

전주 한옥마을 관광객의 관광동기가 만족도와 재방문 의도에 미치는 영향 연구

Research on the Effect of Tour Motivation on Satisfaction, and Revisiting Intention
by Jeon-ju Hanok Village

김연선
원광보건대학교 호텔관광과

Yeon-Sun Kim(kysun3113@hanmail.net)

요약

본 연구는 전주 한옥마을 관광객의 관광동기가 만족도와 재방문 의도에 미치는 영향을 연구하였다. 전주 한옥마을 관광객을 대상으로 450부의 설문지를 배포하여 최종 426부를 실증분석에 이용하였다. 설문지는 2018년 7월 1일부터 7월 20일까지 실시하였고, 편의추출방법을 사용하였다. 본 연구의 결과는 다음과 같다. 첫째, 관광객의 관광동기는 고유성, 역사성, 교육성, 예술성, 그리고 향수성으로 요인화 되었다. 둘째, 고유성과 예술성 요인이 종속변수인 만족도와 재방문 의도에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 셋째, 관광객의 만족도는 재방문 의도에 정(+)의 영향을 미쳤다. 따라서 한옥마을의 관광·건축·환경·위생·교통·음식·숙박 등 모든 면에 있어서 고유성과 예술성을 접목하는 노력이 필요하다 할 수 있다. 또한 전주 한옥마을은 다수의 관광객 유치를 위한 마케팅적 노력이 강구되어야 한다.

■ 중심어 : | 한옥마을 | 관광객 | 관광동기 | 만족도 | 재방문 의도 |

Abstract

The purpose of this study is to investigate the effect of tour motivation on satisfaction and revisit intention of Tourists in Jeonju Hanok Village. 450 questionnaires were distributed to tourists in Jeonju Hanok Village and the final 426 copies were used for empirical analysis. The survey was conducted from July 1, 2018 to July 20, 2018, and the convenience extraction method was used. The results of this study are as follows. First, tourists' motivation of tourism was factored by uniqueness, history, education, artistry, and nostalgia. Second, uniqueness and artistic factors have a positive effect on the dependent variables, satisfaction and revisit intention. Third, the satisfaction of tourists had a positive effect on revisit intention. It is necessary to make efforts to combine uniqueness and artistry in all aspects of Hanok Village such as tourism, architecture, environment, sanitation, transportation, food, and lodging. Also, Jeonju Hanok Village should have marketing efforts to attract a large number of tourists.

■ keyword : | Hanok Village | Tourists | Tour Motivations | Satisfaction | Revisiting Intentions |

* 이 논문은 2018년 원광보건대학교 교내 연구비 지원에 의해 수행됨.

접수일자 : 2018년 11월 20일

수정일자 : 2018년 12월 11일

심사완료일 : 2018년 12월 11일

교신저자 : 김연선, e-mail : kysun3113@hanmail.net

I. 서론

전주 한옥마을은 1977년 한옥마을 보존지구로 지정이 되었으며, 전주시 완산구 교동·풍남동 일대 7만 6,320평에 700여 채의 전통 한옥으로 이루어졌다. 이곳 전주 한옥마을에는 전통의 한옥과 더불어 조선 태조 이성계의 어진을 모신 경의전, 이성계가 왜구를 토벌하고 연회를 열었던 오목대와 이목대, 한국 천주교 순교 1번지인 전주 전동성당, 전주 향교 등의 문화 유적들이 있다[1], 국내 대표 문화관광지로써 전주 한옥마을은 2016년과 2017년에 1,000만명 이상의 관광객이 다녀갔고, 2010년 한국관광의 별, 한국관광 으뜸 명소, 국제슬로시티로 지정되었다. 2012년에는 국내최초로 유네스코 음식 창의도시로 선정되기도 하였다. 특히 전주 한옥마을을 찾는 관광객의 수요가 증가하고 있으며 보고 즐기는 관광에서 탈피하여 여행의 의미를 부여하고 다양한 프로그램을 통해 체험을 하는 관광을 선호하고 있다. 한옥마을의 특성은 다양한 문화를 체험할 수 있고, 한옥의 브랜드 가치는 건물자체와 전통적인 구조 등이 전통을 지키는 문화공간으로서의 역할을 하고 있다[2].

전주 한옥마을은 역사와 문화, 전통을 아우르는 관광목적지로서의 매력성을 가지고 있음에도 불구하고 상가의 높은 임대료와 전통을 역행하는 서구화의 빠른 진행, 원거주민의 불편함, 교통, 주차 등의 문제가 지속적으로 제기되고 있는 실정이다. 특히 관광객은 증가하고 있는 반면에 관광객의 방문동기에 대한 실증연구가 이루어지지 않고 있으며 방문동기 요인분석과 만족에 관한 연구가 미비하다[3]. 따라서 전주 한옥마을에 관한 다방면의 학술연구가 필요하다 할 수 있으며, 이러한 배경 속에서 전주 한옥마을 관광객의 관광동기, 만족도, 재방문 의도에 관한 연구이다. 선행연구를 고찰해 보면 관광동기 요인을 분석하고 관광동기 요인이 만족도와 행동의도에 미치는 연구가 주를 이루었다[4-9].

선행연구의 고찰을 통해서 관광지를 선택하는 관광동기가 만족도와 재방문 의도와와의 영향 관계를 통해 관광객의 특성을 파악하여 수준높은 서비스의 제공과 다양한 프로그램의 개발, 마케팅전략 수립 등의 실무적이고 학술적인 시사점을 제시하고자 하는 것이 본 연구의 목적이다. 이와 같은 연구목적의 달성을 위해 다음과

같은 연구 과정을 둔다. 첫째, 전주 한옥마을을 방문하는 관광객의 관광동기를 요인화하고 둘째, 관광동기 요인이 만족도와 재방문 의도에 미치는 영향을 연구한다. 셋째, 관광객의 만족도가 재방문 의도에 미치는 영향을 연구한다. 마지막으로 변수와의 영향 관계와 가설의 검증을 통해 학술적이고 실무적인 시사점을 제시하여 전주 한옥마을의 관광자원이 지속 가능할 수 있도록 하는데 있다.

II. 이론적 배경

1. 관광동기

관광객의 관광동기는 관광행위를 하고자 하는 마음을 행동으로 움직이게 하는 힘을 말하며, 관광욕구와 관광동기를 명확하게 구분 지어서 설명하기는 어려우나, 동기의 개념은 요구(needs)와 욕구(wants)로 이해하는 개념 정의가 필요하다[5]. 관광객의 관광동기는 Crompton[10]과 Dann[11]이 주장한 Push-Pull이론으로 설명할 수 있다. 즉, 관광동기를 설명하는 Push요인은 관광객의 내부적인 요인인 휴식욕구, 일상탈출, 모험, 건강, 학습욕구 등 행동적 요소를 포함하며, Pull요인은 외부적인 관광동기로써 관광목적지를 선택하는 문화, 역사적 자원, 자연환경, 해안, 기후, 편의 시설 등이 여기에 속한다고 하였다[10][11].

최민석·조시영·전재균[4]의 관광동기와 이용가치 및 만족에 관한 연구에서 관광동기 요인을 일탈성, 캠핑참여활동, 가족성으로 요인분석 하였고, 관광동기는 이용가치에 정(+)의 영향을 미쳤으며, 이용가치 또한 만족에 유의한 영향을 끼치는 것으로 연구하였다. 조계문[9]은 관광동기를 사회·심리적 동기, 추진-유인 동기, 문화적 동기, 여행동기 등으로 구분하였다. 김지선[8]은 관광동기 요인으로 친숙성, 향수성, 진정성, 교육성, 신기성을 제시하였고, 이러한 관광동기는 관광 만족과 재방문 의도에 영향을 미친다고 하였다. 김영미·남승민·신홍철[5]은 문화유산의 관광동기를 고유성, 역사성, 교육성, 예술성, 향수성으로 요인분석 하였고, 관광동기가 체험을 통해 만족에 영향을 미쳤으며, 만족은 재방문 의도에 유의한 영향을 미치는 것으로 연구하였다.

위와 같은 선행연구의 고찰을 통해 관광동기 요인의 추출은 김영미·남승민·신희철[5], 김현·장호성·황진수[6], 김지선[8], Dann[11]의 연구에서 설문 문항을 활용하였다.

2. 관광객의 만족도

관광만족도는 관광객의 방문 전 기대와 방문 후 성과의 일치 여부에서 발생하는 소비자의 태도라고 정의하였고[12], Kozak[13]은 현재 방문한 관광지에 대해 과거에 방문했던 관광지와 비교평가라고 하였다. 그리고 Lounsbury & Polik[14]는 관광체험에 대한 전반적 이미지를 종합적으로 평가하는 것이며, 느끼는 감정 상태의 긍정적인 표현이라고 관광만족도를 설명하였다. 관광지에 대한 관광객들의 재방문 의도 등 긍정적인 행동의도에 유의미한 영향은 관광지의 전반적인 만족도에서 비롯된다고 할 수 있다. 많은 학자들은 관광객의 관광지에 대한 전반적인 만족도에 미치는 요인과 그에 관련한 많은 연구를 진행하였다[25].

이종주[15], 최창희·임병훈[16], 최병길[17], 임화순·남윤섭[24]의 연구에 의하면 관광객의 만족도는 재방문 의도와 추천의도 등에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다.

3. 관광객의 재방문 의도

행동의도는 소비자들이 상품이나 서비스의 이용 결과에 대한 개인의 의지와 신념을 말하며, 어떤 대상에 대해 태도를 형성한 후 미래의 행동으로 나타나는 것을 말한다. 관광학 분야에서는 행동의도를 재방문 의도와 타인에 대한 추천의도를 포함하는 포괄적인 개념으로 사용한다[18]. 이익수[19]의 연구에서는 행동의도를 재방문, 추천, 긍정적 구전의 변수로 요인화하여 연구하였고, Parasuraman[20]은 행동의도를 재구매와 구전으로 연구하였다. 김연선·이상희[21]의 연구에서는 행동의도를 구전과 재구매 의도로 정의하여 연구하였으며, 괄은진·김이태[22], 양유경·이민·조성호[23]는 재방문 의도와 추천의도로 연구하였다. 선행연구의 결과에 따라서 본 연구에서는 행동의도를 관광지 방문 후 나타나는 관광객의 재방문 의도로 측정하여 연구하였다.

III. 연구방법

1. 연구가설 도출

1.1 관광동기와 만족도와의 관계

관광동기와 만족도와의 가설 도출을 위해 선행연구의 고찰을 하였다. 최민석·조시영·전재균[4], 김영미·남승민·신희철[5], 김현·장호성·황진수[6], 김지선[8] 등 선행연구의 모든 결과는 관광동기 요인이 관광객의 만족도에 모두 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 특히 본 연구는 기존의 선행연구와 다른 점이 전주 한옥마을의 관광지에 대한 관광동기, 만족도, 재방문 의도에 관한 연구라는 점이다.

따라서 본 연구에서는 관광동기와 관광객의 만족도와의 관계에서 다음과 같은 연구가설을 설정하였다.

가설 1: 관광객의 관광동기는 만족도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 1-1 관광객의 관광동기 중 고유성은 만족도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 1-2 관광객의 관광동기 중 역사성은 만족도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 1-3 관광객의 관광동기 중 교육성은 만족도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 1-4 관광객의 관광동기 중 예술성은 만족도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 1-5 관광객의 관광동기 중 향수성은 만족도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

1.2 관광동기와 재방문 의도와의 관계

가설 도출을 위해 선행연구의 고찰을 하였다. 최민석·조시영·전재균[4], 김영미·남승민·신희철[5], 김현·장호성·황진수[6], 김지선[8] 등 선행연구의 모든 결과는 관광동기 요인이 관광객의 재방문 의도에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 본 연구에서는 관광동기와 관광객의 재방문 의도와의 관계에서 다음과 같은 연구가설을 설정하였다.

가설 2: 관광객의 관광동기는 재방문 의도에 정(+)의

영향을 미칠 것이다.

가설 2-1 관광객의 관광동기 중 고유성은 재방문 의도에 정(+)¹⁾의 영향을 미칠 것이다.

가설 2-2 관광객의 관광동기 중 역사성은 재방문 의도에 정(+)¹⁾의 영향을 미칠 것이다.

가설 2-3 관광객의 관광동기 중 교육성은 재방문 의도에 정(+)¹⁾의 영향을 미칠 것이다.

가설 2-4 관광객의 관광동기 중 예술성은 재방문 의도에 정(+)¹⁾의 영향을 미칠 것이다.

가설 2-5 관광객의 관광동기 중 향수성은 재방문 의도에 정(+)¹⁾의 영향을 미칠 것이다.

1.3 만족도와 재방문 의도와와의 관계

연구가설의 도출을 위해 관광객의 만족도와 재방문 의도와의 연구를 고찰하였다. 최창희·임병훈[16]의 연구에 의하면 관광객이 지지하는 만족도는 관광객의 재방문 의도에 유의한 영향을 미쳤고, 이종주[15], 최병길[17]의 연구에서도 만족도는 관광객의 재방문 의도와 타인에 대한 추천의도에 모두 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 선행연구의 고찰을 바탕으로 다음과 같은 연구가설을 설정하였다.

가설 3: 관광객의 만족도는 재방문 의도에 정(+)¹⁾의 영향을 미칠 것이다.

2. 연구의 모형

위와 같은 선행연구의 고찰을 통해 본 연구의 모형을 표현하면 다음의 [그림 1]과 같다.

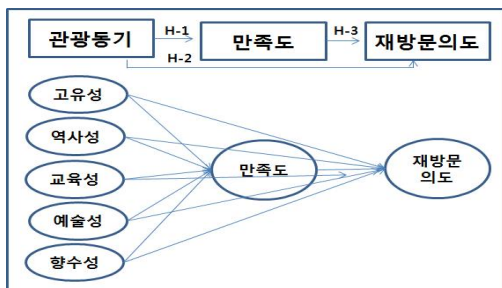


그림 1. 연구 모형

3. 변수의 조작적 정의와 설문지 구성

본 연구는 연구모형의 실증분석을 위해 [표 1]과 같이 연구 개념에 대한 조작적 정의를 제시하고, 설문지를 구성하였다.

표 1. 변수의 조작적 정의 및 설문지 구성

측정변수	조작적 정의	문항	척도	출처
관광동기	관광동기는 관광행위를 하고자 하는 마음을 행동으로 움직이게 하는 힘	24	5점 척도	김영마·남승만·신홍철[5], 김한강·호성·황진수[16], 김지선[8], Dann[11]
만족도	관광만족도는 관광객의 방문전 기대와 방문후 성과의 일치 여부에서 발생하는 소비자의 태도	3	5점 척도	이종주[15], 최창희·임병훈[16], 최병길[17]
재방문 의도	상품이나 서비스의 이용 결과에 대한 개인의 의지와 신념으로 다시 방문하는 의도	4	5점 척도	곽은진·김이태[22], 양유경·이민·조성호[23], 이익수[19]
일반적 사항	인구 통계학적 변수	7	명목/비율	논자구성

4. 조사설계 및 분석방법

조사기간은 2018년 7월 1일부터 20일까지 실시되었으며, 편의추출방법을 사용하였다. 연구의 모집단은 전주 한옥마을을 방문한 관광객을 대상으로 450부를 설문하였고, 통계적 처리가 불가능한 24부의 설문을 제외한 426부의 설문을 실증분석에 사용하였다. 유효 표본에 대한 분석은 SPSS for Window Version 15.0을 사용하여 분석하였고, 빈도분석과 회귀분석을 활용하여 가설의 검증을 하였다.

IV. 기초분석 및 가설검정

1. 연구 대상자의 일반적인 특성

응답자의 일반적인 특성은 남성 225명(52.8%)으로 여성 201명(47.2%)보다 높게 나타났다. 자세한 특성은 [표 2]와 같다.

표 2. 표본의 일반적인 특성 (N=426)

구분		빈도 (명)	비율 (%)	구분		빈도 (명)	비율 (%)	
성별	남성	225	52.8	결혼	미혼	185	43.4	
	여성	201	47.2		기혼	241	56.6	
학력	고졸	132	31.0	월소득	100만이하	111	26.1	
	대학재학	67	15.7		101-200	73	17.1	
	대졸	213	50		201-300	111	26.1	
	대학원 이상	14	3.3		301-400	87	20.4	
연령	20-29	143	33.6		401-500	33	7.7	
	30-39	95	22.3		501이상	11	2.6	
	40-49	109	25.6		거주지	전북도내	222	52.1
	50이상	79	18.5			서울/경기	80	18.8
직업	회사원	112	26.3			전남	52	12.2
	학생	88	20.7			충청	39	9.2
	전문직	55	12.9	경북/경남		26	6.1	
	자영업	51	12.0	기타		7	1.6	
	주부/퇴직	43	10.1					
	기타	77	18					

2. 측정변수의 요인분석 및 신뢰도분석

2.1 관광동기, 만족도, 재방문 의도의 요인분석

표 3. 관광동기, 만족도, 재방문 의도의 요인분석 및 신뢰도 분석

요인명	변수	요인 적재치	분산 비율	고유값	신뢰 계수
고유성	고유성1	.509	27.046	5.680	.786
	고유성2	.584			
	고유성3	.788			
	고유성4	.765			
	고유성5	.703			
역사성	역사성1	.701	11.242	2.361	.768
	역사성2	.679			
	역사성3	.789			
	역사성4	.746			
교육성	교육성1	.700	8.986	1.887	.671
	교육성2	.668			
	교육성3	.633			
	교육성4	.628			
예술성	예술성1	.824	7.425	1.559	.618
	예술성2	.810			
	예술성3	.687			
	예술성4	.657			
향수성	향수성1	.777	6.152	1.292	.739
	향수성2	.708			
	향수성3	.688			
	향수성4	.673			
총분산(%)		60.851			
KMO		.829			
Bartlett's test of sphericity		3446.107(p<.000)			

만족도	만족도1	.867	86.499	2.595	.921
	만족도2	.886			
	만족도3	.842			
총분산(%)		86.499			
KMO		.757			
Bartlett's test of sphericity		958.455(p<.000)			
재방문 의도	재방문 의도1	.933	82.523	3.301	.869
	재방문 의도2	.912			
	재방문 의도3	.907			
	재방문 의도4	.880			
총분산(%)		82.523			
KMO		.847			
Bartlett's test of sphericity		1386.151(p<.000)			

관광객의 관광동기에 관한 변수는 선행연구를 바탕으로 총 24개의 측정변수로 측정하였고, 요인분석을 위한 추출방법으로는 주성분분석법(Principal Component Analysis)을 사용하였다. 요인적재값을 0.4이상으로 지정하고 공통성(communality)을 고려하여 요인분석을 반복적으로 수행한 결과 [표 3]과 같이 축약된 요인들로 도출되었다.

관광객의 관광동기에 대한 요인분석을 실시한 결과, 추출된 요인은 “고유성”, “역사성”, “교육성”, “예술성”, 그리고 “향수성”으로 요인화 되었다. 수행된 요인분석의 타당성은 KMO계수(.829)와 구형성 검증(Chi-square=3446.107, (p<.000)) 등을 통해서 통계적 유의성을 확인하였다. 또한 신뢰도 검증에서 0.6 이상을 상회하는 것으로 나타나 요인분석의 신뢰도는 확보되었고, 요인분석을 위한 변수선정 역시 타당한 것이라 할 수 있다. 크론바흐 알파 값 역시 0.6 이상으로 확인되었다.

그리고 3개의 변수로 측정된 만족도는 단일변수로 요인화 되었으며, 수행된 요인분석의 타당성은 KMO계수(.757)와 구형성 검증(Chi-square=958.455, (p<.000)) 등을 통해서 통계적 유의성을 확인하였다. 또한 신뢰도 검증에서 0.9 이상을 상회하는 것으로 나타나 요인분석의 신뢰도는 확보된 것으로 판단할 수 있다.

또한 재방문 의도 역시 단일변수로 요인화 되었고, KMO계수(.847)와 구형성 검증(Chi-square=1386.151, (p<.000)) 등을 통해서 통계적 유의성을 확인하였다. 크론바흐 알파 값도 .869로 나타났다. 따라서 본 연구에서 활용된 모든 변수는 통계적 타당성과 신뢰성이 확보된 것으로 판단된다.

3. 가설검증결과

3.1 가설 1 검증

관광객의 관광동기가 관광객의 만족도에 미치는 영향을 검증하기 위해 회귀분석을 실시하였고, 결과는 [표 4]와 같다. 관광동기 요인 중 고유성(t 값=1.876) 요인과 예술성(t 값=1.597)요인이 관광객의 만족도에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 하지만 역사성, 교육성, 향수성은 종속변수인 만족도에 통계적으로 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 전주 한옥마을을 방문하는 관광객들의 관광동기 요인중 한옥마을이 가지는 한옥 자체의 고유성과 독특한 이미지 그리고 한옥의 예술성을 높이 평가하는 것으로 파악할 수 있으며, 이러한 고유성과 예술성을 부각시킬 수 있는 역량으로 한옥마을을 지속적으로 발전시켜야 하는 것이 검증결과로 나타났다.

또한, VIF 값 역시 10이하로 독립변수간의 다중공선성의 문제도 없는 것으로 나타나 가설 1은 부분적으로 지지 되었다.

표 4. 관광동기와 만족도와의 영향 관계

종속 변수	독립변수	비 표준화된 계수		표준화된 계수	t-값	VIF	유의 확률
		B	Std. Error				
만족도 (가설1: 부분채택)	상수	2.674	.297		8.999		.000***
	고유성	.115	.061	.110	1.876	1.488	.061**
	역사성	1.083	.065	-.070	-1.277	1.307	.202
	교육성	1.073	.062	-.066	-1.172	1.377	.242
	예술성	.113	.064	.106	1.746	1.597	.082**
	향수성	.062	.064	.054	.974	1.340	.331

***: p<.01, **: p<.1, R²=.320, R²(Adj)=.210
F=2.785(p<.000), Durbin-Watson=1.796

3.2 가설 2 검증

관광객의 관광동기가 관광객의 재방문 의도에 미치는 영향을 검증하기 위해 회귀분석을 실시하였으며, 결과는 [표 5]와 같다.

표 5. 관광동기와 재방문 의도와의 영향 관계

종속 변수	독립변수	비 표준화된 계수		표준화된 계수	t-값	VIF	유의 확률
		B	Std. Error				
재방문 의도 (가설2: 부분채택)	상수	2.740	.274		10.015		.000***
	고유성	.127	.056	.132	2.245	1.487	.025**
	역사성	.030	.060	.028	.502	1.306	.616
	교육성	.028	.057	.027	.483	1.376	.629
	예술성	-.079	.059	-.081	-1.331	1.593	.084**
	향수성	.061	.058	.058	1.041	1.332	.298

***: p<.01, **: p<.1, R²=.240 R²(Adj)=.130
F=2.101(p<.000), Durbin-Watson=1.819

관광동기 요인 중 고유성(t 값=2.245) 요인과 예술성(t 값=-1.331)요인이 관광객의 재방문 의도에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 하지만 역사성, 교육성, 향수성은 만족도에 통계적으로 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 가설 1의 결과와 동일하다. 따라서 가설 2는 부분적으로 지지되었다.

앞선 결과와 마찬가지로 전주 한옥마을을 방문하는 관광객의 재방문 의도에 영향을 미치는 관광동기 요인은 고유성과 예술성으로 판단할 수 있으며, 이러한 관점에서 한옥마을의 지속가능한 발전을 도모하여야 한다.

3.3 가설 3 검증

관광객의 만족도가 재방문 의도에 미치는 영향을 검증하기 위해 회귀분석을 적용하였다. 검증결과 요인분석을 통해 요인화된 만족도는 재방문 의도에 정(+)의 영향(1% 수준)을 미쳤다. 또한, VIF 값 역시 10이하로 독립변수간의 다중공선성의 문제도 없는 것으로 나타났다[표 6]. 선행연구의 결과와 마찬가지로 본 연구에서도 관광객의 만족도는 통계적 유의수준(p<.01) 내에서 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 가설 3은 채택되었다.

표 6. 만족도와 재방문 의도와의 영향 관계

종속 변수	독립 변수	비 표준화된 계수		표준화된 계수	t-값	VIF	유의 확률
		B	Std. Error	Beta			
재방문 의도 (가설3: 채택)	상수	1.584	.110		14.388		.000***
	만족도	.582	.035	.633	16.822	1.000	.000***

***: $p < .01$, $R^2 = .401$, $R^2(\text{Adj}) = .399$
 $F = 281.981 (p < .000)$, Durbin-Watson = 1.725

V. 결론 및 제언

1. 연구의 요약 및 시사점

본 연구는 전주 한옥마을을 방문하는 관광객의 관광동기가 만족도와 재방문 의도에 미치는 영향을 연구하였으며, 본 연구의 결과는 다음과 같이 요약할 수 있다.

첫째, 관광객의 관광동기는 “고유성”, “역사성”, “교육성”, “예술성”, 그리고 “향수성”으로 요인화 되었다. 이러한 결과는 최민석·조시영·전재균[4], 김영미·남승민·신홍철[5] 등의 선행연구의 결과와 동일한 결과이다.

둘째, 가설 1 관광객의 관광동기는 만족도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다. 그리고 가설 2 관광객의 관광동기는 재방문 의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다. 라는 가설의 검증결과 요인화된 관광동기 “고유성”, “역사성”, “교육성”, “예술성”, 그리고 “향수성” 중에 “고유성”과 “예술성” 요인이 종속변수인 만족도와 재방문 의도에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 본 연구의 검증결과는 선행연구의 결과[4-6][8]와 동일한 결과로 나타났다. 따라서 가설 1과 2는 부분적으로 채택되었다.

마지막으로 가설 3 관광객의 만족도는 재방문 의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다. 라는 가설의 검증결과 통계적 유의수준 내에서 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 본 연구의 검증결과는 선행연구의 결과[15][17]와 동일한 결과로 나타났다. 따라서 가설 3은 채택되었다.

위와 같은 가설의 검증결과를 토대로 하여 다음과 같은 시사점을 도출하였다. 첫째, 전주 한옥마을을 방문하

는 관광객의 관광동기 요인 중 고유성과 예술성이 만족도와 재방문 의도 모두에게 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 전주 한옥마을이 1,000만 관광객 시대를 넘어 지속가능한 관광목적지로써 오랫동안 보존하면서 관광객의 방문을 끌어들이기 위한 노력에는 고유성 요인과 예술성 요인에 관심을 기울여야 할 필요성이 있다. 한옥마을의 관광·건축·환경·위생·교통·음식·숙박 등 모든 면에 있어서 한옥이 가진 고유성과 한옥의 예술성을 접목하는 노력이 필요하다. 관광객의 지속적인 방문이 이루어지기 위해서 뒤따라야 할 조치들이 필요한 것이다. 전라북도과 전주시의 주무부서에서는 관광객 유치를 위한 적극적인 마케팅적 판단이 필요한 시점이다.

둘째, 최근의 관광 트렌드는 문화유산의 체험과 전통 문화의 가치를 중요시하는 관점이 부각되고 있기 때문에 전주 한옥마을에도 한옥의 강점을 살리고 전통의 문화를 기반으로 한 다양한 콘텐츠의 개발과 프로그램의 개발이 필요하리라 판단된다. 관광객의 눈높이, 한옥마을의 고유성과 전통의 예술성을 고려하는 한국적이고 전주스타일의 프로그램 개발이 다각도로 준비되어 관광객의 만족도를 높이고 재방문 의도와 충성도를 높여야 할 것이다.

셋째, 본 연구는 한옥마을을 방문하는 관광객의 관광동기와 만족도, 재방문 의도에 관한 연구를 진행하였고, 특히 관광동기 요인 중 고유성과 예술성을 중요한 변수로 추출하였으며, 학술적인 유의미한 결론을 추출하였다. 이러한 연구결과는 한옥마을과 관광동기를 연구하는 후속 연구자에게 학문적인 시사점을 제공하는데 그 의의를 둔다.

2. 연구의 한계점

본 연구는 한옥마을을 대상으로 연구하였으나, 지역적이고 공간적인 한계를 드러냈다. 전주 한옥마을과 더불어 서울의 북촌 한옥마을, 안동 하회마을, 공주, 순천 등의 다른 지역 한옥마을과 비교분석하는 연구를 보완하여 진행된다면 더욱 의미있는 연구성과를 기대할 수 있다. 또한 관광객들이 지각하는 변수들을 다양화하여 폭넓은 연구가 진행되기를 기대한다.

참 고 문 헌

- [1] 네이버 지식백과
- [2] 곽행구, 박홍식, 김지인, *전남 전통한옥마을의 문화관광 활성화 방안* 정책연구, 2009.
- [3] 송광인, 정은하, “전통문화관광지 방문객 동기에 관한 연구,” *관광경영연구*, 제14권, 제4호, pp.147-168, 2010.
- [4] 최민석, 조시영, 전재균, “오토캠핑장 관광동기가 이용가치 및 만족에 미치는 영향: 성별에 따른 조절효과,” *관광레저연구*, 제30권, 제3호(통권 제127호), pp.319-336, 2018.
- [5] 김영미, 남승민, 신희철, “문화유산 관광동기가 체험 및 만족과 재방문의도에 미치는 구조분석,” *관광레저연구*, 제30권, 제3호(통권 제127호), pp.265-280, 2018.
- [6] 김현, 장호성, 황진수, “관광동기 및 관광지 선택 속성이 만족도와 재방문 의도에 미치는 영향 연구- 경기도 안산시를 대상으로,” *관광연구저널*, 제28권, 제1호, pp.219-232, 2014.
- [7] 김현, 장호성, “관광지 선택속성과 동기요인이 방문객 행동의도에 미치는 영향,” *지방정부연구*, 제16권, 제1호, pp.7-22, 2014.
- [8] 김지선, *세계문화유산지의 관광체험 구조분석*, 한양대학교 대학원, 박사학위논문, 2011.
- [9] 조재문, *관광동기와 유인전략이 환경관광 수요에 미치는 영향* 동아대학교 대학원, 박사학위논문, 2000.
- [10] J. L. Crompton, “Motivations of pleasure vacation,” *Annals of Tourism Research*, Vol.6, No.4, pp.408-424, 1979.
- [11] G. M. Dann, “Tourist motivation : An appraisal,” *Analysis of Tourism Research*, Vol.8, No.2, pp.189-219, 1981.
- [12] 윤철민, 백주아, 김홍렬, “문화유산 방문객의 추진-유인 요인, 만족도의 영향관계에 관한 연구,” *대한관광경영학회 학술연구발표 논문집*, pp.818-831, 2008.
- [13] M. Kozak, “Measuring tourist satisfaction with multiple destination attributes,” *Tourism Analysis*, Vol.7(3/4), pp.229-240, 2003.
- [14] J. W. Lounsbury and J. R. Polik, “Leisure needs and vacation satisfaction,” *Leisure Science*, Vol.14, pp.105-119, 1992.
- [15] 이종주, “관광지 선택 속성이 전반적 만족도와 행동의도에 미치는 영향, 현충사를 대상으로,” *문화관광연구*, 제14권, 제2호, pp.83-94, 2012.
- [16] 최창희, 임병훈, “관광지 선택시 만족도와 재방문과의 관계에 대한 실증적 연구,” *경상논집*, 제24권, 제2호, pp.45-66, 2010.
- [17] 최병길, *슬로우 투어리즘의 만족과 재방문 의도 결정에 관한 연구-도보관광지 이미지와 지각된 가치를 중심으로* 순천향대학교, 박사학위논문, 2010.
- [18] K. H. Kim, “A Study on the Effects of Festival Service Quality on Festival Image, Perceived Value and Behavioral Intentions,” Ph. D Dissertations at Graduate of Kyunggi University, 2009.
- [19] 이익수, “관광지 서비스품질이 관광객 행동의도 및 충성도에 미치는 영향,” *한국산학기술학회 논문지*, 제14권, 제2호, pp.598-604, 2013.
- [20] A. Parasuraman, V. A. Aeithaml, and L. L. Berry, “A Conceptual Model of Service Quality and Implication,” *Journal of Marketing*, Vol.49, pp.42-58, 1996.
- [21] 김연선, 이상희, “프랜차이즈 햄버거전문점의 브랜드자산과 행동의도와 의 관계에서 국내외 브랜드의 조절효과 검증 연구,” *한국콘텐츠학회논문지*, 제16권, 제2호, pp.537-545, 2016.
- [22] 곽은진, 김이태, “지역 음식 관광의 경험가치, 지역이미지 및 관광행동의도에 관한 연구,” *관광레저연구*, 제29권, 제4호, pp.41-58, 2017.
- [23] 양유경, 이민, 조성호, “사찰음식전문점의 식 공간 연출이 감정반응과 행동의도에 미치는 영향,” *호텔관광연구*, 제18권, 제6호, pp.396-414, 2016.
- [24] 임화순, 남윤섭, “외국인 관광객의 관광지 이미

지가 만족도와 재방문 의도에 미치는 영향에 관한 연구: 성산일출봉 방문 중국인 관광객을 중심으로,” 한국콘텐츠학회논문지, 제17권, 제2호, pp.298-307, 2017.

[25] 이익수, “관광동기에 따른 관광지 선택속성의 차이 및 만족도에 미치는 영향: 중국인 관광객을 중심으로,” 한국콘텐츠학회논문지, 제16권, 제2호, pp.365-373, 2016.

저 자 소 개

김 연 선(Yoen-Sun Kim)

정화원



- 2006년 2월 : 가천대학교 일반대학원 관광경영학과(경영학석사)
- 2009년 2월 : 세종대학교 일반대학원 호텔관광경영학과(호텔관광경영학 박사)
- 2009년 3월 ~ 현재 : 원광보건대학교 호텔관광과 교수

학교 호텔관광과 교수

<관심분야> : 호텔 · 외식경영, Wine & Beverage