



www.akht.or.kr

Journal of Hospitality & Tourism Studies

The Academy of Korea Hospitality & Tourism



웰니스관광 선택속성이 방문객 만족도와 재방문 의도에 미치는 영향

The effect of wellness tourism selection attributes on visitors' satisfaction and intention to revisit

최정환* · 김종건**

Choi, Jeong-Hwan · Kim, Chong-Kyen

* 경동대학교 호텔관광경영학과 부교수, jhc7589@kduniv.ac.kr, 관심분야: 호텔관광마케팅, 호텔관광경영전략

** 경동대학교 호텔경영학과 교수, ckk6759@kduniv.ac.kr, 관심분야: 현대산업경영, 농촌체험관광(교신저자)

요약

본 연구는 COVID-19 이후의 웰니스관광 선택속성이 방문객 만족도와 재방문 의도에 미치는 영향을 속초시 방문객을 대상으로 연구하였다. 속초시는 청정지역으로 산악관광, 온천관광, 해양관광 등 다양한 관광자원을 보유하고 있을 뿐만 아니라 인간이 추구하는 정신적, 신체적, 사회적 건강 등과 관련된 웰니스관광 자원들도 확보하고 있기 때문이다. 실증분석은 SPSS 21.0을 이용하여 빈도분석을 실시하였고 응답자의 일반적 인 특성을 파악하였다. 측정도구의 신뢰성과 타당성분석 및 다중회귀분석을 통하여 가설을 검증하였다. 가설 1 분석 결과, 웰니스관광 선택속성은 만족도에 유의한 정 (+)의 영향을 미치고, 가설 2 분석 결과, 웰니스관광 만족도는 재방문 의도에 유의한 정 (+)의 미치는 것으로 검증되었다. 이에 따른 학문적 시사점은 웰니스 산업과 웰니스관광을 융복합을 추진할 수 있는 계기를 마련하였고, 웰니스관광에 대한 선택속성의 다양화 및 후속 연구에 도움을 주었다. 실무적 시사점은 웰니스관광 관련 기업과 직원들에게 끊임없이 변화하는 환경에 적응하고 대응할 수 있는 능력을 제시하였다. 그리고 웰니스관광에 대한 속초시의 이미지 변화와 지역경제 활성화에도 기여하였다.

핵심용어

웰니스관광,
선택속성,
만족도,
재방문 의도

ABSTRACT

In this study, we investigated the influence of wellness tourism selection attributes on visitors who visit Sokcho City post COVID-19 on satisfaction and intention of revisit. Sokcho City is a clean area and not only possesses various tourism resources such as mountain tourism, hot spring tourism, and marine tourism, but also secures wellness tourism resources related to mental, physical, and social health, which are pursued by humans. For the empirical analysis, we performed the frequent analysis by using SPSS 21.0 to understand the general characteristics of the respondents. Hypotheses were verified through reliability and validity analysis of measurement tools and multiple regression analysis. The result and analysis of hypothesis 1 showed that the wellness tourism selection attribute has a significant positive (+) effect on the satisfaction level, and the analysis result of hypothesis 2 illustrated the wellness tourism satisfaction level brought considerable positive (+) effect on the intention of revisiting. The academic implications of this provided an opportunity to promote the convergence of the wellness industry and wellness tourism, as well as helped to diversify the selection attributes of wellness tourism and follow up research. The practical implications presented wellness tourism-related companies and employees with the ability to adapt and respond to the ever-changing environment. In addition, it also contributed to the change of the image of Sokcho for the wellness tourism and vitalization of the local economy.

KEYWORDS

wellness tourism,
selection attributes,
satisfaction,
intention to revisit

ACCEPTANCE INFO.

2021.05.27. 원고 접수
2021.06.14. 1차 수정본 접수
2021.06.25. 2차 수정본 접수
2021.06.29. 3차 수정본 접수
2021.06.30. 4차 수정본 접수
2021.06.30. 최종 수정본 접수
2021.06.30. 최종 게재 확정
3인 익명심사필

I. 서론

코로나바이러스 감염증(COVID-19)이 급속도로 확산하면서 세계 모든 국가에서 인류 역사에 유사한 사례를 찾아볼 수 없는 여행 규제를 도입함에 따라 관광산업이 심각한 영향을 받았다. 영업 제한과 중지, 여행금지, 자가 격리, 재택근무 등으로 인하여 관광시장뿐만 아니라 지역경제에도 부정적인 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다(전동현, 2020). 관광산업은 경제 및 사회 전반에서 중요한 역할을 수행하고 있는 만큼, 관광시설에 대한 안전·위생·보건 등 철저한 관리 및 포괄적이고 종합적인 대책이 필요한데, 관광목적지에서 관광자원과 웰니스시설이 융합된 고품질의 인적·물적 서비스를 제공함으로써 국내·외 관광객들의 신뢰와 기대를 회복할 수 있을 것이다(Abiad et al., 2020).

이러한 대응으로 첫째, 소규모 개별관광에 대한 관광지 안전관리 체계 강화와 관광객 분산 시스템 개발, 온라인 홍보마케팅 확대 등이 필요하다(전효재, 2020). 둘째, 디지털 및 온라인산업이 관광 분야에도 영향을 미치고 있으므로, 4차산업 기반의 관광산업 생태계 조성을 위한 정책개발 등도 시급한 과제이다. 셋째, 최근 관광 활동은 등산, 낚시, 요트, 캠핑, 단독형 펜션 이용 등 독립된 야외 공간을 선호하므로 관광업체는 방문객의 정신적, 신체적, 사회적 건강을 고려한 웰니스관광(wellness tourism)과 지역적 특성이 접목된 관광상품을 개발하여 제공함으로써 경제적 난관을 극복할 수 있을 것이다(한국문화관광연구원, 2020).

웰니스관광은 스파, 헬스, 리조트 등이 934억 달러로 가장 크고, 교통이나 통신 등 여행기반산업의 규모가 그 뒤를 잇는다. 또한 건강식, 유기농 등 음식에 관련된 시장이 719억 달러, 운동복이나 영양제 등의 쇼핑 시장이 648억 달러, 스파, 피트니스, 의료서비스 등 활동이 614억 달러 규모이다(구진경, 2020). 특히, 사회적으로 고령화가 진행되면서 비만, 우울증, 공황장애 등 정신적 질환과 만성질환이 늘고 있고, 건강에 관한 기준도 수명연장에서 삶의 질을 높여 건강하게 사는 것으로 바뀌고 있으며, 소득수준이 높은 국가일수록 기대수명이 높고 건강에 관한 지출도 높게 나타나고 있다(Koncul, 2012; 한국관광공사, 2016). 앞으로도 건강에 관한 지출은 지속적으로 증가하여 2070년에는 OECD 가입국의 GDP 대비 평균 건강관련 소비량이 30%에 이를 것으로 전망되며, 이러한 건강과 관련된 산업으로 웰니스관광이 주목받을 뿐만 아니라 미국의 경우에도 웰니스관광이 신 성장 동력분야의 산업임을 파악하여 민간주도의 웰니스 서비스 및 건강증진 식품을 관광산업과 연계하여 발전시키는 노력을 하고 있다(Rust et al., 1995; 김미경, 2010; 이주현·김홍범, 2016; 임범중 등, 2009).

웰니스관광과 관련된 기존 국내·외 연구는 주로 치료 목적의 의료관광 개발에 영향을 미치는 요인들을 대상으로 한 질적인 연구가 많았고, 웰니스관광은 정책과 법규, 정부의 지원, 비용, 수용력 문제, 지역사회의 보건의료 등이 제시되었다(Vincent et al., 2011). 이렇듯 관광객을 대상으로 의료관광과 관련된 선행연구에 비해 웰니스산업과 관광산업이 융합하여 지역 이미지를 정착시키기 위한 연구는 미비하다. 지역 이미지는 상품의 속성에 관한 소비자의 신념을 요약, 추상화하며 상품의 가치를 높여 상품선택·결정에 많은 영향을 미칠 뿐만 아니라 재방문에도 긍정적인 영향을 미치기 때문이다(Maher & Carter, 2011).

따라서 본 연구의 목적은 첫째, 속초시는 청정지역으로 산악관광, 온천관광, 해양관광 등 다양한 관광자원을 보유하고 있을 뿐만 아니라 인간이 추구하는 정신적, 신체적, 사회적 건강 등과 관련된 웰니스관광 자원들도 확보하고 있으므로 연구목적의 타당성을 부여할 수 있다. 둘째, 웰니스관광의 잠재수요 중 하나인 내국인들을 대상으로 웰니스산업과 관광산업에 대한 선택속성을 제시하여 그들의 욕구와 필요 및 문제점 등을 해결하고 이를 근간으로 차별화된 웰니스관광 정체성을 수립함으로써 웰니스관광에 대한 장점을 활성화 한다. 셋째, 웰니스산업과 관광산업에 대한 융복합을 통하여 속초시를 웰니스관광 도시로 인지도를 향상시키고 정착할 수 있는 기회를 모색할 것이다. 넷째, 실무진에게 끊임없이 변화하는 환경에 대한 대응할 수 있는 방안을 제시하고 웰니스관광에 대한 다양한 선택속성을 파악하여 만족도 및 재방문 의도를 분석함으로써 학문적 시사점도 도출하고자 한다. 즉, 기존 국내외 선행연구와 정부의 보고서, 객관적 자료를 바탕으로 웰니스관광의 선택속성을 명확히 파악하여 속초시가 경쟁력을 갖춘 웰니스관광 도시라는 이미지를 구체화하고 후속 연구의 확장에 도움을 줄 것이며, 웰니스관광에 대한 다양한 상품을 개발하고 확대하여 향후 방문객들의 만족도뿐만 아니라 재방문 의도에도 긍정적인 영향을 미치도록 하여 궁극적으로 지역경제 활성화, 지역 이미지 개선 등과 더불어 웰니스관광의 구체화, 체계화, 효율화 등을 구축, 웰니스산업 및 웰니스관광과 관련된 산업이 발전하고 서비스품질 향상을 시키는데 효율적인 자료로 활용할 수 있을 것이다.

II. 이론적 배경

1. 웰니스관광에 관한 선행연구

웰니스란 건강한 생활의 모든 영역을 포괄하는 광의적인 개념으로 웰니스의 3요소인 운동, 영양, 휴양을 통합하여 건강을 추구하는 것을 의미하며, 단순히 질병이 없거나 허약하지 않다는 것에 그치지 않고 정신적, 신체적, 사회적으로 온전한 상태를 의미한다(WHO, 1947). 웰니스 산업에 포함되는 시장은 스파, 보완/대체의학, 건강식 및 식이요법, 다이어트, 예방 및 맞춤형 건강관리, 의료관광, 웰니스관광, 직장 내 웰니스, 피트니스, 미용과 노화방지 등이 있으며, 인간의 신체적, 정서적, 사회적, 심리적, 지적, 영적 등의 건강에 영향을 미치는 것으로 나타났다(Smith & Puckzo, 2008). 방문객들은 웰니스관광 목적지 결정에 있어 최우선 순위가 스트레스 해소, 웰빙 음식섭취, 질병예방과 치유 등 건강과 안전을 추구할 수 있는 공간, 시설 및 인적·물적서비스 등을 필요로 할 것으로 판단된다(이명식·김창수, 2012).

웰니스관광과 유사개념으로 의료관광은 관광객의 동기나 행동측면에서 건강을 증진시키고자 하는 의도로 집을 떠나 행하는 모든 휴양, 레저형태가 의료관광에 포함된다고 정의하는 학자도 있다(Bowen & Shoemaker, 2003). 또는 건강증진 및 치료를 목적으로 하는 사람들에게 관광활동과 함께 우수한 의료서비스를 제공하는 것으로 정의하거나 의학적 개입을 통해 건강을 강화하거나 회복하려고 자신의 일상적인 진료권 밖으로 이동하는 행위로 정의하기도 한다(Harris & Mongiello, 2001). 환자가 진료, 휴양과 관광활동을 병행하며 여행하는 것으로 의료와 관광 서비스를 동시에 추구하는 것으로 설명(임범중 등., 2009)하거나, 의료서비스와 관광활동이 결합된 새로운 관광형태로 인간이 일시적으로 일상생활을 이탈해서 다시 복귀할 것을 전제로 이루어지는 관광의 일종으로 보는 견해도 있다(한국관광공사, 2021). 의료관광에서 제시되고 있는 방법들에는 식이요법, 운동요법, 행동수정요법, 약물요법, 수술요법 등이 있으나, 이중 운동요법을 병행하지 않은 식이요법과 약물요법 등은 일시적인 체중감량의 효과는 있지만 근육의 손실로 인한 체지방 및 기초대사량의 감소를 저하시키며, 근 기능 장애를 유발하는 문제점을 제시하고 있다(Floidevau et al., 2019). 이에 반하여 규칙적인 운동은 체지방, 중성지방, 콜레스테롤 감소와 더불어 비만을 직접적으로 억제할 뿐만 아니라 비만에 의해 기인되는 혈관성 질환의 발병을 감소시키는 유용한 효과들이 보고되고 있다(David et al., 2020; Kelly et al., 2019). 좁은 관점에서 의료서비스의 필요성을 중심으로 분석한 경우에는 수술이나 치료 등을 포함하는 의료서비스를 받기 위해 국경을 넘어 외국으로 이동하는 행위나 환자가 자신의 나라에 없거나 비싼 의료서비스 때문에 외국으로 이동하는 과정으로 의료관광을 정의하기도 한다(Escrig et al., 2011). 김희진(2013)은 건강증진, 치료, 건강회복, 미용 등의 목적으로 떠나는 여행으로 여행지의 관광목적 중에 건강 관련 서비스를 포함하는 관광형태를 의미한다고 하였다. 수술, 치과치료 등 의료서비스를 받는 동시에 휴가를 즐기기 위한 장거리 여행으로 의료서비스와 관광서비스가 결합된 의료서비스와 관광서비스를 동시에 체험하는 새로운 관광형태로서 의료관광을 정의하고 있다(Connell, 2013; Galvin, 2002).

또한 개인의 관광목적 중 건강 및 치료, 클리닉, 회복환자 요양소 등의 방문을 비롯하여, 보건 및 사회시설 등에서 서비스를 받는 것, 해수치료 및 스파, 의학시설 및 서비스를 사용한 성형수술, 의학적 권고에 기초한 치료를 받기 위해 특정 장소를 방문하는 것 등도 포함하고 있다(Rust et al., 1995). 이렇게 의료관광과 웰니스관광은 다른 사업과의 융복합이 가능하며, 특히 문화관광산업과의 융합은 큰 부가 가치를 창출할 수 있다.

따라서 웰니스관광으로 적용이 가능한 범위는 건강증진 관광, 친환경 관광, 웰빙음식관광, 문화관광, 농어촌 체험관광 등을 포함할 수 있으며, 개인에게 전문적인 기술력과 진료를 제공하는 전문 호텔에 숙박하면서 물리적 피트니스, 미용관리 및 건강영양, 다이어트 및 긴장완화, 휴식 및 지적 활동, 교육으로 구성된 포괄적인 서비스이다(Muller & Kaufmann, 2001). 그리고 건강한 삶을 추구하는 관광의 새로운 트렌드로 웰니스관광과 관계있는 용어로는 건강, 스파, 서비스, 돌봄, 목적지, 휴식, 관리 등을 들 수 있고 웰니스관광의 대표적인 상품으로는 스파, 기치료, 대체의학, 영양관리 및 디톡스, 뷰티케어(미용관광) 등이 있다(김희진, 2013; 유지윤, 2006). 그리고 웰니스관광의 목적을 정신적, 신체적, 사회적으로 건강한 삶, 회복과 휴식, 의미와 관계, 진정한 경험, 질병예방과 관리 등으로 구분하고, 웰니스를 우선 목적으로 하는 1차 관광객과 웰니스를 부차적으로 이용하는 2차 관광객으로 나누어 구분하고 있다(Abiad et al., 2020). 국제적으로 웰니스관광 자원은 크게 온천자원, 해양자원, 산악자원, 기타자원으로 구분하고 있는데, 이렇게 웰니스 관광자원의 유형이 한정된 이유는 유럽의 천연온천 자원과 미국의 해양·산악자원 중심의 관광자원이 선도하고 있으며,

인간은 정신적, 신체적, 사회적, 지적, 심리적 관광활동 등을 선호하기 때문이라고 판단된다((Rust et al., 1995).

위 선행연구를 요약하면, 관광의 한 분야인 의료관광은 일상과 단절되어 질병의 치료와 관리를 중심으로 의학적 의무가 발생하는 영역임에 비해 웰니스관광은 건강 증진과 유지를 목적으로 예방적 활동을 하며, 생활방식의 변화로 일상으로 돌아가서도 지속적으로 영향을 미치는 등 개인의 의무를 강조한다는 차이가 있다. 선행연구에서 도출된 학자별 웰니스관광에 대한 구성요소로 <표 1>과 같이 사회적 요인, 정서적 요인, 신체적 요인, 지적 요인, 영적 요인 등을 주로 언급하고 있다.

<표 1> 학자별 웰니스관광 구성요소

저자(년도)	주요내용							
	사회적 요인	정서적 요인	신체적 요인	지적 요인	영적 요인	심리적 요인	직업적 요인	환경적 요인
1. Lafferty(1979)	√	√	√	√	√			
2. Hettler(1980)	√	√	√	√	√		√	
3. Greenberg(1985)	√	√	√	√	√			
4. Leagfren(1990)	√	√	√	√	√		√	
5. Crose et al.(1992)	√	√	√	√	√		√	
6. Depken(1994)	√	√	√	√	√			
7. Adams et al.(1997)	√	√	√	√	√	√		
8. Renger et al.(2000)	√	√	√	√	√			√
9. Durlak(2000)	√		√	√				

자료: 선행연구를 바탕으로 연구자 작성.

최근 웰니스관광은 인간의 정신적, 신체적, 심리적, 사회적, 정서적, 지적 측면에서 일관되고 균형 있는 성장을 가능케 하는 생활방식으로 내면적인 치유 및 균형적 개념으로 변화하고 있다(박경호, 2011). 즉, 건강과 웰빙에 대한 자기책임을 기반으로 하여 궁극적으로 바람직한 삶을 만들고 인식하는 적극적인 과정으로 자신의 잠재력을 발휘하여 끊임없이 자각하는 삶을 추구하는 것이다(이호길 · 이정철, 2011). 웰니스관광 관련 초기의 연구는 <표 2>와 같이 웰니스관광이 인간의 신체적 건강을 강조하는 표현에서 점차 정신적, 심리적, 사회적, 지적 등 내면적에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타나고 있다. 웰니스가 관광분야로 그 영역이 확장되면서 웰니스 영역이 자기책임을 중심으로 하여 신체, 영양, 스트레스 관리, 환경적 민감성 등으로 이후 웰니스 영역이 확장하여 관광 분야로 발전시켰으며 자기책임(self-responsibility)을 웰니스의 핵심개념으로 하여 영양과 식습관을 건강 영역으로, 피트니스 및 뷰티케어를 신체 영역으로 구분하였다(Temple et al., 2019).

기존의 선행연구는 의료관광에 초점을 맞추어 의료적 행위 이후 관광을 언급하였는데, 본 연구는 예방과 치유를 중심으로 한 웰니스자원과 순수관광 자원을 접목하여 웰니스관광으로 발전시킬 수 있는 연구를 수행, 융복합 웰니스관광으로 선행연구와의 내용적 차이를 제시하고자 한다.

<표 2> 학자별 웰니스에 관한 선행연구

저자(년도)	주요내용
Dunn(1961)	· 정신적, 신체적 건강을 유지하기 위한 개인의 잠재력을 극대화 하는 과정
Travis(1978)	· 자신에 대한 올바른 자각과 교육, 성장을 통해 높은 수준의 삶을 영위하는 것
Ardell(1986)	· 자신의 능력 안에서 최고 수준의 건강을 추구하기 위한 생활방식
Conrad(1994)	· 자신의 생활방식을 건강증진 행동으로 변화시키는 것
O' Donnel&Garner & Woodruff(1998)	· 정신적, 신체적, 심리적, 사회적, 정서적, 지적 측면에서 일관되고 균형 있는 성장을 가능케 하는 생활방식
Corbin & Pangrazi(2001)	· 한 사람이 삶에 어떻게 느끼는가에 대한 개인의 긍정적인 건강 상태
Payne & Hahn(2002)	· 삶의 과정을 통해 지속적 웰빙을 느끼는 것을 목표로 활동에 참여하기 위해 건강의 각 차원

	안에서 내적, 외적 자원을 사용하는 능력
Harari, Waehler & Rogers(2005)	· 신체적, 심리적, 정신적 균형과 통합을 통해 삶의 질을 향상시키는 과정
National Wellness Institute(2007)	· 건강과 웰빙에 대한 자기책임을 기반으로 하여 궁극적으로 바람직한 삶을 만들고 인식하는 과정
김상국·이광욱(2005)	· 몸과 마음을 최적의 웰빙 상태로 만드는 것으로 신체적, 정서적, 지적, 정신적, 사회적으로 잘 조화된 상태
최문종 외(2015)	· 신체적, 정신적, 영적 건강이 서로 유기적으로 통합된 건강을 향한 삶의 방식
유지윤(2006)	· 건강에 대한 자기책임을 중심으로 신체적, 정서적, 지적, 정신적, 사회적 건강상태에 도달하기 위한 생활방식

자료: 선행연구를 바탕으로 연구자 작성.

2. 웰니스관광 선택속성에 관한 주요 변수

국내 웰니스관광 선택속성인 정신적 건강, 신체적 건강, 사회적 건강 등에 영향을 미치는 요인은 관광기반시설, 관광자원의 다양성, 웰니스 서비스 지원으로 구분할 수 있는데, 수요자인 웰니스 관광객이 추구하는 활동으로 생활습관개선, 체력관리, 뷰티미용, 명상, 정신수양 등에 부합하는 다양한 서비스와 환경을 제공하는 특징을 보인다(Koncul, 2012). 웰니스관광 방문객들은 체험과 교육에 대한 관심이 높아 요가, 필라테스 등 새로운 것을 배우고자 하며, 미용에 대한 관심도 높고, 자연활동을 즐기기를 원하여 잘 보존된 자연을 찾고 그러한 자연이 보존되도록 노력하는 것에 관심을 기울인다(채동렬·감지혜, 2016). 또한 조용한 휴식을 취할 수 있는 호텔, 일조량이나 기온 등 웰니스와 휴식에 적합한 기후조건, 자신에 대한 개별적인 관심, 균형 잡힌 건강식 제공, 휴식을 위한 마사지, 아로마, 얼굴 및 전신 피부미용 등은 주요한 웰니스관광 선택속성이고 인간의 정서적, 신체적, 사회적 활동에 긍정적인 영향을 미친다는 연구의 결과를 발표하였다(Muller & Kaufmann, 2001).

웰니스관광 서비스의 공급자는 웰니스 관광객이 정보를 탐색하는 일련의 과정에서 웰니스 관광지에 대한 시설, 프로그램 및 서비스 등 관광정보를 제공하고 웰니스 관광객은 웰니스관광을 통해 서비스에 대한 만족을 느끼고 이러한 만족감은 이후 웰니스 관광욕구를 형성하는데 긍정적인 영향을 미치게 된다(김상문 등., 2009). 전형적인 웰니스 방문객은 고소득이며 나이가 많고 휴식, 휴양, 건강, 원기회복, 일상탈피 등에 대한 욕구를 가진 사람들로 나타나 고소득 고령자의 라이프스타일에 대한 이해가 필요하다. 최근에는 건강문제에 관심을 가지고 일상의 스트레스로 인한 문제를 예방할 수 있는 서비스를 원하는 젊은 세대나 남성의 스파 방문 역시 증가하고 있는 것으로 나타났다(Voigt et al., 2020). 테마형 온천 등 레저 스파는 가장 잘 알려진 웰니스관광의 대표적인 형태로 다양한 전문서비스를 제공하여 몸, 마음 그리고 정신을 맑게 하는 가족 전체를 대상으로 재미와 서비스를 제공하는 장소이다(임범중 등, 2009). 기치료는 리조트나 전문 휴양소에서는 몸, 마음, 정신을 건강하게 하는 치유형 프로그램을 구성하는 것이 일반적으로 요가와 식이요법, 그룹 활동, 춤, 그림 등의 자기표현 활동, 라이프코칭 등의 심리적 소통 등 다수의 영역을 병행하며 시너지를 창출한다(이원희 등, 2019).

요가와 명상은 신체에 초점을 맞춘 운동 프로그램보다는 몸, 마음과 영혼의 균형을 추구하는 보다 포괄적인 것으로 자신의 지식과 타인 그리고 우리를 둘러싸고 있는 세계와의 조화를 이끌어 낼 수 있는 정신적 수련으로 이해하는 경우가 많다(Goodwin & Ross, 1989). 건강과 관련된 한의학은 독자성, 체계성, 철학을 세계적으로 인정받아 관광산업과 연계하여 웰니스관광 상품으로 개발되고 있다(김양균 등, 2010). 영양관리 및 디톡스 식이요법은 인간의 몸속에 독소가 증가하여 발생하는 소화불량, 구취, 피로, 거친 피부, 근육통과 같은 건강문제를 개선, 해결하고 에너지를 보강하며 집중력 강화, 명태함 등 전반적인 웰니스관광 수준을 향상시킨다(김미경, 2010).

웰니스관광은 관광시스템의 수요측면에서 이용객들의 욕구와 필요의 분석이 선행되어야 하고 관광객의 공급측면에는 매력물, 서비스, 교통, 정보, 홍보 등의 요소가 상호의존적인 관계를 맺기 때문에 주어진 환경 속에서 관광과 관련된 요소들이 어떻게 조직화되고 운용되는가를 구조화하여 수요자, 공급자 및 지원자를 파악, 시스템 요소 간의 관계를 구체적으로 밝히는 것이 중요하다(Connell, 2013). 관광수요를 결정하는 요인으로 관광동기, 관광능력, 체제기간, 지출규모, 참가형태 등이 있으며, 관광 종사원의 인적서비스와 같은 무형적 수요와 쇼핑, 호텔, 식음료 등의 유형적인 수요를 모두 포함한다(송주완·김경한, 2015; 이효영, 2017).

이를 바탕으로 본 연구에서 웰니스관광 선택속성에 관한 측정도구는 정신적 요인으로 성과 중심의 사회경쟁구도로 인한 긴장 상태, 심리적 불안감을 동반하는 사회구조, 친환경 관광지에서 명상 및 휴식과 힐링 등을 사용한다. 그리고 신체적 요인으로 과도한 좌업생활로 인한 신체적 불안감, 스파, 요가, 피트니스 및 뷰티케어 욕구, 각종 질병의 위험 노출 등을 사용한다. 또한 사회적 요인으로 과다한 업무 스트레스, 목적관광지에서 새로운 경험, 각박한 공간과 시간 탈피 등을 주요 변수로 사용한다(Abiad et al., 2020).

3. 방문객 만족도와 재방문 의도의 관계

방문객 만족도를 측정하기 위한 가장 효과적인 모델은 Oliver(1980)의 불일치 패러다임인데, 측정이 용이하고 이해가 쉬운 장점 때문에 현재 가장 폭넓게 적용되고 있다. 불일치 패러다임에 의하면, 만족이란 불일치 경험의 크기 및 방향과 관계가 있으며, 또한 불일치는 개인의 사전기대와 관련이 있다(김태구, 2012). 다시 말해서 개인의 기대는 성과가 기대한 바와 같으면 일치하고, 기대에 미치지 못하면 불일치하며, 기대를 넘어서면 긍정적으로 불일치 한다는 것이다. 그러므로 방문객은 기대가 일치하거나 혹은 긍정적으로 불일치할 때 만족을 느끼게 된다는 것을 분석하였다(조남홍, 2015; Anderson & Sullivan, 1993).

시간 경과에 따라 지속적으로 방문객이 만족할 때 재방문 의도는 생성되는 것으로 방문객의 개인적 관계와 브랜드를 둘러싼 강한 이용자의 소속감 형성을 통해서 얻어질 수 있다(Goodwin & Ross, 1989). 즉, 방문객 만족은 특정 서비스나 정보를 접하면서 느끼는 이용자의 감정적 상태를 의미한다(Berry, 1995). 고객관리 측면에서 만족은 이용자와의 장기적 관계를 유지하려는 재구매 의도 및 충성도와 밀접한 관계가 있기 때문에 다양한 분야에서 중요한 변수로 다루어지고 있다(Bowen & Shoemaker, 2003). 웰니스관광객을 대상으로 서비스품질에 대해 분석한 결과, 서비스의 품질은 선택속성에 영향을 받으며, 재방문 의도에 유의적인 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다(김상만 등, 2009). 즉, 대부분의 방문객 만족은 재방문뿐만 아니라 신규 고객들에게 공급자들을 추천해주어 이익의 또 다른 원천을 제공해 주는데, 이는 광고와 판매기능의 수행 및 무료로 업체의 안내센터 기능을 수행하기 때문에 장기적인 이익을 기대할 수 있다(이효영, 2017). 기업이 충성고객을 확보하였을 때 기업은 고객으로부터 재구매 의도, 긍정적인 구전 의도, 실패 비용의 감소, 거래비용의 감소, 전환비용의 감소, 상호판매 성공의 증가, 마케팅비용의 절감 등의 효과를 얻을 수 있으며, 이는 재구매 의도 연구의 중요함을 시사한다. 또한 많은 기업들이 고객과의 장기적 관계 유지전략을 추구하는 것은 매출증대와 비용감소를 통해 수익성이 증대된다는 것이 실증적으로 입증되고 있기 때문이다(Reichheld et al., 1990).

방문객 만족을 형성하는 요인으로 소비자 만족이 관련되어 있음은 여러 선행연구를 통해 끊임없이 증명되어왔다. 그러나 최근에는 거래 마케팅에서 관계마케팅으로 마케팅 패러다임이 바뀌고 만족만으로는 설명되지 않는 태도적인 요소나 감정적인 요소가 발견되면서 재구매 의도를 설명할 수 있는 추가적인 요소가 많다는 것이 밝혀지고 있다(Morgan et al., 2003). 특히 관계마케팅 관점에서 만족, 신뢰, 몰입 같은 요소를 도입하여 충성도 형성 매커니즘을 다루는 연구들이 큰 흐름을 이루어왔으며, 재방문 의도를 이끌어내기 위해서는 먼저 고객들로부터 신뢰를 이끌어내야 한다(Spreng et al., 1995). 의료관광 서비스품질과 이용의도 간 영향관계에 대한 분석한 결과, 만족도가 높을수록 이용의도에 유의적인 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다(양훈 등, 2013). 조원섭(2007)은 경주, 구미의 특급호텔을 대상으로 서비스품질(확신성/공감성/유형성/반응성)이 재구매 의도에 미치는 영향에 대해 살펴봤는데, 반응성을 제외한 모든 요인이 재구매 의도에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 재방문 의도는 방문객 개인의 관심을 넘어서 조직의 관심에 대한 충성과 축진을 나타내는 고객의 자발적인 행동으로서 호의적인 구전과 추천, 그리고 서비스 제공자에 대한 선호 등으로 측정되고 있으며 고객의 호의적인 구전과 추천은 기업의 긍정적인 이미지 구축과 양질의 서비스 품질에 대한 고객의 평가와 기대에도 영향을 미치는 것이다(Zeithaml et al., 1988). Yi(1993)는 고객만족 형성과정 이 제품의 애매모호성에 따라 달라진다는 것을 보인 바 있다. 일반적으로 객관적 기준이 없고 주관적 속성으로 구성되어 평가가 곤란하며 품질인식이 사람에 따라 크게 차이가 나는 경우 제품의 애매모호성이 높다고 볼 수 있다. 따라서 이런 특성상 차이로 인해 제품과 서비스의 고객만족 형성과정이 달라질 수 있으며, 소비자 만족에 영향을 주는 결정변수를 밝힌 전통적인 기대불일치 모형을 확장하여 소비자 만족이 긍정적 정서에 영향을 미친다는 것을 포함하였는데, 이것은 관광 경험에 대한 만족이 행복 및 삶의 질에 영향을 미치는 것으로 보고한 선행연구들에 근거한다(Chen et al., 2016).

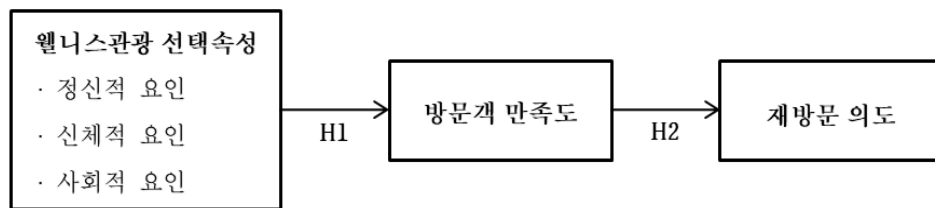
재방문 의도는 고객만족에 의하여 직접적인 영향을 받으며, 만족은 서비스 품질보다 재방문 의도와 추천 의도를 결정하는데 훨씬 많은 영향을 미친다(Goodrich, 1993). 즉, 만족과 재방문 의도 간에는 긍정적인 관계가 있으며, 방문객으로 하여금 미래에 그 기업으로부터 재방문을 이끌어 낼 수도 있다(Goodwin & Ross, 1989). 그리고 긍정적인 구전 의도는 잠재고객들에게 기업에

대한 중요한 정보를 제공하는데, 서비스 부문에 있어서 구전 의도의 중요성은 여러 연구들을 통하여 논의된 바 있다(Spreng et al., 1995). 즉, 긍정적인 구전 의도는 브랜드 전환을 자극하는 중요한 요인이 될 수 있으며, 새로운 고객을 유치하는데 도움을 줄 수도 있다. 추천 의도는 긍정적인 구전 의도보다 더 강력한 힘을 발휘하는 것으로 서비스 및 상품에 대하여 구매를 권유하는 것을 말하는데, 고객이 잠재고객에게 하는 추천은 기업의 긍정적인 이미지와 높은 서비스 품질에 대한 기대와 평가에도 영향을 미치게 된다(김태구, 2012). 이를 바탕으로 본 연구에서 만족도에 관한 측정도구는 ‘고려 요인’으로 편리한 접근성, 숙박시설의 청결성, 식당의 보건과 위생관리, 관광정보 및 안내시설, 관광지 편의시설, 종사자 친절성재방문 의도의 구성요소로서 재방문 의도, 추천 의도 등을, ‘혜택 요인’으로 스트레스 해소 및 긴장 완화, 신진대사(치유력, 면역력) 개선, 긍정적인 사고를 유지하거나 증진 등을 주요 변수로 활용한다(Goodwin & Ross, 1989). 재방문 의도에 관한 측정도구는 ‘재방문 의도’, 추천 의도 등을 제시한다(Goodrich, 1993).

III. 연구방법

1. 연구모형 및 가설 설정

본 연구는 웰니스관광 선택속성이 방문객 만족도와 재방문 의도에 미치는 영향을 검증하고자 하는 것으로 선행연구를 바탕으로 <그림 1>과 같이 연구모형을 제시하였다.



<그림 1> 연구모형

1) 웰니스관광 선택속성과 방문객 만족도의 관계

웰니스관광 선택속성은 방문객들의 정신적, 신체적, 심리적, 정서적 측면에서 웰빙의 균형과 통합을 통해 삶의 질을 만족시키는 과정에서 관광환경 변화에 대응할 수 있는 역량을 의미한다(Zhou & Wu, 2010). 웰니스관광 방문객들의 만족도 향상을 위해서는 웰니스관광 선택속성이 다양하고 우수한 품질들로 구성되어야 한다(Galvin, 2002; Harris & Mongiello, 2001). 즉, 웰니스관광 방문객들은 정신적, 신체적, 사회적 건강을 얻기 위해 웰니스관광을 선택하므로 그들의 욕구에 부응할 수 있는 혜택들을 개발하고 제공하여 만족도를 높여야 한다(심보근·장석후, 2002). 만족도 향상은 재방문 의도를 기대할 수 있으며, 관광산업의 주요 자원이자 수익의 원천이기 때문이다. 이를 바탕으로 설정된 가설은 다음과 같다.

H1: 웰니스관광 선택속성 요인은 방문객 만족도에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

2) 방문객 만족도와 재방문 의도의 관계

방문객들의 만족도는 관광행태에 따라 차이는 있으나 궁극적으로 방문객 만족도는 재방문 의도를 강화시키므로 효율적인 관리와 운영이 필요하다(김희진, 2013; 유지운, 2006). 즉, 방문객 만족도와 재방문 의도의 관계는 웰니스관광 선택속성의 구성요소인 정신적 요인, 신체적 요인, 사회적 요인 등에 따라 방문객들의 만족에 영향을 미친다는 관점을 중심으로 방문객 만족도의 중요성에 근거하여 재방문 의도 강화를 위한 방안으로 웰니스관광 선택속성을 지원하는 역할을 밝히고자 다음과 같은 가설을 설정하였다(김미경, 2010; 이주현·김홍범, 2016).

H2: 방문객 만족도 요인은 재방문 의도에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

2. 변수의 조작적 정의 및 설문지의 구성

웰니스관광 선택속성은 3개의 요인, 9개 항목으로 도출되었는데, 성과 중심의 사회경쟁 구도로 인한 긴장 상태, 심리적 불안감을 동반하는 사회구조, 친환경 관광지에서 명상 및 휴식과 힐링 등으로 구성된 항목을 ‘정신적 동기’로 명명하였고, 과도한 좌업생활로 인한 신체적 불안감, 스파·요가·피트니스 및 뷰티케어 욕구, 각종 질병의 위험 노출 등으로 구성된 항목을 ‘신체적 동기’로 명명하였으며, 과도한 업무 스트레스, 목적관광지에서 새로운 경험, 각박한 공간과 시간 탈피 등으로 구성된 항목을 ‘사회적 동기’로 명명하였다.

방문객 만족도는 2개의 요인, 9개 항목으로 도출되었는데, 편리한 접근성, 숙박시설의 청결성, 식당의 보건과 위생관리, 관광정보 및 안내시설, 관광지 편의시설, 종사자 친절성 등으로 구성된 항목을 ‘고려 요인’으로 명명하였고, 스트레스 해소 및 긴장 완화, 신진대사(치유력, 면역력) 개선, 긍정적인 사고를 유지하거나 증진 등으로 구성된 항목을 ‘혜택 요인’으로 명명하였다.

재방문 의도는 4개 항목으로 구성되었는데, 재방문 의도, 추천 의도 등이다. 그리고 이주현·김홍범(2016)의 연구를 근간으로 리커트 7점 척도로 측정하였는데, 그 이유는 COVID-19로 인하여 웰니스관광에 대한 관심도와 중요성이 증가하고 있기 때문에 응답자의 이해를 돕고, 좀 더 세분화 된 정확한 결과를 얻기 위해서이다. 더불어 응답자의 인구통계적 특성을 파악하기 위하여 성별, 연령, 결혼여부, 월평균 가계소득, 학력, 직업 등의 문항을 설문지에 포함하였다.

3. 자료수집 및 분석방법

속초시가 보유한 웰니스 관광자원 및 시설은 <표 3>과 같이 관광자원 자체만으로 웰니스 관광자원이 되거나 온천자원, 해양자원, 산악자원 등을 활용한 콘텐츠, 프로그램으로 활용되는 경우도 존재한다. 현재 속초시가 보유하고 있는 웰니스 관광자원에 대한 유형별 효과와 그에 따른 시설 및 프로그램을 정리하여 제시하였다.

〈표 3〉 속초시의 활용 가능한 웰니스 관광자원

구분	웰니스 효과	주요 자원 및 시설
산림자원	· 자율신경계 안정, 간기능 개선, 숙면효과, 악취제거, 면역기능 강화, 향균, 방충효과, 혈압강화 효과 등	휴양림, 공원, 숲 등
수자원	· 혈액순환, 관절염, 신경통 완화, 진정·진경 작용, 체중조절, 피부미용 등	온천, 스파, 수영장 등
지형자원	· 둘레길, 산 등의 지형자원을 활용한 활동은 햇빛으로 인한 비타민D 생성, 유연성 증진, 창의력 향상, 심장질환 예방, 신경근육 완화 등	둘레길, 등산, 산책로 등
시설자원	· 웰니스관광 시설자원에서의 체험을 통해, 심신안정, 자연 친화적 삶에 대한 만족, 농어촌 문화 습득, 자연에 대한 관심도 증대 등의 효과도 있음	농산어촌체험마을, 웰니스 관광복합시설 등
종교자원	· 신흥사를 중심으로 템플스테이를 통해 마음수련, 스트레스완화 등의 효과 및 종교유물, 유적지의 관광활동 등으로 인한 교육적 효과가 있음	사찰(템플스테이), 서원 스테이, 종교관광 등
한방자원	· 동양철학을 기반으로 하는 한방자원은 긴장감 완화, 정신적 스트레스 해소, 질병제거, 건강유지, 자유치유력 증가 등의 효과가 있음	한방스파, 한방치료, 한방박람회, 체험관 등
음식자원	· 자연재료를 사용한 음식을 섭취함으로써 자연의 풍미를 느끼고 해독작용 등을 통한 심신정화의 효과를 가짐	전통음식, 향토음식, 약선음식, 사찰음식 등
운동자원	· 명상/요가 등의 운동을 통해 심신의 안정, 집중력강화, 스트레스 완화 등의 효과가 있음 · 아쿠아로빅 등과 같은 활동형 운동자원은 노폐물배출	호텔과 리조트를 활용한 명상, 요가, 아쿠아로빅, 마사지, 테라피 등

본 연구의 대상으로 속초시 방문객을 선정한 이유는 코로나가 한창 유행임에도 불구하고 2020년 속초시를 방문한 관광객 수가 전년 대비 4.8% 증가한 17,785,000명으로 속초시는 타 지역과 달리 산림자원, 수자원, 지형자원, 시설자원, 종교자원, 한방자원, 음식자원, 운동자원 등 웰니스산업과 관광자원을 융합할 수 있는 요인을 갖추고 있기 때문이다.

설문조사는 2021년 2월 2일부터 2월 20일까지 웰니스관광의 특성을 갖추었다고 판단되는 설악권 호텔과 리조트, 건강식품

판매업소, 관광지 등을 중심으로 연구목적에 안내한 후 총 350부를 배포하였다. 이 중 불성실한 응답 26부를 제외, 324부를 실증분석에 사용하였다. 실증분석은 SPSS 21.0을 이용하여 빈도분석을 실시하였고 응답자의 일반적인 특성을 파악하였다. 측정도구의 타당성분석을 위해 탐색적 요인분석을, 신뢰도를 확인하기 위해 신뢰도분석을 실시하였고 다중회귀분석을 통하여 가설을 검증하였다.

IV. 실증분석

1. 응답자의 일반적인 특성

본 연구는 응답자의 일반적인 특성을 파악하기 위한 빈도분석 결과는 아래 <표 4>와 같이 웰니스관광으로 속초시를 방문한 324명 중 성별은 여성이 196명(60.5%)으로 남성 128명(39.5%) 보다 많았고, 연령은 40대가 138명(42.6%), 50대가 120명(37.0%)으로 20대, 30대 보다 많았다. 결혼여부는 기혼이 229명(70.7%)로 미혼 95명(29.3%) 보다 많았고, 월평균 가계소득은 301~400만원이 85명(26.2%)로 가장 많았고, 다음으로 401~500만원이 82명(25.3%), 500 이상이 78명(24.1%), 201~300만원이 47명(14.5%) 순이며, 200만원 이하가 32명(9.9%)으로 가장 적었다. 학력은 4년제 대학 졸업이 186명(57.4%)로 가장 많았고, 2년제 대학 졸업 이하 109명(33.6%), 석사 수료 이상 29명(9.0%) 순이었고, 직업은 주부가 77명(23.7%)으로 가장 많았고, 자영업 32명(14.8%), 생산기술직 20명(12.5%) 순이며, 기타 직업군은 비슷한 빈도를 보였다.

<표 4> 응답자의 일반적인 특성

구 분		빈도(명)	비율(%)	구 분		빈도(명)	비율(%)
성별	남성	128	39.5	학력	2년제 대학 졸업 이하	109	33.6
	여성	196	60.5		4년제 대학 졸업	186	57.4
연령	20대	20	6.2		석사 수료 이상	29	9.0
	30대	46	14.2	직업	전문직	22	8.9
	40대	138	42.6		사무관리직	42	6.7
	50대 이상	120	37.0		생산기술직	20	12.5
결혼여부	미혼	95	29.3		서비스직	48	6.7
	기혼	229	70.7		자영업	32	14.8
월평균 가계소득	200만원 이하	32	9.9		공무원/교직원	28	9.8
	201~300만원	47	14.5		농·림·어업	29	8.9
	301~400만원	85	26.2		학생	12	3.7
	401~500만원	82	25.3		주부	77	23.7
	500만원 이상	78	24.1		기타	14	4.3
합 계		324	100.0	합 계		324	100.0

2. 측정의 신뢰성 및 타당성분석

3개 요인에 대한 탐색적 요인분석을 <표 5>와 같이 측정변수의 타당성 검증을 하였으며, 신뢰성 검증을 위하여 Cronbach's α 값을 이용하였다. 선택속성 요인의 총분산설명력은 90.282로 분석되었다. Kaiser-Meyer-Olkin(KMO) 값은 .933이며 Bartlett 구형성 검정 값은 유의수준 .001에서 유의한 것으로 분석되어 요인들 사이의 독립성이 확인되었고 요인적재량은 요인과 변수 사이의 유의성 여부 판단 기준인 .5이상으로 나타났으며, Cronbach's α 값은 .7 이상으로 신뢰도의 유의성도 확인되었다.

〈표 5〉 측정변수의 신뢰성 및 타당성분석

요인명		측정도구	요인 적재량	분산(%)	신뢰도
선택 속성	정신적 동기	성과 중심의 사회경쟁 구도로 인한 긴장 상태	.817	32.355	.947
		심리적 불안감을 동반하는 사회구조	.832		
		친환경 관광지에서 명상 및 휴식과 힐링	.787		
	신체적 동기	과도한 좌업생활로 이한 신체적 불안감	.716	30.192	.940
		스파·요가·피트니스 및 뷰티케어 욕구	.770		
		각종 질병의 위험 노출	.727		
	사회적 동기	과다한 업무 스트레스	.742	27.738	.949
		목적관광지에서 새로운 경험	.806		
		각박한 공간과 시간 탈피	.763		
KMO: .933, Bartlett's test: 3551.405, 유의확률 p=.000, 충분산설명력: 90.282%					
방문 객 만 족 도	고려 요인	편리한 접근성	.806	38.824	.940
		숙박시설의 청결성	.820		
		식당의 보건과 위생관리	.834		
		관광정보 및 안내시설	.820		
		관광지 편의시설	.773		
		종사자 친절성	.789		
	혜택 요인	스트레스 해소 및 긴장 완화	.674	16.313	.897
		신진대사(치유력, 면역력) 개선	.705		
		긍정적인 사고를 유지하거나 증진	.685		
KMO: .936, Bartlett's test: 3653.236, p=.000, 충분산설명력: 82.165%					
재방문 의도	재방문 의도	.952	87.751	.953	
	추천 의도	.910			
KMO: .857, Bartlett's test: 1350.560, p=0.000, 충분산설명력: 87.752%					

방문객 만족도 요인의 충분산설명력은 82.165%로, KMO 값은 〈표 5〉와 같이 .936으로, Bartlett 구형성 검정 값은 유의수준 .001에서 유의한 것으로 나타나 요인들 사이의 독립성이 확인되었으며 요인들의 적재량은 요인과 변수사이의 유의성 여부 판단 기준인 .5이상으로 나타났다(이효영, 2017). 신뢰도 검증을 위한 Cronbach's α 값을 확인한 결과, 9개 항목 모두 .7 이상으로 나타나 신뢰도의 유의성도 확인되었다.

재방문 의도의 2개 항목은 〈표 5〉와 같이 단일요인으로 확인되었으며 충분산설명력은 87.752%로, KMO 값은 .857로, Bartlett 구형성 검정 값은 유의수준 .001에서 유의한 것으로 나타나 요인들 사이의 독립성이 확인되었다. 그리고 요인적재량은 요인과 변수 사이의 유의성 여부 판단 기준인 .5 이상으로 나타났으며 Cronbach's α 값은 .7 이상으로 나타나 신뢰도의 유의성도 확인되었다.

3. 상관관계분석

본 연구에서 밝히고자 한 웰니스관광 선택속성과, 만족도 및 재방문 의도에 대한 결과는 〈표 6〉과 같이 모든 요인들이 유의수준 .01에서 통계적으로 유의한 정(+)의 상관관계로 나타났다.

〈표 6〉 상관관계분석 결과

구 분	정신적 동기	신체적 동기	사회적 동기	고려 요인	혜택 요인	재방문 의도	추천 의도
평균	5.33	4.77	4.90	5.20	4.86	4.80	4.84
표준편차	1.01	1.20	1.15	1.37	1.33	1.34	1.38
정신적 동기	1.00						
신체적 동기	.619**	1.00					
사회적 동기	.710**	.794**	1.00				
고려 요인	.711**	.534**	.638**	1.00			
혜택 요인	.711**	.639**	.706**	.758**	1.00		
재방문 의도	.669**	.646**	.700**	.779**	.816**	1.00	
추천 의도	.689**	.645**	.721**	.806**	.800**	.873**	1.00

** $p < .05$

4. 연구가설 검증

본 연구에서는 가설검증을 위하여 다중회귀분석을 사용하였고, 회귀분석을 통하여 검증한 내용은 다음과 같다. 가설 1인 ‘웰니스 관광 선택속성 요인은 방문객 만족도에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.’에 대한 ‘고려 요인’을 검증한 결과 〈표 7〉과 같이 나타났다. 회귀분석 결과는 $R^2 = .258$ 로 나타났고 회귀모형의 F값은 유의수준 결과는 8.684($p = .000$)로 통계적 유의확률이 확인되어 회귀분석의 통계적 유의성이 검증되었다. 또한 Durbin-Watson 값은 1.912로 나타나 상관관계가 없으며 유의확률은 10.0 미만으로 확인되어 다중공선성의 문제는 없는 것으로 분석되었다. 종속변수인 ‘고려 요인’에 미치는 영향은 정신적 동기(.000), 신체적 동기(.000), 사회적 동기(.579)로 분석되었으며, 사회적 동기를 제외한 정신적 동기와 신체적 동기가 고려 요인에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 분석되었다.

〈표 7〉 웰니스관광 선택속성이 고려 요인에 미치는 영향

종속변수	독립변수	비표준화계수		표준화계수	t	p
		B	표준오차	β		
고려 요인	정신적 동기	.207	.050	.221	.3454	.000
	신체적 동기	.225	.050	.225	.4072	.2752
	사회적 동기	-.025	.050	.032	.2532	.579

$R^2 = .258$, F변화량=8.684($p = .000$), Durbin-Watson=1.912

‘혜택 요인’을 검증한 결과 〈표 8〉과 같이 나타났다. 회귀분석 결과는 $R^2 = .218$ 로 나타났고 회귀모형의 F값은 유의수준 결과는 8.684($p = .000$)로 통계적 유의확률이 확인되어 회귀분석의 통계적 유의성이 검증되었다. 또한 Durbin-Watson 값은 2.124로 나타나 상관관계가 없으며 유의확률은 10.0 미만으로 확인되어 다중공선성의 문제는 없는 것으로 분석되었다. 종속변수인 ‘혜택 요인’에 미치는 영향은 정신적 동기(.022), 신체적 동기(.000), 신체적 동기(.077)로 분석되었으며, 사회적 동기를 제외한 정신적 동기와 사회적 동기가 ‘고려 요인’에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 분석되었다.

〈표 8〉 웰니스관광 선택속성이 혜택 요인에 미치는 영향

종속변수	독립변수	비표준화계수		표준화계수	t	p
		B	표준오차	β		
혜택 요인	정신적 동기	.315	.050	.232	.4411	.022
	신체적 동기	-.112	.050	.264	.4235	.000
	사회적 동기	.324	.050	.133	.3312	.077

$R^2 = .218$, F변화량=7.314($p = .000$), Durbin-Watson=2.124

가설 2인 ‘방문객 만족도 요인은 재방문 의도에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.’에 대한 ‘고려 요인’과 ‘혜택 요인’을 독립변수로 하여 재방문 의도에 미치는 영향을 검증한 결과 <표 9>와 같이 나타났다. 회귀분석 결과는 $R^2 = .241$ 로 나타났고 회귀모형의 F값은 유의수준 결과는 17.732($p = .000$)로 통계적 유의확률이 확인되어 회귀분석의 통계적 유의성이 검증되었다. 또한 Durbin-Watson 값은 2.112로 나타나 상관관계가 없으며 유의확률은 10.0 미만으로 확인되어 다중공선성의 문제는 없는 것으로 분석되었다. 종속변수인 재방문 의도에 미치는 영향은 고려 요인(.000), 혜택 요인(.000) 모두 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 분석되었다.

〈표 9〉 웰니스관광 만족도 요인이 재방문 의도에 미치는 영향

종속변수	독립변수	비표준화계수		표준화계수	t	p
		B	표준오차	β		
재방문 의도	고려 요인	.207	.050	.221	.3654	.000
	혜택 요인	.225	.054	.232	3.536	.000

$R^2 = .241$, F변화량=17.732($p = .000$), Durbin-Watson=2.112

V. 결 론

본 연구는 COVID-19 이후의 웰니스관광 선택속성이 방문객 만족도와 재방문 의도에 미치는 영향을 속초시 방문객을 대상으로 연구하였다. 속초시는 청정지역으로 산악관광, 온천관광, 해양관광 등 다양한 관광자원을 보유하고 있을 뿐만 아니라 인간이 추구하는 정신적, 신체적, 사회적 건강 등과 관련된 웰니스관광 자원들도 확보하고 있으므로 연구목적의 타당성을 부여할 수 있다.

기존의 선행연구는 의료관광에 초점을 맞추어 의료적 행위 이후 관광을 언급하였는데, 본 연구는 예방과 치유를 중심으로 한 웰니스 차원의 순수관광을 분석하여 선행연구와의 내용적 차이를 제시하고자 하였다. 선행연구와의 차이점은 첫째, COVID-19 이후 웰니스관광의 중요성과 지역적 특성을 고려한 선택요인을 부각 시켰고 둘째, 웰니스산업과 관광산업의 융합화를 추진할 수 있는 방안을 모색하였으며, 셋째, 웰니스관광 전문인력 양성 및 웰니스관광에 필요한 다양한 매뉴얼을 개발할 수 있는 정보의 제공뿐만 아니라 웰니스관광 경쟁력 또한 확보할 수 있는 연구를 수행하였다는 점이다.

실증분석은 SPSS 21.0을 이용하여 빈도분석을 실시하였고 응답자의 일반적인 특성을 파악하였다. 실증분석 결과, 신뢰성 및 타당성에 대한 유의성이 확인되었고, 웰니스관광 선택속성과, 만족도 및 재방문 의도에 대한 상관관계 분석 결과는 모든 요인들이 유의수준 .01에서 통계적으로 유의한 정(+)의 상관관계로 나타났다. 가설 1인 ‘웰니스관광 선택속성 요인은 방문객 만족도에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.’에 대한 ‘고려 요인’을 검증한 회귀분석 결과는 $R^2 = .258$ 로 나타났고, 회귀모형의 F값은 유의수준 결과는 8.684($p = .000$)로 통계적 유의확률이 확인되어 회귀분석의 통계적 유의성이 검증되었다. 또한 종속변수인 사회적 동기를 제외한 정신적 동기와 신체적 동기가 고려 요인에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 분석되었다. ‘혜택 요인’을 검증한 결과 $R^2 = .218$ 로 나타났고, 회귀모형의 F값은 유의수준 결과는 7.314($p = .000$)로 통계적 유의확률이 확인되어 회귀분석의 통계적 유의성이 검증되었다. 또한 종속변수인 신체적 동기를 제외한 정신적 동기와 신체적 동기가 ‘혜택 요인’에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 분석되었다.

가설 2인 ‘방문객 만족도 요인은 재방문 의도에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.’에 대한 ‘고려 요인’과 ‘혜택 요인’을

독립변수로 하여 재방문 의도에 미치는 영향을 검증한 회귀분석 결과, $R^2 = .241$ 로 나타났고 회귀모형의 F값은 유의수준 결과는 17.732($p = .000$)로 통계적 유의확률이 확인되어 회귀분석의 통계적 유의성이 검증되었다. 종속변수인 재방문 의도에 미치는 영향은 고려 요인, 혜택 요인 모두 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 분석되었다.

이와 같은 연구과에 따른 학문적 시사점은 다음과 같다. 첫째, 웰니스산업과 웰니스관광을 융복합을 추진할 수 있는 계기를 마련하였고, 웰니스관광에 대한 선택속성의 다양화 및 후속 연구에 도움을 주었다. 둘째, 웰니스관광 선택속성에 대한 다양한 변수를 개발하고 확장시킴으로써 향후 방문객들의 만족도뿐만 아니라 재방문 의도에도 긍정적인 영향을 미친다는 사실을 규명하였다.

실무적 시사점으로는 첫째, 웰니스관광 관련 기업과 직원들에게 끊임없이 변화하는 환경에 적응하고 대응할 수 있는 능력을 제시하였다. 그리고 웰니스관광에 대한 속초시의 이미지 변화와 지역경제 활성화에도 기여를 하였다. 둘째, 웰니스관광에 대한 인지도 제고 노력과 더불어 온·오프라인 채널을 활용한 적극적인 홍보 노력이 필요한데, 외국인 이용객의 인지도 및 방문 비율을 높이기 위해 주요 정보원인 여행사 대상 홍보 및 정보 제공이 효과적일 것으로 기대된다.

따라서 속초시는 관광시설에서 이루어지는 관광활동을 관광시설 기반형, 관광자원을 활용한 관광자원 활용형, 웰니스 서비스 지원형 등으로 구분하여 기존 관광산업과 연계하여 운영할 수 있으며, 웰니스관광 생태계 조성을 통해 고부가가치 관광산업으로서 웰니스관광 산업을 육성하고 발전시켜 나갈 수 있을 것이다. 이를 통하여 속초시는 관련 예산의 확대와 더불어 웰니스관광의 중장기 발전 계획의 수립, 웰니스 관광 인증제도 도입, 웰니스 관광시설 및 사업체 수준에 따라 맞춤형 지원, 웰니스 관광산업을 타 산업과 협업하여 융합산업으로 육성, 교육 프로그램 및 자격증 제도를 통해 전문인력 활용, 웰니스 관광개발을 위한 매뉴얼 개발, 웰니스 관광산업 통계조사를 위한 기초연구뿐만 아니라 웰니스관광 도시 이미지를 정착시키는데 도움이 될 것이다.

본 연구는 다음과 같은 연구의 한계점을 지니고 있다. 첫째, 웰니스관광 선택속성이 방문객 만족도와 재방문 의도에 관한 선행연구는 찾아보기 힘들었고, 둘째, 웰니스관광 선택속성이 방문객 만족도와 재방문 의도를 속초시로 한정하여 조사하였기에 일반화할 수 없다는 한계가 있다. 이에 향후 연구에서는 전국단위로 확대할 수 있는 웰니스관광에 대한 프로그램 개발과 활용 및 방문객 유치를 위한 정책적 방안을 강구할 필요가 있다.

참 고 문 헌

- 구진경(2020). 포스트 코로나19 관광산업 회복을 위한 정책방향. *한국관광정책*, 80, 60-64.
- 김미경(2010). 한국의료관광 참여의도의 영향요인에 관한 연구. *관광연구*, 24(6), 213-232.
- 김상만·최문경·오재영(2009). 한국의 국가적 이미지가 의료관광품질 기대형성에 미치는 영향. *품질경영학회지*, 37(4), 87-99.
- 김양균·최민식·오영인·윤태영(2010). 의료관광 목적지별 선택에 영향을 미치는 요인에 관한 연구. *호텔경영학연구*, 19(4), 99-113.
- 김태구(2012). 패밀리 레스토랑의 지적자본과 경영성과 간의 구조적 관계. *외식경영연구*, 15(5), 315-344.
- 김희진(2013). 의료관광 서비스품질 측정도구 개발 연구. *관광레저연구*, 25(4), 361-375.
- 박경호(2011). 한국형 의료관광산업 마케팅에 관한 연구. *관광연구*, 26(2), 81-102.
- 송주완·김경한(2015). 의료관광 전문인력의 직무착근도가 조직몰입에 미치는 영향: 보상선택 다양성의 조절효과를 중심으로. *호텔관광연구*, 17(4), 41-60.
- 심보근·장석후(2002). 의료서비스에 있어서 서비스 품질, 만족도, 서비스 가치, 재이용의도와 의 관계에 관한 연구. *한양비즈니스리뷰*, 14, 139-153.
- 양흔·최상민·문태수(2013). 한국 의료관광 서비스품질과 이용의도에 관한 실증연구. *인터넷전자상거래연구*, 13(3), 185-205.
- 유지윤(2006). 의료관광, 블루오션을 향한 가능성과 돌파구. *한국관광정책*, 24, 31-38.
- 임범중·윤병국·권성길(2009). 한국적 의료관광상품 개발방안 연구. *관광학연구*, 33(4), 381-401.
- 이명식·김창수(2012). 국가 이미지가 관광지 태도와 행동의도에 미치는 영향 연구. *관광학연구*, 36(1), 157-178.
- 이원희·박주영·조아라(2019). *관광 트렌드 분석 및 전망: 2020-2024*. 한국문화관광연구원.
- 이정학·서진우(2005). 관광시스템적 접근에 의한 문화관광 자원화 방안: 울주군 웅기마을을 대상으로. *관광정보연구*, 21, 203-222.
- 이주현·김홍범(2016). 의료관광 선택요인의 중요도와 만족도 관계분석(IPA)에 관한 연구. *호텔관광연구*, 8(1), 39-62.
- 이호길·이정철(2011). 의료서비스품질이 의료고객 만족과 지속가능한 의료관광에 미치는 영향. *관광연구*, 25(3), 279-296.
- 이효영(2017). 기업체 팀장이 인식한 혁신적 조직문화, 교육훈련 효과성, 조직몰입, 인적자원 역량 간의 구조적 관계: HCCP패널자료

- 분석. *문화산업연구*, 17(4), 135-145.
- 전동현(2020). 코로나19 관련 대만의 관광정책 동향. *한국관광정책*, 80, 134-139.
- 전효재(2020). 한국판 뉴딜 성공을 위한 문화·관광 데이터 댐(DAM) 구축 사례와 시사점. *한국관광정책*, 81, 34-40.
- 조남홍(2015). 생활무용지도자의 인적서비스가 수업참여자의 감정반응과 충성도에 미치는 영향. *한국웰니스학회지*, 10(4), 197-212.
- 조원섭(2007). 서비스품질과 신뢰 그리고 재구매의도의 관계. *관광연구*, 21(4), 227-244.
- 채동렬 · 감지혜(2016). 해양 항노화 웰니스 융 · 복합산업 육성방안. *중점정책연구 현안연구*, 11, 1-5.
- 한국관광공사(2016). *한국 의료관광 산업 생태계 현황분석 및 의료관광 활성화 중장기 전략*, 7, 22-23.
- 한국관광공사(2021). *관광시장동향*, 2021년 1월호.
- 한국문화관광연구원(2020). *코로나19 이후 사회경제 변화와 대응 과제*. 문화관광 인사이트 제144호.
- Anderson, E. W., & Sullivan, M. W.(1993). The antecedent and consequences of customer satisfaction for firms. *Marketing Science*, 12(2), 125-143.
- Abiad, A., Arao, M., Dagli, S., Ferrarini, B., Noy, I., Osewe, P., Pagaduan, J., Park, D., & Platitas, R.(2020). The economic impact of the COVID-19 outbreak on developing Asia. ADB Briefs, No. 128.
- Berry, L. L.(1995). Relationship marketing of service: growing interest emerging perspective. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 23(4), 236-248.
- Bowen, J. T., & Shoemaker, S.(2003). A strategic commitment. *The Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 44(5-6), 31-46.
- Chen, C. C., Petrick, J. F., & Shahvali, M.(2016). Tourism experiences as a stress reliever: examining the effects of tourism recovery experiences on life satisfaction. *Journal of Travel Research*, 55(2), 150-160.
- Connell, J.(2013). Contemporary medical tourism: conceptualization, culture and commodification. *Tourism Management*, 34(February), 1-13.
- David, C. N., David, W. B., Diane, B., Alan, C. U., & Cathy, C. N.(2020). Reducing diet and/or exercise training decreases the lipid and lipoprotein risk factors of moderately obese women. *Journal of the American College of Nutrition*, 21(4), 344-350.
- Escrig-Tena, A. B., Bou-Llusar, J. C., Beltrán-Martín, I., & Roca-Puig, V.(2011). Modelling the implications of quality management elements on strategic flexibility. *Advances in Decision Sciences*, 694090.
- Floidevau, F., Schutz, Y., Christin, L., & Jéquier, E.(2019). Energy expenditure in obese women before and during weight loss, after feeding, and in the weight-relapse period. *American Journal of Clinical Nutrition*, 57(1), 35-42.
- Goodrich, R.(1993). Socialist cuba: a study on health tourism. *Journal of Travel Research*, 32(1), 36-42.
- Goodwin, C., & Ross, I.(1989). Salient dimensions of perceived fairness in resolution of service complaints. *Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behavior*, 2, 87-92.
- Galvin, R.(2002). Disturbing notions of chronic illness and individual responsibility: towards a genealogy of morals. *Health*, 6(2), 107-137.
- Harris, P. J., & Mongiello, M.(2001). Key performance indicators in European hotel properties: general managers' choices and company profiles. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 13(3), 120-128.
- Kelly, A. S., Wetzsteon, R. J., Kaiser, D. R., Steinbrger, J., Bank, A. J., & Denger, D. R.(2019). Inflammation, insulin, and endothelial function in overweight children and adolescents: the role of exercise. *The Journal of Pediatrics*, 145(6), 731-736.
- Koncul, N.(2012). Wellness: a new mode of tourism. *Economic Research*, 25(2), 525-534.
- Maher, A. A., & Carter, L. L.(2011). The affective and cognitive components of country image. *International Marketing Review*, 28(6), 559-580.
- Morgan, R. M., Crutchfield, T. N., & Lacey, R.(2003). Patronage and loyalty strategies: understanding the behavioral and attitudinal outcomes of customer retention programs. Strategic Value to Relationship Marketing, Dissertation Paper, 71-87.
- Muller, H., & Kaufmann, E. L.(2001). Wellness tourism: market analysis of a special health tourism segment and implications for the hotel industry. *Journal of Marketing*, 7(1), 5-17.
- Oliver, R. L.(1980). A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions. *Journal of Marketing Research*, 17(4), 460-469.
- Reichheld, F. F., & Sasser, W. E.(1990). Zero defection: quality comes to services. *Harvard Business Review*, 68(5), 105-111.

- Rust, R. T., Zahorik, A. J., & Keiningham, T. L.(1995). Return on quality (ROQ): making service quality financially accountable. *Journal of Marketing*, 59(2), 58-70.
- Smith, M.(2003). Holistic holidays: tourism and the reconciliation of body, mind and spirit. *Tourism Recreation Research*, 28(1), 103-108.
- Smith, M., & Puckzo, L.(2008). *Health and Wellness Tourism*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Spreng, R. A., Harrell, G. D., & Mackoy, R. D.(1995). Service recovery: impact on satisfaction and intentions. *Journal of Services Marketing*, 9(1), 15-23.
- Temple, M. E., Luzier, A. B., & Kazierad, D. I.(2019). Homocysteine as a risk factor for atherosclerosis. *The Annals of Pharmacotherapy*, 34(1), 57-65.
- Vincent C. S. H., Deniz, K., & Haiyan, S.(2011). Medical tourism development in Hong Kong: an assessment of the barriers. *Tourism Management*, 32(5), 995-1005.
- Voigt, C., Howat, G., & Brown, G.(2020). Hedonic and eudaimonic experiences among wellness tourists: an exploratory enquiry. *Annals of Leisure Research*, 13(3), 541-562.
- WHO(1947). Constitution of the World Health Organization. Chronicle of the World Health Organization 1, 29-43.
- Yi, Y.(1993). The determinants of consumer satisfaction: the moderating role of ambiguity. *Advances in Consumer Research*, 20(1), 502-506.
- Zeithaml, V. A., Berry, L. L., & Parasuraman, A.(1988). Communication and control process in the delivery of service quality. *Journal of Marketing*, 52(2), 35-48.
- Zhou, K. Z., & Wu, F.(2010). Technological capability, strategic flexibility, and product innovation. *Strategic Management Journal*, 31(5), 547-561.