

온천관광지의 선택속성과 만족에 관한 연구

- 제주지역을 중심으로 -

Study on the Selection Attributes and Satisfaction Level on Hot Spring Tourist Attractions

- Focused on Jeju Region-

문재홍* · 최용복**

(Moon, Jae-Hong · Choi, Yong-Bok)

목 차

- | |
|------------|
| I. 서론 |
| II. 이론적 배경 |
| III. 조사 설계 |
| V. 실증분석 |
| VI. 결론 |
| IV. 참고문헌 |

I. 서론

온천은 인류역사와 더불어 인간생활과 밀접한 관계와 불가분의 인연을 갖고 직·간접적으로 인간에게 많은 혜택을 부여하여 왔으며, 고대로 전래된 민간요법에서부터 현대 관광휴양지 자원 이용에까지 인간의 보건과 국가 경제에 기여한바가 크다(이명수, 1994). 일반적으로 관광지 선택에 영향을 미치는 요인은 크게 외적인 요인(external factors)과 내적인 요인(internal factors)으로 분류할 수 있으며, 외적인 요인에는 문화·하위문화, 사회계층, 준거, 집단, 가족·역할 등이 있고, 내적인 요인에는 성격, 학습, 동기, 지각, 태도 등이 있

* 제주대학교 관광개발학과 박사과정

** 제주대학교 관광개발학과 교수

다. 일반적으로 관광객의 의사결정은 외적인 요인과 내적인 요인이 복합적으로 작용한다. 다시 말해서 관광객의 구매행위, 즉 소비자행동은 외적인 요인, 내적인 요인이 통합적으로 영향을 미친다는 의미이다(박시사, 2008).

온천관광지 선택도 이와 같은 의사결정에 준거하여 결정될 수 있다. 김시중(2005)에 따르면, 온천 관광지란, 일상 생활권에서 떨어져 있는 곳에서 온천을 통한 보양을 위한 목적으로 체재하는 관광지이다. 그리고 이러한 온천 관광지는 대다수 국민들이 선호하는 대중적인 관광 목적지로 주목받고 있다.

타카하시(2010)의 연구에 의하면, 온천 활동을 통한 웰니스(wellness)를 일본과 한국의 온천이용객을 대상으로 설문한 결과 한국인의 온천 활동에 대한 관심도가 높은 것으로 나타났다. 또한 우리나라의 온천 활동은 오랜 시간 지속되어온 전통이 여가활동의 하나이고, 이러한 맥락에서 온천 활동을 통해 건강을 얻는 노인의 온천시설이용 활동은 삶의 질을 향상시키는 중요한 역할을 한다고 볼 수 있다(전승범, 2006).

본 연구에서는 온천관광의 대중화에 따라 온천관광지에 대한 선택속성이 만족도에 어떻게 영향을 미치는지를 살펴보고자 한다. 이와 같은 연구의 결과를 통해서 제주지역의 온천 활성화 다양화 방안에 대한 시사점을 제시하는 데 연구의 목적이 있다. 보다 심화된 연구를 위하여 본 연구에서는 제주지역의 온천관광객의 한정하여 연구 범위를 설정한다.

II. 이론적 배경

2.1 온천관광지 선택속성

온천관광지 선택속성은 국내외의 여러 학자들에 의해 각기 다른 속성변수를 대상으로 연구가 이루어졌다. 온천수의 수질, 효능, 온도 등을 주요변수로 활용하였다. 온천 및 부대 시설 등 시설과 관련된 속성들로는 목욕시설, 어린이시설, 온천탕의 분위기 및 청결, 숙박 시설의 청결 및 편의시설이며, Goodrich(1980), Gartner(1989), Muller(1991), Deng(2007)의 온천관광지 연구에서 선택속성으로 활용되었다.

온천관광지의 관광 및 주변 여건에 관련된 속성들로서 온천관광지의 지명도, 특정 업소 선호도, 자연경관, 주변공원 조성정도, 관광지의 혼잡도, 연계관광지, 주변 문화 유적, 교통수단 편리성 등인데 온천관광지의 관광과 주변 여건에 관련된 속성들로 Hahti(1986), Muller(1991) 등의 학자들이 연구에서 활용하였다.

온천종사원 및 지역주민의 친절 및 서비스 등과 관련된 변수들은 Deng(2007) 및 김시

중(2005)의 온천관광지 관련 연구에 활용되었다. 한편 온천 여행비용, 숙박시설 이용 요금 및 온천탕 및 목욕시설의 이용요금 등은 Goodrich(1980)의 온천관광지 관련 연구에서 선택속성으로 활용되었다.

이러한 선행연구를 종합하여 분석하면, 온천과 직접적으로 관련 있는 온천수, 온천 및 부대시설, 온천비용 등의 선택속성과 함께, 온천관광지의 관광 및 주변 여건에 관련된 속성들 그리고 온천 종사원 및 지역주민의 친절 및 서비스 등과 관련된 선택속성들이 변수로 활용된 것으로 파악되었다. 한편 국외연구자와 국내연구자를 비교하면 온천의 온도, 수질, 효능 및 수량에 관련하여 국외 연구자는 온천관광지 선택 속성 변수로 활용하지 않고 있으나, 국내연구자는 모두가 변수로 활용하고 있는 것으로 나타났다.

2.2 만족도

관광만족의 개념은 동기, 선호도, 심리적 결과, 그리고 경험의 기대와 같은 다양한 용어들과 관련하여 다루어져 왔다. 이러한 접근법은 관광에 대한 요구와 동기, 경험의 유형 등에 대한 인지를 관광만족으로 가정하고 있으며, 이러한 관광만족은 관광체험에 대한 평가이며, 주로 경험의 기능적 측면을 지향하고 있다(Iso-Ahola, 1984).

관광만족의 구성요인은 크게 전반적 만족과 소비만족, 관광활동만족, 비교만족 등으로 구분할 수 있다. 관광만족요인은 관광체험이나 관광경험의 후 요인으로 전반적 만족을 고려하고 있는데 전반적 만족은 관광대상과 관광활동, 관광 자가 느끼는 가치 등을 포괄적으로 포함하고 있다(정익준·안범용·장태선·김미경·배순철, 2008).

일반적으로 만족이란 '제공된 제품 및 또는 서비스를 획득하거나 소비함으로써 유발되는 욕구 및 요구를 충족시키는 정도에 대한 소비자의 주관적인 평가이다(Czipeil & Rosenberg, 1974). 고객만족은 관광경험에서 발생한 결과(outcome) 또는 평가과정(process)에 초점을 두고 접근 할 수 있다(이유재·라선희, 2006). 전자의 입장에서는 고객만족을 소비경험으로부터 야기되는 결과로 개념화하였다. 관광경험의 발생 결과로 보는 측면에서 관광자 만족을 정의하면, '관광자 자신이 관광경험에 대해서 사후에 그 이미지를 평가하는 것으로서 전체 경험에 대한 일종의 태도'(Lounsbury & Polik, 1992), '관광자가 관광지에 대해서 가지고 있던 기대와 실제 경험간 상호작용의 결과' 또는 '기대에 대해 불일치를 경험하는 경우의 감정과 여행경험에 대해서 관광자가 미리 보유했던 감정 때문에 복합적으로 야기될 수 있는 전체적인 심리적상태'(Dann, 1979) 등으로 설명하고 있다. 반면에 과정에 초점을 맞춰, 고객만족은 '소비한 경험이 최소한으로 개대하였던 것보다는 좋았다는 평가'(Hutt, 1997), 소비자의 반응' 등으로 설명되고 있다.

2.3 연구대상지역 일반현황

본 연구의 대상지는 제주도 산방산 탄산 온천지구이다. 제주도는 한반도의 서남단 해상(동경 126도 10분에서 126도 58분, 북위 33도 06분에서 34도 00분 사이)에 위치한 화산섬 중앙에 1,950m의 한라산을 중심으로 동서 방향은 매우 완만하고 남북 방향은 약간 급한 경사를 이루고 있다.

제주산방산 탄산 온천지구는 제주도 서남부권 서귀포시 안덕면에 산방산과 단산 사이에 위치하고 있으며 한라산 및 남측해안선의 형제섬 등이 있어 바다조망이 양호하다. 부지는 전답 등 농경지로 형성되어 있으며 90%가 평지다. 북고 남저형의 지형으로 표고차가 거의 없는 완경사 내지는 평탄지고, 표고는 26~58m로 32m의 표고차를 나타낸다.

부지는 대부분 밭으로 이용되고 있으며, 부지를 관통하는 몇 개의 농로가 있다. 부지 내는 대부분 평탄지형으로 특별한 수계를 이루고 있지 않으며 농수로 등은 강우시 외에는 건천상태이며 강한 바람이 많고 일기변화는 잦으나 해상에 의한 기후성질로 대체로 온화하며 강우량이 많은 다우지대로서 해양성 기후를 나타낸다. GIS 보전 등급 상 지하수, 경관, 생태계 등 4~5등급으로서 행위제한은 없다. 한라산을 중심으로 한 소화산, 계곡, 절벽, 능선 등의 산악자원과 해안단에, 폭포, 중산간초지 등 육지부에 비해서 매우 특이한 경관자원을 가지고 있고, 지형 상으로는 산악지대, 중산간지대, 해안지대로 구분형성 지표의 90%이상이 현무암으로 덮여 있으며 “화산의 보고”라고 칭할 정도로 화산지형이 다채롭게 발달되어 있다. 제주산방산탄산 온천수의 효능은 총용존 고용물질(T-Solid)은 4,520 mg/l로서, 인체에 이로운 광물질을 다량 함유하고 있다. 유리탄산, 중탄산이온, 나트륨성분은 국내 최대치로 공식판명(Free CO₂ : 1,628mg/l, HCO₃ : 3,563mg/l, Na : 1,180mg/l) 되어 3개공 1일 적정 양수량 2,537ml/일이다.

수소이온 농도에 의한 분류로는 PH값이 평균 6.58-7.78ppm의 중성 및 약알칼리성 수질에 의한 온천분류상 탄산온천(“중탄산나트륨천” 혹은 “중탄산토류천”)에 해당된다. 온도에 의한 분류는 용출온도는 29.6~31.0°C으로써 미온천에 해당하나 탄산온천으로서는 높은 편이다. 제주탄산온천은 관광객이 년 30만 입장한다(제주산방산온천사업자료).

Ⅲ. 조사 설계

3.1 가설의 설정

가설이란 변수들 간의 관계를 연구자가 실험을 통하여 밝히고자 하는 현상을 요약한 문

장이라고 할 수 있다. 본 연구에서는 연구의 목적에 따라 관광객 가치가 온천관광지 선택 속성에 관계(유의적 차이)가 있음을 검증하기 위하여 이론적 고찰을 하였고, 이를 토대로 하여 연구의 가설을 설정하였다.

따라서 본 연구에서는 다음과 같이 3개의 연구가설을 설정하였다.

H1: 온천관광지 선택속성은 만족도에 영향을 미칠 것이다.

H2: 이용객특성에 따라 온천관광지 선택속성에는 차이가 있을 것이다.

H3: 이용객특성에 따라 만족도에는 차이가 있을 것이다.

3.2 조사 설계 및 방법

설문 문항에서 온천관광지 선택속성에 관련된 변수는 선행연구에서 고찰된 변수를 활용하였으며, 만족도 및 이용객특성에 관한 문항으로 구성되었다. 분석 척도유형에서 온천관광지 선택속성 및 만족도에 관한 문항은 리커트 5점 척도를, 그리고 이용객 통계적 특성에 관한 문항은 명목척도를 사용하였다.

본 연구의 분석대상 온천관광지는 산방산탄산온천을 방문한 이용객을 대상으로 조사를 실시하였다. 설문조사는 2015년 3월 10일~30일 까지 20일간 20세 이상 산방산 탄산온천을 방문한 이용객으로 제한하였으며, 설문조사는 면접을 통하여 온천을 방문한 이용객이 직접 설문지에 기입하는 자기기입식 설문지법이 활용되었다. 설문조사는 총 300명을 대상으로 설문을 배포하였고, 회수된 280부 중 불성실하게 응답한 설문 8부를 제외한 272부를 최종 유효 표본으로 분석에 활용하였다.

분석방법은 SPSS 12.0 통계패키지를 이용하였다. 표본의 특성과 항목별 특성을 살펴보기 위하여 빈도분석을 실시하였고, 측정변수의 단일차원성과 타당성분석을 위해 탐색적 요인분석을 통하여 요인을 추출하였다. 항목들 간의 내적일관성을 알아보기 위해 Crobach's 알파계수를 이용하여 신뢰성을 검증하였다. 그리고 본 연구의 가설을 검증하기 위하여 t-검정, 일원배치분산분석, 다중회귀분석을 실시하였다.

V. 실증분석

4.1 표본의 이용객 특성

분석에 이용된 표본 272명의 이용객 통계적 특성을 파악하기 위해 빈도분석 실시결과

는 다음 <표1>와 같다.

성별로 보면, 여성은 54.4%, 연령은 30대 이상이 35.7%, 학력은 대졸44.1%, 방문횟수는 1-2회 68%, 수집경로는 인터넷 54.4%로 나타났다.

<표1> 조사표본의 특성(N=272)

구 분	변수	빈도	비율(%)
성별	남성	124	45.6
	여성	148	54.4
연령	20대	55	20.2
	30대	97	35.7
	40대	55	20.2
	50대	42	15.4
	60대 이상	23	8.5
	학력	고졸이하	55
	전문대졸	69	25.4
	대학졸	120	44.1
	대학원졸	28	10.3
방문횟수	1-2번	185	68.0
	3-4번	41	15.1
	5-8번	21	7.7
	9번이상	25	9.2
	온천정보 수집경로	주변사람	81
	홍보책자	27	9.9
	인터넷	148	54.4
	여행사	16	5.9

4.2 신뢰도 및 타당성 분석

4.2.1 온천관광지 선택속성에 대한 신뢰도 및 타당성 검증

온천관광지의 선택속성을 측정하는 20개 변수에 대한 요인분석은 주성분분석법을 통한 베리맥스 회전법을 사용하였다. 요인수의 결정은 최소 고유값을 기준으로 사용하여 고유값이 1이 넘는 요인을 추출하였다. 20개의 온천관광지 선택속성 변수에 대한 요인분석 결과는 5개의 요인으로 도출되었으며, 총분산설명력은 73.761%로 나타났다.

요인분석의 적절성을 판단하는 Bartlett의 구형성검사는 상관계수행렬이 영행렬이라는 가설은 ($p < 0.01$)수준에서 채택되었다. 그리고 Kaiser-Meyer-Olkin의 표본적절성 검사 결

과는 0.794로 요인분석에 적합한 것으로 판단되었다. 또한 각 요인에 포함된 내적일관성을 고려하기 위해 크론바하 알파 계수를 활용한 신뢰도 분석결과 20개 변수의 전체 신뢰도 계수는 0.912, 항목제거 시 알파 값은 최고 0.813로 나타났다. 도출된 5개의 요인의 크론바하 알파값은 최저 0.726로 높은 일관성을 가지고 있는 것으로 나타났다.

각 요인은 요인을 구성하는 항목들은 높은 요인적재량을 보여주고 있어 이들 항목들이 요인과 상호 관련성이 있는 것으로 판단 할 수 있다. 따라서 도출된 5개의 요인에 대하여 각각의 요인에 포함된 변수들의 특성과 선행연구 결과를 반영하여 요인1은 '서비스요인', 요인2은 '접근성 및 주변관광지 요인', 요인3은 '부대시설요인', 요인4은 '이용비용요인', 요인5은 '온천수질 요인'으로 명명하였다.

<표2>온천관광지 선택속성에 대한 신뢰도 및 타당성 검증 결과

요 인		적재치	공통성	고유값 (분산%)	신뢰도계수
제1요인 서비스	온천쇼핑·식음서비스	.872	.861	37.731 37.731%	.738
	온천지역주민의 친절성	.870	.706		
	온천관광지의 분위기	.746	.877		
	온천종사원 안내·태도	.725	.650		
제2요인 접근성 및 관광지	온천 주변관광지와 연계성	.761	.740	10.750 48.481%	.813
	공항·터미널간 접근성	.715	.744		
	온천주변의 자연경관	.707	.655		
	다양한 온천 주변 관광시설	.647	.719		
	온천주변 관광역사문화유적	.624	.709		
	온천 이동교통의 편리성	.587	.712		
제3요인 부대시설	오락 유흥시설	.708	.489	8.208 56.688%	.757
	온천의 숙박시설	.681	.462		
	온천의 다양한 부대시설	.544	.609		
	온천의 편리한 주차 시설	.528	.590		
제4요인 이용비용	온천이용 비용	.827	.787	8.119 64.807%	.726
	부대시설 이용비용	.812	.803		
	주변관광지 여행비용	.799	.809		
제5요인 온천수질	수질의 청결성	.871	.793	5.591 70.398%	.797
	온도의 적정성	.797	.746		
	온천의 효능	.653	.619		

KMO=0.794, Chi-Square=363.855 sig=.000 충분산실명력=70.398%

4.2.2 온천관광지 만족에 대한 신뢰도 및 타당성 검증

온천관광지 만족을 측정한 12개의 변수에 대한 신뢰도 및 타당성 검증을 위해 주성분분석법을 통한 베리맥스회전법을 이용한 요인분석을 실시하였다. 요인수의 결정은 고유값이 1이 넘는 요인을 추출하였으며, 결과는 3개의 요인으로 도출되었으며, 총분산설명력은 76.311%로 나타났다.

Bartlett의 구형검사의 유의수준은 0.000으로 나타났으며, KMO값은 0.793요인분석에 적합한 것으로 나타났다. 또한, 각 요인에 포함된 내적일관성을 고려하기 위해 크론바하 알파 계수를 활용한 신뢰도 분석결과 12개의 변수의 전체 신뢰도 계수는 0.880, 항목제거 시 알파값은 최고 0.938 나타났다. 도출된 3개 요인의 크론바하 알파값은 최저 0.793으로 높은 내적일관성을 가지고 있는 것으로 나타났다.

따라서 도출된 3개의 요인에 대하여 각각의 요인에 포함된 변수들의 특성과 선행연구 결과를 반영하여 요인1은 ‘온천수 만족’, 요인2는 ‘서비스 만족’, 요인 3은 ‘이용보상 만족’ 요인으로 명명하였다.

<표3> 온천관광지 만족도에 대한 신뢰도 및 타당성 검증 결과

요 인		적재치	공통성	고유값 (분산%)	신뢰도계수
제1요인 온천수만족	수질에 만족	.946	.941	44,643 (44,643)	.938
	질병의 치료	.943	.930		
	건강을 유지/ 회복	.938	.919		
	수온에 대해 만족	.755	.629		
제2요인 서비스만족	주변의 관광지 만족	.878	.803	18,157 (62.8)	.910
	직원태도, 서비스	.867	.793		
	이용비용 만족	.843	.800		
	부대이용 시설	.833	.733		
제3요인 이용보상 만족	재미있고 즐거운 시간	.866	.755	13,511 (76,311)	.793
	일상생활에 자유	.817	.698		
	가족/친구유대	.664	.472		
	신체적 휴식기회	.661	.624		

KMO= 0.793 Chi-Square= 102.721 sig= .000 총분산설명력=76.311%

4.3 가설검증

4.3.1 가설1 검증: 온천관광지 선택속성이 만족도에 미치는 영향

가설1의 검증을 위하여 다중회귀분석을 실시하였다. 먼저, 온천관광지 선택속성 중 만족

도 제1요인 '온천수 만족'에 미치는 온천수질은 ($p < 0.01$)유의하고, 이용비용요인, 접근성 및 주변관광지 요인과 서비스 요인, ($p < 0.05$)이 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 통계적으로 유의하지 않았다.

서비스만족 제2요인 분석한 결과는 온천수질요인, 접근성 및 주변관광지요인, 서비스요인에 미치는 영향에 ($p < 0.01$) 수준에서 유의한 것으로 나타났으며, 부대시설요인, 이용비용은 유의하지 않은 것으로 나타났다.

이용보상 제3요인에 미치는 영향은 접근성 및 주변관광지요인, 부대시설요인($p < 0.01$)유의하고, 온천수질요인, 서비스요인, 이용비용요인($p < 0.05$)은 유의하지 않은 것으로 나타났다.

각각의 회귀모형의 적합성은 ($p < 0.01$) 수준에서 각각 유의한 것으로 나타났고, 각각의 설명력은 12.4%, 15.2%, 9.8%로 분석되었다. 따라서 가설 1은 부분 채택되었다.

<표4> 온천관광지 선택속성이 만족도에 미치는 영향

종속변수	독립변수	비표준회계수		표준회계수	t	p
		B	표준오차	베타		
제1요인 온천수 만족	서비스	.055	.057	.072	.969	0.007**
	접근성 및 관광지	-.043	.044	-.072	-.966	
	부대시설	.058	.067	.066	.862	
	이용비용	.042	.075	.042	.650	
	온천수질	.234	.095	.175	2.545	
R=0.240 ^a , R ² =0.058, Adjusted R ² =0.040, F=3.249						
제2요인 서비스 만족	서비스	-.039	.063	-.047	-.626	0.064*
	접근성 및 관광지	-.036	.048	-.056	-.744	
	부대시설	.116	.073	.123	1.587	
	이용비용	.182	.082	.166	2.216	
	온천수질	-.046	.105	-.032	-.441	
R=0.195 ^a , R ² =0.038, Adjusted R ² =0.020, F=2.114						
제3요인 이용보상 만족	서비스	.100	.61	.121	1.626	0.023 *
	접근성 및 관광지	-.007	.047	-.011	-.144	
	부대시설	-.105	.072	-.112	-1.454	
	이용비용	.123	.080	.114	1.526	
	온천수질	.174	.103	.121	1.690	
R=0.218 ^a , R ² =0.048, Adjusted R ² =0.030, F=2.657						

주) * $p < 0.05$, ** < 0.01

4.2.2 가설2검증: 이용객통계적 특성에 따른 온천관광지 선택속성에 대한 차이분석

가설 2의 검증을 위해 t-검정과 일원배치분산분석(ANOVA)를 실시하였다. 먼저, 성별에 따른 온천관광지 선택속성에 대한 t-검정 결과, 모든 온천관광지 선택속성 요인은 ($p < 0.01$)에서 유의한 차이를 보인다. 모든 온천관광지 선택속성은 여성이 남성보다 높게 나타났다.

연령별로는 이용비용 요인($p < 0.01$), 접근성 및 주변관광지 요인($p < 0.05$), 비용 및 시설 요인($p < 0.05$)에서 차이를 보이고, 온천수질요인은 유의한 차이를 보이지 않는다. 던컨(Duncan)의 사후검정을 실시한 결과, 온천관광지 선택속성 중 이용비용요인과 온천수질요인, 모두 60대 이상에서 가장 높게 나타났다.

학력에 따른 온천관광지 선택속성에 대한 차이분석 결과, 이용비용 요인($p < 0.01$) 서비스 요인과 온천수질은 유의한 차이를 보인다. 사후검정결과, 온천관광지 선택속성 중 접근성 및 주변관광지요인과 서비스요인, 부대시설요인, 고졸 이하가 가장 높은 것으로 나타났다.

방문횟수에 따른 온천관광지 선택속성에 대한 인식의 차이는 이용비용요인에서 ($p < 0.01$) 수준에서 유의하였으며, 서비스요인, 접근성 및 주변관광지요인, 부대시설요인, 유의한 차이를 보인다. 사후검정결과, 온천관광지 선택속성 중 이용비용요인과 접근성 및 주변관광지요인과 부대시설요인, 온천수질요인, 방문한 이용객이 가장 높은 것으로 나타났다.

온천정보에 따른 온천관광지 선택속성에 대한 인식의 차이는 이용비용요인에서 ($p < 0.01$) 수준에서 유의하였으며, 접근성 및 주변관광지요인($p < 0.05$), 부대시설요인($p < 0.05$) 유의한 차이를 보인다. 사후검정결과, 온천관광지 선택속성 중 이용비용요인, 온천수질요인 부대시설요인, 접근성 및 주변관광지요인과 서비스요인이 높은 것으로 나타났다.

<표5>이용통계적 특성에 따른 선택속성에 대한 인식 차이분석

구 분		서비스	접근성 및 관광지	부대시설	이용비용	온천수질
성별	남성	11.66	18.22	11.29	7.86	9.63
	여성	12.45	19.24	11.42	8.49	10.04
	t값	-2.190	-2.154	-0.422	-2.288	-1.978*
연령대	20대	11.10a	18.18a	10.90a	7.85	9.54
	30대	12.16ab	18.38ab	11.01a	8.17	9.78
	40대	12.22ab	18.92ab	11.36a	8.2	9.87
	50대	12.41ab	18.92ab	11.54a	8.33	10.01
	60대 이상	13.12b	20.28b	12.67b	8.57	10.16
	t값	2.449	1.364	2.122	0.517	0.665

학력	고졸이하	12,48b	19,83c	11,94b	8,47	10,2b
	전문대졸	11,77ab	18,22ab	11,00ab	7,95	9,41a
	대학졸	12,33b	19,02bc	11,54b	8,29	9,88ab
	대학원졸	11,11a	17,02c*	10,34a*	7,93	10,29b
	값	1,865	3,952	2,920	0,707	2,611
방문 횟수	1-2번	11,91	18,88ab	11,26	8,27	9,88
	3-4번	12,15	18,64ab	11,40	8,10	9,98
	5-8번	12,21	17,27a	11,07	7,76	9,16
	9번이상	13,23	19,51b	12,26	8,11	9,99
	값	1,464	1,393	1,137	0,335	1,282
온천 정보 수집	주변사람	12,52	19,21a	11,68	8,13	9,84
	홍보책자	12,87	20,13a	11,40	8,25	10,23
	인터넷	11,64	18,26a	11,09	8,26	9,82
	여행사	12,72	19,10a	12,17	8,00	9,52
	값	2,610	2,351	1,411	0,101	0,656

주) * p < 0.05, ** p < 0.01, a < b < c Duncan 사후검정

4.3.3 가설3 검증: 이용객 통계적 특성에 따른 만족도에 대한 인식 차이분석

가설 3의 검증을 위해 t-검정과 일원배치분산분석(ANOVA)를 실시하였다. 먼저, 성별에 따른 만족도에 대한 차이분석 결과, 만족도요인은(p<0.01)에서 유의한 차이를 보인다. 만족도는 여성이 남성보다 높게 나타났다.

연령별로는 서비스만족요인(p<0.01), 이용보상만족요인(p<0.05), 온천수만족요인(p<0.05)에서 차이를 보이고 있다. 던컨(Duncan)의 사후검정을 실시한 결과, 온천수질만족요인 가장 높게 나타났다.

학력에 따른 만족도에 대한 차이분석 결과, 이용보상만족요인(p<0.01), 서비스만족요인(p<0.05), 온천수질만족요인(p<0.05)에서 차이를 보이고 있다.

방문횟수에 따른 만족도에 대한 인식의 차이는 이용보상만족요인(p<0.01), 서비스만족요인(p<0.05), 수준에서 유의하였으며, 온천수질만족요인에서 (p<0.05)에서 차이를 보이고 있다.

온천정보에 따른 만족도에 대한 인식의 차이는 이용보상만족요인(p<0.01), 서비스만족요인(p<0.01)수준에서 유의하였으며, 온천수질만족요인(p<0.05)에서 차이를 보이고 있다.

<표6>이용객 통계적 특성에 따른 만족도에 대한 인식 차이분석

구 분		온천수만족	서비스만족	이용보상만족
성별	남성	12.89	10.68	11.86
	여성	12.61	11.01	12.17
	t값	0.984	-1.098	-1.011
연령대	20대	12.12a	10.39	12.25
	30대	12.34a	11.11	11.90
	40대	12.73a	11.06	12.29
	50대	13.00a	10.50	11.76
	60대이상	14.34b	11.07	11.93
	t값	4.445*	1.073	0.472
학력	고졸이하	13.05	10.81	12.09
	전문대졸	12.51	11.21	11.81
	대학졸	12.57	10.63	12.07
	대학원졸	13.40	11.07	12.29
	t값	1.580	0.868	0.305
방문 횟수	1-2번	12.54	10.87ab	12.10a
	3-4번	13.37	10.87ab	12.13a
	5-8번	12.38	9.93a	11.23a
	9번이상	13.41	11.50b	12.06a
	t값	2.378	1.522	0.807
온천 정보 수집	주변사람	13.07	10.70	12.17
	홍보책자	13.06	11.26	12.01
	인터넷	12.55	10.94	11.91
	여행사	12.19	10.19	12.45
	t값	1.357	0.767	0.361

주) * p < 0.05, ** p < 0.01, a < b < c Duncan 사후검정

VI. 결론

본 연구는 제주지역 온천관광지의 선택속성과 만족도가 어떠한 영향을 미치는지 그리고 이용객통계적 특성에 따른 선택속성과 만족도에 대하여 어떠한 차이를 보이는지 실증하여 제시하고자 하였다.

연구 결과를 요약하면, 첫째, 온천관광객의 선택속성 중 도출된 5개의 요인에 대하여 각각의 요인에 포함된 변수들의 특성과 선행연구 결과를 반영하여 요인1은 '서비스요인', 요인 2는 '접근성 및 주변관광지요인', 요인 3은 '부대시설요인', 요인 4는 '이용비용요인', 요인 5는 '온천수질요인'으로 명명하였고, 온천관광지 만족에 대한 도출된 3개의 요인에 대하여 각각의 요인에 포함된 변수들의 특성과 선행연구 결과를 반영하여 요인 1은 '온천수질만족', 요인 2는 '서비스만족', 요인 3은 '이용보상만족' 요인으로 명명하였다.

둘째, 이용객통계적 특성에 따라 온천관광지 선택속성에는 차이가 나타났으며, 온천관광지 선택속성 요인은 ($p < 0.01$)에서 유의한 차이를 보인다.

젊은 층은 주변관광지에 따라 선택하고, 60대에는 서비스만족도에 따라 선택하고, 고학력일수록 온천수질만족요인을 선택기준이 되었다.

마지막으로, 이용객통계적 특성에 따른 만족도에는 차이가 대한 인식차이가 시사하고 있는 점을 살펴보면, 만족도에 대한 인식의 차이는 서비스요인에서 ($p < 0.01$)수준에서 유의한 차이를 보인다.

실증분석결과에 대한 시사점은 다음과 같다. 성별에 따른 선택속성에 대한 인식은 온천수 만족이 여성이 남성보다 높게 인식하고 있는데, 이는 남성들보다 여성들이 전반적으로 온천수 만족요인에 관심이 높을 뿐만 아니라 연령대에 따라서는 온천수질과 서비스에서 차이를 보였으며, 온천수요인에 대한 검정 결과는 60대가 가장 높게 인식하고 있었으며, 건강유지 위하여 서비스에 필요성을 느끼는 것으로 파악된다.

정보는 시간에 따라 인터넷검색으로 방문객이 많았고, 주변소개로 관광 중에 온천욕을 즐기는 것으로 나타났다. 따라서 온천관광지 활성화와 발전을 위해서는 이를 이용하는 관광객들을 중심으로 온천관광지 선택 시 우선적으로 중요하게 고려하는 여러 속성들에 대한 필요와 욕구를 파악하여, 이용객에 맞는 온천관광지로서의 개발이 필요한 시점이라고 볼 수 있다.

이상의 시사점을 바탕으로 요약하면, 온천관광지 입장의 경영전략으로 시설교체나 인력 개발에 대한 재투자는 물론, 재방문객의 비율을 높일 수 있는 고객만족 영업 전략을 지속적으로 실시하여야 한다. 이를 통하여 방문객들의 전체 만족도를 높여서, 온천관광지에 대한 충성도를 높이는 전략이 수행되어야 할 것이다. 본 연구는 제주지역 온천관광지의 선택속성과 만족도를 대상으로 연구를 수행하였으므로, 표본의 대표성을 가지는데 부족하기 때문에 향후 연구에서는 공간성과 대상적 범위를 전국으로 확대하여 일반화할 필요가 있을 것이다.

IV. 참고문헌

- 김시중, 2005, “온천관광지 이미지, 속성 및 선호도 분석”, 한국지역지리학회지 11(4): 501.
- 이명수, 1994, 우리나라 온천현황과 개발절차, 농공기술, 94-109.
- 이유재·라선아, 2006, 한국기업의 서비스품질 평가제도 변천과정, 서울: 서울대학교출판부.
- 전승범, 2006, 노인들의 Wellness 인식에 관한 연구, 우석대학교 교육대학원.
- 정익준·안범용·장태선·김미경·배순철(2008), 「관광학원론 - 여가사회관광학」, 형설출판사.
- 타카하시 아유미, 2010, “온천을 통한 Wellness체험이 삶의 질에 미치는 영향”, 경희대학교 대학원 석사학위논문.
- Deng, W. (2007). Using a revised importance-performance analysis approach: The case of Taiwanese hot springs tourism Management, vol.28, pp1274-1284
- Gartner, W.C.(1989). Tourism Image: Attribute Measurement of State Tourism Products using Multidimensional Scaling Techniques. Journal of Travel Reaserch, vol.28, no.2, pp.162-174
- Goodrich, J.(1980). Benefit Segmentation of U.S. International Travelers. Tourism, Marketing, and Management Issues. George Washington University. Washington D.C.
- Haahti, A, J.(1986). Finland's competitive position as a destination. Annals of Tourism Research, vol.13, no.1, pp.11-35.
- Iso-Ahola, (1984). "Toward a social psychological theory of tourism motivation: A rejoinder," Annals of Tourism Research, Vol.9, No.2, pp.256-262.
- Muller, T,E. (1991). Using personal values to define segments in an international tourism market, International Marketing Review, vol.1, pp.57-70.

산경논집 편집규정 및 원고투고 요령

「산경논집」은 제주지역을 포함한 국내외의 관광산업 및 기업경영에 관한 조사연구와 관련 학문분야에 관한 연구논문 등을 게재하고 또한 관광산업연구소(이하 연구소)연구원들에게 학술 토론의 기회를 제공함과 아울러 그들의 연구 및 교육활동에 도움이 될 학술자료를 제공하기 위해 연구논문, 연구보고서 및 학술세미나 자료 등을 게재하는 학술지이다. 이에 「산경논집」 편집규정 및 원고투고 요령을 아래와 같이 정하여 수준 높은 관련학문의 연구 논문 등으로 공정하고 신속하게 심의, 편집, 발간하고자 한다.

1) 편집규정

1. 본 연구논문집에 투고할 수 있는 자는 본 연구소 연구원을 원칙으로 하되, 연구원 이외에 투고자는 편집위원회의 심의를 거쳐 게재한다.
2. 연구논문은 다른 간행물에 발표되지 아니한 것이어야 한다.
3. 제출된 원고는 본 편집위원회의 심의를 거쳐 게재여부를 결정한다.
4. 「산경논집」은 매년 1회(2월) 발간함을 원칙으로 한다.

2) 원고 투고 요령

1. 원고 접수일은 원고가 본 편집위원회에 도착한 날로 한다.
2. 원고는 국문, 국한문, 영문 또는 일문으로 쓰여져야 하며, 원고의 분량은 A4용지 20매 내외로 한다.
3. 본문에 들어가기에 앞서 원고의 제목(영문병기), 투고자의 성명(영문병기), 소속기관, 국문개요를 작성하며, 국문개요의 크기는 500자 이내로 한다. 단 제주대학교 이외 투고자는 투고자의 주소, 전화번호, E-mail 주소를 별도로 첨부한다.
4. 제목 크기는 20(진하게, 가운데 정렬), 저자이름 크기는 13으로 하며, 절 항의 구분은 다음과 같이 한다(I. : 15p 진하게, 1.1 : 13p, 1.1.1 : 12p).
5. 표와 그림의 경우 <표 1> <그림 1>과 같이 순서대로 기재하며 표와 그림에 대한 제목은 '가운데 정렬'로 한다.
6. 게재가 확정되면, 집필자는 최종본 1부와 논문을 편집위원회에 권하는 형식에 따라 3.5인치 디스켓에 제작상하여 편집위원회에 제출하여야 한다.
7. 학술용어는 가능한 국문으로 쓰되 번역이 곤란한 경우에 영문으로 쓸 수 있으나, 번

역된 용어의 이해를 돕기 위하여 영문을 괄호 안에 넣어 덧붙일 수 있다.

8. 각주는 어구의 오른쪽 상단에 일련번호를 붙여 표시하되, 그 내용은 본문에 대한 추가설명이나 용어 등에 한하여 각면 아래 부분에 작성한다.
9. 참고문헌은 본문의 마지막 장에 달리하여 기재한다. 참고문헌의 기재순서는 구문문헌, 외국어 문헌의 순서로 하며, 국문문헌의 경우 가나다 순으로, 영문문헌은 알파벳 순으로 기재한다.
10. 본문 중 문헌인용의 경우 이름과 발표년도를 기재한다. 또한 특정 인용한 경우에는 페이지도 기재한다(예, 홍길동, 1990; Robinson, 1999, p. 168.).
11. 참고문헌의 표시방법은 정기간행물의 경우 저자명, (연도), 논문제목, 간행물이름, 권(Vol), 페이지 순으로 기재한다. 정기간행물이 아닌 경우에는 저자이름, (연도), 도서이름, 출판회수(2판 이상), 권(2권 이상), 출판사 이름의 순으로 기재한다.

편집위원회

편집위원장 : 최 용 복 (관광개발학과)

편집위원 간사 : 홍 성 화 (관광경영학과)

편집위원 : 김 형 길 (경 영 학 과)

편집위원 : 김 영 춘 (무 역 학 과)

편집위원 : 다니엘김 (경 제 학 과)

운영위원회

위원장 : 최 용 복 (관광개발학과)

간사 및 총무 : 홍 성 화 (관광경영학과)

운영위원 : 김 형 길 (경 영 학 과)

운영위원 : 다니엘김 (경 제 학 과)

운영위원 : 김 봉 현 (회 계 학 과)

운영위원 : 김 영 춘 (무 역 학 과)

운영위원 : 현 정 석 (경영정보학과)

운영위원 : 임 화 순 (관광개발학과)