



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](#)

경 영 학 석 사 학 위 논 문

중국 관광객의 부산 해양·수산
관광지에 대한
중요도 및 만족도에 관한 연구



2018년 8월

부 경 대 학 교 대 학 원

해양수산경영학과

이주예

경 영 학 석 사 학 위 논 문

중국 관광객의 부산 해양·수산
관광지에 대한
중요도 및 만족도에 관한 연구

지도교수 장 영 수

이 논문을 경영학석사 학위논문으로 제출함.

2018년 8월

부 경 대 학 교 대 학 원

해양수산경영학과

이주예

이주예의 경영학석사 학위논문을 인준함.

2018년 8월 24일



위 원 장 수산학박사 장 홍 석 (인)

위 원 경영학박사 박 정 아 (인)

위 원 경영학박사 장 영 수 (인)

목 차

I. 서 론	1
1. 연구배경 및 목적	1
2. 연구 범위	2
3. 연구 방법	3
II. 이론적 배경 및 선행연구	5
1. 중국관광객의 한국 방문 현황	5
2. 중국관광객의 부산 방문 현황	6
3. 중요도-만족도 분석 (IPA)	12
4. 관광객 만족에 관한 이론	16
5. 관광의 유형	19
III. 연구설계	24
1. 부산관광요인 도출을 위한 중국관광객 사전인터뷰	24
2. 연구모형 및 연구가설	26
3. 변수의 조작적 정의 및 설문지 구성	27
4. 자료수집 및 분석방법	32

IV. 실증분석	34
1. 표본의 특성	34
2. 추정변수의 타당성 및 신뢰도 검증	40
3. 연구가설 검증결과	43
4. 가설검증 결과	52
V. 결 론	56
1. 연구요약	56
2. 연구의 시사점 및 한계점	59
<참고 문헌>	65
<부록 1>	72
<부록 2>	80

〈표 차례〉

<표 II-1> 방한 중국관광객 연령 비중 추세 변화 (2015년~2017년).....	5
<표 II-2> 방한 외국인 관광객 성별 추세 변화 (2011년~2015년).....	6
<표 II-3> 국적별 외국인관광객의 부산 방문 현황(2011년~2016년).....	8
<표 II-4> 주요 부산 관광지의 외국인 관광객 방문 현황.....	9
<표 II-5> 관광객의 국적별 부산 주요 관광지 방문 현황(2016년).....	10
<표 II-6> 부산을 방문한 주요 국가별 관광객 지출액 현황.....	11
<표 II-7> 국가별 외국인 관광객 1인당 지출금액(2016년 기준).....	11
<표 II-8> IPA를 이용한 관광분야 연구.....	16
<표 II-9> 해양관광과 수산관광의 차이	21
<표 III-1> 사전인터뷰 결과 요약.....	24
<표 III-2> 가설 설정.....	26
<표 III-3> 세부 변수의 선행연구	29
<표 III-4> 설문지 구성.....	31
<표 III-5> 조사개요.....	32
<표 IV-1> 인구통계학적 특성.....	36
<표 IV-2> 부산 방문한 중국관광객 방문형태 특성	38
<표 IV-3> 부산 관광지 방문빈도(중복응답).....	39
<표 IV-4> 부산 관광 요인에 대한 타당성 및 신뢰성 분석.....	42
<표 IV-5> 부산 관광 요소에 대한 중요도-만족도 차이검증.....	44
<표 IV-6> 중요도-만족도 분석(IPA) 결과 정리	46
<표 IV-7> 부산 관광 요인의 만족도와 전반적 관광 만족도의 관계.....	48
<표 IV-8> 부산 관광 요인의 만족도와 재방문의사의 관계.....	49
<표 IV-9> 부산 관광 요인의 만족도와 추천의사의 관계	50

<표 IV-10> 부산의 전반적인 관광 만족도와 재방문의사의 관계	51
<표 IV-11> 부산 관광의 재방문의사와 추천의사의 관계	52
<표 IV-12> 가설검증 결과	54



<그림 차례>

<그림 Ⅱ-1> 중요도-만족도 분석 모형	13
<그림 Ⅲ-1> 연구모형	27
<그림 Ⅲ-2> 연구 분석방법	33
<그림 Ⅳ-1> IPA를 이용한 부산 관광에 대한 중요도-만족도 분석	46
<그림 Ⅳ-2> 회귀분석 검증 결과	55



A study on Importance-Performance Analysis of Busan Marine and Fisheries Tourism of Chinese Tourists

ZHOUYI, LI

*Department of Marine & Fisheries Business and Economics,
The Graduate School, Pukyong National University*

Abstract

Busan is the representative of ocean city in South Korea, which attracts many Chinese tourists. As the number of Chinese tourists increase, Chinese tourists' evaluations of sightseeing resources in Busan appears to be extremely important.

Busan is the representative of ocean city in South Korea, which attracts many Chinese tourists. As the number of Chinese tourists increase, Chinese tourists' evaluations of sightseeing resources in Busan appears to be extremely important.

However, there are few researches on Chinese tourists' evaluations of sightseeing in Busan in existing literature. In this research, Chinese tourists who travel to Busan are chosen as research object and their importance to and satisfaction of sightseeing in Busan are analyzed from several aspects including marine sightseeing, aqua culture sightseeing and general sightseeing. Based on the research results, marketing schemes are designed to attract Chinese tourists.

Firstly, it is regarding the unique cooking method of the aquatic product sightseeing in Busan. Based on the analytical results of the

importance-satisfaction in this study, the importance of “unique cooking method experience of seafood in South Korea” and “traditional seafood cooking consumption in South Korea” is analyzed by the highest grades 4.04 and 4.21. As a result, by linking the characteristic of seafood products and seafood specialty from Busan with seafood icons to promote with social media. Social media and other effective marketing methods could be used to promote the unique seafood cooking method in Busan, such as roasted mackerel and stewed mackerel, etc.

In addition, it is necessary to constantly reinforce the basic construction of aquatic product sightseeing. The findings show that Chinese visitors have the satisfactory comments on infrastructures of aquatic product sightseeing(e.g. cleanness of aquatic product sightseeing facilities and sanitary state on marine products). As a result, in order to improve satisfaction of Chinese visitors, it is necessary to maintain and improve infrastructures of these aquatic product sightseeing areas.

Besides, it is essential to construct the “aquatic product landmark in Busan”, so as to locate Busan tourist industry for Chinese visitors. Through this research results, relevant factors of aquatic product sightseeing(e.g. product services of aquatic product sightseeing areas and charm of aquatic products)will never affect the satisfaction of Chinese visitors’ revisiting intention and recommendation intention. As a result, to construct aquatic product sightseeing landmark in Busan, it can definitely locate more aquatic product sightseeing of Busan for Chinese visitors

Last but not the least, it is necessary to define the seafood price and improve payment means of aquatic products. “Seafood products should have the definite price”, which is focused on improvement in IPA analytical results(the second side). As a result, relevant

department in Busan should establish a definite price standard for aquatic products, so as to increase market transparency. In addition, to educate aquatic product sellers in price identification can be used for improving satisfaction of Chinese visitors.

Keywords : Chinese Tourists, Busan Marine and Fisheries Tourism,
IPA-(Importance-Performance Analysis)



I. 서 론

1. 연구배경 및 목적

최근 중국은 지속적인 경제 발전과 함께 개인의 가처분 소득 증가로 중국 국민의 생활 수준이 급격히 향상됨에 따라 중국의 해외 관광객 수는 2000년 처음으로 천만 명을 넘어섰고 2010년에는 5천만 명을 돌파하였다. 한류열풍의 영향으로 한국으로 관광하는 방한 중국 관광객은 2016년 처음으로 800만 명을 넘어섰으며(주맹정, 2017), 2017년 상반기 중국인 아웃바운드 관광은 6,203만 명을 달성하며 2016년 대비 5.1% 증가하였다¹⁾.

한국의 대표적인 해양수산 관광도시인 부산 역시 중국 관광객 수가 꾸준히 증가하고 있다. 2016년 외래 관광객 실태조사²⁾에 따르면, 부산지역을 방문하는 중국 관광객은 2012년 17%에서 2016년 32%로 꾸준히 증가하였으나 사드 배치 발표(2016년 7월) 이후 중국 정부의 한국여행 제재로 인해 관광객이 감소한 것으로 나타났다. 하지만 최근 중국 정부의 금한령(禁韓令)이 해제될 듯한 조짐을 보이면서 앞으로 중국 관광객의 부산방문이 활성화될 수 있을 것으로 기대된다.

인구의 5% 약 6,000만 명의 부유 계층을 보유한 중국은 다양한 국가로부터 관광마케팅의 표적 시장이 되고 있다. 한국 또한 주요 방한 관광객으로 자리 잡고 있는 중국 시장에 집중하여 시장 맞춤형 전략을 마련할 필요가 있으나, 현재까지 중국 관광객을 대상으로 한 구체적인 시장 마케팅 전략을 설정하지 못하고 있다.

1) 중국 국가여유국, 2017

2) 부산관광공사(BTO)

아울러 글로벌 해양·수산 관광도시인 부산의 관광산업 활성화를 위해서는 해외관광객들이 ‘해양수도’ 부산의 해양·수산 관광자원에 대해 어떻게 평가하는지에 대한 분석이 필요하지만 아직까지 부산의 해양·수산 관광과 관련한 선행연구가 부족한 상황이다.

이에 본 연구는 부산을 방문하는 중국 관광객을 대상으로 부산의 관광요인을 해양·수산 관광요인과 비 해양·수산 관광요인으로 나누어 각 관광지에 대한 중국인 관광객들의 중요도 - 만족도(Importance - Performance Analysis, IPA, 이하 IPA)분석을 통해 부산의 해양·수산 관광자원의 가치를 분석하고 문제점에 대한 방안을 모색하고자 한다.

2. 연구 범위

본 연구의 목적을 달성하기 위하여 범위를 공간적 범위와 시간적 범위, 내용적 범위의 세 가지로 구분하여 연구를 수행하였다.

공간적 범위는 부산지역으로 부산을 방문하는 중국 관광객을 대상으로 조사하였다. 시간적 범위는 1차 예비조사와 2차 본 설문조사로 나눌 수 있다. 부산을 방문한 중국 관광객에 대한 선행연구들이 많지 않아 1차 예비조사를 실시하였으며, 2017년 7월에서 8월까지 부산을 방문한 25명의 중국 관광객을 대상으로 사전 인터뷰를 진행하였다. 선행연구 및 1차 조사 결과를 바탕으로 설문지를 구성하여 2차 본 설문조사를 진행하였다. 설문지는 부산의 해양·수산 관광자원의 가치를 파악하기 위한 목적으로 부산 관광지를 방문한 중국 관광객의 중요도와 만족도 정도에 대한 항목으로 구성하였다. 조사는 2018년 1월부터 2월까지 총 217명을 대상으로 진행하였다. 내용적 범위는 전체 5개의 장으로 구성하였으며, 이를 구체적으로 살펴보면 다음과 같다.

제 1장은 서론으로 연구배경 및 목적, 연구의 범위, 연구의 방법 등으로 구성하였다. 제 2장은 연구의 이론적 배경으로 기존의 연구들을 바탕으로 부산관광지 측정항목을 도출하였고, 부산 관광지 선택속성의 주요 변수, IPA에 관한 선행연구를 기술하였다. 제 3장은 연구방법으로 연구모형, 가설설정, 변수의 조작적정의 및 설문지 구성, 자료수집, 분석방법에 대하여 제시하였다. 제 4장은 설문지를 통하여 수집된 자료들의 실증 분석결과를 제시하고, 가설을 검증하여 연구결과를 제시하고자 한다. 제 5장은 결론으로 본 연구의 결과를 체계적으로 요약하고 연구과정에서 나타난 연구의 한계 및 시사점을 제시하고자 한다.

3. 연구 방법

본 연구의 목적을 달성하기 위하여 선행연구와 실증분석을 실시하였다. 이론적 체계는 국내·외 연구논문, 학술지, 각종 간행물 등을 토대로 마련하였다. 실증분석은 선행연구 및 1차 중국관광객 사전 인터뷰와 부산 관광지 조사·방문을 통해 추출된 변수들을 이용하여 분석하였다. 설문지는 응답자의 인구통계학적 특성, 부산 관광지에 대한 중요도와 만족도, 전반적인 부산방문의 만족도, 재방문의사, 추천의사 평가 등으로 구성하였고, 부산에 방문한 중국 관광객을 대상으로 자기기입식 설문조사방법을 사용하여 조사하였다.

수집된 자료는 SPSS 18.0 통계 패키지를 이용하여 분석하였다. 분석방법으로는 표본의 일반적 특성에 대한 빈도분석, 측정변수의 내적 일관성을 검증하기 위해 신뢰도분석, 변수들을 요인으로 묶음으로써 내용을 단순화 시켜주는 요인분석, 하나의 변수에 대한 두 집단 간 평균의 차이가 통계적으로 유의한지를 검정하는 대응표본 t-test, 중요도-만족도(IPA)분석을 사용

하였다. 그리고 중국 관광객의 부산 관광지에 대한 중요도 및 만족도가 전반적인 만족도와 재방문의사, 추천의사에 미치는 영향을 분석하기 위해 다중회귀분석 및 단순회귀분석을 실시하였다.



Ⅱ. 이론적 배경 및 선행연구

1. 중국관광객의 한국 방문 현황

한국을 방문한 중국인 관광객 수는 2000년 약 44만 3천만 명으로 ‘방한(訪韓) 관광’이 본격화되었고, 2015년에는 약 598만 명으로 13.5배 가량 증가하였다. 관광 목적 방문객은 2005년 44.3%에서 2015년 78.7%로 급격한 성장세를 나타내었다(한국문화관광연구원, 2016).

가. 한국을 방문한 중국관광객 현황 : 연령별

방한 중국관광객 연령 비중을 살펴보면 <표 II-1>와 같다. 중국관광객 중 20~30대 비중은 2015년 27%에서 2017년 31%로 4% 증가하였고, 40~60대 비중은 감소하는 것으로 나타났다. 이는 점점 젊어지고 있는 중국 관광객과 중국관광시장의 특징이 방한 시장에도 반영된 결과로 해석된다.

<표 II-1> 방한 중국관광객 연령 비중 추세 변화 (2015년~2017년)

	2015년	2016년	2017년
0-20세 비중	8%	10%	7%
21-31세 비중	27%	27%	31%
31-40세 비중	23%	22%	25%
41-50세 비중	16%	15%	15%
51-60세 비중	15%	14%	14%
61세 이상 비중	11%	12%	8%
계	100%	100%	100%

자료: 한국관광 통계자료를 참고로 연구자 제작성

나. 한국을 방문한 중국관광객 현황 : 성별

2011년부터 2015년까지의 지난 5년간 방한 외국인 관광객 성별 추세 변화는 <표 II-2>와 같다. 2015년 방한 관광객 중 여성의 비중은 평균 49.8%이고, 중국관광객 중 여성의 비중은 외국인 관광객 전체 평균보다 12.5% 높은 62.3%로 나타났다. 앞서 중국관광객의 연령비중 추세(표 II-1)와 <표 II-2>의 결과를 통해 20~30대 젊은 여성층이 방한시장 관광을 주도하는 것을 알 수 있다.

<표 II-2> 방한 외국인 관광객 성별 추세 변화 (2011년~2015년)

단위 : %

연도		2011년	2012년	2013년	2014년	2015년
한국을 방문한 외국인 관광객 중 여성 관광객 비중		45.8	48.8	47.2	49.9	49.8
중국 관광객	여성	51.2	55.8	59.0	62.5	62.3
	남성	48.8	44.2	41.0	37.5	37.8

자료: 한국문화관광연구원

2. 중국관광객의 부산 방문 현황

부산을 방문한 중국인 관광객은 관광교류 정책, 대형 행사 개최, 유행병 발생(SARS), 글로벌 금융위기 등 사회·경제·문화적 환경변화에 따라 증감의 차이가 있었다. 하지만 부산을 방문한 중국 관광객 수는 2000년부터 2016년까지 꾸준히 증가하는 추세를 보였으며, 2014년 중국은 부산을 방

문한 국적별 외국인 관광객 1위로 부상하기도 하였다. 이후 한중간 정치적 마찰로 인한 중국의 금한령(禁韓令) 정책과 북한의 미사일 도발 등에 대한 조치로 인해 2016년 하반기 이후 부산을 방문한 중국관광객이 다소 감소하였지만 그럼에도 불구하고 2017년 부산을 방문한 중국관광객은 약 51만 명에 이르는 등 여전히 중국 관광객이 부산관광에 미치는 영향은 매우 크다고 할 수 있다.

가. 외국인 관광객의 주요 부산관광지 방문 현황

다음 <표 II-3>은 부산의 외국인 관광객 방문 현황을 국적별로 정리한 것으로 부산을 방문한 외국인 관광객 수는 2011년 176만 명에서 2016년 296만 명으로 약 120만 명이 증가한 것으로 나타났다. 가장 많이 증가한 국가는 중국으로 2011년 25만 명에서 2016년 94만 명으로 약 69만 명이 증가하였다. 일본은 2011년 55만 명에서 2016년 48만 명으로 약 7만 명이 감소한 것으로 나타났다. 이 외 관광객 증가 국가는 대만 12만 명, 홍콩 5만 명, 태국 3만 명 등으로 나타났다.

2011년의 경우 부산을 방문한 외국인 관광객 중 가장 높은 비중을 차지한 국가는 일본으로 55만 1,604명을 방문하였다. 이는 동 기간 부산을 방문한 중국 관광객(약 25만 명)에 비해 약 46% 높은 수준이다. 그러나 2012년 이후 중국 관광객의 비중이 급격히 증가하여 2014년부터 일본을 재치고 2016년까지 부산 방문 외국인 관광객 수 1위를 차지하고 있다. 이러한 중국 관광객의 급격한 증가는 부산 관광산업에서 중국 관광객이 중요한 위치를 차지하고 있다는 것을 의미한다.

<표 II-3> 국적별 외국인관광객의 부산 방문 현황(2011년~2016년)

단위 : 명

	2011년	2012년	2013년	2014년	2015년	2016년	2016-2011년
일본	551,604	594,422	531,473	435,983	368,644	479,089	-72,515
중국	254,888	330,679	494,765	620,439	552,626	939,987	685,099
홍콩	41,573	47,147	52,913	78,829	79,647	96,076	54,503
대만	34,087	49,290	57,936	72,642	78,522	154,530	120,443
태국	25,931	28,023	30,559	36,249	33,164	60,167	34,236
기타	855,414	932,847	986,609	1,033,499	978,187	1,236,527	381,113
계	1,763,497	1,982,408	2,154,255	2,277,641	2,090,790	2,963,376	1,202,879

자료 : 부산관광공사(2017)

외국인 관광객의 주요 부산 관광지 방문 현황은 다음 <표 II-4>와 같다. 2016년 외국인 관광객이 가장 많이 방문한 곳은 서면일원(약 26만 명), BIFF광장일원(약 25만 명), 해운대 해수욕장(약 24만 명), 자갈치·국제시장일원(약 18만 명), 동백섬 누리마루(약 10만 명) 등의 순으로 나타났다. 이들 관광지에 대한 방문이 연간 약 10만 명이상으로 높은 방문빈도를 기록한 것으로 나타났으며 황령산봉수대(4천 명), 을숙도(1천 명), 범어사(7백 명)가 가장 낮은 방문 빈도수를 나타내었다.

2015년 대비 2016년 관광객이 가장 많이 증가한 관광지는 BIFF 광장일원(9만 2천 명), 서면일원(9만 명), 자갈치·국제시장일원(6만 5천 명), 전포 카페거리(3만 9천 명), 센텀시티일원(3만 2천명) 등으로 주로 상위권에 위치한 관광지를 중심으로 관광객이 증가한 것으로 나타났다.

<표 II-4> 주요 부산 관광지의 외국인 관광객 방문 현황

단위 : 천명

관 광 명 소	'16년	'15년	증감	관 광 명 소	'16년	'15년	증감
서면일원	261	171	90	국립해양박물관	16	7	9
BIFF 광장일원	250	158	92	부산시민공원	16	9	7
해운대 해수욕장	239	195	44	오륙도, 이기대	16	6	10
자갈치·국제시장	188	123	65	태종대	14	12	2
동백섬 누리마루	105	94	11	환여울 문화마을	14	9	5
센텀시티일원	83	51	32	송정해수욕장	8	4	4
전포카페거리	80	41	39	아미산전망대	7	2	5
마린시티 카페거리	67	58	9	해동용궁사	6	4	2
광안리 해수욕장	30	16	14	다대포 해수욕장	5	2	3
달맞이 고개	27	17	10	렛츠런파크	5	3	2
감천문화마을	24	15	9	황령산봉수대	4	3	1
송도해수욕장	24	19	5	을숙도	1	0.4	1
민락수변공원	19	15	4	범어사	0.7	0.4	0

자료 : 2016년 부산관광산업 동향분석, 부산관광공사

2016년도 외국인 관광객의 국적별 주요 관광지점 방문현황은 다음 <표 II-5>과 같다. 서면, BIFF광장, 자갈치·국제시장, 전포카페거리 등은 중국 관광객들이 가장 많이 방문한 지역으로 나타났으며, 해운대 해수욕장, 자갈치·국제시장, 동백섬 누리마루, 센텀시티일원, 마린시티 카페거리, 광안리 해수욕장, 달맞이고개, 국립해양박물관 등은 일본 관광객이 타 국적의 관광객보다 많이 방문한 것으로 나타났다. 이를 통해 외국인 방문객의 국적에 따라서 선호하는 관광지에 차이가 있음을 추측 할 수 있다.

<표 II -5> 관광객의 국적별 부산 주요 관광지 방문 현황(2016년)

단위 : 천명

관광 명소	1순위	2순위	3순위	관광 명소	1순위	2순위	3순위
서면일원	중국 (129)	일본 (65)	대만 (15)	국립해양 박물관	일본 (8)	미국 (2)	중국 (1)
BIFF광장일원	중국 (109)	일본 (37)	대만 (24)	부산시민공원	중국 (5)	일본 (3)	대만 (1)
해운대 해수욕장	일본 (66)	중국 (57)	미국 (18)	오륙도& 이기대	미국 (6)	일본 (3)	중국 (2)
자갈차·국제시장	중국 (89)	일본 (30)	대만 (19)	태종대	일본 (7)	중국 (2)	러시아 (1)
동백섬 누리마루	일본 (27)	중국 (20)	미국 (9)	흰여울 문화마을	일본 (4)	중국 (2)	러시아 (2)
센텀시티일원	일본 (24)	중국 (15)	대만 (6)	송정해수욕장	일본 (2)	중국 (1)	대만 (0.8)
전포카페거리	중국 (36)	일본 (18)	대만 (5)	아미산전망대	중국 (1)	일본 (1)	러시아 (0.5)
마린시티 카페거리	일본 (17)	중국 (12)	러시아 (6)	해동용궁사	일본 (1)	중국 (0.7)	대만 (0.7)
광안리해수욕장	일본 (7)	중국 (6)	미국 (2)	다대포 해수욕장	중국 (0.8)	일본 (0.7)	러시아 (0.4)
달맞이고개	일본 (9)	중국 (6)	미국 (2)	렛츠런파크	중국 (1)	일본 (0.5)	대만 (0.08)
감천문화마을	중국 (5)	러시아 (5)	일본 (4)	황령산봉수대	중국 (1)	일본 (0.8)	대만 (0.2)

자료 : 2016년 부산관광산업 동향분석, 부산관광공사

나. 외국인 관광객의 부산관광 지출액 현황

다음 <표 II -6>의 주요 국가별 관광객 지출현황에 따르면 2016년 부산 방문 외국인 관광객 전체 지출규모는 중국 3,975억 원, 일본 1,184억 원, 미국 551억 원, 대만 259억 원 등의 순으로 중국관광객의 지출이 가장 많은 것으로 나타났다. 2015년 대비 2016년 지출금액 증가 역시 중국 1,858억 원, 일본 268억 원, 미국 106억 원, 대만 136억 원 등으로 중국의 지출금액 증가가 가장 높았다. 중국 관광객은 2위인 일본과 2016년 지출규모 3.4배, 증가규모 6.9배의 격차를 보이고 있다.

<표 II-6> 부산을 방문한 주요 국가별 관광객 지출액 현황

단위 : 억 원

순위	국적	'16년	'15년	증감	순위	국적	'16년	'15년	증감
1	중국	3,975	2,117	1,858	6	홍콩	124	110	14
2	일본	1,184	916	268	7	영국	105	84	21
3	미국	551	445	106	8	싱가포르	60	55	5
4	대만	259	123	136	9	태국	51	21	30
5	러시아	134	133	1	10	말레이시아	50	36	14

자료 : 2016년 부산관광산업 동향분석, 부산관광공사

국가별 외국인 관광객 1인당 지출금액(2016년)을 살펴보면 다음 <표 II-7>과 같다. 1인당 지출금액은 중국이 약 42만 3천 원으로 1위를 차지했으며, 2위는 미국으로 28만 3천 원, 3위는 영국 24만 9천 원, 4위는 일본 24만 7천 원, 5위는 러시아 22만 8천 원 순으로 나타났다. 2017년 기준 미국과 일본의 1인당 GDP는 미화 기준 각각 5만 9천 달러(한화 약 6,593만 2,500원), 3만 8천 달러(한화 약 4,246만 5,000원)인 것을 감안하면 중국 관광객의 경제수준 대비 상대적 지출이 매우 높음을 확인할 수 있다.

<표 II-7> 국가별 외국인 관광객 1인당 지출금액(2016년 기준)

순위	국가	1인당 지출금액	중국 대비 각 국가의 비중
1	중국	42만 2,878원	100.0%
2	미국	28만 3,493원	67.0%
3	영국	24만 9,584원	59.0%
4	일본	24만 7,136원	58.4%
5	러시아	22만 8,657원	54.1%

자료 : 부산관광공사 통계 참조하여 연구자 재작성

3. 중요도-만족도 분석 (IPA)

가. IPA의 개념

중요도-만족도 분석(Importance-Performance Analysis, IPA)은 상품이나 서비스가 지니고 있는 속성들의 중요도(Importance) 및 만족도(Performance)에 대한 소비자 인식을 동시에 파악하기 위한 마케팅 분석 기법이다. 그러므로 IPA분석은 소비자가 어떤 속성을 중요하게 여기는지 사전 기대를 조사하고(권소연, 2011), 만족도는 이용 후에 소비자가 스스로 평가하게 하여 각각의 속성을 상대적인 중요도와 만족도를 동시에 비교 분석하는 방식으로 분석한다(Hanmmitt, 1996; 고순영, 2005). 즉, IPA 분석은 특정제품의 속성이나 특징에 대한 소비자의 사전 기대를 통해 소비자 만족도를 평가하고, 각각의 특징에 대한 상대적인 중요도와 각각의 특징에 대한 공급 측의 활용도를 설정하고자 하는 것이 중요도 만족도 분석의 목적이다(Guadagnolo, 1985).

IPA분석은 관광분야에서도 유용하게 사용될 수 있다. 관광지 기획 및 관리시 소비자(관광객)의 관점에서 중요하게 고려되어야할 속성들을 파악하고, 이를 관광지 관리 및 개발, 관광지 경쟁력 강화 등 실질적으로 적용하여 분석할 수 있기 때문이다(김정준, 2010).

나. IPA분석 방법

IPA 수행과정을 좀 더 자세히 표현하면 중요속성 결정단계, 설문조사단계, 실행격자 작성단계, 실행격자 해석 총 4 단계로 이루어진다(Turner & Reisinger, 김성일, 1991; 최정우, 1999; 이주희 & 심규원, 2003). 중요도-만족도 분석은 <그림 II-1>와 같이 평가요소의 중요도와 만족도를 측정하여 2차원 도면상에 표시하고 그 위치에 따라 의미를 부여하는데, IPA는

중심점을 기준으로 나누어진 4분면에 대해 각각 ‘지속유지’, ‘집중개선’, ‘저순위’, ‘과잉노력지양’으로 표시할 수 있다(Martilla & James, 1977).

다음 <그림 II-1>의 매트릭스와 같이 1사분면의 ‘지속유지’면은 중요도와 만족도가 모두 높은 상태로 상대적인 경쟁력을 가지고 있어 사업을 유지시킬 필요가 있는 영역이다. 2사분면의 ‘집중개선’면은 중요도가 높은 것에 비해 만족도가 낮은 속성으로 가장 집중적으로 투자되어야 할 영역이다(이호열 외, 2012). 그리고 3사분면의 ‘저순위’면은 소비자들이 크게 중요하게 고려하지 않으며 실제로 만족도도 높지 않으므로 한정된 자원만 투입하면 되고, 4분면의 ‘과잉노력지양’면은 소비자에게 낮은 중요도로 인식되고 있지만 상대적으로 높은 만족도를 보이는 속성들이므로, 해당 분면의 투자내용을 제2사분면으로 옮겨서 활용하는 등의 조정이 필요하다(한승훈·이형룡, 2008)

Importance	(High)	Quadrant II "Possible Overkill" (High Importance - Low Satisfaction)	Quadrant I "Keep up the Good Work" (High Importance - High Satisfaction)
	(Low)	Quadrant III "Low Priority" (Low Importance - Low Satisfaction)	Quadrant IV "Concentrate Here" (Low Importance - High Satisfaction)
		(Low)	(High)
		Satisfaction	

자료: Oh, H.(2001), Revisiting importance-performance analysis, Tourism management,

<그림 II-1> 중요도-만족도 분석 모형

다. IPA분석에 관한 선행연구

중요도와 만족도 분석은 Martilla와 James(1977)가 자동차 딜러의 서비스 중요성을 파악하기 위하여 14개의 속성을 적용하여 처음 모형을 고안한 이래로, 시장 경쟁력을 파악하는 효과적인 수단으로 전략적 계획을 수립하기 위해 사용되고 있다(Myers, 2001; Weijaw, 2007). 따라서 IPA는 건강, 마케팅, 은행, 교육, 스포츠 심리학 등 여러 분야에서 사용되고 있으며 특히 환대산업의 분야에서는 서비스를 평가하고 개선점을 찾아내기 위한 방법으로 응용되고 있다(이형래, 2005). IPA분석을 사용한 선행연구는 다음과 같다.

장병수(2004)는 IPA 분석을 이용하여 일본, 중국 관광객들이 관광목적지로서 한국을 평가함에 있어 한국 관광상품에 대한 사전 중요도와 제공된 상품에 대한 사후 만족도에 대한 지각차이를 분석하였다. 분석결과 관광목적지 하드웨어와 소프트웨어에 대한 사전 중요도와 사후 만족도는 유의한 차이를 보였으며, 일본 관광객은 사후 실행도가 중요도보다 낮게 나타났다, 중국 관광객은 사후 실행도가 높게 나타나 차별적인 결과를 보였다.

이진의(2013)는 IPA기법을 활용한 섬 생태관광지 개발과 관리방안 연구에서는 섬 생태관광지 매력요인의 중요도와 만족도 차이 분석결과 금오도 경관의 아름다움과 금오도의 쾌적한 기후, 숙박시설의 편리 및 청결, 숙박시설의 서비스를 제외한 매력요인에서 유의한 차이가 나타났다.

우새아(2014)는 방문하는 중국인 관광객을 대상으로 서울 시내면세점의 선택속성의 중요도-만족도 분석을 실시하였다. 분석결과 중국인 관광객들이 서울 시내 면세점을 이용하기 전에 중요하게 생각했던 속성들 중에 포장 디자인, 칼라, 조명 및 인테리어 3개 항목을 제외한 22개 항목에 대해

서는 중요도에 비해 만족을 잘하지 못하는 것으로 분석되었다.

이구서(2011)는 방한 중국관광객의 관광활동특성에 따른 선택속성의 중요도-만족도 분석을 실시하였다. 분석결과 관광 및 목적으로 한국을 방문한 중국관광객들은 중국어 표시판, 음식 다양성, 숙박시설의 청결성, 쇼핑시 상품가격, 관광일정 및 가이드 친절도 등 요인에서 만족도가 가장 낮은 것으로 나타났다.

임선전(2011)은 일본인 관광객의 의료관광 선택속성에 대한 평가를 실시했다. 의료사고 대응책, 사전사후 관리 시스템, 보험 적용 여부, 여행 및 의료비용, 의료기관의 명성 및 평판, 정보시스템 및 안내 체계 부문 등은 일본인 관광객이 의료관광 선택 시 중요도가 높고 만족도는 낮은 영역으로 나타났다.

오현주(2010)는 부산 관광지 매력속성의 중요도와 만족도에 관한 연구를 통하여 관광객들이 낮은 만족도를 나타낸 2사분면에 청결성, 비용, 관광안내·정보제공, 색다른 경험 및 체험이 포함되었으며, 이들은 집중적인 관리와 함께 개선이 이루어져야 한다고 밝혔다.

석입평(2007)은 중국관광객의 부산 야간관광 매력성 평가에 관한 연구에서 야경, 먹거리, 관광안내소, 야시장 등 4개 항목은 중국인 관광객에게 중요하게 인식되지만 만족도는 낮아 야간관광을 활성화시키기 위해서 이 부분에 대한 개선이 노력이 집중되어야 한다는 것을 밝혔다.

이외에도 방한 중국인 관광객(진애니, 2008), 감천문화마을관광객(김경옥, 2015), 전주한옥마을 관광객(이은혜, 2015), 방한 중국인 및 일본인 의료관광객(김평제, 2016), 중국 장쑤성 관광객(Gao Xiaolu, 2016), 진황도 관광객(Wang Yang, 2017) 등 관광객을 대상으로 다수의 IPA 관련 연구가 진행되었다.

<표 II-8> IPA를 이용한 관광분야 연구

No.	연구자	제목	변수	연구 대상
1	석업평 (2007)	중국관광객의 부산 야간관광 매력성 중요도-만족도 분석 모형 평가에 관한 연구	18개	부산 야간관광 매력성
2	진애니 (2008)	방한 중국인 관광객들의 관광지 선택속성 중요도-만족도 연구	20개	방한 중국인 관광객
3	오현주 (2010)	부산 관광지 매력속성의 중요도와 만족도에 관한 연구	28개	부산 관광지
4	임선전 (2011)	일본인 관광자의 의료관광 선택속성에 관한 연구	20개	의료관광
5	이진의 (2013)	IPA기법을 활용한 섬 생태관광지 매력요인 분석	27개	섬 생태관광지 개발과 관리
6	김경옥 (2015)	IPA분석을 활용한 감천문화마을의 관광 활성화 방안 연구	18개	감천문화마을의 관광 활성화
7	이은혜 (2015)	전주한옥마을 관광객의 선택속성, 방문동기, 만족도, 충성도의 이해: - IPA분석을 중심으로 -	22개	전주한옥마을
8	김평제 (2016)	방한 중국인 및 일본인 의료관광객의 의료서비스 품질의 중요도-실행도 분석(IPA)에 관한 연구	17개	의료서비스품질
9	Gao Xiaolu (2016)	문화유산관광지 선택속성에 대한 중요도와 만족도의 분석: 중국 장쑤성 주장(周庄)을 중심으로	16개	문화유산관광지
10	Wang Yang (2017)	IPA모형을 활용한 진황도 관광 이미지 분석	17개	진황도 관광 이미지

자료 : 선행연구를 바탕으로 연구자 작성

4. 관광객 만족에 관한 이론

가. 중요도 및 만족도의 개념 및 선행연구

중요도 및 만족도에서 중요도는 ‘소비자가 중요하게 생각하는 정도로

제품이나 서비스를 제공받기 전 지각하는 사전 기대의 개념'으로 정의된다(권소연, 2011). 따라서 본 연구에서는 중요도를 “부산관광 계획 시 해양관광, 수산관광, 비 해양·수산 관광 요인 중 각 항목에 대한 기대 정도”로 정의하였다. 만족도는 ‘특정 속성에 대한 소비자의 기대수준과 그러한 속성에 대한 만족’으로 정의되어(조미선, 2013), 본 연구에서도 “해양관광, 수산관광, 비 해양·수산 관광요인에 대한 만족 정도”로 정의하였다.

이를 통해 본 연구에서는 중국 사람들이 부산을 관광할 계획을 했을 때 각 항목에 대해 중요하다고 생각하는 사전기대(중요도)와 관광을 마치고 난 후 느낀 각 항목의 만족도와의 차이를 분석하고자 한다.

한편 전반적인 만족도는 ‘관광 경험 후 관광객의 심리적 상태’를 말한다(Baker & Crompton, 2000). 최근 국내의 만족도 관련연구에서는 포괄적 측정방식을 택하여 전반적 만족도, 추천의도, 재방문의도 등의 항목을 포함시켜 복수항목으로 된 만족개념을 측정한 후 합산평점으로 만족지수를 도출하고 있다(박석희·부소영, 2002). 또는 관광에서의 전반적인 만족은 관광객 자신의 관광체험 총체에 대한 이미지를 평가하는 것으로써 관광체험에 대한 일종의 태도라 정의되기도 한다(Lounsbury & Polik, 1992). 따라서 본 연구에서는 전반적인 만족도를 “부산 방문에 대하여 전반적으로 부족함 없이 충분하고 흡족한 정도”로 정의하였다.

나. 행동의도의 개념 및 선행연구

행동의도(Behavioral intention)는 소비자들이 특정 대상에 대한 태도를 형성한 후 그것을 미래 행동으로 나타내려는 개인의 의지와 신념이다(문경주, 2007; 박정아, 2017). 소비자의 행동의도로는 구매 활동에 있어서의 재구매 의도 및 타인에 대한 상품의 추천 등이 중요하게 인식되고 있다.

관광지 선택에 있어서도 재방문 의사 및 관광지 추천과 같은 소비자 행동 의도는 가장 각광받는 연구 주제로 다루어져 왔다(조미선, 2013).

재방문의사에서 의사란 개인이 예기되거나 계획된 미래 행동에 대한 의지를 의미하는 것으로서, 자신의 신념 및 태도가 행위로 옮겨질 확률이라고 할 수 있으며, 특정 상품이나 서비스의 과거 구매경험에 대한 평가를 바탕으로 재차 방문하려는 소비자의 신념이라고 정의할 수 있다(Engel & Blackwell, 1982; 이지환, 2009). 따라서 본 연구에서는 재방문의사를 “관광지에 매력요인과 관광체험에 대해서 부산을 다시 방문할 욕구”로 정의하고 이를 측정해보고자 한다.

관광지의 추천의사는 관광지의 여러 속성과 관련된 체험들에 근거하여 그 개인이 타인에게 긍정적으로 구전할 의향의 정도를 의미한다(고동우, 1998). 구전(word of mouth)은 1954년 Fortune지에 소개된 William H. Whyte, Jr의 고전적인 마케팅 연구에서 사용되기 시작했다. 구전은 전하고자 하는 내용을 상대방에게 직접 구전으로 전달되기 때문에, 기업의 마케팅 활동에 의한 어떤 활동보다 신뢰할 수 있다고 소비자들은 인지한다. 즉, 광고 보다는 홍보가 소비자들에게 효과적이라 할 수 있듯이(이학식, 1999), 기업들이 주로 하는 마케팅 보다는 소비자들의 구전이 더 효과적이라 할 수 있다(우새아, 2014). 따라서 본 연구에서는 추천의사는 “중국 관광객의 부산에서 자신의 관광경험을 바탕으로 부산을 타인에게 긍정적으로 추천하고자 하는 의사”로 정의하고 부산관광요소에 대한 관광객의 만족이 타인에게 긍정적 구전할 의향에 미치는 영향력을 측정해보고자 한다.

5. 관광의 유형

가. 해양관광의 개념 및 선행연구

해양관광은 관광활동의 본질적 동기인 일상생활에서 벗어나 변화를 추구하기 위한 행위로서, 해양과 해안에서 이루어지는 활동이며, 해양에 의존하거나 해안에서 특별히 활발하게 이루어지는 활동을 의미한다(황기형·마문식, 1999). 또한 해역과 해안에서 이루어지는 활동으로 해양에 의존하거나 해안에서 특별히 이루어지는 활동으로 정의하기도 하며, 해안선에 인접한 육지와 바다의 공간인 해안과 해양에서 휴양 및 레크리에이션을 하는 활동(이진희, 2008)으로 정의되기도 한다.

해양의 중요성이 증대되고 해양에 대한 관심이 고조되면서 해양관광은 가장 급속하게 성장하는 분야 중의 하나로 인식되어져 왔으며, 해양관광이 이루어지는 공간도 해변에서 해저, 해중, 해상 등으로 확장되고 있다(Abed Monavariand & Kaibasi, 2011). 이러한 관점에서 해안이나 해양에서 해수욕장과 마리나 시설을 중심으로 해수욕, 보트, 요트, 수상스키, 등의 활동지향적인 해상레저활동과 함께 자연경관을 감상할 수 있는 곳을 해양관광지라고 한다(김영미, 2009).

따라서 본 연구에서는 위의 선행연구들을 바탕으로 본 연구의 특성에 맞게 해양관광을 “관광객들이 일상생활을 벗어나 직·간접적으로 해양관광(해중·해상·해변이나) 해양자원이 있는 곳에서 행하는 일련의 활동”으로 정의하고자 한다.

해양관광 관련 선행연구들을 살펴보면, 이진희(2017)는 중국인 관광객 중 제주도를 방문하는 중국인 관광객 비율은 직업별로 유의한 차이를 보이는 것으로 나타났다. 제주도를 방문한 중국인 관광객의 직업 중 기타(공무원, 생산직, 학생, 주부 등)의 비율이 가장 높게 나타났고, 다음으로 사무직, 판매직 순으로 높게 나타났다. 이를 통해 제주도를 방문하는 중국

인 관광객들의 직업에 따라 맞춤형 상품개발이 필요하다고 분석하였다. 김성혁 외(2012)는 해양관광지로서 부산지역을 방문한 해양관광객들을 대상으로 방문동기에 따른 시장세분화 연구를 진행하였다. 그 결과, 다른 관광객들에 비해 다목적 방문형 관광객들은 가족화합을 중심으로 일상탈출, 관광지 문화체험, 해양레저 등 모든 동기요인에서 높은 평균값을 보이는 것으로 나타났다. 강석규(2015)는 제주 해양관광객의 수요함수를 통해 제주 해양관광의 수요결정요인을 규명하고자 하였다. 그 결과 해양관광만족요인 중 자연경관 만족요인이 해양관광 방문수요에 부정적인 것으로 나타나 자연경관에 대한 만족도가 높다고 해서 반드시 해양관광방문수요에 긍정적으로 적용되는 것은 아니라고 분석되었다. 또한 숙박비용에 대한 만족도가 높을수록 해양관광 방문수요에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 파악되었다.

나. 수산관광의 개념 및 선행연구

현재까지 수산관광에 대한 연구가 그리 많지 않기 때문에, 수산관광에 대한 명확한 개념규정이 이루어지지 않은 상태이며, 해양관광, 어촌관광, 블루투어리즘, 도서관광 등과 구분되지 않고 사용되고 있다. 따라서 본 연구에서는 수산관광의 개념을 수산관광과 공통점이 많은 어촌관광의 개념을 참고하였다. 또한 해양관광과 수산관광의 활동, 공간, 형태, 주체 등의 차이점 검토해 봄으로써 수산관광의 개념을 정의하고자 하였다.

해양수산부(2000)는 어촌관광을 해양과 도서, 어촌, 해변 등을 포함하는 공간에 보존하는 자원을 활용하여 일어나는 관광목적의 모든 활동을 의미하는 것으로 정의하였다. 장영수(2007)의 연구에서는 어촌관광을 해양관광의 한 부분이지만 어촌·어항을 중심으로 휴식형, 체험적 활동이 주를 이

루고 있으며, 수련 체험활동을 중심으로 정의 하였다

<표 II-9>는 외국인 관광객을 대상으로 정리한 해양관광과 수산관광의 범위 및 차이점이다. 해양관광활동은 해양레저·스포츠, 휴식·휴양 등의 활동을 말하며, 수산관광활동은 수산문화 체험, 수산 산업 등의 체험을 말한다. 따라서 본 연구에서는 어촌관광 선행연구와 해양관광과 수산관광의 차이점을 참고하여 수산관광을 “다양한 수산문화 체험과 수산자원을 통하여 관광목적 달성과자 하는 관광활동”으로 정의하였다.

<표 II-9> 해양관광과 수산관광의 차이

구분	해양관광	수산관광
활동	레크리에이션, 스포츠 등 활동적 특성이 강함. 해양레저·스포츠, 휴식·휴양 등 (관광·레저 중심)	관광활동, 체험적 활동이 강함. 수산문화 체험, 수산 산업 등의 체험 위주(관람, 교육중심)
공간	모든 연안공간(해양 및 해안선 주변, 주로 지정관광지가 많이 활용됨, 따라서 명승·경관지가 많음)	수산관광공간에 국한 (수산 관광지, 전통 수산시장, 도시 및 관광 수요가 높은 관광지역)
형태	해양리조트, 마리나 등 인공적 형태	수산관광지에서의 활동이 많음. 수산관광지에서의 자원, 산업, 문화활동 등 기존 여건 이용
주체	관리회사 혹은 해양레저 관련업체, 어민은 보조자 혹은 방관자	수산업 관련자
대상층	일반관광객	관광, 체험 목적의 관광객
관광객과의 관계	어민-매개자(관광여행사 등) -관광객	수산업자와 관광객의 직접 접촉
투자규모 및 시설	대규모 시설에 대규모 투자	기존 시설에 소규모의 수산관련 및 관광 편의시설 보강

자료: 해양수산부, 해양관광진흥을 위한 종합계획 수립 연구(2000)을 바탕으로 제작성

다. 비 해양·수산물관광의 개념 및 선행연구

본 연구는 부산을 방문한 중국관광객들의 부산 관광지에 대한 관광자원의 가치를 보다 구체적으로 파악하기 위해 관광유형을 해양관광, 수산물관광, 비 해양·수산물관광 등 세 부분으로 나누어 연구를 진행하고자 한다. 비 해양·수산물관광은 “해양 및 수산 관광 활동을 제외한 일반적인 관광활동”을 의미하며 관련 선행연구는 다음과 같다.

석립평(2007)의 연구에서 부산야간관광의 매력성은 크루즈관광, 야간시티투어 등 지역의 특색이 있는 관광명소 뿐만 아니라 관광부대시설의 안전/치안, 환경, 교통수단 등 관광의 인프라적 요소도 잘 갖춰져 있는 것이라고 평가했다. 이 같은 요소들은 중국관광객을 만족 시킬 수 있고 실제로도 높은 평가를 받은 것으로 나타났다.

최인석(2007)은 국내 골프관광 참여자들의 의사결정과정과 소비자행동의 각 변인간의 관계를 구조모형을 통해 분석한 결과 골프관광 욕구나 동기의 기대와 관광지 속성평가는 지각된 가치의 평가를 거쳐 만족감을 느낌으로서 재방문 의도가 형성된다는 골프관광 소비자행동이 도출되었다.

이소연(2009)은 음식관광 관여도와 음식에 대한 관심간의 상호 관련성을 살펴보았다. 연구 결과 음식관광 관여도는 소득에 따라 유의한 차이를 보였다. 그리고 음식에 대한 관심 요인 중 시식 및 정보관심, 감정적 가치관심, 건강관심도 또한 소득에 따라 유의한 차이를 보였다.

김미선(2009)은 쇼핑관광지 속성이 관광객의 지각된 가치에 미치는 영향과 관광객의 지각된 가치 이후에 나타나는 만족과 행동의도 간에 영향관계를 분석하였다. 그 결과 관광객의 지각된 가치는 관광만족에 영향을 주는 것으로 분석되었다. 따라서 지각된 관광가치가 높을수록 관광만족은 높게 나타났다.

장려나(2014)는 길림성의 생태관광시장 선택속성에 관한 연구를 통해 길림성 생태관광의 선택속성 중 자녀교육, 지역주민편익, 생태계의 신비, 일탈적 여유, 지역문화 특산물, 자연경관, 기념적 체험 등이 만족도에 영향을 미치는 변수라고 주장했다.

구슬기(2017)는 ‘문화가 있는 날’을 운영 중인 경복궁을 대상으로 방문하는 관광객의 문화관광 선택속성과 만족도 그리고 행동의도의 영향관계를 파악하였다. 분석결과 문화관광 선택속성인 전통문화, 지역문화는 만족도에 모두 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

신혜중(2005)은 중국관광객 유치에 위해 중국관광객 만족에 영향을 주는 통역 안내사의 역할에 대한 문제점과 개선점을 연구하였다. 연구결과 해설자로서의 역할 중 언어 수준면에서 화교가 만족도가 높은 것으로 나타났다으나, 관광지에 대한 설명과 여행일정에 대한 상세한 안내, 한국의 사회, 풍습 소개 항목에서는 한국인 통역 안내사가 조선족과 화교 통역 안내사에 비해 만족도가 높게 나타났다.

일반적 관광활동에 관한 위의 선행연구들을 바탕으로 본 연구는 비 해양·수산관광을 “일상생활을 벗어나 변화를 추구하기 위한 행위로서, 다양한 관광욕구를 충족하기 위해 행해지는 관광 중 해양공간에서 이루어지는 활동 및 수산문화 체험과 수산자원을 통한 관광활동을 제외한 육지에서의 관광 활동”으로 정의하고 연구를 진행하고자 한다.

Ⅲ. 연구설계

1. 부산관광요인 도출을 위한 중국관광객 사전인터뷰

부산을 방문한 중국 관광객에 대한 선행연구들이 많지 않아 본 연구에서는 1차 예비조사로 중국관광객 사전 인터뷰를 진행하고, 부산 관광지를 조사, 방문하였다. 중국관광객 사전 인터뷰는 부산을 방문한 중국 관광객을 대상으로 2017년 7월에서 8월까지 진행하였다. 사전 인터뷰는 무작위 표본추출방법을 통해 25명의 응답자를 선정하여 일대일 대면방식으로 진행하였다. 인터뷰대상자의 인구통계학적 특성은 남자 11명, 여자 14명이며 연령별 분포는 20대 10명, 30대 11명, 40대 이상 4명으로 나타났다. 사전 인터뷰 결과는 <표 Ⅲ-1>과 같다.

<표Ⅲ-1> 사전인터뷰 결과 요약

번호	질문		응답 항목	인원 (명)
1	부산에서 가장 맛있게 먹었던 수산물		대게	8
			조개구이	4
			연어회	3
			해물탕	3
			산낙지	3
			게장	2
			전복구이	2
			고래고기	1
2	부산 어 묵	어묵 시식경험	부산어묵 먹어본 적 있다	21
			부산어묵 먹어본 적 없다	4
	부산 어 묵	부산 어묵에 대한 느낌*	어묵이 부드럽고 맛있다	17
			꼬지 모양이 신기하다	5
			어묵 육수 맛있다	5
			어묵 퍼져서 맛이 없다	4
			길에서 먹을 수 있다	3

			서울에 파는 어묵보다 맛있다	3
		기념품으로 구매여부	아니다	21
			그렇다	3
		기념품으로 구매하지 않은 이유	포장과 세관 문제가 있어 구매 안 한다	10
3	부산 전통 수산시장 (자갈치 시장) 방문한 경험 및 평가*	자갈치에 방문한 경험이 있다		23
		자갈치 시장 비싸고 바가지를 씩우는 경우가 있다		10
		식사비(횃감 구매+1인당 식사비) 가 비싸다		4
4	기념품 구매 항목	화장품		14
		홍삼		4
		수산물 기념품		3
		가전제품		2
5	광안리나 해운대 등 해양환경 상태	깨끗하다		17
		깨끗하지 않다		8
6	해양레포츠 활동 유무 (요트, 윈드서핑 등)	해양레포츠 활동이 있는지 모른다		12
		요트를 타고 싶은데 신청 방법을 모른다		8
		야경 볼 수 있는 요트를 타봤다		3
		안 하고 싶다		2
7	부산의 해안경관	부산 해안경관만의 특색 없다		13
		아름답다		8
		이국적인 느낌있다		4
8	부산에서 음식점 방문한 경험	있다		25
9	식당 이용에 관한 불편한 점*	식당에 가서 그림만 보고 골라야 된다		23
		조리된 음식과 메뉴판 사진이 다르다		21
		반찬 어떻게 먹는지 모르겠다		10
		현금 계산이 편하다		4
10	결제수단의 편리성	은련카드를 쓸 수 없는 곳이 많다		11
		결제수단 다양하다		5
		현금 계산 편하다		4
11	부산 야간 시티투어 버스 이용여부	있다		4
		없다		21

*주: 중복응답

2. 연구모형 및 연구가설

본 연구에서는 선행연구와 1차 사전인터뷰 결과를 바탕으로 설문지를 작성하여 메인 설문조사를 실시하였다. 메인 설문조사 결과를 바탕으로 요인분석을 진행한 후, 중요도-만족도(IPA) 분석을 실시하여 각각의 관광 요인에 대하여 방문 전 각 요인의 중요도와 방문 후의 만족도 간의 차이를 파악하였다. 또한 중국관광객들이 부산 관광지에 대한 중요도가 전반적인 부산의 관광만족, 재방문의사, 추천의사에 미치는 영향을 알아보고 만족도, 재방문의사, 추천의사 간의 관계를 분석하였다. 위에서 언급한 연구분석을 위해 필요한 가설들을 <표 III-2>와 같이 설정하였다. 한편 가설에 따른 연구모형은 <그림 III-1>와 같다.

<표 III-2> 가설 설정

구분		가설 내용
H1		중국 관광객의 부산 관광지에 대한 중요도와 만족도는 유의한 차이가 있을 것이다.
H2	H2-1	중국 관광객의 부산 관광지에 대한 만족도는 부산의 전반적 관광 만족도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
	H2-2	중국 관광객의 부산 관광지에 대한 만족도는 부산 관광의 재방문의사에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
	H2-3	중국 관광객의 부산 관광지에 대한 만족도는 부산 관광의 추천의사에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
H3		중국관광객의 부산에 대한 전반적 관광 만족도는 부산 관광의 재방문의사에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
H4		중국관광객의 부산 관광에 대한 재방문의사는 부산 관광의 추천의사에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.



<그림 III-1> 연구모형

3. 변수의 조작적 정의 및 설문지 구성

가. 변수의 조작적 정의

본 논문은 중국 관광객을 대상으로 부산의 관광요인을 해양관광, 수산관광, 비 해양·수산관광으로 구성하여 각 요인에 대한 중요도와 만족도를 분석하고자 한다. IPA를 이용한 관광분야 선행연구를 참고하여 25개의 변수를 설정하였으며 구체적인 내용은 <표 III-3>과 같다.

첫 번째, ‘이론적 배경 및 선행연구’에서 명시한 것과 같이 해양관광은 “관광객들이 일상생활을 벗어나 직·간접적으로 해양관광(해중·해상·해변이나) 해양자원이 있는 곳에서 행하는 일련의 활동”으로 정의하였다. 다수의 해양관광 선행연구들(김가야·황보주, 2016, 김민철 2007, 심미숙·김아진 2016, 이진희 2017)에서 해양관광에 대한 관광객들의 인식도를 측정하기 위해 해양환경, 해양경관, 해양체험 등에 해당하는 변수를 사용하였다. 따

라서 본 연구에서는 위의 선행연구들을 참고하여 본 연구에 적합하도록 ‘주변 해양 관광 자원과의 연계성’, ‘적절한 해양관광표시’, ‘해안주변 숙박 시설 이용여부’, ‘해양 관광 도시 특유의 분위기’, ‘해양환경 보전 상태’, ‘수족관, 해양박물관 등 해양문화공간의 관람 체험’, ‘다양한 해양관광 체험 활동(요트, 윈드서핑, 해수욕 등)’, ‘해양관광지의 부대시설(해수욕장의 샤워시설, 물품 보관시설 등)’, ‘아름다운 해양경관’로 총 9가지 변수를 중국관광객의 부산 해양관광지에 대한 인식도를 측정하는 변수로 설정하였다. 한편 주요 부산해양관광지로는 부산관광공사의 ‘2016년 관광객의 국적별 부산 주요 관광지 방문 현황(표 <II-5>)’을 근거로 해운대, 광안리, 해동용궁사, 태종대, APEC동백섬, 국립해양박물관, 송정해수욕장 등을 선정하였다.

두 번째, 수산물관광 역시 선행연구에서 명시한 “다양한 수산물문화 체험과 수산자원을 통하여 관광목적 달성과자 하는 관광활동”으로 정의하였다. 선행연구와 사전 인터뷰 결과 ‘부산 수산물관광지에 대한 청결도’, ‘한국 전통 수산 요리’는 관광객의 만족에 영향을 미친다고 분석되었으며 중국 관광객들은 수산물관광지에서 ‘판매되는 수산물의 위생 상태’에 대한 중요도가 높게 나타났다. 따라서 본 연구에서는 이들을 바탕으로 수산물관광요인에 대한 구체적 변수를 설정하였다. 세부변수로는 ‘판매되는 수산물의 위생상태(수산물의 부패에 따른 비린내 여부, 전시대의 청결도 등)’, ‘수산물관광시설의 청결도(관광지 통로와 바닥, 식사 공간, 화장실 등 수산물관광지 내부 시설의 청결도)’, ‘수산물가격에 대한 명확한 제시’, ‘부산 지역 유명 특산물 구매(김, 어묵, 건어물 등)’, ‘한국의 독특한 수산물 외식문화 체험(1층 구매, 2층 시식, 즉석시식 등)’, ‘한국 전통 수산 요리 소비(해물탕, 생선구이, 회, 산낙지 등)’, ‘다양한 수산물 관람 가능 여부’로 총 7가지 변수로 구성하였다. 또한, <표 II-5>에서 중국 관광객들의 선호도가 높게

나타난 자갈치시장, 광안리 회센터를 포함하여 부산 외곽에 위치한 부산의 대표적 전통수산물시장 중 하나인 기장수산물시장 등을 주요 부산 수산물광지로 선정하였다.

세 번째, 비 해양·수산물관광은 “일상생활을 벗어나 변화를 추구하기 위한 행위로서, 다양한 관광욕구를 충족하기 위해 행해지는 관광 중 해양공간에서 이루어지는 활동 및 수산물문화 체험과 수산자원을 통한 관광활동을 제외한 육지에서의 관광 활동”으로 정의하였다. 다수의 선행연구들(석립평, 2007, 이소연, 2009, 김미선, 2009, 구슬기, 2017)에서 관광지의 서비스 품질 뿐만 아니라 관광지의 매력성 역시 중국 관광객의 관광 만족도에 영향을 미치는 것을 입증했다. 따라서 본 연구에서도 중국관광객의 만족도 측정을 위해 ‘관광지 매력성’ 및 ‘관광지에 서비스품질’에 관한 변수를 추가하였다. 또한 선행연구들을 참고하여 본 연구에 적합한 비 해양·수산물관광의 중요도-만족도를 측정하기 위해 다음과 같은 세부 변수들을 설정했다. 구체적으로 ‘관광지 안내원 및 종업원의 친절성’, ‘지역주민의 친절도’, ‘관광지의 안전성’, ‘다양한 관광 기념품 구매가능’, ‘스토리텔링 있는 유적지’, ‘야간관광 프로그램’, ‘부산 상징할만한 랜드마크의 존재여부’, ‘관광지 안내원 및 종업원의 중국어 구사능력’, ‘결제 수단의 편리성’로 총 9가지 변수로 구성하였다. 해양관광, 수산물관광과 마찬가지로 주요 부산 관광지의 외국인 관광객 방문 현황 자료(<표 II-4>)를 근거로 남포동, 서면, 감천문화마을, 국제시장, 범어사, 달맞이고개 등을 주요 부산 비 해양·수산물 관광지로 선정하였다.

<표 III-3> 세부 변수의 선행연구

No.	항목	관련 선행연구
1	주변 해양 관광 자원과의 연계성	최진철(2007), 이의희·김영남·서용건(2011), 강석규(2013)
2	적절한 해양관광안내표시	강석규(2013), 임화순·남윤섭(2016)

3	해수관광지의 부대시설	김민철(2007), 하성수(2009), 이의희·김영남·서용건(2011)
4	해안주변에 숙박시설 이용여부	형성은·이성필(2008)
5	해양 관광 도시 특유의 분위기	오상훈·고계성(2005)
6	아름다운 해양경관	형성은·이성필(2008), 김성혁·김용일·오재경(2012), 장철호 (2014)
7	해양환경 보전 상태	장철호 (2014)
8	수족관, 해양박물관 등 해양문화공간 관람 체험	김민철(2007), 하성수(2009), 이진희 (2017)
9	다양한 해양관광 체험 활동	김민철(2007), 최진철(2007), 김성혁·김용일·오재경(2012), 이진희(2013)
10	판매되는 수산물의 위생상태	사전 인터뷰 조사
11	수산물관광시설의 청결도	사전 인터뷰 조사
12	다양한 수산물 관람 가능 여부	사전 인터뷰 조사
13	수산식품 가격에 대한 명확한 제시	정병웅·진애니·정유리(2009), 이진의 (2013)
14	부산 지역 유명 특산물 구매	김광근·여창원·김용철(2007), 김민철 (2007), 강석규(2013), 장철호(2014)
15	한국의 독특한 수산물 외식문화 체험	전인순(2002), 김성혁·김용일, 오재경 (2012), 심미숙·김아진(2016)
16	한국 전통 수산 요리 소비	전인순(2002), 김민철(2007), 강석규 (2013)
17	관광지 안내원 및 종업원의 친절성	QUAN QIUYAN(2009), 이익수 (2015), 김경옥(2015), 장양례(2016)
18	관광지 안내원 및 종업원의 중국어 구사능력	MU LILI(2014), 정호권(2016), 이희정·서세진·서용건 (2017)
19	지역주민의 친절도	김민철(2007), 오현주(2010), 이의희, 김영남·서용건(2011), 강석규(2013)
20	결제수단의 편리성	QUAN QIUYAN(2009)
21	다양한 관광 기념품 구매가능	QUAN QIUYAN(2009), 정병웅·진애니·정유리(2009), 이경희·전재균·이상호(2011)
22	스토리텔링 있는 유적지	김민철(2007), 이경희·전재균·이상호(2011), 이은혜(2015)
23	야간관광 프로그램	SHI LIPING(2007), 김광근·여창원·김용철(2007), 오현주 (2010)
24	관광지의 안전성	SHI LIPING(2007), 김민철(2007), 이경희·전재균·이상호(2011), 이진의(2013)
25	부산을 상징할 만한 랜드마크 존재여부	오현주(2010)

나. 설문지 구성

본 연구는 선행연구 및 1차 조사 결과를 통해 부산을 방문한 중국인 관

광객의 부산관광요소별 중요도와 만족도를 측정하기 위한 본 설문지를 작성하였다. 조사에 사용된 설문지는 중국 관광객의 부산 방문형태 특성, 부산 관광지에 대한 중요도-만족도 평가, 전반적인 부산관광에 대한 만족도 평가, 인구통계학적특성 등 크게 총 네 부분으로 구성하였다.

첫째, 방문형태 특성은 방문목적, 방문기간, 방문횟수, 동반형태, 여행 정보획득경로, 방문했던 관광지 등 총 6문항으로 구성하였다. 둘째, 중국 관광객의 부산 관광지에 대한 중요도-만족도 평가는 25개 변수로 구성되어 리커트 5점 척도로 측정하였다. 25개의 변수는 선행연구, 부산관광지 조사 및 방문, 1차 사전인터뷰 결과를 바탕으로 도출하였다. 셋째, 부산 관광지의 전반적 관광만족도 평가는 만족도, 재방문의사, 추천의사 3개의 항목으로 리커트 5점 척도로 측정하였다. 넷째, 인구통계학적 특성은 성별, 연령, 결혼여부, 직업, 학력, 월평균소득, 거주지, 해외여행 횟수, 여행 지출액 등으로 구성하였다. 거주지, 해외여행 횟수, 여행 지출액에 관한 문항은 다지 선다형으로 구성된 타 항목과 달리 개방형 질문(비율척도)으로 구성하였다. 세부적인 항목 및 척도는 <표 III-4>과 같다.

<표 III-4> 설문지 구성

변수	측정항목	문항수	척도
방문형태 특성	방문목적, 방문기간, 방문횟수, 동반형태, 여행 정보획득경로, 방문했던 관광지	6	명목 비율척도
부산 관광지에 대한 중요도-만족도 평가	해양관광, 수산관광, 비 해양·수산 관광	25	리커트 5점 등간 척도
행동의도	만족도, 재방문의사, 추천의사	3	
인구통계학적 특성	성별, 연령, 결혼여부, 직업, 학력 월평균소득, 거주지*, 해외여행 횟수*, 여행 지출액*	9	명목 비율척도

주: *표시된 항목은 개방형 질문(비율척도)로 구성됨

4. 자료수집 및 분석방법

가. 자료수집

본 연구는 선행연구 및 1차 조사 결과를 통해 설문지를 구성하여 2018년 1월 18일부터 2월 9일까지 김해국제공항, 부산 시내 면세점에서 부산을 방문한 중국인 관광객을 대상으로 무작위 표본추출법(Simple Random Sampling)으로 설문조사를 실시하였다. 총 237부 중 응답이 불성실하거나 데이터로 사용할 수 없는 자료 20부를 제외하고 217부의 설문 응답 내용을 토대로 실증분석을 실시하였다. 조사개요를 정리하면 <표 III-5>와 같다.

<표 III-5> 조사개요

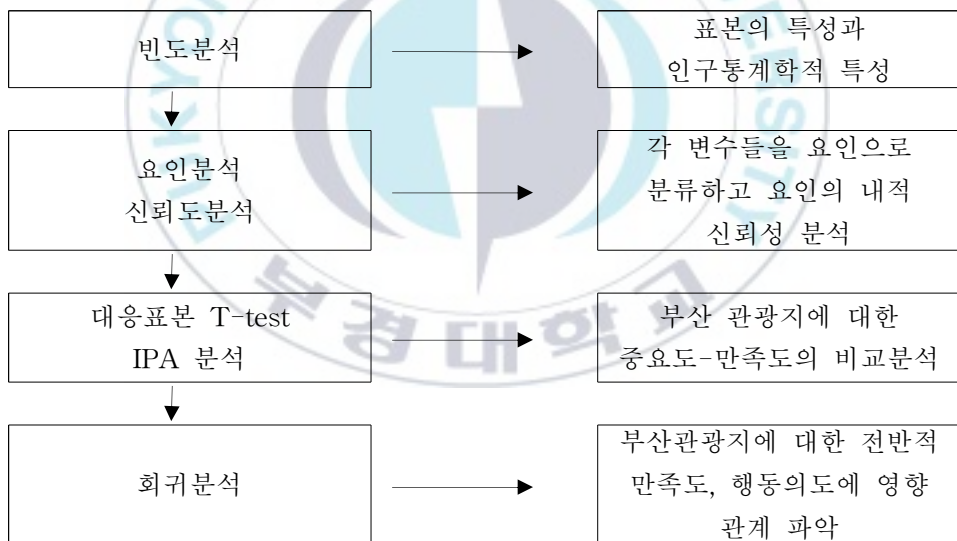
구분	내용
조사기간	2018년 1월 18일 ~ 2월 9일
표본집단	부산을 방문한 중국인 관광객
유효표본	217부 (오기 또는 누락된 20부 제외)
설문조사방법	자기기입식 설문지법
표본 추출방법	무작위 표본추출법(Simple Random Sampling)

나. 분석방법

응답된 설문 결과를 바탕으로 통계분석 프로그램인 SPSS 18.0 패키지를 활용하여 분석하였다. 응답자의 방문형태 특성과 인구통계학적 특성을

파악하기 위해 빈도분석(frequency analysis)을 실시하였고, 수집된 데이터의 신뢰성 확보를 위해 Cronbach's α 값을 이용한 신뢰도 분석(Reliability Analysis), 추출된 요인들의 일치성을 확인하고자 요인분석(Factor Analysis)을 실시하였다.

그리고 연구 가설을 검증하기 위해 부산 관광지에 대한 중요도와 만족도의 비교분석을 실시하였다. 대응표본 T-test를 통해 중요도와 만족도 값의 차이를 분석하였으며, 분석 결과를 IPA(Importance-Performance Analysis)방법을 통해 표현하였다. 마지막으로 부산 관광지에 대한 전반적인 만족도, 행동의도에 영향을 미치는지 검증하기 위해 다중회귀분석(Multiple Regression Analysis)을 실시하였다.



<그림 Ⅲ-3> 연구 분석방법

IV. 실증분석

1. 표본의 특성

가. 인구통계학적 특성

조사대상의 인구통계적 특성을 분석한 결과는 다음 <표 IV-1>와 같다. 성별의 분포는 ‘남자’ 96명(44.2%), ‘여자’ 121명(55.8%)로 여성비율이 남성비율보다 높게 나타난 것으로 분석되었다.

연령대로는 ‘20대’가 85명(39.2%), ‘30대’가 61명(28.1%), ‘40대’가 33명(15.2%), ‘50대 이상’이 32명(14.7%), ‘10대’가 6명(2.8%) 순으로 나타나 20대가 가장 높은 비율을 차지하였다. 학력사항 응답결과 대학에 ‘재학 중이거나 졸업한자’가 141명(65%)으로 가장 많았으며, ‘대학원 재학 또는 졸업’ 43명(19.8%), ‘고등학교 재학 또는 졸업’이 27명(12.4%), ‘중졸 또는 그 이하’가 6명(2.8%)으로 나타났다. 직업은 ‘회사원/사무직’이 74명(34.1%)으로 가장 많은 것으로 나타났으며, ‘학생’ 42명(19.4%), ‘자영업/상업/농업/수산업’ 38명(17.5%), ‘기술/생산직/전문직’ 32명(14.7%), ‘주부’ 23명(10.6%), ‘기타’ 8명(3.7%)의 순으로 나타났다.

월평균소득은 ‘4,000 위안화 이하(한화 68만 원 이하)’가 46명(21.2%), ‘4,000~6,000위안화 이하(한화68-102만 원 이하)’가 55명(25.3%), ‘6,000~8,000위안화 이하(한화102-136만 원 이하)’가 38명(17.5%), ‘8,000위안화 이상(한화136 만 원 이상)’이 78명(36%)으로 나타났다. 한편 현재 중국국가통계(중국국민경제, 사회발전통계)에 따르면 2016 또는 2017년 중국 도시 1인당 월 평균소득은 4,000위안화(한화68 만 원)로 나타났으며, 따라서 본

설문에 참여한 관광객들의 78%이상이 평균 이상의 소득수준을 가지고 있는 것을 알 수 있다. 결혼여부에 관한 응답은 ‘미혼’이 123명(56.7%)으로 ‘기혼’인 94명(43.3%)보다 많은 것으로 나타났다.

개방형 응답으로 조사한 부산여행 지출비용의 경우 분석의 편의를 위해서 4개의 구간으로 나누어 결과를 제시하였다. 그 결과 ‘10,000 위안화~20,000 위안화 이하(한화 170~340만 원 이하)’가 90명(41%)으로 가장 많은 것으로 조사되었다. 다음으로 ‘5,000 위안화~10,000 위안화(한화100~170만 원 이하)’ 74명(34%), ‘20,000 위안화 이상(한화340만 원 이상)’ 31명(15%), ‘2,000 위안화 이상~5,000 위안화 이하(한화34~100만 원 이하)’ 22명(10%)의 순으로 나타났다. 본 조사 결과 <표 II-7>에서 2016년 중국 관광객의 1인당 지출액(42만 2,878원)과 크게 차이를 보이는 이유는 해당 연구의 경우 왕복 항공권과 숙박비를 포함한 전체 여행일정의 총 경비를 산출한 결과이기 때문이며, 이를 1박당 지출액¹⁾으로 환산하면 평균 54만 4,000원이다.

거주지(개방형 응답)에 대한 응답결과 중국 4대 경제특구 기준으로 나누어 살펴보면 ‘동부 지구’가 93명(43%)으로 가장 많이 나타났으며, ‘동북 지구’가 65명(30%), ‘중부 지구’가 31명(14%), ‘서부 지구’가 28명(13%)의 순으로 나타났다. 특히 동부 지구에 포함된 베이징, 상하이, 산둥성 등 대도시에서 온 관광객이 가장 많은 것으로 나타났다. 연간 해외여행 횟수(개방형 응답)는 ‘1회’가 91명(41.9%)으로 가장 많았으며, ‘2회’ 59명(27.2%), ‘3회’ 37명(17.1%), ‘4회 이상’이 30명(13.8%)으로 나타났다.

1) 1박당 지출액은 설문응답자의 부산 여행기간을 부산 방문 지출액으로 나누어 추정한 값임. 부산 방문 지출액은 보기 응답 범위의 1/2 값을 사용하여 추정하였음(예 : 2,000위안 - 5,000위안 → 3,500위안)

<표 IV-1> 인구통계학적 특성

항목	구성요소	빈도 (명)	비율(%)
성별	남성	96	44.2
	여성	121	55.8
연령	10대	6	2.8
	20대	85	39.2
	30대	61	28.1
	40대	33	15.2
	50대 이상	32	14.7
학력	중학교 졸업	6	2.8
	고등학교 졸업(재학)	27	12.4
	대학교 졸업 (재학)	141	65
	대학원 졸업 (재학)	43	19.8
직업	학생	42	19.4
	주부	23	10.6
	회사원/사무직	74	34.1
	기술/생산직/전문직	32	14.7
	자영업/상업/농업/수산업	38	17.5
	기타	8	3.7
월평균소득*	4,000 위안화 이하 (68만 원 이하)	46	21.2
	4,000-6,000 위안화 이하 (68-102만 원 이하)	55	25.3
	6,000-8,000 위안화 이하 (102-136만 원 이하)	38	17.5
	8,000 위안화 이상 (136만 원 이상)	78	36
결혼여부	기혼	94	43.3
	미혼	123	56.7
부산여행 지출비용**	2,000 위안화-5,000 위안화 이하 (34만 원-100만 원 이하)	22	10
	5,000 위안화-10,000 위안화 이하 (100만 원-170만 원 이하)	74	34
	10,000 위안화-20,000 위안화 이하 (170만 원-340만 원 이하)	90	41
	20,000 위안화 이상 (340만 원 이상)	31	15
거주지***	동부 지구	93	43

해외여행 횟수	동북 지구	65	30
	중부 지구	31	14
	서부 지구	28	13
	1회	91	41.9
	2회	59	27.2
	3회	37	17.1
	4회 이상	30	13.8
	합계	217	100.0

주 : * 2017년 중국국민경제와 사회발전통계공보(中国国民经济发展统计公报)에서 발행된 자료를 바탕으로 소득구간 설정

** 왕복 항공권, 숙박 비용, 쇼핑 비용 등을 포함한 총 여행 경비
월평균가구소득과 부산여행지출비용의 금액은 2018년 6월 환율 기준으로 제시
(1위 안=170원)

*** 중국 4대 경제특구 기준

나. 방문형태 특성

조사대상의 방문형태 특성을 분석하기 위해 빈도분석을 실시하였으며 분석결과는 다음 <표 IV-2>와 같다. 분석결과 방문목적은 ‘관광’이 192명(88.5%)으로 가장 많았으며, ‘비즈니스’ 8명(3.7%), ‘건강/치료’ 7명(3.2%), ‘친구/친지방문’ 5명(2.3%)과 ‘기타’ 5명(2.3%)의 순으로 나타났다.

방문기간은 ‘4박5일~6박7일 이내’를 선택한 관광객이 105명(48.4%)으로 가장 많은 것으로 나타났으며, ‘3박4일 이내’가 78명(36%), ‘7박8일~9박10일 이내’가 25명(11.5%), ‘10박11일 이상’이 9명(4.1%) 순으로 나타났다. 부산을 방문한 중국 관광객들의 50%이상이 ‘4박5일~6박7일 이내’로 부산을 체류하는 것으로 나타났다.

방문횟수는 ‘첫 방문’이 115명(53%)으로 가장 많았으며 ‘3회 및 3회 이상’ 방문 61명(28.1%), ‘2회’ 41명(18.9%)으로 나타났다.

동반자는 ‘친구’라고 응답한 관광객이 93명(42.9%)으로 가장 많았으며, ‘혼자’ 52명(24%), ‘가족 및 친지’ 44명(20.3%), ‘단체 관광’ 11명(5.1%), ‘회사동료’ 9명(4.1%), ‘기타’ 8명(3.7%)의 순으로 조사되었다.

여행 정보획득경로는 ‘주변 소개’가 84명(38.7%) 가장 많았으며 ‘신문/잡지/방송/인터넷’이 69명(31.8%), ‘기타’ 27명(12.4%), ‘홍보물’ 23명(10.6%), ‘여행사’가 14명(6.5%)으로 나타났다. 이러한 결과는 여행사를 통한 단체 관광을 중심으로 진행되어 오던 중국인 관광객 여행형태가 중국 정부의 금한령(禁韓令)으로 인해 다양한 방식으로 변화하고 있다는 점을 보여준다.

<표 IV-2> 부산 방문한 중국관광객 방문형태 특성

항목	구성요소	빈도 (명)	비율(%)
방문목적	친구/친지방문	5	2.3
	관광	192	88.5
	건강/치료	7	3.2
	비즈니스	8	3.7
	기타	5	2.3
방문기간	3박 4일 이내	78	36
	4박 5일-6박 7일 이내	105	48.4
	7박 8일-9박 10일 이내	25	11.5
	10박 11일 이상	9	4.1
방문횟수	처음	115	53
	2회	41	18.9
	3회이상	61	28.1
동반형태	혼자	52	24
	가족 및 친지	44	20.3
	친구	93	42.9
	회사동료	9	4.1
	단체 관광	11	5.1
	기타	8	3.7
여행 정보획득경로	신문/잡지/방송/인터넷	69	31.8
	이웃/친지/친구/동료	84	38.7
	여행사	14	6.5
	홍보물	23	10.6
	기타	27	12.4
합계		217	100.0

<표 IV-3>에서 나타난 것처럼 부산을 방문한 중국관광객들이 선호하는 관광지는 해운대, 광안리, 남포동, 서면, 자갈치시장 순으로 나타났다. 중요한 것은 중국관광객들이 선호하는 관광지에 해양·수산 관광지(자갈치시장, 광안리, 해운대 등)와 비 해양·수산 관광지(서면, 남포동, 국제시장 등)가 혼재되어 있다는 점이다. 이러한 결과는 국적별 부산 주요 관광지 방문 현황 자료(표 II-5)와 동일하다. 즉, 본 연구에서 설정한 부산의 주요 해양·수산관광지와 비 해양·수산관광지가 실제로 중국관광객들이 방문한 주요 부산관광지를 대표한 것을 나타냈다고 할 수 있다.

<표 IV-3> 부산 관광지 방문빈도(중복응답)

순위	관광지	빈도	비율(%)
1	해운대	197	90.8
2	광안리	183	84.3
3	남포동	174	80.2
4	서면	153	70.5
5	자갈치시장	130	59.9
6	감천문화마을	110	50.7
7	해동용궁사	96	44.2
8	국제시장	82	37.8
9	광안리회센터	80	36.9
10	태종대	72	33.2
11	APEC 동백섬	51	23.5
12	국립해양박물관	42	19.4
13	기장수산시장	29	13.4
14	기타*	18	8.3

*기타: 송정해수욕장, 황련산, 대저생태공원, 달맞이고개

2. 측정변수의 타당성 및 신뢰도 검증

설문조사에 사용된 측정항목이 가설검증에 적합한 자료인지, 또한 조사 결과가 신뢰성이 있는지 검토하기 위해 타당성과 신뢰도 분석을 실시하였

다. 타당성(Validity)은 정확성과 관련된 것으로 어떤 개념의 항목을 측정할 때 얼마나 정확하게 수행하였는가를 나타내는 것이다(조미선, 2013). 신뢰성(Reliability)은 측정에서 가장 중요한 요소 중 하나로 어떤 개념의 항목을 반복적으로 측정하였을 경우 시간적, 상황적 영향을 얼마나 덜 받는가를 말하는 것으로 측정값의 일관성 및 안정성의 정도라 할 수 있다(조미선, 2013). 본 연구에서는 사회과학 연구에서 널리 쓰이고 있는 Cronbach's α 계수를 이용하여 신뢰도 분석을 실시하였다. 신뢰도 계수에 대한 판단은 학자마다 의견이 조금씩 다르지만 일반적으로 Cronbach's α 계수가 0.9 이상이면 신뢰도가 매우 높다고 보고, 0.6 이상이 되면 비교적 신뢰도가 적합한 것으로 보고 있다(채서일, 2007).

신뢰도 분석 결과에 따라 타당성 분석을 위하여 요인분석을 실시하였다. 요인분석은 주성분 분석을 통해 요인 구조를 명확히 알기 위한 베리맥스(Varimax)방식을 사용하였다. 분석 결과는 요인적재량(Factor loading)이 0.6 이상이 되면 유의한 변수로 판단하고 0.6 미만이면 설명력이 부족한 것으로 판단하여 이러한 변수를 제거하는 방법을 실시하였다. 본 연구 역시 요인 적재량 값 0.6을 기준으로 변수를 제거하였다.

한편 본 연구에서는 측정문항의 만족도 점수를 바탕으로 요인분석을 실시하였다. 요인분석은 본 연구의 주된 측정개념인 '해양 관광', '수산 관광', '비 해양·수산 관광' 등 총 세부분으로 나누어 각각 요인분석을 실시하였으며 결과는 <표 IV-4>와 같다.

'해양 관광'의 요인분석 결과 <요인 1>과 <요인 2>로 구성되었다. <요인 1>은 4개의 문항인 '주변 해양 관광 자원과의 연계성', '적절한 해양관광표시', '해안주변 숙박시설 이용여부', '해양 관광 도시 특유의 분위기'로 구성되어서 이를 '해양관광지의 안락성'이라고 명명하였으며 33.324%의 설명력을 보이고 있다. <요인 2>는 3개의 문항인 '해양환경 보전 상태',

‘수족관, 해양박물관 등 해양문화공간의 관람 체험’, ‘다양한 해양관광 체험활동’으로 구성된 문항이므로 이를 ‘해양 관광지의 매력성’이라고 명명하였으며 31.276%의 설명력을 보이고 있다. 측정 도구의 적합성을 나타내는 지수 KMO값을 검정한 결과 .853로 나타났고, 총 분산 설명력은 64.600%으로 나타났다.

‘수산 관광’의 요인분석 결과 <요인 3>과 <요인 4>로 구성되었다. <요인 3>은 3개의 문항으로 ‘판매되는 수산물의 위생상태’, ‘수산 관광시설의 청결도’, ‘수산식품 가격에 대한 명확한 제시’로 구성되어서 ‘수산관광지의 상품서비스’라고 명명하였으며 33.953%의 설명력을 보이고 있다. <요인 4>는 3개의 문항으로 ‘부산 지역 유명 특산품 구매’, ‘한국의 독특한 수산물 외식문화 체험’, ‘한국 전통 수산 요리 소비’로 구성되었으며 이를 ‘수산식품의 매력성’이라고 명명하였으며 32.516%의 설명력을 보이고 있다. KMO값을 점정한 결과 .732으로 나타났으며, 총 분산 설명력은 66.470%으로 나타났다.

‘비 해양·수산 관광’의 요인분석 결과 <요인 5>와 <요인 6>으로 구성되었다. <요인 5>는 3개의 문항으로 ‘관광지 안내원 및 종업원의 친절성’, ‘지역주민의 친절도’, ‘관광지의 안전성’로 구성되어서 ‘비 해양·수산 관광지의 서비스품질’이라고 명명하였으며, 27.797%의 설명력을 보이고 있다. 마지막으로 <요인 6>은 4개의 문항으로 구성되었으며 ‘다양한 관광 기념품 구매가능’, ‘스토리텔링 있는 유적지’, ‘야간관광 프로그램’, ‘부산 상징할만한 랜드마크의 존재여부’로 구성되어서 ‘비 해양·수산 관광지의 매력성’이라고 명명하였으며 37.760%의 설명력을 보이고 있다. KMO값을 점정한 결과 .798로 나타났고, 총 분산 설명력을 65.557%으로 나타났다.

측정도구의 Cronbach's α 값은 요인별로 ‘해양관광지의 안락성’은 .772, ‘해양 관광지의 매력성’은 .787, ‘수산관광지의 상품서비스’는 .753, ‘수산식

품의 매력성'은 .727, '비 해양·수산 관광지의 서비스품질'은 .727, '비 해양·수산 관광지의 매력성'은 .834으로서 모두 0.6 이상으로 측정척도의 신뢰성이 양호한 것으로 나타났다.

<표 IV-4> 부산 관광 요인에 대한 타당성 및 신뢰성 분석

측정 개념	요인명	측정문항	요인 적재량	Cronbach's α	분산 (%)
해양 관광	해양 관광지의 안락성	주변 해양 관광 자원과의 연계성	.809	.772	33.324
		적절 한 해양관 광표시	.764		
		해안주변 숙박시설 이용여부	.730		
		해양 관광 도시 특유의 분위기	.628		
	해양 관광지의 매력성	해양환경 보전 상태	.748	.787	31.276
		수족관, 해양박물관 등 해양문화공간의 관람 체험	.827		
		다양한 해양관광 체험 활동	.825		
KMO: .853, 설명된 총분산(%): 64.600, 유의 확률: 0.000					
수산 관광	수산 관광지의 상품서비스	판매되는 수산물의 위생상태	.794	.753	33.953
		수산 관 광시 설의 청결도	.865		
		수산식품 가격에 대한 명확한 제시	.759		
	수산 식품의 매력성	부산 지역 유명 특산품 구매	.804	.727	32.516
		한국의 독특한 수산물 외식문화 체험	.844		
		한국 전통 수산 요리 소비	.719		
KMO: .732, 설명된 총분산(%): 66.470, 유의 확률: 0.000					
비 해양 수산 관광	비 해양수산관광지의 서비스품질	관광지 안내원 및 종업원의 친절성	.756	.727	27.797
		지역주민의 친절도	.782		
		관광지의 안전성	.763		
	비 해양·수산 관광지의 매력성	다양한 관광 기념품 구매가능	.756	.834	37.760
		스토리텔링 있는 유적지	.863		
		야간관광 프로그램	.779		
		부산 상징할만한 랜드마크의 존재여부	.760		
KMO: .798, 설명된 총분산(%): 65.557, 유의 확률: 0.000					
제외	해양관광-해양관광지의 부대시설, 아름다운 해양경관				

변수	수산물관광-다양한 수산물 관람 가능 여부 비 해양·수산물 관광-관광지 안내원 및 종업원의 중국어 구사능력, 결제 수단의 편리성
----	---

3. 연구가설 검증결과

[가설 1] 중국 관광객의 부산 관광지에 대한 중요도와 만족도는 유의한 차이가 있을 것이다.

<표 IV-5>에 나타난 바와 같이 부산 관광지에 대한 중요도는 ‘관광지의 안전성’(4.41), ‘판매되는 수산물의 위생상태’(4.31), ‘한국 전통 수산 요리 소비’(4.21), ‘아름다운 해양경관’(4.19), ‘결제수단의 편리성’(4.16), ‘관광지 안내원 및 종업원의 친절성’(4.15) 등의 순으로 높게 나타났다. 부산 관광지에 대한 만족도는 ‘관광지의 안전성’(4.20)이 가장 높았으며, ‘아름다운 해양경관’(4.02), ‘해양환경 보전 상태’(4.02), ‘해양 관광 도시의 특유의 분위기’(3.96), ‘지역주민의 친절성’(3.94), ‘적절한 해양관광안내표시’(3.93) 등의 순으로 나타났다.

부산 관광지에 대한 25개 변수 중에서 ‘주변 해양 관광 자원과의 연계성’, ‘적절한 해양관광안내표시’ 변수에서는 중요도보다 만족도가 높았다. 반면 나머지 23개 항목에 대해서는 중요도에 비해 만족도를 낮게 평가하는 것으로 나타났다.

t-test 검정 결과 총 25개 변수 중에서 19개 변수가 중요도와 만족도 간에 차이가 있는 것으로 나타났다($p < 0.05$). ‘주변 해양 관광 자원과의 연계성’, ‘적절한 해양관광안내표시’, ‘해양환경 보전 상태’, ‘부산 지역 유명 특산물 구매’, ‘지역주민의 친절도’, ‘다양한 관광 기념품 구매가능’ 6개 변수

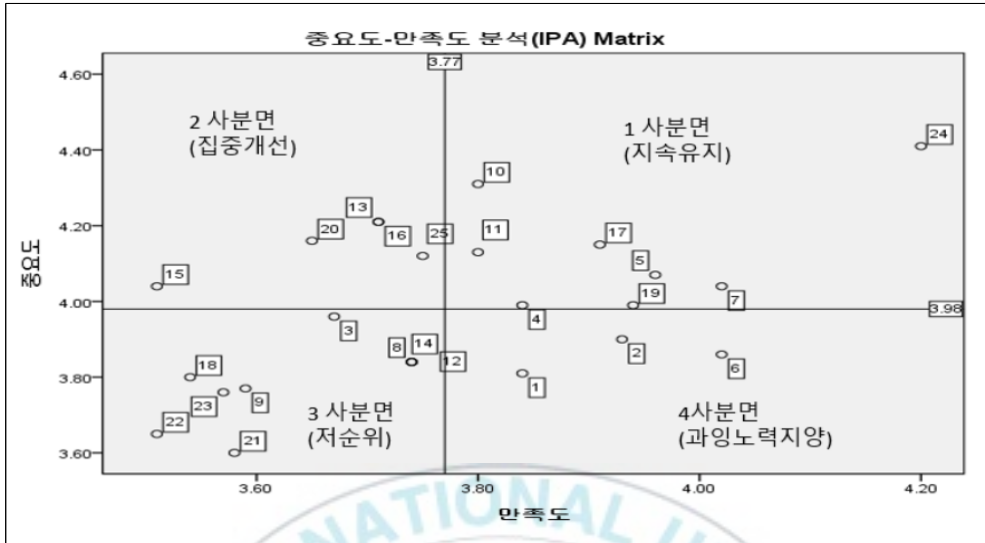
는 바람직한 유의수준($p < 0.05$)에서 중요도-만족도 점수 간 차이가 나타나지 않았다. 따라서 [가설 1]은 부분 채택되었다. [가설 1]의 검증 결과를 바탕으로 IPA분석을 실시한 결과는 <그림 IV-1>과 같다. IPA분석의 X축과 Y축 중심점은 중요도와 만족도의 평균값으로 설정했다(Cromton & Duary, 1998; 하성수, 2009).

<표 IV-5> 부산 관광 요소에 대한 중요도-만족도 차이검증

부산 관광 요소	중요도		만족도		중요도·만족도	t값	p값
	평균	표준편차	평균	표준편차	차이값		
주변 해양 관광 자원과의 연계성	3.81	.913	3.84	.818	0.03	-0.576	0.565
적절한 해양관광 안내표시	3.90	.790	3.93	.764	0.03	-0.451	0.652
해양관광지의 부대시설	3.96	.884	3.67	.922	-0.29	3.791	0.000***
해안주변 숙박시설 이용여부	3.99	.844	3.84	.878	-0.15	2.196	0.029*
해양 관광 도시 특유의 분위기	4.07	.857	3.96	.881	-0.11	1.713	0.088**
아름다운 해양경관	4.19	.805	4.02	.884	-0.17	2.632	0.009**
해양환경 보전 상태	4.04	.930	4.02	.839	-0.02	0.293	0.769
수족관, 해양박물관 등 해양문화공간의 관람 체험	3.84	.940	3.74	.976	-0.1	1.530	0.127*
다양한 해양관광 체험 활동	3.77	1.004	3.59	.949	-0.18	2.594	0.01*
판매되는 수산물의 위생상태	4.31	.830	3.80	.916	-0.51	6.724	0***
수산 관관시설의 청결도	4.13	.847	3.80	.840	-0.33	4.454	0***
다양한 수산물 관람 가능 여부	3.84	.911	3.74	.948	-0.10	1.289	0.199*
수산식품 가격에 대한 명확한 제시	4.11	.792	3.64	1.014	-0.47	5.535	0***
부산 지역 유명	3.84	.896	3.80	.885	-0.04	0.622	0.535

특산품 구매							
한국의 독특한 수산물 외식문화 체험	4.04	.934	3.51	.872	-0.53	6.602	0***
한국 전통 수산 요 리 소비	4.21	.812	3.71	.911	-0.5	6.751	0***
관광지 안내원 및 종업원의 친절성	4.15	.774	3.91	.941	-0.24	3.607	0***
관광지 안내원 및 종업원의 중국어 구 사능력	3.80	1.015	3.54	1.058	-0.26	2.971	0.003**
지역주민의 친절도	3.99	.943	3.94	.948	-0.05	0.651	0.516
결제수단의 편리성	4.16	.870	3.65	1.061	-0.51	6.376	0***
다양한 관광 기념품 구매가능	3.60	1.014	3.58	.988	-0.02	0.347	0.729
스토리텔링 있는 유적지	3.65	1.022	3.51	1.046	-0.14	1.746	0.082*
야간관광 프로그램	3.76	.912	3.57	1.052	-0.19	2.484	0.014*
관광지의 안전성	4.41	.702	4.20	.829	-0.21	3.913	0***
부산 상징할만한 랜드마크의 존재여부	4.12	.808	3.75	1.029	-0.37	4.651	0***

***p<.001, **p<.01, *p<.05



<그림 IV-1> IPA를 이용한 부산 관광지에 대한 중요도-만족도 분석

<표 IV-6> 중요도-만족도 분석(IPA) 결과 정리

분면	설명
1 사분면 (지속유지)	5. 해양 관광 도시 특유의 분위기 7. 해양경관 보전 상태 10. 판매되는 수산물의 위생상태 11. 수산관광시설의 청결도 17. 관광지 안내원 및 종업원의 친절성 21. 지역주민의 친절도 24. 관광지의 안전성
2 사분면 (집중개선)	13. 수산식품 가격에 대한 명확한 제시 15. 한국의 독특한 수산물 외식문화 체험 16. 한국 전통 수산 요리 소비 20. 결제수단의 편리성 25. 부산 상징할만한 랜드마크의 존재여부
3 사분면 (저순위)	3. 해양관광지의 부대시설 8. 수족관, 해양박물관 등 해양문화 공간의 관람 체험 9. 다양한 해양관광 체험 활동 12. 다양한 수 산물 관람 가능 여부 14. 부산 지역 유명 특산물 구매 18. 관광 지 안내원 및 종업원의 중국어 구사능력 21. 다양한 관광 기념 품 구매가능 22. 스토리텔링 있는 유적지 23. 야간관광 프로그 램
4 사분면 (과잉노력지양)	1. 주변 해양 관광 자원과의 연계성 2. 적절한 해양관광안내표 시 4. 해안주변 숙박시설 이용여부 6. 아름다운 해양경관

중국인 관광객의 부산 관광지에 대한 25개 항목의 중요도와 만족도 점수를 각 사분면에 나타낸 결과(그림 IV-1), 중요도와 만족도가 모두 높으며 지속적으로 좋은 성과를 유지해야 하는 영역인 제 1사분면에는 ‘해양관광 도시 특유의 분위기’, ‘해양경관 보전 상태’, ‘판매되는 수산물의 위생 상태’, ‘수산물관광시설의 청결도’, ‘관광지 안내원 및 종업원의 친절성’ 등을 포함하여 총 7개의 문항이 나타났다. 제 2사분면은 관광객들에게 있어 중요도는 높지만 만족도가 낮게 나타난 영역이므로 집중적으로 개선해야 하는 영역이다. 이 영역에는 ‘수산물 가격에 대한 명확한 제시’, ‘한국의 독특한 수산물 외식문화 체험’, ‘한국 전통 수산 요리 소비’ 등을 포함한 총 5개의 문항으로 구성되었다. 제 3사분면은 중요도와 만족도가 모두 낮게 나타난 영역으로 ‘해양관광지의 부대시설’, ‘수족관, 해양박물관 등 해양문화공간의 관람 체험’, ‘다양한 해양관광 체험 활동’, ‘다양한 수산물 관람 가능’ 등을 포함한 9개의 문항으로 구성되었다. 이 영역의 문항들은 점진적으로 개선 여부가 고려되어야 할 필요가 있다. 제 4분면은 중요도는 낮지만 만족도가 높게 나타난 영역이다. ‘주변 해양 관광 자원과의 연계성’, ‘적절한 해양관광안내표시’, ‘해안주변 숙박시설 이용여부’ 등을 포함한 4개 문항들은 과도한 노력과 자원의 투입을 지양할 필요가 있다.

다음으로 [가설 2]는 중국 관광객의 부산 관광지에 대한 만족도와 전반적인 관광만족·재방문의사·추천의사의 관계를 알아보고자 설정되었으며, 아래와 같이 세 가지로 세분화하여 검증하였다.

[가설 2-1] 중국 관광객의 부산 관광지에 대한 만족도는 부산의 전반적인 관광 만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

[가설 2-1]을 검증하기 위하여 앞서 언급한 부산관광지 6개 요인의 만

족도와 부산관광의 전반적 만족도에 대한 다중회귀분석을 실시하였다. 그 결과 <표 IV-7>과 같이 일부 요인만이 전반적 만족도에 영향을 미치는 것으로 나타나 [가설 2-1]은 부분 채택되었다.

구체적으로 6개의 요인 중 ‘비 해양·수산 관광지의 매력성’(t=3.089, p<.01), ‘해양 관광지의 안락성’(t=2.984, p<.01), ‘비 해양·수산 관광지의 서비스품질’(t=2.784, p<.01) 등 3가지 요인만이 부산의 전반적인 관광만족에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉 ‘비 해양·수산 관광지의 매력성’, ‘해양 관광지의 안락성’, ‘비 해양·수산 관광지의 서비스품질’에 대한 만족도가 높을수록 부산에 대한 전반적인 관광만족이 높아지는 것이다.

한편 ‘해양관광지의 매력성’, ‘수산 관광지의 상품서비스’, ‘수산식품의 매력성’은 바람직한 유의수준(p<0.05)에서 유의한 영향을 미치지 않은 것으로 나타났다. 이는 위의 요소들이 부산에 대한 전반적인 관광만족에 직접적인 영향을 미치지 않는 것으로 판단할 수 있다.

<표 IV-7> 부산 관광 요인의 만족도와 전반적 관광 만족도의 관계

종속 변수	독립변수	비표준화계수		표준화계수	t값	p값
		B	표준오차	베타		
전반적 만족도	(상수)	4.028	.039		103.162	.000
	해양 관광지의 안락성	.148	.050	.216	2.984	.003**
	해양 관광지의 매력성	.090	.053	.131	1.699	.091
	수산 관광지의 상품 서비스	.015	.052	.022	.292	.771
	수산식품의 매력성	.067	.048	.097	1.395	.165
	비 해양·수산 관광지의 서비스품질	.133	.048	.193	2.784	.006**
	비 해양·수산 관광지의 매력성	.155	.050	.225	3.089	.002**

R²=.318, adjusted R²=.298, F=16.312, p=.000

***p<.001, **p<.01, *p<.05

[가설 2-2] 중국 관광객의 부산 관광지에 대한 만족도는 부산 관광의 재방문의사에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

다음으로 [가설 2-2]를 검증하였다. 그 결과 <표 IV-8>과 같이 일부 요인에 대한 만족도만이 부산 관광의 재방문의사에 영향을 미치는 것으로 나타나 [가설 2-2] 역시 부분 채택되었다. 부산 관광지에 대한 6개 요인의 만족도 중에서 ‘해양 관광지의 안락성’(t=4.087, p<.001), ‘해양관광지의 매력성’(t=2.322, P<.05), ‘비 해양·수산 관광지의 매력성’(t=2.616, p<.05) 등 3가지 요인만이 부산 관광의 재방문의사에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. ‘수산관광지의 상품서비스’, ‘수산식품의 매력성’, ‘비 해양·수산 관광지의 서비스품질’은 바람직한 유의수준(p<0.05)에서 중국관광객들의 부산 재방문의사에 영향을 미치지 않은 것으로 나타났다.

<표 IV-8> 부산 관광 요인의 만족도와 재방문의사의 관계

종속 변수	독립변수	비표준화계수		표준화계수	t값	p값
		B	표준오차	베타		
재방문의사	(상수)	4.097	.045		91.373	.000
	해양 관광지의 안락성	.233	.057	.302	4.087	.000***
	해양 관광지의 매력성	.141	.061	.182	2.322	.021*
	수산 관광지의 상품 서비스	-.032	.059	-.041	-.539	.591
	수산식품의 매력성	.093	.055	.121	1.699	.091
	비 해양·수산 관광지의 서비스품질	.031	.055	.040	.566	.572
	비 해양·수산 관광지의 매력성	.150	.057	.195	2.616	.010*

R²=.290, adjusted R²=.269, F=14.274, p=.000

***p<.001, **p<.01, *p<.05

[가설 2-3] 중국 관광객의 부산 관광지에 대한 만족도는 부산 관광의 추천의사에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

[가설2-3]을 검증하기 위하여 다중회귀분석을 실시한 결과는 <IV-9>와 같다. 6개 요인 가운데 3가지 요인에 대한 만족도만이 부산 관광의 추천의사에 영향을 미치는 것으로 나타나 [가설 2-3]은 부분 채택되었다. 부산 관광지에 대한 6개 요인의 만족도 중에서 ‘해양 관광지의 안락성’(t=4.087, p<.001), ‘비 해양·수산 관광지의 매력성’(t=2.616, p<.05), ‘해양 관광지의 매력성’(t=2.322, p<.05) 순으로 부산 관광지에 대한 만족도는 부산 관광의 추천의사에 정(+)의 영향력을 미치는 것으로 나타났다. ‘수산물관광지의 상품서비스’, ‘수산식품의 매력성’, ‘비 해양·수산 관광지의 서비스품질’은 유의하지 않은 것으로 나타났다.

<표 IV-9> 부산 관광 요인의 만족도와 추천의사의 관계

종속 변수	독립변수	비표준화계수		표준화 계수	t값	p값
		B	표준오차	베타		
추천 의사	(상수)	4.097	.045		91.373	.000
	해양 관광지의 안락성	.233	.057	.302	4.087	.000***
	해양 관광지의 매력성	.141	.061	.182	2.322	.021*
	수산 관광지의 상품 서비스	-.032	.059	-.041	-.539	.591
	수산식품의 매력성	.093	.055	.121	1.699	.091
	비 해양·수산 관광지의 서비스품질	.031	.055	.040	.566	.572
	비 해양·수산 관광지의 매력성	.150	.057	.195	2.616	.010*

R²=.290, adjusted R²=.269, F=14.274, p=.000

***p<.001, **p<.01, *p<.05

한편 [가설2-1], [가설2-2], [가설2-3]을 검증하기 위하여 실시한 모든 다중회귀분석의 회귀모형은 바람직한 유의수준($p < .001$)에서 모형의 적합성이 입증되었다.

[가설 3] 중국 관광객의 부산에 대한 전반적 관광 만족도는 부산 관광의 재방문의사에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

[가설 3]은 중국 관광객의 부산에 대한 전반적인 관광 만족이 부산 관광의 재방문의사에 어떠한 영향을 미치는지를 검증하는 것이다. 그 결과를 <표 IV-10>과 같이 회귀모형은 유의한 것으로 나타났으며($F=255.087$, $p < .001$), 설명력을 나타내는 결정계수인 R^2 값은 0.541로 설명력이 54.1%인 것으로 나타났다. 중국 관광객의 부산에 대한 전반적 관광 만족도가 부산 관광의 재방문의사에 미치는 영향관계를 본 회귀모형은 유의수준 $p < .001$ 범위 내에서 통계적으로 유의한 차이를 나타내 [가설 3]은 채택되었다.

<표 IV-10> 부산의 전반적 관광 만족도와 재방문의사의 관계

종속변수	독립변수	비표준화계수		표준화계수	t값	p값
		B	표준오차	베타		
재방문	(상수)	.758	.212		3.574	.000***
의사	재방문의사	.829	.052	.737	15.971	.000***

$R^2=.543$, adjusted $R^2=.541$, $F=255.087$, $p=.000$

*** $p < .001$, ** $p < .01$, * $p < .05$

[가설 4] 중국관광객의 부산 관광에 대한 재방문의사는 부산 관광의 추천의사에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

[가설 4]는 중국 관광객의 부산 관광에 대한 재방문의사가 부산 관광의 추천의사에 어떠한 영향을 미치는지 검증하기 위한 것이다. 그 결과는 <표 IV-11>과 같다. 단순회귀분석 결과 회귀모형은 유의한 것으로 나타났다(F=167.421, $p<.001$), 회귀모형의 설명력을 나타내는 결정계수인 R^2 값은 0.435로 설명력이 43.5%인 것으로 나타났다. 중국 관광객의 부산 관광에 대한 재방문의사가 부산의 추천의사에 미치는 영향관계를 본 회귀모형은 유의수준 $p<.001$ 범위 내에서 통계적으로 유의한 차이를 나타내어 [가설 4]는 채택되었다.

<표 IV-11> 부산 관광의 재방문의사와 추천의사의 관계

종속변수	독립변수	비표준화계수		표준화계수	t값	p값
		B	표준오차	베타		
추천의사	(상수)	.844	.252		3.349	.001**
	재방문의사	.783	.060	.662	12.939	.000***

$R^2=.438$, adjusted $R^2=.435$, $F=167.421$, $p=.000$

*** $p<.001$, ** $p<.01$, * $p<.05$

4. 가설검증 결과

본 연구의 가설검증 결과를 요약하면 <표 IV-12>와 같다.

첫째, [가설 1] “중국 관광객의 부산 관광지에 대한 중요도와 만족도에 유의한 차이가 있을 것이다”는 부분채택 되었다. 분석 결과 관광지에 대한 중요도가 만족도 보다 높게 나타났으며, 25개 변수 중 6개 변수(‘해안 주변 숙박시설 이용여부’, ‘해양관광 도시 특유의 분위기’, ‘수산물관광지에서의 수산물 식품의 명확한 가격 제시’, ‘관광지 안내원 및 종업원의 친절성’, ‘결제수단의 편리성’, ‘스토리텔링 있는 유적지’)를 제외한 19개 변수에서 유의미한 차이가 있는 것으로 나타났다.

둘째, [가설 2-1] “중국 관광객의 부산 관광지에 대한 만족도는 부산의 전반적인 관광 만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다”는 부분채택 되었다. 다중회귀 분석 결과 ‘해양관광지의 매력성’, ‘수산 관광지의 상품서비스’, ‘수산식품의 매력성’은 만족도에 영향을 미쳤으나, ‘해양 관광지 매력성’, ‘수산 관광지 상품서비스’, ‘수산식품 매력성’은 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다.

셋째, [가설 2-2] “중국 관광객의 부산 관광지에 대한 만족도는 부산 관광의 재방문의사에 정(+)의 영향을 미칠 것이다”는 부분채택 되었다. 분석 결과 6개 요인 중 3개 ‘해양 관광지의 안락성’, ‘해양관광지의 매력성’, ‘비 해양·수산 관광지의 매력성’이 재방문의사에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

넷째, [가설 2-3] “중국 관광객의 부산 관광지에 대한 만족도는 부산관광의 추천의사에 정(+)의 영향을 미칠 것이다”는 부분 채택되었다. 분석 결과 6개 요인 중 3개 요인인 ‘해양 관광지의 안락성’, ‘비 해양·수산 관광지의 매력성’, ‘해양 관광지의 매력성’이 추천의사에 영향을 미치는 것으로 나타났다.

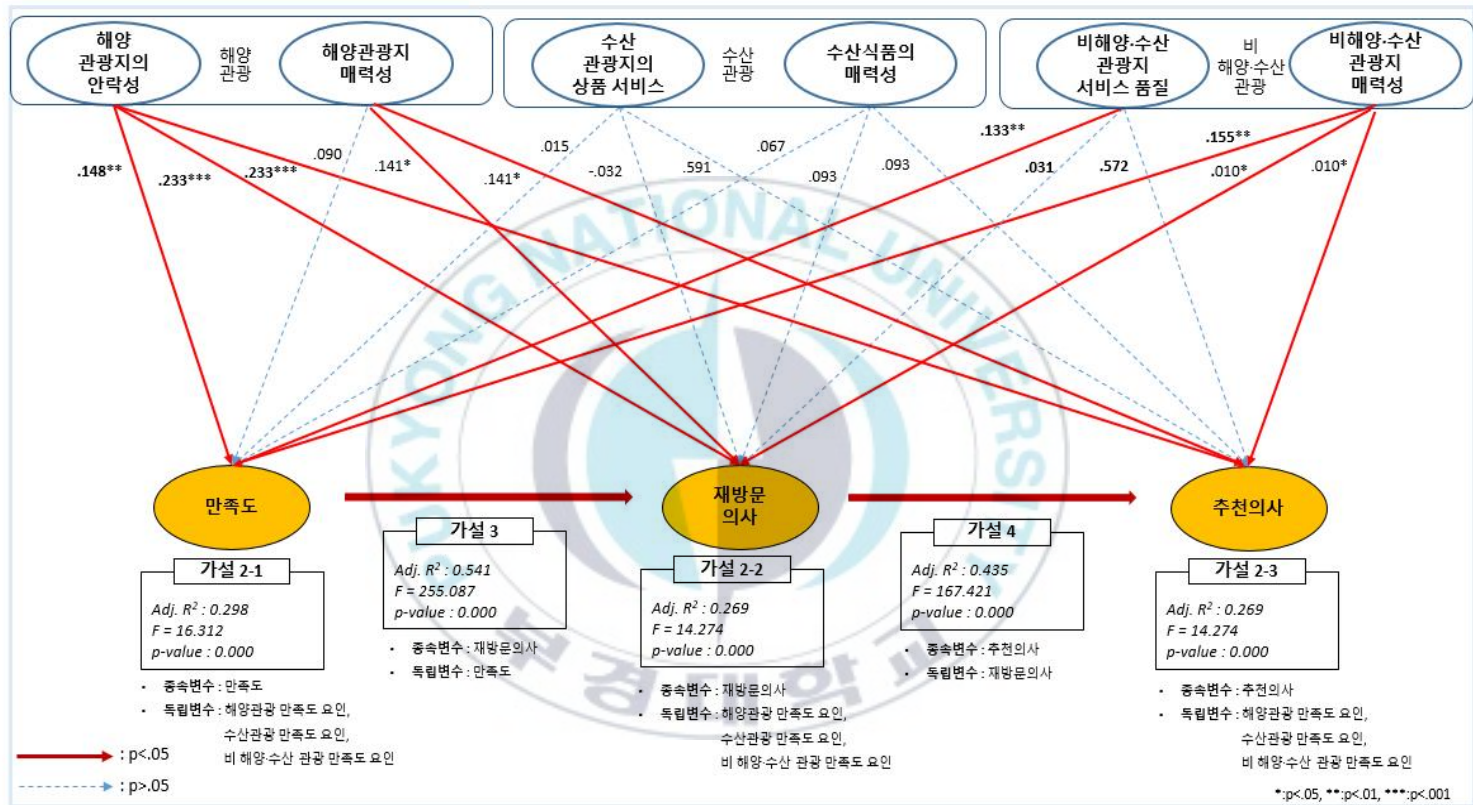
다섯째, [가설 3] “중국관광객의 부산에 대한 전반적 관광 만족도는 부산 관광의 재방문의사에 정(+)의 영향을 미칠 것이다”는 채택되었다. 분석 결과 부산의 전반적인 관광만족이 재방문의사에 영향을 미치는 것으로 나타났다.

여섯째, [가설 4] “중국관광객의 부산 관광에 대한 재방문의사는 부산 관광의 추천의사에 정(+)의 영향을 미칠 것이다”는 채택되었다. 분석 결과 부산 관광의 재방문의사는 부산 관광의 추천의사에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

한편 가설에 대한 분석 결과를 도식화하면 <그림 IV-2>와 같다.

<표 IV-12> 가설검증 결과

가설		채택 여부	세부 내용
H1	중국 관광객의 부산 관광지에 대한 중요도와 만족도는 유의한 차이가 있을 것이다.	부분 채택	25개 변수 중 19개 변수가 중요도와 만족도 간의 차이가 있는 것으로 나타남. 전체적으로 중요도의 평균값보다 만족도의 값이 낮음
H2-1	중국 관광객의 부산 관광지에 대한 만족도는 부산의 전반적 관광 만족도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	부분 채택	비 해양·수산 관광지 서비스품질, 해양관광지 안락성, 비 해양·수산 관광지 매력성이 부산관광 만족도에 정(+)의 영향을 미침 (adjusted $R^2 = 0.298$, $p < 0.001$)
H2-2	중국 관광객의 부산 관광지에 대한 만족도는 부산 관광의 재방문의사에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	부분 채택	해양 관광지 안락성, 해양관광지 매력성, 비 해양·수산 관광지 매력성이 부산관광 재방문의사에 정(+)의 영향을 미침 (adjusted $R^2 = 0.269$, $p < 0.001$)
H2-3	중국 관광객의 부산 관광지에 대한 만족도는 부산관광의 추천의사에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	부분 채택	해양 관광지 안락성, 해양관광지 매력성, 비 해양·수산 관광지 매력성이 추천의사에 정(+)의 영향을 미침 (adjusted $R^2 = 0.269$, $p < 0.001$)
H3	중국관광객의 부산에 대한 전반적 관광 만족도는 부산 관광의 재방문의사에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	채택	부산 관광 만족도를 부산 관광 재방문의사에 정(+)의 영향을 미침 (adjusted $R^2 = 0.541$, $p < 0.001$)
H4	중국관광객의 부산 관광에 대한 재방문의사는 부산 관광의 추천의사에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	채택	부산 관광 재방문의사는 부산 관광 추천의사에 정(+)의 영향을 미침 (adjusted $R^2 = 0.435$, $p < 0.001$)



<그림 IV-2> 회귀분석 검증 결과

V. 결 론

1. 연구요약

본 연구는 부산을 방문하는 중국 관광객을 대상으로 부산의 관광을 해양·수산 관광과 비 해양·수산 관광 요인으로 나누어 각 관광 요인에 대한 중국인 관광객들의 중요도-만족도(IPA) 분석을 통해 부산 해양수산 관광자원의 가치를 분석하고, 문제점에 대한 방안을 모색하고자 하였다.

본 연구의 주요 결과는 다음과 같다. 첫째, 해양·수산 및 비 해양·수산 관광에 대한 요인분석 결과 ‘해양 관광’ 요인인 <요인1:해양관광지의 안락성>, <요인2: 해양관광지의 매력성>, ‘수산관광’ 요인인 <요인3: 수산관광지의 상품서비스>, <요인4: 수산식품의 매력성>, ‘비 해양·수산관광’ 요인인 <요인5: 비 해양·수산관광지의 서비스품질>, <요인6: 비 해양·수산관광지의 매력성>으로 총 6가지 요인이 도출되었다.

둘째, ‘가설1. 중국 관광객의 부산 관광지에 대한 중요도-만족도는 유의한 차이가 있을 것이다’는 25개 변수 중 19개 변수가 유의한 차이를 보였으며, 평균적인 만족도가 중요도보다 낮은 것으로 나타났다. 특히, 수산관광에 포함되는 세부변수(한국의 독특한 수산물 외식문화 체험, 한국 전통 수산물 소비, 결제수단의 편리성)는 중요도에 비해 만족도의 값이 매우 낮게 나타났다.

셋째, 중요도-만족도(IPA) 분석 결과 지속적 유지가 요구되는 1사분면에는 ‘해양관광 도시 특유의 분위기’, ‘해양경관 보전 상태’, ‘판매되는 수산물의 위생상태’, ‘수산 관광시설의 청결도’, ‘관광지 안내원 및 종업원의 친절성’, ‘지역주민의 친절도’, ‘관광지의 안전성’ 변수가 포함되는 것으로

나타났다. 이는 ‘해양관광지의 안락성’, ‘해양관광지의 매력성’, ‘수산물관광지의 상품서비스’, ‘비 해양·수산물관광지의 서비스품질’ 요인에 속한 변수들이 유지를 위해 지속적인 노력이 필요함을 보여준다.

집중 관리가 요구되는 2사분면에는 ‘한국의 독특한 수산물 외식문화 체험’, ‘한국 전통 수산물 소비’, ‘수산물 가격에 대한 명확한 제시’, ‘결제 수단의 편리성’, ‘부산을 상징할만한 랜드마크의 존재여부’가 포함되었다. 이는 ‘수산물관광지의 상품서비스’, ‘수산물가격의 매력성’, ‘비 해양·수산물관광지의 매력성’ 요인에 속한 변수들이 집중적인 관리와 함께 시급히 개선되어야 함을 보여준다.

점진적 개선이 요구되는 3사분면은 ‘해양관광지의 부대시설’, ‘수족관, 해양박물관 등 해양문화공간의 관람 체험’, ‘다양한 해양관광 체험 활동’, ‘다양한 수산물 관람가능 여부’, ‘부산 지역 유명 특산물 구매’, ‘관광지 안내원 및 종업원의 중국어 구사능력’, ‘다양한 관광 기념품 구매가능’, ‘스토리텔링 있는 유적지’, ‘야간관광 프로그램’ 8개 변수로 나타났다. ‘해양관광지의 매력성’, ‘수산물관광지의 매력성’, ‘비 해양·수산물관광지의 매력성’ 요인에 속한 변수들은 개선의 여부가 점진적으로 고려되어야 할 필요가 있다.

과잉노력을 지양해야 하는 4사분면은 ‘주변 해양 관광 자원과의 연계성’, ‘적절한 해양관광 안내표시’, ‘해안주변 숙박시설 이용여부’, ‘아름다운 해양경관’ 4개 변수로 나타나 해양관광 요소들을 중심으로 중요도 대비 높은 만족도를 형성하고 있는 것으로 나타났다. ‘해양관광지의 안락성’ 요인에 속한 변수들은 과도한 노력과 자원의 투입을 지양할 필요가 있다.

넷째, 중국 관광객의 부산 관광지에 대한 만족도가 부산의 전반적인 관광 만족도에 미치는 영향(가설 2-1)을 분석한 결과 ‘해양 관광지의 안락성’, ‘비 해양·수산물 관광지의 서비스품질’, ‘비 해양·수산물 관광지의 매력성’ 요인의 만족도는 부산의 전반적 관광 만족도에 긍정적 영향을 미치는 것으로

로 나타났지만 ‘해양 관광지의 매력성’, ‘수산 관광지 상품 서비스’, ‘수산식품 매력성’은 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다.

이는 중국 관광객들에게 부산의 수산관광 요인들이 매력 있는 관광 요소로서 자리잡고 있지 못하다는 것을 나타낸다고 할 수 있다. 해양관광 요인 관점에서는 부산 해양관광지의 ‘인프라 시설’에 대한 중국 관광객 만족이 부산의 전반적 관광만족에 영향을 주는 반면 해양문화 체험활동 등과 같은 부산 해양관광의 ‘콘텐츠’ 측면은 부산관광 만족에 실질적 영향력이 미미한 것으로 해석된다.

다섯 째, 중국 관광객의 부산 관광지에 대한 만족도가 부산의 재방문의사에 미치는 영향(가설 2-2)을 분석한 결과 ‘해양 관광지의 안락성’, ‘해양 관광지 매력성’, ‘비 해양·수산 관광지 매력성’ 요인이 정(+)의 영향을 미쳤으나, ‘수산 관광지의 상품 서비스’, ‘수산식품의 매력성’, ‘비 해양·수산 관광지의 서비스품질’ 요인은 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다.

위의 결과는 해양관광지의 안락성(주변 해양 관광 자원과의 연계성, 적절한 해양관광표시, 해안주변 숙박시설 이용여부, 해양관광 도시 특유의 분위기)과 매력성(해양환경 보전 상태, 수족관, 해양박물관 등 해양문화공간의 관람 체험, 다양한 해양관광 체험 활동)요인과 비 해양수산 관광지 매력성(야간관광 프로그램, 상징적인 랜드마크, 스토리텔링이 있는 유적지, 기념품 구매)요인이 중국 관광객의 부산에 대한 재방문의사를 높이는 촉매제 역할을 하고 있음을 의미한다.

여섯 째, 중국 관광객의 부산 관광지에 대한 만족도가 부산의 추천의사에 미치는 영향(가설 2-3)을 분석한 결과 ‘해양 관광지의 안락성’, ‘해양 관광지의 매력성’, ‘비 해양·수산 관광지의 매력성’ 요인이 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 한편, ‘수산관광지의 상품서비스’, ‘수산식품의 매력성’, ‘비 해양·수산 관광지의 서비스품질’ 요인은 영향을 미치지 않는 것으로 나타

났다.

이는 가설 2-2와 동일한 결과로 해양관광 요인(해양관광지의 안락성, 해양관광지의 매력성)과 비 해양·수산물관광지의 매력성 요인이 중국 관광객의 주변 지인에 대한 부산 관광지 추천의사에 중요한 영향을 미치는 것으로 볼 수 있다.

위의 내용을 종합해 볼 때, 부산을 방문하는 중국인 관광객에게 부산의 해양관광 및 비 해양·수산물 관광 요소들은 관광객들의 기대 대비 높은 만족으로 인해 부산의 전반적 관광만족도와 재방문의사, 추천의사에 긍정적 영향을 미치는 반면 부산의 수산물관광 요인은 관광객의 기대 대비 낮은 만족도의 영향으로 부산관광의 전반적 만족에 유의한 영향을 미치지 못한다고 할 수 있다. 특히 이러한 결과의 주요 원인으로 부산 수산물관광의 콘텐츠 부족과 낮은 서비스 품질을 꼽을 수 있을 것이다.

일곱 째, 중국 관광객의 부산관광에 대한 전반적 만족도, 재방문의사, 추천의사 간의 회귀분석(가설 3, 4) 결과 중국관광객의 부산관광에 대한 전반적인 만족도가 재방문 의사로 이어지며, 재방문의사는 주변 지인들에 대한 부산관광 추천에 영향을 미치는 것으로 나타났다.

2. 연구의 시사점 및 한계점

본 연구는 부산을 방문하는 중국관광객을 대상으로 부산의 관광요인을 해양관광요인, 수산물관광요인, 비 해양·수산물 관광요인으로 나누어 IPA분석을 통해 부산의 해양·수산물 관광자원의 가치를 분석하고자 하였다. 그 결과, 중국관광객은 다양한 부산의 해양·수산물 관광 요소들에 대하여 높은 기대를 가지고 방문하는 것으로 나타났다. 그러나 일부 부산의 해양·수산물 관광요소들은 중국 관광객들의 기대를 충분히 반영하지 못하고 있는 것으로 분석되

었다. 따라서 본 논문에서는 다음과 같이 개선방안 및 시사점을 제시하고자 한다.

첫째, 부산 수산물관광에 대한 독특한 식문화 콘텐츠 개발이 필요할 것으로 사료된다. 본 연구의 중요도-만족도(IPA) 분석결과 ‘한국의 독특한 수산물 외식문화 체험’과 ‘한국 전통 수산물 요리 소비’ 변수에 대한 중국 관광객의 중요도 점수는 각 4.04점, 4.21점으로 높게 나타났다. 즉, 중국 관광객의 부산 수산물관광에 있어 식문화 체험은 중요한 관광지 선택요소로서 그 기대치가 높은 것을 알 수 있다. 그러나 이에 대한 만족도는 각 3.51, 3.71로 상대적으로 낮게 나타나 IPA 분석결과 집중개선(2사분면)이 필요한 것으로 나타났다.

현재 부산관광지에서 중국 관광객은 주로 자갈치 시장(방문비율 59.9%), 광안리 회센터(방문비율 36.9%), 기장 수산시장(방문비율 13.4%) 등에서 한국의 전통 수산물을 소비하고 있다. 하지만 회, 어묵 등 일부 수산식품을 제외하고는 현재까지 부산은 중국관광객들에게 한국의 ‘독특한 수산물 외식경험’을 전달 할 만한 대표 메뉴가 없는 실정이다. 생선구이, 해물찜 등 중국에서도 흔히 접할 수 있는 조리방법은 한국만의 특별한 식문화 경험으로 이어지지 못한다.

따라서 이러한 점을 개선하기 위해서는 수산물을 단순한 먹거리가 아닌 역사와 스토리를 담은 통합적 문화 콘텐츠 상품으로 구성할 필요가 있을 것으로 생각된다. 예를 들어, (주)디자인부산과 부산정보산업진흥원이 협력하여 2012년에 개발한 캐릭터가 있다. 부산의 시어(市魚)인 고등어를 모티브로 만들어진 캐릭터로 ‘발달린 꼬등어’가 있다. ‘발달린 꼬등어’는 2017년 중국에 진출하여 애니메이션, 위챗(대륙의 카카오톡)용 이모티콘으로 출시되면서 중국의 관광객들에게 부산을 알리고 있다. 부산을 대표하는 수산물 캐릭터 상품 및 이모티콘과 수산물 음식을 연계하여 고등어구

이, 고등어조림 등 부산의 수산 식문화 콘텐츠를 SNS를 통해 효과적으로 홍보할 수 있을 것이다. 또 다른 사례로 일본의 도쿄 츠키지 수산시장(築地市場)이 있다. 츠키지 수산시장은 수산물 도매시장에서 수산물 관광 콘텐츠(초밥 등 수산물 외식 클러스터화)를 강화하여 수산관광 시장으로 탈바꿈하여 많은 외국인 관광객들이 일본 수산 식문화의 메카로 생각하며 방문하고 있다. 한국도 이와 같은 사례를 벤치마킹해야 할 필요가 있다. 일본 츠키지 수산시장에 가서 스시를 먹는 것처럼 자갈치시장에서도 한국 특유의 수산물요리를 접할 수 있다는 이미지를 관광객들에게 구축하는 것이 중요할 것이다.

둘째, 수산관광 인프라 시설의 지속적 개선이 필요할 것으로 사료된다. 본 연구 결과 중국 관광객의 수산관광 인프라에 관련된 변수들(수산관광 시설의 청결도, 판매되는 수산물의 위생상태)은 중국관광객에게 높은 만족도를 얻는 것으로 나타났다. ‘수산관광시설의 청결도’, ‘판매되는 수산물의 위생상태’는 중요도와 만족도가 높은 지속유지(1사분면)로 나타났다. 이는 수산관광시설(자갈치 시장, 광안리 회센터, 기장수산시장 등) 현대화 등의 인프라 개선이 중국 관광객에게 긍정적인 평가를 받고 있는 것이다. 따라서 부산의 중국관광객 만족도 향상을 위해서는 이러한 수산관광지의 인프라시설에 대한 지속적 유지 및 개선이 필요하다고 할 수 있다.

셋째, 중국 관광객들이 부산 수산관광에 대한 명확한 포지셔닝을 확립할 수 있도록 ‘부산 수산 랜드마크’ 설립이 필요한 것으로 생각된다. 본 연구 결과 수산관광에 해당하는 요인(수산관광지 상품 서비스, 수산식품 매력성)은 중국관광객의 만족도, 재방문의사, 추천의사에 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 이것은 중국 관광객이 부산 수산관광에 대한 뚜렷한 인식을 설정하고 있지 못한 것으로도 해석될 수 있다. 따라서 부산의 수산관광 랜드마크 설립을 통해 중국관광객을 대상으로 부산의 수산관광에 대

한 명확한 포지셔닝을 확립할 필요가 있다.

구체적으로는 씨푸드 레스토랑 클러스터 조성, 새로운 수산물 요리 개발, SNS를 통한 홍보 등을 전략을 제시할 수 있을 것이다. 씨푸드 레스토랑 클러스터 조성은 분산되어 있는 부산의 대표적 수산물 외식메뉴(횃집, 초밥, 생선구이, 대게 등) 소매점들을 특정 지역에 집중시켜 부산의 수산외식 랜드마크로 형성하는 것이다. 현재 부산은 수산물 음식점이 분산되어 있어 외국 관광객들에게 수산외식 관광지로서의 매력을 형성하지 못하고 있는 실정이다. 따라서 다양한 수산외식메뉴 상점들을 특정 지역에 집중화하여 부산의 수산관광 랜드마크로 육성하게 된다면 외국 관광객들에게 부산을 한국의 다양한 수산 식문화를 접할 수 있는 대표적 수산관광도시로 인식시키는데 도움이 될 것이다.

다음으로 새로운 수산물 요리개발은 최근 중국에서 인기를 끌고 있는 알리바바계열의 회원제 신선제품 대형소매점 ‘미스터 하마(하마선생)’를 예로 들 수 있다. ‘미스터 하마(하마선생)’는 살아있는 수산물을 대형소매점 내에서 소비자가 원하는 요리방법으로 조리해주고 조리된 음식은 점포 내에서 먹을 수 있도록 식사 장소를 제공한다. 이러한 방식은 중국의 수산물외식 소비자들에게 큰 호응을 받고 있으며 이를 통해 ‘미스터 하마’는 상하이의 새로운 랜드마크로 부상했다. 부산 수산관광지 역시 ‘미스터 하마’와 같이 중국 내륙관광객들이 선호하는 살아있는 수산물을 소비자가 원하는 다양한 조리법으로 요리하여 판매하는 전략을 통해 부산을 방문한 중국 관광객들의 수산 관광요인에 대한 만족도를 보다 높일 수 있을 것이라 생각된다.

마지막으로 부산의 해양·수산관광 관광지를 SNS를 통해 적극적으로 홍보할 필요가 있을 것이다. 최근 중국에서는 인터넷 스타로 지칭되는 ‘왕홍(網紅)’들이 운영하는 개인 방송 프로그램들이 인기를 얻고 있다. 이러한

‘왕홍(網紅)’ 들을 활용한 바이럴마케팅 역시 주요한 부산 해양·수산 관광 마케팅방안이 될 수 있을 것으로 생각된다.

넷째, 수산물 가격에 대한 명확한 제시와 중국관광객의 수산물 결제 수단 편리성에 대한 개선이다. ‘수산식품 가격에 대한 명확한 제시’는 IPA 분석결과 집중개선(2사분면)이 필요한 것으로 나타났다. 따라서 정부와 부산시에서는 부산의 대표적인 수산 관광지에서 판매되는 수산물 및 수산식품 가격의 기준별 정찰제 도입 및 투명한 수산물 가격표시를 위한 상인들의 인식 개선 교육 등을 실시할 필요가 있을 것으로 생각된다. 중국 하이남성 쑤야시에서는 지난 2011년부터 수산관광지에서 판매되는 수산물에 가격표시제를 실시하여, 위반시 벌금을 부과하고 있으며, 이 제도는 시행 후 현재까지 큰 성과를 거두고 있다. 또한 광저우시에 있는 수산시장은 소비자들이 직접 수산물의 상태, 가격, 요리방법을 확인하고 주문하며, 주문한 수산물의 양을 소비자에게 명확하게 확인시켜주어 소비자의 불신을 해소시키고 이를 통해 수산시장의 매출 증대를 가져오기도 했다.

또한 수산시장 등 수산관광지에서는 상품 구매시 현금 결제를 유도하는 경우가 빈번히 발생하고 있는 실정이며, 이는 중국 관광객들의 수산관광지 방문 및 수산관광지 내 수산물 소비를 방해하는 주요 요인이 되고 있다. 따라서 중국관광객들의 주요 결제수단인 ‘알리페이’ 등을 통한 결제가 가능하도록 하여 중국 관광객들의 결제 편의성 확보를 위한 노력을 기울일 필요가 있다.

한편 본 연구는 위와 같은 시사점 및 의의를 지니고 있으나 아래와 같은 한계점을 내포하고 있다. 첫째, 본 연구는 해양·수산 관광지 유형을 중심으로 중요도-만족도, 전반적인 만족도, 재방문의사 및 추천의사에 영향을 주는 변수를 파악하고자 6개의 요인 내에서 연구되었다. 따라서 연구에 사용한 25개의 변수만으로 중국 관광객의 부산관광지에 대한 전체 중

요도 및 만족도를 파악하기에 부족함이 있을 수 있다. 둘째, 사드 배치에 대한 중국정부의 한국여행 제재로 인해 중국관광객을 대상으로 한 조사의 표본수가 모든 중국관광객의 인식을 대표하기에는 한계가 있다는 점이다. 또한 표본의 연령대가 금한령으로 인해 주로 크루즈 관광으로 방문하는 40·50대의 관광객이 감소하면서 20·30대 중심으로 조사가 되었다는 한계점을 지니고 있다. 셋째, 본 설문조사가 중국 관광객들의 방문이 타 계절보다 상대적으로 적고 다양한 해양·수산 관광활동을 즐기는 데 있어 한계가 있는 겨울에 진행되었다는 점이다. 따라서 본 연구의 이러한 한계점에 대해서는 향후 후속적인 보완 연구가 이루어진다면 부산의 글로벌 해양·수산 관광도시의 관광산업의 활성화를 위한 전략적 연구가 될 수 있을 것이라 생각된다.



<참고 문헌>

<국내연구>

- 강석규(2015), “제주 해양관광객의 수요경정요인 분석”, 탐라문화, pp.201-220
- 권소연(2011), “외식 서비스 교육훈련 평가에 따른 만족도에 관한 IPA연구”, 세종대학교, 석사학위논문
- 구슬기(2017), “문화관광 선택속성과 참여동기가 만족도와 행동의도에 미치는 영향”, 경희대학교, 석사학위논문
- 고동우(1998), “관광의 심리적 체험과 만족간의 관계”, 고려대학교, 박사학위논문
- 고순영(2005), “관광목적지 유형에 따른 매력성 평가에 관한 연구”, 제주대학교, 박사학위논문
- 김경옥, “IPA분석을 활용한 감천문화마을의 관광 활성화 방안 연구”, 부경대학교, 석사학위논문
- 김광근·여창원·김용철(2007), “방한 중국인관광객의 여행상품선택속성과 만족도에 관한 연구”, 대한관광경영학회, 제 22권, 제 1호, pp.133-153
- 김민철(2007), “남해안 동계전지훈련 만족요인이 재방문의사에 미치는 영향”, 한국스포츠산업경영학회, 제 12권, 제 2호, pp.83-96
- 김성혁·김용일·오재경(2012), “해양관광 방문동기 시장세분화에 따른 해양관광활동 차이와 관광만족 및 관광지 이미지에 미치는 영향 연구”, 대한관광경영학회, 제 27권, 제 1호, pp.17-36
- 김영미 외(2008), “중요도 실행도 분석을 이용한 호텔 부서별 근무자가 갖추어야 할 역량 평가”, 관광레저 연구, 제 20권, 제 4호, pp.199-219

- 김영미(2009), “해양문화축제 방문객의 참여동기에 따른 해양레저활동 제언”,
관광연구채널. 제 23권, 제 1호, pp.49-70
- 김정준(2010), “관광지 유형에 따른 관광동기, 관여도와 관광매력성 연구”,
경기대학교, 대학원 박사학위논문
- 김미선(2009), “쇼핑관광지 속성이 지각된 가치, 만족 및 행동의도에 미치는 영향: 동대문시장을 방문한 중국인 관광객을 중심으로”, 한양대학교, 석사학위논문
- 당진(2015), “관광유형이 도시이미지를 통한 관광객 행동에 미치는 영향 연구: 중국 남경시를 대상으로”, 경주대학교, 박사학위논문
- 문경주(2007), “축제 웹사이트 서비스품질과 웹 이용형태가 만족과 행동의도에 미치는 영향연구”, 경기대학교, 박사학위논문
- 박정아(2017), “가정간편식 선택속성에 대한 소비자 신념과 구매편향 연구: 편의점도시락을 사례로”, 한국외식경영학회, 제 20권, 제 3호, pp.101-126
- 박석희·부소영(2002), “관광후 이미지와 만족도간의 관련성”, 관광학연구, 제 26권, 제 1호, pp.47-62
- 박석희(2000), “관광상품화에 대한 개념 정립 및 전략”, 경기대학교 논문집, 제 40집, 제 1호, pp.541-570
- 부산관광공사(2016), “부산관광산업 동향분석”
- 석입평(2007), “중국관광객의 부산 야간관광 매력성 평가에 관한 연구 - IPA기법을 중심으로-”, 부경대학교, 석사학위논문
- 심미숙·김아진(2016), “해수욕장 체험활동 선호도 및 만족도에 관한 연구”, 대한관광경영학회, 제 31권, 제 5호, pp.67-85
- 오상훈·고계성(2005), “IPA를 이용한 섬 관광지 매력성 평가”, 대한관광경영학회, pp.45-58

- 오현주(2010), “부산 관광지 매력속성의 중요도와 만족도에 관한 연구”,
경성대학교, 석사학위논문
- 우새아(2014), “서울 시내면세점의 선택속성의 중요도-성취도 분석(IPA)
에 의한 중국인 관광객의 만족도, 재방문의도 및 추천의도에 관한
연구, 경희대학교, 석사학위논문
- 이경아·류은순(2011), “부산체류 국가별 외국인의 한국 식당에 대한 중요
도 및 만족도 조사”, 한국식품조리과학회, pp.270-277
- 이경희·전재균·이상호(2011), “IPA분석을 통한 쇼핑관광지로서의 부산의
평가에 관한 연구”, 한국호텔관광학회, 제 13권, 제 1호, pp.11-21
- 이구서(2011), “방한 중국관광객의 관광행동특성에 따른 선택속성의 중요도
-만족도 분석”, 경원대학교, 석사학위논문
- 이소연(2009), “음식관광 관여도와 음식에 대한 관심이 관광지 추구성향에
미치는 영향 분석”, 연세대학교, 석사학위논문
- 이익수, “힐링관광과 힐링여행의 비교를 통한 관광에서 여행으로의 개념
적 확대 필요성”, 경상농총, 제 7권, 제 2호, pp.39-50
- 이은혜(2015), “전주한옥마을 관광객의 선택속성, 방문동기, 만족도, 충성
도의 이해: -IPA 분석을 중심으로-”, 세종대학교, 석사학위논문
- 이의정·서세진·서용건(2017), “제주방문 외국인 단체관광객의 여행행태와
재방문의도에 영향을 미치는 요인에 대한 연구”, 관광학연구, 제 41
권, 제 2호, pp.203-220
- 이의희·김영남·서용건(2011), “제주도 방문 해양관광객의 중요도-만족도
(IPA)에 관한 연구, 제주관광학회, pp.189-211
- 이주희·심규원(2003), “Rank-order 기법을 활용한 국립공원 시설 및 서비
스에 관한 중요도-성취도 분석: 가야산·내장산 국립공원을 대상으
로”, 생명관학연구, 제 2권, 제 1호, pp.1-12

- 이지환(2009), “스키리조트 서비스 품질이 고객 충성도에 미치는 영향”,
한국교육학교, 박사학위논문
- 이진희(2013), “IPA기법을 활용한 섬 생태관광지 개발과 관리방안 연구 -
여수 금오도를 중심으로”, 전남대학교, 석사학위논문
- 이진희(2008), “라이프스타일유형에 따른 제주해양관광의 속성 및 만족도
에 관한 연구”, 관광학연구, 제 32권, 제 4호, pp.213-233
- 이진희(2017), “중국인관광객의 제주해양관광 활동유형, 만족도, 재방문의
사에 관한 연구”, 수산경영논집, 제 48권, 제 3호, pp.75-90
- 이학식·안광호·하영원(1999), “소비자 행동론”, 박영사
- 임선전(2011), “일본인 관광자의 의료관광 선택속성에 관한 연구 - IPA를
중심으로-”, 한영대학교, 석사학위논문
- 임태성·이호열·박재우·김주용·박현욱(2012), “IPA매트릭스 분석을 활용한
스포츠 토토의 건전화사업 및 사회공헌 활동 발전 방안 모색”, 한
국체육정책학회지, 제 10권, 제 3호, pp.17-32
- 임태성 외(2012), “IPA매트릭스 분석을 활용한 스포츠평토토의 건전화사업
및 사회공헌 활동 발전 방안 모색”, 한국체육정책학회지, 제 10권, 제 3
호, pp.17-32
- 임화순·남윤섭(2017), “외국인 관광객의 이미지가 만족도와 재방문의도에
미치는 영향에 관한 연구”, 한국콘텐츠학회, 제 17권, 제 2호,
pp.298-307
- 장려나(2014), “생태관광 선택속성 및 만족도에 관한 연구”, 배제대학교,
박사학위논문
- 장영수·최진철(2007), “수산관광축제의 고유성이 방문객 만족도에 미치는
영향: 기장멸치축제를 중심으로”, 수산경영논집, 제 38권, 제 2호,
pp.103-129

- 장양례(2016), “명동 쇼핑관광 수용태세가 서울 도시 관광 이미지와 만족도에 미치는 영향”, 한국호텔관광학회, 제 18권, 제 4호, pp.25-44
- 장병수(2004), “외래 관광객의 여행상품 지각에 의한 관광목적지 가치 평가”, 경주대학교, 박사학위논문
- 장철호(2014), “어촌체험마을사업의 고유성과 관광체험이 관광객의 만족에 미치는 영향에 관한 연구”, 부건대학교, 박사학위논문
- 전인순(2002), “수산물 축제의 관광상품개발 전략에 관한 연구”, 관광품질시스템학회, 제 8권, 제 1호, pp.159-183
- 정병웅·진애니·정유리(2009), “방한 중국인 관광객들의 관광지 선택속성 중요도-만족도 연구”, 강원대학교 사회과학연구소, pp.165-184
- 정호권(2016), “한국 관광이미지, 관광만족, 재방문 및 추천의사에 관한 연구: 방한 중국인 관광객을 중심으로”, MICE관광연구, 제 45권, pp.97-109
- 조미선(2013), “여수 관광지 매력속성의 중요도와 만족도에 관한 연구”, 전남대학교, 석사학위논문
- 조용준·김영화(2010), “노량진수산물시장 고객만족 향상을 위한 조사체계 구축방안”, 한국통계학회, pp.1023-1034
- 주맹정(2017), “관광 상품 구입 선택요인이 재 구매의도에 미치는 영향에 관한 연구: 방한 중국관광객의 쇼핑행태를 중심으로”, 인천대학교, 석사학위논문
- 채서일(2007), “마케팅 조사론 3판”, 서울 학현사.
- 최도석(2016), “부산관광 활성화 해법, 해양관광에서 찾아야”, 부산발전연구원, 제 161호, pp.44-51
- 최인식(2007), “국내 골프관광 동기, 관광지 속성평가, 만족, 불평행동, 재방문 의도 간의 관계”, 연세대학교, 박사학위논문

- 최정우(1999), “중요도-성취도 이용한 도시공원 관리운영방안”, 목원대학교 건축도시연구센터, 제 7권, pp.141-149
- 한승훈·이형룡(2008), “래프팅 참여자의 만족도 평가: IPA분석을 중심으로”, 한국외식경영학회, 추계학술대회, pp.193-207
- 하성수(2009), “관광지 매력요인의 중요도-성취도에 따른 만족도와 재방문 의도에 관한 연구”, 경희대학교, 석사학위논문
- 해양수산부(2000), “해양관광진흥을 위한 종합계획 수립 연구”
- 형성은·이성필(2008), “부산 관광산업의 세계화를 위한 Design Service Model 구축에 관한 연구”, 한국감성학회, 제 11권, 제 2호, pp.193-206
- 황기형·마문식(1998), “해양관광 開發을 위한 外資導入: 제주도를 중심으로”, 한국해양수산개발원

<국외연구>

- Abed, M. H., Monavariand, M, and Karbasi, A. (2011), “Site Selection Using Analytical Hierarchy Process by Geographical Information System for Sustainable Coastal Tourism”, IPCEEE, 15, IACSIT Press, pp.120-124
- Baker, D. A., & Crompton, J. L. (2000), Quality, satisfaction and behavior intentions. *Annals of tourism research*, 27(3), 785-804.
- Cadott, G. I. & Turgeon, J. R. (1998), Convention site salection research: A review, conceptual model, and propositional framework, pp.49-69
- Hammit, W. E., Bisler, R. D. N, & Francies, P. (1996). Going Beyond importance - performance analysis to analyze the observance - influence of park impacts. *Journal of Park and Recreation*

- Administration, 14(1), 45-62.
- Lounsbury, J. W. & Polik, J. R. (1992), Leisure Needs and Vocation Satisfaction, Leisure science, Vol.14, pp.105-106
- Matilla, J. A. & James, J. C.(1997). Importance-performance analysis. Journal of Marketing, 41(3), 77-99
- McIntosh & Goledner(1986). Tourism. Principles, Practises, Philosophies.
- Engel, J. F., Blackwell, R. D. (1982). Consumer Behavior. NY: Holt Rinehart and inston
- Myers, J . H.(2001). Measuring customer satisfantion: hot buttons and other measurement issues. Chicago, IL: American Marketing Association.
- Manning, R. E. (1986), Studies in outdoor recreatin-a review and synthesis of the social science literature in outdoor recreation. Oregon State University Press.
- Oh,H.(2001), Revisiting importance-perfomance analysis, Tourism management, 22(6), pp.61
- Oliver, R. L. (1981), A Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of Satisfaction Decision. Journal of Marketing Research, 17(3): 460-469.
- Turner, L.W., Reisinger, Y. (2002). Journal of Travel Research, 40(3), 295-315.

<부록 1>

설문조사서

본 조사의 목적은 “중국관광객의 부산 관광지에 대한 중요도 및 만족도에 관한 연구”를 진행하는 데 있어 통계적인 기초자료를 작성하는 데 있습니다. 본 조사는 무기명으로 시행되며 학문적인 목적 이외에는 사용되지 않습니다. 귀중한 시간 내어주셔서 감사드리며, 여러분의 협조 부탁드립니다.

2018. 01

부경대학교 일반대학원 해양수산경영학과 석사과정

지도교수: 장영수

연구자: 이주예

e-mail : ulizhouyi521@naver.com

※설문에 앞서 아래 해당 부산 관광의 정의 와 범위를 읽고 응답해 주시기 바랍니다.

관 광 유 형	내 용	각 관광유형의 대표적 부산관광지
해양 관광	관광객들이 일상생활을 벗어나 직·간접적으로 해중·해상·해변이나 해양자원이 있는 곳에서 행하는 일련의 관광 활동	해운대, 광안리, 해동용궁사, 태종대, APEC 동백섬, 국립해양박물관, 송정해수욕장 등
수산 관광	다양한 수산문화 체험과 수산자원을 통하여 관광목적 달성과자 하는 관광활동	자갈치시장, 광안리 회센터, 기장수산물시장 등
비 해양· 수산 관광	일상생활을 벗어나 변화를 추구하기 위한 행위로서, 다양한 관광욕구를 충족하기 위해 행해지는 관광 중 해양공간에서 이루어지는 활동 및 수산문화 체험과 수산자원을 통한 관광활동을 제외한 육지에서의 관광 활동	남포동, 서면, 감천문화마을, 국제시장, 범어사, 달맞이교개 등

I. 다음은 부산관광에 관한 일반적 사항입니다. 해당란에 V표 해주시기 바랍니다.

1. 귀하가 부산을 방문한 목적은 무엇입니까?

① 친구/친지 방문 ② 관광 ③ 건강 및 치료 ④ 비즈니스 ⑤ 기타 ()

2. 귀하의 여행기간은 얼마나 됩니까? ()박 ()일

3. 부산 방문은 몇 번 째입니까?

① 처음 ② 2회 ③ 3회 이상

4. 누구와 함께 방문하셨습니다?

① 혼자 ② 가족 및 친지 ③ 친구 ④ 회사동료 ⑤ 단체 ⑥ 기타 ()

5. 어떠한 경로를 통해서 부산관광을 알게 되었습니까?

① 신문/잡지/방송/인터넷 ② 이웃/친지/친구/동료 ③ 여행사 ④ 홍보물 ⑤ 기타 ()

6. 귀하가 부산에서 방문한 관광지는 어디입니까? (복수응답가능)

① 자갈치시장 ② 남포동 ③ 국제시장 ④ 광안리 ⑤ 해운대 ⑥ 해동용궁사

⑦ APEC&동백섬 ⑧ 감천문화마을 ⑨ 서면 ⑩ 태종대 ⑪ 광안리 회센터

⑫ 기장 대변 수산시장 ⑬ 기타 ()

II. 다음은 부산 관광지에 대한 선택요인의 중요도에 관한 질문입니다. 귀하의 의견과 일치하는 곳에 V표 해주시기 바랍니다.

중요도 : 부산관광 계획 시 각 항목에 대해 중요하다고 생각한 정도.

NO	항목	중요도				
		전혀 중요하지 않음	중요하지 않음	보통	중요함	매우 중요함
1	주변 해양 관광 자원과의 연계성	①	②	③	④	⑤
2	적절한 해양관광안내표시	①	②	③	④	⑤
3	해양관광지의 부대시설 (해수욕장의 샤워시설, 대여시설, 물품 보관시설 등)	①	②	③	④	⑤
4	해안주변 숙박시설 이용여부	①	②	③	④	⑤
5	해양 관광 도시 특유의 분위기	①	②	③	④	⑤
6	아름다운 해양경관	①	②	③	④	⑤
7	해양환경 보전 상태	①	②	③	④	⑤
8	수족관, 해양박물관 등 해양문화공간의 관람 체험	①	②	③	④	⑤
9	다양한 해양관광 체험 활동 (요트, 윈드서핑, 해수욕 등)	①	②	③	④	⑤
10	판매되는 수산물의 위생상태 (수산물의 부패에 따른 비린내 여부, 전시대의 청결도 등)	①	②	③	④	⑤
11	수산 관광시설의	①	②	③	④	⑤

	청결도 (관광지 통로와 바닥, 식사 공간, 화장실 등 수산물관광지 내부 시설의 청결도)					
12	다양한 수산물 관람 가능 여부	①	②	③	④	⑤
13	수산식품 가격에 대한 명확한 제시	①	②	③	④	⑤
14	부산 지역 유명 특산품 (김, 어묵, 건어물 등)	①	②	③	④	⑤
15	한국의 독특한 수산 물 외식 문화체험 (1층구매, 2층시식, 즉석시식 등)	①	②	③	④	⑤
16	한국 전통 수산 요리 소비 (해물탕, 생선구이, 회, 산낙지 등)	①	②	③	④	⑤
17	관광지 안내원 및 종업원의 친절성	①	②	③	④	⑤
18	관광지 안내원 및 종업원의 중국어 구사능력	①	②	③	④	⑤
19	지역주민의 친절도	①	②	③	④	⑤
20	결제수단의 편리성 (유니언페이, 알리페이 등)	①	②	③	④	⑤
21	다양한 관광 기념품 구매가능	①	②	③	④	⑤
22	스토리텔링 있는 유적지	①	②	③	④	⑤
23	야간관광 프로그램	①	②	③	④	⑤
24	관광지의 안전성	①	②	③	④	⑤
25	부산 상징할만한 랜드마크의 존재여부	①	②	③	④	⑤

III. 다음은 부산 관광지에 대한 선택요인의 만족도에 관한 질문입니다.
 귀하의 의견과 일치 하는 곳에 V표 해주시기 바랍니다.

만족도 : 부산관광을 마치고 난 후 느낀 각 항목의 만족도 정도

NO	항목	만족도				
		매우 불만족	불만족	보통	만족	매우 만족
1	주변 해양 관광 자원과의 연계성	①	②	③	④	⑤
2	적절한 해양관광안내표시	①	②	③	④	⑤
3	해양관광지의 부대시설 (해수욕장의 샤워시설, 대여시설, 물품 보관시설 등)	①	②	③	④	⑤
4	해안주변 숙박시설 이용여부	①	②	③	④	⑤
5	해양 관광 도시 특유의 분위기	①	②	③	④	⑤
6	아름다운 해양경관	①	②	③	④	⑤
7	해양환경 보전 상태	①	②	③	④	⑤
8	수족관, 해양박물관 등 해양문화공간의 관람 체험	①	②	③	④	⑤
9	다양한 해양관광 체험 활동 (요트, 윈드서핑, 해수욕 등)	①	②	③	④	⑤
10	판매되는 수산물의 위생상태 (수산물의 부패에 따른 비린내 여부, 전시대의 청결도 등)	①	②	③	④	⑤
11	수산 관광시설의 청결도 (관광지 통로와 바닥, 식사 공간, 화장실 등 수산관광지 내부 시설의 청결도)	①	②	③	④	⑤
12	다양한 수산물 관람 가능 여부	①	②	③	④	⑤

13	수산물 가격에 대한 명확한 제시	①	②	③	④	⑤
14	부산 지역 유명 특산물 (김, 어묵, 건어물 등)	①	②	③	④	⑤
15	한국의 독특한 수산물 외 식 문화체험 (1층구매, 2층시식, 즉석시식 등)	①	②	③	④	⑤
16	한국 전통 수산 요리 소비 (해물탕, 생선구이, 회, 산낙지 등)	①	②	③	④	⑤
17	관광지 안내원 및 종업원의 친절성	①	②	③	④	⑤
18	관광지 안내원 및 종업원의 중국어 구사능력	①	②	③	④	⑤
19	지역주민의 친절도	①	②	③	④	⑤
20	결제수단의 편리성 (유니언페이, 알리페이 등)	①	②	③	④	⑤
21	다양한 관광 기념품 구매가능	①	②	③	④	⑤
22	스토리텔링 있는 유적지	①	②	③	④	⑤
23	야간관광 프로그램	①	②	③	④	⑤
24	관광지의 안전성	①	②	③	④	⑤
25	부산 상징할만한 랜드마크의 존재여부	①	②	③	④	⑤

IV. 다음은 귀하의 부산 여행의 전반적인 만족도 및 재방문, 추천의사에 관한 질문입니다. 귀하의 의견과 일치 하는 곳에 V표 해주시기 바랍니다.

NO	항목	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
1	나에게 부산 관광은 전반적으로 만족한다.	①	②	③	④	⑤
2	나는 부산에 다시 방문하고 싶다.	①	②	③	④	⑤
3	나는 부산 관광지를 다른 사람에게 추천할 의향이 있다.	①	②	③	④	⑤

V. 다음은 인구통계학적 사항에 관한 질문입니다.

1. 귀하의 성별은 무엇입니까?

① 남자 ② 여자

2. 귀하의 연령은 어떻게 되십니까?

① 10대 ② 20대 ③ 30대 ④ 40대 ⑤ 50대 ⑥ 60대 이상

3. 귀하의 결혼 여부는?

① 미 혼 ② 기 혼

4. 귀하의 직업은 무엇입니까?

① 학생 ② 주부 ③ 회사원/사무직 ④ 기술·생산직 ⑤ 전문직
⑥ 자영업/상업 ⑦ 농업/수산업 ⑧ 기타 ()

5. 귀하의 학력은?

- ① 초등학교 졸업 ② 중학교 졸업 ③ 고등학교 졸업(재학)
④ 대학교 졸업(재학) ⑤ 대학원 졸업(재학)

6. 귀하의 월평균 수입은?

- ① 4000 위안화(CNY) 이하 ② 4000-6000 위안화(CNY)
③ 6000-8000 위안화(CNY) ④ 8000-10000 위안화(CNY) 이상

7. 귀하의 거주지는 어느 지역입니까? ()성 ()시

8. 귀하의 해외여행 연간 여행회수 ()번

9. 귀하께서 이번 부산 관광에 지출한 총비용(항공, 숙박, 쇼핑 등 모든 경비를 포함)은 얼마입니까? () 위안화

감사합니다!

<부록 2>

调查问卷

您好！

我是国立釜庆大学海洋水产经营专业的在读研究生，首先感谢您在百忙之中抽空参与我的硕士论文的研究调查。这是一份“关于中国游客对釜山观光的重要度及满意度调查研究”的硕士论文的调查问卷。

希望您清楚地表达自己真实的想法，以协助本研究的顺利完成。

您的答案将有助于相关研究的进行，本问卷采用匿名的方式作答，本问卷仅提供学术研究使用，所有资料绝对保密，请您安心作答。您的热心协助和参与将有助于本研究的顺利完成，故在此向您致以由衷的感谢！

2018. 01

指导教师： 国立釜庆大学海洋水产经营专业 张瑛秀

研究者： 国立釜庆大学海洋水产经营专业 李周艺

e-mail : ulizhouyi521@naver.com

※请在做调查问卷之前确认釜山观光的定义和范围。

观光类型	定义	各观光类型 代表的观光地
海洋观光	是指人们在一定的社会经济条件下，以海洋为依托以满足人们精神和物质需求为目的而进行的海洋游览、娱乐和度假等活动所产生的现象和关系的总和。	海云台，广安里， 海东龙宫寺，太宗台， APEC 冬柏岛， 国立海洋博物馆， 松亭海水浴场等
水产观光	是指人们通过多样的水产文化体验来进行的观光活动	札嘎其市场， 广安里海鲜中心， 机张水产市场等
一般观光	是指人们在一定的社会经济条件下，为了满足观光需求来进行的观光活动， 不包含海洋观光和水产观光	南浦洞，西面， 甘川文化村， 国际市场，梵鱼寺， 迎月路等

<part 1>

以下是有关釜山观光的基础问题。请用√标示

1. 您到釜山旅行目的是？

① 亲戚朋友访问 ② 观光 ③ 医疗 ④ 商务 ⑤ 其他 ()

2. 您的旅行时间是？()天 ()夜

3. 您来过釜山几次？ ① 第一次 ② 两次 ③ 三次以上

4. 您的旅行同伴是？

① 单独 ② 家庭/亲戚 ③ 朋友 ④ 同事 ⑤ 团体 ⑥ 其他 ()

5. 您是通过哪种途径了解釜山观光的？

① 报纸/杂志/电视节目/网站 ② 邻居/亲戚/朋友/同事 ③ 旅行社

④ 宣传册 ⑤ 其他 ()

6. 您在釜山观光时访问过哪些旅游景点？（可多选）

① 札嘎其市场 ② 南浦洞 ③ 西面 ④ 广安里 ⑤ 海云台 ⑥ 海东龙宫寺
⑦ APEC&冬柏岛 ⑧ 甘川文化村 ⑨ 国际市场 ⑩ 太宗台 ⑪ 广安里水产市场
⑫ 机张水产市场 ⑬ 国立海洋博物馆 ⑭ 其他 ()

<part 2>

以下是关于您在选择来釜山旅行时，关于重要度的选项？请用√/标示。

重要度：在您来釜山旅行之前，对以下属性选项重要程度的选择

NO	选项	重要度				
		非常 不 重要	不 重要	普通	重要	非常 重要
1	与周边海洋观光资源间的连接性	①	②	③	④	⑤
2	恰当的海洋观光指示标识	①	②	③	④	⑤
3	海洋观光景区的附属设施 (海水浴场的洗浴设施, 租赁设施, 物品 保管设施等)	①	②	③	④	⑤
4	海边住宿设施的使用	①	②	③	④	⑤
5	海洋观光都市特有的氛围	①	②	③	④	⑤
6	美丽的海洋景观	①	②	③	④	⑤
7	海洋环境保存状态	①	②	③	④	⑤
8	水族馆, 海洋博物馆等海洋文化空 间的观览体验	①	②	③	④	⑤
9	多样的海洋观光体验活动 (游艇, 冲浪, 海水浴等)	①	②	③	④	⑤
10	出售的水产品的卫生情况 (海鲜是否新鲜, 是否有腥臭 味, 海鲜展示柜是否清洁)	①	②	③	④	⑤
11	水产观光设施的清洁度 (水产观光地的通路, 用餐环境, 洗 手间等内部设施的清洁度)	①	②	③	④	⑤
12	可以观赏多样的水产品	①	②	③	④	⑤
13	在水产观光景区出售的水产品有明 确的价格标识	①	②	③	④	⑤
14	可购买釜山地区知名特产品 (紫菜, 鱼糕, 鱼干等)	①	②	③	④	⑤
15	韩国特有的饮食文化体验 (一楼购买, 二楼食用, 试吃等)	①	②	③	④	⑤
16	韩国传统水产料理消费	①	②	③	④	⑤

	(海鲜汤，烤鱼，生鱼片，活章鱼等)					
17	景区导游及工作人员的亲切度	①	②	③	④	⑤
18	景区导游及工作人员的中文水平	①	②	③	④	⑤
19	釜山居民的亲切度	①	②	③	④	⑤
20	结算方式的便利性 (银联，支付宝等)	①	②	③	④	⑤
21	可购买多样的观光纪念品	①	②	③	④	⑤
22	有故事或历史意义的景点	①	②	③	④	⑤
23	夜间游览项目	①	②	③	④	⑤
24	观光地的安全性	①	②	③	④	⑤
25	是否具有釜山标志性的景点	①	②	③	④	⑤

<part 3>

以下是关于您在来釜山旅行后，关于满意度的选项？请用√标示。

满意度：在您来釜山旅行后，对以下属性选项满意程度的选择

NO	选项	满意度				
		非常 不 满意	不 满意	普通	满意	非常 满意
1	与周边海洋观光资源间的连接性	①	②	③	④	⑤
2	恰当的海洋观光指示标识	①	②	③	④	⑤
3	海洋观光景区的附属设施 (海水浴场的洗浴设施，租赁设施，物品 保管设施等)	①	②	③	④	⑤
4	海边住宿设施的使用	①	②	③	④	⑤
5	海洋观光都市特有的氛围	①	②	③	④	⑤
6	美丽的海洋景观	①	②	③	④	⑤

7	海洋环境保存状态	①	②	③	④	⑤
8	水族馆，海洋博物馆等海洋文化空间的观览体验	①	②	③	④	⑤
9	多样的海洋观光体验活动 (游艇，冲浪，海水浴等)	①	②	③	④	⑤
10	出售的水产品的卫生情况 (海鲜是否新鲜，是否有腥臭味，海鲜展示柜是否清洁)	①	②	③	④	⑤
11	水产观光设施的清洁度 (水产观光地的通路，用餐环境，洗手间等内部设施的清洁度)	①	②	③	④	⑤
12	可以观赏多样的水产品	①	②	③	④	⑤
13	在水产观光景区出售的水产品有明确的价格标识	①	②	③	④	⑤
14	可购买釜山地区知名特产品 (紫菜，鱼糕，鱼干等)	①	②	③	④	⑤
15	韩国特有的饮食文化体验 (一楼购买，二楼食用，试吃等)	①	②	③	④	⑤
16	韩国传统水产料理消费 (海鲜汤，烤鱼，生鱼片，活章鱼等)	①	②	③	④	⑤
17	景区导游及工作人员的亲切度	①	②	③	④	⑤
18	景区导游及工作人员的中文水平	①	②	③	④	⑤
19	釜山居民的亲切度	①	②	③	④	⑤
20	结算方式的便利性 (银联，支付宝等)	①	②	③	④	⑤
21	可购买多样的观光纪念品	①	②	③	④	⑤
22	有故事或历史意义的景点	①	②	③	④	⑤
23	夜间游览项目	①	②	③	④	⑤
24	观光地的安全性	①	②	③	④	⑤
25	是否具有釜山标志性的景点	①	②	③	④	⑤

<part 4>

以下是关于您在釜山旅行结束后，关于釜山整体满意度及再访问意向的选项？
请用√标示。

NO	选项	非常不满意	不满意	普通	满意	非常满意
1	我对与釜山旅行整体上满意。	①	②	③	④	⑤
2	对于釜山我还有再访问意向。	①	②	③	④	⑤
3	我会向亲友及朋友介绍釜山。	①	②	③	④	⑤

<part 5>

以下是关于个人基本信息的简略统计。请用√标示。

1. 您的性别？

①男 ②女

2. 您的年龄？

①20岁以下 ②20-29岁 ③30-39岁 ④40-49岁 ⑤50岁以上

3. 您结婚与否？

①未婚 ②已婚

4. 您的职业？

①学生 ②家庭主妇 ③公司职员 ④技术·生产工作 ⑤专家
学者 ⑥ 自营业/商人 ⑦ 农业/水产业 ⑧ 其他 ()

5. 您的学历是？

- ①小学毕业 ②中学毕业 ③高中毕业/在读 ④大学毕业/在读
⑤硕博士毕业/在读

6. 您的月平均消费是？

- ①4000元以下 ②4000-6000元 ③6000-8000元 ④8000-10000元以上

7. 您的家乡是 () 省 () 市

8. 您一年之内海外旅游 () 次

9. 您来釜山旅行的(包括航空，住宿，购物等)费用是 ()

谢谢大家！

감사의 글

설렘과 두려움을 안고 시작했던 석사과정, 이제 모든 과정을 마치며 지난 시간을 되돌아봅니다. 저는 4년의 해양수산경영학과 학사과정을 마치고 해양·수산에 대해 깊게 배우고 싶어 대학원에 진학하였습니다. 저의 의욕과는 달리 석사과정에서 저는 많은 어려움을 겪었습니다. 그러한 과정 속에서 옆에서 도와주신 많은 분들이 아니었다면 어떻게 지금 순간이 있을 수 있었을까요?

그 동안 뜨거운 열정으로 배움을 나눠주신 부경대학교 해양수산경영학과의 모든 교수님께 감사의 마음을 전하고 싶습니다. 논문의 진행과정은 이렇게 할까 저렇게 할까 고민과 판단의 연속이었습니다. 그럴 때마다 올바른 방향으로 이끌어 주시고 많은 지도와 조언을 해주신 장영수 교수님께 진심으로 감사의 말씀을 드립니다. 또한 이 과정을 무사히 마칠 수 있도록 여러모로 배려해주시고 바쁘신 와중에도 부족한 점을 세심하게 지적해주신 박정아 교수님, 장홍석 박사님께도 진심으로 감사드립니다.

2011년 12월에 처음으로 중국을 떠나 부경대학교에 왔을 때 내손을 따뜻하게 잡아주신 국제교류부의 김보경 선생님께 감사드리며, 국제교류부에서 근로학생 때부터 조교까지 배려를 많이 해 주신 박원주 선생님께도 감사드립니다.

그리고 제 선배분들, 이정필 선배, 김지웅 선배, 박혜진 선배, 임소희 선배, 정지현 선배, 강효슬 선배께, 2년 동안 가족처럼 친하게 지내면서 항상 따뜻하게 도와주셔서 감사드립니다.

마지막 제 친구와 가족들에게도 감사함을 전합니다. 예민한 저의 투정을 다 이해해주시고 배려해 주셔서 고마워요. 사랑합니다.

마지막으로 부산은 저에게 있어 제2의 고향입니다. 산, 바다, 수산물, 영

화제 등 다양한 관광 콘텐츠를 가지고 있는 부산을 저는 사랑합니다. 이러한 애정에 부산 관광에 대한 연구를 시작했습니다. 저의 연구와 같은 연구 활동이 활발해져 부산을 많은 중국관광객들이 알게 되고 부산 관광산업의 비약적 발전이 이뤄지기를 바랍니다. 그리고 부산은 제 인생에 있어 큰 의미를 가질 것입니다. 감사합니다. 제2의 고향, 부산 !

转眼间7年韩国求学之路即将画上圆满句号。古语说：慈母手中线，游子身上衣。感谢我的母亲在我成年后人生的第一个转折点给我指引方向，支持我来韩国求学。我从语学院，本科，大学院，在釜庆大学度过了7个年头，也哭过也笑过。回首这7年，往事历历在目，我从初来韩国点餐用手指的小女孩到现在的游刃有余，每当看到语学院新来的同学就会在他们身上找到自己的影子。因为一直在釜山上学，并且学校周边就有大海，所以每当想家的时候都会和朋友去看海。并且釜山也是海洋都市，所以希望通过我的研究为釜山市吸引中国游客制定相关方案，让中国游客更了解釜山这一座魅力都市。我从小就不是人们常说的隔壁老王家的孩子，所以初中，高中，大学求学之路上母亲替我非常操心，但是通过我的不断努力学习，从调查问卷，分析，论文成稿，都是通过我自己的不断钻研完成的，虽然家人不懂韩语，但是我想把我的研究成果展示给他们。感谢一直默默支持我的家人，他们永远是我坚强的后盾，你们给我的爱，理解，关心是我不断向前的动力。

最后我想说，留学不容易，坚持需努力，若想出人头地，必须脚踏实地!