



저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

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

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.



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

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


저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

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

[Disclaimer](#)

석사학위논문

제주방문 관광객의
관광지선택속성과 만족에 관한 연구
- IPA를 중심으로 -

The logo of Jeju National University is centered on the page. It features a stylized 'J' shape composed of three curved lines in blue, green, and grey. Below the 'J' is a small icon of an open book, followed by the text 'JEJU' and '1952'. The university's name 'JEJU NATIONAL UNIVERSITY' is written in a large, light grey font in a circular arc around the logo, and '제주대학교' is written in a similar arc below it.

제주대학교 경영대학원

관광개발학과

김 석 근

2009年 8月

제주방문 관광객의
관광지선택속성과 만족에 관한 연구
- IPA를 중심으로 -

지도교수 송 재 호

김 석 근

이 논문을 관광학 석사학위논문으로 제출함

2009年 8月

김석근의 관광학 석사학위논문을 인준함

심사위원장 _____ ①

위 원 _____ ①

위 원 _____ ①

제주대학교 경영대학원

2009年 8月

A Study on Tourist Resort-Choosing Property and Satisfaction of Jeju Tourists

-Focused on IPA-

Kim Suk-Geun

(Supervised by professor Jae-Ho Song)

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

2009. 8.

Department of Tourism Development

GRADUATE SCHOOL

CHEJU NATIONAL UNIVERSITY

목 차

제 1 장 서론	1
제 1 절 문제제기	1
제 2 절 연구의 목적	3
제 3 절 연구방법	4
제 4 절 연구범위	5
제 2 장 이론적 고찰	7
제 1 절 관광지 선택속성	7
1. 관광지 선택속성의 개념	7
2. 관광지 선택속성에 관한 선행연구	9
제 2 절 중요도-성취도 분석	14
1. IPA(중요도-성취도 분석)의 개념	14
2. 중요도-성취도 분석기법(매트릭스)	17
3. 선행연구	22
제 3 절 만족과 재방문	30
1. 만족	30
2. 재방문의도 및 타인추천의도	35
제 3 장 연구설계와 분석방법	41
제 1 절 연구모형 설계 및 가설설정	41
1. 연구모형의 설계	41
제 2 절 설문지 구성과 측정	43
1. 설문지설계	43
2. 조사단계	44
3. 표본의 추출과 조사방법	45
제 4 장 실증분석 결과와 종합토의	46

제 1 절	표본의 일반적 특성	46
1.	인구통계학적 특성	46
2.	조사대상의 관광행태에 관한 특성	48
3.	관광지 선택속성에 대한 중요도와 성취도의 IPA 결과	50
제 2 절	신뢰성과 타당성 분석	56
1.	관광지 선택속성 성취도의 신뢰성 분석	56
2.	관광지 선택속성 성취도의 타당성 분석	57
제 3 절	연구가설의 검증	60
제 4 절	실증분석결과 종합	68
1.	실증분석결과 요약	68
제 5 장	결론	70
제 1 절	결론	70
제 2 절	연구의 한계	72
참고문헌	73
부 록	77
ABSTRACT	80

표 목차

<표 2-1> 관광지 선택속성 선행연구	12
<표 2-2> IPA 기법의 실행격자 4분면	21
<표 2-3> IPA 선행연구	27
<표 2-4> 관광객 만족에 관한 선행연구	34
<표 2-5> 재방문의도 및 타인추천의도에 관한 선행연구	39
<표 3-1> 설문지 구성내용	43
<표 4-1> 인구통계학적 분석결과	47
<표 4-2> 관광활동 특성	49
<표 4-3> 내국인 관광객의 관광지 선택속성에 대한 중요도-성취도	52
<표 4-4> 성취도에 대한 요인분석과 신뢰도 분석	58
<표 4-5> 관광지 선택속성의 성취도가 만족에 미치는 영향분석	61
<표 4-6> 관광객 만족이 재방문 의도에 미치는 영향분석	62
<표 4-7> 관광객 만족이 타인추천 의도에 미치는 영향분석	63
<표 4-8> 성별에 따른 T-test 분석결과	64
<표 4-9> 최종학력에 따른 ANOVA 분석결과	65
<표 4-10> 연령에 따른 ANOVA 분석결과	65
<표 4-11> 월평균 가계소득에 따른 ANOVA 분석결과	66
<표 4-12> 거주지역에 따른 ANOVA 분석결과	67
<표 4-13> 직업에 따른 ANOVA 분석결과	67
<표 4-14> 가설의 검증결과	69

그림 목차

[그림1-1] 연구의 흐름도	6
[그림 2-1] IPA 매트릭스	19
[그림 3-1] 연구모형	41
[그림 3-2] 연구기간 및 내용	44
[그림 4-1] 관광지 선택속성 IPA 결과	53



제 1 장 서론

제 1 절 문제제기

관광산업은 21세기 국가 전략산업의 하나로 관광관련 정책 지원 사업이 증가하고 있으며, 각 지자체에서는 관광산업의 활성화가 지역발전의 중요한 전략으로 대두되고 있다. 또한 소득수준의 향상, 주5일제 근무 등으로 인한 여가시간의 증가, 핵가족화, 건강에 대한 관심 등으로 관광산업은 양적 및 질적인 변화를 가져오고 있다.

전 세계 GDP의 10.7%에 이를 만큼 세계 경제에 막대한 영향을 미치는 산업으로 성장한 관광산업은 지구촌을 하나의 커뮤니티로 연결시켜 주는 가장 유망한 산업으로 성장하리라 전망되고 있다.¹⁾ 하지만 관광이 성장 동력으로서의 지속적인 발전가능성에 대한 전망에도 불구하고 관광산업에도 급격한 변화의 바람이 불고 있다. 다양한 요인들이 변화의 원인으로, 관광패러다임의 변화, 세계화, 기술의 진보, 환경보전, 그리고 경제흐름 등의 영향에 인한 것으로 보인다. 관광목적지별 관광산업 환경 또한 급격하게 경쟁관계 속으로 빠져드리라 예견되고 있다. 기술의 진보 중 교통수단의 발달로 인하여 방문 지역이 확대되면서 각국은 관광산업을 전략 산업화하여 치열한 유치경쟁을 벌이고 있다. 이러한 환경 하에서 관광객들의 다양한 욕구를 충족시키기 위하여 관광목적지의 유인노력이 고무되고 있다(오상훈, 고계성, 2005).

제주특별자치도의 경우, 관광산업이 천혜의 자연자원과 풍부한 관광자원을 바탕으로 지속적인 관광 진흥 정책의 추진에 힘입어 지속적인 성장률을 보이고 있다. 특히, 국제자유도시추진과 동북아시아의 중심지역으로의 입지를 굳히하고자 하고 있으며, 국내 경쟁관광목적지와 차별화를 두려고 하고 있다.

1) 문화관광부, '관광동향에 관한 연차보고서', 문화관광부, 2004.

특히 2006년 7월을 기준으로 제주특별자치도의 시행에 따른 핵심육성 산업은 관광산업이라 할 수 있으며, 대내외적으로 경쟁력 강화를 위한 다양한 전략이 추진되고 있다. 2007년 한해 제주특별자치도를 방문한 관광객 수는 5,429,223명이며, 이 중 내국인 관광객은 4,887,949명, 외국인 관광객은 541,274명으로 내국인 관광객이 제주관광시장 전체의 90.0%를 차지하고 있다.²⁾

그러나 이들 내국인 관광시장은 국내외 정치·경제적 상황 등 다양한 관광환경에 민감한 반응을 하고 있으며, 타 지역 경쟁관광목적지의 다수 출현 등으로 인해 지속적인 내국인 관광객 유치증대가 더욱 치열해지고 있는 실정이다.

관광목적지로서의 경쟁력을 갖추기 위해서는 관광계획을 수행하기 위한 광범위한 접근이 요구된다. 이러한 관광목적지 경쟁력 창출의 시작은 관광객이 중요시하는 것이 무엇이며 어떤 기대를 하고 그에 따른 관광 경험 형성과 기대치를 파악하는 것이 필요하다. 일반적으로 관광 경험 형성은 방문한 장소와 관광매력물 혹은 관광대상에 대한 강한 인상으로부터 시작되기 때문에 관광목적지의 핵심이 되는 매력성을 가장 잘 경험할 수 있도록 관광매력을 창조하고 관리해 나가야 할 것이다(고계성, 2006).

따라서 타 경쟁 목적지와 차별화될 수 있도록 경쟁적 이점을 유지하도록 노력하여 경쟁 관광목적지보다 우월한 시장위치를 차지하려는 노력이 현재의 제주관광 개발에 적극적으로 필요하다. 이러한 의미에서 관광목적지로서 제주를 선택한 관광객의 선택속성에 관한 깊이 있는 연구가 필요로 되고 있다.

2) 제주특별자치도(2008). 2007년 제주관광동향에 관한 연차보고서.

제 2 절 연구의 목적

본 연구의 목적은 앞에서 제기한 문제의식을 바탕으로 제주를 방문하는 내국인 관광객들이 제주를 관광목적지로 선택하는데 어떠한 요인들이 중요한 영향을 미치며, 그러한 요인들에 따른 만족이 재방문하는데 영향을 미치는지를 탐색하는데 그 목적이 있다.

이러한 연구목적을 달성하기 위한 세부적인 목표는 다음과 같다.

첫째, 문헌연구를 통하여 관광지 선택속성과 중요도-성취도 분석, 그리고 관광객 만족에 관한 이론을 정립하고자 한다. 또한 선행연구를 통하여 관광객의 만족과 재방문과의 관계를 정립하고자 한다.

둘째, IP분석을 통해 제주를 방문한 관광객의 관광지 선택속성의 중요도와 성취도를 살펴봄으로써 관광객의 선택 속성에 있어서 중요시 하는 요인들의 수준을 파악하고 실제 방문 후의 만족도를 비교하여 그들의 행동특성을 비교하고자 한다.

셋째, 제주를 찾은 내국인관광객의 관광지 선택속성의 성취도가 전반적인 만족과 재방문(직접 재방문 및 타인추천)에 미치는 영향을 도출하고자 한다.

제 3 절 연구방법

본 연구는 제주도를 방문한 내국인관광객 선택속성의 중요도와 성취도 및 이에 따른 만족도를 조사하기 위한 것으로서 문헌연구와 실증연구를 병행하였다.

첫째, 문헌연구에서는 관광지 선택속성의 개념과 IPA(중요도-성취도 분석)의 개념과 기법, 관광객 만족과 재방문 의도에 관하여 선행연구를 바탕으로 이론적 배경을 정리하였다.

둘째, 실증연구는 문헌연구와 선행연구에서 제시된 영향요인을 토대로 작성한 설문지를 배포하여 자기기입법(self-administered questionnaire survey method)으로 응답케 하는 설문지법(questionnaire)을 사용하였다.

실증조사의 조사기간은 2008년 10월 1일부터 2008년 10월 15일까지 15일간에 걸쳐 제주지역을 방문한 내국인 관광객을 대상으로 제주국제공항에서 실시하였고, 총 360부의 설문지를 배부하였으며 자료의 수집은 응답률을 높이기 위하여 조사자가 직접 관광객과 면담을 한 후에 응답토록 하였다.

본 연구의 분석은 사회과학 분야의 통계패키지로 널리 활용되고 있는 SPSS 12.0 통계패키지 프로그램을 이용하였으며, 분석은 표본의 특성과 각 변수의 항목별 특성파악을 위하여 빈도분석과 교차분석 등의 기술적 통계분석과 신뢰도분석과 T-검정(T-test), 요인분석, 회귀분석, IP분석 등의 다변량분석을 실시하였다.

제 4 절 연구범위

본 연구목적을 달성하기 위한 연구의 시간적 범위는 본 연구를 실시한 2008년 3월~2008년 12월이고 공간적 범위로는 제주특별자치도로 설정하였으며, 연구의 대상은 제주도를 방문한 내국인 관광객을 대상으로 하였다.

본 연구의 내용적 범위는 전체 5장으로 구성되어 졌다.

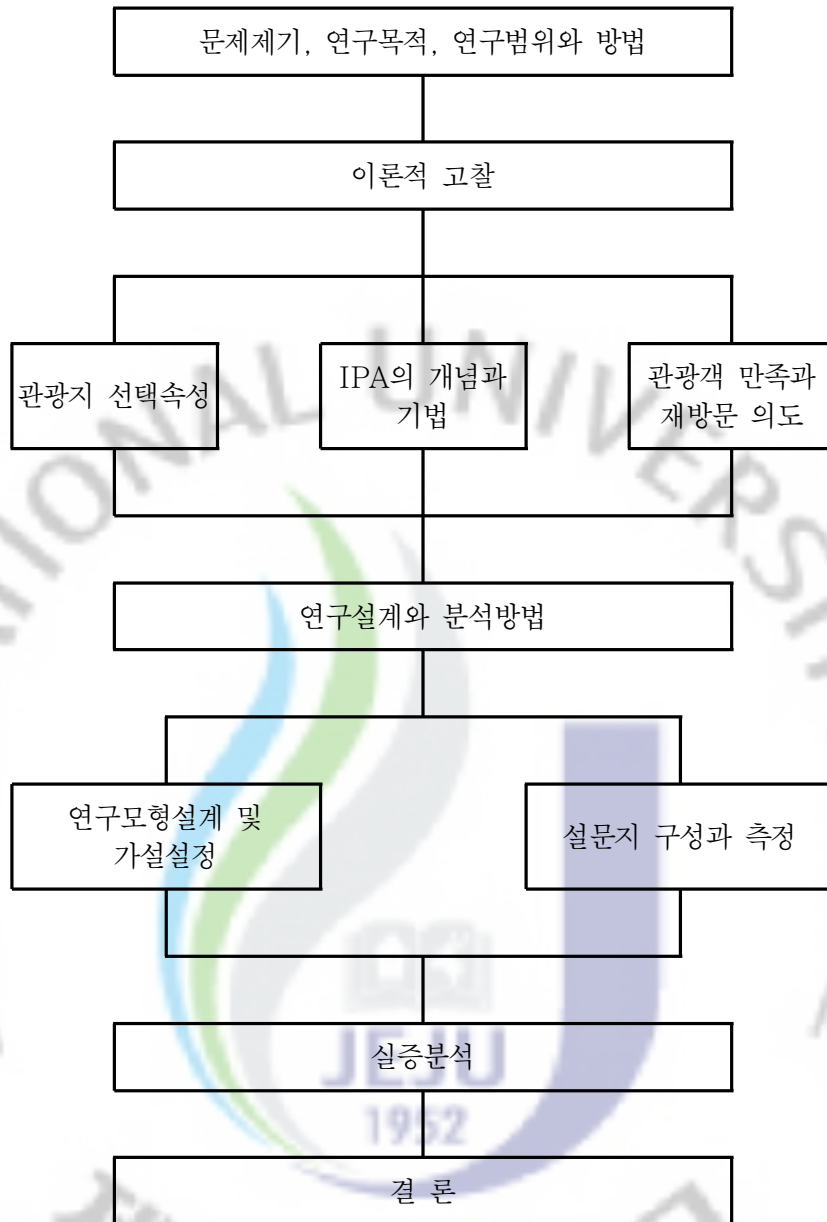
제1장은 서론으로 본 연구의 문제제기와 연구의 목적, 연구의 범위와 방법으로 이루어 졌다.

제2장은 연구의 이론적 배경으로 관광지 선택속성의 개념과 IPA(중요도-성취도 분석)의 개념과 기법, 관광객 만족과 재방문 의도 등의 이론적 고찰로 이루어졌다.

제3장은 연구설계부분으로 선행연구들의 이론적 고찰로 얻어진 관광객의 관광지 선택속성항목을 도출하였다. 그리고 수집된 자료를 분석하기 위한 조사목적, 설문 조사방법, 조작적 정의, 설문지 구성 및 연구방법으로 이루어졌다.

제4장은 실증조사를 통하여 얻어진 자료의 분석결과 및 종합토의로서 연구모형과 측정모형을 검증하고 그 결과를 해석하였다.

제5장은 결론으로 본 연구내용의 전반적인 요약과 시사점, 연구의 한계성을 기술하고 후속연구의 방향을 제시하였다.



[그림1-1] 연구의 흐름도

제 2 장 이론적 고찰

제 1 절 관광지 선택속성

1. 관광지 선택속성의 개념

관광지란 관광객이 일상 생활공간을 떠나서 자신의 관광욕구를 충족시키면서 일정시간 동안 체재하는 지역으로서, 자연관광자원, 인문관광자원, 그리고 관광시설 자원 가운데 어느 한 가지 이상 가치 있는 관광자원이 있기 때문에 이들 관광자원의 이용가치를 제고시키기 위한 숙박시설, 식음시설, 편의시설 등이 갖추어져 있고, 이러한 관광자원에 접근할 수 있는 교통시설이 설치되어 있으며, 정보제공서비스가 이루어지는 일정한 지역공간을 가리킨다. 또한 지역 자체가 관광욕구를 충족시킬 수 있다는 점에서는 관광자원과 동일하나, 모든 관광자원이 일정지역이라는 공간적 개념을 갖지는 않는다는 점에서 관광자원과 구분되며, 관광지도 관광자원의 범주에 든다(박석희, 2002).

관광지는 다양한 관광시설들과 서비스들과 서비스들로 구성된 다차원적 속성을 지니고 있으며, 관광객의 거주지와는 다른 모든 것들로 구성되어 있다. 뛰어난 경치, 역사적 장소, 위락공원, 시설과 서비스, 각종 이벤트 등 관광지 속성의 유형은 다양하다(박수완·한승엽, 1998).

관광상품은 만져볼 수 없고 구매와 소비의 동시성이 이루어지는 상품이기에 일반상품과 다른 결정구조를 가지고 있으며, 각 변수의 영향력에 따라 선택의 강도가 다르게 나타난다. 관광객은 자신의 다양한 욕구를 만족시키기 위하여 관광목적지 및 관광활동을 선택, 구매하는 의사결정자로서, 관광지 선택에 대한 의사결정은 여행의 주제가 되는 관광객에 의해서 이루어지며, 이러한 선택에는 여러 요인들이 고려되는 것이다.

관광지 속성이란 관광지 내에서 관광객이 보고, 느끼고, 경험하는 것으로서 관광과 물리적, 사회적 그리고 행동적 특성을 포함하는 개념으로 이해하고 있다 (Fumito Yokoyama, 1991; 김민철·부창산·김영훈, 2008). 관광지를 하나의 상품으로 파악하여 관광지가 지니고 있는 개별속성을 경험적으로 분류하여 각 요소별로 기대나 선호도, 혹은 만족도 등을 측정함으로써 하나의 관광지에 대한 소비자의 태도를 측정할 수 있는 이론적 틀을 관광지 속성이론이라 할 수 있다(고동우, 1998; 문성중, 2006; 최용복·부창산, 2007).

이렇듯 관광지 속성은 관광객을 유인할 만한 요소들을 관광지가 어떻게 얼마나 보유하고 있느냐의 문제라 할 수 있으며, 관광지가 지니고 있는 특정한 성질, 즉 긍정적인 요소 또는 매력적인 요소로서 관광자원, 관광매력물이라는 용어와 상통한다고 볼 수 있다. 또한 이러한 관광지 속성 이론이 관광체험의 맥락에서 논의되기도 하는데 이는 관광지의 각 속성이 체험의 원천이 될 수 있기 때문이다(고동우, 1998).

관광지 선택속성이란 관광객이 보고 느끼며, 경험하는 것으로서 관광과 관련한 물리·사회적 특징으로, 관광지를 방문한 관광객들의 욕구 가운데 관광객에게 만족을 주고 동기를 유발하는 작용을 하는 요인을 말한다.(김민철·부창산·김영훈, 2008)

관광객이 관광지를 선택하는 데에는 다양한 요인들이 작용하게 되는데, 이러한 관광객의 관광지 선택 의사결정과정(목적지 선택행동)과 그 결과에 대하여 여러 학자들의 연구가 다양하게 진행되어 왔다. 관광지는 다양하고 복합적인 요소들이 자원의 특성과 사업주체의 특성에 맞게 적절히 구성되어 있는 곳으로 이들 요소의 결합에 의해 특정 관광객에게 제공하는 다차원의 많은 속성들로 이루어진다. 따라서 관광객들의 목적지에 대한 평가, 선택은 관광객들이 가지고 있는 내적 욕구를 목적지가 가지고 있는 속성결합에 의해 제공되는 편익을 연결하여 인식하는 과정이라 볼 수 있다(곽노엽, 1998). 특히, 관광지 선택행동과 구매는 관광객의 욕구충족과 관련하여 이루어지며(박수완·한승엽, 1998), 관광지를 선택하는 의사결정과 관광지 선택행동은 관광객의 연구에 중요한 핵심요소가 되고 있다(김이향, 2006).

2. 관광지 선택속성에 관한 선행연구

관광지 선택속성에 대한 기존의 연구들을 살펴보면 Mayo(1973)는 관광지로서 국립공원에 대한 관광객의 선호도를 연구한 결과 혼잡도, 경치, 기후를 가장 중요한 관광지 선택속성으로, 이상적 관광지는 경치가 좋고 사람과 산업으로 혼잡하지 않은 관광지 그리고 쾌적한 기후를 더 선호하는 것으로 나타났다.

Drake(1991)는 국가의 관광지개발을 위해서 자연이나 인문관광자원, 관광지까지의 접근성, 관광매력물 등을 새로이 창조하여 해당지역의 실정에 맞도록 다양하게 개발하여야 한다고 강조하면서, 방법론적으로는 관광지의 정보만을 위한 정보공유 및 의사결정을 위한 협의 등을 제시하였고, Pearce(1991)는 지역주민 및 관광객들을 위한 폭넓은 정보제공과 인프라구축을 강조하였다.

관광객의 선택에 영향을 주는 관광지의 유인요소에 대해 Robinson(1976)은 관광자원의 경관, 위락시설, 역사·문화유적, 접근성, 숙박시설 등을 제시하였고, Burkart and Medilke(1981)는 여행목적지의 접근성, 매력성, 이미지, 시설유형 및 산업기반시설 등에 의하여 관광지 선택이 결정된다고 하였다.

Crawford·Godbey(1987), Tian, et al.(1996), Jackson(1983)의 연구에서 제시되는 여행지의 선택유인요인으로 산업기반시설(infrastructure),과 오락성(entertainment), 물리적 환경(physical environment), 그리고 자연동식물관찰(wildlife viewing) 등으로 정리·제시되고 있다. 이들 연구들에서는 산업기반시설은 여행지의 주차시설, 교통 등과 같은 유형의 시설뿐만 아니라 관광객서비스, 안전성 등과 같은 무형적인 측면까지를 포함한다. 오락성은 실내·외의 휴양활동이나 문화적 체험, 먹거리의 즐거움 등을 포함하며, 물리적 환경에는 여행지 지역의 기후조건이나 휴식조건, 그리고 경관 등이 포함된다.

Ferrario(1986)는 흑인과 백인의 휴일을 연구하면서, 21개 관광지 속성의 상대적 중요성을 평가하기 위해 21개 관광지의 속성을 제시하였는데 연구결과 야생동물관람, 자연경관, 열대식물, 쇼핑시설, 지역이벤트행사 등이 남아프리카를 찾는 중요한 요인이라는 것을 알게 되었다.

Inskip(1991)은 관광지의 매력성을 자연 매력성, 문화 매력성 및 특별 매력성으

로 구분하고, 자연매력성은 기후, 경관미, 해변과 바다, 동·식물군으로, 문화매력성은 문화적 전통과 관습, 예술과 수공예품, 경제활동 등의 인간의 활동으로, 특별매력성은 주제공원, 위락공원, 쇼핑, 각종회의, 특별이벤트 카지노 등의 인위적 편의시설로 이루어진다고 보았다.

Crompton 등(1993)은 관광객을 욕구만족차원(관광지의 기후, 즐거움, 다양성, 행복감, 특별한 야외오락활동, 사람들과의 만남, 도전성, 후식, 매력적인 자연환경), 사회적 차원, 여행능력차원(금전, 건강, 시간, 안전)으로 구분하여 관광지속성에 대한 선호를 연구하였다.

이애주(1998)는 관광객에게 매력을 주는 속성으로 관광지 선택속성을 평가하여 자연적 요소, 사회적 요소, 역사적 요소 등 17개 특성에 대해 상대적 중요성을 평가하여 관광지 선택속성을 제시하였다.

곽노엽(1998)은 컨조인트분석 기법을 통하여 개별 관광객의 관광지 주요 속성에 대한 선호도를 실증분석 하였는데, 관광지의 속성으로 도출한 8개 속성의 예비조사 결과 저렴한 비용, 좋은 경치, 용이한 접근, 풍부한 볼거리, 적절한 숙박, 다양한 이용활동시설, 친절함 서비스, 다양한 먹거리의 순으로 상대적으로 중요하게 나타났다.

이경하·문혜영·김홍범(2002)은 관광지 속성과 관광지 선택과의 관계에서 관광지 선택행동은 관광지의 속성을 구성하고 있는 매력성, 시설, 서비스, 접근성 등에 대하여 물리적 거리, 심리적 거리, 여행시간, 여행비용 등의 판단에 의하여 달라질 수 있다고 주장하고 있다.

최설매(2003)는 중국인의 관광지 선택속성에 대한 연구에서 방한 중국인 관광객이 관광지를 선택하는 속성과 만족에 대한 연구를 사전인지와 사후성과의 측정을 통해 분석하여 중국인 관광객의 선택속성에 따른 만족도는 각종 서비스, 자연경관, 국민의 친절성, 편의시설, 교통시설 편리성, 역사적 유물, 유적지, 휴식 및 휴양, 비용 등의 속성에 따라 유의한 차이가 나타나는 것으로 분석하고 있다.

조장현 · 권종현(2005)은 유럽관광지의 매력속성은 위락 및 체험, 가치, 교육 및 다양성, 환경 및 환대, 자원, 안전 및 휴식시설 등과 관련된 24개의 속성을 도출하였다. 관광지의 매력속성 중 자연경관의 아름다움, 문화적 색채, 볼거리가 중요도가 높은 속성으로 나타났으며, 즐길 거리, 볼거리, 문화적 체험, 문화적 가치,

역사적 가치, 신기, 쇼핑의 다양성, 충분한 편의시설, 안내시설의 적소배치, 주차 시설의 편리성, 안전 등의 변수가 기대수준과 만족수준에 유의한 차이가 있는 것으로 분석되었다. 오상훈·고계성(2005)은 관광지 속성평가를 IPA(Importance-Performance Analysis)를 이용하여 제주지역의 섬 관광지 매력성을 평가하였으며, 섬 관광지의 매력속성은 자연적 매력성에 있는 것으로 나타났다. 또한 관광객을 유치하기 위해 집중 관리해야 할 항목으로는 서비스, 주민 환대, 교통 편리성, 종사원 등이라고 하였으며, 관광정보, 먹거리, 야간관광, 축제, 쇼핑 등이 가장 문제가 많은 것으로 나타났다.

곽재용(2006)은 관광지 선택속성을 관광객에게 매력을 주는 요소로 정의하고 자연매력성, 가격적합성, 시설다양성, 교육·문화중요성을 선택속성 요인으로 구분하였고, 김유하(2008)는 관광객의 리조트 선택속성으로 시설요인, 내적서비스 요인, 비용과 편의성 요인, 환경요인, 프로그램요인을 구분하고, 입지유형에 따른 이러한 선택속성의 차이를 연구하였다.

김홍렬·윤설민(2008)은 선택에 영향을 미치는 관광지 속성으로 자연경관, 안전, 기온/기후/계절, 관광지의 물가수준, 여행비용의 적합성, 즐겁고 다양한 쇼핑 시설, 다양한 유흥·오락시설, 다양하고 쾌적한 숙박시설, 관광지의 청결성/혼잡도, 친절과 전반적인 서비스, 관광지까지의 접근성 및 교통편리성, 배어난 역사유적 및 다양한 문화적 매력, 색다르고 교육적인 생활양식의 경험을 도출하였다.

김민철·부창산·김영훈(2008)은 제주지역을 방문한 중국 및 일본관광객의 두 집단 간 비교분석으로서 선택속성 관련 요인들 간의 구조관계를 분석하였다. 그 결과 중국관광객은 관광자 편리성이 서비스 가치에, 그리고 문화체험이 만족도에 유의하게 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 일본관광객은 관광자 편리성이 만족도에, 서비스 가치가 의도에 유의하게 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다.

또한, 김민철·부창산(2008)은 제주지역을 방문한 내국인 관광객들을 대상으로 선택속성 요인들간의 구조관계를 분석한 결과 시설 및 편리성, 문화 및 레저탐험 요인들은 서비스 가치 및 전반적인 만족도에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 또한 행동의도에 가장 영향을 미치는 요인은 음식으로 나타나 이러한 측면을 고려한 관광서비스 정책이 우선적으로 이루어질 필요가 있다고 하였다.

<표 2-1> 관광지 선택속성 선행연구

학 자	관광지 선택속성 요인 및 변수
Mayo(1973)	혼잡도, 경치, 기후
Pizam et al.(1976)	매력요소, 시설물, 기후 등
Robinson(1976)	경관, 위락시설, 역사·문화유적, 접근성, 숙박시설 등
Ritchie, Zins (1978)	접근용이성, 관광객에 대한 태도, 부대시설, 물가수준, 스포츠, 오락시설, 쇼핑시설, 전통, 음악, 역사, 건축양식, 공예품, 오락활동, 예술, 언어, 일에 대한 태도, 복장, 교육, 종교
Burkart, Medilke (1981)	여행목적지의 접근성, 매력성, 이미지, 시설유형 및 산업기반시설 등
Ferrario(1986)	자연경관, 야생동물관람, 열대식물, 쇼핑시설, 지역이벤트 행사
Crawford, Godbey (1987), Tian et al. (1996), Jackson (1983)	산업기반시설(주차시설, 교통, 방문객서비스, 안전성 등), 오락성(실내·외의 휴양활동이나 문화적 체험, 먹거리의 즐거움 등), 물리적 환경(여행지 지역의 기후조건이나 휴식조건, 그리고 경관 등), 자연동식물관찰
Murphy(1987)	관광자원의 매력성과 환대수준, 체험수준, 기반시설, 관광지의 접근성
Crompton(1993)	기후, 즐거움, 다양성, 행복감, 특별한 야외 오락활동, 사람들과의 만남, 도전성, 휴식, 매력적인 자연환경, 금전, 건강, 안전
곽노엽(1998)	저렴한 비용, 좋은 경치, 용이한 접근, 풍부한 볼거리, 적절한 숙박, 다양한 이용활동시설, 친절한 서비스, 다양한 먹거리

<표 계속>

학 자	관광지 선택속성 요인 및 변수
이애주(1998)	스포츠시설, 역사적 문화적 흥미, 경치, 주민의친절함, 휴식과 휴양, 쇼핑시설, 음식, 오락시설, 숙박시설
서윤원(1999)	숙박시설의 요금, 서비스, 청결도, 식·음료시설의 요금, 맛, 청결도, 지역주민과 안내원의 환대성,위락시설, 편의 시설, 스포츠, 휴양, 자연경관, 문화자원, 접근 용이성, 비용
한상열 등(2000)	시설 및 문화재, 자연자원, 접근성 등
권오주(2000)	자연경관, 수상 스포츠, 한국 국민의 친절, 교통시설, 육상 스포츠, 숙박시설, 역사적 유물·유적, 지역 민속행사. 축제, 기후, 쇼핑시설, 식음료 시설, 비용, 유흥, 오락시설, 한국의 지리적 위치, 휴식. 휴양
이소한 (2001)	자연환경, 기후, 관광지의 정리정돈, 안전성, 교통수단의 다양성, 교통시설의 편리성과 효율성, 문화와 자연경관을 즐길, 감상과 참여의 공존, 주야간 관광서비스, 오감을 느끼, 쇼핑의 다양성, 고품질 제품구비, 다양한 음식메뉴, 좋은 음식맛, 좋은 호텔서비스, 호텔시설설비의 충분성, 시민들의 친절성, 서비스직원들의 친절성, 신기함, 관광비용 등
이경하·문혜영·김홍범(2002)	경치, 친절한 서비스, 숙박시설, 교통편리성, 관광지의 안전성, 기후, 교통비용, 식당시설, 문화재 및 축제, 쇼핑, 휴양시설, 유적 및 유물, 관광지로의 접근성, 유흥 및 스포츠 시설, 관광지의 유명도
최설매(2003)	서비스, 자연경관, 국민의 친절성, 편의시설, 교통시설 편리성, 역사적 유물, 유적지, 휴식 및 휴양, 비용 등
조장현, 권중현(2005)	위락 및 체험, 가치, 교육 및 다양성, 환경 및 환대, 자원, 안전 및 휴식시설, 자연경관의 아름다움, 문화적 색채, 즐길 거리, 볼거리, 문화적 체험, 문화적 가치, 역사적 가치, 신기, 쇼핑의 다양성, 충분한 편의시설, 안내시설의 적소배치, 주차시설의 편리성, 안전 등

<표 계속>

학 자	관광지 선택속성 요인 및 변수
오상훈·고계성 (2005)	서비스, 주민 환대, 교통 편리성, 종사원, 관광정보, 먹거리, 야간관광, 축제, 쇼핑 등
곽재용(2006)	자연매력성, 가격적합성, 시설다양성, 교육·문화중요성
김유하(2008)	시설, 내적서비스, 비용과 편의성, 환경, 프로그램
김홍렬·윤설민 (2008)	자연경관, 안전, 기온/기후/계절, 관광지의 물가수준, 여행 비용의 적합성, 쇼핑시설, 유흥·오락시설, 숙박시설, 관광지의 청결성/혼잡도, 친절과 전반적인 서비스, 접근성 및 교통편리성, 역사유적 및 다양한 문화적 매력, 색다르고 교육적인 생활양식의 경험
김민철·부창산 ·김영훈(2008)	레저 및 음식, 관광객 편리성, 편의시설, 문화체험
김민철·부창산 (2008)	시설 및 편리성, 문화 및 레저체험, 쇼핑 및 야간관광, 음식

자료 : 선행연구를 참고하여 연구자가 작성함.

제 2 절 중요도-성취도 분석

1. IPA(중요도-성취도 분석)의 개념

중요도-성취도 분석(Importance-Performance Analysis: 이하 IPA)은 상품이나 서비스가 지니고 있는 중요속성들에 대하여 중요도(Importance) 및 성취도(Performance)를 소비자가 어떻게 인식하고 있는지를 동시에 분석하기 위해 마

케팅에서 개발된 기법으로 이용자의 만족도를 측정하기 위하여 우선 이용자가 어떤 속성을 중요하게 여기는지를 이용 전에 각 속성의 중요도를 조사하고, 이용 후에는 만족도를 이용자 스스로가 평가하게 하여 각각의 속성을 상대적인 중요도와 성취도를 동시에 비교·분석하는 기법이다(Hammitt, 1996, 고순영, 2005).

IPA의 기본가정은 만족도 속성에 대한 고객의 수준은 상품이나 서비스 성취도의 기대와 판단에 의해 주로 파생되고 있다는 것이다. 즉, IPA는 이용자의 만족도를 측정하기 위하여 이용 전에는 각 속성의 중요도, 이용 후에는 성취도를 이용자 스스로가 평가하게 함으로써 각 속성의 상대적인 중요도와 성취도를 동시에 비교·분석하는 평가기법이다(한송이, 2006 재인용).

즉, Frank Guadagnolo(1985)가 정리하였듯이, 특정제품의 속성이나 특징이 소비자에게 얼마나 중요한지를 판별함으로써 소비자의 만족도를 평가하고, 각각의 특징에 대한 상대적인 중요도와 각각의 특징에 대한 공급 측의 활용도를 설정하고자 하는 것이 중요도-성취도분석의 목적이며 중요도-성취도 분석은 이용자 만족 또는 경영주체의 경영평가를 위하여 이용자가 무엇을 중요하게 여기고 있는지를 파악하여 스스로 이 항목의 중요도를 평가하도록 하고, 경영주체의 성취정도를 측정하여 중요도와 성취도를 비교, 검토하는 기법인 것이다. 다시 말해, IPA는 여러 속성들을 제공하는 연구대상인 제품, 관광지, 회사에서 여러 속성들의 상대적인 주요성과 성과의 과정을 보여주는 과정이다(김병삼, 1998).

IPA는 다양하고 복잡한 성격을 가진 항목을 평가할 수 있을 뿐만 아니라 어려운 통계적 기법을 사용하지 않고도 평가속성의 평균값과 매트릭스를 이용하여 빠르고 쉽게 결과를 도출해낼 수 있기 때문에 정해진 인력과 예산으로 우선적으로 해결해야 할 사항을 결정하는데 유용한 정보를 제공한다(공기열, 2006). 또한, 기존 연구에서 밝혀진 만족관련 이론을 단순화시키고 분석 결과를 그래프로 표현함으로써 실무자들도 연구결과를 쉽게 파악할 수 있는 장점이 있다(Martilla & James, 1977).

다른 기법에 비하여 시각적 판단이 쉽고, 고도의 학문적 지식이 없어도 일선 실무자들이 이용하기 용이한 장점을 지니고 있으며, 비용과 시간의 한계를 안고 있는 실무자들이 어떤 부분에 우선순위를 두고 역량을 집중할 것인가에 대하여 분석을 통해 답을 제시해 주는 특징이 있다고 하였으며, 또한 최정우(1996)에 의

하면 IPA는 기존의 연구에서 밝혀진 관련이론을 단순화시키고 실무자들도 연구 결과를 쉽게 파악할 수 있다는 장점이 있다고 하였다((Martilla & James, 1977).

Martilla & James(1997)가 14개의 속성을 적용하여 자동차 판매상들의 서비스 중요성을 파악하려고 적용된 이래로 IPA는 마케팅 리서치 분석가들이 많이 이용하는 이 분석기법은 강점과 약점제시로 인한 상품, 서비스, 자원의 효율적 분포, 관광목적지의 경쟁력 판단 등을 명확하게 진단하는 기법으로 인식되고 있다

IPA는 1970년대 경영분야에서 최초로 소개되어 건강·마케팅·은행·교육·스포츠 심리학 등 여러 분야에서 활용되었으며, 환대산업분야에서는 서비스를 평가하고 개선점을 찾아내기 위한 방법으로 응용하였다(이형래, 2005).

IPA기법은 실제로는 단순하면서도 매우 간편한 방법으로써 실제상황에 적용이 가능한 평가방법으로 인정되어지고 있다. 특히 제한된 자원을 가지고 만족을 최대화 할 수 있는 자원분배의 방안을 찾기 위해 많이 활용되는 방법이다(Matztler et al, 2004).

다시 말해, 일반적으로 경쟁체제에 있는 조직은 고객의 만족도를 평가하고 제고하기 위한 활동의 중요성을 충분히 인식하고 있는데, 고객의 만족도와 성취도를 결정짓는 중요한 인식들을 식별하는 것이 중요하다는 것이다. 그러나 어떤 조직이든지 재정적인 제약이 있기 때문에, 한정된 재원을 활용하여 최대한의 고객 만족을 이끌어 낼 것인가를 결정하는 것이 중요하다. 이러한 투자의 우선순위결정에 활용될 수 있는 기법이 중요도-성취도분석(IPA)으로, IPA는 고객들이 중시하는 요소와 이들 요소에 대한 고객의 만족도를 매트릭스 상의 좌표로 표시하여 식별하는 방법으로 고객만족은 특정속성에 대한 고객의 기대수준과 그러한 속성에 대한 실행도에 의해 결정된다고 보는 것이다(기기철, 2005).

이렇듯, IPA는 기업이나 특정 상품에 대한 고객만족도 제고에 초점을 맞추고 있다. 고객 만족도 조사를 위해 두 가지 차원의 조사가 진행되는데 X축에 사용되는 속성의 중요도와 Y축에 사용되는 실제 성취도(만족도)를 조사하게 된다. 고객은 특정한 속성이 기업의 서비스나 제품을 평가하는데 얼마나 중요한 요인인가를 스스로 평가하게 하고 동시에 특정 제품이나 서비스가 이러한 요소들을 얼마나 잘 달성하고 있는가를 평가하게 한다. 이때 규명되는 속성은 분석결과의 유용성을 판별하는데 결정적인 역할을 하게 되기 때문에 기존자료와 유사조사에

대한 면밀한 검토를 필요로 하게 된다(김문수, 2003).

2. 중요도-성취도 분석기법(매트릭스)

IPA 기법은 상품이나 서비스가 지니고 있는 중요 속성들에 대하여 중요도 및 만족도를 소비자가 어떻게 인식하고 있는지를 동시에 분석하기 위해 마케팅에서 개발된 것으로 먼저 이용자가 상품이나 서비스를 이용하기 전에 어떤 속성을 중요하게 여기는지를 조사하는 방법이다(최기종, 2001). 이러한 IP분석의 기본 가정은 만족도 속성에 대한 고객의 수준은 상품이나 서비스 만족도의 기대와 판단에 의해 주로 파생되고 있다는 것이다(Hammitt, 1996).

Martilla & James(1997)는 관리자들이 중요도와 실행도 중 하나만을 관리측정요소로 선택하는 것에 대해 문제를 제기하고, 중요도와 만족도를 동시에 다루어야 한다고 주장하였다.

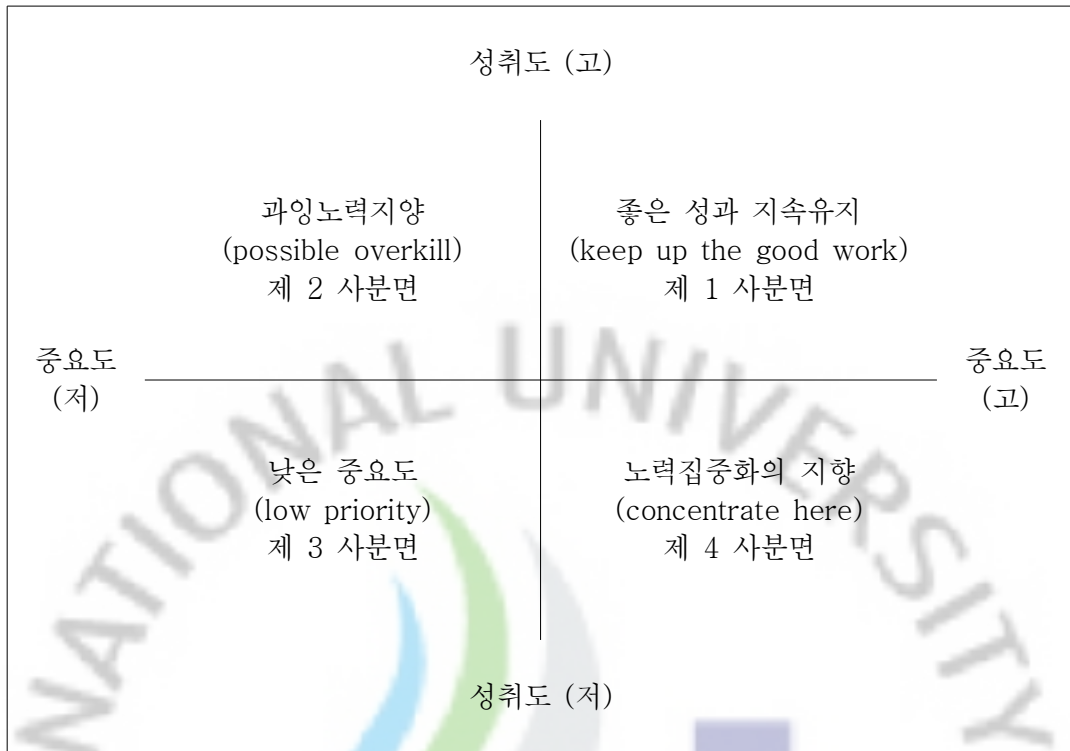
IPA는 질적요인을 두 가지 영역으로 분류한다. 첫 번째 영역은 중요도이며 다른 것은 성취도이다. 이렇게 중요요인을 두 가지로 분류하여 평가함으로써 결과를 사분면(matrix)으로 전환하면 어떤 구성체가 고객 만족도를 높이기 위해 우선적으로 집중해야 할 분야와 현재의 여건을 수용할만한 분야 그리고 과잉투자되고 있는 분야들에 대한 구별이 가능해진다(Martilla & James, 1977).

본 논문에서 활용된 IPA는 관광지 선택속성들의 상대적인 중요도와 만족도를 보여주는 과정으로 이 분석은 관광객 만족도를 측정하기 위하여 우선 제주를 방문한 관광객이 어떤 속성을 중요하게 여기는가를 조사한 뒤 관광한 후에 중요도를 관광객 스스로 평가하여 각각 속성의 상대적인 중요도와 만족도를 동시에 비교분석하는데 사용되었다. IPA는 어려운 통계적 기법을 사용하지 않고도 평가속성의 평균값과 매트릭스를 이용하여 빠르고 쉽게 결과를 도출해 낼 수 있기 때문에 시간과 비용의 한계를 안고 있는 관광사업자에게 매우 유용하다.

IPA에서 범위와 그 교차점은 평가요소가 어떤 영역에 속하게 될지를 구분하는

결정적 요소이므로 매우 중요한데 선행 연구자들이 제안하는 방법은 크게 4가지로 요약될 수 있는데, 척도의 중앙값(Mengak, Dottavio, & O'Leary, 1986), 표준편차에 의한 계산(김병삼, 1998), 평균값의 최대값과 최소값의 중앙값(Vaske, Beaman, Stanley, & Grenier, 1996), 임의적인 방법(Hudson & Shephard, 1998; Guadagnalo, 1985) 등이 있다(박상현, 2001).

사분면으로 나누어진 격자를 그래픽으로 나타내면 Y축은 관광 전 관광지에 대한 고객의 선택속성 인식에 관한 중요도, X축은 관광 후 이러한 속성과 관련된 관광매력성의 만족도를 보여준다. IP분석의 X축과 Y축은 중요도와 만족도이며, 표시되는 점이 바로 평가항목이다. 즉 관광지 안에서 여러 가지 속성 항목의 상태를 파악하고 어디에 우선순위를 두어서 개선해 나갈 것인가를 측정하는 것이다. IP(중요도-만족도)분석방법으로 제주도 관광의 선택속성에 여러 가지 평가항목의 상태를 평가하여 제주를 방문한 관광객들이 어떤 선택속성을 중요하게 생각하는지를 파악하고 어떤 속성을 만족하는 지도 파악할 수 있다. 그래서 관광산업자의 입장에 보면 응답자에게는 대단히 중요하게 인식된 선택속성의 만족도도 매우 낮은 부분은 개선의 노력이 집중되어야 한다. 또한 응답자에게 매우 중요한 속성으로 인식되며, 중요도와 만족도가 낮은 선택속성 항목은 경영자는 과도하게 집중해서는 안 된다. 이 부분에 대해 관광객들은 별로 중요하게 생각하지 않기 때문이다. 제일 마지막의 부분에 낮은 중요도와 상대적으로 높은 만족도를 응답자가 가지고 있으면, 경영자는 존재하고 있으므로 이 부분에 대해서 현재의 노력을 고려해야 된다.



[그림 2-1] IPA 매트릭스

자료 : 최기종·박상현(2001), “IPA를 이용한 관광지 평가 -산정호수 사례연구”, 호텔경영학연구, 10(1), p. 275.

1) 분석단계

(1) 1단계 : 중요속성들을 결정

IP분석은 이용자중심의 분석 기법이므로 이용자들의 욕구 파악이 선행되어야 한다. 그러나 모든 속성들이 분석에 사용될 수 없으며, 또 그럴 필요도 없기 때문에 문헌자료나 기존 연구결과를 조사하거나 이용자들을 대상으로 하는 포커스 그룹면접, 또는 실무자와의 직접면담으로 중요속성들을 결정한다.

(2) 2단계 : 중요도와 성취도 질문

설문조사단계로서 “특정속성이 얼마나 중요합니까?”와 “특정속성에 대하여 얼마나 만족하십니까?”로 작성된 설문항목을 응답자에게 배포하여 각 항목에 대한 중요도와 성취도 판단정도를 5단계 혹은 7단계 척도로 설문한다.

(3) 3단계 : 각 속성에 대한 중요도와 성취도 산출

처음 IP분석기법을 제시한 Martilla와 James는 각 속성에 대한 평균값을 제안하였으나, 등간척도가 아니라는 점을 들어 중앙값이 제안되기도 하였다. 최근에는 분석결과의 엄밀성보다는 경영진단결과에 대한 실용적 가치를 더욱 중요시하므로 평균값이나 중앙값 또는 응답자가 실행격자에 스스로 작성하는 방식 등 어느 것이나 다 같이 채택되고 있다.

(4) 4단계 : 실행격자의 해석

<그림 2-1>과 같이 중요도를 Y축으로, 성취도를 X축으로 하는 실행격자를 작성하여 각 속성의 중요도와 성취도를 표시한다. 이 실행격자는 기존 경영방침에 대한 일차적이고도 가시적인 평가기준으로 쓰여 질 수 있다.

이 단계에서 원점의 설정은 연구자의 주관적 문제로, 중요한 것은 실행격자 내에서의 속성위치 그 자체이지 원점설정으로 인하여 속하게 되는 속성의 분면이 절대적인 의미를 갖는 것은 아니다.

IP분석의 제안자인 Martilla와 James는 “척도의 중간 값을 원점으로 사용하되, 중요도나 성취도 값의 분포가 치우쳐 있으면 1척도 이용할 수 있다”라고 하였으나 신원섭과 Feunekes(1993)은 모든 평균치에 대한 산술평균을 원점으로 사용하였다.

<표 2-2> IPA 기법의 실행격자 4분면

구 분	분 식
1 사분면	응답자에게 매우 중요한 속성으로 인식되며, 동시에 조직은 이러한 행위에 대한 높은 수준의 실행을 가지게 된다.
2 사분면	속성들이 응답자에게는 대단히 중요하게 인식되지만 만족도는 매우 낮다. 이 부분은 개선의 노력이 집중되어야 한다는 것을 직접적으로 의미한다.
3 사분면	중요도도 낮고 만족도도 낮은 속성이다. 비록 이 부분은 중요도가 낮을지라도 경영자는 과도하게 집중해서는 안된다. 왜냐하면 이부분의 속성은 크게 중요하지 않기 때문이다. 이러한 낮은 우선순위 부분에 대해서는 제한된 자원이 소비되어야 한다.
4 사분면	이 부분은 낮은 중요도의 속성을 가지지만 상대적으로 높은 만족도를 가지고 있다. 응답자들은 조직의 중요도에 대해 만족을 가지고 있다. 그러나 경영자는 과도하게 존재하고 있으므로 이 부분의 속성에 대해 현재의 노력을 고려해야 한다.

자료 : 변우희, 노정철(2002), “백제문화권 관광발전을 위한 가치평가와 대응전략: IPA 적용”, 관광·레저연구, 14(2), p. 25-46.

특정 상품이나 서비스의 만족에 영향을 주는 속성의 수는 한정되어 있으며, 그 속성들에 대한 사용전 기대(중요도), 사용 후 평가(성취도) 및 사용전 기대와 사용 후 평가간의 차이가 만족의 선행변수로 알려져 있다.

이와 같은 가정으로 인하여 IP분석은 장점과 단점을 동시에 갖는다. 3개의 모든 선행변수를 포함하여 분석하면 결과의 신뢰성은 향상되나, 실무자들이 결과를 해석하여 적용하기 어렵다. 반면 1개의 변수만을 사용하면, 보통 만족도를 사용, 결과의 신뢰성이 낮아진다. 왜냐하면 이용자의 만족도 조사 시 높은 만족도란, 실

제의 높은 만족도를 의미한다기보다 불만족스럽지 않다는 것을 의미하는 것이 보통이기 때문이다. 따라서 IP분석은 결과의 신뢰성과 실무적용의 용이성을 절충한 방법이라 볼 수 있다.

3. 선행연구

IPA는 사용이 간편하고 결과 해석이 용이하며 문제 제시가 명확하다는 점에서 활용도가 매우 높다. IPA는 다속성 모델(multi-attribute model)의 각 속성의 상대적인 중요도와 성취도를 동시에 비교·분석하는 평가기법(Hammit et al., 1996)으로 1977년 Martilla와 James에 의해 IP분석기법이 개발된 이후로 연구자들은 다방면에 걸쳐 이 방법을 적용하여 왔다. Martilla와 James는 소비자 만족이 제품에 대해 느끼는 소비자의 기대감과 제품속성의 활용도에 대한 판단에 따라 결정된다고 보아, 소비자 의견조사에 의한 경영진단기법을 제안한 것이 최초의 연구였다. Martilla와 James가 제안한 IP분석기법은 수행과정과 결과해석을 용이하여 실무적으로 가장 활용도가 높다고 하였다. Martilla & James(1977)에 의해 자동차 산업의 소비자 의견조사에 의한 경영진단 기법을 제안하는 연구에서 사용된 후 다양한 분야에서 연구되고 있으며, 간단하면서도 문제점 제시를 명확하게 한다는 점에서 관광관련 연구 분야에서도 많이 이용되고 있다(이동희 외, 2006).

초기 연구는 Blake와 O'Leary에 의한 지방 정부의 행정 서비스에 대한 시민 의식 분석(1979)과 O'Leary와 Adams 및 Parker(1981)에 의한 강변 레크레이션 개발에 대한 시민 의식조사(1981)가 있었고 Mills와 Snepenger(1983)는 미공병단에서 Arkansas 지역의 야외행락지에 대한 경영진단에 적용한 바 있다. 또한 Warnick(1983)과 Barnes(1984)는 도시 및 공원과 행락지의 서비스 및 시설에 대한 평가에 이 방법을 채용하였으며, Guadagnolo 등(1984)은 Essex County의 공원·행락 및 문화국에서 주관하는 수십 개의 서비스 및 시설에 대한 평가에 적용한 바 있다. Allen S. Mills 등(1986)은 Texas 지역에 위치한 Lyndon B.

Johnson 사적공원의 장기적인 프로그램개발과 정책수립을 위하여 이용자 특성과 이용자 선호를 분석하는데 IP분석을 적용하여 향후 제공되어야 할 시설과 서비스를 결정하는 자료로 활용하였으며 Steve Cabin 이용경험과 관련하여 다양한 중요도 속성을 규명하고, 다양한 중요도 속성을 이용하여 관광객의 만족도를 조사하여 관광객의 유형, 선호도 그리고 여러 자원 이용에 대한 지불의사 규명을 위해 중요도-성취도 분석을 적용하였다.

국내에서는 박진영(1998)이 IP분석을 이용하여 제 5회 남도음식 대축제를 중심으로 지역축제 개선방안에 관하여 연구하였고, 강선정(1999)은 경상북도 관광농원을 대상으로 한 관광농원의 활성화 방안에 IP분석을 적용한 바 있으며, 조윤주(2001)는 내장산 국립공원 탐방안내소의 개선방안에서 이 방법을 적용하였다.

최기종·박상현(2000)은 'IPA를 이용한 관광지 평가; 산정호수 사례연구'에서 IPA가 산정호수의 평가와 개선에 대한 방향을 제시하고 같은 처지의 관광지에서도 IPA이용과 활용에 대한 사례로써 평가의 목적을 달성하기 위하여 IPA의 개념과 응용사례를 검토하고, 선행연구를 통하여 유사개념을 비교하였다.

이준근(2000)은 청소년 여가공간의 개선을 위한 공간계획요소에서 IP분석기법을 적용하였으며, 박상현(2001)은 관광지 개선을 위한 개선을 위한 평가도구로서 IPA를 제시하였다. IPA를 이용한 관광지 개선 사례를 실증분석하기 위해 45개의 중요도-실행도 평가항목을 측정하였으며 다단계 방법에 의해 이들 중 연구대상지에서 우선적으로 개선되어야 할 7개의 항목을 도출하였다. 7개의 항목은 화장실 수, 화장실 청결, 쓰레기 처리, 응급 구조 시설, 안전요인, 충분한 가족놀이 시설, 접근성 등이다.

김성섭, 임재문, 이형룡(2001)은 IP분석을 통해 국제회의를 평가하였다. 국제회의산업의 관리운영에 대한 실태파악을 하는 실질적인 관리기법인 IP분석을 적용하여 국제회의 참가자들이 중요하다고 지각하는 속성들을 얼마나 잘 수행되는지를 측정하고자 하였다. 측정항목은 음식서비스의 질, 회의장의 수와 크기, 식음료 및 객실가격, 충분한 객실 수 등을 선택요인의 중요한 요소로 선택하여 협회회의 기획자들은 회의실의 규모, 회의장의 수와 품질, 식음료 및 객실가격, 음식의 질 등 객실의 수와 품질 등을 컨벤션 개최지의 중요한 선택요인이라 하였다. 분석결과는 제 I 사분면에는 회의장규모와, 완벽한 방음시설, 시청각기자재, 전시장의

확보, 공항과 회의장까지 교통의 편리, 회의장과 숙소와의 거리, 진행요인의 업무 진행능력, 불편에 대한 처리능력, 회의진행스케줄과 프로그램의 적절성 등 9개의 속성이 성과가 좋은 것으로 나타나 지속·유지 하면 되고, 제 II사분면에는 관련 정보 제공, 객실 수의 확보, 시설의 사용가능, 회의장 보안상태의 우수성, 다양한 쇼핑과 문화공간이 존재, 개최장소의 기후 등 6개의 속성이 시행도가 과도하게 평가된 것으로 투입된 노력을 다른 속성을 개선하는데 투입해야 할 것이다. 제 III사분면에는 휴게실 공간의 확보, 주변관광매력물의 존재, 지역주민과 마스크의 높은 관심 등 3가지의 선택속성이 위치하여 이용자들이 이런 속상에 대해 중용하게 생각하지 않고 만족도 또한 높지 않은 상태를 유지하고 있다. 제 IV사분면에는 동시통역시설의 우수성, 통역요원들의 우수성, 객실가격의 적절성, 식음료가 격의 적절성과 질 등의 속성을 이용자들이 중요하다고는 생각하였으나 낮은 만족도를 보여 제대로 수행하지 못하고 있다. 이런 항목들에 대해서 앞으로 개선의 필요성이 있다.

변우희, 노정철(2002)은 IPA 모형으로 백제문화권 관광발전을 위한 가치평가와 대응전략의 연구를 적용하였다. 백제문화권을 찾는 관광객의 동기를 살펴보고 백제문화권에 내재되어 있는 관광자원속성 변수에 대한 가치를 평가하기 위해 사전 기대정도와 사후 만족감에 의한 중요도-만족도분석을 통해 결과를 도출하였다. 16개의 관광매력성 항목에 대한 주성분 분석을 실시하고 1개를 제외시키게 되어 15개의 변수가 적용되었다. F1요인은 관광지 정보시스템 구축, 다른 관광자원과의 연계성, 문화 유적 안내서 및 팸플렛 구비, 관광자원 접근성, 관광지 해석 및 설명가능으로 구성하며, F2요인은 고대유물 흥미 유발, 백제문화 역사성, 고풍스러운 분위기 정도, 문화 관광자원적 가치로 구성하였다. F3요인은 지역 축제와 이벤트, 지역 특산품 및 공예품, 지역 주민들의 태도 3개의 항목을 포함하였다. F4요인은 문화관광지의 휴양성 및 안락감, 문화 관광지의 신기성을 포함하고 F5요인은 관광지 입장요금의 적절성 1개의 항목으로 구성하였다. 15개의 관광 매력성 변수에 백제문화권 관광객이 인식한 중요도-만족도의 평균비교, 타 지역문화권 관광객이 인식한 중요도-만족도 평균비교, 총 방문 관광객의 중요도-만족도 평균차이 검증을 IPA 모형을 적용시키고 분석을 실시하였다. 연구결과는 백제문화 관광객의 경우 “현재의 좋은 작업 상태 유지 필요”의 II사분면에 F2, F4 두

개의 요인이 존재하고, “우선순위가 낮음”인 Ⅲ사분면에 F1, F3, F5 3개의 요인이 존재하고 있어 극단적인 성향을 나타내고 있다. 타 지역 관광객의 경우, Ⅲ사분면에 F3 요인과, F5 요인이 속함으로 중요도는 낮고 만족도도 낮게 나타나 이 부분에 대한 관광개발은 과도하게 집중해서는 안 된다. 왜냐하면 이 부분의 속성은 크게 중요하지 않기 때문이다. Ⅱ사분면에 F2요인과 F4요인이 속하고 있으며 관광 매력성을 보여줄 수 있다. 백제문화를 바탕으로 한 관광발전의 가능성은 얼마든지 있다는 점을 예고해 주고 있다. I사분면에 타 지역 관광객 인식에서는 1개의 F1요인이 속하고 있으며 관광 상품성, 즉 관광안내, 접근성, 정보시스템 및 연계상품개발에서 중요도는 높으나 만족도가 낮게 나타나 이 부분에 대한 집중적인 노력이 필요한 것으로 나타났다.

장병수, 변우희(2004)는 관광목적지 평가를 위한 IP 분석을 통해 관광목적지로서의 한국을 평가하는데 있어 각 표적시장별 외래 관광객들이 지각하는 관광상품에 대한 사전 중요도와 제공된 관광 상품에 대한 사후 만족도에 대해 어떠한 지각차이가 있는지를 확인하였다. 관광지의 속성은 하드웨어와 소프트웨어로 나누어 IP분석을 적용해서 관광목적지를 평가하였다. 연구의 결과는 관광목적지 하드웨어와 소프트웨어에 대한 사전 중요도 사후 만족도에서 그 평균차이는 유의하게 나타났으며 중국시장과 일본시장의 각 표적시장별로는 서로 상반된 결과를 가져왔다. 즉 일본시장은 사후 만족도와 중요도보다 낮게 나왔으며 중국시장은 대체로 높게 나타났다.

오상훈, 고계성(2005)은 IPA모형을 이용한 제주도 같은 섬 관광지 매력성을 평가하는데 있어 섬 매력요인에 대한 사전 중요도와 사후 만족도에 대해 어떠한 차이가 있나 살펴보았다. 제주의 매력속성은 자연 매력물, 계절과 기후, 자연경치, 스포츠 활동, 교통 접근성, 다양한 숙박시설, 지방색, 역사/문화 매력물, 물가, 교통 편리성, 관광 쇼핑, 안내 관광정보, 다양한 주제공원, 지역축제, 휴양형 숙박시설, 야간 여흥, 다양한 먹거리, 조용한 분위기, 여유스러움, 청결과 위생, 관광 안전, 종사원 서비스, 지역주민 환대태도, 이국적 분위기, 교육용 시설물 등 총 25개의 매력성을 포함한다. 결과는 “고도의 집중력을 필요” I사분면에 3개의 속성이 교통편리성, 종사원 서비스, 주민환대태도가 있다. “현재의 좋은 직업상태 유지필요” II사분면에 10개의 속성이 자연 매력물, 계절과 기후, 자연경치, 교통

접근성, 다양한 숙박시설, 지방색, 역사/문화 매력물, 청결과 위생, 관광안전, 이국적 분위기가 있으며, “우선순위가 낮음”의 III사분면에 9개의 속성은 스포츠 활동, 물가, 관광쇼핑, 안내/관광정보, 다양한 주제공원, 지역축제, 야간 여흥, 다양한 먹거리, 교육용 시설물을 포함하고, IV사분면에 3개의 속성이 휴양형 숙박시설, 조용한 분위기, 여유로움이 존재하였다.

김시중(2005)은 온천관광지 속성 및 선호도 분석 했을 때 관광명소, 부대시설, 온천전통, 고객서비스, 체험활동, 이용비용, 접근성, 온천수질 등 8개의 속성을 측정하였다. 분석대상 온천관광지는 충청권역에 위치한 4개의 인지도 높은 유성온천, 온양온천, 도고온천, 수안보온천을 온천관광지로 선정하였다. 온천관광지 속성의 중요도 분석결과 설문대상자들은 유성은 ‘온천전통속성’을 경쟁 온천관광지와 비교할 때 가장 많이 반영하고 있으며, 온양은 ‘부대시설’, 도고는 ‘이용비용’, 그리고 수안보는 ‘부대시설’, ‘고객서비스’와 ‘접근성’의 속성을 비교적 많이 반영하는 것으로 나타났다. ‘온천수질’과 ‘체험활동’은 모든 온천관광지에서 반영되지 않고 있는 속성으로 나타났다. 셋째, 관광객 유형별 온천 관광지 선호도 분석결과 패키지 관광객은 유성을, 개별·가족관광객 및 수학여행·연수 등을 목적으로 한 관광객은 수안보를 그리고 단체관광객은 도고를 가장 선호하는 것으로 나타났다.

이용기, 정남호, 이충기(2006)는 IP분석을 통한 수안보 온천제의 활성화 방안에 관한 연구에서는 지역축제의 영향요인과 방문객 만족도간의 관계를 규명하고 IPA기법을 이용하여 지역축제 평가항목의 중요도와 만족도간의 차이가 있는지를 확인하였다. 요인분석을 통해 7개의 요인(접근성, 인프라, 기념품, 음식, 행사프로그램, 행사요원, 행사장 등)이 도출되고 그 중에서 행사 프로그램과 접근성이 방문객 만족도에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 연구결과는 철저한 개선이 필요한 것은 음식과 인프라 등의 요인으로 나타나고 행사장과 행사요인은 중요도와 만족도가 모두 높아 운영이 잘 되어서 앞으로 관리 및 유지되어야 할 것이다. 중요도는 낮으나 만족도가 높은 요인은 접근성으로 잘 관리되고 있다는 것으로 나타나 앞으로 약화되지 않도록 관리해야 할 것이다. 기념품 요인은 중요도와 만족도가 다 낮은 것으로 나타나기 때문에 방문객들이 기념품에 대한 기대는 높지 않다. 방문객들의 만족도를 높이기 위해서 나중에 축제 기념품의 다양성과 가격

측면에서 개선이 이루어져야 할 것이다.

이와 같이 예초 상품의 시장성 검토를 위하여 개발된 IP분석기법은 여가 및 레크레이션의 질적 평가를 비롯한 관광지 평가와 관광지의 경영진단에도 널리 적용되고 있으며, 이용자 의견을 경영방침에 반영하기 용이하고 실무적으로 활용도가 높아 그 유용성을 크게 인정받고 있다.

<표 2-3> IPA 선행연구

학 자	IPA 선행연구 내용
Martilla & James (1977)	소비자 만족이 제품에 대해 느끼는 소비자의 기대감과 제품속성의 활용도에 대한 판단에 따라 결정된다고 보아, 소비자 의견조사에 의한 경영진단기법을 제안함
Mills와 Snepenger(1983)	미공병단에서 Arkansas 지역의 야외행락지에 대한 경영진단에 IPA를 적용함
Warnick(1983), Barnes(1984)	도시 및 공원과 행락지의 서비스 및 시설에 대한 평가에 IPA를 채용
Guadagnolo 등(1984)	Essex County의 IPA를 이용하여 공원·행락 및 문화국에서 주관하는 수십 개의 서비스 및 시설에 대하여 평가함
Allen S. Mills 등(1986)	Texas 지역에 위치한 Lyndon B. Johnson 사적공원의 장기적인 프로그램개발과 정책수립을 위하여 이용자 특성과 이용자 선호를 분석하는데 IPA를 적용하여 향후 제공되어야 할 시설과 서비스를 결정하는 자료로 활용함
박진영(1998)	IPA를 이용하여 제 5회 남도음식 대축제를 중심으로 지역축제 개선방안에 관하여 연구
강선정(1999)	경상북도 관광농원을 대상으로 한 관광농원의 활성화 방안에 IPA를 적용함

<표 계속>

학 자	IPA 선행연구 내용
조운주(2001)	내장산 국립공원 탐방안내소의 개선방안에서 IPA를 적용함
최기중·박상현(2000)	‘IPA를 이용한 관광지 평가; 산정호수 사례연구’에서 IPA가 산정호수의 평가와 개선에 대한 방향을 제시하고 같은 처지의 관광지에서도 IPA이용과 활용에 대한 사례로써 평가의 목적을 달성하기 위하여 IPA의 개념과 응용사례를 검토하고, 선행연구를 통하여 유사개념을 비교함
이준근(2000)	청소년 여가공간의 개선을 위한 공간계획요소에서 IP분석기법을 적용함
박상현(2001)	관광지 개선을 위한 개선을 위한 평가도구로서 IPA를 제시함. IPA를 이용한 관광지 개선 사례를 실증분석하기 위해 45개의 중요도-실행도 평가항목을 측정하였으며 다단계 방법에 의해 이들 중 연구대상지에서 우선적으로 개선되어야 할 7개의 항목을 도출함
김성섭, 임재문, 이형룡(2001)	IP분석을 통해 국제회의를 평가하였다. 국제회의산업의 관리운영에 대한 실태과약을 하는 실질적인 관리기법인 IP분석을 적용하여 국제회의 참가자들이 중요하다고 지각하는 속성들을 얼마나 잘 수행되는지를 측정함
변우희, 노정철(2002)	IPA 모형으로 백제문화권 관광발전을 위한 가치평가와 대응전략의 연구를 적용하여, 백제문화권을 찾은 관광객의 동기를 살펴보고 백제문화권에 내재되어 있는 관광자원속성 변수에 대한 가치를 평가하기 위해 사전 기대정도와 사후 만족감에 의한 중요도-만족도분석을 통해 결과를 도출함

<표 계속>

학 자	IPA 선행연구 내용
장병수, 변우희(2004)	관광목적지 평가를 위한 IP 분석을 통해 관광목적지로서의 한국을 평가하는데 있어 각 표적시장별 외래 관광객들이 지각하는 관광상품에 대한 사전 중요도와 제공된 관광 상품에 대한 사후 만족도에 대해 어떠한 지각 차이가 있는지를 확인함
오상훈, 고계성(2005)	IPA모형을 이용한 제주도 같은 섬 관광지 매력성을 평가하는데 있어 섬 매력요인에 대한 사전 중요도와 사후 만족도에 대해 어떠한 차이가 있나 살펴봄
김시중(2005)	온천관광지 속성 및 선호도 분석 했을 때 관광명소, 부대시설, 온천전통, 고객서비스, 체험활동, 이용비용, 접근성, 온천수질 등 8개의 속성을 측정함
이용기, 정남호, 이충기(2006)	IPA를 통한 수안보 온천제의 활성화 방안에 관한 연구에서 지역축제의 영향요인과 방문객 만족도간의 관계를 규명하고 IPA기법을 이용하여 지역축제 평가항목의 중요도와 만족도간의 차이가 있는지를 확인함

자료 : 선행연구를 참고하여 연구자가 작성함.

제 3 절 만족과 재방문

1. 만족

만족이란 어떤 상품이나 서비스를 구매, 사용, 평가하는 과정에서 경험하는 우호적 정서 및 태도를 말한다(Westbrook, Newman, 1978). Haward와 Sheth는 이를 소비자들이 구매상황에서 제공한 희생의 대가가 적절히 보상되고 있다고 보는 인식적 상태라고 정의하고 있다. 또한 Oliver는 직무만족, 생활만족, 자아만족 등의 연구결과를 통해 만족을 처음의 기준과 나중의 결과와의 인지된 차이로 결정되는 함수라고 보고 있다. 웨스트브룩과 릴리(Westbrook & Reilly)는 제품과 서비스, 소매점, 고객의 활동에 대한 평가로부터 생기는 유쾌한 감정 상태로 만족에 대한 설명을 기대보다 가치의 관점에서 파악하여야 한다고 밝혔다. 티세와 윌튼(Tse & Wilton)은 제품에 대한 구매 이전의 기대와 구매 후 실제 성과의 지각 차이에 대한 소비자 반응으로 고객만족을 다루고 있다. 따라서 고객만족은 제품이나 서비스를 소비하는 상황에서 유쾌하거나 불쾌하게 인지하는 제품이나 서비스에 대한 전체적 반응이나 판단을 의미하고 있다.

만족에 관한 전통적인 견해는 소비자들이 구매하는 모든 제품과 서비스에 의해 효용 내지는 만족을 느끼는 하나의 독특하고 단일차원적인 것으로 보는 것이었다. 이러한 견해는 고객만족을 단순한 단일변량개념으로 이해하는 추상적인 개념으로서, 경제분석과 같은 경우에도 적합한 것이라고 여겨진다. 그러나 오늘날 점차 고객만족의 기본적 측면은 무엇이며, 또 만족에 기여하는 변수는 무엇인가를 규명하려는 데 많은 관심이 집중되기 시작하면서 고객만족 개념을 보다 폭넓은 개념으로서 이해하기에 이르렀다. 즉 고객만족이란 단일변량개념이 아니라 제품의 내재적 특성과 속성, 그 제품과 관련된 마케팅 시스템, 그리고 이들에 대한 개인적 평가를 모두 포함하는 복잡한 다변량개념으로 인식하게 된 것이다.

서비스마케팅에서 고객만족은 매우 다양한 형태로 정의되고 있으며, 만족이 일정한 서비스 상황의 평가와 전체서비스에 대한 평가로 구분하고 있다. 즉, 고객은 만족을 2가지 차원에서 평가하는데, 전반적인 수준과 특정거래에 대한 만족으로 나뉘게 된다. 특정거래의 만족은 고객이 개별적인 서비스 과정에 대한 만족을 나타내고, 서비스 기업과 고객이 상호작용하는 상황을 의미하는 반면, 전반적인 서비스 만족은 고객이 전체 서비스 과정에 대해 특정한 기업과의 경험에 대한 전반적인 만족을 의미하고 있다.

1980년대 이후 서비스산업의 고객만족에 대해 많은 연구가 진전되고, 그 결과 고객만족을 개선하기 위해 다양한 제안을 내놓게 되었다. 서비스는 고객에게 제공되는 유·무형의 인적, 물적, 시스템적인 활동의 총체라 할 수 있다. 서비스는 가시적으로 나타나는 원천적인 물리적 서비스와 종사원과 고객의 접촉이 발생하는 인적 서비스를 포함하고 있다. 뿐만 아니라 접근성과 편리성 등의 입지, 고객의 이미지와 비용 등이 서비스에 속한다. 고객에게 여러 가지 다양한 시설과 제품, 인적서비스가 결합하여 제공되기 때문에 재고가 불가능할 뿐만 아니라, 고객의 요구에 따라 바로 생산하거나 서비스를 실행하게 된다.

고객만족이란 한 마케팅시스템 내지 경제시스템이 이룩한 성과의 수준이며 소비자 불만은 곧 저수준 혹은 하락상태에 있는 성과를 나타내고 있다고 할 수 있기 때문에 소비자행동에 관한 연구도 당연히 이와 같은 개념에 집중하게 되었다.

1) 관광객 만족

관광객 만족을 정의할 때 크게 두 가지로 대별하여 접근할 수 있는데, 하나는 관광소비경험에서 발생한 결과(outcome)와 또 다른 하나는 평가과정(process)에 초점을 두고 관광객 만족에 대한 개념을 정의할 수 있다.

관광소비경험에서 발생한 결과로 보는 입장에서 관광객 만족을 정의하면, 관광객 만족은 관광객이 여행경험의 전체에 대하여 사후에 그 이미지를 평가하는 것으로서 전체경험에 대한 일종의 태도이며(Lounsbury and Polik, 1992), 관광객이 서비스를 경험하고 그 서비스의 성과를 주관적으로 지각한 후 느끼는 감정적 결과이다

(Joseph and Raylor, 1992). 또한, Pizam & Neumann, Reichel(1978)은 관광객이 관광지에 대해서 가지고 있던 기대와 실제 경험간 상호작용의 결과라 하였다.

평가과정에서 관광객 만족을 정의하면, “소비경험이 최소한 기대되었던 것보다는 좋았다는 평가”(Hunt, 1977), “선택된 대안이 사전에 갖고 있던 신념과 일치성을 가진다는 평가”(Geva & Goldman, 1991), “사전적 기대와 사용 후 느낀 제품의 성과 사이의 지각된 불일치 평가”(van Raaij & Francken, 1984) 등으로 정의될 수 있다.

관광객 만족에 관한 주요 선행연구들을 살펴보면, Pizam 등(1978)은 목적지의 관광객 만족에 소비자만족 접근법을 본격적으로 적용시켰다. 이 연구에서 관광객 만족의 결정요인을 실증적으로 규명하려 했다. 관광지에 대한 관광객 만족의 경험적 인자를 찾아내어 관광객 만족을 ‘관광지에 대해 그가 가졌던 기대와 관광객 경험과의 상호작용의 결과’라고 설명하고 경험의 총체가 기대와 비교되어 희열을 느낌으로 나타날 때 관광객은 만족하고 관광객의 실제 활동이 그의 기대와 비교하여 불유쾌한 감정으로 나타나면 관광객은 불만을 느낀다는 것이다.

Van Raail & Francken(1984)은 소비자 만족 문헌에서 가장 널리 사용되는 정의를 관광에 도입해서 기대와 실제 성과간의 차이로써 만족을 정의하였으며, 비용과 편익에 대한 불일치, 기대 또는 불공정한 공평성이 불만을 발생시킨다고 하였다.

Whipple & Thach(1988)는 나이가가라 폭포를 관광한 자동차 여행자의 관광 참여 만족을 연구했다. 이들은 Oliver(1980, 1983)에 의해 제시되었던 소비자 만족/불만족의 기대불일치 이론을 이용하여 기대, 성과, 불일치, 만족, 재구매 의도를 측정하였다. 결과로 관광서비스와 관광자원이 관광객 만족과 재구매 의도에 유의적이라는 사실을 도출하였다.

Noe(1987)는 평가과정을 통해 발생하는 만족은 관광지의 물리적 특성과 관광지 관리 유형 및 수준, 관광객의 사회 문화적 특성과 휴식제공시설, 교통, 상업적 서비스, 믿음, 안전시설, 여가활동과 관련된 상황뿐만 아니라 무형적 상품에 의해 영향을 받는다고 하였다.

Mazursky(1989)는 관광객 만족을 기대불일치 패러다임에 기초하여 연구하였는데 그는 기대단계에서 과거의 경험과 지식, 복수의 규범이 복합적으로 관광객 기대에 영향을 미치며, 불일치 단계에서는 과거 경험과의 상호작용, 실제성과의 불일치

를 지각하고 다시 만족과 재방문 의도에 영향을 미친다고 주장하였다. 즉 관광객 만족은 관광활동 이전의 기대, 관광지에서의 실제성과 불일치의 세 가지 변수에 의해 설명될 수 있다는 것이다.

국내 선행연구를 살펴보면, 신도길(1993)은 방한 외국 관광객들의 해외 관광지 선택 심리 중 관광지 속성과 만족도, 이 두 가지의 상호작용이 재방문 의도에 어느 정도 영향을 주는지와 인구통계학적 변수별로 관광지선택 속성의 차이를 연구하였고, 안영면(1991)은 관광만족을 관광활동 및 선택의 결과로 개인이 형성하고 표출하며 혹은 획득하는 긍정적인 지각이나 기분을 나타내며 개인이 현재 일반적인 관광경험과 상황에 만족하거나 기뻐하는 정도를 말하는 것으로 보고, 관광지 선택에서 이성적 동기와 정성적 동기가 작용하고 있다고 지적하면서 전자의 경우는 기후와 가격과 같은 유인요소가 작용하고 후자는 관광객의 사회심리적인 요인인 추진요소가 작용하고 있다고 언급하고 있다.

김규호(2001)는 “소비자의 만족과 불만족 및 재방문의 함치적 접근”이란 연구에서 관광목적지에 대한 관광객만족은 관광지에 대한 기대나 이미지가 실제 성과간의 불일치 정의 상관관계에 있음을 검증하였다.

김계섭, 안윤지(2005)는 관광만족은 관광활동의 목적이라 할 수 있는 주요개념이며 개념적으로 관광객이 기대했던 관광지와 방문성과 측면에서 방문의 투자비용과 편익을 비교한 결과로서 여러 제품속성에 대한 편익이 합으로 측정할 수 있는 태도 즉 관광객의 방문 전 기대와 방문성과간의 일치과정에서 형성되는 관광객의 태도라 하였고, 오민재·이소연(2008)은 생태관광객의 동기를 세분화하고 생태관광시장의 구조적 특성 및 차별적 특성을 파악하는데 여행목적과 관광객 만족 수준을 적용하였다.

<표 2-4> 관광객 만족에 관한 선행연구

연구자	연구 내용
Pizam et al(1978)	관광지의 7가지 경험요소에 대한 평균 만족 값의 합이 전체적인 만족으로 봄
Van Raail & Francken(1984)	소비자 만족의 개념을 관광에 도입하여 기대와 실제 성과간의 차이로써 만족을 정의하였으며, 비용과 편익에 대한 불일치, 기대 또는 불공정한 공평성이 불만족을 발생시킨다고 함
Whiple & Thach(1988)	서비스와 관광자원이 만족과 재방문 의도에 유의적임을 연구
Noe(1987)	만족에 영향을 미치는 요인으로 관광지의 물리적 특성과 관광지 관리 유형 및 수준, 관광객의 사회문화적 특성과 휴식제공시설, 교통, 상업적 서비스, 믿음, 안전시설, 여가활동과 관련된 상황뿐만 아니라 무형적 상품을 주장함
Mazursky(1989)	관광객 만족은 관광활동 이전의 기대, 관광지에서의 실제성과 불일치의 세 가지 변수에 의해 설명될 수 있다고 주장함
신도길(1993)	방한 외국 관광객들의 해외 관광지 선택 심리 중 관광지 속성과 만족도, 이 두 가지의 상호작용이 재방문 의도에 어느 정도 영향을 주는지와 인구통계학적 변수별로 관광지선택 속성의 차이를 제시
안영면(1991)	관광지 선택에서 이성적 동기와 정성적 동기가 작용하고 있다고 지적하고 전자의 경우는 기후와 가격과 같은 유인요소가 작용하고 후자는 관광객의 사회심리적인 요인인 추진요소가 작용하고 있다고 언급함

<표 계속>

연구자	연구 내용
김규호(2001)	관광목적지에 대한 관광객만족은 관광지에 대한 기대나 이미지가 실제 성과간의 불일치 정의 상관관계에 있음을 검증함
김계섭, 안윤지 (2005)	관광만족이란 관광활동의 목적이라 할 수 있는 주요 개념이며 개념적으로 관광객의 방문 전 기대와 방문 성과간의 일치과정에서 형성되는 관광객의 태도라 정의함
오민재, 이소연 (2008)	여행목적과 관광객 만족 수준에 의한 생태관광객의 동기를 세분화하여 생태관광 시장의 구조적 특성 및 차별적 특성을 파악함

자료: 연구자가 조사하여 재구성

2. 재방문의도 및 타인추천의도

관광객 만족을 포함한 후속 변수로서 재방문의도와 추천의도와의 관계에 대해 다음과 같은 세 가지 개념으로 구분이 가능하다. 첫째, ‘총체적 관광객 만족’은 관광 활동을 통하여 여러 욕구가 충족된 정도를 의미하는 것으로서 관광객 자신의 총체적 관광경험에 대해 평가이며 둘째, ‘재방문 의도’는 관광지 하위속성과 관련된 체험들에 근거하여 관광객이 해당 관광지를 다시 방문할 욕구를 느끼는 것이며, 마지막으로 ‘추천의도’는 관광지의 여러 속성과 관련된 여러 체험에 근거하여 그 개인이 타인에게 긍정적으로 구전할 의향의도를 의미한다. 따라서 ‘총체적 만족’이 관광 경험에 대한 전반적인 평가라면, ‘재방문의도’와 ‘추천의도’는 관광지 관련 체험에 대한 평가라고 볼 수 있다.

재방문은 만족한 관광객에게 발생하는 것으로, 관광 마케팅과 직접적으로 연계될 수 있으며, 잠재 관광객을 발생시킨다(Fridgen, 1991). Crompton & Gitelson(1984)은 관광만족이나 재방문 등 후속연구를 위한 연구로 동일관광지를 재방문하는 사람과 그렇지 않는 사람의 심리적 체험차이를 연구하였으며, 결국은 Moscardo & Pearce(1986)의 '관광지의 고유한 특성에 관련된 체험이 관광객의 만족과 재방문에 결정적인 역할을 할 것'이라는 가설을 검증하였다.

Mazursky(1989)는 관광지에 대한 기대, 과거 다른 경험, 사회적 규범 및 만족의 정도가 재방문에 영향을 미친다는 가설을 검증하여, 재방문과 만족의 관계가 통계적 유의성을 가지고 있음을 밝혔다.

한편, 구전홍보 또는 타인추천도 재방문 결정의 일익을 담당한다. 관광객은 관광 경험 후 만족도에 대한 간접적인 의사표시로 주위 사람들에게 관광 경험에 대한 만족과 불만족을 표현하게 되는데, 이러한 경험에 의한 추천의사는 다른 홍보 및 광고보다도 수요시장에 많은 영향을 미친다. 따라서 제주도를 다녀간 관광객에 의한 방문추천 또는 구전홍보는 어떤 다른 홍보방법보다도 재방문을 결정하는데 매우 효과적이다.

고동우(1998)는 관광의 심리적 체험과 만족과의 관계에서 관광객을 대상으로 관광체험의 심리적 차원을 확인하고, 전반적 만족, 재방문 의도, 추천의도 각각을 기준으로 차원간의 상대적 중요도를 알아보았다. 분석결과 목적지별 관광체험과 후속 평가와의 관계에서 관광지별로 평가 후 행위의도에 미치는 변수간의 관계는, 조사대상 목적지별로 각각 가지고 있는 복합적인 이미지로 인해 서로 다른 양상을 보이는 것으로 나타났다.

박진영과 장경수(2000)는 사찰관광지 방문객의 만족과 재방문에 관한 연구에서 사찰을 중심으로한 사찰관광지의 속성들을 기존 연구에서 도출해 내고, 사찰관광지 속성과 만족, 재방문과의 관계를 규명하여 봄으로써 복합형 관광자원으로서의 사찰관광지의 개발 방향을 제시하고자 하였다.

배기철과 황윤용(2001)은 한국 문화관광 상품에 대한 일본 여행자의 만족과 재방문의도에 관한 연구에서, 크게 방문 전 시점과 방문 후 시점으로 구분하여, 관광상품의 만족과 여행사제공 서비스 만족을 독립변수로, 관광상품에 대한 재구매 의도와 여행제공 서비스 업자에 대한 재 구매 의도를 종속변수로 구분하여 연구하였다.

그 결과 방문 전 관광상품에 대한 재 구매 의도는 방문 후 재 구매 의도에도 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타나서, 만족이라는 개념이 그 매개적 역할을 하고 있음을 밝혔다.

권정택(2000)은 관광이벤트의 방문동기와 사후이미지가 만족과 재방문 의도에 미치는 영향 연구에서 실증분석 결과, 각 요인 간에 영향관계가 있는 것으로 나타났다. 연구에서 재방문 의도에 영향을 미치는 변수로는 만족, 동기 중 문화적 경험, 가족친화성이 긍정적 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 만족도가 높을수록 재방문 의도가 높아지고, 사후이미지 속성 중 역사적, 교육적가치가 긍정적 영향을 미치는 연구결과를 보여 주고 있다. 또한 관광이벤트에 참가한 관광객들은 관광이벤트에 대해 만족하게 되면 관광이벤트의 추천의사, 재방문 의사와 같은 재방문 의도에서 보다 높은 값을 나타내게 된다고 하였다.

윤동구(2001)는 관광객 만족 구조 모형의 개발에 관한 연구에서 관광기대, 관광욕구, 지각된 성과품질, 지각된 경험품질, 기대일치, 욕구일치, 전반적 만족, 불평행동, 미래행위 의도 등 9개의 잠재변수를 사용하여 실증분석이 이루어졌다. 조사대상의 전반적 만족과 불평행동 및 미래행위 의도에 가장 영향을 미치는 결정요인으로는 지각된 경험품질인 것으로 나타났다.

차동욱(2003)은 관광농원 방문자의 재방문 결정요인 분석을 통해 관광농원 방문자의 재방문 여부를 통해서 방문에 영향을 미치는 요인을 찾아내고자 요인분석과 로지스틱 및 다중회귀분석을 통해 재방문 결정요인을 추출하였다.

이은수와 채신석(2004)은 함평나비축제 참가자들의 축제동기요인과 축제평가요인을 분석하기 위하여 방문경험에 따른 재방문 의사를 알아보았다. 축제참가동기와 유료관람 여부 및 재방문의사에 대한 로지스틱 회귀분석 결과, 축제체험성과 지적 호기심의 동기를 가진 축제 방문자가 높은 재방문의사를 보인 것으로 나타났다. 또한 재방문의사에 높은 영향을 미치는 요인들을 추출하여 축제의 활성화를 위한 전략 수립의 기초자료를 마련하였다.

조장현과 권중현(2005)은 유럽관광지 매력속성의 기대수준과 만족수준 평가 및 재방문/추천과의 관계 연구에서 관광객들의 유럽에 대한 매력속성 구성요인을 고찰하고, 매력속성에 대한 만족수준과 재방문 및 추천에 미치는 영향을 연구하였다. 그 결과 여행에 대한 전반적인 만족도가 재방문보다는 권유나 구전과 같은 추천에

더 많은 영향을 미치는 것으로 나타났다.

이창기 등(2008)은 일본관광객이 한국관광지에 대해 갖고 있는 가치가 무엇인지를 확인해내고, 이러한 가치가 일본 관광객의 만족도와 재방문의사에 어떠한 영향을 미치는지를 구조모형을 이용하여 규명한 결과, 감정적 가치, 획득가치, 금전적 가치 요소가 고객만족에 긍정적인 영향을 미치며, 고객만족은 재방문의사와 추천의사에 긍정적인 영향을 미쳐 기존 선행연구와 일치하는 것을 확인하였다.

Moutinho(1987)와 Pearce(1988)는 관광객들은 그들의 만족/불만족의 결과에 따라 재방문을 하거나 다른 관광지로 목적지를 바꾼다고 주장하였고, 긍정적인 결과(만족)를 갖는 관광객은 재방문하거나, 다른 관광객들에게 그 관광지를 권유하거나, 해당 관광지에 대하여 호의적인 설명으로 표현하지만 그렇지 못한(불만족)관광객들은 재방문을 하지 않으며, 다른 사람에게 권유하지 않고 부정적인 설명으로 표현하여서 해당 관광지의 평판에 크게 손해를 입힌다고 설명하였다. 이러한 이유 때문에 관광경영자와 마케터들은 관광객이 재방문과 다른 사람들에게 휴가경험의 추천을 하는데 결정적 역할을 하는 만족으로서 관광객 만족을 분석하는데 관심을 가져야만 한다.

결국, 관광체험의 만족이나 불만족은 결정적으로 방문객들의 재방문의도에 큰 영향을 미치므로 지역을 방문한 관광객의 만족여부가 매우 중요하다. 따라서 관광학에 있어서 관광객 행동연구는 관광자의 구매 사후행위와 연관되어 무엇이 그들을 만족 혹은 불만족 시켰으며 무엇이 그들을 재방문 또는 재방문취소를 하게 하였는지에 대한 연구에 더욱 큰 관심을 가져야한다(홍성희, 2008)

본 논문에서는 재방문 의도를 측정하기 위한 척도로서, 제주도를 다시 방문할 것인지를 묻는 관광객 개인적 차원에서의 재방문 의도와 다른 주변사람 혹은 친지에게 추천할 것인지에 대한 추천의도를 적용하여 재방문 의도를 측정하고자 한다.

<표 2-5> 재방문의도 및 타인추천의도에 관한 선행연구

연구자	연구 내용
Crompton & Gitelson(1984)	관광만족이나 재방문 등 후속연구를 위한 연구로 동일관광지를 재방문하는 사람과 그렇지 않는 사람의 심리적 체험차이를 연구함
Mazursky(1989)	관광지에 대한 기대, 과거 다른 경험, 사회적 규범 및 만족의 정도가 재방문에 영향을 미친다는 가설을 검증하여, 재방문과 만족의 관계가 통계적 유의성을 가지고 있음을 밝힘
고동우(1998)	관광의 심리적 체험과 만족과의 관계에서 관광객을 대상으로 관광체험의 심리적 차원을 확인하고, 전반적 만족, 재방문 의도, 추천의도 각각을 기준으로 차원간의 상대적 중요도를 알아봄
권정택(2000)	관광이벤트의 방문동기와 사후이미지가 만족과 재방문 의도에 미치는 영향 연구에서 재방문 의도에 영향을 미치는 변수로는 만족, 동기 중 문화적 경험, 가족친화성이 긍정적 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 관광이벤트에 참가한 관광객들은 관광이벤트에 대해 만족하게 되면 관광이벤트의 추천의사, 재방문 의사와 같은 재방문 의도에서 보다 높은 값을 나타냄을 밝혀냄
박진영, 장경수 (2000)	사찰을 중심으로한 사찰관광지의 속성들을 기존 연구에서 도출해 내고, 사찰관광지 속성과 만족, 재방문 과의 관계를 규명함

<표 계속>

연구자	연구 내용
윤동구(2001)	관광객 만족 구조 모형의 개발에 관한 연구결과, 조사대상의 전반적 만족과 불평행동 및 미래행위 의도에 가장 영향을 미치는 결정요인으로는 지각된 경험 품질인 것으로 나타남
배기철, 황윤용(2001)	한국 문화관광 상품에 대한 일본 여행자의 방문 전/후 비교 연구한 결과 방문 전 관광상품에 대한 재구매 의도는 방문 후 재구매 의도에도 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타나서, 만족이라는 개념이 구매적 역할을 하고 있음을 밝힘
차동욱(2003)	관광농원 방문자의 재방문 여부를 통해서 방문에 영향을 미치는 요인을 분석하여 재방문 결정요인을 추출함
이충기 등(2008)	일본관광객이 한국관광지에 대해 갖고 있는 가치가 무엇인지를 확인하고, 이러한 가치가 일본 관광객의 만족도와 재방문의사에 어떠한 영향을 미치는지를 구조모형을 이용하여 규명함
이은수, 채신석(2004)	합평나비축제 참가자들의 축제동기요인과 축제평가요인을 분석하기 위하여 방문경험에 따른 재방문의사를 알아보고, 재방문의사에 높은 영향을 미치는 요인들을 추출하여 축제의 활성화를 위한 전략 수립의 기초자료를 마련함
조장현, 권종현(2005)	유럽관광지 매력속성의 기대수준과 만족수준 평가 및 재방문/추천과의 관계 연구에서 관광객들의 유럽 여행에 대한 만족수준과 재방문 및 추천에 미치는 영향을 연구한 결과 여행에 대한 전반적인 만족도가 재방문보다는 권유나 구전과 같은 추천에 더 많은 영향을 미치는 것으로 나타남

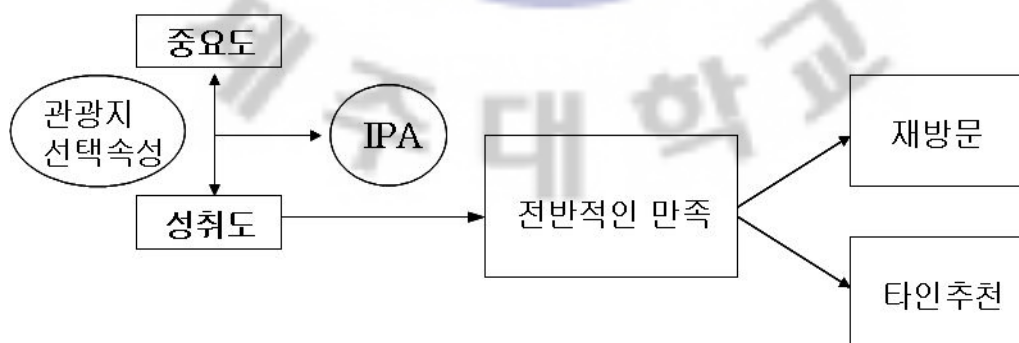
자료: 연구자가 조사하여 재구성

제 3 장 연구설계와 분석방법

제 1 절 연구모형 설계 및 가설설정

1. 연구모형의 설계

본 연구는 연구의 목적을 달성하기 위하여 관광객이 관광목적지를 선택하는데 있어 고려하는 속성을 선행연구를 통해 살펴보았다. 선행연구들을 통해 추출된 관광지 선택속성 요인을 바탕으로 레스토랑을 선택하는 고객들이 중요하게 생각하는 요인과 실제 경험을 통해 중요도 요인들에 대한 만족도를 측정하고, IPA(Importance Performance Analysis)를 통한 중요도와 만족도의 차이를 알아보고자 한다. 이에 상이한 두 브랜드의 선택속성을 IPA를 통해 비교연구하며 관광지 속성 성취도 요인이 이용고객의 전반적인 만족도와 재방문 및 타인추천에 미치는 영향을 알아보려고 하는 것이 본 연구의 목적이다. 이러한 본 연구의 연구모형은 아래와 같다.



[그림 3-1] 연구모형

본 연구에서는 앞에서 전개된 연구의 이론적 개념모형에 따라 제주도 내국인 관광객의 성취도가 전반적인 만족에 미치는 영향과, 만족이 재방문과 타인추천에 미치는 영향을 토대로 가설을 설정하였다.

가설 1. 관광지의 선택속성의 성취도는 만족도에 유의한 영향을 미칠 것이다.

가설 2. 내국인 관광객의 만족은 재방문의도에 영향을 미칠 것이다.

가설 3. 내국인 관광객의 만족은 타인추천에 영향을 미칠 것이다.

가설 4. 인구통계학적 특성은 만족도에 유의한 영향을 미칠 것이다.

본 연구에서 설정된 가설검증을 통해 관광객의 만족에 영향을 미치고, 재방문의사와 타인추천의사에 긍정적으로 작용하는 관광지 선택속성 요인을 도출하고 이에 따른 관광지 개발 및 관리·운영 방안을 도출하려한다.

제 2 절 설문지 구성과 측정

1. 설문지설계

본 연구에 사용된 설문지는 응답자의 관광활동특성 5개 문항, 관광지 선택속성항목 21개 문항 그리고 인구통계학적 특성 6개 문항으로 구성되어 총 35개 문항으로 작성되어졌다. 본 설문지의 주요 항목별 내용은 <표 3-1>과 같다.

설문지의 구성은 교통수단, 숙박시설, 쇼핑시설, 쇼핑상품, 쇼핑가격, 쇼핑의 편리성, 유흥오락시설, 음식가격, 지역주민의 친절성, 문화행사/축제, 자연경관, 레저스포츠 등의 항목은 권오주(2000), 이애주(1988), 서윤원(1999), 이소환(2001), 김민철·부창산·김영훈(2008)의 연구에서, 예약서비스, 정보취득용이, 불편사항신속처리, 안내책자 항목은 여정태(1993), 서윤원(1999), 한상열 등(2000)에서, 공항시설, 편의시설, 야간관광 등의 항목은 서윤원(1999), 최설매(2003), 이소환(2001), Gartner(1989), 김민철·부창산·김영훈(2008)의 연구에서, 음식종류, 음식청결 등의 항목은 Tian et al(1996), Jackson(1983), 김민철·부창산·김영훈(2008) 등의 연구를 토대로 21개의 항목을 추출하여 본 연구의 목적에 부합하도록 수정하였다.

<표 3-1> 설문지 구성내용

내 용	문항수	척 도
관광활동 특성에 관한 문항	5	명목 척도
관광지 선택속성의 중요도 및 성취도에 관한 문항	21	리커드 5점 척도
만족도, 재방문, 타인추천에 관한 문항	3	리커드 5점 척도
인구통계학적특성에 관한 문항	6	명목 척도

완성된 설문지는 이해의 용이성을 위해 제주도 관광을 마치고 돌아가는 내국인 관광객을 대상으로 사전조사(pre-test)를 실시하였으며, 이들의 응답과 제안을 바탕으로 수정하였다. 이러한 검토과정을 통해 최종적으로 도구화된 설문지를 완성하고 설문조사를 수행하였다.

2. 조사단계



[그림 3-2] 연구기간 및 내용

3. 표본의 추출과 조사방법

본 연구의 실증분석을 위한 과학적 조사가 효율적으로 수행할 수 있도록 조사자료는 다음과 같은 조사설계에 의해서 수집되었다.

첫째, 본 연구에서 모집단은 제주도를 관광하고 자신의 본 거주지로 돌아가는 내국인 관광객을 대상으로 설정하였다.

둘째, 설문조사에 임하는 조사원은 설문지 교육을 사전에 충분히 숙지하여 조사를 실시하였다.

셋째, 설문조사 시점은 2008년 10월 1일부터 10월 15까지 총 15일간 제주국제공항에서 제주도를 방문하고 돌아가는 내국인 관광객을 대상으로 편의표본추출 (convenience sampling)하여 면접 설문조사를 실시하여 총 360부 중 349부를 회수하였고 응답이 부실하거나 편향성을 보이고 신뢰도가 떨어지는 13부를 제외한 최종 336부를 확정하여 실증분석에 사용하였다.

제 4 장 실증분석 결과와 종합토의

제 1 절 표본의 일반적 특성

1. 인구통계학적 특성

본 조사는 제주지역을 방문한 내국인 관광객을 대상으로 조사자가 응답자와의 개별면담 방식으로 설문하게 하였다. 자료 수집을 위해 2008년 10월 1일부터 10월 15일까지 총 15일 동안 제주지역을 방문한 내국인 관광객을 대상으로 직접 설문 조사지를 배포하고 회수하는 방법을 택하였다.

배포된 설문지수는 총 360부였으며, 회수된 설문지는 349부였으나 그 중에 설문 항목을 전부 응답하지 않았거나 일관성이 없다고 판단되는 설문지 13부를 제외하여, 총 336부의 유효 표본을 얻을 수 있었다. 이용 통계기법으로는 크게 기술적 통계분석(descriptive statistics)과 다변량 통계분석(multivariate statistical) 방법을 활용하였다. 기술적 통계는 단순빈도(simple frequency), 백분율(%), 평균(mean)등을 산출하였으며, 다변량 통계분석으로는 신뢰도분석(reliability analysis), T-검정(T-test), 요인분석(factor analysis), 회귀분석(regression analysis) IPA 등을 적용하였다.

<표 4-1> 인구통계학적 분석결과

구분	항목	빈도(명)	비율(%)	구분	항목	빈도(명)	비율(%)	
성별	남	171	50.9	연령	20-29세	72	21.4	
	여	165	49.1		30-39세	114	33.9	
	소계	336	100.0		40-49세	81	24.1	
월평균가계소득	150만원 이하	28	8.3		50-59세	54	16.1	
	151-200만원	46	13.7		60세 이상	15	4.5	
	201-250만원	43	12.8		소계	336	100.0	
	251-300만원	45	13.4		최종학력	고졸이하	90	26.8
	301-400만원	61	18.2			전문대졸	86	25.6
	401-500만원	44	13.1			대졸	134	39.9
	501만원 이상	69	20.5	대학원이상		26	7.7	
	소계	336	100.0	소계		336	100.0	
직업	전문직	82	24.4	거주지		서울	77	22.9
	사무/관리직	83	24.7			부산	35	10.4
	기능/생산직	18	5.4		인천	22	6.5	
	자영업	34	10.1		대구	24	7.1	
	농/수/임업	3	0.9		경기도	62	18.5	
	서비스직	36	10.7		강원도	2	0.6	
	주부	60	17.9		충청도	26	7.7	
	학생	9	2.7		전라도	21	6.3	
	기타	11	3.3		경상도	67	19.9	
	소계	336	100.0		소계	336	100.0	

본 조사에 의한 관광객의 인구통계학적 특성은 <표 4-1>과 같다. 우선 응답자의 성별을 살펴보면 남성은 171명으로 50.9%로 나타났고, 여성은 165명으로 49.1%로 나타났다. 연령은 20대가 72명으로 21.4%, 30대가 114명으로 33.9%, 40대가 81명으

로 24.1%, 50대가 54명으로 16.1%, 60세 이상은 15명으로 4.5%로 나타났다. 학력은 고졸이하가 90명으로 26.8%, 대재/대졸(전문대포함)이 134명으로 39.9%, 대학원 이상이 26명으로 7.7%로 나타났다. 소득은 150만원 미만인 28명으로 8.3%, 150-200만원은 46명으로 13.7%, 201-250만원은 43명으로 12.8%, 251-300만원은 45명으로 13.4%, 301-400만원은 61명으로 18.2%, 401-500만원은 44명으로 13.1%, 501만원 이상은 69명으로 20.5%로 나타났다. 거주지는 서울이 77명으로 22.9%, 부산이 35명으로 10.4%, 인천이 22명으로 6.5%, 대구가 24명으로 7.1%, 경기도 62명으로 18.5%, 강원도 2명으로 0.6%, 충청도 26명으로 7.7%, 전라도 21명으로 6.3%, 경상도가 67명으로 19.9%로 나타났다. 직업은 사무/관리직이 83명으로 24.7%로 나타났고, 전문기술직이 82명으로 24.7%, 주부가 60명으로 17.9%, 서비스직이 36명으로 10.7%, 자영업이 34명으로 10.1%, 기능/생산직이 18명으로 5.4%, 학생이 9명으로 2.7%, 농/수/임업은 3명으로 0.9%, 기타가 11명으로 3.3%로 나타났다.

2. 조사대상의 관광행태에 관한 특성

제주도를 방문한 내국인 관광객 조사대상자의 관광형태 특성을 파악하기 위해서 빈도분석(Frequency)을 한 결과 다음 <표 4-2>와 같다. 총 336명의 응답자의 49.1%인 165명이 가족 및 친지와 함께 제주도를 방문하였으며, 22.6%(76명)는 단체/모임의 형태로, 58명(17.3%)은 부부동반으로, 26명(7.7%)은 친구 혹은 연인과 함께 제주를 방문한 것으로 나타났으며, 8명(2.4%)의 관광객은 동반자 없이 혼자 제주를 찾은 것으로 나타났다.

향후 의료관광 시 희망하는 동반자는 부부동반이 209명으로 전체 중 41.5%를 차지하였으며, 가족친지 207명(41.1%), 친구/연인 63명(12.5%), 혼자 15명(3.0%), 단체 7명(1.4%)의 순으로 나타나 의료관광은 부부동반 및 가족/친지 관광객에게 매력적인 관광임을 유추할 수 있다.

<표 4-2> 관광활동 특성

구분	항목	빈도(명)	비율(%)
방문 행태	혼자	8	2.4
	부부동반	58	17.3
	가족/친지	165	49.1
	단체/모임	76	22.6
	친구/연인	26	7.7
	기타	3	0.9
	소계	336	100.0
제주 방문 횟수	첫 번째 방문	66	19.6
	2번째 방문	76	22.6
	3번째 방문	65	19.3
	4번째 방문 이상	129	38.4
	소계	336	100.0
체제 일수	1박 2일 이내	14	4.2
	2박 3일	187	55.7
	3박 4일	94	28.0
	4박 5일	26	7.7
	5박 이상	15	4.5
	소계	336	100.0
여행 형태	개별여행	192	57.1
	여행사를 통한 단체여행	44	13.1
	친목에 의한 단체여행 (여행사가 아닌 단체여행)	76	22.6
	기타	24	7.1
	소계	336	100.0
정보 수집	여행사	30	8.9
	광고(신문, 잡지, TV)	37	11.0
	가족, 친구 등 구전	109	32.4
	인터넷	103	30.7
	여행 안내책자	33	9.8
	소속회사 및 단체	6	1.8
	기타	18	5.4
	소계	336	100.0

제주를 방문한 횟수는 4번째 이상이 129명(38.4%)으로 가장 많았으며, 2회째 제주를 찾은 관광객은 76명으로 22.6%, 3회 방문도 65명인 19.3%이었고, 처음방문은 66명으로 19.6%를 차지하였다. 관광객의 체류기간은 2박 3일 관광객이 187명으로 과반수를 넘는 55.7%였으며, 3박4일 94명 28.0%, 4박5일은 26명 7.7%, 5박 이상도 15명 4.5%로 나타났고, 1박2일 이내는 14명인 4.2%로 나타났다.

여행형태는 개별여행이 192명 57.1%로 가장 큰 비중을 차지하였고, 여행사가 아닌 친목에 의한 단체여행이 76명 22.6%, 여행사를 통한 단체가 44명으로 13.1%, 기타 24명 7.1% 등으로 나타났다.

관광목적지인 제주도에 대한 정보수집 수단으로는 가족, 친구 등에 의한 구전이 19명 32.4%로 가장 큰 비중을 차지하였고, 인터넷이 103명으로 30.7%, 신문, 잡지, TV 등의 광고를 통한 정보수집이 37명으로 11.0%, 여행안내책자와 여행사가 각각 33명(9.8%)과 30명(8.9%)으로 조사되었고, 소속회사 및 단체로 응답한 관광객은 6명 1.8%였으며, 전체의 5.4%인 18명이 기타의 응답을 한 것으로 조사되었다.

3. 관광지 선택속성에 대한 중요도와 성취도의 IPA 결과

IP분석은 관광객의 방문 전 기대와 방문 후 평가간의 차이를 파악 할 수 있어, 관광객의 방문 시 기대하는 관광지를 제공할 수 있다.

IP분석은 각 항목별 전체 응답자의 평균값의 산술평균과 순위를 이용하였으며, 실행격자 상의 원점설정은 중요도와 성취도 항목 평균의 순위의 중앙값을 이용하여 비교하였다. 이 데이터들은 IPA 모형이 격자 형태로 [그림 4-1]로 전환되어 표시하고 있다.

내국인 관광객들을 대상으로 관광지 선택속성의 중요도-성취도 분석을 한 결과 관광객들은 전반적으로 모든 속성들에 대하여 중요하게 인식하고 있으며, 자연경관(4.435), 음식 청결(4.327), 숙박시설(4.294), 교통수단(4.268), 지역주민의 친절성(4.241), 공항시설(4.202), 안내책자(4.170), 예약서비스(4.119), 불편사항신속처리

(4.116), 음식가격(4.101), 편의시설(4.083), 쇼핑상품(4.063), 음식종류(4.048), 정보취득용이(4.027), 쇼핑가격(3.991), 문화행사 및 축제(3.982), 쇼핑시설(3.726), 쇼핑편리(3.717), 레저 스포츠(3.610), 야간관광(3.191), 유흥·오락시설(3.083) 등의 순으로 그 중요도가 높은 것으로 나타났다.

반면에 관광지 선택속성의 성취도(만족정도)에 있어서 자연경관(4.020), 교통수단(3.765), 숙박시설(3.628), 예약서비스(3.627), 안내책자(3.625), 공항시설(3.610), 지역주민의 친절성(3.558), 정보취득용이(3.470), 불편사항신속처리(3.441), 문화행사 및 축제(3.238), 레저 스포츠(3.232), 편의시설(3.220), 음식청결(3.211), 쇼핑시설(3.119), 음식종류(3.083), 유흥·오락시설(3.077), 쇼핑상품(2.887), 음식가격(2.854), 쇼핑의 편리성(2.789), 야간관광(2.777), 쇼핑가격(2.726) 등의 순으로 쇼핑가격이 제일 낮은 것으로 나타났다.

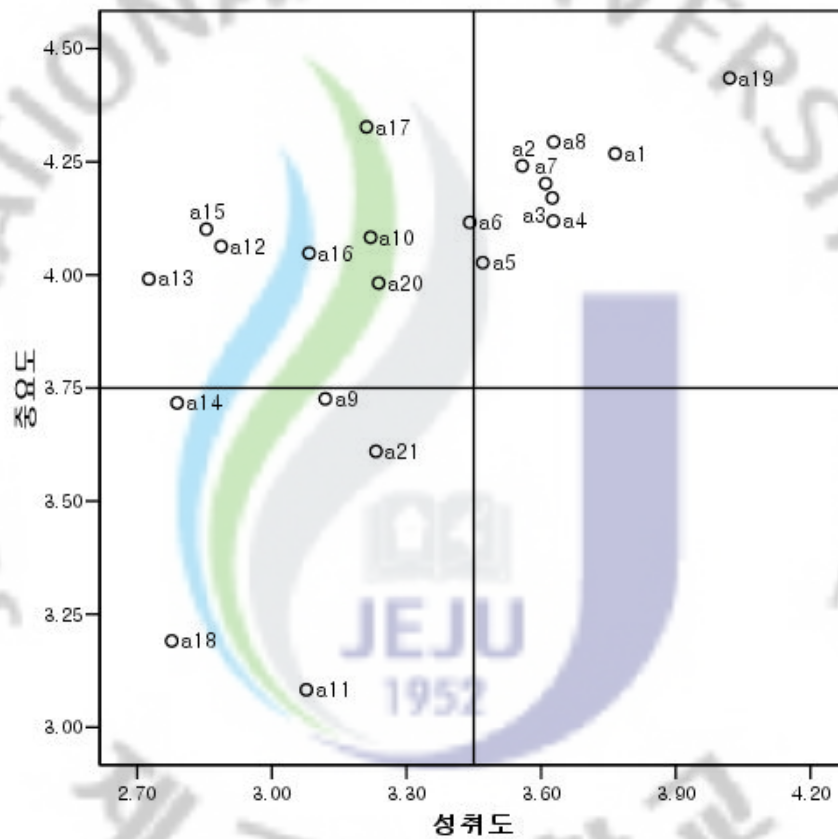
내국인 관광객들의 중요도와 성취도에서 제일 큰 차이를 보여준 속성들 중 쇼핑상품, 쇼핑가격, 음식가격, 음식 청결 등은 기대했던 만큼 만족스럽지 않은 것으로 나타났다.

반면 성취도와 중요도 사이 제일 큰 차이를 보여준 속성들 중 레저스포츠, 정보취득용이, 문화행사 및 축제, 유흥오락시설, 예약서비스 등은 기대보다 실제로 더 만족스럽게 반영된 것으로 나타났다.

<표 4-3> 내국인 관광객의 관광지 선택속성에 대한 중요도-성취도

항목	중요도			성취도			t값	p값
	평균	편차	순위	평균	편차	순위		
교통수단	4.268	.613	4	3.765	.701	2	10.547	.000
친절성	4.241	.694	5	3.558	.802	7	11.975	.000
안내책자	4.170	.783	7	3.625	.826	5	9.749	.000
예약서비스	4.119	.830	8	3.627	.830	4	9.384	.000
정보취득용이	4.027	.865	14	3.470	.802	8	10.693	.000
불편사항신속처리	4.116	.829	9	3.441	.766	9	11.483	.000
공항시설	4.202	.687	6	3.610	.795	6	10.665	.000
숙박시설	4.294	.646	3	3.628	.840	3	11.525	.000
쇼핑시설	3.726	.840	17	3.119	.787	14	9.844	.000
편의시설	4.083	.780	11	3.220	.720	12	14.306	.000
유흥오락시설	3.083	.998	21	3.077	.637	16	.091	.928
쇼핑상품	4.063	.853	12	2.887	.760	17	18.104	.000
쇼핑가격	3.991	.889	15	2.726	.902	21	17.162	.000
쇼핑 편리	3.717	.878	18	2.789	.691	19	15.269	.000
음식가격	4.101	.734	10	2.854	.943	18	18.096	.000
음식종류	4.048	.763	13	3.083	.880	15	16.025	.000
음식 청결	4.327	.780	2	3.211	.911	13	18.005	.000
야간관광	3.191	.914	20	2.777	.792	20	6.066	.000
자연경관	4.435	.675	1	4.020	.819	1	9.243	.000
문화행사 및 축제	3.982	.795	16	3.238	.786	10	13.955	.000
레저스포츠	3.610	.814	19	3.232	.651	11	7.538	.000

다음 [그림 4-1]은 관광지 선택속성에 대한 중요도와 성취도를 2차원 공간상에 일목요연하게 나타내기 위해 고안된 IPA용 격자틀이다. 여기서 X축은 관광지 선택속성에 대한 경험한 성취도의 인식정도를 나타내고 있으며, 우측으로 갈수록 그 정도가 높다고 본다. 또한 Y축은 관광지 선택속성에 대해 중요하게 느끼는 정도, 즉 중요도를 의미하며 위로 올라갈수록 중요도가 높다고 본다. 4사분면은 중요도와 성취도의 평균값 [X축(평균 3.45)과 Y축(평균 3.75)]에 근거하여 구성되어 있다.



[그림 4-1] 관광지 선택속성 IPA 결과

a1 : 교통수단, a2 : 지역주민의 친절성, a3 : 안내책자, a4 : 예약서비스,
a5 : 정보취득용이, a6 : 불편사항신속처리, a7 : 공항시설, a8 : 숙박시설, a9 : 쇼핑시설,
a10 : 편의시설, a11 : 유희·오락시설, a12 : 쇼핑상품, a13 : 쇼핑가격, a14 : 쇼핑 편리,
a15 : 음식가격, a16 : 음식종류, a17 : 음식 청결, a18 : 야간관광, a19 : 자연경관,
a20 : 문화행사 및 축제, a21 : 레저 스포츠

1) 제 I 사분면(현재의 좋은 작업상태 유지 필요)

분석결과에 의하면 제 I 사분면에는 자연경관, 교통수단, 숙박시설, 지역주민의 친절성, 공항시설, 안내책자, 예약서비스, 인터넷 최신정보 등이 포함되고 있다. 즉 관광객들이 이러한 속성을 중요하게 생각하고 있으며 실제로도 만족스럽게 반영하고 있었다. 따라서 이러한 부분에 대해서는 지속적으로 관리를 해야 함을 나타내는 것이다. 이처럼 제 I 사분면에 이런 속성들이 밀집된 이유는 최근 교통수단의 발달로 예전과 달리 접근성이 좋아졌으며, 숙박시설 역시 호텔 콘도 펜션 민박 등 다양한 형태의 숙박시설들의 상호 경쟁에 의해 시설적인 측면과 서비스에서 질적으로 향상된 결과라고 할 수 있다. 그리고 인터넷 최신정보도 정보통신 발달로 이제는 일반화가 되어서 종사자와 이용자가 누구나 공감하면서 정확한 정보를 제공하기 때문에 상호간에 믿음과 신뢰로 관광흐름의 형태가 바뀌고 있다고 사료된다.

2) 제 II 사분면(고도의 집중력이 필요함)

관광지 선택속성 평가를 한 결과 음식청결, 쇼핑가격, 음식가격, 쇼핑상품, 음식종류, 편의시설, 문화행사 및 축제, 불편사항신속처리 등이 포함되고 있다. 즉, 관광객들은 중요하게 여기고 있는 속성들이지만 실제로 만족스럽게 반영되고 있지 못한 속성들이다. 따라서 이러한 부분에 대해 고도의 집중력을 가지고 전략적으로 대응해야 할 것이다. 이처럼 제 II 사분면에 이런 속성들이 밀집된 이유는 관광을 통해 관광객들은 모든 것을 추구하려는 심리적인 욕구와 종사자들의 의식수준으로 인한 서비스적인 면에서 차이라고 해석되며 이 부분은 종사자들이 서비스질의 향상과 더불어 향후 중점적으로 개선해야 필요가 있다.

3) 제 III 사분면(우선순위가 낮음)

제Ⅲ사분면에 속하는 요인으로는 쇼핑 편의, 쇼핑시설, 레저 스포츠, 야간관광, 유흥·오락시설 등이 포함되고 있는 것으로 나타났다. 즉 관광객들이 중요하게 생각하고 있지 않지만 만족스럽게 반영되어 있지도 않은 속성들이다. 따라서 우선순위가 낮은 부분에 대해서는 집중적으로 관리하여야 할 필요성을 시사하고 있다. 이처럼 제Ⅲ사분면에 이런 속성들이 밀집된 이유는 제주를 처음부터 관광목적지로 쇼핑이나 레저 스포츠 등에 크게 기대를 하지 않기 때문이라고 해석된다. 일반적으로 쇼핑관련은 대도시의 쇼핑몰, 레저스포츠는 동남아지역 이란 고정관념이 있기 때문에 제Ⅲ사분면에 속성들에 대해서는 처음부터 기대를 하지 않은 것으로 유추할 수 있다. 그런데 제주도가 진정으로 관광의 활성화를 위해 우선적으로 보완해야 될 사항은 무엇보다도 제주의 야간관광 활성화가 필요하다. 주 관광과 야간관광의 발란스를 유지하는 것이야 말로 제주관광의 청신호라고 사료된다.

4) 제Ⅳ사분면(과도한 낭비 가능성)

본 연구 분석에는 어떠한 그룹의 요인도 포함되지 않고 있다. 즉, 관광객들은 중요하게 생각하지 않고 있지만 만족스럽게 반영되어 있는 속성들로서 중요도는 낮으나 성취도가 높을 경우 자원의 과도한 낭비가 예상된다.

제 2 절 신뢰성과 타당성 분석

1. 관광지 선택속성 성취도의 신뢰성 분석

본 연구의 설문조사에서 사용된 항목이나 척도가 측정하고자 하는 대상을 정확하게 측정하고 있는지, 그 측정결과가 통계적 분석을 진행하기에 적합한 것인지를 확인하기 위하여 신뢰성 분석을 실시하였다.

신뢰성(reliability)이란 일관성이 높은 측정결과를 도출하는 정도로서, 측정결과에 오차가 들어 있지 않은 정도를 의미한다. Nunnally(1979)에 의하면 신뢰성은 척도의 타당성을 주장하기 위한 필요조건으로 척도에 대한 신뢰성의 평가 없이는 어떤 측정도구들도 타당성을 가진 척도라고 주장할 수 없다고 하였다.³⁾

신뢰성을 검증하는 방법에는 반복측정 신뢰성, 여러 가지 측정도구를 이용한 신뢰성, 크론바하 알파(Cronbach's alpha)계수 등이 있다.

여러 측정항목들로 구성된 척도의 경우 크론바하 알파계수가 가장 많이 사용되는 신뢰성 검증방법이므로, 본 연구에서는 크론바하의 알파계수는 신뢰도 분석의 개념인 내적 일관성의 정도를 나타내는 것으로 하나의 개념에 대하여 여러 개의 항목으로 구성된 척도를 이용한 경우에 해당 문항을 가지고 할 수 있는 가능한 모든 반복 신뢰도를 도출하고 이것의 평균치를 산출한 것이 이 계수 값에 해당된다.

통계적 신뢰성은 탐색연구의 경우 0.6 이상이면 측정도구의 신뢰성에 큰 문제가 없다고 보고 있다. 신뢰도 분석결과 Cronbach's alpha계수는 0.895로 나타나고 있어 높은 수치를 나타내고 있다. 또한 각각의 요인별 신뢰성은 안내 및 친절 요인은 Cronbach's alpha 값이 0.787, 두 번째로 쇼핑 및 야간관광 요인은 0.819, 세 번째로 시설 요인은 0.770, 네 번째로 음식 요인은 0.815, 다섯 번째, 문화 및 레저체험 요

3) J. C. Nunnally(1978). Psychometric theory, New York; McGraw-Hill, 13-14.

인은 0.710 으로 나타났다. Cronbach's alpha 값이 모두 0.7을 넘는 수준으로 나타나 문제가 없는 것으로 나타났다.

2. 관광지 선택속성 성취도의 타당성 분석

타당성(Validity)이란 측정하고자 하는 개념이나 속성을 정확히 측정하였는가를 말한다. 곧 특정한 개념이나 속성을 측정하기 위하여 개발한 측정도구가 그 속성을 정확히 반영할 수 있는가의 문제이다. 타당성은 과학적 측정을 위한 도구로서 매우 중요 선택요인 요건이며, 상대성이 인정될 뿐 절대성을 인정하지는 않는다

본 연구에서는 측정상의 구성 타당성을 평가함에 있어 탐색적 요인분석을 실시하였다. 탐색적 요인분석의 주요목적 중 하나는 요인의 개수나 요인적재구조에 대하여 사전에 조건을 명시하지 않은 채 요인구조를 탐색하는데 있다. 요인추출모델로는 주성분분석(Principle Component Analysis)을 이용하였고, 요인적재치의 단순화를 위해서 직각회전(Orthogonal Rotation) 중 Varimax 방식을 택하였으며, 이 때 요인의 수는 고유값(Eigenvalue)이 1 이상인 범주를 근거로 결정하였다.

표본의 상관행렬이 요인분석 될 수 있는지를 파악하기 위하여 Kaiser(1974)가 제시한 단순상관계수와 부분상관계수의 크기를 비교하여 표본의 적합도(KMO: Kaiser-Meyer-Olkin)를 검토할 수 있다. 즉, KMO의 값이 1에 가까울수록 표본의 상관은 요인분석에 적합하다는 것을 말한다.

이에 내국인 관광객이 선택속성 성취도는 0.895로 매우 좋은 것으로 알 수 있다. 즉 측정상의 구성 타당성이 높다고 볼 수 있다.

내국인 관광객의 관광지 선택속성항목의 성취도에 대한 요인분석을 실시한 결과 22개 항목 중 5개의 요인으로 추출되었고 <표 4->와 같다. 관광지 선택속성에 대한 고유치가 안내 및 친절은 2.829, 쇼핑 및 야간관광은 2.792, 시설은 2.732, 음식은 2.443, 문화 및 레저체험은 2.098로 총 5개의 요인이 추출되었으며, 총 누적 분산율은 61.398%로 나타났다.

<표 4-4> 성취도에 대한 요인분석과 신뢰도 분석

내용	아이겐값	요인 적재량	크론바하 알파	분산 설명력	평균
요인 1 : 안내 및 친절					
제주관광 안내책자		.738			
정보취득용이		.715			
예약서비스	2.829	.668	.787	13.470	3.579
지역주민의 친절성		.579			
불편사항 신속처리		.549			
교통수단		.504			
요인 2 : 쇼핑 및 야간관광					
쇼핑의 편리성		.806			
야간관광	2.792	.793	.819	13.294	2.579
쇼핑가격		.743			
쇼핑상품		.611			
요인 3 : 시설					
편의시설		.728			
숙박시설	2.732	.703	.770	13.008	3.331
공항시설		.685			
쇼핑시설		.656			
유흥·오락시설		.488			
요인 4: 음식					
음식종류	2.443	.846	.815	11.632	3.050
음식가격		.760			
음식청결		.714			
요인 5: 문화 및 레저체험					
레저스포츠	2.098	.802	.710	9.988	3.497
문화행사 및 축제		.793			
자연경관		.639			

*추출된 요인들의 전체설명력은 61.398%임

타당성 검증을 위한 관광지 선택속성을 평가하는 변수와 전체 구성개념을 형성하는 전체 항목간의 상관성 중 ‘음식종류’가 0.846으로 가장 높게 나타났으며, ‘유흥·오락시설’이 0.488로 가장 낮게 나타났다.

요인 1은 제주관광의 안내책자, 정보취득용이, 예약서비스, 지역주민의 친절성, 불편사항신속처리, 교통수단 등으로 ‘안내 및 친절’로 명명하였다.

요인 2는 쇼핑 편리, 야간관광, 쇼핑가격, 쇼핑상품 등으로 ‘쇼핑 및 야간관광’이라 명명하였다.

요인 3은 편의시설, 숙박시설, 공항시설, 쇼핑시설, 유흥·오락시설 등으로 ‘시설’이라 명명하였다.

요인 4는 음식종류, 음식가격, 음식청결 등으로 ‘음식’이라 명명하였고 요인 5는 레저스포츠, 문화행사 및 축제, 자연경관 등으로 ‘문화 및 레저체험’이라 명명하였다.

각 요인의 분산설명력은 13.470%, 13.294%, 13.008%, 11.632%, 9.988% 등으로 나타났다. 전체설명력은 61.398%로 나타났다.

제 3 절 연구가설의 검증

회귀분석(regression)은 변수들 간의 함수적인 관련성을 규명하기 위해, 어떠한 수학적 모형을 가정하고 측정된 자료를 이용하여 통계적 추정을 행하는 분석방법을 말하며, 자료로부터 얻어진 관계식을 이용하여 종속변수의 움직임을 독립변수들을 통하여 예측하고, 모형전체와 독립변수들의 영향력에 관한 통계적검증과 추정을 행하는데 사용된다.

즉, 회귀분석은 하나의 변수를 이용하여 그 변수를 제어하거나 예측할 때 사용되는데, 일반적으로 예측의 목적으로 많이 사용하며, 이러한 경우에 예측하고자 하는 변수를 목적변수라 하며, 예측에 사용하는 변수를 설명변수라고도 한다.

회귀분석은 한 개 또는 그 이상의 독립변수들과 한 개의 종속변수와의 관계를 파악하기 위한 기법이며 단순회귀분석과 다중회귀분석으로 구분된다. 단순회귀분석은 종속변수에 영향을 미치는 변수가 하나일 경우에 사용되고 다중회귀분석은 두 개 이상의 독립변수가 종속변수에 영향을 미치는 경우에 사용한다.

다중회귀분석은 두 개 이상의 독립변수를 사용하여 종속변수를 설명하고자 하는 방식의 회귀분석으로, 중회귀분석을 하게 되면 하나의 독립변수를 사용한 경우보다 종속변수를 더 정확하게 예측할 수 있고, 다른 변수들을 통제된 상태에서 개별 독립변수와 종속변수간의 부분관계를 분석할 수 있다는 장점이 있다. 따라서 본 연구에서는 가설검증을 위하여 단순회귀분석 및 다중회귀분석을 사용하였고 회귀분석을 통하여 검증한 내용은 다음과 같다.

1. 가설 1의 검증

H_1 : 관광지의 선택속성의 성취도는 만족도에 유의한 영향을 미칠 것이다.

<표 4-5> 관광지 선택속성의 성취도가 만족에 미치는 영향분석

분 류	비 표준화계수		표준화계수	t	유의확률
	B	표준오차	베타		
(상수)	3.688	.038		97.893	.000
요인 1: 안내 및 친절	.225	.038	.259	5.953	.000
요인 2: 쇼핑 및 야간관광	.079	.038	.091	2.092	.037
요인 3: 시설	.284	.038	.328	7.541	.000
요인 4: 음식	.292	.038	.337	7.746	.000
요인 5: 문화 및 레저체험	.245	.038	.283	6.502	.000

$R_2 = .376$ 수정된 $R_2 = .367$ $F = 39.792$ $P\text{-Value} = .000$

주) * $p < 0.05$ 에서 유의함. 종속변수 : 전반적 만족도

가설 1은 관광지 선택속성의 성취도는 만족에 영향을 미칠것이다를 검증하기 위하여 다중회귀분석을 실시한 결과 안내 및 친절, 쇼핑 및 야간관광, 시설, 음식, 문화 및 레저체험에 대하여 <표4-5>와 같은 결과가 도출되었다. $p = .000$ 에서 39.792의 수치를 보이고 있다. R_2 은 0.376으로 나타나 37.6%의 설명력을 보이고 5개의 요인 중 5개의 요인 모두 유의수준 0.05에서 통계적으로 유의한 것으로 나타났다.

표준화 계수를 살펴본 결과 음식이 0.337, 시설이 0.328, 문화 및 레저체험이 0.283, 안내 및 친절이 0.259, 쇼핑 및 야간관광이 .091로 조사되어 5개의 요인이 전체만족에 영향을 주는 요인으로 조사되었으며, 음식의 표준화 계수가 다른 4가지의 표준화계수보다 높게 나타나고 있으므로, 음식요인은 전체만족에 가장 높은 정(+)의 영향을 미치고 있는 것으로 볼 수 있다.

따라서 첫 번째 연구가설 H_1 은 채택되었다.

2. 가설 2의 검증

H₂ : 내국인 관광객의 만족은 재방문 의도에 영향을 미칠 것이다.

가설 2에서는 내국인 관광객의 만족은 재방문에 미치는 영향에 관한 관계를 검증하기 위하여 단순회귀분석을 실시하였으며, 분석한 결과는 다음 <표 4-6>과 같이 유의한 결과가 도출되었다.

R₂값은 0.551로 만족도의 원인변수가 총 분산의 55.1%를 설명하고 있으며, 회귀식에 대한 F값이 410.598으로써 유의수준(p<0.05)에서 통계적으로 유의한 결과를 보여주고 있다.

<표 4-6> 관광객 만족이 재방문 의도에 미치는 영향분석

분류	비 표준화계수		표준화계수	t	유의확률
	B	표준오차	베타		
(상수)	.613	.157		3.894	.000
만족	.842	.042	.743	20.263	.000

R₂ = .551 수정된 R₂ = .550 F = 410.598 P-Value = .000

주) *p<0.05에서 유의함. 종속변수 : 재방문 의사

내국인 관광객의 재방문에 영향을 미치는 원인변수의 영향은 0.000으로 유의적인 영향력을 미치고 있으며, 표준화계수 베타값은 0.743으로 나타났다.

위의 결과를 바탕으로 연구가설 H₂는 채택되었으며, 내국인 관광객의 만족은 재방문에 영향을 준다고 볼 수 있다.

3. 가설 3의 검증

H₃ : 내국인 관광객의 만족은 타인추천에 영향을 미칠 것이다.

가설 3은 내국인 관광객의 만족은 타인추천에 미치는 영향에 관한 관계를 검증하기 위하여 단순회귀분석을 실시하였으며, 분석한 결과는 다음 <표 4-7>과 같이 유의한 결과가 도출되었다.

<표 4-7> 관광객 만족이 타인추천 의도에 미치는 영향분석

분류	비표준화 계수		표준화계수	t	유의 확률
	B	표준오차	베타		
(상수)	.765	.140		5.446	.000
만족	.790	.037	.759	21.303	.000

$$R_2 = .576 \text{ 수정된 } R_2 = .575 \text{ F} = 453.819 \text{ P-Value} = .000$$

주) *p<0.05에서 유의함. 종속변수 : 타인추천의도

<표 4-7>에서는 R₂값은 0.576으로 만족도의 원인변수가 총 분산의 57.6%를 설명하고 있으며, 회귀식에 대한 F값이 453.819로써 유의수준(p<0.05)에서 통계적으로 유의한 결과를 보여주고 있다.

내국인 관광객의 타인추천 의도에 영향을 미치는 원인변수의 영향은 0.000으로 유의적인 영향력을 미치고 있으며, 표준화계수 베타값은 0.759로 나타났다.

위의 결과를 바탕으로 연구가설 H₃는 채택되었다.

4. 가설 4의 검증

1. 인구통계학적 특성과 전반적인 만족도

인구통계학적 특성과 전반적인 만족에 미치는 영향여부를 파악하기 위해 차이검증을 실시하였다. 성별은 T-test를, 이를 제외한 나머지 6항목인 연령, 최종학력수준, 직업, 가계소득 및 거주지역은 분산분석을 통해 검증하였다.

1) 성별에 따른 T-test

제주를 방문하는 내국인관광객의 인구통계학적 특성 중 성별이 방문 만족도에 미치는지 여부를 가리기 위하여 차이분석을 실시하였다. 그 결과, 남성이 여성보다 만족도가 높은 것으로 나타났고 유의수준이 0.004로, $P < 0.05$ 보다 낮게 나타나 관광객의 만족도에 영향을 미치는 것으로 나타났다.

<표 4-8> 성별에 따른 T-test 분석결과

요인	성별				T값	유의도
	남성		여성			
	평균	표준편차	평균	표준편차		
만족도	3.591	.931	3.788	.787	-2.094	.004

$P < 0.05$

2) 최종학력에 따른 분산분석

내국인 관광객의 만족도에 대하여 최종학력별로 구분하여 차이분석을 실시하였다. 그 결과, 만족도에서는 고졸이하가 3.822로 가장 높게 나타났으며, F값이 1.295, P값이 0.276으로 $P < 0.05$ 보다 높게 나타나 관광객의 만족도에 영향을 미치지 않는다.

것으로 나타났다.

<표 4-9> 최종학력에 따른 ANOVA 분석결과

요인	집단간 평균값				F값	유의도
	고졸이하	전문대졸	대졸	대학원이상		
만족도	3.822	3.709	3.605	3.688	1.295	.276

P<0.05

3) 연령에 따른 분산분석

내국인 관광객의 만족도에 대하여 연령별로 구분하여 차이분석을 실시하였다. 그 결과, 만족도에서는 20대가 3.931로 가장 높게 나타났으며, F값이 4.180, P값이 0.003으로 P<0.05보다 낮게 나타나 관광객의 만족도에 영향을 미치는 것으로 나타났다.

<표 4-10> 연령에 따른 ANOVA 분석결과

요인	집단간 평균값					F값	유의도
	20대	30대	40대	50대	60대 이상		
만족도	3.931	3.737	3.654	3.315	3.658	4.180	.003

P<0.05

4) 가구당 월평균 소득에 따른 분산분석

내국인 관광객의 만족도에 대하여 가구당 월평균 소득별로 구분하여 차이분석을 실시하였다. 그 결과, 만족도에서는 151-200만원이 4.130으로 가장 높게 나타났으며, F값이 3.741, P값이 0.001로 $P < 0.05$ 보다 낮게 나타나 관광객의 만족도에 영향을 미치는 것으로 나타났다.

<표 4-11> 월평균 가계소득에 따른 ANOVA 분석결과

요인	집단간 평균값							F값	유의도
	150만원 이하	151-200	201-250	251-300	301-400	401-500	501만원 이상		
만족도	3.643	4.130	3.814	3.668	3.623	3.705	3.391	3.741	.001

$P < 0.05$

5) 거주지역에 따른 분산분석

내국인 관광객의 인구통계학적 특성 중 거주지역이 방문 만족도에 미치는지 여부를 가리기 위하여 차이분석을 실시하였다. 그 결과, 대구지역이 4.042로 가장 높은 것으로 나타났으며, F값이 1.691, 유의수준이 P값이 0.1로, $P < 0.05$ 보다 높게 나타나 관광객의 만족도에 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다.

<표 4-12> 거주지역에 따른 ANOVA 분석결과

요인	집단간 평균값									F값	유의도
	서울	부산	인천	대구	경기	강원	충청	전라	경상		
만족도	3.507	3.657	3.591	4.042	3.726	4.000	3.423	3.714	3.866	1.691	.1

P<0.05

6) 직업에 따른 분산분석

내국인 관광객의 만족도에 대하여 직업별로 구분하여 차이분석을 실시하였다. 그 결과, 만족도에서는 서비스직이 3.778로 가장 높게 나타났으며, F값이 0.514, P값이 0.846으로 P<0.05보다 높게 나타나 관광객의 만족도에 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다.

<표 4-13> 직업에 따른 ANOVA 분석결과

요인	집단간 평균값									F값	유의도
	전문 직	사무 관리 직	기능/ 생산 직	자 영 업	농/수 /임업	서비 스직	주부	학생	기타		
만족도	3.713	3.710	3.722	3.706	3.333	3.778	3.633	3.556	3.273	.514	.846

P<0.05

제 4 절 실증분석결과 종합

1. 실증분석결과 요약

관광지 선택속성의 성취도에 따른 관광객 만족도에 미치는 영향 여부와 관광객 만족도와 재방문의 상관관계에 대한 실증분석결과는 다음과 같다.

첫째, 관광지선택속성의 성취(만족)요인은 전반적인 만족에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 조사분석을 통한 관광지 선택요인은 ‘안내 및 친절’, ‘쇼핑 및 야간관광’, ‘시설’, ‘음식’, ‘문화 및 레저체험’으로 구성되며, 5가지 요소 모두가 관광객 만족도에 영향을 미치는 것으로 나타났다.

특히, 음식종류, 음식가격, 음식청결 등 음식요인이 내국인 관광객 만족도에 가장 큰 영향을 미치는 것으로 나타났다.

또한 내국인 관광객의 전반적인 만족은 재방문과 타인추천에 상당한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

둘째, 내국인 관광객의 인구통계학적 특성인 성별, 연령, 월평균 가계소득이 관광객 만족도에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

각 가설의 검증 결과를 정리하면 <표 4-14>와 같다.

<표 4-14> 가설의 검증결과

구분	검증된 영향요인	가설채택여부
H ₁	관광지의 선택속성의 성취도는 만족도에 유의한 영향을 미칠 것이다.	채택
H ₂	내국인 관광객의 전반적인 만족은 재방문에 영향을 미칠 것이다.	채택
H ₃	내국인 관광객의 전반적인 만족은 타인추천 의도에 영향을 미칠 것이다.	채택
H ₄	인구통계학적 특성은 전반적인 만족에 유의한 영향을 미칠 것이다.	부분 채택
H ₄₋₁	내국인 관광객의 성별은 전반적인 만족에 유의한 영향을 미칠 것이다	채택
H ₄₋₂	내국인 관광객의 거주 지역은 전반적인 만족에 유의한 영향을 미칠 것이다	기각
H ₄₋₃	내국인 관광객의 최종학력은 전반적인 만족에 유의한 영향을 미칠 것이다	기각
H ₄₋₄	내국인 관광객의 연령은 전반적인 만족에 유의한 영향을 미칠 것이다	채택
H ₄₋₅	내국인 관광객의 월평균 가계소득은 전반적인 만족에 유의한 영향을 미칠 것이다	채택
H ₄₋₆	내국인 관광객의 직업은 전반적인 만족에 유의한 영향을 미칠 것이다	기각

제 5 장 결 론

제 1 절 결 론

관광지는 다양한 관광시설들과 서비스들과 서비스들로 구성된 다차원적 속성을 지니고 있으며, 관광지를 포함한 관광상품은 만져볼 수 없고 구매와 소비의 동시성이 이루어지는 상품이기에 일반상품과 다른 결정구조를 가지고 있다. 따라서 관광상품은 각 변수의 영향력에 따라 선택의 강도가 다르게 나타나며 관광객은 자신의 다양한 욕구를 만족시키기 위하여 관광목적지 및 관광활동을 선택, 구매하는 의사결정자로서, 관광지 선택에 대한 의사결정은 여행의 주체가 되는 관광객에 의해서 이루어지고 이러한 선택에는 여러 요인들이 고려된다.

이에 본 연구에서는 IP분석을 통해 제주를 방문한 관광객의 관광지 선택속성의 중요도와 성취도를 살펴봄으로써 관광객의 선택에 있어 중요시 되는 요인들이 수준을 파악하고 실제 방문 후의 만족도를 비교하여 그들의 행동특성을 비교하였으며, 선택속성의 성취도가 전반적인 만족과 재방문에 미치는 영향을 살펴보았다.

표본의 인구통계학적 특성에서 남·여 성별 비율은 남성이 조금 많았으며, 연령은 30대가 가장 높은 비율을 보였으며, 월평균 가계소득은 고른 분포로 나타났다. 학력에서는 대학교 재학이나 졸업자가 가장 비율이 높았고, 서울 및 경기권 거주자가 많은 것으로 나타났으며, 응답자의 절반가까이가 전문직이나 사무/관리직에 종사하고 있는 것으로 조사되었다. 이러한 인구통계학적 특성과 전반적인 만족도의 관계를 검증한 결과, 남성이 여성보다 만족도가 높았고 연령별로는 20대 응답자의 만족도가 가장 높게 나타났으며, 월평균 가계소득 151만원 이상 200만원 이하의 응답자가 가장 만족도가 높은 것으로 나타났다.

관광활동 특성으로 살펴본 응답자의 특징으로는 가족/친지와 함께 방문한 관광객이 거의 절반인데다 개별여행이 절반을 넘어 가족중심의 개별여행객이 제주 방문 관광객의 가장 큰 비중을 차지하고 있음을 재확인 할 수 있었다. 또한 재방문객이 80%를 웃돌았으며, 2박3일 체제의 관광패턴이 일반적이었고, 가족·친지 등의 구전이나 인터넷을 통해 제주관광에 관한 정보를 수집하고 있는 것으로 나타났다. 이러한 사실을 바탕으로 제주관광은 방문객의 체험에 의하여 혹은 그들의 구전에 의하여 재방문이 이루어지고 있고, 예전의 단체관광에서 벗어나 가족단위의 개별관광이 주류를 이루고 있음을 알 수 있었으며, 이들의 다양한 욕구에 대처할 수 있는 방안을 선택속성연구를 통해 도출해볼 수 있었다.

관광지 선택속성의 성취도에 따른 관광객 만족도에 미치는 영향 여부와 관광객 만족도와 재방문의 상관관계에 대하여 실증분석한 결과, 첫째, 관광지선택속성의 성취(만족)요인은 전반적인 만족에 영향을 미치는 것으로 나타났고, 특히 음식종류, 음식가격, 음식청결 등 음식요인이 내국인 관광객 만족도에 가장 큰 영향을 미치는 것으로 나타났다.

둘째, 내국인 관광객의 전반적인 만족은 재방문과 타인추천에 상당한 영향을 미치는 것으로 확인되었고, 셋째, 내국인 관광객의 인구통계학적 특성인 거주 지역, 최종학력이 관광객 만족도에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 제주만의 독특한 지역음식은 관광객의 만족도에 큰 영향을 미쳐 재방문에 이르게 하는 중요한 요소임이 재확인 되었다.

내국인 관광객들을 대상으로 관광지 선택속성의 중요도-성취도 분석을 시행한 결과 관광객들은 전반적으로 모든 속성들에 대하여 중요하게 인식하고 있었고, 내국인 관광객들의 중요도와 성취도에서 가장 큰 차이를 보여준 속성들로는 쇼핑상품, 쇼핑가격, 음식가격, 음식청결, 레저스포츠, 정보취득용이, 문화행사 및 축제, 유희오락시설, 예약서비스, 쇼핑편리 등으로 나타났다.

이 중 쇼핑상품, 쇼핑가격, 음식가격, 음식청결, 문화행사 및 축제 속성은 관광객이 중요하게 생각하는 항목들이지만 기대했던 만큼 만족스럽지 못한 것으로 나타났고, 레저스포츠, 유희오락시설, 쇼핑편리 등의 속성은 기대치도 만족치도 낮은 것으로 나타났다. 따라서 관광목적지로서 제주도가 관광객들을 더욱 만족시키고 재방문을 이끌어내기 위하여는 쇼핑과 음식의 가격관리와 상품개발, 위생청

결 유지관리가 우선되어야 할 것이며, 지역 문화행사 및 축제의 개최·홍보에 있어 더욱 만전을 기해야 할 것이다.

저평가된 항목 중 특히 레저스포츠에 대하여는, 개별관광객의 수요가 지속적으로 증가하고 있는 추세이고 이들의 경우 다양한 레저스포츠를 즐기는 경향이 뚜렷한데 반해 아직 제주도가 레저스포츠의 관광목적지로서 낮게 평가되고 있고 만족도도 떨어지고 있는 것으로 판단되는 바, 집중적으로 관리하여야 할 필요성이 있다.

제 2 절 연구의 한계

이상의 결과는 다음과 같은 한계점을 가지고 있으며, 이를 통하여 향후 연구과제는 다음과 같다.

본 연구는 시간적 배경을 2008년 10월 1일부터 10월 15일까지 제주도를 방문한 관광객으로 한정하였기 때문에 다른 계절의 방문객과 차이가 있을 수 있어 연구결과를 일반화시키는 데는 한계가 있다. 따라서 계절별 방문객의 선택속성이 다를 수 있으므로 이와 관련한 연구도 향후 이루어져야 할 것이다.

둘째, 연구대상지를 제주지역으로 한정하여 조사를 함으로써 여타 관광지의 선택속성을 설명 하는 데는 한계점이 있다. 따라서 관광목적지의 선택속성으로서 일반화 될 수 있는 연구가 필요하다.

따라서 향후 연구에서는 위에서 제시한 부분 및 다양한 각도에서 연구들이 이루어져야 하고, 이러한 결과는 관광목적지로서의 제주도의 계획·개발 시 정책적 시책을 수립하는데 이바지 할 수 있을 것으로 사료된다.

참고 문헌

1. 국내문헌

- 고계성(2006). 관광목적지 유형에 따른 매력성에 관한 연구, 제주대학교 박사학위논문
- 고동우(1998). “관광의 심리적 체험과 만족감의 관계”, 고려대학교 대학원 박사학위 논문
- 고순영(2005). 민박입지 유형별 이용객의 민박속성에 대한 중요도-만족도 분석, 동의대학교 석사학위논문
- 공기열(2006). IPA 기법을 이용한 여가활동 평가, 관광연구 Vol.20 No.3, p. 285-303
- 곽노엽(1998). “관광지속성의 선호도 연구,” 경기대학교 대학원 박사학위논문.
- 곽재용(2006). 개인가치가 관광지선호속성과 과시, 합리적관광행동에 미치는 영향에 관한 연구: 노인관광을 중심으로, 대구대학교 박사학위논문
- 권정택(2001). 관광이벤트의 방문동기와 사후 이미지가 만족과 재방문 의도에 미치는 영향. 대구대학교 박사학위 청구논문.
- 기기철(2005). 重要度-成就度 分析(IPA)을 利用한 教育서비스 平價, 경상대학교 석사학위논문
- 김경옥(2004). 서비스 품질에 대한 고객만족이 호텔 재방문 의사에 미치는 영향. 경희대학교 석사학위 청구논문
- 김계섭, 안윤지(2005). 문화관광자원의 매력속성, 자원해설, 관광만족간의 영향관계, 대한관광경영학회, 관광연구 Vol.19 No.1, p. 247-272
- 김민철, 부창산, 김영훈(2008). 제주지역 내 중국 및 일본 관광객의 선택속성의 차이분석, 한국지역지리학회, 한국지역지리학회지 Vol.14 No.2, p.126-140
- 김성일(1991) 중요도-성취도 분석을 위한 공원경영평가, 한국임학회지 80(1), pp. 103-108
- 김시중(2005). 전시컨벤션 개최지 선택속성의 차이 및 선호에 관한 연구, 한국산업경제학회, 산업경제연구, Vol.18 No.6, p. 2791-2816
- 김유하(2008). 리조트의 입지유형에 따른 관광객의 리조트 선택속성 비교 연구 : 국내 산악형,해안형 리조트를 중심으로, 세종대학교 석사학위논문
- 김이향(2006). “방한 중국인의 한류태도, 관광목적지 이미지, 관광지 선택속성, 만족”,

동아대학교 석사학위 논문

- 김홍렬, 윤설민(2008). 국내외 신혼여행목적지 포지셔닝 및 선택에 영향을 미치는 관광지 속성에 관한 연구, 대한관광경영학회, 관광연구 Vol.23 No.1. p. 275-293
- 변우희, 노정철(2002), “백제문화권 관광발전을 위한 가치평가와 대응전략: IPA적용”, 관광·레저연구, 14(2), p. 25-46.
- 문성중(2006). “지역축제 이벤트평가를 위한 축제속성과 우선순위 도출을 위한 모형연구,” 한양대학교 박사학위논문.
- 박석희(2002). “신관광자원론,” 대왕사.
- 박수완, 한승엽(1998). 관광동기와 관광지 매력속성과의 관계에 관한 연구, 한국호텔경영학회, 호텔경영학연구 Vol.7 No.2, p.35-51
- 변우희, 노정철(2002). 백제문화권 관광발전을 위한 가치평가와 대응전략 : IPA 적용, 한국관광·레저학회, 관광레저연구, Vol.14 No.2, p. 25-46
- 서윤원(1999). 中國人 觀光客의 行動特性에 따른 満足度 研究, 경희대학교 석사학위논문
- 오상훈, 고계성(2005). IPA를 이용한 섬 관광지 매력성 평가: 제주섬의 사례, 대한관광경영학회 관광연구 Vol. 19, No.3 p. 45-58
- 오민재, 이소연(2008). 여행 목적과 관광객 만족에 의한 생태관광객 동기 세분화, 한국관광연구학회(구 한국관광개발학회), 관광연구저널 Vol.22 No.1, p. 277-290
- 이경하·문혜영·김홍범(2002). “관광지 속성과 공간마찰변수가 관광지선택에 미치는 영향,” 관광학연구, 17(2), pp. 1-22.
- 이동규, 이흥규(2006). 항공사 객실승무원의 공통역량에 관한 IPA, 한국관광연구학회, 관광연구저널 Vol.20 No.3, p. 123-136
- 이애주(1988). “관광지 선택행동에 관한 연구: 관광객의 지각 및 선호도를 중심으로,” 세종대학교 박사학위논문.
- 이용기, 정남호, 이충기(2006). IP 분석을 통한 수안보 온천제의 활성화 방안에 관한 실증연구, 한국호텔경영학회, 호텔경영학연구 Vol.15 No.1, p. 291-308
- 이충기, 김홍미, 안대회(2008), 한국관광에 대한 일본관광객의 지각된 가치가 방문객 만족도와 재방문의사에 미치는 영향 연구, 한국관광·레저학회, 관광·레저연구 제 20권 제4호, pp. 69 ~ 85
- 장병수, 변우희(2004). 관광상품 지각에 의한 관광목적지 평가, 한국관광학회, 관광학연

- 구, Vol.28 No.1, p. 83-107
- 제주특별자치도(2008). 2007년 제주관광동향에 관한 연차보고서
- 조장현, 권종현(2005), 관광정보 내용의 중요도 및 정보원천 이용수준이 여행상품 선택 속성에 미치는 영향 연구, 한국관광레저학회, 관광레저연구 Vol.17 No.3, p. 59-76
- 조장현, 권종현(2005), 유럽관광지 매력속성의 기대수준과 만족수준 평가 및 재방문/추천과의 관계 연구, 대한관광경영학회, 관광연구, Vol.19, No.2, p. 19-34.
- 최기종·박상현(2001), “IPA를 이용한 관광지 평가 -산정호수 사례연구”, 호텔경영학 연구, 10(1), p. 275.
- 최설매(2003). “IP분석에 의한 방한 중국인 관광객의 관광지 선택속성과 만족에 관한 연구,” 동아대학교 대학원 석사학위논문.
- 한상열·이주희·서응철·김범수(2000). “도시자연녹지의 이용실태와 효율적 활용방안을 위한 Greenway 시스템 도입에 관한 연구,” 한국임학회지, 89(5), pp. 576-584.
- 한송이(2006). 컨벤션 기획가의 호텔 브랜드 이미지 속성에 관한 연구 : IPA 모델적용, 경희대학교 석사학위논문
- 홍성희(2008). 지역축제 방문객의 방문동기와 만족도, 추천의도에 관한 연구: 보령머드 축제를 중심으로, 숙명여자대학교 석사학위 논문

2. 해외문헌

- Andrea Feunekes, Analysis of the Importance-Performance Technique for Instructor Evaluation at NOLS, Journal. Agr. Sci, Chungbuk Nat'l Univ 11(1), 1993, pp. 20-39.
- Backman et al.(1995). Event tourism: an examination of motivations and activities, Festival Management and Event Tourism, 3(1)
- J. L. Crompton and P. K. Ankomah(1993), "Choice Set Propositions in Destination Decisions", Annals of Tourism Research, 20, pp. 461-476.

- Crompton & Lamb, Charles W, Jr, Marketing Government and Social Service, New York, NY; John Wiley and Sons, 1986.
- E. J. Mayo(1973). Regional Image and Regional Travel Development, Travel and Tourism Research Association Proceeding.
- E. F. Ferrario(1986). "Black and White Holidays: The Future of the Local Tourist Industry in South Africa," Annals of Tourism Research, 13, pp. 331-348.
- Frank Guadagnolo, The Importance Performance Analysis An Evolution and Marketing Tool, Journal of Park and Recreation Administration 3(2), 1985, pp. 12-22.
- Fumito Yokoyama(1991). Casual Modeling of Tourist Satisfaction: Application to Michigan's Northwestern Costal Tourism Region, Ph. D. Dissertation, Michigan State University.
- E. Inskeep(1991), Tourism Planning: An Integrated and Sustainable Development Approach, New York: Van Nostrand Reinhold, pp. 25-34.
- A. J. Haahti(1986). "Finland's Competitive Position as a Destination", Annals of Tourism Research, 13, pp. 11-35.
- Pizam, A. et al(1978). Dimension of Tourist Satisfaction with Destination Area, Annals of Tourism Research, 5(3): 314-322
- van Raaij, F. W. & Francken, A. D.(1984). Vacation Decisions Activities and Satisfactions ", Annals of Tourism Research, vol. 11, pp.406~418.
- Uysal M. G, Howard & U Jamrozy, An Application of Importance Performance Analysis to a Ski Resorts A Case Study in North Carolina, Visions in Leisure and Business, 10(spring), 1999, pp. 16-25.

부록 (설문지)

제주도 방문 내국인 관광객 만족에 관한 연구

안녕하십니까?

제주도를 방문하신 것을 진심으로 환영합니다. 본 설문지는 제주도를 방문하신 내국인 관광객을 대상으로 전반적인 만족도를 분석하여 향후 제주관광에 활성화 방안을 제시하고자 합니다.

본 설문지에 대한 응답 내용은 무기명으로 처리되며 통계목적으로만 사용됩니다. 귀하의 응답이 본 연구에 귀중한 자료로 활용되오니 바쁘시더라도 이 조사에 적극적으로 협조해 주실 것을 부탁드립니다.

설문에 응해 주셔서 감사합니다.

2008. 10

지도교수 : 제주대학교 대학원 관광개발학과 교수 송재호
연구자 : 제주대학교 대학원 관광개발학과 석사과정 김석근

I. 다음은 관광행태에 관한 질문입니다.

1. 귀하는 이번 제주방문이 몇 번째 방문입니까?

- ① 첫 방문 ② 2번째 ③ 3번째 ④ 4번 이상

2. 금번 제주여행의 형태는 어떤 것입니까?

- ① 개별여행 ② 여행사가 아닌 다른 조직(친목, 소속단체)에 의한 단체여행
③ 여행사를 통한 단체여행 ④ 위로, 연수여행 ⑤ 기타 ()

3. 금번 제주여행은 누구와 함께 오셨습니까?

- ① 혼자 ② 부부동반 ③ 가족/친지 ④ 친구/연인 ⑤ 단체/모임 ⑥ 기타

4. 제주도에서의 총 체제 일수는 어느 정도입니까?

- ① 1박 2일 ② 2박 3일 ③ 3박 4일 ④ 4박 5일 ⑤ 5박 이상

5. 귀하께서 제주도에 관한 여행정보를 얻으실 때 가장 믿을만한 정보원은 어떤 것이었습니까? 한 가지만 선택해 주십시오.

- ① 여행사 ② 광고(신문, 잡지, TV) ③ 가족, 친구 등 구전 ④ 인터넷
⑤ 여행 안내책자 ⑥ 소속회사 및 단체 ⑦ 기타()

II. 관광지 선택속성에 관한 문항입니다. 관광지 선택 시 아래 속성들이 얼마나 중요했는지 관광 후 얼마나 만족하셨는지를 해당되는 사항에 V표를 해주시기 바랍니다.

내 용	중요도					성취도				
	매우중요	중요	보통	중요하지않음	전혀중요하지않음	매우만족	만족	보통	불만족	매우만족
교통수단	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
지역주민의 친절성	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
안내책자	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
예약서비스(인터넷,전화,직접방문)	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
정보취득용이	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
불편사항신속처리	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
공항시설	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
숙박시설	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
쇼핑시설	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
편의시설	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
유희오락시설	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
쇼핑상품	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
쇼핑 가격	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
쇼핑편리	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
음식가격	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
음식종류	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
음식청결	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
야간관광	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
야간관광 자연경관	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
문화행사/축제	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
레저 스포츠	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤

Ⅲ. 제주를 방문하신 후의 만족 및 재방문 의도에 관한 문항입니다. 해당되는 사항에 V표를 해주시기 바랍니다.

항목	매우 그렇다	그렇다	보통	그렇지 않다	전혀 그렇지 않다.
제주 방문은 전반적으로 만족스러웠다	①	②	③	④	⑤
제주를 다시 방문할 의도가 있다	①	②	③	④	⑤
제주를 타인에게 추천할 의향이 있다	①	②	③	④	⑤

Ⅳ. 다음은 귀하의 인구통계학적 특성에 대한 질문입니다. 해당사항에 V표시를 해주십시오.

1. 귀하의 성별은 ?

- ① 남 성 ② 여 성

2. 귀하의 연령은 ?

- ① 20대 ② 30대 ③ 40대 ④ 50대 ⑤ 60대 이상

3. 귀하의 최종학력은 ?

- ① 고졸이하 ② 전문대졸 ③ 대졸 ④ 대학원 이상

4. 귀하의 주거지역은 어느 곳입니까 ?

- ① 서울 ② 부산 ③ 인천 ④ 대구 ⑤ 대전 ⑥ 광주 ⑦ 울산
⑧ 경기도 ⑨ 강원도 ⑩ 충청도 ⑪ 전라도 ⑫ 경상도 ⑬ 기타 ()

5. 귀하의 월평균 가구 소득은 대략 어느 정도입니까 ?

- ① 150만원 이하 ② 151-200만원 ③ 201-250만원 ④ 251-300만원
⑤ 301-400만원 ⑥ 401-500만원 ⑦ 501만원 이상

6. 귀하의 직업은 ?

- ① 전문직 ② 사무/관리직 ③ 기능/생산직 ④ 자영업 ⑤ 농/수/임업
⑥ 서비스직 ⑦ 주부 ⑧ 학생 ⑨ 무직 ⑩ 기타 ()

- 설문에 응답해 주셔서 진심으로 감사 드립니다.

ABSTRACT

A Study on Tourist Resort-Choosing Property and Satisfaction of Jeju Tourists

- Focused on IPA -

Suk-Geun Kim

Department of Tourism Development

Graduate School of

Cheju University

Advisor : Professor Jae-Ho Song

The purpose of the study was to examine what factors had an important effect on making domestic tourists visiting Jeju choose Jeju as their tourism destination, and whether their satisfaction followed by such factors had an effect on making them revisit jeju on the basis of a critical mind proposed before.

To achieve the purpose, the study grasped level of factors attaching great importance to tourists' choice by examining importance and achievement of tourist resort-choosing property of jeju tourists through IP analysis, compared characteristics of their behaviors by comparing their satisfaction after visiting Jeju and examined an effect of achievement of choice property on overall satisfaction and revisit.

As the results of analyzing positively on an effect of achievement of tourist resort-choosing property on their satisfaction and correlations between their satisfaction and revisit, first, achievement (satisfaction) of tourist resort-choosing property had an effect on overall satisfaction.

Especially, food factors such as food kinds, food price and food cleanness had the largest effect on domestic tourists' satisfaction.

Second, domestic tourists' overall satisfaction had a great deal of effect on their revisit and their recommendation for Jeju as a tourist resort. Third, residential area and the final scholarship which were demographical characteristics of domestic tourists had differences in tourists' satisfaction. Therefore, it was reaffirmed that a unique local food of only Jeju had a large effect on tourists' satisfaction, which made tourists revisit Jeju.

As the results of carrying out importance-achievement of tourist resort-choosing property with domestic tourists, most of them attached great importance to all properties, and properties with the most differences in importance and achievement of domestic tourists were shopping goods, shopping price, food price, food cleanness, leisure sports, easy acquisition of information, cultural events & festivals, amusement facilities, reservation service and convenience in shopping.

Shopping goods, shopping price, food price, food cleanness, cultural events & festivals were items that tourists attached great importance to. However, they didn't satisfy tourists as much as tourists expected. Leisure sports, amusement facilities and convenience in shopping also had low expectation and satisfaction. Therefore, price management in shopping and food, goods development and management of sanitary cleanness should be put before everything and Jeju should concentrate their efforts on opening and making public relations of cultural events and festivals so that Jeju may satisfy tourists more and induce their revisit as a tourism destination.

In the event of leisure sports out of low-estimated items, demand of individual tourists is continuously increased, and they have a distinct tendency to enjoy diverse leisure sports. However, Jeju is lowly estimated as a tourism destination for leisure sports and so Jeju tourists had low satisfaction. Therefore, leisure sports should be intensively managed.

In the above parts, if supplementation and development are realized

and researches are carried out in diverse ways, it is thought that they will contribute to making political measures at the time of planning/developing Jeju as a tourism destination.

