

# 지역축제 평가속성이 방문객 만족도 및 행동의도에 미치는 영향 -서울특별시 지구촌 나눔 한마당 축제를 중심으로-

The Affects of Assessing Local Festivals on Visitor Satisfaction and Behavioral  
Intentioneristics of Local Festivals on Visitors' Intention to Revisit  
-Study Case on the Seoul Friendship Fair hosted by Seoul Metropolitan Government-

이원형, 전인오

호서대학교 벤처대학원 정보경영학과

Won-Hyoung Lee(wenjiong13@gmail.com), In-Oh Jeon(eric@hoseo.edu)

## 요약

본 연구는 서울시에서 1996년부터 매년 5월 개최되는 지구촌 나눔 한마당축제 사례를 들어, 지역축제 평가속성인 축제내용, 편리성, 축제이미지가 축제에 참여한 방문객을 대상으로 만족도와 행동의도에 미치는 영향에 대하여 분석 하고자 하였다. 이 축제는 서울에 소재하고 있는 64개 대사관과 서울시 자매우호도시 14개가 직접 참여하고 방문객 35만 명 중 10만 명이 외국인인 참여하는 축제로 구성되어 있다. 본 연구는 참가 방문객 277명에게 설문지를 받아 축제내용과 인구 통계적 빈도분석을 하였고, 요인은 주성분을 이용한 회전방법인 베리맥스 직각회전으로 얻어진 결과, 다섯 개로 묶여진 요인을 기술통계와 신뢰도 분석, 상관분석을 하였다. 가설검증은 회귀분석으로 지역축제 평가속성이 방문객 만족도와 행동의도에 영향을 미치고 있음을 살펴보았다. 본 연구에서 나타난 결과를 이론적 시사점과 실무적 시사점을 제시하여 지구촌 나눔 한마당축제가 가진 차별화성을 발전시켜 수준 높은 축제가 되도록 제안하였다.

■ 중심어 : | 지역축제 | 평가속성 | 축제내용 | 방문객 만족도 | 행동의도 |

## Abstract

This study aims to analyze the impact of elements for evaluating the festival, such as festival content, accessibility and convenience and festival image, on visitor satisfaction and behavioral intention, based on the actual case of Seoul Friendship Fair (SFF) which has been hosted by the City of Seoul every May since 1996. The SFF is participated by 64 embassies operating in Seoul and Seoul's 14 sister & friendship cities. Some 100,000 out of the total 350,000 visitors to the SFF are from overseas. The main elements of this study include survey responses about festival content and population statistics frequency analysis conducted over 277 festival visitors. As for factors, as a result of varimax rotation over main elements, technical statistics, credibility analysis and correlation analysis were done over each element group of five. Hypothesis was validated through regression analysis that the elements for evaluating local festivals have an impact on visitor satisfaction and behavioral intention. The suggestions and results of this study, both theoretical and practical, were presented to help the SFF differentiate itself and thereby become one of Seoul's most representative festivals.

■ keyword : | Local Festival | Evaluation Attributes | Festival Content | Visitor Satisfaction Rate | Behavioral Intention |

## I. 서론

한국의 지방자치가 실시된 지 20여년이 되면서 각 지방자치별로 해당 지방자치단체의 경쟁력을 높이려는 다양한 사업들을 꾸준히 발굴하여 지역경쟁력을 높여가고 있다. 특히 지역축제에 있어서 경쟁적으로 앞다투어 지역축제를 새롭게 개발하여 지역을 널리 홍보하는 한편 이러한 지역축제를 활용하여 지역경제를 살리는 성과도 거두고 오고 있다. 서울시에서도 이러한 사회적 트렌드와 시민들의 수준 높은 문화수준에 따라 2007년 민선 4기 비전으로 1천만 명 해외 관광객 유치 목표를 정하고 2014년도에 한국을 방문한 해외 관광객 총 1,420만 명 가운데 1,048만 명이 서울을 방문하여 해외관광객 1천만 시대를 여는 성과를 거두었다[1]. 중앙정부에서는 이명박 정부 때 더욱더 지방자치단체들은 관광을 주요정책 가운데 하나로 정하고, 지역경제를 살리고 지역을 홍보하는데 역점을 두었다. 이렇게 지역자치단체들의 노력으로 함평 나비축제나 보령 머드축제 등 많은 축제가 좋은 사례라 할 수 있다. 지역축제는 보다 더 효과를 극대화 하고 수요자와 공급자 모두에게 좋은 이미지를 주고 있으며 결과적으로 수요자인 방문객은 축제 참여를 통해 즐거움과 재미라는 만족감을 얻고 공급자는 경제적 효과뿐 아니라 지역홍보에도 기여하고 있다[2]. 문화축제의 일환인 지역축제는 그 지역의 문화 콘텐츠를 활용하여 개발된 때, 방문객들이 그 지역주민과 커뮤니케이션을 공유하게 되어 문화적 체험을 할 수 있는 고부가가치 관광자원 중의 하나라고 할 수 있다. 이러한 축제는 지역주민의 소득을 창출하고 지역경제를 살리는 주요정책 가운데 하나가 되고 있다 [3]. 우리나라에 축제라는 단어는 축(祝)과 제(祭)의 두 가지 관점으로 볼 수 있다. 물론 과거에는 축제가 생활공동체 구성원들이 노동과 숙박에서 벗어나 신에게 풍요를 기원하며 벌이는 제(祭)의 개념이 강하였지만, 현재는 춤과 노래를 통해 자연스럽게 감정을 털어놓는 잔치의 축(祝)의 개념, 즉 놀이의 개념이 더욱 강조되고 있다. 현대의 축제 개념에는 다음과 같은 내용이 포함되어 있다. 첫째, 축제는 일상의 무료함으로부터 탈출할 수 있는 통풍구 역할을 한다. 즉, 관광이 현재 생활을 풍요롭게 하는 개념을 넘어 내일을 더욱 활기차게 해주

는 정신적, 육체적 의욕을 창출해 줄 수 있는 개념으로 더 많은 가치를 두는데 축제가 그 의미를 가지고 있다. 둘째, 축제의 시·공간을 뛰어넘어 축제는 환상(fantasy)을 통해 일상생활에서는 볼 수 없는 과장성과 삶에 대한 긍정성을 고양시켜 주고 있다[4]. 이제 서울은 해외관광객이 1천만 명을 넘는 시대와 더불어 2014년 서울시 등록 외국인수가 266,360명으로 외국인 30여만 명에 이르는 외국인과 함께 생활하는 글로벌 시티의 면모를 갖추어 가고 있다[5]. 지구촌 나눔 한마당 축제에 참여하고 있는 외국인수를 서울시 국제교류담당관 최근 5년 통계자료를 보면 평균 매년 10만 명 이상이 참여하는 것으로 나타나 있다. 본 연구는 기존 축제에서 다루었던 만족도와 행동의도를 근거로 외국인 위주로 개최되어온 ‘지구촌 나눔 한마당축제’를 사례로 실질적인 상관관계 등 미치는 영향을 살펴보고자 하였다.

표 1. 최근 5년 지구촌 나눔 한마당 축제 현황

구분	2010 (제15회)	2011 (제16회)	2012 (제17회)	2013 (제18회)	2015 (제19회)
사업비 (백만)	503	498	498	498	498
외국공연단 (도시/인원)	17개 (357명)	9개 (156명)	11개 (191명)	14개 (268명)	14개 (203명)
관광객 (외국인)	20만 (5만)	30만 (10만)	40만 (15만)	45만 (20만)	35만 (10만)
참여대사관	56개	58개	59개	61개	64개

※ 서울특별시 국제교류담당관 자료(2015)  
※ 2014년은 전남 진도 세월호 참사로 인한 행사 미개최

## II. 이론적 배경

### 1. 지역축제 개념

캐나다 학자인 Donald Getz는 축제를 대중적이며 주제화한 축하행사로 정의하면서 지역의 특성에 알맞게 독창성 있는 기획으로 그 지역의 특성도 잘 표현되어 주민들이 용이하게 참가하도록 환경과 주제를 선정하면 지역 주민들이 적극 참가할 수 있으며 지역의 정체성을 잘 알릴 수 있다고 보았다. 지역축제를 말 그대로 지역의 역사와 전통과의 직접적인 관련성 속에서 공감대가 형성되고 지역주민이 참여하여 함께 즐기며 호흡하는 순간 이라고 하였다[6]. 축제는 개인 또는 공동체

의 특별한 의미를 부여하며 결속력을 다지고 특별한 사건이나 기간을 기념하여 의식을 행하는 것으로 현실세계의 한계로부터 뛰어넘어 보다 나은 생활을 추구하기 위한 인간들이 그들의 소원을 성취하고자 만든 인위적인 마당이 바로 축제이다. 또 지역의 유·무형 관광자원을 활용하여 다양한 효과를 끌어내기 위한 행사이며 우리의 원형인 공동체성 및 집단성을 구현하는 것으로 지역을 방문하는 관광객들도 함께 즐기는 축제가 될 수 있도록 기회를 통하여 생활 공동체 구성원들이 노동과 속박에서 벗어나 풍요를 신에게 기원하고 자연스럽게 감정을 발산하는 놀이마당 잔치라고 할 수 있다. 그러므로 지역축제는 지역주민이 전통문화를 중심으로 놀이문화를 공유하고 함께 즐기는 종합예술의 성격을 지닌 문화행사이다[7].

## 2. 지역축제 평가속성

평가란 포괄적인 개념으로서 하나의 사회적 과정이며 모든 사회적 결정을 위한 기본요소로서 사전적 의미는 어떤 대상의 가치나 수준 따위를 따져 양적 및 질적인 특성을 파악한 후 가치판단을 통하여 미래방향을 설정해 주는 것으로 설명하고 있다. 동기와 목적에 근거한 특정 활동의 가치를 말하는 것으로 지역축제에도 적용될 수 있는데, 축제평가란 하나의 축제 또는 소수 축제들의 세부내용에 대한 평가이거나 또는 특정 개최목적 달성하고 있는지의 여부를 판단하기 위해서 평가되고 있다[8]. 이러하기 때문에 축제평가란 결국 축제를 개최한 후 실질적인 영향이나 효과성을 평가하는 사후적 평가뿐만 아니라 축제 실시 이전에 사업의 타당성이나 의사결정과정의 합리성 등에 관한 사전적 평가를 과학적 기법으로 일정한 기준과 절차에 따라 체계적으로 수행함으로써 축제의 합리적인 사전 결정과 사후 관리를 일관성 있게 파악하고 확인할 수 있는 일련의 과정이라 할 수 있다[9]. 2013년 문화체육관광부는 문화관광 축제에 대한 객관적이고 공정한 평가체계 구축과 평가 결과에 따른 개선점을 보완하고 지역에 대표축제로 육성·발전시키기 위하여 축제별 종합적인 평가체계를 구축하였다. 여기에는 문화 관광축제 방문객 설문조사 및 분석지침을 마련하여 지역주민과 외지관광객을 대상으

로 방문객 만족도(18개 문항), 방문객의 소비지출(6개 문항), 방문객 인구 통계학적 문항(6개 문항) 등 총 30개 평가문항으로 구성되어 있고 각 지자체가 지역축제를 계획하고 추진 후에 이러한 지표를 기준으로 하여 평가하도록 지침을 마련하였다[10]. 방문객의 지역축제에서의 만족도 평가는 축제의 상품, 프로그램 및 서비스뿐만 아니라 축제기간의 활동과 노력을 포함하는 모든 축제에 대한 평가적 성향으로서 과정과 구매경험 후 결과에 대한 평가도 이루어지고 있다[11]. 충주세계무술축제의 평가분석을 통하여 시사점과 발전방안을 제시한 연구를 하였으며[12] 제16회 부산 국제영화제를 대상으로 지역축제 평가속성과 방문객 만족 및 행동의 도와와의 관계 연구에서 사전홍보 및 안내, 영화 프로그램 내용, 방문객 서비스, 인적 서비스, 방문객 만족, 행동의도의 6개 요인을 도출하여 측정변수들 간의 인과관계를 분석하여 유의성이 있다고 보았다[13]. 문경 한국전통 찻사발 축제를 대상으로 지역주민과 관광객의 축제참여와 만족에 관한 연구에서 축제매력, 가족, 사교, 일탈, 도예체험, 전통의 6개 요인으로 축제 참여 동기와 만족에 미치는 영향을 분석하였다[14].

## 3. 축제내용

지역축제에 대한 내용은 지역축제 추진 구상단계에서부터 실제 축제가 진행되는 전 과정을 포함한 넓은 광의의 의미를 가지고 있다. Farrel & Lundegren 은 지역축제프로그램은 인간이 참여하는 활동이며, 활동경험을 갖게 하는 시설이고, 이러한 경험을 촉진시킬 수 있는 지도력으로 구성되어 있다고 했다. 이처럼 축제프로그램은 축제의 목적이나 주제를 표출하는 매개체 역할을 하는 것으로서 축제 주관자와 축제 참여자를 연결해 주는 연결고리이다. 축제내용을 다양화하기 위해서는 지역의 개성과 지역의 독특한 민속, 전통놀이와 놀이, 지역의 공예품과 특산물, 향토음식 그리고 문화관광자원 등을 활용하여 관광객들이 매력을 느낄 수 있는 축제프로그램을 개발해야 한다[15]. 손선미는 관광축제 프로그램을 축제 이벤트 개최현장에서 내용을 구성하고 방문객에게 제공되는 모든 활동이라고 정의 하였으며 관광프로그램, 수동적 참여 프로그램, 적극적 참여

프로그램, 교류 프로그램, 구매 프로그램, 시식 프로그램 등 6가지로 분류 하였다. 관광프로그램은 구경을 위주로 하는 프로그램이고, 수동적 참여프로그램은 프로그램에 관여하거나 참석하는 것이며, 적극적 참여프로그램은 능동적으로 신체적 위락프로그램에 완전히 몰입하는 것이며, 교류프로그램은 다른 방문자들과 함께하는 프로그램을 의미하며, 구매프로그램은 물건이나 물품에 대한 정보수집이나 구입하기 위해 마련된 프로그램이고, 시식프로그램은 음식 맛보기, 자연명승, 풍경 감상 등이 포함된 프로그램을 말한다[16].

#### 4. 편리성

Bach는 공공서비스 시설의 위치가 편리한지의 여부를 나타내는 것을 접근성이라고 하였으며, 서비스시설 기준으로 볼 때 이용자들의 위치가 양호한지를 나타내는 것을 접근기회라고 정의 하였다. Eichhorn et al의 연구에서 축제장으로서의 접근 편리성을 높이기 위해서는 정보의 풍부성, 신뢰성, 적절성, 커뮤니케이션, 고객 중심의 서비스의 필요성을 강조 하였다. Whipple & Thach는 출발지의 편리성과 교통의 편리성이 여행객 만족에 많은 관련성이 있다고 보았다. 김영은은 장애인 접근성 확보를 위한 편의시설 연구에서 편리성이 방문객 만족감에 영향을 미치는 것으로 보았다[17]. 심미숙의 연구에서는 관광지의 선택과 관광지에 대한 만족도 및 재방문의사, 추천의사에 가장 영향을 미치는 요인으로 편리성을 제시하였다[18].

#### 5. 축제이미지

한국관광공사에서는 지역축제를 통한 지역이미지 향상을 기하는 기능을 설명하고 있다. 첫째, 축제는 억압된 인간의 감정과 표현의 기회를 제공한다. 둘째, 인간 본연의 위치를 발견한다. 셋째, 사회비판성을 갖고 있다. 넷째, 사회적·종교적 목적의 활동수단이 된다. 다섯째, 문화교류의 가교역할을 하고 있다. 지역축제 이미지는 즐거운 흥분과 해방감을 만끽할 수 있는 신나는 무대이기에 놀이라는 자발성과 목적성, 비일상적인 성격을 가지고 있다[19]. 이장주는 축제이미지는 반드시 객관적 실체 혹은 대상과 일치하는 것은 아니며 오히려

실체적 진실과는 일정한 괴리를 가지고 있기 때문에 지극히 주관적 이라고 하였다. 그리고 축제 이미지의 평가에 따라 관광객은 흔히 이미지를 근거로 하여 목적지를 선택하는 경우가 많으므로 바람직한 축제이미지 창출은 매우 중요하다고 했다. 이러한 지역축제 이미지는 지역단체의 연결고리와 새로운 활력을 불어 넣어주는 작용을 하게 된다. 축제를 통하여 새로운 관광목적지로 부각되고 새로운 먹거리를 제공하여 줌으로써 지역경제의 활력을 불어 넣어주는 원동력이 된다[20].

#### 6. 방문객 만족도

지역축제 방문객 만족의 개념은 ‘동기’, ‘선호도’, ‘심리적 결과’, ‘경험 기대’와 같은 다양한 용어들로 다루어져 왔다. 만족이란 축제 방문자가 지불한 대가에 대하여 적절히 보상 되었는가 혹은 부적절하게 보상되었는가에 따라서 느끼는 축제 방문자의 인지적 상태로 고객의 축제경험과 축제경험 이전의 느낌이 결부될 때 불일치한 기대와 관련하여 나타나는 종합적 심리상태라고 정의하고 있다. 만족은 상대적인 개념으로 표준에 대한 평가로 판단된다. 표준은 이전의 경험에서 도출된 개인적 기대일 수 있고, 다른 곳에서의 개인적 성취일 수도 있으며, 다른 사람들의 여가 행동으로부터 파악된 만족 수준일 수도 있다. 만족은 상대적 척도로 보통 기대와 실제상황 사이의 차이로 정의 된다. 또한 축제만족도는 방문객이 사전에 축제에 대한 정보를 인지하고 축제를 경험하는 동안의 스스로의 체험에 대하여 개인이 내리는 심리적, 감정적인 일반적 평가라고 할 수 있다. 나주 영산강 문화제에서는 참여한 지역주민과 관광객의 만족도를 편의시설, 기념품·음식, 행사내용, 홍보안내, 접근성 5개 요인으로 분석하고 있다[21]. 부숙진·한천영은 축제에서의 방문객 만족은 축제에 참여함으로써 인지하게 되는 개인적 지각의 정도로 평가할 수 있는데, 축제 방문객의 만족도는 다음 축제의 재방문과 긍정적인 구전효과를 창출한다는 점에서 다양한 형태로 접근되고 있다고 보았다[22]. 김홍길의 연구에서는 평가속성과 방문객 만족에서의 실증분석 결과 평가속성 요인이 프로그램 내용, 인적 서비스, 사전홍보 및 안내, 방문객서비스 순으로 방문객 만족에 유의한 영향을 미치는

것으로 나타났다[23].

### 7. 행동의도

행동의도라는 용어는 연구대상에 따라 다양한 이름으로 불리고 있다. 예를 들면 연구대상이 제품의 경우에는 구매의도, 이것이 반복적으로 이루어지는 경우에는 재구매 의도, 호텔 등의 서비스 분야의 경우에는 재이용 의도, 관광지의 경우에는 재방문 의도 등으로 불리고 있는데, 이 중 가장 포괄적인 용어가 바로 행동의도이다. 행동의도는 소비자들이 어떤 대상에 대해 태도를 형성한 이후 특정한 미래행동으로 나타내려는 개인의 의지와 신념이며, 제품·서비스에 대한 재구매 의도, 가격 민감성 등 고객만족의 경과를 설명하는 포괄적인 개념이다[24]. 행동의 하위 개념을 재방문 의도, 구전의도 및 대안탐색으로 구분하기도 한다[25]. 울산 세계옹기 문화엑스포를 중심으로 한 실증연구에서는 축제 방문객의 평가속성이 행동의도에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다[26]. 이충기·이용기·이덕우는 지각된 환경단서가 방문객 만족과 충성도에 미치는 영향에 대한 수안보 온천축제 사례 연구에서 방문객의 만족에 대한 요인으로 접근성과 지역문화 인지, 행사진행, 행사내용 요인이 방문객에게 유의적인 요인으로 직·간접적 영향을 미치는 것으로 분석하였다[27].

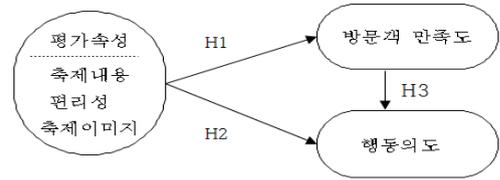
앞서 선행연구와 같이 지역축제 평가속성이 다양하게 분석 되고 있는 것과 같이 본 연구에서도 지역축제 평가속성을 지구촌 나눔 한마당축제의 속성에 적합하게 행사내용, 편리성, 축제이미지, 방문만족, 행동의도 5개 요인으로 명명하고 이들 간 유의성을 살펴보고자 하였다.

## III. 연구 설계

### 1. 연구모형

선행연구를 근거로 하여 지구촌 나눔 한마당축제의 평가속성과 방문만족도 그리고 행동의도간의 변수를 도식화한 연구모형과 가설을 아래와 같이 설정하였다.

표 2. 연구모형



### 2. 가설설정

- H1. 지역축제 평가속성이 방문 만족도에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- H2. 지역축제 평가속성이 방문객 행동의도에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- H3. 방문객 만족도는 행동의도에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

## IV. 조사 설계

### 1. 설문지 구성

본 연구의 설문지 구성은 2013년 문체육관광부의 문화 관광축제에 대한 방문객 설문조사 및 분석지침에 방문객 만족도 문항 18개, 방문객 인구 통계적 문항 6개, 방문객 소비지출 문항 6개 등 총 30개 평가문항과 기존 선행연구에서 사용된 설문을 토대로 하여 작성하였다. 지구촌 나눔 한마당축제에는 총 21개의 측정문항을 Likert 5점 척도로 측정하였다.

### 2. 요인 조작적 정의

지역축제 방문객 만족도와 행동의도에 영향을 미치는 실증연구를 한 김홍길(2012), 부숙진·한천영(2010), 현경석·한진수(2009)에서와 아래와 같이 정의하였다.

표 3. 변수측정 연구자

구분	변수	내용	연구자
독립변수	축제내용	축제프로그램, 체험행사, 교육성, 가족친화성	이경모(2003) 손선미(2005)
	편리성	편의시설, 교통편리성, 행사장접근성, 공간배치	김영은(2006) 심미숙(2008)
	축제 이미지	차별화, 도시이미지	이재만·지진호(2008)

중속변수	방문객 만족도	행정서비스,음식전가격,풍물전가격,관광상품성,체험코너,탈일상성,지역정보	김선희(2007) 김홍길(2012) 부숙진·한전영(2010)
	행동의도	재방문의사, 타인에게 추천의사	장병주·정구점(2011) 이애리·박정하·송래현(2010)

### 3. 조사방법

연구를 위해 수집된 자료는 SPSS 17.0 통계 프로그램을 이용하였다. 표본의 인구 통계적 특성을 살펴보기 위하여 빈도분석을 실시하였다. 또한 측정항목의 신뢰성과 타당성을 확인하기 위해 이론변수의 다측정 항목 간의 내적일관성을 Cronbach's Alpha 계수에 의해 분석하였고, 탐색적 요인분석을 통해 구성개념들의 측정 타당성을 확인하였고 측정된 변수가 구성개념을 얼마나 정확하게 측정하고 있는지도 살펴보았다.

## III. 실증 분석결과

### 1. 인구 통계적 특성

표 4. 조사표본의 인구 통계적 빈도분석

	구분	빈도	백분율(%)
성 별	남자	114	41.2
	여자	163	58.8
연 령	20대	89	32.1
	30대	71	25.6
	40대	65	23.5
	50대	28	10.1
	60대 이상	24	8.7
	방문객 거주지	서울	166
	타도시	111	40.1
직 업	사무직	42	15.2
	전문직	36	13.0
	자영업	25	9.0
	서비스업	33	11.9
	주부	76	27.4
	학생	65	23.5
	계	277	100.0

본 조사에서 인구 통계적 특성을 살펴보면 전체 277명 가운데 남자 114명(41.2%), 여자 163명(58.8%)으로 나타났다. 응답자들의 연령대를 세대별로 나누어 살펴보면 20대 89명(32.1%), 30대 71명(25.6%), 40대 65명

(23.5%), 50대 28명(10.1%), 60대 이상 24명(8.7%)로 가장 많은 관심과 참여를 보인 것은 20대와 30대로 160명(57.7%)을 차지하고 있다. 이는 40대, 50대, 60대에 대한 참여를 높이기 위한 프로그램 개발이 필요하다는 것을 제시하고 있다. 방문객의 거주 지역을 살펴보면 서울거주자들이 166명(59.9%)으로 나타났다. 직업군은 주부 76명(27.4%), 학생 65명(23.5%), 사무직 42명(15.2%), 전문직 36명(13.0%), 서비스업 33명(11.9%), 자영업 25명(9.0%)순으로 나타났다.

### 2. 요인별 기술통계와 신뢰도 분석

기술통계 분석은 각 변수의 값들을 자료정리, 표준화, 요약하여 그 자료의 특성을 서술하고자 정규분포성을 검증하기 위하여 실시하여 기술통계 분석을 하였다. 각 요인에 대한 신뢰도 분석결과 Cronbach's Alpha값을 기준으로 특히 편리성에 대해서 평균 2.8592에 신뢰도는 0.906으로 높게 나타났고 있으며, 전체적으로는 0.6 이상의 높은 신뢰도를 나타내 신뢰도에 문제가 없는 것으로 확인 되었다.

표 5. 기술통계 및 신뢰도

구분	N	최소값	최대값	평균	표준편차	신뢰도 Cronbach's α
편리성	277	1.00	5.00	2.8592	.96174	.906
축제내용	277	1.00	5.00	3.8736	.97414	.896
만족도	277	1.00	5.00	2.0493	.59145	.877
행동의도	277	1.00	5.00	3.5632	.76962	.838
축제이미지	277	1.00	5.00	3.7882	.47573	.755

### 3. 요인분석

요인분석(factor analysis)은 관련성이 있는 문항들을 묶는 분석으로 아래 [표 6]은 5개의 고유치는 3.309, 2.520, 2.457, 2.079, 1.575로서 이것은 요인추출을 기준으로 지정한 고유치 1이상인 요인만 추출한 것이다. 고유치는 그 요인이 설명하는 분산의 양을 나타내므로 값이 높은 것이 중요한 요인이라 할 수 있다. 그러므로 총 15개 문항이 5개의 요인으로 추출되었고, 이 5개의 요인이 전체 입력변수의 76.607%를 설명하고 있음을 알 수 있다.

표 6. 설명된 총분산(total variance explained)

문항	추출	초기 고유값			추출제곱합 적재값		
		합계	분산 (%)	누적 (%)	합계	분산 (%)	누적 (%)
축제가 재미있다	.890	3.309	22.063	22.063	3.309	22.063	22.063
축제내용이 다양하다	.791	2.520	16.800	38.863	2.520	16.800	38.863
축제를 통해 외국문화 이해에 도움이 되었다	.806	2.457	16.381	55.244	2.457	16.381	55.244
행사 진행요원들의 서비스에 만족한다.	.786	2.079	13.860	69.105	2.079	13.860	69.105
전반적으로 축제에 만족한 편이다	.897	1.575	10.502	79.607	1.575	10.502	79.607
내년 축제에 다시 오고 싶다	.881	.748	4.988				
축제를 다른 사람에게 추천하고 싶다	.623	.478	3.188				
축제가 도시이미지를 높여준다	.576	.409	2.726				
축제가 국내 외국인에게 좋은 이미지를 준다.	.828	.314	2.092				
편의시설이 잘 갖춰져 있다	.927	.304	2.024				
행사장 접근이 용이하였다	.817	.232	1.547				
축제가 잘 알려져 있다	.802	.215	1.432				
축제행사장 방문이 교통이 매우 편리하였다	.825	.160	1.070				
축제가 일반축제와 다른 축제로 느껴졌다	.741	.114	.761				
축제가 외국문화중심 축제인 특징이 있다고 생각한다.	.750	.085	.565				

요인 추출방법으로 주성분을 이용한 회전방법으로 Kaiser 정규화가 있는 베리맥스(varimax)직각회전으로 얻어진 결과를 분석하였다. 이 방법에 의해 15개의 변수는 5개의 요인으로 묶여졌다. 요인에 포함될 요인 적재 값은 0.5 이상으로 된 변수들을 기준으로 삼았다. 각 요인에 속한 변수의 공통점을 찾아 각 요인 명을 편리성, 축제내용, 방문객 만족도, 행동의도, 축제이미지로 각각 명명 하였다.

요인 항목들 간의 상관관계를 살펴보는 Bartlett의 단위행렬 검정의 유의확률이 .000으로 나타나 전반적으로 변수들 간의 상관관계는 유의적이며, 따라서 요인분석을 실시하기 위한 적절한 자료라고 할 수 있다. 또한 표준형성 적절성의 KMO측도 역시 전체 상관관계 행렬이 적합한지를 나타내는 값이 .644 로 기준치 .50 보다 높게 나타났으므로 자료가 요인분석에 적합하다고 할 수 있다.

표 7. 회전된 성분행렬

문항	성분					
	1	2	3	4	5	
편리성	편의시설이 잘 갖춰져 있다	.939	-.072	.013	-.109	.167
	행사장 접근이 용이 하였다	.900	.004	.074	-.017	.043
	축제행사장 방문이 교통이 매우 편리하였다	.888	-.067	-.064	-.050	.157
축제내용	축제가 재미있다	-.028	.933	-.133	.039	-.019
	축제를 통해 외국문화 이해에 도움이 되었다	-.037	.895	.008	.056	-.032
	축제내용이 다양하다	-.057	.885	.052	.035	-.007
만족도	전반적으로 축제에 만족한 편이다	.021	-.009	.946	-.001	.016
	행사 진행요원들의 서비스에 만족한다.	.007	-.014	.886	.021	-.005
	축제가 일반축제와 다른 축제로 느껴졌다	.000	-.034	.859	.019	-.023
행동의도	내년 축제에 다시 오고 싶다	-.074	.040	.036	.931	-.068
	축제가 잘 알려져 있다	.002	-.050	.015	.894	.005
	축제를 다른 사람에게 추천하고 싶다	-.082	.131	-.009	.774	-.024
축제이미지	축제가 국내 외국인에게 좋은 이미지를 준다.	.279	.073	.065	-.011	.860
	축제가 외국문화중심 축제인 특징이 있다고 생각한다.	.122	.081	.065	-.033	.851
	축제가 도시이미지를 높여준다	-.015	-.217	-.139	-.041	.712

표 8. KMO와 Bartlett의 검정

표준형성 적절성의 Kaiser-Meyer-Olkin 측도	.644
Bartlett의 구형성 검정 근사 카이제곱	2575.403
자유도	105
유의확률	.000

#### 4. 상관분석

축제 평가속성이 방문객 만족도 및 행동의도에 미치는 영향을 분석하기 위한 상관관계는 아래와 같이 나타났다.

첫째, 편리성이 축제내용과의 상관계수 .093, 행동의도간의 상관계수 .129, 축제이미지와와의 상관계수 .286으로 상관관계가 높은 관계에 있지만, 만족도와와의 상관계수가 .026로 상관관계가 낮은 것으로 나타났다.

둘째, 축제내용은 행동의도간의 상관계수 .129, 축제이미지와와의 상관계수 .286로 높게 나타난 반면, 만족도와와의 상관계수가 .044로 상관관계가 낮은 것으로 나타

났다.

셋째, 방문객 만족도는 행동의도간 상관계수 .031, 축제이미지와 상관계수 .006로 모두 상관관계가 낮은 것으로 나타났다.

넷째, 행동의도는 축제이미지와 상관계수 .080으로 상관관계가 있는 것으로 나타났다.

표 9. 상관관계 분석결과

구분	상관	상관계수				
		1	2	3	4	5
편리성	상관계수	1				
	유의수준(양쪽)					
축제내용	상관계수	.093	1			
	유의수준(양쪽)	.124				
만족도	상관계수	.026	.044	1		
	유의수준(양쪽)	.670	.469			
행동의도	상관계수	.129*	.100*	.031	1	
	유의수준(양쪽)	.032	.098	.611		
축제이미지	상관계수	.286**	.050	.006	.080	1
	유의수준(양쪽)	.000	.382	.925	.185	
	N	277	277	277	277	277

\*. 상관계수는 0.05 수준(양쪽)에서 유의합니다.  
 \*\*. 상관계수는 0.01 수준(양쪽)에서 유의합니다.

### 5. 회귀분석을 통한 연구가설 검증

#### 5.1 가설 1의 검증

지역축제 평가속성이 방문만족도에 영향을 미치는 회귀 분석한 결과 모형적합도 F값은 25.451, 유의수준 .000 그리고 전체적인 설명력을 나타내는 결정계수 R<sup>2</sup>은 21.9%로 나타났다. 그러므로 편리성, 축제내용, 축제이미지는 축제방문 만족도에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다(P<.05).

첫째, 편리성의 표준화계수 β값 :.156, t값 : 2.875, 유의수준 :.004로 편리성은 15.6%의 영향력을 미치는 것으로 나타났다.

둘째, 축제내용의 표준화계수는 β값 :.188, t값 : 3.059, 유의수준 :.002로 축제내용은 18.8%의 영향력을 미치는 것으로 나타났다.

셋째, 축제이미지의 표준화계수는 β값 :.318, t값 : 5.183, 유의수준 :.000으로 축제이미지는 31.8%의 영향력을 미치는 것으로 나타났다.

표 10. 평가속성이 방문만족도에 미치는 회귀분석

구분	독립 변수	비 표준화 계수 (B)	표준 오차	표준화 계수 (β)	t	유의 수준	R <sup>2</sup>	F값
종속 변수 (만족도)	(상수)	2.371	.276		8.596	.000	.219	25.451
	편리성	.151	.052	.156	2.875	.004		
	축제내용	.180	.059	.188	3.059	.002		
	축제 이미지	.301	.058	.318	5.183	.000		

#### 5.2 가설 2의 검증

지역축제 평가속성이 축제방문객 행동의도에 미치는 회귀 분석한 결과 모형적합도 F값은 32.244, 유의수준 .000 그리고 전체적인 설명력을 나타내는 결정계수 R<sup>2</sup>은 26.2%로 나타났다. 그러므로 편리성, 축제내용, 축제 이미지는 축제방문객 행동의도에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다(P<.05).

첫째, 편리성의 표준화계수 β값 :.169, t값 : 3.212, 유의수준 :.001으로 편리성은 16.9%의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

둘째, 축제내용의 표준화계수 β값 :.194, t값 : 3.248, 유의수준 :.001으로 축제내용은 19.4%의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

셋째, 축제이미지의 표준화계수 β값 :.359, t값 : 6.013, 유의수준 :.000으로 축제이미지는 35.9%의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

표 11. 평가속성이 행동의도에 미치는 회귀분석

구분	독립 변수	비 표준화 계수 (B)	표준 오차	표준화 계수 (β)	t	유의 수준	R <sup>2</sup>	F값
종속 변수 (행동의도)	(상수)	2.303	.258		8.909	.000	.262	32.244
	편리성	.158	.049	.169	3.212	.001		
	축제내용	.179	.055	.194	3.248	.001		
	축제 이미지	.327	.054	.359	6.013	.000		

5.3 가설 3의 검증

축제방문객 만족도는 축제방문객 행동의도에 미치는 회귀분석결과 모형적합도 F값은 1729.034, 유의수준 .000 그리고 전체적인 설명력을 나타내는 결정계수 R<sup>2</sup> 값은 86.3%로 나타났다. 축제방문객 만족도의 β값 : .929, t값 : 41.582, 유의수준 : .000으로 방문객 만족도는 92.9%의 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 축제방문객 만족도는 방문객 행동의도에 정(+)의 영향으로 유의적이며 연구가설은 지지 되었다고 할 수 있다.

표 12. 방문만족도가 행동의도에 미치는 회귀분석

구분	독립 변수	비 표준화 계수 (B)	표준 오차	표준화 계수 (β)	t	유의 수준	R <sup>2</sup>	F값
종속 변수 (행동의도)	(상수)	.390	.083		4.733	.000	.863	1729.034
	만족감	.895	.022	.929	41.582	.000		

VI. 검증결과 요약

본 연구는 1996년부터 지금까지 개최 되어온 ‘지구촌 나눔 한마당축제’ 사례를 통하여 지역축제 평가속성이 방문객 만족과 행동의도에 미치는 영향관계를 분석 하였다. 이러한 목적을 달성하고자 다음과 같은 연구방법을 활용 하였다.

첫째, 지역축제에 대한 문헌적 고찰을 통해 선행변수인 축제내용, 편리성, 축제이미지를 결과변수로서는 축제 방문객 만족도와 행동의도라 명명 하였다. 또한 이론적 근거와 선행연구를 바탕으로 연구모형과 연구가설을 설정 하였다.

둘째, 설문조사는 축제가 개최된 2015년 5월 2일부터 5월 3일까지 2일간 현장에서 진행 하였다. 설문지는 총 300부를 회수하여 유효한 277부를 본 연구의 실증분석에 사용 하였다.

셋째, 측정도구로서의 타당성을 검증하기 위해 평가속성인 축제내용, 편리성, 축제이미지, 방문객 만족도, 행동의도에 대한 탐색적 요인분석과 신뢰도 분석을 실시하였다. 요인추출은 주성분분석(PCA), 회전방식은 직각회전(Varimax), 요인적재값(factor loading)은 0.5 이상인 변수를 채택하였으며, 신뢰도는 0.6 이상을 확보 하였다.

넷째, 연구모형에 따라 설정된 연구가설을 검증하기 위하여 실증자료에 근거한 회귀분석을 검정한 결과, H1. 지역축제 평가속성이 축제방문객 만족도에 미치는 영향이 F=25.451(P<0.001), 전체적인 설명력을 나타내는 결정계수 R<sup>2</sup>=21.9%로 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. H2. 지역축제 평가속성이 행동의도에 미치는 영향은 F=32.244(P<0.001), 전체적인 설명력을 나타내는 결정계수 R<sup>2</sup>=26.2%로 유의한 정(+)의 영향을 미치고 있다. H3. 방문만족도가 행동의도에 미치는 영향은 F=1729.034(P<0.001), 전체적인 설명력을 나타내는 R<sup>2</sup>=86.3%로 유의한 정(+)의 영향을 미치고 있어 연구가설은 지지 되었다.

표 13. 연구가설 채택

가설	내용	결과
H1	지역축제 평가속성이 방문 만족도에 유의한 정 (+)의 영향을 미칠 것이다.	채택
H2	지역축제 평가속성이 방문객 행동의도에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	채택
H3	방문객 만족도는 행동의도에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	채택

VII. 연구의 시사점 및 한계

1. 이론적 시사점

본 연구의 이론적 시사점은 지구촌 나눔 한마당 축제 평가속성에 대해 실증적 자료를 바탕으로 지역축제 방문객 만족도 및 행동의도의 관계를 체계화 하였다는 점이다.

첫째, 지역축제의 평가속성에 대한 선행연구를 바탕으로 15개 변수를 추출하여 실증적 분석을 통해 ‘편리

성, '축제내용', '축제이미지', '방문객 만족도', '행동의도' 5개의 평가요인을 도출 하였다. 편리성은 지역축제장에 접근하기 편리한 교통과 축제장내에 편의시설이 잘 갖춰지고 관람동선 흐름이 자연스러움이라고 정의할 수 있다. 축제내용은 축제의 재미와 축제를 통하여 외국문화를 간접 체험할 수 있도록 계획된 프로그램을 포함한 내용이라 할 수 있다. 축제이미지는 축제가 외국인과 내국인에게 좋은 이미지로 각인되어 지역축제를 통한 도시브랜드를 높여주는 것으로 볼 수 있다. 방문만족도(.877), '행동의도(.838)'로 모두 .70이상으로 신뢰도가 높게 나타났고, KMO 계수값(0.644)과 Bartlett's의 구형성 검증치(2575.403(P<.000)도 유의성 범위 내에 있음이 확인되었다. 상관분석은 Pearson 상관분석 방법으로 분석한 결과, '편리성'과 '축제내용', '행동의도'와 '축제이미지'간에는 상관관계가 낮은 것으로, 나머지 요인간에는 유의한 것으로 나타났다. 연구모형을 통하여 제시된 가설을 검증한 결과, 연구 가설 모두가 지지되었음을 알 수 있었다.

## 2. 실무적 시사점

첫째, 인구 통계적 특성에서 나타난 축제 방문객을 살펴보면 서울 거주자가 59.9%로 편중되어 있어, 타 지역에 대한 홍보강화가 우선시 되어야 한다는 것을 시사하고 있어 향후 지역축제 마케팅계획 수립 시에 반영 되도록 해야 할 것이다.

둘째, 직업군을 살펴보면 주부와 학생이 50.9%로 나타나 주부와 학생 이외에 다양한 계층이 참여할 수 프로그램 개발이 필요하다. 국내에 많은 축제가 있지만 함평 나비축제와 같이 명맥을 이어가는 축제가 있는 반면 일회성에 그치는 축제도 많이 있다. 이것은 바로 축제의 프로그램의 다양성에 한계와 축제콘텐츠의 부재라고 볼 수 있다. 그러므로 지구촌 나눔 한마당축제도 청소년들에게는 참여 대사관과 언어토크 코너로 참여성을 높이고, 중장년층에게는 축제참여 64개 국가별로 특색 있는 문화체험코너를 마련하는 방법도 있겠다.

셋째, 축제 방문객의 만족도에서 나타난 것처럼 축제가 일반축제와 다른 축제로 느껴진다는 점에 착안하여 다른 지역축제에서는 볼 수 없는 많은 외국인들이 참여

하는 특성을 살려 이들만의 프로그램이나 외국인과 내국인이 함께 즐길 수 있는 특화코너를 만들어 차별화된 축제로 한층 더 발전시켜 나아가야 할 것이다.

## 3. 연구의 한계

첫째, 지구촌 나눔 축제의 평가속성에 대한 요인을 보다 더 세분화 하지 않고 다양한 평가속성으로 분석되지 못한 점이다.

둘째, 지구촌 나눔 한마당축제의 차별화된 64개 외국 대사관이 참여한 글로벌하고 특화된 축제임에도 불구하고 참여 대사관들에 대한 설문내용이 없어 이들과의 상관관계를 살펴보기 못한 점이다.

셋째, 축제 방문객 가운데에는 많은 외국인들이 관람하고 있는데 국내인만을 대상으로 설문이 이루어져 있어, 명실상부한 지구촌 축제로 정착하기 위해서는 관람 외국인에게도 설문을 실시하여 국가별 외국인들에 대한 의견이 반영되도록 해야 할 것이다. 따라서 향후 연구에서는 이러한 점들이 보완되어 진다면 더욱 의미 있는 연구가 될 것이다.

## 참고 문헌

- [1] 한국관광공사, *한국관광통계 공표*, 2015.
- [2] 문화관광부, "한국 지역축제 조사평가 및 개선방안 연구," 한국문화관광정책연구원, 제8권, 2006.
- [3] 이애리, 박정하, 송래현, "지역문화축제의 선택속성의 중요도에 대한 지각차이 및 만족도가 행동의도에 미치는 영향," 호텔관광연구, 제39권, 단일호, pp.291-307, 2010.
- [4] 김선희, "지역축제에 참여한 지역주민과 외지관광객의 만족도 비교연구," 관광학연구, 제12권, 제4호, pp.405-420, 2007.
- [5] 서울특별시, 제55회 서울통계연보, 2015.
- [6] 성현선, 임재국, "지역축제 서비스품질이 방문객의 감정, 만족 및 행동의도에 미치는 영향," 호텔경영학연구, 제17권, 제4호, pp.247-263, 2008.
- [7] 이재만, "지역축제 체험프로그램 만족이 재방문

의사에 미치는 영향 : 안동국제탈춤페스티벌을 중심으로,” 한국콘텐츠학회논문지, 제9권, 제9호, pp.370-379, 2009.

[8] 최경호, 장병권, “문화관광축제 종합평가 결과의 신뢰성 향상을 위한 제언,” 관광학연구, 제37권, 제4호, pp.357-365, 2013.

[9] 고동욱, 부석현, 함석중, “축제평가요인에 의한 지역축제간 만족도 비교,” 관광연구저널, 제24권, 제3호, pp.143-157, 2010.

[10] 문화체육관광부, 2013.

[11] 김창수, 전대회, “지역축제 서비스품질과 만족도 평가 비교분석,” 관광학연구, 제22권, 제2호, pp.117-236, 2007.

[12] 최방호, “무술의 대중화로서 충주무술축제의 시사점과 발전방안,” 대한무도학회지, 제13권, 제2호, pp.13-25, 2011.

[13] 김홍길, “지역축제 평가속성과 방문객 만족 및 행동의도와의 관계 : 부산국제영화제를 대상으로,” 농촌지도와 개발, 제19권, 제2호, pp.409-434, 2012.

[14] 손해경, 손대현, “지역주민과 관광객의 축제참여 동기와 만족에 관한 연구 : 문경 한국차사발 축제를 중심으로,” 관광연구논총, 제20권, 제1호, pp.3-24, 2008.

[15] 이경모, “이벤트 프로그램 참가동기에 따른 만족도에 관한 연구,” 경기관광연구, 제7권, pp.79-98, 2003.

[16] 손선미, *체험 지향성이 관광 축제이벤트 방문의도에 미치는 연구*, 경기대학교, 박사학위논문, 2005.

[17] 김영은, “서울시내 관광지의 장애인 접근성 확보를 위한 편의시설에 관한 연구,” 대한건축학회지, 제22권, 제7호, pp.3-10, 2006.

[18] 심미숙, *해수욕장 이용객의 선택속성이 전반적 만족도 및 행동의도에 미치는 영향*, 부경대학교 대학원, 석사학위논문, pp.66-70, 2008.

[19] 한국관광공사, *한국민속축제 관광상품화 방안*, pp.13-14, 2009.

[20] 이재만, 지진호, “지역축제 이미지가 관광객의 만족과 재방문의사에 미치는 영향 : 영양반딧불이 축제를 중심으로,” 한국콘텐츠학회논문지, 제8권,

제12호, pp.424-432, 2008.

[21] 김선희, “지역축제에 참여한 지역주민과 외국인 관광객의 만족도 비교연구,” 관광학연구, 제12권, 제4호, pp.405-420, 2007.

[22] 부숙진, 한천영, “지각된 환경단서가 축제 방문객만족과 충성도에 미치는 영향,” 호텔관광연구, 제12권, 제4호, pp.107-125, 2010.

[23] 김홍길, “지역축제 평가속성과 방문객 만족 및 행동의도와의 관계,” 농촌지도와 개발, 제19권, 제2호, pp.409-434, 2012.

[24] 현경식, 한진수, “호텔 서비스의 물리적 환경, 고객가치, 행동의도의 구조적 관계에 관한 연구,” 관광학연구, 제33권, 제2호, pp.327-347, 2009.

[25] J. Hutchinson, F. Lai, and Y. Wang, “Understand the relationships of quality, value, equity, satisfaction and behavioral intentions among golf travelers,” *Tourism Management*, Vol.30, No2, pp.298-308, 2009.

[26] 장병주, 정구집, “축제 방문객의 지각된 가치가 전반적인 만족과 행동의도에 미치는 관계,” 관광학연구, 제15권, 제2호, pp.85-104, 2011.

[27] 이충기, 이용기, 이덕우, “수안보 온천제의 환경단서가 방문객 만족과 행동의도에 미치는 영향,” 한국마케팅학회, 마케팅 과학연구, pp.143-167, 2003.

저 자 소 개

이 원 형(Won-Hyoung Lee)

정희원



- 2014년 3월 ~ 현재 : 호서대학교 벤처대학원 정보경영학과 박사과정
- 2004년 7월 : 중국사회과학원 대학원 산업경제학 석사졸업
- 2000년 8월 : 북경어언문화대학 중국어 진수과정 수료

• 1989년 2월 : 방송통신대학교 중국어과 졸업  
 <관심분야> : MICE산업(전시/컨벤션산업), 지역축제

전 인 오(In-Oh Jeon)

중신회원



- 2015년 10월 ~ 현재 : 호서대학교 벤처대학원 원장
- 2012년 3월 ~ 현재 : 호서대학교 창업선도대학 창업지원단 단장
- 2011년 8월 ~ 현재 : 호서대학교 창조융합산업연구소 소장

▪ 2005년 5월 ~ 현재 : 호서대학교 벤처대학원 교수  
<관심분야> : MICE산업(전시/컨벤션산업), 중소기업 창업, 소프트웨어공학