

# 지역축제 기초품질(BASICQUAL) 척도 개발

## Development of Measurement Standard Scale for Festival Basic Quality(BASICQUAL)

맹해영\*, 장형유\*\*

경상대학교 경영학과\*, 경상대학교 경영학과/경영경제연구소\*\*

Hae-Yeong Maeng(skydrs@hanmail.net)\*, Hyeong-Yu Jang(jmgt21@gnu.ac.kr)\*\*

### 요약

본 연구는 지속가능한 축제품질 척도 개발 가운데 축제의 기초품질 척도를 개발하여 결과변수인 축제애착, 축제만족, 행동의도 간의 영향관계를 실증적으로 검증하였다. 축제 기초품질의 구성요인은 기반성, 유대성, 열정성, 주제성, 문화성이다. 척도의 개발의 목적은 축제의 기반환경인 축제적 토양에 대한 평가를 통해 축제의 지속가능성을 진단할 수 있기 때문이다. 본 연구에서는 언론기사 메시지를 분석을 위해 분석의 틀로써 KINDS를 이용하여 5개의 구성요인을 도출하였다. 그리고 후속적 문헌연구를 통해 축제 기초품질 척도를 개발하였고 개발된 척도를 실증분석하기 위해 “금산인삼축제”에 참여한 방문객을 표본 집단으로 이용하였다. 분석결과, 축제 기초품질 구성요인 가운데 기반성, 유대성, 문화성이 축제몰입에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 그리고 축제애착은 축제만족에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났고 축제만족 역시 행동의도에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

본 연구는 기존의 선행연구들과 달리 우리나라 지역축제의 기초를 평가하기 위한 척도를 처음으로 개발하여 실증분석을 통해 검증하였다. 이로써 축제기초를 보다 객관적으로 평가하기 위한 세분화된 축제품질 측정의 토대를 마련하였다.

■ 중심어 : | 지역축제 | 기초품질 | 축제애착 | 축제만족 | 행동의도 |

### Abstract

The purpose of this study is to develop the basic scales of festival quality. We conducted a content analysis in the discourse of KINDS(Korea Integrated News Database System) and derived five constituent factors, basic quality measures of local festivals through the extensive literature review. We named these qualities “Festival BASICQUAL” that is consist of Infrastructure, Connectedness, Passion, Theme, Culture. We conducted the empirical analysis for the participants in “Geumsan Insam Festival” to verify the “Festival BASICQUAL” As the result, Infrastructure, Connectedness, Culture affected positively on Festival Attachment among all BASICQUALs. However, Passion and Theme did not positively affected on the dependent variable. And then, Festival Attachment positively affected on Festival Satisfaction, while Festival Satisfaction also affected positively on Behavior Intention.

This study developed the basic quality concerned with local festivals which is crucial fundamentals to quantify Festival BASICQUAL through empirical study. The proper applications and usage of these newly introduced local festival qualities enable to acquire the sustainable competitive advantage in local festival.

■ keyword : | Local Festival | Festival BASICQUAL | Festival Attachment | Festival Satisfaction | Behavior Intention |

## I. 서론

전통농경사회가 현대산업사회로 바뀌면서 ‘우리’ 중심의 공동체사회가 개인중심사회로 사회구조가 변화함에 따라 내부지향적인 의례중심의 축제가 외부지향적인 이벤트중심의 축제로 변모하게 되었다. 이로 인해 전통농경사회의 축제의 기반이었던 농경산업과 공동체의 유대, 축제에 대한 열정, 그리고 전통적인 문화 활동이 현대산업사회에서는 이완되거나 변화되는 결과를 가져와 현대 축제는 축제의 기반 재구축하고 축제의 지속가능성을 확보해야 하는 과제를 안고 있다.

전통적인 축제는 농경사회의 산업을 기반으로 한 생활양식을 토대로 형성되어 공동체의 유대와 구성원의 열정으로 신에 대한 감사라는 주제를 문화적인 형태로 표현하였다.

오늘날 우리의 축제는 Getz[1]가 언급한 것처럼 “종교적인 성스러움이 사라진 세속적인 시간의 축하”로 인식되고 있다. 다시 말하면, 현대축제는 축제의 성스러움이 사라짐으로 인해 공동체의 유대와 구성원의 열정이 이완되고, 그리고 세속적인 주제로 말미암아 자극적인 문화가 요구되고 있다. 이처럼 현대축제가 축제의 본래 정신을 회복하고 지속가능한 발전을 이루기 위해서는 지역 산업과 생활양식을 바탕으로 한 기반성, 지역공동체를 결속하는 유대성, 지역주민들의 축제에 대한 높은 관심인 열정성, 축제 전반에 일관되게 적용된 주제성, 그리고 지역에 기반을 둔 문화와 예술적인 표현인 문화성 등 축제의 기반 구축이 현대축제가 해결해야 할 시급한 과제이다.

선행연구[2-5]에서 축제의 지속가능성에 대한 연구가 있긴 했지만 세계관광기구(World Tourism Organization: WTO)[6]의 지속가능한 관광지표에 근거하여 축제 전반에 대한 지속가능성을 논의하여 왔다.

축제의 지속가능성과 이를 담보하기 위한 품질에 대한 진지한 접근이 부족했던 기존의 선행연구와 달리, 본 연구자는 축제의 지속가능성을 축제의 기초품질, 콘텐츠품질, 서비스품질로 3단계로 나누어 지속가능한 축제품질 척도를 연구하고자 한다. 이 가운데 본 연구에서 다루고자 하는 축제의 기초품질은 축제적 토양에 관

한 평가 척도로서 축제의 지속가능성을 핵심적으로 검토하는 과정이 될 것이다. 본 연구의 목적은 축제의 지속가능성을 평가하기 위한 축제 기초품질 척도 개발과 개발된 척도를 실무적으로 검증하는데 있다. 이와 같은 연구를 수행하기 위해 보다 과학적이고 합리적인 연구 방법을 토대로 지속가능한 축제 기초품질 척도를 개발함과 동시에 실증적인 평가를 통해 개발된 척도의 신뢰성과 타당성을 과학적이고 실무적으로 검증하고자 한다.

## II. 척도 개발 과정

### 1. 척도 개발의 배경

우리나라의 축제품질에 관한 연구는 1995년 지방자치제 실시 이후 본격적으로 시작되었다. 축제품질 연구는 PZB[7]의 SERVQUAL 모형을 축제에 적용한 연구[8-10]와 축제의 엔터테인먼트적인 속성에서 구성요인을 도출한 축제품질 연구[11-14]가 있다. 이들 선행연구는 축제를 서비스적인 측면에서 한 연구가 대부분이고 일부는 축제 콘텐츠품질에 관한 연구[15]들이 있으며 축제의 지속가능성을 측정할 수 있는 축제의 기초품질에 관한 연구는 전무한 실정이다.

축제의 평가에 있어 축제 기초품질이 중요한 이유는 주로 1년 단위의 주기성을 가진 축제가 지속적으로 연행되기 위해서는 축제적 기반[16-18]과 지역주민의 유대[19-21]와 열정[17][21][22] 그리고 주제[17][21][23]를 통한 유희적 성격을 띤 문화활동[18][24][25]으로 구성요인을 갖추어야 하기 때문이다. 이와 같은 선행연구를 바탕으로 축제의 기초품질 구성요인에 대한 기본 개념을 탐색하였고 탐색한 구성요인의 타당성을 확인하기 위해 본 연구는 KINDS(Korea Integrated News Database System)에서 추출한 메시지(text)를 내용분석(Content Analysis)법을 활용하여 분석하였다. 내용분석은 ‘문자로 쓰여진 문서(written text)를 고도로 신뢰할 수 있는 양적 자료로 전환하는 연구기법’이다 [26][27].

내용분석의 기본적인 아이디어는 신문기사 또는 TV 프로그램 등 하나의 커뮤니케이션에 담긴 총체적인 내

용을 연구의 관심과 관련된 특징을 나타내는 몇 개의 범주로 축소하는 것이다. 그러므로 내용분석은 커뮤니케이션에 담긴 상징적 내용을 분석하는 일련의 방법을 말한다[28][29].

본 연구에서 언론기사의 담론을 연구 자료로 사용하게 된 것은 언론이 개인적 차원의 대화나 경험과는 달리 공적 사안을 전달하는 사회적 장이라는 점에서 현실 묘사와 구성에 있어 객관성이 중요한 잣대로 작동하기 때문이다[30]. 그리고 본 연구에 사용한 내용분석의 과정은 1차적으로 기호학의 이론에 근거한 ‘기표’에 의해 추출한 ‘단어’이고, 2차적으로 ‘기의’를 추출하여 구성요인의 빈도 수를 조사하였으므로 요인추출과정의 신뢰성이나 타당성은 인정된다고 볼 수 있다.

표 1. 언론사별 메시지(text) 등장 횟수

언론사	등장횟수	언론사	등장횟수
충청투데이	11	국민일보	2
강원도민일보	7	광주일보	2
강원일보	6	대전일보	2
충북일보	6	중도일보	1
경상일보	4	경남신문	1
중도일보	4	영남일보	1
전북도민일보	4	부산일보	1
새전북신문	4	매일신문	1
서울신문	3	한라일보	1
한국일보	3	경인일보	1
경기일보	3	인천일보	1
경남도민일보	3	세계일보	1
중부매일	2	문화일보	1
전북일보	3	동아일보	1
경향신문	2		

본 연구에서는 언론기사 메시지 분석을 위해 분석의 틀로써 KINDS를 이용하였다. KINDS는 국내의 다양한 종합일간지 및 지역일간지 등에서 언론기사 내용을 종합적으로 분석해 낼 수 있는 종합뉴스 데이터베이스이기 때문에 언론기사 내용을 검색하는 데 유용한 틀이고 담론화 된 내용으로 연구의 유용성이 인정됨으로 본 연구에서 이 방식을 채택하여 신문사설과 뉴스기사의 메시지를 질적 분석하였다.

KINDS에서 “지역축제”를 키워드로 검색한 결과, 신

문사설에서 337건이 검색되었고, 1년간 뉴스기사에서 820건이 검색되었다. 구성요인이 연관된 메시지가 등장한 언론사로는 충청·강원권의 지역 언론사들이 축제에 많은 관심을 가지고 있는 것으로 나타났다[표 1].

## 2. 척도의 개발 과정

본 연구는 Churchill[31]과 Zaichowsky[32]가 제안한 척도개발 방법과는 달리 현대적 통계방법으로 척도 검증 유의하게 척도를 개발하였다.

척도개발 과정은 다음과 같다[그림 1].

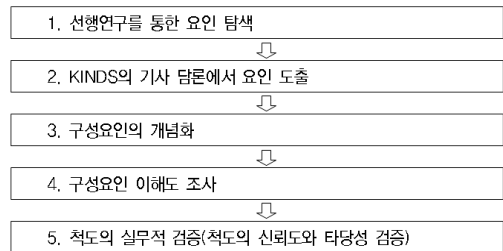


그림 1. 척도 개발 과정

## 3. 기호학의 의미분석 방법에 의한 구성요인 도출

기호학에서 기호(sign)는 두 구성 부분인 기표(signifier)와 기의(signified)로 나뉜다. 소쉬르는 기호를 기표와 기의 두 요소가 결합하여 만들어지는 것으로서 ‘기표’는 무엇을 표현하기 위한 실제적 요소로 형식을 말하는 것이고, ‘기의’는 기호가 대변하는 정신적 개념으로 의미되어지는 내용을 말한다. 한편, 롤랑 바르트는 대중문화를 포함한 모든 문화적 행위를 언어행위로 보고 그 의미작용을 분석하였다[29].

표 2. 통합 의미분석 과정

소쉬르 의미과정	롤랑바르트 의미과정	통합 의미분석과정
기표(쓰여진 단어)	외연적·지시적 의미	1차 분석
기의(정신적 개념)	내포적·함축적 의미	2차 분석

소쉬르와 롤랑 바르트의 통합적 의미분석은 쓰여진 단어인 기표의 외연적·지시적인 의미를 1차적으로 분석하고, 정신적 개념인 기의의 내포적·함축적 의미를 2

차적으로 분석하게 된다[표 2].

표 3. 언론사 메시지(text) 기호학적 분석 내용(일부)

언론사	1차 분석: 기표 및 외연적·지시적 의미	2차 분석: 기의 및 내포적·함축적 의미
국민일보	고유문화를 전승하고 공동체 사람들을 하나로 묶어준다.	유대성
	그곳에는 충만한 삶의 에너지가 있고 그 에너지는 다시 일상의 바퀴를 돌린다. 여기에는 주민 참여가 필수다.	열정성
서울신문	축제로 지역에 540억 원의 경제적 효과를 가져 올 것으로 추정된다고 하니 엄동설한에 이만한 효과도 없을 것이다.	기반성
국민일보	주민의 자발적 참여가 없다면 그냥 덩어질 문제가 아니다.	열정성
	주민들의 화합과 자긍심을 높일 수 있도록	유대성
한국일보	대부분 지역의 문화적 특성을 살린 독창적이고 경쟁력 있는 축제와는 거리가 멀다.	문화성
세계일보	지역경제를 살릴 수 있고, 주민을 통한 하는 효과도 있다.	기반성 유대성
서울신문	전통문화를 잘 다들어서 내놓아야 세계인의 눈길을 끌 수 있을 것이다.	문화성
경향신문	시민들의 자발적인 참여와 열정으로 이루어진 축제 말이다.	열정성
동아일보	그 지역의 전통문화를 잇는 것은 물론 주민들의 공감대 형성과 문화유구 증축이란 점에서 수익성만 따지기는 힘든 측면도 있다.	문화성 유대성 기반성
한국일보	문화는 없고 쇼만 있다. 새 정부의 '국민이 참여하고 함께 즐기는 문화', '경쟁력 있는 문화'란 결코 이런 모습은 아닐 것이다.	문화성

본 연구에서 KINDS 검색을 통해 축제 기초품질 구성요인과 연관된 메시지를 기호학적 방법에 의한 통합의 미분석 과정을 거친 결과, 기반성 49개, 열정성 49개, 문화성 27개, 유대성 25개, 주제성 6개로 나타났다[표 3].

표의 분석내용에 기초하여 본 연구에서는 축제 기초품질 구성요인을 기반성, 유대성, 열정성, 주제성, 문화성 등으로 보고 이러한 개념과 관련된 기존 연구들을 검토하면서 축제 기초품질 구성요인을 이론적으로 정립했다.

#### 4. 축제 기초품질 구성요인의 개념

##### 4.1 기반성

전통사회의 축제는 농업을 기반으로 한 생활양식을 토대로 형성되었다. 한국의 고대축제인 제천의례(祭天儀禮)인 고구려의 동맹(東盟), 부여의 영고(迎鼓), 예의 무천(舞天)과 서구의 잉카 제국 시대부터 내려온 태양신을 위한 제전인 페루의 태양제 등이 풍성한 수확에 대한 감사와 다음 해 더 많은 수확을 거둘 수 있게 해달라는 기원이었다[33]. 이러한 축제는 지역공동체의 생활양식을 토대로 형성되고 생활양식은 공동체 구성원들이 종사하는 생업을 기반으로 생활 속에서 체화된 것이므로 축제에서 기반성은 축제생성을 위한 원천적인 바탕이라고 할 수 있다. 산업이 다원화 된 현대 산업사회에서도 여전히 축제는 생업이나 생활공간을 기반으로 형성되어야 한다. 그 이유는 “축제는 생활의 장(場)이 되는 공간을 중심으로 공동체 구성원들이 어울려 놀이적인 속성을 창출해내는 창조적인 문화 활동[34]”이기 때문이다. 지역공동체가 종사하는 산업을 기반으로 축제가 생성되게 되면 구성원들의 생활양식이 축제에 녹아들게 되고 구성원들 간에 결속과 유대를 바탕으로 한 열정적인 축제로 발전하게 되는 것이다.

이를 바탕으로 본 연구에서는 정의한 기반성은 “축제가 열리는 지역에 축제와 연관된 기반이 조성되어 있고, 축제와 연관된 이미지를 느낄 수 있으며, 방문객들에게 상품자원으로 인식되고 있는 정도”이다.

##### 4.2 유대성

공동체 구성원 간에 결속을 위한 유대는 수렵이나 농경생활에서 필수적인 요구사항이었다. 더욱이 축제는 소속 사회 구성원들을 하나로 묶어내는 좋은 축매제 역할을 하고 있다[35]. 더구나 현대사회는 원자화되어 있는 개인이 자신의 소외감을 극복하기 위해 축제에 적극적으로 참여하여 소속감과 동일감을 확인하는 기회를 가지게 된다. 사회적 유대감의 척도를 개발한 Lee 등[36]은 사회적 유대감을 ‘소속에 대한 내적 감각을 반영하며 전체적인 사회적 세계와 대인 관계적 친밀감을 유지하는 것에 대한 주관적 인식’이라고 개념화하였다. 축제에서 유대는 사회적 유대감을 한층 더 적극적인 입장

에서 소속된 공동체에 대한 내적 감각을 반영하고 공동체 내부 구성원들 간에 친밀감을 유지하는 주관적 인식이라 할 수 있다.

이를 바탕으로 본 연구에서는 정의한 유대성은 “공동체 구성원들 간에 소속감과 동질감을 느낄 수 있으며, 서로 간에 우호적이며, 친밀감을 느끼고 있는 정도”이다.

#### 4.3 열정성

전통농경사회에서 축제는 농업생산이나 원시적인 종교 관념을 기반을 한 것이 대부분이었으므로 축제에 참여하는 공동체 구성원 모두가 열정적으로 축제에 참여할 수밖에 없었다. 그러나 현대축제는 의례적인 종교 관념보다는 유희적 성격이 강한 축제로 변화됨에 따라 공동체 구성원들의 참여의 폭을 넓히고 이들의 자발적인 참여를 유도하며 어떻게 공동체 구성원들의 열정을 이끌어 내느냐가 관건이다. 즉, 지역축제에서 축제의 생명력 확보와 성공가능성의 중요한 요소는 얼마만큼 지역민들이 능동적으로 행사에 참여하느냐에 달려 있다고 해도 과언이 아니다[35]. Rousseau et al.[37]은 열정을 “개인이 좋아하면서 중요하다고 생각하고, 기꺼이 자신의 시간과 에너지를 할애할 수 있는 활동을 향한 강한 의지나 경향”으로 정의하였고[38], 인간은 조화로운 열정을 통해 성취감과 즐거움을 가져 온다고 하였다[39]. 축제에서도 공동체 구성원 개개인이 좋아하고 중요하다고 생각하는 것에 자신의 에너지를 할애하여 능동적으로 참여할 때 성취감과 즐거움을 느낄 수 있다.

이를 바탕으로 본 연구에서는 정의한 열정성은 “축제에서 구성원들이 폭넓게 능동적으로 참여하고, 축제에 적극적인 의지를 가지고 참여함으로써 성취감과 즐거움을 느끼는 정도”이다.

#### 4.4 주제성

의례 중심의 전통축제는 축제의 주제가 신에 대한 감사와 기원을 드리는 것에 집중되어 있었다. 그러나 현대축제는 인간의 유희적 본성을 문화적으로 표현하게 됨으로써 축제 전반에 일관된 주제의 설정이 요구되고 있다. 축제에 있어 주제는 그 축제를 함축적으로 표현한 상징적인 개념으로 축제의 가치를 높여주는 중요한

요소로 축제 참여객이 호응할 수 있는 분명한 주제를 제시하여야 한다[35]. 축제의 경쟁력은 무엇보다도 그 축제의 주제에 일관된 콘텐츠를 어떻게 문화적으로 표현하느냐에 달려있다. 축제의 주제와 컨셉에 맞게 개발된 축제콘텐츠는 참여객에게 축제의 내용을 전달하고 축제에 대한 흥미를 유발시킨다[40]. 일반적으로 축제는 하나의 통일된 주제를 가지고 개최되는데, 주제가 독특하거나 고유성을 가질수록 사람들은 축제에 대해 더 많은 관심을 갖게 된다[13].

축제의 주제는 축제의 소재와 슬로건(Slogan)과 구분되는 의미로 “축제의 공급 집단이 축제를 통하여 표현하려고 하는 중심적인 의미로 통일된 원리에 의한 구체적인 사고나 생각”이라 정의하고 있다[41].

이를 바탕으로 본 연구에서는 정의한 주제성은 “축제의 주최자가 하나의 통일된 주제를 가지고 축제를 통해 표현하려는 중심적이고 일관된 의미로서 사고나 생각을 구체적으로 표현하는 정도”이다.

#### 4.5 문화성

전통농경사회에서 문화(culture)는 농경(agri-culture)에서 근원하였기 때문에 원천적으로 공동체의 생활양식을 토대로 형성되었으며, 축제를 통해 공동체의 문화와 예술이 형성되는 기회를 가지게 되었다. 산업을 기반으로 한 생활양식이 정신적 자산인 문화로 정착되면서 축제에서의 문화적인 표현은 신과 공동체, 또는 공동체 구성원 간에 절대적인 소통의 수단이 되었다. 현대사회에 들어서면서 산업이 다변화됨에 따라 문화에 대한 개념도 다양해졌으며, 유네스코에서는 “문화는 한 사회 또는 사회적 집단에서 나타나는 예술, 문학, 생활양식, 가치관, 전통, 신념 등의 독특한 정신적, 물질적, 지적 특징으로 정의하였다[42]. 이와 같이 현대사회에서는 축제는 공동체 내부에서 형성된 정신적, 물질적, 지적 생활양식을 바탕으로 공동체 내·외부간의 문화공감대를 형성하는 기회이고, 축제 참여객의 문화적 욕구 충족과 발현의 장이 된다.

이를 바탕으로 본 연구에서는 정의한 문화성은 “축제의 정신적 자원을 공동체 구성원들의 행동양식으로서 그들의 전통과 예술, 그리고 가치관을 나타내는 것으로 정신적 및 예술적 창조성을 표현하는 정도”이다.

표 4. 기초품질 구성요인에 관한 명칭과 개념 및 관련 연구

구성요인	개념정의	관련연구
기반성	축제가 열리는 지역에 축제와 연관된 기반이 조성되어 있고, 축제와 연관된 이미지를 느낄 수 있으며, 방문객들에게 상품자원으로 인식되고 있는 정도	류정아, 2003 이무용, 2005
유대성	공동체 구성원들 간에 소속감과 동일감을 느낄 수 있으며, 서로 간에 우호적이며, 친밀감을 느끼고 있는 정도	Lee, Draper, & Lee, 2001
열정성	축제에서 구성원들이 폭넓게 능동적으로 참여하고, 축제에 적극적인 의지를 가지고 참여함으로써 성취감과 즐거움을 느끼는 정도	Rousseau et al.(2002)
주제성	축제의 주최자가 하나의 통일된 주제를 가지고 축제를 통해 표현하려는 중심적이고 일관된 의미로서 사고나 생각을 구체적으로 표현하는 정도	맹해영, 2010
문화성	축제적 자원을 공동체 구성원들의 행동양식으로서 그들의 전통과 예술, 그리고 가치관을 나타내는 것으로 정신적 및 예술적 창조성을 표현하는 정도	UNESCO, 2006

이상에서 정의한 축제 기초품질 구성요인의 개념화 정의와 그러한 정의와 관련한 핵심 연구를 요약하면 [표 4]과 같다.

## 5. 축제애착, 축제만족, 행동의도 구성요인의 개념

### 5.1 축제애착

애착(Attachment)은 교육학이나 심리학에서 발달심리와 관련하여 ‘한 개인이 자신과 부모 및 대리 양육자 등 가장 가까운 사람에 대해서 느끼는 강한 감정적 유대 관계’로 정의하고 있다[43]. 애착의 개념은 인간과 인간과의 관계에서 출발하였지만 인간과 환경의 관계 즉, 지역사회 애착도는 ‘지역주민이 해당 지역사회에 대해서 개인적으로 또는 집단적으로 느끼는 심리적 연대감’으로 정의할 수 있다. 지역사회 애착의 구성요인은 정신적인 측면에서의 정체성, 기능적인 측면에서의 의존성, 지역사회 구성원간의 사회적인 측면에서의 친분 등으로 구성되는 개념이다[43]. 인문지리학자들은 지리적인 장소에 대해 개인적 애착을 가짐으로써 사람들은 그들 삶에 의미를 부여하는 소속감과 목표를 갖게 된다고 주장하였다[44].

이를 바탕으로 본 연구에서는 정의한 축제애착은 “축제 참여객이 축제에 대해서 느끼는 심리적 연대감으로 축제를 통하여 그들의 삶에 의미를 부여하는 소속감과 목표를 갖게 되는 정도”이다.

### 5.2 축제만족

축제만족은 축제품질에 노출된 후 마음의 감정 상태를 나타내며, 이러한 축제만족은 참여객의 사회-심리적인 상태(기분, 성향, 필요 등)와 외부적인 요인(축제환경, 축제콘텐츠, 축제공급자와 축제소비자의 상호작용 등)에 의해 영향을 받는다[45]. 축제에 참여객들의 만족은 “특정 여가 활동 후 갖게 되는 방문자의 총체적 감정 상태[46]” 혹은 “관광자가 여행 경험 전체에 대하여 사후에 그 이미지를 평가하는 것으로서 전체 경험에 대한 일종의 태도[47]”라고 할 수 있다. 김선희[48]는 “축제에서 제공하는 축제상품 및 서비스, 공연, 프로그램 경험 등의 성과에 따른 전체적인 평가를 의미하며, 기대한 것보다 그 이상의 경험을 했으면 축제에 대해 만족한다”고 하였다.

이를 근거로 본 연구에서 전반적인 축제의 만족을 구체화하여 내린 축제만족의 정의는 “축제내용에 대한 유익성과 편의시설, 홍보안내, 쇼핑과 음식, 축제운영과 서비스의 만족의 정도”이다.

### 5.3 행동의도

행동의도는 행동연구에서 사용되어 온 구매의도와 동등한 개념으로서 고객이 어떤 대상에 태도를 형성한 후 특정한 미래행동으로 나타내려는 개인의 의지와 신념이며, 신념과 태도가 행동화될 주관적 가능성이다[49]. 행동의도는 어떠한 기회가 왔을 때 특정 목표를 달성하기 위한 행동을 하려는 의지로서 특히 긍정적이고 자발적인 행동의도는 개인으로 하여금 관계를 지속할 것인지를 결정하게 한다는 점에서 매우 중요한 요소이다[50][51]. 오선영·강해상[52]은 “축제에 있어서 행동의도는 축제 참여에 의한 정서적 반응에 대한 후속심리에 의한 행동으로서 추천의도와 재방문의도로 정의”하였다. 하광수·한범수[53]는 “전반적 관광만족과 함께 재방문의도와 긍정적 구전의도가 관광경험과 후속의 심리적 변수”라고 정의하였다.

이를 바탕으로 본 연구에서는 정의한 행동의도는 “축제 참여에 의한 정서적 반응에 대한 후속심리에 의한 행동으로 축제의 재방문, 추천, 긍정적 구전과 우선적 참여의 정도”이다.

표 5. 축제애착, 축제만족, 행동의도 구성요인에 관한 명칭과 개념 및 관련 연구

구성요인	개념정의	관련연구
축제애착	축제 참여객이 축제에 대해서 느끼는 심리적 연대감으로 축제를 통하여 그들의 삶에 의미를 부여하는 소속감과 목표를 갖게 되는 정도	최승담 · 강신겸, 2001
축제만족	축제내용에 대한 유익성과 편의시설, 홍보안내, 쇼핑과 음식, 축제운영과 서비스의 만족의 정도	김선희, 2007
행동의도	축제 참여에 의한 정서적 반응에 대한 후속심리에 의한 행동으로 축제의 재방문, 추천, 긍정적 구전과 우선적 참여의 정도	오선영 · 강해상, 2011

이상에서 정의한 축제 기초품질과 직접 연관된 구성요인의 개념화 정의와 그러한 정의와 관련한 핵심 연구를 요약하면 [표 5]과 같다.

### 6. 축제 기초품질 및 축제애착, 축제만족, 행동의도 구성요인의 개념 이해도 조사

본 연구에서 도출한 축제의 기초품질 구성요인에 관한 명칭과 개념을 이해하는 점에서 문제점 여부를 확인하기 위해 [표 6]와 같이 2012년 9월 10일 진주시 소재 G대학교 3학년 학생 64명(남자 28명, 여자 36명)을 대상으로 이해도에 관한 설문조사를 실시하였다.

표 6. 축제 기초품질 및 축제애착, 축제만족, 행동의도 개념 정의 이해도 조사

조사대상	G대학교 3학년 64명 (남자 28명, 여자 36명)
표본추출방법	편의추출방법
조사방법	설문조사
조사일시	2012. 9. 10

설문내용은 [표 4][표 5]의 내용과 같이 “기반성: 축제가 열리는 지역에 축제와 연관된 기반이 조성되어 있고, 축제와 연관된 이미지를 느낄 수 있으며, 방문객들에게 상품자원으로 인식되고 있는 정도”의 개념이 이해되고 있는가라는 질문으로 5개의 축제 기초품질 구성요인과 결과변수인 3개의 개념에 대하여 “확실히 이해된다, 대략적으로 이해된다, 이해 안된다”로 개념정의에 관한 이해도 조사를 실시하였다.

조사결과, 다음과 같이 64명의 응답자 가운데 8개의

구성요인 문항에 대해서 ‘확실히 이해된다’는 90% 이상의 높은 이해도를 나타내었다[표 7].

표 7. 축제 기초품질 및 축제애착, 축제만족, 행동의도 개념 정의 이해도 조사 결과

구성요인	이해도			인원 (%)
	확실히 이해된다(%)	대략적으로 이해된다(%)	이해 안된다(%)	
기반성	32(50.0)	26(40.6)	6(9.4)	64(100)
유대성	30(46.9)	28(43.8)	6(9.4)	64(100)
열정성	50(78.1)	12(18.8)	2(3.1)	64(100)
주제성	34(53.1)	26(40.6)	4(6.3)	64(100)
문화성	42(65.6)	20(31.3)	2(3.1)	64(100)
축제애착	36(56.3)	26(40.6)	2(3.1)	64(100)
축제만족	48(75.0)	16(25.0)	-	64(100)
행동의도	32(50.0)	30(46.9)	2(3.1)	64(100)

### III. 척도 검증의 연구 방법

#### 1. 연구모형 및 가설의 설정

##### 1.1 연구모형

본 연구는 축제 기초품질인 기반성, 유대성, 열정성, 주제성, 문화성의 구성요인과 축제애착 간의 영향관계에 대해 검정하고, 축제애착과 축제만족, 축제만족과 행동의도 간의 영향관계에 대해 검정하고자 한다. 본 연구의 기초품질의 구성요인은 KINDS의 사설과 기사를 검색하여 소쉬르와 롤랑 바르트의 통합적 의미 분석을 통해 구성요인 5개를 도출하였다. 도출된 5개의 구성요인은 문헌연구를 통하여 개념적 정의를 내린 다음 개념에 대한 이해도 조사를 실시하여 이를 근거로 [그림 2]과 같이 개념적인 연구모형을 구성하였다.

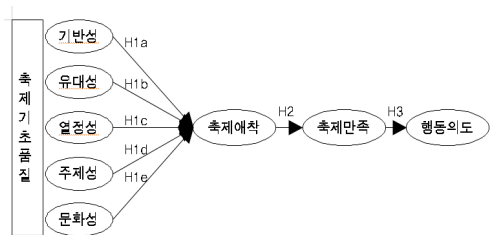


그림 2. 연구 모형

## 1.2 가설의 설정

### 1.2.1 축제 기초품질과 축제애착의 관계

축제의 기초는 축제를 지속적으로 연행하게 하는 원동력이다. 축제가 지속적으로 연행되기 위해서는 생활양식을 기반으로 이루어져야 하고 공동체 구성원들을 하나로 묶어내는 촉매체로서 내부구성원간의 유대가 이루어져야 한다. 그리고 지역축제에서 축제의 생명력 확보와 성공가능성의 중요한 요소는 얼마만큼 지역민들이 능동적이고 열정적으로 축제에 참여하느냐에 달려있으며 축제의 가치를 높여주는 중요한 요소의 하나로서 공통된 주제를 가지고 공동체 내·외부간의 문화공감대를 형성하여 축제 참여객의 문화적 욕구 충족과 발현의 장이 되어야 한다.

축제 기초품질의 구성요소 가운데 기반성 요인은 축제애착의 기능적인 측면인 의존성과 연관되어 있고 주제성과 열정성은 축제애착의 정신적인 측면인 정체성과 관련되어 있으며 유대성과 열정성은 축제애착의 사회적 측면인 사회적 친분과 관련이 되어 있다. 이와 같이 축제애착(Festival Attachment)은 축제의 기초품질의 구성요인을 통해 형성된다고 볼 수 있다. 축제의 참여객이 지역의 생활양식을 바탕으로 연행되는 축제에 대해서 느끼는 심리적 연대감 즉, 지역민의 유대와 열정, 공통된 주제와 문화적 공감대를 형성함으로써 소속감과 일체감을 느낄 수 있게 된다는 전제하에 다음과 같이 축제의 기초품질과 축제애착 간에 가설을 설정하였다.

H1: 축제의 기초품질은 축제애착에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H1a: 기반성은 축제애착에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H1b: 유대성은 축제애착에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H1c: 열정성은 축제애착에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H1d: 주제성은 축제애착에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H1e: 문화성은 축제애착에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

이에 본 연구에서는 새로 개발된 축제 기초품질과 축제애착과의 관계를 바탕으로 축제 기초품질의 실행요인인 기반성, 유대성, 열정성, 주제성, 문화성이 축제애착에 어떠한 영향을 미치는지를 실증적으로 검증하고자 한다.

### 1.2.2 축제애착과 축제만족의 관계

Bowen & Clarke[54]는 축제에 참여한 방문객들의 만족은 ‘특정 여가 활동 후 갖게 되는 방문자의 총체적 감정상태’라고 하였다. 즉, 축제 만족은 “축제에서 제공하는 축제상품 및 서비스, 공연, 프로그램 경험 등의 성과에 따른 전체적인 평가”를 의미하며 기대한 것보다 그 이상의 경험을 하게 되면 축제에 대해 만족하다고 볼 수 있다[48]. 이훈[55]은 지역사회 애착도가 낮으면 지역주민의 참여가 부족하고, 자발성과 주제성이 낮다고 하였다. 애착도를 고애착군과 저애착군으로 나누어 집단 간의 차이를 비교한 고승익 등[56]의 연구에서는 고애착군이 저애착군보다 지역축제에 관한 영향을 높게 인식하는 것으로 나타나고, 축제에 대한 만족도와 추천의도 그리고 재방문의도까지 높게 나타난다고 보고하고 있다[57]. 그리고 정미경·고기숙[58]은 평생학습축제를 대상으로 한 연구에서 지역사회 애착이 높을수록 축제만족도가 높아진다는 측면에서 McCool & Martin[59]과 김규호[60], 이훈[55], 장병권[61] 등의 선행연구와 일치한다는 결론을 내놓았다.

본 연구에서는 이와 같은 선행연구를 바탕으로 축제애착과 축제만족간의 가설을 설정하였다.

H2: 축제애착은 축제만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

이에 본 연구에서는 선행연구의 지역애착을 확장하여 정의 한 축제애착과 축제만족과의 관계를 바탕으로 축제애착이 축제만족에 어떠한 영향을 미치는지를 실증적으로 검증하고자 한다.

### 1.2.3 축제만족과 행동의도의 관계

축제의 만족과 행동의도에 대한 연구는 가장 많이 연구되고 있는 분야이다[13][62]. 민양기[63]는 축제의 지



각된 품질이 지각된 만족에 영향을 미치며 지각된 만족은 재방문 의도, 긍정적 구전에 영향을 미친다고 하였다. 허중욱·박선희[14]는 축제 방문자의 만족과 행동의도 간의 연구에서 축제방문자의 만족도는 재방문 의도에 영향을 미친다는 결과를 축제 방문자 하위 요인 가운데 프로그램 만족도, 서비스 만족도, 편의시설 만족도 등은 재방문 의도에 유의한 영향을 미친다는 결과를 제시하였다.

이와 같은 선행연구를 근거로 본 연구에서는 축제만족과 행동의도 간의 가설을 설정하였다.

H3: 축제만족은 행동의도에 정(+의 영향을 미칠 것이다.

이에 본 연구에서는 축제만족과 행동의도의 관계를 바탕으로 축제만족이 행동의도에 어떠한 영향을 미치는지를 실증적으로 검증하고자 한다.

## 2. 조사 설계

### 2.1 자료수집

본 연구에서 개발한 축제 기초품질 척도를 바탕으로 설정된 연구가설을 검증하기 위해 2012년 문화관광축제 최우수축제로 지정된 “금산인삼축제”에 참여한 방문객을 대상으로 자기기입식 설문조사를 실시하였다.

실증 연구에 앞서 본 연구에서는 문헌연구를 바탕으로 개발된 설문지에 기초하여 G대학교 경영학과 대학생들을 대상으로 1차 예비조사를 실시하였다. 측정문항의 신뢰도와 타당성을 검토한 후 측정문항을 순화하는 과정을 거쳐 예비검증에서 나타난 문제점을 순화하였다. 그 후 K대학교 관광학과 대학생들을 대상으로 2차 예비조사를 실시하고 신뢰도 분석과 요인분석을 통해 2차 예비검증을 실시하였다.

본 조사는 1, 2차 예비조사를 통해 정제된 설문문항을 “금산인삼축제” 축제장을 방문한 참여객을 대상으로 설문조사를 실시했다. 표집설계에 대한 내용과 현황은 [표 8]과 같다.

표 8. 표집 현황

구분	조사내용
연구대상	금산인삼축제
표본범위	금산인삼축제를 방문한 참여객
표본추출방법	편의추출방법
조사기간	2012. 9. 14 ~ 2012. 9. 23(10일간)
표본의 크기	총 유효표본: 243부 - 총 배포된 설문지 수: 300부 - 총 회수된 설문지 수: 243부 - 총 회수율: 81%

### 2.2 분석방법

분석방법은 자료의 일반적 특성을 파악하기 위한 빈도분석, 개념의 타당성 평가를 위한 요인분석, 신뢰도 측정을 위한 Cronbach's alpha test와 구조방정식을 통한 확인적 요인분석과 연구 가설검증을 위한 경로분석을 수행하였다. 본 연구의 연구가설을 검증하기 위한 경로분석에서 연구모형과 수집된 자료의 적합도 검증은 Chi-square와 GFI, AGFI, IFI, TLI, CFI, RMSEA 등의 공분산구조방정식 적합도 지수를 기준으로 판단하였다. 본 연구에서 수집한 데이터를 분석하기 위해 SPSS 18.0과 AMOS 18.0 통계프로그램이 활용되었다.

## 3. 개념적 정의 및 측정방법

본 연구모형의 관계구조를 파악하기 위한 전체 개념 요인들에 대한 개념적 정의는 [표 9]과 같다.

기반성은 “축제와 연관된 기반, 이미지, 상품자원의 인식정도”이고, 유대성은 “공동체 구성원들 간에 소속감과 동질감, 우호, 친밀감의 정도”이다. 그리고 열정성은 “축제 구성원의 능동적 참여, 성취감과 즐거움을 느끼는 정도”이고, 주제성은 “통일된 주제를 통한 중심적이고 일관된 의미로서 사고나 생각을 표현하는 정도”이며 문화성은 “공동체 구성원들의 전통과 예술, 그리고 가치관의 정신적 및 예술적 창조성을 표현하는 정도”이다. 축제애착은 “축제에 대해서 느끼는 심리적 연대감, 소속감과 목표를 갖게 되는 정도”이고 축제만족은 “축제 유익성과 편의시설, 홍보안내, 쇼핑과 음식, 축제운영과 서비스의 만족의 정도”이다. 그리고 행동의도는 “축제의 재방문, 추천, 긍정적 구전과 우선적 참여의 정

도”이다.

그리고 인구 통계적 측정 항목은 성별, 연령, 직업, 소득 등 4가지 항목으로 측정되었다. 그리고 축제 기초품질의 구성개념에 대한 측정은 척도개발에 의한 기반성 7문항, 유대성 6문항, 열정성 6문항, 주제성 6문항, 문화성 6문항으로 구성하였고, 결과변수 구성개념에 대한

측정은 축제애착 6문항, 축제만족 6문항, 행동의도 4문항으로 구성하여 설문조사를 실시하였다. 설문조사 후 예비분석을 실시하였고 본 연구의 원활한 실증분석을 위해 분석에 용이하도록 항목을 축소하였다. 축소된 문항은 기반성 3문항, 유대성 4문항, 열정성 4문항, 주제성 4문항, 문화성 4문항, 축제애착 4문항, 축제만족 5문

표 9. 개념적 정의 및 측정도구의 출처

구성 개념	개념적 정의	측정항목	측정 도구의 출처
기반성	축제와 연관된 기반, 이미지, 상품자원의 인식 정도	1. 금산인삼축제를 할 수 있는 여건이 조성되어 있다. 2. 인삼의 고장이라는 이미지가 느껴진다. 3. 인삼산업이 인삼축제의 기반이 되고 있다. 4. 인삼축제에 도움이 되는 자원이 많이 있다. 5. 인삼과 연관된 기념품(상품)이 많이 판매되고 있다. 6. 인삼축제가 지역산업 발전에 도움이 된다. 7. 인삼축제가 지역민의 생업과 연관성이 높다.	척도 개발: 7문항
유대성	공동체 구성원들 간에 소속감과 동질감, 우호, 친밀감의 정도	1. 지역주민들이 축제로 인해 단합된 모습을 보인다. 2. 지역주민들이 축제에서 동질감을 느끼고 있다. 3. 지역주민들이 서로간에 우호적이다. 4. 지역주민들이 강한 소속감을 느끼고 있었다. 5. 지역주민들이 서로 간에 친밀감을 가지고 있었다. 6. 지역주민들이 공동체 의식이 느껴진다.	척도 개발: 6문항
열정성	축제 구성원의 능동적 참여, 성취감과 즐거움을 느끼는 정도	1. 지역민이 축제에 대해 자신감이 넘쳐 보인다. 2. 지역민이 축제에 대해 자부심이 느껴진다. 3. 지역민이 축제에 대해 성취감을 느끼고 있다. 4. 지역민이 축제에 적극적으로 참여하고 있다. 5. 축제에 참여한 지역민이 생기 있어 보인다. 6. 지역민의 인삼축제에 대한 열의가 느껴진다.	척도 개발: 6문항
주제성	통일된 주제를 통한 중심적이고 일관된 의미로서 사고나 생각을 표현하는 정도	1. 인삼축제 주제가 시각화 되어있다. 2. 인삼축제는 축제주제를 잘 표현하고 있다. 3. 인삼축제의 주제가 프로그램에 잘 반영되어 있다. 4. 인삼축제의 주제가 잘 전달되었다. 5. 인삼축제 주제가 독특하다. 6. 축제주제가 인삼축제를 돋보이게 한다.	척도 개발: 6문항
문화성	공동체 구성원들의 전통과 예술, 그리고 가치관의 정신적 및 예술적 창조성을 표현하는 정도	1. 인삼축제는 지역의 문화적 토대가 있다. 2. 인삼축제는 지역문화를 계승하고 있다. 3. 인삼축제는 지역의 문화적 정체성을 표현하고 있다. 4. 인삼축제를 통해 지역의 문화를 확인할 수 있다. 5. 인삼축제에 지역사회의 특징이 잘 표현되어 있다. 6. 인삼축제를 통해 문화적 욕구를 충족하였다.	척도 개발: 6문항
축제 애착	축제에 대해서 느끼는 심리적 연대감, 소속감과 목표를 갖게 되는 정도	1. 인삼축제에 대해 나는 많은 것을 얘기해 줄 수 있다. 2. 인삼축제는 나에게 큰 의미를 가진다. 3. 다른 축제보다 인삼축제에 참여하는 것이 더 만족스럽다. 4. 나는 인삼축제를 자랑스럽게 생각한다. 5. 나는 인삼축제에 적극적으로 참여하겠다. 6. 인삼축제 때문에 금산이 좋아졌다.	최승담·강신경, 2001: 6문항
축제 만족	축제 유익성과 편의시설, 홍보안내, 쇼핑과 음식, 축제운영과 서비스의 만족의 정도	1. 축제콘텐츠(행사내용)가 유익하였다. 2. 축제 편의시설에 만족하였다. 3. 축제의 홍보안내에 만족하였다. 4. 축제 쇼핑과 음식에 만족하였다. 5. 축제 운영에 만족하였다. 6. 축제안내요원들의 서비스에 만족하였다.	김선희, 2007: 6문항
행동의도	축제의 재방문, 추천, 긍정적 구전과 우선적 참여의 정도	1. 다음 축제에 재방문 하겠다. 2. 주변사람들에게 축제를 추천하겠다. 3. 주변사람들에게 축제를 긍정적으로 이야기 하겠다. 4. 다른 축제보다 우선적으로 참여하겠다.	오선영·강해상, 2011: 4문항

항, 행동의도 4문항으로 실증분석을 실시하였다.

#### IV. 실증 분석

##### 1. 표본의 인구통계학적 특성

본 연구의 인구 통계학적 특성은 남자가 42%이고 여자가 58%이다. 그리고 연령대는 20~50대가 고른 분포를 보여주고 있다.

거주 지역은 금산군 지역주민 보다는 충남의 인근 시군에서 참여한 방문객이 27%이고 '충남외 기타지역'에서 방문한 참여객이 59%를 넘기고 있다. 직업과 월평균 소득은 전반적으로 고른 분포를 보여주고 있다.

학력 수준은 대학졸업 이상이 55%를 차지하고 있다 [표 10].

표 10. 인구통계학적 특성

특 성	범주 및 빈도(비율)
성별	남(42.8), 여(57.2)
연령	10대(9.5), 20대(15.6), 30대(18.5), 40대(18.9), 50대(30.0), 60대 이상(7.4)
거주지역	금산군(13.6), 충남(26.7), 충남외 기타지역(59.7)
직업	학생(15.6), 주부(25.5), 회사원(23.9), 공무원(9.5), 전문직(11.1), 자영업(14.4)
월소득	81만원~130만원(29.2), 131만원~200만원(16.5), 201만원~350만원(28.4), 351만원 이상(25.9)
학력	중졸이하(7.8), 고졸이하(25.9) 대학재학(11.5) 대학졸업(46.9) 대학원이상(7.8)

##### 2. 측정도구의 신뢰도 및 타당도 검증

###### 2.1 신뢰도 분석

본 연구에서는 축제 기초품질의 구성요인인 기반성, 유대성, 열정성, 주제성, 문화성과 결과변수인 축제에 착, 축제만족, 행동의도 등의 세부개념들에 대한 신뢰도

표 11. 탐색적 요인분석

요 인		항 목	요인 적재량	아이겐 값	분산률 (%)	알파 계수
외생변수	기반성	① 축제 여건 조성 정도	.749	1.113	4.541	.776
		② 축제 이미지 전달 정도	.786			
		③ 축제의 기반 조성 정도	.750			
	유대성	① 지역민의 단합된 정도	.767	1.133	5.961	.876
		② 지역민의 동질감 교감 정도	.802			
③ 지역민의 친밀감 정도		.662				
④ 지역민의 공동체 의식 정도		.660				
열정성	① 지역민의 자신감 정도	.743	9.246	48.664	.909	
	② 지역민의 자부심 정도	.830				
	③ 지역민의 성취감 정도	.794				
	④ 지역민의 참여 정도	.746				
주제성	① 축제주제의 시각화 정도	.697	1.411	7.428	.908	
	② 축제주제의 표현 정도	.821				
	③ 축제주제의 프로그램 반영 정도	.771				
	④ 축제주제의 전달 정도	.801				
문화성	① 지역의 문화적 토대 정도	.770	2.039	10.732	.920	
	② 지역문화 계승 정도	.884				
	③ 지역의 문화 정체성 정도	.877				
	④ 지역의 문화 확인 정도	.775				
축제 애착	① 축제 의미 정도	.837	1.244	6.717	.896	
	② 다른 축제와 비교만족 정도	.812				
	③ 축제를 자랑스럽게 생각하는 정도	.756				
	④ 축제에 적극적으로 참여하는 정도	.712				
내생변수	축제 만족	① 축제 편의시설 만족 정도	.851	1.471	11.319	.907
		② 축제 홍보 안내 만족 정도	.814			
		③ 축제 쇼핑과 음식 만족 정도	.778			
		④ 축제 운영 만족 정도	.743			
		⑤ 축제안내원의 서비스 만족 정도	.673			
행동 의도	① 축제의 재방문 의사 정도	.787	7.843	60.332	.935	
	② 축제 다른 사람에게 추천 정도	.811				
	③ 축제의 긍정적인 전달 정도	.808				
	④ 다른 축제보다 우선 참여 정도	.716				

를 검증한 결과, 모든 연구요인에 대한 각 크론바하 알파(Cronbach's alpha)계수가 0.77 이상으로 높은 수준의 내적 일관성을 확보하였다. 구체적으로 축제 기초품질의 5가지 측정항목에 대한 각  $\alpha$ 값은 기반성 0.776(3개 항목), 유대성 0.876(4개 항목), 열정성 0.909(4개 항목), 주제성 0.908(4개 항목), 문화성 0.920(4개 항목)로 분석되었다. 결과변수로 설정한 축제애착은 0.896(4개 항목), 축제만족은 0.907(5개 항목), 행동의도는 0.935(4개 항목)으로 분석되었다.

## 2.2 타당성 분석

본 연구의 연구모형 분석을 위한 측정항목의 타당성을 확보하기 위해 탐색적 요인분석과 확인적 요인분석을 실시하였고, 확인적 요인분석과정에서 개념 신뢰도(Construct reliability) 및 분산 추출 지수(AVE)를 확인

하였다. 또한, 측정항목의 기준 타당성 확보를 위해 상관분석을 실시하였다.

### 2.2.1 탐색적 요인분석

본 연구의 연구모형에 사용된 변수의 타당한 개념과 개괄적인 구조를 확인하기 위해 탐색적 요인분석을 실시하였다. 요인 추출은 주성분 분석(PCA)으로 하였고 요인회전은 직교회전(Varimax)으로 분석하였다. 그 결과 [표 11]에서와 같이 32문항이 사용되었다.

### 2.2.2 확인적 요인분석

본 연구에서 설정한 구조관계를 측정하기 위해 구성된 설문항목이 경로분석을 실시하기에 타당성을 확보하고 있는지를 재평가하기 위해 확인적 요인분석을 실시하였다. 그 결과 [표 12]와 같이 모든 표준화 계수는

표 12. 확인적 요인분석

요인	항목	표준화 계수	표준 오차	C,R (t값)	P-value	개념 신뢰도	AVE	
외생 변수	기반성	①	0.783	0.114	10.049	0.000	0.775	0.535
		②	0.699	0.105	9.307	0.000		
		③*	0.711	-	-	-		
	유대성	①	0.720	0.061	12.935	0.000	0.866	0.621
		②	0.668	0.069	11.601	0.000		
		③	0.863	0.055	17.036	0.000		
		④*	0.881	-	-	-		
	열정성	①	0.862	0.078	13.833	0.000	0.914	0.729
		②	0.922	0.076	14.868	0.000		
		③	0.880	0.082	14.154	0.000		
		④*	0.742	-	-	-		
	주제성	①	0.761	0.067	13.742	0.000	0.909	0.716
		②	0.889	0.061	17.437	0.000		
		③	0.894	0.062	17.641	0.000		
		④*	0.836	-	-	-		
	문화성	①	0.819	0.064	15.609	0.000	0.922	0.748
		②	0.905	0.061	18.367	0.000		
		③	0.889	0.057	17.858	0.000		
		④*	0.844	-	-	-		
	내생 변수	축제 애착	①*	0.763	-	-	0.000	0.894
②			0.843	0.077	13.816	0.000		
③			0.862	0.071	14.104	0.000		
④			0.828	0.075	13.462	-		
축제 만족		①*	0.760	-	-	-	0.901	0.646
		②	0.754	0.062	15.897	0.000		
		③	0.787	0.089	12.669	0.000		
		④	0.907	0.084	14.816	0.000		
		⑤	0.804	0.088	12.992	0.000		
행동 의도		①*	0.888	-	-	-	0.937	0.790
		②	0.903	0.046	21.142	0.000		
		③	0.910	0.045	21.472	0.000		
	④	0.854	0.058	18.809	0.000			

표 13. 상관관계 및 분산추출지수(AVE)

구분	1	2	3	4	5	6	7	8
1. 기반성	0.731*							
2. 유대성	.467**	0.788*						
3. 열정성	.475**	.724**	0.853*					
4. 주제성	.544**	.544**	.593**	0.846*				
5. 문화성	.434**	.470**	.475**	.594**	0.864*			
6. 축제애착	.472**	.468**	.393**	.464**	.489**	0.824*		
7. 축제만족	.427**	.461**	.521**	.473**	.450**	.574**	0.803*	
8. 행동의도	.468**	.443**	.434**	.499**	.479**	.731**	.692**	0.888*

\*\* .상관계수는0.01 수준(양쪽)에서 유의함. \*대각선 굵은 글씨는 분산 추출값(AVE)의 제곱근

표 14. 연구모형 검증의 결과

연구 가설	세부 가설	경로	[6]분석결과				가설검증의 종합결과
			경로계수	표준오차	CR(t값)	P값	가설채택
H1	H1a	기반성 → 축제애착	0.343	0.145	3.544	0.000	채택
	H1b	유대성 → 축제애착	0.221	0.118	1.965	0.049	채택
	H1c	열정성 → 축제애착	-0.124	0.132	-1.109	0.267	기각
	H1d	주제성 → 축제애착	0.104	0.098	1.112	0.266	기각
	H1e	문화성 → 축제애착	0.289	0.083	3.839	0.000	채택
H2	H2	축제애착 → 축제만족	0.722	0.064	9.347	0.000	채택
H3	H3	축제만족 → 행동의도	0.809	0.087	11.611	0.000	채택

1%에서 유의하였고,  $\chi^2(433)=755.083$ ,  $CMIN/DF=1.744$ ,  $GFI=0.843$ ,  $AGFI=0.808$ ,  $IFI=0.950$ ,  $TLI=0.942$ ,  $CFI=0.949$ ,  $RMSEA=0.055$  등으로 적합도 지수들이 이상적인 기준치[64]를 어느 정도 충족시키고 있어 모형은 적합하다고 판단된다.

모형에서 확인된 측정문항들은 각 구성개념에 대해 0.5 이상의 모수추정치를 보여주고 있으며, 각 추정치에 대한 C. R.(t값) 또한  $\alpha=0.01$ 에서 유의한 2.58 이상으로 나타나 일정 수준 이상의 수렴타당성을 가지고 있는 것으로 판단할 수 있다. 구성개념에 대한 개념 신뢰도는 0.7 이상이고, AVE값은 0.5 이상을 확보하고 있으므로 개념타당성이 확보된 것으로 판단할 수 있다[65].

2.2.3 상관분석

본 연구에서 연구모형을 구성하고 있는 축제 기초품질의 구성요인과 결과변수의 연관성을 검증하기 위해 상관관계 분석을 실시했다. 그 각 변수 간 관련성이 가설의 방향과 일치하면서 유의하게 나타나 기준 타당성이 확보되었다.

또한, 판별 타당성을 검증하기 [표 13]과 같이 상관계수와 분산추출지수(AVE)를 비교해 본 결과 모든 구성

개념 간의 상관계수가 대각선으로 표시된 분산추출지수가 각 요인의 상관계수의 제곱, 즉 결정계수보다 크면 두 요인 사이에는 판별 타당성이 확보되었다고 할 수 있다[66].

3. 연구 가설 검증

구조모형에 대한 적합도 평가와 연구가설을 검증하기 위하여 연구모형인 축제 기초품질 요인과 축제애착 및 축제만족, 행동의도 간의 관계를 결합하여 구조모형을 구축하고 분석하였다. 본 연구에서는 최대우도법(ML)을 통하여 모형의 적합도와 모수를 추정하였으며, 초기연구모형에 대한 절대적합지수와 증분적합지수에 의한 평가 결과,  $\chi^2=860.039(df=444, p=0.000)$ ,  $GFI=0.825$ ,  $AGFI=0.791$ ,  $IFI=0.935$ ,  $TLI=0.927$ ,  $CFI=0.934$ ,  $RMSEA=0.062$  등으로 나타났다. 대부분의 적합지수가 기준치를 충족하고 있어 모형의 적합성은 적절하다고 판단된다.

모형의 적합도가 확보된 수정모형의 경로계수는 연구가설 채택여부에 있어서 더 강력한 근거가 된다. 연구가설 H1에 해당하는 축제 기초품질 요인 가운데 기반성과 문화성이 축제애착에 유의수준 1% 이내에서 유

의하고, 유대성은 5% 이내에서 유의한 것으로 파악되었다. 그리고 열정성과 주제성과 축제에착은 유의하지 않은 것으로 나타났다. 따라서 연구가설 H1에서 세부 가설 H1a, H1b, H1e는 채택되었고 H1c, H1d는 기각되었다.

연구가설 H2에 해당하는 축제에착과 축제만족은 유의수준 1% 이내에서 영향을 미치고 있어 가설이 채택되었다. 그리고 연구가설 H3에 해당하는 축제만족과 행동의도 간에도 유의수준 1% 이내에서 영향을 미치고 있어 가설이 채택되었다. 따라서 연구가설 검증의 종합적인 결과는 [표 14]에 제시하였다.

## V. 척도에 대한 종합 검증

사회과학 연구에서 사회심리적 속성을 측정하는 경우에는 측정하고자 하는 속성의 규명이 어려울 뿐만 아니라 측정상의 오류가 개입될 가능성이 높다. 여기서 발생하는 오류를 줄이기 위해 척도의 신뢰성과 타당성을 검토해야 한다[67].

### 1. 척도의 신뢰도 검증

척도의 신뢰성은 측정된 결과치의 일관성, 정확성, 의존가능성, 안정성, 예측가능성과 관련된 개념이다. 신뢰성의 측정방법에는 내적일관도가 주로 사용되고 있으며 일반적으로 크론바하 알파(Cronbach's alpha)계수가 0.6 이상이면 신뢰도가 높다고 본다[68].

본 연구의 실증분석에서 축제 기초품질의 구성요인인 기반성, 유대성, 열정성, 주제성, 문화성의 구성요인에 대한 신뢰도를 검증한 결과, 각 구성요인에 대한  $\alpha$ 값이 0.77 이상으로 높은 수준의 내적 일관성을 확보하여 척도의 신뢰성이 검증되었다.

### 2. 척도의 타당성 검증

척도의 타당성은 특정한 개념이나 속성을 측정하기 위해 개발한 측정도구가 그 속성을 정확히 반영할 수 있는가의 문제이다. 타당성 평가방법에는 동일한 개념을 측정하기 위해 측정치들 간에 높은 상관관계를 요구

하는 집중타당성과 서로 다른 개념을 측정하기 위해 측정치들 간에 낮은 상관관계를 요구하는 판별타당성이 있다. 집중타당성은 확인요인분석에서 확인할 수 있으며 개념신뢰도값이 0.7 이상이어야 하고 판별타당성은 상관관계 분석에서 상관관계값이 0.9 이하[69], AVE값이 0.5 이상[70]이면 된다.

본 연구의 실증분석에서 축제 기초품질의 구성요인인 기반성, 유대성, 열정성, 주제성, 문화성의 구성요인에 대한 타당성을 검증한 결과, 집중타당성을 평가하는 개념신뢰도값이 0.7 이상을 충족하고 있어 집중타당성이 확보되었고 판별타당성을 평가하는 상관관계값이 0.9 이하, AVE값이 0.5 이상을 충족하고 있어 판별타당성이 확보되어 척도로써 객관성이 인정되었다고 볼 수 있다.

### 3. 척도의 단일차원성 검증

척도의 단일차원성은 여러 개의 측정변수로 구성된 요인은 단 하나의 개념이 존재해야 한다는 것이다[71]. 단일차원성은 구성요인의 차별성을 강조하는 것으로 측정변수들의 표준화계수값이 0.6 이상이면 단일차원성이 확보되었고 볼 수 있다[69].

본 연구의 실증분석에서 축제 기초품질의 구성요인인 기반성, 유대성, 열정성, 주제성, 문화성의 구성요인에 대한 단일차원성을 검증한 결과, 각 요인의 측정변수들의 표준화계수값이 0.6 이상이 확보되어 구성요인의 단일차원성이 확보되었다고 볼 수 있다.

## VI. 결론

### 1. 연구결과의 요약 및 시사점

본 연구는 지속가능한 축제품질 척도 개발 가운데 축제의 기초품질 척도를 개발하여 결과변수인 축제에착과 축제만족, 행동의도를 실무적으로 적용하여 실증적 검증을 실시하였다. 기존의 선행연구가 대부분 축제의 복잡한 특성을 고려하지 않은 채 하나의 범주 내에서 축제품질을 평가 해왔으나 본 연구자는 축제의 품질 평가를 3개의 범주로 나누어 평가해야 한다고 주장한다.

이 가운데 본 연구에서 개발한 축제의 기초품질은 축제를 지속가능하게 하는 원천으로 인식하여 1차적으로 선행연구를 통해 축제 지속가능성에 대한 구성요인을 탐색하였고 2차적으로 KINDS에서 담론화 된 메시지를 소쉬르와 롤랑 바르트의 통합적 의미 분석을 통해 구성요인 5개를 도출하였다. 이렇게 도출된 구성요인과 축제애착, 축제만족, 행동의도 간에 어떠한 영향을 미치는지를 실무적으로 파악하여 본 연구에서 개발된 축제 기초품질의 척도를 검증하는데 연구의 초점을 두었다.

본 연구에서 개발한 척도의 실무적 검증은 2012년 문화체육관광부 지정 최우수축제로 지정된 “금산인삼축제”에 참여한 방문객을 조사 대상으로 총 243부의 유효 표본을 분석에 사용하였다. 연구에서 설정한 연구목적과 연구가설을 중심으로 연구결과를 정리하고, 이를 통하여 얻은 학술적 시사점을 집약하면 다음과 같다.

첫째, 본 연구에서 축제 기초품질 요인으로 채택한 기반성, 유대성, 문화성은 공통적으로 축제애착에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉 축제와 연관된 기반, 이미지, 상품자원의 인식정도, 공동체 구성원들 간에 소속감과 동질감, 우호, 친밀감의 정도, 공동체 구성원들의 전통과 예술, 그리고 가치관의 정신적 및 예술적 창조성을 표현하는 정도는 축제의 기초로 잘 구축되어 있음을 보여주고 있다. 그러나 열정성과 주제성은 정(+)의 영향을 미치지 않는 것으로 나타나 축제 구성원의 능동적 참여, 성취감과 즐거움을 느끼는 정도, 통일된 주제를 통한 중심적이고 일관된 의미로서 사고나 생각을 표현하는 정도는 축제의 기초로 구축되지 않았음을 보여주고 있다. 이와 같은 결과는 금산군이 인삼의 고장답게 인삼축제의 산업적 기반이 잘 구축되어 있음을 보여주고 있으며 축제에 있어서 지역민의 유대도 잘 형성되어 축제의 애착에 유의한 영향을 미치고 있다. 그리고 지역의 생활양식을 문화로 접목하는 데에도 성공적인 것으로 평가된다. 그러나 지역민의 축제에 대한 열정과 축제의 주제화는 축제애착에 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 이와 같은 결과는 금산인삼 축제에 지역주민의 축제 열정이 부족하거나 반영되지 않고 있으며 축제의 주제도 명확하게 구현되지 않고 있는 것으로 판단된다. 축제에 대한 지역주민들의 열정은

축제의 원동력이 되고 축제의 주제화는 축제를 다른 축제와 차별화 하는 중요한 요인으로 축제의 지속가능성을 평가하는데 핵심적인 요인임을 인식해야 한다.

둘째, 축제애착이 축제만족에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉 축제에 대해서 느끼는 심리적 연대감, 소속감과 목표를 갖게 되는 정도가 축제의 유익성과 편의시설, 홍보안내, 쇼핑과 음식, 축제운영과 서비스의 만족의 정도에 직접적인 영향요인으로 작용하고 있음을 파악할 수 있다.

셋째, 축제만족이 행동의도에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉 축제 유익성과 편의시설, 홍보안내, 쇼핑과 음식, 축제운영과 서비스의 만족의 정도가 축제의 재방문, 추천, 긍정적 구전과 우선적 참여의 정도에 영향을 미친다는 유의한 결과를 보여주고 있다.

이와 같은 연구결과에 비추어 본 연구가 갖는 실용적 시사점은 다음과 같다.

첫째, 지금까지 대부분의 축제품질의 연구는 PZB의 SERVQUAL을 적용한 연구이거나 축제의 속성을 통한 축제품질 측정이 논의되어 왔으나 본 연구는 지속가능한 축제품질 척도를 개발하기 위해 축제품을 세분하여 축제 기초품질, 축제 콘텐츠품질, 축제 서비스품을 개발하고 있는 가운데 축제 기초품질의 척도 개발과 척도에 대한 실무적 검증을 실시하였다. 개발된 척도를 과학적이고 합리적인 연구 방법으로 검증한 결과, 통계적으로 유의한 척도의 신뢰성, 타당성, 단일차원성이 확보되어 축제품질 측정의 새로운 영역을 개척하였으며 이를 통해 지역축제의 지속가능성을 평가하기 위한 중요한 요인을 도출하였다.

둘째, 지역축제는 지속가능성을 담보하기 위해서는 문화와 산업적인 토대 위에 지역민의 유대와 열정 그리고 축제의 주제화를 통한 문화 예술적인 과정을 거쳐야만 한다는 것을 알 수 있게 되었다.

축제의 기초품질이 조성되었을 때 축제에 대한 애착이 생기고 축제에 대한 애착은 축제만족을 유도하며 이것이 행동의도로 이어져 축제의 재방문과 추천을 하게 된다는 것이다.

## 2. 연구의 한계 및 제언

이상과 같은 연구의 의미에도 불구하고 본 연구가 갖는 한계점 및 앞으로 연구방향에 대해 제안하면 다음과 같다.

첫째, 본 연구에서 축제 기초품질의 구성요인을 기반성, 유대성, 열정성, 주제성, 문화성 등 5가지 요인으로 한정하였다. 여기서 도출된 5가지 구성요인 각각에 대한 심도 있는 추가적인 연구와 다양한 축제를 대상으로 척도 검증을 실시 할 필요가 있다.

둘째, 본 연구에서 도출된 축제 기초품질의 5가지 구성요인은 축제 참여객을 대상으로 실증연구를 한 것으로 축제 내부집단에 대한 실증연구를 병행해서 비교연구를 해 볼 필요가 있다.

향후 본 연구자는 축제 기초품질(BASICQUAL)과 축제 콘텐츠품질(CONTSQUAL) 척도 개발에 이어 SERVQUAL을 적용한 축제 서비스품질의 실무적 적용과 평가에 대한 연구를 실시하고 새로운 축제 서비스품질(F-SERVQUAL)을 개발하여 지속가능한 축제품질척도(FESTQUAL)를 완성하고자 한다.

## 참 고 문 헌

- [1] D. Getz, *Event management & event tourism*, New York: Cognizant Communication Corp, 1997.
- [2] 이용철, 김건, “지역축제 체험프로그램 서비스품질이 축제 지속가능성에 미치는 영향 연구”, 호텔관광연구, 제13권, 제2호, pp.95-109, 2011.
- [3] 류웅길, *지역축제의 지속가능성 지표 개발과 적용에 관한 연구*, 경기대학교 대학원 박사학위논문, 2008.
- [4] 이용철, 김창수, “지역축제에 있어서 메인프로그램 서비스품질이 축제지속가능성에 미치는 영향 : 무주반딧불축제를 중심으로”, 서비스경영학회지, 제9권, 제1호, pp.285-306, 2008.
- [5] 오상훈, “섬관광에서 문화축제의 지속가능성에 관한 연구”, 제주관광학회연구, 제3권, pp.255-266, 2000.
- [6] WTO, *Charter for Sustainable Tourism*, Madrid, Spain: World Tourism Organization, 1995.
- [7] A. Parasuraman, V. A. Zeithaml, and L. Berry, “SERVQUAL: A multiple item scale for measuring consumer perception of service quality,” *Journal of Retailing*, Vol.64, No.1, pp.12-40, 1988.
- [8] 장기영, 김명호, 장소운, “지역축제의 서비스품질이 축제만족도, 재방문 및 구전 의사에 미치는 영향-진도 신비의 바닷길 축제를 중심으로-”, 산업경제연구, 제24권, 제1호, pp.447-464, 2011.
- [9] 현용호, 홍경완, “축제 방문동기 집단에 따른 축제 서비스 품질, 지역 관광 이미지, 재방문 의도간 구조적 관계 고찰-다중 집단 동등분석을 중심으로-”, 관광연구논총, 제23권, 제1호, pp.169-191, 2011.
- [10] 김경희, “축제 참가자의 추무편익에 따른 축제 서비스품질 인식과 만족도 그리고 행동의도간의 관계연구 -보령머드축제를 중심으로-”, 서비스경영학회지, 제11권, 제1호, pp.237-263, 2010.
- [11] 강혜숙, 김경선, “지역축제선택속성이 축제의 만족도, 재방문의도 및 구전의도에 미치는 영향: 양양송이축제를 중심으로”, 관광·레저연구, 제24권, 제6호, pp.39-58, 2012.
- [12] 김시중, “축제 사후이미지가 관광객 만족 및 충성도에 미치는 영향”, 한국경제지리학회지, 제15권, 제1호, pp.63-76, 2012.
- [13] 신창렬, 송학준, 이충기, “축제 품질, 축제 주제 인식, 지각된 가치, 만족도간의 구조적 관계에 대한 연구”, 한국관광학회 학술대회, pp.346-362, 2011.
- [14] 허중욱, 박선희, “축제 방문자의 만족과 행동의도 관계에서 인근 관광지 방문의도의 매개효과”, 동북아관광연구, 제8권, 제1호, pp.81-99, 2012.
- [15] 맹해영, 장형유, “지역축제 콘텐츠품질(CONTSQUAL) 척도 개발”, 한국콘텐츠학회논문지, 제12권, 제12호, pp.742-760, 2012.
- [16] 임묵, 장인식, “지역공동체기반 마을축제 활성화



- 방안 -대전지역을 중심으로-", 관광학연구, 제35권, 제2호, pp.167-188, 2011.
- [17] 안혜원, 이민규, "지역축제 활성화 요인에 관한 연구", 한국콘텐츠학회논문지, 제10권, 제6호, pp.378-385, 2010.
- [18] 류정아, "민속축제의 관광자원화 과정에 대한 비교문화적 고찰 : 소놀이축제를 중심으로", 실천민속학연구, 제14권, pp.235-266, 2009.
- [19] 장정수, "화진놀이의 축제적 성격과 여성들의 유대의식", 우리어문연구, 제39집, pp.147-179, 2011.
- [20] Gursoy, K. Kim, and M. Uysal, "Perceived Impacts of Festivals and Special Events by Organizers: An Extension and Validation," *Tourism Management*. Vol.25, No.2, pp.171-181, 2004.
- [21] 강형기, "지역축제, 어떻게 성공시밀 것인가: 명확한 축제테마·주민참여·지방문화 함께 이뤄져야", 지방행정, 제48권, 제552호, pp.29-36, 1999.
- [22] 김문겸, 유종숙, "프랑스 음악축제의 현대적 의미", 프랑스문화연구, 제20집, pp.93-116, 2010.
- [23] 이용철, 김건, "지역축제 체험프로그램 서비스품질이 축제 지속가능성에 미치는 영향 연구", 호텔관광연구, 제13권, 제2호, pp.95-109, 2011.
- [24] 황종규, 이명숙, "지역축제의 문화정치적 특성에 관한 연구: 안동국제탈춤페스티벌과 영주풍기인삼축제를 중심으로", 한국지방자치연구, 제10권, 제1호, pp.95-118, 2008.
- [25] 이정재, "한국 축제의 어제와 오늘", 한국의 민속과 문화, 제1권, pp.97-136, 1998.
- [26] T. L. Berelson, *Content Analysis*, New York: Hafner, 1952.
- [27] Singleton, Jr. Royce, B. C. Straits, and Margaret Miller Straits, *Approaches to Social Research*, 2nd ed. New York: Oxford University Press, 1993.
- [28] 남궁근, *행정조사방법론*, 경기, 법문사, 2006.
- [29] 오경근, *축제의 의미부여와 의미구조: 안동국제탈춤페스티벌의 이해집단을 중심으로*, 한양대학교 대학원 박사학위논문, 2009.
- [30] 송용희, "언론의 현실해석과 객관화 담론전략 : 『조선일보』와 『한겨레』의 2004년 국가보안법 개폐논쟁 관련 해설 기사를 중심으로", 한국언론학보, 제51권, 제1호, pp.229-251, 2007.
- [31] G. H. Churchill, "A paradigm for developing better measures of marketing constructs," *Journal of Marketing Research*, Vol.16, pp.3-6, 1979.
- [32] J. L. Zaichowsky, "Measuring the involvement construct," *Journal of Consumer Research*, Vol.12, pp.341-352, 1985.
- [33] 류정아, *축제인류학*, 살림출판사, 2003.
- [34] 이무용, *서울 축제발전 및 체계적 지원방안 연구*, 서울시정개발연구원, 2005.
- [35] 문화관광부, *문화관광축제 변화와 성과*, 문화관광부, 2007.
- [36] R. M. Lee, M. Draper, and S. Lee, "Social Connectedness, Dysfunctional Interpersonal Behavior, and Psychological Distress: Testing a Mediator Model," *Journal of Counseling Psychology*, Vol.48, pp.310-318, 2001.
- [37] F. L. Rousseau, R. J. Vallerand, C. F. Ratelle, G. A. Mageau, and P. J. Provencher, "Passion and gambling: On the validation of the gambling passion scale (GPS)," *Journal of Gambling Studies*, Vol.18, No.1, pp.45-66, 2002.
- [38] 이충기, 송학준, 윤설민, "갬블링 동기·열정·참여 의도 간 구조관계 분석: 서울시민을 대상으로", 호텔경영학연구, 제20권, 제4호, pp.217-232, 2011.
- [39] G. A. Mageau, R. J. Vallerand, F. L. Rousseau, C. F. Ratelle, and R. J. Provencher, "Passion and gambling: Investigating the divergent affective and cognitive consequences of gambling," *Journal of Applied Social Psychology*, Vol.35, No.1, pp.100-118, 2005.
- [40] 김희정, 박현우, "전통문화축제 이벤트프로그램에 관한 연구", 이벤트컨벤션연구, 제2권, 제2호,

- pp.43-59, 2006.
- [41] 맹해영, *축제주제의 의미인식 차이에 관한 연구: 금산인삼축제를 중심으로*, 한양대학교 대학원 석사학위논문, 2010.
- [42] UNESCO, *Road map for arts education*, The World conference on arts education: building creative capacities for the 21st century, 2006.
- [43] 최승담, 강신겸, “지역사회 애착도의 구성요인에 관한 개념적 고찰 : 관광개발에 대한 시사점”, *사회과학논총*, 제20집, pp.203-222, 2001.
- [44] Y. E. Tuan, “Rootedness versus sense of place,” *Landscape*, Vol.24, pp.3-8, 1976.
- [45] D. A. Baker and J. L. Crompton, “Quality, satisfaction, and behavioral intentions,” *Annals of Tourism Research*, Vol.27, pp.785-804, 2000.
- [46] D. Bowen and J. Clarke, “Reflections on tourist satisfaction research: past, present and future,” *Journal of Vacation Marketing*, Vol.8, No.4, pp.297-308, 2002.
- [47] J. W. Lounsbury and J. R. Polik, “Leisures needs and Vacation satisfaction,” *Leisure Science*, Vol.14, pp.105-119, 1998.
- [48] 김선희, “지역축제에 참여한 지역주민과 외지관광객의 만족도 비교연구: 나주 영산강 문화축제를 중심으로”, *관광학연구*, 제31권, 제1호, pp.405-420, 2007.
- [49] W. Boulding, A. Kalra, R. Staelin, and V. A. Zithaml, “A Dynamic Process Model of Service Quality : From Expectations To Behavioral Intentions,” *Journal of Marketing Research*, Vol.30, No.1, pp.7-27, 1993.
- [50] 신현식, 김형준, “서비스품질이 청소년 행동의도에 미치는 영향 연구 -기관만족도의 매개효과를 중심으로”, *청소년학연구*, 제17권, 제6호, pp.129-146, 2010.
- [51] A. S. Dick and K. Basu, “Customer Loyalty: Toward an Intergrated Conceptual Framework,” *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol.22(Spring), pp.91-99, 1994.
- [52] 오선영, 강해상, “축제에서의 브랜드 태도, 만족도 및 행동의도에 미치는 영향: 이천쌀 문화축제를 중심으로”, *관광·레저연구*, 제23권, 제3호, pp.7-22, 2011.
- [53] 하광수, 한범수, “주제공원 방문자의 만족과 방문 후 행동의도의 결정요인”, *관광학연구*, 제25호, 제1호, pp.329-347, 2001.
- [54] D. Bowen and J. Clarke, “Reflections on tourist satisfaction research: past, present and future,” *Journal of Vacation Marketing*, Vol.8, No.4, pp.297-308, 2002.
- [55] 이훈, “왜 지역축제에 참가하지 않는가? : 비참여자의 장소애착도와 여가계약이론을 중심으로”, *소비문화연구*, 제8권, 제1호, pp.31-47, 2005.
- [56] 고승익, 오상운, 고경실, 주문수, “지역주민의 지역축제평가에 관한 연구”, *관광학연구*, 제31권, 제4호, pp.177-198, 2007.
- [57] 조원섭, 최상수, “천안시민의 지역사회 애착도가 지역축제 참여에 미치는 영향”, *한국콘텐츠학회논문지*, 제11권, 제3호, pp.449-459, 2011.
- [58] 정미경, 고기숙, “평생학습축제 참여자의 특성과 지역사회애착도가 축제만족 및 학습의욕촉진에 미치는 영향”, *평생교육학연구*, 제17권, 제4호, pp.55-82, 2011.
- [59] S. F. McCool and S. R. Martin, “Community attachment and attitudes toward tourism development,” *Journal of Travel Research*, winter, pp.29-34, 1994.
- [60] 김규호, “문화행사가 지역에 미치는 영향: 2000 청주 세계문화엑스포를 중심으로”, *관광학연구*, 제25권, 제3호, pp.117-131, 2001.
- [61] 장병권, “지방자치제와 지역축제정책의 방향. 문화관광연구”, 제2권, 제1호, pp.31-53, 2000.
- [62] 김시중, 정경숙, “지역축제 방문객의 축제 이미지 평가에 따른 만족과 재방문 의사에 관한 연구”, *한국경제지리학회지*, 제11권, 제4호, pp.631-646, 2008.

- [63] 민양기, “지역축제의 지각된 품질이 재방문, 구전에 미치는 영향 연구: 지각된 만족의 매개영향을 중심으로”, 여행학연구, 제29호, pp.89-106, 2008.
- [64] 배병렬, *Amos 7에 의한 구조방정식 모델링*, 도서출판 청람, 2007.
- [65] S. Sharma, *Applied multivariate techniques*, New York: Wiley, 1995.
- [66] 김계수, *구조방정식모형 분석*, 한나래아카데미, 2010.
- [67] 안광호, 임병훈, *SPSS를 활용한 사회과학조사방법론*, 학현사, 2010.
- [68] 채서일, *마케팅조사론(3판)*, 학현사, 1999.
- [69] J. F. Hair, R. L. Anderson, and W. C. Tatham, *Multivariate Data Analysis with Reading*, Prentice-Hall, Upper Saddle River, NJ., 1998.
- [70] 김대업, *AMOS AtoZ: 논문작성절차에 따른 구조방정식 모형분석*, 학현사, 2008.
- [71] J. Hattie, "Methodology Review: Assessing Unidimensionality of Tests and Items", *Applied Psychological Measurement*, Vol.9, pp.139-164, 1985(6).

저 자 소 개

맹 해 영(Hae-Yeong Maeng)

정회원



- 1988년 8월 : 경상대학교 국어국문학과(문학사)
- 2010년 8월 : 한양대학교 엔터테인먼트학과(엔터테인먼트 석사)
- 2010년 9월 ~ 현재 : 경상대학교 경영학과 박사과정 수료

<관심분야> : 지역축제, 엔터테인먼트콘텐츠, 소비자행동론

장 형 유(Hyeong-Yu Jang)

정회원



- 2004년 2월 : 경상대학교 박사
- 2007년 ~ 현재 : 대한경영학회, 한국마케팅학회, 인터넷전자상거래 학회, 한국창업학회 이사
- 2012년 현재 : 경상대학교 경영학과 교수, 창업교육센터장

<관심분야> : 소비자행동, 마케팅전략, 창업, 지역축제