

Original Article

The Influence of Emotional Solidarity on Revisit Intention in Outbound Sport Tourism: Mediating Effect of Memorable Tourism Experiences and Moderating Effect of Sport Tourism Types

Hyun Jun Kim, Hyun Su Jeon, and Choong Hoon Lim*

Department of Physical Education, Seoul National University

Article Info

Received 2025.01.23.

Revised 2025.06.30.

Accepted 2025.07.17.

Correspondence*

Choong Hoon Lim

yuchoong01@snu.ac.kr

Key Words

Active sport tourism,
Event sport tourism,
Social exchange theory,
SEM

PURPOSE This study examined the relationships among emotional solidarity, memorable tourism experiences, and revisit intention among outbound sport tourists, with particular emphasis on the moderating role of sport tourism types. **METHODS** Survey data were collected from 304 outbound sport tourists, of which 301 valid responses were analyzed. Structural equation modeling was employed to test the proposed relationships, mediation, and moderation effects. **RESULTS** First, emotional solidarity did not have a significant direct effect on revisit intention. Second, emotional solidarity had a positive effect on memorable tourism experiences. Third, memorable tourism experiences positively influenced revisit intention. Fourth, memorable tourism experiences mediated the relationship between emotional solidarity and revisit intention. Finally, sport tourism types moderated the relationship between emotional solidarity and memorable tourism experiences. **CONCLUSIONS** These findings highlight the importance of fostering emotional connections between tourists and residents while enhancing memorable experiences to encourage revisit intention. Furthermore, the results highlight the necessity of developing tailored tourism strategies according to specific sport tourism types to maximize effectiveness.

서론

연구의 배경 및 필요성

전 세계적으로 관광산업의 규모가 확대됨에 따라, 각 지역 및 국가 간에 관광객을 유치하기 위한 경쟁이 더욱 치열해지고 있다. 이에 따라 다양한 관광 상품과 서비스가 등장하고 있으나, 관광객들의 취향이 세분화되고 욕구가 고도화되면서 경쟁 우위를 확보하는 것은 점차 어려워지고 있다(Jin et al., 2022). 이를 확보하기 위해 관광산업은 해결 방안을 모색하고 있으며, 일반적인 관광이 아닌 특수목적 관광의 중요성이 점차 부각되고 있다(Ministry of Culture, Sports and Tourism [MCST], 2024b).

이러한 맥락에서 체험 관광의 한 형태인 스포츠 관광이 주목받고 있다. 스포츠 관광은 관광객이 스포츠 활동에 직접적으로 참여하

여 신체적·심리적 만족을 얻고, 이를 통해 삶의 활력을 재충전할 수 있는 관광 형태로 정의된다(Filiz & Demirhan, 2024). 최근 관광객들은 단순히 관광지를 방문하거나 경관을 감상하는 것을 넘어, 골프 투어나 스포츠 경기 관람 등 능동적인 체험 콘텐츠를 선호하는 경향이 점점 뚜렷해지고 있다(Cho, 2023). 이에 발맞춰 문화체육관광부는 2024년을 스포츠 관광 활성화의 원년으로 선포하고, 전년 대비 약 140% 증가한 예산을 편성하는 등 스포츠 관광의 발전을 위해 다양한 노력을 기울이고 있다(MCST, 2024a).

이처럼 스포츠 관광은 전 세계적으로 활발히 이루어지고 있으며, 특히 해외 스포츠 관광은 독특한 체험 요소로 주목받고 있다. 2023년 세계 스포츠 관광 시장 규모는 5,443억 8천만 달러로 평가되었으며, 2024년에는 6,186억 9천만 달러, 2032년에는 2조 895억 8천만 달러에 이를 것으로 전망되는 등 시장이 확대되고 있다(Fortune Business Insights, 2024).

해외 스포츠 관광은 국내 스포츠 관광과는 다른 맥락으로 독특한 체험 환경을 제공한다. 국내 스포츠 관광은 익숙한 언어, 문화와 사회적 규범 내에서 스포츠를 경험하지만, 해외 스포츠 관광은 낯선 언어와 문화적 환경 속에서 스포츠 활동에 참여하여 비일상적인 경험을

(CC) This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution Non-Commercial License (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>), which permits unrestricted non-commercial use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

느낄 수 있다(Chow & Murphy, 2008). 이러한 특성은 단순한 관광을 넘어 문화 간 상호작용, 정서적 연대감을 형성하며 국내 스포츠 관광이 제공하기 어려운 다른 요소의 체험 가치를 가진다고 볼 수 있다. 이러한 관광지와와의 긍정적 상호작용, 정서적 연대감은 지역 이미지 제고와 지역경제 활성화에 이바지할 수 있다(Chen et al., 2020).

관광객에게 긍정적인 지역 이미지를 제고하고 지속적인 방문을 유도하기 위해서는 관광객들에게 기억에 남는 관광 경험을 제공하는 것이 중요하다. 특히, 스포츠 이벤트나 참여형 활동을 통해 형성된 기억에 남는 관광 경험은 관광이 종료된 이후에도 지역에 대한 장기적인 긍정적 인상으로 작용하여 관광 활성화에 기여할 수 있다(Morgan & Xu, 2010). 이러한 경험은 해당 지역과의 정서적 연대감을 강화하여 재방문의도에 긍정적인 영향을 미치며, 이는 지역 활성화에 중요한 역할을 한다(Gou et al., 2020; Kang & Kim, 2022; Sangpikul, 2018).

관광객에게 기억에 남는 관광 경험을 제공하기 위해서는 정서적 연대를 조성하는 것이 중요하다. 정서적 연대는 개인과 타인 간의 감정적 친밀감의 정도를 나타내며, 서로의 소속감과 유대감을 형성하는 데 기여한다(Hammarström, 2005; Jacobs & Allen, 2005). 사회교환이론에 따르면, 개인은 대인 간 상호작용에서 얻을 수 있는 이익과 비용을 평가하며, 이익이 더 크다고 판단될 경우 사회적 관계를 유지하거나 강화하려는 경향을 보인다(Cropanzano & Mitchell, 2005). 이러한 관점에서, 관광객은 낯선 해외 환경에서 경험하는 언어적·문화적 불편함을 극복하고 긍정적인 관광 경험을 얻기 위해 주변 사람들과 적극적으로 교류하려는 경향이 나타날 수 있다.

해외 스포츠 관광 연구에서 정서적 연대가 기억에 남는 관광 경험에 미치는 영향을 파악하는 것은 중요하며, 이 영향은 스포츠 관광의 유형에 따라 다르게 나타날 수 있다. 스포츠 관광은 주로 참여스포츠 관광과 이벤트스포츠관광으로 구분된다(Gibson, 2003). 참여스포츠 관광은 스포츠 활동에 직접 참여하여 기술 습득과 건강 증진을 목적으로 하는 반면(Cohen, 1974; Frederick & Ryan, 1993), 이벤트스포츠관광은 스포츠 경기를 관람하면서 팀이나 선수를 응원하거나 다른 관광객과의 교류를 중심으로 이루어져(Koenig-Lewis et al., 2018), 이벤트스포츠관광에서 참여자 간의 교류가 경험에 더 큰 영향을 줄 수 있다. 이러한 유형의 특성 차이로 인해, 정서적 연대가 기억에 남는 관광 경험에 미치는 영향은 이벤트스포츠관광에서 더 크게 나타날 수 있다.

이처럼 해외 스포츠 관광의 특성에 따른 정서적 연대의 중요성이 부각됨에도 불구하고, 이를 해외 스포츠 관광에 초점을 맞춘 연구는 부족한 실정이다. 또한, 스포츠 관광은 유형별로 다른 특징이 있음에도 이를 구분하여 연구를 진행한 사례는 부족하다. 따라서, 해외 스포츠 관광에서 정서적 연대의 중요성을 제시하고, 각 스포츠 관광 유형의 특성에 맞춘 심층적인 연구를 진행할 필요가 있다.

연구의 목적

본 연구는 이러한 필요성을 바탕으로 해외 스포츠 관광 맥락에서 정서적 연대가 재방문의도에 미치는 영향을 분석하고, 기억에 남는 관광 경험의 매개 역할과 스포츠 관광 유형(참여스포츠관광 vs. 이벤트스포츠관광)의 조절 효과를 검증하고자 한다. 특히, 정서적 연대와 기억에 남는 관광 경험이 해외 스포츠 관광에서 긍정적 영향을 강화하는 주요 요인임을 이론적으로 규명함으로써 스포츠 관광 연구의 발전과 지속가능한 관광 모델 구축에 기여하고자 한다. 나아가, 스포츠 관

광 유형에 따른 정서적 연대와 기억에 남는 관광 경험을 분석함으로써 차별화된 마케팅 전략 수립을 위한 실무적인 시사점을 제공하는 데 목적이 있다.

정서적 연대와 사회교환이론

정서적 연대는 감정적 친밀감과 개인이나 집단 간 상호작용에서 느끼는 감정적인 연결을 말하며, 다른 사람들과 동일시되는 감정으로 인식된다(Hammarström, 2005; Wallace & Wolf, 2006). 정서적 연대는 관광객 환영(Welcoming visitors), 정서적 친밀감(Emotional closeness), 공감적 이해(Sympathetic understanding)로 나눌 수 있다(Woosnam & Norman, 2010). 관광객 환영은 지역주민의 관광객에 대한 관심을 나타내는 것으로, 관광객이 지역경제에 이바지하는 것에 대한 감사함 등으로 측정할 수 있다. 정서적 친밀감은 지역주민과의 공통점을 인식하고 이들에 대한 친근함을 나타내는 것으로, 지역주민과의 교류 정도, 내면의 친근감 등으로 측정할 수 있다. 공감적 이해는 지역주민에 대한 긍정적 감정과 문화에 대한 이해 정도를 나타내는 것으로, 지역주민과의 공통점, 그들의 생활 방식 및 문화의 이해 등으로 측정할 수 있다.

사회교환이론(Social exchange theory)은 인간 관계의 형성과 유지가 상호 간 사회적·경제적 이익과 비용의 비교를 통해 이루어진다는 이론이며, 이를 통해 인간의 상호작용에 대한 행동을 이해할 수 있다(Blau, 2017; Homans, 1958). 즉, 인간관계는 상호 간의 이익과 비용을 비교하여 이익이 비용을 초과할 때 유지 혹은 발전이 된다는 것이다. 관광 분야에서 사회교환이론은 주로 관광객과 지역주민 간의 상호작용을 설명하는 데 활용된다(Bimonte & Punzo, 2016; Eusébio et al., 2018; Wang & Chen, 2015). 관광지에서 관광객과 지역주민은 서로를 대하는 데 있어 이익과 비용을 비교하며 자신에게 득이 될 수 있는 행동을 취한다. 지역주민은 관광객 유치로 지역 경제를 활성화하기 위해 긍정적 인식과 호의적 교류를 제공할 수 있고, 관광객은 낮은 관광지에서의 심리적 안정, 즐거운 경험, 정보 등을 얻기 위해 지역주민과의 교류를 이어 나갈 수 있다.

정서적 연대, 기억에 남는 관광 경험과 재방문의도

기억은 개인의 행동을 예측하는 데 있어 중요한 역할을 한다는 선행연구(Hoch & Deighton, 1989; Lehto et al., 2004; Wirtz et al., 2003)를 바탕으로, 관광지 재방문을 유도할 수 있는 기억에 남는 관광 경험(Memorable tourism experiences, MTE)에 대한 연구가 진행되어 왔다. 기억에 남는 관광 경험은 관광객이 여행 중 혹은 이후에 긍정적으로 기억하는 특별한 경험을 의미하며, 이러한 경험에는 감정적으로 깊이 연결되거나 독특하고 흥미로운 활동이 포함된다(Kim et al., 2012). 기억에 남는 관광 경험은 즐거움(Hedonism), 새로움(Novelty), 지역문화체험(Local culture), 기분 전환(Refreshment), 의미(Meaningfulness), 참여(Involvement), 지식습득(Knowledge)으로 구성된다(Kim et al., 2012). 관광객의 유치를 위해서는 이와 같은 기억에 남는 관광 경험을 형성할 수 있는 요인을 마련하는 것이 중요하다.

정서적 연대는 기억에 남는 관광 경험과 재방문의도에 중요한 영향을 미친다. 정서적 연대는 상호 간의 교류로 만들 수 있는 경험공동창출(Lee et al., 2024), 현장경험(An et al., 2022) 등 관광에서

의 활동을 통해 느끼는 경험에 긍정적인 영향을 미쳤다. 또한, Jiang et al.(2022)의 연구에서는 정서적 연대의 하위 변인인 관광객 환영, 정서적 친밀감, 공감적 이해가 기억에 남는 관광 경험에 긍정적인 영향을 미쳐, 각 변인이 기억에 남는 관광 경험과 그 하위 변인들에 긍정적인 영향을 미친다는 것을 시사한다. 자세히 살펴보면, 정서적 연대 중 관광객 환영은 기억에 남는 관광 경험의 즐거움(Han, 2020), 참여(Aleshinloye et al., 2024)에 긍정적인 영향을 미쳤고, Mansour and Ariffin(2017)의 연구에서는 관광객 환영이 심리적 변인에 긍정적인 영향을 미친 것으로 나타나, 즐거움, 기분전환, 새로움과 같은 변인에도 긍정적인 영향을 미칠 수 있음을 보여준다. 정서적 친밀감은 지역주민의 삶, 관습 등에 대한 더 깊은 이해를 촉진하여, 참여(Erul et al., 2020), 지역문화체험(Li & Wan, 2017), 지식(Li & Wan, 2017)에 긍정적인 영향을 미쳤다. 공감적 이해는 참여(Aleshinloye et al., 2024; Erul et al., 2020)에 긍정적인 영향을 미쳤고, Wang et al.(2021)의 연구에서는 공감적 이해가 영적 웰빙(Spiritual well-being), 여가 웰빙(Leisure well-being)에 긍정적인 영향을 미쳤는데, 이를 보았을 때 삶에 대한 성찰, 중요성을 경험한 변인인 의미에 긍정적인 영향을 미칠 수 있다. 한편, 정서적 연대는 재방문의도(Asimah et al., 2023), 관광행동의도(Joo et al., 2023)에도 긍정적인 영향을 미쳤다.

기억에 남는 관광 경험은 관광객의 재방문의도를 결정짓는 핵심 요소로 작용한다. 특히, 관광지의 독특한 매력과 우수한 서비스 품질은 기억에 남는 경험을 형성하며, 이는 재방문을 통해 동일한 관광지를 다시 체험하고자 하는 욕구로 이어진다. 선행연구에 따르면, 현장경험(An et al., 2022), 기억에 남는 관광 경험(Kim, 2018; Tiwari et al., 2022; Tiwari et al., 2023)은 재방문의도에 긍정적인 영향을 미쳤다. 이를 토대로 본 연구에서는 다음과 같은 가설을 설정하였다.

가설 1. 정서적 연대는 재방문의도에 유의한 영향을 미칠 것이다.

가설 2. 정서적 연대는 기억에 남는 관광 경험에 유의한 영향을 미칠 것이다.

가설 3. 기억에 남는 관광 경험은 재방문의도에 유의한 영향을 미칠 것이다.

기억에 남는 관광 경험의 매개효과

기억에 남는 관광 경험은 정서적 연대와 재방문의도의 관계에서 매개효과를 나타낼 수 있다. 선행연구에 따르면, 정서적 연대가 강화될수록 관광객이 경험한 감정적 만족감이 높아지고(An et al., 2022; Jiang et al., 2024; Lee et al., 2022), 이는 관광지에 대한 재방문의도를 증진시킨다(An et al., 2022; Kim, 2018; Tiwari et al., 2022; Tiwari et al., 2023). 또한, Jiang et al.(2022)의 연구에서는 중국인 자원봉사 관광객을 대상으로 관광객과 지역주민 간 정서적 연대가 기억에 남는 관광 경험, 지역 충성도에 미치는 영향을 분석하였는데, 기억에 남는 관광 경험은 정서적 연대와 지역 충성도의 관계에서 매개효과를 보였다. 지역 충성도와 재방문의도는 지역에 대한 호감이라는 공통된 요소와 상관관계를 보여(Stylos & Bellou, 2019), 유사한 경향을 보일 가능성이 높다고 판단된다. 이에, 본 연구에서는 다음과 같은 가설을 설정하였다.

가설 4. 기억에 남는 관광 경험은 정서적 연대와 재방문의도의 관계에서 매개효과를 보일 것이다.

스포츠 관광 유형의 조절효과

스포츠 관광은 참여스포츠관광(Active sport tourism), 이벤트스포츠관광(Event sport tourism), 노스텔지아스포츠관광(Nostalgia sport tourism)의 3가지 유형으로 구분할 수 있다(Gibson, 2003). 참여스포츠관광은 스키, 골프, 요트 등 관광객이 스포츠 활동에 직접 참여하는 형태를 의미하고, 이벤트스포츠관광은 올림픽이나 스포츠 리그와 같은 주요 스포츠 이벤트나 경기를 관람하는 형태로 정의되며, 노스텔지아스포츠관광은 특정 지역의 스포츠와 관련된 역사적 유산이나 기념비를 탐방하는 형태의 관광을 말한다(Gibson, 2003).

스포츠 관광의 유형에 따라 관광객의 상호작용 방식과 정서적 연대의 형성 정도는 차이를 보일 수 있다(Gibson, 1998). 특히, 참여스포츠관광과 이벤트스포츠관광은 정서적 연대에 영향을 미치는 주요 유형으로 지목된다. 참여스포츠관광은 관광객이 직접 스포츠 활동에 참여하며, 신체적 활동을 통해 기술을 습득하고 건강을 증진시킬 수 있다(Cohen, 1974; Frederick & Ryan, 1993). 이러한 참여형 관광은 스포츠에 대한 기술적 능력을 향상시키는 동시에, 활동 중 다른 참가자들과의 상호작용을 통해 정서적 연대와 사회적 교류를 경험할 수 있는 기회를 제공한다(Jang et al., 2013). 하지만 이러한 상호작용은 주로 개인 간 관계에 국한되며, 관광지나 지역 사회와의 정서적 연대는 상대적으로 약할 수 있다. 반면, 이벤트스포츠관광은 기술 습득이나 건강 증진보다는 스포츠 경기 관람과 응원 같은 간접적인 참여를 통해 집단적 정체성을 강화하며, 강렬한 정서적 연대와 사회적 상호작용을 형성하는 데 초점을 둔다(Koenig-Lewis et al., 2018; Lee et al., 2012). 즉, 참여스포츠관광은 개인적 교류와 성취 중심의 기술 습득이 중심이 되고, 이벤트스포츠관광은 집단적 정체성과 감정 공유 중심의 상호작용이 중심이 된다. 이러한 차이로 인해 정서적 연대가 기억에 남는 관광 경험에 미치는 영향은 참여스포츠관광보다 이벤트스포츠관광에서 더 크게 나타날 수 있다. 이에, 본 연구에서는 다음과 같은 가설을 설정하였다.

가설 5. 스포츠 관광 유형(참여스포츠관광 vs. 이벤트스포츠관광)은 정서적 연대가 기억에 남는 관광 경험에 미치는 영향에서 조절효과를 나타낼 것이다.

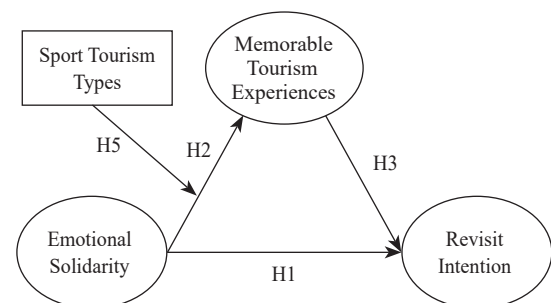


Fig. 1. Hypothetical research model

연구방법

연구대상

본 연구는 국내 설문조사 전문 업체인 픽플리의 온라인 패널을 활용하여 자료를 수집하였다. 연구 대상은 해외 스포츠 관광을 경험한 관광객으로 설정하였고, 설문조사는 2024년 7월 23일부터 8월 7일까지 진행되었다. 데이터는 목적표집법을 통해 수집되었으며, 설문조사는 본 설문 목적을 충분히 설명한 후, 참여자들이 자기평가기입법을 통해 응답하도록 진행되었다. 이를 통해 총 304부의 설문지를 수집하였으며, 이중 불성실한 응답 3부를 제외한 총 301부를 최종분석에 사용하였다. 연구 대상자의 인구통계학적 특성은 <Table 1>과 같다.

측정도구

본 연구에서 사용된 측정도구는 선행연구에서 개발된 문항들을 본 연구의 목적에 맞게 수정·보완하여 구성하였다. 설문지는 7점 리커트 척도로 응답하도록 설계되었으며, 측정도구와 인구통계학적 특성을 포함하여 총 43문항으로 구성하였다. 자세한 측정도구의 구성은 다음과 같다.

1. 정서적 연대

해외 스포츠 관광객의 관광지에서의 정서적 연대를 측정하기 위해 Woosnam and Norman(2010)이 개발한 척도를 기반으로, Chua et al.(2022)이 사용한 척도를 수정·변안하여 활용하였다. 정서적 연대는 관광객 환경, 정서적 친밀감, 공감적 이해의 세 가지 하위 요인으로 구성되며, 각각 4문항, 4문항, 3문항으로 총 11문항으로 설정하였다.

2. 기억에 남는 경험(MTE)

해외 스포츠 관광객의 기억에 남는 관광 경험을 측정하기 위해 Kim et al.(2012)이 개발한 척도를 변안하여 사용하였다. 기억에 남는 경험은 7개의 세부요인으로 구성된다. 각 세부요인의 문항 수는

즐거움 4문항, 새로움 4문항, 지역문화체험 3문항, 기본전환 4문항, 의미 3문항, 참여 3문항, 지식습득 3문항이며, 총 24문항으로 구성하였다.

3. 재방문의도

해외 스포츠 관광객의 지역 재방문의도를 측정하기 위해 Lam and Hsu(2006), Quintal and Polczynski(2010)의 연구를 기초로 하여 Stylos et al.(2016)이 사용한 척도를 수정·변안하여 사용하였다. 재방문의도는 총 4문항으로 구성하였다.

측정도구의 타당도 및 신뢰도 검증

본 연구에 사용된 측정도구들의 타당도와 신뢰도를 검증하기 위해 확인적요인분석과 신뢰도 분석을 실시하였다.

먼저, 확인적요인분석을 통해 모형 적합도 평가를 실시하였다. 그 결과, 모형 적합도 지수는 $\chi^2/df=2.218$, CFI=.904, IFI=.905, RMSEA=.064, SRMR=.066로 나타나, 허용 가능한 모형 적합도 수준을 나타냈다(Byrne, 1998; Hair et al., 1998; Hu & Bentler, 1999). 확인적요인분석 과정에서 표준화 요인계수가 .60 미만이거나 SMC(Squared multiple correlation) 값이 .40 미만으로 해당 요인에 대한 설명력이 낮은 문항들은 최종 분석에서 제외하였다(Adaileh et al., 2020; Kline, 2023). 결과는 <Table 4>에 제시하였다.

다음으로 확인적요인분석을 통해 측정도구의 집중타당도와 판별타당도를 검증하였다. 집중타당도는 개념신뢰도(Composite reliability, CR)와 분산추출지수(Average variance extracted, AVE)를 산출하여 검증하였다. 분석결과 개념신뢰도, 분산추출지수 값의 기준치인 0.7, 0.5를 충족하여(Fornell & Larcker, 1981), 집중타당도를 확보한 것으로 나타났다(Table 4). 판별타당도는 분산추출지수의 제곱근 값이 상관관계보다 클 때 확보되는데(Fornell & Larcker, 1981), 본 연구에서 사용한 총 3개의 잠재변인 간 제곱근 값이 상관관계 값보다 큰 것으로 나타나 모든 변인에서 판별타당도를 확보하였다. 결과는 <Table 3>에 제시하였다.

Table 1. Demographic statistics

(N=301)

Demographic category		Frequency	Percentage
Gender	Male	157	52.2
	Female	144	47.8
Age	20s	126	41.9
	30s	131	43.5
	40s	31	10.3
	Over 50s	13	4.3
	High school degree or lower	15	5.0
Education	Undergraduate student	52	17.3
	Undergraduate degree	192	63.8
	Graduate student	29	9.6
	Graduate degree	13	4.3
Sport tourism types	Active sport tourism	78	25.9
	Event sport tourism	223	74.1

Table 2. Descriptive statistics & Reliability analysis

Variables	<i>M</i>	<i>SD</i>	Skewness	Kurtosis	α
Emotional solidarity	5.28	1.05	-.72	.15	.92
Memorable tourism experiences	5.98	0.73	-1.38	2.96	.95
Revisit intention	5.69	1.05	-1.31	2.52	.83

Table 3. Correlation analysis & Discriminant validity

Variables	1	2	3
Emotional solidarity	.949		
Memorable tourism experiences	.663	.907	
Revisit intention	.497	.680	.820

Note. The bolded values represent $\sqrt{AVE}$ values.

Table 4. Results of confirmatory factor analysis

Constructs	Items	β	AVE	CR
Emotional solidarity	Residents feel grateful for my benefits to the community.	.723	.901	.965
	I am proud to welcomes me as one of the community visitors.	.787		
	I treat fairly the community residents.*	-		
	Residents appreciate what I contribute to the community economy.	.733		
	I feel close to some residents I met in this country.	.827		
	I have made friends with some residents in this country.	.845		
	I enjoy interacting with residents.	.732		
	My interacting with residents are positive and useful.*	-		
	I have a lot in common with travelers in this country.	.741		
	I feel affection toward residents in this country.	.747		
	I understand residents in this country.	.749		
Memorable tourism experiences	Thrilled about having a new experience.*	-	.823	.970
	Indulged in the activities.	.709		
	Really enjoyed this tourism experience.	.856		
	Exciting.	.804		
	Once in a lifetime experiences.*	-		
	Unique.	.794		
	Different from previous experience.	.798		
	Experienced something new.	.819		
	Good impressions about the local people.	.713		
	Closely experienced the local culture.	.686		
	Local people in a destination were friendly.	.690		
	Liberating.	.755		
	Enjoyed sense of freedom.	.800		
	Refreshing.	.729		
	Revitalized.	.729		
	I did something meaningful.	.814		
	I did something important.	.804		
	Learned about myself.	.637		
	I visited a place where I really wanted to go.	.739		
	I enjoyed activities which I really wanted to do.	.796		
	I was interested in the main activities of this tourism experience.	.669		
Revisit intention	Exploratory.	.679	.673	.860
	Knowledge.	.714		
	New culture.	.685		
	I intend to travel again to tourist destination sometime within the next 2 years.	.869		
	I want to visit tourist destination again within the next 2 years.	.829		
	The possibility for me to travel to tourist destination within the next 2 years is ...	.759		
	Tourist destination could be again my next vacations place.*	-		

$\chi^2/df=2.218$, CFI=.904, IFI=.905, RMSEA=.064, SRMR=.066

*Items excluded during the analysis process

각 변인의 문항 간 내적일관성신뢰도를 가지는지 확인하고자 Cronbach's α 계수를 통해 신뢰도 검증을 실시하였다. 그 결과 모두 0.7 이상으로 확인되어 측정도구의 신뢰도는 확보되었다(Nunnally & Bernstein, 1994). 결과는 <Table 2>와 같다.

자료처리

본 연구의 자료 분석을 위해 SPSS 26.0, AMOS 21.0 프로그램을 활용하였다. 자료처리 방법으로는 연구 대상자들의 인구통계학적 특성을 파악하기 위해 빈도분석을 실시하였고, 연구에 사용된 측정도구들의 신뢰도를 확인하기 위해 Cronbach's α 계수를 활용하여 신뢰도

분석을 실시하였다. 또한, 측정도구 간 독립성 확인을 위해 상관관계 분석을 실시하였고, 변인들의 정규성 검증을 위해 기술통계분석을 실시하였다. 그리고 측정도구들의 타당도를 검증하기 위해 확인적요인 분석을 실시하였다. 마지막으로 본 연구의 목적인 각 변인 간 직접 효과, 정서적 연대와 재방문의도의 관계에서 기억에 남는 관광 경험의 매개효과, 정서적 연대가 기억에 남는 관광 경험에 미치는 영향에서 스포츠 관광 유형의 조절효과를 살펴보고자 구조방정식모형분석을 실시하였다.

연구결과

기술통계분석 및 상관관계 분석

본 연구에 사용된 변인의 정규성 검증을 위해 기술통계분석을 실시하였고, 각 변인 간의 관계를 살펴보기 위해 상관관계분석을 실시하였다. 각 변인의 왜도, 첨도의 수치를 확인한 결과 ± 3 , ± 7 을 넘지 않아 정규성을 확보하였다(Curran et al., 1996). 각 변인 간의 관련 정도를 살펴보기 위해 상관관계를 확인한 결과 계수 값이 모두 .70보다 낮게 나타나 다중공선성에 문제가 없는 것으로 나타났다(Kline, 2023).

구조 모형 검증

해외스포츠 관광객의 정서적 연대, 기억에 남는 관광 경험, 재방문의도 간의 관계와 정서적 연대가 기억에 남는 관광 경험에 미치는 영향에서 스포츠 관광 유형의 조절효과를 검증하기 위해 구조방정식모형분석을 실시하였다. 구조 모형에 대한 모형 적합도 지수는 $\chi^2/df=2.218$, CFI=.904, IFI=.905, RMSEA=.064, SRMR=.066로 나타났

으며, 이는 만족스러운 모형 적합도를 나타낸다(Byrne, 1998; Hair et al., 1998; Hu & Bentler, 1999).

가설 검증 결과, 정서적 연대는 재방문의도에 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타나($\beta=.082$, $p=.267$), 가설 1은 기각되었다. 정서적 연대는 기억에 남는 관광 경험에 정(+)적인 영향을 미치는 것으로 나타나($\beta=.663$, $p<.001$), 가설 2는 채택되었다. 기억에 남는 관광 경험은 재방문의도에 정(+)적인 영향을 미치는 것으로 나타나($\beta=.625$, $p<.001$), 가설 3 또한 채택되었다. 다음으로 정서적 연대와 재방문의도의 관계에서 기억에 남는 관광 경험의 매개효과를 살펴보았다. 기억에 남는 관광 경험의 경로계수($\beta=.415$)는 95% 편향신뢰구간(.226, .641)이 0을 포함하지 않아 매개효과가 있는 것으로 나타나 가설 4는 채택되었다.

스포츠 관광 유형의 조절효과 검증

본 연구의 다섯 번째 가설인 정서적 연대가 기억에 남는 관광 경험에 미치는 영향에서 스포츠 관광 유형의 조절효과를 규명하기 위해 다중집단분석을 실시하였다. 결과는 <Table 7>과 같다.

스포츠 관광 유형은 참여스포츠관광과 이벤트스포츠관광의 두 집단으로 분류하였고, 교차타당성 확보를 위해 형태동일성모형(Configural invariance model)과 측정동일성모형(Metric invariance model)을 설정하였다. 분석 결과, 형태동일성모형의 적합도 지수는 $\chi^2/df=2.010$, CFI=.852, IFI=.854, RMSEA=.058로 나타났다. 이는 경계선 수준의 적합도로 볼 수 있으나, 본 연구의 구조방정식모형은 다수의 1차 요인 변인을 포함하고 있어 복잡성이 높아져 적합도 수치에 영향을 미친 것으로 판단된다. 특히 RMSEA 값은 양호한 수준으로 나타나, 모형적합도는 연구 맥락에서 수용 가능한 범위에 있다고 판단하였다. 이후 측정동일성모형에 대한 검증을 실시한 결과, 적합도 지수는 $\chi^2/df=1.994$, CFI=.851, IFI=.853,

Table 5. Structural model – Direct effects

Path	β	z	p
Emotional solidarity → Revisit intention	.082	1.109	.267
Emotional solidarity → Memorable tourism experiences	.663	7.997	***
Memorable tourism experiences → Revisit intention	.625	7.159	***

*** $p<.001$

Table 6. Structural model – Indirect effects

Path	Total effect	Direct effect	Indirect effect	95% CI		p
				Lower	Upper	
Emotional solidarity → Memorable tourism experiences → Revisit intention	.497	.082	.415	.226	.641	***

*** $p<.001$

Table 7. Result of moderating effect

Model	χ^2	df	χ^2/df	CFI	IFI	RMSEA	Result
Unconstrained model	2054.135	1022	2.010	.852	.854	.058	$\Delta\chi^2(1)=4.126$, $p<.05$
Constrained model	2058.261	1023	2.012	.851	.854	.058	

RMSEA=.058로 나타났다. χ^2 차이 검증을 통해 집단 간 동일성 검증을 실시하였는데 $\Delta\chi^2=29.305$, $\Delta df=23$, $p=.170$ 으로 나타나 측정동일성은 확보되었으며(Kline, 2023), 이에 조절효과를 분석을 위한 교차타당성이 확보되었다고 판단할 수 있다.

스포츠 관람 유형(참여스포츠관광 vs. 이벤트스포츠관광)에 따라 정서적 연대가 기억에 남는 관광 경험에 미치는 영향의 구조적 차이를 검증하였다. 이를 위해 경로계수에 제약을 두지 않은 자유모형(Unconstrained model)과 경로계수를 동일하게 설정한 제약모형(Constrained model)을 설정하고, 두 모형 간 적합도 차이를 비교하였다. 분석 결과, 자유모형의 적합도는 $\chi^2=2054.135$ ($df=1022$), CFI=.852, IFI=.854, RMSEA=.058로 나타났으며, 제약모형은 $\chi^2=2058.261$ ($df=1023$), CFI=.851, IFI=.854, RMSEA=.058로 산출되었다. 두 모형 간의 적합도 차이는 $\Delta\chi^2(1)=4.126$, $p<.05$ 로 확인되어, 스포츠 관람 유형에 따라 정서적 연대가 기억에 남는 관광 경험에 미치는 영향에 유의한 차이가 있음을 나타낸다. 스포츠 관광 유형에 따른 정서적 연대와 기억에 남는 관광 경험의 경로계수를 살펴보면, 이벤트스포츠관광($\beta=.662$, $z=7.278$, $p<.001$)이 참여스포츠관광($\beta=.509$, $z=2.539$, $p<.05$)보다 더 큰 영향을 미치는 것으로 나타났다.

논 의

본 연구는 해외 스포츠 관광에서 관광객의 정서적 연대, 기억에 남는 관광 경험, 재방문의도의 구조적 관계와 스포츠 관광 유형의 조절효과를 살펴보는 데 그 목적이 있다. 본 연구의 목적을 달성하기 위해 설정한 연구가설의 검증 결과를 바탕으로 한 논의는 다음과 같다.

첫째, 정서적 연대는 재방문의도에 유의한 영향을 미치지 않았다. 이는 관광의 특성상, 관광객들의 정서적 연대가 심층적으로 형성된 정서적 연대가 아닌 일회성 수준의 정서적 연대가 형성되었기 때문에 재방문의도까지 이어지는 것은 아니므로 판단된다. 이러한 결과는 일회성의 정서적 연대만으로는 관광객이 특정 관광지를 다시 방문할 만큼의 충분한 매력을 제공하지 못함을 시사한다. 하지만 해외 스포츠 관광은 더 다양한 경험 요소와 감각적 자극을 제공하기 때문에(Lee & Goo, 2019), 지역주민과의 정서적 연대와 함께 또 다른 매력적인 요소를 제공한다면 재방문의도를 유도할 수 있을 것이다. 예를 들어, 관광객과 지역 사회가 상호작용할 수 있는 프로그램뿐만 아니라, 개인이 스포츠 관광지에서 스스로와의 대화를 통해 얻어갈 수 있는 내적인 요인을 강조하는 등 대인 간의 관계 외의 다른 요소를 탐색하여야 할 것이다.

둘째, 정서적 연대는 기억에 남는 관광 경험에 유의한 영향을 미쳤다. 이는 자원봉사관광객을 대상으로 연구한 An et al.(2022), Jiang et al.(2022)의 연구, 한국 DMZ(Demilitarized Zone) 지역 관광객을 대상으로 한 Lee et al.(2024)의 연구를 지지하는 결과이다. 정서적 연대는 관광객들이 지역주민과 함께 유대감을 느끼고, 해당 지역에서 긍정적인 경험을 형성하는 데 중요한 역할을 한다. 즉, 관광지의 관광객 유치를 위해서는 관광객의 정서적 연대를 활용하여야 할 것이다. 관광 운영자는 지역주민과 관광객이 함께할 수 있는 프로그램을 개발하여 이들의 정서적 연대를 증대시킬 수 있는 방안을 마련해야 한다. 예를 들어, 지역주민과의 스포츠 응원 이벤트나 관광객과 지역주민의 스포츠 대항전 프로그램을 개최하는 등 ‘함께’라는 감정을 강조하여

관광 중에 타인과 연대하고 있다는 인식을 심어주어야 할 것이다.

셋째, 기억에 남는 관광 경험은 재방문의도에 유의한 영향을 미쳤다. 이는 해외 관광객을 대상으로 연구한 Kim(2018)의 연구, 인도 관광객을 대상으로 연구한 Tiwari et al.(2022), Tiwari et al.(2023)의 연구를 지지하는 결과이다. 이는 관광객들이 관광지에서 느끼는 긍정적인 독특한 경험은 관광지의 재방문의도에 큰 영향을 미친다는 것을 보여준다. 따라서, 관광 운영자는 방문객들에게 다양한 긍정적인 경험 요소를 제공할 수 있는 방안을 마련해야 한다. 예를 들어, 관광객들에게 흥미롭고 특별하며 지역의 문화를 느낄 수 있는 경험을 제공하기 위해 다른 관광지에서는 할 수 없는 그 관광지만의 특성을 살린 관광 프로그램을 개발하여야 할 것이다. 또한, 자연과 스포츠를 활용한 힐링 코스와 랜드마크 건설 등을 통해 관광객의 마음을 환기시킬 수 있고, 그 지역이 의미 있는 장소라는 것을 인식할 수 있도록 만들어야 할 것이다.

넷째, 정서적 연대가 재방문의도에 미치는 영향에서 기억에 남는 관광 경험은 완전매개효과를 보였다. 이는 단순히 관광객의 정서적 연대를 형성하는 것만으로는 재방문을 직접적으로 유도하기는 어려우며, 정서적 연대를 통해 관광객들이 긍정적인 경험을 느끼고 기억할 때 비로소 재방문의 가능성이 높아짐을 보여준다. 따라서, 관광 운영자는 관광객의 정서적 연대를 이끌 수 있는 프로그램을 설계하되, 이를 통해 관광객의 긍정적인 경험을 제공할 수 있는 환경을 조성하여야 한다. 예를 들어, 지역주민과 정서적 연대를 형성한 뒤 이를 유지할 수 있도록, 커뮤니티를 형성하는 가교역할을 하거나 후속 이벤트를 기획한다면 효과적인 홍보방안이 될 수 있을 것이다.

다섯째, 스포츠 관광 유형은 정서적 연대와 기억에 남는 관광 경험의 관계에서 조절효과를 보였다. 이는 모든 스포츠 관광이 하나의 같은 경험으로 정의될 수 없으며, 관광 유형에 따라 정서적 연대가 다르게 작용함을 의미한다. 특히, 관광객이 참여스포츠관광보다 이벤트스포츠관광을 즐길 때 정서적 연대의 중요성이 더욱 두드러지는 것으로 나타났다. 이는 이벤트스포츠관광이 주로 관람 중심으로 이루어지며, 관광객들이 지역주민 또는 다른 관광객들과 함께 공유하는 정서적 경험이 더욱 크게 작용하기 때문으로 볼 수 있다. 이러한 결과는 이벤트스포츠관광이 정서적 연대를 강화할 수 있는 환경과 전략이 필요함을 보여준다. 예를 들어, 스포츠 이벤트 전에 구단이나 팀에서 응원 연습 세션을 마련하여 관광객 간 자연스러운 교류를 촉진할 수 있을 것이다. 또한, 경기 중에 팬들이 함께 즐길 수 있는 응원 이벤트나 지역 문화를 체험할 수 있는 프로그램을 기획하는 것도 효과적인 방안이 될 것이다.

결론 및 제언

본 연구의 결과는 다음과 같다. 첫째, 정서적 연대는 재방문의도에 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 둘째, 정서적 연대는 기억에 남는 관광 경험에 유의한 정적 영향을 미치는 것으로 나타났다. 셋째, 기억에 남는 관광 경험은 재방문의도에 유의한 정적 영향을 미치는 것으로 나타났다. 넷째, 기억에 남는 관광 경험은 정서적 연대와 재방문의도의 관계를 완전매개하는 것으로 나타났다. 다섯째, 스포츠 관광 유형 중 참여스포츠관광과 이벤트스포츠관광은 정서적 연대와 기억에 남는 관광 경험의 관계를 조절하는 것으로 나타났다.

연구결과와 논의를 바탕으로 본 연구가 갖는 학술적·실무적 의의는 다음과 같다. 첫째, 본 연구는 해외 스포츠 관광의 특징인 낯선 문화에서 경험하는 정서적 연대의 중요성을 제시하였다. 이를 통해 해외 스포츠 관광에서 정서적 연대가 기억에 남는 관광 경험에 중요한 심리적 요인으로 작용한다는 것을 밝혀, 관련된 이론 확장에 기여하였다. 둘째, 본 연구는 스포츠 관광 유형을 세분화하여 정서적 연대의 효과를 비교 분석하였고, 이를 통해 관광 유형별 차별화 전략에 대한 이론적 근거를 제시하였다. 셋째, 해외 스포츠 관광의 경쟁력 제고를 위해 정서적 연대를 활용한 실무적 전략 방안을 제시하였다. 지역주민과 정서적 연대 형성을 위한 체험형 프로그램 개발, 문화 교류 프로그램 등의 전략을 통해 관광 활성화에 기여할 수 있을 것이다.

본 연구의 제한점과 제언은 다음과 같다. 첫째, 본 연구에서는 높은 연령층의 데이터를 수집하는 데 한계가 있었다. 이에, 본 연구의 결과는 모든 연령대를 대표하기에는 어려움이 있다. 향후 연구에서는 모든 연령대를 대표할 수 있는 데이터를 수집하거나 연령별 살아온 환경과 경험의 차이를 반영하여 특정 세대의 행동을 연구하는 것이 필요할 것이다. 둘째, 본 연구의 데이터는 비확률 표집 방법인 목적표집법을 활용하였다. 이는 모집단 전체에 대한 무작위 표집이 아니기 때문에, 표본의 대표성에 한계가 존재할 수 있다. 셋째, 데이터 수집 시에 관광객의 여행 장소, 시점, 기간 등의 세부 변인을 고려하지 않았다. 이는 해외 스포츠 관광이라는 분야를 포괄적으로 파악하는 데에는 기여할 수 있으나, 세부적인 맥락에서 이를 파악하기에는 부족한 부분이 있다. 추후 연구에서는 이를 고려하여 변인 간 영향과 차이를 연구한다면 해외 스포츠 관광 연구에서의 다양한 전략 수립에 기여할 수 있을 것이다. 넷째, 본 연구에서는 참여스포츠관광을 하나의 집단으로 분석하였으나, 참여 스포츠 종목에 따라 정서적 연대와 경험의 형성 방식이 다를 수 있다. 이에, 추후 연구에서는 참여스포츠관광객을 대상으로 개인 스포츠, 팀 스포츠 등과 같이 종목을 세분화하여 특성을 연구한다면 더욱 세부적인 전략을 수립하는 데 기여할 수 있을 것이다. 다섯째, 본 연구는 해외 스포츠 관광객을 대상으로 진행하였으나, 국내 스포츠 관광객과의 비교 연구를 병행한다면 정서적 연대와 경험 형성 과정에서 문화적 및 사회적 요인이 미치는 영향을 더욱 구체적으로 파악할 수 있을 것이다.

CONFLICT OF INTEREST

논문 작성에 있어서 어떠한 조직으로부터 재정을 포함한 일체의 지원을 받지 않았으며 논문에 영향을 미칠 수 있는 어떠한 관계도 없음을 밝힌다.

AUTHOR CONTRIBUTION

Conceptualization: Hyun Jun Kim, Hyun Su Jeon, Choong Hoon Lim, Data curation: Hyun Su Jeon, Formal analysis: Hyun Jun Kim, Methodology: Hyun Jun Kim, Project administration: Choong Hoon Lim, Visualization: Hyun Su Jeon, Writing-original draft: Hyun Jun Kim, Writing-review & editing: Choong Hoon Lim

참고문헌

- Adaileh, M. J., Alrawashdeh, M., Elrehail, H., & Aladayleh, K. J. (2020). Assessing the nexus between knowledge management and firm performance: A data article. *Data in Brief*, 32, 106283.
- Aleshinloye, K. D., Woosnam, K. M., & Joo, D. (2024). The influence of place attachment and emotional solidarity on residents' involvement in tourism: perspectives from Orlando, Florida. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, 7(2), 914-931.
- An, S., Jiang, L., Woosnam, K. M., & Eck, T. (2022). Volunteer tourists' revisit intentions explained through emotional solidarity and on-site experience. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 53, 70-80.
- Asimah, V., Hurriyati, R., Gaffar, V., & Wibowo, L. A. (2023). Visitor emotional solidarity, segmentation and revisit intentions amidst COVID-19 pandemic: evidence from Panafest and emancipation festivals in Ghana. *International Journal of Event and Festival Management*, 14(4), 381-397.
- Bimonte, S., & Punzo, L. F. (2016). Tourist development and host-guest interaction: An economic exchange theory. *Annals of Tourism Research*, 58, 128-139.
- Blau, P. (2017). *Exchange and power in social life*. Routledge.
- Byrne, B. M. (1998). *Structural equation modeling with LISREL, PRELIS, and SIMPLIS: Basic concepts, applications, and programming*. Lawrence Erlbaum Associates.
- Chen, X., Cheng, Z. F., & Kim, G. B. (2020). Make it memorable: Tourism experience, fun, recommendation and revisit intentions of Chinese outbound tourists. *Sustainability*, 12(5), 1904.
- Cho, T. S. (2023). The effect of golf experience tourism motivation on immersion and experience continuation. *Journal of Korean Society for Wellness*, 18(4), 155-166.
- Chow, I., & Murphy, P. (2008). Travel activity preferences of Chinese outbound tourists for overseas destinations. *Journal of Hospitality & Leisure Marketing*, 16(1-2), 61-80.
- Chua, B. L., Al-Ansi, A., Han, H., Loureiro, S. M. C., & Guerreiro, J. (2022). An examination of the influence of emotional solidarity on value cocreation with international Muslim travelers. *Journal of Travel Research*, 61(7), 1573-1598.
- Cohen, E. (1974). Who is a tourist?: A conceptual clarification. *The Sociological Review*, 22(4), 527-555.
- Cropanzano, R., & Mitchell, M. S. (2005). Social exchange theory: An interdisciplinary review. *Journal of Management*, 31(6), 874-900.
- Curran, P. J., West, S. G., & Finch, J. F. (1996). The robustness of test statistics to nonnormality and specification error in confirmatory factor analysis. *Psychological Methods*, 1(1), 16.
- Erul, E., Woosnam, K. M., & McIntosh, W. A. (2020). Considering emotional solidarity and the theory of planned behavior in explaining behavioral intentions to support tourism development. *Journal of Sustainable Tourism*, 28(8), 1158-1173.
- Eusébio, C., Vieira, A. L., & Lima, S. (2018). Place attachment, host-tourist interactions, and residents' attitudes towards tourism development: The case of Boa Vista Island in Cape Verde. *Journal of Sustainable Tourism*, 26(6), 890-909.
- Filiz, B., & Demirhan, G. (2024). Human benefits: Socio-cultural, mental, physical, and learning outcomes. In M. Banhidi & F. Moghimhfar (Eds.), *International perspectives in sport tourism management* (pp. 173-182). Routledge.
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39-50.
- Fortune Business Insights. (2024, December 30). *Sports tourism market size, share & industry analysis, by sports type (tennis, cricket, football/soccer, and others), by sports tourism type (active sports tourism, passive sports tourism, and nostalgia sports tourism), by tourist type (domestic and international), and regional forecast, 2024-2032*. <https://www.fortunebusinessinsights.com/sports-tourism-market-110568>
- Frederick, C. M., & Ryan, R. M. (1993). Differences in motivation for sport and exercise and their relations with participation and... *Journal of Sport Behavior*, 16(3), 124-146.
- Gibson, H. J. (1998). Sport tourism: A critical analysis of research. *Sport Management Review*, 1(1), 45-76.
- Gibson, H. J. (2003). Sport tourism: An introduction to the special issue. *Journal of Sport Management*, 17(3), 205-213.
- Gou, X. F., Kim, Y. J., & Kang, K. H. (2020). The effects of memorable tourism experiences of theme park tourists on place attachment: The comparison between male and female. *Journal of Tourism and Leisure Research*, 32(3), 75-90.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (1998). *Multivariate data analysis* (5th ed.). Prentice Hall.
- Hammarström, G. (2005). The construct of intergenerational solidarity in a lineage perspective: A discussion on underlying theoretical assumptions. *Journal of Aging Studies*, 19(1), 33-51.
- Han, J. S. (2020). The effect of tourist attractiveness of traditional market on perceived pleasure and behavior intention. *Culinary Science and Hospitality Research*, 26(1), 1-9.
- Hoch, S. J., & Deighton, J. (1989). Managing what consumers learn from experience. *Journal of Marketing*, 53(2), 1-20.
- Homans, G. C. (1958). Social behavior as exchange. *American Journal of Sociology*, 63(6), 597-606.
- Hu, L. T., & Bentler, P. M. (1999). Cutoff criteria for fit indexes in covariance structure analysis: Conventional criteria versus new alternatives. *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal*, 6(1), 1-55.
- Jacobs, S., & Allen, R. (2005). *Emotion, reason and tradition: Essays on the social, political and economic thought of Michael Polanyi*. Ashgate.
- Jang, J. H., Leem, C., & Kim, S. M. (2013). Effect of experience quality of participants in leisure marine sports: Effect of satisfaction and immersion on reparticipation motive—Moderating effect of pre-experiencing yacht race. *Journal of the Korea Institute of*

- Information and Communication Engineering*, 17(6), 1449-1461.
- Jiang, L., Eck, T., & An, S. (2022).** A study on the effect of emotional solidarity on memorable tourism experience and destination loyalty in volunteer tourism. *Sage Open*, 12(1), 21582440221087263.
- Jiang, T., Gao, J., Zheng, X., & Liao, Y. E. (2024).** Engendering prosociality through tourist-to-tourist interaction in religious tourism: An existential transformative perspective. *Journal of Sustainable Tourism*, 32(12), 2442-2458.
- Jin, B., Jo, A., Kim, J. Y., & Kim, H. J. (2022).** *Research on tourism trend analysis and prospect 2023-2025* (Report No. 2022-04). Korea Culture & Tourism Institute. <https://doi.org/10.16937/kcti.rep.2022.e42>
- Joo, D., Cho, H., & Woosnam, K. M. (2023).** Anticipated emotional solidarity, emotional reasoning, and travel intention: A comparison of two destination image models. *Tourism Management Perspectives*, 46, 101075.
- Kang, M. H., & Kim, H. G. (2022).** The effects of self-image congruity, group cohesiveness, and emotional solidarity on memorable tourism experiences: Focused on travel involvement as a moderating variable. *Journal of Tourism & Leisure Research*, 34(9), 45-62.
- Kim, J. H. (2018).** The impact of memorable tourism experiences on loyalty behaviors: The mediating effects of destination image and satisfaction. *Journal of Travel Research*, 57(7), 856-870.
- Kim, J. H., Ritchie, J. B., & McCormick, B. (2012).** Development of a scale to measure memorable tourism experiences. *Journal of Travel Research*, 51(1), 12-25.
- Kline, R. B. (2023).** *Principles and practice of structural equation modeling* (5th ed.). Guilford Press.
- Koenig-Lewis, N., Asaad, Y., & Palmer, A. (2018).** Sports events and interaction among spectators: Examining antecedents of spectators' value creation. *European Sport Management Quarterly*, 18(2), 193-215.
- Lam, T., & Hsu, C. H. (2006).** Predicting behavioral intention of choosing a travel destination. *Tourism Management*, 27(4), 589-599.
- Lee, S., Joo, D., Lee, C. K., & Lim, J. (2024).** South Korean DMZ tourists' experience co-creation explained by motivation, interaction, and emotional solidarity. *Journal of Destination Marketing & Management*, 32, 100872.
- Lee, S., Joo, D., & Woosnam, K. M. (2022).** The bi-directional relationship between place attachment and emotional solidarity in a rural destination: A two-way approach. *International Journal of Tourism Research*, 24(5), 725-737.
- Lee, S., Lee, H. J., Seo, W. J., & Green, C. (2012).** A new approach to stadium experience: The dynamics of the sensoryscape, social interaction, and sense of home. *Journal of Sport Management*, 26(6), 490-505.
- Lee, W. K., & Goo, J. D. (2019).** An exploratory study for utilizing the image and attraction of sports tourism. *International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 33(3), 21-37.
- Lehto, X. Y., O'Leary, J. T., & Morrison, A. M. (2004).** The effect of prior experience on vacation behavior. *Annals of Tourism Research*, 31(4), 801-818.
- Li, X., & Wan, Y. K. P. (2017).** Residents' support for festivals: Integration of emotional solidarity. *Journal of Sustainable Tourism*, 25(4), 517-535.
- Mansour, J. S., & Ariffin, A. A. M. (2017).** The effects of local hospitality, commercial hospitality and experience quality on behavioral intention in cultural heritage tourism. *Journal of Quality Assurance in Hospitality and Tourism*, 18(2), 149-172.
- Ministry of Culture, Sports and Tourism. (2024a, March 12).** *Government and private sectors join forces to make 2024 the first year of revitalizing sports tourism*. http://www.mcst.go.kr/kor/s_notice/press/pressView.jsp?pSeq=20910
- Ministry of Culture, Sports and Tourism. (2024b, September 12).** *Exploring strategies to overcome population decline and the risk of regional extinction through sports tourism*. http://www.mcst.go.kr/kor/s_notice/press/pressView.jsp?pSeq=21372
- Morgan, M., & Xu, F. (2010).** Student travel experiences: Memories and dreams. In N. Scott, E. Laws, & P. Boksberger (Eds.), *Marketing of tourism experiences* (pp. 118-138). Routledge.
- Nunnally, J. C., & Bernstein, I. H. (1994).** *Psychometric theory* (3rd ed.). McGraw-Hill.
- Quintal, V. A., & Polczynski, A. (2010).** Factors influencing tourists' revisit intentions. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 22(4), 554-578.
- Sangpikul, A. (2018).** The effects of travel experience dimensions on tourist satisfaction and destination loyalty: The case of an island destination. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 12(1), 106-123.
- Stylos, N., & Bellou, V. (2019).** Investigating tourists' revisit proxies: The key role of destination loyalty and its dimensions. *Journal of Travel Research*, 58(7), 1123-1145.
- Stylos, N., Vassiliadis, C. A., Bellou, V., & Andronikidis, A. (2016).** Destination images, holistic images and personal normative beliefs: Predictors of intention to revisit a destination. *Tourism Management*, 53, 40-60.
- Tiwari, A. V., Bajpai, N., & Pandey, P. (2023).** The role of human emotions in memorable tourism experience and revisit intention. *Tourism & Management Studies*, 19(1), 15-27.
- Tiwari, A. V., Bajpai, N., Singh, D., & Vyas, V. (2022).** Antecedents of hedonism affecting memorable tourism experience (MTE) leading to revisit intention in tourists. *International Journal of Tourism Cities*, 8(3), 588-602.
- Wallace, R. A., & Wolf, A. (2006).** *Contemporary sociological theory: Expanding the classical tradition* (6th ed.). Prentice Hall.
- Wang, S., Berbekova, A., & Uysal, M. (2021).** Is this about feeling? The interplay of emotional well-being, solidarity, and residents' attitude. *Journal of Travel Research*, 60(6), 1180-1195.
- Wang, S., & Chen, J. S. (2015).** The influence of place identity on perceived tourism impacts. *Annals of Tourism Research*, 52, 16-

28.

Wirtz, D., Kruger, J., Scollon, C. N., & Diener, E. (2003). What to do on spring break? The role of predicted, on-line, and remembered experience in future choice. *Psychological Science*, 14(5), 520-524.

Woosnam, K. M., & Norman, W. C. (2010). Measuring residents' emotional solidarity with tourists: Scale development of Durkheim's theoretical constructs. *Journal of Travel Research*, 49(3), 365-380.

해외스포츠관광에서 정서적 연대가 재방문의도에 미치는 영향: 기억에 남는 관광 경험(MTE)의 매개효과와 스포츠관광유형의 조절효과

김현준¹, 전현수², 임충훈^{3*}

¹서울대학교, 체육교육과, 박사수로

¹서울대학교, 체육교육과, 석사과정

¹서울대학교, 체육교육과, 교수

*교신저자: 임충훈(yuchoong01@snu.ac.kr)

[목적] 본 연구는 해외스포츠관광객을 대상으로 정서적 연대, 기억에 남는 관광 경험, 재방문의도 간의 구조적 관계와 스포츠관광 유형의 조절효과를 검증하는 데 그 목적이 있다.

[방법] 총 304명의 해외스포츠관광객을 대상으로 설문조사를 실시하였으며, 이중 불성실하게 응답한 3부의 데이터를 제외한 301부의 데이터를 최종분석에 사용하였다. 측정변인 간 구조적 관계를 검증하기 위해 구조방정식모형분석을 실시하였다.

[결과] 첫째, 정서적 연대는 재방문의도에 유의한 영향을 미치지 않았다. 둘째, 정서적 연대는 기억에 남는 관광 경험에 유의한 정적 영향을 미쳤다. 셋째, 기억에 남는 관광 경험은 재방문의도에 유의한 정적 영향을 미쳤다. 넷째, 기억에 남는 관광 경험은 정서적 연대와 재방문의도의 관계에서 매개효과를 보였다. 다섯째, 스포츠관광유형은 정서적 연대와 기억에 남는 관광 경험의 관계에서 조절효과를 보였다.

[결론] 본 연구는 해외스포츠관광에서 지역주민과의 정서적 연대와 관광객의 관광 경험이 관광객 유치에 중요한 요인임을 확인하였다. 또한, 스포츠관광유형에 따라 차별화된 유치 전략이 필요함을 제시한다.

주요어

참여스포츠관광, 이벤트스포츠관광, 사회교환이론, 구조방정식모형분석