

인바운드(Inbound) 중국인 개별자유여행객 특성 분석

A Study on the Characteristics of Chinese Inbound Free Independent Tourist

조남도*

Jo, Nam-Do

Abstract

Since 1997, Chinese government has permitted personal oversea travel and outbound tourism industry has increased rapidly. Chinese spend travel expense much more than other country traveler. And therefore the competition for chinese traveler is as fierce as ever. This study aim to offer a practical point of view for development of inbound local tourism and visitor's destination selection. As a result to maximize travel experience of tourist destinations by Chinese tourists and contribute to revitalization of local tourism activities, there are required expose informations of diverse local tourism content and public transportation, accommodation through internet and mass media all the time. furthermore expending to provide information of travel destination based on mobile application.

주제어 : 인바운드 중국인 개별자유여행객(Chinese Inbound Free Independent Tourist)

* (제1저자)세종대학교 호텔관광경영학과 박사과정, e-mail: andy-jo33@hotmail.com

I. 서 론

방한 외래 관광객은 사스(SARS)가 유행한 2003년 이후 11년간 지속적으로 증가하였으며, 특히 2008년부터는 원화가치 약세 등에 따른 방한 쇼핑관광 매력과 한국 문화의 확산에 힘입어 2009년부터 4년 연속 두 자리 수의 높은 성장률을 기록하였다. 전체 방한 외래 관광객의 수는 2014년 기준 전년대비 16.6%가 성장한 1,420만 명으로, 이 중 중국인 관광객은 551만 명을 차지하여 일본인 전체 관광객 223만 명을 앞서며 전체 방한 관광객의 38.8%를 차지하고 있다. (문화체육관광부, 2015)

1997년 중국정부는 개인의 국외여행을 허용한 이후 세계에서 가장 빠른 속도로 관광시장이 성장하고 있으며, 2019년 방한 중국인 전체 관광객 수를 101,3만 명으로 증가할 것으로 예측하고 있다.(한국관광공사, 2010; 반정화, 2013) 뿐만 아니라 방한 중 총지출금액 평균에서도 중국인 관광객은 \$2,094.5(표본오차 \$62.82, 95%신뢰수준)으로 전체평균 \$1,605.5(\$25.93, 95%신뢰수준)보다 월등히 높으며(한국문화관광연구원, 2016) 이에 따라 경제적 파급효과가 크다.

중국인 아웃 바운드 관광객은 2013년 기준 상위 10개 목적지 중 9개 국가가 아시아에 속해 있으며 중국인 전체 아웃바운드 시장의 85%를 점유하고 있다. 이에 따라 아시아 각국은 중국인 관광객 유치에 위하여 무비자 관광 시행, 세금혜택 및 다양한 여행 상품을 기획하고 있다.(한국관광공사, 2014) 이러한 국가 간 관광객 유치경쟁 속에서 더 많은 인바운드 중국 관광객 유치 및 재 방문유도를 위하여 방한 중국 관광객에 대하여 심층적이고 구체적인 연구가 필요 할 것이다.

하지만 관광관련 분야의 기존 연구에서는 중국 관광정책, 중국관광시장의 마케팅 전략, 카지노, 관광목적지 이미지, 관광마케팅 및 상품, 관광행동 및 심리, 관광 경제 등에 연구들이 진행 되었으며(서철현, 2015) 중국관광객의 증가세와 중요성에 비해 중국인들에 대한 근본적인 이해보다는 단순히 양적인 증가에 중점을 둔 전략적 방안들이 도출되고 있다.(반정화, 2013)

이에 본 연구에서는 방한 중국인 개별자유여행객(FIT: Free Independent Tourist)의 특성을 정성적으로 분석하여 중국인 개별 자유여행객의 유치 및 관련 관광 상품 마케팅의 실무적 방향성을 제공하고자 한다.

II. 이론적 배경

1. 중국인 개별 자유 관광객의 특성

중국인 국외 송출 관광객은 1993년 약 374만명에서 지속적으로 성장하여 2014년 1억 명을 넘어섰으며 세계 관광시장의 주류로 부상하였으며(량천·정젤나·최정길 2017), 급격한 성장과 함께 여행업의 과다 경쟁으로 인하여 관광 상품에 대한 불만 및 피해가 증가하였다.(UNWTO, 2013) 이에 중국 정부는 중국인 관광객의 권익 보호와 제공되는 상품의 질을 높이기 위하여 법적 규제를 실시하였고, 이는 저가 여행상품을 구성하여 모객 하는 것과 쇼핑지를 지정하여 수수료를 받는 행위를 금지하는 내용을 포함하고 있다.(문화관광부, 2013) 박득희·이계희·김혜선(2016)의 연구에서는 이와 같은 관련 법규의 등장으로 쇼핑이 많은 한국 단체 관광 상품의 가격 상승과 단체 관광 수요의 감소를 예상하고 있다.

최근(2010~2014년) 방한 중국인 여행형태를 살펴보면 평균 68.9%의 여행객이 개별여행 형태의 여행으로 한국을 방문하였으며, 방한 목적으로 여가, 위락, 휴가, 쇼핑 등의 목적의 비율이 증가하고 있다.(한국관광공사, 2014)

개별관광객은 방문지의 문화를 직접 체험하고 현지인의 생활을 경험하려고 하는 경향이 강하고 수도와 대도시뿐만 아니라 지방 중소도시까지 이동 반경이 넓다(이상훈·고동완 2012) Oppermann(1994)의 연구결과에서는 개별 자유 여행객은 단체 관광객과 관광목적지에서의 다른 행동 패턴을 보이며, 개인 자유 여행객은 단체 관광객의 비하여 체류기간이 길고 체류기간 중 지출액이 높으며, 활동 공간도 상대적으로 분산되는 특징이 있다고 하였다.

2. 방한 중국인 관광객의 현황

지난 박근혜 정부는 창조경제를 국정운영 과제로 삼고, 문화관광분야에서 고부가가치·고품격 한국관광 실현을 위한 “융·복합 관광산업 육성”을 추구하였다. 이에 MICE (Meeting 기업회의 ·Incentive 포상관광 ·Convention 컨벤션 ·Exhibition 전시) 유치 지원, 체류형 의료관광 클러스터 조성, 한류관광 홍보, 한류 공연관광 콘텐츠 및 정보 제공을 확대하려는 노력으로 중국 전담여행사 관리 강화, 관광호텔 및 대체 숙박시설 조기 확충, 등급제 확대, 관광경찰제도 도입 및 지자체의 ‘공공책임 포상제’ 활용, 다국어 관광안내표지 확충, 프리미엄 가이드 양성사업 등을 계획하고

있다.(민연화·박동철 2014)

정부 관련 부처는 중국인 관광객 유치를 위하여 다각적인 노력의 일환으로 '14년 7월 한중 정상 회의에서' 16년을 '한국관광의 해'로 지정하기로 함에 따라 중국인 관광객을 800만 명을 유치할 계획(문화체육관광부, 2016)으로 법무부와 협의를 통해 단체관광 비자 수수료 면제 및 복수사증 발급대상 확대, 10년 유효한 복수 비자를 신설하였다.(법무부, 2016.01.27.) 이러한 노력의 결과 입국 관광객 통계(관광지식정보시스템, 2017)에 따르면 2016년 방한 관광객 중 중국 관광객 수는 806만 명으로 전체 방한 관광객의 38%를 차지하고 있으며, 특히 7·8월의 여름 휴가철과 9월 중국 국경일인 중추절(2016년 9월15일)을 중심으로 방한 비율이 높게 나타나고 있다. 2015년에 발생한 메르스(MERS Co-V)의 영향으로 국내 방문 관광객 수는 전년 대비 다소 감소하였으나 지속적으로 방한 중국인 관광객 수는 증가하고 있으며 20~40대의 청장년층 여성 관광객 수가 높은 비율을 차지하고 있다.

〈표 1〉 2011년~2016년 방한 관광객 수

(단위: 천 명)

거주국	2011	2012	2013	2014	2015	2016	계	(%)
중국	2,220	2,836	4,326	6,126	5,984	8,067	29,562	38
일본	3,289	3,518	2,747	2,280	1,837	2,297	15,971	20.5
미국	661	697	722	770	767	866	4,485	5.8
대만	428	548	544	643	518	833	3,516	4.5
* 전체	9,794	11,140	12,175	14,201	13,231	17,241	77,7854	100

* 국내 방문 외래 관광객 전체 입국자 수

자료: 입국 관광객 통계(관광지식정보시스템, 2017)자료를 바탕으로 연구자 재작성

〈표 2〉 2016년 월별 방한 관광객 수

(단위: 천 명)

거주국	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
중국	521	546	601	682	705	758	917	873	726	680	516	535
* (%)	32.4	5.7	16.8	6.3	14.2	140	258	70.2	22.8	4.7	1.8	15.1
일본	136	144	224	175	178	180	186	225	208	227	213	197
* (%)	-2	1.3	2.5	13.5	-5.1	78	127	51.7	32.7	26	29.5	23.4
미국	55	50	68	81	80	88	78	69	75	82	67	66
* (%)	9.5	4.1	2.9	1.6	13.5	41.1	25.4	9.3	18.7	6.4	8.6	15.7
대만	57	57	57	69	65	87	81	79	73	74	64	64
* (%)	15.9	7.7	10.6	13.8	10.3	492	724	210	59.3	52.3	35.3	30.3

* 2015년 동(同)월 기준 성장률

자료: 입국 관광객 통계(관광지식정보시스템, 2017)자료를 바탕으로 연구자 재작성

〈표 3〉 중국인 관광객 성별 및 연령별 입국현황

(단위: 만 명)

	2014년		2015년		2016년	
	남	여	남	여	남	여
전체 (전년대비 증감)	206.6 +33.2%	344.9 +54.4	206.2 -0.2	340.6 -1.2	280.5 +36.1%	494.6 +45.2%
20~40세 (전년대비 증감)	109.1 +33.0%	205.7 +56.3%	110.6 +1.4%	207.5 +0.9%	121.0 +8.5%	263.0 +21.1%
41~60세 (전년대비 증감)	72.7 +25.4%	110.3 +46.4%	68.9 -5.2%	102.3 -7.3%	85.8 16.9%	133.0 +23.0%
61세 이상 (전년대비 증감)	24.7 +64.1%	28.9 +75.4	26.7 +7.8	30.8 +6.7	40.8 +36.0%	48.0 +35.8%

자료: 입국 관광객 통계(관광지식정보시스템, 2017)자료를 바탕으로 연구자 재작성

방한 중 총지출금액 또한 중국 관광객은 전체 방문객의 평균 지출 금액 \$ 1,625.3 보다 높으며, 일본 관광객의 평균 지출 금액(\$ 813.91)과 비교하여 2배가량 높은 평균 지출 금액을 나타내고 있다.

〈표 4〉 2016년 방한 외래 관광객 지출금액

	평균(\$)	표준오차(\$) (95% 신뢰구간)	신뢰구간(\$) (95% 신뢰구간)
중국	2059.5	21.42	2038.0~2080.9
일본	813.9	15.85	798.0~829.7
미국	1338.4	58.41	1279.9~1396.8
대만	1244.3	42.73	1201.5~1287.0
*전체	1625.3	13.78	1611.5~1639.0

* 2016년 방한 외래 관광객 전체 조사대상 기준

자료: 2016 외래 관광객 실태조사(관광지식정보시스템, 2017)을 바탕으로 연구자 재작성

Ⅲ. 연구방법

1. 연구목적

방한 중국인 FIT(Free Independent Tour) 관광객의 특성을 파악하여 관광객의 편리성과 인지된 관광의 질을 높이기 위한 노력이 필요하며 개별 자유여행객의 유치 및 관련 관광 상품 마케팅 자료로써 활용 되어질 수 있도록 다음과 같이 연구 가설을 제시한다.

연구목적 1. 방한 중국인 FIT(Free Independent Tour) 관광객의 관광동기 및 목적을 분석하여 범주화 한다.

연구목적 2. 방한 중국인 FIT(Free Independent Tour) 관광객의 국내 관광지 정보 출처를 분석하여 범주화 한다.

연구목적 3. 방한 중국인 FIT(Free Independent Tour) 관광객의 지각된 관광서비스 환경에 대한 경험을 분석 범주화 한다.

2. 데이터 대상 및 수집

중국인 개별 자유 관광객의 대한 정성적 정보를 도출하기 위하여 본 연구에서는 국내에 체류하고 있는 중국인 개별 자유 관광객(FIT: Free Independent Tourist)을 대상으로 판단표본추출 방식을 이용하여 개방형 설문조사를 배포 한 후 한국 관광 경험에 대한 본질과 관광지 선택속성을 파악 하고자 하였다. 설문에 관한 내용은 반정화(2013)의 연구에서 사용된 항목을 본 연구의 적합하도록 재구성하였다. 번역 오류를 최소화 하고자 호텔관광경영학 박사과정에서 수학하고 있는 중국인 유학생에게 연구목적 및 질문 사항 1차 번역을 의뢰하였고 중국 현지 체류 경험이 많은 국내 호텔관광경영학 박사 2명의 검수를 거쳐 중국어로 표기한 개방형 설문서를 제작하였다. 이대은·강상훈·박득희(2017)의 중국인 개별관광객의 다목적지 방문 패턴 분석 결과의 근거하여 관광목적지로 선호하며 방문 빈도가 높은 강남(강남구 “L 면 세점”), 명동(중구 “S 호텔”), 동대문 (동대문구 “G 호텔)에서 2016년 5월 9일부터 5월 28일까지 중국인 FIT(Free Independent Tour)관광객 대상으로 설문서 각각 30부씩 배포하여 현장수거 하였고, 이 중 불성실한 답변을 한 설문서를 제외한 총 83부를 분석에 활용하였다.

〈표 4〉 설문서 내용 구성

구분	질문 내용
관광활동 경험 (2)	한국을 제외한 타 국가 해외여행 경험 및 횟수는? 최근 3년 이내 여행 목적으로 한국 방문횟수는?
관광동기·목적 (4)	한국을 여행하시는 목적이나 동기는 무엇입니까? 한국을 여행 목적지로 선택할 시 고려사항은 무엇입니까? 단체여행이 아닌 개별여행을 선택한 이유는 무엇입니까? 한국 재방문 시 희망 목적지 및 이유는 무엇입니까?
관광 정보 (2)	한국 여행 관련 정보는 주로 어디에서 얻습니까? 관광 정보수집에 있어 보완되어야 점?
관광서비스 여건경험 (1)	한국 여행 중 음식, 숙박, 교통, 안내, 언어 등의 전반적 관광 관련 서비스에 대해 불편했던 부분은 무엇입니까?
응답자 특성 (4)	성별, 연령, 거주 지역, 여행종류(단체/개별)

3. 데이터 분석

방한 중국인 FIT(Free Independent Tour) 관광객의 국내 관광 경험에 대한 분석을 위하여 설문서의 작성된 개방형 답변을 중국어 전공 교수1인의 도움으로 번역 과정을 거쳤으며 번역오류나 의역에 대한 명확한 내용 전달을 위하여 한국어에 능통한 관광학 전공 중국인 유학생의 2차 검수를 진행하였다. 한국어로 번역된 답변을 나열식으로 정리한 뒤 1차적으로 연구자가 범주화 하였고, 연구자의 지향하는 연구 방향에 따른 가치중립적인 자료 범주화가 이루어지기 힘든 점을 보완하기 위하여 Max van Manen(1990)이 제시한 해석학적 현상학의 인간과학 연구방법론에 근거하여 1차 자료 분석 결과를 가지고 동일 전공 동료들과 함께 토론하여 공동 분석함으로써 상호주관적 합의를 모색하는 과정을 거쳤다.

IV. 분석결과

합의된 결과로 범주화된 응답자의 자료를 빈도분석을 통하여 응답자의 인구 통계적 특성 및 한국 관광 경험에 대한 본질과 관광지 선택속성을 살펴보았다. 전체 유효 표본 83명 중 남성이 38.6%(32명), 여성 61.4%(51명)으로 유윤희·이지연·이희찬(2016) 연구에서 활용한 “2014 외래관광객 실태조사”(문화체육관광부, 2015)에서의 방한 개별 중국인 관광객의 성비(남성:35.7%, 여자 64.3%)와 비슷한 결과이며, 표본의 연령대 비율은 20대 52명(65%), 30대 17명(21.3%), 40대 8명(10%), 50대 이상 3

명(3.8%), 무응답 3명으로 나타났다. 3년 이내 방한 횟수에 대한 응답으로 응답자들은 평균 4회 방문한 것으로 나타났으며, 이는 2016년 방한한 중국인 관광객의 최근 3년간 방한한 횟수 평균 5회보다 다소 적은 방문 경험을 가지고 있다.

〈표 5〉 최근 3년간 방한 횟수

	*외래관광객실태조사(2016)	본 연구 응답자
평균	5	4
중앙값	3	3
최빈값	2	2

* 외래관광객실태조사(2016). 관광지식정보시스템. 한국문화관광연구원

〈표 6〉 목적지 선택 시 1순위 고려 사항

	목적지 선택요인 (1순위)		
	빈도	퍼센트	누적 퍼센트
쇼핑	22	42.3	42.3
자연풍경	12	23.1	65.4
패션,유행 등 세련된 문화	5	9.6	75.0
음식,미식 탐방	4	7.7	82.7
중국과의 접근성	4	7.7	90.4
휴양,휴식	3	5.8	96.2
역사,문화유적	1	1.9	98.1
유흥,놀이시설	1	1.9	100.0
총계	52	100.0	

방문자의 자발적 여행 선택 및 의지를 여행의 내재적인 동기로 보았을 때 여가, 위락, 개별휴가(28명 34.6%), 쇼핑(17명 21%), 친구·친지 방문(14명 17.3%), 건강 및 치료(1명 1.2%)가 있었고 목적지 선택의 자발적 의지와 외부적 요인이 결합된 동기 요인을 외부적 동기요인으로 구성하였을 때 유학 및 어학연수(14명 17.3%), 단기취업(5명 6.2%) 사업 또는 업무 수행(1명 1.2%)의 목적을 위하여 방문한 것으로 나타났다. 외부적 동기 요인으로 방문한 응답자의 데이터를 제외하고 내재적 동기요인으로 방문한 관광객의 응답에서 목적지 선택 시 고려 사항에 대한 응답으로 1순위 고려 사항으로는 22명(42.3%)이 쇼핑하기에 편리성을 띄는 장소, 12명(23.1%)이 자연풍경이 좋은 장소, 5명(9.6%)이 패션, 유행 등 세련된 문화를 경험할 수 있는 장소를 답하였고, 목적지 선택 시 2순위 고려 사항으로 음식, 미식 탐방을 위한 장소 11명(21.2%), 쇼핑 9명(17.3%), 자연풍경이 좋은 장소 6명(11.5%), 패션, 유행 등 세

런된 문화를 경험할 수 있는 장소 6명(11.5%)로 나타났다.

〈표 7〉 목적지 선택 시 2순위 고려 사항

	목적지 선택요인2		
	빈도	퍼센트	누적 퍼센트
음식,미식 탐방	11	21.2	21.2
쇼핑	9	17.3	38.5
자연풍경	6	11.5	50.0
패션,유행 등 세련된 문화	6	11.5	61.5
역사,문화유적	4	7.7	69.2
휴양,휴식	4	7.7	76.9
중국과의 접근성	4	7.7	84.6
휴흥, 놀이시설	2	3.8	88.5
경제적인 여행비용	2	3.8	92.3
안전	2	3.8	3.8
숙박시설, 교통	2	3.8	3.8
총계	52	100.0	

단체 패키지여행이 아닌 개별 여행을 선호 하는 이유에서 37명(50.0%)의 응답자가 일정에 얽매이지 않고 자유롭게 여행하고 싶어서라고 응답하였고, 19명(25.7%)이 여행 중 다른 목적을 띄고 있다는 응답을 하였다. 중국의 한 자녀 정책을 통하여 1990년대 이후 출생자를 의미하는 ‘지어링허우’세대의 여행스타일을 보고한 ‘지어링허우 여행행태보고서(2016)’에서의 지어링허우 여행형태인 자유롭고 즉흥적인 여행을 선호한다는 결과와 일치한다.

〈표 8〉 개별 여행 선호 이유

	개별 여행 선호 이유		
	빈도	퍼센트	누적 퍼센트
자유롭게 여행하고 싶어서	37	50.0	50.0
여행 중 다른 볼 일이 있어서	19	25.7	75.7
한국 여행은 직접 준비하기 쉬워서	13	17.6	93.2
패키지 여행상품이 비싸서	3	4.1	97.3
마음에 드는 패키지 여행상품이 없어서	2	2.7	100.0
총계	74	100.0	

한국 방문 시 한국에 대한 관광 정보 출처에 대한 응답으로 1순위와 2순위의 응답 내용을 살펴보면 주로 인터넷, 친구 또는 주변 지인, 대중매스컴 등에서 관광에 대한 정보를 습득하는 것으로 나타났다.

〈표 9〉 한국 관광 정보출처 1순위

한국 관광 정보출처 1순위			
	빈도	퍼센트	누적 퍼센트
인터넷	40	51.9	51.9
친구,친지,동료	17	22.1	74.0
여행사	10	13.0	87.0
대중매스컴(TV,라디오,신문,잡지)	5	6.5	93.5
관광 안내서적	3	3.9	97.4
한국기관(한국관광공사, 대사관 등)	1	1.3	98.7
별도로 정보를 얻지 않음	1	1.3	100.0
총계	77	100.0	

〈표 10〉 한국 관광 정보출처 2순위

한국 관광 정보출처 2순위			
	빈도	퍼센트	누적 퍼센트
친구,친지,동료	21	28.4	28.4
인터넷	17	23.0	51.4
대중매스컴(TV,라디오,신문,잡지)	15	20.3	71.6
관광 안내서적	11	14.9	86.5
여행사	5	6.8	93.2
한국기관(한국관광공사, 대사관 등)	2	2.7	95.9
별도로 정보를 얻지 않음	2	2.7	98.6
기타	1	1.4	100.0
총계	74	100.0	

서울, 제주를 제외한 지역관광 준비 시 추가적으로 필요성을 느끼는 정보에서 교통 관련 정보, 관광지 관련 정보, 숙박, 식당 관련 정보가 부족함을 느끼는 것으로 나타났다.

〈표 11〉 추가요청정보(복수응답)

추가 요청 정보			
	빈도	퍼센트	누적 퍼센트
교통 관련 정보	30	25.4	25.4
관광지 관련 정보	29	24.6	50.0
숙박 관련 정보	25	21.2	71.2
식당 관련 정보	22	18.6	89.8
기타	12	10.2	100.0
총계	118	100.0	

다시 한국 개별여행을 계획한다면 방문 희망 지역 및 동기, 목적에 대한 응답으로 서울은 대한민국 수도이며 쇼핑과 이동의 편리성의 이유로 희망하였고, 경기지역은 수원화성과 같은 명소, 사찰 방문, 유흥시설 및 교통(접근성)등 가장 다양한 응답이 있었다. 강원지역은 설악산을 비롯한 명산의 풍경 및 자연경치, 교통의 편리성, 치유 및 휴식 등의 이유로 방문을 희망한다고 나타났다.

〈표 12〉 재 방문 시 방문 희망 지역 및 동기요인(복수응답)

재 방문 시 방문 희망 지역 및 방문 동기요인											
서울			경기			강원			제주		
동기	n	%	동기	n	%	동기	n	%	동기	n	%
쇼핑	18	42.9	사찰 방문	3	20.0	풍경, 자연 경치	15	68.2	풍경 자연 경치	33	78.6
수도	8	19.0	유흥	2	13.3	교통	3	13.6	유흥	4	9.5
교통	7	16.7	교통	2	13.3	치유 치료 휴식	2	9.1	수도	2	4.8
유흥	5	11.9	역사	2	13.3	사찰 방문	1	4.5	역사	1	2.4
지인 방문	2	4.8	드라마, 유명관 광지	2	13.3	스포츠	1	4.5	치유 치료 휴식	1	2.4
역사	1	2.4	수도	1	6.7				비자 면제	1	2.4
축제, 콘서트	1	2.4	축제, 콘서트	1	6.7						
			풍경 자연 경치	1	6.7						
			치유 치료 휴식	1	6.7						
총계	42	100.0	총계	15	100.0	총계	22	100.0	총계	42	100.0

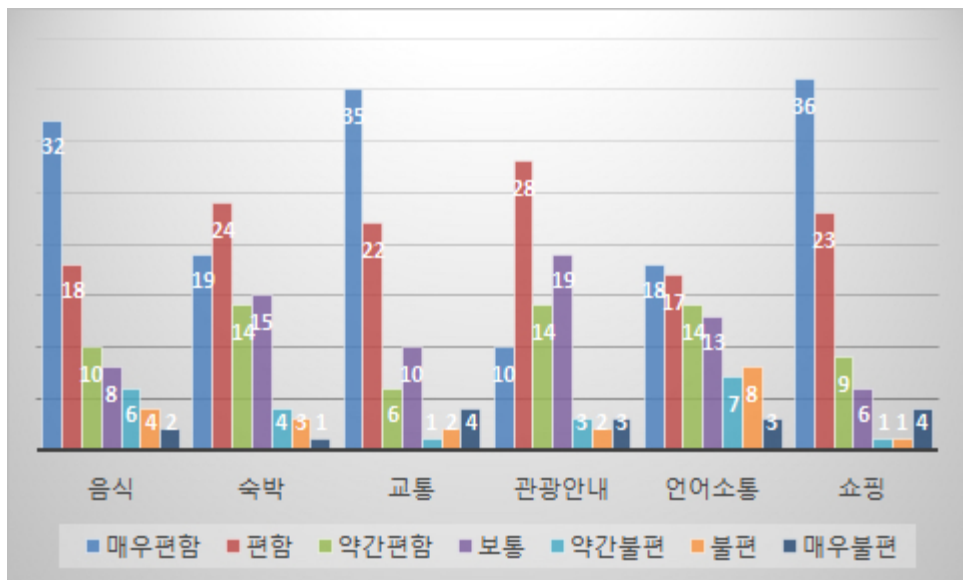
* 경상도/부산 (n=2) 부산: 풍경,자연,경치, 경주: 사찰방문

* 전라도 (n=1) 전주: 역사(전주한옥마을)

방한 중 관광 편의에 대한 개방형 질문에서는 다수의 응답에서 음식, 숙박시설, 쇼핑, 관광안내, 언어소통 등에서 전반적인 편의를 느꼈으며, 불편하게 느낀 부분 중 언어소통에 대한 부분의 불편함이 타 항목에 비하여 높게 나타나고 있다.

〈표 13〉 관광편의

	관광편의											
	음식		숙박		교통		관광 안내		언어 소통		쇼핑	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
매우편함	32	40.0	19	23.8	35	43.8	10	12.7	18	22.5	36	45.0
편함	18	22.5	24	30.0	22	27.5	28	35.4	17	21.3	23	28.8
약간편함	10	12.5	14	17.5	6	7.5	14	17.7	14	17.5	9	11.3
보통	8	10.0	15	18.8	10	12.5	19	24.1	13	16.3	6	7.5
약간불편	6	7.5	4	5.0	1	1.3	3	3.8	7	8.8	1	1.3
불편	4	5.0	3	3.8	2	2.5	2	2.5	8	10.0	1	1.3
매우불편	2	2.5	1	1.3	4	5.0	3	3.8	3	3.8	4	5.0
총계	80	100.0	80	100.0	80	100.0	79	100.0	80	100.0	80	100.0



V. 결론 및 한계점

중국관광객들을 표현하는 ‘요우커(遊客)’에서 트렌드를 따라 스스로 여행일정을 계획하고 방문하는 개별여행객을 의미하는 ‘싼커(散客)’라는 단어로 방한 중국인 관광객을 지칭하는 변화에서도 알 수 있듯이 1990년대 후반부터 전 세계적으로 확산되어 왔던 개별 관광객 중심의 여행 문화가 해외여행 자유화가 늦게 이루어진 중국 관광시장 마저도 바뀌 놓았다.(이대은·강상훈·박득희 2017) 이러한 변화에 따라 국내 인바운드 시장에도 중국관광객의 59.1%가 개별 관광객으로 단체관광객의 비율보다 높게 나타났다.(문화체육관광부 2016)

본 연구조사의 응답한 방한 중국인 관광객 여행 패턴을 살펴보면 최근 3년 이내의 방한 경험이 평균 4회로 2016 외래관광객실태 조사에서의 국내 방문 중국인의 평균 결과의 비하여 비교적 적으며 패키지 단체 관광객에 비하여 자유로운 여행일정 선택을 통한 개별 여행을 선호한다는 응답이 전체 응답의 50%를 차지하고 있다. 중국인 개별자유관광객들은 국내 방문 시 관광 목적지를 선택함에 있어 쇼핑 및 휴흥, 자연자원(관광명소)방문을 목적으로 장소를 선택하는 빈도가 높게 나왔다.

한국 재방문 시 방문 희망 지역으로는 서울과 제주를 희망하는 빈도가 높게 나왔으며, 서울 재방문의 동기 요인과 지방권역의 재방문의 동기요인은 차이가 있음을 분석 결과 알 수 있다. 서울과 달리 지방 권역의 방문 희망 요인은 휴식과 힐링에 관한 응답의 빈도가 높은 점에서 휴식, 힐링, 자연경관의 키워드를 연계할 수 있는 다양한 상품 개발이 필요할 것이다.

국내의 방문하여 체류하는 기간 중 인지한 관광 편의에 대한 조사에서는 언어소통에 대한 항목이 음식, 숙박, 교통, 언어소통, 쇼핑의 항목 중에서 가장 편의성이 떨어짐을 나타내고 있다. 적극적인 개별자유관광객 유치 및 재방문 확대를 위하여 호텔 및 중국인이 많이 찾는 특정관광지 뿐만 아니라 다양한 관광 목적지에서의 중국어 지원 서비스의 확대가 필요한 시점이다.

인천공항에서 국내 주요 도시까지의 이동에 있어 고속철도(KTX)와 다양한 버스 교통망으로 전국이 만나질 생활권으로 편입되어 있는 국내 현실이지만 본 조사에 응답한 방한 중국인 FIT(Free Independent Tour) 관광객의 25.4%는 국내 교통정보가 추가적으로 필요하다는 점에서 교통정보의 접근이 용이하지 않다는 결과를 유추해 볼 수 있다.

중국인 개별자유관광객들은 인터넷, 친구 또는 주변 지인, 대중 매스컴을 통하여

관광 정보를 획득한 점을 알 수 있다. 이러한 특성에 따라 관광객의 관광지 방문 경험을 극대화 하고 지역관광 활성화에 기여하기 위하여 인터넷 및 대중 매스컴을 활용한 다양한 지역관광 상품 및 교통, 숙박 관련 정보의 지속적인 노출과 모바일 기기에 기반을 둔 어플리케이션을 통하여 관광지 정보 서비스 제공의 확대가 필요할 것이라 사료된다.

본 연구에서는 다양한 국내 관광지 중 서울을 중심으로 방한한 중국인 관광객을 대상으로 표본을 수집하였기에 실제 지방 관광지를 방문한 관광객들의 응답내용과 차이가 발생할 수 있는 한계점과 분석에 활용한 표본에서 도출된 정보가 편중되어 있을 가능성을 배제 할 수 없으므로 향후 연구에서는 광범위한 전국 단위 연구에서 지역단위의 세분화된 방문의도 및 지역 방문 관광객의 특성을 조사하는 연구뿐만 아니라 후 중국인 개별자유관광객을 대상으로 정량적 연구방법을 통하여 본 연구에서 도출된 결과를 검증하는 과정이 필요할 것이다.

참고문헌

- 관광지식정보시스템(2017). 2016 외래 관광객 실태조사. 한국문화관광연구원
- 관광지식정보시스템(2017). 입국관광객통계. 한국문화관광연구원(www.tour.go.kr)
- 문화체육관광부(2013). 중국 여유법(旅遊法) 시행 계기, 관광마케팅 대응전략 마련
- 문화체육관광부(2016). 2016년 한국관광의 해 계기, 중국인 유치 확대를 위한 방안 발표. 문화체육관광부 국제관광과. 보도자료
- 민연화·박동철(2014). 지역경제활성화를 위한 연계관광개발 전략. 한국지역경제연구. VOL.28 p.115-130. 한국지역경제학회
- 박득희 · 이계희 · 김혜선(2016). 사회네트워크 분석을 활용한 방한 중국인 단체 관광객과 개별 관광목적지 네트워크에 관한 비교 연구. 관광연구저널. 제29권 제7호. 한국관광연구학회
- 반정화(2013). 중국관광객의 지속가능한 유치 전략 방안. 서울연구원. 정책연구보고서
- 법무부(2016). 중국인들에 입국 문턱 낮추고, 10년 유효 비자 최초 시행. 출입국·외국인정책본부. 체류관리과. 보도자료
- 서철현(2015). 방한 중국인 관광객의 관여도와 관광동기가 관광만족에 미치는 영향. 관광레저연구 27(4), 241-261. 한국관광레저학회
- 아주경제(2016). 포항시, 중국인 관광객 유치 T/F팀 운영. 2016.06.03
- 연합뉴스(2016). 양양국제공항 취항 확대...중국 관광객 체류 확산 기대. 2016.06.07.
- 유윤희 · 이지연 · 이희찬(2016). 서울 방문 중국관광객의 재방문 결정요인 분석, 관광

- 레저연구 28(8), 241-256, 한국관광레저학회
- 유윤희 · 이희찬(2016). 방한 외국인의 재방문 영향요인 연구. 한국관광학회 국제학술 발표대회집. Vol. 80 No. 0 pg. 61, 8 p.
- 이대은 · 강상훈 · 박득희(2017). 사회연결망분석(SNA)기법을 활용한 중국인 개별관광객의 다목적지 방문 패턴 분석. 관광연구저널 31(5), 37-48
- 이상훈 · 고동완(2016). 해외 개별 자유여행객의 여행 동기, 여행횟수에 따른 여행 동기의 차이분석. 관광학연구 36(3), 201-220
- 이휘영 · 윤문길(2017). 항공과 관광산업의 전략적 협력 방안 연구, 한국항공경영학회 춘계학술발표논문집 Vol. 2017 No. 0 (2017) pg. 118, 2 p.
- 중도일보(2016). “中 치링, 빠링허우 관광객 잡아라”. 18면. 2016.06.06.
- 한국관광공사(2010). 중국 관광소비자 마케팅조사
- 한국관광공사(2014). 방한 관광시장 분석
- 한국문화관광연구원(2016). 2015년 주요 국가 관광객 시장세분화 및 동향보고. 투어고포커스 제197호. 관광지식정보시스템
- Max Van Manen(1990). Researching lived experience: human science for an action sensitive pedagogy.
- Oppermann, M.(1994). Length of stay and spatial distribution. *Annals of Tourism Research*, 2(4): 834-836.
- UNWTO(2013). World Tourism Barometer, Nov 11: 1-7.L

2017년 8월 20일 원고 접수

2017년 9월 25일 수정본 접수

2017년 09월28일 최종 수정본 접수 및 게재확정

3인 익명심사 필