

관광목적지 선택속성에 대한 IPA 연구[†]:

제주 방문 내국인 관광객을 대상으로

A Study on the Importance-Performance Analysis of Tourism
Destination Choice Attributes:
Focused on domestic tourists in Jeju

오 상 훈* · 김 은 진**

(Oh, Sang-Hoon · Kim, Eun-Jin)

목 차

- I. 서론
- II. 이론적 배경
- III. 연구방법
- IV. 실증분석
- V. 결론

I. 서론

최근 정부는 국내 관광 수요창출 방안으로 '관광주간(travel week)'을 설정하였고, 국내 여행객들의 증가를 통해 국민의 삶의 질을 향상시키고 내수 시장을 확대하고자 하였다. 이와 같이 국내관광 활성화를 위한 노력이 지속되면서 관광목적지는 관광목적지들 간의 경쟁에서 차별화를 두기 위한 전략 수립의 필요성이 대두되고 있다.

또한, 현대인들이 가지는 삶의 질에 대한 관심도가 높아지면서 관광객 유치 확대를 위한 양적 성장에서 관광객의 만족도 제고, 관광품질개선, 재방문확대, 체류기간 연장, 소비

† 이 논문은 2014학년도 제주대학교 학술진흥연구비 지원사업에 의하여 연구되었음.

* 제주대학교 관광경영학과 교수. e-mail: shoh323@jejunu.ac.kr

** 제주대학교 관광경영학과 박사과정. e-mail: dyakddld@jejunu.ac.kr

지출액 증대를 위한 질적 성장의 중요성이 강조되고 있다(고계성, 2014).

관광목적지를 하나의 상품으로 볼 때 타 관광목적지와 경쟁하기 위해서는 핵심매력을 연구하고 강화하여야 하며, 차별화를 시도하기 위해서는 관광목적지의 마케팅 관리차원에서 관광목적지 선택속성을 연구하는 것은 매우 중요하다(조혜정·류태창·이주영, 2005; 임화순·고계성, 2006). 뿐만 아니라 관광목적지의 질적 성장을 위해서도 관광객의 관광목적지 선택과정에 영향을 미치는 선택속성에 대한 연구와 정보 수집은 가장 기초적으로 연구되어야 할 필요성이 있다.

이러한 선택속성은 관광목적지를 이용하고자 하는 관광객들이나 잠재 관광객들의 선택과정에 있어서 매우 중요한 요소가 되며, 관광목적지에 대한 전반적인 신념이나 느낌을 가질 수 있는 결정요인으로 작용한다(장양례·윤유식·박노현, 2008). 또한, 관광목적지의 선택속성은 궁극적으로 관광객이 관광행동을 하도록 연결하는 요인이 된다(류인평·김정준, 2010). 이처럼 관광객들에게 중요한 유인요인이 되는 관광목적지 선택속성에 대한 연구는 주로 관광객의 라이프스타일 및 관광동기, 가치 유형에 따른 관광목적지 선택속성을 분석(장양례, 2007; 고재운·정용해·고동섭·김현영, 2011; 김혜영·장양례, 2011; 영기·홍영호, 2011; 박은숙·이주형, 2012; 김현·장호성·황진수, 2014)하거나 관광목적지 선택속성과 만족도 및 행동의도 간의 영향 관계(김시중, 2010; 윤정현, 2010; 송학준, 2012; 양승필, 2013)를 분석하는데 이루어졌다. 하지만 차별화된 관광목적지 전략 수립을 위해서는 관광목적지 선택속성과 외부요인간의 영향 관계뿐만 아니라 선택속성에 대한 강점과 약점을 파악하고 비교·분석한 연구가 필요하나 이와 관련된 연구는 부족한 실정이다.

이러한 속성에 대한 강점과 약점을 정확히 파악하고, 관광객이 방문 전 중요시 여겼던 속성과 방문 후 평가하는 속성에 대한 만족도 간 차이를 가장 효율적으로 비교할 수 있는 방법이 IPA(Importance-Performance Analysis)이다. 그동안의 선택속성 관련 IPA연구는 의료관광, 항공사, 외식업, 관광시설 등과 같은 특정 분야에 대한 연구(고선희·박은숙, 2012; 박진영·정성엽·윤세환, 2012; 김연선·이상희, 2013; 김종훈, 2013; 이상철, 2013)가 주를 이루어 관광지(tourist site)와 관광명소(tourism place)를 포괄하는 개념인 관광목적지의 선택속성에 대한 연구는 미흡했다.

이에 본 연구는 효과적인 관광마케팅을 위해서 관광객이 관광목적지를 선택할 때, 관광 전 중요하게 고려되었던 선택속성과 관광 후, 관광객에 의해 평가된 선택속성에 대한 연구를 IPA기법을 통해 살펴보고자 한다. 다시 말해, 관광객 또는 잠재 관광객들이 관광목적지 선택과정에서 관광목적지를 구성하고 있는 여러 속성들 중 어떠한 속성을 중요하게 고려하는지와 관광행동 후 평가된 속성들에 대한 만족도를 파악하고 그 차이를 비교분석하는데 목적이 있다.

또한, 본 연구는 조사대상지로 제주도를 선정하면서 일반 내륙 관광목적지와는 다른 자연적 자원과 사회문화적 자원, 경제적 자원 특성을 가진 섬인 것을 고려하여 속성요인을 도출하고자 하였다. 이는 그동안의 연구에서 제주도를 하나의 관광목적지로 보고 선택속성을 규명하고 세분화할 때 섬의 특성을 반영한 연구가 부족한 것을 지적하고 개선하고자 한 데 있다.

따라서 본 연구는 관광목적지로서 제주도가 가진 선택속성 요인에 대해 내국인 관광객을 대상으로 관광객들이 지각하는 중요도와 만족도간의 차이를 분석하였다. 이를 통해 관광정책측면에서 개선 및 관리 방안을 모색하고, 타 관광목적지와는 차별화된 관광마케팅 전략 수립을 위한 시사점을 제시하고, 관광상품 개발에 있어서도 방향과 유용한 활용 자료를 제공하고자 한다.

II. 이론적 배경

2.1 관광목적지의 개념

관광목적지(tourist destination)는 관광시장과 관광(여행활동), 마케팅과 같은 요소와 더불어 관광현상의 주요 구성요소로 이해되고 있으며(송재호·김향자, 2010), 관광객을 수용하는 지역 즉, 관광의 대상지역(Leiper, 1995)이라고 할 수 있다.

일반적으로 지역(the area)은 자연현상, 문화, 역사 등이 유기적으로 결합되어 고유한 특성을 가진 하나의 유기체(Law, 1995)로 보는데, 이와 마찬가지로 관광목적지도 관광적 가치가 있는 자연현상, 문화, 역사 등이 유기적으로 결합되어 있는 고유한 특성을 가진 하나의 유기체(고광희, 2008)로 볼 수 있다. 이러한 관광목적지는 한정된 지역을 대상으로 하는 관광지(tourist site)와 매력적인 지역 또는 대상을 중심으로 하는 관광명소(tourism place)의 개념과 혼용되어 사용되는 경우가 많다(박득희·이계희, 2014). 하지만 관광목적지는 관광소비자들의 욕구와 동기를 충족시키며, 유무형의 관광서비스를 제공하는 매력공간과 경제적인 편익까지 추구하는 장소 혹은 지역(고계성, 2006; 이은정, 2010)으로, 관광명소와 관광지의 특성을 포괄한 개념이라고 할 수 있다. 또한, 관광목적지는 주·객체 관계가 일어나는 곳으로, 관광객을 끌어들이는 유인력과 관광사업자의 관광상품을 보유한 공간으로도 정의되어지고 있다(오상훈, 2005).

관광의 패러다임이 변화함에 따라 관광목적지는 다각적인 관광 전략 개발을 통해 관광객을 유치하고, 관광목적지의 매력창출을 통해 새로운 관광 활용 가치를 창출하고자 노력

하고 있다(Kozak, 2004; 박득희·김혜선·이계희, 2014). 이에 따라 관광목적지는 국가, 도시, 섬 등의 지리적 영역인 관광객의 방문 대상지(Hall, 2000; Davidson & Maitland, 1997; 송재호·김향자, 2010)로 여겨졌던 전통적 개념에서 최근에는 관광일정, 문화적 배경, 방문목적, 교육수준 및 과거 방문경험 등을 통하여 관광객들에게 주관적으로 해석될 수 있는 지각적 개념으로 정의되고 있다(Buhalis, 2006; 오정학, 2011).

이러한 관광목적지의 개념을 관광자원 측면에서 살펴보면, 출발지 또는 거주지를 벗어난 관광자의 관광동기를 충족시킬 수 있는 경관적 조건 즉, 관광자원의 가치, 관광자 편의 시설, 관광목적지로 연결되는 교통수단과 교통로의 접근성 등이 상호작용하면서 형성된 관광활동 공간이라고 할 수 있다(이은정, 2010). 따라서 관광목적지는 자연적, 문화적 자원과 같은 물리적 환경과 이러한 자원을 추구하고 만족하기 위해 방문하는 다양한 관광자들의 사회·심리적 행동특성(김남조, 2005)으로 구성된 곳인 것이다. 이에 본 연구에서는 관광목적지를 관광객이 추구하는 물리적 환경이 형성된 관광활동 공간으로써, 일상 생활권을 벗어난 관광객이 일정기간 머무르는 지역으로 정의하고자 한다.

2.2 관광목적지 선택속성

관광목적지는 다양한 관광시설들과 서비스로 이루어진 다차원적인 속성을 지니며(Lew, 1987; 장양례·윤유식·박노현, 2008), 이러한 관광자원들은 관광목적지에 있어서 중요한 요소가 된다(최병길, 2004). 이는 관광객들이 관광목적지를 선택함에 있어서 매력적이고 중요하다고 생각되는 요인(이재곤·고선희, 2010)이 되기 때문이다.

관광객의 유형에 따라 관광지에 대한 선호와 이용은 달라지며, 시간이 지남에 따라 인기도와 수요량은 변화하게 된다. 다시 말해 관광지는 관광객에 의해 지속적으로 선호 및 이용될 때에 관광목적지로서 의의와 가치를 평가 받을 수 있게 되는데(이경자·조성호, 1997), 이처럼 관광목적지가 가치 평가의 공간이 될 수 있게 하는 요인들이 곧 관광목적지의 선택속성이 된다.

관광목적지 선택속성이란 특정 국가 및 지역의 독특한 특성이나 물리적인 특징으로 잠재관광객들이 관광목적지를 선택하거나 방문할 때 고려하는 요인(박호표, 2012)으로 정의할 수 있다. 또한, 관광객이 보고, 느끼고, 경험하는 것으로 관광과 관련된 물리·사회적인 특징이다(이재후, 2005). 다시 말해 관광목적지 선택속성은 관광목적지에 존재하는 유인 요인이 되며 관광자가 매력을 느낄 수 있는 대상 또는 관광의 객체와 관련되는데, 자연의 특징, 목적지까지의 비용·거리·기후 등이 포함될 수 있다(조현호·김석출, 2003).

관광객은 관광목적지를 선택함에 있어서 개인의 특성, 목적지의 특성, 환경적 요인에 영

향을 받게 된다. Lancaster(1996)가 ‘소비자는 상품을 상품자체로 구매하는 것이 아니라 여러 가지 속성의 덩어리를 사는 것’이라고 주장한 것과 같이 관광객은 관광목적지 자체만을 보는 것이 아니라 관광목적지 속성들을 비교 평가하여 선택하게 되는 것이다. 이와 같은 관광목적지의 선택속성들은 목적지 관광 상품이나 시설, 자원, 서비스에 대하여 생각하고 느끼고, 행동하려는 것을 반영하는 것이기 때문에 관광목적지 선택 결정인자(Engel, Blackwell & Kollat, 1990)이며, 관광행동 의사결정에 중요한 역할을 하게 된다(장병수, 2004).

관광목적지 선택속성 요인은 연구자의 목적과 조사지역에 따라 다양하게 구성 및 분류된다. 본 연구에서는 조사대상지인 제주도가 일반 내륙 관광목적지와는 다른 자연적 자원과 사회문화적 자원, 경제적 자원 특성을 가진 섬인 것을 고려하여, 일반 관광목적지 선택속성 관련 연구뿐만 아니라 섬을 대상으로 한 선행연구(Hsu, Tsai & Wu, 2009; Shani, Chen, Wang & Hua, 2010; Zabkar, Brencic & Dmitrovic, 2010; 이재후, 2005; 최창희·임병훈, 2011)를 토대로 제주도에 적합한 관광목적지 선택속성 요인을 추출하였다.

<표 1> 관광목적지 선택속성 관련 선행연구

연구자	관광목적지 선택속성
Hsu, Tsai & Wu(2009)	교통시설 주민들의 친절함 음식의 질과 다양성 숙박시설 안전 가격 문화·역사적 자원 쇼핑 환경안전과 질
Shani, Chen, Wang & Hua(2010)	관광시설 첨단기술 숙박시설 편리한 현지 교통 관광정책 오락 및 유흥시설 안전 레크리에이션 접근성 휴식 및 휴양 분위기 사회·정치적 안정 좋은 날씨 현대 청결성 지역주민 친절함 역사·문화 매력물 독특한 자연경관 다양한 이벤트와 축제 여행가치 쇼핑 문화 여행비용 현지 물가
Zabkar, Brencic & Dmitrovic(2010)	숙박시설의 질 문화·역사적 매력물, 접근성 청결성 지역주민의 친절성 휴식 안전 깨끗한 자연 현지 음식
이재후(2005)	자연경관 섬의 기후, 해변·갯벌 독특한 동·식물 명성·이미지 친절성지역주민의 환대성, 여행지의 물가, 역사 및 문화적 자원 지방관습, 전통음식 토산물, 다양한 관광·체험프로그램 주변관광지에 대한 연계성 해양스포츠 등 레크리에이션 활동 숙박 시설·식음료시설 관광정보시설(안내판, 안내소, 안내원), 쇼핑시설(기념품점, 상점), 교통수단의 편리성
최창희·임병훈(2011)	자연경관 역사·문화적 볼거리, 이벤트·축제, 쇼핑시설 친절함 서비스 바가지 안씌우기, 교통편의 편의시설 숙박시설

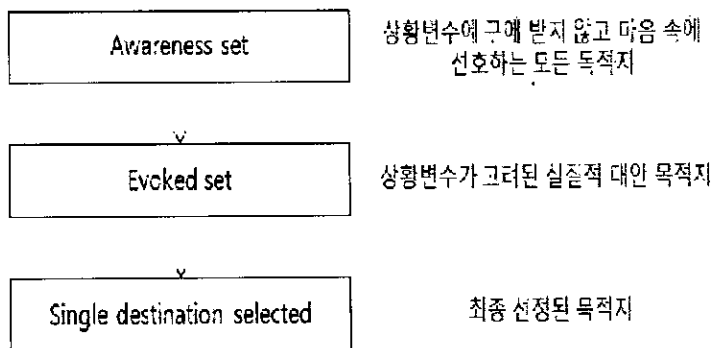
자료: 선행연구를 기초로 연구자 작성

2.3 관광목적지 선택행동

관광객 행동(tourist behavior)은 관광객 스스로가 자신의 욕구를 만족시킬 것으로 기대하는 관광 상품을 탐색·구매·사용·평가·처분하는 과정이라고 할 수 있으며, 관광지 선택뿐만 아니라 관광지에서의 활동 전후의 모든 의사결정을 포함하는 개념이다(양승희, 2010). 선택행동은 구매과정에 관여하는 관광자의 구매와 소비에 관련된 소비시장에서의 활동을 말하며, 두 개 이상의 대안적인 선택대상 중에서 그 중요성에 따라 하나를 선택하는 것이다(금경호, 2000). 이와 같은 개념을 통해 관광목적지 선택행동을 정의해보면, 사람들의 관광 욕구가 동기화되어 관광행동을 위해 목적지를 선택하는 것이라고 할 수 있으며(정규철, 2013), 관광 관련 결정을 하게 되는 심리적·사회적 과정에서부터 관광행동을 위한 각종 준비물인 상품구매의 실제적 과정을 포함하는 것이라고 할 수 있다(오영준, 2005).

관광객이 관광목적지를 선택하고 행동하기까지의 과정에 대하여 학자들마다 다양하게 이해하고 있다. 먼저, Clawson과 Knetsch(1976)는 계획단계에서의 기대, 목적지 이동, 귀가 회상 등의 단계를 거쳐 일어나는 모든 행동을 관광목적지 선택행동과정으로 보고 있으며(이동훈, 2002), Mayo와 Jarvis(1981)는 관광목적지 선택행동이 행동주체인 관광자의 심리적·사회적 요인(지각, 학습, 성격, 동기, 태도)과 외적·환경적 요인(준거집단, 문화, 환율, 거리, 사회계층, 관광목적지의 유인요소)에 의해 영향을 받는 과정으로 이해하고 있다.

일반적으로 관광객의 관광목적지 선택행동 과정은 소비행동의 특수한 형태로 보고 소비자 의사결정과정인 ‘문제인식→정보탐색→대안평가→구매결정→구매 후 행동’을 바탕으로 설명되고 있으며, 이에 반해 엄서호(1991)는 <그림 1>과 같이 3단계의 과정을 통해 관광목적지 선택행동이 이루어진다고 주장하였다.



<그림 1> 관광목적지 선택의 3단계 과정

자료: 엄서호(1991), 관광여행목적지 선택과정에 있어서 지각억제인자와 지각촉진인자의 역할, 여가생활연구, 3, p.2.

구체적으로 살펴보면, 1단계는 상황변수에 구애 받지 않고 선호하는 모든 관광목적지를 포함하여 잠재적인 대안 목적지에 대한 정보를 탐색하는 것이다. 2단계는 잠재적인 대안 목적지에 대하여 상황변수를 고려한 실질적인 대안으로 발전되는 과정이고, 마지막 3단계는 이러한 실질적인 대안들로부터 잠재 관광객은 목적지를 비교하여 최종 관광목적지를 선택하는 과정이다. 이와 같은 과정에서 잠재 관광객은 중요하게 지각하는 관광목적지의 속성을 함께 고려할 것이다.

Ⅲ. 연구방법

3.1 설문지 구성과 자료의 측정

본 연구의 설문지는 크게 인구통계학적 특성과 방문행태별 특성, 관광목적지 선택속성에 대한 중요도, 만족도와 관련된 문항으로 구성하였다. 먼저, 인구통계학적 특성에는 총 6문항으로 성별, 연령, 학력, 직업, 월평균가계소득, 거주지로 구성하였고, 관광객의 방문행태에는 방문횟수, 동반형태, 정보원천, 방문목적, 체재기간 총 5문항으로 설정하였다. 관광목적지 선택속성은 총 44문항으로 관련 선행연구(Hsu, Tsai & Wu, 2009; Shani, Chen, Wang & Hua, 2010; Zabkar, Brencic & Dmitrovic 2010; 이재후, 2005; 최창희·임병훈, 2011)들을 토대로 제주도에 적합하다고 판단되는 요인들을 설문에 활용하였다. 각 항목들은 리커트 5점 척도(1=전혀 그렇지 않다, 5=매우 그렇다)를 사용하여 측정하였다.

3.2 자료수집과 분석방법

본 연구는 제주도를 조사대상지로 설정하였고 제주도 관광을 마친 내국인 관광객을 대상으로 설문조사를 실시하였다. 설문조사는 사전에 교육을 받은 2명의 조사원들에 의해 2014년 10월 11일부터 18일까지 제주국제공항에서 진행되었다. 설문지는 총 250부를 배포하였고 회수된 250(100%)부 중 결측치가 있거나 응답이 불성실하다고 판단되는 25부의 설문지를 제외하여 225부(90%)의 유효 표본을 최종분석에 사용하였다. 통계프로그램은 SPSS 18.0을 이용하였고, 표본의 인구통계학적 및 방문행태별 특성을 확인하기 위해 빈도분석과 기술통계분석을 실시하였다. 또한, 본 연구의 목적을 달성하기 위한 분석방법으로 IPA(Importance-Performance Analysis)기법을 활용하였다.

구체적으로 IPA는 이용 전에 소비자가 지각하는 상품 속성의 중요도와 그 상품을 이용한 후, 소비자가 평가하는 만족도를 비교 및 분석하는 기법이다(Hammit, Bixler & Francis, 1996; 박은경·최병길·가정혜, 2010). IPA를 통해 평가되는 속성들은 중요도와 만족도의 중심점을 기준으로 나누어진 4사분면에 표시되고, 그 위치에 따라 의미를 부여한다.

먼저, 제 1사분면은 '유지(Keep Up Good Work)'를 의미한다. 소비자의 중요도와 만족도가 모두 높은 경우로 이 영역에 속한 속성들은 상당한 경쟁력을 가지고 있기 때문에 이러한 성과를 지속적으로 유지해야한다.

제 2사분면은 '집중(Concentrate Here)'을 의미한다. 소비자의 중요도는 높지만 만족도는 낮은 경우로 이 영역에 속한 속성들을 개선하기 위한 노력이 집중되어야 한다.

제 3사분면은 '저순위(Low Priority)'를 의미한다. 중요도와 만족도 모두 낮은 경우로 추가적인 자원 배분의 필요성이 상대적으로 낮은 순위의 속성들이다.

제 4사분면은 '과잉(Possible Overkill)'을 의미한다. 소비자의 중요도는 낮지만 만족도는 높게 평가된 경우로 현재 소비자들이 만족하는 속성들에 대하여 불필요하게 많은 노력이 투입되고 있지 않은지 고려해보고 과잉 노력을 지양해야한다.

이와 같이 IPA는 연구대상이나 대상지가 가진 속성에 대하여 이용자의 이용 전 고려사항과 이용 후 만족도를 비교 분석하고, 2차원 도면상에 나타냄으로써 시각적으로 쉽게 차이를 파악할 수 있고, 전략적 시사점들을 쉽게 도출해낼 수 있다는 점에서 유용하게 활용된다.

IV. 실증분석

4.1 표본의 특성

표본의 인구통계학적 및 방문행태별 특성을 분석한 결과는 <표 2>과 같다. 먼저, 인구통계학적 특성에서 성별은 남성(46.7%)과 여성(53.3%)이 비교적 고르게 나타났으며, 연령대는 20대(26.2%)가 가장 많았다. 응답자의 교육수준은 대졸(54.7%)이 가장 많아 학력수준이 비교적 높은 것으로 나타났으며, 직업은 회사원(29.3%)이, 월평균가계소득은 500만원 이상(27.5%)이 가장 많은 비중을 차지하였다. 또한, 응답자의 절반 이상이 서울 및 경기도(68.4%)에 거주하는 것으로 확인되었다.

<표 2> 표본의 인구통계학적 및 방문행태별 특성

특성	항목	빈도(명)	비율(%)	특성	항목	빈도(명)	비율(%)
성별	남성	105	46.7	방문횟수	처음 방문	26	11.6
	여성	120	53.3		재방문	199	88.4
연령	21-30세	59	26.2	동반형태	혼자	21	9.3
	31-40세	51	22.7		가족/친척	112	49.8
	41-50세	47	20.9		친구/동료/연인	70	31.1
	51-60세	50	22.2		모임/단체	22	9.8
	61세 이상	18	8.0		여행사	14	6.2
학력	고졸 이하	45	20.0	정보원천	관광안내센터/ 팸플릿	11	4.9
	대재	25	11.1		언론/방송매체	15	6.7
	대졸	123	54.7		인터넷	128	56.9
대학원 이상	32	14.2	주변인		46	20.4	
직업	회사원	66	29.3		기타	11	4.9
	전문직/자영업	61	27.1	휴양및관광	178	79.1	
	학생/주부	54	24.0	스포츠/레저활동	16	7.1	
	공무원/서비스직 /기타	44	19.6	방문목적	공무/회의	10	4.4
월평균 가계 소득	100-199만원	24	10.7	체재기간	친구및친척방문	13	5.8
	200-299만원	53	23.6		기타	8	3.6
300-399만원	47	20.9	당일		6	2.7	
400-499만원	39	17.3	1박2일		26	11.6	
500만원 이상	62	27.5	2박3일		129	57.3	
거주지	서울/경기	154	68.4	3박4일	35	15.6	
	서울/경기 외	71	31.6	4박5일 이상	29	12.8	

표본의 방문행태별 특성을 살펴보면, 재방문 관광객 수가 199명(88.4%)으로 처음 방문하는 관광객(11.6%)에 비해 많은 비중을 차지하였고, 동반형태로는 가족 및 친척(49.8%)이 가장 많았다. 응답자 중 절반이상이 인터넷(56.9%)을 통해 관광정보를 얻는 것으로 나타났고, 방문목적은 휴양 및 관광(79.1%)이, 체재기간은 2박 3일(57.3%)이 가장 많았다.

4.2 관광목적지 선택속성의 중요도-만족도 분석

제주도를 방문한 내국인 관광객의 관광목적지 선택속성에 대한 중요도와 만족도 간의 차이분석 결과는 다음 <표 4>와 같다. 분석결과를 살펴보면, 내국인 관광객들이 제주도를

방문하기 전 중요시 고려되는 속성은 기후 및 날씨(4.33), 관광목적지내의 교통수단 편의(4.32), 숙박시설 편의성(4.28), 관광목적지까지의 교통수단 편의성(4.28) 등으로 조사되었다. 이에 반해 제주도 방문 후 만족도가 높게 나타난 속성은 해변 및 바다(4.40), 기후 및 날씨(4.32), 산 및 오름(3.94), 관광목적지까지의 교통수단 편의(3.91) 등의 순으로 나타났다.

응답 항목 중에서 내국인 관광객의 중요도 만족도 간에 대응차를 살펴보면 먼저, 관광목적지 선택속성에 대한 만족도에 비해 방문 전 고려했던 중요도가 높게 나타난 문항은 음식가격(1.01)과 여행지의 물가(0.81), 숙박비용(0.79), 관광목적지내의 운임비용(0.75), 관광목적지까지의 운임비용(0.73) 등의 순으로 확인되었다. 이와 같이 관광객의 중요도 만족도 간에 많은 차이를 보인 항목들이 대부분 비용과 관련된 속성이므로 이를 개선하기 위한 제도적 지원 및 연계 프로모션을 통한 노력이 필요하다. 반면에 방문 전 중요도에 비해 만족도가 높게 나타난 문항은 산 및 오름(-0.3)과 해변 및 바다(-0.23), 독특한 동물 및 식물(-0.23)로 나타났다. 이는 제주도가 생물권보전지역, 세계자연유산, 세계지질공원으로 선정될 만큼 타 관광목적지와는 차별화된 자연환경을 갖고 있으며 이를 유지하기 위한 관리와 마케팅이 잘 시행되고 있음을 짐작할 수 있다.

관광목적지 선택속성의 중요도 만족도 간의 차이를 알아보기 위해 각 항목들에 대한 대응일치 t-test를 실시하였다. 그 결과, 27개의 문항 중 기후 및 날씨(t=0.074)와 명성 및 이미지(t=-0.717), 쇼핑시설의 편의성(t=0.898)이 p<.05에서 유의하지 않은 것으로 나타났고, 나머지 24개의 문항은 모두 유의한 것으로 분석되었다.

<표 3> 관광목적지 선택속성에 대한 중요도-만족도 차이분석

속성	중요도			만족도			대응차	t	p
	평균	SD	순위	평균	SD	순위			
1.기후/날씨	4.33	.731	1	4.32	.789	2	0.01	.074	.941
2.해변/바다	4.17	.784	8	4.40	.633	1	-0.23	-4.220	.000*
3.산/오름	3.64	1.012	16	3.94	.791	3	-0.3	-4.476	.000*
4.독특한 동/식물	3.22	1.006	21	3.45	.801	14	-0.23	-3.717	.000*
5.명성/이미지	3.54	.986	18	3.59	.803	7	-0.05	-7.717	.474
6.지역주민의 친절성	3.77	.915	13	3.40	.973	15	0.37	4.515	.000*
7.여행지의 물가	3.84	.922	12	3.03	.975	21	0.81	9.048	.000*
8.역사 및 문화적 지원	3.72	.894	14	3.46	.866	13	0.26	4.131	.000*
9.전통음식	3.94	.899	11	3.48	.866	10	0.46	6.351	.000*

10.토산품/특산품	3.56	.990	17	3.26	.822	18	0.3	4,355	.000*
11.체험 프로그램	3.44	1.008	19	3.20	.873	19	0.24	3,113	.002*
12.주변 관광지와 연계성	3.65	.942	15	3.37	.857	16	0.28	3,788	.000*
13.축제/이벤트/공연	3.21	.968	22	3.03	.860	22	0.18	2,578	.011*
14.숙박시설 편의성	4.28	.718	3	3.79	.889	5	0.49	6,702	.000*
15.식음료시설 편의성	4.00	.821	10	3.53	.871	8	0.47	6,820	.000*
16.쇼핑시설 편의성	3.34	.996	20	3.27	.893	17	0.07	.898	.370
17.관광목적지까지의 교통수단 편의	4.28	.722	4	3.91	.805	4	0.37	6,132	.000*
18.관광목적지내의 교통수단 편의	4.32	.728	2	3.74	.949	6	0.58	8,255	.000*
19.관광목적지까지의 운임비용	4.24	.677	6	3.51	.945	9	0.73	9,877	.000*
20.관광목적지내의 운임비용	4.22	.689	7	3.47	.959	12	0.75	9,767	.000*
21.숙박비용	4.27	.675	5	3.48	.887	11	0.79	11,075	.000*
22.음식가격	4.15	.741	9	3.14	.981	20	1.01	12,906	.000*
평균	3.75			3.63					

*p<0.05

IPA기법을 이용하여 관광목적지 선택속성에 대한 중요도(Y축)와 만족도(X축)를 실행객자의 4분면 상에 나타난 결과는 다음 <그림 2>에서 제시하고 있으며, 중심값으로 중요도 평균값 3.75와 만족도 평균값 3.63을 이용하였다.

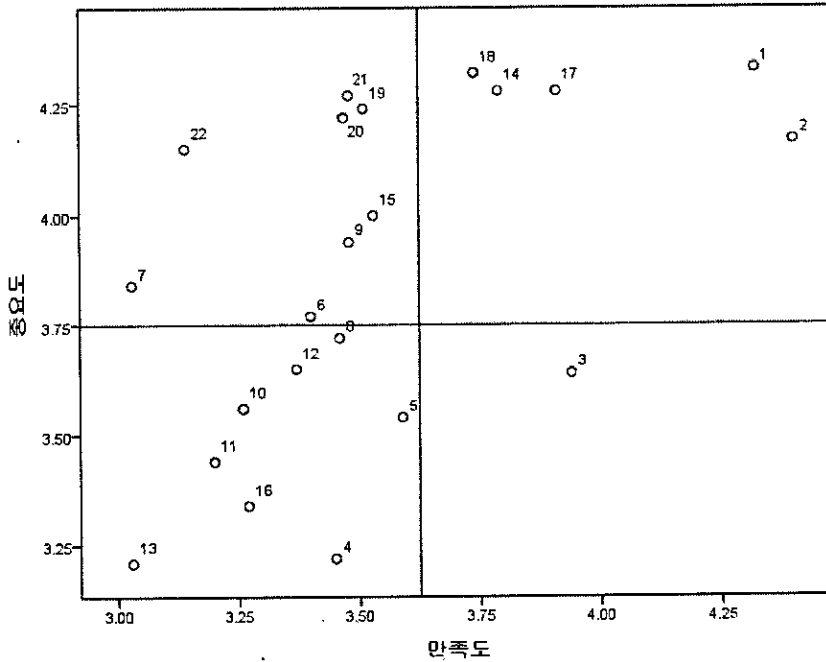
먼저, 1사분면에 위치한 속성에는 기후 및 날씨, 해변 및 바다, 숙박시설 편의성, 관광목적지까지의 교통수단 편의, 관광지내의 교통수단 편의가 해당된다. 이와 같은 속성들은 관광객의 중요도와 만족도 모두 높게 나타났으므로 지금의 좋은 상태를 지속적으로 유지해야 한다.

2사분면에는 지역주민의 친절성, 여행지의 물가, 전통음식, 관광목적지까지의 운임비용, 관광목적지내의 운임비용, 숙박비용, 음식가격으로 확인되었다. 이에 해당하는 속성들은 관광객이 지각하는 중요도에 비해 만족도가 낮으므로 집중적인 관리 및 운영을 통해 관광객들의 만족도를 높일 수 있도록 노력해야 한다.

3사분면에는 독특한 동·식물, 명성 및 이미지, 역사 및 문화적 자원, 토산품 및 특산품, 체험 프로그램, 주변 관광지와 연계성, 축제·이벤트·공연, 쇼핑시설 편의성이 위치한다. 이와 같이 관광객들의 중요도와 만족도 모두 낮은 속성들은 관리 및 운영차원에서 과도한 노력을 기울이기보다 점진적으로 강화해나갈 필요가 있다.

마지막으로, 4사분면에 위치한 속성들은 산 및 오름이 있으며, 이에 속하는 속성들은 관

광객이 제주를 방문하기 전에 지각하는 중요도는 낮지만 관광 후 평가한 만족도가 높은 것으로써 불필요하게 많은 자원배분과 홍보가 투입되고 있지 않은지 고려해볼 필요가 있다. 하지만 해당 속성들은 관광객의 높은 만족을 불러올 수 있는 속성이므로 지속적으로 점진적인 관리를 유지해야 한다.



<그림 2> 관광목적지 선택속성의 중요도 만족도 분석 격자

<표 4> 관광목적지 선택속성의 IPA결과

구간	관광목적지 선택속성
1사분면 유지	1.기후/날씨 2.해변/바다 14.숙박시설 편의성 17.관광목적지까지의 교통수단 편의 18.관광목적지내의 교통수단 편의
2사분면 집중	6.지역주민의 친절성 7.여행지의 물가 9.전통음식 19.관광목적지까지의 운임비용 20.관광목적지내의 운임비용 21.숙박비용 22음식가격
3사분면 저순위	4.독특한 동/식물 5.명성/이미지 8.역사 및 문화적 자원 10.토산품/특산품 11.체험 프로그램 12.주변 관광지와의 연계성 13.축제/이벤트/공연 16.쇼핑시설 편의성
4사분면 과잉	3.산/오름

V. 결론

본 연구는 최근 국내관광 활성화를 위한 정부의 노력이 지속되면서 관광목적지들 간의 경쟁에서 차별화를 두기 위한 전략 수립 및 관광객의 만족도 제고 및 관광품질개선, 재방문확대 등과 같은 질적 성장을 위한 연구의 중요성을 강조하였다. 이를 위해 본 연구는 관광객이 관광목적지 선택과정에서 관광목적지를 구성하고 있는 여러 속성들 중 어떠한 속성을 중요하게 고려하는지와 관광행동 후 평가된 속성들에 대하여 만족도를 파악하기 위한 연구를 실시하였다. 다시 말해, 관광목적지로서 제주도가 가진 선택속성 요인에 대해 내국인 관광객을 대상으로 관광객들이 지각하는 중요도와 만족도간의 차이를 분석하였다.

구체적으로 분석결과를 살펴보면, 관광객들이 관광목적지를 방문하기 전에 중요하게 고려하는 속성은 기후 및 날씨, 해변 및 바다, 숙박시설 편의성, 관광목적지까지의 교통수단 편의, 관광목적지내의 교통수단 편의, 지역주민의 친절성, 여행지의 물가, 전통음식, 관광목적지까지의 운임비용, 관광목적지내의 운임비용, 숙박비용, 음식가격으로 조사되었다. 이러한 결과는 최창희·임병훈(2011)의 연구결과와 같이 관광객의 관광목적과 관련되어 있다고 할 수 있다. 제주도를 방문하는 대다수의 관광객이 휴양 및 관광의 목적을 갖고 있는데, 때문에 그들에게 중요시 고려되는 것은 일상 생활권에서 경험하기 어려운 자연경관을 보거나 특색있는 지역음식을 맛보고, 적절한 비용이 들고, 편하게 이용할 수 있는 편의시설이 갖춰진 관광목적지이다.

또한, 관광 후 관광객의 만족도가 높은 속성은 기후 및 날씨, 해변 및 바다, 숙박시설 편의성, 관광목적지까지의 교통수단 편의, 관광목적지내의 교통수단 편의, 산 및 오름으로 나타났다. 자연경관 및 편의시설과 관련된 속성들은 관광객들이 방문 전 고려한 중요도가 높았던 만큼 관광 후 만족도 또한 높게 나타나, 홍보 및 마케팅이 효과적으로 이루어지고 있으며, 관광자원 관리측면에서도 잘 운영되고 있음을 확인할 수 있었다.

이에 반해, 비용과 관련된 속성들은 관광객들의 중요도가 높았던 것에 비해 만족도가 낮게 나타났다. 실제로 설문조사를 실시하면서 이루어진 응답자와의 인터뷰에서 가장 많은 지적사항이 물가가 비싸다는 것이었다. 섬이라는 지리적인 특성으로 인해 타 관광목적지에 비해 제주도는 고비용의 약점을 가지고 있는데, 이를 완화하기 위한 가격정책이 필요한 시점임을 시사해주고 있다. 정부·관광사업체·지역주민 간의 이해관계에서 균형을 이루는 가격정책이 필요하며, 관광객에게 고비용의 관광상품을 제공할 경우 시설과 서비스의 질을 높여 기대편익을 충족시킬 수 있도록 해야 한다.

관광객의 중요도와 만족도가 모두 낮게 나타난 속성은 독특한 동·식물, 명성 및 이미

지, 역사 및 문화적 지원, 토산품 및 특산품, 체험프로그램, 주변관광지와 연계성, 축제·이벤트·공연, 쇼핑시설 편의성으로 조사되었다. 이러한 속성들은 내국인관광객들에게 있어 중요하게 고려되지도, 만족하지도 않는 요인들로써 단기간에 과도한 자원배분 및 노력을 기울이기보다 장기간에 걸친 관리 및 운영이 필요하다. 특히, 최근 해양스포츠와 같은 체험프로그램 참여에 대한 관심이 높아지고 있으므로 관광객들의 참여를 유도할 수 있는 프로그램이 개발되어야 할 것이다. 제주도는 사면이 바다로 둘러싸여 타 관광목적지에 비해 해양스포츠 프로그램을 개발하여 운영하는데 유용한 곳임에도 불구하고, 이에 대한 상품 개발 및 운영, 홍보마케팅 부분에서 매우 미흡하다. 송정과 송도의 경우, 2013년 종합 해양스포츠 활동이 가능한 해양스포츠 센터를 개장하여 많은 서핑스쿨을 운영하는 등 해양스포츠 참여관광객을 유치하는데 많은 노력을 기울이고 있다. 제주도는 이와 같은 사례를 벤치마킹하여 ‘참여하는 관광’으로써의 전환이 필요하다.

끝으로, 본 연구는 제주도 방문 내국인 관광객들로 한정하였다는 점에서 대상 및 장소적 일반화하기 어렵다는 한계점을 가지고 있으며, 설문조사가 가을철에 이루어져 계절적 한계성을 가진다. 향후 연구에서는 내국인뿐만 아니라 외국인을 대상으로 확대할 필요가 있으며, 조사대상지를 한 곳으로 한정지을 것이 아니라 타 관광목적지와의 비교를 통한 분석이 이루어진다면 더욱 유용한 시사점을 도출할 수 있을 것이라고 기대해본다.

참고문헌

- 고계성(2006). “관광목적지 유형에 따른 매력성 평가에 관한 연구”, 제주대학교 대학원 박사학위논문.
- 고계성(2014). “관광목적지 질적 도약을 위한 실천적 전략 고찰: 제주특별자치도를 중심으로”, 관광연구저널, 28(2), pp.5-17.
- 고광희(2008). “섬 관광목적지 경쟁력 평가지표개발에 관한 연구”, 제주대학교 대학원 박사학위논문.
- 고선희, 박은숙(2012). “IPA를 이용한 의료관광선택속성 연구: 한국컨텐츠학회논문지, 12(4), pp.438-447.
- 고재운, 정용혜, 고동섭, 김현영(2011). “한국 전통주 관광객 동기유형 군집별 관광지 선택속성 차이연구”, 호텔경영학연구, 20(2), pp.53-68.
- 금경호(2000). “관광호텔 관광자의 선택행동에 관한 연구”, 관광경영연구, 10, pp.24-44.
- 김남조(2005). “지리정보시스템(GIS)을 이용한 관광지 수용력 적용모형 개발”, 관광학연구, 29(2), pp.12-31.
- 김시중(2010). “온천관광지 선택속성이 방문객 만족 및 행동의도에 미치는 영향 연구: 덕산 온천관광지를 사례로”, 한국지역개발학회지, 22(2), pp.145-163.
- 김연선, 이상희(2013). “IPA를 활용한 관광펜션업 선택속성의 중요도-만족도 연구”, 한국콘텐츠학회논문지, 13(3), pp.392-401.
- 김종훈(2013). “외식고객의 레스토랑 선택요인에 대한 중요도와 만족도에 관한 연구”, 관광연구, 28(1), pp.173-188.
- 김현, 장호성, 황진수(2014). “관광동기 및 관광지 선택속성이 만족도와 재방문의도에 미치는 영향 연구: 경기도 안산시를 대상으로”, 관광연구저널, 28(1), pp.219-232.
- 김혜영, 장양례(2011). “국내여행객의 관광동기, 여행상품선택속성, 관광행태에 관한 연구”, 관광연구, 26(4), pp.147-166.
- 류인평, 김정준(2010). “관광동기와 관여도에 따른 관광목적지 매력성 연구”, 관광경영연구, 14(3), pp.69-93.
- 박득희, 김혜선, 이계희(2014). “단체 관광객과 개별 관광객 간 관광목적지 선택 차이 비교 연구: 사회네트워크 분석을 적용하여”, 지식경영 학술심포지움, 2014, pp.166-178.
- 박득희, 이계희(2014). “패키지 관광상품에 포함된 관광목적지들 간의 사회 네트워크 분석”, 15(4), pp.1414-1423.

- 박은경, 최병길, 가정혜(2010). “역사문화유적지로서 경북궁 매력속성에 대한 IPA: 경북궁 방문객을 대상으로”, 관광학연구, 34(1), pp.179-194.
- 박은숙, 이주형(2012). “방한 일본인 관광객의 고객가치 유형에 따른 관광지선택속성 차이 분석”, 관광연구, 27(3), pp.123-139.
- 박진영, 정성엽, 윤세환(2012). “항공사 선택속성의 IPA분석을 통한 전략 도출에 관한 연구: 국적항공사와 저가항공사의 비교”, 관광연구, 27(5), pp.237-252.
- 박호표(2012). “국내 의료관광 목적지 선택속성과 만족 및 행동의도에 관한 실증적 연구”, 대한경영학회지, 25(1), pp.131-146.
- 송재호, 김향자(2010). “한류가 한국이미지와 여행 후 의사결정에 미치는 영향: 구조모델의 설정과 검증”, 한국관광학회 제 55차 학술논문 발표논문집, pp.119-130.
- 송학준(2012). “문화관광지 선택속성, 지각된 가치, 만족간 구조적 관계 연구: 경북궁 관광객을 대상으로”, 호텔경영학연구, 21(5), pp.219-236.
- 양승필(2013). “주제공원의 선택속성과 체험품질이 관광객의 만족도와 충성도에 미치는 영향 연구”, 관광연구, 28(4), pp.25-45.
- 양승희(2010). “도시관광 이미지 요소가 외래관광객 선택행동에 미치는 영향 연구”, 관동대학교 대학원 박사학위논문.
- 엄서호(1991). “관광여행목적지 선택과정에 있어서 지각억제인자와 지각촉진인자의 역할”, 여가생활연구, 3, p.2.
- 영기, 홍영호(2011). “관광객 라이프스타일 유형에 따른 특수목적관광지 선택속성 연구”, 사회과학논총, 26(2), pp.117-145.
- 오상훈(2005). “관광과 문화의 이해”, 서울: 형설출판사.
- 오영준(2005). “관광지 이미지가 관광지 선택에 미치는 영향에 관한 연구”, 경기대학교 대학원 박사학위논문.
- 오정학(2011). “관광목적지 브랜드 자산가치 형성 과정의 통합 이론모형 연구: 내용분석, 근거이론, SEM에 의한 삼각검증”, 경희대학교 박사학위논문.
- 윤정현(2010). “가족관광객의 관광동기, 관광지 선택속성 및 관광만족의 영향 관계”, 관광·레저연구, 22(5), pp.283-301.
- 이경자, 조성호(1997). “관광목적지의 수명주기에 관한 연구: 경주지역을 중심으로”, 교육연구논집, 5, pp.133-154.
- 이동훈(2002). “거리지각이 관광지 선택행동에 미치는 영향”, 충북개발연구, 13(2), pp.175-193.
- 이상철(2013). “IPA분석을 통한 콘도미니엄의 선택속성 평가분석에 관한 연구: 경주지역을

- 중심으로”, 관광연구, 28(3), pp.291-306.
- 이은정(2010). “여행상품가격에 따른 관광목적지 유형 연구: 관광동기의 조절효과”, 경기대학교 대학원 석사학위논문.
- 이재곤, 고선희(2010). “일본관광객의 한국관광지 선택속성의 중요도-성취도 분석”, 한국콘텐츠학회논문지, 10(9), pp.338-347.
- 이재후(2005). “국내 섬관광지 선택속성에 대한 연구”, 여행학연구, 23, pp.115-134.
- 임화순, 고계성(2006). “관광목적지 매력속성에 따른 중요도-성취도 연구: 일본 오키나와를 중심으로”, 관광연구, 21(1), pp.177-190.
- 장병수(2004). “여행상품 서비스질이 만족, 재방문, 추천의도에 미치는 영향”, 컨벤션연구, 6, pp.119-136.
- 장양례(2007). “실버 관광자의 관광동기 유형에 따른 제약요인과 목적지 선택속성 연구”, 호텔관광연구, 26, pp.46-62.
- 장양례, 윤유식, 박노현(2008). “문화관광지 선택속성에 대한 세분시장별 여행만족도에 관한 연구: Fisher's Z값을 활용한 조절효과를 중심으로”, 대한지리학회지, 43(6), pp.938-950.
- 정규렬(2013). “관광지 방문동기와 장소 정체성, 만족에 관한 연구: 제주올레 4개 코스를 중심으로”, 제주대학교 대학원 석사학위논문.
- 조현호, 김석출(2003). “관광학원론”, 서울: 대왕사.
- 조혜정, 류태창, 이주영(2005). “울주군 관광자원 매력도 평가 연구”, 한국관광교아학회 제57차 울주관광학술 심포지엄, p.89.
- 최병길(2004). “IT혁명과 관광”, 서울: 백산출판사.
- 최창희, 임병호(2011). “관광지 선택시 만족도와 재방문과의 관계에 대한 실증적 연구”, 경상논집, 24(2), pp.45-66.
- Buhalis, D.(2006). “Marketing the competitive destination in the future”, *Tourism Management*, 21(1), pp.97-116.
- Clawson, M. & Knetsch, J. L.(1976). “The Economics of Outdoor Recreation”, Johns Hopkins Press, Baltimore.
- Davidson, R. & Maitland, R.(1997). “Tourism destinations”. London: Hodder & Stoughton
- Engel, J. F., Blackwell, R. D. & Kollat, D. T.(1990). *Consumer Behavior*(6th ed.).Liinois: The Dryden Press.
- Hall, C. M.(2000). “Tourism Planning(3rded.)”. London: Taylor and Francis.

- Hammit, W. E., Bixler, R. D. & Noe, F. P.(1996). "Remove from marked Records Going beyond importance-performance analysis to analyze the observance-influence of park impacts", *Journal of Park and Recreation Administration*, 14(1),pp.45-62.
- Hsu, T. K., Tsai, Y. F. & Wu, H. H.(2009). "The preference analysis for tourist choice of destination: A case study of Taiwan", *Tourism Management*, 30(2), pp.288-297.
- Kozak, M.(2004). "Destination Benchmarking", Oxon: CABI Publishing
- Lancaster(1996). "A New Approach to Consumer Theory", *Journal of Political Economy*.
- Law, E.(1995). *Tourists Destination Management: Issues, Analysis and Policies*, Routledge, New York. pp.23-24.
- Leiper, N.(1995). "Tourism management". Melbourne: RMIT Press.
- Lew, A. A.(1987). "A framework of tourist attraction research", *Annals of Tourism Research*, 14(4), pp.553-575.
- Mayo, E. J. & Jarvis, L. P.(1981). "The psychology of leisure travel. Effective marketing and selling of travel services", Boston.
- Shani, A., Chen, P. J., Wang, Y. & Hua, N.(2010). "Testing the impact of a promotional video on destination image change: application of China as a tourism destination", *International Journal of Tourism Research*, 12(2), pp.116-133.
- Zabkar, V., Brencic, M. M. & Dmitrovic, T.(2010). "Modeling Perceived Quality, Visitor Satisfaction and Behavioural Intentions at the Destination Level", *Tourism Management*, 31(4), pp.537-546.