

안동 하회마을 문화관광체험이 관광만족과 행동의도에 미치는 영향

Effect of Cultural Tour Experience Hahoe Village at Andong on Touring Satisfaction and Behavioral Intention

조태영, 서태양

동국대학교 경영관광대학 호텔관광경영학과

Tae-Young Cho(tyc@hanmail.net), Tai-Yang Seo(sty@mail.dongguk.ac.kr)

요약

본 연구에서는 전래의 문화유산이 잘 보존된 문화관광지인 안동 하회마을을 방문하는 방문객을 대상으로 어떠한 문화관광체험요인이 관광만족에 영향을 주는지와 관광만족의 후속태도인 행동의도 즉, 재방문의도와 추천의도와의 영향관계를 구조적으로 밝혀 안동하회마을을 운영하는 실무자에게 활용가능한 시사점을 제공하고자 하였다.

연구결과를 요약하면 첫째, 문화관광체험의 교육성과 일탈감 요인이 관광만족에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 둘째, 문화관광체험의 4가지 요인은 행동의도에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 셋째, 관광만족은 행동의도에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

■ 중심어 : | 문화관광체험 | 관광만족 | 행동의도 |

Abstract

This research, targeting the visitors to Hahoe Village at Andong, which is a cultural tourist attraction with its traditional cultural heritage well preserved, aimed at offering applicable implications to the staff in charge of management of Hahoe Village at Andong by clarifying which cultural tour experience factor has an effect on touring satisfaction and visitors' behavioral intention as a follow-up attitude from touring satisfaction, i.e. effect relationship between the intention of re-visit and intention of recommendation in a structural viewpoint.

To sum up this research result, first, there are two factors of cultural tour experience: education and escape. These were found to have a positive effect on touring satisfaction.

Second, four factors of cultural touring experience was found to have a positive effect on visitors' behavioral intention. Third, touring satisfaction was found to have a positive effect on visitors' behavioral intention

■ keyword : | Experience | Satisfaction | Behavioral Intension |

I. 서론

현대인들은 관광을 통하여 자신의 가치만족을 구하

고 있고[1], 이러한 가치만족은 인간의 행동원리를 결정하게 되는데 그 핵심이 바로 우리 삶의 바탕에 깔려있는 정서인 문화라고 예견된다. 따라서 관광은 타인의

접수번호 : #090622-002

접수일자 : 2009년 06월 22일

심사완료일 : 2009년 07월 03일

교신저자 : 조태영, e-mail : tyc@daum.net

문화를 이해하고 자신의 문화적 변화를 추구하는 행위로서의 접근이 필요하다. 또한 현대인의 의식구조는 개인의 삶에 대한 가치에 큰 비중을 둠으로써 양적인 물질 충족에서 생활전반에 질적 향상으로 이행되는 과정에 있으며[2], 특히, 적극적으로 능동적인 관광체험은 국민의 여가욕구가 다양화됨에 따라 삶의 질을 결정짓는 중요한 여가활동으로 자리매김하고 있다[3].

관광의 탁월한 매력은 문화체험이고, 이것이 관광산업의 요체이다. 미래학자 토플러(Toffler)는 경험을 파는 신중산업이라고 체험산업에 대한 중요성을 일찌감치 강조하였다. 관광은 체험산업과 동시에 고도의 감성산업이라 할 수 있다. 또한 관광은 문화체험으로 관광자들에게 문화상품을 판매하는 감각적인 문화산업이다[4]. 생활의 질 향상과 문화산업의 발전은 자연스럽게 관광, 특히 문화관광에 대한 관심을 증대시켰다. 관광의 본질과 대상 자체는 문화나 문물이기 때문이다. 이제 현대 사회에서 인간 삶의 중요영역을 차지하게 된 관광은 문화현상이자 사회현상의 하나로 정착되고 있으며, 역사·문화 중심의 문화적 소비행위에서 중요한 역할을 한다. 즉, 이제는 관광이 문화를 창출하고 소비까지 이루어지게 만드는 역할을 하고 있다. 그러나 이러한 문화관광의 단점으로는 여전히 문화적인 고유성에 기반을 둔 교육적 체험을 중심으로 이루어진다는 점이다. 현대사회의 관광현상이 탈현대사회에 접어들면서 문화관광객들에게 있어서도 재미나 즐거움, 엔터테인먼트(entertainment) 등이 문화적 고유성보다 점점 더 그 중요성을 얻어가고 있으며[5], 이러한 현상은 탈현대사회의 문화관광객들이 갖는 특성이라고 하였다[6]. 이러한 특성을 가진 문화관광객들이 과연 마을 전체가 중요 민속자료 제 122호로 지정되어 국보, 보물, 중요민속자료 등 여러 유형·무형문화유산들이 잘 보존되어 있는 문화관광지를 방문하여 교육적인 체험 이외의 어떠한 문화관광체험을 하고자 하는지, 또한 어떠한 문화관광체험 요인에 의해 만족을 지각 하는지 조사할 필요가 있다.

따라서 본 연구에서는 전래의 문화유산이 잘 보존된 문화관광지인 안동 하회마을을 방문하는 방문객을 대상으로 어떠한 문화관광체험요인이 관광만족에 영향을 주는지와 관광만족의 후속태도인 행동의도 즉, 재방문

의도와 추천의도와 의 영향관계를 구조적으로 밝혀 관광만족의 극대화와 재방문과 추천의도를 높일 수 있는 실무적인 시사점을 제공하는데 있다. 이러한 시사점은 탈현대사회에서 문화관광지를 운영하는 운영자에게 운영 전략을 세우는데 기여할 것으로 판단된다.

II. 이론적 배경

1. 문화관광체험에 관한 선행연구

관광체험(tourist experience)은 인간의 욕구단계의 상층부에 속하는 것으로 욕구에 부응하기 위한 일련의 과정을 통하여 맛보게 되는 경험 또는 관광을 하는 동안 여러 물리적·추상적 사물이나 현상을 접하게 될 때 나타나는 심리적 반응으로서 참여자가 지각하는 인지적 판단과 정서적 느낌 및 행동들이라고 할 수 있다[7]. 현실적으로 개인이 인지와 정서를 구분하여 체험하지는 않으며, 개인의 행동이 어떤 의미를 지닌 것이라면 여기에는 인지적 판단이나 정서적 반응이 어느 정도 반영되기 마련이다. 따라서 관광체험의 구성개념에는 인지적 요소와 정서적 요소, 행동적 요소가 복합적으로 작용한다고 볼 수 있으며 세 가지 구성요소들을 명확하게 구분하는 것은 어렵다[8]. 따라서 관광체험은 대단히 주관적이며 심리적이고 정서적인 특성을 갖는 관광의 최종적인 상품으로서 관광객이 관광대상과의 직접적인 접촉을 통하여 지각하는 심리적 과정으로 정의할 수 있다.

이러한 관광체험은 「동기→현지 경험→결과」라는 일련의 과정을 통하여 이루어진다고 할 수 있다. 그러므로 관광체험은 현장에서의 직접 경험 뿐만 아니라 관광행위의 사전, 사후의 활동까지도 포함되며, 체험의 대상은 인간 생활의 모든 환경요소가 포함되어 그 범위를 한정짓기 어렵다[9].

그러나 체험의 의미를 현지경험으로 국한하여 보면 일반적으로 관광객이 관광대상지에서 체험하고자 하는 요인<[표 1]참조>으로 한정할 수 있다. 그러나 연구자의 배경지식과 관심분야에 따라 측정 방법 및 구성요소도 매우 상이할 수 있다.

표 1 관광체험 요인

체험요인	체험내용
일탈감	반복되는 일상으로부터 탈출하여 느낄 수 있는 새로운 체험
지적체험	인간의 기본욕구 중 하나인 지적욕구를 충족시키기 위한 교육적 학습체험
대인교류감	활동하는 동안 주변의 다른 참여자들과의 직·간접적 관계를 통해 이루어지는 사회적 체험
자연친화감	천연자연 환경을 체험함으로써 자연의 일부분으로 동화(同化), 친화하는 체험
모험감	위험을 수반하지만 스릴 있는 신체적 활동 등에 도전하는 체험
신기·이색체험	일반상식에서 벗어나거나 기이한 현상, 혹은 이(異)문화적 요소에 대한 기억에 남을만한 특별한 체험
창의적체험	예술·문화 등에 대한 창조적인 활동 참여, 작품 활동 등의 체험

자료 : 성영신 등 (1996b), '여가경험의 심리적 의미', 한국심리학회지, 제9권, 제2호

김진수(2002)는 문화적 고유성이 관광체험과 만족에 어떠한 영향을 미치는지 한국민속촌을 방문한 관광객을 대상으로 조사한 결과 고유성을 건축물, 종업원, 전시·시범, 전체적인 분위기 등 4개의 요인으로 구성하고 관광체험을 미적체험, 현실도피체험, 교육체험, 엔터테인먼트체험 등 4개의 요인으로 구성하여 고유성 4개의 요인이 관광체험과 만족에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다[10].

손수진, 진병렬(2008)은 청계천을 찾은 관광객들을 대상으로 청계천 주변공간의 관광체험과 문화관광지로서의 만족도 간의 관계를 연구한 결과 관광체험요인을 일탈성, 교육성, 심미성 등 3개의 요인으로 구성하여 구성된 3개의 관광체험 요인 중 일탈성과 심미성 요인이 문화관광지 전체만족도에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다[11].

양봉석(2006)은 문화관광지인 성읍민속마을과 낙안읍성에서 관광을 마친 관광객을 대상으로 관광체험을 교육성, 오락성, 심미성, 일탈성 등 4개의 요인으로 구성하여 관광체험 4개의 요인이 관광만족과 고유성에 유의한 영향을 미친다는 결과를 도출하였다[12].

Prentice, Witt & Hamer(1998)는 문화유산공원(heritage Park)을 방문한 관광객을 대상으로 관광체험과 편익에 대한 연구를 실시하였다. 그들은 관광체험을 8개 변수로 측정하였으며, 편익은 6개 변수로 측정하였

다. 여기서 관광상품의 특징은 편익적 체험이며, 방문자에 따라 체험이 다르다는 것을 편익세분화를 통해 보여 주고 있다[13]. 이상의 선행연구들의 결과 관광체험과 관광만족은 유의한 인과관계가 존재하며 관광체험과 관광만족을 구성하는 요인들은 실증분석의 대상에 따라 상이하게 구성되고 있음을 확인하였다. 다양한 선행연구 중 양봉석(2006)의 연구에서 수행되었던 문화관광지인 성읍민속마을과 낙안읍성의 성격이 본 연구의 대상지인 안동하회마을과 가장 적합하다고 판단하여 본 연구에서는 관광체험의 요인을 양봉석(2006)의 선행연구에서 측정된 교육성, 오락성, 심미성, 일탈감 등 4개의 요인으로 구성하여 측정하였다[12].

2. 변수간의 관계

2.1 문화관광체험과 관광만족간의 관계

관광체험과 관광만족간의 관계를 밝히는 연구는 비교적 활발하게 이루어져 오고 있다. 대부분의 선행연구들은 관광체험과 관광만족 간에 유의한 영향관계가 존재함을 확인하였다.

손일화(2000)는 문화관광체험을 교육성체험과 진정성체험의 2개 요인으로 구성하고 만족은 문화만족과 편의만족의 2개 요인으로 구성하여 영향관계를 검증한 결과 문화관광체험의 교육성체험과 진정성체험 모두 문화만족과 편의만족에 유의한 영향을 미친다고 주장하였다. 또한 교육성체험이 만족과 강한 인과관계를 형성하고 있어 교육성체험을 중시하여 관광객의 만족도를 보다 높일 수 있다고 하였다[8]. 양봉석(2006)은 관광체험을 교육성, 오락성, 심미성, 일탈성 등 4개 요인으로 구성하고 관광만족을 순수관광 만족, 전반적 만족 등 2개 요인으로 구성하여 연구한 결과 관광체험 4개 요인 중 순수관광 만족에는 심미성, 일탈성, 오락성이 영향을 미쳤으며, 관광활동만족에는 오락성, 교육성, 일탈성이 영향을 미친 것으로 나타났다[12].

한숙영, 엄서호(2005)는 Pine II & Gilmore(1998, 1999)[15][16]의 연구결과를 바탕으로 관광체험을 오락, 교육, 가치몰입, 이탈 등 4개 요인으로 구성하고 이들 요인과 축제 참가자의 만족간의 관계를 파악하였다. 그들은 관광체험의 가치몰입, 교육, 오락 등 3개 요인이

축제 참가자의 만족에 영향을 미친다는 사실을 확인하였다[13].

Bigne, Andreu & Gnoth(2005)는 테마파크를 대상으로 관광체험이 만족과 충성도에 미치는 영향을 검증하였는데, 관광체험은 비확인(disconfirmation), 즐거움(pleasure), 각성(arousal) 등 3개 요인으로 구성하였다. 이 3개 요인은 모두 만족과 충성도에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다[17].

2.2 관광만족과 행동의도와와의 관계

기존의 관광학 연구에서는 재방문의도와 긍정적 구전 의도(추천의도)를 소비자 구매의도, 즉 행동의도의 개념으로 논의하여 왔는데, 고동우(1998)는 전반적 관광객만족과 함께 재방문의도와 추천의도가 관광경험 후 후속의 심리적 변수라고 하였다[8]. 그가 제시한 '재방문의도'란 '관광지 하위속성과 관련한 체험들에 근거하여 참여자가 해당 관광지를 다시 방문하고 싶은 욕구를 느끼는 정도'를 의미하며, '추천의도'는 관광지의 여러 속성과 관련한 체험에 근거하여 그 개인이 '타인에게 긍정적으로 구전할 의향의 정도'를 의미한다[18]. 관련된 선행연구를 살펴보면 조태영(2009)은 객관적 고유성, 구성적 고유성, 실존적 고유성 등 3개의 요인으로 구분하여 관광만족과 관광만족은 행동의도 즉, 재방문의도와 추천의도에 어떠한 영향을 미치는지 연구한 결과 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다[19]. 또한 서태양, 부숙진(2007)은 인제빙어축제 방문객을 대상으로 축제서비스 품질을 공감성, 확신성, 신뢰성, 유형성, 반응성 등 5개의 요인으로 구분하여 방문객 만족과 재방문 및 추천의도에 미치는 영향에 대하여 연구한 결과 공감성과 유형성은 만족에 영향을 미치는 것으로 나타났고 만족은 재방문의도와 추천의사에 영향을 미치는 것으로 나타났다[20].

III. 연구방법

1. 연구모형 및 가설설정

본 연구는 문화관광체험의 4개의 요인이 관광만족과 행동의도에 미치는 영향관계를 파악하기 위해 선행연

구를 토대로 [그림 1]의 연구 모형과 가설을 설정하였다.

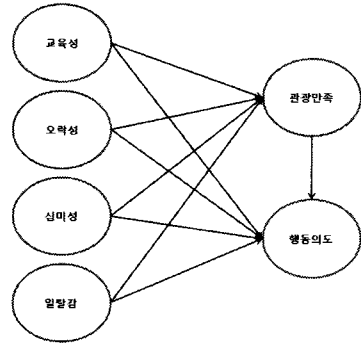


그림 1. 연구모형

- 가설 1 : 문화관광체험 요인은 관광만족 요인에 정(+)의 유의한 영향을 미칠 것이다.
- 가설1-1 : 문화관광체험 요인 중 교육성은 관광만족 요인에 정(+)의 유의한 영향을 미칠 것이다.
- 가설1-2 : 문화관광체험 요인 중 오락성은 관광만족 요인에 정(+)의 유의한 영향을 미칠 것이다.
- 가설1-3 : 문화관광체험 요인 중 심미성은 관광만족 요인에 정(+)의 유의한 영향을 미칠 것이다.
- 가설1-4 : 문화관광체험 요인 중 일탈감은 관광만족 요인에 정(+)의 유의한 영향을 미칠 것이다.
- 가설 2 : 문화관광체험 요인은 행동의도 요인에 정(+)의 유의한 영향을 미칠 것이다.
- 가설2-1 : 문화관광체험 요인 중 교육성은 행동의도 요인에 정(+)의 유의한 영향을 미칠 것이다.
- 가설2-2 : 문화관광체험 요인 중 오락성은 행동의도 요인에 정(+)의 유의한 영향을 미칠 것이다.
- 가설2-3 : 문화관광체험 요인 중 심미성은 행동의도 요인에 정(+)의 유의한 영향을 미칠 것이다.
- 가설2-4 : 문화관광체험 요인 중 일탈감은 행동의도 요인에 정(+)의 유의한 영향을 미칠 것이다.
- 가설 3 : 관광만족 요인은 행동의도 요인에 정(+)의 유의한 영향을 미칠 것이다.

2. 자료수집 및 분석방법

자료수집은 안동 하회마을을 방문하여 관람 한 방문객을 대상으로 출구에서 설문조사에 대한 교육을 실시

한 관광관련 대학생이 신뢰성 있는 응답을 위해 사은품을 제공하면서 설문조사를 실시하였다. 조사기간은 2008년 10월 17일부터 10월 19일까지 총 3일간에 걸쳐 총 240부를 배포하여 모두 회수하였으나, 이중 불성실한 응답 등 분석에 이용할 수 없는 23부를 제외한 217부를 최종분석에 활용하였다. 통계분석은 SPSS 12.0을 이용하여 표본의 인구통계적 특성을 분석하기 위해 빈도분석과 자료의 신뢰성과 타당성을 검증하기 위해 탐색적 요인분석, 그리고 각 요인에 대한 신뢰도 검증을 실시한 후 AMOS 7.0을 사용하여 구조방정식모형으로 가설을 검증하였다.

3. 설문 문항의 설정 및 측정 척도

본 연구의 설문지는 문화관광체험을 측정하기 위하여 선행연구[8][10][12]를 바탕으로 교육성, 오락성, 심미성, 일탈감 등 4개 요인 16개의 문항, 관광만족을 측정하기 위하여 선행연구[12][22]를 바탕으로 3문항, 행동의도를 측정하기 위하여 선행연구[23]를 바탕으로 2문항으로 구성하였다.

측정척도는 5점 리커트 척도를 적용하여 '전혀 그렇지 않다' 1점, '보통' 3점, '매우 그렇다' 5점으로 구성하여 측정하였다.

표 2. 설문 문항의 설정 및 측정 척도

요인	영/변수명	선행연구
교육성	1. 유교문화에 대한 지식을 얻을 수 있다.	고동우(1998), 김진수(2002), 양봉석(2006)
	2. 조선시대 양반의 생활상을 알 수 있다.	
	3. 안동지역 선비문화를 배울 수 있다.	
오락성	4. 충·효 등의 사회적 규범을 배울 수 있다.	
	5. 다양한 전통문화의 볼거리가 있다.	
	6. 이곳은 재미있다.	
심미성	7. 전통놀이를 체험했다.	
	8. 전통생활을 재현한 것에 흥미를 느낀다.	
	9. 한옥과 고택으로 가득한 마을풍경은 독특하다.	
일탈감	10. 마을 풍경이 주변환경과 어울려 아름답다.	
	11. 전통적 민속마을 모습의 모습이 보기 좋다.	
	12. 옛것에 대한 향수를 느끼게 한다.	
관광만족	13. 시간가는 줄 몰랐다.	
	14. 기분전환이 되었다.	
	15. 일상사에서의 스트레스가 해소 되었다.	
행동의도	16. 다양한 체험을 할 수 있는 기회였다.	
	1. 이곳의 전통문화의 매력성에 흠족한다	Lounsbury & Polick(1992), 양봉석(2006)
	2. 이곳의 방문은 현명하다	
	3. 이곳의 방문은 유익하다	
	1. 나는 이곳에 다시 방문할 것이다.	Zeithaml et al.(1996)
	2. 나는 이곳을 주변사람에게 이야기 할 것이다.	

IV. 실증분석

1. 표본의 인구통계적 특성

표본의 인구통계적 특성은 [표 3]에서와 같이 성별에 서는 남성이 114명(52.5%)로 여성 103명(47.5%)보다 많은 것으로 나타났다. 연령에 있어서는 30대가 74명(34.1%)으로 가장 많은 비율을 차지하였으며, 20대, 40대, 50대, 10대, 60대이상 순으로 나타났다. 결혼여부에서 기혼이 123명(56.7%)으로 많은 비율을 차지하였고, 미혼은 90명(41.5%), 기타는 4명(1.8%)순으로 나타났다.

표 3. 표본의 인구통계적 특성

특성	명(%)		특성	명(%)		
	명	%		명	%	
성별	남자	114	52.5	고졸 이하	61	28.1
	여자	103	47.5	전문대재/졸	35	16.1
나이	10대	8	3.7	대재/졸	102	47.0
	20대	66	30.4	대학원재/졸 이상	19	8.8
	30대	74	34.1	주부	27	12.4
	40대	42	19.4	생산직	7	3.2
	50대	20	9.2	판매·서비스직	23	10.6
	60대이상	7	3.2	사무/관리직	52	24.0
결혼여부	기혼	123	56.7	전문기술직	21	9.7
	미혼	90	41.5	전문직	18	8.3
	기타	4	1.8	자영업	24	11.1
	100만원 미만	12	5.5	학생	40	18.4
월소득	101-200만원	52	24.0	기타	5	2.3
	201-300만원	42	19.4	서울	34	15.7
	301-400만원	30	13.8	경기도	24	11.1
	401-500만원	15	6.9	강원도	10	4.6
	501만원이상	15	6.9	충청도	32	14.7
	기타	51	23.5	전라도	5	2.3
				경상도	112	51.6

월소득은 101-200만원이 52명(24.0%)가장 많은 비율을 차지하였으며, 기타, 201-300만원, 301-400만원, 401만원-500만원, 501만원 이상, 100만원 이하순으로 나타났다.

교육수준에서는 대재/졸이 102명(47.0%)으로 가장 많은 비율을 차지하였으며, 고졸, 전문대재/졸, 대학원 재학 이상 순으로 나타났다.

직업으로는 사무/관리직이 52명(24.0%)가장 많은 비율을 차지하였으며, 학생, 주부, 자영업, 판매·서비스직, 전문기술직, 전문직, 생산직, 기타 순으로 나타났다. 마지막으로 거주지의 경우 경상도 112명(51.6%)로 가장 많은 비율을 차지하였으며, 서울, 충청도, 경기도, 강원도, 전라도 순으로 나타났다.

2. 신뢰성 및 타당성 검증

16개 측정지표의 타당성을 검증하기 위한 탐색적 요인분석을 실시한 결과, 고유값 1.0 이상인 요인들이 선정되도록 하였으며, 요인적재량이 0.4 이상이면 유의한 것으로 간주하였다. 요인분석 결과 4개의 공통요인에 의해 설명되는 설명력은 전체분산의 68.790%이다.

표 4. 문화관광체험의 탐색적 요인분석

요인 명/변수명	요인적재 값	
3. 인동지역 선비문화	.823	
교육성	4. 총·효 등의 사회적 규범	.782
	1. 유교문화에 대한 지식	.762
	2. 조선시대 양반의 생활상	.714
	10. 주변환경과의 조화	.807
심미성	11. 전통적 민속마을 모습	.764
	9. 마을풍경의 독특함	.734
	12. 향수	.653
오락성	7. 전통놀이의 체험	.788
	6. 재미	.787
	5. 다양한 볼거리	.716
	8. 전통생활 재현에 대한 흥미	.709
일탈감	15. 스트레스 해소	.815
	14. 기분전환	.781
	16. 다양한 체험	.730
	13. 시간감각 상실	.554
Eigen- value	2.842 2.808 2.775 2.582	
분산(%)	17.763 17.550 17.342 16.135	
Chronbach's α	.828 .814 .834 .835	
총 분산 설명력 : 68.790%,		
KMO 값 : .892, Bartlett 검정치 : 1744.730(p-value : 0.000)		

또한 요인분석을 위한 각 측정변수들 선정을 확인하는 KMO 값은 .892, 요인분석의 모형 적합성을 판별하는 Bartlett의 구형 검정치 결과는 1744.730(p-value : 0.000)로 유의하게 나타났다.

표 5. 관광만족의 탐색적 요인분석

요인 명/변수명	요인적재 값	
전통문화의 매력성에 흡족한다	.899	
관광만족	이곳의 방문은 현명하다	.865
	이곳의 방문은 유익하다	.850
Eigen- value	2.279	
분산(%)	75.958	
Chronbach's α	.840	
총 분산 설명력 : 75.958%,		
KMO 값 : .714, Bartlett 검정치 : 267.765(p-value : 0.000)		

관광만족에 대한 요인분석 결과 총분산 설명력은 75.958%이다. 또한 요인분석을 위한 각 측정변수들 선정을 확인하는 KMO 값은 .714, 요인분석의 모형 적합성을 판별하는 Bartlett의 구형 검정치 결과는 267.765(p-value : 0.000)로 유의하게 나타났다. 한편 Cronbach'α를 이용한 신뢰도 분석 결과 행동의도 α =.840로 나타났다.

표 6. 행동의도의 탐색적 요인분석

요인 명/변수명	요인적재 값	
행동의도	재방문 의도	.948
	구전의도	.948
Eigen- value	1.796	
분산(%)	89.802	
Chronbach's α	.881	
총 분산 설명력 : 89.802%,		
KMO 값 : .500, Bartlett 검정치 : 215.407(p-value : 0.000)		

행동의도에 대한 요인분석 결과 총분산 설명력은 89.802%이다. 또한 요인분석을 위한 각 측정변수들 선정을 확인하는 KMO 값은 .500, 요인분석의 모형 적합성을 판별하는 Bartlett의 구형 검정치 결과는 215.407(p-value : 0.000)로 유의하게 나타났다. 한편 Cronbach'α를 이용한 신뢰도 분석 결과 행동의도 α =.881로 나타났다.

3. 측정척도의 확인적 요인분석

본 연구에서는 연구단위별 내적 일관성을 조사한 다

음 각 잠재요인별 확인적 요인분석을 실시하였다. 단계별로 항목구성의 최적상태를 도출하기 위한 적합도를 평가하기 위해서 χ^2 , df, Q, GFI, AGFI, RMR, NFI, TLI, CFI, RESEA를 확인하였고, 최대우도법을 통해 경로계수, 표준오차, C.R.을 확인하였다. 확인적 요인분석 적합도 결과는 다음의 [표 7]과 같다. 관광만족 요인의 경우 χ^2 값은 0.0(p=1.0)으로서 포화모델로 나타났다.

표 7. 확인적 요인분석

요인	χ^2	df	P	Q	GFI	AGFI	RMR	NFI	TLI	CFI	RMS EA
교육성	.954	2	.621	.477	.998	.989	.007	.997	1.010	1.000	.000
오락성	.884	1	.348	.884	.998	.980	.008	.998	1.002	1.000	.000
심미성	.078	2	.962	.039	1.000	.999	.003	1.000	1.019	1.000	.000
일탈감	3.188	2	.203	1.594	.993	.965	.012	.991	.990	.997	.052
관광만족	.000	0	.000	-	1.000	-	.000	1.000	-	1.000	.642
행동의도	-	-	.000	-	1.000	-	.000	1.000	-	1.000	1.000

4. 상관관계 분석

각 이론 변수를 구성하는 측정항목들의 상관관계를 분석하였으며 결과는 [표 8]과 같다. 연구가설로 설정된 교육성, 오락성, 심미성, 일탈감, 관광만족, 행동의도 간에는 (p<.01)수준에서 유의한 정(+)의 상관관계를 나타내었다. 따라서 본 연구에서 사용한 측정척도는 판별 타당성을 확보하였다고 판단된다.

표 8. 구성개념 간 상관분석

요인	평균	표준편차	구성개념 간 상관관계					
			교육성	오락성	심미성	일탈감	관광만족	행동의도
교육성	3.29	.69	1					
오락성	3.17	.83	.436**	1				
심미성	3.97	.68	.398**	.423**	1			
일탈감	3.50	.69	.405**	.578**	.612**	1		
관광만족	3.53	.71	.376**	.518**	.537**	.650**	1	
행동의도	3.48	.81	.430**	.602**	.504**	.647**	.694**	1

**p<.01

5. 가설검증

확인적 요인분석의 결과를 토대로 측정항목에 대하여 AMOS 5.0을 이용하여 [그림 2]와 같이 구조모형을 분석하였다. 분석결과의 적합도는 $\chi^2=249.159$, df=166, p=.000, Q=1.501, GFI=.903, AGFI=.866, RMR=.038, NFI=.908, TLI=.958, CFI=.967, RMSEA=.048로 나타나 전반적으로 적합도는 타당한 것으로 나타났다.

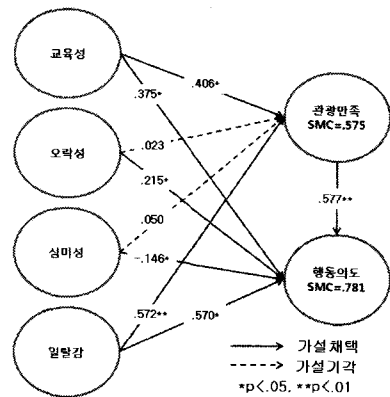


그림 2. 구조모형 검증 결과

[그림 2]의 구조모형 검증 결과에서 SMC(squared multiple correlation)를 검토함으로써 내생변수가 예측 변수(외생변수 혹은 다른 내생변수)들에 의해 설명되는 정도를 알 수 있다. SMC는 회귀분석에서의 결정계수인 R²에 해당되는 것으로 관광만족의 경우 문화관광체험의 4개 요인에 의해 57.5%, 행동의도의 경우 문화관광체험의 4개 요인과 관광만족에 의해 78.1%가 설명된다. SMC 값을 살펴보았을 때 높은 설명력을 가지는 것을 알 수 있으며 구조적으로도 적합한 모형임을 알 수 있었다.

[표 9]는 연구모형의 직·간접효과 및 가설검증의 결과를 요약한 표이다. 먼저 연구모형의 직·간접효과를 요약하면 문화관광체험이 관광만족에 미치는 직접효과는 교육성이 .406, 오락성이 .023, 심미성이 .050, 일탈감이 .572이고 문화관광체험이 행동의도에 미치는 직접효과는 교육성이 .140, 오락성이 .202, 심미성이 -.175, 일탈감이 .240이고 간접효과는 교육성이 .234, 오락성이

.013, 심미성이 .029, 일탈감이 .330이고 총효과는 교육성이 .375, 오락성이 .215, 심미성이 -.146, 일탈감이 .570의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 마지막으로 관광만족은 행동의도에 .577의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 다음으로 가설검증을 요약하면 가설 1은 부분 채택되었고 가설 2와 3은 채택되었음을 알 수 있다.

표 9. 연구모형의 직·간접효과 및 가설검증

경로(가설)	직접효과		간접효과		총 효과		결과
	경로계수	경로계수	경로계수	표준오차	경로계수	표준오차	
문화관광체험	교육성 ⇒ 관광만족 (H1-1)	.406	-	.406*	.178		채택
	오락성 ⇒ 관광만족 (H1-2)	.023	-	.023	.102		기각
	심미성 ⇒ 관광만족 (H1-3)	.050	-	.050	.134		기각
	일탈감 ⇒ 관광만족 (H1-4)	.572	-	.572**	.114		채택
문화관광체험	교육성 ⇒ 행동의도 (H2-1)	.140	.234	.375*	.077		채택
	오락성 ⇒ 행동의도 (H2-2)	.202	.013	.215*	.100		채택
	심미성 ⇒ 행동의도 (H2-3)	-.175	.029	-.146*	.128		채택
	일탈감 ⇒ 행동의도 (H2-4)	.240	.330	.570*	.152		채택
	관광만족 ⇒ 행동의도 (H3)	.577	-	.577**	.164		채택

모형 적합도: $\chi^2=249.159$, $df=166$, $p=.000$, $G=1.501$, $GFI=.903$, $AGFI=.866$, $RMR=.038$, $NFI=.908$, $TLI=.958$, $CFI=.967$, $RMSEA=.048$
 * $p < .05$, ** $p < .01$

V. 결론 및 시사점

본 연구에서는 전래의 문화유산이 잘 보존된 문화관광지인 안동 하회마을을 방문하는 방문객을 대상으로 어떠한 문화관광체험요인이 관광만족에 영향을 주는지와 관광만족의 후속태도인 행동의도 즉, 재방문 의도와 추천의도와의 영향관계를 구조적으로 밝혀 안동하회마을을 운영하는 실무자에게 활용가능한 시사점을 제공하고자 하였다.

연구결과를 요약하면 첫째, 문화관광체험의 4개 요인 중 교육성과 일탈감 요인은 관광만족에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 둘째, 문화관광체험의 4개 요인은 행동의도에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났

다. 셋째, 관광만족은 행동의도에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

연구결과에 대한 시사점을 제시하면 첫째, 문화관광체험요인 중 오락성과 심미성 요인은 관광만족에 유의한 영향을 미치지 않았다. 이러한 결과에서 시사하는 바는 먼저 오락성의 경우 안동 하회마을에 현존하는 유형·무형의 문화유산을 활용한 오락적인 요소를 가미한 시설과 프로그램의 개발이 시급하다는 것을 시사한다. 예컨대 민속공연의 경우 중요 무형문화재인 하회별신굿탈놀이의 경우 공연 횟수를 증가하는 방안이 있으며, 전통놀이의 경우 널뛰기를 할 수 있는 곳이 있었으나 활용할 수 없도록 방치되어 있어 활용가능하게 정비해야 하며 이밖에도 팽이치기, 연만들기, 하회탈만들기, 장승각기 등의 다양한 전통놀이를 즐길 수 있도록 해야 한다. 또한 유교문화를 직접 접하고 체험할 수 있는 예절체험, 혼례체험 등을 실시한다면 다양한 체험과 재미를 느끼며 돌아갈 수 있을 것이다.

다음으로 심미성의 경우 심미적인 측면을 고려한 관광객의 만족을 극대화시키기 위해서 전통민속마을의 보존과 유지보수가 중요하다. 특히 전통민속마을과 어울리지 않는 상점과 음식점의 등장은 자칫 상업적으로 비취질 가능성을 배제할 수 없으며 전통문화의 변질을 가지고 올 수 있는 충분한 요인이 될 수 있다. 따라서 안동 하회마을의 전통보존을 위하여 지역주민의 자제가 필요하다.

둘째, 문화관광체험 요인 4개의 요인은 행동의도에 유의한 영향을 미쳤다. 그러나 주목할 점은 심미성 요인의 경우 행동의도에 부(-)의 영향을 미치는 것으로 나타났는데 이러한 결과는 앞서 언급한 심미성에 대한 시사점 즉, 상업적으로 비취진 결과라 판단된다. 따라서 전통민속마을의 이미지 회복이 필요하다. 예컨대 안동 건진국시, 안동 간고동어, 헛제사밥, 안동식혜, 안동찜닭 등 지역과 연관된 메뉴의 선정 및 개발을 통한 단순한 상업성이 아닌 지역의 전통음식의 우수성을 널리 알리는 수단으로서 활용하여 이미지에 회복에 힘써야 할 것이다.

셋째, 행동의도에 영향을 미치는 중요한 선행변수는 관광만족 요인임을 다시 한 번 확인할 수 있었고, 또한

문화관광체험의 4가지 요인도 행동의도에 중요한 선행 변수임을 알 수 있는 결과이다. 이러한 결과는 재방문과 추천을 유도하기 위해서는 관광객들이 다양한 체험을 할 수 있도록 시설과 공간 및 프로그램의 제공이 필수적임을 시사한다. 즉, 교육성, 오락성, 심미성, 일탈감 등 4개의 요인 뿐만 아니라 지적체함과 대인교류감, 자연친화감, 모험감, 신기·이색체험, 창의적인 체험 등의 다양한 체험할 수 있는 시설과 공간, 그리고 프로그램을 제공해야 한다.

안동 하회마을은 실제 주민이 살고 있는 곳이자 관광지임으로 주민에게 피해가 가지 않는 관광예절이 필수적이며 반대로 주민은 관광객에게 훌륭한 문화유산에 대한 다양한 체험과 정보 습득을 할 수 있도록 충분한 배려가 필요하다. 관광객과 주민이 서로 상호 예절과 배려를 통하여 교류할 때 비로소 서로 윈윈할 수 있으리라 생각된다.

이와 같은 다양한 시사점에도 불구하고 본 연구에서는 공간적인 범위를 안동 하회마을로 한정된 것과 시간적인 범위를 일정 시점으로 한정하여 연구결과를 일반화하는데 한계를 가진다. 또한 문화관광체험의 요인을 교육성, 오락성, 심미성, 일탈감 등 4개의 요인으로 구성하여 측정하였으나 향후의 연구에서는 보다 다양한 차원으로 구성하여 측정할 필요가 있다.

마지막으로 본 연구는 문화관광체험과 관광만족, 행동의도와와의 구조적인 관계를 구조모형을 통해 밝힌 것은 관광체험과 관광만족의 관계에 대한 검증이 주를 이룬 선행연구와 차별성을 가진다.

참 고 문 헌

[1] 이선희, 전주형, "관광체계측면에서의 문화론적 접근에 관한 연구", 여행학연구, 제3권, pp.231-261, 1998.
 [2] 서태양, 손호기, 여가와 관광, 서울: 현학사, 2006.
 [3] 오정근, "관광경험이 심리적 삶의 질에 미치는 영향에 관한 연구", 석사학위논문, 경희대학교 행정대학원, 2001.

[4] R. Prentice, "Experiential cultural tourism: Museums & the marketing of the new romanticism of evoked authenticity," Museum Management and Curatorship, Vol.19, No.1, pp.5-26, 2001.
 [5] C. Rojek, "Indexing, dragging and social construction of tourist sites," in Rojek, C. & Urry, J. (eds.). Touring cultures: Transformations of travel and theory, London and New York: Routledge, pp.1-19, 2000.
 [6] 한숙영, "유산관광 체험영역에 관한 탐색: 실용적, 해도닉 가치의 관점에서", 관광학연구, 제30권, 제3호, pp.11-28, 2006.
 [7] 손일화, "국적별 문화관광체험과 관광지 속성이 만족과 선택에 미치는 영향에 관한 연구", 박사학위논문, 동아대학교 대학원, pp.31-33, 2000.
 [8] 고동우, "선행관광행동연구의 비판적 고찰", 관광학연구, 제22권, 제1호, pp.207-229, 1998.
 [9] 이준엽, 유정림, 조현민, 조태영, "축제 프로그램의 체험성에 관한 연구: 서산해미읍성 사례를 중심으로", 문화관광연구, 제7권, 제2호, pp.97-111, 2005.
 [10] 김진수, "문화적 고유성이 관광체험에 미치는 영향", 박사학위논문, 한양대학교 대학원, 2002.
 [11] 손수진, 진병렬, "청계천 수변공간의 관광체험과 문화관광지로서의 만족도 간의 관계 연구", 호텔관광연구, 제10권, 제4호, pp.95-114, 2008.
 [12] 양봉석, "문화관광지의 관광체험과 고유성, 관광만족의 관계 연구", 박사학위논문, 동아대학교 대학원, 2006.
 [13] R. Prentice, S. Witt, and C. Hamer, "Tourism as experience. The case of heritage parks," Annals of Tourism Research, Vol.25, No.1, pp.1-24, 1998.
 [14] 한숙영, 엄서호, "Pine과 Gilmore의 체험영역 모델에 관한 검증: 한산모시축제 체험활동 참가자 만족을 중심으로", 관광학연구, 제29권, 제2호, pp.131-148, 2005.

[15] B. J. II. Pine and J. H. Gilmore, "Welcome to the experience economy," Harvard review, July-august, pp.97-105, 1998.

[16] B. J. II. Pine and J. H. Gilmore, "The experience economy: Work is theatre & every business a stage," Boston: HBS Press, 1989.

[17] J. E. Bigne, L. Andreu, and J. Gnoth, "The theme park experience: An analysis of pleasure, arousal and satisfaction," Tourism management, Vol.26, No.6, pp.833-844, 2005.

[18] 이선정, "대구약령시축제의 매력속성이 방문자 만족과 재방문 및 추천의도에 미치는 영향", 계명대학교 경영대학원 석사학위논문, 2004.

[19] 조태영, "문화적 고유성이 관광만족과 행동의도에 미치는 영향: 안동하회마을을 중심으로. 관광연구", 제23권, 제4호, pp.59-80, 2009.

[20] 서태양, 부숙진, "축제 서비스품질이 방문객 만족과 재방문 및 추천의도에 미치는 영향", 호텔관광연구, 제25권, 제0호, pp.114-130, 2007.

[21] 김진수, "고유성 인식과 관광체험간의 인과관계", 관광경영학연구, 제6권, 제3호, pp.69-87, 2002.

[22] J. W. Lounsbury and J. R. Polik, "Leisure needs and vacation satisfaction," Leisure Sciences, Vol.14, pp.105-119, 1992.

[23] V. Zeithaml. A. Parasuraman, and L. Berry, "The behavioral consequences of service quality", Journal of Marketing. 60, pp.31-46, 1996(4).

저자 소개

조 태 영(Tae-Young Cho)

정회원



- 2003년 8월 : 동국대학교 불교학과 응용불교학 전공(문학 석사)
- 2008년 8월 : 동국대학교 호텔관광경영학과 이벤트경영학전공(호텔관광경영학 박사)

• 현 동국대학교, 중부대학교 외래교수

<관심분야> : 이벤트, 지역축제, 문화관광

서 태 양(Tai-Yang Seo)

정회원



- 1981년 : 경기대학교 관광경영학과 졸업(경영학사)
- 1983년 : 경희대학교 관광경영학과 졸업(경영학석사)
- 1983년 : 경기대학교 대학원 졸업(경영학박사)

• 1986년 ~ 현재 : 동국대학교 호텔관광경영학과 교수

<관심분야> : 여가 및 관광자원개발, 문화관광상품 개발