

전체적인 의미로 ‘소상공인’은 제조업, 건설업, 운수업, 도·소매업 및 그 밖의 서비스 사업을 영위하는 개인 또는 기업으로 정의하고 있다.(중소기업청, 2009). 그 중 서비스 창업은 제조업, 건설업 등 2차 산업에 비하여 개인 또는 소규모로 창업하는 소상공인 비중이 높다. 서비스 창업은 소상공인 창업 중에 외식 및 식음료업, 도·소매업 등 개인서비스업을 창업하는 것이다.

본 연구는 전체 소상공인 분류 중에서 서비스 및 외식 전공 분야에 부합하도록 숙박 및 음식점과 개인 서비스 소매업종 등 서비스업 창업 중심으로 연구하였다. 소자본 식음료 서비스업 창업에 관한 연구에 의하면 창업자의 심리적 특성, 창업아이템 선정, 창업경영관리 등이 사업 성과에 영향을 미치는 것으로 나타났다(조정제, 2004). 소상공 형태의 서비스 창업의 성취욕구, 통제, 불확실성에 대한 인내 및 감수 등의 심리적 특성이 창업 사업 성과에 영향을 미치고 있다(박정기, 2002). 그리고 외식 서비스 창업자의 자신감, 위험 감수 성향, 혁신과 창의성은 창업 성공에 유의한 영향을 줄 수 있다. 박대섭(2003)은 외식사업 창업성공에 영향을 미치는 창업자의 특성요인으로 서비스 창업의 위험감수 여부를 들고 있다.

창업의 성공을 위하여 건전한 사회적 환경, 우수한 재정적 지원상태, 사업경험 등을 통하여 동기 부여된 창업자들이 있다고 해도 창업정신을 고양시키고 창업활동을 지원해주는 체계적인 창업 교육 프로그램과 국가적 문화가 없이 경쟁력 있는 창업가들이 배출되기는 어렵다(Lee & Peterson, 2000).

기업가 정신에 입각한 창업자는 그 사업의 비전을 추구함에 있어 다른 사람들을 이끌 열정과 헌신이 요구되며, 계산된 의지를 필요로 한다(Timmons & Spinelli, 2006). 일반적으로 창업성공을 위해서는 자신의 창업, 기업가적인 특성 등을 먼저 파악하는 것이 중요하다.

그러므로 효과적인 서비스 창업 교육프로그램은 창업의 관심도 제고와 기업가 정신 형성에 영향을 줄 수 있으며, 전반적인 성공률 증가에도 긍정적인 것으로 나타나고 있다.

2. 서비스 창업교육프로그램의 참여동기

일반적으로 동기는 어떤 목표를 향하여 행동을 지속적으로 촉진하는 원동력이며, 의사결정의 욕구와 연결되어 있다. 일반적으로 교육프로그램의 참여동기는 개인 목적의 만족, 보상교육, 그리고 개인적인 발달과 흥미를 위해 이를 충족시키고자 하는 욕구로, 경제적인 측면과 사회적인 측면의 동기부위로 나타난다(Jarvis, 1985). 경제적인 측면에선 직업적인 재교육, 새로운 직업에 대한 준비, 새로운 업무책임과 기회를 위한 훈련과 재훈련을 위하여 그리고 사회적인 측면에서 변화하고 있는 환경, 사회적인 태도와 습관들에 대한 적응을 위해서 학습에 참여하고 있다.

서비스 및 외식업 창업 참여와 성공요인은 조직역량과 문화, 기업가 정신, 가용자원, 외부 네트워크 등이다 기업가 정신은 창업교육 프로그램 수행을 통해서 고양될 수 있는 속성 중 하나이다.

온라인시스템에 의한 대학 창업교육프로그램은 사이버대학교의 창업과목 관련 개설학과에 설치되어 있다. 사이버대학교의 수강 학생층은 평균적으로 20대 후반, 30대 전후의 직장인 또는 사회인 것을 감안할 시 성인교육에 의한 참여동기 성향에 의한다. Morstein & Smart(1976)의 연구, 권두승·이경아(2004)의 한국 성인교육 참가자들의 교육 참여동기 성향을 분석한 연구결과를 살펴보면, 학습지향형, 활동지향형, 타인기대의 충족, 그리고 일상으로부터의 탈출 동기와 같은 요인으로 참여 동기

가 구분하고 있다.

목표지향적 동기 영역은 외부적 기대와 내부적인 전문성 향상의 욕구의 유형으로 나타나고 있다. 외부적 기대는 권위를 가진 다른 사람의 기대 사항 수행과 지시를 이해하기 위한 활동, 타인의 추천에 의한 동기 활동이 포함된다. 내부적인 전문성 향상의 욕구는 전문성의 충족과 직업적 진보, 경쟁에서의 생존과 관련 있는 동기영역이다. 교육프로그램과 관련된 목표지향적 동기는 내외부적인 기대의 결합으로 실용적, 기능적인 목적 달성을 위하여 참여하는 동기이다. 이러한 유형으로 학위, 수료증, 기술적 지식과 경험의 획득 욕구 등이 해당된다.

활동지향적 동기 영역은 사회적인 부문으로 개인적인 교제와 우의를 다지기 위한 활동, 친구 및 동료 등 인맥을 확보하기 위한 욕구, 공동체와 집단적 활동에 참여하고 싶은 사회적 욕구가 포함된다. 활동지향적인 동기를 가진 교육프로그램 참여자는 대학교, 공공 교육훈련기관, 학원 및 교육기관을 학습 활동의 중심으로 사회적으로 안정된 사고 장소로 인식하고 있으며, 사회적 인간관계의 유지, 확대에 관심을 두고 있다(한승진, 2009). 인지적 동기는 문제의 본질 탐구와 자아탐구 같은 자체적인 욕구 충족에 해당되는 영역으로 자기 발전, 학습, 미래에 대한 성취 욕구 등에 대한 동기이다. 이 동기는 학습지향적 동기라고도 한다. 또한 인지적 동기는 교육프로그램의 참여와 학습 자체에 본질적인 가치를 두는 동기로 볼 수 있으며, 학습 성취와 관련된 자아개발, 지식 자체의 의미를 부여하는 동기이다(권두승, 2004).

3. 기업가 정신

기업가는 어떤 가격으로 생산 수단을 구입해서 생산물을 만들고 비용을 보상하기에 충분한 가격으로 판매하는 사람이다. 현대의 기업가는 자본을 출자하고 이에 따른 위험을 부담하며, 기업 경영관리를 수행하는 책임자로서 기업설립에서 제반 경영활동을 스스로 책임지는 사람으로 볼 수 있다(Massie, 1987).

기업가 정신은 독립적인 신규 사업 창출과 그에 수반된 조직 역량을 확장하고 내부적으로 창출된 자원을 결합하여 시장의 기회에 부합하는 활동에서 출발한다(Burgelman, 1993). 사업기회의 인지, 위험부담의 적절한 관리, 적절한 자원동원의 기준을 바탕으로 가치를 창출하려는 시도이다(Kao, 1995).

그러므로 기업가 정신이란 위험과 불확실성을 감안한 새로운 환경에서 비전을 제시하고 끊임없는 도전과 혁신을 통해 기업의 수익과 성장을 도모하는 것이다. 또한 기업가정신은 구체적인 이윤추구를 위해 창조성, 민첩성, 위험 감수와 용기를 가지고 자본과 모든 자원을 기업경영에 투자하는 책임감과 근면성을 의미한다.

창업 동기에 의한 기업가정신의 함양과 고취는 창업 비율에 긍정적인 영향을 주게된다. 실제 2000년대 초 영국의 경우 창조경제에 대한 인식은 높았으나 실제 창업비율은 미국보다 매우 낮게 나타났다(Howkins, 2001). 이러한 결과는 미국이 영국보다 체계적인 기업가정신 교육의 빈도와 수행기관이 월등히 많은 것에 기인한다. 창업자는 기업가 정신이 충만해야 하며 신상품, 신서비스를 창출하여 미국 기업 내의 새로운 사업기회를 만들어내는 중추적인 수행자이다(Pickle, 1990). 또한 창업자는 위험을 감수하면서 이익을 위해 사업체를 조직하여 운영하는 사람임을 의미한다. 이러한

성향의 창업자는 창업자 특유의 정신을 발휘하여 환경 변화에 적응하고 새로운 사업 영역을 개척하여 성공적인 기업을 경영하는 개척자이고 모험가이며 혁신가로서 기업을 운영하는 사람이다(Hodgetts & Kuratko, 2006).

박대섭(2003)은 창업성공 등에 미치는 영향에 관한 연구에서 외식업 창업자의 특성 등을 자신감 및 위험감수, 혁신 및 창의성, 자율적 팀 구축으로 나누고 자신감 및 위험감수, 혁신 및 창의성이 창업성공에 유의한 영향을 미치는 결과를 제시하였다.

예비창업자와 기업이 창업을 고려할 경우 수반되는 기업가 정신은 혁신적 사고, 진취적 사고, 위험감수적 사고와 관련이 있다. 혁신과 진취적 관점의 기업가 정신에 대하여 Abernathy(1985)는 기업가 정신과 관련된 사고 유형은 혁신적 사고, 시장중심적 사고, 경영관리적인 사고, 기술 중심적인 사고에 의하여 나타난다고 하였다. 김영래(2004)는 혁신적 관점에서 순차적 흐름기법에 의하여 Abernathy의 이론을 재해석하였고, 이주현(2008)등은 4가지 사고 유형 중 기술 중심적인 창업전략을 연구하였다.

효과적인 창업 교육 시 개선될 수 있는 기업가 정신 특성 요인으로 사업기회의 포착, 대인관계, 의사소통 능력 등 기술적인 기능, 내적통제, 위험감수성, 혁신성, 변화지향성, 대표 지향성과 같은 인간적 기능, 기획 및 경영활동의 전반적 이해 등을 포함하는 개념적 기능 등이 있다(최종열·정해주, 2008).

기업가정신과 관련하여 남녀 성별의 차이는 다른 학력과 사업 경험 차이 보다는 적게 나타나는 것이 일반적인 현상이다. 기업가정신의 성별, 학력과 경험의 차이, 기업가의 성별차이가 대출 결정에 미치는 차이점에서 성별의 차이점은 없는 것으로 나타났다(Butter & Rosen, 1989).

1) 혁신적 사고

혁신적인 기업가는 혁신적 사고에서 출발하며, 이러한 혁신은 기업가의 무기이자 사업을 발전시키는 수단이며 학습 실천하는 활동이다. Druker(1985)는 기업가 혁신을 위한 기회요인으로 예측불가능성, 고객의 니즈와 차이의 존재, 인구 및 산업구조의 변화, 새로운 지식체계와 인식의 변화 등을 주장하였다.

슈페터는 기업가의 본질적인 특성을 창의와 혁신에 두고 기업가를 기본적으로 혁신가로 인식하였다(Schumpeter, 1934). 혁신적 사고의 기업가는 신규기업과 쇠퇴기업, 신기술의 도입, 쇠퇴, 그로 인한 산업구조의 변화 등을 통한 창조적 파괴를 통해서 혁신적 사고를 실행한다. 흔히 혁신은 위험감수의 형태로 출발하며, 일반적으로 혁신적인 기업가는 전통적인 기업가보다 예측가능한 이익의 수준보다 고수익, 고위험을 감수하려는 경향을 보인다. 그러나 혁신적 성향의 기업가라도 완전한 형태의 위험회피와 불확실성을 제거할 수는 없는 것이다. 기업가는 높은 성취욕구와 동시에 적절한 수준의 위험감수 능력을 가져야 한다. 기업가정신은 의사결정과 문제를 해결해 나가는데 더 많은 혁신적 방법을 추구하는 것이다(Kirton, 1989). 그러므로 허용가능한 수준의 위험범위 내에서 최고 수익을 추구하는 것이 올바른 혁신적 기업가의 사고이다. 신규 창업을 예정하는 사업가의 경우 적절한 위험감수 능력을 유지하는 범위 내에서 혁신적인 형태의 사업가성향이 필요하다.

2) 시장 중심적인 사고

시장중심적 사고는 기업 활동의 핵심이 시장에 의하여 결정되는 형태로 최근 고객 중심 사고로 나타나고 있다. 아담 스미스의 국부론에 의하면 보이지 않는 손과 같은 시장 경제 형태로 운영되는 것을 바람직한 것으로 인식하고 정부의 통제를 최소화 하는 것이다. 20세기 이후에는 시장중심적 사고는 시장주의형 신자유주의 경제 패러다임으로 변화하고 있다. 시장중심적 사고는 마케팅 및 사업 목표를 시장에 초점을 두는 사고로 고객중심주의와 사업 수행 목적에 따라 사업 방식이 결정된다. 기업가정신은 정형화, 집중화, 분권화 등 조직구조에 연관성이 있으며 시장중심주의와 경영관리주의 경영성과에 유의한 영향을 보이고 있다(Matsuno, Mentzer and Ozsomer, 2002). 시장중심주의에 부합하는 형태는 창업 시장의 기회 및 환경 분석에 의하여 창업하고 기술보다는 영업 및 마케팅 전략을 통하여 기업을 성장시키는 기업가이다.

시장중심의 사고는 최근 고객중심주의와 개별화 성향에 따라 온라인 맞춤형 상품과 서비스를 제공하는 형태의 창업에 유리하다. 예를 들어 시장의 환경에 따라서 사업 형태와 구조가 급변하는 계절성 사업과 경향성이 반영된 패션 및 의류, 운동용품 등의 소규모 창업에 적절하다.

3) 경영관리적인 사고

경영 관리적 사고는 내적통제와 외적 통제의 영향에 따라 창업 및 경영활동이 영향을 받게 된다는 것으로 효과적인 내적, 외적 통제 능력, 노력, 또는 기술을 통해서 전체적인 경영 성과에 대해 영향력을 미칠 수 있다. Collis(1991)는 전략결정에 있어서 필요한 경영관리적 환경요소로는 핵심역량, 조직능력, 관리적 유산 을 제시하였다. 그러므로 경영관리적 사고는 계획기능, 조직기능, 통제기능 등 공식적 지위와 그 역할에 초점이 맞추어져 있다. 이러한 기업은 전문화된 기업구조로 계획적이고 체계적인 기업 정책을 가지고 있으며 대규모 기업 또는 집단이 많다. 그러나 기업 규모에 관계없이 경영관리적 사고가 창업시 필수적이며, 일반적으로 대기업 형태의 기업에서 관리적 형태가 많이 나타나고 있다. 창업 시 기업은 인력, 자본, 기술 등 한정된 자원에서 출발하므로 경영관리적인 기업가의 중요한 역할은 계속되는 불균형의 상태 하 에서 자원배분을 지시하고 관리하는 일이라고 인식하였다(성태경, 2006). 기업가로서 요구되는 경영관리적 특성은 기획 및 의사결정, 인간관계, 마케팅, 재무 및 회계, 통제, 협상능력 등을 포함한다(Hisrich, 1992). 주로 기업 조직적 관리와 내부통제와 대외 관리 능력이 포함되며, 외식서비스 산업에서 경영관리는 전반적인 생산과 영업기술의 혁신, 마케팅과 종사원 관리가 추가된다. 창업을 준비하는 기업가는 사전 준비단계에서 부터 경영관리적인 계획과 통제를 통하여 사업의 위험을 관리하고, 이에 대비해야 한다.

4) 기술 중심적인 사고

기업 경영의 핵심은 발전된 기술이 새로운 서비스와 제품을 시장에 공급함으로써 시장을 견인하고 고객에게 새로운 소비 행동과 구매 욕구를 유도할 수 있을 것이라고 사고이다. 기술 중심 사고에 의한 기업가는 자신의 경제구조를 내부에서부터 끊임없이 혁명적으로 뒤바꾸려는 힘에 의해 움직이

고 있다는 것이다. 일반적으로 기술 중심 기업은 기업 핵심역량을 기술적인 혁신으로 보고 연구개발과 기술적 발전에 주력하는 형태이다. 기술중심형 기업가는 새로운 혁신과 기술개발로 창업을 하고 새로운 도전자로부터 기업을 유지하고 발전시키기 위해 끊임없이 노력하는 기업가이다. 보다 발전된 기술이 새로운 서비스와 제품을 시장에 공급함으로써 시장을 견인하고 고객에게 새로운 소비 행동과 구매 욕구를 유도할 수 있을 것이라고 보는 관점이다. 과학과 기술의 진보가 가장 큰 성취이며, 모두 문제점도 기술로 해결 할 수 있다는 것이다(Kaplan, 1995). 기술중심적 사고를 통한 창업은 정보기술, IT, 생명 공학과 같은 공학적 기술 뿐만 아니라 창업자의 전문성을 확보할 수 있는 기술 형태가 모두 포함된다. 예를 들어 1인 창조 기업 형태의 IT 전문 서비스업, 조리기술을 요하는 식음료업, 컨설팅 및 정보 제공업 등이다.

III. 연구조사 설계

1. 측정변수 및 연구가설

본 연구는 서비스 창업자의 동기요인이 기업가정신에 미치는 영향에 관한 연구로서 참여 동기에 따라서 기업가 정신에 나타나는 영향을 분석하는 것을 연구 목적으로 한다. 이러한 연구목적을 달성하기 위하여 선행 연구에 대한 이론적 검토와 온라인 형태의 서비스 예비 창업자를 대상으로 실증 분석을 수행하였다.

이론적 고찰을 바탕으로 온라인 교육에서 참여동기에 따라 학습 프로그램에 대한 기업가정신이 다르게 나타날 것으로 추론할 수 있다. 선행연구의 이론적 고찰을 통하여 참여동기 요인으로 목표지향적동기, 활동지향적 동기, 인지적동기로 구분하였다. 결국 온라인 교육에서 참여동기는 참여자가 인식하고 있는 참여동기 요인에 따라 학습 프로그램의 기업가정신에 영향을 미칠 것이라고 판단하였다. 따라서 본 연구는 중소기업 창업자를 희망하는 수강자를 중심으로 다음과 같이 가설을 설정하여 규명하고자 한다.

- H1. 창업동기요인은 서비스 창업예비자의 혁신적 사고에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- H2. 창업동기요인은 서비스 창업예비자의 시장 중심적인 사고에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- H3. 창업동기요인은 서비스 창업예비자의 경영관리적인 사고에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- H4. 창업동기요인은 서비스 창업예비자의 기술 중심적인 사고에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

2. 연구조사 설계

본 조사를 수행하기 위해 'K'대학교에서 경영 및 외식서비스과목 관련 1~4학년과정 중에 창업에 대한 사이버대학교의 사이버강의를 수강하는 학생을 대상으로 설문조사를 실시하였다. 설문조사는 설문지를 온라인으로 프로그램화하여 인터넷으로 접속하여 온라인화면에서 직접 읽고 바로 입력할 수 있게 구성하였다. 조사일정은 2009년 12월 5일부터 2009년 12월 15일(10일간)까지 실시했다.

총 설문 대상자(260명)에서 불성실하거나 미 기입된 경우를 제외한 246부의 유효 표본을 가지고 분석에 이용하였다. 수집된 자료는 사회과학 통계패키지인 한글 SPSS(Ver 18.0) 프로그램을 이용하였다. 추출된 창업 동기 요인에 대하여 종속변수로 한 일원분산분석(ANOVA)을 실시하였다. 각 항목에 대하여 기술통계량을 통한 평균, 빈도분석, 요인분석, 신뢰성분석, 상관분석, 차이분석, 회귀분석을 실시하였다.

IV. 실증분석 결과 및 해석

1. 표본의 일반적 특성

응답자의 성별구성을 살펴보면, 남성이 68.3%이고, 여성은 31.7%로 남성비율이 높게 나타났다. 연령별 분포는 평균 36.2(표준편차 8.16)세로 나타났다. 직업 별 분포로는 공무원 28.9%로 가장 많고 법인개인사업자, 서비스업사업자, 일반사무 등의 계층으로 조사되어 직업을 가지고 있는 것으로 조사되었다. 온라인 교육프로그램을 수강하는 대상자 특성 상 오프라인 교육 프로그램의 학생층보다 소득과 연령이 높고, 대다수 직장 및 사업 형태의 직업을 가지고 있어서 예비창업자의 표본 분포와 성향 분석에 적합하게 나타나고 있다.

<표 1> 표본의 인구통계학적 특성

변수	내용	빈도 (명)	퍼센트 (%)	변수	내용	빈도 (명)	퍼센트 (%)
성별	남성	168	68.3	연령	30대 미만	75	30.5
	여성	78	31.7		30대	72	29.3
					40대	87	35.4
					40대 이상	12	4.9
소득	200만원 이하	40	16.3	직업	일반사무	40	16.3
	200~300만원	71	28.9		공무원	71	28.9
	300~400만원	51	20.7		법인개인사업자	51	20.7
	400~500만원	50	20.3		서비스업사업자	50	20.3
	500~600만원	16	6.5		기술직종	16	6.5
	600만원 이상	18	7.3		기타	18	7.3

주: 총 246명, 결측치 없음

2. 측정변수의 신뢰도 및 타당도 검증

측정치가 정화하려면 측정의 신뢰도(reliability)와 타당도(validity)가 높아야 한다. 신뢰도는 서로 비교가 가능한 독립된 측정방법에 의해 동일한 대상을 측정하는 경우, 결과가 유사하게 나오는 정도를 말한다. 본 연구에서는 신뢰도를 크론바하 알파계수로 검증하였다. 크론바하 알파계수 값이 보통 0.6이상이면 측정도구의 신뢰도에 별 문제가 없는 것으로 일반화되어 있다. 타당도는 연구자가 파악하고자 하는 개념이나 속성을 얼마나 정확히 측정하였는가를 나타내는 지표이다. 본 연구에서의 타

당도 검증은 요인분석을 통하여 입증되었다. 본 연구의 요인분석은 탐색적 요인분석으로써 다 항목 척도로 구성되어 있는 측정척도의 구성타당도를 검증하고 각 결정요인의 변수들을 구성개념에 따라 단순화시키기 위해 직각회전법을 이용한 주성분 요인분석을 실시하였다.

참여동기요인에 대하여 11개 항목을 분석한 결과 <표 2>와 같이 세 개의 요인으로 단순화하였다.

이 요인분석의 표본의 적합성을 검증하는 KMO(Kaiser-Meyer-Olkin)의 값이 0.770로서, 변수 선정에 적합한 것으로 본다. 요인분석 모형의 적합성 여부를 나타내는 Bartlett의 구형성검정치가 1175.513이고 유의확률이 0.000으로 나타나 요인분석 모형이 적합하며 공통요인이 존재하는 것으로 나타났다. 전체설명력은 65.708%로 나타났다. 추출된 요인들에 대한 신뢰도 분석에서는 인지적동기, 목표지향적동기, 활동지향적동기의 신뢰계수는 0.884, 0.753, 0.664로 내적 일관성을 지니고 있다고 볼 수 있다.

<표 2> 참여동기에 대한 타당도 및 신뢰도 검증

요인명	측정항목	요인적재량	아이젠값	분산 설명력	신뢰 계수
인지적 동기	참여동기인지3	.903	2.864	26.040	.884
	참여동기인지2	.801			
	참여동기인지1	.765			
	참여동기인지4	.730			
목표 지향적 동기	참여동기목표2	.846	2.346	21.325	.753
	참여동기목표1	.800			
	참여동기목표4	.738			
	참여동기목표3	.544			
활동 지향적 동기	참여동기활동3	.855	2.018	18.342	.664
	참여동기활동2	.765			
	참여동기활동1	.536			
KMO값=0.770, Bartlett의 구형성검정치=1175.513, p=.000, 총분산설명력 = 65.708%					

요인 1은 ‘장기적 자기 발전과 자아실현’, ‘현재 직업 또는 미래사업의 전문성과 효율성제고’, ‘개인적인 성취욕구 충족’, ‘지적 호기심 및 경영전공 심화’, ‘전문가특강 및 방문견학 참여 등의 항목으로 구성되어 인지적 동기에 관한 요인으로 확인되었으며, 신뢰도는 0.884로 나타났다.

요인 2는 ‘구체적인 창업목표 아이템 획득’, ‘창업방향과 준비단계의 목표 설정’, ‘창업의 실패 및 성공요인의 확인 및 연구목표’, ‘향후 5년 이내에 창업을 계획 목표’, ‘창업을 위한 영역확장 등의 항목으로 구성되어 목표지향적 동기에 관한 요인으로 확인되었으며, 신뢰도는 0.753로 나타났다.

요인 3은 ‘원만한 학우관계와 인간관계 형성’, ‘창업관련 오프라인 활동과 학습에 관심’, ‘온라인 커뮤니티 활동의 용이성 등의 항목으로 구성되어 활동지향적 참여 동기 요인으로 확인되었으며, 신뢰도 0.664로 나타났다. 따라서 참여동기의 3가지 변수 모두 타당성과 신뢰성이 있는 것으로 분석되었다.

3. 연구분석

온라인 창업교육 프로그램 참여자의 동기와 구성개념간의 상관관계는 다음 <표 3>과 같으므로 분석결과와 신뢰성에 적합한 것으로 나타났다. 상관관계가 가장 높은 것은 목표지향적동기와 활동지향적동기가 **0.692**로 비교적 높은 상관계수 값을 보이고 있다.

<표 3> 참여동기의 항목들간의 상관관계

구 분	M	SD	구성개념간 상관관계 (Inter-Construct Correlations)		
			인지적동기	목표지향적 동기	활동지향적 동기
인지적동기	3.860	.749	1	.396**	.445**
목표지향적 동기	3.713	.731	.396**	1	.692**
활동지향적 동기	3.610	.726	.445**	.692**	1

***p<.001

<표 4> 월 소득에 따른 참여동기 차이분석

종속변수	월소득	M	SD	F/p	Scheffe
인지적동기	200만원 이하(a)	3.705	.494	.895/.485	-
	200~300만원(b)	3.800	.877		
	300~400만원(c)	3.772	.536		
	400~500만원(d)	3.918	.753		
	500~600만원(e)	4.040	.695		
	600만원 이상(f)	3.762	.794		
목표지향적 동기	200만원 이하(a)	3.610	.578	2.286/.047*	-
	200~300만원(b)	3.827	.668		
	300~400만원(c)	3.772	.783		
	400~500만원(d)	3.561	.775		
	500~600만원(e)	3.430	.777		
	600만원 이상(f)	3.981	.829		
활동지향적 동기	200만원 이하(a)	3.508	.571	1.306/.262	-
	200~300만원(b)	3.604	.863		
	300~400만원(c)	3.327	.755		
	400~500만원(d)	3.613	.721		
	500~600만원(e)	3.517	.768		
	600만원 이상(f)	3.698	.767		

*p<.05

<표 4> 월 소득에 따른 참여동기 차이분석은 학력과 경험의 차이, 기업가의 성별차이가 대출 결정에 미치는 차이가 없다는 Butter and Rosen(1989)의 선행 연구이론 결과를 지지하고 있다.

또한 남, 녀 성별 분류에서 참여동기도 유의한 차이가 거의 없는 것으로 나타났다. 그러므로 창업을 위해서 필요한 시간과 에너지 및 준비 과정은 성별과 직종에 관계없이 나타나는 것으로 분석되었다.

<표 5> 직업에 따른 참여동기 차이분석

종속변수	직업	M	SD	F/p	Scheffe
인지적동기	일반 사무직종(a)	3.818	.669	.569/.724	-
	일반직 공무원 및 교육직, 군인(b)	3.680	1.116		
	법인, 개인사업자 및 근무자(c)	3.922	.620		
	서비스업 사업자 및 근무자(d)	3.892	.559		
	기술직종 및 IT업종(e)	3.765	.597		
	기타(전업주부, 일반 학생 등)(f)	3.776	.695		
목표지향적 동기	일반 사무직종(a)	3.640	.620	10.428/.000**	b>f d>a,f
	일반직 공무원 및 교육직, 군인(b)	3.886	.697		
	법인, 개인사업자 및 근무자(c)	3.400	.643		
	서비스업 사업자 및 근무자(d)	4.208	.755		
	기술직종 및 IT업종(e)	3.753	.730		
	기타(전업주부, 일반 학생 등)(f)	3.327	.684		
활동지향적 동기	일반 사무직종(a)	3.382	.766	3.094/.010*	b>a
	일반직 공무원 및 교육직, 군인(b)	3.886	.594		
	법인, 개인사업자 및 근무자(c)	3.639	.619		
	서비스업 사업자 및 근무자(d)	3.551	.842		
	기술직종 및 IT업종(e)	3.725	.626		
	기타(전업주부, 일반 학생 등)(f)	3.366	.819		

*p<.05

<표 5> 직업에 따른 참여동기 차이분석은 목표지향적 동기와 활동지향적 동기 요인에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 목표지향적 동기와 활동지향적 동기 중 서비스사업자 및 근무자의 SD 값은 각각 0.755, 0.842로 다른 동기보다 높게 나타났으며 두 동기는 직업 분류에 따른 영향을 주는 요인으로 분석되었다. 전문성 및 기술적 지식 및 경험의 습득, 사회적 관계성의 확대의 성향이 직업별로 다소 차이점을 보이고 있으며, 특히 서비스사업자 및 근무자의 경우 다른 직종의 근무자보다 비교적 높은 수치로 나타났다.

<표 6> 연령에 따른 참여 동기요인은 목표지향적 동기 요인에서만 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 창업의 전문성의 충족과 직업적 진보, 경쟁과 관련된 학점취득, 창업기술적 지식과 경험의 획득 욕구가 연령별로 다소 차이를 보이는 것을 의미한다.

이러한 결과는 권두승·이경아(2004)의 한국 성인교육 참가자들의 교육 참여동기 성향을 분석한 연구결과를 지지한다.

<표 6> 연령에 따른 참여동기 차이분석

종속변수	나이	M	SD	F/p	Scheffe
인지적동기	30대 미만(a)	3.735	.481	.637/.592	-
	30대(b)	3.817	.922		
	40대(c)	3.890	.748		
	40대 이상(d)	3.829	.566		
목표지향적 동기	30대 미만(a)	3.481	.599	4.816/.003*	b>a
	30대(b)	3.917	.633		
	40대(c)	3.761	.816		
	40대 이상(d)	3.653	.860		
활동지향적 동기	30대 미만(a)	3.333	.597	2.670/.048*	-
	30대(b)	3.630	.903		
	40대(c)	3.579	.822		
	40대 이상(d)	3.667	.471		

*p<.05

본 연구에서 전체적인 창업교육프로그램을 표본 대상자들에게 실시하고 추가적으로 희망자에 한하여 오프라인 형태의 기업가정신 특강을 2회 시행하였다.

<표 7>의 내용은 추가적 특강 실시여부에 따른 기업가정신과 외식서비스 및 소매업종 창업의 중요도를 분석한 표이다. <표 7>에 의하면 기업가정신과 외식서비스 및 소매업종 창업의 중요도에 대하여 전체 일반과정 이수자와 기업가 정신을 중심으로 하는 오프라인 특강 추가 수강자에 대하여 약간의 차이를 보이고 있다. 기업가정신 측면으로 오프라인 특강 추가 수강자는 시장중심적 사고, 경영관리적사고, 기술 중심적인사고에서 일반과정 수강 계층보다 기업가 정신에 영향을 줄 수 있는 것으로 인식하고 있다.

<표 7> 수강자와 특강 추가 수강자간의 기업가정신과 외식서비스 및 소매업종 창업의 중요도 차이분석

구분		M		SD		t/p
		특강 (n=76)	일반과정 (n=170)	특강	일반과정	
기업가 정신	창업 시 기업가는 혁신적 사고가 필요	4.526	4.447	.683	.616	.902/.368
	창업 시 기업가는 시장 중심적인 사고가 필요	4.592	4.282	.593	.655	3.528/.001*
	창업 시 기업가는 경영관리적인 사고가 필요	4.618	4.306	.565	.662	3.573/.000*
	창업 시 기업가는 기술 중심적인 사고가 필요	4.474	4.153	.663	.730	3.274/.000*
외식서비스 및 소매 업종 창업의 중요도	창업자의 역량 및 기업가 정신	4.618	4.277	.588	.671	3.834/.000*
	상품 기술 및 아이디어	4.290	4.400	.708	.619	-1.236/.218
	창업 자본 및 물적 요건	4.579	4.371	.572	.695	2.289/.023*
	프랜차이즈 가맹 및 제휴	4.368	4.224	.746	.720	1.443/.150

*p<.05

그리고 외식서비스 및 소매업종 창업의 중요도에서는 창업자의 역량 및 기업가정신, 창업자본 및 물적요건에서 유의미한 차이가 있는 것으로 나타났다. 특강 추가 수강자가 비 수강자보다 상품 기술 및 아이디어를 제외한 모든 항목에서 더 높게 지각하는 것으로 밝혀졌다. 그러므로 기업가정신의 고취를 위한 창업 교육프로그램이 창업예비자들에게 효과적이라는 Naffziger, Almed, & Montagno (2003)의 연구 결과를 지지하는 것으로 분석되었다. 기업가 정신의 고취와 서비스 창업 제고를 위하여 온라인 교육프로그램과 오프라인 교육 형태를 병행하는 것이 더 높은 효과를 나타내는 것으로 분석되었다.

3. 연구가설의 검증

본 연구에서 참여동기 요인에 따라 기업가정신에 영향을 미치는 것을 가설 검증 하였다.

가설 1. 창업동기요인은 창업예비자의 혁신적 사고에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

참여동기 요인에 대한 수강생이 인식하는 창업예비자의 혁신적 사고를 검증하기 위해 <표 8>과 같이 인지적동기, 목표지향적동기, 활동지향적동기요인의 변수들의 합에 대한 평균값을 각각 독립변수로 놓고, 종속변수는 혁신적 사고를 변수로 하여 회귀분석을 실시하였다. 분석결과는 <표 8>의 가설 1과 같이 분석되었다. 분석된 결과에서 참여동기 요인의 인지적동기 요인에서만 혁신적 사고에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 참여동기요인에서 창업예비자의 혁신적 사고에 대한 영향요인은 약 24.4%의 전체 설명력을 보이고 있는 유의한 회귀모델로 본다($F_{값}=27.308$, $p=0.000$).

가설 2. 창업동기요인은 창업예비자의 시장 중심적인 사고에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

참여동기요인에 대한 수강생이 인식하는 창업예비자의 시장 중심적인 사고를 검증하기 위해 <표 8>과 같이 인지적동기, 목표지향적동기, 활동지향적동기요인의 변수들의 합에 대한 평균값을 각각 독립변수로 놓고, 종속변수는 시장 중심적 사고를 변수로 하여 회귀분석을 실시하였다. 분석결과는 <표 8>의 가설 2와 같이 분석되었다. 분석된 결과에서 시장 중심적인 사고에 유의한 영향을 미치는 것은 없는 것으로 나타났다. 참여동기요인에서 시장 중심적인 사고에 대한 영향요인은 약 7.8%의 전체 설명력을 보이고 있는 유의한 회귀모델로 본다($F_{값}=7.900$, $p=0.000$).

가설 3. 창업동기요인은 창업예비자의 경영관리적인 사고에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

참여동기 요인에 대한 수강생이 인식하는 창업예비자의 경영관리적인 사고를 검증하기 위해 <표 8>와 같이 인지적동기, 목표지향적동기, 활동지향적동기요인의 변수들의 합에 대한 평균값을 각각 독립변수로 놓고, 종속변수는 경영관리적인 사고를 변수로 하여 회귀분석을 실시하였다. 분석결과는 <표 8>의 가설 3과 같이 분석되었다. 분석된 결과에서 참여동기 요인의 인지적동기, 목표지향적동기, 활동지향적 동기요인에서 경영관리적인 사고에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 참여동

기 요인에서 창업예비자의 경영관리적 사고에 대한 영향요인은 약 18.9%의 전체 설명력을 보이고 있는 유의한 회귀모델로 본다($F_{값}=20.062$, $p=0.000$).

가설 4. 창업동기요인은 창업예비자의 기술 중심적인 사고에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

참여동기 요인에 대한 수강생이 인식하는 창업예비자의 기술 중심적인 사고를 검증하기 위해 <표 8>과 같이 인지적동기, 목표지향적동기, 활동지향적동기요인의 변수들의 합에 대한 평균값을 각각 독립변수로 놓고, 종속변수는 기술 중심적인 사고를 변수로 하여 회귀분석을 실시하였다. 분석결과는 <표 8>의 가설 4와 같이 분석되었다. 분석된 결과에서 참여동기 요인의 활동지향적동기 요인에서 기술 중심적인 사고에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 참여동기 요인에서 창업예비자의 기술 중심적인 사고에 대한 영향요인은 약 16.2%의 전체 설명력을 보이고 있는 유의한 회귀모델로 본다($F_{값}=16.760$, $p=0.000$).

<표 8> 다중회귀분석 결과(가설 1, 가설 2, 가설 3, 가설 4 검증)

종속 변수	독립변수	비표준화계수		표준화 계수	t	유의확률	공선성통계량	
		베타	표준오차	베타			공차	VIF
혁신적 사고 (가설1)	(상수)	2.875	.223		12.870	.000		
	인지적동기요인	.419	.053	.494	7.881	.000**	.787	1.270
	목표지향적동기요인	-.091	.068	-.105	-1.346	.180	.512	1.953
	활동지향적동기요인	.088	.070	.100	1.253	.211	.487	2.052
	R=.503, R2=.253, Adj R2=.244, F=27.308, p=.000, Durbin-Watson=1.918							
시장 중심적인 사고 (가설2)	(상수)	3.217	.252		12.756	.000		
	인지적동기요인	.063	.060	.072	1.042	.299	.787	1.270
	목표지향적동기요인	.115	.076	.129	1.507	.133	.512	1.953
	활동지향적동기요인	.136	.079	.152	1.729	.085	.487	2.052
	R=.299, R2=.089, Adj R2=.078, F=7.900, p=.000, Durbin-Watson=1.944							
경영관리 적인 사고 (가설3)	(상수)	3.163	.236		13.416	.000		
	인지적동기요인	.351	.056	.405	6.252	.000**	.787	1.270
	목표지향적동기요인	-.225	.071	-.254	-3.156	.002**	.512	1.953
	활동지향적동기요인	.200	.074	.223	2.709	.007**	.487	2.052
	R=.446, R2=.199, Adj R2=.189, F=20.062, p=.000, Durbin-Watson=1.887							
기술 중심적인 사고 (가설4)	(상수)	2.924	.267		10.935	.000		
	인지적동기요인	-.079	.064	-.082	-1.243	.215	.787	1.270
	목표지향적동기요인	.027	.081	.027	.334	.739	.512	1.953
	활동지향적동기요인	.425	.084	.426	5.081	.000**	.487	2.052
	R=.415, R2=.172, Adj R2=.162, F=16.760, p=.000, Durbin-Watson=2.199							

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

<표 8>의 가설 1~4의 검증 결과에서 Durbin-Watson 수치가 대부분 2에 가깝고 0 또는 4와 가깝지 않으므로 잔차들 간에 상관관계가 없고 공차한계 값이 0.1이상의 값을 보이기 때문에 독립변수 간 다중 공선성에 문제가 없는 것으로 나타났다. 분산팽창인자(variance inflation factor: VIF)도 다중공선성의 문제는 없었다. 모든 가설의 요인이 유의 수준 내 분포하고 있는 적절한 가설 형태로 분석되었다.

검증 결과 Durbin-Watson 통계량이 2.199으로 자기상관이 없었고, 다중공선성의 공차한계(tolerance) .512~.787로 1.0이하로 나타났으며, 분산팽창인자(variance inflation factor: VIF)도 1.270~2.052으로 다중공선성의 문제는 없었다. 가설1 혁신적 사고는 모든 요인이 유의 확률 내 존재하고 있고 특히 인지적 동기가 중요한 요인으로 확인되었다($p<.01$).

가설 2 시장중심적 사고와 가설 4의 기술중심적 사고는 모든 요인이 유의 확률 내 존재하고 있고, 기술중심사고 중 활동지향적 동기 요인이 중요한 요인으로 확인되었다.

가설 3 모든 가설의 요인이 유의 수준 내 분포하고 있으며 인지적, 목표지향적, 활동지향적 요인의 중요도가 모두 높은 것으로 분석되었다($p<.01$). 모든 가설과 요인이 유의수준에서 존재하지만 특히 경영관리적 사고와 관련된 요인이 기업가정신에 영향을 주는 것으로 분석되었다. 이러한 결과는 기획 및 의사결정, 인간관계, 마케팅, 재무 및 회계, 통제, 협상능력 등의 경영관리적 특성이 기업가정신에 정(+)의 영향을 미친다는 Hisrich(1992)의 연구 결과와 일치하고 있다.

3. 분석결과에 대한 논의

<표 9>는 참여동기 요인에 대한 혁신적사고, 시장 중심적인 사고, 경영관리적인 사고, 기술 중심적인 사고와 인지적요인, 목표지향적요인, 활동지향적요인의 관계분석을 실시하였다.

<표 9> 참여동기요인과 창업예비자의 기업가정신의 관계분석

요인명	혁신적 사고	시장 중심적인 사고	경영관리적인 사고	기술 중심적인 사고
인지적요인	+		+	
목표지향적요인			+	
활동지향적요인			+	+

V. 결론 및 시사점

연구 결과 서비스 창업자의 창업동기요인이 기업가정신에 미치는 영향은 모두 유의한 정(+)의 결과를 나타냈다. 온라인 창업 교육 프로그램 참여자는 참여동기 요인의 3가지 요인 모두 유의한 동기요인을 보이고 있으며, 특히 인지적 동기 요인과 목표지향적 동기요인에서 다소 높게 나타났다.

온라인 창업교육프로그램이 부여하는 개인의 장기적인 자기개발, 미래 창업사업의 전문성 제고, 전공의 심화 학습 욕구 중심으로 참여자들에게 만족도를 나타내고 있으며, 유사한 과목의 재이용 및 추천의도 표출 될 수 있다. 그리고 효과적인 온라인 창업프로그램 교육의 요인은 Morstein and

Smart(1976), 권두승·이경아 (2004)의 한국 성인교육 참가자들의 교육 참여동기 성향과 일치한다.

인지적 요인에서 혁신적 사고와 경영관리적 사고에 유의성이 높게 나타나서 Matsuno(2002)의 연구 결과를 지지하고 있다. 높은 성취욕구와 동시에 적절한 수준의 위험감수 능력을 통한 경영 및 관리적 사고가 기업가정신에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 분석되었다. 이러한 경향은 창업자의 자신감, 위험감수 노력이 창업성공에 영향을 준다는 박대섭·신충섭(2006)의 연구 결과와 일치하고 있다.

오프라인과 온라인 형태의 수강 방식에 따른 차이는 활동지향적 요인 측면에서 온라인시스템이 보다 커뮤니티 활동 및 상호작용성에서 효과적인 것으로 나타났다. 온라인 커뮤니티 사용자의 상호작용성, 활동보상성, 편리성, 고객중심성이 고객 만족 및 충성도 형성에 유의하다는 이제홍(2008)의 연구 결과와 일치한다.

외식서비스 및 소매창업 시 중요한 속성으로 창업자의 역량 및 기업가 정신이 가장 높은 형태로 나타나서 효과적인 창업 지도와 온라인, 오프라인 기업가 교육프로그램의 제공과 이수가 필요한 것으로 분석되었다.

그리고 서비스 예비창업자가 중요하게 인식하는 요인으로 창업 자본 및 물적 요건으로 나타나고 있다, 이는 외식 및 소매 창업의 경우 점포 형태의 입점창업이 일반적이므로 매장 선정과 관련된 부동산 임차 및 구입자금, 주방 및 집기류 구매 비용 등 점포 환경요인이 중요하게 인식하는 것으로 나타났다.

본 연구의 결론으로 인지적, 목표지향적, 활동지향적 요인 모두 일정 수준 기업가정신과 관련된 사고 유형에 부합하지만 가장 효과적인 사고 유형은 경영관리적 사고로 분석되었다.

본 연구의 시사점과 한계는 다음과 같다. 온라인 창업 교육 프로그램을 통하여 서비스업 예비창업자의 동기와 기업가정신을 연구하였다. 오프라인과 동일하게 창업자의 역량 및 기업가 정신이 창업 성공을 위해서 가장 핵심적인 부분이며, 기업가정신의 고취를 위해서는 창업 의욕 또는 영업 및 인적 서비스 기술적인 측면 못지않게 경영관리적인 사고방식이 필요하다는 것이다.

서비스업 창업 예비자들은 효과적인 기업가정신의 고취를 위하여 오프라인, 온라인 형태의 창업교육프로그램을 병행하여 활용하는 것이 창업 실패 확률을 줄일 수 있는 방법이다. 창업진흥원, 소상공인진흥원에서는 매년 연인원 7000명의 교육 대상자를 선정하여 예비창업자 및 업종 전환자를 지원하고 있다

대상 업종으로 음식업, 도소매업, 일반서비스업, 프랜차이즈 업 등이며 현장실습비 5만원을 제외하고는 전액 국비로 지원된다, 또한 소상공인 e 러닝센터에서는 창업실무 및 준비사항에 관하여 온라인 콘텐츠 형태로 제공하고 있다(창업진흥원, 2009). 정부 및 기관 지원 형태의 소상공인 서비스 창업 과정은 대부분 창업성공 및 실패사례, 기업가정신과 관련된 경영관리기법 사항, 창업 관련 부동산 계약 및 세무 실무 등 경영관리적인 형태의 교육에 초점이 맞추어져 있다. 이는 본 연구결과와 일치하며 향후 실무 및 연구에서

오프라인과 온라인 형태를 병행하여 기업가정신과 서비스 창업 교육과정을 전개할 필요가 있음을 시사하고 있다.

본 연구의 한계점으로 정규 전공 창업교과 과정 내에서 표본 샘플링이 수행되어 온라인 형태로 창업과정을 수강하는 일반 사설 창업 교육 센터 수강자의 교육 성향에 대한 일반화 부문에서 차이

가 나타날 수 있다.

향후 연구에서는 정부기관, 대학교 등 공적인 형태의 온라인 창업과 기업가정신 교육과정과 학원 또는 사설 창업교육센터의 온라인 강좌의 비교 분석 연구도 필요할 것이다.

참 고 문 헌

- 권두승·이경아(2004). 학점은행제 성인학습자의 학습양식에 관한 연구. 『평생교육학연구』, 10(2), 25-48.
- 김영래 (2004). 앙트러프러너십과 이노베이션에 관한 고찰. 『한국경영사학회』, 19(3), 157-181.
- 김주미·오상훈·양재경(2008). 우리나라 창업교육 현황 및 발전방향에 관한 연구: 창업대학원을 중심으로. 중소기업연구원.
- 박정기(2002). 소상공인 창업의 성공요인에 관한 실증적 연구. 동의대학교 대학원 박사학위논문.
- 박대섭(2003). 한국외식 창업자의 특성과 자질이 창업 성공 및 권유에 미치는 영향. 경기대학교 박사학위 논문.
- 박영수·권용주(2009). 외식창업 성공을 위한 창업교육에 대한 수강생과 강사의 인식 차이에 관한 연구. 『외식경영연구』, 12(2), 7-28.
- 변우희(2006). 울산 전통문화마을의 투자평가 적정모형 연구. 『관광학연구』, 18(2), 261-280.
- 이제홍(2008). 온라인 포털사이트 커뮤니티와 고객충성도에 관한 실증분석. 『e-비즈니스연구』, 9(3), 3-22.
- 성대경(2006). 기술혁신활동의 결정요인. 『한국산업경영학회』, 21(4), 283-304.
- 손무호(2007). 외식창업 창업요인과 경영성과, 창업자 태도 간의 관계 연구. 경기대학교 대학원 박사학위논문.
- 조정제(2004). 소자본 창업의 성공요인에 관한 연구 - 중소기업 레스토랑을 중심으로. 창원대학교 박사학위 논문.
- 중소기업청(2009). 2009년 중소기업 현황 및 통계. 중소기업청.
- 창업진흥원(2009). 2009년 대학창업 지원프로그램 백서. 창업진흥원.
- 최종열·정해주(2008). 경영학 교육이 기업가정신 함양에 미치는 영향에 관한 연구. 『인적자원관리연구』, 15(3), 213-230.
- 한승진(2009). 대학생의 여가 능력과 행복감 증진을 위한 여가교육 프로그램 개발 및 효과 검증. 서울대학교 대학원 박사학위 논문.
- 한국외식정보(2009). 한국외식연감 2009. 윤일문화 180-185. 서울.
- Buttner, E. H. & Rosen, B.(1989). Funding New Business Ventures Are Decision Makers Based Against Women? *Journal of Business Venturing*, 4(1), 249-261.
- Burgelman, R. A & Rosenbloom, R. S.(1993). Research on technological innovation. *Management and policy*, 5(1), 121-135.

- Bitner, M. & Booms, B.(1990). The Service Encounter: Diagnosing Favorable and Unfavorable Incidents. *Journal of Marketing*, 54(1), 71-84.
- Collis, D. J.(1991). A resource-based analysis of global competition : The case of bearings industry. *Strategic Management Journal*, 15(1), 49-68.
- Drucker, P.(1985). *Innovation and Entrepreneurship, practice and principle*. NY, Harper and Row.
- Dollinger, M. A.(1995). *Entrepreneurship : Strategics and Burr Ridge*. IL : Austen Press.
- Hisrich, R.(1992). Toward an Organization Model for Entrepreneurship. *Theory and Practice*, 25(4), 81-99.
- Howkins, J.(2001). *The Greative Economy : How people make money form Ideas'* Penguins.
- Hodgetts, R. M. & Kuratko, D. F.(2006). *Small Business Management*. John Wiley & Sons Inc.
- Jarvis, P.(1985). *The Sociology of Adult and Continuing Education*. London: Croom Helm.
- Kao, C.(1995). Information Science and Future Society. *Pacific Science Congress*, 18(1), 37-39.
- Kaplan, R. S. & Norton, D. P.(1992). The Balanced Scorecard-Measures; That Drive Performance. *Harvard Business Review*, 70(1), 71-80.
- Kirton, M. J.(1989). A Theory of Cognitive Style, Adaptors and Innovators : Styles of Creativity and Problem-Solving. London, England, 1-36.
- Lee, S.& Peterson, S.(2000). Culture, Entrepreneurial Orientation and Global Competitiveness. *Journal of World Business*, 35(4), 401-416.
- Massie, J. A.(1987). *Essentials of Management*. 4th ed., Engelwood Cliffe, Prentice-Hall, 221-222.
- Morstain, B. & Smart, C.(1976). Educational orientations of faculty: assessing a personality model of the academic professions, *Psychological reports*, 39(3), 1199-1211.
- Morrison, A.(1999). Entrepreneurship : What Triggers IT? *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 6(2), 56-78.
- Matsuno, K., Mentzer, J. T. and Ozsomer, A.(2002). The Effects of Entrepreneurial Proclivity and Market Orientation on Business Performance. *Journal of marketing*, 66(3), 18-32.
- Naffziger, D. W, Almed, N. U. & Montagno, R. V.(2003). Perceptions of Environmental Consciousness in U.S. Small Businesses: An Empirical Study. *S.A.M. advanced management journal*, 68(2), 23-32.
- Schumpeter, J.(1934). *The Theory of Economic Devlopment*. Harvard University Press, Cambridge, MA.
- Timmons, J. A.(1999). *New Venture Creation: Entrepreneurship for 21st century*. Irwin McGraw-Hill, Illinois, 5th Editon.
- Timmons, J. A. & Spinelli, S.(2006). *New Venture Creation: Entrepreneurship for the 21st Century*. McGraw-Hill.
- Pickle H.(1990). *Small business management*. 5th ed New York : Wiley, 1990.
- Vesper, K. H.(1983). *Entrepreneurship and national policy* Chicago: Heller Ins naute for small Business policy.

체험프로그램 서비스품질이 축제 지속가능성에 미치는 영향 연구

The Study on Regional Festival's Experience-Programs Affecting the Sustain-ability

이용철* 김 건**
Lee, Yong-Chul Kim, Gun

ABSTRACT

To be sustainable regional festival it must have experience program on theme. It shows the importance of the experience can not only draw visitor's views and education but also remain long visitors' memories, which can bring up a positive image. Besides, it helps visitors enjoy staying long than they would intend and boosts up the local communities' economy. This study is talking about two local festivals go-chang moyang castle festival and the International Astronautically Congress.

It retained the result of how the experience service dissolved into the local has those service quality factors. With it, we like to try to analyze how the experience program can actually be influential on the local festivals. The empirical results of this study analyze that the experience program with local theme would give a great deal of influence to the possibility of the local festivals' substantial existence and identify the importance of the experience program.

Keywords: 지역축제(Regional Festival), 체험 프로그램(Experience Program), 지속가능성(Sustain-ability)

I. 서 론

지역축제는 지역성을 기본으로 하여 지역주민들이 공유한 지역가치를 프로그램화하고 연출한 이벤트로서 외부 방문객과 함께할 수 있는 판이다. 또한 공동체적 행사로 자리매김함으로써 지속가능한 지역 발전에 촉진시키는 영향력 있는 중요한 행사로써 인식되고 있다(이용철·김창수, 2008). 이 처럼 최근 지역축제는 관광분야에서 빠른 성장으로 매우 주목받고 있으며, 지역이미지 개선, 외부 방문객 유치를 통한 지역경제 발전에 대한 기대와 함께 문화관광의 확대에 의해 그 성장속도는 한층 가속화되고 있다.

* 동서대학교 관광경영학과 겸임교수, 축제 및 관광개발 연구관심, sportevent@hanmail.net (주저자)

** 그랜드 앰버서더 당직지배인 kg0000@hanmail.net 호텔경영 및 이벤트관심(교신저자)

이를 통해 ‘축제’는 일정한 진화과정을 거쳐 지역관광자원이 된다(이훈, 2006)다고 주장하고 있다.

지역축제에서 가장 중요한 것은 주제가 명확해야 축제가 일관성 있게 진행되고, 방문객들 또한 축제를 쉽게 이해할 수 있음을 강조하며, 지역축제는 주제로 인해 새로운 이미지를 생성하기 때문에 축제의 주제는 매우 중요하다(임석민, 2001)고 주장하고 있다. 이는 지역축제의 성격을 반영되지 못한 축제의 주제나 프로그램 그리고 서비스는 지역축제의 방문객들에게 많은 불만의 원인이 되어 재방문객이 감소되는(서희석·이동기, 2002) 주요 원인으로 지적하고 있다. 이와 더불어 관광학 측면에서도 지역축제의 성장과 함께 이에 대한 학술적 연구도 활발해지고 있다. 서구에서는 1960년대의 연구에서는 관광의 휴식적인 측면이 강조되었고, 1970년대에 접어들면서는 즐거움의 추구, 변화의 추구, 취미활동의 추구 등과같이 활동적인 측면이 강조되었다. 그러나 현대에는 일상을 벗어나, 다양한 체험의 기회를 기대하며 문화, 휴식, 자아실현과 같은 사회·심리적 동기를 충족시키기 위해 연구가 많이 진행되고 있다(Backman, Backman, Mohr, Uysal, 1995; Scott, 1996) 주장하고 있다. 이와 더불어 Crompton & mckay(1997)는 축제상품이나 서비스가 참가자들의 욕구를 충족시키기 위한 연구가 선행되어야 한다고 피력하고 있으나, Hall & Weiler(1992)의 주장처럼 지역축제 연구 주제의 대부분이 경제적 효과 연구에 국한돼 있고, 그 내용 또한 비판적 고찰 보다는 단순한 계량적 분석으로 일관하고 있다고 주장하고 있다.

이에 한국의 학자들은 지역축제의 주제 및 프로그램 서비스품질 요인에 관한 중요성을 강조하고 있다. 이장주·박석희(1999)는 현재의 대부분의 축제는 행사내용이 다양하지 못하고 획일적으로 기획되어 진행되고 있다고 지적하고 있으며, 정강환(1999)은 지역의 축제기획자들이 가장 경계해야하는 부분이 축제 프로그램 또는 내용의 매너리즘에 빠지는 것으로, 방문객들에게 매력적인 프로그램을 만드는데 가장 큰 장애요인으로 지적하였다. 오순환(2001)은 상업적 논리를 앞세운 일부 지역에서는 특산품 판매행사를 중심으로 정형화된 수십 가지의 무대공연을 보탠 정체불명의 축제를 만든 결과, 지역주민마저 구경꾼으로 내몰고 있다고 지적함으로써 유사한 주제와 프로그램들은 새로운 것을 경험하고 싶어 하는 방문객들의 요구를 충족시키지 못하고 있다고 지적하고 있다.

위의 학자들의 지적에 따라 현 우리나라 지자체에서 진행되고 있는 축제가 주제의 명확화 및 프로그램의 획일화로 지역성을 벗어나지 못한 채 지역축제의 매너리즘에 빠져 있으며, 이로 인하여 지역축제의 기본적인 기능을 수행하지 못하고 있을 뿐만 아니라, 매력성 및 만족도를 떨어뜨려 축제 방문객의 재방문을 유도하고 있지 못하고 있는 것(이용철·김창수, 2008)으로 주장하고 있다.

따라서 본 연구의 목적은 지역축제의 주제성에 맞는 체험프로그램의 서비스품질요인을 도출하여 지역축제의 지속가능성에 미치는 영향관계를 분석하고자 한다. 이를 위하여 체험프로그램 서비스품질 요인은 지역축제의 주제성에 어떠한 영향을 미치고 있는가, 이와 더불어 지역축제의 주제성에 맞는 체험프로그램은 지역축제의 지속가능성에 어떠한 영향을 미치는가를 분석하고자 한다. 이를 통하여 지역축제 체험프로그램은 축제의 목적이나 주제를 표출하는 매개체의 역할을 수행하는 연결고리로서 매년 반복되는 축제 프로그램의 매너리즘을

탈피함으로써 지역축제의 지속가능한 발전 가능성에 기여 할 수 있는 축제 체험프로그램과 서비스를 구성하는데 기여하고자 한다.

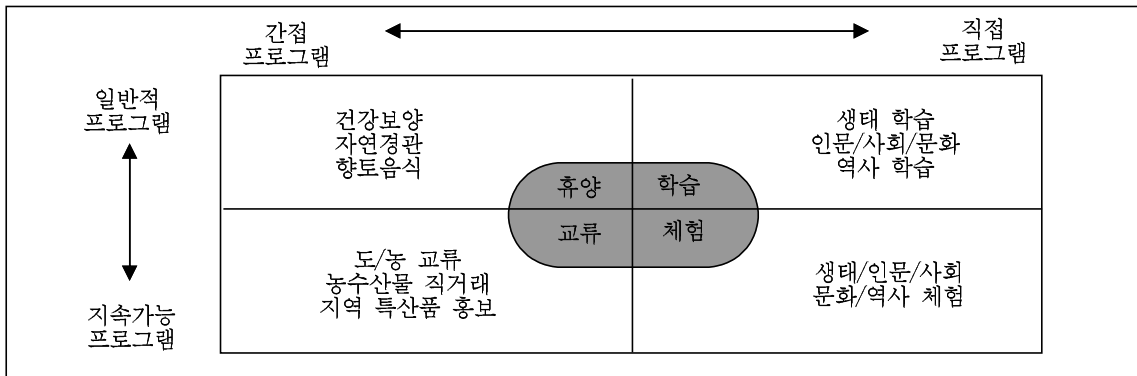
본 연구의 목적을 규명하기 위하여 고창 모양성제와 대전 국제우주대회로 한정하였는데, 이는 지역 관광자원을 중심으로 성장하고 있는 축제로서 축제 독특한 주제, 다양한 체험프로그램, 지역관광자원 활용, 지역주민과 방문객을 대상 등을 감안하였으며, 참여대상자 또한 젊은 층과 가족중심 층의 뚜렷한 것으로 판단하여 축제 체험프로그램을 경험한 대상자만을 중심으로 한정하여 연구를 수행하였다.

II. 이론적 배경

체험은 개인적 영역으로 실제로 감정적, 육체적, 지적, 또는 정신적 차원의 이벤트에 참여하는 모든 개인의 내부에서 발생하는 것으로써 어느 누구도 동일한 체험을 소유하지 않는다는 것이다. 즉 각각의 체험은 무대에 오른 이벤트와(다양한 정신적, 사회적 특성을 가진) 개인이 상호작용하면서 생겨나는 것(Pine & Gilmore, 1998)이라고 주장하고 있다. 이와 더불어 고동우(2000)는 체험은 방문객의 만족도를 가장 오래 기억하는 요인으로 관광사후에 관광행동(재방문, 추천의향) 막대한 영향을 미칠 수 있다고 주장하고 있다. 축제에서 체험이 중요한 이유는 축제나 기획이벤트는 일상적인 생활에서 경험할 수 없는 여가적 혹은 사회문화적 체험의 기회를 제공하기 때문이다(Getz, 1991). 이 처럼 체험의 중요성은 방문지의 현장 및 교육에 대한 가치인식을 불러오며, 방문객의 기억속에 오래 남아, 긍정적 이미지를 불러 올 수 있다. 이와 더불어 체제기간을 연장시킬 수 있으며, 지역경제 활성화에 크게 도움을 될 수 있 으라 사료된다.

이러한 내용으로 볼 때, 체험은 관광행동에서 매우 중요한 변수이고 축제와 결합하여 보았을 때 역시 축제 만족에 가장 중요한 변수로 작용될 수 있다. 이와 더불어 지속가능한 관광으로서 체험이 중요한 이유는 체험에 관한 기억이 방문객에게 가장 오래 남는 특징을 가지고 있을 강조하고 있다. 고동우(1998)는 긍정적으로 체험을 평가한 집단은 자신의 체험을 긍정적으로 계속 유지·간직하려는 성향을 보인다는 연구결과를 도출하였다. 이용철·김창수(2008)는 방문객 만족과 지역주민 참여와 지역축제의 주제와 컨셉에 맞는 체험프로그램의 서비스 품질을 향상 시키는 것이 지역축제의 성공과 지역축제의 지속가능한 발전의 핵심 요소임을 강조하며 다음과 같은 <그림 1>을 제시하였다.

<그림 1> 지속가능성 축제 프로그램 및 주요 활동



자료: 이용철·김창수, 2008

이와 더불어 성공적인 축제의 대부분은 독창적이고 특징적인 주제와 프로그램을 가지고 있어, 축제진행의 원활함과 동시에 축제의 재미가 증대(서희석 외, 2000: 김창곤, 2000)되기 때문이라고 주장하고 있으며, 또한 주제와 관련된 체험형 프로그램을 개발하여 진행(이경모, 2002)하여야 함을 강조하고 있다.

이에 본 연구에서는 체험프로그램이란 ‘축제의 주제 및 목적을 전달하기 위하여 기존 인프라에 소프트웨어적인 측면을 첨가하여 지역축제가 원활히 이루어지도록 유/무형의 만족을 가져올 수 있는 직접적인 경험의 활동 또는 활동의 진행순서’라고 개념적 정의를 수립하고자 하며, 지역축제 체험프로그램의 서비스 요인은 간접형 프로그램과 직접형 프로그램으로 구분하여 설명하고자 하며, 간접형 프로그램 서비스요인은 주최자가 기존 관광인프라를 중심으로 보여주기식 프로그램을 일컬을 수 있으며, 직접형 프로그램은 기존 관광인프라에 방문객이 직접 참여하여 체험할 수 있는 프로그램을 말할 수 있다.

지속가능한 관광 및 지역축제 관련 평가요인에 대한 선행연구 살펴보면, 김대관(2001)은 지속가능한 관광을 위하여 경제적 지속성, 사회/문화적 지속성, 환경적 지속성, 지속가능한 관광계획 및 지역 참여와 협력 등 총14개의 지속가능한 요인을 설정하여 분석하였다. 강형기(1999)는 테마의 설정, 주민의 참여, 인적 자원개발을 주장하였으며, 장순희(2002)는 축제시장의 변화적응, 축제상품성 제고를 위한 이벤트 창출 등 9개의 요인, 이훈(2006)은 일탈성, 놀이성, 신성성, 대동성, 어울림, 장소성, 지역성, 경관성 등을 제시하였다. 제 학자들의 선행연구결과 요약하면 다음 <표 1>과 같다.

<표 1> 지역축제의 지속가능성 요인

	학 자	지속가능성 요인
지 속 가 능 한	강형기 (1999)	테마의 설정, 주민의 참여, 인적 자원개발
	장순희 (2002)	축제시장의 변화적응, 이벤트 창출, 지역이미지 통합성 및 차별성, 적절한 예산확보, 조직체계, 지역주민 참여, 홍보마케팅, 평가
	박주성 (2002)	특화된 축제소재 개발, 테마별 축제의 개발, 기획과 홍보전략, 전문인력 양성, 참여자 체험 활성화, 민간 참여 활성화, 객관적인 평가 및 관리, 안정적 재원 확보
관 광 및	김대관 (2001)	경제적 지속성, 사회문화적 지속성, 환경적 지속성, 지속가능한 관광계획, 관광객과 지역주민을 위한 교육, 공공인식 프로그램, 전문인을 위한 교육훈련, 대안상품 개발, 모니터링과 연구, 지역주민의 삶의 질, 관광객 안전, 정보교환, 정부정책과 제도, 지역참여, 협력
축 제	이 훈 (2006)	거시적 요인: 일탈성, 놀이성, 신성성, 대동성, 어울림, 장소성, 지역성, 경관성 미시적 요인 : 자유감, 유능감, 창조감, 모험감, 일탈감, 신기함, 자기표현 욕구, 사회적 교류 욕구, 자연과 인공적 환경의 교류

자료 : 이용철·김창수. 2008

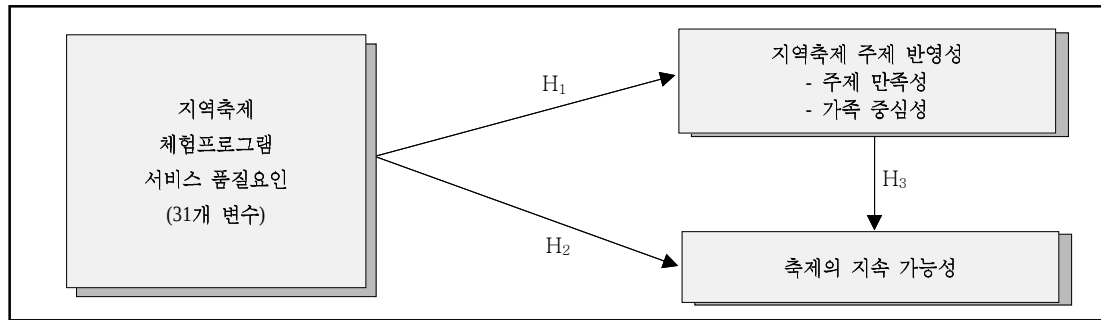
III. 연구방법론

1. 연구모형 및 가설설정

본 연구의 목적인 지역축제의 체험프로그램 서비스품질요인이 축제의 지속가능성에 영향을 미치는지를 확인하기 위하여 Crompton & Love(1995), 서희석·이동기(2002), 이훈(2006), 강형기(1999), 장순희(2002), 박주성(2002), 김대관(2001)등의 연구에서 도출된 변수를 중심으로 축제 방문객의 체험프로그램 서비스품질 변수를 추출 및 연구모형에 반영하였으며, 체험프로그램이 축제 지속가능성에 영향관계를 규명하기 위하여 서희석 외(2000), 이경모(2002), 이용철·김창수(2008) 등의 선행연구의 결과를 토대로 지역축제 체험프로그램 서비스품질요인이 축제 지속가능성에 대한 종속변수요인을 추출하였다.

이를 통하여 지역축제의 주제성에 맞는 체험프로그램의 서비스품질요인을 도출하여 지역축제의 지속가능성에 미치는 영향관계를 분석하고자 한다. 이를 위하여 체험프로그램 서비스품질 요인은 지역축제의 주제성에 어떠한 영향을 미치고 있는가, 이와 더불어 지역축제의 주제성에 맞는 체험프로그램은 지역축제의 지속가능성에 어떠한 영향을 미치는 가를 분석하고자 한다. 이에 부합하는 3개의 연구가설을 설정하였다.

<그림 2> 연구모형



가설 1 : 체험프로그램 서비스품질은 축제 주제 반영성에 영향을 미칠 것이다.

가설 2 : 체험프로그램 서비스품질은 축제 지속 가능성에 영향을 미칠 것이다.

가설 3 : 축제 주제 반영성은 축제 지속가능성에 영향을 미칠 것이다.

본 연구의 모형을 검증하기 위한 변수요인은 지역축제 메인프로그램 서비스품질요인, 축제의 주제성, 지역축제 만족으로 구분할 수 있다.

본 연구의 방문객 설문지를 위한 측정 변수의 항목은 인구통계학적 특성 4문항, 지역축제의 체험프로그램 서비스품질 요인 31문항(표4 참고), 축제 주제반영성 2문항, 지속가능성으로 총 38문항이 구성되었다.

2. 연구조사 설계

본 연구의 목적을 규명하기 위하여 고창 모양성제와 대전 국제우주대회로 한정하였는데, 이는 지역 관광자원을 중심으로 성장하고 있는 축제로써 축제 독특한 주제, 다양한 체험프로그램, 지역관광자원 활용, 지역주민과 방문객을 대상 등을 감안하였으며, 참여대상자 또한 젊은 층과 가족중심 층의 뚜렷한 것으로 판단하였으며, 본 연구에 적합한 축제라고 사료되어 연구를 수행하였다.

본 연구의 설문조사 시기는 대전 국제우주대회는 2009년 10월 12일부터 16일까지였으며, 2009 고창 모양성제가 열렸던 2009년 10월 24일부터 25일까지 개최되었다. 이에 각 축제별로 250부씩 총 500부의 설문지를 배포하였으며, 국제우주대회 243부를 모양성제는 210부를 본 연구의 분석 자료로 활용하였다.

수집된 자료의 통계처리는 데이터 코딩(Data Coding)을 거쳐, 사회과학조사 분석패키지인 SPSS17.0을 활용하여 분석하였으며, 이용 통계기법은 조사 대상자의 인구통계학적 기술통계를 위하여 빈도분석(Frequency Analysis)을 사용하였으며, 요인들에 대한 신뢰도를 검증하기 위하여 크론바알파(Cronborch's Alpha)로 사용하였다.

또한, 다변량 통계 기법중의 하나로써 다수의 변수들간의 상관관계를 기초로 많은 변수들 속에 내재하는 체계적인 구조를 발견하려는 기법인 요인분석(Factor Analysis)을 실시하였다. 변수들간의 영향관계를 분석하기 위하여 회귀분석을 실시하였다.

<표 2> 측정변수의 정의 및 구성

설문지 구성	선행연구	조작적 정의	측정변수	수	척도
인구통계학적 특성			성별, 연령, 학력, 거주지	4	명목
체험프로그램 서비스 품질	Crompton과 Love(1995), 서휘석·이동기(2002), 이훈(2006), 강형기(1999), 장순희(2002), 박주성(2002), 김대관(2001)등	지역축제에 참가하면서 전반적인 체험프로그램 서비스 구성요소를 의미함	체험프로그램의 다양성/재미/교육성/ 호기심 충족/ 친구/동료들과 함께/ 가족과 함께 등	31	5점 리커트 척도
주제 반영성	서휘석 외(2000), 이경모(2002), 이용철·김창수(2008)	체험프로그램을 통한 주제성 반영 정도를 의미함	주제 만족성 가족 중심성	27	5점 리커트 척도
지속가능성		체험프로그램을 통한 지역축제 지속가능성	지속 가능성	3	5점 리커트 척도

IV. 실증분석 결과 및 해석

1. 조사대상자의 인구통계학적 특성

조사 대상자의 인구통계학적 특성은 <표 3>와 같다. 전체 설문에 응답한 방문객의 성별은 남자 204명(45.0%), 여자가 249명(55.0%)로서 고른 비율로 나타났으며, 연령대로는 30대(117명, 25.8%), 20대(98명, 21.6%)순으로 참여하고 있었다.

거주지는 그 지역에 주민들이 많이 참여하는 것으로서 분석되었는데, 고창 모양성제의 경우 전라도가 172명(81.9%)이었으며, 대전 국제우주대회의 경우 161명(66.2%)순으로 파악되었다. 축제참여시 동행자로는 두 축제 모두 가족(216명, 47.7%)과 친구/동료 158명(34.9) 순으로 함께 참여하고 있는 것을 분석되었다.

<표 3> 조사 대상의 인구 통계학적 특성

구분		전체집단		고창 모양성제		대전 국제우주대회	
		빈도(명)	비율(%)	빈도(명)	빈도(명)	비율(%)	비율(%)
성 별	남 성	204	45.0	100	47.6	104	42.8
	여 성	249	55.0	110	52.4	139	57.2
연 령	10대	97	21.4	31	14.8	66	27.1
	20대	98	21.6	48	22.9	50	20.6
	30대	117	25.8	46	21.9	71	29.2
	40대	97	21.4	47	22.4	50	20.6
	50대 이상	44	9.7	38	18.1	6	2.5
거주지	서울/경기도	53	11.7	22	10.5	31	12.8
	충 청 도	169	37.3	8	3.8	161	66.2
	전 라 도	199	43.9	172	81.9	27	11.1
	경 상 도	22	4.9	7	3.3	15	6.2
	강 원 도 / 기 타	10	2.2	1	0.5	9	3.7
동행자	혼 자	7	1.5	5	2.4	2	0.8
	친구 / 동료	158	34.9	89	42.4	69	28.4
	애인 / 연인	33	7.3	6	2.9	27	11.1
	가 족	216	47.7	91	43.3	125	51.5
	단체 / 동호회	24	5.3	11	5.2	13	5.3
	기 타	15	3.3	8	3.8	7	2.9
합 계		453	100.0	210	100.0	243	100

2. 신뢰도 검증 및 타당성 검증

본 연구에서는 신뢰성을 검증하기 위하여 전체항목과 구성요소별로 Cronbach's Alpha 계수를 이용하였다. Cronbach's Alpha 계수의 경우는 신뢰성 분석의 개념인 내적 일치성에 관한 것으로 하나의 개념에 대하여 여러 개의 항목으로 구성되는 척도를 이용한 경우에 해당 문항을 가지고 할

수 있는 가능한 모든 반분 신뢰도를 구하고 이의 평균치를 산출한 것이 계수 값이 되는데, 보통 0.7 이상이면 신뢰성이 높다고 볼 수 있으며, 본 연구의 고창 모양성제 체험프로그램 서비스품질의 Cronbach's Alpha계수는 0.952로써 신뢰성이 높다고 볼 수 있다.

타당성 검증을 위하여 요인분석을 실시하였으며, 고창 모양성제 체험프로그램 서비스품질에 관한 요인추출방식은 주성분분석방법을, 요인회전방식은 직각회전방식(varimax rotation)을 사용하였다. 체험프로그램 서비스품질의 요인 수는 다음 <표 4>에서 보는바와 같이 아이겐 값이 1이 넘는 6개 요인으로 구성되었으며, 총분산 설명력은 67.179%나타났다.

축제를 통한 여가선용 및 문화와 지식을 추구시킬 수 있는 서비스요인으로 '문화/지식추구성'이라고 명명하였으며, 체험프로그램을 통한 축제 이해를 도모시키고자 함으로써 '체험프로그램성'이라고 명명하였다. 방문객의 원활한 축제 프로그램에 대한 이해 및 편의를 위한 안내 및 인적 서비스품질 요인으로 '안내 및 인적서비스성'이라고 명명하였으며, 축제참여 동행자와 함께 축제 및 프로그램을 체험할 수 있는 서비스 요인으로 '화합성'으로 명명하였다. 고창 모양성제와 관련한 기념품 및 캐릭터 상품구입 할 수 있는 기회를 제공함으로써 '구매성'이라고 명명하였으며, 입장료 및 학습자료 등의 구매 가격적 측면으로 '가격성'이라고 명명하였다.

<표 4> 고창 모양성제 체험프로그램 서비스품질의 신뢰도 및 타당성 검증

요인(요인 적재량)	Eigen Value	Cum Pct	Alpha
요인1 : 문화/지식주구성 12.. 여가선용을 통한 삶의 질 만족(.727), 10. 훌륭한 산 교육장(.718), 11. 고창 모양성 및 전통문화의 중요성에 만족(.709), 13. 체험프로그램을 통한 일상 탈출에 만족(.696), 14. 자아개발과 시야확대 만족(.654), 15. 회상과 추억에 만족(.604)	12.011	41.418	.952
요인2 : 체험프로그램성 6. 고창 모양성 및 전통문화에 대한 학습(이해)에 만족(.809), 8. 고창 모양성 및 전통문화 학습에 만족(.778), 7. 고창 모양성 및 전통문화에 대한 호기심을 충족 만족(.759), 5. 프로그램 이동시 프로그램 내용전달에 만족(.644), 3. 알지 못했던 것을 잘 알게 되어 만족(.507), 9. 새로운 고창 모양성 및 전통문화 경험에 만족(.506), 4. 프로그램은 축제의 주제에 맞는 프로그램(.501), 1. 유익하고 재미있는 프로그램(.453)	1.931	48.077	
요인3 : 안내 및 인적서비스성 18. 진행요원 및 자원봉사자들의 안내 및 정보 만족(.759), 19. 축제장내 안내요원들의 서비스에 만족(.710), 17. 진행요원의 문제 발생시 문제해결(.708), 26. 축제장 안내시설에 만족(.686), 27. 축제 안내 팸플릿에 만족(.630), 25. 프로그램 예약/접수장에 만족(.500)	1.683	53.879	
요인4 : 화합성 30. 가족(연인/친구)간의 화제의 공통성에 만족(.799), 29. 축제를 통한 가족(연인/친구)의 결속력에 만족(.737), 31. 가족(연인/친구)과 함께 즐길 수 있어 만족(.706), 28. 본 프로그램 구성에 만족(.546)	1.497	59.042	
요인5 : 구매성 21. 고창 모양성 및 전통문화와 관련된 기념품을 구입에 만족(.813), 20. 고창 모양성 및 전통문화와 관련된 캐릭터상품을 구입에 만족(.806)	1.321	63.597	
요인6 : 가격성 22. 체험프로그램의 입장료에 만족(.820), 23. 기념품 및 캐릭터 상품가격에 만족(.664), 24. 고창 모양성 및 전통문화 관련된 학습 자료를 구입에 만족(.518)	1.039	67.179	

주1) Kaiser's Measure of Sampling adequacy(Over-all MSA): 표본적합도는 0.915임

주2) 제거된 변수: 2. 고창모양성제 체험프로그램의 이동 동선에 만족, 16. 간접적인 프로그램 경험에 만족

대전 국제우주대회 체험프로그램 서비스품질의 Cronbach's Alpha계수는 0.958로써 신뢰성이 높다고 볼 수 있다.

타당성 검증을 위하여 요인분석을 실시한 결과 아이겐 값이 1이 넘는 5개 요인으로 구성되었으며, 총분산 설명력은 68.535%나타났다.

체험프로그램을 통한 국제우주대회에 대한 이해를 도모시키고자 함으로써 '체험프로그램성'이라고 명명하였으며, 대전 국제우주대회에서 기념품 및 학습자료 등의 구매 가격적 측면으로 '가격 및 구매성'이라고 명명하였다. 방문객의 원활한 대회 프로그램 편의를 제공하고 있는 인적 서비스품질요인으로 '인적서비스성'이라고 명명하였다. 대회에 참여한 동행자와 함께 대회 및 우주관련 프로그램을 체험할 수 있는 서비스 요인으로 '화합성'으로 명명하였다. 대회 및 우주관련 프로그램에 대한 이해 도모를 위한 안내 및 팸플릿 등 제공된 서비스요인으로 '안내성'으로 명명하였다.

<표 5> 대전 국제우주대회 체험프로그램 서비스품질의 신뢰도 및 타당성 검증

요인(요인 적재량)	Eigen Value	Cum Pct	Alpha
요인1 : 체험프로그램성 8. 우주 및 과학 학습에 만족(.847), 9. 새로운 우주 및 과학을 경험에 만족(.841), 7. 우주에 대한 호기심을 충족 만족(.782), 6. 우주 및 과학에 대한 학습(이해)에 만족(.763), 13. 체험프로그램을 통한 일상 탈출에 만족(.727), 4. 프로그램은 축제의 주제에 맞는 프로그램(.711), 5. 프로그램 이동시 프로그램 내용전달에 만족(.710), 11. 과학환경의 중요성에 만족(.688), 14. 자아개발과 시야확대 만족(.687), 10. 훌륭한 산 교육장(.664), 12. 여가선용을 통한 삶의 질 만족(.642), 15. 회상과 추억에 만족(.641), 16. 간접적인 프로그램 경험에 만족(.624), 3. 알지 못했던 것을 잘 알게 되어 만족(.608), 1. 유익하고 재미있는 프로그램(.584)	13.084	45.118	0.958
요인2 : 가격 및 구매성 23. 기념품 및 캐릭터 상품가격에 만족(.760), 24. 우주 및 과학 관련된 학습 자료를 구입에 만족(.667), 21. 우주 및 과학과 관련된 기념품을 구입에 만족(.639), 22. 체험프로그램의 입장료에 만족(.611), 20. 우주 및 과학과 관련된 캐릭터상품을 구입에 만족(.575)	2.522	53.814	
요인3 : 인적서비스성 17. 진행요원의 문제 발생시 문제해결(.837), 18. 진행요원 및 자원봉사자들의 안내 및 정보 만족(.801), 19. 축제장내 안내요원들의 서비스에 만족(.793)	1.679	59.605	
요인4 : 화합성 31. 가족(연인/친구)과 함께 즐길 수 있어 만족(.746), 29. 축제를 통한 가족(연인/친구)의 결속력에 만족(.735), 30. 가족(연인/친구)간의 화제의 공통성에 만족(.711)	1.468	64.669	
요인5 : 안내성 26. 축제장 안내시설에 만족(.740), 27. 축제 안내 팸플릿에 만족(.688), 25. 프로그램 예약/접수장에 만족(.624)	1.121	68.535	

주1) Kaiser's Measure of Sampling adequacy(Over-all MSA): 표본적합도는 0.914임

주2) 제거된 변수: 2. 대전국제우주대회 체험프로그램의 이동 동선에 만족, 28. 본 프로그램 구성에 만족

3. 가설 검증

가설1을 검증하기 위하여 독립변수로는 체험프로그램 서비스품질요인(문화/지식추구성, 체험프로그램성, 안내 및 인적서비스성, 화합성, 구매성, 가격성)으로 하였으며, 종속변수로는 축제주제 반영성(축제주제 만족성 및 가족 중심성)을 각각 종속변수로 삼아 고창 모양성제 및 대전 국제우주대회를 중심으로 각각 다중회귀분석을 실시하였다.

세부가설 1-1-1은 고창 모양성제를 중심으로 “체험프로그램 서비스품질은 축제주제 만족성에 영향을 미칠 것이다.”라고 설정하였다.

분석결과 $F=45.196(p=0.000)$ 로 나타났으며, R-square(설명력)는 0.559로 설명하려는 회귀모델이 통계적으로 유의한 것으로 조사되었다. 모양성제의 축제주제 반영성에 영향을 미치는 변수는 안내 및 인적서비스성($\beta=0.409$)과 화합성($\beta=0.377$)으로 영향을 미치고 있었다.

세부가설 1-1-2는 “체험프로그램 서비스품질은 가족중심성에 영향을 미칠 것이다.”라고 설정하였다. 분석결과 $F=52.943(p=0.000)$ 로 나타났으며, R-square(설명력)는 0.599로 설명하려는 회귀모델이 통계적으

로 유의한 것으로 조사되었다. 모양성제의 가족중심성에 영향을 미치는 변수는 화합성($\beta=0.641$)과 안내 및 인적서비스성($\beta=0.405$)으로 파악되었다.

세부가설 1-2-1은 대전 국제우주대회를 중심으로 “체험프로그램 서비스품질은 축제주제 만족성에 영향을 미칠 것이다.”라고 설정하였다. 분석결과 $F=44.469(p=0.000)$ 로 나타났으며, R-square(설명력)는 0.593로 설명하려는 회귀모델이 통계적으로 유의한 것으로 분석되었다. 국제우주대회의 대회주제 만족성에 영향을 미치는 변수는 체험프로그램성($\beta=0.675$)과 화합성($\beta=0.389$)으로 분석되었다.

세부가설 1-2-2는 대전 국제우주대회를 중심으로 “체험프로그램 서비스품질은 가족 중심성에 영향을 미칠 것이다.”라고 설정하였다.

분석결과 $F=28.893(p=0.000)$ 로 나타났으며, R-square(설명력)는 0.483로 설명하려는 회귀모델이 통계적으로 유의한 것으로 파악되었다. 국제우주대회의 가족 중심성에 영향을 미치는 변수는 체험프로그램성($\beta=0.851$)과 화합성($\beta=0.396$)으로 영향을 미치고 있었다.

<표 6> 축제프로그램 서비스품질이 주제 반영성에 미치는 영향 검증

고 창 모 양 성 제	독립변수	가설 1-1-1(주제 만족성)				가설 1-1-2(가족 중심성)				
		β	표본 오차	t-value	P-value	독립변수	β	표본 오차	t-value	P-value
	상수값	-.960	.369	-2.602	.010	상수값	-1.975	.417	-4.738	.000
	문화/지식추구성	.163	.096	1.702	.090	문화/지식추구성	.056	.108	.516	.606
	체험프로그램성	.130	.114	1.141	.255	체험프로그램성	.131	.129	1.020	.309
	안내 및 인적서비스성	.409	.102	4.026	.000**	안내 및 인적서비스성	.405	.115	3.529	.001*
	화합성	.377	.086	4.362	.000**	화합성	.641	.098	6.569	.000**
	구매성	.045	.064	.699	.486	구매성	.062	.073	.848	.397
	가격성	.110	.078	1.411	.160	가격성	.169	.088	1.925	.056
		F-Value =45.196	P-Value =.000	R-Square =.559		F-Value =52.943	P-Value =.000	R-Square =.599		
대 전 국 제 우 주 대 회	독립변수	가설 1-2-1(주제 만족성)				가설 1-2-2(가족 중심성)				
		β	표본 오차	t-value	P-value	독립변수	β	표본 오차	t-value	P-value
	상수값	-.605	.398	-1.518	.131	상수값	-1.170	.534	-2.189	.030
	체험프로그램성	.675	.104	6.479	.000**	체험프로그램성	.851	.140	6.083	.000**
	가격 및 구매성	.010	.107	.092	.927	가격 및 구매성	.035	.144	.240	.811
	인적서비스성	.105	.078	1.358	.177	인적서비스성	-.147	.104	-1.413	.160
	화합성	.389	.090	4.313	.000**	화합성	.396	.121	3.273	.001*
	안내성	-.037	.094	-.398	.692	안내성	.069	.126	.550	.583
		F-Value =44.469	P-Value =0.000	R-Square =0.593		F-Value =28.893	P-Value =.000	R-Square =.483		

주 : * $p<0.001$, ** $p<0.000$

가설2를 검증하기 위하여 독립변수로는 체험프로그램 서비스품질요인(문화/지식추구성, 체험프로그램성, 안내 및 인적서비스성, 화합성, 구매성, 가격성)으로 하였으며, 종속변수로는 축제 지속가능성을 종속변수로 삼아 고창 모양성제 및 대전 국제우주대회를 중심으로 각각 다중회귀분석을 실시하였다.

세부가설 2-1은 고창 모양성제를 중심으로 “체험프로그램 서비스품질은 축제 지속가능성에 영향을 미칠 것이다.”라고 설정하였다. 분석결과 $F=44.441(p=0.000)$ 로 나타났으며, R-square(설명력)는 0.568로 설명하려는

회귀모델이 통계적으로 유의한 것으로 조사되었다. 모양성제의 지속가능성에 영향을 미치는 변수는 화합성($\beta=0.520$)과 안내 및 인적서비스성($\beta=0.506$)으로 영향을 미치고 있었다.

세부가설 2-2는 대전 국제우주대회를 중심으로 “체험프로그램 서비스품질은 축제 지속가능성에 영향을 미칠 것이다.”라고 설정하였다. 분석결과 $F=31.436(p=0.000)$ 로 나타났으며, R-square(설명력)는 0.522로 설명하려는 회귀모델이 통계적으로 유의한 것으로 파악되었다. 국제우주대회의 지속가능성에 영향을 미치는 변수는 체험프로그램성($\beta=0.602$)과 화합성($\beta=0.432$)으로 영향을 미치고 있는 것으로 분석되었다.

<표 7> 축제 체험프로그램 서비스품질이 축제 지속가능성에 미치는 영향 검증

	독립변수	가설 2-1(축제 지속가능성)					독립변수	가설 2-2(축제 지속가능성)			
		β	표본 오차	t-value	P-value			β	표본 오차	t-value	P-value
고창 모양성제 축제	상수값	-1.227	.415	-2.952	.004	대전 국제우주 대회	상수값	-.877	.484	-1.812	.072
	문화 지식추구성	.052	.108	.484	.629		체험프로그램성	.602	.127	4.753	.000*
	체험프로그램성	.170	.128	1.326	.186		가격 및 구매성	.177	.131	1.354	.178
	안내 및 인적서비스성	.506	.114	4.423	.000*		인적서비스성	-.078	.094	-.830	.408
	화합성	.520	.097	5.353	.000*		화합성	.432	.110	3.944	.000*
	구매성	-.028	.072	-.384	.701		안내성	.095	.114	.832	.407
	가격성	.114	.088	1.297	.196						
	F-Value =44.441	P-Value =.000	R-Square =.568				F-Value =31.436	P-Value =.000	R-Square =.522		

주 : *p< 0.000

가설3을 검증하기 위하여 독립변수로는 축제주제 반영성(주제 만족성과 가족 중심성)으로 하였으며, 종속변수로는 축제 지속가능성을 종속변수로 삼아 고창 모양성제 및 대전 국제우주대회를 중심으로 각각 다중회귀분석을 실시하였다.

세부가설 3-1은 고창 모양성제를 중심으로 “축제주제 반영성이 축제 지속가능성에 영향을 미칠 것이다.”라고 설정하였다. 분석결과 $F=299.177(p=0.000)$ 로 나타났으며, R-square(설명력)는 0.743로 설명하려는 회귀모델이 통계적으로 유의한 것으로 조사되었다. 모양성제의 지속가능성에 영향을 미치는 변수는 가족 중심성($\beta=0.652$)과 주제 만족성($\beta=0.506$)으로 영향을 미치고 있었다.

세부가설 3-2는 대전 국제우주대회를 중심으로 “축제주제 반영성이 축제 지속가능성에 영향을 미칠 것이다.”라고 설정하였다. 분석결과 $F=120.576(p=0.000)$ 로 나타났으며, R-square(설명력)는 0.621로 설명하려는 회귀모델이 통계적으로 유의한 것으로 파악되었다. 국제우주대회의 지속가능성에 영향을 미치는 변수는 가족 중심성($\beta=0.447$)과 주제 만족성($\beta=0.389$)으로 영향을 미치고 있는 것으로 분석되었다.

<표 8> 축제주제 반영성이 축제 지속가능성에 미치는 영향 검증

고 창 모 양 성 제	독립변수	가설 3-1(촉제지속가능성)				대 전 국 제 우 주 대 회	독립변수	가설 3-2(촉제지속가능성)			
		β	표본 오차	t-value	P-value			β	표본 오차	t-value	P-value
	상수값	.652	.194	3.357	.001		상수값	.938	.268	3.496	.001
	주제 만족성	.250	.056	4.437	.000*		주제 만족성	.389	.088	4.445	.000*
	가족 중심성	.652	.048	13.727	.000*		가족 중심성	.447	.074	6.085	.000*
F-Value =299.177 P-Value =.000 R-Square =.743							F-Value =120.576 P-Value =.000 R-Square =.621				

주 : *p< 0.000

V. 결론 및 토의

본 연구는 고창 모양성제와 대전 국제우주대회로 한정하여 지역축제의 주제성에 맞는 체험프로그램의 서비스품질요인을 도출하여 지역축제의 지속가능성에 미치는 영향관계를 분석하고자 하였으며, 이와 더불어 지역축제의 주제성에 맞는 체험프로그램은 지역축제의 지속가능성에 어떠한 영향을 미치는가를 분석하였다.

본 연구의 실증분석 결과 지역축제 주제에 맞는 체험프로그램 서비스품질은 지역축제의 지속가능성에 크게 영향을 미치는 것으로 분석되어 체험프로그램의 중요성을 규명하였는데 본 연구의 의의를 부여할 수 있겠다.

따라서 본 연구를 통한 연구의 시사점을 제시하면 다음과 같다. 첫째, 두 축제 모두 방문객을 살펴보면 외래방문객보다는 지역주민이 참여하고 있었으며, 두 축제 모두 동행자로는 가족단위로 많이 참여하고 있는 것으로 분석되었다. 이는 아직까지 전국규모의 축제로써 이미지를 부여하고 있지 못하고 있는 것으로 사료된다. 이를 위하여 체험프로그램은 지역주민만을 위한 프로그램에서 외래방문객이 함께 참여하는 프로그램, 가족이 함께 어울릴수 있는 체험프로그램을 개발하여야 할 것이다. 즉, 외래방문객 및 가족이 두 축제에서 선호하는 체험프로그램이 무엇인지, 또한 이를 어떻게 방문객에게 소구할 것인지에 대한 기초조사는 물론 공격적 마케팅이 필요하다고 사료된다.

둘째, 체험프로그램의 서비스품질 요인으로 문화/지식추구성, 체험프로그램성, 안내 및 인적서비스성, 화합성, 구매성, 가격성 등으로 규명되었다. 이는 지속가능한 지역축제로 발전하기 위해서 지역축제의 본질적 정체성을 재확립하여야 하며, 그 정체성에 맞는 주제성 확립이 필요하다. 체험프로그램은 축제의 목적이나 주제를 표출하는 매개체의 역할로 축제 주최자와 축제방문객을 연결해주는 연결고리로서 축제주제에 맞는 프로그램을 구성하여야한다고 사료된다.

셋째, 체험프로그램 서비스품질요인은 주제반영성 및 지속가능성에 영향을 미치는 것으로 분석되었다. 두 축제에서 살펴봐야 할 것은 전통문화를 주제로 한 고창 모양성축제는 안내 및 인적서비스와 가족 및 동반자와 화합할 수 있는 서비스 품질에 영향을 미치는 것으로 분석되었다. 이는 국한된 주제와 체험프로그램으로 구성되어 지역만의 축제로 머물지 않을까 사료된다. 이를 위하여 전통문화에 대한 지역주민의 이해와 설득함으로써 상품화하여 지역의 정체성을 반영하는 체험프로그램으로 그 지역의 독특함과 문화를 전할 수 있는 체험프로그램은 축제의 가치를 증대는 물론 지역경제의 활성화에도 기여할 수 있는 체험프로그램의 지속적 개발이 필요하다고 본다. 반면 대전 국제우주대회는 가족과 함께 할 수 있는 체험프로그램이 영향을 크게 미치는 것으로 분석되었다. 이는 지속가능한 지역축제가 되기 위하여 주제성을 부각시킬 수 있는 체험프로그램의 학습화를 도모해야 한다. 1년주기로 다양한 주제를 반영한 체험프로그램 즉, 학습측면에서 가치 목표를 설정하여 학습체험을 통하여 단편적인 지식보다는, 학습 과정에서 획득한 과학에 대한 지속적 관심을 유발함으로써 지속가능한 축제로 거듭날 수 있을 것으로 사료된다.

넷째, 축제의 지속가능성에 영향을 미치는 것은 가족 중심과 주제 만족성으로 지역축제의 주제성을 부각시킬 수 있는 가족중심의 체험프로그램의 선택과 집중이 필요하다. 이는 세분화되어가는 관광시장에서 방문객의 형태 변화에 대응하기 위해 지역축제내 다양한 체험프로그램이 개발되어야 할

것으로 사료된다.

끝으로 본 연구는 고창 모양성축제와 대전 국제우주대회로 한정하여 연구를 수행하였으며, 지역축제의 수많은 프로그램중 체험프로그램으로 선정하여 연구를 수행하였기에 다수의 지역축제에 적용하기에 부적합 할 수 있다. 이에 향후 체험프로그램 서비스품질이 지속가능한 지역축제에 영향관계를 파악하기 위하여 지역적 범위 및 다양한 프로그램을 상대로 조사 분석되어 나온 결과들이 축적될 때 그 타당성이 보다 확보될 것이다. 앞으로 체험프로그램 서비스품질이 축제 및 이벤트분야에 미치는 영향연구 및 이와 진전된 내용의 연구가 지속적으로 이루어지길 기대한다.

참고문헌

- 강형기(1999). 지역축제, 어떻게 성공시킬 것인가: 명확한 축제테마·주민참여·지방문화 함께 이뤄져야, 『지방행정』 29-36
- 고동우(1998). 선행 관광 행동 연구의 비판적 고찰. 『관광학연구』 22(1).
- 고동우(2000). 기획축제 참가자의 여가 정책: 내재적 동기론을 중심으로. 『한국심리학회지』 1(2)
- 김대관(2001). 지속가능한 관광개발 지표 연구. 『한국관광연구원』
- 김창곤(2000). 문화관광축제운영의 활성화 방안연구. 『산경연구: 광주대』 13. 359-382
- 박주성(2002). 지역축제의 문제점과 개선방안. 『문화연구』 7. 109-119
- 서희석, 이동기(2002). 지역축제의 서비스질 구성요인이 방문객의 만족도에 미치는 영향에 관한 연구. 『한국행정논집』 12(3). 581-594
- 서희석, 이동기, 류지원(2000). 지역축제의 서비스 질: 불안 해법이 축제를 중심으로. 『한국행정학회』 2000년도 기획세미나 발표논문집. 99-113
- 이경모(2002). 이벤트학원론. 백산출판사.
- 이용철, 김창수(2008). 지역축제에 있어서 메인프로그램 서비스품질이 축제지속가능성에 미치는 영향. 『서비스경영학회지』 9(1). 285-306
- 이장주, 박석희(1999). 지역축제의 이미지 측정척도 개발에 관한 연구. 『관광학연구』 22(3). 243-261
- 이 훈(2006). 축제체험의 개념적 구성모형. 『관광학연구』 30(1). 29-46
- 임석민(2001). 지역축제문화의 관광경쟁력 제고방안 연구. 『전주대학교 국제경영대학원』 석사학위논문.
- 장순희(2002). 지역활성화를 위한 지역축제의 발전방안. 『산업과학기술연구』 7(1). 75-89
- 정강환(1999). 지역축제의 차별화를 위한 체험형 이벤트프로그램의 개발. 『Spot 21 연구논단』
- Backman, K. f., Backman, S. J., Uysal, M., & Sunshine, K. M(1995). Event tourism: An examination of motivations and activities. *Festival Management and Event Tourism*, 3(1): 15-24.
- Crompton, J. L. & S. L. McKay (1997). Motives Visitors Attending Festival Event. *Annals of Tourism Research*, 24(2): 425-439.
- Getz, D.,(1991). Festivals, Special Events, and Tourism, New York: Van Nostrand Reinhold.

Hall, C., & Weiler, B.(1992). Special Interest Tourism. *London: Belven Press*

Pine II, B. J. and Gilmore, J. H.(1999). The experience economy: *Work is theatre & every business a stage.*

Scott, D(1996). A Comparison of Visitors' Motivations to Attend Three Urban Festivals. *Festival Management and Event Tourism. 3(3): 121-128.*