

# 시티투어 서비스 만족도가 재이용의사에 미치는 영향분석: 수원 시티투어 중심으로

김숙희\*

수원시정연구원 안전환경연구실

## The Impact of City Tour Satisfaction for the Intention of Re-visit

KIM, Sukhee\* 

Department of Urban Safety and Environment Research, Suwon Research Institute, Gyeonggi 16429, Korea

\*Corresponding author: sukheek@suwon.re.kr

### Abstract

City tour service has a function not only informs tourists of historical and cultural resources in the city but also contributes to improving city image making. In this study, a questionnaire was surveyed to tourists who used Suwon city tour to find out which factors make affect their intention to re-visit or recommendation to others. Structural equation model was constructed and set a hypothesis that overall city tour satisfaction would have a positive effect. The fitness of the final model was found out to be meet the statistical criteria. As a result of the final model, both satisfaction of guide and satisfaction of city tour operation were significant at 5% significance level ( $P<0.01$ ). On the other hand, both satisfaction of bus facility and of promotion, customer service were statistically insignificant. Consequently, City tour service satisfaction was found to effect to the intention of re-visit and recommendation. Especially, The higher the satisfaction of guide and city tour operation, the more tendency to recommend. It is expected that local government which operates city tour bus could take advantage of this result in the future.

**Keywords:** city tour, city tour satisfaction, intention of re-visit, structural equation model, Suwon city tour bus

### 초록

시티투어는 도시의 다양한 역사·문화와 같은 관광자원을 외부 관광객에게 짧은 시간에 알리고, 도시의 이미지 제고에 크게 영향을 미칠 뿐만 아니라 도시 홍보에도 크나큰 기여를 하고 있다. 본 연구에서는 수원시를 방문하는 관광객이 수원시를 재방문하거나 주변지인에게 추천하는데 가장 영향을 미치는 요인이 무엇인지 이용객을 대상으로 설문조사를 진행 하였다. 시티투어 서비스 만족도는 재이용의사에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 연구가설을 설정하고 구조방정식 모델을 구축하여 검증하였다. 최종모형의 적합도는 통계적 기준에 만족하는 것으로 나타났다. 분석결과 가이드만족도는 0.555로 유의한 것으로 나타났고( $p<0.01$ ), 시티투어 운영만족도는 0.203로 5% 유의수준에서 유의한 것으로 나타났다. 하지만 버스시설만족도 0.118, 홍보 및 친절만족도 0.178로 정(+)의 값으로 나타났지만 시티투어 재이용의사와는 통계적으로

#### ARTICLE HISTORY

Received: 19 October 2017

Revised: 12 February 2018

Accepted: 22 March 2018

Copyright ©  
Korean Society of Transportation

This is an Open-Access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution Non-Commercial License (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/3.0/>) which permits unrestricted non-commercial use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

유의하지 않는 것으로 나타났다. 또한, 시티투어 서비스 만족도는 재이용의사 및 추천에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 가이드만족도가 높을수록, 시티투어 운영만족도가 높을수록 시티투어 재이용의사 및 이용 추천의사가 높은 것으로 도출되었다. 연구의 결과는 향후 각 지자체가 운영하고 있는 시티투어 활성화 정책에 유용하게 활용이 될 것으로 기대된다.

**주요어:** 시티투어, 시티투어 만족도, 재방문의사, 구조방정식모형, 수원시티투어버스

## 서론

세계 각국들은 저마다 많은 관광객들을 유치하기 위하여 다양한 노력을 하고 있으며, 도시를 중심으로 관광마케팅 정책을 펼치고 있다(Chung and Kim, 2009). 시티투어는 도시의 다양한 역사·문화와 같은 관광자원을 외부 관광객에게 짧은 시간에 알리고, 도시의 이미지 제고에 크게 영향을 미칠 뿐만 아니라 도시 홍보에도 기여를 하고 있다. 더욱이 최근에는 지역 주민의 여가선용 및 복지 차원에서 시티투어의 중요성이 인식되기 시작하면서 지방자치단체의 시티투어 개발이 본격화 되고 있다(Kim and Im, 2004). 시티투어는 외지인에게 도시의 사회문화나 역사적 배경의 특성을 이해시키는 훌륭한 수단이며, 시민들에게는 건전한 여가활동과 향토의 정체성을 확립시켜 애郷심을 갖도록 하는 기회를 제공하기 때문에 시티투어의 활성화는 매우 중요한 의미를 갖는다고 할 수 있다(Kim and Im, 2004).

수원시는 1997년 세계문화유산으로 등록된 수원화성이 위치한 곳으로 전통과 미래가 공존하는 도시로 수원시를 찾는 관광객들이 보다 편리하고 다양한 볼거리를 손쉽게 즐길 수 있도록 관광 인프라를 구축하고 관광산업을 활성화 시키는 것은 무엇보다 중요한 과제라고 볼 수 있다. 수원에서 운영 중에 있는 수원시티투어는 2002년 4월 15일부터 현재까지 운영 되고 있는 수원시의 공식지정 문화 관광 상품으로 시티투어를 통해 세계문화유산인 수원화성을 편안하게 즐길 수 있으며, 다양한 문화를 체험할 수 있도록 하고 있다. 수원시의 관광지식정보시스템에 통계수치가 제공되는 주요 관광지<sup>1)</sup>는 수원화성박물관, 화성, 화성행궁(낙남헌), 수원박물관의 4개 유료관광지와 무료관광지인 해우재로 총 5개소이다. 최근 3년간 연평균 증감율을 살펴보면 내국인 방문객 수가 증가한 곳은 수원박물관(24.79%), 화성행궁(낙남헌, 18.21%), 수원화성박물관(16.70%), 화성(3.79%)순이며, 감소한 곳은 해우재(-0.93%) 한 곳인 것으로 나타났고, 최근 3년간 외국인 방문객 수가 증가한 곳은 수원화성박물관(85.44%) 한 곳이며, 감소한 곳은 화성(-31.67%), 수원박물관(-27.96%), 해우재(-17.94%), 화성행궁(낙남헌, -6.67%)순으로 나타났다.

또한, 수원시의 시티투어 버스 이용현황 분석 결과 2014년 이용객 수는 8,422명으로 감소하였으나 2015년 8,756명으로 다시 증가한 것으로 나타났으며, 2015년 이용객 증가는 7월부터 9월까지 시행한 수원시티투어 이용료 90% 할인 이벤트에 의한 것으로 추측된다. 2013-2015년 외국인 이용객 비율은 일본 73% (3,771명), 영어권 15% (790명), 중국 1% (24명), 기타 11% (577명)로 일본이 가장 큰 비중을 차지하고 있는 것으로 나타났으며, 외국인 관광객은 점점 더 줄어드는 것으로 나타났다.

현재 수원시티투어는 버스차량 노후화, 이용수수 감소, 외국인 통역 가이드에 대한 대처미흡으로 가이드문제, 이용객 유치를 위한 운영코스, 차량 등 개선의 필요성이 제기되고 있다. Park(2001)은 시티투어 활성화를 위해서 기본적으로 갖추어야 할 구성요소가 관광자원의 매력성, 시티투어 정례화, 편리한 접근성, 시티투어버스, 체계적인 홍보, 전문안내원, 숙박시설, 쇼핑, 음식 이라고 강조하고 있다. 이에 본 연구에서는 수원시를 방문하는 관광객이 다시 수원시를 재방문하거나 주변지인에게 추천하는데 가장 영향을 미치는 요인이 무엇인지 이용객 대상으로 설문을 진행하고, 구조방정식 모델을 구축하여 어떤 요인이 가장 영향력을 미치는지 연구가설을 설정하여 검증한 결과를 제시하고자 한다.

1) 지자체 관광진흥 정책상 중요하다고 판단하는 대표 지점, 관광목적의 비일상적 이용이 주된 목적인 시설 또는 공간

## 선행연구

Yeum and Lee(2015)은 시티투어 유형과 구성요인만족·관광만족의 관계연구에서 서울시가 운영중인 서울시투어 코스 비교를 중심으로 외국인을 대상으로 구성요인만족과 시티투어코스 유형, 관광만족과의 인과관계를 검증하고, 시티투어코스 유형 간 차이를 분석하였다. 분석결과 시티투어코스유형 구성요인 가운데 관광자원, 접근성, 정보성의 만족에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 코스 간 차이는 도심순환형 코스보다 전통문화형 코스의 만족도가 낮은 것으로 나타났다.

Sohn and Lee(2008)은 여가공간으로서의 청계천 수변공간이 서울시투어 만족도에 미치는 영향을 분석하여 제시하였다. 분석결과에서도 여가공간을 형성하는 여러 요인들과 시티투어의 만족도 요인들과 모두 양(+)의 상관관계 및 영향력이 있는 결과가 제시되었다.

Park et al.(2008)은 시티투어 활성화를 통한 도시 관광 진흥방안에 대해 대전광역시를 중심으로 연구를 진행하였다. 시티투어의 활성화에 관한 방안을 수립하기 위한 목적 하에서 사례지역인 대전시가 운행하고 있는 시티투어의 현황과 문제점을 분석, 도시 관광과 시티투어에 대한 특성을 관련 문헌을 통해 정리해 보고 현재 대전 시티투어의 실태분석과 전략적 과제 도출을 통하여 시티투어의 활성화 방안을 모색하였다. Yeum and Lee(2015)은 시티투어 구성요인과 도시이미지, 관광만족 관계연구에서 서울시투어 버스를 이용하는 외래 관광객이 지각하는 시티투어 구성요인이 서울의 도시이미지 형성에 미치는 영향을 알아봄으로서 시티투어 발전 방안에 대한 능동적인 대처를 위해 유용한 마케팅 시사점을 도출하여 제시하였다. Kim and Im(2004)은 대구시티투어 참여동기와 만족도에 대한 연구를 하고자, 동기에 의한 기대와 인식된 경험과의 관계를 통해 서비스, 경제, 사고, 지식, 자원의 매력요인에 부분적으로 유의한 차이가 있다는 결론을 나타내었다. Park(2001)은 시티투어 활성화를 위해서 기본적으로 갖추어야 할 구성요소는 전문안내원, 관광자원의 매력성, 시티투어버스, 시티투어의 정례화, 편리한 접근성, 체계적인 홍보, 숙박시설, 쇼핑, 음식 등이라고 강조하면서 외국인을 상대로 전반적인 서울시투어 만족도를 연구하여 제시하였다. Lee and Lee(2012)은 외래 관광객의 정서적 도시이미지의 요인으로서 독특성, 전통성, 역동성, 시각성, 쾌적성으로 분류하고 방문만족에 미치는 영향을 측정하고 결과 유의한 영향관계가 있음을 입증하였다. Altinbasak and Yalçin(2010)의 연구에서는 도시이미지를 역사적, 현대적, 독특성, 유쾌한 이미지 등으로 측정하고 도시관광객의 사후 행동의도에 미치는 영향을 분석한 결과, 긍정적인 행동의도에 유의한 영향이 있는 것으로 나타났다.

## 시티투어 운영현황 분석

### 1. 수원시 시티투어 운영 및 이용객 현황분석

수원에서 운행 중에 있는 시티투어 버스는 수원화성코스(1코스: 화-일요일까지) 월요일 및 명절을 제외하고 매주 운행되고 있으며 1일 2회(10:00, 14:00)로 약 3시간-3시간 30분이 소요된다. 화성·오산시 연계코스(2코스)는 매주 일요일 1회(9:30-16:30)으로 약 7시간 소요되는 것으로 운행되고 있다. 수원시 시티투어버스 이용객 현황 분석을 위해 수원시 시티투어위탁운영사로부터 2013년부터 2015년도까지의 이용객 현황데이터를 구득하여 분석하였다.

Table 1. Suwon city tour courses

Course	Course information
Course #1 Suwon·Hwaseong	Suwon Station → Mr. Toliet House → Hwaseomun Gate (Via) → Janganmun Gate (Via) → Hwaseong Haenggung Palace → Paldalmun Gate (Via) → Hwahongmun Gate (Banghwasuryujeong Pavilion) → Yeonmudae Command Post → Suwon Hwaseong Museum → Suwon Station
Course #2 Suwon·Hwaseong·Osan	Suwon Station → Hwaseomun Gate(Via) → Janganmun Gate(Via) → Hwahongmun Gate (Banghwasuryujeong Pavilion) → Hwaseong Haenggung Palace → Paldalmun Gate(Via) → Yeonmudae Command Post → Jidong Market(Lunch) → Yungneung and Geolleung Royal Tombs → Yongjusa Temple → Mulhyanggi Arboretum → Suwon Station

제1코스 수원화성 코스, 제2코스 화성·오산시 연계코스 전체에 대한 이용객 현황분석 결과 2013년 9,123명 대비 2014년 이용객 수는 8,422명으로 감소하였으나 2015년 8,756명으로 다시 증가한 것으로 나타났다. 2015년 이용객 증가는 7월부터 9월까지 시행한 수원시티투어 이용료 90% 할인 이벤트에 의한 것으로 사료된다. 이 할인 이벤트 행사는 메르스 여파로 인해 내·외국인 관광객이 줄어들어 수원시가 진행한 이벤트 행사인 것으로 보인다.

**Table 2.** Yearly number of city tour visitors

Year	Korean	Foreigner	Sum
2013	7,126	1,997	0
2014	6,362	2,060	9,123
2015	7,651	1,105	8,422

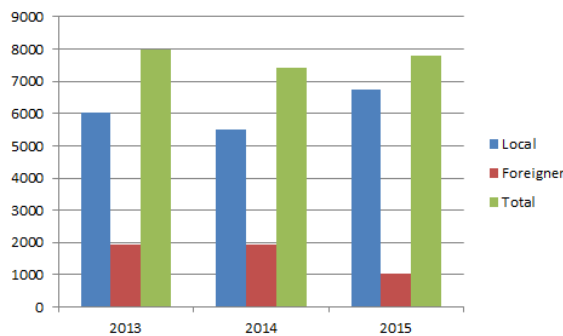
2013-2015년 외국인 이용객 비율은 일본 73% (3,771명), 영어권 15% (790명), 중국 1% (24명), 기타 11% (577명)로 일본이 가장 큰 비중을 차지하고 있는 것으로 나타났다. 중국 관광객은 개별 여행보다는 단체 관광여행이 많기 때문에 시티투어이용자가 많지 않은 것으로 사료된다.

**Table 3.** Foreign city tour visitors by country

Year	Japan	English-speaking countries	China	Others	Sum
2013	1,656	272	-	69	0
2014	1,456	381	24	199	1,997
2015	659	137	-	309	2,060
Sum	3,771	790	24	577	

이용현황 데이터 분석결과와 시사점을 정리하여 제시하면 다음과 같다.

월별 이용객 추이 분석결과 4월, 5월, 8월, 9월, 10월 등 봄, 가을철 이용객이 많은 것으로 나타났다. 운영수입 분석결과 2013년 이후 계속해서 감소하는 추세인 것으로 나타났으며, 특히 2015년의 경우 6월 발생한 메르스로 인해 이용객이 감소하여 수입이 크게 줄어든 것으로 분석되었다. 분석결과 수원시티투어 이용수요는 감소 추세에 있는 것으로 판단되며, 이에 따라 현 시점에서 운영에 대한 개선이 필요한 것으로 보인다. 이를 위해서는 지역특성에 맞는 운행코스 개선, 운행차량 개선, 시티투어 홍보방안 마련, 가이드 육성 등 개선방안이 필요할 것으로 보인다.



**Figure 1.** Yearly number of city tour visitors



**Figure 2.** Monthly number of visitors in the 3 years

## 서비스 만족도 및 영향요인 분석

### 1. 이용만족도 서비스 영향요인 분석 및 변수항목 설정

시티투어 활성화를 위해서 기본적으로 갖추어야 할 구성요소는 관광자원의 매력성, 편안함과 안락한 고급화된

시티투어버스, 시내 주요관광지와 도시의 역사적·문화적 흐름을 종합적으로 설명할 수 있는 전문가이드 확보, 신뢰도와 인지도를 높일 수 있는 시티투어의 정례화, 편리한 접근성, 체계적인홍보, 숙박시설, 쇼핑, 음식 등이라고 강조하고 있다(Seoul Research Institute 1995; Park 2001). 또한 시티투어의 만족도를 연구한 선행연구에서는 시티투어 구성요인을 버스의 서비스 및 경제성, 관광시스템, 음식, 가이드, 코스, 투어코스, 숙박,기념상품, 접근성, 홍보, 예약시스템 등으로 채택하여 시티투어를 포괄적인 도시관광 상품의 일환으로 접근하였다(Park, 2001; Kim, 2008; Song and Lee, 2011; You and Lee, 2013; Yeum and Lee, 2015).

본 연구에서는 시티투어버스 이용에 영향을 미치는 구성요인은 Park(2001), Kim and Im(2004), Lee(2004), Kim(2008), Song and Lee(2011), You and Lee(2013), Yeum and Lee(2015)의 연구를 토대로 숙박시설 및 음식 등을 제외한 시티투어 버스, 전문가이드, 안내서비스, 프로그램 배분, 홍보성, 접근성 등에 관한 14개 항목을 도출하여 적용하였다.

본 연구에 맞게 재구성한 시티투어 이용만족도에 영향을 미치는 항목은 요금 및 예약안내, 정류장표지판·홍보물, 전문가이드, 시티투어 운행, 버스외관 및 내부시설 만족도를 고려하였으며 이 변수항목들은 시티투어 이용만족도에 영향을 미칠 것으로 가설을 세워, 시티투어 이용만족도가 재이용의사 및 타인 추천에 얼마만큼의 영향을 미치는 것을 규명하고자 하였다.

변수항목 설정은 1)요금 및 예약안내 항목의 측정 변수로는 관광객이 시티투어를 이용할 경우 시티투어 이용요금이 적절한지, 시티투어를 운영하는 직원이 얼마나 친절하게 응대를 하는지, 사전에 홈페이지에서 예약하는 시스템으로 운영이 되고 있는데 예약과정이 편리한지로 설정하여 시티투어 이용요금적절, 친절응대, 예약편리로 설정을 하였다. 2) 정류장 표지판 및 홍보물의 측정변수로는 시티투어가 출발하는 출발정류장의 표지판 인지가 잘 되어 있는지, 시티투어버스 운행과 관련된 다양한 리플릿 등 홍보자료로가 있는지를 나타내는 정류장표지판 인지, 홍보자료로 설정을 하였다. 3) 시티투어 운영에 있어 중요한 가이드 만족의 측정변수는 가이드가 전문성을 가지고 있는지, 가이드가 관광객에게 얼마나 친절한지, 가이드가 역사·문화 시설에 대한 내용을 쉽게 이해할 수 있도록 해설을 하는지로 하여 가이드 전문성, 가이드 친절성, 가이드 해설로 설정을 하였다. 4)시티투어 운영의 측정항목은 일 2회 운영을 하고 있는 시티투어버스로 오전 출발시간이 적절한지, 관광지에 정차하여 관광하는데 소요되는 시간이 적절한지, 전체적으로 운행소요 시간이 적절한지, 눈으로 보는 관광과 직접 체험하는 프로그램 배분 구성이 적절한지를 나타내는 출발시간적절, 정차시간적절, 운행소요시간 적절, 관광과 체험 프로그램 배분 및 구성의 적절성으로 설정하였다. 5)마지막으로 버스내외부 시설 만족도는 누구나 한번 타고 싶도록 버스외관이 매력적인지, 버스내부시설이 안락하고 쾌적한지를 나타내는 버스외관의 매력적인 디자인, 내부편의시설로 구성하였다.

**Table 4.** Impact factors for city tour satisfaction

Class	Measurement variables
Fare, Reservation guide	Appropriate fare level, Customer service response, Reservation convenience
Stop sign, Promotional material	Recognition and apparence of the stop sign, Promotion materials
Tourist guide	Professional guidance, Tourist friendly, Easy and interesting guidance
City tour operation	Relevance of the departure time slot, Relevance of the driving hours, Relevance of the stoppage time, Composition of the program
Bus facility	Bus exterior design, Interior and facility

## 2. 설문조사 개요 및 기초통계분석

시티투어버스 이용 관광객을 대상으로 시티투어 이용 만족도와 재이용의사 및 시티투어 인지도 등 시티투어 전반에 대한 내용을 조사하였다. 본 연구에서는 내국인을 대상으로 하였으며, 조사 일자는 2016년 4월 2일(토)~10일(일) 동안 진행되었다. 수원역에서 시티투어 이용 후, 하차 약 15~20분전 설문지를 배부하여 설문조사 진행 후, 설문지를 수거(131명 취합)하였다.

구체적인 조사내용으로는 사회경제적 특성변수(성별, 연령대, 결혼상태여부, 거주지역), 시티투어 이용경험 관련, 수원시티투어 이용여부, 이용횟수, 타지역 시티투어 경험여부, 경험횟수, 동행인, 정보수집경로, 숙박유무이며, 관광동기요인(휴식, 지역적 경험추구, 지식추구, 사교활동추구), 시티투어 운행관련, 출발시간 적절성, 소요시간, 운행횟수, 탑승요금, 주요관광지 정차시간, 관광과 체험비율, 운행코스, 운행방법(순환형, 테마형-코스형), 관광자원의 매력, 투어서비스, 해설사, 버스시설이다. 그리고 타 지역 여행 중 인상 깊었던 체험 및 관광 프로그램과 시티투어 재이용 의사 즉 재이용, 타인권유, 긍정적인 홍보이다. 본 연구에서는 연구의 신뢰성 확보를 위해 시티투어 이용객 설문조사 데이터를 활용하여 모델에 적용하였으며, 시티투어 버스 재이용은 일반적인 변수뿐만 아니라 사회경제적 특성변수인 성별, 연령대, 거주지역, 결혼여부에 따른 차이가 발생할 것으로 보이나 본 연구에서는 설문조사가 이용자 대상으로 이루어져 표본이 유사하게 할당이 되지 않았기 때문에 본 모형에서는 적용하지 않았으며, 스케일은 5-point를 적용하였다.

**Table 5. Characteristics of survey respondents**

	Class	Frequency	%
Sex	Male	32	24.1
	Female	99	75.9
Age	Under 20	1	1.1
	20 to 29	3	2.3
	30 to 39	21	16.1
	40 to 49	24	18.4
	50 to 64	50	37.9
	Over 65	32	24.1
Marriage status	Married	105	80.5
	Single	26	19.5
Advance awareness	Yes	116	88.5
	No	15	11.5

수원시티투어버스 요소별 만족도 조사 결과, 전체 만족도는 5점 만점 중 4.01점으로 나타났으며, 세부적으로는 가이드에 대한 만족도가 4.45-4.49점으로 가장 높게 나타났다. 운행 관련 사항은 3.33-4.06점, 버스시설 관련된 사항은 3.48-3.56점으로 낮게 나타나 운행 및 버스시설 측면에서 개선이 필요할 것으로 사료된다.

**Table 6. Result of satisfaction for Suwon city tour**

Evaluation index	Average satisfaction score	
Fare, Reservation guide	Appropriate fare level	3.68
	Customer service response	4.29
	Reservation convenience	4.13
Stop sign, Promotional material	Recognition and appearance of the stop sign	3.93
	Promotion materials	4.09
Tourist guide	Professional guidance	4.45
	Tourist friendly	4.47
	Easy and interesting guidance	4.49
City tour operation	Relevance of the departure time slot	4.06
	Relevance of the operation hours	3.71
	Relevance of the stoppage time	3.33
	Composition of the program	3.49
Bus facility	Bus exterior design	3.48
	Interior and facility	3.56
Intention of revisit and recommendation	3.96	
Overall satisfaction	4.01	

## 재이용의사에 미치는 영향분석

### 1. 탐색적 요인분석

본 연구에서는 기존 문헌을 통해 시티투어이용 만족도에 영향을 미치는 요인을 도출하여 총 14개 측정변수에 대해 설문조사를 진행하였다. 요인분석(Factor Analysis)을 통해 총 4개의 요인 항목으로 구분되어 이를 적용한 모형 구축을 시행하였다. 측정변수들이 시티투어 재이용의사에 어떤 영향을 미치는지 분석하고, 시티투어 서비스 만족도는 재이용의사에 정(+)<sup>1</sup>의 영향을 미칠 것이라는 연구가설을 설정하고 이를 구조방정식 모형(Structure Equation Model)을 통해 확인하고 그 결과를 제시하였다.

Table 7. Result of factor analysis

Class	Variables	Factor			
		1	2	3	4
Promotion, Customer service	Appropriate fare level	.369	.285	.086	.399
	Customer service response	.322	.823	-.026	.022
	Reservation convenience	.190	.827	.104	.091
	Recognition and apparence of the stop sign	.121	.576	.371	.406
	Promotion materials	.125	.830	.174	.246
Tourist guide	Professional guidance	.741	.158	.265	.351
	Tourist friendly	.834	.174	.183	.296
	Easy and interesting guidance	.870	.206	.148	.119
City tour operation	Relevance of the departure time slot	.682	.308	.309	-.016
	Relevance of the operation hours	.397	.065	.743	.161
	Relevance of the stoppage time	.185	.140	.885	.065
	Composition of the program	.153	.139	.749	.405
Bus facility	Bus exterior design	.183	.156	.096	.886
	Interior and facility	.200	.123	.333	.838

요인분석 결과, 전체 14개 측정변수 중 홍보 및 친절만족도에서는 요금적절성의 변수를 제외한 친절응대, 예약편리, 표지판인지, 홍보자료로 구성되었고, 가이드 만족도는 가이드전문성, 가이드친절성, 가이드해설, 출발시간 적절성으로 4개의 요인으로 구성되는 것으로 나타났다. 시티투어 운영만족도에 해당하는 측정변수는 운행시간 적절, 정차시간 적절, 프로그램 배분으로 구성되었고, 버스시설 만족도는 버스외관 매력적, 버스내부 편의시설 항목으로 구성되는 것으로 나타났다. 하지만 요금적절성은 연결되는 항목이 없어 요인에서 배제를 하였다. 본 연구에서는 위와 같이 도출된 4개의 요인항목인 “홍보 및 친절만족도”, “가이드 만족도”, “시티투어 운영만족도”, “버스시설 만족도”를 잠재변수로 정의하여 모형에 적용하였다.

### 2. 연구가설 설정

기존 문헌 연구를 통해 시티투어 이용에 미치는 영향요인을 도출하고, 도출된 영향요인은 요인분석을 통해 연구가설을 설정하였다.

가설 1: 잠재변수 4개의 만족도 항목은 시티투어 서비스만족도에 정(+)<sup>1</sup>의 영향을 미칠 것이다.

가설 2: 시티투어 서비스 만족도는 재이용의사에 정(+)<sup>1</sup>의 영향을 미칠 것이다.

- (1) 홍보 및 친절 만족도는 시티투어 서비스 만족도에 정(+)<sup>1</sup> 영향을 미칠 것이다.
- (2) 가이드 만족도는 시티투어 서비스 만족도에 정(+)<sup>1</sup> 영향을 미칠 것이다.
- (3) 시티투어 운영 만족도는 시티투어 서비스 만족도에 정(+)<sup>1</sup> 영향을 미칠 것이다.
- (4) 버스시설 만족도는 시티투어 서비스 만족도에 정(+)<sup>1</sup> 영향을 미칠 것이다.

### 3. 신뢰성검증 및 확인적 요인 분석 결과

본 연구에서는 시티투어이용 만족도에 영향을 미치는 4개의 잠재변수 속성과 이용만족도, 그리고 재이용의사에 대한 측정변수 간의 내적일관성 검증을 위해 Cronbach's  $\alpha$  값을 이용하여 신뢰성을 측정하였다. Cronbach's  $\alpha$  값이 1에 가까울수록 내적일관성이 높다고 볼 수 있는데 0.6 이상이 나오면 신뢰도가 확보되었다고 볼 수 있다. 본 연구의 설문항목에 대한 신뢰도 분석결과 가이드 만족(0.890), 시티투어 운영만족도(0.842), 버스시설 만족도(0.877), 홍보 및 친절만족도(0.814)로 4가지 항목 모두 Cronbach's  $\alpha$  계수가 0.6 이상으로 측정변수의 신뢰성이 높은 것으로 나타났다.

Table 8. Reliability of model

Class	Measurement variables	Cronbach's $\alpha$
Promotion, Reponse attitude	4	0.814
Guidance	4	0.890
City tour operation	3	0.842
Bus facility	2	0.877

시티투어 만족도 항목에 대한 측정변수들은 집중타당성이 있다고 보기에는 표준화 요인부하량이 0.5 이상이 되어야 한다. 본 연구에서 먼저 측정모형의 확인적 요인분석결과 가이드 만족도 잠재변수에 해당하는 출발시간적절과 홍보 및 친절만족도에 해당하는 표지판인지의 측정변수는 0.5 미만으로 나타나 이 측정변수를 제외하였다.

### 4. 최종 모형 추정

#### 1) 최종 구조방정식 모형

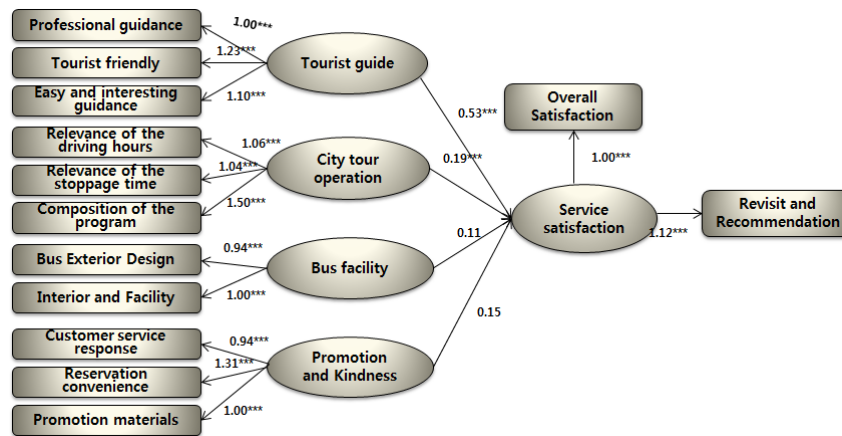


Figure 3. Final design model (non-standardized coefficient) (\*\*\*p<0.01, \*\*p<0.05, \*p<0.1)

#### 2) 모형적합도 분석

본 연구에서 구성된 구조방정식 모형의 적합도는 적합도 지수로 평가되며, 이는 연구 모형을 독립 모형과 비교하여 모형의 적합도를 평가하는 지수로서 연구에서 구축된 이론적 모형이 독립 모형에 비해 자료를 얼마나 잘 설명하는지를 나타낸다. 적합도 지수 중 상대 적합도 지수에는 NFI (normed fit index), CFI (comparative fit index) 등이 있으며, 절대 적합도 지수는 GFI (Goodness of Fit Index), AGFI (Adjusted Goodness of Fit Index), RMSEA (root mean square error of approximation) 등이 있다. 적합도 지수를 선택할 때에는 표본 크기에 민감하지 않고 모형의 간명성을 고려하는 적합도 지수를 선택하는 것이 바람직한 것으로 알려져 있으며, 이러한 기준에 비추어 볼 때 GFI,



AGFI, RMSEA 등을 중심으로 모형의 적합도를 평가할 수 있다(Kim, 2016).

모형적합도 분석결과 절대적합지수인 CMIN/DF (1.014), RMSEA (0.013)으로 기준치 보다 적은 것으로 나타나 적합한 것으로 나타났고, GFI (0.902), AGFI (0.835)는 적합기준치보다 높게 나타났다. 증분적합지수인 IFI (0.994), TLI (0.988), CFI (0.992)로 0.9보다 높은 것으로 나타났고, 다만 NFI (0.678)는 기준치보다 수용 수준이 낮은 것으로 나타났지만, 최종모형의 적합도는 대체로 충족하는 것으로 나타났다.

**Table 9. Test in goodness of model fit**

Class	Absolute fit index				Increment fit index			
	CMIN/DF	GFI	AGFI	RMSEA	IFI	TLI	CFI	NFI
Final model	1.014	.902	0.835	0.013	0.994	0.988	0.992	0.678
Thresholds	<3.00	>0.9	>0.8	<0.1	>0.9	>0.9	>0.9	>0.8
Criterion	OK	OK	OK	OK	OK	OK	OK	-

### 3) 경로계수 분석(Path coefficient)

최종 구축모형의 각 변수들에 대한 유의성을 검증하였으며, 본 연구에서 고려한 모든 관측변수들과 잠재변수 간 관계의 유의수준은 모두 적합한 것으로 나타났다. 가이드 만족도, 시티투어 운영만족도, 홍보 및 친절만족도 모두 0.8 이상의 표준화 계수를 보이고 있는 것으로 나타났고, 버스시설만족도 중 버스외관 매력적 측정변수는 0.795의 설명력을 보이는 것으로 나타났다. 그 외 나머지 측정변수도 0.7 이상으로 잘 설명하고 있는 것으로 나타나고 있다. 하지만 4개의 잠재변수와 시티투어서비스 만족도의 유의수준은 가이드만족도는 0.555로 유의수준 0.01에서 유의한 것으로 나타났고, 시티투어 운영만족도는 0.203으로 유의수준 0.05에서 유의한 것으로 나타났다. 하지만 버스 시설만족도 0.118과 홍보 및 친절만족도 0.178은 표준화 계수가 정(+)의 값으로 나타났지만 시티투어 재이용의사와는 관련이 없는 것으로 나타났다( $p > 0.05$ ). 또한 시티투어 서비스 만족도는 표준화 계수 0.841로 재이용의사와 및 추천에 영향을 미치는 것으로 나타났다( $p < 0.01$ ).

**Table 10. Estimation for between parameter and latent variable**

Path (Observable variable → Latent variable)	Non-standardized coefficient	Standardized coefficient	S.E.	C.R.	P
Professionalism → Satisfaction for	1.000	0.842			
Kindness → tour guide	1.232	0.970	0.115	10.668	***
Explanation → Satisfaction for	1.101	0.889	0.130	8.461	***
Operation time → Satisfaction for	1.060	0.806	0.149	7.108	***
Stoppage time → tour operation	1.042	0.856	0.135	7.703	***
Program formation → Satisfaction for	1.000	0.829			
Exterior attractiveness → Satisfaction for	0.936	0.795	0.138	6.775	***
Interior, facility → bus facility	1.000	0.975			
Kind customer service → Satisfaction	0.942	0.846	0.129	7.323	***
Reservation convenience → for promotion,	1.310	0.821	0.174	7.534	***
Promotion materials → customer service	1.000	0.827			
Overall satisfaction → Intention of revisit	1.124	0.841	0.148	7.597	***
for city tour → and recommendation					
Satisfaction for tour guide → Overall satisfaction	0.526	0.555	0.136	3.866	***
Satisfaction for tour operation → for city tour	0.191	0.203	0.127	3.500	***
Satisfaction for bus facility	0.105	0.118	0.102	1.037	0.300
Satisfaction for promotion, customer service	0.149	0.178	0.089	1.665	0.096

\*\*\* $p < 0.01$ , \*\* $p < 0.05$ , \* $p < 0.1$

분석결과 가이드만족도가 높을수록 그리고 시티투어 운영만족도가 높을수록 시티투어 재이용의사 및 추천의사가 높은 것으로 나타났다. 하지만 버스시설만족도와 홍보 및 친절 만족도는 재이용의사와의 관계는 정(+)의 값으로 나타나지만 통계적 유의성이 없는 것으로 나타났다.

시티투어 서비스 만족도 중에서 가이드 만족도가 재이용의사에 가장영향을 미치는 것으로 제시되었는데 가이드 만족도 중에서는 가이드 친절 > 가이드의 쉬운 해설 > 가이드 전문성 순으로 나타났다. 시티투어를 이용하는 관광객들은 가이드의 친절과 쉬운 해설이 가장 중요하다고 생각하는 것으로 보인다. 시티투어 운영만족도에 있어서는 정차시간적절 > 프로그램배분 구성 > 운행시간적절 순으로 나타났다. 시티투어 운영의 특성상 정해진 코스와 정해진 운영시간으로 인해 한 장소에서 오래 머물 수 있는 충분한 시간이 할애되지 못하는 문제점이 있기 때문에 이런 결과가 제시된 것으로 보인다. 그 다음으로는 프로그램배분에 있어서는 눈으로 보는 관광과 더불어 직접 체험할 수 있는 콘텐츠와 적당한 비율을 선호하는 것으로 나타났다.

#### 4) 연구가설 검정결과

연구가설 검정결과 채택과 부분채택으로 제시하였으며, 최종적으로 가이드만족도와 시티투어 운영만족도의 가설이 채택되는 것으로 분석되었다. 분석결과 가이드만족도가 높을수록 그리고 시티투어 운영만족도가 높을수록 시티투어 재이용의사 및 추천의사가 높은 것으로 나타났다. 하지만 버스시설만족도와 홍보 및 친절 만족도는 재이용의사와의 관계는 정(+)의 값으로 나타나지만 통계적 유의성이 없는 것으로 나타났다.

Table 11. Result of hypothesis testing

	Hypothetical scheme	Adoption
Hypothesis #1	4 satisfaction factors will have a positive(+) effect on overall city tour satisfaction.	Partially adapted
Hypothesis #2	Satisfaction of tour guide will have a positive(+) effect.	Adapted
	Satisfaction of tour operation will have a positive(+) effect.	Adapted
	Satisfaction of bus facility will have a positive(+) effect.	Partially adapted
	Satisfaction of promotion and customer service will have a positive(+) effect.	Partially adapted
Hypothesis #3	Overall city tour satisfaction will have a positive(+) effect on the intention to revisit.	Adapted

## 결론 및 향후과제

본 연구는 수원시를 방문하는 이용 관광객이 다시 수원시를 재방문하거나 주변지인에게 추천하는데 가장 영향을 미치는 요인이 무엇인지 이용객 대상으로 설문을 진행하여, 구조방정식 모델을 구축하고 연구가설을 설정하여 검정한 결과를 제시하였다. 모형적합도 분석결과 절대적합지수인 CMIN/DF (1.014), RMSEA (0.013)로 기준치 보다 적은 것으로 나타나 적합한 것으로 나타났고, GFI (0.902), AGFI (0.835)는 적합기준치보다 높게 나타났다. 증분적합지수인 IFI (0.994), TLI (0.988), CFI (0.992)로 기준치 0.9보다 높게 나타났고, 다만 NFI (0.678)는 기준치보다 수용 수준이 낮은 것으로 나타났지만, 최종모형의 적합도는 대체로 충족하는 것으로 나타났다. 최종 구축모형의 각 변수들에 대한 유의성을 검증한 결과, 본 연구에서 고려한 모든 관측변수들과 잠재변수 간 관계의 유의수준은 모두 적합한 것으로 나타났다. 가이드 만족도의 측정 변수는 모두 0.84 이상의 표준화계수를 보이며, 시티투어 운영만족도, 홍보 및 친절만족도 모두 0.8 이상의 표준화 계수를 보이는 것으로 나타났다. 버스시설만족도 중 버스외관 매력적 측정변수는 0.795의 설명력을 보이는 것으로 나타났다. 그 외 나머지 측정변수도 0.7 이상으로 잘 설명하고 있는 것으로 나타나고 있다. 하지만 4개의 잠재변수와 시티투어서비스 만족도의 유의수준은 가이드만족도(0.555)는 유의수준 0.01에서 유의한 것으로 나타났고, 시티투어 운영만족도(0.203) 항목은 유의수준 0.05에서 유의한 것으로 나타났다. 하지만 버스시설만족도(0.118)와 홍보 및 친절만족도(0.178)는 표준화 계수가 정(+)의 값으로 나타났지만 시티투어 재이용의사와는 관련이 없는 것으로 분석되었다( $p > 0.05$ ). 또한 시티투어 서비스 만족도는 표준화 계수 0.841로 재이용의사 및 추천에 영향을 미치는 것으로 나타났다( $p < 0.01$ ).

결과적으로 가이드만족도가 높을수록 그리고 시티투어 운영만족도가 높을수록 시티투어 재이용의사 및 추천의사가 높은 것으로 나타났지만, 버스시설만족도와 홍보 및 친절 만족도는 재이용의사와의 관계는 정(+)의 값으로 나타나지만 통계적 유의성이 없는 것으로 나타났다.

시티투어 서비스 만족도 중에서 가이드 만족도가 재이용의사에 가장영향을 미치는 것으로 제시되었는데 가이드 만족도 중에서는 가이드 친절 > 가이드의 쉬운 해설 > 가이드 전문성 순으로 나타났다. 시티투어를 이용하는 관광객들은 가이드의 친절과 쉬운 해설이 가장 중요하다고 생각하는 것으로 보인다. 시티투어 운영만족도에 있어서는 관광지 정차시간적절 > 프로그램배분 구성 > 운행시간적절 순으로 나타났다. 시티투어 운영의 특성상 정해진 코스와 정해진 운행시간으로 인해 한 장소에서 오래 머물 수 있는 충분한 시간이 할애되지 못하는 문제점이 있기 때문에 이런 결과가 제시된 것으로 보인다. 그 다음으로는 프로그램배분에 있어서는 눈으로 보는 관광과 더불어 직접 체험할 수 있는 콘텐츠와 적당한 비율을 선호하는 것으로 나타났다.


따라서 시티투어 활성화를 위한 가장 중요한 요인은 가이드만족도로써 각 지자체는 가이드 육성 등 가이드에 대한 체계적인 운영전략이 필요할 것으로 보인다. 실질적으로 시티투어를 활용하는 관광객들은 개별여행을 하는 내·외국인으로 구성되어 있어, 다양한 언어로 서비스하는데는 어려움이 존재한다. 그리고 각 지자체에서 전문적인 지식을 가진 가이드를 육성하고, 교육하는데 많은 재원이 소요되는 부분이 있다. 관광객의 서비스 만족향상 및 재방문을 유도할 수 있는 요인이 가이드운영 전략이 중요하며, 시티투어 활성화를 위해 전문적인 가이드를 활용하는 것이 중요한 요인으로 사료된다.

더불어 시티운영 만족도에서 있어서 특정 관광지에서 충분히 볼 수 있고, 체험할 수 있는 소요시간이 필요한데 시티투어의 특성상 어려움이 존재한다. 따라서 관광지별 특성을 고려한 정차시간에 대한 부분은 충분한 고민이 필요해 보인다. 그리고 시티투어운영의 특성상 가족단위 이용객이 많으므로 눈으로 보는 관광과 직접 참여하고 체험할 수 있도록 적당한 비율의 프로그램 개발이 필요해 보인다. 본 연구는 내국인을 대상으로 진행한 연구로 수원화성이 세계문화유산인 만큼 외국인을 대상으로 연구를 진행할 필요가 있다. 향후 외국인을 대상으로 보다 더 체계적인 연구를 통해 점점 더 줄어드는 내외국 관광객이 재방문할 수 있는 정책제시가 필요해 보인다. 또한 시티투어 운영적인 측면 중심으로 이루어진 면이 있어, 사회경제적 특성변수와 향후 숙박시설, 음식, 쇼핑 등 다양한 변수를 고려한 연구 수행도 필요해 보인다.

## Funding

This research was supported by Suwon City.

## ORCID

KIM, Sukhee  <http://orcid.org/0000-0002-9348-7465>

## References

- Altinbasak I., Yalçın E. (2010), City Image and Museums: the Case of Istanbul.
- Chung K. Y., Kim H. S. (2009), City Tourism Factors and City Image of Seoul Affects the Satisfaction of Foreign Tourists , *The Journal of Hotel Management*, 8(2), 201-219.
- International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 4(3), 241-251.
- Kim J. H. (2008), A Study of Influencing Factors on Tourist Satisfaction and Behavioral Intention: Focusing Suncheon City Tour and Yeosu City Tour, *International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 22(4), 45-61.

- Kim S. H. (2016), The Impact of Parking Sharing Policy in Suwon City on the Spread of Value, Suwon Research Institute.
- Kim W. I., Im S. H. (2004), Tourist Motivation and Expectation of the Daegu City Tour Participation, *Business Management Review*, 37(1), 59-71.
- Lee J. G., Lee G. S. (2012), The Effect of Emotional Image in Accordance With the Linguistic Area of Foreign Tourists for Satisfaction and the Invention of Re-visit, *The Journal of Tourism Management*, 16(2), 157-183.
- Park D. H. (2001), A study on the Satisfaction of Seoul City Tour Bus, Kyunghee Univ. Master's thesis.
- Park D. J. (2008), A Study on the Satisfaction of City Tour Bus, Graduate School of Industry, Gwangju Univ. Master's thesis.
- Park J. S., Jang I. S., Kim H. T. (2008), Tourism Promotion Plan Through the City Tour, Korea Academic Society of Tourism Management, Collection of published thesis, 15-23.
- Sohn S. J., Lee H. J. (2008), The Effects of Cheonggyecheon Waterfront Space as a Leisure Space Has on Seoul City-Tour Satisfaction, *International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 22(3), 157-172.
- Song M. J., Lee J. Y. (2011), A Study on the Satisfaction of Daegu City Tour Bus Using Structural Equation, *The Journal of Korean Data and Information Science Society*, 22(6), 1075-1087.
- The Seoul Institute (1995), The Master Plan of Seoul Tourism Development.
- Yeum S. K., Lee J. S. (2015), A Study on The Relationship Between City Tour Components, City Image and Tourist Satisfaction1: Focused on Seoul City Tour, *Journal of Tourism&Leisure Research*, 27(2), 171-186.
- Yeum S. K., Lee J. S. (2015), A Study on The Relationship Between Types of City Tour Course, Satisfaction With Components of City Tour and Tourist Satisfaction: Focused on Comparative Analysis of Seoul City Tour Courses, *Journal of Tourism&Leisure Research*, 27(8), 43-60.
- Yoo Y. J., Lee S. G. (2013), Urban Marketing Strategy Through the Ulsan City Tour, *The Journal of The Korean Urban Geographical Society*, 91-103.