

# IPA기법을 활용한 한옥마을 선택속성의 중요도-만족도 연구

## Research on the Importance and Satisfaction of Selection Attribute for Hanok Village using Importance-Performance Analysis(IPA)

김연선

원광보건대학교 글로벌호텔관광과

Yeon-Sun Kim(kysun3113@hanmail.net)

### 요약

본 연구는 전주 한옥마을 관광객들의 선택속성에 관한 연구를 수행하였다. 전주 한옥마을 방문 시에 중요하게 생각하는 중요도와 방문 후 만족도를 IPA 분석을 활용하여 연구하고, 이에 따른 결과와 마케팅적 시사점을 제공하였다. 설문 조사는 2018년 10월 초부터 11월 말까지 일대일 방식으로 진행하였고, 총 300부를 배포하였으며, 불성실하게 응답한 설문지 42부를 제외한 총 258부를 유효표본으로 활용하였다. 본 연구의 유효표본에 대한 분석은 SPSS for Window Version 15.0 프로그램을 이용하여 분석하였다. 표본의 일반적인 사항은 빈도분석(Frequency Analysis)을 실시하여 표본의 특성을 파악하였고 대응표본 T 검정(Paired Sample T-test)을 활용하여 연구하였다. 연구의 결과는 첫째, 선택속성 중에 관광지의 청결성이 가장 높았고, 그다음 순위는 주차장 시설, 자연경관, 음식·먹거리, 기후(날씨)순으로 나타났다. 둘째, 한옥마을을 방문하는 관광객들이 만족한 선택속성 항목은 자연경관이 가장 만족한 것으로 나타났고, 기후(날씨), 지역의 특색, 역사문화자원, 관광지 청결 순으로 조사되었다. 셋째, 한옥마을을 방문하는 관광객들이 지각하는 선택속성 변수의 중요도-만족도 값의 사분면 위치에 따라서 한옥마을의 다양한 프로그램 개발과 관광객의 만족도를 올리기 위한 방안 마련이 필요할 것으로 판단된다.

■ 중심어 : | IPA | 선택속성 | 한옥마을 | 중요도 | 만족도 |

### Abstract

This study was conducted to research the Selection Attributes of tourists in Jeonju Hanok Village. The purpose of this study was to study the importance and satisfaction after visiting the Jeonju Hanok Village using IPA analysis, and to provide results and marketing implications. The survey was conducted from the October to the November in 2018. A total of 300 questionnaires were distributed and 258 responded questionnaires were reliable to be used as a sample. The result of the survey was analyzed by using SPSS 15.0 version for window with Paired t-test and IPA method. Frequency Analysis was also conducted for the characteristic of samples. As a result of the study, first, the cleanliness of tourist attractions was the highest among the selection attributes, and the next ranking was in the order of parking lot facilities, natural scenery, food, and weather. Second, the natural property was the most satisfactory as a selection property item that tourists visiting Hanok Village were satisfied with, followed by climate(weather), regional characteristics, historical and cultural resources, and cleanliness of tourist attractions. Third, depending on the importance-satisfaction value of the selection attribute variable perceived by tourists visiting Hanok Village, it is necessary to develop various programs in Hanok Village and prepare measures to increase tourist satisfaction.

■ keyword : | Importance-Performance Analysis | Selection Attribute | Hanok Village | Importance | Satisfaction |

\* 이 논문은 2019년 원광보건대학교 교내 연구비 지원에 의해 수행됨.

접수일자 : 2020년 05월 18일

수정일자 : 2020년 06월 04일

심사완료일 : 2020년 06월 04일

교신저자 : 김연선, e-mail : kysun3113@hanmail.net

## I. 서론

전주 한옥마을은 전주시 교동과 풍남동 일대 700여 채의 한옥 군락으로 이루어진 국내 최대 규모의 전통 한옥촌으로 전통과 현대가 잘 어우러져 매년 천 만명 이상의 관광객이 다녀가고 있다. 또한 한옥마을에는 태조어진을 비롯한 국가지정문화유적 5건, 전라북도지정 문화유적 3건, 최명희 문학관을 비롯한 문화시설 12곳의 문화시설이 밀집해있는 전주시의 대표 문화관광지역 역할을 해오고 있다[1].

그리고 전주 한옥마을은 2010년 '국제슬로시티'에 지정되었고, 2012년에는 유네스코 '음식창의도시', 2015년에는 '한국인이 꼭 가봐야 할 한국관광 100선'에 선정되었으며, 2016년에는 세계적인 여행서 론리플래닛 '아시아 3대 관광명소'로 선정되었다. 특히 2020년 1월에는 문화체육관광부로부터 '관광거점도시'로 선정되어 관광선진 도시로의 성장이 기대된다. 또한 전주는 2020년 전라감영의 복원사업이 완료 될 예정이며, 복원 사업이 완료 된다면 한옥마을과 더불어 전라감영, 풍남문, 객사 그리고 객리단길 등이 많은 관광객으로 넘칠 것이며, 전주는 전통문화관광의 도시로 거듭날 것이다.

이러한 대내외적으로 전주시 관광이 성장세에 있으며, 학자들의 전주 한옥마을에 대한 연구도 점차 세분화, 다양화되고 있는 것이 사실이다. 학자들의 연구를 고찰하면, 전주 한옥마을 상점의 간판에 대한 연구와 지구단위계획, 한옥의 공간특성연구, 소비자 잉여추정 연구, 관광객 관광동기 연구, 구 도심 활성화 사업연구, 중국인 관광객 유치 활성화 방안연구, 도시재생사업, 역사문화자원 활용방안 등의 다양한 연구가 진행되었으나, 한옥마을의 선택속성 연구는 배기철·최효·정총화[2]의 전주한옥마을 숙박업 선택속성연구와 정윤희·오치욱[3]의 관광지 선택속성연구 등으로 국한되고 있어, 전주 한옥마을 관광객의 선택속성에 대한 연구가 필요하며 특히 전주 한옥마을을 방문하는 관광객의 선택속성연구를 IPA 기법을 활용하여 의미 있는 시사점을 제시하고자 하며, 다음과 같은 연구의 과제를 선정하고자 한다. 첫째, 전주 한옥마을 관광객이 중요하게 생각하는 선택속성이 무엇인가? 둘째, 한옥마을 선택속성 항목

중에 어떠한 항목이 고객이 만족한 항목이었는가? 셋째, 한옥마을을 방문하는 관광객들이 지각하는 선택속성 변수의 중요도-만족도 값의 사분면의 위치는 어디에 속하는가? 등의 연구 과제를 규명하고 연구의 결과는 학계에는 학문적인 시사점을 제공하고, 전주시와 관련 업계에는 경쟁력을 확보하여 지역 경제 활성화를 기대하고 전략적인 마케팅 수립과 더불어 관광객 증가를 도모하고자 한다.

## II. 이론적 배경

### 1. 선택속성

많은 학자들은 관광지를 둘러싼 관광지 선택속성의 결정 요인을 규명하고자 연구하였으며, 관광지의 여러 속성들을 중심으로 관광객의 행동이나 태도를 연구하여왔다[4]. 일반적으로 관광객은 의사결정과정을 통해서 관광지를 선택하게 되는데, 관광객이 관광지를 선택할 때 가장 크게 영향을 미치는 것이 관광지 속성이며, 관광지 선택속성은 관광객들이 관광지를 선택하고 방문하는데 결정적인 영향을 미친다고 하였다[5][6]. 이러한 연구결과를 종합하여 보면 관광지 선택속성은 관광지에서 관광객이 보고, 느끼고, 경험하는 모든 요소이자 관광과 관련된 물리적, 사회적, 행동적인 모든 특성을 의미한다고 하였다[7].

선택속성에 관한 연구에서 김현·장호성[8]은 고객인 상품 또는 서비스를 이용하는 원인의 파악과 다른 상품이나 서비스의 차이점을 알 수 있기 때문에 보다 차별화된 상품이나 서비스가 이루어질 수 있다고 하였고, 이상일·유현순[9]은 물리적이고 관찰 가능한 제품의 특성을 나타내는 것을 선택속성이라 정의하였고, 소비자가 대안을 선정할 때 영향을 미친다고 하였다.

Fakeyes[10]는 관광지 선택속성 연구에서 관광객의 특정 관광지에 대한 방문 여부와 목적, 그리고 인구통계학적 특성도 관광지 선택과 깊은 관련이 있다고 연구하였다. 그리고 김연선·이상희[11]의 관광 펜션업 선택속성 연구에서는 펜션 시설의 이용성, 가격 및 분위기, 객실 서비스, 접근성, 이용 적합성 등으로 요인화 하여 연구하였다.

김현진[4]은 부산 관광지 선택속성 연구에서 관광지 선택속성요인을 숙박가치, 행사쇼핑, 전통문화, 전통체험, 흥미접근으로 요인화 하여 연구하였으며, 하재원[12]은 관광지 선택속성 연구에서 속성 요인을 숙박시설의 질, 특별한 음식, 교통편의, 지역 내 교통시설, 편의시설로 구분하였다. 전주지역을 방문한 중국인 관광객을 대상으로 한 관광지 선택속성연구에서 선택속성요인을 매력성, 역사·문화성, 프로그램, 접근성, 편의성으로 설정하였고, 관광지 선택속성 중 매력성, 프로그램, 접근성, 편의성은 관광지 만족도에 정(+의 영향을 미치는 것으로 연구하였다[13]. 그리고 김주진·신우진[14]은 남원관광단지 선택속성 연구에서 관광객 선택속성을 매력성, 역사문화성, 접근성, 서비스품질로 요인화 하였으며, 김연선·김영식[15]은 교통 및 접근성, 서비스품질, 오락성, 매력성, 스포츠 환경으로 관광지 선택속성을 요인화 하여 연구하였다.

학자들의 관광지 선택속성연구는 주로 선택속성이 관광객의 만족도와 재방문에 미치는 영향을 연구하였고 선택속성을 요인화 하였고, 이러한 영향관계를 통해서 연구의 시사점을 도출하였다. 본 연구에서 연구하고자 하는 선택속성은 한옥마을을 방문하는 관광객의 선택속성으로 김현진[4], 김주진·신우진[14], 안시은[13], 하재원[12], Fakeyes[10] 등의 선행연구에서 변수를 도출하여 측정하였다. 또한 관광지 선택속성에 관한 선행연구의 결과는 [표 1]과 같다.

표 1. 관광지 선택속성에 관한 선행연구

연구자	연구내용 요약
김현진[4]	관광지 선택속성요인을 숙박가치, 행사쇼핑, 전통문화, 전통체험, 흥미접근으로 요인화하여 연구
김주진·신우진[14]	관광객 선택속성을 매력성, 역사문화성, 접근성, 서비스품질로 요인화하여 연구
최일선·홍장원·이정애[16]	관광지 선택속성을 지역환경적 특성, 사회문화적 특성, 여행 합리성으로 요인화하여 연구
김범진·권태걸·고호석[17]	편의성, 지역성, 매력성, 활동성, 접근 및 친절성 등 5개 요인으로 구성하여 연구
김동환[18]	도시 관광 선택속성 연구로 편의 및 휴게시설, 매력성, 안전 및 청결도의 3개 요인 20개 항목으로 도출
박혜영[7]	안전성, 매력성, 체험성, 경관성으로 연구
신형섭[19]	관광객 선택속성 요인을 물리적 속성, 서비스 품질, 접근성, 프로그램 등으로 도출
송옥방·차석빈[20]	중국인 관광객을 대상으로 서울 도시 관광 선택속성의 중요도-만족도 연구

하재원[12]	숙박시설의 질, 특별한 음식, 교통편의, 지역내 교통시설, 편의시설로 구분하여 연구
Murpy[21]	관광자원의 매력성, 환대수준, 체험수준, 기반시설, 관광지의 접근성 등을 제시하여 연구

자료: 선행연구를 바탕으로 재정리

## 2. IPA 기법을 활용한 선행연구

Martilla & James[22]는 자동차 회사에서 자동차를 구매한 고객의 충성도를 높이고자 각 속성별 중요도와 만족도를 조사하였으며, IPA 분석결과 가격정책, 행동, 품질보증정책 등을 마케팅 전략으로 제시하였다. 이후 IPA는 많은 분야에서 학자들이 활용하였고 특히 관광 분야와 서비스 분야에서는 한정된 자원을 활용하여 최대의 성과를 낼 수 있으며, 만족도를 극대화 할 수 있는 자원 배분의 이상적인 조합을 찾을 수 있기 때문에 효율적인 의사결정 도구로서 광범위하게 이용되고 있다[23]. IPA기법(Importance-Performance Analysis)은 상품이나 서비스의 중요 속성들에 대하여 이용자의 만족도를 측정하기 위해 우선 소비자가 어떤 속성을 중요하게 여기는지 그리고 이용 후 만족도를 스스로 평가하여, 각각의 속성을 상대적인 중요도와 성과를 동시에 비교 분석하는 마케팅적 기법을 말한다[24][25].

또한 IPA분석(Importance-Performance Analysis)은 중요도와 만족도를 세로축과 가로축으로 하여 2차원 도면상에 4분면 속성의 위치를 표시하는데, 1사분면은 중요도와 동시에 만족도가 모두 높은 사면으로 서비스나 제품의 품질이 경쟁력을 가지고 있는 경우를 의미한다. 따라서 만족도가 낮아지지 않도록 현재의 상태를 지속적으로 유지하려는 노력이 필요하다. 그리고 2사분면은 중요도는 높게 인식되나 고객의 만족도는 낮게 나타나므로 기업에서는 고객의 만족도를 높이기 위해 많은 관심이 필요하다.

또한 3사분면은 고객들의 중요도와 만족도 모두 낮은 경우이며, 기업에서는 제한적인 투자가 필요하다고 볼 수 있다. 4분면은 고객들의 중요도는 낮게 인식되지만 오히려 고객의 만족도는 높게 나타나는 속성을 들 수 있고, 불필요한 과잉관리요소를 제거해야 한다. 따라서 1사분면은 '유지', 2사분면은 '집중', 3사분면은 '저순위', 4분면은 '과잉'으로 다음과 같이 표시한다[22].

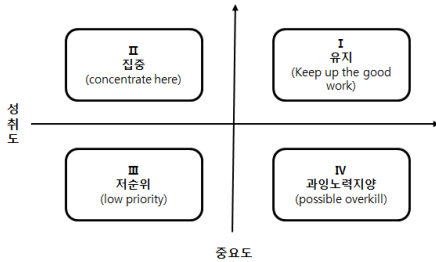


그림 1. IPA 매트릭스

이관표·권상미[26]는 IPA를 활용하여 오토캠핑장의 중요도-성취도 분석(IPA)을 실시하여 캠핑장의 선택속성에 대한 평가를 진행하였고, 김상훈[27]은 IPA를 활용하여 실내 골프 연습장의 선택속성에 대한 중요도와 만족도를 분석한 연구를 하였으며, 이재섭·김홍일·한범수[28]는 국내온천을 이용하는 관광객을 대상으로 IPA를 분석하여 관광객과 잠재관광객에게 만족도를 높이기 위한 방안을 연구하였다. 조병호·류태창[29]은 IPA 분석을 활용하여 대구 서문시장의 상권 활성화 방안을 연구하였고, 그리고 류재숙·박연옥[25]은 그의 연구에서 항공기 이용 승객의 증가에 따른 고객의 항공사 선택속성의 중요도와 만족도를 측정하여 적절한 마케팅 전략을 수립하고자 하는 연구를 진행하였다.

### III. 연구설계

#### 1. 연구과제 설정

본 연구는 전주 한옥마을을 방문하는 관광객을 대상으로 하여 관광객들이 중요시 하는 선택속성의 중요도와 만족도를 연구하였으며, 선행연구의 고찰을 통해서 본 연구의 목적을 달성하기 위한 연구 과제를 아래와 같이 설정하였다. 연구과제의 해결을 통해 전주 한옥마을의 매력성을 평가하며, 관광객 증대 방안을 제시하고자 한다.

연구과제 1: 한옥마을을 방문하는 관광객들이 선택속성으로 중요하게 인식한 항목은 무엇인가?

연구과제 2: 한옥마을을 방문하는 관광객들이 만족한 선택속성 항목은 무엇인가?

연구과제 3: 한옥마을을 방문하는 관광객들이 지각하는 선택속성 변수의 중요도-만족도 값의 사분면의 위치는 어디에 속하는가?

#### 2. 자료수집 및 분석방법

본 연구의 목적을 달성하기 위해 관광지 선택속성에 관한 선행연구를 바탕으로 설문지를 작성하였고, 전주 한옥마을을 방문하는 관광객을 대상으로 설문을 진행하였다. 설문기간은 2018년 10월 초부터 11월 말까지 2달간 불특정다수의 편의표본추출 방식으로 진행하였다. 총 300부를 배포하였으며, 불성실하게 응답한 설문지 42부를 제외한 총 258부(86%)를 유효표본으로 활용하였다.

본 연구의 유효표본에 대한 분석은 SPSS for Window Version 15.0 프로그램을 이용하여 분석하였다. 먼저, 표본의 일반적인 사항은 빈도분석(Frequency Analysis)과 신뢰성 분석을 실시하여 관광객의 특성을 파악하였고 대응표본 t-test(Paired Sample T-test)을 시행하였으며, IPA분석을 사용하여 연구를 진행하였다.

#### 3. 변수추출

관광지 선택속성에 관한 변수의 추출은 선행연구의 고찰을 통해서 24개의 측정변수를 추출하였다. 관광지의 선택속성을 연구한 김현진[4], 김주진·신우진[14], 안시은[13], 하재원[12], Fakeyes[10]의 연구에서 본 연구에 적합한 변수를 추출하여 리커트 5점 척도로 측정하였고, 관광객의 성별, 연령, 학력, 직업 등의 일반적인 특성으로 구성하였다.

### IV. 실증분석

#### 1. 연구 대상자의 일반적인 특성

표 2. 표본의 일반적인 특성 (N=258)

변	수	빈도(명)	비율(%)
성별	남성	136	52.7
	여성	122	47.3
결혼	미혼	101	39.1
	기혼	157	60.9
연령	20대	77	29.8
	30대	62	24.0
	40대	68	26.4
	50대이상	51	19.8
최종학력	고졸	76	29.5
	대학생	36	14.0
	대졸	134	51.9
	대학원 재학이상	12	4.7
평균 소득	100만이하	58	22.5
	101-200	46	17.8
	201-300	69	26.7
	301-400	54	20.9
	401-500	25	9.7
	501이상	6	2.3
직업	회사원	81	31.4
	전문직	36	14.0
	자영업	33	12.8
	유통/서비스직	9	3.5
	공무원	17	6.6
	학생	44	17.1
	기타	38	14.7

전체 표본은 258명이며, 남성이 136명(52.7%)으로 여성 122명(47.3%)보다 약간 높게 나타났고, 미혼이 101명(39.1%), 기혼자가 157명(60.9%)로 조사되었다. 자세한 특성은 [표 2]와 같다.

### 2. 측정도구의 신뢰성 및 타당성

관광지의 선택속성 항목은 선행연구를 바탕으로 총 24개의 측정변수로 구성하였다. 주성분 분석법(Principal Component Analysis)을 사용하여 추출하였으며, 회전방법으로는 요인간의 독립성을 가정하는 Varimax 직각회전 방식을 이용하였다. 요인 적재값을 0.4이상으로 지정하고 공통성(Communality)을 고려하여 요인분석을 반복적으로 수행한 결과 2개 항목이 제거되고 최종적으로 22개의 측정변수가 아이겐 값이 1 이상인 5개의 축약된 요인들로 도출되었다.

표 3. 측정도구의 신뢰성 및 타당성

요인명	측정문항	요인 적재량	분산 비율	아이겐 값	신뢰도
교통 및	교통및편의성1	.612	26.501	5.830	.811

편의성	교통및편의성2	.717	12.371	1.818	.781
	교통및편의성3	.731			
	교통및편의성4	.777			
	교통및편의성5	.799			
현대서비스	현대서비스1	.529	8.247	1.595	.746
	현대서비스2	.809			
	현대서비스3	.773			
	현대서비스4	.725			
오락성	오락성1	.582	7.713	1.349	.760
	오락성2	.841			
	오락성3	.811			
	오락성4	.530			
역사문화성	역사문화성1	.504	6.846	1.167	.711
	역사문화성2	.683			
	역사문화성3	.789			
	역사문화성4	.714			
	역사문화성5	.596			
프로그램	프로그램1	.500	6.846	1.167	.711
	프로그램2	.690			
	프로그램3	.756			
	프로그램4	.683			
총분산(%)		61.680			
KMO		0.805			
Bartlett's test of sphericity		2351.937(p<.000)			
df		231			

수행된 요인분석의 타당성은 KMO계수(0.805)와 구형성 검증(Chi-square=2351.937(p<.000)) 등을 통해서 통계적 유의성을 확인하였고, 신뢰성 검증에서도 모두 0.6 이상으로 나타나 신뢰도가 있는 것으로 판단된다. 자세한 요인분석의 결과는 [표 3]과 같다.

### 3. 한옥마을 선택속성의 중요도-만족도 차이분석

연구과제의 수행을 위해서 한옥마을 선택속성의 중요도-만족도 간의 대응표본 T 검증(Paired Sample T-test)을 시행한 결과는 [표 4]와 같다. 표에서 보는 바와 같이 전체적으로 관광객이 인지하는 중요도의 평균 점수(3.77)가 대체적으로 높았고, 이에 비해 관광지 방문 후 만족도의 평균 점수(3.22)는 전반적으로 낮았다. 관광객들의 한옥마을 방문시에 가장 중요하게 생각하는 항목은 관광지의 청결성(4.21)이 가장 높았고, 그다음 순위는 주차장 시설(4.15), 자연경관(4.13) 등의 순서로 나타났다. 반면에 만족도 항목에서 가장 높은 점수는 자연경관(3.74)이 가장 높았고, 기후조건(3.63), 지역의 특색(3.62) 순으로 나타났다.

중요도와 만족도의 평균 차이가 가장 크게 나타난 항목은 관광지의 편의시설로써 0.84이며, 주차시설(0.78), 관광지의 종사원 서비스(0.73) 등의 순서로 조사되었다. 전주 한옥마을을 이용한 관광객의 중요도와 만족도의 차이가 크다는 것은 관광객의 기대가 높은 반

면에 상대적으로 관광객의 만족도가 낮다는 것을 의미한다고 볼 수 있다. 현재 조사된 바에 의하면 편의시설과 주차시설 그리고 종사원의 서비스는 한옥마을의 고질적인 문제들로서 관광객의 불평불만이 끊이지 않는 문제로 판단되며 시의 관련 부서와 해당 업체의 노력이 뒤따라야 할 것으로 판단된다. 그리고 중요도-만족도와 의 관계에서 모든 항목에서 유의수준( $p < 0.1$ ,  $p < 0.01$ ,  $p < 0.001$ )내에서 통계적으로 유의한 차이를 보이고 있는 것으로 나타난 점은 본 연구의 주요한 결과이다.

또한 [그림 2]는 한옥마을의 선택속성에 대한 중요도와 만족도의 평균값을 IPA를 이용하여 도식화 하였고, [그림 2]에서 보는 바와 같이 X축은 중요도 평균값 3.77을 이용하였고, Y축은 만족도 평균값 3.22를 나타내고 사분면에 표시하였다.

표 4. 한옥마을 선택속성의 중요도-만족도 차이분석

중요도-만족도 변수	중요도			만족도			Correl (Sig)	평균 차이	t값	P값
	평균	표준 편차	순위	평균	표준 편차	순위				
1. 관광지의 편의시설	4.02	.05	6	3.17	.04	15	.211	.84	14.02	.000 ***
2. 관광지의 오락시설	3.49	.06	18	2.89	.05	22	.210	.59	8.516	.000 ***
3. 관광지의 숙박시설	3.75	.06	16	3.07	.05	16	.242	.68	10.081	.000 ***
4. 관광지의 축제 및 이벤트	3.80	.06	15	3.07	.05	17	.219	.72	12.024	.000 ***
5. 관광지의 휴양시설	3.91	.05	12	3.22	.04	12	.179	.69	11.646	.000 ***
6. 관광지의 색다른 경험 및 체험	4.00	.05	7	3.18	.05	14	.137	.81	12.443	.000 ***
7. 관광지의 종사원 서비스	4.00	.05	7	3.26	.04	11	.116	.73	11.222	.007 **
8. 관광지의 타인과의 교류	3.28	.06	21	3.05	.12	18	.058	.22	1.682	.094 *
9. 관광지의 지역주민과의 확대	3.39	.06	20	2.98	.05	21	.234	.40	5.974	.000 ***
10. 관광지의 교육 기회	3.21	.06	22	3.01	.05	20	.261	.20	2.999	.003 **
11. 관광지의 청결성	4.21	.05	1	3.49	.05	5	.114	.72	11.355	.000 ***
12. 관광지의 자연경관	4.13	.05	3	3.74	.05	1	.377	.38	6.905	.000 ***

13. 관광지의 역사, 문화적 자원	3.94	.05	11	3.51	.05	4	.257	.43	7.358	.004 **
14. 관광지 지역의 특색	3.99	.05	10	3.62	.05	3	.299	.36	6.608	.000 ***
15. 관광지의 지명도	3.73	.05	17	3.48	.05	6	.383	.24	4.364	.000 ***
16. 관광지의 기후	4.07	.05	5	3.63	.05	2	.336	.43	7.482	.000 ***
17. 관광지의 레저스포츠 시설	3.00	.07	24	2.53	.06	24	.454	.46	6.813	.000 ***
18. 관광지의 관광안내 및 정보제공	3.01	.06	23	2.58	.06	23	.412	.43	6.281	.000 ***
19. 관광지의 안전성	3.86	.05	14	3.21	.04	13	.218	.64	11.076	.000 ***
20. 관광지의 쇼핑시설	3.90	.05	13	3.37	.04	9	.069	.52	8.696	.000 ***
21. 관광지의 음식, 먹거리	4.13	.05	4	3.43	.04	7	.153	.69	11.772	.000 ***
22. 관광지 교통이용의 편리	3.41	.06	19	3.03	.04	19	.327	.38	6.358	.000 ***
23. 관광지의 접근성	4.00	.05	7	3.33	.05	10	.172	.67	11.252	.000 ***
24. 관광지의 주차장 시설	4.15	.05	2	3.41	.12	8	.115	.73	5.772	.000 ***

\*\* $\alpha < 0.1$ , \*\* $\alpha < 0.01$ , \*\*\* $\alpha < 0.001$

우측 상단 1사분면(유지)의 경우에는 한옥마을 선택 속성의 중요도와 만족도 모두 높은 속성으로서 이러한 내용이 계속적으로 유지되도록 노력이 뒤따라야 한다. 1사분면(유지)에 해당되는 내용은 관광지의 종사원 서비스, 관광지의 청결성, 관광지의 자연경관, 관광지의 역사, 문화적 자원, 관광지 지역의 특색, 관광지의 기후, 관광지의 쇼핑시설, 관광지의 음식, 먹거리, 관광지의 접근성, 관광지의 주차장 시설 등의 항목이 이에 해당된다. 위와 같은 속성은 고객의 이용 후 만족도가 높은 것으로 판단되기 때문에 지속적인 관리가 필요하다.

좌측 상단의 2사분면(집중)은 중요도는 높으나 이에 비해 고객의 성취도는 낮게 나타나는 항목이며 이는 관광지의 지명도가 이에 해당된다. 그리고 좌측 하단의 3사분면(저 순위)은 고객들이 중요하다고 생각하지 않으며 이에 따라 만족도 역시 낮게 나타나는 성향이 있다. 이러한 속성에 대한 대처방법은 많은 관심보다는 제한적인 투자가 필요하다고 볼 수 있고 본 연구에서는 관광지의 오락시설, 관광지의 숙박시설, 관광지의 타인과

의 교류, 관광지의 지역주민과의 환대, 관광지의 교육 기회, 관광지의 레저스포츠 시설, 관광지의 관광안내 및 정보제공, 관광지 교통이용의 편리 등이 이에 속하는 항목이다. 우측 하단의 4분면(과잉)은 고객들의 중요도는 낮게 인식되지만 오히려 고객의 성취도는 오히려 높게 나타나는 속성이라 할 수 있으며 과도한 노력은 지양해야 한다. 본 연구에서 이에 해당하는 항목은 관광지의 편의시설, 관광지의 축제 및 이벤트, 관광지의 휴양시설, 관광지의 색다른 경험 및 체험, 관광지의 안전성 등이다.

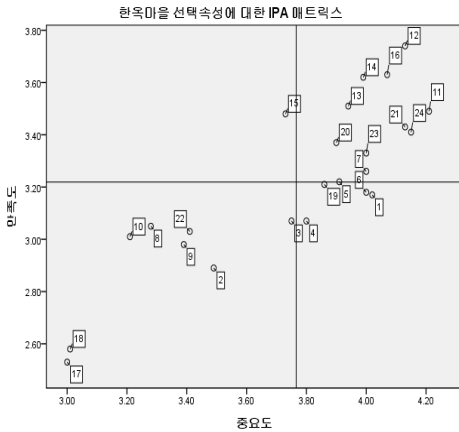


그림 2. IPA 매트릭스

- 주) - 1사분면(유지): 7 관광지의 종사원 서비스, 11 관광지의 청결성, 12 관광지의 자연경관, 13 관광지의 역사, 문화적 자원, 14 관광지 지역의 특색, 16 관광지의 기후, 20 관광지의 쇼핑시설, 21 관광지의 음식, 먹거리, 23 관광지의 접근성, 24 관광지의 주차장 시설
- 2사분면(집중): 15 관광지의 지명도
- 3사분면(저 순위): 2 관광지의 오락시설, 3 관광지의 숙박시설, 8 관광지의 타인과의 교류, 9 관광지의 지역주민과의 환대, 10 관광지의 교육 기회, 17 관광지의 레저스포츠 시설, 18 관광지의 관광안내 및 정보제공, 22 관광지 교통이용의 편리
- 4분면(과잉): 1 관광지의 편의시설, 4 관광지의 축제 및 이벤트, 5 관광지의 휴양시설, 6 관광지의 색다른 경험 및 체험, 19 관광지의 안전성

## V. 결론 및 제언

### 1. 연구의 요약

본 연구는 전주 한옥마을을 방문하는 관광객을 대상으로 하여 진행한 연구이며, 고객들이 중요하게 생각하는 선택속성과 이용 후 만족도에 관한 연구를 진행하였다. 한옥마을의 방문 시 선택속성의 중요도-만족도 연구를 통해 관광객이 중요하게 생각하는 요인 그리고 만

족한 요인이 무엇인지 알 수 있었다. 그리고 IPA 분석을 활용하여 마케팅적 시사점을 구하고자 하였으며, 본 연구의 결과와 시사점은 아래와 같이 요약할 수 있다.

첫째, 한옥마을을 방문하는 관광객들이 선택속성으로 중요하게 인식한 항목은 관광지의 청결성(4.21)이 가장 높았고, 그다음 순위는 주차장 시설(4.15), 자연경관(4.13), 음식·먹거리(4.13), 기후(날씨)(4.07) 등의 순서로 나타났다. 둘째, 한옥마을을 방문하는 관광객들이 만족한 선택속성 항목은 자연경관(3.74)이 가장 만족한 것으로 나타났고, 기후(날씨)(3.63), 지역의 특색(3.62), 역사문화자원(3.51), 관광지 청결(3.49) 순으로 조사되었다.

셋째, 한옥마을을 방문하는 관광객들이 지각하는 선택속성 변수의 중요도-만족도 값의 사분면 위치는 다음과 같다. 1사분면(유지)은 관광지의 종사원 서비스, 관광지의 청결성, 관광지의 자연경관, 관광지의 역사, 문화적 자원, 관광지 지역의 특색, 관광지의 기후, 관광지의 쇼핑시설, 관광지의 음식, 먹거리, 관광지의 접근성, 관광지의 주차장 시설 등의 항목이 이에 해당된다. 이러한 요인들은 중요도와 만족도 모두 높게 인지하는 것으로 파악되기 때문에 긍정적인 측면으로 이해된다. 따라서 이러한 요인들은 지속적으로 유지·관리해야 할 필요성이 있으며 주차장 시설 등은 주말이나 휴가철과 관광 성수기에는 어려움이 있어 지속적인 관리가 필요하며, 전주를 상징할 수 있는 먹거리의 개발이 필요하고, 재래시장을 중심으로 한 전통적 쇼핑과 대단위 첨단 쇼핑 시설의 건립 등을 보완하여 관광객들의 만족도를 높여야 할 것으로 판단된다.

2사분면(집중)은 관광지의 지명도가 이에 해당되는데, 중요도는 높으나 만족도가 낮게 나타난 경우로 이는 집중개선이 필요하다고 본다. 한옥마을의 지명도는 높으나 기대만큼의 만족도가 낮은 이유는 한옥마을의 지명도에 비해서 관광객이 만족할 만한 콘텐츠가 부족한 것으로 판단된다. 전주 한옥마을의 지명도에 부합하고 내실있는 콘텐츠의 개발이 시급한 것으로 판단된다. 그리고 3사분면(저 순위)은 관광지의 오락시설, 관광지의 숙박시설, 관광지의 타인과의 교류, 관광지의 지역주민과의 환대, 관광지의 교육 기회, 관광지의 레저스포츠 시설, 관광지의 관광안내 및 정보제공, 관광지 교통이용

의 편리 등이 이에 속하는 항목이다. 이 항목은 중요도도 낮고 만족도 역시 낮은 항목이기 때문에 원인분석을 통해서 만족도를 높일 수 있도록 근본적인 대안마련이 필요하며, 전주 한옥마을을 중심으로 하는 관광객들의 쇼핑, 오락, 숙박시설의 전면적인 서비스 수준 향상에 의지를 두고 진행을 해야 한다.

마지막으로 4분면(과잉)은 관광지의 편의시설, 관광지의 축제 및 이벤트, 관광지의 휴양시설, 관광지의 색다른 경험 및 체험, 관광지의 안전성 등이다. 이 항목은 중요도는 낮으나 만족도가 높게 나타난 요인으로 추가적인 비용의 지출이 없어도 관광객의 만족도를 유지할 수 있을 것으로 판단된다. 본 연구의 서론에서도 언급한 바와같이 전주시의 관광경쟁력을 높이기 위해서는 방문하는 관광객의 만족도 조사를 통해서 관광객이 요구하는 바를 즉각적으로 반영하고 개선해야 될 필요성이 제기된다. 특히 이번 연구에서 밝혀진 만족도 낮은 요인의 분석이 절실히 필요하다. 전주시는 관광거점도시 지정으로 전주시민뿐만 아니라 전국적인 관광객들의 관심도가 높아진 만큼 지역주민과 관광객 모두 만족할 만한 성과 도출에 역량을 모아야 한다.

## 2. 연구의 한계점

연구의 한계점은 전주 한옥마을을 대상으로 진행하였기 때문에 전국적인 한옥마을 방문객의 특성이라고 단정하기에는 한계가 있으며, 향후 연구에서는 서울 남산 한옥마을, 순천 낙안읍성, 안동 하회마을 등 전국적인 규모의 한옥마을을 대상으로 연구가 진행되어 상호 비교분석 한다면 더욱 의미 있는 연구가 될 것으로 기대한다.

## 참 고 문 헌

- [1] <http://tour.jeonju.go.kr>
- [2] 배기철, 최효, 정충화, “전주한옥마을 숙박업의 선택속성이 관광객의 만족도 및 행동의도에 미치는 영향 : IPA 연구 중심으로,” 관광경영연구, 제22권, 제5호, pp.187-207, 2018.
- [3] 정윤희, 오치옥, “관광지 선택속성과 지각된 가치, 관광태도와의 관계 연구 : 전주한옥마을을 중심으로,” 관광연구, 제32권, 제3호, pp.57-80, 2017.
- [4] 김현진, 부산 관광지 이미지와 선택속성, 방문 만족에 관한 연구: 서울경기 지역 주민을 대상으로, 부경대학교 대학원, 석사학위논문, 2020.
- [5] 노재현, 관광목적지 선택속성과 관광 참가만족 및 방문의도간의 관계: 해양스포츠 선호유형과 국가 중심으로, 경희대학교 대학원, 박사학위논문, 2010.
- [6] 임주연, 문화관광지 속성에 대한 기대와 성과가 관광지 만족에 미치는 영향, 한양대학교 대학원, 석사학위논문, 2002.
- [7] 박혜영, 시니어관광객의 가치관, 관광동기, 관광지선택속성, 관광만족의 영향관계 : 방문 중일 관광객 비교 연구, 동아대학교 박사학위논문, 2015.
- [8] 김현, 장호성, “관광지 선택속성과 동기요인이 방문객 행동의도에 미치는 영향: 태안지역 방문객을 중심으로,” 지방정부연구, 제16권, 제1호, pp.7-2, 2012.
- [9] 이상일, 유현순, “스포츠 프로그램 소비자의 선택속성에 관한 연구: 경남 남해군 사례를 중심으로,” 지방정부연구, 제12권, 제3호, pp.289-302, 2004.
- [10] P. C. Fakeyes, “The Position of the Rio Grande Valley to Competing Winter Destinations from the Perspectives of Prospective, 1st Time and Repeat Visitors,” Thesis of Mos, Texas A & M Univ., 1-3, 1989.
- [11] 김연선, 이상희, “IPA를 활용한 관광펜션업 선택속성의 중요도-만족도 연구,” 한국콘텐츠학회논문지, 제13권, 제3호, pp.392-401, 2013.
- [12] 하재원, 관광지 개성과 속성이 관광지 선택에 미치는 영향에 관한 연구: 한-중 일 관광객들의 비교를 중심으로, 인하대학교 대학원, 박사학위논문, 2005.
- [13] 안시은, 한류문화 관광지 선택속성이 만족도와 행동의도에 미치는 영향: 전주지역을 방문한 중국인관광객을 중심으로, 단국대학교 경영대학원, 석사학위논문, 2019.
- [14] 김주진, 신우진, “관광지에 대한 선택 속성 및 만족도와 관광객 행동의도 간 영향관계 연구: 전라북도 남원관광단지를 사례,” 한국지역개발학회지, 제32권, 제1호, pp.143-166, 2002.
- [15] 김연선, 김영식, “IPA를 활용한 주요 관광지 선택속성의 중요도-성취도 연구: 전라북도 관광지 방문객을 중심으로,” 관광레저연구, 제28권, 제12호, pp.25-41, 2017.
- [16] 최일선, 홍장원, 이정아, “섬 관광객의 관광지 선택



- 속성과 관광제약이 관광 만족도와 재방문 의도에 미치는 영향,” 관광연구논총, 제31권, 제4호, pp.121-138, 2019.
- [17] 김범진, 권태길, 고호석, “관광지 유형에 따른 관광지 속성 및 제약요인이 관광지 선택에 미치는 영향,” 지역산업연구, 제37권, 제4호, pp.237-25, 2017.
- [18] 김동환, “도시 관광 선택속성 개선에 관한 연구: 서울 코엑스 물을 중심으로,” 관광레저연구, 제31권, 제8호, pp.5-19, 2019.
- [19] 신형섭, “도시관광지 선택속성에 따른 관광객의 지각된 가치가 만족 및 행동 의도에 미치는 영향: 익산을 방문한 관광객을 대상으로,” 호텔관광연구, 제21권, 제2호, pp.45-60, 2019.
- [20] 송옥방, 차석빈, “서울 도시 관광 선택속성의 중요도-만족도 분석: 방한 경험이 있는 중국 현지인을 중심으로,” 동북아관광연구, 제16권, 제1호, pp.175-194, 2020.
- [21] P. E. Murphy, “Measurement specification and leisure satisfaction,” Leisure Science, Vol.9, No.3, pp.165-166, 1999.
- [22] J. A. Martilla and J. C. James, “Importance-Performance Analysis,” Journal of Marketing, Vol.41, No.1, pp.13-17, 1997.
- [23] 김경환, 유영진, “IPA기법을 활용한 한식당 선택속성과 만족도, 재방문의도 및 추천의도 간의 영향관계 연구,” 호텔경영학연구, 제25권, 제3호, pp.113-132, 2016.
- [24] 권태일, 노선희, “IPA를 이용한 크루즈 관광객의 선택속성과 만족도, 재이용의도, 추천의도간의 영향관계 연구,” 호텔경영학연구, 제28권, 제2호, pp.217-232, 2019.
- [25] 류재숙, 박연옥, “IPA를 이용한 항공사 선택속성 평가: 국내항공사를 사례로,” 관광연구저널, 제20권, 제2호, pp.157-171, 2006.
- [26] 이관표, 권상미, “IPA를 활용한 오토캠핑장 선택속성 평가에 관한 연구: 충북단양지역을 중심으로,” 관광레저연구, 제26권, 제3호, pp.113-130, 2014.
- [27] 김상훈, “IPA를 이용한 실내골프연습장 선택속성에 따른 중요도 만족도 평가,” 한국스포츠학회지, 제9권, 제4호, pp.381-394, 2011.
- [28] 이재섭, 김홍일, 한범수, “온천관광지 유형별 매력차이 연구: 보양온천과 일반온천 간 IPA를 중심으로,” 관광학연구, 제34권, 제2호, pp.259-279, 2010.
- [29] 조병호, 류태창, “도심 상권 활성화방안 연구: 대구 서문시장을 대상으로,” 한국콘텐츠학회논문지, 제20권, 제4호, pp.851-857, 2019.

### 저 자 소개

김 연 선(Yoen-Sun Kim)

정회원



- 2006년 2월 : 가천대학교 일반대학원 관광경영학과(경영학석사)
- 2009년 2월 : 세종대학교 일반대학원 호텔관광경영학과(호텔관광경영학 박사)
- 2009년 3월 ~ 현재 : 원광보건대학교 글로벌호텔관광과 교수

〈관심분야〉 : 호텔·외식경영, Wine & Beverage