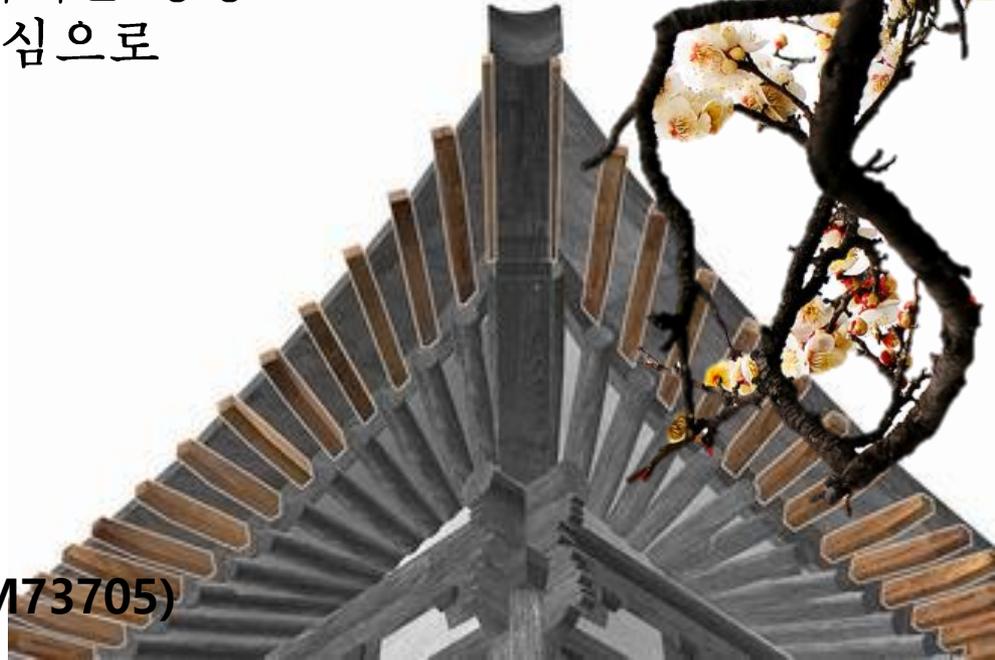




외국인 대상 한국전통문화체험관광 서비스품질이
사용자 만족과 구전 의도에 미치는 영향:
문화 이해 조절효과를 중심으로



I. 연구목적 및 배경

II. 선행연구

- 한국전통문화
- 체험관광
- 체험서비스품질
- 문화 이해

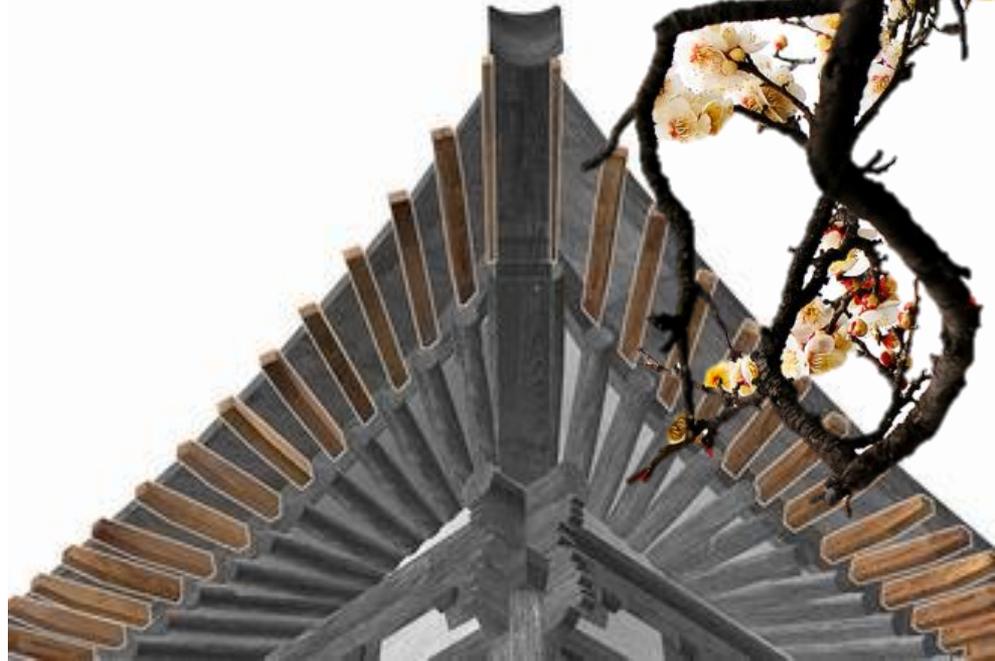
- ↳ 체험서비스품질과 고객만족
- 고객만족과 구전 의도
- 체험서비스품질과 구전 의도

III. 연구모형

IV. 예상방법론

V. 예상 시사점 및 기대효과

VI. 차별성



I. 연구목적 및 배경



연구
배경

- **전세계적으로 역사·전통문화 체험관광 수요의 증가:**
 - 유엔 세계관광기구(World Tourism Organization, WTO): 미래의 10대 관광행태 중 하나로 '문화관광' 및 '테마파크'를 제시, **문화를 기반으로 하는 관광의 성장을** 예측함
 - 세계관광기구: 많은 국제관광객의 여행 동기가 **문화적인 동기(37%)에 의한 관광**이 많은 것으로 조사됨(Frangaviglia, 2000; McKercher, 2002)
 - TIA(Travel Industry Association): 전 세계적으로 **문화관광객의 수치가 매년 10%정도씩 증가하여 많은 발전을** 보이고 있는 것으로 분석
- **한국의 역사·전통문화관광의 큰 발전가능성:**
 - 우리나라의 외국인 관광객수는 2013년을 기점으로 1천 만 명을 넘어섰으며 최근 5년간 11.7%의 **높은 성장률**을 나타내고 있음
 - 2020년에는 관광객수가 **2천 만 명에 도달할 것으로 예상**하며, 이에 부흥할 경쟁력 있는 콘텐츠로서 **전통문화 관광이 발전가능성이 크다고** 판단됨(한국문화관광연구원, 2014)

I. 연구목적 및 배경



연구배경

- 한국관광공사(2014)에서 실시한 언어권(영어, 일어, 중국어) 한국관광 관련 주요 검색어 트렌드분석에서, '**전통**' 키워드가 **상위권**으로 나타남
 - 영어권: 관광명소(39%) > 자연(18%) > **전통(17%)**
 - 일어권: **전통(40%)**> 관광명소(23%)> 한류(13%)
 - 중국어권: 관광명소(21%)>자연(21%)> **전통(21%)**

I. 연구목적 및 배경



연도별 한국 방문 선택 시 고려 요인

(중복응답, 2016년 상위 10위 기준, 단위: %)

구분	2016년	2015년	2014년	2013년	2012년
쇼핑	67.3	67.8	72.3	61.0	66.0
음식/미식 탐방	44.5	42.8	41.1	41.3	44.3
자연풍경	43.2	44.8	49.5	39.0	37.1
역사/문화유적	25.6	27.6	25.2	17.7	21.5
레전, 유행 등 세련된 문화	25.4	23.6	19.6	14.6	11.1
거리	12.2	8.9	7.0	11.7	16.9
경제적인 여행비용	10.1	9.3	9.4	10.3	11.5
잘 갖춰진 휴양시설	9.8	7.9	6.4	4.2	4.2
여행 가능한 여가시간	9.6	10.5	9.3	9.2	7.6
유흥/놀이시설	8.5	10.0	9.3	9.8	8.1

출처: 외래관광객 실태조사, 각 년도

최근 5년간 꾸준히 상위 5위 안에 포함되어 있어
외국인 관광객의 한국 역사문화 및 전통문화에 대한 관심도는 높은 것으로 보여짐

I. 연구목적 및 배경



■ 한국 여행 중 좋았던 관광지

(중복응답, 단위: %)

구분	2016년	2015년	2014년	2013년	2012년
1위	경주 (36.9)	경주 (35.7)	경주 (39.4)	경주 (33.1)	경주 (37.5)
2위	남산/서울타워 (14.5)	남산/서울타워 (14.8)	남산/서울타워 (15.4)	남산/서울타워 (9.5)	남산/서울타워 (12.0)
3위	남산/서울타워 (13.9)	남산/서울타워 (14.2)	남산/서울타워 (14.5)	남산/서울타워 (9.5)	남산/서울타워 (12.0)
4위	남산/서울타워 (13.9)	남산/서울타워 (14.2)	남산/서울타워 (14.5)	남산/서울타워 (9.5)	남산/서울타워 (12.0)
5위	신촌/용네수면 (13.1)	신촌/용네 수면 (12.6)	신촌/용네 수면 (12.0)	뚝네밭느 (9.5)	남내훈시성 (9.9)

한국의 역사문화, 전통문화에 대한 높은 관심과 연관되는 것으로, 향후 역사·전통문화에 대한 관광 발전 가능성을 반증하는 결과

출처: 외래관광객 실태조사, 각 년도

최근 5년간 꾸준히 상위 5위 안에 포함되어 있어
외국인 관광객의 한국 역사문화 및 전통문화에 대한 관심도는 높은 것으로 보여짐

I. 연구목적 및 배경



연구목적

- 수요와 발전가능성에 발맞춰, 각 기관과 단체들(문화체육관광부, 문화재청, 시도, 대학 등)이 **전통문화체험프로그램**을 실시하고 있음
- 이들의 **목적**은, 전통문화체험의 기회를 관광객들에게 제공해, 한국문화에 대한 외국인 관광객들의 **이해의 폭을 넓히게** 하고, 고국으로 돌아갔을 때, **우리 전통문화를 널리 알리게** 하는 것임

I. 연구목적 및 배경



- 하지만, 운영하고 있는 체험프로그램에 대한 **검증이 이루어지고 있지 않는바**, 본 연구에선, **서비스품질모형**을 바탕으로,
- 어떤 **서비스품질요소**들이 그들을 만족시키고, 구전을 하는지 찾아내어, **전통문화체험프로그램의 서비스 품질 향상/개선**에 도움이 될 수 있는 **방안**을 제시하고자 함
- 더불어, **문화에 대한 이해도가 높으면 높을수록**, 전통문화체험서비스 품질에 대한 **고객만족이 더욱 커지고**, 만족이 구전의도를 가져올 때, **이해도가 높으면 높을수록, 구전의도에 더 큰 영향을 미칠 것이라** 예상, 그것을 밝히고자 함



II. 선행연구: 한국전통문화

■ 한국전통문화의 정의

연구자	정의
장철수(1999)	연극, 음악, 무용, 의례, 놀이 및 무예, 공예기술, 생활기술 등을 전통문화자원의 범주로 파악함
원윙희(2002)	궁중의상 이나 고유한복 등의 전통의상, 김치나 고추장 등의 전통 식품류 , 궁궐이나 전통한옥, 전통가옥 등의 건축물 , 태권도 등의 전통 스포츠 , 국악이나 농악 등의 전통음악 , 안동소주나 경주법주 등 지역별 민 속주나 전통주 , 종교, 의식주나 도구 등의 전통 생활의례 , 종묘 제례 , 전통놀이 와 마을의 풍년제·풍어제 등의 축제문화 그리고 효나 공동체의식, 예절 등의 생활의식·가치문화 를 전통문화자원의 대상으로 봄



II. 선행연구: 한국전통문화

■ 한국전통문화의 정의

연구자	개념
송광인(2004)	한옥, 전통음식(김치, 두부, 떡, 찰국, 전통술 등), 전통공예(도자기, 염색, 나무, 짚풀, 한지, 금속, 연 등), 전통예절(관례와 제례, 다도, 한복입기, 흥례 등), 전통예술(판소리, 민요, 가요, 전통춤, 단아곡, 풍류, 민속놀이 등)
문화체육관광부 (2007)	한글, 한식, 한복, 한옥, 한지, 한국음악으로 구분하고 우리나라의 대표적인 전통문화자원으로 분류함
최경은(2012)	한식, 한복, 한옥 등을 제시하고 있으며, 전통문화자원사업의 시장성을 평가하면서 전통공예, 전통음악, 전통 춤, 한방의료, 다도, 전통무예, 템플 스테이 등을 전통문화자원으로 파악한 바 있음

한식, 한복, 한옥, 한국음악, 전통 공예, 전통무예, 전통의례 등으로 요약됨

II. 선행연구: 체험관광



체험

- '자기가 몸소 겪음 또는 그런 경험'을 뜻함
- 체험은 '몸으로 배운 것'이라 할 수 있으며, '체득'과 직접적인 성격을 가지며, 지식을 배우는 것보단 **몸으로 익히는 것에 초점을 맞춤**
- Pine&Gilmore(1998)의 체험경제학에서 **체험**은 상품과 서비스의 상위 개념이고 단순히 감각적 측면 뿐 아니라 **엔터테인먼트 적, 교육적, 현실 도피적, 미적 측면**이 존재한다고 설명

- **체험관광**: 1980년대 초부터 마케팅 분야에서 유래된 경험적 (experiential), 쾌락적(hedonic) 접근 방법인 **체험 마케팅을 관광 분야에 접목한 것임**

연구자	정의
이광희·김영준 (1999)	일탈감, 대인교류감, 지적체험, 모험감, 신기, 이색체험, 창의적 체험 등을 보다 강도 높게 경험하는 것
안영철(2002)	독특한 체험을 추구하기 위하여 특정 관광대상에 대한 보다 직접적이고 강도 높은 관광경험
노원중·지진호 (2013)	경험을 통하여 흥미를 느끼고 축제 프로그램에 대한 직접적인 참여를 함으로써 새로운 경험 을 하기도 하며 자신이 추구하는 가치를 찾는 행위
이규찬(2016)	관광객이 스스로 관광의 주체가 되어 그 상품을 체험하는 프로그램



II. 전통문화체험관광 대표 사례: 한국의 집

- 내·외국인들에게 한국의 전통문화를 홍보하기 위해 지어진 문화공간
- 한국문화재보호재단이 운영 및 관리하고 있는 전통문화체험공간
- 전통음식, 전통공연, 전통무예, 전통혼례, 전통예절 등 다양한 문화체험을 유료 프로그램으로 상설로 운영



II. 전통문화체험관광 대표 사례: 한국의 집



분류	체험프로그램	내용
음식	김치만들기	강사 설명에 따라 한국 김치 중 대표적인 배추김치 만들기 체험
	꽃산병 만들기	초록, 노랑, 빨강 예쁜 색깔로 물들인 반죽을 동그랗게 빚어서, 부귀 장수 지혜의 의미를 지닌 떡살(떡의 문양을 찍는 도구)를 사용해서 떡을 만드는 체험
공예	한지공예	전통 한지를 사용해서 예쁜 손거울을 만들어 보는 체험
	매듭	줄을 이용하여 여러 가지 묶는 방법을 배우고, 우리 전통의 매듭 만드는 법을 학습하여 전통공예 소품인 목걸이를 만들어 보는 과정
	탈 만들기	중요 무형문화제 제 17호인 봉산탈을 만들어 보는 체험으로 종이 재질로 된 탈 틀에 물감으로 그림을 그려 나만의 봉산탈을 만듦
놀이	사물놀이	장구의 기본 가락을 배워보는 체험
	무용	전통무용의상을 입고, 부채춤을 처음부터 끝까지 배워보는 과정
	택견	유네스코 인류무형유산에 등재된 우리 고유의 무술 태권을 실제 도복을 입고 배우는 체험

II. 선행연구: 체험 서비스품질



- 선행연구에 따르면, 서비스품질 5가지 구성차원을 한국전통문화체험관광의 서비스품질척도로서 측정되지 않았던 바, 본 논문에서는 서비스품질 5가지 구성차원을 측정변수로서 채택함**

차원	구성항목	차원	구성항목
유형성	1. 현대적 장비	확신성	14. 고객에게 믿음을 주는 행동
	2. 물리적 시설의 매력적인 외관		15. 고객에 대한 거래의 안정성
	3. 종사원들의 깔끔함 및 단정함		16. 고객에 대한 친절함
	4. 서비스와 관련된 제반자료(팸플렛, 설명서 등)		17. 고객의 어떤 문의에도 대답 가능한 종사원
신뢰성	5. 서비스의 약속시간 준수	공감성	18. 고객에 대한 개별적인 관심
	6. 고객이 문제에 봉착했을 때 적절한 대응		19. 고객의 편리한 시간 조절
	7. 첫 번에 제대로 서비스를 수행함		20. 고객의 개인적인 요구를 고려하는 종사원
	8. 약속한 시간 내에 서비스를 제공함		21. 고객에게 진정으로 최대한 이익을 주려는 노력
	9. 작은 실수조차 없는 완벽함		22. 고객욕구에 대한 직원들의 이해
반응성	10. 서비스제공 시간의 정확한 약속		
	11. 종사원들의 신속한 서비스 제공 준비		
	12. 종사원들의 고객을 지원하는 준비		
	13. 바쁜 상황에서도 종사원들의 신속한 고객 대응		

Ⅱ. 선행연구: 문화이해



연구자	정의
전봉식(2001)	타 문화를 이해한다는 것은, 자신이 속한 사회와는 다른 사회의 사람들이 살아가는 방식을 배우고, 이들이 왜 특정 한 방식의 생활을 영위하게 되었는지를 이해하며, 이들의 사고체계를 이해하는 것
박윤경 외 2인 (2008)	문화에 대한 이해를 통해 사회갈등을 줄이고 사회통합에 기여할 수 있으며, 다양한 문화적 배경들이 섞임으로써 더욱더 건강하고 새로운 문화 창조의 기회가 제공될 수 있음
서정연(2010)	다른 문화를 배우고 이해한다고 할 때, 여기서 사용되는 문화의 개념이란, 한 사회 내의 구성원들이 공유하고 있는 삶의 방식과 사고체계를 의미함
이규찬(2016)	한국에 관한 선호도가 높으면 높을수록 이해도 역시 높음

Ⅱ. 선행연구: 체험서비스품질과 고객만족의 관계



연구자	내용
이환범·송진섭 (2002)	지역축제 서비스품질에서, 보증성(역사문화적 가치, 유교지식, 유교체험기회제공), 신뢰성, 감정이입, 대응성 요인이 만족도에 유의한 정(+)의 영향을 미침
최영창(2007)	청소년 농촌체험활동 서비스품질에서, 프로그램, 물리적환경, 상호작용, 성과는 만족도에 유의한 정(+)의 영향을 미침
박기윤·김현식 (2012)	체험형 교육 서비스품질에서, (체험형 교육) 결과 품질, 공감 품질, 신뢰 품질, 물리적 환경 품질은 이용자 만족도에 유의한 영향을 미침
이경수·양길승 (2014)	농촌 체험프로그램 서비스품질에서, 편의성, 서비스성, 성취성, 확신성 요인이 만족도에 유의한 정(+)의 영향을 미침
Wang Dinglin(2015)	테마파크의 서비스품질(시설, 직원, 놀이기구)은 중국관광객의 만족도에 유의한 정(+)영향을 미침
정미선(2016)	승마체험의 서비스품질(반응성, 확신성, 유형성, 공감성, 신뢰성)은 만족도에 유의한 정(+)의 영향을 미침

⇒ H1: 한국전통문화체험프로그램 서비스품질은 고객만족에 유의한 영향을 미칠 것이다.

Ⅱ. 선행연구: 고객만족과 구전의도와의 관계



연구자	내용
Pearce(1980)	<p>긍정적 만족을 갖는 관광객은 재방문 하거나 구전으로 다른 관광객들에게 그 관광지를 추천하거나 호의적으로 표현함. 하지만, 불만족 관광객은 그 관광지를 재방문 하지 않고, 다른 사람에게 추천하지도 않으며 부정적 표현으로 해당관광지에 손해를 입힘</p>
서태양·부숙진 (2009)	<p>축제방문객을 대상으로 축제프로그램의 체험만족이 재방문의사 및 추천의사에 미치는 영향에 대한 분석에서, 체험만족은 재방문의사와 추천의사에 유의미한 정(+) 영향을 미치는 것으로 밝힘</p>
문태영(2010)	<p>체험환경요인에서 경험하는 긍정적인 감정이 만족으로 이어지고, 그 결과 호의적이고 긍정적인 측면에서 타인에 대한 추천의도와 재 참가의도를 가짐</p>
김석영·김한주 (2011)	<p>어촌체험마을과 관련된 체험적 요인들에 의해 체험적 만족이 높아지면 추천의도로 이어진다고 함</p>

⇒ H2: **만족도는 구전의도에 유의한 정(+)**의 영향을 미칠 것이다.

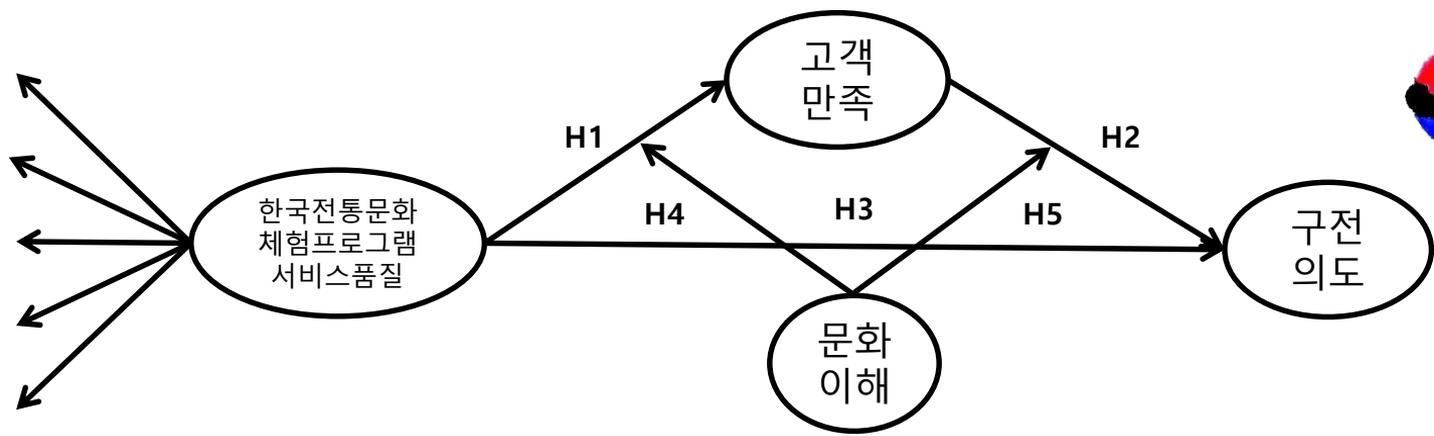
Ⅱ. 선행연구: 서비스품질과 구전의도



연구자	내용
Bitner(1990)	고객 만족과 서비스 질, 행동의도와와의 인과관계를 확인하고, 서비스 질이 구전활동(추천의사)에 영향을 미친다고 함.
박종화·이연정 (2007)	스포츠 시설의 서비스 품질은 구전의도에 유의한 영향을 줌
박가나·김진강 (2007)	외식업체의 서비스 품질은 소비자 구전의도에 유의한 영향을 미침

⇒ H3: 서비스 품질이 구전의도에 정(+)의 영향을 미친다.

신뢰성
반응성
확신성
공감성
유형성



H1: 한국전통문화체험프로그램 서비스품질은 고객만족에 유의한 영향을 미칠 것이다.

H1-1: 한국전통문화체험프로그램의 서비스품질의 신뢰성은 고객만족에 유의적인 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H1-2: 한국전통문화체험프로그램의 서비스품질의 반응성은 고객만족에 유의적인 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H1-3: 한국전통문화체험프로그램의 서비스품질의 확신성은 고객만족에 유의적인 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H1-4: 한국전통문화체험프로그램의 서비스품질의 공감성은 고객만족에 유의적인 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H1-5: 한국전통문화체험프로그램의 서비스품질의 유형성은 고객만족에 유의적인 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H2: 만족도는 구전의도에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H3: 서비스 품질이 구전의도에 정(+)의 영향을 미친다.

H4: 체험프로그램 서비스 품질과 구전의도에 있어서 만족도는 유의적인 매개 역할을 할 것이다.

H4: 문화이해는 서비스품질과 고객만족 사이에 유의적인 조절 역할을 할 것이다.

H5: 문화이해는 고객만족과 구전의도 사이에 유의적인 조절 역할을 할 것이다.

IV. 예상방법론



분류	내용
표본크기	약 250여명
시행기간	2018년 7월 ~ 8월
대상	외국인 관광객 및 외국인 유학생(한국어학당+교환학생)
장소	(외국인이 한국전통문화를 가장 많이 체험해 볼 수 있는) 한국민속촌, 북촌한옥마을, 인사동, 고궁, 남산골한옥마을 등
설문지 언어	영어, 중국어, 일어
SPSS 18.0	<ul style="list-style-type: none"> - 표본 특성 파악을 위한 빈도분석 실시 - 측정변수의 타당도 및 신뢰도를 검증을 위한 요인분석과 신뢰도 분석을 실시 - 가설을 검증하기 위하여 다중회귀분석 실시 - 집단 별 비교: ANOVA 분석 - (이해) 조절효과: (위계적, 계층적 또는 단계적) 회귀분석 (만족도) 매개효과: Sobel Test

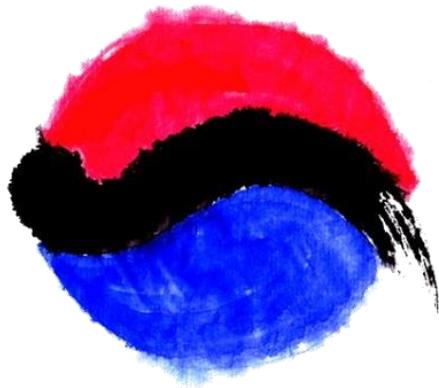


V. 예상시사점 및 기대효과

- **문화유적 및 전통문화 관광에 대한 외국인 관광객의 관심도가 상승하고 있는바, 발전 가능성이 크기 때문에, 본 논문은 향후 관련 체험프로그램을 제작하는데, 기존의 프로그램의 품질을 개선하는 데 큰 기여를 할 것으로 예상됨**

VI. 차별성

- 기존연구와는 대조적으로, **문화이해**라는 변수를 **조절효과**로 사용하여, **서비스품질-고객만족, 고객만족-구전의도** 사이에서의 **관계**를 규명함
- 또한, **한류문화컨텐츠 중 한국전통문화**라는 그 동안 연구가 많이 진행되지 않았던 **희소한 컨텐츠**를 선정, **외국인 관광객을 대상으로 설문**을 실시하였다는 점



감사합니다