

R-IPA분석을 적용한 외래관광객의 관광수용태세 개선 요소 분석: 관광객 유형 및 시기별 비교를 중심으로

이승훈
경남대학교 관광학부

A Study on the Improvement Elements of Tourism Preparedness for International Tourist Using Revised-IPA: Focusing on Comparison by Tourist Type and Time Period

Seung-Hun Lee
Division of Tourism Studies, Kyungnam University

요 약 최근 외래관광객의 품질 향상을 위한 관광수용태세 개선에 대한 필요성과 관심이 증대되고 있으나 관련 연구는 부족한 실정이다. 본 연구는 외래관광객의 관광수용태세와 관련 우선적 개선 요소를 규명하고자 하였으며, 이를 위해 R-IPA분석을 적용하여 관광객 유형 및 시기에 따른 관광수용태세의 개선요소를 분석, 비교하였다. 전체관광객을 대상으로 한 R-IPA분석결과 현재의 품질수준을 유지할 필요가 있는 요소는 음식, 치안, 대중교통, 쇼핑, 관광지 매력도였다. 그리고 우선도는 낮으나 개선이 필요한 요소는 언어소통, 여행경비, 관광안내서비스였다. 관광객 유형별로 R-IPA분석을 한 결과 개별관광객은 대중교통, 음식, 쇼핑, 관광지 매력도, 치안에 대해서 현재 품질수준의 유지가 필요하며, 단체관광객은 숙박, 쇼핑, 관광지 매력, 관광안내서비스는 현재 품질수준의 유지가 필요하지만 음식은 시급히 개선이 필요한 것으로 나타났다.

주제어 : 수정 IPA, 외래관광객, 수용태세, 관광객 유형, 비교 분석

Abstract Recently, the necessity and interest to improve the tourism preparedness for enhancing the quality of foreign tourists is increasing, but the related research is insufficient. The purpose of this study is to identify the preferential improvement elements related to the tourism preparedness of foreign tourists. To do this, we applied the R-IPA analysis to analyze and compare the elements affecting the tourist preparedness according to tourist type and time period. As a result of R-IPA analysis for all tourists, the elements that need to maintain the current quality levels were food, security, transit, shopping, and tourist attractiveness and the elements that need to be improved but low priority were language communication, travel expenses, and tourist information service. As a result of R-IPA analysis by tourist type, for individual tourists it is necessary to maintain current quality levels of transit, food, shopping, tourist attractiveness, and security. For group tourists, it is necessary to maintain current quality levels of accommodation, shopping, tourist attractiveness, and tourist information service, but food needs to be urgent improvement.

Key Words : Revised -IPA, International tourist, Preparedness, Tourist type, Comparison analysis

*Corresponding Author : Seung-Hun Lee(seunghun@kyungnam.ac.kr)

Received April 6, 2018
Accepted June 20, 2018

Revised May 17, 2018
Published June 28, 2018

1. 서론

관광산업은 전 세계적으로 급속히 성장하는 산업영역으로 전 세계 GDP의 9% 정도를 차지하고 있으며 전 세계 GDP의 성장속도를 초월하여 발전하고 있다. 경기 침체와 같은 악재들에도 불구하고 관광산업은 1억명 이상의 직접 고용효과와 2조 달러 정도의 직접 경제효과를 창출할 정도로 과급효과가 크다고 할 수 있는데 한국경제에 있어서도 관광산업의 역할은 크게 증대되고 있다[1].

한국을 방문하는 외래관광객 방한시장은 한류 등 관광매력 요소의 발전과 지속적인 관광인프라 개선 노력 등을 통해 2016년 외래관광객 1,724만명이라는 급속한 성장을 이루어 왔다. 하지만 중국사드위기, 북핵위기 등의 거시적 환경변화에 따라 2017년 방한 외래관광객은 전년 대비 22.7% 감소한 1,334만명에 그치는 관광산업의 위기를 맞이하고 있다[2]. 또한 우리나라의 관광산업경쟁력지수는 2017년 세계 19위로 매년 상승 추세에 있으나 인프라 27위, 관광객 서비스 50위, 가격경쟁력 88위 등 세부 환경 요소에 대한 개선 필요성은 크다고 할 수 있으며 외래관광객의 1인당 소비액 지속적인 감소 현상은 관광산업의 체질개선 활동이 필요함을 시사하고 있다[3]. 이와 같은 환경변화의 영향을 최소화하고 외래관광객 방한시장의 지속적 발전을 위해서는 세분시장 다변화 등의 포트폴리오 전략 마련, 관광객의 방한 환경을 개선할 수 있는 관광수용태세의 지속적인 개선 등이 필수적으로 요구된다고 할 수 있으며 다수의 전문가들은 외래관광객 방한시장의 패러다임이 질적 성장 중심으로 전환되고 있다고 주장하고 있다[4].

정부 및 지자체에서는 질적성장을 위한 관광품질관리의 중요성을 인식하고 외래관광객 유치에 위한 기본 인프라 라고 할 수 있는 관광수용태세 개선을 위한 다양한 정책, 전략을 진행하고 있으나 관광수용태세 관련 다양하고 심층적인 조사 및 연구는 아직 부족하여 세부적이고 효율적인 정책, 전략 마련에 제한점을 가지고 있다.

한편 관광객의 여행형태별 시장도 제반 환경변화에 큰 영향을 받고 있는데, 예를 들면 관광정보 및 기술 발달에 따라 개별관광객의 수요 및 영향력이 급속히 증가하고 있으며 특수목적의 SIT관광이나 중동, 동남아 등의 국가로 관광수요계층이 다변화되고 있다. 전통적으로 관광시장에서는 개별관광객 및 단체관광객 여부에 따라 관광활동의 행태나 특성은 매우 다른 성격을 가질 수 있는데 이런 점에도 불구하고 기존 연구들은 개별관광객 혹

은 단체관광객의 특정 집단만을 국한한 연구가 대부분이었으며 개별관광객과 단체관광객의 특성을 비교한 연구는 매우 미미한 실정이다[5]. 또한 외래관광객의 방문은 시기별 정치, 경제, 사회·문화 등의 환경변화에 민감하게 반응한다고 할 수 있는데 외래관광객 시장의 시기별 변화에 대한 비교 연구는 거의 없어 외래관광객의 행동 변화 분석에 있어 제한을 가진다.

최근 정부 3.0 관점에서 공공데이터의 활발한 활용이 이슈가 되고 있는데 국가 자료조사인 외래관광객실태조사의 데이터는 관광분야의 매우 중요한 자료이며 방대한 자료를 가진 일종의 빅데이터로서 분석 결과의 일반화와 중단 연구가 가능하다는 장점에도 불구하고 이에 대한 활용연구는 부족한 실정이다[6]. 이런 관점에서 이단체·황호중(2017)은 방대한 외래관광객실태조사의 원자료를 활용한 다양한 연구가 필요하며 대부분 이루어지는 1년 데이터 분석 연구가 아닌 다년간 데이터의 분석결과를 비교하여 분석된 트렌드를 관광정책에 반영할 필요가 있음을 주장하였다. 즉 기존 외래관광객실태조사의 원자료를 활용한 보다 세분화된 분석과 종단적 결과 비교 연구가 필요하다는 점이다[6]. 따라서 본 연구는 외래관광객 실태조사의 원자료를 활용하고 외래관광객의 관광수용태세 관련 개선 요소를 도출하기 위해 관광객의 우선적 요구에 대해 효율적이고 합리적인 결과를 도출할 수 있는 R-IPA분석을 적용하며 개별관광객과 단체관광객으로 이루어지는 관광객 유형 및 시기별 특성을 분석, 비교하여 종합적인 연구 시사점을 제시하고자 한다.

2. 이론적 배경

2.1 외래관광객 관광수용태세

관광수용태세의 정의를 보면 윤정현(2009)은 관광객이 관광지를 방문했을 때 경험하는 출입국, 교통, 숙박, 음식, 안내, 쇼핑, 치안, 지역민 환대 등의 제반 영역의 질적·양적 구비수준이라고 하였으며[7], 한국문화관광연구원(2010)은 방문 관광객에게 최상의 관광편의와 만족을 주기 위해 사전준비가 필요한 관광상품, 출입국 및 교통, 숙박, 음식, 쇼핑, 정보 및 안내, 관광시설 등의 총체라고 하였다[8]. 하지만 관광수용태세에 대한 연구적 관심의 부족과 범위의 모호성 등의 이유로 인해 관광수용태세의 개념적 합의 및 정립은 아직 잘 이루어지지 않고 있다 [4]. 관광수용태세에 대한 선행 실증 연구의 내용 및 결과

는 다음과 같다. 윤정현(2009)은 일본인 관광객을 대상으로 한 실증 연구에서 관광수용태세의 세부요인으로 교통요인, 관광서비스, 관광안내, 숙박요인, 홍보물 및 관광정보, 위생요인, 편의시설의 7개 요인을 도출하였으며 관광수용태세는 사후 관광태도와 사후 관광이미지에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다[7]. 정승훈·고미영(2013)은 제주방문 외국인 개별여행객의 수용태세 개선을 위한 과제 우선순위를 도출하기 위하여 전문가 조사를 통한 AHP분석을 실시하였으며, 관광수용태세의 계층구조를 관광상품/프로그램개발, 관광마케팅, 관광안내서비스, 관광교통/숙박, 쇼핑/음식으로 정의하여 제시하였다[9]. 유아남·김대관(2014)은 중국, 아세안 인센티브관광 참가자들을 대상으로 한 연구에서 관광수용태세를 비자발급, 출입국, 직원친절도, 한국인친절도, 안전, 교통 요소로 이루어진 접근 및 환대 요인과 관광지 매력도, 쇼핑, 관광정보서비스, 식음료, 숙박 요소로 이루어진 매력 및 편의 요인의 2개 요인을 도출하였다. 2개 요인에 대한 국적별 차이 분석 결과 접근 및 환대 요인은 중국관광객이, 매력 및 편의 요인은 아세안 관광객이 만족도가 높은 것으로 나타났다[10]. 구혜경 외(2017)는 외래관광객 실태조사 데이터를 활용하여 분석한 결과 중국관광객의 한국 관광만족, 재방문, 추천의도 인식에 미치는 관광수용태세 요인 중 가장 큰 영향 요인은 ‘음식’이었으며, 그 다음으로 출입국 절차, 치안, 관광지 매력 등인 것으로 나타났다[11].

2.2 개별관광객과 단체관광객

관광객의 형태를 전통적으로 관광유형에 따라 개별관광객과 단체관광객으로 구분하고 있다. 개별관광객은 FIT(Free Independent Tourist)라고 불리우며 여행사 등의 도움 없이 스스로 여행계획을 짜고 실행하는 9인 이하의 소규모 여행객이라고 할 수 있다[12]. 단체관광객은 흔히 미리 기획 및 상품화된 여행패키지상품을 구매하는 패키지관광객을 의미하여 10인 이상의 참가인원을 가진 큰 규모의 여행객이라고 할 수 있다. 개별관광객과 단체관광객은 서로 상이한 특성을 가지고 있으며, 특히 관광행동과 만족인식에서 여러 차이점을 보일 수 있는데 개별관광객은 여행일정, 숙소 등을 직접 편성하고 계획하기 때문에 관광정보의 의존도가 높고 알뜰한 여행을 선호하고 다소 모험적인 특성을 가지며 자신이 선택할 수 있는 것이 많을수록 여행만족도 높아질 수 있다. 또한 체재기간이 길어 여행소비가 높고 현지 숙식, 교통에 더 많

은 비용을 지출하고 친환경적·친문화적 경험을 선호하는 경향을 가진다. 반면 단체관광객은 안전 추구 성향을 보이고 중년층 이상의 연령대가 많으며 관광프로그램, 인솔자, 숙박, 음식 등이 만족도의 주요 영향요인이 될 수 있다[5,13].

송영민·한수영·이홍재(2013)는 일본관광객을 대상으로 제도적 요인(출입국, 치안), 관광인프라요인(대중교통, 숙박), 관광자원요인(쇼핑, 음식, 관광지 매력도)이 관광만족도에 미치는 영향의 관광유형별 다중 집단 분석을 실시하였는데 분석 결과 개별관광객 집단은 쇼핑, 치안, 음식, 숙박 등의 순으로, 단체관광객 집단은 치안, 관광지 매력도, 음식, 쇼핑 등의 순으로 관광만족도에 영향을 미치는 것으로 나타났다[14]. 이영진·송영민(2012)의 방한 일본관광객 대상 연구에서는 전반적 만족에 영향을 미치는 관광수용태세요소는 개별관광객은 관광지 매력도, 음식, 쇼핑, 관광안내서비스 등의 순으로 나타났으며 단체관광객은 관광안내서비스, 관광지 매력도, 음식, 숙박 등의 순으로 나타났다[15]. 최동희(2018)의 방한 중국관광객 대상 연구 분석 결과 관광형태 집단 변수인 개별관광과 단체관광 여부는 라이프 스타일, 관광정보, 행동의도 간의 영향관계 사이에서 조절변수의 역할을 하는 것으로 나타나 관광형태의 특성을 활용한 차별적인 마케팅이 필요한 것으로 나타났다[16]. 이와 같이 개별관광객과 단체관광객의 행동과 성향은 실제적으로 상이할 수 있음을 알 수 있으며 관광객 유형별 특성을 비교, 분석하는 접근이 필요하다고 할 수 있다.

2.3 수정된 IPA분석

Martilla & James(1977)에 의해 제안된 전통적IPA분석[17]은 소비자가 인식하는 대상의 중요도와 성취도를 매트릭스를 통해서 한눈에 파악할 수 있기 때문에 마케팅 전략수립을 위한 주요 분석방법으로 널리 사용되어 왔다[18-20]. 전통적인 IPA 분석을 적용한 관광연구를 보면 김도훈·김영규(2017)는 방한 중국인 개별자유여행객을 대상으로 한국관광지 선택속성의 중요도-만족도를 분석한 결과 선택속성 관련 만족도는 중요도에 비해 낮은 것으로 나타났으며 시급히 개선되어야 할 사항 주요 속성으로는 관광매력물인 것으로 나타났다[21].

하지만 전통적IPA분석은 중요도와 만족도 속성은 상호 독립적이지 못한 점 등 해석의 오류가능성이 지속적으로 제기되어 이에 대한 대안적 방법의 필요성이 제기

되어 왔다. 즉, 전통적IPA분석은 원칙적으로 경험 전에 중요도를 측정하고 경험 후에 만족도를 측정해야 하지만 시간 및 비용 문제 등에 따라 대부분 중요도와 만족도를 동시에 측정하게 되며 이에 따라 응답자가 해당 항목의 만족도가 중요도의 영향을 받거나 혹은 그 반대 경우가 발생하여 응답결과의 심각한 편향이 제기된다는 점이다 [22]. 이에 대한 대안적 방법으로 회귀계수를 통한 통계 추정을 적용하는 Vavra(1997)의 수정 IPA와 편상관계수를 통한 통계 추정을 적용하는 Deng(2007)의 수정 IPA 모델이 최근 들어 활발히 연구되고 있다[23,24]. 오민재·류재숙(2016)은 전통적 IPA와 수정 IPA의 적정성을 비교하기 위하여 인천 차이나타운 관광객을 대상으로 관광 매력성 관련 전통적 IPA와 수정 IPA를 각각 적용하였는데 연구 결과 그들은 전통적 IPA 보다 수정 IPA가 사분면에 비교적 고른 분포를 보여 보다 적절한 모델이라고 주장하였으며[18] 그 외 다수의 관광 관련 IPA연구에서도 전통적 IPA 보다 수정 IPA가 적절한 모델이라고 제시되고 있다[25, 26]. 수정 IPA 분석을 적용한 관광연구를 보면 김동한·김대관(2017)은 2014년 회의 참가 목적의 서울 방문 외래관광객을 대상으로 Deng(2007)의 수정된 IPA모형을 적용하여 서울지역 MICE 개최지 수용태세의 중요도-만족도를 분석하였다. 분석 결과 우선적 개선이 필요한 요소로는 ‘식음료’, ‘관광지 매력’으로 분석되었다 [27]. 김남현·이충기(2013)는 종로 방문 유경험자를 대상으로 Deng(2007)의 수정된 IPA모형을 적용하여 관광품질의 중요도-만족도를 분석하였는데 우선적으로 개선이 필요한 관광품질 요소는 관광정보 홈페이지와 기념품의 질로 분석되었다[28].

3. 연구 대상 및 방법

3.1 연구대상 및 분석항목

본 연구는 문화체육관광부에서 제공하는 2011년과 2016년 외래관광객 실태조사 원자료를 활용하였는데, 외래관광객 실태조사의 연구대상 표본은 만 15세 이상 외국인 관광객이며 주요 공항 및 항만에서 조사, 수집된다. 2011년과 2016년을 비교시기로 설정하고 자료를 활용한 이유는 외래관광객의 관광수용태세와 관련된 출입국 절차, 대중교통, 숙박, 음식, 쇼핑, 관광지 매력도, 관광안내 서비스, 언어소통, 여행경비, 치안의 10개 영역 항목이 정립되어 설문조사가 진행된 것이 2011년이며, 외래관광객

실태조사의 가장 최근 데이터로 공개된 것이 2016년 조사 데이터이기 때문이다. 2011년과 2016년 외래관광객 실태조사 원자료의 전체 조사응답자는 각각 12,038명과 12,003명이었으며 이중 본 연구의 목적에 맞는 관광형태인 개별관광객 혹은 단체관광객인 응답데이터를 선택한 후 결측값 응답을 제외하여 2011년은 8,615명, 2016년은 9,738명의 최종 데이터를 실제분석에 사용하였다.

본 연구의 분석항목은 성별 등 인구통계변수와 여행 유형, 재방문 여부, 방문목적 등 관광행태 변수, 그리고 리커트 5점 척도로 조사된 외래관광객의 관광수용태세 관련 10개 항목, 전반적 만족 1개 항목, 행동의도 1개 항목을 실증 분석에 활용하였다.

3.2 분석방법

실증분석은 수집 및 정제된 유효 데이터를 대상으로 SPSS 통계패키지를 분석도구로 활용하였으며 다음과 같이 분석과정을 진행하였다. 첫째, 본 연구의 실증분석을 위한 표본의 특성 파악을 위해 빈도분석과 t-test를 실시하였으며, 둘째, 관광수용태세 요소 관련 측정변수의 신뢰성을 검증하기 위해 신뢰도 검증을 실시하였다. 셋째, 수정 IPA분석 방법은 Deng(2007)의 수정 IPA분석 모델을 근간으로 2011년과 2016년 데이터 별로 전체관광객, 개별관광객, 단체관광객 분석모형을 설정, 분석하였다. 수정 IPA분석을 위한 상대적 중요도의 도출을 위해 관광수용태세 요소 만족도를 자연로그로 변환 후 편상관계 분석을 실시하였고, 분석 결과에 대한 IPA grid를 작성하여 제시하였다.

4. 연구 분석 결과

4.1 표본의 특성 분석 결과

본 연구의 연구 표본인 2011년과 2016년 외래관광객 실태조사의 데이터 특징을 살펴보기 위한 빈도분석을 한 결과는 Table 1과 같다. 먼저 2011년 표본은 전체 8,615명으로 개별관광객 6,129명, 단체관광객 2,486명이었으며, 2016년 표본은 전체 9,738명으로 개별관광객 7,789명, 단체관광객 1,949명이었다. 성별 특징을 보면 2011년 표본의 경우 개별관광객은 남성(3,509명, 57.3%)의 비중이 높은 반면 단체관광객은 여성(1,504명, 60.5%)의 비중이 높았으며, 2016년 표본의 경우 여성이 개별관광객(4,305명,

55.3%)과 단체관광객(1,176명, 60.3%)에서 모두 높은 비중을 차지하였다. 재방문 여부의 경우 2011년 표본 및 2016년 표본 모두 공통적으로 개별관광객과 단체관광객에서 처음방문 비중이 높은 것으로 나타났다.

여행방문목적을 살펴보면 개별관광객의 경우 2011년 표본에서는 사업/전문 활동 2,536명(41.4%), 여가/위락/휴가 1,616명(26.4%)의 순이었으나 2016년 표본에서는 여가/위락/휴가 3,945명(50.6%), 사업/전문 활동 1,583명(20.3%)의 순으로 전환된 것으로 나타나 순수관광목적의 개별관광객이 증가한 점을 유추할 수 있다. 한편 단체관광객의 경우 2011년 표본과 2016년 표본에서 공통적으로 여가/위락/휴가 목적이 절대 다수를 차지하는 것으로 나타나 외국인 단체관광객의 경우 대부분 순수관광목적 관광객인 것으로 나타났다.

4.2 조사 시기별 관광객 유형 간 관광수용태세 요소 인식 차이 분석 결과

조사 시기별 개별관광객과 단체관광객으로 구분되는 관광객 유형 간 관광수용태세 요소에 대한 인식 차이를 t-test 분석한 결과는 Table 2와 같다. 2011년도 조사 샘플에서는 관광수용태세 관련 모든 세부 요소의 만족도가 개별관광객이 단체관광객보다 높은 것으로 나타났으며 평균차이는 대중교통, 출입국 절차, 숙박, 치안, 음식 요소 순으로 차이가 큰 것으로 나타났다. 2016년도 조사 샘플에서는 관광안내서비스와 여행경비 요소에서는 관광객 유형 간 차이가 없었으며 언어소통은 단체관광객이 개별관광객보다 만족도가 높은 것으로 나타났다. 나머지 7가지 요소는 개별관광객이 단체관광객보다 만족도가 높

Table 1. Demographic characteristics of sample

Total		2011(n=8,615)				2016(n=9,738)			
		FIT		Group Tourist		FIT		Group Tourist	
		N	Ratio	N	Ratio	N	Ratio	N	Ratio
Total		6,129	100	2,486	100	7,789	100	1,949	100
Gender	Male	3,509	57.3	982	39.5	3,484	44.7	773	39.7
	Female	2,620	42.7	1,504	60.5	4,305	55.3	1,176	60.3
Visit	First Visit	3,626	59.2	2,081	83.7	4,570	58.7	1,521	78.0
	Revisit	2,503	40.8	405	16.3	3,219	41.3	428	22.0
Purpose	Leisure/Amusement/Vacations	1,616	26.4	1,835	73.8	3,945	50.6	1,600	82.1
	Health & Therapy	38	0.6	4	0.2	91	1.2	5	0.3
	Religion and pilgrimage	43	0.7	20	0.8	37	0.5	22	1.1
	Shopping	376	6.1	313	12.6	671	8.6	231	11.9
	Visit friends/relatives	963	15.7	27	1.1	1,010	13.0	15	0.8
	Business/Professional Activities	2,536	41.4	222	8.9	1,583	20.3	55	2.8
	Education	494	8.1	57	2.3	448	5.8	19	1.0
	Other	37	0.6	4	0.2	4	0.1	2	0.1
	Non-response	26	0.4	4	0.2	-	-	-	-

Table 2. T-test by type of tourist

	2011			2016		
	FIT	GT	t-value	FIT	GT	t-value
1. Emigration & immigration	4.27	3.96	17.823**	4.31	4.26	3.272**
2. Transit	4.29	3.95	19.065**	4.42	4.24	10.371**
3. Stay	4.19	3.92	14.407**	4.41	4.29	7.207**
4. Food	4.14	3.89	13.163**	4.36	4.11	13.887**
5. Shopping	4.22	4.15	4.075**	4.41	4.37	2.915**
6. Tourist attractiveness	4.04	3.96	4.426**	4.37	4.30	4.497**
7. Tourist information service	3.99	3.92	3.486**	4.27	4.27	-0.074
8. Language communication	3.42	3.37	2.385*	3.82	3.92	-4.592**
9. Travelling expenses	3.85	3.76	4.747**	4.07	4.04	1.447
10. Security	4.35	4.10	14.711**	4.52	4.42	6.180**
Overall satisfaction	4.41	4.22	6.810**	4.46	4.32	9.376**
Revisit intention	4.11	3.81	15.584**	4.29	3.99	15.472**

* note : FIT(Free Independent Tourist), GT(Group Tourist), * p<0.05, ** p<0.01,

았는데 음식, 대중교통, 숙박 요소의 순으로 평균차이가 큰 것으로 나타났다. 또한 전반적 만족도와 재방문의도는 2011년과 2016년 샘플 공통적으로 개별관광객이 단체관광객보다 높은 것으로 나타났다.

4.3 R-IPA 분석 결과

외래관광객의 관광수용태세 요소 인식에 대해 Deng(2007)이 제시한 수정 IPA분석을 적용하기 위해 세부 요소 만족도를 자연로그(ln)로 변환한 후 전반적 만족도와 세부 요소 만족도 간 편상관계수(partial correlation coefficient)를 순차적으로 도출하였으며, 도출된 요소별 편상관계수(PCC)를 관광수용태세요소의 상대적 중요도로 설정하였다. 관광수용태세 세부 요소의 만족도와 상대적 중요도의 도출 결과는 Table 3과 같다. 만족도 항목에 대한 신뢰도 분석 결과 Cronbach's Alpha 수치는 2011년, 2016년 샘플 각각 0.872, 0.879로 신뢰성을 확보한 것으로 나타났다.

Table 3. Satisfaction and implicitly derived importance (PCC) – overall tourist sample

	2011		2016	
	Satisfaction	PCC	Satisfaction	PCC
1. Emigration & immigration	4.18	0.086	4.30	0.086
2. Transit	4.19	0.042	4.39	0.111
3. Stay	4.11	0.033	4.39	0.100
4. Food	4.07	0.068	4.31	0.157
5. Shopping	4.20	0.044	4.41	0.158
6. Tourist attractiveness	4.01	0.037	4.36	0.128
7. Tourist information service	3.97	0.048	4.27	0.074
8. Language communication	3.41	0.025	3.84	0.032
9. Travelling expenses	3.82	0.011	4.06	0.046
10. Security	4.28	0.071	4.50	0.118
Average rate	4.024	0.047	4.28	0.100

이후 외래관광객의 관광수용태세 요소에 대한 만족도를 X축으로 설정하고 상대적 중요도(PCC)를 Y축으로 설정하는 IPA grid를 Fig. 1~3 과 같이 도출하였다. 먼저 2011년과 2016년 전체관광객 샘플을 대상으로 Fig. 1 과 같이 관광수용태세의 수정된 IPA를 분석, 비교한 결과 만족도 및 상대적 중요도가 모두 높게 인식되어 현재 상태 수준의 지속적 유지가 필요한 I 사분면의 관광수용태세 관련 공통적 요소는 음식(4)과 치안(10)이, 2016년에 추가된 요소는 대중교통(2), 쇼핑(5), 관광지 매력도

(6)인 것으로 나타났는데 특히 2011년에는 만족도가 낮았던 관광지 매력도(6)가 지속유지영역으로 전환된 것이 특징적인 것으로 나타났다.

상대적 중요도는 높으나 만족도가 낮게 인식되어 우선적으로 집중해야 할 개선노력이 필요한 II사분면의 관광수용태세 관련 요소는 2011년에는 관광안내서비스(7)가 있었으나 2016년에는 없는 것으로 나타났다. 만족도가 낮아서 개선이 필요하나 상대적 중요도 역시 낮아 시급성은 낮은 저순위해 해당하는 III사분면의 관광수용태세 관련 공통적 요소는 언어소통(8), 여행경비(9)였으며, 2016년에 추가된 요소는 관광안내서비스(7)인 것으로 나타났다. 상대적 중요도는 낮으나 만족도가 높아 기대이상의 성과로 인식되어 과잉노력지양이 필요한 IV사분면의 관광수용태세 관련 요소는 공통적으로 숙박(3)이었으며, 2016년에 추가된 요소는 출입국 절차(1)인 것으로 나타났다.

2011년과 2016년 개별관광객 샘플을 대상으로 Fig. 2 와 같이 수정된 IPA를 분석, 비교한 결과 지속적 유지가 필요한 I 사분면의 관광수용태세 관련 공통적 요소는 음식(4), 쇼핑(5), 치안(10)이었으며 2016년에 추가된 요소는 대중교통(2)과 관광지 매력도(6)인 것으로 나타났다. 개별관광객에 대해 우선적으로 집중적인 개선노력이 필요한 II사분면의 관광수용태세 관련 요소는 없는 것으로 나타났다.

Fig. 3과 같이 2011년과 2016년 단체관광객 샘플을 대상으로 수정된 IPA를 분석, 비교한 결과 지속적 유지가 필요한 I 사분면의 관광수용태세 관련 공통적 요소는 숙박(3)과 관광안내서비스(7)이었으며 2016년에 추가된 요소는 쇼핑(5), 관광지 매력도(6)인 것으로 나타났다. 단체관광객에 대해 우선적으로 집중적인 개선노력이 필요한 II사분면의 관광수용태세 관련 2016년에 추가된 요소는 음식(4)인 것으로 나타났다.

Table 4. Summary of findings

Quadrant	2011			2016		
	Overall	FIT	GT	Overall	FIT	GT
I	1, 4, 10,	1, 4, 5, 10	1, 3, 7, 10	2, 4, 5, 6, 10	2, 4, 5, 6, 10	3, 5, 6, 7
II	7	-	-	-	-	4
III	6, 8, 9	6, 7, 8, 9	4, 8, 9	7, 8, 9	7, 8, 9	8, 9
IV	2, 3, 5	2, 3	2, 5, 6	1, 3	1, 3	1, 2, 10

1.Emigration & immigration, 2.Transit, 3.Stay, 4.Food, 5.Shopping, 6.Tourist attractiveness, 7.Tourist information service, 8.Language communication, 9.Travelling expenses, 10.Security

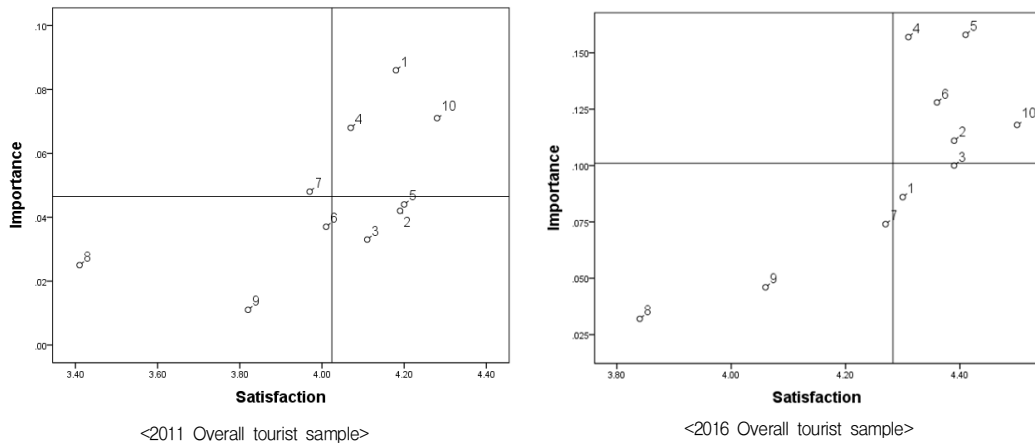


Fig. 1. Comparison of overall tourist preparedness between 2011 and 2016

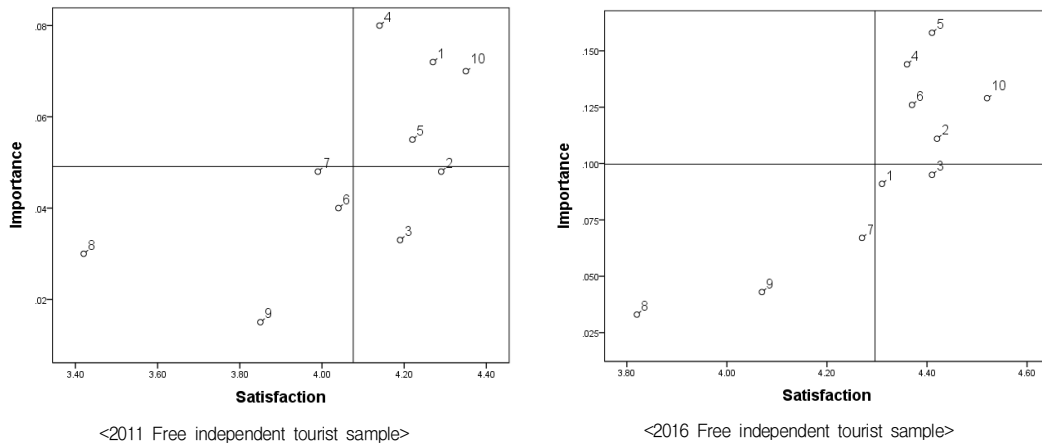


Fig. 2. Comparison of free independent tourist preparedness between 2011 and 2016

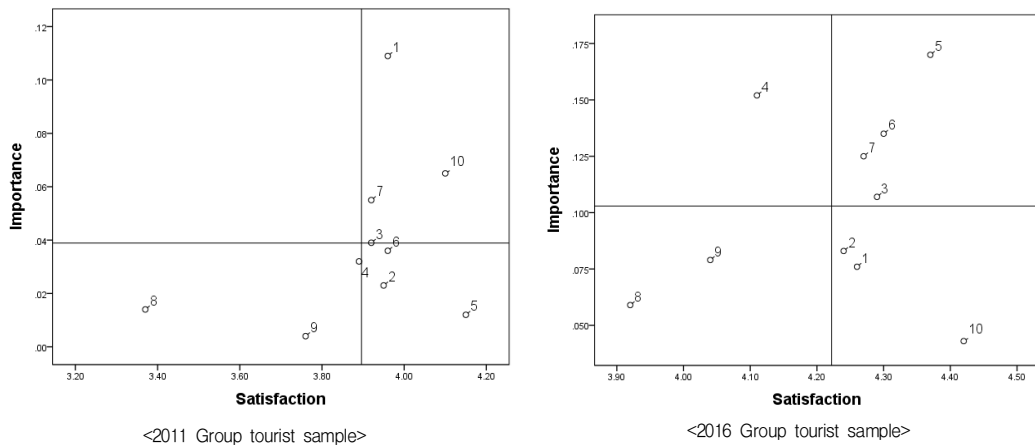


Fig. 3. Comparison of group tourist preparedness between 2011 and 2016

이상의 2011년과 2016년 외래관광객 샘플을 대상으로 한 수정된 IPA분석 결과를 비교, 종합하면 Table 4와 같다. 관광수용태세 요소의 전략적 우선도의 경우 2011년에 비해 2016년에는 전체관광객과 개별관광객의 영역별 개선요소가 일치하는 특징을 알 수 있다. 이점은 개별관광객의 영향력이 증가한다는 점과 개별관광객 중심의 관광수용태세 개선이 필요하다고 유추할 수 있다.

지속적인 유지가 필요한 관광수용태세 요소는 2011년에 비해 2016년에 전반적으로 증가한 것으로 보여 관광수용태세의 여러 요소가 전반적으로 개선되고 있는 것으로 판단된다.

5. 결론

최근 외래관광객 방한시장의 질적성장과 품질관리를 위한 관광수용태세 개선에 대한 필요성과 관심이 증대되고 있으나 이에 대한 연구 접근은 부족한 실정이다. 본 연구는 소비자의 중요도-만족도 비교와 관련 효율적이고 대안적인 방법으로 주목받고 있는 R-IPA를 적용하여 외래관광객의 관광수용태세 인식의 특성 및 개선 전략의 우선순위를 제시하고자 하였으며, 이에 따른 결과는 다음과 같다.

첫째, 연구 대상의 특성 파악을 위한 빈도분석과 차이분석을 실시한 결과 개별관광객 및 단체관광객 모두 처음 방문과 순수관광 목적 관광객 비중이 높은 것으로 나타났다. 또한 개별관광객은 단체관광객에 비해 대부분의 관광수용태세 요소에 높은 만족도를 나타냈으며, 전반적 만족과 재방문의도 역시 높게 인식하는 것으로 나타났다. 이는 외래관광객의 70%이상을 차지하는 개별관광객이 방한시장 성장의 핵심 타겟일 수 있다는 점을 의미하여 개별관광객 중심의 마케팅전략 수립이 필요함을 시사한다.

둘째, 전체관광객 샘플 대상 관광수용태세 R-IPA 분석, 비교 결과 향후 지속적 유지가 필요한 영역(I사분면)은 쇼핑, 음식, 관광지 매력도, 치안, 대중교통인 것으로 나타났고 우선적 개선영역(II사분면)은 없는 것으로 나타났으며 시급성은 낮으나 개선이 필요한 영역(III사분면)은 언어소통, 여행경비, 관광안내서비스인 것으로 나타났다. 특히 2011년에는 만족도가 낮았던 관광지 매력도가 지속유지영역으로 전환된 것은 주목할 부분이며 외래관광객의 한국관광매력 인식이 향상된 것으로 사료된다.

이는 방한관광상품 및 체험프로그램 등의 관광콘텐츠가 개선이 되었으며 최근 유튜브나 TV리얼리티 프로그램을 통해 한국관광의 매력이 많이 노출, 홍보된 결과로 판단된다.

셋째, 관광객 유형별 샘플 대상 관광수용태세 R-IPA 분석, 비교 결과 향후 지속적 유지가 필요한 영역(I사분면) 요소는 개별관광객은 대중교통, 음식, 쇼핑, 관광지 매력도, 치안이었으며, 단체관광객은 숙박, 쇼핑, 관광지 매력도, 관광안내서비스인 것으로 나타났다. 시급히 개선해야 할 우선적 개선영역(II사분면) 요소는 개별관광객은 없었으며 단체관광객은 음식인 것으로 나타났다. 특히 음식은 중국인 관광객을 비롯한 단체관광객들이 평소에 가장 큰 불만의 이유로 제기하는 사항으로 집중적인 개선방안을 마련할 필요가 있을 것이다. 단체관광객에 대한 음식 관련 개선 필요성을 정부 및 지자체에서도 크게 인식하고 있는데 대구, 부산시의 경우 단체관광객 전문 식당 지정제를 운영하고 있다. 단체관광객 전문식당 지정제를 통해 다국어 메뉴판 설치, 종사원 친절서비스 교육 등과 함께 다양한 홍보마케팅 활동을 지원하는 등 단체관광객의 음식 질 관리를 위한 노력을 펼치고 있다. 이는 이영란·육운·조문수(2011)의 중국인관광객 대상 음식 서비스 품질인식의 IPA분석연구에서도 의사소통, 메뉴 설명, 음식의 맛, 메뉴의 다양성 개선이 시급히 필요하다고 제시한 것과 같은 맥락이라고 할 수 있다[29].

본 연구의 시사점은 첫째, 선행연구의 주장처럼 R-IPA가 소비자의 만족 요소와 관련 개선사항을 도출하는데 효율적이고 합리적인 방법이라는 것을 확인할 수 있었다[17,23]. 최근 연구영역에서는 R-IPA를 적용한 연구가 활발하지만 실무영역에서는 아직 기존 전통적 IPA 방식을 많이 활용하고 있다. 추후 마케팅 기획자는 소비자의 요구사항에 대한 개선방향 도출에 있어 R-IPA방법을 적극 활용할 필요가 있다고 사료된다. 둘째, 관광수용태세 개선의 중요도 및 우선순위와 세분시장의 특성에 따른 방한시장 마케팅 전략의 선택과 집중이 필요할 것이다. 본 연구 및 기존 연구의 결과에서도 알 수 있듯이 개별관광객과 단체관광객 등 관광객의 세분유형별로 중요시하고 선호하는 경험 속성은 상이할 수 있다. 따라서 관광수용태세 개선과 관광마케팅 활동의 방향을 전략적인 세분시장의 핵심 속성에 근거하여 집중적이고 효율적으로 전개할 때 방한시장의 질적 향상을 기대할 수 있을 것이다. 셋째, 외래관광객실태조사의 원자료 데이터를 활

용한 다양한 연구 접근의 확대가 필요하다. 본 연구에서는 데이터의 활용가능성에 비해 아직 활용연구가 활성화되어 있지 않은 외래관광객실태조사의 원자료를 활용하여 관광유형별, 시기별 변화와 차이를 비교할 수 있는 기회가 되었다. 향후 외래관광객실태조사의 원자료를 다양한 연구방법과 모델에 적용하거나 세분시장별, 종단적 데이터를 보다 세부적으로 비교, 분석하는 연구의 강화를 통해 관광정책의 방향성 제시에 도움을 줄 필요가 있을 것이다.

본 연구는 전통적 IPA의 문제점을 극복하는 대안적 접근인 수정IPA모델을 적용하였으며 관광유형별, 시기별 비교를 통하여 외래관광객의 수용태세 개선을 위한 우선적 요소와 전략적 시사점을 도출하였다는 점에서 연구의 의의가 있다고 할 수 있다. 하지만 몇 가지 한계점을 가지는데 첫째, 아직 관광수용태세에 대한 정의와 척도에 대한 합의가 부족한 점 등의 이유로 인해 본 연구에 적용한 측정 항목의 수가 제한된 점이 있다. 향후 관광수용태세의 적정 측정 항목과 다차원성을 규명하는 연구를 통해 보완할 필요가 있을 것이다. 둘째, 향후 연구에서는 외래방문객 국적별, 인구통계적 특성 등 보다 다양한 시장세분화 요소를 기준으로 관광수용태세의 주요 요소를 규명해 봄으로써 보다 심화된 마케팅 시사점을 확대해 볼 필요가 있을 것이다.

REFERENCES

- [1] O. Joshi, N. C. Poudyal & L. R. Larson. (2017). The influence of sociopolitical, natural, and cultural factors on international tourism growth: a cross-country panel analysis. *Environment, Development and Sustainability*, 19(3), 825-838.
- [2] <http://www.fnnews.com/news/201801220940055314>.
- [3] <http://news.hankyung.com/article/2017041119871>.
- [4] Korea Culture & Tourism Institute. (2012). *The Strategy Plans of Preparedness to Tourism For 10 Million International Tourists*.
- [5] Y. H. Yu, J. Y. Lee & H. C. Lee. (2016). Determinants of revisit intention to Seoul by Chinese tourists : The comparison of group tourist and FIT. *JOURNAL OF TOURISM&LEISURE RESEARCH*, 28(8), 241-256.
- [6] D. J. Lee & H. J. Hwang. (2017). A Longitudinal Study of Foreign Tourists Visiting Korea in terms of Overall Satisfaction, Intention to Revisit and Recommend, and the Degree of Image Change: A Comparison by Continent and Country in 2007, 2011 and 2015. *Journal of Tourism Sciences*, 41(8), 237-256
- [7] J. H. Yoon. (2009). A Research on The Relationship with Tourism Preparedness, Tourism Attitude and Tourism Image, Intention Revisit. *JOURNAL OF TOURISM&LEISURE RESEARCH*, 21(4), 353-369.
- [8] Korea Culture & Tourism Institute. (2010). *The Study on the Improvement of Tourism Preparedness for Attracting the Chinese Tourists to Korea*.
- [9] S. H. Chung & M. Y. Ko. (2013). Selecting Priority of Tourism Preparation Policy for Foreign Free Independent Travelers in Jeju. *Journal of Tourism Sciences*, 37(4), 97-116.
- [10] Y. Liu & D. K. Kim. (2014). A Study on the difference of Intention Participants Incentive tourism preparedness and Behavioral Intention: The Case of China and ASEAN Participants. *JOURNAL OF TOURISM&LEISURE RESEARCH*, 26(1), 79-94.
- [11] H. G. Koo, Y. S. Kim, A. Choi & S. Wang. (2017). A Study for Satisfaction of Chinese Tourists in Korea. *Journal of Digital Convergence*, 15(5), 117-128.
- [12] Y. M. Song & I. J. Lee. (2011). The Qualitative Study on the Domestic Tourism Information Experiences of Chinese Individual Tourists. *International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 25(3), 129-144.
- [13] J. H. Kim & Y. D. Jung. (2018). Analysis of Accessibility of Individual Tourists to Destination Using Social Network Analysis: Focused on the Ulsan Metropolitan City Public Transit Network. *Journal of Tourism Sciences*, 42(2), 209-223.
- [14] Y. M. Song, S. Y. Han & H. J. Lee. (2013). An Analysis of Structure Equation Model of the Tourism Satisfaction According to the Type of Japanese Tourists through the Multi Group Analysis. *The Japanese Modern Association of Korea*, 42, 501-520.
- [15] Y. J. Lee & Y. M. Song. (2012). The Satisfaction of the Japanese Tourist: What are Differences in Terms of Specific Satisfaction between Individual and Package Tour. *Sogang Institute for East Asian Studies*, 31(1), 297-328.
- [16] D. H. Choi. (2018). The Relationship Influence among Life Style, Tourism Information, and Behavioral Intention on Chinese Tourists: Focusing on the Moderating Tourism Type(Individual Tourism, Group Tourism). *Journal of Tourism Sciences*, 42(2), 11-28.
- [17] J. A. Martilla & J. C. James. (1977). Importance-performance analysis. *The Journal of Marketing*, 41(1), 77-79.

[18] M. J. Oh & J. S. Ryu. (2016). Comparison between traditional IPA and revised IPA : An attractiveness evaluation of Incheon Chinatown. *International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 30(7), 129-142.

[19] J. H. Kim & J. M. Lee. (2017). A Study on the Recognition of Swimsuit Brand Image Using IPA Technique. *Journal of Digital Convergence*, 15(7), 467-477.

[20] J. Y. Han, E. M. Choi & K. Y. Ji. (2015). An Analysis of the Importance-Satisfaction of Convergent Medical Tourism Service Quality. *Journal of Digital Convergence*, 13(7), 403-412.

[21] D. H. Kim & Y. K. Kim. (2017). Importance Performance Analysis on Selection Attributes of Travel Destination by FIT Chinese Travellers with Bona Fide Travel Purpose to Korea. *Korean Journal of Tourism Research*, 32(4), 219-236.

[22] D. H. Kim, H. Y. Kim & D. K. Kim. (2015). Improvement Plans of Tourism Preparedness for Attracting Tourists Using Revised IPA : Focusing on Incentive Tourists. *Korean Journal of Hospitality & Tourism*, 24(4), 145-159.

[23] T. G. Vavra. (1997). *Improving your measurement of customer satisfaction: A guide to creating, conducting, analyzing, and reporting customer satisfaction measurement programs*. ASQ Quality Press.

[24] W. Deng. (2007). Using a revised importance - performance analysis approach: The case of Taiwanese hot springs tourism. *Tourism Management*, 28(5), 1274-1284.

[25] S. M. Yoon & H. S. Jang. (2018). Evaluation of Consumer Toward Safety Service Quality of Theme Park Based on Revised Importance-Performance Analysis. *JOURNAL OF TOURISM&LEISURE RESEARCH*, 30(1), 369-383.

[26] S. M. Yoon, H. J. Song, & C. K. Lee. (2011). An Evaluation of Satisfaction on The 2010 World Oriental Medicine-Bio Expo Based on Perceived Environmental Cues : Comparison between IPA and Revised IPA. *JOURNAL OF TOURISM&LEISURE RESEARCH*, 23(8), 229-247.

[27] D. H. Kim & D. K. Kim. (2017). A Study on Improvement Plans for MICE Destination Preparedness of Seoul : Focused on MICE(Meeting, Convention) Foreign Participants in 2014. *JOURNAL OF TOURISM&LEISURE RESEARCH*, 29(8), 233-248.

[28] N. H. Kim & C. K. Lee. (2013). Application of Revised Importance-Performance Analysis: The Case of Jongro-gu, Seoul. *JOURNAL OF TOURISM&LEISURE RESEARCH*, 25(5), 199-215.

[29] Y. R. Lee, Y. Lun & M. S. Cho. (2011) A study on food service quality perception of Chinese tourists to Jeju island, *Journal of Tourism Sciences*, 35(4), 171-188.

이 승 훈(Lee, Seung Hun)

[정회원]



- 2004년 2월 : 경희대학교 관광학과 (관광학석사)
- 2015년 2월 : 경희대학교 호텔관광학과(관광학박사)
- 2010년 5월 ~ 2015년 1월 한국능률협회컨설팅 치프컨설턴트
- 2015년 9월 ~ 현재 : 경남대학교 관광학부 교수
- 관심분야 : 관광소비자행동, 관광마케팅, 관광브랜드, 감성마케팅
- E-Mail : musicals@daum.net