

지역거주민의 지각하는 관광 젠트리피케이션과 도시이미지간의 관계 연구

양성수¹, 좌봉두^{2*}

¹제주대학교 관광융복합학과, ²제주한라대학교 컴퓨터멀티미디어과

A Study on Relationship among Recognized by Tourism Gentrification and Urban Image

Sung-Soo Yang¹, Bong-Doo Joa^{2*}

¹Department of Tourism Convergence, Jeju National University

²Computer Multiedia, Cheju Halla University

요약 본 연구는 관광 젠트리피케이션(TG:Tourism Gentrification)의 물리적 요인, 경제적 요인, 문화적 요인 등 현상들이 그 지역의 거주민들의 도시이미지에 관계를 살펴보는 데 있다. 또한 실증분석 결과를 토대로 관광 젠트리피케이션 현상과 도시 이미지의 관계에 대한 기초이론과 실무적 시사점을 제공하고자 한다. 본 연구는 제주지역 거주민을 대상으로 설문지 법을 이용하였으며, 2018년 9월 1일부터 10월 3일까지 33일 동안 누에모리거리, 이충섭 거리, 구좌읍, 월정리 등에서 설문조사를 시행하였다. 그리하여 총 500부 중 479부의 표본을 확보하였으며 실증분석에 활용하였다. 연구 결과는 중요한 2가지 결과를 도출하였다. 첫째, 관광 젠트리피케이션의 물리적 요인, 경제적 요인, 문화적 요인들은 인지적 이미지와 정서적 이미지에 유의한 영향을 미쳤다. 둘째, 경제적 요인은 인지적 이미지와 정서적 이미지에 통계적인 의미가 발견되었다. 이러한 결과와 시사점은 관광 젠트리피케이션의 이론적 시사점과 지역특화 진흥정책에 실무적으로 유용하게 활용할 수 있을 것이다. 또한 경제적 관점에서 개발 중심 지역개발은 도시 이미지에 부정적인 영향을 미칠 수 있다는 것을 고려해야 할 것으로 사료된다. 이러한 연구결과에도 불구하고 횡단적 연구, 단기적 조사 등 연구의 한계점이 있어, 향후에는 장기적인 관점에서 종단적 연구가 되기를 고대한다.

Abstract The purpose of this study is to investigate the relationships between physical factors, economic factors, and cultural factors of tourism gentrification (TG) in urban areas. Based on the results of an empirical analysis, we provide the basic theory and practical implications of the relationship between tourism phenomena and city image. This study used a questionnaire for residents of the Jeju area. From September 1, 2018, to October 3, 2018, the survey was conducted in Nuemori Street, Yeongdong Street, Gucheong Eup, and Moon Town. Thus, we use 479 samples for analysis out of 500 samples obtained. This study produced two important results. First, the physical, economic, and cultural factors of tourism gentrification have significant effects on cognitive image and emotional image. Second, economic factors have statistical significance in cognitive image and emotional image. These results and implications can be useful for practical implications of the theoretical implications of tourism gentrification and regional specialization promotion policies. In addition, from the economic point of view, what should be considered is that development-centered area development can have a negative impact on urban image. Despite these research results, there are limitations in the research, such as cross-sectional studies and short-term studies, and we look forward to a longitudinal study in the future from a long-term perspective.

Keywords : Tourism Gentrification, Urban Image, Cognitive Image, Affective Image, Physical Factor, Economical Factor, Cultural Factor

*Corresponding Author : Bong-Doo Joa(Cheju Halla Univ.)

email: joabd@hanmail.net

Received June 13, 2019

Accepted October 4, 2019

Revised July 12, 2019

Published October 31, 2019

1. 서론

지역은 지역경제 활성화를 위한 수단으로 도시관광을 육성하면서 관광객 증가하는 긍정적 측면과 관광객의 과도한 유입으로 발생하는 부정적 측면이 대두되면서 관광 젠트리피케이션(TG: Tourism Gentrification)의 현상이 나타나고 있다[1, 2]. 이러한 현상은 지구(地區) 단위 규모로 시간적·공간적 범위가 확대되면서 관광과 관련해서는 지역 커뮤니티 전체에 대해 사회문화적 침해를 동반하고 있다고 볼 수 있다[3]. 하지만 관광산업은 고부가가치 산업으로 도시의 경제적 효과뿐만 아니라 물리적 환경에 연계되어 있다. 따라서 관광산업은 복합적인 목적으로 도시를 방문하게 되며, 그 도시의 경제적 활동에 기여할 뿐만 아니라 도시의 가치와 이미지에 대해 광범위한 분야에서 다양하게 제시되고 있다[4, 5].

관광도시들은 시민의식과 생활에 문화, 관광 자본이 투입되면서부터 물리적, 경제적, 문화적 변화의 현상 속에 토지 가격 상승을 가져왔고, 이로 물가 변동 발생을 가져왔다. 그리고 사회 물리적 환경에 침해되는 소음 쓰레기 과다 발생하며 교통 혼잡 등으로 인한 생활 불편을 유발하고 있다[6-8]. 예를 들면, '부산 감천문화마을', '전주 한옥마을', '서울 홍대' 등 소위 '뜨는 동네'로 알려진 곳들에서 젠트리피케이션 현상이 나타나고 있다[9]. 이러한 원인으로서는 투자자 유치의 명분으로, 투자자들의 단지별 관광산업의 양산되고 있는 여러 문제 중 하나로 여겨지고 있다[10-12]. 서울시의 경우 홍대 일대를 관광특구로 지정하고자 하였으나 예술인들과 기존 상인들이 관광특구 반대를 위한 온라인 반대 서명, 1인 릴레이 시위 등의 캠페인을 하여 마포구가 특구 지정 계획을 연기한 바 있다[12]. 최근 제주도는 '재활용품 배출제' 관련 기자회견에서 "관광객 등 외부요인에 의한 쓰레기 발생량이 20% 이상"이라며 "관광객도 제주환경 보전에 대한 책임 공유가 필요한 만큼 환경 부담금 도입을 추진하겠다."라고 밝힌 바 있다[13].

도시 관광에서 도시 이미지는 마케팅 측면에서 중요한 요소로서 간주하고 있다. 마케팅 측면에서 이미지는 대상에 대하여 사람들이 가지는 총체로서[29], 인지적, 정서적, 행위적인 이미지로서 심리적인 관점으로 해석할 수 있다[28]. 이는 도시 이미지가 도시라는 대상에 상품의 가치를 보는 관점에서 담은 것으로 이해할 수 있는 것이다. Fuller and Michel(2014)은 도시 이미지가 개선되고 지역이 활성화되면 자연스럽게 젠트리피케이션 현상이 발생할 것으로 간주하여 선순환 구조로 작용할 것

로 보았다[14]. 제주지역 H언론의 보도 자료에서 최근 급격히 관광객들이 증가하면서 수용 범위를 초과한 쓰레기, 생활폐수, 교통체증 등 지역사회의 문제가 도시 이미지에 타격을 주고 있다고 하였다[13]. 또한 J언론도 제주도에서 관광 젠트리피케이션 현상이 심각하게 나타나고 있다는 주장으로 "중국인 관광객 증가에 맞춰 신제주지역 바오젠(현재, 누에모루)거리가 조성된 지 불과 약 3년여 정도에 하늘 높은 줄 모르고 치솟는 임대료에 먼저 입주한 상인들이 하나둘 내몰렸다"라고 하였다[15].

젠트리피케이션과 관련한 선행연구들은 지리학, 지역개발, 경제학, 관광학, 도시공학 등의 영역에서 주로 이루어져 왔으나 최근 미디어와 사회적인 문제의 이슈화로 다양한 지역, 계층 갈등 등의 주제로 연구자들 관심 영역이 확대되면서 다양한 연구가 진행되고 있다[16, 17]. 또한 문화 예술가 전치(轉置), 지역 커뮤니티 변화와 활동, 공동체 갈등 등의 발생에 대해 연구자들은 커뮤니티 접근방법, 물리적 변화와 상업 공간, 저항운동, 문화적 해석 등에 대해 외국 사례연구 도입과 도시 재생과 활성화를 중점으로 연구하고 있다[18]. 관광은 경제적 활동에 기여할 뿐 아니라 다른 산업과 융·복합적으로 연계 육성할 수 있기 때문에[19], 관광 젠트리피케이션과 도시 이미지에 대한 연구가 필요한 실정이다. 한편, 도시 관광지역의 거주자의 불편 초래, 부동산 가격 상승, 거주자 및 소상공인이 이탈 등 젠트리피케이션 현상이 두드러지게 나타나면서 각종 사회적 문제를 양산하고 있다[7, 20]. 이러한 현상은 젠트리피케이션의 주요 원인이 관광임에도 불구하고, 관광적인 측면을 고려하지 못하여 관광젠트리피케이션 현상에 대한 관련된 연구는 매우 미흡한 실정이다[17].

따라서 본 연구에서는 관광 젠트리피케이션 현상이 나타나는 지역을 대상으로 설정하여, 관광 젠트리피케이션과 도시이미지의 관계를 살펴보고자 한다. 또한 지역 거주민들의 지각하는 물리적, 경제적, 문화적 등 관광 젠트리피케이션을 고찰하고 인지적 이미지와 정서적 이미지 등의 도시 이미지에 관계를 살펴보고자 한다. 이를 위해서 첫째, 관광 젠트리피케이션의 문헌고찰을 통해서 핵심 요인들을 살펴보고, 둘째, 관광 젠트리피케이션과 도시 이미지의 관계를 설정하여 분석하였다. 그리고 마지막으로 연구결과를 토대로 관광 젠트리피케이션 현상에 대한 기초이론과 실무적 시사점을 제공하고자 한다.

2. 이론적 고찰

2.1 관광 젠트리피케이션

젠트리피케이션 현상은 1차적으로 관광객의 모여지면서 상업적 가치를 만들기 위한 기회를 강조하여 무분별하게 개발을 장려하는 경향이 있다. 이로 인한 관광객의 지속적인 방문은 지금까지 접하지 못했던 관광객 즉, 외부인의 낮은 사회적 행태로 인해 원주민들에게 부정적인 영향을 미칠 수밖에 없으며, 유명세를 치른 지역에 대한 관광객이 급증으로 주거환경이 위협받게 되면서 지역주민들이 많은 소외감으로 피해를 입고 있다[21].

젠트리피케이션이라는 용어는 'Touristify(관광지화되다)'와 'Gentrification(젠트리피케이션)'의 합성어로, 1888년 '영국 맨체스터 인문학 및 철학 협회 백서'에서 'Memories and Proceedings of the Manchester Literary and Philosophical Society'이라는 문헌에서 처음 언급되었다. 국내에서의 젠트리피케이션 용어가 처음 등장한 것은 1980년대 말에 들어서야 나타나기 시작하였다. 젠트리피케이션의 현상에 대해 종합적 정의로서 접근하고 있다[22, 23].

젠트리피케이션의 주요 원인이 관광임에도 불구하고, 이러한 연구들은 관광 측면을 고려하지 않은 채 이루어졌다는 아쉬움이 있다. 관광 젠트리피케이션은 2000년대 이후에 들어서면서 비교적 새로운 개념으로 관광도시 지역에 현상이 시작되었으나, 관광 젠트리피케이션 대한 개념이 명확한 선행 연구 자료가 나타나지 않아, 특별하게 정의되지 않은 채 도심 관광지에 일반 젠트리피케이션의 개념이 사용되어 왔다. 이에 Gotham(2005)는 미국 뉴올리언스의 뷰 카레(Vieux Carre) 지역을 대상으로 한 연구에서 관광 젠트리피케이션을 기존의 중산층 지역이 상대적으로 부유하고 엔터테인먼트 및 관광 목적지의 성격을 갖는 독립적인 공간으로 변화되는 현상이라고 정의하였다[2]. 2015년 이후에는 지방정부와 미디어 등에서 사회적 문제와 이슈화로 다양한 지역, 계층 갈등 등의 주제로 포럼 등을 개최하는 등 연구자들의 관심 영역이 확대되기 시작되면서, Gant(2015)는 관광 젠트리피케이션이란 특정 지역이 "사회 공간화(social spaceization) 되는 과정으로, 그 과정에서 사회 공간을 이용하는 부유한 소비자, 거주자, 방문자 등의 필요 및 요구에 따라 기존의 이웃, 즉 원주민들이 변화된다고 보았다[8]. London and Palen(1984)과 Bahn(2018)은 젠트리피케이션의 확산에 관해서는 그 원인과 이유에 대해 첫째, 인구통계 및 생태학적, 둘째, 사회문화적, 셋째, 정치·경제적, 넷째, 공동체 네트워크, 다섯째, 사회활동 등 5가지로 분류하여 설명하였다[24, 45]. Liang and

Bao(2015)는 관광 젠트리피케이션은 젠트리피케이션의 일반화와 세계 관광산업의 급속한 성장의 결과로서, 중국과 같은 신흥 경제 국가들에서는 하층 계급이 상류층 계급으로 바뀌는 사회 공간적 변화의 일종이라고 보았다. 특히 이러한 과정 속에서 '관광'이 경제적, 사회적, 문화적, 라이프스타일 변화의 가장 중요한 원동력이 되고 있다고 언급하였다[25]. Kesar, et al(2015)은 크로아티아 자그로브시 지역을 대상으로 한 연구에서 'Tourism Gentrification'과 'Tounst Gentrification'을 같은 의미로 사용하였다. 이를 현지 주민들이 떠나고 그들의 거주지가 관광객들을 위한 숙박시설로 변하는 등 도시 내부에서 피할 수 없는 변화를 불러일으키는 과정으로 보았다[1].

이러한 기존의 연구들을 종합하여 볼 때 관광 젠트리피케이션은 '도시지역에 대규모 관광 자본투자가 되면서 발생한다고 볼 수 있다. 이는 관광지와 거주지가 분리되어야 하지만, 구분되지 않으면서 나타나는 현상이다. 이러한 현상으로 그 지역은 부동산 가격 상승, 소음쓰레기 발생, 무분별한 개발로 환경훼손, 이주민과 원주민 간의 이질적인 생활문화로 형성되고, 서로 간의 불편을 촉발하여 거주민들의 이탈하는 경우가 발생하기도 한다. 따라서 관광 젠트리피케이션은 관광객들의 증가로 환경변화가 발생하면서 도시 내부의 거주민들이 축출과정이라고 정의할 수 있다.

국내 관광 젠트리피케이션 현상은 대표적으로 '부산 감천문화마을', '전주 한옥마을', '서울 홍대' 등 소위 '뜨는 동네'로 알려진 곳들에서 젠트리피케이션 현상이 나타나고 있다[9]. 또한 서울시 마포구 역시 홍대 일대를 서울 대표 관광 명소로 성장시키기 위하여 관광특구 지정을 추진하고자 하였으나 홍대 일대에서 예술인들과 기존 상인들이 관광특구 반대를 위한 온라인 반대 서명, 1인 릴레이 시위 등의 캠페인을 실시하여 마포구가 특구 지정 계획을 연기한 바 있다[12].

관광 젠트리피케이션 문제가 발생하자 각 지자체들은 먼저 이를 해결하기 위해 노력하고 있다. 서울시는 대학교 주변, 인사동, 신촌홍대합정연남동, 성미산 마을공동체, 해방촌성수동, 북촌서촌 등 여러 개 지역을 젠트리피케이션 지역으로 선정하고 법률적 지원과 지역상생발전 조례 제정 등의 대책을 세웠다[13]. 서울시를 비롯한 경기도, 부산, 대구, 인천, 광주, 제주특별자치도 및 대도시를 중심으로 젠트리피케이션 방지와 지속 가능한 도시 재생을 위한 자구책을 마련하는 중이라 하였고, 최근 제주도는 도청에서 가진 '재활용품 배출제' 관련 기자회견에서 "관광객 등 외부요인에 의한 쓰레기 발생량이 20%

이상"이라며 "관광객도 제주환경 보전에 대한 책임 공유가 필요한 만큼 환경부담금 도입 추진방안을" 밝힌 바 있다[13].

2.1.1 관광 젠트리피케이션의 영향요인

사회적·공간적 변화는 관광 젠트리피케이션의 소비적 측면과 결부[26]되면서, 물리적 환경의 정비는 사업적 재 활성화, 역사 보존, 지역 고유성 보호 관광 및 문화시설 건설, 삶의 환경개선, 도로 및 광장 주제화 등 건축물 보호에 있으며, 도시의 재구성은 쇼핑센터, 호텔, 테마파크, 레스토랑, 카페 등의 소비 공간을 증가시키고 있다[10]. 이러한 소비 공간의 증가는 방문객과 상위계층의 이주민의 욕구를 충족시킬 수 있다. Liang and Bao(2015)는 그들의 연구에서 관광 젠트리피케이션은 관광 개발 및 투자, 인구 통계적 변화, 물리적 인프라·경관·시설 정비, 문화 및 생활양식의 변화 등 4가지 측면에서 변화를 거치며 진행된다고 하였다[27]. 특히 물리적 환경의 정비와 문화·생활양식의 변화 또한 관광개발에 의해 촉진되어 왔다. 또한 관광 젠트리피케이션은 대규모 투자와 연계된 의도적 관광개발 등의 정부 주도형 관광 젠트리피케이션의 모습을 보여준다. 신 도시 관광 환경에서는 젠트리피케이션의 원인이 대규모 단위의 전략적 관광 개발 및 투자가 아니며, 상대적으로 작은 규모의 현상이 증가 되어 도시 구조를 변화시킨다고 하였다[27]. 예컨대, Park(2015)은 문화 주도적 젠트리피케이션 지역의 도시 관광활성화 전략도시 관광요소의 중요하다고 하였고[44], Eom(2016)은 관광 젠트리피케이션에 대한 지각된 가치 차원에서의 기능적, 인식적, 상황적 등으로 평가할 수 있다고 하였다[38].

이상의 연구에서 사회적, 정치·경제적 요인들에 대한 연구가 있으나, 이는 정부 주도형의 젠트리피케이션의 모습에 대한 접근성 및 관광 젠트리피케이션 현상에 대해 광범위한 연구가 진행되어 있다. 본 연구가 갖는 의미가 상쇄될 우려가 있다고 판단하여, 국가적 차원이 아닌 지역적 차원인 물리적, 문화·예술적, 환경적 차원에서의 연구를 하고자 한다. 따라서 본 연구에서는 관광 젠트리피케이션 현상의 지각된 정도가 지역 상생방안과 도시 이미지에 미치는 영향 관계 및 주요 요인에 대한 탐색적 연구이기 때문에, 앞서 살펴본 선행연구 및 사례를 바탕으로 관광 젠트리피케이션의 현상에 따른 주요 요인을 들 중 물리적, 문화·예술적, 환경적 요인 등을 본 연구의 관광 젠트리피케이션의 지각 정도의 요인들로 구성하였다.

2.2 도시이미지

Scott(1966)는 이미지를 인지적, 정서적, 행위적의 세 가지를 심리적인 관점에서 구분하고 있다[28]. 대상에 대한 정보가 인지되면서 이미지가 형성되는 것이 인지적 차원, 개인이 가지는 가치관 형성이 정서적 차원, 두 가지 차원에 의해 형성된 이미지를 통해 개인이 어떻게 반응하는가가 행위적 차원의 이미지를 말한다. 도시 이미지는 단순히 이미지라는 관점에만 초점을 맞추는 것이 아니라 도시라는 대상에 상품의 가치를 높이는 수단이라고 한다. 타 도시와 차별하고자 하는 경쟁적인 의미를 내포하고 있다고 하였고, 이에 Kotler(1986)는 마케팅적 측면에서 이미지를 정의하였는데, 대상에 대하여 사람들이 가지는 신념으로 한 개인이 특정 대상에 대하여 보고, 느끼는 인상의 총체라고 하였다[29]. Fuller and Michel(2014)은 지역의 개발에 따라 도시 이미지가 개선되고 지역이 활성화되면 자연스럽게 젠트리피케이션 현상이 발생할 것으로 간주한다. 이러한 젠트리피케이션 현상을 지역을 더욱 활성화시키는 선순환 구조로 작용할 것으로 보았다[14]. 도심 쇠퇴 현상에 대처하기 위한 도시 재활성화 및 도시 환경 개선 수단으로써의 관광산업의 역할에 대해 대도시들의 관심이 모여지면서 각 도시 정부, 관광 개발자, 관광 연구자들은 도시 관광에 대해 큰 관심을 보이고 있다[30, 31]. 한편 우리나라는 1970~80년대부터 경제 성장을 가져오면서 도시의 발전 모형이 도시정책에 앞서 무분별한 개발로 급격히 발전해 왔다. 따라서 우리나라 도시들은 투자자의 방향으로 발전하게 되었고, 지역적 특색이 상실한 채 천편일률적인 모습을 띄고 있다. 이러한 문제를 제기되면서 자연환경과 지역주민의 생활패턴을 중요시한 한 도시만의 정체성을 확보하는 도시 이미지 속에 지각된 가치와 미래 행동 의도의 포함되어야 하는 필요성을 여러 연구자들이 주장하고 있다[32, 33].

2.3 관광 젠트리피케이션과 도시이미지

1990년대 이후 현재까지 이어지고 있는 흐름으로서, 대자본의 공격적인 투입을 통한 젠트리피케이션의 규모 및 범위의 확장을 특징으로 한다. 관광 젠트리피케이션은 도시에서의 관광산업의 중요성 증대와 관광 젠트리피케이션의 일반화에서 기인한 것으로 보고 있다[25]. 전통적 의미에서 물리적 환경개선을 통한 주거 계급의 상향으로서의 관광 젠트리피케이션 현상 등으로 보는 것이 더 적합하다고 하였다[34]. Janoschka et al.(2014)은 관광 젠트리피케이션을 메가 프로젝트, 공공 전시 등 정부의

관광 정책이 도심의 주거지를 관광지화의 변화로 원주민들이 퇴출되는 현상으로 설명하였다[35]. 이러한 현상은 사회 양극화의 원인이 될 수도 있다. 제주도에서 관광 젠트리피케이션 현상이 심각하게 나타나고 있다는 주장도 있다. “중국인 관광객 증가에 맞춰 신제주지역 바오젠(현재, 누에모루) 거리가 조성된 지 불과 약 3년여 정도에 하늘 높은 줄 모르고 치솟는 임대료에 먼저 입주한 상인들이 하나둘 내몰렸다. ‘원도심 재생’사업은 계획 얘기가 오가는 과정에 먼저 흥정부터 시작됐다는 말까지 나올 정도다”[15]라고 했다.

Koh(2005) 도시 이미지에 관련된 연구는 관광, 마케팅, 도시정책, 조경, 디자인 등의 영역에서 광범위하게 시도되고 있음을 확인할 수 있다고 하였다[36]. Bae(2013)은 지역주민과 관광객 등 외부 인들이 도시 전체에 대한 주관적 이미지와 감정까지 포함되는 도시 이미지를 제시하였다[37]. 따라서 관광 젠트리피케이션의 현상이 도시 이미지에 영향을 줄 수 있다고 유출할 수 있다.

3. 연구방법

3.1 연구방법 및 가설설정

본 연구에서는 관광 젠트리피케이션 현상이 나타나는 지역을 대상으로 관광 젠트리피케이션과 도시 이미지와의 관계를 살펴보는 데 있으며, 문헌고찰을 통해서 아래의 Fig. 1과 같이 연구 모형을 설정하였다.

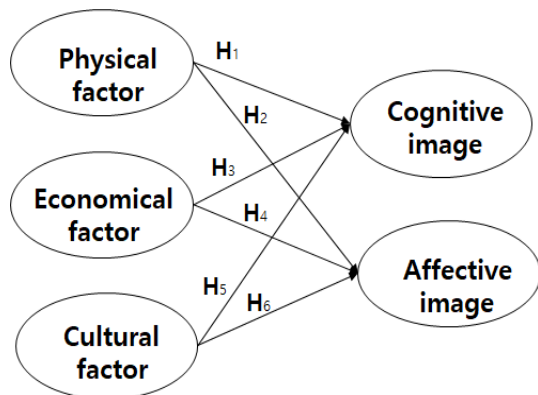


Fig. 1. Research Model for Tourism Gentrification

연구모형에서 보듯이 관광 젠트리피케이션은 물리적 요인(PF: Physical Factor), 경제적 요인(EF: Economical Factor), 문화적 요인(CF: Cultural Factor) 등 3개의

핵심 요인을 제시하였다. 물리적 요인은 Kesar et al.(2015), Gant(2015) 등 참고하여, 소음, 쓰레기, 무분별한 개발, 환경파괴, 거주지와 관광지 혼재 등 물리적 현상으로 나타나는 것으로 설정하였다[1,8]. 사회적 문제로서 경제적 요인은 Herrera et al.(2007), Liang & Bao(2015) 등을 참고하여, 부동산 가격 상승과 무분별한 관광정책제도가 나타나면서 높은 임대료가 야기되는 현상으로 정의하였다[11, 25]. 마지막으로 문화적 요인은 Park(2016), Eom(2016)가 제시했던 문화역사 정체성 변질이나 왜곡으로서 특화상가로 변화는 모습과 저렴한 예술 활동으로 정의하였다[39].

도시 이미지 Kotler(1986), Go(2005), Bae(2013) 등을 참고하여 정서적 이미지(CI: Cognitive Image)와 인지적 이미지(AI: Affective Image)를 도출하였다[29,36-37]. 전자는 국제적이면서 아름답고 매력적인 이미지로서 안전과 친절함, 그리고 현대적 의미가 내포하였으며, 후자는 자유로움, 쾌적함, 깨끗하고 독특함, 고급스러운 등 정서적인 내용들로 정의하였다.

이와 같이 관광 젠트리피케이션과 도시 이미지 관련 선행연구를 통해서 인관관계를 유추할 수 있다. 관광산업은 주로 도시에서 시작으로 비중이 커지면서 경제적 관점에서 과도한 유입, 상업 자본에 의한 잠식 등 도시 관광에 대한 각기 다른 관념과 현실적 갈등은 매우 중요한 관심사가 되고 있다[2]. 관광 젠트리피케이션 현상은 물리적 분야나, 문화적, 환경적 분야 등 여러 분야에서 발생한다. 이러한 관광 젠트리피케이션의 분야별 현상에 대해 지역의 주민들이 체감하고 있는 지각된 가치는 특정 현상에 대한 중요한 사회적, 환경적 가치이므로 도시 이미지 평가에도 영향을 있다고 제시하고 있다[23]. 따라서 본 연구에서는 6개의 가설을 설정하였다. 첫째, ‘물리적 요인은 인지적 이미지에 영향(H1)과 정서적 이미지에 영향(H2)’을 미칠 것이다’는 가설을 설정하였다. 둘째, ‘경제적 요인은 인지적 이미지에 영향(H3)과 정서적 이미지에 영향(H4)을 미칠 것이다’라는 가설을 설정하였다. 그리고 셋째, ‘문화적 요인은 인지적 이미지에 영향(H5)’과 ‘정서적 이미지에 영향(H6)’을 미칠 것이다’라는 가설을 설정하였다.

3.2 자료 수집과 분석방법

본 연구의 설문 구성은 선행연구 고찰로 물리적 요인 5개, 경제적 요인 3개, 문화적 요인 4개 등 총 12개 변수로 구성하였으며, 인지적 이미지 9개, 정서적 이미지 6개 등 15개 변수로서 도시 이미지를 나타내도록 구성하였

다. 이들은 리커트 5점 척도(Likert-type) 사용하였다. 인구 통계적 특성 성별, 연령, 학력, 지역, 평균 소득, 거주지 등 6개 항목과 '관광 젠트리피케이션에 대한 이해 여부' 등 1개 항목까지 총 34개 항목으로 구성하였다.

자료 수집은 제주지역 관광 젠트리피케이션 현상이 나타나고 있는 제주시 구도심 지역, 노형 이마트 주변 상가 지역, 누에모루 거리, 그리고 서귀포시 이중섭 거리 등에 거주자 및 영업을 하고 있는 제주 지역민들을 대상으로 편의적 표본추출 방법으로 표본을 추출하였다. 조사기간은 2019년 9월 1일부터 10월 3일까지 자기 기입식 설문 조사 방법으로 설문을 실시하였다. 설문지는 총 500부를 배포해서 481부(96.2%)를 회수했으며, 그중 응답이 불성실하고, 연구목적에 적합하지 않다고 판단되는 설문지 19부를 제거 후 최종 유효표본 479부를 실증분석에 사용되었다. 수집된 자료는 SPSS 20.0과 AMOS 20.0을 활용하여 인구통계적 특성은 빈도 분석을 하였으며, 구성 개념 간의 관계를 살펴보기 위해 확인요인분석, 경로 분석 등 구조방정식 분석을 하였다.

4. 실증분석 결과

4.1 표본의 특성

최종분석에 사용된 응답 479부의 표본의 특성은 Table 1과 같다.

Table 1. Demographics of Survey Respondents

Spec.		Respondents	Percentage
Gender	Male	204	42.6
	Female	275	57.4
Generation	20-25	74	15.4
	25-30	83	17.3
	30-35	64	13.4
	35-40	94	19.6
	40-50	112	23.4
	50<	52	10.9
Income	<200	65	13.6
	200-300	83	17.3
	300-400	103	21.5
	500-600	125	26.1
	600<	103	21.5
All		479	100

4.2 내적일관성 결과

본 연구에서는 측정변수의 내적일관성을 확인하기 위해서 신뢰도 계수인 Cronbach's α 값은 0.6 이상으로 설정하였다. 그 결과 측정항목에 대한 분석을 실행한 결과는 Table 2과 같이 나타났다.

Table 2. Internal Consistency Analysis

Observed variables		Cron' s α^a
PF	Noise	0.901
	Garbage	
	Undefined development	
	Environmental Destruction.	
	Tourist Residential Environment Mixed.	
EF	Rent Increase	0.816
	Property Price	
	Undefined Tourism Policy.	
CF	Low-cost rental art activities.	0.840
	Cultural History Identity.	
	Cultural History Specialty Shopping Mall.	
	Destruction of tradition and culture	
CI	International.	0.926
	Beautiful.	
	Attractive	
	Safe.	
	Kind.	
	Environmentally Friendly.	
	Traditional.	
	Excited	
	Modern.	
AI	Free.	0.919
	Pleasant.	
	Clean.	
	Special.	
	luxurious.	
	Futuristic.	

^a Cron's α = Cronbach's Alpha > 0.7

4.3 확인요인분석(CFA) 결과

구성 개념들의 단일 차원성 검정을 실시하였고, 모형 적합도를 측정하기 위하여 RMR, GFI, AGFI, NFI, CFI, RMSEA의 값을 사용하였다. 또한 내적 일관성을 측정을 위하여 구성 개념별 개념 신뢰도(CR)와 집중 타당성을 측정한 결과 분산 추출 지수(AVE) Table 2와 같이 나타났다.

각 구성 개념들의 개념신뢰도(CR: Construct reliability)와 평균분산추출지수(AVE: Average variance extracted)는 Fornell & Larcker(1981)이 제시한 적합도 기준 0.7, 0.5 이상이기 때문에 본 연구의 구성 개념 신뢰도는 전반

적으로 수용할만한 수준으로 나타났다. 또한, 각 요인 표준적 재치가 0.5 이상이며[39], CR(Critical Ratio)값이 1.96을 넘어 유의 수준 0.05 이내에서 모두 통계적으로 유의하므로, 본 척도들의 수렴 타당도를 지지한다[40].

Table 3. Confirmatory Factor Analysis(CFA)

Metrics	SRW ^a	CR ^b	AVE ^c	CR ^e	
PF	Noise	0.822	26.253	0.689	0.916
	Garbage	0.849	25.919		
	Undefine development	0.865	26.929		
	Environmental Destruction.	0.893	- ^c		
	Tourist Residential Environment Mixed.	0.606	14.987		
EF	Rent Increase	0.705	16.303	0.639	0.841
	Property Price	0.786	18.702		
	Undefined Tourism Policy.	0.814	- ^b		
CF	Low-cost rental art activities.	0.528	11.866	0.575	0.840
	Cultural History Identity.	0.862	- ^b		
	Cultural History Specialty Shopping Mall.	0.776	19.534		
	Destruction of tradition and culture	0.815	20.931		
CI	International.	0.752	19.170	0.599	0.931
	Beautiful.	0.702	17.425		
	Attractive	0.724	18.151		
	Safe.	0.712	17.745		
	Kind.	0.817	21.678		
	Environmentally Friendly.	0.831	- ^b		
	Traditional.	0.767	19.714		
	Excited.	0.824	21.987		
AI	Modern.	0.741	18.752	0.641	0.914
	Free.	0.800	19.198		
	Pleasant.	0.858	21.022		
	Clean.	0.850	20.799		
	Special.	0.751	17.757		
	luxurious.	0.835	20.301		
	Futuristic.	0.780	- ^b		

Model fit: $\chi^2=2007.462(314, 0.00)$, $Q=6.39$ $GFI=0.749$, $AGFI=0.698$, $RMSEA=0.06$ $CFI=0.840$

a Standardized Regression Weights > 0.5

b CR=Critical Ratio. > 1.96

c The parameter estimate of the measurement variable is fixed at 1

d AVE=Average variance extracted= $\sum \lambda_i^2 / [\sum \lambda_i^2 + \sum Var(\delta_i)]$.

λ_i :Standardized Regression Weights >0.5

e CR= Composit reliability= $(\sum \lambda_i)^2 / [(\sum \lambda_i)^2 + \sum Var(\delta_i)]$.

λ_i :Standardized Regression Weights >0.7

4.4 구성개념 간 상관관계 및 판별타당성

가설 검증을 위한 선행단계로 각 요인들 간 상관관계

를 분석하였다. 물리적 요인, 경제적 요인, 문화적 요인, 인지적 이미지, 정서적 이미지 등 5개 요인들 간 상관관계는 유의한 정(+)의 상관관계를 Table 4과 같이 보이고 있다.

판별타당도(discriminant validity)는 구성 개념 간 상관관계를 이용하여 측정하였다. 즉, 5개로 구성된 구성 개념들 사이의 상관계수는 0.17에서 0.86 사이로 측정되어 권장 수준인 0.85 이내[40-41], 모든 상계 계수들이 유의한 수($p<0.05$)에서 1보다 작은 것으로 계산되어 판별타당성은 확보되었다고 볼 수 있다[42, 43].

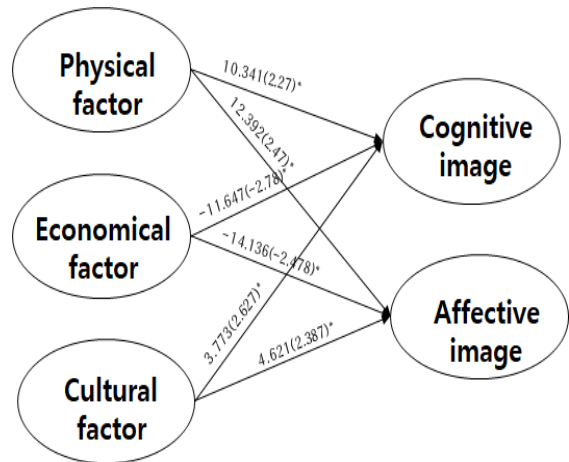
Table 4. Correlation and Discrimination Validity

Factor	PF	EF	CF	CI	AI	AVE
PF	1					0.689
EF	.574** (0.329)	1				0.639
CF	.544** (0.295)	.525** (0.275)	1			0.575
CI	.212** (0.044)	.146** (0.021)	.184** (0.033)	1		0.599
AI	.201** (0.040)	.129** (0.016)	.194** (0.037)	.723** (0.522)	1	0.641

주1 : ** p <0.001

4.5 가설검증 결과

연구모형의 가설검증 결과는 Fig. 2에서 보듯이 모든 가설은 채택되었다.



* Acceptance(>1.96) →

Model Fit $\chi^2=2047.824(315, 0.00)$, $Q=6.50$ $GFI=0.745$, $AGFI=0.694$, $RMSEA=0.07$ $CFI=0.836$

Fig. 2. Verification result Structure model diagram

구체적으로 살펴보면 첫째, 가설1의 물리적 요인→인지적 이미지의 관계는 경로계수가 10.341이고, C.R 값이 2.779(>1.96)로 나타나 물리적 요인은 인지적 이미지에 유의한 영향을 미치는 것으로 채택되었다. 둘째, 가설 2의 물리적 요인→정서적 이미지의 관계는 경로계수가 12.392이고, C.R 값이 2.470(>1.96)로 나타나 물리적 요인은 정서적 이미지에 유의한 영향을 미치는 것으로 채택되었다. 이러한 결과는 지역주민들이 지각하는 물리적 현상이 인지적 이미지와 정서적 이미지에 관계가 있음을 의미한다. 따라서 물리적 현상에 대한 이해와 더불어 도시 이미지 관리가 필요하다고 볼 수 있다. 한편 물리적 현상은 Kesar et al(2015)가 제시한 것처럼 관광 젠트리피케이션의 핵심 요인으로 볼 수 있다.

셋째, 가설 3의 경제적 요인→인지적 이미지의 관계는 경로계수가 -11.647이고, C.R 값이 -2.780(>1.96)로 나타나 경제적 요인은 인지적 이미지에 유의한 영향을 미치는 것으로 채택되었다. 넷째, 가설 4의 경제적 요인→정서적 이미지의 관계는 경로계수가 -14.136이고, C.R 값이 -2.478(>1.96)로 나타나 경제적 요인은 정서적 이미지에 유의한 영향을 미치는 것으로 채택되었다. 이러한 결과는 지역주민들이 지각하는 경제적 현상이 인지적 이미지와 정서적 이미지에 관계가 있음을 의미한다. 다시 말해서 높은 임대료가 발생하거나 부동산 가격상승으로 도시이미지가 낮아지는 부정적 측면으로 나타난 것이다. 특히 부동산과 관련된 현상들은 Herrera et al.(2007), Liang & Bao(2015)가 제시한 것처럼 중요한 요인으로서 살펴보았다.

다섯째, 가설 5의 문화적 요인→인지적 이미지의 관계는 경로계수가 3.773이고, C.R 값이 2.627(>1.96)로 나타나 문화적 요인은 인지적 이미지에 유의한 영향을 미치는 것으로 확인되어 채택되었다. 마지막으로 여섯째, 가설 6의 문화적 요인→정서적 이미지의 관계는 경로계수가 4.621이고, C.R 값이 2.387(>1.96)로 나타나 문화적 요인은 정서적 이미지에 유의한 영향을 미치는 것으로 채택되었다. 이러한 결과는 지역주민들이 지각하는 문화적 현상이 인지적 이미지와 정서적 이미지에 관계가 있음을 의미한다. 이에 관광 젠트리피케이션의 현상의 연구결과가 지역의 문화적 주제를 활용한 기초자료로 활용될 수 있다. 또한 도시재생정책의 일환으로 문화역사 중심 사업들에 참고될 수 있다.

이와 같이 본 연구결과는 Table 5처럼 가설 6개가 모두 채택되었다.

Table 5. Hypothesis Verification

theory	Route	Estimate	C.R.	p-value
1	Physical→Cognitive	10.341	2.779	0.005*
2	Physical→Affective	12.392	2.470	0.014*
3	Economical→Cognitive	-11.647	-2.780	0.005*
4	Economical→Affective	-14.136	-2.478	0.013*
5	Cultural→Cognitive	3.773	2.627	0.009*
6	Cultural→Affective	4.621	2.387	0.017*

* p < 0.05

Model Fit $\chi^2=2047.824(315, 0.00)$, Q=6.50 GFI=0.745, AGFI=0.694, RMSEA=0.07 CFI=0.836

5. 결과 및 시사점

본 연구는 관광 젠트리피케이션에 의해 발생하는 물리적, 경제적, 문화적 분야의 지각된 정도가 도시 이미지에 미치는 영향 관계를 살펴보는 데 있다. 이를 위해서 문헌 고찰을 통해 관광 젠트리피케이션 연구모형을 제시하였으며, 제주지역 대상 지역 거주민들이 지각하는 정도를 설문조사를 하였다. 그 실증분석 결과는 다음과 같다.

첫째, 물리적 요인은 인지적 이미지($\beta=10.341$)와 정서적 이미지($\beta=12.392$)에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 관광 젠트리피케이션으로 나타나는 ‘소음’, ‘쓰레기’, ‘무분별 개발’, ‘환경파괴’, ‘관광 주거환경 혼재’ 등이 도시 이미지에 부정적인 영향을 미치는 것을 의미한다. 또한 물리적 현상은 Kesar et al(2015)가 제시한 것처럼 관광 젠트리피케이션의 핵심 요인이라 볼 수 있다. 따라서 물리적 요인으로 나타나는 현상에 대한 제주만의 차별적이고 독특한 문화와 역사를 보존하고 이를 널리 알리는 다양한 노력이 필요함을 시사하고 있다. 이를 통해 제주문화에 대한 자부심과 관광도시에 맞는 긍정적인 이미지 창출과 최소화의 제도적 방안이 마련되어야 한다고 사료된다.

둘째, 경제적 요인은 인지적 이미지($\beta=-11.647$)와 정서적 이미지($\beta=-14.136$)에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 관광 젠트리피케이션으로 나타나는 ‘부동산 가격 상승’, ‘높은 임대료 발생’, ‘무분별한 관광정책’ 등이 도시 이미지에 부정적인 영향을 미치는 것을 의미한다. 이는 부동산 가격상승과 무분별한 관광정책제도가 나타나면서 높은 임대료가 야기되는 현상이라고 주장했던 Herrera et al.(2007), Liang & Bao(2015)의 주장과 유사한 결과이다[11, 25]. 따라서 경제적 요인으로 나타나는 현상은 주목할 필요가 있으며,

특히 관광 젠트리피케이션에 의한 부동산 관련 및 다양
한 정책에 있어 안정화 및 규제 장치가 필요할 것으로 사
료된다.

셋째, 문화적 요인은 인지적 이미지($\beta=3.773$)와 정서
적 이미지($\beta=4.621$)에 유의한 영향을 미치는 것으로 나
타났다. 이러한 결과는 관광 젠트리피케이션으로 나타나
는 ‘저 임대 예술 활동’, ‘문화역사 정체성’, ‘문화역사 특
화 상가’, ‘전통문화 파괴’ 등이 도시 이미지에 영향을 미
치는 것을 의미한다. Eom(2016)가 제시했던 문화역사
정체성 변질이나 왜곡으로서 특화상가로 변화는 모습과
저렴한 예술 활동이라는 의미와 유사하다[38]. 따라서 문
화적 요소가 담은 도시재생사업들에 대한 새로운 인식의
전환점을 위한 개성 있는 문화거리 조성, 정기적인 이벤
트와 다양한 축제, 지역투어 관광 상품 개발 등 지속적으
로 이루어져야 한다고 사료된다.

이러한 연구결과는 이론적 시점과 실무적 시사점으로
다음과 같이 제시하고자 한다. 이론적 시사점으로는 문헌
연구와 실증연구를 통해 관광 젠트리피케이션의 물리적
요인, 경제적 요인, 문화적 요인 등이 도시 이미지로서 인
지적 이미지와 정서적 이미지의 관계를 통합적인 관점에서
접근했다는 점이다. 향후 연구에서는 이러한 이론적
연구 모형을 토대로 모집단, 태도 변인 등 다양한 측면으
로 확대하여 연구할 수 있을 것이라고 기대해 본다. 실무
적 시사점으로는 지역주민을 위한 제주지역의 도시계획
혹은 도시재생사업은 관광 융복합 차원에서 통합적으로
접근해야 한다는 것이다. 유동인구의 증가로 발생하는 현
상, 거주환경과 관광지 동선 등 다각적인 관점에서 접근
해야 한다는 것이다. 또한 경제적 관점에서 개발 중심 지
역개발은 도시 이미지에 부정적인 영향을 미칠 수 있다
는 것을 고려해야 할 것으로 사료된다.

이러한 연구결과에를 통하여 특정지역과 기간에 한정
하여 조사를 하였다는 한계가 있어, 향후에는 장기적인
관점에서 중단적이고 타 지역의 관광 젠트리피케이션 현
상이 나타나고 있는 지역과 비교연구 대안을 도출해 볼
필요가 있다고 사료된다.

References

[1] O. Kesar, R. Dezeljin, M. Bienenfeld, "Tourism Gentrification in the City of Zagreb: Time for a Debate?", *Interdisciplinary Management Research*, Vol.11, pp.657-668, 2015.
DOI: <http://www.efos.hr/repec/osi/journal/PDF/Interdiscipli>

<naryManagementResearchXI/IMR11a48>

[2] K. F. Gotham, "Tourism Gentrification : The Case of New Orleans' Vieux Carre(French Quarter)", *Urban Studies*, Vol.42, No.7, pp.1099-1121, 2005. DOI: <http://www.riss.kr.lib.jeju.ac.kr:8080/link?id=O42849711>

[3] R. Cleverdon, A. Kalisch, "Fair Trade in Tourism", *International Journal of Tourism Research*, Vol.2, No.3, pp.171-187, 2000.
DOI: https://download.clib.psu.ac.th/datawebclib/e.../JTR_5.pdf

[4] J. J. Cronin, S. A. Taylor, "Measuring Service Quality: A Re-examination and Extension", *Journal of Marketing*, Vol.56, pp.55-68, July. 1992.

[5] V. A. Zeithaml, "Consumer Perceptions of Price, Quality, and Value: A mean-End Model and Synthesis Evidence", *Journal of Marketing*, Vol.52, No.3, pp.2-22, 1988.
DOI: <https://www.jstor.org/stable/i253406>

[6] L. Mendes, "Tourism Gentrification: Touristification as Lisbon's New Urban Frontier of Gentrification", *Tourism Gentrification and City Making' Conference*, Lisboa, April. 2016. DOI:

[7] Jejusori, For Whom is Tourism? Jeju sightseeing without Basic Philosophy, 2017.
DOI: <http://www.jejusori.net>

[8] A. C. Gant, Tourism and Commercial Gentrification, *RC21 International Sociological Association*, Urbino August, 2015.
DOI: <http://www.rc21.org/en/conferences/urbino2015/>

[9] Gyeong-Gi Research Institute, Gentrification Alternative Report, 2019.
DOI: <http://www.dmilbo.com/news/articleView.html?idxno=268464>

[10] S. Zukin, "Gentrification as Market and Place", In J. Brown-Saracino(Eds), *The Gentrification Debates: A Reader* pp.37-44, New York: Routledge, 2010.

[11] G. Herrera, N. Smith, M. Vera, "Gentrification, Displacement, and Tourism in SantaCruz De Tenerife", *Urban Geography*, Vol.28, NO.3, pp.276-298, 2007.
DOI: <https://doi.org/10.2747/0272-3638.28.3.276>

[12] Seoul-City, Seoul City Gentrification Comprehensive Measures, Dec. 2015.
DOI: <https://www.cafe.daum.net/mamsangmo/UWQC/98>

[13] Halla-Ilbo, Treasure Island Jeju, urgent introduction of environmental contribution, 2018.
DOI: <http://www.ihalla.com>

[14] H. Fuller, B. Michel, "Stop Being a Tourist!" New Dynamics of Urban Tourism in Berlin Kreuzberg", *International Journal of Urban and Regional Research*, Vol.38, No.4, pp.1304-1318, 2014.
DOI: <https://doi.org/10.1111/1468-2427.12124>

[15] Jemin-ilbo, Gentrification, 2014. 12. 02
DOI: <http://www.jemin.com>

- [16] B. S. Noel, "Imaged or Imagined? Cultural Representations and the "Tourismification" of Peoples and Places", *Cahiers D'tudes Atricaines*, Vol.49, pp.49-71, 2009.
DOI: <https://www.jstor.org/stable/40379987>
- [17] E. J. Woo, Y. G. Kim, J. H. Nam, "Impacts of Touristification on Residents' Life from a Qualitative Approach: Focusing on Bukchon Hanok Village & Ihwa Mural Village", *KASTLE*, Vol.29, No.11, 2017. DOI: <http://www.riss.kr.lib.jejunu.ac.kr:8080/link?id=A104313934>
- [18] M. Davidson, "Gentrification as Global Habitat: A Process of Class Formation or Corporate Creation? ", *Transactions of the Institute of British Africa Geographers*, Vol.32, No.4, 490-506, 2007.
DOI: <https://www.jstor.org/stable/4626267>
- [19] H. W. Mun, *Criteria and Priorities of Urban Regeneration Planning Through Urban Tourism and Revisitabile Place Strategies*, Ph.D dissertation, Kwangwoon University, Seoul, 2015. DOI: <http://www.riss.kr.lib.jejunu.ac.kr:8080/link?id=T13749486>
- [20] Y. Kuvan, P. Akan, "Residents' Attitudes Toward General and Gorest-related Impacts of Tourism": The Case of Belek, Antalya. *Tourism Management*, Vol.26, NO.5, pp.691-706, 2005.
DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2004.02.019>
- [21] E. Clark, The Order and Simplicity of Gentrification: a Political Challenge, the New Urban Colonialism, pp.261-269, 2005.
DOI: <https://librarysearch.lse.ac.uk/primo-explore/...>
- [22] D. H. Oh, "Focused on Historic Preservation area = Searching for Direction of Practicable Urban Revitalization Policy by Gentrification Case Study", *Journal of KREAA*, Vol.11, NO.1, pp.51-67, 2004.
DOI: <http://www.riss.kr.lib.jejunu.ac.kr:8080/link?id=A7502382>
- [23] J. I. Ra, *The Effects of Tourism Gentrification and Regional Synergetic Policy on City Image and Future Behavior Intention*, Ph.D dissertation, Jeju National University, Jeju, 2019.
- [24] S. CH. Bahn, A study on the Improvement Spacial Environment through the Strategies of Urban-Core Regeneration based on the Regional Resources: Focused on the Cheongju City", *Journal of the Korea Academia-Industrial Cooperation Society*, Vol.19, .No. 11, pp.191-204, 2018.
- [25] Z. X. Liang, J. G. Bao, "Tourism Gentrification in Shenzhen, China: Causes and Socio-spatial Consequences", *An International, Journal Tourism Space, Place and Environment*, Vol.17, NO.3, pp.461-481, 2015.
DOI: <https://doi.org/10.1080/14616688.2014.1000954>
- [26] H. Y. Park, *A Critical Realist Approach to Understanding Casual Structure of Tourism Gentrification: focusing on Seochon, Seoul*, Ph.D dissertation, Kyung Hee University, Seoul, pp.30-34, 2016.
- [27] J. Novy, What's new About New Urban Tourism? And what do Recdrnt Changes in Travel Impiy for the 'Tourist City' Berlin? In J. Richter(ed), *The tourist city Berlin*, Tourism and architecture, Braun, Berlin, 2010. URL: <http://www.ihalla.com/read.php3?aid=1521990000590080043>
- [28] W. A. Scott, Psychological and Correlateso Flnternational Image, In H. C. Kelman(ed), *Intenational Behavior*, New York : Halt, Reinhart and Winston, 1966.
- [29] P. Kotler, *Principles of Marketing*, Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall, pp.297, 1986.
- [30] P. Byeon, "A Discussion of the Explanations of Gentrification -Focusing on Ley's and Smith's Works in the 1980s, *Journal of the Economic Geographical Society of Korea*, Vol.6, NO.2, pp.471-486, 2003.
DOI: <http://www.riss.kr.lib.jejunu.ac.kr:8080/link?id=A45048733>
- [31] H. J. Shin, J. Y. Kim, "Gentrification and Urban Regeneration in Seoul or Contradictions and Contestations in Urban Space after Developmentalism", *SAI*, 19, 221-246, 2015. URL: <http://www.riss.kr.lib.jejunu.ac.kr:8080/link?id=A101572963>
- [32] C. H. Seo, The Effect of the Post-image of Regional Festival on the Satisfaction and Behavior Intention of Visitors, *Tourism Research*, Vol.16, NO.2, pp.7-23, 2001.
URL: <http://www.Kastm.or.kr>
- [33] H. G. Jeon, Y. B. Jo, Effects of Emotional Response in Accordance with the Physical Environment of Luxury Korean Restaurants upon Behavioral Intention -Centered on Busan Area, *Culinary science and hospitality research*, Vol.18, No.3, pp.149-162, 2012.
URL: <http://www.culinary.re.kr>
- [34] S. Y. Lee, "Neil Smith, Gentrification, and South Korea", *Space & Environment*, Vol.56, NO.2, pp.209-234, 2016.
- [35] M. Janoschka, J. Sequera, L. Salinas, "Gentrification in Spain and Latin America-A Critical Dialogue", *International Journal of Urban and Regional Research*, Vol.38, NO.4, pp.1234-1265, July, 2013.
DOI: <https://doi.org/10.1111/1468-2427.12030>
- [36] M. S. Koh, An Empirical Study on the Determinants of City Image, Doctoral thesis, Jeonnam University, Jeonnam, 2005.
- [37] H. S. Bae, A Study on the Effect of City Image and City Brand Equity on Residents' Attitude in New Towns, Doctoral thesis, Mokwon University, Daejeon, 2013.
- [38] J. O. Eom, A Study on the Influence of Perceived Value of Tourism Gentrification on Attitude and Responsible Tourism Intention, Doctoral thesis, Kyeong-gi University Graduate School of Tourism, Seoul, 2016.

DOI:

<http://www.riss.kr.lib.jejunu.ac.kr:8080/link?id=T14596224>

- [39] C. Fornell, D. F. Larcker, "Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error: Algebra and Statistics", *Journal of Marketing Research*, Vol.18, pp.382-388, 1981.
DOI: <http://dx.doi.org/10.2307/3150980>
- [40] J. Chul, "Effects of Tourism Information Exposure", *Journal of Tourism Studies*, Vol.21, No.2, pp.36.60, Sept. 2009.
DOI: <http://www.riss.kr/link?id=S27052>
- [41] R. B. Klein, *Principles and Practice of Structural Equation Modeling(2ed)*. NY: Guilford Press. 2005.
- [42] S. S. Yang, *The Influence of Word-of-Mouth Effect on Quality of Electronic Word-of-Mouth Tourism Information*, Doctoral thesis, The Graduate School of Cheju National University, 2008.
- [43] G.N. Challagalla., & T.A. Shervani, "Dimension and Types of Supervisory Control: Effects on Salesperson Performance and Satisfaction Control", *Journal of Marketing*, Vol.60, No.1, pp.89-105, Jan. 1996.
DOI: <https://www.istor.org/stable/1251890>
- [44] S. W. Park, "The Vitalization Strategies of Urban Tourism Using Cultural-led Gentrification The Importance-Performance Analysis(IPA) of Urban ", *Tourism Elements : Case in Itaewon-GyeongLiDan St. International Area Studies Review*, Vol.19, No.4, Dec. 2015.
- [45] J. J. Palen, B. London, "Gentrification, Displacement and Neighborhood Revitalization", NY: State University of New York Press, pp.4-12, 1984.
DOI: <https://doi.org/10.2307/3323534>

좌 봉 두(Bong-Doo Joa)

[정회원]



- 2014년 8월 : 제주대학교 경영학과(경영학박사)
- 2002년 12월 ~ 2017년 7월 : 제주테크노파크
- 2019년 2월 ~ 현재 : 제주도건축자산진흥전문위원회 위원

- 2019년 4월 ~ 현재 : 사단법인지역공동체연구원 대표
- 2018년 8월 ~ 현재 : 제주한라대학교 컴퓨터멀티미디어 과 교수

<관심분야>

경영마케팅, 지역산업분야, 컨설팅

양 성 수(Sung-Soo Yang)

[정회원]



- 2008년 2월 : 제주대학교 관광경영학과(관광학박사)
- 2010년 10월 ~ 2012년 7월 : 제주테크노파크
- 2012년 7월 ~ 2016년 11월 : 제주특별자치도 연구관
- 2016년 12월 ~ 현재 : 제주대학교 관광융복합학과 교수

<관심분야>

관광정보, IT기술, 관광정책