

확장된 계획행동이론(E·TPB)을 적용한 공연예술 관람객의 체험요인이 재관람 의도에 미치는 영향

이현규*·조남규** 상명대학교

초록 본 연구는 Post COVID-19에 접어들면서 급증한 공연예술 관람객의 체험요인이 재관람 의도에 미치는 영향을 알아보는 데에 그 목적이 있다. 이러한 목적을 달성하기 위해서 최근 6개월 이내 공연예술을 관람한 경험이 있는 서울, 경기도 및 6대 광역시의 20대 이상 성인 남녀를 대상으로 설문조사를 실시하였다. 수집된 자료는 통계프로그램 SPSS 26.0과 AMOS 24.0을 이용하여 빈도분석, 요인분석, 신뢰도 분석, 상관관계 분석 및 구조방정식 모형분석을 실시하였으며 결과는 다음과 같다. 첫째, 공연예술 관람객의 체험 4요소는 모두 태도에 유의한 정(+)의 영향을 미쳤다. 둘째, 태도는 재관람 의도에 정(+)의 영향을 미쳤다. 셋째, 주관적 규범은 재관람 의도에 정(+)의 영향을 미쳤다. 넷째, 지각된 행동통제는 재관람 의도에 영향을 미치지 못했다. 다섯째, 태도는 체험요인과 재관람 의도와의 관계에서 매개효과가 있는 것으로 나타났다. 본 연구를 통하여 재관람 의도에 영향을 미치는 요인에 대한 이론적 설명력을 높이고, 공연예술 관람객 개발과 마케팅에 필요한 기초자료를 제공하고자 한다.

주요어 : 공연예술, 관람객, 체험요소, 확장된 계획행동이론, 재관람 의도

I. 서론

1. 연구의 필요성 및 목적

예술경영지원센터와 한국문화관광연구원에서 발간한 2022년 『COVID-19 전후 공연시장 변화 비교 분석』에 따르면 코로나19 이전인 2019년 3분기 공연예술 관람객 수는 약 274만 명에서 2020년 92만 명으로 약 67% 급감하였다가 2021년 176만 명으로, 2022년에는 관람객 수 375만 명으로 급증하며 오히려 COVID-19 이전보다 높은 상승세를 보였다고 한다. 장르별로는 뮤지컬이 2019년 139만 명이 관람하였으며 2022년에는 팬데믹 이전보다 많은 204만 명의 관객이 관람하였다. 연극 장르는 2019년 69만 명에서 2022년에는 82만 명으로 증가하며 COVID-19 이전보다 20%가량 높은 수치를 보였다. 클래식 음악 장르는 2019년 관람객 수 41만 명에서 2022년 63만 명으로 증가하였고, 무용 장르는 2019년 12만 명에서 2022년 약 12만 명으로 회복하였다. 평균 관람 가격 역시 2022년에는 2019년에 비해 전체적으로 상승하였다.

이러한 공연 관람객의 증가가 일시적인 회복 소비의 형태를 보이며 줄어들 것인지, 아니면 앞으로도 계속 소비 자원으로 이어지고 공연시장의 활성화로 나아갈 것인지를 살펴보는 것은 매우 중요하다. 따라서 팬데믹을 겪으면서 증가한 공연예술 관람객의 체험 경험이 재관람에 미치는 영향의 메커니즘을 규명하는 연구의 필요성이 제기된다고 할 수 있다.

* 상명대학교 일반대학원 공연예술경영학과 박사과정, 제1저자, ngoac@naver.com

** 상명대학교 일반대학원 공연예술경영학과 교수, 조남규, 교신저자, cng1222@hanmail.net

공연예술 관람객의 소비자본은 공연예술에 대한 소비자들의 선호가 후천적으로 형성되고 소비를 경험할수록 증가한다는 것으로 공연예술 관람을 통해 쌓인 지식이나 경험이 소비자본이 되어 공연예술 관람을 더 증가시키게 된다는 것이다(이은우, 2016; 성제환 2012). 이는 공연예술 상품에 대한 체험 경험이 소비자의 내적본능 충족과 호의적인 감정에 영향을 미치게 되고 소비자의 자발적인 참여를 유도하여 재관람으로 이어질 수 있다(한숙영, 엄서호, 2005)는 것이다. 공연예술에 있어 소비와 관람은 체험을 의미하며 소비자본이 축적되기까지는 재관람 의도와 행동이 필연적으로 선행된다.

재관람 의도는 개인의 계획된 미래의 행동 의도이다. 본 연구에서 재관람 의도는 재구매 의도와 같은 개념으로 서비스 및 품질, 관람환경에 대한 관람객의 평가에 따라 결정되는 행동을 의미하며(하지원, 2023), 공연을 관람한 뒤 공연 내용 및 작품을 비교하고 평가한 후 기대 이상의 만족을 체험하게 되면 이후에 그 공연을 다시 관람할 것 인지를 판단하는 것이다(박은아 등, 2016; 서순경, 2009). 재관람 의도는 관람 후 형성된 인식에 기반한 관람과 관련한 평가라고 할 수 있기 때문에 공연 관람에 대한 관람객의 인식에 따라 결정된다(오하나, 2016). 또한 관람객의 관람에 대한 결정 과정은 관람 결정을 함으로써 끝나는 것이 아니라, 자신이 관람한 공연을 통해 만족 또는 불만족을 경험하게 되고, 자신의 관람 결정에 대한 평가에 따라 그 공연에 대한 재관람 의도 여부를 결정하게 되는 일련의 과정을 가진다는 것이다(서순경, 2009). 즉 재관람 의도는 관람객이 공연을 관람한 후 만족한 경우 향후에 다시 관람하겠느냐 하는 관람객의 관람 후 행동과정으로 관람객은 자신이 관람한 공연에 만족하면 그 공연에 호의적인 태도를 형성하여 동일한 공연을 다시 찾게 되는 것이라고 할 수 있다(이윤정, 2011). 따라서 본 연구에서는 공연 관람객이 이후 동일한 작품이 아니더라도 주변 사람들에게 추천을 권할 수 있으며, 본인도 관람하겠다는 의도라고 정의하고자 한다.

Oscar G. Brockett(1987)는 공연예술의 경험(체험)을 통해 교류되는 집합성, 현장성, 상호작용성, 소멸성의 특성을 지적하였다(조복행, 2010; 남정미, 유소이, 2015; 주종현, 2017; 하지원, 2023). 이렇듯 대표적인 경험재인 공연예술은 소비자 입장에서는 경험 자체가 상품이며 아울러 상품사용 전에는 품질을 알 수 없으나 경험을 계속 반복할수록 공연예술에 대한 관련 지식과 태도가 달라질 수 있는 특성을 지닌다(박지혜, 고정민, 2014).

Pine & Gilmore(1998)의 체험경제이론에서는 이러한 공연예술 관람객의 참여와 체험(experience)에 대해서 소비자 또는 관객의 만족도 및 수용 의도에 영향을 준다고 한다(최지애, 정달영, 2022). Pine & Gilmore는 체험경제이론에서 체험의 4요소를 제시하였는데 교육적 체험(Educational experience)은 적극적 참여 속에서 교육적인 것을 얻으려고 하는 특징이 있으며(류진승, 2020), 심미적 체험(Estheticexperience)은 체험자가 제공 받는 어떠한 상황이나 환경에서 다양한 미학적 요인들이 감성에 영향을 미치고(임선영, 2018), 소극적인 참여를 통해 나타나는 특징을 가지고 있다. 오락적 체험(Entertainment experience)은 즐겁고 흥분되는 기분 상태를 만들어 주는 모든 상황으로써 어떠한 상황에 재미가 있고 지속하게 만들 수 있는 것이며 소극적으로 참여하고 수동적인 형태로 그 상황에 흡수되는 것을 이야기한다(류진승, 2020). 일탈적 체험(Escapist experience)은 체험상황에서 연계 되는 것으로 적극적인 참여를 통해 몰입하게 되는 상황을 이야기한다(류진승, 2020).

계획된 행동이론(Theory of planned behavior)은 합리적 행동이론(TRA: theory of reasoned action)을 바탕으로 이루어졌다. 행동을 이해하는 사회심리학 이론적 체계로서 개인의 행동 의도를 통해 실제 행동을 예측할 수 있으며, 행동 의도는 태도(attitude)와 주관적 규범(subjective norm)에 의하여 결정된다는 이론이다(Ajzen & Fishbein, 1973, 1980; 이후석, 2019). 이는 인간의 사고 과정이 매우 합리적이라는 전제하에 제시된 이론이다(조원섭, 2014). 그러나 합리적 행동이론에서는 다양한 개인의 행동 의도를 모두 설명하기 어려운 한계점이 있다(Sheppard, Hartwick & Warshaw, 1988; Madden, Ellen & Ajzen, 1992). 이는 의지적이며 자발적인 행동을 예측하는 데에 유용하지만, 인간의 많은 사회적 활동에서의 행동은 인간 개인의 의지로 통제가 불가능하기 때문에

다(박해소, 2019). 이에 Ajzen(1991)은 이러한 한계점을 보완할 수 있는 계획된 행동이론(TPB: Theory of planned behavior)을 제시했다. 계획된 행동이론에서도 실제 행동의 결정요인이 행동 의도이며, 이러한 행동 의도는 태도와 주관적 규범뿐만 아니라, 인간이 행동을 실행하는 과정 중 비의지적인 지각된 행동통제(Perceived behavioral control)에 의하여 결정된다고 하였으며(송학준, 이충기, 강수경, 2011; 서해란, 이충기, 2015), 개인의 특정 행동에 대해 쉬움, 어려움을 느끼는 인식의 정도를 나타내는 지각된 행동통제를 투입 함으로써 실제 행동에 대한 예측력을 높일 수 있다고 했다(Ajzen, 1985). 지각된 행동통제가 클수록 행동 수행을 위한 개인의 의도는 커지며, 의도가 강할수록 행동을 성공적으로 예측할 수 있다(송학준, 이충기, 강수경, 2011). 그러나 일부 연구에서는 행동 의도나 행동에 대한 설명력이 충분히 높지 않아서 설명력을 높일 수 있는 선행변수의 추가가 필요하다는 주장이 제기되었다(Bagozzi, 1981; Qullette & Wood, 1988). 이에 따라 계획적 행동이론에서 제시하는 세 가지 변수인 태도, 주관적 규범, 지각된 행동 통제 이외에 새로운 변수를 추가 확장한 계획된 행동이론 모델을 적용한 연구들이 등장하기 시작하였다(박미진, 2017).

이렇게 계획된 행동이론의 설명력을 높이기 위해 추가로 관련 변수를 확장시킨 개념이 확장된 계획 행동이론이다(Lam & Hsu, 2006). 이는 계획된 행동이론의 기본변수인 소비자 태도, 주관적 규범, 지각된 행동통제 외에도 개별 소비자의 특성이 구매의도 및 구매행동에 영향을 미칠 수 있다는 것(Rhodes & Courneya, 2003)을 말한다. Perugini & Bagozzi(2001)는 계획된 행동이론에 있어서 추가적인 새로운 변수의 도입이나 모델의 경로 수정에 대하여 “이론을 확장하거나 심화하는 것”이라고 하였다. 이처럼 Ajzen(1985)의 계획된 행동이론은 이후 Ajzen(1991)의 확장된 계획 행동이론의 근거가 되었으며 2000년을 전·후로 연구에서 설명력을 높이기 위해 동기, 위험, 관여도, 불확실성, 과거 경험, 기회, 지식 등 다양한 변수가 추가된 확장된 계획 행동이론이 제시되고 있다(윤철민, 2010; Lam & Hsu, 2004, 2006). 이러한 다양한 연구를 통해 확장된 계획 행동이론은 각 연구의 상황이나 맥락에 맞춰 구체화되고 발전되어, 보다 구체적인 설명과 함께 풍부한 시사점을 제공할 수 있다는 장점을 지니게 되었다(한성재, 2014).

이러한 확장된 계획 행동이론의 장점에도 불구하고 이를 활용한 공연예술 관람객의 행동에 대한 연구는 미미한 실정이다. 공연예술 장르에서 계획 행동이론을 활용한 행동 의도에 관한 최근 선행연구를 살펴보면 COVID-19 시대 무용전공 대학생의 학업 지속성과에 관한 연구(노정식, 노해진, 2021), 공연예술 소비자의 예약부도(No-Show)에 관한 연구(손지영, 2022), 공연예술 상품의 소비자 관람행동(남정미, 2015), 공연예술에 대한 관람 경험과 관람행동의 관계에서 관람의도의 매개효과(전상영, 2021), 뮤지컬 관람자의 충성적 소비에 대한 실증연구(장정, 2023), 전통무용공연 관객의 관람행동 분석에 관한 연구(박미진·박태승, 2019), 한국무용의 예술적 가치가 글로벌 소비자의 한국무용 관람의도 및 행동의도에 미치는 영향 연구(배강원, 2023), 전통무용공연 관객의 관람행동에 관한 인과모형 분석(박미진, 2017), 뮤지컬 관람행동 분석(김도희, 2016), 공연예술상품의 소비자 행동분석(남정미, 유소이, 2015), 공연예술 소비자의 예약부도 가능성 영향요인 연구(손지영, 안병주, 2021), 공연예술상품 장르에 따른 소비자 구매행동 차이 분석(박현승, 김현철, 2022), 정보자본에 따른 공연예술 소비자 행동 분석(백보현, 권혁인, 2019), 공연예술상품 장르에 따른 소비자 구매행동 차이 분석(박현승·김현철, 2022) 등이 있으나 계획 행동이론과 재관람 의도와 의 영향 관계를 밝히는 연구는 미흡한 실정이다.

재관람 의도에 관한 선행연구를 살펴보면, 마케팅 믹스, 광고 커뮤니케이션, 라이프 스타일, 혼잡지각요인이 관람 만족과 재관람 의도에 미치는 영향을 분석한 연구(김채운, 2020; 김설화, 2019; 최윤영, 2020; 김현아, 류충완, 조선하, 2015), 소비가치, 서비스 품질, 선택속성, 공연선택요인, 작품 구매요인과 행동의도 및 재관람 의도와 의 구조적 관계를 규명한 연구(김지수, 전종우, 2022; 변지윤, 김도윤, 류승완, 2019; 류수현, 강신점, 2018; 박태승, 2022; 박미진, 2020; 정계은, 2018; 오하나, 김영택, 2018; 오하나, 2016), 관람 동기, 문화 소비성향과 가치, 관람 만족 및 행동의도, 재관람 의도와 의 관계를 분석한 연구(여순심, 2020; 정다운, 2022; 김유진, 2021) 등으로

파악할 수 있는데, 이 또한 공연예술 관람객들의 의사결정과정을 규명하고 재관람 의도에 미치는 사회심리학적 행동이론 접근을 통한 영향 관계를 규명하는 연구는 미미한 실정이다.

이에 본 연구는 공연예술 관람자의 체험요소가 사회심리학적 변인인 확장된 계획 행동이론을 통해 재관람 의도에 미치는 영향을 파악하고자 포스트 팬데믹의 관람객 수요증가 현상과 소비자본 이론을 배경으로 공연예술 장르 중에서 관람객 점유율이 높은 뮤지컬, 연극, 클래식 음악, 무용 장르를 경험한 팬데믹 이후 급증한 공연예술 관람객의 공연체험요소를 계획된 행동이론의 확장변수로 활용하여 재관람 의도를 파악하고자 한다. 본 연구를 통하여 공연을 관람한 관람객들의 의사결정과정을 검토하고, 재관람 의도에 영향을 미치는 요인에 대한 이론적 설명력을 높임과 동시에, 공연예술 관람객 개발과 마케팅에 필요한 기초자료를 제공하고자 한다.

2. 연구의 모형 및 가설

1) 연구모형

본 연구는 Ajzen(1991)의 확장된 계획 행동이론을 배경으로 Pine & Gilmore(1998)의 체험요인과 태도와의 영향 관계를 살펴보고 태도, 주관적 규범, 지각된 행동통제 변수와 재관람 의도 간의 인과관계를 파악하기 위해 가설을 설정하였고 이에 따른 연구모형은 다음 <그림 1>과 같다.

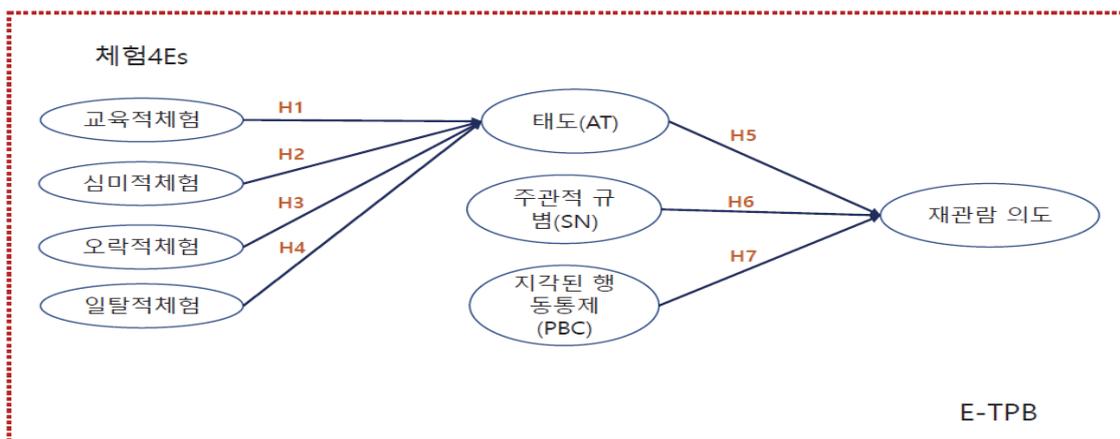


그림 1. 연구모형

2) 연구가설

본 연구를 달성하기 위한 연구가설은 다음과 같다.

- H1. 교육적체험은 태도에 (+)의 영향을 미칠 것이다.
- H2. 심미적체험은 태도에 (+)의 영향을 미칠 것이다.
- H3. 오락적체험은 태도에 (+)의 영향을 미칠 것이다.
- H4. 일탈적체험은 태도에 (+)의 영향을 미칠 것이다.
- H5. 태도는 재관람 의도에 (+)의 영향을 미칠 것이다.
- H6. 주관적 관념은 재관람 의도에 (+)의 영향을 미칠 것이다.
- H7. 지각된 행동통제는 재관람 의도에 (+)의 영향을 미칠 것이다.

II. 연구방법

1. 연구대상

본 연구에서는 공연예술 장르 중에서 관람객 점유율이 높은 뮤지컬, 연극, 클래식 음악, 무용 장르를 대상으로 최근 6개월 이내 공연예술작품을 관람한 경험이 있으며 서울, 경기도 및 6대 광역시에 거주하는 20대 이상의 성인 남녀를 대상으로 하였다. 온라인 설문조사를 통해 400명의 유효표본을 확보하였으며, 이중 불성실한 응답이 기재된 설문지 1부를 제외한 399부의 유효 설문지를 본 연구에 사용하였다. 연구대상의 인구통계학적 특성과 관람행태는 다음 <표 1>과 같다.

표 1. 연구대상자의 일반적 특성 및 관람행태

변인	범주	빈도(n)	퍼센트(%)
관람장르	뮤지컬	100	25.1
	연극	100	25.1
	무용	100	25.1
	클래식 음악	99	24.8
성별	남	204	51.1
	여	195	48.9
연령	20대	46	11.5
	30대	131	32.8
	40대	112	28.1
	50대	74	18.5
	60대 이상	36	9.0
지역	서울	143	35.8
	경기도	105	26.3
	부산	46	11.5
	대구	31	7.8
	인천	22	5.5
	광주	15	3.8
	대전	31	7.8
	울산	6	1.5
직업	전문직	58	14.5
	관리/사무직	225	56.4
	판매/서비스직	26	6.5
	자영업	20	5.0
	생산직	16	4.0
	학생	16	4.0
	주부	32	8.0
	기타	6	1.5
학력	고졸이하	35	8.8
	대학 재학/졸업	319	79.9
	대학원 재학/졸업	45	11.3
가구당 월수입	200만원 미만	20	5.0
	200만원~300만원 미만	46	11.5
	300만원~400만원 미만	63	15.8
	400만원~500만원 미만	71	17.8
	500만원~1,000만원 미만	168	42.1
	1,000만원 이상	31	7.8
관람빈도 (연간)	1 ~ 3회	252	63.1
	4 ~ 6회	109	27.3
	7 ~ 9회	13	3.3

	10회이상	25	6.5
관람장르 (중복가능)	연극	263	65.9
	뮤지컬	300	75.2
	무용	70	17.5
	클래식 음악	181	45.4
관람정보	인터넷을 통한 뉴스, 광고, 홍보	217	54.4
	공연예술 관련 웹사이트	75	18.8
	TV 및 라디오	21	5.3
	공연장 홍보물	33	8.3
	지인	45	11.3
	기타	8	2.0
티켓구입경로	현장구매	25	6.3
	인터넷 예매	347	87.0
	전화예매	1	0.3
	초대권	24	6.0
	기타	2	0.5
관람동행자	혼자	34	8.5
	가족	197	49.4
	친구 또는 연인	165	41.4
	단체관람	3	0.8
	합계	399	100.0

2. 측정도구

본 연구에서는 공연예술 관람객의 체험 4요소와 태도, 주관적 규범, 지각된 행동통제, 재관람 의도에 미치는 영향 관계를 규명하기 위해 설문지를 조사 도구로 사용하였다. 본 연구의 목적에 맞게 설문지를 수정·보완하여 사용하였으며 각 요인은 매우 ‘그렇지 않다(1점)’에서 ‘매우 그렇다(5점)’까지의 5점 리커트(Likert) 척도를 사용하였다.

체험의 4요소(교육적 체험, 심미적 체험, 오락적 체험, 일탈적 체험)를 측정하기 위한 문항은 여정정(2015), 김해리(2020), 윤준(2020), 최지애, 정달영(2020), 박두수(2021), 왕사영(2023)이 활용한 측정도구를 채택하여 수정 보완을 거친 후 최종문항으로 사용하였으며, 태도, 주관적 규범, 지각된 행동통제를 측정하기 위한 문항은 임재필(2018), 박해소(2019), 김기웅(2020), 윤준(2020)의 내용을 수정 보완 하였다.

재관람 의도를 측정하기 위한 문항은 오하나(2016), 최우영(2018), 여순심(2020), 박세령(2020)이 활용한 측정도구를 채택하여 수정 보완을 거친 후 최종문항으로 사용하였다.

조사대상의 인구통계학적 특성과 관람행태는 성별, 연령, 지역, 직업, 학력, 가구 수입, 주요 관심 장르, 연간 관람횟수, 관람 정보, 티켓구입 경로, 관람 동행자 여부, 주된 관람사유로 구성하였다. 설문지의 문항은 체험 4Es 16 문항, 태도 4문항, 주관적 규범 4문항, 지각된 행동통제 4문항, 재관람 의도 4문항, 일반적 특성 12문항으로 구성하였으며 설문지의 구성내용은 <표 2>와 같다.

표 2. 설문지의 구성

구성 지표	구성내용	문항수
체험 4요소	교육적 체험(4), 심미적 체험(4), 오락적 체험(4), 일탈적 체험(4)	16
태도	태도(4)	4
주관적 규범	주관적 규범(4)	4
지각된 행동통제	지각된 행동통제(4)	4
재관람 의도	재관람(4)	4
일반적 특성 및 관람행태	성별, 연령, 지역, 직업, 학력, 가구수입, 주요 관심장르, 연간관람횟수, 관람정보, 티켓구입경로, 관람동행자, 주된관람사유	12
	총 문항수	44

3. 자료처리방법

본 연구를 위해 표집된 최종자료는 통계프로그램인 SPSS 26.0과 AMOS 24.0을 사용하여 분석하였다. 빈도분석, 확인적 요인분석, 상관관계분석 및 구조방정식 모형분석을 실시하였으며, 모든 통계적 유의수준은 $\alpha=.05$ 로 설정하였다.

III. 연구결과

본 연구는 포스트 팬데믹의 관람객 수요증가 현상과 소비자본 이론을 배경으로 공연예술 장르중에서 관람객 접유율이 높은 뮤지컬, 연극, 클래식 음악, 무용 장르를 경험한 관람객을 대상으로 하여, 팬데믹 이후, 급증한 공연예술 관람객의 공연체험요소가 재관람 의도에 미치는 영향을 규명하여 공연을 관람한 관람객들의 의사결정과정을 검토하고, 재관람 의도에 영향을 미치는 요인에 대한 이론적 설명력을 높임과 동시에, 공연예술 관객 개발과 마케팅에 필요한 기초자료를 제공하고자 하였다.

재관람 의도에 미치는 요인을 규명하기 위해 계획적 행동이론의 구성요인인 태도에 체험의 4요소(교육적 체험, 심미적 체험, 오락적 체험, 일탈적 체험)를 하위요인으로 구성하였고, 태도, 주관적 규범, 지각된 행동통제는 단일요인으로 구성하였다. 본 연구의 가설을 검증하고자 인구통계학적 특성으로 빈도분석을 실시하고, 측정모형의 적합도 및 타당성 검정을 위해 확인적 요인분석을 실시하였다. 또한, 변인 간의 구조적 관계를 확인하기 위해 구조모형의 적합도와 경로분석을 실시하였다.

1. 측정모형의 타당도 및 신뢰도

본 측정모형의 타당성과 신뢰성을 파악하기 위해 <표 3>의 확인적 요인분석을 실시하였다.

모형적합도는 $\chi^2=713.475$, $\chi^2/df=1.893$, CFI=.942, TLI=.933, IFI=.943, NFI=.886, RMSEA=.047로 나타났다. Bagozzi & Dholakia(2002), 김계수(2010)의 적합한 모형판단기준인 IFI, CFI, TLI>.90, RMSEA<.08에 부합하는 결과가 나타나, 모형적합도를 확보하였다고 할 수 있다. 이어 집중타당성을 분석하였는데, 평균분산추출값은 .666~.731로 나타났으며 개념신뢰도(CR)는 .877~.902로 나타나 집중타당성을 확보한 것으로 판단하였다.

표 3. 확인적 요인분석 결과 및 신뢰도 분석

구성개념 및 문항			표준적재치	t 값	개념신뢰도	AVE	신뢰도계수
edu4	←	교육적 체험	.710				
edu3	←	교육적 체험	.740	12.930	.889	.666	.823
edu2	←	교육적 체험	.787	13.549			
edu1	←	교육적 체험	.708	12.454			
esth3	←	심미적 체험	.758				
esth2	←	심미적 체험	.724	13.965	.883	.715	.780
esth1	←	심미적 체험	.729	14.072			
enter4	←	오락적 체험	.701				
enter3	←	오락적 체험	.768	13.888	.911	.719	.816
enter2	←	오락적 체험	.682	12.443			
enter1	←	오락적 체험	.746	13.527			
esc4	←	일탈적 체험	.812				
esc2	←	일탈적 체험	.729	14.398	.890	.731	.810

esc1	←	일탈적 체험	.757	14.963			
att4	←	태도	.736				
att3	←	태도	.733	13.838	.902	.696	.839
att2	←	태도	.766	14.453			
att1	←	태도	.771	14.554			
sn4	←	주관적 규범	.728				
sn3	←	주관적 규범	.724	13.254	.902	.697	.817
sn2	←	주관적 규범	.727	13.307			
sn1	←	주관적 규범	.727	13.308			
pbc4	←	지각된 행동통제	.703				
pbc3	←	지각된 행동통제	.696	12.654	.877	.643	.831
pbc2	←	지각된 행동통제	.898	14.913			
pbc1	←	지각된 행동통제	.698	12.686			
intent4	←	재관람 의도	.752				
intent3	←	재관람 의도	.724	13.817	.902	.698	.828
intent2	←	재관람 의도	.748	14.271			
intent1	←	재관람 의도	.733	13.998			

$\chi^2=713.475$, $\chi^2/df=1.893$, CFI=.942, TLI=.933, IFI=.943, NFI=.886, RMSEA=.047

또한 <표 4>와 같이 Fornell & Larcker(1981)가 제시한 기준인 AVE값이 잠재변인 간의 상관계수(r)의 제곱값보다 크다는 조건을 만족하여, 측정모형의 판별타당성을 확보하였음을 확인하였다.

표 4. 판별타당성 분석결과

	교육적 체험	심미적 체험	오락적 체험	일탈적 체험	태도	주관적 규범	지각된 행동통제	재관람 의도
교육적체험	.666							
심미적체험	.233	.715						
오락적체험	.180	.469	.719					
일탈적체험	.126	.303	.365	.731				
태도	.168	.342	.351	.319	.696			
주관적규범	.128	.337	.369	.263	.362	.697		
지각된행동통제	.054	.108	.083	.057	.107	.112	.643	
재관람의도	.247	.385	.377	.214	.311	.282	.097	.698

(*) 대각선의 숫자는 AVE값이며, 나머지는 상관계수(r)의 제곱임.

2. 연구모형의 적합도 및 가설검정

본 연구 모형의 적합도는 구조방정식 모형 최대 우도법을 활용한 결과 $\chi^2=1010.408$, $\chi^2/df=2.597$, CFI=.893, TLI=.881, IFI=.894, NFI=.838, RMSEA=.063으로 나타났으며 전반적으로 각 변인들의 모형적합지수 판단에는 문제가 없는 것으로 나타났다.

본 연구의 가설을 검정하기 위해 AMOS 24.0을 통해 분석한 결과 <표 5>의 결과가 도출되었다.

가설 H1의 '교육적 체험은 태도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.'의 검정결과 교육적 체험은 태도에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 파악되어 가설이 채택되었다(경로계수값=.146, $t=2.584$). 가설 H2의 '심미적 체험은 태도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.'는 정(+)의 영향을 주는 것으로 파악되어 채택되었다(경로계수값=.342, $t=2.539$). 가설 H3의 '오락적 체험은 태도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.'는 정(+)의 영향을 주는 것으로 파악되어 채택되었다(경로계수값=.282, $t=2.082$). 가설 H4의 '일탈적 체험은 태도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.'는 정(+)의 영향을 주는 것으로 파악되어 채택되었다(경로계수값=.231, $t=3.066$). 가설 H5의 '태도는 재관람 의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.'는

검정한 결과 정(+)의 영향을 미치는 것으로 파악되어 채택되었다(경로계수값=.748, $t=10.711$). 가설 H6은 ‘주관적 관념은 재관람 의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.’는 검정결과 정(+)의 영향을 미치는 것으로 파악되어 채택되었다(경로계수값=.161, $t=2.997$). 가설 H7의 ‘지각된 행동통제는 재관람 의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다’는 검정결과 지각된 행동통제는 재관람 의도에 영향을 미치지 않는 것으로 나타나 기각되었다(경로계수값=.040, $t=.796$).

표 5. 연구가설검증

가설	경로	경로계수	표준오차	t값	유의확률	결과
H1	태도 <--- 교육적_체험	.146	.055	2.584	.010	지지됨
H2	태도 <--- 심미적_체험	.342	.138	2.539	.011	지지됨
H3	태도 <--- 오락적_체험	.282	.158	2.082	.037	지지됨
H4	태도 <--- 일탈적_체험	.231	.066	3.066	.002	지지됨
H5	재관람 의도 <--- 태도	.748	.064	10.711	***	지지됨
H6	재관람 의도 <--- 주관적_규범	.161	.054	2.997	.003	지지됨
H7	재관람 의도 <--- 지각된_행동통제	.040	.042	.796	.426	기각됨

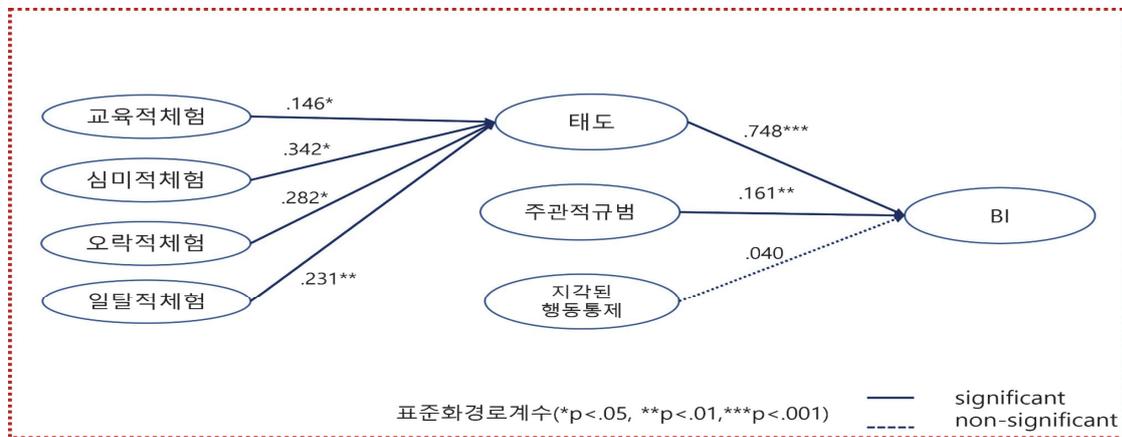


그림 2. 경로분석 결과

3. 매개효과 검증결과

구조모형 분석을 통해 가설을 검정하였으며, 이어서 태도의 매개효과 크기와 유의성을 분석하였다. 매개효과 크기와 유의성 검정은 Bootstrapping방법을 이용하였으며, 분석은 PROCESS Macro(Hayes, 2013)를 활용하였다.

분석결과, 교육적체험, 심미적체험, 오락적체험, 일탈적 체험은 모두 태도를 매개로 재관람 의도에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 파악되었다.

표 6. 매개효과 유의성 검증(Bootstrapping)

경로	Effect	BootSE	BootLLCI	BootULCI
교육적체험→태도→재관람의도	.164	.039	.096	.248
심미적체험→태도→재관람의도	.177	.045	.099	.269
오락적체험→태도→재관람의도	.197	.057	.104	.321
일탈적체험→태도→재관람의도	.233	.054	.134	.346

LLCI: Lower Limit Confidence Interval, ULCI: Upper Limit Confidence Interval

IV. 논의

본 연구는 포스트 팬데믹의 관람객 수요증가 현상과 소비자본 이론을 배경으로 팬데믹 이후, 급증한 공연예술 관람객의 공연체험요소를 계획된 행동이론의 확장변수로 활용하여 재관람 의도를 파악하였다. 본 연구를 통하여 관람객들의 의사결정과정과 재관람 의도에 대한 이론적 설명력을 높여 공연예술 관객 개발과 마케팅에 필요한 기초자료를 제공하는데 그 목적을 두고 연구를 진행하였다. 검정결과를 중심으로 다음과 같이 논의하고자 한다.

첫째, 체험의 4요소는 태도에 영향을 미칠 것이라는 가설이 모두 채택되었다. 이는 체험요소가 태도에 유의한 영향을 미친다는 이후석(2019), 여정정(2015), 윤준(2020), 김해리(2020), 박두수(2021)의 연구와 일치한다. 특히 본 연구는 이후석(2019)의 안동국제탈춤페스티벌 방문객의 의사결정 연구와 같이 교육적, 심미적, 오락적, 일탈적 체험의 모든 요인들이 태도에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 윤준(2020)의 체험요소, 몰입, 행동 의도간의 관계를 요트 탑승객을 대상으로 한 연구에서 교육적, 오락적, 일탈적 체험요소가 채택되었으며 심미적 체험은 기각되었는데 이는 요트 체험이라고 하는 일상을 잊어버리게 하는 일탈적 체험, 즐거움과 재미를 느끼게 하는 오락적 체험, 호기심과 지식을 채워줄 수 있는 교육적 체험은 태도 형성에 유의하나 요트의 시설, 분위기와 같은 심미적 체험은 영향력이 크지 않다는 것을 알 수 있다. 서대문형무소 관광객 체험과 감정적 애착, 태도, 행동의도 간의 관계를 연구한 김해리(2020)의 연구에서는 오락적 체험만이 기각되었는데, 이는 서대문 형무소 역사관의 체험이라는 어두운 역사의 교훈적 의미를 경험하는 것에 기인한 것으로 보인다. 박두수(2021)는 유네스코 유산지를 대상으로 체험요소, 장소성, 몰입과 행동의도 간의 구조 관계를 연구하였는데 세계 문화유산 및 자연유산 탐방이라는 교육적 체험과 일탈적 체험 요인은 영향력을 미치나, 오락적 체험이나 심미적 체험은 태도와 영향력이 미미하다는 것을 알 수 있다. 여정정(2015)은 중국 관광객을 대상으로 하여 한류공연의 체험요소와 태도, 행동의도 간의 영향관계를 파악하였는데, 이 연구에서는 태도를 인지적 태도, 감정적 태도로 구분하여 인지적 태도에는 일탈적 체험과 심미적 체험이, 감정적 태도에는 일탈적 체험과 교육적 체험이 채택이 됨으로서 체험요소와 태도와의 변수 간 영향 관계를 밝혔다. 선행연구를 살펴보면 체험요소에 관한 연구는 주로 여가, 스포츠, 관광분야에 집중되어 있다(권웅,김가영, 2018; 유은정, 도몽원, 윤지환, 2020; 류진승, 2020; 주진영, 유창석, 2019; 민두식, 고정민, 이완영, 2020; 이승훈, 2020; 함의정, 2018; 이숙경, 김선영, 2021; 윤준, 2020; 이후석, 2019; 김해리, 2020; 박두수, 2021).

이에 본 연구는 체험요소와 태도와의 영향 관계규명을 공연예술 관람객에게 적용하여 변수 간 영향 관계를 검증하고 공연예술 관람객의 체험요소가 태도에 주요한 영향을 미치는 선행요인임을 밝혔다. 이러한 공연의 체험요인은 관람객을 대상으로 하는 공연예술 장르에 다양한 변인들과 함께 적극적으로 활용하여 연구할 필요가 있다.

둘째, 확장된 계획 행동이론의 구성요인인 태도는 재관람 의도에 영향을 미치는 것으로 나타났다.

Ajzen(1991)은 계획적 행동이론의 구성요인인 태도는 관람 의도에 긍정적인 영향을 미친다고 하였으며, Perugini & Bagozzi(2001)의 연구에서도 이를 지지하였다. 이는 태도는 구매 의도에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타나 전통무용공연 관객의 관람의도를 높일 수 있는 주요한 선행요인임을 밝힌 연구(박미진·박태승, 2019)와 계획적 행동이론의 확장모델을 적용하여 공연예술상품의 소비자 태도가 행동의도에 유의하게 영향을 미친다는 연구(남정미, 유소이, 2015), 정보 자본에 따른 공연예술소비자의 행동 분석에서 태도가 공연에 대한 호감, 유익함, 즐거움, 매력 등을 느끼며 긍정적 태도를 가지고 있는 사람의 경우 공연을 향유 하고자 하는 태도가 높아진다(백보현, 권혁인, 2019)고 밝힌 연구들과 일치하는 결과이다. 긍정적인 태도 형성은 재관람 의도에 높은 영향력을 가진다. 이렇듯 태도는 공연예술 관람객의 재관람 의도에 영향을 미치는 주요한 선행요인이다.

셋째, 주관적 규범은 재관람 의도에 영향을 미치는 것으로 나타났다.

계획행동이론에서 주관적 규범은 내 주변에 영향력 있는 집단이 특정 행동에 대해 어떤 의견을 가지고 있는지

를 의미한다(오종철, 2007). 본 연구에서는 재방문의 의도를 설명하는 데 있어서 가장 낮은 영향력이 있는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 긍정적 경험을 가진 공연의 재관람이라는 특정 행동은 다른 사람의 역할보다는 관람하고자 하는 본인의 의도에 따르기 때문이라고 판단된다.

Ajzen & Fishbein(1980)에 의해 제시된 합리적 행동이론과 Dick & Basu(1994)가 제시한 소비자 행동에 관한 개념적 모형에서 주관적 규범은 재구매 행동에 긍정적인 영향을 미친다고 했다. 박용수, 한진욱, 김민수(2012)의 무주 태권도공원 방문객의 방문의도에 대한 연구, 김민수와 한진욱(2012)의 스포츠 팀 라이선싱 제품의 구매의도에 관한 연구에서 주관적 규범(가족, 친구, 직장동료, 사회적 지인 등)의 영향력이 행동의도에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 곽길동, 권혁인, 김대진(2022)의 대중음악 페스티벌의 재방문의도에 미치는 영향 관계 연구에서도 주관적 규범이 재방문 의도에 유의한 정(+)의 영향이 있음을 밝혔다.

이렇듯 사회적 규범과 재관람 의도와 선형변수 관계 영향력은 고관여·저관여, 연구대상, 확장요소, 만족도, 사전정보, 재관람 등의 변수에 따라 주관적 규범의 영향력의 차이가 생긴다고 판단된다.

넷째, 지각된 행동통제는 재관람 의도에 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다.

이 결과는 남정미, 유소이(2015), 백보현, 권혁인(2019), 박미진, 박태승(2019), 박현승, 김현철(2022) 등의 연구와 상반된 결과이다. 본 연구의 대상인 최근 공연예술 관람자 즉, Post COVID-19시기의 관람자들은 시간적, 금전적 여건에 그다지 영향을 받지 않기에 이와 같은 결과가 나온 것으로 판단된다. 태권도 관람객의 플로우(Flow)와 행동의도의 관계를 연구한 이현수(2021)의 연구에서도 재관람 의도와 지각된 행동통제가 유의한 영향을 미치지 않은 것으로 나타났으며, 김기웅(2020)의 연구 역시 지각된 행동통제가 행동의도에 유의한 영향을 미치지 않는다는 결과가 나타나 본 연구의 실증분석 결과와 일치한다.

V. 결론 및 제언

본 연구는 계획된 행동이론에 체험의 4요소를 추가하여 확장된 계획 행동이론으로 COVID-19 이후 급증한 공연예술 관람객의 재관람 의도를 파악하기 위해, 최근 6개월 이내 공연을 관람한 경험이 있는 서울과 경기도 및 6대 광역시에 거주하는 20대 이상 관람객을 대상으로 2023년 7월 온라인 설문을 실시했다.

설문자료는 SPSS 26.0과 AMOS 24.0을 이용하여 빈도분석, 확인적 요인분석, 신뢰도 분석, 상관관계 분석, 그리고 구조방정식 모형분석을 실시하였고 이상의 연구 방법 및 분석을 통해서 도출한 결론은 다음과 같다.

첫째, 교육적 체험, 심미적 체험, 오락적 체험, 일탈적 체험은 공연 관람태도에 유의한 정(+)의 영향이 나타났으며, 경험적인 공연예술은 관람할수록 경험과 지식이 쌓이게 되고 이것은 소비자본, 문화자본으로 축적이 되면 공연예술 산업의 번영을 이룰 수 있을 것이다.

둘째, 공연관람에 대한 태도는 재관람 의도에 유의한 긍정적 영향을 미쳤다. 관람객이 교육적, 심미적, 오락적, 일탈적 체험을 통해 공연예술에 긍정적인 태도를 유지할 수 있도록, 작품내 요소 뿐 아니라 작품외 요소까지 서비스를 더해 긍정적 경험상태로 극장을 나서게 해야 할 것이다. 만족도가 높아지면 관람객들은 다시 공연장을 찾게 되고 지속 관람이 이루어진다.

셋째, 주관적 규범은 재관람 의도에 유의한 긍정적 영향을 미쳤다. 수시로 공연관람을 하는 관람객들은 자신의 선택을 주변에서 지지해 줄 것을 원하기도 하지만 추천하여 동반 관람도 하게 된다.

가족, 친척, 친구, 연인, 동호회를 통해 관람경험을 추천하면, 처음 듣는 사람들도 공연예술에 대한 새로운 태도를 형성하게 된다.

넷째, 지각된 행동통제는 재관람 의도에 유의한 영향을 미치지 못했다. 공연예술 관람이란 공연시간의 제약, 장소의 지리적 제약, 사전 지식의 유무에 따른 제약, 동반자의 유무, 지각된 위험, 추구 편익 등 많은 제약들을 기꺼이 수행하는 계획적인 행동을 한다. 이러한 제약은 공연을 보기 위한 준비 과정으로 보기 때문이다.

새로운 관객을 모객하기 위한 노력도 필요하지만, 이러한 공연예술 관람객의 급증을 맞고 있는 이 시점에 지금의 관람객을 만족시키고 행복감을 선사하여 재관람을 넘어 지속 관람객으로 만드는 노력이 필요하다고 할 것이다.

본 연구의 경우, 체험요소만으로 재관람 의도를 규명하여 일반화하기에는 한계점이 있다. 따라서 후속연구에서는 첫째, 다양한 확장변수를 활용하여 연구해 본다면 공연예술 관람객의 행동의도나 재관람 의도를 폭넓게 이해하는 데 보탬이 될 것이다. 둘째, 본 연구에서는 공연예술 장르를 통합하여 재관람 의도를 파악하였는데, 추후 연구에서는 단일 장르로 나누어 비교, 분석을 해 본다면 의미가 있을 것이라 판단된다.

참고문헌

- 권용, 김가영(2018). 체험경제이론에 근거한 프로야구 관람객들의 관람경험과 만족 및 재관람 의도 간의 관계 분석. **한국체육학회지**, 57(2), pp303-317.
- 곽길동, 권혁인, 김대진(2022). 대중음악 페스티벌의 브랜드 자산이 재방문 의도에 미치는 영향: 확장된 계획 행동이론(ETPB) 기반으로. **한국콘텐츠학회**, 22(12), pp433-448.
- 김기웅(2020). **목표지향적 행동모형과 여가계약협상 모형을 활용한 프로야구 관람객의 의사결정**. 경희대학교 대학원 박사학위논문.
- 김도희(2016). **확장된 계획행동이론(ETPB)을 적용한 뮤지컬 관람행동 분석**, 서강대학교 대학원 석사학위논문.
- 김민수, 한진욱(2012). 계획행동이론과 스포츠 팀 라이선싱 제품의 구매의도에 관한 연구: 1,2차 구조모형의 비교. **한국스포츠산업 경영학회지**, 17(2), 51-64.
- 김설화(2019). 뮤지컬 광고커뮤니케이션이 관객의 관람태도, 관람의도 및 재관람의도에 미치는 영향. **한국엔터테인먼트산업학회**, 13(8), 281-290.
- 김유진(2021). **한국무용 관람자의 문화소비성향과 감정반응, 관람만족 및 행동의도와의 관계 연구**, 상명대학교 대학원 박사학위.
- 김지수, 전종우(2022). 뮤지컬 공연 관람객의 소비가치가 뮤지컬 관람 플로우(flow) 및 재관람의도, 구전의도에 미치는 영향. **한국산학기술학회**, 23(1), 302-315.
- 김채윤(2020). **국립무용단의 컨버전스 공연을 통한 마케팅믹스가 관람만족과 재관람의도에 미치는 영향**. 세종 대학교 대학원 박사학위논문.
- 김해리(2020). **다크 투어리즘 관광객 체험에 따른 감정적 애착 및 태도가 행동의도에 미치는 영향: 서대문형 무소 역사관을 중심으로**. 경기대학교 대학원 박사학위논문.
- 김현아, 류충완, 조선하(2015). 무용공연의 관객이 인지하는 혼합지각요인이 관람만족 및 재관람의도에 미치는 영향. **한국체육학회**, 24(6), 717-727.
- 남정미(2015). **공연예술 상품의 소비자 관람행동**, 전북대학교 대학원 박사학위논문.
- 남정미, 유소이(2015). 계획적 행동이론의 확장모델을 적용한 공연예술상품의 소비자 행동분석, **소비문화연구**, 18(2), 63-88.
- 노정식, 노해진(2021). 계획행동이론을 적용한 COVID-19 시대 무용전공 대학생의 학업지속성, **한국무용학회지**, 21(3), 1-14
- 류수현, 강신겸(2018). 문화예술공연 관람자의 서비스 품질 인식과 만족도, 행동의도와의 관계 : 광주 공연장상주단체 페스티벌을 중심으로. **지역과 문화**, 5(1), 1-20.
- 류진승(2020). **서평참여자의 체험경제이론에 따른 체험과 소비행동의도 간의 구조적 관계**. 명지대학교 대학원 박사학위논문.
- 민두식, 고정민, 이완영(2020). 국제스포츠이벤트 관람객의 체험과 지각된 가치, 관광지역이미지, 만족도, 행동 의도 간 구조적 관계 규명. **한국체육학회지**, 59(3), 243-261.
- 박두수(2021). **유네스코 유산지의 체험요소가 장소성과 몰입 그리고 관람객의 행동의도에 미치는 구조연구 : 확장된 계획행동 이론을 활용하여**. 홍익대학교 대학원 박사학위논문.
- 박미진(2017). **확장된 계획적 행동이론(ETPB)을 적용한 전통무용공연 관객의 관람행동에 관한 인과모형 분석**. 한양대학교 대학원

석사학위논문.

- 박미진, 박태승(2019). 확장된 계획적 행동이론(ETPB)을 적용한 전통무용공연 관객의 관람행동 분석에 관한 연구. **한국무용과학회지**, 36(2), pp13-26.
- 박미진(2020). 무용공연 관람객의 공연선택요인이 재관람행동에 미치는 영향. **한국스포츠학회지**, 18(3), 521-529.
- 박세령(2020). **공연예술 관람객의 문화소비성향에 따른 소비가치, 관람만족도, 재관람의도 간의 관계**. 숭실대학교 대학원 박사학위 논문.
- 박용수, 한진옥, 김민수(2012). 확장된 계획행동이론을 통한 무주 태권도공원 방문객의 방문의도 분석. **한국사회체육학회지**, 48(1), 195-204.
- 박은아, 김은정, 전수경, 김용기(2016). 공연예술 관객체험가치가 액션플로우, 공연만족, 그리고 공연주최사 충성도에 미치는 영향. **문화산업연구**, 16(4), 133-145.
- 박지혜, 고정민(2014). 상상적(Imagery). 자극이 공연예술상품 태도와 구매의도에 미치는 영향. **문화정책논총**, 28(1), 197-221.
- 박태승(2022). 국악관현악 공연의 서비스품질이 서비스가치, 관람만족 및 재관람의도에 미치는 영향. **한국엔터테인먼트산업학회논문지**, 16(1), 43-56.
- 박해소(2019). **확장된 목표지향적 행동모형을 적용한 지역음식축제 참여자들의 행동의도 분석**. 목포대학교 대 학원 박사학위논문.
- 박현승, 김현철(2022). 공연예술상품 장르에 따른 소비자 구매행동 차이 분석 : 확장된 계획행동이론 모형을 중심으로. **신산업경영저널**, 40(2), pp121-148.
- 배강원(2023). **한국무용의 예술적 가치가 글로벌 소비자의 한국무용 관람의도 및 행동의도에 미치는 영향 연구**, 세종대학교 대학원 박사학위논문.
- 백보현, 권혁인(2019). 정보자본에 따른 공연예술 소비자 행동분석: E-TPB를 기반으로. **경영교육연구**, 23(3), 125-145.
- 변지윤, 김도윤, 류승원(2019). 클래식 관객의 소비가치가 관람몰입과 만족 그리고 재관람의도에 미치는 영향. **한국콘텐츠학회논문지**, 19(11), 46-56.
- 서순경(2009). 외국인의 한국무용이미지가 한국문화만족도 및 한국문화이미지에 미치는 영향. **한국체육학회지**, 48(4), 435-445.
- 서해란, 이충기(2015). 확장된 계획행동이론을 이용한 중국관광객의 방한 의사결정 연구. **호텔관광연구** 17(2), 1-16.
- 성재환(2012). 문화 소비자본이 문화예술상품 수요에 미치는 효과에 관한 연구. **문화경제연구**, 15(1), 67-93.
- 손지영(2022). **공연예술 소비자의 예약부도(No-Show)에 관한 연구 : 아이섹 아젠(Icek Ajzen) 계획행동이론 관점에서**, 경희대학교 대학원 박사학위논문.
- 손지영, 안병주(2021). 계획행동이론을 적용한 공연예술 소비자의 예약부도 가능성 영향요인 연구 : 예약부도의 부정적 효과 인식의 조절효과를 중심으로, **한국체육과학회지**, 30(5), 753-773.
- 송학준, 이충기, 강수경(2011). 확장된 계획행동이론을 이용한 자연기반 축제 방문객의 의사결정과정에 대한 연구 - 보령머드축제를 사례로 - **한국관광학회 국제학술발표대회집** 69(1), 983-995.
- 여순심(2020). 공연예술관람객의 소비가치가 관람만족도 및 재관람의도에 미치는 영향. **예술교육연구**, 18(1), 29-45.
- 여순심(2020). **공연예술 관람객의 문화소비성향에 따른 소비가치, 관람만족도, 재관람의도 간의 관계**. 호남대학교 대학원 박사학위 논문.
- 여정정(2015). **한류공연에 대한 체험요소가 한류태도와 행동의도에 미치는 영향 : 중국인관광객 중심으로**. 경희대학교 대학원 박사학위논문.
- 예술경영지원센터, 한국문화관광연구원(2022). **코로나19 전후 공연시장 변화 비교 분석**.
- 오종철(2007). 계획된 행동이론을 적용한 디지털 콘텐츠 충동구매에 관한 연구 : 감각추구 성향의 조절효과를 중심으로. **대한경영학회 학술발표대회 발표논문집**, 2007.11, 477-504.
- 오하나(2016). **뮤지컬 관람객의 작품 구매요인이 지각된 가치와 관람객 만족을 통해 재관람 의도에 미치는 영향**. 경기대학교 대학원 박사학위논문.
- 오하나, 김영택(2018). 국내외 뮤지컬 관람객의 작품 구매요인과 재관람 의도간의 구조적 관계. **서비스경영학회지**, 19(2), 217-235.
- 왕사영(2023). **포스트 코로나 시대에 대중음악 공연의 체험요소(4Es)가 관람객 만족도와 재관람 의도에 미치는 영향 : 온-오프라인 콘서트의 특성비교를 중심으로**. 중앙대학교 대학원 석사학위.
- 유은정, 도몽원, 윤지환(2020). 공연축제의 체험요인이 도시브랜드이미지 및 관광객 행동의도에 미치는 영향에 대한 연구 : 부산

- 원 아시아 페스티벌(BOF)을 방문한 중국인 대상으로. *관광연구저널*, 34(12), 5-16.
- 윤철민(2010). 계획행동이론의 확장을 통한 모험적 여가활동 추구 관광객의 행동지속성에 관한 연구 : 플로우(Flow), 애착도, 과거행동의 역할 탐색을 중심으로. 경희대학교 대학원 박사학위논문.
- 윤준(2020). 목표지향적 행동모형을 활용한 마리나 요트 탑승객의 체험요소, 몰입, 행동의도간의 구조관계. 경희대학교 대학원 박사학위논문.
- 이숙경, 김선영(2021). 태권도공연 체험이 관광지 이미지 및 관람객 행동의도에 미치는 영향: 전주 한옥마을을 중심으로. *문화와 융합*, 43(9), 759-778.
- 이승훈(2020). 문화관광지의 체험성(4Es)이 자서전적 기억, 태도, 애호도, 문화관광개발 지지에 미치는 영향. *관광레저연구*, 32(7), 137-158.
- 이윤정(2011). 청소년의 무용관람에 따른 무용이미지와 관여도가 재관람의도 및 참여의도에 미치는 영향. 동덕여자대학교 대학원 박사학위논문.
- 이은우(2016). 문화예술 상품수요의 결정요인 분석. *문화산업연구*, 16(2), 69-78.
- 이현수(2021). 확장된 계획행동이론(ETPB)을 적용한 관람형 태권도 관람객의 플로우(Flow) 및 행동의도의 관계연구. 경희대학교 대학원 석사학위논문.
- 이후석(2019). 확장된 목표지향적 행동모형(EMGB)을 이용한 축제방문객의 의사결정과정에 관한 연구 : 안동국제탈춤 페스티벌을 대상으로. *한국관광연구학회*, 33(7), 133-147.
- 임선영(2018). 체험경제이론에 따른 생활무용참여자의 스포츠가치관, 지속적 참여의도의 관계 : 스포츠의 감정적 인식을 중심으로. 경희대학교 대학원 박사학위논문.
- 임재필(2018). 스쿠버다이빙 참여에 대한 의사결정과정 연구 : MGB와 여가제약-협상모형의 적용. 경희대학교 대학원 박사학위논문.
- 장정(2023). 뮤지컬 관람자의 충성적 소비에 대한 실증연구 : 계획된 행동이론의 확장모델을 적용하여, 성균관대학교 대학원 박사학위논문.
- 전상영(2021). 공연예술에 대한 관람경험과 관람행동의 관계에서 관람의도의 매개효과. 강원대학교 대학원 박사학위논문.
- 정혜은(2018). 기독교뮤지컬의 선택속성이 관람만족과 관람 후 행동의도에 미치는 영향. *한국콘텐츠학회논문지*, 18(12), 676-681.
- 정다윤(2022). 무용공연 관람객의 관람동기가 인지된 가치와 행동에 미치는 영향. *문화산업연구*, 22(4), 149-158.
- 조복행(2010). 뮤지컬 반복소비자의 특성과 선호 경향에 관한 연구. 추계예술대학교 대학원 박사학위.
- 조원섭(2014). 확장된 계획행동이론(TPB)을 활용한 커피전문점 행동의도 연구. *대한관광경영학회*, 28(6), 161-179.
- 주중현(2017). 관객의 소비가치를 통한 공연예술 관람 행동의도 연구: 연극과 뮤지컬을 중심으로. 경희대학교 대학원 박사학위논문.
- 주진영, 유창석(2019). e스포츠의 동기와 체험경험이 관람만족 및 재관람의도에 미치는 영향. *소비자학연구*, 30(4), 261-281.
- 최우영(2018). 경험적 소비에서의 감정반응이 자발적 지불금액에 미치는 영향 : 주관적 지식의 조절효과를 중심으로. 동아대학교 대학원 박사학위논문.
- 최윤영(2020). 무용공연 관객의 라이프 스타일에 따른 관람만족 및 재관람 의도의 차이 분석. *무용역사기록학*, 59, 203-228.
- 최지애, 정달영(2022). 연극 재방문의도에 영향을 미치는 기술적, 체험적 요인에 대한 연구. *인문사회과학연구*, 30(4), pp674-695.
- 하지원(2023). 공연예술관람 결정요인에 관한 연구. *공연문화연구*, 46, 105-125.
- 한성재(2014). 확장된 계획행동이론(TPB)을 활용한 실버여행객의 여행상품 구매의도에 관한 연구 : 중국 패키지 여행고객을 중심으로. 경희대학교 대학원 석사학위논문.
- 한숙영, 엄서호(2005). Pine과 Gilmore의 체험영역 모델에 관한 검증 - 한산모시축제 체험활동참가자 만족을 중심으로. *관광학연구*, 29(2), 131-148.
- 함의정(2018). 폐 산업시설 재생 문화공간에서 방문객의 체험이 지각된 가치와 몰입에 의해 장소성에 미치는 영향. 홍익대학교 대학원 박사학위논문.
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1973), "Attitudinal and Normative Variables as Predictors of Specific Behavior," *Journal of Personality and Social Psychology*, 27(1), 41-57.
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1980). *Understanding attitudes and predicting social behavior*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Ajzen, I. (1985). From intentions to actions: A theory of planned behavior. In J. Kuhl & J. Beckman(Eds.), *Action-control: From Cognition to Behavior*(11-39). Heidelberg: Springer.

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behaviour. *Organizational Behaviour and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.
- Bagozzi, R. P. (1981), "An Examination of the Validity of Two Models of Attitude," *Multivariate Behavioral Research*, 16(3), 323-359.
- Dick, A. S., & Basu, K.(1994). Customer loyalty: Toward an integrated conceptual frame-work. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 22(2), 99-113.
- Kerin, R. A., Jain, A., & Howard, D. J. (1992). Store shopping experience and consumer price-quality-value perceptions. *Journal of retailing*, 68(4), 376.
- Lam, T. and C. H. C. Hsu (2004), "Theory of Planned Behavior: Potential Travelers from China," *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 28(4), 463-482.
- Lam, T. and C. H. C. Hsu (2006), "Predicting Behavioral Intention of Choosing a Travel Destination," *Tourism Management*, 27(4), 589-599.
- Madden, T. J., P. S. Ellen, and I. Ajzen (1992), "A Comparison of the Theory of Planned Behavior and the Theory of Reasoned Action," *Personality and Social Psychology*, 18(1), 3-9.
- Hayes, A. F. (2013). *An Introduction to mediation, moderation, and conditional process analysis: A Regression-Based Approach*. Guilford Press.
- Oscar G. Brockett(1987). *History of the Theatre*, London: Allyn and Bacon, Inc. 5th Edition.
- Pine, B. J., & Gilmore, H. J.(1998). Welcome to the experience economy. *Harvard Business Review*, 76(4), 97-105.
- Perugini, M. and R. P. Bagozzi (2001), "The Role of Desires and Anticipated Emotions in Goal-directed Behaviors: Broadening and Deepening the Theory of Planned Behavior," *British Journal of Social Psychology*, 40(1), 79-98.
- Quillette, J. A. and W. Wood (1988), "Habit and Intention in Everyday Life: The Multiple Processes by Which Past Behavior Predicts Future Behavior," *Psychological Bulletin*, 124(1), 54-74.
- Rhodes, R. E., & Courneya, K. S.(2003). Modelling the Theory of Planned Behavior and Past Behavior. *Psychology, Health & Medicine*, 8(1), 57-69.
- Sheppard, B. H., Hartwick, J., & Warshaw, P. R.(1988). The theory of reasoned action: A meta-analysis of past research with recommendations for modification and future research. *Journal of Consumer Research*, 15(december), 428-441.

ABSTRACT

Applying the Extended Theory of Planned Behavior (E-TPB) The Influence of Experience Factors on the Intention to Revisit Performing Arts

Hyunkyu Rhee* · Namgyu Cho** Sangmyung University

The purpose of this study is to investigate the impact of experiential factors on revisit intentions of performing arts attendees in the post-COVID-19 era. To accomplish this, we selected 399 adult men and women in their 20s and older in Seoul, Gyeonggi Province, and the six largest metropolitan areas who had attended a performing arts event in the past six months. The collected data were subjected to frequency analysis, factor analysis, reliability analysis, correlation analysis, and structural equation model analysis using statistical programs SPSS 26.0 and AMOS 24.0, and the results are as follows. First, all four components of a performing arts attendee's experience had a significant positive effect on attitudes. Second, attitude had a positive effect on rewatch intention. Third, subjective norms had a positive effect on rewatch intention. Fourth, perceived behavioral control had no effect on rewatch intention. Fifth, attitude had a mediating effect on the relationship between experiential factors and rewatching intention. This study aims to increase the theoretical explanatory power of the factors that influence revisit intention and provide a basis for audience development and marketing in the performing arts.

Key words : performing arts, audience, experiential elements, theory of planned behavior, revisit intention

논문투고일: 2023.08.31

논문심사일: 2023.10.02

심사완료일: 2023.10.16

* Ph.D., Department of Performing Arts Management, Sangmyung University

** Professor, Department of Performing Arts Management, Sangmyung University