

지각이론을 기반한 도시공원 환경의 휴양 만족에 관한 연구

심양식물원(沈阳植物园)을 중심으로

A study on the satisfaction of recreation in urban park environment based on perception theory

Centering on Shenyang Expo Ecological City Park

주 저 자 : 백영전 (Bai, Ling Quan) 부경대학교 산업디자인학과 박사과정

교 신 저 자 : 김철수 (Kim Cheol-Soo) 부경대학교 산업디자인학과 교수
kimcs000@naver.com

<https://doi.org/10.46248/kids.2025.2.753>

접수일 2025. 05. 17. / 심사완료일 2025. 05. 24. / 게재확정일 2025. 06. 09. / 게재일 2025. 6. 30.

Abstract

Urban parks serve as essential public spaces that provide citizens with a variety of recreational services, including leisure, relaxation, and health enhancement. These parks offer considerable enjoyment and satisfaction to visitors. However, with the acceleration of urbanization, numerous issues have emerged, such as deficiencies in recreational services, infrastructure, and overall service quality in urban parks. This study conducts an exploratory investigation into recreational satisfaction in urban parks, focusing on Shenyang Botanical Garden in China as the case site. Through a combination of case analysis, field research, and survey methods, the study aims to explore the factors influencing recreational satisfaction in urban parks. Initially, a theoretical review was undertaken to categorize the conceptual variables and establish a theoretical foundation for the proposed model. Subsequently, field investigations at Shenyang Botanical Garden were conducted to identify current issues related to recreational satisfaction in urban parks. Based on perceived value theory and incorporating recreational demand, a conceptual model of recreational satisfaction was constructed and hypotheses were tested through a structured questionnaire survey. The collected data were analyzed using SPSS 23.0 and AMOS 26.0. The results revealed that recreational expectations had a negative impact on perceived quality and perceived value, while both perceived quality and perceived value had a positive effect on recreational satisfaction. This indicates a negative correlation between recreational expectations and satisfaction. Moreover, a significant correlation was also found between recreational expectations and recreational satisfaction. The findings suggest that by improving service provision, strengthening park management, and enhancing service quality, urban parks can better align visitor expectations with actual experiences, thereby increasing visitor loyalty. This study contributes to a deeper understanding of the relationships among recreational expectations, perceived quality, perceived value, and recreational satisfaction. It offers valuable insights for strategically planning urban park recreational services, managing visitor expectations more effectively, and ultimately enhancing the recreational experience and satisfaction of park users.

Keyword

Urban Park(도시 공원), Recreation Satisfaction(휴양 만족도), Perceptual Theory(지각이론)

요약

도시공원은 시민들에게 여가, 휴식, 건강 증진 등 다양한 휴양(Recreation) 서비스를 제공하는 핵심적인 공공공간으로, 많은 즐거움과 만족감을 제공한다. 그러나 도시화가 가속됨에 따라 도시공원 내 오락 및 서비스 콘텐츠 부족, 기반 시설의 미비, 운영의 비효율성 등 다양한 문제가 대두되고 있다. 본 연구에서는 중국 내 심양식물원을 사례로 선정하여, 관련 사례 조사 및 분석, 설문조사를 통해 도시공원의 휴양 만족도에 대한 탐색적 연구를 수행하였다. 우선, 이론적 고찰을 통해 주요 변수의 개념을 범주화하고, 연구 모형의 이론적 틀을 수립하였다. 이어, 심양식물원에 대한 현장 조사를 바탕으로 도시공원의 휴양 만족도와 관련된 문제점을 도출하였다. 이후, 휴양 수요와 지각이론을 결합하여 도시공원의 휴양 만족도 모형을 구축하고, 설문을 통해 설정된 가설을 검증하였다. 수집된 설문 자료는 SPSS 23.0과 AMOS 26.0을 활용하여 분석하였으며, 그 결과 휴양에 대한 기대는 지각된 품질과 지각된 가치에 부정적인 영향을 미치는 반면, 지각된 품질과 가치는 휴양 만족도에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이를 통해 휴양 기대와 휴양 만족 간에 부정적인 상관관계가 존재함을 확인할 수 있었다. 또한, 휴양 기대와 휴양 만족도 사이에도 직·간접적인 관계가 있음을 실증적으로 확인하였다. 연구 결과를 통해 도시공원의 서비스 제공과 관리 역량 강화, 서비스 품질 향상 등을 통해 방문객의 기대와 실제 경험 간의 격차를 줄이고, 궁극적으로 이용자의 충성도를 높일 수 있는 가능성을 제시하였다. 본 연구는 휴양 기대, 지각된 품질, 지각된 가치, 그리고 휴양 만족도 간의 관계를 이론

적으로 탐색하고 실증적으로 규명함으로써, 도시공원의 휴양 전략 수립과 방문객 기대 관리, 휴양 경험 향상을 위한 기초 자료로 활용될 수 있을 것이다.

목차

1. 서론

- 1-1. 연구 배경 및 목적
- 1-2. 연구 범위 및 방법

2. 이론적 고찰

- 2-1. 지각 이론의 이해와 정의
- 2-2. 휴양의 이해와 정의
- 2-3. 공간 접근성의 이해와 정의

3. 사례분석

- 3-1. 조사 대상지의 선정
- 3-2. 심양식물원의 기본 현황

4. 연구의 설계

- 4-1. 연구의 모형
- 4-2. 연구의 가설

5. 연구의 분석

- 5-1. 신뢰도의 검증
- 5-2. 탐색적 요인분석
- 5-3. 구조방정식 모형 검증

6. 결론

참고문헌

1. 서론

1-1. 연구의 배경 및 목적

도시공원은 도시지역에서 거주하는 시민의 휴식 및 건강, 정서적 활동을 위하여 자연적인 환경을 기반으로 부대 시설을 계획하여 조성한 공공공간을 의미한다¹⁾. 오늘날 도시화가 진행됨에 따라 시민들은 자연환경 속에서 신체적 활동과 정서적 회복을 위한 공간으로 공원 및 공원 내 시설에 대한 수요가 점차 증가하고 있다. 특히 최근에는 '정원 도시(Garden City)'나 '살기 좋은 도시(Livable City)'와 같은 개념이 대중적으로 확산되면서, 주거지와와의 근접성이 도시공원의 이용 여부에 큰 영향을 미치고 있다.

이에 따라 도시공원은 단순한 녹지 공간을 넘어 도시 생활 속에서 복지 향상과 문화생활 활성화를 위한 핵심적 공간 요소로 자리잡고 있으며, 시민들에게 여가, 휴식, 건강 증진 등 다양한 혜택을 제공함으로써 현대 도시인의 스트레스를 해소하고 삶의 질을 높이는

데 중요한 역할을 한다. 즉, 오늘날의 도시공원은 단순한 '방문'의 개념을 넘어, 실질적인 휴양(Recreation) 공간으로서의 기능이 더욱 강조되고 있으며, 이에 따라 공원의 환경적 특성은 방문객의 휴양 만족도에 직접적인 영향을 미치는 핵심 요인으로 작용하게 된다.

이러한 도시공원은 방문 시 기대하는 경험을 충족시켜야 하는 공공공간²⁾이지만 급격한 도시화에 따른 공원의 부대 시설 및 콘텐츠 측면에서는 다양한 문제가 발견되고 있다. 물리적 측면에서는 방문객 수용 및 부대 시설 등이 양적인 부족으로 인하여 방문객의 수요를 충족시키지 못하고 있다³⁾. 각 지방 정부가 공원 확장 및 리모델링을 통해 변화를 꾀하고 있지만 콘텐츠 시설이 부족하고, 서비스 품질 부족한 실정이다. 이러한 문제들은 도시 주민들의 여가 경험은 물론 도시공

2) 최정우. '중요도-성취도 분석을 이용한 도시공원 관리 운영 방안'. 建築·都市環境研究, 1999. Vol7, p. 141-149.

3) 戴培超, 張紹良, 劉潤, '等生态系统文化服务研究进展: 基于 Web of Science 分析'. 生态学报, 2019. Vol5. p.1863-1875.

1) 계기석. '파리 도시공원의 생성과 발전에 관한 연구', 도시 행정 학보, 2013. Vol26, No.4, p.33-57.

원의 발전에도 부정적 영향을 끼칠 수 있다.

방문 수요와 콘텐츠 및 서비스 측면에서 방문객의 만족도를 연구함으로 도시공원을 합리적으로 계획하고 방문 효과를 높일 수 있는 도시공원의 조성을 연구가 필요하다. 따라서 공원의 환경이 휴양 만족도에 미치는 영향을 체계적으로 조사하여 분석하는 연구를 통해 공원 설계와 관리, 콘텐츠 개발에 있어 실질적인 개선 방향을 제시할 수 있다.

앞에 기준 연구를 바탕으로 본 연구에서 정의된 도시공원이란, 도시 내에 조성된 녹지 공간으로서 시민들에게 여가, 휴식, 건강 증진 등 다양한 휴양 서비스를 제공하는 공공 공간을 의미한다. 일반적으로 도시공원은 '근린공원', '생활 공원', '테마 공원', '식물원', '산림공원' 등 다양한 유형으로 분류되며, 각 유형은 조성 목적, 규모, 이용 행태에 따라 상이한 특성을 지닌다. 도시공원의 기능은 단순한 경관 제공이나 운동 공간을 넘어서, 문화교육 기능, 생태적 보전, 지역 커뮤니티 활성화, 정서적 치유 등 보다 복합적이고 확장된 형태로 진화하고 있으며(Gibson, 2002; 최정우, 1999), 이에 따라 테마형 식물원이나 복합문화공원도 도시공원의 한 유형으로 인정받고 있다.

본 연구에서 사례로 선정된 심양식물원은 단순한 식물 전시 공간을 넘어, 자연 경관과 조경 예술, 문화레저 콘텐츠가 복합적으로 조성된 복합 생태문화형 공원이다. 이 식물원은 도시 내에 위치하며, 시민들이 여가 및 휴식을 목적으로 빈번히 방문하는 공간으로, 도시공원의 본질적 기능을 충실히 수행하고 있다. 또한, 주요 도시공원 평가 기준(접근성, 경관 다양성, 서비스 질, 부대시설 등)에서 높은 평가를 받고 있으며, 실제로 중국 동북지역 공원 중 방문객 수와 종합 만족도가 가장 높은 사례 중 하나로 확인되었다.

따라서, 심양식물원은 기존의 생활권 중심 공원과는 다소 상이한 성격을 지니고 있음에도 불구하고, 현대 도시공원의 진화된 개념과 부합하는 실증 사례로서 연구 대상지로 적절하다 할 수 있다. 이어서 본 연구는 심양식물원을 공원 공간으로 선정하여 지각이론을 바탕으로 공원 환경이 휴양 만족도에 미치는 영향을 탐색하는 것을 연구의 목적으로 한다. 이를 통해 공원 조성에 있어 이론적 토대를 제공하고 향후 공원의 휴양 가치 및 만족을 높이기 위한 기초자료로 활용되고자 한다.

1-2. 연구의 범위 및 방법

본 연구는 중국 심양식물원을 공간적 범위로 설정하여 질적 연구 및 양적 연구 결합한 방식으로 방문객이 도시 공원 휴양 만족도 모델에 대한 탐색적 연구를 진행하고자 한다. 다음과 같이 본 연구의 방법은 구체적으로 설명한다.

첫 번째로 문헌 분석을 통해 지각이론, 휴양의 특성, 휴양 만족도에 관련 이론을 정리하였다. 역사 문헌, 선행연구에 대한 고찰을 통해 도시공원의 환경과 휴양 효과 및 만족도에 관한 이론적 토대와 배경을 구축하고자 한다.

두 번째로 현장 조사를 통해 심양식물원의 환경 시설 현황을 상세히 분석하였다. 현장 관찰, 환경 평가 및 시설 사용 현황 등의 조사하여 휴양 상황을 전반적으로 파악하고자 한다.

마지막으로 심양식물원의 방문객을 대상으로 설문을 진행하여 통계적 분석을 실행한다. 이러한 분석을 통해 도시 공원의 휴양 만족도 모델을 구축하고자 한다.

2. 이론적 고찰

2-1. 지각 이론의 이해와 정의

지각이란 제시된 정보나 환경을 표현하고 이해하기 위해 감각 정보를 조직, 식별, 해석하는 것으로 정의할 수 있다⁴⁾. 모든 지각에는 신경계를 거치는 신호가 포함되고 있으며 감각계의 물리적·화학적 자극에서 비롯된다. 또한 지각은 자극 수신자의 학습, 기억, 기대, 주의 등에 의해 형성되기도 한다⁵⁾. Gibson (2002)는 신경학과 행동학을 결합하여 행동지각학 이론을 제시하였다. 지각을 생명 행동의 필요한 속성이라고 여기고 지각이 없는 행동은 방향을 잃게 되고, 행동이 없으면 지각은 무의미해진다고 가정하고 있다⁶⁾. 이러한 지각에 대한 연구는 점차 마케팅 및 소비 행동 영역으로 확장되어 Kotler(1965)는 지각 이론을 처음으로 소비

4) Schacter D L, 'Adaptive constructive processes and the future of memory', American Psychologist', 2012, Vol.67, No.8, p.603.

5) Bernstein D A, Nash P W, 『Essentials of psychology』, Houghton Mifflin Company, 2008, p.33

6) Gibson J J, 'A theory of direct visual perception, Vision and Mind: selected readings in the philosophy of perception', 2002, p.77-90.

자 행동 연구에 적용하여 제품에 대한 소비자의 지각이 구매 결정에 영향을 끼친다하였다⁷⁾. Olshavsky와 Granbois(1988)는 소비자의 구매 행동 및 결정이 객관적인 사실보다 주관적인 인식에 더 기반한다고 하였는데 지각된 품질과 지각된 가치의 개념에 대한 연구를 통해 기업이 소비자 행동을 이해하고 마케팅 전략을 수립하는 데 새로운 관점을 제공하였다.

따라서 본 연구에서 지각이론 중에 대표적인 지각된 가치와 지각된 품질은 2차 변수로 설정하여 연구 모형을 구축하고자 한다.

2-1-1. 지각된 가치

지각에 대한 이론은 마케팅에서 비롯되는데 Peter (1954)는 소비자의 구매 가치 개념을 제시하고 소비자 구매 행위의 결정적 요인은 바로 제품의 가치로 연구하였다. 또한 Zaithamal(1988)은 소비자의 지각된 가치의 중요성을 제시하고 지각된 가치 모델을 구축, 이후 Philip Kotler, Woodruff, Weingand 등 대표 학자들이 소비자의 지각된 가치를 더욱 확장하여 다양한 지각 이론 모델을 발표하였다.

소비자의 지각된 가치는 제품을 다른 제품과 비교한 후에 소비자의 수익과 비용 간의 차이를 의미한다. 마케팅 분야에서 가치의 개념은 음식, 거주지, 선호도 및 자기 표현 등을 포함한 인간의 요구를 포함하고 있다. 이러한 문화와 개성이 인간의 욕구, 즉 욕망의 형태를 형성하며, 욕망은 구매력에 의해 뒷받침되면 수요로 연결된다고 하였다⁸⁾. 따라서 지각된 가치는 소비자가 제품 또는 서비스 이용에 지각된 이익(가치)에 대한 총체적인 평가로 간주할 수 있으며, 소비자는 상품 및 서비스의 가치에 대한 주관적인 판단이라고 할 수 있다. 지각된 가치는 관광 분야에서도 관광 만족도에 활용되고 있다. 관련 연구자들은 실증분석을 통해, 방문객의 지각된 가치가 관광 만족도와는 현저한 관계가 있으며, 지각된 가치는 만족도와 행위 의도의 변수임을 입증하고 있다. 이를 통해 만족도 향상 메커니즘, 관광 시장 행위의 규범화, 관광상품 마케팅 전략의 최적화 등의 방향을 제안하고 있다⁹⁾.

7) Kotler P, 'Behavioral models for analyzing buyers', Journal of Marketing, 1965. Vol.29, No.4, p.37-45

8) Doyle, Peter, 『Value-based marketing: Marketing strategies for corporate growth and shareholder value』, John Wiley & Sons, 2009. p.11

따라서 본 연구에서는 방문객이 수익과 비용의 인식에 근거하여 도시 공공 휴양 공간의 휴양 효과 및 서비스 체험에 대한 평가로 정의하고자 한다.

2-1-2. 지각된 품질

지각된 품질은 소비자들이 시각 및 청각, 촉각, 후각을 통해 제품 및 서비스에서 발생하는 인상이라 정의할 수 있다. 제품 및 서비스에 대한 소비자의 인식은 주로 잠재의식에서 비롯되며 대부분이 관찰 및 느낌 등을 통해 제품의 품질을 판단하는 고유한 능력을 의미한다. 따라서 지각된 품질은 짧은 시간 내 형성되어 주로 내재적 품질 또는 외재적 품질로 구성되며, 소비자들이 제품의 품질에 대한 보다 추상적인 믿음을 형성한다고 볼 수 있다¹⁰⁾. 객관적 품질은 소비자가 구매한 제품 자체의 품질을 말하고 있으며, 주로 제품 재료의 품질과 제품 외관의 품질에 의해 결정된다. 주관적 품질은 브랜드 효과 및 서비스 효과를 포함하여 제품 품질에 대한 소비자의 주관적인 견해를 나타낸다.

Zeitmal(1988)은 지각된 품질을 소비자의 주관적인 의식 수준의 평가로 간주하며 이러한 지각된 가치가 정량적 분석이 아닌 소비자 자신의 정성적 평가로 정의한다¹¹⁾. Steenkamp(1990)의 연구에서는 소비자들이 상품 및 서비스에 대한 지각된 품질은 지각된 가치에 영향을 미치는 중요한 요소이며, 고품질의 제품이나 서비스는 소비자에게 더 큰 이익을 제공하여 소비자 지각된 가치를 상승시킬 수 있다고 연구하였다¹²⁾. 소비자의 지각된 품질에 영향을 미치는 요인은 제품 특성 및 가격, 브랜드 이미지, 광고 효과, 소비자 개인

9) Chen C F, 'Tsai M H. Perceived value, satisfaction, and loyalty of TV travel product shopping: Involvement as a moderator', Tourism management, 2008, Vol.29, No.6, p.1166-1171.

10) Ophuis P A M O, Van Trijp H C M, 'Perceived quality: A market driven and consumer oriented approach', Food quality and Preference, 1995. Vol.6. No.3, p. 177-183.

11) Zeithaml V, Berry L, Parasuraman A, 'Procesos de comunicación y control en la prestación de servicios de calidad', Journal of Marketing, 1988. Vol.52, p. 3-48.

12) Steenkamp, Jan-Benedict EM, 'Conceptual model of the quality perception process', Journal of Business research, 1990, Vol.21, No.4, p.309-333.

특성 등을 포함하고 있다. 기능 및 신뢰성, 내구성 등 제품적 특성은 지각된 품질에 영향을 미치는 기본 요소이며 가격은 종종 소비자에 의해 품질을 판단하는 단서로 사용된다. 브랜드 이미지는 소비자의 기대와 태도에 영향을 주어 지각된 품질에 영향을 미치고 있다.

따라서 본 연구에서는 방문객이 공원 공간의 구성, 휴양 및 오락 시설, 서비스 품질, 교통 편리성 등을 통해서 내리는 판단이라 정의하고자 한다.

2-2. 휴양(Recreation)의 이해와 정의

2-2-1. 휴양 만족도와 기대

만족도는 마케팅에서 고객 경험을 평가하기 위해 자주 사용되는 용어로서 소비자의 구매 의향과 충성도를 가능하게 하는 지표이다¹³⁾. 휴양은 특정 범위 내에서 이루어지는 관광 및 오락, 운동, 게임 등 여가 활동이라 정의하고 있어 즉 휴양 활동은 개인과 사회의 요구를 충족시켜야 하며 방문객에게 만족감과 즐거움을 제공하여야 한다¹⁴⁾. 그리고 휴양 과정은 방문객이 에너지를 얻는 과정으로 정신적 활력 및 신체적 활력을 제공한다. 이를 통해 사회적 물질 문명과 정신적 문명의 발전을 촉진한다고 연구되고 있다.¹⁵⁾

휴양 기대와 만족도는 관광학 및 소비자 행동 이론에서 오랜 시간 연구되어 온 개념으로, 방문자가 특정 장소를 방문하기 전 기대하는 심리적 상태와, 방문 후 실제 경험에 대한 평가를 비교함으로써 형성으로 볼 수 있다¹⁶⁾. 기대(expectation)는 방문자가 특정 서비스나 공간을 이용하기 전, 경험하게 될 서비스 질, 오락 활동, 자연환경, 감정적 회복 등에 대해 미리 형성하는 인식이며, 이는 주관적 욕구와 외부 정보(광고, 후기 등)에 의해 결정된다¹⁷⁾.

반면, 만족도(satisfaction)는 이러한 기대가 실제 체험과 비교되어 일치하거나 초과 달성되었을 때 형성되는 긍정적 심리 반응이다(Pizam, 1978). 휴양 만족도는 단순한 기분의 표현을 넘어, 재방문 의사나 구전 추천과 같은 행동의도에 직접적인 영향을 미친다고 알려져 있다(Hur et al., 2011).

본 연구에서는 휴양 기대를 공원 내의 환경 구성, 오락 시설, 서비스 질, 감정적 힐링 요소 등에 대해 방문 전 방문객이 가지는 심리적 기대감으로 정의한다. 만족도는 이러한 기대가 지각된 품질 및 가치와 비교되어 긍정적으로 평가되었을 때 나타나는 종합적인 만족 반응으로 정의하며, 이는 실증 분석에 포함된 문항들과 일치한다.

기존 연구에서는 휴양 만족도의 형성과정이 기대-불일치 모형(expectation-disconfirmation model)에 기반하며, 기대보다 실제 경험이 낮을 경우 불만족, 높을 경우 만족이 발생한다고 보았다(Oliver, 1980). 따라서 본 연구에서도 휴양 기대가 지각된 품질과 가치에 영향을 미치며, 이는 다시 휴양 만족도에 영향을 준다는 구조적 인과관계를 설정하였다.

2-2-2. 휴양 충성도

소비자 행동 이론에서 충성도는 상품 및 서비스에 대한 소비자의 지속적이고 긍정적 감정을 말하며, 경쟁사의 행동, 시장 환경의 변화 등 관계없이 제품 또는 서비스를 지속적이고 반복적으로 소비하는 의향을 의미하고 있다¹⁸⁾. 따라서 충성도는 소비자가 제품이나 서비스를 계속적으로 구매하거나 사용하려는 의지이자 브랜드와 장기적인 관계를 유지하려는 약속을 반영하는 값이라 할 수 있다.

충성도는 상품 및 서비스에 대한 어느 정도의 사용 경향이 포함되었으며, 소비자의 지각된 가치, 브랜드 신뢰, 고객 만족도는 반복 구매 행동 및 충성도에 영향을 미치는 주요 요인으로 연구되고 있다¹⁹⁾. 충성도는

13) Farris P W, 『Marketing Metrics: The Definitive Guide to Measuring Marketing Performance』. Pearson Education, 2010. p.34

14) Thomas S. Yukic, 『Fundamentals of Recreation』, Harpers & Row. 1970, p.116

15) Daniels, Bruce Colin, 『Puritans at play: leisure and recreation in colonial New England』. 1995. pp.99

16) Oliver R L, 'A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions', Journal of marketing research, 1980, Vol.17, No.4, pp. 460-469.

17) İnce C, Gençay İ C, 『The Expectations and

Motivations of Tourists From Creative and Responsible Destinations』, Emerald Publishing Limited, 2024, p. 343-358.

18) Hur W M, Ahn K H, Kim M, 'Building brand loyalty through managing brand community commitment', Management Decision, 2011. Vol.49, No.7, p. 1194-1213.

19) Punniyamoorthy M, Prasanna Mohan Raj M, 'An empirical model for brand loyalty measurement', Journal of targeting, measurement and analysis for marketing,

태도적 충성과 행동 충성 두 부분으로 구성되는데 태도적 충성은 소비자가 제품 및 서비스에 대한 지각된 가격 합리성 및 구매하려는 의지와 관련이 있다. 행위적 충성은 중복 구매 행동을 의미하며 태도적 충성은 대부분의 충성 행동을 주도하고 있으며, 단순한 구매가 아닌 장기적인 충성도를 보장하는 것으로 확인할 수 있다.

따라서 본 연구에서는 휴양 충성도를 방문객이 공원의 공공공간 및 시설에 대한 지속적이고 반복적인 방문 의향이라 정의하고자 한다. 방문객의 지각된 휴양 품질이 높을수록 휴양 만족도가 높아지면서 재방문 의향과 추천 의향도 높아질 것으로 예측할 수 있다.

2-2-3. 휴양 불편적 행동

소비자들은 제품을 구매한 후 불만족하면 다양한 불평적 행동을 시작하고 점차 불평 강도를 높여간다. 즉 소비자의 불평적 행동은 소비자의 제품 또는 서비스에 대한 만족-불만족 경험 이후에 나타나는 반응이다. 불평적 행동은 불만족스러운 소비 경험에 대한 평가에서부터 그 경험에 대한 행동적 혹은 비행동적 반응을 마친 시점까지 지속된다고 볼 수 있다²⁰⁾. 따라서 불편적 행동을 표현하는 방식으로 행동적 반응과 비행동적 반응 두 가지 유형으로 구분되는데 행동적 반응은 불평의 표현을 전달하는 일부 또는 전체의 행동으로 구성된다²¹⁾. 또한 Fornell and Wernerfelt (1987) 연구에서는 불편적 행동이 소비 과정에서 발생한 불만족스러운 상황을 바꾸기 위한 고객의 노력을 의미한다고 연구하였다.

따라서 본 연구에서는 휴양 불편적 행동을 방문객이 공공시설 및 공간에서 환경 및 서비스에 대한 불만족스러운 소비 경험에 대한 평가와 행동적 및 비행동적 반응으로 정의하고자 한다.

2-3. 공간 접근성의 이해와 정의

접근성은 특정 시간과 특정 조건에서 특정 목적지에

2007, Vol.15, p. 222-233.

20) Day R L, Landon Jr E L, 'Collecting Comprehensive Consumer Compliant Data by Surver Research', Advances in consumer research, 1976, Vol.3, No.1, p. 55

21) 김현진, '인터넷쇼핑 소비자들의 e-불편적 행동에 영향을 미치는 요인에 관한 연구', 숭실대학교 석사학위논문, 2012. p.33

도달하는 편리함을 의미한다. 관광 분야에서는 접근성은 주로 방문 목적지의 교통 편의성과 시간 비용을 의미한다. 즉 목적지에 도달하기 위해서 극복해야 하는 이동 및 공간적 저항을 의미한다고 볼 수 있다²²⁾. 도시의 공원 공간의 접근 가능 정도는 방문객

이 시작 지점에서 출발하여 도착지점에 도달하는 과정에서 이동하는 거리, 시간, 교통방식 등 다양한 저항 요인을 극복하는 편리함을 의미한다. 이러한 저항 요인은 도달 정도에 따라 평가 모델에서 요인을 정량화할 수 있다. 한 도시의 공원 공간으로 접근성은 그 도시의 공간이 도시 주민들에게 휴식 공간을 제공하는 서비스 능력과 잠재력을 반영할 수 있으며, 방문객들이 공원에 도달하는 과정에서 중첩되는 저항은 공원 전체 사용의 난이도와 효율성에 영향을 미친다. 따라서 공원의 접근성을 연구하는 것은 공원의 휴양 품질을 높일 수 있을 뿐만 아니라 친환경 생태 도시계획의 수립에 중요한 방향이 될 수 있다.

3. 사례분석

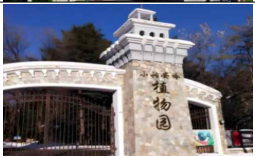
3-1. 조사 대상지의 선정

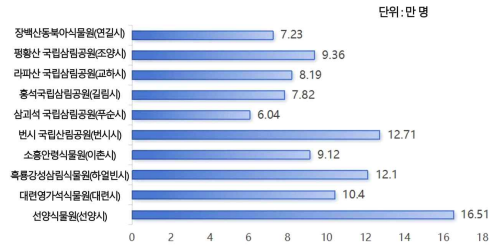
본 연구에서는 지각 이론을 바탕으로 공원의 휴양 만족도 모형을 구축을 위해 방문객 수가 가장 많고 인지도가 높은 중국 10대 관광 여행 플랫폼에서 동북지역의 종합 평판 가장 높은 10대 공원을 대상으로 선정하였다.

중국 내 10대 공원에 대한 평가는 공원 내 식물의 다양성, 경관 디자인, 공원의 면적, 기능적 공간의 분포 등을 종합적으로 고려하고 있다. 또한 음식의 품질, 휴게소 설치, 교통 편의성, 주차장 규모, 특수집단을 위한 서비스 등 부대 시설도 중요한 평가 요소로 확인할 수 있다. 서비스 품질부터 놀이 경험, 공원의 위생 환경 등 여러 측면을 포함해 방문객의 평가도 고려하고 있다.

22) 马晓虹,甄帅, '公园绿地服务面积与可达性研究', 城乡建设, 2018, Vol.551, No.20, p. 49-51

[표 1] 중국 동북지역 주요 공원 1-10위

번호	이름	이미지
1	심양식물원 (심양시)	
2	대련 영가석식물원 (대련시)	
3	흑룡강성 삼림식물원 (하얼빈시)	
4	소흥 안령식물원 (이춘시)	
5	번시 국립삼림공원 (번시시)	
6	삼괴석 국립삼림공원 (푸순시)	
7	홍석 국립삼림공원 (길림시)	
8	라파산 국립삼림공원 (교하시)	
9	평항산 국립삼림공원 (조양시)	
10	장백산 동북아식물원 (연길시)	



[그림 1] 2024년 중국 동북지역 공원 종합평판

본 연구에서는 중국 동북지역 종합 평판 및 방문객 수 가장 높은 심양식물원을 대상으로 선정하고자 한다.

3-2. 심양식물원 기본 현황

심양식물원은 중국 심양 기반산풍경구(棋盘山风景区)에 위치하여 있으며 경치가 아름답고 삼림이 무성한 환경에서 조성되었다. 국가 전시관 23개와 세계 전시관 24개 전문 전시관으로 구성되어 있다.



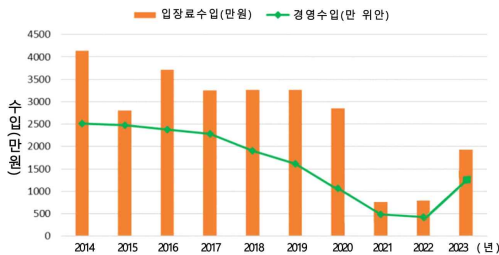
[그림 2] 심양식물원

공원 내에서 주로 원예전시 구역과 레저 오락구역 2개 큰 기능 테마를 구분하고 있으며, 원예 전시 구역은 입구 광장 및 국제 전시장, 국내 전시장, 실내 종합관, 열대우림관, 주제 전시관, 특화 꽃거리, 산림복지밸리로 구성된다. 레저 오락구역은 문화 활동과 레저 오락 기능을 갖추어 공연 광장 및 놀이공원, 어린이 낙원, 풍차 거리, 다이나믹 스튜디오 등으로 구성되어 있다. 이 밖에 종합서비스를 제공하기 위해 매표소, 주차장, 관광안내 센터, 관광기념품점, 음식점 등이 구성되어 있다. 다음의 [표 2]와 같이 심양식물원의 백합타워, 봉황날개, 장미원, 백화관 등이 주요 대표 건축물이다.

[표 2] 심양식물원 대표 상징물

이름	소개	이미지
백합 타워	백합타워는 총높이가 125m. 공원전경을 내려다볼수 있는 전망대가 조성.	
봉황 날개	봉황날개는 세계박람회 장 주출입구에 위치. 전체적인 조형은 봉황이 날개를 펼쳐진 형태.	
장미원	부지 면적은 10,000㎡. 지상열펌프 난방기술을 채용하여 에너지 절약 및 환경을 보호. 공원 내에 다양한 품종의 장미를 수목.	
백화관	백화관은 국내 최대의 화훼 실내 전시관. 각종 전시와 행사를 통해 현대 원예를 생활과 결합.	

심양식물원은 2006년 세계원예박람회를 개최한 후 대량의 자금을 투입하여 공원 건설을 진행하였다. 이후 2023년에 이르러서는 시설 훼손 및 방치 등의 문제가 발생되면서 폐관된 전시관 및 서비스 부족 등으로 방문객 수가 감소되고 있다.



[그림 3] 심양식물원 2014-2023 경영 현황

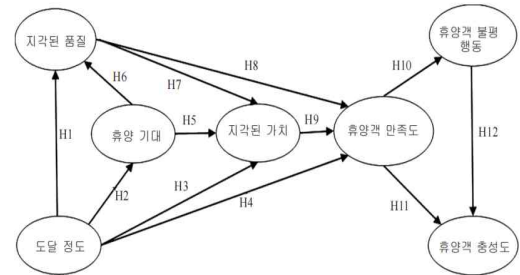
[그림 3]의 심양식물원의 경영 수입이 전체적으로 하락 추세를 보였으며, 특히 2020년에 코로나19의 영향으로 수입은 최저치를 기록하였다. 2023년 이후에는 소폭 상승하였으나 코로나19 이전 수준으로 회복하지 못하고 있으며, 수입 및 방문객 감소에는 다른 문제가 존재하고 있음을 확인할 수 있다. 그러한 원으로는 심양식물원이 대형 공원으로서는 중장기적인 발전 계획이

모호하고 방문객의 니즈를 충족시킬 수 있는 콘텐츠를 보유하지 않음으로 방문객 수와 입장료 수입이 대폭 감소하였다는 것으로 유추할 수 있다.

4. 연구의 설계

4-1. 연구의 모형

휴양 만족도는 방문객이 휴양 및 관광 활동 품질에 대해 주관적으로 평가하는 것이며, 만족도를 통해 방문객의 심리 상태를 묘사하여 방문객의 요구가 충족되는 상황을 구체적으로 반영할 수 있다. Pizam (1978)은 처음으로 휴양 만족도의 개념을 설명하여 휴양 만족도는 방문객이 관광 후 느끼는 감정과 여행 전 기대치를 비교하고 발생하는 차이에 대한 심리적 상태라고 보았다. 휴양에 대한 사전 기대가 실제 지각하는 결과보다 크면 방문객이 불만족스러워한다는 뜻이고, 그렇지 않으면 방문객이 휴양에 대한 만족한다는 것이라 하였다²³⁾. 현재 유럽과 미국 등은 방문객의 만족도를 연구할 때 대부분 만족도 모델을 구축하여 관광지의 지각된 품질, 지각된 가치, 관광 동기 등 요인들이 만족도에 미치는 영향 관계를 분석하였다.



[그림 4] 연구의 모형

본 연구에서도 관광 만족도에 관련 연구에 널리 사용되는 페넬 등의 고객만족도지수(ACSI, American Customer Satisfaction Index)모델을 참조한다. Mao(2003) 등은 고객만족도지수 모델을 기반으로 게릴라 만족도 영향 요인의 지표체계 모델인 RRSI 주민 게릴라 만족도 모델을 구축하였다. 이를 바탕으로 본 연구에서 휴양 만족도에 관련 연구 모형은 위의 [그림 4]와 같이 제시하고자 한다.

23) Pizam A, 'Tourism's impacts: The social costs to the destination community as perceived by its residents', Journal of travel research, 1978, Vol.16, No.4, p.8-12.

4-2. 연구의 가설

휴양 활동을 연구할 때 가장 중요한 요인은 휴양 서비스의 공급이다. 넓은 의미에서 휴양 공급이란 사람들의 휴양 수요를 만족시키기 위해 실시하는 각종 행위를 말하는 반면에 좁은 의미에서는 방문객이 직접 접촉하는 휴양 활동에서 얻는 휴양 효과를 의미한다²⁴⁾. 공원의 조성 품질 및 공원 내의 휴양 및 오락 시설, 인적 서비스, 공원 접근의 교통 편리성 등은 모두 휴양 서비스 공급의 기본적 평가 요소이다. Pizam(1978)은 휴양 기대 및 비용, 숙소, 음식, 상업화 정도 등이 방문객의 만족도에 영향을 미치는 요인이라고 판단하였다²⁵⁾. Ogorlec(1998)²⁶⁾은 휴양지의 서비스, 안전 상황, 오락 활동 등이 만족도에 영향을 미치는 주요 요인이라고 정의하였고 Bedimo-Rung(2013)의 연구에서는 휴양지의 접근성과 교통 상황, 서비스 품질, 장비 시설, 문화 분위기 외에도 위생 상황은 휴양 만족도에 영향을 미치는 요소라고 정의하였다²⁷⁾.

따라서 본 연구에서는 휴양객의 만족도에 영향을 미치는 여러 가지 요소를 충분히 고려하여 위에 선행연구들을 바탕으로 본 연구 가설은 다음 [표 3]과 같이 정리하였다.

[표 3] 연구의 가설

번호	내용
H1	휴양 공간의 접근성이 지각된 품질에 긍정적 영향을 미친다.
H2	휴양 공간의 접근성이 휴양 기대에 긍정적 영향을 미친다.
H3	휴양 공간의 접근성이 지각된 가치에 긍정적 영향을 미친다.
H4	휴양 공간의 접근성이 휴양 만족도에 긍정적 영향을 미친다.
H5	휴양지에 대한 휴양 기대는 지각된 가치에 부정적 영향을 미친다.
H6	휴양지에 대한 휴양 기대는 지각된 품질에 부정적 영향을 미친다.
H7	지각된 품질이 지각된 가치에 긍정적 영향을 미친다.
H8	지각된 품질이 휴양 만족도에 긍정적 영향을 미친다.
H9	지각된 가치가 휴양 만족도에 긍정적 영향을 미친다.
H10	휴양 만족도가 휴양 불편에 부정적 영향을 미친다.
H11	휴양 만족도가 휴양 충성도에 긍정적 영향을 미친다.
H12	휴양 불편은 휴양 충성도에 부정적 영향을 미친다.

본 연구 주로 설문조사 방법을 활용하여 휴양 만족도 모델을 탐색하는 것이다. 앞서 선행연구를 이어서 다음 [표 4]와 같이 본 연구에서 사용하는 설문지의 문항 구성을 제시한다.

[표 4] 설문지의 구성

변수	번호	문항
지각된 품질	A1	공원의 자연 생태 경관 품질에 만족한다.
	A2	공원의 인문 생태 경관 품질에 만족한다.
	A3	공원의 전체 건설 규모 품질에 만족한다.
	A4	공원 내 주차장 및 시설에 대한 만족한다.
	A5	공원 내 공공 휴게 시설에 만족한다.
	A6	공원 내 공중 위생 시설 및 상태에 만족한다.
	A7	공원의 문화 체육오락 활동에 만족한다.
	A8	공원 내 치안 상황에 만족한다.
	A9	공원의 관리 및 직원 서비스에 만족한다.
	A10	공원의 표식 및 안내 시스템에 만족한다.
	A11	공원 내 내부의 노선 설계에 만족한다.
	A12	공원 내 외식, 쇼핑 서비스에 만족한다.

24) 朱思睿, 哈尔滨城市森林公园游憩满意度评价研究. 东北林业大学学位论文, 2019.

25) Pizam A, 'Tourism's impacts: The social costs to the destination community as perceived by its residents', Journal of travel research, 1978, Vol.16, No.4, pp.8-12.

26) Ogorlec A, Snoj B, 'Guests' satisfaction with tourism services: a case of health resorts in Slovenia', The Tourist Review, 1998. Vol.53, No.2, p 38-47.

27) Sim K W, Lee J H, 'An examination of visitors' satisfaction on revisiting intention and recommendations: A case study of the national natural recreation forests in Korea', Forest Science and Technology, 2013, Vol.9 No.3, p. 126-130.

접근성	B1	공원 방문하는 외부 교통에 만족한다.
	B2	공원 방문 걸리는 시간에 만족한다.
	B3	공원과 거주지 간의 거리에 만족한다.
	B4	공원의 출입구 배치에 만족한다.
휴양 기대	C1	공원에 대한 전체 기대를 만족한다.
	C2	공원에 대한 운동 활동 기대를 만족한다.
	C3	공원에 대한 휴양 오락 기대를 만족한다.
	C4	공원에 대한 기분 조절 기대를 만족한다.
지각된 가치	D1	다른 장소를 비해 공원 내 소비 활동 가격에 대한 만족한다.
	D2	걸이는 기산 및 정력을 비해 공원 내 얻은 정신적 즐거움에 대한 만족한다.
휴양 만족도	E1	공원 전체에 대한 만족한다.
	E2	공원 방문하는 것을 휴양기대를 만족한다.
	E3	상상하는 휴양공간을 비해 공원에 대한 만족한다.
휴양 불평	F1	공원에 대한 문제점을 불평행동을 하다.
	F2	주변 사람에게 공원에 대한 부정적 평가를 한다.
휴양 충성도	G1	공원을 반복적으로 방문한다
	G2	주변사람에게 공원을 추천한다.

5. 연구의 분석

본 연구는 중국 내 심양식물원을 방문한 방문객을 대상으로 수집된 설문조사 데이터를 통계적 분석을 통해 앞서 구축된 휴양 만족도 모형을 검증하고자 한다. 선행연구의 결과를 바탕으로 설문 항목은 지각된 품질, 접근성, 휴양 기대, 지각된 가치, 휴양 만족도, 휴양 불평 및 휴양 충성을 포함한 항목으로 적용하였다.

설문은 2024년 11월부터 12월까지 2달간 진행하였으며 총 300개의 설문지를 배포하여 284개의 유효한 설문지가 회수하였다. 다음 [표 5]는 설문에 대한 인구통계학적 결과이다.

[표 5] 인구통계학적 특징

문항		빈수	비율(%)
성별	남	146	51.41
	여	138	48.59
연령	0-18	2	0.70
	18-25	15	5.28
	25-35	114	40.14
	35-45	63	22.18
	45-60	78	27.46
	60<	12	4.24

거주지	C1	217	76.41
	C2	28	9.86
	C3	26	9.15
	C4	13	4.58
학력	초등학교	5	1.76
	중학교	9	3.17
	고등학교	47	16.55
	대학교(3년)	81	28.52
	대학교(4년)	117	41.20
	대학원	25	8.80
직업	공무원	56	19.72
	회사원	128	45.07
	학생	16	5.63
	시업자	3	1.06
	은퇴자	32	11.27
	기타	49	17.25

5-1. 신뢰도의 검증

본 연구에서 사용된 설문 문항과 요인들 간의 내적 일치성을 확인하기 위해 Cronbach's Alpha를 통해 신뢰도를 검증하였다. 일반적으로 Cronbach's Alpha 계수가 0.6 이상을 되면 설문의 신뢰성이 있다고 볼 수 있으며, 0.8 이상이 되면 신뢰성이 상당히 높다고 볼 수 있다. 다음 [표 6]과 같이 본 설문지 각 변수의 신뢰도 분석 결과는 8.0보다 크게 나타나 설문지 신뢰도 아주 높다는 것을 확인할 수 있다.

[표 6] 신뢰도 분석의 결과

변수	번호	Cronbach's Alpha
지각된 품질	A1-A10	0.953
접근성	B1-B4	0.843
휴양 기대	C1-C4	0.870
지각된 가치	D1-D2	0.893
휴양 만족도	E1-E3	0.811
휴양 불평 행동	F1-F2	0.848
휴양 충성도	G1-G2	0.936

5-2. 탐색적 요인분석

탐색적 요인분석(Exploratory Factor Analysis, EFA)은 다변량 통계 기법 중 하나로, 관찰된 변수의 상관관계를 분석하여 잠재 요인(Latent Factor)을 식별하는데 활용된다.

타당도 검증하기 위한 Bartlett 구형 검증을 실시하였으며, KMO계수(Kaiser-Meyer-Olkin)는 0.5 이상,

유의 확률 p 값 0.05 이하 기본적인 기준을 설정한다. 다음 [표 7]과 같이 본 연구에서 설문지의 KMO 측도는 0.8829($p < 0.01$)로 나타나 본 설문지의 측정항목의 타당성은 우수함을 확인할 수 있다.

[표 7] 타당성 분석의 결과

Kaiser-Meyer-Olkin		0.882
Bartlett 구형 검정	근사 카이제곱	5110.876
	DF	351
	Sig.	0.000

그리고 주성분 분석을 사용하여 인자 행렬을 회전하고 0.4보다 큰 인자 하중 결과를 나타내는 것을 알 수 있으며, 이는 본 설문의 타당성과 구성 타당성이 양호하다고 결론할 수 있다. 다음 [표 8]과 같이 탐색적 요인 분석을 이용한 결과를 제시하였다.

[표 8] 탐색적 요인 분석

변수	번호	탐색적 요인 분석						
		1	2	3	4	5	6	7
지각된 품질	A1	0.798						
	A2	0.833						
	A3	0.780						
	A4	0.818						
	A5	0.802						
	A6	0.813						
	A7	0.862						
	A8	0.820						
	A9	0.852						
	A10	0.770						
접근성	B1			0.814				
	B2			0.815				
	B3			0.779				
	B4			0.807				
휴양 기대	C1		0.837					
	C2		0.830					
	C3		0.841					
	C4		0.841					
지각된 가치	D1							0.874
	D2							0.878
휴양 만족도	E1				0.744			
	E2				0.873			

	E3				0.800			
휴양 불편 행동	F1						0.913	
	F2						0.888	
휴양 충성도	G1					0.905		
	G2					0.912		

5-3. 구조방정식 모형 검증

연구 가설을 검증하기 위해 앞서 제시된 지각된 품질, 접근성, 휴양 기대, 지각된 가치, 휴양 만족도, 휴양 불편 및 휴양 충성 총 7가지 변수를 기반으로 AMOS 24.0 프로그램을 사용하여 구조방정식 모형을 설정하였다. [표 9]와 같이 표시된 모델 적합 지표를 얻었으며, X제곱/DF, GFI, RMSEA 등 9개의 지표를 선택하여 적합도를 평가, 대부분의 지표가 요구 사항을 충족하면 모델과 데이터의 적합도가 높은 것으로 간주할 수 있다. X제곱/DF는 3보다 작고 GFI와 AGFI는 0.9에 도달하지 않았지만 둘 다 0.8보다 높음으로 수용할 수 있음을 알 수 있다. TLI, IFI 및 CFI는 모두 0.9 이상에 도달하고 RMSEA는 0.08 미만이며 대부분의 적합 지수는 구조 방정식 연구의 표준을 충족하여 모델의 적합도가 구조 방정식 모델의 요구 사항을 충족하는 것을 확인할 수 있다.

[표 9] 적합도 분석

X2	DF	X2/DF	GFI	AGFI	TLI	IFI	CFI	RMSEA
533.436	312	1.710	0.880	0.854	0.950	0.956	0.955	0.050

[표 10] 경로 분석

X→Y	Estimate	S.E.	C.R.	t	P
기대→접근성	0.208	0.224	0.075	2.998	0.003
품질→접근성	0.326	0.326	0.068	4.811	***
품질→기대	-0.241	-0.224	0.061	-3.645	***
가치→품질	0.349	0.443	0.083	5.315	***
가치→접근성	0.220	0.278	0.086	3.231	0.001
가치→기대	-0.185	-0.217	0.077	-2.830	0.005
만족도→가치	0.280	0.227	0.059	3.873	***
만족도→품질	0.264	0.271	0.072	3.777	***
만족도→접근성	0.198	0.203	0.069	2.935	0.003
불편적 행동→만족도	-0.186	-0.254	0.099	-2.567	0.01
충성도→만족도	0.260	0.251	0.064	3.946	***
충성도→불편적 행동	-0.297	-0.21	0.046	-4.612	***

위에 [표 10]과 같이 t검정과 Amos22.0를 이용하여 구조방정식의 각 변수 간의 경로관계가 타당한지 검사하였다.

위에서 언급한 다양한 데이터에 대한 포괄적이고 심층적이며 상세한 분석을 통해 가설 검증의 결과들은 [표 11]과 같다.

[표 11] 가설 검증 결과

번호	내용	결과
H1	휴양 공간의 접근성이 지각된 품질에 긍정적 영향을 미친다.	채택
H2	휴양 공간의 접근성이 휴양 기대에 긍정적 영향을 미친다.	채택
H3	휴양 공간의 접근성이 지각된 가치에 긍정적 영향을 미친다.	채택
H4	휴양 공간의 접근성이 휴양 만족도에 긍정적 영향을 미친다.	채택
H5	휴양지에 대한 휴양 기대는 지각된 가치에 부정적 영향을 미친다.	채택
H6	휴양지에 대한 휴양 기대는 지각된 품질에 부정적 영향을 미친다.	채택
H7	지각된 품질이 지각된 가치에 긍정적 영향을 미친다.	채택
H8	지각된 품질이 휴양 만족도에 긍정적 영향을 미친다.	채택
H9	지각된 가치가 휴양 만족도에 긍정적 영향을 미친다.	채택
H10	휴양 만족도가 휴양 불평에 부정적 영향을 미친다.	채택
H11	휴양 만족도가 휴양 충성도에 긍정적 영향을 미친다.	채택
H12	휴양 불평이 휴양 충성도에 부정적 영향을 미친다.	채택

위에 가설의 검증 결과를 보면 휴양에 대한 기대는 지각된 품질과 지각된 가치에 부정적인 영향을 미치면서 지각된 품질과 지각된 가치는 휴양 만족에 긍정적인 영향을 미친다. 즉 휴양 기대와 휴양 만족 간에 부정적인 상관관계가 있다는 것을 확인할 수 있다. 지각된 가치가 방문객의 휴양 만족도 ($\beta=0.280$, $P<0.05$)에 가장 큰 영향을 미친다는 것을 알 수 있다. 그 중에서 공원 내 지각된 상품 가격의 부하계수가 가장 높으며, 이는 공원 내 상품의 가격이 방문객의 만족도에 가장 큰 영향을 끼친다는 것을 확인할 수 있다. 그리고 공원에 대한 지각된 품질은 휴양 만족도 ($\beta=0.260$, $P<0.05$)에도 긍정적인 영향을 미치는 것을 확인할 수 있다. 즉 공원 내 동선 경로 계획, 관리 및

관련 서비스, 문화 스포츠 및 오락 활동, 문화 경관, 음식 및 쇼핑, 위생 시설, 휴식 시설, 안내표지 체계 등의 요인 하중은 0.7보다 높게 나타나 방문객이 지각된 품질에 큰 영향을 끼친다는 것을 확인할 수 있다. 또한 휴양지의 접근성이 방문객의 지각된 가치 ($\beta=0.349$, $P<0.05$), 지각된 품질 ($\beta=0.264$, $P<0.05$), 그리고 휴양 만족도 ($\beta=0.326$, $P<0.05$)에 모두 긍정적인 영향을 끼친다는 것을 알 수 있다. 휴양지 접근성에 관련 각 변수 중 외부 대중교통의 요인 부하가 상대적으로 크며, 이는 방문객이 휴양지로 이동할 때 대중교통에 의한 접근 여부에 더 많은 관심을 기울인다는 것을 의미한다. 따라서 대중교통이라는 관찰 변수가 만족도에 미치는 영향은 다른 관찰 변수보다 높은 상관관계가 있음을 확인할 수 있다. 마지막으로 방문객의 휴양 만족도는 공원 방문 후 채택하는 행동에 뚜렷한 영향을 끼쳤다. 즉 방문객의 만족도와 불편행동 사이에는 현저한 부정적 상관관계가 있으므로 방문객이 휴양지에 대한 충성도에 뚜렷한 긍정적 영향을 끼쳤다는 것을 확인할 수 있다.

6. 결론

본 연구는 중국 내 심양식물원을 사례로 하여 도시 공원 방문객의 휴양 만족도에 영향을 미치는 요인을 구조방정식 모형을 통해 실증적으로 분석하였다. 이를 위해 접근성, 지각된 품질, 지각된 가치, 휴양 기대, 휴양 불편 행동, 휴양 충성도 등의 변수를 설정하고 설문 조사를 통해 가설을 검증하였다.

연구 결과, 지각된 가치가 휴양 만족도에 가장 강한 긍정적 영향을 미치는 요인으로 확인되었다($\beta=0.280$, $p<0.05$). 특히, 공원 내 서비스나 활동을 통해 얻는 심리적 효용과 비용 간의 균형이 방문객의 전반적인 평가에 중요한 기준이 되는 것으로 나타났다.

또한, 지각된 품질 역시 휴양 만족도에 유의한 영향을 주는 것으로 분석되었다($\beta=0.264$, $p<0.05$). 세부적으로는 공원 내 동선 설계, 공공시설의 청결도, 위생 시설, 편의 시설, 치안 및 안내체계 등의 항목이 높은 요인 하중을 보이며 방문객 만족에 기여하고 있음을 확인할 수 있었다.

접근성 또한 휴양 만족도에 긍정적인 영향을 미치며 ($\beta=0.198$, $p<0.05$), 특히 대중교통 이용의 용이성이 주요 관찰변수로 높은 설명력을 보였다. 이는 방문자가

공원을 얼마나 쉽게 도달할 수 있는지가 만족도 형성에 있어 중요한 요소임을 시사한다.

한편, 휴양 기대는 지각된 품질 및 지각된 가치에 각각 부정적인 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 이는 기대 수준이 높을수록 실제 체험과의 괴리가 커져 만족도에 부정적 영향을 줄 수 있음을 의미한다. 휴양 만족도는 향후 행동에도 영향을 미치며, 휴양 불편 행동에 부정적, 휴양 충성도에 긍정적 영향을 미치는 인과관계가 확인되었다. 이는 공원의 품질 및 가치 개선이 단기적 만족에 그치지 않고, 재방문 의도 및 추천 행동으로 이어질 수 있음을 시사한다.

도시공원 운영자들은 물리적 환경 개선과 더불어 체계적인 안내 시스템, 청결한 시설 관리, 방문객의 이동 편의성 증대를 통해 지각된 품질과 가치를 제고할 필요가 있다. 이러한 개선은 결과적으로 방문객의 기대를 충족시키고, 공원의 서비스 만족도 및 충성도 제고로 이어질 수 있을 것이다.

그리이상의 연구 결과를 바탕으로 도시공원의 휴양 만족도를 제고하기 위한 다음과 같은 실천적 제언을 제시할 수 있다.

첫째, 방문자의 지각된 가치 향상을 위해 합리적 가격의 유료 콘텐츠와 고품질의 무료 서비스 요소를 병행할 필요가 있다. 이는 방문객이 체험을 통해 '소비 이상의 심리적 보상'을 받을 수 있도록 유도하며, 전반적인 만족도 향상에 기여할 수 있다.

둘째, 지각된 품질 개선을 위해 동선 설계의 직관성, 편의 시설의 청결, 안내 시스템의 정확성등을 지속적으로 점검하고 개선해야 한다. 특히 시각적 피로를 줄이는 경관 계획과 정서적 안정을 유도하는 공공 예술 요소 도입도 긍정적인 효과를 기대할 수 있다.

셋째, 공원 접근성 강화를 위한 대중교통 연계 정책이 필요하다. 주요 도심에서 식물원까지의 대중교통 노선 확보 및 안내 체계 개선은 공원의 접근 장벽을 낮추고 방문 유인을 증가시킬 수 있다.

마지막으로, 향후 연구에서는 고령자·장애인 등 교통약자의 휴양 경험, 혹은 문화 다양성과 시민 정체성 간의 관계등 보다 폭넓은 사회문화적 요인을 포함한 분석이 이루어져야 할 것이다. 이를 통해 도시공원이 단순한 여가 공간을 넘어 포용성과 복합 기능을 갖춘 공자산으로 발전할 수 있을 것이다.

참고문헌

1. 계기석, '파리 도시공원의 생성과 발전에 관한 연구', 도시 행정 학보, 2013
2. 최정우, '중요도-성취도 분석을 이용한 도시공원 관리 운영 방안'. 建築·都市環境研究, 1999
3. 戴培超, 张绍良, 刘润, '生态系统文化服务研究进展基于 Web of Science 分析', 生态学报, 2019
4. Schacter D L. 'Adaptive constructive processes and the future of memory.. American Psychologist', 2012
5. Bernstein D A, Nash P W. 『Essentials of psychology』, Houghton Mifflin Company, 2008
6. Gibson J J, 'A theory of direct visual perception, Vision and Mind: selected readings in the philosophy of perception', 2002
7. Kotler P, 'Behavioral models for analyzing buyers', Journal of Marketing, 1965
8. Doyle, Peter.『Value-based marketing: Marketing strategies for corporate growth and shareholder value』, John Wiley & Sons, 2009
9. Chen C F, Tsai M H, 'Perceived value, satisfaction, and loyalty of TV travel product shopping: Involvement as a moderator', Tourism management, 2008
10. Ophuis P A M O, Van Trijp H C M, 'Perceived quality: A market driven and consumer oriented approach. Food quality and Preference', 1995
11. Zeithaml V, Berry L, Parasuraman A, 'Procesos de comunicación y control en la prestación de servicios de calidad. Journal of Marketing', 1988
12. Steenkamp, Jan-Benedict EM, 'Conceptual model of the quality perception process. Journal of Business research', 1990
13. Farris P W, 'Marketing Metrics: The Definitive Guide to Measuring Marketing

- Performance. Pearson Education', 2010
14. Daniels, Bruce Colin, 'Puritans at play: leisure and recreation in colonial New England', 1995
 15. Thomas S. Yukic, 『Fundamentals of Recreation (2nded.)』, Harpers & Row. 1970
 16. Oliver R L. 'A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions', Journal of marketing research, 1980
 17. İnce C, Gençay İ C. 'The Expectations and Motivations of Tourists From Creative and Responsible Destinations', Emerald Publishing Limited, 2024
 18. 최영걸. '서울시 주택시장에서 작동되는 가격 기대심리 연구'. 한국주택학회 학술대회 발표논문집 2003
 19. Hur W M, Ahn K H, Kim M, ' Building brand loyalty through managing brand community commitment. Management Decision', 2011
 20. Punniyamoorthy M, Prasanna Mohan Raj M, 'An empirical model for brand loyalty measurement', Journal of targeting, measurement and analysis for marketing, 2007
 21. Day R L, Landon Jr E L. Collecting, 'Comprehensive Consumer Compliant Data by Surver Research', Advances in consumer research, 1976
 22. 김현진, '인터넷쇼핑 소비자들의 e-불편적 행동에 영향을 미치는 요인에 관한 연구', 숭실대학교 석사학위논문, 2012
 23. 马晓虹,甄帅, '公园绿地服务面积与可达性研究', 城乡建设, 2018
 24. Pizam A, 'Tourism's impacts: The social costs to the destination community as perceived by its residents', Journal of travel research, 1978
 25. 朱思睿. 哈尔滨城市森林公园游憩满意度评价研究. 东北林业大学学位论文, 2019
 26. Ogorlec A, Snoj B, 'Guests' satisfaction with tourism services: a case of health resorts in Slovenia', The Tourist Review, 1998
 27. Sim K W, Lee J H, 'An examination of visitors' satisfaction on revisiting intention and recommendations: A case study of the national natural recreation forests in Korea', Forest Science and Technology, 2013
 28. www.syszwjy.com.cn