



저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.



변경금지. 귀하는 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공할 수 없습니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

이것은 [이용허락규약\(Legal Code\)](#)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

[Disclaimer](#)

碩士學位論文

서비스 品質이 觀光客 認識에 미치는 영향

-濟州訪問 中國人 觀光客의 不評行動을 中心으로-

濟州大學校 大學院

觀光經營學科

崔 紅 凌

2011年 8月

碩士學位論文

서비스 品質이 觀光客 認識에 미치는 영향

-濟州訪問 中國人 觀光客의 不平行動을 中心으로-

濟州大學校 大學院

觀光經營學科

崔 紅 凌

2011年 8月

서비스 品質이 觀光客 認識에 미치는 영향

-濟州訪問 中國人 觀光客의 不評行動을 中心으로-

指導教授 趙文秀

崔 紅 凌

이 論文을 觀光學 碩士學位 論文으로 提出함

2011年 8月

崔紅凌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

2011年 8月

A Study on Affecting the Tourists Recognize of Service Quality

-Focused on the Chinese Tourists' Complaint Behavior in JEJU-

Hong-Ling Cui
(Supervised by professor Moon-Soo Cho)

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

2011. 8

This thesis has been examined and approved.

.....
.....
.....
AUGUST. 2011

Department of Tourism Management

GRADUATE SCHOOL

JEJU NATIONAL UNIVERSITY

< 목 차 >

I. 서 론	1
1. 문제의 제기	1
2. 연구의 목적	3
3. 연구의 방법 및 구성	3
II. 이론적 배경	6
1. 서비스 품질에 대한 이론적 고찰	6
2. 관광객의 불평행동에 관한 이론적 고찰	13
3. 관광객 불평행동에 영향을 미치는 요인	27
4. 관광객 사후행동 의도에 대한 이론적 고찰	32
III. 연구 설계	37
1. 연구의 모형	38
2. 연구가설의 설정	38
3. 변수의 조작적 정의	40
4. 실증조사 방법	41
IV. 실증분석	44
1. 표본의 특성	44
2. 측정항목의 신뢰성과 타당도 분석	49
3. 가설의 검증	55
4. 분석결과의 요약	66
V. 결론	70



1. 연구의 요약 및 시사점	72
2. 연구의 한계 및 향후 연구 방향	73
<참고문헌>	75
<설문지>	82
<Abstract>	90

< 표 차례 >

<표 2-1> 서비스 품질에 대한 연구자의 정의	8
<표 2-2> 연구자별 불평행동 개념	16
<표 2-3> 고객 불평행동에 관한 연구	25
<표 2-4> 불평행동에 관한 선행연구 요약	26
<표 2-5> 학자별 소비자 불평행동의 영향요인 요약	30
<표 3-1> 설문지의 구성	43
<표 4-1> 표본의 인구 통계적인 특성	45
<표 4-2> 응답자의 여행 전 제주 방문 횟수	46
<표 4-3> 응답자의 관광 동반자	46
<표 4-4> 응답자의 관광 유형	47
<표 4-5> 응답자의 여행 목적	47
<표 4-6> 응답자의 여행의 제주 체류 기간	48
<표 4-7> 정보원천 탐색 정도	48
<표 4-8> 서비스 품질에 대한 신뢰도 및 타당성 분석	51
<표 4-9> 불평행동의 신뢰도 및 타당성 분석	53
<표 4-10> 재방문 의도와 추천의도에 대한 신뢰도 및 타당성 분석	54
<표 4-11> 서비스 품질이 무행동에 미치는 영향에 관한 다중회귀분석	55
<표 4-12> 서비스 품질이 소극적 불평행동에 미치는 영향에 관한 다중회귀분석	56
<표 4-13> 서비스 품질이 적극적 불평행동에 미치는 영향에 관한 다중회귀분석	57
<표 4-14> 불평행동과 재방문의도에 미치는 영향에 대한 다중회귀분석	58
<표 4-15> 불평행동과 추천의도에 미치는 영향에 대한 다중회귀분석	59
<표 4-16> 서비스 품질이 재방문의도에 미치는 영향에 대한 다중회귀분석	60
<표 4-17> 서비스 품질이 추천의도에 미치는 영향에 대한 다중회귀분석	61
<표 4-18> 개인특성과 관광형태에 따라 서비스 품질 차이 분석	62

<표 4-19> 개인특성과 관광형태에 따라 불평행동 차이 분석	64
<표 4-20> 개인특성과 관광형태에 따라 재방문 의도와 추천의도 차이 분석 ...	66
<표 4-21> 결과의 요약	69

<그림 차례>

<그림 1-1> 연구의 흐름	5
-----------------------	---

I. 서론

1. 문제의 제기

오늘날 대부분의 국가에서는 서비스 산업을 국가의 중요산업으로 여기고 있다. 그리고 국경 없는 무한경쟁 시대가 도래되자 여러 산업 분야에서 경쟁우위 창출 수단으로서, 고객 지향적 기업 경영에 의한 고객만족을 위해 서비스의 중요성을 더욱 강조하고 있는 실정이다. 즉, 국가 경쟁력의 중요원천임과 동시에 서비스 교역의 세계적인 확대, 더욱 다양해지고 있는 고객들의 서비스에 대한 요구에 부응하고자 많은 노력을 다하고 있으며, 특히 서비스품질의 향상에 더욱 박차를 가하고 있다. 서비스 역시 주요한 서비스 산업의 한 분야로서 서비스품질의 향상을 통한 경쟁력 제고에 노력을 다하고 있다.

서비스품질에 대한 연구는 전통적인 제품 위주의 마케팅에서 서비스를 이용하여 시장에서 경쟁우위를 차지하고자 하는 개념으로 1985년 Parasuraman·Zeithaml·Berry¹⁾가 10개의 서비스 품질 차원을 제안하고 1988년 SERVQUAL 모형을 이용하여 소비자의 서비스품질에 대한 기대와 지각된 성과의 차이를 측정하여 신뢰성, 반응성, 유형성, 확신성, 공감성 등의 5가지의 차원을 발표하였다. 이후 서비스 품질을 연구하기 위하여 또 다른 연구로서 Cronin과 Taylor의 SERVPERPAH형과 Teas의 EP 모형 등이 소비자들의 서비스 품질 지각을 효과적으로 측정하고자 하였다.²⁾

Parasuraman·Zeithaml·Berry(1988)에 의해서 SERVQUAL이론이 제기된 이후에 서비스 품질에 대한 연구는 항공운항 서비스뿐만 아니라 호텔을 비롯한 레스토랑 등 여러 서비스 산업분야에서 고객들이 평가하는 서비스 품질에 대한

1) Parasuraman A., Zeithaml V.A., and Berry L. L.(1985): "PZB: A Conceptual Model of Service Quality and It's Implications for Future Research", Journal of Marketing, 49(Fall), pp.44

2) 조우제(2003), "외식소비자의 물리적 환경지각이 서비스품질 평가와 만족에 미치는 영향-레스토랑의 물리적 환경변수를 중심으로-", 경기대학교 대학원 박사학위논문.

많은 연구가 이루어지고 있으며, 그 중요성은 점점 더 강조되고 있다. 이는 서비스 품질이 고객만족과 재구매라는 결과물을 얻을 수 있는 요인이기 때문이다.

불평행동 정도에 영향을 주는 요인들로 불만의 정도, 개인적 특성 등이 있다 (안관호 · 이학식 · 하영원, 2008). 이는 불만의 정도에 따라 관광객 불평행동의 유형이 단계적으로 나타날 것이지만, 개인적 특성 및 그 외 여러 요인들에 의해 불평행동이 다르게 나타날 수 있음을 시사하고 있다. 불만요인과 불평행동에 관한 많은 연구가 선행되었는데, 불만요인에 따른 불평행동 연구,³⁾ 관광객의 인구통계학적요인 및 성격에 따른 불만요인과 불평행동 연구(박철호, 2000; 이재섭, 2005) 등 불평행동 연구의 중요성을 제시하였다.

불평행동 자체가 기업에 많은 영향을 미치며 불평행동에 대한 기업의 반응에 따라 서비스 품질에 대한 관광객의 태도와 행동에 많은 영향을 미치게 된다.⁴⁾

이러한 관점에서 불평행동에 대한 연구와 그 결과는 관광객의 재방문 의도와 서비스 품질에 대한 설명과 예측에 있어서 결정적인 기준이 된다. 그러므로 관광 시장에서의 불만족을 해석하고 관광객 만족을 증대시키기 위한 서비스 품질개선이 서비스에서 가장 중요하게 여겨지는 부분이다.

중국인 관광객의 불평행동에 관한 연구가 미흡한 실정이다. 방도 중국인 관광객의 수요가 늘고 있는 현시점에서 방도 중국인 관광객의 실증적인 분석을 통해 불평행동의 유형을 규명하는 일은 중요한 사항이라고 할 수 있겠다. 중국인 관광객이 받은 서비스 품질에 따라 불평행동을 연구하고 더욱 경쟁력 있는 산업으로서 국내 관광산업을 도모하도록 하는데 그 중요성을 두고 있다.

따라서 본 연구는 서비스 품질의 만족도를 분석하고 중국인 관광객 불평행동을 파악하여 서비스 품질의 만족도에 따라 불평행동 및 사후행동 의도에 대해 실증적으로 분석하고 불평행동에 따른 사후행동 의도에 관해서 실증적으로 연구해 보고자 한다.

3) 고재윤·윤승현·한진영(2005), 전시별 서비스품질의 기대불일치가 전시참관객 만족에 미치는 영향 『호텔경영학연구』, 14(3), pp.339-354.

김완석·김정식·이성수 (2005). 자기해석의 관점에서 소비자 불평 의도와 행동에 대한 이해. 『한국심리학회지』, 6(1), pp.19-42.

유소이·허경옥(2001), 제품과 서비스의 소비자불만 및 소비자불평행동 결정요인 분석: 이단계 추정방법 응용 『소비문화연구』, 4(2), pp.57-67.

조광행(2000), 기업에 대한 소비자 불평의도의 결정요인에 관한 연구 『마케팅연구』, 15(1), pp.125-142.

4) 최계봉(1999), 관광자 불평행동에 대한 기업대응전략에 관한 연구. 경기대학교.

2. 연구의 목적

본 연구의 세부적인 목적은 다음과 같이 제시하였다.

첫째, 문헌연구와 선행연구를 통하여 서비스 품질에 대한 이론적으로 연구한다.

둘째, 제주방문 중국인 관광객들의 불평행동을 구분하고, 서비스 품질의 만족도에 따라 관광객 불평행동에 미치는 영향을 조사한다.

셋째, 불평행동에 따라 재방문 의도와 추천의도에 미치는 영향을 조사한다.

넷째, 제주방문 중국인 관광객의 개인특성과 관광행태와 사회, 문화, 경제, 환경에 따라 불평행동에 미치는 영향을 조사한다.

다섯째, 위와 같은 분석과정 절차를 걸쳐 제주방문 중국인 관광객들의 인구 통계적 특성에 따라 실제로 그들이 서비스 중 불평행동이 무엇인가를 파악하고, 이들의 불평행동과 재방문 의도 및 추천의도의 관계를 파악한다. 또한 제주도 서비스 품질의 문제점과 개선방안을 제시하고 동시에 제주도에 다시 찾아온 관광객들에게 적절한 관광에 도움을 주는 기초 자료로 활용하는데 그 목적이 있다.

3. 연구의 방법 및 연구의 구성

본 연구에서는 연구 목적을 달성하기 위해 문헌고적 방법과 경험적 연구방법인 설문지법을 병행한다.

연구 모형에서 설정된 가설 검증을 위해 설문지를 작성하고, 설문지 배포 및 회수하여 분석한다. 조사된 실증자료는 데이트 코딩(Date Coding)을 거쳐 통계패키지인 SPSS(Statistic Package for Social Science) 12.0을 사용하여 분석을 실시한다.

본 연구는 전체 5개의 장으로 구성되고, 그 구성은 다음과 같다.

제 1 장은 문헌조사를 통하여 서비스 품질과 외국인 관광객의 불평의도에 관

한 문제를 제기하고 연구의 목적, 방법 및 구성을 설명한다.

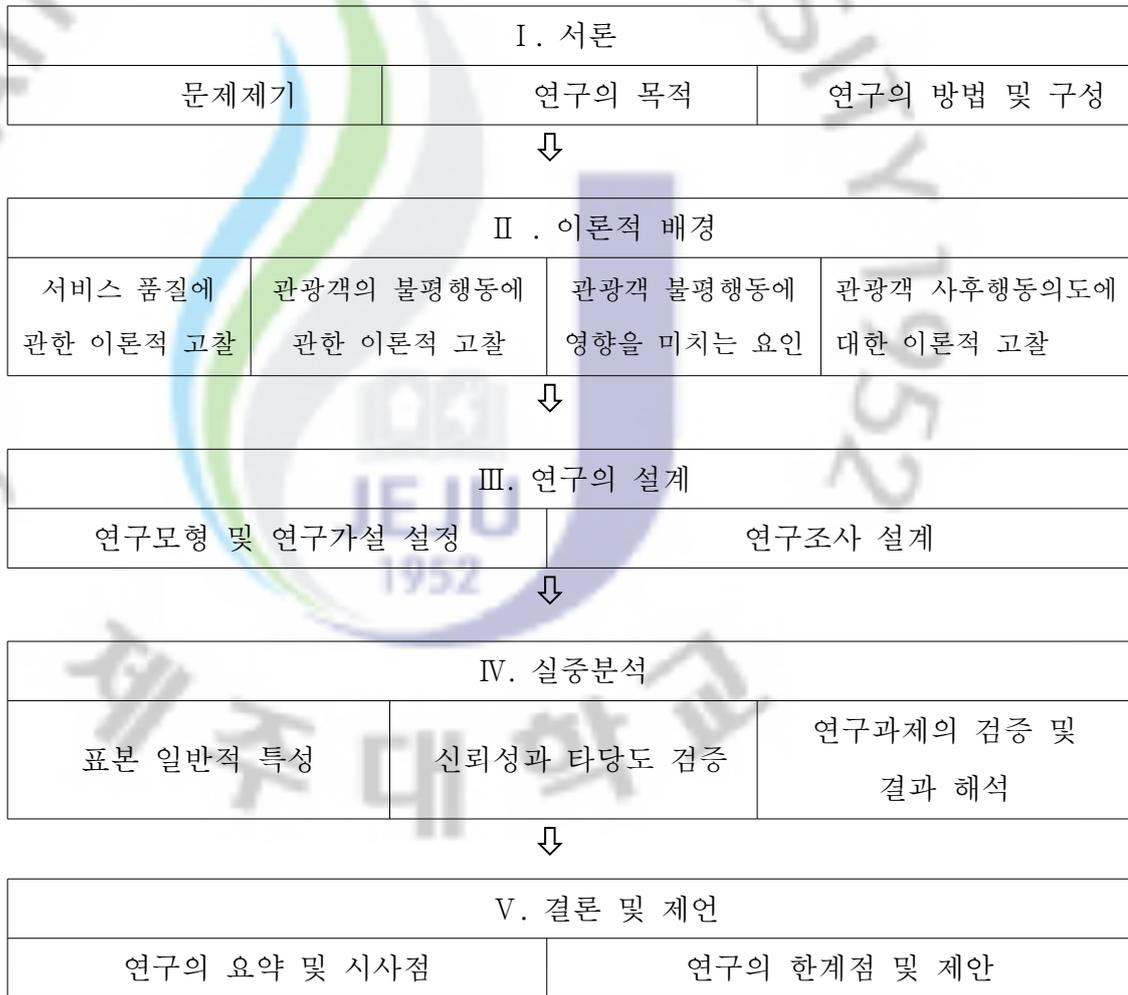
제 2 장은 연구에 관한 이론적 배경으로 문헌조사를 통하여 서비스 품질, 불평 행동에 대한 개념을 정리하여 연구를 위한 근거를 제시하였으며 본 연구의 이해를 돕고자 위 변수들에 대한 이론을 서술한다. 이와 함께 선행연구 조사를 통해 동 연구의 목적에 적합한 근거와 과제의 객관성을 갖기 위해 노력한다.

제 3 장은 연구모형을 통해 연구 과제를 설명하고 조사 방법, 조사 시기 및 조사 대상이 포함된 조사 설계와 통계분석방법이 제시된다.

제 4 장은 설문지를 통한 실증분석으로 얻어진 통계분석 방법과 분석 결과를 제시한다.

제 5 장은 연구 결과를 요약하고, 이와 함께 본 연구의 시사점과 한계점을 설명한다.

<그림 1-1> 연구의 흐름



Ⅱ. 이론적 배경

1. 서비스 품질에 대한 이론적 고찰

1) 서비스 품질의 정의 및 개념

최근 서비스 산업의 발달에 따라 서비스 품질에 대한 관심이 높아지고 있다. 이는 서비스 산업에서 서비스의 질이 핵심적인 영역을 차지하고 있고 서비스 질의 강화는 매우 중요하며 필수적인 요소라고 사료된다.

특히 외국인 관광객이 주로 방문하는 전문 호텔, 식당, 관광지 그리고 교통의 이용 경우 서비스 품질에 대한 강화는 관광산업의 경제력 강화에 매우 중요한 요소이다. 호텔이나 식당, 관광지의 교통 및 서비스 품질에 대한 개념은 아직 정확하게 정의된 것이 없는바 기존의 서비스품질에 대한 많은 학자의 연구를 토대로 하고자 한다.

지금까지 서비스 품질에 대한 다양한 연구가 이루어지고 있지만 명확한 개념을 정의하기가 힘들다. 이는 서비스의 특성인 무형성·이질성·비분리성·소멸성으로 인하여 서비스 품질을 연구하는 방법이나 목적에 따라 각기 다르게 해석되기 때문이다.

일반적으로 서비스 품질에 대한 정의는 지각(perception), 기대(expectation), 그리고 만족(satisfaction)과 관련지어 설명하는 것이 일반화 되어 있다.⁵⁾ 다시 말한다면 기대된 서비스와 지식된 서비스간의 비교로 설명할 수 있다.

서비스 품질에 대한 연구자들이 정의한 개념을 살펴보면 다음과 같다.

그론티스(Gronroos)의 정의에서 처음 발견할 수 있다. 그는 서비스 품질을 소비자에 의해 서비스가 주관적으로 지각되는 것이라고 설명하고, 서비스 품질을 고객의 기대된 서비스와 지각된 서비스의 비교로 정의하였다.

5) Lewis, Robert C.(1987). "The Measurement of Gaps in the Quality of Hotel Services," International Journal of Hospitality Research, 6(2), pp.83-88.

서비스 품질에 대한 개념정리도 관점과 접근방법에 따라 상이하고, 서비스는 유형적인 제품과는 달리 간접적인 단서를 통하여 품질을 평가할 수밖에 없으며 서비스의 품질이 제공자, 소비자와 시간에 따라 다양하게 변화함으로 표준화가 곤란하고 소비자 자신의 행동이 서비스 생산과정 자체에 영향을 미칠 수도 있다. 서비스 품질에 관한 연구는 1980년대 이후 많은 학자들에 의해 연구되어 왔지만 서비스가 제품과는 달리 본질적인 특수성으로 인하여 개념의 정의가 쉽지 않고 또한 품질을 객관적으로 측정하기 어려운 점이 있다.⁶⁾

서비스 품질에 관한 연구는 1980년대 이후 많은 학자들에 의해 연구되어 왔다. 그러나 서비스는 제품과 달리 서비스가 지니고 있는 무형성, 비분리성, 이질성 및 소멸성의 본질적인 특성으로 인하여 서비스 품질에 대한 정의가 쉽지 않고, 또한 품질을 객관적으로 측정하기 힘들다.⁷⁾ 학자들의 공통된 의견에 의하면 서비스품질은 객관적·확실적으로 규명될 수 있는 성질이 아니며, 고객이 서비스를 제공받는 모든 과정에 걸쳐서 평가가 이루어지고, 서비스의 소비 후에 인식하게 되는 경험적·주관적 평가라고 정의할 수 있다. 서비스 품질은 절대적 개념이 아닌 상대적 개념으로 고객에 의해 행해지는 주관적 판단이고 서비스를 제공받는 모든 과정에서 연속적으로 평가가 이루어진다.

Gronroos(1984)는 서비스 품질은 소비자의 지각된 서비스와 기대 서비스의 비교평가라고 정의하고 서비스품질은 소비자 기대, 기술적·기능적 특성, 이미지와 같은 제 변수들에 의해 영향을 받아 결정된다고 하였다.⁸⁾

루이스(Lewis)와 부스(Booms)는 서비스 품질을 인도된 서비스가 고객의 기대와 얼마나 일치하는가 척도하고 정의하였다. 즉 서비스 품질은 고객의 기대에 일치되도록 일관성 있게 서비스를 제공하는 것을 의미하다고 하였다.⁹⁾

본 연구에서는 사용자 중심적 접근방법에 따른 학자들의 서비스 품질 정의를

6) Carman, J.M.(1990), "Customer Perception of Service Quality: An Assessment of SERVQUAL Dimensions", *Journal of Retailing*, Vol.69, No.1, Spring.

7) J. M. Carman(1990), Customer Perception of Service Quality: An Assessment of SERVQUAL Dimension, *Journal of Retailing*, 69(1) pp.33.

8) C. Gronroos(1984), A Service Quality Model and Its Marketing Implication, *European Journal of Marketing*, 18(4), pp.36-44.

9) Lewis, c., Rovert and Booms, H, Bernarnd(1983), The Marketing of Service Quality in Emerging Perspectives on Service Marketing, eds., L. Berry, G. Shostock and G. Uphah. American Marketing Association, Chicago, pp.100-107.

살펴보고자 한다. 대표적 연구들이 다음의 <표 2-1>과 같다.

<표 2-1> 서비스 품질에 대한 연구자의 정의

연구자	서비스품질의 정의
Lewis & Booms (1983)	제공된 서비스가 소비자들의 기대를 얼마나 만족시키는지 측정하는 것으로 소비자의 기대와 일치하도록 일관성 있는 서비스를 제공하는 것이라고 정의하였다.
Grönroos (1984)	소비자가 기대한 서비스와 지각된 서비스를 비교 평가한 결과이라고 정의하였다.
Parasuraman, Zeithaml & Berry (1985)	소비자들은 기대한 서비스와 실제로 제공된 서비스를 지각한 것과의 차이라고 정의하였다.
Holbrook & Corfman (1985)	서비스 품질을 기계적 품질과 인간적 품질로 구별하였으며, 기계적 품질은 사물이나 사건의 객관적인 면이나 특징을 포함하는 것이며, 인간적 품질은 객체에 대한 사람들의 주관적인 반응이라고 주장하였다.
Zeithaml (1988)	객관적 서비스 품질은 실제로 존재하지 않으며 품질의 평가는 주관적일 수밖에 없고, 서비스 품질은 서비스의 전반적인 우수함이나 우월함에 대한 소비자의 평가로 정의하였다.
Cronin & Taylor (1992)	지각된 서비스 품질이란 특정 서비스에 대한 장기적이며, 전체적인 평가를 의미하는 태도로 개념화되고 측정되어야 한다고 주장하며 서비스 품질은 소비자 만족의 선행요인이라고 하였다.
Castleberry & McIntyre (1993)	지각된 서비스 품질을 서비스 우수성 정도에 관한 신념이라고 하였다.

자료: 선행연구를 기초로 연구자가 작성

Parasuraman · Zeithaml · Berry는 1985년 저널에서, 지각된 서비스 품질의 개념을 “서비스의 우수성과 관련된 전반적인 판단이나 태도로” 정의하였다.¹⁰⁾ 또한 이들이 1988년에 발표한 저널에서는 다음과 같이 정의하였다. 서비스 품질은 고객들이 평가하기에 제품의 질보다 더 어렵고, 서비스 품질의 지각은 실제 서비스 성과에 대한 고객이 가지는 기대와 비교 후 결정 될 뿐만 아니라 서비스 전달 과정도 함께 포함한다고 하였다.¹¹⁾

10) Parasuraman A., Zeithaml V.A., and Berry L. L.(1985): PZB, " A Conceptual Model of Service Quality and It's Implications for Future Research", Journal of Marketing, 49(Fall), pp.44.

11) _____ " SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perception of Service Quality," Journal of Retailing Vol. 64(1), pp.12-40.

Zeithaml은 서비스 품질의 개념을 서비스의 전체적인 우월성에 대한 고객의 평가로 정의하면서, 지각된 서비스 품질의 성격을 다음의 네 가지로 규정하고 있다.¹²⁾ 첫째, 서비스 품질은 객관적 또는 실제적인 질과는 다르다. 둘째, 서비스 품질은 서비스의 구체적인 속성이라기보다는 추상적인 개념이고, 태도와 유사한 개념으로 전반적인 평가의 개념이다. 끝으로 서비스품질은 고객의 환기세트 내에서 행해지는 평가이다.

Cronin과 Taylor는 특정 서비스에 대해서는 장기적이고 전체적인 평가를 의미하는 태도로 개념화 되고 측정되어야 한다고 주장하고 있다.¹³⁾

전 주형은 서비스의 생산과 소비가 동시에 발생하기 때문에 종사원과 고객의 잠정적인 관계에 대한 평가라고 정의하였다.¹⁴⁾

Castleberry & McIntyre(1993)는 지각된 서비스 품질을 서비스의 우수성 정도에 관한 신념 또는 태도라고 하였다.

뿐만 아니라 고객들이 제품이나 서비스에 대해서 우수하거나 경쟁 우위적으로 판단하는 것을 의미하기 때문에, 다양한 시장에서 이윤성과 시장 점유율에 대해 중요한 결정을 하는 것으로 보는 관점(Hays, 1999, Capon et al., 1990; Buzzell & Gale, 1987; Phillips et al, 1983), 고객의 관점에서 호텔기업이 제공해야 한다고 느끼는 서비스 측면, 고객이 호텔의 서비스 공정 및 결과에 대해 지각한 성과의 차이로 보는 관점도 있다.(박동균, 2002).

김대권(1994)은 서비스 품질이란 서비스 기업에 제공하는 물리적·인적·시스템적인 종합적인 서비스에 대한 소비자의 지각, 기대의 불일치 차이의 정도와 방향으로 정의하였다.

서비스 품질은 객관적인 품질(제품중심의 정의)보다는 주관적 품질(사용자 중심의 정의)의 개념으로서 일반적으로 소비자의 지각된 품질을 의미한다. 이러한 서비스의 지각된 품질에 관한 본질적 의미를 살펴보면 다음과 같다.

첫째, 서비스의 지각된 품질은 객관적 또는 실제적 품질과는 다르다. 즉 지각

12) Zeithaml, Valerie A.(1988), "Consumer Perceptions of Price, Quality, and Value: A Means-End Model and Synthesis of Evidence", *Journal of Marketing*, 52(July), pp.2-22.

13) Cronin, J.J & Taylor, S. T.(1992), "A measuring service quality: A reexamination and extension", *Journal of marketing*, 56(2), pp.55-68.

14) 전주형(1996), "여행업의 서비스 품질 평가에 관한 연구", 경기대학교 박사학위논문, pp.7-9.

된 품질은 사전에 결정된 몇 가지 이상적이 기준에 대해 측정 가능하고 입증할 수 있는 우수성을 나타내는 객관적인 품질과는 다르다. 동일한 제품이라도 소비자들이 각기 다른 평가에 의해서 여럿으로 구분할 수 있기 때문에 지각된 품질은 그 특수한 성격을 가진다. 따라서 객관적인 서비스 품질이란 실제로 존재하지 않는다고 볼 수 있다.¹⁵⁾ 그러나 기업의 고객 지향적인 서비스 품질관리를 위해서는 소비자의 주관적인 지각된 서비스 품질에 관한 객관적인 척도가 필요하다.

둘째, 서비스의 지각된 품질은 특정한 속성이라기보다는 높은 수준의 추상적인 개념이다. 소비자의 인지구조를 파악하기 위한 수단-목적 연쇄 접근방법은 제품 정보가 여러 가지 추상적 수준으로 소비자의 기억에 보유된다고 본다. 즉 소비자는 단순한 제품속성으로부터 복잡한 개인적 가치에 이르기까지 다양한 추상적 수준으로 정보를 조직하고 있다는 것이다.

셋째, 서비스의 지각된 품질은 태도와 유사한 전체적인 평가이다. Olshavsky는 품질을 여러 가지 면에서 태도와 유사한 제품에 대한 전반적인 평가의 한 형태라고 정의했고, Steenkamp는 지각된 품질은 개인적 상황적 변수에 배경 하에서 적절한 품질 속성과 관련된 품질의 단서의 의식적 또는 무의식적 처리과정에 기초한 소비에 있어서 적합성의 관점에서 특유의 가치판단이라고 주장하였다.¹⁶⁾

넷째, 서비스의 지각된 품질은 환기된 집합 내에서 비교해서 평가된다. 즉 소비자는 자신의 환기된 집합 속에 있는 제품이나 서비스의 상대적 우월성 혹은 우수성에 따라 품질을 높게 또는 낮게 평가한다.

이와 같이 서비스의 품질은 사용자 중심적 접근방법에 기반을 두고 서비스의 본질적 특수성으로 인해 소비자의 기대서비스(기대)와 지각된 서비스(성과) 차이로서 결정되는 소비자의 만족과 관련된 소비자의 지각된 서비스 품질로서 정의되고 있음을 알 수 있다.¹⁷⁾

지금까지 살펴본 여러 개념들로부터 서비스 품질은 기대와 성과의 비교에 의해 결정된다고 설명하고 있다. 즉 고객들은 여러 가지 영향요소에 의해 서비스의

15) Sproles, G. B.(1986), "The Concept of Quality and the Efficiency of Markets: Issues and Comments," Journal of Marketing, Vol. 13, Jun.

16) Steenkamp, Jan-Benedic E. M.(1990), "Conceptual Model of the Quality Perception Perception Process," Journal of Business Research, Vol. 21.

17) 김태명(1996), 서비스 품질과 소비자만족에 관한 이론적 고찰, 인문사회과학연구 제3집, 세명대학교.

구매 이전에 그것에 대한 기대를 가지게 되며, 이러한 기대와 고객이 실제로 제공받은 서비스와의 성과를 비교하여 서비스 품질을 인식함을 의미한다.

서비스 품질에 관한 선행 연구자들의 개념을 바탕으로 호텔, 식당, 교통과 관광지 서비스 품질을 본 연구자는 다음과 같이 정의하고자 한다. 호텔, 식당, 교통과 관광지 서비스품질이란 호텔, 식당, 교통과 관광지를 이용한 관광객이 기대한 서비스와 지각한 지각차이에 의한 만족여부와 관련된다고 할 수 있다.

2) 관광 서비스의 분류

관광 서비스의 유형 또한 관광산업 범위에 속해 있는 모든 영역을 대상으로 개념을 살펴보아야 하지만, 여기는 관광객을 안내하고 관광객과 관광관련업자(principal)를 위하여 상호알선하고 관광객을 위하여 기타 필요한 서비스를 행하는 여행서비스, 관광객이 관광행동을 하면서 숙박 및 부대시설을 이용토록 서비스하는 호텔서비스, 다양한 교통서비스 가운데 장거리 여행을 가능케 하며 관광교통업에 있어 대표적인 항공서비스 그리고 식당서비스로 불리어지는 식음료서비스에 관하여 알아본다. 또한 각 부문별 고객인 관광객을 위한 다양한 인적 중심의 서비스에는 어떠한 것들이 있는지 핵심서비스와 부가서비스로 나누어 고찰해보면 다음과 같다.¹⁸⁾

(1) 여행서비스

국내 관광 진흥법에 의해 규정된 여행업은 “여행자 또는 운송시설·숙박시설 기타 여행에 부수되는 시설의 경영자들을 위하여 당해 시설이용의 알선이나 계약체결의 대리, 여행에 관한 안내와 기타 여행의 편의를 제공하는 업”으로 정의하고 있다. 결국 고객에 따른 여행서비스란 여행상품을 생산·판매하고, 관광객을 안내하며 관광객과 관광관련 업자를 위해 상호알선하고, 관광관련 사업자의 사용권을 매매함과 동시에 기타 관광에 필요한 업무를 수행하는 여행사 내의 서비스이다.¹⁹⁾

18) 권혁률(2002), 관광서비스의 체계 및 유형, 『관광서비스론』 2(3), pp.57-91.

19) 김영규(2001), 『여행사경영과 실무』, 3(2), pp.55.

(2) 호텔서비스

국내 관광 진흥법에서의 관광호텔은 “관광객의 숙박과 체재에 적합한 시설을 갖추어 이를 이용하게 하고 식음료를 제공하는 업”으로 규정하고 있다. 이와 같이 호텔이라는 존재는 고객을 위한 숙박과 음식에 따른 제반 서비스가 주류를 이룬다. 이밖에 부대시설 이용에 따른 서비스가 있을 수 있다. 호텔서비스의 특성은 일반서비스의 특성 이외에 서비스 구매시간의 단기화로 고객에 의한 서비스 평가시간이 짧고, 호텔서비스의 구매는 접객요원, 장식품 등에 따라 달라지며, 호텔서비스는 독립적이면서도 상호보완적인 조직이 필요하다. 호텔은 그 자체가 소비스로 구성된 것이다.

(3) 항공서비스

항공법에서 규정하는 항공운송사업이란 “타인의 수요에 응해서 항공기를 사용하여 유상으로 여객 또는 화물을 운송하는 사업”으로 정의한다. 또한 항공운송사업의 분류를 보면 운항의 장기성 여부, 수송객체, 수송지역 등으로 구분할 수 있다.

항공운송서비스의 특성으로는 타 운송교통보다 빠른 고속성(시간 단축성), 절대적인 안전을 요구하는 안전성, 공표된 스케줄(schedule)에 따라 운항하는 정시성, 타 운송교통보다 빠른 시간단축에 의한 운임의 경제성, 객실내의 시설 및 기내서비스 등에 의한 쾌적성, 비교적 자유로이 노선을 개설할 수 있는 용이성, 그리고 국제간의 항공협정에 의해 자유롭게 활동할 수 있는 국제성 등이 있다.²⁰⁾

항공서비스는 고객과의 접촉성의 관점에서 항공여객 예약·발권서비스, 공항여객서비스, 객실서비스, 기타부문 서비스 등으로 구분된다고 할 수 있다.

(4) 식음료서비스

식음료서비스 또한 서비스 중 하나이므로 본 연구에서는 관광객의 관광활동에서 식음료를 제공받는, 즉 관광과 관련된 음식 업으로 한정하였다. 그러나 고객에게 단순히 음식만을 제공하는 식당에서의 제반서비스 개념이 포함된 식음료서비스를 의미한다.

20) 이용구(1999), 『항공업무총론』, 2(2), pp.35.

2. 관광객의 불평행동에 관한 이론적 고찰

1) 관광객 불평행동의 개념

불평행동에 대한 정의는 다양하고 복잡한 개념으로 완벽하게 기술되었거나 정의된 적이 없으나²¹⁾ 자코비와 자카드(Jacoby and Jaccard)는 소비자 불평이란 ‘개인이 제품이나 서비스에 대해 어떤 부정적인 것으로 제품이나 서비스를 제조 판매한 기업 그리고 제3자인 조직실체(정부, 지방의 소비자 관련 단체)에게 커뮤니케이션 하는 행위’라고 정의하였다.²²⁾

소비자 불평행동(consumer complaining behavior, CCB)에 대해 The American Heritage Dictionary 는 불평행동을 “고통, 불만족 또는 분노의 표현”으로 정의 하고 있다.²³⁾

소비자 불평행동(Consumer Complaining Behavior)은 소비자가 느끼는 불만족의 표현으로서²⁴⁾, 소비자가 불만족했을 때 나타나는 행동, 무행동을 포함하고 다양한 행동유형으로 나타난다.²⁵⁾ 신과 하우웰(Singh & Howell)은 소비자의 불평행동은 구매 에피소드에 관하여 어떤 부정적인 것을 커뮤니케이션 하는데 참여하는 모든 행동적, 비행동적 반응들의 집단(set)으로 정의하였다.²⁶⁾ 이후에 다시 신(Singh)은 소비자 불평행동 구조의 개념적 의미로서, ① 불평행동은 인식된 불만족으로 인한 어떤 느낌이나 감정에 의해 시작되는 것이며, ② 불평행동은 일반적으로 두 개의 넓은 범주 즉, 행동과 무행동으로 구분된다고 전제하고, 전통적

21) Landon, E. L.(1977), The Direction of Consumer Complaint Research. in J.C. O'Isoneo, 『Advances in Consumer Research』 Vol.7, Ann Arbor, Mich., pp.335-338.

22) Jacoby, J. & J. Jaccard(1981), The Source, Meaning and Validity of Consumer Complaint Behavior: A Psychological Analysis. 『Journal of Retailing』, Vol.57(Fall), pp.6-7.

23) Landon, E. L.(1980), The Direction of Consumer Complaint Research. Advances in Consumer Research Vol.7.

24) Singh J. (1988), Consumer complaint intentions and behavior: Definitional and taxonomical issues. 『The Journal of Marketing』, 52, pp.93-107.

25) 김봉석·김윤진(2008), Singh J.(1988). Consumer complaint intentions and behavior: Definitional and taxonomic issues. 『The Journal of Marketing』, 52, pp.93-107.

26) Singh, J. & R.D. Howell(1985), Consumer Complaining Behavior: A Review and Prospectus. in H. Keith Hunt and Ralph L. Day, eds., Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behavior, pp.41-49.

으로 불평의 초점은 ‘불만족의 표현’을 전달하는 모든 소비자 행동과 관련된다고 하였다.²⁷⁾ 그 외 선행연구에서는 불평행동을 ‘소비자 불만호소행동’이라는 용어를 사용하였으며, 이에 대한 정의로 ‘소비자가 서비스의 구매후 발생하는 불만족에 대한 의사결정과 정의결과로서 불만을 표출하는 행동’이라고 하였다.²⁸⁾ 불만족 시 보상을 기대하고, 여러 가지 불만족과 관련된 행동을 하는 것이라고 하였다.²⁹⁾ Landon(1977)에 의하면 불만족의 책임이 있는 대상에게 소비자가 불만의 표현을 행동으로 하는 것이라고 하고, 불평행동은 소비자의 소비상황에서 발생한 불만족을 합법적인 방법으로 해소하는 소비자행동이라고 설명하였다.³⁰⁾ 불평행동은 소비자가 구매한 서비스나 상품의 이용에서 불만족을 느껴 자신의 불만족을 다양하고 합법적인 행동으로 표현·표출하는 소비자행동이라고 정의할 수 있다. Jacob & James(1981)의 정의에 따르면 “제품이나 서비스에 대한 부정적인 무엇인가를 그 제품이나 서비스를 제조하거나 판매한 기업이나 제3기관에 개인이 표현하는 행동”이라고 하였으며, 불만족의 지각으로 인하여 불평행동이 나타난다고 하였다. 고객 문제에 대하여 정의를 내리고 있는 협의의 정의에 따르면, “고객의 문제란 재화나 서비스 구입 사용 과정에서 일어나는 소비자 피해 또는 불이익으로 발생하는 문제”이라고 정의 내렸다.³¹⁾

최근, 불평행동에 대해 불만(discontent), 불만족(dissatisfaction), 항의(protest), 불쾌감(resentment), 또는 유감(regret)으로 표현이라고 정의하였다.³²⁾

불평행동에 대한 부적절한 정의나 각기 다른 개념적 체계는 불평행동에 대한 측정상의 오류 및 불일치, 불평행동과정에 대한 각기 다른 모델 설정 등을 초래하게 되어 결과적으로 서로 다른 연구결과나 서로 상반되는 결과를 초래하였다.³³⁾

27) Singh, J.(1988), Consumer Complaint Intentions and Behavior: Definitional and Taxonomical Issues. 『*Journal of Marketing*』, Vol.52, January, pp.93-107.

28) Goodwin, C. & Ross, I.(1990), Consumer evaluations of responses to complaints : What's fair and why. 『*Journal of Services Marketing*』, 4(3), pp.53-61.

Pandya, S. & Singh, J.(1991), Exploring the effects of consumers' dissatisfaction level on complaint behaviours. 『*European Journal of Marketing*』, 25(9), pp.7-21.

29) 지진호(1997), 여행자의 개성과 불평행동과의 상관성에 관한 연구 『*여행학연구*』, 6, pp.311-333.

30) 공태식·이유재(2005). 고객시민 행동과 고객불량행동이 서비스 품질지각과 고객만족 및 재구매 의도에 미치는 영향 『*한국마케팅저널*』, 7(3), pp.1-27.

31) 김영신·이기춘(1990), “소비자문제 경험과 그 대응행동에 관한 연구”.

32) Alicke, M. D. et al.(1992), Personality and Social Psychology, Bulletin, Vol. 18, No.3, June.

33) Bearden, W. O. and Teel, J. E.(1983), Selected Determinant of Consumer Satisfaction and

따라서 불평행동에 대한 개념적 정의 또는 개념적 체계에 대한 충분한 이해를 가지고 연구 결과 및 해석에 유의하여야 한다. 현대 사회가 복잡해지면서 만족 및 복지는 단순히 제품의 질이나 제품으로 인한 만족뿐만 아니라, 시장구조 및 시장 환경에 따라 크게 좌우되므로, 앞으로의 연구에서는 단순히 상품에 초점을 둔 불평행동 외에도 포괄적인 정의에 기초하여 불평행동에 대한 연구가 축적되어야 한다.

소비자들의 불평행동은 제품·서비스에 대한 만족·불만족 경험이후 또는 구매과정에서 나타나는 소비자들의 행동으로 불평행동에 대한 개념은 선행연구자들에 의해 다양하게 정의된다.

이외에도 손영화(2008)의 불평행동의 유형에 영향을 미치는 것으로 복합적인 요인을 들 수 있다. 불평행동이 불만족의 영향이외에 불만의 원인과 고객의 특성 등에 의해 불평행동 여부가 결정된다고 하였다. 따라서 불평행동에 불만족이 영향을 미치거나 소비자가 처한 상황에 따라 다양하고 복잡하게 나타나므로 소비자의 불평요인과 불만족의 심각성에 따라 불평행동의 유형이 다르게 나타날 것이다.

다음의 <표 2-2>는 선행연구를 토대로 불평행동 개념을 연구자별로 정리한다.

<표 2-2> 연구자별 불평행동 개념

연구자	정 의
American Heritage Dictionary	고통, 불만족 또는 분노의 표현
Day(1984)	불평행동은 소비자 문제 또는 불만족을 초래한 책임이 있는 자에게 소비자가 보이는 불만의 표현
Formell & Westbrook (1979)	불공정한 판매관행에 직면했을 때, 제품에 실망하였을 때, 기업의 행동에 대한 불만이 있을 때 그런 사람의 감정을 알 수 있게 하는 수단
Landon(1980)	소비자의 불평행동을 소비자의 이익에 책임이 있는 해당자에 대한 불만족의 표현
Jacoby & Jaccard (1981)	제품이나 서비스를 생산하는 기업과 마케팅 회사의 제품이나 서비스에 대하여 다른 사람들에게 부정적인 구전을 하거나 소비자 보호 단체와 같은 제3의 단체를 통하여 불만족한 사항의 시장을 요구 하는 것을 포함 하는 개인적인 행동
American Heritage Dictionary	고통, 불만족 또는 분노의 표현
Day(1984)	불평행동은 소비자 문제 또는 불만족을 초래한 책임이 있는 자에게 소비자가 보이는 불만의 표현
Formell & Westbrook(1979)	불공정한 판매관행에 직면했을 때, 제품에 실망하였을 때, 기업의 행동에 대한 불만이 있을 때 그런 사람의 감정을 알 수 있게 하는 수단
Landon(1980)	소비자의 불평행동을 소비자의 이익에 책임이 있는 해당자에 대한 불만족의 표현
Jacoby & Jaccard (1981)	제품이나 서비스를 생산하는 기업과 마케팅 회사의 제품이나 서비스에 대하여 다른 사람들에게 부정적인 구전을 하거나 소비자 보호 단체와 같은 제3의 단체를 통하여 불만족한 사항의 시장을 요구 하는 것을 포함 하는 개인적인 행동
Singh& Howell (1985)	구매 에피소드에 대한 부정적인 의사소통을 포함하고, 그 에피소드에서 지각된 불만족으로 야기된 모든 행동 및 비행동적 반응들
Mowen(1990)	소비자의 제품이나 서비스에 대한 불만족에 의해 야기되는 공개적인 행동
김영신, 이기춘 (1990)	협정의 정의: 고객의 문제란 재화나 서비스 구입 사용 과정에서 일어나는 소비자 피해 또는 불이익으로 발생하는 문제 광의의 정의: 고객이 생활인으로서 문제라고 인식되는 여러 가지 문제들
Mowen(1990)	소비자 불평행동은 제품 및 서비스에 대한 불만족한 반응
진양호(2004)	소비자가 제품과 서비스에 대한 소비 이전의 기대와 제품에 대해 소비 이후에 인지된 실제 성과와의 인지적 차이에 대한 소비자의 반응
백종득(2004)	불만족에 대하여 고객이 기업에 직접 의사소통 하는 것

자료: Day(1984), Formell & Westbrook(1979), Landon(1980), Jacoby& Jaccard(1981), Singh& Howell(1985), Mowen(1990), 진양호(2004), 백종득(2004)의 선행연구를 토대로 연구자 재작성

2) 관광객 불평행동의 유형

관광객의 불평행동을 이해하기 위해서는 다양하게 나타나고 있는 관광객들의 불만족한 반응을 어떻게 파악할 것인가에 대한 전제가 필요하다. 그러므로 관광객 불평행동분류는 다양한 이해의 준거 틀을 제공하고 있다. 특히 다른 변수들과의 관계 속에서 불평행동의 강도를 파악하기 위해서는 불평행동을 하나의 구성개념으로 파악하고 이를 개념화하는 것이 필요하다.

Singh(1988)의 불평행동의 연구에 따라 불평행동 유형은 직접 반응(voice), 사적반응(private), 제3자 반응(the third party response)으로 나누어진다. 직접 반응(voice)으로는 기업에 대해 직접적인 행동을 취하거나 아무런 행동도 취하지 않는 행동으로 구성된다. '무행동'이라고 해석되어 지기도 한다. 사적 반응(private)은 다른 고객이나 주변사람 또는 친지에게 부정적인 구전을 하거나 상품 및 서비스 제공자에게 불만사항을 직접 것으로 이야기하는 행동을 말한다. 제3자 반응(the third party response)은 소비자가 고소를 통한 법소송이나 제3기관인 소비자 기관인터넷에 불평행동을 하는 것으로서 상품 및 서비스 제공자에게 직접 불만사항을 이야기하지 않고 다른 경로를 통하여 불평행동을 하는 것이다.³⁴⁾

국의 여행서비스 소비자의 불만족요인과 불평행동에 관한 연구에서 불평행동 유형을 토로형, 보상추구형, 공격행동형, 전환형과 무행동형으로 나타내고 있다.³⁵⁾

국제선 항공사 기내서비스에 관한 불만족과 불평행동에 관한 연구에서 무행동, 이용중단, 불만제기, 불만신고와 부정적 구전으로 나타나고 있다.³⁶⁾

외식 소비자 불만족요인 및 불평행동에 관한 연구에서 공격행동, 사적행동과 무행동으로 분류한 후 공격 행동을 직접 행동과 간접행동으로 분류하였다.³⁷⁾

소비자의 가치관과 태도가 구매 후 불평행동에 미치는 영향의 지역 간 차이를

34) Singh J. (1988), Consumer complaint intentions and behavior: Definitional and taxonomical issues. *The Journal of Marketing*, 52, pp.93-107.

35) 박철호(2001), '국의 여행자의 불평행동에 관한 연구', 경기대학교 대학원, 박사학위논문.

36) 양현주(2003), 국제선 항공사 기내서비스에 관한 불만족과 불평행동 유형에 관한 연구, 관광정책학연구.

37) 진양호·진진화(2005), '외식 소비자 불만족의 요인 및 불평행동에 관한 연구' 한국조리학회지.

통해 불평행동 유형을 구매중단, 부정적 구전과 보상추구 등으로 분류하였다.³⁸⁾

최영준·황진웅(2007)의 항공서비스 불만족요인과 불평행동이 불평행동 유형에 미치는 영향에 관한 연구에서 불평행동 유형을 구매중단, 부정적인구전, 보상추구와 제3의 단체를 통한 불평등으로 분류하였다.

Singh(1988)의 불평행동 유형 및 Bearden & Teel(1983)의 불평행동 유형을 바탕으로 무행동 회피 및 전환행동 부정적 구전행동, 직접적인 불만으로 제3기관호소형 법적대응의 6 가지 유형에서 다음과 같이 설명할 수 있다.

(1) 무행동형

무행동형은 아무런 반응도 보이지 않는 반응행동으로서³⁹⁾, 불만사항이 있으나 아무런 행동을 취하지 않는 행동이며, 불만족이 나타난 사건 및 상황을 잊거나 불평을 할 대상을 몰라서, 귀찮아서 어떤 행동도 취하지 않는 행동(김봉석·김운진2008)으로 정의된다. 따라서 무행동형은 불만사항이 있으나 상황조건 및 개인 성향에 의해 아무런 반응이나 행동을 취하지 않는 행동이라고 정의 할 수 있다.

(2) 회피 및 전환행동형

회피 및 전환행동형은 불만 후 이용 브랜드 및 점포 이용을 중단하고 타 브랜드 또는 타 점포이용을 함으로써 이용 업체와의 관계를 종결하며, 다른 서비스로 바꾸거나 같은 상표와 서비스를 재구매 하지 않는 행동을⁴⁰⁾ 의미한다. 관광에서의 회피 및 전환행동형은 다른 서비스 및 장점으로의 선택 대안을 찾는 행동으로 설명되며, 같은 장소를 다시 방문하지 않는 것이라고 하였다⁴¹⁾. 또한 여행사의 이용 후 불만족을 느꼈을 때, 앞으로 그 여행사의 상품을 구입하지 않겠다는 행동으로 여행사의 전환이 있다⁴²⁾.

38) 정경애(1998), '소비자 불평행동의 통합모형', 계명대학교 대학원, 박사학위논문.

39) 김완석·김정식·이성수(2005), 자기해석의 관점에서 소비자 불평 의도와 행동에 대한 이해 『한국심리학회지』, 6(1), pp.19-42.

40) Pandya, S. & Singh, J.(1991), Exploring the effects of consumers' dissatisfaction level on complaint behaviours. *European Journal of Marketing*, 25(9), pp.7-21.

41) Kozak, M. & Tasci, A. D. A.(2006), Intentions and consequences of tourist complaints. *Tourism Analysis*, 11(4), pp.231-239.

42) 김천중(1994), 여행상품소비자 불평행동 피해규제에 관한 연구. 미간행박사학위논문, 경기대학교대학원.

(3) 부정적 구전 행동형

부정적인 구전 행동형은 다른 고객 또는 가족, 친구 등 소비자의 주위사람들에게 부정적인 구전을 하거나 불특정 다수에게 불만을 토로하는 행동이라고 할 수 있다. 다른 고객에게 가족 및 친구에게 사적 불만을 호소하거나 부정적인 구전을 하는 행동이며⁴³⁾, “사적 행동”이라고 정의할 수 있다. 이러한 사적 행동 이외에 소비자 자신과의 개인적인 관계에 속하지 않는 불특정 다수에게 인터넷으로 불만을 토로하는 공적에 행동 및 불특정 다수에게 온라인 거래기업의 게시판 댓글, 상품평판 등을 이용하거나 자신의 가상공간 또는 자신이 가입한 커뮤니티를 이용하여 불만사항을 표현하는 행동이 있다⁴⁴⁾.

(4) 직접 불만 토로형

직접 불만 토로형은 제조자에게 보상을 요구하는 불만토로 행동⁴⁵⁾, 판매자에게 보상을 요구하는 보상 추구의 행동⁴⁶⁾, 불만을 유발한 거래상대에게 직접 불만을 토로하여 불만을 감소시키려는 행동이다⁴⁷⁾. Hirschman(1970)에 따르면 회사의 중역 및 경영진에게 직접적으로 문제를 말하는 행동을 말한다.⁴⁸⁾

(5) 제3기관 호소형

제3기관 호소형은 소비자 센터와 같은 제3자를 통해 불만을 표현하는 행동(이 기준·조희경1997), 소비자가 제3기관인 소비자기관에 불평행동을 하는 것으로 상품 및 서비스 제공자에게 직접 불만사항을 이야기하지 않고 다른 경로를 통하여 불평행동 하는 것을 말한다⁴⁹⁾. 정부기관 등을 통한 고발의 적극적인 공적 행

43) Pandya, S. & Singh, J.(1991), Exploring the effects of consumers' dissatisfaction level on complaint behaviors. *European Journal of Marketing*, 25(9), pp.7-21.

44) 문희철·박지훈·이장로(2008).온라인을 통한 소비자불평행동 결정요인에 관한 실증연구:소비자의 지각적·관계적특성을 중심으로 『e-비즈니스연구』,9(4), pp.105-146.

45) Bearden, W. O. & Teel, J. E.(1983), Selected determinants of consumer satisfaction and complaint reports. *Journal of Marketing Research*, 20(1), pp.21-28.

46) Arnold, M. J. ,Ferris, M. E., Fisher, J. E., & Garrett, D. E.(1999), Dissatisfied consumers who complain to the better business bureau. *Journal of Consumer Marketing*, 16(6), pp.576-589.

47) 김완석·김정식·이성수(2005).자기해석의 관점에서 소비자 불평 의도와 행동에 대한 이해 『한국심리학회지』,6(1), pp.19-42.

48) 황중호(2003), 레스토랑 고객의 불평태도, 불평의도, 불평행동에 관한 연구 『관광·레저연구』,14(3), pp.409-428.

49) Pandya, S. & Singh, J.(1991), Exploring the effects of consumers' dissatisfaction level on complaint behaviours. *European Journal of Marketing*, 25(9), pp.7-21.

동이라고 정의할 수 있다⁵⁰⁾.

(6) 법적 대응형

법적대응 및 제3기관 호소형은 정부에 호소하고 법적 행동을 하거나⁵¹⁾, 소비자가 고소를 통한 보상을 얻고자 하는 행동으로 법적 경로를 통하여 불평행동 하는 것을 말한다.⁵²⁾ 지진호(1997)와 박철호(2000)는 정부기관 등을 통한 고발의 적극적인 공적 행동이라고 정의하였다. 이에 법적 대응행동은 소비자가 법적절차와 경로를 통하여 상품 및 서비스 제공자에 대응하여 자신의 불평을 호소하고 보상 및 처리를 요구하는 불평행동을 말한다.

이광주(1997)는 불평행동을 표현행동, 사적행동과 공적행동으로 구분된다. 이와 같이 선행연구에서는 나타난 불평행동을 유형별로 살펴보면 다음과 같다.

첫째, 표현행동(voiceaction): 고객이 호텔에 직접 불평을 제기하여 보상, 수선, 교환과 환불을 받기를 원하는 행동으로 볼 수 있다. Oliver(1987)은 불평행동이 해결될 수 있는 경우 재구매 의도가 높아질 것이며, 고객의 이탈을 방지할 수 있을 것이라고 주장하였다.

둘째, 사적행동(privatization): 고객이 불만족에 대한 표현을 친구나 친척 등에게 부정적인 구전을 하게 되고 구매를 중지시키거나 고객자신의 재구매 활동을 하지 않으면, 점포나 성표를 변경하며, 브랜드에 대한 인지도를 낮게 평가하여 주위의 사람들에게 부정적인 인식을 제공하는 것을 의미한다.

셋째, 공적행동 (publication): 불만족한 고객이 언론이나 정부 및 소비자 관련단체 또는 사법기관 등 제3기관을 통하여 직접적으로 접촉함으로써 자신의 불만족 경험을 해결하는 것을 의미한다, 근래에 공적행동에 따른 불평행동 추세는 소비자들에게 강력하게 제기되고 있다,

넷째, 무행동 (nonaction): 고객이 불만족하여도 아무런 행동을 취하지 않는 것

50) 지진호(1997), 여행자의 개성과 불평행동과의 상관성에 관한 연구 『여행학연구』 6, pp.311-333.
박철호(2000), 국외 여행서비스 소비자의 불만족 요인과 불평행동에 관한 연구 『여행학연구』 12, pp.79-103.
51) Singh J.(1988), Consumer complaint intentions and behavior: Definitional and taxonomical issues. 『The Journal of Marketing』, 52, pp.93-107.
52) Bearden, W. O. & Teel, J. E.(1983), Selected determinants of consumer satisfaction and complaint reports. 『Journal of Marketing Research』, 20(1), pp.21-28.

으로 고객자신의 심중에 불만을 간직하고 이를 외부로 표출하지 않는 행동을 의미한다.

Rogers(1992)는 고객 불평행동을 아무것도 하지 않는 비행동(do nothing), 관련 상품을 구매하지 않는 미래 행동변화(change future behavior), 가족과 친구에게 경고하는 사적불평(private complaining), 제조업자에게 불평하는 직접불평(voice complaining) 소비자 단체에 불평, 신문에 투고하고 법적 행동을 취하는 제 3자에게 불평(complain to third party)의 5가지로 구분하였다.

3) 관광객 불평행동에 관한 선행연구

한국관광공사에서는 외래 관광객의 불만을 해소하고 불편사항에 관한 처리를 위하여 관광불편신고센터를 설치하고 각종 불편사항 및 불만사항을 접수받아 해당 지자체나 관련 기관으로 이첩해서 개선되도록 하고 있다. 한국관광공사에서는 불평행동 및 불평행동을 야기하는 개념으로 “불편”, “불편사항”이라는 용어를 사용하고 있다. 한국관광공사는 외래 관광객의 불만사항을 개선하고 해결하기 위하여 노력하고 있다. 한국관광공사에서 사용되는 불편사항은 이 연구에서 불평요인과 동일한 개념으로 볼 수 있다. 한국관광공사에서 2008년도 외래 관광객 실태조사에서 방한 외국인의 한국 관광 시 불편사항을 조사하였는데, 한국 여행 중 겪었던 어려움이나 불편했던 점으로 언어소통, 비싼 물가, 교통 혼잡, 안내표지판 불명함, 음식이 입에 맞지 않음, 상품 구입 강요, 택시기사의 서비스, 공항 출입국 수속, 대중교통 이용, 음식점 서비스 등으로 나타났다.⁵³⁾

초기의 불평행동 연구는 불평행동의 발생률 정도와 인구 통계적 특성을 밝히는 정도였으나 이후에 불평행동 요인에 대한 연구가 진행되었는데, 고객이 불만을 느낄 때 불만족 수준이 높을수록 불평행동의 의향은 높아지는 것으로 나타났다. 또한 불만족의 수준에 따라 불평행동의 유형도 다르게 나타나는 것으로 실증되었다.⁵⁴⁾

53) 한국관광공사, 2009. 관광실태조사, 재인용.

54) Prakash, V.(1991), Intensity of Dissatisfaction and Consumer Complaint Behaviors, Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behavior, 4, pp.109-122.

송한택(2001), 소비자의 불만족과 불평행동 유형요인에 관한 연구, 한성대학교 박사학위논문.

불평고객에 대한 처리결과의 정도는 성과평가 하도록 담당자들에게 설명한 결과는 친절하게 전달되었을 때 높은 평가가 나타났는데 고객과의 충분한 대화상호작용에 미치는 중요한 요인이라 할 수 있다.⁵⁵⁾

항공서비스 품질에 관한 연구에서 항공서비스 품질의 불만족 요인을 예약 및 발권서비스, 기내서비스, 공항서비스, 기타 서비스 요인 등의 4개로 도출하였다.⁵⁶⁾

국제선항공사 기내서비스에 관한 불만족과 불평행동 유형에 관한 연구에서 불만족 요인을 인적전문성, 물적 다양성, 공간적 편리성, 환경적 쾌적성 등의 4개 요인으로 불만족 요인을 도출하였다.⁵⁷⁾

또한, 교통기관에 관하여 교통기관 선택의 폭이 넓지 않은 사실을 학생들은 인식하고 있는 것으로 나타났으며 일반적인 음식점 선정과 숙박시설의 지정에 의해 학생들이 불만족 하게 느끼고 있는 것으로 나타났다. 자유시간의 부족과 안내원의 설명부족에 대해 다소 불만족하는 것으로 나타났다.

관광객의 불평요인을 요인분석을 통해 사전관리 불만족, 여행소재 불만족, 상품 운영 불만족의 세 가지 요인이 있음을 확인하였다. 사전 관리 불만족은 관광의 소비가 이루어지기 전에 가격, 설명 부족, 후속서비스 등에 관한 관리 등의 만족스럽지 못함을 말한다. 여행 소재 불만족이란 관광지 선택, 숙박시설, 음식, 자유 시간, 교통 등의 여행의 전반적인 요인이 불만족스러웠음을 말한다. 상품 운영 불만족은 전반적인 관광 서비스의 운영적 요인으로 일정 변경, 쇼핑의 강요 및 봉사료의 강요에 따른 불만족이다.⁵⁸⁾ 경주 관광에서의 불평요인을 지역주민의 친절성, 붐비고 혼잡함, 숙박시설, 음식점, 입장료, 주차시설, 관광안내소/안내표지판/안내원, 휴게시설, 관광지 내 이동의 편리성, 환경 청결, 미관 등의 요인으로 구분하였다.⁵⁹⁾ 그 외에도 관광지 매력, 관광객 매력물 및 시설, 언어(영어의

55) Greenberg, J. and McCarty, C.(1990), The Interpersonal Aspects of Procedural Justice: A New Perspective in Pay Fairness, *Labor Law Journal*, 41(August): pp.580-585.

56) 김문성·권문호·이영림(2000), '항공서비스 품질이 고객 만족에 미치는 영향에 관한 연구', *여행학연구*.

57) 양현주(2003), 국제선 항공사 기내서비스에 관한 불만족과 불평행동유형에 관한 연구, *관광정책학연구*.

58) 김친중(1994). 여행상품소비자 불평행동 피해규제에 관한 연구 미간행 박사학위논문, 경기대학교, 대학원.

59) 심재명·최정자(2007) Herzberg의 Two-Factor 이론의 관광지 적용사례 연구: 경주 방문객을 중심으로 『관광연구』, 22(1), pp.155-175.

이용 가능성), 관광지 공항의 시설 및 서비스의 네 가지 요인으로 구분하였다.⁶⁰⁾ 관광객의 불평요인을 숙박시설 서비스, 운송수단 서비스, 위생상태 및 청결함, 친절 및 고객 서비스, 시설 및 활동, 높은 물가, 언어소통과 공항서비스로 구분하였다.

주장한 비용, 이익, 성공가능성과 같은 불평행동 요인을 중심으로 요인을 분류한 이 연구에서는 불평행동고객의 불평요인에 대한 고객의 인식의 차이를 연구 목적으로 하고 있으므로 호텔에서 일어난 불평행동요인에 관한 사례조사를 중심으로 연구하였다.⁶¹⁾

서울시내 특1급 호텔을 중심으로 서비스 제공자 관점에서 고객 불만족요인을 연구하였는데 그는 연구에서 불만족요인을 다양한 서비스, 직원의태도, 시설의 편의성, 고객 불만의 처리 등 불만족요인을 4개 요인으로 도출하였다.⁶²⁾

서비스의 연구에서도 불평행동은 인구통계학적 요인의 차이 외에도 불만족 요인에 따라 다르게 나타난다. 불평요인이 가격, 서비스 내용, 관광의 구성요인에 있는지 또는 인적 서비스 수준 및 상품 운영에 있는지에 따라 불평행동이 다르게 나타난다.⁶³⁾ 여행서비스에 대한 불만족을 요인분석을 통하여 핵심 서비스와 서비스 종업원의 태도로 구분하였다. 핵심 서비스는 관광숙박 서비스, 항공 서비스, 증명서류 서비스, 출발 전의 예약 서비스, 관광코스 계획, 기타 서비스(수화물 등)의 불만족으로 나타났으며, 서비스 종업원의 태도로는 호텔종업원의 태도, 인솔자의 태도, 여행사 직원 태도의 불만족으로 나타났다.

이러한 연구들은 불평행동에 영향을 주는 요인이 될 수 있으나,⁶⁴⁾ 한국관광공사(2009)에서 조사된 것과 같이 불평요인들이 모두 불평행동으로 연결되는 것은 아님을 말해주며, 선행연구에서 연구되었듯이 각각의 요인에 따라 불평행동 유형

60) Kozak, M. & Rimmington, M.(2000), Tourist satisfaction with mallorca, spain, as an off-season holiday destination. *Journal ofTravel Research*, 38, pp.260-269.

61) Oliver, Richard L.(1997), Satisfaction: A Behavioral Perspective Consumer, Mc Graw -Hill. New York.

62) 홍지은(2005), 서비스 제공자 관점에서 고객 불만족요인에 관한 연구-서울시내 특1급 호텔을 중심으로, 경희대학교대학원 석사학위논문.

63) 박철호(2000), 국외여행서비스 소비자의 불만족 요인과 불평행동에 관한 연구 『여행학연구』, 12, pp.79-103.

64) Fornell, C. & Wernerfelt, B.(1987), Defensive marketing strategy by customer complaint management : A theoretical analysis. *Journal of Marketing Research*, XXIV(November), pp.337-346.

이 다르게 나타남을 알 수 있다. 이를 통하여 살펴 볼 때, 관광 소비자의 불만족한 불평요인에 따라 소비자의 불평행동은 다르게 나타나며 이러한 불평요인은 불평행동 유형에 영향을 미치는 중요한 속성이라고 할 수 있다.⁶⁵⁾

불평행동의 영향요인으로 소비사건의 중요성, 고객의 지식과 경험불평행동에 대한 지각된 비용, 주관적인 불평행동의 성공 확률 등을 들면서, 불만족 정도와 불평 행동 간의 관련성에 대한 증거는 빈약하다고 주장하였다.⁶⁶⁾ 그러나 이처럼 불만족 정도와 불평행동이 관련이 없는 것으로 나타나는 이유는 경험적 연구에서 불만족을 독립변수로 사용하려고 하지 않고 불평행동 과정에서 나타나는 여러 매개변수들 가운데 사용하려고 했기 때문일 수 있다.

호텔을 이용하는 고객의 불만족과 불평행동유형에 대하여 연구하였는데, 연구결과에 의하면 불평행동 반응은 불만족을 그대로 받아들이는 수용과 호텔이용을 그만두는 이용포기의 소극적 불평행동 혹은 종업원이나 관리자에 대한 이의제기, 주변인에 대한 나쁜 구전, 호텔 기물 파손과 같은 물리적인 대응의 적극적인 불평행동으로 나타났다.⁶⁷⁾

관광자의 불평행동은 인구통계학적 특성(연령, 교육수준 등)보다 사회 심리적 변수인 귀인변수(불만족의 원인 및 책임에 대한 귀인)에 의해 더 잘 설명될 수 있다는 것을 밝혔다. 이 연구는 인구통계학적 특성과 불만족의 원인 및 책임 유형에 따른 불평행동의 차이를 분석함으로써 그러한 행동에 대한 다양한 설명을 제시하고 있다.⁶⁸⁾

또한 趙平(2001, 중국 청화대학교)은 중국 생활용품사업의 고객 불평행동에 대한 실증연구를 실시하였다.⁶⁹⁾ 고객개인특성과 제품특성이 고객 불평행동에 미치는 영향에 대해 연구하였다. 范秀成(2002, 중국 남케대학교)은 서비스 기업이 불평처리 시스템에 영향을 미치는 요인에 대한 실증연구를 하였다.⁷⁰⁾ 曾志民(1997)은

65) 한국관광공사(2009), 관광실태조사, 재인용.

66) Day, R. and Landon, E. Jr.(1977), Toward a Theory of Consumer Complaining Behavior, Consumer and Industrial Buying BehaviorIn Woodside, Sheth and Bennett, Eds, NY :North-Hoolland.

67) 김미경(1997), '호텔서비스질에 대한 고객의 불평행동에 관한 연구', 동아대학교 대학원 박사학위논문, pp.96.

68) 박진영·문숙재(1990), '소비자 불평행동에 관한 연구', 한국가정관리학회, 한국가정관리학회 지제8권 제1호.

69) 趙平(2001), 中國耐用消費品行業顧客抱怨行爲研究, 清華大學學報, 第2期, 第32-39頁.

70) 范秀成(2002), 价值取向對服務業顧客抱怨傾向的影響, 南開管理評論, 第5期, 第11-16頁.

고객 불평행동에 영향을 미치는 요인을 세 가지로 구분하였다고 제시하였다: (1) 고객 개인특성 요인 (2)환경요인 (3)감정요인.⁷¹⁾ 賴其勛(1997)은 고객 불평행동에 영향을 미치는 요인을 환경요인, 고객 특성 요인, 산업 특성요인과 특정 감정요인 네 가지로 제시하였다.

불평행동과 관련된 연구는 1980년대 초반까지의 연구들에 관하여 신과 하우웰(Singh & Howell)에 의해 정리가 이루어졌다.⁷²⁾ 그러나 그 이후의 불평행동에 대한 최근 연구에 관한 정리는 이루어지지 않았다. 따라서 미약하나마 1980년대 초반 이후의 불평행동연구를 정리하여 살펴보면 다음의 <표 2-3>와 같다.

<표 2-3> 고객 불평행동에 관한 연구

	행동 유형	행동 방식	연구자
고객 불평 행동	적극적 행동	호텔지배인, 관리자에게 항의보상 등을 요구. 소비자보호단체 등에 항의함 제3기관에 신고함.	Day(1980) 박영기,윤지환(2004) 허경옥(1998) Day&landon(1977) 李宜玲 (2000)
	소극적 행동	가족, 친구 타인에게 말함	Mawe and Forrester(1993) 李宜玲 (2000)
		사적으로 기업에게 반응	賴其勛 (1997)
	무행동	아무 행동 없이 마음속으로 불평함	Warl and et Doal(1975) 曾志民 (1997)

71) 曾志民(1997), 影響顧客抱怨行爲因素研究. 第 7 期, 第17-26頁.

72) Singh, J. & R.D. Howell(1984), Consumer Complaining Behavior, A Review and Prospectus. Journal of Consumer Satisfaction and Dissatisfaction and Complaining Behavior, pp.41-44.

<표 2-4> 불평 행동에 관한 선행연구 요약

	연구자	연구대상	연구내용	연구결과
1	Fornell Wernerfelt (1987) ⁷³⁾	서비스, 고객	고객의 불만족, 불평, 구매행동을 조사함으로써 방어적 마케팅전략 수립	* 머물기로 설득되어진 불만족 고객은 보다 충성하고 전보다 더 가치 있다. * 후한 불평관리는 긍정적 구전을 발생시킴
2	Clark, Kaminski Rink (1992) ⁷⁴⁾	불평편지, 일반소비자	기업이미지와 고객의 불평편지에 대한 기업의 반응유형사이의 관계분석	* 불평편지: 편지와 무료상품으로 응답한 경우 →시간과 관계없이 긍정적 이미지 형성 * 단지 편지만의 응답→기업의 반응이 신속했을 경우 반응이 늦었을 때 보다는 긍정적이었으나, 단지 '편지'만으로 응답했을 경우 기업의 이미지는 처음과 비슷하였다. * 무응답→모든 측면에서 이전 의 이미지보다 매우 부정적인 이미지를 형성하였다. * 무료상품을 제공하여도 가능한 빨리 응답하는 것이 바람직하다. * 단지 편지만으로 응답하는 경우, 즉, 각적 반응
3	Bloemer, Hans Kasper (1994) ⁷⁵⁾	정해진제품 없음, 일반소비자	만족의 양과 상표충성도와의 관계	* 만족의 양은 상표충성도와 긍정적으로 관계되어진다. * 진정한 만족은 상표충성도와 긍정적으로 관계되어진다. * 가짜 만족은 불평행위 또는 브랜드전환과 관련되어진다.
4	김문정 (1994) ⁷⁶⁾	남녀 소비자	소비자의 불평행동이 재구매의도에 미치는 영향조사	* 불만족 정도, 비난의 귀인, 성공의 가능성, 불평에 대한 태도는 불평행동에 대한 영향이 크다. * 불평처리 시간은 불만족과 재구매 행동에 영향을 미침 * 결함제품 교환, 품질개선 및 소비자보호, 무상수리, 금전적 보상과 처리시간은 모두 최종만족 /불만족에 영향미침

73) Fornell, C. & B. Wernerfelt(1987), Defensive Marketing Strategy by Customer Complaint Management: A Theoretical Analysis. *Journal of Marketing Research*, Vol. 24, November, pp.337-346.

74) Gary, G.L., P.F. Kaminski & D.R. Rink(1992), Consumer Complaints: Advice on How Complainers Should Respond Based on An Empirical Study. *Journal of Consumer Marketing*, Vol. 9, No.3, Summer, pp.5-13.

3. 관광객 불평행동에 영향을 미치는 요인

1) 개인특성 및 관광행태

불평행동이란 불만족을 초래한 책임이 있는 측에 소비자가 행하는 불만족의 표현이다. 그러므로 불평행동의 가장 기본적인 영향요인은 불만족의 강도이지만 불평행동은 단순한 불만족의 함수라기보다는 고객의 특성, 관광행동특성, 귀인사유에 대한 소비자의 인식, 결과에 대한 기대 등 다양한 요인들의 복합적 결과물이다.

관광은 복합적이고 다면적인 현상이다. 따라서 관광으로 인하여 관광지에는 경제적, 사회·문화적, 환경적 측면에서 다양하고 상당한 크기의 변화가 초래된다. 만일 관광개발의 수준이 낮은 상태이거나 관광객의 수가 적거나 관광객이 잘 분산되어 있을 경우에는 변화가 느리고 점진적이지만, 관광개발이 급속하고 관광객의 수가 대규모이거나 관광객과 주민의 접촉이 빈번할 때에는 그 변화는 급속하고 대규모적이다. 또한 관광의 영향은 관광지의 수용력(carrying capacity)에 따라서 긍정적일 수도 부정적일 수도 있다.⁷⁵⁾

관광의 영향은 관광지의 수용력을 초과하지 않으면 긍정적이지만 한계수준을 초과하면 부정적으로 나타난다. 수용력의 크기는 관광객의 수, 체재기간, 인종적 특성, 경제적 수준, 관광활동의 형태와 같은 관광객 특성과,⁷⁶⁾ 관광지의 경제적 수준, 관광개발의 공간적 특성, 지역문화의 생존력과 같은 관광지 특성과, 관광개발의 역사 등에 의하여 영향을 받는다.

초기의 소비자불평행동 연구에서는 몇몇의 인구통계 변수가 소비자불평행동을

75) Bloemer, J.M., D.Hans & P.Kasper(1994), The Impact of Satisfaction on Brand Loyalty: Urging on Classifying Satisfaction and Brand Loyalty. Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behavior, Vol 7, pp.153-159.

76) 김문정(1994), 소비자 불평행동이 재구매 의도에 미치는 영향: 서울지역 자동차 구매자를 중심으로. 세종 대학교 대학원 박사학위논문.

77) 이 숙(1991), "관광이 지역주민에게 미치는 영향연구: 이태원 지역주민을 대상으로," 석사학위논문, 경희 대학교 경영대학원, pp.11.

78) R. W. Butler(1974), "The Social Implications of Tourist Development," Annals of Tourism Research. Vol. II, No. 2, pp.107.

예측하는데 있어서 유용한 것으로 제시되었다. 특히 학력, 소득, 나이, 직업 등이 다. 연구 결과에 따르면 교육수준이 높고, 소득이 많으며, 젊고, 전문직에 종사할 수록, 사업에 대해서 더 긍정적인 태도를 취하고, 불평을 더 많이 경험한 것으로 나타났다.⁷⁹⁾

불평행동 유형을 결정하는 요소로서 불평요인에 대해 선행연구가 진행되어왔다. 박지훈·이장로·문희철(2008)에 따르면 소비자가 처한 상황에 따라 불만족 경험 이후에 불평행동이 다르게 나타나고, 불평요인을 소비자의 상황의 차이에 두었다. Day(1984)에 따르면 불평행동을 불만족으로부터 유발한 감정이나 느낌이라고 정의하였으며, 불평행동은 소비자의 태도(attitudes), 소비자의 지식(knowledge), 불평행동에 따른 이익과 비용(benefits/costs), 그리고 불만족의 강도뿐만 아니라 개인적, 상황적 요인에 의해 영향을 받는다고 하였다(Singh, 1988). Singh(1988)는 불만족의 지각에 의해 야기된 불평행동은 여러 가지 영향요인에 의해 다르게 나타난다고 하였다. Oliver(1997)는 비용, 이익, 성공 가능성에 대한 고객 인식의 차이에 따라 불평요인을 분류하였다(공효순·박영기·윤지환, 2004 재인용). Barnes, Blodgett & Wakefield(1995)는 불평의 성공 가능성, 불평행동에 대한 태도, 제품의 중요성을 불평요인으로 분류하였으며 이에 따라 불평행동의 유형이 다르게 나타나며 더욱 적극적으로 나타난다고 하였다.

소비자들의 불평행동을 유발하는 요인들은 선행연구자들의 연구를 종합하여 볼 때 크게 5가지 요인으로 구분 할 수 있다.

첫 번째 요인으로 인구통계학적 변수이다. 교육수준이 높고, 연소득 \$8,000이상, 결혼자 보다 이혼자, 별거자가 전문직 및 관리직의 불평행동 경험이 상대적으로 높게 나타났다.

두 번째 요인은 태도인데, 일반적으로 태도는 구체적으로 행동을 예측하기는 어렵지만 전반적으로 반응의 종류에 영향을 미친다. 이러한 맥락에서 불평행동에 대한 태도를 조작하여 이를 불평행동의 예측요인으로 증명하고자 하는 연구가 행해 졌다. 이들의 연구결과 태도와 불평행동의도의 관계는 매우 강력한 것으로 밝혀졌으나 태도와 행동의 관계는 미약한 것으로 드러났다. 이것은 태도와 행동 사이에 개입되는 많은 상황변수 때문일 것이다. 즉, 소비자는 불평행동을 하기

79) L.M. Robinson, op. cit., pp.41-50.

전에 불평행동을 한다는 것이다.

세 번째 요인은 비용으로 경제적 비용은 제품의 가격, 문제의 심각성, 보상을 위한 비용에 대한 평가이며, 심리적 비용은 남과 다투는 것을 꺼림, 불평행동 자체의 거부함, 불평행동에 대한 죄의식 등을 의미한다. 이러한 경제적 비용과 심리적 비용에 관한 대안 평가와 불평행동과의 관계에 대하여는 여러 연구가 시도되었으나 불만족 반응 종류와의 관계는 아직 충분히 밝혀지지 않았다.

네 번째 요인은 귀인 변수인데, 소비자가 지각한 불만족의 원인을 소비자 자신에게 책임이 있다고 보는가, 혹은 기업이나 판매자와 같은 외부에게 책임을 돌리는가에 따라 불평행동은 다르게 나타난다. 외적 귀인이 높을수록, 귀인을 통제할 수 있을수록 불평을 토로할 가능성이 높아진다.

다섯 번째 요인은 구조적 변수로서 시장의 성격이 독점적 시장인가 경쟁적 시장인가에 따라서 불평행동 표현이 다르게 나타난다. 즉, 독점적 시장 상황에서는 소비자 이탈행동 보다는 불만족한 기업에 표현 행동을 취하기 쉽다.

Day는 “불평행동은 논리적으로 불만족에 의해 야기되는 것이지만 불만족정도와 관련이 없는 것으로 개인적 또는 상황적 요소에 의해 영향 받는 행동”이라고 하였다.⁸⁰⁾ Singh은 불평행동유형과 불평행동소비자유형에 관한 연구에서 소비자 소외감, 이전경험, 불평에 대한 태도, 불평비용(제3자 반응결과에 대한 평가, 사적 행동반응결과에 대한 평가, 직접행동결과에 대한 평가), 인구 통계적 변수 등을 불평행동유형을 결정하는 요인으로 보고, ‘결정요인 → 불평행동의도 → 불평행동소비자유형’ 과 같은 모형을 검정하였다.⁸¹⁾

그러나 많은 불평행동연구에서 불만족한 소비자들이 선택한 불평행동에서의 차이점을 사회-인구 통계적 변수와 기초적인 개인특성에 근거하여 설명하였으나 거의 설명력이 높은 개인적·상황적 변수에 초점을 두고 있다.

Day와 Landon, Jacoby와 Jaccard의 이론 이외에도 Hirshnan, Richins, Bearden과 Mason등의 이론에서도 불평행동의 주요 결정 요인에 대한 연구가 많이 이루어져 왔다. 불평행동에 영향을 미치는 요인들을 요약해보면 <표 2-5>과

80) Day(1984), 전게서.

81) Singh(1990), A Typology of Consumer Dissatisfaction Response Styles, *Journal of Restailing*, Vol. 66(spring). pp.57-99.

같다.

<표 2-5> 학자별 소비자 불평행동의 영향요인 요약

연구자	불평행동 영향요인
Hirschman(1970)	<ul style="list-style-type: none"> · 선호도(preference) · 대체안의 이용 가능성
M.L. Richins(1982)	<ul style="list-style-type: none"> · 불평할 때 경험한 부정적인 경험 · 상황적 변수 · 불평에 관한 개인적 기준 · 기업의 반응 · 사회적 편익에 대한 기대
W.O. Bearden과 J. B. Mason(1984)	<ul style="list-style-type: none"> · 태도 · 소비자의 특성 · 개성 · 비용 · 구조적인 제약 · 인구통계학적 변수
Jacoby & Jaccard	<ul style="list-style-type: none"> · 상황의 중요성 · 제품 불만족 · 소비자의 개성 · 불평에 따르는 비용과 편익 · 불평 채널에의 접근용이성 · 기업의 평판 · 보상에 대한 기업의 태도 · 지배적인 사회규범 · 사회경제적인 요인

Claes Fornell, Nicholas M. Didow, "Economic Constraints on Consumer Complaining Behavior", *Advances in Consumer Research*, Vol. 7. 1980, p. 319.

Marsha L. Richins, 1982, p.503.

William o. Bearden, J. Barry Mason, 1984, pp.490-492.

불평행동에 영향을 주는 개인특성으로 경제적 이익, 결혼 여부와 연령, 지식수준(유소이·허경옥2001)이 있다고 연구되었으며, 인구통계학적 요인인 성별에 따라 여성이 남성보다, 연령이 낮을수록 학력이 낮을수록 불평행동을 하는 것으로 나타나며(유소이,2002; 이재섭, 2005; Heung& Lam, 2003; Pandya & Singh,

1991), 개인의 성격에 따라 무엇보다 자신의 일을 우선시하며 직접적이고 솔직하게 말하고 비판적인 사고를 가진 내향적 사고형의 경우 불평행동을 더 많이 취하는 것으로 나타났다(이재섭, 2005). 관광 서비스에서의 불평행동에 관한 선행연구를 살펴보면, 많은 연구에서 인구통계학적 요인이 불평행동의 영향요인으로 나타났다으며, 개인의 개성 및 성격, 서비스실패의 원인의 귀인에 의하여 불평행동이 영향을 받는다고 하였다(이재섭, 2005; Heung & Lam, 2003; Pandya & Singh, 1991). Jaccard & Jacoby(1981)에 의하면 불평행동은 서비스와 기업에 대한 불만족, 소비자의 개별 특성 및 태도, 중요성 등 다양한 요인들의 영향을 받는 현상이라고 주장하면서 소비자의 특성 및 태도에 영향을 받는다고 설명하였다(유소이, 2002재인용).

한편, 김천중(1994)은 여행경험에 따라 불평행동의 유형이 다르게 나타남을 확인하였다. 여행경험은 1년 평균 해외여행 횟수로 측정되며, 여행경험이 많은 관광객일수록 공식 및 사적 불평행동을 취하는 것으로 나타났다.

2) 문화차이

국가의 문화는 인간의 행동에 영향을 미치는 중요한 요소 중의 하나이며(장미·조민호·최인호, 2004), 소비자 행동에 많은 영향을 미쳐 소비자의 구매행동에도 영향을 미친다(배기철·정재민·황운용, 2008). 선행연구들에서는 국가의 문화를 비교하여 국가 간의 차이를 연구하는 비교연구가 이루어졌다(박경환, 2001; 조민호·최인호,1999; 이노미, 2005; Kim & Lee, 2009). 서로 다른 문화적 특성은 태도 및 행동에 영향을 미치며, 문화적 특성이 다르므로써 국가 및 집단 간에는 소비자의 행동이 다르게 나타난다고 할 수 있겠다(정고운,2002; Chan, Heung, Ngai & Wong, 2007; Raymond, 2001).

3) 사회, 환경, 경제

관광의 영향은 경제, 사회, 문화, 환경 등 모든 분야에서 긍정적·부정적 요인을 수반하지만 관광지를 개발하려는 것은 일반적으로 경제적으로 긍정적 영향을

고려하는 것이고 관광지 개발로 인한 자연훼손 등 역기능뿐만 아니라 관광객이 많이 찾아오게 됨으로 인한 소비 지향적 태도, 물가상승, 교통 혼잡 등과 같은 부정적 요인도 있다.

소비자 불평행동과 관련이 있는 환경적 요인은 산업특성, 경제적 풍토, 소비자 거주 지역의 사업조건의 유형 등이 있다. 그리고 산업특성(경쟁기업의 수 등)과 분배의 폭(넓은가 좁은가)이 소비자의 불평반응에 영향을 미치는 것으로 밝혀졌다.⁸²⁾

4. 관광객 사후행동 의도에 대한 이론적 고찰

1) 관광객 사후행동 의도

(1) 관광객 전반적 만족도

관광 만족은 관광 연구에 있어서 중요한 연구주제 중 하나이다. “관광 전에 가지고 있던 기대와 실제 경험 간의 차이로 볼 수 있으며 관광객이 기대했던 느낌 이상의 성취 반응으로 관광객의 기대를 충족시키는 것”⁸³⁾으로 정의할 수 있다. 이러한 관광 만족에 영향을 주는 요인들은 다양하다. 저렴한 숙박, 맛있는 음식, 편리한 교통, 관광지의 매력도 등 다양한 요인들이 관광객의 전반적인 만족에 영향을 줄 수 있다.

(2) 재방문의도

재방문 의도는 관광객이 어떠한 서비스가 제공되었을 때 그러한 서비스를 반복적으로 계속하여 재방문할 가능성이 있다고 볼 수 있으며, 생각과 태도가 행동으로 옮겨질 수 있는 행위적 의도를 의미한다.

82) C. Fornell and W.T. Robinson, op. cit, pp.49-54.

83) 박영기(2009), “전계논문,” pp.227.

재방문 의도는 관광지를 구성하고 있는 하위 속성에 대한 경험을 바탕으로 관광객이 방문하였던 관광지를 다시 방문하고 싶은 욕구를 느끼는 정도를 의미하였으며, 소비자 행동 분야에서 재구매 의도는 서비스 또는 제품에 대하여 재구매 가능성이 있거나 계속 이용할 가능성이 높다는 것을 의미하지만, 관광분야에서의 재구매는 관광객이 관광지를 다시 방문하거나 계속해서 방문할 가능성을 재구매 의도가 형성된 것으로 간주할 수 있다. 마케팅 분야에서 고객만족과 재구매 의도와의 관계는 많은 연구를 통해 유의한 인과관계가 있는 것으로 밝혀지고 있으며, 이러한 인과관계는 관광분야에서도 동일한 결과가 제시되고 있다.

서비스품질과 관광객 만족간의 관계에 관한 많은 연구들은 관광객 행동과 관련된다. 가장 일반적인 연구결과는 관광객 만족이 관광자의 행동의도에 상당한 영향을 미친다는 것이다(Brady, Cronin and Brand, 2002). 관광객 만족은 서비스품질과 관광객 행동 간의 매개적 역할을 하기 때문에, 만족은 관광객의 미래 충성도 혹은 전환의도에 대해 보다 더 적절한 예측력을 보여준다.(Fullerton and Taylor, 2002). 사실 Taylor와 Baker(1994)의 연구에 따르면, 관광객 행동의도에 대한 만족의 영향은 서비스품질의 영향보다 더욱 더 중요하다고 하였다. 한편 관광객 행동 의도는 관광객유지, 구전, 재방문 의도 등을 의미하며, 이 분야 연구의 대부분은 재방문 의도에 초점을 두고(Brady et al., 2002; Cronin and Taylor, 1992; Taylor and Baker, 1994) 있으나 반면에 오늘날 서비스 기업은 만족한 고객들을 유지하기 위해 잠재적 전환자, 관광객의 거래 빈도 및 규모 축소, 전환자 등에 관리를 철저히 해야 한다(Ganesh et al., 2000).

대부분의 연구에서는 만족과 재방문 의도 및 추천의사 간에 긍정적인 관계가 있다는 것이 밝혀지고 있는데 Gerva and Goldman(1991)의 연구에 의하면 “재방문 의도”와 “추천의도”가 ‘만족’과 다른 개념이라는 점을 경험적으로 보여주었으며, 만족도를 단순히 기대를 충족하는 정도로만 이해할 수는 없다. 즉, 관광객들이 만족한다고 하여도 재방문 의도나 추천의도가 낮을 수 있다는 것을 의미한다(서철현 2001).

이러한 상황은 관광객의 경험이 인지 부조화를 경험한 후 합리화 과정을 거치기 때문에 만족을 충족하지 못한 경우라도 의식적으로 체험에 근거하여 합리적으로 판단하기 때문에 발생한다고 해설하였다(고동우1998).

이러한 선행연구를 바탕으로 본 연구에서 재방문 의도는 “관광객이 관광지를 다시 방문하거나 계속 방문할 가능성”으로 정의하였으며, 만족과는 다른 개념으로 간주하여 독립된 요소로서 재방문 의도의 영향요인을 파악하고자 한다.

(3) 추천의도

추천의도는 소비자행동 연구에서 구전현상으로 연구되어 왔는데 권해도(1990)의 연구에 의하면, 추천의도는 경험에 대한 총체적인 평가인 만족과는 달라 “개인의 직·간접 경험을 통한 긍정적 혹은 부정적 내용의 정보를 소비자들 사이에서 비공식적으로 교환하는 커뮤니케이션 행위 또는 과정”으로 정의된다. 또한 김두하(1999)의 연구에서는 추천은 긍정적인 구전의 한 종류이며, 추천의도는 ‘소비자가 자신의 긍정적인 경험을 근거로 구체적인 상품 및 서비스의 정보를 타인에게 알려주고자 하는 정도’라고 하였다.

이에 따라서 본 연구에서 추천의도는 관광지의 여러 속성과 관련된 체험에 근거하여 그 개인이 타인에게 긍정적으로 구전할 가능성으로 정의한다.

2) 서비스 품질, 관광객 만족, 관광객 불평행동, 재방문, 추천의도와와의 관계

Taylor & Baker(1994)의 연구에 의하면, 서비스 품질과 불평이 상호작용을 통해 재방문의도와 추천의도에 영향을 미치는 것을 검증하였으며 서비스 품질과 불평은 負(-)의 상관관계를 갖는다는 것을 확인하였다. 즉, 서비스 품질과 높으면 재방문의도와 추천의도가 높아진다는 것을 확인하였다. 따라서 관광만족은 관광마케팅과 직접적으로 연계될 수 있으며, 만족한 관광객은 관광목적지에 더욱더 재방문하고 싶어 하고 잠재 관광객을 더 많이 발생시킨다고 할 수 있다.

특정 서비스 품질에 대한 연구보다 일반적인 서비스 품질에 관한 연구들이 많지 않아 서비스 품질과 방문자 만족 그리고 재방문 의도에 관한 연구들이 많이 이루어지지 않는데 다른 산업에서 적용된 서비스 품질과 고객만족, 그리고 행동의도(재 방문의도)에 대한 선행연구들을 같이 살펴보면, 이에 대한 연구는 다음과 같다.

Bitner(1990)는 국제공항 이용자들을 대상으로 서비스품질과 재이용의도, 만족

도와 재이용 의도와의 관계를 검증하였고, 서비스품질과 재이용의도 만족도와 재이용 의도 간에는 통계적으로 유의한 관계가 있다는 결론이 내렸다. Brady & Robertson(2001)의 연구에 의해 서비스품질과 고객만족, 행동의도 간에 영향을 미친다는 것을 밝혔다. 또는 김성국(2003)은 국제해상여객운송서비스를 대상으로 서비스 품질과 고객만족, 고객반응간의 영향관계에 대한 연구를 실시하였으며, 연구결과에서는 서비스 품질은 고객만족과 고객반응에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 2002년 정경수와 송호철의 연구에서는 사찰관광지를 대상으로 연구하였고 서비스품질은 방문자만족과 재방문의도에 유의한 영향을 미치며 방문자만족은 재방문의도에 영향을 미친다고 주장한다. 권유홍 등(2002)은 주제공원 이용자들을 대상으로 서비스품질, 방문자 만족, 행동의도와 의 관계를 규명하였고 서비스 품질은 방문자 만족과 재 방문의도에 긍정적인 유의한 영향을 미치며, 또한 방문자 만족은 재 방문의도에 긍정적으로 영향을 미친다는 결론을 내렸다. 관광지 서비스품질에 관한 연구로 Baker & Crompton(2000)은 Crompton & Love(1995)가 축제개최지의 서비스 품질을 측정하기 위해 개발된 22개 항목을 이용하여 축제의 서비스 품질, 만족, 행동의도간의 관계를 연구하였고, 김광근·장경수(2001)의 문화유산관광지를 대상으로 한 연구에서는 관광지 서비스 품질이 방문자 만족과 재방문의도에 영향을 미치는 것으로 나타났다.

관광 만족과 재방문 의도 그리고 추천의도 사이에는 강한 인과 관계가 있음을 여러 연구에서 증명해주고 있다. Chi & QU의 연구⁸⁴⁾에서는 목적지 이미지, 관광 세부 만족, 전반적인 만족 그리고 목적지의 충성도의 인과관계를 규명하였다. 연구결과 목적지 이미지는 직접적으로 관광 세부 만족에 영향을 주고 목적지 이미지와 관광 세부 만족은 전반적 만족의 직접적인 선행변수임을 밝혔다. 또한 전반적인 만족과 세부만족은 목적지 충성도에 직접적이고 긍정적인 영향을 주는 것으로 분석되었다. 김기호·정기한·신재익⁸⁵⁾은 통영 관광지를 중심으로 관광지 이미지, 고객만족과 고객충성도 간의 인과관계를 검증하였는데, 분석 결과 관광지 이미지는 고객 만족과 충성도에 정(正)의 영향을 미치고 고객만족은 고객충성

84) Christina G-Q. Chi and Hailin Qu(2008), op. cit.

85) 김기호·정기한·신재익(2010), “관광지 이미지, 고객만족, 고객충성도 간의 관계에 관한 연구- 통영 관광지 중심으로-” 『관광연구』 제24권 6호, pp.151-172.

도(추천, 구재방문 및 추천의도와의 관계를 연구⁸⁶⁾한 서태양·부숙진은 방문객 만족이 재방문의도 및 추천의도에 영향을 미치고 있음을 증명하였고 이경모·손선미도 방문자 만족이 행동의도에 유의한 영향을 미치고 있어 축제 서비스 품질을 통한 관광만족도 향상의 중요성을 제기하고 있다.

이처럼 전반적 관광만족과 재방문 의도와 추천의도에 대한 강한 인과 관계는 관광사업자나 관광정책 입안자들에게 관광만족도 제고를 위한 당위성을 제공한다. 중국인 관광객의 관광만족도를 높이기 위해서 어떠한 항목들이 관광만족도에 영향을 미치는지에 대해 분석한 본 연구는 향후 재방문과 추천의도를 제고하는데 기여할 수 있을 것으로 판단된다.

86) 서태양·부숙진(2007), “축제 서비스품질이 방문객 만족과 재방문 및 추천의도에 미치는 영향,” 『호텔관광연구』 제9권 2호 pp.114-130.

이경모·손선미(2009), “축제 품질이 방문자 만족과 행동의도에 미치는 영향,” 『이벤트컨벤션연구』 제5권 1호, pp.55-69.

Ⅲ. 연구 설계

1. 연구의 모형

연구모형은 현상에 관련된 개념들 사이의 가정된 명제를 체계적으로 설정하여 기존 연구들의 흐름을 파악하고 새로운 가설을 도출하는데 이용되는 것으로, 구체적인 과학적 연구 또는 설명을 위한 분석 도구로서 매우 필요한 연구과정이다.

선행연구 고찰을 통하여 서비스 품질의 의미, 관광객의 불평행동과 관광객 불평행동에 영향을 미치는 요인 및 관광객 사후행동 반응의 관련성을 이론적으로 규명하고, 이를 토대로 서비스 품질에 적용 가능한 모형을 설계하였다.

연구의 모형은 PZB⁸⁷⁾(1988), Cronin · Taylor(1992)의 서비스품질 측정모형을 기초로 하여 Bitner(1992), Donovan et al.(1994), 이유재 · 김우철(1998), 김장하(2000), 송호철 · 장경수(2002)의 서비스 품질 모형 등을 이용하여 개발하였다.

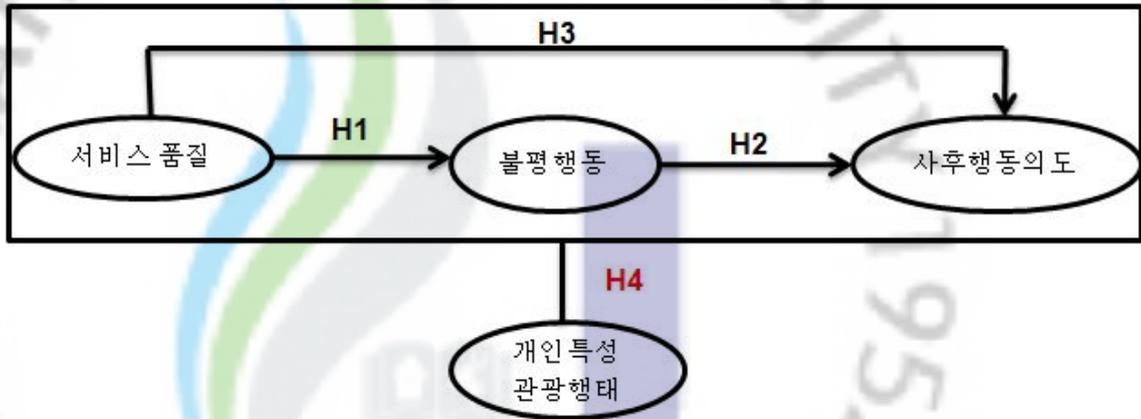
선행연구에서 관광분야의 서비스 품질과 관광객 만족 및 관광객 반응 간에 유의한 인간관계가 있는 것으로 나타났다. 그러나 호텔과 항공, 여행업, 교통 및 음식 등에서는 다양한 연구가 진행되어 오고 있다.

본 연구는 선행연구들을 바탕으로 각 개념간의 관계와 연구모형의 설계를 통해 다음과 같은 모형을 설정하였다. 제주방문 중국인 관광객들이 불평행동 유형을 구분하고 서비스 품질에 따라 관광객 불평행동에 미치는 영향을 조사하고, 서비스품질, 관광객 불평행동, 사후행동의도(재방문, 추천의도)와의 관계를 분석하고자 한다.

따라서 본 연구는 위와 같은 목적을 달성하기 위해 <그림 Ⅲ-1>과 같은 연구모형을 도출하였다.

87) Parasuraman, A., Zeithaml V.A. and Berry L. L.(1985), PZB, "A Conceptual Model of Service Quality and It's Implications for Futrue Research", Journal of Marketing, 49(Fall), pp.44

<그림 III-1> 연구모형



2. 연구가설의 설정

Parasuraman · Zeithaml · Berry⁸⁸⁾(1985, 1988, 1991)는 서비스 품질을 고객 만족의 선행요인으로 정의하여 5개 차원의 서비스 품질을 중심으로 고객 만족과의 관계를 실증 분석하였다. Cronin · Taylor(1992)는 서비스 품질은 고객 만족에 유의한 영향을 미치지만 고객 만족이 서비스 품질에 미치는 영향은 유의하지 않다고 주장하였다. 더욱이 최근의 많은 연구에서 서비스 품질은 고객의 만족에 상당한 영향을 미친다고 주장하고 있다.(Anderson, 1994; Ferrell · Lehmen, 1994; Spreng · Mackoy, 1996; 박중환, 1999; 송호철 · 장경수, 2002; 이유재, 1995; 정강환, 1998).

본 연구에서는 서비스 품질, 관광객의 불평행동, 재방문 의도 간의 영향관계를 파악하기 위해 2장에서 고찰한 선행연구와 개념간의 관계를 바탕으로 도출된 여러 가지 요인들과 연구모형을 토대로 다음과 같은 연구가설을 설정한다.

88) Parasuraman, A., Zeithaml V.A. and Berry L. L.(1985), PZB, "A Conceptual Model of Service Quality and It's Implications for Futrue Research", Journal of Marketing, 49(Fall), pp.44

가설 I: 서비스 품질은 중국인 관광객들의 불평행동에 영향을 미칠 것이다.

가설 I-1: 서비스 품질은 중국인 관광객들의 무행행동에 영향을 미칠 것이다.

가설 I-2: 서비스 품질은 중국인 관광객들의 소극적 불평행동에 영향을 미칠 것이다.

가설 I-3: 서비스 품질은 중국인 관광객들의 적극적 불평행동에 영향을 미칠 것이다.

가설 II: 불평행동은 중국인 관광객들의 사후행동의도에 영향을 미칠 것이다.

가설 II-1: 불평행동은 중국인 관광객들이 재방문 의도에 영향을 미칠 것이다.

가설 II-2: 불평행동은 중국인 관광객들이 추천의도에 영향을 미칠 것이다.

가설 III: 서비스 품질은 중국인 관광객들의 사후행동의도에 영향을 미칠 것이다.

가설 III-1: 서비스 품질은 중국인 관광객들이 재방문의도에 영향을 미칠 것이다.

가설 III-2: 서비스 품질은 중국인 관광객들이 추천의도에 영향을 미칠 것이다.

가설 IV: 개인특성과 관광행태에 따라 서비스 품질, 불평행동, 사후행동의도에 차이가 있을 것이다.

가설 IV-1: 개인특성과 관광행태에 따라 서비스 품질에 차이가 있을 것이다.

가설 IV-2: 개인특성과 관광행태에 따라 불평행동에 차이가 있을 것이다.

가설 IV-3: 개인특성과 관광행태에 따라 사후행동의도에 차이가 있을 것이다.

3. 변수의 조작적 정의

변수의 조작적 정의는 연구에서 개념적인 정의를 실제현상에서 측정 가능하도록 관찰 가능한 형태로 정의해 높은 것을 의미하며, 측정을 위한 조작적인 정의와 연구자가 어떻게 실험변수를 조작할 것인가를 규명해주는 실험적·조작적 정의로 구분된다. 본 연구에서는 변수의 의미와 측정변수를 다음과 같이 정의하기로 한다.

(1) 서비스 품질

본 연구에서는 연구의 대상이 제주방문 중국인 관광객이므로 관광객들이 생각하는 서비스 품질의 정의를 포함한다. 따라서 서비스 품질이란 객관적인 품질(제품중심의 정의)보다는 주관적 품질(사용자 중심의 정의)의 개념으로서 일반적으로 소비자의 지각된 품질을 의미한다.

본 연구에서는 한국관광공사에서 실시하고 있는 외국인 관광객 관광실태 조사에서 사용한 서비스 품질과 서비스 유형으로 호텔서비스, 관광지서비스, 교통서비스, 음식서비스 등의 4가지의 영역으로 분류하여 서비스 품질을 살펴본다.

(2) 불평행동 유형

본 연구에서는 소비자 불평행동(Consumer Complaining Behavior)은 소비자가 느끼는 불만족의 표현으로서, 소비자가 불만족했을 때 나타나는 행동과 무행동을 포함하며 다양한 행동유형으로 나타난다. 신(Singh)은 소비자 불평행동 구조의 개념적인 의미로서, ① 불평행동은 인식된 불만족으로 인한 어떤 느낌이나 감정에 의해 시작되는 것이며, ② 불평행동은 일반적으로 두 개의 넓은 범주 즉, 행동과 무행동으로 구분된다. Singh(1988)의 불평행동 유형 및 Bearden & Teel(1983)의 불평행동 유형을 바탕으로 무행동 회피 및 전환행동 부정적인 구전행동 직접 불만토로 형 제3기관호소형 법적대응의 6 가지 유형으로 구성되어 있

다.89) 불평행동은 서비스품질에 대한 경험을 바탕으로 하여 호텔이나 식당이나 교통이나 관광지를 다시 이용하고자 하는 욕구를 의미한다.

본 연구에서는 불평행동 유형은 무행동 및 소극적 불평행동, 적극적 불평행동 총 3개 유형으로 창출된다.

(3) 개인특성, 관광행태

불평행동의 가장 기본적인 영향요인은 불만족의 강도이지만 불평행동은 단순한 불만족의 함수라기보다는 고객의 특성, 관광행동특성, 귀인사유에 대한 소비자의 인식, 결과에 대한 기대 등 다양한 요인들의 복합적 결과물이다.

본 연구에서는 인구통계 변수가 관광객 불평행동을 예측함으로써 유용한 것으로 제시되며, 특히 학력, 소득, 나이, 직업 등이다. 연구 결과에 따르면 교육수준이 높으면, 소득이 많고, 전문직에 종사할수록, 사회·문화, 경제, 환경에 대해 더 긍정적인 태도를 취하며, 불평행동을 더 많이 경험한 것으로 구성한다.

(4) 사후행동 의도

본 연구에서는 관광행동은 재방문의도, 추천의도 2가지 형태로 구분된다.

재방문은 제주 방문한 후 다음에도 다시 제주를 방문할 가능성이 있는가를 측정하였으며 추천의사는 제주 관광의 여러 속성과 관련된 체험에 근거하여 주변 사람들에게 긍정적으로 구전할 가능성으로 정의하였다.

4. 실증조사 방법

1) 설문지의 구성과 측정방법

89) Singh J.(1988), Consumer complaint intentions and behavior: Definitional and taxonomic issues. *The Journal of Marketing*, 52, pp.93-107.

(1) 설문지의 구성

설문지는 조사목적에 맞는 유용한 자료를 수집하기 위해 실시하는 것으로서, 이를 통해 얻어진 자료를 분석 연구의 목적을 달성하는데 목적을 둔다(채서일, 2000).

본 연구의 목적을 달성하기 위해 자료의 수집과 측정을 위한 조사방법으로 설문지를 활용한 실증적 연구방법을 채택하였다. 설문지의 구성은 연구의 목적과 사용처를 설명하고, 서비스 품질의 개념과 관광 중의 불평행동 및 관광 후의 불평행동 의도를 설명하여 설문에 응하도록 하였다.

본 연구에서 이용된 설문지는 크게 4개 부분으로 제주방문 관광정보, 서비스 품질, 경험한 서비스 품질종류(호텔, 식당, 교통, 관광지)에 대해서 관광 후 불평행동 유형 및 사후행동의도, 그리고 인구 통계적 특성 부분으로 구성된다. 첫째, 제주방문 관광정보 관련 문항은 총 6개 문항으로 구성된다. 둘째, 서비스 품질에 관한 질문으로서 총 20개 문항으로 구성한다. 셋째, 경험한 서비스 품질종류(호텔, 식당, 교통, 관광지)에 대해서 관광 후 불평행동에 관한 8개 문항으로 구성된다. 넷째, 사후행동에 관한 질문으로서 총 3개 문항으로 구성한다. 다섯째, 관광객의 인구통계학적 특성을 밝히기 위해서는 명목, 서열, 등간 척도로 질문된다.

서비스 품질 관련 문항은 총 20개 문항이며 “①매우 만족하다”에서부터 “⑤전혀 만족하지 않다”로 5점 Likert 척도로 구성된다.

불평행동 문항은 총 8개 문항이며 “①매우 그렇다”에서부터 “⑤매우 그렇지 않다”로 5점 Likert 척도로 구성된다.

사후행동 문항은 총 2개 문항이며 “①매우 그렇다”에서부터 “⑤매우 그렇지 않다”로 5점 Likert 척도로 구성된다.

인구 통계적 특성과 관련해서는 성별, 소득, 학력, 나이, 직업, 혼인상황, 총 6개 문항으로 구성된다.

<표 3-1> 설문지의 구성

내 용	문항 수	척 도
방문행태	6	명목척도, 비율척도
서비스 품질	20	5점 Likert 척도
불평행동	8	5점 Likert 척도
재방문 의도, 추천의도	2	5점 Likert 척도
인구 통계적 특성	6	명목척도, 서역척도, 비율척도

2) 자료수집 및 분석방법

(1) 자료수집

본 연구의 목적을 달성하고자 실증분석을 위한 모집단은 제주방문 중국인 관광객을 대상으로 된다. 본 연구의 목적에 따라 불평행동 유형을 측정하기 위해 제주국제공항 출국장을 통해 한국에서의 관광을 모두 마치고 중국으로 돌아가는 중국인 관광객을 대상으로 편의표본을 추출하였다. 2011년 03월 25일부터 04월 08일 날마다 걸쳐 타당성을 높이고자 하고, 총300부의 설문지를 배포하며, 응답이 불성실한 표본 32부를 제거하여 본 연구에서는 총 268부의 유효 표본을 활용하여 실증분석에 이용한다.

(2) 분석방법

본 연구에서의 자료 분석은 설문지의 응답결과를 기업한 자료를 회수한 후 응답내용이 부실하거나 신뢰성이 떨어진다고 판단되는 자료와 이중기업 자료 등을 분석대상에서 제외시켜지고, 실증분석은 유의수준 $p < 0.05$ 에서 검증되었다. 통계 처리는 SPSS 12.0 프로그램을 활용하여 분석한다.

IV. 실증분석

1. 표본의 특성

1) 인구통계학적 특성

본 연구의 목적을 달성하기 위하여 제주방문 중국인 관광객 300명을 대상으로 설문조사를 실시하였다. 응답이 불성실한 응답 32명을 제거하여 본 연구에서는 총 268명의 유효 응답을 활용하여 실증분석을 이용하였다. 응답자의 일반적인 특성을 파악하기 위해 빈도분석을 실시하며 그 결과는 <4-1>과 같다.

구체적으로 살펴보면, 응답자의 성별은 남성이 130명(48.5%), 여성이 138명(51.5%)로 나타났으며, 남성보다는 여성이 약간 많았다. 연령은 20대가 122명(45.5%)으로 가장 많았고, 30대가 90명(33.6%), 40대가 38명(14.2%), 50대가 12명(4.5%), 60대 이상이 6명(2.2%)으로서 젊은 층인 20대와 30대는 약 212명(79.1%)을 차지하고 있는 것을 알 수 있다.

결혼 여부로서는 결혼 206명(76.9%), 미혼 62명(23.1%)으로 조사되었으며, 미혼자보다는 기혼자의 비율이 높은 것으로 나타났다. 학력구분으로서는 대졸 140명(52.2.0%), 전문대졸 74명(27.6%), 고졸 이하 42명(15.7%), 대학원졸업 이상 12명(4.5%)의 순으로 나타났다. 일반적으로 제주방문 중국인 관광객들의 교육수준이 상당히 높은 편을 알 수 있다. 직업구분으로서는 관리직 50명(18.7%), 공무원 18명(6.7%), 사업가(자영업) 42명(15.7%), 판매/서비스업 20명(7.5%), 전문직(교수, 의사, 법률가 등) 30명(11.2%), 주부 18명(6.7%), 학생 26명(9.7%), 군인 2명(0.7%), 사무기술직 52명(19.4%), 퇴직자 6명(2.2%), 기타 4명(1.5%)으로 나타났다.

또한 가정전체의 월평균소득은 5000원 미만이 52명(19.4%), 5000원-8000원 미만이 70명(26.1%), 8000원-10000원 미만이 54명(20.1%), 10000원-15000원 미만이

32명(11.9%), 15000원-20000원 미만 12명(4.5%), 20000원 이상이 48명(17.9%)으로 조사하였다. 본 연구의 대상자들은 가정 월평균소득이 5000원-8000원 미만 및 8000원-10000원 미만에 속하는 응답자의 비율은 약 46.2%에 달해 고소득층보다는 일반 서민들의 비중이 많은 것을 알 수 있다.

<표 4-1> 표본의 인구 통계적인 특성

구 분		빈 도 (n=268)	비 율 (%)
성별	남성	130	48.5
	여성	138	51.5
연령	20대	122	45.5
	30대	90	33.6
	40대	38	14.2
	50대	12	4.5
	60대 이상	6	2.2
결혼여부	결혼	206	76.9
	미혼	62	23.1
학력	고졸이하	42	15.7
	전문대학	74	27.6
	대학졸업	140	52.2
	대학원 졸업 이상	12	4.5
직업	관리직	50	18.7
	공무원	18	6.7
	사업가(자영업)	42	15.7
	판매/서비스업	20	7.5
	전문직(교수, 의사, 법률가)	30	11.2
	주부	18	6.7
	학생	26	9.7
	군인	2	0.7
	사무기술직	52	19.4
	퇴직자	6	2.2
	기타	4	1.5
가정 월평균 소득	100만 미만	52	19.4
	100이상~150미만	70	26.1
	150이상~200미만	54	20.1
	200이상~250미만	32	11.9
	250이상~300미만	12	4.5
	300만 이상	48	17.9

2) 관광객 행동적 특성

<표 4-2>와 같이 중국인 관광객들의 제주방문에 대한 행동적 특성으로서 제주방문의 횟수, 동반자, 여행형태, 제주방문의 목적, 체류 기간과 정보획득 분석 결과이다.

첫째로, 방문 횟수에서 처음으로 방문하는 응답자는 218명(81.3%)으로 높은 비율을 차지하고 있었다. 두 번째이라는 응답자는 20명(7.5%), 셋 번째 이상이라는 응답자가 18명(6.7%), 셋 번째라는 응답자가 12명(4.5%)의 순으로 나타났다.

<표 4-2> 응답자의 여행 전 제주 방문 횟수

순위	제주 방문 횟수	빈도 (명)	퍼센트 (%)
1	1회	218	81.3
2	2회	20	7.5
3	3회 이상	18	6.7
4	3회	12	4.5
합계		268	100.0

둘째로, 동반자를 살펴보면, 직장동료이랑 같이 방문하는 응답자가 88명(32.8%)으로 가장 많았고, 친구가 72명(26.9%), 가족이 68명(25.4%), 연인가 36명(13.4%), 혼자서 방문하는 경우가 4명(1.5%)으로 나타나고 조사하였다.

<표 4-3> 응답자의 관광 동반자

순위	동반자	빈도 (명)	퍼센트 (%)
1	혼자	4	1.5
2	가족	72	26.9
3	친구	68	25.4
4	직장동료	88	32.8
5	연인	36	13.4
합계		268	100.0

셋째로, 여행형태를 살펴보면, 단체여행 218명(81.3%), 개별여행이 46명(17.2%) 기타 4명(1.5%), 패키지여행의 문항이 있었지만 한명도 선택하지 않았다.

<표 4-4> 응답자의 관광 유형

순위	여행형태	빈도 (명)	퍼센트 (%)
1	단체여행	218	81.3
2	개별여행	46	17.2
3	기타	4	1.5
합계		268	100.0

넷째로, 방도의 목적을 살펴보면, 관광/휴양이 186명(69.4%)으로 가장 많았고, 가족여행을 목적으로 하는 응답자가 38명(14.2%), 쇼핑 24명(9.0%), 친지/친구방문 및 출장 각 6명(2.2%), 교육 및 음식탐방 각 4명(1.5%)의 순으로 나타났다.

<표 4-5> 응답자의 여행 목적

순위	여행 목적	빈도 (명)	퍼센트 (%)
1	관광/휴양	186	69.4
2	가족여행	38	14.2
3	쇼핑	24	9.0
4	친지/친구 방문	6	2.2
5	출장	6	2.2
6	교육	4	1.5
7	음식 탐방	4	1.5
합계		268	100.0

다섯째로, 이번 여행에서 제주에 체류한 기간을 묻는 질문에는 3일~4일이 135명(50.3%)로 제일 높게 나타났으며 5일~6일이 80명(29.9%), 1일~2일이 30명(11.2%), 1주일~2주일 미만이 18명(6.7%)순으로 나타났다. 이로 보아 응답자 중

2주일 미만의 단기 여행자가 많다는 것을 알 수 있다.

<표 4-6> 응답자의 여행의 제주 체류 기간

순위	체류 기간	빈도 (명)	퍼센트 (%)
1	3일~4일	135	50.3
2	5일~6일	80	29.9
3	1일~2일	30	11.2
4	1주일~2주일 미만	18	6.7
합계		268	100.0

여섯째로, 정보획득을 살펴보면, 주로 여행사를 통해서 정보를 얻은 응답자가 132명(49.3%)이고, 그 다음으로는 주변사람이 66명(24.6%), 인터넷이 40명(14.9%), 대중매체가 20명(7.5%), 관광 안내 서적이 6명(2.2%), 한국기관이 4명(1.5%)으로 나타났다. 따라서 중국인 관광객들에 대한 직접 홍보 및 인터넷을 통한 사이버 홍보가 중요한 역할을 한다는 것을 알 수 있다.

<표 4-7> 정보원천 탐색 정도

순위	정보원천 탐색정도	빈도 (명)	퍼센트 (%)
1	여행사	132	49.3
2	주변사람(가족, 친구, 동료)	66	24.6
3	인터넷	40	14.9
4	관광안내서적	20	7.5
5	대중매체(TV, 신문, 잡지, 등)	6	2.2
6	한국기관(관광공사, 대사관 등)	4	1.5
합계		268	100.0

2. 측정항목의 신뢰성과 타당도 분석

본 연구의 설문조사에서 사용된 항목이나 척도가 어느 정도 측정하고자 하는 대상을 정확하게 측정하고, 그 측정결과가 추가적인 통계적 분석을 진행하기에 적합한 것인가를 확인하기 위하여 우선 신뢰도 검증을 실시한다.

신뢰성이란 둘 이상의 관찰자가 각기 관찰해서 동일한 결과를 얻을 수 있는 정도로, 즉 비교 가능한 독립된 측정방법에 의해 대상을 측정하는 경우 결과가 비슷하게 되는 것을 의미한다. 이는 측정 결과에 오차가 들어있지 않은 정도로, 변량에 대한 체계적 정보를 반영하는 정도를 나타냈다. 이러한 신뢰성 측정은 측정의 정확성과 결과의 일관성이 중요하다. 보통 동일한 개념을 측정하기 위하여 여러 가지의 항목을 이용하는 경우 신뢰도를 높이기 위해 크론바흐 알파계수(Chronbach's Alpha)를 이용한 내적일관성 검증을 한다.⁹⁰⁾ 본 연구에서는 내적 일관성에 의한 신뢰도 검증을 이용하여 알파계수(신뢰성 계수)를 측정하였다. 따라서 알파계수는 0과 1 사이의 값을 가지는데 사회과학 자료의 경우 0.6 이상이면 측정도구의 신뢰성에 큰 문제가 없다고 보고 있고 0.8 이상이면 신뢰도가 매우 높은 것으로 판단한다.

타당성이란 측정하고자 하는 것을 실제로 측정해 내는 정도를 나타내는 것으로 그 평가방법에 따라 내용 타당성, 기준에 의한 타당성, 개념 타당성 등 3가지로 나누어진다. 내용 타당성이란 측정도구 자체가 측정하고자 하는 속성이나 개념을 어느 정도나 측정할 수 있는가를 보여주는 것으로서 측정하고자 하는 구성 개념의 조작적 정의의 적절성 여부를 판단하는 근거자료가 된다. 기준에 의한 타당성은 하나의 속성이나 개념의 상태에 대한 측정이 미래 시점에 있어서의 다른 속성이나 다른 개념과 구별되는 정도를 설명하는 것으로 요인분석을 통해 설문 자체의 타당성을 양적으로 평가할 수 있다.⁹¹⁾

신뢰성은 측정한 다변량 변수 사이의 일관된 정도를 의미한다. 동일한 개념에 대해서 반복적으로 측정했을 때 나타나는 측정값들의 분산을 의미하는 것이다.

90) 채서일(2005), 사회과학조사방법론, 서울: 비엔엠북스, pp.175.

91) 정충영·최이규(2006), SPSS WIN을 이용한 통계분석. 서울: 무역경영사.

본 연구에서는 알파계수를 통해 신뢰도 분석을 실시한다.

알파계수를 통한 신뢰도 분석을 하나의 개념에 대하여 여러 개의 항목으로 구성된 척도를 이용할 경우 해당 문항을 가지고 가능한 모든 split-half reliability를 구하고 이들의 평균치를 산출한 크론바흐 알파계수를 통해 신뢰도를 평가하는 것이다. 알파계수가 0.6 이상이면 신뢰성에는 이상이 없는 것으로 파악하고, 0.8 이상이면 신뢰도가 매우 높은 것으로 판단한다. 서비스 품질의 만족도, 관광객들이 불평행동에 대한 신뢰도계수를 살펴보면 모두 0.6 이상으로 신뢰도에는 이상이 없는 것을 확인할 수 있다.

1) 서비스 품질에 대한 요인분석과 신뢰성 및 타당성 분석

서비스 품질에 대한 신뢰성 및 타당성을 검증한 결과 총 4개의 요인이 추출되고 각 요인에 대한 신뢰도계수를 살펴보면 0.830, 0.785, 0.715, 0.769로 모두 0.7 이상이어서 신뢰성이 양호한 것을 확인할 수 있다. 또한 요인분석에 대한 적합성을 살펴보면 KMO(Kaiser-Meyer-Olkin)의 값이 0.861로 나타나 0.05이상으로 요인분석이 적합함을 확인할 수 있다.

고유치는 1을 기준으로 하여 요인을 추출한 결과 4개 요인의 총 분산 설명력은 69.705로 나타나고 각 변수에 대한 공통성을 살펴보면 모두 0.4 이상으로 공통성에서도 양호한 값을 나타낸다. 또한 각 요인에 대한 요인 명을 살펴보면 요인1은 “관광지”, 요인2는 “식당”, 요인3은 “교통”, 요인4는 “호텔”로 요인의 면을 정한다.

<표 4-8> 서비스 품질에 대한 요인분석과 신뢰도 및 타당성 분석

요인명	변수	성분				공동성	항목제거시 신뢰도계수	신뢰도 계수
		관광지	식당	교통	호텔			
관광지	관광지 안내서비스	.807				.764	.799	.830
	관광지의 활동	.790				.765	.795	
	관광지 공공 화장실의 청결	.683				.650	.798	
식당	음식가격의 적정성		.825			.747	.738	.785
	식당 종업원의 친절		.803			.678	.724	
	입맛에 맞는 음식		.737			.634	.665	
교통	운전기사의 태도			.866		.782	.686	.715
	관광버스들은 시간을 잘 지킴			.663		.683	.612	
	안전한 관광버스			.659		.666	.574	
호텔	호텔환경의 청결				.829	.783	.658	.769
	안전한 호텔시설				.819	.783	.611	
	편리한 호텔시설				.764	.607	.791	
고유치		5.606	1.383	1.060	1.013			
누적분산설명력(%)		43.12	53.76	61.91	69.71			
KMO=.861		Bartlett의 구형성검증		X ² =1528.080		유의확률=.000		

2) 불평 행동에 대한 요인분석과 신뢰성 및 타당성 분석

호텔, 식당과 관광지 내에서, 그리고 교통수단을 이용 시 불평의도의 타당성을 검증하기 위한 요인분석에서는 전체 8개의 문항이 3 개의 요인으로 구분된다. 요인분석에서, 1 요인은 4개 문항(i.e., '제3기관에게 신고함', '보상을 위해 해당업체에 법적 조치를 취함', '해당업체에게 보상을 요구함', '다른 업체로 변경함')으로 구성되고, 이는 적극적으로 업체나 기관에 행동을 취하는 유형으로서 "관광 중 적극적 행동"이라고 명명하였다. 2 요인으로 2개 문항(i.e., '동반자에게 불만 경험을 이야기함', '이용을 중단함')으로 구성되었고, 이는 업체에게 직접적으로 행동을 취하기보다는 소극적인 행동을 취하는 것으로 보여 "관광 중 소극적 행동"이라고 명명하였다. 3 요인은 2 개의 문항(i.e., '아무런 행동도 취하지 않음', '사소하게 생각하고 지나침')으로 구성되었고, "관광 중 무행동"이라고 명명하였다.

Bartlett의 구상성 검증치는 요인분석 사용의 적합성과 공통성요인의 존재 여부를 확인하는 값인데, 표에서 보는 바와 같이 적극적 행동, 소극적 행동, 무행동의 평가 척도는 모두 유의수준 0.00으로 유의수준 1% 수준에 유의한 것으로 나타났다. KMO 값은 변수들 간의 상관관계가 다른 변수에 의해 잘 설명되는 정도를 나타내는 것으로, 본 연구에서의 KMO 값은 0.756로 변수의 선정이 좋은 것으로 나타난다(0.5 이상). Bartlett의 구형 성검증 근사카이제곱 값은 $X^2=974.248$ 이면 이에 대한 유의확률 값도 유의한 것으로 나타난다. 또한 고유치(Eigen-Value)은 '적극적 행동'이 3.577, '소극적 행동'이 1.802, '무행동'이 1.065로 모두 적절하다. 또한 각 변수에 대한 공통성을 살펴보면 모두 0.4 이상으로 공통성에서도 양호한 값을 나타낸다.

불평행동의 신뢰성 및 타당성 분석을 실시한 결과 3개의 요인이 추출되고 각 요인에 대한 신뢰도계수를 살펴보면 0.865, 0.765, 0.705로 모두 양호한 신뢰도계수 값을 나타내고 있음을 확인할 수 있다. 나타난 신뢰성이 높은 것으로 나타난다.

<표 4-9> 불평행동에 대한 요인분석과 신뢰도 및 타당성 분석

요인명	요인변수	성분			공통성	항목제거시 신뢰도계수	신뢰도 계수
		적극적 불평행동	소극적 불평행동	무행동			
적극적 불평행동	제3기관에게 신고함	.873			.786	.765	.865
	해당업체에게 보상을 요구함	.859			.813	.846	
	보상을 위해 해당업체에 법적조치를 취함	.846			.706	.813	
	다른 업체로 변경함	.904			.837	.831	
소극적 불평행동	이용을 중단함		.781		.697	.884	.765
	동반자에게 불만경험을 이야기함		.712		.696	.740	
무행동	사소하게 생각하고 지나침			.869	.807	.752	.705
	아무런 행동도 취하지 않음			.850	.740	.756	
고유치(Eigen-Value)		3.577	1.802	1.065			
누적분산설명력(%)		39.74	59.76	71.60			
KMO: .756		Bartlett의 구형성 검정 $X^2=974.248$			유의확률: .000		

3) 사후행동의도에 대한 요인분석과 신뢰성 및 타당성 분석

<표 4-10> 사후행동의도에 대한 요인분석과 신뢰도 및 타당성 분석

변수	성분		공통성	항목이 삭제된 신뢰도계수	신뢰도계수
	재방문의도	추천의도			
재방문 의도	.925		.830	.823	.883
추천의도		.911	.756	.883	
고유치	2.441	2.213			
누적분산설명력(%)	81.38	78.21			
KMO=.727		Bartlett의 구형성 검정		X ² =461.186	유의확률: .000

재방문 의도와 추천의도에 대한 신뢰성 및 타당성 분석을 실시한 결과 1개의 요인이 추출되고 각 요인에 대한 신뢰도계수를 살펴보면 0.883로 모두 양호한 신뢰도계수 값을 나타내는 것을 확인할 수 있다. KMO 값은 0.727로 0.5 이상의 값을 나타내었고, Bartlett의 구형성검증 근사카이제곱 값은 $X^2=461.186$ 이면 이에 대한 유의확률 값도 유의한 것으로 나타난다.

고유치를 1을 기준으로 하여 요인을 추출한 결과 1개의 요인의 총 분산 설명력은 81.38로 나타나고 변수에 대한 공통성을 살펴보면 모두 0.4 이상으로 공통성에서도 양호한 값을 나타낸다.

3. 가설의 검증

1) 가설1. 서비스 품질은 불평행동에 영향을 미칠 것이다.

본 연구의 가설을 검증하기 위하여 요인분석을 통해 추출한 서비스 품질의 만족도 4개 요인을 독립변수로 하여 종속변수로 설정한 무행동, 소극적 불평행동, 적극적 불평행동 3개요인 각각에 대하여 회귀분석을 실시한다.

다중회귀분석은 변수들 중 하나를 종속변수로 나머지를 독립변수로 하여 변수들 간의 상호관계 본질을 규명하는 통계기법이며 독립변수가 종속변수에 미치는 영향력을 분석하거나 독립변수의 변화에 따라 종속변수 변화를 예측하기 위해 사용하는 통계기법을 의미한다. 따라서 본 연구에서는 서비스 품질의 만족도 요인을 독립변수로 불평행동 의도 요인을 종속변수로 다중회귀분석을 실시한다.

가설1-1: 서비스 품질은 무행동에 미치는 영향

제주를 방문 중국인 관광객의 서비스 품질의 만족이 불평행동에 대한 무행동에 미치는 영향에 대하여 알아보기 위하여 다중회귀분석을 실시한 결과는 <표 4-11>과 같다.

<표 4-11> 서비스 품질은 무행동에 미치는 영향에 관한 다중회귀분석

변인	비표준화 계수		표준화계수	t	유의확률
	B	표준오차	베타		
상수	2.790	.068		.000	1.000
호텔	-.117	.068	-.105	-1.732	.085
식당	-.128	.068	-.114	-1.886	.060
교통	-.267	.068	-.228	-2.461	.006**
관광지	-.098	.068	-.087	-1.438	.152

$R^2 = .180$ $F = 2.209^{**}$

* $p < 0.05$, ** $p < 0.01$, *** $p < 0.001$

<표 4-11> 분석결과를 보면, 중국인 관광객들이 서비스 품질 만족도에 따라 불평행동 중의 무행동에는 교통($t=-2.461$, $p<0.01$) 통계적으로 유의한 영향을 미쳤으며, 이러한 변인의 예측 설명력은 18.0%($R^2 = 0.180$)인 것으로 나타난다.

본 분석 결과 다중회귀식은 다음과 같다.

$$Y_1 = 2.790 - 0.267X_1 \text{ (교통)}$$

가설1-2: 서비스 품질은 소극적 불평행동에 미칠 것이다.

서비스 품질의 만족에 대한 소극적 불평행동을 종속변수로 회귀분석을 실시하였고 분석결과는 다음 <표 4-12>과 같다.

<표 4-12> 서비스 품질은 소극적 불평행동에 미치는 영향에 관한 다중회귀분석

변인	비표준화 계수		표준화계수	t	유의확률
	B	표준오차	베타		
상수	2.637	.067		.000	1.000
호텔	-.280	.067	-.246	-2.232	.012*
식당	-.319	.067	-.291	-3.030	.002**
교통	-.266	.067	-.248	-2.168	.014*
관광지	-.072	.067	-.065	-1.076	.283

$R^2 = .225$ $F = 3.502^{**}$

* $p<.005$, ** $p<0.01$, *** $p<0.001$

분석결과를 보면, 서비스 품질의 만족도에 대한 소극적 불평행동은 호텔($t=-2.232$, $p<.005$) 식당($t=-3.030$, $p<0.01$), 교통($t=-2.168$, $p<0.01$) 모두에서 통계적으로 유의한 영향을 미치고, 이러한 변인의 예측 설명력은 22.5%($R^2 = 0.225$)인 것으로 나타난다. 즉, 중국인 관광객들이 만약 불만족 시 관광지보다 호텔, 식당 및 교통은 더 소극적 불평행동을 나타낸다.

본 분석 결과 다중회귀식은 다음과 같다.

$$Y_2 = 2.637 - 0.280X_1 \text{ (호텔)} - 0.319X_2 \text{ (식당)} - 0.266X_3 \text{ (교통)}$$

가설1-3: 서비스 품질은 적극적 불평행동에 영향을 미칠 것이다.

마지막으로 서비스 품질의 만족에 대한 적극적 불평행동을 종속변수로 회귀분석을 실시하였고 분석결과는 다음 <표 4-13>과 같다.

<표 4-13> 서비스 품질은 적극적 불평의도에 미치는 영향에 관한
다중회귀분석

변인	비표준화 계수		표준화계수	t	유의확률
	B	표준오차	베타		
상수	2.036	.067		.000	1.000
호텔	-.113	.067	-.101	-1.685	.093
식당	-.227	.067	-.207	-2.597	.006**
교통	-.074	.067	-.066	-1.105	.270
관광지	-.242	.067	-.227	-2.026	.034*
R ² = .242 F = 4.102**					

*p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001

서비스 품질의 만족에 대한 적극적 불평행동에는 식당((t=-2.597, p<0.01), 관광지(t=-2.026, p<0.05) 모두에서 통계적으로 유의한 영향을 미치고, 이러한 변인의 예측 설명력은 24.2%(R² = 0.242)인 것으로 나타난다. 즉, 중국인 관광객들이 만약 불만족 시 교통 및 호텔보다 관광지 및 식당은 더 적극적 불평행동을 나타낸다.

본 분석 결과 다중회귀식은 다음과 같다.

$$Y_3 = 2.136 - 0.227X_1 (\text{식당}) - 0.242X_2 (\text{관광지})$$

2) 가설2. 불평행동은 사후행동의도에 영향을 미칠 것이다.

가설2-1: 불평행동은 재방문 의도에 미치는 영향

<표 4-14> 불평행동은 재방문 의도에 미치는 영향에 대한 다중회귀분석

변인	비표준화 계수		표준화계수	t	유의확률
	B	표준오차	베타		
(상수)	1.761	.054		.000	1.000
무행동	-.136	.054	-.052	-1.507	.113
소극적 행동	-.287	.054	-.277	-2.303	.010*
적극적 행동	-.017	.054	-.018	-.305	.660

R² = .181 F = 2.982*

*p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001

제주 방문 중국인 관광객의 불평행동이 재방문 의도에 미치는 영향에 대하여 알아보기 위하여 다중회귀분석을 실시한 결과는 <표 4-14>와 같다. <표 4-14>에서 보는 바와 같이 사후행동의도에는 소극적 불평행동(t=-2.303, p<0.05)에서 통계적으로 유의한 영향을 미치고, 이러한 변인의 예측 설명력은 18.1%(R² = 0.181)인 것으로 나타난다. 즉, 중국인 관광객들이 사후행동 의도는 무행동 및 적극적 불평행동보다 무행동로 더 나타난다. 소극적 불평행동은 부(-)로 나타나는 뜻이 중국인 관광객들이 소극적 불평행동을 해였지만 제주에 다시 재방문할 것이다.

본 분석 결과 다중회귀식은 다음과 같다.

$$Y=1.761-0.287X_1 \text{ (소극적 불평행동)}$$

가설2-2: 불평 행동은 추천의도에 미치는 영향

<표 4-15> 불평 행동은 추천의도에 미치는 영향에 대한 다중회귀분석

변인	비표준화 계수		표준화계수	t	유의확률
	B	표준오차	베타		
(상수)	1.871	0.60		.000	1.000
무행동	-.125	.054	-.037	-1.309	.121
소극적 행동	-.265	.054	-.231	-3.012	.014*
적극적 행동	-.023	.054	-.010	-.513	.760
R ² = .201 F = 3.681*					

*p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001

제주 방문 중국인 관광객의 불평 행동이 추천의도에 미치는 영향에 대하여 알아보기 위하여 다중회귀분석을 실시한 결과는 <표 4-15>와 같다. <표 4-15>에서 보는 바와 같이 사후행동에는 소극적 불평 행동(t=-3.012, p<0.05)에서 통계적으로 유의한 영향을 미치고, 이러한 변인의 예측 설명력은 20.1%(R² = 0.201)인 것으로 나타난다. 즉, 중국인 관광객들이 사후행동 의도는 무행동 및 적극적 불평 행동보다 무행동로 더 나타난다. 소극적 불평 행동은 負로 나타나는 뜻이 중국인 관광객들이 소극적 불평 행동을 해였지만 제주에 다른 사람한테 추천할 것이다.

본 분석 결과 다중회귀식은 다음과 같다.

$$Y=1.871-0.265X_1 \text{ (소극적 불평 행동)}$$

3) 가설3: 서비스 품질은 사후행동의도에 영향을 미칠 것이다.

가설3-1: 서비스 품질은 재방문 의도에 미치는 영향

<표 4-16> 서비스 품질은 재방문 의도에 미치는 영향에 대한 다중회귀분석

변인	비표준화 계수		표준화계수	t	유의확률
	B	표준오차	베타		
(상수)	2.498	.061		.000	1.000
호텔	.389	.067	.307	4.662	.000***
식당	.260	.042	.231	2.046	.018*
교통	.326	.014	.303	6.071	.000***
관광지	.234	.031	.207	3.189	.008**

$R^2 = .289$ $F = 6.113***$

*p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001

제주 방문 중국인 관광객의 서비스 품질이 재방문 의도에 미치는 영향에 대하여 알아보기 위하여 다중회귀분석을 실시한 결과는 <표 4-16>와 같다. <표 4-16>에서 보는 바와 같이 사후행동에는 호텔(t=4.662, p<0.001), 식당(t=2.046, p<0.05), 교통(t=6.076, p<0.001), 관광지(t=3.189, p<.01) 모두에서 통계적으로 유의한 영향을 미치고, 이러한 변인의 예측 설명력은 28.9%($R^2 = 0.289$)인 것으로 나타난다. 즉, 중국인 관광객들이 호텔, 식당, 교통, 관광지는 제주에 재방문할 것이다.

본 분석 결과 다중회귀식은 다음과 같다.

$$Y=2.498+0.389X_1 \text{ (호텔)}+0.260X_2 \text{ (식당)}+0.326X_3 \text{ (교통)}+0.234X_4 \text{ (관광지)}$$

가설3-2: 서비스 품질은 추천의도에 미치는 영향

<표 4-17> 서비스 품질은 추천의도에 미치는 영향에 대한 다중회귀분석

변인	비표준화 계수		표준화계수	t	유의확률
	B	표준오차	베타		
(상수)	1.589	.061		.000	1.000
호텔	.298	.067	.219	2.761	.002**
식당	.191	.042	.192	2.206	.016*
교통	.235	.014	.205	4.161	.000***
관광지	.224	.031	.201	5.079	.000***

R² = .269 F = 5.272***

*p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001

제주 방문 중국인 관광객의 서비스 품질이 추천의도에 미치는 영향에 대하여 알아보기 위하여 다중회귀분석을 실시한 결과는 <표 4-17>와 같다. <표 4-17>에서 보는 바와 같이 사후행동에는 호텔(t=2.761, p<0.01), 식당(t=2.206, p<0.05), 교통(t=4.161, p<0.001), 관광지(t=5.079, p<0.001) 모두에서 통계적으로 유의한 영향을 미치고, 이러한 변인의 예측 설명력은 26.9%(R² = 0.269)인 것으로 나타난다. 즉, 중국인 관광객들이 호텔, 식당, 교통, 관광지는 제주에 다른 사람한테 추천할 것이다.

본 분석 결과 다중회귀식은 다음과 같다.

$$Y=1.589+0.298X_1 \text{ (호텔)}+0.191X_2 \text{ (식당)}+0.235X_3 \text{ (교통)}+0.224X_4 \text{ (관광지)}$$

4) 가설4: 개인특성과 관광행태에 따라 서비스 품질, 불평행동, 사후행동의도에 차이가 있을 것이다.

가설4-1: 개인특성과 관광행태에 따라 서비스 품질에 차이가 있을 것이다.

제주를 방문 중국인 관광객의 서비스에 따른 개인특성, 관광행태의 차이를 검증하기 위해 일원변량분석을 실시하고 그 결과는 <표 4-18>과 같다.

<표 4-18> 개인특성과 관광행태에 따라 서비스 품질 차이 분석

구 분			중속변수							
			호텔		식당		교통		관광지	
특성	항목	n	평균	t/p	평균	t/p	평균	t/p	평균	t/p
성별	남	130	2.33	1.736	2.73	1.820	3.11	1.785	3.21	1.715
	녀	138	2.33		2.72		3.10		3.20	
결혼	미혼	62	2.31	1.465	2.37	2.426**	3.34	1.233	3.34	1.780
	기혼	206	2.34		2.74		3.10		3.30	
연령	20대	120	3.48	1.519	2.37	.063	3.20	1.455	3.78(b)	2.432**
	30대	90	3.42		2.36		3.12		3.65(ab)	
	40대	38	3.45		2.37		3.21		3.28(ab)	
	50대	12	3.47		2.46		3.18		3.68(ab)	
	60대 이상	6	3.40		2.49		3.19		2.89(a)	
가구 월 소득	100만 미만	52	3.39	1.566	2.19(a)	2.455**	2.75	1.321	2.55(ab)	1.988*
	100이상~150미만	70	3.40		2.35(ab)		2.74		2.74(ab)	
	150이상~200미만	54	3.33		2.45(ab)		2.78		2.88(b)	
	200이상~250미만	32	3.26		2.25(ab)		2.76		2.86(ab)	
	250이상~300미만	12	3.35		2.38(ab)		2.75		2.45(a)	
	300만 이상미만	48	3.32		2.60(b)		2.71		2.78(ab)	
방문 횟수	1회	238	3.30	1.667	3.87(b)	2.978*	2.12	1.445	3.02	1.262
	2회	14	3.32		3.43(a)		2.10		3.03	
	3회	14	3.32		3.67(ab)		2.16		3.03	
	6회	2	3.30		3.76(ab)		2.13		3.09	
체류 기간	1일~2일	39	2.51	1.567	1.65(a)	2.245*	3.42	1.346	3.62	1.321
	3일~4일	134	2.61		2.67(ab)		3.50		3.70	
	5일~6일	80	2.61		2.61(ab)		3.51		3.71	
	1주일~2주일	18	2.62		2.75(b)		3.54		3.74	

*p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001 사후검정은 Duncan's 다중검증방법을 이용함(a<b)

<표 4-18>를 살펴보면, 유의수준 0.05이내에서 개인특성, 관광행태에서 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타난다. 첫 번째 단계에서 개인특성인 성별, 결혼여부, 교육수준, 연령과 가구 월 소득을 투입하였는데, 두 번째 단계에서는 관광행태인 제주 체류 기간, 제주를 방문한 횟수를 투입한다.

서비스 품질검정은 Duncan's 다중검정방법을 이용함($\alpha < \beta$)의 각 부 집단은 유의수준 0.05이내에서 유의한 차이가 있음을 알 수 있다. 더 구체적으로 살펴보면 식당에 영향을 미치는 요인으로는 결혼($t=2.426, p<0.01$) 및 관광지에 영향을 미치는 요인으로는 연령($t=2.432, p<0.01$)이 영향을 미치는 변수로 나타난다. 또한 식당 및 관광지에 영향을 미치는 요인으로는 가구 월 소득 높을수록 유의한다. 식당에 영향을 미치는 요인으로는 방문횟수($t=2.978, p<0.01$) 및 체류시간($t=2.245, p<0.05$)이 영향을 미치는 변수로 나타난다.

가설4-2: 개인특성과 관광행태에 따라 불평행동에 차이가 있을 것이다.

제주를 방문 중국인 관광객의 불평행동에 따른 개인특성, 관광행태의 차이를 검증하기 위해 일원변량분석을 실시하고 그 결과는 <표 4-19>과 같다.

<표 4-19> 개인특성과 관광행태에 따라 불평행동 차이 분석

구 분			중속변수					
			무행동		소극적 불평행동		적극적 불평행동	
특성	항목	n	평균	t/p	평균	t/p	평균	t/p
성별	남	130	2.33	-.293	2.52	-2.696	3.21	-1.239
	녀	138	2.33		2.73		**	
결혼	미혼	62	2.31	-.046	2.57	-2.874	3.34	-.425
	기혼	206	2.34		2.74		**	
연령	20대	120	1.00(a)	-2.968	2.95(b)	-2.997	3.80	-1.344
	30대	90	2.12(ab)		2.65(ab)		3.92	
	40대	38	1.82(ab)		2.86(ab)		3.88	
	50대	12	1.67(ab)		1.95(a)		3.78	
	60대 이상	6	2.76(b)		2.28(ab)		3.89	
가구 월 소득	100만 미만	52	3.19(ab)	-2.746	2.59	-.665	2.85	-.701
	100이상~150미만	70	3.23(ab)		2.40		2.74	
	150이상~200미만	54	3.01(a)		2.43		2.78	
	200이상~250미만	32	3.15(ab)		2.40		2.86	
	250이상~300미만	12	3.51(b)		2.38		2.85	
	300만 이상	48	3.25(ab)		2.43		2.71	
방문 횟수	1회	238	3.44	-.649	2.67(a)	-2.665	3.01	-1.344
	2회	14	3.42		3.33(ab)		3.00	
	3회	14	3.42		3.76(b)		3.00	
	6회	2	3.40		3.75(ab)		3.09	
체류 기간	1일~2일	39	2.50	1.604	1.75(a)	-2.992	3.62	-1.258
	3일~4일	134	2.60		2.57(ab)		3.70	
	5일~6일	80	2.60		2.40(ab)		3.71	
	1주일~2주일	18	2.55		2.70(b)		3.74	

*p<.05, **p<.01, ***p<.001 사후검정은 Duncan's 다중검증방법을 이용함(a<b)

<표 4-19>를 살펴보면, 유의수준 0.05이내에서 개인특성, 관광행태에서 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타난다. 첫 번째 단계에서 개인특성인 성별, 결혼여부, 교육수준, 연령과 가구 월 소득을 투입하였는데, 두 번째 단계에서는 관광행태인 제주 체류 기간, 제주를 방문한 횟수를 투입하였다.

사후검정은 Duncan's 다중검정방법을 이용함($\alpha < 0.05$)의 각 부 집단은 유의수준 0.05이내에서 유의한 차이가 있음을 알 수 있다. 더 구체적으로 살펴보면 무행동에 영향을 미치는 요인으로는 연령($t=2.968, p<0.01$), 가구 월 소득($t=2.746, p<0.01$)이 영향을 미치는 변수로 나타난다. 즉, 가구 월 소득이 높을수록 관광 후 무행동을 보이며, 연령이 높을수록 관광 후 무행동을 보이는 것으로 나타난다.

소극적 불평행동에 영향을 미치는 요인으로는 성별($t=2.696, p<0.01$), 결혼($t=2.874, p<0.01$), 연령($t=2.997, p<0.01$)이 관광 후 소극적 불평행동에 영향을 미치는 변수로 나타난다.

적극적 불평행동에는 통계적으로 유의한 영향을 미치지 않는다.

관광특성에 대한 관광 후 소극적 불평행동에 영향을 미치는 요인으로는 방문 회수($t=2.665, p<0.01$), 체류 기간($t=2.992, p<0.01$)이 관광 후 소극적 불평행동에 영향을 미치는 변수로 나타난다. 즉, 제주 방문 횟수가 많을수록 관광 후 소극적 불평행동을 보이는 것으로 나타난다.

가설4-3: 개인특성과 관광행태에 따라 사후행동의도에 차이가 있을 것이다.

제주를 방문 중국인 관광객의 사후행동 의도에 따른 개인특성, 관광행태의 차이를 검증하기 위해 일원변량분석을 실시하고 그 결과는 <표 4-20>과 같다.

<표 4-20> 개인특성과 관광행태에 따라 사후행동의도 차이 분석

구 분			중속변수 재방문 의도, 추천의도			
특성	항목	n	평균	t/p		
개인특성	성별	남	130	3.22	1.266	
		녀	138	3.23		
	결혼	미혼	62	3.35	2.521**	
		기혼	206	3.02		
	연령	20대	120	3.12(ab)	2.667**	
		30대	90	3.92(b)		
		40대	38	3.38(ab)		
		50대	12	3.56(ab)		
	가구 월 소득	60대 이상	6	2.87(a)	4.352***	
		100만 미만	52	2.35(a)		
100~150미만		70	2.65(ab)			
150~200미만		54	2.63(ab)			
200~250미만		32	2.67(ab)			
관광행태	방문 횟수	250~300미만	12	2.55(ab)		
		300만 이상	48	2.88(b)		
		1회	238	3.12(a)		2.714**
		2회	14	3.23(ab)		
	3회	14	3.90(b)			
6회	2	3.19(ab)				
체류 기간	1일~2일	39	3.52(a)	2.535**		
	3일~4일	134	3.67(ab)			
	5일~6일	80	3.83(b)			
	1주일~2주일 미만	18	3.76(ab)			

*p<.05, *8p<.01, ***p<.001 사후검정은 Duncan's 다중검증방법을 이용함(a<b)

4. 분석결과의 요약

본 연구는 제주를 방문 중국인 관광객을 대상으로 서비스 품질의 만족도에 대한 검증을 하고, 관광 후 불평행동을 유형별로 구분하여 사후행동 의도에 대해 검증한다. 또한 서비스 품질의 만족도와 불평행동 어떠한 영향을 미치는가를 알

아보기 위해서 선형 회귀분석을 실시한다.

먼저 분석에 이용된 표본의 특성을 살펴보면, 남성과 여성의 비율이 거의 비슷한 것으로 나타나고, 지역별로 보면 남방 지역이 제일 많은 것을 알 수 있다.

이상의 분석결과의 내용을 요약하면 다음과 같다.

첫째, 제주를 방문 중국인 관광객의 현재 참여하고 있는 관광 후 불평행동을 유형별로 나눈 것은 한국관광공사가 실시하는 중국인 관광객실태조사에서 나온 것과 동일 한 분류법을 사용한다.

둘째, 요인분석을 통해 추출된 서비스 품질에서는 ‘호텔’, ‘식당’, ‘교통’, ‘관광지’와 같은 4개의 요인을 도출하고, 불평행동에서는 ‘무행동, 소극적 불평행동, 적극적 불평행동’이라는 각 3개의 요인을 도출하며 사후행동 의도는 ‘전반적 만족도, 재방문, 추천의도’, 3개의 요인인 ‘사후행동’으로 도출한다.

셋째, 서비스 품질에 따라서 관광 후 불평행동에 미치는 영향을 부분만 영향을 미치는 것으로 볼 수 있기 때문에 가설 I는 부분을 채택한다. 즉, 가설 I-1 <표 4-11>검정 분석의 결과에 따르면, 교통의 중국인 관광객이 호텔, 식당, 관광지의 관광객보다 더 무행동 의도를 지니고 있다고 나타난다. 가설 I-2 <표 4-12>검정 분석의 결과에 따르면, 호텔, 식당의 중국인 관광객이 관광지, 교통의 관광객보다 더 소극적 불평행동을 지니고 있다고 나타난다. 가설 I-3 <표 4-13>검정 분석의 결과에 따르면, 식당, 관광지의 중국인 관광객이 호텔, 교통의 관광객보다 더 적극적 불평행동 의도를 지니고 있다고 나타났다. 이를 통하여 볼 때 중국인 관광객이 관광 후 무행동보다 소극적으로나 적극적으로 불평행동을 취할 의도를 지닌 것을 알 수 있다고 할 수 있겠다.

넷째, 불평행동이 사후행동 의도에 영향을 미치는 것으로 볼 수 있기 때문에 가설 II는 하나를 채택한다. 즉, 불평행동에 따라 사후행동 의도검정 분석의 결과에 따르면, 중국인 관광객이 무행동 및 적극적 불평행동보다 더 소극적 불평행동 의도를 지니고 있다고 나타난다. <표 4-14>, <표 4-15>에서 소극적 불평행동에 미치는 영향을 負(-)로 나타나는 뜻이 관광객이 소극적 불평행동을 하였지만 다시 제주에 재방문으로나 다른 사람한테 추천으로 사후행동을 취한 의도를 지닌 것을 알 수 있다고 할 수 있겠다.

다섯째, 가설 III은 채택된다. 즉, 서비스 품질 만족에 따라 사후행동 의도<표

4-16>, <표 4-17>검정 분석의 결과에 따르면, 호텔, 식당, 교통, 관광지의 중국인 관광객이 만족 시 제주에 다시 재방문이나 다른 사람한테 추천하지 않는 것이다.

여섯째, 가설 IV-1은 서비스 품질에 영향을 미치는 개인특성 요인으로는 기혼자가 미혼자보다 식당의 품질을 더 유의한다. 연령이 어릴수록 관광지의 품질을 더 유의한다. 가구 월 소득이 높을수록 관광지의 품질을 더 유의한다. 그리고 제주 방문 횟수 및 체류시간이 많을수록 식당의 품질을 더 유의한다.

일곱째, 가설 IV-2는 무행동에 영향을 미치는 개인특성 요인으로는 가구 월 소득이 높을수록 무행동을 보이며, 연령이 높을수록 무행동을 보인다 것으로 나타난다. 소극적 불평행동에 영향을 미치는 개인특성 및 관광형태 요인으로는 연령이 어릴수록 소극적 불평행동 보인다고 할 수 있다. 미혼자가 기혼자보다 더 소극적 불평행동을 나타낸다. 그리고 제주 방문 횟수가 많을수록 소극적 불평행동을 보이는 것으로 나타났다.

여덟째, 가설 IV-3은 사후행동의도에 미치는 개인특성 및 관광형태 요인으로는 결혼여부, 나이별, 가구 월 소득별, 방문횟수별과 체류시간별을 모두 유의한다.

<표 4-21> 결과의 요약

구분	내용				채택 여부
		적극적 불평행동	소극적 불평행동	무행동	
가설1	호텔		채택(-)		부분 채택
	식당	채택(-)	채택(-)		
	교통		채택(-)	채택(-)	
	관광지	채택(-)			
가설2		사후행동			부분 채택
	적극적 불평행동				
	소극적 불평행동	채택(-):재방문 의도, 추천의도			
	무행동				
가설3		사후행동			채택
	호텔 만족	채택(+):재방문 의도, 추천의도			
	식당 만족	채택(+):재방문 의도, 추천의도			
	교통만족	채택(+):재방문 의도, 추천의도			
가설4-1		서비스 품질			부분 채택
	개인특성	채택: 결혼, 연령, 가구 월 소득			
	관광행태	채택: 방문횟수, 체류기간			
가설4-2		불평행동			부분 채택
	개인특성	채택: 성별, 결혼, 연령, 가구 월 소득			
	관광행태	채택: 방문횟수, 체류기간			
가설4-3		사후행동			채택
	개인특성	채택: 결혼, 연령, 가구 월 소득			
	관광행태	채택: 방문횟수, 체류기간			

V. 결론

1. 연구의 요약 및 시사점

1) 연구결과의 요약

본 연구는 꾸준히 증가하고 있는 제주 방문 중국인 관광객의 불평행동에 대하여 서비스 품질의 만족도, 관광 후 불평행동, 사후행동 의도를 조사한다. 또한 제주 방문 중국인 관광객을 대상으로 제주에서 제공되는 서비스 품질의 만족도에 따라 관광 후 불평행동 및 사후행동의도를 연구하였다. 관광 후 불평행동에 따라 사후행동의도를 연구하였다.

실증분석을 위하여 2010년 3월 25일부터 4월 8일 날마다 걸쳐 제주국제공항 출국장을 통해 제주에서의 관광을 모두 마치고 중국으로 돌아가는 20세 이상 남녀 성인 관광객을 대상으로 총 300부의 설문지를 배포하였고, 응답이 불성실한 표본 32부를 제거하여 본 연구에서는 총 268부를 분석에 사용하였다. 실증분석을 위하여 먼저 연구대상자의 인구통계학적 특성 빈도 분석하였다. 연구의 타당도 및 신뢰도를 측정하기 위해서 서비스 품질, 관광 후 불평행동, 사후행동의 요인 분석 및 신뢰도를 분석하였다. 연구 과제를 분석하기 위해서는 다중회귀분석, 계층적 회귀분석, 동일표본 t-test를 실시하였다.

분석 결과 첫째, 인구통계학적인 측면에서는 연령은 20~29세(45.5%), 4년제 대학교 졸업이 140명 (52.2%), 가구당 월 소득은 5000~8000만원 70명 (26.1%)의 비율로 나타났다. 관광특성으로는 제주 방문 횟수로 1회 방문자가 218명(81.3%)로 가장 많았으며 그 뒤를 따랐다. 여행의 목적으로는 관광/휴양이 186명(69.4%)로 가장 높게 나타났으며, 여행 기간으로는 3일~4일이 135명(50.3%), 5일~6일이 80명(29.9%)으로 나타났다. 관광 유형으로는 단체여행이 218명(81.4%)로 가장 높게 나타났으며 직장동료는 88명(32.8%)으로 가장 높게 나타났다. 정보탐색 원

천으로는 여행사와 가족/친구/동료로부터의 정보를 가장 많이 이용한 것으로 나타났다.

둘째, 서비스 품질의 만족도, 관광 후 불평행동, 사후행동 의도에 대한 요인 화와 신뢰도 측정의 분석 결과에 따르면, 서비스 만족은 호텔, 식당, 교통, 관광지로 분류되고 내적 일치도가 나타났다. 관광 후 불평행동의 무행동, 소극적 불평행동, 적극적 불평행동 및 사후행동 의도로 나뉘지며 내적 일치도가 잘 설명되었다.

셋째, 연구 가설 1인 서비스 품질의 만족이 불평행동에 어떻게 영향을 미치는가에 대하여 알아보기 위해 다중회귀분석을 실시한 결과 교통이 불평행동은 무행동에 유의한 영향을 주었으며, 식당 및 호텔이 불평행동은 소극적 불평행동에 유의한 영향을 주었으며, 식당 및 관광지가 불평행동은 적극적 불평행동에 유의한 영향을 주었다. 즉, 다른 불평행동보다 식당에 대한 적극적 불평행동으로 연결되는 데에 큰 영향을 미친다고 볼 수 있다.

넷째, 연구 가설 2인 관광 후 불평행동이 사후행동의 재방문의도, 추천의도에 어떠한 영향을 미치는가에 대하여 알아보기 위해 다중회귀분석을 실시하였다. 분석 결과 소극적 불평행동은 사후행동에 유의한 영향을 주었다. 즉, 다른 불평행동보다 소극적 불평행동이 사후행동으로 연결되는 데에 큰 영향을 미친다고 볼 수 있다.

다섯째, 연구 가설 3인 서비스 품질의 만족이 사후행동 의도에 어떠한 영향을 미치는가에 대하여 알아보기 위해 다중회귀분석을 실시하였다. 분석결과 호텔, 식당, 교통 및 관광지는 사후행동 의도에 유의한 영향을 주었다.

여섯째, 연구 가설 4-1인 개인특성, 관광행태가 서비스 품질에 어떠한 영향을 미치는가에 대하여 알아보기 위해 일원배치 분산분석을 실시하였다. 분석 결과 결혼여부, 나이별, 가구 월 소득별 및 방문횟수, 체류기간은 서비스 품질에 유의한 영향을 주었다.

일곱째, 연구 가설 4-2인 개인특성, 관광행태가 관광 후 불평행동에 어떠한 영향을 미치는가에 대하여 알아보기 위해 일원배치 분산분석을 실시하였다. 분석 결과 성별, 결혼여부 및 방문횟수, 체류기간은 관광 후 소극적 불평행동이 더 보이고, 가구 월 소득 및 나이 높을수록 관광 후 무행동으로 연결되는 데에 큰 영

향을 미친다고 볼 수 있다.

여덟째, 연구 가설 4-3인 개인특성, 관광행태가 사후행동 의도에 어떠한 영향을 미치는가에 대하여 알아보기 위해 일원배치 분산분석을 실시하였다. 분석 결과 성별, 결혼, 나이, 가구 월 소득 및 방문횟수, 체류기간은 사후행동 의도로 연결되는 데에 큰 영향을 미친다고 볼 수 있다.

2) 연구의 시사점

위에 요약한 분석결과를 토대로 본 연구의 시사점을 제시하면 다음과 같다.

첫째, 서비스 품질의 분류는 한국관광공사 실시하는 외국인 관광 실태조사에서 나온 분류와 똑같이 분류하였다. 즉, 호텔, 식당, 교통, 관광지 등의 4가지의 영역으로 분류하여 서비스 품질을 살펴보았다.

둘째, 불평행동은 ‘적극적 불평행동, 소극적 불평행동, 무행동’ 요인으로 3개 요인을 도출하였다. 그리고 사후행동으로 요인을 도출하였다.

셋째, 서비스 품질, 관광 후 불평행동, 사후행동에 이르는 단계를 영역별로 측정하여 심층적인 불평행동의 단계별 과정에 따른 차이점을 제시하였다. 즉, 무행동에서는 교통과 호텔, 식당과 관광지의 나타나는 무행동이 차이가 있을 것이다. 소극적 불평행동에서는 식당, 호텔과 관광지와 교통의 나타나는 소극적 불평행동이 차이가 있을 것이다. 적극적 불평행동에서는 식당, 관광지와 호텔, 교통의 나타나는 적극적 불평행동이 차이가 있을 것으로 결과가 나타났다.

넷째, 서비스 품질, 불평행동 및 사후행동 의도를 조사하여 불평행동의 체계적인 모형을 제시하였다.

다섯째, 중국인 관광객의 불평행동에 미치는 영향력은 개인특성의 성별과 연령, 결혼, 교육수준, 가구 월 소득, 관광형태의 방문 횟수 그리고 체류 기간의 차이로 단계가 조사되었다. 중국인 관광객의 불평행동에 미치는 영향력의 단계와 표< 4-20>인 중국인 관광객의 불평행동 의도에 미치는 영향력의 단계가 어떻게 나타나는지 살펴본 결과, 중국인 관광객들의 위생에 대한 관심도가 높아지고 있는 상황으로 판단할 수 있고 그래서 호텔환경, 식당의 맛이 등의 유지 개선을 위한 노력이 필요할 것이다. 또한 중국인 관광객의 경우 무행동의 불평행동을 보이

며 소극적, 적극적 불평행동을 적극적으로 취하는 것으로 나타났다. 이를 통하여 불 때에, 중국인 관광객이 불평행동을 취할 경우와 개선할 수 있는 방안을 찾을 수 있도록 적극적인 자세로 불평사항을 말할 수 있는 기회를 제공해야 할 것이다. 그리고 불평행동 중 소극적 불평행동에 미치는 영향력에는 연령과 성별이 유의하게 나타났다. 따라서 연령이 많은 관광객과 여성 관광객이 불편한 사항을 알릴 수 있는 경로의 개발이 시급하다.

본 연구는 제주 방문 중국인 관광객을 대상으로 이들의 지각된 서비스 품질이 관광 후 불평행동에 미치는 영향에 관한 연구를 목적으로 수행되었다. 설정된 모형을 통해서 추정된 연구 결과는 여행사를 포함한 한국 관광관련업에 종사하는 마케팅관리자들을 위한 유용한 정보자료로서는 관광활동유형에 따른 세분화된 시장별 잠재고객의 효용을 극대화하기 정책대안마련에 큰 역할을 할 것으로 기대한다.

2. 연구의 한계점 및 향후 연구 방향

1) 연구의 한계점

본 연구는 서비스 품질, 관광 후 불평행동, 사후행동의도에 미치는 영향을 확인하고 단계별 연관성을 알아보려고 하였으나 다음과 같은 연구의 한계점을 가지고 있다.

첫째, 연구의 포괄성을 지적할 수 있다. 본 연구는 제주국제공항 출국장을 선택하여 그 곳에서 출국하는 중국인 관광객들을 대상으로 제주 방문 중국인 관광객들을 대표한다고 할 수 없다.

둘째, 본 연구는 관광이 막 끝난 관광객의 관광 후 불평행동에 대해 조사하기 위하여 공항 출국장에서 조사가 이루어지면서, 몇몇 응답자는 시간에 쫓기어 응답을 하는 경우가 있다. 이러한 점은 좀 더 신중하게 응답할 수 없었던 요소로 작용하게 되는 한계점이 있다.

셋째, 서비스 품질이 관광 후 불평행동에 미치는 영향을 분석하고자 하였는데 서비스 품질을 측정함에 있어 기준의 측정척도를 적용하면서 선행연구 결과를 바탕으로 관광객들의 불만사항을 설문지에서 포함시켜 이들은 관광 후 불평행동에 미치는 요인을 분석하였다.

넷째, 서비스 품질을 호텔, 식당, 교통과 관광지로 분류하여 조사하였으나 이는 혹 있을지 모르는 관광객들의 다른 불평요인을 조사하지 않아 불평요인을 좀 더 세분화 하지 못한 한계점이 있다.

2) 향후 연구 방향

중국인 관광객들이 한국 서비스 품질에 대한 평가를 정확하게 파악하기 위해서는 한국 관광의 특성을 포함시키고 서비스 품질 측정척도 개발에 대한 연구가 필요할 것으로 사료된다.

향후 연구에서는 위에서 제시한 한계점들을 포함하는 더 세분화된 연구가 있어야 할 것이다. 불평행동은 다분히 심리적인 요소를 가지고 행해지는 특성을 가지고 있기 때문에 심리학적 접근으로의 구체적인 연구가 필요하다. 따라서 개인특성 및 관광행태의 심리학적 접근뿐만 아니라 상황적인 요소와 기대불일치와 같은 심리학적 요소에 의한 불평행동을 살펴보는 것도 중요한 연구가 될 수 있을 것이다.

참 고 문 헌

1. 중국문헌

范秀称(2002),价值取向对服务业顾客抱怨倾向的影响,南开管理评论,第5期,第11-16页.

曾志民(1997),影响顾客抱怨行为因素研究,第7期,第17-26页.

赵平(2001),中国耐用消费品行业顾客抱怨行为研究,清华大学学报,第2期,第32-39页.

2. 한국문헌

고재윤·윤승현·한진영(2005), 전시별 서비스품질의 기대불일치가 전시참관객 만족에 미치는 영향 『호텔경영학연구』,14(3), pp.339-354.

공태식·이유재(2005). 고객시민 행동과 고객불량행동이 서비스 품질지각과 고객만족 및 재구매 의도에 미치는 영향 『한국마케팅저널』, 7(3), pp.1-27.

교통개발연구원, “관광지 시설물 배치에 관한 모델연구”, 1991, 12. pp.13.

권혁률(2002). 관광서비스의 개요, 『관광서비스론』 1(2), pp.42.

김기호·정기한·신재익, “관광지 이미지, 고객만족, 고객충성도 간의 관계에 관한 연구-통영 관광지.

김문성·권문호·이영립(2000). ‘항공서비스 품질이 고객 만족에 미치는 영향에 관한 연구’, 여행학연구.

김미경(1997). ‘호텔 서비스질에 대한 고객의 불평행동에 관한 연구’, 동아대학교 대학원 박사학위논문, pp.96.

김문정(1994). 소비자 불평행동이 재구매 의도에 미치는 영향: 서울지역 자동차 구매자를 중심으로. 세종대학교 대학원 박사학위논문.

김성혁(1994). 서비스상품과 관광서비스, 『관광서비스이론과 실제』 2(3), pp.40.

- 김영규(2001). 『여행사경영과 실무』, 3(2), pp.55.
- 김영신·이기춘(1990). “소비자문제 경험과 그 대응행동에 관한 연구”.
- 김완석·김정식·이성수(2005). 자기해석의 관점에서 소비자 불평 의도와 행동에 대한 이해. 『한국심리학회지』, 6(1), pp.19-42.
- 김천중(1994). 여행상품소비자 불평행동 피해규제에 관한 연구. 미간행 박사학위논문, 경기대학교 대학원.
- 김태명 (1996). 서비스 품질과 소비자만족에 관한 이론적 고찰, 인문사회과학연구 제3집, 세명대학교.
- 문희철·박지훈·이장로(2008). 온라인을 통한 소비자불평행동 결정요인에 관한 실증연구: 소비자의 지각적·관계적 특성을 중심으로 『e-비즈니스연구』, 9(4), pp.105-146.
- 박시사(2003). 『관광소비자 행동론』, 서울: 대왕사.
- 박철호(2001). ‘국의 여행자의 불평행동에 관한 연구’, 경기대학교대학원, 박사학위논문.
- _____(2000). 국외 여행서비스 소비자의 불만족 요인과 불평행동에 관한 연구 『여행학연구』 12, pp.79-103.
- 박진영·문숙재(1990). ‘소비자 불평행동에 관한 연구’, 한국가정관리학회, 한국가정관리학회 지제8권 제1호.
- 벌러르체첵(2009). 관광지 서비스가 관광객 만족에 미치는 영향에 관한 연구. 『관광학연구』 배재대학교대학원 석사학위논문.
- 서용건·이강욱(2002). “관광부문 지역공동 마케팅 협력 방안에 관한 연구: 한·일, 한·중·일 마케팅을 중심으로”, 『국제관광 협력사업 연구』. 2002. 12. 문화관광부.
- 서태양·부숙진, “축제 서비스품질이 방문객 만족과 재방문 및 추천의도에 미치는 영향,” 『호텔관광연구』 제9권 2호(2007), pp.114-130.
- 송한택(2001). 소비자의 불만족과 불평행동 유형요인에 관한 연구, 한성대학교 박사학위논문.
- 심재명·최정자(2007). Herzberg의 Two-Factor 이론의 관광지 적용사례 연구: 경주 방문객을 중심으로 『관광연구』, 22(1), pp.155-175.
- 양현주(2003). 국제선 항공사 기내서비스에 관한 불만족과 불평행동 유형에 관한 연구, 관광정책학연구.

- 오상훈·고계성(2005). “IPA를 이용한 섬 관광지 매력성 평가”, 『관광연구』, 19(3), pp.50-55.
- 유소이·허경옥 (2001). 제품과 서비스의 소비자불만 및 소비자불평행동 결정요인 분석: 이 단계 추정방법 응용 『소비문화연구』, 4(2), pp.57-67.
- 이경모·손선미, “축제 품질이 방문자 만족과 행동의도에 미치는 영향,” 『이벤트 컨벤션연구』 제5권 1호(2009), pp.55-69.
- 이숙(1991). “관광이 지역주민에게 미치는 영향연구: 이태원 지역주민을 대상으로,” 석사학위논문, 경희대학교 경영대학원, pp.11.
- 이영진·송영민(2011). “방한 중국 관광객 만족 특성 분석.”
- 이용구(1999). 『항공업무총론』 2(2), p.35.
- 전주형(1996). “여행업의 서비스 품질 평가에 관한 연구”, 경기대학교 박사학위논문, pp.7-9.
- 정충영·최이규(2006). SPSSWIN을 이용한 통계분석. 서울: 무역경영사.
- 정경애(1998). ‘소비자 불평행동의 통합모형’, 계명대학교 대학원, 박사학위논문.
- 조광행(2000). 기업에 대한 소비자 불평의도의 결정요인에 관한 연구 『마케팅연구』, 15(1), pp.125-142.
- 조문수·고승익·오상운(2007). “IPA를 활용한 한국음식의 중요도와 만족도 분석”, 『관광연구』, 22(1), pp.20-23.
- 조우제(2003). “외식소비자의 물리적 환경지각이 서비스품질 평가와 만족에 미치는 영향- 레스토랑의 물리적 환경변수를 중심으로-”, 경기대학교 대학원 박사학위논문.
- 진양호·전진화(2005). ‘외식 소비자 불만족의 요인 및 불평행동에 관한 연구’ 한국조리학회지.
- 지진호(1997). 여행자의 개성과 불평행동과의 상관성에 관한 연구 『여행학연구』, 6, pp.311-333.
- 채서일(2005). 『사회과학조사방법론』, 서울: 비엔엠북스, pp.175.
- 최계봉(1999). 관광자 불평행동에 대한 기업대응전략에 관한 연구. 경기대학교.
- 최병길·송재호·김시영(2004). 지역관광개발 영향인식과 지역주민 태도의 상관성에 관한 연구. 산경논집. pp.237-259.

- 표성수·장혜숙(1994). 『최신관광계획 · 개발론』, 형성출판사.
- 한국관광공사(2009-2010). 관광실태조사. 재인용.
- 한영권(2003). 서비스 총론, 『관광서비스 경영실무』 1(7), pp.88.
- 허향진·조문수(2004). 『호텔경영론』, 형성출판사.
- 황종호(2003). 레스토랑 고객의 불평태도, 불평의도, 불평행동에 관한 연구 『관광·레저 연구』, 14(3), pp.409-428.
- 홍지은(2005). 서비스 제공자 관점에서 고객 불만족요인에 관한 연구-서울시내 특1급 호텔을 중심으로, 경희대학교대학원 석사학위논문.

3. 영어문헌

- Alicke, M. D. et al.(1992), Personality and Social Psychology, Bulletin, Vol. 18, No.3, June.
- _____A Theoretical Analysis. 『*Journal of Marketing Research*』, Vol. 24, November, pp.337-346.
- Arnold, M. J. ,Ferris, M. E., Fisher, J. E., & Garrett, D. E.(1999). Dissatisfied consumers who complain to the better business bureau. 『*Journal of Consumer Marketing*』, 16(6), pp.576-589.
- Bearden, W. O. and Teel, J. E.(1983), Selected Determinant of Consumer Satisfaction and Complaint Report, Journal of Marketing Research. Vol. 20, February.
- Bearden, W. O. & Teel, J. E.(1983). Selected determinants of consumer satisfaction and complaint reports. 『*Journal of Marketing Research*』, 20(1), pp.21-28.
- Bloemer, J.M., D.Hans & P.Kasper(1994). The Impact of Satisfaction on Brand Loyalty: Urging on Classifying Satisfaction and Brand Loyalty. Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behavior, Vol 7, PP.153-159.
- Butler, R. W.(1974), "The Social Implications of Tourist Development," Annals of

- Tourism Research. Vol. II, No. 2, pp.107.
- Cronin, J.J & Taylor, S. T.(1992), " A measuring service quality: A reexamination and extension", 『*Journal of marketing*』 , 56(2), pp.55-68.
- Carman, J.M, "Customer Perception of Service Quality: An Assessment of SERVQUAL Dimensions", *Journal of Retailing*, Vol.69, No.1, Spring.
- Carman, J.M.(1990), Customer Perception of Service Quality: An Assessment of SERVQUAL Dimension, 『*Journal of Retailing*』 , 69(1), pp.33.
- C. Fornell and W.T. Robinson, op. cit, pp.49-54.
- Christina G-Q. Chi and Hailin Qu(1985). op. cit.
- Day, R. and Landon, E. Jr.(1977), Toward a Theory of Consumer Complaining Behavior, *Consumer and Industrial Buying Behavior*In Woodside, Sheth and Bennett, Eds, NY :North-Hoolland.
- Fornell, C. & Wernerfelt, B.(1987). Defensive marketing strategy by customer complaint management: A theoretical analysis. 『*Journal of Marketing Research*』 , XXIV (November), pp.337-346.
- Gary, G.L., P.F. Kaminski & D.R. Rink(1992). Consumer Complaints: Advice on How Complaines Should Respond Respond Based on An Empirical Study. 『*Journal of Consumer Marketing*』 , Vol. 9, No.3, Summer, pp.5-13.
- Goodwin, C. & Ross, I.(1990). Consumer evaluations of responses to complaints : What's fair and why. 『*Journal of Services Marketing*』 , 4(3), pp.53-61.
- Greenberg, J. and McCarty, C.(1990), The Interpersonal Aspects of Procedural Justice: A New Perspective in Pay Fairness, *Labor Law Journal*, 41(August). pp.580-585.
- Gronroos, C.(1984), A Service Quanity Model and Its Marketing Implication, 『*European Journal of Marketing*』 , 18(4), pp.36-44.
- Kozak, M. & Tasci, A. D. A.(2006). Intentions and consequences of tourist complaints. 『*Tourism Analysis*』 , 11(4), pp.231-239.
- _____ & Rimmington, M.(2000). Tourist satisfaction with mallorca, spain, as an off-season holiday destination. 『*Journal of Travel Research*』 , 38,

pp.260-269.

Landon, E. L.(1977), The Direction of Consumer Complaint Research. in J.C. Olson, *Advances in Consumer Research* Vol.7, Ann Arbor, Mich., pp.335-338.

_____ The Direction of Consumer Complaint Research. 『*Advances in Consumer Research*』 Vol.7.

Lewis, c., Rovert and Booms, H, Bernard(1983), The Marketing of Service Quality in Emerging Perspectives on Service Marketing, eds., L. Berry, G. Shostock and G. Upah. American Marketing Association, Chicago, pp.100-107.

Oliver, Richard L.(1997), Satisfaction: A Behavioral Perspective Consumer, Mc Graw -Hill. New York.

Pandya, S. & Singh, J. (1991). Exploring the effects of consumers' dissatisfaction level on complaint behaviours. 『*European Journal of Marketing*』 , 25(9), pp.7-21.

Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., & Berry, L. L.(1985)."SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perception of Service Quality," *Journal of Retailing* Vol. 64(Spring), pp.12-44.

Peters, T. and Austin, N.K.(1985), *A Passion for Excellence*, Random House.

Prakash, V.(1991), Intensity of Dissatisfaction and Consumer Complaint Behaviors, *Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behavior*, 4, pp.109-122.

Robinson, L. M. op. cit., pp.41-50.

Simon Hudson, Graham W.H.Shephard, "Measuring Service Quality at Tourist Destinations: An Application of Importance-Performance Analysis to an Alpine Ski Resort", 『*Journal of Travel & Tourism Marketing*』 , Vol.7(3), pp.61.

Singh, J.(1988). Consumer Complaint Intentions and Behavior: Definitional and Taxonomical Issues. 『*Journal of Marketing*』 , Vol.52, January, pp.93-107.

_____ & R.D. Howell(1984). Consumer Complaining Behavior, A Review and Prospectus. Journal of Consumer Satisfaction and Dissatisfaction and Complaining Behavior, pp.41-44.

_____A Typology of Consumer Dissatisfaction Response Styles, 『*Journal of Restailing*』, Vol. 66(spring). pp.57-99.

Sproles, G. B.(1986), "The Concept of Quality and the Efficiency of Markets: Issues and Comments," Journal of Marketing, Vol.13, Jun.

Steenkamp, Jan-Benedic E. M.(1990), "Conceptual Model of the Quality Perception Perception Process," Journal of Business Research, Vol.21.

Zeithaml, Valarie A.(1988), "Consumer Perceptions of Price, Quality, and Value: A Means-End Model and Synthesis of Evidence", Journal of Marketing, 52(july), pp.2-22.

설문지

안녕하십니까?

바쁘신 중에도 설문에 응해 주셔서 진심으로 감사드립니다.

저는 제주대학교 일반대학원 관광경영학과 석사과정에 재학 중이며, 제주방문 중국인 관광객의 불평행동을 중심으로 “서비스 품질이 관광객 인식에 미치는 영향에 관한 연구” 라는 주제로 석사학위 논문을 준비하고 있습니다.

본 설문에 대한 귀하의 응답은 관광정책에 유익한 도움을 줄 수 있습니다. 귀하가 응답하신 내용은 무기명으로 처리되며, 통계 연구 자료만 사용하게 됨을 약속드립니다.

바쁘시더라도 시간을 내어 솔직한 답변을 주실 것을 부탁드립니다. 귀하의 무궁한 발전과 건강을 빕니다.

지도교수: 제주대학교 대학원 관광경영학과 조문수 교수님
조사자: 제주대학교 대학원 관광경영학과 석사과정 최홍령
연락처: 010-4952-8409
E-mail : cuihongling@nate.com

I. 다음은 방문 행태에 관한 사항입니다. 해당 항목에 표시해 주시기 바랍니다.

1. 귀하는 이번 제주여행 몇 번째입니까? _____회
2. 귀하는 이번 여행에 누구와 함께 방문하셨습니다?
① 혼자 ② 가족 ③ 친구 ④ 직장동료 ⑤ 연인 ⑥ 기타()
3. 귀하의 관광유형은 어떻게 되십니까?
① 단체관광 ② 개별관광 ③ Airtel Package ④기타()
4. 귀하의 이번 여행의 목적은 무엇입니까?
① 관광/휴양 ② 친지/친구 방문 ③ 교육 ④ 출장 ⑤ 가족여행
⑥ 쇼핑 ⑦ 음식 탐방 ⑧기타()
5. 이번 여행에서 제주에 체류한 기간은 며칠입니까? _____일
6. 제주를 여행하기 전에 제주여행정보나 지식은 어떻게 획득 하셨습니까?
① 여행사 ② 주변사람(가족, 친구, 동료) ③ 인터넷
④ 관광안내서적 ⑤ 대중매체(TV, 신문, 잡지 등)
⑥ 한국기관(관광공사, 대사관 등) ⑦ 기타()

II. 다음은 서비스 품질에 대한 만족도에 관한 내용입니다. 귀하께서 생각하는 적절한 곳에 “√”로 표시하여 주십시오.

문항	만족도				
	매우 만족하다	만족하다	보통이다	만족하지 않다	전혀 만족하지 않다
호텔환경의 청결	①	②	③	④	⑤
안전한 호텔시설	①	②	③	④	⑤
편리한 호텔시설	①	②	③	④	⑤
호텔시설 종업원의 친절	①	②	③	④	⑤
호텔 가격의 적정성	①	②	③	④	⑤
입맛에 맞는 음식	①	②	③	④	⑤
식당 종업원의 친절	①	②	③	④	⑤
음식가격의 적정성	①	②	③	④	⑤
식당의 위생	①	②	③	④	⑤
식당의 좌식은 편안하다	①	②	③	④	⑤
안전한 관광버스	①	②	③	④	⑤
운전기사의 태도	①	②	③	④	⑤
관광버스들은 시간을 잘 지킴	①	②	③	④	⑤
중문 표시판 및 광안내지도	①	②	③	④	⑤
편리한 교통수단	①	②	③	④	⑤
관광지 공공화장실의 청결	①	②	③	④	⑤
관광지의 활동 (공연, 관람, 체험 등)	①	②	③	④	⑤
관광지의 청결	①	②	③	④	⑤
관광지의 안전성	①	②	③	④	⑤
관광지 안내서비스	①	②	③	④	⑤

Ⅲ. 다음은 제주를 경험하신 행동들 중 불편에 대해서 귀하는 관광 후 어떻게 행동할 것인지 귀하의 의견이 해당되는 곳에 체크(✓)하여 주십시오.

	불편 행동	관광 후				
		매우 그렇다	그렇다	보통 이다	그렇지 않다	전혀 구렁지 않다
1	아무런 행동도 취하지 않는다.	①	②	③	④	⑤
2	사소하게 생각하고 지난다.	①	②	③	④	⑤
3	이용을 중단한다.	①	②	③	④	⑤
4	다른 업체로 변경한다.	①	②	③	④	⑤
5	동반자에게 불만경험을 이야기 한다.	①	②	③	④	⑤
6	해당업체에게 보상을 요구한다.	①	②	③	④	⑤
7	제3기관에 신고한다(ex. 관광공 사, 관광협회, 소비자보호원)	①	②	③	④	⑤
8	보상을 위해 해당업체에 대항하 여 법적조치를 취한다.	①	②	③	④	⑤

Ⅳ. 다음 제주여행 사후행동 의도에 대한 질문입니다.

1.향후 3년 내에 관광목적으로 제주를 다시 방문할 의사가 있으십니까?

① 매우 그렇다 ② 그렇다 ③ 보통 ④ 그렇지 않다 ⑤ 매우 그렇지 않다

2.제주를 다른 사람들에게 추천하시겠습니까?

① 매우 그렇다 ② 그렇다 ③ 보통 ④ 그렇지 않다 ⑤ 매우 그렇지 않다.

V.다음의 문항은 귀하의 인구 통계학적 사항에 대한 질문입니다. 귀하께서
생각하시는 적절한 곳에 “√”로 표시하여 주십시오.

1. 귀하의 성별은

- ① 남성 ② 여성

2. 귀하의 연령은 _____세

3. 귀하의 혼인상황은

- ① 결혼 ② 미혼

4. 귀하의 학력은

- ① 고등학교 졸업 이하 ② 전문대학 재학 ③ 전문대학 졸업 ④ 4년제
대학교 재학 ⑤ 4년제 대학교 졸업 ⑥ 대학원 재학 ⑦ 대학원 졸업 이상

5. 귀하의 직업은

- ① 사무직 ② 공무원 ③ 사업가(자영업) ④ 판매/서비스업 ⑤ 전문직(교
수, 의사, 법률가 등) ⑥ 주부 ⑦ 학생 ⑧ 군인 ⑨ 사무, 기술직
⑩ 연금퇴직자 ⑪ 기타()

6. 귀하의 가구당 월 평균 소득은

- ① 5,000元이하 ② 5,000~8,000元 ③ 8,000~10,000元
④ 10,000~15,000元 ⑤ 15,000~20,000元 ⑥ 20,000元 이상

*** 설문에 응답해 주셔서 감사드립니다. ***

關於來濟州島的觀光客對觀光服務品質以及觀光客不平行動的研究
(問卷調查)

您好!

謝謝您在百忙之中抽出時間來進行問卷調查。我是韓國國立濟州大學觀光經營學科的研究生，現在正在為碩士論文“服務品質對觀光客的認識造成影響的研究”為主題并以來濟州訪問的中國人觀光客的不平行動為中心而進行的問卷調查。

您的回答將會對中韓兩國的觀光政策作出很大的幫助，此次的問卷調查嚴格遵守相關的法律規定，并以無記名的形式來進行統計研究。如果涉及到您的個人信息，我們將給以絕對保密。祝您身體健康!

謝謝!

2011年 3月

指導教授：濟州大學 大學院 觀光經營學科 趙文秀 教授

研究者：濟州大學 大學院 觀光經營學科 崔紅凌

聯系方式：010-4952-8409 郵箱：cuihongling@nate.com

I. 下面是關於您訪問狀態的問題，請您在下面的選項中用“√”標出您的選擇。

1. 到目前為止您一共來濟州旅遊過幾次? _____ 次
2. 您這次旅遊的同行者是誰?
① 自己 ② 家人 ③ 朋友 ④ 團體 ⑤ 愛人 ⑥ 其他()
3. 您的本次濟州旅遊的狀態屬於下面狀態中的哪一項?
① 團體觀光 ② 個人觀光 ③ 背囊旅行 ④ 其他()
4. 請在下面的選項中選出您本次濟州旅遊的目的?
① 觀光/休養 ② 探親訪友 ③ 教育 ④ 出差 ⑤ 家庭旅遊
⑥ 購物 ⑦ 美食品嘗 ⑧ 其他()
5. 您本次濟州旅遊一共幾天幾夜? ()天 ()夜
6. 您這次訪問濟州之前是通過下面的哪一項得到的觀光信息?
① 旅行社 ② 周邊的人(家人, 朋友, 同事) ③ 電腦
④ 觀光服務手冊 ⑤ 大眾媒體(TV, 新聞, 雜誌 等)
⑥ 韓國機構(觀光開發部, 大使館 等) ⑦ 其他()

II. 下面是對服務品質的滿足度的調查，請從①~⑤中選擇最適合您得一項并用“√”標出。

項目	滿足度				
	非常 滿足	滿足	一般	不滿足	非常不 滿足
酒店环境的清洁性	①	②	③	④	⑤
酒店設施的安全性	①	②	③	④	⑤
酒店設施的便利性	①	②	③	④	⑤
酒店職員的親切度	①	②	③	④	⑤
酒店价格的合理性	①	②	③	④	⑤
合胃口的飲食	①	②	③	④	⑤
飯店服務員的親切性	①	②	③	④	⑤
飲食价格的合理性	①	②	③	④	⑤
飯店的衛生	①	②	③	④	⑤
飯店的座位舒适度	①	②	③	④	⑤
觀光車的安全性	①	②	③	④	⑤
司機的親切性	①	②	③	④	⑤
觀光車准時性	①	②	③	④	⑤
中文的標示和觀光地圖	①	②	③	④	⑤
便利的交通手段	①	②	③	④	⑤
觀光地公共衛生間的清洁性	①	②	③	④	⑤
觀光地的活動(公演, 觀覽, 體驗等)	①	②	③	④	⑤
觀光地的清洁性	①	②	③	④	⑤
觀光地的安全性	①	②	③	④	⑤
觀光地的向導服務	①	②	③	④	⑤

Ⅲ. 在您所感受的服務的品質中有不平時在觀光后您會作出什麼樣的舉動，請從①~⑤中選擇最適合您得一項并用“√”標出。

	不滿行動	觀光后				
		一定會	會	一般會	不會	完全不會
1	不會采取任何行動.	①	②	③	④	⑤
2	不會太介意.	①	②	③	④	⑤
3	(下次旅游)不會在利用.	①	②	③	④	⑤
4	(下次旅游)會利用其他觀光車.	①	②	③	④	⑤
5	向朋友/親戚/同伴者講述不滿之處.	①	②	③	④	⑤
6	向有關部門要求補償.	①	②	③	④	⑤
7	向第三機關投訴 (如觀光公社 觀光協會 消費者保護院).	①	②	③	④	⑤
8	爲了得到補償向有關部門對抗并採取法律措施.	①	②	③	④	⑤

Ⅳ. 下面是對濟州旅游的評價，請選擇最符合您的內容并用“√”標出。

1. 今后三年內您是否還想到濟州來旅游?

① 非常想 ② 想 ③ 一般想 ④ 不想 ⑤ 非常不想

2. 您是否會向其他人推薦濟州旅游?

① 一定會 ② 會 ③ 也許會 ④ 不會 ⑤ 一定不會

V.下面是關於人口統計性調查，請選擇最符合您的內容并用“√”標出。

1. 您的性別是？

- ① 男 ② 女

2. 您的年齡是 _____ 歲

3. 您的婚姻狀況是？

- ① 已婚 ② 未婚

4. 您的學歷是？

- ① 高中畢業以下 ② 大專在學 ③ 大專畢業 ④ 大學本科在學
⑤ 大學本科畢業 ⑥ 在學研究生 ⑦ 研究生畢業以上

5. 您的職業是？

- ① 管理業 ② 公務員 ③ 个体戶(自營業) ④ 服務業 ⑤ 專門職業(老師, 醫生, 法律 等) ⑥ 家庭主婦 ⑦ 學生 ⑧ 軍人 ⑨ 生產, 技術業 ⑩ 退休人員 ⑪ 其他()

6. 您的家庭月收入？

- ①5,000元 以下 ②5,000~8,000元 ③8,000~10,000元
④10,000~15,000元 ⑤15,000~20,000元 ⑥20,000元 以上

♣ 再次感謝您的真誠合作! ♣

ABSTRACT

A Study on Affecting the Tourists' Recognize of Service Quality

-Focused on the Chinese Tourists' Complaint Behavior in JEJU-

by Hong-Ling Cui

The Graduate School of Jeju National University

Department of Tourism Management

Under the affection of various factors, there would be some expectations about the tourism services by tourists before they purchase the services. The comparison of these expectations and the services each customer received in practice lead to dissatisfaction and complains by tourists.

Complaining behavior is a kind of denial to the individual product or service which was offered by some company or other kinds of entities (government, local organizations of consumers).

Therefore, this study analyzed the quality of tourism service, satisfaction and complaining behavior of Chinese tourists, and the quality of post-processing of the complaints based on the evaluation by empirical analysis of behavioral intention for tourists to post complaints.

The purpose of this study was to investigate the complaining behavior, tourism service quality, satisfaction of Chinese tourists and effects of post-processing of the complaints, which were based on the behavior and

intention of complaint regarding the visit of Jeju Island hotels, attractions, restaurants and public transportations within the city.

Apart from the Complaining behavior and intentions according to the post-impact behavior, the personal characteristics, tourist types, social, cultural, economic, environmental action, the type of complaints of the tourists were also investigated.

In this thesis, some of the problems regarding quality of tourism services in Jeju were pointed out and scenarios to improve the pointed out problems were proposed, this would be helpful for the tourists who will visit Jeju in the future.

For the empirical study, questionnaire survey was conducted at Jeju International Airport from 25 March to April 8, 2011. Totally 300 questionnaires were distributed to Chinese tourists who visited Jeju and 268 questionnaires were used for the analysis. As for the analysis methods of this study, frequency analysis, factor analysis, T-test, cluster analysis, discrimination analysis, correlation analysis and regression analysis were performed for the statistic analysis by using SPSS 12.0.

The major findings of this study can be summarized as follows:

By Hypothesis 1, it was mainly about complaining behavior analysis. It was found that transportation had a significant effect to complaining behavior, besides this, restaurant and hotel staffs constituted the majority of being complained by tourists. In other words, excepted for the complaint about the restaurants, the transportation had the greatest impact on the complaining behavior of tourists.

By Hypothesis 2, it was found out that negative complaining behavior had a significant impact on the post-processing. In other words, compared to other kinds of complaining behavior, the post-processing depends up on the negative complaining behaviors.

By Hypothesis 3, we found that hotels, restaurants, transportations which

involved in the tourism had a significant impact on the post- processing of complaints.

By Hypothesis 4, it was found that, to a great extent, the quality of tourism services depend upon the tourists' marital status, age, household income, visiting times and duration of stay.

By Hypothesis 5, we found that complaining behavior was affected by several factors of the tourist, including sex, marital status, visiting times, duration of stay after the tour and so on, in which household monthly income and age had the greatest impact on complaining behavior.

By Hypothesis 6, it was found that the tourists' marital status, age, household income, visiting times and duration of stay had a significant effect on the post- processing of complaints.

As to the limitation of this study, the research area of tourism needs more academic and empirical study. The future study will include the limitations which were pointed out in this thesis and the details related to the proposed problems. Also, since complaining behavior is involved with kinds of psychology factors, the particular psychology analysis is needed in the further studies.