

테마파크 모바일 앱의 사용자 경험 향상을 위한 평가요소에 관한 연구

양 루 잉¹ · 정 정 호^{2*}

¹전남대학교 아트&디자인테크놀로지협동과정 박사과정

²전남대학교 디자인학과 교수

A Study on Evaluation Factors for Enhancing the User Experience in Theme Park Mobile Applications

Lu-Ying Yang¹ · Jung-Ho Jung^{2*}

¹Ph.D. Program in Art & Design Technology, Chonnam National University, Gwangju 61186, Korea

²Professor, Department of Design, Chonnam National University, Gwangju 61186, Korea

[요 약]

본 연구는 디즈니 공식 앱을 대상으로 테마파크 모바일 앱의 사용자 경험(UX) 평가요소와 중요도를 분석하였다. Peter Morville의 허니콤 모델을 기반으로 기능효율성, 정보접근성, 감성경험의 3개 차원과 7개 세부 요소를 도출하고, AHP를 활용하여 우선순위를 검증하였다. 분석 결과, 기능효율성(0.4839)이 가장 높게 나타났으며, 정보접근성(0.3086), 감성경험(0.2074) 순으로 확인되었다. 이는 테마파크 앱에서 기능의 실용성과 과업 수행 지원이 사용자 경험의 핵심임을 의미한다. 따라서 앱 개발자는 서비스 통합, 조작 편의성, 시스템 안정성, 정보 정확성 개선을 우선적으로 고려해야 한다. 본 연구는 기존 테마파크 앱 연구가 주로 만족도 및 기술수용 수준 분석에 머물렀던 한계를 보완하고, AHP를 활용하여 UX 평가요소 간의 상대적 중요도를 정량적으로 제시하였다. 또한 본 연구는 테마파크 앱 설계 및 운영 전략 수립과 문화관광 모바일 앱 UX 연구에 실질적 시사점을 제공한다.

[Abstract]

This study analyzed the user experience (UX) evaluation factors and their importance in theme park mobile apps, using the official Disney app as the research subject. Based on Peter Morville's UX Honeycomb Model, three dimensions, namely functional effectiveness, information accessibility, and emotional experience, and seven sub-factors were identified. The analytic hierarchy process (AHP) was applied to determine their priority rankings. The results showed that functional effectiveness (0.4839) had the highest weight, followed by information accessibility (0.3086) and emotional experience (0.2074). This indicates that practical functionality and task support are the core determinants of UX in theme park apps. Therefore, app developers should prioritize service integration, ease of use, system stability, and information accuracy. This study provides practical implications for theme park app design, operational strategies, and future UX studies of tourism-related mobile applications.

색인어 : AHP 분석, 디지털 관광, 허니콤 모델, 테마파크 앱, 사용자 경험

Keyword : Analytic Hierarchy Process, Digital Tourism, Honeycomb Model, Theme Park App, User Experience

<http://dx.doi.org/10.9728/dcs.2026.27.6.1487>



This is an Open Access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution Non-Commercial License (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/3.0/>) which permits unrestricted non-commercial use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

Received 24 April 2026; **Revised** 18 May 2026

Accepted 20 May 2026

Corresponding Author; Jung-Ho Jung

Tel: +82-62-530-3022

E-mail: vava@jnu.ac.kr

I. 서 론

1-1 연구배경 및 목적

최근 몇 년간 모바일 기기의 보급과 무선 네트워크의 일상화에 따라 모바일 앱은 관광산업 발전에 현저한 촉진 효과를 가져왔다. 특히 테마파크의 디지털 운영은 글로벌 문화관광 산업의 중요한 발전 추세로 자리매김하고 있다. 점점 더 많은 테마파크가 방문객 경험 향상을 위해 전용 앱을 출시하고 있으며[1], 디즈니, 유니버설 스튜디오 등 세계적 대형 테마파크뿐만 아니라 지역형 레저파크 및 복합 리조트 목적지 역시 모바일 서비스 역량을 지속적으로 강화하고 있다. 이 과정에서 공식 앱은 파크, 방문객, 서비스 시스템을 연결하는 핵심 매개체로 기능하고 있다.

테마파크 앱은 방문객을 위해 설계된 모바일 응용서비스로서, 다양한 기능을 제공하여 파크 내 이용 과정에서 발생하는 복합적 요구를 충족시키는 도구를 의미한다[2]. 이용자는 앱을 통해 실시간 대기시간 정보를 확인하고, 입장권을 예매하며, 멤버십 포인트를 적립하고, 동선을 계획할 수 있다. 또한 특정 어트랙션에 대한 디지털 패스트패스 예약도 가능하다. 테마파크 앱의 등장은 디지털 서비스를 이용자의 놀이 경험 전반에 통합시킴으로써 정보 투명성, 과업 수행 효율성, 상황 적합성을 제고하고, 궁극적으로 사용자 경험 수준을 향상시키는 역할을 한다[3]. 나아가 이는 방문객의 이동 의사결정 방식, 현장 체험 방식, 브랜드 인식 구조까지 재편하고 있다. 따라서 테마파크 앱의 설계 품질과 사용자 경험 수준은 파크 경쟁력을 구성하는 핵심 요소라 할 수 있다.

특히 테마파크는 고밀도 이용, 높은 시간 민감성, 강한 상호작용성이 동시에 나타나는 서비스 환경이라는 점에서, 방문객은 제한된 시간 내에 필요한 정보를 신속하게 획득하고 즉각적인 의사결정을 수행해야 한다[2]. 앱의 사용성, 정보 정확성, 조작 편의성은 더욱 중요한 평가 기준이 된다. 우수한 디지털 서비스는 이용자의 인지적 부담을 완화하고 일정 운영 효율성을 높일 뿐만 아니라, 참여감과 몰입감을 증진시켜 전체 경험의 질을 향상시킬 수 있다. 현재 테마파크 앱 관련 선행연구는 주로 앱 디자인 인터페이스에 대한 만족도 또는 기술수용 정도의 측정에 머무르는 경향이 있다. 사용자 경험 평가의 관점에서는 여전히 한계가 존재하며, 특히 각 경험 요인의 상대적 중요도에 대한 정량적 분석이 부족하다. 그 결과, 테마파크 앱의 설계 개선은 경험적 판단에 의존하는 경우가 많아 체계적이고 과학적인 의사결정 근거가 충분히 제시되지 못하고 있다. 따라서 과학적·체계적·실행가능한 테마파크 앱 사용자 경험 평가체계를 구축하는 것은 분명한 이론적 가치와 실천적 의의를 지닌다.

1-2 연구범위 및 방법

2025년 TEA(Themed Entertainment Association)가

발표한 최신 테마파크 및 박물관 방문객 통계 보고서에 따르면, 월트 디즈니 컴퍼니는 약 1억 4천만 명의 글로벌 방문객 수를 기록하며 세계 1위를 차지하였다[4]. 또한 조사 결과, 전 세계 테마파크 방문객의 95%는 공식 앱을 활용하여 테마파크를 이용하는 방식을 선호하였으며, 적절한 앱 사용 이후 소비 지출 또한 증가하는 것으로 나타났다[1].

본 연구는 세계 최대 방문객 규모를 보유한 월트 디즈니 테마파크의 공식 모바일 앱을 연구 대상으로 선정하였다. 해당 앱은 입장권 예매, 실시간 대기시간 조회, 파크 지도 안내, 어트랙션 정보 제공, 예약 서비스 등 다양한 기능을 통합적으로 제공하며, 방문 전 계획 수립, 방문 중 의사결정, 방문 후 상호작용을 지원하는 핵심 디지털 매체로 기능한다. 테마파크는 혼잡 가능성이 높고, 대기시간에 민감하며, 공간 구조가 복잡하고, 체험 중심적 상호작용이 강조되는 특성을 지닌다[5]-[7]. 이러한 환경에서 모바일 앱의 사용자 경험은 방문객 만족도와 재방문 의도에 직접적인 영향을 미친다.

본 연구의 핵심 분석 방법은 계층분석법(AHP, Analytic Hierarchy Process)이다. AHP는 복수의 평가 기준 간 상대적 중요도를 체계적으로 산출할 수 있는 의사결정 기법으로, 사용자 경험 평가 요소의 우선순위를 도출하는 데 적합하다. 테마파크 앱 사용자 경험에 영향을 미치는 핵심 요소들의 중요도를 정량적으로 분석하고자 AHP를 적용하였다. 먼저 테마파크 디지털 서비스, 모바일 관광 앱, 사용자 경험 설계, UX 평가모형 등 관련 선행연구를 종합적으로 검토하였다. 테마파크 앱의 기능적 특성과 이용 특성을 파악하고, 기존 UX 평가 연구의 주요 관점을 정리하였다. Peter Morville의 허니콤 모델(Honeycomb Model)을 이론적 기반으로 채택하여 유용성(Useful), 사용성(Usable), 탐색성(Findable), 신뢰성(Credible), 접근성(Accessible), 매력성(Desirable), 가치성(Valuable)의 7개 요소를 초기 평가 지표로 설정하였다[8]. 이후 UI/UX 디자인, 디지털 서비스 개발, 테마파크 운영 및 관련 연구 경험을 보유한 전문가를 대상으로 각 평가 요소에 대한 쌍대비교를 실시하고 판단행렬을 구성하였다. 또한 일관성 검증을 통해 분석 결과의 신뢰성을 확보하였으며, 최종적으로 각 평가 요소의 가중치와 우선순위를 도출하였다.

본 연구는 테마파크 앱 이용 경험에 영향을 미치는 핵심 사용자경험 요인을 규명하고, 이를 바탕으로 앱 기능 기획, 인터페이스 설계, 정보구조 개선 및 서비스 최적화를 위한 실무적 시사점을 제시하는 데 목적이 있다.

II. 이론적 고찰

2-1 테마파크 앱의 특성과 사용 현황

모바일 앱은 테마파크를 포함한 세계 주요 관광지에서 방문객을 유치하는 핵심 채널로 자리잡고 있으며, 방문객 만족

도를 향상시킬 뿐만 아니라 상당한 부가수익 창출에도 기여하고 있다[9]. 테마파크 앱은 방문객을 대상으로 개발된 모바일 서비스로서, 특정 테마파크 또는 테마파크 체인 브랜드를 위해 설계된 전용 앱을 의미한다[10]. 이러한 앱은 파크 내 지도 안내, 어트랙션 대기시간 조회, 간편 쇼핑 서비스 등 개인화된 기능을 제공함으로써 방문객 경험을 효과적으로 향상시키고, 이용 과정을 보다 효율적이고 편리하게 만든다. 구체적으로, 앱은 최신 어트랙션 운영 현황, 이벤트 정보, 공연 일정 등 실용적 정보를 실시간으로 제공한다. 지도 안내 기능은 위치기반 인식기술과 인터랙티브 지도 인터페이스를 활용하여 정확하고 신속한 동선 안내를 지원한다. 온라인 예매 기능은 입장권, 식음료, 부가 서비스 등을 사전에 예약할 수 있도록 하여 시간 비용을 절감한다. 가상 대기 시스템은 스마트 예약 기능을 통해 현장 대기시간을 단축시키고, 혼잡도를 완화하는 데 기여한다. 또한 경로 추천 기능은 지능형 동선 계획을 통해 방문 경험을 최적화하고 일정 설계에 대한 부담을 줄여준다[11].

현재 국제적으로 대표성을 지닌 주요 테마파크들은 대부분 공식 모바일 앱을 운영하고 있다. 대표적으로 디즈니랜드 시리즈 앱, 유니버설 스튜디오 앱, 레고랜드 앱 등이 이에 해당한다. 테마파크 앱 이용자를 대상으로 한 조사에 따르면, 전체 방문객의 95%는 온라인 예약, 실시간 정보 제공, 가상 대기, 지도 안내, 추천 서비스 기능을 가장 기대하는 요소로 인식하였으며, 해당 기능에 대해 비용을 지불할 의향도 있는 것으로 나타났다[11].

이들 앱은 전반적으로 티켓 관리, 대기시간 조회, 지도 안

내, 시설 정보 제공, 식음료 및 쇼핑 추천, 개인화 알림 서비스 등의 기능을 중심으로 설계되고 있다. 이는 테마파크 운영 방식이 기존의 오프라인 중심 서비스에서 온라인과 오프라인이 통합된 융합형 서비스 체계로 점차 전환되고 있음을 보여준다. 선행연구를 통한 다른 연구자들의 테마파크 앱의 특성 및 기능에 대한 요약은 표 1과 같다.

2-2 사용자 경험의 이해

사용자 경험(UX, User Experience)은 심리학, 인지과학, 인간-컴퓨터 상호작용, 디자인 등 다양한 학문 이론이 융합된 종합적 연구 분야이다. 그 핵심은 사용자가 제품, 시스템 또는 서비스와 상호작용하는 과정에서 형성되는 총체적 감정 경험과 행동 반응을 설명하는 데 있다[16]. UX는 시스템 성능, 사용자 인터페이스 설계, 온라인 및 오프라인 환경, 개인의 이용 맥락, 조직 및 사회적 환경 등 다양한 차원을 포괄한다.

테마파크 앱 설계에서 사용자 경험은 단순히 제품 기능의 완전성만을 평가하는 개념이 아니다. 이는 사용자가 앱을 이용하는 과정에서 형성하는 지각적 경험, 정서적 반응, 신뢰 형성, 가치 판단까지 포함하는 포괄적 개념이다. 이러한 특성은 테마파크가 추구하는 ‘몰입형 경험’과 ‘편리한 서비스’라는 핵심 목표와 밀접하게 연관되며, 궁극적으로 방문객의 전체 테마파크 경험 품질에 직접적인 영향을 미친다.

정보구조 분야의 학자인 Peter Morville은 2004년 허니콤 모델을 제시하며, 제품이 사용 가능하다는 사실이 곧 우수한 경험을 의미하지는 않는다고 보았다. 즉, 설계가 최소한의

표 1. 테마파크 앱의 특성과 기능 구조

Table 1. Characteristics and functional structure of theme park apps

Characteristics	Key Functions	Description	Researcher (Year)
Integrated Information	- Ticket purchase - Itinerary planning - Hotel reservation	Integrates booking and planning functions into a one-stop service experience	Yu (2018)[10]; R. Zheng (2020)[12]
	- Real-time map - Estimated wait time display - Show and event schedules	Provides real-time information to help visitors plan routes efficiently	Hu (2020)[3]; Kirova (2019)[13]; Canestrino (2025)[14]
	- Ticketing, food & beverage, shopping, and feedback integration - Multilingual support	Unifies service interfaces to improve convenience and accessibility	Li (2023)[11]; Yu (2018)[10]
Interactivity	- Virtual queue - Real-time notifications and messages - Customer service chat	Enhances instant communication, engagement, and immersion	Kirova (2019)[13]
	- AR camera - Gamification features - Digital badge collection	Increases interactive entertainment and user participation	Y. K. Kim (2023)[15]
Personalization	- AI-based recommendations - Preferred attraction priority suggestions	Provides personalized suggestions to improve satisfaction	Hu (2020)[3]; Canestrino (2025)[14]
	- Coupon display - Personalized event notifications	Enables targeted marketing and strengthens user interaction	R. Zheng (2020)[12]; Canestrino (2025)[14]
	- Usage history storage - Cross-device synchronization	Supports data continuity and seamless user experience	Kirova (2019)[13]

사용성만 충족하고 정서적 매력, 정보 탐색성, 신뢰 형성, 가치 창출 요소를 간과한다면 진정으로 우수한 사용자 경험은 형성되기 어렵다고 설명하였다[8]. 또한 모빌은 UX를 단일 요소의 선형적 합산으로 이해하지 않았으며, 유용성, 사용성, 매력성, 탐색성, 접근성, 신뢰성, 가치성의 7개 요소가 상호 유기적으로 작용하여 사용자의 총체적 제품 평가를 형성한다고 보았다.

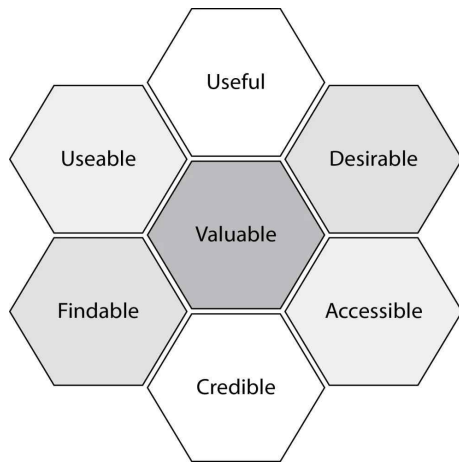


그림 1. Peter Morville의 허니콤 모델
Fig. 1. Peter Morville's honeycomb model

Peter Morville이 제시한 7요소 구조를 바탕으로 사용자 경험은 다음과 같은 측면에서 체계적으로 분석될 수 있다. 테마파크 앱의 경우, 이 7개 요소는 이론적 평가 지표를 구성할

뿐만 아니라, 이용자가 실제 파크 이용 과정에서 경험하는 구체적인 요구와 경험 피드백에도 대응할 수 있다. 이에 본 연구는 각 요소의 개념적 의미와 상황적 구현 양상을 표 2와 같이 정리하였다.

2-3 AHP 기법

계층분석법(AHP, Analytic Hierarchy Process)은 Saaty가 제안한 방법으로, 정성적 판단과 정량적 계산을 결합한 대표적인 다기준 의사결정 기법이다. 이 방법은 계층구조 모형을 구축하여 복잡한 의사결정 문제를 목표층, 기준층, 지표층으로 구분한 뒤, 전문가의 쌍대비교 판단을 통해 각 요소의 우선순위와 가중치를 산출한다. AHP는 사용자 경험 평가, 제품 설계 최적화, 서비스 품질 평가 등 다양한 분야에서 폭넓게 활용되어 왔다[17].

AHP의 핵심은 복잡한 문제를 명확한 계층 구조로 체계화하고, 각 요소 간 상대적 중요도를 비교하여 합리적인 의사결정을 지원하는 데 있다. 특히 객관적 데이터만으로 충분히 측정하기 어렵고, 동시에 전문가의 경험적 판단이 요구되는 연구 상황에 적합한 방법으로 평가된다. 사용자 경험 평가는 이러한 특성을 대표적으로 지닌다. 즉, 여러 UX 평가 요소 가운데 어떤 요인이 더 중요한지, 그리고 그 중요도의 수준이 어떠한지를 규명하는 문제는 본질적으로 다기준 의사결정 문제에 해당하며, 상호 연관된 다수의 지표에 대한 체계적인 우선순위 설정과 가중치 배분이 요구된다.

표 2. 테마파크 앱의 UX 정의

Table 2. UX definition of theme park app

	Definition	Definition in Theme Park Apps
Useful	Satisfying practical needs	Refers to the extent to which the functions provided by the application effectively meet the needs of visitors. By offering integrated information such as ticketing, itinerary planning, attractions, shows, and food services, the app enhances the practical value of the service.
Desirable	Aesthetic and emotional appeal	Refers to the degree to which visual design, brand symbolism, and interactive experiences stimulate users' emotional appeal. It includes design elements that evoke emotional satisfaction and enjoyment.
Findable	Ease of locating information and functions	Refers to how easily users can locate the information they need within the application. This includes the logical structure of information, search functions, and the clarity of the navigation system.
Usable	Operational efficiency and learning cost	Refers to the simplicity of operation and the clarity of the interface structure, as well as whether interactions occur smoothly. It is a key factor that determines whether users can efficiently and comfortably complete tasks.
Accessible	Inclusiveness and barrier-free use	Refers to the degree to which the application can be accessed across different devices, languages, and user groups. It particularly considers the usability needs of diverse users, including those with disabilities.
Credible	Accuracy, stability, and trust	Refers to the reliability of the information, services, and payment systems provided by the application. It evaluates whether the brand image and service quality convey trust and a sense of security to users.
Valuable	Value creation for users and organizations	Refers to the extent to which value is created for both users and the company. For users, it reflects experiential value, while for companies it contributes to brand loyalty and image enhancement.

본 연구에서 다루는 테마파크 앱의 UX는 기능적 효율성뿐만 아니라 정보 획득, 신뢰 형성, 감성적 경험 등 다양한 요소를 포함하고 있어, 단일 통계 기법만으로는 각 요인의 상대적 중요성을 충분히 설명하기 어렵다. 이러한 점에서 AHP는 본 연구 목적에 적합한 분석 도구라 할 수 있다. 단순 가중합 방식이나 순수한 주관적 판단과 비교할 때, AHP는 과학성과 엄밀성 측면에서 뚜렷한 장점을 가진다. 첫째, 전문가는 1-9 척도를 활용한 쌍대비교를 통해 경험적 판단을 정량적 결과로 전환할 수 있다. 둘째, 일관성 비율(CR, Consistency Ratio)을 통해 판단 결과의 논리적 타당성을 검증할 수 있으며, 일반적으로 $CR < 0.1$ 일 경우 수용 가능한 수준의 일관성을 가진 것으로 해석된다. 이러한 검증 절차는 주관적 임의성을 효과적으로 줄이고 연구 결과의 신뢰성을 높인다. AHP를 통해 도출된 가중치 결과는 단순한 통계적 의미를 넘어 실제 앱 개발, 기능 개선, 지속적 업데이트 및 서비스 고도화 과정에서 실질적인 의사결정 근거로 활용될 수 있다. 따라서 본 연구는 AHP를 활용하여 테마파크 앱 UX 평가요소의 중요도를 분석하고, 향후 설계 최적화와 운영 전략 수립을 위한 현실적 시사점을 제시하고자 한다.

2-4 테마파크 앱의 사용자 경험 평가요소 구성

본 연구는 Peter Morville이 제시한 허니콤 모델을 이론적 기반으로 설정하였다. 해당 모델은 사용자 경험의 핵심 요소를 유용성(Useful), 사용성(Usable), 탐색성(Findable), 접근성(Accessible), 신뢰성(Credible), 매력성(Desirable), 가치성(Valuable)의 7개 요소에서 체계적으로 설명한다. 허니콤 모델은 포괄성과 구조적 명확성을 바탕으로 디지털 제품의 사용자 경험 평가 연구에서 널리 활용되어왔으며, 본 연구가 테마파크 앱의 평가 지표체계를 구축하는 데 중요한 이론적 근거를 제공한다. 상기 7개 요소를 통합하는 과정에서 본 연구는 다음의 이론적 틀을 참고하였다. 먼저, Hassenzahl의 실용성-쾌락성 이원모형은 사용자 경험을 두 가지 핵심 차원으로 설명한다[18]. 실용성 차원은 사용자가 과업을 효율적으로

수행할 수 있도록 제품이 지원하는 정도를 의미하며, 쾌락성 차원은 제품이 제공하는 정서적 만족과 지각된 가치를 강조한다. 또한 ISO 9241-210은 사용자 경험을 제품 사용 또는 사용 예상 과정에서 나타나는 사용자의 지각과 반응으로 정의하며, 감정, 신념, 인식, 행동 등 다양한 측면을 포함하는 다차원적 개념으로 설명한다[19]. UX가 단순한 기능성을 넘어 정서적 반응, 사용성, 접근성, 전반적 만족도를 포괄하며, 시스템이 실용적 요구와 정서적 요구를 동시에 지원하는 방식과 관련된다고 지적하였다.

이러한 선행 연구를 총결산함으로 본 연구는 허니콤 모델의 7개 요소를 3개의 평가 차원으로 재구성하였다. 첫째, ‘기능효율성(Functional Effectiveness)’은 유용성, 사용성, 탐색성을 포함하며, Hassenzahl의 실용성 차원에 대응한다[18]. 이는 앱이 기능적 측면에서 사용자의 테마파크 이용 과업을 얼마나 효과적으로 지원하는가에 초점을 둔다. 둘째, ‘정보접근성(Information Accessibility)’은 접근성과 신뢰성을 포함하며, ISO 9241-210에서 제시한 사용자 신념 및 지각 차원과 관련된다[19]. 이는 앱이 제공하는 정보의 획득 용이성과 정보 내용의 신뢰성을 중점적으로 다룬다. 셋째, ‘감성경험(Emotional Experience)’은 매력성과 가치성을 포함하며, Hassenzahl의 쾌락성 차원에 대응한다[18]. 이는 앱이 사용자에게 제공하는 정서적 만족과 지각된 가치가 전체 경험에 미치는 영향을 의미한다.

기능효율성(Functional Effectiveness)은 유용성, 사용성, 탐색성으로 구성되며, 앱이 사용자의 목표 과업을 얼마나 효율적으로 지원할 수 있는지에 초점을 둔다. 특히 본 연구에서는 탐색성(Findable)을 단순한 정보 발견 가능성의 차원을 넘어, 사용자가 제한된 시간과 복잡한 공간 환경 속에서 필요한 기능과 정보를 얼마나 신속하게 탐색하고 과업 수행으로 연결할 수 있는가의 관점에서 해석하였다. 테마파크와 같이 의사결정 빈도가 높은 환경에서 방문객은 예매, 예약, 동선 계획 및 정보 탐색을 신속하게 수행해야 하므로, 이 차원은 서비스 효율성과 이용 동선의 원활성에 직접적인 영향을 미친다.

정보접근성(Information Accessibility)은 접근성과 신뢰

표 3. 테마파크 앱 UX 평가요소의 설명

Table 3. Explanation of the user experience evaluation factor of the theme park app

Factor	Included Elements	Description
Functional Effectiveness	Useful	Refers to the degree to which the application effectively supports users in performing tasks. This factor evaluates whether the app's functions meet practical user needs, whether the interface structure is intuitive, and whether users can easily locate the information they require. It focuses on the operational efficiency and usability of the app during task performance
	Usable	
	Findable	
Information Accessibility	Accessible	Refers to whether users can smoothly access app functions across various environments and devices, and whether they can trust the information and services provided by the system. It includes aspects such as network environment, system stability, technological availability, and the reliability of data
	Credible	
Emotional Experience	Desirable	Refers to the emotional responses and value perceptions generated during the process of using the application. This factor includes elements such as visual appeal, emotional satisfaction, brand image, and the perceived experiential value provided by the application
	Valuable	

성으로 구성되며, 정보가 원활하게 획득되고 이해되며 신뢰될 수 있는지에 초점을 둔다. 테마파크 정보는 실시간성과 변동성이 높기 때문에 대기시간, 시설 운영 여부, 공연 일정 등이 적시에 갱신되지 않을 경우 사용자는 시스템에 대한 신뢰를 빠르게 낮추게 된다.

감성경험(Emotional Experience)은 매력성과 가치성으로 구성되며, 상호작용 과정에서 형성되는 즐거움, 동일시, 지속사용의도에 초점을 둔다. 테마파크 앱은 단순한 기능적 도구를 넘어 브랜드 경험이 확장되는 매개체이기도 하다. 따라서 앱이 테마파크의 서사성과 몰입적 분위기를 효과적으로 전달할 수 있다면 사용자 충성도를 더욱 높일 수 있다.

III. 실증연구

3-1 평가지표체계의 구축 및 신뢰도 검증

앞서 구축한 이론적 틀을 바탕으로 본 연구는 테마파크 앱의 사용자 경험을 기능효율성, 정보접근성, 감성경험의 3개 차원으로 구분하고, 이를 다시 유용성, 사용성, 탐색성, 접근

성, 신뢰성, 매력성, 가치성의 7개 요소로 세분화하였다. 앞서 제시한 평가체계의 측정 가능성을 검증하기 위해 설문 문항을 구성하고 신뢰도 및 타당도 분석을 실시하였다.

본 연구는 설문조사법을 통해 자료를 수집하였다. 조사 대상은 디즈니랜드 앱을 1회 이상 사용한 경험이 있는 이용자로 설정하였다. 설문조사는 2025년 11월 24일부터 11월 28일까지 Google Forms를 활용한 온라인 방식으로 진행되었다. 설문지는 ‘차원-요소-문항’의 구조에 따라 설계되었으며, 총 21개의 측정 문항으로 구성되었다. 본 연구의 설문 문항은 Peter Morville의 허니콤 모델 기반 UX 평가 요소를 활용한 기존 선행연구의 관광 앱 측정 문항을 바탕으로 재구성하였다. 본 연구의 대상인 테마파크 앱의 특성과 사용 환경에 맞추어 일부 표현과 내용을 수정하였다. 즉, 7개 요소별로 각각 3개 문항을 배치하였다. 모든 문항은 5점 Likert 척도를 적용하였으며, 응답자는 테마파크 앱 사용 경험을 바탕으로 ‘전혀 동의하지 않음’부터 ‘매우 동의함’까지 평가하였다. 이러한 방식은 기능 수행 수준, 정보 품질, 감성적 경험에 대한 이용자의 주관적 평가를 효과적으로 측정할 수 있다. 본 조사에서는 총 202부의 설문지를 배포하였으며, 무효 표본을 제외한 후 최종적으로 195부의 유효 표본을 확보하였다. 유효 응답률은

표 4. 평가지표체계의 신뢰도 및 타당도 검증 결과

Table 4. Reliability and validity test results of the evaluation system

	Variable	Item	Cronbach Alpha
Functional Effectiveness	Useful	Provides needed information and functions.	0.804
		Meets pre- and post-visit needs.	
		Improves the park experience.	
	Usable	Menu and functions are easy to understand.	
		Easy to use for first-time users.	
		Functions are found quickly.	
	Findable	Attraction and dining info is easy to find.	
		Search helps find information quickly.	
		Information structure is clear and logical.	
Information Accessibility	Accessible	Runs smoothly under different networks.	0.762
		Works on multiple devices.	
		Main functions are easy to access.	
	Credible	Information is trustworthy.	
		Official data and updates are reliable.	
		Reflects real-time conditions accurately.	
Emotional Experience	Desirable	Visual design is satisfying.	0.739
		Design matches Disney brand image.	
		Attractive and recommendable design.	
	Valuable	Provides a valuable experience.	
		Increases revisit intention.	
		Worth the time and effort.	
KMO(Kaiser-Meyer-Olkin)			0.798
Bartlett's Test of Sphericity		Chi-Square	1631.948
		df(p)	210 (.000)

96.5%로 나타났다. 높은 회수율은 설문 구조가 명확하고 표본 데이터의 품질이 양호함을 의미하며, 후속 통계분석을 수행하기에 충분한 수준으로 판단된다.

회수된 자료에 대한 적합성 검증 결과, KMO 값은 0.798로 나타나 자료가 양호한 구조타당성 기반을 갖추고 있음을 확인하였다. 또한 Bartlett의 구형성 검정 결과, 카이제곱값은 1631.948(df=210, $p < 0.001$)로 유의수준을 충족하여 변수 간 상관관계가 통계적으로 유의함을 확인하였으며, 이는 자료가 척도 분석에 적합함을 의미한다. 신뢰도 분석 결과, ‘기능효율성’, ‘정보접근성’, ‘감성경험’의 Cronbach’s α 계수는 각각 0.804, 0.762, 0.739로 나타났으며, 모두 0.70 이상의 수용 기준[20]을 상회하였다. 따라서 각 차원의 내적 일관성이 양호하며, 본 연구의 평가지표체계는 높은 신뢰도를 갖는 것으로 판단된다. 구체적인 결과는 표 4와 같다.

3-2 AHP 분석

본 연구는 계층분석법(AHP, Analytic Hierarchy Process)을 활용하여 평가지표체계 내 각 차원 및 요소의 상대적 중요도를 정량적으로 분석하였다. 제3-1절에서 구축한 평가지표체계를 바탕으로 본 연구는 다음과 같은 AHP 계층구조 모형을 설정하였다. 목표층은 ‘테마파크 모바일 앱 사용자 경험 평가’이며, 기준층은 기능효율성(Functional Effectiveness), 정보접근성(Information Accessibility), 감성경험(Emotional Experience)의 3개 차원으로 구성된다. 지표층은 사용성, 유용성, 탐색성, 접근성, 신뢰성, 가치성, 매력성의 7개 요소로 구성하였다. 본 연구는 관련 전문성을 보유한 전문가 15인을

조사 대상으로 선정하였으며, 여기에는 UX/UI 디자이너, 테마파크 산업 종사자, 학계 연구자가 포함되었다. 응답자는 Saaty가 제안한 1~9 척도법을 활용하여 각 요소의 상대적 중요도를 쌍대비교 방식으로 평가하였다.

3개 평가 차원에 대한 쌍대비교 분석 결과는 표 6과 같다. 일관성 검정 결과, CI=0.0045, CR=0.0087로 나타나 0.1의 기준값보다 현저히 낮은 수준을 보였다. 이는 전문가 판단이 높은 일관성을 갖추고 있음을 의미한다. 기능효율성(0.4839)이 가장 높은 중요도를 나타내었으며, 정보접근성(0.3086)이 그 다음 순위, 감성경험(0.2074)이 가장 낮은 순위로 나타났다. 이러한 결과는 테마파크 앱 사용자 경험 평가에서 전문가들이 앱의 기능적 측면, 즉 유용성, 사용성, 정보 탐색의 용이성을 가장 중요하게 인식하고 있음을 보여준다. 또한 정보의 접근성과 신뢰성이 그 다음으로 중요하게 평가되었으며, 감성적 차원의 매력성과 가치 인식은 상대적으로 우선순위가 낮은 것으로 해석된다.

기능효율성 차원에 속한 3개 요소를 대상으로 쌍대비교분석을 실시한 결과는 표 7과 같다. CI=0.0013, CR=0.0025로 나타나 일관성은 양호한 수준으로 확인되었다. 가중치 분석 결과, 유용성(0.3880)의 중요도가 가장 높게 나타났으며, 사용성(0.3435)이 그다음 순위를 차지하였다. 탐색성(0.2685)은 세 번째로 나타났다. 이는 기능효율성 측면에서 전문가들이 앱 인터페이스 조작의 편의성을 가장 중요하게 인식하고 있으며, 다음으로 기능이 사용자 실제 요구를 충족하는 정도를 중시하고, 정보 탐색의 용이성은 상대적으로 낮게 평가하고 있음을 의미한다.

정보접근성 차원에 속한 두 개 요소를 대상으로 쌍대비교분석을 실시한 결과는 표 8과 같다. $n=2$ 인 경우 $\lambda_{\max}$ 는 항상 2가 되므로 CI와 CR은 모두 0이며, 별도의 일관성 검증은 필

표 5. 전문가 설문 대상

Table 5. Expert survey participants

Survey participants	Selection criteria	Number of participants
UI/UX Design Researchers	Professor	3
	PhD	7
Theme park industry practitioners	More than 5 years of related experience	4
App Development Experts	More than 10 years of related experience	1

표 6. 상위요인에 대한 분석 결과

Table 6. Results of higher-level factor analysis

Indicator System (Row compared to column importance)	Functional Effectiveness	Information Accessibility	Emotional Experience	Weight	Rank
Functional Effectiveness	1	1.7262	2.1277	0.4839	1
Information Accessibility	0.5793	1	1.6367	0.3086	2
Emotional Experience	0.4700	0.6110	1	0.2074	3
CI	0.0045				
CR	0.0087				
Note	Consistency calculation: CR = CI / RI RI = 0.52 applied				

표 7. 기능효율성 요인(하위요소)에 대한 분석 결과

Table 7. Results of the analysis of sub-factors of functional effectiveness

Factor	Weight	Rank	CI	CR	Note
Useful	0.3880	1	0.0013	0.0025	Consistency calculation: CR = CI / RI RI = 0.52 applied
Findable	0.2685	3			
Usable	0.3435	2			

요하지 않다. 가중치 분석 결과, 접근성(0.5537)의 중요도가 신뢰성(0.4463)보다 높게 나타났다. 이는 정보접근성 측면에서 전문가들이 정보 내용의 신뢰도보다 다양한 사용자 집단이 앱에 얼마나 편리하게 접근할 수 있는지를 더욱 중요하게 인식하고 있음을 의미한다.

표 8. 정보접근성 요인(하위요소)에 대한 분석 결과

Table 8. Results of the analysis of sub-factors of information accessibility

Factor	Weight	Rank	CI	CR	Note
Accessible	0.5537	1	/	/	Consistency calculation: CR = CI / RI RI = 0.52 applied
Credible	0.4463	2			

감성경험 요인분석에서는 매력성과 가치성 두 가지 하위 요소에 대해 쌍대비교와 가중치 분석을 수행하였다. 앞선 항목과 동일하게, 본 항목 역시 두 개의 요소만을 포함하므로 일관성이 자동으로 성립된다. 중요도 순위는 가치성이 0.5799, 매력성이 0.4201로 평가되었다.

표 9. 감성경험 요인(하위요소)에 대한 분석 결과

Table 9. Analysis results of the emotional experience sub-factors

Factor	Weight	Rank	CI	CR	Note
Desirable	0.4201	2	/	/	Consistency calculation: CR = CI / RI RI = 0.52 applied
Valuable	0.5799	1			

분석 결과, 테마파크 앱 UX 평가요인 중 ‘기능효율성’ 요인이 전체 중요도의 0.4839로 가장 높은 비중을 차지하는 것으로 나타났다. 둘째는 정보접근성과 감성경험 요인이다. 기능효율성 요인에서는 하위 요소 중 유용성이 가장 높은 가중치를 보였으며, 이어 사용성, 탐색성 순으로 나타났다. 이들 요소의 종합 중요도는 각각 0.1878, 0.1662, 0.1299로 산출되었으며, 전체 순위에서는 1위, 3위, 5위를 차지하였다. 두 번째 상위 요인인 정보접근성은 전체 중요도 0.3086으로 나타났다. 하위 요소 중 접근성이 신뢰성보다 더 높은 가중치를 보였다. 접근성의 종합 중요도는 0.1709로 전체 2위에 해당하고, 신뢰성의 종합 중요도는 0.1377로 전체 4위로 분석되었다. 세 번째 상위 요인인 정서경험은 전체 중요도 0.2074를 차지하였다. 하위 요소에서는 가치성이 매력성보다 상대적으로 더 중요하게 평가되었다. 가치성의 종합 중요도는 0.1203으로 전체 6위, 매력성은 0.0871로 전체 7위로 나타났다. 테마파크 앱의 UX 향상에 가장 핵심적인 요소는 유용성, 접근성, 사용성 순으로 나타났으며, 기능적 효율성과 정보접근성이 정서적 경험 요인보다 상대적으로 더 큰 영향을 미치는 것으로 확인되었다. 종합분석 내용은 표 10과 같다.

표 10. 종합 가중치 및 우선순위 종합 결과

Table 10. Summary of composite weights and priority rankings

Upper-level Factor	Weight	Sub-factor	Weight	Composite Weight	Rank
Functional Effectiveness	0.4839	Useful	0.3880	0.1878	1
		Findable	0.2685	0.1299	5
		Usable	0.3435	0.1662	3
Information Accessibility	0.3086	Accessible	0.5537	0.1709	2
		Credible	0.4463	0.1377	4
Emotional Experience	0.2074	Desirable	0.4201	0.0871	7
		Valuable	0.5799	0.1203	6
Total		-		1.00	-

3-3 종합분석 및 시사점

본 연구는 Peter Morville의 사용자 경험 허니콤 모델을 이론적 기반으로 하여 기능효율성, 정보접근성, 감성경험의 3대 차원으로 구성된 테마파크 앱 사용자 경험 평가체계를 구축하였다. 또한 AHP(계층분석법)를 활용하여 각 지표의 중요도를 정량적으로 분석하고, 최종적으로 사용자 경험에 영향을 미치는 핵심 요인과 그 우선순위를 규명하였다.

1차 차원의 가중치 분석 결과를 살펴보면, 기능효율성(0.4839)이 가장 높은 비중을 차지하였으며, 그 다음은 정보접근성(0.3086), 감성경험(0.2074) 순으로 나타났다. 이러한 결과는 테마파크가 지닌 고밀도 방문객 흐름, 높은 시간 민감성, 강한 현장 의사결정 요구라는 서비스 환경의 특성과 밀접하게 부합한다. 방문객은 제한된 시간 내에 입장권 구매, 대기 시간 조회, 동선 계획, 시설 정보 확인 등 다양한 과업을 수행해야 하므로, 앱이 실질적 기능을 얼마나 효율적으로 지원하는지가 전체 경험 품질을 좌우하게 된다. 반면 시각적 디자인이나 감성적 분위기와 같은 요소의 중요성은 기능적 실용성에 비해 상대적으로 낮게 나타났다.

2차 지표의 종합 가중치 순위에서는 유용성(0.1878), 접근성(0.1709), 사용성(0.1662)이 상위 3개 요인으로 도출되었다. 이는 사용자 경험에 가장 큰 영향을 미치는 핵심 요소라 할 수 있다. 유용성이 1위를 차지한 것은 사용자가 앱이 테마파크 이용 전 과정의 실제 요구를 얼마나 정확하게 충족시키는가를 가장 중요하게 인식하고 있음을 의미한다. 여기에는 티켓 예매, 실시간 정보 제공, 일정 계획, 시설 검색 등 핵심 서비스가 포함된다. 접근성이 2위를 차지한 것은 다양한 기기 호환성, 여러 네트워크 환경에서의 안정적 작동, 무장애 이용 환경과 같은 기반 조건의 중요성을 보여준다. 특히 복잡한 네트워크 환경과 높은 혼잡도가 나타나는 테마파크에서는 안정적으로 접속 가능한 서비스가 사용자 경험의 전제가 된다. 사용성이 3위를 차지한 것은 간결한 조작 방식, 명확한 인터페이스, 낮은 학습 부담이 이용 효율성 향상의 핵심 요소이며, 사용자의 과업 수행 흐름에 직접적인 영향을 미친다는 점을

시사한다.

정보접근성 차원 내부에서는 접근성의 가중치가 신뢰성보다 높게 나타났다. 이는 사용자가 우선적으로 서비스에 원활하게 접속할 수 있는지를 중요하게 여기며, 그 다음으로 정보의 정확성과 신뢰성을 고려함을 의미한다. 다만 신뢰성 역시 0.1377의 가중치로 전체 4위를 차지하여 결코 간과할 수 없는 기초 요소임이 확인되었다. 감성경험 차원에서는 가치성의 가중치가 매력성보다 높게 나타났다. 이는 사용자가 단순한 시각적 아름다움보다 시간 절감, 효율 향상, 경험 가치 증대와 같은 실질적 효용을 더욱 중시함을 보여준다. 종합적으로 볼 때, 테마파크 앱 사용자 경험은 ‘기능적 실용성 우선, 정보 보장 차순위, 감성적 경험 보완’이라는 구조적 논리를 따른다고 해석할 수 있다.

따라서 운영사와 앱 설계자는 향후 테마파크 앱의 업데이트 및 고도화 과정에서 기능효율성을 중심으로 한 개선 전략을 우선적으로 수립할 필요가 있다. 유용성과 사용성을 핵심 개선 방향으로 설정하고, 티켓 관리, 대기시간 조회, 파크 지도, 경로 추천, 공연 정보 등 고빈도 기능을 통합적으로 제공해야 한다. 또한 조작 절차를 단순화하고 정보구조를 최적화하여 이용자의 인지적 부담을 줄이고, 필요한 정보를 신속하게 획득하고 즉시 행동으로 이어질 수 있도록 지원해야 한다. 정보접근성과 시스템 안정성을 강화해야 한다. 약한 네트워크 환경, 다양한 디바이스, 동시 접속이 집중되는 상황에 대한 기술적 최적화를 통해 어떠한 환경에서도 앱이 안정적으로 작동하도록 보장할 필요가 있다. 동시에 실시간 정보의 갱신 주기와 정확성을 향상시켜 대기시간, 시설 운영 여부, 이벤트 일정 등의 정보 신뢰도를 지속적으로 확보해야 한다. 이는 장기적인 사용자 신뢰 형성의 핵심 기반이 된다. 감성경험 요소는 단계적으로 고도화하는 전략이 요구된다. 기능과 정보 서비스가 안정화된 이후 시각적 디자인, 브랜드 정체성, 인터랙션 경험 등 감성적 요소를 점진적으로 강화하는 것이 바람직하다. 특히 시간 절약, 비용 절감, 경험 향상과 같은 가치 인식을 강조함으로써 사용자 만족도를 높이고, 앱의 재사용 의도와 브랜드 충성도 향상으로 연결시킬 수 있을 것이다.

IV. 결 론

본 연구는 글로벌 방문객 규모에서 선도적 위치를 차지하는 디즈니 테마파크의 공식 앱을 연구 대상으로 설정하였다. Peter Morville의 사용자 경험 허니콤 모델을 이론적 기반으로 하여 기능효율성, 정보접근성, 감성경험의 3대 차원과 7개의 세부 지표를 포함하는 평가체계를 구축하였다. 또한 문헌 분석, 전문가 설문, AHP를 종합적으로 활용하여 각 경험 요인의 중요도를 정량적으로 분석함으로써, 테마파크 모바일 앱의 경험 최적화, 인터페이스 설계, 서비스 고도화를 위한 실증적 근거와 의사결정 참고자료를 제시하고자 하였다. 분석 결

과에 따르면 기능효율성은 0.4839의 가중치로 가장 높은 중요도를 보였으며, 정보접근성은 0.3086으로 그 다음 순위를 차지하였다. 감성경험은 0.2074로 가장 낮게 나타났다. 이러한 결과는 테마파크가 지닌 고밀도 방문객 집중, 높은 시간 민감성, 빈번한 현장 의사결정이라는 이용 환경의 특성과 밀접하게 부합한다. 따라서 기능의 실용성과 이용 과정의 원활성은 전체 사용자 경험의 질을 직접적으로 결정한다. 정보접근성은 안정적인 경험을 보장하는 기반 요소이며, 감성적·시각적 설계는 부가적 가치 창출의 역할을 수행하는 것으로 해석된다. 7개 세부 지표의 종합 가중치 순위에서는 유용성, 접근성, 사용성이 상위 3개 요인으로 도출되었다. 유용성이 가장 높은 순위를 차지한 것은 사용자가 앱이 방문 전·중·후 전 과정의 실제 요구를 얼마나 충실히 충족시키는지 가장 중요하게 인식하고 있음을 의미한다. 접근성이 두 번째로 높게 나타난 것은 다양한 기기 호환성, 여러 네트워크 환경에서의 안정적 작동, 무장애 이용 환경과 같은 기초적 조건이 필수적임을 보여준다. 사용성이 세 번째를 차지한 것은 간결한 조작 방식, 명확한 구조, 낮은 학습 부담이 이용 효율성 향상에 중요한 의미를 지님을 시사한다. 또한 신뢰성과 탐색성 역시 간과할 수 없는 영향 요인으로 확인되었다. 감성경험 차원 내부에서는 가치성이 매력성보다 높게 나타났으며, 이는 사용자가 단순한 시각적 미려함보다 효율 향상, 시간 절감, 경험 가치 증대와 같은 실질적 효용을 더욱 중시함을 보여준다.

본 연구는 AHP 방법을 통해 정성적 판단을 정량적 가중치로 전환함으로써, 기존 연구가 만족도 수준의 기술에 머물고 요인 간 중요도 비교가 부족했던 한계를 보완하였다. 또한 테마파크 앱 사용자 경험이 ‘기능 우선, 정보 지원, 감성 보완’이라는 구조적 원리를 따른다는 점을 실증적으로 확인하였으며, 문화관광 디지털 서비스와 사용자 경험 융합 연구 분야의 학술적 논의를 확장하였다. 본 연구 결과는 테마파크 운영 주체와 앱 개발자에게 실질적인 시사점을 제공한다. 첫째, 기능효율성 중심의 개발 전략을 유지하고, 유용성과 사용성을 핵심 개선 영역으로 설정해야 한다. 이를 위해 고빈도 서비스를 통합하고, 조작 절차를 단순화하며, 정보 계층 구조를 최적화할 필요가 있다. 둘째, 정보접근성과 시스템 안정성을 지속적으로 강화해야 한다. 약한 네트워크 환경이나 동시 접속이 집중되는 상황에서도 원활한 사용이 가능하도록 기술적 개선이 필요하며, 실시간 정보의 갱신 주기와 정확성 역시 지속적으로 향상되어야 한다. 셋째, 연구개발 자원을 합리적으로 배분하여 기본 경험이 안정화된 이후 감성적 가치와 브랜드 분위기를 단계적으로 강화하는 전략이 요구된다. 이를 통해 낮은 우선순위의 시각 요소에 과도한 자원이 투입되는 문제를 방지할 수 있다. 제한된 예산과 인력 환경에서는 가중치가 높은 핵심 지표를 우선 개선하는 것이 보다 효율적인 경험 혁신 전략이 될 수 있다.

본 연구는 몇 가지 한계를 지닌다. 연구 표본이 주로 디즈니 계열 앱 이용자에 집중되어 있어, 지역형 또는 중소형 테마파크에 대한 결과 일반화에는 추가 검증이 필요하다. 또한

연령, 이용 습관, 방문 빈도 등에 따른 사용자 집단 간 차이를 세분화하여 분석하지 못하였다. 향후 연구에서는 사례 범위를 확대하고, 이용자 세분시장 조사와 행동 데이터, 현장 관찰 자료를 결합함으로써 연구 결과의 보편성과 정밀성을 더욱 높일 필요가 있다. 테마파크 모바일 앱의 경험 향상은 서비스의 본질로 회귀해야 한다. 즉, 안정적이고 효율적이며 사용하기 쉬운 기능 체계를 중심으로 정보의 신뢰성과 감성적 가치를 균형 있게 결합할 때, 방문객 만족도와 이용 효율성을 실질적으로 높일 수 있다. 나아가 이는 парк 경쟁력 강화와 문화관광 서비스의 디지털화, 인간중심화 발전을 지속적으로 촉진하는 기반이 될 것이다.

참고문헌

- [1] C. Coates. Omni Apps to Enhance Theme Park Visitor Experience [Internet]. Available: <https://blooloo.com/theme-park/news/omnico-apps-theme-park/>.
- [2] B. Pikkemaat and M. Schuckert, "Success Factors of Theme Parks – An Exploratory Study," *Tourism: An International Interdisciplinary Journal*, Vol. 55, No. 2, pp. 197-208, 2007.
- [3] X. Hu, S. Wang, and Y. Li, "The User Experience Research of Theme Park App: A Case Study of Shanghai Disney Resort," in *Proceeding of the 4th International Conference on Culture, Education and Economic Development of Modern Society (ICCESE 2020)*, pp. 383-387, March 2020.
- [4] TEA (Themed Entertainment Association). Announcing the 2024 Global Experience Index [Internet]. Available: <https://www.teaconnect.org/news/official-release-2024-tea-global-experience-indextm>.
- [5] Y. Zhang, X. R. Li, and Q. Su, "Does Spatial Layout Matter to Theme Park Tourism Carrying Capacity?" *Tourism Management*, Vol. 61, pp. 82-95, 2017. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2017.01.020>
- [6] A. Milman, A. D. A. Tasci, and W. Wei, "Crowded and Popular: The Two Sides of the Coin Affecting Theme-Park Experience, Satisfaction, and Loyalty," *Journal of Destination Marketing & Management*, Vol. 18, 100468, 2020. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2020.100468>
- [7] C. Baker, "The Prevalence of Storyworlds and Thematic Landscapes in Global Theme Parks," *Annals of Tourism Research Empirical Insights*, Vol. 4, No. 1, 100080, 2023. <https://doi.org/10.1016/j.annale.2022.100080>
- [8] Semantic Studios. User Experience Design [Internet]. Available: <https://www.usj.edu.lb/moodle/stephane.bazan/webdesign/morville.pdf>.
- [9] T. Long and R. Suomi, "Continuance Intention of Theme Park Apps: An Extended Expectation Confirmation Theory Perspective," in *Proceeding of the Wuhan International Conference on E-Business*, Wuhan, China, 2022.
- [10] F.-C. Yu, P.-C. Lee, P.-H. Ku, and S.-S. Wang, "A Theme Park Tourist Service System with a Personalized Recommendation Strategy," *Applied Sciences*, Vol. 8, No. 10, 1745, 2018.
- [11] J. Li and Q. Li, "Analysis of Queue Management in Theme Parks Introducing the Fast Pass System," *Heliyon*, Vol. 9, No. 7, e18001, 2023.
- [12] R. Zheng, The Effect of Service Quality of Mobile Tourism Apps on Customer Satisfaction, Master's Thesis, Sejong University, Seoul, 2020.
- [13] V. Kirova and T. V. Thanh, "Smartphone Use during the Leisure Theme Park Visit Experience: The Role of Contextual Factors," *Information & Management*, Vol. 56, No. 5, pp. 742-753, 2019.
- [14] R. Canestrino, A. Bonfanti, P. Magliocca, and F. Caputo, "Navigating Human-Technology Dynamics: Exploring Innovation Resistance to Smartphone Apps in Amusement Parks," *Technological Forecasting and Social Change*, Vol. 219, 124254, 2025.
- [15] Y.-K. Kim, Y. Joo, and Y. Yoon, "A Study on Satisfaction and Tourism Behavior Intentions According to the Creative Consumption Efficacy of Using Mobile Tourism Apps: The Modulating Effect of Showrooming Behavior," *Journal of Hospitality and Tourism Studies*, Vol. 25, No. 1, pp. 59-75, 2023.
- [16] International Organization for Standardization, Ergonomics of Human-System Interaction - Part 210: Human-Centred Design for Interactive Systems, Geneva, Switzerland, ISO 9241-210:2019, 2019. <https://www.iso.org/standard/77520.html>
- [17] R. W. Saaty, "The Analytic Hierarchy Process-What It Is and How It Is Used," *Mathematical Modelling*, Vol. 9, No. 3-5, pp. 161-176, 1987.
- [18] M. Hassenzahl, "The Interplay of Beauty, Goodness, and Usability in Interactive Products," *Human-Computer Interaction*, Vol. 19, No. 4, pp. 319-349, 2004. https://doi.org/10.1207/s15327051hci1904_2
- [19] A. G. Mirnig, A. Meschtscherjakov, D. Wurhofer, T. Meneweger, and M. Tscheligi, "A Formal Analysis of the ISO 9241-210 Definition of User Experience," in *Proceedings of the 33rd Annual ACM Conference Extended Abstracts on Human Factors in Computing Systems*, Seoul, pp. 437-450, 2015.
- [20] J. C. Nunnally, "An Overview of Psychological Measurement," in *Clinical Diagnosis of Mental Disorders: A Handbook*, Boston, MA: Springer, pp. 97-146, 1978.



양루잉(Lu-Ying Yang)

2021년 : 난창공정대학교 디지털미디어
아트학과(디자인학사)

2024년 : 전남대학교 대학원
(디자인학석사)

2024년~현 재: 전남대학교 아트&디자인테크놀로지협동과정
박사과정

※ 관심분야 : 서비스 디자인, 휴먼인터랙션디자인,, 사용자 경험,
UI/UX디자인



정정호(Jung-Ho Jung)

2002년 : 홍익대학교(미술학사)

2004년 : 홍익대학교 대학원
(미술학석사)

2009년 : Helsinki School of
Economics(Executive MBA)

2013년 : 홍익대학교 대학원
(미술학박사)

2014년~현 재: 전남대학교 디자인학과 교수

※ 관심분야 : 디자인융합(Design Convergence), 서비스디자인
(Service Design), 마케팅커뮤니케이션디자인
(Marketing Communication Design)