



저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.



변경금지. 귀하는 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공할 수 없습니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

이것은 [이용허락규약\(Legal Code\)](#)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

[Disclaimer](#)

석사학위논문

동남아 관광객의 제주관광목적지
선택속성 평가에 관한 연구

- IPA를 중심으로 -

제주대학교 대학원

관광경영학과

자 문 론

2018년 2월

동남아 관광객의 제주관광목적지 선택속성 평가에 관한 연구

지도교수 박 시 사

자 문 론

이 논문을 관광경영학 석사학위 논문으로 제출함

2017년 12월

자문론의 관광학 석사학위 논문을 인준함

심사 위원장

오 상 훈

심 사 위 원

박 문 점

심 사 위 원

박 시 사

제주대학교 대학원

2017년 12월



A Study on the Attributes of Tourist
Destinations in Southeast Asia Tourists
Visiting Jeju

Ja Mun Lung
(Supervised by professor Si Sa Park)

A thesis submitted in partial fulfillment of the requirement for the degree
of Master of Tourism Science

2017 . 12.

This thesis has been examined and approved.

Sang-hoon Oh
Ounjeung Park

PARK SZ SA

December 2017

Department of Tourism Management
GRADUATE SCHOOL
JEJU NATIONAL UNIVERSITY

목 차

I. 서론	1
제 1 절 문제 제기	1
제 2 절 연구의 목적	4
제 3 절 연구방법과 범위	5
II. 이론적 고찰	7
1. 관광지 선택속성	7
1) 관광지 선택속성의 개념과 구성요인	7
2) 관광지 선택속성 선행연구	10
3) 동남아 관광객의 관광지 선택속성	15
2. 동남아 관광의 행태	16
1) 동남아 관광시장 현황	16
2) 방한 동남아 관광객의 특성	22
3. 중요도-성취도(IPA)분석	26
1) 중요도-성취도(IPA)분석기법	26
2) 중요도-성취도(IPA)분석에 대한 선행연구	27
III. 연구방법 및 설계	31
1. 연구모형 및 가설 설정	31
1) 연구모형 및 가설 설정	31
2) 변수의 조작적 정의 및 측정	32
2. 설문지 구성과 설정	33
1) 설문지 설계 및 구성	33
2) 표본추출과 조사방법	34

IV. 실증분석결과	35
1. 표본의 일반적 특성	35
1) 표본의 인구 통계적 특성	35
2) 표본의 여행 특성	37
2. 신뢰성 및 타당성 분석	38
1) 측정 항목의 신뢰성 및 타당성 분석	38
2) 관광 선택속성에 대한 신뢰성 및 타당성 검토	39
3. 연구 가설 검증	40
1) 가설 1 검증	40
2) 가설 2 검증	47
3) 가설 3 검증	52
4) 관광 선택속성 중요도-성취도(IPA) 분석	56
4. 분석결과의 요약	58
V. 결론 및 시사점	61
1. 연구의 요약 및 시사점	61
2. 연구의 한계 및 향후연구	64
참고문헌	65
1. 국내문헌	65
1) 논문	65
2) 서적	69
2. 국외문헌	70
3. 기타문헌	72
<설문지>(한국어).....	73
<설문지>(영어).....	76
<설문지>(중국어).....	79
ABSTRACT.....	82

표 목차

<표2-1> 관광지 선택 속성의 구조	9
<표2-2> 관광지 선택속성에 관한 선행연구	14
<표2-3> 방문한 동남아 관광객의 관광지 선택속성 구성	16
<표2-4> 동남아 주요국 아웃바운드 규모	20
<표2-5> 동남아 주요 경제지표	21
<표2-6> 동남아 주요국 여행특성	25
<표2-7> 중요도-성취도(IPA)분석 선행연구	30
<표3-1> 설문지 구성내용	34
<표3-2> 자료 수집방법	34
<표4-1> 표본의 인구 통계적 특성	36
<표4-2> 표본의 여행 특성	37
<표4-3> 관광 선택 속성에 대한 신뢰성 및 타당성 검토	40
<표4-4> 인구 통계적 특성에 따른 관광지 선택 속성 중요도 차이분석	41
<표4-5> 인구 통계적 특성에 따른 관광지 선택 속성 성취도 차이분석	44
<표4-6> 여행 특성에 따른 관광지 선택속성 중요도 차이분석	47
<표4-7> 여행 특성에 따른 관광지 선택 속성 성취도 차이분석	50
<표4-8> 관광지 선택속성의 중요도-성취도 차이분석	53
<표4-9> 관광지 선택속성의 중요도-성취도 순위	55
<표4-10> IPA 분석 매트릭스 결과표	57
<표4-11> 가설 검증 결과 요약	60

그림 목차

[그림1-1] 연구의 흐름	6
[그림2-1] 중요도-성취도(IPA)분석 모형	26
[그림3-1] 연구모형	31
[그림4-1] 관광지 선택 속성 중요도-성취도(IPA) 매트릭스	56

I. 서론

제 1 절 문제 제기

최근 정부는 외래 관광객 유치 이천만 명 시대를 맞이하여 다양한 상품개발 및 홍보확대와 수용태세점검에 나서고 있다. 한국을 방문하는 외래 관광객의 국내에서의 소비는 국내 관광산업 매출 증대 및 고용 창출과 국제적으로는 관광수지 개선에 기여하기 때문이다. 이러한 이유로 방한 외래 관광객의 관광 및 여행 형태나 특성을 파악하려는 연구들이 지속적으로 대두되어 왔다.¹⁾ 관광목적지 선택속성을 파악하는 것은 관광객 유치를 위해 효과적이다. 관광목적지 선택 시 고려요인 등의 파악은 관광 마케터들에게는 수익과 연결될 수 있기 때문이다.²⁾

2016년 한 해 동안 한국을 방문한 외래객 수는 총 17,241,823명을 기록하였으며, 전체 방한 외래객 시장 가운데 아시아 시장이 차지하는 비율은 약 83.9%에 달한다. 특히 동남아 지역으로부터 입국한 외래객 수는 전체 방한 외래객 시장의 약 12.6%를 차지하고 있으며 필리핀, 태국, 말레이시아, 인도네시아, 싱가포르, 베트남, 미얀마 등의 순으로 많은 외래객들이 방한하였다. 최근 동남아 지역은 중국, 일본과 더불어 한류 콘텐츠의 핵심 소비 시장으로서 향후 방한 의향이 증가한 것으로 보고되고 있다.³⁾ 제주특별자치도에도 방문한 아시아 관광객들이 2016년 한 해 동안 총 3,459,579명이 차지하였고 작년 대비 37.3%증가 하였다.⁴⁾

동남아는 한류 열풍 때문에 한국을 찾는 동남아관광객들이 계속 증가 되면서 향후에도 많은 영향을 미칠 것으로 예상 된다. 하지만 기존의 많은 방한 외래 관광객의 특성 관련 연구는 방한 외래 관광객 수가 많은 중국과 일본에 집중되어

1) Samuel Seongseop Kim·Jerome Agrusa·Heesung Lee·Kaye Chon(2007). Effects of Korean television dramas on the flow of Japanese tourists, Original research article, Tourism Management, volume 28, Pages 1340-1353

2) 윤지환·정효숙·이영진(2012). 베트남 잠재 관광객의 한국 선택속성에 관한 연구 (한국기업경영학회). pp.259-273

3) 이원희(2015). 「동남아 관광시장 동향 및 정책 시사점」 p. 36-43

4) 제주특별자치도관광협회(2016).

있으며, 신생 시장으로 떠오르고 있는 동남아 시장에 대한 연구는 부족한 실정이다. 특히 동남아 관광객의 선호나 제주 방문 고려요인 등에 관한 체계적인 연구는 거의 전무한 편이다. 따라서 동남아 관광객들이 왜 한국을 방문하는지에 대한 연구를 통해 실무적인 시사점을 지속적으로 제안할 필요가 있다.

관광지의 선택속성은 일반적으로 관광지의 매력에 대한 상품속성과 관광객의 지각을 통하여 이루어진다. 관광지가 제공하는 선택적 매력요소와 더불어 관광객이 상대적으로 중요하게 여기는 선택속성에 대한 평가에 의해 관광객의 선택의지가 형성되며 여러 대안 목적지 중에서 최종목적지로 선택하게 된다.⁵⁾ 관광객을 유치하기 위해서 관광객의 관점에서 관광지의 선택속성에 맞는 매력적인 상품의 발굴과 관광객의 지각된 가치에 부응한 상품이 제공될 때 보다 높은 충성도가 나타날 것 이므로 이에 맞는 마케팅이 요구된다.⁶⁾

관광객의 의사결정과정에서 가장 큰 영향을 미치는 요인이 관광목적지의 속성이라 할 수 있다.⁷⁾ 관광지 선택과 관련된 의사결정은 관광객 유치 및 만족도의 제고 측면에서 중요하고 관광객의 개인적 특성과 관광지의 특성은 물론 사회, 문화, 경제 등 기타 다양한 변수들에 의해서도 영향을 받는다.⁸⁾ 즉, 관광객들이 관광목적지 선택 의사결정에 다양한 영향요소가 될 수 있는 추구편익, 선호하는 관광활동, 개인의 특성 혹은 관광지 선택 관련 의사결정 고려 요인과 제약요인에 따라 다르게 나타날 수 있으며 따라서 관광 마케팅 시 다양한 상황과 변수를 가장먼저 고려해야 한다.⁹⁾ 왜냐하면 관광목적지 속성은 관광지의 속성 비교와 평가를 통하여 관광지의 선호도를 높이거나 방문의 결정하기 때문에 매력요인이나 제약요인으로 작용한다.

5) EJ Mayo·LP Jarvis(1981). The psychology of leisure travel. Effective marketing and selling of travel services. pp.281(정효숙2012-재인용)

6) DA Baker & JL Crompton(2000). Quality, satisfaction and behavioral intentions. Annals of Tourism Research. Volume 27, Issue 3, July, Pages 785-804(김석근2009재인용)

7) 박종찬(2012). 해양관광지 방문객의 개인가치에 따른 관광참여 제약요인=Tourism Destination: A Study on Relationship among the Personal Value and Participation Constraints Factors of Visitors on Marine Tourism Destination (호텔관광연구, Vol.44 No.-)

8) 김소윤·엄서호·류시영(2011). 관광목적지 선택과정의 대안집단(evoked set) 형성에 관한 탐색연=Exploratory Study on the formation of the evoked set in the Summer Vacation Destination Choice Process (관광연구, Vol.26 No.1)

9) 장양례·김혜영(2011). 개별 여행객들의(F.I.T) 관광지 선택속성, 관광제약, 선호관광활동에 관한 실증적 연구= An Empirical Study on Preference Tour Activities, Tour Constraints, Destination Selection Attribute of F.I.T. Tourist (관광연구, Vol.26 No.1)

제주특별자치도의 경우, 관광산업이 천혜의 자연자원과 풍부한 관광자원을 바탕으로 지속적인 관광 진흥 정책의 추진에 힘입어 지속적인 성장률을 보이고 있다. 특히, 국제자유도시추진과 동북아시아의 중심지역으로의 입지를 굳히고자 하고 있으며, 국내 경쟁목적지와 차별화를 두려고 하고 있다.¹⁰⁾ 동남아 관광시장은 국내외 정치, 경제적 상황 등 다양한 관광환경에 민감한 반응을 하고 있으며, 타 지역 경쟁관광목적지의 다수 출현 등으로 인해 지속적인 동남아 관광객 유치증대가 더욱 치열해지고 있는 실정이다.

선택속성은 특정 시설이 대상(호텔, 음식점 등)이 될 수도 있고 매력물 또는 관광지 전체가 될 수 있다. 이 중 관광목적지 선택속성은 관광객을 이끄는 유인요소로¹¹⁾ 일상에서 경험할 수 없는 새로운 것을 경험하고자 하는 관광객의 관광동기를 충족시켜 주는 역할을 하기 때문에 관광목적지 선택의 결정적인 요인으로 작용한다.¹²⁾ 특히 관광객이 관광목적지 선택 시 그들의 지식, 감정, 기대, 요구, 태도 등이 다르기 때문에¹³⁾ 선호하는 매력 속성도 차이가 날 수밖에 없다. 따라서 효과적으로 관광객을 유치하기 위해서 그들이 무엇 때문에 해당 관광지를 찾는지에 대한 연구는 관광사업체에겐 중요한 주제이다.

따라서 타 경쟁 목적지와 차별화될 수 있도록 경쟁적 이점을 유지하여 경쟁 관광목적지보다 우월한 시장위치를 차지하려는 노력이 현재의 제주관광개발에 필요하다. 그러므로 더 많은 제주 방문 동남아 관광객을 유치하기 위해서는 제주 방문 동남아 관광객이 인식하는 방문경험의 조절효과를 중심으로 제주방문 관광지 선택속성 평가에 대해 알아보아야할 필요성이 제기된다.

10) 김석근(2009). 제주방문 관광객의 관광지 선택속성과 만족에 관한 연구. 제주대학교 경영대학원관광개발학과

11) 주영환(1992). 관광매력 체계에 관한 연구= A Study on the Tourist Attraction Systems. (觀光開發論叢, Vol.1 No.)

12) 임화순·고계성(2006). 관광목적지 매력속성에 따른 중요도-성취도 연구: 일본 오키나와 중심으로= A Study of Importance-Performance for Destination Attractiveness Attributes-The Case of Okinawa in Japan. (觀光研究, Vol.21 No.1)

13) Birgit Leisen(2001). Image Segmentation: the case of a tourism destination, Journal of Services Marketing. Vol. 15 Issue: 1, pp.49-66(김석근2009-재인용)

제 2 절 연구의 목적

본 연구의 주요 목적은 동남아 관광객이 제주를 관광목적지로 선택하는데 어떠한 요인들이 중요한 영향을 미치며, 인구통계학적특성과 여행특성에 따라 차이를 연구하여 관광객이 원하는 다양하고 효율적인 관광 상품개발에 대한 시사점을 제공 하고자 한다. 연구의 결과는 동남아 관광객 유치를 위해 마케팅 전략 수립에 유용한 정보를 제공할 것이다.

이러한 연구목적을 달성하기 위한 세부적인 목표는 다음과 같다.

첫째, 문헌연구를 통하여 관광지 선택속성과 중요도-성취도 분석에 관한 이론을 정립하고자 한다.

둘째, IPA분석을 통해 제주를 방문한 관광객의 관광지 선택속성의 중요도와 성취도를 살펴봄으로써 관광객의 선택 속성에 있어서 중요시 하는 요인들의 수준을 파악하고 실제 방문 후의 만족도를 비교하여 그들의 행동특성을 비교하고자 한다.

셋째, 인구통계학적 특성과 여행특성에 따라 관광지 선택속성의 차이를 밝혀내어 시장 세분화에 따른 관광마케팅 전략에 대한 정보를 제공하고자 한다.

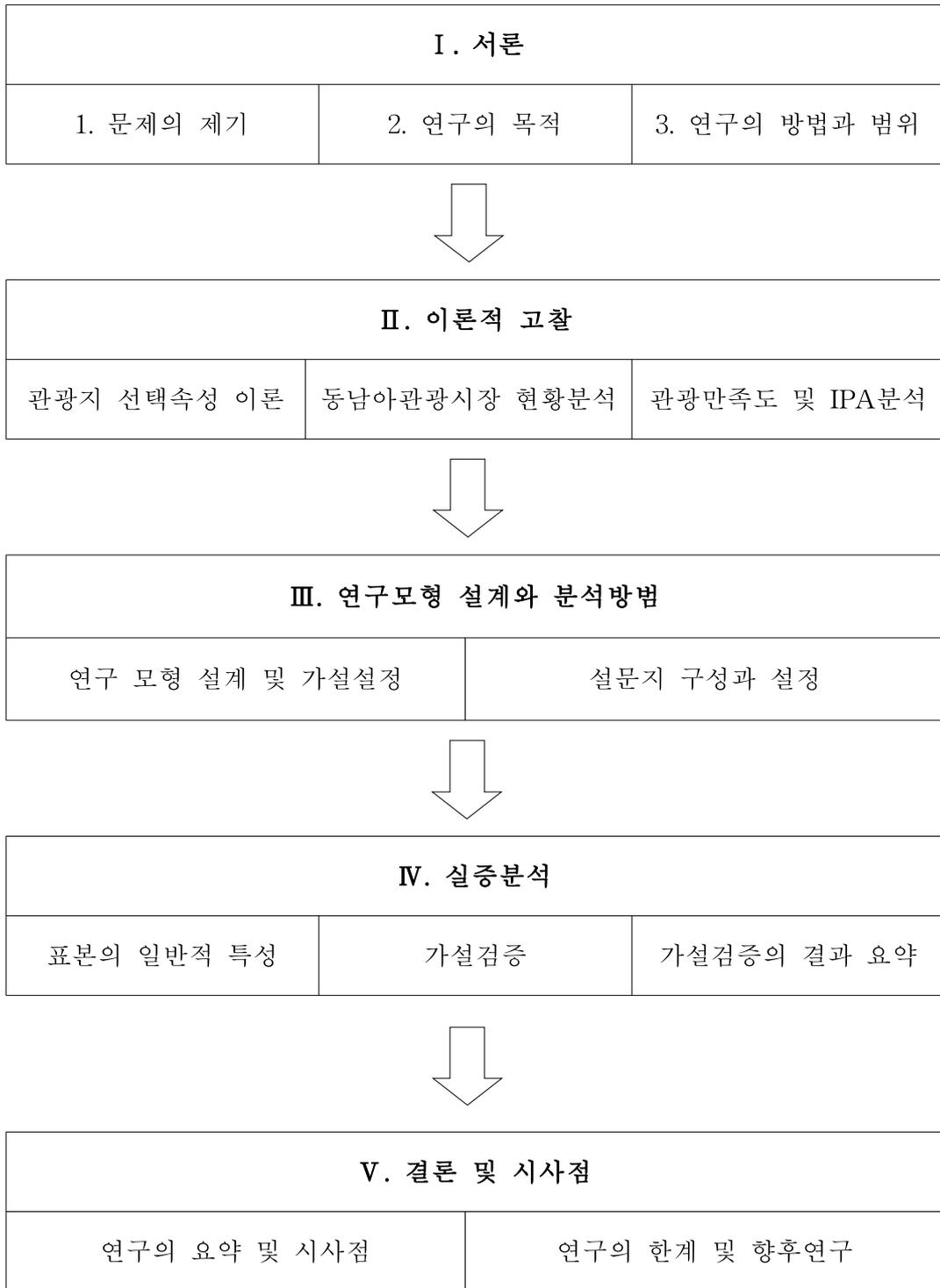
제 3 절 연구방법과 범위

본 연구는 제주도를 방문한 동남아 관광객 선택속성의 중요도와 성취도에 따른 평가를 조사하기 위한 것으로서 문헌연구와 실증연구를 병행하였다. 문헌연구에서는 관광지 선택속성의 개념과 IPA(중요도-성취도 분석)의 개념과 기법에 관하여 선행연구를 바탕으로 이론적 배경을 정리하였다. 실증연구는 문헌연구와 선행연구에서 제시된 영향요인을 토대로 작성한 설문지를 배포하여 자기기입법(self-administered questionnaire survey method)으로 응답케 하는 설문지법(questionnaire)을 사용하였다.

본 연구에서는 동남아시아 즉, 인도차이나반도와 그 남동쪽에 분포하는 말레이 제도로 구성되어있는 베트남, 라오스, 캄보디아, 태국, 미얀마, 말레이시아, 싱가포르, 인도네시아, 필리핀, 브루나이 등 지역¹⁴⁾ 중에서 베트남, 태국, 필리핀, 싱가포르, 말레이시아, 미얀마, 인도네시아 지역을 대상으로 2017년 9월 25일~10월 11일까지(17일 간) 제주국제공항에서 실시하였고, 총 280부 중 응답이 부실하거나 편향성을 보이고 신뢰도가 떨어지는 35부를 제외한 최종 245부의 설문지를 배부하였으며 자료의 수집은 응답률을 높이기 위하여 조사자가 직접 관광객과 면담을 한 후에 응답토록 하였다. 연구의 대상은 제주도를 방문한 동남아 관광객을 대상으로 하였다. 본 연구의 흐름은 다음의 [그림1-1]과 같이 진행하였다.

14) 김재원·윤자연(2012). 동남아시아 인바운드 시장의 관광특성연구: 일본, 중국시장과의 비교를 중심으로= Tourists Characteristics of South-East Asian inbound market in Korean-Comparison with Japanese and Chinese inbound markets. 여가관광연구, Vol,20 No

[그림1-1] 연구의 흐름



II. 이론적 고찰

1. 관광지 선택속성

1) 관광지 선택속성의 개념과 구성요인

관광지는 다양한 관광시설들과 서비스들로 구성된 다차원 속성을 지니고 있으며, 관광객의 거주지와는 다른 모든 것들로 구성되어 있다. 뛰어난 경치, 역사 장소, 위락공원, 시설과 서비스, 각종 이벤트 등 관광지 속성의 유형은 다양하다.¹⁵⁾

이러한 관광객 유인요소들을 관광 시스템 내에서 거시적 환경인 물리적, 문화적, 사회적, 경제적, 정치적, 기술적 환경으로 분류하였고¹⁶⁾ Gun(2002)은 인문 및 자연자원을 포함하는 관광 매력물, 교통기관, 서비스, 정보, 홍보의 5가지 요소로 설명하고 있다. 즉, 관광객은 목적지의 다양한 관광환경들이 제공하는 무엇인가를 얻기 위해서 타국을 방문하는 것이고 이는 곧 관광객의 관광동기로 이어진다. 따라서 관광목적지 선택속성에 대한 연구는 그들의 관광동기나 요구가 무엇인지를 파악하는 계기가 될 수 있고 이는 곧 관광객들의 여행 욕구를 충족시켜 해당 국가를 방문하게 만드는 원동력이 될 수 있기 때문에 중요하다.¹⁷⁾

관광은 서비스가 생산·소비되기 위해서 공간을 필요로 한다. 관광지는 관광객이 그의 일상생활공간을 떠나서 자신의 관광욕구를 충족시키면서 일정시간 동안 체류하는 지역으로서, 자연 관광자원, 인문관광자원, 관광시설자원 가운데 어느 한 가지 이상 가치 있는 관광자원과 이를 관광자원의 이용가치를 제고시키기 위한 숙박시설, 식음시설, 편의시설 들로 갖추어져 있고 이러한 관광자원에 접근할 수 있는 교통시설이 설치되어 있으며, 정보제공서비스가 이루어지는 일정한 지역 공간이라고 한다.¹⁸⁾

15) 한승엽·박수환(1998). 관광동기와 매력속성과의 관한 연구. (한국호텔외식경영학회)

16) Cooper·Fletcher·Fyall·Gilbert·Wanhill(2008). Tourism: Principles and Practice.

17) 윤지환·정효숙·이영진(2012). 베트남 잠재 관광객의 한국 선택속성에 관한 연구. (한국기업경영학회), pp. 259-273(재인용)

관광상품은 만져볼 수 없고 구매와 소비의 동시성이 이루어지는 상품이기에 일반상품과 달리 자신의 다양한 욕구에 따라 선택의 강도가 다르게 나타난다. 관광객은 자신의 다양한 욕구를 만족시키기 위하여 관광목적지 및 관광활동을 선택하고 구매하는 의사결정자로서 여러 요인들을 고려한다.

사람들은 추진요인에 의해 관광을 결정하며 곧이어 유인요인에 의해 관광지를 선택하는 순차적인 단계를 거치는 것으로 설명하고 있다.¹⁹⁾ 따라서 관광객의 관광동기는 사회심리학적인 추진요인과 관광지 선택속성인 유인요인을 구분해서 밝혀내고 두 요인 간의 상관관계를 설명하는 것이 바람직하다고²⁰⁾ 하고 있지만 순차적인 단계를 거치는 것이 아니라 추진요인과 유인요인이 동시에 작용하여 결과적으로 관광지를 선택하게 된다는 주장도 있다.²¹⁾

관광객이 관광지를 선택하는 데에는 다양한 요인들이 작용하게 되는데, 이러한 관광객의 관광지 선택 의사결정과정(목적지 선택행동)과 그 결과에 대하여 여러 학자들의 연구가 다양하게 진행되어 왔다. 관광지는 다양하고 복합적인 요소들이 자원의 특성과 사업주체의 특성에 맞게 적절히 구성되어 있는 곳으로 이들 요소의 결합에 의해 특정 관광객에게 제공하는 다차원의 많은 속성들로 이루어진다. 따라서 관광객들의 목적지에 대한 평가, 선택은 관광객들이 가지고 있는 내적 욕구를 목적지가 가지고 있는 속성결합에 의해 제공되는 편익을 연결하여 인식하는 과정이라 볼 수 있다.²²⁾ 특히, 관광지 선택행동과 구매는 관광객의 욕구충족과 관련하여 이루어지며(박수완·한승엽,1998), 관광지를 선택하는 의사결정과 관광지 선택행동은 연구에 핵심요소가 되고 있다.²³⁾

18) 박석희(2000). 「신관광자원론」 p. 369-382

19) Pearce·Morrison·Rutledge(1998). 「Tourism: Bridges across continents」(김석근2009-재인용)

20) 현용호·김재학(2009). 관광동기와 관광목적지 선택 속성간 영향관계에 미치는 관광비용의 조절효과연구.

21) Fornel(1983). 「Issues in the Application of Covariance Structure Analysis: A Comment」 (Vol. 9,No. 4, pp. 443-448)(정효숙2012)

22) 광노엽(1998). 觀光地 屬性 選好度에 關한 研究: 여름휴가지 선택행동을 중심으로. 경기대학교대학원, 127p

23) 김이향(2006). 방한 중국인이 한류태도, 관광목적지 이미지, 관광지선택속성, 만족 및 재방문의도에 관한 연구. 동아대학교, v, 190장

<표2-1> 관광지 선택 속성의 구성요인

편익	속성		구성요소
	attribute	sub-attribute	
1. 좋은 경치	단지 전체 분위기		땅, 물, 건축물, 임상, 공작물 등
	주변 환경		땅, 물, 임상 등
2. 적절한 숙박	숙박시설	서비스/시설수준 부대시설 가격 형태/규모	여관, 호텔, 콘도, 민박 등의 건축물과 부대시설
3. 풍부한 볼거리	관광지 볼거리		폭포, 호수, 동굴, 기암괴석 등
	문화적/역사적 볼거리		박물관, 기념관, 전시관 등
	이벤트(축제, 체험)		축제, 문화행사 등
4. 다양한 먹을거리	음식의 다양성		고급/일반식당, 토속음식점 등
5. 즐길 거리/놀 거리	레저스포츠시설		산책로, 녹지, 휴게소 등
	오락 활동 시설	유흥, 오락, 운동, 어린이놀이시설	디스코텍, 전자오락실, 놀이동산, 실내체육관, 피트니스센터, 축구장, 골프장, 스키장 등
	쇼핑 편의시설		상가, 특산품판매점 등
6. 접근성	접근성	시간, 거리, 볼거리/쾌적성	주변경관, 휴게소, 접근도로 등
7. 서비스품질	관리/안전, 태도/서비스		안내, 조경 시설물, 종업원의 복장관리 등
8. 여행경비	비용		숙박경비, 입장권 등

자료: 광노엽(1999), 관광지속성의 선호도연구, 경기대학교박사학위논문. p.42

2) 관광지 선택속성 선행연구

동남아 관광객의 선택속성에 관한 직접적인 연구는 거의 찾아보기 어렵지만 최근 한류 영향으로 일본, 중국 등 아시아 지역 관광객을 대상으로 하는 연구는 활발하게 진행되고 있다. 하지만 기존의 선행연구에서 제시한 선택속성이 동남아 관광객들의 선택속성과 다를 수 있기 때문에 본 연구에서는 기존의 선행연구를 토대로 도출된 선택속성이 한국 방문의도에 미치는 영향을 연구문제로 제안하여 연구 하였다.

Shani·Chen·Wang and Hua(2010)는 관광지 속성을 25개 속성으로 세분화하여 제시하였다. 관광지 자체의 매력속성으로 쾌적하고 깨끗한 환경, 좋은 날씨, 독특한 자연매력, 독특한 역사와 문화, 친절한 사람들, 접근성 등으로 분류하였고 정치 및 제도적 측면에서 관광정책, 안전 및 선도, 돈에 대한 가치, 사회 정치적 안정 측면으로 분류하였다. 인프라 및 수용태세 측면에서 관광인프라, 현대적 숙박, 지역 음식, 편리한 현지교통, 쇼핑시설 등, 프로그램 측면에서는 다양한 이벤트와 축제, 레크리에이션기회, 유흥, 레저 스포츠 등으로 분류하고 있다.²⁴⁾

Crompton·Lamb·Charles(1993)은 관광객을 욕구만족차원(관광지의 기후, 즐거움, 다양성, 행복감, 특별한 야외 오락 활동, 사람들과의 만남, 도전성, 후식, 매력적인 자연환경), 사회적 차원, 여행능력차원(금전, 건강, 시간, 안전)으로 구분하여 관광지속성에 대한 선호를 연구하였다.²⁵⁾ Um and Crompton(1992)은 지각된 촉진요인과 제약요인에 따라 각 여행 국가의 선호 순위를 분석하기 위하여 욕구만족, 사회적, 여행능력 차원으로 구분하여 이에 따라 관광지의 기후, 즐거움, 타인과의 만남, 자연환경, 금전, 시간 등의 구체적인 선택속성을 제시하였다.²⁶⁾

Middleton(1988)은 사회적, 인공적, 문화적 관광대상 관광지내의 이용 가능한 서비스 및 시설, 여행 수단, 관광지 접근성, 관광지의 이미지, 운영 요소 비용 시간과 제약요소 총 여행비용 등을 설명하였다. Urbain(1989)은 관광지 속성으로

24) Shani·Chen·Wang and Hua(2010). Testing the impact of a promotional video on destination image change: Application of China as a Tourism Destination. (정효숙2012)

25) Crompton·Lamb·Charles(1993). Choice set propositions in destination decisions: Annals of Tourism Research. Volume 20, Issue 3, Pages 461-476(김석근2009)

26) Um and Crompton(1992). The roles of perceived inhibitors and facilitators in pleasure travel destination decisions. Vol 30, Issue 3(김시중2011)

제도, 지형, 기후 등과 훌륭한 볼거리, 같은 중립속성(neutral attributes)과 합리적인 가격, 속성 등의 정서적 속성으로 이루어진다고 제시하였다. Zabker·Brencic & Dmitrovic(2010)은 선택속성으로 접근성, 청결성, 문화적/역사적 매력성, 숙박의 질, 지역주민들의 친절성, 휴식기회, 개인적인 안전, 오염되지 않은 자연, 현지 음식을 변수로 제시하였다.²⁷⁾

한국에서 내국인의 국내 관광지 선택속성 평가를 오상훈·고계성(2005)은 IPA(Importance-Performance Analysis)를 이용하여 제주지역의 섬 관광지 매력성을 평가하였으며, 섬 관광지의 매력속성은 자연적 매력성에 있는 것으로 나타났다. 또한 관광객을 유치하기 위해 집중 관리해야 할 항목으로는 서비스, 주민 환대, 교통 편리성, 종사원 등이라고 하였으며, 관광정보, 먹거리, 야간관광, 축제, 쇼핑 등이 가장 문제가 많은 것으로 나타났다.²⁸⁾

김홍렬·윤설민(2008)은 선택에 영향을 미치는 관광지 속성으로 자연경관, 안전, 기온/기후/계절, 관광지의 물가수준, 여행비용의 적합성, 즐겁고 다양한 쇼핑시설, 다양한 유희·오락시설, 다양하고 쾌적한 숙박시설, 관광지의 청결성/혼잡도, 친절과 전반적인 서비스, 관광지까지의 접근성 및 교통편리성, 배어난 역사유적 및 다양한 문화적 매력, 색다르고 교육적인 생활양식의 경험을 도출하였다.²⁹⁾ 김민철·부창산·김영훈(2008)은 제주지역을 방문한 중국 및 일본관광객의 두 집단 간 비교 분석으로서 선택속성 관련 요인들 간의 구조관계를 분석하였다. 그 결과 중국 관광객은 관광자 편리성이 서비스 가치에, 그리고 문화체험이 만족도에 유의하게 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 일본관광객은 관광자 편리성이 만족에, 서비스 가치가 의도에 유의하게 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다.³⁰⁾

이재섭·권안용(2011)은 리조트 방문의도를 예측하기 위하여 리조트 선택속성과 관계마케팅 변수를 선행변수로 도입하여 분석하였다. 이 연구에서 선행변수로 사용된 선택속성은 숙박, 리조트, 부대시설 등 주요시설의 이용요금의 적절성을 측

27) Zabker·Brencic & Dmitrovic(2010). Modelling perceived quality, visitor satisfaction and behavioural intentions at the destination level. Volume 31, pp.537-546, (손병모2011)

28) 오상훈·고계성(2005). Ipa를 이용한 섬 관광지 매력성 평가: 제주 섬의 사례= Articles: Importance- Performance Analysis of Attractiveness Assessment for Island Tourism Destination : A Case of Jeju Island. Vol.19 No.3

29) 김홍렬·윤설민(2008). 국내외 신희여행목적지 포지셔닝 및 선택에 영향을 미치는 관광지 속성에 관한 연구.

30) 김민철·부창산·김영훈(2008). 제주지역 내 중국 및 일본 관광객의 선택속성의 차이분석.

정하는 경제성 요인, 리조트 또는 주변의 다양한 볼거리, 이벤트 식음료 시설 등의 다양성 요인, 자연경관, 분위기, 이미지 기후 등의 심미성 요인, 접근성, 이동 시간, 교통 등 접근성 요인, 부대시설, 숙박시설, 위락시설 이용의 편리성을 측정하는 편의성 요인으로 분류하였다.³¹⁾

손병모(2011)는 강릉 경포대와 설악산 방문객의 관광지 선택속성을 서비스 품질, 물리적 속성, 지각된 위험, 접근성 4개 요인으로 제안하였다. 서비스 품질요인은 관광객에 대한 주민의 친절과 호의, 종업원의 서비스 및 전문성, 물리적 속성요인은 관광지의 다양한 매력물, 주변 환경과의 조화, 쾌적성과 청결성 등, 지각된 위험요인은 사기 및 범죄 노출 위험, 자연재해에 대한 염려, 전염병 위험 등, 마지막으로 접근성요인은 정보접근성, 교통 및 주차 편리성 등으로 분류하였다.³²⁾

차재만(2013)은 접근성, 부대시설, 가격, 서비스, 주변 환경 등으로 나누어 연구하였고,³³⁾ 이재곤·고선희(2010)의 연구에서 방한 일본 관광객은 한국 음식의 다양성을 한국 방문 시 가장 중요하게 여기고 있는 것으로 나타났다. 다음으로 관광의 안전성, 물가 청결과 위생, 다양한 관광상품 쇼핑 등이 중요한 선택속성으로 분석되었다.³⁴⁾

정균표(2011)는 노인소비자의 가치와 라이프스타일이 관광지 선택속성에 미치는 영향에 관한 연구를 하였다. 이 연구에서는 관광지의 자연적 요인으로 아름다운 풍경이나 경치, 유물유적, 자연생태, 기후, 조망전망, 안전적 요인으로 안전성, 청결 및 공중위생, 의료시설, 문화적 요인으로 문화유산 다양성, 역사적 유물, 전통문화, 역사와 교육, 전통음식, 사회적 요인으로 친구와 친밀한 교류, 가족관계, 동행자와의 이해 등으로 발표하였다.³⁵⁾ 또한 김효중·김시중(2012)은 활동·체험성,

31) 이재섭·권안용(2011). 관광리조트 선택속성이 재방문의도에 미치는 영향에 관한 연구: 관계마케팅의 조절효과를 중심으로. pp.1-26

32) 손병모(2011). 관광지 선택속성이 관광객의 지각된 가치와 충성도에 미치는 영향= The Effect of Destination Choice Attributes on Perceived Value and Loyalty of Tourists.

33) 차재만(2013). 패키지여행상품 선택속성이 소비자 태도에 미치는 영향=The effect of consumer attitude on the characteristic of package tour.

34) 이재곤·고선희(2010). 일본관광객의 한국관광지 선택속성의 중요도-성취도 분석.

35) 정균표(2011). 노인소비자의 가치와 라이프스타일이 관광지 선택속성에 미치는 영향: VALSE2를 중심으로.

접근·비용성, 자연·문화성, 친숙성으로 분류 하였다.³⁶⁾ 정지우(2010)는 관광숙박, 식사, 가이드서비스, 관광매력물, 쇼핑으로 분류하였다.³⁷⁾ 장혜정(2013)은 여행사 요인, 교통요인, 홈페이지정보요인, 여행상품 및 여행지, 숙박요인으로 분류하였다.³⁸⁾

국제관광 선택속성이 내국인의 국내 관광 선택속성과 다른 속성들이 있다. 선행연구(곽대영, 2011; 송영민·이영진,2011; 이재곤·고선희, 2010; Shani et al., 2010)를 보면 출입국 등 제도적 문제, 언어 소통 등 안내 및 정보, 문화적 차이에서 오는 타문화에 대한 동경, 자연이나 기후차이로 인한 갈망, 국가 간 정보기술 차이(Cooper 2008)에 의한 학습 관광 등은 자국만의 국내 관광과는 다른 선택속성이라고 할 수 있다. 따라서 본 연구에서 관광목적지 선택속성은 국제관광 측면에서 동남아 관광객이 제주를 방문할 때 주요하게 고려하는 선택속성이 무엇인지를 연구 하였다.³⁹⁾

관광지 선택속성에 관련된 선행연구를 정리하면 <표2-2>으로 나타낼 수 있다.

36) 김효중·김시중(2012). 대전 뿌리공원 관광지 선택속성이 관광객 만족 및 행동의도에 미치는 영향연구: 관광지 이미지를 조절효과로. 제15권 제4호

37) 정지우(2010). 패키지 여행상품 선택행동 연구. pp.78

38) 장혜정(2013). 여행상품 선택속성이 소비자태도에 미치는 영향: 관여도 조절효과를 중심으로. pp.80

39) Cooper(2008). Tourism: Principle and Practice. Person education.

<표2-2> 관광지 선택속성에 관한 선행연구

학 자 명	구 성 요 소
Shani·Chen·wang and Hua (2010)	쾌적하고 깨끗한 환경, 좋은 날씨, 독특한 자연매력, 독특한 역사와 문화, 친절함, 접근성, 관광정책, 안전, 선도, 돈에 대한 가치, 사회 정치적 안정, 관광인프라, 현대적 숙박, 지역 음식, 편리한 현지교통, 쇼핑시설, 다양한 이벤트와 축제, 레크리에이션기회, 유흥, 레저 스포츠
Crompton 등 (1993)	관광지의 기후, 즐거움, 다양성, 행복감, 특별한 야외오락활동, 사람들과의 만남, 도전성, 후식, 매력적인 자연환경, 금전, 건강, 시간, 안전
Um and Crompton(1992)	기후, 즐거움, 타인과의 만남, 자연환경, 금전, 시간
Middleton(1988)	사회적, 인공적, 문화적, 서비스 및 시설, 여행 수단, 관광지 접근성, 관광지의 이미지, 운영 요소 비용 시간, 제약요소, 총 여행비용
Urbain(1989)	제도, 지형, 기후, 훌륭한 볼거리, 합리적인 가격
Zabker Brencic & Dmitrovic(2010)	접근성, 청결성, 문화적/역사적 매력성, 숙박의 질, 지역주민들의 친절성, 휴식기회, 개인적인 안전, 오염되지 않은 자연, 현지 음식
오상훈·고계성 (2005)	자연적 매력성, 서비스, 주민 환대, 교통 편리성, 종사원, 관광정보, 먹거리, 야간관광, 축제, 쇼핑
김홍렬·윤설민(2008)	자연경관, 안전, 기온/기후/계절, 관광지의 물가수준, 여행비용의 적합성, 즐겁고 다양한 쇼핑시설, 다양한 유흥·오락시설, 다양하고 쾌적한 숙박시설, 관광지의 청결성/혼잡도, 친절과 전반적인 서비스, 관광지까지의 접근성 및 교통편리성, 배어난 역사유적 및 다양한 문화적 매력, 색다르고 교육적인 생활양식의 경험
김민철·부창산·김영훈(2008)	관광자 편리성이 서비스 가치, 그리고 문화체험이 만족도에 유의하게 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 일본관광객은 관광자 편리성이 만족에, 서비스 가치가 의도에 유의하게 영향을 미치고 있는 것으로 나타남
이재섭·권안용 (2011)	숙박, 리조트, 부대시설, 경제성 요인, 주변의 다양한 볼거리, 이벤트 식음료 시설, 자연경관, 분위기, 이미지 기후, 접근성, 이동시간, 교통, 부대시설, 숙박시설, 위락시설 이용의 편리성
손병모(2011)	주민의 친절과 호의, 종업원의 서비스, 전문성, 관광지의 다양한 매력물, 주변 환경과의 조화, 쾌적성, 청결성, 사기, 범죄 노출 위험, 자연 재해에 대한 염려, 전염병 위험 등, 정보접근성, 교통, 주차 편리성

차재만(2013)	접근성, 부대시설, 가격, 서비스, 주변 환경
고선희(2010)	한국 음식의 다양성
정균표(2011)	아름다운 풍경, 경치, 유물유적, 자연생태, 기후, 조망전망, 안전성, 청결, 공중위생, 의료시설, 문화유산 다양성, 역사적 유물, 전통문화, 역사와 교육, 전통음식, 친구와 친밀한 교류, 가족관계, 동행자와의 이해
김효중·김시중 (2012)	활동·체험성, 접근·비용성, 자연·문화성, 친숙성
정지우(2010)	관광숙박, 식사, 가이드서비스, 관광매력물, 쇼핑
장혜정(2013)	여행사요인, 교통요인, 홈페이지정보요인, 여행상품, 숙박요인

자료: 관광지 선택속성에 관한 선행연구들을 토대로 하여 연구자 작성

3) 동남아 관광객의 관광지 선택속성

위의 선행연구를 토대로 하여 사회문화, 자연성, 시설 편의성, 서비스, 가격 네 가지 속성을 대표적으로 관광지 선택속성 구성요인으로 선택하였다. Shani·Chen·wang and Hua (2010), 정균표(2011)의 연구에서는 ‘사회문화’로 지방색, 문화유산 다양성, 전통문화, 이벤트, 이재섭·권안용(2011), Zabker Brencic & Dmitrovic(2010)의 연구에서는 ‘자연성’으로 기후, 자연자원, 아름다운풍경 및 경치, Crompton 등 (1993), 오상훈·고계성(2005), 차재만(2013)의 연구에서는 ‘시설 편의성’으로 숙박시설, 오락시설, 서비스시설, 쇼핑시설, 교통시설, 김홍렬·윤설민(2008), 김민철·부창산·김영훈(2008)의 연구에서는 관광 안내, 외국어 소통, 안정성, Urbain(1989), Um and Crompton(1992), Middleton(1988)의 연구에서는 ‘가격’으로 여행비용, 접근성, 물가정도 등을 토대로 하여 실시하였다. 방한 동남아 관광객의 관광지 선택속성 구성은 다음<표2-3>과 같다.

<표2-3> 방문한 동남아 관광객의 관광지 선택속성 구성

속성	구성	연구자
1.사회문화	지방색, 문화유산 다양성, 전통 문화	Shani·Chen·wang and Hua (2010), 정균표(2011)
2.자연성	기후, 자연자원, 아름다운풍경 및 경치	이재섭·권안용(2011), Zabker Brencic & Dmitrovic(2010)
3.시설 편의성	숙박시설, 오락시설, 서비스시설, 쇼핑시설, 교통시설	Crompton 등 (1993), 오상훈·고계성(2005), 차재만(2013)
4.서비스	관광 안내, 외국어 소통, 안정성	김홍렬·윤설민(2008), 김민철·부창산·김영훈(2008)
5.가격	소요비용, 접근성, 물가정도	Urbain(1989), Um and Crompton(1992), Middleton(1988)

자료: 관광지 선택속성에 관한 선행연구들을 토대로 하여 연구자 작성

2. 동남아 관광의 행태

1) 동남아 관광시장 현황

최근 전 세계에서 동남아의 아세안(ASEAN) 시장을 주목하고 있다. 아세안 인구의 약60%는 35세 이하 젊은 층이며, 2010년 5,000만 명 수준이었던 중산층 인구는 2020 약1억 명으로 증가해 거대한 소비시장이 될 것으로 예측된다.⁴⁰⁾ 아세안은 한국의 제2의 교역 및 건설 수주 지역이자 제3의 투자 대상 지역으로 자리 매김 하였으며, 한국 국민들의 제1의 해외 방문 지역이기도 한다. 세계 경제의 불확실성에도 불구하고 동남아 지역은 여행시장 수요가 활황을 띄며 소비자 신뢰와 자신감이 강하게 나타나고 있다. 아웃바운드 관광시장 통계를 보면 말레이시아, 인도네시아, 태국, 필리핀, 베트남 등 동남아 주요 국가들의 해외여행 출국자 수는 꾸준한 성장 추세를 보이고 있다.⁴¹⁾

40) 한국관광공사(2015). 관광시장 동향

41) 이원희(2015). 「동남아 관광시장 동향 및 정책 시사점」(재인용)

아세안 지역 국가 가운데 인바운드 관광 상위 5개국은 말레이시아, 태국, 싱가포르, 인도네시아, 베트남 등의 순으로 나타났고 아세안 국가들의 아웃바운드 시장 규모는 싱가포르가 연간 1,900만 명이상으로 가장 큰 것으로 보고되며 그 다음으로 말레이시아, 인도네시아, 태국, 필리핀, 베트남 등의 순으로 나타났다. 싱가포르를 제외한 말레이시아, 인도네시아, 태국, 필리핀, 베트남 등의 동남아 5개 국가의 해외여행 출국자 수는 2007년부터 2012년까지 꾸준한 성장하고 있다.

아세안의 인구는 총6억 3천6백만 명 전 세계 인구의 약9%이며, 명목 GDP는 총2조1백억 달러 전 세계 GDP의 약3% 규모를 차지한다. 인구 규모는 인도네시아, 필리핀, 베트남이 가장 높게 나타났으며 미얀마, 태국의 인구 증가율은 전 세계 평균보다 낮은 것으로 분석하였다. 아세안 10개 회원국가 가운데 국내총생산(GDP) 규모가 가장 큰 국가는 인도네시아, 태국, 말레이시아, 싱가포르 등의 순으로 나타났다. 한편 1인당 GDP는 싱가포르가 54,775달러로 가장 높았으며 브루나이, 말레이시아, 태국, 인도네시아 등의 순으로 높게 나타났다.⁴²⁾

동남아 관광시장 중 태국 관광시장을 살펴보면 1997년 외환위기 이전까지 연평균 8%의 높은 경제 성장률을 유지했다. 태국의 연간 GDP 규모는 387.3billion 달러로 세계 30위 수준이며, GDP성장률은 2013년 기준 2.9%를 기록하였다. 태국의 1인당 국민 소득은 약5,676달러이며 구매력 평가 기준 국민소득은 14,136달러로 추정되었다. 최근의 인구변화를 살펴보면 태국의 경우 인접국인 베트남이나 말레이시아보다 빠른 속도로 고령화가 진행되고 있다. 태국 내 한류는 한국 드라마, K-pop 등 ‘문화 한류’에서 시작되어 한국 화장품, 패션, 음식에 대한 수요로 연결되는 ‘생활한류’로 진화 중이다.⁴³⁾ 2013년 기준 UNWTO의 통계 자료에 따르면 태국의 연간 해외여행 출국자 수는 총597만 명이며, 태국인 해외여행자들의 평균 체류 기간은 약5일, 하루 평균 지출액은 159.6달러로 나타났다. 한편 태국인 해외여행자들이 가장 많이 방문한 아세안 역외 국가는 중국, 일본, 홍콩, 한국, 인도, 마카오 등의 순으로 나타났다.⁴⁴⁾

말레이시아 관광시장은 천연가스, 석유, 목재 등의 천연 사원이 풍부하여 국외

42) 한-아세안센터(2014). 한아세안 통계집

43) 김문영(2014). 태국 내 한류 시장동향 및 발전방향 연구.

44) UNWTO·Tourism Australia(2013). 「Key Outbound Tourism Markets in South-East Asia.」

의 경제적 충격에 상대적으로 강한 것이 특징이고 동남아시아 국가들에 비해 우수한 인프라 및 인적자원을 구축하고 있다. 말레이시아 은행에서 발표한 자료에 따르면, 지속적인 경제 성장추세를 이어가 2015년에는 약4.5~5.5%의 경제 성장률을 유지할 것으로 전망된다. 1인당 소비지출이 1인당 GDP의 약50% 이상을 차지할 만큼 소비의 비중이 큰 것이 특징 이었다. 연간 GDP 규모는 313.2 billion 달러로 세계 35위 수준이며, GDP 성장률은 2013년 기준 4.7%를 기록했다.⁴⁵⁾ 한류는 드라마, K-pop 등 최근 한국 예능이 인기 있는 한류콘텐츠로 나타났다. 또한 말레이시아는 아세안 회원국가들 가운데 GDP가 가장 높은 수준인 나라로 향후 한류 콘텐츠의 소비 확대가 기대되고 있다. 저가 항공이 급성장으로 인하여, 2009년부터 2013년까지 높은 성장을 기록 하였다. 해외여행(숙박) 출국자 규모는 연간 700만~800만 명 내외로 추정 되었다. 2013년 한 해 동안 말레이시아 해외여행자들이 가장 많이 방문한 아세안 역외 국가는 중국, 홍콩, 대만, 호주, 인도, 한국 등의 순으로 나타났다.⁴⁶⁾

인도네시아는 G20 국가 중 하나로서 유도요노(Yudhoyono) 정부가 출범 한 2004년 이후 정치적, 사회적 안정을 바탕으로 평균 6%대의 높은 경제 성장률을 기록 하였다.연간 GDP 규모는 912.5billion달러로 세계 16위 수준이며, GDP 성장률은 2013년 기준 5.3%를 기록 되었다. 한류 드라마에 시작되어 차차 K-pop을 선호하는 것으로 관찰 되었다. 세계 5위의 인구 대국이 형성한 내수시장과 높은 경제 성장률,⁴⁷⁾ 젊은 인구 층은 인도네시아 내 한류 확산의 기회 요인이 될 것으로 예상된다. 세계에서 다섯 번째로 큰 국내 항공시장을 보유하고 있으며, 한국 항공 진흥협회의 통계에 따르면 2014년 기준 한-인도네시아 간 여객 수는 총 814,812 명, 전체 운항 편수는 4,398편인 것으로 집계된다. 2013년 기준 UNWTO의 통계 자료에 따르면 연간 해외여행 출국자 수는 총7.97만 명이며, 평균 체류 기간은 6.5 일 내외, 하루 평균 지출액은 140.4달러 정도로 나타났다. 해외여행자들이 가장 많이 방문한 아세안 역외 국가는 중국, 홍콩 사우디아라비아, 한국, 호주, 일본 등의 순으로 나타났다.

45) 이선호(2014). 말레이시아 이슬람 경제의 대두. 동남아시아연구. 24(1)89-132

46) UNWTO&Tourism Australia(2013). 「Key Outbound Tourism Markets in South-East Asia.」(재인용)

47) 인도네시아 국가인구가족기획청(www.bkkbn.go.id)

싱가포르는 ECA International의 조사결과에 따르면, 외국인 거주자들이 살기에 가장 좋은 나라 1위를 차지했다. 낮은 범죄율, 훌륭한 의료시설 및 인프라로 인하여 싱가포르는 항상 상위권에 랭크된다고 조사업체에서 발표하였다. 2016년 수라바야, 말랑, 발리, 마카사르에서 총 234,300명이 방문하였고 이는 인도네시아 전체 입국자의 8%이상을 차지하는 수치였다. 또한 4개의 도시들은 2011년부터 2016년 까지 매년 평균적으로 6.5%씩 성장세가 나타났다. 싱가포르관광청, 창이공항, 싱가포르 항공은 더 많은 관광객 유치에 위해 3자 공동사업 관련협약강화 등의 내용으로 MOU를 갱신하였다고 발표했다. 금번 갱신된 협약에서는 향후 3년간 싱가포르 관광프로그램 확장 및 홍보, 창이공항의 STOP OVER 프로그램 개발 등 총33.75million달러를 투자할 계획이 있다. 또한 싱가포르 창이공항을 최고의 STOP OVER 공항으로 발전시키기 위해 로컬음식투어, 시내관광 등 Free Singapore Tour 프로그램을 확장할 계획이 있다. 싱가포르의 Free Singapore Tour는 환승관광객들에게 큰 인기를 얻고 있으며 2016년 환승관광 프로그램에 참여한 관광객은 2015년 대비 8% 증가한 59,000명으로 조사 되었다.⁴⁸⁾

필리핀은 2017년 1월 외국인직접투자(FDI)는 전년대비 13.2% 증가한 6억 8,500만 달러로 상승세가 지속되고 있다. 필리핀중앙은행(BSP)은 1월의 순 유입이 급격하게 증가한 이유는 투자자들이 필리핀의 경제 성장 잠재력에 낙관적이기 때문이라고 발표하였다. 필리핀의 지난해 경제성장률은 동남아 국가 중 가장 빠른 6.9%였으며, 사회경제계획국은 2017년 경제성장률이 7%를 기록할 것으로 전망하였다. 안전문제 등으로 필리핀 관광경쟁력 순위는 세계경제포럼(WEF)의 2017년 관광경쟁력 보고서에 의하면 필리핀은 136개국 중 79위를 차지하여 지난번보다 순위가 5단계 하락했다.⁴⁹⁾ 또한 스포츠 관광이벤트, 이를 테면 자동차 경주대회, 프리스비 게임, 자동차 쇼 및 필리핀국제 열기구대회 등이 있는데 매년 11만 명 이상의 내·외국인 방문객이 차지하고 있다.⁵⁰⁾ 필리핀 정부는 2017년 650만 명의 외래 관광객 유치를 목표로 하고 있으며, 2022년에는 1200만 명의 외래 관광객 유치를 대두고 있다.⁵¹⁾

48) New Straits Times,(싱가포르관광청) 2017,4,18

49) 한국관광공사(2017). 관광시장 동향 [전자자료] p. 24-43

50) m.philstar.com. Philippine Star news,2017.

51) <https://businessmirror.com.ph>(Business Mirror2017)

<표2-4> 동남아 주요국 아웃바운드 규모

구분	2010년 (단위:천명)	2011년 (단위:천명)	2012년 (단위:천명)	2013년 (단위:천명)	2014년 (단위:천명)	2015년 (단위:천명)
브루나이	139	141	214	209	225	..
캄보디아	846	935	2,508	3,584	4,210	4,503
인도네시아	7,551	8,531	7,003	8,044	8,802	9,435
라오스	1,201	1,461	1,670	2,140	2,510	..
말레이시아	8,885	9,300	24,577	25,033	25,715	2,743
미얀마	612	658	792	1,059	2,044	3,081
필리핀	4,931	5,064	3,520	4,273	4,681	4,833
싱가포르	19,398	19,436	9,161	11,098	11,898	11,858
태국	6,235	6,884	15,946	22,354	26,547	24,780
베트남	3,601	4,329	5,050	6,848	7,572	7,874

자료: UNWTO(2016) 「Key outbound tourism market in south-east asia」, 아세안 관광통계 데이터베이스

최근 저가 항공사 운항 확대는 아웃바운드 성장에 긍정적 요인으로 한~아세아 간의 항공좌석 공급이 항공여행수요를 창출할 가능성이 높아지고 있다. 동남아는 한류콘텐츠의 대표 소비지역으로서 말레이시아, 인도네시아, 태국 등 현지 한류 팬들을 방한 의향이 매우 높게 나타나고 있다. IPK International's World Travel Monitor에서 실시한 동남아시아 여행시장 조사에 따르면, 전체 응답자의 2/3는 세계 금융위기가 그들의 여행계획에 전혀 영향을 미치지 않을 것으로 결과가 나왔다.⁵²⁾ 선행 조사연구 결과에 따르면, 동남아현지의 한류 팬들은 한국 방문 시 한국음식, 유명관광지방문과 특히 K-pop공연 관람에 관심 높아지고 있다.

52) 이원희(한국문화관광연구원,2015). 「동남아 주요국 관광시장 분석」 p.145(재인용)

<표2-5> 동남아 주요 경제지표

국가/지역	2016년			
	총생산 (십억 달러)	1인당 GDP (달러)	GDP 성장률%	소비자 물가 지수 상승률%
브루나이	12.91	31,786.08	1.2	0.3
캄보디아	18.46	1,194.25	7.0	3.0
인도네시아	857.68	3,458.68	5.8	7.0
라오스	12.60	1,860.96	8.2	6.4
말레이시아	294.33	9,936.89	4.7	2.1
미얀마	65.31	1005.78	7.5	5.5
필리핀	285.02	2,923.72	7.2	3.0
싱가포르	291.94	54,071.71	4.1	2.4
태국	395.76	5,800.44	2.9	2.2
베트남	193.47	2,157.01	5.4	6.6

자료: 「2016 한~아세안 통계집」 pp. 26-33

그러므로 동남아 국가들이 경제적으로 성장을 보이고 특히 인도네시아, 태국, 말레이시아 등 동남아 주요 국가들은 최근 연평균 경제 성장률이 세계 성장률을 상회하고 있으며, 그렇게 급속한 경제성장과 중산층 인구 증가는 자국 내 여행활성화뿐만 아니라 아웃바운드 여행 시장의 수요 증가에도 영향을 미칠 수 있다. 현재 동남아 아웃바운드 시장은 아세안 역내 관광이 주를 이루고 있는 만큼, 향후에도 동남아 관광객들의 수요가 아세안 역외 관광으로 전환될 수 있다고 예상하며, 또한 앞으로도 동남아 아웃바운드 시장이 성숙되면서 단체 패키지여행보다는 개별 자유여행(FIT)에 대한 선호가 크게 증가할 것으로 예상된다.⁵³⁾

53) 한국문화관광연구원(2015). 「동남아 주요국 관광시장 분석」(재인용)

2) 방한 동남아 관광객의 특성

아세안 인구의 약60%는 35세 이하 젊은 층이며, 2010년 5,000만 명 수준이었던 중산층 인구는 2020년 약1억 명으로 증가해 거대한 소비시장이 될 것으로 예측된다. 아세안의 10개 회원국들은 민족, 역사, 문화, 종교 등이 서로 다르며 회원국 간 경제발전 격차도 큰 것으로 보인다. 예를 들어, 태국은 차기 왕권 교체로 인한 정치적 불안정과 인구 증가율 감소가 아웃바운드 시장에 영향을 미칠 수 있으며, 인도네시아의 경우 고도의 경제성장과 거대한 소비인구가 아웃바운드 시장의 발전 요인이다. 동남아 주요 국가의 일반 해외여행 소비자와 방한 외래 관광객 조사결과를 비교해 보면, 한국의 경우 주로 가족단위의 단체 패키지여행 형태로 방문한 비율이 매우 높다.

한류콘텐츠를 소비하는 동남아 젊은 연령층에게 한국은 유럽의 ‘파리’와 같은 국가 이미지를 형성하여 있다. 동남아는 한류콘텐츠의 대표 소비지역으로서 말레이시아, 인도네시아, 태국 등 현지 한류 팬들의 방한 의향이 매우 높아지고 있다. 현지 한류 팬들은 한국 여행 시 언어소통에 대한 걱정이 많으며, 실제로 방한 동남아 관광객들도 언어소통에 대한 불만이 가장 높게 나타나고 있다. 선행 조사연구 결과에 따르면, 동남아 현지의 한류 팬들은 한국 방문 시 한국음식 체험, 유명관광지 방문, 한국 대중문화 체험을 선호하고 특히 K-pop 공연 관람을 선호도가 높게 나타났다.⁵⁴⁾

태국 국민은 전 세계 여러 나라에서 무비자 입국 혹은 입국 비자가 허용되어 있다. 무비자로 홍콩, 마카오를 여행할 수 있으며 일본을 방문할 경우 체류기간 15일까지, 한국 방문 시 체류기간 90일까지는 비자가 요구되지 않는다. Euromonitor International(2012)의 연구에 따르면 전체 태국인 아웃바운드 시장의 78%~80%는 레저 목적의 여행이었고 최근에 사업 목적에 비해 레저 목적의 여행이 더 증가되어 있다. 태국인들의 해외여행의 주된 목적이 휴양(27%), 전통문화체험(19.8%), 쇼핑(16%) 등으로 나타났다. 해외를 방문 시 이용한 여행형태

54) 한국관광공사 외래 관광객 실태조사(2015). ‘2015년 기준 외래 관광객 실태조사에서는 태국에 거주하는 방한관광객 661명을 대상으로 설문조사를 실시하였으며, 가중치를 부여한 분석결과를 제시하고 있음’

는 패키지 단체여행(34.8%), 개별여행(31.7%)으로 나타났고, 해외여행 시 애인/배우자(46.1%)나 친구(36.9%)를 동반하는 경우가 가장 많으며, 직장동료(18.4%), 부모님(14.3%), 자녀(12.3%), 혼자(7.2%)로 나타났다. 태국인들이 해외여행 중에 가장 많이 경험한 활동은 쇼핑(45.1%), 음식체험/식도락(38.6%), 자연풍경 감상(37.5%), 전통문화 체험(31.4%) 순으로 나타났다.⁴⁰⁾ UNWTO&Tourism Australia(2015) 조사에서도 태국인들은 관광(51%)과 쇼핑(49%)활동을 가장 선호하는 것으로 나타나고 있다. 친구·친지 등 지인의 추천(59%)이 가장 많았으며, 여행사(43.7%), 여행안내책자(41.6%), 여행·일반잡지(37.9%), 인터넷(78.1%) 등으로 나타났다. 그리고 본국과는 다른 경관과 날씨, 새로운 곳으로의 방문기회 등이 여행 목적지 선택 시 주요 고려요인인 것으로 나타났다.⁵⁵⁾

말레이시아 국민은 전 세계 여러 나라에 무비자 입국 혹은 입국 비자가 허용되고 있다. 한국하고는 사증면제 협정이 체결되어 있어서 체류기간 90일까지는 무비자로 한국을 여행할 수 있다. 말레이시아는 다양한 인종과 종교가 어우러진 국가로서 문화적 다양성을 인정하며 문화산업 발전을 위해 외국 프로그램을 적극 수용하고 있다. 전체 말레이시아인 아웃바운드 여행의 약72%가 레저 목적이었으며,⁵⁶⁾ MICE를 포함한 비즈니스 목적 여행은 전체의 약28%로 나타났다. 한국관광공사에서 실시한 마케팅 조사(2011)에서는 말레이시아인들의 해외여행의 주요 목적은 휴양(28.2%), 쇼핑(24.4%), 테마파크/유흥/오락(12.1%) 문화유적지 방문(10.1%) 등이었다. 해외여행 할 때 가장 선호하는 교통수단은 육상교통(56%), 항공교통(38.4%)을 자주 이용한다. 해외여행 방문 시 이용한 여행형태는 개별 자유여행(54.0%), 에어-텔(29.2%), 패키지 단체여행(16.8%)로 나타났다. 해외여행 시 친구(46.6%)를 동반하는 경우가 가장 많으며, 애인/배우자(34.2%), 부모님(23.8%), 자녀(12.1%), 직장동료(6.0%),혼자(5.0%)로 나타났다. 친구·친지 등의 추천(75.2%)이 가장 많은 것으로 나타났고, 그다음으로 여행·일반잡지(33.9%), 여행사(29.5%), 인터넷광고(26.8%) 등으로 나타났다. 여행 목적지를 선택할 때 주요 고려사항은 ‘여행지로 잘 알려짐’, ‘여행경비가 저렴함’, ‘자연경관이 수려함’ 등을

55) 김문영(2014). 태국 내 한류 시장동향 및 발전방향 연구(재인용)

56) UNWTO·Tourism Australia(2015). 「Key Outbound Tourism Markets in South-East Asia.」(재인용)

보고 선택한다. 해외여행 중 가장 많이 경험한 활동은 쇼핑, 시티투어, 현지인의 생활체험, 나이트 라이프, 놀이공원/테마파크 등의 활동을 선호하는 것으로 나타났다.⁵⁷⁾

인도네시아 국민의 경우 싱가포르, 태국, 말레이시아, 캄보디아, 라오스, 베트남, 필리핀 등 아세안 국가들 방문 시 비자가 필요 없다. 인도(전산비자), 홍콩은 30일까지 비자 없이 체류 가능하다. 일본은 무비자로 15일간 방문할 수 있고 중국(하이난 제외)과 한국은 비자 발급이 요구된다. 한국은 인도네시아인들이 가장 선호하는 해외 방문국가 중 하나로 2009년 약8만 명에서 2013년 약19만 명으로 늘어났으며, 이러한 요인 중 하나는 인도네시아 현지의 한류 인기로 인한 한국관광 의향 증가로 분석된다.⁵⁸⁾ Euromonitor International(2012)의 연구에 따르면 전체 인도네시아인 아웃바운드 시장의 약83%는 레저 목적의 여행이었으며, 최근 사업 목적에 비해 레저 목적의 여행이 더 빠른 증가세를 보이고 있다. 한국관광공사에서 마케팅조사 (2014),⁵⁹⁾에서는 인도네시아인들의 해외여행의 주요 목적이 쇼핑(24%), 식도락/음식문화 체험(16.9%), 문화유적 방문(16.9%) 등으로 나타났다. UNWTO&Tourism Australia(2013)에 의해 가장 선호하는 교통수단은 항공교통(68%), 해상교통(17%), 육상교통(15%)을 자주 이용하는 것으로 나타났다. 해외여행 형태에 관해 그룹투어의 비중을 약38.5%, 개별 자유여행의 비중을 약 25.5%로 제시 하였다. 한국관광공사(2011)에 따르면 해외여행 시 친구(30.2%), 애인/배우자(24.9%), 부모님(16.4%), 직장동료(16.0%), 자녀(15.1%), 혼자(14.7%) 등으로 나타났다. 가장 많이 경험한 활동은 쇼핑(70.7%), 자연풍경 감상(58.2), 음식체험/식도락(56.0%), 역사/문화유적 관광(28.4%)으로 나타났다. 친구/친지 등 지인의 추천(73.3%), 인터넷 광고(65.8%), 여행잡지/일반잡지(33.8%), 여행사(32.9%), 여행안내책자(31.6%) 등의 순으로 여행정보를 얻은 것으로 나타났다. 인도네시아 관광소비자 마케팅조사(2011)에 따르면 전체 응답자의 약74.2%가 개

57) 한국관광공사에서 실시한 마케팅 조사(2011). 말레이시아에 거주하며 최근 2년 이내 해외여행을 경험했거나, 향후 1년 이내 해외여행계획이 있는 성인 남녀 약 400명을 대상으로 온라인 조사를 실시함.

58) 당종례(2014). 인도네시아 한류현황. 한류나우 5호.

59) 한국관광공사 마케팅 조사(2014). '한국관광공사는 인도네시아에 거주하며 최근 2년 이내 해외여행을 경험했거나, 향후 1년 이내 해외여행 계획이 있는 성인 남녀 약500명을 대상으로 개별 면접조사를 실시함'

별자유여행을 이용한 것으로 나타났으나 타 보고서에서는 여행행태에 관해 그룹투어의 비중을 약38.5%, 개별 자유여행의 비중을 약25.5%로 제시하고 있다. 인도네시아인들은 해외여행 목적지를 선택할 때 ‘저렴한 여행경비’ 측면을 가장 많이 고려하며, 또한 ‘수려한 자연경관’이나 ‘쇼핑의 편리함’ 등도 중요한 요인으로 나타났다.⁶⁰⁾

<표2-6> 동남아 주요국 여행특성

국가	동반자	해외여행목적	여행 형태	선택 이유
태국	애인/배우자(64.1%), 친구(36.9%), 직장동료(18.4%), 부모님(14.3%), 자녀(12.3%), 혼자(7.2%)	레저(78%~80%), 휴양(27%), 전통문화체험(31.4%), 자연풍경감상(37.5%), 음식체험(38.6%), 쇼핑(45.1%)	패키지/단체여행 (34.8%), 개별여행(31.7%)	친구·친지추천(59%), 여행사(43.7%), 여행안내책자(41.6%), 여행·일반잡지(37.9%), 인터넷(78.1%)
말레이시아	친구(46.6%), 애인/배우자(34.2%), 부모님(23.8%), 자녀(12.1%), 직장동료(6.0%), 혼자(5.0%)	휴양(28.2%), 쇼핑(24.4%), 테마파크/유흥/오락(12.1%) 문화유적지 방문(10.1%)	개별여행(54.0%), 에어-텔(29.2%), 패키지/단체여행 (16.8%)	친구·친지추천(75.2%), 여행·일반잡지(33.9%), 여행사(29.5%), 인터넷광고(26.8%)
인도네시아	친구(30.2%), 애인/배우자(24.9%), 부모님(16.4%), 직장동료(16.0%), 자녀(15.1%), 혼자(14.7%)	쇼핑(24%), 식도락/음식문화 체험(16.9%), 문화유적 방문(16.9%)	개별여행(25.5%), 그룹투어(38.5%)	친구·친지추천(73.3%), 인터넷광고(65.8%), 여행·일반잡지(33.8%), 여행사(32.9%), 여행안내책자(31.6%)

자료: 한국관광공사 외래 관광객 실태조사(2015)내용을 토대로 하여 연구자가 직접 작성함

60) 이원희(2015). 「 동남아 주요국 관광시장 분석 」 pp.145(재인용)

3. 중요도-성취도(IPA)분석

1) 중요도-성취도(IPA)분석기법

중요도-성취도 분석(Importance Performance Analysis:IPA)기법은 고객들이 중요시하는 것에 대한 고객의 만족도를 매트릭스 상의 좌표로 표시하여 식별하는 방법으로 고객만족은 특정 속성에 대한 고객의 기대수준과 그러한 속성에 대한 실행도에 의해 결정된다고 보는 것이다. IPA는 이용자 만족도를 측정하기 위하여 먼저 이용자가 이용 전 어떤 속성을 중요 하게 여기는지를 조사한 다음 이용 후 성취도를 이용자 스스로가 평가하게 하여 각 속성의 상대적인 중요도와 성취도를 동시에 분석하는 기법이라고 하였다.⁶¹⁾

[그림2-1] 중요도-성취도(IPA)분석 모형



관광지 선택속성의 중요도-성취도 분석은 평가한 중요도와 성취도의 값을 이용하여 IPA 격자모형을 그리게 되는데, 중요도와 성취도의 평균값을 활용하여 격자상자에 I.사분면부터 IV.사분면까지 표시하고 이에 포함된 속성들을 분면에 따라 달리 해석을 하게 된다. I.사분면은 제주를 방문하는 동남아 관광객들이

61) Hammitt(1996). Going beyond Importance-Performance analysis to analyze the observance-influences of park impacts. pp.45-62(김시중2017재인용)

관광지 선택속성에 대하여 중요도를 높이 평가하고 있고, 성취도 또한 높게 평가하고 있어 현재의 상태를 지속적으로 유지해 나가는 것이 바람직하다고 표시되는 분면이다. II.사분면은 제주를 방문하는 동남아 관광객들이 관광지 선택속성에 대해 중요도는 높이 평가하고 있으나 성취도는 낮게 평가하고 있어 향후에 노력을 집중해야 하는 속성들이 제시된 분면이다. III.사분면은 제주를 방문하는 동남아 관광객들이 관광지 선택속성에 대한 중요도를 낮게 평가하고 있고 성취도 또한 낮은 상태로 현재 이상의 노력이 불필요한 상태를 나타내는 분면이다. IV.사분면은 제주를 방문하는 동남아 관광객들이 관광지 선택속성에 대하여 중요도를 낮게 평가하고 있으나 성취도가 과잉되게 나타난 상태로 투입된 노력을 다른 속성에 투입해야 할 것으로 판단되는 분면이다. <그림 2-1>에서 보는 바와 같이 중요도-성취도 분석을 통해 우선순위의 항목을 도출할 수 있으며 정해진 인력과 예산으로 우선적으로 투자해야할 사항을 결정하는 데에 유용한 정보를 제공한다.⁶²⁾

2) 중요도-성취도(IPA)분석에 대한 선행연구

IPA분석법은 수행과정과 결과해석을 용이하여 실무적으로 가장 활용도가 높다고 하였다. IPA연구의 시작인 Martilla·James(1977)에 의해 개발된 이후 연구자들이 계속 적용되어왔다. Martilla·James는 소비자 만족이 제품에 대해 느끼는 소비자의 기대감과 제품속성의 활용도에 대한 판단에 따라 결정된다고 보아, 소비자 의견조사에 의한 경영진단기법을 제안한 것이 최초의 연구였다.⁶³⁾

Blake·O'Leary(1979)는 지방 정부의 행정 서비스에 한 시민의식 분석, O'Leary·Adams·Parker(1981)는 강변 레크레이션 개발에 대한 시민 의식조사,⁶⁴⁾ Mills·Snepenger(1983)는 미공병단에서 Arkansas지역의 야외행락지에 대한 경영

62) 윤승현(2010). 「지속가능경영 추진을 위한 바람직한 프로그램 개발 방향에 관한 사례연구: H지속가능경영 실천 사례를 중심으로」

63) Martilla·James(1977). 「Importance-performance analysis: The Journal of Marketing」 (김석근2009재인용)

64) JT O'leary,MB Adams,LW Parker(1981). Importance Performance Analysis: An Aid to Problem Identification in Urban River Recreation Development.

진단에 적용한 바 있다. Warnick(1983)과 Barnes(1984)는 도시 및 공원과 행락지의 서비스 및 시설에 대한 평가에 이 방법을 채용하였으며, Guadagnolo 등(1984)은 Essex County의 공원·행락 및 문화국에서 주관하는 수십 개의 서비스 및 시설에 한 평가에 적용한 바 있다. 그다음에는 Allen S. Mills 등(1986)은 Texas 지역에 위치한 Lyndon B. Johnson 사공원의 장기적인 프로그램개발과 정책수립을 하여 이용자 특성과 이용자 선호를 분석하는데 IP분석을 적용하여 향후 제공되어야 할 시설과 서비스를 결정하는 자료로 활용하였다.

Hammitt(1996)에 의하면 IPA는 이용자 만족도를 측정하기 위하여 먼저 이용자가 이용 전 어떤 속성을 중요 하게 여기는지를 조사한 다음 이용 후 성취도를 이용자 스스로가 평가하게 하여 각 속성의 상대적인 중요도와 성취도를 동시에 분석하는 기법이라고 하였다(박진영 외2000).⁶⁵⁾ 이러한 이유로 IPA는 여러 분야에서 사용되고 있으며, 특히 관광분야에서 많이 이용되어왔고 적용범위 또한 점차 확산되어 가고 있다.

국내에서는 김성일(1991)은 가야산 국립공원의 시설과 서비스에 대한 공원이용자의 중요도 및 성과 평가를 토대로 가야산 국립공원의 공원경영전략을 제시한 바 있고, 강선정(1999)은 경상북도 관광농원을 대상으로 한 관광농원의 활성화 방안에 IP분석을 적용한 바 있으며,⁶⁶⁾ 최기중·박상현(2001)은 IPA를 이용한 관광지 평가 산정호수 사례연구에서 IPA가 산정호수의 평가와 개선에 대한 방향을 제시하고 같은 처지의 관광지에서도 IPA이용과 활용에 한 사례로써 평가의 목적을 달성하기 위하여 IPA의 개념과 응용사례를 검토하고, 선행연구를 통하여 유사개념을 비교하였다.⁶⁷⁾

오상훈·고계성(2005)은 IPA모형을 이용한 제주도 같은 섬 관광지 매력성을 평가하는데 있어 섬 매력요인에 대한 사전 중요도와 사후 만족도에 대해 어떠한 차이가 있나 살펴보았다. 제주의 매력속성은 자연 매력물, 계절과 기후, 자연경치, 스포츠 활동, 교통 접근성, 다양한 숙박시설, 지방색, 역사/문화 매력물, 물가,

65) Hammitt(1996). Going beyond Importance-Performance analysis to analyze the observance-influences of park impacts. pp.45-62(재이용)

66) 강선정(1999). <중요도-성취도> 분석에 의한 觀光農園의 活性化 方案에 관한 研究 : 慶尙北道 觀光農園을 대상으로

67) 박상현(2001). 관광지 개선을 위한 IPA 이용과 범위설정 에 관한 연구.

교통 편리성, 관광 쇼핑, 안내 관광정보, 다양한 주제공원, 지역축제, 휴양형 숙박 시설, 야간 여흥, 다양한 먹거리, 조용한 분위기, 여유스러움, 청결과 위생, 관광 안전, 종사원 서비스, 지역주민 환대태도, 이국적 분위기, 교육용 시설물 등 총25개의 매력성을 포함한다. 결과는 “고도의 집중력을 필요” I.사분면에 3개의 속성이 교통 편리성, 종사원 서비스, 주민환대태도가 있다. “현재의 좋은 직업상태유지필요” II.사분면에 10개의 속성이 자연 매력물, 계절과 기후, 자연경치, 교통 접근성, 다양한 숙박시설, 지방색, 역사/문화 매력물, 청결과 위생, 관광안전, 이국적 분위기가 있으며, “우선순위가 낮음”의 III.사분면에 9개의 속성은 스포츠 활동, 물가, 관광쇼핑, 안내/관광정보, 다양한 주제공원, 지역축제, 야간 여흥, 다양한 먹거리, 교육용 시설물을 포함하고, IV.사분면에 3개의 속성이 휴양형 숙박시설, 조용한 분위기, 여유로움이 존재하였다.⁶⁸⁾

양리나·김시중(2010)은 중요도-성취도 분석에 의한 덕산온천 관광지 선택속성 평가를 했는데 중요도-성취도 분석에서 차이 분석결과 차이가 작은 속성에 대해서는 현재의 전략을 유지하는 것이 바람직하며, 차이가 큰 속성은 성취도를 높여 오천관광지 방문객들의 만족도를 높이는 방향으로 오천관광지에 대한 전략이 추진되어야 한다고 하며,⁶⁹⁾ 양제연·이태희(2011)은 재방문여부에 따른 동남아시아 리조트 선택속성IPA평가에 관한 연구를 통하여 선택속성 25개 항목에 대한 중요도-성취도 분석을 실시한 결과 I 사분면에 위치한 청결성, 안전성, 인적 서비스, 프라이버시 보장, 전망 우수성, 리조트 자연환경 우수성, 물놀이 시설, 휴양시설, 야외수영장, 외부 관광활동 등 10개 항목은 만족스러운 영역에 속하며 향후 지속적인 유지가 필요한 것으로 나타났다.⁷⁰⁾

68) 오상훈·고계성(2005). IPA를 이용한 섬 관광지 매력성 평가: 제주섬의 사례(재인용)

69) 양리나·김시중(2010). 중요도-성취도 분석에 의한 덕산온천 관광지 선택속성 평가

70) 양제연·이태희(2011). 재방문여부에 따른 동남아시아 리조트 선택속성 IPA 평가에 관한 연구

<표2-7> 중요도-성취도(IPA)분석 선행연구

연구자	연구
Martilla·James(1977)	소비자 만족이 제품에 대해 느끼는 소비자의 기대감과 제품 속성의 활용도에 대한 판단에 따라 결정된다고 보아, 소비자의견조사에 의한 경영진단기법을 제안함
Blake·O'Leary(1979)	지방 정부의 행정 서비스에 한 시민의식 분석
O'Leary·Adams Parker(1981)	강변 레크레이션 개발에 대한 시민 의식조사
Mills·Snepenger(1983)	미공병단에서 Arkansas지역의 야외행락지에 대한 경영진단에 적용함
Warnick(1983)과 Barnes(1984)	도시 및 공원과 행락지의 서비스 및 시설에 대한 평가에 이 방법을 채용함
Guadagnolo 등(1984)	Essex County의 공원·행락 및 문화국에서 주관하는 수십 개의 서비스 및 시설에 한 평가에 적용함
Allen S. Mills 등(1986)	Texas 지역에 위치한 Lyndon B. Johnson 사공원의 장기적인 프로그램개발과 정책수립을 하여 이용자 특성과 이용자 선호를 분석하는데 IP분석을 적용함
Hammitt(1996)	이용자가 이용 전 어떤 속성을 중요 하게 여기는지를 조사한 다음 이용 후 성취도를 이용자 스스로가 평가하게 하여 각 속성의 상대적인 중요도와 성취도를 동시에 분석하는 기법
김성일(1991)	시설과 서비스에 대한 공원이용자의 중요도 및 성과 평가를 토대로 가야산 국립공원의 공원경영전략을 제시함
강선정(1999)	경상북도 관광농원을 대상으로 한 관광농원의 활성화 방안에 IP분석을 적용함
최기중·박상현(2000)	관광지 평가 산정호수 사례연구에서IPA가 산정호수의 평가와 개선에 대한 방향을 제시하고 같은 처지의 관광지에서도 IPA이용과 활용에 한 사례로써 평가의 목적을 달성하기 위하여 IPA의 개념과 응용사례를 검토하고, 선행연구를 통하여 유사개념을 비교함
오상훈·고계성(2005)	IPA모형을 이용한 제주도 같은 섬 관광지 매력성을 평가하는데 있어 섬 매력요인에 대한 사전 중요도와 사후 만족도에 대해 어떠한 차이가 있는지 살펴봄
양리나·김시중(2010)	덕산온천관광지 선택속성 평가를 했는데 중요도-성취도 분석에서 차이 분석결과 차이가 작은 속성에 대해서는 현재의 전략을 유지하는 것이 바람직하며, 차이가 큰 속성은 성취도를 높여 온천관광지 방문객들의 만족도를 높이는 방향으로 온천관광지에 대한전략이 추진되어야 함
양제연·이태희(2011)	재방문여부에 따른 동남아시아 리조트 선택속성IPA평가에 관한 연구를 통하여 선택속성 25개 항목에 대한 중요도-성취도 분석을 실시함

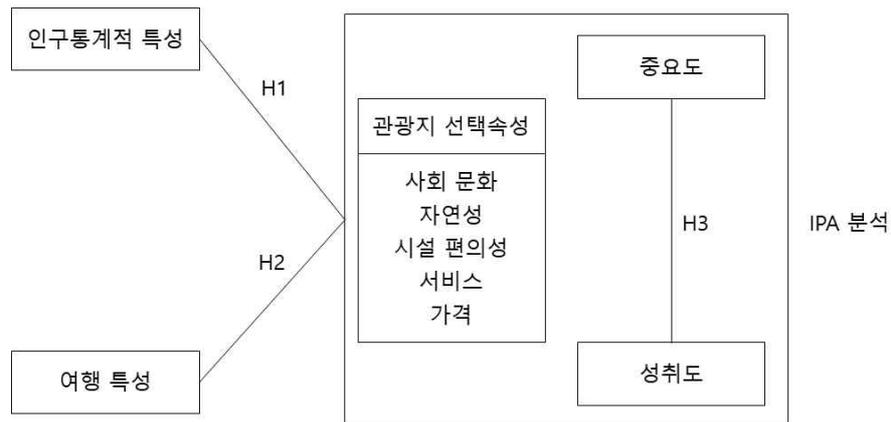
자료: 선행연구들을 살펴봄으로서 연구자가 작성함

Ⅲ. 연구방법 및 설계

1. 연구모형 및 가설 설정

1) 연구모형 및 가설 설정

본 연구는 연구의 목적을 달성하기 위하여 관광객이 관광목지를 선택하는데 있어 고려하는 속성을 선행연구를 통해 살펴보았다. 선행연구들을 통해 관광지 선택속성을 바탕으로 하여 IPA(Importance Performance Analysis)를 이용해서 중요도와 성취도의 차이를 알아보고자 한다. IPA를 통해 비교연구하며 동남아 관광객의 인구통계학적특성(성별, 연령, 학력, 국적, 직업) 등에 따라 선택속성의 차이 여부를 알아보고, 동남아관광객의 여행특성(방문횟수, 동반자, 제주여행정보 습득, 체재일수) 등에 따라 선택속성의 차이 여부에 대한 알아보고자 하는 것이 본 연구의 목적이다. 이러한 본 연구의 연구모형은 아래 [그림3-1]와 같다.



[그림3-1] 연구모형

가설1. 동남아 관광객의 인구통계학적 특성에 따라 관광지 선택속성은 차이가 있을 것이다.

가설2. 동남아 관광객의 여행특성에 따라 관광지 선택속성은 차이가 있을 것이다.

가설3. 동남아 관광객의 관광지 선택속성의 중요도와 성취도는 차이가 있을 것이다.

본 연구에서 설정된 가설검증을 통해 동남아 관광객들의 관광지를 선택할 때 중요도와 성취도에 대한 평가를 알아보고자 하며, 긍정적으로 작용하는 관광지 선택속성 요인을 도출하고 이에 따른 관광지 개발 및 마케팅 관리/운영에 방안을 도출하고자 한다.

2) 변수의 조작적 정의 및 측정

관광지 매력속성을 평가하는데 섬 매력요인에 대한 사전 중요도와 사후 만족도에 대해 어떠한 차이가 있나 살펴보았다. 제주의 매력속성은 자연 매력물, 계절과 기후, 자연경치, 스포츠 활동, 교통 접근성, 다양한 숙박시설, 지방색, 역사/문화 매력물, 물가, 교통 편리성, 관광 쇼핑, 안내 관광정보, 다양한 주제공원, 지역축제, 휴양형 숙박시설, 야간 여흥, 다양한 먹거리, 조용한 분위기, 여유스러움, 청결과 위생, 관광안전, 종사원 서비스, 지역주민 환대태도, 이국적 분위기, 교육용 시설물 등 총 25개의 매력성을 포함한다(오상훈·고계성,2005).

위에 제시한 관광지 속성들과 차재만(2013), 이재섭·권안요(2011), 정균표(2011) 등 연구를 바탕으로 시설 편의성, 사회문화성 서비스, 가격, 자연성으로 속성들을 측정하였다.

본 연구에서 제시한 속성인 시설 편의성으로는 공항시설, 편의시설, 쇼핑시설, 교통시설, 숙박 시설, 관광지의 다양성 등으로 설정하였다. 사회문화성으로는 지방색, 다양한 볼거리, 음식의 다양성, 음식의 맛으로 설정하였고, 서비스는 관광안내, 외국어 설치, 치안 안정성으로 설정하였다. 가격은 숙박시설가격 저렴한 여행비용, 교통비용, 관광지 물가로 설정하였고 마지막으로 자연성은 아름다운 자

연자원, 공기의 깨끗함, 관광하기 좋은 기후로 설정하여 조사를 실시하였다. 설문지 척도는 5점 척도로 하여 중요도 분석 5점 척도에서 1점은 ‘전혀 중요하지 않음’부터 5점은 ‘매우중요’로 하였고, 성취도 분석 5점 척도에서 1점은 ‘매우불만족’부터 5점은 ‘매우만족’으로 측정 하여 실시하였다.

2. 설문지 구성과 설정

1) 설문지 설계 및 구성

본 연구에 작성한 설문지의 구성 항목은 관광활동특성 4개 문항, 관광지 선택속성 중요도 20개 문항 및 성취도 20개 문항, 인구통계학적 특성 5개 문항으로 작성하였다. 구체적인 설문지의 구성 항목을 살펴보면 관광활동특성은 방문 횟수, 동반자, 제주 여행정보 습득, 체재일수 등 4개 문항으로 구성하였고, 관광지 선택속성의 중요도와 성취도에 관한 문항은 공항시설, 교통의 편리성, 편의시설(휴게실, 화장실), 편리한 쇼핑시설, 숙박시설, 관광지의 다양성, 지방색(여기에서만 볼 수 있는 것) 다양한 볼거리, 음식의 다양성, 음식의 맛, 관광안내책자, 관광지의 외국어 설치, 제주관광의 안정성, 숙박시설가격, 교통비용, 저렴한 여행비용, 제주 관광지 물가, 아름다운 자연자원, 깨끗한 공기, 관광하기 좋은 날씨 등으로 20개 문항을 구성하였고, 마지막 인구통계학적 특성으로는 성별, 연령, 학력, 국적, 직업 등 5개 문항으로 작성되어졌다. 본 설문지의 주요 항목별 내용은 <표3-1>과 같다.

<표3-1> 설문지 구성내용

내용	문항 수	척도
I. 관광활동 특성에 관한 문항	4	명목 척도
II. 관광지 선택속성의 중요도에 관한 문항	20	리커트 5점 척도
III. 관광지 선택속성의 성취도에 관한 문항	20	리커트 5점 척도
IV. 인구통계학적특성에 관한 문항	5	명목척도

2) 표본추출과 조사방법

본 연구의 실증분석을 위한 과학적 조사가 효율적으로 수행할 수 있도록 조사 자료는 다음과 같은 조사 설계에 의해서 수집되었다.

첫째, 연구의 조사 대상은 제주를 관광하고 자신의 본 거주지로 돌아가는 동남아 관광객을 대상으로 설정하였다.

둘째, 설문조사에 동행하는 조사원은 설문지에 대한 충분한 교육을 받은 후 조사를 실시하였다.

셋째, 설문조사 시점은 2017년 9월 25~10월 11일까지 총 17일간 제주도를 방문하고 돌아가는 동남아 관광객 대상으로 제주공항에서 설문조사를 실시하여 총 280부 중 응답이 부실하거나 편향성을 보이고 신뢰도가 떨어지는 35부를 제외한 최종 245부를 확정하여 실증분석에 사용하였다.

<표3-2> 자료 수집방법

조사대상	제주도 방한 동남아 관광객
조사시점	2017년 9월 25일~10월 11일(17일 간)
조사장소	제주국제공항
조사방법	자기기입식 조사
조사된 설문지 수	280부
제외한 설문지 수	35부
최종 설문지	245부

IV. 실증분석결과

1. 표본의 일반적 특성

1) 표본의 인구 통계적 특성

본 연구의 목적을 달성하기 위한 표본의 구성은 각 연구 대상지를 방문하여 구조화된 설문지를 배포하였고, 배포한 설문지 280부 중 불성실한 응답 35부를 제외한 최종 유효 표본은 245부의 유효 표본을 얻을 수 있었다. 이용 통계기법으로는 크게 기술적 통계분석(descriptive statistics)과 다변량 통계분석(multivariate statistical) 방법을 활용하였다. 기술적 통계는 단순빈도분석(simple frequency), 백분율(%), 평균(mean) 등을 산출하였으며, 다변량 통계분석으로는 신뢰도분석(reliability analysis), T-검정(t-test), 요인분석(factor analysis), ANOVA분석, IPA 매트릭스 등을 적용하였다.

구체적으로 살펴보면 성별은 여성이 177명(72.2%), 남성 68명(27.8%)으로 여성이 남성보다 많았다. 연령은 20대가 99명(40.4%)으로 가장 많았으며, 30대 64명(26.1%), 40대 35명(14.3%), 50대 34명(13.9%), 20세 이하 13명(5.3%) 순으로 조사되었다. 학력은 대학원 이상이 85명(34.7%)로 가장 많고, 고졸 83명(33.9%), 고졸 이하 42명(17.1%), 대학재학/졸업 35명(14.3%) 순으로 나타났다. 국적은 말레이시아가 68명(27.8%)으로 가장 많았고, 싱가포르 43명(17.6%), 베트남 37명(15.1%), 인도네시아 33명(13.5%), 태국 26명(10.6%), 미얀마 21명(8.6%), 필리핀 17명(6.9%)순으로 조사되었다. 직업의 경우 전문직이 58명(23.7%)으로 가장 많았고, 사무/관리직과 학생 48명(19.6%), 기타 27명(11.0%), 주부 25명(10.2%), 자영업 12명(4.9%), 기능/생산직과 서비스직 10명(4.1%), 무직 4명(1.6%), 농/수/축산업 3명(1.2%)순으로 나타났다. 응답자의 일반적 특성을 파악하기 위해 빈도분석을 실시하였으며 결과는 아래 <표4-1>과 같다.

<표4-1> 표본의 인구 통계적 특성

구분		빈도(명)	비율(%)
성 별	남성	68	27.8%
	여성	177	72.2%
연 령	20세 이하	13	5.3%
	20대	99	40.4%
	30대	64	26.1%
	40대	35	14.3%
	50대	34	13.9%
학 력	고졸 이하	42	17.1%
	고졸	83	33.9%
	대학재학/졸업	35	14.3%
	대학원 이상	85	34.7%
국 적	베트남	37	15.1%
	태국	26	10.6%
	필리핀	17	6.9%
	싱가포르	43	17.6%
	말레이시아	68	27.8%
	미얀마	21	8.6%
	인도네시아	33	13.5%
직 업	전문직	58	23.7%
	사무/관리직	48	19.6%
	기능/생산직	10	4.1%
	자영업	12	4.9%
	농/수/축산업	3	1.2%
	서비스직	10	4.1%
	주부	25	10.2%
	학생	48	19.6%
	무직	4	1.6%
	기타	27	11.0%

2) 표본의 여행 특성

표본의 여행 특성에 대해 빈도분석을 실시한 결과 제주 방문횟수는 처음방문이 205명(83.7%)으로 대부분이 처음 방문으로 나타났으며, 2회 34명(13.9%), 3회 이상 6명(2.4%) 순으로 나타나 전체 재방문율은 16.3%로 나타났다. 제주여행의 동반자에 대해 질문한 결과 친구/연인과 함께 왔다는 응답이 전체의 83명(33.9%)으로 가장 많았으며, 다음으로 가족동반(자녀)와 단체/모임이 각각 69명(28.2%), 혼자 13명(5.3%), 기타 11명(4.5%) 순으로 조사되었다.

제주 여행 정보 습득에 대해 질문한 결과 여행사가 114명(46.5%)로 가장 많았으며, 여행 안내책자 39명(15.9%), 기타 29명(11.8%), 인터넷 검색 27명(11.0%), 가족/친구 추천 26명(10.6%), 광고(TV, 신문) 10명(4.1%) 등으로 나타났다. 제주에서 체류한 일수에 대해 질문한 결과 2박 3일이 144명(58.8%)으로 가장 많았으며, 다음으로 1박 2일 미만 45명(18.4%), 3박 4일 29명(11.8%), 5박 6일 이상 25명(10.2%), 4박 5일 2명(0.8%) 순으로 조사되었다.

표본의 여행 특성은 다음의 <표 4-2>와 같다.

<표4-2> 표본의 여행 특성

구 분		빈도	비율
방문 횟수	처음	205	83.7%
	2회	34	13.9%
	3회 이상	6	2.4%
동반자	혼자	13	5.3%
	가족동반(자녀)	69	28.2%
	친구/연인	83	33.9%
	단체/모임	69	28.2%
	기타	11	4.5%
제주 여행 정보 습득	여행사	114	46.5%
	광고(TV, 신문)	10	4.1%
	가족/친구 추천	26	10.6%
	여행 안내책자	39	15.9%
	인터넷 검색	27	11.0%
	기타	29	11.8%
체재일수	1박 2일 미만	45	18.4%
	2박 3일	144	58.8%
	3박 4일	29	11.8%
	4박 5일	2	0.8%
	5박 6일 이상	25	10.2%

2. 신뢰성 및 타당성 분석

1) 측정 항목의 신뢰성 및 타당성 분석

연구 가설을 검증하기에 앞서 검증에 이용될 변수들의 신뢰성과 타당성에 대한 검증이 선행되어야 한다. 척도의 신뢰성(reliability)은 한 대상을 유사한 측정 도구로 여러 번 측정 하거나 한 가지 측정도구로 반복 측정 했을 때 일관성 있는 결과를 산출하는 정도에 관련된다. 측정방법에는 내적일관성(internal consistency), 반복측정 신뢰성(test-retest reliability), 대안항목 신뢰성(alternative-form reliability)등이 있는데 이중 가장 많이 사용되는 방법은 내적 일관성에 의한 방법이다⁷¹⁾. 본 연구에서는 신뢰도를 분석하기 위하여 Cronbach's Alpha계수를 사용하였는데 이는 문항들 간의 일치정도가 높아 응답자들이 일관성 없는 응답을 하지 않았을 것이라는 가정 하에 실시되며, 일반적으로 0.8~0.9이면 바람직하고 0.6이상이면 유의하다고 판단된다⁷²⁾. 타당성은 내용 타당성(content validity), 기준 관련 타당성(criterion-related validity), 개념 타당성(construct validity)의 개념으로 나누어 볼 수 있다. 일반적으로 내용 타당성은 측정된 측정도구의 대표성에 관한 개념이며 측정도구 자체가 측정하고자 하는 속성이나 개념을 특정할 수 있도록 되어 있는가를 평가하는 것이다. 즉, 측정도구가 측정대상이 가지고 있는 무수한 속성 중의 일부를 대표성 있게 포함하고 있으면 그 측정도구는 내용 타당성이 높다고 할 수 있다.

요인분석(factor analysis)은 실제로 존재하는 어떤 특정 사회현상에 관한 연구를 수행할 때 일련의 관측된 변수들을 근거로 직접 관측할 수 없는 개념(construct)을 확인하기 위한 것이다. 즉, 여러 변수들을 몇 개의 개념 또는 요인으로 묶어줌으로써 변수들의 내용을 단순화 할 수 있으며, 측정항목의 타당성을 평가할 수 있다. 탐색적 요인분석이 이론상으로 체계화되거나 정립되지 않은 연구의 방향 파악, 즉 주어진 자료가 몇 개의 요인으로 구성 될 것인지 알 수 없는 경우 공분산 행렬을 통해 최소의 요인개수 파악에 주로 사용되는 방법이다.

71) (2007). 『사회과학조사방법론』, 서울: 비엔앤북스, pp.179-182.

72) 이학식·임지훈(2007). 『SPSS 12.0 메뉴얼』, 과주: 법문사, pp.122-123.

2) 관광 선택속성에 대한 신뢰성 및 타당성 검토

관광지 선택속성에 대한 20개 항목 중 신뢰성 및 타당성 검토 공통성이 낮은 2개 항목을 제외하고 18개 항목으로 중요도와 성취도를 동시에 충족하는 요인으로 최종 항목을 도출하였다.

중요도에서는 시설편의성 5개 항목의 요인 적재치는 0.699-0.823, 공통성은 0.636-0.734, 고유값은 6.083(32.32%), 신뢰계수는 0.857 이었다. 사회문화성에서 지방색 등 4개의 항목의 요인 적재치는 0.657-0.835, 공통성은 0.649-0.726, 고유값은 3.125(12.10%), 신뢰계수는 0.844 이었다. 서비스에서 관광안내 등 3개 항목의 요인 적재치는 0.704-0.783, 공통성은 0.624-0.681, 고유값은 1.992(7.96%), 신뢰계수는 0.763 이었다. 가격에서 저렴한 여행비용 등 3개 항목의 요인 적재치는 0.778-0.835, 공통성은 0.700-0.715, 고유값은 1.566(6.26%), 신뢰계수는 0.854 이었다. 자연성에서 아름다운 자연 등 3개 항목의 요인 적재치는 0.561-0.765, 공통성은 0.638-0.711, 고유값은 1.380(5.52%), 신뢰계수는 0.823 이었다. 그리고, 총 분산 설명력은 68.72%로 나타났으며 KMO 값은 0.859, Bartlett의 구형성 검정값은 $\text{Chi-Square}=4132.746$, p 값은 0.000으로 유의하였다.

성취도에서는 시설편의성 5개 항목의 요인 적재치는 0.597-0.781, 공통성은 0.494-0.693, 고유값은 3.013(20.76%), 신뢰계수는 0.819 이었다. 사회문화성에서 지방색 등 4개의 항목의 요인 적재치는 0.615-0.792, 공통성은 0.527-0.704, 고유값은 4.817(24.16%), 신뢰계수는 0.794 이었다. 서비스에서 관광안내 등 3개 항목의 요인 적재치는 0.667-0.803, 공통성은 0.605-0.688, 고유값은 1.604(5.81%), 신뢰계수는 0.672이었다. 가격에서 저렴한 여행비용 등 3개 항목의 요인 적재치는 0.598-0.755, 공통성은 0.524-0.688, 고유값은 1.209(5.49%), 신뢰계수는 0.807 이었다. 자연성에서 아름다운 자연 등 3개 항목의 요인 적재치는 0.601-0.767, 공통성은 0.544-0.663, 고유값은 1.324(5.16%), 신뢰계수는 0.834 이었다. 그리고 총 분산 설명력은 61.38%로 나타났으며 KMO 값은 0.778, Bartlett의 구형성 검정값은 $\text{Chi-Square}=3554.648$, p 값은 0.000으로 유의하였다.

<표4-3> 관광지 선택 속성에 대한 신뢰성 및 타당성 검토

항목		적재치	공통성	고유값 (분산%)	신뢰계수	적재치	공통성	고유값 (분산%)	신뢰 계수
		중 요 도				성 취 도			
시설 편의성	공항 시설	.823	.734	6.083 (32.32%)	.857	.644	.616	3.013 (20.76%)	.819
	편의 시설	.764	.726			.762	.680		
	쇼핑 시설	.714	.700			.597	.494		
	교통 시설	.702	.668			.615	.693		
	숙박 시설	.699	.636			.781	.675		
사회 문화성	지방색	.835	.726	3.125 (12.10%)	.844	.773	.623	4.817 (24.16%)	.794
	다양한 볼거리	.792	.713			.792	.704		
	음식의 다양성	.683	.657			.615	.527		
	음식의 맛	.657	.649			.756	.690		
서비스	관광 안내	.783	.624	1.992 (7.96%)	.763	.803	.669	1.604 (5.81%)	.672
	외국어 소통	.719	.673			.770	.688		
	치안 안정성	.704	.681			.667	.605		
가격	저렴한 여행비용	.835	.707	1.566 (6.26%)	.854	.598	.524	1.209 (5.49%)	.807
	교통 비용	.792	.700			.755	.688		
	관광지 물가	.778	.715			.616	.559		
자연성	아름다운 자연	.765	.711	1.380 (5.52%)	.823	.767	.663	1.324 (5.16%)	.834
	깨끗한 공기	.625	.701			.601	.544		
	좋은 날씨	.561	.638			.653	.570		
Bartlett's 검정		KMO= .859 sig= .000 Chi-Square= 4132.746 총 분산설명력= 68.72%				KMO= .778 sig= .000 Chi-Square= 3554.648 총 분산설명력= 61.38%			

3. 연구 가설 검증

1) 가설 1 검증

가설 1. 동남아 관광객의 인구통계적 특성에 따라 관광지 선택속성은 차이가 있을 것이다.

가설 1은 성별, 연령, 학력, 국적 등 인구 통계적 특성에 따른 관광지 선택 속성의 중요도와 성취도 차이를 살펴보기 위한 것이다. 가설 1의 분석에 앞서 차이 분석 해석의 명쾌함과 통계적 정확성을 기하기 위해 연령의 경우 30대 이하와 40대 이상 집단 등 2집단으로 구분하였으며, 학력은 고졸 이하와 전문대 이상 집단으로 재분류 하여 가설검증을 실시하였다. 인구 통계적 특성에 따른 관광 선택 속성의 중요도 차이를 살펴본 결과는 다음<표 4-4>과 같다.

<표4-4> 인구 통계적 특성에 따른 관광지 선택 속성 중요도 차이분석

선택속성	구분	평균	표준편차	T값/F값	유의확률	
시설 편의성	성별	남성	4.07	.489	.558	.577
		여성	4.03	.481		
	연령	30대 이하	4.15	.487	2.135	.045**
		40대 이상	3.87	.464		
	학력	고졸 이하	4.00	.488	-1.356	.176
		대학 이상	4.08	.475		
	국적	베트남	3.88	.558	.961	.453
		태국	4.12	.452		
		필리핀	4.05	.271		
		싱가포르	4.03	.554		
말레이시아		4.09	.476			
미얀마		4.07	.475			
인도네시아		4.05	.410			
사회 문화성	성별	남성	3.94	.721	1.856	.065
		여성	3.77	.569		
	연령	30대 이하	3.70	.627	-2.570	.008***
		40대 이상	3.95	.596		
	학력	고졸 이하	3.83	.682	.221	.825
		대학 이상	3.81	.546		
	국적	베트남	3.82	.650	.564	.759
		태국	3.76	.776		
		필리핀	3.65	.559		
		싱가포르	3.94	.585		
말레이시아		3.82	.590			
미얀마		3.79	.704			
인도네시아		3.86	.534			

선택속성	구분	평균	표준편차	T값/F값	유의확률	
서비스	성별	남성	4.09	.578	.989	.324
		여성	4.01	.554		
	연령	30대 이하	4.24	.571	3.139	.000***
		40대 이상	3.83	.537		
	학력	고졸 이하	4.01	.589	-.707	.480
		대학 이상	4.06	.532		
	국적	베트남	3.93	.681	1.352	.235
		태국	4.24	.406		
		필리핀	4.10	.307		
		싱가포르	4.04	.643		
말레이시아		4.00	.580			
미얀마		4.21	.428			
인도네시아		3.95	.515			
가격	성별	남성	3.98	.599	-.302	.763
		여성	4.01	.603		
	연령	30대 이하	4.11	.640	2.503	.011**
		40대 이상	3.87	.490		
	학력	고졸 이하	4.01	.560	.244	.807
		대학 이상	3.99	.643		
	국적	베트남	3.88	.681	1.776	.105
		태국	3.90	.572		
		필리핀	3.94	.556		
		싱가포르	3.99	.615		
말레이시아		4.07	.609			
미얀마		3.83	.574			
인도네시아		4.24	.481			
자연성	성별	남성	4.51	.506	.391	.696
		여성	4.48	.548		
	연령	30대 이하	4.51	.537	.626	.532
		40대 이상	4.46	.533		
	학력	고졸 이하	4.46	.564	-1.014	.311
		대학 이상	4.53	.504		
	국적	베트남	4.33	.680	1.150	.334
		태국	4.58	.495		
		필리핀	4.47	.528		
		싱가포르	4.43	.601		
말레이시아		4.53	.479			
미얀마		4.60	.523			
인도네시아		4.59	.391			

주) * p<0.1, ** p<0.05, *** p<0.01

인구 통계적 특성에 따른 관광지 선택속성 중요도 차이분석 결과 시설 편의성에서 성별은 남성 4.07(± 0.489), 여성 4.03(± 0.481)으로 남성이 높지만 통계적으로 유의하지 않았다($p=0.577$). 연령은 30대 이하 4.15(± 0.487), 40대 이상 3.87(± 0.464)으로 30대 이하가 높게 나타났고 통계적으로 유의한 차이를 보였다($p=0.045$). 학력은 대학이상 4.08(± 0.475), 고졸 이하 4.00(± 0.488)으로 대학이상이 높지만 통계적으로 유의하지 않았다($p=0.176$). 국적은 태국이 4.12(± 0.452)으로 가장 높고, 말레이시아, 미얀마, 필리핀, 인도네시아, 베트남 3.88(± 0.558) 순 이었고 그 차이는 통계적으로 유의하지 않았다($p=0.453$).

사회문화성에서 성별은 남성 3.94(± 0.721), 여성 3.77(± 0.469)으로 남성이 높게 나타났지만 통계적으로 유의하지 않았다($p=0.065$). 연령은 40대 이상이 3.95(± 0.596), 30대 이하가 3.70(± 0.627)으로 40대 이상이 높았고 통계적으로 유의한 차이를 보였다($p=0.008$). 학력은 고졸이하 3.83(± 0.682), 대학이상 3.81(± 0.546)으로 고졸이하가 높지만 통계적으로 유의하지 않았다($p=0.825$). 국적은 싱가포르가 3.94(± 0.585)로 가장 높고, 인도네시아, 베트남, 말레이시아, 미얀마, 태국, 필리핀 3.65(± 0.559) 순 이었고 그 차이는 통계적으로 유의하지 않았다($p=0.759$).

서비스에서 성별은 남성 4.09(± 0.578), 여성 4.01(± 0.554)으로 남성이 높지만 통계적으로 유의하지 않았다($p=0.324$). 연령은 30대 이하 4.24(± 0.571), 40대 이상 3.83(± 0.537)으로 30대 이하가 높았고 통계적으로 유의한 차이를 보였다($p=0.000$). 학력은 대학이상 4.06(± 0.532), 고졸 이하 4.01(± 0.589)으로 대학이상이 높지만 통계적으로 유의하지 않았다($p=0.480$). 국적은 태국이 4.24(± 0.406)로 가장 높고, 미얀마, 필리핀, 싱가포르, 말레이시아, 인도네시아, 베트남 3.93(± 0.681) 순 이었고 그 차이는 통계적으로 유의하지 않았다($p=0.235$).

가격에서 성별은 여성 4.01(± 0.603), 남성 3.98(± 0.599)으로 여성이 높지만 통계적으로 유의하지 않았다($p=0.763$). 연령은 30대 이하 4.11(± 0.640), 40대 이상 3.87(± 0.490)으로 30대 이하가 높았고 통계적으로 유의한 차이를 보였다($p=0.011$). 학력은 고졸이하 4.01(± 0.560), 대학이상 3.99(± 0.643)으로 고졸이하가 높지만 통계적으로 유의하지 않았다($p=0.807$). 국적은 인도네시아가 4.24(± 0.481)로 가장 높고, 말레이시아, 싱가포르, 필리핀, 태국, 베트남, 미얀마 3.83(± 0.574) 순 이었고 그 차이는 통계적으로 유의하지 않았다($p=0.105$).

자연성에서 성별은 남성 4.51(±0.506), 여성 4.48(±0.548)으로 남성이 높지만 통계적으로 유의하지 않았다(p=0.696). 연령은 30대 이하 4.51(±0.537), 40대 이상 4.46(±0.533)으로 30대 이하가 높지만 통계적으로 유의하지 않았다(p=0.532). 학력은 고졸이하 4.46(±0.564), 대학이상 4.53(±0.504)으로 고졸이하가 높지만 통계적으로 유의하지 않았다(p=0.311). 국적은 미얀마가 4.60(±0.523)로 가장 높고, 인도네시아, 태국, 말레이시아, 말레이시아, 필리핀, 싱가포르, 베트남 4.33(±0.680) 순이었고 그 차이는 통계적으로 유의하지 않았다(p=0.334).

인구 통계적 특성에 따른 관광 선택 속성의 성취도 차이를 살펴본 결과는 다음<표 4-5>와 같다.

<표4-5> 인구 통계적 특성에 따른 관광지 선택 속성 성취도 차이분석

선택속성	구분	평균	표준편차	T값/F값	유의확률	
시설 편의성	성별	남성	3.88	.485	.089	.929
		여성	3.88	.442		
	연령	30대 이하	3.90	.481	1.050	.295
		40대 이상	3.84	.371		
	학력	고졸 이하	3.80	.427	-2.714	.007***
		대학 이상	3.96	.468		
	국적	베트남	3.68	.463	2.836	.011**
		태국	3.80	.445		
		필리핀	3.96	.470		
		싱가포르	3.86	.479		
말레이시아		3.99	.434			
미얀마		3.79	.462			
인도네시아		4.01	.359			
사회 문화성	성별	남성	3.89	.485	-.597	.551
		여성	3.96	1.419		
	연령	30대 이하	3.91	1.073	-1.767	.049**
		40대 이상	4.10	1.575		
	학력	고졸 이하	3.91	1.202	-.387	.699
		대학 이상	3.97	1.267		
	국적	베트남	3.80	.313	.947	.462
		태국	3.71	.564		
		필리핀	3.69	.641		
		싱가포르	4.19	1.967		
말레이시아		4.11	1.594			
미얀마		3.75	.576			
인도네시아		3.89	.375			

선택속성	구분	평균	표준편차	T값/F값	유의확률	
서비스	성별	남성	3.87	.518	1.470	.144
		여성	3.76	.525		
	연령	30대 이하	3.99	.566	2.133	.023**
		40대 이상	3.69	.401		
	학력	고졸 이하	3.78	.496	-.364	.716
		대학 이상	3.81	.554		
	국적	베트남	3.66	.487	.617	.717
		태국	3.83	.560		
		필리핀	3.82	.602		
		싱가포르	3.78	.518		
말레이시아		3.84	.545			
미얀마		3.81	.501			
인도네시아		3.86	.493			
가격	성별	남성	3.87	.603	1.053	.293
		여성	3.78	.582		
	연령	30대 이하	3.75	.619	-1.756	.079*
		40대 이상	3.92	.492		
	학력	고졸 이하	3.83	.536	.499	.619
		대학 이상	3.79	.639		
	국적	베트남	3.73	.538	.711	.641
		태국	3.82	.518		
		필리핀	3.67	.808		
		싱가포르	3.81	.583		
말레이시아		3.83	.635			
미얀마		3.78	.551			
인도네시아		3.97	.503			
자연성	성별	남성	4.42	.462	.897	.371
		여성	4.35	.532		
	연령	30대 이하	4.49	.504	3.138	.000***
		40대 이상	4.12	.537		
	학력	고졸 이하	4.39	.543	.471	.638
		대학 이상	4.36	.482		
	국적	베트남	4.30	.637	1.207	.303
		태국	4.42	.427		
		필리핀	4.31	.559		
		싱가포르	4.26	.593		
말레이시아		4.40	.486			
미얀마		4.41	.420			
인도네시아		4.55	.361			

주) * p<0.1, ** p<0.05, *** p<0.01

인구 통계적 특성에 따른 관광 선택속성 성취도 차이분석 결과 시설 편의성에서 성별은 남성 3.88(± 0.485), 여성 3.88(± 0.442)으로 같았다($p=0.577$). 연령은 30대 이하 3.90(± 0.481), 40대 이상 3.84(± 0.371)으로 30대 이하가 높지만 통계적으로 유의하지 않았다($p=0.295$). 학력은 대학이상 3.96(± 0.468), 고졸 이하 3.80(± 0.427)으로 대학이상이 높고 통계적으로 유의하였다($p=0.007$). 국적은 인도네시아가 4.01(± 0.359)으로 가장 높고, 말레이시아, 필리핀, 싱가포르, 태국, 미얀마, 베트남 3.68(± 0.463) 순 이었고 그 차이는 통계적으로 유의하였다($p=0.011$).

사회문화성에서 성별은 여성 3.96(± 1.419), 남성 3.89(± 0.485)으로 여성이 높지만 통계적으로 유의하지 않았다($p=0.551$). 연령은 40대 이상이 3.91(± 1.575), 30대 이하가 4.10(± 1.073)으로 40대 이상이 높았고 통계적으로 유의한 차이를 보였다($p=0.049$). 학력은 대학이상 3.97(± 1.267), 고졸 이하 3.91(± 1.202)으로 대학이상이 높지만 통계적으로 유의하지 않았다($p=0.699$). 국적은 싱가포르가 4.19(± 1.967)로 가장 높고, 말레이시아, 인도네시아, 베트남, 미얀마, 태국, 필리핀 3.69(± 0.641) 순 이었고 그 차이는 통계적으로 유의하지 않았다($p=0.462$).

서비스에서 성별은 남성 3.87(± 0.518), 여성 3.76(± 0.525)으로 남성이 높지만 통계적으로 유의하지 않았다($p=0.144$). 연령은 30대 이하 3.99(± 0.566), 40대 이상 3.69(± 0.401)으로 통계적으로 유의한 차이를 보였다($p=0.023$). 학력은 대학이상 3.81(± 0.554), 고졸 이하 3.78(± 0.496)으로 대학이상이 높지만 통계적으로 유의하지 않았다($p=0.716$). 국적은 인도네시아가 3.86(± 0.493)로 가장 높고, 말레이시아, 태국, 필리핀, 미얀마, 싱가포르, 베트남 3.66(± 0.487) 순 이었고 그 차이는 통계적으로 유의하지 않았다($p=0.717$).

가격에서 성별은 남성 3.87(± 0.603), 여성 3.78(± 0.582)으로 남성이 높지만 통계적으로 유의하지 않았다($p=0.293$). 연령은 40대 이상 3.92(± 0.492), 30대 이하 3.75(± 0.619)으로 40대 이상이 높았고 통계적으로 유의한 차이를 보였다($p=0.079$). 학력은 고졸이하 3.83(± 0.536), 대학이상 3.79(± 0.639)으로 고졸이하가 높지만 통계적으로 유의하지 않았다($p=0.619$). 국적은 인도네시아가 3.97(± 0.503)로 가장 높고, 말레이시아, 태국, 싱가포르, 미얀마, 베트남, 필리핀 3.67(± 0.574) 순 이었고 그 차이는 통계적으로 유의하지 않았다($p=0.641$).

자연성에서 성별은 남성 4.42(±0.462), 여성 4.35(±0.532)으로 남성이 높지만 통계적으로 유의하지 않았다(p=0.371). 연령은 30대 이하 4.49(±0.504), 40대 이상 4.12(±0.537)으로 30대 이하가 높았고 통계적으로 유의한 차이를 보였다(p=0.000). 학력은 고졸이하 4.39(±0.543), 대학이상 4.36(±0.482)으로 고졸이하가 높지만 통계적으로 유의하지 않았다(p=0.638). 국적은 인도네시아가 4.55(±0.361)로 가장 높고, 태국, 미얀마, 말레이시아, 필리핀, 베트남, 싱가포르 4.26(±0.593) 순 이었고 그 차이는 통계적으로 유의하지 않았다(p=0.303).

2) 가설 2 검증

가설 2. 동남아 관광객의 여행 특성에 따라 관광지 선택속성은 차이가 있을 것이다.

가설 2는 방문 횟수, 동반 유형, 체류 일수 등 여행 특성에 따른 관광 선택 속성의 중요도와 성취도 차이를 살펴보기 위한 것이다. 가설 2의 분석에 앞서 차이 분석 해석의 명쾌함과 통계적 정확성을 기하기 위해 방문 횟수의 경우 처음 방문과 재방문 등 2집단으로 구분하였으며, 체류 일수는 2박 3일 이하와 3박 4일 이상 집단으로 재분류 하여 가설검증을 실시하였다. 여행 특성에 따른 관광 선택 속성의 중요도 차이를 살펴본 결과는 다음<표 4-6>과 같다.

<표4-6> 여행 특성에 따른 관광지 선택속성 중요도 차이분석

선택속성	구분	평균	표준편차	T값/F값	유의확률	
시설 편의성	방문횟수	처음방문	4.05	.494	.968	.337
		재방문	3.98	.420		
	동반유형	혼자/기타	4.28	.408	2.692	.039**
		가족(자녀)	3.98	.498		
		친구/연인	4.00	.507		
	체류일	단체/모임	4.09	.443	1.887	.060*
		2박 3일 이하	4.07	.473		
		3박 4일 이상	3.93	.502		

사회 문화성	방문횟수	처음방문	3.69	.621	-2.461	.009***
		재방문	4.05	.594		
	동반유형	혼자/기타	3.90	.621	.451	.717
		가족(자녀)	3.85	.598		
		친구/연인	3.76	.658		
	체류일	2박 3일 이하	3.86	.628	2.273	.025**
3박 4일 이상		3.66	.560			
서비스	방문횟수	처음방문	4.04	.585	.370	.712
		재방문	4.01	.419		
	동반유형	혼자/기타	4.06	.611	.362	.780
		가족(자녀)	4.00	.567		
		친구/연인	4.02	.573		
	체류일	2박 3일 이하	4.06	.561	1.441	.153
3박 4일 이상		3.94	.556			
가격	방문횟수	처음방문	4.14	.624	1.987	.027**
		재방문	3.80	.466		
	동반유형	혼자/기타	4.08	.420	.370	.775
		가족(자녀)	4.00	.633		
		친구/연인	3.96	.674		
	체류일	2박 3일 이하	4.01	.595	.713	.478
3박 4일 이상		3.95	.624			
자연성	방문횟수	처음방문	4.64	.523	3.149	.000***
		재방문	4.25	.597		
	동반유형	혼자/기타	4.47	.529	.066	.978
		가족(자녀)	4.52	.529		
		친구/연인	4.50	.557		
	체류일	2박 3일 이하	4.50	.517	.251	.802
3박 4일 이상		4.48	.599			

주) * p<0.1, ** p<0.05, *** p<0.01

여행 특성에 따른 관광 선택속성 중요도 차이분석 결과 시설 편의성에 방문횟수는 처음방문이 4.05(±0.494), 재방문이 3.98(±0.420)으로 처음방문이 높지만 통계적으로 유의하지 않았다(p=0.337). 동반유형은 혼자/기타가 4.28(±0.408)로 가장

높고, 단체/모임, 친구/연인, 가족(자녀) 3.98(\pm 0.498) 순이었고 통계적으로 유의하였다($p=0.039$). 체류일은 2박 3일 이하가 4.07(\pm 0.473), 3박 4일 이상이 3.93(\pm 0.502)으로 2박 3일이 높았으나 통계적으로 유의하지 않았다($p=0.060$).

사회문화성에서 방문횟수는 재방문이 4.05(\pm 0.594), 처음방문이 3.69(\pm 0.621)으로 재방문이 높았고 통계적으로 유의한 차이를 보였다($p=0.009$). 동반유형은 혼자/기타가 3.90(\pm 0.621)로 가장 높고, 단체/모임, 가족(자녀), 친구/연인 3.76(\pm 0.658) 순이었고 통계적으로 유의하지 않았다($p=0.717$). 체류일은 2박 3일 이하가 3.86(\pm 0.628), 3박 4일 이상이 3.66(\pm 0.560)으로 2박 3일이 높았고 통계적으로 유의하였다($p=0.025$).

서비스에서 방문횟수는 처음방문이 4.04(\pm 0.585), 재방문이 4.01(\pm 0.419)으로 처음방문이 높지만 통계적으로 유의하지 않았다($p=0.712$). 동반유형은 단체/모임이 4.10(\pm 0.530)로 가장 높고, 혼자/기타, 친구/연인, 가족(자녀) 4.00(\pm 0.567) 순이었으나 통계적으로 유의하지 않았다($p=0.780$). 체류일은 2박 3일 이하가 4.06(\pm 0.561), 3박 4일 이상이 3.94(\pm 0.556)으로 2박 3일이 높지만 통계적으로 유의하지 않았다($p=0.153$).

가격에서 방문횟수는 처음방문이 4.14(\pm 0.624), 재방문이 3.80(\pm 0.466)으로 처음방문이 높았고 통계적으로 유의한 차이를 보였다($p=0.027$). 동반유형은 혼자/기타가 4.08(\pm 0.420)로 가장 높고, 단체/모임, 가족(자녀), 친구/연인 3.96(\pm 0.674) 순이었으나 통계적으로 유의하지 않았다($p=0.775$). 체류일은 2박 3일 이하가 4.01(\pm 0.595), 3박 4일 이상이 3.95(\pm 0.624)으로 2박 3일이 높지만 통계적으로 유의하지 않았다($p=0.478$).

자연성에서 방문횟수는 처음방문이 4.64(\pm 0.523), 재방문이 4.25(\pm 0.597)으로 처음방문이 높았고 통계적으로 유의한 차이를 보였다($p=0.000$). 동반유형은 가족(자녀)가 4.52(\pm 0.529)로 가장 높고, 친구/연인, 단체/모임, 혼자/기타 4.47(\pm 0.529) 순이었으나 통계적으로 유의하지 않았다($p=0.978$). 체류일은 2박 3일 이하가 4.50(\pm 0.517), 3박 4일 이상이 4.48(\pm 0.599)으로 2박 3일이 높지만 통계적으로 유의하지 않았다($p=0.802$).

여행 특성에 따른 관광 선택 속성의 성취도 차이를 살펴본 결과는 다음<표 4-7>과 같다.

<표4-7> 여행 특성에 따른 관광지 선택 속성 성취도 차이분석

선택속성	구분	평균	표준편차	T값/F값	유의확률	
시설 편의성	방문횟수	처음방문	3.88	.463	-.266	.791
		재방문	3.90	.402		
	동반유형	혼자/기타	3.90	.524	.585	.625
		가족(자녀)	3.92	.487		
		친구/연인	3.83	.443		
	체류일	2박 3일 이하	4.01	.433	2.420	.047**
		3박 4일 이상	3.69	.510		
사회 문화성	방문횟수	처음방문	3.90	1.003	-1.713	.088*
		재방문	4.20	2.030		
	동반유형	혼자/기타	3.92	.628	.041	.989
		가족(자녀)	3.91	.418		
		친구/연인	3.95	1.463		
	체류일	2박 3일 이하	3.98	1.372	1.223	.223
		3박 4일 이상	3.83	.531		
서비스	방문횟수	처음방문	3.78	.528	-.810	.421
		재방문	3.85	.505		
	동반유형	혼자/기타	3.88	.537	1.233	.298
		가족(자녀)	3.87	.525		
		친구/연인	3.72	.557		
	체류일	2박 3일 이하	3.91	.509	2.886	.016**
		3박 4일 이상	3.64	.575		
가격	방문횟수	처음방문	3.80	.596	-.623	.534
		재방문	3.86	.548		
	동반유형	혼자/기타	3.94	.693	2.129	.097*
		가족(자녀)	3.88	.628		
		친구/연인	3.69	.581		
	체류일	2박 3일 이하	3.82	.581	.489	.625
		3박 4일 이상	3.77	.613		

자연성	방문횟수	처음방문	4.36	.503	-.647	.518
		재방문	4.42	.569		
	동반유형	혼자/기타	4.38	.523	.537	.657
		가족(자녀)	4.32	.457		
		친구/연인	4.37	.562		
		단체/모임	4.43	.509		
	체류일	2박 3일 이하	4.16	.501	-3.659	.000***
		3박 4일 이상	4.57	.555		

주) * p<0.1, ** p<0.05, *** p<0.01

여행 특성에 따른 관광 선택속성 성취도 차이분석 결과 시설 편의성에 방문횟수는 재방문이 3.90(±0.402), 처음방문이 3.88(±0.463)으로 재방문이 높지만 통계적으로 유의하지 않았다(p=0.791). 동반유형은 가족(자녀)가 3.92(±0.487)로 가장 높고, 혼자/기타, 단체/모임, 친구/연인 3.83(±0.443) 순이었으나 통계적으로 유의하지 않았다(p=0.626). 체류일은 2박 3일 이하가 4.01(±0.433), 3박 4일 이상이 3.69(±0.510)으로 2박 3일이 높았고 통계적으로 유의한 차이를 보였다(p=0.047).

사회문화성에서 방문횟수는 재방문이 4.20(±2.030), 처음방문이 3.90(±1.003)으로 재방문이 높았고 통계적으로 유의한 차이를 보았다(p=0.088). 동반유형은 단체/모임이 3.98(±1.60)로 가장 높고, 친구/연인, 혼자/기타, 가족(자녀) 3.91(±0.418) 순이었고 통계적으로 유의하지 않았다(p=0.989). 체류일은 2박 3일 이하가 3.98(±1.372), 3박 4일 이상이 3.83(±0.531)으로 2박 3일이 높았으나 통계적으로 유의하지 않았다(p=0.223).

서비스에서 방문횟수는 재방문이 3.85(±0.505), 처음방문이 3.78(±0.528)으로 재방문이 높지만 통계적으로 유의하지 않았다(p=0.421). 동반유형은 혼자/기타가 3.88(±0.537)로 가장 높고, 가족(자녀), 단체/모임, 친구/연인 3.72(±0.557) 순이었으나 통계적으로 유의하지 않았다(p=0.298). 체류일은 2박 3일 이하가 3.91(±0.509), 3박 4일 이상이 3.64(±0.575)으로 2박 3일이 높았고 통계적으로 유의한 차이를 보였다(p=0.016).

가격에서 방문횟수는 재방문이 3.86(\pm 0.548), 처음방문이 3.80(\pm 0.596)으로 재방문이 높지만 통계적으로 유의하지 않았다($p=0.534$). 동반유형은 혼자/기타가 3.94(\pm 0.693)로 가장 높고, 가족(자녀), 단체/모임, 친구/연인 3.69(\pm 0.581) 순이었고 통계적으로 유의한 차이를 보였다($p=0.097$). 체류일은 2박 3일 이하가 3.82(\pm 0.581), 3박 4일 이상이 3.77(\pm 0.613)으로 2박 3일이 높지만 통계적으로 유의하지 않았다($p=0.625$).

자연성에서 방문횟수는 재방문이 4.42(\pm 0.569), 처음방문이 4.36(\pm 0.503)으로 재방문이 높지만 통계적으로 유의하지 않았다($p=0.518$). 동반유형은 단체/모임이 4.432(\pm 0.509)로 가장 높고, 혼자/기타, 친구/연인, 가족(자녀) 4.32(\pm 0.457) 순이었으나 통계적으로 유의하지 않았다($p=0.657$). 체류일은 3박 4일 이상이 4.57(\pm 0.555), 2박 3일 이하 4.16(\pm 0.501)으로 3박 4일 이상이 높았고 통계적으로 유의한 차이를 보였다($p=0.000$).

3) 가설 3 검증

가설 3. 동남아 관광객의 관광지 선택속성의 중요도와 성취도는 차이가 있을 것이다.

가설 3은 관광 선택 속성의 중요도와 성취도의 차이를 살펴보기 위한 것이다. 관광 선택 속성은 중요도와 성취도 모두 각각 시설 편의성, 사회 문화성, 서비스, 가격, 자연성 등 5개 요인으로 구성되었고, 같은 항목에 대한 대응 일치 분석을 실행하였으며, 그 결과는 다음 <표 4-8>과 같다.

<표4-8> 관광지 선택속성의 중요도-성취도 차이분석

관광지 선택속성		중요도			성취도			t값	유의확률
		평균	표준편차	순위	평균	표준편차	순위		
시설 편의성	공항 시설	3.98	.671	15	3.88	.595	9	2.056	.041**
	편의 시설	4.24	.666	4	3.95	.753	7	5.030	.000***
	쇼핑 시설	3.86	.722	17	3.84	.725	11	.340	.734
	교통 시설	4.03	.718	11	3.76	.644	16	5.595	.000***
	숙박 시설	4.12	.672	6	4.00	.617	5	2.517	.012**
사회 문화성	지방색	3.67	.841	18	3.86	.701	10	-3.577	.000***
	다양한 볼거리	4.08	.700	8	3.94	.669	8	2.951	.003***
	음식의 다양성	4.07	.743	9	4.18	.4587	4	-.367	.714
	음식의 맛	3.99	.733	14	3.80	.691	14	3.707	.000***
서비스	관광 안내	3.88	.839	16	3.75	.690	17	2.451	.015**
	외국어 소통	4.13	.724	5	3.64	.878	18	7.008	.000***
	치안 안정성	4.11	.763	7	4.00	.681	5	2.356	.019**
가격	저렴한 여행비용	4.04	.667	10	3.78	.667	15	5.373	.000***
	교통 비용	4.03	.718	11	3.82	.651	13	3.790	.000***
	관광지 물가	4.03	.686	11	3.84	.765	11	3.447	.001***
자연성	아름다운 자연	4.44	.635	3	4.35	.658	2	1.988	.048**
	깨끗한 공기	4.58	.579	1	4.60	.539	1	-.368	.714
	좋은 날씨	4.48	.611	2	4.19	.705	3	6.457	.000***

주) ** p<0.05, *** p<0.01

관광 선택속성의 중요도 성취도 차이분석 결과 시설 편의성에서 공항시설 중요도는 3.98(± 0.671), 만족도는 3.88(± 0.595)이며 통계적으로 유의하였다($p=0.041$). 편의시설 중요도는 4.24(± 0.666), 만족도는 3.95(± 0.753)이며 통계적으로 유의하였다($p=0.000$). 교통시설 중요도는 4.03(± 0.718), 만족도는 3.76(± 0.644)이며 통계적으로 유의하였다($p=0.000$), 숙박시설 중요도는 4.12(± 0.672), 만족도는 4.00(± 0.617)이며 통계적으로 유의하였다($p=0.012$). 그리고 쇼핑시설 중요도 3.86(± 0.722), 만족도 3.84(± 0.725)이었으나 통계적으로 유의하지 않았다($p=0.734$).

사회문화성에서 지방색 만족도는 3.86(± 0.701), 중요도는 3.67(± 0.841)이며 통계적으로 유의하였다($p=0.000$). 다양한 볼거리 중요도는 4.08(± 0.700), 만족도는 3.94(± 0.669)이며 통계적으로 유의하였다($p=0.003$). 음식의 맛 중요도는 3.99(± 0.733), 만족도는 3.80(± 0.691)이며 통계적으로 유의하였다($p=0.000$). 그리고 음식의 다양성 만족도는 4.18(± 4.587), 중요도는 4.07(± 0.743)이었으나 통계적으로 유의하지 않았다($p=0.714$).

서비스에서 관광안내 중요도는 3.88(± 0.839), 만족도는 3.75(± 0.690)이며 통계적으로 유의하였다($p=0.015$). 외국어 소통 중요도는 4.13(± 0.724), 만족도는 3.64(± 0.878)이며 통계적으로 유의하였다($p=0.000$). 치안 안전성 중요도는 4.11(± 0.763), 만족도는 4.00(± 0.681)이며 통계적으로 유의하였다($p=0.019$).

가격에서 저렴한 여행비용 중요도는 4.04(± 0.667), 만족도는 3.78(± 0.667)이며 통계적으로 유의하였다($p=0.000$). 교통비용 중요도는 4.03(± 0.718), 만족도는 3.82(± 0.651)이며 통계적으로 유의하였다($p=0.000$). 관광지 물가 중요도는 4.03(± 0.686), 만족도는 3.84(± 0.765)이며 통계적으로 유의하였다($p=0.001$).

자연성에서 아름다운 자연 중요도는 4.44(± 0.635), 만족도는 4.35(± 0.658)이며 통계적으로 유의하였다($p=0.048$). 좋은 날씨 중요도는 4.48(± 0.611), 만족도는 4.19(± 0.705)이며 통계적으로 유의하였다($p=0.048$). 그리고 깨끗한 공기 만족도는 4.60(± 0.539), 중요도는 4.58(± 0.579)이었으나 통계적으로 유의하지 않았다($p=0.714$).

세부 항목을 요인별로 구분하여 중요도와 만족도 차이를 살펴본 결과 다음 <표 4-9>와 같이 나타났다.

<표4-9> 관광지 선택속성의 중요도-성취도 순위

선택속성	중요도		성취도		평균 차이	t값	유의확률
	평균	순위	평균	순위			
시설 편의성	4.05	2	3.89	3	.162	5.164	.000***
사회 문화성	3.82	5	3.94	2	-.122	-1.549	.123
서비스	4.04	3	3.80	5	.242	6.608	.000***
가격	4.03	4	3.81	4	.190	4.463	.000***
자연성	4.50	1	4.38	1	.121	3.313	.001***

주) ** p<0.05, *** p<0.01

관광지 선택속성의 중요도의 순위를 살펴보면, 자연성 요인이 1순위로 나타났으며, 다음으로 시설 편의성, 서비스, 가격, 사회 문화성 순으로 높게 평가하였으며, 자연성을 제외하고 그 차이가 크지 않았다. 전체 중요도는 5점 척도 가운데 4점(중요함) 이상으로 응답하는 비율이 높게 나타났으며, 모든 항목에서 중요도가 높은 것을 확인할 수 있다.

성취도의 순위에서도 자연성 요인이 1순위로 나타났으나, 2순위는 사회 문화성, 다음으로 시설 편의성, 가격, 서비스 요인 순으로 나타났다. 전체 성취도는 5점 척도 가운데 3점(보통) 이상의 성취도를 보이고 있으며, 상대적으로 중요도에 비해 낮은 평균값을 보이고 있다. 중요도와 성취도의 차이가 가장 큰 요인은 서비스 요인이며, 가격 요인 또한 상대적으로 큰 차이를 보이는 것으로 나타났다.

관광 선택속성의 중요도 만족도 차이분석 결과 시설 편의성 중요도는 4.05, 만족도는 3.89이고 평균차이는 0.162 이며 통계적으로 유의하였다(p=0.000). 서비스 중요도는 4.04, 만족도는 3.80이고 평균차이는 0.242 이며 통계적으로 유의하였다(p=0.000). 가격 중요도는 4.03, 만족도는 3.81이고 평균차이는 0.190 이며 통계적으로 유의하였다(p=0.000). 자연성 중요도는 4.50, 만족도는 4.38이고 평균차이는 0.121 이며 통계적으로 유의하였다(p=0.001). 그리고 사회문화성 만족도는 3.94, 중요도는 3.82이고 평균차이는 -0.122 이었으나 통계적으로 유의하지 않았다(p=0.123).

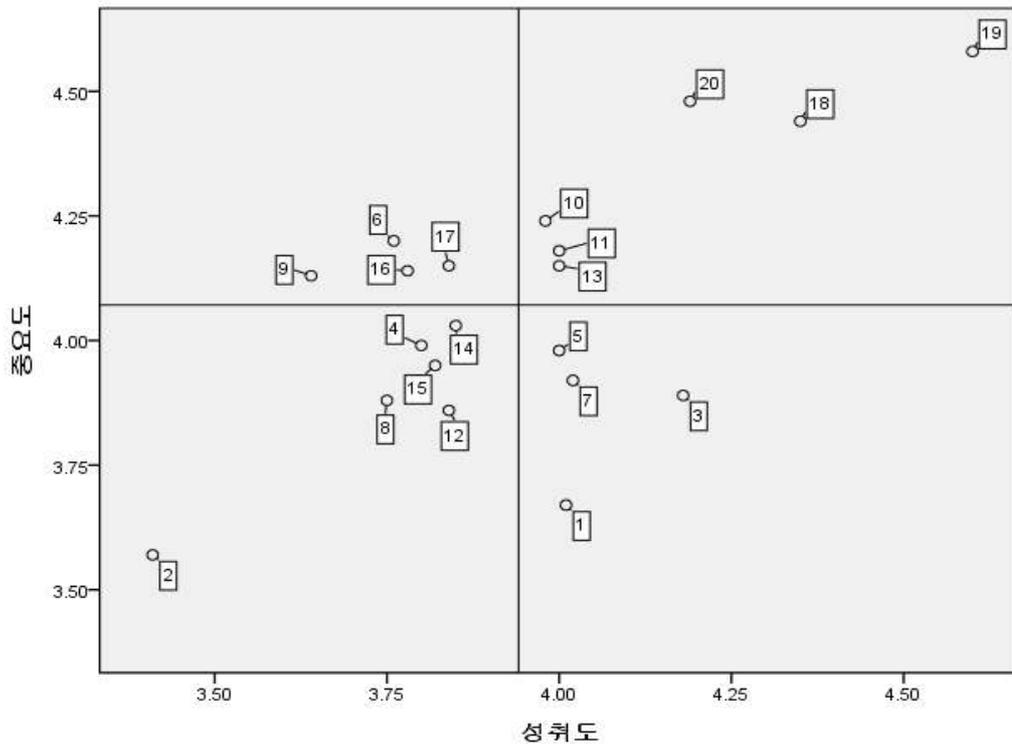
사회 문화성 요인을 제외한 모든 요인에서 중요도와 성취도는 유의수준 p<0.01에서 차이를 보이는 것으로 나타나 가설 3은 부분채택 되었다.

4) 관광 선택속성 중요도-성취도(IPA) 분석

관광 선택 속성의 중요도와 성취도를 측정해 차이를 분석하였으며, 그 결과를 토대로 지속 유지해야 할 속성과 개선이 필요한 속성을 파악하기 위해 중요도와 성취도를 동시에 비교, 분석 할 수 있는 IPA(Importance-Performance Analysis) 분석을 실시하였다.

관광 선택 속성의 중요도를 Y축으로 하고, 관광 선택 속성의 성취도를 X축으로 한 2차 평면상의 참조선을 기준으로 4분면에 관광 선택 속성들을 각각 표현하였으며, X축과 Y축을 구분하는 중심점은 관광분야에서 주로 사용하는 X축과 Y축의 평균값⁷³⁾을 기준으로 설정하였다.

[그림4-1] 관광지 선택속성 중요도-성취도(IPA) 매트릭스



설명 : 1 지방색, 2 이벤트, 3 음식의 다양성, 4 음식의 맛, 5 공항시설, 6 교통시설, 7, 관광지의 다양성 8 관광안내, 9 (관광지/음식점)외국어 설치, 10 편의시설, 11 치안 안정성, 12 쇼핑시설, 13 숙박시설, 14 숙박시설 가격, 15 교통비용, 16 저렴한 여행비용, 17 관광지 물가, 18 아름다운 자연자원, 19 깨끗한 공기, 20 관광하기 좋은 기후

73) 박시사·양성수(2010). 제주지역 MICE 참가자 이벤트 프로그램 활성화 방안. 한국관광레저학회 22(6).

IPA 매트릭스 분석 결과 응답자에게 중요한 속성으로 인식되며, 동시에 성취도가 높은 1사분면(I)의 요인들은 편의시설, 제주도의 안정성, 숙박시설, 아름다운 자연자원, 깨끗한 공기, 좋은 기후 등 6개 항목으로 나타났다.

2사분면(II)은 응답자에게는 중요하게 인식되지만 실제 성취도는 낮은 영역으로 개선의 노력이 집중되어야 할 영역으로 교통시설, (관광지/음식점)외국어 설치, 저렴한 여행비용, 관광지 물가 등 4개 항목으로 나타났다.

3사분면(III)은 중요도와 성취도가 모두 낮은 속성들로 성취도가 낮다고 하더라도 과도하게 투자와 노력을 집중이 불필요 영역에 해당하는 속성들은 이벤트, 음식의 맛, 관광안내, 쇼핑시설, 숙박비용, 교통비용 등 6개 항목으로 나타났다.

4사분면(IV)영역은 중요도는 낮지만 성취도는 상대적으로 높은 속성들이 위치한 영역으로 현재의 노력이 과잉되지 않도록 고려해야 하는 영역에 속하며 지방색, 음식의 다양성, 공항시설, 제주관광지의 다양성 등 4개 항목으로 나타났다.

IPA 매트릭스 분석결과를 토대로 각 항목들의 영역은 아래 <표 4-11>와 같다.

<표4-10> IPA 분석 매트릭스 결과표

영역	경영 전략	항 목
I 사분면	현상 유지	10. 편의시설, 11. 치안 안전성, 13. 숙박시설, 18. 아름다운 자연자원, 19. 깨끗한 공기, 20. 관광하기 좋은 기후
II 사분면	개선 노력 집중	6. 교통시설, 9. (관광지/음식점)외국어 설치, 16. 저렴한 여행비용, 17. 관광지 물가
III 사분면	특별한 추가 노력 불필요	2. 이벤트, 4. 음식의 맛, 8. 관광안내책자, 12. 쇼핑시설, 14. 숙박시설 가격, 15. 교통비용
IV 사분면	불필요한 노력 절약	1. 지방색, 3. 음식의 다양성, 5. 공항시설, 7. 관광지의 다양성

4. 분석결과 요약

본 연구는 제주를 방문하는 동남아 관광객을 대상으로 제주를 관광목적지로 선택하는데 어떠한 요인들을 중요하게 생각하며, 그에 따른 선택속성이 만족도에 어떠한 영향을 미치는지를 밝히고자 하였으며, 추가적으로 인구통계학적 특성과 여행 특성에 따른 관광 선택속성의 차이점을 파악하고자 하였다. 또한 관광 선택속성의 중요도와 성취도를 조사하고 이를 토대로 IPA분석을 하여 제주도가 동남아 관광객을 대상으로 집중해야 될 부분과 유지해야될 부분을 찾아내고 관광 목적지 경영전략 상 의미 있는 시사점을 도출하고자 하였다.

본 연구에서는 수집된 자료를 토대로 SPSS 통계패키지를 활용하여 표본의 특성을 파악할 수 있는 단순빈도분석(simple frequency), 기술적 통계분석(descriptive statistics)을 실시하고, 측정된 개념의 신뢰 타당성을 검증하는 요인 분석(factor analysis)과 신뢰도 분석(reliability analysis)을 실시하였다. 측정의 신뢰 타당성을 확인한 후 본 연구의 목적인 가설 검증을 위해 T-검정(t-test), ANOVA분석, IPA 매트릭스를 적용하였다.

본 연구의 결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 가설 1 검증에서는 표본의 인구 통계적 특성에 따른 관광지선택속성의 차이검정으로 성별, 연령, 학력, 국적의 집단 변수를 기준으로 관광 선택속성의 하위 요인인 시설편의성, 사회문화성, 서비스, 가격, 자연자원에 대한 평균의 차이를 밝혀내었다. 분석결과는 관광지선택속성의 중요성과 성취도 각각 제시 할 수 있으며, 중요도의 경우 시설 편의성, 서비스, 가격 요인에서는 연령에 따라 통계적으로 유의한 차이점이 나타났고, 사회문화성은 성별, 연령에서 차이를 확인할 수 있었다. 자연성에서는 집단별로 큰 차이를 보이지 않았다. 관광 선택속성의 성취도에서는 시설편의성에서 학력과 국적에 따른 차이를 확인하였고, 사회문화성, 서비스, 가격, 자연성 요인에서는 연령에 따라 통계적으로 유의한 차이가 나기 때문에 연구 가설1은 부분채택이 되었다.

둘째, 가설 2 검증에서는 표본의 여행특성에 따른 관광지선택속성의 차이점을 밝혀내고자 하였으며, 방문횟수, 동반유형, 체류일수에 따른 차이를 검증하였다.

분석결과 관광지 선택속성의 중요도에서는 가격, 자연성 요인에서는 방문횟수에 따른 차이를 확인할 수 있었고, 사회문화성에서는 방문횟수와 체류일수에 따라 차이를 확인할 수 있었다. 시설편의성의 경우 동반유형과 체류일수에 따른 차이가 통계적으로 유의하게 나타났다. 성취도에 대한 차이분석 결과에서는 시설편의성, 서비스, 자연성 요인에서 체류일수에 따른 차이점이 나타났으며, 가격요인에서는 동반 유형에 따른 차이가 있는 것으로 확인되었고, 사회문화성에서는 방문횟수에 따라 통계적으로 유의한 차이점을 보였다. 따라서 연구 가설2은 부분채택이 되었다.

가설 3 검증에서는 관광지 선택속성의 중요도와 성취도간의 차이점을 밝히고자 하였으며, 분석결과 서비스와 가격요인에서는 유의한 차이를 보았으며, 시설편의성에서 쇼핑시설 외에 나머지는 통계적 유의한 차이가 나타났다. 사회문화성에서도 음식의 다양성 외에 다른 요소들은 유의한 차이가 있었고, 자연성인 경우에도 깨끗한 공기 외에 나머지는 유의한 차이가 나타났다. 모든 요인에서 중요도가 성취도보다 높게 나타났다. 따라서 연구 가설3은 부분채택이 되었고, 이를 바탕으로 IPA분석(Importance-Performance Analysis) 매트릭스로 도식화 하여 관광지 선택속성 20개 문항의 평면상의 4분면 위치를 제시하고 경영전략상 시사점을 도출 하였다.

이를 정리하면 다음의 <표4-11>과 같다.

<표4-11> 가설 검증 결과 요약

구분	검증된 영향요인	가설채택여부
가설 1	동남아 관광객의 인구통계 특성에 따라 관광지 선택속성은 차이가 있을 것이다.	부분채택
가설 1-1	인구통계적 특성에 따라 관광지 선택속성의 중요도는 차이가 있을 것이다.	부분채택
가설 1-2	인구통계적 특성에 따라 관광지 선택속성의 성취도는 차이가 있을 것이다.	부분채택
가설 2	동남아 관광객의 여행특성에 따라 관광지 선택속성은 차이가 있을 것이다.	부분채택
가설 2-1	여행 특성에 따라 관광지 선택속성의 중요도는 차이가 있을 것이다.	부분채택
가설 2-2	여행 특성에 따라 관광지 선택속성의 성취도는 차이가 있을 것이다.	부분채택
가설 3	동남아 관광객의 관광지 선택속성의 중요도와 성취도는 차이가 있을 것이다.	부분채택
가설 3-1	동남아 관광객의 사회문화의 중요도와 성취도는 차이가 있을 것이다.	기각
가설 3-2	동남아 관광객의 자연성의 중요도와 성취도는 차이가 있을 것이다.	채택
가설 3-3	동남아 관광객의 시설 편의성의 중요도와 성취도는 차이가 있을 것이다.	채택
가설 3-4	동남아 관광객의 서비스의 중요도와 성취도는 차이가 있을 것이다.	채택
가설 3-5	동남아 관광객의 가격의 중요도와 성취도는 차이가 있을 것이다.	채택

V. 결론 및 시사점

1. 연구의 요약 및 시사점

최근 전 세계에서 동남아의 아세안(ASEAN) 시장을 주목하고 있고, 아세안 인구의 약 60%는 35세 이하 젊은 층이며, 2010년 5,000만 명 수준이었던 중산층 인구는 2020년에는 약1억 명으로 증가해 거대한 소비시장이 될 것으로 예측된다. 세계 경제의 불확실성에도 불구하고 동남아 지역은 여행시장 수요가 높으며 소비자 신뢰와 자신감이 강하게 나타나고 있다. 경제적인 성장과 사회의 발전으로 동남아인들의 경제적 시간적 여유가 향상됨에 따라 관광에 대한 관심이 지속적으로 증대되고 있다. 동남아 관광객의 한국에 대한 인지도는 한류문화로 시작되어왔다. 하지만 실제로 타국을 방문할 때에는 관광목적지의 다양한 요소들에 의해 영향을 받는다.

이러한 관점에서 본 연구에는 IPA분석을 통해 제주를 방문한 동남아 관광객의 제주 관광지 선택속성의 중요도와 성취도를 살펴봄으로써 동남아 관광객의 제주 방문을 선택할 때 중요시 되는 요인들의 수준을 파악하고 실제 방문 후에 성취도를 비교하며, 제주 방문 시 고려하는 선택속성과 어떠한 요인이 관광의도에 영향을 미치는지를 살펴보았다.

인구통계적 특성에서 남성과 여성 비율은 여성이 더 높았으며, 연령은 20대가 가장 높은 비율을 보였다. 학력으로는 대학원 이상이 가장 비율이 높았고, 국적으로는 말레이시아가 가장 높은 비율로 나타났고 싱가포르, 베트남, 인도네시아, 태국, 미얀마, 필리핀 순으로 나타났다. 응답자의 대부분이 전문직이나 사무/관리직에 종사하고 있는 것으로 조사되었다.

첫째, 인구통계적 특성에 따라 관광지 선택속성 차이분석 결과를 살펴본 결과 남성과 여성 비율은 여성이 더 높았으며, 중요도 및 성취도 차이를 보면 시설편의성, 서비스, 자연성 등 속성에서 여성보다 남성의 평균값이 더 높았고 더 만족했던 것을 알 수 있었다. 연령은 40대 이상보다 30대 이하의 응답자들이 시설편

의성, 서비스, 자연성에 대해 높은 만족도를 보였다. 이에 따라 40대 이상을 대상으로 한 여행상품이 필요하고 그들이 선호하는 시설편의성, 가격, 자연성에 대한 맞춤 서비스가 요구된다. 학력으로는 고졸 이하보다 대학 이상의 응답자들이 관광지 선택속성에서 시설편의성, 가격, 자연성을 더 중요하게 생각하고 있는 것을 연구를 통해 알 수 있었다. 따라서 고학력을 대상으로 관광지 시설편의성, 자연성, 가격에 대한 전략적인 마케팅과 세부적 여행 상품 개발을 집중해야 할 것이다. 국적에 따라서는 관광지 선택속성에 대한 유의한 차이가 나타나지 않았지만 시설편의성, 서비스, 가격에 대한 중요도가 높았던 것에 비해 성취(만족)도에 대한 평균값이 낮게 나타났기 때문에 이에 대한 맞춤 서비스가 요구된다.

동남아 관광객의 여행활동 특성으로는 처음 방문한 관광객이 대부분이었고 여행을 이용하는 관광객들이 절반을 넘었다. 친구/연인과 함께 제주를 방문하는 관광객이 가장 큰 비중을 차지하고 있는 것을 확인 할 수 있었다. 그리고 응답자의 대부분이 2박 3일 체류의 관광패턴으로 나타났다. 이러한 여행활동 특성을 검증한 결과, 제주관광은 동남아 관광객의 개별여행보다는 여행을 통해 단체/패키지여행으로 이루어지고 있는 것을 알 수 있었고, 체류기간은 2박 3일을 선택하는 관광객들이 많았고 그 중에서 서울 및 부산 등 다른 관광지를 경유해서 당일 코스로 제주 여행을 선택하는 경우가 많다는 것을 알 수 있었다. 따라서 동남아 관광객들의 다양한 욕구에 대처할 수 있는 방안을 연구를 통해 도출할 수 있었다.

둘째, 여행활동 특성에 따라 관광지 선택속성 차이분석 결과를 살펴보면 처음 제주도를 관광하는 사람들이 재방문하는 관광객보다 시설편의성, 서비스, 가격속성에 대해 중요하게 생각하는 것만큼 성취도 평가가 낮게 나타났다. 동반자유형으로는 친구/연인과 함께 관광하는 관광객이 많았고 만족에 대한 평가도 다른 동반자유형 보다 높게 나타나 제주관광지는 친구 및 여인이 선호하는 것으로 확인 할 수 있었다. 체류일수에 따라서는 2박 3일 보다 3박 4일 관광객이 모든 선택속성에서 성취도 평균값이 높게 나타났다.

셋째, 동남아 관광객의 관광지 선택속성의 중요도와 성취(만족)도간의 차이점을 확인 할 수 있었다. 중요도-성취도 분석을 시행한 결과 동남아 관광객들은 전반적으로 모든 속성들에 대해서 중요하게 인식하고 있었고, 동남아 관광객들의

중요도와 성취(만족)도에서 가장 큰 차이를 보여준 선택 속성들은 이벤트(체험/다양한 볼거리), 음식의 맛, 관광안내책자, 쇼핑시설, 숙박시설 가격, 교통시설, (관광지/음식점)외국어 설치, 저렴한 여행비용, 관광지물가, 교통비용 등으로 나타났다.

관광지 선택속성 중요도와 성취(만족)도간 차이점을 바탕으로 IPA(Importance Performance Analysis)매트릭스를 도식화 하여 관광선택 속성 20개 문항의 평면상의 4분면 위치를 제시하였다.

결과를 살펴보면 1사분면 영역에서는 편의시설, 제주관광지의 안전성, 숙박시설, 아름다운 자연자원, 깨끗한 공기, 관광하기 좋은 기후 요인들은 관광객들이 중요하게 생각하고 있으며 실제로도 만족스럽게 반영하고 있어서 이러한 부분에 대해서는 지속적으로 관리를 해야 할 것으로 나타났다.

2사분면 영역에서 교통시설, (관광지/음식점)외국어 설치, 저렴한 여행비용, 관광지 물가 요인들은 관광객들이 중요하게 여기고 있는 속성들이지만 실제로 만족스럽게 반영되고 있지 못한 속성들이다. 즉 이러한 부분에 대해 초점을 맞추고 전략적으로 대응해야 할 것이다.

3사분면에 있는 요인들은 음식의 맛, 관광안내책자, 쇼핑시설, 숙박시설 가격, 교통비용으로 조사되어 관광객들이 중요하게 생각하고 있지도 않고 만족스럽게 반영되어 있지도 않은 속성이다. 따라서 우선순위가 낮은 부분에 대해서는 집중적으로 관리해야 할 필요성을 시사하고 있다.

4사분면 영역에 있는 지방색, 음식의 다양성, 공항시설, 관광지의 다양성 요인들은 관광객이 중요하게 생각하지 않고 있지만 만족스럽게 반영되어 있는 속성들로서 중요도는 낮으나 성취도가 높을 경우 자원의 과도한 낭비가 예상된다.

따라서 관광목적지로서 제주도가 관광객들을 더욱 만족시키고 재방문을 이끌어내기 위해서는 합리적인 여행비용과 관광지 물가, 교통시설, (관광지/음식점)외국어 설치관리에 대한 더욱 만전을 기해야 할 것이다. 저평가된 항목 중 특히 (관광지/음식점)외국어 설치와 교통시설에 대해서는 관광객의 수요가 지속적으로 증가하고 있는 추세이고 관광목적지로서 낮게 평가되고 있고 만족도도 떨어지고 있는 것으로 판단되는 바, 집중적으로 관리해야 하는 필요가 있다.

2. 연구의 한계 및 향후연구

본 연구는 동남아 관광객의 제주도 관광지 선택속성 평가를 IPA중심으로 하였지만, 진행 과정에서 한계점 노출되어 향후 연구에서 보완되고 개선해야 할 과제를 제시하면 다음과 같다.

첫째, 연구의 조사대상 관광지를 제주지역으로 한정했기에 연구 결과를 일반화하기가 어렵다. 따라서 관광목적지의 선택속성으로써 향후 연구에서는 일반화 될 수 있게 다양한 관광지역 별로 조사를 진행 할 필요가 있다.

둘째, 본 연구를 진행할 때 조사 기간을 2017년 9월 25일~10월 11일(17일 간) 제주도를 방문한 동남아 관광객을 대상으로 한정하였기 때문에 다른 계절의 방문객과 차이가 있을 수 있어 연구결과를 일반화시키는 데는 한계가 있다. 따라서 계절별 방문객의 선택속성이 다를 수 있으므로 그와 관련 연구도 향후에 이루어져야 한다.

셋째, 본 연구에서는 설문조사를 실시했을 때 개별관광객과 패키지관광객을 구분하지 않고 조사를 진행했기 때문에 향후 연구에는 개별관광객과 패키지관광객 등의 관광행태에 따른 관광지 선택속성에 대한 비교연구들이 이루어져야 할 필요성이 있다.

따라서 향후 연구에서는 위에서 제시한 연구 문제들을 선정해서 연구들이 이루어져야 하며, 동남아 관광객의 특성을 반영한 다양한 변수를 가지고 분석할 필요가 있다. 이러한 연구 결과들은 관광목적지로서 제주도의 변화 및 개발의 정책을 수립하는데 도움이 될 수 있을 것이다.

참고문헌

1. 국내문헌

1) 논문

- 강선정(1999). <重要度-成취度> 分析에 의한 觀光農園의 活性化 方案에 관한 研究 : 慶尙北道 觀光農園을 대상으로
- 고선희(2010). 일본관광객의 한국관광지 선택속성의 중요도-성취도 분석. 국내학술기사
- 고미영·박시사·양성수(2010). 제주지역 MICE 참가자 이벤트 프로그램 활성화 방안. 한국관광레저학회 22(6).
- 곽노엽(1998). 觀光地 屬性 選好度에 關한 研究: 여름휴가지 선택행동을 중심으로. 경기대학교대학원, pp. 127
- 곽노엽(1999). 관광지속성의 선호도연구, 경기대학교박사학위논문. pp. 42
- 奇 基 喆(2005). 重要度-成취度 分析(IPA)을利用한教育서비스平價: Educational Service Evaluation Using Importance Performance Analysis(IPA).
- 김민철·부창산·김영훈(2008). 제주지역 내 중국 및 일본 관광객의 선택속성의 차이분석.
- 김법승(2013). 관광객의 관광동기, 여행상품선택속성, 만족도간 영향관계 연구.-제주방문 중국인 패키지관광객을 중심으로-, 제주대학교 경영대학원.
- 김석근(2009). 제주방문 관광객의 관광지 선택속성과 만족에 관한 연구. 제주대학교 경영대학원관광개발학과
- 김소윤·엄서호·류시영(2011). 관광목적지 선택과정의 대안집단(evoked set) 형성에 관한 탐색연=Exploratory Study on the formation of the evoked set in the Summer Vacation Destination Choice Process, 관광연구, 26(1)
- 김시중(2017). 온양지역 온천관광지의 중요도-성취도분석 평가. 한국지역개발학회지.
- 김우연(2017). 아시아 금융위기 이후 중국의 대 동남아시아 정책 연구. 한양대학교 국제학대학원. 박사학위논문.

- 김은진(2014). 관광목적지 선택속성, 지각된 가치, 만족 간의 영향 관계 연구. 석사학위논문.
- 김이향(2006). 방한 중국인이 한류태도, 관광목적지 이미지, 관광지선택속성, 만족 및 재방문 의도에 관한 연구. 동아대학교, pp. 190
- 김재원·윤자연(2012). 동남아시아 인바운드 시장의 관광특성연구: 일본, 중국시장관의 비교를 중심으로= Tourists Characteristics of South-East Asian inbound market in Korean-Comparison with Japanese and Chinese inbound markets. 여가관광연구, 20(1)
- 김진영(2017). 동남아 여향상품 선택속성이 만족도 및 재방문 의도에 미치는 영향. 방문경험의 조절효과를 중심으로. 한양대학교 국제관광대학원. 석사학위논문.
- 김효중·김시중(2012). 대전 뿌리공원 관광지 선택속성이 관광객 만족 및 행동의도에 미치는 영향연구: 관광지 이미지를 조절효과로. 15(4)
- 김홍렬·윤설민(2008). 국내외 신혼여행목적지 포지셔닝 및 선택에 영향을 미치는 관광지 속성에 관한 연구.
- 당종례(2014). 인도네시아 한류현황. 한류나우 5호.
- 동효연(2009). 중국관광객의 중저가 호텔 선택 속성에 관한 연구(개별인관광자 중심으로)
- 동효연(2009). 중국관광객의 중저가 호텔 선택 속성에 관한 연구-개별인관광자 중심으로-, 경기대학교 대학원 관광경영학과.
- 마경기(2012). 訪韓 中國醫療觀光客의 選擇屬性 重要度 成就度 分析. 경기대학교 대학원.
- 마운화(2017). 중국 개별 관광객의 제주관광지 선택속성 및 만족도 간 관계에 관한 연구. 석사학위논문.
- 박상현(2001). 관광지 개선을 위한 IPA 이용과 범위설정에 관한 연구.
- 박종찬(2012). 해양관광지 방문객의 개인가치에 따른 관광참여 제약요인=Tourism Destination: A Study on Relationship among the Personal Value and Participation Constraints Factors of Visitors on Marine Tourism Destination. 호텔관광연구,44(1)
- 샤스키아사라스와티(2014). 동남아시아 국가의 한류에 관한 비교 연구.-인도네시아의 현상을 중심으로-, 서울대학교 대학원.
- 서정(2016). 대전 방문 중국 관광객의 관광동기가 성취도, 행복수준 및 추천의도에 미치는 영향관계 연구. 석사학위논문.
- 손병모(2011). 관광지 선택속성이 관광객의 지각된 가치와 충성도에 미치는 영향= The Effect of Destination Choice Attributes on Perceived Value and Loyalty of Tourists.

- 신동엽(2008). 국내 리조트의 동남아 인바운드 시장 활성화를 위한 방안에 대한 연구. 한양대학교 국제관광대학원.
- 양리나·김시중(2010). 중요도-성취도 분석에 의한 덕산온천 관광지 선택속성 평가
- 양제연·이태희(2011). 재방문여부에 따른 동남아시아 리조트 선택속성 IPA 평가에 관한 연구
- 오상훈·고계성(2005). IPA를 이용한 섬 관광지 매력성 평가: 제주 섬의 사례= Articles: Importance- Performanace Analysis of Attractiveness Assessment for Island Tourism Destination : A Case of Jeju Island. Vol.19 No.3
- 윤승현(2010). 「지속가능경영 추진을 위한 바람직한 프로그램 개발 방향에 관한 사례연구: H 지속가능경영 실천 사례를 중심으로」
- 윤지환·정효숙·이영진(2012). “베트남 잠재 관광객의 한국 선택 영향요인 분석,” 기업경영연구(한국기업경영학회) pp. 259-273
- 이재곤·고선희(2010). 일본관광객의 한국관광지 선택속성의 중요도-성취도 분석.
- 이재섭·권안용(2011). 관광리조트 선택속성이 재방문의도에 미치는 영향에 관한 연구: 관계마케팅의 조절효과를 중심으로. pp. 1-26
- 임화순·고계성(2006). 관광목적지 매력속성에 따른 중요도-성취도 연구: 일본 오키나와 중심으로= A Study of Importance-Performance for Destination Attractiveness Attributes-The Case of Okinawa in Japan. (觀光研究, Vol.21 No.1)
- 장양례·김혜영(2011). 개별 여행객들의(F.I.T) 관광지 선택속성, 관광제약, 선호관광활동에 관한 실증적 연구= An Empirical Study on Preference Tour Activities, Tour Constraints, Destination Selection Attribute of F.I.T. Tourist. 觀光研究, 26(1)
- 장혜정(2013). 여행상품 선택속성이 소비자태도에 미치는 영향: 관여도 조절효과를 중심으로. pp. 80
- 정균표(2011). 노인소비자의 가치와 라이프스타일이 관광지 선택속성에 미치는 영향: VALSE2를 중심으로.
- 정지우(2010). 패키지 여행상품 선택행동 연구. pp. 78
- 주영환(1992). 관광매력 체계에 관한 연구= A Study on the Tourist Attraction Systems. 觀光開發論叢, 1(1)
- 차재만(2013). 패키지여행상품 선택속성이 소비자 태도에 미치는 영향=The effect of consumer attitude on the characteristic of package tour.

- 한승엽·박수완(1998). 관광동기와 매력속성과의 관한 연구. (한국호텔외식경영학회)
- 현용호·김재학(2009). 관광동기와 관광목적지 선택 속성간 영향관계에 미치는 관광비용의 조절효과연구.
- NGUYEN THUY NGAN(2017). 방한 베트남패키지 관광객의 관광지 선택속성이 만족도 및 행동이도에 미치는 영향에 관한 연구. 석사학위논문.
- TRINH THI HANH(2017). 방한 베트남 관광객의 개인가치가 관광지 선택속성 만족도 및 재방문의도에 미치는 영향 연구, (제주도 지역을 중심으로), 석사학위논문

2) 서적

- 김문영(2014). 태국 내 한류 시장동향 및 발전방향 연구.
- 당종례(2014). 인도네시아 한류현황. 한류나우 5호.
- 박석희(2000). 『신관광자원론』 pp. 369-382
- 이선호(2014). 말레이시아 이슬람 경제의 대두. 동남아시아연구. pp. 89-132
- 이학식·임지훈(2007). 『SPSS 12.0 메뉴얼』, 과주: 법문사, pp. 122-123.
- 이원희(2015). 『동남아 관광시장 동향 및 정책 시사점』 pp. 36-43
- 채서일(2007). 『사회과학조사방법론』, 서울: 비엠엔북스, pp. 179-182.
- 한국관광공사(2017). 관광시장 동향 (전자자료) pp. 24-43

2. 국외문헌

- A Shani·PJ Chen·Y Wang and Hua(2010). Testing the impact of a promotional video on destination image change: Application of China as a Tourism Destination. (정효숙 2012)
- Abraham Pizam·Yoram Neumann·Arie Reichel(1978). Dimentions of tourist satisfaction with a destination area: Annals of Tourism Research. pp. 314-322
- Birgit Leisen(2001). Image Segmentation: the case of a tourism destination, Journal of Services Marketing. 15(1), pp.49-66(김석근2009-재인용)
- C Cooper·J Fletcher·A Fyall·D Gilbert·S Wanhill(2008). Tourism: Principles and Practice.
- Crompton·Lamb·Charles(1993). Choice set propositions in destination decisions: Annals of Tourism Research. 20(3), pp. 461-476(김석근2009)
- DA Baker & JL Crompton(2000). Quality, satisfaction and behavioral intentions. Annals of Tourism Research. 27(3), July, pp. 785-804(김석근2009재인용)
- David Mazursky(1989). Past experience and future tourism decisions: Annals of Tourism Research. p333-344
- EJ Mayo·LP Jarvis(1981). The psychology of leisure travel. Effective marketing and selling of travel services. pp.281. (정효숙2012-재인용)
- Fornel(1983). 「Issues in the Application of Covariance Structure Analysis: A Comment」 9(4), pp. 443-448(정효숙2012)
- Francis P.Noel(2009). Measurement specification and leisure satisfaction. Leisure Sciences. pp. 163-173
- Hammit(1996). 「Going beyond Importance-Performance analysis to analyze the observance-influences of park impacts」 pp.45-62(김시중2017재인용)
- JD Fridgen(1991). Dimensions of tourism, the educational Institute of the American hotel and Motel Association.
- John Gunn(1988). Behaviour Research and Therapy. pp. 585
- John L.Crompton·Paul K·Ankomah(1993). Choice set propositions in destination decisions:

- Annals of Tourism Research. pp. 461-476
- JT O'leary.MB Adams.LW Parker(1981). Importance Performance Analysis: An Aid to Problem Identification in Urban River Recreation Development.
- Martilla·James(1977). 「Importance-performance analysis: The Journal of Marketing」(김석근2009재인용)
- PL Pearce·A Morrison·J Rutledge(1998). 「Tourism: Bridges across continents」(김석근 2009-재인용)
- RL Oliver(1981). Measurement and evaluation of satisfaction processes in retail settings.
- S Um and JL Crompton(1992). The roles of perceived inhibitors and facilitators in pleasure travel destination decisions. 30(3)(김시중2011)
- Samuel Seongseop Kim·Jerome Agrusa·Heesung Lee·Kaye Chon(2007). Effects of Korean television dramas on the flow of Japanese tourists, Original research article, Tourism Management, volume 28, pp. 1340-1353
- Samuel Seongseop Kim·Jerome Agrusa·Heesung Lee·Kaye Chon(2007). Effects of Korean television dramas on the flow of Japanese tourists: Tourism Management. pp.1340-1353
- Vesna Zabkar·Maja Makovec Brenčič·Tanja Dmitrović(2010). Modelling perceived quality, visitor satisfaction and behavioural intentions at the destination level. Volume 31, pp. 537-546, (손병모2011)
- WC Gartner(1989). Tourism image: Attribute measurement of state tourism products using multidimensional scaling techniques. Journal of Travel Research.

3. 기타문헌

- <https://businessmirror.com.ph>(Business Mirror2017)
m.philstar.com. Philippine Star news,2017.
New Straits Times,(싱가포르관광청) 2017
UNWTO(2012). 「Tourism Factbook」, 아세안 관광통계 데이터베이스
UNWTO·Tourism Australia(2013).「Key Outbound Tourism Markets in South-East Asia.」
인도네시아 국가인구가족기획청(www.bkkbn.go.id)
제주도관광객입도현황 <https://www.jeju.go.kr/open/iopenboard.htm?category>
제주특별자치도관광협회 <http://www.visitjeju.or.kr/>
한국관광공사 관광시장 동향 <https://kto.visitkorea.or.kr>
한국관광공사 외래관광객 실태조사 <https://kto.visitkorea.or.kr/kor/notice/data>
한-아세안센터 한아세안 통계집 <http://www.aseankorea.org/kor/>

■ 제주도 방문 동남아 관광객의 관광지선택속성 평가에 관한 연구 ■

안녕하십니까?

제주도를 방문하신 것을 진심으로 환영합니다. 본 설문지는 제주도를 방문하신 동남아 관광객을 대상으로 전반적인 만족도를 분석하여 향후 제주에 활성화 방안을 제시하고자 합니다.

본 설문지에 한 응답 내용은 무기명으로 처리되며 통계목적으로만 사용됩니다. 귀하의 응답이 본 연구에 귀한 자료로 활용되오니 바쁘시더라도 이 조사에 적극적으로 조사해 주실 것을 부탁드립니다.

설문에 응해 주셔서 감사합니다.

2017년 10월

연구자 소속 : 제주대학교 관광경영학과

지도 교수: 제주대학교 대학원 관광경영학과 교수 박시사

연구자: 자문론

I. 다음은 관광행태에 관한 질문입니다.

- 이번 제주 방문이 몇 번째 방문입니까?
① 첫 방문 ② 2번째 ③ 3번째 ④ 4번 이상
- 금번 제주여행은 누구와 함께 오셨습니까?
① 혼자 ② 가족과 함께 ③ 친구/ 연인 ④ 단체/ 모임 ⑤ 기타
- 귀하가 제주도여행을 선택한 이유는?
① 여행사 ② 광고(신문,잡지,TV) ③ 가족,친구 등 추천 ④ 여행안내책자
⑤ 인터넷 ⑥ 기타
- 제주도에서의 총 체제 일수는 어느 정도입니까?
① 1박 2일 ② 2박 3일 ③ 3박 4일 ④ 4박 5일 ⑤ 5박 이상

Ⅱ. 관광지 선택 시 아래 속성들이 얼마나 중요했는지 관광 후 만족하셨는지를 표를 해주시기 바랍니다.

내용	중요도					성취도				
	전혀 중요 하지 않음	중요 하지 않음	보 통	중 요	매 우 중 요	매 우 불 만 족	불 만 족	보 통	만 족	매 우 만 족
1. 지방색 (여기에서만 볼 수 있는 것)	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
2. 이벤트(축제, 행사, 다양한 볼거리)	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
3. 음식의 다양성	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
4. 음식의 맛	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
5.	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
6. 교통의 편리성	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
7. 관광지의 다양성	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
8. 관광안내책자	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
9.(관광지/음식점)외국어설치	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
10.편의시설(휴게실/화장실)	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
11. 제주관광의 안정성	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
12. 편리한 쇼핑시설	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
13. 숙박시설 서비스	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
14. 숙박시설 가격	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
15. 교통비용	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
16. 저렴한 여행비용	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
17. 제주 관광지 물가	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
18. 아름다운 자연자원	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
19. 깨끗한 공기	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
20. 관광하기 좋은 날씨	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤

Ⅲ. 다음은 귀하의 일반적인 사항에 관한 질문입니다.

1. 귀하의 성별은?

- ① 남성 ② 여성

2. 귀하의 연령은 ?

- ① 20세 이하 ② 21~30세 ③ 31~40세 ④ 41~50세 ⑤ 51세 이상

3. 귀하의 최종학력은 ?

- ① 고졸이하 ② 고졸 ③ 대졸(재학) ④ 대학원 이상

4. 귀하의 국적이 어느 국가입니까 ?

- ① 베트남 ② 태국 ③ 필리핀 ④ 싱가포르 ⑤ 말레이시아 ⑥ 미얀마
⑦ 인도네시아 ⑧ 기타 ()

5. 귀하의 직업은 ?

- ① 전문직 ② 사무/관리직 ③ 기능/생산직 ④ 자영업 ⑤ 농/수/임업
⑥ 서비스직 ⑦ 주부 ⑧ 학생 ⑨ 무직 ⑩ 기타 ()

※ 본 설문에 응답해 주셔서 대단히 감사합니다 ※

■ A Study on the Attributes of Tourist Destinations in Southeast Asia Tourists Visiting Jeju ■

Hello?

I sincerely welcome you to visit Jeju Island. This questionnaire will analyze the overall satisfaction of tourists visiting Southeast Asia visiting Jeju Island and present ways to revitalize Jeju in the future.

The responses to this questionnaire are anonymous and will be used for statistical purposes only. I would appreciate your active inquiry into this survey, even if you are busy because your response is valuable to us.

Thank you for taking the survey.

2017 October

Researcher: Jeju National University Department of Tourism Management

Advisor: Department of Tourism Management, Graduate School, SI SA PARK

Researcher: JAMUNLUNG

I. Hear are the questions about Tourism Behavior.

1. How many times have you visit to Jeju?

- ① First visit ② 2nd ③ 3rd ④ more than 4 times

2. Who are you travelling with Jeju this times?

- ① Alone ② With family ③ Friend/Couple ④ Group/Meeting ⑤ Others

3. Why did you choose to travel to Jeju?

- ① Travel agency ② Advertisement(newspaper/Magazine,TV) ③ Travel brochure
④ Family, Friend, Recommendation ⑤ Internet ⑥ Others

4. How long are you staying in Jeju?

- ① 1night 2days ② 2night 3days ③ 3night 4days ④ 4night 5days
⑤ more then 5days

II. when you select a tourist site, please indicate how important the following properties are to your satisfaction after sightseeing.

contents	importance					achievement				
	Not important at all	Not important	Normal	Important	Very important	very unsatisfied	Unsatisfied	Normal	Satisfied	Very Satisfied
1. Local ambiance (Something you can only see here)	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
2. event (Festivals, events, various balloons)	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
3. Food variety	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
4. Taste of food	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
5. Airport Facilities	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
6. Convenience of transportation	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
7. Diversity of sightseeing spots	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
8. Tourist brochure	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
9. Foreign language installation of sightseeing spot	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
10. Convenience (rest room / restroom)	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
11. Stability of Jeju Tourism	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
12. Convenient shopping facilities	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
13. Accommodation Service	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
14. Accommodation price	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
15. Transportation cost	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
16. Affordable travel costs	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
17. Jeju Tourist Area prices	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
18. Beautiful natural resources	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
19. Clean air	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
20. Good climate	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤

III. Here are questions about your general matters.

1. What is your Gender?

- ① Male ② female

2. What is your age?

- ① Under 20 ② 21~30 ③ 31~40 ④ 41~50 ⑤ Above 51

3. What is your education background?

- ① Middle school gradation or less ② high school graduation ③ Master Degree
④ Bachelors degree

4. What is your nationality?

- ① Vietnam ② Thailand ③ Philippine ④ Singapore ⑤ Malaysia
⑥ Myanmar Indonesia ⑧ Others ()

5. What is your occupation?

- ① Profession ② Office/Management ③ Functional/Production ④ Housewife
⑤ Agriculture/Water/Forestry ⑥ Service worker ⑦ Self-employed ⑧ Student
⑨ Inoccupation ⑩ Others ()

※ Thank you so much for your answers. ※

■ 針對來訪的東南亞觀光客對觀光地選擇屬性評價的相關的論文 ■

您好？

在此非常歡迎您來到濟州島，這份調查問卷分析是針對來濟州島訪問的東南亞觀光客整體滿足度，並提出了將來濟州島的啓用方式。

這篇調查問卷的內容是无記名方式只用于學術研究和數據的分析，爲了順利的完成這次研究課題，再次需要您寶貴的建議 感謝你你百忙之中抽出時間協助完成本次問卷調查。

再次感謝您的幫助。

2017年 10月 日

濟州大學 觀光經營學科

指導教授：濟州大雪 大學院 觀光經營學科。教授：朴時四

研究者：賈夢龍

I. 以下是關於觀光狀態相關的問題.

1. 這次是您第幾次來濟州島？

- ① 第一次 ② 第二次 ③ 第三次 ④ 四次以上

2. 這次觀光旅行您是和誰一起來的？

- ① 自己 ② 和家人 ③ 朋友/愛人 ④ 團隊/聚會 ⑤ 其他

3. 您來選擇來濟州島的理由是？

- ① 旅行社 ② 廣告（新聞，雜誌，tv） ③ 家人或者朋友推荐
④ 旅行書內指南 ⑤ 網絡 ⑥ 其他

4. 這次來濟州島一共是幾天的行程？

- ① 兩天一夜 ② 三天兩夜 ③ 四天五夜 ④ 五天六夜
⑤ 五夜以上

II. 觀光地的選擇重要度和觀光后的滿足度的相關問題。請在閱讀后复合您觀点的數字上畫圈。

內容	重要度					成就度				
	完全不重要	不重要	一般	重要	非常重要	非常不滿足	不滿足	一般	滿足	非常滿足
1. 濟州島地域的特別型	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
2. 活動 (慶典, 節日, 多樣化的街道)	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
3. 食物的多樣性	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
4. 食物是否好吃	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
5. 机场設施	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
6. 交通的便利性	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
7. 觀光地多樣性	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
8. 觀光指南書	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
9. 觀光地的外語設施	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
10. 便利的設施 (休息室/衛生間)	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
11. 濟州島的安全性	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
12. 便利的購物設施	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
13. 住宿設施的服務	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
14. 住宿設施的价格	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
15. 交通費用	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
16. 便宜的飛机票	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
17. 濟州島觀光地的物价	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
18. 美麗的自然环境	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
19. 空气的干淨度	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
20. 觀光時好的天气	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤

Ⅲ. 以下是關於一般事宜的問題.

1. 您的性別？

- ① 男士 ② 女士

2. 您的年紀？

- ① 20歲以上 ② 21-30歲 ③ 31-40歲 ④ 41-50歲 ⑤ 51歲以上

3. 您最終的學歷？

- ① 高中以下 ② 高中 ③ 大學（在校） ④ 研究生以上

4. 您的國籍是？

- ① 越南 ② 泰國 ③ 菲律賓 ④ 新加坡 ⑤ 馬來西亞
⑥ 緬甸 ⑦ 印度尼西亞 ⑧ 其他（ ）

5. 您的職位？

- ① 學者 ② 公務員/管理者 ③ 技能/生產行業 ④ 自營者
⑤ 農業 水產 副食 ⑥ 銷售人員 ⑦ 家庭主婦 ⑧ 學生
⑨ 无職位 ⑩ 其他

※ 感謝您對本次調查的幫助 ※

ABSTRACT

A Study on the Attributes of Tourist Destinations in Southeast Asia Tourists

Visiting Jeju

-Focused on IPA -

Mun-Lung Ja

Department of Tourism Management

The Graduate School of Jeju National University

Supervised by professor Si-Sa Park

Despite the uncertainties of the global economy, Southeast Asia has a strong demand for travel market and strong consumer confidence and confidence. As economic growth and social development have increased the economical and time span of Southeast Asian peoples, interest in tourism is continuously increasing. The recognition of Southeast Asian tourists to Korea has started with the Korean Wave culture.

The main purpose of this study is to investigate the difference of tourist factors in terms of demographical characteristics and travel characteristics of

Southeast Asian tourists. The results of this study will provide useful information for establishing marketing strategies to attract tourists from Southeast Asia.

First, as a result of analyzing the results of the analysis of the difference in tourist attraction selection attributes according to the demographic characteristics, the male to female ratio was higher than that of female, and the importance and achievement difference showed that men were more important than female in facilities such as facility convenience. The respondents in their 30s or younger age group showed higher satisfaction with facilities convenience, service, and naturalness than over 40s.

According to the nationality, there was no significant difference in preference attributes, but the average value of satisfaction was higher than that of facility convenience, service, and price.

Second, according to the characteristics of travel activities, the results of the analysis of the difference in the characteristics of tourist attraction selection showed that the performance evaluation was lower than that of the first visit to Jeju Island. As for the type of companion, there were many tourists who visited with friends/ lovers, and satisfaction was higher than other companion types. Jeju tourist attractions can be confirmed to be preferred by friends and women. According to the number of days of stay, 3 nights 4 days tourists showed higher achievement average value than 2 nights, 3 days tourists in all optional attributes.

Third, as a result of the importance - achievement analysis, tourists in Southeast Asia recognize the importance of all attributes as a whole. Facilities, safety of Jeju tourist area, accommodation, beautiful natural resources, clean air and good weather condition factors are good for sightseeing are considered as important for tourists. In fact, it reflects satisfactorily that It has been shown these areas need to be managed continuously. Transportation facilities, (tourist / restaurants) foreign language

installation, cheap travel costs, tourist attraction price factors are properties that tourists consider important but are not actually reflected satisfactorily. In other words, we need to focus on these areas and respond strategically. The taste of food, tourist guidebook, shopping facilities, accommodation prices, transportation costs are not surveyed and are not reflected in the satisfaction of tourists. Therefore, it is necessary to focus on low priority areas. Local diversity, diversity of food, airport facilities, and diversity of tourist attractions are not considered important by tourists, but are attributes that are reflected satisfactorily. However, if performance is high, excessive waste of resources is expected.

Therefore, as Jeju Island as a tourist destination, it is necessary for Jeju Island to pay more attention to reasonable travel costs, tourist attractions, transportation facilities, and foreign language installation management to attract tourists more satisfactorily. Among the undervalued items (tourist sites / restaurants), the demand for tourists is constantly increasing for foreign language installation and traffic facilities and It is considered that it is being evaluated low as a tourist destination and the satisfaction level is falling, and is necessary to intensively manage it.