

관광축제에서 위험지각이 태도 및 행동의도에 미치는 영향

임명재*, 임미라, 이영구**

위험지각과 관련된 요소들은 소비자의 태도와 선택행동에 영향을 미치는 요소로 나타나고 있어 관련 연구에서 중요한 과제로 인식되어 왔다. 그러나 기존 관광축제 관련 연구에서는 관광축제분야의 위험지각요인 접근이 이루어지지 않았다. 따라서 관광축제 방문의사결정에서 나타날 수 있는 다양한 위험요인들을 도출하고, 도출된 요인들이 방문객의 태도 및 행동의도에 미치는 영향을 알아보는 것을 연구의 주요목적으로 설정하였다. 연구를 통해 관광축제분야의 위험지각요인을 재정적위험, 신체적위험, 사회·심리적위험, 성과적위험과 같은 4개의 요인으로 도출할 수 있었다. 또한 4가지의 위험요인 중 재정적위험, 신체적위험, 성과적 위험이 태도에 영향을 미치는 것으로 조사되었으며, 위험요인에 영향을 받은 태도는 잠재관광객의 방문의도에 영향을 미치는 결과를 도출하였다. 따라서 관광축제의 위험지각은 태도와 방문의도에 영향을 미치는 중요한 요소로 이해 할 수 있으며, 앞으로 축제를 준비하고 운영하는 조직에서는 잠재관광객의 위험지각을 감소시킬 수 있는 다양한 노력이 필요한 것으로 나타났다.

주제어: 관광축제, 위험지각, 태도, 행동의도

I. 서론

관광산업은 수요자와 공급자가 갖고 있는 다양한 요구들을 충족하기위해 빠른 속도로 발전해 나가고 있으며, 이러한 변화 속에서 관광축제의 발전은 더욱 가파른 성장세를 보이고 있다. 현재 국내의 관광축제는 눈부신 성장을 거듭하고 있으며, 2009년을 기준으로 1,178개로 집계되고 있다. 특히, 지방자치제 이후인 1996년 이후 890개의 축제가 새로 생겨난 것으로 나타났다(조선일보, 2009. 12. 24).

관광축제시장이 이처럼 빠른 속도로 발전하게 된 계기는 관광축제가 갖는 다양한 효과에 기인할 것이다. 관광축제는 공급자 입장에서 경제·사회·문화 등 다양한 형태의 지역개발 효과와 더불어, 시설 중심의 관광사업에 비해 낮은 개발비용이 관광축제를 선호하는 이유가 될 것이다. 또한 수요자 입장에서 소프트웨어 측면으로 수요자의 다양한 요구를 수용할 수 있는 상품으로 이해되고 있다. 이와 같이 관광축제가 갖고 있는 다양한 편익은 관광축제의 가치를 증대시키고, 향후 지속적인 발전을 도

* 제1저자, ** 교신저자.

모하는 기회를 제공할 것으로 판단된다(임명재·송두범, 2006).

관광축제는 비일상성, 무형성, 한정성 및 시한부성(시작과 끝), 서비스와 유형상품의 복합상품, 외부 영향에 대한 민감성, 대중에 대한 개방성이라는 특성을 갖고 있다(엄서호·서천범, 2001; Mill & Morrison, 1985). 관광축제가 갖는 다양한 특성 중 외부 영향에 대한 민감성 부분은 축제의 개최 및 운영과 밀접한 관련성을 갖고 있다. 이와 같은 특성은 관광축제의 계획과 운영에서 많은 부분이 고려되어야 하는 요소로 나타난다.

관광축제의 경우 정치·사회, 건강·위생과 같은 외부 요인에 의해 개최 및 운영에 민감했던 것으로 나타나고 있다. 정치·사회적인 부분과 관련되어 2006년도 서울세계불꽃축제는 북한의 핵실험과 관련되어 무기한 연기가 되었던 경험이 있다(헤럴드경제, 2009. 9. 14). 또한 건강·위생과 관련되어서는 2005년 조류독감으로 구미시의 두루미 축제가 무기한 연기되고(매일신문, 2005. 10. 24), 서산시의 철새축제는 행사를 진행하기 위해 다양한 방역활동이 강화된 사례가 나타났다(내일신문, 2005. 10. 13).

특히, 전세계적으로 확산되고 있는 신종인플루엔자 A(H1N1)는 관광분야, 특히 축제분야에서는 더욱 중요한 요소로 나타날 수밖에 없다. 2009년 9월말을 기준으로 신종인플루엔자로 취소된 축제 또는 행사가 266개에 이르며, 이에 따른 예산 135억 6천만원이 낭비된 것으로 나타나고 있다. 또한 축제 취소로 발생한 총비용이 3천억에서 4천억 사이로 추정되어 지역경제 회복에 악영향을 미칠 것으로 예견되고 있다(서울경제, 2009. 10. 9). 관광축제의 경우 외부영향으로 인한 위험요인 이외에도 일반적인 재화 및 서비스 구매에서 나타날 수 있는 다양한 형태의 위험요인들이 나타날 수 있다.

이와 같이 일반적으로 소비자들이 특정한 재화 및 서비스에 대한 구매를 결정할 경우 그로인해 발생할 수 있는 손실을 예상하게 된다(송유진·유현정, 2008). 이는 소비자의 위험지각이라는 요소로써 상품의 구매와 관련되어 그로인해 발생할 수 있는 기대되는 손실로 이해될 수 있으며, 재정적 위험, 신체적 위험, 성과적 위험, 심리적 위험, 사회적 위험, 시간 손실과 같은 다양한 요소들이 포함되는 것으로 나타나고 있다(Roselius, 1972). 또한 위험지각과 관련된 요소들은 소비자의 태도와 선택행동에 영향을 미치는 요소로 나타나고 있어 관련 연구에서 중요한 과제로 인식되어 왔다(박은주·홍금희 1999).

이러한 측면에서 본 연구는 관광축제 방문의사결정에서 나타날 수 있는 다양한 위험요인들이 관광객의 태도와 방문의도에 미치는 영향을 알아보는 것을 연구의 주요목적으로 삼는다. 연구를 통해서 기존 관광축제 관련 연구에서 접근이 이루어 지지 않았던 관광축제분야의 위험지각요인의 도출이 가능해 질 수 있을 것이다. 관광축제의 의사결정과정에서 나타난 위험지각요소들이 관광축제에 대한 태도와 방문의도에 미치는 과정을 살펴봄으로써 관광축제 방문결정과정에서 위험지각요인이 미치는 영향을 세부적으로 살펴보기로 한다.

II. 이론적 검토

1. 위험지각의 개념과 구성요인

소비자는 특정 서비스 및 재화를 구매하는 과정에서 많은 생각을 하게 된다. 이 과정에서 구매가 위험할 수도 있다는 지각은 소비자들이 브랜드와 구매과정을 어떻게 지각했는지에 따른 결과로써 잠재고객의 관여수준, 정보의 양, 품질의 다양성, 가격 등 다양한 요소들과 관계를 맺는다(Assael, 2003). 소비자의 위험지각은 제품구매와 사용의 결과로 발생할 수 있는 기대되는 손실의 정도로 소비자가 구매 이전에 지각하게 되는 불확실성으로 이해될 수 있다(Coax 1967; 박민정·이소은 2008에서 재인용).

위험지각은 소비자의 구매의사 결정과정과 제품 구매결과 소비자가 획득하게 되는 손실 또는 이익에 대한 불확실성을 포함하고 있다(Chen and He, 2003). 이와 같은 불확실성은 소비자의 태도 및 방문의도에 영향을 미치는 것으로 나타나고 있다(변광인·김기진·이보순, 2008; Chen and He, 2003). 이와 같은 소비자의 위험지각은 관광객의 관광상품 구매에도 중요한 역할을 미치는 것으로 연구되고 있으며, 여행상품의 구매행동에서 나타나는 위험에 대한 구체적인 지각을 의미하는 것으로 이해할 수 있다(김충효·서원석·이순구 2008). 따라서 본 연구에서는 위험지각과 관련된 선행연구들에서 나타난 정의를 바탕으로 잠재관광객이 축제방문 및 방문의 결과로 발생할 수 있는 손실의 정도로 잠재방문객이 방문 이전에 지각하는 불확실성으로 정의한다.

소비자들이 구매결정과정에 지각하게 되는 위험은 일반적으로 다음과 같은 5가지 수준으로 구분된다(Assael, 2003). 첫째, 재무적 위험(financial risk)으로 소비자의 수용 가능한 소득과 관련된 제품 가격의 기능을 의미한다. 둘째, 사회적 위험(social risk)으로 구매가 중요한 준거집단의 기준점을 가지지 못할 것이라는 부분을 의미한다. 셋째, 심리학적 위험(psychological risk)은 소비자가 구매과정에서 실수로 인해 발생하는 자존심의 손실을 의미한다. 넷째, 성과적 위험(performance risk)은 상품이 기대만큼 성능을 발휘하지 못할 가능성을 의미한다. 다섯째, 신체적 위험(physical risk)은 제품으로 인해 소비자가 피해를 입을 가능성을 의미한다.

관광 및 레저분야에 적용된 위험지각 구성요인을 분석하기 위해 선행연구를 검토하였다(유기식·안희정, 2006; 허지현, 2006; 정명희·김남조, 2007; 이승철·류환경·김채욱·곽대진, 2007; 김충효·서원석·이순구, 2008; 박희자·이상건·최웅, 2008; 조원섭·최상수, 2008; Tsaur, Tzeng and Wang, 1997; Floyd and Gray, 2004). 선행연구 분석결과 재무적 위험요인, 사회적 위험요인, 심리학적 위험요인, 성능 위험요인, 신체적 위험요인이 연구의 특성에 따라 활용된 것으로 나타났다.

그러나 선행연구들에서는 허지현(2006)과 김충효·서원석·이순구(2008)의 연구에서는 사회적인 위험과 심리적인 요인이 사회심리적요인과 같은 형태로 나타나고 있으며, 관련 요인들이 선별적으로 활용되는 것으로 나타나고 있다. 따라서 본 연구에서는 사회적인 요인과 심리적인 요인을 1개 연구단위로 구성하고 연구에 적용하기로 한다. 따라서 재무적 위험요인, 사회적·심리학적 위험요인, 성능 위험요인, 신체적 위험요인과 같은 4개의 연구단위를 본 연구에 적용하고자 한다.

<표 1> 지각된 위험 구성요소 도출

구분 (연구 대상)	재무적	성과적	신체적	심리적	사회적
a (항공사)	○		○	○	
b (여행상품)		○	○	○	○
c (스노우보드)	○	○	○	○	○
d (여행상품)	○	○	○		○
e (여행상품)	○	○	○	○	○
f (스쿠버다이빙)	○	○	○		○
g (호텔)	○	○			
h (여행상품)			○		
i (여행상품)	○	○	○	○	○

자료: a: 유기석·안희정(2006), b: 허지현(2006), c: 정명희·김남조(2007), d: 이승철·류환경·김채욱·곽대진(2007), e: 김성호·서원석·이순구(2008), f: 박희자·이상건·최웅(2008), g: 조원섭·최상수(2008); h: Tsauro, Tzeng & Wang(1997), i: Floyd & Gray(2004)의 연구를 바탕으로 저자 재구성.

2. 위험지각이 태도 및 행동의도에 미치는 영향

심리학에서 지각(인지), 태도, 행동(반응)의 관계를 지각(인지)→태도→행동(반응)으로 이어지는 연속된 과정으로 보고 있다(김남조, 2001). 일반적으로 인지는 과거 및 현재의 외부적 환경과 현재 및 미래의 인간 형태를 연결 지어 주는 앎 혹은 지식을 얻는 다양한 수단을 말하며 또한 인지는 사고의 과정으로, 이것은 학습과 기억, 일반화, 느낌과 태도 형성, 좋음과 싫음을 포함한다(권성태, 2005). 따라서 위험지각은 태도 및 행동에 영향을 미치는 부분으로 이해할 수 있다.

위험지각이 태도 및 소비자행동에 미치는 영향은 지속적인 연구의 관심이 되어왔다. 고동완(2003)은 스키활동을 대상으로 위험지각이 긍·부정적인 감정과 성과를 통해 만족으로 연계되는 모델을 검토하였으며, 유기석·안희정(2006)은 기존항공사와 저가항공사를 대상으로 위험지각요인들과 항공사 선택속성간의 상관관계를 검토하여 유의한 관계가 형성됨을 밝혔다. 허지현(2006)은 관광위험지각이 관광행동선호에 미치는 영향을 검토하였고, 이승철·류환경·김채욱·곽대진(2007)은 여행상품의 위험지각은 위험감소를 위한 행동에 영향을 미치고, 위험감소행동을 통해 현장에서의 위험지각을 감소시킨다는 연구를 수행하였다.

박희자·이상건·최웅(2008)은 약선음식과 관련된 지각된 요인이 약선음식의 재구매의사에 미치는 영향관계를 검증하였으며, 변광인·김기진·이보순(2008)은 미국산 소고기가 줄 수 있는 잠재적 위험이 소비자 태도 및 구매의도에 부정적 영향을 미치고, 소비자 태도는 구매의도에 미치는 영향관계를 분석하였다. Chen and He(2003)는 온라인 소매점을 중심으로 위험지각이 소매점의 점포선택에 미치는 영향에 대한 조사를 진행하였다. 선행연구의 검토결과 위험지각요인은 특정 서비스 및 재화에 대한 태도, 선택속성, 행동의도에 영향을 미치는 주요요인으로 나타났다. 따라서 본 연구의 주요대상인 관광축제 분야에 있어서도 위험지각요인이 축제의 태도 및 행동의도에도 영향을 미칠 수 있을 것이다.

<표 2> 지각된 위험의 영향관계 관련 선행연구

연구자	연구대상 및 내용
고동완(2003)	스키활동에서 위험지각이 감정과 성과요인을 통해 만족으로 연계되는 모델을 검토
유기석·안희정(2006)	항공사의 위험지각과 항공사 선택속성과의 상관관계를 검토
허지현(2006)	관광위험지각이 관광행동선호와 관광지 전환의도에 미치는 영향을 분석
이승철·류환경·김재욱·곽대진(2007)	여행상품의 위험지각과 위험지각 감소행위의 관계를 검토
박희자·이상간·최웅(2008)	약선음식의 재구매의사에 영향을 미치는 위험지각요인에 관한 연구
변광안·김기찬·이보순(2008)	미국산소고기에 대한 위험지각이 소비자 태도 및 구매 의도에 미치는 영향
Chen and He(2003)	위험지각과 소비자의 온라인 소매점 선택의도간의 관계 연구

III. 연구방법

1. 연구모형 및 가설설정

본 연구에서는 관광축제의 위험지각이 축제에 대한 잠재방문객의 태도와 방문의도에 미치는 영향을 알아보기 위해 진행된다. 연구의 목적달성을 위해 관광축제의 위험지각요인을 도출하고, 잠재관광객의 축제 태도 및 방문의도에 미치는 영향을 검토한다. 또한 축제의 지각요인이 잠재방문객의 태도와 방문의도로 연계되는 과정을 분석함으로써 관광축제의 방문의사 결정과정을 종합적으로 알아보고자 한다. 따라서 본 연구에서는 연구의 목적을 달성하기 위해 다음과 같은 연구가설을 제시한다.

가설 I: 관광축제의 위험지각요인은 잠재관광객의 태도에 유의한 영향을 미칠 것이다.

가설 I-1: 관광축제의 재정적 위험은 잠재관광객의 태도에 유의한 영향을 미칠 것이다.

가설 I-2: 관광축제의 신체적 위험은 잠재관광객의 태도에 유의한 영향을 미칠 것이다.

가설 I-3: 관광축제의 사회·심리적 위험은 잠재관광객의 태도에 유의한 영향을 미칠 것이다.

가설 I-4: 관광축제의 성과적 위험은 잠재관광객의 태도에 유의한 영향을 미칠 것이다.

가설 II: 관광축제의 태도는 잠재관광객의 방문의도에 유의한 영향을 미칠 것이다.



<그림 1> 연구모형

2. 변수의 조작적 정의

본 연구는 관광축제의 지각된 위험요인을 도출하기 위해 관련 선행연구(허지현, 2006; 정명희·김남조, 2007; 이승철·류환경·김채옥·곽대진, 2007; 김충효·서원석·이순구 2008; 박희자·이상건·최웅, 2008; 조원섭·최상수, 2008; Tsaur, Tzeng and Wang, 1997; Floyd and Gray, 2004)를 바탕으로 재정적 위험, 성과적 위험, 신체적 위험, 심리·사회적 위험과 같은 4개 수준의 위험요인을 도출하였다. 지각된 위험요인과 관련된 선행연구 중 김영우(2005), 정명희·김남조(2007), 조원섭·최상수(2008), Floyd and Gray(2004)의 연구에서는 지각된 위험을 측정하기 독립 또는 2개 수준의 설문항목이 활용되었다. 따라서 본 연구에서도 선행연구들에서 활용된 조사항목을 바탕으로 <표 3>과 같은 설문항목을 도출하였다.

<표 3> 관광축제 위험요인 측정항목 도출

구분	측정항목
재정적위험	가격의 적정성(b, c, e, f, h), 상대적 가격(d, e, f)
신체적위험	질병(e, g, h), 사고(a, b, d, e, h)
성과적위험	여행(축제)환경(c, e, g), 조작·참여문제(a, e, g)
심리·사회적위험	분위기 어울림(d, f), 현지인과 마찰(a, d)

자료: a: 허지현(2006), b: 정명희·김남조(2007), c: 이승철·류환경·김채옥·곽대진(2007), d: 조원섭·최상수(2008), e: 김충효·서원석·이순구(2008), f: 박희자·이상건·최웅(2008), g: Tsaur, Tzeng and Wang(1997), h: Floyd and Gray(2004)

연구에서는 관광축제의 태도와 방문의도를 분석하기 위해 기존의 선행연구(안광호·이건, 2006; 주현식, 2007; 임명재·정강환, 2008; 추승우·김윤희, 2008; 최주원 2008; 권상미, 2009)를 중심으로 변수를 도출하였다. 선행연구를 바탕으로 8개의 축제위험지각 관련 측정항목을 구성하였으며, 잠재관광객 태도 관련 2개 항목, 방문의도와 관련된 2개의 항목을 도출할 수 있었다. 이후 도출된 항목을 리커트 7점 척도(1=전혀 그렇지 않다, 7=매우 그렇다)를 사용하여 설문조사에 활용하였다.

<표 4> 관광축제 태도 및 방문의도 측정항목 도출

구분	측정항목
태도	호감이 간다(a, c, e, f), 줄임(a, b, c, f)
방문의도	방문(b, d, e), 추천(b, d, e)

자료: a: 안광호·이건(2006), b: 주현식(2007), c: 임명재·정강환(2008), d: 추승우·김윤희(2008), e: 최주원 (2008) f: 권상미(2009)

3. 자료의 수집과 분석방법

본 연구는 관광축제의 위험지각요인이 축제잠재관광객에게 미치는 영향을 알아보기 위해 진행되었다. 따라서 서울·경기지역과 대전·충청지역을 중심으로 국내 전지역에 거주하는 20代 이상의 축제잠재관광객 조사의 대상으로 선정하였다. 조사방법은 연구진을 중심으로 하는 방문 설문조사와 e-mail을 활용한 설문조사가 병행되어 활용되었다.

조사를 위해 작성된 설문지는 고정응답식 문항을 중심으로 설문지를 구성하였으며, 설문참여자는 자답식 설문지 기입법으로 조사에 참여하였다. 작성된 설문지는 2009년 11월 2일부터 11월 11일까지 조사 되었으며, 조사에는 총 200부의 설문지를 배부하여 199부의 설문을 회수하였고, 회수된 설문지중 응답의 모호성이 강한 1부의 설문을 제거하여 198부의 유효표본을 연구에 활용하였다.

회수된 설문지를 바탕으로 조사응답자의 특성을 분석하기 위한 빈도분석을 활용하였으며, 연구에 활용된 구성요인의 타 신뢰도 분석을 위해 Cronbach's alpha계수를 사용하는 신뢰도분석(reliability analysis)을 하였다. 또한 연구에 활용될 연구단위 타당성을 확보하기 위해 확인적요인분석(CFA: confirmatory factor analysis)을 활용하고, 도출된 요인을 바탕으로 구조방정식모델을 구성하였다. 사용된 통계패키지는 SPSS 12.0과 Amos 4.0이다.

IV. 실증분석

1. 표본의 특징

조사된 조사응답자의 성별은 남성이 48.0%이며 여성이 52.0%를 차지하는 것으로 나타났다. 연령비율은 20代가 55.6%로 가장 높은 구성 비율을 나타냈으며, 30代가 32.8%, 40代가 10.1%, 50代가 1.5%를 차지하였다. 조사응답자의 교육수준 정도에 있어 고졸이하가 4.5%, 대학졸업 및 재학이 67.2%, 대학원 이상이 28.3%로 나타났으며, 직업은 학생이 35.4%, 사무직이 28.8%, 전문직이 17.7%, 서비스업 3.0%, 자영업 2.5%, 주부 1.5%, 기타 11.1%로 나타났다. 가정소득은 월수입을 기준으로 200~300만원 미만이 23.2%로 가장 높은 구성 비율을 나타냈으며, 1000~200만원 미만이 21.2%로 나타났다. 거주 지역에 있어서는 대전 30.8%, 충남 21.7%, 수도권 26.8%, 대구·경북 8.6%의 순으로 나타났다.

2. 확인적 요인분석

연구에 활용될 구성요인에 대한 개념적 타당성을 확보하기 위해 확인적 요인분석을 수행하였다. 분석에서는 연구에 활용될 관광축제 위험요인, 관광축제 태도, 관광축제 방문의도와 같은 3가지 연구단

위에 한 분석이 수행되었다. 또한 관광축제 위험지각요인은 재정적위험, 신체적위험, 사회·심리적위험, 성과적위험과 같은 4개의 요인으로 구성되는 것으로 나타났다.

분석결과 적합정도를 나타내는 지수들이 GFI=.962(≥.90), AGFI=.925(≥.90), RMR=.058(≤.05), RMSEA=.036(≤.05), NFI=.941(≥.90), IFI=.988(≥.90), CFI=.987(≥.90)로 나타나 전반적으로 높은 개념적 타당성을 확보한 것으로 나타나고 있다(강병서·조철호, 2005). 따라서 분석된 항목을 연구에 활용하는 것이 가능하다고 판단할 수 있다.

<표 5> 확인적요인분석 결과

연구단위	요인명	변수	CFA		
			Estimatea	S.E.	C.R.
관광축제 위험지각요인	재정적위험 (.623)	가격의 적정성	.575	-	-
		상대적인 가격	.788	.398	3.582***
	신체적위험 (.610)	질병위험	.664	-	-
		사고위험	.662	.186	5.476***
	사회·심리적위험 (.801)	현지인과 마찰	.806	-	-
		축제 분위기 어울리기	.828	.114	8.942***
	성과적위험 (.623)	축제환경	.664	-	-
		축제참여	.682	.177	6.194***
관광축제 태도	관광축제 태도 (.769)	호감	.779	-	-
좋음		.806	.112	10.300***	
관광축제 방문의도	관광축제 방문의도 (.871)	방문	.912	-	-
추천		.847	.072	13.527***	
$\chi^2=48.883$, $df=39$, $p=.134$, $\chi^2/df=1.252$, $GFI=.962$, $AGFI=.925$, $RMR=.058$, $RMSEA=.036$, $NFI=.941$, $IFI=.988$, $CFI=.987$.					

a표준화 값을 표기, ()는 Cronbach's alpha, *** p<.001

3. 가설의 검증

본 연구의 가설검증에서는 관광축제의 위험요인이 관광축제 태도를 매개로 관광축제 방문의도로 연계되는 일련의 과정을 검증하였으며, 그 결과는 <표 6>과 같다. 연구모형을 검증한 결과 GFI=.960, AGFI=.927, RMR=.062, RMSEA=.033, NFI=.938, IFI=.989, CFI=.988인 최적모형이 도출되었다. 최적모형은 RMR값이 기준을 벗어나고 있으나, 나머지 값들이 적합도 수용수준을 충족하는 것으로 나타나고 있어 연구모형이 분석에 무리가 없을 것으로 이해할 수 있다.

분석결과 가설 I의 관광축제 위험지각요인과 태도와의 관계분석에서 재정적위험은 표준화경로계수가 -.435, 신체적위험은 -.360, 성과적위험은 -.502로 통계적으로 유의한 수준에서 관광축제의 태도형성에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 또한 가설 II의 관광축제 태도와 방문의도간의 관계분석에서 표준화경로계수가 .835로 통계적으로 유의한 수준에서 관광축제의 태도가 방문의도에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 관광객의 지각된 위험은 관광축제에 대한 태도를 형성하고, 형성된 태도는

방문의도에 영향을 미치는 것으로 이해할 수 있다.

<표 6> 연구가설 I과 II의 검증결과

가설		경로	직접효과			가설의 채택
가설	세부 가설		Estimatea	S.E.	C.R.	
I	H1	재정적위험→태도	-.435	.179	-3.270**	채택
	H2	신체적위험→태도	-.360	.158	-2.014*	채택
	H3	사회·심리적위험→태도	.073	.137	0.402	기각
	H4	성과적위험→태도	-.502	.204	-2.424*	채택
II	H5	태도→방문의도	.835	.107	9.910***	채택
$\chi^2=51.949$, $df=43$, $p=.165$, $\chi^2/df=1.208$, $GFI=.960$, $AGFI=.927$, $RMR=.062$, $RMSEA=.033$, $NFI=.938$, $IFI=.989$, $CFI=.988$						

a 표준화 값을 표기, * $p<.05$, ** $p<.01$, *** $p<.001$

V. 결론 및 시사점

관광수요자의 관광요구와 공급자측면에서 개발의 용이성은 관광축제 시장의 성장과 지속적인 관심을 증대시켜왔으며, 축제상품을 대상으로 하는 관광활동 역시 지속적으로 성장을 거듭하고 있다. 관광축제의 참여는 재화 및 서비스의 구매와 같은 의사결정단계를 거치게 된다. 특히, 이 과정에서 잠재관광객은 관광축제의 참여와 관련된 위험을 지각하게 된다.

소비자의 지각된 위험은 특정 재화 및 서비스를 구매하는 활동에서 영향을 미치는 요인으로 연구되어 왔다. 그러나 관광축제 분야에서는 위험지각과 관련된 연구가 한정적으로 진행되어 관광축제분야에 적용가능한 위험요인을 알아보고, 위험요인이 축제에 미치는 영향에 대한 검토를 수행하였다.

연구를 통해 관광축제의 지각된 위험은 재정적위험, 신체적위험, 사회·심리적위험, 성과적위험과 같은 4가지 차원으로 나타났다. 도출된 4 가지 요인 중 재정적위험, 신체적위험, 성과적위험이 관광축제 잠재관광객의 태도에 영향을 미치는 요인으로 나타났다. 또한 지각된 위험에 영향을 받는 태도는 축제의 방문의도에 영향을 주는 것으로 나타나고 있어 관광축제의 위험지각을 감소시킬 수 있는 다양한 활동이 필요함을 의미한다.

따라서 관광축제의 적극적인 홍보마케팅을 통해 방문객에게 축제의 충분한 정보를 제공함과 동시에 축제 브랜드에 대한 친숙도와 신뢰를 향상시켜야 할 것이다. 이와 같은 노력을 통해 축제를 운영하는 기관 및 단체는 잠재관광객이 지각할 수 있는 위험요인을 감소시킬 수 있을 것이다. 특히, 축제는 다양한 주제와 더불어 다양한 형태로 운영되고 있어, 축제의 특성에 따른 위험요인의 감소를 위한 노력이 필요할 것이다.

위험지각과 관련된 연구는 소비자 행동분야와 관련되어 여행상품(허지현, 2006; 이승철·류환경·김채

옥·곽대진, 2007; 김충효·서원석·이순구, 2008), 레저활동(정명희·김남조, 2007; 박희자·이상건·최웅, 2008)분야에 적용되어 왔다. 선행연구에서는 연구대상에 따른 위험지각요인의 도출과 동시에 위험지각요인의 영향관계를 분석하는 부분이 중심을 이루어 왔으나, 축제분야에서는 관련 연구의 검토에 한계가 있었다.

따라서 본 연구에서는 관광축제분야의 위험지각요인을 도출하고, 위험지각요인이 축제의 태도 및 행동의도에 미치는 영향을 분석하였다. 연구를 통해 관광축제분야의 위험지각요인을 도출하였다는 소기의 성과가 있었지만, 관광축제의 특성에 맞는 위험지각요인을 도출하는 부분과 위험지각이 영향을 미치는 경로 및 특성에 대한 분석에서는 한계가 있었던 것으로 판단된다.

특히, 관광축제는 축제의 특성 및 목적에 따라 다양한 효과와 방문객들의 행동이 차별화 되는 것으로 알려져 있어(임명재·송두범, 2006; 이범재·정경일, 2008), 다양한 형태의 관광축제 위험지각요인을 도출하는 부분에 한계가 있었다. 따라서 향후 연구에서는 다양한 형태로 진행되는 관광축제의 특성을 반영할 수 있도록 보다 폭넓은 관광축제를 대상으로 연구가 진행되어야 할 것이다.

참고문헌

- 강병서·조철호. 2005. SPSS와 AMOS 활용 연구조사방법론. 서울: 무역경영사,
- 고동완. 2003. 스키활동에서 위험지각과 감정적 반응이 만족에 미치는 영향. 관광학연구. 27(2): 49-69.
- 권상미. 2009. 고객기반 브랜드자산을 활용한 축제 개최지역의 태도와 이미지에 관한 연구: 함평 나비 축제 사례를 중심으로. 세종대학교 대학원 박사학위논문.
- 권성태. 2005. 레스토랑 실내 디자인이 소비자 심리적 반응 및 행동에 미치는 영향에 관한 연구, 경기대학교 관광전문대학원 박사학위논문.
- 김남조. 2001. 관광목적지에 대한 지역주민의 지각, 태도, 기대행위 차이. 관광학연구. 25(3): 43-62.
- 김영우. 2005. Multinomial logit model을 이용한 해외여행자의 관광동기 및 위험지각이 관광유형선택에 미치는 영향. 관광학연구. 29(3): 291-313.
- 김충효·서원석·이순구. 2008. 라이프스타일에 따른 여행상품 선택시 위험지각에 관한연구. 호텔경영학연구. 17(3): 137-156.
- 박민정·이소은. 2008. VMD 이미지와 브랜드 인지도가 위험 지각, 브랜드 이미지 및 브랜드 충성도에 미치는 영향에 관한 연구. 복식문화연구. 16(5): 826-840.
- 박은주·홍금희. 1999. 의류할인점에 대한 소비자태도 연구, 신라대학교 자연과학연구소 논문집. 7: 17-28.
- 박희자·이상건·최웅. 2008. 로지스틱 회귀분석을 이용한 약선음식의 재구매의사에 영향을 미치는 위험지각요인에 관한 연구. 한국호텔관광학회. 호텔관광연구. 10(1): 170-182.

- 변광인·김기진·이보순. 2008. 미국산 쇠고기에 대한 위험지각이 소비자 태도 및 구매의도에 미치는 영향. *외식경영학회*. 11(3): 275-298.
- 송유진·유현정. 2008. 식품구매시 소비자의 지각된 위험이 안전의식과 안전추구행동에 미치는 영향력의 구조모형분석: 서울과 상해소비자를 중심으로. *소비자학연구*. 19(3): 215-244.
- 안광호·이건. 2006. 모브랜드 이미지와 소비자 자아이미지의 일치성이 브랜드 확장제품에 대한 소비자 태도에 미치는 영향에 관한 연구. *마케팅관리연구*. 11(3): 85-103.
- 엄서호·서천범. 2001. *레저산업론 2판*, 서울: 학현사.
- 유기석·안희정. 2006. 저가항공사와 기존항공사의 지각위험이 항공사 선택속성에 미치는 영향 연구. *관광경영학연구*. 10(3): 41-63.
- 이법재·정경일. 2006. 지역축제 유형별 방문객의 소비지출 차이분석. *관광학연구*. 32(4): 235-253.
- 이승철·류환경·김채욱·곽대진. 2007. 여행상품의 위험지각과 위험지각 감소행위의 관계: 중국여행 한국인 여행자를 중심으로. *관광연구저널*. 21(1): 373-387.
- 임명재·송두범. 2006. 관광이벤트 유형에 따른 지역개발 효과분석: 지방자치단체 공무원의 평가를 중심으로. *국제관광연구*. 3(1): 101-112.
- 임명재·정강환. 2008. 관광이벤트의 체험이 목적지 인지 및 태도에 미치는 영향. *관광학연구*. 32(4): 255-275.
- 정명희·김남조. 2007. 모험성 레크레이션에서의 통제소재와 전문화 및 위험지각의 관계. *관광학연구*. 30(4): 27-46.
- 조원섭·최상수. 2008. 호텔브랜드 자산가치가 지각된 위험에 미치는 영향. *호텔경영학연구*. 17(4): 107-121.
- 주현식. 2007. 로하스(LOHAS)한류가 국가 및 관광이미지, 한국에 대한 태도, 방문의도에 미치는 영향 요인에 관한 연구. *한국관광학연구*. 31(4): 301-320.
- 최주원. 2008. 길거리 음식에 대한 위험지각이 소비자의 구매행동에 미치는 영향에 관한 연구. 세종대학교 대학원 석사학위논문.
- 추승우·김윤희. 2008. 생활관광지로서 해운대 지역 방문의도에 영향을 미치는 결정요인. *컨벤션연구*, 7(3): 557-569.
- 허지현. 2006. 관광위협지각이 관광행동선호와 관광지 전환의도에 미치는 영향연구: 부정적 감정성향의 조절효과. 경기대학교 대학원 박사학위논문.
- Assael, H. 2003. *Consumer behavior: A Strategic Approach*. New York: Houghton Mifflin.
- Chen, R., and He F. 2003. Examination of Brand Knowledge, Perceived Risk and Consumers' Intention to Adopt an Online Retailer. *TOM & Business Excellence*. 14(6): 677-693.
- Coax, D. F. and Rich, S. U. 1964. Perceived risk and consumer decision making the case of telephone shopping. *Journal of Marketing Research*. 1(4): 32-39.

- Floyd, M. F., and Pennington-Gray L. 2004. Profiling Risk Perceptions of Tourists. *Annals of Tourism Research*. 31(31): 1051-1054.
- Mill, R. and Morrison. 1985. *The Tourism System*. New York: Prentice-Hall, Englewood Cliffs.
- Roselius, T. 1972. Consumer Ranking of Risk Reduction Methods. *Journal of Marketing*. 35(1): 56-61.
- Tsaur, S. Tzeng, G., and Wang, K. 1997. Evaluating Tourist Risks from Fuzzy Perspectives. *Annals of Travel Research*. 24(4): 796-812.
- 내일신문. (2005. 10. 13). 서산시, '철새축제 망칠라'고심.
- 매일신문. (2005. 10. 24). 조류독감 불똥 구미 두루미 축제 무기연기.
- 서울경제.(2009. 10. 9). '신종플루'에 초토화된 관광업.
- 조선일보.(2009. 12. 24). 하루 3.2건씩 지역축제 열리는 축제 공화국.
- 헤럴드경제. (2009. 9. 14). 불꽃축제 취소로 열받는 한화 “하루만 참을걸.....”.

任明宰: 배재대학교에서 관광학 박사학위(관광이벤트의 체험이 관광목적지 브랜드 자산에 미치는 영향, 2007)를 취득하고, 현재 충남발전연구원 RHRD센터 전임책임연구원으로 재직중이다. 주요 관심분야는 관광축제, 관광마케팅, 인적자원개발 등이다. 주요논문으로는 “관광목적지 브랜드 자산의 구성요인과 효과위계 검증(2009)”, “중요도-성취도 분석을 활용한 축제 관광정보 평가(2007)” 등이 있다(tour@cdi.re.kr).

林美羅: 세종대학교에서 경영학 석사학위(실버타운입주자의 여가활동에 관한 연구, 2005)를 취득하고, 2010년 세종대학교 박사과정을 수료하였다. 주요 관심분야는 관광수요, 관광마케팅, 관광이미지 등이다. 주요논문으로는 “의료관광상품 구성속성 도출과 분석을 위한 탐색적 연구:Kano 모델의 적용을 중심으로(2010)”, “관광축제 지각된 서비스 품질, 태도, 행동의도간의 관계분석(2010)” 등이 있다(miral21@naver.com).

李英九: 공주대학교에서 경영학 박사학위를 수료하였고(2010), 현재 충남발전연구원 RHRD센터 연구원으로 재직중이다. 주요 관심분야는 인적자원개발, 소비자행동, 평생학습 등이다. 주요논문으로는 “중소기업의 인적자원개발이 종업원의 직무만족과 조직몰입에 미치는 영향에 관한 연구(2008)”, “인터넷 쇼핑몰의 서비스품질이 고객의 지각된 가치 및 고객만족, 충성도에 미치는 영향(2010)” 등이 있다(tglyg@cdi.re.kr).

투 고 일: 2010년 7월 19일

수 정 일: 2010년 7월 30일

게재확정일: 2010년 8월 5일