

소도시 온천 관광객 서비스 질 평가모형개발

- 수안보 온천을 중심으로 -

A Study on the Development of Evaluation Model for Hot Spring Water Tourist Service Quality in Small City

- Focused on the Suanbo Hot Spring Water -

윤장열* 진장원** 김태호***

Yoon, Jang-Youl Jin, Jang-Won Kim, Tae-Ho

Abstract

The recently research shows that the many tourists of Suanbo hot spring waters haven't satisfied the service. These reasons due to that they did not properly consider the satisfaction of tourists' services and index. However, satisfaction level of hot spring waters tourists is interacted complicatedly with various factors, the interactions are not easily identified. A structural equations model is adopted to capture the complex relationships among variables. In the model estimation, we used 140 survey data of Suanbo hot spring waters tourists. The SEM with several factors mentioned above as exogenous variables shows that they have complex and strong relationships. As results of a SEM, it was shown that variables influencing in pleasure are surrounding scenery, clean condition inside hot springs and congestion for use in satisfaction level most. Secondly, in case of kindness, attitudes of employees influence in satisfaction level most, followed by attitudes of residents and kindness of employees. Thirdly, in case of information, it was shown guidance on internal roads influencing in satisfaction level most, followed by guidance on owner drivers, guidance on surrounding tourist attractions and guidance on public transportation. Finally, a variable influencing in accessibility most is satisfaction level of public transportation.

키워드 : 이용자 만족도, 구조방정식 모형, 서비스 질, 온천 이용자특성, 소도시, 수안보

Keywords : Comprehensive satisfaction level, Structural equations model, Quality of Service, Characteristics of hot spring water tourists, Small city, Suanbo

1. 서론

1.1 연구의 배경 및 목적

우리나라 온천휴양지는 70~80년대 까지만 하더라도 신혼여행, 일부 부유층, 외국인들만이 즐기는 특정계층의 문화로 여겨져 왔다. 그러나 90년대 이후 국민 생활수준 향상과 주 5일근무제 시행에 따른 여가시간의 증가로 온천관광은 과거 특정부류의 사람들만 향유했던 시대에서 벗어나 국민 모두가 즐기고 이용하는 대중용 관광이 되었다. 관광이라는 행위는 관광객의 욕구가 충족되어질 수 있다고 인정 했을 때 관광행동을 일으키는 동기로써 나타나게 된다. 여기서 관광객의 행동을 결정하게 한 원천 즉, 관광

통행을 결정하게 하는데 중요하게 영향을 주는 인자를 과학적으로 규명할 수 있다면 대중관광시대에 적절하게 대응할 수 있는 계획 및 전략을 수립할 수 있을 것이다. 따라서 본 연구에서는 도농통합도시 충주의 농촌지역에 자리잡고 있는 온천관광지인 수안보¹⁾의 관광객들을 대상으로 변화하고 있는 관광환경을 평가할 수 있는 새로운 평가 항목을 개발하고, 측정지표를 세분화, 종합화함으로써 온천관광객의 다양한 특성을 과학적으로 설명할 수 있는 서비스 평가모형을 개발하고자 하였다.

1.2 연구의 범위 및 방법

본 연구의 공간 및 시간적 범위는 2008년 9월~10월 중

* 정회원, 미래지중정보주식회사 (주저자) 대리

** 정회원, 충주대학교 (교신저자) 토목공학부 교수, 공학박사

*** 정회원, 한국도로공사 도로교통연구원 박사후연구원

이 논문은 충주대학교 대학구조개혁 지원사업비 (교육인적자원부 지원)의 지원을 받아 수행한 연구임.

1) 수안보 온천을 선택한 이유는 소도시에 위치한 온천으로 온양온천, 동래온천 등과 함께 역사가 오래된 온천이지만, 최근 이용객의 감소로 관광객의 이용행태 및 서비스특성에 대한 과학적 개선이 필요하여 선정하였다.

표 1. 선행연구 검토결과 종합

연구자 (연도)	연구의 대상	변수(variable, MOE)	반영여부	연구의 세부내용
		세 부 변 수		
김원국 (2002)	온천이용자 (포천군)	•온천수질, 시설관리, 청결성 등	○	• 이용객의 특성을 파악하고 자신들의 선호도와 부합되는 지를 분석
홍수희 (2003)	문화관광지 이용자 (서울, 부산, 김해, 등)	•청결성, 휴게시설, 주차시설, 편의시설등	○	• 서비스 반응 특성 및 만족도간의 영향관계 분석
나상문 (2001)	온천이용자 (광주·전남권)	•온천수질, 접근성, 부대시설, 주변경관등	○	• 온천휴양지 선택속성의 중요도를 파악하고, 선택요인 이 만족에 영향을 미치는가를 분석
김수진 (2004)	온천이용자 (충청지역)	•접근성, 명성, 인지도, 다양성, 숙박시설등	○	• 이용객의 이용행태와 선택행동을 파악하고 만족과 재방문 의사에 미치는 영향을 분석
오재경 (2003)	온천이용자 (경기·충청지역)	•방문경험, 방문기간, 숙박시설, 교통수단	○	• 온천리조트 방문자의 가치와 선택행동특성에 관한 상관성을 분석
여창원 (1999)	온천이용자 (대구·경북지역)	•관광경험, 교통수단, 동반자등	○	• 온천관광객이 온천이용 후 지각한 온천관광지의 전반적 만족도, 재방문 의사를 분석
박정열 (2008)	온천이용자 (동태온천)	•이용횟수, 교통수단, 숙박시설, 동반자등	○	• 온천선택속성을 바탕으로 온천시장을 세분화하고 세분화된 시장에 미치는 영향을 파악한 연구
홍준표 (1998)	온천이용자 (대구·경북지역)	•접근성, 연계관광, 숙박시설, 편의성등	○	• 온천이용자의 특성과 이용행태, 이용 동기를 규명하고 온천을 선택하는 중요한 요인을 분석한 연구
Mayo & Jarvis (1972)	관광객	• 교통혼잡, 기후, 주위경관	○	• 관광객의 관광목적지 선택의 대한 요인을 분석
Whipple & Thach(1988)	관광객	• 관광서비스, 관광자원	○	• 관광지를 관광한 관광객의 관광참여 만족에 대한 연구
Pizam(1978)	관광객	• 접근성, 숙박시설, 경관과 자연, 주변환경	○	• 관광지 관광객을 대상으로 관광만족 요인에 대한 연구
Haanti(1986)	관광객	• 경제적인 가치, 접근성, 편의시설	○	• 관광객의 관광지선택에 대한 속성변수를 이용하여 분석
Bieger & Laesser(2002)	관광객	• 의무적관광추구형, 문화추구형, 가족추구형, 사회추구형	○	• 설문조사 실시 후 집단으로 구분하고 인구 통계적 특성을 분석

주시 수안보 온천을 이용하는 관광객의 이용만족도를 대상으로 하였으며, 크게 5단계로 구분하여 진행하였다.

첫째, 선행연구고찰을 바탕으로 평가항목 및 세부측정지표를 선정하였다. 선정 시, 기존 평가항목과 향후 추가될 평가항목들을 종합적으로 고려하였다.

둘째, 선정된 서비스 평가항목을 토대로 온천 이용자 서비스 질²⁾과 관련된 설문조사를 주중 및 주말로 구분하여 실시하였다.

셋째, 관광객의 시간적, 공간적 특성 검토를 위하여 집단검증(T-test)을 토대로 규명하였다.

넷째, 설문조사 결과를 토대로 상관분석(Correlation analysis), 요인분석(Factor analysis)을 통해 평가항목 및 측정지표의 타당성을 검증하였다.

다섯째, 인간의 복잡한 생각을 개념화할 수 있는 구조방정식 모형(SEM : Structural Equations Model)³⁾을 이용하여 관광 이용자 특성을 고려한 서비스 평가모형 개발을 시도하였다.

한편, 관광지에 대한 만족도는 관광지 전체에 대한 포괄적 서비스뿐만 아니라 관광객들이 직접 이용하게 되는 개별 시설물이 제공하는 서비스에 따른 만족도가 복합적으로 작용하여 나타나게 될 것이다. 하지만 개별 시설물까

지 고려하여 모형을 구축할 경우 엄청난 수의 변수가 필요로 될 것이므로 본 연구에서는 연구의 시간적·비용적 제약상 연구범위를 관광객들이 느끼는 수안보 지역에 대한 포괄적 만족도로 정의하여 연구하였다.

연구의 흐름은 <그림 1>과 같이 연구모형의 개념들 사이의 가해진 명제를 체계적으로 도해화 하여 기존 연구들의 흐름을 파악하였고, 수안보온천의 이용만족도에 초점을 두고, 이를 토대로 실증분석을 통해서 검증하였다. 구조방정식 분석을 위해 AMOS를 이용하여 모형을 구축하였고, 모형구축은 앞서 자료검검시 추출된 통계적 변수들을 위주로 작성하였다.

2. 선행연구 검토 및 시사점

2.1 선행연구 검토 결과

온천관광객 서비스 관련 선행연구를 검토한 결과, 다양한 지방의 온천을 대상으로 연구되어 왔으나 수안보온천에 대한 유사연구는 없는 것으로 나타났다. 물론 온천이라는 공통분모를 갖고 있지만 각 온천이 입지한 접근성과 시설 등에 따른 만족도와 방문의사가 다를 것은 분명하며

2) 서비스 질이라 할 때 일반적으로 공간이용이나 온천이용시설 등과 같은 물리적 요소와 편의성, 친절성 같은 인간적 요소로 나누어 분석할 수 있으나 본 연구에서는 우선 양자를 포괄하는 의미에서의 서비스질로 정의하였다.

3) 통계패키지로는 AMOS7.0을 사용하였다. AMOS란 LISREL, EQS 등과 함께 사회과학분야의 구조방정식모형(SEM) 자료분석에 범용되고 있는 통계 패키지이다. 이학식·임지훈, 구조방정식 모형분석과 AMOS 7.0, 법문사, 서울, 2008, p90

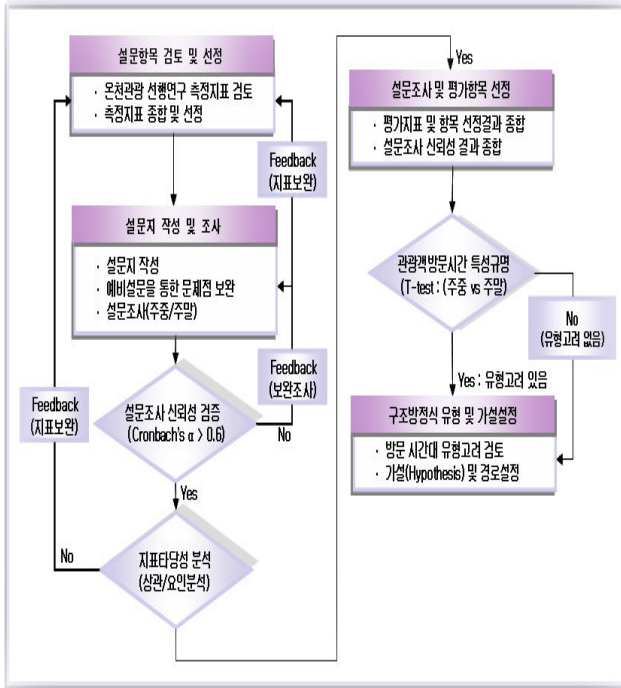


그림 1. 연구의 흐름도

그에 따른 관광지의 개별적인 정책과 개선이 수반되어야 할 것으로 보인다. 특히 수안보 온천의 경우 한 때 국내를 대표했던 온천이었지만 최근 이용객 감소로 고민하고 있는 것으로부터 관광객의 이용행태 및 서비스특성에 대한 과학적 개선이 필요하기에 본 연구의 의미가 있을 것으로 보여진다. 선행연구를 검토한 결과를 종합한 것이 <표 1>이다.

2.2 시사점

선행 연구 검토를 기초로 본 연구를 위한 다음과 같은 착안점을 도출하였다.

첫째, 수안보온천 이용자에 대한 서비스 질 개선을 위해 이용자의 특성변화에 대응할 수 있는 적절한 서비스 평가 항목이 개발되어야 하고, 온천 이용자에게 영향을 줄 수 있는 측정지표가 필요하다. 둘째, 수안보온천의 특성에 맞는 서비스 질 평가를 위해 새로운 평가 항목의 검토가 필요하다. 셋째, 수안보온천 이용자들의 서비스 특성을 측정하기 위해 사용되고 있는 기존의 평가항목에 대하여 객관적이고 신뢰할 수 있는 검증 방법이 필요하다.

마지막으로 대부분의 만족도 평가는 설문조사 결과를 토대로 상관분석 및 회귀분석을 주로 수행하는 것이 일반적이지만, 다양하고 복잡화된 온천이용자의 특성을 규명하기에는 일반적인 분석방법으로는 한계가 있을 것이므로 본 연구에서는 다양하고 복잡한 온천이용자 특성을 구조방정식(SEM)을 적용하여 서비스 질 평가 모형을 도출하였다.

3. 변수선정 및 설문조사를 통한 측정지표 추출

3.1 측정지표 선정을 위한 지표조사 및 결과

본 연구에서 사용할 분석 자료는 접근난이성, 쾌적성, 친절성, 정보성, 편의성으로 5개의 부문에 총 17개로 구성하였으며, 기존 서비스 평가 항목과 향후 고려될 서비스 평가 항목을 종합화하여 각각의 항목별로 재정리하였다.

1차 선정된 평가항목을 토대로 최종 평가지표 선정을 위한 전문가 설문조사를 실시하였다. 최종적으로 수안보온천관광객 서비스 질 영향인자 규명을 위한 평가항목을 선정하였으며, 결과는 <표 2>와 같다.

표 2. 선행연구고찰을 통한 1차 평가지표 종합

구분	측정지표	
	선행연구 측정지표	본 연구의 측정지표
접근난이성	- 온천까지의 접근난이성 - 온천관광지의 위치 - 온천관광지의 교통 편리성	- 집에서 수안보온천까지 접근난이성 - 수안보온천까지 대중교통 이용 만족도 - 기후/날씨에 관계없이 접근용이성
쾌적성	- 온천의 수질 - 온천의 주변경관	- 수안보온천 내부의 정결상태 - 수안보온천 내부 이용 혼잡도 - 수안보온천의 수질과 주변경관
친절성	- 숙박시설의 친절성	- 수안보온천 직원의 친절도 - 온천이용자의 문의 사항에 대한 직원태도 - 수안보온천 방문객에 대한 주민태도
정보성	- 온천관광지까지의 도로표지 - 온천관광지까지의 이용요금	- 대중교통이용자에 대한 도로교통안내정도 - 자가운전자에 대한 도로교통 안내정도 - 수안보온천 지역 내부 도로교통 안내정도 - 수안보온천 지역 특산물, 편의시설 및 연계관광지에 대한 안내정도
편의성	- 식당 및 휴게시설 - 주차장 정보 - 숙박시설 및 요금	- 수안보온천 주변 음식점에 대한 가격 만족도 - 수안보온천 주변 음식점에 대한 서비스 만족도 - 수안보온천 주변 특산품에 대한 가격 만족도 - 수안보온천 주변 특산품에 대한 서비스 만족도

3.2 조사개요

평일과 주말 두 번의 조사를 실시 각각 40부와 110부 총 150부를 배포하여 140부를 회수하여 93%의 회수율을 보였고 <표 3>이 이용자 설문조사를 요약한 것이다. 또한 평일과 주말 각각 종합만족도에 미치는 영향에 차이가 있다는 가설을 전제로 조사를 하였으나 평일과 주말 각각 종합만족도에 미치는 영향이 없다는 것을 후술하는 바와 같이 T-test검증을 통해서 알게 되었다. 이로써 평일과 주말 각각에 대한 구조방정식 모형을 구축하려 했으나 검증결과 차이가 없어 종합하여 구조방정식 모형을 구축하였다.

표 3. 설문지 배포수와 회수율

구분	배포 설문지수	회수 설문지수	회수율(%)
평일	40	35	87.5
주말	110	105	95.4
합계	150	140	93.3

3.3 조사자료의 신뢰성 분석

본 연구와 같이 설문지를 바탕으로 하는 분석에서는 조사 자료에 대한 신뢰성이 중요하다. 신뢰성(Reliability)이란 측정 도구의 정확성으로 반복적으로 측정했을 때 측정값이 일치하는 정도를 말한다. 신뢰성을 검사하는 대표적인 방법으로 크론바하계수(Cronbach's α)⁴⁾가 있다. α 계수는 내적일치성을 통해 신뢰성을 검사하는 계수이다. 신뢰성 분석 결과 크론바하 알파 값이 <표 4>와 같이 0.6이상으로 본 연구에서 조사한 데이터는 신뢰성이 있는 조사 자료인 것으로 나타났다.

표 4. 측정변수의 신뢰성 분석결과

구 분	Cronbach's Alpha	판단기준
접근난이성	0.760	0.6 이상인 경우 (신뢰성 있음)
쾌적성	0.716	
친절성	0.717	
정보성	0.651	
편의성	0.683	

3.4 측정지표의 1차 인과관계 검증

본 설문조사의 독립변수와 이를 대표하는 요인들에 대하여 1차 인과관계 검증을 위하여 종합만족도와 의 상관분석을 실시하였으며, 전반적인 상관관계가 존재하는 것으로 나타나 <표 5>와 같이 상관관계가 존재하는 것으로 나타났다.

표 5. 측정지표와 종합만족도간 상관분석 결과

평가항목	측 정 지 표	상관계수
접근 난이성	집에서 온천까지 접근난이성	0.482
	대중교통만족도	0.305
	날씨에 따른 접근성	0.425
쾌적성	청결상태	0.652
	이용혼잡도	0.512
	주변경관	0.534
친절성	직원친절도	0.612
	직원태도	0.605
	주민태도	0.514
정보성	대중교통안내	0.445
	자가운전안내	0.515
	내부도로안내	0.484
	주변관광안내	0.473
편의성	음식점가격만족	0.490
	음식점서비스만족	0.361
	특산품가격만족	0.369
	특산품서비스만족	0.388

3.5 측정지표의 타당성 검증 및 종합화

측정지표의 타당성 검증 및 종합화를 위해 요인분석을 이용하였다. 요인분석은 다변량 분석방법의 하나로 변수들

간의 다중공선성이 높은 경우 변수들 간에 서로 의미가 비슷한 변수들끼리 묶어서 영향인자 규명을 위한 연구에서 세부평가지표와 영향인자(항목)간 관계의 타당성을 설명해주는데 일반적으로 사용되는 방법이다. 요인분석 결과 <표 6>과 같이 편의성이 아이겐치가 3.365, 분산설명치가 18.696%로 가장 설명력이 높은 항목으로 나타났으며 내부도로 이용 안내, 주변관광안내, 자가운전자에 대한 안내, 대중교통이용안내와 같은 시설물관련 정보제공에 관한 항목이 그 다음으로 설명력이 높은 것으로 나타났다. 전체적으로 5개의 평가항목에 의해 74.8%의 설명력을 갖는 것으로 분석되었으며 이들 평가항목들내의 측정지표들이 분류된 평가항목으로 묶여 측정지표의 분류가 타당성이 있다고 판단되었다.

표 6. 측정지표 요인분석 최종결과

평가항목	측정지표	요인 적재량	Eigen value	분산(%)	누적(%)
편의성	특산품가격만족	0.901	3.365	18.696	18.696
	특산품 서비스만족	0.866			
	음식점 서비스만족	0.803			
	음식점 가격 만족	0.704			
정보성	자가운전안내	0.867	3.161	17.562	36.259
	내부도로안내	0.823			
	대중교통안내	0.791			
	주변관광안내	0.734			
친절성	직원친절도	0.864	2.416	13.425	49.683
	직원태도	0.858			
	주민태도	0.739			
쾌적성	주변경관	0.804	2.312	12.845	62.529
	이용혼잡도	0.771			
	청결상태	0.751			
접근 난이성	대중교통만족도	0.796	2.211	12.286	74.814
	날씨에 따른 접근성	0.790			
	집에서 온천까지 접근난이성	0.681			

주) 요인추출 방법 : 주성분 분석, 회전방법 : Kaiser 정규화가 있는 베리맥스.

4. 온천이용객 서비스 질 평가모형개발 및 검증

4.1 응답자 속성별 특성 차이 검증

응답자가 평일과 주말 이용자, 충주시 거주자와 비거주자 및 숙박객 또는 단순 온천이용객일 경우에 따른 만족도 특성의 차이를 알아보기 위해 T-test 검정⁵⁾을 실시하여 가설을 검증하였다. 분석결과 <표 7>에 나타난 바와 같이 평일과 주말이용자의 경우 t값이 0.893이고 유의확률 0.373으로 나타나 평일·주말의 차이가 있다고 볼 수 없으며, 충주시 거주자와 비거주자는 t값 -0.376, 유의확률 0.707, 단순 온천이용객과 숙박관광이용객은 t값 -0.143, 유의확률 0.887로 나타나 각각의 데이터를 구분하여 분석

4) 이학식, 임지훈, SPSS 12.0 메뉴얼, 법문사, 서울, 2005, p. 122~123

5) T-test검정이란 모집단의 표준편차를 알지 못할 때 모집단에서 추출한 표본으로부터 추정된 표준편차를 가지고 집단의 동질성 여부를 검정하는 통계적 방법이다. 원재무, 이수일, SPSS를 활용한 그림으로 쉽게 배우는 통계분석, 박영사, 서울, 2007, p.79

할 필요가 없는 것으로 분석되었다. 즉, 이는 온천관광지 방문시 느끼는 만족도는 평일·주말이용객, 충주시 거주자와 비거주자, 단순 온천이용객과 숙박관광이용객 사이에 큰 차이가 없음을 간접적으로 시사하고 있다고 생각된다.

표 7. 두 모집단 T 검정 결과표(등분산이 가정된 경우)

	등분산 검정		평균들의 동일성에 대한 t-검정						
	F	유의 확률	t	자유도	유의 확률 (양측)	평균차	차이의 표준 오차	95% 신뢰 구간	
								하한	상한
평일·주말	0.680	0.411	0.883	136	0.373	0.222	0.248	-0.269	0.712
거주·비거주	0.478	0.491	-0.376	138	0.707	-0.084	0.223	-0.525	0.357
숙박·비숙박	0.321	0.572	-0.143	136	0.887	-0.033	0.232	-0.491	0.425

4.2 온천이용객 서비스 질 평가모형개발 및 검증

(1) 모형의 추정 및 결과

① 온천이용객 구조방정식 개념적 모형 작성

구조방정식 모형⁶⁾은 구조모형과 측정모형으로 구성되어 있으며 구조모형은 이론 및 가설을 구성하고 있는 이론변수와 관련된 모형이며, 측정모형은 측정변수와 관련된 모형이다. 측정변수는 항상 독립변수로 외생변수가 되며 외생개념과 개념간 상관/공분산 그리고 외생개념의 예측변수와 예측변수의 측정오차로 이루어진 모형이고 이론변수는 잠재변수로서 내생변수 또는 종속변수가 된다.

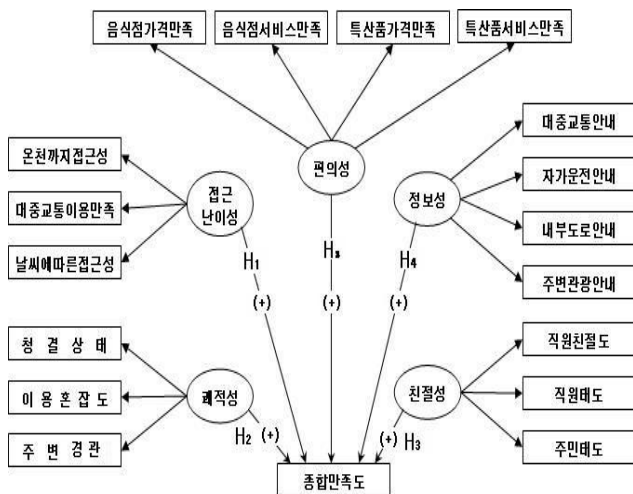


그림 2. 개념적 연구 모형

이에 따라 구조방정식 모형은 개념적 모형(conceptual model)으로서 <그림 2>와 같은 경로도를 이용하여 변수간의 인과관계를 설정한 후 분석하여 가설의 타당성 및 모형을 검증하게 된다. 본 연구에서는 최종적으로 이용객만족도에 영향을 미치는 잠재변수로서 접근난이성, 쾌적성, 친절성, 정보성,

편의성을 설정하였으며, 측정변수로서 17개 세부변수를 설정하고 각 잠재변수와 종합만족도 사이의 인과관계를 <표 8>과 같이 연구가설로 설정하였다. 가설은 집에서 온천까지의 접근하기 어려운 정도를 표현하는 접근난이성의 경우는 종합만족도에 부(-)의 영향을 미치는 것으로 가정하였으며, 그 외에 쾌적성, 친절성, 정보성, 편의성은 모두 정(+)의 영향을 미치는 것으로 설정하였다.

표 8. 연구가설의 설정

구분	연구 가설 세부설명
연구 가설 구분	Hypothesis 1 접근난이성은 수안보온천 서비스 만족도에 부(-)의 영향을 미친다.
	Hypothesis 2 쾌적성은 수안보온천 서비스 만족도에 정(+)의 영향을 미친다.
	Hypothesis 3 친절성은 수안보온천 서비스 만족도에 정(+)의 영향을 미친다.
	Hypothesis 4 정보성은 수안보온천 서비스 만족도에 정(+)의 영향을 미친다.
	Hypothesis 5 편의성은 수안보온천 서비스 만족도에 정(+)의 영향을 미친다.

② 온천이용객 구조방정식 모형의 추정 및 결과

AMOS 7.0을 이용하여 전술한 개념적 연구모형에 측정변수들을 도입하여 개발된 수안보온천 이용객 서비스 질의 영향인자 평가모형은 <그림 3>과 같다. 모형의 추정결과 온천시설의 청결상태, 온천지구의 주변경관, 이용혼잡도와 관련된 쾌적성의 총효과가 0.64로 다른 변수에 비해 월등하게 온천이용자 만족도에 큰 영향을 미치는 것으로 나타났으며 편의성과 친절성 같은 인간적 요소에 관련된 잠재변수가 그 뒤를 이었다. 또한 자가운전자에 대한 지리정보 안내, 내부도로 안내, 주변관광안내 등 시설물 입지에 관한 정보도 만족도에 영향을 미치는 것으로 나타났다

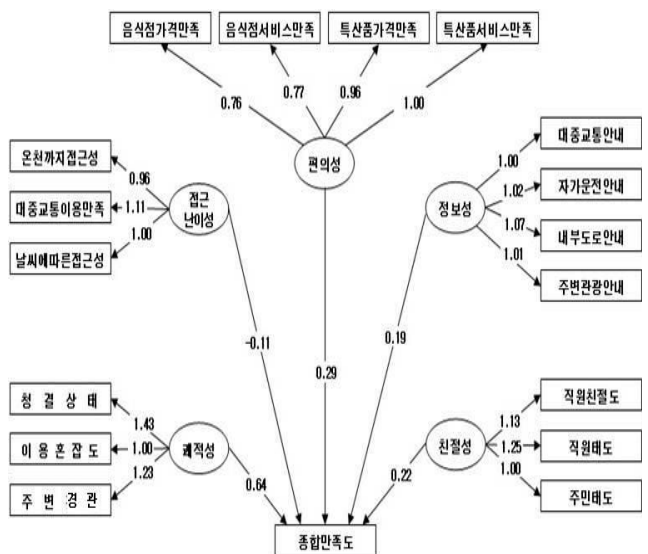


그림 3. 구축된 구조방정식 모형

한편, <표 9>는 수안보온천 이용자 서비스 질에 영향을

6) 조현철, 알기 쉬운 구조방정식모델 SIMPLIS & AMOS, 도서출판 석정, 서울, 2003, p.87~88

미치는 잠재변수를 분석한 표이며, 경로계수 값이 접근난이성의 경우 부(-)의 영향, 나머지 쾌적성, 친절성, 정보성, 편의성은 모두 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타나 <그림 2>와 <표 8>에서 설정한 경로도와 그에 따른 가설들이 채택됨을 알 수 있었다.

표 9. 잠재변수별 경로계수 및 가설검증

가 설	구성개념 간 관계	예상된 관계	경로계수		분석결과
			비표준화	표준화	
가설(H ₁)	접근난이성 ⇨ 종합만족도	부(-)	-0.11	-0.10	가설채택
가설(H ₂)	쾌적성 ⇨ 종합만족도	정(+)	0.64	0.41	가설채택
가설(H ₃)	친절성 ⇨ 종합만족도	정(+)	0.22	0.15	가설채택
가설(H ₄)	정보성 ⇨ 종합만족도	정(+)	0.19	0.20	가설채택
가설(H ₅)	편의성 ⇨ 종합만족도	정(+)	0.29	0.29	가설채택

측정변수별 경로계수의 t값 또한 <표 10>과 같이 95% 신뢰수준에서 유의한 것으로 나타났다.

표 10. 수안보온천이용객 서비스 질 평가모형 검증결과

잠재 변수	측정변수	경로계수		t값	p	만족 점수
		비표준화	표준화			
접근 난이성	집에서 온천까지 접근난이성	0.96	0.67	6.711	**	3.41
	대중교통만족도	1.11	0.77	7.165	**	3.20
	날씨에 따른 접근성	1.00*	0.77	-	-	3.74
쾌적성	청결상태	1.43	0.89	7.842	**	4.45
	이용혼잡도	1.00*	0.66	-	-	4.69
	주변경관	1.23	0.67	6.680	**	4.69
친절성	직원친절도	1.13	0.83	9.542	**	4.68
	직원태도	1.25	0.88	11.124	**	4.74
	주인태도	1.00*	0.75	-	-	4.51
정보성	대중교통안내	1.00*	0.89	-	-	3.69
	자가운전안내	1.02	0.86	13.734	**	3.86
	내부도로안내	1.07	0.91	15.132	**	3.77
	주변관광안내	1.01	0.85	13.449	**	3.73
편의성	음식점가격만족도	0.76	0.70	8.538	**	3.71
	음식점서비스 만족도	0.77	0.76	10.155	**	3.86
	특산품가격만족도	0.96	0.92	10.184	**	3.85
	특산품서비스 만족도	1.00*	0.91	-	-	4.07

주) * : 측정모형에서 측정변수의 모수추정치들 처음 1로 고정시킨 값임.
 ** : 유의확률이 0.001보다 작음

본 연구모형이 주어진 자료에 전반적으로 잘 부합하는지를 판단하기 위한 적합도 지수는 <표 11>에 제시하였다. 모형의 적합도를 판정하는데 있어 χ^2 통계량은 표본

크기에 민감하게 반응한다. 대개 표본수가 200이상으로 증가하면 χ^2 통계량은 유의한 확률수준 즉, "p값 < α "를 나타내는 경향이 있어 「모형이 적절하다」는 귀무가설이 기각되기 쉽다. 따라서 표본의 크기가 충분히 크면 χ^2 통계량을 검정통계량으로 적용하지 않도록 권장하고 있다. 본 모형에서는 표본크기가 140개로 충분한 크기의 모형이 아니므로 적합도에서 χ^2 통계량에 의한 판단은 일단유보하고 적합도지수(GFI)나 수정적합도지수(AGFI), 근사오차평균자승(RMSEA), 표준적합도지수(NFI) 및 비교적합도지수(CFI)와 같은 다른 적합도 기준들을 바탕으로 모형을 판단하였다. 그 결과 표준적합도지수는 기준 값보다 작지만 거의 기준 값에 근접해 있고 나머지 다른 값들이 양호하게 도출되어 모형의 적합도는 유의하다고 판단할 수 있다.

표 11. 수안보온천 이용객 서비스 질 평가모형의 적합도 지수

대표 적합지수	권장수용수준	결과치
χ^2 -value	χ^2 통계표의 임계치	261.2
적합도지수 (GFI)	0 ~ 1사이(0.90이상이면 양호)	0.95
수정적합도지수 (AGFI)	0 ~ 1사이(0.90이상이면 양호)	0.92
근사오차평균평군의 제곱근 RMSEA	p < 0.05 미만이면 양호	0.03
표준적합도지수 NFI (Normed fit index)	0 ~ 1사이(0.90이상이면 양호)	0.85
비교적합도지수 CFI (Comparative fit index)	0 ~ 1사이(0.90이상이면 양호)	0.91

(2) 모형의 결과해석

이상과 같이 추정된 구조방정식 모형으로부터 도출된 결과는 다음과 같다. 첫 번째로 온천 이용객 만족도에 가장 큰 영향을 미치는 잠재변수는 쾌적성이며 총효과는 0.64 (t-value 2.96)로 계수의 부호가 정(+)의 값을 가지며, 이는 쾌적성이 증가할수록 온천이용객 만족도도 증가되는 것을 의미한다. 내생 잠재변수인 쾌적성은 3개의 측정변수로 이루어져 있고, 상대적인 영향력의 크기는 온천시설내부의 청결상태, 주변경관⁷⁾, 이용혼잡도의 순인 것으로 나타났다. 따라서 온천내부의 청결을 유지하며 수안보지구 종합경관계획을 수립하여 현재 방치된 건물 등은 지자체가 구입하여 공공시설물로 활용하든지 임대사업 등에 사용하여 흉물스러운 건물들을 개선하는 등 종합적 경관향상에 주의를 기울일 필요가 있는 것으로 판단된다.

두 번째로 영향을 미치는 편의성으로서 총효과는 0.29 (t-value 2.23)로 계수의 부호가 정(+)의 값을 가지며, 이는 편의성이 증가할수록 온천이용객 만족도도 증가되는

7) 설문문항에서는 "수안보 온천의 주변경관"이라고 표기하여 자연적 경관과 시설적 경관을 특별히 구분하지 않았으나 수안보 지구의 경우 자연환경은 잘 보존되어 있는 편이어서 자연경관보다는 건물을 짓다가 부도 등의 이유로 내버려 둔 여러 동의 흉측스러운 건물을 포함한 시설적 경관이 상대적으로 더 영향을 미치는 것으로 사료된다. 이에 따라 지자체에서도 야간 루미에나리 설치 등 주변 경관 향상에 노력을 기울이고 있으나 수안보 경관 종합계획 등을 수립하여 좀 더 본격적으로 경관을 향상시킬 필요가 있는 것으로 보인다.

것을 의미한다. 편의성을 증진시키기 위해서는 온천이용객들에게 특산품의 종류 및 가격 등의 안내 정보를 제공해주며 음식가격과 맛에 대한 서비스 개선도 필요한 것을 알 수 있었다.

세 번째는 친절성으로 총효과는 0.22 (t-value 1.21)로 계수의 부호가 정(+)의 값을 가지며, 친절성이 증가할수록 온천이용객 만족도도 증가되는 것을 의미한다. 상대적인 영향력은 이용객 문의에 대한 직원의 태도, 직원의 친절도, 주민의 태도 순으로 나타났다.

네 번째는 정보성으로서 총효과는 0.19 (t-value 1.50)로 계수의 부호가 정(+)의 값을 가지며, 이는 정보성이 증가할수록 온천이용객 만족도도 증가되는 것을 의미한다. 상대적인 영향력은 내부도로안내, 자가운전자에 대한 안내, 주변 관광지 안내, 대중교통안내 순이었다. 이는 대부분의 온천이용자가 대중교통보다 승용차를 이용하기 때문이라 판단된다. 정보성을 향상시키기 위해서는 건축설계단계에서부터 수안보와 주변의 도로교통 안내표지판의 정교한 설계와 정비 및 정보제공 LCD 등을 이용하여 주변관광지에 대한 상세한 정보제공이 필요함을 알 수 있었다.⁸⁾

마지막은 접근난이성으로 총효과는 -0.11 (t-value -0.83)로 계수의 부호가 부(-)의 값을 가지며, 이는 접근하기가 어려울수록 온천이용객 만족도는 감소되는 것을 의미한다. 상대적 영향력은 수안보까지의 대중교통접근성, 날씨에 따른 접근성, 집에서 온천까지의 접근난이성으로 나타났다. 따라서 충주 시내에서 수안보까지의 대중교통 접근성을 향상시켜줄 필요가 있으며 동절기 눈이 많이 왔을 때 신속한 제설작업 등도 온천관광객을 증가시키는데 영향이 있음을 알 수 있었다.

5. 결론 및 향후 연구 과제

본 연구에서는 수안보온천 이용자들의 물리적, 인간적 서비스질 특성을 규명하기 위하여 종합만족도를 구조모형의 내생잠재변수로, 쾌적성, 편의성, 친절성, 정보성, 접근난이성을 외생 잠재변수로 설정하여 모형을 추정하였다. 잠재변수들을 설명하기 위한 관측변수에는 온천시설 내부 청결상태, 주변경관, 이용혼잡도, 음식점 가격·서비스 만족, 특산품 가격·서비스만족, 내부도로안내, 자가운전안내, 주변관광안내 등 총 17개 변수가 포함되었으며, 수안보 온천을 방문한 이용객들을 대상으로 조사하였다. 모형의 추정결과 서비스 질에 따른 종합만족도에 쾌적성(0.64) > 편의성(0.29) > 친절성(0.22) > 정보성(0.19)의 순으로 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 접근난이성(-0.11)은 만족도와 부(-)의 관계에 있는 것으로 나타났다.

특히 측정된 다섯 개의 잠재변수 중 쾌적성이 다른 변

수에 비해 월등하게 중요한 영향을 갖고 있는 것으로부터 수안보온천 이용객을 증대시키기 위해서는 무엇보다도 온천 내부시설의 청결성을 유지하며, 온천지역의 주변경관을 향상시키기 위해 종합경관계획을 수립하여 이미지화 된 관광시설로 총체적인 정비가 시급히 이루어져야 될 필요가 있음을 시사하고 있다.

관광지에 대한 만족도는 관광지 전체에 대한 포괄적 서비스질과 동시에 이용객들이 직접 이용하게 되는 개별 시설물이 제공하는 서비스에 따른 매우 다양한 요인들이 복합적으로 작용하여 나타나기 때문에 예측하는데 많은 어려움이 있다. 뿐만 아니라 건축시설물, 경관, 안내표지판 등과 같은 물리적 시설물에 따른 서비스와 지역특산품의 가격과 질, 직원들의 태도 등과 같은 인간적 요소에 의한 서비스에 따라서도 다양하게 나타날 수 있을 것이다. 본 연구에서 적용한 쾌적성, 편의성, 정보성 등의 관측변수들을 더욱 다양화 및 세분화하고 새로운 외생 또는 내생잠재변수를 추가하여 모형의 구조를 발전시킨다면 변수들간의 영향관계를 명확히 규명함으로써 수안보 이용관광객의 만족도를 증진시킬 수 있는 정책대안들을 세밀하게 개발하여 온천활성화에 기여할 수 있을 것이다.

향후 연구과제로서는 첫째, 본 연구를 수행함에 있어서 자가용을 이용한 관광객만을 대상으로 조사하였으나 향후에는 대중교통 이용자까지 확대하여 조사할 필요가 있다. 둘째는 연구대상표본수를 증대시키며, 온천이용객 뿐만 아니라 지역의 거주자 및 지역상가번영회의의 의견을 포괄하는 종합적 관광활성화 연구가 필요할 것으로 보인다. 세 번째는 수안보에 대한 포괄적 이용만족도 뿐만 아니라 개별온천시설별 제공서비스에 따른 만족도로 측정변수를 세분화할 경우 관광지 활성화를 위해 건축설계단계에서부터 이용가능한 요인이 추출될 수 있을 것으로 보인다. 끝으로 연구대상을 수안보온천뿐만 아니라 유사한 소도시의 온천까지 확대함으로써 지역간·개별시설간 차별성 및 공통점 등을 파악하여 보다 과학적인 온천관광지 활성화 대책을 수립할 필요가 있다.

참고문헌

1. 나상문, 온천휴양지 선택요인과 만족도에 관한 연구, 호남대학교 대학원 석사학위논문, 2002, p.1~2
2. 김태영, 현대관광학개론, 서양문화사, 서울, 1998, p.82
3. 김원국, 동일관광권역내 온천이용자들의 선택행동에 관한 연구, 환경대학교 대학원 석사학위논문, 2002, p.53
4. 홍수희, 문화관광지 서비스품질, 관광객 만족 및 반응의 관계 연구, 동아대학교 대학원 석사학위논문, 2003, p.137
5. 감수진, 온천리조트 이용고객의 리조트 선택속성에 관

8) 수안보 지역의 경우 주변에 월악산, 조령산, 충주호반 경관도로, 미륵리사지 등 빼어난 관광지를 많이 갖고 있음에도 불구하고 안내정보 부족으로 이들과 연계한 관광코스가 제대로 개발되지 않고 있으며 도로망 또한 구국도와 신국도, 지역 내부도로가 여러 갈래로 미로처럼 얽혀있어 수안보에 자주 방문하고 있는 필자 자신조차 길을 헤맬 때가 많은 경험에 비추어 볼 때 타당한 결과로 생각된다.

- 한 연구, 세종대학교 대학원 석사학위논문, 2004, p.75
7. 오재경, 온천리조트 방문자의 가치에 따른 선택행동 특성에 관한 연구, 세종대학교 대학원 박사학위논문, 2003, p.87~89
 8. 어창원, 온천관광지 선택행동과 만족도에 관한 연구, 대구대학교 대학원 석사학위논문, 1999, p.97~99
 9. 박정열, 온천수요의 결정요인 및 시장세분화 연구, 세명대학교 대학원 석사학위논문, 2008, p.69~70
 10. 홍준표, 온천의 이용동기 및 선택요인에 관한 연구, 계명대학교 대학원 석사학위논문, 1998, p.63~65
 11. 박호표, 수안보 관광특구의 당면과제와 활성화 방안, 한국관광학회논문집, 제22권, 1998, p.36~42
 12. 이학식, 임지훈, 구조방정식모형분석과 AMOS7.0, 법문사, 서울, 2008, p.90~91
 13. 김대엽, AMOS A to Z 논문작성절차에 따른 구조방정식 모형분석, 학현사, 서울, 2008, p.4~7
 14. 조현철, 3일만에 끝낼 수 있는 구조방정식 모델, 도서출판 석정, 서울, 2003, p.87~88
 15. 원계무, 이수일, SPSS를 활용한 그림으로 쉽게 배우는 통계분석, 박영사, 서울, 2007, p.79
 16. Pike, S., Destination image analysis for further research, *Journal of Marketing*, Vol. 58, 2002, p.11~124
 17. Allport, G. W., *Personality : A Psychological Interrelation*, New York Holt Reinhart & Winston, 1991
 18. Pitts, R. E. and Wooside, A. G., Effect of Consumer Life-Styles, Demographics and Travel Activities on Foreign and Domestic Travel Behavior. *Journal of Travel Research*, 14: 1976, p.13~14
 19. Kucukkurt, Mehmel, Factors Affecting Travel Destination Choice : An Expectancy Theory Framework for Studying Travel Behavior, Rensselaer Polytechnic Institute Troy, New York, 1981, p.198
 20. Bieger & Laesser, Market Segmentation by Motivation: The Case of Switzer, *Journal of Travel Research*, Vol.41, 2002, p.68~76
 21. Sirakaya, E, Uysal, M. & Yoshioka, C., Segmenting the Japanese Tour Market to Turkey, *Journal of Travel Research*. Vol.41, 2003, p.293~304
 22. Burkart, A, J, and Medllick, S., *Tourism : Past, Present and Future (2nd ed.)*, London : Heinemann, 1987, p.57

(接受 : 2009.04.10)