http://dx.doi.org/10.14400/JDPM.2014.12.1.221

한·중 관광객의 만족도에 미치는 영향요인 비교분석
-인천 차이나타운을 대상으로-

유입함, 이기동
인천대학교 경영학부

A Comparative Study on the Tourism Satisfaction Factors between Korean and Chinese in Incheon Chinatown

Liu Ru-Han, Lee Ki-Dong
Dept. of Business, Incheon National University

요 약 본 연구는 한국과 중국관광객이 인천 차이나타운을 관광할 때 느끼는 만족도에 영향을 미치는 요인에 대한 쌍방 비교를 통해, 양국가 관광객에게 어떤 요인들이 차별적으로 중요한 영향을 미치는지 알아보았다. 한국과 중국 대학생을 중심으로 연구한 1:1 설문결과 인적 서비스는 한국관광객에게 보다 큰 영향력을 행사하였고, 반면 중국관광객에게는 정보서비스가 보다 크게 영향을 미치는 것으로 분석되었다. 이러한 차이는 한국 관광객에게는 서비스가, 중국 관광객에는 관광지 및 시설에 대한 정보전달이 보다 중요한 역할을 하는데 기인한 것으로 여겨지며, 이러한 차이점은 향후 한·중 관광객간의 만족요인에 대한 반응이 상이하여 관련업계 종사자에게 다양한 형태로 의미에 대한 개발 가능성을 제공할 것으로 기대된다.

주제어 : 인천 차이나타운, 관광객 만족도, 기본인프라, 관광활동인프라, 인적서비스, 정보서비스

Abstract This study is a comparative study of the factors to affect Korean and Chinese tourism satisfaction in Incheon Chinatown. Namely, by showing the tourism satisfaction of Korean and Chinese to examine which factors affecting tourism satisfaction each of both. As a result, first, tourism infrastructure affected the tourism satisfaction of two countries tourists. Second, human service affected Korean tourism satisfaction but not to Chinese. Third, information service affected Chinese tourism satisfaction but not to Korean. so that, we can find the differences between the factors to affect Korean and Chinese tourism satisfaction and expect to provide suggestions to the relevant industry professionals.

Key Words : Incheon Chinatown, Tourist satisfaction, Foundation infrastructure, Tourism activity infrastructure, Human service, Information service

1. 서론

최근 삶의 가치가 문화체험, 감성소비를 중심으로 여가, 레저, 관광활동을 영위할 수 있는 생활공간 인프라 구축과 더불어 관광관련 서비스의 제공이 중요한 요인으로 부각되고 있다.

* 본 논문은 2012년도 인천대학교 자체연구비에 의하여 지원되었음.
Received 21 November 2013, Revised 21 December 2013
Accepted 20 January 2014
Corresponding Author: Lee Ki-Dong(Incheon National University)
Email: sjkong77@naver.com

ISSN: 1738-1916

© The Society of Digital Policy & Management. All rights reserved. This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution Non-Commercial License (http://creativecommons.otg/licenses/by-nc/3.0), which permits unrestricted non-commercial use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

130년 역사를 갖춘 화교밀집지역인 인천 차이나타운은 월미도 관광특구, 개항장문화지구, 차이나타운 지역특화발전특구의 중심에 위치한 인천의 관광명소로 중국의 날 축제, 자장면 축제 등을 통해 연간 약 220만명의 관광을 유치하고 있다. 이들중 대다수의 관광객이 한국인이며, 인천-중국의 지역적인 근접성, 화교타운의 특수성에 따라 중국관광객들에게 꼭 들러야 하는(must-see) 명소로 부각되고 있다. 한편 2012년 기준 국내 인바운드 관광객중 중국관광객이 일본관광객을 초월함으로서, 중국이 최대 인바운드 관광대국으로 부상했다[1].

이러한 인천 차이나타운의 지역적, 관광객구성 및 분포 특징을 감안할 때, 중국인들은 향후 우리나라의 제 1 inbound 방문객으로 자리를 굳히게 될것이며, 이에 따른 경제적 효과도 막대할 것이다. 특히 인천의 차이나타운은 중국인들의 근대거점지임을 부각하면 큰 관광효과가 기대되며, 이러한 관점에서 인천 차이나타운은 지금껏 국내 intrabound 관광객을 위주로 조성되던 인프라 및 서비스 제공을 중국관광객을 중심으로 조사될 필요성이 제기된다.

이러한 필요성의 인식을 바탕으로 본 논문은 먼저 한국인과 중국인 관광객의 관광 만족감에 미치는 여러 요인을 비교분석하여, 한중 관광객간에 만족감의 인지도에서 어떠한 차이점이 있는지, 만약 차이가 있다면, 즉 중국 inbound 관광객과 한국 intrabound 관광객과의 차이점이 발생할 경우, 이에 대한 차이나타운의 인프라 개발과 서비스 제공에 각 나라별 차별화가 이루어져야 한다는 점을 제시할 수 있을 것이다.

즉 본 연구는 한국인과 중국인이 보는 관광매력물에 대한 만족감차이를 비교분석하여 중국에 접해있는 인천의 주요 관광객인 중국인의 관점을 통해 관광지 개발과 서비스 제공의 관점을 재조명할수 있는 계기를 마련할 것으로 기대된다. 특히 인천지역의 화교타운은 옛 청나라의 유적들이 남아있어 향후 중국관광객들에게 보일수 있는 주요 매력물을 어떻게 리모델링할 것인지에 대한 현실적인 대안제시를 위한 방향을 보여주고 있다.

2. 이론적 배경

인천 차이나타운의 지리적 위치는 인천공항에서 약 40분 내외, 서울에서 약 1시간내외로 월미도, 자유공원을 배경으로 한 초기 개항장지역에 위치한다. 본연구는 선행연구를 바탕으로 인천 차이나타운 관광지 특성을 관광인프라와 관광서비스 두 측면으로 구분하여 연구를 진행하고자 한다. 2012년말 현재 인천의 원도심에 위치한 차이나타운의 관광자원을 관광인프라(역사자원 11종, 관광자원 22종, 음식점 총 56개업소, 골동품 및 기념품업소 총 33개업소, 주차장 약 700면)와 관광서비스자원(관광안내시설 총 20개, 축제 2건, 이벤트 1건, 관광프로그램 2건, 관광코스 2개, 관광상품 1개)로 구성되어 있다.

2.1 관광지(차이나타운) 구성요인

관광산업은 방문객, 관광매력물, 정부 및 지자체의 관광정책, 이를 둘러싼 관광환경의 4가지틀에서, 숙박, 교통, 외식, 정보서비스 등 복합적으로 연결된 다차원적 요인들에 의해 해당 관광지역의 지속적 발전 가능성이 결정되는 구조를 지닌다[2].

관광지의 구성요인, 궁극적으로 방문객 유입을 통해 당해 관광지역의 가치를 결정하는 관광지 속성요인을 분류하는 방법에는 크게 2가지 기후, 지형 등 자연적 vs.유적 등 인위적 또는 추가적으로 문화/서비스/정보요인 3가지로 구분하고 있다[2][5]. 주요 관광학자들의 구성요인의 분류를 살펴보면 Lee(1988)는 자연, 사회, 역사, 오락 및 쇼핑시설, 부대시설 및 숙박시설과 음식 등 5대 요인으로 분류한 이후 이를 17개의 하위요인으로 재차 분류하였다. Coltman(1989)은 관광지속성을 문화적 설비(amenities)와 매력물(attraction)로 구분하였다. Park·Oh(1999)은 소비자 측면, 시설적 측면, 정보적 측면 등의 3가지로 구분한 반면 Kwon(2001)은 이미지, 관광기본시설, 전통문화 3개 요인으로 구분하여 보다 문화 및 이미지를 강조하였다. Lee(2005)는 관광지선택속성을 자연경관, 사회문화, 관광여가활동, 기반시설등 4가지 요인으로 구분하였고, Chung·Chin(2008)은 관광시설, 식음료, 여행서비스, 접근성 등의 요인을 주요 구성요인으로 설명하였고. Choi(2008)은 매력성·접근성, 숙박시설의 편리상태·서비스·가격, 식음료의 환경성·적절성, 쇼핑시성의 유명도·가격 및 품질, 서비스의 정보성·시간성·안정성·경제성, 교통수단의 서비스·안정성과 같이 자세하게 15가지로 분류하였고 Im(2010)은 관광지 선택속성을 자연적 속성과 인위적 속성으로 구분하였다.

2.2 만족도

만족이란 관광방문객이 구매 및 방문 전에 가졌던 기대와 비교하여 성과가 기대보다 높으면 만족한다고 할 수 있다. 관광만족은 관광객의 관광에 대한 서비스를 평가하는 중요한 기준으로, 관광만족도 평가를 통하여 신규고객을 창출하거나 재방문 고객을 충성고객으로 유지하기 위한 관광산업 발전에 중요한 결정변수이다. 방문했던 고객을 고정고객으로 유지하기 보다 신규고객을 유치하는 것이 5-10배 더 많은 비용이 소요됨을 감안할 때, 방문고객의 만족도 관리는 중요하다[13].

고객에게 만족을 전달하여 관광의 질을 향상시킨다는 고객만족은 두 가지 관점에서 정의를 내릴 수 있다. 즉, 관광경험으로부터 얻어진 결과물(outcome)로서, 또는 평가의 과정(process)으로 정의할 수 있다[4][15].

2.3 관광지 속성요인과 만족도의 관계

기존 관광지 속성요인과 만족도간의 주요연구를 살펴보면 Bi(2011)는 중국 유학생의 관광지 선택속성과 한국 관광지 이미지가 행동의도에 미치는 영향을 연구하였다. 연구결과, 관광지 선택속성의 하위요인 중 편의시설요인, 자연경관요인은 재방문의도에 유의적인 정의 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 또한 편의시설 요인, 자연경관요인, 접근성 요인은 추천의도에 유의적인 정의 영향을 미치는 것으로 나타났다. Kim(2004)은 관광지 속성과 지각된 관광가치, 관광만족, 재방문의도 간의 영향관계를 검증한 결과, 자연적 요인, 쇼핑 요인, 관광객에 대한 태도 요인, 사회적 요인, 문화적 요인은 관광만족에 정의 영향을 주고 나머지 부대시설 요인, 오락적 요인, 경제적 요인은 관광만족에 영향을 주지 않는 것으로 나타났다.

Jeon(2008)은 물리적 속성, 서비스 품질, 지각된 위험 등이 만족과 행동의도에 중요한 역할을 하고 있음을 보였고 Rho(2010)는 해양스포츠 서비스 질이 관광만족에 직접적인 영향을 미치는 것으로 나타났다.

Ning(2012)은 문화유산관광지 선택속성과 만족도에 관한 영향관계 검증결과는 문화유산관광지 선택속성 요인인 매력성, 고유성, 문화성, 편리성 등이 만족도의 유의적인 정의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

Kim·Kim(2012)은 대전 뿌리공원 관광지 선택속성이 관광객 만족도 및 행동의도에 영향을 미치는 연구결과는 관광지 선택속성 가운데 관광지의 활동・체험성과 접근・비용성 요인 등의 만족에 가장 큰 영향력을 미치는 것으로 나타났다.

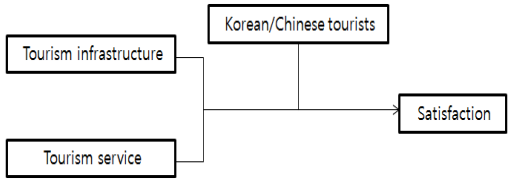
위의 선행연구들에서 만족과 관광지속성간에 유의한 인과관계가 형성되어 있음을 확인할 수 있었다. 이에 본 연구는 한국인 vs. 중국인 관광객간의 인지적 차이가 발생하는가? 다시 말해 관광객들의 나라별 인지적 차이점이 특정 관광지역을 관람할 때 발생한다면 어떠한 요인 인자인가를 밝히고자 한다.

3. 연구방법

3.1 연구모형 및 가설설정

3.1.1 연구모형

본 연구는 기존의 선행연구들을 바탕으로 관광인프라 및 관광서비스가 만족도에 미치는 영향을 한국인과 중국인 관광객간의 차이가 발생할 가능성에 대한 분석연구모형을 [Fig. 1]과 같이 설계하였다.



[Fig. 1] Research Model

3.1.2 연구가설

1) 관광인프라와 관광객 만족도에 관한 영향관계

H1. 관광인프라는 인천 차이나타운 한국관광객의 만족도에 영향을 미칠 것이다.

H2. 관광인프라는 인천 차이나타운 중국관광객의 만족도에 영향을 미칠 것이다.

2) 관광 서비스와 관광객의 만족도의 관계

H3. 관광서비스는 인천 차이나타운 한국관광객의 만족도에 영향을 미칠 것이다.

H4. 관광서비스는 인천 차이나타운 중국관광객의 만족도에 영향을 미칠 것이다.

3.2 조사설계

3.2.1 자료수집

본 조사는 2013년 3월 20일부터 3월 26일까지 인천 차이나타운을 관광한 경험을 있는 인천대 한국대학생과 중국유학생을 대상으로 실시하였다. 대학생들로 연구대상을 한정한 이유는 대학생들이 현재 가장 활동적인 여행 및 관광자들이며, 향후에도 이러한 트랜드를 일정기간 주요 관광소비계층으로 존재할 것이며, 중국유학생들은 그들의 체류자체가 관광과 여행의 연장선상에 있기 때문이다. 설문지는 한국대학생에게 100부를 배포, 유효한 설문지 90부를 회수하고 중국유학생에게 100부를 배포하여 유효한 설문지 74부를 통해 실증분석에 사용하였다.

3.2.2 설문지 구성

설문지의 구성은 <Table 1>와 같이 일반사항 16문항, 관광인프라 관련 10문항, 관광서비스 관련 6문항, 만족도 관련 1문항으로 구성하였다.

〈Table 1〉 Questionnaire Contents

Part	Measurement	# Question
General	Nominal scale	16
Tour infrastructure	Likert five-point scale	10
Tour service		6
Satisfaction		1
Total		33

3.2.3 분석방법

설문조사를 통해 수집된 자료는 통계분석 프로그램 SPSS 18.0 for windows를 이용하였다. 표본의 일반적인 특성을 파악하기 위하여 빈도분석을 실시하고, 각 설문항목의 도출변수들에 대한 신뢰성을 검증하기 위해 Cronbach's α 계수를 구하였다. 측정도구의 타당성 분석과 측정에 알맞은 새로운 변수를 추출하기 위해 요인분석을 실시하였다. 인천 차이나타운 속성요인과 관광객 만족도간의 상관관계를 분석하기 위해 상관분석을 실시하였다. 또한 인천 차이나타운 속성요인과 관광객 만족도간의 영향여부를 확인하기 위하여 다중회귀분석을 실시하였다.

4. 연구가설 검증

4.1 신뢰성 검증

<Table 2>는 관광인프라 및 관광서비스 변수에 대한 각각의 신뢰도 계수를 나타내고 있다. 각 Factor는 하위변수로 구성되어 있음을 알 수 있다.

〈Table 2〉 Reliability Analysis

Factor	Cronbach's alpha
Tourism infrastructure	0.842
Tourism service	0.661

4.2 타당성 분석

분석결과 살거리, 차 없는 거리, 안내시설, 호객활동 공통성은 0.5이하로 때문에 타당성을 저해하는 요인으로 판단되어 분석에서 제외하고 계속 진행하였다.

요인분석에 있어 Varimax Rotation을 사용하여, 그 결과는 <Table 3>와 같이 관광인프라는 2가지 하위요인인 관광활동인프라, 기본인프라로 분류되었고, 또한 관광서비스는 마찬가지로 2가지 하위요인인 인적서비스, 정보서비스로 분류되었다. 이에 따라 총 4가지 요인이 도출되어, 연구에 사용되었다. 각 요인의 적재치는 0.616에서 0.829까지 분포하여 매우 유의적인 값을 나타내고 있는데, 이는 집중 타당성이 있음을 증명하는 것이다.

〈Table 3〉 Factorial Analysis

Factor		Variable	Part			
			1	2	3	4
Tourism infrastructure	Foundation infrastructure	resting	.792	-.009	.037	-.108
		parking facility	.782	-.095	.129	.103
		amenities	.767	.156	.030	.088
		accommodation	.711	.178	.237	.163
		amusement	.674	.410	.000	-.057
	Tourism activity infrastructure	attraction	-.070	.800	.230	.200
		food	.401	.733	-.016	.039
Tourism service	Human service	service quality	.125	.216	.775	.108
		kindness	.031	-.296	.720	.273
		price	.170	.355	.616	-.121
	Information service	special guide	-.055	.005	.225	.829
		other service	.175	.172	-.030	.821

4.3 가설의 검정

한국관광객의 만족도를 측정하기 위하여 가설1은 가설1-1과 가설1-2 측면으로 검증하고 가설3은 가설3-1과 3-2 측면으로 검증하였다.

H1. 관광인프라는 인천 차이나타운 한국관광객의 만족도에 영향을 미칠 것이다.

H1-1. 기본인프라는 인천 차이나타운 한국관광객의 만족도에 영향을 미칠 것이다.

H1-2. 관광활동인프라는 인천 차이나타운 한국관광객의 만족도에 영향을 미칠 것이다.

H3. 관광서비스는 인천 차이나타운 한국관광객의 만족도에 영향을 미칠 것이다.

H3-1. 인적서비스는 인천 차이나타운 한국관광객의 만족도에 영향을 미칠 것이다.

H3-2. 정보서비스는 인천 차이나타운 한국관광객의 만족도에 영향을 미칠 것이다.

〈Table 4〉 Korean Satisfaction: regression analysis

Variable	Independent variable	B	β	t
Satisfaction	(Constant)	3.041		30.741
	Foundation infrastructure	.257	.257	2.575**
	Tourism activity infrastructure	.419	.409	4.158***
	Human service	.159	.168	1.716*
	Information service	.056	.070	.721
R=.465, R^2=.216, F=5.868, P=.000				

***p<0.01, **p<0.5, *p<0.1

가설 1-1은 p<0.05로 기본인프라가 한국관광객 만족도에 통계적으로 유의한 정(+)의 영향을 미치고 있다고 할 수 있으며, 가설 1-2는 p<0.01로 관광활동인프라가 한국관광객 만족도에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

가설 3-1은 p<0.1로 인적서비스가 만족도에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

중국관광객의 만족도를 측정하기 위하여 가설2는 가설2-1과 가설2-2 측면으로 검증하고 가설4는 가설4-1과 4-2 측면으로 검증하였다.

H2. 관광인프라는 인천 차이나타운 중국관광객의 만족도에 영향을 미칠 것이다.

H2-1. 기본인프라는 인천 차이나타운 중국관광객의 만족도에 영향을 미칠 것이다.

H2-2. 관광활동인프라는 인천 차이나타운 중국관광객의 만족도에 영향을 미칠 것이다.

H4. 관광서비스는 인천 차이나타운 중국관광객의 만족도에 영향을 미칠 것이다.

H4-1. 인적서비스는 인천 차이나타운 중국관광객의 만족도에 영향을 미칠 것이다.

H4-2. 정보서비스는 인천 차이나타운 중국관광객의 만족도에 영향을 미칠 것이다.

〈Table 5〉 Chinese Satisfaction: regression analysis

Variable	Independent variable	B	β	t
Satisfaction	(Constant)	3.414		41.826
	Foundation infrastructure	.252	.283	3.079***
	Tourism activity infrastructure	.315	.435	4.684***
	Human service	.097	.119	1.336
	Information service	.246	.239	2.631**
R=.676, R^2=.456, F=14.488, P=.000				

***p<0.01, **p<0.5, *p<0.1

가설 2-1은 p<0.01로 기본인프라가 중국관광객 만족도에 통계적으로 유의한 정(+)의 영향을 미치고 있다고 할 수 있으며, 가설 2-2는 p<0.01로 관광활동인프라가 중국관광객 만족도에 유의한 정(+)의 영향을 미치고 있다고 할 수 있다.

가설 4-2는 p<0.05로 정보서비스가 만족도에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

5. 결론

본 논문은 한국과 중국관광객이 인천 차이나타운을 관광함에 있어 나타나는 만족도에 영향을 미치는 요인에

대한 비교연구이다. 따라서 관광인프라와 관광서비스 두 가지 차원에서 변수들을 구분하여 관광객만족도와의 관계를 살펴보았다.

결과적으로, 인천 차이나타운에 대한 관광만족도에 영향을 미치는 요인은 양국에 차이가 있다. 한국관광객의 인천 차이나타운 관광만족도에 영향을 미치는 요인은 관광인프라(관광활동인프라, 기본인프라) 및 관광서비스(인적서비스)로 분석되었다. 중국관광객의 인천 차이나타운 관광만족도에 영향을 미치는 요인은 관광인프라(관광활동인프라, 기본인프라) 및 관광서비스(정보서비스)로 분석되었다.

본 연구결과를 토대로 인천 차이나타운에 대한 시사점을 제시하면 다음과 같다.

첫째, 관광인프라와 관련해서는 다양한 관광자원, 공공편의시설, 안내시설의 확충이 필요하다.

둘째, 주말 및 특정일에 따른 축제 및 이벤트를 활성화하여야 할 것이다.

셋째, 한국 및 중국관광객에 대한 다양한 모바일 인터넷 서비스를 제공하여 정보수집의 개선을 도모하여야 할 것이다.

넷째, 차이나타운만을 위한 활성화 방안이 아닌 인근 관광지(월미관광특구, 개항장 문화지구)와 연계되는 통합적 관광정책이 모색되어야 할 것이다.

본 연구는 다음과 같은 몇 가지 한계점을 지닌다.

첫째, 표본의 구성에 있어서 양국 모두 20대, 30대 대학(원)생들을 대상으로 응답하였다.

둘째, 설문 항목을 좀 더 다양하게 개발해야 한다는 점을 지적 할 수 있다.

셋째, 선행연구를 주로 한국 연구를 바탕으로 하여 진행하기 때문에 중국의 관광관련 연구에서 나타난 중국관광객에 대해 정확하게 설명하기에 부족한 측면이 있다.

ACKNOWLEDGMENTS

This work was supported by Incheon National University's Research Grant in 2012.

REFERENCES

[1] Ministry of Culture, Sports & Tourism, The Result of 2012 International Visitor Survey. 2013 . p. 34

[2] Lew, A. A., A Framework of tourist attractions research. Annals of Tourism Research, Vol. 14, No. 1, pp. 553-575, 1987.

[3] Haahti, A. J., Finland's Competitive Position as a Destination. Annals of Tourism Research. Vol. 13, pp. 11-35, 1986.

[4] A. J. Lee, A Study on Tourist Destination Choice Behavior: Focused on Perceptions and Preferences of Tourists. Ph.D. dissertation, Sejong University. p. 27, 1988.

[5] M. C. Jung, The impact that educational attributes, brand value, and properties of choice influence to tourism satisfaction and behavioral intention in historical and cultural sites. Ph.D. dissertation, Kyung Hee University. p. 39, 2009

[6] S. Y. Park·T. H. Oh, The Evolution of Marketing Thought and Marketing Communication: The Perspective of Relationship Marketing. Journal of Korean Academic and Industrial Society of Business Administration, Vol. -, No. 12, pp.83-102, 1999.

[7] O. J. Kwon, A Study on Tourist Behavior of Chinese Tourist in Korea. M.S. dissertation, Sejong University. p. 33, 2001.

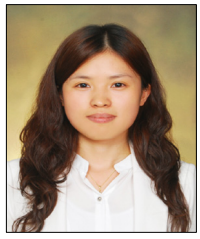
[8] J. H Lee, Analysis for the choice of domestic island travel Destination. Journal of Korea Journey Society. Vol. 23, No. -, p. 119, 2005.

[9] B. W. Chung· A. N. Chin, A Study on the Effect of Tourism Satisfaction on Destination Choice Attributes of Chinese Tourist in Korea. The Study of Economic Culture Society, Vol. 11, No. 2, pp. 47-71, 2008.

[10] Y. H. Choi, The Effect of Attributes in Selection of Tourist Destination on the Level of Satisfaction of Tourists and the Intent to Revisit : Comparison by type and nationality of tourists Ph.D. dissertation,, Kyonggi University, p. 51, 2008.

[11] S. M. Im, The Study of Relations about the Tourists' Satisfaction, through the Selection of Tourist Destination: Focusing on Tourist Destination of Anyang City. M.S. dissertation, Anyang University, p. 34, 2010.
[12] S. J. Kim, The Impact of Spa Destination Attributes on Visitors' Satisfaction and Behavior Intention : The Case of Duksan Spa Destination. Journal of the Korean Regional Development Association, Vol. 22, No. 2, pp. 145-161, 2010.
[13] Y. K. Park, Effects of Cruise Tourism Product Attributes on Tourist's Satisfaction - Centered around Korean Tourists Visiting Japan. Journal of the Korea Tourism Management Society, Vol. 25. No. 1, 2010.
[14] D. H. Kim, Impacts of Destination Attributes on Perceived Tour Values, Satisfaction and Revisiting Intention. Ph.D. dissertation, Cheju University, 2004.
[15] Y. J. Lee, Comprehensive research study on customer satisfaction. Journal of the Korean Customer Society, Vol. 11, No. 2, pp. 139-166. 2000.
[16] H. K. Jeon, A Study on the Structural Relations of Characteristics in Tourism Site, Tourists' Perceived Value, Satisfaction and Behavioral Intention. Ph.D. dissertation, Keimyung University, pp. 84-85, 2004.
[17] J. H. Rho, The Relationship between Selecting Tour sight, Satisfaction, and Purpose of Visiting. Ph.D. dissertation, Kyung Hee University, 2010.
[18] D. H. Choi, The Study of Relations about the tourists satisfaction, Revisit and Mouth Intention, through the Selection of Haenam Tourist. M.S. dissertation, Mokpo University, 2011.
[19] C. Bi, The Impact of Destination Choice Attributes and Korean Tourist Destination Image on Behavior Intention of Chinese students. M.S. dissertation, Honam University, 2011.
[20] X. Y. Ning, A Study of the Satisfation and Behavioral Intention with the Choice Attributes of Cultural Heritage Tourism - Focusing on perceptive value parameter-. Ph.D. dissertation, Honam University, 2012.
[21] H. J. Kim·S. J. Kim, Impact of Daejeon ppuri park tourist attraction selection attribute on tourist satisfaction and behavioral intentions: Image of tourist attraction as a moderated effect. Korea Economic Geographical Society, Vol. 15, No. 4, 2012. 735-751

유 입 함(Liu, Ru Han)



- 2008년 7월 : 경덕진도자기대학교 景德鎭陶瓷學院, 工商管理(경영학과)
- 2011년 3월 ~ 현재 : 인천대학교 대학원 경영학과 석사과정
- 관심분야 : MIS, 관광경영, 정보보호, e-Commerce,
- E-Mail : rhliu@hanmail.net

이 기 동(Lee, Ki Dong)

- 1985년 02월 : 서강대학교 경영학과
- 1992년 08월 : Univ. of Maine, MBA
- 2001년 08월 : Kent State University(경영학 박사)
- 2005년 03월 ~ 2007년 08월 : 디지털정책연구, 편집위원장
- 2002년 03월 ~ 현재 : 인천대학교 경영학부 교수
- 2011년 03월 ~ 현재 : 국제e비즈니스학회 상임이사
- 2009년 09월 ~ 현재 : 한국전사회계학회 부회장
- 관심분야 : MIS, 인공지능, Social Network, 정보보호, e-Commerce, e-Government, 모바일 서비스
- E-Mail : kdlee@incheon.ac.kr