

## 경로모형을 통한 엑스포 방문객 만족도 및 재방문 의사에 관한 실증연구: 2009 천안웰빙식품 엑스포를 중심으로

양종곤<sup>1\*</sup>, 김진규<sup>2</sup>

<sup>1</sup>단국대학교 경상대학 경영학부, <sup>2</sup>단국대학교 일반대학원 석사과정

### An Empirical Study on Visitor's Satisfaction and Revisiting Intention of EXPO Using Path Analysis: Focused on Cheonan Well-being Food Expo

Jong-Gon Yang<sup>1\*</sup> and Jin-Gyu Kim<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Dept. of Management, College of Economics and Commerce, Dankook University

<sup>2</sup>Dankook University a graduate school master's course

**요약** 본 연구는 2009년 천안에서 개최된 웰빙식품 엑스포를 토대로 문화관광부에서 제시한 방문객 관점의 만족도 측정지표를 실증적으로 분석한 연구이다. 2009년 9월 11일에서 20일까지 10일간 개최 장소에서 수집한 설문지 900부를 SPSS12.0과 Amos7.0을 활용하여 확증요인 및 경로모형을 분석하였다. 문화관광부에서 제시한 엑스포 행사 내용, 행사구성, 편의시설 운영 및 진행, 행사장 환경 및 상품품질 모두 방문객 전반적 만족도에 유의한 인자로 판명되었고, 만족도 측정을 위해 활용된 전반적으로 만족한 방문객은 그렇지 않은 방문객 보다 재방문 의사가 높은 것으로 판명되었다. 본 연구의 결론을 바탕으로 연구에서 사용된 방문객 만족도 지표는 타 행사에 반복적으로 활용될 수 있는 토대가 될 수 있다.

**Abstract** This study evaluates empirically visitor's satisfaction of Cheonan Well-being Exposition based on visitor's satisfaction instrument of the Ministry of Culture and Tourism. Using 900 questionnaire response of on-site visitors, confirmatory factor analysis and path analysis were conducted for results of the study. The results show that event's programs, event's composition, event's environment, convenient facilities' operations and product's quality are all significant factors for visitor's satisfaction. Visitor's satisfaction is also significant factor for visitor's loyalty. We hope that the results of this study would utilize for measurement instruments of visitor's satisfaction and loyalty.

**Key Words** : Visitor's Satisfaction, Visitor's Loyalty, Path Analysis, Structural Equation model

### 1. 서론

지방자치체 시행으로 현재 우리나라에서 시행되고 있는 지역축제나 박람회의 숫자는 적게는 900개, 많게는 1,200개로 집계되는데 최근의 웰빙문화 분위기와 주 5일제로 이러한 추세는 계속될 전망이다 [19]. 한편에서는 귀중한 지방세의 낭비라는 비난도 있지만 지방자치단체는 지역축제나 박람회의 개최로 경제적, 사회적, 문화적,

관광적 효과를 주장한다. 최근 개최된 2009 울진 세계 친환경농업 엑스포의 경우 지역경제에 미친 직접 파급효과가 약 750억, 생산유발효과가 1,143억, 부가가치 유발효과 630억, 고용효과 1,350명이라 주장한다[18]. 지역축제 성공의 대명사인 함평 나비축제의 경우 2008년 세계나비, 곤충엑스포로 발전했으며 축제개최로 인한 생산유발효과 847억, 소득유발효과 182억 및 고용유발효과 5,331명에 달한다고 주장한다[8].

\*교신저자 : 양종곤(jgyang@dankook.ac.kr)

접수일 09년 12월 24일

수정일 (1차 10년 03월 04일, 2차 10년 05월 11일)

계재확정일 10년 05월 13일

경제적 효과를 산출하는 정량적 계산과 방문객, 운영진, 부스 참여자를 포함하는 설문지 평가는 지역축제나 엑스포와 같은 이벤트 평가의 대표적 방법이다. 특히 방문객의 만족도를 측정하기 위한 만족도 조사는 보편적이며 다양한 관점에서 평가모형이 개발되어 진행되어 왔다 [11-15,20,22].

학계의 연구자적 관점이나 문화관광부와 같은 실무적 차원의 평가지표는 완벽한 측정지표는 아니지만 연구자가 연구목적에 따라 측정지표를 그대로 또는 수정, 보완하여 활용했다.

본 연구는 산재한 이벤트 방문객 만족도 조사를 위해 최근 문화관광부에서 개발한 균형성과지표적 관점의 축제평가지표에 근거하여 방문객 만족도 평가지표로 개발된 행사프로그램 내용, 행사구성, 편의시설 및 운영 및 진행, 행사장 환경, 상품품질의 변수와 방문객 만족도와 방문객 충성도를 2009년 개최된 천안웰빙식품 엑스포 방문객 대상으로 실증적으로 인과관계모형을 검증하고자 한다. 천안웰빙식품 엑스포를 연구대상으로 선정한 이유는 천안웰빙식품 엑스포의 경우 이번이 최초의 행사이며 지역적으로 서울과 가까이 위치함으로써 대표적 엑스포 행사라고 판단할 수 있다고 연구자는 판단했다.

먼저, 문화관광부에서 개발한 방문객 만족도 측정지표를 확인요인분석을 통해서 잠재요인을 실증적으로 검증할 것이다. 둘째로, 확인요인분석 결과를 토대로 경로모형을 활용하여 각 변수간의 인과관계를 규명할 것이다. 셋째로, 본 연구에서 활용할 문화관광부의 방문객 만족도 지표의 경우 지역이벤트를 평가하는 모형으로 활용되고 있지만 인과관계의 규명이 실증적으로 검증된 적이 없기 때문에 이를 실증적으로 규명하고 한다. 또한 본 연구는 엑스포 평가와 유사한 논문이 산재함은 사실이나 문화관광부의 실증적 지표 활용과 구조방정식 인과모형의 분석에 의의를 둔다.

연구방법은 연구모형과 측정지표를 개발하기 위해 선행연구를 실시하고, 개발한 연구모형을 토대로 문화관광부의 측정지표를 바탕으로 실증적으로 분석한다. 선행연구를 통해 설정된 경로모형 연구모형을 토대로 가설을 설정하고, 연구가설 검증을 위해 설문한 자료를 SPSS12.0과 Amos 7.0으로 분석한다[10].

## 2. 선행연구

### 2.1 축제 및 엑스포 평가

이훈[11]은 축제를 문화예술축제, 전통문화축제, 지역

특산물축제, 지역특성화축제, 생태자연축제 5종류로 구분하고 목적이 다름으로 인해 각각 다른 평가기준을 제시한다. 예를 들어 고성공룡축제나 세계태권도 문화축제의 경우와 같은 지역특성화 축제의 경우 지역이미지나 관광효과가 평가기준의 주목적이 된다.

앞서의 예처럼 축제의 평가는 축제 내용 자체에 대한 평가와 지역사회에 미치는 영향에 대한 평가 2가지로 나누어진다. 김병철[3]은 참가자 분석, 사회문화적 효과, 경제적 효과, 행사운영평가로 구분하여 참가자의 경우 만족도 평가항목, 사회문화적 평가는 지역주민 대상으로 한 질문사항, 경제적 효과는 참가자 지출을 예측한 산업연관 분석, 행사운영평가는 행사의 측면에서 본 행사기획, 준비, 홍보, 지역주민 참여도 등을 포함하여 평가하였다.

김철원, 이석호[4]의 경우는 축제전문가를 대상으로 다양한 관점에서 축제 평가항목을 도출하였는데 특히 축제기획에 대한 타당성과 축제 준비과정으로 지역문화에 미치는 영향을 강조하였다. 문화관광부[12]는 전국에 개최되는 축제를 평가하기 위한 모형을 개발했는데 축제를 사전과 사후로 구분하고 공통평가 항목과 선택평가 항목을 선정하여 축제를 평가하였다. 공통평가 항목에는 접근성, 홍보·안내, 행사 내용, 축제 상품, 음식, 주변 관광지 이용, 편의시설, 경제적 파급 효과를 포함하고 선택평가 항목에는 축제의 사회적 영향, 문화적 영향, 환경적 영향이 포함되었다. 공통평가 항목의 비중은 60%, 선택평가 항목은 40%로 비중을 할당하여 평가하였다.

국내의 축제 평가항목은 주로 외국의 선행연구를 바탕으로 이루어졌는데 대표적 평가항목이 Getz[22]가 개발한 평가기준이다. 그는 평가항목의 대분류로 거시적 요인과 미시적 요인을 설정하고 미시적 요인에는 참가자 수, 관광객 프로필, 시장과 여행유형, 마케팅 동기, 활동과 비용, 거시적 요인으로 사회, 문화적 영향, 경제적 효과, 비용과 수익평가 항목을 제시하였다. 그는 평가지표 제시뿐만 아니라 자료유형, 세부 측정항목, 측정방법까지 상세히 제시하였는데 예를 들어, 사회문화적 영향은 주민 설문조사를 통해 실시하라고 주장하고 있다. Carlsen 외[20]은 델파이 기법을 활용하여 경제적 영향평가 위주의 지표를 제시하였는데 수입승수, 시계열 방식, 고용승수, 투자수익률이 대표적 평가지표이고 사전, 사후항목을 구분하여 축제를 평가하였다.

지역축제에 대한 선행연구의 특징은 행사 프로그램, 체험성, 서비스, 축제이미지, 지역 사회문화 및 경제적 영향이 공통항목으로 제시되고 있다[19]. 공통항목의 측정 지표 제시에도 불구하고 지역축제가 갖는 특성과 목적에 따라 평가지표가 달라야 함에도 불구하고 획일적인 평가 문제로 도출되는 잘못된 축제평가로 도출될 수 있다는

반성에서 2006년 문화관광부는 Kaplan과 Norton[23]의 균형성과지표 관점에서의 4가지 관점인 성과관점, 내부 프로세스 관점, 방문객 관점, 학습과 성장관점으로 구분한 평가항목을 제시하고 있다.

## 2.2 방문객 만족도 측제 평가

Getz[22]의 경우 방문객 대상으로 한 조사에서 연구방법으로는 설문조사를 사용하고 측정유형으로 관광객 프로파일, 동반자 유형, 동반자 수, 거주지, 여행목적, 여행유형, 교통편, 정보원천, 여행 동기, 추구편의, 만족도, 참여 프로그램 등인데 방문객 만족도의 경우 전반적 만족도, 개선을 위한 제안, 재방문 의사로 구성하였지만 만족도 요인에 대한 설문조사는 실시하지 않고 있다.

문화관광부[12]의 경우 방문객 대상 고객만족도 조사 항목으로 전반적 행사구성, 측제장 접근성, 주차장, 화장실 등의 편의시설, 사전홍보, 안내물, 행사요원의 친절, 전시, 공연 프로그램, 음식 맛, 가격, 서비스, 측제상품의 다양성과 품질, 전체적인 측제의미 등 방문객 만족도를 구성하는 만족도 요인을 포함하고 있다.

배만규[5]의 경우는 방문객 만족도 평가항목을 7가지 대분류로 구분하는데 홍보성, 이용편리성, 참여성, 외국인 수용성, 운영성, 이미지, 경제성을 포함하고 있고 방문객 만족도 요인으로 이용편리성이 포함되는데 각종시설 편리성, 휴식공간, 놀거리 다양성, 살거리 다양성, 판매음식 위생 및 맛, 먹을거리 다양성, 판매상품의 음식의 적절한 요금, 측제장 연계 및 교통수단의 다양성, 볼거리 다양성, 주차편리성, 지역특산물 구색 및 판매의 12항목을 제시하고 있다.

최근 문화관광부[13]가 제시한 고객관점을 대체한 방문객 관점의 만족도 요인은 5가지 대분류로 제시하고 있는데 측제 프로그램 내용, 행사구성, 편의시설 운영 및 진행, 행사장 환경, 상품의 품질이며 상세 평가항목은 표 1에 제시되어 있다.

평가항목을 토대로 실증연구를 선행연구를 살펴보면 이근수 외[6]의 경우 방문객 만족도 평가항목을 서비스 품질지표인 Parasuraman 등[24]의 SERVQUAL 모형에서 제시하는 동조성, 접근성, 대응성, 보증성, 신뢰성 등의 품질요인이 만족도와 재방문 및 구전홍보에 미치는 영향을 분석하고 있는데 그들의 연구에 의하면 측제만족에는 대응성과 동조성 요인이, 이미지 만족에는 보증성 요인이, 관광만족에는 신뢰성 요인이 중요한 영향요인으로 밝혀졌다. 재방문에는 접근용이성을 제외한 4개요인 모두가 중요한 영향요인이었으며, 구전홍보에는 동조성 요인만 중요한 요인으로 나타났다. 방문객 만족도 관련 선행연구의 대부분은 측제 참여 동기와 만족도 또는 방문동

기와 만족도 또는 재방문에 미치는 영향에 관한 연구에 집중되어 있다[1].

다양한 종류의 측제에 따라 다양한 관점에서 측제에 대한 평가시도가 이루어지고 있지만 방문객 관점에서 최근 새롭게 문화관광부에서 제시된 방문객 평가지표에 대한 선행연구는 전무한 현실이다. 본 연구는 문화관광부의 방문객 관점에서 도출된 평가항목을 연구의 측정지표를 기준으로 하여 만족도와 충성도와의 인과관계를 규명하고자 한다.

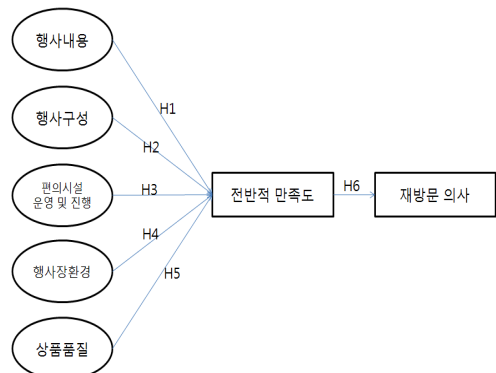
측제와 관련한 만족도 및 충성도에 관계에 관한 연구는 수안보온천측제를 중심으로 방문객 만족도와 충성도 관계를 구조모형으로 분석한 연구와 컨벤션 센터에서의 만족도와 충성도를 규명한 선행연구를 바탕으로 본 연구도 만족도와 충성도의 인과관계를 설정했다[2,7].

## 3. 연구가설 및 연구모형

### 3.1 연구모형 및 가설

연구를 위해 문화관광부의 균형성과지표 관점의 방문객 측정지표의 대분류를 잠재원인 변수로 하고 선행연구의 인과관계 모형을 바탕으로 해서 경로모형을 설정하였다. 연구모형에 따르면 엑스포 행사내용, 행사구성, 편의시설 운영 및 진행, 행사장 환경, 상품의 품질이 엑스포 전체 만족도에 영향을 미치고 이는 재방문 의사에 영향을 미치는 것으로 나타나 있다.

연구모형에서 엑스포 만족도에 영향을 미치는 변수는 문화관광부의 방문객 만족도 측정지표를 활용하고 방문객 만족도의 경우는 전반적 만족도로, 방문객 충성도의 경우는 재방문 의사로 구성되어 있다.



[그림 1] 연구모형

연구모형을 바탕으로 해서 연구를 위한 가설은 다음과

같이 설정되었다.

- 가설 1 : 엑스포 행사내용은 방문객 전반적 만족도에 정(+)<sup>1</sup>의 영향을 미칠 것이다.
- 가설 2 : 엑스포 행사구성은 방문객의 전반적 만족도에 정(+)<sup>1</sup>의 영향을 미칠 것이다.
- 가설 3 : 엑스포 편의시설 및 진행은 방문객의 전반적 만족도에 정(+)<sup>1</sup>의 영향을 미칠 것이다.
- 가설 4 : 엑스포 행사장 환경은 방문객의 전반적 만족도에 정(+)<sup>1</sup>의 영향을 미칠 것이다.
- 가설 5 : 엑스포 상품품질은 방문객의 전반적 만족도에 정(+)<sup>1</sup>의 영향을 미칠 것이다.
- 가설 6 : 방문객의 전반적 만족도는 재방문 의사에 정(+)<sup>1</sup>의 영향을 미칠 것이다.

### 3.2 변수의 조작적 정의

엑스포와 같은 이벤트 행사의 방문객 만족도를 측정하는 지표는 앞서의 선행연구에서 밝혔듯이 다양한 관점에서 다양한 지표가 개발되어 활용되고 있다. 본 연구에서의 방문객의 만족도를 구성하는 변수는 문화관광부의 균형성과지표의 관점에서 본 방문객 관점의 지표를 활용한 다. 본 연구를 위해 새롭게 변수를 지정하지 않고 문화관광부의 지표를 활용하기로 함은 문화관광부의 지표도 고민을 거듭하면서 생성된 지표이며, 실제 엑스포에서 어떤 결과가 도출되는 지를 검증하고자 하는 목적에서 그대로 활용한다. 하지만 문화관광부의 지표는 참가자, 참관자 모두가 이벤트를 평가하기 위해 만들어진 지표이기 때문에 본 연구를 위해 활용될 수 없는 지표는 삭제했지만 가능하면 문화관광부 지표 모두를 사용하여 연구에 활용하였다. 하지만 문화관광부 지표의 경우 설문지 형식으로 구성되어 있지 않기 때문에 연구자가 설문지 형식으로 구성하여 연구를 진행하였다.

표 1은 연구에 활용되는 지표를 정리한 것이다.

[표 1] 방문객 만족도 측정변인 항목 및 정의

요인	항목명	정 의	관련문헌
행사 내용	M1	행사내용의 충실성	[12, 13]
	M2	행사내용의 독창성	
	M3	행사내용의 웰빙이미지	
	M4	행사내용의 지역이미지 조화	
	M5	행사내용의 흥미	
	M6	행사내용의 완성도	
	M7	행사내용의 다양성	
	M8	행사내용의 교육성	
	M9	행사내용의 참여 편리성	

행사 구성	M10	행사내용의 이해도	[1, 9]
	C1	행사장 배치의 이동 편리성	
	C2	체험 프로그램 준비 철저성	
	C3	프로그램 시간의 적절 배치	
	C4	프로그램 안내물의 이해도	
C5	단위 프로그램의 설명력		
편의 시설 운영 및 진행	F1	화장실 이용의 편리성	
	F2	화장실 청결성	
	F3	휴식공간 이용 편리성	
	F4	행사장 안내 표지판 편리성	
	F5	현금지급기, 카드단말기 이용 편리성	
	F6	주차시설의 충분함	
	F7	행사운영 시간의 정확성	
	F8	행사운영 진행의 원활성	
	F9	행사진행의 전문성	
	F10	행사장 안전	
	F11	행사장 안전대책 시설	
행사장 환 경	E1	행사장까지의 교통수단 편리성	
	E2	행사요원 친절성	
	E3	진행요원 친절성	
	E4	부스요원 친절성	
	E5	안내시설 배치의 적절성	
상품 품질	Q1	행사장 음식가격 적절성	
	Q2	행사장 기념품 가격 적절성	
	Q3	입장료의 적절성	
	Q4	기념품 종류의 다양성	
	Q5	엑스포 웰빙식품 가격의 적절성	
전반적 만족도	S	엑스포 전반적 만족도	
재참가 여 부	Rp	재참가 여부	

각 요인을 구성하고 있는 항목수와 질문요지는 표 1에 나타나 있고, 각각의 항목은 리커트 5점 척도로 측정되었다. 본 연구의 최종설문조사를 위한 항목의 애매함을 제거하기 위하여 본 연구진이 소속한 생산관리 전공 대학원생의 사전검증을 거쳐 최종 설문지 항목을 작성했다. 전반적 만족도와 충성도를 측정하는 항목은 관측변인으로 측정하고 일반적으로 경영학 연구에서 사용하는 전반적 만족도와 충성도 측정지표로 재참가 여부를 묻는 항목으로 구성되었다.

## 4. 연구조사방법 및 가설검증

### 4.1 자료수집 대상 및 방법

가설검증을 위해 2009 천안웰빙식품 엑스포 개최기간인 2009년 9월 11일부터 20일까지 10일간 방문객을 대상으로 임의추출법의 방법으로 설문을 실시하였다. 방문객

의 경우 연령별의 분포가 다르게 나타날 수 있기에 층화 추출법이나 체계적 표본조사 방법론이 훨씬 과학적이거나 기존의 연령별 분포에 따른 자료가 없는 관계로 임의추출법을 실시하였고, 일정정도의 표본수가 많아지면 표본 추출로 인한 오차를 줄일 수 있다는 관점에서 위의 방법을 사용하였다. 표본의 경우 10일간 매일 70개 정도의 설문지를 확보하여 요일로 인해 나타날 수 있는 표본오차를 줄일 수 있도록 하였다. 주말의 경우 평일보다 많은 수의 설문지를 받아 표본으로 인해 나타나는 문제점을 최소화하도록 노력하였다.

자료수집 기간 동안 총 910여부의 설문지를 회수하고 설문지 작성이 일대일 면접형태로 이루어졌기 때문에 불성실한 설문지가 타 연구경우보다 적게 나타나 총 900개의 자료가 연구 분석을 위한 자료로 활용되었다.

[표 2] 방문객 응답자 일반적 특성

구분	내 용	빈도	%	구분	내 용	빈도	%
성별	남 성	375	41.7	직업	농·어업 및 축산업	74	8.2
	여 성	525	58.3		사무·행정직	127	14.1
연령	20대 미만	85	9.4		일반공무원	39	4.3
	20대	225	25.0		일반 전문직	43	4.8
	30대	213	23.7		학 생	212	23.6
	40대	212	23.6		생 산 직	34	3.8
	50대	121	13.4		교사 / 공무원	21	2.3
방문 횟수	60대 이상	44	4.9		주 부	179	19.9
	1번	503	55.9		자영업 판매	22	2.4
	2번	194	21.6		서비스직	41	4.6
	3번	100	11.1		자 영 업	59	6.6
	4번	36	4.0		무 직	18	2.0
방문 인원	5번 이상	67	7.4	기 타	31	3.4	
	1명	63	7.0	거 주 지	천 안	392	43.6
	2명	170	18.9		서 울	117	13.0
	3명	102	11.3		경기 / 인천	121	13.4
	4명	116	12.9		강원도	4	0.4
	5명	84	9.3		천안 외 충청도	230	25.6
	6명~10명	170	18.9		전라도	8	0.9
	11명~20명	58	6.4		경상도	12	1.3
	21명~30명	28	3.0		제주도	5	0.6
	31명~50명	73	8.0		기 타	11	1.2
50명 이상	36	3.3					

표 2의 방문객 응답자 일반적 특성을 살펴보면 전체 900명 응답자 중 남성과 여성 비율을 보면 남성이 41.7%, 여성이 58.3%로 엑스포의 경우 남성보다 여성이 많이 참여했으며 연령 분포의 경우, 20대, 30대, 40대의 분포가 골고루 나타나나 타 엑스포나 이벤트의 경우와 달리 천안의 경우 20대가 25%로 나타나 지역적 특성을 대변하

고 있다. 천안의 지역적 특성이라 함은 천안 지역 내 많이 산재한 대학수자로 인해 엑스포에 20대가 많이 참여한 이유인 듯하다. 방문인원의 경우에도 6명에서 10명 정도의 참여가 많아 친지나 가족과 함께 참여한 비율이 많고, 50명 이상 되는 빈도도 3.3%에 달하는데 이는 단체 참가에 해당한다. 지역별 참가분포에는 천안과 천안 외 충청지역 참가비율이 69.2%에 달해 천안 지역 주변에서의 참여가 대부분이다.

#### 4.2 변수의 신뢰도 및 타당성 검증

측정모형의 타당성을 검증하기에 앞서 먼저 각 잠재요인에 대한 내적일관성을 검증하였다. 방문객 전반적 만족도, 재방문 의사, 추천의사에 대한 관측변인을 제외한 5개의 잠재원인 변수 모두 내적 일관성을 검증한 결과 내적일관성을 측정하는 크론바 알파값이 0.7이상으로 나타나 내적일관성을 만족하는 결과로 도출되었다. 내적일관성을 만족시키면 확인요인분석을 위한 집중타당성이 확보되었다고 판단할 수 있다[10].

[표 3] 내적일관성 검증

요 인	항목수	크론바 알파값
행사내용	10개	0.838
행사구성	5개	0.793
편의시설 운영 및 진행	11개	0.862
행사장 환경	5개	0.830
상품품질	5개	0.857

법칙타당성 검증을 위해서는 잠재요인의 상관관계를 규명하면 되는데 가설방향이 정의 방향이기 때문에 잠재요인의 상관관계도 정의 방향이고 유의하면 법칙타당성이 확보되었다고 결론지을 수 있다. 잠재요인의 상관관계는 표에 정리되어 있다.

[표 4] 잠재원인 변수 상관관계

	행사내용	행사구성	편의시설 운영 및 진행	행사장 환경	상품 품질
행사내용	·	0.609	0.560	0.412	0.464
행사구성	·	·	0.583	0.469	0.474
편의시설 운영 및 진행	·	·	·	0.615	0.464
행사장환경	·	·	·	·	0.333

다음으로 5개의 잠재변인에 대해 AMOS 7.0을 이용하여 단일차원성을 저해하는 항목을 제거하기 위해 확인요

인분석(CFA: Confirmatory Factor Analysis)를 실시하였다. 5개 잠재요인에 대한 탐색적 요인분석을 실시하지 않고 확인요인분석을 실시한 이유는 5개의 잠재요인에 대해 도출된 관측변수가 문화관광부의 지표를 기준으로 했기 때문이다. 물론 문화관광부의 방문객 지표가 학술적으로 검증되지 않았기 때문에 탐색적 요인분석을 통해 다시 요인을 재정리하는 작업이 필요할지 모르지만 문화관광부 지표의 경우 잠재요인의 명칭이 행사내용과 같이 구체화되어 있기 때문에 확인요인분석으로 충분하다고 연구자는 판단했다. 확인요인분석의 경우 잠재요인에 모두 포함된 변인을 한꺼번에 실시하여 절차적 번거로움을 피했다. 모든 관측변인이 포함된 확인요인분석 결과 적합도 수준이 만족스럽지 않아 수정지수를 활용하여 적합도를 향상시키는 작업을 수행했다. 수정지수를 통해서 적합도 지수를 향상시키기 위한 작업을 통해 총 13개의 관측변인을 제거했다. 관측변인의 제거과정은 이학식 외[10]의 수정지수 개선과정을 참고로 실행되었으면 예를들어, M1과 M8간의 수정지수가 13.6, M1과 M9과의 수정지수가 10.7로 나타나 모형의 간결성과 적합도를 위해 M1을 제거하였다. 모형적합도 만족스런 수준까지 이 과정을 계속하였다. 수정지수 개선을 통해 제거한 변수는 표 5에 정리되어 있다.

[표 5] 제거한 관측변인 목록

요 인	항목명	제거한 관측변인
행사내용	M1	행사내용의 충실성
	M3	웰빙이미지와외의 조화
	M7	행사내용의 다양성
	M10	행사내용의 이해도
행사구성	C1	행사장 배치의 이동 편리성
	C4	프로그램 안내물 이해도
편의시설 운영 및 진 행	F1	화장실 이용 편리성
	F3	휴식공간 이용 편리성
	F4	행사장 안내표지판 편리성
	F5	현금지급기, 카드단말기 편리성
	F8	행사운영의 원활성
행사장 환 경	E1	행사장까지의 교통수단 편리성
상품품질	Q1	행사장 음식가격 적절성

모형적합도 분석결과 카이제곱 = 691.860 (df = 220, p = 0.000), GFI = 0.937, RMR = 0.036, AGFI = 0.921, NFI = 0.911로 나타나 카이제곱 값 외에는 모두 모형적합도 지수를 만족시킨다. 카이제곱 통계량의 경우 표본수가 많아지면 많아질수록 카이제곱 통계량이 크게 되는 경향이 있기 때문에 본 연구와 같이 표본수가 많을 경우 카이제

곱 적합도 지수를 만족시키지 않음은 문제가 되지 않는다. 표 6의 결과에 의해 적합도 지수를 만족시키기 때문에 확인요인분석 모형은 모형적합도 기준을 통과했다.

[표 6] 경로모형 적합도 평가

적합도 지수	평가기준	모형값	결 정
카이제곱통계량	p>0.05	0.000	불만족
GFI	>0.900	0.937	만 족
RMR	<0.05	0.036	만 족
NFI	>0.900	0.911	만 족
RMSEA	<0.05	0.049	만 족
AGFI	>0.900	0.921	만 족

#### 4.3 경로모형 검증 및 가설검증

수정지수 개선을 통한 확인요인모형을 확정하고 경로모형 분석을 실시하였다. 구조방정식 모형의 하나인 경로모형을 실시한 이유는 설문지 조사에서 전반적 만족도와 재방문 의사는 관측변수로 측정했기 때문이다. 따라서 잠재원인의 경우도 수정지수 개선을 통해 남겨진 관측변수를 모아 하나의 새로운 관측변수 값을 지정하여 경로모형을 설정하였다. 경로모형의 경로계수 유의성을 검증하기 전 먼저 경로모형의 적합도를 검증하였는데 경로모형의 적합도 결과는 표 7에 제시되어 있다.

[표 7] 경로모형 적합도 판정

적합도 지수	평가기준	모형값	결 정
카이제곱통계량	p>0.05	0.000	불만족
GFI	>0.900	0.968	만 족
RMR	<0.05	0.039	만 족
NFI	>0.900	0.957	만 족
RMSEA	<0.05	0.153	불만족
AGFI	>0.900	0.821	불만족
CFI	>0.900	0.958	만 족

검증결과를 보면 표본수가 많은 경우 의미가 없는 카이제곱 통계량을 제외하면 RMSEA와 AGFI의 평가기준이 만족스럽지 못한 결과가 나왔지만 이학식 외[10]의 주장에 의하면 여러 적합도 지수중에서 2개 이상의 모형적합도 지수를 제공해도 모형적합도 판정기준에 큰 무리가 없음을 주장한다. 따라서 연구자는 경로모형이 모형적합도 기준을 만족시킨다고 결론짓는다. 경로모형 적합도 지수를 만족시킨 후 경로계수의 유의성을 제시한 결과가 표 8에 나타나 있고 표에 나타난 경로계수는 비표준화 경로계수이며 이 계수를 통해 통계적 검증을 거친 표준화

경로계수의 값은 연구모형 경로계수 결과 그림에 제시되어 있다.

[표 8] 경로계수의 결과

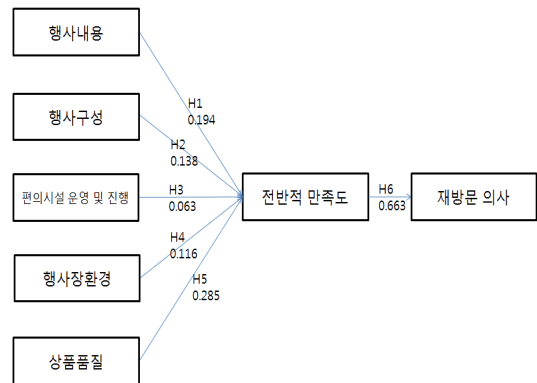
	비표준화계수	표본오차	T	P
행사내용 → 전반적 만족도	.267	.049	5.430	***
행사구성 → 전반적 만족도	.179	.047	3.792	***
편의시설 → 전반적 만족도	.095	.055	1.711	.087
행사장환경 → 전반적 만족도	.146	.040	3.638	***
상품품질 → 전반적 만족도	.325	.036	8.995	***
전반적만족도 → 재방문 여부	.743	.028	26.550	***

표 8의 결과에 의하면 가설 1은 행사내용은 엑스포 전반적 만족도에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 예측하는데, 두 변수간의 표준화 경로계수가 0.194( $t = 5.430, p < 0.05$ )로 나타나 가설이 지지됨을 확인할 수 있다. 가설 2는 행사구성이 엑스포 전반적 만족도에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 설정하였는데, 두 변수간의 표준화 경로계수 0.138( $t = 3.792, p < 0.05$ )로 나타나 가설이 지지되었다. 가설 3은 편의시설 운영 및 진행은 전반적 만족도에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 설정했는데, 두 변수간의 표준화 경로계수 0.063( $t = 1.711, p < 0.10$ )로 나타나 유의수준 0.10에서 가설이 지지됨을 확인했다. 행사장 환경은 전반적 만족도에 정(+)의 영향을 미치는 가설 4는 표준화 경로계수 0.116( $t = 3.638, p < 0.05$ )로 나타나 대립 가설이 지지됨을 확인했다. 가설 5는 상품품질이 전반적 만족도에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 설정되었는데 표준화 경로계수 0.285( $t = 8.995, p < 0.05$ )로 나타나 가설이 지지되었다. 가설 6은 전반적 만족도가 재방문 의사에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 설정되었는데 표준화 경로계수 0.663( $t = 0.743, p < 0.05$ )로 나타나 만족도가 높은 경우 재방문 의사가 높다는 기존의 연구결과를 확인했다.

[표 9] 가설검증 결과

가설	내용	기각 여부
가설1	엑스포 행사내용은 방문객 전반적 만족도에 정(+)의 영향을 미친다.	채택
가설2	엑스포 행사구성은 방문객 전반적 만족도에 정(+)의 영향을 미친다.	채택

가설3	엑스포 편의시설 및 진행은 방문객 전반적 만족도에 정(+)의 영향을 미친다.	채택
가설4	엑스포 행사장 환경은 방문객 전반적 만족도에 정(+)의 영향을 미친다.	채택
가설5	엑스포 상품품질은 방문객 전반적 만족도에 정(+)의 영향을 미친다.	채택
가설6	방문객 전반적 만족도는 재방문 의지에 정(+)의 영향을 미친다.	채택



[그림 2] 경로모형 분석결과 (표준화 계수 포함)

### 5. 결론 및 향후 연구과제

본 연구는 기존의 선행연구와 문화관광부에서 제시한 균형성과지표 관점의 이벤트 평가지표를 토대로 5가지 요인이 전반적 만족도와 재방문 의사에 미치는 영향에 관한 인과관계 모형을 경로분석을 통해 분석하였다.

본 연구의 분석결과에 의하면 문화관광부에서 제시한 방문객 관점의 5가지 잠재요인에서 몇몇 관측변수가 확인요인분석을 위해 제거되었지만, 제거된 관측변수를 중심으로 확인요인분석을 실시한 결과 모형적합도를 만족시켰다. 변수의 모형적합도 검증은 거쳐 경로모형을 토대로 경로분석을 실시한 결과 인과관계 중심의 경로모형의 적합도는 만족되었고, 5가지 잠재요인 모두 전반적 만족도에 영향을 미치는 인자로 판명되었다. 편의시설 운영 및 진행은 유의수준 0.10에서 가설이 채택되었고, 나머지 4가지 잠재요인은 유의수준 0.05수준에서 가설이 지지되었다. 또한 전반적 만족도는 재방문 의사에 영향을 미치는 인자로 분석결과 규명되었다.

이근수 외[6]의 연구결과에 의하면 대응성과 공조성 요인만이 축제만족에 영향을 미치는 인자로 판명되었지만 본 연구에서는 5가지 요인 모두가 만족도에 영향을 미

치는 인자로 판명되었다. 또한 경로모형을 통한 결과 만족도 향상은 재방문 의지와 같은 엑스포 충성도에 영향을 미치는 인자로 판명되어 만족도와 충성도와의 인과관계를 규명했다.

본 연구의 결과를 토대로 한 시사점을 살펴보면 첫째로, 문화관광부에서 제시한 방문객 관점의 평가지표에 관한 실증적 연구가 진행되지 않은 상황에서 2009 천안웰빙식품 엑스포를 토대로 검증한 결과 5가지 잠재변인 모두가 방문객 만족도에 영향을 미치는 인자로 규명되었다는 사실이다. 문화관광부의 변인도 기존의 선행연구를 토대로 설정된 변수라고 한다면 이를 검증한 본 연구의 의의는 문화관광부 변인을 확정짓고 향후 타 실증연구의 토대가 될 수 있음이 연구결과의 의의이다.

둘째로, 많은 기존 연구는 만족도에 영향을 미치는 인자연구에서 주로 다중회귀분석으로만 분석결과를 도출하지만 본 연구는 경로모형을 통해서 인과관계를 규명했다는 사실이다. 기존 연구는 다중회귀분석에서 영향요인과 만족도, 영향요인과 재방문 의지 등의 단편적인 분석을 사용하지만 본 연구는 이들 변수 모두를 포함한 경로모형을 활용하여 분석도구로 활용했다는 점이다. 기존의 연구도 분석방법으로 의미가 있지만 본 연구의 경우는 만족도와 재방문 의사의 인과관계를 한 모형에서 검증함으로써 연구방법론 상에서 한발 앞선 방법론이라 할 수 있다.

셋째로, 본 연구 분석 결과를 토대로 향후 만족도 측정 지표로 활용될 수 있는 연구토대를 마련했다. 행사내용의 경우 연구토대가 된 10가지 측정변인이 확인요인분석을 통해 6가지 요인으로 축소되었는데, 이는 향후 행사내용의 측정변인은 10가지가 아니라 6가지로 활용해도 충분히 행사내용의 방문객 만족도를 측정할 수 있다는 의미이다. 물론 향후 다양한 관점의 장기적 연구를 토대로 결론지을 수 있지만 본 연구가 시사점을 제공하는데 의의가 있다고 할 수 있다.

넷째로, 경로모형에서 만족도는 재방문 의사 즉, 충성도에 영향을 미친다는 사실을 다시 한 번 본 연구는 검증했다. 천안 엑스포의 경우도 일과성 행사가 아니라 향후 2011년, 2013년 지속적으로 개최될 것이기에 전반적 만족도와 충성도의 인과관계 규명은 만족도에 영향을 미치는 인자의 개선 없이는 충성도의 향상도 기할 수 없음을 본 연구는 실증적으로 검증했다.

이러한 시사점에도 불구하고 본 연구가 가지는 한계점으로는 인과관계를 규명하는 모델로 구조방정식의 초기 단계인 경로모형으로만 검증했다는 사실이다. 모델설정에서 만족도와 재방문 의지를 관측변인으로만 측정하는 사실은 본 연구가 뛰어넘어야 할 과제라고 판단된다.

시사점과 한계점을 기반으로 향후 보다 발전된 연구방

향을 제시한다면 첫째로, 본 연구가 문화관광부의 균형성과지표의 관점에서 방문객 관점의 만족도 지표를 근거로 했다면 향후 연구는 균형성과지표의 인과관계를 규명하는 차원의 연구로 발전되어야 한다. 균형성과지표의 관점에서 지표 개발과 실증적 연구는 균형성과지표 원래의 목적인 인과관계 규명을 위해 반드시 필요한 과제라 할 수 있다.

둘째로, 본 연구의 출발점은 일회성 행사의 관점을 기준으로 인과관계를 규명했다면 향후 장기적인 관점에서 축적된 연구결과를 바탕으로 의미 있는 시사점을 찾아내는 연구가 수행되어야 한다. 서비스 산업에서의 만족도는 Parasuraman 외[24]의 SERVQUAL을 중심으로 이루어졌다면 엑스포나 축제와 같은 만족도는 문화관광부의 관점을 뒷받침해 주는 실증적 연구가 지속적으로 이루어져 검증된 평가지표로 개발되어야 할 필요가 있다.

## 참고문헌

- [1] 고승익, 윤동구, 정승운, 박은아, “축제방문동기 세분화에 따른 지각된 성과와 만족분석: 98제주 세계 섬 문화 축제를 사례로”, 관광학연구, 제 23권 2호, pp. 246-266, 2000.
- [2] 김규영, 임상택, “컨벤션센터의 지각된 환경단서, 이미지, 만족, 애호도, 재참여의도의 관계”, 컨벤션연구, 제 6권, 2호, pp.83-87, 2006.
- [3] 김병철, 강원도 지역축제의 활성화 방안연구, 강원개발 연구원, 1998.
- [4] 김철원, 이석호, 문화관광축제 육성방안, 한국관광연구원, 2001.
- [5] 배만규, “지역축제 개최결과의 표준속성 개발”, 관광연구, 제 17권 1호, pp. 175-194, 2002
- [6] 이근수, 제갈돈, 송건섭, “지방정부의 지역축제 차별화 전략 :축제유형별 변수간 상호성을 중심으로”, 한국지역개발학회, 제18권 제2호 제46집, pp. 95-123, 2006.
- [7] 이용기, 이덕우, 이충기, “지각된 환경단서가 방문객 만족과 충성도에 미치는 영향, 수안보온천축제의 경우, 관광학연구, 제 27권, 제 1호, pp.85-104.2003.
- [8] 이재광(엮음), 합평나비축제의 성공요인연구, 페이퍼로드, 2009.
- [9] 이준혁, “축제방문객의 이미지 분석: 2000 경주 세계 문화엑스포를 중심으로”, 관광연구, 제 16권 제 1호, pp. 201-215, 2001.
- [10] 이학식, 임지훈, 구조방정식 모형분석과 AMOS 7.0, 법문사, 2008.



- [11] 이훈, “문화관광축제 평가방법 연구”, 2002 문화관광축제 평가 및 활성화 방안 토론회 자료집, 2002.
- [12] 문화관광부, 문화관광축제 평가모형 개발, 2003.
- [13] 문화관광부, 2005 문화관광축제 종합평가보고서, 2006.
- [14] 문화연대, 2002 하반기 축제평가 보고서, 2002.
- [15] 문화연대, 2005 상반기 문화관광축제, 2005
- [16] 부소영, “축제의 지역이미지에 대한 영향관련 내용분석”, 관광학연구, 제 27권 제 2호, pp. 113-132, 2003.
- [17] 차동욱, “지역축제만족도에 의한 방문자의 재방문 및 구전홍보 결정요인에 관한 연구: 전주국제 영화제를 중심으로”, 관광/레저연구, 제 16권 제 1호, pp. 55-69, 2004.
- [18] 한국농촌경제연구원, 올진세계친환경엑스포 중간보고서, 2009.
- [19] 한국문화관광연구원, 한국 지역축제 조사평가 및 개선방안 연구 총괄보고서, 2006.
- [20] Carlsen, Getz, and Soutar, “Event Evaluation Research”, Event Management, Vol. 6, pp. 247-257, 2001.
- [21] Getz, D., Special Event and Tourism, New York: BNR, 1991
- [22] Getz, D., Event Management & Event Tourism, Cognizant Communication Corporation, 1997
- [23] Kaplan, R. S. and Norton D. P., Strategy Maps: Converting Intangible Assets into Tangible Outcomes, Boston, MA: Harvard Business School Publishing Co, 2004.
- [24] Parasuraman, A., Zeithmal, V.A., and Berry, L.L, “SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality”, Journal of Retailing, Vol. 64, pp. 12-40, 1988.

**김진규(Jin-Gyu Kim)**

[준회원]



- 2008년 2월 : 단국대학교 경영학과 졸업 (학사)
- 2009년 12월 ~ 현재 : 단국대학교 일반대학원 석사과정

<관심분야>

6시그마, 환경경영, 린 경영

**양종곤(Jong-Gon Yang)**

[정회원]



- 1988년 2월 : 단국대학교 경제학과 졸업 (학사)
- 1992년 6월 : 남오레곤 주립대 경영학 졸업 (석사)
- 1998년 12월 : 네브라스카 주립대 경영학 졸업 (박사)
- 1998년 6월 ~ 2000년 7월 : 한국표준협회 6시그마 컨설턴트
- 2001년 6월 ~ 2002년 6월 : IBM BCS 경영컨설턴트 (6시그마)
- 2002년 12월 ~ 현재 : 단국대학교 경영학과 조교수

<관심분야>

6시그마, 환경경영, 린 경영