

# 유휴공간을 활용한 문화재생시설 방문객의 특성이 만족도와 재방문의도에 미치는 영향

영월 Y파크 사례

The Impacts of Visitors' Characteristics on Their Satisfaction and Revisit Intention of Cultural Regeneration Facility Utilizing Unused Space

A Case of Yeongwol Y-park

이상숙\*

Lee, Sang-Suk

이재수\*\*

Lee, Jae-Su

---

## Abstract

This study investigated the influence of cultural regeneration perceptions and socioeconomic attributes on satisfaction and revisit intentions among visitors to Yeongwol Y Park. From the survey, 550 valid responses were secured. The primary outcomes and implications of the research include the following: First, distinct variations in cultural regeneration perceptions were observed across different age groups, occupations, and income levels. To enhance satisfaction and encourage repeat visits, it's imperative to strategize by segmenting visitors based on these attributes. Second, differences in satisfaction and revisit intentions, based on socioeconomic attributes, were evident in certain age and occupational brackets. Third, the role of cultural engagement was deemed significant when analyzing factors contributing to satisfaction. Notably, individuals in their 20s and those within the middle-income range reported higher levels of satisfaction. Fourth, key determinants affecting the intention to return encompassed overall satisfaction, the viewing environment, pricing, and cultural engagement. As a recommendation, the analysis of enhancing the viewing ambiance and refining services are required.

.....  
색인어 : 유휴공간, 문화재생, 방문객의 특성, 만족도, 재방문의도

Keywords : Unused Area, Cultural Regeneration, Visitors' Characteristics, Satisfaction, Revisit Intention

---

\* 강원대학교 일반대학원 부동산학과 박사수료 (주저자: yss2032@korea.kr)

\*\* 강원대학교 사회과학대학 부동산학과 교수 (교신저자: jslee25@kangwon.ac.kr)

# I. 서론

## 1. 연구의 배경 및 목적

2020년 우리나라 수도권 인구집중도는 50.2%로 다른 OECD 국가(영국 36.4%, 일본 34.5%, 프랑스 18.3%)와 비교하여 매우 높다. 2019년 기준 수도권의 지역내총생산(GRDP)은 전국의 52%이다. 인구와 경제의 수도권 집중화와 인구감소는 지방소멸의 주원인이 되고 있다(하혜영 · 김예성, 2021).

국가 차원에서 지역 간 불균형을 해소하고 지역 특성을 고려한 종합적인 지원을 위해 2023년 7월 「인구감소지역 지원 특별법」이 시행되었다. 이 법의 제정 목적처럼 지방소멸 문제는 일자리, 주거, 복지(돌봄), 교육, 교통, 문화, 의료 등 전 분야에 걸쳐 종합적으로 접근해야 한다. 지방에서의 삶의 질이 높아지면 지방에 거주하는 사람은 지방을 떠나지 않고 떠났던 사람도 다시 돌아올 것이다. 삶의 질을 높일 수 있는 여러 가지 대안 중 문화를 향유 할 수 있는 여건과 기반 마련이 빠질 수 없다.

디지털 미디어의 부상으로 새롭고 독특한 문화예술에 대한 사람들의 관심과 반응은 날로 증가하고 있다. 지역을 활성화하기 위한 지역개발사업과 도시재생사업에서 문화예술의 활용은 자연스러운 현상이 되었다. 2013년 제정된 「도시재생 활성화 및 지원에 관한 특별법」 따르면 도시재생을 “인구감소, 산업구조 변화, 도시의 무분별한 확장, 주거환경의 노후화 등으로 쇠퇴하는 도시를 지역 역량의 강화, 새로운 기능의 도입·창출 및 지역자원의 활용을 통하여 경제적·사회적·물리적·환경적으로 활성화시키는 것”이라고 명시하고 있다.

조명래(2011)는 문화적 콘텐츠로 도시를 재생시키는 방식을 문화적 도시재생(Cultural Urban Regeneration)이라고 하였다. 계기석(2010)은 도시의 개별 특성에 부합되는 다양한 유형의 도시문화 전략을 선도적으로 채택하고 시행함으로써 쇠퇴한 지역을 재생하고 나아가 도시 전체가 지속 발전할 수 있는 전략을 문화 주도 도시재생이라고 하였다. 문화체육관광부는 지역이 가지고 있는 고유한 문화자산을 기반으로 도시브랜드를 창출하는 법정 문화도시 지정 사업을 추진하고 있다. 문화예술이 지역을 활성화하고 도시의 경쟁력을 높이는 중요한 자산임을 인식하고 있다.

본 연구는 지역의 문화예술공간인 영월 Y파크를 사례로 방문객의 문화재생 인식과 사회경제 특성이 만족도와 재방문의도에 미치는 영향을 분석하는 것을 목적으로 한다. 영월 Y파크는 지역의 유희공간이 문화예술공간인 미술관으로 재탄생한 대표적인 사례이다. 문화재생사업으로 재탄생한 지 4년이 흐른 시점에서 방문객의 특성별 차이와 만족도와 재방문의도에 영향을 미치는 요인을 밝혀 지역문화 자산의 활용을 위한 시사점을 제시하고자 한다.

## 2. 연구의 범위 및 내용

이 연구는 유휴 지역자산에서 미술관으로 재탄생한 영월 Y파크 사례를 연구 대상으로 하였다. 영월군은 2009년 「규제자유특구 및 지역특화발전특구법에 관한 규제특례법」에 따라 박물관 특구로 지정되었다. 1995년 지방자치 시대를 맞이하면서 지역발전의 동력을 문화예술에서 찾았다. 영월군에는 현재 23개의 공립 및 사립박물관이 소재해 있다. 영월 Y파크는 공립박물관의 형태이면서 효율적인 운영을 위해 민간에게 위탁 관리하고 있다. 2019년 영월 Y파크가 개관한 지 4년이 지난 2022년 8월 현재 방문객을 대상으로 설문조사를 실시하였다. 설문은 2022년 8월 10일부터 9월 11일 사이 13일간 진행하였으며, SPSS 25.0을 활용하여 기초 통계분석과 회귀분석을 하였다.

제1장은 연구의 배경과 필요성을 제시하고 연구 목적과 범위를 제시하였다. 제2장은 문헌 연구를 통해 지역자산, 만족도, 재방문의도에 대한 개념과 구성 요인을 고찰하였다. 제3장은 방문객을 대상으로 실시한 조사설계와 분석방법을 제시하였다. 제4장은 설문조사 자료를 이용하여 분석을 실시하였다. 제5장은 유휴공간을 활용한 문화재생시설 이용의 만족도와 재방문의도를 높이기 위한 시사점을 제시하였다.

## II. 이론적 고찰

### 1. 지역자산과 유휴공간의 활용

지역자산은 지역개발사업이나 도시개발사업, 문화관광 개발 사업 등에 자주 등장하는 용어이다. 자산은 경제적으로 가치가 있는 유형과 무형의 재산으로 긍정적 의미가 내포되어 있다. 현재는 물론 미래에 경제적 가치를 줄 수 없는 대상은 자산이라고 할 수 없다. 당장 실현 이익은 없으나 미래에 수익으로 창출할 가능성이 존재하기 때문에 환가성이 있는 재산과 구별된다. 지역자산은 어떤 지역이 보유하고 있는 경제적 가치를 지닌 유형과 무형의 모든 것으로 정의할 수 있다.

이왕건 외(2011)는 재개발, 재건축과 같은 획일적인 도시정비사업의 합리적인 대안으로 지역자산을 활용한 도시재생 방안을 제시하였다. 지역자산을 공간 범위, 특성, 분류 기준에 따라 자연적 자산, 구조적 자산, 문화적 자산, 사회적 자산, 경제적 자산으로 유형화하였다. 지역자산의 구성요소를 <표 1>과 같이 5개의 자산 유형별로 구분하였다.

표 1. 지역자산의 개념과 구성요소

구분		자산별 정의	대표적 구성요소
자연적 자산	장소적 자산	지역의 지리적 위치 및 접근성	<ul style="list-style-type: none"> <li>시장·상권의 형성 정도</li> <li>지역으로의 접근 용이성(도로·철도·공항 등)</li> </ul>
	환경적 자산	지역의 환경적 특성 및 쾌적성	<ul style="list-style-type: none"> <li>어메니티 자원의 보유 정도</li> <li>자연경관(강·산·바다·평야)</li> <li>환경의 질적 수준(대기·수질·소음 등)</li> <li>특이한 지형·지질·동식물·기후 등</li> </ul>
구조적 자산	공간적 자산	지역의 공간 구조적 특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>건축물의 구성·배치·노후도</li> <li>고유하고 독특한 가로경관·풍경 등</li> </ul>
	시설적 자산	지역의 기반시설 및 토지이용 특성	<ul style="list-style-type: none"> <li>기반시설(건물·상하수도·도로·항만 등)</li> <li>토지이용(주거·공업·상업 등)</li> <li>용도별 지역·지구지정 여부</li> <li>주거여건 등</li> </ul>
문화적 자산	역사적 자산	지역 내 역사·문화자원 보유 및 활용성	<ul style="list-style-type: none"> <li>문화재·문화시설</li> <li>유·무형의 역사문화유산(유물·유적·전설 등)</li> <li>산업유산 등</li> </ul>
	관광적 자산	지역 내 예술·관광 자원 보유 및 활용성	<ul style="list-style-type: none"> <li>축제·이벤트, 예술작품, 위락</li> <li>관광명소, 관광시설·관광지구 등</li> </ul>
사회적 자산	인적 자산	구성원들의 사회활동 정도 및 잠재력	<ul style="list-style-type: none"> <li>커뮤니티</li> <li>인적 네트워크(규범·신뢰·참여·리더·리더십·협력)</li> <li>구성원들의 행위·생활상</li> </ul>
	이미지 자산	지역의 정체성 및 상징성 정도	<ul style="list-style-type: none"> <li>지역 내 정체성(문화적 다양성·개방성)</li> <li>지역의 상징성(매력성·브랜드·인지도·호감도·특산물·음식) 등</li> </ul>
경제적 자산	기업체 자산	지역 내 기업활동 기반 및 정도	<ul style="list-style-type: none"> <li>기업의 규모·경쟁력·일자리·기술개발·조직문화</li> <li>정부의 지원정도(인적·재정적·프로그래밍)</li> <li>기업의 지역 내 융화 정도 등</li> </ul>
	노동력 자산	구성원들의 경제활동 정도 및 잠재력	<ul style="list-style-type: none"> <li>지역 내 노동력·노동시장·고용 프로그램</li> <li>개인·집단의 경험·지식·교육 정도 등</li> </ul>

지역자산과 유희공간과의 관계는 정책 관점에 따라 상반되게 나타난다. 원래 유희공간이었던 곳이 도시재생사업이나 지역개발사업을 통해 지역 자산화되거나 반대로 지역자산으로서 중요한 역할을 하다가 복합적 요인으로 인해 유희공간이 되는 경우이다. 한승욱·이재수(2021)는 도시재생사업으로 조성된 공공시설이 운영관리 부실 등으로 유희공간이 되는 사례에서 착안하여 지역 자산화 지원조직 역량 강화와 인큐베이팅을 통해 지역경제와 공동체 활성화 기여 방안을 제안하였다.

유희공간의 발생 원인은 다양하지만 주로 지역쇠퇴와 밀접한 관련이 있다. 이승은(2016)은 유희공간의 발생 요인에 따라 다섯 가지로 구분하였다. 첫 번째는 인구감소와 도시화로 인해 도시 외곽지역에 방치된 폐가, 폐교, 방치된 공공시설이다. 두 번째는 산업구조 변화로 발생한 광업소, 화력발전소, 산업시설(공장), 폐선 철도 등이다. 세 번째는 신도시 개발과 기존 도심의 공동화로 인한 빈 상점, 빈집 등이다. 네 번째는 행정

구역 개편으로 인해 공공시설이나 군사시설이 이전한 공공청사, 군부대 시설이다. 다섯 번째는 개발 규제나 인허가 지연 등으로 인한 폐가, 건축물 등이다.

## 2. 만족의 개념과 영향 요인

### 1) 만족의 개념

만족은 어떤 대상이나 상황에 대해 결핍감 없이 충분히 흡족한 감정의 상태를 표현한다. 신동준(2009)은 개인이 삶을 영위해 나가는 과정에서 경험하는 주관적 감정의 발현으로 만족을 행복과 유사한 개념으로 보았다. 만족에 관한 연구는 고객 만족, 주거 만족, 직무만족, 주민만족, 환경의 질에 대한 만족 등 특정 분야로 한정하거나 삶의 질을 측정한다. 김승규(2004)는 임대아파트 거주 결정 요인분석 연구에서 만족을 특정 대상에 대한 기여와 특정 대상으로부터 받는 보상의 비합당한 균형의 결과가 사회적으로 조직화 되어 지속적인 형태로 나타나는 것으로 정의하였다.

고객 만족에 관한 연구는 민간 부문에서부터 공공부문에 이르기까지 거의 모든 분야에서 이루어지고 있다. 재화나 서비스를 판매하는 민간기업은 소비자의 제품 만족에 대한 피드백을 얼마나 잘 파악하느냐가 기업경영 성패를 좌우하기도 한다. Cadotte et al.(1987)은 소비자가 느끼는 만족과 불만족을 비교 과정으로 보았다. 소비자는 어떤 상품을 사용한 후에 기대했던 성과와 실제로 상품을 사용한 후 느낀 결과를 비교하는데, 여기서 기대에 대한 일치·불일치는 만족·불만족의 정서적 반응을 일으킨다고 하였다.

### 2) 만족의 영향 요인

만족에 영향을 주는 요인은 만족의 특정 영역별로 다르므로 세분화할 필요가 있다. 특히 고객 만족의 경우 제품과 서비스 등 소비 대상에 따라 영향 요인도 각각 다르게 나타난다.

연구 사례인 영월 Y파크가 미술관이기 때문에 박물관과 미술관 관람객 만족 영향 요인을 살펴보고자 한다. 문창현·정성미(2009)는 박물관 서비스 품질 만족에 관한 연구에서 전시 방법, 직원 서비스, 전시내용, 박물관 시설, 부대프로그램, 안내시설을 만족에 영향을 미치는 요인으로 선정하였다. 소은혜·이경률(2014)은 박물관의 서비스 품질이 관람객의 만족도와 행동 의도에 미치는 영향 연구에서 박물관이 가지고 있는 공적 기능인 교육 효과를 고려하여 서비스 품질척도를 전시 교육, 편리성, 전시시설, 응답성, 신뢰성으로 구성하였다. 조아라(2015)는 미술관 방문객의 만족에 미치는 요인이 시설 매력성, 편의성, 주변요인, 연출요인, 인적요인임을 실증하였다.

### 3. 재방문의도의 개념과 영향 요인

#### 1) 재방문의도의 개념

서비스 산업은 신규 방문객뿐만 아니라 재방문객의 비율이 경영의 성패를 좌우하는 데 중요한 역할을 한다. 문화관광산업 또한 재방문객 비율이 높아야 경제적·사회적 부가가치 창출이 가능하다. 신규 방문객을 통해서 재방문객을 꾸준히 증가시켜야 지속적인 성장과 재투자자의 선순환 구조를 만들 수 있다.

Mat Som et al.(2012)은 관광객의 행동은 소비 과정의 관점에서 방문 전, 방문 중, 방문 후 세 단계로 나누어지며, 재방문의도는 재방문 가능성과 다른 사람에게 추천할 의향이라고 하였다. 오은비 외 2(2019)는 도시재생 관광지의 공공디자인 특성이 지각된 가치와 재방문의도에 미치는 영향 분석에서 재방문의도를 도시재생 관광지를 방문한 관광객이 다시 방문하고자 하는 직접적·간접적인 의사로 정의하였다. 선행연구를 종합하면 재방문의도는 특정 장소나 관광지 등을 방문하고 이용하면서 형성된 긍정적 정서로 인해 미래 어느 시점에 다시 방문하려고 결심하거나 의향이 있는 상태로 정의할 수 있다.

#### 2) 재방문의도의 영향 요인

문화시설을 포함하여 제품과 서비스에 대한 우호적 반응은 재구매를 유발하고 신규 고객층 확보를 가능하게 하므로 써 마케팅 비용을 줄여준다. 이관우(2017)는 복합문화공간의 서비스 품질 중 응답성 즉 정확한 서비스 제공과 직원의 신속성이 구전 의사와 재방문의도에 긍정적인 영향을 미치는 것을 확인하였다.

송현나·구자준(2020)은 공연 예술 박물관의 전시체험 특성 중 흥미성과 몰입성이 재방문의도에 긍정적인 영향을 끼치며 그중에서도 즐거움과 재미의 감정인 흥미성의 영향력이 가장 크다고 주장하였다. 오영숙(2018)은 유희공간을 예술 창작공간으로 재생한 사례에서 체험프로그램 운영이 재방문의도에 긍정적 영향을 주는 것으로 나타났다. 유승찬(2017)은 복합문화공간의 체험마케팅과 브랜드 이미지가 재방문의도의 긍정적 영향 요인임을 확인하였다. 문화시설, 관광지, 도시재생사업지에 대한 재방문의도의 영향 요인을 정리하면 <표 2>와 같다.

본 연구는 지역문화 자산을 문화예술 콘텐츠로 재생 후 4년이 흐른 미술관을 대상으로 방문객의 사회경제 특성에 따라 만족도와 재방문의도의 차이를 실증 분석하였다. 대부분의 선행 연구는 만족도와 재방문의도의 영향 관계를 분석하면서 응답자 특성에 따라 집단을 구분하지 않고 전체를 대상으로 분석하였다. 본 연구는 방문객을 연령별, 직업별, 소득별로 세분화하여 문화재생의 인식, 만족도의 차이를 분석한 점에서 의의가 있다. 또한 문화재생 인식과 방문객의 사회경제 특성에 따른 만족도와 재방문의도

의 영향을 분석하고 시사점을 제시한 점에서 차별성이 있다.

표 2. 재방문의도 영향 요인

연구자	영향요인
이관우(2017)	응답성(정확한 서비스제공, 신속성)
송현나·구지준(2020)	전시체험 특성(흥미성, 몰입성)
조한나·최지호(2020)	관광 경험: 관광 후 긍정적으로 기억할 수 있는 관광 경험(레락, 재충전, 새로움, 사회적 상호작용과 지역문화, 지식, 의미성, 관여도) 긍정적 회상: 과거 발생했던 관광 경험 중 긍정적으로 기억하는 행위
이희정 외 2(2017)	접근성 및 교통, 여행 편의성, 서비스(전세버스, 여행비용, 쇼핑 및 관광 정보 안내 등에 대한 만족도와 관광종사원, 지역주민, 관광 가이드의 친절과 의사소통 등질적 측면)
은지영·박양우(2014)	축제 서비스 품질(프로그램, 무대 시설, 운영 능력, 축제시설, 청결성)
김현 외 2(2014)	지역 고유성, 관광인프라, 경제성, 다양성 및 안전성, 자원 적정성
강해숙·문정인(2013)	도시의 매력성, 도시의 인프라, 도시의 서비스, 도시의 문화유산
오영숙(2018)	체험프로그램(일탈적 체험, 교육적 체험, 오락적 체험, 심미적 체험)
유승찬(2017)	체험마케팅(감각적 체험, 감성적, 체험, 인지적 체험, 행동적 체험, 관계적 체험), 브랜드이미지(상징적 이미지, 경험적 이미지)

### Ⅲ. 조사 및 분석 방법

#### 1. 영월 Y파크 사업 현황

영월군은 2013년 주천면에 조선 중기 인문지리서인 신증동국여지승람의 주천(酒泉)이라는 지명유래 설화를 바탕으로 술샘박물관을 건립하였다. 사람의 신분에 따라 탁주가 나오기도 하고 청주가 나오기도 한다는 설화를 모티브로 문화체육관광부의 공립박물관 지원에 선정되었다. 총 사업비는 70억 원으로 연면적 1,324㎡ 규모에 술샘 설화, 전통 술 제조 과정, 전통술을 주제로 전시공간을 구성하였으며 2014년 무료로 임시 개관하였다(영월군, 2019).

술샘박물관 건립 후 술샘박물관을 활성화하고자 술샘마을 주막거리 조성사업을 추진하였다. 술샘마을 주막거리 조성사업은 술샘박물관 주변을 주막거리 즉 식당시설로 건물을 신축하였다. 건축 연면적이 총 3,022㎡로 체험관 1개, 동일 구조의 주막동(식당) 4동으로 구성되었다. 사업기간은 2013년부터 2016년까지이며 예산은 70억 원이 소요되었다(영월군, 2019). 술샘마을 주막거리 건물은 당초 목적인 식당으로 운영이 되지 못하고 빈 건물로 남아 있었다.

2017년 영월군은 술샘박물관과 술샘주막거리 운영을 활성화하기 위하여 민간수탁자 모집 공고를 실시하였다. 미술관의 총괄기획은 대지미술가 최옥영이 구상하고 박신정,

최정윤, 이선주, 이재삼 작가 등이 참여하였다. 근린생활시설인 식당을 미술관으로 탈바꿈시키기 위해 천장을 철거하고 창문을 폐쇄하였다. 기존 출입문의 위치와 구조도 변경하고 온돌 방식 형태의 구조물과 식당 집기 등도 철거되었다. 철거 과정에서 나온 건축 자재는 재생이라는 주제로 설치 미술 작품으로 새롭게 태어났다. 인도 블록은 관람 동선을 새로 조성하면서 철거되었는데, 이 블록도 미술관 입구의 담장 겸 작품으로 재활용되었다.

영월 Y파크는 개관 후 약 6개월 만에 2019년 한국관광공사가 뽑은 겨울철 숨은 관광지에 선정되었다. SNS를 통해 단기간에 명소가 되었고 패션 잡지, 의류 회사, 가전회사, 모텔 워킹 등의 촬영장소가 되고 있다. 2020년 12월에는 한국관광공사가 시상하는 한국 관광의 별을 수상하였다(강원일보, 2020).

## 2. 조사목적 및 내용

본 연구는 실증분석에 앞서 지역자산, 만족도, 재방문의도 등의 개념과 구성 요인(Construct), 영향 요인을 선행연구 검토를 통해 정리하였다. 이를 바탕으로 지역의 문화 자산인 영월 Y파크 방문객의 만족도와 재방문의도에 미치는 영향 요인을 파악하고 시사점을 제시하는 데 목적이 있다.

본 조사는 강원도 영월군 영월 Y파크에 방문한 내국인(영월군민 포함)을 대상으로 한다. 설문조사는 2022년 8월 10일부터 9월 11일까지 진행하였다. 대상자에게 연구목적과 측정 문항에 대해 조사 전에 설명하고 설문지는 자기 평가기입법으로 작성 후 직접 회수하였다. 설문 조사항목은 <표 3>과 같이 방문객의 관람 행동 특성, 도시 및 문화 재생에 대한 인식, 만족도, 재방문의도에 대한 인식과 인구통계학적 특성으로 구성하였다.

표 3. 설문조사 항목

구분	조사항목
관람 행동 특성	정보 취득 경로, 교통수단, 문제점, 강점, 관람 시간, 방문 빈도, 여행 빈도, 만족도
도시 및 문화재생에 대한 인식	도시재생의 의미, 문화재생의 인지, 문화 활용의 중요성
만족도	전반적인 만족도, 전시와 관람 환경, 서비스, 체험프로그램, 가격
재방문의도에 대한 인식	재방문 의향, 다른 사람과 재방문 의향, 소득이 증가한다면 다시 방문, 다른 관광지보다 방문 의향이 높은지에 대한 인식
인구통계학적 특성	성별, 연령, 결혼 여부, 가구원 수, 자녀 수, 학력, 직업, 월 평균 소득, 거주 지역 등

## 3. 표본 추출 및 구성

설문조사는 2022년 8월 현재 영월 Y파크 방문한 관람객을 모집단으로 한다. 조사



기간 중 관람객 550명을 표본으로 하였다. 영월 Y파크를 1회 이상 방문한 관람객 모집단의 성별과 연령대 비율을 감안하여 조사 대상 표본을 구성하였다. 모집단의 성별 및 연령대 비율은 한국관광공사의 한국 관광 데이터 랩<sup>1</sup>에서 제공하는 자료를 활용하였다. 영월 Y파크 개관 이후인 2019년 6월부터 2022년 6월까지 관람객의 성별, 연령별 평균 비율을 산정하였다. 성별 비율은 남성 57.7%, 여성 42.3%이다.

<표 4>에 제시된 바와 같이 설문 부수는 남성 316부, 여성 234부로 총 550부이다. 연령대는 20대 이하 14.4%, 30대 12.3%, 40대 16.9%, 50대 26.4%, 60대 이상 30.1%이다. 설문조사의 표본 구성에서 한국 관광 데이터 랩에서 파악하기 어려운 소득수준과 거주 지역 비율은 고려하지 않았다.

표 4. 표본 추출 및 구성

구분	평균 비율(2019.06. ~ 2022.06.)			설문 부수(비율)		
	계	남	여	계	남	여
20대 이하	14.4	7.9	6.5	79(100)	43(54.4)	36(45.6)
30대	12.3	6.9	5.4	68(100)	38(55.9)	30(44.1)
40대	16.9	10.6	6.4	93(100)	58(62.4)	35(37.6)
50대	26.4	15.2	11.2	145(100)	83(57.2)	62(42.8)
60대 이상	30.1	17.1	12.9	165(100)	94(57.0)	71(43.0)
계	100	57.7	42.3	550(100)	316(57.5)	234(42.5)

#### 4. 분석 방법

지역 유희자산을 미술관으로 재개관한 영월 Y파크를 대상으로 방문객의 특성에 따라 만족도와 재방문의도 미치는 영향이 다르게 나타날 것이라는 가정 아래 이 연구를 수행하였다. 방문객의 사회경제 특성에 따라 만족도와 재방문의도에 미치는 영향이 어떻게 다르게 나타나는지 만족도는 재방문의도에 어떤 영향을 미치는지를 분석하였다. 구체적으로 방문객의 연령, 직업과 소득수준에 따라 문화재생의 인식에 차이가 있는지, 영월 Y파크 관람의 만족도와 재방문의도에 차이가 있는지 분석하였다. 방문객의 문화재생 인식, 사회경제 특성과 관람행태 요인이 만족도에 어떤 영향을 미치는지, 그리고 방문객의 문화재생 인식, 만족도와 관람행태 요인이 재방문의도에 어떤 영향을 미치는지 분석하였다. 문화재생 요인(문화재생의 인지와 문화 활용의 중요성은 외생변수로, 관람행태 변수(관람시간, 방문횟수)는 통제변수로 설정하였다. 이에 따라 연구가설을

1 한국관광공사의 이동통신, 신용카드, 내비게이션, 관광통계, 조사연구 등 다양한 관광 빅데이터 및 융합분석 서비스를 제공하는 관광특화 빅데이터 플랫폼

다음과 같이 설정하였다.

- H1 : 방문객의 연령, 직업과 소득수준에 따라 문화재생 인식에 차이가 있다.
- H2 : 방문객의 문화재생 인식과 문화 활용의 중요성은 만족도에 유의미한 정(+)의 영향을 미친다.
- H3 : 방문객의 연령과 소득수준은 만족도에 유의미한 영향을 미친다.
- H4 : 방문객의 문화재생 인식과 문화 활용의 중요성은 재방문의도에 유의미한 영향을 미친다.
- H5 : 방문객의 만족도는 재방문의도에 유의미한 영향을 미친다.

문헌 연구를 통해 구성 요인의 개념을 조작적으로 정의하고, 구성 요인의 세부 구성 요소를 결정하였다. 구성 요인과 세부 구성요소를 바탕으로 연구가설을 설정하고 설문지 측정 문항을 도출하였다. 설문조사를 통해 수집된 자료는 데이터 코딩 후 통계분석 프로그램인 SPSS 25.0을 이용하였다.

종속변수인 만족도는 지역자산인 문화예술공간을 방문한 방문객의 만족감으로 전반적인 만족도, 전시 관람 환경에 대한 만족도, 서비스에 대한 만족도, 체험프로그램에 대한 만족도, 가격에 대한 만족도를 반영하였다(최용석, 2017). 재방문의도는 ‘유휴공간으로 재탄생한 미술관을 방문한 방문객이 다시 방문하고자 하는 직접적 또는 간접적인 의사’로 정의하고 ‘재방문 의향’, ‘동반 방문 의향’, ‘여유가 생기면 재방문’, ‘다음에 다른 관광지보다 먼저 방문’을 측정항목으로 도출하였다.

방문객의 사회경제 특성에 따라 문화재생에 대한 인식에 차이가 있을 것으로 보았다. 차이 측정을 위해 도시재생 인지 여부와 문화 재생 인지 여부, 도시재생 사업추진 시 문화 활용의 중요성으로 항목을 구성하였다(최용석, 2017). 방문객의 사회경제 특성은 연령과 소득수준으로 구분하여 측정하였다. 연령은 10살 간격으로 20대, 30대, 40대, 50대, 60대 이상으로 구분하였다. 소득은 여행지 선택과 같은 개인행동 결정에 많은 영향을 끼치는 변수이다. 소득은 세금을 내기 전 월 평균소득으로 100만 원 단위로 200만 원 미만에서 600만 원 이상으로 구분하였다. 통제변수인 관람시간\_1은 1시간 이상 2시간 미만이며 관람시간\_2는 2시간 이상이다. 방문횟수\_2는 영월 Y파크를 2회 방문 경우이며 방문횟수\_3은 3회 방문한 경우이다. 변수의 구성과 측정 방법을 정리하면 <표 5>와 같다.

표 5. 변수의 구성과 측정 방법

구분	변수명		측정 방법	근거	
종속변수	만족도	전반적인 만족도	5점 리커트 척도 (매우불만족=1~매우 만족=5)	조아라(2015) 최용석(2017)	
		관람 환경 만족도	5점 리커트 척도 (매우불만족=1~매우 만족=5)		
		서비스 만족도	5점 리커트 척도 (매우불만족=1~매우 만족=5)		
		체험프로그램 만족도	5점 리커트 척도 (매우불만족=1~매우 만족=5)		
		가격에 대한 만족도	5점 리커트 척도 (매우불만족=1~매우 만족=5)		
	재방문의도	재방문 의향	5점 리커트 척도 (그렇지 않다=1~매우 그렇다=5)	오영숙(2018) 유승찬(2017)	
		동반 방문 의향	5점 리커트 척도 (그렇지 않다=1~매우 그렇다=5)		
		여유가 생기면 재방문	5점 리커트 척도 (그렇지 않다=1~매우 그렇다=5)		
		다음에 먼저 방문	5점 리커트 척도 (그렇지 않다=1~매우 그렇다=5)		
	문화 재생 인식	도시재생 인지	5점 리커트 척도 (전혀 모른다=1~잘 알고 있다=5)	최용석(2017)	
문화 재생 인지		5점 리커트 척도 (전혀 모른다=1~잘 알고 있다=5)			
문화 활용 중요성		5점 리커트 척도 (전혀 중요하지 않다=1~매우 중요하다=5)			
설명변수	연령	연령_30	30대=1, 그 외=0	정다운(2015)	
		연령_40	40대=1, 그 외=0		
		연령_50	50대=1, 그 외=0		
		연령_60	60대 이상=1, 그 외=0		
	사회 경제 특성	소득	소득_200~300	200 이상~300 미만=1, 그 외=0	남성호(2015)
			소득_300~400	300 이상~400 미만=1, 그 외=0	
			소득_400~500	400 이상~500 미만=1, 그 외=0	
			소득_500~600	500 이상~600 미만=1, 그 외=0	
		소득_600 이상	600 이상=1, 그 외=0		
통제변수	관람 행태	관람시간_1	1시간 이상~2시간 미만= 1, 그 외=0	김해니(2019)	
		관람시간_2	2시간 이상= 1, 그 외=0		
	방문횟수	방문횟수_2	2회=1, 그 외=0	박선하(2020)	
		방문횟수_3	3회 이상=1, 그 외=0		

## IV. 분석 결과

### 1. 연령, 직업 및 소득수준별 차이 분석

#### 1) 도시 및 문화재생의 인식의 집단 간 차이 분석

도시재생과 문화재생에 대한 집단 간 인식의 차이를 알아보기 위하여 도시재생에 대해 알고 있는지와 문화재생의 내용에 대해 알고 있는지, 도시재생에서 문화 활용의 중요성에 대한 각 질문을 5점 리커트 척도로 측정하였다. 연령대는 20대부터 50대까지는 10살 간격으로 하고 60대 이상은 한 개의 집단으로 하였다. 직업은 자영업, 사무관리직, 전문·자유업, 생산·단순노무직, 주부·무직·기타로 범주화하였다.

<표 6>과 같이 도시재생의 의미에 대해서는 20~30대와 40~50대가 집단 간 차이를 보였다. 40~50대(M=3.39)가 도시재생의 의미에 대해 20~30대(M=3.01)보다 높게 인식하고 있음을 알 수 있다. 직업별로는 생산·단순 노무 직종 근로자(M=2.86)와 비교했을 때 사무관리직(M=3.35)이나 전문·자유업 종사자(M=3.50)의 도시재생에 대한 인지도가 높았다(F=5.507,  $p < 0.000$ ). 소득별 차이는 통계적으로 유의미하지 않았으나, 연령대가 높아질수록 도시재생에 대한 인지도가 높게 나타났다. 성별은 집단 간 차이가 나타나지 않아 생략하였다.

표 6. 도시재생의 인지에 대한 집단 간 차이 분석

변수	집단	N	평균	표준화 편차	최소값	최대값	F	유의확률	사후분석
연령*	1	155	3.01	1.057	1	5	7.215	0.001	1<2
	2	305	3.39	0.981	1	5			
	3	90	3.30	0.977	1	5			
	전체	550	3.27	1.013	1	5			
직업**	1	63	3.13	1.039	1	5	5.507	0.000	4<2,3
	2	166	3.35	0.965	1	5			
	3	139	3.50	0.973	1	5			
	4	64	2.86	1.021	1	5			
	5	118	3.17	1.032	1	5			
	전체	550	3.27	1.013	1	5			
소득***	1	211	3.19	0.949	1	5	2.683	0.069	-
	2	184	3.22	1.028	1	5			
	3	155	3.43	1.069	1	5			
	전체	550	3.27	1.013	1	5			

\* 1=20~30대, 2=40~50대, 3=60대 이상

\*\* 1=자영업, 2=사무관리직, 3=전문·자유업, 4=생산·단순노무직, 5=주부·무직·기타

\*\*\* 1=300만 원 미만, 2=300~500만 원 미만, 3=500만 원 이상

두 번째 세부 항목인 문화 재생의 내용에 대해 알고 있는지 물어보는 질문에 20~30대(M=2.84)보다 40대 이상 연령층이 높게 인식하고 있으며 그중에서도 40~50대(M=3.31)가 가장 높게 나타났다. 직업별로는 생산·단순 노무 직종 근로자(M=2.83)와 비교했을 때 전문·자유업 종사자(M=3.34)의 인지도가 높은 것으로 나타났다. 소득별로는 월 소득 300만 원 미만(M=3.03)과 500만 원 이상(M=3.36)에서 집단 간 차이를 보였다. 월 소득 500만 원 이상 응답자가 문화적 도시재생에 대한 인지도가 높음을 알 수 있다. 문화 재생의 의미 인지 여부에서도 성별의 차이는 나타나지 않았다. 분석 결과를 정리하면 <표 7>과 같다.

표 7. 문화재생의 인지에 대한 집단 간 차이 분석

변수	집단	N	평균	표준화 편차	최소값	최대값	F	유의확률	사후분석
연령*	1	155	2.84	0.997	1	5	13.470	0.000	1<3,2
	2	305	3.31	0.909	1	5			
	3	90	3.23	0.900	1	5			
	전체	550	3.17	0.954	1	5			
직업**	1	63	3.14	0.913	1	5	3.807	0.005	4<3
	2	166	3.23	0.927	1	5			
	3	139	3.34	0.952	1	5			
	4	64	2.83	0.918	1	5			
	5	118	3.06	0.990	1	5			
	전체	550	3.17	0.954	1	5			
소득***	1	211	3.03	0.923	1	5	5.394	0.005	1<3
	2	184	3.15	0.963	1	5			
	3	155	3.36	0.959	1	5			
	전체	550	3.17	0.954	1	5			

\* 1=20~30대, 2=40~50대, 3=60대 이상

\*\* 1=자영업, 2=사무관리직, 3=전문·자유업, 4=생산·단순노무직, 5=주부·무직·기타

\*\*\* 1=300만 원 미만, 2=300~500만 원 미만, 3=500만 원 이상

세 번째 세부 항목인 재생 사업에 있어 문화 활용의 중요성을 물어보는 질문에 <표 8>과 같이 연령별로 유의미한 차이를 보이지 않았다. 직업별로는 생산·단순 노무 직종 근로자(M=3.84)와 비교했을 때 사무관리직(M=4.17), 주부 및 연금 생활자(M=4.17), 전문·자유업(M=4.32) 종사자가 도시재생에 있어서 문화를 활용하는 것이 중요하다고 인식하는 것으로 나타났다. 특히, 전문·자유업 종사자가 문화 활용에 대한 중요성을 높게 인식하고 있는 것으로 나타났다. 소득별로는 월 소득 300~500만 원 미만(M=4.07)과 500만 원 이상(M=4.29)에서 집단 간 차이를 보였다. 500만 원 이상 고소득 응답자가 문화를 활용한 도시재생이 중요하다고 인식하고 있었다. 문화 활용의 중요성에 대

해 성별에 따른 차이는 보이지 않았다.

표 8. 문화 활용의 중요성에 대한 집단 간 차이 분석

변수	집단	N	평균	표준화 편차	최소값	최대값	F	유의확률	사후분석
연령 <sup>*</sup>	1	155	4.10	0.807	1	5	1.172	0.310	-
	2	305	4.20	0.677	1	5			
	3	90	4.12	0.668	2	5			
	전체	550	4.16	0.715	1	5			
직업 <sup>**</sup>	1	63	4.10	0.640	2	5	5.251	0.000	4<2,5,3
	2	166	4.17	0.719	1	5			
	3	139	4.32	0.651	1	5			
	4	64	3.84	0.840	2	5			
	5	118	4.17	0.696	1	5			
	전체	550	4.16	0.715	1	5			
소득 <sup>***</sup>	1	211	4.15	0.656	2	5	4.091	0.017	2<3
	2	184	4.07	0.817	1	5			
	3	155	4.29	0.644	3	5			
	전체	550	4.16	0.715	1	5			

\* 1=20~30대, 2=40~50대, 3=60대 이상

\*\* 1=자영업, 2=사무관리직, 3=전문·자유업, 4=생산·단순노무직, 5=주부·무직·기타

\*\*\* 1=300만 원 미만, 2=300~500만 원 미만, 3=500만 원 이상

## 2) 만족도의 집단 간 차이 분석

영월 Y파크 방문객의 만족도는 성별, 직업별, 소득별 집단 간 차이가 없는 것으로 나타났다. <표 9>에 제시된 바와 같이 연령별 만족도를 물어보는 5가지 항목의 전체 합에서 20~30대(M=19.01)가 40~50대(M=17.92)보다 만족도가 높은 것으로 나타났다. 20~30대는 타 연령대에 비해 뚜렷하게 만족도가 높음을 알 수 있다.

만족도의 세부 항목 중 전반적인 만족도, 관람 환경에 대한 만족도, 서비스에 대한 만족도, 가격에 대한 만족도를 물어보는 질문에 세 집단 간 차이는 나타나지 않았다. 체험프로그램에 대한 만족도에서는 집단 간 차이를 보이는데 40~50대(M=3.15)가 20~30대(M=3.49), 60대 이상(M=3.50)에 비해 낮은 결과가 도출되었다. 40대와 50대는 초등학교와 중학생 자녀가 있는 연령층으로 체험프로그램에 참여하는 것을 원한다. 영월 Y파크는 인터넷 사전 예약을 통해 체험프로그램 참여가 가능한데 실제 현장에 방문하고 나서 인지하는 경우가 많아 만족도가 낮게 나타난 것으로 보인다. 설문 당시 코로나-19로 인해 체험프로그램이 일부만 제한적으로 운영되고 있어 다양한 프로그램이 제공되지 않은 점도 영향을 미친 것으로 판단된다.

표 9. 방문객의 연령별 만족도 차이 분석

변수	집단	N	평균	표준 편차	최소값	최대값	F	유의확률	사후분석
연령* (만족도 합)	1	155	19.01	3.791	5	25	4.670	0.010	2<1
	2	305	17.92	3.673	5	25			
	3	90	18.54	3.383	8	25			
	전체	550	18.33	3.686	5	25			
연령 (전반적 만족도)	1	155	4.10	0.779	1	5	2.107	0.123	-
	2	305	3.93	0.869	1	5			
	3	90	3.97	0.726	1	5			
	전체	550	3.98	0.824	1	5			
연령 (관람환경 만족도)	1	155	4.14	0.838	1	5	1.328	0.266	-
	2	305	4.01	0.855	1	5			
	3	90	4.01	0.711	2	5			
	전체	550	4.04	0.829	1	5			
연령 (서비스 만족도)	1	155	3.94	0.843	1	5	3.253	0.039	-
	2	305	3.73	0.866	1	5			
	3	90	3.73	0.761	1	5			
	전체	550	3.79	0.847	1	5			
연령 (체험 프로그램 만족도)	1	155	3.49	1.002	1	5	8.376	0.000	2<1,3
	2	305	3.15	0.985	1	5			
	3	90	3.50	0.903	1	5			
	전체	550	3.30	0.990	1	5			
연령 (가격 만족도)	1	155	3.35	1.004	1	5	3.861	0.022	-
	2	305	3.10	1.001	1	5			
	3	90	3.33	0.983	1	5			
	전체	550	3.21	1.004	1	5			

\* 1=20~30대, 2=40~50대, 3=60대 이상

만족도 세부 항목 5개의 합과 각 항목에서 직업과 소득에서 집단 간 차이를 보이지 않았다. 가격에 대한 만족도는 유의수준 10% 이내에서 월 소득 500만 원 이상(M=3.06) 그룹의 만족도가 가장 낮은 것으로 나타났다. 방문 전 가졌던 기대치에 비해 실제 경험 후의 만족감이 낮아진 것으로 볼 수 있는데, 입장료에서 불만족한 것으로 보인다.

### 3) 재방문의도의 집단 간 차이 분석

재방문의도의 세부 변수별 평균은 다른 사람과 다시 방문 의향(M=3.95)과 여유가 생기면 다시 방문 의향(M=3.92)의 순서로 높은 반면, 다른 관광지보다 우선 방문 의향(M=3.34)은 낮은 것으로 나타났다. 영월 Y파크 방문객에게 재방문의도를 물어보는 질문에 <표 10>과 같이 성별, 소득별 차이는 없는 것으로 나타났다. 연령집단에서는 다

음에 여행한다면 다른 관광지보다 영월 Y파크를 우선 방문할 것인가를 물어보는 질문에만 유의미한 결과가 나타났다. 20~30대(M=3.12)보다 40~50대(M=3.41), 60대 이상(M=3.47) 집단의 재방문의도가 더 높게 나타났다.

표 10. 방문객의 연령별 재방문의도 차이 분석

변수	집단	N	평균	표준 편차	최소값	최대값	F	유의확률	사후분석
연령* (재방문의도 합)	1	155	14.75	3.326	4	20	0.508	0.602	-
	2	305	15.07	3.258	4	20			
	3	90	14.98	3.152	4	20			
	전체	550	14.97	3.257	4	20			
연령 (다시 방문)	1	155	3.75	0.957	1	5	0.045	0.956	-
	2	305	3.77	0.910	1	5			
	3	90	3.74	0.868	1	5			
	전체	550	3.76	0.916	1	5			
연령 (동료와 다시 방문)	1	155	3.98	0.950	1	5	0.487	0.615	-
	2	305	3.96	0.874	1	5			
	3	90	3.87	0.889	1	5			
	전체	550	3.95	0.898	1	5			
연령 (여유가 생기면 다시 방문)	1	155	3.90	0.884	1	5	0.122	0.885	-
	2	305	3.93	0.852	1	5			
	3	90	3.90	0.849	1	5			
	전체	550	3.92	0.859	1	5			
연령 (우선 방문)	1	155	3.12	0.983	1	5	5.491	0.004	1<2,3
	2	305	3.41	0.973	1	5			
	3	90	3.47	0.914	1	5			
	전체	550	3.34	0.974	1	5			

\* 1=20~30대, 2=40~50대, 3=60대 이상

## 2. 만족도 및 재방문의도 영향 요인 분석 결과

### 1) 기초 통계분석

분석에 이용된 변수의 기초 통계량은 <표 11>과 같다. 영월 Y파크의 전시 관람환경(M=4.04)에 대한 만족도가 가장 높게 나타났다. 전시 관람환경은 작품을 관람하는 장소인 전시장을 비롯하여 편의 공간까지 포함된다. 작품 배치, 공간 구성, 관람 분위기, 동선, 작품 안내, 실내 온도 등과 같은 물리적 여건이 양호하여 관람 몰입에 긍정적인 영향을 준 것으로 보인다. 식음 및 휴게 공간, 기념품 판매 공간, 주차장, 화장실과 같은 편의 부대시설에 대한 만족도 역시 높은 것을 알 수 있다. 만족도 중 가격(M=3.21)



에 대한 만족도가 가장 낮았고 체험프로그램(M=3.30)에 대한 만족도 또한 낮은 수준으로 나타났다. 가격은 입장료와 식음과 기념품 구입비용이다. 가격은 세부적으로 조사하지 않아 만족도가 어느 품목에서 낮은지 알 수 없으나, 타 국·공립 미술관의 무료 가격정책의 영향으로 인해 상대적으로 높게 체감하는 것으로 보인다.

재방문의도에서는 가족, 친구, 직장 동료 등과 같은 지인(M=3.95)과 동반해서 재방문하겠다는 의사가 가장 높았다. 미래 잠재고객을 확보하기 위해 전시를 다변화하고 지인 동반 재방문 시 다양한 혜택을 고려할 필요가 있다. 다음에 여행을 하면 다른 관광지에 보다 먼저 방문(M=3.34)할 것인지에 대한 의향이 가장 낮게 나타났다. SNS 상에서 사진 촬영하기 좋은 곳이라는 평가에서도 알 수 있듯이 영월 Y파크가 한 번 와 볼만한 곳으로 인식하지만 다시 재방문할 만큼의 매력을 가지고 있다고 보기 어렵다.

유희공간이나 장소를 재생하는 데 있어 문화를 활용(M=4.16)하는 것이 중요하다는 응답이 문화재생 인지(M=3.17) 보다 월등히 높은 것으로 나타났다. 문화재생에 대해 잘 알지 못하더라도 문화를 활용했을 때의 순기능이 더 크다는 것을 인식하고 있음을 알 수 있다. 사회경제 특성 중 연령 평균은 3.24로 나타났고 소득은 3.35로 나타났다. 관람행태에서 관람시간은 평균 1.77로 1시간 이상 2시간 미만임을 알 수 있다. 방문횟수는 평균 1.07로 대부분 첫 번째 방문한 것임을 알 수 있다.

표 11. 기초 통계분석 결과

구분	변수명	N	최솟값	최댓값	평균	표준편차	
종속 변수	만족도 (재방문의도의 설명변수)	전반적인 만족도	550	1	5	3.98	0.824
		관람 환경 만족도	550	1	5	4.04	0.829
		서비스 만족도	550	1	5	3.79	0.847
		체험프로그램 만족도	550	1	5	3.30	0.990
	가격에 대한 만족도	550	1	5	3.21	1.004	
	재방문의도	재방문 의향	550	1	5	3.76	0.916
		동반 방문 의향	550	1	5	3.95	0.898
		여유가 생기면 재방문	550	1	5	3.92	0.859
다음에 먼저 방문		550	1	5	3.34	0.974	
설명 변수	문화재생 인식	문화 재생 인지	550	1	5	3.17	0.954
		문화 활용 중요성	550	1	5	4.16	0.715
	사회경제 특성	연령	550	1	5	3.24	1.284
		소득	550	1	6	3.35	1.680
통제 변수	관람행태	관람시간	550	1	4	1.77	0.530
		방문횟수	550	1	4	1.07	0.331

## 2) 만족도의 영향 요인 분석 결과

본 연구는 유희 공간의 문화재생 사례인 영월 Y파크를 사례로 방문객의 만족도와 재방문의도 미치는 주요 요인을 분석하는 것이 목적이다. 영월 Y파크 방문객의 만족도에 영향을 미치는 요인은 방문객의 문화재생 인식, 방문객의 사회경제적 특성과 관람행태 요인의 영향을 받는 것으로 분석 틀을 설정하였다. <표 9>에 제시된 변수 구성과 같이 방문객의 문화재생 요인은 문화재생의 인지 정도, 도시재생에서 문화 활용의 중요성을 포함한다. 사회경제적 특성 요인은 연령과 소득수준별 더미변수를, 관람행태 요인은 관람시간과 방문횟수의 더미변수를 포함한다. 관람행태 요인은 통제변수로 활용하였다.

분석 결과는 <표 12>와 같이 전반적인 모형의 적합도는 확보된 것으로 나타났다. 우선, 문화 활용 중요성이 유의미한 정(+)의 영향을 미친 반면, 문화재생 인지는 만족도에 유의미한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 단순히 문화재생을 인지하는 것을 넘어 지역과 공간을 재생하는 데 있어서 문화를 활용하는 것이 중요하다고 인식하는 것이 유희공간의 문화재생의 주요 사례인 영월 Y파크 방문객의 만족도에 영향을 주는 것을 알 수 있다. 도시 및 지역재생사업에서 문화콘텐츠를 활용하는 것이 중요하다고 생각하는 사람들이 영월 Y파크를 방문하고 이들의 만족도가 높은 것으로도 해석할 수 있다.

연령별 더미변수는 모두 통계적으로 유의미한 부(-)의 값을 나타내고 있다. 이는 20대 방문객의 만족도가 다른 연령대에 비해 높다는 것을 의미한다. 만족도의 추정 계수는 30대, 40대, 50대까지 점점 낮아지는 경향을 보이다가 60대 이상에서 다소 높아지는 것을 알 수 있다. 영월 Y파크는 20대 방문객의 만족도가 상대적으로 가장 높고 30대부터 50대까지 점점 낮아지다가 60대 이상 고령 계층의 만족도는 30대보다 높은 수준으로 상승하는 경향을 보인다. 연령계층별, 특히 40~50대 방문객의 만족도를 높이기 위한 방안 마련이 필요한 것으로 보인다.

소득별로는 모든 계층의 추정 계수가 정의 값을 보였으나, 저소득층과 중소득층에서만 유의미한 결과가 나타났다. 월평균 400~500만 원 중소득 계층의 만족도가 다른 집단보다 월등하게 높은 것으로 나타났다. 또한 월평균 200~300만 원 저소득 계층의 만족도가 높게 나타났다. 영월 Y파크의 방문객은 고소득 계층보다는 중소득 계층과 저소득 계층의 만족도가 상대적으로 높아 다양한 소득계층의 만족도를 높이기 위한 문화콘텐츠 구성과 변화가 필요한 것으로 보인다.

통제변수로 설정한 관람행태 변수는 모두 통계적으로 유의미한 것으로 분석되었다. 관람 시간 변수는 모두 정의 관계를 보여 관람 시간이 길수록 방문객의 만족도가 증가하는 것으로 나타났다. 방문 횟수 또한 증가할수록 만족도는 높아지는 경향이 있는 것으로 분석되었다.

표 12. 만족도 영향 요인 분석 결과

변수	Coef.	Std. Err.	Standardized Coef.	t	
상수	14.002	1.023		13.685	
문화 재생 인식	문화재생 인식	-0.214	0.173	-0.055	-1.236
	문화 활용 중요성	1.118	0.228	0.217	4.900 ***
	연령_30	-1.775	0.598	-0.166	-2.965 ***
	연령_40	-2.066	0.557	-0.232	-3.710 ***
	연령_50	-2.377	0.522	-0.305	-4.551 ***
	연령_60	-1.658	0.576	-0.167	-2.876 ***
사회경제 특성	소득_200~300	0.870	0.509	0.101	1.708 *
	소득_300~400	0.759	0.555	0.081	1.367
	소득_400~500	1.727	0.595	0.164	2.904 ***
	소득_500~600	0.735	0.638	0.063	1.151
	소득_600 이상	0.625	0.579	0.064	1.080
관람행태	관람시간_1	1.659	0.339	0.211	4.897 ***
	관람시간_2	2.705	0.765	0.150	3.536 ***
	방문횟수_2	1.397	0.775	0.073	1.802 *
	방문횟수_3	2.411	1.259	0.078	1.915 *

N=550, R<sup>2</sup>=0.149, Adj. R<sup>2</sup>=0.125, F=6.252, p<0.001  
 \*(<0.1, \*\*(<0.05, \*\*\*(<0.01

### 3) 재방문의도의 영향 요인 분석 결과

영월 Y파크 방문객이 다시 방문할 의향이 있는지 재방문의도에 미치는 영향을 분석하였다. 방문객의 재방문의도에 미치는 요인은 방문객의 문화재생 인식, 만족도와 관람행태 요인으로 설정하였다. 문화재생 인식 요인은 앞서 분석한 방문객의 만족도에 영향을 미치지만, 방문객의 재방문의도에도 영향을 미친다고 가정하였다. 관람행태 요인은 만족도 분석과 유사하게 통제변수로 설정하였다. 방문객의 사회경제적 특성 변수를 포함하지 않은 것은 연령과 소득변수 등 사회경제적 특성 변수는 만족도를 통해서만 재방문의도에 영향을 미친다고 분석틀을 설정하였기 때문이다.

분석 결과는 <표 13>과 같이 전반적인 모형 적합도는 확보된 것으로 나타났다. 첫째, 문화재생 인식에서 만족도와 유사하게 문화재생 인지는 유의미하지 않은 반면, 문화 활용의 중요성이 재방문의도에 유의미한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 분석되었다. 도시 및 지역재생사업에서 문화콘텐츠의 활용이 중요하다고 인식하는 사람들의 재방문의도가 더 높은 것을 의미한다.

만족도를 구성하는 변수는 모두 재방문의도에 정의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 그러나 모든 만족도 세부 변수가 유의미하지 않았다. 서비스 만족도와 체험 프로그램 만족도 변수는 유의미하지 않은 반면, 관람 환경 만족도, 가격만족도와 전반적인 만족

도는 통계적으로 유의미한 영향을 미치는 것으로 분석되었다. 영월 Y파크의 관람 환경과 가격에 대한 만족도가 높을수록 재방문의도가 크게 높아지는 것을 의미한다. 또한 영월 Y파크에 대하여 방문객이 느끼는 전반적인 만족도가 높으면 앞으로 재방문의도가 높은 것으로 해석된다. 영월 Y파크 방문객의 재방문율을 높이고 전체적인 방문객 수를 증대시키기 위해서 적절한 가격을 설정하고 전시콘텐츠와 시설 개선 등 관람 환경의 지속적인 개선이 필요하며, 이와 관련한 전반적인 만족도를 주기적으로 모니터링하고 개선할 필요가 있음을 시사한다.

통계변수인 관람행태 변수는 관람시간 2시간 이상인 방문객의 재방문의도가 가장 높은 것을 알 수 있다. 관람행태 변수는 만족도 분석에서 모두 정의 유의미한 영향을 미치므로 방문객의 만족도를 높이고, 이를 통해 재방문의도에 간접적으로 영향을 미치는 것으로 해석할 수 있다.

표 13. 재방문의도 영향 요인 분석 결과

	변수	Coef.	Std. Err.	Standardized Coef.	t
	상수	5.474	0.873		6.269
문화 재생 인식	문화재생 인지	0.131	0.138	0.038	0.955
	문화 활용 중요성	0.377	0.191	0.083	1.975 **
만족도	D1_전반적인 만족도	0.469	0.276	0.119	1.703 *
	D2_관람 환경 만족도	0.579	0.280	0.147	2.068 **
	D3_서비스 만족도	0.041	0.229	0.011	0.178
	D4_체험 프로그램 만족도	0.097	0.156	0.030	0.622
	D5_가격 만족도	0.780	0.160	0.240	4.877 ***
관람행태	관람시간_1	0.312	0.278	0.045	1.120
	관람시간_2	1.541	0.626	0.097	2.462 **
	방문횟수_2	0.931	0.625	0.055	1.488
	방문횟수_3	0.105	1.018	0.004	0.103

$N=550$ ,  $R^2=0.279$ ,  $Adj.R^2=0.264$ ,  $F=18.941$ ,  $p<0.001$   
\* $<0.1$ , \*\* $<0.05$ , \*\*\* $<0.01$

## V. 결론 및 시사점

본 연구의 목적은 지역자산의 활용 측면에서 유희공간에 문화 콘텐츠를 가미하여 재생한 영월 Y파크 방문객의 문화 재생 인식과 사회경제 특성 요인이 만족도에 미친 영향과 문화 재생 인식과 만족도 변수가 재방문의도에 미친 영향을 분석하고 시사점을 제시하는 것이다. 분석을 위해 영월 Y파크를 1회 이상 방문한 관람객을 모집단으로 설문조

사를 실시하였다. 표본은 한국관광공사의 한국 관광 데이터 랩에서 제공하는 자료를 활용하여 성별 및 연령대 비율을 감안하여 남성 316명, 여성 234명으로 총 550명을 선정하였다. 조사는 구조화된 설문지를 통해 현장에서 자기 평가 기입 법으로 작성하였다.

연구의 주요 결과는 첫째, 도시 및 문화재생의 인식에 있어 연령, 직업, 소득 수준에 따라 집단 간 차이가 있는 것으로 나타났다. 도시재생의 의미와 문화재생에 대한 인식에서 40~50대가 20~30대보다, 직업에서는 생산·단순 노무직 근로자와 비교했을 때 전문·자유업 종사자가, 소득에서는 고소득 응답자의 인지도가 높게 나타났다. 도시재생에서 문화 활용의 중요성은 연령별로 차이를 보이지 않았으나, 전문·자유업 종사자와 고소득 응답자가 중요하게 인식하고 있는 것으로 나타났다.

둘째, 사회경제 특성 변수에 따른 만족도와 재방문의도에 미치는 차이는 일부 연령 및 직업 집단에서만 유의미한 차이가 있는 것으로 나타났다. 전체 만족도 합에서 20~30대가 40~50대보다 높은 것으로 나타났다. 만족도의 세부 변수에서는 체험프로그램 만족도에서 40~50대가 다른 연령계층보다 낮게 나타났다. 재방문의도에서는 다른 사람과 다시 방문 의향과 여유가 생기면 다시 방문 의향의 순서로 높은 반면, 다른 관광지보다 우선 방문 의향은 낮은 것으로 나타났다. 직업별로는 재방문의도의 합에서 생산·단순노무직보다 자영업 종사자의 재방문의도가 높게 나타났다.

셋째, 만족도에 영향을 미치는 요인의 분석 결과, 영월 Y파크는 20대 방문객의 만족도가 가장 높고 30대부터 50대까지 낮아지다가 60대 이상 고령 계층의 만족도가 30대보다 높게 상승하는 경향을 보인다. 영월 Y파크가 사진 찍기 좋은 명소로 소셜 미디어에 부각 되면서 젊은 층에서 호응을 얻은 영향과 60대 이상은 가족 동반의 효과로 보인다. 소득에서는 중소득 계층의 만족도가 월등하게 높았으며, 저소득 계층의 만족도도 비교적 높게 나타났다. 관람 시간이 길어지고 방문횟수가 늘어날수록 만족도가 높아지는 경향이 있는 것으로 분석되었다. 또한 도시재생사업에 있어 문화를 활용하는 것이 중요하다고 인식하는 것이 만족도에 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

넷째, 재방문의도에 영향을 미치는 요인의 분석에서 만족도 구성요소 중 전반적인 만족도와 관람환경, 가격은 재방문의도에 영향을 미치지만, 체험프로그램과 서비스 만족도는 재방문의도에 유의미한 영향을 미치지 못하였다. 문화 활용의 중요성은 재방문의도에도 영향을 미치는 것으로 분석되었다. 만족도에 미치는 영향 분석에서와 같이 문화재생 인지와는 별개로 문화 활용을 중요하게 생각할수록 재방문의도도 높아짐을 알 수 있다.

이 연구는 유휴공간을 활용하여 지역자산으로 가치를 인정받고 있는 영월 Y파크를 방문한 방문객의 문화재생 인식과 사회경제 특성이 만족도와 재방문의도에 미치는 영향을 분석하였다. 도시재생사업에서 유휴공간의 사례에 따라 문화적 관점에서 전략적으로 접근하고 방문객의 특성을 고려해야 한다는 점을 제시하였다는 데 의의가 있다.

그러나 방문객의 문화재생 인식과 사회경제 특성이 만족도와 재방문의도에 미치는 구조적이고 복합적인 관계를 실증하지 못한 점에 한계가 있다. 향후 연구에서는 문화재생 요인과 만족도, 재방문의도의 관계를 분석할 필요가 있다.

### 정책적 시사점

유희공간을 문화적으로 재생하여 지역자산으로 가치를 높일 수 있는 시사점을 제시하면 다음과 같다. 첫째, 방문객을 연령과 소득수준으로 세분화하여 문화재생 공간의 만족도와 재방문의도를 높일 수 있는 차별화 전략을 수립해야 한다. 30대에서 50대까지 연령층의 만족도를 높일 수 있는 공간 구성과 체험프로그램 개발이 우선 필요하다. 이들은 주류를 이루는 연령층이고 문화를 즐기고 체험하려는 욕구가 강한 계층이다. 이들의 눈높이에 맞는 전시와 편의시설 등 공간 구성과 함께 정기적으로 관람행태에 대한 모니터링을 실시하여 방문객의 특성을 파악하여야 한다.

둘째, 문화를 활용하는 것이 만족도와 재방문의도에 유의미한 영향을 미치기 때문에 도시재생사업을 할 때 지역 특성을 기반으로 문화적 요소를 발굴하고 적극 반영하여야 한다. 재생 공간을 운영하는 데 있어 경제적 측면은 매우 중요하기 때문에 한승욱 · 이재수(2021)의 연구에서와 같이 운영 주체의 결정, 수익구조 확보와 비용 절감을 통한 효율적인 운영 및 관리 방안이 마련되어야 한다.

셋째, 영월 Y파크 방문객의 재방문율을 높이기 위해서 적절한 가격을 설정하고 전시콘텐츠와 시설 개선 등 관람환경의 지속적인 개선과 더불어 체험프로그램과 서비스에 대한 체계적인 분석이 필요하다.

### 참고문헌

1. 이왕건 외(2011) “지역자산 활용형 도시재생 전략에 관한 연구”. 「국토연구원」. 안양시.
2. 영월군(2019) 「영월군지」. 춘천.
3. 하혜영 · 김예성(2021) “지방소멸 위기 지역의 현황과 향후 과제”. 「NARS 입법 · 정책」 85: 1-57. 서울: 국회입법조사처
4. 강혜숙 · 문정인(2013) “도시 이미지 속성이 방문객의 이미지 속성 만족도와 재방문의도에 미치는 영향: 솔향 강릉시를 중심으로”. 「관광연구」 28(2): 23-40.
5. 김현 · 장호성 · 황진수(2014) “관광동기 및 관광지 선택속성이 만족도와 재방문의도에

- 미치는 영향 연구: 경기도 안산시를 대상으로». 「관광학연구」 28(1): 219-232.
6. 계기석(2010) “도시재생을 위한 문화전략모형의 적용방향 연구”. 「한국도시행정학회」 23(4): 175-194.
  7. 문창현·정성미(2009) “박물관 관광 서비스품질의 관람객 만족도에 관한 연구”. 「지역사회연구」 17(1): 3-27.
  8. 소은혜·이경률(2014) “박물관 서비스 품질과 방문동기가 관람객 만족도, 행동의도에 미치는 영향 연구: 국립중앙박물관을 중심으로”. 「한국콘텐츠학회논문지」 14(1): 515-527.
  9. 송현나·구자준(2020) “공연예술박물관의 전시의 체험특성이 관람객의 재방문의도에 미치는 영향”. 「기초조형학연구」 21(2): 145-159.
  10. 오은비·송나영·김태형(2019) “도시재생관광지의 공공디자인 특성이 지각된 가치와 재방문의도에 미치는 영향: 사전지식의 조절효과 분석”. 「관광학연구」 43(7): 103-122.
  11. 은지영·박양우(2014) “축제 서비스품질이 이미지와 재방문의도에 미치는 영향: 대중음악축제를 중심으로”. 「관광저널연구」 28(12): 29-43.
  12. 이회정·서세진·서용건(2017) “제주방문 외국인 단체관광객의 여행행태와 재방문의도에 영향을 미치는 요인에 대한 연구”. 「관광학연구」 41(2): 203-220.
  13. 조명래(2011) “문화적 도시재생과 공공성의 회복: 한국적 도시재생에 관한 비판적 성찰”. 「공간과 사회」 37: 39-65.
  14. 조한나·최지호(2020) “관광경험이 재방문의도에 미치는 영향: 긍정적 회상의 매개효과와 인출단서의 조절효과”. 「경영학연구」 49(6): 1499-1522.
  15. 한승욱·이재수(2021) “도시재생사업 활성화를 위한 공공시설의 지역자산화 방안: 부산광역시 사례”. 「주택도시연구」 11(1): 81-100.
  16. 김승규(2004) “고객만족의 결정요인분석: 서울시 도시개발공사 임대아파트 입주인을 중심으로”. 서울시립대학교 박사학위논문.
  17. 김해니(2019) “미술관의 주요 서비스 속성이 고객만족에 미치는 영향에 관한 연구: 국립현대미술관을 중심으로”. 중앙대학교 석사학위논문.
  18. 남성호(2015) “지역축제 서비스 품질이 방문객의 여가만족 및 재방문의도에 미치는 영향: 양평 산수유 한우 축제 중심으로”. 서울시립대학교 석사학위논문.
  19. 박선하(2020) “미술관 이용 관련 관람객의 전시 선택 속성에 관한 연구”. 중앙대학교 석사학위논문.
  20. 신동준(2009) “지역축제 외지방문객과 지역주민 간의 만족도 결정 요인에 관한 비교 연구: 곡성심청축제를 중심으로”. 호남대 석사학위논문.
  21. 오영숙(2018) “창작공간의 체험프로그램이 공간이미지와 재방문의도에 미치는 영향”. 중앙대학교 석사학위논문.
  22. 유승찬(2017) “복합문화공간의 체험마케팅이 브랜드이미지와 재방문의도에 미치는 영

- 향”. 중앙대학교 석사학위논문.
23. 이관우(2017) “복합문화공간의 서비스품질이 고객만족, 구전 의사 및 재방문의도에 미치는 영향: 국립아시아문화전당을 중심으로”. 조선대학교 석사학위논문.
  24. 이승은(2016) “유희공간 활용의 정책현황 및 주민참여 방향에 관한 연구”. 연세대학교 석사학위논문.
  25. 정다운(2018) “미술관서비스품질이 관람만족도에 미치는 영향에 관한 연구: 관람객관심도를 조절변수로”. 중앙대학교 석사학위논문.
  26. 조아라(2015) “전시 공간 특성이 관람객 행동에 미치는 영향에 관한 연구”. 중앙대학교 석사학위논문.
  27. 최용석(2017) “도시재생사업에서 문화예술요소가 지역이미지 및 주민만족에 미치는 영향”. 중앙대학교 석사학위논문.
  28. Cadotte, E. R., Woodruff, R. B., & Jenkins, R. L.(1987) “Expectations and Norms in Models of Consumer Satisfaction”. *Journal of Marketing Research*, 24(3): 305-314.
  29. Mat Som, A. P. et al.(2012) “Factors Influencing Visitor’s Revisit Behavioral Intentions: A case Study of Sabah, Malaysia”. *International Journal of Marketing Studies*, 4(4): 39-50.
  30. 이명우(2020.12.22.) “양양 서피비치·영월 와이파크 ‘2020 한국 관광의 별’ 선정”. 강원일보사. <http://www.kwnews.co.kr/nview.asp?aid=220122100120>

논문접수: 2023.10.24

1차심사완료: 2023.11.08

게재확정: 2023.11.30