산학경영연구 제22권 제1호 2009. 4.

로짓모형을 이용한 축제참가자의 재방문 의사 분석

허중욱
강원대학교 관광학과 조교수
E-mail: hcuk@kangwon.ac.kr

본 연구는 지역별로 차별적인 문화축제가 왕성하기 이루어지는 사회적 수요에 대응하여 문화 축제참가자의 만족과 재방문 관계를 규명하기 위하여 시도되었다. 본 연구는 기존의 연구설계와 차별적으로 축제참가자의 전반적인 만족도와 프로그램별 만족도를 측정하여 만족도 변수가 재방문 의사에 미치는 영향관계를 분석하였다.

연구결과, 모형 1은 각 프로그램별 만족도와 각 설명변수 중 축제 재방문 의사표명 결정인자를 도출하는 것이다. 분석결과 축제 재방문 의사결정인자로 작용하는 변수는 설명변수 중 프로그램 만족도, 방문횟수, 관람일수 등은 정의 값을 보여 긍정적으로 작용하는 것으로 나타났다. 반면 소요시간은 거리마찰력의 작용으로 인하여 부의 값을 보여, 거리가 멀수록 축제 재방문 의사가 부정적으로 표출된다는 것을 보여 주었다.

모형 2는 종합적인 축제 만족도와 각 설명변수 중 축제 재방문 의사결정인자를 도출하는 모형이다. 분석결과 축제 재방문 의사결정인자로 작용하는 변수는 종합적인 축제 만족도, 출발지와 목적지간 소요시간, 방문횟수, 관람일수 등으로 나타났다. 모형 2는 모형 1과 동일하게 종합적인 축제 만족도, 방문횟수, 관람일수는 회귀계수값이 정의 값을 갖는 반면에 소요시간은 부의 값을 갖는 것으로 나타났다.

결론적으로 모형 1에 비하여 모형 2의 회귀계수값이 통계적으로 보다 유의한 것으로 보인다. 이러한 분석결과는 개별적인 프로그램 만족도를 바탕으로 만족도를 측정하는 방식과 더불어 종합적인 축제 만족도를 설명변수로 모형을 설정했을 경우, 종합적인 축제 만족도 측정이 보다 유용할 면이 있다는 것을 보여주고 있다. 그러나 축제관리가 축제의 본원적인 목적을 달성하기 위해서는 축제의 프로그램별 만족이 선행되어야만 한다는 점에 유의하여야 할 것이다.

〈색인어〉 축제방문자, 축제 만족, 방문동기, 재방문 의사

Ⅰ. 서론

기획축제이벤트의 결과와 영향은 개인적 결과, 사회·문화 및 정책적 결과, 경제적 결과, 환경적 결과 등으로 의도된 결과와 의도하지 않은 결과로 나타난다(Getz, 2007). 이 중 축제이벤트 기획의 목적은 주로 방문을 유도하여 경제적 목적을 달성하는데 있다. 이러한 측면에서 축제참가자의 재방문은 지역 및 축제관리자의 가장 중요한 관심사일 수밖에 없다. 이것은 대부분의 축제이벤트가 공공재원을 통하여 생산이 되므로 축제이벤트의 재방문은 축제의 생존과 마케팅차원에서 더욱 중요성이 증가하고 있다. 이러한 문제인식은 축제관리를 위하여 방문객이 어떤 요인에 의하여 축제를 찾게 되는지에 관한 이슈에 대하여 관심을 유도하고 있다. 그래서 기존의 선행연구는 축제에 관한 많은 연구들이 수요결정요인에 대하여 관심을 갖고 있었다(Boo, Ko & Blazey, 2007, Perez & Juanedo, 2000; 이희찬, 2002).

이와 비교하여 본 연구는 축제참가자의 방문결정요인에는 어떤 요인이 작용하는지 규명하고자 한다. 이에 이 연구는 기존의 논의를 반영하는 차원에서 시도되어 결정변수를 확인한다. 또한 이 연구는 축제이벤트를 방문한 방문자에 대하여 측정도구를 차별화하여 적용하였을 때 재방문의사에 차이가 있는지에 대하여 실험적 연구문제를 확인하고자 한다.

이 연구는 기존의 연구와 비교할 때 축제참가자의 재방문에 만족과 직접적으로 연관이 되었다는 측면에서 유사점이 있다. 본 연구는 만족의 형태를 프로그램에 대한 만족과 종합적인 만족으로 구분하여 측정하고 이를 주요 설명변수로 적용하여 모형을 정립하고자 한다. 이것은 축제연구에 중요한 시사점을 제시할 수 있을 것으로 본다. 즉 이 연구는 축제이벤트 재방문의사에 영향을 미치는 결정변수를 적용하되 축제에 대한 전반적인 만족도와 프로그램 만족도의 영향 차이를 분석해 본다.

이 연구의 연구대상은 UNESCO에 의하여 세계인류구전 및 무형유산 걸작으로 등재된 우리나라의 전통문화축제인 강릉단오제를 대상으로 조사하였다. 세부적인 분석을 위하여 축제를 방문한 방문객의 재방문의사 결정변수로 4개 유형을 적용하여 재방문의도를 분석한다. 이를 위하여 채택한 분석방법은 로짓모형을 이용하여 분석한다. 일반적으로 축제이벤트 방문자의 재방문 의사표명은 재방문의도에 대하여 참여(예), 불참(아니오) 두 개로 양분된다. 이 재방문 의사는 양분형 자료(Binary data)로 나타나는 질적 자료에 해당하므로 이를 종속변수로 하여 독립변수의 영향력을 분석하기 위하여 로짓모형(logit model)이용하는 것이 유용하다. 이것은 일반적인 회귀분석과 다르게 오차항의 정규분포를 가정하지 않고, 다변량 정규분포 가정, 집단의 분산-공분산 행열의 동등성 가정 등을 엄격하게 적용하지 않는다. 이러

한 측면에서 양분형 자료를 종속변수로 하여 각 독립변수의 영향력을 추정하는데 유용한 방법이다.

Ⅱ. 이론적 접근

1. 축제이벤트 방문자 만족과 재방문

이 연구의 의도는 축제이벤트를 참관하는 방문자의 만족 및 제 변수가 재방문의도에 미치는 영향관계를 분석하고자 하는 것이다. 이러한 논점을 강화하기 위하여 본 이론적 접근에서는 축제이벤트 및 관광자의 만족과 재방문과의 관계를 정립하는 것이 선행되어야 한다. 이를 위하여 수용할 수 있는 주요이론은 다음과 같이 양분할 수 있다.

첫째, 구매와 행동과정에서 소비자 만족/불만족간의 관계는 Oliver(1980)에 의하여 제안된 기대-성과 불일치모형(expectancy-performance disconfirmation model)이 지지되고 있다. 이 모형에 따르면 소비자의 만족과 불만족은 사전 기대와 지각된 성과간의 차이로서 일치/불일치, 지각된 성과로서 만족/불만족, 구매후 행동으로 연계되는 기제가 작용한다고 설명하고 있다.

둘째, 관광자행동 측면에서 Baker & Crompton(2000)은 관광품질, 만족 및 행동의도간의 관계를 모형으로 제시하여 실증연구를 시도하였다. 연구자들은 모형을 첫째, 각종 기회에 대한 품질이 만족에 영향을 미치며 만족요인이 행동의도에 영향을 미친다. 둘째, 각종 기회에 대한 품질은 행동의도에 영향을 미친다는 구조모형을 제시하였다. 여기서 행동의도는 축제에 대한 충성심, 추가지불의사로 구성되어 있다. 성과품질은 관광공급자에 의하여 통제되는 서비스의 속성들로서 개념화된다. 만족의 경우 특정 기회에 노출된 후 관광자가 갖는 감정적 상태로 언급될 수 있다. 이 구조방정식 모형에 따르면 지각된 성과의 품질은 만족에 비교하여 보다 강한 총효과를 갖는 것으로 나타났다. 이 모형을 채택하여 Thrane(2002)는 서비스품질 → 행동의도, 서비스품질 → 만족 → 행동의도간의 구조방정식 모형을 검증하였다. 분석결과, 축제참여자의 음악품질에 대한 평가는 축제에 대한 전반적인 만족에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 그리고 전반적인 만족도는 축제에 대한 재방문의도, 타인에 축제 추천의도에 긍정적이고 직접적인 영향관계를 보였다. 그런데, 음악품질에 대한 축제참가자의 평가는 타인에 대한 추천의도에만 직접적인 효과를 보였다.

이와 같은 소비자 또는 관광자의 경험(구매)후 행동관계는 만족이라는 선행변수

에 의하여 작용한다는 것을 규명하였다. 이상과 연구를 통하여 서비스의 한 형태로서 관광상품에 대한 연구에서는 만족과 기타 변수의 재방문 의도에 미치는 영향관계는 긍정적인 부호를 보인다고 보고되었다. 이에 따라 만족과 경험후 행동관계는 긍정적 부호와 방향적으로 영향관계가 지지되고 있다. 이러한 측면에서 축제이벤트 관리자는 관광상품에 대한 품질에 대한 평가로서 만족에 대하여 관심을 가지고 경험후 행동관계의 방향을 조정할 수 있어야만 한다.

2. 축제이벤트의 만족과 재방문에 대한 선행연구

축제이벤트에 관한 선행연구 중 축제동기와 만족간의 관계에 대한 논의가 이루어졌다(손재영 · 홍성도, 2006; 송재일 · 유영준 · 김석출, 2005; 김근우, 2004). 이들 연구는 동기를 요인으로 이들 요인과 만족간의 관계를 통계적으로 검증하여 유의한 요인을 제시하였다. 이러한 연구모형에 관광경험후 행동관계를 검증하고자 연구가 주로 이루어졌다. 이러한 점은 축제이벤트에 관한 관광연구가 주로 관광관리와 연계되고, 관광공급자로서 지역사회 및 관광기업의 의도가 축제이벤트를 통한 경제적 효과를 추구하는데 기인하고 있다.

이와 더불어 축제의 만족과 재방문에 관한 연구중 서태양 · 부숙진(2007)은 SERVQUAL모델에서 사용한 5개 요인을 축제의 서비스품질 요인으로 설계하여 이들 서비스품질이 만족에 미치는 인관관계를 분석한 결과 공감성, 유형성이 만족에 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 보고하였다.. 방문객의 만족과 재방문 의도, 방문객의 만족과 추천의도간의 관계는 양자 모두 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 확인되었다. 이 연구는 축제에 대한 만족을 중앙정부의 행정적 질문지에 의존하기 보다는 이론적 측면에서 지지되는 서비스품질 모델을 적용했다는데서 의미있은 연구라고 볼 수 있다.

축제에서 관광지로서의 공간적 확장을 통하여 방문지의 충성도에 대한 동기와 만족의 영향관계를 분석한 연구로서 지중해 연안의 Northern Cyprus에 대한 연구결과가 보고되었다. Yoon & Uysal(2005)은 천혜의 자연미와 모래사장을 내포한 고고학 및 역사유적지인 Northern Cyprus를 사례지역으로 연구하여 흡인요인과 배출요인이 관광만족에 영향을 미치며 이 요인이 추천과 재방문과 같은 관광지 충성도에 유의한 영향을 미친다고 보고하였다. 따라서 이 연구는 관광지 충성도가 방문동기와 만족도와 인과관계가 있다는 변수간의 논리적 관계를 확인시켰다.

축제방문의 경험에 따른 변수간의 영향관계를 분석하기 위하여 청도소싸움축제를 대상으로 연구가 이루어졌다(송재일 · 유영준 · 김석출, 2005). 지역축제의 최초방문객과 재방문객에 대한 동기와 만족에 관한 연구결과 최초방문객과 재방문객의 축

제동기는 상이한 것으로 나타났다. 그리고 방문경험에 따라 만족수준이 상이한 것으로 나타났으며 재방문객이 최초방문객보다 더 높게 만족하는 결과가 도출되었다. 이것은 선행연구를 지지하는 연구결과로 축제방문 경험에 따른 동기와 만족간의 차이관계를 확인시켜주었다.

대구국제오페라축제를 사례로 예술축제의 내재적 동기와 몰입, 재방문 의도에 관한 연구는 각 변수간의 인과관계를 재확인시켜주고 있다. 홍경완 · 김원인 · 강인호(2007)는 내재적 축제참여 동기를 음악성과 일반성으로 양분화하고 이들 요인이 몰입과 재방문 의도에 미치는 영향관계를 순차적으로 확인한 결과 모두 통계적으로 유의한 영향관계가 확인되었다. 이 연구는 기존의 연구가 행위자를 중심으로 이루어진 면에서 연구관점을 전환하여 관람객 차원에서 몰입과 재방문 의도간의 관계를 규명하였다는 점에서 시사점이 있다.

이상과 같은 연구결과를 통하여 볼 때, 축제이벤트에 대한 만족과 재방문간의 관계는 축제관리자가 가장 관심을 가지고 주기적으로 측정하여 결과를 축제상품개발에 적용해야 할 전통적인 주제이다. 본 연구에서는 전술한 바와 같이 기존의 축제이벤트에 관한 연구가 전반적인 만족관계에서 이루어진 점에 비추어 본 연구에서는 전반적 만족과 프로그램별 만족을 구분하여 경험후 행동관계에 미치는 영향관계를 확인하고자 한다.

Ⅲ. 연구설계

1. 연구의 모형

본 연구는 강릉단오제 방문객을 대상으로 만족 및 각 변수와 재방문 의도간의 관계를 규명하는 것을 연구목적으로 하고 있다. 이에 따라 강릉단오제 방문객의 만족도를 프로그램 만족도와 종합적인 축제 만족도로 양분하여 만족도를 도출하고 이것과 각 변수가 재방문 의도에 영향을 미치는 결정인자를 규명한다. 즉, 강릉단오제 방문자의 만족도는 재방문 의도에 영향을 미치는가? 를 규명하기 위하여 다른 조건이 일정할 때 프로그램 만족도가 재방문 의도에 영향을 미치는가? 그리고 종합적인 축제 만족도가 재방문 의도에 영향을 미치는가? 에 대하여 논의하고자 한다. 이와 더불어 각 변수는 재방문 의도에 어떻게 작용하는가? 에 대하여 논의한다. 이러한 연구목적을 달성하기 위하여 본 연구의 분석모형은 재방문 의도를 결정하는 요인으로 만족도와 인구통계적 변수, 지리적 변수, 관광행동적 변수 등으로 설정하였다.

축제 재방문 의도 = f(프로그램 만족도, 인구통계적 변수, 지리적 변수, 관광행동적 변수)

축제 재방문 의도 = f(축제 만족도, 인구통계적 변수, 지리적 변수, 관광행동적 변수)

여기서 만족도와 각 변수(인구통계적 변수, 지리적 변수, 관광행동적 변수)의 세부내용은 다음과 같다.

만족도: 프로그램 만족도, 축제 만족도
인구통계적 변수: 방문자의 성별, 연령, 결혼, 학력, 직업, 가계소득
지리적 변수: 거주지, 소요시간
관광행동적 변수: 방문횟수, 관람일수, 교통수단, 동반유형, 동반인원, 정보유형,

축제방문의 근본적인 목적은 축제의 본원적 속성인 프로그램에 있다. 축제는 이와 더불어 서비스, 시설, 운영, 분위기 등 종합적 이미지로 평가될 수 있다. 이 경우 축제의 만족도는 다른 축제와 비교하여 지각하는 종합적인 만족도로 평가될 수 있다. 이러한 측면에서 본 연구에서는 축제 재방문 의도에 영향을 미치는 결정적인 요인으로 만족도를 양분하여 영향여부를 규명하고자 한다. 이와 더불어 인구통계적 변수, 지리적 변수, 관광행동적 변수는 축제 재방문 의도에 어떻게 작용하는지 논의하고자 한다.

2. 변수설정

축제 재방문 의도의 결정요인으로서 설명변수는 만족도 및 제 변수로 설정되었다. 재방문 결정요인은 기존의 선행연구에 바탕을 두어 사전에 논의되거나 검증된 변수로 설정하였다. 이들 변수 중 만족도는 축제의 핵심요소라고 할 수 있는 중심 프로그램에 대한 만족을 7점척도로 측정하였다. 축제 프로그램 만족도의 속성은 강릉단오제의 핵심프로그램이라고 할 수 있는 전통의례, 지역 무형문화재 공개행사, 국내 민속단 초청공연, 중요무형문화재 초청공연, 해외공연단 공연, 단오제 민속놀이, 단오제 민속체험촌 행사, 단오제 경축문화예술행사, 난장 등으로 구성되어 있다. 이와 더불어 다른 축제와 비교하였을 때 종합적으로 축제에 대한 만족도를 측정하기 위하여 단일 문항 7점 척도로 측정하였다.

축제 만족도 외 각 변수 중 인구통계적 변수는 성별, 결혼, 직업은 명목척도로 측

정하여 연구모형에서 더미변수로 사용하였으며, 연령, 학력, 가계소득은 비율척도로 측정하여 적용하였다. 지리적 변수로는 거주지, 출발지와 방문지간 소요시간은 각각 명목척도, 비율척도로 측정하였으며 분석을 위하여 거주지는 더미변수로 조작하여 적용하였다. 관광행동적 변수 중 방문횟수, 관람일수, 동반인원은 비율척도로 측정되어 설명변수로 적용하였다. 이와 더불어 설명변수 중 교통수단, 동반유형, 정보유형은 명목척도로 측정되어 더미변수로 조작하여 연구모형에 적용하였다.

〈표 1〉 변수의 정의

변수명	변수정의	측정척도
재방문 의도	두 집단(집단 1=예, 집단 2=아니오)	명목척도
프로그램 만족도	7점 척도(1=매우 불만족,…, 4=보통, …, 7=매우 만족)	등간척도
축제 만족도	7점 척도(1=매우 불만족,…, 4=보통, …, 7=매우 만족)	등간척도
성별	남자=1, 여자=0	명목척도
연령	실제 만 연령	비율척도
결혼	결혼 및 기타=1, 미혼=0	명목척도
학력	실제 수학기간 연도	비율척도
직업	직업이 있는 경우=1, 학생 및 무직=0	명목척도
가계소득	실제 가족구성원의 소득	비율척도
거주지	외래 방문객=1, 강원 영동지역=0	명목척도
소요시간	출발지와 축제장소간의 실제 소요시간	비율척도
방문횟수	강릉단오제 실제 방문횟수	비율척도
관람일수	2006년 강릉단오제 관람일수(예정 일수)	비율척도
교통수단	자가용 이용자=1, 기타 수단 이용자=0	명목척도
동반유형	아이를 동반한 가족=1, 아이를 동반하지 않은 유형=0	명목척도
동반인원	방문시 실제 동반한 인원	비율척도
정보유형	매체 및 여행사=1, 가족 등 주변사람=0	명목척도

3. 조사설계

본 연구의 최종 표본추출 사례는 2006년 강릉단오제를 대상으로 설정하였다. 이 지역은 영동지역의 교통 및 문화, 교육의 중심도시의 기능을 하고 있어 우리나라 중소도시의 전형이라고 볼 수 있다. 이것은 농산어촌 등 지역성격이 우리나라의 중소도시의 특성을 지니고 있고, 지역에서 중심적 기능을 수행하고 있기 때문이다. 특별히 강릉단오제와 같은 축제를 연구대상으로 설정한 것은 강릉단오제의 경우, 겸목적 방문보다는 전형적으로 주목적 방문자로 축제 방문객이 형성되기 때문에 분석대상으로 선정하였다.

본 연구는 축제방문자의 재방문 의도에 영향을 미치는 결정요인으로서 설명변수를 만족도, 각 변수로 설정하였다. 최종 조사방식은 표본조사 방식을 선택하였으며, 면접 설문조사 교육을 받은 조사원이 대면 면접방식으로 설문을 실시하였다. 표본

추출기간은 강릉단오제 메인 행사기간 5일 중 3일(2006. 5.31-6.2)간 실시하였다. 이 시기는 주행사기간인 음력 5.5일 단오날을 포함하고 있고, 지방선거 공휴일을 포함하고 있어 많은 방문객이 방문할 것으로 예상되어 조사시기로 설정하였다. 표집지점은 방문객 출입이 빈번한 강릉단오제 민속체험촌, 해외공연단 공연장, 난중 출입구 등으로 이 공간에서 설문조사가 이루어졌다. 표집대상은 만 18세 이상으로 축제의 주요 프로그램을 관람한 방문객을 대상으로 하였다. 따라서 주요 프로그램을 관람하지 않은 방문객은 표집대상에서 제외되었다. 표집단위는 방문객 개인으로 설정하였으며, 가족 등 집단으로서 조우되었을 경우 조사자는 그 집단 중 1인에 한하여 설문지에 대한 면접조사를 실시하였다. 총설문지 배포 부수는 550부이며, 전량 회수하여 이 중 불성실한 응답을 보인 설문응답지를 제외하고 최종 분석에서 사용한 표본은 514부이다.

Ⅳ. 조사자료 분석

1. 표본의 인구통계적 특성

본 연구의 최종분석에서 사용된 유효표본의 인구통계적 특성은 성별, 연령, 결혼, 학력, 직업, 거주지 등으로 조사되었다. 유효표본 514개의 인구통계적 특성 중 성별 구성은 남자 249명 48.4%, 여자 265명 51.6%로 나타나 비교적 고른 구성 분포를 보이고 있다. 응답자의 연령별 구성은 20대 이하 34.2%로 가장 높은 구성비를 보이고 있으며, 30대 28.4%, 40대 22.2%, 50대 9.9%, 60대 이상 5.3% 등으로 나타났다. 이와 같은 연령별 구성을 통하여 볼 때, 30대 이하의 청년층이 62.6%로 높은 구성비를 보이고 있다. 이것은 집단별 응답자가 젊은층이 우선적으로 설문에 응한 특성으로 인하여 발생된 것으로 보인다. 결혼 여부의 구성비는 미혼 38.7%, 기혼 60.9%, 기타 0.4% 등으로 기혼자가 약 61%를 보이고 있다. 이러한 특성을 통하여 볼 때, 기혼자의 의사결정과정에서 독립성이 보장되고 의견표출이 외부적 환경요인에 의하여 제한되는 여건은 한정적으로 보여진다. 학력별 구성은 실제 수학 기간을 질문하여 조사한 결과로 우리나라의 일반적 수학기간으로 변형하여 구성비를 살펴볼 때, 초등학교 이하 3.1%, 중학교 4.5%, 고등학교 28.0%, 대재이상 학력 64.4% 등으로 나타났다. 직업별 구성은 회사원 18.7%, 공무원 9.5%, 자영업 14.6%, 농림어업 3.5%, 전문기술직 10.1%, 학생 20.8%, 주부 16.0%, 무직 3.3%, 기타 3.5% 등으로 나타났다. 이와 같은 구성분포에서 학생, 회사원, 자영업 등이 높은 구성을 보이고 있다.

특히 학생 응답자가 높은 구성을 보이는 것은 20대 이하의 연령이 34.2%를 점유하고 있는 것으로 볼 때, 본 연구의 설문지 조사기간이 주로 평일로 이루어져, 지역 대학생 및 방문 대학생이 표본에 포함된 것으로 보여진다. 이 중 학생 구성비가 20.8%를 차지하는 것은 연령별 구성비, 미혼 구성비에 그 특성이 반영된 것으로 보여진다.

〈표 2〉 표본의 인구통계적 특성

구분	항목	빈도(명)	구성비(%)	구분	항목	빈도(명)	구성비(%)
성 별	남자	249	48.4	직 업	회사원	96	18.7
	여자	265	51.6		공무원	49	9.5
연 령	20대 이하	176	34.2		자영업	75	14.6
	30대	146	28.4		농림어업	18	3.5
	40대	114	22.2		전문기술직	52	10.1
	50대	51	9.9		학생	107	20.8
	60대 이상	27	5.3		주부	82	16.0
결 혼	기혼	313	60.9		무직	17	3.3
	미혼	199	38.7		기타	18	3.5
	기타	2	.4	거주지	강릉	224	43.6
학 력	초졸 이하	16	3.1		강원도	171	33.3
	중학교	23	4.5		수도권	76	14.8
	고등학교	144	28.0		기타지역	43	8.4
	대재 이상	331	64.4		합계	514	100.0

응답자의 거주지별 분포는 강릉지역 43.6%, 강릉시 외 강원도 지역 33.3%, 수도권 지역 14.8%, 기타 지역 8.4% 등으로 나타났다. 이와 같은 지역 내 방문자가 43.6%라는 높은 구성비를 보이고 있고, 수도권 지역 방문자가 불과 14.8%로 나타난 것은 2006년 강릉단오제 개최 기간이 주말 및 휴일을 포함하지 못하고 있어 발생된 것으로 보여진다. 이러한 표본의 거주지별 특성에서 강릉 지역 외 방문자가 56.4%를 점유하고 있는 구성비는 강릉단오제 방문자가 지역 내부에서 많은 참여를 보이고 있는 동시에, 지역 외부에서 많은 방문객이 유입되는 축제라는 것을 반증하고 있다. 따라서 강릉단오제 방문자의 표본 특성으로 볼 때, 강릉단오제는 지역 주민과 외부 방문객이 상호 문화적 탐승을 향유하는 축제라고 규정할 수 있다.

2. 모형분석의 결과

1) 분석모형

본 연구에서 설정한 축제 재방문 의사에 영향을 미치는 결정요인은 만족도, 인구

통계적 변수, 지리적 변수, 관광행동적 변수 등의 설명변수로 가정하였다. 이를 단순화하여 축제 재방문 의사 rv^i와 설명변수의 관계를 다음과 같이 나타낼 수 있다.

$$rv^i = f(s^l)$$

위의 식에 따라면 축제 재방문 의사는 만족도의 함수, 즉 $f(s^l)$로 표현할 수 있다. 이 식을 확장하여 축제 재방문 의사에 영향을 미치는 결정인자를 인구통계적 변수, 지리적 변수, 관광행동적 변수로 확장하면 이 함수식은 다음과 같이 나타낼 수 있다.

$$rv^i = f(s^l, d^v, g^v, b^v)$$

위의 식에 따르면 축제 재방문 의사는 rv^i는 만족도 s^l, 인구통계적 변수 d^v, 지리적 변수 g^v, 관광행동적 변수 b^v의 함수가 된다. 즉 $rv^i = f(s^l, d^v, g^v, b^v)$가 된다. 이 모형은 축제 재방문 의사 결정요인을 분석하도록 하는 분석모형이다. 이 분석 모형을 세부적으로 확장하면, 앞서 언급한 연구모형과 동일하게 함수식으로 표현할 수 있다.

$$d^v = f(sex, age, ms, e^l, o, i^h)$$
$$g^v = f(r, t^r)$$
$$b^v = f(v^f, v^d, t^v, a^t, a^n, i^t)$$

여기서 인구통계적 변수 d^v는 성별 sex, 연령 age, 결혼상태 ms, 학력 e^l, 직업 o, 가계소득 i^h 의 함수로 표현할 수 있다. 지리적 변수 g^v는 거주지 r, 소요시간 t^r의 함수로 표현할 수 있다. 관광행동적 변수 b^v는 방문횟수 v^f, 관람일수v^d, 교통수단 t^v, 동반유형 a^t, 동반인원 a^n, 정보유형 i^t의 함수로 표현할 수 있다.

2) 모형의 분석

본 연구의 분석모형은 종속변수는 재방문 의사로 표출되기 되기 때문에 재방문 또는 방문회피로 나타난다. 이와 같이 종속변수가 양분되므로 분포형태는 이항분포를 따르게 된다. 따라서 본 연구에서는 로짓회귀분석을 이용하여 종속변수 재방문

여부와 독립변수 만족, 각 변수와의 관계를 분석한다.

(1) 모형 1: 프로그램 만족도와 각 변수

축제 재방문 의사에 영향을 미치는 결정요인을 도출하기 위하여 모형 1에서는 프로그램 만족도를 주요 설명변수로 설정하였고, 기타 설명변수로는 인구통계적 변수 6개, 지리적 변수 2개, 관광행동적 변수 6개로 모형을 설정하여 분석하였다. 그 결과 <표 3>에서 보는 바와 같이 축제 재방문 의사 표명의 결정인자는 출발지와 목적지간 소요시간, 방문빈도, 관람일수가 통계적으로 유의한 것으로 나타났다. 축제 재방문 의사표명의 결정인자 모형은 모형의 적합성 검증을 위하여 Hosmer와 Lemeshow검정을 실시하였다. 그 결과 계산된 통계량은 4.554이며, 이에 해당하는 p값은 0.804가 된다. 이를 통하여 볼 때, 본 연구에서 도출한 추정된 모형은 통계적으로 매우 적합하다고 할 수 있다.

상수항만으로 구성된 모형과 독립변수들이 포함된 모형간의 차이는 우도의 Log -2배(-2LL)를 이용하여 분석할 수 있다. 독립변수가 포함되기 전후의 모형의 차이 분석 결과 χ2=89.234, df=15, p값=0.000으로 나타났다. 이에 따라 상수항으로 구성된 모형과 독립변수가 포함된 모형간의 차이는 통계적으로 유의하다고 할 수 있다. 그리고 모형의 적합도 중 -2 Log 우도는 독립변수 등이 포함된 모형의 -2LL를 이용한 결과, -2LL값은 387.632로 나타났다. 따라서 독립변수들이 포함된 모형의 -2LL값 387.632는 상수항만으로 구성된 모형의 -2LL값 476.866과 비교해 볼 때, 독립변수가 포함된 모형의 적합도가 더 높아졌다고 확인할 수 있다. 분석모형의 설명력을 진단하는 Cox와 Snell의 R^2 0.159, Ngelkerke의 R^2 0.264로 나타났다. 로짓 회귀분석에서 얻는 R^2값은 대체로 작은 값을 갖는데, 이 모형의 설명력 방향은 양의 값을 가지고 있는 것으로 나타났다. 분류표는 예측값과 관측값간의 차이를 비교함으로서 모형의 적합도를 확인할 수 있다. 이 모형은 축제 재방문 의사를 불참이라고 표명한 응답자를 예측한 기대값이 실제로 확인된 관측값은 13.3%로 나타났다. 이와 비교하여 축제 재방문 의사를 참여로 표명한 응답자를 예측한 기댓값과 관측값의 분류 정확도는 97.4%로 평균 82.7%의 분류정확도를 보이고 있다.

프로그램 만족도와 각 설명변수를 포함하는 모형의 축제 재방문 결정인자는 프로그램 만족도, 출발지와 목적지간 소요시간, 방문횟수, 관람일수가 통계적으로 유의한 것으로 나타났다. 즉, 프로그램 만족도, 방문횟수, 관람일수는 각각 높거나 많을수록 재방문 참여 의사를 표명한 것으로 나타났다. 그러나 출발지와 목적지간 소요시간은 재방문의사에 역의 영향력이 표출되는 것으로 나타났다. 이것은 방문지에

대한 거리 마찰력이 작용하는 것으로 보여진다. 이외 결정인자로 영향력이 확인 된 설명변수는 거주지역이다. 즉 거주지역이 강원 영동권외 지역 거주자일수록 재방문 의사를 긍정적으로 표명한 것으로 보여진다. 이 외 각 설명변수는 통계적으로는 유의하지 않은 것으로 나타났다.

〈표 3〉 축제 재방문 의사에 영향을 미치는 결정인자: 모형 1

변수	B	S.E.	Wald	자유도	유의확률	Exp(B)
프로그램 만족도	.454	.188	5.798	1	.016*	1.574
성별	.028	.273	.010	1	.919	1.028
연령	-.011	.016	.441	1	.506	.989
결혼상태	.266	.423	.394	1	.530	1.304
학력	-.018	.050	.123	1	.726	.983
직업	.302	.381	.628	1	.428	1.352
가계소득	.000	.000	2.105	1	.147	1.000
거주지	-.611	.349	3.055	1	.080	.543
소요시간	-.004	.002	4.205	1	.040*	.996
방문횟수	.118	.047	6.207	1	.013*	1.125
관람일수	.388	.150	6.664	1	.010*	1.473
교통수단	.074	.290	.065	1	.799	1.077
동반유형	.315	.358	.773	1	.379	1.370
동반인원	.000	.004	.004	1	.950	1.000
정보유형	.038	.267	.020	1	.887	1.039
상수	-.424	1.202	.124	1	.725	.655

모형적합성				모형 요약		
모형계수 전체 테스트				-2 Log 우도	Cox와 Snell R2	Nagelkerke R2
χ2	df	p-value				
89.234	15	0.000		387.632	0.159	0.264
Hosmer와 Lemeshow 검정				분류표		
χ2	df	p-value		예측		분류정확%
4.554	8	0.804	관측	12	78	13.3
				11	413	97.4
						82.7

주: 분류표에서 관측의 상단 불참, 하단 재방문, 예측의 좌측 불참, 우측 재방문임.

(2) 모형 2: 만족도와 각 변수

모형 2는 축제 재방문에 영향을 미치는 결정인자를 축제에 대한 종합적인 만족도를 중심변수로 각 설명변수를 포함하여 설정되었다. 이 모형의 설명변수는 축제에 대한 종합적인 만족도, 성별, 연령, 결혼, 학력, 직업, 가계소득, 거주지, 소요시간, 방문횟수, 관람일수, 교통수단, 동반유형, 동반인원, 정보유형 등이다.

〈표 4〉 축제 재방문 의사에 영향을 미치는 결정인자: 모형 2

변수	B	S.E.	Wald	자유도	유의확률	Exp(B)
종합적인 만족도	.713	.144	24.428	1	.000**	2.040
성별	.070	.282	.062	1	.804	1.073
연령	-.019	.018	1.054	1	.305	.981
결혼상태	.145	.435	.111	1	.739	1.156
학력	-.041	.053	.595	1	.440	.960
직업	.244	.399	.374	1	.541	1.276
가계소득	.000	.000	3.024	1	.082	1.000
거주지	-.613	.362	2.878	1	.090	.542
소요시간	-.005	.002	6.469	1	.011*	.995
방문횟수	.124	.050	6.263	1	.012*	1.132
관람일수	.397	.145	7.487	1	.006*	1.488
교통수단	.161	.300	.287	1	.592	1.174
동반유형	.371	.361	1.055	1	.304	1.449
동반인원	-.004	.004	1.021	1	.312	.996
정보유형	.163	.279	.340	1	.560	1.176
상수	-.858	1.145	.561	1	.454	.424

모형적합성	모형계수 전체 테스트			모형 요약		
	χ2	df	p-value	-2 Log 우도	Cox와 Snell R2	Nagelkerke R2
	110.490	15	.000	366.376	.193	.320
	Hosmer와 Lemeshow 검정			분류표		
	χ2	df	p-value		예측	분류정확%
	6.516	8	.590	관측	21 69	23.3
					12 412	97.2
						84.2

주: 분류표에서 관측의 상단 불참, 하단 재방문, 예측의 좌측 불참, 우측 재방문임.

축제 재방문 의사표명 결정인자 모형 2의 적합성 검증을 위하여 Hosmer와 Lemeshow검정을 실시하였다. 그 결과 χ2=6.516, df=8, p값=0.590으로 통계적으로 매우 적합한 모형으로 판단할 수 있다. 상수항만으로 구성된 모형과 독립변수를 포함한 모형간의 차이는 χ2=110.490, df=15, p값=0.000으로 나타나 양자간의 차이는 통계적으로 유의한 것으로 나타났다. 모형 적합도를 파악할 수 있는 -2LL값은 366.376으로 상수항만으로 구성된 모형의 -2LL값 476.866과 비교해 볼 때, 모형의 적합도는 보다 향상되었다고 확인할 수 있다. 분석모형의 설명력을 확인하기 위하여 Cox와 Snell의 R^2와 Ngelkerke의 R^2를 도출하였다. 각각의 R^2값은 0.193, 0.320으로 양의 값을 보이고 있으며, Ngelkerke의 R^2값이 보다 높은 것으로 나타났다. 축제 재방문 의사에 대한 기대값과 관찰값의 차이는 분류표를 통하여 확인할 수 있다. 축제 재방문 불참의사에 대한 분류정확도는 23.3%, 참여의사에 대한 분류

정확도는 97.2로 평균 84.2%로 나타났다.

종합적인 축제 만족도와 각 설명변수를 포함하는 모형 2의 분석결과로 볼 때, 축제 재방문 의사표명 결정인자는 종합적인 만족도, 출발지와 목적지간 소요시간, 방문횟수, 관람일수 등이 통계적으로 유의한 것으로 나타났다. 모형 2의 설명변수 중 종합적인 만족도, 방문횟수, 관람일수는 양의 값을 보여 계수값 만큼 긍정적으로 재방문 참여 의사에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 그러나 출발지와 목적지간 소요시간은 역의 값을 가지고 있는 것으로 나타났다. 즉, 소요시간의 회귀계수는 -0.005로 소요시간이 한 단위 증가할 때마다, 축제 재방문 의사는 -0.005만큼 억제되는 것으로 나타났다. 이것은 설명변수 중 거주지(0.090: $p<0.10$)와 더불어 대표적인 역의 영향력을 가지고 있는 것으로 보여진다.

V. 결론

이 연구는 축제 방문객을 대상으로 재방문 결정요인을 규명하는데 연구목적으로 하였다. 연구대상은 단일목적 방문으로 목적지를 방문하는 방문객이 주류를 이루는 강릉단오제를 대상으로 하였다. 설문조사 결과 최종 유효표본은 514부를 획득하여 최종 분석에 사용하였다. 축제 재방문 결정요인을 규명하기 위하여 분석방법은 양분형 값을 데이터를 분석하는 방법으로 로짓회귀분석방법을 이용하였다. 본 연구에서 축제 재방문 참여의사에 영향을 미치는 결정요인으로 만족도, 인구통계적 변수, 지리적 변수, 관광행동적 변수 등 15개 변수를 중심으로 모형을 설정하였다. 모형분석 결과 각 설명변수는 다음과 같은 의미를 제시하고 있다.

첫째, 모형 1은 각 프로그램별 만족도와 각 설명변수 중 축제 재방문 의사표명 결정인자를 도출하는 것이다. 분석결과 축제 재방문 의사결정인자로 작용하는 변수는 프로그램 만족도, 출발지와 목적지간 소요시간, 방문횟수, 관람일수 등이 통계적으로 유의한 것으로 나타났다. 설명변수 중 프로그램 만족도, 방문횟수, 관람일수 등은 정의 값을 보여 긍정적으로 작용하는 것으로 나타났다. 반면 소요시간은 거리마찰력의 작용으로 인하여 부의 값을 보여, 거리가 멀수록 축제 재방문 의사가 부정적으로 표출된다는 것을 보여 주었다.

둘째, 모형 2는 종합적인 축제 만족도와 각 설명변수 중 축제 재방문 의사결정인자를 도출하는 모형이다. 분석결과 축제 재방문 의사결정인자로 작용하는 변수는 종합적인 축제 만족도, 출발지와 목적지간 소요시간, 방문횟수, 관람일수 등으로 나타났다. 모형 2는 모형 1과 동일하게 종합적인 축제 만족도, 방문횟수, 관람일수는

회귀계수값이 정의 값을 갖는 반면에 소요시간은 부의 값을 갖는 것으로 나타났다.

셋째, 설명변수 중 연령, 학력, 거주지, 소요시간, 동반인원 등은 회귀계수가 부의 값을 갖는 것으로 나타났다. 이러한 변수는 축제 재방문 의사표명에서 역작용을 하는 것으로 분석되어다. 노령층의 축제원형과 변형에 대한 내적 혼돈, 고학력에 따른 축제평가 엄정성, 거주지 및 소요시간 증가에 따른 재방문 억제의 거리마찰력 작용, 동반인원 증가에 따른 자기체험 및 몰입기회 상실 등이 작용하는 것으로 보여진다.

결론적으로 모형 1과 모형 2의 분석결과, 축제 재방문 의사표명 결정인자는 만족도, 출발지와 목적지간 소요시간, 방문횟수, 관람일수 등이 통계적으로 유의한 것으로 나타났다. 그리고 모형 1에 비하여 모형 2의 회귀계수값이 통계적으로 보다 유의한 것으로 보인다. 이러한 분석결과는 개별적인 프로그램 만족도를 바탕으로 만족도를 측정하는 방식과 더불어 종합적인 축제 만족도를 설명변수로 모형을 설정했을 경우, 종합적인 축제 만족도 측정이 보다 유용할 면이 있다는 것을 보여주고 있다.

본 연구는 강릉단오제 개최기간이 휴일을 포함하지 않고 있는 2006년의 사례라는 점에서 지역 외 방문자에 대한 의사가 미흡한 면이 있다. 이것은 매우 구조적인 문제로 향후 연구에서는 축제개최 기간이 휴일을 포함하고 있는 경우의 기간을 포함하여 연구할 필요성이 있다. 이렇게 될 때 지역주민과 외부 방문객에 대한 축제 재방문 의사를 보다 명확하게 규명할 수 있다.

향후 축제 재방문 결정요인과 관련한 연구는 현재의 변수를 보완하여 변수를 공간적 확장, 전통과 원형, 문화의 소비 등으로 개념적 확장을 시도할 필요가 있다. 이것은 기존의 관리적 측면에서 문화적 측면으로 관심을 이양하는 효과를 발생시킬 것이다. 따라서 앞으로 기존의 축제 재방문 결정요인과 문화의 소비차원에서 논의되는 연구가 필요할 것이다.

참고문헌

고승익 · 오상운 · 고경실 · 조문수(2007). 지역주민의 지역축제 평가에 관한 연구. 관광학연구, 31(4): 177-198.

김근우(2005). 지역축제의 방문동기가 만족도에 미치는 영향 분석: 청도소싸움축제를 중심으로. 관광학연구, 27(4): 203-218.

김선희(2007). 지역축제에 참여한 지역주민과 외지관광객의 만족도 비교연구: 나주 영산강 문화축제를 중심으로. 관광학연구, 31(1): 405-420.

박미정(2001). 지역축제 방문객의 동기와 만족도에 관한 연구: 부산국제아트페스티발 "현대미술전" 방문객을 중심으로. 관광·레저연구, 13(1): 269-285.

서태양 · 부숙진(2007). 축제 서비스품질이 방문객 만족과 재방문 및 추천의도에 미치는 영향. 호텔관광연구, 9(2): 114-130.

송재일·유영준·김석출(2004). 지역축제 방문객의 방문경험에 따른 동기와 만족에 관한 연구. 관광연구, 19(2): 177-191.

이준혁·원철식·최영준·박대환·정구점(2006). 기장대변멸치축제 방문객 동기분석에 기초한 만족도, 재방문 의사, 시장세분화 사례연구: 2001년/2005년도 비교를 중심으로. 관광학연구, 30(1): 71-89.

이충기 · 변정우 · 고호석(2005). '2003 부천 루미나리에' 방문객 이미지가 만족도와 재방문의사 및 권유의사에 미치는 영향에 관한 연구. 호텔경영학연구, 14(2): 1-20.

장경수(2002). 축제의 서비스품질이 방문자 만족과 행동의도에 미치는 영향: 대구약령시 축제를 대상으로. 관광연구, 19(3): 131-145.

차동욱(2004). 지역축제 만족도에 의한 방문자의 재방문 및 구전홍보 결정요인에 관한 연구: 전주국제영화제를 중심으로. 관광레저연구, 16(1): 55-69.

손재영 · 홍성도(2006). 꽃 축제 방문동기에 관한 연구: 태백산 철쭉제를 중심으로. 관광학연구, 30(6): 281-300.

이희찬(2002). 축제참가자의 관광지출 결정요인: Tobit모형의 적용. 관광학연구, 26(1): 31-46.

홍경완 · 김원인 · 강인호(2007). 예술축제에서의 몰입: 내재적 동기, 몰입, 재방문 의도. 관광연구, 22(1): 115-131.

Getz, D.(2007). Event Studies: Theory, Research and Policy for Planned Events. Elsevier.

Boo, S. Y., Ko, D. W. & Blazey, M. A.(2007). An exploration of the influence of prior experience and residence on festival expenditures. Event Management, 10: 123-132.

Bowen, H. E. & Daniels, M. J.(2005). Does the music matter? Motivations for attending a music festival. Event Management, 9: 155-164.

Perez, E. A. & Juanedo, S. C.(2000). Tourist expenditure for mass tourism markets. Annals of Tourism Research, 27(3): 624-637.

Oliver, R. L.(1980). A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions. Journal of Marketing Research, 17(November): 460-469.

Baker, D. A. & Crompton, J. L.(2000). Quality, satisfaction and behavioral intentions. Annals of Tourism Research, 27(3): 785-804.

Thrane, C.(2002). Music quality , satisfaction, and behavioral intentions within a Jazz Festival content. Event Management, 7: 143-450.

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

Revisit Intention of Visitors to Cultural Festival using Logit Model

Chung-Uk HEO
Department of Tourism Sciences, Kangwon National University

Abstract

This article investigates the relationships between motivation and revisit intention of visitors to Gangneung Danoje Festival as cultural festival with social demand. Out of 550 questionnaires distributed, a total of 514 usable questionnaires were collected.

The hypothesized causal model was tested by logit model, which included satisfaction model to each program as well as overall satisfaction model to cultural festival. Model 1 is constructed with satisfaction and revisit intention to each program, and Model 2 with overall satisfaction and revisit intention to cultural festival. In this models causal variables were inputted including satisfaction to festival programs, frequency of visitation, days of stay, time required to destination.

In Model 1 positive sign were shown by causal variables as satisfaction to each program, frequency of visitation, days of stay but negative signs was shown by time required to festival place. In Model 2 sign directions of causal variables were same in Model 1. In comparison, Model 2 is more significant than Model 1 on the basis of statistical theory as significance level and coefficient of determination.

Consequently, cultural festival managers should test the satisfaction level of visitors to each program of cultural festival and make efforts to establish advanced program in order to attract more visitors.

Key ords : Visitors to Cultural Festival, Satisfaction, Motivation, Revisit Intention