



저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.



변경금지. 귀하는 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공할 수 없습니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

이것은 [이용허락규약\(Legal Code\)](#)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

[Disclaimer](#)

석사학위논문

테마파크 방문객 유형별 선택속성
및 만족도에 관한 연구
-중국 상하이 디즈니랜드 중심으로

제주대학교 대학원

관광경영학과

당 단 단

2019년 8월

碩士學位論文

테마파크 방문객 유형별 선택속성
및 만족도에 관한 연구
-중국 상하이 디즈니랜드 중심으로

濟州大學校 大學院

觀光經營學科

唐 丹 丹

2019 年 8月

테마파크 방문객 유형별 선택속성
및 만족도에 관한 연구
-중국 상하이 디즈니랜드 중심으로

指導教授 徐鏞健

唐丹丹

이 論文을 觀光學 碩士學位 論文으로 提出함

2019年 6月

唐丹丹의 觀光學 碩士學位 論文을 認准함

審査委員長 _____
委 員 _____
委 員 _____

濟州大學校 大學院

2019年 6月

A Study on the Choice Attributes and Tourist Satisfaction by Different Companion Types to Theme Park – Focusing on Disneyland of Shanghai, China

DanDan Tang
(Supervised by professor Suh, Yong-Kun)

A thesis submitted in partial fulfillment of the requirement for the degree of Master of Tourism Science

2019. 6.

This thesis has been examined and approved.

.....
.....
.....

2019. 6.
.....

Department of Tourism Management
GRADUATE SCHOOL
JEJU NATIONAL UNIVERSITY

목 차

I. 서 론	1
1. 연구배경	1
2. 연구목적	3
3. 연구의 범위와 방법	4
II. 이론적 배경	6
1. 테마파크	6
1) 테마파크의 개념	6
2) 테마파크의 특성	10
3) 상하이 디즈니랜드의 현황	11
2. 방문객 유형별의 테마파크 선택속성 및 만족도	13
1) 방문객 유형	13
2) 테마파크 선택속성	14
3) 테마파크 방문객의 만족도	19
4) 테마파크의 선택속성과 만족도의 관계	22
III. 연구 설계	23
1. 연구 가설	23
2. 설문지의 구성과 측정	24
1) 설문지 구성과 측정	24
2) 표본추출과 자료수집	26
3) 분석방법	26
IV. 실증 분석	27

1. 표본의 일반적 특성.....	27
1) 일반적 특성	27
2) 인구 통계적 특성.....	28
3) 인구 통계 및 방문 특성에 따른 차이분석.....	29
2. 신뢰성 및 타당성.....	32
1) 선택속성.....	32
2) 만족도.....	34
4. 가설 검증.....	35
1) 가설 1의 검정결과.....	35
2) 가설 2의 검정결과.....	37
3) 가설 3의 검정결과.....	38
4) 가설의 채택 여부	39
V. 결론.....	40
1. 연구요약.....	40
2. 연구의 시사점.....	42
3. 연구의 한계점과 향후 연구방향.....	43
참고문헌.....	45
1. 국내문헌.....	45
1) 서적.....	45
2) 논문	45
2. 국외문헌.....	48
1) 논문.....	48
3. 기타문헌.....	50
설문지.....	51

한국어 설문지.....	51
중국어 설문지.....	54
ABSTRACT.....	57

표 목 차

<표 2-1> 테마파크의 개념	8
<표 2-2> 테마파크의 특성	10
<표 2-3> 디즈니랜드 분포	11
<표 2-4> 2017년 아시아지역 테마파크 입장객 순위	12
<표 2-5> 테마파크 선택속성 선행연구	18
<표 3-1> 설문지 구성	24
<표 4-1> 일반적 특성	27
<표 4-2> 인구 통계적 특성	28
<표 4-3> 인구 통계 및 방문 특성에 따라 차이분석(T-test)	30
<표 4-4> 인구 통계 및 방문 특성에 따라 교차분석	31
<표 4-5> 선택속성 신뢰성 검증	34
<표 4-4> 만족도의 신뢰성 검증	35
<표 4-6> 유형별 방문객에 따른 선택속성 차이 분석	36
<표 4-8> 유형별 방문객에 따른 만족도 차이 분석	37
<표 4-9> 가설 3-1 검증결과(친구/연인형)	38
<표 4-10> 가설 3-2 검증결과(가족형)	39
<표 4-11> 가설 검증 결과	40

그림목차

<그림 1-1> 연구의 흐름	5
-----------------	---

I. 서론

1. 연구배경

중국의 빠른 경제 성장에 따라 생활수준이 높아지고 그에 따라 여가생활에 대한 욕구도 높아지고 있다. 특히 주5일 근무제도, 법정 공휴일, 연차 등 여러 휴가 제도에 의하여 현대인의 여가시간도 증대되고, 또한 교통수단의 발달하고 과학기술의 발전에 따라서 여가시간을 다양하게 보낼 수 있다. 이런 배경에 다양한 관광 형식이 대두되었다. 관광 산업이 활발하게 발전하고 있다. 국제관광뿐만 아니라 국내관광 시장도 무한히 확대되었다. 테마파크는 사람들이 가장 즐겁게 누리는 관광장소 중의 하나다. 현재 중국 대륙 각 도시에 있는 테마파크 수는 총 2700개 정도다. 그 중에 중국 강소성, 산둥성 및 광둥성에 테마파크 수가 가장 많다. 최근에 북경, 천경, 상하이 등 도시에 테마파크도 급속하게 늘어나고 있다 (2018-2023년 중국 테마파크사업 발전 및 투자 전략분석 보고).

테마파크는 개개인의 삶에 유익한 여가활동을 제공할 수 있는 장소로서, 체험 중심으로 특화된 관광지를 선호하는 수요에 대응하여 다양한 시설과 서비스를 제공한다.¹⁾ 테마파크는 교육적, 오락적인 기능을 가미하여 문화관광의 중요한 형태로 발전하고 있다. 게다가 테마파크 방문객의 다양한 수요를 충족시키기 위하여 여러 가지 테마를 선보이고 있다.²⁾

지금 중국에 총 2700여개 테마파크가 있는 인기가 있고 운영이 잘 되는 테마파크는 10%뿐이다. 중국내 대부분 테마파크가 적자 상태로 운영하고 있다. 그 중에서 성공한 사례는 세계문화를 테마로 구성하는 세계의창(世界之窗), 체인형태로 운영된 심천(深圳), 상하이, 북경 및 성도(成都)에 있는 해피벨리(Happy Valley), 소수민족인 태족을 테마로 구성하는 태족원(傣族園), 삼국시대를 테마로

1) 김동준·이상규(2012). 테마파크 구성요소가 만족과 재방문의도에 미치는 영향 연구: 중국유학생의 E 테마파크 방문객을 중심으로, 『호텔경영학연구』, 21(4), pp.201~213

2) 조락(2012). 테마파크 가족형 방문객에 관한 연구-중국 북경 해피 벨리 테마파크를 중심으로, 배재대학교 석사학위논문

만드는 삼국성(三國城)등이 있다. 그러나 수도인 북경과 경제 도시인 상하이 및 다른 지역에 있는 테마파크들이 적자인 경우를 늘 볼 수 있다(상업부동산마케팅 기획,2010). 더구나 현재 아시아 지역에 디즈니랜드 3개가 있고 그 중에서 일본 디즈니랜드가 방문객을 잘 유지하고 홍콩 디즈니랜드는 2015년부터 계속 적자 상태로 운영 중이다(2017년 디즈니 재무보고). 테마파크 시장 경쟁이 아주 치열하다.

관련 연구에 따라서 현재 주민 수입이 계속 증가하고 있고 인구의 저변도 확대하기 때문에 2020년에 테마파크 입장객 수가 11억 정도를 돌파할 것으로 보인다. 그렇게 되면 중국이 미국을 넘어서 세계 최대 테마파크 시장을 가지게 될 것이다. 테마파크 시장은 잠재력이 무궁하며 전망도 넓다. 상하이 디즈니랜드가 기회이자 도전이다. 따라서 테마파크에 방문하는 주요시장의 속성, 그리고 그들의 만족도를 적극적으로 파악하기 위하여 많은 연구가 필요할 것이다(2017-2022년 중국테마파크시장보사 및 투자전략연구보고).

북경 해피벨리, 상하이 디즈니랜드, 광저우 장룽 환락세계, 심천 세계의창 4개 테마파크 방문객을 대상으로 시장 조사를 하였다. 4개 테마파크의 방문객은 25-35세 위주로 방문하였다. 이어 31-35세와 36-40세 방문객은 높은 비율을 차지하고 있었다. 특히 디즈니랜드의 24세 이하 젊은 층 방문객과 가족형 방문객이 높은 비율이 차지하였다(Quest Mobile, 2017년 중국 4대 테마파크 시장 조사). 그래서 젊은 층 방문객의 needs와 wants를 충족시키고 유지하는 것이 중요하다. 오늘날의 관광산업에서 더 많은 관광자의 유치와 욕구 만족을 위해 관리자가 적극적인 마케팅 전략으로 새로운 관광 상품을 개발하는데 노력하고 있다. 자가용의 보급으로 인한 여가 생활이 달라지고 소가족화에 따른 가족구조와 역할 변화로 가치관이 변화되어 상류 계층의 관광 행동이 중산층 및 일반계층에도 대중화됨과 동시에 가족들의 휴식과 화목을 핵심으로 하는 가족 단체관광이 증가되었다.³⁾ 특히 어린이는 테마파크에 대한 욕구가 강하기 때문에 부모가 관광지 선택 과정에 영향을 줄 수 있고 가정을 가지는 부모가 일반 젊은 층보다 소비력이 강하다는 것이다(상업부동산마케팅기획,2010). 그럼에도 불구하고 중국의 테마파크

3) 변설합(2007). 테마파크 관광자의 만족에 관한 연구: 에버랜드 관광 중국인을 중심으로, 경기대학교 석사학위논문

는 가족형 방문객을 유치하지 못하고 있다고 할 수 있다.⁴⁾ 이로 인하여 테마파크 방문객에 관하여 연구하기를 시작하였으나 이 연구들은 가족형 방문객에게 중점을 많이 두고 있었다. 지금까지 테마파크에 관한 연구들은 대부분 방문 동기, 서비스에 대한 만족도 그리고 충성도 간의 관계를 살펴보는 것인데 그 잠재력이 강하고 테마파크의 주요 시장인 가족형, 친구/연인형 두 가지 유형 방문객에 대한 조사가 세분화되지 않고 있고 유형별 방문객이 테마파크를 선택하는데 있어서 무엇을 중요하게 생각하는 지에 대한 연구는 미흡한 현실이다. 따라서 본 연구는 상하이 디즈니랜드 유형별 방문객으로 테마파크 선택할 때 고려하는 선택속성 요인들과 만족도를 파악하고 이에 따른 가족형과 친구/연인형 방문객들의 선택속성 및 만족에는 어떤 차이를 보이며 테마파크 방문객의 선택속성과 방문만족은 어떤 영향관계가 있는지에 대한 연구가 필요하며 향후 테마파크의 차별화된 마케팅 전략을 통해서 테마파크의 방문객을 유치할 수 있도록 한다.

2. 연구목적

중국 상하이 디즈니랜드를 목적지로 방문하는 유형별 방문객 중 대다수를 차지하는 유형은 가족형, 친구/연인형 방문객이다. 이번 조사는 두 가지 유형 방문객의 테마파크 선택속성과 만족도 조사를 통하여 유형별 방문객 테마파크 선택속성과 만족도의 차이점을 규명하고 도출된 차이점을 통해서 방문객의 욕구를 파악하여 유형별로 차별화된 접근 방법을 제시함으로써 보다 합리적 마케팅 전략을 통한 만족도와 방문율을 높이는데 목적이 있다.

이어서 이 목적을 달성하기 위해서 다음과 같은 구체적인 목표를 세운다.

첫째, 통계자료 분석을 통해 테마파크를 방문하는 방문객 현황 조사와 본 연구의 대상인 가족형, 친구/연인형의 현재 방문 현황을 조사하여 비교하고자 한다.

4) 임소평(2009). 북경 해피벨리 고객만족도에 관한 연구, 북경 제2외국어 대학교 석사학위논문

둘째, 테마파크 선택 속성과 만족도에 관한 문헌 및 선행연구 결과를 바탕으로 구성요소를 도출해보고자 한다.

셋째, 실증연구를 통해 방문객 유형별의 테마파크 선택속성과 만족도에는 차이가 있는지를 파악하고자 한다.

넷째, 각 방문객 유형의 테마파크 선택속성이 만족도에 유의한 영향이 있는지를 살펴보고자 한다.

다섯째, 규명된 차이점을 토대로 방문객 유형별로 차별화된 접근법을 제시하고자 한다. 상하이 테마파크 관광사업 뿐만 아니라 국내 관광산업에 대한 시사점을 제시하고자 한다.

3. 연구의 범위와 방법

본 연구는 상하이디즈니랜드를 방문하는 가족형과 친구/연인형 방문객이 테마파크 선택속성과 만족도에 대해 살펴보고, 두 가지 유형 방문객의 테마파크 선택속성 및 만족도가 어떤 차이가 있는지, 선택속성 및 만족도간에 영향관계를 알아보기 위한 것이다. 본 연구의 목적을 달성하기 위하여 문헌연구와 실증분석을 실시하였다.

우선 국내외의 논문 조사, 분석자료, 서적 등 문헌자료들 참고한다. 그 자료들이 연구의 기초로 삼아 이론적으로 연구를 실시하였다.

또한, 실증분석을 통해서 연구가설을 검증하고 그 결과를 제시하였다. 실증분석을 위한 자료 수집은 상하이 디즈니랜드 방문객을 대상으로 설문지 작성하는 조사방법을 실시하였다. 수집된 자료의 분석을 사회과학 통계분석 프로그램인 SPSS(Statistical Package for the Social Sciences)를 이용하여 기술통계분석, 교차분석, 요인분석, 신뢰성분석, 독립 T-검증, 회귀분석 등 방법을 활용하였다. 이 논문의 내용은 5장으로 구성되어 있다.

제1장은 서론이고 연구배경과 연구목적, 연구 범위와 방법을 소개한다.

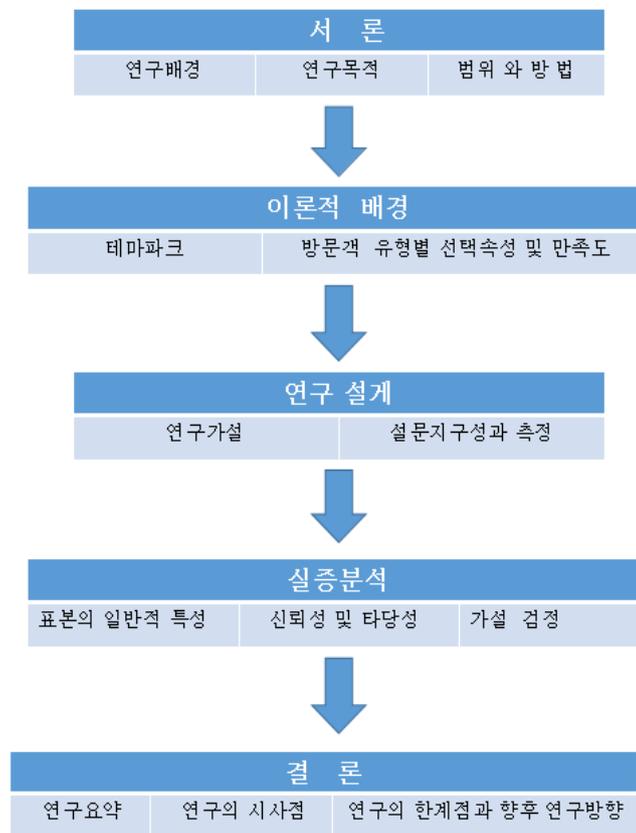
제2장은 연구의 기초적인 이론적 배경으로, 테마파크의 소개, 방문객 유형별,

테마파크의 선택속성과 만족도에 관한 연구를 기술하였다.

제3장에는 연구 설계로 선행된 이론적 배경 및 선행연구를 바탕으로 연구 가설, 설문지 구성과 측정으로 구성되어 있다.

제4장은 실증분석으로 설정된 가설을 통계적 방법을 이용하여 검증하고 해석하며 표본의 일반적 특성, 변수의 신뢰성 및 타당성 검증, 가설의 검증, 가설의 채택여부로 되어 있다.

제5장은 결론으로 연구결과의 요약과 시사점, 연구의 한계 및 향후 연구방향을 제시하였다.



<그림 1-1> 연구의 흐름

II. 이론적 배경

1. 테마파크

1) 테마파크의 개념

테마파크(Theme park)개념은 “테마”와“파크”의 결합하는 것이다. 뜻을 구체적으로 서술하면 영어로는‘theme’로 표기하는 언어로 보편적으로 어떤 것에 대하여 생각, 반성, 설명하고 표현하는 직면한 것에서 변주나 변화형이 구성되는 근원적인 형태를 의미한다.⁵⁾

테마파크는 비일상적인 공간에 특정한 테마를 놓고 특정한 테마에 어울리는 전체적인 환경과 환상적 분위기를 전개하기 위하여 편의시설과 유희, 공연, 쇼, 이벤트, 식음료, 가게 등에 이르기까지 테마에 따른 공통의 스토리를 이용하여 이용객에게 즐거움과 재미를 제공할 수 있는 복합적인 문화파크이다.⁶⁾

테마파크는 환상적 테마와 놀이의 재미, 현대적 과학기술, 민속적 감정, 과거 혹은 미래 등 다양한 테마를 강조하는 비자연적인 레저시설을 구비한 테마가 있어 막대한 투자와 독특한 디자인을 수요로 하며, 테마가 강력하여 독특한 분위기와 물리적 서비스가 창조해내고 일정한 테마를 중심으로 테마 서로 관련적인 기능을 높일 수 있도록 창출 운영되는 창의적 문화공간이며 유희공간으로 정의하였다.⁷⁾

비일상적인 문화공간에 방문객을 일상생활을 탈출한 여흥과 즐거움을 일으키는 공간이며 단순한 오락적 장소가 아닌, 여러 가지 테마에 따라 상업적이거나

5) 최문용(2014). 대기환경의 특성과 대기시간, 서비스 연출공간의 영향관계연구, 한양대학교 석사학위논문

6) 김장수(2007). 『테마파크의 이해』, 서울: 대왕사, pp.14-15

7) 최문용(2014), 전계논문.

교육적인 장소가 되기도 하고 테마파크의 발전에 따라 우리의 생활에 있어 더 신비하고 새로움을 추구하게 하는 스트레스를 풀 수 있는 장소로 정의하였다.⁸⁾

테마파크는 여러 가지 놀이시설과 상품, 쇼, 이벤트, 공연 등을 명확한 테마를 중심으로 방문객들에게 환상과 꿈의 세계를 현실로 이루어주어 비일상적인 세계가 연출되는 종합적 오락파크를 정의하였다.⁹⁾

테마파크는 특정한 테마로 감동과 여흥을 느낄 수 있게 구성된 이벤트, 쇼, 공연이 실현되는 종합적인 장소라고 정의하였다.¹⁰⁾

테마파크는 특정한 테마를 중심으로 인문자원과 자연자원을 조화하며 다양한 문화와 과학기술 표현방식을 통해서 스토리를 하는 동시에 방문객들이 직접적으로 경험해 볼 수 있도록 해 주는 유희성을 갖추고 복합적인 영리성을 가진 비자연적인 장소라고 정의하였다.¹¹⁾

테마파크는 공간적 환경 때문에 비일상성과 놀이시설, 먹을거리, 볼거리, 건축 등의 다양한 영역이 결합된 종합적인 장소이며 방문객을 현실 세계를 벗어나는 환상적인 체험을 제공해주는 공간으로 정의하였다.¹²⁾

테마파크는 현대인들의 대표적인 레저 활동을 누릴 수 있는 허구세계의 레저 공간으로 정의하였다.¹³⁾

테마파크는 일정한 테마를 갖추고 방문객에게 의미 있는 독특한 감성과 경험을 제공하며, 소비욕구 및 여가생활을 추진시키는 산업적 공간이자 오락공간으로 정의하였다.¹⁴⁾

테마파크는 일정한 환경을 이루고 이벤트, 쇼, 공연 등 몽환적 분위기로 연출하고 방문객에게 놀릴 수 있는 유락을 제공하며, 유락시설의 유무와 관계없이 테

8) 한상겸(2015). 롯데월드 선택속성이 만족도와 행동의도에 미치는 영향, 『관광진흥연구』, 2(2), p134
9) 김경미(2010). 테마파크 내 축제 이미지가 방문동기와 만족에 미치는 영향에 관한 연구 - 에버랜드 톨립 축제를 중심으로, 한양대학교석사 학위논문
10) 권기창(2015), 역사·문화 테마파크 개발을 위한 성공모델 설정-한국 문화 테마파크를 사례로, 『한국콘텐츠학회논문지』, 15(2), p.152
11) 엽우정(2018), 중국 역사테마파크 공연콘텐츠 스토리텔링 개선방안 연구 - 항주 송성테마파크 중심으로, 건국대학교 석사학위논문
12) 이충훈(2018). 테마파크 라이드어트랙션의 GRC를 활용한조형 디자인에 관한 연구, 홍익대학교 석사학위논문
13) 유광민·최영석(2012). 공간구문론을 활용한 주제공원의 공간구성 분석. 『관광학연구』, 36(4), pp.59-80
14) 정대영(2015). 테마파크의 공간 구조에 따른 보행 패턴예측 및 방문객의 시공간이동행태 분석, 경희대학교 박사학위논문

마에 따라 환경, 이벤트 등 시설과 분위기를 창조해내서 운영되는 레저 공간 이라고 설명하였다.¹⁵⁾

테마파크는 특정한 테마로 전체적 분위기를 구성하면서 각종 이벤트와 쇼로 공간 전체를 표현한다는 오락시설로 기존의 일반 유원지에 테마를 가미된 파크로, 일반 유원지와 다른 공간으로 정의하였다.¹⁶⁾

테마파크는 일정한 테마를 중심으로 여러 가지 콘텐츠와 시설들로 구성된 공간으로 테마를 표현하기 위하여 다양한 시설이나 쇼 및 이벤트 등과 일치한 콘텐츠를 사용하는 공간이라고 정의하였다.¹⁷⁾

테마파크는 각종 쇼와 이벤트를 높은 비중을 차지하며, 또한, 일정한 테마를 가지고 전체적 분위기를 연출하여 조화한 후 다양한 쇼와 이벤트로 전체를 창조해내는 레저공간이라고 설명하였다.¹⁸⁾

테마파크를 테마화 된 환경, 놀이시설, 건축, 음식, 쇼, 서비스의 직원 및 상점 등 종합으로 테마파크에서 방문객에게 일상생활에서와 다른 재미를 제공하는 공간으로 설명하였다.¹⁹⁾

테마파크의 개념을 학자별 각각 상의한 정의를 내리지만 비슷한 부분도 포함하였다. 이상의 테마파크의 개념을 학자별로 토대로 정리해보면 <표 2-1>과 같다.

<표 2-1>테마파크의 개념

학자	개념
Y.J. Cindy(2009)	테마화된 환경, 놀이시설, 건축, 음식, 쇼, 서비스의 직원 및 상점 등 종합으로 테마파크에서 방문객에게 일상생활에서와 다른 재미를 제공하는 공간
Chang(2014)	일정한 테마를 중심으로 여러 가지 콘텐츠와 시설들로 구성된 공간으로 테마를 표현하기 위하여 다양한 시설이나 쇼 및 이벤트 등과 일치한 콘텐

15) T. Jung & N. Chung & M. Leue(2015). The determinants of recommendations to use augmented reality technologies: The case of a Korean theme park, 『Tourism Management』, 49, 75-86.

16) 윤철민·이태희(2012). 테마파크에서의 체험이 감정과 만족도에 미치는 영향관계, 『관광 레저연구』, 24(2), pp.289-308

17) C. Chang & S. Shu & B. King(2014). Novelty in theme park physical surroundings: An application of the stimulus-organism-response paradigm, 『Asia Pacific Journal of Tourism Research』, 19(6), pp.680-699

18) 오훈성·최승담(2013). 테마파크의 시설배치유형이 길 찾기 난이도에 미치는 영향 - 가상현실 공간 기법의 적용, 『관광학연구』, 37(6), pp.117-136

19) Y.J. Cindy & H.S. Lee(2009). Application of revenue management practices to the theme park industry, 『International Journal of Hospitality Management』, 28(3), pp.446-453

	츠를 사용하는 공간
Jung(2015)	일정한 환경을 이루고 이벤트, 쇼, 공연 등 몽환 적 분위기로 연출 하고 방문객에게 놀릴 수 있는 유락을 제공하며, 유락시설이 유무와 관계없이 테마에 따라 환경, 이벤트 등 시설과 분위기를 창조해내서 운영되는 레저 공간
김창수(2007)	비일상적인 공간에 특정한 테마를 놓고 특정한 테마에 어울리는 전체적인 환경과 환상적 분위기를 전개하기 위하여 편의시설과 유희, 공연, 쇼, 이벤트, 식음료, 가게 등의 요소를 이용하여 테마에 따른 공통의 스토리를 표현함으로써 이용객에게 즐거움과 재미를 제공할 수 있는 복합적인 문화 파크
김경미(2010)	여러 가지 놀이시설과 상품, 쇼, 이벤트, 공연 등을 명확한 테마를 중심으로 방문객들에게 환상과 꿈의 세계를 현실로 이루어주어 비일상적인 세계가 연출되는 종합적 오락파크
유광민·최영석(2012)	현대인들의 대표적인 레저 활동을 누릴 수 있는 허구세계의 레저공간으로 정의하였다.
윤설민·이태희 (2012)	특정한 테마로 전체적 분위기를 구성하면서 각종 이벤트와 쇼로 공간 전체를 표현한다는 오락시설로 기존의 일반 유원지에 테마를 가미된 파크로, 일반 유원지와 다른 공간
오훈성 최승담(2013)	각종 쇼와 이벤트를 높은 비중을 차지하며, 또한, 일정한 테마를 가지고 전체적 분위기를 연출하여 조화한 후 다양한 쇼와 이벤트로 전체를 창조해내는 레저공간
최문용(2014)	환상적 테마와 놀이의 재미, 현대적 과학기술, 민속적 감정, 과거 혹은 미래 등 다양한 테마를 강조하는 비자연적인 레저시설을 구비한 테마가 있어 막대한 투자와 독특한 디자인을 수요로 하며, 테마가 강력하여 독특한 분위기와 물리적 서비스가 창조해내고 일정한 테마를 중심으로 테마 서로 관련적인 기능을 높일 수 있도록 창출 운영되는 창의적 문화공간이며 유희 공간
한상겸(2015)	비일상적인 문화공간에 방문객을 일상생활을 탈출한 여흥과 즐거움을 일으키는 공간이며 단순한 오락적 장소가 아닌, 여러 가지 테마에 따라 상업적이거나 교육적인 장소가 되기도 하고 테마파크의 발전에 따라 우리의 생활에 있어 더 신비하고 새로움을 추구하게 하는 스트레스를 풀 수 있는 장소
권기창(2015)	특정한 테마로 감동과 여흥을 느낄 수 있게 구성된 이벤트, 쇼, 공연이 실현되는 종합적인 장소
정대영(2015)	테마파크는 일정한 테마를 갖추고 방문객에게 의미 있는 독특한 감성과 경험을 제공하며, 소비욕구 및 여가생활을 추진시키는 산업적 공간이자 오락 공간
엽우정(2018)	특정한 테마를 중심으로 인문자원과 자연자원을 조화하며 다양한 문화와 과학기술 표현방식을 통해서 스토리를 하는 동시에 방문객들이 직접적으로 경험해볼 수 있도록 해 주는 유희성을 갖추고 복합적인 영리성을 가진 비자연적인 장소

이충훈(2018)	공간적 환경 때문에 비일상성과 놀이시설, 먹을거리, 볼거리, 건축 등의 다양한 영역이 결합된 종합적인 장소이며 방문객을 현실 세계를 벗어나는 환상적인 체험을 제공해주는 공간
-----------	--

자료 : 테마파크의 선행연구를 기초로 연구자가 작성

2) 테마파크의 특성

테마파크의 본질적인 특성은 테마성, 비일상성(배타성), 통일성, 레저성, 독창성, 복합성의 6가지로 구분하고 있다.²⁰⁾테마파크의 특성을 정리 다음 <표 2-2>와 같다.

<표 2-2> 테마마크의 특성

구분	내용	사례
테마성	하나의 중심으로 테마 혹은 연속성을 가진 여러 개의 테마들의 연합으로 형성하는 특성 ²¹⁾	롯데월드, 에버랜드, 디즈니랜드
비일상성(배타성)	하나의 독립된 비현실 세계로서 일상성을 차단시킨 종합 공간이며 방문객들은 테마에 의해 연출된, 일상의 생활에서 벗어난 배타적인 공간에서 직접 즐거움을 체험해 볼 수 있음	하우스텐보스, 닛코 에도 빌리지
통일성	테마에 맞는 분위기를 연출하여 오락시설, 경치, 건축물, 캐릭터, 상품, 서비스 등 모든 속성에 통일된 이미지를 만드는 특성	디즈니랜드, 동경 세사미 플레이스,
레저성	창조적인 유희공간으로서 오락시설, 볼거리, 먹을거리, 쇼핑 및 여러 가지의 이벤트, 쇼 등 오락시설에서 휴식까지 누릴 수 있는 위락 공간	롯데월드, 에버랜드, 디즈니랜드
독창성	지역적 특성이나 특색 있는 역사배경으로 독창성을 표현하여 독창적 테마를 선정하여 지역적 특성에 따라 테마의 경쟁력을 높임	너즈베리팜, 씨월드
복합성	테마가 연속성을 가지면서 통일성을 유지하게 하여 가족 단위와 모든 사람이 오락에서 휴식까지 즐길 수 있는 공간	디즈니랜드, 에버랜드

자료: 테마파크의 이해. 연구자가 재작성

20) 김윤근(2012). 흥길동 테마파크 활성화 방안, 전남대학교 석사학위논문

21) 왕영(2011). 역사문화 테마파크의 가족형 방문객 분석-중국 항주 송성 테마파크를 중심으로, 배재대학교 석사학위논문

3) 상하이 디즈니랜드의 현황

현재 세계에서 총 6개 디즈니랜드가 있고 미국 2개, 일본 1개, 프랑스 1개, 홍콩 1개 그리고 상하이 1개가 있다. 디즈니랜드(Disney Land)는 세상을 떠난 애니메이션의 왕인 월트디즈니(Walt Disney)가 만든 유락의 세계이다. 1920년대는 디즈니회사의 창립한 연대이며 이 시대에 회사에서는 지식 소유권분쟁, 재무 위기 등 여러 어려움을 겪었는데 1928년 디즈니는 미키마우스(Mickey Mouse)를 창조하여 전 미국 심지어 세계에 명성을 날리고 회사의 미래를 이끌었다. 따라서 세계적 첫 번째 현대화 유락파크(park)를 만들었고, 이는 세계에서 처음으로 현대의 미를 가진 테마파크이다. 디즈니랜드는 1955년도 도쿄 디즈니 오픈 후 미국과 해외에 이어 5개 파크를 만들고, 이들은 4개 나라와 지역에 분포된다.²²⁾ 2005년 9월 12일, 홍콩 디즈니랜드는 중국의 첫 번째 디즈니 테마파크를 오픈하였다. 이어서 2016년 6월에 상하이 디즈니랜드를 오픈하였다. 세계에 디즈니랜드 분포는 <표 2-3>과 같다.

<표 2-3> 디즈니랜드 분포

디즈니랜드 명칭	건설시간	지 점
로스앤젤레스 디즈니랜드	1955년	미국 로스앤젤레스
올랜드 디즈니랜드	1971년	미국 플로리다주
도쿄 디즈니랜드	1982년	도쿄 지바현 우라야스시 마이하마
파리 디즈니랜드	1992년	파리시교 마르메라바레진
홍콩 디즈니랜드	2005년	중국 홍콩 신계 대여산 죽호만
상하이 디즈니랜드	2016년	중국 상하이

자료: 디즈니랜드 공식 홈페이지, 연구자가 재작성

2009년 11월 23일, 국가발전개발위원회에서 사이트에 발표에 따르면 “2009년 10월, 국무원의 허락을 받고 상하이 디즈니랜드 프로젝트 정식 시작한다. 이 프로젝트는 중국의 회사와 미국의 회사가 함께 담당한다. 이 프로젝트는 상하이시 푸둥신구 환사신진에 위치하고 부지면적은 390헥타르다. 2011년 4월 8일, 상하이 디즈니랜드는 정식으로 시공을 시작하여 2016년 6월 16일에 상하이 디즈니랜드는 개업하며 중국 두 번째 디즈니랜드 테마파크가 되었다(www.baidu.com). 현재

22) 왕소천(2012). 상하이 디즈니랜드 정착이 현지 호텔산업에 미치는 영향, 청운대학교 석사학위논문

상하이디즈니랜드에 미키 에비뉴(mickey avenue), 판타지 랜드(fantasy land), 가든 오브 이매지네이션(gardens of imagination), 투모로우 랜드(tomorrow land), 토이 스토리 랜드(toy story land), 트레저코브(treasurecove), 어드벤처아일랜드(adventureisle) 등 7개 테마가 갖추고 있다. 그리고 토이스토리 호텔(Toy Story Hotel)과 상하이 디즈니랜드 호텔 두개가 구비하고 있다. 디즈니랜드 개인 입장료는 총 3가지로 나누어 있다. 평일에 입장료가 399위안이며, 성수기(여름 방학과 주말 및 대부분 법정 공휴일)에는 575위안이며, 설 연휴와 국경절에는 665위안이다(www.baidu.com). 상하이 디즈니랜드 오픈한 지 1년이 될 때 방문객 1100만 명이 넘었다. 아시아 테마파크 중에는 방문객 수가 4위를 차지하였다. 도쿄 디즈니랜드의 방문객 수가 가장 많고 이어 유니버설 스튜디오 재팬과 도쿄 디즈니 해양파크 및 상하이 디즈니랜드다. 2017 세계테마파크 입장객 보고 - 아시아 지역 순위는 <표 2-4>와 같다.

<표 2-4> 테마파크 입장객 순위

2017년 아시아지역 테마파크 입장객 순위 (20위)					
순위	회사명	소재지	2017년 입장객(명)	2016년 입장객 (명)	대비 증가율
1	도쿄 디즈니랜드	일본 도쿄	16,600,000	1,654,000	0.4%
2	유니버설 스튜디오 재팬	일본 오사카	14,935,000	14,500,000	3.0%
3	도쿄 디즈니시	일본 도쿄	13,500,000	13,460,000	0.3%
4	상하이 디즈니랜드	중국 상하이	11,000,000	5,600,000	96.4%
5	장릉해양공원	중국 주해	9,788,000	8,474,000	15.5%
6	롯데월드	한국 서울	6,714,000	8,150,000	-17.6%
7	에버랜드	한국 경기도	6,310,000	6,970,000+	-9.5%
8	홍콩 디즈니랜드	중국 홍콩	6,200,000	6,100,000	1.6%
9	나가시마 스파랜드	일본 구와나	5,930,000	5,850,000	1.4%
10	홍콩해양공원	중국 홍콩	5,800,000	5,996,000	-3.3%
11	유니버설 스튜디오 싱가포르	싱가포르	4,220,000	4,100,000	2.9%
12	장릉환락세계	중국 광저우	4,181,000	3,836,000	9.0%
13	세계의 창	중국 심천	3,980,000	3,910,000	1.8%
14	동부 화교성	중국 심천	3,960,000	3,960,000	0.0%
15	해피벨리	중국 북경	3,950,000	3,830,000	3.1%
16	해피벨리	중국 심천	3,900,000	3,860,000	1.0%
17	방투의 동방신화	중국 닝파	3,827,000	3,441,000	11.2%
18	방투 환락세계	중국 정주	3,819,000	3,509,000	8.8%
19	해피벨리	중국 성도	2,970,000	2,550,000	16.5%
20	해피벨리	중국 상하이	2,640,000	2,390,000	10.5%

자료: 2017년 Themed Entertainment Association and AECOM, 작성자 정리

그런데 디즈니 2019년 1분기의 보고에 따르면 1분기에는 상하이 디즈니랜드 방문객이 감소하였다. 그리고 자본금을 증가함에 따라서 이윤이 떨어졌다. 지난 3분기에는 방문객 수가 감소하는 문제도 근본적으로 해결을 하지 못한다. 디즈니 중국 대변인도 회계연도 2019년 1분기에는 상하이 디즈니랜드 유동인구가 둔화된 사실을 실증하였다. 또한 지금 디즈니랜드의 수익은 기대보다 낮다고 말했다. 2018년 5월부터 상하이 디즈니랜드의 입장객 수와 수익 다 감소하였다. 상하이 디즈니랜드가 오픈한 지 1년에 이윤을 내는 실적의 빛이 바래고 있다(북경 상보).

2. 방문객 유형별의 테마파크 선택속성 및 만족도

1) 방문객 유형

여행의 형태는 크게 단체여행과 개별여행으로 분류되고, 개별여행은 가족여행을 포함하여 친구 또는 연인, 소모임 등 일반 10-15명 미만의 단위로 수행되는 여행을 의미한다. 현대사회는 단체보다는 개별여행이 대세이다.²³⁾

동반자에 대한 연구는 동반자가 여행 만족에 영향을 미치는 속성의 하나로서 마케팅적 입장에도 중요하다. 만족을 느낄 수 있는 여행속성이 다양하지만 그중의 하나는 어떤 동반자와 함께 여행했느냐가 될 수도 있다는 것이다. 또한, 현재 여행 동반자에 관한 연구들은 대부분은 동반자를 친구 동반자, 가족 동반자, 연인동반자, 직장동료 동반자 등으로 구분해서 그에 따른 분석들이 대부분이었다. 따라서 본 연구에서는 방문객 동반 유형 중에 가장 대표적 3가지 가족 및 친구, 연인유형을 택하여 동반자유형의 핵심개념과 설문지 조사 문항을 구성하였다. 또한, 이 3가지 동반자 유형의 특성에 따라서 두 그룹으로 구분해서 조사를 진행할

23) 장호중·김정목(2009). 가족관광 참여자의 관여도와 가족건강성 및 가족만족의 관계, 『한국여가레크리에이션학회지』, 33(3), pp.8-9

것이다.

관광객은 관광지에서 동반자와 의미 있는 상호작용을 하며 그 중에서도 가족, 연인 등은 관광객의 관광경험을 질적으로 향상시키고 관광경험에 새로운 의미를 부각시키는 역할을 수행하는 핵심 주체라고 하였다. 24) 또한 동반자가 관광경험에 중요한 영향을 미치고, 25) 동반자 구성에 따라 숙박시설 속성에 대한 평가와 만족에 있어 차이가 난다고 하였다. 26) 권점옥은 남이섬을 방문한 관광자를 대상으로 관광동반자 유형에 따라 관광지 방문의 기대치, 만족도 차이와 행동의도에 어떤 영향을 미치는지 분석하였다. 분석결과는 남이섬을 방문하는 관광객들의 기대감과 만족은 연인과 동반했을 때가 다른 동반자 유형보다 높은 것으로 나타났다. 27)

선행 연구들을 통해 동반자 유형이 만족도에 중요한 영향을 미치는 요소로서 확인되었다.

2) 테마파크 선택속성

테마파크의 속성은 테마파크를 특유한 성질이나 특징을 말하는 것이며 이용객이 테마파크의 방문을 결정하는 선택속성은 테마파크 관련 연구가 연구의 중심이다. 28) 테마파크를 방문하는 방문객은 다양한 선택속성을 고려하게 되고 선택속성은 테마파크를 이루는 고유한 성질이나 특징을 의미하며 방문객의 측면에서 테마의 방문을 결정하는 선택속성은 테마파크 관련연구의 핵심이며 이를 통해 방문객이 어떠한 요인으로 관광지를 선택하고 방문하는지, 또한, 기타 관광지와

24) 윤혜정(2013). 해외개별여행자 추구편익에 따른 여행 동반자 선택요인. 한양대학교 국제관광대학원 석사학위논문

25) G. Guthrie & A. Anderson(2007). Tourists on Tourists: The Impact of Other People on Destination Experience, 『Developments in Tourism Research』, pp.143-154

26) E.T. Brey & D.B. Klenosky & X. Lehto & A.M. Morrison(2008). Standard Hospitality Elements at Resorts: An Empirical Assessment, 『Journal of Travel Research』, 47(2), pp.247-258.

27) 권점옥·이희열(2011). 관광동반자 유형이 관광지 방문 기대치, 만족도 차이와 행동의도에 미치는 영향 분석, 『호텔경영학연구』, 20(6), 167-188;

28) 임은희(2013). 테마파크 방문객의 선택속성 중요도 지각차이 및 만족도가 행동의도에 미치는 영향 연구, 우송대학교 석사학위논문

의 차별화를 실현할 수 있는 매력 물에는 어떤 것이 있으며, 개발을 해야 하는지에 대한 연구가 과거는 물론 현재에도 꾸준히 이루어지고 있다.²⁹⁾

양승필의 테마파크의 선택속성과 체험품질이 만족도와 충성도에 미치는 영향 연구를 위하여 먼저 테마파크의 선택속성을 질문하는 16개의 문항은 먼저 테마파크의 접근성을 관련하는 안내도와 표지판, 주차시설, 교통수단 및 운영시간 4개의 문항으로 구성되었다. 둘째, 테마파크의 분위기를 질문하는 4개의 문항은 매력자원, 아름다운 경치, 테마파크의 쾌적성과 청결성, 주변 환경과의 조화로 구성되었다. 셋째, 테마파크의 물리적 공간에 대한 4개의 문항은 관광공간과 시설이용의 편리, 다양한 판매시설, 다양한 관람시설의 제공, 다양한 편의시설의 제공으로 구성되었다. 마지막으로 테마파크의 서비스에 대한 4항목의 질문은 종사원이 갖고 있는 올바른 정보와 능력, 종사원의 예의와 친절, 신속하고 정확한 서비스, 안내표시와 시설의 충분한 제공으로 구성되었다. 테마파크를 방문하는 방문객이 인지하고 있는 선택속성을 요인분석을 통해서 결과 서비스, 분위기, 물리적 공간, 접근성을 추출하였다. 또한, 방문객의 테마파크에 대한 선택속성과 만족도간의 분석결과는 서비스, 물리적 공간, 분위기 요인이 방문객의 만족도에 긍정적인 영향을 미치고 있다. 그리고 방문객의 테마파크에 대한 선택속성과 충성도간의 인과관계를 분석으로 검증한 결과는 서비스, 분위기 그리고 물리적 공간 요인은 방문객의 충성도에 영향을 미치며, 만족도와 동일하게 나타났다. 그런데 두개 분석 결과 중에는 접근성 요인이 영향을 다 유의하지 않는 것으로 제시하였다.³⁰⁾

테마파크의 선택속성에 관한 연구가 많이 이루어 있다. 테마파크의 선택속성은 테마파크를 방문하는 방문객이 선호하고 있는 속성들을 의미하며 주로 접근성, 분위기, 물리적 공간, 서비스 등을 중심으로 측정변수를 사용하였다.³¹⁾

한상겸의 롯데월드를 방문하는 방문객을 대상으로 방문객의 선택속성을 연구하였고, 선행연구를 통해서 본 연구에서는 친절성, 접근성, 심리적요인, 청결성,

29) 안창수(2008). 워터파크 선택속성에 관한 연구, 경기대학교 석사학위논문; 김인호(2012). 테마파크 이 벤트품질과 선택속성이 만족 및 행동의도에 미치는 영향 연구, 우송대학교 석사학위논문;

30) 양승필(2013). 주제공원의 선택속성과 체험품질이 관광객의 만족도와 충성도에 미치는 영향 연구, 『관광연구』, 28(4), pp. 25-45

31) 김현·장호성(2012). 관광지 선택속성과 동기요인이 방문객 행동의도에 미치는 영향, 『지방정부연구』, 16(1), pp.7-22

가격, 서비스관리, 공간 배치 등 7가지 선택속성을 추출하였다.³²⁾

백윤기의 농촌 테마파크의 방문객 선택속성의 중요도와 만족도에 관해 조사하였다. 선행연구를 통해서 19개 요인을 재구성하였으며 시설, 프로그램/콘텐츠, 쾌적성, 접근성, 관리운영/서비스로 구분하였으며, 그 결과는 농촌테마파크 선택속성에 대한 중요도와 만족도 분석결과 중요도에 대한 항목에서는 쾌적성 요인인 ‘테마공원 자연 경관의 매력성’과 ‘공원 주변 환경의 우수성’이 나타났고, 프로그램/콘텐츠 요인에서 ‘체험내용의 교육적 효과’가 다음 순으로 조사되었다. 만족도에 대한 항목으로는 쾌적성 요인의 모든 항목인 ‘테마공원 자연경관의 매력성’과 ‘공원 주변 환경의 우수성’, ‘여가활동 공간의 안전성 및 쾌적성’이 조사되었다.³³⁾

서울랜드 선택속성에 대한 연구는 선행연구를 바탕으로 50개의 문항을 만들었으며 요인분석을 사용하여 놀이시설, 친절성, 가격, 안전성, 청결도, 정보제공 등 6가지 요인으로 분류하여 요인명을 정하였다. 결과는 6요인 중의 청결도를 제외한 모든 요인들은 방문객 만족에 유의한 영향을 주는 것으로 나타났다.³⁴⁾

서울랜드와 에버랜드를 대상으로 테마파크의 선택속성 물적 서비스, 인적서비스, 이용성 & 접근성, 가격과 운영 및 관리상의 신뢰성 5개 요인을 추출하였으며 5개 요인이 만족도에 대한 유의한 영향을 주는 것으로 나타났다.³⁵⁾

관광동기가 선택속성 및 이용만족에 미치는 영향의 연구에서 연구자가요인분석을 실시하였으며 4개 요인을 추출하였으며 각각 문화성, 흥미모험, 휴식성, 오락성으로 명명하였다.³⁶⁾

이윤풍의 워터파크의 연구에서 방문객 많이 고려하는 요인은 위생 및 청결상태, 직원의 서비스, 가격과 제휴사 할인, 교통의 편리함과 접근성, 경치 및 풍경 순으로 제시하였다.³⁷⁾

32) 향상겸(2014). 롯데월드 선택속성이 만족도와 행동의도에 미치는 영향, 『관광진흥연구』, 2(2), pp. 59-74

33) 백윤기·김나영·전인철·김용근(2013). 농촌테마공원 이용객의 선택속성에 대한 중요도와 만족도 분석 - 안성팜랜드를 중심으로, 『농촌계획』, 19(2), pp. 1-10

34) 향상겸(2015). 서울랜드 선택속성이 만족도와 행동의도에 미치는 영향, 『관광진흥연구』, 3(1), pp. 131-147

35) 최정환(2008). 테마파크의 선택속성에 따른 이용객 만족 비교 - 서울랜드와 에버랜드를 중심으로, 『호텔관광연구』, 2(29), pp. 301-316

36) 이암(2007). 테마파크 방문동기가 선택속성 및 이용만족에 미치는 영향 - 중국인 및 한국인 대상으로, 동아대학교 석사학위논문

이애주 · 김희진은 수도권 테마파크(에버랜드, 롯데월드, 서울랜드)의 이용객 추구편익의 차이에 따른 테마파크 시장 세분화를 규명하였으며, 연구결과는 가격, 휴식공간, 친절성, 공원 내 분위기, 부대시설, 행사/운영, 다양성의 7가지 요인이 나타났고 추구편익에 따라 선택속성은 다르게 나타났다.³⁸⁾

테마파크 방문객의 라이프스타일에 따라 개인형, 전통형, 사회형, 가정형으로 구분하였다. 또한 라이프스타일 유형에 따라 테마파크 선택속성요인은 물적 서비스, 주차시설, 운영·관리상의 신뢰성, 인적서비스 및 환경, 접근성 및 이용성, 가격의 차이를 연구하였다.³⁹⁾

수도권 테마파크 에버랜드, 롯데월드, 서울랜드의 방문객이 중요하게 생각하는 서비스 부문이 무엇인가를 제공자가 관리할 수 있는 서비스 속성을 중심으로 파악하여, 테마파크의 다양한 서비스가 테마파크 이용 후의 만족도와 행동의지를 분석하였다.⁴⁰⁾

임명재·정강환·곽용섭은 테마파크 선택속성의 기존연구를 이용하여 방문객의 만족도 평가대상을 구분하였는데, 그 결과 접근성, 입장료 및 가격, 오락시설, 시설이용성, 주변시설, 기념품, 식음료, 분위기, 공간구성, 프로그램, 직원, 운영 및 정보, 방문효과 등의 28개 속성을 도출하였고, 요인분석을 통해서 가격, 접근성, 이용성, 기술적 서비스, 기능적 서비스 요인을 추출하였다.⁴¹⁾

이후석·오민재는 테마파크 방문객의 선택속성에 따라 ‘이벤트/음식 추구형’, ‘편의시설 /환상의 분위기 추구형’, ‘접근성/탑승물 추구형’, ‘경치분위기/서비스 추구형’, ‘비용/비혼잡성 추구형’등 5개 집단으로 시장세분화를 하고, 인구통계 특성과 행태 특성을 근거하여 서울랜드 방문객을 대상으로 실증분석을 통해서 세분화된 시장의 특성을 규명하였다.⁴²⁾

37) 이윤풍(2011). 워터파크 이용객의 선택속성과 만족도에 관한 연구 - 한국 서해안 지역 워터파크 이용객을 중심으로, 청운대학교 석사학위논문

38) 이애주·김희진(2000). 추구편익에 따른 주제공원 방문객의 시장세분화에 관한 연구, 『관광학연구』, 24(1), pp.93-114

39) 신흥철·김은영(2001). 라이프스타일에 따른 방문객 선택속성연구. 주제공원 이용자 중심, 『호텔관광연구』, 5, pp.115-133

40) 권유홍·이훈(2002). 제공원 서비스 질이 방문자 만족 및 행동의도에 미치는 영향, 『호텔관광연구』, 26(1), pp.219-236

41) 임명재·정강환·곽용섭(2005). 방문객 만족 측면에서 주제공원 이벤트의 효과-엑스포과학공원을 중심으로, 『한국관광학회지』, 17(2), pp.173-192

42) 이후석·오민재(2005). 주제공원 이용자의 선택속성에 따른 세분시장 연구, 『관광연구저널』, 19(2), pp.205-220.

오민재는 테마파크 이용자의 선택속성을 대한 요인분석을 실시하였다. 결과는 ‘가격’, ‘분위기’, ‘식음료/기념품’, ‘이벤트/할인’, ‘놀이시설’, ‘이용성’, ‘접근성’ 총 7개 요인을 도출하였다.⁴³⁾

고군은 테마파크 선택속성의 선행연구를 중심으로 요인분석을 통하여 이미지, 가격, 입지, 서비스 품질, 시설 5개 요인을 도출하였다.⁴⁴⁾

테마파크를 이용하는 방문객들이 파크를 선택할 때 다양한 요인을 중요하게 생각하게 된다. 테마파크 선택속성의 영향요인에 관한 선행연구 중 본 연구에서는 양승필, 오민재, 백윤기, 한상겸 등의 매력속성에 관한 연구들을 선택하였다. 선택속성에 관한 선행연구를 정리하면 다음 <표 2-5>와 같다.

<표 2-5> 테마파크 선택속성 선행연구

구분	양승필	오민재	백윤기	한상겸	최정환	임명재	고군	이애주	본연구
접근성	●	●	●			●	●	●	●
교통수단	●		●			●			
주차시설	●	●	●		●	●	●		●
입장료		●		●	●	●	●	●	●
놀이시설 가격		●		●	●	●		●	●
놀이시설 다양성	●	●		●		●		●	●
어린이 시설									●
놀이시설 안전성		●		●	●		●	●	●
인근지역 쇼핑 /숙박	●		●	●				●	
매표소	●			●	●	●	●	●	●

43) 오민재(2007). 테마파크 이용자의 선택속성에 따른 포지셔닝 연구: 수도권 4개 테마파크를 대상으로, 『관광연구저널』, 21(1), pp.113-127

44) 고군(2014). 놀이공원 선택속성이 고객재방문의도에 미치는 영향 연구: 중국 방문객 중심으로, 경희대학교 석사학위논문

안내원의 친절성									
공원의 청결성	●		●		●	●			●
짧은 대기시간				●		●	●		●
부대시설	●			●			●	●	●
환상적인 분위기		●	●		●			●	●
모험적 분위기								●	●
가족적 분위기								●	●
이미지/ 명성							●	●	●
동물원/ 쇼		●	●		●			●	●
이벤트/ 행사		●		●	●		●	●	●

자료: 선행연구를 바탕으로 연구자 재정리

2) 테마파크 방문객의 만족도

만족이란 서비스 상품을 구매 경험에서 나타난 결과와 평가과정에서 본인의 경험을 근거로 의하여 서비스 상품의 기대수준과 실제로 얻은 수준과 대비하여 발생한 자신의 주관적 판단의 감정 상태를 말한다.⁴⁵⁾

관광객의 방문경험과 만족수준에 따른 반응은 관광 목적지의 경영자로서 서비스와 관광 상품을 향상시키고, 재방문자와 잠재 관광객을 발견하는 데 중요하다.⁴⁶⁾ 그리고 관광객의 만족도는 여러 가지 측정도구를 의하여 평가해야 한다.

45) 김창수(2009). 『테마파크의 이해』, 대왕사, p.15

또한 관광 목적지에 따라 방문동기가 달라지며 혹은 각자 다른 만족도의 수준과 표준을 갖고 있기 때문에 선행연구의 사용된 측정변수와 접근방법을 참고하여 연구를 진행하는 것이 가장 효과적이다.⁴⁷⁾

테마파크와 같은 관광지에 대한 방문객의 만족도는 다양한 측정변수에 의해 결정되며 단일 만족도 항목부터 다수의 다양한 만족도 항목까지 종합적으로 제시되어있다.⁴⁸⁾

이정은은 테마파크의 이용 체험 중 시설 및 행사의 매력성, 시설 및 행사의 편의성, 전반적인 분위기, 편리성이 방문만족에 영향을 미친다고 제시하였다.⁴⁹⁾

윤태연은 관광객 만족도는 관광의 성과 영역에서 관광객이 기대할 만큼으로 평가하는 결과의 가치를 의미하였다.⁵⁰⁾

신우성의 연구에 의하여 테마파크의 방문객 만족도를 측정하는 변수는 전반적인 만족, 즐거운 시간, 현명한 선택으로 결정하여 분석한 결과 서비스 품질과 서비스 가치가 방문객 만족에 통계적으로 유의하게 정의 영향을 제시하였다.⁵¹⁾

고경업의 연구에서는 만족도를 측정하는 변수를 심리 만족(신기한 점, 새로운 인지, 감동, 환상적 느낌, 아름다움), 시설 만족(청결성, 다양성과 볼거리, 다양한 음식, 쾌적성), 체험 만족(안내시설, 유희성, 이벤트 체험)으로 구분하여 만족도의 측정도구를 세분화하였다.⁵²⁾

유명희는 수도권 테마파크(에버랜드, 롯데월드, 서울랜드)의 방문객들의 만족도가 방문 및 재방문에 영향에 관한 연구에서 테마파크 방문객들의 만족은 테마파크에서 비용, 편의적 서비스(기술적, 기능적), 이용성에 대한 방문객들의 전체

46) L. Yu & M. Goulden(2006). A comparative analysis of international tourists' satisfaction in Mongolia, 『Tourism Management』, 27(6), pp. 1331-1342

47) Y. Yoon & M. Uysal(2005), An examination of the effects of motivation and satisfaction on destination loyalty: a structural model, 『Tourism Management』, 26(1), pp.45-56

48) Y. Yoon & M. Uysal(2005). *op.cit.* pp.45-56; J.E. Bigne & L. Andreu & J. Gnoth(2005). The theme park experience: An analysis of pleasure, arousal and satisfaction, 『Tourism Management』, 26(6), pp.833-844; Neal & Gursoy(2008). A Multifaceted Analysis of Tourism Satisfaction. 『Journal of Travel Research』. 47(1), pp.53-62.; G.L. Geissler & C.T. Rucks(2011). The overall theme park experience: A visitor satisfaction tracking study, 『Journal of Vacation Marketing』, 17(2), pp.127-138

49) 이정은(2001). 주제공원의 이미지와 방문동기가 관광체험 및 이용만족에 미치는 영향, 동아대학교 석사학위논문

50) 윤태연(2003). 중국관광자의 한국관광 선택 동기 및 관한 연구, 경기대학교 석사학위논문

51) 신우성(2008). 테마파크 서비스품질과 서비스가치가 방문자 만족과 행동의도에 미치는 영향, 『호텔관광연구』, 10(3), pp.160-173.

52) 고경업(2010). 주제공원 방문객의 관광동기가 만족에 미치는 영향, 제주대학교 석사학위논문

적 평가에 의해 이루어졌는데, 서비스 중에서 인적서비스가 방문객의 만족도에 영향을 가장 미친다. 이용성은 대기시간, 혼잡도, 접근성과 수용성, 등으로 나타났다. 대기시간은 롯데월드가 가장 긴 것으로 볼 수 있고, 무료 이동은 에버랜드가 가장 높은 것으로 볼 수 있다. 연구자는 테마파크의 방문객들의 행동의지를 높이는 방법은 서비스 품질을 개선하는 것이 최선이라 하였다.⁵³⁾

권유홍·이훈은 에버랜드, 롯데월드, 서울랜드 방문객이 중요하게 생각하는 서비스 부분이 무엇인가를 파악하기 위해 경영자가 관리할 수 있는 서비스속성을 중심으로 파악하였는데, 행사/공연, 편의시설, 기념품 가게, 음식점, 전체적 분위기, 입구, 놀이시설의 요인으로 도출되었다. 연구자는 테마파크의 다양한 서비스가 테마파크 이용한 후의 전체만족도, 방문 후 행동의도와 갖는 관계를 조사하였다.⁵⁴⁾

하광수·한범수는 서비스 가장 집약적인 관광 상품으로 인지되고 있는 테마파크를 대상으로 테마파크 이용자들이 지각하는 방문 후 평가 요소들을 체계적이고 구조적으로 분석하였는데, 서비스품질의 측정도구로서 직원의 친절성, 시설 및 행사의 편의성, 시설 및 행사 내용의 매력성, 관리 및 운영의 신뢰성의 4가지 요인으로 밝혔다. 또한 비용만족 측정도구로는 가격의 합리성, 이용의 편리성, 접근성의 3가지 요인으로 나타났다. 연구자는 이용자의 만족도를 결정요인 역시 일반 서비스와 기타 속성들을 포함할 수 있으며, 각 만족요인이 방문 후 행동의도에 직접효과를 가질 수 있다는 것을 도출하였다.⁵⁵⁾

강승구는 관광 이벤트의 사전·사후 인식과 만족도, 추천의도에 대한 연구에서 관광 이벤트 인식은 관광이벤트 관광객 만족도에 영향을 하고, 관광객 만족도는 관광 이벤트 추천의도에 영향을 미치는 관계되는 것으로 밝혔다.⁵⁶⁾

박지현은 테마파크 이벤트와 방문객 만족 간 연구에서 이벤트, 축제, 서비스, 설비, 접근성, 가격, 테마요소의 7가지가 테마파크의 전반적 만족에 영향을 미치

53) 유명희(2005). 테마파크의 이용자 만족이 방문 및 재방문에 미치는 영향, 『창업정보학회지』, 8(4), pp.175-197

54) 권유홍·이훈(2002). 주제공원 서비스 질이 방문자 만족 및 행동의도에 미치는 영향, 『호텔관광연구』, 26(1), pp.219-236

55) 하광수·한범수(2001). 주제공원 방문자의 만족과 방문 후 행동의도 간의 결정요인, 『관광학연구』, 25(1), pp.329-347

56) 강승구(2002). 관광이벤트의 사전·사후 이미지와 만족, 추천의도에 관한 연구, 동아대학교 박사학위논문

는 것에 관계되는 것을 밝혔다. 그 중에서 축제 요인은 제일 강한 영향력을 미친다고 하였다. 또한 테마파크 전반적 만족도가 재방문에 영향을 주는 것을 검증하였다.⁵⁷⁾

왕루요는 테마파크 방문객의 방문동기와 만족도에 관한 연구에서 선행연구를 바탕으로 전체만족도와 재방문의도로 만족도를 측정하였다.⁵⁸⁾

3) 테마파크의 선택속성과 만족도의 관계

테마파크 방문객의 선택속성과 만족도간의 선행연구를 보면 안창수는 워터파크 선택속성에 관한 연구에서 워터파크의 선택속성으로 시설, 접근성, 분위기, 가격, 직원서비스, 물리적 환경 등 5가지 요인을 선정하여 선택속성만족도와 관광 후 행동의도에 미치는 영향을 밝혔으며, 그리고 결과 영향요인으로 시설, 분위기, 접근성, 물리적 환경, 가격, 직원 서비스 요인의 순으로 제시하였다.⁵⁹⁾

관광객의 테마파크에 대한 선택속성과 만족도간 관계를 연구하였으며 연구결과는 서비스, 분위기, 물리적 공간 요인이 통계적으로 유의하게 관광객의 만족도에 긍정적인 영향을 미치는 것을 제시하였다.⁶⁰⁾

관광지선택속성은 테마파크 이용만족에 영향을 미칠 것을 검증하기 위하여 중국인과 한국인을 대상으로 실증분석을 통해 분석결과 중국인 경우 행사, 친절성 요인은 미치는 영향으로 나타났으며 한국인 경우 행사, 분위기, 친절성 요인은 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다.⁶¹⁾

이택상은 워터파크의 특성과 방문객의 만족도 영향에 관한 연구에는 워터파크 선택속성의 요인 중 이벤트 및 환경디자인 요인이 전반적인 워터파크 만족도에

57) 박지현(2006). 주제공원 이벤트와 관광객 만족 연구, 경기대학교 석사학위논문

58) 왕루요(2016). 테마파크 관광객의 방문동기 및 만족도에 관한 연구: 에버랜드를 방문한 중국관광객을 중심으로, 경희대학교 석사학위논문

59) 안창수(2008). 워터파크 선택속성에 관한 연구, 경기대학교 석사학위논문

60) 양승필(2013). 주제공원의 선택속성과 체험품질이 관광객의 만족도와 충성도에 미치는 영향 연구, 『대한관광경영학회』, 28(4), pp.25-45

61) 이암(2007). 전계논문

영향을 미치는 것으로 나타났고 그 이외의 요인들인 놀이시설, 가격, 식음료, 접근성, 편의시설, 관리상태 등은 전반적인 만족도와는 통계적 유의성이 없는 것으로 나타났다.⁶²⁾

황수영은 워터파크의 선택속성이 만족도와 재방문의도간에 관한 연구에서 선택속성 중 비용, 친절, 주변경관이 만족도에 영향을 주는 것으로 나타났으며 그 중의 친절과 주변경관은 만족도에 더 큰 영향을 주는 것으로 나타났다.⁶³⁾

테마파크 선택속성이 이용객 만족도에 미치는 영향에 대한 연구하였는데 그 결과로 전체응답자의 경우 5개 (인적 서비스, 물적 서비스, 이용성 및 접근성, 운영/관리상의 신뢰성, 가격)선택속성 요인 모두가 만족도에 통계적으로 유의한 영향을 주는 것으로 나타났다.⁶⁴⁾

Ⅲ. 연구 설계

1. 연구 가설

본 연구는 주로 유형별 방문객 테마파크의 선택속성과 만족도의 차이 및 선택속성과 만족도간에 어떤 영향관계가 있는지를 파악하고자 한다. 이러한 목적을 달성하기 위해 선행연구 가설 바탕으로 탐색적 가설을 설정하면 다음과 같다.

가설H1: 테마파크 방문객 유형에 따라 선택속성에는 차이가 있을 것이다.

가설H2: 테마파크 방문객 유형에 따라 만족도에는 차이가 있을 것이다.

가설H3: 테마파크 방문객 유형별 선택속성은 만족도에 유의한 영향을 미칠 것이다.

H3-1: 가족형 방문객의 테마파크 선택속성은 만족도에 유의한 영향을 미

62) 이택성(2014). 워터파크의 특성이 이용고객의 만족도에 미치는 영향분석: D사 워터파크 사례를 중심으로, 한양대학교 석사학위논문

63) 황수영·박상현(2012). 워터파크 이용객의 선택속성이 만족도 및 재방문의도에 미치는 영향, 『지속가능경영연구』, 6(2), pp. 21-32

64) 최정환(2008). 전계논문, 10(2). pp.301-316

칠 것이다.

H3-2: 친구/연인형 방문객의 테마파크 선택속성은 만족도에 유의한 영향을 미칠 것이다.

2. 설문지의 구성과 측정

1) 설문지 구성과 측정

본 연구는 자료의 수집과 측정을 위한 조사방법으로 설문지를 사용한 실증적 연구방법을 채택하였다. 설문지의 문항은 크게 4부 문항으로 구성되어 있다. 방문객 선택속성 측정에 대한 양승필, 오민재, 백윤기, 한상겸 연구에서 사용되어진 테마파크 관련 선택속성을 가지고 문항을 작성하였다.

또한 상하이 디즈니랜드를 방문한 유형별 방문객의 만족도의 항목은 ‘상하이 디즈니랜드를 방문에 전반적으로 만족 한다’, ‘기회가 된다면 다시 상하이 디즈니랜드를 방문해 이용하겠다’, ‘상하이 디즈니랜드를 방문은 내가 기대한 만큼 좋았다’, ‘상하이디즈니랜드를 방문에 대한 나의 느낌은 좋다’, ‘이 테마파크를 주위 사람들에게 추천하겠다’등 구성하였다.

선택속성과 만족도에 대한 측정항목은 문헌연구 결과에 의하여 모두 5점 척도로 작성하였다. 설문지의 구성은 <표 3-1>과 같다.

<표 3-1> 설문지 구성

항목	설문내용	문항수	척도
접근성	1) 접근성(교통 편이)	2문항	5점 리커트척도
	2) 주차공간		
	3) 유명하다		
이미지&가격	4) 입장료 가격	3문항	5점 리커트척도
	5) 놀이시설 가격		

시설	6) 휴식 공간 7) 놀이 시설의 안전성 8) 놀이 시설의 다양성 9) 어린이 위락 시설 10) 부대시설(표지판, 관람시설, 숙박, 기념품가게 등)	5문항	5점 리커트척도
서비스	11) 종업원이 친절하다. 12) 공원 내 청결성 13) 행사/이벤트 14) 쇼/동물원 15) 대기 시간이 짧다. 16) 신속하고 정확한 서비스	6문항	5점 리커트척도
분위기	17) 가족적 분위기 18) 모험적 분위기 19) 환상적 분위기	3문항	5점 리커트척도
만족도	1) 상하이 디즈니랜드를 방문에 전 체적으로 만족하다.	5문항	5점 리커트척도
	2) 이곳을 방문은 내가 기대한 만큼 좋았다.		
	3) 기회가 된다면 다시 상하이디즈니랜드를 방문해 이용하겠다.		
	4) 상하이디즈니랜드를 방문에 대한 나의 느낌은 좋다.		
	5) 다른 사람한테 추천하고 싶다.		
일반적 특성	동반자 유형	6문항	명목척도
	방문횟수		
	정보탐색유형		
	방문동기		
	숙박 총 지출액		
인구통계학 특성	성별	6문항	명목척도
	연령		
	결혼		
	직업		
	교육 소득		
총계		36문항	

2) 표본추출과 자료수집

본 연구의 실증분석을 위한 과학적 조사가 효율적으로 수행될 수 있도록 조사 자료는 다음과 같은 조사 설계에 의해서 수집하였다.

첫째, 본 연구에서 모집단은 상하이 디즈니랜드를 방문한 가족형과 친구/연인형 방문객을 대상으로 설정하였다.

둘째, 설문 조사에 임하는 조사원(상하이에 거주하는 지인)은 설문지 교육을 사전에 충분히 숙지하여 조사를 실시하였다.

셋째, 본 조사를 위해 설문조사는 3월 25일부터 30일까지 총 6일 동안 위챗(wechat)을 통해서 주변에 상하이 디즈니랜드를 방문했던 가족형과 친구/연인형 방문객한테 1대 1로 설문지 QR코드를 보내어 응답을 받는 방식으로 진행하여 82부를 회수하였고 2019년 4월 5일부터 4월 9일까지 총5일 간에 상하이 디즈니랜드 입구에서 상하이 디즈니랜드를 방문한 가족형과 친구/연인형 방문객을 대상으로 설문지를 배포하여 총170부를 회수하였고 설문지의 문항을 다 작성하지 않은 6부 및 신뢰도가 떨어지는 3부를 제외한 161부를 정리하였다. 최종 설문지를 합쳐서 유효표본 243부를 확정하여 실증분석에 사용하였다.

3) 분석방법

본 연구에서는 수집된 자료의 분석을 하기 위하여 데이터 코딩(data coding) 과정을 거쳐 통계 프로그램인 SPSS를 사용하였으며, 95%의 신뢰수준에서 다음과 같이 검정하였다. 첫째, 응답자들의 일반적인 특성과 방문들의 인구통계적 특성에 대하여 알아보기 위하여 기술통계분석을 실시하였고, 인구 통계적과 일반적 사항에 대하여 차이 분석을 실시하였다.

둘째, 설문문항의 신뢰성과 타당성을 검증하기 위하여 신뢰도 분석과 요인분석을 실시하였다.

셋째, 가족형과 친구/연인형 방문객 선택속성 및 만족도 차이를 분석하기 위해 T검정(T-test)분석을 사용하였다.

넷째, 선택속성과 만족도간의 영향관계를 검증하기 위해 다중회귀분석을 실시하였다.

IV. 실증 분석

1. 표본의 일반적 특성

1) 일반적 특성

본 연구의 실증 자료를 얻기 위해 설문조사를 실시하여 총 243부의 유효 표본을 획득하였으며, 표본의 일반적 특성을 알아보기 위하여 빈도분석을 실시한 결과는 <표 4-1>과 같다.

<표 4-1> 일반적 특성

	구분	빈도	퍼센트
방문객 유형	친구/연인형 방문객	121	49.8
	가족형 방문객	122	50.2
방문횟수	1회	185	76.1
	2회	41	16.9
	3회 이상	17	7.0
정보 원천	신문/잡지	21	8.6
	인터넷/상하이 디즈니랜드 홈페이지	108	44.4
	TV/라디오	28	11.5
	친지/직장동료와 주변 사람	74	30.5
	기타	12	4.9
목적	휴식	32	13.2
	가족들과 색다른 시간을 보내기	129	53.1
	놀이 시설 다양하기	29	11.9
	디즈니랜드 유명하기	40	16.5
	기타	13	5.3
숙박	상하이 디즈니랜드 호텔	37	15.2
	친구/본인 집	55	22.6

	호텔	113	46.5
	모텔	23	9.5
	기타	15	6.2
소비 금액	1000위안 이하	37	15.2
	1000~2000위안	69	28.4
	2000~3000위안	64	26.3
	3000~4000위안	25	10.3
	4000위안이상	48	19.8

<표 4-1>에서 볼 수 있듯이, 표본에서 상하이 디즈니랜드 방문 시 방문객유형은 친구/연인형과 가족형 비율은 거의 1:1로 나왔고, 두 그룹은 비슷한 편이다. 방문 횟수는 1회 185명(76.1%)이 가장 많은 것으로 나타났다. 정보원은 108명(44.4%)이 인터넷/디즈니랜드 사이트를 통해서 얻었고, 이어서 74명(30.5%)이 친지/직장동료와 주변 사람을 통하여 정보를 얻었다. 129명(53.1%)방문객의 디즈니랜드를 방문 목적은 가족/친구와 즐거운 시간을 보내고 싶다. 디즈니랜드를 방문 기간 113명(46.5%)이 호텔을 이용하였다. 디즈니랜드에서 3000위안 이상 소비한 방문객은 30%로 나타났다.

2) 인구 통계적 특성

방문객 인구 통계적 특성은 <표 4-2>와 같다.

<표 4-2> 인구 통계적 특성

	구분	빈도	퍼센트
성별	남	77	31.7
	여	166	68.3
연령	20세 이하	21	8.6
	20-29세	100	41.2
	30-39세	85	35.0
	40-49세	28	11.5
	50-59세	7	2.9
	60세 이상	2	.8
결혼여부	예	125	51.4

	아니요	118	48.6
직업	공무원/군인	10	4.1
	학생	34	14.0
	서비스 직원	47	19.3
	전문가	10	4.1
	개인 업체	44	18.1
	기타	98	40.3
교육 수준	중졸	24	9.9
	고졸	55	22.6
	대졸(대학 재학)	121	49.8
	대학원 이상	43	17.7
평균 소득	5000위안 미만	32	13.2
	5000-10000위안	72	29.6
	10000-15000위안	67	27.6
	15000-20000위안	23	9.5
	20000-25000위안	12	4.9
	25000위안 이상	37	15.2

성별은 여성 68.3%로 나타났다. 연령은 30세 이하 방문객 49.8%로 나타났다. 51.4% 방문객이 결혼했고, 직업에는 기타 업종 98명(40.3%)으로 가장 높은 비율을 차지하였으며, 그다음은 서비스업은 47명(19.3%), 자영업 44명(18.1%), 학생 34(14%), 전문가 및 공무원/군인 각각 10명(4.1%)의 순으로 나타났다. 학력분포에서는 대학교/재학이 121명(49.8%)으로 가장 많았으며, 다음으로 고졸 55명(22.6%), 대학원 이상 43명(17.7%), 중졸 24명(9.9%)의 순으로 나타났다. 가정 월 평균 소득이 15000위안 이하 70.4%로 나타났다.

3) 인구 통계 및 방문 특성에 따른 차이분석

인구 통계적 및 일반적인 사항에 대한 교차분석 및 T-test방법을 실시하였다. 재 코딩을 한 변수를 가지고 다시 분석을 실시하였다.⁶⁵⁾이용횟수에 대하여 재 코딩할 때 '1회'에서는 '1회'로 구성하였고, '2회 이상'에서는 '2회', '3회'로 구성하였다. 소비 금액에 대하여 재 코딩할 때 '2000위안 이하'에서는 '1000위안 이하', '1000-2000위안' 으로 구성하였고, '2000위 이상'에서는 '2000-3000위안',

65) 송지준(2015). 『논문작성에 필요한 SPSS/AMOS통계분석방법』, 21세기사

‘3000-4000위안’, ‘4000위안 이상’으로 구성하였다. 연령에 대하여 재 코딩할 때 ‘29세 이하’에서는 ‘20세 이하’, ‘20-29세’로 구성하였고, ‘30세 이상’에서는 ‘30-39세’, ‘40-49세’, ‘50-59세’, ‘60세 이상’으로 구성하였다. 교육정도에 대하여 재 코딩할 때 ‘고졸 이하’에서는 ‘고졸’, ‘중졸’로 구성하였고, ‘대졸 이상’에서는 ‘대졸(대학 재학)’, ‘대학원 이상’으로 구성하였다. 월 평균 소득에 대하여 재 코딩할 때 ‘15000위안 이하’에서는 ‘5000위안 이하’, ‘5000-10000위안’, ‘10000-15000위안’으로 구성하였고, ‘15000위안 이상’에서는 ‘15000-20000위안’, ‘20000-25000위안’, ‘25000위안 이상’으로 구성하였다. 분석결과는 다음 <표 4-3>과 같다.

<표 4-3> 인구 통계 및 방문 특성에 따라 차이(T-test)분석

항목	방문객 유형	N	평균	표준편차	t값	p 값
횟수	친구/연인	121	1.248	0.434	.336	.737
	가족	122	1.230	0.422		
소비금액	친구/연인	121	1.496	0.502	-2.137	.034
	가족	122	1.631	0.484		
연령	친구/연인	121	1.298	0.459	-6.925	.000
	가족	122	1.705	0.458		
교육수준	친구/연인	121	1.744	0.438	2.300	.022
	가족	122	1.607	0.491		
월 평균소득	친구/연인	121	1.256	0.438	-1.363	.174
	가족	122	1.336	0.474		

주: *는 $p < 0.05$, **는 $p < 0.01$, ***는 $p < 0.001$ 에서 유의함

검증 결과는 유형별 방문객이 횟수(.737), 월 평균소득(.174)에서는 차이가 유의하지 않다($p > 0.05$). 유형별 방문객이 소비금액(.034), 연령(.000), 교육수준(.022)에는 유의한 차이를 보인다($p < 0.05$). 평균치에 의하여 가족형 방문객이 소비금액, 연령에는 친구/연인형 방문객 보다 많은 것으로 나타났다. 교육수준에는 친구/연인형 방문객이 가족형 방문객 보다 높게 나타났다.

인구 통계적 및 일반적 사항에 대한 교차분석을 실시하였다. 정보 원천에 대해

여 재 코딩할 때 ‘인터넷’에서는 ‘인터넷 및 홈페이지’, ‘TV/라디오’, ‘신문/잡지’로 구성하였고, ‘기타’에서는 ‘친지/직장 동료와 주변 사람’, ‘기타’로 구성하였다. 목적에 대하여 재 코딩할 때 ‘가족/친구와 즐거운 시간을 보내기’로 구성하였고, ‘기타’에서는 ‘휴식’, ‘시설 다양하기’, ‘유명하기’, ‘기타’로 구성하였다. 숙박에 대하여 재 코딩할 때 ‘호텔’에서는 ‘호텔’, ‘디즈니랜드 호텔’, ‘모텔’으로 구성하였고, ‘기타’에서는 ‘친구/본인 집’, ‘기타’로 구성하였다. 성별은 ‘남’, ‘여’로 구성하였다. 결혼여부는 ‘예’, ‘아니요’로 구성하였다. 직업에 대하여 재 코딩할 때 ‘학생’으로 구성하였고, ‘기타’에서는 ‘공무원/군인’, ‘서비스 직원’, ‘전문가’, ‘개인 업체’, ‘기타’로 구성하였다. 분석결과는 다음 <표 4-4>와 같다.

<표 4-4> 인구 통계 및 방문 특성에 따라 교차분석

			방문객 유형		X ²	p값
			친구/ 연인	가족		
정보원천	인터넷 (인터넷 및 홈페이지, TV/라디오, 신문/잡지)	N	79	78	.049	.893
		정보원천 %	50.3%	49.7%		
	기타 (친지/직장 동료와 주변 사람)	N	42	44		
		정보원천 %	48.8%	51.2%		
목적	가족/친구와 즐거운 시간을 보내기	N	59	70	1.811	.200
		목적%	45.7%	54.3%		
	기타(휴식, 시설 다양하기, 유명하기, 기타)	N	62	52		
		목적%	54.4%	45.6%		
숙박	호텔(호텔, 디즈니랜드 호텔, 모텔)	N	90	83	1.193	.322
		숙박%	52.0%	48.0%		
	기타(친구/본인 집, 기타)	N	31	39		
		숙박%	44.3%	55.7%		
성별	남	N	41	36	.537	.493
		성별%	53.2%	46.8%		
	여	N	80	86		
		성별%	48.2%	51.8%		
결혼여부	예	N	33	92	56.353	.000
		결혼여부%	26.4%	73.6%		
	아니요	N	88	30		

		결혼여부%	74.6%	25.4%		
직업	학생	N	24	10	6.837	.010
		직업%	70.6%	29.4%		
	기타(공무원/군인, 서비스 직원, 전문가, 개인 업체, 기타)	N	97	112		
		직업%	46.4%	53.6%		

주: *는 $p < 0.05$, **는 $p < 0.01$, ***는 $p < 0.001$ 에서 유의함

교차분석을 통해서 유형별 방문객이 정보원천(.893), 목적(.200), 숙박(.322), 성별(.493)에서는 유의한 차이가 없다고 보인다($p > 0.05$). 유형별 방문객이 결혼여부(.000), 직업(.010)에서는 유의한 차이를 보인다($p < 0.05$). 또한, 친구/연인형 방문객은 대부분이 미혼이고, 대부분이 학생이다.

2. 신뢰성 및 타당성

본 연구의 타당성 검증을 위해서는 요인분석(factor analysis)을 실시하였고 신뢰도 검증은 크론바하 알파(Cronbach's Alpha)계수를 활용해 신뢰도 분석을 활용하였다. 요인분석은 주성분분석(principal components analysis) 및 Bartlett 구형성 검증을 사용하였다. 각 변수와 요인간의 상관관계의 정도를 나타내는 요인 적재치는 직교회전방식(varimax rotation)을 이용하였고, 연구에서의 문항의 선택 기준은 고유값(eigen-value)은 1.0 이상, 요인 적재치는 0.4 이상을 기준으로 하였고, 0.5가 넘으면 아주 중요한 변수로 본다.

1) 선택속성

본 연구의 분석결과는 다음 <표 4-5>와 같이 요약 되었다. 선택속성을 측정할 19문항에 대하여 요인분석을 실시한 결과 모든 항목들의 공통성 값이 0.6 이상으로 나타나 기존의 19개 항목 모두를 포함한 5개의 요인이 도출되었다. 요인분석

결과에 대한 적합도 판단할 수 있는 Kaiser-Meyer-Olkin(KMO) 값이 0.942로 분석되었으며, 유의확률 .000으로 분석되었다. 일반적으로 KMO 값이 0.90 이상이면 상당히 좋은 것이고, 0.80~0.89는 좋은 편이며, 0.70~0.79는 적당한 편, 0.60~0.69는 평범한 편, 0.50~0.59는 바람직하지 못한 편, 0.50 미만이면 받아들일 수 없는 수치로 판단한다.⁶⁶⁾

선택속성의 구성요인에 대한 타당도 분석결과는 5개 요인을 추출하였다. 요인 명은 선행연구의 내용과 비슷한 변수 특성을 고려하여 요인 1은 '접근성', 요인 2는 '이미지&가격', 요인 3은 '시설', 요인 4는 '서비스', 마지막 요인 5는 '분위기'로 각각 명명하였다.

본 연구에서 신뢰성을 측정하는 방법에는 내적일관성(Internal Consistency Method)이다. 내적일관성은 하나의 구조를 여러 항목으로 측정했을 때 항목들이 일관성 혹은 동질성을 갖는가를 평가하는 것이다. 내적일관성은 크론바하 알파계수(Cronbach's Alpha)를 이용하여 항목들 간의 상관관계로써 평가되는데, 항목들 간의 상관관계가 높을수록 일관성이 높다. 크론바하 알파계수(Cronbach's Alpha) 계수는 0에서 1사이의 값을 가지며 0.9이상이면 신뢰성이 상당히 높다고 할 수 있고 0.7 이면 바람직하다고 평가하여, 0.6이상이면 수용할 만한 것으로 본다. 본 연구에서는 일반적으로 동일 개념을 측정하기 위해서 크론바하 알파계수(Cronbach's alpha)를 이용한 내적일관성 검증을 실시하였다.⁶⁷⁾

본 설문지에서 선택속성 요인 변수는 선행연구를 통해 19개 문항과 총5개의 요인(접근성, 이미지&가격, 시설, 서비스, 분위기)으로 구성하였으나, 그 결과 선택속성요인의 전체 변수의 크론바하 알파계수(Cronbach's Alpha)는 0.6이상으로 분석되었으며, 각 요인별 신뢰도는 '접근성0.759', '이미지&가격0.663', '시설0.884', '서비스0.837' '분위기0.808'로 분석되었다.

66) 성도경(2011). 『SPSS 알기 쉬운 통계기법의 활용』, p.42

67) 이학식·임지훈(2007). 『SPSS 12.0 매뉴얼』, 파주: 범문사, pp.122-123

<표 4-5> 선택속성 신뢰성 검증

요인명 (Cronbach- α 값)	문항	공통성	적재치	고유값 (분산%)
요인1: 접근성 ($\alpha = .759$)	접근성(교통 편이)	.703	.805	9.527 (50.140%)
	주차공간	.779	.818	
요인2: 이미지&가격 ($\alpha = .663$)	유명하다	.629	.752	1.646 (8.664%)
	입장료 가격	.796	.747	
	놀이시설 가격	.802	.527	
요인3: 시설 ($\alpha = .884$)	휴식 공간	.664	.449	1.177 (6.196%)
	놀이시설의 안전성	.699	.581	
	놀이시설의 다양성	.781	.759	
	어린이 위락 시설 부대시설(표지판, 관람 시설, 식당, 숙박, 기념품가게 등)	.677	.693	
요인4: 서비스 ($\alpha = .837$)	종업원이 친절하다.	.760	.745	1.128 (5.627%)
	공원 내 청결성	.805	.654	
	행사/이벤트	.768	.709	
	쇼	.663	.715	
	대기 시간이 짧다. 신속하고 정확한 서비스	.758 .746	.626 .698	
요인5: 분위기 ($\alpha = .808$)	가족적 분위기	.725	.850	1.016 (4.219%)
	모험적 분위기	.740	.630	
	환상적 분위기	.802	.669	

요인추출방법: 주성분분석. 회전방법: Kaiser 정규화가 있는 베리맥스, a:7반복계산에서
요인회전이 수렴되었다.

총 분산 설명력 73.846%, KMO=.953, Bartlett-케이제곱= 3032.663, df=171,(p=.000)

2) 만족도

만족도에 대한 분석결과는 다음 <표 4-6>과 같다. 만족도에 대하여 탐색적 요인분석 및 신뢰도 분석을 실시한 결과로 고유값 1.0을 기준으로 단일 요인으로 도출하였다. 항목들의 공통성 값이 0.7이상으로 나타났으며, 요인적재량은 모두 0.8이상인 것을 볼 수 있다. 요인의 총설명력은 73.846%이다. 또한 알파값은

0.928로 신뢰도 역시 문제없음을 볼 수 있다. 요인명은 선행연구의 내용과 일치하게 추출하였다.

<표 4-6> 만족도의 신뢰성 검증

요인 (Cronbach- α 값)	항목	공통성	적재치	고유값 (분산%)
만족도 ($\alpha = .928$)	전체적으로 만족	.756	.870	3.916 (78.311%)
	기대만큼 좋았다.	.804	.897	
	다시 방문하고 싶다.	.775	.881	
	나의 느낌이 좋다.	.797	.892	
	추천하고 싶다.	.783	.885	
요인추출방법: 주성분분석. 회전방법: Kaiser 정규화가 있는 베리맥스, a:1개의 성분이 추출되었습니다. 총 분산 설명력 73.846%, KMO=.887, Bartlett-케이제곱= 949.844, df=10, (p=.000)				

2. 가설 검증

1) 가설 1의 검증결과

본 연구에서 유형별 방문객의 선택속성은 차이를 있는지를 독립 T검정 (T-test)방법을 실시하였다. T-test 방법은 두 집단 또는 두 상관적인 표본의 평균값이 동일한 모집단에서 추출되었는지를 검증하는 모수치 통계기법이다. 단순한 실험에서 가장 많이 사용하는 방법으로 두 집단 간의 통계적 차이를 검증하는 모수적 검증방법 중 하나이다.⁶⁸⁾

독립변수는 가족형과 친구/연인형으로 표시하였다. T-test 분석결과는 다음 <표 4-7>과 같이 요약되었다.

68) 박호완 (2008). 『실험심리학용어사전』, 시그마프레스

<표 4-7> 유형별 방문객에 따른 선택속성 차이 분석

		N	평균	표준편차	t값	p값	채택 여부
접근성	친구/연인형	121	3.1364	1.05277	-1.964	.051	기각
	가족형	122	3.3975	1.02033			
	합계	243	3.2675	1.04271			
이미지&가격	친구/연인형	121	3.2782	.78804	-2.736	.007	채택
	가족형	122	3.5519	.77112			
	합계	243	3.4156	.78997			
시설	친구/연인형	121	3.5322	.80893	-4.310	.000	
	가족형	122	3.9656	.75785			
	합계	243	3.7498	.81166			
서비스	친구/연인형	121	3.2879	.70350	-3.298	.001	
	가족형	122	3.6038	.78710			
	합계	243	3.4465	.76173			
분위기	친구/연인형	121	3.2259	.79723	-3.170	.002	
	가족형	122	3.5601	.84552			
	합계	243	3.3937	.83705			

주: *는 p<0.05, **는 p<0.01, ***는 p<0.001에서 유의함

상하이 디즈니랜드를 유형별 방문객에 선택속성차이에 대한 T-검정 결과 가족형과 친구/연인형 두 집단에 따라 5개 선택속성 중 접근성을 제외하여 4개가 차이가 있다고 나타났다. 구체적으로 해석하면 유형별 방문객의 선택속성 요인 1에서 '접근성'이 t=-1.964이고 p=.051의 값을 나타내고 있어서 차이가 없는 것으로 보인다. 선택속성 요인 2에서는 '이미지&가격'이 t=-2.736이고 p=.007의 값을 보이고 있다. 선택속성 요인3에서는 '시설'이 t=-4.310, p=.000의 값을 보이고 있으며, 선택속성 요인4에서는 '서비스'가 t=-3.298, p=.001의 값을 보이고 있다. 선택속성 요인5에서는 '분위기'가 t=-3.170, p=.002의 값을 나타내고 있어서 평균차이가 4개 모두 유의하다는 것을 증명하였다. 하지만 '시설'요인의 경우는 t=-4.310, p=.000의 값으로 다른 선택요인들 보다 더 높게 나타났다.

본 연구의 가설 '방문객 유형별(가족형과 친구/연인형)에 따라 테마파크의 선택속성 차이가 있을 것이다'를 설립하였다. 차이분석을 위해 독립표본 T-검정을 실시하였고, 결과는 위에 <표 4-7>과 같다. 방문객 유형 (가족형과 친구/연인형)

에 따라 접근성 차이에 대한 T-검정 결과는 $p=.051(>0.05)$ 의 값을 보이면서 차이가 없다는 것을 나타냈다. 방문객 유형 (가족형과 친구/연인형)에 따라 이미지 & 가격 차이에 대한 T-검정 결과는 $p=.007(<0.01)$ 의 값을 보이면서 차이가 유의하다는 것을 증명하였다. 방문객 유형 (가족형과 친구/연인형)에 따라 시설 차이에 대한 T-검정 결과는 $p=.000(<0.001)$ 의 값을 보이면서 차이가 유의하다는 것을 증명하였다. 방문객 유형 (가족형과 친구/연인형)에 따라 서비스 차이에 대한 T-검정 결과는 $p=.001(<0.01)$ 의 값을 보이면서 차이가 유의하다는 것을 증명하였다. 방문객 유형 (가족형과 친구/연인형)에 따라 분위기 차이에 대한 T-검정 결과는 $p=.002(<0.01)$ 의 값을 보이면서 차이가 유의하다는 것을 증명하였다. 또한, 평균값을 결합하여 가족형 방문객이 친구/연인형 방문객 보다 4개 선택속성 요인(이미지&가격, 시설, 서비스, 분위기)을 대해서 더 선호한다는 것을 의미한다. 따라서 가설 1은 부분 채택되었고 방문객 유형에 따라 이미지&가격, 시설, 서비스 및 분위기 4개 선택속성에는 차이가 있다는 것을 증명하였다.

2) 가설 2의 검정결과

상하이 디즈니랜드를 방문객 유형별의 만족도에 대한 차이를 검증하기 위해서 T-test 분석방법을 실시하였다. 가족형과 친구/연인형 방문객의 만족도 차이분석 결과는 다음 <표 4-8>과 같다.

<표 4-8> 유형별 방문객에 따른 만족도 차이 분석

	N	평균	표준편차	t값	p값	채택여부
친구/연인형	121	3.3256	.83950	-1.981	.049	채택
가족형	122	3.5443	.88037			
합계	243	3.4354	.86544			

주: *는 $p<0.05$ 에서 유의함.

T-test 실시한 결과는 방문객 유형에 따라 만족도가 유의한 차이를 보이면 $t=-1.981$ 이고 $p=.049(<0.05)$ 의 값을 나타내고 있어서 차이가 있는 것으로 보인다. 평균값을 통해서 가족형 방문객의 만족도가 친구/연인형보다 높게 나타났다. 설문 문항은 점수 높을수록 만족도가 더 높기 때문에 상황이 디즈니랜드를 가족형 방문객의 만족도가 더 높다는 것을 의미한다. 따라서 가설 2는 채택되었다.

3) 가설 3의 검정결과

H3-1: 친구/연인형 방문객의 테마파크 선택속성은 만족도에는 영향을 미치는 것이다.

친구/연인형 방문객의 선택속성은 만족도에 영향을 미칠 것을 검증하기 위하여 다중회귀분석을 실시하였다. 분석결과<표 4-9>에 나타난 것처럼 회귀모형은 F값이 $p=.000$ 에서 40.286 보여 유의수준 0.01 에서 통계적으로 유의한 것으로 나타났다. R^2 는 $.637$ 으로 나타나 63.7% 의 설명력을 보이고 있다. 또한 회귀식에 투입된 요인들의 회귀계수에 대한 T검증결과 이미지&가격, 서비스, 분위기 요인은 만족도에 긍정적 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 가설 3-1은 부분 채택되었다.

<표 4-9> 가설 3-1 검증결과(친구/연인형)

종수변수	독립변수	회귀계수	표준오차	베타	t값	p값
만족도	접근성	-0.033	.056	-0.042	-.591	.556
	이미지&가격	.182	.082	.171	2.206	.029
	시설	.160	.105	.154	1.517	.132
	서비스	.498	.111	.418	4.489	.000
	분위기	.228	.081	.217	2.824	.006
$R^2=.637$, 수정된 $R^2=.621$, F 값= 40.286						

주: *는 $p<0.05$, **는 $p<0.01$, ***는 $p<0.001$ 에서 유의함

H3-2: 가족형 방문객의 테마파크 선택속성은 만족도에는 영향을 미치는 것이

다.

가족형 방문객의 선택속성은 만족도에 영향을 미칠 것을 검증하기 위하여 다중회귀분석을 실시하였다. 분석결과<표 4-10>에 나타난 것처럼 회귀모형은 F값이 $p=0.000$ 에서 66.682보여 유의수준 0.01에서 통계적으로 유의한 것으로 나타났다. R^2 는 .742로 나타나 74.2%의 설명력을 보이고 있다. 또한 회귀식에 투입된 요인들의 회귀계수에 대한 T검증결과 이미지&가격, 분위기 요인은 만족도에 긍정적 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 가설 3-2는 부분 채택되었다.

<표 4-10> 가설 3-2 검증결과(가족형)

종수변수	독립변수	회귀계수	표준오차	베타	t값	p값
만족도	접근성	.106	.064	.123	1.665	.099
	이미지&가격	.335	.089	.294	3.782	.000
	시설	-.073	.100	-.063	-.727	.469
	서비스	.131	.108	.117	1.205	.231
	분위기	.503	.095	.483	5.310	.000
$R^2=.742$, 수정된 $R^2=.731$, F 값=66.682						

주: *는 $p<0.05$, ***는 $p<0.001$ 에서 유의함

4) 가설의 채택 여부

본 연구의 가설 검증 결과는<표 4-11>과 같이 요약할 수 있다. 요인분석을 통해 접근성 요인, 이미지&가격 요인, 시설 요인, 서비스 요인, 분위기 요인 5개의 테마파크 선택속성 요인과 만족도 1개 요인이 추출되었다.

추출된 요인들을 T검증을 통해 검증해본 결과 이미지&가격, 시설, 서비스, 분위기 4개 선택속성 요인과 만족도 1개 요인이 방문객 유형별로 유의한 평균 차이를 보인 것으로 나타났으며 접근성 요인만이 방문객 유형별 차이를 보이지 않아 기각되었다. 이는 상하이 디즈니랜드는 지리적 위치와 교통 편리하고 방문객이 대부분 지역주민 아니고 타 지역에서 오는 방문객이 많기 때문에 접근성(주

차 공간)이 그렇게 영향이 없는 것으로 보인다. 또한, "방문객 유형별 선택속성은 만족도에는 유의한 영향을 미칠 것이다"라는 가설3에서 친구/영인형 방문객이 이미지&가격, 서비스 및 분위기 3개 요인이 만족도에는 영향을 보이며, 가족형 방문객이 이미지&가격 및 분위기 2개 요인이 만족도에는 영향을 보인다. 이는 방문객 유형별에 따라 중요하다고 생각하는 요인이 다르기 때문에 차별화 마케팅 전략이 필요한 것을 의미한다.

<표 4-11> 가설 검증 결과

가설		채택여부
가설 1	1. 테마파크 유형별 방문객 선택속성에는 차이가 있을 것이다.	부분채택
가설 2	2. 테마파크 유형별 방문객 의 만족도에는 차이가 있을 것이다.	채택
가설 3	3.테마파크 유형별 방문객의 선택속성은 만족도에 유의한 영향을 미칠 것이다.	부분채택
	3-1. 친구/영인형 방문객의 선택속성은 만족도에 유의한 영향을 미칠 것이다.	
	3-2. 가족형 방문객의 선택속성은 만족도에 유의한 영향을 미칠 것이다.	

V. 결론

1. 연구요약

본 연구에서는 중국 상하이 디즈니랜드 대상으로 방문객 유형을 두 가지 그룹으로 구분하였으며 유형별 방문객에 대한 선택속성과 만족도의 차이를 비교하기 위하여 선행연구를 바탕으로 요인분석과 T 검정방법을 실시하였다. 또한, 유형별

방문객의 만족도 영향 요인을 규명하기 위하여 선행연구를 바탕으로 가설을 설정하고 검증하였다. 연구결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 방문의 일반적 특성의 결과를 보면 응답자중 가족형과 친구/연인형 방문객 비율은 거의 비슷한 것으로 나타났고 대부분 (76.1%)방문객이 처음 방문했다. 응답자중 인터넷(44.4%)으로 통해서 상하이 디즈니랜드를 알게 된 방문객이 가장 많았고, 방문비용은 1000위안에서 3000위안이 133명(54.7%)으로 가장 많은 수치 차지하였다. 인구통계학을 보면, 연령별로는 20~29세가100명(41.2%)으로 가장 많은 수치를 차지하였고, 방문객 성별은 여성(68.3%)이 남성(31.7%)보다 테마파크를 더 선호하는 것으로 보인다. 인구 통계적 및 일반적 특성에 따라 차이분석 결과는 유형별 방문객이 소비금액, 연령, 교육수준에는 유의한 차이를 보인다($p<0.05$). 가족형 방문객이 소비금액, 연령에는 친구/연인형 방문객 보다 많은 것으로 나타났어요. 교육수준에는 친구/연인형 방문객이 가족형 방문객 보다 높게 나타났어요. 두 유형 방문객이 방문 횟수와 월 평균소득에서는 차이가 없는 것으로 나타났다($p>0.05$). 교차분석 결과는 유형별 방문객이 정보원천, 목적, 숙박, 성별에서는 유의한 차이가 없다고 보인다($p>0.05$). 유형별 방문객이 결호여부, 직업에서는 유의한 차이를 보인다($p<0.05$). 또한, 친구/연인형 방문객은 대부분이 미혼이고, 직업은 대부분이 학생이다.

둘째, 상하이 디즈니랜드의 유형별 방문객의 선택속성의 신뢰도와 타당도를 검증하였으며 결과는 선택속성이 크게 5가지 요인(접근성, 이미지&가격, 시설, 서비스와 분위기)을 추출하였다.

셋째, T검증 분석을 이용해서 유형별 방문객에 대한 선택속성과 만족도의 차이를 파악하였다. 가족형과 친구/연인형 두 집단에 따라 5개(접근성, 이미지&가격, 시설, 서비스와 분위기) 선택속성 중 접근성을 제외하여 나머지 이미지&가격, 시설, 서비스와 분위기는 다 유의한 차이가 있다는 것으로 나타났다. 또한, 가족형과 친구/연인형 두 집단에 따라 만족도에도 유의한 차이를 보인다.

넷째, 다중회귀분석을 이용하여 유형별 방문객의 선택속성은 만족도에 영향을 미칠 것을 검증하였다. 유형별 방문객의 만족도에 영향 요인이 다르게 나타났다. 친구/연인형 방문객은 이미지&가격, 서비스, 분위기 요인은 만족도에 긍정적 영향을 미치는 것으로 나타났으나 가족형 방문객은 이미지&가격 및 분위기 요인만

만족도에 긍정적 영향을 미치는 것으로 나타났다.

2. 연구의 시사점

본 연구의 주목적은 상하이 디즈니랜드의 유형별 방문객을 유치하는 마케팅 전략을 수립하는데 가족형 방문객과 친구/연인형 방문객의 선택속성 및 만족도를 비교하며 선택속성이 만족도간의 영향관계에 대해 알아보고 유용한 정보를 제공하고자 하는 것이다.

첫째, 본 연구에서는 소비금액, 연령, 교육수준, 결혼여부, 직업의 인구통계학적 차이분석에 대하여 방문객 유형에 따라서 상하이 디즈니랜드에 대한 유의한 차이가 있다고 나타났으나 조락(2012) 가족형 방문객과 일반형 방문객의 선행연구에서는 연령, 교육수준, 월 평균소득 간만에 유의한 차이가 있다고 밝혔다. 본 연구에서는 상하이 디즈니랜드를 방문한 가족형과 친구/연인형 방문객들이 월평균 소득, 성별, 정보원천, 숙박, 성별에는 차이가 없다는 것으로 나타났다. 조사대상은 주로 30세 이하 젊은 층이다. 생활수준의 높임에 따라 생각이 달라지고 생활방식도 달라진다. 소득과 상관없이 젊은 사람이 여가생활을 점점 더 즐길 줄 아는 편이다. 그래서 시장세분화를 할 때 유형별 방문객의 젊은 층의 의견을 많이 수렴해야 한다.

둘째, 본 연구와 선행연구를 비교하며, 최정환(2008)의 선행연구에서는 방문객이 접근성 요인을 중요하다고 생각하는 것으로 제시하였는데 본 연구에서는 방문객들이 접근성에 대하여 차이가 없는 것으로 나타났다. 최근에 교통 편리하기 때문에 여행할 때, 크게 영향을 없는 것으로 보인다. 본 연구에서는 유형별 방문객이 이미지&가격, 시설, 서비스, 분위기에는 유의한 차이를 보이기 때문에 마케팅 전략을 설립할 때 시장세분화 해야 한다. 방문객 유형에 따라 차별화 전략이 필요하다. 그리고 현재 있는 마케팅 전략을 더 보충해야 한다.

셋째, 본 연구와 선행연구를 비교하며, 이암(2006), 쑤씨아오티엔(2012), 고군(2014)의 선행연구들은 대부분 방문동기가 선택속성과 만족도 간의 영향에 대한

많이 연구했는데 본 연구에는 방문객을 세분화하고 유형별 방문객의 선택속성과 만족도의 차이 및 어떤 영향이 있는지를 알아보기 위해 조사하였다. 연구 결과는 다음과 같다. 가족형과 친구/연인형 방문객이 만족도에는 차이를 보이며 가족형 방문객의 만족도가 친구/연인형 방문객 보다 더 높아 보인다. 지금 상하이 디즈니랜드는 주로 가족형 방문객위주로 마케팅하기 때문이다. 그래서 다른 유형 방문객의 만족도를 높이기 위하여 적절한 이벤트나 대책 방안이 필요하다. 동시에 가족형 방문객 유치 방안도 지속적으로 잘 이루어야 한다. 어느 하나 유형 방문객을 중심만으로 하지 않고 작은 단체 방문객이면 이벤트를 잘 구축해야 한다.

넷째, 가족형과 친구/연인형 방문객의 만족도를 높이기 위해 테마파크 내 분위기 및 이미지&가격을 더욱 중시해야 한다. 상하이 디즈니랜드는 원래 유명한 캐릭터가 많이 있고 많은 사람에게 동화의 환상세계를 의미한다. 캐릭터를 이용하여 분위기를 잘 연출하여 디즈니랜드 내의 환경을 잘 조합하도록 노력해야 한다. 동시에 상하이 디즈니랜드를 더 멀리 알리기 위하여 홍보할 때 다양한 홍보 방식으로 해야 한다. 대부분의 방문객이 가격을 중시하기 때문에 입장료만 인상할 것이 아니라 테마파크 내에서 많은 소비를 유도하며 제휴할인 제도를 향상시켜야 할 것이다. 또한, 친구형 방문객의 만족도를 높이기 위해서 서비스 개선을 해야 한다. 직원 서비스나 원내 청결, 행사/이벤트, 쇼 등 서비스를 향상시켜야 하며 질 높은 서비스를 제공해줘야 한다. 지금 상하이 디즈니랜드 주변에 교통이 편리하고 원내 기본 시설을 다 잘 갖추고 있기 때문에 지속적으로 잘 유지해야 한다.

3. 연구의 한계점과 향후 연구방향

본 연구의 시간적과 공간적인 한계로서 일정한 시간에 조사대상을 상하이 디즈니랜드만으로 한정하여 조사를 실시함으로써 연구의 결과를 테마파크 전체로 일반화하기에는 무리가 있을 것이다. 따라서 향후 다른 테마파크들을 대상으로 하는 연구가 진행되어야 할 것이다. 그리고 조사대상에서는 중국 가족형과 친구/

연인형 방문객만을 조사하였기 때문에 다양한 유형 방문객에 대한 표본수 확보에 한계점이 나타났다. 향후 연구는 중국 방문객뿐만 아니라 외국 방문객을 대상으로 선택하고 더 깊은 연구할 필요하다고 본다. 또한, 단순히 테마파크의 선택속성을 근거로 만족도를 검증하여 향후에 세부적인 인구통계적인 변수를 활용하여 구체적인 검증이 필요하다고 생각한다. 마지막으로 선정된 선택속성 요인 외 다른 잠재적 요인에 의하여 영향을 받을 수 있기 때문에 본 연구의 결과를 테마파크 선택속성은 만족도 영향요인의 일반적 요인으로 단정시키기는 어렵다고 본다. 향후에 다른 잠재적 선택속성을 이용하여 연구도 필요하다고 생각한다.

참고문헌

1. 국내문헌

1) 서적

김창수(2011). 『테마파크의 이해』, 대왕사, p.15

성도경(2011). 『SPSS 알기 쉬운 통계기법의 활용』, p.42

송지준(2015). 『논문작성에 필요한 SPSS/AMOS통계분석방법』, 21세기사

이학식·임지훈(2007). 『SPSS 12.0 매뉴얼』, 과주: 법문사, pp.122-123

2) 논문

강승구(2002). 관광이벤트의 사전·사후 이미지와 만족, 추천의도에 관한 연구, 동아대학교 박사학위논문

고경업(2010). 주제공원 방문객의 관광동기가 만족에 미치는 영향, 제주대학교 석사학위논문

고군(2014). 놀이공원 선택속성이 고객재방문의도에 미치는 영향 연구-중국 방문객 중심으로, 경희대학교 석사학위논문

곽호완(2008). 『실험심리학용어사전』. 시그마프레스

권기창(2015), 역사·문화 테마파크 개발을 위한 성공모델 설정-한국 문화 테마파크를 사례로, 『한국콘텐츠학회논문지』, 15(2), p.152

권유홍·이훈(2002). 주제공원 서비스 질이 방문자 만족 및 행동의도에 미치는 영향, 『호텔관광연구』, 26(1), pp.219-236

권점옥·이희열(2011). 관광동반자 유형이 관광지 방문 기대치, 만족도 차이와 행동의도에 미치는 영향 분석, 『호텔경영학연구』, 20(6), 167-188

김경미(2010). 테마파크내 축제 이미지가 방문동기와 만족에 미치는 영향에 관한 연구 - 에버랜드 톨립 축제를 중심으로, 한양대학교석사 학위논문

김동준·이상규(2012). 테마파크 구성요소가 만족과 재방문의도에 미치는 영향 연구: 중국유학생의 E 테마파크 방문객을 중심으로, 『호텔경영학연구』, 21(4), pp.201~213

김윤근(2012). 홍길동 테마파크 활성화 방안, 전남대학교 석사학위논문

김인호(2012). 테마파크 이벤트품질과 선택속성이 만족 및 행동의도에 미치는 영향 연구, 우송대학교 석사학위논문

김현·장호성(2012). 관광지 선택속성과 동기요인이 방문객 행동의도에 미치는 영향, 『지방정부연구』, 16(1), pp.7-22

박지현(2006). 주제공원 이벤트와 관광객 만족 연구, 경기대학교 석사학위논문

백윤기·김나영·전인철·김용근(2013). 농촌테마공원 이용객의 선택속성에 대한 중요도와 만족도 분석 - 안성팜랜드를 중심으로, 『농촌계획』, 19(2), pp. 1-10

변설훈(2007). 테마파크 관광자의 만족에 관한 연구-에버랜드 관광 중국인 을 중심으로, 경기대학교 석사학위논문

신우성(2008). 테마파크 서비스품질과 서비스가치가 방문자 만족과 행동의도에 미치는 영향, 『호텔관광연구』, 10(3), pp.160-173

신홍철·김은영(2001). 라이프스타일에 따른 방문객 선택속성연구-주제공원 이용자 중심, 『호텔관광연구』, 5, pp.115-133

안창수(2008). 워터파크 선택속성에 관한 연구, 경기대학교 석사학위논문

양승필(2013). 주제공원의 선택속성과 체험품질이 관광객의 만족도와 충성도에 미치는 영향 연구, 『관광연구』, 28(4), pp. 25-45

염우정(2018), 중국 역사테마파크 공연콘텐츠 스토리텔링 개선방안 연구 - 항주 송성테마파크 중심으로, 건국대학교 석사학위논문

오민재(2007). 테마파크 이용자의 선택속성에 따른 포지셔닝 연구-수도권 4개 테마파크를 대상으로, 『관광연구저널』, 21(1), pp.113-127

오훈성·최승담(2013). 테마파크의 시설배치유형이 길 찾기 난이도에 미치는 영향 - 가상현실 공간 기법의 적용, 『관광학연구』, 37(6), pp.117-136

왕루요(2016). 테마파크 관광객의 방문동기 및 만족도에 관한 연구: 에버랜드를 방문한 중국관광객을 중심으로, 경희대학교 석사학위논문

왕소천(2012). 상하이 디즈니랜드 정착이 현지 호텔산업에 미치는 영향, 청운

대학교 석사학위논문

왕영(2011). 역사문화 테마파크의 가족형 방문객 분석-중국 항주 송성 테마파크를 중심으로, 배재대학교 석사논문.

유광민·최영석(2012). 공간구문론을 활용한 주제공원의 공간구성 분석. 『관광학연구』, 36(4), pp.59-80

유명희(2005). 테마파크의 이용자 만족이 방문 및 재방문에 미치는 영향, 『창업정보학회지』, 8(4), pp.175-197

윤설민·이태희(2012). 테마파크에서의 체험이 감정과 만족도에 미치는 영향관계, 『관광 레저연구』, 24(2), pp.289-308

유태연(2003). 중국관광자의 한국관광 선택동기 및 관한 연구, 경기대학교 석사학위논문

윤해정(2013). 해외개별여행자 추구편익에 따른 여행 동반자 선택요인. 한양대학교 국제관광대학원 석사학위논문

이암(2007). 테마파크 방문동기가 선택속성 및 이용만족에 미치는 영향 - 중국인 및 한국인 대상으로, 동아대학교 석사학위논문

이애주·김희진(2000). 추구편익에 따른 주제공원 방문객의 시장세분화에 관한 연구, 『관광학연구』, 24(1), pp.93-114

이윤풍(2011). 워터파크 이용객의 선택속성과 만족도에 관한 연구 - 한국 서해안 지역 워터파크 이용객을 중심으로, 청운대학교 석사학위논문

이정은(2001). 주제공원의 이미지와 방문동기가 관광체험 및 이용만족에 미치는 영향, 동아대학교 석사학위논문

이충훈(2018). 테마파크 라이드어트랙션의 GRC를 활용한조형 디자인에 관한 연구, 홍익대학교 석사학위논문

이택성(2014). 워터파크의 특성이 이용고객의 만족도에 미치는 영향분석: D사 워터파크 사례를 중심으로, 한양대학교 석사학위논문

이후석·오민재(2005). 주제공원 이용자의 선택속성에 따른 세분시장 연구, 『관광연구저널』, 19(2), pp.205-220

임명재·정강환·곽용섭(2005). 방문객 만족 측면에서 주제공원 이벤트의 효과-엑스포과학공원을 중심으로, 『한국관광레저학회』, 17(2), pp.173-192

임소평(2009). 북경 해피벨리 고객만족도에 관한 연구. 북경 제2외국어 대학교 석사학위논문

임은혁(2013). 테마파크 방문객의 선택속성 중요도 지각차이 및 만족도가 행동의도에 미치는 영향 연구, 우송대학교 석사학위논문

정대영(2015). 테마파크의 공간 구조에 따른 보행 패턴예측 및 방문객의 시공간이동행태 분석, 경희대학교 박사학위논문

장호중·김정묵(2009). 가족관광 참여자의 관여도와 가족건강성 및 가족만족의 관계, 『한국여가레크리에이션학회지』, 33(3), pp.8-9

조락(2012). 테마파크 가족형 방문객에 관한 연구-중국 북경 해피 벨리 테마파크를 중심으로, 배재대학교 석사학위논문

최문용(2014). 대기환경의 특성과 대기시간, 서비스 연출공간의 영향관계연구, 한양대학교 석사학위논문

최정환(2008). 테마파크의 선택속성에 따른 이용객 만족 비교 - 서울랜드와 에버랜드를 중심으로, 『호텔관광연구』, 2(29), pp. 301-316

하광수·한범수(2001). 주제공원 방문자의 만족과 방문 후 행동의도 간의 결정요인, 『관광학연구』 25(1), pp.329-347

한상겸(2014). 롯데월드 선택속성이 만족도와 행동의도에 미치는 영향, 『관광진흥연구』, 2(2), 50-74

한상겸(2015). 서울랜드 선택속성이 만족도와 행동의도에 미치는 영향, 『관광진흥연구』, 3(1), pp. 131-147

황수영·박상현(2012). 워터파크 이용객의 선택속성이 만족도 및 재방문의도에 미치는 영향, 『지속가능e러닝연구』, 6(2), pp. 21-32

2. 국외문헌

1) 논문

C. Chang & S. Shu & B. King(2014). Novelty in theme park physical

surroundings: An application of the stimulus-organism-response paradigm, 『Asia Pacific Journal of Tourism Research』 , 19(6), pp.680-699

E.T. Brey & D.B. Klenosky & X. Lehto & A.M. Morrison(2008). Standard Hospitality Elements at Resorts: An Empirical Assessment, 『Journal of Travel Research』 , 47(2), pp.247-258.

G. Guthrie & A. Anderson(2007). Tourists on Tourists: The Impact of Other People on Destination Experience, 『Developments in Tourism Research』 , pp.143-154

G.L. Geissler & C.T. Rucks(2011). The overall theme park experience: A visitor satisfaction tracking study, 『Journal of Vacation Marketing』 , 17(2), pp.127-138

J.D. Neal & D. Gursoy(2008). A Multifaceted Analysis of Tourism Satisfaction, 『Journal of Travel Research』 , 47(1), pp.53-62

J.E. Bigne & L. Andreu & J. Gnoth(2005). The theme park experience: An analysis of pleasure, arousal and satisfaction, 『Tourism Management』 , 26(6), pp.833-844

L. Yu & M. Goulden(2006). A Comparative Analysis of International Tourists' Satisfaction in Mongolia, 『Tourism Management』 , 27(6), pp. 1331-1342

Neal & Gursoy(2008). A Multifaceted Analysis of Tourism Satisfaction. 『Journal of Travel Research』 , 47(1), pp.53-62.

T. Jung & N. Chung & M. Leue(2015). The determinants of recommendations to use augmented reality technologies: The case of a Korean theme park, 『Tourism Management』 , 49, 75-86.

Y.J. Cindy & H.S. Lee(2009), Application of revenue management practices to the theme park industry, 『International Journal of Hospitality Management』 , 28(3), pp.446-453

Y. Yoon & M. Uysal(2005), An examination of the effects of motivation and satisfaction on destination loyalty: a structural model, 『Tourism Management』 , 26(1), pp.45-56

3. 기타문헌

북경 상보

2010상업부동산마케팅기획

2017세계테마파크 입장객 보고

2017년 디즈니 재무보고

2017-2022년 중국테마파크시장조사 및 투자전략연구보고

2018년 중국 테마파크시장 발전 및 발전 추세 분석

2018-2023년 중국 테마파크사업 발전 및 투자 전략분석 보고

QuestMobile, 2017년 중국 4대 테마파크 시장 조사

www.baidu.com

www.chyxx.com

설문지

안녕하십니까?

본 설문지는 제주대학교 관광경영대학원 관광경영전공 석사학위 논문작성을 위한 것으로 ‘방문객 동반자 유형별의 테마파크 선택속성과 만족도에 관한 연구’를 조사하기 위한 것입니다.

본 설문지의 내용은 무기명으로 통계 처리되며 학문적 연구 목적 이외에는 사용하지 않음을 약속드립니다.

바쁘시더라도 성의껏 응답해 주시면 감사하겠습니다.

연구자: 한국 제주대학교 관광대학원 관광경영학과 당단단

연락처: +82-10-2239-9103 1547440511@qq.com

지도교수: 한국 제주대학교 대학원 관광경영학과교수 서용건

I. 다음은 상하이 디즈니랜드 방문하는 일반적 질문입니다. 해당되는 곳에 “√” 표시 해 주세요.

1. 상하이 디즈니랜드 방문시 귀하의 동반유형은?
① 친구/연인 동반자 ② 가족 동반자
2. 지금까지 상하이 디즈니랜드를 몇 번 정도 방문하셨습니다?
① 1회 ② 2회 ③ 3회이상
3. 귀하의 상하이 디즈니랜드에 대한 정보는 어디에서 얻었습니까?
①신문/잡지 ② 인터넷/상하이 디즈니랜드 홈페이지 ③ TV/라디오
④ 친지/직장동료와 주변 사람 ⑤ 기타
4. 귀하의 상하이 디즈니랜드를 방문하는 목적은 무엇입니까?
① 휴식 ② 가족들과 색다른 시간을 보내기 ③ 놀이 시설 다양하기 ④ 디즈니랜드가 유명하기 때문에 ⑤ 기타
5. 귀하의 상하이 디즈니랜드를 방문기간 이용하신 숙박시설은?
① 상하이 디즈니랜드 호텔 ② 친구/본인 집 ③ 호텔 ④ 모텔/여관 ⑤ 기타
6. 귀하의 상하이 디즈니랜드에 와서 소비 비용이 얼마 정도 됩니까?
① 1000위안 이하 ② 1000~2000위안 ③ 2000~3000위안 ④ 3000~4000위안

⑤ 4000위안 이상

II.상하이 디즈니랜드의 선택속성에 대한 질문입니다. 해당되는 곳에 “√” 표시
해 주세요.

항목		전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
접근성	1) 접근성 (교통편이)	①	②	③	④	⑤
	2) 주차 공간	①	②	③	④	⑤
이미지& 가격	3) 유명하다	①	②	③	④	⑤
	4) 입장료 가격	①	②	③	④	⑤
	5) 놀이시설 가격	①	②	③	④	⑤
시설	6) 휴식 공간	①	②	③	④	⑤
	7)놀이시설의 안전성	①	②	③	④	⑤
	8) 놀이 시설의 다양성	①	②	③	④	⑤
	9) 어린이 위락 시설	①	②	③	④	⑤
	10)놀이시설 새롭고 신기하다.	①	②	③	④	⑤
	11)부대시설 (표지판, 관람 시설,식당, 숙박, 기념품가게 등)	①	②	③	④	⑤
서비스	12)종업원이 친절하다.	①	②	③	④	⑤
	13) 공원내 청결성	①	②	③	④	⑤
	14)행사/이벤트	①	②	③	④	⑤
	15) 쇼	①	②	③	④	⑤
	16) 대기 시간이 짧다.	①	②	③	④	⑤
	17)신속하고 정확한 서비스	①	②	③	④	⑤
분위기	18) 가족적 분위기	①	②	③	④	⑤
	19) 모험적 분위기	①	②	③	④	⑤
	20) 환상적 분위기	①	②	③	④	⑤

III. 상하이 디즈니랜드 만족도에 대한 질문입니다. 해당되는 곳에 “√” 표시 해주세요.

만족도	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
1) 상하이 디즈니랜드를 방문에 전체적으로 만족하다.	①	②	③	④	⑤
2) 이곳을 방문은 내가 기대한 만큼 좋았다.	①	②	③	④	⑤
3) 이곳을 기회가 된다면 다시 방문해 이용하겠다.	①	②	③	④	⑤
4) 이곳을 방문에 대한 나의 느낌은 좋다.	①	②	③	④	⑤
5) 다른 사람한테 상하이 디즈니랜드를추천하고 싶다.	①	②	③	④	⑤

IV.다음은 인구통계적 항목에 대한 질문입니다. 해당되는 곳에“√” 해주십시오.

1. 귀하의 성별은 어떻게 되십니까?

① 남 ② 여

2. 귀하의 연령은 어떻게 되십니까?

① 20세 이하 ② 20-29세 ③ 30-39세 ④ 40-49세 ⑤ 50-59세 ⑥ 60세 이상

3. 귀하는 결혼하셨습니다가?

① 예 ② 아니요

4. 귀하는 직업은?

① 공무원 군인 ② 학생 ③ 서비스 직원 ④ 전문가 ⑤ 개인 업체 ⑥ 기타

5. 귀하는 교육 수준은?

① 중졸 ② 고졸 ③ 대졸(대학 재학) ④ 대학원

6. 귀하는 월 평균 소득은?

① 5000위안 미만 ② 5000-10000위안 ③ 10000-15000위안 ④ 15000-20000위안

⑤ 20000-25000위안 ⑥ 25000위안 이상

소중한 시간을 내시어 본 설문조사에 답해 주셔서 감사드립니다.

問卷調查

您好！

本問卷是為“同伴類型不同的游客訪問上海迪士尼樂園的選擇屬性及滿足度的研究”而作成。本問卷采取匿名形式進行調查，并只用于學術領域，感謝您抽出寶貴的時間參與問卷調查。

研究人員：韓國濟州大學觀光經營 碩士課程 唐丹丹

聯繫電話：+82-10-2239-9103 1547440511@qq.com

指導教授：韓國濟州大學觀光經營 碩士課程教授 서용건

I. 以下是關於您訪問上海迪士尼樂園的問題，請在符合的選項上打 (✓)

1. 您訪問上海迪士尼樂園時的同伴類型是？

① 朋友/ 戀人 ② 家人

2. 到目前為止，您一共訪問過幾次上海迪士尼樂園？

① 1次 ② 2次 ③ 3次以上

3. 您是通過什麼途徑獲得有關上海迪士尼樂園的信息？

① 新聞/雜誌 ② 網絡/上海迪士尼樂園官網 ③ TV/廣播

④ 朋友/同事等周邊人推薦 ⑤ 其他

4. 你選擇上海迪士尼樂園的理由是什麼？

① 休息 ② 想和家人一起度過愉快的時間 ③ 上海迪士尼樂園設施多樣化

④ 上海迪士尼樂園名氣大 ⑤ 其他

5. 您訪問上海迪士尼樂園期間，住在哪裡？

① 上海迪士尼樂園酒店 ② 朋友/自己家 ③ 酒店 ④ 旅館 ⑤ 其他

6. 您這次訪問上海迪士尼樂園一共消費了多少？

① 1000元以下 ② 1000~2000元 ③ 2000~3000元 ④ 3000~4000元

⑤ 4000元以上

II. 以下是關於您訪問上海迪士尼樂園時選擇屬性的問題，請在符合的選項上打(√)。

項目		完全不是	不是	一般	是	完全是
接近性	1) 接近性(交通方便)	①	②	③	④	⑤
	2) 停車場	①	②	③	④	⑤
形象&價格	3) 有名氣	①	②	③	④	⑤
	4) 門票價格	①	②	③	④	⑤
	5) 各種設施價格	①	②	③	④	⑤
設施	6) 休息室	①	②	③	④	⑤
	7) 游玩設施安全	①	②	③	④	⑤
	8) 游玩設施多種多樣	①	②	③	④	⑤
	9) 兒童游玩設施	①	②	③	④	⑤
	10) 附帶設施(觀看設施, 餐廳, 住宿, 商店等)	①	②	③	④	⑤
服務	11) 工作人員親切	①	②	③	④	⑤
	12) 公園內很乾淨	①	②	③	④	⑤
	13) 各種活動	①	②	③	④	⑤
	14) 表演	①	②	③	④	⑤
	15) 等待時間短	①	②	③	④	⑤
	16) 職員迅速且準確的解決問題	①	②	③	④	⑤
氛圍	17) 家一樣的氛圍	①	②	③	④	⑤
	18) 冒險的氛圍	①	②	③	④	⑤
	19) 幻想性的氛圍	①	②	③	④	⑤

III. 以下是關於您訪問上海迪士尼樂園后關於整體滿足度和再次訪問意向的問題，請在符合的選項上打(√)

項目	完全不是	不是	一般	是	完全是
1) 對上海迪士尼樂園整體上滿足。	①	②	③	④	⑤
2) 實際訪問后和想象中的一樣好。	①	②	③	④	⑤
3) 有機會想再次來上海迪士尼樂園。	①	②	③	④	⑤
4) 游玩后感覺特別好。	①	②	③	④	⑤
5) 向別人推薦上海迪士尼樂園。	①	②	③	④	⑤

IV. 以下是該問卷的基本問題。

1. 您的性別是？

① 男 ② 女

2. 您的年齡是？

① 20歲以下 ② 20-29歲 ③ 30-39歲 ④ 40-49歲 ⑤ 50-59歲 ⑥ 60歲以上

3. 您的婚姻狀況？

① 已婚 ② 未婚

4. 您的職業？

① 公務員，軍人 ② 學生 ③ 銷售，服務業 ④ 專家 ⑤ 个体經營

⑥ 其他()

5. 您的教育程度？

① 初中畢業 ② 高中畢業 ③ 大學畢業（大學在讀） ④ 研究生及其以上

6. 您的月收入是？

① 不足5000元 ② 5000-10000元 ③ 10000-15000元 ④ 15000-20000元

⑤ 20000-25000元 ⑥ 25000元以上

感謝您抽出寶貴的時間進行作答。

ABSTRACT

A Study on the Choice Attributes and Tourist Satisfaction by Different Companion Types to Theme Park – Focusing on Disneyland of Shanghai, China

DanDan Tang

Master of Tourism Management

Jeju National University, 2019

(Supervised by professor Suh, Yong-Kun)

Because fast-growing of China's economic, with the increase of the improvement of living standards, people's need for leisure life have also increased. The tourism industry is developing actively. Especially, the theme park. There are more than 2700 theme parks in China, of which only 10% are popular and well-run theme parks. Most theme parks do not attract visitors well. There is not much research on the family type and friend / lover type of the main tourists in the theme park, and there is also a lack of research on factors to consider when choosing theme parks for visitors by type. The purpose of this study is to clarify the differences between the attributes and the satisfaction of the visitors' theme park selection by type, to identify the needs of the visitors through the derived differences, and to present differentiated approach to each type.

For empirical analysis, by referencing the material of previous research

and the relation between variables as theoretical guidance, the questionnaire survey was made. During March 25 to April 9 of 2019, The researchers surveyed family-type and friend / lover visitors who visited Shanghai Disneyland. Total 252 samples were collected, 9 surveys that appeared to be incomplete or inaccurate were excluded for the final number of 243 as valid responses.

The analysis methods for the data gathered in this study were statistical methods. the statistics processing was completed using data coding process and SPSS 22.0 Statistics Package Program. Analytical tests used include frequent and reliability and factor analyses, analysis of frequency, t-test, cross table and multiple regression analysis.

According to result of analysis, the research concluded the following:

Firstly, there are significant differences in the amount of consumption, age, and education level among visitors by type.

Secondly, the selected attributes extracted 5 major factors (accessibility, image & price, facilities, service and atmosphere).

Third, there were significant differences in the image&price, facilities, service, and atmosphere except for accessibility among the five optional attributes according to two groups of family type and friend / lover type. Also, there is a significant difference in satisfaction according to two groups of family type and friend / lover type visitors.

Fourth, the image & price, service, and atmosphere factor of friends / lover type visitors had a positive effect on satisfaction. Family type visitors were found to have a positive effect on satisfaction only by image & price and atmosphere factor.

Key words: Theme Park, Disneyland of Shanghai, different Companion Types, The Choice Attributes, Tourist Satisfaction