



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

제주 방문 중국인 뷰티관광객
위험 인식차이에 관한 연구

A Comparison Study on the Perceived Risk of Beauty
tourism for Chinese travelers in Jeju

濟州大學校 大學院

觀光經營學科

張 乃 月

2017年 2月

제주 방문 중국인 뷰티관광객 위험 인식차이에 관한 연구

指導教授 朴 雲 貞

張 乃 月

이 論文을 觀光學 碩士學位 論文으로 提出함

2017年 2月

張乃月の 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

2017年 2月

A Comparson Study on the Perceived Risk of Beayty
tourism for Chinese travelers in Jeju

ZHANG NAIYUE
(Supervised by professor Park, Oun-Jong)

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

2017. 2.

This thesis has been examined and approved.

.....
.....
.....
2017 . 2.
.....

Department of Tourism Management

GRADUATE SCHOOL

JEJU NATIONAL UNIVERSITY

목 차

| | |
|-----------------------------|-----------|
| I. 서론 | 1 |
| 1. 문제의 제기 | 1 |
| 2. 연구의 목적 | 3 |
| 3. 연구의 범위와 방법 | 4 |
| 1) 연구의 범위 | 4 |
| 2) 연구의 방법 | 5 |
| 4. 연구의 구성 | 6 |
| II. 이론적 고찰 | 8 |
| 1. 뷰티관광 | 8 |
| 1) 뷰티관광의 개념 | 8 |
| 2) 뷰티관광의 유형 | 9 |
| 2. 지각된 위험 | 13 |
| 1) 지각된 위험의 개념 | 13 |
| 2) 지각된 위험의 유형 | 16 |
| 3) 지각된 위험의 선행연구 | 20 |
| 3. 중국 뷰티관광객 | 21 |
| 1) 중국 뷰티관광객의 특성 | 21 |
| 2) 제주 방문 중국 뷰티관광객의 현황 | 23 |
| III. 연구의 설계 | 25 |
| 1. 연구가설 | 25 |
| 2. 설문지구성 | 26 |
| 3. 표본조사 및 분석방법 | 27 |
| IV. 분석 결과 | 30 |
| 1. 표본의 특성 | 30 |
| 1) 표본의 특성 | 30 |
| 2) 지각된 위험 요인의 기술통계 | 35 |

| | |
|---------------------------|-----------|
| 2. 신뢰성과 타당성 검증 | 36 |
| 1) 기초통계 분석 | 36 |
| 2) 신뢰성 | 37 |
| 3. 연구 가설의 검증 | 38 |
| 1) 가설 검증 | 38 |
| 2) 분석결과의 요약 | 38 |
| IV. 결론 | 42 |
| 1. 연구의 요약 | 42 |
| 2. 연구의 시사점 | 45 |
| 3. 연구의 한계 및 제언 | 47 |
| <참고문헌> | 48 |
| 1. 국내문헌 | 48 |
| 2. 국외문헌 | 51 |
| 3. 기타문헌 | 53 |
| 4. 설문지 | 55 |
| ABSTRACT | 63 |

<표 차례>

| | |
|---|----|
| <표1-1> 분석방법 | 6 |
| <표2-1> 지각된 위험의 개념 | 12 |
| <표2-2> 지각된 위험에 관한 연구 | 18 |
| <표2-3> 방한 중국관광객들의 미용 관련 서비스의 구매행태 | 22 |
| <표3-1> 측정 항목의 구성 | 24 |
| <표3-2> 측정 항목의 | 25 |
| <표3-3> 조사 대상 및 설문 방법 | 26 |
| <표4-1> 표본의 인구통계학적 특성 | 30 |
| <표4-2> 표본의 행태적 특성 | 32 |
| <표4-3> 지각된 위험 각 항목의 평균값 | 33 |
| <표4-4> 지각된 위험의 신성도 검증 | 35 |
| <표4-5> 목적별 유형에 따라서 기능적 위험에 차이분석 | 36 |
| <표4-6> 목적별 유형에 따라서 금전적 위험에 차이분석 | 37 |
| <표4-7> 목적별 유형에 따라서 시간적 위험에 차이분석 | 38 |
| <표4-8> 목적별 유형에 따라서 위생적 위험에 차이분석 | 38 |
| <표4-9> 목적별 유형에 따라서 문화적 위험에 차이분석 | 39 |

<그림 차례>

<그림 1-1> 연구의 구성 8

I. 서론

1. 문제의 제기

중국의 경제가 고속 성장이 이루어지고 있는 가운데, 중국 사람들 역시 생활수준에 대한 관심이 높아지고 있으며, 이는 건강 및 외모관리와 같은 소비로 이어지고 있다. 이러한 생활패턴의 변화는 여행의 형태에도 영향을 주고 있다. 또한, 여행행태의 변화는 신 한류열풍을 불러오고 있는 한국 드라마나 K-POP에 영향을 받아 단순한 관광에서 벗어나 건강과 아름다운 미에 대한 관광, 뷰티관광으로 변화하고 있다. 한국관광공사의 방한외국인 관광통계에 따르면 2014년 한국을 찾은 뷰티관광객은 총 26만 6501명이다. 2009년 집계 이후 90만1470명의 외국인 관광객이 뷰티관광을 목적으로 한국을 방문했다. 2015년 상반기 100만명을 돌파하며 연평균 32.5%의 성장세를 보이고 있으며, 이중 '요우커'로 대변되는 중국인 관광객은 외국인 관광객 중 비중이 가장 높다. 2015년 총 7만9481명이 뷰티관광을 목적으로 다녀갔으며, 이는 전년대비 41.7%나 늘어난 수치이다. 중국인들은 중국 경제의 고속 성장과 신 한류열풍의 영향으로 건강과 미에 대한 관심이 늘어나 이에 대한 투자가 늘어나고 있다. 이러한 관심과 투자의 증대로 성형뿐만 아니라 피부, 미용관련 기술을 받고자 하는 중국인 뷰티관광객이 지속적으로 증가하고 있다(양삼·최기탁, 2014). 중국인 관광객은 메르스 사태에도 불구하고 2015년에는 598만 4000여명으로 급속한 성장을 이루고 있다. 특히 중국의 경제 발전과 부유층의 증가로 인해 미에 대한 관심이 반영된 뷰티관광에 대한 수요 역시 증가하고 있다. 2014년 중국 의료관광객이 지출한 총 진료비는 1,016억 원으로 전체 진료수입의 25.8%를 차지하고 있으며, 1인당 진료비는 181만원이다(한국관광공사, 2015). 한국의 제 1시장인 방한 중국인 여행 여행객의 증가와 소비수준의 향상, 아름다움에 대한 관심이 지속적으로 증가하고 있다.

또한, 아름다운 자연 환경과 생물 자원을 보유한 제주도는 뷰티 산업에 있어서

각광 받고 있는 지역 중 하나이다. 또한 실제로 제주도는 10여년 전 뷰티 산업을 정책적으로도 육성하고 있으며 연간 1,200만 명의 국내외 관광객들이 방문하는 관심이 뜨거운 여행지로서 뷰티 시장의 잠재력도 갖추고 있는 곳이다. 이러한 흐름 속에서 특히 제주도는 관광정책 수립과 관광인프라 개선, 적극적인 방한 중국인 관광객 유치로 중국인의 여행행태의 변화에 부합하는 뷰티관광에 연구의 필요성이 제기되고 있다.

방한 중국인에 대한 뷰티관광이 지닌 잠재력에도 불구하고 아직까지는 뷰티관광에 개념 정리 및 뷰티와 관련하여 다분히 위험요인에 뷰티관광 시술에 대해 그들이 인지한 위험요인에 대한 탐색적인 연구가 부족한 실정이다. 뷰티관광에 관한 선행연구는 박선민(2010)은 20대, 30대 중국 여성들 대상으로 한류 선호도가 미용실의 이용행동과 한국 미용실 충성도에 어떠한 영향을 미치는지를 규명하였고 최주상(2013)은 한국을 방문한 일본 미용 관광객을 대상으로 지각된 한국의 국가이미지 및 한류문화 관여도가 관광객의 태도 및 행동의도에 미치는 영향, 왕소명(2013)은 중국 소비자의 한류소비 및 바디이미지가 한국 미용성형의 구매의도에 미치는 영향, 반세정(2008)의 중국 베이징에 있는 한국 메디컬 스킨케어 서비스에 따른 만족도 및 선호도에 관한 연구, 김재은(2004) 중국 신세대 패션현상 나타난 한류 현상의 연구 등이 있으나, 이러한 K-뷰티에 관한 논문은 2010년 이후 다수 발표되기는 하였음에도 현상에 관한 논문이 대부분으로 현상을 넘어 뷰티관광을 정의하고, 세부적으로 다룬 논문은 전무하다. 한국에서 뷰티관광에 관한 정의는 아직 정립되어 있지 않다.

중국인의 삶의 질 향상되고 여행행태가 변화하면서 제주도 역시 뷰티관광의 중요성이 점차 증대되고 뷰티관광분야에 대한 연구가 미약한 시점에서 제주도는 뷰티관광객 유치에 대한 심리적인 기반확충이 요구된다. 이러한 문제 아래 뷰티관광에 대한 국내 문헌 연구를 비롯하여 선행연구를 통하여 도출된 중국관광객이 제주 뷰티관광에 지각된 위험을 바탕으로 목적별 유형에 따라 중국 뷰티관광객의 지각된 위험의 차이성을 분석하고자 한다. 그 결과를 통해 중국관광객은 뷰티관광을 선택할 때 지각된 위험의 요인을 여러면에서 규명하고 중시하는 요인을 찾아내고자 한다. 이로써 중국인 수요에 맞는 차별화된 뷰티관광서비스를 제공하기 위한 방안 마련은 물론 제주도내 뷰티관광산업의 재도약을 위한 시사

점을 제시하는 목적이다.

2. 연구의 목적

본 연구에서는 뷰티관광을 원하는 제주 방문한 중국인관광객이 제주의 뷰티관광서비스를 찾을 때 어떤 위험지각이 있는지 설문조사를 통해 실증 분석하고자 한다. 좀더 구체적으로 뷰티관광에 대한 국내·문헌 연구를 비롯한 선행연구를 통하여 뷰티관광에 대한 지각된 위험요인을 도출하고 그 지각된 위험에 대해 중국인관광객 목적별 유형별로 어떠한 차이를 가지는지 분석한다. 제주 뷰티관광에 대한 중국인들의 지각된 위험의 분석결과를 바탕으로 어떠한 요인에 대한 위험인식을 낮추어야 하는지 분석하고 또한 뷰티관광객들을 유인하기 위한 방안과 마케팅 전략을 마련하고 시사점을 제시하는데 목적을 둔다.

본 연구의 구체적인 연구목적은 다음과 같다.

첫째, 제주를 방문하는 중국인관광객들을 대상으로 뷰티관광에 대한 지각된 위험의 구성요인을 도출하고자 한다.

둘째, 목적별 유형 특성에 따라 중국인관광객이 제주 뷰티관광의 지각된 위험의 요인에 대한 차이가 있는지 알아보하고자 한다.

셋째, 뷰티관광 목적별 유형에 따라 중국인관광객의 특성을 파악하고 제주 뷰티관광산업의 중요도와 경쟁력 강화를 위한 시사점을 제안한다.

3. 연구의 범위와 방법

1) 연구의 범위

본 연구의 공간적 범위로는 제주를 방문하여 뷰티관광 서비스를 이용하는 중국인관광객으로 대상을 한정하였으며, 이들에게 설문에 대한 취지와 기입방법을 설명한 후 응답자들이 직적 기입하는 자기기입법을 실시하였다.

또한 내용적 범위는 제주를 방문하여 뷰티관광서비스를 이용하는 중국인관광객에 관한 연구로 뷰티관광 지각된 위험으로 한정하였다.

시간적 범위는 2016년 10월 15일부터 2016년 10월 30일까지 15일간 방한 제주 중국인관광객을 대상으로 250부의 중국어로 표기된 설문지를 배포하여 실시하였다. 회수된 설문지 중 미비하거나 불성실하다고 판단되는 설문은 제외하고 최종 220부를 분석하였다.

2) 연구의 방법

본 연구는 문헌적 연구방법(documentary study)과 실증적 연구방법(empirical study)으로 구성된다.

먼저 문헌 연구를 통한 제주 중국인관광객, 뷰티관광, 뷰티관광객의 지각된 위험에 대한 이론적 고찰을 하였다. 이러한 이론적 배경을 바탕으로 연구모형과 연구가설을 도출하였다. 도출된 가설을 검증하기 위하여, 이론연구를 바탕으로 한 설문지를 작성하였다. 이 후 실증분석을 위하여 설문조사를 실시하였다.

자료의 분석방법으로는 통계패키지 프로그램인 SPSS를 이용하여 먼저 응답자들의 구성비율과 정규분포를 파악하기 위해 빈도분석 및 기술통계분석을 실시하였으며, 타당성을 검증하기 위해 탐색적 요인분석과 신뢰도분석을 실시하였다. 마지막으로 뷰티관광의 인구통계학적 특성과 목적별 유형에 따라 미용관광 지각된 위험의 차이를 검증하기 위하여 t-test분석을 실시하였다. 구체적으로 이용한 분석방법은 다음 <표1-1>과 같다.

<표 1-1> 분석방법

| 내용 | 측정방법 |
|--------------------------------|---------------|
| 인구통계특성 | 빈도분석 |
| 제주뷰티관광객의 지각된 위험 | 요인분석 신뢰도분석 |
| 목적별 유형에 따라 미용관광 지각된 위험의 차이를 분석 | t-test분석 |

4. 연구의 구성

본 연구는 중국인관광객의 제주뷰티관광 지각된 위험에 관한 연구로 총 5장으로 구성되었다.

제 1 장은 서론 부분으로 연구의 배경과 문제제기, 연구의 목적, 연구의 방법 및 연구의 구성을 제시하였다.

제 2 장은 이론적 배경으로 뷰티관광, 뷰티관광 지각된 위험과 중국인 뷰티관광객의 영역을 3 가지로 나누어 살펴보고 있다. 우선 중국의 관광 현황을 간단히 소개하고, 한국뷰티관광 부분은 뷰티관광 정의 및 한국뷰티관광의 현황 및 시장의 잠재능력을 설명하고, 선행연구를 통해서 뷰티관광 지각된 위험을 정리하였다.

제 3 장은 이론 배경을 바탕으로 본 논문의 연구문제하고 실증적 조사 설계 및 분석방법을 제시한다.

제 4 장은 실증분석으로 표본의 특성 및 분석결과와 해석을 통해 연구가설을 검증한다.

제 5 장은 결론으로 연구결과를 요약하고 시사점을 제시하면서 연구의 한계 및 향후 연구의 과제를 논의하였다.

본 연구는 다음<그림1-1>과 같이 구성 되었다.

| | | | |
|-------------------|-----------------------|----------------|--------------|
| I. 서론 | | | |
| 연구문제제기 | 연구목적 | 연구범위 및 방법 | 연구구성 |
| II. 이론적 배경 | | | |
| 뷰티관광 | 지각된 위험 | 뷰티관광 지각된 위험 | 중국인 뷰티관광객 |
| III. 연구설계 | | | |
| 연구문제 | 설문지구성 | 표본 조사 및 분석방법 | |
| IV. 분석결과 | | | |
| 표본의 일반적 특성 | 측정항목의 타당성 및 신뢰성 검증 | 가설검증 | |
| V. 결론 | | | |
| 연구결과의 요약 | 연구의 시사점 | 연구의 한계점 | |

<그림 1-1> 연구의 구성

Ⅱ. 이론적 고찰

1. 뷰티관광

1) 뷰티관광의 개념

현재 한국에서는 뷰티관광에 관한 개념을 아직 확실하지 않고 뷰티관광 특화 상품이 없이 한류의 영향에 따른 개별 관광객이 방문하는 수준으로 뷰티관광 초기단계라 할 수 있다¹⁾. 그동안 뷰티관광에 관한 선행연구를 검토한 결과 2011년 까지 많은 연구자들은 뷰티관광과 유사한 개념인 ‘미용관광’이라는 용어를 “Beauty Tourism”으로 사용하였고 2011년도 이후에는 한국 뷰티산업의 빠른 성장에 따라 각종 미디어매체들이 “뷰티관광”이라는 용어를 널리 사용하였다. 미용의 법률적 의미는 손님의 얼굴, 머리, 피부 등을 손질하여 손님의 외모를 아름답게 꾸미는 영업으로 헤어미용, 네일미용, 메이크업 등으로 나눌 수 있다(오강수, 2011c)²⁾. 뷰티는 근본적으로 사람의 감성을 자극하는 인자(因子)로서 사전적으로는 ‘감각, 특히 시청(視聽)을 매개로 얻어지는 기쁨, 쾌락의 근원적 체험을 주는 아름다움’이라는 뜻을 지니고 있다³⁾. 따라서 뷰티라는 용어가 미용보다 더 포괄적인 의미를 가지고 있기 때문에 미용관광은 뷰티관광의 한 종류라고 이해할 수가 있다. 한국보건산업진흥원(2011)은 뷰티관광은 뷰티사업자원을 활용하여 뷰티에 관련 프로그램이나 시설 등에서 제공하는 서비스를 체험하는 특화된 관광유형이라고 정의하고 있으며, 전희원·공은영·이호길(2011)은 인체를 더 아름답게 변

1) Beautynury.com, 2013.7.4.

2) 오강수(2011)b. 미용실 이용고객의 미용관광 인식 및 활성화방안, 『한국미용학회지』, 17(2), pp.318-330.

3) 정승훈(2012). 뷰티관광 육성과 제주의 향후과제, 『제주발전연구원』, 43(0), pp.1-80.

화하기 위해 뷰티산업의 제공하는 서비스 이용뿐만 아니라, 아름다움을 추구하는 성형수술, 건강검진, 모발이식, 한방테라피 등과 함께 관광지 탐방, 호텔숙박과 관광체험 등의 모든 프로그램을 “뷰티관광”이라고 정의하였고⁴⁾ 최주상(2013)는 뷰티관광은 미용서비스와 건강 및 관광관련 요인이 합해져서 서비스를 제공하는 산업을 통칭이라고 정의하였지만⁵⁾ 여기서 정의하는 뷰티관광은 크게 “뷰티서비스+의료서비스+관광서비스”의 형태로 이해할 수 있다. 그러나 사람들이 아름다움과 건강을 추구하기 위하여 뷰티산업과, 의료산업에 대해 관심을 가지고 있는 것뿐만 아니라 아름다움과 건강, 휴양을 동시에 추구하기 위하여 뷰티스파에 관련된 관광을 하거나⁶⁾, 단순히 어느 나라의 세련된 패션, 유행문화를 추구하기 위하여 떠나는 여행일 수도 있다⁷⁾. 이러한 기로의 뷰티관광에 대한 개념을 바탕으로 본 연구에 관한 뷰티관광을 뷰티관광은 외모를 위한 성형수술이나 미용기술 관련 서비스를 목적으로 하는 관광객들을 대상으로 자국에서 체험하지 못한 특별한 성형, 미용관련 서비스 체험과 관광활동을 겸하는 상품이라고 정의한다.

2) 뷰티관광의 유형

의료관광의 유형을 크게 선택치료형과 수술치료형으로 구분하였다. 선택치료형은 미용성형 수술형과 웰빙형으로, 수술치료형은 수술치료형과 장기재활형으로 세분화 하였다⁸⁾. 정기택(2005)는 뷰티관광의 유형을 수술 뷰티관광, 전통 뷰티관광, 미용 뷰티관광, 휴양 뷰티관광으로 구분 하였으며,⁹⁾ 각 유형에 따른 개념과 대표 국가들을 정리하였다. 신재기·유명희(2009)는 의료관광의 유형을 의료클리

4) 전희원·공은영·이호길(2011). 뷰티산업 상품선택이 뷰티관광 참여의도에 미치는 영향, 『한국호텔외식경영학회』, 20(2), pp.121-136

5) 박미성(2010). 중국인을 대상으로 한 한국미용 교육 실태 조사 및 교육 방안연구, 건국대학교 디자인대학원 석사학위논문.

6) 전명숙(2011). 유성온천 미용관광 자원에 대한 탐색적 연구, 『한국사지리지학회지』, 21(4), pp.221-230.

7) Gatawa,N.G.(2008). The emerging role of the fashion industry in Johannesburg’s tourism development strategy, *Doctoral dissertation*. 32(1), pp.36-42.

8) 정진수(2009a). 관광과 융합된 선택형 의료관광 마케팅 전략. 돈되는 의료관광 이렇게 준비한다.

9) 정기택(2005). 한국 의료시장 확대를 위한 마케팅 전략에 관한 연구.

스터, 의료관광상품, 의료관광산업으로 구분하였다. 의료클러스터는 바이오, 신약, 의료기기 개발, 메디클러스터, 의료관광복합단지, 건강문화 클러스터, 허브형 의료복합단지로 분류하였고, 의료관광상품은 질병치료관광상품, 미용성형의료관광상품, 휴양의료관광상품, 전통의료관광상품으로 분류하였다. 의료관광산업은 교육연구개발유형, 중증치료형, 선택치료형, 복합형으로 분류하였다.¹⁰⁾ 본 연구에서는 뷰티관광을 성형관광과 피부미용관광 두 유형으로 분류하였다.

(1) 성형관광

성형수술은 크게 재건성형수술 및 미용성형수술 두 가지 종류로 분류할 수 있으며 재건성형수술은 질병이나 사고로 인하여 몸을 망가져 원래 몸의 상태로 회복시켜주는 수술이고, 성형외과(Plastic Surgery)라는 말은 희랍어인 'Plastikos'에서 유래돼 손으로 반죽해서 형을 뜬다는 의미이다. 그러므로 최초의 성형수술은 재건수술을 의미했다는 것을 알 수 있다. 미용성형수술은 병적인 원인이 아닌 정상적인 상태로 태어난 신체적 조건을 더욱 아름답게 변형하거나 자신이 만족하지 못하는 외모를 만족할 수 있게 변형하기 위한 수술을 의미한다. 현재 한국에서 이루어지고 있는 대부분의 성형수술이 미용성형수술이다¹¹⁾.

성형관광에 관한 선행연구를 살펴보면 대부분 연구자들은 성형관광을 의료관광의 한 유형으로 정의하였다¹²⁾.

김성섭·김미주(2011)는 의료관광의 유형은 3가지로 정의했는데 이는 병원에서 건강진단과 같은 예방 차원에서 이루어지는 유형; 피부관리, 치아 관련된 치료나 수술, 얼굴성형, 가슴성형, 지방흡입, 성별감별등 관련된 치료나 수술 또는 검사를 하는 유형; 암, 심장질환, 신체기관 이식 등 중증 환자를 다루는 유형이 있

10) 신재기·유명희(2009). 『의료마케팅』. 한울출판사.

11) 장계홍(2012). 한국 의료 관광시장의 현황 및 중국고객유치방안, 경희대학교대학원 무역학과 석사학위논문.

12) 김명주(2011). 중국관광객의 한국의료관광 선택속성에 관한 연구 :성형미용을 중심으로, 경희대학교 대학원 석사학위논문.

다¹³⁾. 함승우(2011)는 의료관광의 유형을 건강과 미용의 차이의 기준으로 크게 선택치료형과 수술치료형으로 나누었다¹⁴⁾. 선택치료형은 미용을 목적으로 개인의 취향과 욕구를 기반으로 하는 의료관광이고, 수술치료형은 건강상의 문제로 불가피하게 치료를 받아야 하는 경우를 의미한다. Henderson(2004)은 의료관광이란 건강관리관광(Health Tourism)에 포함되는 의미로써 건강관리관광은 의료관광, 성형수술, 스파 및 대안적 치료법의 3가지유형으로 구분하여 정의하였다.¹⁵⁾

다수의 선행연구에서는 성형관광을 의료관광, 또는 헬스관광의 한 유형이라고 정의하였지만, 미용성형관광은 태어난 신체적 조건을 더욱 아름답게 변형하거나 자신이 만족하지 못하는 외모를 만족할 수 있는 수준으로 변형하기 위하여(성병주, 2010; 서정희, 2008)의료기계나 의료시술을 통해 외모상의 변화를 시켜주는 동시에 관광활동과 같이 이루어지는 관광형태이므로 본 연구에서는 성형관광을 뷰티관광의 한 유형이라고 볼 수 있다.

(2) 피부미용 관광

피부미용을 영어로 Aesthetic이라고 하는데, 이 어원은 ‘美의 美,學’이란 뜻으로 해석되며,¹⁶⁾ 한국 표준 직업분류에서 규정하고 있는 피부미용사란 ‘손님에게 여러 가지 피부미용 처리를 해주는 자’로 규정되어 있으며, 피부미용의 업무는 신체의 피부를 아름답게 유지 보호 개선하기 위하여 피부를 분석하고 화장품, 미용기기, 손을 이용하여 분석결과에 적합한 관리(제모, 눈썹손질, 클렌징, 각질제거, 팩, 피부유형별 화장품 바르기)를 하는 행위인데¹⁷⁾ 2008년 12월에 대한민국에서는

13) 김성섭·김미주(2011). 고부가가치 서비스 산업인 의료관광 활성화를 위한 의료기관의 의료관광 담당자와 의료관광객의 의료관광상품 선호속성 인식비교 분석을 통한 지속적인 협력네트워크 구축 필요성 연구, 『觀光研究』, 26(5), pp.85-107.

14) 함승우(2011). 의료관광 활성화 방안에 대한 연구:성형/스킨케어와 비성형서비스를 중심으로, 경희대학교 경영대학원 국제경영학과 석사학위논문.

15) Henderson, J. C. (2004). Health care Tourism in Southeast Asia. *Tourism Review International*, 7(0), 111-121.

16) 홍수옥(2007), “미용 관리샵의 서비스 품질이 고객만족 및 재방문의도에 미치는 영향에 관한 연구” 조선대학교 산업대학원 석사 학위논문.

첫 번째 피부미용 국가고시 자격증 시험이 이루어 졌다. 피부 관리 관련 단체로는 한국피부미용사중앙회를 비롯하여 4~5개가 있으며 아직은 맹인안마사, 의사협회, 한의사협회 등과의 업무영역에 대한 분쟁이 있어 다소 혼란스러운 상황이거나 향후 고수익 전문 직업으로서 자리 잡을 것이다. 일반적으로 여성에게 피부관리는 삶의 기본 패턴이 되었다. 이시대의 트렌드인 웰빙은 정신과 육체의 건강을 동시에 추구하는데 이런 경향은 에스테틱 산업에도 적용되며 스트레스 해소를 위한 해결책이 되기도 한다.¹⁸⁾ 피부 문제점 발생 원인에 대한 여성들의 인식을 살펴보면 자신의 피부문제가 평소 피부 관리 부족으로 발생되었다고 인식하는 여성이 가장 많았다.¹⁹⁾ 또한, ‘시장조사기관’ AC닐슨이 2007년 4월 27일 전 세계 46개국 남녀를 대상으로 실시한 여론 조사결과를 보면 자신에게 투자하는 비용 중 3명 가운데 1명은 스킨케어를 위한 지출액이 가장 높은 것으로 나타났다.²⁰⁾

-
- 17) 김명주(2011). 중국관광객의 한국의료관광 선택속성에 관한 연구 :성형미용을 중심으로, 경희대학교 대학원 석사학위논문.
- 18) 공은영(2010). 뷰티산업의 뷰티의료상품 선택속성이 뷰티의료관광 참여의도에 미치는 효과, 경운대학교 산업정보대학원 석사학위논문.
- 19) 김주영(2012). 뷰티관의료관광에 대한 미용산업인의 인식에 관한 연구, 동덕여자대학교 비만미용향장대학원 석사학위논문.
- 20) 황순욱(2010). 뷰티관광 활성화를 위한 인프라 구축, 한국보건산업진흥원 연구보고서.

2. 지각된 위험

1) 지각된 위험의 개념

지각(Perception)이란 사물의 이치나 도리를 분별하는 능력이라고 정의되며, 심리적인 개념으로 접근하여 해석하면 사람의 감각 기관을 통해 대상을 인식하는 것을 의미한다.

지각된 위험(perceived risk)에 대한 개념은 미국 하버드대학 Bauer(1960)에 의해 최초로 소개되었으며, 소비자는 어떤 소비의 행동에 대하여 대체로 확신을 기대할 수 없는 불확실성의 위험을 내포하고 있다고 하였다. 이러한 위험지각은 특히 온라인 쇼핑이나 관광서비스와 같이 상품과 서비스를 직접 이용하지 않고 불확실성 속에서 정보만을 바탕으로 구입해야 하는 서비스 상품인 경우 구매자는 위험을 더욱 인식하게 된다²¹⁾.

관광객의 위험지각을 정의한 선행연구를 살펴보면, 관광 상품 구매자 개인의 주관적 성향이나 과거의 경험, 혹은 자신이 처한 상황 등에 따라 저마다 다르게 느낄 수 있는 주관적인 위험이라고 정의한다²²⁾. 이는 위험 발생 확률이 모든 관광객에게 동일하게 적용되지만 위험을 지각하는 정도는 개인마다 다르다는 것을 의미한다²³⁾. 실제로 위험지각은 관광객의 여행동기, 과거 여행 경험, 인구통계학적 특성 등에 따라 다양한 위험지각 유형과 수준으로 개인마다 다르게 인지되기도 한다.

위험지각은 소비자의 의사결정과정 중에서 초기단계에 영향을 미치는 것으로 알려져 있으며²⁴⁾, 특히 관광분야에서 위험지각은 관광객들이 관광지를 선택할 때

21) Cox, D. F. & Rich, S. U. (1964). Perceived risk and consumer decision-making: The case of telephone shopping. *Journal of marketing research*, 1(4), pp.32-39.

22) 조성찬(2011). 여행상품 위험지각과 여행목적지 관광이미지 및 태도와의 관계 연구-호주 방문자를 대상으로, 『관광학연구』, 35(6), pp.99-117.

23) Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational behavior and human decision processes*, 50(2), pp.179-211.

24) Hall, C. M. (2011). Health and medical tourism: akillorcure for global public health?, *Tourism Review*, 66(1/2), pp.4-15.

가장 많은 영향을 미치는 요소가 된다²⁵⁾. 관광객은 관광지에서의 안전과 만족스러운 경험을 얻기를 원하지만 일상 생활권을 벗어나 낯선 환경으로 이동하는 관광에는 많은 위험요인이 내재되어 있다.

또한 관광 상품은 교통, 숙박, 음식, 관광자원 등 다양하고 이질적인 구성요소가 결합되어 있는 하나의 서비스 상품이기 때문에²⁶⁾ 동일한 관광 상품을 구매하더라도 동일한 서비스를 경험하리라는 확신이 없다²⁷⁾. 또한 일반 유형재와는 달리 관광 상품이 가지는 비가시성·비분리성·가변성·소멸성 등의 차별적 특성으로 인해 관광객이 느끼는 구매결과의 불확실성과 손실의 기대치가 증가할 수밖에 없다²⁸⁾. 관광 상품은 수선이나 대체가 불가능한 무형의 경험재(experience goods)이며, 악천후, 불친절한 현지인, 공항 직원들의 파업, 입맛에 맞지 않는 현지 음식, 테러, 범죄 및 정치적 불안, 질병, 자연재해 등의 예측할 수 없는 위험 요인들로 구성되어 있다²⁹⁾. 이로 인해 관광객들은 자신의 기대를 충족시켜 줄 수 있을지에 대하여 확신할 수 없고, 불확실성이 높을수록 위험을 높게 지각한다³⁰⁾. 연구자별 지각된 위험에 대한 개념을 정리하면 다음과 같다(<표2-1> 참고).

25) Dolnicar, Sara. (2005). Understanding barriers to leisure travel: *Tourist fears as a marketing basis*. *Journal of Vacation Marketing*, 11(3), pp.197-208.

26) Henderson, J. C. (2004). Health care Tourism in Southeast Asia. *Tourism Review International*, 7(0), pp.111-121.

27) 이경환(2001). 여행상품 소비행동단계별 위험지각과 만족도. 경기대학교 대학원 박사학위논문.

28) 이경환·사장진 (2001). 여행상품 및 여행자 특성에 따른 소비행동 단계별 위험지각. *관광품질 시스템연구*, 7(3-4), pp.95-116.

29) Faulkner, D. J. (2001). Marine natural products. *Natural product reports*, 18(1), pp.1-49.

30) Jacoby, Jacob. & Leon B. Kaplan. (1972). The components of perceived risk. *Advances in consumer research*, 3(3), pp.382-383.

<표2-1> 지각된 위험의 개념

| 연구자 | 위험지각의 정의 |
|------------------------------|--|
| Bauer(1960) | 객관적으로나 확률적인 위험이 존재해도 소비자가 인지할 때 만 영향을 미침 |
| Cox & Rich(1964) | 위험지각이란 소비자의 구매결정과정에서 있어서 지각하는 ‘위 험의 본질의 양’이라고 정의한다. 이러한 위험지각은 구매목적 을 달성하는데 있어서 확신할 수 없어 위험을 느낌 |
| Ajzen(1991) | 관광객들이 특정한 행동에 결부될 때 나타나게 되는 긍정적 또는 부정적 가치의 평가 |
| Roehl & Fesenmaier (1992) | 위험지각은 목적지의 대안을 평가하고, 정보를 취득하도록 영향을 미치는 것 |
| Assael(1997) | 일정한 대상에 대하여 호의적 또는 비호의적으로 반응하려는 학습된 경향이며 특정 대상에 대한 신념의 집합체로서 시간 과 상황에 따라 쉽게 변하지 않는 비교적 안정적인 개념 |
| Sonmez & Graefe (1998) | 해외여행과 관련한 잠재 여행객의 위험의 형태와 양 |
| 박명래(1999) | 관광상품 구매 시 여행경험의 불확실성 또는 바람직하지 않은 결과에 대하여 불안을 느끼는 정도 |
| 이기중·한영권 (2007) | 여행상품의 특성상 일반상품보다 위험지각을 높게 느낄 수밖에 없으며, 상당히 주관적인 지각 |
| 윤진영(2010) | 잠재관광객이 해외관광을 선택하는 결정요인으로 해외관광에 대한 욕구를 만족시켜줄 수 있는 자원 및 유·무형의 관광시 설과 서비스 품질 |
| 김홍범·윤진영·이재형 (2012) | 해외 관광지 선택에 있어서 잠재관광객이 여행 결정과정 중 걱정과 불안의 유형에 따른 지각의 정도 |

자료: 선행연구를 바탕으로 연구자 재구성.

2) 지각된 위험의 유형

관광지 위험지각에 관련된 연구는 관광분야에서 1980대 이후부터 시작하는데 소비자에 대한 위험지각의 연구가 상대적으로 일찍 시작한다. 소비자들이 지각하는 위험에는 여러 유형이 있으며 이는 다양한 유형 위험 요소가 소비자의 구매 행동과 구매의사결정에 미치는 영향에 대해서 많은 연구가 이루어져왔다.

최윤근(2012)의 국외여행인솔자의 위험지각에 따른 직무만족과 이직의도에 관한 연구에서 국외여행인솔자들의 인솔 과정 중 일어날 수 있는 위험요인에 따른 이직의도에 영향을 미치는 것을 제시하였다³¹⁾. 김현지(2012)는 테마파크의 서비스 스키이프와 감정, 지각된 위험, 재방문 의도 간의 구조적 관계를 연구했는데 모든 지각된 위험요인은 방문자의 긍정적인 정서에 부정적인 영향을 주었다고 하였으며, 경제적 위험은 재방문의도에 부정적인 영향을 미치는 것으로 고찰되었다³²⁾.

Tsaur, Tzeng & Wang(1997)는 관광객의 지각된 위험을 신체적 위험과 장비적 위험으로 구분하고 법과 질서, 위생, 교통수단, 숙박시설, 날씨, 특정 관광장소 등과 같은 6가지 평가 기준으로 16개 위험 속성변수를 제시하였다³³⁾. Mayor & Jarvis(1981)는 주로 기능적 위험과 사회심리적 위험 두 가지 유형을 도출하였으며³⁴⁾, Roehl & Fesenmaier(1992)는 지각된 위험과 여행의 만족도와의 관계에 관한 연구에서 관광자 결정에 영향을 미치는 위험은 장비적 위험, 경제적 위험, 물리적 위험, 심리적 위험, 만족 위험, 사회적 위험, 시간적 위험의 7가지 유형으로 나누었다³⁵⁾. Sonmez & Graefe(1998)의 ‘위험에 대한 지각된 경험이 미래의 여행활동에 미치는 영향’에서는 지각된 위험을 측정하기 위해 신체적 위험,

31) 최윤근(2012). 국외여행인솔자의 위험지각에 따른 직무만족과 이직의도 연구. 『Tourism Research』, 35(1), pp.191-208.

32) 김현지(2012). 해외여행상품 구매의도 및 구매 추천의도에 영향을 미치는 위험지각속성 및 위험유형에 관한 연구. 『호텔경영학연구』, 21(3), 137-152.

33) Tsaur, S. H., Tzeng, G. H. & Wang, G. C. (1997). The application of AHP and fuzzy MCDM on the evaluation study of tourist risk. *Annals of Tourism Research*, 24(4), pp.796-812.

34) Mayo, E. J., & Jarvis, L. P. (1981). The psychology of leisure travel. *Effective marketing and selling of travel services*. CBI Publishing Company.

35) Roehl, Wesley S., & Daniel R. Fesenmaier. (1992). Risk perceptions and pleasure travel: An exploratory analysis. *Journal of Travel Research*, 30(4), pp.17-26.

사회제반시설 위험, 경제적 위험, 사회적 위험, 심리적 위험, 만족도 위험, 시간적 위험 등 같은 7가지 요인에 추가로 건강 위험, 테러리즘 위험, 정치적 불안정 위험의 3가지 위험요인들을 추가하고 사용하였다.³⁶⁾

Dolnicar(2005)의 연구를 살펴보면 정치적 불안정 위험(테러발생 등), 환경 위험, 건강 위험(깨끗한 물과 음식에 대한 염려 등), 사회시설 위험(통신, 항공등의 불편), 안전 위험(강도, 소매치기, 폭력 폭행 등)으로 5개 요인을 명명하였다.³⁷⁾ 이와 더불어 어언어에 대한 지각된 위험도 관광행동에 큰 영향을 미치고 있다. 서용건·고광희·이정충(2006)은 제주도 방문객을 대상으로 관광객의 안전 인식에 대한 연구에서 안전사고 요인, 범죄 요인, 인적 마찰 요인, 도로교통사고 요인, 환경 및 청결 요인 등 5가지 요인을 도출하였다.³⁸⁾ 이는 한국 관광객만을 대상으로 행하여진 연구여서 국제 관광객을 대상으로 행하여진 기존의 연구들에서 분류된 요인들과는 다른 요인으로 분류된 것으로 이 연구의 연구자들은 외국인 관광객들을 대상으로 한 연구의 필요성을 제시하였다.

이정자·윤태환(2007)은 신체적 위험, 시간적 위험, 경제적 위험, 성과적 위험, 사회적 위험, 심리적 위험 6개의 요인으로 구분을 하여 사용하였다.³⁹⁾ 류인평·김영주(2011)의 관광 위험지각과 관광자 태도 및 구매의도에 관한 연구에서 연구결과로 나타난 4가지 요인은 신체적 위험, 기능적 위험, 심리적 위험, 금전적 위험 등으로 분류하였다.⁴⁰⁾ 박종철·안대희(2014)의 생태관광 방문객의 지각된 위험이 신뢰 및 만족, 재방문의도에 미치는 영향에 관한 연구에서 4개 요인을 규명하고 연구결과는 경제적 위험, 기능적 위험, 신체적 위험, 심리적 위험이 신뢰 및 만족, 재방문의도와 상반관계를 지적하였다.⁴¹⁾ 또한, 사스나 조류독감, 테러 등을 위험

36) Sonmez, S. F., & Graefe, A. R. (1998a). Determining future travel behavior from past travel experience and perceptions of risk and safety. *Journal of Travel Research*, 37, pp.171 - 177.

37) Dolnicar, S. (2005). Understanding Barriers to Leisure Travel: Tourist Fears as a Marketing Basis. *Journal of Vacation Marketing*, 11(3), pp.197-208.

38) 서용건·고광희·이정충(2006). 관광객의 안전에 관한 인식. 『관광·레저연구』, 18(3), pp.43-61.

39) 이정자·윤태환(2007). 지각된 위험이 총 만족 및 충성도에 미치는 영향: 서울지역패밀리레스토랑 고객을 중심으로. 『관광학연구』, 31(2), pp.205-222.

40) 류인평·김영주(2011). 관광 위험지각과 관광자 태도 및 구매의도에 관한 연구. 『관광연구』, 26(1), pp.149-168.

41) 박종철·안대희(2014). 생태관광 방문객의 지각된 위험이 신뢰 및 만족, 재방문의도에 미치는 영향. 『관광연구저널』, 28(2), pp.75-89.

지각 요인으로 하여 여행자의 여행 목적지선택 및 행동과 관련된 연구가 신윤숙 (2005)에 의해 행하여졌으나,⁴²⁾ 이는 인도네시아 발리를 여행하고 있는 한국인 관광객들을 대상으로 수행된 연구로써 중국을 여행 목적지로 하여 중국에 대한 지각된 위험과 관광지 선택지 사이의 관계를 규명한 연구는 많이 이루어지지 않았다 할 수 있겠다.

이에 따라, 본 연구에서는 기능적 위험, 금전적 위험, 시간적 위험, 위생적 위험과 문화적 위험요인을 포함하여 본 연구를 수행하였다.

42) 신윤숙(2005). 여행목적지 이미지 형성과 선택에 영향을 주는 새로운 결정요인에 대한 탐색적 연구: 테러, 사스, 드라마. 『관광학연구』, 28(4), pp.213-232.

<표2-2> 지각된 위험에 관한 연구

| 연구자 | 지각된 위험의 유형 | | | | | | | | | | | | | | | |
|---------------------------|------------|-----|-----|-------|-----|-----|------|----|------|-----|------|-----|-----|-----|-----|-----|
| | 신체적 | 기능적 | 금전적 | 사회심리적 | 정치적 | 시간적 | 자연재난 | 질병 | 테러리즘 | 환경적 | 환율변동 | 문화적 | 사회적 | 심리적 | 만족적 | 건강적 |
| Mayo & Jarvis (1981) | | ● | ● | | | | | | | | | | ● | ● | | |
| Roehl & Fesenmaier (1992) | ● | ● | ● | ● | | ● | | | | | | | | | ● | |
| Sonmez & Graefe (1998) | ● | ● | ● | ● | ● | | | ● | | | | | | | | |
| Lepp & Heather (2003) | ● | | | | ● | | | ● | | | ● | | | | | |
| Reisinger & Felix (2006) | ● | ● | ● | ● | ● | ● | | ● | ● | | ● | ● | ● | ● | ● | ● |
| Slevich & Amit (2008) | ● | ● | ● | | ● | ● | | | | | | | | | | |
| Sharifpour et al (2014) | ● | ● | ● | | ● | ● | | ● | | | ● | | ● | | | |
| 원서영(2003) | ● | ● | ● | ● | | ● | | | | | | | | | | |
| 김영우(2004) | ● | ● | ● | | ● | | | | ● | | | | | | | |
| 김충효(2007) | ● | ● | ● | ● | | ● | | | | | | | | | | |
| 허지현(2007) | ● | ● | | ● | ● | | ● | ● | | | | | | | | |
| 이기종 · 한영권 (2007) | ● | ● | ● | ● | | ● | | | | | | | | | | |
| 류인평 · 김영주 (2011) | ● | ● | ● | ● | | | ● | ● | ● | ● | | | | | ● | |
| 김현지(2012) | ● | ● | ● | | | ● | ● | ● | ● | ● | | | | | ● | |
| 오석운(2015) | | ● | ● | | | ● | | ● | | | ● | | | | | |

자료: 선행연구를 바탕으로 연구자 재구성.

3) 뷰티관광 지각된 위험

의료관광과 같은 뷰티관광은 타국으로 이동하여 의료서비스를 구매하는 것이므로 해당 국가로 방문하여 의료서비스를 경험하기 전까지 서비스를 인지하기 어려운 고위험을 수반한 서비스라고 할 수 있다.⁴³⁾ 따라서 잠재의료관광객은 의료관광 여정이 시작되는 시간과 상품, 시설, 결과에 대한 위험을 지각함으로써 의료관광 목적지에서의 의료관광계획 등에 불안감을 가지게 된다.⁴⁴⁾ 지금까지 위험지각과 관련하여 소비자 행동연구에서는 다양한 관점에서의 유형 분류가 있어왔다. Turner, L.(2007)의 연구에서는 위험지각을 기능적 위험, 금전적 위험, 신체적 위험, 사회적 위험, 심리적 위험, 시간손실 위험, 미래기회 상실의 7가지 유형으로 분류하였는데 대부분의 위험지각이 이 범주에 포함된다고 할 수 있다.⁴⁵⁾

4) 지각된 위험의 선행연구

구체적인 선행연구를 살펴보면 이경환(2013)는 중국인 잠재의료관광객을 대상으로 한국 의료관광의 위험지각과 위험감소, 그리고 참여의도와 의 영향관계에 대해 밝히고자 하였다.⁴⁶⁾ 실증분석 결과로 위험지각요인 중 기능적 위험과 신체적 위험이 의료관광의 참여의도에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 잠재관광객의 참여율을 높이기 위해서는 관광객들이 실제로 높게 지각하고 있는 신체적 위험과 기능적 위험을 줄일 수 있도록 관광객의 신체적 안전과 여행상품의 서비스품질을 높이는 등 구체적인 방안 마련이 필요하다고 주장하였다.⁴⁷⁾ 박찬봉(2015)은 중국인 의료관광객을 대상으로 위험지각과 충성도의 영향관계를 파악하고, 의료서비스의 이미지가 조절효과를 가지는지에 대해 연구하였다.⁴⁸⁾ 연구의

43) 박미성(2010). 중국인을 대상으로 한 한국미용 교육 실태 조사 및 교육 방안연구, 건국대학교 디자인대학원 석사학위논문.

44) 남지윤(2010). 외국인 환자의 한국의료기관 선택요인 분석 - 미용수술을 받기 위해 방한하는 일본과 중국 여성을 중심으로, 한양대학교대학원 석사학위논문.

45) Turner, L.(2007). First World Health Care at Third World Prices: globalization, Bioethics and Medical Tourism, *BIOSOCIETIES*, 2(3), pp.303-326

46) 이경환·주영환(2013). 건강,미용 테마형 여행자원 분석, 『여행학연구』, 18(0), pp.93-108.

47) 이영은(2011). 외국인의 우리나라 의료기관 선택요인에 관한 연구:중국,몽골미용 관련 환자를 대상으로, 경희대학교 행정대학원 의료행정학과 석사학위논문.

결과로 재무적 위험이 높을수록 재이용의도가 높아졌으므로 위험지각이 충성도에 유의한 영향을 미친다는 결론을 얻었다. 또한 의료서비스의 친절, 전문성, 시설, 의료술 등에 대한 이미지가 위험지각과 충성도간에 긍정적인 조절효과를 가진다는 결론을 도출하였다. 이러한 연구결과에 따라 연구자는 의료관광의 고급화와 의료관광서비스의 전문화가 이루어져야 한다고 시사점으로 제시하였다.

따라서 본 연구에서 위험지각은 중국인 뷰티관광객이 한국뷰티관광을 경험하기 이전에 가질 수 있는 불확실성의 위험'이라고 정의하였으며, 이초혜(2002)의 연구를 바탕으로 위험지각을 기능적 위험, 금전적 위험, 시간적 위험, 위생적 위험과 문화적 위험으로 구분하여 위험지각의 하위개념으로 구성하였다.⁴⁹⁾

3. 중국 뷰티관광객

1) 중국 뷰티관광객의 특성

중국은 1997년 개인적인 해외관광을 허용한 이래 세계에서 가장 빠르게 성장하고 있는 관광시장이다. 중국의 아웃바운드시장은 2020년 2억 명으로 성장할 것으로 예상되며, 중국은 독일, 미국과 함께 아웃바운드 관광분야에서 글로벌리더로 부상하고 있다(현대경제연구원, 2014). 중국인 관광객 수는 사스(SARS)의 영향을 받은 2003년을 제외하면 거의 매년 두 자릿수의 증가율을 보이고 있으며, 중국인 관광객의 수의 증가는 관광 관련 서비스업계의 매출 신장에도 큰 역할을 하고 있다(관광지식정보시스템, 2014).

2009년 이후 한국으로의 중국인 입국자 수가 급증하면서 2012년 약 280만 명이 방한하였고, 2014년에는 600만 명을 초과하였다. 전체 외국인 입국자 중 중국

48) 오강수(2011)d. 미용경영자 중심의 미용관광 활성화 방안, 『한국디자인문화학회지』, 17(1), pp.319-335.

49) 성병주(2010). 국내 의료관광 환경이 해외 이용객들이 서비스 평가에 미치는 영향에 관한 연구, 경희대학교 경영대학원 의료경영학과 석사학위논문.

인 입국자가 2003년에는 약 10%에 불과하였으나 2013년 약 35.3%까지 성장하여 방한 외래 관광객의 1위로 부상하였다.

방한 중국인 뷰티관광객의 특성 중 성별현황을 살펴보면 <그림 2-3>에서 나타나는 것과 같이 1995년에는 여성과 남성의 비율이 31:69였으나, 2005년에는 41:59, 2013년에는 59:41로 방한하는 중국인 여성 관광객의 비중이 점차 증가하고 있음을 알 수 있다.

중국 내에서도 경제성장과 여성의 높은 경제활동 참여율에 의해 소비주체로 여성이 부각되고 있다. 중국여성의 경제활동 참가율은 2011년 기준 75.1%로 한국과 일본 대비 월등히 높은 수준이다. 이는 산아제한 정책에 의한 출산율 하락, 평등사상, 고학력 및 고소득 전문직 여성증가 등에 기인한 것으로 여행, 미용, 화장품, 패션잡화와 같은 여성중심 소비시장의 확대가 주목된다고 한다(한국경제, 2014).

한류를 접한 중국관광객들은 단순히 드라마나, K-pop 등 대중문화 상품에 열광하는 차원을 넘어 파생상품 구매로 이어지면서, 한국만의 헤어스타일, 메이크업, 의상, 화장품, 얼굴형 등을 선호하게 되면서 K-뷰티가 미용관광의 한 트렌드로 형성되게 되었다. 중국 미용관광객은 주로 한국 연예인들의 모습을 선망하여 그것을 모방하려는 경향이 강하게 나타나고 있다(왕소명, 2013).

방한 중국인 관광객들의 미용 관련 서비스 구매행태를 미용, 힐링, 건강체험, 피부미용, 등으로 나누어 살펴보면 표<2-3>과 같다. 먼저 미용, 힐링, 피부미용 등의 미용 관련 서비스에 대한 중국인 관광객들의 전반적인 구매의사는 다음과 같다. 헤어 및 네일 서비스와 같은 미용서비스에 대한 구매의사는 42.9%, 피부미용 서비스에 대한 구매의사는 31.1%수준이다. 미용 관련 서비스품목에 대한 구매의도를 기방문자와 방문예정 및 희망자로 구분하여 살펴보면 거의 대부분의 품목에서 방문예정자의 구매의도가 기방문자의 구매의도보다 높게 나타나고 있다.

<표2-3>방한 중국관광객들의 미용 관련 서비스의 구매행태(단위: %)

| 항목 | 한국 기방문자 | 한국 방문예정자 | 한국 방문희망자 |
|------------------|---------|----------|----------|
| | N=212 | N=150 | N=151 |
| 미용(헤어, 네일 등) | 42.9 | 56.0 | 37.5 |
| 힐링(피부관리,스파,안마 등) | 41.5 | 56.7 | 50.0 |
| 피부미용 | 31.1 | 37.3 | 30.9 |
| 건강체험 | 28.3 | 32.7 | 25.0 |
| 한방 | 16.5 | 27.3 | 21.7 |
| 기타 | 7.9 | 0.0 | 0.0 |

자료: 중국인 관광객 소비패턴분석, 2014 산업연구원.

한편, 중국인 관광객의 미용 관련 서비스 상품에 따른 지출금액을 보면 상대적으로 이용단가가 높은 피부미용, 건강체험에 사용하는 금액이 가장 많은 것으로 나타나고 있다.

2) 제주 방문 중국 뷰티관광의 현황

세계적으로 아름다움을 추구하는 미용산업이 꾸준히 성장하고 있다. 미(美)에 대한 인간의 욕구가 커지면서 세계적인 경기불황에도 불구하고 미용에 관한 소비는 오히려 증대되고 있다. 미용산업은 웰빙(Well-being), 감성소비와 새로운 소비 트렌드에 부합하여 크게 성장하고 있는 신성장 산업으로 한류 및 한국의 국가 이미지 제고, 수준 높은 인적자원 등 새로운 관광 수출 콘텐츠로의 큰 성장잠재력을 지니고 있으며 보건, 의료, 관광, 패션, 식품 등 다양한 분야와 연계하여 새로운 수요를 창출하기가 용이한 산업으로 각광받고 있다. 피부 관리, 스파 등을 통해 스트레스를 관리해주는 미용 산업의 국내시장 규모는 2010년 이미 1조 원을 넘어선 것으로 추정되고 있다(제주발전연구원, 2014).

2011년 보건복지부에서는 뷰티코리아 페스티벌을 개최하여 한국의 아름다움과 미용산업을 세계에 알리고자 하였으며 47개 미용관광 선도업체를 선정하여 미용관광을 위한 기반을 조성하였다. 한국관광공사에서는 증화권 시장에서 미용 목적지로서 한국관광의 이미지가 확산될 것으로 전망하고 있으며, 특히 20·30대 여성 한류마니아 대상 미용·스파 등의 특화 관광상품 개발을 추진하고 있다.

한국내 지방자치단체에서도 미용과 건강과 연계된 관광상품 개발에 경쟁적으로 뛰어들어 지역마다의 독특한 미용관광상품 개발, 단지·지구 개발을 통한 복합 관광상품 개발 등을 추진하고 있다.

제주는 미용산업을 전략산업으로 선정하여 육성하고 있으며, 미용산업의 육성 차원에서도 미용관광, 힐링관광 등과 연계된 육성전략 마련이 필요하다. 제주관광공사에서는 2012년 업무계획에서 일본 해외 여행객의 65%가 여성관광객이고 개별관광객이 주도하고 있는 패턴임에도, 제주관광은 이에 대한 대응이 부족하다는 일본 현지의 지적에 따라, 일본 여성 관광객을 겨냥한 에스테틱(미용, 피부관리 및 테라피 등을 포괄한 미용관광) 여행상품 인증 및 지원 사업도 고려하고 있다고 밝혔다.

제주특별자치도는 웰빙과 미(美)에 대한 관심의 증가에 의해 발생하는 미용관광산업의 중요성을 인식하고 이를 적극적으로 육성하기 위한 인적·물적 인프라 구축과 적극적인 홍보 마케팅방안을 추진해야 할 시기이다.

III. 조사 설계

1. 연구가설

본 연구에서는 뷰티관광을 원하는 제주 방문한 중국인관광객이 제주의 뷰티관광서비스를 찾을 때 어떤 위험지각이 있는지 사회과학적 설문조사를 통해 실증 분석하여 제주 방문 중국 뷰티관광객의 지각된 위험에 인식차이를 파악하고자 한다. 제주의 뷰티관광은 시작된 지 오래되지 않아서 본 설문조사는 뷰티서비스를 받기 위해 뷰티관광서비스를 선택하는 중국인관광객들을 중심으로 조사하였다. 뷰티관광에 대한 국내·문헌 연구를 비롯한 선행연구를 통하여 뷰티관광 지각된 위험을 도출하고 그 지각된 위험에 대해 중국인관광객은 어떠한 차이를 가지는지 분석한다. 그리고 중국인관광객의 지각된 위험 각 요인들 중에 어떠한 요인이 핵심적인 영향을 미치고 있는지를 제시하고자 한다. 제주 뷰티관광 지각된 위험의 분석결과를 바탕으로 뷰티관광객들을 유인하기 위한 방안과 마케팅 전략을 마련하고 시사점을 제시하고자 수행되었다.

따라서 본 연구의 연구가설과 이에 따른 하위가설은 다음과 같다.

연구가설1: 제주 방문 중국 뷰티관광객 목적별 유형에 따라 뷰티관광의 지각된 위험에 유의한 차이가 있을 것이다.

H1-1: 목적별 유형에 따라 뷰티관광의 기능적 위험에 유의한 차이가 있을 것이다.

H1-2: 목적별 유형에 따라 뷰티관광의 금전적 위험에 유의한 차이가 있을 것이다.

H1-3: 목적별 유형에 따라 뷰티관광의 시간적 위험에 유의한 차이가 있을 것이다.

H1-4: 목적별 유형에 따라 뷰티관광의 위생적 위험에 유의한 차이가 있을 것이다.

H1-5: 목적별 유형에 따라 뷰티관광의 문화적 위험에 유의한 차이가 있을 것이다.

2. 설문지 구성

본 연구는 중국 소비자의 특성을 파악하기 위해 방한 제주 중국인관광객을 대상으로 인구통계학적 특성과 목적별 유형에 따라 한국 뷰티관광 위험지각에 차이가 있는지 분석하고자 한다. 본 연구는 설문지의 측정변수를 추출하기 위해 앞서 선행연구가 제시한 고유속성을 도출하고, 제주 방문 중국관광객의 지각된 위험을 5가지 요인으로 구분하였다. 기능적 위험(6문항), 금전적 위험(4문항), 시간적 위험(4문항), 위생적 위험(3문항), 문화적 위험(3문항)으로 분류하였다. 뷰티관광 지각된 위험 도출항목은 <표3-1>와 같으며, 노정희(2008), 허지현(2007), 유명희(2011), 강재정·서용건(2011), 오석윤·최인묵(2015) 등의 선행문헌을 통해 본 연구의 목적과 의도에 적합하다고 판단되는 총 23 가지 항목을 추출하였다. 본 연구의 개념들에 대한 측정항목들은 연구의 목적을 효과적으로 달성하기 위해 선행연구에 의해 개발된 문항을 참고하고 구성하였다. 따라서 본 연구의 설문 문항은 아래 <표 3-1>과 같이 설계하였다.

<표3-1> 측정 항목의 구성

| 연구 개념 | 측정변수 | 문항수 | 척도 | 출처 |
|----------|-----------------------------|-----|-----------|---|
| 지각된 위험 | 기능적 위험 | 6 | 리커트 5점 척도 | 허지현(2007), 노정희(2008), 유명희(2011) 이효지(2013) 오석윤·최인묵(2015) |
| | 금전적 위험 | 4 | | |
| | 시간적 위험 | 4 | | |
| | 위생적 위험 | 3 | | |
| | 문화적 위험 | 3 | | |
| 일반항목 | 방문횟수, 방문목적, 동방자, 체류기간, 정보원천 | 5 | 명목척도 | - |
| 인구통계학 항목 | 성별, 연령, 결혼 여부, 학력, 직업, 월 수입 | 6 | 명목척도 | - |

<표3-2> 측정항목

| 항목 | 내용 |
|--------|------------------------|
| 기능적 위험 | 기대한 만큼 서비스를 제공받지 못한 걱정 |
| | 뷰티관광의 서비스 수준의 걱정 |
| | 의료서비스 수준의 걱정 |
| | 뷰티관광 후 만족하지 못한 걱정 |
| | 일정이 약속대로 지켜지지 않은 걱정 |
| | 사전·사후 관리의 소홀의 걱정 |
| 금전적 위험 | 예상보다 더 많은 비용 발생의 걱정 |
| | 장기적인 비용 발생의 걱정 |
| | 비싼 관리/시술/수술 비용의 걱정 |
| | 급작적인 환율 변동이 걱정 |
| 시간적 위험 | 일정이 만족스럽지 못할까봐 걱정 |
| | 일정에 쫓겨 제대로 관광을 못할까봐 걱정 |
| | 자유로운 개인 시간이 없을까봐 걱정 |
| | 일정 지연으로 시간이 낭비할까봐 걱정 |
| 위생적 위험 | 전염병 감염의 걱정 |
| | 도구의 안전성 및 청결성의 걱정 |
| | 병원내 공중시설의 위생의 걱정 |
| 문화적 위험 | 한국인들과의 오해나 마찰이 걱정 |
| | 한국인들과의 의사소통의 걱정 |
| | 중국인에 대한 부정적 인식이 걱정 |

본 연구에서 일반적인 사항은 방문목적, 동반자, 방문횟수, 체류기간, 정보경로 총 5문항으로 구성되었다. 그 다음으로 지각된 위험 총 20문항, 인구통계학적 특성에 관한 성별, 연령, 결혼 여부, 학력, 직업, 월 평균소득 총 6문항으로 구성되었다. 구성된 설문지는 총 32 개의 문항이다. 측정 척도로써 지각된 위험 각 요인은 리커트(Likert) 5점 척도를 이용하여 질문하였으며 중국관광객의 인구통계학 특성 문항 및 일반적인 문항은 명목 척도를 이용하여 질문하였다.

3. 표본 조사 및 분석방법

1) 표본조사

본 연구는 기존의 선행연구를 통해 연구모형을 설정하고 연구모형의 타당성 검증에 위하여 조사에 앞서 예비조사(pilot test)를 실시하였다.

본 연구는 제주 방문 중국 뷰티 관광객을 대상으로 목적별 유형에 따라 제주 뷰티관광 시 지각된 위험이 차이가 있는지를 검증해보는데 목적이 있다. 본 연구의 목적을 달성하기 위해서 자기기입방식으로 조사를 설정하였다.

설문조사는 2016년 10월 21일부터 2015년 11월 10일까지 20일간, 조사지에서 제주 방문 중국 뷰티 관광객을 대상으로 250부를 설문을 실시하였다.

따라서 위 내용을 정리하면 다음 <표 3-3>와 같다. . .

<표 3-3> 조사 대상 및 설문 방법

| 항목 | 내용 |
|----------|-------------------------|
| 조사대상 | 제주 방문 중국 뷰티 관광객 |
| 표본 크기 | 250 |
| 응답 방법 | 자기기입방식 |
| 표본 추출 방법 | 비확률 표본추출법 |
| 조사 시간 | 2016.10.21 ~ 2016.11.10 |

조사지: 병원(피부·성형 전문 제주 시내 병원)78부, 공항(출국편 지역)80부, 면세점 92부

1) 분석방법

본 연구는 중국 소비자의 특성을 파악하기 위해 방한 제주 중국인관광객을 대상으로 인구통계학적 특성과 목적별 유형에 따라 한국 뷰티관광 위험지각에 차이가 있는지 분석하고자 한다. 중국 관광객을 조사대상으로 설문지를 배포하여 연구목적에 달성하기 위하여 수집된 300부의 자료를 대상으로 SPSS20.0를 활용하여 다음과 같은 분석방법으로 가설을 검증하였다.

검증에 앞서 모든 측정변수에 대해 빈도분석 및 기술통계분석을 실시하여 오류 값을 제거하였다. 분석내용은 다음과 같다.

자료의 분석방법으로는 통계패키지 프로그램인 SPSS를 이용하여 먼저 응답자들의 구성비율과 정규분포를 파악하기 위해 빈도분석 및 기술통계분석을 실시하였으며, 타당성을 검증하기 위해 탐색적 요인분석과 신뢰도분석을 실시하였다. 마지막으로 뷰티관광의 인구통계학적 특성과 목적별 유형에 따라 미용관광 지각된 위험의 차이를 검증하기 위하여 t-test분석을 실시하였다. 구체적으로 이용한 분석방법은 다음 <표3-2>과 같다.

<표 3-4> 분석방법

| 내용 | 측정방법 |
|--------------------------------|---------------|
| 인구통계특성 및 지각된 위험 요인 | 빈도분석/기술통계 |
| 제주뷰티관광객의 지각된 위험 요인도출 | 요인분석 신뢰도분석 |
| 목적별 유형에 따라 뷰티관광 지각된 위험의 차이를 분석 | t-test분석 |

IV. 분석결과

1. 표본의 특성

1) 표본의 특성

본 연구의 실증적 자료를 수집하기 위해 중국인 관광객들을 대상으로 설문 조사를 실시하여 총 250 부를 배포, 최종적으로 실제 수집된 220 부의 자료를 이용하였으며 계량화 과정을 거쳐 통계분석을 실시하였다. 수집된 자료의 SPSS 데이터 코딩과정을 거친 후 실증분석 방법으로는 표본의 중국인 관광객의 인구통계학적 특성을 확인하기 위해 빈도분석(frequency analysis)을 실시하였으며, 독립변수의 타당도를 확인하기 위해 탐색적 요인분석을 실시하여 문항의 변수들을 효과적으로 측정하는 분석과정을 실시하고, 독립변수 및 종속변수의 등간척도로 구성된 변수는 신뢰도를 측정하기 위해 크론바흐 알파(Cronbach's α) 계수를 활용하여 신뢰도를 검증하였다.

조사대상의 인구통계학적 특성에 대한 분석결과는 <표 4-1 >에서 보는 바와 같다.

인구통계학적 분석결과 남성 52명(23.6%), 여성 168명(76.4%)으로 남성에 비해 여성 수가 월등히 높게 나타났으며, 연령은 20대 미만 22명(10.0%), 20대 105명(47.7%), 30대 68명(30.9%), 40대 16명(7.3%), 50대 이상 9명(4.1%)으로 20대가 가장 높게 나타났다. 성별의 편중은 위에서 언급했던 것과 같이 한국을 방문하는 뷰티관광객 중 남성에 비해 여성이 월등히 높은 것으로 나타난 통계와 유사하게

나타났다. 연령에서는 20대가 유난히 비중이 높게 나타났다. 한국관광공사에 따르면 20대의 중국인이 방한을 가장 많이 하는 원인으로 볼 수 있다. 학력을 살펴보면 고졸이하 24명(10.9%), 전문대졸 65명(29.5%), 대졸 110명(50.0%), 대학원 이상이 21명(9.5%)으로 나타났다. 직업은 경영/관리직 43명(19.5%), 전문직 19명(8.6%), 서비스직 26명(11.8%), 학생 33명(15.0%), 공무원 19명(8.6%), 생산/기술직 10명(4.5%), 자영업 34명(15.5%), 가정주부 14명(6.4%), 기타 22명(10.0%)으로 나타났다. 가정 월 평균 수입은 5000위안이하 42명(19.1%), 5000~12000위안 미만 66명(30.0%), 12000~20000위안 미만 46명(20.9%), 20000~30000위안 미만 26명(11.8%), 30000~40000위안 미만 17명(7.7%), 40000위안 이상 23명(10.5%)으로 나타났다. 결혼여부는 미혼 101명(45.9%), 기혼 119명(54.1%)으로 나타났다.

<표 4-1> 표본의 인구통계학적 특성

| 항목 | | 빈도 | 퍼센트% |
|------------|------------------|-----|------|
| 성별 | 남 | 52 | 23.6 |
| | 여 | 168 | 76.4 |
| 나이 | 20대 미만 | 22 | 10.0 |
| | 20대 | 105 | 47.7 |
| | 30대 | 68 | 30.9 |
| | 40대 | 16 | 7.3 |
| | 50대이상 | 9 | 4.1 |
| 학력 | 고졸이하 | 24 | 10.9 |
| | 전문대졸 및 재학 | 65 | 29.5 |
| | 대졸 및 재학 | 110 | 50.0 |
| | 대학원졸 및 재학 | 21 | 9.5 |
| 직업 | 경영/관리직 | 43 | 19.5 |
| | 전문직 | 19 | 8.6 |
| | 서비스직 | 26 | 11.8 |
| | 학생 | 33 | 15.0 |
| | 공무원 | 19 | 8.6 |
| | 생산/기술직 | 10 | 4.5 |
| | 자영업 | 34 | 15.5 |
| | 가정주부 | 14 | 6.4 |
| | 기타 | 22 | 10.0 |
| 가정 월 소득 | 5000위안이하 | 42 | 19.1 |
| | 5000~12000위안 미만 | 66 | 30.0 |
| | 12000~20000위안 미만 | 46 | 20.9 |
| | 20000~30000위안 미만 | 26 | 11.8 |
| | 30000~40000위안 미만 | 17 | 7.7 |
| | 40000위안이상 | 23 | 10.5 |
| 결혼여부 | 미혼 | 101 | 45.9 |
| | 기혼 | 119 | 54.1 |
| 총계 | | 220 | 100 |

본 연구에서 중국인 뷰티관광객의 일반적인 방문유형 특징을 분석한 결과는 다음<표 4-2 >와 같다.

먼저 목적별 유형에 대해서는 관광 69명(31.4%), 관광과 성형수술 69명(31.4%), 관광과 피부관리 60명(27.3%), 기타 22명(10%)으로 나타났으며, 방문회수는 첫 방문 69명(31.4%), 2회 방문 67명(30.5%), 3회 방문 38명(17.3%), 4회 이상 46명(20.9%)으로 나타났다. 동반자에 대해서는 친구 87명(39.5%)이 가장 많은 것으로 나타났고 그 다음 가족 43명(19.4%), 혼자 40명(18.2%), 단체 27명(12.3%), 연인 23명(10.5%)의 순으로 나타났다. 제주에 체류시간은 5일 이상 92명(41.8%)이 가장 많았고 그 다음 3일 58명 (26.%), 4일 52명(23.6%), 2일 13명(5.9%), 1일 5명(2.3%)의 순으로 나타났다. 마지막으로 정보통로에 대해서는 오프라인상 지인권유 110명(50.0%)으로 나타났으며, 온라인 지인권유 19명 (8.6%), 여행사 18명(8.2%), 중국내 SNS 광고 16명(7.3%), 방문 병원의 홈페이지 16명(7.3%)의 순으로 나타났다. 정보통로의 반(50.0%)은 오프라인상 지인권유인 것을 확인할 수 있다.

<표 4-2> 표본의 행태적 특성

| 항목 | | 빈도 | 퍼센트% |
|-----------|-------------|-----|------|
| 목적별 유형 | 성형수술 | 89 | 40.5 |
| | 피부관리 | 131 | 59.5 |
| 방문 회수 | 1회 | 69 | 31.4 |
| | 2회 | 67 | 30.5 |
| | 3회 | 38 | 17.3 |
| | 4회 | 46 | 20.9 |
| 동반자 | 혼자 | 40 | 18.2 |
| | 가족 | 43 | 19.5 |
| | 친구 | 87 | 39.5 |
| | 단체 | 27 | 12.3 |
| | 연인 | 23 | 10.5 |
| | 기타 | 0 | 0 |
| 체류 시간 | 1일 | 5 | 2.3 |
| | 2일 | 13 | 5.9 |
| | 3일 | 58 | 26.4 |
| | 4일 | 52 | 23.6 |
| | 5일 이상 | 92 | 41.8 |
| 정보 경로 | 방문 병원의 홈페이지 | 16 | 7.3 |
| | 중국내 SNS 광고 | 16 | 7.3 |
| | 온라인 지인권유 | 19 | 8.6 |
| | 오프라인상 지인권유 | 110 | 50.0 |
| | 잡지/ 신문 광고 | 11 | 5.0 |
| | 방송보도 | 1 | .5 |
| | 여행사 | 18 | 8.2 |
| | 중간알선업자 | 12 | 5.5 |
| | 기타 | 7 | 3.2 |
| | 총계 | | 220 |

2) 지각된 위험에 대한 기술통계

<표 4-3> 지각된 위험 각항목의 평균값

| 항목 | | N | 평균 | 표준편차 |
|------------------|------------------------|-----|------|-------|
| F1: 기능적 위험 | 기대한 만큼 서비스를 제공받지 못한 걱정 | 220 | 3.06 | 1.113 |
| | 뷰티관광의 서비스 수준의 걱정 | 220 | 3.30 | 1.190 |
| | 의료서비스 수준의 걱정 | 220 | 3.35 | 1.243 |
| | 뷰티관광 후 만족하지 못한 걱정 | 220 | 3.59 | 1.204 |
| | 일정이 약속대로 지켜지지 않은 걱정 | 220 | 3.31 | 1.108 |
| | 사전·사후 관리의 소홀의 걱정 | 220 | 3.58 | 1.122 |
| F2: 금전적 위험 | 예상보다 더 많은 비용 발생의 걱정 | 220 | 3.16 | 0.970 |
| | 장기적인 비용 발생의 걱정 | 220 | 3.22 | 0.979 |
| | 비싼 관리/시술/수술 비용의 걱정 | 220 | 3.28 | 1.026 |
| | 급작적인 환율 변동이 걱정 | 220 | 2.80 | 1.138 |
| F3: 시간적 위험 | 일정이 만족스럽지 못할까봐 걱정 | 220 | 2.86 | 1.033 |
| | 일정에 쫓겨 제대로 관광을 못할까봐 걱정 | 220 | 2.81 | 1.045 |
| | 자유로운 개인 시간이 없을까봐 걱정 | 220 | 3.03 | 0.960 |
| | 일정 지연으로 시간이 낭비할까봐 걱정 | 220 | 3.02 | 1.020 |
| F4: 위생적 위험 | 전염병 감염의 걱정 | 220 | 3.71 | 1.145 |
| | 도구의 안전성 및 청결성의 걱정 | 220 | 3.62 | 1.197 |
| | 병원내 공중시설의 위생의 걱정 | 220 | 3.39 | 1.178 |
| F5: 문화적 위험 | 한국인들과의 오해나 마찰이 걱정 | 220 | 3.19 | 1.002 |
| | 한국인들과의 의사소통의 걱정 | 220 | 3.12 | 1.089 |
| | 중국인에 대한 부정적 인식이 걱정 | 220 | 3.20 | 1.164 |

지각된 위험 각 항목의 평균값이 위생적 위험에 전염병 감염의 걱정과 도구의 안전성 및 청결성의 걱정 제일 높게 나타났다.

2. 신뢰도 검증

본 연구는 실증분석에 앞서 설문조사에 사용된 측정항목들을 통해 일반적으로 측정된 자료가 실증분석에 적합한 지를 검증하기 위해 요인분석을 실시하였다. 요인분석(Factor-Analysis)은 다변량 통계기법 중의 하나로서 변수들 간의 상관관계를 기초로 많은 변수들 속에 체계적인 구조를 발견하는 기법이다. 본 연구에서 요인분석을 통해 요인수를 결정하는 기준에 있어서 고유치(Eigen Value)가 1이상인 경우를 기준으로 요인수를 결정하였다. 요인 회전 방식은 직각 회전 방식에서 베리맥스(Varimax)방식을 사용하였다. KMO(Kaiser-Meyer-Olkin)와 Bartlett Test를 통하여 변수들 간의 요인분석 적용 가능성 및 분석의 타당성을 점검하여, 각 속성들의 요인화과정을 요인적재량, 고유값, 분산의 비율 및 신뢰성 값을 제시하였다.

본 연구에서는 측정항목의 검증하기 위하여 탐색적 요인분석을 이용하여 측정도구의 신뢰성 검증을 실시하였다. 요인의 수는 고유값이 1 이상이 되는 요인을 선택하였으며, 측정항목들 중 요인적재값이 0.50이상인 문항만을 선택하였다. 각 항목에 대한 변수들의 안정성을 체크하기 위해 신뢰도 분석을 실시하였고 각 요인의 신뢰도는 Cronbach's 알파계수를 사용하여 산출하였으며, 값이 0.60이상인 척도들만을 측정척도로 사용하였다.

지각된 위험에 대한 탐색적 요인분석을 수행한 결과는 다음<표4-3>와 같다. 자료에 대한 탐색적 요인분석의 적절성을 파악하기 위한 표본에 대한 KMO 측정치는 0.867이며, Bartlett의 구형성 검정치($\chi^2=2390.217$, 자유도=190, 유의수준이=0.000)는 $p<.01$ 수준에서 유의한 것으로 나타났다.

지각된 위험에 대한 설문지의 신뢰도는 Cronbach's α 값이 0.913로 높은 수준이었다. 각각의 요인은 항목의 공통성에 입각하여 기능적 위험(요인1), 금전적 위험(요인2), 시간적 위험(요인3), 위생적 위험(요인4), 문화적 위험(요인5)으로 명명하였다.

<표4-4> 지각된 위험의 신성도 검증

| 항목 | | 요인 적재량 | 고유값 | Cronbach 의 알파 |
|------------------|------------------------|-----------|-------|------------------|
| F1: 기능적 위험 | 기대한 만큼 서비스를 제공받지 못한 걱정 | .882 | 4.174 | 0.774 |
| | 뷰티관광의 서비스 수준의 걱정 | .754 | | |
| | 의료서비스 수준의 걱정 | .854 | | |
| | 뷰티관광 후 만족하지 못한 걱정 | .742 | | |
| | 일정이 약속대로 지켜지지 않은 걱정 | .654 | | |
| | 사전·사후 관리의 소홀의 걱정 | .721 | | |
| F2: 금전적 위험 | 예상보다 더 많은 비용 발생의 걱정 | .691 | 1.653 | 0.789 |
| | 장기적인 비용 발생의 걱정 | .796 | | |
| | 비싼 관리/시술/수술 비용의 걱정 | .785 | | |
| | 급작적인 환율 변동이 걱정 | .721 | | |
| F3: 시간적 위험 | 일정이 만족스럽지 못할까봐 걱정 | .789 | 1.788 | 0.791 |
| | 일정에 쫓겨 제대로 관광을 못할까봐 걱정 | .793 | | |
| | 자유로운 개인 시간이 없을까봐 걱정 | .756 | | |
| | 일정 지연으로 시간이 낭비할까봐 걱정 | .821 | | |
| F4: 위생적 위험 | 전염병 감염의 걱정 | .853 | 1.365 | 0.868 |
| | 도구의 안전성 및 청결성의 걱정 | .840 | | |
| | 병원내 공중시설의 위생의 걱정 | .877 | | |
| F5: 문화적 위험 | 한국인들과의 오해나 마찰이 걱정 | .677 | 1.056 | 0.794 |
| | 한국인들과의 의사소통의 걱정 | .862 | | |
| | 중국인에 대한 부정적 인식이 걱정 | .691 | | |

KMO = 0.867, Chi- square=2390.217, 자유도=190, 유의수준이=0.000

3. 가설 검증

목적별 유형에 따라 각 지각된 위험 요인에 유의한 차이가 있을 것이라는 가설을 검증하기 위하여 표본의 평균치에 대한 차이를 검증하는 통계기법인 t-test 분석을 실시하였고, 사후검증으로 LSD Duncan의 다중범위 검증방법을 사용하였다.

1) 목적별 유형에 따라서 기능적 위험에 차이분석

목적별 유형에 따른 기능적 위험 차이를 검증한 결과 <표4-5>에서 보는 바와 같이 t-test분석을 한 결과 $P=0.121 > 0.05$ 로 나타나 따라서 목적별 유형에 따라 기능적 위험에 유의한 차이가 없는 것으로 나타났다.

<표 4-5>목적별 유형에 따라서 기능적 위험에 차이분석

| 종속변수 | 독립변수 | N | 평균 | 표준편차 | T값 | P값 |
|-----------|--------|-----|------|------|------|------|
| 기능적 위험 | 성형관광 | 89 | 3.35 | .914 | 1.27 | .121 |
| | 피부미용관광 | 131 | 3.33 | .827 | | |
| | 전체 | 220 | 3.37 | .912 | | |

2) 목적별 유형에 따라서 금전적 위험에 차이분석

<표 4-5>에서 보는 바와 같이 목적별 유형 중에 성형관광 (3.33) 유형이 금전적 위험에 대한 지각된 위험이 피부미용관광 (2.96) 보다 높게 나타났다. t-test분석을 한 결과 $P=0.038<0.05$ 로 나타났고 따라서 목적별 유형에 따라 금전적 위험에 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다.

<표 4-6>목적별 유형에 따라서 금전적 위험에 차이분석

| 종속변수 | 독립변수 | N | 평균 | 표준편차 | T값 | P값 |
|-----------|--------|-----|--------|--------|------|------|
| 금전적 위험 | 성형관광 | 89 | 3.33 | .802 | 2.33 | .038 |
| | 피부미용관광 | 131 | 2.96 | .797 | | |
| | 전체 | 220 | 3.1159 | .80642 | | |

3) 목적별 유형에 따라서 시간적 위험에 차이분석

목적별 유형에 따른 시간적 위험 차이를 검증한 결과 <표4-7>에서 보는 바와 같이 목적별 유형 중에 성형관광 (3.33) 유형이 시간적 위험에 대한 지각된 위험이 피부미용관광 (2.96)보다 높게 나타났다. t-test분석을 한 결과 $P=0.003<0.05$ 로 나타났고 따라서 목적별 유형에 따라 시간적 위험에 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다.

<표 4-7>목적별 유형에 따라서 시간적 위험에 차이분석

| 종속변수 | 독립변수 | N | 평균 | 표준편차 | T값 | P값 |
|-----------|--------|-----|------|------|------|------|
| 시간적 위험 | 성형관광 | 89 | 3.18 | .802 | 2.96 | .003 |
| | 피부미용관광 | 131 | 2.86 | .677 | | |
| | 전체 | 220 | 2.93 | .795 | | |

4) 목적별 유형에 따라서 위생적 위험에 차이분석

<표 4-8>에서 보는 바와 같이 $P=0.659 < 0.05$ 로 나타났고 따라서 목적별 유형에 따라 위생적 위험에 유의한 차이가 없는 것으로 나타났다.

<표 4-8>목적별 유형에 따라서 위생적 위험에 차이분석

| 종속변수 | 독립변수 | N | 평균 | 표준편차 | T값 | P값 |
|-----------|--------|-----|------|-------|------|------|
| 위생적 위험 | 성형관광 | 89 | 3.65 | 1.064 | 0.74 | .659 |
| | 피부미용관광 | 131 | 3.59 | .989 | | |
| | 전체 | 220 | 3.62 | 1.044 | | |

5) 목적별 유형에 따라서 문화적 위험에 차이분석

<표 4-9>에서 보는 바와 같이 목적별 유형 중에 성형관광 (3.35) 유형이 시간적 위험에 대한 지각된 위험이 피부미용관광 (3.07)보다 높게 나타났다.

<표 4-9>목적별 유형에 따라서 문화적 위험에 차이분석

| 종속변수 | 독립변수 | N | 평균 | 표준편차 | T값 | P값 |
|-----------|--------|-----|------|------|------|------|
| 문화적 위험 | 성형관광 | 89 | 3.35 | .914 | 3.12 | .004 |
| | 피부미용관광 | 131 | 3.07 | .889 | | |
| | 전체 | 220 | 3.21 | .914 | | |

t-test분석을 한 결과 $P=0.004 < 0.05$ 로 나타났고 따라서 목적별 유형에 따라 문화적 위험에 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다.

V. 연구결과

1. 연구결과 요약

최근 신 한류열풍의 영향으로 한국에 대한 문화적 관심이 높아지면서 한류스타처럼 되고 싶어 하는 기대와 동경을 바탕으로 성형, 피부관리, 미용관련 기술을 받고자 하는 뷰티관광객이 중국, 일본을 비롯한 아시아지역을 중심으로 증가하고 있다. 또한, 한국 드라마와 아이돌 등, 한류문화가 세계적으로 인기를 얻으면서 한국에서 유행한 뷰티아이템의 인기도 전 세계로 확산되었다. 현재까지 한국 뷰티관광산업의 발전과 외국인 관광객의 유치를 도모하기 위해 한국 정부와 지방자치단체는 뷰티 관광상품 개발과 대형 행사 개최 등 다양한 지원정책을 펴고 있다. 특히 방한 중국인 여행객수 증가와 이들의 소비수준이 높아짐에 따라, 중국 관광객이 제주의 뷰티관광서비스를 찾을 때 어떤 위험지각이 있는지 사회과학적 설문조사를 통해 실증 분석하여 제주 방문 중국 뷰티관광객의 목적별 유형에 따른 지각된 위험에 인식차이를 파악하고자 한다. 제주의 뷰티관광은 시작된 지 오래되지 않아서 본 설문조사는 뷰티서비스를 받기 위해 뷰티관광서비스를 선택하는 중국인관광객들을 중심으로 조사하였다. 제주 뷰티관광 지각된 위험의 분석결과를 바탕으로 뷰티관광객들을 유인하기 위한 방안과 마케팅 전략을 마련하고 시사점을 제시하는데 목적을 두었다.

본 연구의 목적을 달성하기 위하여 기존의 문헌연구를 바탕으로 연구의 체계를 설정하고 설문조사를 통하여 실증분석을 위한 자료를 수집하였다. 설문조사를 2016년 10월15일부터 2016년 10월30일까지 15일 간 제주도의 대표적인 성형미용업체와 뷰티미용학원 에서 한국의 뷰티서비스(성형관광, 피부미용관광)를 이용할

계획이 있는 중국 관광객들을 대상으로 250부의 중국어로 표시된 설문지를 배포하고 실시하였다. 회수된 설문지 가운데 불성실한 응답이나 누락된 설문항목의 30부를 제외하고 성실하게 응답한 220부를 실증분석에 최종적으로 사용하였다. 설문조사를 통하여 수집된 자료의 타당성 및 신뢰성을 확보하기 위하여 사회학 분석에 널리 쓰이는 SPSS 23.0 통계 프로그램을 사용하여 처리하였다. 조사대상자의 행태적 특성과 인구통계학 특성을 살펴보기 위하여 빈도분석(frequency analysis)을 실시하였고, 선행연구들을 바탕으로 도출된 뷰티관광 지각된 위험들에 대한 신뢰성을 검증하기 위하여 신뢰도분석 (reliability analysis) 크론바하 알파 계수(Cronbach's α)를 실시하였다. 또한 뷰티관광 지각된 위험과 2개의 목적별(성형, 피부관리) 유형 간 지각된 위험에 인식의 차이를 분석하기 위해서는 t-test 분석을 실시하였고, 각 유형별 위험지각의 분석에는 LSD 사후검증을 이용하였다.

본 연구의 결과는 다음과 같이 요약할 수 있다.

첫째, 제주 방문 중국 관광객의 인구통계학적 특성에 따른 빈도분석으로 살펴보면 20대, 30대; 경영/관리직, 학생, 자영업자, 그리고 월평균소득이 '5,000위안~12,000위안 이하', '12,000위안~20,000'의 부유층들이 제주 뷰티관광에 대해 관심이 더 높은 것으로 조사되었다. 또한, 한국과 지리적으로 가까운 화동지역, 화북지역에서 온 중국 관광객들이 다른 지역보다 제주의 뷰티관광서비스를 더 많이 이용한다는 것을 보이고 있다.

둘째, 제주 방문 중국 관광객의 행태적 특성에 따른 빈도분석으로 살펴보면 체류시간 4일 이상의 경우 절반 이상이고 주로 친구, 가족이나 혼자서 제주에 방문한 것으로 조사되었고 이들은 주로 오프라인상 지인의 추천 및 권유를 통해 제주의 여행정보를 입수한 것으로 조사되었다.

셋째, 뷰티관광 지각된 위험은 총 5개 요인으로 구성되었으며 한 3개 항목을 제거하고 총 20개 세부항목을 선정하였다. '기능적 위험'요인, '금전적 위험'요인, '시간적 위험'요인, '위생적 위험'요인, '문화적 위험'요인을 도출하였으며, 이 요인들에 대해 신뢰성분석을 실시하였다. 분석결과를 살펴보면 요인의 신뢰도는 모두 0.60이상의 값을 보이고 있으므로 높은 수준으로 신뢰도가 나타났다.

넷째, 중국 뷰티관광들이 제주 뷰티관광상품 선택 시 지각된 위험 요인의 중요도를 파악한 결과 '위생적 위험'이 가장 걱정된다고 인식하고 있었으며, 그 다음

으로 '기능적 위험', '문화적 위험', '금전적 위험', '시간적 위험'의 순으로 나타났다. 특히 '위생적 위험'요인에서의 '병원내 공중시설의 위생의 걱정'항목이 가장 높은 평균 점수로 조사되었다.

다섯째, 뷰티관광 목적별 유형(성형관광, 피부미용관광)에 따라 뷰티관광 지각된 위험의 기능적 위험에는 차이가 없는 것으로 나타났다. 이는 세 목적별 집단이 기능적 위험요인에 비슷하게 인식한다는 것을 확인할 수 있다. 뷰티관광 목적별 유형(성형관광, 피부미용관광)에 따라 뷰티관광 지각된 위험의 금전적 위험에는 차이가 있는 것으로 나타났다. 뷰티관광 목적별 유형(성형관광, 피부미용관광)에 따라 뷰티관광 지각된 위험의 시간적 위험에는 차이가 있는 것으로 나타났다. 뷰티관광 목적별 유형(성형관광, 피부미용관광)에 따라 뷰티관광 지각된 위험의 위생적 위험에는 차이가 없는 것으로 나타났다. 뷰티관광 목적별 유형(성형관광, 피부미용관광)에 따라 뷰티관광 지각된 위험의 문화적 위험에는 차이가 있는 것으로 나타났다는 것을 확인되었다.

2. 연구의 시사점

본 연구에서 수행한 실증조사결과와 선행된 연구들을 종합하였을 때, 다음과 같은 시사점을 도출할 수 있다.

첫째, 중국뷰티관광객(성형관광객, 피부미용관광객)들은 제주뷰티관광에 대한 여행정보를 수집할 때 주로 오프라인상 지인의 추천 및 권유를 통해 제주의 여행정보를 입수한 것을 시사되었다. 이는 전인순·민동규·이경숙(2012)의 중국인들이 한국의료관광에 대한 정보를 대부분 친구나 지인으로부터 구전을 통해 얻고 있다는 연구결과와 동일하다. 또한, 중국인들의 소비문화를 보면 대부분이 친척, 직장 동료, 친구 등 주위 사람들에게서 구매하길 원하는 외제품의 품질, 신뢰도, 기능 등 탐문해 본 다음에 이들이 구매 대상 상품을 적극 추천할 경우에 구매하는 신중한 탐문 소비 성향을 가지고 있다(김홍수,1997). 따라서 향후에 더욱더 많은 중국뷰티관광객을 유치하기 위하여, 중국 사람들 사이에 중요시 보는 '관시(關係)문화'를 감안해서 입소문 마케팅(Buzz Marketing)을 적극적으로 활용하여 중국관광객들의 한국뷰티관광에 대한 인식을 제고하여야 한다. 그리고 뷰티에 관련한 박람회, 전시회, 팸투어 등 오프라인 홍보수단을 이용하여 직·간접적으로 입소문을 전파해야 하는 것이다.

둘째, 중국 뷰티관광객들이 제주 뷰티관광 시 공통적으로 지각된 위험 요인의 중요도를 연구한 결과 '위생적 위험'과 '기능적 위험' 가장 중요한 요소로 평가되었다. 특히, 특히 '위생적 위험'요인에서의 '병원내 공중시설의 위생의 걱정'항목이 가장 높은 평균 점수로 조사되었다. 조사되었다. 이에 따라 향후에 더욱더 많은 중국인 뷰티관광객을 제주 방문을 유치하기 위해서 뷰티관광관련 기관이나 업체들은 우수한 기술수준을 비롯한 뷰티서비스의 질과 뷰티시설의 위생 및 안전에 많은 관심을 기울여야 한다.

셋째, 제주 방문 중국뷰티 관광객들이 목적별 유형에 따라 지각된 위험의 각 요인들에 인식차이를 분석한 결과 목적별 유형에 따라 금전적 위험, 시간적 위험, 문화적 위험에 유의한 차이가 있다는 것으로 나타났다. 그리고 향후 제주 뷰

티관광 활성화를 시키기 위해서 다양하고 특성이 있는 미용 및 건강증진 체험프로그램을 개발해야 한다. 즉, 미용관광상품을 다양화, 개성화, 전통화, 브랜드화를 해야 하는 것이다(오은주, 2004). 한국의 화장품이나 한류스타들의 헤어스타일, 패션 등 한국의 세련된 미용문화에 대해 많은 관심을 가지고 있는 학생집단이나 직장여성 등 젊은층(10대~30대)을 대상으로 화장품, 패션, 의류, 음식, 문화, 헬스(보건)산업 등 여러 산업과 연계하여 다양하고 개성적인 미용관광상품을 만들어야 하는 것이다. 또한, 그들이 제주에서 뷰티관광을 통해 자신을 재발견하고 새로운 지식을 획득할 수 있도록 다양한 뷰티미용체험프로그램을 개발할 필요가 있다. 즉, 제주의 다도체험이 뷰티관광과 연계하는 관광프로그램이나 제주 전통 자연화장품 만들기 등 제주 고유의 독특한 미용체험관광프로그램을 만들어야 한다.

3. 연구의 한계점 및 향후 연구방향

본 연구에서는 다음과 같은 한계점을 가지고 있으며, 그에 따른 향후의 연구 방향을 제시하고자 한다.

첫째, 본 연구의 실증조사대상은 제주 지역의 뷰티관련 관광지나 뷰티타운에 방문한 중국 관광객으로 선정하였다. 그 중 관광, 관광과 성형, 그리고, 관광과 피부관리에게 설문지 각 80여부를 배포하여 총 250부를 사용하였다. 이는 표본지역을 제주에 한정하였고, 따라서 표본집단의 크기와 지역을 확대할 필요가 있다. 향후 뷰티관광이 활발하게 진행되고 있는 타 지역까지 연구 대상 지역으로 포함하여 특색 있고 다양한 지역별 차이에 기반 한 뷰티관광 상품을 개발하는 것도 의미가 있을 것으로 사료된다.

둘째, 본 연구에서는 뷰티관광이 사람이 신체적 건강과 아름다움을 추구하기 위하여 뷰티의료서비스(성형, 한방미용, 두피클리닉, 다이어트 등)나 뷰티보건서비스(스파, 피부미용(마사지),요가, 삼림욕, 온천욕 등), 혹은, 뷰티미용서비스(메이크업, 헤어, 네일아트 등)를 이용하는 동시에 관광활동과 함께 이루어지는 관광형태라고 뷰티관광에 대해 광범위하게 정의하였다. 그러나 실제로 설문조사를 실시할 때 연구자가 연구하고자 하는 “성형, 피부관리”2가지 분야만 다루었다. 이러한 한계점을 고려하여 향후 연구과제는 조금더 다양한 뷰티관광분야를 포함할 것이 요구된다.

참고문헌

1. 국내문헌

1) 서적

한국관광공사(2010). 『의료관광코디네이터론』, 한국관광공사, 96-97.

서정희(2008). 『성형소비문화』, 내하출판사, 6-330.

2) 논문

김선우·이유리(2012). 아름다운이란 무엇인가?-대한민국 2,30대 여성의미인식에 대한 근거 이론적 접근, 『소비자학연구』, 23(2), pp.351-382

김주영(2012). 뷰티관의료관광에 대한 미용산업인의 인식에 관한 연구, 동덕여자대학교 비만미용향장대학원 석사학위논문.

김현호(2013). 2012년 외래관광객 실태조사, 한국문화관광연구원

김성섭·김미주(2011). 고부가가치 서비스 산업인 의료관광 활성화를 위한 의료기관의 의료관광 담당자와 의료관광객의 의료관광상품 선호속성 인식 비교 분석을 통한 지속적인 협력네트워킹 필요성 연구, 『觀光研究』, 26(5), pp.85-107.

김명주(2011). 「중국관광객의 한국의료관광 선택속성에 관한 연구 :성형미용을 중심으로」, 경희대학교 대학원 석사학위논문.

김미경·김보경(2011). 일본과 중국인의 한국 의료관광 참여의도와 선택속성의 비교연구, 『한국관광학회』, 2011(7), pp.463-477.

김홍식·이나래·홍순영(2011). 중국 신흥부유층 관광객 유치 확대방안, 『경기개발연구원 기본연구』, 2011(2). pp.1-183.

김미경(2010). 한국의료관광 참여의도의 영향요인에 관한 연구 :일본과 중국의 잠재 수요자를 대상으로, 『觀光研究』, 24(6), pp.213-232.

- 공은영(2010). 뷰티산업의 뷰티의료상품 선택속성이 뷰티의료관광 참여의도에 미치는 효과, 경운대학교 산업정보대학원 석사학위논문.
- 구태규(2010). 피부미용이 관광객의 만족도와 재방문에 미치는 영향 - 일본인 여성 관광객을 중심으로, 『한국미용학회지』, 16(3), pp.763-771.
- 김미경·윤세목·윤세남(2008). 한국의 의료관광 상품개발을 위한 탐색적 연구:일본의 잠재 관광객을 대상으로, 『관광학연구』, 32(6), pp.431-447
- 남지윤(2010). 외국인 환자의 한국의료기관 선택요인 분석 - 미용수술을 받기 위해 방한하는 일본과 중국 여성을 중심으로, 한양대학교대학원 경영학과 석사학위논문.
- 노정희(2008). 관광 목적지로서의 지각된 위험과 관광지 이미지가 한국 방문 의사에 미치는 영향에 관한 연구. 『관광·레저연구』, 20(2), pp.169-188.
- 박미성(2010). 중국인을 대상으로 한 한국미용 교육 실태 조사 및 교육 방안연구, 건국대학교 디자인대학원 석사학위논문.
- 박숙진(2009). 온천지역의 관광개발과 관광유인 체계에 관한 연구 : 온양·유성·수안보 온천을 중심으로, 『동북아관광연구』, 5(2), pp.53-75.
- 박찬열(2009). 부산지역 의료기관 종사자의 의료관광 산업에 대한 인식과 활성화 방안, 고신대학교 석사학위논문.
- 박정열·이희찬·안윤영(2008). 관광산업 :온천수요의 결정요인 및 시장세분화에 대한 연구-동래온천에 대한 분석을 중심으로, 『한국호텔경영학회』, 2008(0), pp.372-396.
- 성병주(2010). 국내 의료관광 환경이 해외 이용객들이 서비스 평가에 미치는 영향에 관한 연구, 경희대학교 경영대학원 의료경영학과 석사학위논문.
- 오강수(2011)a. 미용관광 활성화를 위한 미용테마박물관 건립 필요성에 관한 연구, 『한국미용학회지』, 17(1), pp.178-184.
- 오강수(2011)b. 미용실 이용고객의 미용관광 인식 및 활성화방안, 『한국미용학회지』, 17(2), pp.318-330.
- 오강수(2011)c. 외국관광객의 한국 미용관광 선택 요인 및 활성화방안, 『한국미용학회지』, 17(2), pp.331-344.

- 오강수(2011)d. 미용경영자 중심의 미용관광 활성화 방안, 『한국디자인문화학회지』, 17(1), pp.319-335.
- 원영미·노민경·김명수(2007). 의료관광전문가의 활성화 방안에 관한 탐색적 연구, 『한국관광정책학회지』, 13(1), pp.109-126.
- 오은주(2005). 방한 일본여성관광객의 미용관광 선택행동에 관한연구:서울지역을 중심으로, 『한국관광학회지』, 0(0), pp.333-344.
- 오은주(2004). 방한 일본여성관광객의 미용관광 선택행동에 관한 연구:서울지역을 중심으로, 세종대학교 관광대학원 석사학위논문.
- 유명희(2011). 의료관광의 위험지각, 의료관광정보, 향후참가의도의 영향관계연구, 『한국사집지리학회지』, 21(3). pp.37-48.
- 이경환·주영환(2003). 건강,미용 테마형 여행자원 분석, 『여행학연구』, 18(0), pp.93-108.
- 이영은(2011). 외국인의 우리나라 의료기관 선택요인에 관한 연구:중국,몽골미용 관련 환자를 대상으로, 경희대학교 행정대학원 의료행정학과 석사학위논문.
- 이효지(2013). 의료관광의 위험지각과 위험감소, 참가의도와외의 관계연구-중국잠재고객 중심으로-, 석사학위논문. 영남대학교.
- 장계홍(2012). 한국 의료 관광시장의 현황 및 중국고객유치방안, 경희대학교대학원 무역학과 석사학위논문.
- 전인순·민동규·이경숙(2012). 중국인의 한국의료관광상품 선택속성에 관한 연구, 『동북아관광연구』, 8(3), pp.259-281.
- 정승훈(2012). 뷰티관광 육성과 제주의 향후과제, 『제주발전연구원』, 43(0), pp.1-80.
- 장문(2011). 중국 여성 관광객의 라이프스타일에 따른 한국 의료관광 선택속성에 관한 연구, 세종대학교 대학원 호텔관광경영학과 석사학위논문.
- 전희원·공은영·이호길(2011). 뷰티산업 상품선택이 뷰티관광 참여의도에 미치는 영향, 『한국호텔외식경영학회』, 20(2), pp.121-136
- 전명숙(2011). 유성온천 미용관광 자원에 대한 탐색적 연구, 『한국사집지리학회지』, 21(4), pp.221-230.

- 조성찬(2011). 여행상품 위험지각과 여행목적지 관광이미지 및 태도와의 관계 연구-호주 방문자를 대상으로, 『관광학연구』, 35(6), pp.99-117.
- 함승우(2011). 의료관광 활성화 방안에 대한 연구:성형/스킨케어와 비성형서비스를 중심으로, 경희대학교 경영대학원 국제경영학과 석사학위논문.
- 황순욱(2010). 뷰티관광 활성화를 위한 인프라 구축, 한국보건산업진흥원 연구보고서.
- 한은진·박정열·백운일(2009). 동래온천방문객의 지출결정요인, 『대한관광경영학회지』, 24(3), pp.169-188.
- 허지현(2007). 관광위험지각이 관광행동선호에 미치는 영향, 『관광학연구』, 23(3), pp.1-23.

2. 국외문헌

- Ackerman, S. L. (2010). Plastic Paradise: Transforming Bodies and Selves in Costa Rica's Cosmetic Surgery Tourism Industry, *Medical Anthropology*, 29(4), pp.403-423.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational behavior and human decision processes*, 50(2), pp.179-211.
- Aizura, A. Z. (2009). Where health and beauty meet: Femininity and racialisation in Thai cosmetic surgery clinics, *Asian Studies Review*, 33(3), pp.303-317
- Connell, J(2006). Medical Tourism: Sea, sun, and surgery, *Tourism Management*, 27(6), pp.1093-1100.
- Cox, D. F. & Rich, S. U. (1964). Perceived risk and consumer decision-making: The case of telephone shopping. *Journal of marketing research*, 1(4), pp.32-39.
- Dobrica, J.(2008). Present state and perspectives of spa tourism development in

- Serbia, *Glasnik Srpskog Geografskog Društva*, 88(4), p.3.
- Georgiev,G.and Vasileva, M. T. (2010). Conceptualization and classification of balneo spa and wellness establishments in bulgaria, *UTMSJ ournalof Economics*, 1(2), pp.37-44.
- Gatawa,N.G.(2008). Thee merging role of the fashion industry in Johannesburg's tourism development strategy, *Doctoral dissertation*.
- Goodrich,R.(1993).Socia list Cuba: A Studyof Health Tourism ,*J. Travel Res*, 32(1), pp.36-42.
- Gupta, A. (2004). Medical Tourism and Public Health, *People's Democracy*, pp.37(19).
- Hall, C. M. (2011). Health and medical tourism: akillorcure for global public health?, *Tourism Review*, 66(1/2), pp.4-15.
- Huh, C., Kim, S. H., Noh, J. H. and Davis, D.(2011). (A) predictive model of behavior alintention to visita spa: an extended theory of planned behavior, *Korean journal of business administration*, 24(5), 3041-3055.
- Henderson, J. C. (2004). Health care Tourism in Southeast Asia. *Tourism Reviw International*, 7(0), pp.111-121.
- Jeevan, R.and Armstrong, A. (2008).Cosmetic tourism and the burdenon the NHS, *J ournal of Plastic*, 61(12), pp.1423-1424.
- Lunt,N.and Carrera,P(2010).MedicalTourism :Assessing the Evidenceon Treatment Abroad, *Maturitas*, 66(1), pp.27-32.
- Speier, A. R.(2011). Health tourism in a Czech health spa, *Anthropology& Medicine*,18(1), pp.55-66.
- Sen Gupta, A. (2004). Medical tourism and public health, *People1sDem*, 28.
- Turner, L.(2007). First World Health Careat Third World Prices: globalization, Bioethics and Medical Tourism, *BIOSOCIETIES*, 2(3), pp.303-326
- 楊懿·李柏文·胥興安(2012).基于旅游產業集群理論的洱源縣溫泉旅游開發研究,云南地理环境研究, 24(1), pp.85-89.

- 呂觀盛·張文菊(2011).广西医療旅游産品定位及産品設計研究,桂林旅游高等專科學校, 16(1), pp.82-85.
- 方法林(2011).基于IPA評價的溫泉旅游者感知實証研究—以南京湯山溫泉爲例,南京師大學報, 34(4), 1pp.35-140.
- 高小芹(2011).巢湖半湯溫泉旅游開發對策研究,佳木斯教育學院學報,109(11), pp.232-234.
- 林琴玉(2010).論知識女性旅游消費特征,洛陽師範學院學報, 29(6), pp.176-178.

3. 기타문헌

- 2012국뷰티&의료관광박람회 홈페이지:<http://www.bemex.kr>
- 奮韓整形 : <http://zx.icnkr.com>
- 中國報告大廳 : <http://www.chinabgao.com>
- 中華人民共和國國家統計局-國家數據 : <http://data.stats.gov.cn>
- 경기신문 (2012.12.18.),"인천發'뷰티 한류'세계 아름다움 이끈다".
- 국민일보 쿠키뉴스(2011.11.26.),"대전시,27일부터 '의료관광&뷰티국제컨퍼런스' 개최".
- 아시아경제(2012.11.28),"광주시 외국인 대상 뷰티아카데미 개설".
- 의료일보(2011.11.21.), "진홍원, 대한민국의 뷰티관광 선도할 업체 47곳 선정했다".
- Beautynury.com(2013.7.4) "K-뷰티관광 활성화'산업융합'이 정답-한국보건산업진흥원 뷰티·화장품사업팀 황순욱 팀장".
- CMN뉴스(2011.2.11.), "뷰티관광 코리아" 활성화 전략".한경닷컴 (2013.1.10.),"한류 뷰티 아이템, 어떤 것이 있을까?"
- 한경닷컴(2013.5.26.), "중국 관광객, 강남 스타일로 성형하고 제주도에서 힐링받는".
- 한경닷컴(2012.9.1.), "CNN도 인정한 성형의 메카 강남 '신한류의 중심은

K-beauty!”.

한국경제(2012.8.17),“글로벌 성형메카 강남 ‘뷰티 벨리’의 꿈”.

< 설문지 >

안녕하십니까? 바쁘신 가운데 본 설문조사에 참여해 주셔서 진심으로
감사드립니다.

본 설문은 제주 방문 중국인의 뷰티관광과 관련된 위험요인들에 대한 인식을
조사하기 위해 실시되고 있습니다.

귀하께서 응답해주신 모든 사항은 학술적인 목적으로만 이용될 것이며
개인정보는 비공개 처리됩니다. 응답시간은 대략 5분 정도 소요됩니다.

제주대학교 대학원

관광경영학과

연구자: 장내월 석사과정

연구자: 박운정

연락처: 010(+ 8210)-0000-0000

E-mail:

1. 귀하는 이번 제주 방문 목적이 무엇입니까?

- ① 관광 ② 관광과 성형수술/시술 (1-1번 질문 이동)
③ 관광과 피부관리/시술 (1-2번 질문 이동) ④ 기타 _____

1-1. 귀하께서 이번 제주 방문시 받으신 성형수술/시술은 다음중 무엇입니까?

- ① 얼굴성형 (눈성형/코성형) ② 지방성형 (지방흡입/줄기세포지방이식) ③
체형교정 ④ 기타

1-2. 귀하께서 이번 제주 방문시 받으신 피부관리/시술은 다음중 무엇입니까?

- ① 모공 ② 주름/탄력 ③ 주근깨 ④ 다크써클 ⑤ 반영구문신
 눈썹/아이라이너 ⑥ 몸에 흉터치료 ⑦ 제모 ⑧ 기타

1-3. 귀하께서 성형 및 피부 관리/시술/수술을 위해 소요하시는 시간은 어느 정도입니까?

- ① 당일 (대략 몇시간:) ② 1박 ③ 1박 2일
 ④ 2박 ⑤ 2박 3일 ⑥ 3박 이상

2. 귀하는 지금까지 제주에 몇 회 방문하셨습니다?

- ① 처음방문 ② 2회 ③ 3회 ④ 4회 이상

3. 귀하는 이번에 누구와 함께 오셨습니까?

- ① 혼자 ② 가족 ③ 친구
 ④ 모임(단체) ⑤ 연인 ⑥ 기타_____

4. 귀하는 이번 제주에 체류 기간은?

- ① 1일 ② 2일 ③ 3일
 ④ 4일 ⑤ 5일 이상

5. 귀하는 제주도내의 성형 및 피부와 관련된 관리/시술/수술 정보를 어디서 취득하십니까?

- ① 방문 병원의 홈페이지 ② 중국내 SNS 광고 (사이트명)
 ③ 온라인 지인권유 ④ 오프라인상 지인권유
 ⑤ 잡지/ 신문 광고 ⑥ 방송보도 (프로그램명:)
 ⑦ 여행사 ⑧ 중간알선업자 ⑨기타_____

6. 다음은 제주에서 귀하께서 받으실 성형 및 미용 관리/시술/수술에 대해 심각하게 여기시는 위험정도를 알아보고자 합니다. 아래 각 항목별로 귀하의 의견

에 해당하는 숫자에 ✓표 해주시기 바랍니다. (20문항)

| 설문문항 | 전혀 그렇지 않다 | ← | 보통이다 | → | 매우 그렇다 |
|--|-----------|---|------|---|--------|
| 병원내에서 친절한 안내 서비스를 제공받지 못할까봐 걱정된다. | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 전문적인 간호 서비스 수준이 걱정된다. | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 전문적인 의료기술 수준이 걱정된다. | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 관리/시술/수술 후 결과와 만족하지 못할까봐 걱정된다. | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 병원 내 일정이 예정대로 지켜지지 않을까봐 걱정된다. | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 사전·사후 관리의 소홀이 걱정된다. | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 예상보다 더 많은 추가 비용 발생이 걱정된다. | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 사후 관리를 위한 장기적인 비용 발생이 걱정된다. | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 비싼 관리/시술/수술 비용이 걱정된다. | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 급작스런 환율 변동이 걱정된다. | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 병원 일정에 쫓겨 제대로 된 관광을 못할까봐 걱정된다. | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 자유로운 개인 시간이 없을까봐 걱정된다. | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 제주에서 뷰티관광 시 일정이 만족스럽지 못할까봐 걱정된다. | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 일정 지연으로 시간이 낭비할까봐 걱정된다. | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 관리/시술/수술 시 질병 또는 전염병 감염이 걱정된다. | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 관리/시술/수술 도구의 안전성 및 청결성이 걱정된다. | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 병원내 공중시설의 위생이 걱정된다. | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 의료진들이 중국인의 문화나 습관을 이해하지 못해 생기는 오해나 마찰이 걱정된다. | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 한국의료진들과의 의사소통이 걱정된다. | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 중국인에 대한 한국인들의 부정적 인식이 걱정된다. | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |

※ 인구통계학 특성에 관한 질문입니다.

7. 귀하의 **성별**은 무엇입니까?

- ① 남성 ② 여성

8. 귀하의 연령은 어떻게 되십니까?

- ① 20대 ② 30대 ③ 40대 ④ 50대 ⑤ 60대 이상

9. 귀하의 **최종학력**은 어떻게 되십니까?

- ① 고졸 이하 ② 전문대 ③ 대학교 ④ 대학원 이상

10. 귀하의 **직업**은 무엇입니까?

- ① 사무직 ② 전문직(의사, 변호사, 교수 등) ③ 서비스직 ④ 학생
⑤ 공무원 ⑥ 생산직·기술직 ⑦ 자영업 ⑧ 주부 ⑨ 기타 ()

11. 귀하의 **월평균 소득**은?

- ① 200만원 미만 ② 200~400만원 미만 ③ 400만원 이상~600만원 미만
④ 600~800만원 미만 ⑤ 800만원 이상

12. 귀하의 **결혼 상태**는 어떻게 되십니까?

- ① 미혼 ② 기혼

13. 귀하께서 현재 거주하고 계시는 중국내 지역은 어디입니까? (지역명:)

☺☺ 참여해 주셔서 대단히 감사합니다. ☺☺

< 问卷 >

您好! 真心感谢您在百忙之中抽空参与此问卷。

本问卷是关于“访问济州的中国Beauty游客的危险感知的认识差异”的调查。

问卷以不记名方式进行, 并且所有的问题与答案只用于学术研究。

请凭第一感觉一一作答。再次感谢您的参与!

(※用时: 5分钟左右)

济州大学 一般大学院 观光学科

指导教师:朴雲贞

研究人:张乃月

联系方式: + 86-188920-88298

E-mail: 834896341@qq.com

1. 您这次来济州的目的是?

- ① 旅游 ② 旅游和整形 (跳到问题1-1)
③ 旅游和皮肤管理 (跳到问题1-2) ④ 其它 ()

1-1. 您这次所接受的手术是下面中的?

- ① 脸部整形 (眼部/鼻部) ② 脂肪整形 (抽脂/脂肪移植) ③ 体型矫正 ④ 其它

1-2. 您这次所接受的皮肤管理是下面中的?

- ① 毛孔 ② 皱纹/弹力 ③ 祛斑 ④ 淡化黑眼圈 ⑤ 半永久纹眉/眼线
⑥ 身体局部祛疤 ⑦ 脱毛 ⑧ 其它

1-3. 您这次整形或皮肤管理所需要的时间大概多久?

- ① 当天(大概多少小时:) ② 过一晚 ③ 2天一晚
④ 过2晚 ⑤ 2晚3天 ⑥ 3天以上

2. 您是第几次来济州岛?

- ① 第一次 ② 第二次 ③ 第三次 ④ 四次以上

3. 您这次是跟谁一起来的?

- ① 自己 ② 家人 ③ 朋友
④ 团体 ⑤ 对象 ⑥ 其它_____

4. 您这次在济州打算滞留几天?

- ① 1天 ② 2天 ③ 3天
④ 4天 ⑤ 5天以上

5. 您在济州岛内的整形/皮肤管理信息来源于?

- ① 医院的网页 ② 国内的社交网站广告(网站名:)
③ 网友推荐 ④ 朋友推荐
⑤ 杂志/报纸广告 ⑥ 电视报导(电视节目名:)
⑦ 旅行社 ⑧ 中介 ⑨ 其它_____

6. 下面是对这次Beauty旅行危险感知的调查。请在相应的数字上打 ✓。

| 问题 | 非常 不担 心 | ← | 一 般 | → | 非常 担心 |
|---------------------------|---------------|---|--------|---|----------|
| 担心得不到亲切的向导服务。 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 担心医疗看护服务的专业水准。 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 担心医疗技术的专业水平。 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 担心手术/管理之后对结果不够满意。 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 担心医院不能按照行程按时进行手术/管理。 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 担心术前术后有疏忽。 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 担心增加余项费用之外的额外费用。 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 担心产生很多的后续管理费用。 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 担心手术/管理的费用非常昂贵。 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 担心汇率波动比较大。 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 担心医院的行程比较紧而不能很好地旅游。 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 担心没有个人自由时间。 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 担心在济州的整体日程得不到满意。 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 担心因为日程时间推迟浪费时间。 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 担心在手术/管理时感染传染疾病。 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 担心手术/管理使用的工具不清洁或不安全。 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 担心医院的公共设施的卫生问题。 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 担心与医生或医护人员的文化习惯不同发生矛盾或摩擦。 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 担心与医生或医护人员的语言交流问题。 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 担心韩国人对中国人有不好的负面认识。 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |

7. 您的性别是?

- ① 男性 ② 女性

8. 您的年龄是?

- ① 20岁以下 ② 20-29岁 ③ 30-39岁 ④ 40-49岁 ⑤ 50岁以上

9. 您的最终学历是?

- ① 高中以下 ② 专科 ③ 本科 ④ 研究生及以上

10. 您的职业是?

- ① 经营、管理 ② 专职(医生, 律师, 教师 等) ③ 服务职业 ④ 学生
⑤ 公务员 ⑥ 生产职. 技术职 ⑦ 个体户 ⑧ 家庭主妇 ⑨ 其它 ()

11. 您的家庭月收入是?

- ① 5千以下 ② 5千 ~ 1万2 ③ 1万2 ~ 2万 ④ 2万 ~ 3万
⑤ 3万 ~ 4万 ⑥ 4万以上

12. 您是否结婚?

- ① 未婚 ② 已婚

13. 您在中国所居住的这地区是? (地名:)

☺☺ 感谢您的参与! ☺☺

ABSTRACT

A Comparison Study on the Perceived Risk of Beauty Tourism for Chinese Tourists in Jeju

ZHANG NAIYUE

Master of Tourism Management

Jeju National University, 2017

Supervised by Professor Park, Oun-Joung

Recently, China's economy is growing rapidly and Chinese pay more attention on their wellness and beauty care, showing improved their living standards. These lifestyle changes also impact on the forms of tourism they pursue. Besides, Korean wave of Korean drama and K-POP is gaining popularity over the world and Korea is not just an ideal destination for sightseeing and shopping any more but also for wellness and beauty, particularly for Chinese.

However, it has not been reported about the risks perceived by the Chinese tourists who visit Jeju Island for beauty tourism. This study identified the five perceived risk factors through literature reviews and empirically analyzed the significant differences on the factors between the two travel purpose groups for plastic surgery and skin care. The analysis results showed statistical differences between the two groups on the following three perceived factors: financial cost risk, schedule risk, and cultural risk. In specifically, plastic surgery purpose tourist group prominently perceived the three risks higher than did the skin care tourist group.

