

관광객의 축제 참여동기가 만족도 및 행동의도에 미치는 영향

- 백제문화제를 대상으로 -

김 시 중*

The Effect of Tourists' Participative Motivation of a Festival on Satisfaction and Behavior Intention : Case of Baekjae Cultural Festival

Kim, Si-Joong*

요약 : 본 연구는 백제문화제를 중심으로 관광객의 축제 참여동기가 만족도 및 행동의도(재방문 의도 및 추천의도)에 미치는 영향 관계를 규명함에 목적이 있었다. 설문조사표본 287부를 대상으로 빈도분석(frequency analysis), 신뢰도분석(reliability analysis), 요인분석(factor analysis) 및 다중회귀분석(multiple regression analysis)을 실행하였으며, 실증 분석 결과는 다음과 같다. 요인분석결과 5개 요인(신경험·탈일탈성, 가족화합성, 유희·신기성, 백제문화관광성, 사교성)이 추출되었다. 축제 참여동기 요인 중 유희·신기성, 신경험·탈일탈성 및 백제문화관광성 요인이 축제 만족도에 영향을 미치며, 백제문화관광성, 유희·신기성, 가족화합성 및 신경험·탈일탈성 요인의 순위로 재방문의도에 영향을 미치며, 백제문화관광성, 사교성, 유희·신기성 및 가족화합성의 순위로 추천의도에 영향을 미치는 것으로 나타났다.

주요어 : 축제, 참여동기, 만족도, 행동의도, 백제문화제

Abstract : This study aims to examine the effect of tourists' participative motivation of a festival on satisfaction and behavior intention in terms of satisfaction, revisit intention, and recommendation based on Baekjae Cultural Festival. For this study, frequency analysis, reliability analysis, factor analysis, and multiple regression analysis were made. The survey was conducted among 287 samples for the study. The results are as follows: According to the factor analysis, five factors were drawn such as new experience, deviation from daily life, family harmony, amusement & novelty, cultural tour of Baekjae, and sociability. Festival satisfaction was affected by amusement & novelty, new experience & deviation from daily life, and cultural tour of Baekjae, while revisit intention was influenced by cultural tour of Baekjae, amusement & novelty, family harmony, and new experience & deviation from daily life respectively. On the other hand, recommendation was affected by cultural tour of Baekjae, sociability, amusement & novelty, and family harmony respectively.

Key Words : festival, participation motivation, satisfaction, behavior intention, baekjae cultural festival

1. 서론

축제는 유형의 관광매력물에 무형의 매력을 더하여 관광객들이 직·간접적으로 참여하는 관광이 될 수 있도록 각종 행사를 마련함으로써 방문객들에게 특별한 체험과 함께 깊은 인상을 심어주는 것으로 궁극적으로는 긍정적이고 특화된 관광이미지를 창출하는 것이다(김성수, 2005). 그리고 축제는 주어진 관광자원에 특정한 연출을 가미해 부가가치를 극대화하는 가치창조의 작업이다. 과거의 현장을 정태적으로 감상하던 시대에서 지금은 문화예술 형태의 동태적이며 생기를 불어넣는 체험형 관광을 현대 관광객들은 원하고 있다.

세계적 반열에 올라 있는 도시들의 공통점은 축

제를 통해 도시 세일즈(place marketing)를 하고 있다는 점이다. 현대 축제의 중요한 명제 중 하나인 관광 상품화, 산업가치화를 구현하기 위해서는 우선 매력적인 도시로의 포지셔닝이 필요하다. 프로그램만으로는 개척도시를 세일즈하는데 한계가 있을 수밖에 없다.

하루가 다르게 급변하는 관광트렌드 변화에 따라 민간부문은 말할 것도 없고 정부부문에서도 새로운 관광정책을 선도하기 위해서는 끊임없이 미래 트렌드의 불확실성에 촉각을 세우고 이에 대한 대응태세를 갖추는 미래주의 전략이 시급하다. 관광트렌드 변화의 최근 추세 가운데 대표되는 것은 멀티 컬러 관광소비가 점차 확대되고 있다는 점이다. 이에 향후의 관광정책방향은 다문화주의를 고

* 우송대학교 호텔관광경영학과 교수(Professor, Department of Hotel & Tourism Management)(sjkim@wsu.ac.kr)

려하는 관광 개방성의 확대가 요구되며, 전통적 가치와 현대적 가치가 조화를 이룬 관광상품 개발이 요구되고 있다(한국문화관광연구원, 2010).

지방정부가 주최하는 지역축제는 축제 자체의 수익성에 초점을 둔 민간 축제이벤트와 달리 지역의 이미지를 제고하고 지역관광을 활성화하기 위한 지역발전 전략의 하나이다. 백제문화제는 2011년까지 57회에 걸쳐 개최된 국내의 대표적인 문화축제이다. 그러함에도 불구하고 백제문화제는 문화관광부 선정의 우수 문화관광축제로 지정되지 못하고 있는바, 이는 백제문화제가 실제로 지역관광의 잠재적 수요확대로 연결되지 못한 것에 기인한 것이다(충청남도, 2008). 구체적으로 백제문화제가 안고 있는 문제점 중 첫 번째로는 프로그램의 유사함과 빈곤함을 꼽을 수 있다. 축제마다 차별화, 특화를 이루지 못하는 가장 큰 이유는 바로 이미 만들어져 있는 프로그램의 조합과 나열로 축제를 채우고 있기 때문이다. 프로그램 빈곤은 곧 축제 경쟁력 상실로 이어져 빈곤의 악순환을 유발하고 있다. 이러한 이유로 본 연구는 공주·부여 지역의 백제문화제를 연구대상으로 선정하였다.

최근의 관광트렌드가 전례 없는 방식으로 결합하고 상호작용하면서 관광산업에 유례없는 위협과 기회를 동시에 안겨주고 있다. 이러한 변화는 기업중심의 공급환경 변화에 의해서도 촉발되지만 관광객의 행태변화에 의해서도 유발되면서 다면적이고 복합적인 양상으로 전개되고 있다.

오랜 기간 동안 국내의 대표 문화축제로 백제문화제가 개최되고 있으나 방문객들의 방문행태에 대한 연구는 부족한 실정이다.

지역축제가 지역차원에서 외래관광객을 유치시켜 많은 관광객을 유치하기 위한 목표를 달성하기 위해서는 참가자의 동기에 대한 연구가 매우 중요하다고 판단된다. 물론 축제참여동기에 대한 연구로 김성수(2005), 이장주(2003), 김병원(2008) 등의 연구가 있으나, 축제참여동기가 만족도 및 행동의도와와의 영향관계에 관해 확인한 연구결과는 거의 없다고 할 수 있다(박준범, 2011).

이에 본 연구에서는 백제문화제 방문객을 대상으로 설문조사를 실시하여 관광객의 축제 참여동기가 만족도 및 행동의도(재방문 의도 및 추천의도)에 미치는 영향 관계를 규명함에 목적이 있다.

2. 이론적 고찰

1) 참여동기

관광동기는 잠재관광객으로 하여금 관광행동을 일으키도록 하는 관광요구를 의사결정을 통하여 행동으로 나타내는 힘을 말한다. 따라서 관광동기는 관광행동을 일으키게 하는 중요한 요인으로서 인간이 관광을 통해서 만족을 얻고자 할 때 발생한다(이장주, 2003).

축제에 대한 효과적인 마케팅 전략을 수립하기 위해서는 방문객이 축제에 방문하려는 결정에 이르도록 작용한 참여동기를 알아보는 것은 매우 중요하다. 축제에 방문하려는 결정도 어느 특정한 욕구를 만족하려는 동기에서 촉발되는 행위라고 볼 수 있는데, 동기화는 욕구의 상태나 선택을 개발하고 기재된 만족스러운 결과에 이르게 하기 위해 다른 종류의 행위로 나타나게 하는 동적인 힘이라 할 수 있다(김경우, 2011).

축제 방문객의 방문동기를 이해하려고 노력하는 이유로는 다음의 세 가지를 들 수 있다. 첫째, 축제 상품이나 서비스가 방문객들의 욕구를 충족시키지 못하면 그들은 구매하지 않기 때문에 이벤트 프로그램을 효과적으로 개발하고 판매하기 위해서는 동기를 확인하는 작업이 선행되어야 한다.

둘째, 동기를 확인한다는 것은 만족도와 밀접하게 관련되어 있다. 따라서 이벤트 매니저는 만족도를 모니터링 하기 위하여 방문객의 욕구를 잘 파악해야 한다. 셋째, 동기를 확인한다는 것은 효과적인 촉진 프로그램을 개발하는데 용이하게 한다(이창기·이태희, 2000).

축제동기 이론은 관광동기 이론을 기초로 하여 다양하게 접근되고 있다. 축제 참여동기 관련 국내외 선행연구를 분석하면 다음에 제시된 바와 같이 4~7개의 참여동기 요인이 연구결과 제시되고 있으며 세부적으로는 <표 1>에 제시된 바와 같다.

2) 만족도

만족이란 서비스상품의 소비경험에서 발생한 결과와 평가과정에서 자신의 경험을 근거로 하여 서

표 1. 선행연구지별 축제 참여동기 요인 연구

연구자	연구대상	참여동기 요인
국외	Uysal, Gahan & Martin(1993) 미국 사우스캐롤라이나주의 'Corn Festival'	일상탈출, 흥분·스릴, 신비감, 사교성, 가족친화성
	Schneider & Backman(1996) 요르단의 'Jerash Festival'	가족친화성·사교성, 사회여가성, 축제속성, 일상탈출, 흥분
	Crompton & McKay(1997) 미국의 텍사스 샌안토니오 'Fiesta'	문화탐구, 신비성·회귀성, 안정성, 지인간 사교성, 타인간 사교성, 군집성
국내	이충기·이태희(2000) 경주세계문화엑스포	문화경험성, 신기체험성, 가족친화성, 탈일상성, 사교성
	이창호(2001) 강진청자문화제	사교성, 교육성, 탈일상성, 가족화합성, 유희성, 신기성
	이장주(2003) 진도영등축제	화합성, 유희성, 친교성, 탈일상성, 신기성, 문화성
	김성수(2005) 충주 세계무술축제	사교성, 화합성, 유희·신기성, 탈일상성, 문화성
	김병원(2008) 담양대나무축제와 보성다향제	축제유희성, 일상탈출성, 친화성, 신기성
김경우(2011) 2010세계대백제전	가족화합성, 친교성, 유희성, 신경험성, 백제문화관광성, 탈일상성	

자료: 선행연구를 토대로 논자 작성

비스상품의 기대수준과 실제로 얻은 수준과 비교를 통하여 생긴 주관적 판단의 감정 상태로서(김창수, 2005) 방문자가 서비스경험 전체에 대하여 사후에 그 이미지를 평가하는 것으로 전체 경험에 대한 일종의 태도라고 할 수 있다(박준범, 2011).

지역축제에서의 만족은 방문객이 사전에 지역축제에 대한 정보를 인지하고 경험한 결과 동일하거나 기대이상의 결과를 느끼는 심리적, 감정적 상태라고 정의 할 수 있다(서희석·이동기, 2000). 최근 지역축제 참가한 방문객의 만족도는 축제 서비스품질에 의하여 영향을 받고 있다는 연구 결과들이 제시되고 있다(Lee, 2006; 박건실, 2004).

3) 행동의도

축제에서의 행동의도는 두 가지로 구분할 수 있다. 재방문 의도는 축제 서비스품질의 체험에서 방문객이 다시 방문할 의사가 있는지에 대한 의미이며, 추천의도는 타인에게 체험한 축제에 대해 타인에게 긍정적으로 추천할 의도가 있는지를 의미한다. 일반적으로 축제 만족의 결과는 매우 다양하게 나타나는데, 긍정적 결과인 만족은 재방문할 의도가 높다고 볼 수 있고, 방문객들이 축제방문에 대한 전반적인 만족도가 높을수록 재방문의

도가 커진다고 할 수 있다(최원영, 2006). 지역축제에 참여한 방문객들의 만족은 방문객의 재방문, 축제의 관계지속가능성과 지역발전의 기여 측면에서 매우 중요한 의미가 있다(김창수·전대희, 2007). 결국 지역축제 서비스품질은 지역축제의 전반적인 만족도에 중요한 영향을 미치고 있으므로 축제서비스 품질은 지역축제 방문객의 행동의도는 지역 축제에 영향을 미치는 중요한 선행요인이며 이는 방문객의 행동의도에도 영향을 미친다고 할 수 있다(박준범, 2011).

국내 선행연구(이유재·이준엽, 2000; 이애주·박대환·박진우, 2003; 김희철·김민철·부창산, 2007, 장양례·김혜영, 2007, 이정실, 2008; 황춘기, 2009) 검토결과 고객만족도가 높은 고객은 재구매에 정(+)의 영향관계를 미치는 것으로 모든 연구에서 파악되었으며, 분석결과 서비스 제공자에 대한 고객만족이 재방문의도 등의 고객 충성도에 유의한 영향을 미친다고 볼 수 있다.

국외 선행연구(Oliver, 1980)결과 고객은 특정한 소비행위와 관련하여 다른 고객의 경험을 전해 듣거나 그러한 경험으로부터 정보를 획득하게 되는데 특별히 지각된 경우에는 구전에 의한 정보의 획득은 소비자에게 정보의 원천으로 큰 기여를 하게 되며, 또한 고객은 상업광고보다는 친구나 이웃,

관광객의 축제 참여동기가 만족도 및 행동의도에 미치는 영향

가족 등의 준거집단으로부터의 정보를 더욱 신뢰하려는 경향이 있는 것으로 나타났다. 한편, 만족과 구매 후 태도인 재구매 의도 및 추천의도는 정(+)의 관계가 존재하는 것으로 제시하고 있다.

3. 연구대상 축제 현황

1) 백제문화제 행사 개요 및 연혁

백제문화의 유품을 되살리고 민족문화의 중흥을 다짐하는 취지에서, 1955년 부여군민이 민간 주도로 부여 부소산성에 제단을 설치하여 백제 3층신인 성충, 흥수, 계백에게 제향하고, 낙화암 아래 백마강(금강)에서 수륙제를 열면서 시작되었다. 1957년 삼층사를 건립하고 제향하였으며, 1965년 충청남도주최로 이양된 뒤 규모가 커졌다.

한편, 공주시에서도 백제의 전성기인 문주왕, 삼근왕, 동성왕, 무령왕을 추모하는 제례가 공주향고 집전으로 해마다 열리고 있었다. 그러던 중에 부여의 백제문화제(당시 명칭: 백제대제)가 종합축제가 되는데 자극을 받아, 1967년부터 백제문화제로 명칭을 바꾸어 종합문화축제로 변경·개최하였다. 1974년부터 공주와 부여 외에 대전에서도 함께 거행하였으나, 1979년부터는 대전을 제외하고 공주와 부여에서 홀수년과 짝수년에 번갈아 실시하였다. 2007년부터 양시, 군에서 개최되던 운영방식을 통합하여 공주와 부여에서 동시에 열렸으며, 2010년에는 세계대백제전이라는 명칭으로 개최되어 세계적인 역사문화축제로 도약할 수 있는 기반을 마련하였다(http://www.baekje.org).

백제문화선양위원회가 주최하고 문화관광부, 충청남도, 한국문화예술진흥원 등이 후원한다. 연평균 출연인원은 약 1만 2000명이고, 문주왕 웅진성 천도의식 및 행차, 사왕, 추모제, 무령왕 즉위식 등의 행사가 해마다 다양하게 펼쳐진다.

2) 백제문화제 주요 프로그램

제57회 백제문화제는 2011년 10월 1일부터 9일까지 충남 공주시와 부여군 일원에서 매년 개최되는 축제로 주요 프로그램은 다음과 같다.

표 2. 2011년 백제문화제의 주요 프로그램

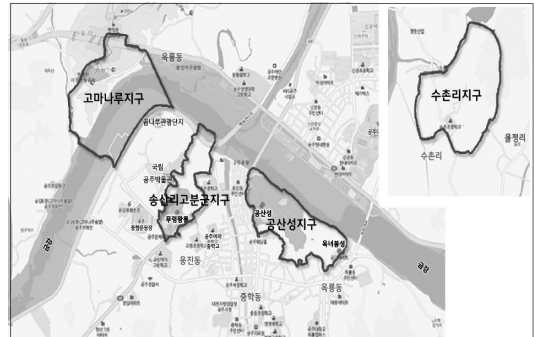
구분	내용
공식행사	개막식(공주시 둔치) 폐막식(부여군 구드래)
특별행사	퍼레이드 교류왕국 대백제 대백제 기마군단행렬 웅진성 퍼레이드 백제역사문화행렬
보조프로그램	국제창작무용경연대회 전국교백일장대회 백제문화상품개발공모전 매사냥시연
시군프로그램	백제마을 체험 백제 문화속으로 백제의 빛 금강의 꿈 대백제 군열무식 웅진골장터 백제성왕사비천도

출처: http://www.baekje.org

2011년의 제57회 백제문화제의 주요 프로그램은 공식 및 특별행사 그리고 보조프로그램 및 시군프로그램으로 구성되어 있다.

3) 백제문화제 개최 지역: 공주 및 부여

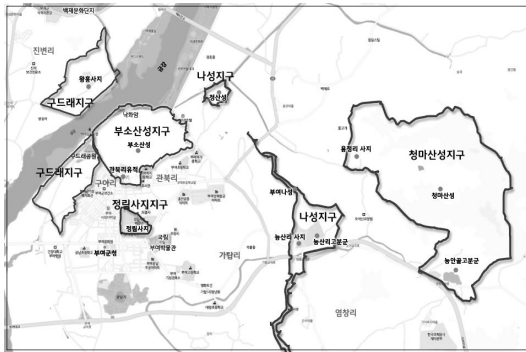
백제문화제는 이전에 공주·부여에서 윤번제로 개최하던 행사를 2007년에 백제문화제추진위원회를 설립하여 공주·부여를 통합하여 개최되고 있다. 매년 개최되는 백제문화제의 공주지역의 백제역사문화지구는 다음의 <그림 1>에 제시된 바와 같다.



출처: http://www.baekje.org

그림 1. 공주 지역의 백제역사문화지구

또한 부여지역의 백제역사문화지구는 다음 <그림 2>에 제시된 바와 같다.



출처: <http://www.baekje.org>

그림 2. 부여 지역의 백제역사문화지구

4. 연구 설계

1) 연구모형

본 연구의 목적은 백제문화제를 중심으로 관광객의 축제 참여동기가 방문객 행동의도(만족도, 재방문의도 및 추천의도)에 미치는 영향을 파악하고자 하는 것이다. 이러한 연구목적을 달성하기 위하여 이론적 고찰을 근거로 관광객의 축제 참여동기 및 행동의도를 주요 변수로 설정하였다. 이론적 고찰에서 도출한 요인에 근거하여 본 연구의 연구모형을 제시하면 <그림 3>과 같다.

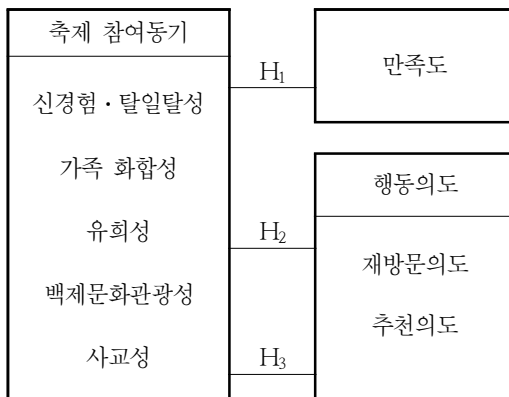


그림 3. 연구모형

2) 연구가설의 설정

본 연구는 관광객의 축제 참여동기가 행동의도에 미치는 영향관계를 파악하기 위하여 연구모형을 설정하고 이를 근거로 가설을 설정하였다. 본 연구에서는 이론적 고찰에서 논의된 선행연구와 연구모형의 인과관계에 따라 3개의 가설을 설정하였다.

- H₁: 관광객의 축제 참여동기는 만족도에 영향을 미칠 것이다.
- H₂: 관광객의 축제 참여동기는 재방문의도에 영향을 미칠 것이다.
- H₃: 관광객의 축제 참여동기는 추천의도에 영향을 미칠 것이다.

3) 조사대상과 방법

본 연구의 분석대상 축제는 백제문화제로 선정하였으며, 설문조사는 행사 기간인 2011년 10월 1일부터 9일까지의 기간 중에 5일 간 실시되었다. 표본집단의 선정은 백제문화제 방문객 중 행사 체험자로 제한하였다. 표본은 편의표본추출방법에 의해 추출되었으며, 설문방식은 면접에 의해 축제 방문객이 직접 설문지에 기입하는 자기기입식 설문지법이 활용되었다. 설문조사는 총 350부의 조사 표본에서 63부의 불성실 표본을 제외한 287부의 유효 표본을 분석의 기초자료로 활용하였다.

표 3. 조사표본 설계

구 분	내 용
조사기간	2011년 10월 1일~9일의 기간 중 5일간 실시
표본집단	백제문화제 행사를 체험한 방문객
표본추출방법	편의표본추출방법
설문지역	행사장 전 지역
조사 및 설문 방법	면접에 의한 자기기입식 설문지법
조사 및 유효 표본 수	조사 표본 수: 350부 유효 표본 수: 287명(82.0%)

4) 설문지 구성

표 4. 설문지 구성

변수	항목 수	출처	척도 유형
축제 참여동기	24	이충기·이태희(2000), 이창호(2001), 이장주(2003), 김성수(2005), 김경우(2011)	Likert 5점척도
행동의도 (만족도, 재방문의도, 추천의도)	3	최낙환·박소진(2001), 한상린(2004), 이애주·박대환·박진우(2003), 김경우(2011)	Likert 5점척도
인구 사회적 특성	5	논자작성	명목척도

설문문항에서 축제 참여동기에 관련된 변수는 선행연구에서 제시된 변수를 선별하여 활용하였으며, 행동의도는 만족도, 재방문의도 및 추천의도로 구분하여 설문을 구성하였다. 분석 척도유형에서는 축제 참여동기 및 행동의도에 관한 문항은 리커트(Likert) 5점 척도를, 그리고 인구통계적 특성에 관한 문항은 명목척도를 사용하였다.

5) 분석방법

설문조사에 의해 수집된 자료는 분석의 성격 및 척도의 종류 등을 고려하여 이에 부합되는 통계분석 기법을 활용하였다. 자료의 분석은 통계분석 프로그램 SPSS Statistics 19.0에 의해 빈도분석(frequency analysis), 신뢰도분석(reliability analysis), 요인분석(factor analysis) 및 다중회귀분석(multiple regression analysis)을 실행하였다.

5. 실증분석 결과

1) 표본의 인구사회적 특성

분석에 이용된 모집단 287명의 인구통계적 특성을 파악하기 위한 빈도분석 실시결과는 다음과 같다. 응답자의 성별은 남성 55.1%(158명) 및 여성 44.9%(129명)으로 나타났다. 연령은 20대 26.1

%, 30대 24.7%, 50대 이상 22.3%, 40대 19.5% 및 10대 7.3%의 순으로 파악되었다. 결혼여부는 기혼이 64.1%인 184명 미혼이 35.9%인 103명으로 분석되었다. 학력은 고졸이하가 43.2%로 가장 높은 비율을 나타냈으며, 이어서 4년제 대학이 28.6%의 순으로 높게 나타났다. 응답자의 직업은 사무직/공무원이 20.9%, 농수산업 19.5%, 학생 16.7%, 전문직 12.2%의 순으로 파악되었다. 한편 월소득은 200~300만 원이하가 가장 높은 비율인 28.2%로 파악되었으며, 500만 원 이상은 가장 낮은 6.3%이 비율을 나타내고 있다.

표 5. 표본의 인구사회적 특성 (N=287)

구분	변수	빈도	비율(%)
성별	남성	158	55.1
	여성	129	44.9
연령	10대	21	7.3
	20대	75	26.1
	30대	71	24.7
	40대	56	19.5
	50대 이상	64	22.3
결혼여부	미혼	103	35.9
	기혼	184	64.1
학력	고등학교 이하	124	43.2
	전문대	64	22.3
	4년제 대학	82	28.6
	대학원 이상	17	5.9
직업	농수산업	56	19.5
	사무직/공무원	60	20.9
	자영업/서비스직	33	11.5
	전문직	35	12.2
	생산기술직	8	2.8
	학생	48	16.7
	주부	31	10.8
	기타	16	5.6
월소득	100만 원 이하	39	13.6
	100~200만 원이하	61	21.3
	200~300만 원이하	81	28.2
	300~400만 원이하	57	19.9
	400~500만 원이하	31	10.8
500만 원 이상	18	6.3	

2) 측제 참여동기의 신뢰도 및 타당성 분석

측제 참여동기에 대한 신뢰도 및 타당성 검정을 위하여 신뢰도 분석 및 요인분석을 실시하였다. 신뢰성 검정을 위하여 크론바하의 알파값(Cronbach's alpha)을 이용하였다. 일반적으로 사회과학분야의 연구에서는 알파 값이 .60 이상이면 측정항목의 신뢰도에는 별 문제가 없는 것으로 간주되고 있다 (Van De Ven & Ferry, 1980).

분석결과, 본 연구에서 적용하고 있는 측제 참여동기에 대한 각각의 알파 값은 .6 이상으로 이들 항목들이 각 요인에 관하여 내적 일관성을 지니고 있는 것으로 나타났다. 예를 들면 8개의 측정변수들이 요인1, '신경험·탈일탈성'이라는 동일한 개념으로 구성되어 있음을 신뢰도 분석($\alpha=.936$)을 통하여 알 수 있다. 따라서 특정 항목을 제거할 필요가 없으며 이들 8개 변수를 평균하여 하나의 요인으로 활용할 수 있다. 이와 같은 기본적인 가정과 제약조건에 따라 구체적인 측제 참여동기 요인들의 신뢰성 검정결과는 다음의 표에 제시된 바와 같다.

한편 측제 참여동기 변수들의 개념타당성 (construct validity) 검정을 위하여 요인분석을 이용하였다. 요인분석에 있어 기본적인 가정은 표본수가 50개 이상이어야 하며 요인분석에 사용되는 항목수의 4배에서 5배가 되어야 요인의 안정성을 가질 수 있다(Hair·Anderson·Tatham·Black, 1995). 이에 본 설문조사에 287부의 설문문이 이루어져 요인의 안정성에는 문제가 없는 것으로 판단된다.

요인적재값에 있어 일반적인 기준은 ± 0.3 이상이면 유의하다고 보는 견해도 있지만 본 연구에서는 .4 이상인 경우를 적용하여 매우 높은 적재량에 대한 유의성을 나타내고 있다. 기타 요인분석에 있어 요인 추출은 주성분분석(principle component analysis: PCA)법을 이용하였으며, 요인회전에 있어서는 요인들 간의 상호독립성을 검정하는데 유용한 베리맥스(varimax)법에 의한 직교회전(orthogonal rotation)방법을 사용하였다. 이는 요인추출시 요인수 및 정보손실을 최소화 하는데 유용하기 때문이다(정충영·최이규, 2003).

본 연구에서 총 24개의 측제 참여동기 변수들에 대한 요인분석결과 요인적재량이 0.4이상인 측

제 참여동기 변수가 5개의 요인으로 추출되었다.

그리고 변수들 간의 상관관계가 다른 변수에 의해 설명되는 정도를 나타내는 KMO(Kaiser-Meyer-Olkin)의 값은 .895로 나타나 요인분석을 위한 변수선택이 바람직함을 알 수 있다. 또한, 요인분석 모형의 적합성 여부를 나타내는 바르렛트(Bartlett)의 구형성검정치인 근사 카이제곱이 5,009.865이며 유의확률값이 .000이므로 공통요인이 존재한다고 볼 수 있다.

따라서 본 연구에서 이용하고 있는 측제 참여동기 설문 문항들에 관한 요인분석은 별 문제가 없는 것으로 판단되었다. 이 같은 기본적인 가정과 제약조건에 따라 측제 참여동기 변수들의 타당성 검정결과는 <표 6>에 제시된 바와 같다.

요인분석결과 추출된 5개 요인의 총분산 설명력인 요인별 설명 분산력의 누적분산율은 71.710%로 나타났다. 추출된 5개 요인은 요인1: '신경험·탈일탈성', 요인2: '가족화합성', 요인3: '유희·신기성', 요인4: '백제문화관광성', 요인5: '사교성'으로 명명하였다.

각 요인은 요인을 구성하는 항목(변수)들과 높은 요인적재량을 보여주고 있어 이들 항목들이 요인과 상호 관련성이 있는 것으로 판단 할 수 있다. 이와 같이 방법으로 요인2, 요인3, 요인4 및 요인5에 대한 결과를 적용하여 분석할 수 있다.

3) 가설 검증

(1) 가설 H1의 검증

가설 H1을 검증하기 위하여 측제 참여동기 요인을 독립변수로 하고 만족도를 종속변수로 설정하여 다중회귀분석을 실시하였으며 분석결과는 다음과 같다.

측제 참여동기요인과 만족도간의 회귀분석결과, R^2 값은 0.377로 전체 설명력은 37.7%이며, p-value는 0.000으로 회귀방정식이 통계적으로 유의한 것으로 나타났다. 회귀분석결과 측제 참여동기요인 중 신경험·탈일탈성, 유희·신기성 및 백제문화관광성 요인이 만족도에 통계적으로 유의한 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다. 측제 참여동기가 만족도에 미치는 영향력의 상대적 중요도는 유희·신기성, 신경험·탈일탈성 및 백제문화관광성

표 6. 축제 참여동기에 대한 신뢰도 및 타당성 분석 결과

속 성	적재값				
	요인1	요인2	요인3	요인4	요인5
요인1(신경험·탈일탈성)					
새로운 장소를 보기 위해	.721				
생활과 삶의 여유를 갖기 위해서	.663				
새로운 것들을 보기 위해서	.661				
새로운 것을 발견하기 위해서	.659				
기분전환이 반복되는 생활을 벗어나기 위해	.648				
스트레스를 벗어나고 싶어서	.635				
삶을 되돌아보는 기회를 갖기 위해	.621				
지역의 유물유적문화재를 보고 싶어서	.573				
요인2(가족화합성)					
가족의 결속을 높이기 위해		.881			
가족과 함께하기 위해		.860			
온가족이 축제를 즐길 수 있기 때문에		.783			
나의 가족의 문화생활의 질을 높이기 위해		.691			
요인3(유희·신기성)					
불거리와 체험거리가 마음에 들어서			.859		
축제자체가 독특하기 때문에			.840		
축제프로그램이 재미있고 흥미 있어서			.803		
프로그램과 공연을 즐기기 위해			.704		
요인4(백제문화관광성)					
백제에 대한 관심이 많아서				.796	
방문지역의 관광을 위해서				.718	
스릴과 자극을 얻기 위해서				.692	
지역의 문화와 문화재에 관심이 있어서				.680	
요인5(사교성)					
이성을 만나기 위해					.851
비슷한 사람들과 어울리기 위해서					.849
새로운 사람을 만날 수 있어서					.827
특별한 사람들과 시간을 갖기 위해					.582
고유값(eigen value)	17.236	5.383	3.078	2.485	1.854
분산율(%)	41.149	12.851	7.350	5.933	4.427
누적 분산율(%)	41.149	54.000	61.349	67.282	71.710
KMO	.895				
Bartlett 구형성검정치	5,009.865				
유의확률	.000				
Cronbach's α	.936				

요인의 순위로 파악되었다.

(2) 가설 H2의 검증

가설 H2를 검증하기 위하여 축제 참여동기 요인을 독립변수로 하고 재방문의도를 종속변수로 설정하여 다중회귀분석을 실시하였으며 분석결과는 다음과 같다.

축제 참여동기와 재방문의도간의 회귀분석결과,

R²값은 0.289로 전체 설명력은 28.9%이며, p-value는 0.000으로 회귀방정식이 통계적으로 유의한 것으로 나타났다. 회귀분석결과 축제 참여동기요인 중 신경험·탈일탈성, 가족화합성, 유희·신기성 및 백제문화관광성 요인이 재방문의도에 통계적으로 유의한 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다. 축제 참여동기가 재방문의도에 미치는 영향력의 상대적 중요도는 백제문화관광성, 유희·신기성,

표 7. 축제 참여동기와 만족도간의 회귀분석 결과

독립변수	비표준화 계수		표준화 계수	t	유의확률
	B	표준오차	베타		
(상수)	4.397	.058		79.894	.000
신경험·탈일탈성	.362	.058	.295	6.269	.000
가족화합성	.075	.058	.061	1.294	.197
유희·신기성	.598	.058	.487	10.349	.000
백제문화관광성	.267	.058	.218	4.627	.000
사교성	.051	.058	.041	.880	.380
R-square=.377 F=34.053 p-value=.000					

표 8. 축제 참여동기와 관광객 재방문의도간의 회귀분석 결과

독립변수	비표준화 계수		표준화 계수	t	유의확률
	B	표준오차	베타		
(상수)	4.219	.076		57.489	.000
신경험·탈일탈성	.257	.076	.170	3.373	.001
가족화합성	.359	.076	.237	4.710	.000
유희·신기성	.426	.076	.282	5.599	.000
백제문화관광성	.517	.076	.341	6.786	.000
사교성	.133	.076	.088	1.743	.082
R-square=.289 F=22.800 p-value=.000					

가족화합성 및 신경험·탈일탈성 요인의 순위로 나타났다.

(3) 가설 H3의 검증

가설 H3을 검증하기 위하여 축제 참여동기 요인을 독립변수로 하고 추천의도를 종속변수로 설정하여 다중회귀분석을 실시하였으며 분석결과는 다음과 같다.

축제참여동기와 추천의도간의 관계를 회귀분석한 결과, R²값은 0.251로 25.1%의 설명력이 있는 것으로 나타났다. 축제 참여동기 요인 중 신경험·탈일탈성을 제외하고 가족화합성, 유희·신기성,

백제문화관광성 및 사교성 요인이 통계적으로 유의한 영향을 미치고 있는 것으로 분석되었다. 축제 참여동기가 추천의도에 미치는 영향력의 상대적 중요도는 백제문화관광성, 사교성, 유희·신기성 및 가족화합성 요인의 순위로 나타났다.

(4) 가설 검증결과 요약

가설 검증결과를 요약하여 제시하면 다음의 <표 10>에 제시된 바와 같다. 가설 H1, H2 및 H3은 모두 채택되었으며, 축제 참여동기가 관광객 행동의도의 만족도, 재방문의도 및 추천의도 모두에 영향을 미치는 요인은 유희·신기성 및 백제문화

표 9. 축제 참여동기와 추천의도간의 회귀분석 결과

독립변수	비표준화 계수		표준화 계수	t	유의확률
	B	표준오차	베타		
(상수)	4.108	.089		53.392	0.000
신경험·탈일탈성	.172	.089	.099	1.925	0.055
가족화합성	.352	.089	.204	3.949	0.000
유희·신기성	.358	.089	.207	4.011	0.000
백제문화관광성	.559	.089	.324	6.273	0.000
사교성	.393	.089	.228	4.412	0.000
R-square=.251 F=18.842 p-value=.000					

표 10. 가설검증 결과

가설	독립변수	종속변수	채택 여부	통계적 유의 요인 (상대적 중요도 순위별)
가설 H1	축제 참여동기	만족도	채택	① 유희·신기성, ② 신경험·탈일탈성, ③ 백제문화관광성
가설 H2	축제 참여동기	재방문의도	채택	① 백제문화관광성, ② 유희·신기성, ③ 가족화합성, ④ 신경험·탈일탈성
가설 H3	축제 참여동기	추천의도	채택	① 백제문화관광성, ② 사교성, ③ 유희·신기성, ④ 가족화합성

관광성으로 나타났다. 그러나 사교성 요인은 추천 의도에 영향을 미치는 것으로 파악되었다.

6. 결론 및 시사점

본 연구는 백제문화제를 중심으로 관광객의 축제 참여동기가 행동의도(만족도, 재방문 의도 및 추천의도)에 미치는 영향 관계를 규명함에 목적이 있었다. 설문조사표본 287부를 대상으로 빈도분석(frequency analysis), 신뢰도분석(reliability analysis), 요인분석(factor analysis) 및 다중회귀분석(multiple regression analysis)을 실행하였으며, 실증분석 결과는 다음과 같다.

첫째, 요인분석결과 5개 요인(신경험·탈일탈성, 가족화합성, 유희·신기성, 백제문화관광성, 사교성)이 추출되었다.

둘째, 가설 H1에 대한 검증결과, 축제 참여동기 요인 중 유희·신기성, 신경험·탈일탈성 및 백제문화관광성 요인의 순위로 축제 만족도에 중요한 영향을 미치며 통계적으로 유의한 것으로 나타났다. 가설 H2에 대한 검증결과, 축제 참여동기 요인 중 백제문화관광성, 유희·신기성, 가족화합성 및 신경험·탈일탈성 요인의 순위로 축제 재방문의도에 중요한 영향을 미치며 통계적으로 유의한 것으로 나타났다. 가설 H3에 대한 검증결과, 백제문화관광성, 사교성, 유희·신기성 및 가족화합성의 순위로 축제 추천의도에 중요한 영향을 미치며 통계적으로 유의한 것으로 나타났다.

본 연구는 백제문화제의 관광객의 참여동기와 만족도 및 행동의도와 관계를 분석하여 향후 축제 기획 및 연출, 운영방안에 있어 성공적인 축제가 될 수 있도록 이론적 탐색과 실증분석 결과를 바탕으로 다음과 같은 시사점을 제시하고자 한다.

축제 참여동기가 관광객 만족도 및 행동의도의

재방문의도 및 추천의도 모두에 영향을 미치는 것은 유희·신기성 및 백제문화관광성으로 나타났다. 이러한 결과는 관광객들이 축제에서 중요시하는 것이 축제의 프로그램과 축제의 내용이 유희·신기성 그리고 백제문화관광성에 중심되어 구성되어야 함을 시사하고 있다. 장기적인 안목으로 발전적인 축제가 될 수 있도록 노력하기 위해서는 축제의 이미지를 관리가 필요하다. 이를 통해 축제의 정체성을 확보하고 관광객들에게는 축제 참여 동기를 부여함과 동시에 관광객 만족도를 제고시킬 수 있을 것이다. 또한 관광객 만족 제고는 다시 재방문 및 타인 추천으로 이어져 축제가 장기적인 발전으로 이어질 수 있도록 노력해야 할 것이다. 한편, 백제문화제는 문화 프로그램 위주의 축제로서 만족도를 높이기 위한 콘텐츠 보완 및 집단별 만족도를 높이기 위한 방안 모색이 필요하고, 탈일상과 유희를 추구하는 집단의 행동의도(재방문 및 추천의사)를 높이기 위한 관련 프로그램의 지속적 개발이 필요하다고 할 수 있다(박준범, 2011).

본 연구의 한계는 실증분석을 위하여 특정 축제 관광객을 대상으로 설문조사하여 연구의 일반성 및 대표성에 문제가 있다는 점이다. 이에 향후 연구에는 연구 대상 축제 및 지역을 전국적으로 확대하여 연구결과를 일반화 할 수 있도록 하여야 할 것이다. 둘째, 실증분석을 위한 설문조사가 한 시점에서 이루어져 당시의 상황적 고려가 미흡하였는데 향후 연구에는 시간차를 둔 설문조사를 통해 관광객의 의견을 더욱 정확하게 파악할 필요가 있다. 본 연구와 연계하여 향후의 연구에서는 축제의 사전이미지가 관광객 참여동기에 미치는 영향 연구 등이 의미가 있을 것으로 판단된다. 한편, 축제 방문 후에 형성된 축제의 사후 이미지를 통하여 행동의도와 관계를 규명하는 연구가 이루어

어저야 할 것이다.

문헌

- 김경우, 2011, 지역축제 참여동기가 만족 및 행동 의도에 미치는 영향, 우송대학교 대학원 석사학위논문.
- 김병원, 2008, 축제참여동기요인의 군집화 모형구축에 관한 연구: 담양대나무축제와 보성다향제를 중심으로, 관광연구저널, 22(2), 207-225.
- 김성수, 2005, 축제 이미지가 관광객 참여동기와 만족에 미치는 영향, 안양대학교 대학원 석사학위논문.
- 김창수, 2005, 지역축제 서비스품질이 지역발전 성과에 미치는 영향, 관광정책한연구, 11(2), 117-136.
- 김창수·전대회, 2007, 지역축제의 서비스품질과 만족도 평가 비교분석:2005-2006년 무주반딧불 축제를 중심으로, 관광연구, 22(2), 266-284.
- 김희철·김민철·부창산, 2007, 제주방어축제의 재방문요인 연구, 한국지역지리학회지, 13(6), 712-723.
- 박건실, 2004, 지역축제 서비스품질이 고객만족도에 미치는 영향, 산업경제연구, 17(4), 1171-1194.
- 박준범, 2011, 지역축제 참가동기 집단 유형에 따른 만족 및 행동의도 영향관계 연구, 관광경영연구, 15(1), 43-64.
- 서희석·이동기, 2000, 지역축제의 서비스질 구성요인이 방문객의 만족도에 미치는 영향에 관한 연구, 한국행정논집, 12(3), 581-594.
- 이애주·박대환·박진우, 2003, 외식업체의 서비스 품질이 고객 만족과 재방문의도, 구전의도에 미치는 영향: 부산지역 패밀리 레스토랑을 중심으로. 호텔경영학 연구, 12(1), 191-213.
- 이유재·이준엽, 2000, 서비스 품질 종합 모형에 관한 연구, 국제마케팅학회 2000년 춘계학술대회 발표 논문집, 100-101.
- 이장주, 2003, 지역축제 참여동기 모형에 관한 연구: 6개 참여동기 요인을 중심으로, 전남대학교 대학원 박사학위논문.
- 이정실, 2008, 호텔 서비스 제공자의 비언어적 커뮤니케이션이 고객만족과 서비스 충성도에 미치는 영향, 대한지역사회영양학회지, 9(1), 38.
- 이창호, 2001, 지역축제 참여동기에 관한 연구: 강진청자문화제를 중심으로, 목포대학교 대학원 석사학위논문.
- 이충기·이태희, 2000, '98'경주세계문화엑스포에 대한 축제참가동기 분석, 관광학연구, 23(2), 81-97.
- 장양례·김혜영, 2007, 지역주민과 외지방문객의 축제 참여 동기와 만족, 충성도 비교 연구, 한국지역지리학회지, 13(6), 724-737.
- 정충영·최이규, 2003, SPSS WIN을 이용한 통계 분석, 서울: 무역경영사.
- 최낙환·박소진, 2001, 구전정보 탐색동기와 자기 효능감이 구전정보에 대한 의존성에 미치는 영향, 소비자학연구, 12(2), 57-70.
- 최원영, 2006, 지역축제 서비스품질과 만족이 사후행위의도에 미치는 영향에 관한 연구, 인하대학교 대학원 박사학위논문.
- 충청남도, 2008, 2010 대백제전 기본종합계획
- 한국문화관광연구원, 2010, 최근 관광트렌드 변화와 향후 정책방향
- 한상린, 2004, 레스토랑 서비스 품질이 고객유지와 구전에 미치는 영향: 관계적 요인의 매개효과를 중심으로, 마케팅관계연구, 9(1), 34-48.
- 황춘기, 2009, 서비스 품질이 가격과 고객 만족도 및 재방문 의도에 미치는 영향: 테마파크 식음료 상품을 중심으로, 한국조리학회지, 15(1), 79-93.
- Crompton, S, & Mckay, S. L, 1997, Motives of visitors attending festival event, *Annals of Tourism Research*, 24(2), 425-439.
- Eggert, A. & Ulaga, W, 2002, Customer Perceived Value: A Substitute For Satisfaction Business Markets?, *Journal of Business & Industrial Marketing*, 17(2), 107-118.
- Hair, Joseph F., Rolph E. Anderson, Ronald L. Tatham, and Wilam C. Black, 1995, *Multi-variate Data Analysis with Readings. Fourth Edition*, Prentice-Hall.
- Lee, S. Y., 2006, The Roles of Quality and Related Constructs in Determining Behavioral Intention to Visit a Festival Among Visitors of

- Different Gender and Age, *Korean Journal of Tourism Research*, 21, 255-279.
- Oliver, R. L, 1980, A Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of the of Satisfaction Decisions, *Journal of Marketing Research*, 14, 495-507.
- Schneider. I. E., & Backman. S. J, 1996, Cross-cultural equivalence of festival motivations: A study in Jordan, *Festival Management & Event Tourism*, 4, 139-144.
- Uysal, M. Gahan, L. W., & Martin, B, 1993, An examination of event motivations, *Festival management and event tourism*, 1(1), 5-10.
- Van De Ven, A. H. and D. L. Ferry, 1980, *Measuring and Assessing Organization*, New York.
- <http://www.baekje.org>
- (접수: 2012.8.2, 수정: 2012.9.10, 채택: 2012.10.30)