

문화유산 관광지의 서비스 품질이 관광객 만족에 미치는 영향 -고궁(경복궁)의 전문성과 수정 HISTOQUAL을 중심으로- Influence of Service Quality on Tourist Satisfaction in Cultural Heritage Tourist Destination -Focused on Expertise of Old Palace(Kyeongbokgung) and Revised HISTOQUAL-

양해윤, 전인오

호서대학교 벤처전문대학원 벤처경영학과 문화산업전공

Hae-Yoon Yang(yangelart@korea.com), In-Oh Jeon(eric@hoseo.edu)

요약

본 연구의 목적은 고궁관광지의 만족도를 측정하기 위하여 필요한 요인을 개발하는데 있다. Frochot & Hughes는 2000년 처음으로 문화유산관광지의 만족도 측정방법인 HISTOQUAL을 개발하였다. 본 연구는 발전된 HISTOQUAL에 전문성 요소를 추가하고자 하였다. 본 연구의 실증연구를 위한 모집단은 서울 경복궁에서 이루어졌으며 504부를 표본으로 하였다. 만족도에 미치는 영향을 검증한 결과 관광지 서비스의 품질이 만족도에 미치는 영향은 유의한 것으로 나타났다. 또한 만족도는 재방문 및 추천의도에 미치는 영향도 모두 유의한 것으로 나타났다.

■ 중심어 : | 고궁(경복궁)의 전문성 | 고궁관광 | HISTOQUAL |

Abstract

The purpose of this study is to find factors to measure satisfaction degree of old palace tourism.

Frochot & Hughes developed HISTOQUAL, the satisfaction measurement method of cultural heritage tourism in 2000. This study intended to add the expertise factor to developed HISTOQUAL.

It surveyed 504 tourists who visited Kyeongbokgung Palace in Seoul. The result of analysis on tourism service factors to satisfaction showed significant effect. And the influence of satisfaction to revisit and recommendation also show significant effect.

■ keyword : | Old Palace(Kyeongbokgung) Expertise | Old Palace Tourism | HISTOQUAL |

1. 서론

문화유산은 인간이 시간과 생활을 통하여 만들어 낸 가장 가치있는 유산으로, 현재는 과거를 이해하고 미래에는 현재를 이해하는 교육적 가치가 매우 크다고 할

수 있다. 또한 20세기 들어 관광산업은 빠르게 성장하고 있으며 경제에서 차지하는 비중이 점점 커져 그 중요성이 부각되고 있으며[1] 관광산업을 통해 많은 사람들이 서로 다른 문화를 보고 이해하며, 유네스코가 지구상 모든 나라의 중요한 문화유산을 국가문화유산이

아닌 세계문화유산으로, 지구상 모든 사람들이 함께 보존하고 가장 가치있는 유산으로 지정하였다.

사람들은 경제가 성장하고 소득수준이 증가하면서 문화적 욕구가 커지게 된다. 경제적 여유가 생기면서 가까운 곳부터 여행하게 되고, 문화적 만족도가 점차 요구되며 결국 세계적 문화 충족을 위한 해외여행을 필요로 하게 된다. 관광의 형태는 대중관광 형태의 여행에서 개별관광 형태로 바뀌게 된다. 이러한 새로운 현대 관광에서는 배우고 체험하는 관광으로 진정성이 변하고 있다[2].

문화는 관광객을 유인하는 매력적인 대표적 관광상품이다. 현대인들은 문화유산 중 특히 건축유산에 대해 더욱 큰 관심을 나타내고 있으며 이를 통해 역사, 문화, 예술을 배우고 그들 나라의 사람들과 접촉할 기회를 통하여 인종간의 문화의 차이를 이해하게 된다. 대표적 고건축이 고궁건축이며 이러한 고건축 문화유산이 정확한 관광 측정척도에 의해 평가되고 개선되어 발전한다면 한국의 고궁관광 자원이 세계적으로 그 가치를 인정받을 수 있을 것이다.

문화체육관광부 2012년 자료에 따르면 2011년 한국을 방문한 관광객의 행태는 서울이 79.7%로 월등하며 서울내 방문지는 2011년 명동(55.3%), 동대문시장(45.8%), 남대문시장(33.7%), 고궁(31.8%)은 네 번째로 (중복응답) 한국방문객의 대부분이 쇼핑목적(69.9%)임을 알 수 있다[3].

고궁¹⁾은 주요 문화유산으로 서울에서 가장 중요한 관광자원이라고 할 수 있다. 600여년의 역사를 지닌 고궁 중 법궁인 경복궁은 접근성이 우수하여 서울의 가장 우수한 관광물이어야 함에도 불구하고 서울내 방문지에서 4위에 그친 것은 관광공무원이나 학자들에게 시사하는 바가 크다. 일제에 의하여 가장 많이 파손된 경복궁은 다른 궁에 비하여 가장 중요한 정궁으로 대표적 궁궐이나 복원이 부족하여 볼거리 제공이 미흡하다. 이러한 문제점들은 서비스 품질과 직결되고 있으며 부족한 서비스 문제점을 찾아 대책과 개선을 통하여 만족도 향상과 재방문을 높이는 것이 고궁관광의 당면과제라 할 수 있다. 문화유산관광을 측정하기 위하여는 측정지

1) 본 논문연구에서 고궁의 연구는 경복궁을 중심으로 하였으며 고궁은 경복궁을 포함한다.

표가 있어야 한다.

이러한 지표는 1985년 PZB의 SERVQUAL에 기초하고 있으며 SERVQUAL이 문화유산 측정에는 적합지 않음을 간파한 Frochot & Hughes[9]가 2000년 문화유산 측정에 적합한 HISTOQUAL 측정지표를 만들어 건축을 중심으로 한 문화유산 관광 측정의 새로운 길을 만들었다. 이후 장경수[10], 김진수[36], 유수현·진병렬[12], 김지선·이훈[22] 등이 연구하여 보다 발전된 지표를 마련하였다.

그러나 고궁관광에 있어서 고궁의 특성상 필요한 전문지식을 기초로 한 전문성에 대한 중요성이 아직 제기하지 않아 본 연구에서는 전문성을 포함한 문화유산 관광품질 측정지표를 재구성하고자 한다. 이러한 지표로 고궁 관광방문객의 서비스 품질 평가와 만족도에 미치는 영향을 분석하여 만족도를 향상시킴으로써 문화유산으로서의 고궁관광객 증가를 위한 전략수립에 필요한 기초자료의 역할을 할 것으로 본다.

II. 이론적 배경

1. 문화유산

문화유산이란 전 세계의 매우 중요한 예술, 문화를 보존하기 위하여 정한 가치가 매우 중요한 문화업적이다. 건축물, 기념물, 도시계획, 조원기술 등의 발전에 지대한 영향을 주고 잃어버린 문명에 대하여 특별한 증언을 하는 것, 역사적인 중요한 단계를 나타내고 있는 구조형식을 가진 것이나 어떤 문화를 대표하는 전통적인 거주지 등이 예시될 수 있다[4]. 고 長谷政弘은 이야기하고 있다.

이렇게 문화유산은 가치있는 잃어버린 삶의 흔적과 과정을 후손에게 밝혀줌으로서 과거를 고증하고 확인함으로써 미래를 열어 가는데 확실한 지침이 된다. 문화유산은 관광의 매우 중요한 요소로 고려되었으며[5] 단 순히 관광수입 제고에만 목적을 두지 않고 자국의 역사와 문화의 우수성을 세계에 알림으로써 국가의 위상을 높이는 중요한 역할을 하고 있다[6]. 고 김학용은 이야기하고 있다.

문화관광은 점차 증가하는 시대가 도래하여 문화유산의 가치가 높아지고싼 여행비용과 교육적 가치가 큰 역사, 문화, 유적지 등 관광수요는 증가하고 있는 추세이다[7]. 국제연합 교육과학문화기구(UNESCO)는 1972년 11월 제17차 정기 총회에서 채택된 “세계 문화 및 자연유산 보호 협약”에 의하여 인류문명과 자연사에서 중요한 자산인 세계문화유산에 세계 인류가 함께 보존하고 이를 후손에게 넘겨주어야 할 세계적으로 매우 훌륭한 가치를 지닌 유산이라고 정의하였다[8].

우리나라는 1988년 “세계문화 및 자연유산 보호협약”에 가입하였으며 1995년 12월 독일, 베를린에서 개최된 세계 유산위원회 제19차 회의에서 종묘, 불국사와 석굴암, 해인사의 팔만대장경 판전이 세계문화유산에 등재되었으며 1997년 이태리, 나폴리에서 개최된 제21차 회의에서는 수원의 화성과 창덕궁이 등재 되었고 2000년 12월 호주의 케인즈에서 개최된 제 24차 회의에서는 경주의 역사지구와 고창, 화순, 강화고인돌 사이트가 등재되었고 2009년 6월 조선왕릉 40기가 제 33차 스페인의 세비아에서 개최된 세계유산 위원회에서 등재가 결정되었으며, 2010년 7월 브라질, 브라질리아에서 개최된 제 34차 회의에서 하회마을과 양동 마을이 유네스코 문화유산에 등재되어 현재 총 10곳의 유산이 세계 유산 목록에 올라있다.

이러한 문화유산이 관광자의 기대욕구에 만족을 줄 수 있고 매력성을 가지고 관광객을 유치할 수 있을 때 문화유산 관광지라고 할 수 있다.

2. 문화유산 및 고궁관광지의 서비스 품질 평가

PZB가 개발한 SERVQUAL 척도는 회계, 은행, 호텔, 건축, 병원, 소매점, 관광 등 거의 모든 서비스품질을 측정하기 위해 폭넓게 사용되고 있으나 역사적 건축물인 문화유산 측정척도로는 부적합하여 2000년 Frochot & Hughes 가 SERVQUAL의 확신성(assurance), 신뢰성(reliability) 대신에 의사소통(communication), 소비성(consumable)을 추가하여 반응성, 공감성, 유형성, 의사소통, 소비성의 5개 차원, 25항목을 개발하여 이를 HISTOQUAL 이라고 명명하였다[9]. HISTOQUAL의 의사소통은 PZB 의 SERVQUAL 10개 차원에도 존재

하였다.

Frochot & Hughes의 HISTOQUAL에 대하여 장경수는 매력성, 반응성, 해설, 교육성, 소비성, 편의시설을 연구하여 6개 차원 28개의 측정항목을 제시하였으며 유형성은 일부 장경수[10]의 매력성과 편의시설로 나뉘어 졌으며 해설과 교육성이 추가되고 강조되었고 문화유산 평가에 있어서 HISTOQUAL보다 적합한 것으로 나타났다. 또한 교육성에 관한연구는 유수현[11], 유수현·진병열[12]의 연구와 해설은 박석희[13], 백성광[14], 박희주[15], 유수현[16]에 의하여 연구가 이루어졌다. Moscardo는 문화유산 관광에서 해설이 관광효과를 향상 시키고 교육을 통해 문화유산 보호와 지속적 관광실현의 주요한 요소라고 보았다[17]. Turnbridge 와 Ashwood 는 진정성에 기반을 둔 교육적 체험의 중요성을 강조하였다[18].

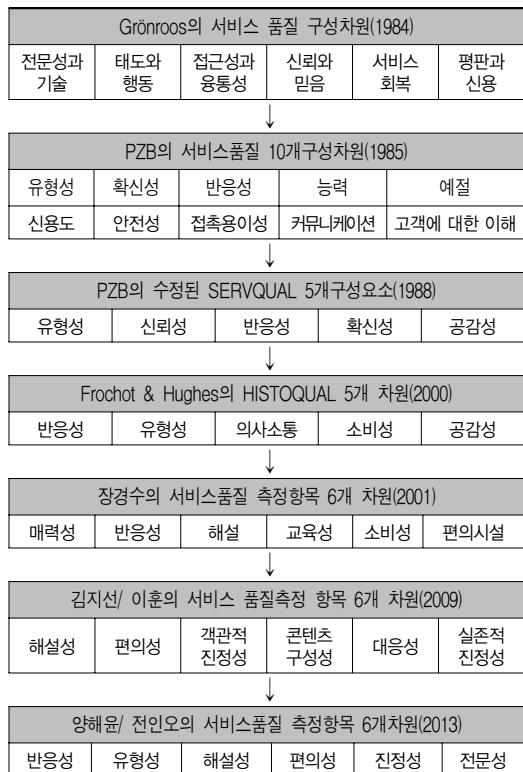


그림 1. 문화유산 관광지 서비스품질 측정척도 구성차원의 발전 흐름도²⁾

2) 양해윤 2013

김지선, 이훈은 고궁관광 평가척도로 앞에서 언급한 대응성 (responsiveness), 해설성 (explanation), 편의성 (convenience)과 콘텐츠 구성성(Contents), 객관적 진정성(objective authenticity), 실존적 진정성(existential authenticity)의 6개 요인 24개 항목을 새로운 고궁관광지 서비스 평가척도로 연구, 제시하고 있다[19]. 인류의 유산인 고궁을 관광 하는데는 오랜 시간의 역사에 대한 전문적 지식이 없이는 내용의 이해와 만족도를 높일 수 없다. 인간이 만든 건축, 예술, 음악 등은 창의성에 기반을 두며 이러한 예술 작품들은 과정을 통하여 많은 콘텐츠를 포함하고 있다. 이러한 예술의 콘텐츠를 이해하는데는 과정에 관한 전문지식이 필수적이다. 전문성에 관하여는 Grönroos가 전문성과 기술을 제일 처음으로 제시하고 있으며[20] 김지선, 이훈[21]의 해설성 차원에서 전문적 해설 항목을 가지고 있다. 양해운, 전인오는 반응성(responsive-ness), 유형성(Tangibility) 편의성(convenience), 해설성(explanation), 진정성(authenticity), 전문성(expertise)의 6개 차원과 26개 항목의 문화유산 고궁관광지서비스 평가척도로 제시한다. 일반적 해설이나 교육과는 다른 만족도를 높이기 위한 전문지식을 필요로 하는 항목에 해당한다.

3. 전문성의 개념

전문성은 거의 모든 분야에서 서로 다른 다양한 개념을 가질 수 있다. 학자, 예술가, 기술자, 과학자, 의사, 문학가등 어느 논의대상에 속하든지 또는 본 연구에서 논하고자 하는 관광적 측면에 따라서도 전문성의 개념은 달라 질 수 있다[22]. 전문성은 영어로 expertise 또는 profession으로 쓰고 있으며 전문성의 의미는 많은 해석이 있어 그 개념을 정확하게 알기 위하여는 전문성이 가지고 있는 관련 구성요소들을 알아야할 필요가있다. 전문성의 개념은 모든 분야에서 정의하고 있으나 표준국어 대사전에서는 전문(專門)을 “어떤 분야에 상당한 지식과 경험을 가지고 오직 그 분야만 연구하거나 맡음 또는 그 분야”라고 정의하고 있다[23]. Barrilleaux 등은 전문성을 전문기술(expertise), 정보처리(infomation processing), 혁신성(innovativeness), 능률성(efficiency)을 포함한 폭넓은 의미로 정의하고 있으며[24], 또한 전

문성 측정은 연구자의 전문성의 조작적 정의에 따라 다르게 측정되기 때문에 전문성에 대한 정의나 구성요소가 달라진다[25]. 또 많은 학자들은 전문성의 구성요소를 업무수행에 필요로 하는 자세한 지식과 이해를 뜻하는 체계적인 이론체계, 광범위한 지식과 교육으로부터 얻는 전문적 권위[26]라고 하고 있다. 전문성도 전문지식, 전문기술, 지식을 주로 연구하여 왔으며 전문성 대신 “지적 능력”이란 용어로도 사용되어 왔으며 이의 구성요소로서는 전문지식, 정보, 창의성을 말하기도 한다[27].

4. 고궁관광과 전문성

고궁관광의 만족도를 높이기 위하여는 전문성이 필요하다. 만족도를 높이기 위하여 사전지식이 필요하고 목적지를 위한 전문지식 또한 필요하다. Gursoy 와 McCleary는 목적지 전문성을 관련광고와 정보조사 행위, 여행 에이전트 및 기타 자문을 줄 수 있는 제3자와의 상호작용, 선택 및 의사결정, 과거의 경험에 대한 노출이라고 정의하였다[28]. Alba 와 Hutchinson은 여행을 자주하는 사람들은 그들의 경험을 통해 지식을 축적하고 전문성을 얻게 된다. 이런 점들이 고급지식을 창출하게하고 중요한 정보를 되살리며 입력된 정보를 분석하는 능력을 향상시키고 여행목적지 선택에 있어 정확한 판단을 하도록 한다고 한다. 한편 전문성은 소비자의 기억속에 있는 중요한 기억정보를 되살리게 하고 다른 한편 되살린 정보를 분석할수 있게 해주는 것이다[29]. 소비자는 이전에 상품을 접한 경험과 다른 사람들의 경험, 광고와 신문, 잡지, 텔레비전 프로그램의 시각적이고 청각적인 감각자극을 통해 상품에 대한 지식을 얻을 수 있다[30]. Alba & Hutchinson은 사전지식이 두 가지 중요한 요소, 즉 친숙성과 전문성으로 이루어진다면적 구조물로서 단일지표로 측정할 수 없는 것이라고 하였으며 사전지식은 친숙성[31]과 전문성, 이전경험을 통해 축적되는 것이라고 주장하였다. 본 연구에서는 전문성 요인항목으로 전문지식, 전문자료, 전문해설과 선지식을 제시하고 있다. 본질적으로는 경험적인 관광상품의 특성에도 불구하고 관광분야에서 전문성의 역할에 대한 연구가 별로 없어 더 많은 연구가 필요하다.

5. 궁궐과 경복궁의 전문성

경복궁은 조선의 유일한 법궁이며 정궁으로서 태조3년(1394) 10월 도읍을 한양으로 옮기고 태조4년(1395) 9월 경복궁이 창건되었다. 경복궁은 엄격한 규칙과 법도에 의하여 건축되었다. 궁궐건축은 당시의 정치, 사회, 문화 등 시대를 반영하고 최고의 조영기법이 적용되며 기념비적으로 귀중한 문화유산에 속한다. 철저하고 엄격한 건축과 배치, 질서속에서 변화와 반복이 되고 전체적으로 통일과 균형의 아름다움을 가지고 있다. 이러한 역사적 건축을 위하여 축적된 기술과 제도, 법식을 바탕으로 국가적, 최고의 건축계획이 필요하였다[32]. 궁궐건축은 동양적 철학위에 수 천년의 역사성으로 축적된 규범에 의하여 건축되었다. 궁궐이 건축되기까지는 모든 요소요소에 깊은 의미와 기술이 결집하여 만들어져 각각의 구성요소에 담겨있는 의미를 이해하여야 하며 그 표현은 거의 한자(漢字)의 뜻으로 설명되고 있다. 궁궐을 만들게 된 필요성위에 역사적과정과 다방면의 전문지식이 밀받침되어 궁궐의 배치가 정하여지며 또한 당시의 지역성에 따른 재료와 최고의 목구조 공법 기술에 의하여 복잡하게 해석되고 건축되어졌다. 궁궐에는 왕족일가가 생활을 하며 왕이 정사를 펼치는데 부족함이 없이 모든 기능이 갖춰져야 하며 각각의 건물의 용도와 목적에 부합되어야 한다. 이러한 과정을 통하여 건축된 궁궐은 외형적 모습으로 나타내게 된다. 이렇게 고궁, 즉 궁궐은 기술적, 건축적으로 만들어지는 모든 과정이 엄청난 유형, 무형의 전문성을 가지고 있다. 고궁의 생성과정에는 필요성(need)으로부터 만들어지고 사용하기까지 오랜 시간에 걸쳐 축적된 전문성이 존재한다. 이러한 내용들은 관광객들이 꼭 알아야 할 고궁의 진정성과 당위성으로 전문성이라고 할 수 있는 전문 지식이다. 고궁 관광은 전문성에 기반을 둔 교육적 체험이어야 한다. 고궁관광의 의문에 대한 해답에는 전문 지식이 필요하며 전문성으로 만들어진 고궁을 이해하기 위하여는 전문지식의 습득이 필요하다. 고궁 관련 전문 지식을 가져 만족도를 높이기 위하여는 고궁관광 사전지식과 관광시 전문 해설이 필요하다. 이를 위하여 전문 안내원이 필요하고 전문 안내원은 궁궐관련 전문 지식과 해설 기법을 훈련해야 한다[33]. 전문지식에 관하여

는 관광체험 측정척도[34]에서 교육성의 변수로 전통문화에 대한 지식획득을, 교육성 측정척도[35]에서 지식 증진을, 교육성과 관광체험에 대한 요인[36]에서 교육성 변수요인으로 건축물의 전문적 내용을 언급하고 있다.

III. 연구의 방법

1. 연구모형 및 가설

본 연구는 관광지 서비스 품질이 고객의 전반적 만족도와 주변 추천 및 재방문 의사에 미치는 영향이 정(+)의 관계인지를 분석하고 검증하는 것이다. 서비스 품질이 좋으면 만족도와 주변추천 및 재방문 의사에 긍정적 영향을 줄 것으로 기대한다. 따라서 고궁관광 평가요인과 만족도 분석[37]을 바탕으로 서비스 품질 변수에 대하여 관광객들의 만족도와 재방문의사, 추천의사에 미치는 영향을 분석하고자 다음과 같은 연구모형을 제시하고자 한다.

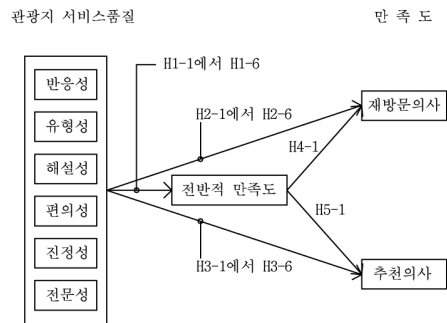


그림 2. 연구모형

<가설> 1. 관광지서비스의 품질은 전반적 만족도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H1-1~H1-6 : 반응성 / 유형성 / 해설성 / 편의성 / 진정성 / 전문성은 만족도에 영향을 미칠 것이다.

<가설> 2. 관광지서비스의 품질은 재방문의사에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H2-1~H2-6 : 반응성 / 유형성 / 해설성 / 편의성 / 진정성 / 전문성은 재방문의사에 영향을 미칠 것이다.

<가설> 3. 관광지서비스의 품질은 추천의사에 정(+)
의 영향을 미칠 것이다.

H3-1~H3-6: 반응성 / 유형성 / 해설성 / 편의성 / 진정성 / 전문성은 추천의사에 영향을 미칠 것이다.

<가설> 4. 전반적 만족도는 재방문의사에 정(+)
의 영향을 미칠 것이다.

H4-1: 전반적 만족도는 재방문의사에 영향을 미칠 것이다.

<가설> 5. 전반적 만족도는 추천의사에 정(+)
의 영향을 미칠 것이다.

H5-1: 전반적 만족도는 추천의사에 영향을 미칠 것이다.

2. 변수의 조작적 정의

실증연구를 위해서는 현상에 대한 계량적인 측정을 하는 것이 일반적인 방법이며 측정에 앞서 개념적 정의가 내려질 필요가 있다. 또한 조작적 정의는 측정에 우선하여 정의된 개념적 정의를 보다 구체적인 형태로 표현하는 과정인데 이는 실증검증에 전제되는 관찰 가능성 즉, 측정 가능성과 직결된 정의이다[38]. 본 연구의 실증적 조사를 위해 측정하고자 하는 개념들의 조작적 정의는 다음과 같다.

가. 관광지 서비스의 품질

관광지 서비스품질의 조작적정의의 요약은 [표 1]과 같다.

표 1. 변수의 조작적 정의

반응성(Responsiveness)	예의와 친절, 환영, 정보 및 혼잡 정도
유형성(Tangibility)	청소, 정리 및 표지 등
해설성(Explanation)	해설내용과 자료에 의한 것
편의성(Convenience)	기념품과 어린이, 장애인, 노약자에 관한 시설
진정성(Authenticity)	당시의 생활상, 궁궐의 느낌, 문화모습과 현실을 잊고 돌입됨에 관한 것
전문성(Expertise)	전문지식, 선행지식, 전문해설, 전문자료

나. 만족도

서비스 만족도에 관하여 Ruyter는 모든 서비스 접점

에서 공정성을 평가하고 실제로 서비스 전달을 기대와 비교하여 불일치와의 수준을 고려한다고 하며 초기 서비스에 만족이 전반적 만족에 영향을 미친다고 하였다. 설문지상의 척도는 리커드 7점 척도로 구성하고 '전혀 그렇지 않다'의 경우는 1점, '매우 그렇다'는 7점으로 측정하였다.

3. 설문지의 구성 및 분석방법

본 연구의 설문지는 Frochot & Hughes의 기본적인 HISTOQUAL 항목과 김진수의 교육성, 김지선·이훈의 진정성과 본 연구에서 처음으로 제기하는 전문성의 총 26개 문항으로 구성하였으며 만족도에서는 전반적 만족도와 추천의사 및 재방문 의도를 측정하는 3개 문항과 인구통계학적 특성 8개 문항으로 총 37개 문항으로 구성되었다.

가. 설문지 구성

표 2. 설문지 구성

구 분	문항수	선행연구
고공관광지서비스 품질평가	26	Frochot & Hughes (2000) 장경수(2001) 안상근(2008) 김지선·이훈(2009) 양해윤, 전인오 (2013)
만족도 재방문 주변추천	3	Greme & Brown(1999) Frochot & Hughes(2000)
인구통계학적 특성	8	김지선, 이훈 (2012)

나. 분석방법

본 조사에서 수집된 자료의 통계처리는 데이터 코딩(data coding)과 데이터 크리닝(data cleaning) 과정을 거쳐 SPSS 20.0 for Windows 통계 패키지 프로그램을 활용하여 다음과 같은 방법으로 분석하였다. 첫째, 표본의 일반적 특성을 파악하기 위하여 빈도분석(Frequency Analysis)을 실시하였다. 둘째, 측정도구의 세부항목들을 영역별로 분류하기 위하여 요인분석을 실시하였으며 측정도구의 신뢰도를 파악하기 위하여 Cronbach's α 계수를 산출하였다. 셋째, 가설 검증을 위하여 상관관계분석과 경로분석을 통하여 가설검증을 하였다.

4. 조사설계

가. 표본설계 및 자료수집

문화유산 관광의 서비스 품질이 관광객 만족에 미치는 영향에 대한 응답자의 일반적인 사항으로는 성별은 남자가 32.1%이며 여자는 67.9%로 조사되었다.

표 3. 표본설계 및 자료수집

조사대상	경복궁방문 내, 외국인
표본추출	무작위 표본추출
유의표본	504부
조사시기	2013. 1.11~ 2013. 2. 10.
설문지 배포, 회수	조사자의 직접배포와 응답자의 자기기재 방식후 회수

연령은 20대 37.9%로 가장 많고, 30대 20.4%, 40대 20.0%이며 10대 13.7%, 50대 이상은 7.9%로 나타났다. 결혼여부는 미혼이 55.6%, 기혼이 44.4%이며, 직업은 학생이 33.3%, 주부가 15.5%, 회사원이 13.3%순으로 나타났다. 학력은 대졸이 42.1%, 고졸이 35.3%로 나타났으며, 대학원 졸업이상은 12.3%로 나타났다. 월평균소득은 US \$ 1,000(110만원)이하가 41.5%로 가장 많고, US \$ 2,001(220만원)~US \$3,000(330만원)이 23.8%, US \$ 1,001(110만원)~US \$2,000(220만원)은 23.2%의 순으로 나타났다. 응답자의국적은 한국 34.7%, 중국 27.4%, 일본 13.5%의 순으로 나타났다.

IV. 분석 결과

1. 측정도구의 검증

측정도구의 신뢰도가 높다고 해서 타당도가 높아지는 것은 아니다. 그러나 타당도가 높아지면 신뢰도가 높아지게 된다. 따라서 본 연구에서는 측정항목의 타당도 분석을 먼저 수행하였다. 측정항목에 대한 타당성을 탐색적 요인분석과 확증적 요인분석 과정을 통하여 높였으며, 축소된 요인의 신뢰성을 신뢰도 분석으로 제시했다. 타당성과 신뢰성이 확인된 측정항목을 변수에 따라 합산 평균하여 경로분석모형의 기초자료로 삼았다.

가. 타당성 분석

본 연구의 측정변수에 대한 집중타당성을 알아보기 위하여 탐색적 요인분석을 실시하였다. 측정변수의 구조적 개념을 독립변수, 종속변수로 나누어 요인분석을 실시하였다. 요인분석은 Kaiser 정규화가 있는 베리맥스를 선택하여 회전하였으며 주성분 분석을 활용하였다. 베리맥스 회전방법은 직각회전의 방법 중 하나로 요인행렬의 열 분산 합계를 최대화함으로써 열을 단순화하는 방식이다. 이 방법은 각각의 항목들 간의 상관관계가 높은 것끼리 묶어서 하나의 요인을 형성하고 형성된 그룹 간에 상호 독립적인 개념을 갖도록 하는 것이다[39].

표 4. 탐색적 요인분석

공통성	요인						
	추출	반응성	유형성	해설성	편의성	진정성	전문성
예의, 친절	.820	.829					
환영느낌	.843	.798					
정보제공	.862	.823					
혼잡적절	.780	.755					
청결만족	.773		.666				
복원, 정리	.813		.764				
방향표지	.654		.484				
물건유지	.831		.727				
해설용이	.808			.689			
교육적해설	.861			.736			
자료충분	.842			.670			
설명책자	.833			.707			
기념품종류	.803				.762		
기념품가격	.807				.789		
기념품특성	.801				.735		
어린이시설	.821				.772		
노약자시설	.775				.705		
생활모습	.795					.750	
궁궐문화	.799					.781	
궁궐느낌	.784					.753	
전통적모습	.762					.664	
과거느낌	.631					.559	
전문지식	.789						.787
전문자료	.827						.802
전문해설	.822						.822
선지식	.799						.774
고유치	.754	2.571	1.790	1.965	2.836	2.493	2.537
%분산	.762	.643	.448	.491	.567	.499	.634
%누적	.793	.643	1.091	1.582	2.149	2.648	3.282

N : 504 유의확률(양쪽) : .000

요인분석 방법으로는 여러 기법 중 정보의 손실을 최대한 줄이면서 수많은 변수들을 가능한 적은 수의 요인으로 줄이는데 목적이 있는 주성분 분석(principal component analysis)을 실시하고, 요인의 회전은 항목의 축소와 각 요인을 쉽게 설명하기 위해 요인들 간의 상호 독립성을 유지하며 회전하는 방법은 직각회전(varimax rotation)방법을 사용하고자 한다. 요인 추출의 기준은 적어도 요인이 변수 1개 이상의 분산을 설명할 수 있는 고유치(eigen value)가 1 이상에 근거하여 요인수를 결정하였다. 요인적재량이 0.4 이상을 유의성이 있는 것으로 판단하여 사용하고자 한다. 요인적재량의 유의성 기준은 일반적으로 요인적재량이 0.3 이상이면 최소한의 기준을 충족시킨 것으로 보고 0.4 이상이면 유의성을 갖는 것으로 판단한다.

나. 신뢰도 분석

본 연구에서는 특정변수를 측정하기 위하여 복수로 설계된 설문항목간의 신뢰도를 평가하는 가장 대표적인 방법인 내적일치도를 적용하고자 한다.

내적 일관성을 나타내는 값인 Cronbach's alpha 즉 신뢰도 계수 alpha(α)는 검사한 검사 내에서의 변수들 간의 평균상관관계에 근거해 검사문항들이 동질적인 요소로 구성되어 있는지를 알아보려고 하는 것이다.

표 5. 신뢰도 분석

구 분	Cronbach Alpha
반응성	.922
유형성	.882
해설성	.931
편의성	.937
진정성	.927
전문성	.923
만족도	.840
재방문	.895
추천의사	.908

다. 상관관계 분석

상관관계분석은 변수들 간의 상관분석을 통하여 특정 현상을 기술하거나 설명하는 기술연구의 한 유형이다. 상관분석은 두 변수간의 상관분석을 통하여 사회과

학 현상의 복합적인 상황을 보다 의미 있게 해석하고 궁극적으로 예측과 변수간의 인과관계를 규명하는 것이다. 본 연구의 목적인 각 요인별 인과관계를 파악하고 요인들의 예측타당성을 알아보기 위하여 상관관계 분석을 실시하였는데, 모든 연구 개념들 간의 상관관계는 유의적으로 정(+)의 방향으로 나타났다. 이것은 요인들 간의 관계가 양의 방향성을 보이고 있어 연구가설에 제시된 요인들 간의 관계와 일치하는 것을 나타내어 기준타당성을 만족시키고 있는 것으로 판단된다.

표 6. 상관관계분석

	반응성	유형성	해설성	편의성	진정성	전문성	만족도	재방문	추천의사
반응성	1								
유형성	.731 (**)	1							
해설성	.547 (**)	.703 (**)	1						
편의성	.564 (**)	.636 (**)	.726 (**)	1					
진정성	.551 (**)	.555 (**)	.682 (**)	.702 (**)	1				
전문성	.472 (**)	.515 (**)	.597 (**)	.564 (**)	.689 (**)	1			
만족도	.472 (**)	.497 (**)	.648 (**)	.545 (**)	.673 (**)	.684 (**)	1		
재방문	.397 (**)	.435 (**)	.515 (**)	.440 (**)	.552 (**)	.640 (**)	.624 (**)	1	
추천의사	.381 (**)	.437 (**)	.532 (**)	.425 (**)	.534 (**)	.535 (**)	.664 (**)	.674 (**)	1

3. 경로분석 결과

본 연구의 인과 관계를 분명히 밝히기 위하여 다음과 같은 경로분석을 하였다. 초기의 독립변수들과 종속변수들 간의 관계를 이해하기 위한 변수들 간의 관계를 규명하였다.

가. 모형의 적합도

본 연구에서는 개념타당성을 검증하기 위하여 확인적 요인분석(Confirmatory Factor Analysis; CFA)을 실시하였는바, 앞서 분석한 탐색적 요인분석과 신뢰도 검증을 마친 후 측정항목들에 대하여 연구 단위별로 측정모형을 도출하기 위해서 확인적 요인분석을 실시하였다.

각 단계별로 항목 구성의 최적상태를 도출하기 위한 적합도를 평가하고자 기초부합치인 χ^2 통계량($p > 0.05$ 바람직함), 비교부합지수 GFI(Goodness of Fit Index: 0.9 이상 적합), 조정부합치인 AGFI(Adjusted Goodness of Fit Index: 0.9 이상 적합), 원소한 평균차이인 RMR(Root Mean Square Residual: 0.05 이하 적합), 표준부합지수인 NFI(Normed Fit Index: 0.9 이상 적합), CFI(Comparative Fit Index: 0.9 이상 적합)를 이용하였다.

한편 표본의 χ^2 값은 검증력이 표본의 크기에 민감한 지수이기 때문에 표본의 크기가 클 경우 χ^2 값을 기준도 고려해야하지만 다른 적합도 지수를 더욱 우선적으로 고려해서 모형의 적합도를 평가해야 한다.

표 7. 모형의 적합도평가 분석

구분	GFI	AGFI	NFI	CFI	RMR
카이제곱 = 2042.067 자유도 = 000	0.898	0.836	0.882	0.823	0.003

위 결과에서는 GFI=0.898, AGFI=0.836, NFI=0.882, CFI=0.823으로 0.9 가깝고, RMR=0.003로 기준0.05보다 낮게 나타났다. 따라서 GFI, AGFI, NFI, CFI는 적합하다고 할 수 있다.

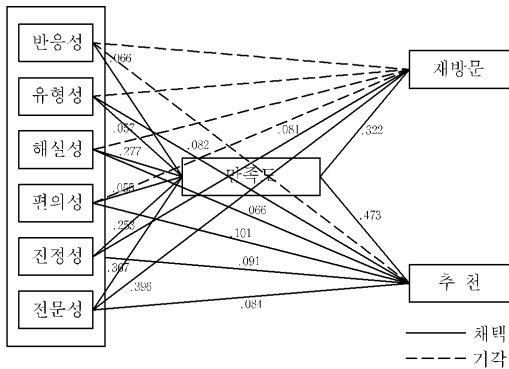


그림 3. 경로분석모형

나. 경로분석 가설 검증

- 관광지서비스품질인 친절, 고궁상태, 고궁해설, 고궁편의성, 고궁생활인상모습, 고궁전문지식의 변인 모두 고궁관광지만족도에 영향을 미치는 것으로

나타났다.

- 관광지서비스품질중 고궁생활인상모습, 전문지식이 재방문의사에 영향을 미치는 것으로 나타났다.
- 관광지서비스품질중 고궁상태, 고궁해설, 고궁편의성, 고궁인상적모습, 고궁전문지식이 주변 추천에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 고궁관광지 만족도는 재방문의사와 주변 추천에 영향을 미치는 것으로 나타났다.

표 8. 가설요약 검증결과

가설	독립변수	경로	종속변수	Estimate	S.E.	C.R.	P	채택 여부
H1-1	친절	→	고궁관광 만족도	.066	.026	2.518	.012	채택
H1-2	고궁상태	→	고궁관광 만족도	.057	.028	2.046	.041	채택
H1-3	고궁해설	→	고궁관광 만족도	.277	.026	10.798	***	채택
H1-4	고궁편의성	→	고궁관광 만족도	.055	.026	2.149	.032	채택
H1-5	고궁생활 인상모습	→	고궁관광 만족도	.253	.029	8.822	***	채택
H1-6	고궁전문 적지식	→	고궁관광 만족도	.367	.030	12.399	***	채택
H2-1	친절	→	고궁관광 재방문	.013	.032	.408	.683	기각
H2-2	고궁상태	→	고궁관광 재방문	.050	.035	1.455	.146	기각
H2-3	고궁해설	→	고궁관광 재방문	.061	.035	1.762	.078	기각
H2-4	고궁편의성	→	고궁관광 재방문	-.051	.032	-1.605	.108	기각
H2-5	고궁생활 인상모습	→	고궁관광 재방문	.081	.038	2.140	.032	채택
H2-6	고궁전문 적지식	→	고궁관광 재방문	.396	.041	9.540	***	채택
H3-1	친절	→	고궁관광 추천	-.014	.030	-.479	.632	기각
H3-2	고궁상태	→	고궁관광 추천	.082	.032	2.589	.010	채택
H3-3	고궁해설	→	고궁관광 추천	.101	.032	3.168	.002	채택
H3-4	고궁편의성	→	고궁관광 추천	.066	.029	2.280	.023	채택
H3-5	고궁생활 인상모습	→	고궁관광 추천	.091	.034	2.628	.009	채택
H3-6	고궁전문 적지식	→	고궁관광 추천	.084	.038	2.228	.026	채택
H4-1	고궁관광 만족도	→	고궁관광 재방문	.322	.055	5.894	***	채택
H5-1	고궁관광 만족도	→	고궁관광 추천	.473	.050	9.471	***	채택

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

가설 1. 관광지서비스품질이 전반적인 만족도에 미치는 요인으로 반응성(경로계수 .066, C.R 2.518) 유형성(경로계수 .057, C.R 2.046), 해설성(경로계수 .277, C.R 10.798), 편의성(경로계수 .055, C.R 2.149), 진정성(경로계수 .253, C.R 8.822), 전문성(경로계수 .367, C.R 12.399)에서 영향을 미치는 것으로 나타났다. (유의확률 < 0.05) 이것은 관광지서비스의 품질 전문성, 해설성은 전반적인 서비스 만족도에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것을 알 수 있다.

가설 2. 관광지서비스품질이 재방문의사에 미치는 요인으로 진정성(경로계수 .081, C.R 2.140), 전문성(경로계수 .376, C.R 9.540)에서 영향을 미치는 것으로 나타났다. (유의확률 < 0.05) 이것은 관광지서비스의 품질 전문성은 재이용에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것을 알 수 있다.

가설 3. 관광지서비스품질이 추천의사에 미치는 요인으로 유형성(경로계수 .082, C.R 2.589), 해설성(경로계수 .101, C.R 3.168), 편의성(경로계수 .066, C.R 2.280), 진정성(경로계수 .091, C.R 2.628), 전문성(경로계수 .084, C.R 2.228)에서 영향을 미치는 것으로 나타났다. (유의확률 < 0.05) 이것은 관광지서비스의 품질 전문성 추천의사에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것을 알 수 있다.

가설 4. 전반적인 만족도(경로계수 .322, C.R 5.894)는 재방문의사에 미치는 요인으로 만족도에서 영향을 미치는 것으로 나타났다. (유의확률 < 0.05) 이것은 전반적 만족도는 재방문의사에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것을 알 수 있다.

가설 5. 전반적인 만족도(경로계수 .473, C.R 9.471)는 추천의사에 미치는 요인으로 만족도로 나타났다. (유의확률 < 0.05) 이것은 전반적 만족도는 추천의사에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것을 알 수 있다.

V. 결론

본 연구에서는 관광지서비스 품질이 고객의 전반적 만족도와 주변 추천 및 재방문 의사에 미치는 영향을 분석하였으며 고궁의 전문성과 수정 HISTOQUAL을 중심으로 하였다. 연구의 조사대상은 문화유산 관광지의 서비스 품질이 관광객 만족에 미치는 영향을 분석하기 위하여 고궁문화 관광객들을 대상으로 하였으며, 무작위 추출법을 이용하여 연구대상자를 선정하였다.

설문조사 기간은 2013년 1월 11일부터 2013년 2월 10일까지 30일간 이루어졌으며, 채택된 설문지 수는 504부로 이를 통계에 활용하였다. 수집된 자료의 통계처리는 데이터 코딩(data coding)과 데이터 크리닝(data cleaning) 과정을 거쳐 SPSS 20.0 for Windows 통계 패키지 프로그램을 활용하여 다음과 같은 방법으로 분석하였다.

첫째, 표본의 일반적 특성을 파악하기 위하여 빈도분석(Frequency Analysis)을 실시하였다. 둘째, 측정도구의 세부항목들을 영역별로 분류하기 위하여 요인분석을 실시하였으며 측정도구의 신뢰도를 파악하기 위하여 Cronbach's α 계수를 산출하였다. 셋째, 가설 검증을 위하여 상관관계분석과 경로분석을 사용하였다. (유의확률 < 0.05) 구조방정식분석결과는 관광서비스 품질인 반응성, 유형성, 해설성, 편의성, 진정성 및 전문성 변인 모두 고궁관광지 만족도에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 고궁관광지 만족도는 재방문의사와 주변 추천에 영향을 미치는 것으로 나타났으며 진정성, 전문성이 재방문의사에 영향을 미치는 것으로 나타났으며 유형성, 해설성, 진정성, 편의성 및 전문성이 주변 추천에 영향을 미치는 것으로 나타났다.

본 연구는 고궁(경복궁)관광에 관하여 연구된 척도에서 있어서 전문성을 제기했다는데 시사점이 크다. 본 연구자는 척도에서 전문성이 차지하는 중요도가 매우 크다고 생각하며, 문화산업관광은 단순한 시각적 관광에 지나지 않고 전문지식과 지적 콘텐츠를 통하여 만족도를 높일 수 있다. 특히 고궁은 역사적, 건축적, 기술적으로 많은 전문지식을 내포하고 있어 이러한 전문지식 중 핵심적 중요내용만이라도 알게 된다면 관광지 만족

도를 크게 높일 수 있을 것이다.

본 연구의 전문성은 고궁관광객 증가를 위한 꼭 필요한 기초자료가 될 것으로 본다. 고궁관광의 연구는 많은 문제점을 안고 있다. 서울의 5대궁궐 즉, 경복궁, 창덕궁, 창경궁, 종묘, 경희궁은 궁궐의 용도와 비중 또한 차이가 많아 고궁의 보편적, 학술적 연구만으로 실적으로 끝날 우려가 많아 통합적 연구보다는 개별적 연구가 맞춤형 연구 성격으로서 효과적이라 사료되어 대표 궁궐이며 범궁적이고 정궁인 경복궁을 우선으로 하였다.

향후 나머지 고궁도 계속적인 연구가 필요하다고 생각하며 또한 가장 많은 관광객 순으로 한국, 중국, 일본, 구미, 동남아 관광객에 대한 만족도 차이분석도 필요하며 관광서비스 맞춤형 전략 또한 필요할 것으로 사료 된다. 그러나 관광상품인 고궁의 건물 상태나 복원, 안내 시설, 고궁체험 콘텐츠 등이 선행되고 전문성 요소가 결합된다면 충분히 선진국 관광의 형태를 갖추게 될 것으로 본다. 실제로 한국관광현황은 쇼핑이 주를 이루고 문화관광중 고궁은 4위에 머물러있어 부끄러운 실정이다. 이러한 문제점을 찾아 해결 할 수 있다면 관광선호도에서 고궁관광이 쇼핑보다 높게 나타날 수 있을 것이다. 또한 출입국 내, 외국인 관광객의 수도 2007년의 출국 내국인 관광객(13,324,977명)이 입국 외국인 관광객(6,448,240명)의 약 2배로서 매우 큰 관광적자를 보인 반면, 4년이 지난 2011년의 통계에서는 출국내국인 관광객(12,694,000명)이 입국 외국인 관광객(9,795,000명)의 약 1.3배에 그쳐 0.7배의 상승효과가 있어 관광적자가 많이 개선되었다. 그러나 고궁관광은 4년전이나 다름없이 4위에 그쳐 개선이 시급하다. 문제의 정확한 진단이 우선되어야 한다. 그러기 위하여는 정확한 척도개발이 필요하다. 고궁관광은 고궁과 관광의 결합이며 융합으로써 관광전공과 고건축전공의 협업이 필요하고 관광의 건축적 측면, 건축은 관광적 측면의 연구가 있어야 한다.

본 연구에서는 전문성 속에 포함된 전문지식, 전문자료, 전문해설 및 선지식의 중요성을 제기하고 검증하였다. 관광에 있어서 Identity의 중요성은 한국과 직결되며 고궁의 전문성은 시간적 특성상 한자(漢字)에 기초하여 중국고건축 관광연구와의 연계성을 연구할 필요

가 있음은 서양관광객에게 고궁의 전문성을 어떤 방법으로 만족스럽게 전달할 수 있느냐에 있다. 한국을 방문 할 관광객이 방문전에 고궁에 관하여 습득하게 될 사전지식으로 충분한 전문지식이 준비된다면 유입방문객의 수도 높임과 동시에 만족도도 높일 수 있을 것이다. 본 연구가 이루어진 경복궁은 많은 시설과 공간이 복원이 되지 않아 온전한 고궁의 볼거리로 빈약하여 만족도가 떨어질 수 있다. 국가적으로 유일한 정궁인 경복궁의 온전한 복원이 빨리 이루어진다면 고궁관광지의 만족도가 서양의 문화관광에 뒤떨어지지 않을 것으로 본다.

참 고 문 헌

- [1] 최승일, “관광상품의 서비스품질이 고객만족, 재구매 의도에 미치는 영향에 관한 연구”, 한국콘텐츠학회 추계종합학술대회, pp.733-736, 2007.
- [2] 천민호, “문화관광해설이 관광자 만족에 미치는 연구-경복궁 문화관광 해설을 중심으로-”, 한국콘텐츠학회 논문집, 제11권, 제12호, p.909, 2011.
- [3] 문화체육관광부, “2011 외래관광객 실태조사”, p.27, 2012.
- [4] 長谷政弘, (사)한국국제관광개발연구원, “관광학사전”, 백산출판사, 1997.
- [5] B. M. Josiam, M. Mattson, and P. Sullivan, “The Historaunt : heritage tourism at Mickey’s Dining Car. *Tourism Management*”, pp.453-461, 2004.
- [6] 김학용, “문화유산자원의 가치추정방법에 관한 연구”, 관광연구저널, 제20권, 제1호, p.106, 2006.
- [7] 김계섭, 안윤지, “문화관광자원의 매력 속성, 자원해설, 관광만족간의 영향관계”, 관광연구, 제19권, 제1호, pp.247-272, 2005.
- [8] 김광근, 장경수, “HISTOQUAL을 이용한 문화유산관광지의 서비스품질측정에 관한 연구”, 사회과학연구, 제9권, 제2호, pp.347-361, 2001.
- [9] I. Frochot and H. Hughes, “HISTOQUAL : The development of histolic Houses assessment scale,

- TOURISM MANAGEMENT*", Vol.21, pp.157-167, 2000.
- [10] 장경수, "HISTOQUAL을 이용한 문화유산 관광지의 서비스품질 측정에 관한연구", 사회과학연구, 제9권, 제2호, pp.347-361, 2001.
- [11] 유수현, "경북궁 문화유산관광의 교육적 기능 역할평가에 관한연구", 한국문화학회, 제7권, 제2호, 18집, pp.79-100, 2006.
- [12] 유수현, 진병렬, "경복궁의 관광자원적 가치에 관한연구", 한국문화학회, 제3권, 제3호, pp.109-134, 2002.
- [13] 박석희, "비원의 관광자원 해설 체계에 관한 연구", 관광학연구, 제18권, 제1호, pp.43-69, 1994.
- [14] 백성광, "문화관광 자원해설의 개선방안에 관한 연구", 관광품질 시스템 연구, 제3권, 제1-2호, pp.108-121, 1997.
- [15] 박희주, "해설관광지 관광자간의 균형이론 적용 여부 검토", 화성학연구, 제2호, pp.59-75, 2002.
- [16] 유수현, "경복궁의 관광자원 해설에 관한 연구", 한국문화학회, 제4권, 제3호, pp.29-62, 2003.
- [17] G. Moscardo, "Mindful Vistors : Heritage and Tourism," *Annals of Tourism Research*, Vol.23, No.2, 1996.
- [18] G. Tunbridge and J. Ashworth, "Dissonant heritage : the management of the past as a resource in conflict, John Wiley & Sons," 1996.
- [19] 김지선, 이훈, "고궁관광평가요인과 만족도 분석-진정성과 HISTOQUAL을 중심으로-", 관광학연구, 제33권, 제6호, pp.37-54, 2009.
- [20] C. Grönroos, "Service Management and Marketing : Managing the moments of Truth in Service Competitions, Lexington Books," p.47, 1990.
- [21] 여정태, 고동완, 안상근, "지방담당 공무원의 전문성 강화를 위한 관광직제 개발", 관광학연구, 제34권, 제5호, p.740, 2010.
- [22] 김지선, 이훈, "고궁관광 평가요인과 만족도 분석-진정성과 HISTOQUAL을 중심으로-", 관광학연구, 제33권, 제6호, pp.37-54, 2009.
- [23] 표준국어대사전, 국립국어원, 2008.
- [24] C. Barrilleaux, R. Feiock, and R. E. Crew, "Indicators and Correlates of American States' Administrative Experience." Paper presented at annual meeting of the American political Science Association, 1992.
- [25] 김정아, 오현석, "기업교육연구", 제9권, 제1호, pp.143-168, 2007.
- [26] 김순양, "한국정책학회보", 제10권, 제1호, pp.83-116, 2001.
- [27] 정정길, *행정학의 새로운 이해*, 대명출판사, 2000.
- [28] D. Gursoy and K. W. Mcclleery, "Travelers prior knowledge and its impact on their information search behavior," *Journal of Hospitality and Tourism Reserch*, Vol.28, No1, pp.66-94, 2004.
- [29] D. Kerstattor and M. H. Cho, "Prior knowlelg credibility and information search," *journal of marketing research*, Vol.18, No.2, pp.233-239, 2004.
- [30] A. Milman and A. Pizam, "the role of awareness and familiarity with a destination," *Journel of Travel research*, Vol.33, No.3, pp.21-27, 1995.
- [31] E. J. Johnson and J. E. Russo, "product familiarity and learning new information," *journal of conumer reseach*, Vol.11, pp.542-550, 1984.
- [32] 백찬규, "고건축의 비례에 관한연구-궁궐과 사원건축을 중심으로-", 동익미술사학회, 제3호, pp.53-68, 2002.
- [33] 문화재청, "고궁의 효율적 관리운영과 활용 방안, 2004.
- [34] 양봉석, "문화관광지 개발에 대한 김해시 지역주민의 관광영향 지각, 관광태도, 관광 지원에 관한 연구", 한강관광레저학회, 제16권, 제2호, pp.9-27,

2006.

- [35] 이명진, “교육성이 관광자 만족에 미치는 연구”, 문화관광연구, 제3권, 제4호, p.11, 2001.
- [36] 김진수, “고유성인식과 관광체험간의인과관계”, 관광경영연구, 제6권, 제3호, pp.69-87, 2002.
- [37] 김지선, 이훈, “관광평가요인과 만족도 분석 -진정성과 HISTOQUAL을 중심으로-”, 관광학연구, 제33권, 제6호, pp.37-54, 2009.
- [38] 채서일, “사회과학조사방법론”, 제97권, 2005.
- [39] 권오준, 오재인, “BSC시스템 수용요인이 지속적 사용의도에 미치는 영향에 관한 연구”, 한국경영정보학회, 제19권, 제3호, pp.151-179, 2009.

저 자 소 개

양 해 윤(Hae-Yoon Yang)

정회원



- 1967년 2월 : 한양대학교 건축공학과(공학사)
- 1978년 2월 : 한양대학교 공학대학원 건축공학과(공학석사)
- 2008년 8월 : 호서대학교 벤처전문대학원 박사과정 수료
- 1986년 ~ 현재 : 예전건축·건축사사무소 대표
- <관심분야> : 관광, 문화산업, 건축

전 인 오(In-Oh Jeon)

종신회원



- 2011년 ~ 현재 : 호서대학교 마이스산업기반연구소 소장
- 2005년 ~ 현재 : 호서대학교 벤처전문대학원 교수
- 2006년 ~ 2007년 : 서울벤처정보대학원대학교 전시/컨벤션학과장
- <관심분야> : MICE산업(전시/컨벤션산업), 중소기업창업, 소프트웨어공학