

국제해양레저위크(KIMAWEEK) 요트체험 참가자의 체험요인과 체험만족 및 재참가의도와의 구조적 관계

The Structural Relationship between Experience Factor, Experience Satisfaction and Re-participation Intention of KIMAWEEK Yacht Experience Participants

김철우*, 정영수**, 정우석**
영산대학교*, 동아대학교**

Cheol-Woo Kim(cwkim@ysu.ac.kr)*, Young-Soo Jung(siriustt@nate.com)**,
Woo-Suk Chung(dangyup@hanmail.net)**

요약

본 연구의 목적은 국제해양레저위크(KIMAWEEK) 요트체험 참가자의 체험요인이 체험만족 및 재참가의도에 어떠한 영향을 미치는가를 살펴보는 것이다. 이에 본 연구는 부산광역시에서 진행되고 있는 KIMAWEEK 참가자 515명을 대상으로 모바일 설문조사를 실시하여 다음과 같은 결론을 도출하였다. 첫째, 요트체험 참가자의 체험요인 중 일탈적, 교육적, 미적 요인은 체험만족에 영향을 미치는 것으로 나타났으나, 오락적 요인은 체험만족에 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 둘째, 체험요인과 재참가의도와의 관계에서 체험요인 중 교육적 요인과 오락적 요인은 재참가의도에 영향을 미치는 것으로 나타났으나 일탈적 요인과 미적 요인은 재참가의도에 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 셋째, 체험만족과 재참가의도와의 관계에서도 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 본 연구를 통해 KIMAWEEK 요트체험 참가자의 체험만족을 높이기 위해서는 다양하고 차별화된 체험요인이 제공되어야 할 것이며, 특히 지역 특색에 부각되는 현실성 있는 이벤트가 이루어져야 할 것이다.

■ 중심어 : | 요트체험 | 체험요인 | 체험만족 | 재참가의도 |

Abstract

The purpose of this study is to examine how the experience factors of KIMAWEEK yacht experience participants affect the experience satisfaction and re-participation intention. this study, 515 KIMAWEEK participants in Pusan metropolitan city conducted a mobile survey and the following conclusions were drawn. First, deviant, educational, and aesthetic factors among the experience factors of yacht experience participants were found to affect the satisfaction of experience, but entertainment factors did not affect it. Second, educational and entertainment factors, among the experiential factors, influenced re-participation intention in relation to the experience factor and re-participation intention, but deviant factors and aesthetic factors did not affect it. Third, the relationship between the experience satisfaction and re-participation intention was also found to have a similar effect. Through this study, various and differentiated experience factors should be provided in order to increase the satisfaction of KIMAWEEK yacht experience participants. In particular, realistic events that meet local characteristics should be held.

■ keyword : | Yacht Experience | Experience Factors | Experience Satisfaction | Re-participation Intention |

* 이 논문은 2018학년도 영산대학교 교내연구비의 지원에 의하여 이루어진 것임.

접수일자 : 2018년 03월 06일

수정일자 : 2018년 04월 13일

심사완료일 : 2018년 04월 13일

교신저자 : 정우석, e-mail : dangyup@hanmail.net

I. 서론

1. 연구의 필요성 및 목적

최근 유럽 및 일본 등의 관광선진국에서는 크루즈, 요트 등의 해양레저 스포츠가 관광자원으로 급부상하여 앞으로 해양관광의 고부가가치를 창출할 수 있는 미래 성장산업으로 각광받고 있다[1]. 미래 성장산업 측면에서 우리나라는 지형적인 특성상 3면이 바다로 되어 있어 다양한 해양레저를 경험할 수 있는 최적의 입지적 조건을 가지고 있다[2]. 하지만 우리나라는 유사한 지리적 조건의 선진국에 비해 해양레저 산업의 입지는 매우 미비한 시점에 있다. 이러한 실정에 부각하여 정부는 해양관광·레저 분야를 적극 육성하고 해양레저에 관한 인프라를 확충하기 위한 다양한 프로그램개발 및 해양레저 산업의 활성화를 추진하고자 하는 노력을 지속하고 있으며[3], 해양도시의 발전을 이루기 위해서는 지역적 특성에 맞는 해양레저 산업이 이루어져야 할 것이다. 따라서 국내·외 관광객들을 유치할 수 있는 특성화된 프로그램의 해양레저 프로그램의 개발 및 유치가 우리나라 해양도시 저변에 확산되어야 할 것이다.

특히 부산광역시는 국제적인 무역도시로서 천혜의 해안과 도시의 3분의 1이 바다를 접하고 있다는 점에서 해양 도시로 발전하기에 매우 적합하다[4]. 이에 발맞추어 부산광역시는 국제해양레저 이벤트로 2013년부터 현재까지 해양레저산업의 저변을 확산하고 관련 산업분야를 육성하기 위해 해양수산부와 부산광역시가 주최하여 국제해양레저위크(이하: KIMAWEEK)를 시행하고 있다. 이는 국제컨퍼런스, KIMA Awards, 채용정보관·기업홍보관, 해양레저체험행사, 해양레저다큐멘터리 및 부산 국제보트쇼 등의 프로그램을 실시하여 부산광역시의 체계적인 해양레저문화를 창출하고 있다[5].

해양레저 이벤트는 해양레저에 대한 현대인들의 인식에서 새로운 패러다임을 불러왔다. 이로 인해 특수 계층만 누릴 수 있는 고가의 스포츠가 아닌 생활체육으로 누구나 즐길 수 있는 관점에서 지속적인 저변확대가 이루어지고 있다. 일례로 과거 요트를 즐기는 애호가들은 특수 계층만이 누리는 여가활동으로, 참여에 있어서 과시, 사고, 위엄 등이 참여 동기로서의 작용을 하였으

나, 최근에는 이러한 외적동기가 아닌 자기만족, 심신단련, 인격수양 등과 같은 내적인 요소가 주된 참여 동기로 작용하고 있다[6]. 즉, 해양레저 스포츠에 대해 체험 참가자들의 인식변화와 내적인 목표에 관한 분석이 해양레저 스포츠 산업적인 측면에서 중요한 요소로서 필요할 것이다. 따라서 해양레저 스포츠에 대한 새로운 지역 문화를 창출하는데 필요한 체험 참가자들의 다양한 욕구에 관한 연구가 이루어져야 할 것이다.

국내연구에서는 해양레저 스포츠 참가자의 체험요인과 재 참가에 관한 연구가 다수 선행되었다. 특히, 해양레저스포츠 활성화 방안에 관한 연구[7-9]와 해양레저스포츠 진흥을 위한 사회적 환경요인에 관한 연구[10], 해양레저 스포츠의 발전을 위한 정책적 제언[11]과 해양레저 스포츠 관광개발에 관한 주민 찬성도 분석[12] 등은 해양레저스포츠에 사회적 저변 확대를 고려하여 창조적 방안과 기대효과를 중점적으로 다루고 있다. 그러나 해양레저 이벤트에 대한 참여요인과 체험 만족에 관한 구체화된 관계성 연구 또는 재 구매의도에 관한 연구는 거의 이루어지지 못하였다. 본 연구는 부산광역시에서 다년간 진행되고 있는 KIMAWEEK의 방문자 중 요트체험 참가자들의 체험요인과 체험만족과 재참가의도에 관한 연구이다. 참가자들의 재참가를 유도하는데 체험요인이 어떠한 영향을 미치는가를 검증하고 KIMAWEEK의 발전과 동시에 해양레저이벤트의 선진화에 도움이 되고자 하는 데 목적이 있다.

2. 이론적 배경

체험은 체험자가 체험하는 대상의 전체적인 접촉을 말하며[13], 이러한 체험 경험을 통하여 얻게 되는 일련의 과정이라고 할 수 있다[14]. 체험은 단순히 구경만이 아닌 참여하여, 경험하는 것을 의미하며, 실제로 보고, 듣고, 느낌으로써 얻어지는 지식이나 기능의 총체적 의미라고 할 수 있다[15]. 따라서 체험은 체험자의 구매 전 후 마케팅 노력에 의해 제공되는 자극에 대한 반응으로 사건의 직접적인 관찰이나 참여로부터 발생되며, 체험 마케팅은 소비자에게 감각 체험을 제공하여 제품이나 서비스, 장소 등에 대해 보다 강력한 이미지를 갖게 한다[16]. Kao, Huang과 Wu[17]에 의하면 체험요인

은 체험만족과 충성도에 긍정적인 영향을 미친다고 하였으며, 또 다른 선행연구에서는 체험요인이 높을수록 참가자들은 긍정적인 경험을 얻게 되어 즐거움이 배가된다고 하였다[13][18][19]. 즉, 체험자의 체험요인은 체험 후의 소비자 측면에서의 행동에 중요한 요소라고 할 수 있다. 따라서 해양레저스포츠 참가자들의 체험요인을 분석함으로써 참가자의 만족도를 상승시킬 수 있을 것이며, 이를 통해 재 참가를 유도하는 것이 해양레저스포츠를 구축할 수 있는 밑거름이 될 수 있을 것이다.

Oliver와 Bearden[20], Oliver[21]는 체험만족이 소비자의 체험에 의해 발생하는 심리상태로 체험자가 체험을 통해 긍정적인 감정이 많이 충족될수록 만족이 높아지고, 더 나아가 재 구매에 적극적인 의도가 발생한다고 하였다. 즉, 체험만족은 서비스에 대한 만족이라고 할 수 있으며, 참가자들의 체험에 대한 소비 후 체험에 대한 평가를 기반으로 하게 된다[22]. 이러한 체험만족은 체험요소의 다양한 요소가 원인이 되어 체험자에게 즐거움을 선사하게 되고, 결국 관광객들은 재참가와 재구매로 연결된다[13]. 이러한 요인을 바탕으로 실시된 선행연구를 살펴보면, 스포츠 문화관광 축제의 지각된 방문객의 만족도 및 선택속성 연구[23], 스키장 방문자 만족이 재방문의도에 관한 연구[24], 골프장 서비스 만족과 재방문의도의 관계에 관한 연구 등에서 고객들의 서비스 만족이 재방문의도에 영향을 미친다는 연구가 있었으며[25], 나아가 고객만족과 재방문의도와의 영향관계를 보고한 결과에서도 역시 고객만족과 재방문의도와의 긍정적인 영향관계에 있음을 밝혀왔다[26]. 이와 같이 해양레저 이벤트 참가자의 재참가 또는 재구매는 고객확보를 위한 해양레저 스포츠 산업의 잠재적인 수용시장을 형성하는데 중요한 변수가 될 것이다[27].

본 연구는 해양레저 스포츠 산업의 중요한 요소인 해양레저 이벤트 참가자의 체험요인과 이를 통한 체험만족 및 재참가의도와의 관계를 살펴보는 것으로 부산광역시 KIMAWEEK에서 주관하는 요트체험 참가자를 대상으로 양적연구를 실시하였다. 이를 통해 부산광역시 세계적 해양 도시로 거듭나기 위한 하나의 방편으로 해양레저 스포츠 산업 발전을 이루는데 도움이 될 것으로 판단된다. 끝으로 국가적으로 해양레저 스포츠

산업 발전에 도움이 되고자 하는데 본 연구의 목적이 있으며, 이론적 배경을 통한 연구가설은 다음과 같다.

- 가설 1: 체험요인은 체험만족에 영향을 미칠 것이다.
- 가설 2: 체험요인은 재참가의도에 영향을 미칠 것이다.
- 가설 3: 체험만족은 재참가의도에 영향을 미칠 것이다.

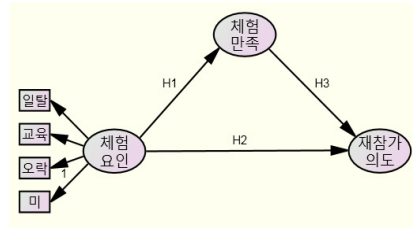


그림 1. 연구모형

II. 연구방법

1. 연구대상

표 1. 참가자 특성

(N=515)

변인	구분	n	%
성별	남	175	34.7
	여	330	65.3
나이(세)	20-29	125	24.8
	30-39	154	30.5
	40-49	183	36.2
	50이상	43	8.5
직업	일반학생	42	8.3
	스포츠전공학생	8	1.6
	사무직	120	23.8
	판매/서비스/영업	33	6.5
	전문기술직	76	15.0
	공무원	27	5.4
	교육연구직	55	10.9
	자영업	29	5.8
체험정보	주부가사	85	16.8
	기타	30	5.9
	TV/라디오	33	6.5
	가족/지인	91	18.0
	친구/동료	68	13.5
	SNS	71	14.1
소득(만원)	인터넷	187	37.0
	기타	55	10.9
	없다	61	12.1
	200미만	102	20.2
	200-400미만	207	41.0
	400-600미만	89	17.6
	600이상	46	9.1

본 연구의 연구대상은 부산광역시 KIMAWEEK 요트체험에 참여했던 참가자 550명이며, 요트체험은 수영만 요트경기장, 더베이101요트클럽, 삼주 다이몬드베이에서 1~3만원정도의 저렴한 금액으로 다양한 요트를 탈 수 있도록 제공된 체험행사이다[5]. 따라서 요트체험에 참가한 대상자를 인터넷 웹상의 모바일 설문회사인 M(www. moaform.com)사의 모바일 설문프로그램을 이용하여 설문조사를 실시하였다. 최종 분석 대상은 총 550명의 대상자 중 모바일 설문지의 응답이 제대로 이루어지지 않거나 본 연구에 사용할 수 없다고 판단되는 35개를 제외한 총 515개를 통계분석자료로 사용하였다. 본 연구대상의 참가자 특성은 [표 1]과 같다. 성별에서 남성은 175명(34.7%), 여성은 330명(66.3%)로 나타났다. 나이는 20-29세가 125명(24.8%), 30-39세가 154명(30.5%), 40-49세는 183명(36.2%), 50세 이상이 43명(8.5%)로 나타났다.

2. 측정도구

KIMAWEEK 요트체험 참가자의 체험요인을 분석하기 위해 본 연구에서 사용한 측정도구는 Pine과 Gilmore[28]의 연구에서 사용된 4가지 체험요인을 교육적(.938), 일탈적(.937), 미적(.935), 오락적(.927) 체험으로 수정하여 사용한 서민정, 임은순, 이소진[29]의 설문을 본 연구의 실정에 맞게 수정하여 사용하였다. 체험요인의 문항수는 총 18문항이고, 일탈적(4문항), 교육적(5문항), 오락적(3문항), 미적(6문항)이며, 선행연구와 동일하게 4가지 하위요인으로 설정하였다. 선행연구에서는 총 문항 수가 21문항이었으나 예비조사와 전문가(전공교수 1인, 체육학 박사 2인)의 내용타당도 분석을 통해 본 연구에서는 3문항을 제외한 18문항으로 설문조사를 실시하였다.

체험만족에 대한 측정도구는 노재현[30]의 연구에서 사용된 단일요인 총 6문항을 본 연구의 실정에 맞게 수정하여 사용하였다. 끝으로 재참가의도에 관한 측정도구는 이상호, 전재균, 이동철[31]의 연구에서 사용된 단일요인 3문항을 본 연구의 실정에 맞게 수정하여 사용하였다. 본 연구는 KIMAWEEK 요트체험 참가자를 대상으로 인터넷 웹상의 모바일 설문 회사인 M(www.

moaform.com)사의 설문 프로그램을 이용하여 조사하였으며, 설문지 문항은 5점 리커트 척도로 “전혀 아니다” 1점, “아니다” 2점, “보통이다” 3점, “그렇다” 4점, “매우 그렇다”를 5점으로 설정하였다.

3. 자료분석

본 연구는 KIMAWEEK 요트체험 참가자의 체험요인이 체험만족 및 재참가의도에 어떠한 영향을 미치는가를 분석하는 것으로 모바일 설문지를 이용하여 설문조사 실시 후 확인된 설문지 중 응답내용이 부실하거나 신뢰성이 없다고 판단되는 설문지를 제외하고 나머지 유용한 설문지 515부를 SPSS(Win. Ver. 21)과 AMOS(Win. Ver. 21)통계프로그램을 이용하여 분석하였다. 개인적 특성에 대한 빈도분석과 문항에 대한 신뢰도 검증, 문항요인에 따른 탐색적 요인분석과 요인간의 상관분석은 SPSS(Win. Ver. 21)을 이용하였으며, 탐색적 요인분석에서 나타난 요인에 대한 확인적 요인분석과 인과관계를 분석하기 위한 구조방정식을 위해 AMOS(Win. Ver. 21)을 이용하였다.

III. 결 과

1. 탐색적 요인분석

본 연구에서는 4개 요인으로 되어있는 체험요인에 대한 요인분석을 실시하였다. 탐색적 요인분석의 요인회전방법은 직각회전 방식인 배리맥스 방식을 적용하였으며, 수집된 자료가 요인분석에 적합한지에 대한 분석으로 KMO지수와 Bartlett의 단위행렬검정을 실시하였다. 그 결과 체험요인의 KMO지수는 .932로 나타나 .80 이상이며, Bartlett의 단위행렬검정 결과는 $p=0.000$ 로 .05보다 낮게 나타나 표본 및 상관행렬이 적절히 나타났음을 알 수 있다. 또한 각 요인에 대한 신뢰도 분석은 내적일관성을 나타내는 Cronbach's α 계수를 산출하였으며, 그 결과 일탈적 체험은 .903, 교육적 체험은 .875, 오락적 체험은 .858, 미적 체험은 .837로 나타나 모든 요인이 .80이상으로 나타났다. 탐색적 요인분석 결과는 [표 2]와 같다.

표 2. 탐색적 요인분석(체험요인)

요인	항목	부하량	고유값	%분산%/누적	Cronbach's α	AVE
교육	Q4 해양레저스포츠 체험은 실질적인 학습 경험이었다	.841	8,348	43.982 / 43.982	.903	.970
	Q1 해양레저스포츠 체험은 나의 지식을 풍부하게 해 주었다	.757				
	Q5 해양레저스포츠 체험은 나에게 교육적이었다	.711				
	Q3 해양레저스포츠 체험은 새로운 것을 느끼고 배우기 위한 나의 호기심을 자극했다	.565				
	Q2 해양레저스포츠 체험에서 많은 것을 느끼고 배웠다	.562				
미	Q14 해양레저스포츠 체험은 세부적인 구도로 관심을 끌었다	.651	1,654	6.953 / 50.935	.875	.962
	Q15 해양레저스포츠 체험은 나의 감성에 즐거움을 주었다	.604				
	Q11 해양레저스포츠 체험 장소에 있는 것만으로도 기분이 좋았다	.580				
	Q12 해양레저스포츠 체험은 흥미로웠다.	.566				
	Q10 해양레저스포츠 체험은 주변경관과 잘 조화가 이루어졌다	.549				
일탈	Q8 해양레저스포츠 체험을 통해 나는 일상에서 완전히 벗어났다	.793	1,343	6.108 / 57.043	.858	.975
	Q7 해양레저스포츠 체험은 다른 사람이 된 것처럼 느끼게 해주었다	.775				
	Q9 해양레저스포츠 체험은 일상적인 생활을 완전히 잊게 해주었다	.745				
	Q6 나는 다른 장소 또는 시간에 있는 것처럼 느껴졌다	.573				
오락	Q18 다른 사람들의 해양레저스포츠 체험 활동을 보니 즐거웠다	.713	1,051	3.460 / 60.503	.837	.953
	Q17 다른 사람들이 해양레저스포츠 체험을 보는 것을 흥겨워했다	.707				
	Q16 다른 사람들이 해양레저스포츠 체험에 참여하는 모습을 보고 즐겼다	.704				

KMO = .932, Bartlett $\chi^2 = 5430.010$, df = 153, p = .000

2. 확인적 요인분석

본 연구의 확인적 요인분석은 탐색적 요인분석을 통해 추출된 체험요인에 대한 4개 하위요인 18문항을 적용하여 분석하였다. 확인적 요인분석에서 나타난 평균 분산추출값(AVE)을 비교한 결과 일탈적 체험은 .970, 교육적 체험은 .962, 오락적 체험은 .975, 미적 체험은 .953으로 나타나 확인적 요인분석의 적합도 지수는 [표 3]과 같이 적합한 수치로 나타났다.

표 3. 확인적 요인분석(체험요인)

χ^2	df	p	CFI	TLI	NFI	RMSEA
422.847	129	.000	.945	.935	.923	.067

3. 상관관계분석

[표 4]는 KIMAWEEK 요트체험 참가자의 체험요인과 체험만족 및 재참가의도와의 상관관계를 분석한 것이다. 독립변수 체험요인의 하위요인인 일탈, 교육, 오락, 미와 종속변수인 체험만족, 재참가의도 모두 높은 상관관계가 있는 것으로 나타났다.

표 4. 각 요인의 상관관계 분석

요인	1	2	3	4	5	6
일탈	1					
교육	.567**	1				
오락	.524**	.544**	1			
미	.638**	.551**	.618**	1		
체험만족	.451**	.578**	.544**	.637**	1	
재참가의도	.499**	.621**	.574**	.589**	.700**	1

*p<.05, **p<.01

4. 인과관계분석

KIMAWEEK 요트체험 참가자의 체험요인이 체험만족 및 재참가의도에 미치는 영향을 분석하기 위해 구조방정식 모형을 이용하였고, 가설검증결과 적합도 지수

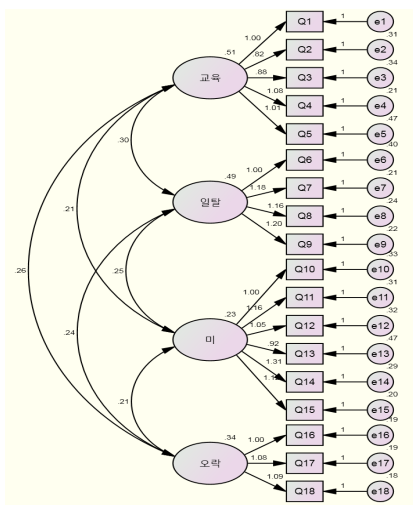


그림 2. 확인적 요인분석 모형

는 [표 5]와 같이 CFI, TLI, NFI의 수치가 .9보다 높게 나타났으며, RMSEA의 수치는 .058로 나타나 적합한 모델이라고 판단할 수 있다.

표 5. 연구모형 적합도

χ^2	df	p	CFI	TLI	NFI	RMSEA
830.467	309	.000	.940	.932	.909	.058

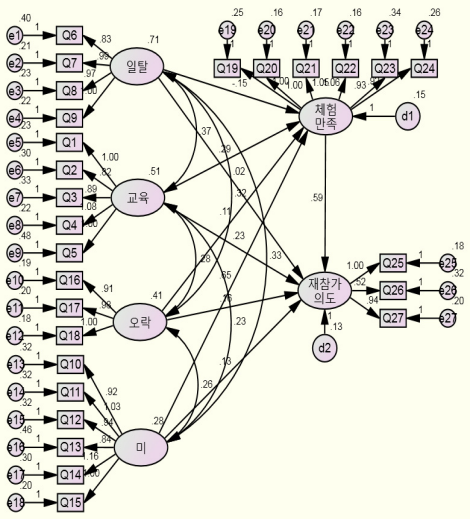


그림 3. 구조방정식 모형

각 가설에 대한 검증 결과는 [표 6]에서 제시한 바와 같이 첫째, 체험요인 중 일탈적 요인과 체험만족의 관계는 표준화 계수값이 -.147로 나타나 체험만족에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났고, 교육적 요인과 체험만족의 관계도 표준화 계수값이 .293으로 나타나 체험만족에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으나, 오락적 요인과 체험만족의 관계도 표준화 계수값이 .064로 나타나 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으나, 오락적

표 6. 연구문제에 대한 경로분석

연구문제	경로	Estimate	S.E.	C.R.	가설채택여부
H1	일탈 → 체험만족	-.147	.046	-3.238	채택
	교육 → 체험만족	.293	.049	6.026	채택
	오락 → 체험만족	.112	.064	1.744	기각
	미 → 체험만족	.654	.100	6.575	채택
H2	일탈 → 재참가의도	.017	.049	.342	기각
	교육 → 재참가의도	.232	.054	4.309	채택
	오락 → 재참가의도	.162	.067	2.415	채택
	미 → 재참가의도	.126	.067	1.116	기각
H3	체험만족 → 재참가의도	.586	.070	8.347	채택

요인과 체험만족은 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다.

둘째, 체험요인과 재참가의도와의 관계에서 체험요인 중 일탈적 요인과 미적 요인은 재참가의도에 표준화 계수값이 .017, .126으로 나타나 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났으나, 반면, 교육적 요인과 오락적 요인은 재참가의도에 표준화 계수값이 .232, .162로 나타나 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

셋째, 체험만족과 재참가의도와의 관계에서는 표준화 계수값이 .586으로 나타나 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

IV. 논의

본 연구는 KIMAWEEK 요트체험 참가자의 체험요인이 체험만족 및 재참가의도에 미치는 영향을 분석한 것으로 연구 결과에 따른 논의는 다음과 같다.

첫째, KIMAWEEK 요트체험 참가자의 체험요인 중 일탈적, 교육적, 미적 요인은 체험만족에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으나, 오락적 요인은 체험만족에 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다.

Oh, Fiore와 Jeung[32]의 연구는 미적체험이 만족도에 영향을 미치는 것으로 나타났고, 하동현[33]의 연구에서도 엔터테인먼트 체험, 교육체험, 미적체험이 만족도에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 손수진, 진병렬[34]의 연구는 본 연구와 유사하게 관광체험요인을 일탈성, 교육성, 심미성으로 구분하였으며, 일탈성과 심미성은 문화관광지 체험을 통해 만족도에 유의한 영향을 미친다고 보고하였다. 또한 해양레저 스포츠 참가자의

체험요인과 만족도에 서민정, 임은순, 이소진[29]의 연구는 체험요인을 교육적 체험, 일탈적 체험, 미적체험, 오락적 체험으로 구분하였고, 체험요인은 만족도에 영향을 미치는 것으로 보고하였으며, Hosany와 Witham [35]도 오락적, 미적체험이 만족도에 영향을 미치는 것으로 보고하였다. 반면, 오락적 체험이 체험만족에 영향을 미친다는 선행연구 결과와 본 연구의 결과는 상반된 결과를 제시하고 있다. 이는 오락적 체험과 체험만족 간에 매개변인 혹은 조절변인으로써 참여자들의 일반적 특성에 따라 오락적 체험과 체험만족의 관계가 다양하게 해석된다는 사실로 유추해 볼 수 있다.

이처럼 선행연구에서는 체험요인의 구성요소에 따라 만족도의 차이가 나타났다. 천덕희[36]의 크루즈 여행에 참여한 여행자들을 대상으로 한 연구에서 심미적 체험과 오락적 체험은 감성에 영향을 미친다고 하였으며, 현실 도피적 체험과 교육적 체험은 여행객들의 즐거움에 영향을 미친다고 밝히며 본 연구결과와 타당성을 뒷받침해 준다. 이처럼 이벤트 참여자들의 체험만족도는 체험요인이 중요한 역할을 담당한다는 사실을 알 수 있다. 이에 요트체험과 같은 이벤트 체험에서 만족의 정도를 높이기 위해서는 좀 더 다양하고 차별화된 체험요인이 제공되어야 할 것이다.

둘째, 체험요인과 재참가의도와의 관계에서 체험요인 중 교육적 요인과 오락적 요인은 재참가의도에 영향을 미치는 것으로 나타났으나, 일탈적 요인과 미적 요인은 재참가의도에 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다.

재참가의도는 개인의 주관적 가치관에 의해 조절되는 것으로 만족도에 유의미한 상관관계에 있다. 특히 한수정[37]은 박람회 체험요소, 즐거움, 만족, 재참가의도에 관한 연구에서 참여자들이 박람회 및 이벤트에 참가하고자 하는 참가의사는 교육적 체험, 오락적 체험, 심미적 체험의 순으로 나타났다고 밝혔다. 또한, 청이엔[38]도 교육적 체험이 가장 높은 것으로 나타났다. 특히, 교육적 요인과 오락적 요인은 해양레저 이벤트 프로그램 특성과 취지의 성향이 잘 드러날 수 있는 요인인 반면 일탈 요인과 미적 요인은 심리적 경험과 즐거움, 자율성이라는 개인의 심리적 특성이 잘 들어난 것으로 추

측해 볼 수 있다. 더욱이, 미적 요인과 일탈 요인은 참가자들의 적극적 참여를 유도할 수 있는 체험영역에 제한되어 있지 않으며, 이것은 일상생활에서 벗어난 새로운 체험을 선호하는 성향을 의미한다.

하동현[33], 청이엔[38], 한숙영, 엄서호[39]의 연구는 일탈을 새로운 체험을 하고자 하는 성향으로 거론한 바 있다. 또한, Schmitt[40]는 개인의 체험 중심적 견해가 대부분 포함된 흥미와 재미를 경험함으로써 참가자의 사후행동의사에 지속적인 영향을 미친다고 하였다. 이는 이벤트 참가자가 프로그램에 대한 새로운 자극과 흥분, 그리고 감각적 즐거움을 추구하고자 하는 욕구를 가지고 있음으로, 재미에 대한 환상, 감정 및 욕구 충족을 우선으로 경험하고자 하는 성향이 높기 때문이다. 이러한 일탈과 미적요인은 새로운 경험을 만족시키기는 하겠지만 교육적인 요인과 오락적인 요인에 비해 보다 적극적인 자극을 추구하게 된다는 점에서 재참가의도에 직접적인 영향을 미치지 못하는 것으로 추측된다.

셋째, 체험만족과 재참가의도와의 관계에서도 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

만족은 제품이나 서비스의 재구입과 밀접한 관계를 형성하는 마케팅 사고의 중심적 개념이다[41]. 이러한 체험만족으로 인해 참가자의 재참가에 대한 소비가 결정된다. 다양한 축제 참가자들을 대상으로 체험만족과 재참가의도와의 관계에 관한 연구에서는 체험만족이 재참가의도와 추천의도에 유의한 영향을 미친다는 연구결과가 나타났다[42-45]. 즉, 체험에 대한 만족도가 추후 참가자들의 행동 즉, 재참가의도에 영향을 미친다는 사실을 확인할 수 있다. 그밖에 국내의 이벤트 체험만족과 재참가의도에 관한 연구에서 박정익, 이미혜[46]는 보령머드 축제의 재방문의사와 만족도에 관한 연구에서 축제 주제나 참여자의 다양한 요구와 욕구, 지각특성, 가치 등을 심층적으로 파악하고, 다양한 마케팅 전략을 수립해야만 더욱 발전된 축제로 거듭날 수 있는 축제를 마련할 수 있을 것이라고 설명하였다. 또한 김경희[47]는 강진청차축제 참가자 412명을 대상으로 참가자의 만족도가 재방문의도와 추천의도에 유의한 영향을 미친다고 밝히고 있으며, 박옥필[48]은 재방문의사와 만족도가 높을수록 추천의도도 높다는 것을

강조하고 있다. 보령머드축제 체험프로그램이나 강진 청자축제프로그램은 해양레저 이벤트 프로그램과 속성의 차이에도 불구하고 체험자가 지각하는 정도는 유사함을 시사하고 있다. 즉, 축제를 제공하고 소모하는 소비자와의 관계 속에서 재참가의도는 소비자의 폭 넓은 관심에 긍정 혹은 부정적인 영향을 미치게 되며, 이러한 관심은 각 지방의 향토 문화적 특성을 지속적으로 유지시키고 성장시키는데 중요한 역할을 수행하게 될 것이다.

이상과 같이, KIMAWEEK 요트체험 참가자의 체험요인은 체험만족 및 재참가의도에 영향력을 가지고 있다는 사실을 확인할 수 있었다. 따라서 KIMAWEEK는 국내 해양레저 스포츠 문화 관광의 저변 확대 및 질적 수준을 향상시키기 위해 매우 필요한 문화 사업 중의 하나가 될 것이다.

V. 결론

본 연구는 해양레저 스포츠 산업의 중요한 요소인 KIMAWEEK 요트체험 참가자의 체험요인과 이를 통한 체험만족 및 재참가의도와의 관계를 살펴보는 것이다. 이에 본 연구는 부산광역시에서 진행되고 있는 KIMAWEEK 요트체험 참가자 515명을 대상으로 인터넷 웹상의 모바일 설문지를 이용하여 설문조사를 실시하였으며, 다음과 같은 결론을 도출하였다.

첫째, 해양레저 이벤트 참가자의 체험요인 중 일탈적, 교육적, 미적 요인은 체험만족에 영향을 미쳤으나, 오락적 요인은 체험만족에 영향을 미치지 않았다.

둘째, 체험요인과 재참가의도와의 관계에서 체험요인 중 교육적 요인과 오락적 요인은 재참가의도에 영향을 미쳤으나, 일탈적 요인과 미적 요인은 재참가의도에 영향을 미치지 않았다.

셋째, 체험만족과 재참가의도와의 관계에서 체험만족은 재참가의도에 유의한 영향을 미쳤다.

해양레저 이벤트에서 체험만족의 정도를 높이기 위해서는 다양하고 차별화된 체험프로그램과 체험요인이 제공되어야 할 것이며, 특히 지역 특색에 부각되는 현

실성 있는 이벤트가 이루어져야 할 것이다. 따라서 본 연구는 부산광역시에서 다년간 진행되어 온 KIMAWEEK 요트체험 참가자들을 통해 체험요인과 체험만족 및 재참가의도를 분석함으로써 세계적인 해양도시로 거듭나게 될 부산광역시의 해양레저 스포츠 산업 발전을 위한 기초자료로 제공될 것이다. 끝으로 본 연구에서는 연구범위가 부산광역시로 제한되어 있으나 추후 해양레저 이벤트 사업이 진행되고 있는 모든 지역을 대상으로 하는 광범위한 연구도 중요할 것으로 판단된다.

참고 문헌

- [1] 김진훈, 노정철, 김기태, “경주 해양관광산업의 경쟁력 강화를 위한 블루오션전략에 관한 연구,” 대한관광경영학회지, 제28권, 제6호, pp.59-81, 2014.
- [2] 이해구, *도심형 해양레저스포츠의 특징적 요소와 기능성 행사 방안*에 관한 연구, 한양대학교, 박사학위논문, 2013.
- [3] 강명구, 김우성, “해양레저스포츠 참여자의 이용실태가 참여동기에 미치는 영향,” 한국사회체육학회지, 제49권, 제1호, pp.401-412, 2012.
- [4] 이근모, “해양 도시 맞춤형 스포츠 교육 연계 모형 탐색: 부산지역을 중심으로,” 한국스포츠사회학회지, 제25권, 제1호, pp.1-17, 2012.
- [5] <http://www.kimaweek.org/>
- [6] 김미량, “요트참가자들의 기본심리육구와 운동참가동기 및 지속적 참여 의도의 구조모형 검증, 한국콘텐츠학회논문지,” 제9권, 제9호, pp.423-431, 2009.
- [7] 박봉률, 강진홍, “해양스포츠 활성화 방안 연구: 거제시의 「바다로 세계로」 프로그램 중심,” 한국스포츠산업경영학회지, 제6권, 제2호, pp.315-332, 2001.
- [8] 박명국, 김성규, “해양레저스포츠 활성화 방안,” 한국스포츠산업경영학회지, 제7권, 제1호, pp.207-225, 2002.

- [9] 김경렬, 박동규, 박재성, “장애인을 위한 해양레저 스포츠 활용 방안,” 한국여가레크리에이션학회지, 제29권, pp.283-292, 2005.
- [10] 지삼업, “해양스포츠 대중화를 위한 사회적 환경 요인 분석,” 한국체육학회지, 제42권, 제6호, pp.241-257, 2003.
- [11] 서동환, 강명구, 이승은, “SWOT분석을 통한 해양레저스포츠 발전 방안 모색,” 디지털융복합연구, 제15권, 제1호, pp.537-546, 2017.
- [12] 신동주, 박진권, “해양스포츠관광개발에 관한 주민찬성도 분석,” 대한관광경영학회지, 제18권, 제3호, pp.1-12, 2004.
- [13] 신동주, “이벤트에서의 체험요소가 체험즐거움, 체험만족 및 행동의도에 미치는 영향,” 관광학연구, 제34권, 제9호, pp.251-270, 2010.
- [14] 김영미, 신홍철, “문화유산 관광동기가 관광체험 및 관광만족에 미치는 영향,” 호텔관광연구, 제17권, 제1호, pp.1-19, 2014.
- [15] 손선미, “체험지향성과 관광축제이벤트의 프로그램, 물리적 요소, 방문의도의 관계,” 이벤트컨벤션연구, 제3권, 제1호, pp.1-23, 2007.
- [16] B. H. Schmitt, *Experiential marketing: How to get customer to sense, feel, think, act, and relate to your company and brands*, New Yor, 1999.
- [17] Y. F. Kao, L. S. Huang, and C. H. Wu, “Effects of theatrical elements on experiential quality and loyalty intentions for theme parks,” *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, Vol.13, No.2, pp.163-174, 2008.
- [18] 하동현, “관광목적적 체험요소가 즐거움에 미치는 영향에 관한 연구,” 한국사지리지학회지, 제22권, 제3호, pp.127-139, 2012.
- [19] 황윤용, 최수아, “축제에서 체험요소가 여자감정 반응 애호행동에 미치는 영향,” 산업경제연구, 제21권, 제5호, pp.2113-2131, 2008.
- [20] R. L. Oliver and W. O. Bearden, “Disconfirmation Processes Consumer Evaluation in Product Usage,” *Journal of Business Research*, Vol.13, No.3, pp.235-246, 1985.
- [21] R. L. Oliver, “Cognitive, Affective, and Attribute Bases of the Satisfaction Response,” *Journal of Consumer Research*, Vol.20, No.3, pp.418-430, 1993.
- [22] 하동현, 김시현, “펜션이용객의 서비스품질, 체험품질, 체험만족, 및 애호도 간의 관계에 관한 연구,” 관광연구, 제25권, 제1호, pp.1-21, 2010.
- [23] 엄태환, 오재근, 문태영, “스포츠 문화관광 축제의 지각된 가치가 방문객의 만족도 및 선택속성에 미치는 영향,” 한국자료분석학회지, 제11권, 제2호, pp.965-980, 2009.
- [24] 장경수, 김형섭, 이위옥, “스키리조트 방문동기, 방문자만족, 행동의도에 관한 연구,” 호텔경영학연구, 제13권, 제1호, pp.29-46, 2004.
- [25] 김병욱, *골프클럽의 서비스품질이 이용자 만족 및 재구매 의도에 미치는 영향*, 동국대학교, 석사학위논문, 2004.
- [26] 서현, *관여에 따른 카지노 이용객의 지각된 가치가 고객만족 및 재방문 의도에 미치는 영향 연구*, 경희대학교, 박사학위논문, 2006.
- [27] 정문현, “해양레저스포츠 체험선택과 체험효과, 체험만족에 관한 연구,” 한국디지털정책학회, 제12권, 제10호, pp.605-613, 2014.
- [28] B. J. Pine and J. H. Gilmore, “Welcome to the experience economy,” *Harvard business review*, Vol.76, pp.97-105, 1998.
- [29] 서민정, 임은순, 이소진, “해양레저스포츠 참여자들의 체험요인과 만족과의 관계연구,” 관광연구저널, 제27권, 제1호, pp.5-21, 2013.
- [30] 노재현, “해양레저스포츠축제 방문자의 체험유형과 체험만족 및 방문의도 간에 구조적 관계모형,” 한국체육과학회지, 제25권, 제2호, pp.505-520, 2016.
- [31] 이상호, 전재균, 이동철, “해양레저스포츠 체험공간 속성이 참가자의 감정적 반응, 만족 및 재참가의도에 미치는 영향,” 관광레저연구, 제22권, 제

2호, pp.467-486, 2010.

[32] H. Oh, A. M. Fiore, and M. Jeoung, "Measuring experience economy concepts: Tourism applications," *Journal of travel research*, Vol.46, No.2, pp.119-132, 2007.

[33] 하동현, "테마파크에서의 체험요소에 관한연구: Pine과 Gilmore의 체험경제이론을 중심으로," *사건지리학회지*, 제19권, 제1호, pp.37-47, 2009.

[34] 손수진, 진병렬, "청계천 수변공간의 관광체험과 문화관광지로서의 만족도간의 관계 연구," *호텔관광연구*, 제31권, pp.95-114, 2008.

[35] S. Hosany and M. Witham, "Dimensions of cruisers' experiences, satisfaction, and intention to recommend," *Journal of Travel Research*, Vol.49, No.3, pp.351-364, 2010.

[36] 천덕희, "크루즈 체험요인이 여행자의 감정적 반응과 인지적 반응에 미치는 영향," *관광학연구*, 제37권, 제9호, pp.186-206, 2013.

[37] 한수정, "박람회 체험요소, 즐거움, 만족, 재 방문 의도 간의 관계 연구," *무역전시연구*, 제10권, 제2호, pp.105-196, 2015.

[38] 청이엔, "크루즈여행 체험요인이 여행자의 감정적 반응과 인지적 반응에 미치는 영향: 체험 경제 이론과 PA 모델을 중심으로," *관광학연구*, 제37권, 제9호, pp.185-206, 2013.

[39] 한숙영, 엄서호, "Pine과 Gilmore의 체험영역모델에 대한 검증: 한산모시축제 체험활동 참가자 만족을 중심으로," *관광학연구*, 제29권, 제2호, pp.131-148, 2005.

[40] B. H. Schmitt, *Experiential marketing: How to get customer to sense, feel, think, act, and relate to your company and brands*, New York, 1999.

[41] 한진수, 현경석, "패밀리레스토랑의 고객가치, 고객만족, 행동의도 간의 구조적 관계에 관한 연구," *호텔경영학연구*, 제18권, 제1호, pp.135-150, 2009.

[42] 손혜경, 윤유식, "축제참가 후의 감정과 미래 행동의도 간 관계에서 자기 결정성(SDT)의 조절효

과 검증," *호텔경영학연구*, 제21권, 제3호, pp.189-204, 2012.

[43] 김영표, "축제만족요인이 재방문의사와 추천의도에 미치는 영향," *한국자료분석학회지*, 제13권, 제1호, pp.533-542, 2011.

[44] 신철, 황성혜, "부산바다축제 방문객의 방문동기에 따른 세분화에 관한 연구," *한국자료분석학회지*, 제12권, 제5호, pp.2877-2894, 2010.

[45] 김영표, 허중욱, "물리적 환경이 방문객 만족도, 재방문의사, 추천의도에 미치는 영향," *한국자료분석학회지*, 제13권, 제5호, pp.2697-2706, 2011.

[46] 박정익, 이미혜, "축제 체험프로그램 참여동기가 몰입과 만족, 재방문의도에 미치는 영향," *한국이벤트컨벤션학회지*, 제7권, 제2호, pp.39-57, 2011.

[47] 김경희, *축제 서비스품질이 축제 이미지와 지각된 가치, 행동의도에 미치는 영향 연구*, 경기대학교, 박사학위논문, 2010.

[48] 박옥필, *문화관광축제의 서비스품질이 만족과 재방문에 미치는 영향 연구*, 경기대학교, 석사학위논문, 2008.

저 자 소 개

김철우(Cheol-Woo Kim)

정희원



- 1999년 2월 : 동아대학교 경영대학원(경영학석사)
- 2006년 8월 : 계명대학교 대학원(관광경영학박사)
- 현재 : 영산대학교 교수

<관심분야> : 레저스포츠경영, 해양레저, 스포츠관광

정 영 수(Young-Soo Jung)

정회원



- 2003년 2월 : 동아대학교 교육대학원(무용교육학석사)
- 2013년 8월 : 동아대학교 대학원(체육학박사)
- 현재 : 동아대학교 겸임교수

<관심분야> : 스포츠심리학, 스포츠교육학

정 우 석(Woo-Suk Chung)

정회원



- 2001년 8월 : 동아대학교 교육대학원(체육교육학석사)
- 2013년 8월 : 동아대학교 대학원(체육학박사)
- 현재 : 동아대학교 시간강사

<관심분야> : 스포츠사회학, 스포츠교육학