를 위해 유람선 여행을 택했다고 조사됐다.

유람선 내의 가장 만족했던 시설로는 숙박시설, 식당시설, 샤워 및 세면시설, 휴게시설, 화장실 순으로 조사되었고 기대 이하의 시설에는 판매시설, 오락 및 레크리에이션 시설, 운동시설, 휴게시설에 불만족하는 것으로 나타났다.

여행 중 좋았던 활동으로는 쇼 관람에 가장 만족했으며 일출 전경조망, 디너파티, 선내 오락 활동 참여, 아침 운동 순으로 만족해했다. 시설에서 불편했던 점으로는 국제전화가 안 됨, 좁은 침실, 수영장 시설 등으로 나타났다.

활동에서 불편했던 점은 없다는 의견이 가장 많았고 식사시간을 많이 기다림, 기다리는 시간이 많음, 시내 관광시간의 부족, 자유시간이 부족하다 등으로 나타났다. 전체 서비스에서 불편했던 점으로는 없다는 의견이 가장 많았고 신속하지 못한 서비스, 선내 통역 안내 부족, 방송 내용이 많고 이해가 안 됨 등의 의견이 나타났다.

고충섭(1998)은 아시아 시장에 있어서 크루즈 선사의 수입증대 전략에 관한 연구를 하였는데 아시아 지역에서 운항하고 있는 크루즈 선박을 대상으로 하여 선박의 운항방법과 크루즈 상품에 대한 분석을 하고 크루즈 운항선사의 경영자와 면접을 바탕으로 크루즈 운행업자의 관점에서 선상수입원천을 도출한 후 그 선상 수입원을 증대하기 위한 방안과 전략을 논하였다⁵³⁾.

크루즈 주요 시설 중에서 크루즈 선상에서의 수입원천이 되는 시설로서 식당, 패스트푸드와 아이스크림 상점, 바, 카페, 샤워 실, 산책로, 애드미럴 클럽, 게임

52) 박태원, “우리나라 해상관광산업의 활성화 방안”, 해운산업연구원, 1995. pp.37-105.

53) 고충섭, “아시아 시장에 있어서 크루즈 선박의 선상수입증대 전략에 관한 연구”, 한국해양대학교 석사학위논문, 1998. p.51

룸, 가라오케, 디스코텍, 카드 룸, 스틸밴드 스탠드, 쇼핑상점, 미용실, 사우나 실, 마사지 실, 위성 전화실, 세탁소를 들 수 있다.

이외에도 크루즈 선상에서 수입원이 되는 것으로서는 육상관광안내, 기념사진 촬영을 들 수 있다. 그 중 선상 카지노 수입은 1995년에 전체수입의 55%에 이르렀는데 크루즈 선상 수입원의 55%를 차지하는 카지노의 수입증대를 위한 방안으로서 남녀 모두를 위한 카지노 게임기계의 비치와 필요하며 특히, 아시아지역 크루즈 여행의 특성상 자녀를 동반한 부모가 부담 없이 게임을 즐길 수 있도록 부모와 동승한 어린이를 위한 게임이 선상수입의 중요한 요소라고 하였다.

Victor와 Denis(1998)는 크루즈 관광객을 대상으로 상품구성요소와 직원서비스 수행, 청결, 승무원, 바, 음식, 안내 데스크, 관광과 서비스에 대한 14개 문항으로 크루즈 관광에 대한 만족도 분석을 실시하였다.

김천중(1999)은 크루즈 서비스의 선택속성은 선박규모, 환전, 통신, 오락, 식음료, 사우나, 쇼핑, 크루즈 브랜드 이미지, 선내의 물적 서비스와 인적 서비스, 접안시설, 출입국 수속, 관광지 명성과 만족 등으로 구성할 수 있다고 주장했다. 김영찬(2002)은 서양식 레스토랑 선택속성을 통한 포지셔닝 연구에서 고객의 선택요인으로 서비스, 분위기, 음식, 편안함, 예약의 편리성, 주차시설, 청결, 종사원의 전문성 등을 선택속성으로 제시하였다.

신흥철(2003)은 아시아 크루즈산업 활성화방안에 대한 연구에서 크루즈 서비스의 선택속성을 종업원의 서비스태도, 시설의 다양성, 크루즈상품 요금, 크루즈경로의 매력도, 선상의 이벤트, 크루즈 선상의 숙박서비스 등 6개 요인으로 명명하고 28개 변수에 대한 요인분석과 영향력을 파악하기 위한 로짓 회귀분석을 실시하였다. 장양례 등(2009)은 크루즈 선택속성으로 새로운 경험추구(문화, 지식), 선상체험 및 활동추구(선상에서의 오락 및 유희시설, 쇼핑 및 부대시설), 일상발출 추구(정신적·육체적 휴식, 기분전환, 일상탈출), 관광지매력, 가족친화 등을 다음 <표 2-24>과 같은 제시하였다.

<표 2-24> 크루즈 여행상품 선택속성에 대한 선행연구

| 연구자 | 측정변수 |
|-----------------------|---|
| Hailin & Elsa (1998) | 일상생활에서의 도피, 건강과 운동, 사회적 모임, 사회적 지위, 자아발전, 사업, 문화의 이해, 아름다운 경치 |
| 고충섭(1998) | 스포츠, 쇼핑, 편의시설, 식음료, 오락, 선상프로그램, 육상관광, 문화체험 |
| Victor & Denis (1998) | 상품구성요소와 직원서비스 수행, 청결, 승무원, 바, 음사, 안내 데스크, 관광과 서비스 |
| 김천중 (1999) | 선박규모, 환진, 통신, 오락, 식음료, 사우나, 쇼핑, 크루즈 브랜드 이미지, 선내의 물적 서비스와 인적 서비스, 접안시설, 출입국 수속, 관광지 명성과 만족 |
| 박기홍·김대관·김희수(1999) | 숙박, 식음료, 위락시설, 서비스, 휴양지, 자연경관, 안전 |
| 최준호(2000) | 객실, 레스토랑, 스포츠, 오락시설, 수려한 관광지역 |
| 김영찬 (2002) | 서비스, 분위기, 음사, 편안함, 예약의 편리성, 주차시설, 청결, 종사원의 전문성 |
| 신흥철 (2003) | 종업원의 서비스태도, 시설의 다양성, 크루즈상품 요금, 크루즈경로의 매력도, 선상의 이벤트, 크루즈 선상의 숙박서비스 |
| 이재곤(2003) | 선실 내 객실, 식당, 스포츠, 오락프로그램, 선상행사 |
| 이경모(2004) | 숙박, 음식, 위락시설, 서비스, 관광지, 안전 |
| 장양례 외(2009) | 새로운 경험추구, 선상체험 및 활동추구, 일상 탈출 추구, 관광지매력, 가족친화 |

자료 : 선행연구를 토대로 저자들이 재구성

2) IPA를 활용한 선행연구

IPA분석을 이용한 연구는 Martilla&James에 의해서 1977년에 소개된 이래 서비스품질, 여행과 관광, 교육, 스포츠, 심리학, 환경학 등 여러 분야에서 다양하게 활용되어 왔다.

오현주(2011)는 관광객이 부산을 방문하기 전에 중요하게 여기는 관광지 매력 속성이 무엇인지 그리고 그 매력속성이 실제 부산을 방문 후 만족도와 차이가 있는지를 분석하여 IPA 적용 결과 1사분면에 자연경관, 해변, 기후, 교통이용 편리, 음식·먹거리, 접근성, 안전성, 종사원의 서비스, 휴양 시설, 편의시설, 숙박시설, 지역의 특색 등 12개의 문항이 포함되며, 2사 분면은 청결도, 비용, 관광안내·정보제공, 색다른 경험 및 체험이 포함됨 을 확인하였다. 제3사분면은 지역주민의 환대, 축제 및 이벤트, 랜드마크 등이 포함되며, 제4사분면에 지명도, 야간활

등 등이 포함됨을 확인하였다.

이구서(2011)는 중국관광객의 한국관광지 선택속성에 대한 중요도-만족도 분석을 통하여 교통, 음식, 숙박, 오락, 가이드의 관광지 선택속성 요인에 대한 중국관광객의 중요도-만족도 간 차이를 실증적으로 규명하였다. 강준일(2011)은 국내 리조트 서비스품질의 중요도와 만족도에 관한 연구에서 시설부문에서 슬로프의 규모 및 다양성, 스키장 설질과 관리상태, 주차의 편리성, 의료시설 등의 항목들이 중요도에 비해 낮은 만족도를 나타내고 있어 이들에 대한 중점적인 관리 및 개선이 필요함을 제시하였다. 특히 의료시설은 중요도에 비해 매우 낮은 만족도를 보이기 때문에 대책이 시급함을 확인하였다.

엄수진(2010)은 레지던스 호텔을 이용하는 소비자들이 어떤 선택속성을 중요시 여기고 있으며, 어떠한 선택속성에 의하여 선택하였는지 만족 정도를 비교분석하였다. 분석결과 부대업장에 대한 중요도와 만족도가 모두 낮게 나타났으며, 객실과 호텔 내부시설의 개선이 시급함을 제시하였다. 또한 응답자 대부분이 레지던스 호텔의 특징과 장점을 잘 인식하지 못하고 있어 마케팅과 홍보를 강화하기 위한 포지셔닝 전략을 대안으로 제시하였다.

또한 관광분야에서는 <표 2-25>와 같은 연구자들이 IPA기법을 활용하여 연구를 수행한 것으로 나타나고 있다.

<표 2-25> 중요도-만족도 분석을 이용한 관광관련 선행연구

| 연구자 | 관련연구 |
|-------------------|-------------------------------------|
| 최기중(2001) | IPA를 이용한 관광지 평가: 산정호수 사례연구 |
| 박상형(2001) | 관광지 개선을 위해 IPA 이용한 범위설정에 관한 연구 |
| 이혜련·김정만(2003) | 컨벤션참가자의 개최지서비스에 대한 인식: 중요도와 성취도 |
| 홍성화·허향진·송제호(2005) | IPA를 이용한 관광목적지로서 평양의 경쟁력 평가 |
| 오상훈·고계성(2006) | 섬 관광목적지 매력성 비교 연구 |
| 조문수·고승익·오상훈(2007) | IPA를 활용한 한국음식의 중요도와 만족도 분석 |
| 고계성·현홍준(2008) | 관광목적지 관광자원 매력 평가 연구 |
| 박은경(2009) | 역사문화유적지로서 경복궁 매력속성의 관한 연구 |
| 고민영·박시사·양성수(2010) | 제주지역 MICE 참가자 이벤트 프로그램 활성화 방안 |
| 김대관·조연·김학준(2010) | 컨벤션 참가자 참가동기와 컨벤션서비스 중요도 만족도에 관한 연구 |

자료: 선행연구를 토대로 연구자 작성

III. 연구 설계

1. 조사방법

크루즈산업에 특수성과 더불어 구성요소에서도 어떤 다양한 서비스 속성이 관광객을 유인하고 만족시키는지 알아야한다⁵⁴⁾. 관광 상품으로서 기본적인 시설 외에도 다양한 부분에서의 준비가 필요하며 이용자들은 좋은 시설에서 가장 완벽한 여행을 원하기 때문에 여정, 선박, 음식, 선내시설, 서비스의 질, 엔터테인먼트의 범위와 종류, 기항지 및 항구 등으로 구성된 패키지를 제공해주는 크루즈선사 입장에서 볼 때 여행의 첫인상과 마지막이라는 점에서 서비스의 질은 중요한 영향을 미치는 것이다⁵⁵⁾. 따라서 본 연구에서는 크루즈 여행상품 선택속성에 대한 선행연구를 의하여 구체적으로 분석을 하고 관광객은 크루즈 여행상품 구매할 때 고려하는 요인, 의사결정에 영향을 많이 미치는 요인, 그리고 가장 만족스러운 요인을 제시하고자 한다. 특히 제주 같은 경우 기항지로서 동북아에 중요한 크루즈 항구뿐만 아니라 세계적으로 유명한 관광지로서 더 발전시키기 위해서 노력을 더 해야 하는 것이다. 이에 따라 본 연구는 크루즈 여행상품 선택속성의 중요도-만족도에 대한 분석하고자 한다.

이러한 연구목적을 달성하기 위해 본 연구에서는 한국의 주요 크루즈 기항지인 제주를 방문하는 중국인 크루즈 관광객을 대상으로 조사를 실시하였다. 제주는 부산과 더불어 한국의 최대 크루즈기항지로서 2008년 39항차(30,523명), 2009년 37항차(38,147명), 2010년 49항차(55,243명), 2011년 69항차(64,995명), 그리고 2012년의 80항차(140,899명)의 크루즈 최다 입항 실적 기록한 바 있으며, 2013년에도 85항차 입항을 예정하고 있다. 또한 크루즈관광 관련자와의 인터뷰에서도 관광자원의 풍부함 및 기반시설 등의 측면에서 제주가 크루즈기항지로서 선호되고 있다는 점⁵⁶⁾ 등을 감안할 때 제주에서의 조사가 바람직한 것으로 사료된다.

54) Enright & Newton, 2004

55) 하인수, 2003

그리고 최근 한국을 방문하는 크루즈의 70%이상이 한·중·일 노선을 중심으로 순항하는 동북아 크루즈로서, 또한 한류 열풍으로 중국인관광객이 늘고 있고 중국인의 소득수준향상에 따라 중국인의 해외관광이 크게 늘어나고 있는 추세이다. 생활수준에 향상에 따른 여가시간의 중요성과 관광수요의 증가 등으로 인하여 새로운 관광 대상으로써 해양관광에 대한 잠재수요가 빠른 속도로 성장하고 있으며 시장규모가 커지며 해양 여행 상품개발에 관심과 필요성이 증가하고 있다⁵⁷⁾. 이에 따라서 동북아시아의 중요성 및 비중을 고려할 때 최근 급속한 성장세를 보이고 있으며 향후 지속적인 성장세가 예측되는 중국시장을 조사대상으로 설정하는 것이 바람직하다고 사료된다.

따라서 본 연구는 제주를 기항지로 중국인 관광객을 대상으로 크루즈 여행상품 선택속성에 대한 중국인 관광객 중 만 16세 이상의 남·여에게 조사를 실시하였다.

설문조사의 진행은 2013년 7월 20일부터 10월 27일까지 100일 동안 제주지역 방문한 중국인 크루즈 관광객들을 대상으로 이루어졌다. 총 350명을 대상으로 배포하였으며 345부(98.5%)를 회수하였으며 데이터의 신뢰성확보를 위해 소정의 선물을 증정하였으며 응답이 부실한 결측치가 있는 25부를 제외하고 총 320부(91.4%)를 분석에 사용하였다.

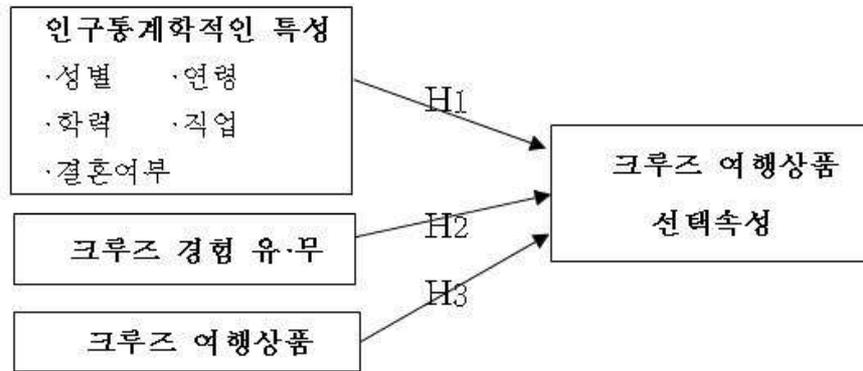
2. 연구 모형과 가설설정

본 연구는 IPA를 이용하여 크루즈 여행상품 선택속성의 중요도-만족도를 분석하는 것이 목표이다. 더불어 설문조사를 통해 인구통계학적인 특성에 따라 크루즈 여행상품 선택속성에 대한 차이가 있는지에 대한 조사도 진행하고자 한다.

크루즈 여행상품 선택속성의 인구통계학적인 특성 5가지 항목에 대해서, 크루즈여행 경험의 유·무를 포함하여 총 6가지에 영향을 미치는지 다음과 같은 연구모형을 도출하였다. 단, IPA에 대한 연구모형은 생략하였다.

56) 제주특별자치도, “국제크루즈 유치확대 시장조사 및 전략수립”, 2009

57) <http://www.cruls.or.kr>



[그림 3-1] 연구 모형

가설 1. 중국 크루즈 관광객 인구통계학적 특성에 따라 크루즈 여행상품 선택속성 요인 간에 유의적인 차이가 있을 것이다.

가설1-1. 중국 크루즈 관광객 성별에 따라 크루즈 여행상품 선택속성에 유의적인 차이가 있을 것이다.

가설 1-2. 중국 크루즈 관광객 연령에 따라 크루즈 여행상품 선택속성에 유의적인 차이가 있을 것이다.

가설 1-3. 중국 크루즈 관광객 학력에 따라 크루즈 여행상품 선택속성에 유의적인 차이가 있을 것이다.

가설 1-4. 중국 크루즈 관광객 직업에 따라 크루즈 여행상품 선택속성에 유의적인 차이가 있을 것이다.

가설 1-5. 중국 크루즈 관광객 결혼여부에 따라 크루즈 여행상품 선택속성에 유의적인 차이가 있을 것이다.

가설 2. 중국 크루즈 관광객 크루즈 경험의 유·무에 따라 크루즈 여행상품 선택속성에 유의적인 차이가 있을 것이다.

가설 3. 중국 크루즈 관광객 선택하는 크루즈 여행상품(코스)에 따라 크루즈 여행상품 선택속성에 유의적인 차이가 있을 것이다.

3. 분석방법

본연구의 목적을 달성하기 위하여 모집단인 크루즈 여행상품 구매하는 중국 크루즈 패키지 관광객을 대상으로 임의 표본조사를 실시하였으며 선행연구를 기초로 선정된 선택속성의 변수들을 구성하여 설문지를 작성하였다. 설문조사 시기는 2013년 7월 20일부터 2013년 10월27일까지 제주지역에 방문한 중국인 크루즈 관광객 350명을 대상으로 하여 이루어졌다. 조사대상은 설문지에 나타난 지시어를 바탕으로 자기기입법(Self Administered Questionnaire Survey Method) 설문 방식을 사용하여 실시하였다.

설문은 크게 5부분으로 구성하였으며, 크루즈여행 선택속성에 대한 총 30개 항목에 대하여 리커트 유형 5점 척도 법, 중요도(1=전혀 중요하지 않음, 2=중요하지 않음, 3=보통, 4=중요함, 5=매우 중요함), 만족도(1=매우 불만족, 2=불만족, 3=보통, 4=만족함, 5=매우 만족함)로 측정하였다. 그리고 설문지는 선행연구들을 종합하여 분석한 후 대학교수 및 박사과정 학생들을 통한 예비 설문조사를 통하여 부분적으로 수정 보완하였으며, 크루즈 여행상품 선택속성에 대한 일반적 특성을 대략 고려하였으며 일반적 특성은 명목척도로 구성하여 측정하였다. 그리고 인구통계학적 특성에 따라 선택속성 요인 간에 차이와 크루즈 여행경험의 유·무에 따라 중요도-만족도에 있을지를 T-검증(t-test)과 세 집단 이상의 차이를 검증하는 one-way ANOVA를 실시하고 관한 중요도-만족도(IPA)분석을 실시하였다.

실증분석은 IBM SPSS Statistics 18.0, MS EXCEL 프로그램을 사용하여 분석을 진행하였다. 인구 통계적 특성과 여행상품의 이용특성을 확인하기 위하여 빈도분석(Frequency Analysis)을 실시하였고, 타당성분석을 위해 요인분석을 실시하였으며, 신뢰성 확보를 위해 신뢰도 계수를 이용하여 분석하였다. 또한, 크루즈 여행상품 구매자의 인구통계학적 특성과 구매경험 유·무에 따라 차이가 있는지 파악하기 위해 T-test와 일원배치 분산분석을 이용하였다. 마지막으로 본 연구의 최종 목표인 크루즈 여행상품 선택속성의 중요도와 만족도의 차이를 확인하기 위해서 대응표본 T-test를 실시하였으며 크루즈 여행상품 선택속성에 대해 중요도-만족도 (Importance Performance Analysis)분석을 실시하였다.

<표 3-1> 설문지 구성과 측정정도

| 구분 | 측정변수 | 연구자 | 문항 | | | |
|----------------------------------|---------------------------------|---|--|--------------------------|---|--|
| I. 크루즈 여행상품 선택속성 중요도와 만족도에 관한 사항 | 크루즈 선상 시설의 다양성 | -크루즈 내에 편의시설, -안전시설 -유흥시설 -크루즈 내에 쇼핑시설(면세점) -바(Bar)와 라운지, -휘트니스 센터 -크루즈 카지노 | Hailin & Elsa (1998), Hailin & Elsa (1998) | Likert식 5점 척도 30문항 | | |
| | | 크루즈 여행상품의 요금 | -여행시간 -보험제공 -다양한 문화 접촉 -관광비용 | | 고충섭(1998) Victor & Denis (1998) 김천중 (1999) | |
| | | | 크루즈 종업원 서비스 태도 | | -경험 많은 전문 인력 -가이드 서비스 -승무원 서비스 -수질 등 깨끗한 자연 해상환경 | 박기홍·김대관·김희수(1999) 최준호(2000) 김영찬 (2002) |
| | | 크루즈 선상의 숙박서비스 | | | -크루즈 객실, -선상 식음료, -해상 정보 제공 | 신홍철 (2003) |
| | 크루즈 선상의 이벤트 | | -크루즈 이벤트 프로그램 -크루즈 엔터테인먼트 시설 | | 이재곤(2003) 이경모(2004) | |
| | | 크루즈 경로의 매력도 | -제주도의 날씨, 자연경관, 관광코스, 버스, 관광 부대시설 -제주도의 풍속, 쇼핑, 먹거리 | | 장양례 외(2009) | |
| | II. 이용했던 크루즈코스와 제주 크루즈코스에 관한 대비 | | -크루즈 선상 시설의 다양성 -크루즈 여행상품의 요금 -종업원 서비스 태도 -크루즈 선상의 숙박서비스 -크루즈 선상의 이벤트 -다양한 문화의 접촉 -크루즈경로의 매력도(현지의 자연경관, 현지의 기후 및 날씨, 현지의 쇼핑, 현지의 관광코스) | | | Likert식 5점 척도 10문항 |
| | | III. 인구통계학적 사항 | -성별, 결혼여부, 직업, 연령, 학력 | | 명목척도 5문항 | |
| | | IV. 크루즈 여행상품의 이용특성 | -크루즈 여행 횟수, 동반자, 여행목적, 의사추천 -크루즈 여행정보 구입경로 | | | 명목척도 5문항 |

IV. 분석결과

1. 표본의 일반적 특성

1) 표본의 인구통계학 특성

조사대상자의 인구통계학적 특성을 분석하기 위하여 빈도분석을 이용하여 분석대상은 제주방문한 중국인 크루즈 관광객으로 진행하였다. 연구의 통계적 특성에 따라 결과가 다음과 같다.

조사응답자의 성별에 있어서는 총 320명 중 남성이 163명으로 50.9%이고, 여성은 157명으로 49.1%를 차지하는 것으로 나타났다. 연령별로는 20세미만이 7명으로 2.2%, 21세~29세가 130명으로 40.6%, 30~39세가 76명으로 23.8%, 40세~49세가 33명으로 22.5%, 50세~59세는 29명으로 9.1%, 그리고 60세 이상은 16명으로 1.9%를 차지하였다.

조사자의 고등학교 졸업생이 14명으로 4.4%, 대학교재학생이 47명으로 14.7%, 대학교 졸업이 188명으로 58.8%, 그리고 대학원 이상이 71명으로 22.2%를 차지하였으며, 직업에 있어서는 학생이 32명으로 10%, 서비스직이 47명으로 14.7%, 자영업이 58명으로 18.1%, 전문직이 70명으로 21.9%, 사무직이 58명으로 18.1%, 가사가 20명으로 6.3%, 공무원이 12명으로 3.8%, 기타 직업에는 23명으로 7.2%를 차지하였으며, 결혼여부에 있어서는 미혼이 174명으로 54.4%를 차지하였으며, 기혼은 145명으로 45.3%를 차지하였다.

표본의 인구통계학적 특성은 다음<표 4-1>과 같다.

<표 4-1> 표본의 인구통계학 특성

| 구분 | 항목 | 빈도수(명) | 비율(%) |
|-----------|-----------|--------|-------|
| 성별 | 남성 | 163 | 50.9 |
| | 여성 | 157 | 49.1 |
| 연령 | 20세 미만 | 7 | 2.2 |
| | 21~30세 미만 | 100 | 31.2 |
| | 30~39세 미만 | 106 | 33.1 |
| | 40~49세 미만 | 72 | 22.5 |
| | 50~59세 미만 | 29 | 9.1 |
| | 60세 이상 | 6 | 1.9 |
| 학력 | 고등학교 졸업 | 14 | 4.4 |
| | 대학교 재학 | 47 | 14.7 |
| | 대학교 졸업 | 188 | 58.8 |
| | 대학교이상 | 71 | 22.2 |
| 직업 | 학생 | 32 | 10.0 |
| | 서비스업 | 47 | 14.7 |
| | 자영업 | 58 | 18.1 |
| | 전문직 | 70 | 21.9 |
| | 사무직 | 58 | 18.1 |
| | 가사 | 20 | 6.3 |
| | 공무원 | 12 | 3.8 |
| | 기타 | 23 | 7.2 |
| 결혼여부 | 미혼 | 174 | 54.4 |
| | 기혼 | 145 | 45.3 |
| 크루즈 경험 | 유 | 122 | 38.1 |
| | 무 | 198 | 61.9 |
| Total | | 320 | 100.0 |

2) 크루즈 여행상품의 이용특성

크루즈 여행상품 구매자의 특성을 분석하기 위하여 빈도분석(Frequency Analysis)을 실시하였다. 그 결과는 다음과 같다.

크루즈 여행상품 이용목적에 대한 질문에 있어서는 사업목적에서는 10명으로 3.1%, 일상생활에서의 탈출의 목적에는 45명으로 14.1%, 여러 지역 및 국가의 방문하는 69명으로 21.6%, 아름다운 환경과 경치를 원하는 58명으로 18.1%, 관광지의 매력 때문에는 78명으로 24.3%, 다양한 문화의 이해 및 경험을 하려고 하는 60명으로 18.8%를 차지하였다.

크루즈 여행상품 구매자 선택에 있어서 추천 의사에는 친구/연인가 40명으로 12.5%, 가족/친척에게 받는 99명으로 30.9%, 직장동료에게는 56명으로 17.5%, 모임/회원 식으로는 30명으로 9.4%, 본인이 48명으로 15%, 기타 방식으로는 47명으로 14.7%를 차지하였다.

크루즈 여행상품의 정보는 각종언론매체를 통한 대답이 TV를 통한 30명으로 9.4%, 신문을 사용해서는 35명으로 11.0%, 인터넷 정보를 통한 대답이 139명으로 43.4%, 가족/친척들에게 정보를 획득하는 58명으로 18.1%, 친구/동료 통해서는 43명으로 13.4%, 나머진 기타방식으로 15명의 4.7% 차지하였다.

크루즈 여행 동행자에 대한 묻는 질문에 있어서는 혼자 가는 26명으로 4.7%, 친구랑 같이 가는 55명으로 17.2%, 직장동료와 동행하는 54명으로 16.9%, 부모/자녀 같이 가는 146명으로 45.6%, 배우자와 같이 가는 30명으로 9.4%, 기타인과 동행하는 9명으로 2.8% 차지하는 것으로 나타났다.

<표 4-2> 크루즈 여행상품 구매자의 이용특성

| 구분 | 항목 | 빈도수(명) | 비율(%) |
|-------|-----------------|--------|-------|
| 여행목적 | 사업목적 | 10 | 3.1 |
| | 일상생활에서의 탈출 | 45 | 14.1 |
| | 여러 지역 및 국가의 방문 | 69 | 21.6 |
| | 아름다운 환경과 경치 | 58 | 18.1 |
| | 관광지의 매력 | 78 | 24.3 |
| | 다양한 문화의 이해 및 경험 | 60 | 18.8 |
| 추천의사 | 친구/연인 | 40 | 12.5 |
| | 가족/친척 | 99 | 30.9 |
| | 직장동료 | 56 | 17.5 |
| | 모임/회원 | 30 | 9.4 |
| | 스스로 결정 | 48 | 15.0 |
| | 기타 | 47 | 14.7 |
| 정보원천 | TV | 30 | 9.4 |
| | 신문 | 35 | 11.0 |
| | 인터넷 | 139 | 43.4 |
| | 가족/친척 | 58 | 18.1 |
| | 친구/동료 | 43 | 13.4 |
| | 기타 | 15 | 4.7 |
| 동행자 | 혼자 | 26 | 8.1 |
| | 친구 | 55 | 17.2 |
| | 직장 동료 | 54 | 16.9 |
| | 부모 및 자녀 | 146 | 45.6 |
| | 배우자 | 30 | 9.4 |
| | 기타 | 9 | 2.8 |
| Total | | 320 | 100.0 |

2. 측정척도의 평가

본 연구에서는 변수들의 상관관계를 이용하여 각 측정변수의 차원을 도출하기 위하여, 기본적으로 본 연구의 측정변수와 관련된 선행연구 등을 참고하였다. 그러나 기존 연구에서 각각의 변수들에 대한 요약화 및 측정개념이 명확히 확립되지 않았으며, 다수의 문항으로 측정한 측정변수의 신뢰성과 타당성을 확인하기 위해 척도별로 탐색적 요인분석을 이용하여 척도 단순화를 진행하였다.

탐색적 요인분석은 주성분분석(principal component analysis)의 베리맥스(verimax) 직각회전방식을 이용하여 요인을 도출하였다. 요인추출의 기준은 고유값(eigen value) 1 이상을 기준으로 하였으며, 요인 적재치 .40 이상으로 정리하였다. 또한, 각 요인범주내외 내적일관성 검증을 위해 동일한 개념을 측정하기 위해 사용되는 크론바하 알파계수(Cronbach's α)를 이용하여 신뢰성을 검증하였다. 크론바하의 알파계수(Cronbach's α)값은 0과 1사이 값을 가지며 0.8~0.9 이상이면 바람직하고 0.6~0.7 이면 수용할 만한 것으로 여겨진다. 그러나 0.6 다 작으면 내적 일관성을 결여한 것으로 받아들여진다⁵⁸⁾.

1) 크루즈 여행상품 선택속성 중요도 만족도의 요인분석

크루즈 여행상품 선택속성 중요도-만족도에 대한 신뢰성과 타당성을 검증하기 위해 전체 30개 항목에 대하여 탐색적 요인분석 실시하였다.

요인분석은 주성분 분석 (Principal Component Analysis)을 통해 요인추출 방법으로 진행하였으며, 회전방법은 Kaiser 정규화가 있는 베리맥스(verimax) 방법으로 분석하였다. 그 결과는 한 결과, 신흥철(2003)은 아시아 크루즈산업 활성화 방안에 대한 연구에서 크루즈여행 선택속성을 6개 요인으로 명명하는 결과(종업원의 서비스태도, 시설의 다양성, 크루즈상품 요금, 크루즈 경로의 매력도, 선상의 이벤트, 크루즈 선상의 숙박 서비스)와 동일하게 6개의 요인으로 구분되었으며, 총30개 문항이 이론을 통하여 이용해서 분석한 결과는 다음 <표 4-3>과 같이 나타났다.

58) 이학식·임지훈, 2005

<표 4-3> 크루즈 여행상품 선택속성에 대한 요인분석 결과

| 변수 | 측정항목 | 성분 | | | | | |
|-------------------------|-------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 크루즈 경로의 매력도 | 제주도의 자연경관 | 0.869 | 0.000 | 0.024 | 0.138 | 0.186 | 0.066 |
| | 제주도의 관광코스 | 0.841 | 0.217 | 0.168 | 0.037 | 0.232 | -0.095 |
| | 제주도의 관광버스 | 0.812 | 0.119 | 0.119 | 0.152 | 0.065 | -0.244 |
| | 제주도의 풍속 | 0.777 | 0.307 | 0.067 | 0.177 | 0.069 | -0.184 |
| | 제주도의 쇼핑 | 0.726 | 0.070 | 0.212 | 0.246 | 0.172 | -0.176 |
| | 제주도의 먹거리 | 0.711 | 0.065 | 0.148 | 0.038 | 0.313 | -0.273 |
| | 제주도의 관광부대시설 | 0.507 | 0.343 | 0.235 | 0.257 | 0.328 | 0.319 |
| | 제주도의 날씨 | 0.505 | 0.432 | 0.183 | 0.338 | 0.009 | -0.342 |
| 크루즈 선상 시설의 다양성 | 크루즈 선상편의시설 | 0.097 | 0.897 | 0.053 | 0.134 | 0.116 | 0.092 |
| | 안전시설 | 0.161 | 0.881 | 0.047 | 0.010 | 0.140 | 0.079 |
| | 유흥시설 | 0.225 | 0.828 | 0.094 | 0.106 | 0.068 | 0.341 |
| | 크루즈 내에 면세점 | 0.219 | 0.774 | 0.153 | 0.105 | 0.021 | 0.328 |
| | 바(Bar)와 라운지 | 0.272 | 0.716 | 0.031 | 0.278 | 0.214 | 0.258 |
| | 휘트니스 센터 | 0.040 | 0.536 | 0.161 | 0.165 | 0.211 | 0.149 |
| | 크루즈 카지노 | 0.222 | 0.533 | 0.419 | 0.393 | 0.289 | -0.224 |
| 크루즈 여행상품 의 요금 | 접근성 | 0.440 | 0.025 | 0.862 | 0.035 | 0.050 | 0.478 |
| | 크루즈 선박의 규모 | 0.105 | 0.055 | 0.850 | 0.169 | 0.049 | 0.025 |
| | 여행시간 | 0.131 | 0.044 | 0.776 | 0.041 | -0.244 | 0.150 |
| | 보험제공 | 0.112 | 0.035 | 0.733 | 0.362 | 0.258 | -0.095 |
| | 다양한 문화 접촉 | 0.510 | 0.118 | 0.557 | 0.044 | 0.292 | 0.070 |
| | 관광비용 | 0.350 | 0.216 | 0.556 | 0.139 | 0.480 | 0.282 |
| 종업원 서비스 태도 | 승무원 서비스 | 0.222 | 0.259 | 0.176 | 0.783 | 0.374 | -0.176 |
| | 경험 많은 전문 인력 | 0.443 | 0.173 | 0.214 | 0.737 | 0.073 | -0.117 |
| | 가이드 서비스 | 0.005 | 0.299 | 0.371 | 0.613 | -0.055 | 0.169 |
| 크루즈 선상의 숙박서비 스 | 수질 등 깨끗한 자연 | 0.337 | 0.554 | 0.089 | 0.354 | 0.843 | -0.057 |
| | 크루즈 객실 | 0.069 | 0.237 | 0.027 | 0.045 | 0.832 | -0.199 |
| | 선상 식음료 | 0.546 | 0.212 | 0.059 | 0.029 | 0.686 | 0.050 |
| | 해상 정보 제공 | 0.392 | 0.027 | 0.307 | 0.088 | 0.486 | -0.020 |
| 크루즈 선상의 이벤트 | 이벤트 프로그램 | 0.282 | 0.001 | 0.055 | 0.048 | -0.150 | 0.795 |
| | 엔터테인먼트 시설 | 0.097 | 0.044 | 0.139 | 0.079 | -0.097 | 0.864 |

2) 크루즈 여행상품 선택속성에 대한 신뢰성 및 타당성 검증

크루즈 여행상품 선택속성의 측정항목에 대한 신뢰성 및 타당성을 검증하기 위해서 탐색적 요인분석과 신뢰도 분석을 실시한 결과는 다음<표 4-4>와 같이 나타났다.

<표 4-4> 크루즈 여행상품 선택속성에 대한 신뢰성 및 타당성 검증

| 변수 | 측정항목 | 평균 | 표준 편차 | 요인 적재 량 | 분산설 명력(%) | 공통 성 | Cronbach's α |
|-------------------------|----------------|----------|-----------------|---------------|--------------|---------|-----------------|
| 크루즈 선상 시설의 다양성 | 크루즈 선상편의시설 | 3.02 | .608 | 0.897 | 17.216 | .832 | .762 |
| | 안전시설 | 3.79 | .506 | 0.881 | | .818 | |
| | 유흥시설 | 3.28 | .668 | 0.828 | | .636 | |
| | 크루즈 내에 면세점 | 3.10 | .570 | 0.774 | | .789 | |
| | 바(Bar)와 라운지 | 2.85 | .744 | 0.716 | | .775 | |
| | 휘트니스 센터 | 3.08 | .626 | 0.536 | | .757 | |
| | 크루즈 카지노 | 3.00 | .693 | 0.533 | | .888 | |
| 크루즈 여행상품 의 요금 | 접근성 | 3.06 | .615 | 0.862 | 14.117 | .862 | .835 |
| | 크루즈 선박의 규모 | 3.62 | .870 | 0.850 | | .814 | |
| | 여행시간 | 3.08 | .525 | 0.776 | | .744 | |
| | 보험제공 | 3.94 | .367 | 0.733 | | .906 | |
| | 다양한 문화 접촉 | 2.81 | .667 | 0.557 | | .679 | |
| | 관광비용 | 2.99 | .426 | 0.556 | | .791 | |
| 크루즈 경로의 매력도 | 제주도의 날씨 | 3.61 | .940 | 0.869 | 19.947 | .821 | .790 |
| | 제주도의 자연경관 | 3.84 | .513 | 0.841 | | .796 | |
| | 제주도의 관광코스 | 2.78 | .730 | 0.812 | | .737 | |
| | 제주도의 관광버스 | 2.95 | .563 | 0.777 | | .802 | |
| | 제주도의 풍속 | 3.06 | .794 | 0.726 | | .797 | |
| | 제주도의 쇼핑 | 3.18 | .427 | 0.711 | | .723 | |
| | 제주도의 먹거리 | 2.79 | .581 | 0.507 | | .780 | |
| | 제주도의 관광부대시설 | 4.02 | .540 | 0.505 | | .598 | |
| 크루즈 선상의 숙박서비 스 | 수질 등 깨끗한 자연 | 3.16 | .538 | 0.843 | 10.696 | .785 | .802 |
| | 크루즈 객실 | 4.00 | .434 | 0.832 | | .425 | |
| | 선상 식음료 | 3.69 | .858 | 0.686 | | .866 | |
| | 해상 정보 제공 | 3.11 | .592 | 0.486 | | .783 | |
| 종업원 서비스 태도 | 승무원 서비스 | 3.93 | .389 | 0.737 | 8.626 | .828 | .798 |
| | 경험 많은 전문 인력 | 3.65 | .753 | 0.613 | | .830 | |
| | 가이드 서비스 | 3.52 | .772 | 0.578 | | .733 | |
| 크루즈 선상의 이벤트 | 이벤트 프로그램 | 3.85 | .514 | 0.795 | 6.365 | .798 | .810 |
| | 엔터테인먼트 시설 | 3.52 | .771 | 0.864 | | .697 | |
| | | KMO=.805 | 총 분산설명력=76.968% | | | | |

<표 4-4>에서 보는 바와 같이 선행연구를 의하여 6개로 구분되어진 선택속성 측정 항목에 요인 1은 “크루즈 선상시설의 다양성(바와 라운지, 크루즈 카지노, 편의시설, 안전시설, 휘트니스 센터, 선상 면세점, 유흥시설)”, 요인2는 “크루즈 상품 요금(접근성-교통의 편리성, 관광비용, 보험제공, 선박의 규모, 여행시간)”, 요인 2는 “크루즈 상품 요금(관광비용, 보험제공, 선박의 규모, 여행시간, 접근성, 다양한 문화의 접촉)”, 요인 3은 “크루즈 경로의 매력도(제주도의 쇼핑, 제주도의 먹거리, 제주도의 관광버스, 제주도의 관광부대시설, 제주도의 자연경관, 제주도의 날씨 및 기후, 제주도의 관광코스)”, 요인 4는 “크루즈 선상의 숙박 서비스(해상정보 제공, 깨끗한 해양환경, 선상 식음료, 객실)”, 요인 5는 “종업원의 서비스 태도(전문 인력자원, 승무원의 서비스, 가이드 서비스)”, 마지막 요인 6은 “선상의 이벤트(크루즈 선상 엔터테인먼트 시설, 이벤트 프로그램)”로 명명하였다. 이상 6개의 요인은 신뢰성 척도 Cronbach’s α 계수가 0.762~0.835로 나타나 신뢰성을 확보하고 있다고 볼 수 있다. 또한 만족도 KMO 계수는 .805, 분산의 누적설명력은 각 79.968%만큼 설명하고 있는 것으로 나타나고 있다.

3. 연구가설의 검증

가설 1. 중국 크루즈 관광객 인구통계학적 특성에 따라 크루즈 여행상품 선택속성 요인 간에 유의적인 차이가 있을 것이다.

가설 1-1. 중국 크루즈 관광객 성별에 따라 크루즈 여행상품 선택속성에 유의적인 차이가 있을 것이다.

가설 1-2. 중국 크루즈 관광객 연령에 따라 크루즈 여행상품 선택속성에 유의적인 차이가 있을 것이다.

가설 1-3. 중국 크루즈 관광객 학력에 따라 크루즈 여행상품 선택속성에 유의적인 차이가 있을 것이다.

가설 1-4. 중국 크루즈 관광객 직업에 따라 크루즈 여행상품 선택속성에 유의적인 차이가 있을 것이다.

가설 1-5. 중국 크루즈 관광객 결혼여부에 따라 크루즈 여행상품 선택속성에 유의적인 차이가 있을 것이다.

가설 2. 중국 크루즈 관광객 크루즈 경험의 유·무에 따라 크루즈 여행상품 선택속성에 유의적인 차이가 있을 것이다.

가설 3. 크루즈 관광객 선택하는 크루즈 여행상품 (코스)에 따라 크루즈 여행상품 선택속성에 유의적인 차이가 있을 것이다.

1) 가설 1-1의 검증: 성별에 따라 크루즈 여행상품 선택속성에 유의적인 차이가 있을 것이다.

가설 1-1은 중국인 크루즈 관광객의 성별에 따라 크루즈 여행상품 선택속성 간에 어떤 차이가 있는지를 알아보기 위한 것이다. 크루즈 여행상품 선택속성인 크루즈 선사 시설의 다양성, 크루즈 여행상품의 요금, 크루즈 경로의 매력도, 크루즈 선상의 숙박서비스, 종업원 서비스 태도, 크루즈 선상의 이벤트에 따라 차이가 있는지를 t검증으로 검증하였다.

<표 4-5> 성별에 따른 크루즈 여행상품 선택속성 차이분석

| 종속변수 | 독립변수 | N | 평균 | 표준편차 | t | p값 |
|----------------|------|-----|------|------|-------|------|
| 크루즈 선사 시설의 다양성 | 남성 | 163 | 3.16 | 0.66 | -.021 | .983 |
| | 여성 | 157 | 3.16 | 0.75 | | |
| 크루즈 여행상품의 요금 | 남성 | 163 | 3.25 | 0.64 | -.081 | .936 |
| | 여성 | 157 | 3.25 | 0.53 | | |
| 크루즈 경로의 매력도 | 남성 | 163 | 3.27 | 0.56 | .534 | .594 |
| | 여성 | 157 | 3.25 | 0.67 | | |
| 크루즈 선상의 숙박서비스 | 남성 | 163 | 3.49 | 0.66 | -.201 | .841 |
| | 여성 | 157 | 3.49 | 0.56 | | |
| 종업원 서비스 태도 | 남성 | 163 | 3.86 | 0.70 | -.257 | .797 |
| | 여성 | 157 | 3.87 | 0.61 | | |
| 크루즈 선상의 이벤트 | 남성 | 163 | 3.69 | 0.59 | .316 | .753 |
| | 여성 | 157 | 3.68 | 0.52 | | |

*p<0.05, **p<0.01

분석결과, <표 4-5>에서 보듯이, 중국인 크루즈 관광객의 성별에 따라 크루즈 여행상품 선택속성에 유의하지 않은 것으로 나타났다(p<0.05). 이것은 크루즈 여행상품 선택속성에 있어, 크루즈 관광객의 성별은 크게 영향을 미치지 않고 있음을 나타낸다. 따라서 가설 1-1은 기각 되었다.

2) 가설 1-2의 검증: 연령에 따라 크루즈 여행상품 선택속성에 유의적인 차이가 있을 것이다.

가설 1-2은 중국인 크루즈 관광객의 연령에 따라 크루즈 여행상품 선택속성 간에 어떤 차이가 있는지를 알아보기 위한 것이다. 크루즈 여행상품 선택속성인 크루즈 선상 시설의 다양성, 크루즈 여행상품의 요금, 크루즈 경로의 매력도, 크루즈 선상의 숙박서비스, 종업원 서비스 태도, 크루즈 선상의 이벤트에 따라 차이가 있는지를 일원배치 분산분석(ANOVA)으로 검증하였다.

<표 4-6> 연령에 따른 크루즈 여행상품 선택속성 차이분석

| 종속변수 | 독립변수 | N | 평균 | 표준편차 | F | p값 |
|----------------|-----------|-----|------|------|-------|--------|
| 크루즈 선상 시설의 다양성 | 20세 미만 | 7 | 3.14 | 0.64 | .089 | .994 |
| | 21~30세 미만 | 100 | 3.15 | 0.55 | | |
| | 30~39세 미만 | 106 | 3.18 | 0.70 | | |
| | 40~49세 미만 | 72 | 3.20 | 0.61 | | |
| | 50~59세 미만 | 29 | 3.17 | 0.57 | | |
| | 60세 이상 | 6 | 3.12 | 0.44 | | |
| 크루즈 여행상품의 요금 | 20세 미만 | 7 | 3.16 | 0.76 | 6.041 | .000** |
| | 21~30세 미만 | 100 | 3.05 | 0.63 | | |
| | 30~39세 미만 | 106 | 3.33 | 0.49 | | |
| | 40~49세 미만 | 72 | 3.39 | 0.56 | | |
| | 50~59세 미만 | 29 | 3.23 | 0.61 | | |
| | 60세 이상 | 6 | 3.29 | 0.49 | | |
| 크루즈 경로의 매력도 | 20세 미만 | 7 | 3.33 | 0.58 | 5.443 | .000** |
| | 21~30세 미만 | 100 | 3.25 | 0.68 | | |
| | 30~39세 미만 | 106 | 3.14 | 0.59 | | |
| | 40~49세 미만 | 72 | 3.36 | 0.73 | | |
| | 50~59세 미만 | 29 | 3.18 | 0.64 | | |
| | 60세 이상 | 6 | 3.26 | 0.75 | | |
| 크루즈 선상의 숙박서비스 | 20세 미만 | 7 | 3.23 | 0.68 | .225 | .952 |
| | 21~30세 미만 | 100 | 3.38 | 0.57 | | |
| | 30~39세 미만 | 106 | 3.26 | 0.60 | | |
| | 40~49세 미만 | 72 | 3.43 | 0.55 | | |
| | 50~59세 미만 | 29 | 3.50 | 0.52 | | |
| | 60세 이상 | 6 | 3.48 | 0.58 | | |
| 종업원 서비스 태도 | 20세 미만 | 7 | 3.50 | 0.64 | 3.708 | .703 |
| | 21~30세 미만 | 100 | 3.47 | 0.67 | | |
| | 30~39세 미만 | 106 | 3.50 | 0.76 | | |
| | 40~49세 미만 | 72 | 3.49 | 0.56 | | |
| | 50~59세 미만 | 29 | 3.57 | 0.74 | | |
| | 60세 이상 | 6 | 3.98 | 0.69 | | |
| 크루즈 선상의 이벤트 | 20세 미만 | 7 | 3.80 | 0.52 | 6.432 | .00** |
| | 21~30세 미만 | 100 | 3.84 | 0.68 | | |
| | 30~39세 미만 | 106 | 3.89 | 0.44 | | |
| | 40~49세 미만 | 72 | 4.00 | 0.56 | | |
| | 50~59세 미만 | 29 | 3.86 | 0.40 | | |
| | 60세 이상 | 6 | 3.21 | 0.64 | | |

*p<0.05, **p<0.01

<표 4-6>의 분석결과를 살펴보면, 크루즈 여행상품 선택속성에 연령에 따라서 ‘크루즈 여행상품의 요금’, ‘크루즈 경로의 매력도’, ‘크루즈 선상의 이벤트’는 $p < 0.05$ 에서 유의한 차이를 보이고 있었으며, 이 3개요인 중에는 40~49세미만의 연령 이용자가 가장 만족하게 여기는 것으로 나타났다. 반면에 크루즈 선상 시설의 다양성, 크루즈 선상의 숙박서비스, 종업원 서비스 태도 등은 유의 하지 않은 것으로 나타났다. 이에 따라서 가설1-2는 부분채택을 되었다.

3) 가설 1-3의 검증: 학력에 따라 크루즈 여행상품 선택속성에 유의적인 차이가 있을 것이다.

가설 1-3은 중국인 크루즈 관광객의 학력에 따라 크루즈 여행상품 선택속성 간에 어떤 차이가 있는지를 알아보기 위한 것이다. 크루즈 여행상품 선택속성인 크루즈 선상 시설의 다양성, 크루즈 여행상품의 요금, 크루즈 경로의 매력도, 크루즈 선상의 숙박서비스, 종업원 서비스 태도, 크루즈 선상의 이벤트에 따라 차이가 있는지를 일원배치 분산분석(ANOVA)으로 검증하였다.

<표 4-7> 학력에 따른 크루즈 여행상품 선택속성 차이분석

| 종속변수 | 독립변수 | N | 평균 | 표준편차 | F | p값 |
|----------------|---------|-----|------|------|-------|--------|
| 크루즈 선상 시설의 다양성 | 고등학교 졸업 | 14 | 3.14 | 0.49 | .438 | .026* |
| | 대학교 재학 | 47 | 3.15 | 0.52 | | |
| | 대학교 졸업 | 188 | 3.17 | 0.57 | | |
| | 대학교이상 | 71 | 3.13 | 0.56 | | |
| 크루즈 여행상품의 요금 | 고등학교 졸업 | 14 | 3.16 | 0.46 | .572 | .634 |
| | 대학교 재학 | 47 | 3.19 | 0.63 | | |
| | 대학교 졸업 | 188 | 3.24 | 0.61 | | |
| | 대학교이상 | 71 | 3.26 | 0.54 | | |
| 크루즈 경로의 매력도 | 고등학교 졸업 | 14 | 3.24 | 0.64 | 2.835 | .003** |
| | 대학교 재학 | 47 | 3.25 | 0.53 | | |
| | 대학교 졸업 | 188 | 3.07 | 0.65 | | |
| | 대학교이상 | 71 | 3.31 | 0.55 | | |
| 크루즈 선상의 숙박서비스 | 고등학교 졸업 | 14 | 3.26 | 0.73 | .868 | .458 |
| | 대학교 재학 | 47 | 3.25 | 0.59 | | |
| | 대학교 졸업 | 188 | 3.26 | 0.57 | | |
| | 대학교이상 | 71 | 3.41 | 0.62 | | |
| 종업원 서비스 태도 | 고등학교 졸업 | 14 | 3.46 | 0.54 | 2.373 | .070 |
| | 대학교 재학 | 47 | 3.50 | 0.63 | | |
| | 대학교 졸업 | 188 | 3.49 | 0.59 | | |
| | 대학교이상 | 71 | 3.49 | 0.71 | | |
| 크루즈 선상의 이벤트 | 고등학교 졸업 | 14 | 3.60 | 0.62 | 6.927 | .000** |
| | 대학교 재학 | 47 | 3.84 | 0.45 | | |
| | 대학교 졸업 | 188 | 3.89 | 0.65 | | |
| | 대학교이상 | 71 | 3.86 | 0.52 | | |

*p<0.05, **p<0.01

<표 4-7>의 분석결과를 살펴보면, 크루즈 여행상품 선택속성에 학력에 따라 ‘크루즈 선상 시설의 다양성’, ‘크루즈 경로의 매력도’, ‘크루즈 선상의 이벤트’는 p <0.05에서 유의한 차이를 보이고 있었으며, ‘크루즈 선상 시설의 다양성’, ‘크루즈 선상의 이벤트’ 요인 에서는 대학교 졸업 이용자가 가장 만족하게 여기는 것으로 나타났고, ‘크루즈 경로의 매력도’ 요인에서는 대학교이상 이용자가 가장 만족하고 있었다. 반면에 크루즈 여행상품의 요금, 크루즈 선상의 숙박서비스, 종업원 서비스 태도 등은 유의 하지 않은 것으로 나타났다. 이에 따라서 가설 1-3은 부분 채택을 되었다.

4) 가설 1-4의 검증: 직업에 따라 크루즈 여행상품 선택속성에 유의적인 차이가 있을 것이다.

가설 1-4는 중국인 크루즈 관광객의 직업에 따라 크루즈 여행상품 선택속성 간에 어떤 차이가 있는지를 알아보기 위한 것이다. 크루즈 여행상품 선택속성인 크루즈 선사 시설의 다양성, 크루즈 여행상품의 요금, 크루즈 경로의 매력도, 크루즈 선상의 숙박서비스, 종업원 서비스 태도, 크루즈 선상의 이벤트에 따라 차이가 있는지를 일원배치 분산분석(ANOVA)으로 검증하였다.

<표 4-8> 직업에 따른 크루즈 여행상품 선택속성 차이분석

| 종속변수 | 독립변수 | N | 평균 | 표준편차 | F | p값 |
|----------------|------|----|------|------|-------|--------|
| 크루즈 선사 시설의 다양성 | 학생 | 32 | 3.21 | 0.71 | .818 | .573 |
| | 서비스업 | 47 | 3.15 | 0.59 | | |
| | 자영업 | 58 | 3.16 | 0.61 | | |
| | 전문직 | 70 | 3.13 | 0.66 | | |
| | 사무직 | 58 | 3.20 | 0.49 | | |
| | 가사 | 20 | 3.12 | 0.70 | | |
| | 공무원 | 12 | 3.20 | 0.61 | | |
| | 기타 | 23 | 3.21 | 0.59 | | |
| 크루즈 여행상품의 요금 | 학생 | 32 | 3.16 | 0.56 | 1.039 | .004** |
| | 서비스업 | 47 | 3.24 | 0.57 | | |
| | 자영업 | 58 | 3.18 | 0.49 | | |
| | 전문직 | 70 | 3.25 | 0.64 | | |
| | 사무직 | 58 | 3.26 | 0.52 | | |
| | 가사 | 20 | 3.25 | 0.63 | | |
| | 공무원 | 12 | 3.23 | 0.72 | | |
| | 기타 | 23 | 3.22 | 0.56 | | |
| 크루즈 경로의 매력도 | 학생 | 32 | 3.26 | 0.59 | .731 | .046* |
| | 서비스업 | 47 | 3.25 | 0.63 | | |
| | 자영업 | 58 | 3.28 | 0.71 | | |
| | 전문직 | 70 | 3.29 | 0.65 | | |
| | 사무직 | 58 | 3.22 | 0.58 | | |
| | 가사 | 20 | 3.25 | 0.69 | | |
| | 공무원 | 12 | 3.20 | 0.64 | | |
| | 기타 | 23 | 3.37 | 0.70 | | |
| 크루즈 선상의 숙박서비스 | 학생 | 32 | 3.22 | 0.66 | .266 | .967 |
| | 서비스업 | 47 | 3.24 | 0.58 | | |
| | 자영업 | 58 | 3.27 | 0.67 | | |
| | 전문직 | 70 | 3.46 | 0.75 | | |
| | 사무직 | 58 | 3.48 | 0.63 | | |

| | | | | | | |
|-------------|------|----|------|------|------|------|
| | 가사 | 20 | 3.49 | 0.70 | | |
| | 공무원 | 12 | 3.50 | 0.65 | | |
| | 기타 | 23 | 3.48 | 0.59 | | |
| 종업원 서비스 태도 | 학생 | 32 | 3.51 | 0.63 | .901 | .506 |
| | 서비스업 | 47 | 3.42 | 0.72 | | |
| | 자영업 | 58 | 3.50 | 0.68 | | |
| | 전문직 | 70 | 3.52 | 0.56 | | |
| | 사무직 | 58 | 3.82 | 0.46 | | |
| | 가사 | 20 | 3.77 | 0.51 | | |
| | 공무원 | 12 | 3.87 | 0.70 | | |
| | 기타 | 23 | 3.89 | 0.67 | | |
| | 학생 | 32 | 3.87 | 0.68 | | |
| | 서비스업 | 47 | 4.02 | 0.77 | | |
| 크루즈 선상의 이벤트 | 자영업 | 58 | 3.81 | 0.53 | .953 | .466 |
| | 전문직 | 70 | 3.90 | 0.65 | | |
| | 사무직 | 58 | 3.86 | 0.40 | | |
| | 가사 | 20 | 3.64 | 0.54 | | |
| | 공무원 | 12 | 3.57 | 0.52 | | |
| | 기타 | 23 | 3.76 | 0.44 | | |

*p<0.05, **p<0.01

<표 4-8>의 분석결과를 살펴보면, 크루즈 여행상품 선택속성에 직업에 따라서 ‘크루즈 여행상품의 요금’, ‘크루즈 경로의 매력도’는 p<0.05에서 유의한 차이를 보이고 있었으며, ‘크루즈 여행상품의 요금’ 요인에서는 사무직 이용자가 가장 만족하게 여기고 ‘크루즈 경로의 매력도’ 요인에서는 전문직 이용자가 가장 만족하게 여기는 것으로 나타났다. 반면에 크루즈 선상 시설의 다양성, 크루즈 선상의 숙박서비스, 종업원 서비스 태도, 크루즈 선상의 이벤트 등은 유의 하지 않은 것으로 나타났다. 이에 따라서 가설1-4는 부분채택을 되었다.

5) 가설 1-5의 검증: 결혼여부에 따라 크루즈 여행상품 선택속성에 유의적인 차이가 있을 것이다.

가설 1-5은 중국인 크루즈 관광객의 결혼여부에 따라 크루즈 여행상품 선택속성 간에 어떤 차이가 있는지를 알아보기 위한 것이다. 크루즈 여행상품 선택속성인 크루즈 선사 시설의 다양성, 크루즈 여행상품의 요금, 크루즈 경로의 매력도, 크루즈 선상의 숙박서비스, 종업원 서비스 태도, 크루즈 선상의 이벤트에 따라 차이가 있는지를 t검증으로 검증하였다.

<표 4-9> 결혼여부에 따른 크루즈 여행상품 선택속성 차이분석

| 종속변수 | 독립변수 | N | 평균 | 표준편차 | t | p값 |
|----------------|------|-----|------|------|--------|-------|
| 크루즈 선사 시설의 다양성 | 미혼 | 174 | 3.16 | 0.68 | -.068 | .945 |
| | 기혼 | 145 | 3.18 | 0.73 | | |
| 크루즈 여행상품의 요금 | 미혼 | 174 | 3.24 | 0.64 | -.905 | .366 |
| | 기혼 | 145 | 3.26 | 0.52 | | |
| 크루즈 경로의 매력도 | 미혼 | 174 | 3.26 | 0.77 | .209 | .035* |
| | 기혼 | 145 | 3.29 | 0.67 | | |
| 크루즈 선상의 숙박서비스 | 미혼 | 174 | 3.47 | 0.49 | -1.122 | .251 |
| | 기혼 | 145 | 3.51 | 0.62 | | |
| 종업원 서비스 태도 | 미혼 | 174 | 3.87 | 0.50 | .187 | .852 |
| | 기혼 | 145 | 3.86 | 0.61 | | |
| 크루즈 선상의 이벤트 | 미혼 | 174 | 3.68 | 0.50 | .566 | .049* |
| | 기혼 | 145 | 3.72 | 0.52 | | |

*p<0.05, **p<0.01

<표 4-9>의 분석결과를 살펴보면, 크루즈 여행상품 선택속성에 결혼여부에 따라서 ‘크루즈 경로의 매력도’, ‘크루즈 선상의 이벤트’는 p<0.05에서 유의한 차이를 보이고 있었으며, 이 요인에서는 기혼 이용자가 가장 만족하게 여기는 것으로 나타났다. 반면에 크루즈 선사 시설의 다양성, 크루즈 여행상품의 요금, 크루즈 선상의 숙박서비스, 종업원 서비스 태도, 크루즈 선상의 이벤트 등은 유의하지 않은 것으로 나타났다. 이에 따라서 가설1-5는 부분채택을 되었다.

6) 가설 2의 검증: 크루즈 경험 유·무에 따라 크루즈 여행상품 선택속성에 유의적인 차이가 있을 것이다.

가설 2는 중국인 크루즈 관광객의 결혼여부에 따라 크루즈 여행상품 선택속성 간에 어떤 차이가 있는지를 알아보기 위한 것이다. 크루즈 여행상품 선택속성인 크루즈 선사 시설의 다양성, 크루즈 여행상품의 요금, 크루즈 경로의 매력도, 크루즈 선상의 숙박서비스, 종업원 서비스 태도, 크루즈 선상의 이벤트에 따라 차이가 있는지를 t검정으로 검증하였다.

<표 4-10> 크루즈 경험 유·무에 따른 크루즈 여행상품 선택속성 차이분석

| 종속변수 | 독립변수 | N | 평균 | 표준편차 | t | p값 |
|----------------|---------|-----|------|------|--------|--------|
| 크루즈 선사 시설의 다양성 | 경험 있는 자 | 122 | 3.57 | 0.63 | .654 | .513 |
| | 경험 없는 자 | 198 | 3.15 | 0.51 | | |
| 크루즈 여행상품의 요금 | 경험 있는 자 | 122 | 3.21 | 0.68 | -2.077 | .024* |
| | 경험 없는 자 | 198 | 3.27 | 0.49 | | |
| 크루즈 경로의 매력도 | 경험 있는 자 | 122 | 3.21 | 0.50 | -2.561 | .008** |
| | 경험 없는 자 | 198 | 3.29 | 0.54 | | |
| 크루즈 선상의 숙박서비스 | 경험 있는 자 | 122 | 3.51 | 0.68 | .925 | .356 |
| | 경험 없는 자 | 198 | 3.48 | 0.64 | | |
| 종업원 서비스 태도 | 경험 있는 자 | 122 | 3.87 | 0.46 | -1.599 | .090 |
| | 경험 없는 자 | 198 | 3.85 | 0.65 | | |
| 크루즈 선상의 이벤트 | 경험 있는 자 | 122 | 3.72 | 0.55 | -4.095 | .000** |
| | 경험 없는 자 | 198 | 3.53 | 0.46 | | |

*p<0.05, **p<0.01

<표 4-10>의 분석결과를 살펴보면, 크루즈 여행상품 선택속성에 경험 유·무에 따라 ‘크루즈 여행상품의 요금’, ‘크루즈 경로의 매력도’, ‘크루즈 선상의 이벤트’는 p<0.05에서 유의한 차이를 보이고 있었으며, ‘크루즈 여행상품의 요금’, ‘크루즈 경로의 매력도’, ‘크루즈 선상의 이벤트’ 요인 에서는 크루즈 경험 없는 이용자가 가장 만족하게 여기는 것으로 나타났다. 반면에 크루즈 선사 시설의 다양성, 크루즈 선상의 숙박서비스, 종업원 서비스 태도 등은 유의 하지 않은 것으로 나타났다. 이에 따라서 가설 2는 부분채택을 되었다.

7) 가설 3의 검증: 크루즈 관광객 선택하는 크루즈 여행상품에 따라 크루즈 여행상품 선택속성에 유의적인 차이가 있을 것이다.

가설 3은 중국인 크루즈 관광객이 선택하는 여행상품(크루즈 코스)에 따라 크루즈 여행상품 선택속성 간에 어떤 차이가 있는지를 알아보기 위한 것이다. 크루즈 여행상품 선택속성인 크루즈 선상 시설의 다양성, 크루즈 여행상품의 요금, 크루즈 경로의 매력도, 크루즈 선상의 숙박서비스, 종업원 서비스 태도, 크루즈 선상의 이벤트에 따라 차이가 있는지를 t검정으로 검증하였다.

<표 4-11> 제주지역과 이전 방문지역 크루즈 여행상품 선택속성에 대한 T검증

| 측정항목 | 변수 | 평균 | 표준편차 | t 값 | p 값 |
|----------------|----------|--------|-------|---------|--------|
| 크루즈 선상 시설의 다양성 | 제주지역 크루즈 | -.779 | .766 | -1.226 | .000** |
| | 타 지역 크루즈 | | | | |
| 크루즈 여행상품의 요금 | 제주지역 크루즈 | -.836 | .708 | -4.358 | .000** |
| | 타 지역 크루즈 | | | | |
| 종업원 서비스 태도 | 제주지역 크루즈 | -.689 | .669 | -5.809 | .000** |
| | 타 지역 크루즈 | | | | |
| 크루즈 선상의 숙박서비스 | 제주지역 크루즈 | -.738 | .690 | -11.367 | .000** |
| | 타 지역 크루즈 | | | | |
| 크루즈 선상의 이벤트 | 제주지역 크루즈 | -.992 | .568 | -5.006 | .000** |
| | 타 지역 크루즈 | | | | |
| 다양한 문화의 접촉 | 제주지역 크루즈 | -1.107 | .442 | -8.593 | .000** |
| | 타 지역 크루즈 | | | | |
| 현지의 자연경관 | 제주지역 크루즈 | -.680 | .474 | -6.875 | .000** |
| | 타 지역 크루즈 | | | | |
| 현지의 기후 및 날씨 | 제주지역 크루즈 | -.492 | 1.085 | -3.036 | .000** |
| | 타 지역 크루즈 | | | | |
| 현지의 쇼핑 | 제주지역 크루즈 | -.484 | .892 | -2.205 | .000** |
| | 타 지역 크루즈 | | | | |
| 현지의 관광코스 | 제주지역 크루즈 | -1.410 | .701 | -4.523 | .000** |
| | 타 지역 크루즈 | | | | |

*p<0.05, **p<0.01

<표 4-11>의 분석결과를 살펴보면, 크루즈 여행상품(제주지역 크루즈와 이전 방문지역 크루즈)에 따라 크루즈 여행상품 선택속성(크루즈 선상 시설의 다양성, 크루즈 여행상품의 요금, 종업원 서비스 태도, 크루즈 선상의 숙박서비스, 크루즈

선상의 이벤트, 다양한 문화의 접촉, 현지의 자연경관, 현지의 기후 및 날씨, 현지의 쇼핑, 현지의 관광코스)은 $p < 0.05$ 에서 유의한 차이를 보이는 것이다. 이에 따라서 가설 3은 채택되었으며 크루즈 여행상품에 따라 선택속성에 유의한 차이가 있는 것이라고 할 수 있다.

4. 중요도-만족도(IPA) 차이 분석

크루즈 여행상품 선택속성에 대한 중요도의 평균값과 만족도의 평균값을 산출하여 그 차이의 값을 통하여 속성들을 분석하기 위하여 대응표본 T검증(t-test)을 실시하였다.

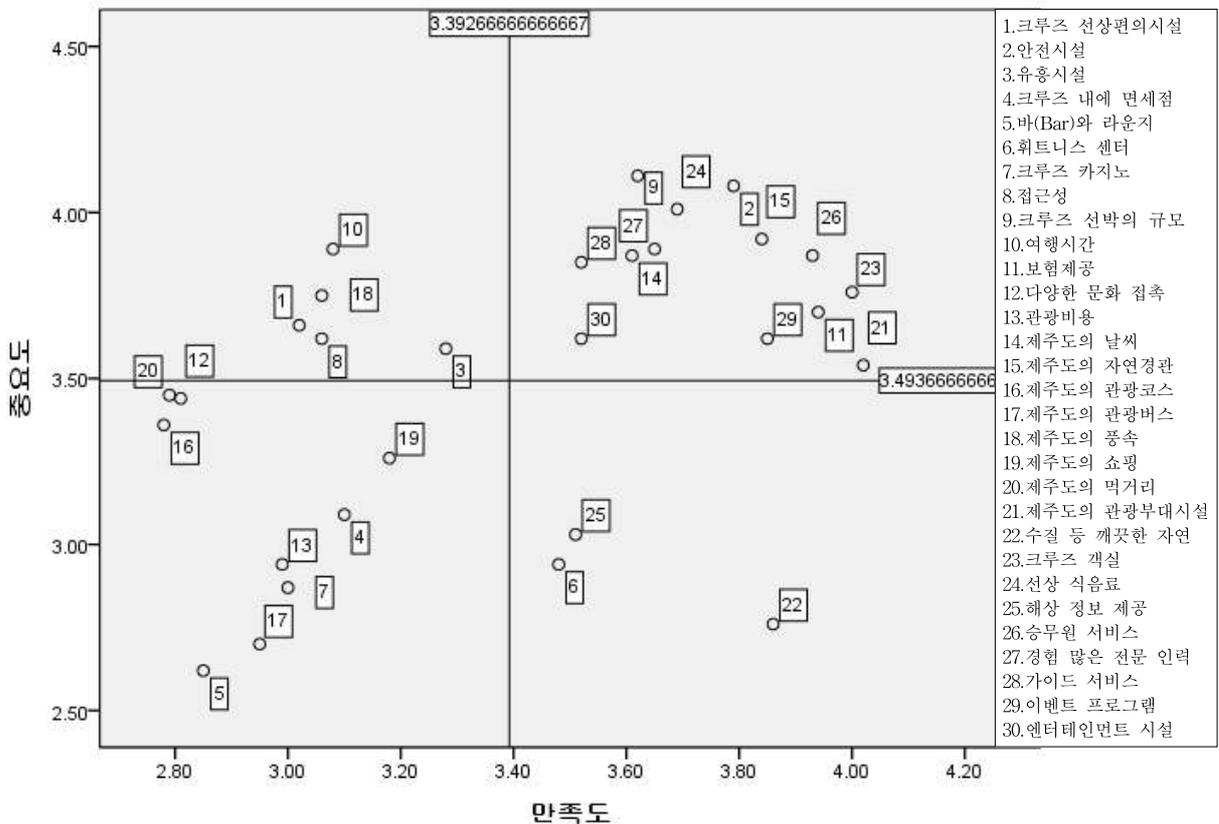
<표 4-12> 크루즈 여행상품 선택속성에 대한 기술통계 및 차이검증

| 구분 | 중요도 | | | 만족도 | | | t | p값 |
|-------------|------|-------|-----|------|-------|-----|---------|--------|
| | 평균 | 표준 편차 | 순 위 | 평균 | 표준 편차 | 순 위 | | |
| 크루즈 선상편의시설 | 3.66 | .776 | 13 | 3.02 | .608 | 23 | -10.792 | .000** |
| 안전시설 | 4.08 | .514 | 2 | 3.79 | .506 | 7 | -5.838 | .000** |
| 유흥시설 | 3.59 | .862 | 17 | 3.28 | .668 | 14 | -4.532 | .000** |
| 크루즈 내에 면세점 | 3.09 | .817 | 23 | 3.10 | .570 | 18 | 0.194 | .846 |
| 바(Bar)와 라운지 | 2.62 | .652 | 30 | 2.85 | .744 | 27 | 4.299 | .000** |
| 휘트니스 센터 | 2.94 | .901 | 25 | 3.48 | .626 | 19 | 2.340 | .020* |
| 크루즈 카지노 | 2.87 | .720 | 26 | 3.00 | .693 | 24 | 2.350 | .019* |
| 접근성 | 3.62 | .611 | 14 | 3.06 | .615 | 21 | -11.065 | .000** |
| 크루즈 선박의 규모 | 4.11 | .368 | 1 | 3.62 | .870 | 10 | -8.157 | .890 |
| 여행시간 | 3.89 | .653 | 5 | 3.08 | .525 | 20 | -23.134 | .000** |
| 보험제공 | 3.70 | .951 | 12 | 3.94 | .367 | 3 | -11.776 | .000** |
| 다양한 문화 접촉 | 3.44 | .901 | 20 | 2.81 | .667 | 28 | 1.416 | .158 |
| 관광비용 | 2.94 | .724 | 27 | 2.99 | .426 | 25 | 3.983 | .099 |
| 제주도의 날씨 | 3.87 | .759 | 9 | 3.61 | .940 | 11 | 0.695 | .488 |
| 제주도의 자연경관 | 3.92 | .708 | 4 | 3.84 | .513 | 6 | 4.146 | .000** |
| 제주도의 관광코스 | 3.36 | .873 | 21 | 2.78 | .730 | 30 | -4.597 | .000** |
| 제주도의 관광버스 | 2.70 | .830 | 29 | 2.95 | .563 | 26 | 8.015 | .768 |
| 제주도의 풍속 | 3.75 | .690 | 11 | 3.06 | .794 | 22 | 4.999 | .000** |
| 제주도의 쇼핑 | 3.26 | 1.059 | 22 | 3.18 | .427 | 15 | -5.204 | .000** |
| 제주도의 먹거리 | 3.45 | 1.034 | 19 | 2.79 | .581 | 29 | 2.314 | .021* |
| 제주도의 관광부대시설 | 3.54 | .972 | 18 | 4.02 | .540 | 1 | 3.922 | .000** |
| 수질 등 깨끗한 자연 | 2.76 | .633 | 28 | 3.86 | .538 | 16 | -2.422 | .016* |
| 크루즈 객실 | 3.76 | .857 | 10 | 4.00 | .434 | 2 | -4.085 | .000** |
| 선상 식음료 | 4.01 | .743 | 3 | 3.69 | .858 | 8 | -2.038 | .042* |
| 해상 정보 제공 | 3.03 | .559 | 24 | 3.51 | .592 | 17 | -10.952 | .000** |
| 승무원 서비스 | 3.87 | .640 | 7 | 3.93 | .389 | 4 | 4.271 | .078 |
| 경험 많은 전문 인력 | 3.89 | .807 | 6 | 3.65 | .753 | 9 | 6.274 | .945 |
| 가이드 서비스 | 3.85 | .799 | 8 | 3.52 | .772 | 13 | -9.610 | .000** |
| 이벤트 프로그램 | 3.62 | .905 | 15 | 3.85 | .514 | 5 | -1.178 | .240 |
| 엔터테인먼트 시설 | 3.62 | .936 | 16 | 3.52 | .771 | 12 | -12.462 | .000** |

*p<0.05, **p<0.01

크루즈 선택속성의 중요도와 만족도 30개 문항에 대한 기술통계학 대응표본 t-test의 결과는 위의 <표 4-12> 과 같다. 크루즈 선상편의시설, 안전시설, 유흥시설, 바(Bar)와 라운지, 휘트니스 센터, 크루즈 카지노, 접근성, 크루즈 선박의 규모, 여행시간, 보험제공, 제주도의 자연경관, 제주도의 관광코스, 제주도의 풍속, 제주도의 쇼핑, 제주도의 먹거리, 제주도의 관광부대시설, 수질 등 깨끗한 자연, 크루즈 객실, 선상 식음료, 해상 정보 제공, 가이드 서비스, 엔터테인먼트 시설에 대해서 유의수준 $p < 0.05$ 에서 통계적으로 유의한 것으로 나타났다. 그리고 크루즈 내에 면세점, 다양한 문화 접촉, 관광비용, 제주도의 날씨, 제주도의 관광버스, 승무원 서비스, 경험 많은 전문 인력, 이벤트 프로그램에 대해서는 변수가 유의하지 않은 것으로 나왔다.

[그림 4-1] 크루즈 여행상품 선택속성 IP분석 결과



위의 <표 4-13>를 토대로 제주지역 방문한 중국인 크루즈 관광객 대상으로

크루즈 여행상품 선택속성 실질적인 관리방안을 제시하기 위하여 중요도와 만족도 차이에 대한 중요도-만족도(IPA)분석을 적용하였다. IP 분석 격자의 X축 기준은 만족도 평균값 3.393을 이용하고, Y축 기준은 중요도 평균값 3.494로 설정하여 사분면을 분할하여[그림 4-1]에 표시하였다.

[그림 4-1]에 대해서 설명은 다음과 같다.

(1) 제 1사분면(좋은 성과 지속유지 영역)

중요도와 만족도가 모두 높은 성과지속 유지영역으로 안전시설, 크루즈 선박의 규모, 보험제공, 제주도의 날씨, 제주도의 자연경관, 제주도의 관광부대시설, 크루즈 객실, 선상 식음료, 승무원 서비스, 경험 많은 전문 인력, 가이드 서비스, 이벤트 프로그램, 엔터테인먼트 시설 이에 해당된다.

(2) 제 2사분면(집중 관리 영역)

높은 중요도에 비해 만족도가 기대에 미치지 못하고 있는 영역이다. 노력집중 영역은 중요도에 비해 만족도가 낮은 집중 영역으로 크루즈 선상편의시설, 유흥 시설, 접근성, 여행시간, 제주도의 풍속이 요인은 충분히 만족시키지 못하고 있다는 의미이다.

(3) 제 3사분면(낮은 우선순위 영역)

중요도와 만족도가 모두 낮게 나타나고 있는 영역으로 크루즈 내에 면세점, 바(Bar)와 라운지, 크루즈 카지노, 다양한 문화 접촉, 관광비용, 제주도의 관광코스, 제주도의 관광버스, 제주도의 쇼핑, 제주도의 먹거리가 해당된다. 이 영역에 해당되는 것으로 나타났다. 이러한 영역에 대한 투자는 현재보다 더 이상의 노력을 집중화하지 않는 것이 좋을 것으로 판단된다.

(4) 제 4사분면(과잉 투자 영역)

중요도는 낮지만 만족도는 높은 과잉노력 영역으로 휘트니스 센터, 수질 등 깨끗한 자연, 해상 정보 제공으로 나왔다. 중요도에 비해 만족도가 높아 더 이상의 투자가 불필요한 항목이다.

이상 분석결과는 다음<표 4-13>에 제시되어 있다.

<표 4-13> 크루즈 여행상품 선택속성 IP분석표

| Ⅱ사분면 집중 | Ⅰ사분면 유지 |
|---|---|
| <p>1.크루즈 선상편의시설 3.유흥시설 8.접근성 10.여행시간 18.제주도의 풍속</p> | <p>2.안전시설 9.크루즈 선박의 규모 11.보험제공 14.제주도의 날씨 15.제주도의 자연경관 21.제주도의 관광부대시설 23.크루즈 객실 24.선상 식음료 26.승무원 서비스 27.경험 많은 전문 인력 28.가이드 서비스 29.이벤트 프로그램 30.엔터테인먼트 시설</p> |
| Ⅲ사분면 저 순위 | Ⅳ사분면 과잉 |
| <p>4.크루즈 내에 면세점 5.바(Bar)와 라운지 7.크루즈 카지노 12.다양한 문화 접촉 13.관광비용 16.제주도의 관광코스 17.제주도의 관광버스 19.제주도의 쇼핑 20.제주도의 먹거리</p> | <p>6.휘트니스 센터 22.수질 등 깨끗한 자연 25.해상 정보 제공</p> |

5. 분석결과의 요약

제주지역 방문한 중국인 크루즈 관광객을 대상으로 인구통계학적 특성과 크루즈 여행 경험 유·무에 따라 크루즈 여행상품 선택속성을 선택하는데 차이점이 있는지 분석하였다. 이를 통해, 중국인 크루즈 관광객 인구통계학적인 특성에 따라 제주지역이 기항지로서 중국인 크루즈관광객을 유치하는 마케팅 방법의 기초적인 자료를 제공하고자 했다. 또한, IPA를 이용하여 크루즈 여행상품 선택속성의 중요도와 만족도를 분석하여 제주지역의 크루즈산업 활성화를 위해 어떤 선택속성을 우선적으로 준비하고 대비해야 하는지에 대해 알아보하고자 했다,

분석결과를 요약하면 다음과 같다.

가설 1에서 중국 크루즈 관광객 인구통계학적 특성에 따라 크루즈 여행상품 선택속성 요인 간에 유의적인 차이를 알아보하고자 분석한 결과, 중국인 크루즈 관광객의 성별에 따라 크루즈 여행상품 선택속성에 유의하지 않은 것으로 나타났으며, 연령에 따라서 ‘크루즈 여행상품의 요금’, ‘크루즈 경로의 매력도’, ‘크루즈 선상의 이벤트’는 유의한 영향을 미친다고 나타났다. 또한, 학력에 따라 ‘크루즈 선상 시설의 다양성’, ‘크루즈 경로의 매력도’, ‘크루즈 선상의 이벤트’는 유의하게 나타나며, 직업에 대해서는 ‘크루즈 여행상품의 요금’, ‘크루즈 경로의 매력도’가 유의한 결과를 나왔고, 결혼여부에 따라서 ‘크루즈 경로의 매력도’, ‘크루즈 선상의 이벤트’는 유의한 영향을 미친다고 분석 결과 토출됐다.

또한 가설 2에서 크루즈 여행 경험 유·무에 대해서는 ‘크루즈 여행상품의 요금’, ‘크루즈 경로의 매력도’, ‘크루즈 선상의 이벤트’는 유의한 차이를 보이고 있었다.

마지막으로 가설 3에서 크루즈 여행상품(제주지역과 이전 방문지역)에 따라 크루즈 여행상품 선택속성(크루즈 선상 시설의 다양성, 크루즈 여행상품의 요금, 종업원 서비스 태도, 크루즈 선상의 숙박서비스, 크루즈 선상의 이벤트, 다양한 문화의 접촉, 현지의 자연경관, 현지의 기후 및 날씨, 현지의 쇼핑, 현지의 관광코스)은 유의한 차이를 보이는 것이다.

이상 가설에 관한 분석 결과는 다음 <표 4-14>과 같다.

<표 4-14> 가설검증결과 요약

| 가설 | 분석결과 |
|--|------|
| 가설 1. 중국 크루즈 관광객 인구통계학적 특성에 따라 크루즈 여행상품 선택속성 요인 간에 유의적인 차이가 있을 것이다. | 부분채택 |
| 가설 1-1. 중국 크루즈 관광객 성별에 따라 크루즈 여행상품 선택속성에 유의적인 차이가 있을 것이다. | 기각 |
| 가설 1-2. 중국 크루즈 관광객 연령에 따라 크루즈 여행상품 선택속성에 유의적인 차이가 있을 것이다. | 부분채택 |
| 가설 1-3. 중국 크루즈 관광객 학력에 따라 크루즈 여행상품 선택속성에 유의적인 차이가 있을 것이다. | 부분채택 |
| 가설 1-4. 중국 크루즈 관광객 직업에 따라 크루즈 여행상품 선택속성에 유의적인 차이가 있을 것이다. | 부분채택 |
| 가설 1-5. 중국 크루즈 관광객 결혼여부에 따라 크루즈 여행상품 선택속성에 유의적인 차이가 있을 것이다. | 부분채택 |
| 가설 2. 중국 크루즈 관광객 크루즈 경험의 유·무에 따라 크루즈 여행상품 선택속성에 유의적인 차이가 있을 것이다. | 부분채택 |
| 가설 3. 크루즈 관광객 선택하는 크루즈 여행상품 (코스)에 따라 크루즈 여행상품 선택속성에 유의적인 차이가 있을 것이다. | 채택 |

또한 IP분석에 대해서는 크루즈 선상편의시설, 유흥시설, 접근성, 여행시간, 제주도의 풍속 등이 우선적으로 개선되어야 한다고 나왔다. 또한, 안전시설, 크루즈 선박의 규모, 보험제공, 제주도의 날씨, 제주도의 자연경관, 제주도의 관광 부대 시설, 크루즈 객실, 선상 식음료, 승무원 서비스, 경험 많은 전문 인력, 가이드 서비스, 이벤트 프로그램, 엔터테인먼트 시설을 유지해야 하는 것으로 나왔다. 휘트니스 센터, 수질 등 깨끗한 자연, 해상 정보 제공은 노력과 투자가 과잉되는 것을 주의해야 하며, 크루즈 내에 면세점, 바(Bar)와 라운지, 크루즈 카지노, 다양한 문화 접촉, 관광비용, 제주도의 관광코스, 제주도의 관광버스, 제주도의 쇼핑, 제주도의 먹거리 등은 현재 급하게 개선할 사항은 아니며, 향후 상황을 보면서 개선해야 되는 항목으로 분석되었다.

V. 결론

1. 연구결과 논의 및 시사점

본 연구는 21세기 최고의 여행상품으로 부각되고 있는 크루즈 여행상품에 있어 상품을 구성하고 있는 선택속성에 대한 여행객 만족요인을 알아보기 위하여 실증분석을 하였다. 크루즈산업은 부가가치가 높은 종합 레저산업으로써 전 세계적으로 지속 성장하는 추세에 있다. 크루즈 여행상품과 서비스에 대한 여행객 만족이 무엇이고 어느 요인이 높은 만족을 나타내는지는 크루즈산업에 있어 중요한 요인이다. 이번 조사는 향후 크루즈선사가 고객만족을 위하여 어떻게 선박의 최적 환경과 최신의 선상시설 및 서비스를 효과적으로 수행하며, 또한 제주를 한국의 대표적인 크루즈 기항지로써 크루즈 여행객이 어떠한 평가를 하는지에 대한 기초정보를 제공하고 앞으로는 개선점을 모색하고자 하는데 그 목적을 두었다.

본 연구의 목적을 달성하기 위하여 문헌연구를 통해 크루즈 산업, 크루즈 여행상품 선택속성, 크루즈산업의 현황, 그리고 중요도-만족도(IPA) 분석 방법에 대하여 이론을 고찰하였으며, 연구가설을 제출하였다. 또한 2013년 7월 20일부터 10월 27일까지 100일 내에 제주방문 중국인 크루즈 관광객 중심으로 설문조사를 실시하였으며 요인분석, 신뢰도 및 타당성 분석, t-test분석, 일원배치 분산분석(ANOVA), 중요도-만족도(IPA)분석을 통하여 연구를 진행하였다.

본 연구의 결과를 요약하며 다음과 같다.

첫째, 크루즈 여행상품 선택속성의 요인분석 결과는 “크루즈 선상시설의 다양성(바와 라운지, 크루즈 카지노, 편의시설, 안전시설, 휘트니스 센터, 선상 면세점, 유흥시설)”, “크루즈 상품 요금(접근성-교통의 편리성, 관광비용, 보험제공, 선박

의 규모, 여행시간)”, “크루즈 상품 요금(관광비용, 보험제공, 선박의 규모, 여행시간, 접근성, 다양한 문화의 접촉)”, “크루즈 경로의 매력도(제주도의 쇼핑, 제주도의 먹거리, 제주도의 관광버스, 제주도의 관광부대시설, 제주도의 자연경관, 제주도의 날씨 및 기후, 제주도의 관광코스)”, “크루즈 선상의 숙박 서비스(해상정보 제공, 깨끗한 해양환경, 선상 식음료, 객실)”, “종업원의 서비스태도(전문 인력자원, 승무원의 서비스, 가이드 서비스)”, 마지막 “선상의 이벤트(크루즈 선상 엔터테인먼트 시설, 이벤트 프로그램)”으로써 총 6개의 요인이 추측되었다.

둘째, 본 연구의 가설 1에서 중국 크루즈 관광객 인구통계학적 특성에 따라 크루즈 여행상품 선택속성 요인 간에 유의적인 차이를 알아보고자 분석한 결과, 중국인 크루즈 관광객의 성별에 따라 크루즈 여행상품 선택속성에 유의하지 않은 것으로 나왔으며, 연령에 따라서 ‘크루즈 여행상품의 요금’, ‘크루즈 경로의 매력도’, ‘크루즈 선상의 이벤트’는 유의한 영향을 미친다고 나왔다. 또한, 학력에 따라 ‘크루즈 선상 시설의 다양성’, ‘크루즈 경로의 매력도’, ‘크루즈 선상의 이벤트’는 유의하게 나왔으며, 직업에 대해서는 ‘크루즈 여행상품의 요금’, ‘크루즈 경로의 매력도’가 유의한 결과를 나왔고, 결혼여부에 따라서 ‘크루즈 경로의 매력도’, ‘크루즈 선상의 이벤트’는 유의한 영향을 미친다고 분석 결과 토출됐다. 마지막으로 가설 2에서 크루즈 여행 경험 유·무에 대해서는 ‘크루즈 여행상품의 요금’, ‘크루즈 경로의 매력도’, ‘크루즈 선상의 이벤트’는 유의한 차이를 보이고 있었다. 마지막으로 가설 3에서 크루즈 여행상품(제주지역과 이전 방문지역)에 따라 크루즈 여행상품 선택속성(크루즈 선상 시설의 다양성, 크루즈 여행상품의 요금, 종업원 서비스 태도, 크루즈 선상의 숙박서비스, 크루즈 선상의 이벤트, 다양한 문화의 접촉, 현지의 자연경관, 현지의 기후 및 날씨, 현지의 쇼핑, 현지의 관광코스)은 유의한 차이를 보이는 것이다.

‘크루즈 경로의 매력도’에 대해서 중국인 크루즈 관광객의 연령, 학력, 직업, 결혼여부 그리고 크루즈 경험 유·무가 유의한 영향을 미친다고 나왔기 때문에, 제주주는 크루즈 기항지로서 제주도의 쇼핑, 제주도의 먹거리, 제주도의 관광버스, 제주도의 관광부대시설, 제주도의 자연경관, 제주도의 날씨 및 기후, 제주도의 관광코스 등 방면에서 개선할 수 있는 방안을 마련해야 한다.

셋째, 크루즈 여행상품 선택속성에 대한 전체적인 중요도-만족도 간 대응 표본

T-test를 실시하였으며 그 결과 크루즈 선상편의시설, 안전시설, 유흥시설, 바(Bar)와 라운지, 휘트니스 센터, 크루즈 카지노, 접근성, 크루즈 선박의 규모, 여행시간, 보험제공, 제주도의 자연경관, 제주도의 관광코스, 제주도의 풍속, 제주도의 쇼핑, 제주도의 먹거리, 제주도의 관광부대시설, 수질 등 깨끗한 자연, 크루즈 객실, 선상 식음료, 해상 정보 제공, 가이드 서비스, 엔터테인먼트 시설에 대해서 통계적으로 유의한 것으로 나타났다. 그리고 크루즈 내에 면세점, 다양한 문화 접촉, 관광비용, 제주도의 날씨, 제주도의 관광버스, 승무원 서비스, 경험 많은 전문 인력, 이벤트 프로그램의 항목이 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다.

제주지역 방문한 중국인 크루즈 관광객들이 가장 중요하게 여기는 항목은 크루즈 선박의 규모, 안전시설, 선상 식음료, 제주도의 자연경관, 여행시간, 경험 많은 전문 인력, 승무원 서비스, 가이드 서비스, 제주도의 날씨, 크루즈 객실, 제주도의 풍속, 보험제공, 크루즈 선상편의시설, 접근성(교통의 편리성), 이벤트 프로그램 등의 순서로 중요한 속성으로 인지하고 있었다. 반면 크루즈 여행상품 선택 속성에 대한 가장 만족도가 높은 항목은 제주도의 관광부대시설, 크루즈 객실, 보험제공, 승무원 서비스, 이벤트 프로그램, 제주도의 자연경관, 안전시설, 선상 식음료, 경험 많은 전문 인력, 크루즈 선박의 규모, 제주도의 날씨, 엔터테인먼트 시설, 여행시간, 유흥시설, 제주도의 쇼핑 등의 순서로 나타났다. 한편 제주도의 관광코스, 제주도의 먹거리, 다양한 문화 접촉, 바(Bar)와 라운지, 제주도의 관광버스, 관광비용, 크루즈 카지노, 크루즈 선상편의시설, 제주도의 풍속, 접근성, 가이드 서비스 등은 만족도가 낮은 항목으로 나타났다.

이러한 만족도 높은 항목의 결과로서 제주도의 관광부대시설, 제주도의 자연경관이 나오는 요인으로는 제주도의 세계 7대 자연유산과 유네스코 3관왕에 선정될 만큼 풍부하고 아름다운 자연유산을 갖추고 있으며, 또한 외국은 물론 한국 내에서도 비교되는 독창적인 문화 풍습을 소유하고 있기 때문이다. 그리고 제주특별자치도 도청이나 정부기관이 관광 설비와 정책에 힘을 기울이는 것도 또 다른 요인이다. 반면에 낮은 만족도에 나타나는 제주도의 먹거리, 크루즈 선상편의 시설, 가이드 서비스는 저가 크루즈 상품을 통한 과도한 연계 쇼핑프로그램이 때문이다.

또한 이번 연구는 다양한 연령, 계층, 직업과 교육배경의 관광객에 관한 상세한 정보 수집을 통하여 중국관광객 특성뿐만 아니라 중국 크루즈 시장의 전체특징을 파악하기 위해서 참고할 수 있는 자료를 제공하였다.

첫 번째, 주로 가족 혹은 가족 단체 식으로 휴가여행을 하고 보편적으로 연령이 작은 편이다. 중국 크루즈 관광객들의 평균연령은 36세이고 일반적인 유럽과 미국 크루즈 관광객보다 연령이 작으며 50%이상의 크루즈 관광객이 북경, 상해와 경제가 발달한 대도시에서 오며 나머지 40%정도의 크루즈 관광객은 중국의 20여 개 성, 시, 자치구에서 오며, 80%의 관광객은 대학졸업이상의 학력을 갖고 있으며 50%의 가족단위 동행하는 관광객이다.

두 번째, 중국에 출발하는 크루즈는 주로 단거리 여행이다. 중국 관광객은 일반적으로 공휴일에 여행을 즐긴다. 비록 중국정부에서 유급휴가 제도를 실시하였지만 아직 보편화 되지 않았다. 중국 크루즈시장은 계절성이 선명하고 공휴일, 황금주일이거나 여름 방학기간은 시장수요가 가장 강한 성수기다. 대부분 관광객은 처음 크루즈를 경험함으로써 맛보기 단계이며 가격에 대한 고려로 고객은 단기 여행상품을 선택하는 경우가 많다. 2013년, 99.2%이상의 국제 크루즈선사에서는 중국에서 출발하는 여행주기는 3-7밤, 평균 여행주기는 4.5밤 있었다.

세 번째, 중국 관광객은 크루즈 휴가와 소비방식이 선명한 특징을 나타나는 것이다.

중국 관광객은 육지에서와 크루즈 내에서의 쇼핑소비가 미국과 유럽 관광객들과 비교하였을 때 상대적으로 높다. 하지만 와인 바와 같은 장소에서의 소비는 상대적으로 낮다. 중국 관광객들은 일광욕, 바에서 시간을 보내거나 커플들이 둘만의 시간을 보내는 것 등 레저타임을 갖는 것이 적은 편이다. 하지만 촬영하고 친구들과 함께 풍경을 관상하고 각종 오락 활동에 참여하는 성향은 많다.

넷째, 크루즈 여행상품 선택속성에 대한 IP분석결과 제 1사분면인 중요도와 만족도가 모두 높은 영역으로 안전시설, 크루즈 선박의 규모, 보험제공, 제주도의 날씨, 제주도의 자연경관, 제주도의 관광부대시설, 크루즈 객실, 선상 식음료, 승무원 서비스, 경험 많은 전문 인력, 가이드 서비스, 이벤트 프로그램, 엔터테인먼트 시설 이에 해당된다. 해당 항목들은 대부분 크루즈 선상의 항목이고 제주도는 크루즈 기항지로서 기후 및 날씨, 자연환경, 관광부대시설 3가지 요인에 대한 기

존의 만족도를 유지하기 위해 노력해야 한다. 다만, 제주도는 기항지로서 이 3 가지 요인을 뿐만 아니라 다른 요인들도 있어 특히 다른 요인에 대한 만족도가 낮아서 이 3 가지 요인들이 만족도 떨어지지 않도록 대안을 마련한 필요가 있는 것이다.

제 2사분면인 노력집중영역은 중요도에 비해 만족도가 낮은 집중 영역에서 크루즈 선상편의시설, 유흥시설, 접근성, 여행시간, 제주도의 풍속으로 나타났다. 이는 크루즈 여행상품 개발자들이 중요하다고 생각하고 있으나, 크루즈 선사와 제주 지역의 상황은 이 요인들을 충분히 만족시키지 못하고 있다는 의미이다. 대표적으로 크루즈 여행상품이 일반 여행상품 보다 제일 매력적인 요소는 바로 크루즈 선상의 다양한 체험을 경험할 수 있는 다양한 부대시설이다. 하지만 만족도가 낮은 이유가 무엇일까?

관광객들은 선상의 다양한 부대시설을 선호한다. 하지만 문제점은 인기 있는 여러 부대시설의 이용은 티켓비용에 모두 포함된 것이 아닌 개별 이용요금제에 있다. 패키지 상품을 구매하는 관광객들은 대부분 추가요금이 부과되는 시설의 이용을 기피하는 경향이 있어 일부분의 시설을 체험하는 중국인 관광객 수는 많지 않았고 반대로, 중국인 관광객들은 위와 같은 부대시설 이용을 줄이는 대신 면세점을 이용함으로써 면세품을 구입하는 쇼핑 위주의 관광을 더 선호하는 것으로 나타났다. 기타 외국인 관광객들이 크루즈 부대시설 이용에 기꺼이 비용을 지출하는데 비하여 중국인 관광객들은 면세점과 카지노를 제외한 부대시설 이용이 현저히 떨어지는 것으로 이는 중국인들의 크루즈 관광의 한 특징으로 나타난다.

제 3사분면인 중요도와 만족도가 모두 낮게 나타나고 있는 영역으로 크루즈 내에 면세점, 바(Bar)와 라운지, 크루즈 카지노, 다양한 문화 접촉, 관광비용, 제주도의 관광코스, 제주도의 관광버스, 제주도의 쇼핑, 제주도의 먹거리가 해당된다. 이 영역에 해당되는 것으로 나타났다. 이러한 영역에 대한 투자는 현재보다 더 이상의 노력을 집중화하지 않는 것이 좋을 것으로 판단된다.

제 4사분면인 중요도는 낮지만 만족도는 높은 과잉노력 영역으로 휘트니스 센터, 수질 등 깨끗한 자연, 해상 정보 제공으로 나왔다. 중요도에 비해 만족도가 높아 더 이상의 투자가 불필요한 항목이다. 이는 제주의 경우 중국인 크루즈 관

광객은 지금도 크루즈 여행을 육상 여행과 다른 없이 생각을 해서 이러한 선상의 정보제공 같은 서비스를 별로 관심 없어서 중요하지 않다고 여기는 것이다.

2. 연구의 한계점

이번 연구에서는 크루즈 여행상품 선택속성 중요도와 만족도에 관한 연구를 위해 제주도를 방문한 크루즈 여행상품을 이용하는 관광객들을 대상으로 종합적인 설문조사를 실시하였다. 이번 조사를 통해 대략적인 크루즈 이용고객들의 선택속성 중요도와 만족도를 알아볼 수 있을 것이다.

향후 중국의 경제성장에 따라 크루즈를 이용하는 여행시장은 더욱 커질 것으로 판단된다. 이와 같은 환경을 감안한다면 향후 조사에서는 크루즈 여행상품의 가격별로 이용하는 고객들의 만족도와 의견을 세부적으로 수렴해야 할 것으로 생각된다.

참고문헌

1. 국내문헌

1) 서적

- 김창수, 『관광교통론』, 학문사, 1999. pp.205-207.
- 김천중, 『전계서』, p.45
- 김천중, 『크루즈 사업론』, 학문사, 1999. pp.62-68
- 서성한, 『소비자 행동론』, 박영사, 1990. p.13.
- 송대현, 『사회심리학』, 박영사, 1983. pp.55-56.
- 유동근, 『현대 마케팅 관리론』, 석정사, 1985. p.161.
- 前田勇, 『観光概論』, 學文社, 1983. pp.14-15.
- 유동근, 『전계서』, p.132.
- 이경모, 『크루즈 관광산업의 이해』, 대왕사, 2004, p133
- 이장춘, 『최신 관광 자원학』, 대왕사, 1999. pp.90-92.
- 이경모, 『크루즈 관광산업의 이해』, 대왕사, 2004, pp.230~233.
- 탁영진, 『탐구교육학』, 박문사, 1996
- 안영면, 『현대관광 소비자 행동론』, 동아대학교, 출판부, 2000, p77
- 강영걸, 『전계서』, 2001
- 안여면, 『전계서』, 2001
- 이원재 외, 『관광학원론』, 대학교육문화원, 2004, p85.
- 박상수, 『국제관광원론』, 형실출판사, 2004, p38.
- 김광근, 『관광학원론』, 백산출판사, 2001, p137.
- 『Basic 고교생을 위한 지리 용어사전』, 2002.2.5, (주)신원문화사
- 이원재 외, 『전계서』

2) 논문

- 정덕현, "호텔 연회고객 선택행동과 만족도 연구", 경희대학교 석사학위논문, 1998.
- 김경희, "한국 크루즈산업의 발전방안에 관한 연구", 호텔경영학연구, 제17권 제1호, 2008, pp. 202~203.
- 이희승, 국어대사전, 민중서림, 1997, p3089.
- 김성근, 해양관광의 활성화와 해양크루즈산업의 육성과제, 한국해양수산개발원, 2007
- 주영희, "중학생이 태권도에 대한 인식과 참여욕구에 관한 연구", 이화여자대학교 교육대학원 석사학위 논문, 2000, p29
- 강영걸, "사회심리학 강의", 마당기획, 2004, p34.
- 권태일, "제주크루즈 관광의 전망", 2012
- 김혜숙, "우리나라 크루즈 관광에 관한 연구-국내 사업을 중심으로", 호텔관광연구, 한국관광정책학회, 2003.
- 홍장원, "우리나라 크루즈 관광정책의 주요 이슈와 개선방안", 2010.11
- 정승훈, "제주지역 크루즈관광 육성을 위한 향후 과제", 제주 발전포럼, 제44호
- 양승훈 · 김민철, "한국형 크루즈관광 활성화를 위한 제언", 2008
- 안영면, "관광유람선의 관광마케팅 전략에 관한 소고", 동아대학교 경영대학, 경영연구, 1998. pp.61-79.
- 박태원, "우리나라 해상관광산업의 활성화 방안", 해운산업연구원, 1995. pp.37-105.
- 황진희, "우리나라 크루즈 관광산업 발전전략", 한국해운물류학회 정기학술 발표논문집, 제42호, 한국해운물류학회, 2006. 10
- 김경희, "한국 크루즈산업의 발전방안에 관한 연구", 호텔경영학연구, 제17권 제1호, 2008, pp. 203 -207.
- 김성국, "해상관광업의 마케팅전략에 관한 연구", 해사산업연구소논문집 제 7집, 1998. p.218

- 고충섭, “아시아 시장에 있어서 크루즈 선박의 선상수입증대 전략에 관한 연구”, 한국해양대학교 석사학위논문, 1998. p.51
- 김천중, “크루즈 여행상품 개발방안 연구”, 산업경영논총 5, 1999. p.101.
- 김미, “국가간 문화적 차이에 따른 관광태도, 환경인식, 생태관광자원의 인식 차이”, 석사학위논문, 2009
- 이경모, “우리나라 크루즈시장 발전전망”, 크루즈 관광산업 발전기반 조성 방안, (선상 워크숍 자료), 한국해양수산개발원, 2006. 10.
- 김현례, “크루즈상품 서비스 품질 평가 -중국 관광객을 대상으로”, 석사학위논문, 2007.3.
- 홍영호, “크루즈여행 만족도에 관한 연구”, 경기대학교 석사학위논문, 2003.12
- 강철화, “AHP를 활용한 한국 크루즈 관광산업의 활성화요인 분석에 관한 연구”, 석사학위 논문, 2009.03.
- 김규현·하인수, “크루즈 산업의 동향과 미래에 관한 연구”, 한국산업경제학회, 산업경제연구, 1999.11, pp209~224
- 김성순, “크루즈 여행상품 선택속성”, 석사학위 논문, 2003. 12.
- 안창수, “워터파크선택속성에 관한 연구”, 석사학위 논문, 2008.
- 박가홍, “한·중·일 크루즈관광객의 잠재력과 성공조건”, 제1회 동북아시아지역의 관광협력 방안 모색을 위한 한·중·일 관광포럼, 문화관광부, 2006.12, p.109.
- 조미혜·이봉희, “강원도 크루즈 관광 활성화 -기항지 관광을 중심으로-”, 2007
- 강성구, “釜山港 觀光遊覽船(CRUISE) 商品 開發에 관한 研究”, 동아대학교 경영대학 석사학위논문, 1996.
- 김도영·김명선, “크루즈(Cruise)참가속성 만족도에 따른 재 참가 및 참가추천 의사에 관한 연구”, 2006.
- 황진희·홍장원·김은수, “크루즈 관광산업 발전기반 조성방안”, 한국해양수산개발원 기본연구 2006-01.
- 한호성, “중국인관광자의 한국여행상품선택에 관한 연구-북경·상해 지역주민을 대상으로” 경기대학교 대학원 석사학위논문 2005.

2. 국외문헌

1) 서적

Tourism Research. U.S.A. 2000

2) 논문

Robert, E. Wood., Caribbean Cruise Tourism, Globalization at sea, Annals of Tourism Research. USA, 2000.

George, M. Foster., South Seas Cruise: A Case Study of Short-lived Society, Annals of Tourism Research, Vol. 13, No. 1, 1986. pp.215-237.

The Cruise industry, An Overview, Marketing Edition, New York, Cruise Line International Association, 1995, p.2.

Mayo, E. J and Jarvis, L. P., The Psychology of Leisure Travel, Boston Massachusetts: Col Publishing Co, 1981. p.23

Mayo, E. J and Jarvis, L. P., 1981. p.20.

Crampton, J. L., Lecture on Tourism, Given at Univ of Hawaii, Spring Semester, 1972. p.31

Hellriegel, D.Jr. Slocum, J. W. and Woodman, R. W.. Organizational Behavior, New York · West Publishing Co, 1989. p.48.

Henry and Assael, Consumer Behavior and Marketing Action, Boston : Kent Publishing Co., 1984. pp.172-173.

Hailin, Qu and Elsa Wong Yee Ping, A Service Performance Model of Hong Kong Cruise Traveler's Motivation Factors and Satisfaction, Tourism Management, Vol. 20, 1999. pp.237-244.

Northcraft, G. and Neale, M., Organizational behavior, The Dryden Press, 1990, p.89.

王冠蘭,樓嘉軍,國際郵輪公司市場布局特点及其對上海的啓示,華東師範大學 商學院,上海, 2002.04.01

3. 기타문헌

연합뉴스, 2013.10.7

<http://www.headlinejeju.co.kr>

경기개발연구원, “중국인의 여가관광양식 변화 및 전망”, 2011.11, p132.

한국관광연구원, “한·중·일 연계 오리엔트 크루즈 사업의 기본추진방안”, 정책 연구 보고서, 1998. p.5.

해양수산부, 크루즈전용 터미널의 개발방향과 해양관광산업의 발전방안에 관한 연구, 2002.

해양수산부, 「크루즈 산업 활성화 대책」, 2013.7

해양수산부, “해양新산업 육성과 일자리 창출을 위한 크루즈산업 활성화 대책”, 2013

한국해사문제연구소, “크루즈 관광산업 현황과 국내 크루즈의 활성화 과제”, 해양한국, 한국해사문제연구소, 2005. 8.

제주국제크루즈포럼, 2013.10.26

한국해양대학교, “크루즈 전용 터미널의 개발 방향과 해양관광산업의 발전 방안에 관한 연구”, 2002.

II. 다음은 귀하가 "크루즈 관광상품"을 선택할 때 아래 항목에 대해서 어느 정도 중요하게 고려하셨습니다가? 그 항목에 대해서 만족하셨습니다가? 해당되는 정도에 "V"를 표시하여 주십시오.

| 전혀 중요 하지 않음 | 중요 하지 않음 | 보통 | 중요 함 | 매우 중요 함 | 설 문 문 항 | 전혀 불만 족 | 불만 족 | 보통 | 만족 | 매우 만족 |
|----------------------|----------------|----|---------|---------------|---------------------------------------|---------------|---------|----|----|----------|
| | | | | | 1. 관광비용 (개별 유상 항목) | | | | | |
| | | | | | 2. 크루즈 여행시간 | | | | | |
| | | | | | 3. 경험 많은 전문 인력 | | | | | |
| | | | | | 4. 크루즈 객실 | | | | | |
| | | | | | 5. 크루즈 내에 식음료 | | | | | |
| | | | | | 6. 가이드 서비스 | | | | | |
| | | | | | 7. 크루즈 선박의 규모 | | | | | |
| | | | | | 8. 크루즈 내에 편의시설 | | | | | |
| | | | | | 9. 크루즈 내에 유흥시설 | | | | | |
| | | | | | 10. 수질 등 깨끗한 자연 해상환경 | | | | | |
| | | | | | 11. 다양한 문화의 접촉 | | | | | |
| | | | | | 12. 바(Bar)와 라운지 (다양한 주류와 댄스 등의 유흥) | | | | | |
| | | | | | 13. 크루즈 엔터테인먼트 시설 | | | | | |
| | | | | | 14. 승무원 서비스 | | | | | |
| | | | | | 15. 휘트니스 센터 | | | | | |
| | | | | | 16. 보험제공 | | | | | |
| | | | | | 17. 크루즈 카지노 | | | | | |
| | | | | | 18. 크루즈 이벤트 프로그램 | | | | | |
| | | | | | 19. 접근성(교통의 편리성) | | | | | |
| | | | | | 20. 크루즈 내에 쇼핑시설(면세점) | | | | | |
| | | | | | 21. 크루즈 내에 안전시설 | | | | | |
| | | | | | 22. 해상 정보 제공 | | | | | |
| | | | | | 23. 제주도의 자연경관 | | | | | |
| | | | | | 24. 제주도의 문화, 풍속 | | | | | |
| | | | | | 25. 제주도의 관광버스 | | | | | |
| | | | | | 26. 제주도의 먹거리 | | | | | |
| | | | | | 27. 제주도의 쇼핑 | | | | | |
| | | | | | 28. 제주도의 관광코스 | | | | | |
| | | | | | 29. 제주도의 관광 부대시설 | | | | | |
| | | | | | 30. 제주도의 기후, 날씨 | | | | | |

Ⅲ. 다음은 귀하의 여행정보 수집에 관한 질문입니다.

1. 귀하의 여행에 대한 정보는 어디서 수집하셨습니다?

- ① TV ② 신문 ③ 인터넷
④ 가족/친척 ⑤ 친구/동료 ⑥ 기타

2. 여행에 대한 추천을 받으셨다면 누가 추천하셔서 오시게 되었습니까?

- ① 친구/연인 ② 가족/친척 ③ 직장동료 ④ 모임/회원
⑤ 스스로 결정 ⑥ 기타 _____

3 이번 크루즈 여행에 지식이나 정보를 잘 알고 있습니까?

- ① 많이 알고 있다 ② 조금 알고 있다 ③ 보통이다
④ 잘 모르고 있다 ⑤ 전혀 모르고 있다

4. 귀하의 여행목적은 무엇입니까?

- ① 사업목적 ② 일상생활에서의 탈출 ③ 여러 지역 및 국가의 방문
④ 아름다운 환경과 경치 ⑤ 관광지의 매력
⑥ 다양한 문화의 이해 및 경험

Ⅳ. 다음은 귀하가 제주도에 관광활동 이후의 느낌에 대한 문제입니다. 해당되는 곳에 "V" 표시하여 주십시오.

1. 제주에 방문한 동안 상품의 가격 만족도는 어떻게 생각합니까?

- ① 너무 비싸다 ② 비싸다 ③ 적당하다 ④ 싸다 ⑤ 매우 싸다

2. 제주 관광에 대한 전반적으로 만족도는 어떠하십니까?

- ① 매우 만족하다 ② 만족하다 ③ 보통 ④ 불만족 ⑤ 매우 불만족

3. 제주에 방문한 후에 재방문 의도에 대한 질문입니다. 귀하의 의견은 어떠하십니까?

- ① 기회가 되면 재방문하겠다.
② 나중에 재방문하지 않겠다.
③ 잘 모르겠다.

4. 제주도의 방문 중에 추천의사에 대한 생각을 어떠하십니까?

- ① 나의 가족이나 친지에게 제주도를 추천하겠다.
② 주위사람들이나 직장동료에게 제주를 추천하겠다.
③ 낯모르는 사람에게도 기회가 되면 제주도를 적극 추천하겠다.
④ 누구에게도 추천하지 않다.
⑤ 잘 모르겠다.

아래는 귀하 이용했던 크루즈코스과 제주 크루즈코스에 관한 문제입니다. 해당되는 곳에 "V" 표시하여 주십시오.

| 설 문 문 항 | 제주 크루즈코스 | | | | | 이용했던 크루즈 코스 | | | | |
|----------------|-----------|-----|----|----|----------|-------------|-----|----|----|----------|
| | 전혀 불만족 | 불만족 | 보통 | 만족 | 매우 만족 | 전혀 불만족 | 불만족 | 보통 | 만족 | 매우 만족 |
| 크루즈 선상 시설의 다양성 | | | | | | | | | | |
| 크루즈 여행상품의 요금 | | | | | | | | | | |
| 종업원 서비스 태도 | | | | | | | | | | |
| 크루즈 선상의 숙박서비스 | | | | | | | | | | |
| 크루즈 선상의 이벤트 | | | | | | | | | | |
| 다양한 문화의 접촉 | | | | | | | | | | |
| 현지의 자연경관 | | | | | | | | | | |
| 현지의 기후 및 날씨 | | | | | | | | | | |
| 현지의 쇼핑 | | | | | | | | | | |
| 현지의 관광코스 | | | | | | | | | | |

V.다음은 귀하의 일반적인 사항으로 각 문항에 해당되는 곳에 "V" 표시하여 주십시오.

1. 귀하의 성별은?

- ① 남 ② 여

2. 귀하의 결혼 여부는?

- ① 미혼 ② 기혼

3. 귀하의 직업은?

- ① 학생 ② 서비스직 ③ 자영직 ④ 전문직
⑤ 사무직 ⑥ 가사 ⑦ 공무원 ⑧ 기타

4. 귀하의 연령은?

- ① 20대 미만 ② 20대 ③ 30대
④ 40대 ⑤ 50대 ⑥ 60대 이상

5. 귀하의 교육정도는?

- ① 고졸이하 ② 대학교 재학 ③ 대졸 ④ 대학원 재학이상

귀한 시간을 주셔서 매우 감사합니다!

ABSTRACT

A Study on the Cruise Tour Product Selection Attributes by IPA

-Focus on Chinese Tourists Visiting Jeju-

by ,JingJing Wang

Department of Tourism Management
The Graduate School of Jeju National University

The cruise industry is one of the fastest growing sectors of world tourism. The worldwide cruise industry has demonstrated a significant trend expand over the decade. The market of the worldwide cruise industry recorded an annual average growth rage 10.3% between 2000 and 2012. At the present, the number of cruise travelers has been increasing a high growth annually.

In the past, the Asia region has received only minor attention as a cruise destination but Asia has recently started attracting cruise tourists as a new cruise destination, especially Northeast Asia.

Nevertheless, the cruise industry is in its infancy in the

Northeast Asia market.

Jeju Island has in rich nature resources, climate and the geographical position which is peninsula by sea on all sides.

The purpose of this study is finding out what the selection attributes of a cruise tour product are and to give help to plan marketing strategy through the data from the questionnaire by Chinese cruise tourists visiting Jeju by using the technique of IPA(Importance-Performance Analysis).

The results of this research the IPA showed "Concentrate Here" in quadrant I, "Keep up the Good Work" in quadrant II, "Low Priority" in quadrant III and "Possible Overkill" in quadrant IV. Depending on the outcome IPA the accessibility and customs in Jeju need to focus more on the work in the future.

Key Words: IPA(Importance-Performance Analysis),
cruise tour product, selection attributes