

IP분석에 의한 온천관광지 선택속성 평가 연구

김시중*

요약: 본 연구는 중요도-성취도 분석에 의한 온천관광지의 선택속성에 대한 중요도 및 성취도 평가 그리고 선택속성 중요도의 차이 분석에 목적이 있었다. 연구대상인 유성 온천관광지 방문객을 대상으로 온천관광지 선택속성에 대한 실증분석을 실시하였으며, 분석결과는 다음과 같다. 첫째, 32개 선택속성에 대한 요인분석결과 5개 요인(‘온천 및 부대시설’, ‘온천관광지 주변여건’, ‘친절·추천의사’, ‘온천수’ 및 ‘온천비용’)이 추출되었다. 둘째, 온천관광지의 선택속성별 중요도 및 성취도에 대한 평균값의 차이에 대한 검정 결과, 통계적으로 유의하였으며, ‘온천 및 부대시설’ 요인, ‘친절·추천의사’ 요인, ‘온천비용’ 요인, ‘온천관광지 주변여건’ 및 ‘온천수’의 순위로 평균값의 차이가 큰 것으로 나타났다. 셋째, IP분석에 의한 온천관광지 선택속성 평가결과, I 사분면(‘지속적 노력필요’)에 9개, II 사분면(‘과잉노력 지양’)에 4개, III 사분면(‘우선시정 필요’)에 7개 그리고 IV 사분면(‘저 우선순위’)에 12개의 선택속성이 위치하고 있는 것으로 나타났다.

주요어: 중요도-성취도 분석, 온천관광지, 선택속성, 유성온천

1. 서론

온천관광지에 대한 관심은 주 5일 근무제와 웰빙에 대한 관심뿐만 아니라 국민들의 관광에 대한 인식의 변화에 의해 더욱 증대되고 있다. 한편 한국관광공사의 조사에 의하면 여행 동반자의 형태 중에서 가족 동반의 휴식 및 휴양을 위한 숙박 여행이 점차 확대되고 있는 것으로 조사결과 나타나고 있다. 이러한 추세에 따라 최근 한국의 온천 개발은 전국에 걸쳐 급격히 진행되고 있다. 1981년 온천법 개정 당시 15개소에 불과했던 온천 지구는 2005년 기준으로 135개소로 대폭 증가되었다(한국의 온천, 2006).

전국의 온천이용객 수는 매년 증가하고 있으나 전

국의 온천 관광지에 대해 관광객들은 차별성을 느끼지 못하고 있으며, 이는 전국의 온천관광지들이 시장 세분화를 제대로 하지 못한 결과로 우리나라 온천관광지는 공급과잉 상태의 시장 상황이다.

국내 온천관광지는 최근 주5일제의 도입 등의 요인에 의해 종래의 요양을 위한 온천관광지의 기능에서, 보양과 휴양에 일익을 담당하는 새로운 형태의 관광자원으로서 그 중요성이 더욱 부각되고 있다. 특히 지방화시대의 도래와 더불어 각 지방자치단체는 지역발전을 위한 각종 대안의 하나로 온천관광지 개발 사업에 많은 관심을 가지고 있다. 그러나 공공 및 민간부문에서 많은 온천관광지사업을 계획·시행함으로써 전국 각지에는 온천관광지가 무분별하게 건설되고 있는 실정이다.

* 우송대학교 호텔관광경영학과 교수

이러한 시장상황은 온천관광지 간에 경쟁을 심화시켜 시장세분화(market segmentation) 전략도 곧 경쟁 온천관광지에 의해 복사되고 있다. 그러나 온천관광지내의 시설은 단시일에 복제할 수 있겠지만 특정 온천관광지의 이미지는 쉽게 모방할 수 없다는 점에서 각 온천관광지는 독특한 전략을 개발하기 위한 수단으로 온천관광지의 이미지를 강조하고 있다. 그러나 현실적으로 관광객들은 전국의 온천관광지에 대한 차별화를 인지하지 못하고 비슷하게 느끼고 있다. 이는 전국의 온천관광지들이 시장세분화를 제대로 하지 못한 결과로 공급 과잉 상태의 우리나라 온천관광지의 현재의 시장상황에서는 이러한 문제점을 직시하여 포지셔닝 전략을 수립할 필요성이 제기되고 있다.

온천관광지의 포지셔닝은 관광객 마음속에 가장 적절한 장소에 위치시키는 마케팅 전략이자 계획(Reilly, 1990; Reich, 1997)으로, 관광시장의 역동적 변화에 맞게 관광지를 지속적으로 변화시키는 목표 지향적 과정으로 이해된다. 이런 포지셔닝 과정은 관광객의 욕구를 반영하고 경쟁 온천관광지와의 경쟁 구조를 분석함으로써 온천관광지의 경쟁력을 담보할 수 있는 전략(송재호·허향진, 2003)으로 그 중요성이 강조되고 있다.

기존의 온천관련 선행연구는 권순조(1999)의 온천관광지 이용행태 연구, 신강현·한상겸(1999)의 온천여행자의 행위세분화 연구, 김현지(2000)의 한국 온천 개발의 특성 및 문제점, 온천 리조트 이용고객의 리조트 선택속성 연구, 박정열(2007)의 온천수요 결정요인 및 시장세분화 연구 등 많은 연구가 행하여졌다. 지금까지 수행된 온천관광지의 선택속성에 관한 선행연구의 분석결과, 중요도 또는 만족도를 개별적으로 분석하는 연구가 주류를 이루고 있으나, 중요도와 만족도(성취도)를 동시에 분석하는 연구는 전무한 실정이다. 중요도와 성취도를 동시에 분석하는 기법인 IP(Importance and Performance)분석은 기대와 만족의 차이에 분석하는 것으로 학술적으로나 실무적으로도 유용하여 다른 연구영역에서 많이 사용하

고 있다. 이에 IP분석을 활용한 온천관광지의 선택속성 연구의 필요성이 제기되고 있다.

이에 본 연구는 대전광역시에 소재한 유성 온천관광지를 방문한 관광객을 대상으로 중요도-성취도 분석기법에 의한 온천관광지의 선택속성 중요도 및 성취도 평가와 중요도의 차이 분석에 목적이 있다.

연구방법은 문헌연구와 실증연구로 이루어졌으며, 실증분석에서는 통계분석 프로그램 SPSS 12.0을 이용하여 빈도분석(frequency analysis), 기술통계량 분석(descriptive analysis), 신뢰도 분석(reliability analysis), 요인분석(factor analysis) 및 대응표본 T검정을 실시하였다.

2. 이론적 배경

1) 온천관광지

관광지는 관광자가 일상생활공간을 떠나서 자신의 관광욕구를 충족시키기 위하여 일정시간동안 체재하는 지역으로서, 자연·인문·산업 등의 관광자원을 보유하여야 하고, 관광자의 관광활동을 가능하게 할 각종 숙박시설, 식음료시설, 기반시설 등의 계반시설이 갖추어진 지역공간이다(김도경, 2001). 다시 말해 관광 목적인 휴양, 문화, 운동, 레크리에이션 등의 활동을 수행할 수 있고, 그 목적을 위한 필요한 시설이 갖추어진 일정한 지역을 말한다. 그러므로 관광지는 장소(place), 지구 또는 지역(area), 지역(region)을 모두 포함하는 공간적 개념이다(박석희, 1990).

온천관광지란 용어는 보편적인 개념이나 법정 용어는 아니지만, 법규상으로 볼 때는 관광지로 지정되어 개발되는 곳 중에서 온천을 주요한 관광자원으로 하는 곳이라고 할 수 있다. 日本造景學會(1987)는 온천관광지란 '일상 생활권에서 떨어져 있는 곳에서 온천을 통한 보양을 위한 목적으로 체재하는 관광지'라고 정의하고 있다. 따라서 온천관광지란 온천이라는

관광자원을 중심으로 관광자의 욕구와 동기를 충족시킬 수 있는 편의시설 그리고 기반시설 등이 구비된 공간으로서 뿐만 아니라 경제적 편익까지 추구되는 지역이라고 할 수 있다. 온천관광지는 온천이라는 하나의 관광자원을 가지고 관광객을 유인하는 경향이 있으므로 온천과 그에 따른 부대시설 등의 인공적인 자연개발은 반드시 이루어져야 한다(김도경, 2001). 또한 온천은 체류형 관광지이면서 휴양지적인 성격을 지니고 있다(권순조, 1996). 따라서 온천의 이용행태는 숙박과 강하게 연결되어 숙박시설이 중심이 되는 공간의 형태로 나타나게 된다(조일형, 1990). 결국 온천관광지에서는 온천의 이용과 숙박이 중심을 이루게 되는 특징을 보인다.

2) 온천 현황 및 유성온천

우리나라에는 1981년 온천법 제정 당시 15개 온천지구에서 2006년 기준으로 67개의 온천지구가 지정되어 이용 중이다. 연간 온천 이용객 변화추이를 살펴보면 2003년 5,288만 명, 2004년 4,923만 명 그리고 2005년 5,223만 명으로 약 5,000만 명이 매년 온천을 이용하고 있는 것으로 파악되었다(박정열, 2007). 2006년 기준의 전국의 온천지구, 이용업소 현황 및 연간이용인원을 살펴보면 다음과 같다.

2006년 기준의 우리나라 온천지구는 349개이며, 이용 중인 업소는 606개소이다. 온천지구가 가장 많은 지역은 경북으로 80개 지구 73개 업소가 이용 중이며, 충남 27개 지구에서 전국에서 가장 많은 103개

표 1. 전국 온천 현황(2006년)

시·도	합계		신고수리		지구지정			보호구역지정			연간 이용인원 (천명)
	계	이용업소	계	이용업소	이용중		개발중	이용중		개발중	
					계	이용업소		계	이용업소		
서울	9	7	1	1	0	0	1	6	6	1	1,125
부산	15	113	0	0	2	103	1	10	10	2	4,414
대구	13	11	3	0	2	4	1	6	7	1	1,247
인천	10	0	5	0	0	0	4	0	0	1	0
광주	3	2	0	0	1	1	1	1	1	0	388
대전	1	65	0	0	1	65	0	0	0	0	3,866
울산	5	23	0	0	4	22	0	1	1	0	1,318
경기	43	31	10	0	6	18	13	10	13	4	3,661
강원	35	32	14	4	5	20	8	5	8	3	2,755
충북	19	35	8	0	7	34	3	1	1	0	4,352
충남	27	103	12	0	7	102	5	1	1	2	7,338
전북	22	18	8	1	5	12	8	1	5	0	1,450
전남	16	40	6	0	5	38	1	1	2	3	3,570
경북	80	73	20	0	17	42	13	25	31	5	8,873
경남	43	51	19	3	4	39	6	8	9	6	7,825
제주	8	2	3	0	1	1	3	1	1	0	69
합계	349	606	109	9	67	501	68	77	96	28	52,251

업소가 이용 중이다. 그 뒤를 이어 강원 35개 지구 32개 업소가 있다. 한편 전국의 광역시 가운데는 온천지구 및 이용업소가 가장 많은 곳은 부산이 15개 지구 113개 업소이며, 대전은 1개 지구에서 65개 업소가 밀집하여 전국에서 온천관광지내 이용업소의 밀집도가 가장 높은 지역으로 나타났다. 연간 이용인원은 경북, 경남, 충남의 순위로 나타났다. 본 연구의 대상인 유성온천의 소재지인 대전은 전국에서 온천관광지내 이용업소 밀집도가 가장 높고, 1개의 온천지구에서 가장 많은 연간이용인원을 나타내는 온천으로 분석되고 있다.

우리나라의 경우 1995년도에 지방자치제를 실시하면서 각 지방자치단체는 지역발전을 위한 각종 대안의 하나로 온천관광지 개발 사업에 많은 관심을 가지고 있다. 이러한 추세에 따라 온천 개발은 전국에 걸쳐 급격히 진행되고 있다. 그러나 충청지역 온천관광지의 발전은 한마디로 정체현상에 놓여있다. 덕산, 마곡, 칠갑산 도립, 천안 온천관광지 등의 충청지역 온천관광지 개발 사업은 기반조성공사 중 개발이 중단되었거나, 기반조성공사는 완공된 상태이나 자금력 부족의 이유로 사업이 진행되지 못하고 있는 실정이다(류홍선, 2001).

대전광역시에 위치한 유성온천은 1920년대에 개발된 충청권의 대표 온천이었으나 최근의 국내 온천관광지의 공급과잉으로 관광객 수가 증가하지 못하고 있으며 관광객들의 만족도 역시 떨어지고 있는 실정이다. 또한 관광객들은 현실적으로 다른 온천들과 비교하여 차별화를 인지하지 못하고 비슷하게 느끼고 있다. 이러한 온천 관광객의 증가 둔화와 만족도의 감소 등의 문제점을 인식하고 유성지역을 사례지역으로 선정하였다.

유성온천은 충청권 관광거점지역에 위치하며 교통여건이 우수한 온천전통이 있는 대표적 도시형 온천지역으로 행정구역상 대전광역시 유성구 온천1동에 속하며 대전 중심가에서 서쪽으로 약 11km 지점에 위치하고 있다. 유성온천은 14세기에 기원하며 1920년대에 자연 분출되는 수온 섭씨 42-65도, 산성도

(PH) 8.4, 알칼리성 라듐단순천 온천을 개발하여 근대적 온천장 시설을 하면서 최근에는 관광객의 욕구와 동기를 충족시킬 수 있는 편의시설 그리고 기반시설을 갖춘 충청권의 중심 온천관광지로 개발되었다(<http://ko.wikipedia.org/wiki>). 주변 관광지로는 계룡산국립공원, 공주 무령왕릉, 동학사, 마곡사, Expo 과학공원, 과학연구단지 등의 자연·문화·산업·위락 관광자원이 있다.

2) 온천관광지관련 선행연구

과거 1970년대와 1980년대의 온천관광지관련 선행연구를 살펴보면 개별 온천관광지를 대상으로 지역, 특성, 환경, 시설 분석 및 개발방향에 관한 연구가 이루어졌으며, 다른 한편으로는 온천방문 관광객 대상의 온천관광지 실태 및 구조 분석 등이 주류를 이루고 있다. 한편 1990년대에는 온천관광객의 온천관광지 방문 행태, 온천관광지 선택 요인 등에 관한 연구가 주류를 이루고 있다.

2000년 이후의 연구를 살펴보면, 송일문(2000)의 온천 리조트 포지셔닝 연구, 김도경(2001)의 국내 온천관광지 29개소 대상의 실태조사와 분석, 김원국(2002)의 온천관광지 이용 동기와 온천 선택속성 조사에 의한 시장세분화 연구, 오재경(2003)의 온천리조트 방문자의 가치에 따른 세분화 및 온천선택속성 측정과 세분화 연구, 김수진(2004)의 온천리조트 선택 시의 중요사항과 만족도와 재방문의사를 측정하여 리조트 선택속성의 세분화 연구, 김시중(2005)의 온천관광지의 이미지, 선택속성 및 선호도 분석, 그리고 박정열(2007)의 온천 시장 세분화, 온천수요 결정요인 분석 및 온천수요예측모형 제시 등의 연구가 수행되었다. 이러한 2000년 이후의 연구는 지리학, 관광학 및 마케팅적 측면에서 연계된 연구가 주류를 이루고 있다.

표 2. 온천관광지관련 선행연구 요약

년도	연구자	연구 내용
1977	김병문	온천 지역 및 방문객 실태 분석, 지역개발방향 제시, 온천관광지 특성 파악
1979	정승익	관광자원, 관광시설, 관광객 구조 분석
1980	박영철	발달과정 및 특성 분석, 개발방향 제시
1981	최미숙	취락형성과 관광객의 구조적 특색 분석
1981	정태홍	관광환경 분석
1982	김홍운	도시화와 온천관광도시의 개발
1983	방윤영	농촌과 도시를 연결하는 개발방향 제시 연구
1984	원학희	온천취락의 지역구성
1986	김성희	지리적 요인, 연계성, 이용실태, 관광객 구조
1987	김상훈	온천관광지 형성과정과 제 기능 종합적 고찰, 관광객 구조, 계절특성, 온천관광지의 고유 특성
1990	한병선	온천 속성변수, 관광지이미지 구조, 선호형태 파악
1994	고동완	온천 선택 시 영향을 미치는 요인들을 외생·내생 요인으로 분류
1999	권순조	방문횟수, 관광형태, 선호 온천관광지, 온천관광지의 기능 및 시설 선호도, 만족도 분석
2000	송일문	충청지역 온천 리조트의 포지셔닝 전략 분석
2001	김도경	우리나라 온천관광지 29개소에 대한 실태조사와 분석을 통한 문제점 파악 및 개선방안 도출
2002	김원국	온천관광지 이용 동기와 온천 선택속성을 조사, 동일관광권역내 온천 이용자들을 세분화
2003	오재경	온천리조트 방문자의 가치에 따른 세분화 및 온천선택속성을 측정하고 세분화
2004	김수진	온천리조트 선택 시의 중요사항과 만족도와 재방문의사를 측정하여 리조트 선택속성의 세분화
2005	김시중	온천관광지의 이미지, 선택속성 및 선호도 분석
2007	박정열	동래온천을 대상으로 시장을 세분화하고 온천수요 결정요인 분석 및 온천수요예측모형 제시

자료: 선행연구를 바탕으로 연구자 재구성

3) 온천관광지 선택속성

온천관광지 선택속성 관련 국내외 선행연구 결과 선택속성 변수는 국내외의 여러 학자들에 의해 각기 다른 속성변수를 대상으로 연구가 이루어졌다. 국외 연구자와 국내연구자를 비교하면 온천의 온도, 수질, 효능 및 수량에 관련하여 국외 연구자는 온천관광지 선택속성 변수로 활용하지 않고 있으나, 국내연구자는 모두가 변수로 활용하고 있는 것으로 파악되었다. 한편 41개의 선택속성 가운데 공중 온천탕 및 목욕시설의 우수성, 숙박시설 우수성, 유희·오락시설, 지역 토속문화·음식 우수성, 자연경관 우수성, 주민

환대성의 6개 속성들이 국내외 연구자들이 분석을 위하여 선택속성으로 가장 많이 활용하고 있는 것으로 나타났다. 이외는 반대로 온천의 수량, 공중 온천탕 및 목욕시설의 다양성, 판매시설 우수성, 특정 업소 선호도, 종업원의 정보제공능력, 고객요구에 대한 종사원 태도·책임감 등의 선택속성은 선택속성 변수로서의 활용빈도가 낮았다.

이에 본 연구에서는 국내외의 연구자들이 선택속성으로 활용하고 있는 전체 41개의 변수들 가운데 중복되거나 유사한 의미의 속성을 묶거나 분리하여 총 32개의 변수로 축소하여 본 연구의 실증 분석에서 선택속성으로 활용하였다.

표 3. 온천관광지 선택속성 관련 선행연구

선행연구에서의 선택속성	연구자								본 연구에서의 선택속성
	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	
온천수 온도						○		○	온천수 온도
온천수 수질						○	○	○	온천수 수질
온천수 효능								○	온천수 효능
온천수의 수량						○			온천수 수량
공중 온천탕, 목욕시설 우수성	○	○	○		○	○	○	○	온천·목욕시설
공중 온천탕, 목욕시설 다양성					○				
어린이 시설 우수성					○			○	어린이 시설
부대이용시설(헬스·놀이시설)					○	○	○	○	부대이용시설
부대시설의 다양성					○		○		
공중 온천탕, 목욕시설 분위기		○			○				온천·목욕시설 분위기
공중 온천탕, 목욕시설 청결					○	○		○	
공중 온천탕, 목욕시설 이용요금					○	○	○	○	온천·목욕시설 이용요금
공중 온천탕, 목욕시설 이용시간					○				
숙박시설 우수성	○	○		○		○		○	숙박시설
숙박시설 청결						○			숙박시설 이용요금
숙박시설 이용요금						○		○	
주차시설								○	주차시설
유홍·오락시설	○	○	○	○		○	○	○	유홍·오락시설
레포츠 활동	○	○	○	○					레포츠 활동 시설
휴식	○	○							휴식시설
판매시설 우수성								○	쇼핑시설
쇼핑 용이성			○				○		
지역 토속문화·음식 우수성	○	○	○			○	○	○	식도락
온천관광지의 지명도						○	○	○	온천관광지 지명도
특정 업소 선호성								○	특정 업소 충성도
자연경관 우수성	○	○		○		○		○	자연경관
주변 공원	○	○	○						
잘 조성된 관광지						○	○		온천관광지 조성 상태
덜 혼잡한 관광지						○		○	
주변 관광지 연계 이용						○		○	주변 관광지 연계
주변 문화유적 풍부			○	○		○		○	문화 유적
접근성						○	○	○	접근성
교통수단 편리성		○						○	교통수단 편리성
주민 친절성	○	○	○	○	○	○		○	주민 친절

선행연구에서의 선택속성	연구자								본 연구에서의 선택속성
	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	
종사원 친절성					○	○	○	○	종사원 친절성
종사원의 정보제공 능력					○				종사원 능력 및 태도
고객요구에 대한 종사원 태도 · 책임감					○				
경유 온천욕						○		○	경유 온천욕
가족, 친지, 이웃 권유						○		○	가족, 친지, 이웃 권유
친구, 직장동료 단체 권유						○		○	친구, 직장동료 단체 권유
여행비용		○		○				○	여행비용

주) ○ : 온천관광지 선택속성을 해당 연구자의 연구에 포함시킨 경우

자료: ① Goodrich(1980), ② Haahiti(1986) ③ Gartner(1989), ④ Muller(1991), ⑤ Deng(2007), ⑥ 고동완(1994), ⑦ 송일문(2000), ⑧ 박정열(2007)

4) IP분석(Importance-Performance Analysis)

IP 분석 [중요도-성취도 분석 (Importance-Performance Analysis, IPA)]은 상품이나 서비스가 지니고 있는 중요 속성(salient attribute)들의 중요도(importance) 및 성취도(performance)를 소비자가 어떻게 인식하고 있는지 동시에 분석하기 위해 마케팅에서 개발된 기법이다(최정우, 1999). 구체적으로 IP분석이란, 소비자들의 상품이나 서비스의 중요도와 만족도를 측정하는 기법으로 다음의 과정을 거쳐 분석되고 있다(Shin & Feunekes, 1993; 김성일, 1991; 윤선영, 2005). 첫째, 소비자가 어떤 속성을 중요하게 여기는지를 조사한다. 둘째, 소비자가 이용 전에는 각 속성의 중요도를, 이용 후에는 성취도를 스스로 평가한다. 셋째, 각 속성의 상대적인 중요도와 성취도를 동시에 비교·분석한다. 결국 IP분석이란 중요 속성들에 대한 사용 전 기대, 사용 후 평가 및 사용 전 기대와 사용 후 평가간의 차이를 동시에 비교·분석(이주희·한상열·심규원, 2001)하는 기법이다.

IPA는 기존 연구에서 밝혀진 만족관련 이론을 단

순화시키고 분석 결과를 그래프로 표현함으로써 실무자들이 연구결과를 쉽게 파악할 수 있다는 장점이 있다. 이러한 IPA는 특정제품의 속성이나 특징이 소비자에게 얼마나 중요한지를 판별함으로써 소비자의 만족도를 평가하고, 각각의 특징에 대한 상대적인 중요도와 공급자 측의 활용도를 설정하고 하는 것을 목적(최정우, 1999; 조운주·안기완·김상오, 2001)으로 하고 있으며, 경영진단에 있어서 소비자 의견을 체계적으로 분석하는데 활용되고 있으며 수행과정과 결과해석이 용이하여 실무적으로 활용도가 높은 분석기법이다.

IP분석은 중요 선택속성의 결정단계, 5점 또는 7점 척도 평가에 의한 설문조사단계, 그리고 중요도와 성취도를 각각 X축과 Y축으로 하여 각각의 속성에 대한 평균값(mean value) 또는 중앙값(median value)을 구하고, 이를 토대로 실행격자상(action grid)에 표기하는 실행격자작성단계 및 마지막으로 실행격자 해석단계로 이루어진다. 마지막 단계인 중요속성에 대한 중요도와 성취도를 측정·평가한 결과는 <그림 1>과 같으며, 실행격자 4분면의 의미는 다음과 같다(Weber, 2000; Renard, 2003; 최정우, 1999; 윤선영, 2005).

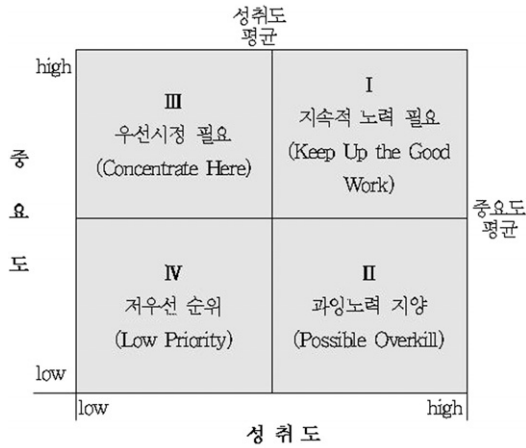


그림 1. 실행력자 분석도

① 지속적 노력 필요(Keep Up the Good Work): 이용자들도 중요하게 생각하고 있으며 실제로도 만족스럽게 반영되어 있는 속성들로서 현재와 같은 노력이 유지되어야 할 것들이다.

② 과잉노력 지양(Possible Overkill): 이용자들은 중요하게 생각하고 있지 않지만 만족스럽게 반영되고 있는 속성들로서 현재의 노력을 다른 속성, 주로 '우선시정 필요' 속성에 투입해야 하는 것들이다.

③ 우선시정 필요(Concentrate Here): 이용자들이 중요하게 생각하고 있지만 실제로는 반영이 잘 되어 있지 못한 속성들로서 시급히 개선되어야 할 것들이다.

④ 저 우선순위(Low Priority): 이용자들도 중요하게 생각하고 있지 않지만 만족스럽게 반영되어 있지 않은 속성들로서 현재 수준 이상의 노력 투입은 불필요한 것들이다.

3. 조사 설계

1) 조사대상과 방법

본 연구의 분석대상 온천관광지는 대전광역시에 소재한 유성온천으로 선정하였다. 표본추출은 유성 온천 방문객 총 300명을 편의표본추출방법에 의해 이루어졌으며, 설문조사방법은 면접을 통하여 온천방문객이 직접 설문지에 기입하는 자기기입식 설문지법을 이용하였다. 설문은 2008년 12월 7일부터 13일까지 이루어졌으며, 총 300부의 조사 표본에서 불성실 표본을 제외한 247부(82.3%)를 유효 표본으로 분석에 활용하였다.

표 4. 조사표본 설계

구분	내용
연구대상	유성온천 방문객
표본추출방법	편의표본추출방법
조사기간	2008년 12월 7일~13일
조사방법	자기기입식 설문지법
조사범위	유성온천
조사 및 유효 표본 수	조사 표본 수: 300부 유효 표본 수: 247부(82.3%)

2) 설문지 구성과 분석방법

본 연구의 설문지는 인구통계학적 문항 6개 및 온천관광지 선택속성에 관한 중요도-성취도 문항 각각 32개로 구성되었다. 중요도-성취도 분석을 위하여 온천관광지 선택속성에 대하여 Likert의 5점 척도를 적용하였다. 자료의 분석방법은 통계분석 프로그램 SPSS 12.0을 이용하여 빈도분석(frequency analysis), 기술통계량 분석(descriptive analysis), 신뢰도 분석(reliability analysis), 요인분석(factor analysis), 대응표본 T검정을 실시하였다.

4. 분석결과

1) 조사대상자의 특성

총 300부의 설문지를 배포하여 수집된 불성실한 응답을 제외한 247부의 설문응답자를 대상으로 빈도 분석을 실시하였으며, 표본의 인구 통계적 특성은 < 표 5>와 같다.

2) 신뢰도 및 타당성 검증

온천관광지 선택속성 중요도와 성취도에 대한 신뢰성 검정을 위하여 신뢰도 분석을 실시하였으며, 전체 선택속성의 중요도에 대한 신뢰도계수(Cronbach's

Alpha)는 0.873로 파악되었다.

5개 요인들의 신뢰도 계수인 알파 값은 모두 0.7 이상이었으며, 전체 선택속성의 성취도에 대한 신뢰도 계수는 0.847로 나타났다. 이러한 신뢰도계수는 온천관광지 선택속성들이 각 요인에 관하여 내적 일관성을 지니고 있음을 의미하는 것으로, 결과적으로 전체적인 신뢰도는 높은 수준인 것으로 평가되고 있다.

한편, 선택속성의 타당성 검정을 위하여 요인분석을 이용하였다. 요인분석에서 요인회전 방법은 요인간의 독립성을 확보하기 위해 주성분 분석에 의한 요인 추출방법을 활용하였으며, 베리맥스(varimax) 회전 방법을 사용하였다. 총 32개의 속성에 대한 요인 분석결과 5개의 요인으로 추출되었다. <표 5>에 제시된바와 같이 요인1은 '온천 및 부대시설', 요인2는

표 5. 표본의 인구 통계적 특성

(N=247)

구분	변수	빈도	비율(%)	구분	변수	빈도	비율(%)
성별	남성	144	58.3	학력	대졸	60	24.3
	여성	103	41.7		대학원졸	22	8.9
연령	20대	31	12.6	관광형태	개별	56	22.7
	30대	49	19.8		패키지	13	5.3
	40대	54	21.9		여행모임(수학여행)	29	11.7
	50대	47	19.0		단체	39	15.8
	60대 이상	66	26.7		가족	61	24.7
직업	공무원	14	5.7		연수	29	11.7
	사무직	27	10.9		기타	20	8.1
	생산직	14	5.7		거주지	서울	61
	농·수·축산업	34	13.8	인천·경기		27	10.9
	자영업	33	13.4	강원		9	3.7
	전문직	36	14.6	대전·충남·충북		96	38.9
	주부	18	7.3	광주·전남·전북		27	10.9
	학생	21	8.5	대구·경북		20	8.1
기타	50	20.2	부산·울산·경남	19		7.7	
학력	고졸이하	139	56.3	제주		3	1.2
	전문대졸	26	10.5	해외	6	2.4	

표 6. 온천관광지 선택속성 중요도에 대한 신뢰도 검정 및 요인분석 결과

요인	속성	요인 적재값					공통성	요인별 Cronbach's α
요인1: 온천 및 부대시설	온천 및 목욕시설	.875					.814	.8542
	어린이 시설	.836					.763	
	부대이용시설	.793					.770	
	온천목욕시설 분위기	.751					.738	
	숙박시설	.729					.716	
	주차시설	.714					.659	
	유흥 오락시설	.708					.637	
	레포츠 활동시설	.686					.684	
	휴식시설	.650					.598	
쇼핑시설	.627					.621		
요인2: 온천관광지 주변여건	온천관광지 지명도		.824				.796	.8201
	자연경관		.793				.757	
	온천관광지 조성 상태		.776				.645	
	주변관광지 연계		.743				.679	
	문화 유적		.718				.702	
	접근성		.695				.569	
	교통수단 편리성		.674				.622	
	식도락		.628				.603	
경유온천욕		.617				.578		
요인3: 친절· 추천의사	종사원 친절			.789			.695	.7529
	종사원 능력 및 태도			.731			.705	
	주민 친절			.703			.679	
	특정업소 충성도			.687			.594	
	가족 친지 이웃 권유			.642			.743	
친구 직장동료 단체 권유			.610			.642		
요인4: 온천수	온천수 온도				.797		.723	.7346
	온천수 수질				.726		.669	
	온천수 효능				.680		.714	
	온천수 수량				.621		.678	
요인5: 온천비용	온천목욕시설 이용요금					.721	.693	.7003
	숙박시설 이용요금					.682	.768	
	여행비용					.607	.733	
고유값(eigen value)		9.435	7.021	5.326	3.361	1.491	전체 속성의 Cronbach's $\alpha=0.873$	
분산율(%)		28.245	17.204	12.317	7.833	4.659		
누적 분산율(%)		28.245	45.449	57.766	65.599	70.258		
KMO		.837						
Bartlett 구형성검정치		2,322,346						
유의확률		.000						

‘온천관광지 주변여건’, 요인3은 ‘친절·추천의사’, 요인4는 ‘온천수’, 요인5는 ‘온천비용’으로 명명하였으며, 최종 추출된 5개 요인의 전체 설명력은 70.258%로 나타났다.

3) 선택속성별 평균값 차이 검증

온천관광지의 선택속성별 중요도와 성취도에 대한 평균값의 차이에 대한 검정을 위하여 대응표본 T검정을 실시하였으며 분석결과는 다음과 같다. 검정결과 모든 선택속성에서 평균값의 차이는 통계적으로 유의한 것으로 나타났다.

중요도-성취도 분석에서 차이 분석은 각 선택속성에 대한 중요도와 성취도의 평균값의 차이를 분석하는 것으로 그 값이 작을수록 부정적이며 반대로 그 수가 클수록 부정적인 것을 의미한다. 본 연구에서는 모든 선택속성에서 온천관광지 방문객의 선택속성 중요도가 성취도보다 더 높아서 평균값의 차이가 있는 것으로 나타났다. 결국 이는 온천관광객들의 선택

속성에 대한 기대(중요도) 및 만족(성취도)의 불일치가 크게 존재하고 있음을 나타내고 있다.

선택속성별 평균값의 차이를 요인별로 비교하면 요인1이 가장 큰 0.83이며, 요인3 0.65, 요인5 0.62, 요인2 0.59 및 요인4 0.19의 순위인 것으로 분석되고 있다. 각 속성별 평균값의 차이가 가장 커서 불만족이 큰 선택속성은 주차시설 1.20, 레포츠 활동시설 1.15, 온천관광지 조성 상태 1.09 및 어린이 시설 1.00의 순위로 나타났다. 반대로 교통수단 편리성, 접근성, 온천수 온도, 온천수 효능, 온천·목욕시설 이용요금 등의 선택속성은 중요도와 성취도의 평균값 차이가 0.20 미만으로 나타나 가장 차이가 작은 것으로 파악되었다.

종합적으로 이에 대한 전략을 제시하면 평균값의 차이가 작은 속성에 대해서는 현재의 전략을 유지하는 것이 바람직하며, 차이가 큰 속성은 중요도와 성취도의 차이를 줄이는 즉, 만족도를 높이는 전략방안이 제시되어야 할 것이다.

표 7. 온천관광지 선택속성별 중요도 및 성취도에 대한 평균값 차이검정 결과

요인	속성	평균값			표준편차	t-value	유의확률
		중요도	성취도	차이			
요인1: 온천 및 부대시설	온천 및 목욕시설	4.02	3.30	0.72	1,223	9,206	0,000
	어린이 시설	3.80	2.80	1.00	1,515	10,328	0,000
	부대이용시설	3.58	2.94	0.64	1,254	8,070	0,000
	온천목욕시설 분위기	3.71	3.11	0.60	1,174	8,131	0,000
	숙박시설	3.83	2.89	0.94	1,531	9,597	0,000
	주차시설	3.80	2.60	1.20	1,435	13,079	0,000
	유흥 오락시설	3.53	2.99	0.54	1,058	7,937	0,000
	레포츠 활동시설	3.68	2.53	1.15	1,450	12,459	0,000
	휴식시설	3.54	2.76	0.78	1,250	9,827	0,000
	쇼핑시설	3.47	2.74	0.73	1,111	10,193	0,000
	요인별 평균	3.70	2.87	0.83			
	온천관광지 지명도	3.71	3.00	0.71	1,050	10,609	0,000
	지연경관	3.55	2.75	0.80	1,087	11,649	0,000

요인	속성	평균값			표준편차	t-value	유의확률
		중요도	성취도	차이			
요인2: 온천관광지 주변여건	온천관광지 조성 상태	3.95	2.86	1.09	1,097	15,603	0.000
	주변관광지 연계	3.78	3.32	0.46	0,974	7,511	0.000
	문화 유적	3.61	3.11	0.50	1,020	7,676	0.000
	접근성	4.05	3.89	0.16	1,084	2,290	0.023
	교통수단 편리성	3.94	3.91	0.03	1,045	2,426	0.012
	식도락	3.94	2.99	0.95	1,318	14,819	0.000
	경유온천욕	3.30	2.67	0.63	1,089	9,119	0.000
	요인별 평균	3.76	3.17	0.59			
요인3: 친절· 추천의사	종사원 친절	3.89	2.95	0.94	1,494	9,839	0.000
	종사원 능력 및 태도	3.97	3.17	0.80	1,223	10,250	0.000
	주민 친절	3.65	3.02	0.63	1,038	9,457	0.000
	특정업소 충성도	3.83	3.11	0.72	1,074	10,546	0.000
	가족 친지 이웃 권유	3.59	3.06	0.53	0,962	8,667	0.000
	친구 직장동료 단체 권유	3.58	3.10	0.48	1,003	7,546	0.000
	요인별 평균	3.75	3.07	0.68			
요인4: 온천수	온천수 온도	3.86	3.73	0.13	0,994	1,984	0.048
	온천수 수질	4.10	3.89	0.21	0,869	3,882	0.000
	온천수 효능	4.03	3.87	0.16	0,876	2,832	0.005
	온천수 수량	3.68	3.44	0.24	0,848	4,427	0.000
	요인별 평균	3.92	3.73	0.19			
요인5: 온천비용	온천목욕시설 이용요금	3.76	3.57	0.19	1,310	2,283	0.023
	숙박시설 이용요금	3.78	2.89	0.89	1,262	11,088	0.000
	여행비용	3.85	3.09	0.76	1,093	11,061	0.000
	요인별 평균	3.80	3.18	0.62			

4) IP 분석 결과

온천관광지 5개 요인의 32개 선택속성에 대한 평균값에 의한 중요도-성취도 분석 결과는 <그림 2>에서 <그림 6>까지 제시되어 있다. 5점 리커트척도법에 의한 요인별 속성의 중요도 및 성취도에 대한 평가는 값이 클수록 중요도 및 성취도가 높으며 반대로 값이 작으면 중요도 및 성취도가 낮은 것을 의미하고 있다. 한편 순위는 전체 32개 선택속성의 중요도 및 성

취도의 평균값에 의해 결정된 것이다.

(1) 온천 및 부대시설 요인

온천 및 부대시설 요인의 10개 속성에 대한 분석결과, I 사분면[지속적 노력필요(Keep Up the Good Work)]에 해당되는 속성은 A1(온천 및 목욕시설) 및 A4(온천목욕시설 분위기)이며, II 사분면[과잉노력 지양(Possible Overkill)]에는 A3(부대이용시설)과 A7(유흥 오락시설) 속성이 해당되는 것으로 나타나고

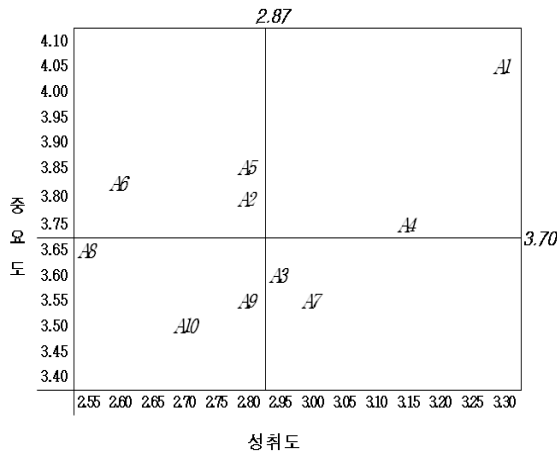


그림 2. 요인1(온천 및 부대시설)의 IP 분석 결과

있다. 한편 III사분면[우선시정 필요(Concentrate Here)]에는 속성 A2(어린이 시설), A5(숙박시설) 및 A6(주차시설)이 그리고 IV사분면[저 우선순위(Low Priority)]에는 A8(레포츠 활동시설), A9(휴식시설) 및 X10(쇼핑시설) 속성이 해당되는 것으로 나타나고 있다.

한편 온천 및 부대시설 요인의 10개 속성들의 중요도에 대한 전체 순위를 살펴보면 온천 및 목욕시설을 제외하고는 중요성이 10위권 밖으로 나타났다. 한편 유성온천관광객의 성취도 순위를 분석하면, 레포츠 활동시설 및 주차시설 그리고 쇼핑시설의 성취도는 전체 속성 32개 가운데 가장 만족도가 낮은 속성들로 나타나 우선적으로 개선되어야 할 속성들인 것으로 평가되고 있다.

5개 요인별 평균값에 의한 순위를 비교하면 요인 1(온천 및 부대시설 요인)의 중요도는 가장 낮은 것으로 파악되고 있으며, 또한 성취도 측면에서도 평균값이 가장 낮은 것으로 파악되고 있다. 한편 평균값의 차이에서도 요인1이 가장 큰 것으로 나타났다.

한편 주차시설, 레포츠 활동시설 및 어린이 시설에 대한 중요도와 성취도의 차이가 가장 큰 것으로 나타

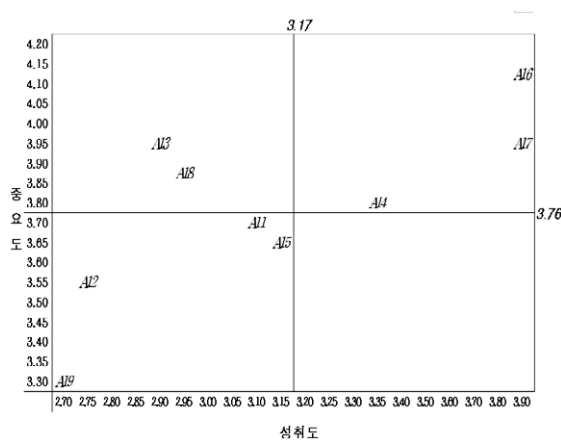
속성	온천관광지 선택속성	중요도		성취도	
		평균값	순위	평균값	순위
A1	온천 및 목욕시설	4.02	4	3.30	9
A2	어린이 시설	3.80	14	2.80	26
A3	부대이용시설	3.58	26	2.94	22
A4	온천목욕시설 분위기	3.71	19	3.11	11
A5	숙박시설	3.83	12	2.89	23
A6	주차시설	3.80	14	2.60	31
A7	유흥 오락시설	3.53	29	2.99	19
A8	레포츠 활동시설	3.68	21	2.53	32
A9	휴식시설	3.54	30	2.76	27
A10	쇼핑시설	3.47	31	2.74	29
요인 평균		3.70		2.87	

나 이들 속성들에 대한 만족도를 증가시키는 방안이 제시되어야 할 것으로 평가되고 있다.

이러한 유성온천관광지의 중요도 및 성취도 분석에 의한 각 속성의 사분면 위치를 통해서 온천 및 부대시설의 요인의 각 속성들에 대한 문제점을 파악하여 개선방안 도출 및 관리적 단서를 마련하여야 할 것이다.

(2) 온천관광지 주변여건 요인

요인2(온천관광지 주변여건 요인)의 9개 속성에 대한 분석결과, I 사분면에는 A14(주변관광지 연계), A16(접근성) 및 A17(교통수단 편리성) 속성이 해당되는 것으로 분석되고 있다. 이는 유성온천관광지의 주변관광지 연계, 접근성 및 교통수단 편리성이 다른 속성들에 비교하여 상대적으로 우수한 것으로 평가되는 것으로 나타났다. II 사분면에 위치하는 속성은 없는 것으로 파악되었으며, III 사분면에 위치한 속성 [A13(온천관광지 조성 상태) 및 A18(식도락)]에 대해서는 우선적인 시정이 필요한 것으로 분석되었다. 한편 IV 사분면에는 3개의 속성[A11(온천관광지 지명도), A12(자연경관) 및 A15(문화 유적)]이 위치하는



속성	온천관광지 선택속성	중요도		성취도	
		평균값	순위	평균값	순위
A11	온천관광지 지명도	3.71	19	3.00	18
A12	자연경관	3.55	28	2.75	28
A13	온천관광지 조성 상태	3.95	6	2.86	25
A14	주변관광지 연계	3.78	16	3.32	8
A15	문화 유적	3.61	24	3.11	11
A16	접근성	4.05	2	3.89	2
A17	교통수단 편리성	3.94	7	3.91	1
A18	식도락	3.94	7	2.99	19
A19	경유온천욕	3.30	32	2.67	30
요인 평균		3.76		3.17	

그림 3. 요인2(온천관광지 주변여건)의 IP 분석 결과

것으로 나타났다.

온천관광지 주변여건 요인의 중요도에 대한 전체 순위를 살펴보면 접근성, 온천관광지 조성 상태, 교통수단 편리성 및 식도락 속성이 전체 32개 속성들 가운데 7위 이내로 파악되었다. 그러나 경유온천욕 및 자연경관과 문화유적은 상대적으로 덜 중요한 속성으로 나타났다.

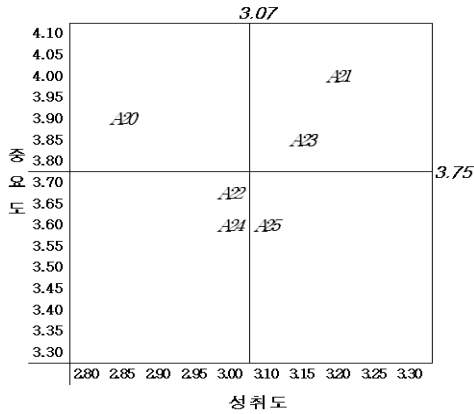
성취도 측면에서 분석하면, 유성온천관광지는 교통수단편리성 및 접근성 속성이 전체 속성들 가운데 순위가 우선하는 것으로 나타났다. 그러나 주변관광지 연계 속성을 제외한 나머지 속성들에 대한 성취도는 모두 10위권 밖인 것으로 파악되었다.

중요도와 성취도의 차이가 가장 큰 속성은 온천관광지 조성상태로 나타났으며, 접근성과 교통수단 편리성 속성은 기대와 만족의 불일치가 가장 적은 것으로 분석되었다.

(3) 친절 및 추천의사 요인

요인3(친절 및 추천의사 요인)의 6개 속성에 대한 분석결과, I 사분면에 해당되는 속성은 A21(종사원 능력 및 태도) 및 A23(특정업소 충성도)으로 온천관광객들이 중요하게 생각하는 속성으로써 유성 온천관광지를 방문하여 성취도가 높게 평가되는 속성들로 현재와 같은 노력이 유지 되어야 할 것이다. II 사분면에는 A25(친구 직장동료 단체 권유) 속성이 해당되는 것으로 나타났다. 한편 A20(종사원 친절)은 III 사분면에 위치하며 우선적인 시정이 필요한 속성으로 분석되었다. 한편 IV 사분면에 속하는 속성은 A22(주민 친절) 및 A24(가족, 친지 및 이웃 권유)로 중요도와 성취도가 상대적으로 낮게 평가되는 속성들으로써 현재수준 이상의 노력 투입은 불필요한 것으로 파악되고 있다.

중요도와 만족도의 차이가 가장 큰 속성은 종사원 친절과 종사원 능력 및 태도로 유성온천방문객들의 만족도 증대를 위하여 우선적인 노력이 필요한 것으로 분석되고 있다.



속성	온천관광지 선택속성	중요도		성취도	
		평균값	순위	평균값	순위
A20	종사원 친절	3.89	9	2.95	21
A21	종사원 능력 및 태도	3.97	5	3.17	10
A22	주민 친절	3.65	23	3.02	17
A23	특정업소 충성도	3.83	12	3.11	11
A24	가족 친지 이웃 권유	3.59	25	3.06	16
A25	친구 직장동료 단체 권유	3.58	26	3.10	14
요인 평균		3.75		3.07	

그림 4. 요인3(친절 및 추천의사)의 IP 분석 결과

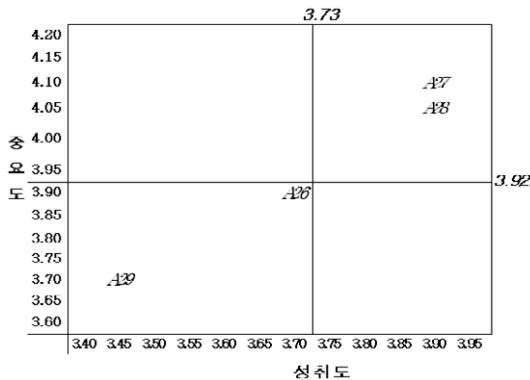
(4) 온천수 요인

요인4(온천수)의 4개 속성에 대한 분석결과, I사 분면에 위치한 속성은 A27(온천수 수질)과 A28(온천수 효능)로, 이들 속성들의 중요도와 성취도는 모두 높은 것으로 나타났다. 한편 IV사분면의 속성 A26(온천수 온도) 및 A29(온천수 수량)에 대한 중요도 및 성취도는 상대적으로 낮은 것으로 나타나 현재수준 이상의 노력은 불필요한 것으로 분석되고 있다. 요인 전체적으로 분석하면, 요인4는 속성에 대한 중요도가 가장 높으며, 유성온천관광지 방문객들의 만족도 또한 높은 것으로 파악되고 있다. 이러한 결과로 중요

도와 성취도의 차이는 5개 요인들 가운데 가장 작은 0.19로 나타났다.

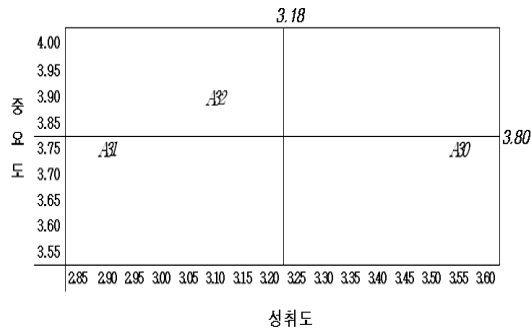
(5) 온천비용 요인

요인5(온천비용 요인)의 3개 속성에 대한 분석결과, II사분면에는 속성 A30(온천목욕시설 이용요금)이 중요도에 비교하여 성취도가 높아서 이들 속성에 대한 노력을 다른 속성, 특히 III사분면에 위치하는 속성 A32(여행비용)에 투입하는 것이 바람직한 것으로 파악되고 있다. 한편 속성 A31(숙박시설 이용요금)은 IV사분면에 위치하여 중요도와 성취도가 낮은



속성	온천관광지 선택속성	중요도		성취도	
		평균값	순위	평균값	순위
A26	온천수 온도	3.86	10	3.73	5
A27	온천수 수질	4.10	1	3.89	2
A28	온천수 효능	4.03	3	3.87	4
A29	온천수 수량	3.68	21	3.44	7
요인 평균		3.92		3.73	

그림 5. 요인4(온천수)의 IP 분석 결과



속성	온천관광지 선택속성	중요도		성취도	
		평균값	순위	평균값	순위
A30	온천목욕시설 이용요금	3.76	18	3.57	6
A31	숙박시설 이용요금	3.78	16	2.89	23
A32	여행비용	3.85	11	3.09	15
	요인 평균	3.80		3.18	

그림 6. 요인5(온천비용)의 IP 분석 결과

것으로 평가되어 이에 대한 적절한 전략이 필요한 것으로 분석되고 있다.

중요도와 성취도의 차이를 비교하며 특히 온천목욕시설은 만족도가 높은 반면에 숙박시설 이용요금과 여행비용에 대한 만족도는 상대적으로 낮은 것으로 평가되고 있다.

요인 전체적으로 분석할 때 요인5의 중요도 및 성취도 순위는 가장 높아 이들 요인의 속성에 대한 중요도와 만족도가 높게 나타나 현재의 전략을 지속적으로 유지하는 것이 바람직한 것으로 평가되고 있다.

5. 결론 및 제언

1) 연구결과 요약과 실무적 시사점

본 연구는 대전광역시에 소재한 유성온천을 대상으로 중요도-성취도 분석에 의한 온천관광지 선택속성의 평가에 목적이 있었다. 이러한 연구 목적을 달성하기 위하여 유성온천 방문객을 대상으로 설문조사를 수행하였으며 중요도-성취도 분석기법에 의한 온천관광지의 선택속성 중요도와 유성온천 방문객의 유성 온천관광지에 대한 성취도 평가와 중요도의 차이 분석이 이루어졌다. 분석결과는 다음과 같다.

첫째, 온천관광지 선택속성 중요도와 성취도에 대한 신뢰성 검정을 위한 신뢰도 분석결과, 전체 선택속성의 중요도에 대한 신뢰도계수(Cronbach's Alpha)는 0.873으로 그리고 성취도에 대한 신뢰도 계수는 0.847로 나타났다.

둘째, 선택속성의 타당성 검정을 위하여 요인분석을 이용하였으며, 총 32개의 속성에 대한 요인분석결과 5개의 요인으로 추출되었다. 요인1은 '온천 및 부대시설', 요인2는 '온천관광지 주변여건', 요인3은 '친절·추천의사', 요인4는 '온천수', 요인5는 '온천비용'으로 명명하였으며, 최종 추출된 5개 요인의 전체 설명력은 70.258%로 나타났다.

셋째, 온천관광지의 선택속성별 중요도와 성취도에 대한 평균값의 차이에 대한 검정을 위하여 대응표본 T검정을 실시하였다. 검정결과 모든 선택속성에서 평균값의 차이는 통계적으로 유의한 것으로 나타났다. 평균값의 차이를 요인별로 비교하면 요인1이 가장 큰 0.83이며, 요인3 0.65, 요인5 0.62, 요인2 0.59 및 요인4 0.19의 순위인 것으로 나타났다. 각 속성별 평균값의 차이가 가장 커서 불만족이 큰 선택속성은 주차시설, 레포츠 활동시설, 온천관광지 조성상태 및 어린이 시설인 것으로 평가되었다. 이와 반대로 교통수단 편리성, 접근성, 온천수 온도, 온천수 효능, 온천·목욕시설 이용요금 등의 선택속성은 중요도와 성취도의 평균값 차이가 작은 것으로 분석되었다. 종합적으로 이에 대한 전략을 제시하면 평균값

의 차이가 작은 속성에 대해서는 현재의 전략을 유지하는 것이 바람직하며, 차이가 큰 속성은 중요도와 성취도의 차이를 줄이는 즉, 만족도를 높이는 전략방안이 제시되어야 할 것이다.

넷째, IP분석에 의한 온천관광지 선택속성 평가결과, I 사분면(‘지속적 노력필요’)에 9개의 속성이 위치하고 있으며 이들 속성들은 온천방문객들이 중요하게 생각하고 있으며 실제로도 성취도가 높은 속성들로써 현재와 같은 노력이 유지되어야 함을 시사하고 있다. II 사분면(‘과잉노력 지양’)에 위치한 속성은 4개로 이들은 온천방문객들이 상대적으로 중요하게 생각하지 않지만 성취도가 높은 속성들로써 현재의 노력을 다른 속성, 주로 III 사분면(‘우선시정 필요’)에 위치한 속성에 투입해야 함을 시사하고 있다. 한편 III 사분면에 위치한 속성은 7개로 온천방문객들이 중요하게 평가하고 있지만 실제로는 성취도가 낮은 속성들로써 시급히 개선되어야 할 것들이다. IV 사분면(‘저 우선순위’)에 위치한 속성은 12개로 선택속성의 중요도와 성취도가 낮은 속성들로써 현재 수준 이상의 노력 투입은 불필요함을 시사하고 있다.

이러한 본 연구결과는 현재 유성온천의 강점, 약점, 기회와 위협요인을 대상으로 유성지역의 리포지셔닝을 위한 전략 수립의 도구로서 활용함에 연구의 의의가 있을 것이다. 또한 최근의 국내 온천관광지의 공급과잉 및 관광객들의 만족도 감소 그리고 온천관

광지별 차별화의 부재 등의 문제 해결을 위하여 유성온천의 리포지셔닝을 위한 방안으로 본 연구결과의 활용이 가능할 것이다.

2) 연구 한계와 미래연구 제안

본 연구는 온천관광지 선택속성 전체를 내용적 연구 범위로 선정하였다. 이에 요인별로 나누어 세부적인 연구가 이루어지지 않은 측면은 본 연구의 한계점으로, 이는 본 연구 결과에서 도출된 중요한 개별적 요인을 대상으로 하는 세부적 연구를 진행함으로써 극복이 가능할 것이다. 예를 들면 온천관광지의 지역공간, 관광공간, 숙박공간 및 여가활동공간 등과 같이 요인별로 연구를 진행함으로써 보다 세부적인 연구결과의 도출이 가능할 것이다. 또한, 온천관광지 개발 및 운영에 관련된 분석, 온천관광지역에 관련된 정치경제학적 연구, 관광객의 방문에 의한 정주민과 관광객간의 문제 연구, 온천관광지간의 비교 연구, 그리고 온천관광지의 이미지 포지셔닝 비교 연구 등의 지리학, 관광학 그리고 마케팅을 연계하는 주제로 다양한 미래 연구를 제안한다.

참고문헌

고동완, 1994, 온천관광지 이용자의 동기 선택 및 만족도 연구, 성균관대학교 대학원 석사학위논문, pp.23-26.
 권순조, 1996, 온천관광지 개발에 관한 실증적 연구, 경기대학교 대학원 석사학위논문, pp.43-44.
 김도경, 2001, 우리나라 온천관광지의 실태에 관한 연구, 경희대학교 대학원 석사학위논문, pp.15-16.
 김병문, 1977, “백암온천 관광지의 지역 분석과 개발에 관한 연구,” 관광학연구 1, pp.63-79.
 김상훈, 1987, “한국 온천관광지에 관한 연구,” 경희대학교 지역개발논문집 14, pp.107-128.
 김성일, 1991, “중요도-성취도 분석에 의한 공원 경영평가,” 한국임학회지 80(1), pp.103-108.
 김성희, 1986, 수안보온천의 관광지리학적 연구, 고려대학

표 8. 전사컨벤션 개최지 요인별 사분면상의 위치

요인 번호	요인명	사분면상의 위치 (단위: 속성의 수)			
		I	II	III	IV
A1	온천 및 부대시설	2	2	3	3
A2	온천관광지 주변여건	3	0	2	4
A3	친절·추천의사	2	1	1	2
A4	온천수	2	0	0	2
A5	온천비용	0	1	1	1
계		9	4	7	12

- 교 교육대학원 석사학위논문, pp.34-37.
- 김수진, 2004, 온천리조트 이용고객의 리조트 선택속성에 관한 연구, 세종대학교 대학원 석사학위논문, pp.73-77.
- 김시중, 2005, "온천관광지 이미지, 속성 및 선호도 분석," 한국지역지리학회지 11(4): 497-510.
- 김원국, 2002, 동일권역내 온천 이용자들의 선택행동에 관한 연구, 한경대학교 대학원 석사학위논문, pp.69-71.
- 김현지, 2000, "한국 온천개발의 특성과 문제점," 관광정책학연구, pp.43-64.
- 김홍운, 1982, "우리나라 온천지역의 도시화와 온천관광도시의 개발에 관한 연구," 지리학, 7, pp.54-76.
- 박석희, 1997, 신관광자원론, 서울: 명보문화사, pp.38-40.
- 박영철, 1980, 유성온천의 관광지리학적 연구, 고려대학교 대학원 석사학위논문, pp.36-38.
- 박정열, 2007, 온천수요의 결정요인 및 시장세분화 연구, 세종대학교 대학원 석사학위논문, pp.58-59.
- 방운영, 1983, 부곡관광지역에 관한 지리학적 연구, 동국대학교 대학원 박사학위논문, p.67.
- 송일문, 2000, 온천리조트 이미지와 선호에 관한 연구, 우송대학교 대학원 석사학위논문, pp.68-81.
- 송재호 · 허향진, "2003, 제주도 관광지의 리포지셔닝: 국내 경쟁관광지와와의 비교," 관광학연구 27(3), pp.9-24.
- 오재경, 2003, 온천리조트 방문자의 가치에 따른 선택행동 특성에 관한 연구, 세종대학교 대학원 박사학위논문, pp.34-37.
- 원학희, 1984, "수안보 온천 관광취락의 형성과 구조," 지리학연구 9, pp.78-96.
- 윤선영, 2005, "중요도-성취도 분석을 이용한 테마파크 이벤트프로그램 개선방안에 관한 연구," 관광경영학연구 9(1), pp.235-255.
- 이경자, 1998, 한국 온천관광목적지의 수명주기, 대구효성 카톨릭대학교 대학원 석사학위논문, pp.57-61.
- 이주희 · 심규원, 2003, "Rank-order 기법을 활용한 국립공원 시설 및 서비스에 관한 중요도-성취도 분석: 가야산 · 내장산 국립공원을 대상으로," 생명과학연구 2(1), pp.1-12.
- 이주희 · 한상열 · 심규원, 2001, "중요도-성취도 분석을 이용한 국립공원 시설물에 관한 연구," 한국산림휴양학회지 5(2), pp.61-68.
- 日本造景學會, 1987, 造園ハンドブック, 東京: 技報堂出版, pp.132-133.
- 정승익, 1979, "오락공간으로서의 부곡온천," 한국사회개발대학 논문집 9, pp.89-104.
- 정태홍, 1981, "온천지의 관광환경에 대한 연구," 서강실업전문대학 논문집 2, pp.105-121.
- 조운주 · 안기완 · 김상오, 2001, "중요도-성취도 분석에 의한 내장산 국립공원 탐방안내소의 개선방안," 산림경제연구 9(1), pp.15-27.
- 조일형, 1990, 광주무등산 온천휴양지 설계, 서울대학교 대학원 석사학위논문, pp.43-46.
- 최미숙, 1981, 온천관광지의 지역구조에 관한 연구, 경희대학교 대학원 석사학위논문, pp.52-63.
- 최정우, 1999, "중요도-성취도 분석을 이용한 도시공원 관리운영방안," 건축 · 도시환경연구 7, pp.141-149.
- 한국의 온천, 2006, <http://www.spakorea.pe.kr>
- 한병선, 1990, "온천관광지에 대한 선호형태와 유형분류에 관한 연구," 장안지리 5, pp.79-102.
- Deng, W., 2007, "Using a revised importance-performance analysis approach: The case of Taiwanese hot springs tourism," *Tourism Management* 28, pp.1274-1284.
- Gartner, W. C., 1989, "Tourism Image: Attribute Measurement of State Tourism Products using Multidimensional Scaling Techniques," *Journal of Travel Research* 28(2), pp.162-174.
- Goodrich, J., 1980, *Benefit Segmentation of U.S. International Travelers, Tourism, Marketing, and Management Issues*, Washington D. C: George Washington University.
- Haathi, A. J., 1986, "Finland's competitive position as a destination," *Annals of Tourism Research*, 13(1), pp.11-35.
- Muller, T. E., 1991, "Using personal values to define segments in an international tourism market," *International Marketing Review*, 1, pp.57-70.
- Reich, A. Z., 1997, *Marketing management for the hospitality industry: A strategic approach*, New York: John Wiley & Sons.
- _____, 1999, *Positioning Tourism Destination*,

Champaign, Illinois: Sagamore Publishing..

Reilly, M. D., 1990, "Free elicitation of descriptive adjectives for tourism image assesment," *Journal of Travel Research*, 29(1), pp.21-25.

Renard M.-C., 2003, "Fair trade: quality, market and conventions," *Journal of Rural Studies* 19, pp.87-96.

Shin W.-S. & Feunekes A., 1993, "Analysis of the importance-Performance Technique for Instructor Evaluation at NOLS," *농업과학연구* 11(1), pp.20-39.

Weber K., 2000, "Meeting Planners" Perceptions of Hotel-chain Practices and Benefits," *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, pp.32-38.

<http://ko.wikipedia.org/wiki>

교신: 김시중, 300-718, 대전광역시 동구 자양동 17-2, 우송대학교 호텔관광경영학과, Tel: 042-630-9761, Fax: 042-630-9767, E-mail: sjkim@wsu.ac.kr

Correspondence: Si Joong Kim, Department of Hotel & Tourism Management, Woosong University, 17-2, Jayang-dong, Dong-ku, Daejeon, 300-718, Korea, Tel: +82-42-630-9761, Fax: +82-42-630-9767, E-mail: sjkim @wsu.ac.kr

최초투고일 2009년 6월 2일
최종접수일 2009년 6월 17일

A Study on the Evaluation of Selection Attributes of Spa Destination by IPA

Si Joong Kim*

Abstract : The purpose of the current study was to evaluate the importance-performance levels for the selection attributes of spa destination and to analyze the gap between importance levels of the selection attributes. The data were collected from the spa visitors to Yuseong spa complex. The findings of the current study were as follows: 1. as the results of factor analysis of 32 selection attributes, five factors were generated, such as “spa and supporting facilities”, “surrounding conditions around spa resort”, “friendship and the intention of recommendation”, “spa water” and “fees of spa entry”. 2. the mean analysis showed the statistically significant difference among the selection attributes for importance-performance levels and the mean levels of five factors were rank-ordered as in “spa and supporting facilities”, “friendship and the intention of recommendation”, “fees of spa entry”, and “surrounding conditions around spa resort”, “spa water”. 3. as the results of IPA, the selection attributes were distributed as follows: 9 attributes were located in I (Keep up the Good Work), 4 attributes were located in II (Possible Overkill), 7 attributes were located in III (Concentrate Here). and 12 attributes were located in IV (Low Priority).

Keywords : Importance-Performance Analysis, Spa Destination, Selection Attributes, Yuseong Spa

* Professor, Department of Hotel & Tourism Management, Woosong University (sjkim@wsu.ac.kr)