

IPA를 활용한 소속민족 문화 관광지 마케팅 전략 연구

-중국 윈난성을 중심으로-

A study on Marketing Strategies of Ethnic cultural tourism destination in Yunnan, China based on IPA

모래맹* · 단림자** · 임은순***

MoLeMeng. Duan LinZi. Yim, Eun-Soon.

Abstract

In the context of the increasing demand for cultural tourism, in order to improve the services offered by the tourism industry in Yunnan, China and to propose effective management solutions, this study conducted a comparative analysis using three IPAs by Martilla & James (1977), Vavra (1997) and Deng (2007). For this purpose, we surveyed 1003 tourists who visited Yunnan Province, China, from October 1st to 30th, 2020, and the collected data were subjected to descriptive statistical analysis, factor analysis, paired-samples t-test, regression analysis, partial correlation analysis, and IP analysis. The results of the comparative analysis of the three IPA methods found that no common attribute emerged in the fourth quadrant that needed to be developed. However, comparing the results of Martilla & Jame's (1977) and Vavra's (1997) IPA, an attribute of "visibility and recognition" was found in the fourth quadrant. Comparing the results of the IPA of Martilla & James (1977) and Deng (2007), four attributes such as "traditional practices, national festivals and events, tourism costs, and media publicity" appear in the same category in the fourth quadrant. Therefore, a deeper improvement of these five attributes is needed. In summary, the comparative analysis of the three IPA methods shows that different IPA methods can yield different results, so the most suitable method should be chosen to improve the validity of the study. Different from the prior study, in order to solve the linear relationship and independence problems of Martilla & James' (1977) traditional IPA, this study additionally applied Vavra's (1997) and Deng's (2007) modified IPA, and conducted a comparative study of the three IPAs.

Keyword: Attributes of tourist destinations, IPA, Revised IPA.

* 세종대학교 호텔관광경영학과 박사 과정, e-mail: molemeng112@gmail.com

** 세종대학교 호텔관광경영학과 석사. linzi59-@naver.com

*** 세종대학교 호텔관광경영학과 교수. esyim@sejong.ac.kr

국문 요약

본 연구는 중국 윈난성 관광의 문제점을 개선하여 효율적인 관광 운영을 위한 방안을 제시하기 위해 Martilla & James(1977), Vavra(1997)와 Deng(2007)의 3가지 IPA 방법을 사용하여 비교 분석하였다. 이를 위해 2020년 10월 1일~30일까지 중국 윈난성을 방문한 1,003명 관광객들을 대상으로 설문하여 수집된 자료를 가지고 기술 통계분석, 요인 분석, 대응표본 T-test, 회귀분석, 편상관분석, IPA를 이용하였다. 대응표본 T-test를 실시한 결과, 총 28개 모든 항목에 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 3가지 IPA 결과를 비교 분석한 결과, 집중적인 노력이 필요한 제 IV사분면에 속하는 속성이 없었다. 그러나 Martilla & Jame(1977)와 Vavra(1997)의 IPA를 비교한 결과, 제 IV사분면에 ‘지명도 및 인지도’ 1개 속성, Martilla & James(1977)와 Deng(2007)의 IPA를 비교한 결과, 제 IV사분면에 ‘전통 풍습, 민속 축제 및 행사, 관광비용, 매체 홍보’ 4개 속성이 속하는 것으로 나타나, 이 5가지 속성에 대해 집중적인 개선이 필요한 것으로 사료된다. 이처럼 3가지 IPA방법을 비교 분석한 결과 방법에 따라 다소 상이한 속성이 속하는 것으로 나타나 어떤 1가지 IPA만을 사용하면, 잘못된 연구결과를 제시할 수도 있으므로 연구 내용에 따라 적절한 IPA를 이용하여 연구의 타당성을 높여야 함을 시사한다. 본 연구에서 기존 연구와 달리 Martilla & James(1977)의 IPA의 중요도와 만족도 간의 선형 관계 및 독립성 문제를 최대한 보완하기 위해 Vavra(1997)와 Deng(2007)의 수정된 IPA를 추가적으로 활용하고 3가지 IPA를 모두 이용하여 방법론적 비교연구를 하였다는 점에서 의의가 있다.

주제어: 문화관광, 선택속성, IPA, 수정된 IPA.

I. 서 론

중국 통계청이 2019년에 발표한 자료에 따르면 중국 31개 성·시(省·市) 중 윈난성의 총 관광수입은 중국 광둥, 상하이, 베이징 다음으로 전국 4위를 차지할 정도로 아름다운 생태 환경, 독특한 문화 분위기 및 교통의 편리함 때문에 중국 대표적인 문화 관광지 중 하나가 되었다(중국 통계청, 2022). 그러나 현재 윈난성 경제 발전 및 관광 개발이 부족해서 흡입력이 떨어지고 있다. 또한 무단 쓰레기 투입 등 여행자의 부정적인 행위 때문에 여행 환경의 질과 관광객의 만족도가 떨어지고 있다. 그러므로 윈난성의 관광 산업은 더욱 개선이 필요하며 관광시장의 개발과 관광 시설을 강화할 필요가 있다(Yang Sheng, 2008).

IPA(Importance-Performance Analysis)는 1977년 Martilla-James에 의해 개발되었으며 제품이나 서비스의 중요도와 만족도의 차이 분석을 통해 서비스 제공의 우선순위를 도출해, 중요도와 만족도의 차이를 시각적으로 쉽게 판단할 수 있는 기법이다(Deng, 2007). IPA는 단순하고 실무 활용이 용이해 많은 영역에 사용하고 있다. 그러나 Martilla-James의 IPA는 중요도와 만족도 간 선형 관계 및 독립성 문제가 발생할 수 있어서 Vavra(1997)와 Deng(2007)은 회귀분석과 편상관분석을 통해 전통적 IPA의 문제점을 해결한 수정된 IPA를 제시하였다(Vavra,1997; Deng,2007).

중국 소수민족 문화관광지에 대한 연구는 중국 신장(新疆), 구이저우(貴州), 간쑤(甘肅)를 중심으로 Martilla & James(1977)의 IPA를 이용한 관광지 서비스 품질 관련 연구(Zhang Aiting, Zhang JingCao & Niu JinXi, 2021; Zhao ZiWei, 2020), 관광지 인지도 및 만족도 관련 연구(Zhang Shanshan & Jia Dan, 2021; Chang Jie, 2019; Chang Chengming & Peng RuiJuan, 2020; Ba Weijin & Shi Fan,2021; Xu YongMei, Zhang HeQing, Wang LeiLei, Xiang JiaHao & Zheng XueFei, 2018; Zheng Xue fei, 2018), 관광지 이미지 관련 연구(Deng Xinfang, Jin HaiLong, Qin Yan & Feng LingLing, 2015)가 진행되어 왔고, 소속 민족 축제에 관한 만족도 관련 연구(Xu HongShang & Hai Long, 2020), 역사 문화거리의 만족도 관련 연구(Li Shan, 2018)와 노인을 연구 대상으로 한 관광지 개발에 관한 연구(Whang MiaoWang & Ma LiXia, 2020)로 매우 적다.

나아가 윈난성에 대한 연구는 분석방법에 있어 대부분은 Martilla & James의 IPA만을 이용한 것으로 Li XiangYing & Zhang Yan(2019), Yang Chunli, Chan Fang & Ji XiaoLi(2021), Liang Yan & Wang HongSong(2020), Zhang

Zhenfang(2020), Tian Li, Li BoWen & Zhou XiaoKun(2009), Zhang Pengyang & TianLi(2016)로 매우 적고, 수정된 IPA기법을 사용하거나 Martilla & James의 IPA와 수정된 IPA의 결과에 대해 비교한 연구는 거의 없다.

그러므로 원난성을 방문한 중국인 관광객들을 대상으로 관광지 선택속성을 파악하여, 전통적 IPA와 이의 문제점을 해결한 수정된 IPA를 사용하여 결과의 공통점과 차이를 분석하고, 원난성 지역의 마케팅 전략 수립을 위한 기초 연구 자료를 제공하고자 한다.

II. 이론적 고찰

1. 관광지 선택속성

관광지는 관광객이 관광 욕구를 충족시키기 위해 일상생활을 떠나 일정 기간 동안 체류하는 지역으로서, 자연관광 자원, 인문관광 자원, 관광시설 자원과 같은 하나 이상의 가치가 있는 관광공간이다(박석희, 2000). 관광지 선택속성은 관광지에 관광객을 유치할 수 있는 긍정적인 요소와 매력적인 요소라고 정의할 수 있다(고영길 & 박용민, 2011). 따라서 관광지 선택속성은 관광지를 구성하는 다양한 요소의 개발 속성에 대해 관광객이 가지는 선택의 정도를 의미한다(최용훈, 2008; 이철진, 2007). 이에 대해 국내외 많은 연구자들이 관광지선택의 구성 속성들이 제시되었다(<표 1>참조).

<표 1> 선택속성의 선행연구

요인	속성 요인	연구자
관광자원	자연적 요소, 역사적 요소, 자연적·문리적 특성, 관광지의 매력도, 경관성, 전통문화, 문화 역사, 환경성, 민족관광지, 민족관광자원, 환경, 건축, 물질문화자원, 언어, 문자, 민족적 분위기, 민족 건축, 인문 경관 등.	Gold(1980) Murpy(1987) 김원인(1994)
관광상품	관광지의 매력성, 관광지 특별 행사, 소속 민족 고예품, 민족 축제, 다양한 민족 축제, 민족공예품, 민족관광코스, 관광기념품의 다양성, 관광 방식 등.	김계섭(1998) 박혜영(2019)
관광환경	사회적 요소, 쇼핑시설, 오락 및 쇼핑 시설, 음식, 이용가능성, 관리수준, 유희성, 숙박 시설의 편의성, 기후특성, 교통의 편리성, 청결상태, 숙박시설 및 비용, 기반시설, 음식시설 및 먹거리, 대중교통 안내판, 주민 친절, 공공시설, 관광기본시설, 국민의 친절, 인적 서비스, 안내 시스템, 기후, 서비스 안전성, 식음료의 적절성, 접근성, 시설, 서비스 및 쇼핑, 관광 시설, 목적지 서비스, 사회 치안, 관광 안내원 등.	박성용&오테현(1999) 권오주(2001) 최설매(2004) 최용훈(2008) 김시중(2011)
관광코스 트	관광지까지의 거리, 교통 비용, 주차 비용, 교통수단 이용성, 교통수단 편리성, 도로 상태, 서비스 비용, 숙박 시설 및 비용, 지리적 위치, 시간성, 경제성, 숙박시설가격, 쇼핑시설가격 및 품질, 비용, 서비스 경제성, 소비, 관광지까지 소요시간, 관광지까지 소요 금액, 관광지 간 거래의 적합성 등	Chen Wangyue(2012) Guan Xin(2012) Bi Lifang(2013)
관광지인 지	관광지 영상, 이미지, 정보성, 만국의 매력성, 목적지 이미지, 사회적 영향, 인지도 및 지명도, 홍보, 체험 가치, 다른 경험, 차별성 등.	Wang Qiong(2018)

따라서 이상 선행연구를 바탕으로 본 연구에서는 민족문화관광지에 적합한 선택 속성에 대해 총 28개의 측정항목을 선정하였다(<표 2> 참조).

<표 2> 측정항목을 선택속성

선택속성	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
자연 경관	●	●		●					●		●	●			●
인문 경관					●			●				●	●	●	
전통 풍습								●					●	●	
민속적 주택											●		●	●	
민속적 분위기							●				●	●	●	●	
민족 축제 및 행사		●						●			●		●	●	
관광 코스											●				●
관광 방식											●				●
민족 예술 공연											●		●		
관광 기념품													●	●	
기후							●	●	●		●				●
사회 치안	●											●		●	●
숙박 시설		●	●			●	●		●		●	●	●	●	
식사	●					●			●			●	●	●	
오락 시설	●		●		●	●	●		●		●	●		●	●
쇼핑 시설	●		●		●	●	●		●		●	●		●	●
접근도로			●		●				●			●			
관광 안내원			●				●	●							
안내 시스템		●				●	●	●						●	●
주민 친절성							●	●			●	●			
관광비용						●		●	●	●	●	●			●
관광지까지 소요시간			●	●	●	●		●	●						
관광지까지 소요금액			●			●		●	●	●		●			●
관광 소요시간												●			
지명도와 인지도															●
매체 홍보									●			●			●
다른 관광지와의 차별성															●
다양한 체험정도			●											●	

출처: 1:Gold(1980), 2:Murpy(1987), 3:김원인(1994), 4:김계섭(1998), 5:박성용·오테현(1999),
6:권오주(2001), 7:최설배(2004), 8:최용훈(2008), 9:김시중(2011), 10:WangyueChen(2012),
11:XinGuang(2012), 12:BiLifang(2013), 13:WangQiong(2018), 14:박혜영(2019).

2. IPA(Importance-Performance Analysis) 이론

1) Martilla & James(1977)의 전통적 IPA

IPA(Importance-Performance Analysis)는 1977년 Martilla와 James에 의해 소개

된 만족도와 중요도 두 가지 차원에서 상품 및 서비스 품질의 특성을 분석하는 방법이다. 이는 간단하면서도 효과적인 방법으로 서비스 산업의 많은 분야에서 다양하게 적용되고 있다(Lai & Hitchcock, 2015). Martilla & James(1977)의 전통적 IPA는 일반적으로 응답자들이 직접 평가한 중요도를 Y축으로, 성취도를 X축으로 설정하여, 각각의 속성들에 대한 중요도와 성취도의 평균값을 교점으로 IPA Matrix를 구축한다(김기영, 2019).

IPA Matrix는 4개 분면으로 구분되며, I 사분면에 중요도와 만족도가 모두 높아 지속적 유지해야 할 항목들의 영역이고, II 사분면은 중요도가 낮고 만족도가 높은 노력이 과잉된 항목들의 영역이다. III 사분면은 중요도와 만족도가 모두 낮은 상품이나 서비스 개발에 우선순위가 낮은 항목들의 영역이고, IV 사분면은 중요도가 높고 만족도가 낮은 집중적인 노력이 필요한 항목들의 영역이다.

그러나 전통적 IPA는 중요도와 만족도 간에 서로 독립적이며, 만족 속성과 전반적 만족도 간에 선형관계 및 대칭성이 존재해야 하는데, 실질적으로 중요도에 관한 속성은 만족에 관한 속성과 상호 독립적이지 않아서 전통적 IPA를 활용할 경우 오류가 발생하는 가능성이 있다(Vavra, 1999; Deng, 2007).

2) Vavra(1997)와 Deng(2007)의 수정된 IPA

Martilla & James(1977)의 IPA 모형의 비대칭 문제와 비선형 문제를 해결하기 위해 Vavra는 1997년 Kano(1984)의 3요소 이론 (the three-factor of theory; Kano 모델)을 근거하여 실제 만족구조를 밝힐 수 있는 수정된 IPA 모형을 제시하였다. Kano(1984)의 제시한 3요소 이론은 서비스 속성을 기본요소, 실행요소, 매력요소로 구분하였다. Vavra의 수정된 IPA는 관광객 및 소비자가 직접 평가한 중요도를 명시적 중요도로 X축으로 설정하고, 각 속성별 만족도와 전반적 만족에 의해서 도출된 회귀계수를 내재적 중요도(implicit importance)로 Y축으로 설정하여 수정된 IPA Matrix를 구축했다(Vavra, 1999; Kano et al., 1984; 표성수, 2009; 고민석, 2013).

Vavra(1997)의 회귀분석을 통한 IPA 방법은 분석과정에서 독립변수들 간에 다중공선성 문제가 발생할 수 있어서 Deng은 2007년 편상관분석(partial correlation analysis)을 활용한 수정된 IPA를 제안하였다(Deng, 2007; 윤설민 2011). 소비자가 직접 평가한 만족도를 Y축으로 하고, 각 속성별 만족도를 자연로그(ln)로 변경하여 전반적 만족도와와의 편상관계수(PCC)를 상대적 중요도 값으로 활용하여 X축으로 설정하해서 각 속성의 IPA Matrix를 구축했다(이상현, Oh Jin Ah, 강신구, 이호승 & SangYoel Han, 2017). 이는 실제 소비자의 지각 변화를 잘 설명할 수 있고, 전통적 IPA에서 제 I 사분면과 제 III 사분면에 속성들이 몰리는 상황을 방지할 수 있다

(Deng,2007; 정철 & 서용석, 2010).

이에 기존에 다수의 연구에서 전통적 IPA와 수정된IPA를 통해 산림문화이벤트 관련, 스마트공항 활성화 관련, 푸드 트럭 선택속성 관련, 쇼핑관광지 관련, 여행상품 관련, 또한 테마파크에 관한 많은 분야에서 연구가 진행되어 있다(한관희, 유재호 & 이계희, 2022; 이승훈, 오혜지 & 배준호, 2019; 원옥비,류기상 & 임은순;2020; 이경희, 전재균 & 이상호, 2011; 이은용,2018; 한경 & 서민정, 2022).

3. 윈난성 관광 현황 및 IPA 연구

윈난성은 한족과 25개 소수민족이 포함되어 중국에서 민족의 종류가 가장 많은 곳이다(중국 인구 조사, 2020). 윈난성의 민족들은 여러 시대를 거쳐 경제, 문화, 풍속, 습관도 다른 때와 달리 독특한 특징을 가지고 있어 중국 문화관광산업에서 가장 주목을 받는 지역 중의 하나가 되었다. 2019년 윈난성 방문자 수는 약 814만 6,270명으로 2018년보다 18% 증가하였고. 전 성(省)에 200여 개 관광지 중 국가 급 이상 관광지는 134개, 세계문화유산 2개, 세계기록유산 3개가 있다(중국통계청, 2020).

윈난성 관광에 대한 연구는 비교적 적고, 대부분 Martilla & James(1977)의 전통적 IPA를 활용한 연구이다(<표 3> 참조). 윈난성 관광목적지의 경쟁력에 대한 연구에서 전통적 IPA를 활용한 연구 결과, 개선이 필요한 제 IV사분면에는 ‘관광호텔’, ‘관광수입’, ‘평균 지출’, ‘정부투자’등 4개 항목이 속하는 것으로 나타나, 윈난성의 관광호텔 구조를 개선해야 하며, 윈난성에 대한 정부의 투자 능력은 다른 성(省) 보다 약하므로 앞으로 도시 계획 관리자는 윈난성의 건강한 발전을 이끌기 위해 정부 투자를 강화해야 한다고 주장했다(Tian Li et al.,2009).

윈난성 자전거 관광 동기, 만족도에 대한 연구에서 ‘충분한 화장실 시설’, ‘전망대 등 충분한 휴식 시설’의 2개 항목이 개선영역에 속하는 것으로 나타났다. 따라서 앞으로 관련 개발은 관광객의 요구에 더 기반을 두고 “승차”의 질과 “여행”의 경험을 향상해야 한다. 자전거 도로의 관리 및 유지에 관심을 기울이고 주변의 명승지와 마을로 자전거 교통망을 확대해야 한다고 주장했다(Zhang Pengyang et al.,2016).

윈난성 농촌 관광에 대한 연구에서 개선이 필요한 항목은 ‘공원 내 관광 종합 소비 가격이 합리적이고 저렴함’이라는 1개 항목이므로 생태레저농장의 가격을 유연하게 조정하고 특징적인 테마를 강조하며 혁신적인 제품을 개발할 것을 제안했다(Li Xiangying et al.,2019).

윈난성 관광 서비스 품질에 대한 연구를 실시한 결과, 개선이 필요한 영역인 제 IV사분면에 속하는 속성이 없는 것으로 나타났다. 따라서 고진(古鎮)의 인지도 향상하여 젊은이들의 적극적인 참여를 유도하고, 문화적 영향력을 강화하고 민족 문화

자원을 합리적으로 개발해야 함을 제안했다(ZhangZhenfang,2020).

원난성 관광지 이미지에 대한 연구에서 원난성 관광에서 개선이 필요한 항목은 ‘숙박’, ‘교통’, ‘쇼핑’, ‘오락’, ‘환경위생’, ‘관광 진흥’ 등 6개인 것으로 나타났다. 따라서 이 6가지 항목에 대해 산업 감독을 강화하고 서비스 품질을 개선하고 좋은 공공 재를 제공하여 “봄 도시”를 주제로 관광지 이미지를 구축해야 한다고 주장했다(XuYouyou et al.,2021).

이러한 선행연구들은 Martilla-James의 IPA를 사용하여, 이 방법이 가지고 있는 중요도와 만족도 간 독립성이 지켜지지 않고, 선형성 문제가 존재함으로 연구 결과에 오류가 존재할 수 있다. 따라서 본 연구에서는 M-J의 전통적 IPA와 수정된 IPA를 활용하여 분석함으로써 이런 문제점을 보완하고, 연구결과를 비교함으로써 신뢰성이 있는 마케팅 전략수립에 기초자료를 제공하고자 한다.

<표 3> 원난성에 대한 IPA 연구

저자	제목	대상	IPA
Li Xiangying et al.(2019)	IPA에 활용한 생태 레저 농장의 관광객 만족도 연구: 자연완자환 블루베리매너를 중심으로	완자환 블루베리매너를 방문한 관광객	전통적 IPA
XuYouyou et al.(2021)	IPA에 사용산한 관광지 이미지 측정 및 문제 진단: 쿤밍을 중심으로	원난성 쿤밍을 방문한 관광객	전통적 IPA
Zhang Zhenfanget al.(2020)	관광개발에 기초한 원난성 특색진(鎮)의 민족문화 응용 연구: 다리 서주고진을 중심으로	원난성 서주고진을 방문한 관광객	전통적 IPA
Tian Li et al.(2009)	관광목적지의 경쟁력: 중요도-성취도 분석	원난성을 방문한 관광객	전통적 IPA
Zhang Pengyang et al.(2016)	자전거 관광 동기, 만족도 및 IPA 평가에 대한 실증적 연구: 디이엔치(滇池) 자전거관광을 중심으로	디이엔치(滇池) 자전거관광을 경험한 관광객	전통적 IPA

III. 연구방법

1. 측정도구 및 자료수집

본 연구는 관광지 선택속성을 김원인(1994), 박성용·오태현(1999), 권오주(2001), 김계섭(1998), 최설매(2004), 최용훈(2008), ChenWangyue(2012), XinGuang(2012), 김시중(2011), 박혜영(2019), BiLifang(2013), WangQiong(2018), Gold(1980), Murpy(1987) 등의 연구를 참고하여 총 28개 항목으로 구성하였다(< 표 2 > 참조). 설문지는 Likert 5점 척도를 사용하여 1점은 ‘전혀 만족하지 않다’에서 5점은 ‘매우

만족하다'로 측정하였다. 연구 조사에 들어가기 전에 연구자가 설문지 내용을 중국어로 번역해서 중국인들을 대상으로 예비조사를 실시하여, 어렵거나 이해가 힘든 문장들을 수정해서 보완하여 최종적으로 설문지를 완성·사용하였다. 설문지는 중국 설문조사 회사(問卷屋)를 통해서 원난성을 방문한 경험이 있는 중국인들을 대상으로 2020년 10월 1일~10월 30일까지 진행한 결과, 총 1,200부의 설문지를 수집하여, 그 중 응답이 불성실한 197부를 제외하고 1,003부를 연구에 사용하였다.

2. 연구방법

본 연구에는 수집된 자료를 SPSS 25.0를 이용하여 분석했다. 인구통계학적 특성과 일반적 특성을 알아보기 위해 기술통계분석을 실시하여, 측정 항목의 타당성 및 신뢰도를 검증하기 위해 요인분석과 신뢰도 분석을 실시했다. 중요도와 만족도간의 차이를 검증하기 위하여 대응표본 T-test를 하였고, 이어 Martilla & James(1977)의 IPA, Vavra(1997)의 수정된 IPA를 위하여 회귀분석을 통해 속성별 만족도와 전반적 만족에 의해서 회귀계수를 도출하여 내재적 중요도로 설정하고 분석을 진행했다. Deng(2007)의 수정된 IPA를 위하여 속성별 만족도를 자연로그(ln)로 변경하여 편상관분석을 통해 전반적 만족도와 편상관계수(PCC)를 상대적 중요도로 설정하고 분석을 실시했다.

IV. 분석결과

1. 인구통계학적 특성

본 연구의 응답자들은 여성 522명(52%), 남성 481명(48%), 연령대는 26~40세가 주를 이루고 있다. 결혼 여부는 기혼 919명(91.6%), 교육 수준은 전문대졸 325명(42.4%), 가정의 월평균 소득이 5,000~10,000위엔인 집단은 364명(36.3%)이고 10,000~15,000위엔은 110명(38.9%)으로 나타났다.

원난성을 방문한 목적은 경치 감상 및 기분전환이 465명(46.4%), 공부나 비즈니스 149(14.9%), 지역의 특성을 살린 향토음식 140(14%), 소수민족의 특색과 풍습을 체험 140(14%), 기타 67(6.7%), 친구, 연인이나 가족 만남 42(4.2%) 순이다. 체류시간은 3박 4일 277(27.6%)이 가장 높고, 원난성 관광에 대한 정보는 지인 345명(34.4%), 입소문 25.7명(25.6%), 인터넷 219명(21.8%), SNS 115(11.5%), 기타 67(6.7%) 등을

통해 얻는 것으로 나타났다(< 표 4 > 참조).

< 표 4 > 인구통계학적특성

구분	세부항목	빈도 (명)	비율 (%)	구분	세부항목	빈도 (명)	비율 (%)
성별	남성	481	48	결혼여부	미혼	72	7.2
	여성	522	52		기혼	919	91.6
연령	18~25세	130	13		기타	12	1.2
	26~30세	296	29.5	교육수준	고졸	293	29.2
	31~40세	195	19.4		전문대졸	325	42.4
	41~50세	163	16.3		대졸	216	21.5
	51~60세	143	14.3		대학원졸	107	10.7
	60세 이상	76	7.6		기타	62	6.2
가정월소득	5,000위엔 이하	93	9.3	정보원천	입소문	257	25.6
	5,001~10,000위엔	364	36.3		광고	345	34.4
	10,001~15,000위엔	361	36		인터넷 홈페이지	219	21.8
	15,001~20,000위엔	115	11.5		SNS	115	11.5
	20,000위엔 이상	70	7		기타	67	6.7
체류기간	당일	43	4.3	방문목적	친구, 연인이나 가족 만남	42	4.2
	1박2일	101	10.1		공무나 비즈니스	149	14.9
	2박3일	160	16		경치감상 및 기분전환	465	46.4
	3박4일	277	27.6		소수민족의 특색과 풍습을 체험	140	14
	4박5일	216	21.5		지역의 특성을 살린 향토음식	140	14
	5박6일 이상	206	20.5		기타	67	6.7
합계		1,003	100	합계		1,003	100

2. 신뢰성 및 타당성 분석

추출한 변수에 대한 타당성 및 신뢰성을 검증하기 위하여 탐색적 요인분석(EFA)과 신뢰도 분석을 실시하였으며, 관광지의 선택속성에 대한 요인 추출은 주성분 분석을 사용하였고, 요인수는 고유치가 1.0 이상, 요인 적재량이 0.4 이상의 28개 문항을 추출하여 각 요인별로 의미를 부여하였다(Hair, J. F., Black, B., Babin, B., Anderson, R. E., & Tatham, R. L., 1992). 또한 내적 일관성을 파악하기 위하여 Cronbach's α 계수 값을 사용하여 신뢰도를 측정하였다(Zeller, R.A., Carmines & E.G., 1980). 관광지의 선택속성에 대한 분석 결과, 총 분산 설명력은 73.531%이며, KMO값은 0.899이고, Bartlett의 구형성 검정치는 21314.988(df=1002, $p < .000$)로 요인분석에 적합한 것으로 나타났다(Kaiser, 1974; Osborne, Costello & Kellow, 2008). 관광지의 선택속성에 대한 분석 결과 추출된 총 28개 항목은 고유치가 1.0 이상 5개의 요인이 도출되어, 각각 '관광 자원', '관광환경', '관광 상품', '관광지 인지', '관광

코스'로 명명하였다. 선택속성의 각 요인에 대한 Cronbach's α 값이 0.6 이상으로 신뢰성이 있는 것으로 나타났다(< 표 5 > 참조).

< 표 5 > 관광지 선택속성의 타당성 및 신뢰도 검증

요인명		항목	요인 적재량	아이겐 값	분산 설명력(%)	Cronbach's α
관광 자원	1	자연 경관	.949	3.711	13.254	.911
	2	전통 풍습	.829			
	3	민속적 주택	.842			
	4	인문 경관	.836			
	5	민속적 분위기	.836			
관광 상품	6	민족 축제 및 행사	.947	3.742	13.365	.914
	7	관광 코스	.838			
	8	관광 방식	.836			
	9	민족 예술 공연	.848			
	10	관광 기념품	.844			
관광 환경	11	기후	.962	6.905	24.660	.950
	12	사회 치안	.806			
	13	숙박 시설	.817			
	14	식사	.818			
	15	오락 시설	.801			
	16	쇼핑 시설	.82			
	17	접근 도로	.816			
	18	관광 안내원	.822			
	19	안내 시스템	.822			
	20	주민 친절성	.809			
관광 코스트	21	관광비용	.943	3.069	10.959	.896
	22	관광지까지 소요시간	.849			
	23	관광지까지 소요금액	.851			
	24	관광 소요시간	.848			
관광 인지	25	지명도와 인지도	.953	3.162	11.292	.910
	26	매체 홍보	.867			
	27	다른 관광지와의 차별성	.858			
	28	다양한 체험정도	.870			

총분산설명력=73.531%

KMO=.899, Bartlett's $\chi^2=21314.988$, (df=1002, $p<.000$)

3. 대응표본 T-test

대응표본(Paired) T-test 결과, 원난성의 선택속성에 대해 모든 항목에서 중요도가 만족도보다 큰 것으로 나타났고, 그중에 중요도-만족도의 평균값의 차이가 가장 큰 것은 '관광비용', '지명도와 인지도', '매체 홍보' 등 순으로 나타났다. 이는 원난성을 방문한 관광객들은 28개의 선택속성 중에서 모든 항목이 기대보다 만족스럽지 못하지만, 특히 관광비용, 관광지의 지명도 및 인지도, 매체를 통한 관광지 홍보에

있어서 방문객의 기대를 충족시키지 못한다는 것을 의미한다(< 표 6 > 참조).

< 표 6 > 만족도와 중요도의 차이 비교

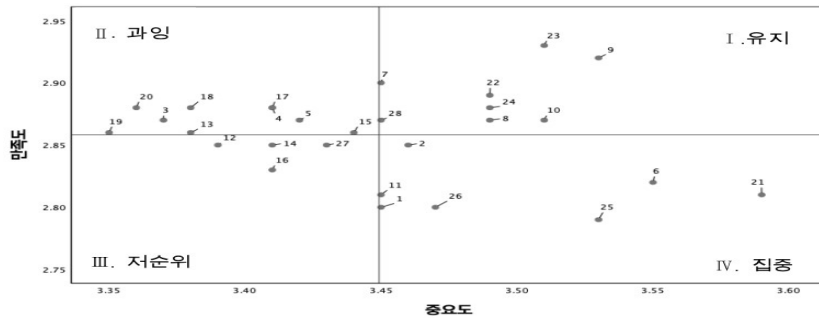
속성	Martilla & James(1977)				Vavra(1997)		Deng(200)
	중요도	만족도	I-P	t	내재적 중요도		상대적 중요도
	M	M			β	t	PPC
1 자연 경관	3.45	2.80	.653	12.856***	-.066	-.908	-0.021
2 전통 풍습	3.46	2.85	.606	11.400***	.025	.505	0.02
3 민속적 주택	3.37	2.87	.500	9.646***	.022	.476	0.015
4 인문 경관	3.41	2.88	.535	10.013***	.099	2.028	0.04
5 민속적 분위기	3.42	2.87	.555	10.771***	-.024	-.506	-0.16
6 민족 축제 및 행사	3.55	2.82	.737	14.771***	.023	.295	0.17
7 관광 코스	3.45	2.90	.556	10.567***	-.007	-.141	-0.01
8 관광 방식	3.49	2.87	.625	12.335***	-.108	-2.237	-0.072
9 민족 예술 공연	3.53	2.92	.605	11.401***	.018	.361	-0.006
10 관광 기념품	3.51	2.87	.641	12.450***	.043	.863	0.042
11 기후	3.45	2.81	.638	12.503***	.011	.105	0.007
12 사회 치안	3.39	2.85	.542	10.447***	-.033	-.683	-0.035
13 숙박 시설	3.38	2.86	.522	9.783***	.101	2.027	0.067
14 식사	3.41	2.85	.560	10.717***	-.046	-.925	-0.04
15 오락 시설	3.44	2.86	.582	11.343***	-.019	-.398	0.005
16 쇼핑 시설	3.41	2.83	.579	11.216***	.007	.146	0.023
17 접근 도로	3.41	2.88	.539	10.053***	-.005	-.097	-0.02
18 관광 안내원	3.38	2.88	.499	9.360***	.011	.204	-0.005
19 안내 시스템	3.35	2.86	.487	9.113***	-.094	-1.868	-0.044
20 주민 친절성	3.36	2.88	.488	9.353***	.043	.886	0.023
21 관광비용	3.59	2.81	.775	15.322***	.017	.246	0.014
22 관광지까지 소요시간	3.49	2.89	.597	11.197***	-.056	-1.129	-0.044
23 관광지까지 소요금액	3.51	2.93	.584	11.206***	-.014	-.295	-0.006
24 관광 소요시간	3.49	2.88	.609	11.635***	.030	.610	0.015
25 지명도와 인지도	3.53	2.79	.741	14.344***	-.011	-.165	-0.014
26 매체 홍보	3.47	2.80	.675	13.046***	.019	.389	0.025
27 다른 관광지와의 차별성	3.43	2.85	.574	11.202***	-.124	-2.623	-0.079
28 다양한 체험정도	3.45	2.87	.578	10.809***	.046	.936	0.03

* p<.05, ** p<.01, *** p<.001

4. 전통적 IPA와 수정된 IPA

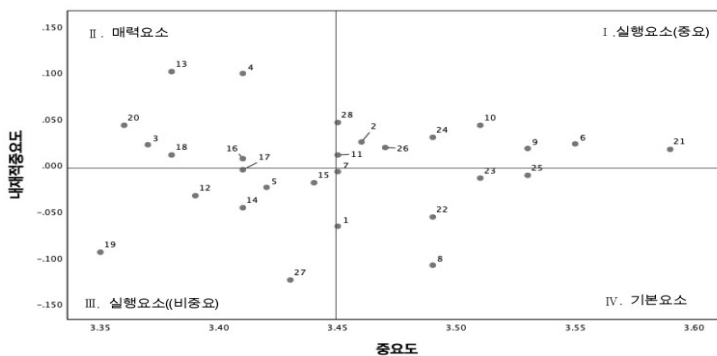
첫째, Matilla & James (1977)의 IPA를 이용한 결과를 살펴보면 II사분면에 많은 속성이 집중되어 있음을 확인하여, 총 28개 속성 중 I사분면에 6개, II사분면에 11개, III사분면에 6개의 속성이 있는 것으로 나타났다. 마지막으로 ‘전통 풍습(2)’, ‘민족 축제 및 행사(6)’, ‘관광비용(21)’, ‘지명도와 인지도(25)’, ‘매체 홍보(26)’, 의 5개 문항은 높은 중요도와 낮은 만족도로 제IV사분면에 위치하여 집중 개선해야 할 속성의

로 나타났다([그림 1] 참조).



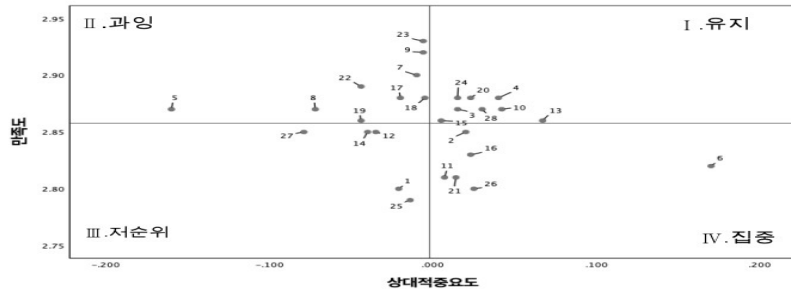
[그림 1] Martilla & James(1977)의 IPA 결과

둘째, Vavra(1997)의 수정된 IPA에서는 총 28개 속성 중 I사분면에 7개, II사분면에 8개, III사분면에 9개의 속성이 위치하는 것으로 나타났다. 명시적 중요도가 높고 내재적 중요도가 낮은 IV사분면에는 관광 방식(8), 관광지까지 소요시간(22), 지명도와 인지도(25), 관광지까지 소요금액(23), 등 4개 항목으로 이들은 기본요소인 것으로 나타났다([그림 2] 참조).



[그림 2] Vavra(1997)의 IPA 결과

셋째, Deng(2007)의 수정된 IPA 결과에서는 총 28개 속성 중 I사분면에 8개, II사분면에 9개, III사분면에 5개의 속성이 도출되었다. 명시적 중요도가 높고 내재적 중요도가 낮게 보이는 제 IV사분면에는 관광지까지 전통 품습(2), 민족 축제 및 행사(6), 기후(11), 쇼핑 시설(16), 관광비용(21), 매체 홍보(26)의 6개 항목이다([그림 3] 참조).



[그림 3] Deng(2007)의 IPA 결과

이상의 3가지 IPA인 Matilla & James(1977)의 전통적 IPA, Vavra(1997)의 IPA, Deng(2007)의 IPA의 결과를 비교하면 I 사분면에서 동일하게 나온 요소는 1개(관광 기념품), II사분면에는 1개(관광 안내원), III사분면에는 3개(자연경관, 사회치안, 식사), 개선되어야 할 영역인 제 IV사분면에는 동일하게 위치한 속성이 없는 것으로 나타나, 전체 28개 항목 중 5개 항목만이 동일한 분류 결과를 보이고 있었다(< 표 7 > 참조).

< 표 7 > 3가지 IPA 결과 비교

사분면	Matilla&James(1977)	Vavra(1997)	Deng(2007)
I	유지	실행요소(중요)	유지
높은 중요도	(6개 항목)	(7개 항목)	(8개 항목)
높은 만족도	8, 9, 10 , 22, 23, 24	2, 6, 9, 10 , 21, 24, 26	3, 4, 10 , 13, 15, 20, 24, 28
II	과잉(11개 항목)	매력요소	과잉
낮은 중요도	3, 4, 5, 7, 13, 15,	(8개 항목)	(9개 항목)
높은 만족도	17, 18 , 19, 20, 28	3, 4, 11, 13, 16, 18 , 20, 28	5, 7, 8, 9, 17, 18 , 19, 22, 23
III	저 순위	실행요소(비 중요)	저 순위
낮은 중요도	(6개 항목)	(9개 항목)	(5개 항목)
낮은 만족도	1 , 11, 12 , 14 , 16, 17	1 , 5, 7, 12 , 14 , 15, 17, 19, 27	1 , 12 , 14 , 25, 27
IV	집중 개선	기본요소	집중 개선
높은 중요도	(5개 항목)	(4개 항목)	(6개 항목)
낮은 만족도	2, 6, 21, 25, 26	8, 22, 23, 25	2, 6, 11, 16, 21, 26

1.자연 경관 2.전통 풍습 3.민속적 주택 4.인문 경관 5.민속적 분위기 6.민족 축제 및 행사 7.관광 코스 8.관광 방식 9.민족 예술 공연 10.관광 기념품 11.기후 12.사회 치안 13.숙박 시설 14.식사 15.오락 시설 16.쇼핑 시설 17.접근 도로 18.관광 안내원 19.안내 시스템 20.주민 친절성 21.관광비용 22.관광지까지 소요시간 23.관광지까지 소요금액 24.관광 소요시간 25.지명도와 인지도 26.매체 홍보 27.다른 관광지와의 차별성 28.다양한 체험정도

IV. 결론 및 시사점

본 연구는 문화 관광지 선택속성을 규명하고 이들의 중요도와 만족도간의 차이를 알아보고, Martilla & James(1977), Vavra(1997), Deng(2007)의 3가지 IPA를 통해 실증 분석함으로써 원난성 마케팅 전략수립을 위한 기초 자료를 제공하고자 하였다. 본 연구의 결론과 시사점은 다음과 같다.

첫째, 원난성을 방문한 관광객들의 관광지 선택속성에 대한 중요도와 만족도의 차이를 대응표본 t-검정한 결과, 28개 모든 항목에서 모든 항목의 중요도가 만족도보다 크게 나타났다. 이는 원난성 관광객들의 기대를 만족시키지 못한다는 것으로 이중에서 중요도와 만족도 차이가 가장 큰 속성은 ‘관광비용’이다. 원난성의 비싼 관광지 입장료, 비싼 음식 및 쇼핑 가격, 그리고 관광지가 광범위하게 분포되어 있기 때문에 관광교통비용이 많이 들기 때문으로 사료된다. 그러므로 이들 비용을 낮추어 만족도를 높이는 방안이 필요하다고 할 수 있다.

둘째, 인구통계적 분석결과를 보면 ‘기혼자’가 92.6%임으로 표본이 상당히 편중되어 있다. 이는 원난성 관광시장은 주로 경치구경, 문화체험, 야외스포츠와 모험관광, 교육관광을 기본으로 하여 가족여행, 자동차 여행의 수요가 증가하고 있어서(원난성 "10.1" 관광 빅 데이터 보고서, 2019) 원난성 관광객은 ‘기혼자’가 많은 것으로 사료된다.

셋째, Martilla & James(1977)의 IPA 결과, 중요도가 높고 만족도가 낮은 집중적인 개선이 필요한 영역인 IV사분면에 “전통 풍습, 관광비용, 민족 축제 및 행사, 매체 홍보, 지명도와 인지도”가 속하는 것으로 나타났다. 이는 Tian Li et al.(2009)의 연구결과(‘전통 관습’), Li Xiangying et al.(2019)의 연구 결과(‘관광비용’), Xu Youyou et al.(2021)의 연구결과 (‘관광홍보’)와 유사하다. 그러므로 원난성은 관광객들이 민속 풍습과 민족축제활동에 더 많은 경험을 할 수 있도록 전통문화와 현대 문화를 결합하고, 원난성에 대한 홍보에 투자를 증가하고, 현대적인 커뮤니케이션 도구를 사용하여 지명도와 인지도를 높여야 할 것으로 사료된다.

다섯째, Vavra(1997)의 IPA에서 집중적인 개선이 필요한 제 IV사분면에 “관광 방식, 관광지까지 소요시간, 관광지까지 소요금액, 지명도와 인지도”이다. ‘지명도와 인지도’는 Martilla & James(1977)의 IPA와 공통적인 항목이나, 나머지 항목은 다르다. 원난성 단체 여행은 가격은 저렴하지만 일정이 빡빡하고, 식단이 단순하고, 쇼핑이 많아 관광객을 덜 만족시키는 원인이 되기도 한다. 또 원난성은 관광명소 간의 거리가 비교적 멀기 때문에 장시간 교통수단을 탐으로써 관광객이 피로하고 비용도 크다. 그러므로 명승지 사이에 새로운 오락 활동을 개발하여 장거리로 인한 관광객의 피로를 줄이고, 여행 방식에 따른 다양한 여행 서비스를 제공하고, 여행사의 부정적인 행동을 지속적으로 통제해야 할 필요가 있다고 할 수 있다.

여섯째, Deng(2007)의 IPA 결과, 중요도가 높고 만족도가 낮은 집중적인 개선이 필요한 선택속성은 “전통 풍습, 민족 축제 및 행사, 기후, 쇼핑 시설, 관광비용, 매체 홍보”이다. ‘민족 축제 및 행사’, ‘전통 풍습’, ‘기후’, ‘쇼핑 시설’, ‘관광비용’, ‘매체 홍보’는 Martilla & James(1977)의 IPA와 공통적인 항목이나 “기후”와 “쇼핑 시설” 2개 속성은 다르다. 윈난성은 기후의 종류가 많고 연교차가 적고 일교차가 크며 공간적 이질성(지리적 공간차)이 커서 관광객의 만족도가 낮다. 선행연구에 따르면 관광객들은 원래 거주지와 다른 기후 조건의 관광지를 경험하기 위해 원래 거주지와 완전 다른 새로운 기후를 가진 관광지를 선택한다(Jacobsen.J.K.S.,2001). 따라서 윈난성에서 관광 홍보를 실시할 때 다양한 지역에서 온 관광객을 대상으로 기후에 대한 홍보를 실시하는 것도 한 방안이라고 할 수 있다.

일곱째, M-J IPA와 2가지 수정된 IPA를 비교한 결과, 중요도도 높고 만족도도 높아서 지속적으로 유지해야하는 선택속성은 ‘관광기념품’이다. 윈난성에는 관광 기념품의 종류가 다양하고 관광 기념품의 질도 우수하다. 따라서 이런 현상을 계속 유지하기 위해서 윈난성은 소수민족 지역 특성에 맞춘 관광기념품을 지속적으로 투자하고 개발하여, 관광객들이 계속 좋은 만족감을 느낄 수 있도록 해야 한다.

한편 중요도는 낮는데 만족도는 높아 노력이 과잉된 선택속성은 ‘관광안내원’이다. 이는 Wan Sanmin(2011)의 연구 결과와 동일한 것으로 윈난성 정부가 2018년 개발한 “You Yunnan”(游云南) 앱과 관련된다. 관광객은 이 앱을 통해 윈난성 관광자원, 관광 코스를 검색할 수 있고 항공권, 호텔, 입장권까지도 주문할 수 있다. 또한 관광객이 여행 중 문제가 발생하면 “You Yunnan”(游云南)을 통해 윈난성 16개 현(州)의 문화관광부서에 도움을 요청하거나 신고 및 “쇼핑 후 30일 이내에 이유 없이 상품 반품”을 할 수 있다. 이는 관광객의 강제 쇼핑과 사기에 대한 여행사 및 관광안내원의 불량 행위를 크게 강제하여 정부에게 더 효율적인 규제를 가능하게 하였다. 이 정책을 시행 이후 윈난성 관광에 대한 관광객 불만 신고는 2017년 전국 6위에서 2019년 25위로 하락했으며, 관광 전반적인 만족도는 99.9%에 달했다(CIIC,2021). 따라서 현재 윈난성의 관광 안내원은 윈난 관광자원의 강점으로 현재 제도에 관광객들이 만족하고 있으므로 더 이상 자본과 노동을 투자할 필요가 없으므로 개선해야 하는 선택속성으로 자원을 이동시킬 필요가 있음을 시사한다고 할 수 있다.

중요도도 낮고 만족도도 낮은 저 순위 선택속성은 ‘자연경관’, ‘식사’와 ‘사회치안’이다. 중국 통계청에 따르면 2021년 중국 국민의 사회치안에 대한 만족도는 98.62%로 지난 5년간 계속 높은 수준으로 유지했다(중국 통계청, 2022). 그러므로 ‘자연경관’, ‘식사’와 ‘사회 치안’은 이미 안정되어 있어서 관광객의 인식 중 중요도도 낮고 만족도도 낮은 것으로 판단된다.

그러나 중요도는 높는데 만족도가 낮아 집중 개선해야 하는 영역인 4분면에는 공통적인 속성이 없었다. 이는 많은 선행연구 결과와 일치하는 것으로 3가지의 IPA 중 어느 것이 절대적으로 더 적합한지는 쉽게 판단할 수 없다는 점을 다시 한번 시사하는 것이라고 할 수 있다(오민재 & 류재숙, 2016; 윤설민, 2018; 김이태 & 류예빈, 2019; 한경 & 서민정, 2022). 그러므로 3가지 방법 중 한 가지만 이용하여 분석하면 잘못된 정책을 수립할 수 있으므로 연구목적에 맞는 적절한 IPA를 사용할 필요가 있다고 할 수 있다.

본 연구는 원난성 관광의 선택속성을 규명하고, 기존의 원난성에 관한 연구가 M-J의 전통적 IPA만으로 이루어진데 반하여 M-J IPA의 기본 가정의 문제를 해결하기 위하여 3가지 IPA를 비교하여 분석하였다는 점에 의의가 있다. 그러나 원난성 관광지 처음 방문한 경우와 재방문자의 경우 중요도와 만족도가 다를 수 있으므로 이를 구분하여 비교하는 것도 흥미가 있는 연구가 될 수 있을 것이다. 그리고 인구통계학 분석결과를 보면 기혼자가 대다수를 차지하고 있어 향후 표본의 혼인 상태를 고르게 추출하는 것도 필요하다. 또한 중국인뿐만 아니라 외국인 관광객도 원난성을 방문하는데 코비드19로 말미암아 이들을 조사하지 못하였다는 한계를 지닌다. 이러한 점을 고려한 후속연구를 기대한다.

참고문헌

-
- 이은미·이계희(2010). 카노 모델을 적용한 외국인 의료관광 선택속성의 수정 IPA. 한국관광·레저학연구, 22(5), 110-130.
- 이철진(2007). 리조트 관광자 심리, 선택속성과 관계지향성 연구. 박사학위논문, 경기대학교 대학원.
- 이상현·강신구·이호승·오잔아·한상열(2017). 수정 IPA를 이용한 국립백두대간수목원 효율적 운영방안에 관한 연구. 한국 산림휴양복지학연구, 21(2), 01-09.
- 이승훈, 오혜지 & 배준호(2019). 전통적 IPA와 수정된 IPA를 활용한 산림문화이벤트의 관광 매력성 분석. 관광레저연구, 31(12), 87-102.
- 이은용(2018). 수정된 IPA를 이용한 푸드 트럭 선택속성에 대한 탐색적 연구. 관광 및 호텔 연구의 국제 저널, 32(03), 227-239.
- 이경희, 전재균 & 이상호(2011). IPA분석을 통한 쇼핑관광지로서의 부산의 평가에 관한 연구. 호텔관광연구, 13(1), 11-21.
- 오민재·류재숙(2016). 전통적 IPA와 수정 IPA의 비교: 인천차이나타운의 관광매력성 평가. 관광학연구, 30(7), 129-142.
- 원옥비, 류기상 & 임은순(2020). 전통적 IPA와 수정된 IPA를 이용한 여행상품의 선택속성에 관한 연구: 방한 베트남 관광객을 대상으로. 호텔리조트연구, 19(5), 57-75.

- 윤설민(2018). 전통적 IPA와 수정된 IPA 적용에 의한 서울의 고궁 체험요소 비교. *지역산업연구*, 41(1), 71-90.
- 김이태·류예빈(2019). 전통적 IPA와 수정된 IPA를 활용한 컨벤션 선택속성 개선방안. *호텔경영학연구*, 28(1), 47-59.
- 김시중(2011). 온천 방문객의 온천 관광지 선택속성 중요도가 행동의도에 미치는 영향. *국토학연구*, 45(1), 59-71.
- 김계섭(1998). 관광계획가의 개발목표 위계구조 연구. *한국관광학연구*, 22(2), 116-124.
- 김기영(2019). GDS 선택속성의 IPA와 선택속성이 공급사 신뢰 및 미래 행동의도에 미치는 영향: Asiana Sabre를 중심으로. 석사학위논문.
- 김원인(1994). 관광지 선호에 관한 실증적 연구. *관광학연구*, 18(1), 1-22.
- 고민석(2013). 노인요양병원 입원환자가 지각하는 의료서비스 품질평가: Kano모델에 근거한 Revised IPA를 활용. *보건 의료산업학연구*, 7(1), 133-144.
- 고영길·박용민(2011). 국내 수학여행 관광지 선택속성 IPA 연구: 교사와 학생의 인식조사를 통해. *관광레저연구*, 23(8), 267-283.
- 박혜영(2019). 시니어세대의 여행욕구 유형에 따른 관광지 선택속성과 관광만족에 관한 연구: 한·일 비교를 중심으로. *MICE관광연구*, 19(01), 85-106.
- 박석희(2020). 휴양지의 관광환경보호를 위한 자참에 관한 연구. *관광농업연구*, 07(01), 159-174.
- 박성용,오태현 (1999).강원도 관광지 선택과 만족요인에 관한 연구. *한국 산학경영 학회*, 12,83-102.
- 한관희,유재호&이계희(2022). 전통적 IPA와 Vavra의 수정된 IPA 비교 분석을 통한 스마트공항 활성화 전략 연구 : 기술 기반 셀프서비스(TBSS)를 중심으로. *관광 및 호텔 연구의 국제 저널*, 36(03), 91-105.
- 한경·서민정(2022). IPA와 수정된 IPA를 활용한 테마파크 선택속성 연구: 중국 심양 N 테마파크 중심으로. *호텔관광경영연구*, 40(1), 01-20.
- 정철·정재선(1995). 우리나라 테마파크의 개황 및 발전 방향. 한국: 한국관광공사.
- 최설매(2004). IPA분석에 의한 방한 중국인관광객의 관광지 선택속성과 만족에 관한 연구. 석사학위논문, 동아대학교 대학원.
- 최용훈(2008). 관광지 선택속성이 관광자 만족과 재방문의도에 미치는 영향. 박사학위논문, 경기대학교 대학원.
- 표성수(2009). I-P 분석연구의 개성에 관한 연구. *관광학연구*, 33(4): 227-251.
- Deng,W.(2007). Using arevised importance-performance analysis approach The case of Taiwanese hotspings tourism. *Tourism Management*, 28(5), 1274-1284.
- Gold,S.(1980).RecreationPlanning and Design. New York: McGraw-Hill.
- Hair, J. F., Black, B., Babin, B., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (1992). *Multivariate Data Analysis* (6th ed.). New York: Macmillan.
- Jacobsen,J.K.S.(2001). Nomadic tourism and fleeting place encounters: Exploring different

- aspects of sightseeing. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 1(2), 99–112.
- Kano, N. Seraku, N. Takahashi, F. & Tsuji, S (1984). Attractive quality and must-be quality. *Hinshisu Quality. The Journal of Japanese Society for Quality Control*, 14, 39-48.
- Kaiser, H.F. (1974). An index of factorial simplicity. *Psychometrika*, 39: 31-36.
- Lai & Hitchcock. (2015). Importance-performance analysis in tourism: A framework for researchers, *Tourism Management*, 48, 242-267.
- Murphy, P.E. (1987). *Tourism: A Community Approach Research*. London: Routledge.
- Osborne, J. W., Costello, A. B., & Kellow, J. T. (2008). Best Practices in Exploratory Factor Analysis. In J. W. Osborne (Ed.), *Best Practices in Quantitative Methods*. Thousand Oaks, CA: Sage Publishing, 205-213.
- Vavra, T. G. (1997). *Improving Your Measurement of Customer Satisfaction: A Guide to Creating, Conducting, Analyzing, and Reporting Customer Satisfaction Measurement Programs*. Milwaukee, Wis: ASQ Quality Press.
- Zeller, Richard A., and Edward G. Carmines (1980). *Measurement in the social sciences: The link between theory and data*. Cambridge University Press.
- 巴偉進·史璠(2021).居民滿意度視角下民族地區鄉村旅游發展策略研究:以甘南藏族自治州為例, *樂山師範學院院報*, 36(07), 56-65.
- 畢麗芳(2013).民族文化旅遊發展路徑與開發模式研究:以大理·麗江為例, 博士學位論文, 陝西師範大學,
- 常洁(2019).烏魯木齊白雲滑雪場游客滿意度分析, *農村經濟與科技*, 30(15), 119-121.
- 常承明·彭睿娟(2020)基於IPA分析的甘肅白馬藏族民俗旅游資源吸引力評價研究, *蘭州文理學院學報*, 36(05), 78-85.
- 陳婉月(2012).基於遊客體驗的新疆典型少數民族社區家訪滿意度研究:以吐魯番葡萄溝維吾爾族家訪為例, 碩士學位論文, 新疆師範大學.
- 鄧新芳·金海龍·秦燕·馮玲玲(2015).基於IPA理論的旅游目的地形象提升研究:以新疆可可托海為例, *干旱區資源與環境*, 29(6), 198-201
- 關欣(2012).民族地區旅遊目的地選擇影響因素研究, 碩士學位論文, 內蒙古大學.
- 李湘瑩·張艷(2019).基於IPA方法的生態休閒農庄游客滿意度研究:以雲南石林萬家歡藍莓莊園為例, *河北旅游職業學院學報*, 24(01), 04-10.
- 梁琰·王紅崧(2020).基於IPA分析方法的雲南元陽梯田旅游形象測量研討, *城市旅游規劃*, 93-94.
- 李珊(2018).基於ipa分析的新疆庫車縣歷史文化街區旅游開發研究, 碩士論文, 塔里木大學.
- 田里·李柏文·周小坤(2009).旅游目的地競爭力:重要性-績效分析, *人文地理*, 110(06), 79-84.
- 王苗旺·馬麗霞(2020).基於IPA法的阿拉爾市老年人定制旅游市場分析, *中國經貿導刊*, 55-57,
- 萬三敏(2011).游客滿意度影響因素分析, *沿海企業與科技*, 05(132), 43-46.
- 王瓊(2018).基於IPA分析的甘南藏族自治州民族旅遊吸引力研究, 碩士學位論文, 西北師範大學,

- 許咏媚·張河清·王蕾蕾·香嘉豪·鄭雪霏(2018).基于IPA方法的肇興侗寨旅游吸引力評價研究,經濟論壇,575(06),30-26.
- 徐宏尚·海龍(2020).基于IPA分析法的民族村寨節慶旅游開發策略研究:以甘肅香芦笙節為例,四川旅游學院學報,(04),55-60.
- 徐尤龍·鐘 暉·田 里(2015)基于 I P A法的旅游目的地形象測量與問題診斷 :以 昆 明 市 為 例,北京第二外國語學院學報,(07),64-69.
- 楊昇(2008).西南民族旅遊目的地發展潛力研究,碩士學位論文,華東師範大學.
- 楊春麗·陳方·戢曉峰(2021).主客群體的交通滿意度測度及影響有限分析:文化与旅游,37(6),747-752.
- 張震方(2020).基于旅游發展的云南特色小鎮民族文化應用研究:以大理喜洲古鎮為例,碩士學位論文,云南師範大學.
- 張鵬揚·田里(2016).自行車旅游動机、滿意度及 I P A評價實証研究:以環滇池自行車旅游者為例 ,旅游研究,8(4),64-70.
- 趙愛婷·張靜超·牛金喜(2021).基于IPA分析的甘肅省自助旅游服務體系調查研究,黑河學院學報,(09),42-47.
- 張珊珊·賈丹(2021).基于IPA分析法的旅游特色小鎮游客滿意度提升研究:以可可托海鎮為例,農村經濟与科技,32(03),76-78.
- 趙紫薇(2020).基于IPA分析新疆旅游公共服務游客滿意度測評,現代鹽化工·經濟与管理,(02),102-103.
- 鄭雪霏(2018).民族傳統聚落旅游吸引力評價研究,碩士學位論文,廣州大學.
- 中國人口普查, <http://www.stats.gov.cn> (검색일: 2022)
- 中國統計年鑒,<http://www.stats.gov.cn> (검색일: 2022)
- 中國網(CIIC).http://travel.china.com.cn/txt/2021-01/28/content_77162797.html(검색일:2022)
- 云南省人民政府(PGOYP).<http://www.yn.gov.cn/yngk/gk/201904> (검색일: 2022)
- 云南省“十一”黃金周旅游大數據報告(2019).云南游.(報告書).

2022년 5월 28일 원고 접수

2022년 7월 3일 수정본 접수

2022년 7월 19일 최종 수정본 접수 및 게재확정

3인 익명심사 필