



## 저작자표시 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.
- 이차적 저작물을 작성할 수 있습니다.
- 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.

- 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

관광통역안내사의 역할과 관광객  
만족에 관한 연구  
— 제주방문 중국관광객을 중심으로

濟州大學校 大學院

觀光經營學科

劉 晨

2013年 2月



# 관광통역안내사의 역할과 관광객 만족에 관한 연구

— 제주방문 중국관광객을 중심으로

指導教授 朴 時 四

劉 晨

이 論文을 觀光學 碩士學位 論文으로 提出함

2013年 2月

劉晨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

2013年 2月

# A Study on Tour Guide's Role and Tourist Satisfaction

— Focused on Chinese Tourists to Jeju

Liu Chen

(Supervised by professor Si-Sa Park)

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

FEBRUARY. 2013

This thesis has been examined and approved.

.....  
.....  
.....

.....  
FEBRUARY. 2013

Department of Tourism Management

GRADUATE SCHOOL

JEJU NATIONAL UNIVERSITY

# 목 차

<b>I. 서론</b> .....	<b>1</b>
1. 문제의 제기 .....	1
2. 연구의 목적 .....	3
3. 연구의 범위와 방법 .....	4
<b>II. 이론적 배경</b> .....	<b>6</b>
1. 관광통역안내사에 대한 이론 .....	6
1) 관광통역안내사의 개념 .....	6
2) 관광통역안내사의 자세 .....	7
3) 관광통역안내사의 역할 .....	9
4) 관광통역안내사 역할의 구성요소 .....	12
2. 관광객만족에 대한 이론 .....	15
1) 관광객만족의 개념 .....	15
2) 관광객만족 이론 .....	19
3) 관광객만족의 측정 .....	23
3. 중국관광객과 통역안내사의 현황 .....	24
1) 중국 해외관광시장 현황 .....	24
2) 방한 중국관광객 현황 .....	25
3) 제주도 중국관광객 현황 .....	27
4) 중국어 관광통역안내사의 현황 .....	28
4. 선행연구 .....	30
1) 관광통역안내사에 대한 연구 .....	30
2) 관광객 만족에 관한 연구 .....	32

<b>III. 연구 설계</b> .....	<b>34</b>
1. 연구모형의 설계 .....	34
2. 연구가설의 설정 .....	34
3. 연구조사의 설계 .....	35
1) 설문지 구성 .....	35
2) 자료수집 방법 .....	36
3) 분석방법 .....	37
<b>IV. 실증분석</b> .....	<b>38</b>
1. 표본의 구성과 특성 .....	38
2. 신뢰성 및 타당성 분석 .....	41
3. 가설검증 .....	45
4. 분석결과의 요약 .....	54
<b>V. 결론</b> .....	<b>56</b>
1. 연구의 요약 및 시사점 .....	56
2. 연구의 한계점 및 향후 연구 방향 .....	59
참고문헌 .....	60
ABSTRACT .....	64
부록: .....	67

## <제 목 차 례>

<표2-1> 관광통역안내사의 역할 학자별 유형화 .....	11
<표2-2> 관광소비경험에서 발생한 결과와 평가과정에 초점 .....	17
<표2-3> 2011년도 중국인의 10대 해외관광목적지 .....	25
<표2-4> 방한 중국 관광객 현황 .....	26
<표2-5> 연도별 관광통역안내사 국가자격증 취득자 현황 .....	29
<표2-6> 관광통역안내사에 관한 연구 .....	31
<표3-1> 설문지 구성 .....	36
<표3-2> 자료 수집 .....	37
<표4-1> 표본의 인구통계적 특성 .....	39
<표4-2> 표본의 여행 특성 .....	40
<표4-3> 관광통역안내사의 역할에 만족도에 대한 신뢰도 및 타당성 분석 .....	43
<표4-4> 변인별 평균과 표준편차 .....	44
<표4-5> 성별에 따른 관광통역안내사의 역할에 대한 만족도의 차이분석 .....	45
<표4-6> 연령에 따른 관광통역안내사의 역할에 대한 만족도의 차이분석 .....	46
<표4-7> 학력에 따른 관광통역안내사의 역할에 대한 만족도의 차이분석 .....	47
<표4-8> 직업에 따른 관광통역안내사의 역할에 대한 만족도의 차이분석 .....	48
<표4-9> 월소득에 따른 관광통역안내사의 역할에 대한 만족도의 차이분석 .....	49
<표4-10> 방문횟수에 따른 관광통역안내사의 역할에 대한 만족도의 차이분석 .....	50
<표4-11> 동반자에 따른 관광통역안내사의 역할에 대한 만족도의 차이분석 .....	51
<표4-12> 통역안내사의 국적에 따른 관광통역안내사의 역할에 대한 만족도의 차이분석 .....	52
<표4-13> 관광통역안내사의 역할은 관광객 전반적인 만족도에 미치는 영향 .....	53
<표4-18> 가설 검증결과 요약 .....	55

## <그림 차례>

<그림1-1> 연구의 흐름 .....	5
<그림2-1> 관광통역안내사 역할의 체계적인 주요 구성요소 .....	12
<그림2-2> 제주도 방문 외국인 관광객 현황 .....	27
<그림3-1> 연구모형 .....	34



# I. 서론

## 1. 문제의 제기

중국은 1978년 12월에 11회 삼중전회(三中全會)에서 등소평의 대내개혁과 대외 개방 정책을 확정한 후 정치·경제·문화 등 각 방면이 급속하게 발전하고 있다. 개혁개방 정책을 추진한 이래 33년간 중국의 GDP는 매년 9.5-10%의 성장률로 2011년의 7.3조 달러를 기록하였고 경제규모는 일본을 넘어서 미국에 버금가는 전세계 2위 자리 차지했다.<sup>1)</sup>

국민의 생활수준의 끊임없이 향상되면서 그리고 중국정부는 법적으로 국민의 출국 제한을 완화시켰고 중국인들의 관광의식이 변화하면서 국외여행의 욕구가 커지고 있다. 중국의 국내 시장, 인바운드 시장, 아웃바운드 시장 3개 관광시장 중에서 아웃바운드 시장은 가장 빠른 성장세를 보이고 있다. 2003년 중국 해외여행자의 수는 2022만 명을 달성하였고 일본을 추월하며 아시아의 최대 관광객 수출국으로 성장되었다.<sup>2)</sup> 2011년 중국 해외여행자는 7025만 명 전년 보다 22.4%를 성장하였고 아웃바운드 관광시장의 규모는 미국의 1.2배, 일본의 3.5배 되었고 지속적으로 세계 최대의 관광객 수출국으로 성장하고 있다.<sup>3)</sup>

한국과 중국은 지리적인 여건, 문화적 동질성과 더불어 양국의 개방적 해외여행 정책에 힘입어 관광교류가 활발하기 이루어지고 있다. 1992년 한중 수교 및 1998년 중국정부가 중국인의 한국여행을 허용함은 양국의 방문을 촉진하는 계기가 되었다.<sup>4)</sup> 2011년 기준으로 한국의 중국인방문객이 2,220,196명이 전체의 22.67%로 2위를 차지하고 있다.<sup>5)</sup>

2002년 1월 26일 "제주도 국제자유도시 특별법"을 공포했으며, 2002년 4월 1일

1) 謝百三. "世界經濟与中國經濟的一个迷", 《金融投資報》, 2012年05月19日, 第5版

2) 羅敏(2010). "中國公民出境旅游發展的動力机制与趨勢研究", 中國海洋大學, 碩士論文, p.1.

3) "中國邁向世界第一大出境游市場", 《國際金融報》, 2012年04月12日, 第02版

4) 박시사(2006). "한중 여행업 비교", 『관광레저연구』 18(3), pp.7-21.

5) 문화체육관광부(2012). 『2011년기준 관광동향에 관한 연차보고서』, p.23.

부터 그 시행에 들어갔고, 중국관광객들에 대한 제주도 무사증 입국이 허용되었  
고<sup>6)</sup> 1994년 처음 제주도를 방문하기 시작한 중국인 관광객은 2011년 57만610명  
으로 전체 외국인 관광객의 절반을 넘는 54.6%를 차지했다.<sup>7)</sup> 중국인 관광시장은  
제주도의 최대의 외국인 인바운드 시장으로 자리 잡고 있다.

호스트-게스트의 관계(host-guest relationship)로 설명되기도 하는 국제관광에  
서 관광객이 호스트사회 사람들과 직접 커뮤니케이션을 시도해도 언어장벽 때문  
에 결국 관광통역안내사가 중간에 개입하게 된다.<sup>8)</sup> 관광통역안내사는 외국인 단  
체관광객을 안내하는 전문 인력으로 외국인에게 한국의 문화와 역사를 전달하는  
역할을 할 뿐만 아니라 외국인 관광객들은 이들에 의하여 한국에 대한 이미지를  
느끼게 되므로 한국관광의 얼굴이라 할 수 있다고 하였다. 특히 국가홍보 상품의  
질 평가, 이미지 결정, 재방문 여부의 관건은 관광통역안내사의 자질에 달려 있  
으므로 관광통역안내사의 영향력은 대단히 크다고 할 수 있다.<sup>9)</sup>

중국인 관광객 유치 증대를 위해서 정부의 정책적 지원과 중국인의 성향에 부  
합하는 관광상품 개발 등의 측면도 중요하지만 중국인 관광객의 만족도 높은 관  
광목적지를 되기 위해서 가장 중요한 중추적 기능을 담당하는 관광통역안내사의  
역할의 중요성을 간과해서는 안 될 것이다.

제주도 중국인 관광객에 대한 연구가 요즘 많아지고 있지만 관광가이드를 대  
상으로 관한연구가 일본어 관광통역안내사(현성곤, 1993 ; 양필수 · 오상훈 · 박  
시사, 2007 ; 양필수 · 오상훈 · 강성일, 2007) 국내관광안내사(유경희, 2011)등의  
연구논문은 있지만 중국어 관광통역안내사에 관한 연구논문은 많지 않다. 중국관  
객의 급속적인 증가와 관광통역안내사의 중요성에 비해서 선행연구가 매우 부  
족하다고 생각한다. 그러므로 본 연구는 관광통역안내사의 여러 가지 역할이 중  
국관광객의 만족도와 추천여부, 재방문의사 결정에 영향을 어떻게 미치는지 파악  
하고자 했으며 중국관광객 유치 증가에 도움이 되고자 한다.

6) 제주국제자유도시. <http://freecity.jeju.go.kr/>

7) 제주특별자치도관광협회. <http://www.hijeju.or.kr/>

8) 양필수 · 오상훈 · 박시사(2007). "관광통역안내사의 직업선택 동기와 직무만족도에 관한 연구-제주지  
역 일본어 관광통역안내사를 중심으로", 『관광연구저널』, 21(1), p.176.

9) 김향자(1998). "관광중사원 자격시험제도 개선방안", 『한국관광연구원 기본연구』, pp.113-161.

## 2. 연구의 목적

본 연구는 관광통역안내사의 역할이 평가 될 수 있는 척도를 개발하여 실증분석함으로써 관광객 만족도에 영향을 미치는 관광통역안내사의 역할을 검증하여 관광통역 안내사의 질적수준을 높이고 중국관광객의 상호관계를 모색하고 또한 중국관광객이 관광통역안내사의 서비스를 어떻게 지각하는지를 파악하려 하였다. 그리고 관광통역안내사와 관광객 만족도의 일반적 개념과 역할을 이론적 고찰을 통해 규명하고 관광통역안내사의 질적 향상을 도모하여 중국관광객 유지에 일조하고자 한다.

이와 같은 목적을 달성하기 위하여 본 연구의 구체적인 목적은 다음과 같다.

첫째, 관광통역안내사에 관한 선행연구를 검토하여 관광통역안내사의 역할의 구성요인을 파악하고 관광객의 만족과의 미치는 영향을 밝힌다.

둘째, 제주도 방문하는 중국 단체관광객들을 대상으로 실증분석을 통해서 관광통역안내사의 역할에 대한 만족도가 전반적인 만족도에 어떠한 영향을 미치는지 제시한다.

셋째, 위와 같은 분석절차를 통해 관광통역안내사의 문제점과 개선방안을 제공한다.

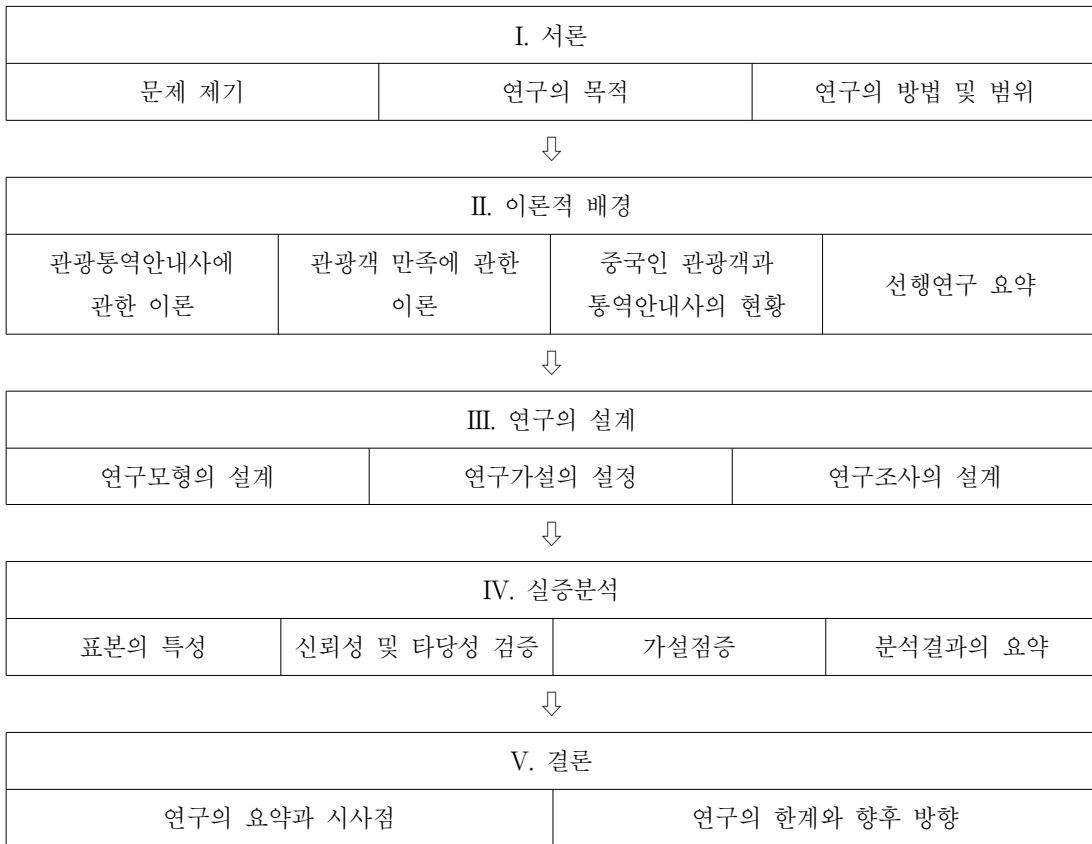
### 3. 연구의 범위와 방법

본 연구의 목적을 달성하기 위해 문헌적 연구(literature study)와 실증 연구(empirical study)를 병행하였고 연구의 시간적 범위는 2012 10월 15일부터 10월 24일까지 설정하였으며 공간적 범위는 제주도로 한정하였고 설문 대상자는 제주도를 방문하는 중국 단체관광객으로 설정한다.

또한 본 연구 내용적 범위는 중국관광객들이 제주도를 방문시 관광통역안내사의 역할에 대한 만족도를 파악하고, 전반적인 만족도를 갖게 할 수 있는 요인을 찾아내어 중국관광객 증가를 도모하도록 제시한다.

이와 같이 조사된 자료는 사회과학 통계분석 프로그램 SPSS 12.0을 이용하여 인구통계학적인 특성에 관련해서는 빈도분석 및 기술통계분석을 실시하였고 연구가설 검증은 만족요인에 대하여 타당성과 신뢰도 검증을 위해서 요인분석 및 신뢰도분석을 실시하였다. 마지막으로 연구가설을 검증하기 위하여 T-test, ANOVA분석 및 회귀분석을 실시하였다. 전체 5장으로 구성되었으며 구체적인 흐름은 다음의 <그림1-1>과 같다.

<그림1-1> 연구의 흐름



## II. 이론적 배경

### 1. 관광통역안내사에 대한 이론

#### 1) 관광통역안내사의 개념

관광진흥법<sup>10)</sup>에서는 관광안내사를 관광통역안내원, 국내여행안내원, 국외여행인솔자 등 3가지 분류하고 있으며 이는 안내하는 관광객들의 국적과 여행하는 지역을 기준으로 삼고 있다. 관광통역안내원은 2003년 1월부터 관광통역안내사로 명칭을 개칭하였으므로 본 논문에서는 관광통역안내사로 명명하기로 한다. 관광통역안내사는 관광가이드(tour guide) 혹은 가이드(guide)라고 지칭되기도 하며 외래관광객의 국내여행을 주로 담당한다.

관광통역안내사는 국내를 여행하는 외국인 관광객의 편의를 돕는 업무를 수행하는 자를 말한다. 사전에 예약된 손님을 공항으로 마중 나가고, 여행 경비 산출, 일정표 작성, 명승지나 고적지 안내, 환전, 호텔과 택시의 이용 등 입국에서 출국에 이르기까지 관광 여행자들의 관광 일정에 모든 편의와 도움을 제공하는 일을 하는자를 말한다.<sup>11)</sup>

한국관광공사(2008)는 "관광통역안내사는 우리나라에 입국한 외국인 관광객들을 상대로 한국의 역사·문화·문화재 안내, 여행객 안내(숙박·교통·위기대처 대응), 통역업무 수행(현지인 수준의 상급회화), 산업현황 소개(해외시찰단·산업시찰단·해외바이어·국내바이어 해외출장·국제회의·전시회의 안내 업무)등의 업무를 주로 수행하고 있다"고 비교적 소상히 소개하고 있다. 이처럼 관광통역안내사가 실제로 담당하고 있는 업무 및 그와 관련된 서비스까지 포함하고 있다. 따라서 관광통역안내사에 대한 개념정의 실제 수행하고 있는 업무에 근거하여 "외국인 관광객의 국내 여행과 내국인 관광객의 국외 여행을 위한 안내

10) 『관광진흥법시행령』 제37조 관련 발표4

11) "한국표준직업분류" 코드 : 43213 통계청. <http://www.kostat.go.kr/>

업무 및 외국인 여행객이 필요로 하는 각종 통역업무와 서비스를 제공하는 자로 관광진흥법에 의하여 관광통역안내사의 자격을 취득한 자를 말한다.”라고 보다 확대된 개념으로 정의할 수 있다.

관광통역안내사란 “일정한 자격을 가지고 자신이 구사할 수 있는 외국어로 외국인 관광객을 안내하는 관광 업무를 수행하는 자로서 국가자격시험을 거쳐 선발되며 일반 여행업에서 핵심적인 업무를 담당하는 자” 라고 정의하였다.<sup>12)</sup>

관광통역안내사는 여행업자와 함께 입국으로부터 출국까지 외래객 접대의 제1선에서 활약하는 업무요원이다. 이를 업으로 하는 것을 통역업이라 하며 가이드 부르기도 한다.<sup>13)</sup>

이상의 정의를 보면 관광통역안내사는 공항입국부터 시작하여 출국 시 공항에서의 환송업무까지 관광객이 체재하는 동안 전 일정을 동행하는 포괄여행(inclusive conducted tour)형태의 관광을 담당한다. 따라서 관광통역안내사는 관광객의 여행일정동안 관광을 뿐만 아니라 이동 중이나 식사에도 동행해 관광객과 매우 긴밀한 관계를 형성한다.<sup>14)</sup> 따라서 마음에 들지 않는 관광통역안내사가 관광객의 여행경험전체를 망치기도하며 평범한 관광매력물과 품질이 낮은 관광이라 할지라도 관광통역안내사에 따라 여행경험의 질을 향상시킬 수 있기 때문에, 관광통역안내사의 인적서비스는 관광만족에 결정적으로 영향을 미치는 서비스 속성 중 하나이다.<sup>15)</sup>

## 2) 관광통역안내사의 자세

외래 관광객이 외국현지에서의 짧은 체제기간 중에 접촉할 수 있는 사람은 극히 제한적일 수밖에 없다, 그러므로 관광통역안내사의 자세를 통해 외래 관광객이 갖는 한국인에 대한 인식이 크게 좌우되므로 관광통역안내사는 항상 국민을

12) 이항구(1996). 『관광업통론』, 서울 : 백산출판사.

13) 김상훈(1996). 『관광학개론』, 서울 : 도서출판 범한.

14) 有泉晶子(2001). “観光ガイドに関する研究”, 立教大學校大學院, 修士論文: pp. 2-49.

15) T.W. Whipple, & S.V. Thach(1988). Group Tour Management : Does GoodService Produce Satisfied Customers? *Journal of Travel Research*, fall : pp. 16-20.

대표하는 한국인의 긍지를 잊어서는 안된다. 그래서 아무리 안내사가 여행 전반에 관하여 풍부한 지식과 뛰어난 안내능력을 지니고 이다 하더라도 안내에 성실치 못하고 진실성이 결여되면 여행자는 안내원을 믿지 못하게 된다. 좋은 안내는 성실과 진실한 마음으로 여행자와 상호 신뢰하는 관계를 형성할 수 있는 안내이어야만 한다.<sup>16)</sup>

이에 따라서 안내사는 다음과 같은 기본을 명심하여 안내사로서의 능력을 한껏 발휘토록 하여 행사가 성공적으로 끝나도록 노력해야 한다.

첫째, 자부심을 가져야 한다. 외국여행자들이 국내에 입국한 이후부터 출국할 때까지 줄곧 그들을 수행하고 안내하는 안내사는 그들과 가장 오랫동안 교류를 갖게 될 뿐만 아니라 그들은 안내원을 통해 한국인에 대한 평가를 하기 쉬우므로 안내사는 민간외교관으로서 한국의 참모습을 그들에게 소개하고 설명해줌으로써 국제간의 친선을 도모하고 상호이해를 증대시키는데 일조하고 있다는 자부심을 갖고 안내에 임하는 자세가 가장 중요하다. 아무리 외국어와 안내업무에 능통하다 하더라도 자부심을 갖지 않은 안내사의 안내는 설득력이 없다.

둘째, 성실성이 바탕이 되어야 한다. 여행자들로부터 신뢰를 받으려면 성실성을 갖고 매사에 성의를 갖고 대한다.

셋째, 친절해야 한다. 친절은 성실성과도 상통될 뿐만 아니라 여행자들의 불안감을 해소시켜주고 호감을 자아내게 해줌으로 항상 명랑하고 친절한 태도가 몸에 배이도록 해야 한다.

넷째, 신속 · 정확해야 한다. 숙박, 교통, 식사, 관광 등이 복합적으로 구성된 여행을 진행함에 있어 이러한 구성요소들을 잘 조화시켜 나가야 하고, 최신의 여행지식을 항상 정확하게 파악하고 있어야 한다. 예를 들어 연대, 통계숫자, 숙박, 승차날짜, 시각, 교통기관의 운임 등이다.<sup>17)</sup>

16) 한영권(2003). 『관광서비스 경영실무』, 서울 : 미학사, p. 388-399

17) 장혜숙 · 표성수(1994). 『여행사경영론』, 서울 : 형설출판사.



### 3) 관광통역안내사의 역할

관광통역안내사는 관광객이라는 고객을 가장 일선에서 대면하여 그들이 구매하는 관광상품을 연결해 주는 동시에, 그들 스스로가 제공하는 업무를 통하여 관광상품의 일부가 되어 관광객에게 제공된다. 또한 관광객들은 그들의 짧은 여정으로 인하여, 방문하는 나라의 국민들을 접촉할 수 있는 수와 기회는 극히 제한되어 있으므로, 관광객들이 머무르는 동안에 그들과 동행하는 관광통역안내사는 그 나라에 대한 평가 및 여행의 만족도에 지대한 영향을 끼친다. 이와같이 관광객들은 흔히 자신이 접촉한 얼마 안되는 관광관계 종사원들과의 접촉을 통해 한국인을 평가하려는 경향이 짙으며, 이러한 관광객들에게 한국의 인상을 심어주며 그들의 관광가치를 높여줌으로서 소비증대를 유도시키는 역할은 많은 관광관계 종사원 중에서도 관광통역안내사가 가장 으뜸이라 아니할 수 없다.<sup>18)</sup>

관광통역안내사는 외국인 단체관광객을 안내하는 전문 인력으로 외국인에게 우리의 문화와 역사를 전달하는 역할을 할 뿐만 아니라 외국인 관광객들은 이들에 의하여 한국에 대한 이미지를 느끼게 되므로 한국관광의 얼굴이라 할 수 있다고 하였다. 특히 국가홍보 상품의 질 평가, 이미지 결정, 재방문 여부의 관건은 관광통역안내사의 자질에 달려 있으므로 관광통역안내사의 영향력은 대단히 크다고 할 수 있으며, 관광통역안내사가 고품질의 서비스를 제공하기 위해서는 고도의 전문능력 혹은 숙련된 자질을 갖춘 전문 인력이 요구된다고 하였다.<sup>19)</sup> 박선희 · 신흥철 · 김경님(2001)<sup>20)</sup>은 관광통역안내사의 안내 내용과 질에 따라 관광객이 방문하는 국가의 인상과 관광의 질이 결정되며 재방문의사는 물론, 타인 추천의향에 결정적인 역할을 한다고 하였다.

관광통역안내사는 특정한 관광목적지에서 관광객들의 관광활동을 위하여 제반의 서비스를 제공하며(Fay, 1992), 관광산업에서 보이지 않는 전문가의 역할을 수행한다(Pond, 1993). 관광의 패키지화, 대중화, 저렴화, 이념화를 선도하여 현대

18) 김경님(2006). "관광통역안내사의 직업윤리의식과 안내서비스 품질과의 관계-일본인 관광통역안내사를 중심으로", 경원대학교 대학원, 박사학위논문, p.11

19) 김향자(1998). "관광종사원 자격제도 개선방안", 『한국관광연구원 기본연구보고서』.p.73.

20) 박선희 · 신흥철 · 김경님(2001). "가이드의 역할과 관광객 행태 변화", 『호텔관광연구』, Vol.7, p.260.

관광사업과 사업가의 모델이 되고 있는 토마스 쿡(Thomas Cook)은 최초로 관광통역안내사의 역할을 수행하였다(오상훈, 2005). 현대관광에서도 관광통역안내사는 관광목적지에서 관광객과 지역주민, 관광관련 사업체라는 이해집단 간의 원활한 관계를 유지하고 성공적인 관광 상품의 판매 및 구매가 이루어지기 위해서는 무엇보다 중요하다(홍성화 · 부석현, 2006). 국제관광의 차원에서는 관광통역안내사와 관광객들 사이의 쌍방향 커뮤니케이션은 중요하므로(정익준 · 권종현, 2003), 관광통역안내사의 관광해설과 관광객 간에 이루어지는 효과적인 커뮤니케이션은 관광객의 만족과 상품의 품질을 결정하는 핵심요소로 작용한다(Geva & Goldman, 1991). 특히, 그룹관광에서는 그룹리더와 서비스생산자(예를 들면, 항공사, 호텔, 버스회사 등) 간의 발생하는 문제를 원만히 해결하는 중재자의 역할을 수행하기도 한다(Souto,1985)<sup>21)</sup>.

관광통역안내사의 중요한 역할을 많은 학자들은 논의하였다. 다음<표2-1>와 같이 제시되었다.

---

21) 양필수 · 오상훈 · 박시사(2007), 전개논문, pp.177-178.

<표2-1> 관광통역안내사의 역할 학자별 유형화

연구자	관광통역안내사의 역할 유형
Leclerc & Martin (2004)	① 문화중개자 ② 커뮤니케이션 연결자
Cohen(1985)	① 길안내자 ② 조언자
Pond(1993)	① 리더 ② 교육자 ③ 대표자 ④ 호스트 ⑤ 정보전달자
Wang, Hsieh & Huan(2000)	① 여행객 치안과 보호에 대한 책임자 ② 정보제공자 ③ 단체여행참가자 구성원간 상호작용 촉진자 ④ 중개자 ⑤ 대리부모 ⑥ 길안내자 ⑦ 멘토 ⑧ 리더 ⑨ 엔터테이너
Holloway(1981)	① 정보제공자 ② 지도자 ③ 동기부여자 ④ 외교관 ⑤ 엔터테이너 ⑥ 리더
Huang & Simkin(2009)	① 서비스제공자 ② 중재자 ③ 교육자 ④ 관리자
김성혁 · 김순하(2000)	① 리더 ② 공평에 대해 주는 친구 ③ 상담자 및 의논의 대상 ④ 엔터테이너 ⑤ 안전확보 수행자
최태광(2003)	① 지도자 ② 교육자 ③ 홍보대행 ④ 호스트 ⑤ 통합 · 조정
박시사(1999)	① 기획관리자 ② 감독관 ③ 여행사와 여행업자간의 연결자 ④ 문제해결자 ⑤ 심리학자 ⑥ 외교관 ⑦ 엔터테이너 ⑧ 통역사
한국관광통역안내사협회 (2009)	① 외교관 ② 통역사 ③ 관광지안내자 ④ 산업발전수행 ⑤ 신뢰확보

\*선행연구를 바탕으로 재구성

#### 4) 관광통역안내사 역할의 구성요소

관광통역안내사 역할을 체계적으로 규명한 Cohen(1985)<sup>22)</sup>은 관광통역안내사의 역할을 리더(leader)로서의 역할과 중개자(mediator)로서의 역할이라는 두 가지 주요 개념으로 나타내었다. 전자는 초기의 길안내자 역할이 확장되고 정교화 된 것이지만 현대의 리더역할 측면은 훨씬 더 복잡해졌고 후자는 초기의 조연자 역할의 확장이지만 현대에는 단순한 관광객 집단의 정신적 교화가 아닌 사회적이고 문화적인 중개역할로 훨씬 복잡해졌다. 따라서 이 두 가지 개념화 분석은 통역안내사의 이러한 각각의 역할이 외향적이고 내향적인 구성요소로 구성된다고 지적한다. 이것을 그림으로 표현하자면 다음<그림2-1>과 같다.

<그림2-1> 관광통역안내사 역할의 체계적인 주요 구성요소

	외부지향적 (out-directed)	내부지향적 (inner-directed)
리더역할 (leadership sphere)	도구적 (instrumental)	사회적 (social)
중개역할 (mediatory sphere)	상호작용 (interactional)	커뮤니케이션 (communicative)

자료 : Ibid. (E. Cohen). p.10

(1) **도구적 역할 구성요소** : 관광통역안내사 역할의 도구적 구성요소는 지속적인 사회적 업무로서 관광의 순조로운 완성을 위한 가이드의 책임과 관련된다. 이것의 가장 큰 본질은 길안내(leading the way)이고 현대에는 그 외에 복잡한 상호 작용적 요소로 구성된다.

**방향 설정(direction)**은 여행에서의 길안내의 역할로 여행 경로에 있어서 "방위 기술(orientational skill)"과 "인도전문성(navigational expertise)" 요구된다. **접근(access)**은 관광통역안내사가 없으면 들어갈 수 없는 지역, 교육기관, 의료기

22) E. Cohen(1985). The Tourist Guide: The Origins Structure, and Dynamics of a Role, *Annal of Tourism Research*, 1(12), pp.5-29.

관, 정부시설 등 여러 기관으로의 관광을 제공하는 것이다. **통제(control)**는 관광객의 안전, 편의에 책임을 지고 이탈을 통제하고 여정을 지키는 역할이다.

(2) **사회적 역할 구성요소** : 관광단체의 단결력과 사기조장에 대한 가이드의 책임과 관련된다.

**긴장관리(tension-management)**는 관광객간의 긴장감 발생 막고 충돌 발생 시 중재하는 역할을 말한다. **통합(integration)**은 가이드는 단체의 사회적 단결을 고무하는 촉매역할을 하는 사람으로 "사회성의 선동자(instigator of sociability)", "통합의 제공자(provides integration)"라고 여겨진다. **사기조장(moral)**은 가이드의 유머감과 분위기 조성능력이다. **생기·활기(animation)**는 가이드는 관광객을 어떤 상황에서든지 생기 있게 여행할 수 있도록 하는 자극제로서의 역할을 한다.

(3) **상호작용 역할 구성요소** : 관광의 편의시설 뿐만 아니라 관광객과 방문지 주민사이, 관광객과 기관사이의 중개인으로서의 가이드 역할이다.

**대표(representation)**는 가이드가 관광단체와 방문지 사이에 자신을 개입시킴으로서 방문지로부터 단체를 분리시키거나 통합시켜 관광객들의 생소함을 제거한다. 즉 가이드는 관광단체와 방문지 서로에게 대표해야 하는 완전한 닷선 사람들 사이에서 관광객과 거주자의 만남을 중개하는 유일한 사람이다. **조직(organization)**은 비상시의 서비스뿐만 아니라 원기회복, 식사 등으로 관광기관 동안 단체에게 서비스와 쾌적 시설을 제공하는 책임이 명기되지 않은 관광상황에서의 공급물과 환대 서비스를 확실히 하는 상당한 기술을 하는 가이드의 전문성을 요구한다.

(4) **커뮤니케이션 역할 구성요소** : 비록 어떤 가이드들은 피상적인 훈련과정만을 거쳐 관광지역에 대한 부족한 지식을 소유하고 있을지라도 이것은 공식적인 훈련과정을 거친 가이드에게 확실히 가장 중요한 요소이다. 이 요인은 관광객과 "문화 중개자(culture broker)"로서의 관광대상사이에 가이드 자신을 개입시키는 정도에 의해서 범주화할 수 있는 4요소 주요한 요인으로 구성된다.

**선택(selection)**은 관광 안내시 가이드가 관광객에게 "흥미를 끌 수 있는 대상 (point out objects of interest)"을 선택하는 능력으로 그의 선택은 상당한 정도를 관광단체의 관광대상에 영향을 미쳐 가이드가 보기를 원하거나 원하지 않는 것이 관광단체에게 그대로 적용될 수 있다. **정보(information)**는 정확하고 간결한 정보 보급 역할을 한다. **설명(interpretation)**은 관광객과 방문지 사이의 문화적 차이를 중재하는 역할로써 방문지 설명에 있어 관광객에게 친숙한 문화적 용어를 사용함으로써 문화적 생소함을 극복시키는 역할로서 가이드는 방문지 문화를 잘 이해해야 하며 동시에 관광단체의 문화적 전통을 고려해야 하는 "문화적 중재자(cultural broker)"의 역할이다. **왜곡(fabrication)**은 진실성에 대한 완전한 허구, 날조, 사기로 구성된다. 이러한 가이드의 행위는 당국이 인솔자를 통제하도록 유도한다.

## 2. 관광객만족에 대한 이론

### 1) 관광객만족의 개념

만족(satisfaction)이란 어원적으로 라틴어의 satis와 facere에서 유래되었다. 또한 Oliver(1973)는 이 언어로 볼 때 만족은 채우기(filling) 혹은 충족(fulfillment)을 암시하고 있음을 나타낸다고 하였다.<sup>23)</sup>만족은 "실제경험에 의한 기대의 충족"을 뜻한다는 것은 직관적으로 알 수 있다. 만족에 관한 정의들은 크게 결과(outcome)지향적 정의와 과정(process)지향적 정의로 나눌 수 있다.<sup>24)</sup>

고객만족(customer satisfaction)은 고객의 성취반응이므로 정해진 수준 이상으로 고객의 기대를 충족하는 것을 의미한다. 품질은 인지되지만 만족은 보통 경험되는 것이므로 고객의 감정적 과정에 의해 강하게 영향 받는다. 만족은 이렇게 정해진 주관적인 기대수준에 의해 좌우되므로 객관적으로 낮은 혹은 높은 품질로도 개인의 기대에 따라 만족을 얻거나 얻지 못할 수가 생긴다. 한마디로 고객만족이란 고객의 욕구와 기대에 최대한 부응한 결과 제품과 서비스의 재구입이 이루어지고 아울러 고객의 신뢰감이 연속되는 상태를 가리킨다.<sup>25)</sup>

또한 사람들의 기대치에 관련하여 그 제품에 대해 그가 지각하고 있는데 만족수준이란 지각하고 있는 성과(performance)와 기대치(expectancy)간 차이의 함수이다. 고객은 세 가지 만족수준 중 하나를 경험할 수 있다. 만약 성과가 기대수준에 미치지 못한다면, 고객은 불만족하게 되고, 상대적으로 기대에 일치하게 되면, 고객은 만족하게 되고, 만약 성과가 기대 수준을 초과하게 되면 고객은 극도로 만족하고 기뻐하며 즐거워하게 된다.<sup>26)</sup>

관광객 만족이란 관광객이 서비스를 경험하고 그 품질과 성과 주관적으로 지

23) R.L. Oliver(1993). A Conceptual Model of Service Quality and Service Satisfaction : Compatible Goals, Different Concepts, *Advances in services Marketing and Management*, 2, pp. 65-85.

24) Y. Yi(1990). A Critical Review of Consumer Satisfaction, *Review of Marketing*, Zaitham, V. A.(ed), IL; *American Marketing Association*, pp.68-123. 정종철(2004). "한국방문 중국관광객의 관광만족도 연구", 동아대학교 동북아국제대학원, 석사학위논문, p.6에서 재인용.

25) 원석희(2002). 『서비스 운영관리』, 서울 : 형설출판사, pp.89.

26) Philip Kotler저, 윤훈현 역(1995). 『마케팅관리론』, 서울 : 범한서적, p.42.

각한 후 느끼는 감정적 결과이다. 지각된 서비스의 질은 이성적으로 판단되는 개념인 반면, 만족은 흐뭇함, 놀라움, 유쾌함, 안도감 등 감정적 측면을 의미한다. 그러나 지각된 품질은 관광객 만족에 중요한 영향을 미치므로 지각된 품질과 관광객 만족은 서로 불가분의 관계라고 볼 수 있다. 다시 말해, 관광객 만족은 제품, 서비스에 대한 인지에 의해 형성되는 관광객의 감정적 결론이라고 할 수 있다.<sup>27)</sup>

첫째, 관광소비경험에서 발생한 결과로 보는 입장에서 관광객 만족을 정의하면, 관광객 자신이 관광경험 총체에 대한 사후 이미지를 평가하는 것으로서 관광경험총체에 대한 일종의 태도.<sup>28)</sup> 관광지에 대해 관광객이 가졌던 기대와 관광객 경험과의 상호작용의 결과.<sup>29)</sup> 또는 기대에 대해 불일치를 경험하는 경우의 감정과 관광소비경험에 대해 사전적으로 관광객이 갖는 감정이 복합적으로 야기시키는 전체적인 심리적인 상태 등으로 정의할 수 있다.<sup>30)</sup>

둘째, 평가과정의 입장에서 관광객 만족을 정의하면, 소비경험이 최소한 기대되었던 것보다는 좋았다는 평가.<sup>31)</sup> 선택된 대안이 사전에 갖고 있던 신념과 일치성을 가진다는 평가.<sup>32)</sup> 혹은 사전적 기대와 사용 후 느낀 제품의 성과 사이의 지각된 불일치 평가 등으로 규정할 수 있다.<sup>33)</sup> 이와 같은 과정 지향적 접근은 결과 지향적 접근과는 달리 여러 이점을 가지고 있다. 즉 과정 지향적 접근은 관광객의 전체 관광경험을 다루고 있어 각 단계에서 중요한 역할을 하는 각 요소들을 개별적으로 측정하여 중요한 과정을 확인 시켜준다. 또한 이 접근은 관광객 만족을 형성하는 지각적, 평가적, 심리적 과정 모두에 대한 검토를 가능하게 해준다. 이런 이점 때문에 관광객만족의 연구에서는 과정 지향적 관점을 많이 채택하고

27) 이화인(1999). 『호텔마케팅』, 서울 : 학현사, pp.105-106.

28) J.W. Lounsbury, & J.R Polik(1992). Leisure Needs and Vacation Satisfaction, *Leisure Science*, Vol. 14, No.2, pp. 105-106.

29) A. Pizam, Y. Neumann, & A. Reichel(1978). Dimension of tourist satisfaction with a destination area", *Annals of Tourism Research*, Vol. 5, pp. 314-322.

30) G.M.S. Dann(1979). Tourist Satisfaction: A highly complex variable, *Annals of Tourism Research*, Vol. 5, pp. 440-443.

31) H.K. Hunt(1977). CS/D-Overview and Future Research Direction, in *Conceptualization and Measurement of Consumer Satisfaction and Dissatisfaction*, H.Keith Hunt, ed. Coambridge, MA: *Marketing Science Institute*, pp. 120-128.

32) A. Geva, & A. Goldman(1991). Duality in Consumer Post-purchase Attitude, *Journal of Economic Psychology*, Vol. 12, pp. 141-164.

33) W.F. Van Raaij, & D.A. Francken(1984). Vacation Decisions, Activities and Satisfaction, *Annals of Tourism Research*, Vol. 11, pp. 101-112.



있다.<sup>34)</sup>

<표2-2> 관광소비경험에서 발생한 결과와 평가과정에 초점

관광소비경험	학자	관광객 만족의 정의
발행한 결과로 보는 입장에 초점	Lounsbury & Polik(1992)	"관광객이 자신이 관광경험에 대한 총체에 대한 사후 이미지를 평가하는 것"으로 관광경험 총체에 대한 일종의 태도
	Pizam, Neumann & Reichel(1978)	관광지에 대한 관광객이 가졌던 기대와 관광객 경험과의 상호작용의 결과
	Dann(1979)	기대에 대한 불일치를 경험하는 경우의 감정과 관광소비경험에 대해 사전적으로 관광객이 갖는 감정이 복합적으로 야기되는 전체적인 심리상태
평가과정의 입장에 초점	Geva & Goldman(1991)	선택된 대안이 사전에 갖고 있던 신념과 일치성을 가진다는 평가
	Van Raaij & Francken(1984)	관광만족은 기대와 실제 성과와의 차이 (모순이론과 일치 이론)
	Hunt(1977)	소비경험이 최소한 기대되었던 것 보다는 좋았다는 평가

\*선행연구를 바탕으로 재구성

고동우(1998)는 관광객 만족을 포함한 후속적인 변수로서 재방문의도와 추천의도와와의 관계에 대해 다음과 같은 3가지 개념 구분이 가능하다. 첫째, "총체적 관광객 만족"은 관광활동을 통하여 여러 욕구가 충족된 정도를 의미하는 것으로서 관광객 자신의 총체적 관광경험에 대한 평가이며, 둘째는 "재방문의도"는 관광지 하위 속성과 관련된 체험들에 근거하여 관광객이 해당 관광지를 다시 방문할 욕구를 느끼는 것이며, 마지막으로 "추천의도"는 관광지의 여러 속성과 관련한 여러 체험에 근거하여 그 개인이 타인에게 긍정적으로 구전할 의향의 정도를 의미한다. 따라서 "총체적 만족"이 관광경험에 대한 전반적인 평가라면, "재방문의도"와 "추천의도"는 관광지 관련 체험에 대한 평가라고 볼 수 있다.<sup>35)</sup>

34) 박창규(1998). "관광자만족 결정경로와 요인에 관한 연구", 경기대학교 대학원, 박사학위논문, pp. 9-10.

35) 고동우(1998). "관광의 심리적 체험과 만족감의 관계", 고려대학교 대학원, 박사학위논문, pp.23-25.

Jacob & Ragheb(1980)는 관광활동 참여의 궁극적인 목적이 되는 중요한 개념으로 관광객이 관광활동을 위해 지불한 경제적, 심리적, 사회적 모든 비용에 대해 관광활동 경험으로부터 얻은 주관적 효용 또는 편익의 정도를 말하며, 실제 만족을 명확하게 정의하거나 측정하는 것은 용이 하지 않다고 하였다.<sup>36)</sup>

또한 Fridgen(1991)는 관광객 만족이란 관광마케팅과 직접 연계될 수 있으며 만족한 관광객은 관광목적지에 대한 재방문하고 싶은 잠재관광객을 더 많이 발생시킨다고 말하고 있다.<sup>37)</sup> 이러한 만족에 대한 평가 과정으로서 Lovelock(1991)는 세 단계 평가가 이루어진다고 하였다. 즉 소비 이전 단계 평가(대안평가 포함), 소비단계 평가(구매 전 단계에서 형성된 기대와 대안선택과 관련된 경험 즉 전화접촉, 서비스 예약, 서비스를 기다리는 것 등을 비교하는 과정), 소비 후 평가 단계(구매전, 구매단계에서 형성된 기대와 서비스 제공과정을 포함한 서비스 품질평가)로 이루어진다고 하였다. 평가과정을 통해 발생하는 만족은 관광지의 물리적 특성과 관광지 관리유형 및 수준, 관광객의 사회 문화적 특성과 휴식제공 시설, 교통, 산업적 서비스, 믿음, 안전시설, 여가활동과 관련된 상황뿐만 아니라 무형적 상품에 의해 영향을 받게 된다.<sup>38)</sup>

---

36) 서일교(2006). “웰빙관광체험에 따른 만족이 체험자 삶의 질에 미치는 영향 연구”, 경희대학교 대학원, 석사학위논문, p. 34.

37) 문희숙(2005). “청소년 관광만족제고 영향요인에 관한 연구”, 안양대학교 경영행정대학원, 석사학위논문, p. 27.

38) 박창규(1998). 전계논문, p.11.

## 2) 관광객만족 이론

관광객 만족차원으로는 크게 단일차원과 복수차원으로 구분할 수 있다. 만족에 대한 단일요인 이론에 바탕을 둔 연구에서는 만족하는 관광객(불만족 하지 않고)과 불만족하는 관광객(만족하지 않고)이 그 관심대상으로 보통 만족하는 관광객은 곧 불만족하지 않는 관광객으로 간주한다. 그러나 관광서비스의 구매 및 경험에 있어서 관광객들은 그와 관련된 속성에는 만족을 느끼면서 동시에 다른 속성에서는 불만족을 느끼게 될 수도 있다. 그리고 불만족해 대한 연구도 필요하다.<sup>39)</sup> 다음은 만족에 관한 제 이론을 살펴보았다.

### (1) 기대불일치 이론 (expectation disconfirmation theory)

1970년대 초반 본격적으로 등장한 이래 고객만족의 연구에 있어서 가장 지배적인 주심이론이 되었다. 이 이론에 따르면 소비자들은 제품성과에 대한 기대와 비교 하여 제품에 대한 만족결정을 내린다고 한다.

소비자들은 구매에 선행해서 어떤 기대를 형성한다. 여기서 기대는 ①제품이나 서비스 특성이나 성과에 관한 것, ②그 제품이나 서비스의 직접적인 이익을 얻기 위해 사용된 비용과 노력에 관한 것, ③구매의 결과로서 소비자에게 발생하는 사회적 비용과 편익에 관하여 나타날 수 있다. 즉 이러한 기대는 예측되는 제품성과에 대한 소비자들의 전망을 의미하며 성과가 어떠할 것이라는 예측을 반영한다.<sup>40)</sup>

기대불일치는 각 다른 시기에 형성되는 과정이다. 기대는 평균적인 제품 성과에 의해 형성되는 반면 불일치는 제품 사용경험에 대한 소비자의 인지로부터 발생된다. 따라서 기대일치와 불일치의 개념을 구분해서 생각해볼 수 있다. 여기서 불일치는 만족에 가장 영향을 미치는 것으로 가설화되어 졌고, 또한 기대도 소비자 만족에 영향을 미치는 것으로 가정되었다.<sup>41)</sup>

39) 배혜진(2005). "제주방문 일본인 관광객의 쇼핑동기와 만족에 관한 연구", 제주대학교 경영대학원, 석사학위논문. p.27.  
40) 박창규(1998). 전개논문, p.16.  
41) R.L. Oliver, & S.D. Wayne(1998). Response Determinants in Satisfaction Judgements, *Journal of Research*, Vol. 14(March), pp. 495-507.

## (2) 공평성 이론(equity theory)

공평성 이론의 기본적 견해는 사회적 교환의 상황 아래에서의 두 사람은 서로 상대의 이익과 자신의 그것을 비교하게 된다는 것이다. 이러한 비교를 통하여 서로 이익이 일치될 때 공평성이 존재하며 일치하지 않을 경우 불공평성을 만들어 내게 된다는 것이다. 고객의 구매 활동을 고객과 판매자 간의 교환 행동으로 간주한다.<sup>42)</sup> 처음으로 마케팅에 적요시킨 사람은 Huppertz, Arennson, Evans이다.

공평성 이론은 개인의 행동에 있어서 동기를 자극하는 욕구나 유인 등의 중요한 요인들이 단순히 절대적인 가치에 의하여 그 강도가 작용하는 것이 아니라 산출과 투입의 상대적 비율, 그리고 다른 사람과의 상대적인 관계에서 동기요인들이 작용한다는 것을 강조하는 이론이다. <sup>43)</sup>이 이론은 사회학적 관점에서 투입과 산출을 이용해 만족 원인이 공정성을 해석할 수 있다는 논리에서 시작하였다.

즉, 공평성 이론은 구매자는 스스로 타인하고 비교를 통하여 자신은 비용, 시간 등 적게 투입하고 더 나은 성과를 얻었으면 만족도가 높게 나타나고, 반면에 투입이 타인보다 더 많고 오히려 상당한 성과 혹은 나쁜 성과를 얻었으면 만족도가 낮게 나타난다는 결론을 내놓을 수 있다.

## (3) 귀인 이론(attribution theory)

귀인 이론에서는 제품이 기대한 대로 성과를 나타내지 못했을 경우에 소비자가 이 제품의 실패 원인을 찾으려 한다고 본다. 즉 이 이론에 따르면 소비자들은 구매결과가 왜 그렇게 나타났는지 그 이유를 알기 원하는 합리적 정보처리자로 볼 수 있는 것이다. 소비자들은 구매 성공 또는 실패의 원인을 탐색하려고 하며 인과관계, 안정성, 통제가능성을 3차원의 도식으로 표현하여 구매 성공 또는 실패를 귀인하려 하였다.<sup>44)</sup>

이 이론은 만족보다는 불만족과 불평행동을 이해하려는 접근방법이다. 특히 "행동 원인의 정보탐색 활동을 통해 논리적 · 분석적으로 규명한다."는 가정에서

42) J.W. Huppertz, S.J. Arenson, & R.H. Evans(1978). "An Application of Equity Theory to Buter-Seller Exchange Situations", *Journal of Marketing Research*, vol.15, pp.250-260.

43) R.L. Oliver, & J.E. Swan(1990). Equity and Disconfirmation Perceptions as Influences in Merchant and Product Satisfaction, *Journal of Consumer Research*, Vol. 16, p. 372.

44) 김욱(2003). "도시관광 요소가 관광객 만족에 미치는 영향", 경주대학교 대학원, 석사학위논문, p.38.

출발한다. 즉 사람의 지각 현상에 원인을 부여하는 과정이 이 이론의중심이다. 이와 관련한 연구들은 주로 3차원적 도식을 이용하여 행동의 성패원인을 탐색하였으며, 인과관계, 안정성, 통제력 등을 중심으로 인지된 현상에 대한 상관성을 연속체로 보았다.<sup>45)</sup>

소비자 행동에 있어서의 귀인은 정보처리와 관련하여 가장 많은 연구가 이루어져 왔는데 그 이유는 귀인을 원래 관찰해 기초한 현상적 정보처리에 관한 개념으로서 원인-결과관계의 지각과 이러한 지각이 정보처리에 있어 어떠한 영향을 미치는가를 다룬다는 것에서 기인한다. 따라서 귀인연구는 다음과 같은 세 가지 차원의 연구로 정리된다.

첫째, 귀인 이론연구는 전통적으로 사람들이 어떻게 인과추론 시 어떠한 종류의 정보를 어떠한 방식으로 활용하는가에 대한 문제에 초점을 두어왔다. 그리고 이러한 연구들은 인과추론을 위한 관찰의 주 대상에 따라 타인귀인, 사물귀인, 자기귀인 등의 세 가지 귀인 초점별 연구로 분류된다.

둘째, 최근에는 이러한 인과추론과정 자체가 사람들이 사전에 가지고 있는 정보, 동기, 사전신념 등의 요소들의 영향을 받아 귀인편견이 발생하고 있다는 증거가 밝혀짐에 따라 이러한 선행 요인들이 규명을 물론 이러한 선행요인들이 귀인과정에 미치는 영향에 대한 연구가 진행되고 있다.

셋째, 소비자들의 귀인 내용은 다음 번 구매행동의 기초가 되는데 결국 구매 후 태도나 재구매의도, 불평행동과 같은 구매 후 행동의 기초가 되고 있다는 증거가 제시되고 있다. 따라서 귀인내용이 어떻게 다양한 구매후 현상으로 연결되는가에 관한 규명 또한 대두되고 있다. 따라서 귀인이론은 사람들이 어떻게 인과적 추론에 도달하며, 그들은 어떤 유형의 추론들을 만들고 결과가 무엇인지에 대하여 관심을 가진다고 할 수 있다.<sup>46)</sup>

---

45) F. Valerie(1988). Recent Attribution Research in Consumer Behavior: A Review and New Direction, *Journal of Consumer Research*, Vol. 14, p.50.

46) 윤면상(1991). "소비자 구매행동의 관여도 패러다임에 관한 실증적 연구", 인하대학교 대학원, 박사학위논문, p.38.

#### (4) 지각된 성과 이론(perceived performance theory)

지각된 성과 이론은 기대불일치 이론의 파생형이라 할 수 있다. 기대 불일치모델에서는 성과가 중요한 역할을 하지 않는다. 그러나 지각된 성과 이론에서는 지각된 성과를 만족의 직접적 설명변수로 삼는다.<sup>47)</sup>

기대불일치이론이 소비자 만족·불만족 조사에서 광범위하게 사용되어지고 있지만 이 패러다임으로는 소비자의 만족·불만족의 형성과정을 충분히 설명할 수 없는 상황도 있다.

예를 들어 소비자들은 어쩔 수 없이 질이 나쁜 상표를 살 수 밖에 없을 때 사전의 기대수준과는 일치하지 않을 수 있다. 그러나 그 지각된 열등성 때문에 반드시 불만족을 느끼게 되지는 않을 것이다. 경쟁제품보다 바람직한 속성들은 가진 새로운 상표 또한 이전의 높은 기대수준과 부합하지 않더라도 만족감을 느낄 수 있다.<sup>48)</sup>

지각된 성과 이론은 구매 전에 형성되었던 기대 수준이나 공평성, 그리고 귀인 여부에 상관없이 실제 제품의 성과 자체에 의해 고객의 만족이 결정된다는 이론이다. 따라서 설령 고객이 제품의 성능이 형편없을 것이라는 기대를 하였다고 하더라도 실제 제품의 성능이 형편없이 나타나는 경우에는 불만족을 초래한다는 것이다. 특히 제품에 대한 사용경험이 애매하거나 평가가 용이할 때는 인지된 제품성과와 품질이 고객의 만족에 영향을 크게 미친다고 하였다.<sup>49)</sup>

47) 정종철(2004). “한국방문 중국관광객의 관광만족도 연구”, 동아대학교 동북아국제대학원, 석사학위논문, p.9.

48) 배혜진(2005). 전개논문, p.33.

49) 임재찬(2001). “서비스 품질, 만족도, 주관적 삶의 질 간에 관계”, 고려대학교 대학원, 석사학위논문, p.37.

### 3) 관광객만족의 측정

관광객 만족의 측정방법은 크게 직접 측정법과 간접 측정법으로 두 가지를 나눌 수 있는데 가장 많이 사용하는 방법은 직접 측정법이다. 이 방법의 장점은 간편성으로, 목적이 명확하고 소비자가 쉽게 응답할 수 있는 방법이다. 또한 이 방법은 고객만족과 측정치 사이의 관계도 비교적 명확한 편이다. 그러나 단점은 응답자가 질문자에 의해 영향을 받을 수 있으며, 표본선정의 오류, 면접자 오류, 무응답자 오류 등의 문제로 조사 자료의 타당성이 위협 받을 수 있다. 고객만족을 측정하는 또 다른 방법에는 고객의 불평이나 반복구매에 대한 자료 수집을 통한 간접측정법이다. 이 간접측정법은 만족과 밀접한 관련이 있는 불평이나 반복구매 행동을 대상으로 하기에 고객과 기업 양측 모두에게 중요하다. 또한 질문과 같은 강요된 형식이 아니므로 응답 상 오류가 상대적으로 적다.<sup>50)</sup>

직접 측정법으로 측정한 관광만족은 전반적 만족을 측정하는 것으로 볼 수 있으며, 간접 측정법은 하위 차원들에 대한 평가를 합산하는 부문별 만족의 복합점수로 볼 수 있다. 대체로 이론적 연구들은 직접 측정법을 선호하는 반면에 실용성을 강조하는 연구(관광정책 수립을 위한 조사 등)들은 복합점수를 선호한다. 두 가지 방법은 서로 다른 장단점을 가지고 있어 서로 대체하기보다는 상호 보완하는 것이 바람직할 것이다. 그러기 위해서는 측정 방법의 연구목적과 발생 가능한 응답상의 오류 정도 등을 충분히 고려하여 선택하여야 한다.<sup>51)</sup>

본 연구는 관광통역안내사의 역할에 대한 만족도와 관광객의 전반적 만족도를 측정하기 위하여 2가지 측정법을 활용해서 실행하였다.

50) 이유재(1997). “고객만족형성과정의 제품과 서비스간의 차이에 대한 연구”, 『소비자학연구』, 8(1), p.106.

51) 고승익 · 정승훈 · 박은하 · 윤동구(2000). “축제 방문동기 세분화에 따른 지각된 성과와 만족 분석”, 『관광학연구』, 23(2), pp.246-267.

### 3. 중국관광객 현황

#### 1) 중국 해외관광시장 현황

중국은 1978년도에 개혁개방정책을 실시 후부터 중국사회의 정치 및 경제가 급속하게 발전하고 있다. 중국의 해외관광은 1983년 광둥성에서 거주한 국민을 한하여 홍콩 친지방문으로부터 시작되었으며 탐색적 발전기(1984-1989), 초보적 발전기(1990-1996), 규범화 발전기(1997-2000), 급속발전기(2001-현재)로 4단계로 이루어진다. 2007년 5월까지 중국에서 아웃바운드 여행사는 797곳으로 증가되었고, 2008년 1월까지 132개 국가와 목적지 체류허가협정(ADS : Approved Destination Status)<sup>52)</sup>를 보았으니 해외여행자의 수를 급상승하였다.<sup>53)</sup> 1993년 해외여행자는 374만 명에서 2009년의 4766만 명으로 15배를 증가하여 평균 매년 증가율은 18%, 해외여행 지출은 15%의 증가율을 유지하였다. 2009년 중국 해외관광 총소비량은 420억 달러를 이르렀다. 2010년 중국 해외여행자의 수는 5739만 명, 전년보다 20.4% 상승했고, 2010년 말까지 공식적인 개방된 여행허가지역은 104개 국가로 달했다.<sup>54)</sup>

20년간 급속적인 발전하면서 지금의 시장규모를 보면 세계 1위 아웃바운드관광시장은 중국에서 형성되고 있다. 2011년 중국 해외관광객의 규모는 7025만 명, 전년보다 22.4%의 증가율을 달성하였다. 출국인원수의 측면에 보면 중국의 아웃바운드관광시장은 미국의 1.2배, 일본의 3.5배가 되었다. ADS협의 조인한 국가 수는 140여개로 되었고, 즉 중국국민이 여행 가능한 지역은 전세계의 반 이상의 국가·지역을 이루어졌다.<sup>55)</sup>

다음 <표2-4> 에 보면 중국인의 선택하는 관광목적지를 보면 중국인들이 시

52) ADS(Approved Destination Status)는 “중국국민이 여행 목적국에서 입국 및 단기체류자격을 부여하기 위하여 양국 간 조인된 협의입, 보통은 단체관광비자를 동일하게 간주된다. 여행사를 통하여 신청할 수 있고 단체로 출국 및 귀국 필수함, 한 목적국에서만 관광활동할 수 있지만 비자연기를 받기 못함.”-마이두 백과사전

53) 譚宝英(2010). 《合作經濟与科技》, Vol. 3, p. 22-23.

54) 戴斌, 王燕(2011). 《中國出境旅游發展年度報告 2009-2010》, 中國旅游出版社.

55) 蔣依依, 馬儀亮, 楊勁松(2012). 《2011年 中國出境旅游年度報告》, 中國旅游出版社.



간, 비용, 접촉용이 등 여러 가지 요인의 영향을 받아서 주변 국가·지역을 주로 선호한다고 나타났고 한국은 2003년의 6위부터 2011년의 3위까지 상승하였다.

<표2-3> 2011년도 중국인의 10대 해외관광목적지

순위	목적지	규모(만명)	성장률(%)
1	홍콩	2832.07	22.6
2	마카오	1976.53	22.7
3	한국	236.78	20.3
4	대만	184.50	11.0
5	말레이시아	173.78	68.1
6	일본	162.79	-17.3
7	태국	152.26	50.1
8	미국	136.04	26.3
9	캄보디아	121.55	231.0
10	베트남	114.15	-5.7

자료 : 중국 국가여유국, 2011년 중국여행업통계공보

## 2) 방한 중국관광객 현황

한·중 국교 수립(1992년) 이후 해로 및 항공 노선이 꾸준히 확대되는 가운데, 방한 중국 관광객은 연간 200만 명에 달하고 있으며 일본을 이어 제2의 시장으로 부각되었다. 방한 관광에 긍정적 영향을 미친 주요내용을 살펴보면, 1994년 서울-북경 항공노선이 개설되고 한국방문의 해가 개최되면서 전년대비 방한중국인 관광객이 41% 증가하였다. 1995년에는 한국관광공사 북경지사가 개설되었으며, 1998년에 들어 중국 단체관광객의 제주도 무사증 입국이 허용되었다. 또한 상하이-제주간 여객선 첫 취항과 더불어 최초의 관광목적 중국단체관광객 150명이 방한하였다. 2000년에는 중국 단체관광객의 출국관광이 전면 자유화되고 한류(韓流)가 시작 되었다. 2001년 한국방문의 해에는 인천국제공항이 개항하였으며, 2002년에는 한국 월드컵 및 부산 아시아 경기대회를 개최하면서 중국 내에서는 방한관광 비자신청 여행사의 수가 확대되었다. 2005년에는 제8차 세계화상대회를 서울 코엑스에서 개최하였고, 2006년 6월에는 한·중 항공운항 자유화 합의에 이

르게 된다. 2007년에는 청소년 수학여행단 무사증 입국이 허가되었으며, 복수비자 발급대상의 범위도 확대되었다. 그리고 2009년에는 방한비자 발급완화, 원화절하, 위안화 절상 등이 방한관광에 긍정적 영향을 미치며 2003년을 제외하고 매년 두 자릿수 증가율을 유지하고 있다.

반면 방한관광에 부정적 영향을 주었던 내용으로는 1996년 한국의 호텔요금 인상 및 북한 잠수정 침입사건으로 인해 한국 내 사회불안이 심각하였으며, 1997년에는 아시아 금융위기와 더불어 한국의 금융위기가 오면서 대미환율 급등 및 한국 대형여행사의 연쇄도산이 일어났다. 1998년에도 한국의 경제위기와 원화약세가 지속되면서 방한중국인 관광객은 전년대비 1.7% 감소하는 현상이 발생하였다. 그리고 2001년 9·11 테러 발생과 2003년 SARS(중급성호흡기증후군), 조류독감 등으로 인해 한번 더 전년 대비 4.9% 방한 중국관광객 감소현상이 발생하게 된다. 최근 들어 2008년의 쓰촨성 대지진과 2009년 신종플루 발생 등과 같은 자연재해와 전염병으로 인한 방한관광객 감소현상이 나타난 바가 있다.<sup>56)</sup>

<표2-5>에서 보는 바와 같이 방한 중국관광객은 2003년 이후 6년 연속 성장하였으며, 성장률은 2008년 제외하면 두 자리 수의 높은 성장률을 보였다. 하지만 중국인 출국관광객 대비 방한 중국인의 비중은 크게 증가하지 않는 것으로 나타난다.

<표2-4> 방한 중국 관광객 현황

연도	중국인 출국자		방한중국인		중국인출국자 대비 방한중국인 비중	방한외래객 대비 방한중국인 비중
	수(천명)	증감률(%)	수(천명)	증감률(%)		
2001	12,134	15.9	482	8.9	4.0	9.4
2002	16,602	36.8	539	11.9	3.2	10.1
2003	20,222	21.8	513	-4.9	2.5	10.8
2004	28,853	42.7	627	22.3	2.2	10.8
2005	31,026	7.5	710	13.2	2.3	11.8
2006	34,524	11.3	897	26.3	2.6	14.6
2007	40,950	18.6	1,069	19.2	2.6	16.6
2008	45,844	11.9	1,168	9.3	2.5	16.9
2009	47,660	3.9	1,342	14.9	2.8	17.2
2010	57,390	20.4	1,875	39.7	3.2	21.3
2011	70,250	22.4	2,220	18.4	3.2	22.7

자료 : 중국여유국 <http://www.cnta.gov.cn/>  
한국관광지식정보시스템 <http://stat.tour.go.kr/>

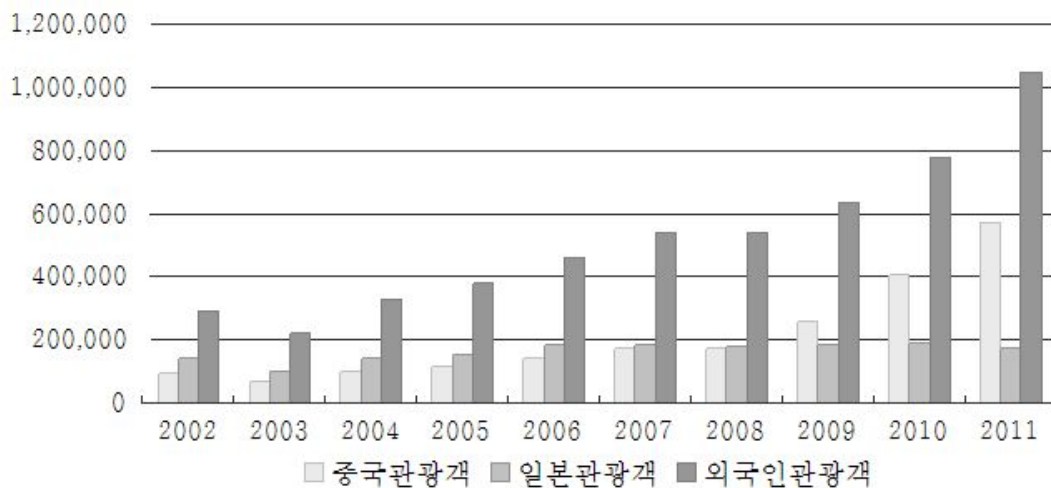
56) 김정훈(2011). "訪韓 中國觀光客의 觀光行動 特性研究", 《中國人文科學》, vol.48, p.425.

### 3) 제주도 중국관광객 현황

중국관광시장은 제주도 관광정책상의 장기적인 안목에서 표적시장으로 개척해야 할 시장이다. 90년대 제주방문 외국인 관광객 점유율에서 한때 70%대에 이르렀던 일본시장은 점차적으로 감소세를 보인다.<sup>57)</sup>

중국 국가여유국은 2002년 10월 28일에 중국인의 제주관광의 편리를 위해서 제주도의 무비자관광정책을 실시하였으며<sup>58)</sup>, 제주도는 국제자유도시 정책을 실시했기 때문에 외래 관광객이 지속적으로 증가하고 있다. 특히 중국인 관광객 수는 2009년도에 일본인 관광객 수를 초과하였고 제주도의 제1위 외래관광객 시장을 차지하고 있다. 제주도는 중국인 대상으로 무사증제도를 활용하여 다원적인 관광 홍보마케팅 전략을 추진하면서 중국인관광을 유치하였다. 2011년도는 제주 중국인관광시장 상반기에는 한반도 긴장고조, 겨울한파, 일본 대지진에 따른 인근지역 여행 불안심리 여파 등을 유례없는 악재로 큰 영향을 받았는데 하반기부터 반등하여 전년도 40.5%로 급증하여 사상 최고의 57만610명의 기록을 내었다.

<그림2-2> 제주도 방문 외국인 관광객 현황



자료 : 제주특별자치도관광협회, <http://www.hijeju.or.kr/>

57) 유정정(2007). "중국관광객의 제주 관광지 기대-만족에 관한 연구" 제주대학교 대학원, 석사학위논문, p.43.

58) "關於旅游團隊赴韓國濟州島旅游免辦簽證入境的通知", 中華人民共和國國家旅游局, <http://www.cnta.com/>

#### 4) 중국어 관광통역안내사의 현황

정부는 내외국인 관광객에게 관광안내 및 외국어 통역서비스를 제공하기 위하여 1961년 8월 22일 『관광사업진흥법』 제정, 공포되어 관광산업이 정부의 체계적인 정책기반조성과 민간자본의 관광업체가 등장함으로써 발전의 토대를 마련하였고, 1962년 유능한 관광안내원을 확보하고 체계적으로 육성시키기 위한 관광통역안내사 자격시험제도를 최초로 제도화하여 실시하였다. 관광통역안내사 국가자격증 제도 운영으로 자격증시험에 관한 업무가 한국산업인력공단에 이관되었고 2011년까지 18,308명이 자격증을 취득하였고, 이 중에 가장 많은 언어는 일어 9,381명, 영어 5,129명, 중국어 3,335명 순이다. 자격증 취득 인력 중 약 5천여 명이 관광업계에서 활동하며 이들 인력은 한국관광통역안내사협회를 통하여 관리되고 있다.

<표2-2>를 살펴보면 2003년을 기점으로 관광통역안내사 취득 인원이 급격히 줄어들었는데, 이는 1982년 5월 2일부터 시행된 관광사업법 제32조 고용업무 조항에 명시되어 있던 관광종사원의 고용 의무화에 관한 사항이 2003년 1월에 관광진흥법 제38조 관광종사원의 자격 등의 조항이 관광종사원 의무고용제를 폐지하고 권고 고용제로 개정되었기 때문이다. 그러나 무자격 관광통역안내사의 관광안내업무에 따른 부작용이 공식의제로 채택되면서 2009년 3월 2일 법 개정을 통하여 관광진흥법 제38조의 조항에 관광통역안내사의 고용의무화가 재도입되었다.

중국어 관광통역안내사 자격증 취득 현황을 살펴보면, 한·중 관광시장이 개방된 1998년 이후 급속하게 증가하였으나 관광통역안내사 고용 권고제로 전환된 2003년 이후에 큰 폭으로 감소하였고, 2009년 관광통역안내사 고용제도 의무화하였으나 방한 중국관광객의 수를 급증하므로 중국어 관광통역안내사 자격증 취득자를 다시 급속 증가하고 있다.

<표2-5> 연도별 관광통역안내사 국가자격증 취득자 현황

연도	영어	일어	중국어	불어	독어	서어	노어	기타	합계
1962~1990	1,165	1,985	236	65	29	21	0	-	3,501
1991~1995	943	1,963	347	36	25	24	14	-	3,352
1996~2000	1,303	1,849	880	35	23	20	36	-	4,146
2001	270	628	463	6	7	5	11	-	1,390
2002	85	586	391	4	10	10	14	-	1,100
2003	329	432	130	6	5	-	3	-	905
2004	107	274	62	2	-	1	5	-	451
2005	127	263	49	2	-	2	3	-	446
2006	107	198	61	-	-	-	1	-	367
2007	113	136	51	2	1	1	2	-	306
2008	100	146	49	1	-	-	1	-	297
2009	116	165	51	1	1	2	1	-	337
2010	211	407	184	1	1	1	2	4	811
2011	156	357	370	2	2	1	5	6	899
합계	5,129	9,381	3,335	163	104	88	98	10	18,308

자료 : 한국관광통역안내사협회 2012

#### 4. 선행연구

##### 1) 관광통역안내사에 대한 연구

1962년부터 관광통역안내사 제도가 실시되었는데 그 업무 수행이 관광객의 전체 만족도에 상당한 부분을 차지함에도 불구하고 많은 연구는 이루어지지 않고 있는 상황이다. 그동안의 국내 선행연구를 정리해보면 이선희(1987), 안연철(1989), 최인숙(1990)은 관광통역안내사의 실태파악에 중점을 둔 연구로 통역안내사의 수급현황, 종사원의 자질, 학력, 교육 현황 등의 실태분석과 문제점 도출 및 해결 방안을 제시했고, 신창애(1993), 홍현미(1995)등의 전문직의 특성과 전문직에 관한 이론적 고찰을 통하여 관광통역안내사의 전문직으로서의 발전단계를 추론해 내었다. 윤대순(1998)은 관광통역안내사의 질적향상을 위해 자격제도의 개선점을 제시하는 연구를 하였다. 전경선(1999), 김경님(2001), 선혜중(2005)등의 연구는 관광객만족과 재방문의사에 영향을 미치는 통역안내사 역할을 살펴보았다. 양강청(2004)은 중국 관광객의 만족을 이끄는 중국인 투어가이드의 서비스 특징을 분석하였다.

관광통역안내사 제도가 실시된지 50년 지난 현재 통역안내사 역할의 중요성에 비해 그에 대한 연구는 부족한 실정이다. 다음<표2-6>에 통역안내사에 대한 국내 선행 연구들을 정리해 보았다.

<표2-6> 관광통역안내사에 관한 연구

연구 주제	연구자	연구내용
실태파악과 개선책제시	이선희(1987)	통역안내원에 대한 소고와 1984년 통역안내원의 실태를 파악하고 개선책을 제시하였다.
	안영철(1989)	관광통역안내원의 실태와 의식구조에 관한 연구를 통한 관광통역 안내원의 실태 파악에 중점을 두었다.
	최인숙(1990)	관광통역안내원의 개념을 비롯한 수급현황, 안내원의 자질 및 교 육현황 등의 실태분석과 실제 설문조사를 통해 문제점과 해결 방 안을 제시하였다.
전문직화와 자질개선	신창애(1993)	관광통역안내사의 전문직화 관한 실증적 연구를 통해 전문직으로 서의 관광통역안내사를 양성하는 방안을 제시하였다.
	홍현미(1995)	관광통역안내사의 전문화에 관한 문제를 중심으로 관광통역안내사 의 실태분석 후 전문화에 관한 문제점과 그에 대한 개선방안을 제 시하였다.
	유용재(1996)	관광통역안내사의 전문화에 관한 연구를 통하여 전문직과 관련된 문제점을 파악하여 전문화를 통한 발전적인 자질향상 방안을 제시 하였다.
자격제도와 개선방안	전명숙(1997)	관광통역안내사의 자격제도에 관한 연구로 관광통역안내사의 의의 와 문제점 및 개선방안을 제시하였다.
	윤대순(1998)	관광통역안내사 등 관광종사원 자격자의 질적 향상을 위한 관광종 사원 자격제도의 개선방안을 제시하였다.
관광객의 만족도에 미치는 역할	안석현(1997)	관광인솔자와 여행자의 관광만족도에 대해 패키지여행을 중심으로 한 실증연구를 통해 관광인솔자의 일반적 현황을 제시하고 리더쉽 과 여행자의 만족도에 관한 이론적 배경과 실증조사를 실시하였 다.
	전경선(1999)	관광통역안내사의 역할이 관광객만족에 미치는 영향에 관한 연구 로서 관광통역안내사의 역할에 관한 개념적인 모델을 개발하였다.
	김경님(2001)	관광객만족에 미치는 관광통역안내사의 역할에 관한 연구로 패키 지투어 여행자의 관광만족도가 긍정적 구전, 재방문에 영향을 미 치는지 검증하였다.
	선훈중(2005)	중국관광객 만족에 미치는 한국인, 조선족, 화교통역안내사 각각의 역할 만족도의 차이 실증조사를 실시하였다.
관광통역안내 사의 서비스 품질	이정미/하현국 (2001)	일본 패키지 관광객의 만족도에 직접적으로 영향을 미치는 관광안 내사의 서비스 품질에 대해 연구하였다.
	양강천(2004)	중국관광객 만족을 위한 중국어 투어가이드의 서비스 품질 개선 방안을 연구하여 서비스 품질 항목 중 개선되어야 할 점을 제시하 였다.

\*선행연구를 바탕으로 재정리

## 2) 관광객 만족에 관한 연구

Lopez(1980)<sup>59)</sup>는 관광상품 품질의 만족수준에 관한 리더십 스타일의 효율성이라는 연구를 통해 관광통역안내사의 성격이 그들의 관광단체의 관광만족 정도에 영향을 미친다고 전제하며, 리더의 권위적이거나 민주적인 리더십 스타일과 관련된 성격 구조를 권위성, 독단성, 엄격성으로 보고 리더십 스타일을 적용시켜 10일간의 스페인 관광에서 개인과 단체에 미치는 영향을 연구하였다.

Whipple과 Thach(1988)<sup>60)</sup>는 단체관광객을 만족시키는데 있어 서비스의 역할에 대한 연구로 고객만족을 관광분야에서의 기대와 수행에 적용한 것으로 패키지투어에 관한 4가지 연구 과제를 탐구하는데 "첫째, 사전경험은 기대 수준과 관광객에 의해 판단되는 수행에 영향을 미치는가? 둘째, 서비스 경험적 측면이 관광매력물에 대한 만족도를 변경시키거나 결정하는가? 셋째, 기대, 수행, 재구매의도 간에 관계가 존재하는가? 넷째, 사전 사후 경험의 판단기준이 동일하게 평가되는가?"를 연구하였다.

그러므로 이 연구는 훌륭한 서비스가 성공적 여행사 경영에 결정적이라는 사실을 확실히 하고 관광통역안내사, 출발점의 편리성, 관리경영자의 통제 능력의 질이 고객만족과 미래 관광의 관심에 결정적인 서비스 속성이며 탁월한 서비스가 평범한 매력물에 대한 실망을 제한시킬 수 있다고 보여 주었다.

Geva and Goldman(1991)<sup>61)</sup>는 "단체 관광에서의 만족도 측정"이라는 연구를 통해서 단체관광을 제공하는 관광기업은 관광객의 만족을 강조하고 관광의 질을 평가하는 도구로 사용하는데, 관광객만족을 성취시키는 임무는 관광통역안내사에게 위임 된다고 간주하였고 따라서 통역안내사에 대한 만족, 여행사에 대해 만족과 재구매에 영향을 미치는지를 연구하고자 했는데 결과적으로 통역안내사에 대한 만족은 여행사에 대한 만족에 중요한 역할을 하지 않았고 여행사를 재추천하거나 재구매의사에 영향을 주지 않는 것으로 나타났다.

59) E.M. Lopez(1980). The Effective of Leadership Style on Satisfaction Levels of Tour Quality, *Journal of Travel Research*. Vol. 18. pp.20-23.

60) T.W. Whipple, & S.V. Thach(1988). Group Tour Management : Does good Service produce Satisfied Customers?. *Journal of Travel Research*. fall : pp.16-20.

61) A. Geva, & A. Goldman(1991). Satisfaction measurement in guided tours, *Annals of Tourism Research*. Vol. 18, pp.177-185.



전경선(1999)<sup>62)</sup>는 관광안내사들이 단체관광객을 안내할 때 관광객만족에 가장 많은 영향을 미치는 역할은 커뮤니케이션 역할, 사회적 역할, 도구적 역할, 상호작용 역할 순으로 중요도가 나타났고 관광통역안내사에 대한 만족은 전반적인 관광만족, 긍정적 구전과 재구매에 영향을 미치는 것으로 조사되었다.

이정미 · 하현국(2001)<sup>63)</sup>는 서비스 품질 구성요소를 전문성, 신뢰성, 응대성, 확산성, 공감성으로 나누고 이 변수들이 일본관광객이 관광통역안내원에 대한 만족도에 영향을 미치고 있다고 밝혔다. 그 중에 확산성을 많이 제공한다고 지각할수록 관광만족도가 높은 것으로 연구되었다.

김경님(2001)<sup>64)</sup>는 관광객들의 관광통역안내사에 대한 가장 큰 만족은 언어수준이고 가장 불만족한 부분은 여행일정 준수로 나타났다. 관광통역안내사의 역할로 길안내, 안전 배려, 신뢰성, 통속력, 고유문화와 관습의 이해, 언어 수준, 서비스 수준, 관광지에 대한 충분한 설명에 대한 만족이 높을수록 관광객들의 관광만족도는 높고 관광객들의 만족도가 높을수록 향후 재방문의도는 높은 것으로 조사되었다.

---

62) 전경선(1999). "관광안내원의 역할이 관광객 만족에 미치는 영향에 관한 연구", 대구대학교 사회개발대학원, 석사학위논문.

63) 이정미 · 하현국(2001). "관광통역안내원의 서비스질이 고객 만족도에 미치는 영향에 관한 연구 : 일본인관광객을 대상으로", 『관광연구』, 16(1) : 218-238.

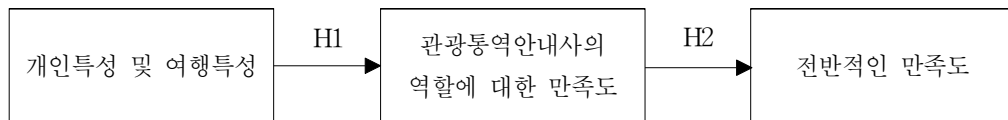
64) 김경님(2001), "관광객 만족도에 미치는 관광통역 가이드의 제 역할에 관한 연구-일본인 관광객을 중심으로", 경희대학교 경영대학원, 석사학위논문.

### III. 연구 설계

#### 1. 연구모형의 설계

본 연구의 주요목적은 제주도를 방문하는 중국단체관광객을 대상으로 일반적 특성에 따라 관광통역안내사의 역할에 대한 만족도에는 차이가 있는지, 관광통역안내사의 역할에 대한 요인을 파악하고 각 요인이 관광객의 전반적인 만족도에 어떠한 영향을 미치는지에 분석하고자 하는 것이다. 이러한 목적을 달성하기 위해 제2장에서 관광통역안내사의 역할에 대한 문헌적 고찰을 근거로 하여 관광통역안내사의 역할, 관광객 전반적인 만족도를 주요변수로 설정했다. 본 연구는 선행연구를 통해 얻어진 여러 가지 변수들을 토대로 연구모형을 설정했다.

<그림3-1> 연구모형



#### 2. 연구가설의 설정

본 연구에서는 Cohen(1985)은 관광통역안내사의 역할 요인을 체계적으로 도구적 요인, 사회적 요인, 상호작용 요인, 커뮤니케이션 요인으로 4가지 구분하는 이론적 연구를 수행한다. 전경선(1999), 김경님(2001), 선혜중(2005) 등의 연구를 근거로 관광통역안내사의 역할 측정항목을 30개의 문항을 구성하였다. 따라서 본 연구의 목적을 달성하기 위하여 가설을 설정하면 다음과 같다.

가설 1. 관광객의 개인특성과 여행특성에 따라 관광통역안내사의 역할에 대한 만족도는 유의한 차이가 있을 것이다.

1-1. 관광객의 성별에 따라 관광통역안내사의 역할에 대한 만족도는 유의한 차이가 있을 것이다.

1-2. 연령에 따라 관광통역안내사의 역할에 대한 만족도는 유의한 차이가 있을 것이다.

1-3. 학력에 따라 관광통역안내사의 역할에 대한 만족도는 유의한 차이가 있을 것이다.

1-4. 직업에 따라 관광통역안내사의 역할에 대한 만족도는 유의한 차이가 있을 것이다.

1-5. 월소득에 따라 관광통역안내사의 역할에 대한 만족도는 유의한 차이가 있을 것이다.

1-6. 방문횟수에 따라 관광통역안내사의 역할에 대한 만족도는 유의한 차이가 있을 것이다.

1-7. 동반자에 따라 관광통역안내사의 역할에 대한 만족도는 유의한 차이가 있을 것이다.

1-8. 관광통역안내사의 국적에 따라 관광통역안내사의 역할에 대한 만족도는 유의한 차이가 있을 것이다

가설 2. 관광통역안내사의 역할에 대한 만족도는 관광객 전반적인 만족도에 영향을 미칠 것이다.

### 3. 연구조사의 설계

#### 1) 설문지 구성

본 연구의 목적을 달성하기 위해 선행연구를 바탕으로 구조화된 설문지를 작성하고 실증적 연구방법을 채택하였다. 본 연구의 설문지는 3개 부문으로 구성하였다. 관광객의 개인특성과 여행특성, 관광통역안내사 역할에 만족도.

관광객 개인특성과 여행특성을 관련해서는 성별, 연령, 학력, 직업, 평균소득, 방문횟수, 동반자, 관광통역안내사의 국적으로 총 8개 문항을 구성하였다.

관광통역안내사 역할에 만족도는 도구적 요인으로 8개 문항, 사회적 요인으로 6개 문항, 상호작용 요인으로 8개 문항, 커뮤니케이션 요인으로 8개 문항을 구성하며 “전혀 만족하지 않다”를 1점, “만족하지 않다”를 2점, “보통이다”를 3점, “만족하다”를 4점, “매우 만족하다”를 5점 Linkert 척도로 측정하였다.

관광객 전반적인 만족도는 “전혀 만족하지 않다”를 1점, “만족하지 않다”를 2점, “보통이다”를 3점, “만족하다”를 4점, “매우 만족하다”를 5점 Linkert 척도로 측정하였다.

<표 3-1> 설문지 구성

내용		항목수	척도
관광통역안내사 역할에 대한 만족	도구적 역할	8	5점 Linkert 척도
	사회적 역할	6	
	상호작용 역할	8	
	커뮤니케이션 역할	8	
전반적인 관광만족도		1	
관광객 개인특성과 여행특성		8	명목척도

## 2) 자료수집 방법

본 연구의 조사단계 진행시간은 2012년 10월 15일에서 10월 24일까지 총 10일간 제주국제공항에서 제주도 방문하는 중국본토 단체관광객을 대상으로 실시하였으며 편의표본추출에 의한 직접설문조사 방식으로 이용하였다. 총 300부의 설문지를 배포하여 회수된 설문지는 294부를 회수되었고 그 중에 응답하지 않거나

불성실한 설문지 41부를 제거한 후에 253부의 유효 표본을 이용하여 실증분석하였다.

<표 3-2> 자료 수집

조사대상	제주도 방문하는 중국본토 단체관광객
조사장소	제주국제공항
조사시간	2012년 10월 15일-10월 24일
배포된 설문지의 수	300 부
회수된 설문지의 수	294 부
패기된 설문지의 수	41 부
유효 표본	253 부

### 3) 분석방법

본 연구에서 기대되는 바람직한 결과를 도출하기 위하여 변수의 수, 분석의 성격, 척도의 종류, 집단의 수 등 표본의 전반적인 성격을 고려하여 이에 부합하는 방법을 고려하였다. 통계처리는 SPSS 12.0 프로그램을 이용하여 분석하였다. 그리고 다음과 같은 자료처리과정을 실시하였다.

첫째, 우선 자료입력에 대한 정확성을 점검하기 위해 빈도분석을 실시하였다.

둘째, 각 측정변수의 타당성 및 신뢰성 검증을 위해 요인분석과 신뢰도분석을 실시하였다.

셋째, 개인특성과 여행특성에 따라 관광통역안내사의 역할에 대한 만족도의 차이를 검증하기 위하여 분산분석을 실시하였다.

넷째, 관광통역안내사의 역할 요인에 따라 관광객 전반적인 만족도에 미치는 영향 관계를 알아보기 위하여 다중회귀분석을 실시하였다.

## IV. 실증분석

### 1. 표본의 구성과 특성

#### 1) 관광객 인구통계적 특성

본 연구의 목적을 달성하기 위하여 제주도 방문 단체 중국관광객 253명을 대상으로 실증분석을 실시하였다. 응답자의 개인특성을 파악하기 위해 빈도분석을 실시하였으며 그 결과는 <표4-1>과 같다.

성별은 남성이 109명으로 43.1%, 여성이 144명으로 56.9%의 비율로 남성의 비율이 여성보다 다소 낮다.

연령별로는 20대가 96명(37.9%), 30대가 87명(34.4%), 40대가 32명(12.6%), 50대가 22명(8.7%), 60세 이상은 16명(6.7%)을 차지하고 있다. 20대와 30대가 높은 비율을 차지하고 있는 것을 알 수 있다.

학력은 대졸이 189명(74.7%)으로 대부분이었으며, 고졸이 42명(16.6%), 중졸 이하가 12명(4.7%), 대학원 이상이 10명(4.0%)로 구성되었다.

직업은 회사원이 113명(44.7%)으로 가장 많았고, 다음으로 전문/관리직이 39명(15.4%), 기타가 34명(13.4%), 판매/서비스직이 15명(5.9%), 주부가 10명(4.0%), 공무원이 9명(3.6%), 학생이 3명(1.2%)의 순으로 각각 분포한 것으로 나타났다.

월평균소득은 5000위안 이상이 71명(28.1%), 3000~4000위안이 63명(24.9%), 4000~5000위안이 55명(21.7%), 1000~2000위안이 9명(3.6%), 1000위안 이하가 3명(1.2%)의 순으로 각각 분포한 것으로 나타났다.

<표4-1> 표본의 인구통계적 특성

구분		빈도	비율(%)
성별	남	109	43.1
	여	144	56.9
연령	20~30세	96	37.9
	30~40세	87	34.4
	40~50세	32	12.6
	50~60세	22	8.7
	60세 이상	16	6.3
학력	중졸 이하	12	4.7
	고졸	42	16.6
	대졸	189	74.7
	대학원 이상	10	4.0
직업	회사원	113	44.7
	공무원	9	3.6
	자영업	30	11.9
	판매/서비스직	15	5.9
	전문/관리직	39	15.4
	학생	3	1.2
	주부	10	4.0
	기타	34	13.4
월소득	1000위안 이하	3	1.2
	1000~2000위안	9	3.6
	2000~3000위안	52	20.6
	3000~4000위안	63	24.9
	4000~5000위안	55	21.7
	5000위안 이상	71	28.1

2) 여행 특성

방문횟수는 처음이 243명(96.0%)이 절대다수를 차지하고 2회는 10명(4.0%)을 차지하고 있으며, 동반자는 가족친지가 110명(43.5%), 친구가 70명(27.7%), 동료가 60명(23.7%), 혼자가 9명(3.6%), 기타가 4명(1.6%)의 순으로 각각 분포한 것으로 나타났다.

관광통역안내사의 국적은 한국이 86명(34.0%)이며 중화권이 167명(64.0%)이 높은 비율을 차지하였다.

<표4-2> 표본의 여행 특성

구분		빈도	비율(%)
방문횟수	처음	243	96.0
	2회	10	4.0
동반자	혼자	9	3.6
	친구	70	27.7
	가족친지	110	43.5
	동료	60	23.7
	기타	4	1.6
통역안내사의 국적	한국	86	34.0
	중화권	167	64.0



## 2. 신뢰성 및 타당성 분석

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

신뢰도란 유사한 측정도구 혹은 측정도구를 사용하여 동일한 개념을 반복 측정했을 때 일관성 있는 결과를 얻는 것을 말한다. 즉, 신뢰도란 안정성(stability), 일관성(consistency), 예측가능성(predictability), 정확성(accuracy), 의존가능성(dependability) 등으로 표현될 수 있는 개념으로 비교 가능한 독립된 측정방법에 의해 대상을 측정하는 경우 결과가 비슷하게 되는 것을 의미한다. 즉 동일한 개념에 대하여 측정을 반복했을 때 동일한 측정값을 얻을 가능성을 말하는 것이다.

신뢰도 측정방법에는 재검사법(test-retest method), 복수양식법(parallel-forms technique), 반분법(split-half method), 배적일관성(internal consistency reliability)등이 있는데 본 분석에서는 내적일관성 신뢰도인 Cronbach's Alpha를 사용했다. Cronbach's Alpha 계수는 하나의 개념에 대하여 여러 개의 항목을 이용하는 경우 신뢰도를 저해하는 항목을 찾아내어 측정도구에서 제외시킴으로써 측정도구의 신뢰도를 높이기 위한 방법으로 가장 많이 사용되는 방법이다. 일반적으로 탐색적 연구 분야에서 신뢰계수가 0.6이상이면 측정도구의 신뢰도에는 큰 문제가 없는 것으로 알려져 있다.

타당성이란 측정하고자 하는 것을 실제로 측정해 내는 정도를 나타내는 것으로 그 평가 방법에 따라 내용타당성(content validity), 기준에 의한 타당성(criterion-related validity), 개념타당성(construct validity)으로 나누어진다. 내용타당성은 측정도구 자체가 측정하고자 하는 속성이나 개념을 얼마나 대표할 수 있는지를 평가하는 것으로써 측정하고자 하는 구성개념의 조작적 정의의 적절성 여부를 판단하는 근거이다. 기준에 의한 타당성은 통계적인 유의성을 평가하는 것으로 속성을 측정해줄 것으로 알려진 기준과 측정도구의 측정결과인 점수 간의 관계를 비교함으로써 타당도를 파악하는 방법이다. 특정한 기준에 대한 측정도구의 예측에 있어서의 정확성을 평가하게 되므로 예측타당성(predictive

validity)이 라고 한다. 개념타당성이란 한 개념이 다른 개념과 구별되는 정도를 설명하는 것으로 측정도구가 실제로 무엇을 측정 했는가 또는 조사자가 측정하고자 하는 추상적인 개념이 실제로 측정도구에 의해서 적절하게 측정됐는가에 관한 문제로서 이론적 연구를 하는 데 있어서 가장 중요한 타당성이다. 개념타당성은 크게 이해타당성(nomological validity), 집중타당성(convergent validity), 판별타당성(discriminant validity)로 나누어진다.<sup>65)</sup>

본 연구는 탐색적 연구이며 알파계수를 통해 신뢰도 분석을 실시하였다. <표 4-3>를 살펴보면 관광통역안내사의 역할에 대한 신뢰성 및 타당성을 검증한 결과 총4개의 요인이 추출되었으며 각 요인에 대한 신뢰도계수가 .844, .824, .783, .661로 모두 0.6 이상이어서 신뢰성이 양호한 것을 확인할 수 있다. 또한 요인분석에 대한 적합성 KMO(Kaiser-Meyer-Olrik)값이 .804로 0.5이상으로 요인분석이 적합함을 확인할 수 있다.

고유치는 1을 기준으로 하여 요인을 추출한 결과 4개 요인의 총분산 설명력은 61.867로 나타났으며, 각 변수에 대한 공통성을 살펴보면 모두 0.4 이상으로 공통성에서도 양호한 값을 나타내고 있다. 요인별을 살펴보면 1요인은 "도구적 역할", 2요인은 "커뮤니케이션 역할", 3요인은 "상호작용 역할", 4요인은 "사회적 역할"으로 정한다.

---

65) 채서일(2005). 『사회과학조사방법론』, 서울: 비엔엠북스, pp.179-189.

<표4-3> 관광통역안내사의 역할에 만족도에 대한 신뢰도 및 타당성 분석

요인명	변수	성분				공통성	항목제거시 신뢰도계수	신뢰도 계수
		1	2	3	4			
도구적 역할	효율적인 경로 결정	.806				.676	.811	.844
	관광객에 대한 통제	.711				.594	.817	
	도로 안내 능력	.710				.540	.831	
	관광객 요구사항에 대한 배려	.698				.567	.808	
	관광객 심리안정에 대한 배려	.675				.575	.814	
	관광객 신병안전에 대한 배려	.619				.702	.815	
사회적 역할	유머감각		.833			.688	.768	.824
	관광객간 단결을 위한 활동		.625			.602	.811	
	관광객간 충돌에 중재		.576			.619	.787	
상호 작용 역할	쇼핑시설 이용에 설명			.778		.562	.787	.763
	선택관광 이용에 설명			.736		.632	.792	
	식당시설 이용에 설명			.713		.701	.669	
	관련조직 사이의 매개			.572		.625	.690	
커뮤니 케이션 역할	중국문화와 전통에 이해				.800	.634	.687	.661
	중국어 구사능력				.761	.576	.760	
	한국문화와 전통에 이해				.721	.719	.542	
	흥미있는 대상에 안내				.689	.638	.458	
	관광객의 요구에 적극적으로 관광안내				.574	.485	.668	
고유치		6.202	2.333	1.418	1.184			
누적분산설명력		34.453	47.416	55.291	61.867			

KMO=.804 Bartlett의 구성성검증 X<sup>2</sup>=2082.149 유의확률= .000

KMO: Kaiser-Meyer-Olkin

관광통역안내사의 각 변인별 평균과 표준편차는 다음 <표4-4>에 제시한 것과 같다. 먼저 관광통역안내사의 역할에 대한 각 요인별 평균점수를 살펴보면, 도구적 역할이 4.221점으로 가장 높은 만족도를 보였으며, 다음으로 커뮤니케이션 역할이 4.094점, 상호작용 역할이 3.908점, 사회적 역할이 3.095점의 순으로 높은 평균점을 나타냈으며 비교적 만족하다는 반응을 보였다. 또한 관광객 전반적 만족도가 4.091점으로 나타났다.

<표4-4> 변인별 평균과 표준편차

구분		표본수	평균	표준편차
관광통역안내사의 역할	도구적	253	4.211	.540
	사회적	253	3.095	.370
	상호작용	253	3.908	.518
	커뮤니케이션	253	4.094	.532
관광객 전반적인 만족도		253	4.091	.578

### 3. 가설검증

#### 1) 가설 1의 검증

H1 : 관광객의 개인특성과 여행특성에 따라 관광통역안내사의 역할에 대한 만족도는 유의한 차이가 있을 것이다.

##### (1) 성별에 따른 관광통역안내사의 역할에 대한 만족도의 차이검증

성별에 따른 관광통역안내사의 역할에 대한 만족도는 유의한 차이가 있는 지 알아보기 위해 두 집단 간 차이검증(t-test)을 실시한 결과 <표4-5>와 같이 나타났다.

도구적 요인, 사회적 요인, 상호작용 요인, 커뮤니케이션 요인을 관광객의 성별에 따라 차이를 살펴보면, 도구적 요인이  $p < 0.001$ , 커뮤니케이션 요인이  $p < 0.05$  수준에서 통계적으로 유의한 차이를 보였다. 사회적 요인과 상호작용 요인이 관광객 성별에서 차이를 없는 것으로 나타났다.

<표4-5> 성별에 따른 관광통역안내사의 역할에 대한 만족도의 차이분석

구분		N	평균	표준편차	t(p-value)
도구적 역할	남	109	4.170	.483	-1.048 (.000***)
	여	144	4.243	.597	
사회적 역할	남	109	3.194	.344	3.643 (.201)
	여	144	3.021	.395	
상호작용 역할	남	109	4.001	.510	2.492 (.995)
	여	144	3.837	.526	
커뮤니케이션 역할	남	109	4.150	.595	1.468 (.015*)
	여	144	4.052	.469	

\* $p < 0.05$  \*\*\* $p < 0.001$

(2) 연령에 따른 관광통역안내사의 역할에 대한 만족도의 차이검증

연령에 따라 관광통역안내사의 역할에 대한 만족도에 유의한 차이가 있는지 알아보기 위해 분산분석(ANOVA)을 실시했으며, Duncan의 다중범위 검정(multiple-range test)을 이용하여 사후검증을 실시했다. 그 결과<표4-6>과 같이 나타났다.

관광통역안내사 역할 요인을 연령에 따라 차이를 살펴보면 도구적 요인이  $p < 0.05$ , 커뮤니케이션 요인이  $p < 0.01$  수준에서 통계적으로 유의한 차이를 보였다.

<표4-6> 연령에 따른 관광통역안내사의 역할에 대한 만족도의 차이분석

구분		N	평균	표준편차	F(p-value)
도구적 역할	20~30세	96	4.331(b)	.528	2.426 (.049*)
	30~40세	87	4.138(ab)	.571	
	40~50세	32	4.082(a)	.578	
	50~60세	22	4.284(ab)	.566	
	60세 이상	16	4.055(a)	.376	
사회적 역할	20~30세	96	3.068	.380	.609 (.657)
	30~40세	87	3.118	.414	
	40~50세	32	3.145	.395	
	50~60세	22	3.125	.250	
	60세 이상	16	3.000	.362	
상호작용 역할	20~30세	96	3.934	.585	.611 (.655)
	30~40세	87	3.933	.504	
	40~50세	32	3.902	.363	
	50~60세	22	3.813	.488	
	60세 이상	16	3.758	.592	
커뮤니케이션 역할	20~30세	96	4.103(ab)	.416	4.699 (.001**)
	30~40세	87	4.131(ab)	.579	
	40~50세	32	4.227(b)	.474	
	50~60세	22	4.097(ab)	.658	
	60세 이상	16	3.578(a)	.516	

\* $p < 0.05$  \*\* $p < 0.01$  사후검정은 Duncan's 다중검정방법을 이용함(a<b)

(3) 학력에 따른 관광통역안내사의 역할에 대한 만족도의 차이검증

학력에 따른 관광통역안내사의 역할에 대한 만족도에 유의한 차이가 있는지 알아보기 위해 분산분석(ANOVA)을 실시했으며, Duncan의 다중범위 검정 (multiple-range test)을 이용하여 사후검증을 실시했다. 그 결과<표4-7>과 같이 나타났다.

결과를 살펴보면 학력에 따라 도구적 요인( $p < 0.01$ )과 커뮤니케이션 요인 ( $p < 0.001$ )이 통계적으로 유의한 차이가 보이는 것으로 나타났다.

<표4-7> 학력에 따른 관광통역안내사의 역할에 대한 만족도의 차이분석

구분		N	평균	표준편차	F(p-value)
도구적 역할	중졸 이하	12	3.973(a)	.600	4.375 (.005**)
	고졸	42	4.094(ab)	.251	
	대졸	189	4.025(ab)	.544	
	대학원 이상	10	4.281(b)	.428	
사회적 역할	중졸 이하	12	3.063	.386	1.952 (.122)
	고졸	42	2.973	.325	
	대졸	189	3.127	.386	
	대학원 이상	10	3.050	.483	
상호작용 역할	중졸 이하	12	4.031	.668	1.055 (.369)
	고졸	42	3.804	.499	
	대졸	189	3.929	.518	
	대학원 이상	10	3.788	.581	
커뮤니케이션 역할	중졸 이하	12	3.344(a)	.668	10.362 (.000***)
	고졸	42	4.018(ab)	.648	
	대졸	189	4.153(ab)	.452	
	대학원 이상	10	4.213(b)	.460	

\*\* $p < 0.01$  \*\*\* $p < 0.001$  사후검정은 Duncan's 다중검정방법을 이용함(a<b)

(4) 직업에 따른 관광통역안내사의 역할에 대한 만족도의 차이검증

직업에 따른 관광통역안내사의 역할에 대한 만족도에 유의한 차이가 있는지 알아보기 위해 분산분석(ANOVA)을 실시했으며, Duncan의 다중범위 검정(multiple-range test)을 이용하여 사후검증을 실시했다.

그 결과는 <표4-8>에서 보는 바와 같이 도구적 요인, 사회적 요인과 커뮤니케이션 요인이 직업에 따라 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다.

<표4-8> 직업에 따른 관광통역안내사의 역할에 대한 만족도의 차이분석

구분		N	평균	표준편차	F(p-value)
도구적 역할	회사원	113	4.298(ab)	.573	2.350 (.024*)
	공무원	9	4.542(b)	.272	
	자영업	30	4.075(ab)	.507	
	판매/서비스직	15	3.975(a)	.341	
	전문/관리직	39	4.308(ab)	.491	
	주부	10	3.988(a)	.985	
	기타	34	4.081(ab)	.472	
사회적 역할	회사원	113	3.118(ab)	.354	3.343 (.002**)
	공무원	9	3.292(b)	.165	
	자영업	30	3.117(ab)	.422	
	판매/서비스직	15	2.975(ab)	.288	
	전문/관리직	39	3.192(ab)	.387	
	주부	10	2.713(a)	.504	
	기타	34	3.044(ab)	.396	
사호작용 역할	회사원	113	3.920	.511	1.202 (.302)
	공무원	9	4.000	.390	
	자영업	30	3.875	.425	
	판매/서비스직	15	3.675	.565	
	전문/관리직	39	4.019	.604	
	주부	10	3.663	.460	
	기타	34	3.941	.580	
커뮤니케이션 역할	회사원	113	4.095(ab)	.500	2.441 (.020*)
	공무원	9	4.458(ab)	.225	
	자영업	30	3.992(b)	.617	
	판매/서비스직	15	4.150(ab)	.379	
	전문/관리직	39	4.250(ab)	.419	
	주부	10	4.213(ab)	.880	
	기타	34	3.879(a)	.564	

\*p<0.05 \*\*p<0.01 사후검정은 Duncan's 다중검정방법을 이용함(a<b)



(5) 월소득에 따른 관광통역안내사의 역할에 대한 만족도의 차이검증

월소득에 따른 관광통역안내사의 역할에 대한 만족도에 유의한 차이가 있는지 알아보기 위해 분산분석(ANOVA)을 실시했으며, Duncan의 다중범위 검정(multiple-range test)을 이용하여 사후검증을 실시했다. 결과는 다음 <표4-9>에서 알 수 있는 것처럼, 커뮤니케이션 요인만이 소득수준에 따라 유의한 차이를 보이는 것으로 나타났다.

<표4-9> 월소득에 따른 관광통역안내사의 역할에 대한 만족도의 차이분석

구분		N	평균	표준편차	F(p-value)
도구적 역할	1000~2000위안	9	4.042	.006	1.240 (.291)
	2000~3000위안	52	4.197	.544	
	3000~4000위안	63	4.319	.529	
	4000~5000위안	55	4.250	.462	
	5000위안 이상	71	4.132	.568	
사회적 역할	1000~2000위안	9	3.000	.286	1.585 (.165)
	2000~3000위안	52	3.046	.384	
	3000~4000위안	63	3.143	.376	
	4000~5000위안	55	3.077	.323	
	5000위안 이상	71	3.136	.435	
상호작용 역할	1000~2000위안	9	3.833	.272	.341 (.888)
	2000~3000위안	52	3.923	.540	
	3000~4000위안	63	3.909	.540	
	4000~5000위안	55	3.955	.476	
	5000위안 이상	71	3.880	.575	
커뮤니케이션 역할	1000~2000위안	9	3.443(a)	.390	2.757 (.019*)
	2000~3000위안	52	3.978(ab)	.513	
	3000~4000위안	63	4.062(ab)	.505	
	4000~5000위안	55	4.141(b)	.524	
	5000위안 이상	71	4.182(b)	.559	

\*p<0.05 사후검정은 Duncan's 다중검정방법을 이용함(a<b)

(6) 방문횟수에 따른 관광통역안내사의 역할에 대한 만족도의 차이검증

방문횟수에 따라 관광통역안내사의 역할에 대한 만족도에 유의한 차이가 있는지 알아보기 위해 두 집단 간 차이검증(t-test)을 실시한 결과 <표4-10>와 같이 나타났다. 방문횟수에 따라 사회적 요인, 상호작용 요인과 커뮤니케이션 요인이 유의한 차이를 보이지 않았으나 도구적 요인만 유의한 차이를 보이는 것으로 나타났다.

<표4-10> 방문횟수에 따른 관광통역안내사의 역할에 대한 만족도의 차이분석

구분		N	평균	표준편차	t(p-value)
도구적 역할	처음	243	4.222	.559	1.535 (.000***)
	2회	10	3.950	.121	
사회적 역할	처음	243	3.103	.386	1.545 (.097)
	2회	10	2.913	.257	
상호작용 역할	처음	243	3.931	.519	3.587 (.110)
	2회	10	3.338	.295	
커뮤니케이션 역할	처음	243	4.103	.533	1.266 (.130)
	2회	10	3.888	.341	

\*\*\*p<0.001

(7) 동반자에 따른 관광통역안내사의 역할에 대한 만족도의 차이검증

동반자에 따른 관광통역안내사의 역할에 대한 만족도에 유의한 차이가 있는지 알아보기 위해 분산분석(ANOVA)을 실시했으며, Duncan의 다중범위 검정(multiple-range test)을 이용하여 사후검증을 실시했다. 결과는 다음 <표4-11>에서 알 수 있는 것처럼, 커뮤니케이션 요인( $p < 0.01$ )만이 동반자에 따라 유의한 차이를 보이는 것으로 나타났다.

<표4-11> 동반자에 따른 관광통역안내사의 역할에 대한 만족도의 차이분석

구분		N	평균	표준편차	F(p-value)
도구적 역할	혼자	9	3.958	.225	1.040 (.387)
	친구	70	4.143	.560	
	가족친지	110	4.252	.543	
	동료	60	4.260	.598	
사회적 역할	혼자	9	2.958	.331	.486 (.746)
	친구	70	3.084	.332	
	가족친지	110	3.101	.426	
	동료	60	3.108	.377	
상호작용 역할	혼자	9	3.708	.125	1.154 (.332)
	친구	70	4.007	.563	
	가족친지	110	3.877	.531	
	동료	60	3.871	.510	
커뮤니케이션 역할	혼자	9	3.875(a)	.188	3.890 (.004**)
	친구	70	4.129(ab)	.483	
	가족친지	110	4.014(ab)	.564	
	동료	60	4.183(b)	.504	

\*\* $p < 0.01$  사후검정은 Duncan's 다중검정방법을 이용함(a<b)

(8) 통역안내사의 국적에 따른 관광통역안내사의 역할에 대한 만족도의 차이 검증

통역안내사의 국적에 따른 관광통역안내사의 역할에 대한 만족도는 유의한 차이가 있는 지 알아보기 위해 두 집단 간 차이검증(t-test)을 실시한 결과 <표 4-12>와 같이 나타났다.

도구적 요인, 사회적 요인, 상호작용 요인, 커뮤니케이션 요인을 관광객의 성별에 따라 차이를 살펴보면, 커뮤니케이션 요인이  $p < 0.01$ , 도구 요인이  $p < 0.05$  수준에서 통계적으로 유의한 차이를 보였다. 사회적 요인과 상호작용 요인이 관광통역안내사 국적에서 차이를 없는 것으로 나타났다.

<표4-12> 통역안내사의 국적에 따른 관광통역안내사 역할에 대한 만족도의 차이분석

구분		N	평균	표준편차	t(p-value)
도구적 역할	한국	86	4.355	.673	1.788 (.118)
	중화권	167	4.138	.597	
사회적 역할	한국	86	3.103	.356	1.283 (.017*)
	중화권	167	3.254	.427	
상호작용 역할	한국	86	3.790	.510	1.361 (.266)
	중화권	167	3.968	.659	
커뮤니케이션 역할	한국	86	3.760	.642	3.867 (.003**)
	중화권	167	4.267	.436	

\* $p < 0.05$  \*\* $p < 0.01$

2) 가설 2의 검증

H2 : 관광통역안내사의 역할은 관광객 전반적인 만족도에 영향을 미칠 것이다.

가설 2를 검증하기 위하여 관광통역안내사의 도구적 역할, 사회적 역할, 상호작용 역할, 커뮤니케이션 역할요인을 독립변수로 하고 전반적인 관광객 만족을 종속변수로 설정하여 다중회귀분석을 실시하고 하였다. 그 결과는 다음 <표 4-13>와 같다.

<표4-13> 관광통역안내사의 역할은 관광객 전반적인 만족도에 미치는 영향

변인	비표준화 계수		표준화계수	t	유의확률
	B	표준오차	베타		
상수	2.175	.032		127.036	.000
도구적 역할	.083	.032	.145	2.572	.011*
사회적 역할	.085	.032	.148	2.634	.009**
상호작용 역할	.084	.032	.147	2.603	.010*
커뮤니케이션 역할	.238	.032	.415	7.379	.000***

R2=.512 F=17.002 p=.000\*\*\*

\*p<0.05 \*\*p<0.01 \*\*\*p<0.001

결과를 살펴보면 F값이 17.002로 유의수준 .001이하로 나타났으며, 관광통역안내사의 역할 요인의 전반적인 관광객 만족도에 대한 설명력은 51.2%로 나타난 것은 회귀방정식이 통계적으로 유의한 것이라고 판명된 것이다.

관광통역안내사의 역할요인이 전반적인 관광객 만족에 미치는 상대적 중요도는 커뮤니케이션 역할(t=7.379, p<.001), 사회적 역할(t=2.634, p<.01), 상호작용 역할(t=2.603, p<.05), 도구적 역할(t=2.572, p<.05)의 순으로 전반적인 관광객 만족도에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다.

본 분석결과 다중회귀식은 다음과 같다.

$$Y_1 = 2.175 + 0.083X_1(\text{도구적 역할}) + 0.085X_2(\text{사회적 역할}) + 0.084X_3(\text{상호작용 역할}) + 0.238X_4(\text{커뮤니케이션 역할})$$

#### 4. 분석결과의 요약

본 연구는 제주도 방문하는 중국단체관광객을 대상으로 인구통계적 특성에 따라 관광통역안내사 역할의 만족도에 대한 차이를 분석하고, 관광통역안내사 역할이 관광객 전반적인 만족도에 영향을 미치는지 분석하고자 했다. 연구모형을 기준으로 하여 본 연구의 가설 검증 결과는 <표4-14>과 같이 요약할 수 있다.

먼저 분석에 이용된 표본의 특성을 살펴보면 남성과 여성의 비율이 거의 비슷한 것으로 나타났으며, 연령별로 보면 20대와 30대가 높은 비율을 차지하고 있으며, 학력별로 보면 대졸이 제일 높은 비율을 차지하고 직업별로 보면 회사원이 제일 많다. 방문의 행태를 살펴보면 첫 방문자의 수는 절대 다수를 차지하고, 가족친지하고 동반하는 것을 알 수 있다.

가설 1 "관광객 개인특성 및 여행특성에 따라 관광통역안내사의 역할에 유의한 차이가 있을 것이다"의 검증결과, "성별", "연령", "학력", "직업", "방문횟수"에서는 도구적 역할에 유의한 차이가 있는 것으로 나타났으며, "직업"과 "통역안내사의 국적"에서 사회적 역할에 사회적 역할과 상호작용 역할에 유의한 차이가 있는 것으로 나타났으며, "성별", "연령", "학력", "직업", "월소득", "방문횟수", "동반자" "통역안내사의 국적" 등 모든 분류에서는 커뮤니케이션 역할에 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 구체적으로 보면 다음과 같다.

도구적 역할에 대한 만족도에 있어서는 여성이 남성보다 더 만족하는 것으로 나타났으며, "연령"에서는 20대, "학력"에서는 대학원, "직무"에서는 공무원, "방문횟수"에서 첫 방문자의 만족도가 가장 높게 나타났다.

사회적 역할에 대한 만족도에 있어서는 "직업"에서 공무원가 가장 만족하는 것으로 나타났다. "통역안내사의 국적"에서는 중화권 안내사은 한국인 안내사보다 더 만족한다고 나타났다.

상호작용 역할에 대한 만족도는 모든 인구통계적 특성에서 유의한 차이가 없는 것으로 나타났다.

커뮤니케이션 역할에 대한 만족도에 있어서는 남성이 여성보다 더 만족하는 것으로 나타났으며, "연령"에서는 40대, "학력"에서는 대학원 이상, "직업"에서는

전문/관리직, "월소득"에서는 5,000위안 이상, "동반자"에서는 동료의 만족도가 가장 높게 나타났다, "통역안내사의 국적"에서는 중화권의 만족도는 한국인을 비해 높은 만족도가 나타났다.

규칙적으로 정리하면 남성이 여성보다 도구적 역할에 대한 만족도가 높고, 커뮤니케이션 역할에 대한 만족도가 낮다, 연령이 높을수록 도구적 역할과 커뮤니케이션 역할에 대한 만족도가 낮아진다, 학력이 높을수록 도구적 역할과 커뮤니케이션 역할에 대한 만족도가 높아진다, 소득수준이 높은 집단과 동반자 있는 경우가 커뮤니케이션 역할에 대한 더 만족한다고 나타났다.

가설 2 "관광통역안내사의 역할은 관광객 만족에 영향을 미칠 것이다"의 검증 결과, 관광객 전반적인 만족도에서는 커뮤니케이션 역할, 사회적 역할, 상호작용 역할, 도구적 역할의 순으로 관광객 만족도에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다.

<표4-14> 가설 검증결과 요약

구분	내용					채택 여부
가설1	개인 특성과 여행특성에 따라 관광통역안내사의 역할에 대한 만족도는 유의한 차이가 있을 것이다					부분 채택
		도구적	사회적	상호작용	커뮤니케이션	
	성별	채택			채택	
	연령	채택			채택	
	학력	채택			채택	
	직업	채택	채택		채택	
	월소득				채택	
	방문횟수	채택				
	동반자				채택	
	통역안내사의 국적		채택		채택	
가설2	관광통역안내사의 역할은 관광객 만족도에 영향을 미칠 것이다					채택
	도구적	사회적	상호작용	커뮤니케이션		
	채택	채택	채택	채택		

## V. 결론

### 1. 연구의 요약 및 시사점

#### 1) 연구결과의 요약

한류열풍과 정부의 지원, 관광업계의 노력으로 2011년 제주도 방문한 중국인 관광객의 수는 전년에 대비하여 40.5% 성장하였고 57만610명으로 기록했으나 제주도 외래관광객 100만 명 시대가 열린 시점에서 제주도 지역경제의 제1 산업인 관광산업을 고속 성장을 유지하려면 중국인 관광객의 유치에 다방면의 노력을 기울여야 한다.

중국 관광객의 관광활동의 일선에서 직접 업무수행하고 한국과 제주도를 소개하는 관광통역안내사는 중국 관광객의 만족도를 높이고 한국에 대한 긍정적인 평가를 내릴 수 있도록 하는데 중요한 역할을 담당하고 있다고 말할 수 있다.

그래서 본 연구는 제주도 방문 중국 단체관광객은 관광통역안내사의 역할에 대한 만족도 그리고 관광통역안내사의 역할에 대한 만족도와 전반적인 만족도 간에 어떠한 영향을 있는지를 실증분석을 하였다.

본 연구의 목표를 달성하기 위해 실증분석은 2012년 10월 15일부터 10월 24일 까지 총 10일간 표본조사를 실시하였고 총 253개의 자료를 수집하였고 먼저 연구대상의 개인특성과 여행특성을 빈도분석을 하였다. 연구의 타당도 및 신뢰도를 측정하기 위해서 관광통역안내사의 역할의 요인분석 및 신뢰도를 분석하였다. 연구 과제를 분석하기 위해서는 분산분석, 다중회귀분석, 단순회귀분석 등을 실시하였다.

분석결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 인구통계학적인 측면에서는 연령은 20대 96명(37.9%), 대학교 졸업자 189명(74.7%), 월소득은 5000위안 이상이 71명(28.1%)의 가장 높은 비율로 나타났



다. 여행특성으로는 첫 방문자 243명(96.0%), 가족친지 동행하는 자가 110명(43.5%)로 가장 많았으며 통역안내사의 국적은 대부분 중국권 167명(64.0%)으로 나타났다.

둘째, 본 연구는 Cohen(1985)의 관광통역안내사의 역할에 관한 체계화된 요인 분류를 근거로 선행연구를 이용하여 척도를 개발하였고 역할 요인에 대한 요인 분석과 신뢰도 측정의 분석 결과에 따르면, 도구적 역할, 사회적 역할, 상호작용 역할, 커뮤니케이션 역할 등 4가지 요인을 이루어져 있는 것을 확인하여 내적 일치도의 설명력이 높게 나타났으며, Cohen(1985)의 이론적 연구를 지지하였다.

셋째, 전체적으로 보면 중국 관광객이 관광통역안내사의 역할에 대한 만족도가 "도구적 역할(4.211)>커뮤니케이션 역할(4.094)>상호작용 역할(3.908)>사회적 역할(3.095)"의 순으로 나타났다. 전반적 만족도(4.091)는 높은 수준으로 나타났다.

넷째, 제주도 방문한 중국 단체관광객의 개인특성과 여행특성에 따라 관광통역안내사의 만족에 차이를 보이는 것으로 나타났다. 구체적으로 여성이 남성보다 도구적 역할에 대한 더 만족하였고, 커뮤니케이션 역할에 대해서는 만족도가 낮은 것으로 보이고, 청년과 중년층의 만족도는 노년층보다 도구적 역할과 커뮤니케이션 역할에 만족도가 높게 나타났고, 학력이 높을수록 커뮤니케이션 역할에 만족도가 높아진 것을 보이고, 직무별로는 공무원이 도구적 역할, 사회적 역할, 커뮤니케이션 역할에 대한 만족도 가장 높았고, 첫 방문자는 도구적 만족도가 높은 것으로 나타났다. 마지막으로 동반자가 있는 경우 커뮤니케이션 역할에 만족도가 높게 나타났다. 통역안내사의 국적 구분에 중국인 관광통역안내사는 한국인보다 커뮤니케이션 역할과 사회적 역할의 만족도 높게 보여 유의한 차이가 나타났다.

다섯째, 관광객의 전반적 만족도에 대한 관광통역안내사의 4가지 역할은 긍정적인 영향을 미치며 커뮤니케이션 역할은 가장 큰 영향을 미친다고 보일 수 있다.

## 2) 연구의 시사점

위에 있는 요약한 분석결과를 토대로 본 연구의 시사점을 제시하면 다음과 같다.

첫째, 전반적 관광만족에 관광통역안내사 역할의 영향력을 살펴보면 커뮤니케이션 역할과 사회적 역할 2가지 내부지향적 역할이 가장 크다고 보일 수 있으며 중국 단체관광객의 만족도를 높이기 위해 먼저 관광통역안내사의 교육훈련 중에서 커뮤니케이션 역할(중한 양국의 문화와 전통에 대한 지식의 보완함, 중국어 구사능력, 흥미 있는 관광대상에 대한 안내능력)과 사회적 역할(유머감각의 제고함, 관광객의 요구에 대한 안내능력, 관광객간의 충돌 발생시에 중재능력과 관광객간의 단결을 위한 활동 등 응변능력)에 관심을 기울여야 한다. 또한 중국어 관광통역안내사의 업무수행 중에 도구적 역할(길 안내와 경로 결정, 관광객에 대한 통제, 관광객의 요구사항 · 심리안정 · 신변안전에 대한 배려), 상호작용 역할(쇼핑시설 · 식당시설 · 선택관광에 설명, 관련조직 사이의 매개) 등 외부지향적 역할에 세밀한 주의를 기울여야 한다. <표4-4>보면 사회적 역할에 대한 만족도는 상대적으로 낮은 수준으로 나타났으며 중국어 관광통역안내사들은 이 측면에 더 많이 신경을 써야 한다.

둘째, 중국관광객의 개인특성과 여행특성의 차이분석을 보면 60대 이상의 노년층의 도구적 역할과 커뮤니케이션 역할에 대한 만족도가 낮게 나타났으며 통역안내사들은 노년 관광객을 위한 어울린 경로 결정과 특별한 요구사항 · 심리안정 · 신변안전에 대한 배려에 주의해야 한다. 그리고 학력과 소득수준이 높을수록 도구적 역할과 커뮤니케이션 역할에 대한 만족도가 높게 나타났으며 관광통역안내사들은 저소득과 저학력 관광객들의 요구와 이해능력을 고려해야 한다.

셋째, 관광통역안내사의 국적에 따라 관광객이 통역안내사 역할에 대한 만족도의 차이분석을 통하여 제주도 중국단체관광시장에서 활동한 중국어관광통역안내사는 대부분 중화권 안내사라는 사실이 나타났다. 분석결과를 보면 커뮤니케이션 역할과 사회적 역할에 대한 만족도가 중화권 안내사는 한국인 안내사보다 더 만족한다고 나타났다. 그래서 한국인 안내사들은 중국어 구사능력과 중국문화와 전통의 이해, 흥미있게 안내하는 능력 등 방면에서 더 노력해야 한다.

## 2. 연구의 한계점 및 향후 연구 방향

본 연구는 다음과 같은 여러 가지 한계점을 가지고 있다.

첫째, 본 연구는 대부분 학자들 이용하는 Cohen(1985)의 체계화된 관광가이드의 역할 요인을 바탕으로 관광객의 관광통역안내사 역할에 대한 만족도를 측정하기 위해 설문지는 여러 선행연구를 참조하고 정리되었다. 어떤 원인과 환경에 따라 역할속성이 변할 수 있다.

둘째, 조사대상은 제주국제공항 출국장에서 출국하는 중국인 단체관광객을 조사하였고 중국인 점점 많이 이용하는 개별관광 FIT(Foreign Independent Tour) 등 관광객 대상을 조사하지 못 했다.

셋째, 본 연구의 설문조사는 제주도 관광이 막 끝난 후 관광객이 관광통역안내사에 대한 만족도를 수집하기 위하여 공항 출국장에서 조사가 실시하면서 통역안내사나 관광업계의 적극적인 도움을 받지 못하거나 응답자가 시간 부족으로 인해 설문지 문항을 자세히 응답하지 못하는 경우가 있다.

넷째, 관광객들이 관광통역안내사에 대한 만족도를 정확하게 파악하기 위해서는 관광통역안내사의 특성을 포함시키고 안내사의 역할 측정척도 개발에 대한 연구 및 관광통역안내사와 관광객 사이의 심리적 유대관계에 대한 면밀한 연구가 이루어진다면 바람직할 것으로 판단된다.

중국관광객을 대상으로 연구하면 위에 제시한 여러 한계점을 피해야 하고 중국인 관광객 대상을 더 세분화하고 관광통역안내사의 자격여부와 국적을 자세히 확인해야 할 것을 사료된다.

## 참고문헌

### 1. 국내문헌

#### 1) 서적

- 김상훈(1996). 『관광학개론』, 서울 : 도서출판 범한.
- 박시사(2009). 『여행업경영론』, 서울 : 대왕사, pp.385-387.
- 박시사(1999). 『투어에스코트 원론』, 서울 : 백산출판사, pp.19-23
- 원석희(2002). 『서비스 운영관리』, 서울 : 형설출판사, pp.89.
- 이항구(1996). 『관광업통론』, 서울 : 백산출판사.
- 이화인(1999). 『호텔마케팅』, 서울 : 학현사, pp.105-106.
- 장혜숙 · 표성수(1994). 『여행사경영론』, 서울 : 형설출판사.
- 한영권(2003). 『관광서비스 경영실무』, 서울 : 미학사, p.388-399
- Philip Kotler저, 윤훈현 역(1995). 『마케팅관리론』, 서울 : 범한서적, p.42.

#### 2) 연구논문

- 고동우(1998). “관광의 심리적 체험과 만족감의 관계”, 고려대학교 대학원, 박사학위논문, pp.23-25.
- 고승익 · 정승훈 · 박은하 · 윤동구(2000). “축제 방문동기 세분화에 따른 지각된 성과와 만족 분석”, 『관광학연구』, 23(2), pp.246-267.
- 김경남(2001). 관광객 만족도에 미치는 관광통역 가이드의 제 역할에 관한 연구-일본인 관광객을 중심으로, 경희대학교 대학원, 석사논문.
- 김경남(2006). “관광통역안내사의 직업윤리의식과 안내서비스 품질과의 관계-일본인 관광통역안내사를 중심으로”, 경원대학교 대학원, 박사학위논문, p.11.
- 김욱(2003). “도시관광 요소가 관광객 만족에 미치는 영향”, 경주대학교 대학원, 석사학위논문, p.38.
- 김정훈(2011). “訪韓 中國觀光客의 觀光行動 特性研究”, 《中國人文科學》, vol.48, p.425.
- 김향자(1998). “관광종사원 자격시험제도 개선방안”, 『한국관광연구원 기본연구』,

- pp.113-161.
- 문희숙(2005). “청소년 관광만족제고 영향요인에 관한 연구”, 안양대학교 경영행정대학원, 석사학위논문, p.27.
- 박선희 · 신흥철 · 김정님(2001). “가이드의 역할과 관광객 행태 변화”, 『호텔관광연구』, Vol.7, p.260.
- 박시사(2006). “한중 여행업 비교”, 『관광레저연구』, 18(3), pp.7-21.
- 박창규(1998). “관광자만족 결정경로와 요인에 관한 연구”, 경기대학교 대학원, 박사학위논문, pp. 9-10.
- 배혜진(2005). “제주방문 일본인 관광객의 쇼핑동기와 만족에 관한 연구”. 제주대학교 경영대학원, 석사논문, pp.27-33.
- 서일교(2006). “웰빙관광체험에 따른 만족이 체험자 삶의 질에 미치는 영향 연구”, 경희대학교 대학원, 석사학위논문, p.34.
- 양필수 · 오상훈 · 박시사(2007). “관광통역안내사의 직업선택 동기와 직무만족도에 관한 연구-제주지역 일본어 관광통역안내사를 중심으로”, 『관광연구저널』, 21(1), p.176.
- 이유재(1997). “고객만족형성과정의 제품과 서비스간의 차이에 대한 연구”, 소비자학연구, 8(1), p.106.
- 이정미 · 하현국(2001). 관광통역안내원의 서비스질이 고객 만족도에 미치는 영향에 관한 연구 : 일본인관광객을 대상으로, 『관광연구』, 6(1), pp.218-238.
- 임재찬(2001). “서비스 품질, 만족도, 주관적 삶의 질 간에 관계”, 고려대학교 대학원, 석사학위논문, p.37.
- 유정정(2007). “중국관광객의 제주 관광지 기대-만족에 관한 연구”, 제주대학교 대학원, 석사논문. p.43.
- 윤면상(1991). “소비자 구매행동의 관여도 패러다임에 관한 실증적 연구”, 인하대학교 대학원, 박사학위논문, p.38.
- 전경선(1999). 관광안내원의 역할이 관광객 만족에 미치는 영향에 관한 연구, 대구대학교 사회개발대학원, 석사논문.
- 정종철(2005). “한국방문 중국관광객의 관광만족도 연구”, 동아대학교 동북아국제대학원, 석사학위논문, pp.6-9.

## 2. 국외문헌

- 戴斌, 王燕(2010). 《中國出境旅游發展年度報告 2009-2010》, 中國旅游出版社.
- 蔣依依, 馬儀亮, 楊勁松(2011). 《2011年 中國出境旅游年度報告》.
- 羅敏(2010). “中國公民出境旅游發展的動力机制与趨勢研究”, 中國海洋大學, 碩士論文, p.1.
- 譚宝英(2010). 《合作經濟与科技》, Vol. 3, p.22-23.
- 謝百三, “世界經濟与中國經濟的一个迷”, 《金融投資報》, 2012年05月19日, 第5版.
- “中國邁向世界第一大出境游市場”, 《國際金融報》, 2012年04月12日, 第02版.
- 有泉晶子(2001). “觀光ガイドに關する研究”, 立教大學校大學院, 修士論文: pp. 2-49.
- Cohen, E.(1985). The Tourist Guide; The Origins Structure, and Dynamics of a Role, *Annal of Tourism Research*, 1(12), pp.5-29.
- Dann, G. M. S.(1979). Tourist Satisfaction: A highiy complex variable, *Annals of Tourism Research*, Vol. 5, pp. 440-443.
- Geva, A. & Goldman, A.(1991). Duality in Consumer Post-purchase Attitude, *Journal of Economic Psychology*, Vol. 12, pp. 141-164.
- Geva, A. & Goldman, A.(1991). Satisfaction measurement in guided tours. *Annals of Tourism Research*. Vol. 18. pp. 177-185.
- Huppertz, J. W., Arenson, S. J., & Evans, R. H.(1978). An Application of Equity Theory to Buter-Seller Exchange Situations, *Journal of Marketing Research*, vol.15, pp.250-260.
- Hunt, H. K.(1977). CS/D-Overview and Future Research Direction, in Conceptualization and Measurement of Consumer Satisfaction and Dissatisfaction, H.Keith Hunt, ed. Coambridge, MA: *Marketing Science Institute*, pp. 120-128.
- Lopez, E. M.(1980). The Effective of Leadership Style on Satisfaction Levels of Tour Quality. *Journal of Travel Research*. pp.20-23.
- Lounsbury, J. W. & Polik, J. R.(1992). Leisure Needs and Vacation Satisfaction, *Leisure Science*, Vol. 14, No.2, pp. 105-106.
- Oliver, R. L.(1993). A Conceptual Model of Service Quality and Service Satisfaction : Compatible Goals, Different Concepts, *Advances in services Marketing and Management*, 2, pp. 65-85.

- Oliver, R. L. & Wayne, S. D.(1998), Response Determinants in Satisfaction Judgements, *Journal of Research*, Vol. 14(March), pp. 495-507.
- Oliver, R. L. & Swan, J. E.(1990). Equity and Disconfirmation Perceptions as Influences in Merchant and Product Satisfaction, *Journal of Consumer Research*, Vol. 16, p. 372.
- Pizam, A., Neumann Y. & Reichel, A.(1978). Dimension of tourist satisfaction with a destination area", *Annals of Tourism Research*, Vol. 5, pp. 314-322.
- Valerie, F.(1988). Recent Attribution Research in Consumer Behavior: A Review and New Direction, *Journal of Consumer Research*, Vol. 14, p. 50.
- Van Raaij, W. F., & Francken, D. A.(1984). Vacation Decisions, Activities and Satisfaction, *Annals of Tourism Research*, Vol. 11, pp. 101-112.
- Whipple, T. W., & Thach, S. V.(1988). Group Tour Management : Does GoodService Produce Satisfied Customers? *Journal of Travel Research*, fall : pp. 16-20.
- Yi, Y.(1990). A Critical Review of Consumer Satisfaction, Review of Marketing, Zaitham, V. A.(ed), IL; *American Marketing Association*, pp.68-123.

### 3. 기타문헌

- 『관광진흥법시행령』 제37조 관련 발표4  
 바이두백과, <http://baike.baidu.com/>  
 중국여유국, <http://www.cnta.gov.cn/>  
 제주국제자유도시, <http://freecity.jeju.go.kr/>  
 제주특별자치도관광협회, <http://www.hijeju.or.kr/>  
 통계청 <http://www.kostat.go.kr/>  
 한국관광통역안내사협회, <http://www.kotga.or.kr/>  
 한국관광지식정보시스템, <http://stat.tour.go.kr/>

## ABSTRACT

### **A Study on Tour Guide's Role and Tourist Satisfaction** — Focused on Chinese Tourists to Jeju

by Liu Chen

Department of Tourism Management  
The Graduate School of Jeju National University

China since carried out the Reform and Opening Policy, the respects of economy, politics and culture has achieved rapid development. Due to the continuous improvement of living standards and Chinese government relaxed the limited conditions of oversea travel result in Chinese peoples changed the concept of oversea travel. China is becoming the largest tourist exporting country.

After Korea was assigned as a tourable country of Chinese people and Jeju government achieved in the implementation of No-Visa policy, Chinese tourists to Jeju are taking the 1st position in Jeju inbound market that is noticed as one of the most important market in the Korean tourist industry.

The oversea tourism is a host-guest relationship of tourists and tour destination. In this relationship tour guides are braving in the frontline of tourism business and also their performance can influence tourist's



satisfaction. Therefore in the tourism industry guide is playing an important role. However compare with the importance of the Chinese tourism market and tour guide' role, correlative study is seems insufficient.

The purpose of this study is to examine the factors of tour guide's role and the relationship between the satisfaction with tour guide's role and overall. Also, the study attempted to examine whether there are significant differences in satisfaction with tour guide's role according to demographic characteristics of Chinese tourists.

To accomplish the objectives of this study, the literature review was performed and based on the theoretical review, research model and hypotheses were established.

For empirical study, questionnaire survey was conducted to chinese tourists departing Jeju after travel in Jeju international airport from Oct. 15 to 24, 2012. Total 300 questionnaires were distributed to Chinese tourists and 294 questionnaires were collected. Finally, 253 questionnaires were used for the analysis. As for the analysis methods of this study, frequency analysis, factor analysis, T-test, ANOVA analysis and regression analysis were performed for the statistic analysis used SPSS 12.0 for Windows.

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

First, there were partially significant differences in satisfaction with tour guide's role by demographic feature(gender, age, education background, occupation, income).

Second, there were partially significant differences in satisfaction with tour guide's role by travel characteristics(the frequency of visit, the relationship of companion, the nationality of tour guide).

Third, the satisfaction with tour guide's role had influences on the tourist overall satisfaction.

The result of this study implicate that Chinese language tour guides need to consider the tourists' personal needs and for different groups of people to

take corresponding measures. As to the limitation of this study, the research area of tour guide needs more academic and empirical study. In the future study, there are need to be examined the tour guides' qualification. Also with the development of tourism industry and the segmentation of Korea's Chinese inbound tourism market, Chinese tourist must be subdivided.

# 중국관광객의 통역안내상의 역할에 관한 만족도 연구

(설문지)

안녕하십니까?

먼저 바쁘신 중에도 귀중한 시간을 내어 설문에 응해 주신데 깊이 감사드립니다.

본 연구조사의 대상은 제주도 방문하는 중국인 단체관광객있으며, 주로 귀하는 이번 관광활동에 관광통역안내사의 역할에 대한 만족도와 전반적 관광만족도를 수집합니다.

귀하의 응답내용은 오직 연구목적으로만 사용되며, 모든 것은 익명으로 처리됩니다.

귀하의 도움에 다시 진심으로 감사드립니다.

2012年11月



지도교수 : 제주대학교 관광경영학과 박시사 교수

연구자 : 제주대학교 일반대학원 관광경영학과 석사과정  
유신

연락처 : 010-3024-8886

E-MAIL: ushin33@naver.com

전혀 만족하지 않다	만족하지 않다	보통이다	만족하다	매우 만족하다
①	②	③	④	⑤

I. 다음은 관광통역안내사의 **도구적 역할**에 대한 만족도를 측정하기 위한 질문입니다. 귀하의 생각과 일치하는 곳에 표시(V)해 주십시오.

관광통역안내사의 도구적 역할	만족도				
	①	②	③	④	⑤
1. 길 안내 능력	①	②	③	④	⑤
2. 관광목적지에서의 효율적인 경로 결정	①	②	③	④	⑤
3. 관광객의 신병안전에 대한 배려	①	②	③	④	⑤
4. 관광객의 요구사항에 대한 배려	①	②	③	④	⑤
5. 관광객의 심리안정을 위한 배려	①	②	③	④	⑤
6. 관광객에 대한 통제	①	②	③	④	⑤
7. 여행일정에 대한 상세한 설명	①	②	③	④	⑤
8. 여행일정의 준수	①	②	③	④	⑤

II. 다음은 관광통역안내사의 **사회적 역할**에 대한 만족도를 측정하기 위한 질문입니다. 귀하의 생각과 일치하는 곳에 표시(V)해 주십시오.

관광통역안내사의 사회적 역할	만족도				
	①	②	③	④	⑤
1. 여행자간의 긴장감 해소	①	②	③	④	⑤
2. 여행자간의 충돌 발생 시 중재 역할	①	②	③	④	⑤
3. 여행자간의 단결을 위한 활동	①	②	③	④	⑤
4. 가이드의 유머감각	①	②	③	④	⑤
5. 여행 분위기 조성능력	①	②	③	④	⑤
6. 생기 있는 여행을 위한 자극제 역할	①	②	③	④	⑤

전혀 만족하지 않다	만족하지 않다	보통이다	만족하다	매우 만족하다
①	②	③	④	⑤

III. 다음은 관광통역안내사의 상호작용 역할에 대한 만족도를 측정하기 위한 질문입니다. 귀하의 생각과 일치하는 곳에 표시(V)해 주십시오.

관광통역안내사의 상호작용 역할	만족도				
1. 관광객과 방문지 주민사이의 매개	①	②	③	④	⑤
2. 관광객과 방문지의 관련조직 사이의 매개	①	②	③	④	⑤
3. 관광관련 시설사이의 매개	①	②	③	④	⑤
4. 숙박시설 이용에 따른 제반안내	①	②	③	④	⑤
5. 식당시설 이용에 따른 제반안내	①	②	③	④	⑤
6. 쇼핑시설 이용에 따른 제반안내	①	②	③	④	⑤
7. 선택관광(optional tour)이용에 따른 제반안내	①	②	③	④	⑤
8. 야간관광(night tour)이용에 따른 제반안내	①	②	③	④	⑤

IV. 다음은 관광통역안내사의 커뮤니케이션 역할에 대한 만족도를 측정하기 위한 질문입니다. 귀하의 생각과 일치하는 곳에 표시(V)해 주십시오.

관광통역안내사의 커뮤니케이션 역할	만족도				
1. 흥미 있는 대상을 선택한 안내	①	②	③	④	⑤
2. 관광객의 요구에 적극적으로 대응하는 안내	①	②	③	④	⑤
3. 간략하고 정확한 정보제공능력	①	②	③	④	⑤
4. 한국 문화와 전통에 대한 이해	①	②	③	④	⑤
5. 중국 문화와 전통에 대한 이해	①	②	③	④	⑤
6. 관광객에게 친숙한 문화적 용어를 사용한 안내	①	②	③	④	⑤
7. 중국어 구사능력	①	②	③	④	⑤
8. 관광객에 대한 안내 태도	①	②	③	④	⑤

V. 다음은 귀하의 개인적인 일반 사항에 관한 질문입니다.

1. 귀하의 성별은?

- ① 남                      ② 여

2. 귀하의 연령은?

- ① 20세 이하              ② 20-30세              ③ 30-40세  
④ 40-50세              ⑤ 50-60세              ⑥ 60세 이상

3. 귀하의 최종 학력은?

- ① 중졸이하              ② 고졸              ③ 대졸              ④ 대학원이상

4. 귀하의 직업은?

- ① 회사원              ② 공무원              ③ 농 · 임 · 어업              ④ 자영업              ⑤ 판매 · 서비스직  
⑥ 전문기술직              ⑦ 학생              ⑧ 주부              ⑨ 기타

5. 귀하의 소득 수준은? (평균 월소득)

- ① 1,000 위안 이하              ② 1,000-2,000 위안              ③ 2,000-3000 위안  
④ 3,000-4000위안              ⑤ 4,000-5,000 위안              ⑥ 5,000 위안 이상

6. 귀하께서는 이번 제주도 방문은 몇 번째입니까 ?

- ① 첫 번째              ② 2번째              ③ 3번째              ④ 4번째 및 이상

7. 귀하께서는 이번 제주도 방문은 누구와 함께 오셨습니까?

- ① 혼자              ② 친구              ③ 가족 · 친척              ④ 직장동료              ⑤ 기타

8. 귀하의 관광통역안내사의 국적은?

- ① 한국              ② 중화권

VI. 다음은 귀하의 이번 관광만족에 관한 질문입니다.

1. 귀하께서는 이번 관광통역안내사에 대해 전반적으로 만족하십니까?

- ① 전혀 만족하지 않다              ② 만족하지 않다              ③ 보통이다              ④ 만족하다              ⑤ 매우 만족하다

2. 귀하께서는 다음에 제주도를 다시 방문하고 싶습니까?

- ① 전혀 그렇지 않다              ② 그렇지 않다              ③ 보통이다              ④ 그렇다              ⑤ 매우 그렇다

3. 귀하께서는 중국으로 돌아가서 다른 사람들에게 제주도를 여행할 것을 추천하시겠습니까?

- ① 전혀 그렇지 않다              ② 그렇지 않다              ③ 보통이다              ④ 그렇다              ⑤ 매우 그렇다

# 關於導游的角色對觀光客滿足的影響研究

(調查問卷)

尊敬的來賓：

您好，非常感謝您在百忙之中抽出時間來參與我們的調查。

本研究是以訪問濟州島的中國團體旅遊為對象，主要調查您在本次旅行是否滿意，以及您對導游的作用的滿意度。

各位的調查內容採用不記名方式，獲取的調查結果只用于研究和統計。

對於您的合作，我們表示真誠的感謝。如果您在調查的過程中遇到任何問題，歡迎您與我們取得聯繫。

2012年11月



研究人：濟州大學觀光經營系 碩士研究生 劉晨

聯繫電話：010-3024-8886

E-MAIL: ushin33@naver.com

導師：濟州大學觀光經營系 朴時四教授

非常不滿意	不滿意	一般	滿意	非常滿意
①	②	③	④	⑤

I. 下面是您對導游工具性角色的滿足度的問題. 請從①~⑤中選擇最符合您的一項.

導游的工具性角色	滿意度				
1. 道路介紹能力	①	②	③	④	⑤
2. 在景点選擇有效率的路徑	①	②	③	④	⑤
3. 對客人人身安全的關懷	①	②	③	④	⑤
4. 對客人需求事項的關懷	①	②	③	④	⑤
5. 對客人心理安定的關懷	①	②	③	④	⑤
6. 對客人的控制能力	①	②	③	④	⑤
7. 對旅行日程的詳細說明	①	②	③	④	⑤
8. 導游遵守旅行日程	①	②	③	④	⑤

II. 下面是您對導游社會性作用的滿足度的問題. 請從①~⑤中選擇最符合您的一項.

導游的社會性角色	滿意度				
1. 減少游客之間產生的緊張感	①	②	③	④	⑤
2. 調節游客之間產生的矛盾	①	②	③	④	⑤
3. 使游客之間團結	①	②	③	④	⑤
4. 導游的幽默感	①	②	③	④	⑤
5. 旅行的氛圍調節能力	①	②	③	④	⑤
6. 使旅行變得有生气的刺激性作用	①	②	③	④	⑤



非常不滿意	不滿意	一般	滿意	非常滿意
①	②	③	④	⑤

III. 下面是您對導游相互作用性角色的滿足度的問題，請從①~⑤中選擇最符合您的一項。

導游的相互作用性角色	滿意度				
1. 游客与当地居民的中介者	①	②	③	④	⑤
2. 游客与当地相關組織的中介者	①	②	③	④	⑤
3. 游客与旅游相關設施的中介者	①	②	③	④	⑤
4. 對游客利用住宿設施的說明	①	②	③	④	⑤
5. 對游客利用餐飲設施的說明	①	②	③	④	⑤
6. 對游客利用購物設施的說明	①	②	③	④	⑤
7. 對游客利用自費項目的說明	①	②	③	④	⑤
8. 對游客利用夜間觀光的說明	①	②	③	④	⑤

IV. 下面是您對導游交流性角色的滿足度的問題，請從①~⑤中選擇最符合您的一項。

導游的交流性角色	만족도				
1. 選擇有意思的對象進行觀光講解	①	②	③	④	⑤
2. 積極對應游客的需求進行講解	①	②	③	④	⑤
3. 簡潔明快的信息提供能力	①	②	③	④	⑤
4. 對韓國文化和傳統的理解	①	②	③	④	⑤
5. 對中國文化和傳統的理解	①	②	③	④	⑤
6. 靈活使用大家熟知的用語進行講解	①	②	③	④	⑤
7. 中文的口述能力	①	②	③	④	⑤
8. 對游客的講解態度	①	②	③	④	⑤

## V. 此次旅行的一般事項調查.

1. 您的性別是?

- ①男                    ②女

2. 您的年齡是?

- ① 20歲以下                    ② 20~30歲                    ③ 30~40歲  
④ 40~50歲                    ⑤ 50~60歲                    ⑥ 60歲以上

3. 您的最終學歷是?

- ① 初中以下                    ② 高中/中專                    ③ 大學/大專                    ④ 碩士及以上

4. 您的職業是?

- ① 公司職員                    ② 公務員                    ③ 農林牧漁業                    ④ 自營業                    ⑤ 銷售或服務業  
⑥ 專業人員或管理者                    ⑦ 學生                    ⑧ 主婦                    ⑨ 其他

5. 您的月平均收入是?

- ① 1,000 元以下                    ② 1,000~2,000 元                    ③ 2,000~3000 元  
④ 3,000~4000 元                    ⑤ 4,000~5,000 元                    ⑥ 5,000 元以上

6. 您這次是第幾次訪問濟州島 ?

- ① 第一次                    ② 第二次                    ③ 第三次                    ④ 第四次及以上

7. 您這次的同行者是?

- ① 自己                    ② 朋友                    ③ 家人或親戚                    ④ 同事                    ⑤ 其他

8. 您這次的導游是 ?

- ① 韓國人                    ② 華人

## VI. 下面是對這次旅行滿意度調查的問題.

1. 您對這次旅行的整體滿意度如何?

- ① 非常不滿意                    ② 不滿意                    ③ 一般                    ④ 滿意                    ⑤ 非常滿意

2. 您還會再來濟州島旅遊嗎?

- ① 絕對不會                    ② 不會                    ③ 可能                    ④ 會                    ⑤ 肯定會

3. 您會向其他人推薦來濟州島旅遊嗎?

- ① 絕對不會                    ② 不會                    ③ 可能                    ④ 會                    ⑤ 肯定會