

관여도 및 템플스테이 만족도 요인이 행동의도에 미치는 영향

Effects of Involvement and Temple Stay Satisfaction Factors on Behavior Intention

이종주*, 윤지현**

백석문화대학교 관광학부*, 백석대학교 관광학부**

Jong-Joo Lee(jjlee217@yahoo.co.kr)*, Ji-hyun Yun(jhyun0326@hanmail.net)**

요약

템플스테이는 한국의 역사와 문화를 체험할 수 있는 종교관광이며 문화관광으로 급격한 양적 성장을 하여 왔으나, 이제는 질적 성장의 필요성이 절실하며 본 연구는 이러한 목적을 달성하고자 진행되었다. 관광 측면에서의 기존 템플스테이 연구들은 템플스테이 참여자의 만족과 행동의도에 대한 영향 연구이거나 국내·외 참가자들의 차이분석이 주를 이루어 왔다. 이와 달리 본 연구는 참가자들의 종교적 관여 정도 및 만족도와 행동의도인 구전 및 재방문과의 영향관계를 확인하고자 하였다. 이 영향관계의 규명을 위해 3개의 가설을 설정하여 실증분석을 실시하였고, 실증분석 결과 설정된 3개의 가설이 모두 부분적으로 채택이 되었다.

■ 중심어 : | 템플스테이 만족도 요인 | 관여도 | 행동의도 | 재방문 | 구전 |

Abstract

Temple stay has increased fast in the quantitative part recently and it is tourism goods with cultural value as a kind of religion tourism. It is thought that the qualitative development is accompanied with quantitative development at this time. So, in order to increase qualitative improvement, it is needed to confirm mutual relationships among religious involvement, satisfaction factors of performance and behavior intentions of people who takes part in temple stay. Also, this paper confirms whether statistical characteristic of population affects religious involvement or not.

3 assumptions are established for these purposes and all of 3 established assumptions are partly adopted through statistical analyses.

■ keyword : | Temple Stay Satisfaction Factor | Involvement | Behavior Intention | Revisit | Word of Mouth |

I. 서론

삼국시대 불교가 전래되어 온 이래로 불교는 종교를 넘어 다방면에 걸쳐 민족문화 형성에 지대한 영향을 미쳐 왔으며 사찰은 여전히 우리 고유의 역사와 문화의 많은 부분을 원형대로 간직하고 있다. 관습적으로 사찰에서는 순례자나 행사참석, 공부 및 심신의 휴식을 필

요로 하는 사람 혹은 여행객들을 위해 숙식을 제공하는 일을 오랫동안 행해오고 있다. 이러한 관행이 2002년 월드컵을 계기로 외국인을 대상으로 한 문화체험 관광 상품으로 재탄생 하였으며 그 이후 일반인들을 대상으로 더욱 확대되었고, 현재 높은 호응과 관심을 얻으며 성장하고 있다. 따라서 급격히 팽창하는 양적 성장과 더불어 질적 성장을 위한 성찰과 노력이 필요한 시점이

다. 질적 성장을 위해서는 방향설정 및 전략의 수립이 요구되며 이를 지원할 이론적 토대가 필요하다.

2002년 템플스테이가 시작된 이후 관련된 연구는 첫째, 템플스테이가 진행되는 현장인 사찰환경에 관한 연구[1-4]와 둘째, 템플스테이 참가자들의 이용 행태 및 성과에 대한 연구[5-8]들이고 셋째로, 템플스테이 참가자들의 국적에 따른 내·외국인간의 차이분석[8]이다. 첫 번째 연구는 관광측면에서의 접근보다는 사찰의 조성, 시설 및 배치 등에 있어 참여자의 편리성과 템플스테이 진행의 효율성의 측면에 주안을 둔 연구이다. 두 번째 연구는 템플스테이 참가자들의 이용행태, 참가이후에 유발된 감정 및 템플스테이 성과 연구들로 기존의 만족도와 행동의도에 관한 일반적인 연구의 결과들과 거의 일치하는 결과를 보인다. 세 번째는, 내국인 참가자와 외국인 참가자의 행태 및 성과요인에 대한 단순한 차이 분석으로 참가자의 국적에 따른 이해도를 증진시킬 수 있는 부분은 존재하나 참가자에게 어떤 만족도 요인이 체험 이후의 행동에 영향을 미치는 지는 확인할 수 없다.

기존의 템플스테이에 관한 선행연구 분석결과, 종합적인 만족도가 행동의도인 구전 및 재방문에 미치는 영향 유무나 정도에 대한 연구들이 많다. 그러나 개별 만족도 요인들이 행동의도에 미치는 영향에 관한 연구는 템플스테이에 관해서는 행해지지 않았다.

특정 대상에 대한 관련성 혹은 관심의 정도로 설명되는 관여도는 독립변수와 종속변수와의 관계에서 조절효과의 여부를 확인 하는 연구[9-11]와 직접적으로 관여도와 사후행동의도의 관계를 확인[12][13]하는 연구로 구분된다. 선행연구를 근거로 하여 템플스테이에 참여한 참가자들의 개별적인 만족도 요인과 더불어 종교적 관여 정도가 참가자들의 행동의도인 구전 및 재방문에 영향을 미치는 지의 여부를 확인한다. 그리고 다양한 배경을 지닌 참여자들의 인구 통계적 특성에 의한 종교적 관여도의 차이를 확인한다. 이를 통하여 양적 성장의 지표인 템플스테이 방문율과 질적 성장의 지표인 만족도를 높일 수 있는 이론적 근거를 마련하고자 한다.

II. 이론적 배경

1. 템플스테이 개념 및 현황

1.1 템플스테이 개념

체험관광이라는 개념은 현재까지 학술적으로 정립된 바는 없으나 최근 사용되는 체험관광이란 단어는 일련의 관광경험 단계 중 현지경험(on-site experience)단계에서 진일보한 활동적인 유형의 관광을 의미한다. 즉 관광객이 목적지나 경유지 등에서 단순히 구경하는 것만이 아니고 스스로 손과 몸을 움직여 무언가를 체험하는 프로그램이 제공되고 있는 관광을 말한다. 체험관광은 관광체험의 요소인 일탈, 대인교류, 자연 친화, 모험, 신기·이색체험, 창의적 체험 등을 보다 강도 높게 경험하는 것이며, 관람 형 관광에 비해 첫째, 이문화적 요소 혹은 기억에 남을 만한 현상에 대한 강도 높은 체험활동, 둘째, 지역사회나 자연환경과의 직접적인 접촉을 통하여 이해의 폭을 넓힐 수 있는 활동, 셋째, 보다 적극적이고 창조적인 참여활동 등을 통하여 지적 욕구를 충족시키는 특징을 지니고 있다. 따라서 체험관광이란 독특한 체험을 추구하기 위해 특정 관광의 대상에 대한 보다 직접적이고 강도 높은 관광이라고 말할 수 있다 [14][15].

종교관광의 대상이 되는 것은 종교적 의미가 큰 순례성지, 종교적 의미와 함께 역사적, 예술적 가치를 지닌 관광 매력 물, 관광과 관련된 축제로 분류할 수 있다. 종교관광자는 종교적 목적으로 여행을 하는 순수한 종교관광자와 종교적 목적과 관계없이 종교가 가지는 역사적 문화적 매력을 보기 위해 방문하는 종교성을 띄지 않은 일반관광자로 구분할 수 있다[10]. 템플스테이는 종교관광과 문화관광의 복합적 형태의 관광특성을 보이고 있다.

정병웅[14]은 템플스테이는 “문화관광이며 체험관광으로 외부인이 사찰의 일시적인 구성원으로서 일상생활이나 의례에 참여하여 함께 생활하고 체험하며 느끼는 관광”이라고 정의하고 있다. 정윤조[15]는 템플스테이의 정서적 체험속성에 주의하여 템플스테이는 쾌락적 가치를 추구하는 활동지향의 여가관광체험과는 본질적으로 다르다고 전제하고 템플스테이 체험을 “템플

스테이를 통하여 사회적/자연적 환경과의 상호작용으로부터 유발되는 인지적 체험과 정서적 체험”으로 정의하고 있다.

1.2 템플스테이 현황

2002년에 템플스테이 참여인원은 2,558명이었으나 2010년에는 비약적 발전을 이루어 272,954명이다. 이중 외국인 참여자는 전체 참여자중 평균적으로 약 12%정도[14]이다.

대한불교조계종 한국불교문화사업단이 운영하는 템플스테이 홈페이지에 의하면 전국적으로 117개 사찰에서 템플스테이가 상시 및 부정기적으로 행해지고 있다. 지역적으로 템플스테이가 실시되고 있는 사찰의 수는 서울 9개 사찰, 경기 18개 사찰, 강원 12개 사찰, 경상 33개 사찰, 충청도 13개 사찰, 전라도 29개 사찰, 그리고 제주도 3개의 사찰이다. 2011년 11월 전국적으로 약 34개의 사찰에서 템플스테이 예약이 진행되고 있다. 템플스테이의 유형으로는 휴식형(16개), 불교문화체험형(8개), 생태체험형(2개), 전통문화체험형(3개), 수행형(1개), 템플라이프(2개), 그리고 특별프로그램 등(2개)이다. 각 템플스테이의 유형에 맞춰 다소 다른 프로그램이 진행된다.

표 1. 템플스테이 현황

유형	사찰 명	명 칭	유형별 특징
휴식형	인천 전등사	休~ 템플스테이	휴식형인 경우는 참여자가 스님과의 차담 시간을 원할 경우를 제외하고는 식사 및 아침, 저녁 예불 참여외의 어떤 일정도 없는 자유로운 시간으로 구성되어있는 것이 일반적이다.
	강원 삼화사	쉼과 느낌	
	경기 백련사	세속의 번뇌로부터의 자유	
	경기 상원사	숲이 나에게 내가 숲에게	
	경북 심원사	욕심 덜기..	
	경북 직지사	고요한 산사생활	
	경북 청량사	청량한 바람소리	
	경남 옥천사	나를 쉬게 하는 시간	
	전북 금산사	날마다 템플스테이	
	전북 송림사	방하차	
	전남	자신을	

불교 문화 체험형	대원사	돌아보는 산사체험	사찰습의, 발우공양 및 예불 등의 과정을 거치며 이외 각 사찰의 특성에 따라 범종체험, 연등만들기, 염주만들기, 단청그리기 프로그램으로 구성된다.
	전남 대흥사	휴식형 템플스테이	
	전남 선암사	산사의 하루	
	전남 화엄사	휴식형 템플스테이	
	충남 마곡사	휴식형 템플스테이	
	강원 낙산사	파랑새를 찾아서	
생태 체험형	경기 백련사	산사에서 하룻밤, 참 "나" 를 찾아서	사찰습의, 발우공양 및 예불 참석, 산책 등의 기본 일정에 더하여 사찰 특성에 맞는 프로그램으로 구성 된다.
	경기 용주사	소중한 참 나알기...	
	경북 굴곡사	선무도 체험 템플스테이	
	경북 심원사	"욕심덜기"	
	경남 관음정사	자연과쉬면서...	
	경남 옥천사	나를 일깨우는 시간	
	충남 마곡사	산사의 여유	
	강원 삼화사	산행 템플스테이	
충남 부석사	편안한 휴식		
전통 문화 체험형	강원 삼화사	도란도란 행복더하기	탑돌이, 달빛기행, 해맞이 등과 도자기 체험등이 특이 사항이며 다른 부분은 기타 템플스테이 일정과 동일하게 구성된다.
	경북 청량사	바람이 소리를 만날 때	
	경남 관음정사	산사에서..	
수행형	서울 길상사	맑고 향기롭게	다른 템플스테이 일정과 유사하나 참선과 더불어 불교 교리 시간이 추가되어 있다.
템플 라이프	서울 봉은사	외국인을 위한 목요템플스테이	봉은사의 템플스테이는 외국인들을 위한 당일 프로그램으로 한국문화 및 불교에 대한 이해를 높이고자 하는 목적이다. 영평사의 프로그램은 더 체험적(백련초 비누 및 꽃차 만들기, 죽염 만들기)프로그램이 강화되어 있다.
	충남 영평사	맛과 멋이 있는 영평사 템플스테이	
특별 프로그램	강원 백담사	겨울방학 특별 장기프로그램	템플스테이가 상시 및 정기적으로 운영되고 있는 가운데 명상 및 마음에 집중된 프로그램으로 구성되어 있다.
	경북 굴곡사	난치병 예방과 치유를 위한...	다양한 내외국인 및 청소년을 위한 프로그램이 운영되며 선무도를 바탕으로 한 프로그램이 특색 있게 구성된다.

출처 : www.templestay.com[17]

2. 관여도

관여도란 사회심리학에서 개발된 이론으로서 “특정 대상과 개인의 관련성의 정도를 파악하기 위해 이용되는 가상적인 개념”으로 최근에는 소비자의 만족, 구전 및 충성도등에 관한 연구로 그 적용 범위가 확대되었다 [11].

관여도에 관한 이론은 3가지로 분류되는데 첫째, 어떤 목적지에 대해 지속적으로 갖는 관여를 지속적 관여라 하고 일시적으로 어떤 대상에 대하여 발생하는 관여를 상황적 관여라고 한다[6]. 즉, 지속적인 관여도는 상황적인 감정이나 상태보다는 어떤 행위에 가지는 개인의 다소 장기적인 애착이나 지속적인 성질을 가진다는 점을 강조하였다[17-20]. 둘째, Laurent와 Kepferer[21]는 어떤 대상에 대한 관여도가 높아지는 이유는 다양한 측면이 있을 수 있다고 지적하며 대상에 대한 선택은 실용적 동기 뿐 아니라 상징적 가치 혹은 가치-표현적 동기에 의해서도 이루어진다고 보고 관여도를 인지적 관여도와 감정적 관여도로 구분하였다[12]. 셋째, 관여도를 고관여와 저관여의 두 가지 범주로 나누는 경우이다. Antil[22]는 고관여를 “특정 대상이나 사물이 개인에게 있어 매우 중요한 것”이라 정의하였고, 이선훈[23]는 저관여를 “개인이 자신과 관련된 가치를 인식하지 않아 제품에 대한 몰입이 거의 존재하지 않는 제품”이라 정의하였다. 고관여 상황의 고객은 적극적으로 상품에 대한 정보를 탐색하고 상품 광고에도 상당한 주의를 기울인다. 반면에 저관여 상황의 고객은 상품정보에 대한 수동적 탐색을 한다. Oliver[24]에 의하면 고관여의 고객은 저관여의 고객보다 높은 기대수준을 가지는 것으로 밝히고 있으며 이에 따라 높은 만족수준을 형성하게 된다고 하였다.

방문자의 사찰방문 만족도는 해당 종교와 관련이 있는 경우와 그렇지 않은 경우 상당한 차이를 보인다. 이는 종교가 가지는 주관적이고 심리적인 측면이 강한 특성 때문이며 종교의 유무와 종교성의 정도가 가치판단에 많은 영향을 미치기 때문이다[25][26]. 따라서 종교적인 관심의 정도와 종교성의 정도, 즉, 종교적 관여도는 재방문 및 만족에 영향을 미칠 것이라 판단할 수 있다[10][25].

손대현과 도경록[25]은 불교사찰 방문자의 만족증대 방안에서 사찰에 관한 저관여 방문자와 고관여 방문자를 비교하여 기대, 지각된 성과, 불일치가 만족에 미치는 직간접적인 영향의 차이가 존재하는 지를 확인하였다. 서원재[13]는 관여도 특성 중 일부 특성이 콘텐츠 만족도 특성과 서로 관계가 있음과 관여도 특성 중 일부 특성이 재방문의사에 직접 및 간접효과가 있음을 확인하였다. 송현주[28]는 레스토랑을 유무형성 스펙트럼으로 구분한 후 관여도와 재방문의사 사이의 관계를 확인하였는데 구분된 4 그룹 중 3 그룹에서 관여도와 재방문사이의 관계를 확인하였다. 관여도는 구매행동에 강력한 영향을 미치며 소비자가 특정 대상에 대한 관여도가 높으면 활발한 정보 탐색활동을 한다. 소비자의 관여의 정도가 높을수록 구전정보의 수용정도가 높은 것으로 나타났다[29]. 도선재[30]는 온라인 구전에 있어 소비자의 관여에 따라 구전효과의 차이가 있음을 확인하였다.

3. 만족도 및 행동의도(재방문과 구전)

고객만족은 관광객이 관광 서비스를 평가하는 중요한 판단기준 중에 하나로 만족은 감정에 대한 평가로 설명되고 있다. 만족도는 고객이 제품과 서비스에 대한 소유와 이용이 긍정적인 감정을 유발시킨다고 믿고 있는 정도를 반영해 준다는 사실을 다양한 선행연구에서 보여준다. 관광객 만족을 관광소비경험에서 발생한 결과로 정의하면 ‘관광객 자신이 관광경험 총체에 대한 사후 이미지를 평가하는 것으로 관광경험의 총체에 대한 일종의 태도’[31]이다.

Eggert와 Ulaga[32]은 관광객 만족이 관광 마케팅과 직접 연계될 수 있으며 만족한 관광객은 관광지에 재방문하고 싶어 하기 때문에 잠재관광객을 더 많이 발생시킨다고 하였다.

관광객 만족의 측정방법은 직접 측정법(직접조사)과 간접 측정법(간접조사)으로 나눌 수 있다[33]. 직접 측정법은 하나 또는 그 이상의 문항으로 직접 관광경험에 대한 느낌이나 만족, 선호도등을 질문함으로써 관광자 만족을 측정하는 방법이다. 이 방법의 장점은 간편성으로 목적이 명확하고 관광자가 쉽게 응답할 수 있는 방

법으로 관광객 만족과 측정치 사이의 관계도 비교적 명확하다. 단점은 응답자가 쉽게 질문자나 설문지에 의해 영향을 받을 수 있다. 간접측정법은 관광객으로 하여금 관광 상품의 여러 측면 또는 속성에 대해 평가하도록 하고 이들 값들을 다양한 방식으로 계산해서 얻은 단일 점수를 관광객 만족의 지표로 삼는 방법이다. 즉, 직접 측정법을 통한 관광객 만족은 전반적 만족을 측정하는 것으로 볼 수 있으며 간접 측정법은 하위 차원들에 대한 평가를 합산하는 부문별 만족의 복합점수로 볼 수 있다. 전반적 만족도는 관광 상품에 대한 과거, 현재, 그리고 미래성과에 대한 총체적인 지표를 제공하는 것에 반해 간접 측정법을 통한 복합점수는 상품의 여러 속성에 대한 진단적 지표를 얻어 낼 수 있다[34].

만족을 측정하기 위해 Oliver[24]는 느낌, 즐거움, 놀라움, 기쁨, 만족 등의 척도를 사용했으며, Bake와 Crompton[35]은 관광객의 심리적 상태(요구, 동기, 성향)와 관광객의 외부적인 변수(날씨, 사회적 상호작용)로 구성하여 측정하였다. 김남훈[33]은 7개의 항목(놀거리와 즐길 거리, 숙박시설, 접근 용이함과 주차시설, 음식, 판매시설, 관광업 종사원, 공공요원)으로 만족도를 측정하였고, 김영근[34]는 행사운영, 교통의 편이성, 청결, 안내 및 정보 등의 4개의 영역으로 구분한다. 심원섭과 김자영[6]은 템플스테이 체험만족도를 시설여건, 운영여건, 프로그램, 불교문화에 대한 체험 만족도로 구분하였다. 정병웅[15]은 템플스테이 만족도를 각각 의식주(수련복의 활동성, 디자인, 세탁편리성, 식단의 다양성, 음식의 맛, 식당이용편리, 청결/위생, 숙소의 안락함, 청결, 샤워시설, 화장실 청결/위생), 청규만족도(기상시간, 남녀분리생활공간), 프로그램 만족도(예불, 참선, 다도, 발우공양, 불경공부)로 구분하였다.

행동 의도는 소비자들이 특정 대상에 대한 태도를 형성한 이후 행동으로 나타내려는 의지와 신념으로 정의된다. 다수의 연구들이 행동 의도의 구성차원으로 재방문 의도와 추천 의도 혹은 구전을 사용한다[34-36].

장희정[37]은 재방문 의도는 관광지를 구성하고 있는 관광지 만족도 하위속성요인에 대한 경험을 바탕으로 그 관광지를 다시 방문할 욕구를 가지는 것으로 직접방문의도와 간접방문의도로 구분하였다.

소비자 만족과 재방문과의 관계에 대한 일반적인 결과는 관광지에 대한 관광객의 평가에 의해 많이 영향을 받게 되며 평가가 좋으면 재방문 의도가 증가할 것이며 평가가 나쁘면 재방문 의도가 감소할 것이다[38-40]. 제품에 대한 기대와 나타난 결과의 불일치에 대한 소비자의 평가적 반응으로 '만족'수준을 평가할 때 재방문의 동인인 구매평가는 이미 소비자의 만족 또는 불만족의 심리적 태도를 반영하고 있으므로 소비자의 만족정도 는 재방문의 중요한 예측변인의 효과를 지닌다[31].

구전은 긍정적이거나 혹은 부정적인 느낌과 이미지를 다른 사람에게 전하고자 하는 의도라고 할 수 있다. 소비자행동 연구에서 구전이란 사람 대 사람의 커뮤니케이션으로서 상품 및 서비스에 대한 정보가 대화를 통해 유포되는 것을 뜻하는 것으로 신뢰성이 높고 네트워크의 구성원들 사이의 연결이 긴밀하면 구전의 효과는 더욱 효과적이다. 고객들은 일반적으로 사회적으로 통합되기를 희망하고 인지된 위험을 감소시키고자 하기 때문에 구전에 의한 영향을 기꺼이 받아들인다[30]. 일반적으로 추천 의도는 긍정적 구전과 동일한 의미로 사용되기도 한다.

Oliver[24] 및 Eggert와 Ulaga[32]의 만족이 재구매 의도 및 추천에 영향을 미친다는 선행연구의 결과[41]와 동일하게 서현[11]은 지각된 가치가 만족에 영향을 미치고 만족은 다시 고객의 재구매 의도와 추천(구전)에 영향을 미친다는 구조적 관계를 제시하였다. 차동욱[38]은 영화제 만족도 요인이 재방문의사 및 구전홍보에 영향을 미침을 확인하였다. 전병길과 정윤조[39]의 연구에서도 템플스테이 체험과정에서 사찰체험환경에서 유발된 참가자들의 감정이 만족과 사후행동의도(구전, 재방문)에 영향을 미침을 확인하였다. 최병길[31]의 슬로우 투어리즘의 만족과 재방문의도 결정요인에 관한 연구에서 만족도는 재방문의도 및 타인 추천의도에 모두 중요한 영향을 미침을 재확인하였다. 이처럼, 소비자 만족의 결과적인 측면에서 재이용의도 및 구전효과 등의 사후행동 의도에 미치는 소비자 만족의 영향을 밝힌 연구들에서 만족→행동의도의 관계가 실증적으로 검증되었다[42].

III. 연구 설계

1. 연구 모형 및 가설 설정



그림 1. 연구 모형

Fesenmaier와 Johnson[43]은 텍사스 여행시장의 세분화 기준으로서 여행계획과정에 영향을 미치는 관여개념을 이용해서 인구·통계적 변수에 따른 관여수준의 차이를 확인하였다. 도경록[10]은 자신의 논문에서 방문자 특성을 인구사회학적인 특성(연령, 성별, 결혼여부, 교육수준, 불교신자 여부)과 방문에 관련된 특성(방문체험, 방문형태, 방문목적, 정보원천)으로 구분하여 관여도에 대한 차이를 검증하였다.

선행연구를 바탕으로 다음의 가설 1을 설정하였다.

가설 1	종교, 성별, 연령, 결혼유무, 직업 등의 인구 통계적 특성과 체험동기 및 체험경험에 의해 종교적 관여도는 유의한 차이가 있을 것이다.
---------	---

도선재[30]는 관여도와 온라인 구전효과와의 영향관계를 확인하였다. 서원재[13]는 관여도 특성->콘텐츠 만족도->웹사이트 충성도->재방문 의사의 인과관계를 검증하였고 검증결과 각각의 변인간의 인과관계를 확인하였다.

안운석과 엄준영[42]은 재방문의사를 재방문의도와 긍정적인 구전으로 설정하였다. 윤세목과 노영호[44]는 재방문의사, 권유 의사 그리고 추천의사로 설정하였다. 본 논문에서는 선행연구를 바탕으로 하여 행동의도의 척도로서 구전과 재방문 의도를 보았다.

선행연구를 바탕으로 다음의 가설 2,3을 설정하였다.

가설 2	종교적 관여도에 의해 행동의도(재방문과 구전)는 영향을 받을 것이다.
가설 2-1 가설 2-2	종교적 관여도에 의해 재방문은 영향을 받을 것이다. 종교적 관여도에 의해 구전은 영향을 받을 것이다.
가설 3	템플스테이 만족도 요인에 의해 행동의도(재방문과 구전)는 영향을 받을 것이다.
가설 3-1 가설 3-2	템플스테이 만족도 요인에 의해 재방문은 영향을 받을 것이다. 템플스테이 만족도 요인에 의해 구전은 영향을 받을 것이다.

2. 변수의 조작적 정의

템플스테이는 사찰에서 불교의식, 생활 및 교리를 사찰의 한시적 구성원이 되어 경험하는 종교문화체험관광이라 정의한다.

관여도는 특정대상에 대해 각 개인이 비교적 지속적으로 가지는 관심의 정도라 정의할 수 있으며, 종교적 관여도는 종교에 대해 각 개인이 지속적으로 가지는 종교성 및 종교적 관심의 정도라 정의한다. 설문을 위해 종교적 관여도 변수(7문항)는 도경록[10]과 김상무[45]의 변수를 이용하여 5점 척도로 작성하였다.

템플스테이 만족도는 참가자가 템플스테이 경험에서 얻은 사후 이미지를 평가한 것으로 경험에 대한 일종의 태도로 정의한다. 설문을 위해 템플스테이 만족도 요인 변수(25문항)는 정병웅[15], 심원섭과 김자영[6]의 변수를 이용하여 5점 척도로 작성하였다.

행동의도는 소비자들이 어떤 대상에 대한 태도를 결정한 후 태도를 행동으로 나타내려는 개인의 의지라 정의하며, 행동의도의 구성요인은 구전 및 재방문 의도로 본다. 구전은 대인적인 커뮤니케이션으로 템플스테이에 대한 긍정적 혹은 부정적 정보가 대화를 통해 전달되는 것이라 정의한다. 재방문 의도는 템플스테이에 대한 재참여나 사찰에 대해 재방문 의사라고 정의한다. 설문을 위해 행동의도의 구성요소인 구전(2문항)과 재방문 의도(2문항)는 안운석과 엄준영[42]의 변수를 이용하여 5점 척도로 작성하였다.

표 2. 설문지 구성과 측정척도

변 수	변수출처	문항수	척 도
인구통계적 특성	정병웅 도경록	16	명목척도
종교적 관여도	도경록 김상무	7	5점Likert척도
템플스테이 만족도 요인	정병웅 심원섭과 김자영	25	5점Likert척도
행동 의도 (구전과 재방문 의도)	안운석과 엄준영	4	5점Likert척도

3. 연구방법

한국불교사업단의 도움으로 3곳의 사찰에서 설문을 실시하였다. 전라북도 김제에 위치한 K사, 충청남도 공주시에 위치한 G사, 경기도 고양시에 위치한 H사이다. 설문과 관련된 사찰 템플스테이 기간은 모두 2박 3일의 일정이었으며 기간은 K사가 8월 4일-8월 6일, H사가 8월 5일-8월 7일, G사가 8월 19일-8월 21일이었다. 설문을 8월에 실시한 이유는 여름휴가기간 동안에 실시하는 템플스테이의 경우 타기간보다 참여인원의 수가 많아 설문반기에 용이할 것이라 판단에서이다. 사찰 템플스테이에 참석한 인원은 사전조사를 통해 각 70명으로 보고 약 210부의 설문을 배포하였으며 프로그램 진행 마지막 날에 설문이 실시되었다. 배포된 설문지중 190부가 회수되었으나 이중 181부만이 분석을 위해 사용되었다.

실증분석을 위해 사용된 통계프로그램은 SPSS 11.0이며 가설검증을 위해서는 차이분석 및 회귀분석을 사용하였다.

IV. 실증 분석

1. 인구·사회적 특성 통계분석

총 181명 중에 남성은 94명이고, 여성은 87명이었다. 종교는 무교가 85명, 불교가 65명, 천주교 20명 그리고 기독교 11명 순이다. 참여연령은 30대가 71명, 40대가 49명, 20대가 32명, 50대가 22명 10대가 4명 그리고 60대가 3명이다. 학력은 대졸이 106명으로 가장 많고 대학원재학 이상이 35명, 고졸이 31명, 중졸이 7명, 국졸

이하가 2명이다. 기혼이 93명이며 미혼이 87명 참여하였으며, 월 소득은 201-300만원이 50명으로 가장 많으며, 다음이 101-200만원으로 38명, 100만원이하 27명, 301-400만원이 23명, 401-500만원은 22명이며 501만원 이상인 사람이 21명이다. 전문직은 47명, 사무직은 55명, 기술직 21명, 전업주부 16명, 학생이 14명, 자영업이 13명이며 무직자는 4명이다. 템플스테이에 관한 정보획득 매체는 인터넷이 85명으로 압도적으로 많았으며, 다음이 신문/잡지로 40명, 주변사람으로부터 25명, TV프로그램이 21명, 종교시설이 5명, 여행사 광고가 1명 그리고 기타 매체에 의한 정보습득이 4명이다. 동반자에 관한 질문에서 혼자 참여한 사람이 118명이고 친구와 27명, 배우자와 15명, 자녀 6명, 연인이 2명, 직장동료 1명 그리고 기타로 응답한 사람이 12명이다. 선호여행유형은 체재형이 120명, 당일형이 61명이었다. 이전에 템플스테이 체험경험이 있는 참여자는 29명 이었고, 없다는 응답자는 152명이었다. 체험경험이 있는 참여자의 체험횟수는 1회가 14명, 2회가 12명, 3회가 2명이고 4회 이상이 1명이었다. 체험 동기는 새로운 경험을 위해서가 66명, 불교문화체험 48명, 일상탈출 45명, 호기심 7명, 스트레스 해소 4명 그리고 기타 동기에 의한 참여자가 11명이다. 참여자중 재참여의사를 밝힌 사람은 171명이고 재참여하지 않겠다는 응답자는 10명이다. 템플스테이를 타인에게 추천하겠다고는 응답자는 175명이고 추천하지 않겠다는 6명이다. 종교적 관여도는 관여도에 해당되는 7개 변수의 평균인 2.15보다 높은 집단은 고관여 집단으로 2.15보다 낮은 집단은 저관여 집단으로 구분하였고, 그 결과 참여자중 종교적 관여도가 평균보다 높은 사람은 103명이며 평균이하인 사람은 78명이다.

표 3. 인구·사회적 특성 통계분석

변수명	빈 도			변수명	빈 도		
			%				%
종교	불교	65	35.9	선호 여행 유형	체재형	120	66.3
	기독교	11	6.1			당일형	61
	천주교	20	11.0				
	무교	85	47.0				
성별	남	94	51.9	체험 경험	있다	29	16.0
	여	87	48.1		없다	152	84.0
연령	10대	4	2.2	경험 횟수	0	152	84.0
	20대	32	17.7		1	14	7.8

	30대 40대 50대 60대	71 49 22 3	39.2 27.1 12.2 1.7		2 3 4	12 2 1	6.6 1.1 6
학력	국졸이하 중졸 고졸 대학원 재학 이상	2 7 31 106 35	1.1 3.9 17.1 58.6 19.3	체험 동기	일상탈출 새로운 경험 스트레스 해소 불교문화 체험 호기심 기타	45 66 4 48 7 11	24.9 36.5 2.2 26.5 3.9 6.1
결혼 여부	기혼 미혼	93 87	51.9 48.1	재참여	재참여함 재참여 안함	171 10	94.5 5.5
월 소득	100만원 이하 101-200 만원 201-300 만원 301-400 만원 401-500 만원 501만원 이상	27 38 50 23 22 21	15.0 21.0 27.6 12.7 12.2 11.6	추천	추천함 추천안함	175 6	96.7 3.3
직업	전문직 사무직 기술직 서비스직 자영업 전업주부 학생 무직자	47 55 21 11 13 16 14 4	26.0 30.4 11.6 6.1 7.2 8.8 7.7 2.2	동반자	친구 배우자 직장동료 자녀 혼자 연인 기타	27 15 1 6 118 2 12	14.9 8.3 .6 3.3 65.2 1.1 6.6
정보 매체	주변사람 신문/잡지 TV 프로그램 종교시설 여행사 광고 인터넷 기타	25 40 21 5 1 85 4	13.8 22.1 11.6 2.8 .6 47.0 2.2	관여도	고관여 저관여	103 78	56.9 43.1

2. 가설검증

2.1 신뢰도 분석 및 요인 분석

종교적 관여도에 대한 신뢰도 분석의 결과 alpha 값이 .6949이므로 내적 일관성이 있다고 판단된다. 또한 행동의도(재방문 의도 및 구전)의 alpha 값이 각각 .6이상이므로 내적 일관성이 있다고 판단된다.

표 4. 종교적 관여도 및 행동의도 신뢰성 분석

구 분	문항수	Cronbaha's alpha
종교적 관여도	7	.6949
재방문 의도	2	.6418
구전	2	.6428

25개의 템플스테이 만족도 요인에 관한 요인분석 결과 4개의 요인이 추출되었으며 추출된 요인의 신뢰성 분석을 하였다. 그 추출된 alpha 값이 모두 .6이상이므로 내적일관성이 있다고 판단되었으나 요인별로 요인 적재치가 .6이하인 요인들을 제거하고 다시 요인분석을 실시하였다. 요인 1은 환경 만족도 요인, 요인 2는 편리성 만족도 요인, 요인 3은 체험 만족도 요인 그리고 요인 4는 시설 만족도 요인이라 명명하였다.

표 5. 템플스테이 만족도 요인 분석

구 분	요인1	요인2	요인3	요인4	alpha 값
	환경 요인	편리성 요인	체험 요인	시설 요인	
친절성	.606	.267	.226	.191	.886
아름다운 주변환경	.772	-.088	-.002	.171	
가격 적절성	.718	.202	.161	.195	
주변관광지 연계	.779	.050	.110	.078	
편안한 체험	.779	.115	.230	.052	.887
독특한 건축물과 조형미	.758	.087	.250	.071	
수련복 활동성/디자인	.168	.637	.399	.145	
식단의 다양성	.118	.816	.070	.267	
음식 맛	.106	.814	.107	.253	.847
식당이용 편리성	.197	.702	.135	.425	
음식청결 /위생	.131	.735	.136	.353	
가상시간	.177	.135	.715	.190	
불교생활 체험	.243	.143	.774	.327	.864
불교의식 체험	.132	.026	.865	.120	
불교교리 습득	.295	.165	.747	.108	
숙소안락	.188	.271	.097	.754	
숙소청결	.213	.318	.165	.788	.864
샤워시설	.185	.332	.061	.727	
화장실청결/ 위생	.016	.264	.242	.735	
고유치	3.423	1.670	1.365	4.684	
변량비율	26.681	15.636	11.379	10.847	.864
누적비율	26.681	42.217	53.596	64.443	

2.2 가설 1

T-test와 ANOVA 분석을 통해 인구통계적 특성에 따른 관여도의 차이를 분석하였다. 성별, 결혼 및 체험 여부는 T-test를 실시하였고 나머지 특성들에 대해서는 ANOVA 분석을 실시하였다. 유의수준 .05에서 템플스테이 체험경험(.000), 종교(.000), 연령(.033), 직업(.036) 그리고 체험동기(.000)에 따라 종교적 관여도의 차이를 보인다. 체험경험에 따른 종교적 관여도의 차이는 평균에 의하면 템플스테이 체험경험 있음(1.610), 체험경험 없음(1.491)의 순이다. 평균에 의하면 종교에 따른 종교적 관여도의 차이는 무교(3.635), 기독교(2.455), 천주교(1.350) 그리고 불교(1.186)순이다. 평균에 의하면 연령에 따른 종교적 관여도의 차이는 10대(3.500), 20대(2.598), 30대(2.436), 40대(2.000), 50대(1.227)순이다. 평균에 의하면 직업에 따른 종교적 관여도의 차이는 학생(3.714), 기술직(2.619), 자영업(2.230), 서비스직(1.636), 무직(1.500), 전문직(1.383), 사무직(1.381), 그리고 주부(1.250)순이다. 평균에 의하면 체험동기에 따른 종교적 관여도의 차이는 호기심(3.142), 스트레스해소(2.750), 새로운 경험(2.575), 일상탈출(2.333), 기타(1.818) 그리고 불교문화체험(1.250)순이다.

표 6. 인구통계적 특성에 따른 관여도 차이분석

독립변수		N	평균	표준편차	F값	Sig
성별	남	94	2.5623	84	T값 -1.127	.297
	여	87	2.1958	89		
결혼 여부	기혼	94	1.3912	78	T값 2.423	.065
	미혼	87	1.5409	82		
체험 경험	있다	29	1.6109	85	T값 1.329	.000
	없다	152	1.4911	87		
종교	불교	65	1.1846	87	12.249	.001
	기독교	11	2.4545	89		
	천주교	20	1.3500	83		
	무교	85	3.6353	85		
연령	10대	4	3.5000	89	2.493	.033
	20대	32	2.5938	86		
	30대	71	2.4366	86		
	40대	49	1.3673	83		
	50대	22	1.2273	84		
60대 이상	3	2.0000	87			
직업	전문직	47	1.3830	78	2.205	.036
	사무직	55	1.3818	85		
	기술직	21	2.6190	92		
	서비스직	11	1.6364	88		
	자영업	13	2.2308	82		

체험 동기	전업주부	16	1.2500	89	5.494	.000
	학생	14	3.7143	85		
	무직자	4	1.5000	83		
	일상탈출	45	2.3333	84		
	새로운 경험	66	2.5758	79		
	스트레스 해소	4	2.7500	93		
불교문화 체험	호기심	48	1.2500	83		
	기타	7	3.1429	86		
		11	1.8182	85		

2.3 가설 2

관여도에 의해 재방문 의도 및 구전이 영향을 받는지의 여부를 확인하기 위해 단순회귀분석을 실시하였고 유의수준 .05수준에서 관여도는 .002로 재방문 의도에 영향을 미침을 알 수 있으나, 관여도는 .504로 구전에 영향을 미치지 못함을 알 수 있다.

표 7. 관여도와 재방문 의도의 관계

구 분	비표준화계수		표준화 계수	t 값	유의 확률
	B	표준오차	Beta		
상수	.891	.058		15.332	.000
종교적 관여도	.118	.038	.225	3.087	.002

종속변수 : 재방문 의도
R Square: .225 수정된 R Square: .231 F 값:9.529
p-값: .002^a

표 8. 관여도와 구전의 관계

구 분	비표준화계수		표준화 계수	t 값	유의 확률
	B	표준 오차	Beta		
상수	1.007	.050		20.088	.000
종교적 관여도	.022	.033	.050	.669	.504

종속변수 : 구전
R Square: .501 수정된 R Square: .478 F 값:4.448
p-값: .504^a

2.4 가설 3

유의수준 .05에서 환경 만족도 요인과 체험 만족도 요인은 각각 .039와 .020으로 재방문 의도에 유의미한 영향을 주며, 이 중에서 체험 만족도 요인이 만족에 더 큰 영향을 미침을 t 값을 통해 알 수 있다.

표 9. 템플스테이 만족도 요인과 재방문 의도의 관계

구 분	비표준화계수		표준화계수	t 값	유의 확률
	B	표준 오차	Beta		
상수	1.061	.019		55.788	.000
환경 만족도요인	.040	.019	.151	2.079	.039
편리성 만족도요인	.031	.019	.117	1.603	.111
체험 만족도요인	.045	.019	.172	2.355	.020
시설 만족도요인	.001	.019	.003	.041	.967
종속변수 : 재방문 의도 R Square : .456 수정된 R Square : .450 F 값 : 3.110 p-값 : .017 ^a					

유의수준 .05에서 환경 만족도 요인과 편리성 만족도 요인이 각각 .040과 .017로 유의미한 영향을 구전에 주며, 구전에 영향을 미치는 정도가 편리성 요인이 더 큼을 t 값에 의해 확인할 수 있다.

표 10. 템플스테이 만족도와 구전의 관계

구 분	비표준화계수		표준화계수	t 값	유의 확률
	B	표준 오차	Beta		
상 수	1.039	.016		64.674	.000
환경 만족도요인	.033	.016	.151	2.069	.040
편리성 만족도 요인	.039	.016	.176	2.408	.017
체험 만족도 요인	.006	.016	.027	.369	.713
시설 만족도 요인	-.014	.016	-.064	-.875	.383
종속변수 : 구전 R Square : .593 수정된 R Square : .573 F 값 : 2.745 p-값 : .030 ^a					

3. 가설 검증 결과

통계분석 결과에 의해 가설의 채택 혹은 기각 여부를 도표화 하였다.

표 11. 가설 채택/기각 여부

구 분	가설 설명		채택 / 기각
가설 1	가설 1-1	종교에 의해 종교적 관여도는 유의한 차이가 있을 것이다.	채택
	가설 1-2	성별에 의해 종교적 관여도는 유의한 차이가 있을 것이다.	기각
	가설 1-3	결혼유무에 의해 종교적 관여도는 유의한 차이가 있을 것이다.	기각
	가설 1-4	연령에 의해 종교적 관여도는 유의한 차이가 있을 것이다.	채택
	가설 1-5	직업에 의해 종교적 관여도는 유의한 차이가 있을 것이다.	채택
	가설 1-6	체험동기에 의해 종교적 관여도는 유의한 차이가 있을 것이다.	채택
	가설 1-7	체험경험에 의해 종교적 관여도는 유의한 차이가 있을 것이다.	채택
가설 2	가설 2-1	종교적 관여도에 의해 재방문은 영향을 받을 것이다.	채택
	가설 2-2	종교적 관여도에 의해 구전은 영향을 받을 것이다.	기각
가설 3	가설 3-1	1. 환경 만족도 요인에 의해 재방문은 영향을 받을 것이다	채택
		2. 편리성 만족도 요인에 의해 재방문은 영향을 받을 것이다	기각
		3. 체험 만족도 요인에 의해 재방문은 영향을 받을 것이다.	채택
		4. 시설 만족도 요인에 의해 재방문은 영향을 받을 것이다.	기각
가설 3-2	가설 3-2	1. 환경 만족도 요인에 의해 구전은 영향을 받을 것이다	채택
		2. 편리성 만족도 요인에 의해 구전은 영향을 받을 것이다.	채택
		3. 체험 만족도 요인에 의해 구전은 영향을 받을 것이다.	기각
		4. 시설 만족도 요인에 의해 구전은 영향을 받을 것이다.	기각

V. 결론 및 시사점

통계분석의 결과 가설 1, 2, 3는 모두 부분적으로 채택되었다. 통계분석의 결과를 바탕으로 다음과 같은 결론을 도출하였다.

첫째, 템플스테이 참가자의 참여 동기는 새로운 경험에 대한 동경이 가장 많고 다음이 불교문화체험이다. 정병용[15]의 방한 외국인의 사찰체험관광 실태분석에서 참여 동기는 한국불교 문화체험과 불교에 대한 호기심이 압도적으로 높았다. 본 논문과 정병용의 논문 간에는 다소간 표현의 차이는 존재하지만 내국인의 새로운 경험에 대한 동경과 불교문화체험에 대한 욕구나 외국인의 불교에 대한 문화체험욕구나 호기심은 유사한 욕구라 판단된다. 내국인의 경우는 부지불식간에 우리

의 삶과 문화 속에 스며들어 있는 불교문화로 인해 피상적인 사찰과 사찰문화에 대해서 익숙하지만 실제적으로 사찰 내에서의 생활이나 불교에 대한 이해는 깊지 않다. 이로 인하여 내국인과 외국인이라는 큰 차이에도 불구하고 참여 동기에 있어 유사한 성향을 보인 것이 아닌가 생각한다.

둘째, 본 논문에서는 종교, 연령, 직업, 체험경험과 체험동기에 의해 종교적 관여도의 차이가 있다는 결과로도 출되었다. 도경록[10]의 연구결과와 유사한 부분과 다른 부분이 공존한다. 그의 연구결과는 연령, 결혼여부, 교육수준, 불교신자여부, 방문자의 방문체험, 방문목적, 정보원천에 의해 종교적 관여도가 차이가 있음을 확인하였다.

셋째, 전체 설문 응답자 181명 중에서 종교가 없는 사람들의 참여비율이 85명이지만, 전체적으로 재참여의사 및 긍정적 구전의사를 밝힌 사람들은 171명(94%)으로 매우 많다. 그럼에도, 종교가 없는 사람 중에서도 종교적 관심사가 큰 사람이 템플스테이에 대한 재참여의사가 더 높았고, 현재 종교를 가진 사람들이 비교적 종교적인 관심이 높고, 높은 종교적 관심을 가진 사람들이 재방문에 대한 의사가 더욱 높다는 것을 확인할 수 있다. 따라서 종교의 유무에 관련 없이 종교적인 관심의 정도는 템플스테이 체험 이후의 구전 및 재참여의사에 영향을 미칠 수 있다.

넷째, 기존의 연구들의 결과와 동일하게 본 논문에서도 템플스테이 만족도의 일부 요인이 행동의도인 재방문 의도와 구전에 영향을 미친다.

환경 및 체험 만족도 요인은 재방문 의도에 영향을 미치며 체험 만족도 요인이 환경 만족도 요인 보다 재방문 의도에 더 큰 영향을 미친다. 이 사실은 사찰내외부의 환경도 중요하지만 실제적으로 재방문을 유도할 수 있는 가장 중요한 부분은 템플스테이 프로그램의 완성도, 충실도 및 다양화임을 알 수 있고, 이것은 정병웅[14]의 연구결과와 같다.

환경 및 편리성 만족도 요인은 구전에 영향을 미치며 편리성 만족도 요인이 환경적 만족도 요인 보다 구전에 더 큰 영향을 미친다. 템플스테이 참여기간 동안의 편리함과 편안함에 대한 만족도 요인이 긍정적인 구전에

중요함으로 템플스테이 기간 동안 체계적이고 계획적인 일정진행이 중요하다고 하겠다.

환경 만족도 요인이 재방문 의도와 구전에 모두 의미 있는 영향을 미친다는 연구의 결과는 사찰 내외부의 자연적 및 문화적 환경이 템플스테이의 향후 성공적 발전에 대단히 중요한 의미를 지니고 있음을 말해 준다.

반면에 시설만족도 요인은 재방문 의도 및 구전에 모두 영향을 미치지 못하였다. 그 이유는 아마도 템플스테이가 행해지는 장소가 사찰이란 사실과 사찰이 욕구와 욕망의 충족장소라기 보다는 절제와 버림으로 마음의 안정과 평화를 추구하는 장소라는 사실을 참가자 모두 인지하고 있기 때문에 도시적 시설 및 설비에 대한 기대를 하지 않기 때문이 아닌가 생각한다. 전병길과 정윤조[7]의 사찰환경과 행동의도에 관한 연구결과도 본 논문의 결과와 유사하다.

다섯째, 전국적으로 행해지고 있는 템플스테이는 1박에 4-5만원부터 시작하여 장기체험에 250만원까지의 다양한 가격으로 참여가 가능하며 외국인들을 위해 영어로 진행되는 프로그램(서울 봉은사, 경북 골국사)도 있다. 시기별로 사찰마다의 고유한 특성을 살리면서 차별화를 시도하고 있다는 것을 템플스테이 홈페이지를 통해 확인할 수 있었다.

연구의 시사점, 첫째, 홈페이지를 통해 살펴본 각 사찰의 템플스테이 일정표 분석 결과, 프로그램 유형은 불교 문화 체험형과 전통 문화 체험형으로 분류되어 있으나 진행되는 일정은 대동소이하여 불교문화와 전통 문화 체험형의 차이가 불분명하였다. 좀 더 개별 사찰의 고유한 역사와 특성을 부각시키는 것이 필요하다. 둘째, 본 연구를 위한 설문지 마지막 질문으로 템플스테이에 대한 개선점이나 제안점을 답해달라는 요구에 다수의 참여자들이 불교이해에 대한 시간을 요구했으며 참여자들의 요구를 반영할 수 있는 다변화된 템플스테이를 원하였다. 즉, 불교문화에 대한 단순 체험형 프로그램과 더불어 심화된 불교문화와 종교를 이해할 수 있는 프로그램의 병행이 요구된다는 판단이다. 셋째, 템플스테이는 우리고유의 문화체험이라는 부분에서는 고택 체험이나 민속마을을 대상으로 하는 문화관광체험과 유사하다 할 수 있으나, 종교라는 특별한 전통문화를

간직하고 있는 사찰을 대상한다는 점에서 분명한 차이가 존재한다. 따라서 보편화된 전통문화체험은 지양하고 불교가 지니는 차별화된 종교문화와 전통체험에 집중하는 것이 중요하다 하겠다.

참 고 문 헌

- [1] 주경, "템플스테이 사찰의 조경과 건축 : 템플스테이 참가자와 사찰 방문자를 위한 휴식공간의 설치", 사찰조경연구, 제11권, pp.87-97, 2005.
- [2] 김개천, "템플스테이 사찰의 조경과 건축 : 템플스테이를 위한 공간 구성에 관한 연구", 사찰조경연구, 제11권, pp.67-86, 2005.
- [3] 조정식, "템플스테이 사찰의 조경과 건축 : 템플스테이의 정착을 위한 건축적 환경과 방향", 사찰조경연구, 제11권, pp.32-50, 2005.
- [4] 홍광표, "템플스테이 사찰의 조경과 건축 : 템플스테이 사찰의 자연체험을 위한 조경적 과제", 사찰조경연구, 제11권, pp.5-32, 2005.
- [5] 김철원, 윤혜진, "대안관광으로서 템플스테이에 관한 연구", 호텔관광연구, 제29권, pp.130-148, 2008.
- [6] 심원섭, 김자영, "템플스테이 참가동기와 체험만족도 비교연구", 관광학연구, 제35권, 제7호, pp.343-366, 2011.
- [7] 정윤조, 전병길, "템플스테이 체험의 여가심리학적 모형", 관광학연구, 제33권, 제2호, pp.99-122, 2009.
- [8] 전재균, 전창현, 현경호, "내국인과 외국인 템플스테이 참가자간의 참가동기 및 만족도에 관한 비교연구", Journal of the Korean Data Analysis Society, Vol.12, No.2, pp.1053-1065, 2010.
- [9] 송경숙, "와인선택속성이 만족도 및 재구매의도에 미치는 영향", 한국콘텐츠학회논문지, 제12권, 제5호, pp.431-446.
- [10] 도경록, *종교관광참여자의 만족*, 한양대학교 대학원 석사학위 논문, 2000.
- [11] 서현, *관여에 따른 카지노 이용객의 지각된 가치가 고객만족 및 재방문 의도에 미치는 영향 연구*, 경희대학교 대학원 박사학위논문, 2006.
- [12] 김정준, *관광지 유형에 따른 관광동기, 관여도와 관광 매력성 연구*, 경기대학교 대학원 박사학위논문, 2010.
- [13] 서원재, *한국 프로야구 웹사이트 소비자와 관여도 특성과 콘텐츠 만족도, 웹사이트 충성도 및 재방문의사의 관계*, 성균관대학교 대학원 박사학위논문, 2002.
- [14] 장호찬, "카지노 게임링의 관여도와 그에 따른 재방문의사와의 관계", 관광학연구, 제23권, 제2호, pp.99-116, 2000.
- [15] 정병웅, "방한 외국인의 사찰체험관광 실태분석", 순천향 사회 과학 연구, 제8권, 제2호, pp.2-13, 2002.
- [16] 정윤조, *템플스테이 체험의 여가심리학*, 동국대학교 대학원 박사학위논문, 2009.
- [17] www. templestay.com
- [18] F. Dimanche and M. E. Haviz, "Leisure Involvement Revisited : Conceptual Conundrums and Measurement Advances," Journal of Leisure Research, Vol.29, pp.245-278, 1997.
- [19] A. McIntyre, "The Personal Meaning of Participation : Enduring Involvement," Journal of Leisure Research. Vol.21, pp.167-179, 1989.
- [20] M. A. Schuett, "Refining Measures of Adventure Recreation Involvement," Leisure Science, Vol.15, pp.205-216, 1993
- [21] G. Laurent and J. Kepferer, "Measuring Consumer Involvement Profiles," Journal of Marketing Research, Vol.22, pp.143-160, 1985.
- [22] J. H. Anti, "Conceptualization and Operational of Involvement", Advances in Research, Vol.11, pp.203-209, 1984.
- [23] 이선화, *양방향성 제품배치 광고에 관한 효과 연구 : 프로그램 관여도와 유명 옹호인에 대한 호감도를 중심으로*, 동국대학교 대학원 석사학위

- 논문, 2010.
- [24] R. L. A. Oliver, Cognitive Model of Antecedents and Consequences of Satisfaction Decisions, *Journal of Marketing Research*, Vol.1, No.17, pp.124-136, 1980.
- [25] 손대현, 도경록, "불교사찰 방문자의 만족증대방안", *한양대사회과학논총*, 제19권, pp.135-158, 2000.
- [26] J. W. Lounsbury and J. polik, "Leisure Needs and Vacation Satisfaction," *Leisure Science*, Vol.14, pp.105-110, 1992.
- [27] 장연옥, 노인의 종교성이 생활만족도에 미치는 영향, *동국대학교 대학원 석사학위논문*, 2010.
- [28] 손현주, 레스토랑의 유·무형성 스펙트럼이 관여도, 지각된 위험과 재방문 의도에 미치는 영향, *세종대학교 대학원 박사학위논문*, 2011.
- [29] 이학식, 김종성, "정보제공자와 정보수용자의 특성이 부정적 구전의 수용성에 미치는 영향", *소비자학 연구*, 제5권, 제3호, pp.33-44, 1994.
- [30] 도선재. 온라인 구전정보의 방향성, 관여도, 사전지식이 구전효과에 미치는 영향, *중앙대학교 대학원 석사학위논문*, 2006.
- [31] 최병길, 슬로우 투어리즘의 만족과 재방문의도 결정요인에 관한 연구: 도보관광지 이미지와 지각된 가치를 중심으로, *순천향대학교 대학원 박사학위논문*, 2010.
- [32] Eggert and Ulaga, "Customer-Perceived Value: A Substitute for Satisfaction in Business Markets?," *Journal of Business & Industrial Marketing*, Vol.17, No.2/3, pp.107-118, 2002.
- [33] 김남훈, 관광 서비스 품질이 만족도와 재방문 의도에 미치는 영향에 관한 연구: 동해안 관광지의 음식점 서비스를 중심으로, *관동대학교 대학원 박사학위논문*, 2006.
- [34] 김영곤, 태권도 축제방문객의 방문동기, 관광이미지와 만족도 및 행동의도의 관계, *경희대학교 대학원 박사학위논문*, 2009.
- [35] Baker, Dwayne A. and John L. Crompton. "Quality, Satisfaction and Behavioral Intentions," *Annals of Tourism Research*. Vol.27, No.3, pp.785-804, 2000.
- [36] 이종주, 카지노 CRM 전략 연구, *경기대학교 대학원 박사학위 논문*, 2004.
- [37] 장희정, 한국의 해외여행상품에 대한 관광소비자 만족에 관한 연구, *한양대학교 대학원 박사학위논문*, 1996.
- [38] 차동욱, "지역축제 만족도에 의한 방문자의 재방문 및 구전홍보 결정요인에 관한 연구", *관광·레저연구*, 제16권, 제1호, pp.55-69, 2004.
- [39] 진병길, 정윤조, "템플스테이 체험과정에서 사찰 환경이 참가자의 감정·만족 및 행동의도에 미치는 영향", *관광·레저연구*, 제20권, 제2호, pp.7-27, 2009.
- [40] 이유재, 김우철, "물리적 환경이 서비스 품질 평가에 미치는 영향에 관한 연구", *마케팅연구*, 제13권, 제1호, pp.61-86, 1998.
- [41] 조태영, 서태양, "안동 하회마을 문화관광체험이 관광만족과 행동의도에 미치는 영향", *한국콘텐츠학회논문지*, 제9권, 제7호, pp.361-370, 2009.
- [42] 안운석, 엄준영, "서비스품질평가와 향상전략/EC 서비스품질이 CS와 재구매 의도에 미치는 영향 연구", *서비스품질평가와 향상전략*, 제1권, pp.99-118, 2001.
- [43] D. R. Fesenmaier and B. Johnson, "Involvement-Based Segmentation: Implications for Travel Marketing in Texas," *Tourism Management*, Vol.10, No.4, 1989.
- [44] 윤세목, 노영호, "산업전시박람회 방문자의 방문동기가 만족도, 재방문의도, 행동의도에 미치는 영향에 관한 연구", *관광·레저연구*, 제17권, 제1호, pp.43-61, 2005.
- [45] 김상무, "사찰 방문 관광객 실태 및 비교분석", *계명대학교 산업경영연구원 경영경제*, 제22권, pp.105-121, 1989.
- [46] 김은경, 박양규, 박중재, *SPSS 통계분석 10, 21세기사*, 2001.

[47] 노형진, 한글 SPSS 10.0에 의한 조사방법 및 통계분석, 형설출판사, 2001.

저 자 소 개

이 종 주(Jong-Joo Lee)

정회원



- 1992년 2월 : 충북대학교 무역학과(경영학사)
- 1997년 2월 : 경희대학교 관광경영학과 (경영석사)
- 2003년 2월 : 경기대학교 관광경영학과 (관광학박사)

▪ 2001년 3월 ~ 현재 : 백석문화대학 관광학부
<관심분야> : 종교관광 및 의료관광

윤 지 현(Ji-hyun Yun)

정회원



- 1993년 2월 : 이화여자대학교 외국어교육과(문학사)
- 1998년 2월 : 경기대학교 관광경영학과(경영석사)
- 2004년 2월 : 경기대학교 관광경영학과(관광학박사)

▪ 2006년 3월 ~ 현재 : 백석대학교 관광학부
<관심분야> : 관광마케팅, 농촌관광, 지역개발