

Research Paper

지역주민의 환경축제 충성도와 그 영향요인 간의 인과관계*

- 함평나비축제를 중심으로 -

이경진** · 송명규***

단국대학교대학원 도시계획및부동산학과 박사과정 졸업, 도시계획학박사**
단국대학교 사회과학대학 도시계획 · 부동산학부 교수***

The Causality among Residents' Loyalty to an Environmental Festival and Its Influential Factors: With Special Reference to Hampyung Butterfly Festival*

Kyeong-Jin Lee · Myung-Gyu Song

Dankook University

요약 : 본 연구의 목적은 우리나라의 대표적 환경축제인 함평나비축제를 대상으로 환경축제가 지역주민의 충성도 제고라는 측면에서 지향해야 할 방향과 과제를 모색하는 것이다. 이에 지역주민을 대상으로 지역사회 애착도와 같은 축제의 외생적 요인과 축제의 경제 효과, 개최자와 지역주민 간의 의사소통, 그리고 지역주민의 축제 참여의사 같은 내생적 요인이 축제의 만족도 및 충성도에 미치는 영향과 경로를 구조방정식모형을 통해 분석하였다.

분석 결과 애착도, 참여의사, 의사소통은 축제의 만족도에 정(+)의 영향을 미치고, 이 중 애착도는 충성도에도 정(+)의 영향을 미치며, 만족도는 충성도에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 본 연구의 가설은 유의수준 0.05에서 통계적으로 유의한 것으로 판명되었다. 다만 경제 효과는 연구가설과는 달리 만족도에 별다른 영향을 주지 않는 것으로 분석되었다. 한편 충성도에 미치는 총 영향력은 애착도, 의사소통, 참여의사 보다 만족도가 월등히 높은 것으로 나타났다. 그러므로 충성도 제고를 위해서는 원천적으로 애착도 제고, 의사소통 활성화, 참여의사 제고가 긴요하겠지만 이는 장기적으로 꾸준히 추진해야 할 과제일 것이며 단기적으로는 무엇보다도 만족도 제고에 노력하여야 한다.

주요어 : 환경축제, 인과관계, 만족도, 충성도, 영향요인

Abstract : The main purposes of this study are to find the causality among residents' loyalty to an environmental festival and its influential factors and, based upon the findings, to explore environmental festivals' developmental vision with special reference to Hampyung Butterfly Festival. Under these aims, this study applies structural equation modeling(SEM). The structural

* 본 연구는 주저자 이경진(2013)의 단국대학교대학원 박사학위논문, "지역주민의 생태축제 충성도와 그 영향요인 간의 인과관계: 무주반딧불축제와 함평나비축제를 중심으로"의 일부를 본 논문집에 맞게 수정·보완한 것임.

Corresponding Author: Myung-Gyu Song, Dankook University Tel: 032-8005-3335 E-mail: mksong@dankook.ac.kr

Received : 11 July, 2014. Revised : 17 September, 2014. Accepted : 30 September, 2014.

model for SEM analysis is composed of four independent variables which consist of residents' attachment(RA) to their region where its own environmental festival is provided, residents' participational intention(RP) to the festival, the economic effects(EE) of the festival, and the communication(CM) between the residents and the festival providers, one intermediate variable, residents' satisfaction(RS) from the festival, and one final dependent variable, residents' loyalty(RL) to the festival. The causality among these variables is hypothesized as follows; Among the independent variables, RP, EE, and CM have effects only on RS and RA has an effect on both RS and RL. And RS has an effect on RL.

The facts found from the SEM are summed up as follows; First, ① RP and CM turn out to have statistically significant effects on RS, ② RA is confirmed to have a statistically very significant effect on both RS and RL, and ③ RS is also proved to show a statistically very significant effect on RL. Second, the total effects on RL of independent variables are stronger in the order of RA, CM, and RP. Third, EE seems to have no effect on RS, consequently no effect on RL, either. The reason why EE has no effect looks like to be due to environmental festivals' peculiar features.

These findings offer the following suggestions for the future of environmental festivals in the part of festival providers. Firstly, to be successful in the festival, they have to provoke RL above all. Second, to do so, they need to encourage RA, CM, and RP in the mentioned order in the long run. Third, but for a short period, they had better concentrate upon promoting RS.

Keywords : environmental festival, causality, satisfaction, loyalty, influential factor

I. 서론

지역축제는 일반적으로 외부관광객 유치를 통해 지역발전을 도모하려는 공통의 목표를 지니고 있다. 그러나 관광객 유치 전략은 축제마다 다른데, 이를 소재에 따라 분류한다면 지역의 전통이나 역사를 소재로 하는 전통·역사·민속축제, 특정의 문화나 예술을 소재로 하는 문화·예술축제, 고유 특산물을 소재로 하는 지역특산물축제, 경연이나 스포츠를 소재로 하는 경연·산업·스포츠축제, 그리고 환경이나 생태를 소재로 하는 환경축제가 있다(이경진·송명규, 2012a). 본 연구의 대상인 함평나비축제는 '나비'라고 하는 생태자원을 소재로 하므로 전형적인 환경축제라 볼 수 있다.¹⁾

동물, 식물, 곤충, 산과 하천 등 소재는 서로 달라 도 환경축제는 지역 환경의 청정함을 알리고 지역의 자연 혹은 생태계를 보전하며 나아가 환경보존의 중요성을 일깨우기 위한 취지로 개최되는 경우가 많다. 이런 점에서 환경축제는 '환경적으로 건전한 지속가

능한 발전'(ESSD)의 이념에 매우 잘 부합하는 축제라고 말할 수 있다. 그러나 환경축제가 고유의 소재를 가지고 지역의 환경 친화성을 알리고 외부관광객을 유치함으로써 지역발전에 이바지하려면 무엇보다

1) 소재는 다르다고 하더라도 관광객 유치가 목적인 축제들은 대부분 다양한 볼거리, 재미거리, 프로그램 등을 제공하며 그런 점에서 특정 유형으로 규정하기 어려운 종합적 성격을 띠는 경우가 많다. 이런 경향은 본 연구의 대상인 함평나비축제처럼 지명도가 높은 축제일수록 더욱 심한데, 그럼에도 불구하고 학자들이 축제를 분류하고 그 특징을 고찰하려는 이유는 나름의 학술적, 실용적, 정책적 목적이 있기 때문이다. 본 연구도 '지역축제를 통한 지속가능한 지역발전'이라고 하는 연구 취지에 따라 함평나비축제를 환경축제의 하나로 간주한다. 본 연구에서 환경축제란 환경(산·계곡, 천체·하늘, 수자원, 동물·서식지, 식물·자생지, 무생물, 화초·화목, 재배작물, 사육동물)을 소재로 하면서 지역의 자연 혹은 생태환경 보존과 그 중요성을 일깨우기 위한 취지의 축제를 의미한다(이경진·송명규(2012a). 본 연구처럼 함평나비축제를 환경축제 혹은 생태축제로 규정하는 선행연구로는 김준(2003), 김영미·김성섭·송영석(2007), 박홍식·장은경(2008), Kang and Kim(2010), 이정록(2011), 이경진·송명규(2012a, 2012b), 송명규(2012) 등이 있다.

도 지역주민들의 적극적인 지지와 지원을 얻어야 하는데, 이는 종국적으로 환경축제에 대한 그들의 충성도에 좌우된다.

종래에 지역축제 충성도는 대체로 외부 방문객에 대한 측정지표였으며, 지역주민에 대한 연구에서는 소홀히 다루어진 개념이다. 그러나 본 연구를 위한 총 4차례의 현지조사²⁾ 결과, 함평나비축제의 경우에는 함평군 주민의 축제장 방문 비율이 여타 시군구보다 훨씬 높았다.³⁾ 여기에는 축제장이 상대적으로 가깝다는 점, 축제 기간에 방문한 친지를 안내하려 한다는 점, 지역주민에게 입장료가 할인된다는 점 등 여러 가지 요인이 작용하지만 지역에 대한 애정과 축제 성공에 대한 염원 및 기여 의사가 크게 작용할 것이다.

이에 본 연구는 함평나비축제의 경우, 지역주민의 축제 충성도는 어느 정도이며 그것은 어떤 요인에 영향을 받는지를 구조방정식 모형을 통해 규명하려 한다. 그 이유는 환경축제 충성도와 그 영향요인의 인과관계를 분석하면 좁게는 함평나비축제, 넓게는 환경축제 일반의 지속가능한 발전에서 지역 주민의 동기화를 위해서는 어떤 정책이 필요한지를 파악할 수 있을 것이기 때문이다.

II. 이론적 논의와 선행연구 검토

1. 축제 만족도와 충성도

만족도(satisfaction)와 충성도(loyalty)는 경영학의 마케팅 분야에서 발전된 개념으로, 일반적으로 만족도는 “재화 또는 서비스를 획득하거나 소비함에 따른 욕구 충족 정도에 대한 소비자의 주관적인 평가”(Czepiel and Rosenberg, 1974) 혹은 특정 재화나 서비스에 대한 “실제 소비 경험이 당초에 기대했던 바와 일치하는 정도”(Hunt, 1977)로 정의된다. 지역축제 역시 일종의 서비스 상품이므로 만족도라는 개념을 적용할 수 있는데, 축제 만족도란 축제 참여에 소요된 금전적, 시간적 비용(지역주민의 경우는 축제가 지역의 경제와 사회·문화·환경에 기여하게 될 기대감을 포함하여)을 감안했을 때 축제가 참여자

에게 실제로 제공한 서비스의 양적·질적 수준을 포함하여 그것이 당초에 기대했던 것과 일치하는 정도, 간단히 말하면 ‘기대 일치도’를 의미한다(Chon, 1989; Oliver, 1980 등 참조). 본 연구는 만족도를 축제의 제반 구성요소로부터 영향을 받고 충성도에 영향을 미치는 매개변수로 간주한다. 한편 충성도란 특정 재화나 서비스에 대한 소비자 혹은 구매자의 지속적인 신뢰 및 지지 정도를 뜻한다. 지역축제에 대한 충성도는 직접적인 축제 재방문과 타인에 대한 축제 소개 및 참여 권유로 나타나는데, 이는 궁극적으로 축제의 지속성에 결정적인 역할을 한다.

축제 충성도는 대체로 재방문 의사와 긍정적 구전(口傳) 의도로 측정한다. 여기서 구전이란 전달자가 자신의 이익 증진을 목표로 하지 않으면서 수행하는 일체의 비공식적인 구두 의사소통을 말하는데(Rusbult, 1983), 자신의 이익 증진을 목표로 하지 않는다는 점에서 전달자, 즉 축제 참여자에 의한 구전은 다른 어떤 홍보보다도 신뢰성이 높고 또한 효과적이다. 충성도가 높은 방문객일수록 보다 적극적으로 구전 활동을 하게 되며, 이러한 호의적인 구전은 잠재적 고객으로 하여금 축제와의 관계가 긍정적으로 이어지도록 도와준다(이정란·문주현, 2010).

만족도와 충성도의 관계에서 충성도는 만족도에 큰 영향을 받을 것이라 추론할 수 있다. 일반적으로

2) 본 연구를 위한 조사는 4년에 걸쳐 실시되었다. 제1차 조사는 예비조사로서 2009년 축제기간 중 주최자, 지역주민, 방문객 각 15명을 대상으로 실시하였으며, 제2차 조사는 1차 본조사로서 2011년 축제기간 중 방문객 220명과 주최자, 지역주민 각 170명을, 제3차 조사는 2차 본조사로서 2012년 6월 18일부터 6월 19일까지 이틀간 주최자, 지역주민 각 110명을, 그리고 제4차 조사는 3차 본조사로서 2013년 2월 21일부터 22일까지 이틀간 지역주민 250명을 대상으로 실시하였다. 본 연구는 이 세 번의 본조사 중 3차 본조사를 분석한 것이다.

3) 함평군 주민의 축제장 방문 비율이 여타 시군구보다 훨씬 높음을 보여주는 또 하나의 신뢰할 만한 자료 중 하나로 2011년 축제 기간 동안 함평군이 자체적으로 조사한 방문객 거주지 분포를 보면 전체 피조사자 412명 가운데 함평군 주민은 21명(5.1%)이었다. 한편 안전행정부의 주민등록 인구통계에 따르면, 2011년 5월의 전국 인구는 50,613,213명이며 함평군은 36,520명으로 전체의 0.07%에 불과했다(이경진·송명규, 2013: 206의 표 4 참조).

축제에 참여한 지역주민이 축제에 만족하면 할수록 이후의 축제에 자기 자신이 재방문하려 할 뿐만 아니라 타인에게도 참여를 적극 권유할 것이기 때문이다. 따라서 만족도와 충성도는 밀접한 관계에 있다고 볼 수 있다. 또한 후술하는 바와 같이 지역사회에 대한 애착도(community attachment)가 강한 주민이라면 축제 만족도가 낮아도, 혹은 ‘맹목적 충성’의 경우에는 축제 만족도와 무관하게 충성도는 높을 수 있다. 따라서 본 연구는 충성도는 만족도와 애착도로부터 동시에 직접적인 영향을 받으리라고 추정한다.

2. 영향요인

만족도 및 충성도의 영향요인은 크게 외생적 요인과 내생적 요인으로 나눌 수 있다. 외생적 요인은 축제와 무관하게 존재하면서도 만족도와 충성도에 직접적인 영향을 줄 수 있는 요인을 말하며, 내생적 요인은 축제가 존재 즉, 개최되기 때문에 형성되는 요인을 말한다. 앞서 언급한 주민들의 지역사회 애착도는 대표적인 외생적 요인이다. 축제와 같은 관광자원은 지역주민의 태도와 의식에 따라 그 성패가 좌우되기도 한다. 따라서 축제의 성공을 위해서는 주민들의 애착심이 절실함은 물론 어떤 축제들은 이를 더욱 고취시키기 위한 목적으로 개최되기도 하는데⁴⁾(윤종국·한권상, 2005; 고승익 등, 2007), 그 까닭은 지역축제가 지역주민들의 강력한 지지를 받아야 축제 자체의 장기적으로 지속가능한 발전이 가능하기 때문이다(서철현·고호석, 2011). 그러므로 지역사회 애착은 축제에 대한 지역주민의 만족도 및 충성도에 영향을 미칠 뿐만 아니라 축제 그 자체가 주민들의 지역사회 애착을 강화하는 상승작용을 일으킨다는 유추가 가능하다. 그러나 특히 환경축제와 같은 외부지향형 축제의 경우, 애착과 축제에 대한 지역주민의 만족도 및 충성도만을 따로 떼어내서 그 영향 관계를 이론적 차원에서 파악한다면 애착은 주로 만족도 및 충성도에 종속변수보다는 독립변수로 작용한다고 보아야 할 것이다. 따라서 본 연구는 애착도를 독립변수로 간주한다.

한편 내생적 요인에는 경제 효과(economic effect),

참여의사(participational intention), 의사소통(communication)이 있다. 지역축제는 지역사회의 경제 발전에 큰 역할을 하기도 하며 실제로 많은 자치단체들이 축제를 경제 활성화의 주요 전략으로 채택하고 있다. Getz(1991)에 따르면 지역축제는 방문객 지출에 따른 소득 및 고용증대 효과를 가져 오는데, 방문객은 입장료 등 축제 이벤트 자체에 대한 지출은 물론 교통비, 식비, 숙박비, 기념품비 지출을 통하여 지역경제 성장에 이바지한다. 본 연구에서 경제 효과는 지역축제가 가져다 줄 지역경제 부양에 대한 주민들의 기대를 의미하며 축제 만족도에 직접적인 영향을 주는 독립변수로 간주한다.

한편 참여의사란 지역주민이 축제에서 개최되는 각종 공연이나 행사에서 진행자, 출연자, 운영위원, 상품판매자, 자원봉사자 등으로 참여한 경험 및 그렇게 하고자 하는 의도의 강도를 말하며 본 연구를 포함한 대부분의 실증연구가 그렇게 정의한다. 지역축제는 지역주민의 삶과 문화를 함축적으로 표현하는 것이며 주민들은 축제 참여를 통해 고유문화에 대한 정체성을 형성한다. 게다가 주민 참여는 공동체 의식을 고양시키며 집단 간 갈등을 예방하고 자원을 재배분하는 수단이 되기도 한다. 이런 이유에서 축제가 지역의 고유문화로 정착되고 성공적으로 개최되기 위해서는 지역주민의 적극적인 참여가 매우 중요하다(윤종국·한권상, 2005; 부숙진, 2009). 본 연구는 지역주민의 축제 참여의사를 축제 만족도의 긍정적 영향요인 중 하나로 간주한다. 그 근거는 다른 조건이 같을 때 참여의사가 높은 주민일수록 그 동안의 축제에 대한 개인적 평가와 축제 성공에 대한 기대와 열망이 높을 것이며 이것이 만족도를 제고시키는 요소로 작용할 것이기 때문이다.

마지막으로 의사소통이란 개인과 개인, 개인과 집단, 집단과 집단 사이의 의견교환 방향, 빈도 및 속도, 그리고 소통자 간의 신뢰도 및 의견 수용도를 말하는

4) 지역주민들의 애착심을 불러일으키거나 향토의 역사 의식을 고취함으로써 단결과 화합을 도모하고 공동체 의식을 고양하는 것을 목적으로 개최되는 축제는 대체로 군(시)민축제, 군(시)민체육대회와 같은 내부지향형 축제(주민 참여자가 지역주민인 축제)이다.

Table 1. Variables and their hypothetical causal relations

variable type	variable name	operational definition	hypothetical causal relation	
종속변수	충성도	축제에 대한 참여자의 지속적인 신뢰 및 지지 정도(참여자 자신의 직접적인 축제 재방문과 타인에 대한 축제 소개 및 참여 권유 의향의 강도)	다른 요인들에 의해 결정됨	
매개변수	만족도	축제 참여에 소요된 금전적·시간적 비용, 축제의 지역 경제 및 사회·문화 파급효과, 그리고 환경적 영향에 대해 참여자의 기대가 실제와 일치하는 정도	독립변수에 영향을 받으며 종속변수(충성도)에 영향을 줌	
독립변수	외생적 요인	(지역사회) 애착도 지역사회를 품고 있는 장소를 포함하여 지역사회 그 자체, 즉 지역사회에서 일어나는 일체의 사회적 관계에 대한 애정의 정도	서로 상관관계에 있으며, 애착도는 만족도와 충성도에, 여타 요인은 만족도에 영향을 줌	
	내생적 요인	경제 효과		축제로 인한 소득, 생활수준, 사업체수, 고용기회 등의 증대 정도
		의사소통		축제 개최자와 지역주민 간의 축제와 관련된 의사 및 정보 전달 속도, 개최자의 의견에 대한 지역주민들의 신뢰도, 그리고 지역주민들의 의견이 주민설명회, 토론회, 워크숍 등을 통해 축제에 반영되는 정도

것으로서 그간 지역축제에 관한 선행 실증연구에서는 거의 탐구되지 않은 요소이다. 지역축제에서 의사소통은 축제의 기획과 운영, 그리고 사후평가의 민주성과 직결되는 요소로서 특히 본 연구와 관련해서는 개최자와 지역주민 간의 의사전달 속도, 개최자의 의견에 대한 지역주민들의 신뢰도, 그리고 지역주민들의 의견이 축제에 반영되는 정도가 중요한 지표이다. 지역축제와 관련된 개최자와 지역주민 간의 의사소통이 교호적(즉, 일방적이지 않고 쌍방적)이고, 민주적이고, 횡수가 많고, 전달 속도가 빠르고, 상호 신뢰가 바탕이 되어 있으면 있을수록 지역주민의 축제에 대한 만족도는 높아질 것이라 기대할 수 있다. 따라서 본 연구는 의사소통을 만족도에 대한 직접적인 영향요인으로 간주한다. Table 1은 본 연구의 주요 변수인 충성도, 만족도, 그리고 이에 대한 영향요인들의 조작적 정의와 가설적 인과관계를 요약하여 보여준다.

3. 선행 실증연구와 본 연구의 차별성

지역축제 연구 중 본 연구처럼 구조방정식모형을 활용한 연구는 방문객을 대상으로 하는 연구와 지역주민을 대상으로 하는 연구로 구분된다. 전자는 축제 만족도 및 충성도와 그 영향요인(방문동기, 이미지, 서비스 품질 등) 간의 인과관계를 밝히는 데 초점을 두고 있는데, 축제의 방문동기와 지역(축제)이미지가 축제 만족 및 재방문의도에 미치는 영향을 분석하기

위해 대구·경북의 5개 지역축제(풍기인삼축제, 안동국제탈춤페스티벌, 경주한국의술과떡잔치, 청도소싸움축제, 대구약령시축제)를 대상으로 연구한 송진섭(2004), 지역축제에 대한 평가요인(접근성, 친절성, 쾌적성, 내용성, 특산물상품성 등)이 만족도와 재방문의도에 미치는 영향을 분석하기 위해 황성한우 축제를 대상으로 연구한 이낙귀(2009), 지역축제 만족도의 영향요인(축제기대, 지각품질, 지각가치), 지역축제 만족도, 그리고 관광활성화 연계효과와 관계를 규명하기 위해 화천산천어축제를 대상으로 연구한 이세규·한경원(2009), 각각 제천국제음악영화제와 대구약령시한방축제를 대상으로 축제 만족도 및 충성도와 그 영향요인 간의 인과관계를 밝힌 홍석민·김계수(2010), 심규원·이주희(2010), 화천산천어축제를 대상으로 지역축제의 서비스 질, 서비스 만족도, 지역 이미지 그리고 축제 충성도 간의 구조관계를 분석한 최화식(2012)이 대표적인 것들이다. 이들 연구는 대체로 방문 동기, 축제 이미지, 그리고 서비스품질 등이 만족도에, 그리고 만족도는 충성도에 유의한 영향을 준다는 결론을 보이고 있다. 그러나 연구 대상이 지역주민이 아닌 방문객이며, 따라서 영향요인도 방문동기, 축제 이미지, 서비스품질 등, '축제'라고 하는 문화상품을 구매하는 소비자 입장에 초점이 맞춰져 있다.

한편, 후자는 축제에 대한 지역주민의 인식 및 축

제 참여에 영향을 미치는 요인 간의 인과구조를 밝히는 데 관심이 있는데, 지역주민의 공동체의식(충족감, 소속감/친밀감, 연대감)과 지역애호도(정체성, 의존성, 사회적 친분성)의 영향관계를 규명하기 위해 성주참외축제를 대상으로 연구한 서철현·고호석(2011), 지역사회 애착도(정체성, 의존성, 사회적 친분성)가 지역사회 축제 참여(축제참여 관심도, 축제 참여 정도, 축제참여 의도)에 미치는 영향을 규명하려는 목적으로 천안시민을 대상으로 연구한 조원섭·최상수(2011), 지역축제의 속성(접근성, 홍보성, 행사내용, 상품성, 편의성)이 지역주민의 인식(사회문화적·경제적 인식) 및 삶의 질에 미치는 영향을 분석하고자 고령대야축제를 방문한 지역주민을 대상으로 설문조사를 실시한 곽용환 등(2012), 풍기인삼축제에 참여했던 지역주민을 대상으로 사회적 자본(신뢰와 참여, 네트워크, 규범)이 지역주민의 만족도와 공동체의식에 미치는 영향을 분석한 박혜영·김정주(2012)가 대표적인 것들이다.

이들 연구는 지역주민의 공동체의식, 지역사회 애착도, 축제 참여도, 축제 만족도 등이 밀접한 상호관계에 있다는 공통된 분석 결과를 보이고 있다. 다만 이들은 충성도를 거의 고려하지 않았으며, 또한 영향 요인도 축제 그 자체의 내적 특성이나 애착도, 경제 효과, 참여도 중 한두 가지만을 다뤘을 뿐이다. 그러나 서론에서 언급한 것처럼 본 연구의 목적은 환경축제가 지역주민의 충성도 제고라는 측면에서 지향해야 할 방향과 과제를 모색하는 것이므로 이를 위해서는 충성도와 그 영향요인 간의 인과관계가 (선행연구들과는 달리) 지역주민을 대상으로 규명되어야 한다. 이런 이유에서 본 연구는 충성도를 최종적인 종속변수로 간주한다. 한편 본 연구는 영향요인으로 애착도, 경제 효과, 참여의사는 물론 의사소통까지 고려하는데, 특히 의사소통을 영향요인으로 분석한 연구는 거의 전례가 없다.⁵⁾ 지역축제 가운데 많은 비중을 차지하는 특산물 축제 같은 경우는 생산 농어민들이 상품 홍보와 판매를 통해 직접적인 이익을 얻을 수 있다. 그러나 환경축제는 환경 그 자체가 상품이 될 수는 없기 때문에 축제를 통해 주민들에게 직접적인 이익을 제공할 수 있는 영역이 매우 제한적일 수밖에

없다. 이 때문에 환경축제는 주민들의 소득 증진과 지역경제 발전에 미치는 효과가 매우 간접적이고 장기적이다. 이런 이유에서 환경축제는 축제의 장기적, 상징적 의의에 대한 개최자와 지역주민 간의 상호이해가 매우 중요하며 이는 양자 간 의사소통의 빈도, 속도, 정확도, 신뢰도 등에 좌우될 것인데, 아직 이에 대한 실증연구는 없다.

III. 설문지, 표본, 연구가설

1. 설문지의 구성과 질문 내용

본 연구에서 사용한 설문지는 만족도, 충성도, 애향심, 경제 효과, 참여의사, 의사소통 등 6개 요인과 응답자의 인구통계적 특성에 관한 사항으로 구성되어 있다. Table 2는 Figure 3의 구조모형에 나타나 있는 요인(latent variable)별 측정변수(indicator)와 구체적인 질문 내용을 보여준다. 모든 질문은 인구통계적 특성 문항을 제외하면 응답 범주가 리커트 5점 척도① 매우 그렇다(5점), ② 그런 편이다(4점), ③ 보통이다(3점), ④ 그렇지 않은 편이다(2점), ⑤ 전혀 그렇지 않다(1점))로 되어 있다.

2. 표본의 일반적 특성

본 연구를 위한 설문조사는 2013년 2월 21일부터 22일까지 이틀간 함평군 지역주민 중 축제 방문 경험이 있는 성인(20세 이상)을 대상으로 실시하였으며, 표본추출 방법은 함평군 읍면별 인구 구성비를 기준으로 한 할당추출이다. 설문은 총 250명에 대해 실시했으며 최종 분석은 응답의 신뢰도가 낮거나 일부 항목의 무응답 등 통계처리가 곤란한 14개를 제외한 236개⁶⁾만 사용하였다. Table 3는 표본의 일반적 특

5) 본 연구가 축제 그 자체의 내적 특성을 영향요인으로 투입하지 않는 이유는 본 연구의 대상 집단은 외지 방문객이 아니라 지역주민이기 때문이다. 지역주민은 자치단체와 함께 축제의 주체로서 특히 환경축제와 같은 외부지향형축제에서는 외지 방문객에 대해 호스트 입장에 있다. 따라서 다양한 대안적 축제들의 특성을 비교해 보고 탐방할 축제를 선택하는 외지 방문객과는 입장이 크게 다르다.

6) 구조방정식모형 분석에서는 적정 표본크기에 대해 논란이 많으며, 아직 통일된 기준은 없다. 그러나 본 연구도 그렇

Table 2. Questionnaire and included questions

latent variable	indicator	question	latent variable	indicator	question
충성도	계속 방문 방문 권유 피해 감수* 적극 협조*	축제를 계속해서 보러 갈 것이다. 축제를 다른 사람에게도 추천하겠다. 축제를 위해서라면 규제나 약간의 피해는 감수하겠다. 축제에 주민들은 성공을 위해 적극 협조한다.	경제 효과	소득 증가 일자리 증대 생활 향상 매상고 증대* 숙박·음식점 증가*	축제로 소득이 늘었다. 축제로 일자리가 늘었다. 축제로 생활수준이 나아졌다. 축제로 농산품이 잘 팔리게 되었다. 축제로 숙박시설과 음식점이 늘었다.
만족도	기대 이상 항상 기대 전반적만족	축제가 기대했던 것 이상으로 좋다. 축제가 늘 기다려진다. 축제가 전반적으로 만족스럽다.	참여 의사	자원봉사자 상품판매자 프로그램진행자 운영위원	축제에 자원봉사자로 참여하고 싶다. 축제에 상품판매자로 참여하고 싶다. 축제에 프로그램 진행자로 참여하고 싶다. 축제에 운영위원으로 참여하고 싶다.
애착도	살기 좋음 삶의 터전 자랑스러움 노후거주*	함평은 살기 좋은 곳이다. 함평은 내 삶의 터전이다. 함평에 사는 것이 자랑스럽다. 노후를 함평에서 보내고 싶다.	의사 소통	주민의견 반영 정보전달 신속 의견제시기회 충분 군청설명 신뢰	축제에 대한 주민들의 의견은 충분히 반영되었다. 축제에 대한 정보는 신속히 전달 받았다. 축제에 대한 주민들의 의견제시 기회는 충분했다. 축제에 대한 군청측의 설명은 믿을 만하다.

주: *표시가 되어 있는 indicator(측정변수)는 Figure 2의 통계적 모형에는 제시되었으나 신뢰도와 타당도 검토 이후, 여타 분석에서는 제외된 항목임.

Table 3. General features of the sample

category		frequency(person)	%	category		frequency(person)	%
연령	20대	26	11.0	직업	공무원	22	9.3
	30대	46	19.5		회사원	39	16.5
	40대	83	35.2		자영업	102	43.2
	50대	58	24.6		농업	45	29.1
	60대	23	9.7		학생	8	3.4
	합계	236	100.0		기타	20	8.5
성별	남	104	44.1	합계	236	100.0	
	여	132	55.9				
	합계	236	100.0				

성을 보여준다. 표에 나타나 있듯이 응답자는 연령별로는 40대⁷(35.2%), 성별로는 여성(55.9%), 직업별로는 자영업(43.2%)이 가장 많다. 자영업 다음으로 큰 비중을 차지하는 직업은 농업(29.1%)인데, 이는 함평이 농업지역이기 때문이다.

3. 연구가설

본 연구의 초점은 환경축제에 있어서 지역주민의 축제 만족도, 충성도, 그리고 그 영향요인 간의 인과관계를 실증하는 것이다. 이를 위해 Table 1에서 제

시한 요인들 간의 가설적 인과관계를 그림으로 제시하면 Figure 1과 같다.

지만 일반적인 구조방정식모형 분석에서는 추정법으로 최대우도법(maximum likelihood, ML)을 가장 많이 사용하는데, 이에 적절한 최소 표본크기는 100에서 150 정도이며, 표본크기가 커지면(예를 들면 400 이상) ML이 너무 민감하게 반응하여 모형 적합도를 나쁜 것으로 보고한다(배병렬, 2011: 174-175). 다시 말하면 구조방정식모형 분석에서는 표본의 크기가 크다고 해서 항상 좋은 것은 아니라는 뜻이다. 따라서 보통은 200 정도면 무난한 것으로 받아들여지고 있다(배병렬, 2011: 175-176).

7) 평균은 45.39세, 표준편차는 12.00세이다.

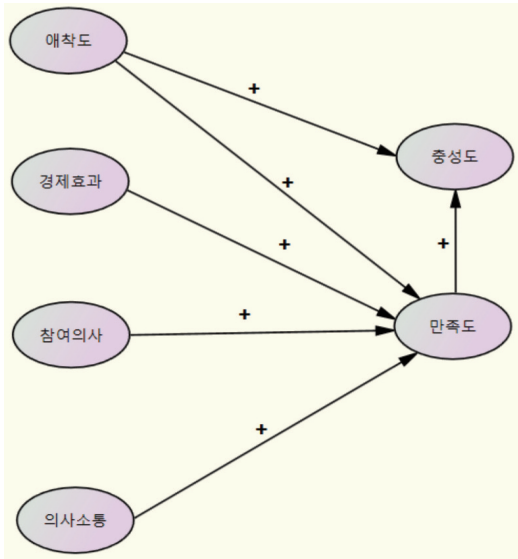
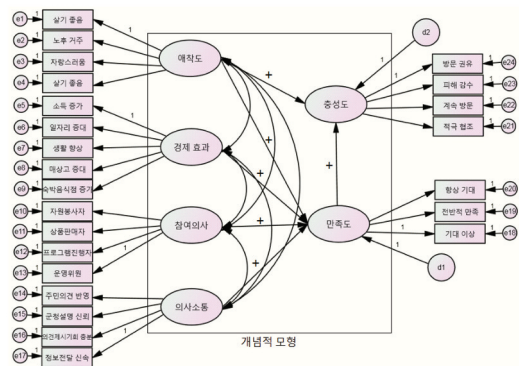


Figure 1. Hypothetical relations among latent variables

IV. 실증분석

1. 기술통계량과 자료의 점검

Table 4는 Table 2에 제시된 측정변수들의 기술통계량을 보여준다. 표에는 생략하였지만 모든 측정변수는 왜도의 절대값이 3.0 미만, 첨도의 절대값은 8.0 미만이므로 정규분포하는 것으로 볼 수 있으며 모든 측정치의 Z값 역시 ±3 이상인 경우는 없으므로 이상치도 없다고 볼 수 있다.



통계적 모형
Figure 2. Research model

2. 구조방정식모형 분석

1) 적합지수의 선정과 연구모형

본 연구는 Jaccard and Wan(1996)의 권고대로 모형 선정의 기준에 절대적합지수, 증분적합지수, 그리고 간명적합지수들을 골고루 포함시키기 위해 Q, RMR, SRMR, IFI, NNFI(TLI), CFI, RMSEA, PNFI 등 총 8개를 적합도 판정기준으로 선택했다. 8개의 지수 중 Q, RMR, SRMR은 절대적합지수, IFI, NNFI(TLI), CFI는 증분적합지수, RMSEA, PNFI는 간명적합지수에 속한다.

한편 Figure 1에서 설정한 가설을 바탕으로 연구모형을 개념적 모형과 통계적 모형으로 나누어 제시하면 Figure 2와 같다. 그림에서 보듯이, 개념적 모

Table 4. Statistics of variables

latent variable	indicator	N	mean	standard deviation	latent variable	indicator	N	mean	standard deviation
충성도	계속 방문	236	3.254	1.041	참여의사	자원봉사자	236	3.004	1.066
	방문 권유	236	3.581	0.958		상품판매자	236	2.758	1.106
만족도	기대 이상	236	3.284	1.011		프로그램진행자	236	2.653	1.059
	항상 기대	236	3.051	1.106		운영위원	236	2.686	1.089
	전반적 만족	236	3.250	0.972		주민의견 반영	236	2.881	0.991
애착도	살기 좋음	236	3.585	1.009	의사소통	정보전달 신속	236	2.962	0.982
	삶의 터전	236	3.674	1.027		의견제시기회 충분	236	2.949	1.022
	자랑스러움	236	3.411	1.021		군청설명 신뢰	236	3.017	1.056
경제효과	소득 증대	236	2.631	0.996					
	일자리 증가	236	2.665	1.028					
	생활 향상	236	2.589	0.934					

Table 5. Measurement model and fit

fit index	χ^2	(p)	df	Q	RMR	SRMR	IFI	NNFI	CFI	PNFI	RMSEA
최초측정모형	609.697	(0.000)	237	2.573	0.062	0.058	0.904	0.887	0.903	0.731	0.082
최종측정모형	334.042	(0.000)	137	2.438	0.050	0.047	0.938	0.921	0.937	0.720	0.078
수용기준	-	-	-	1~3	0.05이하	0.05이하	0.90이상	0.90이상	0.90이상	0.06이상	0.08이하

주: 수용기준은 심준섭(2013: 221)을 참조하여 재작성.

Table 6. Structural model and fit

χ^2	df	p	Q	RMR	SRMR	IFI	TLI	CFI	PNFI	RMSEA
340.655	140	0.000	2.433	0.050	0.047	0.937	0.922	0.936	0.734	0.078

형은 모두 6개의 잠재변수로 구성되어 있는데 이 중 4개는 독립변수(애착도, 경제 효과, 참여의사, 의사소통), 1개는 매개변수(만족도), 나머지 1개는 종속변수(충성도)이다. 통계적 모형은 측정변수와 오차항까지 포함하고 있어서 개념적 모형보다 구체적인 형태를 띠고 있다.

2) 측정모형

연구모형이 구축되면 최초측정모형 분석을 통해 연구모형에 속한 모든 잠재변수와 측정변수의 신뢰도 및 타당도를 검토하고 전체적인 모형 적합도를 검증한다. 만약 변수들의 신뢰도와 타당도가 충분히 높고 적합도가 전반적으로 만족스러우면 바로 구조모형 분석으로 이행할 수 있다. 그러나 신뢰도와 타당도 검증에서 변수에 문제가 발견되거나 모형 적합도가 낮은 경우에는 지속적인 모형 적합(model fitting)을 거쳐 최종측정모형을 선택한다.

최초측정모형의 분석 결과, 일부 측정변수의 표준화회귀계수가 기준치 이하로 나타났으며 적합지수 중 일부도 수용기준에 미달하였다. 이에 확인적 요인 분석을 반복하여 위반추정치로 나타난 변수를 하나씩 제거해나감으로써 최종측정모형을 도출했다. 최종측정모형은 위반추정치가 없고 모든 적합지수도 수용기준에 부합했다. Table 5는 최초 및 최종측정모형의 적합지수를 보여준다.

3) 구조모형 분석과 가설 검증

변수들의 신뢰도와 타당도가 확보된 최종측정모형을 토대로 구조모형을 분석한다. Figure 3는 구조모형이다. 그림에서와 같이 모형은 독립변수인 애착도,

경제 효과, 참여의사, 의사소통이 매개변수인 만족도를 통해 종속변수인 충성도에 영향을 주고, 그 중 애착도는 매개변수인 만족도를 경유하지 않고도 종속변수인 충성도에 직접적인 영향을 주며, 매개변수인 만족도는 종속변수인 충성도에 직접적인 영향을 주는 관계로 되어 있다.

Table 6는 구조모형 적합지수이다. 표에서 보듯 Q 값(2.433), RMR(0.050), SRMR(0.047), IFI(0.937), NNFI(혹은 TLI)(0.922), CFI(0.936), PNFI(0.734), RMSEA(0.078) 등 8개 지수 모두가 기준에 충분히 부합했다. 한편, 개별 측정변수들의 표준화회귀계수는 0.7 이상 1.0 미만이었고 분산 추정치도 모두 양수이므로 위반추정치도 없는 것으로 나타났다.

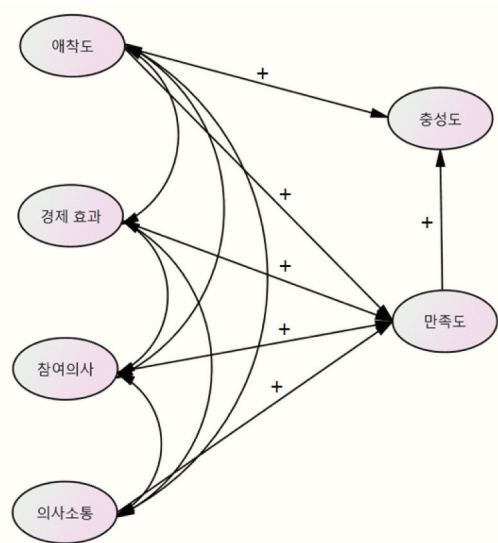


Figure 3. Structural model

Table 7. Structural model and hypothesis test (direct effect)

hypothesis	coefficient	t	p	judgment	R ²
애착도↑→만족도↑	0.285	4.233	***	채택	0.684
경제 효과↑→만족도↑	-0.021	-0.297	0.383	기각	
참여의사↑→만족도↑	0.332	5.551	***	채택	
의사소통↑→만족도↑	0.423	5.210	***	채택	
애착도↑→충성도↑	0.134	2.069	0.019**	채택	0.803
만족도↑→충성도↑	0.805	10.649	***	채택	

*** p<0.01, ** p<0.05 수준에서 유의함.

Table 8. Statistics of measured variables

latent variable	effect direction	measured variable	unstandardized coefficient	standardized coefficient	S.E.	C.R.	p
충성도	→	방문 권유	1.000	0.912			
		계속 방문	1.045	0.876	0.057	18.437	***
만족도	→	기대 이상	1.000	0.800			
		항상 기대	1.150	0.841	0.08	14.458	***
		전반적 만족	1.030	0.856	0.07	14.801	***
애착도	→	삶의 터전	1.000	0.762			
		자랑스러움	1.104	0.847	0.088	12.595	***
		살기 좋음	1.069	0.830	0.086	12.419	***
경제 효과	→	소득 증가	1.000	0.803			
		일자리 증대	1.039	0.808	0.081	12.827	***
		생활 향상	0.987	0.844	0.074	13.316	***
참여의사	→	운영위원	1.000	0.888			
		자원봉사자	0.875	0.794	0.058	15.221	***
		상품판매자	0.819	0.717	0.063	12.933	***
		프로그램진행자	0.962	0.879	0.054	17.931	***
의사소통	→	정보전달 신속	1.000	0.824			
		군정설명 신뢰	1.096	0.840	0.073	14.923	***
		주민의견 반영	0.903	0.738	0.072	12.49	***
		의견제시기회 충분	1.079	0.855	0.071	15.265	***

***p<0.01 수준에서 유의함.

Table 9. Indirect effect

path	p	path	p
의사소통→만족도→충성도	0.001	참여의사→만족도→충성도	0.001
경제 효과→만족도→충성도	0.356	애착도→만족도→충성도	0.001

Table 7은 구조모형의 직접효과 가설검정 결과이다. 표에서와 같이 ‘애착도→만족도’, ‘참여의사→만족도’, ‘의사소통→만족도’, ‘애착도→충성도’, ‘만족도→충성도’ 등 5개 경로는 모두 p<0.05이므로 귀무가설을 기각한다. 그러나 ‘경제 효과→만족도’ 경로는 유의확률이 0.383으로 0.05를 초과하므로 귀무가설

을 기각할 수 없다. Table 8은 각 잠재변수에 대한 측정변수들의 회귀계수(요인적재량), 표준오차(S.E.), C.R., 그리고 유의확률(p)을 보여주며 Figure 4는 유의한 경로를 실선으로 표시한 최종구조모형을 보여준다.

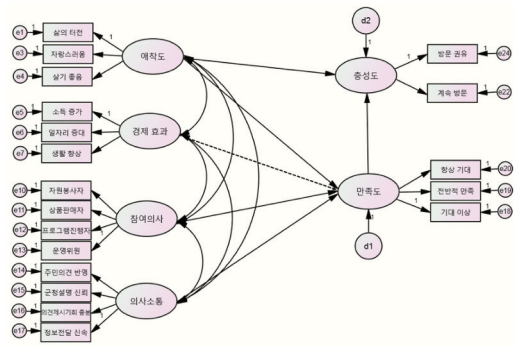


Figure 4. Final structural model

주: 그림의 경로 중 실선은 유의한 경로, 점선은 유의하지 않은 경로임.

4) 효과분해와 간접효과 검증

구조방정식모형에서 '효과'란 특정 변수가 다른 변수에 미치는 영향력을 의미한다. 효과에는 직접효과와 간접효과가 있으며 둘을 합하여 총효과라 하는데, 이를 다시 직접효과와 간접효과로 분해하는 것을 효과분해라 한다. 여기서 간접효과란 독립변수가 종속변수에 미치는 영향이 하나 이상의 매개변수에 의해 매개될 때의 효과를 의미한다. 직접효과와는 달리 간접효과는 부트스트래핑(bootstrapping)을 통해 통계적 유의성을 검증하는데, Table 9는 그 결과를 보여준다. 표에 나타난 것처럼, '경제 효과→만족도→충성도' 경로를 제외한 모든 간접효과는 유의수준 0.05에서 통계적으로 유의하다.

Table 10은 효과분해를 보여준다. 표에 제시된 것처럼 의사소통, 참여의사, 애착도는 만족도를 통해 충성도에 영향을 주는데, 그 중 애착도는 만족도의 경우 없이도 충성도에 직접 영향을 준다. 각 효과의

크기를 표준화 경로계수를 통해 살펴보면 다음과 같다. 표에 제시된 것처럼 의사소통, 참여의사, 애착도가 만족도를 매개로 충성도에 미치는 간접효과는 각각 0.341, 0.267, 0.229이며, 애착도가 만족도를 매개로 하지 않고 곧바로 충성도에 미치는 직접효과는 0.134이다. 따라서 충성도에 대한 애착도의 총효과는 0.363인데, 이는 의사소통의 총효과(0.341)와 참여의사의 총효과(0.267)를 능가한다. 따라서 종속변수인 충성도에 미치는 독립변수들의 총효과(영향력) 크기의 순서는 애착도(0.363), 의사소통(0.341), 참여의사(0.267)임을 알 수 있다. 물론 전체 경로 중에서 '만족도→충성도' 계수가 0.805로 가장 높다. 이는 충성도 제고를 위해서는 무엇보다도 만족도를 높여야 한다는 것을 뜻한다. 그러나 만족도는 의사소통, 애착도, 그리고 참여의사의 순으로 큰 영향을 받는 매개변수일 뿐이다. 따라서 만족도만의 제고를 위해서는 의사소통이 가장 중요하다고 볼 수 있지만 애착도는 만족도의 경우 없이 곧바로 충성도에 직접적인 영향을 주기도 하기 때문에 독립변수 중에서는 애착도가 충성도 제고에서 가장 중요하다.

V. 결론

1. 연구 결과의 요약

본 연구는 함평 지역주민을 대상으로 함평나비축제에 대한 만족도, 충성도, 그리고 그 영향요인 간의 인과관계를 구조방정식모형을 통해 밝혔다. 연구 결과를 간단히 요약하면 다음과 같다. 첫째, 독립변수인 애착

Table 10. Effect decomposition

independent variable	dependent variable	coefficient of direct effect		coefficient of indirect effect		coefficient of total effect	
		unstandardized	standardized	unstandardized	standardized	unstandardized	standardized
의사소통	만족도	0.423	0.423	0.000	0.000	0.423	0.423
	충성도	0.000	0.000	0.368	0.341	0.368	0.341
참여의사	만족도	0.277	0.332	0.000	0.000	0.277	0.332
	충성도	0.000	0.000	0.241	0.267	0.241	0.267
애착도	만족도	0.294	0.285	0.000	0.000	0.294	0.285
	충성도	0.000	0.134	0.255	0.229	0.405	0.363
만족도	충성도	0.870	0.805	0.000	0.000	0.870	0.805

주: 소수점 넷째 자리에서 반올림.

도, 참여의사, 의사소통은 연구가설과 같이 매개변수인 만족도에 모두 정의 영향을 미친다. 둘째, 연구가설과 같이 애착도는 만족도를 경유하여 충성도에 정의 영향을 주기도 하고 경유 없이 직접적으로 정의 영향을 주기도 한다. 즉, 애착도가 충성도에 미치는 영향에는 두 가지 경로(직접영향과 간접영향)가 있는데, 두 경로 모두 충성도에 정의 영향을 준다. 셋째, 애착도, 참여의사, 의사소통은 연구가설과 같이 매개변수인 만족도를 경유하여 종속변수인 충성도에 모두 정의 영향을 미친다. 넷째, 연구가설과 같이 매개변수인 만족도는 종속변수인 충성도에 정의 영향을 준다. 이 경로('만족도→충성도' 경로)는 모든 경로 중에서 가장 큰 효과계수를 보이는데, 이는 만족도가 독립변수들인 애착도, 참여의사, 의사소통이 충성도에 미치는 영향을 매개하기 때문이다. 다섯째, 애착도, 참여의사, 의사소통은 종속변수인 충성도에 모두 정의 영향을 미치며 그 총효과(영향력)의 크기는 애착도, 의사소통, 참여의사 순이다. 여섯째, 연구가설과 달리 독립변수 중 경제 효과가 만족도에 미치는 영향은 유의하지 않다.

2. 시사점

본 연구의 분석 결과가 향후 환경축제 일반의 발전 방향에서 지니는 시사점을 논의하면 다음과 같다. 우선 독립변수 중 경제적 파급효과가 만족도에 미치는 영향은 유의하지 않았는데, 이는 환경축제의 특성에 기인하는 것으로 판단된다. 환경축제는 지역경제에 미치는 효과(일자리 증가, 소득 증가, 생활수준 향상 등)가 직접적이거나 즉각적이지 않다. 따라서 지역주민의 환경축제 만족도는 축제의 경제 효과에 큰 영향을 받지 않을 수 있다. 이는 개최자의 입장에서는 축제의 직접적이고 즉각적인 경제 효과 제고보다는 청정지역으로서의 이미지 구축과 이를 통한 지역 브랜드 경쟁력 강화와 같은 간접적이고 장기적인 효과에 대한 지역주민의 이해와 동의를 이끌어 내는 것이 더 중요함을 의미한다.

개최자가 지역주민들에 대해 축제와 관련된 동기를 부여한다는 것은 궁극적으로 축제에 대한 이들의 충성도를 높이는 데 목적이 있다고 볼 수 있다. 그러므로 애착도와 의사소통, 그리고 참여의사가 충성도에 미치는 총효과가 나열한 순서대로 높다는 것은 충

성도 제고를 위해서는 무엇보다도 지역주민의 '애착도 향상'을 위해 노력해야 함을 시사한다. 여기에는 여러 가지 방법이 있겠지만 환경축제와는 별도로 군(시)민단합대회나 운동회 같은 소규모의 내부지향적 축제를 정기적으로 개최하거나 환경축제의 여러 프로그램 중 일부를 지역주민 지향적인 것으로 할애하는 것도 유력한 방법일 것이다.

독립변수 가운데 의사소통은 그간의 선행연구들이 다루지 않은 요소이지만 본 연구에 따르면 만족도를 경유하여 애착도 다음으로 충성도에 큰 영향을 주는 요인으로 나타났다. 본 연구에서 의사소통이란 축제에 주민 의견이 반영되는 정도, 축제와 관련된 정보 전달의 신속성, 축제에 대한 의견 제시 기회의 충분성, 그리고 개최자가 제공하는 설명에 대한 지역주민의 신뢰도를 포괄하는데, 이는 결국 개최자와 지역주민 간의 축제와 관련된 의사소통이 얼마나 민주적이며 상호 존중과 신뢰를 바탕으로 하는가 하는 문제로 귀착된다.

참여의사는 지역주민이 축제에 자원봉사자, 상품판매자, 프로그램 진행자 혹은 출연자, 운영위원 등으로 참여하고자 하는 의사의 강도를 말하는데, 이의 증진을 위해서는 개최자가 지역주민에 대해 가능한 한 많은 참여 기회를 제공하고 적극적인 대인홍보를 통해 참여를 유도할 필요가 있다. 또한 축제의 기획, 진행, 그리고 사후평가의 전 과정을 관주도에서 명실상부한 민관합동 주도 혹은 민간주도로 전환할 필요가 있다.

애착도, 의사소통, 참여의사는 본 연구에서 독립변수로 취급되었다. 그러나 충성도에 미치는 각각의 영향은 이들 변수보다는 매개변수인 만족도가 월등히 크다. 따라서 충성도 제고를 위해서는 원천적으로 애착도 제고, 의사소통 활성화, 참여의사 제고가 긴요하겠지만 이는 장기적으로 꾸준히 추진해야 할 과제이며 단기적으로는 무엇보다도 만족도 제고에 노력하여야 한다.

3. 연구의 한계와 향후 연구방향

마지막으로 본 연구의 한계이자 향후 연구방향에 대한 제의로 다음 사항을 지적할 수 있다.

첫째, 본 연구의 대상은 지역주민이므로 충성도 및 만족도도 외부 방문객이 아닌 주민 차원에서 측정되

어야 하며, 따라서 그에 부합하는 새로운 측정지표의 개발이 필요하다. 가령 충성도의 경우는 '지속적 개최(혹은 예산투자)가 필요하다' 또는 '다른 지자체도 사 이러한 축제가 개최될 필요가 있다' 등, 만족도의 경우는 '예산 투자에 비해 만족한다' 또는 '기회비용에 비해 만족한다' 등의 질문이 더 타당할 수도 있다.

둘째, 본 연구는 합평군 지역주민 중 축제 방문 경험이 있는 사람만을 조사 대상으로 삼았으며, 연구의 초점도 충성도, 만족도, 애착도, 의사소통, 경제효과 등 통합적이고 거시적인 요인들 간의 인과관계에 있기 때문에 응답자의 개별적 특성과 같은 미시적 요인의 영향은 연구설계 시 고려하지 못했다. 그러나 방문 경험이 있고 없음, 또한 지역축제와의 연관성이나 이해관계가 있고 없음에 따라 설문 문항에 대한 이해 정도와 해석, 그리고 인과관계도 달라질 수 있는데, 향후 연구에서는 이에 대한 검토가 필요하다.

셋째, 본 연구는 만족도의 영향요인으로 '참여의사'라는 잠재변수를 사용했다. 그러나 참여의사가 곧 실제 참여인 것은 아니므로 향후 연구에서는 모형 수립 시 '참여도'를 잠재변수로 도입할 필요가 있다.

넷째, 충성도를 어떻게 정의할 것인지에 대해서는 크게 행동적(behavioral) 접근방법, 태도적(attitudinal) 접근방법, 통합적 접근방법 등 세 가지가 있는데 (Bowen & Chen, 2001 등), 이 중 행동적 접근방법은 충성도를 특정 브랜드(본 연구에서는 축제)에 대한 반복적 구매 행동으로, 태도적 접근방법은 특정 브랜드에 대한 선호도, 구전 의도, 반복구매 의도 등 호의적 태도로, 통합적 접근방법은 행동적 접근방법과 태도적 접근방법을 통합하여 반복적 구매 행동과 호의적인 태도의 동시적 충족으로 정의한다. 본 연구는 통합적 접근방법에 따랐으며 반복적 구매 행동(재방문 의사)과 호의적 태도(구전 의사)를 '충성도'라고 하는 하나의 잠재변수에 통합되는 동일 차원의 요소로 다루었다. 이는 본 연구를 위한 수차례의 탐색적 요인분석과 확인적 요인분석에서 항상 두 요소가 동일 차원으로 묶인다는 결과를 반영한 것이다. 그러나 충성도는 다차원적 개념이며 실제 행동(의사)과 심리적 태도는 동일 차원으로 취급할 수 없다는 이론적 반론이 가능하다.

인용문헌

- 고승익, 오상운, 고경실, 조문수. 2007. 지역주민의 지역축제 평가에 관한 연구, *관광학연구*, 31(4), 177-198.
- 곽용환, 서철현, 김병국. 2012. 지역축제가 지역주민의 인식 및 삶의 질에 미치는 영향, *대한경영학회지*, 25(8), 3127-3144.
- 김영미, 김성섭, 송영석. 2007. 생태관광축제로서 함평나비축제의 상품개발과정, 성공요인 및 평가, *관광연구저널*, 21(3), 459-484.
- 김준. 2003. 환경축제의 실태와 가능성: 함평나비 축제를 중심으로, *농촌사회학회지*, 13(1), 143-168.
- 박혜영, 김정주. 2012. 사회적 자본이 지역주민의 만족도와 공동체 의식에 미치는 영향 분석: 지역축제 참여주민을 대상으로, *한국거버넌스학회보*, 19(3), 47-66.
- 박홍식, 장은경. 2008. 지역축제의 물리적 환경이 볼거리인식과 방문만족에 미치는 영향: 2008 함평 나비 대축제, *관광연구저널*, 22(4), 105-117.
- 배병렬. 2011. Amos 19 구조방정식 모델링: 원리와 실제, 서울: 도서출판 청람.
- 부숙진. 2009. 축제개최 지역주민의 축제효과요인 인식이 축제참여도 및 만족도에 미치는 영향, *국제지역연구*, 12(3), 567-588.
- 서철현, 고호석. 2011. 지역축제 개최지 주민의 공동체 의식과 지역애호도의 영향관계: 2009 성주 참외축제를 중심으로, *관광·레저연구*, 23(1), 447-466.
- 송건섭. 2004. 축제 만족 및 재방문의도에 미치는 영향요인 분석, *지방정부연구*, 8(2), 7-25.
- 송명규. 2012. 생태축제의 생태친화적 효과에 관한 비교 연구: 함평나비축제와 무주반딧불축제를 사례로, *환경영향평가*, 21(1), 53-61.
- 심규원, 이주희. 2010. 지역축제의 서비스품질이 방문객 만족도 및 충성도에 미치는 영향: 대구 약령시 한방축제를 중심으로, *한국산림휴양학회지*, 14(1), 31-39.

- 심준섭. 2013. 구조방정식모형: 이해와 활용, 서울: 법문사.
- 윤종국, 한권상. 2005. 스포츠이벤트 참가자의 지역사회 애착도와 지역사회 형성의 관계, 한국사회체육학회지, 23, 605-616.
- 이경진, 송명규. 2012a. 우리나라 환경축제의 현황과 과제: 생태축제의 위상과 발전방향을 중심으로, 환경정책, 20(3), 51-83.
- 이경진, 송명규. 2012b. 생태축제의 발전 방향에 관한 연구: 함평나비축제와 무주반딧불축제의 서비스 공급자와 지역주민 간 인식 차이 분석을 바탕으로, 지방행정연구, 26(4), 317-340.
- 이경진, 송명규. 2013. 함평나비(대)축제의 사회적 가치: 여행비용접근법을 바탕으로, 환경영향평가, 22(4), 291-302.
- 이낙귀. 2009. 지역축제 방문객의 만족도가 재방문의도에 미치는 영향: 횡성한우축제를 중심으로, 관광학연구, 33(3), 205-226.
- 이세규, 한경원. 2009. 지역축제 만족도와 관광활성화 연계효과 연구: 화천산천어축제를 중심으로, 한국지역개발학회지, 21(2), 93-120.
- 이정란, 문주현. 2010. 지역축제에서 서비스품질이 충성도에 미치는 영향: 방문객의 일체감, 감정, 만족의 매개역할, 지역연구, 26(1), 103-118.
- 이정록. 2011. 지역발전전략으로 지역축제와 이벤트의 지리학: 한국을 사례로, 한국경제지리학회지, 14(2), 99-116.
- 조원섭, 최상수. 2011. 천안시민의 지역사회 애착도가 지역축제 참여에 미치는 영향, 한국콘텐츠학회논문지, 11(3), 449-459.
- 최화식. 2012. 지역축제의 서비스 질, 서비스만족, 지역 이미지 그리고 축제충성도간 구조적 관계 분석: 얼음나라화천 산천어축제를 중심으로, 한국정책과학학회보, 16(3), 61-86.
- 홍석민, 김계수. 2010. 지역축제의 차별화된 서비스 품질이 만족도와 재방문의도에 미치는 인과 분석: 2009 제천음악영화제 중심으로, 한국품질경영학회 춘계학술발표논문집.
- Bowen, J. T. and Shiang-Lih Chen. 2001. The relationships between customer loyalty and customer satisfaction, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 13(5), 213-217.
- Choi, W. S. and S. S. Choi. 2011. The effect of local community to the participation of local festival in Cheonan, *Journal of Contents*, 11(3), 449-459.
- Czepiel, J. A. and L. J. Rosenberg. 1974. Perspectives on consumer satisfaction, *AMA Educators' Proceedings*, Chicago: American, 119-123.
- Getz, D. 1991. *Festivals, Special Events & Tourism*, NY: Van Nostrand Reinhold.
- Hunt, H. 1977. Overview and future research directions, *Conceptualization and Measurement of Consumer Satisfaction and Dissatisfaction*, H. Hunt (ed.), Cambridge, MA: Marketing Science Institute, 455-488.
- Jaccard, J. and C. Wan. 1996. *LISREL Analyses of Interaction Effects in Multiple Regression*, Newbury Park: Sage.
- Oliver, R. L. 1980. A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions, *Journal of Marketing Research*, 17(4), 460-469.
- Rusbult, C. E. 1983. A longitudinal test of the investment model: the development and deterioration of satisfaction and commitment in heterosexual involvement, *Journal of Personality and Social Psychology*, 45(1), 101-117.

References

- Bae, B. Y. 2011. *Amos 19 Structural Equation Modelling*, Seoul: Cheong-ram.
- Boo, S. J. 2008. Effect of festival impact perception of local residents on participation and satisfaction level: Focus on Boryeong,

- Korea, *International Area Studies Review*, 12(3), 567-588.
- Bowen, J. T. and Shiang-Lih Chen. 2001. The relationships between customer loyalty and customer satisfaction, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 13(5), 213-217.
- Choi, W. S. and S. S. Choi. 2011. The effect of local community to the participation of local festival in Cheonan, *Journal of Contents*, 11(3), 449-459.
- Choi, W. S. 2012. Structural relationship analysis between service quality, service satisfaction of local festival, local image and festival loyalty: Focused on Hwacheon Sancheoneo Ice Festival, *Journal of Korean Association for Policy Sciences*, 16(3), 61-86.
- Czepiel, J. A. and L. J. Rosenberg. 1974. Perspectives on consumer satisfaction, *AMA Educators' Proceedings*, Chicago: American, 119-123.
- Getz, D. 1991. *Festivals, Special Events & Tourism*, NY: Van Nostrand Reinhold.
- Gwak, Y. W., C. H. Seo and B. G. Kim. 2012. The effect of local festival contents on local community residents' quality of life through the residents' perceptions, *The Korea Academic Association of Business Administration*, 25(8), 3127-3144.
- Hunt, H. 1977. Overview and future research directions, *Conceptualization and Measurement of Consumer Satisfaction and Dissatisfaction*, H. Hunt (ed.), Cambridge, MA: Marketing Science Institute, 455-488.
- Jaccard, J. and C. Wan. 1996. *LISREL Analyses of Interaction Effects in Multiple Regression*, Newbury Park: Sage.
- Kang, S. H and J. H. Kim. 2010. Estimating the economic impact of the 2008 Ham-pyeong World Butterfly and Insect Expo Korea - using regional input-output mode, *Korean Journal of Local Government & Administration Studies*, 24(1), 61-78.
- Kim, J. 2003. The reality of environmental festivals and their potential using Hampyeong Butterfly Festival as a case sample, *The Journal of Rural Society*, 13(1), 143-168.
- Kim, Y. M., S. S. Kim, and Y. S. Song. 2007. An investigation of procedures of creating the Hampyeong Butterfly Festival as an ecotourism resource, its successful factors, and evaluation, *International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 21(3), 459-484.
- Koh, S. I., S. U. Oh, K. S. Koh, and M. S. Cho. 2007. Evaluation of regional festivals by local residents: difference of the attachment of regional community and effect recognition on regional festivals, *Journal of Tourism Sciences*, 31(4), 177-198.
- Lee, J. R. and J. H. Moon. 2010. Effects of perceived service quality of local festival on loyalty: the mediating role of visitor's identification, emotion, satisfaction, *Journal of the Korean Regional Science Association*, 26(1), 103-118.
- Lee, J. R. 2011. The geography of community festivals as a regional development strategy: the case of South Korea, *Journal of the Economic Geographical Society of Korea*, 14(2), 99-116.
- Lee, K. J. and M. G. Song. 2012a. The present status and problems of Korean environment festivals: With special reference to the position and developmental directions of eco-festivals, *Environmental Policy*, 20(3), 51-83.
- Lee, K. J. and M. G. Song. 2012b. A study on the future direction of eco-festivals: based

- on the perceptual gaps between service providers and residents of Ham-Pyung Butterfly Festival and Mu-Ju Firefly Festival, *The Korea Local Administration Review*, 26(4), 317-340.
- Lee, K. J. and M. G. Song. 2013. The social value of Ham-Pyung Butterfly Festival: through the travel cost method, *Journal of Environmental Impact Assessment*, 22(4), 291-302.
- Lee, N. K. 2009. The effects on the satisfaction of visitors in the Hoengseong Hanu Festival to revisit intention, *Journal of Tourism Sciences*, 33(3), 51-83.
- Lee, S. K. and K. W. Han. 2009. A study on the causal relationships between the satisfaction of a local festival and the festival-induced tourism activation effects, *Journal of the Korean Regional Development Association*, 21(2), 93-120.
- Oliver, R. L. 1980. A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions, *Journal of Marketing Research*, 17(4), 460-469.
- Park, H. S. and E. K. Jang. 2008. The effect of physical environment on attraction perception and satisfaction in the local festival: case of 2008 Hampyeong Butterfly Festival, *International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 22(4), 105-117.
- Park, H. Y. and J. J. Kim. 2012. An analysis on the influence of social capital affecting civil satisfaction and community spirit: Focus on the residents of a local festival, *Journal of Korean Association for Governance*, 19(3), 47-66.
- Rusbult, C. E. 1983. A longitudinal test of the investment model: the development and deterioration of satisfaction and commitment in heterosexual involvement, *Journal of Personality and Social Psychology*, 45(1), 101-117.
- Seo, C. H. and H. S. Ko. 2011. A Study on the influence relation between community consciousness and regional devotion degree of the local festival hosting residents, *Journal of Tourism and Leisure Research*, 23(1), 447-466.
- Sim, J. S. 2013. *Structural Equation Modeling: Apprehension and Application*, Seoul: Bubmunsa.
- Sim, K. W. and J. H. Lee. 2010. A study on service quality of local festival influencing visitor's satisfaction and loyalty: A case of daegu yangyeongsi herb medicine festival, *Journal of the Korea Institute of Forest Recreation Welfare*, 14(1), 31-39.
- Song, K. S. 2004. A factor analysis on festival satisfaction and revisit intention, *Journal of the Korean Association for Local Government Studies*, 8(2), 7-25.
- Song, M. G. 2012. A comparative study on the ecology-friendly effects of eco-festivals: a case study of Ham-Pyung Butterfly Festival and Mu-Ju Firefly Festival, *Journal of Environmental Impact Assessment*, 21(1), 53-61.
- Suh, C. H. and H. S. Ko. 2011. A study on the influence relation between community consciousness and regional devotion degree of the local festival hosting residents, *Journal of Tourism and Leisure Research*, 23(1), 447-466.
- Yoon, J. K. and K. S. Han. 2005. The relationship between community attachment of sports event participants and community formation, *Journal of Korean Society of Sports and Leisure Studies*, 23, 605-616.