

IPA를 활용한 식음료 축제속성의 중요도와 성취도 연구

Study on the Importance and Performance of Food & Beverage Festival Attributes Using IPA

황수영

안양대학교 관광경영학과

Soo-Young Hwang(syhwang@anyang.ac.kr)

요약

본 연구는 식음료축제의 대표 지역축제인 '2018 대구치맥페스티벌'에 참가한 방문객의 축제속성을 규명하고, 축제속성 요인과 항목들의 중요도와 성취도의 차이를 알아보고자 하였다. 또한 IPA를 활용해 식음료 축제속성의 중요도와 성취도를 동시에 분석함으로써 학문적 및 실무적 개선점 및 시사점을 제시하고자 하였다. '2018 대구치맥페스티벌' 방문객의 식음료 축제속성 요인분석 결과, '위생적 환경', '음식맛과 다양성', '음식품질과 부가서비스', '음식구매편리성' 등 4개의 차원과 22개 항목으로 나타났으며, 실증분석을 통한 연구 결과는 다음과 같다. 첫째, 식음료 축제속성의 22개 항목별 중요도와 성취도의 차이를 알아본 결과, 22개의 축제속성 중 21개의 축제속성 항목에서 중요도와 성취도 간에 통계적으로 유의한 차이를 보였으며, 모든 항목에서 성취도가 중요도보다 높게 나타났다. 둘째, '2018 대구치맥페스티벌' IPA를 실시한 결과, I 사분면(유지영역)에서는 4개의 요인 중 '음식구매편리성'과 '음식맛과 다양성' 요인과 이와 연관된 8항목이 포함되어 지속적으로 유지할 축제속성으로 나타났다. II사분면은 "이색적인음식", "음식/음료의 적당한 조리시간" 2항목이 포함되어 더욱 집중해서 성취도를 높일 필요가 있는 것으로 나타났다. 마지막으로, III사분면은 '음식품질과 부가서비스' 요인과 이와 연관된 9항목이 포함되었으며, IV사분면은 '위생적 환경' 요인과 이와 연관된 3개 항목이 포함되었으므로, 중요도가 낮은 속성들은 중요도 인식을 높이고, 성공된 축제를 위해서 성취도 또한 높일 필요가 있을 것이다. 본 연구결과는 앞으로 지역사회의 식음료 축제가 차별화된 지속가능한 경쟁력을 갖춘 축제로 거듭나기 위한 마케팅 자료로 활용될 수 있을 것이다.

■ 중심어 : | 식음료축제 | 축제속성 | 중요도-성취도 분석 | IPA |

Abstract

This study examined the differences of importance and performance perception level among the food & beverage festival attributes of visitors participating 'Daegu Chimaek Festival' and also conducted importance-performance analysis (IPA) of food & beverage festival Attributes. The results were as follows: firstly, food & beverage festival attributes were grouped into four factors such as 'sanitation environment', 'food taste and variety', 'food quality and supplementary service' and 'food purchase convenient.' Secondly, the 4 factors and 21 items of festival attributes showed statistically significant differences in their levels of importance and performance. Finally, results of the questionnaire survey of 322 visitors at '2018 Daegu Chimaek Festival' indicated that 'food purchase convenient' and 'food taste and variety' were important to visitors and had high performance. Although attributes related to 'food quality and supplementary service' had an low importance and low performance, and also 'sanitation environment' had an low importance and high performance in the IPA results, they were identified as the key determinants affecting food & beverage festival' success.

■ keyword : | Food & Beverage Festival | Festival Attributes | Importance-performance Analysis (IPA) |

1. 서론

축제는 예술, 문화, 먹거리, 음악, 스포츠, 자연, 역사 등 다양한 주제로 개최되어 지역사회 경제에 이바지하고 있는데, 최근에는 재미를 가미한 지역의 특색 있는 음식과 음료(식음료)를 주제로 한 축제로 그 추세가 변화해 가고 있다[1]. 특히, 이러한 축제를 찾은 방문객들은 젊은 층이 많아지고 있으며, 이들은 독특한 문화, 분위기, 전통, 음악, 이벤트 체험, 쇼핑, 직원, 접근 편리성 [2] 등과 같은 차별화된 축제속성을 중요하게 생각하고 있으며, 지역축제를 경험한 후 각각의 특징을 가진 축제속성의 성취도에 대한 인식 또한 더욱 세밀해지고 정교해지고 있다. 이에 최근 축제 방문객의 트렌드 변화에 발맞추어 지역사회는 식음료를 주제로 한 독특한 축제를 성공시키기 위해 축제 행사, 체험프로그램과 시설 및 환경 등을 구축하려고 노력하고 있다[2][3].

그러나 최근의 트렌드에 맞는 독특한 재미를 겸비한 식음료 축제속성에 대한 연구는 부족한 실정이므로, 학계에서는 이에 대한 세밀한 연구가 필요한 시점이다. 특히, 독특한 식음료축제에 참가한 방문객들의 축제속성에 대한 중요도 및 성취도 정도와 그 차이를 규명한 연구가 필요해 보이며, 그 결과는 지역사회 축제 운영진과 학계에 마케팅 시사점을 제시할 수 있을 것이다. 방문객의 식음료 축제속성에 대한 중요도와 성취도의 차이를 알아보기 위해 IPA(Importance-Performance Analysis)를 활용할 수 있는데, 특히, 최근에는 관광목적지의 이해당사자들 중에서도 고객을 대상으로 한 IPA 연구는 많은 편이며, 주로 서비스 경험 전·후의 중요도와 성취도 차이를 알아봄으로써 관광지 개발과 발전을 위한 마케팅 기법으로 사용되기도 한다[4][5]. 이에, 축제를 찾은 방문객 역시 축제발전의 중요한 고객입장의 이해당사자로서, IPA 연구를 통해 축제경험 전·후의 중요도와 성취도 연구대상이 될 수 있으며, 이를 토대로 지역사회의 축제발전 마케팅 전략을 수립할 수 있을 것이다.

국외의 IPA를 활용한 연구에는 지속관광 연구[5], 관광목적지 만족도연구[6], 관광 매력도 연구[7] 등이 이루어지고 있으나, 축제를 대상으로 IPA를 활용한 축제속성에 관한 연구는 거의 없는 실정이다. 국내에서는 IPA

를 활용한 축제연구가 어느 정도 이루어지고 있는데, 축제만족도 연구[8], 축제 매력도 연구[9], 축제서비스 품질평가[10], 축제의 활성화 연구[11] 등이 있으나, 재미를 가미한 식음료축제를 대상으로 한 축제속성에 관한 IPA 연구는 미흡한 실정이다. 이에 대도시의 무더위를 날려주고 젊은 층들이 많이 참가하는 식음료축제로 유명한 '대구치맥페스티벌'처럼 재미를 가미한 식음료 축제를 찾은 방문객들의 축제속성에 관한 중요도와 성취도 연구는 더욱 필요할 것이다.

따라서 본 연구에서는 재미를 가미한 식음료축제인 '2018 대구치맥페스티벌'에 참가한 방문객을 대상으로 그들의 축제속성을 규명하고, 축제속성 요인과 항목들의 중요도와 성취도의 차이를 알아보고자 한다. 또한 IPA를 활용하여, 축제속성의 중요도와 성취도를 동시에 알아봄으로써, 재미를 추구하는 식음료축제의 방문객들이 중요하게 생각하고 성취도가 좋은 축제속성들을 더욱 유지·발전시키며, 중요하되 성취도가 좋지 않은 축제속성에 대해서는 집중적인 관리가 필요하므로, 실무적 개선점을 제시하고자 한다. 본 연구결과는 재미를 가미한 식음료축제가 지역의 다른 축제들과 차별화되면서 지속발전이 가능한 경쟁력을 갖춘 축제로 나아가기 위한 시사점과 마케팅 자료로 활용될 수 있을 것이다.

II. 이론적 배경

1. IPA(Importance-Performance Analysis) 연구

Martilla & James[12]가 관리자들이 만족이나 성과와 같은 한 가지만의 기준으로 관리 항목을 조사하는 것에 문제를 제기하고, 중요도(Importance)와 성취도(Performance)를 동시에 측정하여 우선순위를 결정해야 한다고 주장한 이래, 중요도-성취도 분석(IPA: Importance-Performance Analysis)은 많은 분야에서 활용되기 시작하였다. IPA는 4가지 영역으로 나뉘는데, 1사분면(Q1)은 중요하게 생각하고 성취도가 높은 '유지영역', 2사분면(Q2)은 중요하게 생각하지만 성취도가 낮은 '집중영역', 3사분면(Q3)은 중요하게 생각

하지도 않고 성취도도 낮은 '저순위영역', 4사분면(Q4)은 중요하게 생각하지 않으나 성취도는 높은 '과잉영역'으로 구분되어진다[그림 1].

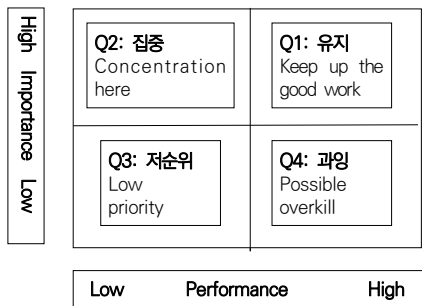


그림 1. IPA 영역

특히, IPA(Importance-Performance Analysis)는 기업이나, 관광목적지의 이해당사자들이 느끼는 서비스에 대한 중요도와 성취도를 알아봄으로써[5][13], 고객만족, 상품이나 서비스 향상 촉진 등 포지셔닝(positioning) 전략을 제시할 수 있는 연구방법이다[12].

IPA 연구에서 Crompton & Love[14]는 실험적 증거를 통해 성과(Performance)만을 연구했을 때 신뢰성과 타당성이 있다고 주장하고 있으나, 최근의 연구에서는 중요도 역시 필요한 요인으로 간주되고 있다[15]. 이에 IPA 연구는 보편적으로 중요도와 성취도를 동시에 측정함으로써, 관광목적지와 관광기업의 상품과 서비스에 대한 이해당사자들의 만족도 등을 분석해 포지셔닝 전략으로 활용되고 있다. Bi, Liu, Fan & Zhang[16]은 IPA를 활용해 온라인 후기를 통해 호텔 이용객의 호텔 상품, 객실, 직원, 위치와 서비스에 대한 중요도와 성취도를 알아보았으며, Wang, Li, Zhen & Zhang[7]은 관광목적지 스마트 관광객 매력속성(STA(smart tourist attraction))에 대해 IPA를 활용해 연구한 결과, “smart information system”, “intelligent tourism management”, “smart sightseeing”, “ecommerce system”, “smart safety”, “intelligent traffic”, “smart forecasting” and “virtual tourist attractions” 등이 집중과 유지 영역의 속성임을 입증하였다.

국내연구에서는 최근 한국콘텐츠학회논문지에 실린 축제 및 관광-식음료분야 IPA(중요도-성취도 분석) 연

구를 중심으로 이론적 고찰을 하였다.

연천전곡리 구석기축제 참가자를 대상으로 한 중요도-실행도 분석(IPA) 연구에서는, 조사한 25개 항목 가운데 음식의 독특함만이 집중영역에 속해 있고, 나머지 24개 항목은 유지영역에 속한 결과를 보였다. 연구자는 이러한 점에 대해 축제담당자에게 축제발전을 위해 독특한 음식을 개발하고 휴게시설과 기타 편의시설을 확충하고 위생에 신경을 쓰고 혼잡도를 낮추는 방안을 제안하고 있다[17]. 방한외국인을 대상으로 한국음식에 대한 인식과 서비스품질에 대한 연구에서는, 한식 서비스품질 속성에 대한 중요도-실행도는 국적별로 뚜렷한 차이가 나타났다[18].

경기 남부지역 펜션이용자를 대상으로 한 관광펜션업 선택속성의 중요도-만족도 연구에서는, 1사분면(유지)의 경우, 불편사항 신속처리, 친절, 주방 및 취사시설 등 9항목으로 나타났고, 2사분면(집중)은 교통의 편리성, 펜션 위치, 합리적 가격 등이며, 3사분면(저순위)는 다양한 프로그램 등 8항목, 4사분면(과잉)은 주변과 조화로운 건물, 예약체제로 나타났다[19].

방한한 일본인과 중국인을 대상으로 한 항공사 선택속성 중요도-성취도 연구에서는, 집중영역에는 의사소통의 편리함, 기내승무원의 친절함 등, 유지영역에는 항공편 스케줄, 정확한 수하물처리 등, 저순위영역은 노선 다양성, 항공요금 등, 과잉노력지역 영역에는 신속한 탑승수속, 좌석의 편안함 등으로 나타났다[20].

2. 식음료 축제속성

지역축제는 지역의 특성에 맞는 독특한 콘텐츠를 개발해 각 지역에 맞는 관광상품을 만들고, 방문객을 증대시켜 지역사회의 경제성장에 이바지하는 역할을 하고 있다[21].

이러한 지역축제는 그들만의 축제속성을 가지고 있는데, Tanford & Jung[22]은 프로그램, 엔터테인먼트, 접근성, 주변환경, 시설, 분위기, 즐거움, 음식품질, 축제상품 등 23가지로 축제속성을 규명하였으며, Harrington et al.[2]은 축제속성을 문화, 분위기, 전통, 음악품질, 이벤트 체험, 쇼핑, 직원, 접근 편리성 등으로 규명하고 있다. 따라서 축제속성은 축제를 경험하는 동안 제공하는 음식, 재미 등과 같은 독특한 주제와 성격을 반영한

특색 있는 프로그램, 주변시설 및 환경, 음식품질, 다양성, 부가서비스, 접근편리성 등 축제의 모든 상품과 서비스에 대한 속성이라고 정의할 수 있을 것이다 [2][22-24]. 더 세부적으로, 본 연구 주제인 식음료 축제속성에 관한 기존 연구를 좀 더 살펴보면, Bruwer[25]는 호주의 와인을 주제로 한 식음료축제의 서비스 품질과 만족도를 연구하였는데, 식음료 축제속성을 서비스 직원, 엔터테인먼트, 음식제공, 장소의 쾌적함, 정보 등으로 규명하였다. Organ, Koenig-Lewis, Palmer & Probert[26]는 영국의 지역 식음료축제 방문객을 대상으로 식음료축제에 대한 관여도, 약속, 만족도, 긍정적/부정적 감정 및 행동의도 등을 연구하였으며, 식음료 축제속성을 식음료축제의 배치, 규모, 분위기 및 축제에서 제공된 식음료의 다양성과 품질로 규명하였다. Vesci & Botti[27]는 이탈리아의 작은 식음료 축제의 축제속성의 품질과 방문객의 행동계획 및 재방문의도에 관한 연구를 진행하였으며, 식음료 축제속성을 식음료 품질, 직원의 친절함과 빠른 응대 및 적합한 축제에 대한 정보 등으로 축제속성을 규명하였다.

이에, 본 연구에서는 재미를 가미한 음식과 음료를 주제로 한 축제를 ‘식음료축제’라고 명명하며, 기존연구를 바탕으로 이러한 식음료 축제속성을 식음료축제에서 제공하는 음식의 맛, 품질, 다양성, 위생환경, 부가서비스, 편리성 등에 대한 개별속성으로 정의할 수 있을 것이다.

III. 연구설계

1. 측정 방법

본 식음료축제 연구의 조사대상인 ‘2018 대구치맥페스티벌’은 2018년에 6회째 개최되고 있으며, 150만 명이 방문하여 대구의 대표 축제로 성장하고 있고, 그해 문화관광광우수축제로 선발되었다.

‘2018 대구치맥페스티벌’은 대구시 소재 두류공원에서 2018년 7월 18일-22일에 걸쳐 5일간 무더운 한여름에 개최되었으며, 축제 방문객을 대상으로 사전에 훈련받은 조사자 4명이 팀을 이루어 5일간 400부(매일 1인 20부씩 할당표본 추출하여, 5일간 1인 총 100부)를 자기기입식으로 설문 조사되었다. 본 연구의 실증분석

을 위해 총 400부를 배포하여 348부를 회수하였고, 불성실한 응답 26부는 제외하고 322부(92.5%)를 최종분석에 사용하였다. 분석방법은 빈도분석, 요인분석, paired t-test, IPA 등 양적연구방법을 사용하였다.

2. 연구개념 조작적정의 및 설문지 구성

식음료축제를 대상으로 한 본 연구의 구성개념인 축제속성의 조작적 정의는 기존이론을 토대로 했고, 그 내용은 다음과 같다. ‘방문객이 식음료축제에 참여하는 동안 제공된 음식의 맛, 품질, 다양성, 위생환경, 부가서비스, 편리성 등을 소비하고 경험한 모든 상품과 서비스의 개별속성’으로 정의하고자 한다[2][22-25][27].

본 연구의 식음료축제 축제속성은 Harrington et al.[2], Tanford & Jung[22], Yoon et al.[23], Grappi & Montanari[24][25][27] 등의 연구에서 본 연구에 적합한 22문항을 도출하여 설문조사했으며, 리커트 5점 척도로 측정하였다.

IV. 실증분석

1. 조사대상자의 인구통계학적 특성

연구 조사에 응답한 축제방문객의 인구통계학적 특성은 남성이 157명(48.8%)이고, 여성이 165명(51.2%)으로 조금 많았으며. 연령은 20대, 30대, 40대 순으로 많았다. 또한, 축제에 방문경험이 있는 방문객은 219명(68.0%)로 처음방문객(103명, 32.0%)보다 두 배 이상 많았다. 그 외, 인구통계학적 특징은 다음의 [표 1]과 같다.

표 1. 응답자의 인구통계적 특징

인구통계적 특징		N(%)	인구통계적 특징		N(%)
성별	남	157(48.8)	학력	고등학교	91(28.3)
	여	165(51.2)		전문대학	71(22.0)
결혼 여부	예	186(57.8)	방문 경험	대학교	140(43.5)
	아니오	136(42.2)		대학원	20(6.2)
나이	19세이하	20(6.2)	동반인	혼자서	28(8.7)
	20-29세	77(20.1)		가족	82(25.5)
	30-39세	67(20.8)		친구	111(34.5)
	40-49세	71(22.0)		친척	30(9.3)
	50-59세	40(12.4)		여자/남자친구	25(7.8)
	60세이상	47(14.6)		단체	24(7.5)
			기타	22(6.8)	

2. 요인분석 및 신뢰도분석

본 연구에서는 측정속성 설문도구의 선정과 측정개념의 타당성 및 신뢰성을 입증하기 위해 주성분분석의 직각회전의 varimax 방법과 고유치 기준값이 1.0이상을 요인화 하였으며, 요인의 신뢰도를 평가하기 위하여 Cronbach's α 값을 사용하였다. 또한 요인분석에 활용된 변수들 간의 적합도를 나타내는 KMO (Kaiser-Meyer-Olkin)값은 0.5이상일 때 적합하는데, 본 연구의 KMO값은 0.952로 매우 높게 나타났다. 모형의 적합성 여부를 판단하는 Battlet 구형성 검정은 유의수준 0.001이하 수준에서 4936.984로 나타났으며, 총 분산설명력도 68.647%로 나타났다. 또한 각 요인별 신뢰계수도 0.8이상으로 나타나 도출된 요인들의 통계적 신뢰성 및 타당성을 확보하였다. 본 연구에서는 기존 연구에서 도출된 측정속성 22개 항목 모두 요인 적재량이 0.5이상으로 나타나, 22개 변수 모두 최종 요인분석에 사용되었으며, 분석결과 '위생적인 환경', '음식맛과 다양성', '음식품질과 부가서비스', '음식구매편리성'으로 4가지 요인을 도출하였다. 자세한 분석결과는 [표 2]와 같다.

표 2. 측정속성 요인분석 및 신뢰도 분석

요인명	변수	적재량	Eigen 값	분산	Cronbach's α
위생적인 환경	- 위생적인 음식 준비공간	.731	11.329	18.723	.898
	- 위생적인 음식 조리공간	.720			
	- 위생적인 주변환경	.709			
	- 위생적인 직원들	.677			
	- 위생적인 휴식공간	.671			
	- 위생적인 화장실	.625			
음식 맛과 다양성	- 음식/음료의 맛	.754	1.611	17.937	.906
	- 음식/음료의 종류 다양성	.749			
	- 음식/음료의 신선도	.725			
	- 이색적인 음식	.721			
- 지역특색 음식	.667				
음식 품질과 부가 서비스	- 음식/음료의 적당한 가격	.736	1.144	17.081	.884
	- 새로운 음식을 직접 만드는 체험기회	.716			
	- 음식/음료의 적당한 조리시간	.644			
	- 건강지향적 음식/음료	.583			
	- 음식/음료의	.581			

	적당한 대기시간 - 음식/음료의 전체적인 품질	.579			
음식 구매 편리성	- 음식 포장 가능	.745	1.019	14.905	.853
	- 주문하기 쉬운 메뉴판	.743			
	- 편리한 음식/음료의 구입/결제방법	.687			
	- 편안한 식사장소	.566			
	- 친절한 판매직원	.560			
KMO값: .952, Battlet 구형성 검정: 4936.984, p=0.00 총 분산설명력: 68.647					

3. 측정속성 중요도와 성취도 대응표본 t-검증

3.1 요인별 중요도와 성취도 차이의 대응표본 t-검증

식음료 측정속성 4개 요인별 중요도와 성취도의 차이를 알아보기 위해 대응표본 t-검증을 실시하였으며, 평균값을 산출하여 우선순위를 도출하였다. 그 결과는 [표 3]과 같이 4개의 측정속성 요인의 중요도와 성취도 간에 통계적으로 유의한 차이를 보이는 것으로 나타났으며, 4개요인 모두 성취도가 중요도보다 높게 나타났다. 더욱 자세히 살펴보면, 측정속성 요인의 중요도를 분석한 결과, 음식구매편리성(3.35)이 가장 중요한 선택속성으로 나타났으며, 그 다음으로 음식맛과 다양성(3.31), 위생적 환경(3.22), 음식품질과 부가서비스(3.19) 순으로 중요한 요인으로 나타났다. 측정속성 요인의 성취도를 분석한 결과, 음식구매편리성(3.62)이 가장 성취도가 높은 요인으로 나타났으며, 그 다음으로 음식맛과 다양성(3.56), 위생적 환경(3.54), 음식품질과 부가서비스(3.43) 순으로 성취도가 나타났다. 자세한 분석결과는 [표 3]과 같다.

표 3. 측정속성 요인별 중요도와 성취도 차이 분석

구	분	중요도			성취도			t(p)
		평균	표준 편차	순위	평균	표준 편차	순위	
요인 1	위생적인 환경	3.22	.893	3	3.54	.863	3	-6.081 (.000)**
요인 2	음식맛과 다양성	3.31	.905	2	3.56	.902	2	-4.712 (.000)**
요인 3	음식 품질과 부가서비스	3.19	.827	4	3.43	.846	4	-4.807 (.000)**
요인 4	음식 구매 편리성	3.35	.875	1	3.62	.817	1	-5.461 (.000)**

* p<0.05, ** p<0.01.

3.2 항목별 중요도와 성취도 차이의 대응표본 t-검증

본 연구에서는 식음료 축제속성의 각 항목별 중요도와 성취도 차이를 알아보기 위해 대응표본 t-검증을 실시하였으며, 평균값을 산출하여 우선순위를 도출하였다. 그 결과는 [표 4]와 같이 22개 항목의 축제속성 중 '위생적인 음식 조리공간'을 제외한 21개의 축제속성의 모든 항목에서 중요도와 성취도 간에 통계적으로 유의한 차이를 보이는 것으로 나타났으며, 21개 축제속성 모두 성취도가 중요도보다 높게 나타났다.

더욱 자세히 살펴보면, 식음료 축제속성의 항목별의 중요도를 분석한 결과, 친절한 판매직원(3.45)이 가장 중요한 선택속성으로 나타났으며, 그 다음으로 음식포장가능(3.44), 음식/음료의 맛(3.41), 음식/음료의 신선도(3.34), 주문하기 쉬운 메뉴판(3.34) 등이 '2018 대구 치맥페스티벌'의 상위 5위의 중요한 축제속성 항목들로 나타났다. 나머지 속성들은 5점 만점에 3.0을 약간 초과하는 중요도 순위를 보였다.

식음료 축제속성의 항목별의 성취도를 분석한 결과, 음식포장가능(3.80)이 가장 성취도가 높은 축제만족속성으로 나타났으며, 그 다음으로 친절한 판매직원(3.67), 주문하기 쉬운 메뉴판(3.65), 음식/음료의 신선도(3.63), 음식/음료의 맛(3.61) 등이 '2018 대구치맥 페스티벌'의 상위 5위의 성취도가 높은 축제속성 항목들로 나타났다. 나머지 속성들은 5점 만점에 3.5점 전후의 성취도 순위를 보였다. 자세한 분석결과는 [표 4]와 같다.

4. 축제속성에 대한 중요도-성취도 분석(IPA)

'2018' 대구치맥페스티벌' 식음료 축제속성의 중요도와 성취도에 대한 IPA Matrix를 실시하였다. 식음료 축제속성은 '위생적인 환경', '음식맛과 다양성', '음식품질과 부가서비스', '음식구매편리성'의 4개 요인과 하위 22개의 문항에 대한 IPA Matrix에 따른 항목 분배는 [그림 2][그림 3]과 같이 도식화 하였다.

IPA에서 중심선은 각 요인과 항목들이 포함되는 영역을 구분하기 때문에 중요한데, 보편적으로 중심선을 설정하는 방법에는 척도의 중앙값 또는 표준편차를 사용하거나, 중요도와 성취도의 평균값 또는 임의로 정하

는 등의 4가지 방법이 있다. 본 연구에서는 가장 많이 사용되고 있는 중요도와 성취도의 평균값을 사용하여 중심선을 정하였다.

4.1 요인별 중요도-성취도 분석(IPA)

본 연구의 IPA 결과, I사분면(유지영역)은 중요도와 성취도가 모두 높아 좋은 성과를 지속적으로 유지할 필요가 있는 영역으로 '음식구매편리성'과 '음식맛과 다양성'이 포함되었다. II사분면(집중영역)은 중요도는 높으나 성취도는 낮아 시급한 개선이 필요한 영역으로, 아무런 요인도 포함되지 않았다. III사분면(저순위영역)은 중요도와 성취도가 모두 낮아 현재 이상의 노력이 불필요한 영역으로 '음식품질과 부가서비스'가 포함되었으며, IV사분면(과잉영역)은 중요도는 낮으나 성취도가 높아 노력을 다른 항목에 투입하거나, 본 항목에 대한 중요도의 인식을 높일 필요성이 있는 영역으로, '위생적 환경'이 포함되었다. 자세한 분석결과는 [그림 2]와 같다.

4.2 항목별 중요도-성취도 분석(IPA)

22개 항목별 IPA결과를 살펴보면, I사분면(유지영역)은 중요도와 성취도가 모두 높아 좋은 성과를 지속적으로 유지할 필요가 있는 영역으로 "v: 친절한 판매직원", "r:음식포장가능", "g:음식/음료의 맛" "i:음식/음료의 신선도" "s:주문하기 쉬운 메뉴판" "h:음식/음료의 종류 다양성", "d:위생적인 직원들", "t:편리한 음식/음료의 구입/결제방법" 등 8항목이 포함되었고, II사분면(집중영역)은 중요도는 높으나 성취도는 낮아 시급한 개선과 집중관리가 필요한 영역으로 "n:음식/음료의 적당한 조리시간", "j:이색적인음식"이 포함되었다.

또한, III사분면(저순위영역)은 중요도와 성취도가 모두 낮아 현재 이상의 노력이 불필요하거나 순위가 낮은 영역이나, "p: 음식/음료의 적당한 대기시간", "a: 위생적인 음식 준비공간", "l: 음식/음료의 적당한 가격", "u:편안한 식사장소", "k: 지역특색 음식", "c: 위생적인 주변환경", "e: 위생적인 휴식공간"의 7항목은 중요도와 성취도의 중간 값보다 조금 낮은 값에 주로 분포되어 있어, 방문객들이 어느 정도는 중요하다고 보고 있으므로, 불필요하다고 버리기 보다는 이들 항목들의 중요도와 성취도를 더욱 높일 필요가 있는 항목이라고 판

단할 수 있다. 반면에 “m:새로운 음식을 직접 만드는 체험기회”와 “o:건강지향적 음식/음료”의 2개 항목은 중요도와 성취도 모두 낮아, 현재 이상의 노력이 필요 없다고 판단할 수 있다. 마지막으로, IV사분면(과잉영역)은 중요도는 낮으나 성취도가 높아 노력을 다른 문항에 투입하거나 중요하다는 인식을 높일 필요성이 있는 영역으로 “b:위생적인 음식 조리공간”, “f:위생적인 화장실”, “q:음식/음료의 전체적인 품질” 등 3개의 항목이 포함되었다. 자세한 분석결과는 [그림 3]과 같다.

표 4. 축제속성 항목별 중요도와 성취도 차이분석

요인명	변수 구분	중요도			성취도			t값 (p)
		평균	표준 편차	순위	평균	표준 편차	순위	
위생적 환경	a. 위생적인 음식 준비공간	3.24	1.080	13	3.51	1.039	14	-4.136 (.000)**
	b. 위생적인 음식 조리공간	3.34	2.568	17	3.58	1.074	6	-1.618 (.107)
	c. 위생적인 주변환경	3.20	1.057	19	3.52	1.008	12	-4.781 (.000)**
	d. 위생적인 직원들	3.27	1.066	10	3.57	1.052	10	-4.462 (.000)**
	e. 위생적인 휴식공간	3.19	1.046	20	3.49	1.111	16	-4.443 (.000)**
	f. 위생적인 화장실	3.20	1.102	18	3.58	1.074	8	-5.889 (.000)**
음식 맛과 다양성	g. 음식/음료의 맛	3.41	1.038	3	3.61	1.053	5	-3.171 (.000)**
	h. 음식/음료의 종류 다양성	3.30	1.080	6	3.57	1.072	9	-3.879 (.000)**
	i. 음식/음료의 신선도	3.34	1.109	4	3.63	1.021	4	-4.406 (.000)**
	j. 이색적인 음식	3.28	1.071	8	3.51	1.074	13	-3.702 (.000)**
음식 품질과 부가서비스	k. 지역특색 음식	3.23	1.106	14	3.46	1.068	19	-3.497 (.000)**
	l. 음식/음료의 적당한 가격	3.23	1.063	16	3.49	1.048	15	-3.899 (.000)
	m. 새로운 음식을 직접 만드는 체험기회	3.06	1.117	22	3.26	1.128	22	-2.988 (.003)**
	n. 음식/음료의 적당한 조리시간	3.27	1.019	9	3.47	1.044	17	-3.049 (.002)**
	o. 건강지향적 음식/음료	3.10	1.076	21	3.33	1.104	21	-3.867 (.000)**
	p. 음식/음료의 적당한 대기시간	3.25	.991	11	3.47	1.059	18	-3.299 (.001)**
	q. 음식/음료의 전체적인 품질	3.25	1.029	12	3.55	.989	11	-4.761 (.000)**

음식 구매 편리성	r. 음식 포장 가능	3.44	1.138	2	3.80	1.019	1	-5.168 (.000)**
	s. 주문하기 쉬운 메뉴판	3.34	1.053	5	3.65	.995	3	-4.723 (.000)**
	t. 편리한 음식/음료의 구입/결제방법	3.28	1.048	7	3.58	1.027	7	-4.808 (.000)**
	u. 편안한 식사 장소	3.23	1.030	15	3.39	1.100	20	-2.427 (.016)*
	v. 친절한 판매직원	3.45	1.105	1	3.67	1.006	2	-3.450 (.001)**

* p<0.05, ** p<0.01.

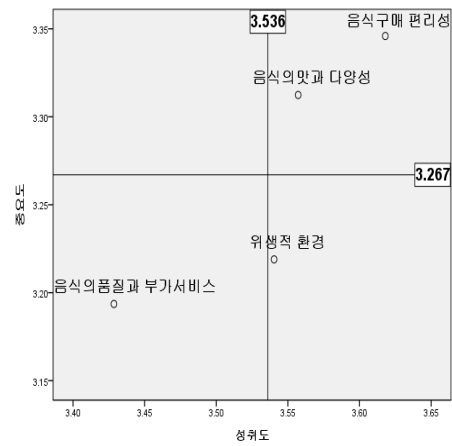


그림 2. 축제속성 요인별 IPA

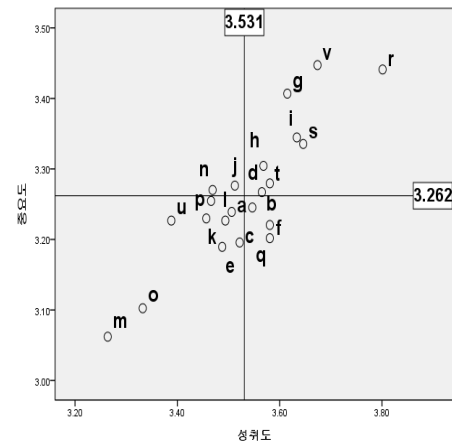


그림 3. 축제속성 항목(문항)별 IPA

V. 결론

본 연구는 최근 재미를 가미한 식음료축제인 '2018 대구치맥페스티벌'에 참가한 방문객의 축제속성을 규명하고, 축제속성 요인과 항목들의 중요도와 성취도의 차이를 알아보았다. 또한 IPA를 활용해 식음료 축제속성의 중요도와 성취도를 동시에 분석함으로써 학문적 및 실무적 개선점 및 시사점을 제시하고자 하였다.

'2018 대구치맥페스티벌' 방문객의 식음료 축제속성을 요인분석 한 결과, '위생적 환경', '음식맛과 다양성', '음식품질과 부가서비스', '음식구매편리성' 등 4개의 차원으로 나타났으며, 실증분석을 통한 연구 결과와 시사점은 다음과 같다.

첫째, 식음료 축제속성 요인의 중요도와 성취도 간에 차이분석 결과, 4개의 요인 모두 통계적으로 유의한 차이를 보였으며, 모든 요인에서 성취도가 중요도보다 높게 나타났다. 4개 요인별 중요도와 성취도의 평균값으로 우선순위를 도출한 결과, 축제속성 요인의 중요도와 성취도 모두 음식구매편리성, 음식맛과 다양성, 위생적 환경, 음식품질과 부가서비스 순으로 중요하고 성취도가 높은 것으로 나타났다.

둘째, 식음료 축제속성의 22개 항목별 중요도와 성취도의 차이를 알아보았으며, 축제속성들의 평균값을 산출하여 우선순위를 도출하였다. 그 결과, 22개의 축제속성 중 '위생적인 음식 조리공간'을 제외한 21개의 축제속성 항목에서 중요도와 성취도 간에 통계적으로 유의한 차이를 보였으며, 축제속성 항목들의 중요도를 분석한 결과, 친절한 판매직원, 음식포장가능, 음식/음료의 맛, 음식/음료의 신선도, 주문하기 쉬운 메뉴판 등이 '대구치맥페스티벌'의 상위 5위의 중요한 축제속성인 것으로 나타났다. 축제속성 항목별 성취도 분석결과, 음식포장가능, 친절한 판매직원, 주문하기 쉬운 메뉴판, 음식/음료의 신선도, 음식/음료의 맛 등이 '대구치맥페스티벌'의 상위 5위의 성취도가 높은 축제속성 항목들로 나타났다. 위 결과를 종합해보면, '2018 대구치맥페스티벌'에 참가한 방문객들은 음식구매편리성, 음식맛과 다양성 요인에 속하는 친절한 판매직원, 음식포장가능, 음식/음료의 맛, 음식/음료의 신선도, 주문하기 쉬운 메뉴판 등과 같은 항목들에서 중요도와 성취도가 가

장 높다고 인식하고 있으며, 이러한 항목들은 축제 경험 전 중요도 보다 축제 경험 후 성취도가 더 높다고 인식하는 것을 알 수 있다.

셋째, '2018 대구치맥페스티벌' 식음료 축제속성의 중요도와 만족도에 대해 더욱 세부적인 결과를 도출하기 위해 축제속성 항목별 IPA를 실시하였는데, 자세한 분석결과 도출과 해석을 위해서, 4개요인과 22개 항목의 2가지 IPA Matrix 도식화 결과를 각 4개의 영역(I, II, III, IV사분면)에 포함된 요인과 항목들을 함께 종합해서 그 결과와 시사점을 제시하고자 한다.

1) I 사분면(유지영역)에서는 4개의 요인 중 '음식구매편리성'과 '음식맛과 다양성'이 포함되었으며, 22개 항목 중 "v: 친절한 판매직원", "r:음식포장가능", "g:음식/음료의 맛" "i:음식/음료의 신선도" "s:주문하기 쉬운 메뉴판" "h:음식/음료의 종류 다양성" "t:편리한 음식/음료의 구입/결재방법" "d:위생적인 직원들" 8항목이 포함되었다. 8개 축제속성 항목들 대부분이 4개요인 중 '음식구매편리성', '음식맛과 다양성' 요인의 하위 항목들임을 알 수 있으며, I 사분면(유지영역)에 속한 축제속성들은 중요도와 성취도가 모두 높아 좋은 성과를 지속적으로 유지할 필요가 있는 것으로 판단된다.

2) II 사분면(집중영역)은 4개 요인별 IPA 결과에서는 아무런 요인도 포함되지 않아, 중요도는 높으나 성취도는 낮아 시급한 개선이 필요한 요인은 없는 것으로 보이나, 더욱 세부적으로, 축제속성 항목별 결과를 살펴본 결과, "j:이색적인 음식", "n:음식/음료의 적당한 조리시간"이 포함되었으며, 중요도는 높으나 성취도는 낮아 시급히 집중적으로 개선과 관리가 필요한 속성으로 판단된다.

3) III 사분면(저순위영역)에서는 4개의 요인 중 '음식품질과 부가서비스'가 포함되었으며, 22개 항목 중 "p:음식/음료의 적당한 대기시간", "a: 위생적인 음식 준비공간", "l: 음식/음료의 적당한 가격", "u:편안한 식사장소", "k: 지역특색 음식", "c: 위생적인 주변환경", "e: 위생적인 휴식공간"의 7속성들이 포함되었는데, 중요도와 성취도가 모두 낮아 현재 이상의 노력이 불필요한 영역으로 간주할 수 있을 것이다. 그러나 본 축제속성 7항목들은 중요도와 성취도의 중간 값보다 조금 낮은 값에 주로 분포되어 있어, 방문객들이 중요하다고 어느

정도는 생각하고 있으므로 필요 없다고 버리기 보다는 이들 속성들의 중요도와 성취도를 높이도록 노력할 필요가 있을 것으로 판단된다. 반면에, “m:새로운 음식을 직접 만드는 체험기회”와 “o:건강지향적 음식/음료”의 2개 속성은 중요도와 성취도 모두 낮아, 현재 이상의 노력이 불필요하다고 판단할 수 있을 것이다.

4) IV사분면(과잉영역)에서는 4개의 요인 중 ‘위생적 환경’이 포함되었으며, 22개 항목 중 “q:음식/음료의 전체적인 품질”, “f:위생적인 화장실”, “b:위생적인 음식 조리공간” 등 3개의 속성이 포함되어, 중요도는 낮으나 성취도가 높아 노력을 다른 항목에 투입하기보다는, 본 축제가 식음료축제인 만큼 음식의 품질과 위생이 중요하므로, 본 항목들에 대한 축제 방문객의 중요도의 인식을 높일 필요성이 있다고 판단된다.

마지막으로, Harrington et al.[2], Tanford & Jung[22], Yoon et al.[23], Grappi & Montanari[24] 등의 축제속성 연구를 토대로 한 본 연구결과를 바탕으로, 지역사회의 축제운영진 및 마케팅 전문가 등 실무진들은 본 4개의 영역에 포함된 축제 속성들을 잘 파악해 과감히 버릴 것은 버리고, 재미를 가미한 식음료축제인 만큼 많은 젊은 층 방문객으로 붐비는 축제 기간 동안 음식구매편리성과 다양한 음식의 맛과 관련된 속성들은 지속적으로 개발 유지할 필요가 있을 것이다. 특히, 식음료축제에 젊은 층 방문객이 증가하는 최근 트렌드에 맞게 젊은 층 방문객의 다양한 식음료 체험형 프로그램을 더욱 늘리고, 더불어 축제 참여 호응도가 높은 중장년층을 포함한 각 연령층에 적합한 포지셔닝전략이 필요할 것이다.

또한 축제운영진 및 마케팅 전문가 등 실무진들은 “이색적인 음식, 음식/음료의 적당한 조리시간”과 같이 축제 방문객들이 중요하게 생각되는 항목들은 더욱 성취도를 높일 방안을 모색할 필요가 있을 것이다. 이에 대한 방안으로 각 계층에 맞는 이색적이면서 지역 특색을 갖춘 식음료를 더욱 개발하고, 무더위 속 기다림에 지치지 않게 적당한 조리시간 후 음료를 제공한다면, 식음료의 재미와 먹거리를 찾는 축제 방문객들이 더운 여름철을 더욱 시원하게 보낼 수 있는 지역축제로 거듭날 수 있을 것이다. 더불어, 음식의 품질과 위생에 관한 속성들은 식음료축제인 만큼 방문객들에게 중요하다는

인식을 더욱 심어주도록 홍보하고 성취도도 더욱 높이는 등, 지역축제의 실무진과 마케팅 전문가들은 재미를 가미한 식음료축제가 지역의 다른 축제들과 차별화되면서 지속발전이 가능하도록 끊임없이 노력할 필요가 있을 것이다. 학계에서도 향후 국내·외의 재미를 가미한 독특한 식음료축제를 발굴해 시장세분화, 만족도, 축제 평가 등 다양한 연구를 지속해 학문적 가치를 쌓고, 실무진들에게 시사점을 제공할 필요가 있을 것이다.

참고 문헌

- [1] 문화체육관광부, 2016 문화관광축제 종합평가 보고서, 2017.
- [2] R. J. Harrington, B. V. Freyberg, M. C. Ottenbacher, and L. Schmidt, “The different effects of dis-satisfier, satisfier and delighter attributes, Implications for Oktoberfest and beer festivals,” *Tourism Management Perspectives*, Vol.24, pp.166-176, 2017.
- [3] A. Manthiou, S. Lee, L. Tang, and L. Chiang, “The experience economy approach to festival marketing Vivid memory and attendee loyalty,” *Journal of Services Marketing*, Vol.28, No.10, pp.22-35, 2014.
- [4] E. Azzopardi and R. Nash, “A critical evaluation of importance-performance analysis,” *Tourism Management*, Vol.35, pp.222-233, 2013.
- [5] B. B. Boley, N. G. McGehee, and A. T. Hammett, “Importance-performance analysis (IPA) of sustainable tourism initiatives: The resident perspective,” *Tourism Management*, Vol.58, pp.66-77, 2017.
- [6] A. Guizzardi and A. Stacchini, “Destinations strategic groups via multivariate competition-based IPA,” *Tourism Management*, Vol.58, pp.40-50, 2017.
- [7] X. Wang, X. Li, F. Zhen, and J. H. Zhang, “How smart is your tourist attraction?: Measuring tourist preferences of smart tourism

- attractions via a FCEM-AHP and IPA approach,” *Tourism Management*, Vol.54, pp.309-320, 2016.
- [8] 김정훈, “지역축제 관광객들의 축제만족도 평가에 관한 연구: 중요도-성취도분석(IPA)을 기법을 활용하여,” *호텔경영학연구*, 제9권, 제4호, pp.160-173, 2007.
- [9] 이태희, 김홍렬, 윤설민, 장운정, “IPA를 이용한 문화관광축제의 매력 비교 연구: 춘천국제마임축제와 보령머드축제를 중심으로,” *관광학연구*, 제31권, 제4호, pp.263-280, 2007.
- [10] 박수진, 정봉현, “IPA를 활용한 문화관광축제 서비스 품질 평가: 광주 추억의 충장축제를 대상으로,” *한국지역개발학회지*, 제28권, 제2호, pp.131-152, 2016.
- [11] 김화용, “IPA기법을 통한 충주세계무술축제의 활성화 연구,” *관광연구*, 제33권, 제2호, pp.1-22, 2018.
- [12] J. Martilla and J. C. James, “Importance-performance analysis,” *Journal of Marketing*, Vol.41, No.2, pp.13-17, 1977.
- [13] I. K. W. Lai and M. Hitchcock, “Importance-performance analysis in tourism: A framework for researchers,” *Tourism Management*, Vol.48, pp.242-267, 2015.
- [14] J. L. Crompton and L. L. Love, “The predictive validity of alternative approaches to evaluating quality of a festival,” *Journal of Travel Research*, Vol.34, No.1, pp.11-25, 1995.
- [15] R. H. Taplin, “Competitive importance-performance analysis of an Australian wildlife park,” *Tourism Management*, Vol.33, No.1, pp.29-37, 2012.
- [16] J. W. Bi, Y. Liu, Z. P. Fan, and J. Zhang, “Wisdom of crowds: Conducting importance-performance analysis (IPA) through online reviews,” *Tourism Management*, Vol.70, pp.460-478, 2019.
- [17] 박상현, “역사체험축제의 중요도-실행도 분석에 관한 연구-연천전곡리 구석기축제를 중심으로,” *한국콘텐츠학회논문지*, 제7권, 제10호, pp.321-329, 2007.
- [18] 이수진, 이경희, “한국음식에 대한 인식과 서비스 품질의 차이: 방한외국인 관광객 비교문화연구,” *한국콘텐츠학회논문지*, 제11권, 제10호, pp.467-478, 2011.
- [19] 김연선, 이상희, “IPA를 활용한 관광펜션업 선택속성의 중요도-만족도 연구,” *한국콘텐츠학회논문지*, 제13권, 제3호, pp.392-401, 2013.
- [20] 오선미, 고선희, “방한외국인의 항공사 선택속성 중요도-성취도 분석,” *한국콘텐츠학회논문지*, 제14권, 제1호, pp.466-477, 2014.
- [21] 황수영, 김성혁, “지역축제 관광동기에 따른 행동의도 및 만족도에 관한 연구,” *관광연구*, 제33권, 제7호, pp.39~59, 2018.
- [22] S. Tanford and S. Jung, “Festival attributes and perceptions, A meta-analysis of relationships with satisfaction and loyalty,” *Tourism Management*, Vol.61, pp.209-220, 2017.
- [23] Y. S. Yoon, J. S. Lee, and C. K. Lee, “Measuring festival quality and value affecting visitors’ satisfaction and loyalty using a structural approach,” *International Journal of Hospitality Management*, Vol.29, No.2, pp.335-342, 2010.
- [24] S. Grappi and F. Montanari, “The role of social identification and hedonism in affecting tourist re-patronizing behaviours The case of an Italian festival,” *Tourism Management*, Vol.32, No.5, pp.1128-1140, 2011.
- [25] J. Bruwer, “Service quality perception and satisfaction: Buying behaviour prediction in an Australian festivalscape,” *International Journal of Tourism Research*, Vol.16, No.1, pp.76-86, 2014.
- [26] K. Organ, N. Koenig-Lewis, A. Palmer, and J. Probert, “Festivals as agents for behaviour change: A study of food festival engagement and subsequent food choices,” *Tourism Management*, Vol.48, pp.84-99, 2015.
- [27] M. Vesce and A. Botti, “Festival quality, theory of planned behavior and revisiting intention: Evidence from local and small Italian culinary festivals,” *Journal of Hospitality and Tourism Management*, Vol.38, pp.5-15, 2019.

저 자 소 개

황 수 영(Soo-Young Hwang)

정회원



- 2003년 7월 : Griffith University International Tourism & Hospitality Mgt(국제관광석사)
- 2008년 2월 : 세종대학교 호텔관광경영학과(호텔관광경영학박사)
- 2008년 3월 ~ 현재 : 안양대학교 관광경영학과 교수

〈관심분야〉 : 관광경영, 호텔/외식경영, 서비스 마케팅, 축제