



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](#)

석사학위논문

제주방문 중국인 개별관광객의 숙박시설  
선택속성과 만족도에 관한 연구  
-겨울철 숙박투숙객 설문조사 분석을 중심으로

제주대학교 대학원

관광개발학과

오 정

2018년 8월

# 제주방문 중국인 개별관광객의 숙박시설 선택속성과 만족도에 관한 연구

-겨울철 숙박투숙객 설문조사 분석을 중심으로

指導教授 홍 성 화

吳 婷

이 논문을 觀光學 碩士學位 論文으로 提出함

2018年 6月

吳婷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

2018年 6月

A Study on Relationship between Accommodation  
Selection Factors and Satisfaction of Chinese  
Individual Visitors in Jeju  
- A Questionnaire Centered on Winter Guests -

WU TING

(Supervised by professor Sung-Hwa Hong)

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

2018. 8.

Department of Tourism Development  
GRADUATE SCHOOL  
JEJU NATIONAL UNIVERSITY

# 목 차

제1장 서론	1
제1절 연구의 배경 및 목적	1
제2절 연구의 범위와 방법	3
제2장 이론적 배경	4
제1절 제주방문 중국인 개별관광객	4
1. 방한 중국인 관광객 현황	4
2. 방한 중국인 개별관광객 특성	6
3. 제주방문 중국인 개별관광객	11
제2절 제주지역 숙박시설	15
1. 숙박시설의 개념 및 분류	15
2. 제주지역 숙박시설 현황 및 실태	20
제3절 숙박시설 선택속성과 고객만족도	25
1. 개념과 측정방법	25
2. 선행연구	28
제3장 연구모형과 조사 설계	34
제1절 연구모형과 가설설정	34
1. 연구모형	34
2. 가설설정	34
제2절 조사 설계	35
1. 변수의 조작적정의	35
2. 조사목적과 대상	36

3. 조사방법과 기간-----	36
제3절 설문지 구성 및 분석방법-----	37
1. 설문지 구성-----	37
2. 분석방법-----	38
<b>제4장 실증분석 결과-----</b>	<b>39</b>
제1절 조사표본의 특성-----	39
1. 인구통계학적 특성-----	39
2. 관광행태 특성-----	41
제2절 자료 분석-----	43
1. 신뢰도 및 타당성 검증-----	43
2. 선택속성 요인분석-----	45
3. 상관관계 분석-----	47
제3절 연구가설 검증-----	48
1. 숙박시설 선택속성과 고객만족도-----	48
2. 인구통계학적 특성에 따른 숙박시설 만족도의 차이-----	50
<b>제5장 결 론-----</b>	<b>53</b>
제1절 연구의 요약 및 시사점-----	53
제2절 연구의 한계 와 향후 제언-----	55

부 록	57
참고문헌	65
ABSTRACT	69

## 표 목차

<표 2-1> 방한 중국인 관광객 형태 .....	7
<표 2-2> 중국인 개별관광객에 대한 선행연구 .....	9
<표 2-3> 중국인 개별시장 특성 .....	10
<표 2-4> 제주 외국인 관광객 국적별 입도 현황 .....	12
<표 2-5> 제주방문 외국인 관광객의 여행형태 변화 .....	13
<표 2-6> 중저가 숙박시설의 개념과 정의 .....	19
<표 2-7> 제주지역 관광숙박업 등록 현황 .....	21
<표 2-8> 제주도 국내 관광객의 숙박시설 이용현황 .....	22
<표 2-9> 제주도 외국인 관광객의 숙박시설 이용현황 .....	22
<표 2-10> 성별/연령/방문목적/여행형태/방문횟수별 주요 이용 숙박시설 .....	23
<표 2-11> 거주국별 주요 이용 숙박시설 .....	24
<표 2-12> 국외 연구사례 .....	29
<표 2-13> 국내 연구사례 .....	31
<표 3-1> 모집단의 규정 및 표본 .....	37
<표 3-2> 설문지의 구성 .....	38
<표 4-1> 인구통계학적 특성 .....	40
<표 4-2> 관광행태 특성 .....	42
<표 4-3> 숙박시설 선택속성에 대한 신뢰도 및 타당성 검증 .....	44
<표 4-4> 숙박시설 선택속성 빈도분석 .....	46
<표 4-5> 상관관계 분석 결과 .....	48
<표 4-6> 숙박시설 선택속성이 고객만족도에 미치는 영향 .....	50
<표 4-7> 인구통계학적 특성에 따른 숙박시설 만족도의 차이 비교 .....	52

## 그림 목차

[그림 2-1] 방한 외래 관광객과 중국인 관광객 현황 .....	5
[그림 3-1] 연구모형 .....	34

# 제1장 서론

## 제1절 연구의 배경 및 목적

관광산업은 생산유발효과와 고용창출효과가 높은 고부가가치 산업으로 21세기 으뜸 산업으로 각광받고 있다. 대다수의 국가들은 관광산업의 진흥을 위해 적극적으로 나서고 있다<sup>1)</sup>. 한국을 방문한 외래 관광객은 2004년부터 꾸준히 증가하였으며 2009년부터 연평균 10%이상의 성장을 보이고 있다. 2012년에는 1,114만 명, 2013년에는 1,217만 명, 2014년에는 1,420만 명을 돌파하였다. 관광산업의 발달은 한국 숙박 산업 발전에 좋은 기회가 되고 호텔·숙박 산업에 경쟁을 유발한다. 외래 관광객의 전체 관광비용 중 숙박비가 차지하는 비중은 1인당 평균 소비액 \$1,592중 \$375로 24%에 해당하여 숙박시설의 비중은 매우 크다.<sup>2)</sup>

경제발전에 따라 중국의 관광시장은 급격한 발전을 이루고 있다. 중국 여유국에 따르면 중국의 해외 관광객 수는 2001년의 1,213만 명에서 2008년의 4,584만 명으로 크게 증가하였으며, 2020년에는 무려 1억5,900만 명에 이를 것으로 전망된다. 특히 북경 올림픽과 상해 EXPO를 전후로 중국의 해외 관광 정책은 크게 변화하고 있다.

중국과 한국은 국교 수립을 시작으로 한·중 양 국가 간의 사회적, 경제적 그리고 문화적 등교류가 활발히 이루어지고 있는 것 등이 한국의 관광시장 증가에 요인이다. 2000년대 들어 한국을 방문하는 중국관광객이 꾸준히 증가하고 있으며, 2013년부터 중국이 일본, 미국 등을 제치고 제 1의 인바운드 관광 시장으로 전환되었다. 이러한 흐름은 초기 단체 패키지 관광객이 주도하는 양상을 보였으나, 2008년 이후의 관광추세는 단체관광에서 개별관광으로 점차적으로 변하고 있다.<sup>3)</sup> 이는 전 세계적인 관광의 흐름을 분석할 때에도 개별관광의 비율이 높아지고 있다는 사실을 확인할 수 있다. 한국관광공사 외래 관광객 실태조사에 따라 2013년 한국 방문관광객 중에 66.2%는 개별관광객이다<sup>4)</sup>.

---

1) 김종열(2014). 국내 관광산업의 관광수지 결정요인에 관한 연구, 부산대학교 경제통상대학원 석사학위논문.  
2) 한국관광공사(2014). 2014 외래 관광객 실태조사, 한국문화관광연구원, p.191  
3) 최학현·오세형·이주현·김정희(2008). 실버세대의 사용편의성을 위한 Digital(On-line) TV 인터페이스 디자인, 『디지털디자인학연구』, 8(1).p.384  
4) 한국관광공사(2014). 2013년 한국 외래 관광객 실태조사보고서.

제주관광공사에 따르면 2016년 중국관광객 만족도 조사 '제3회 중국인이 사랑하는 한국의 명품'에서 관광도시 부문 1위로 제주가 뽑혔으며<sup>5)</sup> 제주가 중국관광객들에게 환영 받는 이유로는 제주-중국 간 국제노선 확충, 인지도 상승, 국제 크루즈선 입항 증가를 통한 접근성 개선 등이 큰 역할을 하였고, 제도적으로 무비자 입국허용과 한류문화의 영향력 증대에 따른 외부환경의 촉진요인에 따라 전례 없는 성장률을 보이며 제주관광의 호황을 가지고 왔다.

하지만, 2017년 초부터 불거진 사드(THAAD) 배치가 가져온 정치적 환경의 변화로 인한 중국 정부의 제한조치인 방한금지령으로 인하여 방문객 수가 80% 가량 급감하는 등 제주의 자발적 대응으로는 어려운 상황에 놓여있다. 제주지역 언론을 통해 줄어든 중국인 관광객 수만큼이나 내국인 관광객이 증가하고, 관광시장 다변화를 통한 위기를 극복하자는데 의견이 모이고 있으나, 국제적 관광지를 지향하는 제주 입장에서는 근본적인 해결책은 아니다. 침체되어 있는 중국 관광객의 수요를 재창출하기 위해서는 단체관광객, 크루즈 관광객 보다 정치적 환경에 영향력이 적은 개별관광객의 수요를 자극할 필요가 있다. 이에 중국인 개별관광객을 제주도로 유인할 수 있는 전략적인 방안을 강구하고자 한다<sup>6)</sup>.

이런 시점에서 중국 개별관광객의 숙박시설 선택 속성과 만족도에 대한 연구를 하는 것이 시급한 상황이다. 또한 개별관광객의 증가는 제주 숙박 업계 입장에서 볼 때 아주 좋은 기회라고 할 수 있다. 중국 개별관광객의 숙박시설 선택속성에 대해서 알아보고 그 특성에 따라 숙박업에 변화를 주고 단기 고객이 아닌 장기 관광객, 즉 충성 고객을 만드는 것이 중요하다. 따라서 개별관광객들의 숙박시설 선택속성과 만족도 등에 대해 살펴보는 것이 제주 지역 숙박업계의 발전에 도움을 줄 것으로 사료된다.

본 연구에서 중국 단체 관광객 대비 중국 개별여행 관광객의 숙박시설 선택속성에 대해 알아보고 이에 따른 만족도에 어떤 영향을 주는지를 검증하고자 한다.

5) 한국아주경제일보 웹사이트 [www.ajunews.com](http://www.ajunews.com)

6) 호보(2017), 제주방문 중국인 개별관광객의 관광동기에 따른 시장세분화 연구 제주대학교 석사논문,p2.

## 제2절 연구의 범위와 방법

본 연구의 범위는 제주를 방문하는 중국 개별관광객에 대한 숙박시설 선택속성별 만족도이며 연구내용은 다음과 같다.

제1장은 서론으로 본 연구의 배경 및 목적 연구범위 연구방법 등에 대해서 기술한다.

제2장은 이론적 배경으로 방한 중국인 관광객의 현황과 중국인 개별관광객 특성, 제주방문 중국인 개별관광객 특성에 대해서 고찰해 본다. 그 다음에 숙박시설의 개념 및 분류, 선택 속성에 대해서 고찰해 본다. 그리고 숙박고객의 만족도 등에 대해 알아본다. 또한 이론적 배경을 토대로 방한 중국 개별 관광객의 숙박 선택 속성에 대한 변수를 도출하고 제주지역 숙박시설 현황 및 실태에 대해서 고찰해 본다.

제3장은 연구 문제 및 연구 방법을 다루고 연구 모형을 설계하였다. 또한 설문구성 및 자료 분석 방법에 대해서 기술하였다.

제4장은 실증분석 및 결과를 통해서 가설을 검증하고 이에 대한 분석을 진행하였다.

제5장은 연구 결과를 통하여 제주 방문 중국 개별 관광객의 숙박 시설 선택속성에 대한 전략적 방법 및 마케팅 방안을 제시했다.

본 연구의 목적 달성을 위하여 숙박 선택 속성에 관한 문헌적 연구와 숙박 선택속성에 관한 선행연구, 현황연구 등 실증적 연구를 병행하였다.

문헌적 연구는 국내외 학위논문, 학술지 논문, 등 및 통계자료를 활용하였고, 실질적 연구는 제주를 방문하여 중국개별 여행객을 대상으로 제주국제공항을 방문하여 설문조사를 실시했다. 수집된 자료를 데이터 코딩 작업을 거쳐서 SPSS21.0을 활용하여 분석을 진행하였다.

우선 인구통계학적 특성과 관광형태, 숙박 선택 속성에 대한 특성을 알아보기 위해서 빈도 분석을 실시하였다. 그리고 타당도와 신뢰도를 검증하기 위하여 탐색적 요인분석과 Cronbach's  $\alpha$  실시하였다. 또한 가설 검증을 위하여 Pearson 상관분석, 다중회귀분석, 일원배치 분산분석(one-way ANOVA)을 이용하여 연구가설을 검증하였다.

## 제2장 이론적 배경

### 제1절 제주방문 중국인 개별관광객

#### 1. 방한 중국인 관광객 현황

중국인 방한 관광객은 1992년 국교 수립 이후 꾸준한 성장을 보이고 있다. 특히 1998년 5월 중국이 한국을 해외여행 자유국으로 지정하기 시작하면서 동년 11월부터 중국 단체 관광객이 한국을 많이 방문하기 시작하였다. 이후 1998년 중국은 4위의 송출시장을 점유했으며, 1999년에는 일본, 미국에 이어 3위로 부상하였다. 2000년 6월부터는 9개의 (성)시만이 한국을 자유롭게 방문할 수 있던 규정에서 중국 전 지역으로 확산하였다. 2000년에는 미국을 제치고 2위로 성장하게 되었다<sup>7)</sup>.

중국관광객의 방한은 2000년에 44만 명에서 2007년 100만 명을 돌파하였으며, 106만 명으로 시장점유율이 16.6% 이었다. 2012년에는 284만 명에서 매년 급성장하여 7월에는 중국관광객의 월 방한 관광객 숫자가 최초로 32만 명을 넘어서며 방한 제1시장인 일본을 제치고 1위를 차지하였다<sup>8)</sup>. 2014년에는 612만 명으로 급증하였고 시장점유율은 43.1%에 이르렀다. 2010년까지만 해도 중국 아웃바운드 관광객의 70%를 홍콩과 마카오가 독점하고 나머지 30%를 가지고 전 세계 국가들의 유치경쟁이 치열했지만, 2013년의 경우 홍콩(4,030만 명)과 마카오(1,863만 명) 비중이 전체의 60%로 축소되었으며, 나머지 40%를 대상으로 나머지 국가 간 각축전을 전개 중이다<sup>9)</sup>.

이러한 중국관광객 방문 증가세에는 2000년 들어 중국정부의 해외단체 관광 전면자유화를 실시하면서부터 전반적인 송출관광객 수가 지속적으로 증가했고 2010년 위안화 절상도 중국관광객 방문증가세에 원인이 되었다.

또한, 한국 정부에서도 2010년 8월 1일부터 국내 중국관광객에 대한 복수비자 적용 확대 및 기준 완화를 통해 정책적, 제도적 이점을 제공함으로써 최근 몇 년간 더욱더 가파른 증가

7) 천이에(2010). 방한 중국 관광객의 관광목적지 선택 및 재방문에 관한 연구. 청주대학교 석사논문.

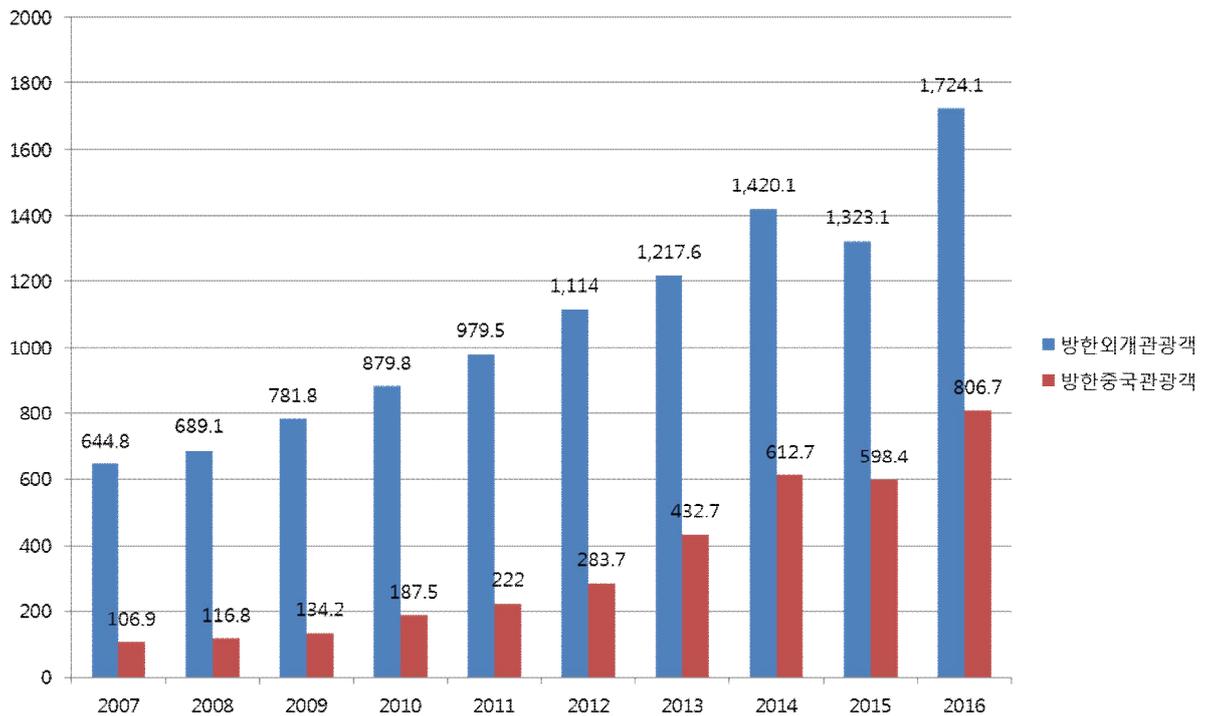
8) 관광정보시스템 (2014).

9) 장병권(2015). 중국관광객 유치 활성화를 위한 대응 과제. 『KERI Insight』,15(22),p.15-22.

세를 보이고 있다<sup>10)</sup>.

한국관광공사에 따르면 지난 5년간 방한 중국관광객의 수는 꾸준히 증가했다. 2013년 8월 까지 중국인 관광객은 294만 7천명으로 집계되었으며, 전체 외국인 관광객 중 중국인 관광객의 비율이 일본을 추월했고, 매출 역시 급증했다<sup>11)</sup>. 방한 중국관광객의 비율은 2007년 이후 매년 연속으로 높은 성장률을 나타냈다. 2016년 12월까지 관광을 목적으로 방한 중국관광객 입국자 수는 당년도 12월까지 누적 관광객 수 8백만 명을 넘어선 것으로 나타났다. 2016년 국내 사드(THAAD)배치 등의 여러 가지 정치적인 이슈가 있었음에도 불구하고 역대 최대 중국관광객 수를 달성하였다. 2015년 국내 메르스(MERS) 사태로 주춤한 중국관광객 증가세는 2016년 다시 2014년 역대 최대치 중국관광객 입국자 수를 달성하였고 전년도 해당기간 대비 74.8%가 늘어 여전한 증가세를 보였다<sup>12)</sup>.

[그림 2-1] 방한 외래 관광객과 중국인 관광객 현황



자료: 제주특별자치도 관광협회(2016), 제주관광통계, 적자 제작성

10) 한국관광학회(2012)

11) 한국관광공사: [www.visitkorea.or.kr](http://www.visitkorea.or.kr)

12) 한국관광공사(2016)

사드(THAAD) 문제로 인해 중국인 단체관광객의 한국관광을 2017년 3월 15일부터 전면 금지함에 따라 2017년 방한 외래객 수가 12,070,646명으로 급감하면서 2016년 대비 21.9%감소하며 중국 입국자 수가 3,998,771명으로 가장 많았지만 2016년 대비 48.4% 감소하였다.

방한 중국인의 1인 평균 지출 경비는 \$2,108로 외래객 전체 평균 지출액인 \$1481.6에 비해 높은 것으로 조사되었다. 방한 중국인의 1인 평균 지출경비는 방한 일본인과 달리 근거리 입에도 불구하고 상대적으로 소비액이 큰 것으로 나타났다.

주요 방문 목적은 여가, 위락, 휴가가 49.1%로 가장 큰 높은 것으로 나타났고 큰 차이는 있으나 쇼핑이 방문목적 18.1%로 집계되었다. 이 밖에 사업 또는 전문 활동 목적으로 쇼핑 다음으로 낮은 비율로 집계 되었다.

방한 중국인의 연령은 21~30세가 31.5%로 가장 많으며, 그 다음으로 31~40세가 24.7%, 41~50세가 14.4%의 순으로 나타났다. 대부분이 젊은 층인 것은 중국 자체의 아웃바운드 주 계층이 젊은 것에 비롯됐다고 할 수 있다. 여성과 남성의 비율은 2017년에 57:43로 여성의 비중이 큰 것으로 나타났다<sup>13)</sup>.

## 2. 방한 중국인 개별관광객 특성

### 1) 개별관광객의 개념

개별여행객은 FIT (Foreign Independent Tour)로 에스코트가 없는 개인 단독여행을 말한다. 한국관광공사(2008)는 FIT를 “Foreign Independent Traveler”의 약자로 외래 개별 자유 관광객, 혼자 혹은 가족, 친구 등 소그룹의 자발적인 여행 형태를 말한다. 이는 패키지 단체여행에 비하면 상대적으로 자유롭다<sup>14)</sup>. 김사현(2003)은 개별자유 여행자로 여행사 도움 없이 스스로 여행계획과 일정을 짜고 실행하여 타 문화의 고유성을 체험하는 여행자이고, 비 제도화 여행자로 항공권, 교통, 숙박 등 부분적으로 여행사의 도움을 받는 단독 여행자, 배낭여행이되 여행 가이드 안내를 받는 여행자로 구분하였다<sup>15)</sup>. 즉 개별 자유여행객은

13) 문화체육관광부(2017).

14) 한국관광공사(2008): [www.visitkorea.or.kr](http://www.visitkorea.or.kr)

15) 김사현(2003). 비 제도권 개별관광자의 속성과 영향. 관광학연구, 25(1), pp.131-148.

여행일정의 전 과정을 관광객 스스로 독자적으로 결정하여 실행에 옮기는 ‘협의적’개념과 다양한 옵션에 기반을 두어 Air-Tel 방식까지 포함하는 ‘광의적’개념으로 구분할 수 있다<sup>16)</sup>.

## 2) 방한 중국인 개별관광객 선행연구

2013년 10월부터 시행된 중국 여유법 영향으로 한국을 방문하는 중국인 관광객들의 관광 형태가 단체관광에서 개별관광으로 점차 전환되며 관광업계마다 희비가 엇갈리고 있다.

아래 표와 같이 중국 관광객들은 단체 여행보다 개별여행을 선호함을 알 수 있다. 한국관광공사(2013)의 통계에 따르면 2017년 개별여행자가 꾸준히 늘어나는 추세를 보이고 지속적인 증가 추세를 보이고 있다. 2015년의 경우 메르스(MERS) 여파로 인해 개별관광 비율이 2014년보다 1.2%로 감소하는 추세를 보였다. 중국과의 사드(THAAD) 문제로 인해 중국인 단체관광객의 한국관광을 2017년 3월15일부터 전면 금지함에 따라 2017년 개별관광 비율이 2016년보다 30.6%로 증가하는 추세를 보였다.

〈표 2-1〉 방한 중국인 관광객 형태

(단위:%)

년 도	개별관광 (Air-tel여행 포함)	패키지관광
2013	57.2	42.8
2014	60.6	39.4
2015	59.1	40.9
2016	62.5	37.4
2017	93.1	6.9

자료: 한국관광공사 (2013-2017), 외래 관광객 실태조사 자료를 토대로 재작성

중국인 개별관광객의 급증으로 인해 한국의 외래 관광 시장은 재전환의 시기를 맞이하였다. 2000년대 들어 중국인 관광시장의 성장과 긍정적 전망으로 학술적 많은 증대 되면서, 중국인 개별관광객 관련 연구가 활발히 진행되었다.

이서요·이태희(2015)는 개별여행객의 라이프 스타일 유형에 따른 관광만족도, 재방문의도 및 추천의도의 차이 연구에서 방한 중국인 개별관광객을 중심으로 연구하였고, 중국인 개

16) 최경은(2011). 중국인 개별관광객 유치 활성화를 위한 정책 대응 방향. 한국 관광정책, 46, pp. 32-39.

별관광객의 라이프 스타일 유형에 따라 3집단으로 세분화하고 그에 대한 차별화된 전략개발을 주장하였고, 라이프 스타일 유형에 따라 관광만족도, 재방문의도 및 추천 의도는 모두 차이가 있는 것으로 나타났다. 그러므로 중국인 개별관광객 시장을 모두 같은 하나의 시장으로 보는 것이 아닌 라이프 스타일에 따른 세분시장으로 구분하여 접근하는 것이 필요하다고 하였다<sup>17)</sup>.

왕림(2015)의 인터넷 서비스 이용형태와 관광행태의 관련성에 관한 연구에 따르면, 인터넷 서비스를 이용하는 중국인 개별관광객을 인구통계학적 특성에 따른 인터넷 서비스의 이용시간, 이용 빈도 등 다 차이가 있다는 것은 확인되었다. 특히 인터넷 서비스를 통한 관광의 사결정은 주로 개별관광객에서 두드러지게 나타나는 특성으로 관광 욕구를 자극하기 위해서는 인터넷을 통한 마케팅과 홍보 전략을 구사하는 것이 중요하다고 하였다<sup>18)</sup>.

마녕(2015)은 중국인 개별관광객의 대중 교통수단별 서비스 만족도에 관한 연구에서 중국인 개별관광객이 버스에 비해 지하철과 택시에 대한 종합 만족도가 더 높은 것으로 나타났다. 따라서 개별관광객의 이동 편의를 위한 수용태세 강화가 필요하다고 지적하였다<sup>19)</sup>.

리연(2016)은 방한 중국 자유 관광객 숙박시설의 선택속성이 고객만족도와 재방문 및 추천의도에 관한 연구에서 방한 중국 자유 관광객이 숙박시설을 선택할 때 숙박시설의 종사원의 서비스와 숙박시설의 시설이 강화될수록 고객만족도에 높게 영향을 미친 것으로 나타났다. 따라서 종사원의 서비스와 고객한테 제공하는 각종 서비스를 강화하는데 신경을 기울여야 하고 방한 중국 자유 관광객에게 가격대비 성능이 높은 숙박시설의 시설을 제공해야 한다고 지적하였다<sup>20)</sup>.

이상의 중국인 개별관광객에 대한 선행연구를 종합하면 <표2-2>과 같다.

17) 이서요·이태희(2015). 개별여행객의 라이프 스타일 유형에 따른 관광만족도, 재방문의도 및 추천의도의 차이 연구. 『한국 심리학회지: 문화 및 사회문제』, 21(3), pp.535-550.

18) 왕림(2015). 인터넷 서비스 이용형태와 관광행태의 관련성에 관한 연구 : 제주방문 중국인 개별관광객을 대상으로. 제주대학교 대학원 석사학위논문.

19) 마녕(2015). 방한 중국인 FIT 관광객의 대중교통수단별 서비스 만족도에 관한연구: 서울 지역을 중심으로. 세종대학교 일반대학원 석사학위논문.

20) 리연(2016). 방한 중국 자유 관광객의 숙박시설 선택속성이 행동의도에 미치는 영향, 경희대학교 일반대학원 석사학위논문.

〈 표 2-2 〉 중국인 개별관광객에 대한 선행연구

연구자	연구내용
이서요·이태희(2015)	개별관광객의 라이프 스타일 유형에 따른 관광만족도, 재방문의도 및 추천의도의 차이
왕림(2016)	인터넷 서비스 이용형태와 관광행태의 관련성에 관한 연구
마녕(2015)	중국인 개별관광객의 대중 교통수단별 서비스 만족도에 관한 연구
리연(2016)	방한 중국 자유 관광객 숙박시설의 선택속성이 고객만족도와재방문 및 추천의도에 관한 연구

자료: 선행연구를 바탕으로 연구자 정리

### 3) 방한 중국인 개별관광객 특성

중국 소비시장의 주류는 80년대 생, 90년대 생으로 전환되었다. 세계관광도시연합회가 베이징에서 발표(2014년9월5일)한 보고서 중국국민 출경<도시> 관광소비시장 조사보고 《中國公民出境(城市)旅游消費市場調查報告》에 따르면 최근 1년간 해외여행 경험이 있는 중국 관광객중 80년대 생 비율이 56.2%, 70년대 생과 90년대 생이 각각 26.4%와 11.3%에 달하는 것으로 조사되었고, 소득이 높을수록 개별여행을 선호하고 온라인 매체의 영향력은 강화되고 있다.<sup>21)</sup>

한국문화관광연구원에서 조사한 중국인 개별관광객 행태적 특성에 따르면 여가, 위락, 휴가 등으로 다양한 관광방문은 젊은 여성층이 주도하고 있는 사업 전문 활동은 젊은 남성층이 주도하는 것으로 나타났다. 방한관광 주요 선택요인으로는 쇼핑, 패션, 자연 풍경 감상 유행 등 세련된 문화 등이 주요 선택요인이며 한류 영향에 있어서 특히 젊은 여성들은 최신 유행 문화에 대한 관심이 높아지고 있는 것이다. 주요 정보원은 인터넷, 친지, 친구, 동료가 주정보원이 된다. 주요 이용 숙박 시설을 보면 호텔을 가장 많이 이용하는 한편 방문목적에 따라 친척, 친구, 연수원, 유스호스텔, 게스트하우스, 등 숙박시설을 다양하게 이용한다. 권역별 주요 방문지는 서울이 가장 높게 나타났고 인천, 경기도, 부산, 경상도, 제주도순으로 나타났다. 주요 활동을 보면 쇼핑이 가장 높고 다음으로 관광지 방문이순이다. 주요 불편사항으로는 언어문제를 가장 큰 불편사항으로 나타났다.

21) 중국 관광 연구원 《全球自由行報告2015》. [http://news.xinhuanet.com/info/ttgg/2015-12/30/c\\_134964035.htm](http://news.xinhuanet.com/info/ttgg/2015-12/30/c_134964035.htm)

지출경비는 방문 목적별로 비교하면 여가, 휴가, 등 목적으로 방문한 개별관광객의 1인당 평균 지출 경비가 가장 높게 분석되었다. 방한 중국인 관광객의 요소별 만족도의 경우 쇼핑과 출입국 절차에 대한 만족도가 가장 높은 반면 관광지 매력도, 관광안내 서비스 등에 대해서는 비교적 낮은 만족도를 보였다.<sup>22)</sup>

본 연구에서는 이러한 선행연구 결과를 참조하여 중국인 개별관광객의 특성을 파악하고자 하였다. 단체여행객에 비해 고부가가치 여행객에 해당하는 중국인 개별 시장의 특성을 정리하면 아래의 <표 2-3> 와 같다.

<표 2-3> 중국인 개별 시장 특성

구분	주요내용
연령	연령분포는 26-35세(46.5%)
가족관계/직업	주로 미혼(56.3%) 남녀가 가장 많으며, 회사원(38.5%), 전문기술직(18.8%), 회사간부(14.5%)순임
월소득	3천~5천위안(32.5%), 5천~1만위안(30.8%), 3천위안 이하(22.5%)의 순임
교육수준	대졸(55.9%) 및 전문대(27.1%) 졸업자가 주류를 이루고 있음.
의사결정요인	목적지매력도(46.6%), 가격(32.8%), 휴가기간(32.1%) 등이 주요인으로 나타남.
알고 싶은 목적지 정보	숙소, 음식, 관광지, 치안, 기후, 일반정보, 교통, 특색 있는 상품, 자비항목과 가격, 응급상황 시 대처, 쇼핑센터, 현지 풍속 및 금기사항, 현지 가이드 등의 순으로 나타남
여행방식	여행사는 항공권과 호텔, 자신은 일정과 비자 준비하는 경우(31.4%)로 가장 많음 그 외에 자신의 일정을 여행사에 요청하는 경우(18.9%)가 많음.
숙박시설/출국시기	1급 호텔(41.7%) 및 특급 호텔(16.5%)의 수요가 가장 많음. 출국 시기는 성수기를 피한 기타 시기(44%), 연휴(34%), 휴가기간(22%)에 집중됨.

출처 : 문화체육관광부(2010-2014), 「외래 관광객실태조사」

22) 마녕(2015). 『방한 중국인 FIT 관광객의 대중교통수단별 서비스 만족도에 관한 연구: 서울지역을 중심으로』, 세종대학교, 일반대학원, 석사학위논문, pp6-7.

### 3. 제주방문 중국인 개별관광객

#### 1) 제주방문 중국인 관광객 현황

제주도는 한국에서 가장 큰 섬이며 한국을 대표하는 관광지로서 2002년 생물권보전지역 지정을 시작으로 2007년에 세계자연유산으로 등재, 2010년 세계 지질공원 인증까지 UNESCO 3관왕을 달성했으며 사계절 따뜻한 기후로 인해 동방의 하와이로 불리며 가족여행과 휴양지로 가장 먼저 찾는 곳이기도 하다. 또한 제주도만의 독특한 문화 및 문화유산 또한 잘 보존하고 있다. 이러한 자연 문화적 가치를 높이 사는 관광객들의 발걸음은 내국인 관광객을 필두로 꾸준히 증가하였으며, 2009년 이후부터 외국인 관광객 방문이 꾸준히 증가하였고 이를 주도하는 관광객은 중국인이다. 2016년 제주 방문 외국인 관광객 비중의 85% 이상을 차지하는 중국인 관광객은 자국의 경제성장과 해외관광 송출 시장 규모의 확대라는 시장 환경 속에서 제주-중국 간 국제노선 확충, 인지도 상승, 국제크루즈선 입항 증가를 통한 접근성 개선이 큰 역할을 하였다. 또한 제도적으로 무사증 입국허용과 한류문화의 영향력 증대에 따른 외부환경의 촉진요인으로 인해 전례 없는 성장률을 보이며 제주 관광의 호황을 가지고 왔다.<sup>23)</sup>

제주도를 방문하는 중국관광객은 매년 꾸준한 증가를 보이고 있다. 제주관광공사 관광시장 동향 분석에 따르면 2009년을 기점으로 제주를 방문하는 외국인관광객중 가장 큰 비중을 차지하던 일본을 제치고 1위를 차지하였으며, 2010년 40만6천명, 2011년 57만 명, 2012년 108만 명, 2013년 181만 명, 2014년에는 285만 명으로 최초로 연간 200만 명을 돌파하여 전년대비 57.8%의 성장률을 보여주었다.<sup>24)</sup> 제주방문 외국인 관광객의 전체 비중에서 중국이 차지하는 비중을 살펴보면 <표2-5>와 같이 나타났다. 2015년의 경우 메르스(MERS) 여파로 인해 전체 외국인 관광객이 감소하는 추세를 보였다. 2016년 기준 전체 외국인 관광객 중 85.0%에 해당하는 306만 명이 중국인 관광객으로 나타났으며, 중국을 제외한 다른 나라의 경우 15.0%인 54만 명에 그치는 것으로 나타났다. 2017년의 경우 중국과의 사드(THAAD) 문제로 인해 중국인의 한국단체관광이 2017년 3월 15일부터 전면 금지됨에 따라 전체 중국인 관광객 수가 많이 감소하는 추세를 보였다.

23) 호보(2017), 제주방문 중국인 개별관광객의 관광동기에 따른 시장세분화 연구, 제주대학교 관광경영대학원 석사학위논문, pp.30~31.

24) 제주관광공사(2015). 2014년 제주특별자치도 방문관광객 실태조사보고서.

〈표2-4〉 제주 외국인 관광객 국적별 입도 현황

(단위 : 명, %)

연도	계	일 본	중 국	대 만	홍 콩	싱가폴	말레 이시아	미 국	기 타
2011	1,045,637 (100%)	173,700 (16.6%)	570,247 (54.5%)	31,661 (3.0%)	26,601 (2.5%)	55,927 (5.4%)	53,045 (5.1%)	26,648 (2.6%)	107,808 (10.3%)
2012	1,681,399 (100%)	180,537 (10.3%)	1,084,094 (64.5%)	51,012 (3.0%)	38,980 (2.3%)	63,818 (3.8%)	76,192 (4.5%)	25,143 (1.5%)	161,803 (9.6%)
2013	2,258,892 (100%)	128,879 (5.7%)	1,812,172 (80.2%)	39,890 (1.8%)	39,761 (1.7%)	56,622 (2.5%)	101,496 (4.5%)	21,439 (0.9%)	59,633 (27%)
2014	3,328,316 (100%)	96,519 (2.9%)	2,859,092 (85.9%)	32,189 (1.0%)	28,405 (0.9%)	46,307 (1.4%)	63,953 (1.9%)	19,812 (0.6%)	182,039 (5.5%)
2015	2,624,260 (100%)	59,233 (2.3%)	2,237,363 (85.3%)	17,839 (0.7%)	22,732 (0.9%)	29,620 (1.1%)	39,892 (1.5%)	16,898 (0.6%)	200,683 (7.6%)
2016	3,603,021 (100%)	47,997 (1.3%)	3,061,522 (85.0%)	38,046 (1.0%)	44,757 (1.2%)	50,566 (1.4%)	66,207 (1.8%)	33,605 (0.9%)	260,321 (7.4%)
2017	1,230,604 (100%)	55,359 (4.5%)	747,315 (60.7%)	28,994 (2.4%)	48,952 (4%)	33,732 (2.7%)	49,524 (4%)	32,651 (2.6%)	234,077 (19.2%)

자료: 제주관광공사 2017년 제주방문 관광객 실태조사 자료를 토대로 재작성

## 2) 제주방문 중국인 관광객 여행형태 변화

중국인 관광객의 급증은 제주-중국 간의 국제노선 확충, 국제크루즈선 입항 증가 등을 통한 접근성 개선에 기인한다. 또한 제주도는 중국 동부 주요도시에서(칭도, 대련, 하얼빈 등) 2시간 이내에 도착할 수 있으며, 2시간 이내에 해외여행 목적지로서의 매력성이 높으며, 2008년 2월부터 제주도 무비자 입국 허용 시행으로 한국 기타 지역에 비해 입국절차가 간편한 것도 유인 요인으로 적용한다. 2013년 10월부터 시행된 중국 여유법의 영향으로 제주를 방문하는 중국인 관광객들의 관광형태가 단체관광에서 개별관광으로 점차 전환되며 관광업계 마다 희비가 엇갈리고 있다.<sup>25)</sup>

25) 장주영(2014). 『여행업계도 상품특허권 도입되나』. 매일경제.

〈표2-5〉에서 보면 2015년 개별관광 비율이 2014년보다 19.1% 증가하였고, 2016년은 2015년보다 4.7% 감소하였으며, 중국과의 사드(THAAD) 문제로 인해 중국인 단체관광객의 한국관광이 2017년 3월 15일부터 전면 금지됨에 따라 2017년 중국인 개별관광객 비중은 74.7%로 2016년 보다 38% 늘어난 것으로 조사됐다. 따라서 제주도내 관광업체들은 이제 중국 개별관광시장을 무시할 수 없을 정도로 중국 개별관광 마케팅 활동에 중점을 두고 추진해야 하는 시대가 되었다.<sup>26)</sup>

〈표 2-5〉 제주방문 중국인 관광객의 여행형태 변화

(단위:%)

년 도	개별관광 (Air-tel여행 포함)	패키지관광
2013	23.3	67.7
2014	22.0	78.0
2015	41.4	58.3
2016	36.7	63.3
2017	74.7	25.3

자료: 제주관광공사 2017년 제주방문 관광객 실태조사 자료를 토대로 재작성

### 3) 제주방문 중국인 개별관광객 선행연구

마은화(2017)는 ‘중국 개별 관광객의 제주 관광지 선택 속성 및 만족도 간의 관계에 관한 연구’에서 제주를 방문하는 중국인 개별관광객의 선호도가 남성보다 여성이 높고, 관광지의 선택 속성을 고려해서 관광지를 결정하는 경향 높은 것으로 분석했다. 또한 기혼자의 경우 가족 중심의 여행을 선호하나 미혼의 경우 개별 및 동료와의 여행을 선택하는 경우가 많으며, 젊은 층들이 선호하는 관광지 접근성, 관광시설, 식음료, 여행서비스에 있어서 맞춤 서비스가 필요한 것으로 나타난다. 그리고 한국에서의 실제 관광지의 지리적 위치와 해당 기후는 직접적인 관광의 일정에 영향을 미쳐 결과적으로 관광객의 만족을 떨어뜨리는 결과를 초래하는 요인으로 나타나 계절적 특성을 고려한 상품 기획 이외에 돌발적인 날씨 변화와 같은 상황에

<sup>26)</sup> 안해련(2015). 관광업체의 SNS 정보가 관광객의 구매의도에 미치는 영향: 중국인 관광객을 중심으로. 건국대학교 대학원. 석사학위논문

대처하는 위기대책을 준비해야 한다고 한다<sup>27)</sup>.

호보(2017)의 '제주 방문 중국인 개별관광객의 관광동기에 따른 시장 세분화 연구'에서 제주를 방문하는 중국인 개별관광객들의 제주를 관광하는 동기에 따른 시장세분화를 통하여 세분화된 시장별 특성을 파악하고 이에 따른 전략을 제시하고자 하였다. 동반자 친목, 일상탈출 및 휴식, 자아실현, 문화적 체험, 유흥 및 오락 등 5개의 요인 분석에 따르면 세분화된 다목적 추구 집단, 일상탈출 및 오락 추구 집단, 친목 및 문화체험 추구 집단, 저동기 집단 등 4개의 세분집단 사이에는 연령, 월평균소득, 해외여행 횟수, 제주방문 횟수, 동반자 유형, 관광활동, 숙박시설, 쇼핑품목, 쇼핑장소의 차이가 나타나는 것으로 확인되었다.

오요(2017)는 '제주 향토음식과 관련하여 중국인 개별관광객들을 대상으로 향토음식에 대한 인지도 및 기호도 연구'에서 중국인 개별관광객들이 제주 향토음식에 대한 관심이 있는 것으로 조사되었다. 주로 인터넷이나 안내서적을 통해 향토음식의 정보를 얻었으며 특히 제주 향토음식의 신선도, 청결성에 대한 만족도가 높게 나타났다. 이런 방면으로 효율적인 홍보 방안을 모색하는 것이 필요하며 제주 향토음식 관련 관광코스를 개발해야 한다고 제안하였다<sup>28)</sup>.

#### 4) 제주방문 중국인 개별관광객 특성

2017년 '제주 방문관광객 실태현황 정성조사'에 따르면 성별로는 여성의 제주 관광 증가율이 현저히 높아지는 것으로 나타났다. 제주를 방문하는 젊은 중국인 개별관광객들에게 제주를 좋은 자연환경을 가지고 있고 쇼핑물 또는 편안한 여행지로 한국 여행의 성지이자 동화적인 느낌을 주며 사람들에게 추천하고 싶은 여행지로 각광받고 있다. 제주도 관광은 한국 드라마 예능 또는 주위 추천광고 등을 통해 인지한 경우가 많으며, 제주여행 중 주요 참여 활동은 '자연/명승 경관감상'이 88.9%로 가장 높게 나타났고, 다음으로 '쇼핑'(68.6%), '식도락'(66.2%), '산/오름/올레길 트레킹'(47.7%), '박물관/미술관/전시관'(40.0%)위 순으로 나타난다. 1인당 평균 지출 경비는 미화 \$1,429.3로 가장 많으며, 이 중에서 쇼핑이 \$656.6로 가장 높고 그 다음으로 국제선 항공료 \$307.9, 숙박비 \$168.1, 식음료 비 \$143.7, 교통비 \$63.1, 국내선 항공료 \$35.9, 오락관련지출 \$21.1, 문화관련 지출\$19.0,

27) 마은화(2017). 중국 개별 관광객의 제주관광지선택속성 및 만족도 간 관계에 관한 연구, 제주대학교 대학원 석사논문.

28) 오요(2017) 제주 방문 중국인 개별 관광객 대상 제주 향토음식 인지도 및 기호도 실태 조사, 제주대학교 대학원 석사논문.

기타 \$13.9의 순으로 나타났다.

제주 방문 전 관련 정보는 BAIDU 등 포털검색과 더불어 여행 정보제공 전문 앱 및 여행 관련 예약 앱을 활용한 것으로 나타났으며, 일부는 다녀온 사람들의 추천을 통해 제주 관련 정보를 습득한다. 타 지역 대비 제주를 선택한 주요 이유는 중국인 관광객들에게 비자 면제이다. 이용 교통수단은 택시, 버스, 렌터카 순서로 나타났고 대부분의 대중교통 이용 시 언어관련 정보를 중국어로 제공받지 못하고 있다는 점에 가장 만족도가 낮아 가장 우선적으로 개선해야 할 사항으로 언급하였다. 한국인들이 평소 먹는 한국 스타일 메뉴와 유명한 카페에 대해서는 긍정적으로 인식하는 반면 현지 식당/레스토랑에 대한 정보(리스트, 영업시간 등) 부족과 한국식이 아닌 한식 메뉴에 대해 불만족하는 것으로 나타났다. 주요 이용 숙박시설은 호텔, 게스트하우스, 모텔/호스텔, 콘도리조트 등 이다. 숙소의 접근성, 언어소통 및 직원의 업무처리와 관련해서는 만족하고 난방/온수 문제 및 객실 비품 관련해 불만족하고 있다. 면세점 쇼핑 시 직원서비스에 대해 대체로 불만족도가 높은 것으로 나타났다.

## 제2절 제주지역 숙박시설

### 1. 숙박시설의 개념 및 분류

숙박시설이란 “여행자와 관광객들이 숙박을 할 수 있는 시설이 있는 업소”을 말한다. 숙박은 여관이나 호텔 따위에서 잠을 자고 머무르는 것으로 숙박업은 숙박에 필요한 시설 및 설비를 갖추고 손님을 숙박시키는 것을 말하며 이는 호텔, 여관, 민박 등과 같이 수수료 및 계약에 의하여 이용자들에게 숙박설비를 제공하는 사업체를 말하다<sup>29)</sup>. 관광의 목적이 어떤 이유이던지 간에 관광목적지에서 자고 먹는 인간의 최소한의 의 기본욕구를 해결해 주는 곳으로 관광을 계획할 때 가장 먼저 고려되는 요소 중의 하나는 숙박시설이다<sup>30)</sup>

숙박업이란 여행자들의 숙박에 대한 욕구를 충족시켜 주는 사업 활동으로 여관업, 호텔업 등을 말하는데 관광객을 대상으로 하는 숙박은 관광숙박업이라고 한다. 그런데 숙박은 항상

29) 신우성(1995), 리조트 지역의 숙박시설 선택행동에 관한 실증적 연구, 세종대학교 경영대학원 석사학위논문, p.7.

30) 이주형 외 10명(2002), 관광사업론, 대왕사.

음식에 대한 욕구가 수반되기 때문에 숙박시설과 식음료시설이 함께 설치되는 것이 보편화되어 있다<sup>31)</sup>.

오늘날 호텔이라는 단어는 숙박시설의 대명사처럼 사용되고 있으나 호텔의 개념을 웨스턴 사전(webster dictionary)에서는 “객실과 식사를 갖추고 대중을 위하여 봉사하는 건물 또는 공공시설물”이라고 정의하고 있다. 관광진흥법상의 숙박업은 “관광객의 숙박에 적합한 시설을 갖추어 이를 관광객에게 제공하거나 숙박에 되는 음식, 운동, 오락, 휴양, 공연 또는 연수에 적합한 시설 등을 함께 갖추어 이를 이용하게 하는 업”이라고 규정하고 있다<sup>32)</sup>. 이 연구에 신기철은 관광의 목적과 동반자, 경제적인 사정에 따라 관광객들은 여러 가지 형태의 숙박시설을 선택한다고 했다. 이는 숙박시설의 형태가 많이 다양해질 수 있음을 의미한다.

일시적인 숙박을 위한 시설의 총칭이라고 하며, 호텔(Hotel), 모텔(Motel), 펜션(Pension), 유스호스텔(Youth Hostel) 등으로 분류되고 있다<sup>33)</sup>. 따라서 본 연구에서의 숙박시설은 고가숙박시설(성급호텔)과 중저가 숙박시설(모텔, 게스트 하우스, 펜션)을 포함하여 연구를 진행하였다.

#### 1) 고가 숙박시설-호텔

호텔이란 숙소 식음료 등 종합적인 서비스를 제공하고 일정한 대가를 받는 서비스 업체이다. 호텔의 기원은 라틴어의 호스피탈레(Hospitale)로, ‘순례 또는 참배자를 위한 숙소’를 뜻한다. 이후 ‘여행자의 숙소 또는 휴식장소, 병자를 치료하고 고아나 노인들을 쉬게 하는 병원’이라는 뜻의 호스피탈(Hospital)과 호스텔(Hostel)을 거쳐 18세기 중엽 이후에 지금의 뜻으로 바뀌었다.

호텔의 개념에 대해서는 나라마다 약간씩 다르나, 보통 일정한 지불 능력이 있는 사람에게 숙소와 식음료를 제공할 수 있는 시설을 갖추고, 고객이 원하는 서비스를 제공하는 장소 또는 그러한 서비스 업체를 가리킨다. 한국에서는 관광진흥법에서 ‘관광객의 숙박에 적합한 구조 및 설비를 갖춘 시설에서 사람을 숙박시키고 음식을 제공하는 업’이라고 규정하고 있는데, 일반적인 정의와 크게 다르지 않다<sup>34)</sup>.

호텔의 기능은 크게 3가지로 나뉘는데, 첫째 서비스 안내 및 판매와 객실 정비 및接客 등

31) 김세준(2003), 펜션이용객의 소비행태에 관한 연구, 한양대학교 국제관광경영대학원 석사학위논문, p.14.

32) 신기철(2004), 제주관광자의 숙박시설선택속성과 만족에 관한연구, 경기대학교 대학원 박사학위논문, p.12.

33) 허향진, 조문수(2004), 『호텔경영론』, 서울: 형설출판사, p.16.

34) 허향진, 조문수(2004), 상계서, p.2.

인적 서비스 기능, 둘째 고객을 위해 호텔 시설을 제공하는 물적 서비스 기능, 셋째 인터넷이나 팩시밀리와 같이 고객에게 편의를 제공하는 기타 서비스 기능을 들 수 있다.

호텔의 등급은 유럽에서는 별(star)로 표시하며, 한국에서는 무궁화로 나타낸다. 이에 따르면 특 1등급, 특 2등급은 무궁화 5개, 1등급은 무궁화 4개, 2등급은 무궁화 3개, 3등급은 무궁화 2개로 표시한다. 등급 결정은 현관 및 로비, 객실 부문, 식당 및 주방, 부대시설 관리 및 운영, 종사원 복지 및 관광 사업에 대한 기여, 주차시설, 건축 및 설비, 전기 및 통신, 소방 및 안전 등 9개 부문의 평가를 통해 이루어진다.<sup>35)</sup>

## 2) 중저가 숙박시설

관광진흥법상 (일반)관광호텔업이란 “관광객의 숙박에 적합한 시설을 갖추어 이를 관광객에게 이용하게 하거나 숙박에 부수적인 음식·운동·휴양·공연 또는 연수에 적합한 시설을 함께 갖추어 이를 관광객에게 이용하게 하는 업”으로 정의되어있으나 중저가 숙박시설에 대한 법적 개념은 아직 정립되어 있지 않다.(관광진흥법 제 3조와 동시행령 제2조 2항)33) 그리고 호텔 용어사전, 마케팅 용어사전에 의하면 값싸고 경제적이며 일정수준 표준화된 호텔을 버짓 호텔이라고 칭하고 있다<sup>36)</sup>.

1970년대 석유과동에 기인한 경제위기를 계기로 풀 서비스를 제공하는 호텔 경영방식의 한계를 극복하고자 한 것이 중저가 숙박시설이다. 중저가 숙박시설에 대한 연구를 보면, Quest(1983)는 요즘 새롭게 나타나는 호텔로 주로 규모가 작고 제한된 시설물과 저렴한 부대시설을 갖추고 있는 값싼 호텔이라고 정의를 내렸다<sup>37)</sup>.

Lee & Bale(1984)는 단순한 객실과 호텔 주변에 레스토랑이나 커피숍을 제공하는 호텔이라고 정의하였고<sup>38)</sup>, Pannell(1986)은 풀 서비스 호텔과 비교하였을 때 제한된 서비스와 시설들을 제공하는 댓가로 편리함과 지불한 금액에 대한 가치에 마케팅의 주안점을 두며 객실부문에 초점을 맞추면서 단지 최소화의 식음료 시설들과 공용면적을 제공함으로써 건축비용을 감소시키며 운영비용과 종업원의 수가 프론트와 일반관리 운영절차를 단순화함으로써 최소화되며 낮은 수준의 초기투자과 낮은 손익분기점을 갖는 호텔로 정의하였다<sup>39)</sup>. 그리고

35) 고석면(2005). 『호텔경영론』. 서울: 기문사, pp.17-23.

36) 이주형(2000). 중저가호텔의 선택요인. 『호텔경영학연구』, 9(2), pp.87-108.

37) M. Quest. (1983). Is there a future for low-tariff UK hotels. 『Caterer and Hotelkeeper』. Sept, p.29.

38) D. R. Lee & Bale, D(1984). The Budgets: Three Views. The Cornell H. R. A. Quarterly.

39) Pannell Kerr Foster Associates(1986). Budget Hotels. Hospitality, May, p.7.

Leventhol & Horwath(1998)는 1970년대에는 가격에 민감한 세분된 숙박기에 10달러나 그 미만의 1일 숙박요금으로 음식과 음료, 연회시설이 없는 리미트 서비스(공용면적, 어미니티와 각종시설들이 최소한 혹은 전혀 제공하지 않은 것을 의미한다)를 제공하는 좋은 입지조건을 갖춘 숙박시설로 버짓 호텔을 정의 했으며 1980년에는 가구나 텔레비전, 전화 등과 같은 시설을 완벽하게 갖춘 표준화된 크기의 현대식 객실을 평균적인 숙박업소보다 20~25% 정도 저렴한 가격으로 제공하는 숙박시설로서 식음료 시설을 제공하지 않고 대신에 부근에 호텔과는 관련이 없는 업자들에 의해서 운영되고 소유되어 있는 식음료 시설이 있다고 재정의 하였다<sup>40)</sup>.

Garry(1993)는 작은 객실에 간단한 음식과 음료를 제공하지만 모든 시설물을 갖춘 호텔로서 기존의 호텔들 보다 더 나은 기술적인 설비를 제공하고 때로는 특급호텔과 같은 편의품을 제공하면서 실내장식은 간단하고 고객 대비 직원의 비율은 낮으며 객실가격은 75-100달러 수준의 숙박시설이라고 정의하였고<sup>41)</sup>, Senior & Morphey(1990)는 영국에서의 버짓 호텔이란 명칭은 도로주변 레스토랑 옆에 위치한 30개 객실규모의 단순한숙박시설이나 도시 중심부에 위치한 고급스런 300개 객실규모의 호텔, 혹은 심지어 객실을 갖춘 선술집까지 포함하는 것으로 정의하고 있다<sup>42)</sup>.

한국 국내연구에는 장택호(1992)는 소비자가 중간 혹은 그 이하로 느낄 수 있는 심리적 가격대에 품질은 수준급인 호텔로서 가격대는 4-6만원인 숙박시설로 정의하였으며<sup>43)</sup> 이정자(1994)는 저렴한 여행경비에 민감한 여행시장 계층을 겨냥한 신상품으로 고도의 표준화를 통해 시설 수준을 고급화하고 시설의 종류와 서비스는 극도로 단순화한 숙박시설로서 동일지역에 소재한 중급 호텔 객실료의 약 25-30% 정도로 저렴한 가격대의 숙박시설이라고 정의하였다<sup>44)</sup>. 백순복(1999)은 특급이나 고가호텔의 상대적 개념으로 저렴한 요금으로 숙박할 수 있는 호텔을 편의상 부르는 말로 고급 관광호텔의 상대적 개념, 한국 국내 1, 2등급 관광 호텔이라고 정의하였다<sup>45)</sup>. 또한 김상태(2002)는 한국의 1급 이하인 관광호텔이라고 정의하

40) 동효연(2009). 중국관광객의 중저가 호텔 선택속성에 관한 연구: 개별인 관광자 중심으로. 경기대학교 석사학위논문 재인용, pp.6-7.

41) M. Garry(1993). 『Boom Time for Asian Mid-Market Management Today』. Sept.p.88-91.

42) M. Senior & Morphey, R(1990). Competitive Strategies in the Budget Hotel Sector. International Journal of Contemporary Hospitality Management, 2(3), p.3.

43) 장택호(1993). 중저가 호텔 상품화 및 마케팅 전략방안에 관한 연구. 세종대학교 석사학위 논문, p.5.

44) 이정자(1994). 버짓호텔에 관한 연구: 그 개념과 특성 및 역할. 『호텔경영학연구』, 2(0), p.85.

45) 백순복(1999). 중저가 호텔의 체인화 방안에 관한 연구: 국내 1, 2급 중저가 호텔을 중심으로. 세종대학교 석사학위논문, p.15

였으며<sup>46)</sup>, 최정길(2005)은 일반적으로 호텔이 제공할 수 있는 다양한 서비스 중에서 가급적 최소화 범위의 서비스만을 제공하는 호텔, 제한적인 식음료 제공과 회의, 연회시설, 벨 서비스, 주차 서비스 등은 아예 없거나 아주 제한적으로 운영되고 있으며 주요 소비자 계층 또한 가격에 민감한 상용 여행사들이라 하였다<sup>47)</sup>. 이러한 증거가 숙박시설에 대한 선행연구자들의 개념을 정리하면 <표 2-6>과 같다.

따라서 본 연구에서의 숙박시설의 개념을 정리하면 숙박시설은 관광 여행객이 관광목적지에서 숙박에 적합한 구조 및 설비를 갖춘 시설에서 수면을 취하기를 원하는데 기타 제반사항(세면, 휴식, 기타 부대시설 이용 등)에 대한 욕구를 충족시켜줄 수 있는 시설로써 고가 숙박시설(성급호텔)과 증거가 숙박시설(모텔, 게스트 하우스, 펜션.)을 포함한다고 정의할 수 있다.

<표 2-6> 증거가 숙박시설의 개념과 정의

연구자		정의
해외학자	Quest (1982)	새롭게 나타나는 호텔로 주로 규모가 작고, 제한된 시설물과 저렴한 부대시설을 갖추고 있는 값싼 호텔
	Lee&Bale (1984)	단순한 객실과 호텔 주변에 레스토랑이나 커피숍을 제공하는 호텔
	Pannell (1986)	풀 서비스 호텔과 비교하였을 때 제한된 서비스와 시설들을 제공하고 단지 최소한의 식음료시설들과 공용면적을 제공함으로써 초기투자와 낮은 손익분기점을 갖는 호텔
	Leventhol & Horwath	가격에 민감한 세분된 숙박기에 10달러나 그 미만의 1일 숙박요금으로 음식과 음료, 연회시설이 없는 리미트 서비스를 제공하는 좋은 입지조건을 갖춘 숙박시설
	Garry (1993)	작은 객실에 간단한 음식과 음료를 제공하지만 모든 시설물을 갖춘 호텔로서 기존의 호텔들 보다 더 나은 기술적인 설비를 제공하고 때로는 특급호텔과 같은 편의품을 제공하면서 실내장식은 간단하고 고객 대 직원의 비율은 낮으며 객실가격은 75-100달러 수준의 숙박시설
한국학자	장택호 (1992)	소비자가 중간 혹은 그 이하로 느낄 수 있는 심리적 가격대에 품질은 수준급인 호텔로서 가격대는 4-6만원인 숙박시설

46) 김상태(2002). 『중소규모 관광호텔 활성화 방안』. 한국관광연구원 주제발표 보고서, p.71.

47) 최정길(2005). 호텔의 여신관리에 기초한 우등기업과.

이정자 (1994)	저렴한 여행경비에 민감한 여행시장 계층을 겨냥한 신상품으로 단순화한 숙박시설로서 동일지역에 소재한 중급 호텔 객실료의 약 25-30% 정도로 저렴한 가격대의 숙박시설
백순복 (1999)	특급이나 고가호텔의 상대적 개념으로 저렴한 요금으로 숙박할 수 있는 호텔
김상태 (2002)	한국의 1급 이하인 관광호텔
최정길 (2005)	일반적으로 호텔이 제공할 수 있는 다양한 서비스 중에서 가급적 최소화 범위의 서비스만을 제공하는 호텔

자료: 남효석(2008). 중저가 호텔 이용자의 중저가 호텔서비스 상품과 브랜드 구매결정단계에 관한 연구. 경희대학교 석사학위논문, p.15.참고로 논자재구성.

## 2. 제주지역 숙박시설 현황 및 실태

### 1) 제주도 숙박시설 현황

제주도 내에는 다양한 숙박시설이 운영되고 있는데, <표 2-8>은 제주도에 등록된 관광숙박 시설 현황을 보여주고 있다. 2010년 이후부터 관광숙박시설은 계속적으로 증가하여 2017년 12월 기준으로 약400개의 관광숙박시설이 등록되어 있다.

제주지역의 관광숙박시설의 현황을 살펴보면 2017년 12월까지 총408개소 31,540실로, 관광호텔이 124개소 14,795실로 전체의 약30% 이상을 차지하고 있으며, 호스텔이 158개소 3,958실로 전체의 약39%이상 차지하고 있다. 휴양콘도는 60개소 8,767실로 전체 관광 숙박시설의 15%를 차지하고 있다. 2015년부터 2017년 3년간 전체 객실수는 약 120%이상로 꾸준히 증가했다. 이 중 관광호텔 객실 수는 2015년 대비 성장률은 제일 높고, 호스텔 성장률은 제2위로 차지하고 있다.

〈표 2-7〉 제주지역 관광숙박업 등록 현황

(2017년12월)

구분	계		관광호텔		전통호텔		가족호텔		호스텔		소형호텔		휴양콘도	
	개소	객실	개소	객실	개소	객실	개소	객실	개소	객실	개소	객실	개소	객실
2010년	109	12,942	50	6,664	1	26	15	869	1	36			42	5,347
2011년	115	13,098	50	6,664	1	26	17	944	5	117			42	5,347
2012년	143	13,956	54	6,810	1	26	26	1,245	18	414			44	5,464
2013년	191	16,265	63	7,464	1	26	35	1,916	47	1,116			45	5,743
2014년	272	20,970	89	9,762	1	26	47	2,870	85	1,970			50	6,342
2015년	337	25,345	107	11,645	1	26	54	3,339	120	2,881			55	7,454
2016년	386	27,836	118	12,643	1	26	58	3,793	149	3,668	3	72	57	7,634
2017년	408	31,540	124	14,795	1	26	61	3,902	158	3,958	4	92	60	8,767

자료: 제주관광공사 2017년 제주방문 관광객 실태조사 자료를 토대로 재작성

이러한 제주도 숙박시설 공급현상에 대해서는 공급과잉에 대한 의견과 수요가 충분하다는 의견이 공존한다. 하지만 2017년 상반기 사드 여파에 따른 중국 관광객이 급감하는 상황은 제주도의 관광산업이 계속적으로 장밋빛이 될 수 없다는 것을 보여주었으며 숙박시설 수급현황을 조절의 필요성을 제기한다.

## 2) 제주도 국내 관광객의 숙박시설 이용현황

제주도에서 운영 중인 다양한 숙박시설은 아직까지 단일 통계로 집계되지 못하고 있는 상황이다. 이로 인해 관광숙박업을 제외하고는 데이터가 체계적으로 정리되지 못하고 있다. 이로 인해 제주도 국내관광객 숙박시설 이용실태를 정확한 통계로 확인이 어려운 실정이다.

이에 본 연구에서는 제주관광공사의 관광객 실태조사 보고서에 수록된 내용을 참조하여 제주도 숙박시설 이용실태를 확인하였으며, 세부내용은 〈표 2-8〉과 같다.

〈표 2-8〉을 살펴보면 제주도 국내 관광객 3년 연속 ‘호텔’, ‘모텔/호스텔’, ‘친척/친구집’ 이용비율은 증가하고, ‘게스트하우스’ 이용비율은 감소한 것으로 나타났다.

〈표 2-8〉 제주도 국내 관광객의 숙박시설 이용현황

(복수응답, 단위 : %)

구 분	2015년	2016년	2017년
호 텔	18.7	35.8	47.2
모 텔/호스텔	7.0	8.0	9.2
게스트 하우스	20.8	19.5	17.8
펜 셴	17.8	24.6	22.0
콘 도/리조트	14.5	21.1	18.0
친 척/친구집	8.3	10.2	11.6
숙박하지 않음	-	0.6	0.3
기 타	4.9	3.9	2.4

자료: 제주관광공사 2017년 제주방문 관광객 실태조사 자료를 토대로 재작성

제주도 숙박시설 유형 중에서 일정한 수준을 차지하고 있는 중요한 숙박시설로 이용되고 있는 것을 알 수 있다. 따라서 제주도 숙박시설 유형 중 중요한 숙박시설 관련 연구를 진행 하는 것은 의미가 있다고 할 수 있다.

### 3) 제주도 외국인 관광객의 숙박시설 이용현황 및 특성

〈표2-9〉에 따르면 2017년 외국인관광객의 주요 이용 숙박시설은 ‘호텔’(68.1%) ‘게스트 하우스’(12.6%), ‘모텔/호스텔’(6.2%), ‘콘도/리조트’(5.8%), ‘친척/친구집’(3.6%), ‘펜 셴’(2.4%)등의 순으로 나타났다.

〈표 2-9〉 제주도 외국인 관광객의 숙박시설 이용현황

(복수응답, 단위 : %)

구 분	2017년
호 텔	68.1
모 텔/호스텔	6.2
게스트 하우스	12.6
펜 셴	2.4
콘 도/리조트	5.8
친 척/친구집	3.6
숙박하지 않음	0.4
기 타	1.1

자료: 제주관광공사 2017년 제주방문 관광객 실태조사 자료를 토대로 재작성

〈2-10〉는 제주 방문 외국인 관광객의 제주도 숙박시설 이용특징을 보여주고 있다. 주요 이용 숙박시설을 성별로 살펴보면, ‘호텔’ 이용비율은 남성이 69.9%로 여성의 66.9% 보다 다소 높고, ‘모텔/호스텔’은 여성이 7.1%로 남성의 5.0% 보다 높게 나타났다.

연령에서는 40대(41세~50세) 연령층(76.8%)에서 ‘호텔’ 비율이 높고, 20대(21세~30세) 연령층(16.4%)에서는 ‘게스트 하우스’ 비율이 상대적으로 높은 것으로 확인되었다.

방문목적에서는 비즈니스 여행객(80.6%)인 경우 ‘호텔’ 비율이 높고, 여행형태 중 개별여행객(15.1%)인 경우 ‘게스트 하우스’ 비율이 상대적으로 높게 나타났고, 방문횟수에 따라서 살펴보면 3회 방문(11.8%)시 ‘콘도/리조트’이용률이 상대적으로 높은 것으로 나타났다.

〈표 2-10〉 성별/연령/방문목적/여행형태/방문횟수별 주요 이용 숙박시설

(복수응답, 단위 : %)

구분	응답 자수	호텔	모텔/ 호스텔	게스트 하우스	펜션	콘도/ 리조트	친척/ 친구집	비 숙박	기타	
전체	3,827	68.1	6.2	12.5	2.4	5.7	3.6	0.4	1.1	
성별	남성	1,578	69.9	5.0	12.6	2.2	6.2	3.2	0.1	0.9
	여성	2,249	66.9	7.1	12.5	2.5	5.4	3.9	0.5	1.2
연령	15세~20세	228	70.9	8.5	10.8	0.9	6.1	0.7	0.2	1.9
	21세~30세	1,727	62.7	8.6	16.4	2.7	4.7	3.0	0.7	1.2
	31세~40세	1,192	71.8	4.2	11.0	2.0	6.9	3.3	0.2	0.7
	41세~50세	429	76.8	3.6	6.0	1.3	6.3	4.5	0.0	1.3
	51세~60세	170	3.4	2.0	3.2	5.9	6.5	8.6	0.0	0.5
	61세 이상	81	65.7	1.6	11.4	4.5	3.8	12.1	0.0	0.8
방문 목적	휴가 및 관광	3,150	69.0	6.8	13.3	2.3	5.1	1.9	0.5	1.2
	비즈니스	267	80.6	2.6	4.1	1.2	7.7	3.7	0.0	0.1
	기타	410	53.2	4.4	12.0	3.6	9.5	16.2	0.0	1.0
	개별	2,890	62.1	7.6	15.1	3.1	5.8	4.5	0.4	1.4
여행 형태	완전 패키지	852	87.3	1.5	4.2	0.3	5.9	0.5	0.2	0.0
	부분 패키지	85	78.8	6.1	9.2	0.0	1.4	3.4	0.0	1.2
방문 횟수	1회	3,071	68.8	6.5	12.8	2.6	5.2	2.5	0.4	1.2
	2회	414	67.8	6.8	12.5	1.0	6.1	5.1	0.2	0.5
	3회	141	61.9	2.4	12.9	0.6	11.8	9.8	0.0	0.6
	4회 이상	201	63.0	3.8	8.6	3.3	8.2	11.9	0.2	1.1

자료: 제주관광공사(2018), 2017 제주특별자치도 방문관광객 실태조사, p.216

〈표 2-11〉의 거주국별로 살펴보면, 대부분 국가권역에서 ‘호텔’이용이 많았으며, 중화권(7.1%)이 ‘콘도/리조트’비율이 상대적으로 높게 나타났으나, 중화권에서 이용하는 숙박 시설 중 고가숙박시설(성급호텔), 중저가 숙박시설(모텔, 게스트 하우스, 펜션) 순으로 이용률이 가장 높은 것으로 나타난다. 그러므로 중화권에서 주로 이용하는 숙박시설 중에서 고가와 중

저가 숙박시설에 관한 연구가 매우 중요하다고 판단된다.

〈표 2-11〉 거주국별 주요 이용 숙박시설

(복수응답, 단위 : %)

구분	응답자수	호텔	모텔/ 호스텔	게스트 하우스	펜션	콘도/ 리조트	친척/ 친구집	숙박하지 않음	기타
전체	3,827	68.1	6.2	12.5	2.4	5.7	3.6	0.4	1.1
일본권	176	81.9	1.5	4.6	0.7	3.3	7.3	0.0	0.7
중화권	2,086	71.6	6.7	8.7	1.7	7.1	3.5	0.6	0.3
비중국 중화권	289	74.9	5.9	11.0	1.8	4.7	1.2	0.4	0.3
동남 아시아권	588	65.1	4.9	19.8	2.0	3.1	3.0	0.2	1.9
북미권	111	49.1	5.9	19.8	4.7	2.9	6.0	0.4	11.3
기타	577	54.8	7.6	20.7	5.8	5.1	4.2	0.0	1.7

자료: 제주관광공사 2017년 제주방문 관광객 실태조사 자료를 토대로 재작성

2017년 제주를 방문하는 외국인 관광객중 개별 관광객이 75.5%로 제일 높은 비중을 차지하고 있는데, 그 중 74.7%가 중화권에서의 개별여행 비율로서 상대적으로 높은 비중을 차지하고 있다. 이러한 중국인 개별관광객의 관광 비율을 보면 제주도 숙박시설을 이용하는 비중이 높아, 이를 연구한다면 숙박시설의 특성을 정확히 확인할 수 있을 것으로 보인다. 그러므로 중화권의 숙박시설 이용률을 높일 수 있는 방안을 찾는다면, 제주 숙박시설의 경쟁력을 높이는데 효과적으로 이용할 수 있을 것이다. 제주관광공사의 '2017년 제주방문 관광객 실태조사 자료'를 참고하면, 중화권의 주요 이용 숙박시설 상태에 대한 만족도가 4.08점 보통, 숙박시설 종사원 친절에 대한 만족도는 4.09점으로 가장 낮은 만족도를 보였으며, 이용 숙박시설 편의성에 대한 만족도는 중화권이 4.10점 보통으로 나타났다. 그러므로 이러한 만족도 조사를 통하여 제주도 내 숙박시설의 경쟁력을 높일 수 있는 효과적인 방법을 알아볼 수 있다.

### 제3절 숙박시설 선택속성과 고객만족도

#### 1. 개념과 측정방법

##### 1) 숙박시설 선택속성 개념

속성(attribute)이란 사전적 의미로 유형 및 무형의 상품이나 서비스가 가진 특징이나 성질을 의미하며, 선택속성은 선택에 미치는 영향 요인으로써 비교 그룹에 대한 응답자의 서로 다른 선택의 결과 요소를 추출한 것을 뜻하다<sup>48)</sup>.

선택속성이란 고객 선호와 고객이 구매 시 상품속성에 대한 태도가 차별화되고 어떻게 다른 속성들과 구별할 수 있는가에 관한 것을 의미한다.

관광숙박시설의 선택속성은 관광객들이 관광숙박시설을 이용할 경우에 누릴 수 있는 대상으로써 관광자의 관광숙박시설 선택에 커다란 영향을 미치며, 이러한 부분이 결여된 숙박시설은 불만요소로써 관광자의 선택대상에서 제외되기 쉬운 반면 이것이 충족된다고 해서 그 숙박시설을 반드시 선택하거나 선호하지 않을 수 있다.이유는 다른 호텔들 또한 같은 속성을 갖고 있다 생각할 수 있기 때문이다. 숙박시설이 보유하는 속성 중 선택에 결정적인 영향을 주는 것과 주지 않는 것이 있고, 효과적인 마케팅방법의 수립에 있어서는 선택에 결정적인 영향을 미칠 수 있는 속성을 파악하는 것이 중요하다<sup>49)</sup>.

한편 관광숙박시설의 선택속성(Attribute)은 관광객이 중요하게 여기는 중요도와 선택 후 지각하는 만족도를 의미하며, 선택속성의 하위개념으로 속성만족도(Satisfaction of Attribute)와 속성중요도(Importance of Attribute)로 구분할 수 있다<sup>50)</sup>. 숙박시설을 이용하는 관광객들이 숙박시설을 선택 시 어떠한 속성을 우선적으로 고려하는가, 그리고 선택 후 만족도에 지각하는 구매의사에 어떠한 결정적인 영향을 주는가 하는 것이다. 여러 연구기관 및 학자들의 견해와 숙박시설 정의 등에서 관련 문헌, 숙박시설 선택속성에 대한 선행연구의 요인 분석결과들을 조사하여 고찰한 후 인지도의 속성을 추출하였다.

48) 신기철(2004), 제주관광자의 숙박시설선택속성과 만족에 관한 연구, 경기대학교 대학원 박사학위논문,p.35

49) 김진탁 외 2명(2002), 개인가치, 라이프 스타일, 호텔 선택속성 및 만족간의 영향관계, 『한국관광연구학회』,17(2),pp.129~130.

50) 이재곤(1998), 리조트 관광자의 선택행동에 관한 연구, 경기대학교 대학원 박사학위논문,p.13.

## 2) 고객만족도 개념 및 측정방법

일반적으로 만족이란 소비자가 어떤 특정한 제품이나 서비스를 구매하고 경험하면서 이루어지는 감정적인 평가반응이라고 할 수 있다. 만족에 대해서 다양하게 정의내릴 수 있는 만큼 만족이라는 용어는 매우 추상적이고 다양한 관점에서 고찰할 수 있다.<sup>51)</sup>

1975년 고객 만족/불만족의 개념이 미국 문화에서 등장한 이래 많은 연구가 진행되어 왔는데 고객 만족은 현대의 소비자 지향적인 마케팅의 궁극적인 목적의 하나라고 할 수 있으며 지금 많은 산업분야에서 가장 주목 받고 있는 마케팅 개념이 바로 고객 만족이다<sup>52)</sup>. 고객만족도는 고객만족의 정도, 혹은 고객만족도 치수라고도 하는데 고객이 제품을 받은 후 경험하고 기대치와 비교하는 실제 정도이며 일종의 고객 만족상황에 대한 양화평가지표이다. 또한 고객만족도는 고객만족 이론의 핵심내용이며 역대 학자들이 쟁론하는 초점이다. 중국학자 왕화 등은 호텔 고객만족도는 바로 고객이 호텔에서 상품을 구매하고 호텔 서비스를 받는 과정에서 생기는 것이라고 하였다. 기대와 실제 받는 느낌사이의 차이로 인해 형성하는 만족태도의 정량표사는 여러 가지 요소가 종합적으로 영향을 준 결과이며 여기에는 중요하게 호텔 브랜드, 호텔에서 제공하는 실물의 질과 서비스 질 및 가격 신용 지표와 최전선의 직원 등과 같은 요소들이 포함되다<sup>53)</sup>. 기업의 제품이나 서비스에 만족한 고객은 기업에게 이윤을 가져다 줄 것으로 믿고 있는 것이다. 대부분의 경영자들은 고객 만족과 구매행동과는 높은 상관관계가 있다고 가정하기 때문에 소비자 만족이 높아지면 그 상표나 회사 제품에 대한 소비자의 구매 비중과 추천율이 높아질 뿐만 아니라 더 높은 가격을 지불할 의향도 생기게 된다고 믿고 있다<sup>54)</sup>. 고객만족에 대해 학자들이 내리는 정의는 아래와 같다.

Oliver(1999)는 소비자의 충족상태에 대한 반응으로써, 제품 및 서비스특성 또는 제품 및 서비스 자체가 소비에 대한 충족 상태를 만족한 수준에서 제공하거나 제공하였는가에 대한 판단이라고 정의하였다<sup>55)</sup>. 사실은 90년대에 들어 연구자들이 고객만족과 기타요소를 함께 하여 연구하는데 예를 들어, 고객만족과 고객가치를 결합해서 연구하는 것이다. 이 관점을 지지하는 학자 Woodruff(1997)은 고객만족에 대한 판단이 고객이 구매 전의 기대치를 바탕으

51) 오현주(2011), 부산 관광지 매력속성의 중요도와 만족도에 관한 연구, 경성대학교 경영대학원 석사학위논문, p.24.

52) 최병용(1994). 『최신 소비자 행동론』. 서울: 박영사, p.618.

53) 허윤석(2007). 고객 만족에 영향을 미치는 항공사 선택요인에 관한 연구: 국내 저가항공사를 중심으로. 성균관대학교 석사학위논문, p.33.

54) 김철중(1998). 고객만족에 관한 이론적 고찰. 『창업정보학회지』. 창간호, p.60.

55) R. L. Oliver. (1999). Whence customer loyalty. *Journal of Marketing*, 63, pp.33-44.

로 진행해야 한다고 하였다<sup>56)</sup>.

허윤석(2007)은 고객 만족을 사람들이 하나의 제품에 대해 가지고 있던 기대치와 제품 사용 후에 느낄 수 있는 감정을 말하며, 만족 수준은 제품 사용 이전의 감정과 이후의 감정 사이의 차이라고 정의 하였으며<sup>57)</sup>, 이승현(2009)는 상품에 대한 기대치와 실제 소비 후에 얻는 실제 상황사의 불일치에 대한 고객 반응으로 정의하였다<sup>58)</sup>.

한응범(2010)은 만족이란 기대와 사용 후 느끼는 성과를 비교할 때 느끼는 감정 상태라고 볼 수 있다. 즉, 사전의 기대와 사용 후 지각되는 제품 성과 간에 지각된 불일치의평가 반응으로 소비자 영역, 총괄적 이익, 소비, 특징 있는 행동 등에서 지각된 결과라고도 볼 수 있다고 하였다<sup>59)</sup>.

정지영(2012)은 고객만족도를 의료시설을 이용한 후 지불한 비용과 편익에 대하여 평가되어진 최종적인 결과물로서 전반적인 체감만족 정도라고 정의하였다<sup>60)</sup>.

이용만족 측정 역시 학자와 연구기관 마다 다양한 측정방법을 시도하고 있는데, 본 연구에서 크게 네 가지로 구분할 수 있다.

첫째, 대표적인 측정방법으로 고객이 제품이나 서비스에 대한 만족이나 불만족은 실제성과와 기대와의 차이에 의해 형성된다고 보는 기대-불일치 이론이 있다.

둘째, 제품 및 서비스에 대한 고객의 만족은 대체로 지각된 성과에 의해 결정되며 구매 이전에 가졌던 기대와는 독립적 차원으로, 기대는 만족에 아무런 영향을 주지 않으며 만족은 지각된 성과만으로 만족도를 측정해야 한다는 지각된 성과 모형이 있다.

셋째, 개인은 항상 자신의 투입산출비율을 관련자들과 비교하게 되는데 이러한 과정을 이용만족에 적용한 결과 고객은 자신의 투입에 비해 산출의 비율이 비교적 공정하다고 느껴야 만족을 얻게 된다는 공평성 이론이 있다.

마지막으로 고객의 만족과 불만족은 기대-불일치로 결정되는 것이 아니라 기대-불일치 다음에 귀인이라는 과정 다음에 결정되는 것이라는 귀인이론모형 등이 있다.

56) R. B. Woodruff(1996). Customer Value: The Next Source for Competitive Advantage. Journal of the Academy of Marketing Science, 25, pp.139-153.

57) 허윤석(2007). 전계논문, p.34

58) 이승현(2009). 국내 저가 항공사의 서비스 품질과 요금 차별성이 고객만족과 충성도에 미치는 영향. 경희대학교 석사학위논문, p.45.

59) 한응범(2010). 관광동기로서 Push-Pull요인이 관광객 만족에 미치는 영향에 관한 연구. 청주대학교 박사학위논문, p.25.

60) 정지영(2012). 의료서비스 품질이 고객만족도와 타인 추천의사에 미치는 영향에 관한 연구. 경희대학교 석사학위논문, p.24.

따라서 선행연구를 바탕으로 고객만족도의 개념을 정리하면 숙박시설을 이용한 후 지불한 비용과 편익에 대하여 가지고 있던 기대치와 상품이용 후에 느낄 수 있는 감정의 만족 정도로 정의할 수 있다.

## 2. 선행연구

### 1) 숙박시설 선택속성의 선행연구

Lewis(1984)는 목적에 따라 선택속성 중요도에 차이를 보인다는 가정 하에 중요속성과 결정속성으로 구분하여 선택속성을 분석하였다. 관광을 목적으로 하는 여행자의 경우 중요속성의 순위를 서비스의 질, 식당의 질, 요금의 조건, 건축미, 쾌적함, 정숙, 객실·욕실 상태로 나타냈으며, 결정속성 순위는 정숙, 안전, 이미지, 객실·욕실 상태, 요금 및 가치, 서비스의 질의 순으로 중요속성과 일치하지 않는다고 하였다. 상용이 목적인 여행자의 경우에는 중요속성 순위를 안전, 서비스의 질, 객실·욕실의 상태, 레스토랑의 질, 평판 등의 순으로 나타냈고, 결정속성에 있어서는 서비스의 질, 안전, 정숙, 예약 서비스, 객실·욕실 상태 순으로 이 또한 중요속성과 결정속성은 일치하지 않으며, 그 이유로는 외적인 환경 변수와 여행자의 상황과 선행 경험의 작용 때문이라고 하였다.<sup>61)</sup>

Knutson(1988)은 숙박시설 선택속성을 추출하기 위하여 상용 목적 여행자와 관광목적 여행자를 구분하여 그들이 고려하는 요인이 무엇인지 연구한 결과 상용목적 여행자는 객실의 청결과 안락, 편리한 위치, 안전과 보안, 신속하고 정중한 서비스, 친절, 객실 요금 순으로 6개의 요인을 중시한 것으로 나타났고, 관광 목적 여행자는 객실의 청결과 안락, 안전과 보안, 객실요금, 신속하고 정중한 서비스, 편리한 위치, 친절, 레크리에이션 순으로 7개의 요인을 중시하였다.<sup>62)</sup>

Cadott와 Turgeon(1988)은 만족과 불만족에 관한 속성을 연구하여 총 25개의 속성변수인 가격, 신속성, 주차시설, 숙박시설의 편리한 위치, 영업시간, 광고 수준, 교통 불편도, 청결성, 경영층의 서비스 지식, 서비스 공간의 적정성, 시설의 통일성, 종사원 외모, 서비스 품질, 종사원의 서비스 지식, 조용함, 불평 접수 태도, 서비스 다양성, 퇴실시간, 신용거리의 적

61) Lewis, Robert C.(1984), Isolating Difference in Hotel Attributes, The Cornell H. R. A. Quarterly, 25.

62) Knutson, B. J.(1988), Frequent Travelers : Marketing Them Happy and Bringing Them Back, Cornell Hotel & Restaurant Administration Quarterly, 29(1).

질성, 계산의 정확성, 친절한태도, 정리정돈을 제시하였다.<sup>63)</sup>

Shanahan & Hyman(2007)은 중국과 아일랜드에서 휴가 중인 미국인 관광객들을 대상으로 호텔선택 결정속성의 필요에 대한 연구를 실시하였는데, 안전, 무료조식, 금연룸, 가격, 위치, 청결성에 대한 부분을 조사했다. 그 결과 호텔의 안정성과 가격에 맞는 가치에 대한 부분이 중요한 요인으로 나타났다. Hanai, Oguchi, Ando & Yamaguchi(2008)의 연구에서는 개인 고객과 단체 고객을 중심으로 숙박시설 속성의 중요도를 비교했는데 편의시설, 직원, 위치, 청결성의 속성에 대한 연구에서 무엇보다 직원의 서비스가 가장 중요하다고 나타났으며, 유의미한 결과를 나타내고 있다. 훌륭하고 고급스러운 룸과 맛있는 음식이 제공될지라도 무례한 직원이 서비스를 한다면 다시는 그곳을 방문하지 않을 것이라고 제시하고 있다.<sup>64)</sup> 국외 연구사례를 정리 보면 다음 <표 2-12>와 같다.

<표 2-12> 국외 연구사례

연구자	선택속성
Lewis (1984)	가격과 가치, 예약과 프런트 서비스, 이미지, 평판, 서비스 품질, 전반적 느낌, 분위기, 쾌적한 상태, 헬스시설, 조용함, 안전, 개선된 서비스, 식음료 가격과 질, 입지, 서정적, 실내장식, 객실과 욕실 구비조건, 음료의 질, 객실속성 조건
Knutson (1988)	청결, 안락함, 친절과 환대, 객실요금, 부대시설, 안전과 보안, 특별한 대우, 편리한 위치, 신속·정중한 서비스
Cadotte & Turgeon (1988)	가격, 신속성, 주차시설, 숙박시설, 퇴실시간, 계산의 정확성, 친절한 태도, 정리정돈, 편리한 위치, 서비스 공간의 적정성, 청결성, 서비스품질, 종사원의 서비스 지식, 조용함, 불평 접수 태도, 서비스의 다양성, 시설의 통일성, 종사원 미모, 영업시간, 광고수준, 교통 불편도
Shanahan & Hyman(2007)	안전, 무료조식, 금연 룸, 가격, 위치, 청결성
Hanai, Oguchi, Ando & Yamaguchi(2008)	편의시설, 직원의 서비스, 위치, 청결성.

자료: 이도길(2015), 리연(2016) 참조하여 연구자 재구성

김인호(2004) 외는 교통, 시설관련, 주변 및 실내 환경, 부대시설관련 등 4가지 요소들로

63) Cadotte, E. R., & Turgeon, N(1988) Key factors in guest Satisfaction, Cornell Hotel & Restaurant Administration Quarterly, 28(4).

64) 리연(2016), 방한 중국 자유 관광객의 숙박시설 선택속성이 행동의도에 미치는 영향, 경희대학교 대학원 석사학위논문.p.23.

구분하여 세부요인을 조사하였다. 교통요소에 속한 항목으로는 위치, 교통의 편리성, 소요시간이고, 시설관련요소의 항목은 프라이버시 보장, 화장실 및 세면시설, 객실상태, 객실 배치상태, 주방 및 취사, 냉·난방시설이고, 주변 및 실내 환경 요소의 항목으로는 조용함, 조망지점, 수경요소, 수목의 종류, 정원 상태, 휴식공간이고, 부대시설 관련요소에 속한 항목으로는 놀이시설, 바비큐시설, 동선 체계 및 배치, 편의시설, 주변과의 조화를 도출하였다<sup>65)</sup>.

신기철(2004)은 제주 관광자의 숙박시설 선택 속성의 만족도와 재방문, 추천의도 영향력과 숙박시설 선택속성에 관한 차이를 검증하기 위하여 요인분석을 통해 호텔의 선택속성은 크게 가격, 이미지, 입지, 서비스, 시설 등으로 분류 되고 이를 통한 숙박시설 선별 선택속성 중요도의 차이, 인구통계학적 특성의 차이가 각 변수들의 영향력을 검증하였다<sup>66)</sup>.

이상태(2007)는 제주도를 중심으로 펜션 이용객들의 소비가치에 따른 펜션 선택속성의 중요도와 만족도, 재 구매의도에 미치는 영향수준이 다르다는 점을 규명하기 위해 크게 시설 및 환경요인, 가격 및 접근성요인, 전반적인 분위기 요인, 체험프로그램요인으로 구분하여 이만족도를 경유하여 재 구매의사에 미치는 영향을 구조적으로 분석하였다. 분석결과 소비가치에 따라 항목에 대한 영향이 차이를 보이며, 이를 바탕으로 향후 펜션업 시장의 효과적인 마케팅 전략을 제시하였다<sup>67)</sup>.

이진희(2012)는 세계적인 관광지로 발돋움하고 있는 제주도의 관광객들이 펜션을 방문하는데 있어 중요하게 인식하는 선택속성을 크게 요금, 시설, 이미지, 내외 프로그램으로 구분하여 전반적인 만족도에 미치는 영향을 분석하였다. 또한 펜션, 이용객들의 인구통계학적 특성, 관광형태, 만족도와 어떠한 관련이 있는지를 분석하여 펜션업의 적절한 마케팅수립을 위한 기초 자료를 제공하고자 하였다<sup>68)</sup>.

이인선(2013)은 여가 숙박시설 선택속성의 차원이 이용만족에 긍정적인 영향을 미치는지를 살펴보고, 예약시스템, 인적서비스 속성, 자연경관 속성이 펜션과 리조트를 각각 이용하는 두 집단 모두 지지되었다.<sup>69)</sup>

65) 김인호·김신원·허준(2004), 수도권 펜션 이용자의 만족도 분석, 『한국산림휴양학회지』, 7(3), pp.28~37.

66) 신기철(2004), 제주관광자의 숙박시설 선택속성과 만족에 관한 연구, 경기대학교 대학원 박사학위논문, p.8

67) 이상태(2007), 소비가치에 따른 펜션선택속성에 관한 연구-제주도를 중심으로, 상명대학교 박사학위 논문

68) 이진희(2012), 제주도 펜션이용자의 선택속성과 만족도에 관한 연구, 관광연구저널 제26권 1호, 한국관광연구학회, pp.217~232.

69) 이인선(2013), 여가숙박시설 선택속성이 이용만족과 재방문의도에 미치는 영향에 관한 연구, 강원대학교 대학원 석사학위논문, pp.60~61.

리연(2016)은 방한 중국 FIT 관광객 대상 한국 숙박시설의 선택속성이 고객만족도에 미치는 영향력과 고객만족도가 재방문의도 및 추천의도에 미치는 영향력을 검증한 연구에 의하면 중국관광객의 숙박시설 선택속성은 이미지, 입지, 가격, 인적서비스, 부대시설의 5가지 요인이 영향을 미치는 것으로 보았다. 중국 FIT 관광객이 숙박시설의 선택 시 숙박시설 종사원의 서비스와 숙박시설이 제공하는 서비스가 강화될수록 고객만족도도 증가한다고 하고, 더 다양하고 편리한 숙박시설을 가격대 성능비가 높게 제공해야한다고 제언하였다.

국내 연구사례를 정리 보면 다음 <표 2-13>와 같다.

<표 2-13> 국내 연구사례

연구자	선택속성
김인호 외3명 (2004)	위치, 교통의 편리성, 소요시간이고, 프라이버시 보장, 화장실 및 세면시설, 객실상태, 객실 배치상태, 주방 및 취사, 냉·난방시설이고, 조용함, 조망지점, 수경요소, 수목의 종류, 정원 상태, 휴식공간이고, 놀이시설, 바비큐시설, 동선 체계 및 배치, 편의시설, 주변과의 조화를 도출하였다.
신기철 (2004)	가격, 이미지, 입지, 서비스, 시설
이상태 (2007)	시설 및 환경, 가격 및 접근성, 전반적인 분위기, 체험프로그램
이진희 (2012)	요금, 시설, 이미지, 내외 프로그램
이인선 (2013)	예약시스템, 인적서비스, 자연경관
리연 (2016)	이미지, 입지, 가격, 인적서비스, 부대시설

자료: 신기철(2004), 김인호 외3명(2004), 이상태(2007), 이진희(2012), 이인선(2013) 참조하여 연구자 재구성

따라서 선행연구를 바탕으로 본 연구에서 숙박시설 선택속성이란 고객들이 숙박시설을 이용하면서 누릴 수 있는 것들로 일반 제조업이 갖고 있는 시설이라는 유형적 상품뿐만 아니라 인적 서비스라는 무형의 상품을 추가적으로 갖고 있으며, 이들이 결합되어 고객에게 판매되는 특수한 상품을 의미한다.

## 2) 고객만족도의 선행연구

고객만족에 대한 측정은 직접적인 조사와 간접적인 조사를 상호 보완시켜 연구목적에 맞게 적절히 진행시켜야 한다. 고객만족을 측정하는 방법으로는 고객 불평 행위가 재구매 행위에 미치는 의견에 관한 자료를 수집하는 방법이 있다. 이 방법은 불평 행위와 재구매 행위가 고객만족과 밀접한 관계가 있으며, 비교적 외부 요인의 간섭을 받지 않으며, 반응성 역시 작다는 점에서 중요한 의미를 갖는다. 그러나 재구매는 고객만족 이외에도 기업의 촉진활동, 상표를 얻을 수 있는 여부, 상표 애호도에 의해서 영향을 받기 때문에 모호하며 불완전 하는 면이 있다. 고객만족의 측정 수단중에서는 설문조사가 가장 많이 사용되고 있으며 설문조사법의 가장 큰 장점은 직접성에 있다. 뚜렷한 목적, 직설적인 답변, 고객만족과 측정의 응답이 모호하지 않다. 그러나 설문조사는 응답이 측정행위 그 자체에 의해 영향을 받을 수 있다는 단점뿐만 아니라 조사자의 전문성, 표본추출 방법의 선정 등에서 오류를 발생할 수 있다<sup>70)</sup>.

특히 선행연구에서 고객만족 측정방법이 고객만족의 재구매의도에 대한예측력에 영향을 미치는가하는 연구에서 단일항목으로 지각된 만족도를 측정한 경우 고객만족도와 재구매 의도 간의 상관관계가 높게 나왔으며, 고객만족도 제고를 위한 마케팅 전략을 찾아내기 위해 속성별 구체적인 정보가 필요한 경우 속성별 만족도와 중요도를 5점 척도로 측정한 후 가중 평가하는 모형이 예측력이 높다고 하였다<sup>71)</sup>. 그러나 고객만족의 결정요인으로써 소비자와 인구통계학적 변수와 사회심리학적 특성으로 다룬 연구가 있다. 즉, 고객만족은 연령, 개인적인 능력과는 정(+ )의 상관이고, 교육 또는 학력과 가족전체의 소득에는 부(-)의 상관관계를 가진다고 검정하였다. 그리고 고객만족은 인종과 결혼 상태와도 상관관계가 있다는 연구 결과도 있었다. 그러나 다른 연구에서는 이와는 달리 나이와 학력에서 상관관계가 나타나지 않았다. 전반적으로 볼 때 고객만족과 소비자의 인구통계적과 사회심리학적 요인간의 관계는 약한 것으로 이해된다. 또한 고객의 경력과 이전의 경험이 모두 고객의 기대에 영향을 준다. 따라서 고객만족도에 영향을 준다. 부동한 소비경력, 부동한 소비자는 반드시 부동한 고객 기대치를 초래하며, 이를 고객이 호텔상품이나 서비스에 대해 실지적으로 감수한 결과에 결부 시키면 고객만족도가 결정 된다<sup>72)</sup>.

70) 이나미(2005). 호텔 서비스품질이 고객만족 및 재방문의도에 미치는 영향에 관한 연구. 한양대학교 석사학위논문, p.45.

71) 안광호(2000). 측정방법에 따른 고객만족도와 재구매의도 간의 상관관계의 차이에 관한 연구. 『소비자학연구』, 11(1), p.42

72) 박경임(2008). 외식프랜차이즈 서비스품질과 브랜드자산이 고객만족과 충성도에 미치는 영향에 관한연구: 프랜차이즈 피자전문점을 중심으로. 중앙대학교 석사학위논문, pp.64-65.

Oliver(1997)는 고객 만족은 소비자의 태도에 영향을 미치고 이러한 태도는 재구매의도에 영향을 준다고 하였으며<sup>73)</sup>, 박희자(2009)는 약선 음식의 지각된 가치와 위험지각이 고객만족과 충성도에 미치는 영향 연구에서 고객만족을 전반적인 만족, 가격대비 만족을 통해 측정하였고, 그 결과 지각된 가치와 위험지각은 고객만족에 유의한 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다<sup>74)</sup>.

최자은(2004)은 만족과 불만족이 재구매 의도에 미치는 비대칭적인 영향에 관한 실증연구에서 외식산업을 중심으로 기대이론의 관점에서 만족과 불만족의 재구매에 미치는 영향에 대해서 연구하여 기대치의 만족도는 재구매의 영향을 미치는 것으로 나타났고<sup>75)</sup>.

신기철(2005)은 제주관광자의 숙박시설 선택속성과 만족에 관한 연구에서 숙박형태에 따른 선택속성이 만족도에 미치는 영향분석 결과 호텔의 경우는 서비스, 시설, 입지는 만족도에 정의 영향을 미치는 것으로 나타났으며 재구매에 미치는 만족도의 영향은 펜션, 휴양콘도미니엄, 호텔의 순으로 나타났으며 구전에 미치는 만족도의 영향은 휴양콘도미니엄, 펜션, 호텔의 순으로 나타났다. 호텔의 경우에 서비스요인이 만족도에 미치는 영향이 크므로 고객만족도를 높이기 위해서는 서비스에 대한 집중적인 관리가 지속되어야 한다고 하였다<sup>76)</sup>.

Jacoby & Chestnut (1978)은 상표의 애호도와 재구매 행위에 고객만족이 긍정적인 영향을 주고 상표 전환을 감소시킨다고 하였다<sup>77)</sup>.

따라서 본 연구에서는 고객만족도를 Oliver(1997), 최자은(2004), 신기철(2005)의 선행연구를 토대로 연구하고자 한다.

73) R. L. Oliver.(1999). op. cit., pp.33-44

74) 박희자(2009). 약선음식의 지각된 가치와 위험지각이 고객만족 및 충성도에 미치는 영향에 관한 연구, 갈문대학교 박사학위논문. p.43

75) 최자은(2004). 만족과 불만족이 재구매의도에 미치는 비대칭적인 영향에 관한 실증연구: 외식산업을 중심으로. 숙명여자대학교 석사학위논문, p.71.

76) 신기철(2005). 제주관광자의 숙박시설 선택속성과 만족에 관한 연구. 경기대학교 박사학위논문, pp.131-132

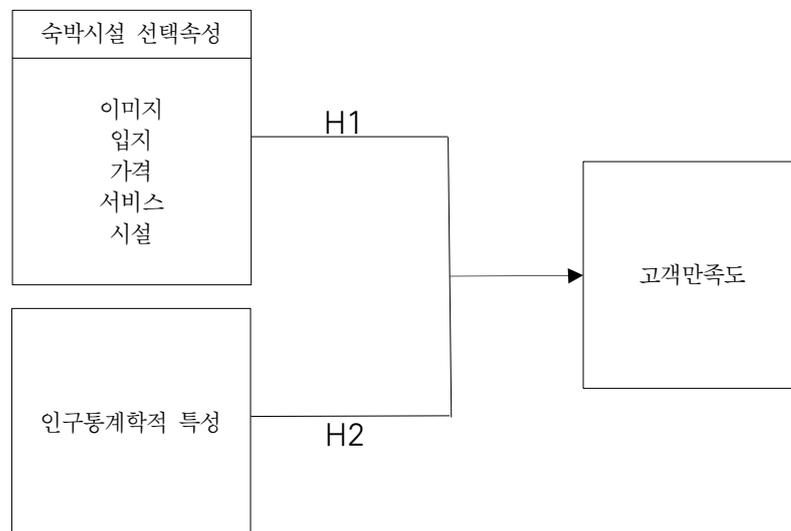
77) J. W. Jacoby & Chestnut, R. W. (1978). Brand Loyalty Measurement and Management. New York: John Wiley and Sons, pp.1-60.

### 제3장 연구모형과 조사 설계

#### 제1절 연구모형과 가설설정

##### 1. 연구모형

[그림 3-1] 연구모형



##### 2. 가설설정

【가설 1】 제주방문 중국인 개별관광객의 숙박시설 선택속성이 고객만족도에 정(+ )적인 영향을 미칠 것이다.

가설1-1. 제주방문 중국인 개별관광객의 숙박시설의 이미지 속성이 고객만족도에 정(+ )적인 영향을 미칠 것이다.

가설1-2. 제주방문 중국인 개별관광객의 숙박시설의 입지 속성이 고객만족도에 정(+ )적인 영향을 미칠 것이다.

가설1-3. 제주방문 중국인 개별관광객의 숙박시설의 가격 속성이 고객만족도에 정(+)  
적인 영향을 미칠 것이다.

가설1-4. 제주방문 중국인 개별관광객의 숙박시설의 서비스 속성이 고객만족도에 정(+)  
적인 영향을 미칠 것이다.

가설1-5. 제주방문 중국인 개별관광객의 숙박시설의 시설 속성이 고객만족도에 정(+)  
적인 영향을 미칠 것이다.

【가설 2】 제주방문 중국인 개별관광객의 숙박시설에 대한 만족도는 인구통계학적 특성에  
따라 차이가 있을 것이다.

## 제2절 조사 설계

### 1. 변수의 조작적정의

조사연구는 개념적 정의(conceptual definition)과 조작적 정의(operational definition) 두 가지 형태에 기초를 두고 있다. 여기서 개념적 정의란 어떤 변수의 개념을 설명할 때, 다른 개념을 사용하여 설명하고 여러 가지 방법을 이용하여 다른 개념들과 연결을 시킴으로써 정의하는 것이고 조작적 정의는 연구자가 조작적 정의과정을 통하여 변수를 측정가능(measurable)하고 조작가능(manipulatable)한 형태로 변화시키는 것을 말한다<sup>78)</sup>. 이처럼 본 연구에서 선택된 이론을 실제현상에서 측정 가능하도록 관찰 가능한 형태로 정의해 놓은 것이 조작적 정의이다. 따라서 본 연구의 목적을 달성하기 위하여 다음과 같은 주요 용어들에 대하여 조작적 정의를 하였다.

#### 1) 숙박시설 선택속성

본 연구에서 선행연구를 바탕으로 숙박시설 선택속성이란 고객들이 숙박시설을 이용하면서 누릴 수 있는 것들로 일반 제조업이 갖고 있는 시설이라는 유형적 상품뿐만 아니라 인적 서비스라는 무형의 상품을 추가적으로 갖고 있으며 이들이 결합되어 고객에게 판매되는 특수한

78) 채서일(2009), 『사회과학조사방법론』, 비엔엠북스, pp.96~97

상품을 의미한다.

방한 중국단체관광객 대비 제주방문 중국인개별관광객의 숙박시설 선택속성을 측정하기 위하여 선행연구 Lewis(1984), 김인호(2004), 신기철(2004), 이인선(2013), 리연(2016)의 연구를 토대로 추출한 숙박시설 선택속성을 이미지, 입지, 가격, 서비스, 시설 다섯 가지 형태로 분류하고, 총 32개 문항을 '매우 중요하지 않다'를 1점, '매우 중요하다'를 5점으로 하여 리커트 5점 척도로 측정하였다.

## 2) 고객만족도

만족에 대한 조사는 시장조사의 일환으로 고객만족도를 높여 고정 고객층의 이탈방지를 통해 재구매를 높이고 안정적인 이익을 확보하는데 있다. 따라서 본 연구에서 고객만족도란 숙박시설을 이용한 후 지불한 비용과 편익에 대하여 가지고 있던 기대치와 상품이용 후에 느낄 수 있는 감정의 만족정도를 의미한다. 고객만족도에 대한 요인은 Oliver(1997), 최자은(2004), 신기철(2005)의 선행 연구를 토대로 총 1개의 문항을 '매우 만족하지 않다'를 1점 '매우 만족한다'를 5점으로 하여 리커트 5점 척도로 측정하였다.

## 2. 조사목적과 대상

본 연구의 목적은 제주를 방문하여 숙박을 경험한 중국인 개별관광객들을 대상으로 숙박시설을 선택함에 있어 고려하는 속성들은 무엇인지 각 속성별 만족도에 어떠한 관계가 있는지 여부를 알아보고자 한다. 이를 통해 제주도 숙박업의 활성화에 도움을 주고 운영자들에게 이용객 특성에 대한 이해의 폭을 넓혀 전략적이고 합리적인 경영이 될 수 있는 유용한 실무적 시사점을 제시하고자 한다.

## 3. 조사방법과 기간

본 연구는 제주를 방문 중국인 개별관광객의 숙박시설을 선택속성과 만족도에 관한 연구이다. 따라서 실증분석을 위하여 모집단을 규정하고 모집단을 대표할 수 있는 표본을 선정하였

다. 모집단이란 연구의 대상이 되는 집단으로서 연구자가 직접적인 방법이나 통계적 추정에 의하여 정보를 얻으려 하는 대상 집단을 의미한다. 모집단을 정확히 규명하기 위해서 연구의 대상, 범위, 시간과 같은 요소들을 명확히 확정하도록 하였다.

본 연구의 표본은 제주를 방문하여 제주 숙박시설을 이용한 중국인 개별관광객을 대상으로 2017년 12월 15일부터 2018년 3월 15일까지 겨울철에 해당하는 3개월간 실시하였다. 표본추출방법은 비확률 표본추출방법중의 하나인 편의표본추출법을 실시하였으며, 설문방법은 설문지법을 이용하였으며 제주공항에서 실시된 것과 온라인으로 동시에 배포하였다.

설문지는 총 300부를 배포하여 240부가 회수되었으며 회수된 설문지 중 내용이 충실하지 않은 20부를 제외한 220부를 실증분석에 사용하였다. <표3-1>는 모집단의 규정 및 표본에 대해 나타낸 것이다.

<표3-1> 모집단의 규정 및 표본

조사대상	제주를 방문하여 제주 숙박시설을 이용한 중국인 개별관광객
조사기간	2017년 12월 15일- 2018년 3월 15일
조사장소	제주국제공항
조사방법	자기기입법을 통한 설문조사
표본 크기	300부

### 제3절 설문지 구성 및 분석방법

#### 1. 설문지 구성

설문지의 구성은 변수의 조작적 정의를 기초로 선행연구 검토를 통해 선정된 측정항목을 본 연구에서 제시한 연구목적에 달성함과 동시에 가설검증을 위한 실증분석을 실시하기 위하여 아래<표3-2>과 같이 측정항목을 정리하였다.

〈표3-2〉 설문지의 구성

측정변수	설문내용	출처	설문문항	척도
관광형태	숙박위치 숙박유형 숙박비용 숙박일수 방문목적	논자 구성	5	명목척도
숙박시설 선택속성	이미지 입지 가격 서비스 시설	Lewis(1984) 정규엽과 한승엽(1997) 김인호 외3명(2004) 신기철(2005) 김창수(2013) 이 위(2014) 리 연(2016)	26	Likert5점척도
고객만족도	전반적인 만족	Oliver(1997) 최자은(2004) 신기철(2005) 리연(2016)	1	Likert5점척도
일반적 사항	인구통계학적 특성	논자 구성	6	명목척도

## 2. 분석방법

조사대상자의 인구통계학적 특성을 살펴보기 위해 빈도분석을 실시하였다. 조사대상자의 관광형태 알아보기 위하여 기술통계분석을 실시하였다.

제주 방문 중국 개별관광객의 숙박시설의 선택속성과 만족도도에 대한 문항들의 타당도와 신뢰도를 검증하기 위하여 탐색적 요인분석과 Cronbach's  $\alpha$  신뢰도분석을 실시하였다.

가설 검증은 다중회귀분석, 일원배치 분산분석(one-way ANOVA)을 이용하여 연구가설을 검증하였다.

본 연구의 주요변수인 제주 방문 중국 개별관광객의 숙박시설의 선택속성의 5가지 하위요인인 이미지, 입지, 가격, 서비스, 시설과 만족도의 상관관계를 알아보기 위하여 Pearson 상관분석을 실시하였다.

## 제4장 실증분석 결과

### 제1절 조사표본의 특성

#### 1. 인구통계학적 특성

응답자의 인구통계학적 특성을 파악하기 위해 빈도분석(frequency analysis)을 사용한 결과는 다음<표4-1>과 같다.

성별에서 보면 남자 100(45.5%)명, 여자 120(54.5%)명으로 여자가 남자보다 많은 비율을 차지하였다.

연령에는 20대 95(43.2%)명, 30대 54(24.5%)명, 40대 41(18.6%)명, 50대 20(9.1%)명, 10대 10(4.5%)명으로 나타났다.

결혼여부에서 보면 기혼 106(48.2%)명, 미혼 114(51.8%)명으로 기혼과 미혼의 수는 비슷하다.

학력에서는 대학교 재학 86(39.1%)명, 대학교 졸업 75(34.1%)명, 전문대학교 26(11.8%)명, 고졸 25(11.4%)명, 중졸이하 8(3.6%)명으로 나타났다.

직업에서 보면 크게 회사원/은행원과 공무원 94(42.7%)명으로 가장 많았고, 다음이 기업경영과 자영업 56(2.3%)명, 전문직/기술직 35(15.9%)명, 판매/서비스직 13(5.9%)명, 기타 9(4.1%)명, 학생 5(13.9%)명, 주부와 언론, 종교, 문화예술인 각각 4(1.8%)명으로 나타났다.

마지막으로 월평균 소득에서 보면 3,001~5,000위안 76(34.5%)명으로 가장 높게 나타났다. 다음으로 5,001~8,000위안 51(23.2%)명, 12,000위안 이상 30(13.6%)명, 8,001~12,000위안 29(13.2%)명, 2,001~3,000위안 25(11.4%)명, 2,000위안 미만 9(4.1%)명으로 나타났다.

〈표4-1〉 인구통계학적 특성

구분	내용	빈도	퍼센트
성별	남	100	45.5
	여	120	54.5
연령	10-19대	10	4.5
	20-29대	95	43.2
	30-39대	54	24.5
	40-49대	41	18.6
	50대이상	20	9.1
결혼여부	기혼	106	48.2
	미혼	114	51.8
학력	중학교 및 이하	8	3.6
	고등학교	25	11.4
	전문대학교	26	11.8
	대학교 재학	86	39.1
	대학원 또는 대학원 졸업이상	75	34.1
직업	기업경영	48	21.8
	회사원/은행원	40	18.2
	공무원(군인, 교사포함)	54	24.5
	전문직/기술직(의사, 변호사, 교수 등)	35	15.9
	언론, 종교, 문화 예술인	4	1.8
	판매 / 서비스 직	13	5.9

	자영업	8	3.6
	주부	4	1.8
	학생	5	4.1
	기타	9	4.1
월 평균 소득	2000 위안 이하	9	4.1
	2001~3000위안	25	11.4
	3001~5000위안	76	34.5
	5001~8000위안	51	23.2
	8001~12000위안	29	13.2
	12000위안 이상	30	13.6

## 2. 관광행태 특성

표본의 관광 행태적 특성을 파악하기 위해 빈도분석(frequency analysis)을 실시한 결과는 다음의<표4-2>와 같다.

제주시 지역 숙박시설을 이용하는 관광객이 143(65%)명으로 가장 많았으며, 서귀포시 지역 숙박시설을 이용하는 관광객이 77(35%)명으로 나타났다.

호텔을 이용하는 관광객이 76(34.5%)명으로 가장 많았으며, 다음으로는 펜션을 이용하는 관광객이 57(25.9%)명, 콘도미니엄/리조트를 이용하는 관광객이 38(17.3%)명, 게스트하우스를 이용하는 관광객이 30(13.6%)명, 민박을 이용하는 관광객이 19(8.6%)명으로 나타났다.

숙박의 1박 비용은 5-10만원이 97(44.1%)명으로 가장 많았으며, 10-15만원이 39(17.7%)명, 5만원 미만인 38(17.3%), 15-20만원이 35(15.9%)명, 20만원 이상이 11(5.0%)명으로 나타났다.

숙박일은 3박이 74(33.6%)명으로 가장 많았으며, 다음으로 2박이 61(27.7%)명, 4박이 37(16.8%)명, 1박이 28(12.7%), 5박 이상이 20(9.1%)명으로 나타났다.

방문목적을 보면 100명(45.5%)이 관광을 목적으로 방문하였으며, 다음으로는 쇼핑이 46명(20.9%), 비즈니스가 34명(15.5%), 건강/휴양의료가 22명(10.0%), 친척 및 친구방문이 16명(7.3%), 기타 2명(0.9%)을 차지하였다.

〈표4-2〉 관광형태 특성

구분	내용	빈도	퍼센트
숙박위치	제주시	143	65
	서귀포시	77	35
숙박유형	호텔	76	34.5
	펜션	57	25.9
	휴양콘도미니엄/리조트	38	17.3
	민박	19	8.6
	게스트하우스	30	13.6
숙박비용	5만원 미만	38	17.3
	5-10만원	97	44.1
	10-15만원	39	17.7
	15-20만원	35	15.9
	20만원 이상	11	5
숙박일수	1박	28	12.7
	2박	61	27.7
	3박	74	33.6
	4박	37	16.8
	5박 이상	20	9.1
방문목적	비즈니스	34	15.5
	관광	100	45.5
	쇼핑	46	20.9
	친척 및 친구방문	16	7.3

	건강/휴양의료	22	10.0
	기타	2	0.9

## 제2절 자료 분석

### 1. 신뢰도 및 타당성 검증

신뢰도 측정을 위한 기법은 여러 가지가 있으나 본 연구에서는 통계적 처리 기법으로서 가장 많이 활용되고 있는 Cronbach  $\alpha$  값을 이용하여 신뢰도를 측정하였다. Cronbach  $\alpha$  값은 각각의 요인 내에서 측정항목들이 가지는 일관성 측정을 위한 것으로, 일정한 신뢰도 계수에 도달하지 못하는 문항 분류 집단에서 신뢰도 계수를 저하시키는 문항을 제거하기 위해 활용된다. 신뢰도 계수는 0에서 1사이의 값을 가지며 특정한 기준치의 값은 없으나 일반적으로 사회과학연구에서 0.6 이상이면 내적일관성이 높은 것으로 판단하므로, 본 연구에서도 신뢰도 검증의 기준을 0.6 이상으로 정하고 각 변수에 대한 신뢰도 계수를 표시하여 항목에 대한 신뢰성을 제시하였다.

요인 추출 과정에서 고유값(eigen value)은 특정 요인에 적재된 모든 변수의 적재량을 제공하여 합한 것을 말하는 것으로, 특정요인에 관련된 표준화된 분산(standardized variance)을 가리킨다. 일반적으로 사회과학분야에서 요인과 문항의 선택기준은 고유값(eigen value)은 1.0 이상, 요인 적재치는 0.40 이상이면 유의한 변수로 간주하며 0.50이 넘으면 아주 중요한 변수로 본다.<sup>79)</sup> 기준으로 요인을 추출하였으며 요인의 회전은 직각회전 가운데 베리맥스(varimax)회전을 실시하였다.

또한, 요인분석에서 변수들 간의 상관관계가 다른 변수에 의해 잘 설명되는 지에 대한 정도를 나타내는 Kaiser-Meyer-Olkin(KMO)값을 통해 요인분석을 하기위한 변수들 선정이 적당한지 알아보았다.

일반적으로 KMO의 값이 0.90이상이면 상당히 좋은 것이며, 0.80~0.89의 값이 나오면 좋은 편이고, 0.70~0.79는 적당한 편, 0.60~0.69는 보통, 0.50미만이면 받아들일 수 없

<sup>79)</sup> 송지준(2013). 『논문작성에 필요한 SPSS/.AMOS 통계분석방법』, p.82

는 수치로 판단한다. 이와 더불어 요인분석 모형으로서 적합한지 아닌지를 유의확률로 파악하는 Bartlett의 구형성 검정도 함께 병행하여 실시하였다.

따라서 본 연구에서는 제주 숙박시설 선택속성과 고객만족도에 대한 구성의 타당성을 분석하기 위해 탐색적 요인분석을 실시하였고, 요인의 추출방법은 주성분분석(Principal Component Analysis)을, 요인의 회전방법은 베리맥스(Varimax) 직교회전방식을 이용하였다. 또한 고유치는 1.0 이상인 것으로, 요인적재량은 0.5 이상이면 유의한 것으로 간주하였다.

본 연구의 주요 변수인 숙박시설 선택속성의 타당도에 대한 분석한 결과는 다음 <표4-4>와 같다.

제주 방문 중국개별관광객의 숙박시설 선택속성에 대한 요인분석을 실시하는 분석결과는 고유치가 1이상인 요인이 총 5 가지로 나타났으며, 5개 요인에 의한 누적설명력이 50.943% 이고 KMO값이 0.798, Bartlett의 구형성 검정 Approx. Chi-Square값이1865.776 (df=325,  $p < .001$ )으로 나타났다.

추출된 요인들은 이미지, 입지, 가격, 서비스, 시설등의 선택속성으로 명명하며, 문항들의 요인적재 값은 최소 0.484이상으로 나타나 집중타당성이 있는 것으로 파악할 수 있다.

각 요인들의 신뢰도를 분석한 결과, cronbach 'α' 값은 이미지 0.705, 입지0.769, 가격 0.732, 서비스 0.760, 시설 0.777의 값을 나타내어 내적 일관성을 가지고 있는 것으로 나타났다.

<표4-3> 숙박시설 선택속성에 대한 신뢰도 및 타당성 검증

요인	요소 변수	평균 (표준편차)	요인 적재량	고유값	분산 설명	Cronba ch's Alpha
이미지	5.안전하고 편안한분위기	3.386 (0.989)	.573	4.091	15.734%	0.705
	2.규모가 적당하다	3.309 (0.967)	.518			
	1.주변의 환경이 좋다	3.277 (1.06)	.484			
	3.평판이 좋다	3.373 (0.945)	.617			
	4.명성이 높다	3.25 (0.884)	.739			
입지	8.대중교통이용이의 편리성	3.65 (0.902)	.683	2.836	10.908%	0.769
	6.주변 관광지로의 접근성	3.577 (0.916)	.724			

	9.주변 쇼핑시설, 먹자골목과의 접근성	3.464 (0.999)	.525			
	10.도시중심지로의 접근성	3.482 (0.914)	.688			
	7.공항에서 숙박시설까지의 접근이성	3.564 (0.881)	.779			
가격	12.식음료 가격	3.682 (0.701)	.730	2.614	10.055%	0.732
	11.객실가격	3.805 (0.657)	.644			
	13.부대시설 이용가격	3.75 (0.562)	.665			
서비스	14.직원 서비스 전문성	2.791 (0.897)	.555	2.214	8.516%	0.760
	15.서비스 태도	2.736 (0.629)	.676			
	16직원 외국어 능력	2.805 (0.629)	.669			
	17.다양한 부가서비스 제공 ( 공항 pick up 등)	2.891 (0.587)	.628			
	18.컨시어지 운영(각종 안내, 티켓, 관광정보 추천)	2.864 (0.708)	.654			
시설	26.취사시설을 제공	2.605 (0.599)	.535	1.490	5.730%	0.777
	22.내부시설이 고급	2.614 (0.669)	.744			
	21.침대 친구의 정결	2.695 (0.698)	.730			
	23.부대시설이 다양 (wifi 유무 등)	2.677 (0.703)	.592			
	24.쾌적한 냉난방시설이 갖추고 있다	2.65 (0.669)	.729			
	25.욕실 샤워시설 상태	2.636 (0.651)	.699			
	20.객실 및 욕실이 청결	2.705 (0.619)	.661			
KMO=0.798, Bartlett의 구형성 검정: Approx. Chi-Square=1865.776 (df=325, P<.001)						

## 2. 선택속성 요인분석

숙박시설을 선택할 때 방문객들이 중요하게 여기는 선택속성들이 무엇인지를 살펴보기 위해 각 선택속성 및 요인별로 평균과 표준편차를 계산하였다. 결과는 <표4-3>와 같다.

분석 결과 가격이 3.746점으로 가장 중요한 선택속성이라고 평가하였으며 입지가 3.547 점, 이미지가 3.319점의 순서로 중요한 선택속성이라고 평가하였다. 나머지 요인들에 대해서는 모두 보통(2점)이상으로 중요하다고 평가했다.

여기는 하위요인의 평균값은 객실가격 (3.805), 대중교통이용이의 편리성(3.65), 안전하고 편안한 분위기(3.386), 다양한 부가서비스를 제공(2.891), 객실 및 욕실이 청결(2.705) 등의 항목응답이 높게 나타났다. 이러한 결과는 중국인 개별관광객은 전반적으로 가격을 가장 고려하고 대중교통 이용 시의 편리성을 중요시하며, 안전의 분위기와 다양한 부가서비스를 제공하는지, 객실의 위생 상태를 고려하여 숙소를 선택하는 것으로 해석할 수 있다.

반면, 숙박시설 내부시설의 고급여부(2.614), 취사시설 유무(2.605) 등의 항목이 낮게 응답된 것은 관광을 하는데 있어 숙소와 관련된 내부는 다소 중요치 않게 여기는 것으로 볼 수 있다.

〈표4-4〉 숙박시설 선택속성 빈도분석

요인	선택속성	평균	표준편차
이미지	안전하고 편안한 분위기를 제공하다	3.386	0.884
	숙박시설에 대한 평판이 좋다	3.373	1.06
	숙박시설의 규모가 적당하다	3.309	0.967
	숙박시설의 명성이 높다	3.25	0.945
	숙박시설 주변의 환경이 좋다	3.277	0.989
	평균	3.319	0.969
입지	대중교통 이용 시의 편리성이 있다	3.65	0.999
	주변 쇼핑시설, 먹자골목과의 접근이 용이하다	3.464	0.914
	도시중심지로의 접근이 용이하다	3.482	0.881
	공항에서 숙박시설까지의 접근이 용이하다	3.564	0.916
	주변 관광지로의 접근이 용이하다	3.577	0.902
	평균	3.547	0.922
가격	객실가격이 적절하다	3.805	0.701
	부대시설 이용가격 적절하다	3.75	0.562
	식음료 가격이 적절하다	3.682	0.657
	평균	3.746	0.64
서비스	서비스 태도가 좋다	2.736	0.629
	예약이 용이하다	2.768	0.836

	직원 서비스 전문성 높다	2.791	0.897
	직원 외국어 능력이 좋다	2.805	0.629
	컨시어지 운영하다(각종 안내, 티켓, 관광정보 추천)	2.864	0.708
	다양한 부가서비스를 제공한다( 공항 pick up 등)	2.891	0.587
	평균	2.809	0.714
시설	객실 및 욕실이 청결하다	2.705	0.599
	침대 친구의 정결하다	2.695	0.669
	욕실 샤워시설 상태가 좋다	2.636	0.651
	쾌적한 냉난방시설이 갖추고 있다	2.65	0.669
	부대시설이 다양하다 (wifi 유무 등)	2.677	0.703
	내부시설이 고급스럽다	2.614	0.698
	취사시설을 제공한다	2.605	0.619
	평균	2.655	0.658

### 3. 상관관계 분석

상관관계분석(correlation analysis)은 변수들 간의 연관성을 파악하기 위해 사용되는 분석기법 중의 하나로 변수간의 선형관계 정도를 분석하는 통계기법을 의미한다. 상관관계분석은 두 변수의 공분산(covariance)을 이용하여 분석하며, 공분산은 동시에 2개의 변수 값을 갖는 개별 관측치가 각 변수의 평균으로부터 어느 정도 산포되어 있는가를 나타내는 지표를 말한다. 공분산은 척도 크기에 영향을 받지 않도록 각 변수를 그 변수의 표준편차로 나누어 표준화시킨 변수 값을 사용하여 구할 수 있으며, 이 값이 상관계수(correlation coefficient)가 된다.

본 연구의 주요변수인 제주방문 중국 개별관광객의 숙박시설 선택속성의 5가지 하위요인인 이미지, 입지, 가격, 서비스, 시설과 만족도의 상관관계를 알아보기 위하여 Pearson 상관분석을 실시한 결과는 다음 <표4-5>과 같다.

모두 변수 서로 간의 관계는 통계적으로 유의한 상관관계가 존재하였으며, 이에 대한 상관계수는 모두 0.8미만으로 나타나 각 구성개념간의 판별타당성은 성립이 되는 것으로 평가되었다.

〈표4-5〉 상관관계 분석 결과

상관계수						
변수	이미지	입지	가격	서비스	시설	숙박시설 전반적으로 만족한다
이미지	1					
입지	.545**	1				
가격	.406**	.463**	1			
서비스	.368**	.438**	.250**	1		
시설	-0.081	0.046	0.112	.143*	1	
숙박시설 전반적으로 만족한다	.480**	.450**	.406**	.458**	.452**	1

\*p<.05. \*\*p<.01.

### 제3절 연구가설 검증

#### 1. 숙박시설 선택속성과 고객만족도

【가설 1】 제주방문 중국인 개별관광객의 숙박시설 선택속성이 고객만족도에 정(+ )적인 영향을 미칠 것이다.

【가설 1】의 검증을 위해 앞부분 상관관계 분석결과를 통해서 주요변수 서로 간의 상관을 살펴본 후 다중회귀분석 (Multiple Regression Analysis)을 실시하였다.

가설1-1. 제주방문 중국인 개별관광객의 숙박시설의 이미지 속성이 고객만족도에 정(+ )적인 영향을 미칠 것이다.

가설1-2. 제주방문 중국인 개별관광객의 숙박시설의 입지 속성이 고객만족도에 정(+)적인 영향을 미칠 것이다.

가설1-3. 제주방문 중국인 개별관광객의 숙박시설의 가격 속성이 고객만족도에 정(+)적인 영향을 미칠 것이다.

가설1-4. 제주방문 중국인 개별관광객의 숙박시설의 서비스 속성이 고객만족도에 정(+)적인 영향을 미칠 것이다.

가설1-5. 제주방문 중국인 개별관광객의 숙박시설의 시설 속성이 고객만족도에 정(+)적인 영향을 미칠 것이다.

그 결과(표4-6)과 같이 숙박시설 선택속성 요인이 고객만족도에 미치는 영향에 대해 살펴보면  $R^2 = .543$ ,  $F = 50.929$ 로 선택속성이 만족도에 미치는 설명력  $R^2$ 값은 54.3%이며 유의 수준  $p < .05$ 에서 유의한 것으로 나타났다.

제주방문 중국 개별관광객의 숙박시설 선택속성의 5가지 하위요인인 각각이 분석결과를 살펴보면 입지가 유의하지 않았으나 나머지 이미지, 가격, 서비스가 모두 유의하게 나타났다.

우선, 이미지가  $t = 5.783$  ( $p < .05$ )으로 통계적으로 유의하게 나타났다. 이미지의 비표준화 계수 B값이 0.233로 나타나 즉 이미지가 높을수록 만족도가 높아지며 이미지가 만족도도에 정(+)적인영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 가설1-1 채택되었다.

둘째, 입지가  $t = 1.713$  ( $p > .05$ )으로 통계적으로 유의하지 않았다. 즉 입지가 만족도에 영향을 미치지 않아 따라서 가설1-2는 기각되었다.

셋째, 가격이  $t = 2.32$  ( $p < .05$ )으로 통계적으로 유의하게 나타났다. 가격의 비표준화 계수 B값이 0.136로 나타나 즉 가격이 높을수록 만족도가 높아지며 가격이 만족도도에 정(+)적인영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 가설1-3 채택되었다.

넷째, 서비스가  $t = 3.713$  ( $p < .001$ )으로 통계적으로 유의하게 나타났다. 서비스의 비표준화 계수 B값이 0.251로 나타나 즉 서비스가 높을수록 만족도가 높아지며 서비스가 만족도도에 정(+)적인영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 가설1-4 채택되었다.

마지막으로 시설이  $t = 9.064$  ( $p < .001$ )으로 통계적으로 유의하게 나타났다. 시설의 비표준화 계수 B값이 0.516로 나타나 즉 시설이 높을수록 만족도가 높아지며 시설이 만족도도에 정(+)적인영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 가설1-5 채택되었다.

전반적으로 제주 방문 중국 개별관광객의 숙박시설 선택속성의 5가지 하위요인 중에 입지

를 제외하여 나머지 4가지 요인이 모두 유의하며 재방문의도에 정(+)적인에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉, 가설1은 부분적으로 채택되었다.

〈표4-6〉 숙박시설 선택속성이 고객만족도에 미치는 영향

독립변수	비표준화 계수		표준화 계수	t값	P값	VIF값
	B	표준오차	Beta			
(상수)	-0.444	0.254		-1.749	.082	
이미지	0.233	0.04	0.335	5.783	.000	1.576
입지	0.069	0.04	0.104	1.713	.088	1.719
가격	0.136	0.058	0.125	2.32	.021	1.354
서비스	0.251	0.068	0.196	3.713	.000	1.31
시설	0.516	0.057	0.432	9.064	.000	1.064
R=0.737, R제곱=0.543, 수정된R2=0.533, F=50.929 (df=5, p<0.001)						

## 2. 인구통계학적 특성에 따른 숙박시설 만족도의 차이

【가설 2】 제주방문 중국인 개별관광객의 숙박시설에 대한 만족도는 인구통계학적 특성에 따라 차이가 있을 것이다.

제주방문 중국인 개별관광객 숙박시설에 대한 이용 만족도는 인구통계학적 특성에 따라 차이를 분석하기 위하여 일원배치 분산분석(one-way ANOVA)을 실시한 결과는 다음 〈표 4-7〉과 같다.

우선, 만족도는 제주방문 중국인 개별관광객 성별에 따라 차이가 없는 것으로 나타났다 (t=0.028, p>.05).

둘째, 만족도는 제주방문 중국인 개별관광객 연령에 따라 차이가 없는 것으로 나타났다 (t=2.006, p>.05).

셋째, 만족도는 제주방문 중국인 개별관광객 결혼 여부에 따라 차이가 없는 것으로 나타났다

( $t=0.177$ ,  $p>.05$ ).

넷째. 만족도는 제주방문 중국인 개별관광객 학에 따라 차이가 없는 것으로 나타났다  
( $t=0.109$ ,  $p>.05$ ).

다섯째. 만족도는 제주방문 중국인 개별관광객 직업에 따라 차이가 있는 것으로 나타났다  
( $t=91.020$   $p<.05$ ).

마지막으로. 만족도는 제주방문 중국인 개별관광객 월평균수입에 따라 차이가 있는 것으로  
나타났다( $t=38.199$  ,  $p<.05$ ).

〈표4-7〉 인구통계학적 특성에 따른 숙박시설 만족도의 차이 비교

변수	구분	평균	t/F값	P값
성별	남	3.16	0.028	0.868
	여	3.15		
연령	10-19대	3.1	2.006	0.095
	20-29대	3.232		
	30-39대	3.167		
	40-49대	3.049		
	50대이상	3		
결혼유무	기혼	3.142	0.177	0.674
	미혼	3.167		
학력	중학교 및 이하	3.125	0.109	0.979
	고등학교	3.16		
	전문대학교	3.115		
	대학교	3.174		
	대학원 또는 대학원 졸업이상	3.147		
직업	기업경영	3.854	91.020	0.000
	회사원/은행원	3		
	공무원(군인, 교사 포함)	3		
	전문직/기술직(의사, 변호사 등)	2.914		

	언론, 종교, 문화예술인	2		
	판매/서비스직	3		
	자영업	3		
	주부	3		
	학생	3		
	기타	3		
월수입	2000위안 이하	2.556	38.199	0.000
	2001-3000위안	2.92		
	3001-5000위안	3		
	5001-8000위안	3.059		
	8001-12000위안	3.586		
	12000위안 이상	3.667		

## 제5장 결 론

### 제1절 연구의 요약 및 시사점

세계화 시대가 열리면서 해외여행은 꾸준히 증가하고 있으며, 한국을 찾는 외래 관광객들 또한 증가세를 보이고 있다. 2008년 이후 관광추세는 단체관광에서 개별관광으로 점차적으로 변하고 있다. 한국관광공사 외래 관광객 실태조사에 따라 2013년 한국방문 관광객 중에 66.2%는 개별관광객이었다. 관광객의 전체 관광비용 중 숙박비가 차지하는 비중은 평균 소비액에서 24%를 차지하여 숙박시설의 비중은 매우 크다고 볼 수 있다.

중국은 세계적으로 관광산업에서 중요한 위치를 차지하고 있다. 2000년대 들어 한국을 방문하는 중국관광객이 꾸준히 증가하고 있다. 그리고 제주도는 한국의 제일 큰 섬으로서 한국 드라마 안에만 볼 수 있는 아름다운 풍경과 풍부한 해산물로 만든 맛있는 제주 특유한 음식들도 제주도의 다른 매력이 되었고 중국관광객에게 또 하나의 여행하고 싶은 이유가 되었다. 2014년에 제주도에 가는 관광객들의 수가 1200만이 넘었고 중국 관광객들이 그중 86%를 차지했다. 2016년에는 관광객들의 인원수 1700만이 넘었다. 수많은 중국 관광객들이 제주도지역의 경제를 활발하게 만들었다. 하지만 2017년 초부터 사드(THAAD) 배치에 대한 영향, 즉 정치적 환경의 변화로 인해 중국 정부의 제한조치 방한금지령으로 인해 방문객 수가 80%가량 급감하는 등 제주로써는 자발적 대응이 어려운 상황에 놓여있다. 중국 정부의 한국 관광 금지 조치 속에서도 중국인 개별관광객의 제주 방문이 꾸준히 늘고 있지만 개별 관광시장을 견인할 수용태세 구축은 미흡하다. 제주 관광당국은 저가 단체관광객에 대한 의존을 벗어나 개별관광객을 유치하겠다고 공언했지만 이렇다 할 정책이 나오지 않고 있어 보다 적극적인 노력이 요구되고 있다. 특히 중국인 개별관광객의 증가는 제주 숙박 업계 입장에서 볼 때 아주 좋은 기회라고 할 수 있다. 중국인 개별관광객을 지속적으로 끌어들이기 위한 전략도 없고 이들이 제대로 된 제주를 즐길 수 있도록 하는 생태계 구축 역시 미흡한 게 현실이다. 중국 개별관광객의 숙박시설 선택속성에 대해서 알아보고 그 특성에 따라 숙박업에 변화를 주는 것이 시급하며 단기간 고객이 아닌 장기 고객, 즉 충성 고객으로 만드는 것이 아주 중요

하다. 중국인 개별관광객의 숙박시설 선택속성과 그들의 특성을 이용한 전략의 개발은 반드시 필요한 시점이라 할 수 있다.

본 연구는 이러한 시점에서 제주를 방문하여 숙박시설을 이용한 중국 개별관광객을 대상으로 하여 숙박시설을 선택함에 있어 고려하는 속성들은 무엇인지, 각 속성별 만족도에 어떠한 관계가 있는가를 검증함으로써, 중국인 개별관광객들이 수요에 맞는 숙박시설의 개발 및 활성화에 유용한 시사점을 모색하고자 하였다.

이를 위해 제주를 방문하여 숙박시설을 이용한 중국인 개별관광객을 대상으로 2017년 12월 15일부터 2018년 3월 15일까지 3개월간 실시하였다. 설문방법은 폐쇄형 응답의 설문지법을 이용하였으며, 제주공항에서 실시된 것과 온라인으로 동시에 배포하였다.

설문지는 총 300부를 배포하여 240부가 회수되었으며, 회수된 설문지 중 내용이 충실하지 않은 20부를 제외한 220부를 실증분석에 사용하였다.

본 연구의 목적에 따라 연구결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 인구통계학적 특성에서 남성보다 여성의 비율이 높은 것으로 나타났으며, 연령대는 20대가 가장 높게 나타났고, 학력 대졸이 70%이상을 차지하였다. 또한 직업으로는 회사원/은행원과 공무원직이 가장 높게 나타났고, 월평균 소득은 3001~5000위안이 가장 높게 나타났다.

둘째, 제주도 지역 숙박시설을 이용한 관광객 비율이 가장 높게 나타났고, 호텔을 이용하는 관광객이 가장 많고, 숙박의 1박 비용은 5-10만원이 가장 높게 나타났고, 숙박일은 3박이 가장 많았으며, 방문목적은 관광 목적이 45.5%를 차지하였다.

셋째, 제주 방문 중국인 개별관광객의 숙박시설 선택속성을 구성요인 분석한 결과 객실 가격, 교통과 안전이 매우 중요하게 인식되고 있으며, 그리고 부가서비스, 객실 및 욕실이 청결과 나머지 요인들도 모두 중요하게 인식되고 있음을 알 수 있다.

넷째, 제주방문 중국 개별관광객의 숙박시설 선택속성과 고객만족도에 대한 타당성 및 신뢰도 검증을 위한 탐색적 요인 분석과 신뢰도 분석결과, 요인적재량은 0.5 이상으로 나타났으며 Cronbach's Alpha은 0.7이상으로 나타났다. 숙박시설 선택속성에 대한 요인분석을 한 결과 26개 측정항목이 5개의 요인으로 도출되었다. 그 요인들은 선행연구를 바탕으로 '이미지', '입지', '가격', '서비스', '시설'로 명명하였다.

다섯째, 제주 방문 중국 개별관광객의 숙박시설 선택속성이 고객만족도에 미치는 영향관계를 규명한 결과 입지를 제외하여 나머지 4가지 요인이 모두 유의하며 고객만족도에 정(+)적

인에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 분석결과 시설이 고객만족에 가장 큰 영향을 미친다, 그 다음에 서비스, 이미지, 가격의 순서로 고객만족에 영향력을 미친다.

여섯째, 제주 방문 중국인 개별관광객의 숙박시설에 대한 고객만족도는 인구통계학적 특성에 따라 차이를 분석한 결과는 직업과 월소득만 나타났다.

본 연구는 제주방문 중국인 개별관광객의 숙박시설 선택 시 영향요인들의 체계적인 분석을 통하여, 급변하게 변화하는 시장 환경 속에서 소비자의 욕구를 찾아내어 이를 만족시킬 수 있는 마케팅 자료로서 활용하는데 그 시사점을 찾을 수 있다.

첫째, 숙박시설의 시설의 더욱 다양하게 편리하게 만드는 것이 중요하다고 생각한다. 그리고 숙박시설은 객실시설에 대해 위생과 시설 노후화에 대한 전체적인 점검을 해야 할 필요가 있다고 판단되며, 구비된 설비에 대한 활용도 및 상태 확인을 통해 관광객들이 만족도를 높일 수 있도록 해야 할 것이다.

둘째, 숙박시설의 서비스를 강화시켜야 한다고 본다, 서비스를 강화하기 위하여 다양한 서비스와 체계적인 시스템이 필요하다고 시사하는 바이다.

셋째, 제주를 방문 중국인 개별관광객에게 숙박시설은 잠을 자는 공간이며, 가격과 분위기의 안전함을 아주 중요하다고 생각하는 바 가격대 성능비와 안전성이 높은 숙박시설을 제공해야 할 것이다.

## 제2절 연구의 한계와 향후 제언

본 연구는 제주방문 중국인 개별관광객의 숙박시설 선택속성 및 만족도 간 관계에 관한 설문조사를 통해서 진행했다. 본 연구는 제주방문 중국인 개별관광객들이 수요에 맞는 숙박시설의 개발하고 향후 제주지역 숙박업의 활성화를 위한 발전방안을 수립하는데 있어 중요한 준거 대상이 될 것이라고 생각한다. 연구의 한계를 극복하고 보다 효율적인 연구결과를 얻기 위하여 관련된 제언 다음과 같이 진행되어야 할 것이다.

첫째, 조사장소는 제주공항과 제주시로 한정되어 있었으며, 다른 장소들이 포함되어 있지 않았다. 제주에 관광이 끝난 후에 한국의 다른 도시로 가는 관광객들의 의견없이 또 올라인 조사를 병행하여 제주에 오다간 중국인 관광객들의 의견없이 전체를 대표할 수 있는지 여부

에 한계성이 있고, 또한 설문조사 기간이 2017년 12월~2018년 3월 기간에 해당하는 겨울철중에 이루어져 숙박시설 이용객들의 정확한 실태와 욕구를 파악하기 어려웠다. 따라서 향후에 연구에서는 1년 4계절 제주방문 중국인 개별관광객을 대상으로 조사가 필요하다. 조사장소를 다양하게 선정할 필요가 있다고 생각한다.

둘째, 연구에 사용된 선택속성의 5개 요인 외에도 고객만족도에 영향을 미칠 수 있는 다른 요인이 있을 것이라고 볼 수 있다. 고객만족에 있어 전반적인 만족에 대한 검증만 이루어진 점 등은 연구의 한계라 할 수 있다. 또한 중국인 개별관광객들의 숙박시설 선택속성도 계속 변화중이며 연구중에 제출된 선택한 속성이나 만족도 조건들도 업그레이드할 필요성이 있을 것이다.

셋째, 본 연구가 진행되는 해인 2017년에 사드(THAAD) 배치로 인해 중국 정부의 제한 조치 방한금지령 실시하기 때문에 중국관광객 수가 80%가량 급감 따라 방대한 양의 설문지로 조사하지 못한 한계성이 있었다. 따라서 향후의 공간적, 대상적, 시간적 범위를 확장시켜 연구를 진행해야 한다.

넷째, 가격과 시설 및 안전이 가장 중요한 선택요인으로 나타났는데, 어느 산업이나 가격 정책은 상당히 어려운 전략이다. 관광자는 서비스에 가치를 두고 고가에도 기꺼워 응할 수 있다. 이에 고객은 자신이 지불한 돈의 가치만큼 서비스를 원하게 된다. 숙박시설 가격결정에 있어 원가보다는 서비스의 가치에 비중을 두는 가치지향적 가격 결정체를 확립해야 한다. 또한 숙박시설 경영의 고질적인 문제인 성수기와 비수기의 수요차이를 줄이기 위한 대책으로 차별화된 가격제도를 활성화시켜 할 것이다, 그리고 숙박시설은 객실시설에 대해 위생과 시설 노후화에 대한 전체적인 점검을 해야 할 필요가 있다고 판단되며, 구비된 설비에 대한 활용도 및 상태 확인을 통해 관광객들이 만족도를 높일 수 있도록 해야 할 것이며, 제주 방문 중국인 개별관광객에게 숙박시설은 잠을 자는 공간이며, 가격과 분위기의 안전함을 아주 중요하다고 생각하는 바 가격대 성능비와 안전성이 높은 숙박시설을 제공해야 할 것이다.

다섯째, 서비스요인이 만족도에 미치는 영향 정도가 가장 크므로 서비스에 대한 집중적인 관리가 지속적으로 이루어져야 할 것이다. 숙박업에 있어서 우수한 서비스는 고객으로 하여금 재방문을 유도한다, 따라서 고품질의 서비스를 제공하는 것은 확고한 차별적 경쟁우위를 유지할 수 있는 지름길이며, 고객을 만족시키고 실질적인 구매의도를 형성하는 최선의 전략이 될 수 있다. 이에 조직 내의 고객지향성 강화와 서비스문화가 정착되어야 할 것이다.

제주방문 중국인 개별관광객의 숙박시설  
선택속성과 만족도에 관한 연구

안녕하십니까?

저는 제주대학교 관광개발학과 석사과정에 재학 중인 대학원생 오정입니다. 바쁘신 와중에도 본 조사에 응해주셔서 진심으로 감사드립니다.

본 설문은 제주 방문 중국인 개별관광객의 숙박시설 선택 속성과 만족도에 관한 연구의 일환으로 시행되는 것입니다.

설문에 응답하신 귀하의 개인적 사항이나 응답내용과 관련된 모든 사항은 익명으로 처리되며, 조사된 자료는 학술적인 목적으로만 활용됨을 알려드립니다.

귀하의 응답은 제주도 숙박산업 발전을 위한 귀중한 자료가 될 것입니다.

감사합니다.

2017년 11월

제주대학교 일반대학원 관광개발학과

지도교수 : 홍 성 화 교수

연구자 : 오 정

♣ 본 조사에 대한 문의사항은 아래 연락처로 문의하여 주시기 바랍니다.

핸드폰 : 010-8867-3721

E-mail : wuting4269@daum.net

I. 다음의 사항은 귀하의 제주여행에 대한 질문입니다. 해당되는 곳에 V  
를 표시해 주십시오.

1. 귀하께서 숙박하신 시설은 어느 지역에 위치해 있습니까?

- ① 제주시    ② 서귀포시

2. 이번 제주관광에서 귀하가 이용한 숙박시설은 무엇인가요?  
 ① 호텔 ② 펜션 ③ 휴양콘도미니엄/리조트 ④ 게스트하우스 ⑤ 민박 ⑥ 기타
3. 이번 제주관광에서 귀하께서 숙박의 1박 금액은 어느 것입니까?  
 ① 5만원 미만 ② 5-10만원 미만 ③ 10-15만원 미만 ④ 15-20만원 미만 ⑤ 20만원 이상
4. 이번 제주관광에서 숙박하신 날은 총 며칠입니까?  
 ① 1박 ② 2박 ③ 3박 ④ 4박 ⑤ 5박 이상
5. 이번에 관광에 오신 가장 큰 목적은 무엇인가요?  
 ① 비즈니스 ② 관광 ③ 쇼핑 ④ 친인척 방문 ⑤ 건강/휴양의료  
 ⑥ 기타( )

**II. 다음의 사항은 숙박시설의 선택에 미치는 중요한 요인들입니다. 해당 되는 곳에 V를 표시해 주십시오.**

	설문항목	전혀 중요 하지 않다	중요 하지 않다	보통 이다	중요 하다	매우 중요 하다
이미지	1. 숙박시설 주변의 환경이 좋다	①	②	③	④	⑤
	2. 숙박시설의 규모가 적당하다	①	②	③	④	⑤
	3. 숙박시설에 대한 평판이 좋다	①	②	③	④	⑤
	4. 숙박시설의 명성이 높다	①	②	③	④	⑤
	5. 안전하고 편안한 분위기를 제공한다	①	②	③	④	⑤
입지	6. 주변 관광지로의 접근이 용이하다	①	②	③	④	⑤
	7. 공항에서 숙박시설까지의 접근이 용이하다	①	②	③	④	⑤
	8. 대중교통이용의 편리성이 있다	①	②	③	④	⑤
	9. 주변 쇼핑시설, 먹자골목과의 접근이 용이하다	①	②	③	④	⑤
	10. 도시중심지로의 접근이 용이하다	①	②	③	④	⑤
가격	11. 객실가격이 적절하다	①	②	③	④	⑤
	12. 식음료 가격이 적절하다	①	②	③	④	⑤
	13. 부대시설 이용가격 적절하다	①	②	③	④	⑤
서비스	14. 직원 서비스 전문성 높다	①	②	③	④	⑤
	15. 직원 서비스 태도가 좋다	①	②	③	④	⑤
	16. 직원 외국어 능력이 좋다	①	②	③	④	⑤
	17. 다양한 부가서비스를 제공한다 ( 공항 pick up 등)	①	②	③	④	⑤

	18. 컨시어지 운영하다(각종 안내, 티켓, 관광정보 추천)	①	②	③	④	⑤
	19. 예약이 용이하다	①	②	③	④	⑤
시설	20. 객실 및 욕실이 청결하다	①	②	③	④	⑤
	21. 침대 침구의 정결하다	①	②	③	④	⑤
	22. 내부시설이 고급스럽다	①	②	③	④	⑤
	23. 부대시설이 다양하다 (wifi 유무 등)	①	②	③	④	⑤
	24. 쾌적한 냉난방시설이 갖추고 있다	①	②	③	④	⑤
	25. 욕실 샤워시설 상태가 좋다	①	②	③	④	⑤
	26. 취사시설을 제공하다	①	②	③	④	⑤

**Ⅲ. 다음의 사항은 여행에서의 숙박시설 만족도에 관한 것입니다. 해당되는 곳에 V를 표시해 주십시오.**

설문 문항	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
1. 숙박시설 전반적으로 만족한다.	①	②	③	④	⑤

**Ⅳ. 다음은 인구통계학적 특성에 대한 설문 사항입니다. 해당번호에 V를 표시해 주십시오.**

1. 귀하의 성별은?

- ① 남    ② 여

2. 귀하의 연령은?

- ① 10대    ② 20대    ③ 30대    ④ 40대    ⑤ 50대 이상

3. 귀하의 결혼 여부는?

- ① 기혼    ② 미혼

4. 귀하의 교육수준?

- ① 중학교 및 이하 ② 고등학교 ③ 전문대학교 ④ 대학교 ⑤ 대학원 또는 대학원 졸업이상

5. 귀하의 직업은?

- ① 기업경영 ② 회사원/은행원 ③ 공무원(군인, 교사 포함) ④ 전문직/기술직(의사, 변호사, 교수 등) ⑤ 언론, 종교, 문화예술인 ⑥ 판매/서비스직  
⑦ 자영업 ⑧ 주부 ⑨ 학생 ⑩ 기타

6. 귀하의 월 평균 소득은?

- ① 30만 원 이하 ② 31만원-50만원 ③ 51만원-90만원  
④ 91만원-140만원 ⑤ 141만원-200만원 ⑥ 200만 원 이상

## 关于访问济州的中国自由行游客选择住宿所考虑因素的研究问卷调查

您好！

我是济州大学观光开发专业硕士课程在读的学生，首先感谢您在百忙之中腾出宝贵的时间来参与此次的问卷调查。

本问卷是以“访问济州的中国自由行游客选择住宿所考虑的因素”来进行的学术性研究问卷调查，不带任何个人目的，全以匿名形式进行，调查结果仅用于学术研究。

您的回答会成为此次学术研究中最宝贵的信息数据，所以恳请您能真实地表述自己的想法和实际情况。再次真心感谢您的协助！

2017年12月

济州大学 一般大學院 观光开发专业

指导教授：济州大学 观光经营系 洪圣和

研究者：吴 婷

♣ 如您对本问卷调查有其他疑问请及时联系以下联系方式，我们将真诚地为您做出解答。

联系方式: 010-8867-3721

E-mail : wuting4269@daum.net

### I .以下是关于您本次济州游整体情况的一些问题，请根据实际情况进行选择

1. 本次济州游住宿的地方位于哪个地区？

- ① 济州市    ② 西归浦市

2. 本次济州游使用的住宿类型是哪种？

- ① 酒店    ② 度假别墅    ③ 度假村/度假酒店    ④ 民宿    ⑤ 家庭宾馆    ⑥ 其他

3. 本次济州游使用的住宿1晚的费用是多少？

- ① 300元以下 ② 301-600元 ③ 601-900元 ④ 901-1200元 ⑤ 1200元以上

4. 本次濟州游一共住了几晚？

- ① 1晚 ② 2晚 ③ 3晚 ④ 4晚 ⑤ 5晚以上

5. 本次訪問濟州的最主要的目的是什么？

- ① 商務 ② 旅游 ③ 購物 ④ 拜訪親朋好友 ⑤ 健康療養/醫療美容  
⑥ 其他 ( )

**II. 以下是關於您在選擇住宿時左右您是否會入住的一些因素，根據實際情況請選擇每個因素的重要度**

	問卷選項	非常 不重 要	不重 要	一般	重要	非常 重要
住宿形象	1. 周邊的環境好	①	②	③	④	⑤
	2. 規模大	①	②	③	④	⑤
	3. 評價高	①	②	③	④	⑤
	4. 認知度高，有名	①	②	③	④	⑤
	5. 安全以及整體感覺不錯	①	②	③	④	⑤
住宿位置	6. 靠近景區	①	②	③	④	⑤
	7. 離機場近	①	②	③	④	⑤
	8. 公共交通便利	①	②	③	④	⑤
	9. 靠近購物中心及小吃街	①	②	③	④	⑤
	10. 離市中心距離近	①	②	③	④	⑤
住宿價格	11. 房間價格	①	②	③	④	⑤
	12. 餐飲價格	①	②	③	④	⑤
	13. 配套設施的使用費	①	②	③	④	⑤
服務	14. 員工的專業性	①	②	③	④	⑤
	15 員工的服務態度	①	②	③	④	⑤

	16. 员工的外语交流能力	①	②	③	④	⑤
	17. 能否提供多样附加服务 (例如接送机)	①	②	③	④	⑤
	18. 能否提供向导服务 (订票, 观光情报推荐等)	①	②	③	④	⑤
	19. 预约的便利性	①	②	③	④	⑤
住宿设施	20. 房间内部以及浴室的卫生状态不错	①	②	③	④	⑤
	21. 床上用品干净整洁	①	②	③	④	⑤
	22. 房间内部设施高级	①	②	③	④	⑤
	23. 配套设施多样化 (wifi的有无)	①	②	③	④	⑤
	24. 房间内冷暖空调有无	①	②	③	④	⑤
	25. 浴室沐浴设备是否良好	①	②	③	④	⑤
	26. 房间内厨房有无	①	②	③	④	⑤

**Ⅲ. 以下是對您本次入住的住宿使用后滿足度的調查，請根据實際情况進行選擇**

问卷选项	非常 不滿意	不滿意	一般	滿意	非常 滿意
1. 對本次入住的住宿的整体感覺	①	②	③	④	⑤

**Ⅳ. 最后是對於您的一般性个人問題的提問，請根据實際情况進行選擇**

1. 您的性別是？

① 男 ② 女

2. 您的年齡是？

- ① 10-19歲 ② 20-29歲 ③ 30-39歲 ④ 40-49歲  
⑤ 50歲以上

3. 您的婚姻狀況？

- ① 已婚 ② 未婚

4. 您的學歷為？

- ① 初中及以下 ② 高中 ③ 大專(包括在讀) ④ 本科(包括在讀) ⑤ 碩士及以上 (包括在讀)

5. 您的職業是？

- ① 企業管理者 ② 公司職員/銀行職員 ③ 公務員 (包括軍人, 教師) ④ 專業人員或技術人員 (醫生, 律師, 教授, 科研人員等) ⑤ 輿論, 宗教, 藝術職業者  
⑥ 銷售/服務行業 ⑦ 个体 ⑧ 主婦 ⑨ 學生 ⑩ 其他

6. 您的平均月收入？

- ① 2000元及以下 ② 2001-3000元 ③ 3001-5000元 ④ 5001-8000元 ⑤ 8001-12000元 ⑥ 12000元以上

## 참고문헌

---

### ■ 국내문헌

- 고석면(2005). 『호텔경영론』. 서울: 기문사. 17-23.
- 김사현(2003). 비제도권 개별관광자의 속성과 영향. 『관광학연구』. 25(1): 131-148.
- 김상태(2002). 『중소규모 관광호텔 활성화 방안』. 한국관광연구원 주제발표 보고서.
- 김인호·김신원·허준(2004). 수도권펜션이용자의 만족도 분석. 『한국산림휴양학회지』. 7(3): 28-37.
- 김진탁 외 2명(2002). 개인가치, 라이프스타일, 호텔 선택속성 및 만족간의 영향관계. 『한국관광연구학회』. 17(2):129~130.
- 김철중(1998). 고객만족에 관한 이론적 고찰. 『창업정보학회지』. 창간호.
- 안광호(2000). 측정방법에 따른 고객만족도와 재구매의도 간의 상관관계의 차이에 관한 연구. 『소비자학연구』, 11(1):42.
- 이서요·이태희(2015). 개별여행객의 라이프 스타일 유형에 따른 관광만족도, 재방문의도 및 추천의도의 차이 연구. 『한국 심리학회지: 문화 및 사회문제』. 21(3):535-550.
- 이정자(1994). 버짓호텔에 관한 연구: 그 개념과 특성 및 역할. 『호텔경영학연구』. 2(0):85.
- 이주형 외 10인(2002). 관광사업론. 대왕사
- 이주형(2000). 중저가호텔의 선택요인. 『호텔경영학연구』, 9(2):87-108.
- 이진희(2012). 제주도 펜션이용자의 선택속성과 만족도에 관한 연구, 『관광연구저널』 제26권 1호 한국 관광연구학회. 217-232.
- 장병권(2015). 중국관광객 유치 활성화를 위한 대응 과제. 『KERI Insight』. 15(22):15-22.
- 장성수 외(2016). 『최신 관광자원론』. 백산출판사.
- 제주관광공사(2015). 2014년 제주특별자치도 방문관광객 실태조사보고서.
- 채서일(2009). 『사회과학조사방법론』. 비엔엠북스. 96-97
- 최경은(2011). 중국인 개별관광객 유치 활성화를 위한 정책 대응 방향. 『한국 관광정책』. 46: 32-39.
- 최병용(1994). 『최신 소비자 행동론』. 서울: 박영사.
- 최정길(2005). 호텔의 여신관리에 기초한 우등기업과.
- 최학현·오세형·이주현·김정희(2008). 실버세대의 사용편의성을 위한 Digital(On-line) TV 인터페이스

이스 디자인. 『디지털디자인학연구』.8(1):34.

허향진, 조문수(2004). 『호텔경영론』. 서울: 형설출판사.

허향진, 조문수(2004). 상계서.

## ■ 국내논문

김종열(2014). 국내 관광산업의 관광수지 결정요인에 관한 연구. 부산대학교 경제통상대학원 석사학위논문.

김세준(2003). 펜션이용객이 소비행태에 관한 연구, 한양대학교 국제관광경영대학원 석사학위논문.

동효연(2009). 중국관광객의 중저가 호텔 선택속성에 관한 연구: 개별 관광자 중심으로. 경기대학교 석사학위논문 재인용. 6-7.

리연(2016). 방한 중국 자유 관광객의 숙박시설 선택속성이 행동의도에 미치는 영향, 경희대학교 석사학위논문.

마녕(2015). 『방한 중국인 FIT 관광객의 대중교통수단별 서비스 만족도에 관한 연구: 서울지역을 중심으로』. 세종대학교 석사학위논문. 6-7.

마은화(2017). 중국 개별 관광객의 제주관광지선택속성 및 만족도 간 관계에 관한 연구, 제주대학교 석사논문.

박경임(2008). 외식프랜차이즈 서비스품질과 브랜드자산이 고객만족과 충성도에 미치는 영향에 관한연구: 프랜차이즈 피자전문점을 중심으로. 중앙대학교 석사학위논문. 64-65.

박희자(2009). 약선음식의 지각된 가치와 위험지각이 고객만족 및 충성도에 미치는 영향에 관한 연구, 갈문대학교 박사학위논문.

백순복(1999). 중저가 호텔의 체인화 방안에 관한 연구: 국내 1, 2급 중저가 호텔을 중심으로. 세종대학교 석사학위논문.

신기철(2004). 제주관광자의 숙박시설선택속성과 만족에 관한 연구, 경기대학교 박사학위논문.

신우성(1995). 리조트 지역의 숙박시설 선택행동에 관한 실증적 연구, 세종대학교 석사학위논문.

오 요(2017). 제주 방문 중국인 개별 관광객 대상 제주 향토음식 인지도 및 기호도 실태조사. 제주대학교 석사논문.

오현주(2011). 부산 관광지 매력속성의 중요도와 만족도에 관한 연구, 경성대학교 석사학위논문.

왕 립(2015). 인터넷 서비스 이용행태와 관광행태의 관련성에 관한 연구 : 제주방문 중국인 개별 관광객을 대상으로. 제주대학교 석사학위논문.

- 이나미(2005). 호텔 서비스품질이 고객만족 및 재방문의도에 미치는 영향에 관한 연구. 한양대학교 석사학위논문.
- 이상태(2007). 소비가치에 따른 펜션선택속성에 관한 연구-제주도를 중심으로, 상명대학교 박사학위 논문.
- 이승현(2009). 국내 저가 항공사의 서비스 품질과 요금 차별성이 고객만족과 충성도에 미치는 영향. 경희대학교 석사학위논문.
- 이인선(2013). 여가 숙박시설 선택속성이 이용만족과 재방문의도에 미치는 영향에 관한 연구. 강원대학교 대학원 석사학위논문. 60-61.
- 이재곤(1998). 리조트 관광객의 선택행동에 관한 연구, 경기대학교 대학원 박사학위논문.
- 장택호(1993). 중저가 호텔 상품화 및 마케팅 전략방안에 관한 연구. 세종대학교 석사학위논문.
- 정지영(2012). 의료서비스 품질이 고객만족도와 타인 추천의사에 미치는 영향에 관한 연구. 경희대학교 석사학위논문.
- 천이에(2010). 방한 중국 관광객의 관광목적지 선택 및 재방문에 관한 연구. 청주대학교 석사논문.
- 최자은(2004). 만족과 불만족이 재구매의도에 미치는 비대칭적인 영향에 관한 실증연구: 외식산업을 중심으로. 숙명여자대학교 석사학위논문.
- 한응범(2010). 관광동기로서 Push-Pull요인이 관광객 만족에 미치는 영향에 관한 연구. 청주대학교 박사학위논문.
- 허윤석(2007). 고객 만족에 영향을 미치는 항공사 선택요인에 관한 연구: 국내 저가항공사를 중심으로. 성균관대학교 석사학위논문.
- 허윤석(2007). 전개논문,
- 호 보(2017). 제주방문 중국인 개별관광객의 관광동기에 따른 시장세분화 연구, 제주대학교 석사학위논문. 30-31.

## ■ 인터넷사이트

- 중국관광연구원(2015): 《全球自由行報告2015》 ;[http://news.xinhuanet.com/info/ttgg/2015-12/30/c\\_134964035.htm](http://news.xinhuanet.com/info/ttgg/2015-12/30/c_134964035.htm).
- 문화체육관광부: [www.mcst.go.kr](http://www.mcst.go.kr).
- 한국관광공사(2008): [www.visitkorea.or.kr](http://www.visitkorea.or.kr)

한국관광학회(2012): [www.tosok.org](http://www.tosok.org).

## ■ 국외문헌

- D. R. Lee & Bale, D.(1984). The Budgets: Three Views. The Cornell H. R. A. Quarterly,
- Lewis, Robert C.(1984). Isolating Difference in Hotel Attributes, The Cornell H. R. A. Quarterly, 25.
- M. Garry.(1993). 『Boom Time for Asian Mid-Market Management Today』 . Sept 18:88-91.
- M. Quest.(1983). Is there a future for low-tariff UK hotels. 『Caterer and Hotelkeeper』 .Sept, 29.
- M. Senior & Morphew, R.(1990). Competitive Strategies in the Budget Hotel.
- Knutson, B. J.(1988). Frequent Travelers : Marketing Them Happy and Bringing Them Back, Cornell Hotel & Restaurant Administration.
- Pannell Kerr Foster Associates.(1986). Budget Hotels. Hospitality, May.
- R. B. Woodruff.(1996). Customer Value: The Next Source for Competitive Advantage. Journal of the Academy of Marketing Science, 25:139-153.
- R. L. Oliver.(1999). op. cit. 33-44.
- R. L. Oliver.(1999). Whence customer loyalty?. Journal of Marketing, 63, pp.33-44.

## ABSTRACT

A Study on Relationship between Accommodation Selection  
Factors and Satisfaction of Chinese Individual Visitors in Jeju  
- A Questionnaire Centered on Winter Guests -

WU TING

Department of Tourism Development  
The Graduate School of Jeju National University

Tourism as a sunshine and most valued industry in 21 century, the development of tourism boosts not only the improvement of tour value, but also the related industry including accommodation, transportation, service, etc. Currently, the position of tourism is more obvious in national economic industry. At present, China has become the fastest growing tourist source globally and the first outbound tourism market in Asia.

Korea, as a close neighbor of China, contacts more closely with China as Korean culture is developing rapidly in recent years. In 2013, as the increasing of Chinese visitors to Korea, Chinese tourists have replaced Japanese tourists as the first inbound tourism market in Korea. According to the survey by Korea Tourism Administration, individual visitors comprise 66.2% of the total.

Jeju, named as oriental Hawaii, is the largest and the most featured island in Korea. A large number of Asia tourists, topped by Chinese ones, are attracted to Jeju yearly for the excellent location and charming scenery. According to the questionnaire by Jeju Tourism Organization, Jeju has been triply chosen as the Korean tourism resort by Chinese tourists, which is

related with the excellent location and charming scenery, as well as visa-free system.

With the issue of visa free guideline in Feb of 2008, the trend of Chinese visitors in Jeju is changing from the initial large scale group tourism to gradually equal in group tourism and free travelling. The Chinese individual travel spending per person is number one in foreign country consumption. Shopping contributes most of the consumption and accommodation is the next.

In 2017, the “Ban on South Korea” prevailed in China with the deploy of THAAD. Korean tourism product is off shelf one after another, 80% group tourism is canceled. Affected by this, tourism in Jeju entered into winter mode. But individual tourists boomed to a surprisingly 74.7% of yearly tourists. Jeju Tourism Organization and related departments are starting to promote free travel projects, striving to change crisis to opportunities. Compared with group tourism market, which is greatly influenced by external factors, individual tourism market is more stable, tourists stays longer and consume more. However, there is few study on Chinese free travelling in Jeju.

Currently, Jeju tourism market is going through major reforms, with challenges and opportunities coexist. The study on Chinese free travelers is inevitable. In this context, this research focus on the highly potential Chinese free travelers, in-depth analyzed the group characteristics of free travelling, factors considered when choosing accommodation and the satisfaction with accommodation, providing reference and strategy for the long term development of Jeju accommodation and active regional economic study.

This study is divided into the following parts.

By previous research and real time data, the characteristics of Chinese free travelers and Jeju accommodation status and features are obtained. Besides, the elements to be studied is inferred by factors considered when choosing

accommodation and the satisfaction with accommodation

Establish hypothesis when the study model is built. Generate the data by questionnaire and get the conclusions by SPSS21 data analysis.