

<http://dx.doi.org/10.17703/JCCT.2023.9.3.129>

JCCT 2023-5-15

의사결정나무분석을 활용한 방문 만족도, 재방문 의사,
타인 권유 의사 결정요인 분석
- 코로나19 상황에서의 한국 방문 외래관광객을 대상으로 -
**Determinants of Satisfaction, Revisit Intention, and Recommendation
Intention Using Decision Tree Analysis**
- Foreign Tourists Visiting Korea during the COVID-19 Pandemic -

김 원 식

Won-Sik Kim

요약 본 연구의 목적은 한국 관광 수요가 회복되고 있는 현시점에서, 코로나19의 위협에도 불구하고 한국을 방문한 외래관광객의 만족도, 재방문 의사, 그리고 타인 권유 의사에 영향을 미치는 요인이 무엇인지를 실증적으로 규명하는데 있다. 이를 위해, 본 연구는 한국관광공사가 2020년 한국을 방문한 외래방문객 8,135명을 대상으로 조사한 자료를 활용하였다. 조사자료가 연속형 변수와 범주형 변수가 혼재되어 있어 분석의 타당성을 확보하기 위해 의사결정나무분석을 수행한 결과, 외래방문객 만족도에 영향을 미치는 요인으로는 방문 목적과 체재 기간 중 자가격리 포함 여부로 나타났다. 재방문 의사에 영향을 미치는 요인으로는 방문 목적, 방문 횟수, 그리고 체재 기간 중 자가격리 포함 여부 그리고 타인 권유 의사에 영향을 미치는 요인으로는 방문 목적, 체류 기간, 성별로 확인되었다. 분석 결과를 토대로, 본 연구는 이런 요인과 만족도, 재방문 의사, 그리고 타인 권유 의사 간의 관계에 대한 설명뿐만 아니라 관광 활성화를 위한 시사점을 제시하였다.

주요어 : 관광 만족도, 재방문 의사, 타인 권유 의사, 외래관광객, 코로나19, 의사결정나무 분석

Abstract The study aims to examine the determinants that affect satisfaction, revisit intention, and recommendation intention with foreign tourists who visited Korea despite the threat of COVID-19. This study employs the survey data collected by the Korea Tourism Organization from 8,135 foreign tourists who visited Korea in 2020. As the survey data contains a mixture of continuous and categorical variables, decision tree analysis can ensure analytical validity for the research. According to the analytical results, the determinants affecting satisfaction are the purpose of the visit and acceptance of self-quarantine during their stay. The factors influencing revisit intention are the purpose of the visit, frequency of the visit, and acceptance of self-quarantine during their stay. The determinants affecting recommendation intention are the purpose of the visit, length of stay, and gender. Based on the results of this analysis, this study not only explains the relationship between these determinants and tourism satisfaction, revisit intention, and recommendation intention, but also suggests implications for revitalizing tourism activities.

Key words : Satisfaction, Revisit Intention, Recommendation Intention, Foreign Tourists, COVID-19 Pandemic, Decision Tree Analysis

*정회원, 대경대학교 호텔경영과 부교수
접수일: 2023년 3월 15일, 수정완료일: 2023년 4월 10일
게재확정일: 2023년 4월 25일

Received: March 15, 2023 / Revised: April 10, 2023

Accepted: April 25, 2023

*Corresponding Author: wskim@tk.ac.kr

Dept. of Hotel management, DaeKyeung University, Korea

I. 서론

2020년 전 세계를 공포로 몰아넣은 코로나19는 인류가 경험한 무섭고 잔인한 팬데믹 중의 하나로 우리의 기억에 남을 것 같다. 인류는 코로나19라는 바이러스와 치열한 혈투를 벌여 이를 종식 시켜 나아가는 과정에 있다. 물론, 천문학적인 대가를 치르고 얻은 소중한 결과라고 할 수 있다. 현재, 인류는 Post-COVID를 대비하기 위해서 어떤 영역에서는 점진적으로 또는 다른 영역에서는 역동적으로 움직이고 있다. 그중에서도 코로나19로 인해 멈추어야만 했던 것을 정상적으로 되돌려놓는 것이 얼마나 소중한 것인지를 인류는 절실히 깨닫게 되었다.

코로나19 팬데믹 상황에서 이동 금지 혹은 제한은 방역 강화 대책 중에서 반드시 행해져야 할 중요한 조치이었다. 하지만, 코로나19가 본격적으로 인류를 위협하던 순간에도 국가 간 이동은 한정적으로 이루어져 왔다. 우리나라의 경우 코로나19 환자가 급증하던 2020년에 방한한 외래관광객이 2,135,111명, 그리고 본격적으로 코로나19의 영향을 받았던 2021년의 외래관광객은 532,588명으로 급감하였다. 이는 2019년 한국을 방문한 외국인 관광객이 16,463,683명이었던 것에 비교하면 코로나19의 위협이 얼마나 대단한 것인지를 알 수 있다. 하지만 2022년 외래관광객 수가 2,693,219명에 이르면서 서서히 회복세에 접어들고 있는 것으로 보인다

With Corona 시대가 본격적으로 시작되면서, 여전히 코로나19의 위협은 잔존하고 있지만, 한국 여행의 수요는 다시 증가추세를 나타내고 있다. 이는 한국 관광산업의 활성화라는 차원에서 매우 고무적이지 않을 수 없다.

한국 관광 수요가 회복되고 있는 현시점에서, 본 연구는 코로나19의 위협에도 불구하고 한국을 방문하여 관광을 즐기는 이유는 무엇일까? 라는 질문에 봉착하게 되었다. 즉, 본 연구는 코로나19의 감염 가능성을 무릅쓰고 한국을 만족스러운 방문지로 선택한 이유가 무엇일까?, 나아가 재방문하였다면 그리고 재방문할 의향이 있다면 그 이유는 무엇이고 자신의 방문 및 관광 경험을 타인에게 권유할 의사가 있다면 그 이유는 무엇인가를 실증적으로 규명해 보고자 한다.

이를 위해, 본 연구는 한국관광공사가 2020년 한국을 방문한 외래관광객 8,135명을 대상으로 조사한 자료를 활용하고자 한다. 코로나19 상황을 반영한 조사자료임을

감안할 때, 본 연구의 질문에 부합하는 조사자료라고 할 수 있다. 무엇보다도, 코로나19 팬데믹 상황에서 외래관광객의 만족도, 재방문 의사, 그리고 타인 권유 의사에 관한 인식을 내포하고 있는 자료라는 차원에서 연구적 가치가 높을 것으로 판단된다. 다만, 한국관광공사가 2021년에 방문한 외래관광객을 대상으로 조사한 자료가 있었다면, 본 연구는 분석의 심층성과 분석 결과의 일반화 가능성을 높이는 데 기여할 수 있을 것이다.

코로나19와 같은 유사 팬데믹 상황이 발생하더라도 한국 관광산업의 성장과 확장을 가속화하기 위한 노력이 요구됨에 따라, 본 연구는 분석 결과를 토대로 이를 위한 시사점을 제시해 보고자 한다.

II. 이론적 고찰

1. 만족도, 재방문 의사와 타인 권유 의사

관광과 같은 현대산업에 있어서 만족도는 산업의 성공과 실패를 좌우하는 매우 중요한 개념으로 다루어져 왔다. 그간 이 분야에 관한 연구는 광범위한 학문적 성과를 거두었을 뿐만 아니라 실무적 차원에서도 기여한 바가 결코 적지 않을 것이다.

만족도는 재화나 서비스에 대한 욕구나 필요의 충족 여부로 판단되는 인간의 심리적 상태라고 할 수 있다. 재화나 서비스를 사용하기 전에 가지는 심리적 기대감과 이를 경험한 후에 느끼는 심리적 상태의 차이는 만족도에 많은 영향을 미치게 된다. 특히, 동일하거나 유사한 재화나 서비스에 대한 이용으로부터 이전의 경험을 토대로 형성되는 만족도인 학습된 만족도는 편향성을 가질 가능성이 높다. 때문에, 재화나 서비스를 처음 이용함으로써 느끼는 만족도에 비해 이런 학습된 만족도를 높이는 것은 그리 쉬운 일이 아닐 것이다. 즉, 만족도는 정태적이기보다는 학습이나 경험을 통해 변화하는 동태적인 성격을 지니는 것으로 이해할 필요가 있다.

본 연구는 이런 점을 근간으로, 관광 만족도를 한 개인이 선택한 관광 활동에 참여한 후에 형성되는 긍정적 감정이나 인지의 정도라는 Lounsbury와 Polik(1992)의 개념에 집중하고자 한다. 이들은 관광 만족도를 관광객 자신이 체험한 관광에 대하여 가지는 사후 이미지로 보고 있다 [1]. 이런 개념 정의에서도 알 수 있는 것은 관

광 만족도는 개인의 주관적인 판단에 의존할 뿐만 아니라 특정 개인의 관광 경험 정도가 고려될 필요가 있다는 점이다.

재방문 의사와 타인 권유 의사는 재화나 서비스 이용 후에 형성되는 주관적인 만족도를 토대로 나타나는 개인의 후속적인 행태라고 할 수 있다. 이런 재방문 의사와 타인 권유 의사가 반드시 나타나는 개인의 심리적 행태라고 할 수 없지만, 재화나 서비스 체험에 따른 만족도의 반응으로 대부분 형성되는 것으로 이해되고 있다. 재방문 의사와 타인 권유 의사는 만족도에 비해 그리 복잡한 개념은 아닌 것으로 인식된다. 이들은 만족도의 행동 의도로 다루어지고 있다. Oliver(1980)는 재방문 의사를 고객이 향후에도 지속적 관계를 유지할 의지와 고객이 지정된 곳에서 재화나 서비스를 다시 구매하기 위하여 방문할 가능성이나 의사로 정의하였다 [2]. 관계 유지와 구매를 위한 재방문이라는 두 가지 핵심 요소에 근간을 둔 Oliver(1980)의 정의는 재방문 의사의 본질을 잘 내포하고 있다. 이에 본 연구에서는 Oliver(1980)의 정의를 토대로, 관광 재방문 의사를 관광 체험을 통해 형성된 경험을 토대로 그 관광 상품이나 관광지를 다시 방문하고자 하는 의사로 정의하고자 한다.

한편, 타인 권유 의사는 구전효과, 입소문 등과 같은 용어와 혼용되어 사용되는 경향이 있다. 논자에 따라 이들의 차이를 강조하기도 하지만, 개념적 본질에는 그리 차이가 없는 것으로 보아도 무방할 것으로 사료된다. 타인 권유 의사는 자신의 만족도와 재방문 의사를 토대로, 타인에게 재화나 서비스에 긍정적인 정보를 전달하여 그 재화나 서비스의 사용을 결정하도록 유도하는 의도적인 행위로 보았던 Geva와 Goldman(1991)의 견해[3]는 후속 연구의 활용에 많은 유용성을 제공하고 있다.

2. 측정변수

만족도의 보편적인 결정요인은 서비스 질이라고 할 수 있다. 때문에, 그간 많은 연구가 서비스 질을 평가할 수 있는 도구 개발 및 활용에 초점을 두어 왔다. Parasuraman et al.(1988)의 SERVQUAL 모형[4]과 Cronin과 Taylo(1992)의 SERVPERF 모형[5] 등이 대표적이라고 할 수 있다. 이상의 모형을 토대로, 공적 영역과 사적 영역 모두를 포함한 다양한 실무적 영역에서

이를 활용하여 독창적 혹은 변형적인 모형을 개발하는 연구성과를 보여주고 있다.

만족도를 결정하는 요인은 다양하게 논의되어 왔지만, 관광 상품의 서비스 질이 가장 보편적인 결정요인이라는 사실은 많은 연구에서 동의를 얻고 있다. 본 연구는 한국관광공사가 주관하여 측정한 조사자료를 분석에 활용하고자 한다. 하지만, 이 자료는 관광 상품의 서비스 질에 관한 문항이 없고 방한 횟수, 체제 기간, 체제 기간 중 자가격리 포함 여부, 방문 목적, 방문 선택 시 고려 요인, 1인 평균 지출 경비, 여행 형태, 성별, 연령 등과 같은 문항으로 구성되어 있다.

외래관광객을 대상으로 한 선행연구에 따르면, 여행 목적 및 동기, 이전 방문 경험[6], 여행거리, 경제적 상황, 통화 가치, 국가정책, 문화 차이[7], 성별, 국적[8], 개별 자유 여행객과 단체 여행객 등과 같은 여행 행태 [9,10]가 주요 변수로 다루어져 왔다. 코로나19 팬데믹에서 코로나19에 따른 영향 특히 자가격리와 같은 변수를 직접적인 원인 변수 혹은 상황 변수로 취급하여 관광 태도, 관광산업 등에 미치는 영향을 분석한 연구[11]들이 최근 주목을 받아 왔다.

III. 분석 설계 및 결과

1. 분석자료 및 변수 선정

본 연구는 2020년 코로나19의 위험이 전 세계적으로 가중되고 있을 상황에서 한국을 방문한 외국인을 대상으로 방문 만족도, 재방문 의사, 타인 권유 의사에 미치는 영향요인을 식별하고자 하였다. 이를 위해 본 연구는 한국관광공사가 2020년 한국을 방문한 외국인을 대상으로 한 외래관광객 조사자료를 분석에 활용하였다. 특히, 코로나19 확산에 따른 전 세계적인 팬데믹 하에서 관광에 대한 코로나19의 영향을 잘 반영한 자료로 판단되어 연구적 가치가 높을 것으로 판단된다. 또한, 조사자료는 2020년 국제 항공편을 통해 한국을 출국한 모든 외래관광객에 대한 전수조사라는 점도 분석 결과의 신뢰성과 타당성 확보에 기여할 수 있을 것으로 사료된다.

한국관광공사의 2021년 외래관광객 조사자료에 사용된 변수로는 방한 횟수, 숙박 및 체제 기간, 체제 기간 중 자가격리 포함 여부, 방문 목적, 방문 선택 시 고려

요인, 주요 참여 활동, 방문지역, 1인 평균 지출 경비, 여행 형태, 만족도, 재방문 의향, 타인 추천 의향이 포함되어 있다. 본 연구는 이론과 선행연구 검토를 통해 만족도, 재방문 의사, 타인 추천 의사의 영향요인을 확인하기 위해 방문 횟수, 체재 기간, 체재 기간 중 자가 격리 포함 여부, 방문 목적, 방문 선택 시 고려 요인, 1인 평균 지출 경비, 여행 형태, 성별, 연령을 독립변인으로 선정하였다.

분석에 사용된 변수와 분석자료의 특성을 살펴보면 다음과 같다.

첫째, 방문 횟수는 방문한 횟수로 조사된 자료도 있고 이를 1회에서 4회 이상으로 범주화한 자료도 있다. 본 연구는 의사결정나무분석의 용이성을 고려하여 범주화된 자료를 사용하였다.

둘째, 체재 기간의 경우 한국관광공사의 원자료에는 실제 체재 기간이 조사된 자료가 포함되어 있지만, 분석의 용이성을 감안하여 7개로 범주화한 자료를 활용하였다.

셋째, 체재 동안 자가격리 포함 여부는 ‘포함되었다’와 ‘그렇지 않다’로 이분화한 자료가 사용되었다.

넷째, 방문 목적은 6개의 항목으로 범주화된 자료가 그리고 방문 선택 시 고려사항은 13개 항목으로 범주화된 자료가 각각 사용되었다.

다섯째, 일일 평균 1인당 여행 지출경비는 6개 항목 그리고 여행 형태는 3개 항목으로 범주화된 자료가 활용하였다.

여섯째, 성별은 남자와 여자로 그리고 연령은 6개 항목으로 범주화된 자료가 사용되었다.

끝으로, 만족도, 재방문 의사, 그리고 타인 권유 의사는 5점 척도로 조사되었다. 본 연구는 의사결정나무분석의 사용함을 고려하여 ‘전혀 그렇지 않다’와 ‘그렇지 않다’를 각각 No라는 부정적 응답으로 그리고 ‘매우 그렇다’와 ‘그렇다’를 Yes라는 긍정적 응답으로 각각 전처리하였다. 다만, ‘보통이다’는 중립적인 응답임에 따라 결측값으로 처리하고자 하였다.

2. 분석방법

본 연구는 코로나19에서 한국을 방문한 외국 관광객의 만족도, 재방문 의사, 그리고 타인 권유 의사를 좌우하는 요인을 규명해 보고자 하였다. 이를 위해, 본

표 1. 분석자료의 특성

Table 1. Characteristics of Data (N=8,135)

Variables	N	
Frequency of Visit	First	3,205
	Twice	1,369
	Third	824
	More than four	2,737
Length of Stay	1-3 days	24
	4-7 days	399
	8-10 days	396
	11-30 days	1,282
	31-60 days	991
	61-90 days	884
	91 days	4,159
Self Quarantine while Staying	Included	5,597
	Not included	2,538
Purposes of Visit	Leisure	316
	Visiting friends or relatives	1,082
	Business	3,345
	Education	3,249
	Religion	21
	Others	122
Reasons for Visit Decision	Food tour	281
	Shopping	177
	Nature exploration	159
	History tour	54
	Modern cultural experience	56
	K-POP experience	15
	Entertainment experience	21
	Treatment or beauty experience	19
	Leisure activities	10
	Leisure time available for travel	19
	Distance traveled	9
	Economical travel cost	5
	Others	573
Daily Expense a Day per Person	Less than 1,000,\$	277
	Over 1,000\$ - 2,000,\$	637
	Over 2,000\$ - 3,000,\$	911
	Over 3,000\$ - 5,000,\$	1,999
	Over 5,000\$ - 10,000,\$	2,774
	Over 10,000,\$	1,537
Types of Travel	Individual travel	2,591
	Airtel package	54
	Group tour	46
Sex	Male	4,454
	Female	3,681
Age	15-20	679
	21-30	3,744
	31-40	1,773
	41-50	992
	51-60	706
	Over 61	241

연구는 한국관광공사가 2020년 코로나19 팬데믹 상황에서 한국을 방문한 외래관광객을 대상으로 전수조사한 데이터를 활용하고자 하였다. 데이터를 살펴보면 결과, 연속형 변수와 범주형 변수가 혼재되어 있고 자료가 전수조사라는 점 등을 고려하여 의사결정나무분석이 최적인 분석기법이라고 판단되었다.

의사결정나무(decision tree)는 의사결정에 대한 문제를 해결하기 위해 사용되는 분석 방법 중 하나이다. 이는 예측 모델링이나 분류 작업에서 매우 유용하게 사용된다. 의사결정나무는 일련의 결정 규칙(rule)을 사용하여 주어진 문제를 해결하는 과정을 시각적으로 표현한 것이다. 이를 통해 문제를 해결하는 과정을 직관적으로 파악할 수 있다. 의사결정나무는 일련의 결정 규칙을 사용하여 데이터를 분할하고, 각 분할에서 가장 유용한 변수를 결정하여 분석을 진행한다. 이를 통해 예측 모델이나 분류 작업에 필요한 최적의 결정 규칙을 찾아내어 문제를 해결한다.

의사결정나무(decision tree)는 머신러닝 알고리즘 중 하나로, 의사결정에 사용되는 모델이다. 이 모델은 분류(classification)와 회귀(regression) 분석에 모두 사용된다. 분류 분석에서는 데이터를 각각의 클래스로 구분하는 데 사용되며, 회귀분석에서는 데이터의 값을 예측하는 데 사용된다. 의사결정나무 모델은 일련의 의사결정 규칙을 나타내는 나무 모양의 구조를 가지고 있다. 각각의 분기점(branch point)은 특정 변수의 값을 기준으로 데이터를 분할하는 규칙을 나타내며, 말단 노드(leaf node)는 최종적으로 분류되거나 예측된 결과를 나타낸다. 의사결정나무 모델은 해석력이 우수하고, 데이터 전처리나 가정의 필요성이 상대적으로 적다는 장점이 있다. 또한 비선형적인 관계를 모델링하는 데 효과적이다. 그러나 과적합(overfitting)되기 쉽고, 특정 변수에 과도하게 의존하는 경향이 있어 일반화 능력이 상대적으로 떨어질 수 있다. 따라서 모델의 하이퍼파라미터나 훈련 데이터 크기 등을 조정하여 이러한 문제를 완화할 수 있다. 무엇보다도 의사결정나무분석은 관측값의 선형성, 정규성, 등분산성 등의 가정을 고려하지 않는 비모수 통계방법이라는 점, 특히 분석자료와 같은 대용량 데이터로부터 새로운 패턴, 관계, 그리고 규칙 등을 탐색할 수 있다는 장점[12] 때문에 본 연구에 적합할 것이다.

본 연구는 의사결정나무모형의 성장방법 즉 알고리즘은 CHAID를 선정하여 카이제곱 검정을 수행하고자

하였다. 모형 추정 최대 반복 계산 수는 과적합의 우려를 고려하여 5,000번, 최대수준은 자동으로, 그리고 최소수준은 6으로 설정되었다. 상위노드와 하위 노드의 숫자는 100과 50으로, 노드 분할에서 유의수준은 5%, 기준은 Person 카이제곱 통계량이 활용되었다.

3. 분석 결과

1) 외래방문객의 전반적 만족도 영향요인 분석 결과 외래방문객을 대상으로 한 조사자료를 활용하여 만족도의 영향요인을 규명하기 위해 전체표본 중에서 학습표본 60%, 검정표본 40%로 설정하여 임의할당방식을 통해 표본추출을 수행하였다. 의사결정나무분석을 실시한 결과, 학습표본의 위험도와 표준오차가 0.006과 0.001 그리고 검정표본의 위험도와 표준오차가 0.006과 0.001로 나타나 두 표본의 위험도 차이는 없는 것으로 확인되었다. 검정표본의 분류 정확도는 99.4%로 나타나 오분류 가능성이 매우 낮아 의사결정나무모형이 우수한 것으로 평가된다.

의사결정나무분석 결과에서, 외래방문객의 전반적 만족도에 영향을 미치는 가장 중요한 요인은 방문 목적인 것으로 확인되었다. 사업, 친구와 친지 방문이 교육, 종교, 여가를 위한 방문에 비해 만족 빈도가 높았다. 노드 1의 경우(사업, 친구와 친지 방문, 기타)는 체제 기간 중 자가격리 포함 여부가 만족도에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 자가격리가 포함된 경우가 그렇지 않은 경우에 비해 만족 빈도가 높게 나타났다.

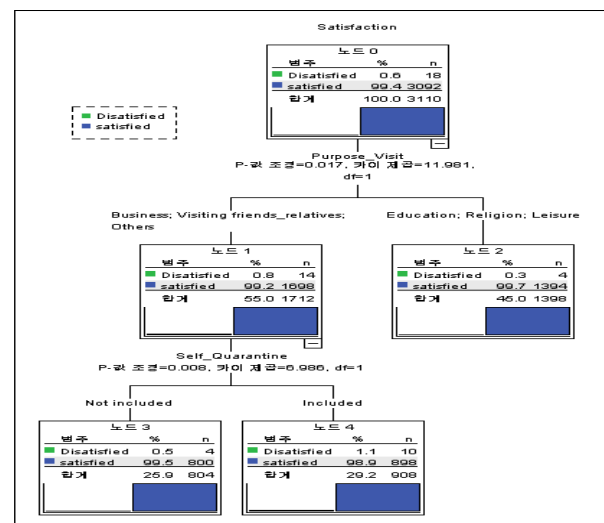


그림 1. 전반적 만족도 의사결정나무분석
 Figure 1. Decision-tree Analysis on Satisfaction

2) 외래방문객의 재방문 의사 영향요인 분석 결과
 전체표본 중에서 학습표본 60%, 검정표본 40%로 설정하고 임의할당방식을 통해 표본추출을 하여 의사결정나무분석을 실시한 결과, 학습표본의 위험도와 표준오차가 0.118과 0.005 그리고 검정표본의 위험도와 표준오차가 0.113과 0.006으로 나타나 두 표본의 위험도 차이가 0.005로 확인되었다. 검정표본의 분류 정확도는 88.7%로 나타나 오분류 가능성이 낮은 것으로 판단된다.

의사결정나무분석 결과에서, 외래방문객의 재방문 의사에 영향을 미치는 가장 중요한 요인은 방문 목적인 것으로 확인되었다. 사업과 종교적인 목적으로 방문한 노드 1의 경우 방문 횟수가 재방문 의사에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 방문 횟수가 많은 노드 4의 경우 체류 기간이 재방문 의사에 그리고 방문 횟수가 3회 이하의 노드 5의 경우 성별이 재방문 의사에 각각 영향을 미치는 것으로 파악되었다. 한국에 처음 방문한 노드 9의 경우 체재 기간 중 자가격리 포함 여부가 재방문 의사에 영향을 미치는 것으로 확인되었다. 체재 기간 중 자가격리 포함된 노드가 그렇지 않은 노드에 비해 재방문 의사의 빈도가 훨씬 높았다.

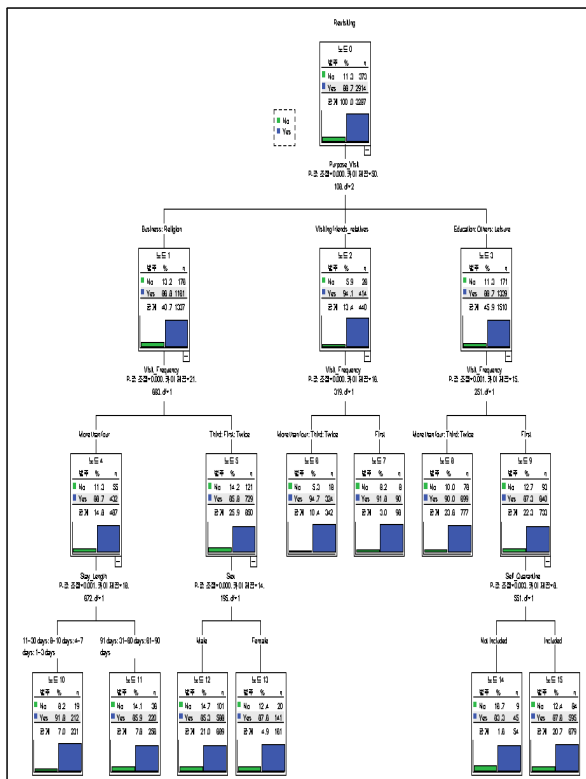


그림 2. 재방문 의사 의사결정나무분석
 Figure 2 Decision-tree Analysis on Revisiting

3) 외래방문객의 타인권유 의사 영향요인 분석 결과
 전체표본 중에서 학습표본 60%, 검정표본 40%로 설정하고 임의할당방식을 통해 표본추출을 하여 의사결정나무분석을 실시한 결과, 학습표본의 위험도와 표준오차가 0.064과 0.003 그리고 검정표본의 위험도와 표준오차가 0.055과 0.004로 나타나 두 표본의 위험도 차이가 0.009로 확인되었다. 검정표본의 분류 정확도는 94.5%로 나타나 오분류 가능성이 매우 낮은 것으로 판단된다.

의사결정나무분석 결과에서, 외래방문객의 타인 권유 의사에 영향을 미치는 가장 중요한 요인은 방문 목적인 것으로 확인되었다. 사업 목적으로 방문한 노드 1의 경우 체류 기간이 타인 권유 의사에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 체류 기간이 91일 이상과 31일~60일인 노드 4의 경우 성별이 타인 권유 의사에 영향을 미치는 것으로 파악되었다. 여성이 남성에 비해 타인 권유 의사가 높은 것을 알 수 있다. 방문 목적이 친구와 친지 만남, 교육, 여가, 종교 및 기타인 노드 2의 경우 방문 횟수가 타인 권유 의사에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 방문 횟수가 3회 이하인 노드 8이 4회 이상인 노드 7에 비해 타인 권유 의사가 높은 것으로 확인되었다.

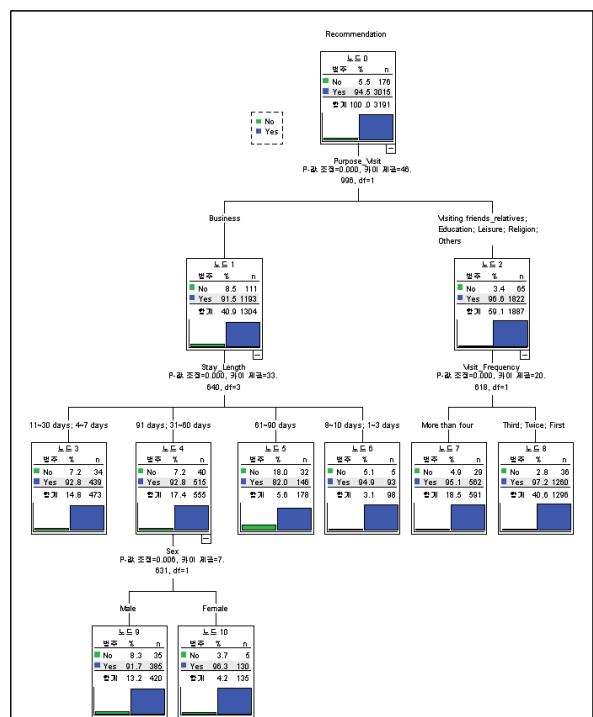


그림 3. 타인 권유 의사 의사결정나무분석
 Figure 3. Decision-tree Analysis on Recommendation

IV. 연구결과

본 연구의 목적은 한국 관광 수요가 회복되고 있는 현시점에서, 코로나19의 위협에도 불구하고 한국을 방문한 외래관광객의 만족도, 재방문의 의사, 그리고 타인 권유 의사에 영향을 미치는 요인이 무엇인지를 실증적으로 규명하는 데 있다. 이를 위해, 본 연구는 한국관광공사가 2020년 한국을 방문한 외래관광객 8,135명을 대상으로 조사한 자료를 활용하였다.

분석 결과를 요약하면 다음과 같다. 첫째, 외래방문객의 만족도에 영향을 미치는 요인으로는 방문 목적과 체재 기간 중 자가격리 포함 여부로 나타났다. 둘째, 재방문 의사에 영향을 미치는 요인으로는 방문 목적, 방문 횟수, 그리고 체재 기간 중 자가격리 포함 여부로 나타났다. 셋째, 타인 권유 의사에 영향을 미치는 요인으로는 방문 목적, 체류 기간, 성별로 나타났다.

실증분석을 통해 도출된 연구 결과에 대하여 심도 있게 해석하면 다음과 같다.

첫째, 외래방문객 만족도, 재방문 의사, 그리고 타인 권유 의사에 영향을 미치는 공통요인으로는 방문 목적이었다. 2020년 한국을 방문한 외래관광객은 사업 및 전문 활동과 교육이 전체 대비 약 80%를 차지하였다. 친구 및 친지 방문이 13.3%, 여가·위락·휴식이 3.9%, 그리고 종교 및 순례가 0.3%로 나타났다. 한국을 방문하는 주된 목적이 사업 및 전문 활동과 교육이었다. 방문 목적이 만족도, 재방문 의사, 그리고 타인 권유 의사에 공통으로 영향을 미친 것은 외래방문객이 한국에 체류하는 동안 방문 목적과 연계된 관광 혹은 연계되지 않았지만 즐기고 싶은 관광이 그들이 만족도에 긍정적인 영향을 미쳤기 때문으로 판단된다. 조사 결과에서도 만족도가 매우 높게 나타났다. 외래방문객이 한국을 방문지로 선택한 주요 이유가 음식·미식 탐방, 쇼핑, 자연풍경 감상, 역사·문화유적·전통문화 체험이었으며, 조사 결과에서도 이들 관광 상품에 대한 외래관광객의 만족도가 매우 높았다는 사실은 이를 잘 반영하고 있다고 할 것이다.

둘째, 체재 기간 중 자가격리 포함 여부가 외래방문객 만족도와 재방문 의사에 공통으로 영향을 미치는 요인이었다. 체류 기간 중 자가격리가 일정에 포함된 경우가 68.8%에 이른다. 2020년 한국을 방문한 국가 중 중국이 31.6%, 미국 19.1%, 프랑스 6.2%, 독일 5.9%, 일

본 5.6% 순으로 나타났다. 특히, 아시아 국가가 전체 대비 46.2%를 차지하였다. 체류 기간 중 자가격리 포함이 만족도와 재방문 의사에 영향을 미친 이유가 외래방문객에게 체류에 대한 안정감과 한국의 코로나19 방역 및 체류 기간 중 지원된 의료서비스에 대한 신뢰감을 주었기 때문으로 이해될 수 있다.

셋째, 방문 횟수는 재방문 의사에 그리고 체류 기간 및 성별은 타인 권유 의사에 영향을 미치는 것으로 확인되었다. 2020년 한국을 방문한 외래관광객의 방문 횟수를 보면, 1회가 39.4%, 4회 이상이 33.6%, 2회가 16.8%, 3회가 10.1%로 나타났다. 재방문 의사의 평균을 조사한 결과, 3회와 4회 이상이 재방문하겠다는 응답 비율이 높게 나타났다. 또한, 방문 횟수별 재방문 의사 간의 차이를 분석한 결과, 통계적으로 유의미한 차이가 존재하는 것으로 나타났다.

넷째, 체류 기간을 보면, 91일 이상이 51.1%, 11~30일이 15.8%, 31~60일이 12.2%, 61~90일이 10.9% 순으로 파악되었다. 이는 방문 목적과 거의 일치하는 것을 알 수 있다. 타인 권유 의사의 평균이 매우 높은 것으로 나타났다. 체류 기간이 길수록 타인 권유 의사가 다소 낮은 경향을 보였다. 하지만, 체류 기간별 타인 권유 의사 간의 차이를 분석한 결과, 통계적으로 유의미한 차이가 거의 존재하지 않는 것으로 나타났다.

끝으로, 성별이 타인 권유 의사의 유의미한 영향요인인 것으로 확인되었다. 남성이 54.8% 그리고 여성이 45.2%로 나타났는데, 여성이 남성에 비해 타인 권유 의사가 높은 것으로 나타났다. 이들의 차이는 통계학적으로 유의미한 것으로 분석되었다.

본 연구는 분석 결과를 토대로, 한국 관광 활성화를 위한 시사점을 다음과 같이 제시하고자 한다. 코로나19와 같은 팬데믹에서 자가격리 포함 여부가 만족도와 재방문 의사를 결정하는 요인이라는 점에 주목할 필요가 있다. 한국의 코로나19에 대한 방역이 다른 나라에 비해 우수하였다는 평가가 특히 아시아 국가의 방문객에게는 한국 방문에 대한 안정감과 신뢰감을 줄 수 있을 것으로 판단된다. 이는 그들에게 팬데믹 상황에서 우수한 의료 서비스 이용의 기회를 가질 수 있는 장점으로 인식될 수도 있을 것이다. 이런 점은 일반 관광뿐만 아니라 의료관광 활성화 방안 및 홍보를 위한 소재로 충분히 활용될 가능성이 있을 것이다. 외래방문객을 대상으로 한 한국 관광의 활성화를 위해서는 방문 목적, 방

문 횟수, 체류 기간, 성별 등에 대한 맞춤형 전략이 필요할 것으로 사료된다.

본 연구는 실증분석을 통해 발견한 논문의 기여점에도 불구하고 다음과 같은 한계가 있다. 한국 관광 활성화를 위한 효과적인 방안 마련은 일회적 분석에 따른 결과보다는 반복적이고 장기적인 분석 결과에 기초하는 것이 더 바람직함은 두말할 필요가 없을 것이다. 때문에, 2021년도 2022년도 자료를 활용한 향후 연구의 필요성이 절대로 적지 않을 것이다.

Tourism and Leisure Reserch, Vol. 28, No. 8, pp.241-256, 2016.

- [11]J. C. Choi and Y. M. Kim, "A Study on the Analysis of the Effects of COVID-19 on the Perception Changes in Tourism and Leisure Activities", *Journal of Tourism and Leisure Reserch*, Vol. 32, No. 7, pp.159-177, 2020.
- [12]H. J. Jin, "Analysis for Consumer Groups Using Decision Tree Model: Focused on Tangerine Consumption", *Korean Agricultural Research*, Vol. 51, No. 1, pp.19-40, 2010.

References

- [1] J. Lounsbury & J. Polik, "Leisure Needs and Vacation Satisfaction", *Leisure Sciences*, Vol. 14, No. 2, pp.105-119, 1992. <http://doi.org/10.1080/01490409209513161>
- [2] R. I. Oliver, "A Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of Satisfaction", *Journal of Marketing Reserch*, Vol. 17, pp.460-469, 1980.
- [3] A. Geva & A. Goldman, "Satisfaction Measurement in Guided Tours", *Annals of Tourism Research*, Vol. 18, No. 2, pp.177-185, 1991. [http://doi:10.1016/0160-7383\(91\)90002-S](http://doi:10.1016/0160-7383(91)90002-S)
- [4] A. V. Parasuraman, A. Zeithaml, & L. L. Berry, "SERVQUAL: A Multi-item Scale for Measuring Consumer Perception of Service Quality", *Journal of Retailing*, Vol. 64, No. 1, pp.12-37, 1988.
- [5] J. J. Cronin & S. A. Taylor, "Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension", *Journal of Marketing*, Vol. 56, No. 3, pp.56-68, 1992. <http://doi.org/10.2307/1252296>
- [6] S. W. Choo, J. H. Jang & Y. H. Hwang, "Travel Behavior Patterns of Japanese Free Independent in Busan", *Journal of Tourism Sciences*, Vol. 34, No. 5, pp.77-91, 2010.
- [7] B. McKercher & T. Tse, "Is intention to Return a Valid Proxy for Actual Repeat Visitation?" *Journal of Travel Research*, Vol. 51, No. 6, pp.671-686, 2012. <http://doi.org/10.1177/0047287512451140>
- [8] J. Caneen, "Cultural Determinants of Tourists Intention to Return". *Tourism Analysis*, Vol. 8, No. 2, pp.237-242, 2003. <http://doi.org/10.3727/108354203774076805>.
- [9] S. H. Lee & D. W. Ko, "Travel Motivations of Outbound Free Independent Travelers", *Journal of Tourism Sciences*, Vol. 36, No. 2, pp.201-220, 2012.
- [10]Y. H. Yu, J. Y. Lee, & H. C. Lee, "Determinants of Revisit Intention to Seoul by Chinese Tourists: The Comparison of Group Tourists and FIT", *Journal of*