동북지역 중국인의 공항 이용 형태에 관한 연구

An Empirical Research of the airport use behavior of Northeastern Chinese passengers

조윤영[1]*, 홍영식[2], 신창하[3], 노영동[4]
한국항공대학교[1,3,4], 인하공업전문대학[2]

초 록

The number of Chinese tourists entering Korea has constantly increased since 2000. The number of Chinese visitors who have entered though Incheon International Airport last year was 2.75 million, making Chinese citizens the greatest in number out of all foreign visitors. Considering the importance they have on the Korean aviation market, an examination into their airport usage patterns and satisfaction is essential.

For the purpose of this study, the Northeastern region of China was chosen. This region has an even distribution in monthly entrants to korea, and has a dual system of Socialist and Capitalist economies.

The following study aims to examine the airport use behavior of Northeastern Chinese passengers, and to provide a strategic guideline regarding this.

The following empirical study was attempted by surveying Northeastern Chinese passengers who use Incheon International Airport (IIA). Questions included those regarding airport service and facility usage of IIA, and the patterns of Northeastern Chinese passengers regarding this.

1. 서 론

1.1 연구의 배경 및 연구의 목적

세계 관광기구(UNWTO)는 중국이 2020년까지 세계 1위의 관광객 유치국가가 될 것이며, 관광객 송출규모는 세계 4위에 이를 것으로 전망하고 있다.

중국과 지리적으로 근접한 한국의 입장에서는 중국인 여객시장의 중요성이 한국 최대의 오랜 관광시장인 일본을 뛰어넘을 것으로 전망되고 있기 때문에 중국에 대한 준비가 중요한 실정이다.

중국은 언어, 풍토, 기후, 문화 등이 서로 다른 환경에서 오랜 기간 생활하여 왔기 때문에 비록 중화인민공화국이라는 하나의 국가로 통합되어 있지만 지역이나 민족에 따라 서로 다른 특성이나 의식구조를 가지고 있어 중국의 지역적인 특색은 광활한 땅만큼이나 매우 다양하다.

연구자는 동북지역은 성수기 비수기의 구분이 없이 한국출입국이 꾸준한 곳으로 사회주의 단위제와 자본주의 경쟁제도가 공존하고 있는 환경 속에서 이원성을 지닌 동북지역을 주목하고자 한다.

본 연구에서는 동북지역 중국인의 공항이용 행태를 조사하여 중국여객 대응전략과 방안을 세우는데 근거가 되고자 한다.

1.2 연구의 방법 및 구성

인천공항 이용 중국인을 대상으로 설문지를 배포하여 인천공항이용 중국여객의 공항 서비스 및 시설 이용을 파악하고 이들의 특성을 파악하고자 한다.

조사방법은 1:1 개별설문으로 설문내용에 대해 충분히 숙지한 설문경험이 있는 중국어가능 설문조사원을 배치하였다.

연구의 구성은 다음과 같다.

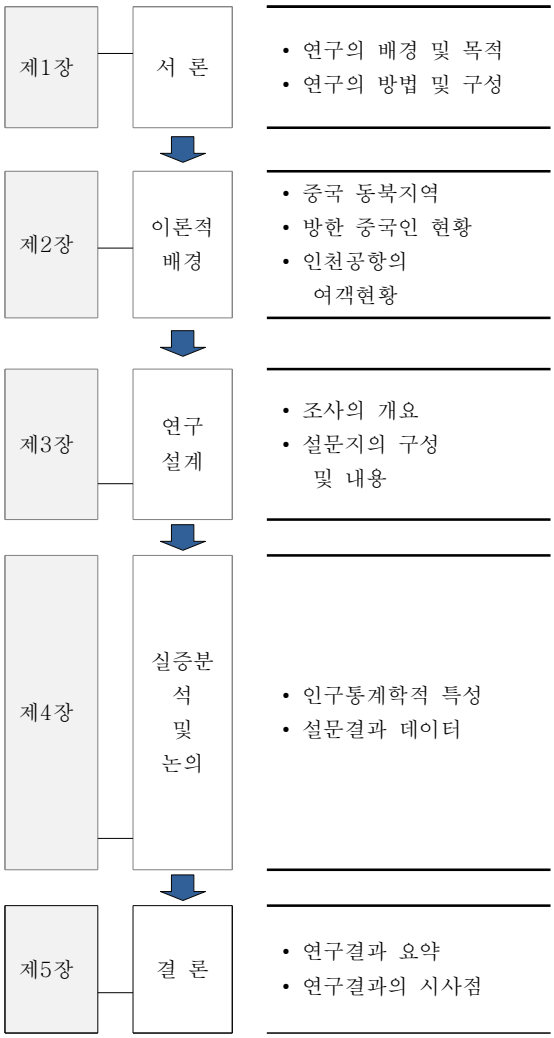

Fig 1. 연구의 구성

2. 이론적 배경

2.1 중국 동북지역

현재 동북 3성에는 약 160만 명의 조선족이 거주하고 있으며 이러한 언어 문화적 동질성은 한중 수교 초기 한국인들이 동북 3성에 친밀감을 느끼고 있어 이 지역 진출을 선호하는 원인이 되었다고 한다.

AO XING(2014)에 따르면 동북지역 "바링허우"들은 집단주의적 특성을 설명하였고 동북지역 "바링허우"들은 타지와의 구별을 통해 동북지역을 인식하고, 출신지역과 개인을 연결하는 경향이 강하다고 한다.

Fig 2. 중국의 주요 지방

"동북 사회 혹은 동북인의 특징"에 대해 질문하였을 때, 참여자들은 주로 타 지역과의 '차이'를 통해 동북 사회를 설명하였는데 그들은 "동북 사람은 ~~한데, 상하이 사람은 ~~하다."식의 어법을 구사한다. 그들은 공통적으로 동북지역의 "바링허우"들에게 동북지역은 "인정(人情)이 있고 따뜻한" 공간인 반면 "베이상광" 지역은 "차갑고 냉정한 공간"으로 이미지화하였다.

이와 같이 동북지역에 느끼는 소속감을 의미하는 동시에 현재의 삶에 대한 불만족에서 오는 과거에 대한 향수(鄕愁)라고 볼 수도 있다고 한다. 고향에서만 느낄 수 있는 소속감과 타향에서 경험하는 소외감을 비교하면서 지역의 공동체 의식을 강화하는 경향이 있다고 했다.

출신 지역과 개인을 연결하고 행동의 근거를 출신 지역에서 찾는데 자신을 "동북인"으로서 인식하는 만큼 타인을 "외지인"으로 인식하는 경향이 강하다는 뜻으로 볼 수 있다.

다수의 외지인으로 둘러싸인 환경에서 "동북인"으로서 좋은 이미지를 주기 위해 의도적으로 행동하는 것이라고 했다.

'남과 다름'에 대해 부정적으로 반응하며, 주변 사람과의 동질화 의식이 강한데 이들이 흔히 하는 말 중에 "하늘이 무너져도 같이 죽자"(天塌下來一起死)라는 말이 있다. 이 속담은 동북지역 사람은 '같이' 하는 것을 선호하는 경향을 알 수 있고 이는 강한 단결력을 상징할 수도 있지만, 차이 혹은 다양성에 대해 부정적으로 반응

하는 동북인의 성향을 보여준다고 할 수 있다.

동북지역 사람들은 어떠한 행동을 하고자 할때 타인의 행동을 보고 모방하려고 하는데, 이는 두 가지 차원으로 해석하자면 첫째는 타인과 다른 행동을 함으로 인해 실패의 위험이 높아질까 봐 두려워하기 때문이고 또 하나는 체면을 중시하기 때문이다.

“꽌씨”란 중국 사회의 특징적인 인간 교류 방식이다. “꽌씨”는 일반적으로 “특수한 인간관계(special relationship)”로 해석된다. 한국에서 쓰는 “인맥”, “연줄”과 비슷한 것으로 행위자가 가지고 있는 사회적 자본을 이용해 경제적이거나 정치적인 이득을 얻는 것이고 혈연과 지연 등을 기반으로 형성된다고 한다.

동북지역이 중국의 타 지역에 비해 “꽌씨”의 영향력이 크다는 특징이 있는데 “꽌씨”(關係)의 힘에 더 많이 의존하는 편이며, 이러한 특징은 세대간에 전승이되어 이어진다. 요즘 젊은 세대들은 “베이상광”으로 진출 후 보장된 꽌씨망이 없어 법과 개인의 능력에 의존 할 수밖에 없는데 동북지역은 행위자 간에 오래전부터 형성된 유대감과 친밀성이 강한 인간관계가 존재하나, “베이상광”으로 진출하면 행위자 간에 거리감이 있고 독립적인 인간관계를 가지게 되기 때문이다.

글로벌화의 영향으로 이행기에 있는 중국 사회가 현대 서구식 법치사회의 영향을 받고 있지만 동북지역에서는 여전히 전통적인 이데올로기가 작용하고 있다. 친숙한 사람이 있어야 일이 잘 풀린다는 식의 고전적 사고는 사회 발전과 인재 교류에 소극적이 되도록 만들고 자신이 살고 있는 곳을 떠나지 않고 고수(固守)하는 경향은 바로 인맥(人脈)을 유지하려는 심리에서 기인하는 것으로 볼 수 있다.

2.2 보편적 중국인 소비 습성

중국통계연감(2003)은 중국소비자는 여러 가지 위험 중에서 “돈이 없는” 상황을 가장 두려워하는데 돈을 중요시하는 것은 한국인이나 서양인도 마찬가지이지만 중국인의 돈에 대한 집착은 유별나다고 한다. 특히 80년대 중반 이후 지역 간 빈부격차, 계층 간 소득격차가 늘어나고 이후 주택/사회보장/의료/교육제도가 개혁되면서 중국인들은 직업과 관계없이 “부(富)의 축적”을 최고의 생활목표로 인식하게 되었으며, 일단 번 돈은 곧 바로 소비하지 않고 저축하는 습관을 갖게 되었다. 여러 다양한 이유로 중국인들은 보통5-10년간 소득을 저축해 놓고 쓰진 않는 경우가 많다고 한다.

김익수(2005)는 중국소비자들은 1948년 이후 55년여 동안 사회주의 체제 속에 살아왔기 때문에 "절대적 평등주의"(absolute egalitarianism) 문화에 젖어 있다. 따라서 성별/ 직업/ 자격/ 능력과는 관계없이 생활수준에 있어서도 차이가 나서는 안된다는 사고방식이 강하다. 개혁과 개방 이후 증가하고 있는 빈부격차에 대해 강한 불만을 갖고 있을 뿐만 아니라 준거집단(reference groups)과의 비교 경쟁심리가 경쟁적 소비행태(vying for purchasing)로 나타나는데 예를들어 부모는 자녀들의 생일파티 때 자녀 친구들을 맥도날드나 KFC 등 패스트푸드점에 초대함으로써 자신과 자녀의 체면을 세우고 자녀들은 학교에서 이를 자랑스럽게 이야기한다. 90년대 초반 아날로그식 휴대폰이 중국에 처음 소개되었을 때 베이징 왕푸징(王府井)이나 상하이 난경로(南京路)에 있는 비즈니스맨들은 "따끄어따"(大哥大)라고 불리는 커다란 휴대폰을 자랑스럽게 들고 다니며 남이 들을 수 있을 정도의 큰 목소리로 통화를 하는 경우가 많았다. 고급 가전제품을 구매에 할 때도 자신의 주거 면적이나 실용성과는 관계없이 대형 평면 컬러 TV, 다기능 오디오, DVD플레이어를 사려는 경향이 강한다.

하지만 중국소비자는 불신 문화 속에도 살고 있어서 TV/신문 등 매체 광고나 잘 모르는 사람의 말을 액면 그대로 믿지 않기 때문에 꽌시망(關係網)속에 있는 친구, 친인척, 직장동료들 등 지인으로부터 어떤 브랜드가 좋은지 추천을 받거나 확인하고 구입하려는 "탐문소비"적 성향이 강하다고 한다. 이러한 성향은 신상품, 서비스가 출시될 때 소비자의 위험 회피적 동기와 맞물려 고착화되기도 하지만 중국의 경우 저질 상품, 모조품, 복제품이 많고 허위과장 광고가 많아 이러한 성향이 더욱 강화되고 있다.

2.3 방한 중국인 현황

중국 제일제경일보(第一財經日報)의 분석에 따르면 2014년도 한국은 처음으로 중국인 관광객

의 해외 관광 목적지로 제 1위로 나타났다. 중국인들이 한국을 찾는 경우가 많아진 첫 번째 원인은 가까운 거리와 일본보다 편리한 비자 제도 이다. 제주도가 2013년 전체 관광객 수 1,000만 명에 달한 것은 하와이, 발리, 오키나와보다 더 많은 관광객 수를 유치했는데 이는 중국인 관광객을 대상으로 무비자 입국 정책을 실행한 후 중국인 관광객이 크게 증가한 것이다.

두 번째 원인은 크루즈 여행을 선호하는 중국인 관광객의 성장으로 인해 제주도에 특화된 크루즈 관광 상품의 성과가 발생하고 있는 것이다. 세 번째 원인은 한류의 영향력이 지속적으로 확대되고 있고 성공적인 의료관광이라고 했다.

중국국가여행국이 발표한 데이터에 의하면, 2015년 설에 인기가 높았던 해외여행지는 대한민국(15.6%), 태국(13.9%), 일본(8.7%), 호주(4.4%), 싱가포르(3.6%), 말레이시아(2.9%), 인도네시아(2.3%), 필리핀(2.0%), 이탈리아(1.5%), 뉴질랜드(1.4%)순 이었다.

중국의 해외여행 10대 여행 목적지는 한국, 홍콩, 태국, 일본, 대만, 인도네시아, 몰디브, 미국, 캄보디아 이고, 그 중 한국은 태국과 홍콩을 뛰어넘어 중국인이 2014년 가장 많이 찾은 해외 여행지로 선정되었다(중국국가여행국,2015).

한국관광공사 통계에 의하면, 2014년 한국을 찾은 중국인 관광객은 610만명을 넘었으며, 2014년 한국과 중국의 상대국을 여행한 관광객의 수가 천만명 시대를 열 것으로 예측하고 있다(한국관광공사,2015).

관광업계는 2020년이면 한국을 찾는 유커(遊客)가 1500만 명에 이르고, 이들의 지출 규모도 30조원을 돌파할 것으로 예측하고 있다.

2.4 인천공항 여객현황

인천공항의 연차보고서에 따르면 2014년도 운항편 수는 전년 대비6 .9% 증가한 290,043편을 기록하였다. 이 중 국제선 운항은2 84,575편을 기록했으며 7개 신규 항공사 유치, 22개 신규 노선 개설 등 운항 확대 요인에 힘입어 전년대비 7.6% 성장이라는 높은 증가세를 보였다. 국제 항공수요 증가에 따른 국제선 공급 확대의 영향으로 전체 운항편 중 국내선 운항이 차지하는 비중은 전년도 2.4%에서 2014년도 1.9%로 소폭 감소했다.

2014년 한 해 동안 45,512,099명의 여객이 인천공항을 이용했다. 이 중 국제선 여객은 44,906,813명을 기록하며 2013년에 이어 2014년에도 대형공항의 위상을 확고히 했다. ACI(국제공항협의회)에서는 연간 국제선 여객 4천만 명 이상인 공항을 대형공항으로 분류한다. 2014년도 연간 여객은 전년대비 9.7%의 큰 증가세를 보였으며, 이는 유가 하락으로 인한 국내외 여행 수요 증가 및 요우커 효과 등에 힘입은 결과로 분석된다. 특히, 원화 강세 및 LCC 운항 확대에 따른 여행 비용 경감으로 2014년도 직항 여객은 38,497,412명을 기록하며 전년대비 13.4% 증가라는 큰 폭의 성장세를 보였다.

2014년 한 해, 국제선을 이용한 전 세계 여객은 지역별로 고른 성장세를 보이며 전년대비 5.8% 증가한 21억 3천만 명을 기록했다. 특히, 두바이 및 아부다비공항이 큰 폭으로 성장함에 따라 중동 노선에서 전년대비 9.4%의 높은 성장을 보였다. 같은 기간 인천공항의 이용여객은 4,551만 명을 돌파하며 대형공항*으로서 지속적인 성장을 이어갔다. 이는 전년 대비 9.7% 늘어난 수치로 2001년 개항이래 연간 이용객 역대 최대치를 기록했다.

국제여객은 4,490만 명으로 전년대비 10.1% 증가율을 보이며 전 세계 대형공항 중 가장 높은 성장을 기록했다. 이에 따라 인천공항은 국제 여객순위 8위를 기록하며, 허브공항의 척도 중 하나인 국제 여객 수에서 세계적인 허브공항들과의 격차를 대폭 줄였다. 인천공항은 개항 이듬해인 2002년 국제선 여객이 2,055만 명에 불과했으나, 연평균 6.7%씩 성장하여 2013년에는 그 두 배인 4,079만 명을 돌파해 대형공항 반열에 들어섰고, 현재까지 지속적인 성장세를 이어오고 있다.

인천공항의 항공실적 증가는 한-중 항공노선 개척과 요우커(중국인 여행객), 저유가가 견인했으며, 저비용항공사의 성장도 큰 역할을 한 것으로 분석되었다.

2014년 중국에서 인천공항을 오간 여행객은 전년보다 21.9% 증가한 1,086만 명으로, 인천공항 전체 이용객의 23.9%에 달했다. 인천-중국 간 운항편수 역시 2013년 6만 7천여 편에서 2014

년 7만 7천여 편으로 14.1% 늘어났다. 2014년 4월 열렸던 한-중 항공회담을 통해 춘추항공이 9월 신규 취항하고, 허페이, 스자좡 등 신규 노선이 대거 개설됨에 따라 양국 간 좌석 공급력이 크게 확대되었다. 뿐만 아니라 홍콩, 태국 등 동남아의 정세 불안으로 중국의 근거리 해외관광 수요가 동북아로 집중되면서 한국을 찾은 요우커가 증가한 것으로 분석된다.

국제유가의 하락세도 항공수요 증대에 큰 도움이 되었다. 배럴당 100달러가 넘던 유가가 2014년 연말에는 연초의 절반에 불과한 50달러 대로 형성되고 유류할증료 등 항공요금에 반영되면서 내국인의 연말 해외여행 수요를 촉발시켰다. 이를 반영하듯 12월 여객 수는 전년 동기 대비 약13.7% 증가해 연간 여객 증가율을 끌어올렸다.

저비용항공사(LCC)의 성장도 눈에 띄었다. 저비용항공사는 인천공항에서 617만 명의 여객을 수송해 전년 대비 26.3%라는 큰 폭의 성장을 기록했으며, 점유율도 2013년 11.8%에서 13.6%로 1.8%P 증가했습니다. 운항횟수 역시 2013년 3만 2천여 회에서 2014년 3만 9천여 회로 20.6% 증가했다.

3. 연구의 설계

3.1 조사 개요

실증연구의 분석대상이 된 설문지는 인천공항 이용 중국인을 대상으로 배포하였다. 인천공항이용 중국여객의 공항 서비스 및 시설 이용을 파악하고 이들의 특성을 파악하였다.

조사방법은 1:1 개별설문으로 설문내용에 대해 충분히 숙지하고 있으며, 설문경험이 있는 중국어 가능 설문조사원을 배치하였다.

설문지는 2015년 8월부터 2015년 10월에 걸쳐 실시하였다. 설문지 배포 및 회수기간은 중앙절 등 연휴가 포함되어 연중 입출국 여객이 많은 시기라고 할 수 있었다. 중국인을 대상으로 총 250부를 배포하였으며 응답이 불성실하거나 응답확인이 불분명한 설문지들을 제외하고 총 236부(유효 회수율 94.0%)를 회수하였다.

3.2 설문지의 구성 및 내용

인천공항 중국여객의 공항이용형태와 만족도를 측정하기 위해 설문은 공항선택, 이용만족도, 재이용 의사, 인구사회학적 특성 등 크게 4가지로 분야로 구성하였다.

Table 3. 설문지의 구성

PART	세부 문항
A. 공항선택	■ 방문목적 ■ 공항선택이유 ■ 공항 정보 취득방법 ■ 여행계획방법 ■ 항공권 구매방법 ■ 항공사 만족도
B. 공항이용 만족도	■ 입국서비스 ■ 출국서비스 ■ 기타시설 ■ 면세점 이용 ■ 선호 서비스
C. 공항 재이용	■ 공항 재이용 의사 ■ 공항 추천 의사
D. 인구 사회학 특성	■ 성별 ■ 연령 ■ 월수입 ■ 직업

4. 실증분석의 결과

4.1 응답자의 인구통계학적 분석

설문 응답자들의 인구통계학적 특성은 성별의 경우 남자는 86명이고 여자는 150명으로 남자와 여자의 비율은 36.0% 및 64.0% 로 여성의 비율이 남자 보다 높은 수준인 것으로 분석되었다. 연령의 경우 20세에서 29세 사이가 40.0% 그리고 30세에서 39세 사이가 36.0%로 가장 높은 구성을 차지하는 집단으로 나타났다.

가구원의 총 월소득은 9000元 초과가 53%로 가장 높은 비율을 보였다.

마지막으로 응답자의 직업 분포를 살펴보면 사무.기술직 18%, 학생 16%, 자영업자 14%의 순으로 높은 비중을 차지했다.

4.2 결과 데이터 세부

4.2.1 방문목적

응답자의 38%가 여행관광으로 가장 높은 비율을 보였고 쇼핑 25%, 업무 11%, 유학 10%, 기타 7%, 종교 2% 등으로 나타났다.

Table 4. 방문목적

여행 관광	쇼핑	업무	종교	유학	지 인 방문	건강 치료	기타
38%	25%	11%	2%	10%	7%	0%	7%

4.2.2 인천공항 선택이유

응답자의 33%가 공항편의 시설이 좋아서 인천공항을 선택했다고 답하였으며, 도착하는 운항편수가 많아서 26%, 여행사 지정공항 19%, 목적지와 근접 17%, 다른공항모름 2%, 기타 2%의 순으로 나타났다.

Table 5 인천공항 선택이유

인천 공항 선택 이유	목적지 와 근접	공항편의 시설이 좋음	운항 편수 많음	여행사 지정	다른 공항 모름	기타
	17%	33%	26%	19%	2%	2%

4.2.3 인천공항에 관한 정보습득 방법

인천공항에 관한 정보습득하는 방법은 인터넷 25%로 가장 높은 비중을 차지했으며, 관광안내서적 17%, 지역관광안내소 17%, 항공사/호텔 15%, 가족/친구/지인 등 14%, 여행사의 카탈로그 8%, 기타 5%로 나타났다.

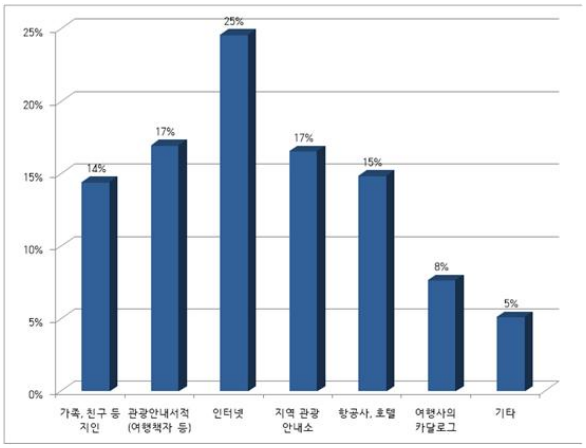

Fig 3. 인천공항에 관한 정보습득 방법

4.2.4 여행계획 방법

응답자의 50%는 본인이 스스로 항공권, 호텔, 교통편 등을 준비한다고 하였으며, 여행사를 통해 항공, 호텔, 교통편을 구입하는 응답자는 34%, 일부는 본인이 일부는 여행사를 통해 준비한다는 응답자는 16% 순으로 나타났다.

Table 6. 여행계획 방법

여행 계획 방법	여행사를 통해 항공, 호텔, 교통편 상품을 구입	본인이 스스로 항공권, 호텔, 교통편 준비	일부는 본인이 일부는 여행사를 통해
동북 지역	34%	50%	16%

4.2.5 항공권 구입방법

응답자의 28%가 온라인 항공권 구매 사이트를 이용해 항공권을 구입한다고 하였으며 오프라인 여행사 25%, 온라인 여행사 21%, 오프라인 항공사 14%, 온라인 항공사 8%, 기타 4% 순으로 나타났다.

4.2.6 항공사 재이용 의사

응답자의 60% 매우 그렇다, 33% 그렇다로 항공사를 재이용 하겠다고 대답하였고, 59% 매우 그렇다, 31% 그렇다로 항공사를 타인에게 추천할 의사가 있다고 대답하였다.

4.2.7 입국서비스 만족도

입국서비스 만족도를 측정하기 위해 입국심사 대기시간, 입국안내 표기 가독성, 수화물 수취, 세관통과, 입국안내(인적)서비스, 입국수속(전반적) 등 6개의 질문을 한 결과 높은 비율의 응답자는 입국서비스에 대해 매우만족 또는 만족하는 것으로 나타났다.

Table 7. 입국서비스 만족도

	매우 만족	만족	보통	만족 하지 않음	매우 만족 하지 않음
입국심사	46%	41%	10%	2%	1%

대기시간					
입국안내 표기 가독성	51%	40%	9%	0%	0%
수화물 수취	56%	34%	9%	0%	0%
세관 통과	56%	32%	10%	1%	0%
입국안내 (인적 서비스)	57%	34%	8%	0%	0%
입국수속 (전반적)	60%	34%	5%	1%	0%

4.2.8 출국서비스 만족도

출국서비스 만족도를 측정하기 위해서 항공사 체크인 카운터 위치파악, 항공사 체크인 카운터의 이용(항공사 직원의 응대 등), 출국 안내표기의 가독성, 출국 안내서비스(안내데스크의 인적서비스), 출국 수하물 처리(항공사의 응대 등), 출국 수하물 포장서비스(포장업체이용 등), 출국심사 대기시간, 출국 보안검색(절차 및 소요 시간 등), 세금환급 안내(인적서비스 만족도), 세금환급 안내(위치표기, 장소의 이동 동선 등), 세금환급 절차, 출국수속 절차(전반적) 등 12개의 질문을 한 결과 대다수의 응답자들이 보통이다 이상으로 응답을 하였으며, 세금환급 절차, 세금환급 안내(위치표기, 장소의 이동 동선 등) 질문에 불만요인이 나타났다.

Table 8. 출국서비스 만족도

	매우 만족	만족	보통	만족 하지 않음	전혀 만족 하지 않음
항공사 체크인 카운터 위치 파악	48%	43%	9%	0%	0%
항공사 체크인 카운터의 이용 (항공사 직원의 응대 등)	50%	40%	9%	0%	0%
출국 안내표기의 가독성	50%	38%	12%	1%	0%
출국 안내서비스 (안내데스크의 인적서비스)	51%	33%	14%	1%	0%
출국 수하물 처리 (항공사의 응대 등)	50%	32%	17%	2%	0%
출국 수하물 포장서비스 (포장업체이용 등)	49%	35%	14%	2%	0%
출국심사 대기시간	45%	31%	23%	0%	0%
출국 보안검색 (절차 및 소요 시간 등)	49%	29%	21%	1%	0%
세금환급 안내 (인적서비스 만족도)	44%	30%	24%	2%	0%
세금환급 안내 (위치표기, 장소의 이동 동선 등)	43%	25%	28%	4%	0%
세금환급 절차	41%	22%	24%	12%	1%
출국수속 절차 (전반적)	47%	42%	11%	0%	0%

4.2.9 기타시설 만족도

기타시설 만족도를 측정하기 위해 중국여객 전용 안내데스크, 공항의 시설위치 등 안내표기, 식당/카페, 식음료 메뉴 선택의 다양성, 약국/병원 등 편의 시설, 라운지 및 휴게시설, 모바일 앱, 공항홈페이지 이용, 무료인터넷, 전통문화체험관 이용, 시내 행 교통수단 안내서비스 등 11개의 질문을 한 결과 대부분 보통이상 만족한다고 응답하였으며 무료인터넷/Wifi 이용에서 소수의 불만의견이 발견되었다.

Table 9. 기타시설 만족도

	매우 만족	만족	보통	만족 하지 않음	전혀 만족 하지 않음
중국여객 전용 안내데스크	46%	45%	8%	1%	0%
공항의 시설 위치 등 안내표기	47%	46%	6%	0%	0%
식당, 카페	48%	47%	5%	0%	0%
식음료 메뉴 선택의 다양성	44%	43%	11%	2%	0%
약국, 병원 등 편의시설	45%	44%	11%	0%	0%
라운지 및 휴게시설	48%	43%	8%	1%	0%
모바일 앱 (중국어버전)이용	42%	39%	19%	0%	0%
공항홈페이지 이용	43%	37%	18%	1%	0%
무료인터넷/Wifi	46%	28%	21%	2%	3%
전통문화 체험관 이용	43%	35%	21%	2%	0%
시내행 교통 안내서비스	44%	36%	19%	2%	0%

4.2.10 면세점 이용 만족도

면세점 이용 만족도를 측정하기 위해서 상품의 가격표기, 상품의 품질 및 신뢰도, 상품의 특색 및 다양함, 매장의 위치 안내표기, 매장의분위기(청결함, 쾌적함 등), 영업시간, 지불방식(다양함 및 편리성), 물품의 포장서비스, 판매원의 상품정보 지식, 판매원의 중국어 능력, 판매원의 친절성 및 신속한 서비스 제공, 면세품 인도장 위치 안내표기, 면세품 인도장 이용(물품인도 절차, 소요시간 등), 할인 행사, 사은품 및 쿠폰 등 15개의 질문 결과 대다수의 질문에서 보통이상 만족한다고 응답하였으며 판매원의 중국어 능력, 사은품, 쿠폰 등에서 소수의 불만의견이 발견되었다.

Table 10. 면세점 이용 만족도

	매우 만족	만족	보통	만족하지 않음	전혀 만족하지 않음
상품의 가격표기	54%	41%	4%	1%	0%
상품의 품질 및 신뢰도	59%	36%	4%	0%	0%
상품의 특색 및 다양함	60%	32%	8%	0%	0%
매장 위치 안내 표기	55%	37%	8%	0%	0%
매장의 분위기 (청결함, 쾌적함 등)	55%	38%	7%	0%	0%
영업시간(09:00 ~ 21:30, 24시간)	57%	36%	7%	0%	0%
지불방식 (다양함 및 편리성)	61%	34%	5%	0%	0%
물품의 포장 서비스	61%	32%	7%	0%	0%
판매원의 상품정보 지식	57%	37%	6%	0%	0%
판매원의 중국어 능력	48%	40%	10%	2%	0%
판매원의 친절성 및 신속한 서비스 제공	54%	34%	11%	1%	0%
면세품 인도장 위치 안내 표기	57%	37%	6%	0%	0%
면세품 인도장 이용 (물품인도 절차, 소요시간 등)	55%	38%	7%	0%	0%
할인 행사	45%	39%	13%	3%	0%
사은품 및 쿠폰	44%	37%	16%	3%	0%

4.2.11 면세점 주요 구매 품목

면세점에서 주로 구매하는 물품으로는 화장품 50%, 술/담배 17%, 가방 등 잡화 16%, 전자제품 11%, 의류 4%, 기타 1% 순으로 나타났고 화장품이 압도적으로 높은 비율을 차지했다.

4.2.12 물품결제수단

면세점 이용시 주로 이용하는 결제수단을 묻는 질문에서 현금 34%, 신용카드(마스타/비자) 33%, 신용카드(유니온페이) 31%로 이용하는 것으로 나타났다.

4.2.13 인천공항 재이용 의도(재이용 및 타인에게 추천)

인천공항을 재이용 하겠다고 높은 비율로 긍정적 답변을 하였으며, 높은 비율로 인천공항 이용을 타인에게 추천 할 의사가 있는 것으로 나타났다.

5. 결 론

5.1 연구결과

동북지역 중국여객을 대상으로 설문결과를 통해 다음과 같은 행동특성을 발견하였다.

- 인천공항 재이용 의사/지인 추천 의사가 높았음.
- 인천공항의 편의시설이 좋아서 선택한 비율이 높았음.
- 다수가 인터넷을 통한 인천공항 관련 정보 취득을 했음.
- 세금환급 관련 불만이 높음(12%)
- 상업시설 이용 시 현금 사용률 상대적으로 높았음.

현재 제공되는 서비스의 현상유지 및 세부 불만요소의 해결하면서 대응전략을 구상할 필요가 있다. 특히 세금환급에 대한 정보를 현지 출국 전에 인식할 수 있도록 하는 전략이 필요하다. 중국여객의 대부분이 인터넷을 통하여 인천공항 관련 정보 획득, 중국여객의 다수가 20~30대인 점 고려하여 이를 통한 접근성을 높여야 한다.

방문률이 높은 사이트 및 SNS 서비스 등에 인천공항의 정보를 제공하는 등의 방법을 강구 할 수 있다.

중국여객의 상당수가 온라인 항공권 판매 사이트 또는 온라인 여행사를 통하여 항공권 등을 구입한다고 응답한 것을 근거로 이들 사이트들이 정해주는 노선에 따라 중국여객들을 인천공항으로 유도하는 전략을 세울 수 있으니 이들과의 협력을 강화할 필요가 있다.

면세점 이용의 불만요소로 나타났던 할인쿠폰 등의 제공도 이들 사이트를 이용하여 효과적으로

제공할 수 있다고 보여진다.

5.2 연구의 시사점

중국인 관광객 수는 2000년 이후 꾸준히 증가하고 있으며 작년 인천공항을 통해 입국한 중국인은 약 275만명으로 전체 외국인 중 1위였다. 해마다 증가할 것으로 예상되는 향후 중국 관광시장의 성장 잠재력과 중요성 등을 고려할 때 중국여객 유치를 확대하기 위해서는 이들의 이용형태와 만족도 및 요구사항 등의 분석을 통해 대응전략을 마련할 필요가 있다.

연구자는 동북지역은 성수기 비수기의 구분이 없이 한국출입국이 꾸준한곳으로 사회주의 단위제와 자본주의 경쟁제도가 공존하고 있는 환경속에서 이원성을 지닌 동북지역을 주목하였고 이들의 이용특성을 근거로 향후 동북지역 중국여객 대응전략과 방안을 세우는데 근거가 될 수 있다. 이 연구의 한계점으로 설문 표본수 및 설문기간, 응답자의 성별 등이 20~30대 여성이 많은 등의 한계점이 있어 동북지역을 일반화 할 수는 없는 한계점이 있다.

참고문헌

[1] 김부용, 임민경,"한중 경제협력 20년 회고와 전망:동북 3성",「중국 성별 동향 브리핑」,KIEP,2012.8,p.3

[2] 김익수 “중국시장 마케팅 -전략과 사례” 博英社 2005년 8월10일 PP 177-179, PP189-193, PP195-196

[3] 송녕진(2014), 한국과 중국동북3성 경제관계에 관한 연구, 우석대학교 국제비지니스학과 무역전공 석사학위논문

[4] 송영민, 이인재(2011), “중국 개별관광객의 국내 관광 안내 경험에 대한 질적 연구,” 한국관광연구학회, 「관광연구저널」

[5] 양범(2012), 중국 동북 3성의 경제적 특징과 성장전략, 신라대학교 경제학과 석사학위논문

[6] 인천국제공항 연차보고서(2015)

[7] 조문수, 고승익, 오상운(2007).IPA를 활용한 한국음식의 중요도와 만족도 분석.『관광연구』,22(1):265-287

[8] 조입성 , 「중국 정부의 동북3성 개발 전략 방향」,인천발전연구원 , 2004.06 , pp.3-4

[9] 중국국가여행국,2015

[10] 중국통계연감 2003판 p344

[11] 한국문화관광연구원(2014).『2013외래관광객 실태조사.

[12] 함승창(2004), 중국 동북지역 진출 한국기업의 현지화에 관한 연구, 광운대학교 국제통상학과 박사학위논문

[13] 황려(2014), 중국인 관광객 행태 변화추세에 관한 대응분석-외래 관광객 실태조사를 중심으로 -, 경기대학교 대학원 여가관광개발학과 석사학위논문

[14] YAO XING(2014).이행기에 있는 신세대 중국인: 중국 동북지역 “바링허우(80 後)” 의 이원성에 관한 연구, 연세대학교 사회학과 석사논문

[15] Wang Yuan, et. al(1998), pp115-116

[16] 第一財經日報. 2015