

지역축제의 서비스품질과 축제만족도, 사후행동의도 간의 구조관계에 관한 연구*

- 익산 전국돌문화축제를 사례로 -

김 홍 철**

A Study on Structural Relationship among Service Quality, Festival Satisfaction, After Behavioral Intention in Regional Festival - A Case of Iksan National Stone Culture Festival -*

Kim, Hong Chul**

요약: 본 연구의 목적은 축제참여자가 지역축제에 대해 지각하는 서비스품질을 확인하고, 이러한 축제서비스품질이 축제만족도와 사후행위의도와와의 구조적 관계를 검증하는데 있다. 연구목적의 달성을 위해 축제서비스품질에 대한 선행연구로부터 13개의 서비스품질항목을 도출하였으며, 요인 분석을 통해 3개의 서비스품질요인을 추출하였다. 이 3가지 서비스품질요인은 하드웨어적 요인과 소프트웨어적 요인 그리고 휴먼웨어적 요인이었다. 확인적 요인분석을 통해 이들 요인의 타당성과 신뢰성을 검증한 결과 높은 유의수준 하에서 채택되었다. 본 연구에서는 5개의 연구가설을 설정하였는데, 첫째는 하드웨어적 요인과 축제만족도의 관계이고, 둘째는 소프트웨어적 요인과 만족도이며, 셋째는 휴먼웨어적 요인과 만족도와의 관계에 대한 가설이다. 네 번째는 축제만족도와 재방문의도와의 관계이고, 다섯째는 축제만족도와 추천의도의 관계에 대한 가설이었다. 가설검증결과 하드웨어적 요인과 축제만족도가 유의한 관계로 나타났고, 축제만족도와 재방문의도, 추천의도와의 관계도 통계적으로 유의한 결과를 가졌다. 본 연구결과가 시사하는 점은 익산 돌문화축제는 소재가 석재인 관계로 하드웨어적 요인이 만족도에 영향을 주는 중요한 요인으로 나타나 성공적인 축제로 자리 잡기 위해 석재산업전과 같은 작품과 시설측면을 중시해야하며, 축제만족도와 사후행위의도에도 영향을 주는 것으로 나타나 지속가능하고 성공적인 축제로 착근되기 위해서는 하드웨어적 요인에 대한 배려와 축제만족도 제고가 선행되어야 한다는 것이다.

주요어: 서비스품질, 축제만족도, 사후행위의도, 하드웨어적요인, 소프트웨어적요인, 휴먼웨어적요인

Abstract: The purpose of this study is to identify service quality of national stone culture festival, to find relationship service quality to festival satisfaction and after behavioral intention of festival participants. To achieve the purpose of this study, 13 elements of service quality was chosen through previous literature study. And 3 factors were extracted by 1st factor analysis, these are hardware, software, and humanware factor. And second factor analysis was performed to identify validity and reliability these factors. And 5th hypothesis was established and adopted in three hypothesis. That is Hardware service quality factor have a influence to festival satisfaction of participants, festival satisfaction of participants have a influence to revisitatio and recommendation intention. This paper indicates that results of this study is useful to regional festival planning to settle down as a sustainable events, necessary to retain service quality and satisfaction as a precedent condition.

Key Words: service quality, festival satisfaction, after behavioral intention, hardware factor, software factor, humanware factor

1. 서론

1) 연구의 배경

지역축제는 분명 지역사회의 브랜드이미지 향상과 지역경제발전의 견인차역할을 한다(이각규, 2011). 익산은 돌문화축제를 비롯하여 서동축제, 보석축

제, 장미축제 등 4대축제를 중심으로 과거의 이리역 폭파사고 등 부정적인 지역이미지를 탈피하고 새로운 성장의 동력원으로 활용하고자 지역축제에 대한 기획과 실행에 있어서 그 어느 때보다도 노력을 배가하고 있다(익산문화재단, 2011). 전국돌문화축제는 2011년도 기준으로 14회째로서 익산 4대축제의 하나로 지역 특산물인 석재를 소재로

* 이 논문은 2012년도 원광보건대학교 학술연구지원에 의해 수행되었음.

** 원광보건대학교 호텔관광과 교수(professor, Department of Hotel and Tourism Management, Wonkwang Health Science University)(hckim@wu.ac.kr)

한 전국 유일의 돌을 주제로 한 축제이다. 보석문화축제와 더불어 지역 내에서 산업형 축제로서 자리매김하고 있는 상황이다. 축제의 구성은 본 행사, 부대행사, 이벤트 그리고 체험행사 등으로 나뉘며, 대표프로그램으로는 전국돌문화산업전, 명장작품전, 석재관련사진전, 그러나 전국돌문화축제가 지역의 석재산업발전을 견인할 수 있도록 하기 위해서는 하드웨어와 소프트웨어 측면에서 다양한 노력이 더욱 필요한 실정이다(전국돌문화축제 제전위원회, 2011). 그동안 돌문화프로젝트를 비롯해서 돌문화축제의 위상을 강화하기 위한 익산시와 정치권에서 다양한 정책적 배려가 있어온 것도 사실이다. 그러나 명실상부한 지역축제로 자리잡기 위해서는 방문자들의 요구과약과 제공된 서비스품질, 그리고 이들의 만족도와 사후행동에 대한 정확한 이해와 천착없이 축제는 한낱 낭비성의 일회성행사에 그치고 말 것이다.

본 연구는 돌을 소재로 한 전국유일의 독창성을 가지고 있는 지역의 산업형 축제로서 돌문화축제를 대상으로 축제주최자가 제공하는 각종 서비스에 대한 방문자의 지각품질과 만족도, 그리고 나아가서 재방문의도와 주변에 추천의도에 어떠한 구조적 관계가 있는 지를 검증하고 이를 바탕으로 지속가능한 축제로 자리 잡을 수 있는 방안을 제시하기 위해 실행되었다. 그동안 축제서비스품질과 만족도, 사후행동간의 관계에 대한 연구(민병호, 2000; 정지원, 2003; 이선정, 2004; 최원영, 2006; 성현성 등, 2008; 김주연 등, 2009)는 다수가 있다. 이들 연구의 시사점은 대체로 축제서비스품질과 축제만족도, 그리고 사후행동의도 간에 유의한 관계가 있는 것으로 나타났다. 본 연구는 지역특산물가운데 하드웨어적 소재인 석재를 활용한 지역축제로서 기존 연구와의 비교검토가 가능한 연구가 되리라고 본다.

본 연구를 수행하기 위해 먼저 지역축제에 대한 이론적 검토로서 지역축제서비스품질에 선행연구의 분석을 통해 연구모형과 측정항목을 도출하였다. 그리고 1차적 요인분석을 통해 공통요인을 묶고 확인적 요인분석을 통해 연구모형을 설정하였다. 그 다음 설정된 연구가설인 축제서비스품질과 축제만족도, 그리고 사후행동으로서 재방문의도와 추천의도와의 구조적 관련성을 검증하기 위해

AMOS 16의 경로분석을 사용하였다.

2) 전국돌문화축제의 개요

전국돌문화축제는 전북 익산시의 대표적인 향토 축제로서 2011년 현재 14회째 진행되고 있는 지역축제다. 축제장소는 다소 변경이 있었지만 장소성 확보문제로 익산시 중앙공원일대에서 10월말에 개최된다. 익산시 석재인 연합회가 주최하고 전국돌문화축제제전위원회가 주관하는 전형적인 특산물소재의 축제라 할 수 있다.

축제의 개최목적은 돌문화산업의 산업의 장르를 아우를 수 있는 수준 높은 산업전과 체험기회를 부여함으로써 석재산업을 한 차원 끌어올릴 수 있는 새로운 기틀을 마련하는데 주목적을 두고 있으며, 이를 통해 고부가가치의 기회를 창출하고 나아가서 지역경제의 견인차 역할을 하는데 있다.

이를 위해 제전위원회와 익산시에서는 石-多多益山이라는 주제와 익산 돌 문화도시를 꿈을 펼치다라는 슬로건을 걸고 매년 행재정적 지원과 노력을 배가하고 있다.

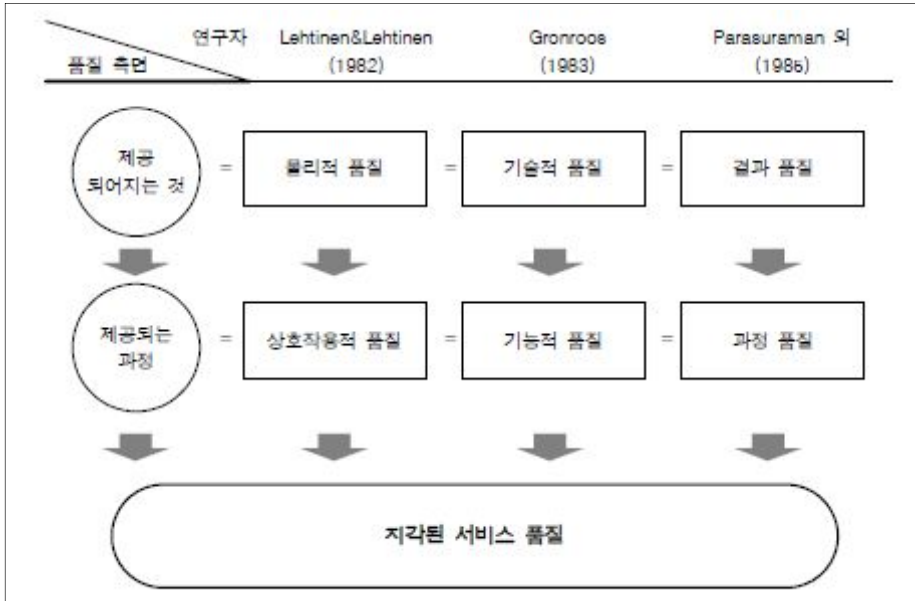
주요 프로그램으로는 본행사로서 개폐회식과 전국 돌문화산업전, 그리고 전국 돌문화산업공모전이 있으며, 부대행사로써 명장작품전이 있다. 또한 이벤트와 체험행사로써 석재와 돌문화사진전과 지압돌 걷기, 돌정때리기 체험, 사랑의 돌편지 쓰기, 돌도장 만들기, 당산탑소원글 쓰기, 탁본 체험 등이 대표적이다.

전국돌문화축제가 익산지역의 돌 정체성을 확보하고 지역의 경제성장을 도모하기 위한 축제지만 아직도 방문객비중으로 볼 때 지역성행사에 머무르고 있는 실정이며, 전국 유일할 돌축제로서 대표성과 프로그램의 다양성을 확보하고 있지 못하는 상황이다(익산문화재단, 2011). 이는 돌문화축제의 주최 측이 향후 풀어야 할 과제인 것이며, 본 연구의 수행도 이러한 맥락에서 수행되었다.

2. 이론적 논의

1) 축제서비스품질

서비스품질의 분류에는 연구자에 따라 다양하게



* 자료: 최원영(2006, 47)

그림 1. 서비스품질의 분류

표 1. 연구에 사용한 축제서비스품질의 분류와 측정항목

축제서비스품질 요인		선 행 연 구
하드웨어적 서비스품질	전시시설의 매력성	Wicks & Fesenmaier(1993), 박건실(2004), 김한주(2004), 홍경완(2005), 최원영(2006), 임명재·임미라(2010)
	행사장 표시안내	Crompton(1995), 이장주·박석희(1999), 민병호(2000), 김월호(2002), 김한주(2004), 문화관광부(2004), 최원영(2006), 이정란(2009)
	편의시설(주차장/화장실/휴게실)	Wicks & Fesenmaier(1993), Crompton & Love(1995), 민병호(2000), 김월호(2002), 오수진(2003), 박건실(2004), 홍경완(2005), 최원영(2006), 이정란(2009)
	축제장소의 적정성	민병호(2000), 최원영(2006)
소프트웨어적 서비스품질	차별성/독특성	이장주·박석희(1999), 오수진(2003), 박건실(2004), 최원영(2006)
	음식서비스/가격/품질	Wicks & Fesenmaier(1993), Crompton & Love(1995), 민병호(2000), 김월호(2002), 임명재·임미라(2010), 김주연·안경모(2009)
	기념품의 다양성/가격	Wicks & Fesenmaier(1993), Crompton & Love(1995), 김월호(2002), 최원영(2006), 임명재·임미라(2010)
	주제의 부합성	오수진(2003), 박건실(2004), 최원영(2006), 임명재·임미라(2010)
	프로그램의 흥미성	Wicks & Fesenmaier(1993), 최원영(2006), 임명재·임미라(2010), 성현성·임재국(2007)
휴먼웨어적 서비스품질	정보제공	Crompton & Love(1995), 김월호(2002), 최원영(2006), 이정란(2009)
	자원봉사의 헌신성	김월호(2002), 박건실(2004), 홍경완(2005)
	행사요원의 친절도	Wicks & Fesenmaier(1993), Crompton & Love(1995), 민병호(2000), 김월호(2002), 이정란(2009)
	방문객 혼잡도	Wicks & Fesenmaier(1993), 오수진(2003)

분류가 가능하지만 다음과 같이 3가지 형태가 가능하다. 첫째, 하드웨어차원의 품질이다. 이는 기술적 품질(Gronroos, 1984), 서비스의 물리적 측면에 해당하는 물리적 품질(Lehtinen and Lehtinen, 1991), 그리고 결과품질(Parasuraman *et al.*, 1985)에 해당하는 것으로서, 축제에서는 행사장의 물리적·시설적 차원의 품질로서 행사장의 시설, 접근성, 시설의 안정성 및 편리성, 안내표지판 등이 해당된다.

둘째는 비(非)하드웨어적 차원의 품질로서 기능적 품질(Gronroos, 1984), 과정적 품질(Parasuraman *et al.*, 1985), 절차적 품질(Martin, 1986)로서 프로그램의 독창성과 같은 소프트웨어차원과 행사기간 중에 서비스제공자와 방문객의 인간관계에서 나타나는 서비스품질로서 휴먼웨어적 측면의 품질이 있다. 이들을 종합하면 다음 그림과 같다.

여기서 휴먼웨어적 품질이란 축제가 제공하고자 하는 핵심적인 서비스는 아니지만 서비스전달의 접근 및 경험과정 또는 그 이후에 나타나는 고객과 서비스제공자 사이의 인간관계적 활동을 뜻한다. 이는 Lehtinen and Lehtinen(1991)의 상호작용적 품질에 해당한다고 볼 수 있다. 즉 기능적 품질 가운데 요원이나 자원봉사자의 전문성, 친절성, 문제해결성 등이 해당된다고 볼 수 있다.

본 연구에서는 이러한 3가지 차원의 서비스 품질을 1차적 요인분석을 통해 연구프레임으로 설정하였다. 본 연구에서 서비스품질의 측정항목은 총 13개 항목으로서 하드웨어적 품질요소 4항목, 소프트웨어적 품질요소 5개 항목, 마지막 휴먼웨어적 품질요소 4항목으로 총 13개 항목으로서 측정항목 관련 선행연구는 다음 <표 1>과 같다.

2) 축제만족도

만족도는 주관적인 요소로서 개인적 감정과 가치판단에 의해 평가된다(성현성·임재국, 2008). 그리고 서비스품질은 만족과의 관계에 있어서 선행요소로서 작용하고(Cronin & Taylor, 1992) 충성도와 행동의도 등과의 매개역할을 한다(Woodside *et al.*, 1989). 방문객만족에 관한 기존 연구는 사전동기나 욕구의 심리적 차원이 만족차원과 일치한다는 가정하에 사전동기나 욕구충족을 만족과

동일시하는 동기모델과 방문객이 지닌 기대와 실제 방문지에서 확인하는 평가와의 차이에 의해 만족이 나타난다는 소비자만족모델(Noe, 1987)이 주로 검증모델로 활용되었다. 관광과 관련된 연구에서는 주로 소비자만족모델로서 실증분석을 위주한 연구와 서비스품질 평가를 통한 만족도를 측정하는 연구가 주를 이루고 있다(최원영, 2006).

초기연구로서 Pizam(1978)은 기대-성과 모델인 소비자만족이론을 방문객만족에 적용시켜 32개 측정항목을 리커트척도를 통해 만족수준을 조사함으로써 만족수준을 결정하는 8개의 경험변수(숙박시설, 식음료시설, 접근성, 매력성, 비용, 청결성, 환대정신, 인구지역의 상업화정도)들을 추출한 바 있다. 그리고 전체만족도는 이들 간의 평균값을 활용하였다.

그러나 최근 연구경향은 모든 경험에 기초를 둔 전반적인 수준의 만족으로서 만족도를 측정하려는 경향(이정란 등, 2009)이 있으며, 특히 만족도와 사후행동의도, 충성도의 관계를 다루는 연구가 다수이다(이유재, 2000; 이정란 등, 2009; 임명재 등, 2010).

3) 사후행위의도

최근 들어 고객만족이 사후행위의도에 중요한 역할을 하는 것으로 알려지면서 연구의 관심이 제고되고 있다(정지원, 2003). 사후행위의도의 유형은 재방문의사, 추천의도(구전홍보), 재구매의사, 장기체류의사, 초과경비지출, 불평행동 등으로 볼 수 있으며, 이들이 연구단위로서 활용되고 있는 상황이다(최원영, 2006).

이러한 사후행위의도는 방문객만족의 결과변수로서 나타나는 것으로 많은 연구가 이를 뒷받침하고 있다. 축제방문객 만족과 재방문의도 및 추천의도와와의 관계에 대해 다음 세가지 설명이 가능한데, '전반족 만족'이란 방문활동을 통해 여러 가지 욕구가 충족된 정도를 의미하며, 방문객자신의 총체적인 방문경험에 대한 평가를 뜻한다. '재방문의도'란 축제하위속성과 관련된 체험들에 근거하여 방문객이 해당 축제를 다시 방문할 욕구를 뜻하고, '구전홍보'란 축제의 전반적인 여러 속성과 관련된 체험에 근거하여 방문객 개인이 타인에게 긍

정적으로 해당축제에 대하여 추천할 의향을 뜻한다(이선정, 2004).

따라서 ‘전반적 만족’이 축제방문경험에 대한 전반적인 평가라면, ‘재방문의도’와 ‘구전홍보’는 축제 관련체험에 대한 평가로서 차기축제에 대한 미래 지향적인 의사표시라고 볼 수 있다(최원영, 2006). 이러한 호의적인 구전활동은 잠재고객과의 관계를 긍정적으로 연결시켜주는 역할을 한다(이정란, 2008).

3. 연구설계

1) 연구모형과 연구가설

본 연구는 축제서비스품질과 축제만족도, 그리고 사후행동의도로서 재방문의도와 추천의도와의 구조관계를 분석하고자 <그림 2>와 같은 연구모형을 설정하고 연구가설을 설정하였다.

먼저 가설1,2,3은 축제서비스품질과 축제만족도에 관한 가설로서 축제서비스 품질을 구성하는 하드웨어적 요인과 소프트웨어적 요인, 그리고 휴먼웨어적 요인과 축제만족도와의 관계를 가설로 설정하였다. 또한 가설 4와 5는 축제만족도와 사후

행동의도와의 관계로서 재방문의도와 추천의도와의 관계를 가설로 설정하였다.

- H1 : 축제서비스품질 가운데 하드웨어적 요인은 축제만족도에 유의한 영향을 미칠 것이다.
- H2 : 축제서비스품질 가운데 소프트웨어적 요인은 축제만족도에 유의한 영향을 미칠 것이다.
- H3 : 축제서비스품질 가운데 휴먼웨어적 요인은 축제만족도에 유의한 영향을 미칠 것이다.
- H4 : 축제서비스만족도는 방문객의 재방문의도에 유의한 영향을 미칠 것이다.
- H5 : 축제서비스만족도는 방문객의 추천의도에 유의한 영향을 미칠 것이다.

2) 조사설계

(1) 표본선정 및 자료수집

본 연구의 모집단은 2011년 10월 28일부터 11월 3일까지 8일간 진행된 익산 전국돌문화축제에 참여한 만 18세 이상 성인 남·녀 축제방문객을 대상으로 하였으며, 자료수집은 구조화된 설문지를 조사원으로 하여금 배포하여 1대1대인 면접으로 자기기입식 방식으로 실시되었다. 설문지는 총 300부를 회수하였고, 이중 중심화경향이 짙고 누

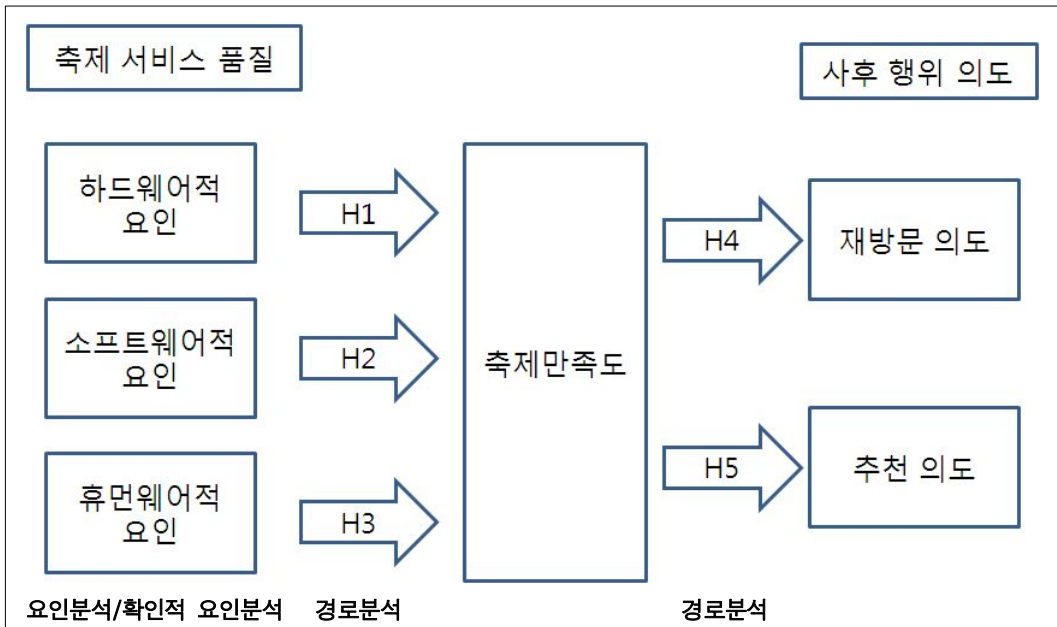


그림 2. 연구모형

락 등의 불성실한 답변의 설문지 12부를 제외한 288부를 실증분석에 사용하였다.

(2) 변수의 조작적 정의 및 측정

본 연구를 위한 설문지는 지역축제서비스품질에 대한 항목과, 축제만족도, 그리고 사후행동에 해당하는 재방문의도와 추천의도, 마지막으로 응답자의 일반적 사항으로 구성하였다.

서비스품질은 과정적 품질(Parasuraman, 1985; Martin, 1986; Gronroos, 1984)과 결과적 품질(Gronroos, 1984; Lehtinen & Lehtinen, 1991)과 이를 수정·변형 적용(최원영, 2006)하여 하드웨어적 품질요소 4개 항목, 소프트웨어적 품질요소 5개 항목, 그리고 휴먼웨어적 품질요소 4개 항목 등 총 13개 항목으로 구성하였으며, 5점 리커트척도로 측정하였다.

또한 축제 만족도는 축제에 대한 주관적인 만족요소(성현성·임재국, 2008)로서 최근의 연구경향(이정란 등, 2009; 이연택·김종우·안세길, 2006)을 고려하여 전체 만족도를 가지고 5점 척도로 측정하였다.

그리고 사후행동의도는 구체적인 만족행위(이선정, 2004)의 결과변수로서 나타나는데, 여러 가지 측정변수가운데 보편적인 연구들(최원영, 2006; 이정란, 2009; 주현식, 2007; 추승우·김윤희, 2008)을 반영해서 재방문의도와 추천의도를 가지고 5점 척도로 측정하였다.

응답자의 일반적 특성은 성별, 연령별, 소득별, 학력별, 직업별, 동반형태별, 거주지별로 나누어 명목척도를 사용해 측정하였다.

(3) 통계분석 및 방법

수집된 자료는 SPSS Win/PC 16.0프로그램과 AMOS 16.0프로그램을 사용하여 통계처리 및 분석을 하여 가설을 검증하였다. 표본의 일반적 특성을 기술하기 위하여 기술통계분석을 하였고, 서비스품질요인의 단일성차원을 검증하기 위해 1차적 요인분석과 확인적 요인분석을 통해 신뢰성과 타당성을 확보하였고, 연구단위의 구조관계를 검증하기 위하여 경로분석을 실시하여 구조모형의 적합성과 변수들 간의 관계에 대한 가설을 검증하였다.

표 2. 응답자의 일반적 특성

구 분		응답자수 (명)	비율 (%)	구 분		응답자수 (명)	비율 (%)
성별	남	123	42.7	거주지별	익산	155	54.8
	여	165	57.3		전주/군산	58	20.5
연령별	10대	82	28.3		김제/부안	23	8.1
	20대	71	24.5		기타(서울,경기)	47	16.6
	30대	47	16.2	직업별	학생	129	44.9
	40대	56	19.3		사무직/관리직	43	15
	50대이상	34	11.7		자영업	26	9
월소득별	150만원 이하	87	31.7		주부	30	10.5
	151-300만원	100	36.5		전문직	16	5.6
	301-500만원	66	24.1	석재가공업	14	4.9	
	500만원 이상	21	7.7	기타	29	10.1	
학력별	초졸	29	10.1	동반형태별	가족	81	28
	중졸	50	17.4		친구/친지	143	49.5
	고졸	64	22.2		연인	30	10.5
	대졸이상	145	50.3		단체견학	12	4.1
				사업동료			

4. 실증분석

1) 응답자의 일반적 특성

본 연구에 이용된 표본의 일반적 특성은 <표 2>와 같이 남녀비율에 있어서는 여자가 57,3%로 다소 많았으며, 연령과 직업별로는 젊은 학생층이 50%이상을 차지하였다. 특히 거주지별로 보면 80%

이상이 익산을 비롯한 전북권의 방문객이어서 전국축제로서 명분이 떨어지는 측면이 있다. 이는 향후 전국 돌문화축제 주최 측에서 극복해야할 과제라고 할 수 있다.

2) 타당성 및 신뢰성 검증

연구에 사용될 축제서비스품질의 구성개념에 대

표 3. 1차 요인분석결과

요인명	변 수	Cronbach 알파값
하드웨어적 요인	전시시설의 매력성	0.763
	행사장 표시안내	
	편의시설(주차장/화장실/휴게실)	
	축제장소의 적정성	
소프트웨어적 요인	차별성/독특성	0.728
	음식서비스/가격/품질	
	기념품의 다양성/가격	
	주제의 부합성	
휴먼웨어적 요인	정보제공	0.761
	자원봉사의 헌신성	
	행사요원의 친절도	

표 4. 확인적 요인분석 및 타당성 검증

요인명	변 수	CFA			CR	
		Estimate	S.E.	C.R.		
축제서비스 품질	하드웨어적 품질요인	전시시설의 매력성	0.535		0.81	
		행사장 표시안내	0.745	0.218		7.72***
		편의시설(주차장/화장실/휴게실)	0.669	0.209		7.41***
		축제장소의 적정성	0.565	0.172		6.74***
	소프트웨어적 품질요인	차별성/독특성	0.588		0.80	
		음식서비스/가격/품질	0.756	0.156		8.384***
		기념품의 다양성/가격	0.645	0.13		7.803***
휴먼웨어적 품질요인	주제의 부합성	0.561	0.117	7.124***	0.81	
	정보제공	0.614				
	자원봉사의 헌신성	0.709	0.14	8.431***		
	행사요원의 친절도	0.743	0.14	8.563***		
$\chi^2=101.29, df=41, p=0.000, \chi^2/df=2.47, RMSEA=0.05, NFI=0.91, IFI=0.93, CFI=0.93$ a표준화값을 표기, ***p<0.001						

* 주: 축제서비스품질부분에서 소프트웨어품질요인인 프로그램의 흥미성과 휴먼웨어적 요인인 행사장의 혼잡도요인은 1차 요인분석결과 제외되어 최초 항목에서 11개 항목으로 수정되었다.

한 타당성을 확보하기 위해 1차적 요인분석을 통해 얻은 하드웨어적 품질요인, 소프트웨어적 품질요인, 휴먼웨어적 품질요인의 축제서비스품질 요인에 대해 확인적 요인분석을 실행하였다. 분석결과 RMSEA=0.05(≤ 0.05), NFI=0.91(≥ 0.90), IFI=0.93(≥ 0.90), CFI=0.93(≥ 0.90)로 나타나 전반적으로 높은 개념적 타당성을 갖는 것으로 나타났다. 또한 축제서비스품질 개념의 신뢰도를 알아보기 위해 개념신뢰도를 분석한 결과 CR값은 하드웨어품질요인이 0.81, 소프트웨어품질요인 0.80, 휴먼웨어품질요인은 0.81 등으로 나타나 높은 개념적 신뢰도를 갖는 것(강병서 등 2005)으로 나타나 전체적으로 높은 타당성과 신뢰도를 보였다.

3) 연구모형 적합성과 가설 검증

본 연구목적을 달성하기 위해 5가지 가설을 설정한 바 있다. 가설검증에 대한 AMOS의 경로분석을 위해 모형적합도를 분석한 결과, RMSEA=0.05(≤ 0.05), NFI=0.90(≥ 0.90), IFI=0.93(≥ 0.90), CFI=0.91(≥ 0.90)로 나타나 이 연구에서 제시한 평가기준을 전반적으로 충족시키는 것으로 연구 개념들의 영향관계를 설명하는데 적합한 수준으로 나타났다.

연구가설의 검증결과를 보면 먼저 가설 1에서는 축제의 하드웨어적 요인이 축제만족도에 영향을 주는 것으로 주어진 유의수준($p < 0.01$)하에서 설정가설이 채택되었다. 이는 전국 돌문화축제는 석재를 소재로 하여 건축·토목·조경품을 비롯한 석조각·공예품, 웰빙생활용품, 문화관광상품같은 돌문화산업전의 하드웨어적 요소가 축제만족도에

영향을 주는 것으로 다른 축제와 비교해서 특징적인 요소라 할 수 있다. 가설 2와 3은 소프트웨어적 요인과 휴먼웨어적 요인으로서 이는 축제만족도와 영향관계가 통계적인 유의성이 확보되지 않아 기각되었다. 가설 4는 축제만족도와 재방문의도와 영향관계로서 주어진 유의수준($p < 0.001$)하에서 유의한 관계가 있는 것으로 나타났다. 또한 가설 5는 축제만족도와 추천의도와 관계로서 주어진 유의수준($p < 0.001$)하에서 유의한 관계가 있는 것으로 나타났다. 축제만족도와 재방문의도, 추천의도와 관계는 기존 연구(민병호, 2000; 정지원, 2003; 이선정, 2004; 최원영, 2006; 성현성 등, 2008; 김주연 등, 2009)와 비슷한 결과로서 전국 돌문화축제에서 축제만족도는 사후행위의도인 재방문의도와 주변에 추천의도와 유의한 관계가 있는 것으로 분석되었다.

5. 결론

지방화시대가 정착되면서 지역축제는 지역경제와 정체성을 확보하기 위한 유효한 수단으로서 자리잡아가고 있다. 익산시도 보석과 석재 등 지역 특산물을 소재로 한 지역축제가 지역발전의 견인차역할을 하고 있다. 차제에 전국돌문화축제 또한 지역에 명실상부한 백제석조문화의 메카로서 뿌리 내리기 위해 축제에 대한 심층분석과 이에 따른 다각적인 노력이 필요한 상황이다. 현재 익산은 석재산업과 축제가 병행되는 비엔날레 형식의 돌문화축제를 기획하고 실시한 바 있다. 이는 단순한 축제에서 벗어나 예술석조각전시와 석재관련산업의 콘텐츠를 동시에 아우르는 프로젝트인 것이

표 5. 연구가설의 검증결과

가 설	경 로	직접효과			가설채택
		Estimate	S.E.	C.R.	
가설 1	하드웨어적 요인- 축제만족도	0.36	0.20	3.25**	채택
가설 2	소프트웨어적 요인- 축제만족도	0.09	0.12	0.91	기각
가설 3	휴먼웨어적 요인- 축제만족도	0.03	0.15	0.26	기각
가설 4	축제만족도- 재방문의도	0.50	0.05	9.87***	채택
가설 5	축제만족도- 추천의도	0.46	0.06	8.75***	채택

$\chi^2=229.68$, $df=72$, $p=0.000$, $\chi^2/df=3.19$, RMSEA=0.05, NFI=0.90, IFI=0.93, CFI=0.91 a표준화값을 표기, ** $p < 0.01$, *** $p < 0.001$

다(김홍철, 2011). 이러한 일련의 작업은 석재산업 중심지를 담보하는 중요한 작업임에 틀림없다.

본 연구는 돌문화축제가 제공하는 다양한 서비스품질과 방문객의 축제만족도와와의 관계를 검증하였다. 또한 축제만족도와 사후행위인 재방문의도와 추천의도와의 관계 또한 경로분석을 통해 통계적 유의성을 검증하였다. 우선 축제서비스품질에서는 타 축제와 달리 하드웨어적 품질요소만이 축제만족도에 유의한 영향을 주는 것으로 나타나 돌문화축제에 전시·판매되는 석조각·공예품과 돌문화산업전의 중요성을 발견할 수 있었다. 이는 다른 연구결과(이선정, 2004; 최원영, 2006; 성현성 등, 2008; 김주연 등, 2009)와는 다소 차이가 나는 본 연구의 차별적 결과로서 향후 각종 돌문화산업전의 출품작과 전시시설 등 하드웨어적 요소에 보다 심혈을 기울여야 한다는 점을 시사해준다. 따라서 향후 익산시와 돌문화축제제전위원회 같은 주최 측에서는 여타 소재의 축제와 달리 돌문화축제에서는 석재산업전, 명장작품전, 그리고 석재생활용품, 편의시설, 그리고 전시장소 등과 같은 하드웨어적 서비스품질요인 등에 보다 차별성을 가지고 향후 운영방안에 반영해야 할 것이다. 또한 축제만족도와 재방문의도, 추천의도와의 관계는 모두 유의한 관계로 나타나 향후 전국돌문화축제가 지속가능한 축제로 자리 잡기 위해서는 방문객의 축제만족도에 대한 대책이 선행되어야 한다는 사실은 기존 연구(민병호, 2000; 정지원, 2003; 이선정, 2004; 최원영, 2006; 성현성 등, 2008; 김주연 등, 2009)와 비슷한 결과로서 본 연구에서도 확인되었다. 단 축제서비스품질가운데 본 논문에서 통계적으로 유의하지 못한 결과로 나타난 소프트웨어적요인과 휴먼웨어적 요인을 배제하거나 무시해서는 안 된다는 점도 밝혀둔다.

본 연구가 가지는 한계는 돌문화축제가 하드웨어적 특산물을 소재로 한 축제로서 대표성을 갖는데 한계가 있다는 점이다. 향후 하드웨어적 요소가 강조되는 비슷한 유형의 축제에 대한 비교연구와 후속연구가 있어 지속적인 연구의 보완이 필요하다는 점을 제안한다.

문헌

- 강병서, 2005, 연구조사방법론, 무역경영사, 서울, 56-62.
- 김월호, 2002, 문화관광상품의 서비스품질에 관한 연구, 강원대학교 박사학위논문.
- 김주연·안경모, 2009, 음식문화축제 서비스품질이 방문객의 만족 및 행동의도에 미치는 영향 -2008서울푸드페스티벌 사례를 중심으로, 외식경영연구, 12(1), 6-19.
- 김한주, 2004, 이벤트 서비스품질 차원과 이벤트 서비스질이 고객만족과 고객충성도에 미치는 영향, 관광·레저연구, 16(3), 45-61.
- 김홍철, 2011, 제14회 전국돌문화축제 평가결과보고서, 전국돌문화축제 제전위원회.
- 민병호, 2000, 한국 문화관광축제의 서비스품질에 관한 연구, 한양대학교 박사학위논문.
- 박건실, 2004, 지역축제 서비스품질이 고객만족도에 미치는 영향, 산업경제연구, 19(4), 1171-1194.
- 박동준, 2011, 축제와 엑스터시-새로운 축제생산과 개선을 위한 제안, 한울, 서울, 3-21.
- 성현선·임재국, 2008, 지역축제 서비스품질이 방문객의 감정, 만족 및 행동의도에 미치는 영향: 풍기인삼축제를 중심으로, 호텔경영학연구, 17(4), 247-263.
- 스티븐 우드 슈매더·로버트 잭슨 저, 이각규 역, 2011, 기업은 이런 축제에 투자한다, 커뮤니케이션스북스, 서울, 125-131.
- 오수진, 2003, 지역축제의 서비스특성요인이 방문객 만족도에 미치는 영향 연구: 경주 한국의술과 떡잔치를 중심으로, 경기대학교 석사학위논문.
- 이선정, 2004, 대구약령시축제의 매력속성이 방문자 만족과 재방문 및 추천의도에 미치는 영향, 계명대학교 석사학위논문.
- 이연택·김중우·안세길, 2006, 축제서비스품질, 방문객만족, 방문객불만족 및 방문객충성도, 관광연구논총, 18, 3-22.
- 이유재·김우철, 1998, 물리적 환경이 서비스품질 평가에 미치는 영향에 관한 연구: 이업종 간 비교, 마케팅연구, 13(1), 137-163.
- 이장주·박석희, 1999, 지역축제의 이미지 측정척

- 도 개발에 관한 연구, *관광학연구*, 22(3), 243-261.
- 이정란, 2008, 대형할인점의 점포속성이 고객의 행동의도에 미치는 영향에 관한 연구: 고객의 감정과 관계품질의 매개효과, *유통정보학회지*, 11(1), 121-149.
- 이정란·권영린·고재용, 2009, 지역축제 브랜드에 있어서 지각된 서비스품질이 일체감, 만족과 충성도에 미치는 영향, *호텔관광연구*, 11(3), 1-14.
- 임명재·임미라, 2010, 관광축제 지각된 서비스품질, 태도, 행동의도간의 관계분석, *한국콘텐츠학회논문집*, 10(6), 460-470.
- 익산문화재단, 2011, 익산어울림 문화포럼결과자료집, 6-15.
- 정지원, 2003, 관광이벤트 참가자 만족·불만족과 사후행위의도에 관한 연구: 문화관광축제를 중심으로, *경기대학교 박사학위논문*.
- 주현식, 2007, 로하스(LOHAS)한류가 국가 및 관광이미지, 한국에 대한 태도, 방문의도에 미치는 영향요인에 관한 연구, *관광학연구*, 31(4), 278-291.
- 최원영, 2006, 지역축제 서비스품질과 만족이 사후행동의도에 미치는 영향에 관한 연구 -제20회 이천도자기축제를 중심으로-, *인하대학교 박사학위논문*.
- 추승우·김윤희, 2008, 생활관광지로서 해운대 지역 방문의도에 영향을 미치는 결정요인, *컨벤션연구*, 7(3), 132-146.
- 홍경완·김현철, 2005, 관광축제 서비스품질, 즐거움과 각성 및 방문객 만족에 관한 인과 관계연구, *관광학연구*, 29(3), 125-144.
- Cronin, J. J. and Taylor, S. A., 1992, Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension, *Journal of Marketing*, 56(3), 354-371.
- Lehtinen, U. and Lehtinen, J. R., 1991, Two Approaches to Service Quality Dimensions, *The Service Industries Journal*, 11(3), 287-303.
- Gronoos, C., 1984, A Service Quality Model and Its Marketing Implication, *European Journal of Marketing*, 18(4), 38-44.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A. and Berry, L. L., 1985, A Conceptual Model of Service Quality and Its Implication for Future Research, *Journal of Marketing*, 49(3), 41-50.
- Martin, W. B., 1986, Defining What Quality Service Is for You, *The Cornell H.R.A. Quarterly*, Feb, 191-208.
- Wicks, B. E. and Fesenmaier, D. R., 1993, A Comparison of Visitor and Vendor Perceptions of Service Quality at a Special Event, *Festival Management & Event Tourism*, 1, 19-21.
- Crompton, J. L. and Love, L., 1995, The Predictive Validity of Alternative Approaches to Evaluating Quality of a Festival, *Journal of Travel Research*, 34(2), 11-30.
- Pizam, A., Newmann, Y. and Reichel, A., 1978, Dimension of Tourist Satisfaction with a Destination Area, *Annals of Tourism Research*, 5(3), 314-322.
- Noe, F. P., 1987, Measurement Specification and Leisure Satisfaction, *Leisure Science*, 9(3), 231-246.
- Woodside, A., Frey, L. and Daly, R., 1989, Linking Service Quality, Customer Satisfaction and Behavioral Intention, *Journal of Health Care Marketing*, 9, Dec., 5-17.

(접수: 2012.5.16, 수정: 2012.8.15, 채택: 2012.8.21)