

축제유형에 따른 축제환경특성과 방문객만족의 관계

이 건 표

충청북도 단양군수

김 종 우

동양대학교 경영관광학부

The Relationships between Festival Environment Characteristics, Visitor Satisfaction, and Festival Type

Lee, Gun-Pyo

Mayor of Danyang Country, Chungcheongbuk-Do

Kim, Jong-Woo

School of Management & Tourism, Dongyang University

Abstract

Although the different types of festivals has organized, relatively little is known about how festival type influences attitudes and behaviors. This study investigates the relationships between festival environment characteristics and visitor satisfaction, and examines the differences in the relationships along with festival type. A questionnaire survey is conducted with 452 visitors in the three festivals. Results of regression analyses show that festival environment characteristics have significant effects on visitor satisfaction. In addition, The determinants of visitor satisfaction differ with respect to the type of festival. Theoretical and practical implications and suggestions for future research are discussed.

Key words: Festival environment characteristics, Visitor satisfaction, Festival type

I . 시작하며

Getz(1991)에 따르면 축제와 이벤트는 지역주민과 관광객들간의 관계증진은 물론 지속가능 한 관광개발에 공헌하는 대안관광의 새로운 추세로 받아들여지고 있으며 (Lee, Lee, & Wicks, 2004, p.61), 이런 현상은 한국의 경우도 예외는 아니다. 1980년대 이후 한국정부 역시 축제에 관심을 갖기 시작하였으며, 한국방문의 해를 계기로 지역문화축제의 관광상품화가 절실히 필요함을 인식하였고, 문화관광부는 문화관광정책 수단으로 지역축제활성화를 위한 지원을 실시하였고, 그 결과 1978년 315개의 축제가 2002년 약 900여 개에 달할 정도로 생겨났다(지진호, 김관영, 2002). 이로 인한 다양한 문제가 발생할 수도 있지만, 축제와 이벤트는 지역사회의 응집력을 강화하고 사회적 인센티브(보다 많은 레크레이션 기회나 새로운 사업기회를 제공하고 가족중심적 레크레이션 활동을 가능하게 함)를 창출하며, 사회적 비용을 발생시키는 것보다는 사회적 혜택이 훨씬 크기 때문에(Gursoy, Kim, & Uysal, 2004) 축제발전을 위해 학계나 실무에서 지속적인 연구와 관심이 요구된다.

개인의 태도형성은 관련된 환경자극에 의해 영향을 받는다는 전통적 행동주의심리학적 관점에 따르면, 축제 방문객만족은 해당 축제가 갖고 있는 다양한 환경특성들(자극)에 의해 영향을 받을 것이다. 그럼에도 불구하고 축제에 관한 선행연구들의 상당수가 축제참가자들의 참가동기(이정실, 양일용, 2003; 이충기, 김동기, 2001; 정병웅, 2003; Crompton, Lee, & Shuster, 2001; Crompton & McKay, 1997; Nicholson, 2001), 축제의 경제적 영향과 사회적 영향(김남일, 2003; 오문환, 이형균, 2001; 이건표, 2001; 이승곤, 임근욱, 김순호, 2004; Gursoy, et. al., 2004; Thrane, 2002; Waitt, 2003), 축제 이미지(부소영, 2003; 서철현, 2001; 이장주, 조현상, 2000; 이준혁, 이준혁, 2001)에 초점을 맞추고 진행되었다.

이용기, 이덕우, 이충기(2003)가 주장하듯 축제 환경에 대한 방문객의 지각에 관한 연구는 중요함에도 불구하고 희소한 편이고, 다만 몇 몇 선행연구들(김성혁, 고희석, 김순하, 2000; 이용기 등, 2003; 이준엽, 2003; 한상일, 2004)이 자신들의 관점에 따라 축제환경특성을 축제환경단서, 축제의 유인요인, 지역축제 선택속성, 만족도 요인 등으로 명명한 후 다른 변수들간의 관계를 검정하였다. 몇 몇 연구들(김성혁 등, 2000; 이준엽, 2003; 한상일, 2004)은 축제환경특성과 재방문의사 간의 관계에 관한 정보를 제공하고 있는데, 세부 특성이 재방문의사에 주는 영향력의 정도가 서로 다르게 파악되거나 심지어는 비일관적 관계를 갖는 경우도 있었다. 이용기 등(2003)은 축제환경단서와 충성도 간의 관계에서 방문객만족이 매개역할을 할 것이라는 주장을 제기하고 이를 실증 검정하였고, 이들의 연구는 관련 선행연구들이 갖고 있는 변수들간의 비일

관적 관계의 이유를 설명할 수 있는 가능성을 제공하고 연구결과를 누적하는데 기여하고 있다. 본 연구에서는 태도는 행동에 선행한다는 일반적 ‘태도→행동’이론에 근거하여 이용기 등(2003)의 주장을 받아들여 축제환경특성은 방문객만족에 영향을 준다고 가정하고 있다.

소비자행동이나 조직행동을 연구하는 학자들은 자극과 태도간의 관계에서 상황변수를 찾기 위해 많은 노력을 기울이고 있다. 본 연구에서는 축제환경특성과 방문객만족간의 관계를 축제유형이 조절할 것으로 기대하고 있다. 이들 세 변수들간의 관계를 직접적으로 검증한 연구는 찾아보기 어렵지만, 이런 가정의 타당성은 축제유형에 따라 참가자들의 참가동기는 서로 다르며(Crompton & McKay, 1997), 참가동기를 기준으로 세분화된 개별 군집들간에 지역축제선택속성(축제환경특성)과 전반적 만족(방문객만족)에 차이가 있는 것으로 확인되었으며(김성혁 등, 2000; Lee, et. al., 2004), 그리고 축제유형에 따라 축제만족요인(축제환경특성)에 대한 방문객들의 지각에 차이가 있다는 결과(이용근, 2002)들에 의해 설명될 수 있기에, 본 연구에서는 축제환경특성과 방문객만족 간의 관계에서 축제유형이 조절효과를 가질 것으로 예측하고 있다.

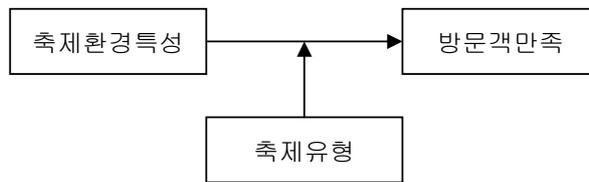
지속가능한 관광개발을 위한 매력물로서 축제의 관심이 증대되고 있고, 지방화시대를 맞으면서 대다수의 지방자치단체들은 지역주민들의 화합, 지역경제발전, 도시마케팅의 수단 등과 같은 필요성에 의해 축제에 집중적 관심을 기울이고 있다. 그 결과 지방자치단체들에 의해 무분별할 정도로 많은 수의 축제들이 기획·실행하고 있는 현실에서, 축제의 범람을 막고 경쟁력 있는 축제를 육성하겠다는 취지로 문화관광부는 ‘선택과 집중’이라는 논리를 내세워 문화관광축제에 대한 차별적 지원책을 모색하고 있는 실정이다(한국관광공사, 2004). ‘선택과 집중’을 통한 차별적 지원이라는 정책이 효과적으로 집행되기 위해서는 이훈(2003)이 문화관광축제를 평가할 때 효과성과 효율성의 측면에서 평가도구들이 상호보완 될 필요가 있다고 지적하였듯 이들 축제들에 대한 평가과정에서 상당한 주의를 기울여야한다. 그럼에도 불구하고 축제 평가를 위해 해당 축제들의 존재 목표나 축제유형을 무시하고 획일적인 방법을 사용할 경우에 여러 가지 부작용이 예상된다. 축제유형과 고객만족(방문객만족)을 고려한 본 연구는 이런 부작용과 관련된 문제를 해결하는데 조금이나마 도움이 되며, 축제평가와 관련해서도 요긴하리라 생각된다.

요약하면, 본 연구에서는 축제환경특성과 방문객만족간의 관계를 검증한 후, 두 변수 사이의 관계가 축제유형에 따라 다르게 나타날 수 있는 가를 확인하고자 한다. 이를 통해 축제 기획자들은 물론 축제 평가자들에게 요구되는 실무적 시사점을 제공하고자 한다. 예컨대, 문화관광부가 축제를 평가할 때 축제 유형에 따라 축제환경특성에 대해 서로 다른 가중치를 적용해야 하는 근거를 제시할 수 있을 것으로 기대된다.

II. 이론적 배경과 가설

지방자치단체들에 의해 무분별할 정도로 많은 수의 축제들이 개최되고 있는 축제의 무한경쟁상황에서 축제추진주체들은 해당 축제의 방문객들을 만족시키지 않고서는 축제의 존속을 보장받을 수 없고, 축제들간의 경쟁에서 승패를 결정하는 주체는 방문객들이기 때문에 방문객만족은 축제추진주체들의 궁극적 목적이 되었다. 이는 축제 방문객만족은 방문객들에게 단순히 볼거리를 제공하는 수준을 넘어 즐거움이나 기쁨과 같은 충분한 만족을 제공해야만 존속 가능하다는 함축적 의미를 담고 있으며, 이런 시대적 추세는 관광산업의 새로운 추세인 축제의 하나인 축제라는 부분에서도 결코 비켜갈 수는 없다. 즉 지방자치단체들에 의해 주도된 지역축제들은 방문객 감동을 이끌어 내어야 하는 시대로 진입하게 된 것이다.

본 연구에서는 전통적 행동주의심리학과 상황이론에 근거해 축제환경특성이 방문객만족에 영향을 주고 이들간의 관계는 축제유형에 따라 달라질 것이라고 가정한 후 <그림 1>과 같은 연구모형을 설계하였다.



<그림 1> 연구모형

2.1 축제 환경 특성과 방문객 만족

축제 방문객만족은 다양한 요인들에 의해 영향을 받지만 축제환경특성 역시 축제 방문객만족에 영향을 준다. 축제환경특성은 축제환경의 속성들에 대한 방문객들의 지각으로(이용기 등, 2003) 학자들의 관점에 따라 축제환경단서(이용기 등, 2003), 축제의 유인요인(한상일, 2004), 지역축제 선택속성(김성혁 등, 2000), 만족도 요인(이준엽, 2003) 등으로 명명되었다. 예를 들면 한상일(2004)은 관광객의 내부심리에서 관광욕구를 자극하여 관광행동을 일으키는 관광동기 그 자체를 추진요인으로, 관광객들의 여행동기를 충족시킬 수 있는 관광대상의 특성을 유인요인으로 정의하고, 추진요인은 관광객차원의 심리적 이유에 의해 형성되고, 유인요인은 목적지 속성과 같은 외부적

힘에 의해 발생한다고 주장하였다.

축제환경특성은 방문객들의 축제선택에 영향을 주거나 그들을 유인하는 역할을 하며, 행동주의심리학이나 환경심리학(‘자극-태도-행동’모형)에 의하면 방문객들은 자신들이 노출된 축제환경이라는 자극에 의해 그들의 태도를 형성할 것이다. 또한 고객만족을 설명하는 다양한 이론 가운데 하나인 기대불일치이론에 의하면 축제 방문객들이 지각하는 축제환경특성이 자신들의 기대와 일치하느냐에 따라 방문객만족의 정도가 결정된다. 축제방문객들의 동기부여가 아무리 높다고 할지라도 축제환경에 대한 그들의 평가가 자신들의 기대수준에 미치지 못하게 되면 방문객들의 만족은 줄어들고(이용기 등, 2003, p.86) 그 결과 해당 축제의 경쟁력은 약화될 것이다. 이용기 등(2003)은 속성수준과 고객만족에 관한 소비자행동연구들의 결과들에 근거해 축제환경단서가 방문객만족에 정(+)적 영향을 줄 것이라고 기대하고 수안보온천제 방문객(n=331)들로부터 수집된 설문지 반응을 분석한 결과, 축제환경단서는 행사진행/내용, 음식가치, 접근성/지역문화인지, 축제상품 및 편의시설이라는 5개의 요인으로 도출되었고, 행사진행/내용과 접근성/지역문화인지만이 방문객만족에 정(+)적 영향을 주는 것으로 나타났다. 이런 주장과 선행연구들에 근거해 축제환경특성과 방문객만족에 관한 가설1을 설정하였다. 본 연구에서는 축제환경특성에 관한 선행연구의 부족으로 하위차원에 따른 개별 가설들을 설정하지 못하고 요인분석을 통해 도출된 하위차원들에 근거해 축제환경 특성변수들을 도출한 후 하위차원들이 방문객만족과 갖는 관계를 검증하고자 한다.

가설 1: 축제환경특성은 방문객만족과 정(+)의 관계를 가질 것이다.

2.2 축제유형에 따른 축제 환경특성과 방문객만족의 관계

축제는 지역문화와 전통, 특산물 등을 중심으로 다양한 유형으로 구분될 수 있는데 문화예술축제, 전통문화축제, 지역특산물축제, 지역특성화축제, 생태자연축제로 구분할 수도 있고(손대현, 2004), 종교축제, 자연환경축제, 특산물축제, 예술축제 및 계절축제로 구분되기도 한다(문화체육부, 1996).

본 연구에서는 축제유형에 따라 축제환경특성과 방문객만족간의 관계는 서로 다른 양상을 보일 것으로 예측하고 있다. 이들 변수들간의 관계는 상황이론으로 설명할 수 있는데 특정자극이 지각자의 태도나 행동에 주는 영향은 상황적 요소에 따라 달라질 수 있다는 것이다. 축제환경특성, 방문객만족 및 축제유형이라는 세 변수들간의 관계를 직접적으로 다룬 축제관련 선행연구는 확인하기 어려웠지만, 상황이론의 관점(자극과 태도간의 관계에 조절변수의 존재)을 따른 소비자행동연구나 조직행동연구는 비교

적 많다. 축제 방문객들이 자신들의 참가동기에 따라 다른 축제를 선택한다는 논리 (Crompton & McKay, 1997))에 따르면, 동기부여를 상황변수로 고려하고 검정한 다른 영역의 연구들(예를 들면 소비자행동연구 등)이 축제환경특성이 방문객만족에 주는 영향을 축제유형이 조절할 것이라는 가설 설정의 다당성을 부분적으로 제공해준다. 예컨대, Batra와 Ray(1986)는 반복광고라는 자극이 태도나 구매의도에 주는 영향이 동기부여에 의해 조절될 것이라고 주장한 후 실증 검정하였으며, 이지우와 김종우(2002)는 고용형태(비정규직은 정규직에 비해 근로의욕이 낮음)에 따라 직무특성과 조직몰입의 관계가 다르다는 것을 도출하였는데 이들 연구들은 자극과 태도간에 있어 동기부여의 조절효과를 직·간접적으로 확인한 것이다.

축제를 실시하는 목표나 대상물 등에 따라 축제는 다양한 형태로 구분되고, 방문객들은 자신들의 참가동기에 따라 참가하고자 하는 축제를 서로 다르게 선택할 것이다. 이런 주장은 Crompton과 McKay(1997)에 의해 역설적으로 확인되었는데 이벤트유형(퍼레이드, 야외극-가면극, 음식, 영화, 쇼)에 따라 이벤트참가자들의 참가동기가 서로 다른 것으로 나타났다. 이처럼 방문객들의 축제참가동기가 다르기 때문에 방문객들의 축제환경특성에 대한 지각이나 평가 역시 다를 수 있다. 축제환경특성의 하나인 접근편리성을 예를 들어보면, 종교축제의 방문자들은 신앙심을 갖고 있을 가능성이 높기 때문에 해당 축제장소에 대한 접근편리성을 중요하게 평가하지 않을 것인 반면에, 특산물축제 특히 음식물축제의 경우에는 다양한 먹거리 문화가 발달한 현 시점에서 방문객들은 접근편리성을 중요하게 생각할 가능성이 높다. 축제마케팅에 중요한 정보를 제공하기 위해 축제 참가동기에 따라 방문객들을 세분화된 군집으로 구분한 후 각 군집별로 축제환경특성(김성혁 등, 2000)과 방문객만족(Lee, et. al., 2004)에 차이가 있음을 도출한 연구와 축제유형에 따라 축제만족요인(축제환경특성)에 차이가 있음을 밝힌 연구(이용근, 2002)가 이런 주장을 뒷받침하고 있다. 관련 연구들을 좀 더 구체적으로 살펴보면, 김성혁 등(2000)은 축제의 추구편익요인과 선택속성간에 유의한 정준상관함수가 있음을 도출하였고, 한상일(2004) 역시 축제의 추진요인과 유인요인간에 통계적으로 유의한 관계가 있음을 검정하였다. 그리고 김성혁 등(2000)은 관광객들의 추구편익을 기준으로 군집분석을 실시한 후 각 집단별(축제참여지식군, 일상생활충전군, 사색지향군, 가족중심 휴가군, 쇼핑오락지향군)로 지역축제 선택속성에 차이가 있음을 분산분석을 통해 실증 검정하였고, 이용근(2002)은 축제(광주김치축제, 풍기인삼축제, 부산자갈치축제, 강경젓갈축제)에 따라 축제만족요인(축제 환경특성)에 차이가 있음을 확인하였다.

이런 주장과 연구결과들로부터 개인들의 축제방문동기에 따라 선택하는 축제유형은 다를 수 있다는 것, 방문객들은 특정 축제에 대한 환경특성과 전반적 만족을 지각할 때 축제방문동기에 따라 서로 다르게 인지한다는 것, 그리고 축제유형에 따라 축제환

경특성이 다르다는 것을 도출할 수 있었다. 이를 통해 축제환경특성과 방문객만족간의 관계가 축제유형에 따라 다를 것이라는 가설2를 유추할 수 있다. 가설2 역시 가설1과 마찬가지로 본 연구의 요인분석을 통해 도출된 축제환경특성의 하위차원들에 근거해 하위가설들을 검정하고자 한다.

가설 2: 축제환경특성과 방문객만족의 관계는 축제유형에 따라 달라질 것이다.

III. 실증연구

3.1 표본과 자료 수집

축제환경특성들이 방문객만족을 촉진하는데 어떤 역할을 하는가와 축제유형에 따른 축제환경특성들과 방문객만족간의 관계를 살펴보기 위해서 영주시에서 개최된 3개 지역축제(영주풍기인삼축제, 화엄축제, 소백산철쭉제)의 외래방문객들만을 연구대상으로 삼았다. 외래방문객만을 연구대상으로 삼은 이유는 지역주민들과 외래방문객들이 갖는 다양한 특성으로 인해 변수들간의 관계가 왜곡될 가능성을 차단하기 위함이다. 각 축제별 250부씩, 총 750부의 설문지가 배부되었는데 그 중 473부가 회수되었으며, 불성실한 응답경향을 보인 21부를 제외한 452부가 최종분석에 사용되었다. 분석에 사용된 전체 452부 가운데 각 축제별 빈도는 영주풍기인삼축제 198부, 화엄축제 94부, 소백산철쭉제 160부이고 응답자들의 인구통계적 특성은 <표 1>과 같다.

응답자 중 남자 245명(54.2%), 여자 190명(42.04%), 무응답 17명(3.76%)이었으며, 연령은 30세 미만 129명(28.54%), 30~39세 130명(28.76%), 40~49세 135명(29.87%), 50세 이상 42명(9.29%), 무응답 16명(3.54%)인 것으로 나타났다. 교육수준은 중졸이하 9명(1.99%), 고졸 157명(34.73%), 전문대졸 80명(17.7%), 대졸이상 184명(40.71%), 무응답 22명(4.87%)이었으며, 결혼여부는 미혼 138명(30.53%), 기혼 287명(63.5%), 무응답 27명(5.97%)이었다. 소득은 100만원미만 61명(13.5%), 100-199만원 115명(25.44%), 200-299만원 111명(24.56%), 300만원이상 70명(15.49%), 무응답 95명(21.02%)이었으며, 직업은 회사원 95명(21.02%), 사업가 71명(15.71%), 공무원 38명(8.41%), 농수산업종사자 10명(2.21%), 학생 52명(11.50%), 주부 68명(15.04%), 기술자 9명(1.99%), 전문직 14명(3.10%), 관광사업 4명(0.88%), 도소매업 8명(1.77%), 판매/서비스업 24명(5.31%), 기타 33명(7.3%), 무응답 26명(5.75%)인 것으로 확인되었다. 응답자들의 인구통계적 특성을 고려할 때 본 연구의 목표달성에 비교적 적합한 표본으로 판단된다.

<표 1> 표본의 인구통계적 특성

분 류		빈 도	비 율
축제유형	영주풍기인삼축제	198	43.81
	화엄축제	94	20.80
	소백산철쭉제	160	35.40
성별	남성	245	54.20
	여성	190	42.04
	무응답	17	3.76
연령	30세 미만	129	28.54
	30-39세	130	28.76
	40-49세	135	29.87
	50세 이상	42	9.29
	무응답	16	3.54
교육	중졸이하	9	1.99
	고졸	157	34.73
	전문대졸	80	17.70
	대졸이상	184	40.71
	무응답	22	4.87
결혼	미혼	138	30.53
	기혼	287	63.50
	무응답	27	5.97
소득	100만원미만	61	13.50
	100-199만원	115	25.44
	200-299만원	111	24.56
	300만원이상	70	15.49
	무응답	95	21.02
직업	회사원	95	21.02
	사업가	71	15.71
	공무원	38	8.41
	농수산업종사자	10	2.21
	학생	52	11.50
	주부	68	15.04
	기술자	9	1.99
	전문직	14	3.10
	관광사업	4	0.88
	도소매업	8	1.77
	판매/서비스업	24	5.31
	기타	33	7.30
	무응답	26	5.75
	계	452	100

3.2 변수의 측정

이들 표본들로부터 수집된 자료를 통해 그 타당성이 분석될 연구모형은 축제환경특성의 여섯 가지 차원(편의성/홍보, 행사안내, 행사내용, 음식/기념품, 연계관광, 편의시설)이 독립변수로, 축제유형이 조절변수로 그리고 방문객만족이 종속변수로 구성되어 있다. 이 가운데 축제유형을 제외한 7개 변수의 측정을 위해 설문지가 개발되었으며, 그 내용은 <표 2>에 제시되어 있다.

방문객들이 지각하는 축제환경특성은 문화관광부(2004)가 지역축제를 평가하기 위해 사용한 도구의 하나인 방문객 설문조사 척도를 통해 측정되었다. 이 척도는 여섯 가지 차원에 총 18문항으로 구성되어 있으며, 이용기 등(2003)의 연구에서 신뢰도와 타당도를 갖는 것으로 평가되었다. Likert 유형의 7점 척도(1=전혀 그렇지 않다, 7=항상 그렇다)가 활용되었고 각 요인에 대한 문항들의 응답 평균이 각각 접근성/홍보, 행사안내, 행사내용, 음식/기념품, 연계관광, 편의시설을 나타내는 지표로 사용되었다. 본 연구에서는 축제유형을 지역특산물 축제인 영주풍기인삼축제, 종교축제인 화엄축제, 자연환경축제인 소백산철쭉제로 구분하였다. 이러한 구분은 다른 연구자나 단체(문화체육부, 1996; 손대현, 2004)의 축제유형분류에 적합한 것으로 판단된다. 축제 방문객의 방문객만족을 측정하기 위해 축제방문 결정에 대한 만족, 축제에 대한 느낌 그리고 축제에 대한 전반적 만족이라는 3문항을 사용하였고, Likert 유형의 7점 척도가 사용된 3개 문항의 평균을 통해 방문객 만족의 정도가 평가되었다.

3.3 측정의 타당도와 신뢰도

사용된 측정도구의 타당도를 살펴보기 위해 탐색적 요인분석을 실시하였다. 축제환경특성들과 방문객만족을 측정하기 위해 사용된 총 21개의 문항을 직교회전(varimax rotation) 후 요인분석 한 결과 행사안내를 측정하기 위한 1문항이 다른 요인을 구성하고 있어 해당 문항을 제거한 후 20문항을 대상으로 다시 실시한 요인분석결과는 <표 2>에 제시된 것처럼 1 이상의 고유값을 갖는 요인은 7개이며, 총 분산 중 75.9%가 이들 요인들에 의해 설명되는 것으로 나타났다. 첫 번째 요인에는 음식/기념품을 측정하는 5개 문항이, 두 번째 요인에는 행사내용에 관한 4개 문항이 높은 적재치를 보이고 있다. 세 번째 요인은 방문객만족과 관련된 것이고, 네 번째 요인에는 편의시설을 측정하기 위한 3개 문항이 적재되었다. 다섯 번째, 여섯 번째 및 일곱 번째 요인에는 행사안내, 연계관광 및 편의성/홍보와 관련된 문항들이 각각 포함되었다. 이와 같은 문항별 요인적재패턴과 적재값들은 본 연구에 포함된 7개 변수들의 측정도구가 타당

도를 갖고 있음을 보여주는 것이다.

<표 2> 요인분석결과

변수	문항	요인1	요인2	요인3	요인4	요인5	요인6	요인7
접근성/ 홍보	1) 축제행사장까지 쉽고 편하게 찾아올 수 있었다.	-0.04	-0.04	0.29	0.11	0.37	0.45	0.51
	2) 사진홍보를 통해 축제의 내용 및 일정을 알고 있다.	0.11	0.16	0.11	0.11	0.13	0.02	0.87
행사안내	4) 행사장내 팸플렛이 잘 되어 있다.	0.24	0.37	0.20	0.07	0.55	0.15	0.29
	5) 행사장내 안내요원들의 서비스에 만족한다.	0.24	0.31	0.13	0.21	0.75	-0.09	0.13
행사내용	6) 행사내용이 재미있다.	0.25	0.67	0.22	0.15	0.41	0.16	-0.01
	7) 행사내용이 다양하다.	0.23	0.67	0.28	0.16	0.34	0.10	-0.03
	8) 직접 참여하는 체험프로그램에 만족한다.	0.24	0.73	0.21	0.18	0.04	0.06	0.21
	9) 행사내용을 통해 이 지역의 문화를 잘 알게 되었다.	0.13	0.64	0.30	0.17	0.19	0.19	0.11
음식/ 기념품	10) 축제관련 기념품의 종류가 다양하다.	0.54	0.50	0.12	0.26	0.04	-0.16	0.07
	11) 축제관련 기념품의 품질이 좋다.	0.66	0.45	0.14	0.12	-0.07	0.05	0.21
	12) 축제관련 기념품의 가격이 적당하다.	0.80	0.29	0.10	0.04	0.08	0.09	0.09
	13) 음식의 종류가 다양하다.	0.78	0.09	0.21	0.17	0.22	0.09	0.02
	14) 음식의 가격이 적당하다	0.72	0.06	0.24	0.26	0.31	0.14	-0.07
연계관광	15) 주변의 유명한 관광지도 방문할 것이다(방문했다)	0.18	0.23	0.08	0.24	-0.07	0.81	-0.01
편의시설	16) 주차시설 이용이 편리하다	0.09	0.11	0.07	0.71	0.17	0.39	0.14
	17) 휴식공간(벤치, 휴게실)이 잘 되어있다	0.25	0.19	0.21	0.81	0.13	-0.06	0.04
	18) 화장실이 청결하다	0.16	0.20	0.20	0.78	0.04	0.16	0.06
방문객 만족	1) 내가 이 축제를 방문하기로 한 결정에 대해 만족한다.	0.20	0.21	0.85	0.17	0.14	0.02	0.13
	2) 이 축제에 대한 나의 느낌은 좋다.	0.16	0.23	0.87	0.16	0.13	0.10	0.02
	3) 전반적으로 축제에 대해 만족한다.	0.22	0.31	0.79	0.16	0.07	0.10	0.12
고 유 값		3.05	2.97	2.77	2.28	1.59	1.28	1.23
설 명 된 분 산 의 비 율		15.26	14.83	13.85	11.39	7.93	6.41	6.17
Cronbach α		0.861	0.858	0.916	0.809	0.386*	1문항	0.538*

* 두 문항으로 구성된 변수의 경우 문항들간의 상관관계계수이며 $p < 0.01$ 에서 유의함.

이들 측정도구의 신뢰도는 상관관계분석과 Cronbach 알파 분석을 통해 평가되었으

며, 그 결과 역시 <표 2>에 제시되어 있다. 접근성/홍보와 행사안내를 측정하기 위해 두 문항이 사용되었기에 문항들간의 상관관계계수를 통해 신뢰도를 확인하였는데 통계적으로 유의한($p < 0.01$) 관계에 있는 것으로 확인되었고, 나머지 변수들을 측정하기 위한 항목들을 대상으로 한 Cronbach 알파 분석결과 알파 계수가 .81 이상으로 나타나 높은 내적 일관성을 갖고 있는 것으로 평가되었다.

3.4 분석 결과

가설검정에 앞서 변수들의 기술 통계값이 분석되었는데, <표 3>에 그 결과가 제시되었다. 음식/기념품과 편의시설을 제외한 모든 변수들이 중앙값인 4.0 이상의 평균값을 보이고 있으며, 표준편차는 1.05에서 1.66 사이의 값을 갖고 있다. 모든 변수들간의 상관관계계수 값은 통계적으로 유의한($p < 0.01$) 것으로 나타났다.

<표 3> 변수들의 평균, 표준편차, 신뢰도 및 상관계수

	평균	표준 편차	접근성 /홍보	행사 안내	행사 내용	음식/ 기념품	연계관광	편의시설	방문객만족
접근성/홍보	4.52	1.37	1.00						
행사안내	4.09	1.31	0.48	1.00					
행사내용	4.00	1.13	0.43	0.63	1.00				
음식/기념품	3.81	1.05	0.30	0.53	0.67	1.00			
연계관광	4.39	1.66	0.31	0.28	0.35	0.28	1.00		
편의시설	3.98	1.42	0.39	0.44	0.51	0.49	0.40	1.00	
방문만족	4.37	1.25	0.44	0.49	0.62	0.49	0.34	0.44	1.00

주: 모든 변수들간의 상관관계가 $p < 0.01$ 수준에서 유의함

가설 1은 축제환경특성들과 방문객만족 사이의 관계에 관한 것들로, 6개의 하위가설이 설정되었다. 이의 검정을 위해 다중회귀분석을 실시하였고, <표 4>의 모형1에 그 결과가 제시되어 있다. 우선 가설 1-1은 접근성/홍보와 방문객만족간의 관계에 관한 것으로 <표 4>에서 볼 수 있듯이 0.14($p = .00$)의 회귀계수를 갖고 있는 것으로 밝혀져 가설 1-1은 채택되었고, 행사안내와 방문객만족간에 정(+)적 관계를 가질 것으로 기대된 가설 1-2는 분석결과 통계적으로 유의한 관계를 갖고 있지 않아 기각되었다. 행사내용과 방문객만족간의 관계는 다중회귀분석에서 회귀계수가 통계적으로 유의한

($\beta=0.37, p<0.00$) 정(+)의 값을 보이고 있어 가설 1-3은 채택되었고, 음식/기념품은 방문객만족과 0.15($p<0.01$)의 회귀계수를 갖고 있고 그 관계가 통계적으로 유의하기 때문에 가설 1-4 역시 채택되었다. 연계관광과 방문객만족과의 관계는 다중회귀분석에서 유의한 관계가 없는 것으로 밝혀져 가설 1-5는 기각되었고, 반면에 편의시설은 다중회귀분석에서 방문객만족에 유의한($\beta=0.12, p<0.02$) 정(+)적 영향을 주는 것으로 나타나 가설 1-6은 채택되었다.

<표 4> 방문객만족에 대한 회귀분석 결과

독립변수	전 체 (모형1)			풍기인삼축제 (모형2)			화엄축제 (모형3)			소백산철쭉제 (모형4)		
	β 값	t값	p값	β 값	t값	p값	β 값	t값	p값	β 값	t값	p값
접근성/홍보	0.14	2.85	0.00	0.18	2.70	0.01	0.13	1.28	0.21	0.09	0.89	0.37
행사안내	0.06	0.96	0.34	0.05	0.64	0.52	0.06	0.47	0.64	-0.00	-0.03	0.98
행사내용	0.37	5.80	0.00	0.45	4.62	0.00	0.31	2.53	0.01	0.33	2.80	0.01
음식·기념품	0.15	2.57	0.01	0.08	0.96	0.34	0.25	2.04	0.04	0.14	1.13	0.26
연계관광	0.01	0.26	0.80	0.11	1.86	0.07	-0.07	-0.65	0.52	-0.11	-1.04	0.30
편의시설	0.12	2.26	0.02	0.08	1.09	0.28	0.22	1.82	0.07	0.12	1.00	0.32
F값 (p값)	43.59 (0.00)			35.06 (0.00)			9.13 (0.00)			5.26 (0.00)		
R ²	0.44			0.58			0.45			0.25		

가설 2에서는 축제유형이 축제환경특성들과 방문객만족 사이의 관계를 조절할 것으로 기대하였고, 이의 검정을 위해 축제유형별로 다중회귀분석을 실시하였으며, 그 결과는 <표 4>의 모형2(풍기인삼축제), 모형3(화엄축제), 모형4(소백산철쭉제)에 제시되어 있다. 축제환경특성들과 방문객만족 사이의 관계들(6개 가설)에 대한 축제유형의 조절효과를 확인하기 위해 <표 4>의 3개의 모형을 비교한 후 결과를 제시하면, 가설 2-1은 접근성/홍보와 방문객만족간의 관계를 축제유형이 조절할 것이라는 것으로 모형2에서는 통계적으로 유의한 관계를 갖지만, 모형3과 모형4에서는 유의한 관계를 갖지 않는 것으로 확인되어 해당 가설은 채택되었고, 축제유형에 따라 행사안내와 방문객만족간의 관계가 다를 것으로 예측한 가설 2-2의 검정결과 모형2, 모형3, 모형4 모두에서 유의한 관계가 확인되지 않아 기각하였다. 행사내용과 방문객만족간의 관계가 축제유형에 따라 다른 양상을 보일 것으로 기대한 가설 2-3의 검정결과 세 개의 다중

회귀분석(모형2-모형4)에서 회귀계수가 통계적으로 모두 유의한 정(+)의 값을 보이고 있어 가설 2-3은 기각되었고, 축제유형에 따른 음식/기념품과 방문객만족간의 관계는 화엄축제(모형3)의 경우 0.25(p=0.04)의 회귀계수를 갖고 있고, 모형2와 모형4에서는 그 관계가 통계적으로 유의하지 않기 때문에 가설 2-4는 채택되었다. 축제유형에 따른 연계관광과 방문객만족과의 관계에 관한 가설 2-5는 세 개의 다중회귀분석모형 모두에서 유의한 관계가 없는 것으로 밝혀져 기각되었고, 축제유형에 따른 편의시설과 방문객만족의 경우에도 세 개의 다중회귀분석에서 모두 유의한 관계가 없는 것으로 확인되어 가설 2-6 역시 기각되었다.

IV. 끝내며

본 연구는 축제환경특성과 방문객만족간의 관계와 이들 변수들간의 관계에서 축제 유형의 조절효과를 살펴보기 위해 수행되었으며 그 결과는 다음과 같다. 첫째, 모형1에 근거할 때 축제환경특성들 가운데 행사내용($\beta=0.37$), 음식/기념품($\beta=0.15$), 접근성/홍보($\beta=0.14$)와 편의시설($\beta=0.12$)이 방문객만족에 정(+)적 영향을 주는 것으로 확인되었다. 이런 결과는 축제 기획가나 축제정책 평가자(기관)들로 하여금 축제발전을 위해 축제의 기획이나 평가시 우선 고려해야 할 요인들이 무엇인지에 관한 정보를 제공하고 있다. 예를 들어 문화관광부가 '선택과 집중'이라는 축제정책을 실행하고자 할 때 제기될 수 있는 축제추진주체들의 공정성 문제를 해결하는데 도움이 될 것으로 기대된다.

둘째, 축제유형에 따라 축제환경특성들과 방문객만족과의 관계는 각 변수들간의 관계에 따라 상이한 것으로 확인되었다. 접근성/홍보와 음식/기념품이 방문객만족과 갖는 관계는 축제유형에 따라 서로 다른 양상을 보이는 것으로 확인되었고, 행사안내, 연계관광 및 편의시설의 경우에는 모든 축제에서 방문객만족과 유의한 관계를 갖지 않는 것으로 파악되었으며, 행사내용의 경우 모든 축제에서 방문객만족에 정(+)적 영향을 주는 것으로 나타났다. 이런 결과를 통해 모든 축제유형에서 방문객만족에 영향을 주는 가장 중요한 요소는 행사내용임을 확인할 수 있었고, 다음으로 특산물축제(풍기인삼축제)의 경우 접근성/홍보의 중요성이 대두되고 종교축제(화엄축제)의 경우에는 음식 및 기념품에 대한 관심이 요구됨을 확인할 수 있었다. 또한 행사안내, 연계관광 및 편의시설이 방문객만족에 영향을 주지 않는다는 결과를 통해 축제 연구에서 방문객만족은 물론 방문객불만족에 관한 연구 역시 요구됨을 추론할 수 있다. 즉 행사안내, 연계관광 및 편의시설은 단지 방문객의 불만족을 줄여주는 위생요인일 가능성이

있으므로 이에 대한 후속연구가 필요하다.

본 연구는 축제환경특성과 방문객만족의 관계를 축제유형에 따라 살펴봄으로써 축제연구에 대한 이해 폭을 넓히는데 기여하였다. 그러나 여느 연구와 마찬가지로 본 연구도 한계를 갖고 있으며, 이로 인해 연구결과의 해석이나 일반화에 주의를 기울여야 할 것이다. 우선 본 연구를 통해 밝혀진 변수들간의 관계가 실제보다 부풀려졌을 가능성이 있다. 모든 자료가 설문지를 통한 자기보고 방식으로 수집되어 동일방법에 기인한 오류를 피할 수 없기 때문이다. 그 다음으로 각 축제별 표본 크기 차이를 지적할 수 있다. 화엄축제의 경우 풍기인삼축제의 1/2 이 채 안 되는 표본 크기에 축제유형에 따른 분석결과가 영향을 받았을 가능성을 배제할 수 없다. 이와 함께 본 연구에서는 풍기인삼축제를 특산물축제로, 화엄축제를 종교축제로, 소백산철쭉제를 자연환경축제로 분류하고 이루어진 연구결과라 다른 축제유형들에게까지 일반화하는데 세심한 주의를 기울여야 할 것이다. 마지막으로 횡단적 연구설계로 인해 변수들간 인과관계 추론이 제한적으로밖에 이루어질 수 없었다.

앞으로의 연구는 이런 문제점의 개선과 함께 다음과 같은 몇 가지 방향을 고려해 연구가 이루어져야 할 것이다. 방문객만족을 설명하기 위한 선행변수로 방문객들이 지각한 축제환경특성들만을 연구모형에 포함시키고 있는데 방문객만족을 설명하면서 방문객 특성을 고려하지 않고 있다는 한계를 갖는다. 따라서 향후 연구에서는 방문객 특성을 모형에 포함시킴으로써 방문객만족의 설명력을 높일 수 있을 것으로 기대된다. 다음으로 축제환경특성과 방문객만족간의 관계를 매개하는 변수들에 대한 연구를 통해 연구결과를 정교화시키고 누적하는데 기여해야 할 것으로 기대된다. 예를 들어 축제환경특성이 축제이미지에 어떤 영향을 주고 그 결과 방문객의 만족을 증진시킬 것이라고 가정할 수도 있다.

또한 축제유형별로 축제환경특성과 방문객만족과의 관계를 확인한 결과 축제환경특성 가운데 행사안내, 연계관광과 편의시설이 방문객만족에 영향을 주지 않는 것으로 확인되었다. 이런 결과는 Crompton(2003)이 Herzberg, Mausner와 Snyderman(1959)의 2요인 이론을 받아들여 이벤트의 품질에 영향을 주는 두 요인(동기요인과 위생요인)의 효과를 검정하였듯 향후연구에서는 축제환경특성들이 축제방문객의 만족은 물론 불만족과 갖고 있는 관계에 관심을 기울여야 할 것이다. 마지막으로 축제를 보다 세밀히 유형화하거나 축제유형에 하나의 축제가 아닌 다수의 축제를 포함하고 변수들간의 관계를 살펴보는 연구가 요구된다. 지방자치단체들이 지역경제 활성화의 수단으로 다양한 축제를 개발하고 있는 현실을 감안할 때 축제유형을 고려하는 축제연구는 축제발전을 통한 관광활성화와 지역발전의 기틀을 마련하는데 도움이 될 것이다. 본 연구가 그런 방향의 노력을 촉진시키는 조그마한 디딤돌이 될 수 있길 기대한다.

참고문헌

- 김남일(2003), “지역발전 전략으로서 지역문화축제의 구조 및 특성: 강릉단오제를 중심으로,” 「지역사회발전연구」, 제28권 제1호, pp. 55-78.
- 김성혁·고호석·김순하(2000), “지역축제 관광객의 시장세분화와 선택속성에 관한 실증적 연구: 10대 지역축제를 중심으로,” 「관광학연구」, 제24권 제1호, pp. 259-280.
- 문화체육부(1996), 「한국의 지역축제」.
- 문화관광부(2004), 「2003 문화관광축제 종합평가보고서」.
- 부소영(2003), “축제의 지역이미지에 대한 영향관련 내용분석,” 「관광학연구」, 제27권 제2호, pp. 113-132.
- 서철현(2001), “지역축제에 대한 사후이미지가 방문객 만족과 행동의도에 미치는 영향: 청도 소싸움 축제를 중심으로,” 「관광학연구」, 제16권 제2호, pp. 7-23.
- 손대현(2004), 「문화를 비즈니스로 승화시킨 엔터테인먼트산업」, 김영사.
- 이건표(2001), 「단양군 축제의 경제적 효과-10개 지역축제를 중심으로-」, 세명대학교 석사학위논문.
- 오문환, 이형균(2001), “지역축제가 호텔기업의 매출성장에 미치는 영향: 경주세계문화엑스포를 중심으로,” 「관광학연구」, 제16권 제2호, pp. 77-92.
- 이승곤, 임근욱, 김순호(2004), “청도 소싸움 축제의 장소마케팅에 관한 연구,” 「호텔경영학연구」, 제13권 제1호, pp. 215-228.
- 이용기, 이덕우, 이충기(2003), “지각된 환경단서가 방문객 만족과 충성도에 미치는 영향: 수안보 온천축제의 경우,” 「관광학연구」, 제27권 제1호, pp. 85-104.
- 이용근(2002), “문화관광축제 방문자의 만족에 관한 연구,” 「여행학연구」, 제16호, pp. 5-21.
- 이장주, 조현상(2000), “지역축제의 이미지 특성화에 관한 실증연구: 우리 나라 6개 지역축제를 중심으로,” 「관광학연구」, 제24권 제1호, pp. 205-224.
- 이정실, 양일용(2003), “지역축제방문동기 세분화 및 만족의 차이: 부산 국제아트페스티벌 중심으로,” 「관광·레저연구」, 제14권 제3호, pp. 143-156.
- 이준엽(2003), “지역이벤트 관광객의 추구편익에 따른 만족도에 관한 실증적 연구: 제16회 이천 도자기축제를 중심으로,” 「관광·레저연구」, 제14권 제3호, pp. 193-212.
- 이준혁, 이준혁(2001), “축제방문객의 이미지분석: 2000 경주세계문화엑스포를 중심으로,” 「관광학연구」, 제16권 제1호, pp. 201-215.

- 이지우, 김종우(2002), “고용형태에 따른 직무특성과 조직몰입의 관계,” 「인사·조직 연구」, 제10권 제1호, pp. 1-26.
- 이충기, 김동기(2001), “내·외국인간 축제참여동기 분석: 2000 경주세계문화엑스포를 중심으로,” 「관광연구」, 제16권 제1호, pp. 257-271.
- 이훈(2003), “축제 평가방법에 대한 비판: 문화관광축제를 중심으로,” 「관광연구논총」, 제15호, pp. 89-112.
- 정병웅(2003), “지역축제 활성화 방안: 온양문화제 참가자의 행동 분석을 중심으로,” 「호텔경영학연구」, 제12권 제1호, pp. 215-232.
- 지진호, 김관영(2003), “지역축제에 대한 주민 인식에 관한 연구-논산시 축제를 중심으로,” 「여행학연구」, 제16호, 23-43.
- 한국관광공사(2004), 「지자체 축제 담당공무원 교육」.
- 한상일(2004), “축제참여의 추진요인과 유인요인에 관한 탐색적 연구: ‘안동국제탈춤페스티벌’을 중심으로,” 「관광연구」, 제18권 제3호, pp. 181-196.
- Batra, R. & Ray, M. L.(1986), "Situational effects of advertising repetition: The moderating influence of motivation, ability, and opportunity to respond," *Journal of Consumer Behavior*, Vol. 12, March, pp. 432-445.
- Crompton, J. L.(2003), "Adapting Herzberg: A conceptualization of the effects of hygiene and motivator attributes on perception of event quality," *Journal of Travel Research*, Vol. 41, February, pp. 305-310.
- Crompton, J. L., Lee, S., & Shuster, T, J.(2001), "A guide for undertaking economic impact studies: The springfest example," *Journal of Travel Research*, Vol. 40, August, pp. 79-87.
- Crompton, J. L. & McKay, S. L.(1997), "Motives of visitors attending festival events," *Annals of Tourism Research*, Vol. 24, No. 2, pp. 425-439.
- Getz, D.(1991), *Festival, special event, and tourism*. New York: Van Nostrand Reinhold
- Gursoy, D., Kim, K., & Uysal, M.(2004), "Perceived impacts of festivals and special events by organizers: an extension and validation," *Tourism Management*, Vol. 25, pp. 171-181.
- Herzberg, F., Mausner, B., & Snyderman, B.(1959), *The motivation to work*. New York: John Wiley.
- Lee, C-K., Lee, W-K., & Wicks, B. E.(2004), "Segmentation of festival motivation by satisfaction," *Tourism Management*, Vol. 25, pp. 61-70.
- Nicholson, R. E. & Pearce, D. G.(2001), "Why do people attend events: A

- comparative analysis of visitor motivations at four south island events," *Journal of Travel Research*, Vol. 39, May, 449~460.
- Thrane, C.(2002), "Jazz festival visitor and their expenditures: Linking spending patterns to musical interest," *Journal of Travel Research*, Vol. 40, February, pp. 281-286.
- Waite, G.(2003), "Social impacts of the sydney olympics," *Annals of Tourism Research*, Vol. 30, No. 1, pp. 194-215.