

# 지역주민과 외지방문객의 축제 참여 동기와 만족, 충성도 비교 연구

장양래\* · 김혜영\*\*

## A Comparative Study of Local Festival Motivation, Satisfaction, Loyalty : The Case of Local residents and Visitors

Yanglae Jang\* · Hae-Young Kim\*\*

**요약** : 본 연구에서는 지역주민과 외지방문객의 축제 참여 동기와 만족, 충성도에 따른 차이를 분석하여 지속가능한 지역축제개발을 위한 정책 및 마케팅의 기초자료를 제공하고자 한다. 연구 설문방법으로는 전남 여수지역에서 2007년 4월 10일부터 15일까지 진행된 거북선 축제를 대상으로 하였으며, 총 430명을 대상으로 이루어졌다. 분석방법으로는 SPSS를 이용하였으며, 크롬바하 알파값과 신뢰도, 요인분석, t-test, 회귀분석을 이용하였다.

분석결과 시사점은 다음과 같다. 첫째, 축제 방문 동기는 새로움과 일상탈출형, 흥미와 유희형, 친교형, 가족화합형, 지역문화 이해형 등으로, 만족요인으로는 행사프로그램과 서비스, 편의시설, 체험거리와 재미, 기념품과 음식, 교통 등 각각 5개의 속성이 도출되었다. 둘째, 축제 참여 동기 요인에서는 지역주민은 흥미와 유희형에서 외지방문객은 새로움과 일상탈출형에서 높은 지각을 보이고 있으며, 셋째, 축제 참여 동기 요인에 따른 만족요인에서 지역주민은 흥미와 유희형에서, 외지방문객은 흥미와 유희형, 가족화합형에서 영향을 미치는 것으로 밝혀졌다. 넷째, 축제만족요인에 따른 재방문 의도에서는 지역주민은 행사프로그램과 서비스요인에서 외지방문객은 행사프로그램과 서비스, 체험거리와 재미, 교통에서 영향을 미치는 것으로 조사되었다. 다섯째, 축제만족요인에 따른 추천의사에서는 지역주민은 행사프로그램과 서비스 요인에서 외지방문객은 행사프로그램과 서비스, 교통에서 영향을 미치는 것으로 조사되었다.

**주요어** : 지역주민, 외지방문객, 축제 참여 동기, 만족, 충성도, 재방문 의도, 추천의사

**Abstract** : The purpose of this study is to examine festival visit motivation, satisfaction, loyalty the differences between festival local residents and visitors. Data were collected with a structures questionnaire at the Jun Nam Yeosu-city of Geobuksun of festival during 10~15 apr. 2007, 430 sample were used for statistical analysis SPSS. Data analysis method were used to Crombach's  $\alpha$ , reliabilty, kaiser measurement sample adequacy, factor analysis, t-test, regression analysis.

As the results of this research, first, festival visitor's motivation were composed of five factors: a new & escape, exciting & enjoy, socialization, family togetherness, local culture understand and satisfaction were composed of three factors: event program & service, convenience facilities, enjoy, shopping & food, transportation. And second, local residents were found satisfied with the interesting & enjoy. Otherwise, Visitors were satisfied with new & escape. And third, local residents of satisfaction factor were affected interesting & enjoy, Otherwise, visitors of satisfaction factor were affected interesting & enjoy, family togetherness. And fourth, local residents of event program & service factor were affected re-visit, Otherwise, visitors of satisfaction factor were affected event program, enjoy, transportation. The final local residents of event & service factor were affected recommend intension, Otherwise, visitors of event program & service, transportation were affected recommend intension. The result of this paper may help local festival planner and marketers for festival marketing strategy.

**Key Words** : local residents, visitors, festival visit motivation, satisfaction, loyalty.

### 1. 문제제기 및 연구목적

지역축제는 경제 활성화(이정록·안정현, 2004; 조배행·박종진, 2007) 및 관광홍보 도구로 이용되

면서 관광지 매력물로서의 역할과(Crompton & McKay, 1997; Getz, 1997; Thrane, 2002) 목적지 마케팅 수단으로 중요하게 인식되고 있다(Chang, 2006; Mules & Faulker, 1996; Mayfield and

\* 순천청암대학 문화관광과 전임강사(Full-time Lecturer, Department of Culture Tourism, Suncheon Cheongam College) (jjangspring@scjc.ac.kr)

\*\* 경기대학교 관광경영학과 박사과정(Graduate Student, Department of Tourism Management, Kyonggi University) (tourism74@paran.com)

Crompton, 1995; 이정록·유연섭, 2003). 특히, 1990년대 이후 지방자치단체를 비롯한 사회단체들의 경쟁적인 축제개발(이재하·배기학, 2004)과 정부의 적극적인 지원에 힘입어 최근 10년 사이에 지역축제의 수가 약 1,176여 개 이상 개최되었으며(문화관광부, 2006), 그중 전남지역을 살펴보면 경기도(152개)와 강원도(124개), 경상남도(109개)에 이어 105개의 축제가 개최되었으며 축제에 소요된 평균일수도 4.6일로 나타나 지역축제 개최를 적극적으로 노력하고 있음을 알 수 있다.

한편 지역축제에 대한 관심에 힘입어 많은 학술적인 연구가 현재 진행되어 오고 있으며 본 주제와 관련이 있는 선행연구 동향들을 살펴보면 축제 방문동기(Backman, Backman, Uysal & Sunshine, 1995; Crompton & McKay, 1997; Dewar, Meyer & Wen, 2001; Formica & Uysal, 1996; Lee, 2000; Mohr, Backmanm Gahan & Backman, 1993; Nicholson & Pearce, 2001; Kim, Borges & Chon, 2006; Scheneider & Backman, 1996; Scott, 1996; 고동우, 2005; 송재일·유영준·김석출, 2005; 이장주, 2006; 이준혁·원철식·최영준·박대환·정구집, 2006; 함영덕, 2005)와 관련하여 가장 많은 연구들이 이루어져 왔으며, 만족도와 충성도에 관한 연구 등이(Chhabra, Healy & Sills, 2003; Lee, Lee & Wicks, 2004; Lee, Lee, Lee & Babin, 2007; Mohr, Backmanm Gahan & Backman, 1993; 김근우·장영진, 2004; 김선희, 2007; 김정훈, 2005; 서철현, 2001; 이승곤·한지훈, 2005; 이승용외, 2007; 이정록·안중현, 2004; 이정실·양일용, 2003; 장경수, 2004; 장양래, 2005; 정용약·이중구, 2005) 수행되어 왔다. 따라서 이들 선행연구들의 동향을 살펴보면 대부분이 축제방문객의 입장을 고려하고 있음을 알 수 있으며, 이는 축제의 경쟁력강화에 방문객들의 만족이 매우 중요하게 여겨지기 때문일 것이다.

그러나 첫째, 현재 전남지역에서 개최되는 축제들의 문제점을 면밀히 살펴보면 몇몇 성공한 축제를 제외하고는 외지방문객들의 방문보다는 지역주민들의 방문이 많이 이루어지고 있다 라는 점에 주목할 필요가 있으며, 둘째, 지역축제 성공적인 개최에 외지방문객들 못지않게 지역방문객들의 역할이 매우 크기 때문에 지역주민들과 외지 방문객

들의 축제참가동기나 만족, 충성도의 영향력을 비교분석할 필요성이 제기된다. 셋째, 2012여수세계박람회 유치기원과 40년 전통을 가진 진남제의 전통을 가지고 있는 거북선 축제를 재평가함으로써 향후 여수지역의 대표축제로서의 기능을 수행하고 활성화하는데 기여하고자 한다.

따라서 본 연구에서는 지역주민과 외지방문객이라는 기준에 의해 축제참가동기, 전반적 만족도와 충성도 요인 간에 차이분석을 통해 이들의 각각 다른 특성과 만족도를 살펴보고 이에 대한 지역에 맞는 축제전략을 수립하고자 하였다. 연구목적을 위해서 2007년 4월 10일부터 14일까지 전남 여수지역의 거북선축제를 대상으로 10명의 조사원을 투입하였으며, 총 500매의 설문지를 배포하였으며, 이 중 430매의 유효한 자료를 본 연구에 사용하였다.

## 2. 선행연구 검토에 의한 가설설정

### 1) 지역주민과 외지방문객의 축제 참여동기와 만족도와의 관계

먼저 Getz(1997)는 축제를 “공공적인 테마를 가진 의식”으로, 이무용(2005)은 현대적인 의미로 “축제는 생활의 장이 되는 공간을 중심으로 공동체 구성원들이 어울려 놀이적 속성을 창출해내는 문화활동”이라 정의하였다. 이정록과 안중현(2004)은 축제 분류를 작은 도시와 농촌지역에서 개최되는 축제까지 포함하여 연구하였으며, 추명희(2001)의 연구에서는 낙후된 전남지역의 경제가 축제를 통해 관광객을 유치하고 지역홍보와 지역주민의 통합 등의 목적으로 사용되는 것에 대해 매우 긍정적인 평가를 내렸다.

한편 이미 많은 선행연구들이 수행되고 있는 축제 참여동기는 관광동기와 매우 밀접한 관련이 있으며, 축제 참여동기를 이해하는 것은 축제개발자들이 효율적인 마케팅 전략을 수립과(Kim et al, 2006) 방문객 만족에 영향을 주기 때문에 매우 중요하게 인식되고 있다(Lee and Lee). Crompton and McKay(1997)의 연구에서는 축제방문자의 동기 연구의 필요성을 첫째, 방문객들의 요구에 맞는 축제프로그램의 개발, 둘째, 축제방문객의 변화하

는 다양한 욕구이해로 인한 만족도 향상, 셋째, 재 방문자에 대한 이해라고 언급하고 있다. Backman et al(1995)의 연구에서는 축제참여 동기요인을 흥분성, 신기성, 가족화합성, 사교성, 휴식성 등 5개 요인으로 추출하였으며, 축제현장의 다양한 프로그램들이 축제참여자들에게 가장 큰 영향을 주는 변수로 밝혀냈다. Scott(1996)은 사교성, 화합성, 일상탈출의 Push 요인과 자연감상, 호기심, 흥분성 Pull 요인 등 6가지 요인을 추출하였으며, Schneider and Backman(1996)의 연구에서는 화합성, 사교성, 문화성, 일상탈출, 흥분성 등으로 축제 참여 동기요인을 밝히고 있다. Kim et al(2006)은 축제동기를 가족과 함께, 장소 매력, 축제매력, 일상생활의 탈피, 사교성 등 요인으로 꼽았으며, 장소와 축제매력 요인을 새롭게 추출하였다. 또한 이장주(2006)의 축제 참여동기 모형개발연구에서는 동기요인을 화합성, 유희성, 친교성, 일상탈출, 신기성, 문화성으로 추출하여 확인적 요인분석을 통해 검증하였다. 따라서 이러한 국내외 축제동기연구들을 연구한 결과 추출동기요인이 지역의 특성과 속성에 따라 약간의 차이가 있으며, 본 연구에서는 이러한 선행연구들의 결과를 토대로 새로움과 일상탈출형, 흥미와 유희형, 친교형, 가족 화합형 이외에 지역문화 이해형의 축제 참여동기를 추출하여 본 연구에 사용하고자 한다.

한편 Formica and Uysal(1996)은 지역주민과 외지방문객의 23개의 동기로 요인분석을 실시한 결과 흥분성, 사교성, 유희성, 신기성, 가족화합성 등 5개 요인으로 추출하였으며, 지역주민들은 사교성에서 외지방문객들은 축제를 즐기는 측면의 오락성요인에서 높은 지각수준을 보이는 것으로 분석되어 두 집단간 축제 참여 동기가 다르게 인식되고 있음을 밝히고 있다. 이훈과 Kerstetter(1997)의 연구에서는 지역주민들은 유희성에 높은 지각수준을 보이는 반면 외지방문객들은 쇼핑참여에 대한 요인에 인식이 높은 것을 볼 때 지역주민과 외지방문객과 축제동기가 다르게 인식되고 있음을 알 수 있다. 손재영·홍성도(2006)의 연구에서도 지역주민과 외지방문객의 축제동기요인에서 유희성 요인이 유의한 차이가 있는 것으로 조사되었으며, 지역주민이 외지방문객에 비해 높게 인식하는 것으로 조사되었다.

다음으로 축제참여 동기와 만족도와의 관계를 살펴보면 Dewar et al(2001)의 연구에서는 축제방문객들의 즐거움을 증대시키기 위해서는 방문객들의 참여동기를 이해하는 것이 중요함을 강조하였으며, Yoon and Uysal(2003)은 8개의 Push 요인과 Pull 요인 10개로 나누어진 동기요인들은 방문객들의 만족요인과 목적지 충성도에 영향을 미치는 영향변수임을 밝히고 있다. Lee and Lee(2001)와 Lee et al(2004)의 연구에서는 축제 방문객들의 만족도를 높이기 위해 축제참가동기를 세분화하여 강점과 약점에 대해서 고찰하였다. 한편 이준혁 등(2006)의 연구에서는 축제에 참가한 방문객들의 축제참여동기가 전체적인 만족도에 미치는 영향력을 알아보기 위해 회귀분석을 실시한 결과 모든 요인이 유의한 것으로 밝혀졌으며, 성현신 등(2006)의 연구에서는 참여동기를 신명성, 사회성, 향토성, 일탈성, 친화성 등으로 추출하였으며, 신명성을 제외한 나머지 요인들이 만족요인에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 또한 윤유식·박창수(2006)의 연구에서도 5개의 Pull 동기요인과 6개의 Push 동기요인은 만족도에 부분적인 영향을 미치는 것으로 조사되어 다음과 같은 가설을 설정한다.

가설 1 : 축제 참여동기 요인이 지역주민과 외지방문객간에 유의미한 차이가 있을 것이다.

가설 2 : 축제 참여동기 요인이 만족 요인에 미치는 영향력은 지역주민과 외지방문객간에 유의미한 차이가 있을 것이다.

## 2) 지역주민과 외지방문객의 만족과 충성도와의 관계

전통적으로 관광행동연구에서 가장 중요하게 다루어 온 주제는 만족과 같은 사후태도 개념이다(고동우, 2005). 만족이란 관광객이 서비스를 평가하는 중요한 판단기준이 될 수 있으며(Bowen and Jackie, 2002) 만족의 평가측정은 고객의 충성도에 의한 결과변수로 나타날 수 있다(Chi and Qu, 2007; Anderson and Sullivan, 1993; Bitner, 1990). 즉, 관광객 만족은 여러 욕구가 충족된 정도의 전체적인 만족 측정과 후속적인 행동의도 변수인 재방문과 추천의도와와의 관계로 나누어 볼 수 있다. 즉, 대체적으로 만족과 행동의도는 인과관계가 형성되어 있어(Hui

et al, 2007), 만족한 관광객은 긍정적인 추천을 하며 재방문의도에 긍정적인 역할을 하는 것으로 밝혀지고 있다(김정훈, 2005; 이승곤·한지훈, 2005; 이승용 등, 2007; 장경수, 2004; Anderson, 1998; Baker and Crompton, 2000; Kozak and Rimming, 2000; Tiefenbacher, 2000; Weber, 1997). 따라서 본 연구에서는 방문객들의 소비체험과정을 거치면서 나타나는 전반적인 만족과 프로그램 구성별 만족결과를 살펴보고 체험의 결과물의 행동 충성도인 재방문과 추천의사에 대해서 측정하고자 한다. 특히 축제개최에 있어 만족요인은 성공적인 축제개최를 위해 매우 중요하며, 많은 선행연구들을 고찰한 결과 방문객의 만족평가측정을 위해 프로그램요인과 서비스품질요인들이 측정도구로 사용되었다. 따라서 본 연구에서도 이러한 측면을 고려하여 만족속성요인을 도출하였다.

따라서 먼저 축제방문자들의 만족평가요인을 살펴보면 강순화·문경주(2006), 이정록·안중현(2004), 정용악·이중구(2005) 등은 축제운영구성 요인을 축제만족요인으로, 이승곤·한지훈(2005), 이연택 등(2006), 이활란(2006), 장경수(2004) 등의 연구에서는 축제만족요인을 서비스품질로 나누어 고찰하였으며, 부대시설, 서비스, 축제내용, 행사장 관리, 안내와 편의시설, 접근성, 음식 등의 요인들로 조사되었다.

다음은 만족과 충성도와의 관계에 대한 선행연구를 살펴보면 Lee et al(2007)의 연구에서는 축제 프로그램내용은 긍정적인 감정과 만족, 충성도에 영향을 미치는 요인으로 인정하였으며, 특히 음식의 질, 프로그램내용, 축제장 시설 등은 만족과 긍정적인 감정에 영향을 주는 요인으로, Bitner(1990)와 Oppermann(1998)는 충성도가 고객만족에 영향을 주는 요인이라 제시하였다. Hui et al(2007)의 연구에서도 전반적인 만족과 추천과 재방문의사 영향력에 대해 회귀분석을 실시한 결과 전반적인 만족은 미래의도인 추천의사에 긍정적인 것으로 밝히고 있으나 같은 나라의 재방문은 원하지 않은 것으로 조사되었다. Jang and Feng(2007)의 연구에서는 만족한 방문객은 방문한 기간이 짧을수록 재방문의도에 영향을 주지만 아무리 만족한 방문객이라도 중-장기간이 소요되면 재방문자의 의도에 영향을 미치지 않는 점을 밝혀냈다.

성현선 등(2006)은 지역축제 방문객들의 만족이 행동의도에 대한 영향력 정도를 검증한 결과 만족이 재방문, 추천, 구전 등의 행동의도에 유의한 영향을 주며, 동시에 준한 방문자 만족 극대화를 제시하였으며, 이승곤·한지훈(2005)은 물리적 품질과 과정적 품질요인을 구분하여 만족도와 재방문 및 추천의사에 대한 통합적인 관계를 구조모형을 통해 파악하였다. 또한 외지방문객과 지역주민들이 느끼는 서비스품질 요인 중에서 행사장 시설, 음식, 축제상품, 행사내용 등이 각각 차이가 있었으며, 지역주민보다는 외지방문객들의 만족도가 높은 것으로 조사되었다. 장경수(2004)는 축제서비스품질요인을 축제내용, 행사장관리, 안내편의시설요인 중에서 축제내용과 행사장 관리는 방문객 만족에 긍정적인 영향을 미치며, 축제방문객 만족은 재방문의도와 추천의도에 긍정적인 영향을 미치는 요인으로 밝히고 있으며, 이활란(2006)은 서비스 품질인 대응성, 감동이입요인이 부분적으로 유의한 것으로 밝히고 있으나 관광만족도는 재방문의사에 유의하지 않는 것으로 조사되었다. 따라서 선행연구들을 검토한 결과 본 연구에서는 다음과 같이 가설을 설정한다.

가설 3: 축제만족요인이 재방문의도에 미치는 영향력은 지역주민과 외지방문객간에 유의미한 차이가 있을 것이다.

가설 4: 축제만족요인이 추천의사에 미치는 영향력은 지역주민과 외지방문객간에 유의미한 차이가 있을 것이다.

### 3. 축제현황과 연구방법

#### 1) 축제현황과 조사설계

진라남도 여수지역에서 개최되는 거북선 대축제<sup>1)</sup>는 과거 40년의 전통을 가진 진남제 축제에서 변화되어온 축제이며, 진남제는 우리나라에서 가장 역사가 오래된 호국문화축제로 여겨지고 있다. 진남제행사의 목적은 애국애족 정신을 기리고, 향토의식의 양양과 향토예술을 개발하는데 있다. 그래서 매년 진남제는 이순신장군의 첫 출전일을 기념하기 위해 5월 4일에 개최되고 있으나 2007년에는

여수 세계 엑스포 유치를 위해 국제박람회사무국(BIE)의 EXPO 현지 실사에 맞추어 실시하게 되었다. 축제기간은 2007년 4월 10일 부터 14일까지 약 5일간 행해지며 주제는 ‘하나되어 세계로’이며, 거북선대축제를 계기로 여수시민의 화합과 여수세계박람회를 유치하고 세계적 해양도시로 발돋움 하는 계기를 위해 마련된 축제이다. 장소는 여수시 일대에서 이루어졌으며, 주최는 여수시에서 주관은 거북선대축제 추진위원회 등이었다. 주요행사로는 개막축하행사, 제41회 진남제, 불꽃축제, 한중일 음식축제, KBS열린음악회, 동백가요제, 해양축제, Blue Festival 등이었다. 따라서 본 연구에서는 모집단을 여수거북선 대축제 행사장을 방문하는 방문객으로 규정하였으며, 자료 수집은 응답자가 직접 기입하는 자기기입식(Self-Adminstrated)을 이용한 설문지를 사용하여 사전에 교육된 설문조사요원을 통하여 수집하였다. 설문조사 결과 설문항목에 충실히 답변하지 못한 설문지를 제외하고 최종 유효표본 430명을 대상으로 결과를 도출하였다. 설문문항으로는 3가지 분야로 나누어서 구성하였다.

첫째, 축제 동기와 관련된 선행연구들의(Backman et al, 1995; Schneider and Backman; 1996; Kim at al, 2006; Formica and Uysal, 1996; Yoon and Uysal, 2003; 이장주, 2006; 이훈과 Kertetter, 1997; 손재영·홍성도, 2006) 평가문항을 중심으로 총 20개 속성을 추출하였으며, 둘째, 축제 내용별 만족 평가문항은 선행연구들에서(강순화·문경주, 2006; 이정록·안종록, 2004; 정용악·이중구, 2005; 이승곤·한지훈, 2005; 이연택, 2006; 이활란, 2006, 장경수, 2006) 총 27개 속성을 추출하였으나 요인분석 정제과정 중에 행사내용 4개문항과 기념품과 음식문항에서 각각 1개씩의 문항이 제거되어 최종 21개 속성을 사용하여 축제 관련변수에 대한 방문객들의 평가를 측정하였다. 셋째, 충성도에 관한 선행연구에서는(Lee et alm 2007; Hui et al, 2007; 장경수, 2004) 추천과 재방문의사 2가지 문항을 추출하였다. 넷째, 대부분의 설문문항이 서열척도인 리커트 5점 척도(1=전혀 그렇지 않다, 5=매우 그렇다)를 사용하였는데 그 이유는 본 연구의 특성인 방문객들의 태도 측정을 하기 때문이며, 따라서 서열척도를 등간화하여 본 연구에 사용하였다. 마지막으로 충성도 측정인 재방문과 추천의사측정과

인구통계학적인 문항 측정을 위해서 명목척도를 사용하여 응답자들의 인구통계학적인 특성을 조사하였다.

## 2) 자료 분석방법

본 조사는 거북선 축제기간인 5일 동안 실시하였으며, 총 500개의 설문지를 배포하여 본 연구 조사대상은 430개의 설문을 본 연구에 사용하였다. 통계분석방법으로는 SPSS 14.0 통계 프로그램을 사용하였으며, 빈도분석(Frequence Analysis)과 크롬바하(Crombach's)  $\alpha$  계수를 이용한 신뢰도(Reliability)검증을 하였다. 또한 축제참가동기와 만족 측정을 위해 요인분석(Factor Analysis)과 차이분석을 위해  $t$ -test검증을 실시하였으며, 마지막으로 지역주민과 외지방문객간 상대적 영향력이 다른지를 검증하기 위해 회귀분석을 실시하였으며, 리커트 5점척도인 서열척도에서는 다중 회귀분석(Multiple Regression Analysis)을, 충성도(재방문과 추천의사)측정에서는 명목척도를 사용하였으며 로지스틱 회귀분석을 본 연구에 사용하였다.

## 4. 분석결과

### 1) 응답자의 인구통계적인 특성

응답자의 인구통계적인 특성은 성별로는 남성이 203명(47.2%), 여성이 227명(52.8%)이며, 거주지 분포에서는 지역주민이 222명(51.6%), 외지방문객이 208명(48.4%)으로 비슷하였으며, 학력은 고졸 이하가 113명(26.3%), 전문대졸 이하가 150명(34.9%), 대졸 이하는 144명(33.5%)으로 조사되었다. 연령별로는 30대 이하가 146명(34.0%), 40대 이하가 104명(24.2%)로 젊은층과 50대~60대가 152명(35.3%)으로 고른 분포도를 보였으며, 동반여부에서는 가족이 190명(44.2%)이었으며, 친구·애인이 179명(41.6%)으로 가장 높은 비율을 차지하였다. 정보원천에서는 TV와 신문인 언론매체가 187명(43.5%)이었으며, 주위사람들을 통해서가 107명(24.9%)로 조사되어 대체적으로 홍보가 잘 된 것으로 보여진다. 월 평균 소득에서는 100만원 이하가 95명(22.1%), 150만원 이하와 200만원 이하가 각각 93명(21.6%)과

92명(21.4%)으로 조사되었다. 마지막으로체제기간에서는 5시간 이하가 245명(57.0%)이며 8시간 이하는 120명(27.9%)으로 나타나 대부분의 방문객들이 짧은 시간에 축제를 방문하고 떠나는 것으로 조사되었다.

2) 축제 방문동기와 만족 요인분석

(1) 축제 방문동기의 요인분석 및 신뢰도 분석

축제방문동기의 타당성 검증을 위해서 본 연구에서는 요인분석과 신뢰도 분석을 실시하였다.

먼저 요인 추출 모델로는 주성분 분석(Principle Component Analysis)과 Varimax방식을 택하였으며, KMO(Kaiser-Meyer-Olkin)의 측도는 .849로 나타났다. 요인분석의 적합성 여부를 나타내는 Bartlett 구상검정치가 3026.358이고 이 값의 유의수준이 .000으로 요인분석의 사용이 적합하며 공통요인이 존재한다는 결론을 내릴 수 있다. 축제 방문동기 요인 총 20문항에 대한 요인분석에서 전체 분산 설명력이 67.245%를 설명하고 있다. 요인 1은 새로

운 것들을 보기 위함, 생활과 삶의 여유를 갖기 위함, 삶을 뒤돌아보는 기회를 갖기 위함, 기분전환과 반복되는 생활에서 벗어나고 싶음, 맡은 책임과 스트레스에서 벗어나고 싶음, 일상의 업무를 벗어나 휴식하기 위함, 새로운 장소를 보기 위함에서 높은 적재량을 보이고 있어 '새로움과 일상탈출형'이라 명명하며, 요인 2는 축제 자체가 재미있고 흥미롭기 때문임, 축제가 독특하기 때문임, 다양한 볼거리와 체험거리가 마음에 듦, 축제 오는 것 자체를 좋아함, 프로그램과 공연을 즐기기 위함에서 높은 적재량을 보이고 있어 '흥미와 유희성'이라 명명하며, 요인 3은 새로운 사람들을 만날 수 있음, 비슷한 사람들과 어울릴 수 있음, 이성을 만나기 위함, 특별한 사람들과 시간을 보내기 위함에서 높은 적재량을 보여 '친교성'이라 명명하며, 요인 4는 모든 가족과 함께 하기 위함, 가족과 즐거운 시간을 갖기 위함에서 높은 적재량을 보여 '가족화합성'이라 명명하며, 요인 5는 지역문화에 관심이 있음, 지역의 유물·유적·문화재를 보고 싶음 등에서 높은 적재량을 보이고 있어 '지역문화이해형'으로

표 1. 표본의 인구통계적인 특성

구 분		빈도수(명)	구성비(%)	구 분		빈도수(명)	구성비(%)
성별	남 성	203	47.2	거주지	지역주민	222	51.6
	여 성	227	52.8		외지방문객	208	48.4
학력	고졸 이하	113	26.3	연령	20대 이하	28	6.5
	전문대졸 이하	150	34.9		30대 이하	146	34.0
	대졸 이하	144	33.5		40대 이하	104	24.2
	대학원졸 이하	23	5.3		50대 이하	83	19.3
			50대 이상		69	16.0	
직업	학 생	84	19.5	동반 여부	혼 자	20	4.7
	사 무 직	85	19.8		가 족	190	44.2
	판 매 직	15	3.5		친구/애인	179	41.6
	주 부	66	15.3		단 체	41	9.5
	농업/임업/어업	22	5.1	체제 시간	5시간 미만	245	57.0
	전문직	68	15.8		8시간 미만	120	27.9
	자영업	57	13.3		12시간 미만	35	8.1
	기 타	33	7.7		12시간 이상	30	7.0
정보 원천	TV.신문	187	43.5	월평균 소득	100만원 이하	95	22.1
	주위사람	107	24.9		150만원 이하	93	21.6
	인터넷	62	14.4		200만원 이하	92	21.4
	여행사	47	10.9		200만원 이상	61	14.2
	기 타	27	6.3		기 타	89	20.7
계		430	100.0	계		430	100.0

표 2. 축제 방문동기에 대한 요인분석결과

변수(Variables)	적재값					Cronbach α
	요인1	요인2	요인3	요인4	요인5	
새로운 것들을 보기 위함	.743	.086	.194	.053	.124	.855
생활과 삶의 여유를 갖기 위함	.741	.232	-.037	.162	.027	
삶을 되돌아보는 기회를 갖기 위함	.716	.136	.097	-.001	.004	
기분전환과 반복되는 생활 벗어남	.711	.108	-.025	.260	.049	
맡은 책임과 스트레스를 벗어나고 싶음	.706	.067	.133	-.109	.191	
일상의 업무를 벗어나 휴식을 위함	.683	.144	-.029	.080	.297	
새로운 장소를 보기 위함	.587	.108	.098	.362	.098	
축제가 재미있고 흥미롭기 때문임	.126	.832	.047	.117	.039	.800
축제자체가 독특하기 때문임	.167	.751	.134	-.032	.135	
볼거리와 체험거리가 마음에 듦	.140	.716	.191	.182	.027	
축제에 오는 것 자체를 좋아함	.200	.657	.184	.100	.090	
프로그램과 공연을 즐기기 위함	.054	.477	.460	.211	.037	
새로운 사람들을 만날 수 있음	.109	.197	.798	.077	-.123	.678
비슷한 사람들과 어울리기 위함	.063	.149	.785	.055	-.053	
특별한 사람들과 시간을 갖음	-.014	-.005	.639	.018	.248	
이성을 만나기 위함	.151	.271	.490	-.117	.138	
모든 가족과 함께 하기 위함	.199	.160	.029	.815	.080	.700
가족과 즐거운 시간을 갖기 위함	.110	.130	.052	.794	.133	
지역의 문화에 관심이 있음	.153	.110	.118	.100	.817	.663
지역의 유물·유적·문화재를 보고 싶음	.345	.135	.016	.162	.738	
eigenvalue	5.864	2.385	1.473	1.230	1.097	
분산추출값(누적 %)	29.319	11.923	7.366	5.149	5.487	

\* 추출된 요인들의 전체 설명력은 60.245%임.

\*\* KMO 표본 적합도는 0.849임.

명명하고자 한다.

(2) 만족 요인분석 및 신뢰도 분석

만족평가에 대한 설문도구의 선정과 측정개념의 정의에 있어서 타당성 및 신뢰성 검증을 실시하였다. KMO(Kaiser-Meyer-Olkin)의 측도는 .915이며 요인분석의 적합성 여부를 나타내는 Bartlett 구상 검정치가 3965.771로 이 값의 유의수준이 .000으로 요인분석의 사용이 적합하다. 또한 만족평가 요인 21문항에 대한 요인분석 결과 전체 분산 설명력이 62.703%로 조사되었다. 요인 1은 축제행사장의 주제와 짜임새에 만족, 축제행사장에서 행사정보를 쉽게 얻음, 안내요원들의 서비스에 만족, 행사내용이 다양하고 재미있음, 안내요원들의 친절한 설명에 만족함, 축제행사장의 체험 프로그램에 만족함에서 높은 적재량을 보이고 있어 '행사프로그램과 서비스'라 명명한다. 요인 2는 휴식시설, 안내표지

판, 화장실, 안내 팸플렛, 화장실의 위생 등에서 높은 적재량을 보이고 있어 '편의시설'이라 명명하며, 요인 3은 축제행사의 즐길거리와 독특한 재미, 다양한 볼거리 제공에서 높은 적재량을 보이고 있어 '체험거리와 재미'라 명명하며 요인 4는 기념품의 상품구성, 기념품의 가격 적당, 음식시설에 대해 만족, 음식의 맛에 대해 높은 적재량을 보이고 있어 '기념품과 음식'이라 명명한다. 마지막으로 요인 5는 주차장 시설에 대한 만족, 행사장까지의 접근성, 축제장 진입과 교통의 편리에서 높은 적재량을 보여 '교통'이라 명명하고자 한다.

3) 가설 검증

(1) 가설 1 검증

가설 1에서 축제 참여동기 요인은 지역주민과 외지방문객간에 유의한 차이가 있을 것이다. 라는

표 3. 만족에 대한 요인분석결과

변수(Variables)	적재값					Cronbach α
	요인1	요인2	요인3	요인4	요인5	
축제행사장 주제와 짜임새에 만족	.766	.183	.231	.164	.146	.868
축제행사장 축제정보를 쉽게 얻음	.760	.239	-.004	.030	.241	
안내 요원들의 서비스에 만족	.731	.233	.164	.129	.114	
행사내용이 다양하고 재미있음	.684	.190	.302	.265	.035	
안내요원의 친절한 설명에 만족함	.653	.223	.088	.222	.153	
축제행사의 체험프로그램에 만족	.482	.214	.479	.212	.109	
휴식 시설이 편리했음	.272	.750	.100	.151	.070	.811
안내 표지판이 편리했음	.265	.749	.127	.166	.077	
화장실이 편리했음	.102	.690	.183	.140	.218	
안내팸플렛이 편리했음	.210	.630	.145	.271	.052	
화장실이 위생적이었음	.247	.516	.259	.189	.062	
축제행사의 즐길거리에 만족함	.110	.166	.822	.136	.194	.844
축제가 독특하고 재미가 있었음	.181	.254	.772	.078	.123	
다양한 볼거리가 많았음	.198	.118	.752	.184	.252	
모기넴품 상품구성이 다양했음	.102	.128	.178	.804	.012	.748
기념품 가격이 적당하였음	.247	.267	.142	.693	.177	
음식 시설에 대해 만족하였음	.171	.203	-.007	.642	.191	
음식의 맛에 만족하였음	.178	.267	.314	.514	.080	
주차장시설에 대해 만족	.092	.120	.220	.075	.771	.669
행사장을 쉽게 찾아올 수 있음	.193	.191	.260	.030	.680	
축제장 진입과 교통의 편리	.208	.030	.055	.251	.673	
eigenvalue	8.043	1.563	1.355	1.155	1.052	
분산추출값(누적 %)	38.300	7.441	6.452	5.499	5.010	

\* 추출된 요인들의 전체 설명력은 62.703%임.

\*\* KMO 표본 적합도는 0.915임.

가설 검증에 대해 요인분석을 통해 도출된 5개 축제 참여동기에 대해 지역주민과 외지방문객과의 t-test검증을 실시한 결과 새로움과 일상탈출형 요인과 흥미와 유희형요인에서 각각 다르게 지각하고 있는 것으로 조사되어 가설이 지지되었다. 지역주민들은 흥미와 유희형인 축제의 재미와 흥미, 축제 볼거리와 체험거리, 프로그램과 공연을 즐기

위해, 축제자체가 좋아서의 요인들에서 높은 지각을 보였으며, 외지 방문객들은 새로움과 일상탈출형 요인인 새로움 추구, 삶의 여유, 삶을 뒤돌아보는 기회, 기분전환, 스트레스 해소, 일상의 업무를 벗어난 휴식, 새로운 장소를 보기 위해에서 높은 지각을 하는 것으로 조사되었다.

표 4. 거주지에 따른 축제 참여동기 요인의 차이분석결과

구 분	지역주민	외지방문객	t값
	M (SD)	M (SD)	
새로움과 일상탈출형	3.10(.76)	3.26(.90)	-1.985*
흥미와 유희형	3.41(.63)	3.23(.63)	3.025**
친교형	3.11(.71)	3.07(.72)	.637
자족 화합형	3.64(.94)	3.50(.91)	1.564
지역이해형	3.26(.87)	3.29(.82)	-.636

\* p<.05 \*\*p<0.01



(2) 가설 2 검증

가설 2의 축제 참여동기 요인에 따른 만족 요인에 미치는 영향력은 지역주민과 외지방문객간에 유의미한 차이가 있을 것이다. 라는 가설검증을 위하여 지역주민과 외지방문객으로 나누어 다중회귀분석<sup>2)</sup>을 실시하였으며, 다음과 같은 결과를 도출하였다.

지역주민은 흥미성과 유희형의 동기요인이 만족 요인에 가장 큰 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 외지방문객들은 흥미와 유희형과 가족화합형이 전반적인 만족도에 가장 큰 영향을 미치는 것으로 나타났다.

(3) 가설 3 검증

가설 3의 축제만족요인에 따른 재방문의도에 미

치는 영향력은 지역주민과 외지방문객간에 유의미한 차이가 있을 것이다. 라는 가설 검증을 위해 지역주민과 외지방문객으로 나누어 로지스틱 회귀분석<sup>6)</sup>을 실시하였으며 다음과 같은 결과를 도출하였다.

첫째, 지역주민과 외지방문객의 경우 전체 재방문 의도의 분류 정확도는 84.2%와 81.3%로 각각 나타났으며, 두 집단 모두 독립변수를 포함한 모형은 유용한 것으로 나타났다. 둘째, 지역주민의 경우 축제속성 만족요인 중 행사프로그램과 서비스요인이 재방문의도에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타나 부분적으로 가설이 지지되었다. 따라서 행사프로그램과 서비스에 대해 만족할수록 재방문할 가능성이 높아짐을 알 수 있다. 다음으로 외지방문객의 경우에는 축제속성 만족요인 중 행사 프로그램과 서비스 만족요인과 체험거리와 재미요인,

표 5. 축제동기 요인이 만족요인에 미치는 영향<sup>3)</sup>

구 분	지역주민		외지방문객	
	$\beta$	t값	$\beta$	t값
새로움과 일상탈출형	.033	.498	.034	.522
흥미와 유희형	.227	2.989*	.339	4.076***
친교형	.018	.256	-.042	-.562
가족 화합형	.076	1.097	.152	2.077*
지역문화 이해형	.051	.708	-.057	-.837
R2(adj R2)	.085(.064)		.157(.137)	
F	4.039**		7.545	

\*p<.05, \*\*\*p<.001  
\*\* $\beta$ : 표준화된 계수<sup>4)</sup>

표 6. 축제속성 만족요인이 재방문 의도에 미치는 영향<sup>5)</sup>

구 분	지역주민				외지방문객			
	$\beta$	Wald	p값	Exp( $\beta$ )	$\beta$	Wald	p값	Exp( $\beta$ )
행사 프로그램과 서비스	1.063	5.641	.018*	2.894	1.540	12.782	.000**	4.665
편의시설	.424	1.029	.310	1.528	-.443	1.303	.254	.642
체험거리와 재미	.199	.516	.472	1.221	.526	4.292	.038*	1.693
기념품과 음식	-.144	.165	.684	.865	-.147	.169	.681	.864
교통	.434	1.987	.159	1.543	.673	3.947	.047*	1.961
hit ratio(%)	84.2				81.3			
$\chi^2(p)$	29.299(.000)				49.940(.000)			
-2 Log 우도	191.766				190.284			

\* p<.05 \*\*p<.001 \*\* $\beta$ : 표준화된 계수

표 7. 축제속성 만족요인이 추천의사에 미치는 영향<sup>6)</sup>

구 분	지역주민				외지방문객			
	$\beta$	Wald	p값	Exp( $\beta$ )	$\beta$	Wald	p값	Exp( $\beta$ )
행사 프로그램과 서비스	1.254	7.492	.006*	3.505	1.680	14.460	.000**	5.364
편의시설	-.277	.416	.519	.758	-.635	2.475	.116	.530
체험거리와 재미	.434	2.214	.137	1.543	.397	2.256	.133	1.487
기념품과 음식	-.183	.243	.622	.833	.257	.490	.484	1.293
교통	.172	.309	.579	1.187	.704	4.238	.040*	2.022
hit ratio(%)	-2.751				4.862			
$\chi^2(p)$	21.425(.000)				53.136(.000)			
-2 Log 우도	187.995				187.160			

\* p<.05 \*\*p<0.01

그리고 교통 서비스가 재방문의도에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타나 행사 프로그램과 서비스 만족요인 뿐만 아니라 체험거리와 재미, 교통관련 서비스에 대한 만족도가 높을수록 재방문 의도가 높은 것을 알 수 있다.

(4) 가설 4 검증

가설 4의 축제만족요인에 따른 추천의사에 미치는 영향력은 지역주민과 외지방문객간에 유의미한 차이가 있을 것이다. 라는 가설검증을 위해 지역주민과 외지방문객으로 나누어 로지스틱 회귀분석을 실시한 결과로는 지역주민은 행사프로그램과 서비스요인이 추천의사에 영향을 미치는 요인으로 외지방문객들은 행사프로그램과 서비스, 교통요인에서 각각 긍정적인 영향을 미치는 것으로 밝혀져 부분적으로 가설이 지지되었다. 따라서 지역주민과 외지방문객들은 다른 요인보다는 축제 행사프로그램과 서비스요인의 만족도가 높을수록 다른 사람에게 추천하고 싶은 의사를 갖는 것으로 조사되었다.

5. 본 결과의 시사점

현재 각 지역별로 많은 축제행사가 열리면서 이 분야에 대한 관심과 연구가 이루어져 왔으나 많은 선행연구들이 방문객들의 참가동기와 만족에 대해 집중화되어 있어 지역주민과 외지방문객을 비교한 선행연구가 부족하였으며, 이러한 점을 고려해 볼 때 질 높은 축제상품개발을 위해 다양한 측면에서

의 연구가 필요하다고 보여진다. 따라서 본 연구에서는 축제참가동기와 만족, 그리고 충성도인 재방문과 추천의사의 영향력이 지역주민과 외지방문객에 따라 다른 점을 파악하여 다양화된 축제 특성에 맞는 상품개발을 위한 마케팅시사점을 제안하고자 한다.

첫째, 인구통계적인 특성을 살펴보면 지역주민외에 외지방문객들이 인론투체와 지인들을 통해서 많은 방문을 하고 있음에도 불구하고 체제시간이 8시간미만이 약 84%를 차지하는 것을 볼 때 단순 방문객에 지나지 않음을 확인할 수 있으며, 이는 축제가 지역경제 활성화에 크게 기여하지 못하는 것을 유추해 볼 수 있다. 따라서 축제개발자들은 본 축제가 지역주민들에게 소득과 경제적인 영향을 줄 수 있도록 다양한 방법을 통해 축제상품의 질을 높일 수 있도록 제고하여야 할 것이다.

둘째, 그동안 많은 선행연구들에서 제시한 축제 방문요인들과 마찬가지로 새로움과 일상탈출형, 흥미와 유희형, 친교형, 가족화합성과 본 지역의 특성을 감안한 지역문화 이해형 5개 요인으로 추출되었으며, 만족평가요인에서는 행사프로그램부분과 서비스, 편의시설, 체험거리와 재미, 기념품과 음식, 교통 등으로 5개의 요인으로 추출되었다.

셋째, 참여동기요인이 지역주민과 외지 방문객간에 유의한 차이가 있을 것이라는 가설검증은 부분적으로 지지되었다. 지역주민들은 흥미와 유희형에서 높은 지각을 보여 축제를 즐기 위한 목적이 큰 반면, 외지 방문객들은 새로움과 일상탈출형

에서 각각 높은 지각을 보이는 것으로 조사되어 축제는 새로움이나 일상에서의 탈출의 목적이 큰 것으로 보이므로 축제개발자들은 이러한 점들을 잘 파악하여 차별화된 축제상품을 개발하여야 할 것으로 보인다.

넷째, 축제 참여동기 요인에 따른 만족요인에 미치는 영향력이 지역주민과 외지방문객간에 차이가 있을 것이라는 가설검증에서는 부분적으로 가설이 지지되었다. 특히, 지역주민이 흥미와 유희성의 동기요인이 만족요인에 가장 큰 영향을 미치는 것으로 조사되어 축제에 와서 신명나게 즐기고 참가함으로써 만족도가 높아질 수 있음을 알 수 있다. 또한 외지방문객들도 흥미와 유희성의 동기요인은 지역주민과 같지만 가족과의 화합성 동기요인도 만족요인에 가장 큰 영향을 주는 것으로 조사되었다. 따라서 외지방문객들은 가족들과의 축제방문과 참가를 통해 축제를 즐기고 체험함으로써 만족도가 높아지는 것을 감안할 때 더 많은 방문객들을 유인하기 위해서는 축제개발자들은 이러한 축제 자체 내의 독특한 프로그램과 흥미 있는 상품을 개발하여야 하며, 가족들이 같이 즐길 수 있도록 배려하여야 한다는 것이다.

다섯째, 축제만족요인에 따른 재방문의도에 미치는 영향력은 지역주민과 외지방문객간에 차이가 있을 것이라는 가설검증에서는 부분적으로 연구 결과가 지지되었다. 지역주민의 경우는 축제속성 만족요인 중에서 행사프로그램과 서비스요인이 재방문요인에 유의한 영향을 미치는 것으로 외지방문객들도 행사프로그램과 서비스, 체험거리와 재미, 교통요인에서 재방문요인에 영향을 주는 것으로 밝혀졌다.

여섯째, 축제만족요인에 따른 추천의사에 미치는 영향력은 지역주민과 외지방문객간의 유의한 차이가 있을 것이라는 검증결과에서는 지역주민은 행사프로그램과 서비스요인이 추천의사에 가장 영향을 미치는 요인으로 외지방문객은 행사프로그램과 교통요인에서 가장 큰 영향을 주는 요인으로 밝히고 있다. 따라서 축제개발자들은 방문객들의 만족요인이 지역주민과 외지방문객들이 재방문과 추천의사에 다른 영향요소로 작용하고 있음이 밝혀졌기 때문에 이들의 특성을 고려한 축제상품을 개발하여야 한다. 예를 들면 지역의 특성에 대해서

대체적으로 잘 알고 있는 지역주민들에게는 축제가 열리는 기간 동안 난장을 방문한 기분으로 신명나게 잘 놀다갈 수 있는 프로그램을 개발하도록 하며, 외지방문객들은 축제를 통해 독특하고 고유한 지역문화를 이해하고 알릴 수 있는 행사 프로그램과 휴식과 가족이 다 같이 즐기고 체험할 수 있는 매력적인 축제상품을 개발하여야 한다는 점이다. 즉, 그 지역축제에만 방문해야 즐길 수 있는 상품을 개발하여 지역 매니아(mania)를 만들어 가는 방법도 좋을 것이다. 또한 그 외 축제장소의 접근성이나 주차시설에 대해 편리하게 이용할 수 있도록 하는 인프라 구축도 외래방문객들의 만족도를 높이는 요인이므로 이러한 측면도 고려해야 할 것이다. 더불어 축제가 끝난 후 방문객들에 대한 데이터베이스를 구축하여 이들에 대해 만족도 조사와 추천행사 프로그램을 통한 새로운 아이디어를 구하는 것도 좋을 것이라 여겨진다.

그러나 본 연구결과는 첫째, 타 지역에서 개최되는 축제 방문객들의 조사가 이루어지지 못하여 대상을 일반화하기에는 한계점이 있어 향후 이러한 점을 수정 보완 하여야 할 것이다.

## 註

- 1) 거북선 대축제 근거자료 (<http://www.yeosugeobuksun.com>)
- 2) 리커트 5점척도인 서열척도를 이용하였으므로 다중회귀분석을 사용하였음
- 3) 독립변수의 값은 참여동기 요인임
- 4) 상대의 영향력을 보기위해 표준화된 계수를 사용하였음
- 5) 연구의 특성상 측정문항이 명목척도이므로 로지스틱 회귀분석을 사용하였음
- 6) 독립변수의 값은 축제속성 만족 요인임

## 文獻

- 고동우, 2005, 축제방문자의 내생적 체험과 외생적 체험비교연구, 관광·레저연구학회지, 17(4), 45-64.
- 김근우·장영진, 2004, 문화관광축제의 참가동기가 만족과 행동의도에 미치는 영향: 청도소싸움축제를 중심으로, 관광연구학회지, 19, 97-118.
- 김선희, 2007, 지역축제에 참여한 지역주민과 외지관광객의 만족도 비교연구: 나주 영산강 문화축제

- 를 중심으로, 관광학연구학회지, 31(1), 405-420.
- 김정훈, 2005, 축제참가자의 만족과 재방문의도에 관한 연구-문경, 한국전통차사발축제를 중심으로, 호텔관광연구학회지, 7(2), 95-114.
- 강순화 · 문경주, 2006, 축제방문객 만족도가 재방문 의사에 미치는 영향에 관한 연구-2006 구례산수유꽃축제를 중심으로, 이벤트컨벤션연구학회지, 2(2), 5-18.
- 문화관광부, 2006, 문화관광 축제변화와 성과, 문화관광정책연구원, 2006.
- 손재영 · 홍성도, 2006, 꽃축제 방문동기에 관한 연구-태백산 칠썩제를 중심으로, 관광학연구학회지, 30(6), 281-300.
- 송재일 · 유영준 · 김석출, 2005, 지역축제 방문객의 방문경험에 따른 동기와 만족에 관한 연구-최초방문객과 재방문객의 비교, 관광학연구학회지, 19(2), 177-191.
- 서철현, 2001, 지역축제에 대한 사후이미지가 방문객 만족과 행동의도에 미치는 영향: 청도소싸움 축제를 중심으로, 관광학연구학회지, 16(2), 7-23.
- 성현선 · 최현규 · 임재국, 2006, 지역축제 방문객의 참여동기와 만족 및 행동의도에 관한 연구-2006 소백산칠썩제를 중심으로, 서비스경영학회지 7(4), 201-223.
- 이무용, 2006, 서울 축제발전 및 체계적 지원방안연구, 서울시정개발연구원.
- 이승곤 · 한지훈, 2005, 지역축제 서비스품질의 만족이 재방문 의도에 미치는 영향-안동국제탈춤 페스티벌을 중심으로, 관광연구저널학회지, 19(2), 299-313.
- 이승용 · 오기자 · 정강환 · 김석출, 2007, 지역축제의 축제서비스품질, 전반적 만족도와 행동의도간에 미치는 영향분석; 익산서동축제를 중심으로, 관광 · 레저연구학회지, 19(1), 45-59.
- 이연택 · 김종우 · 안세길, 2006, 축제서비스품질, 방문객만족, 방문객 불만족 및 방문객 충성도, 관광연구논총, 18, 3-22.
- 이정록 · 안중현, 2004, 지역축제 방문객의 만족도 결정요인에 관한 연구-곡성심청축제를 중심으로, 한국지역지리학회지, 10, 3, 642-653.
- 이정록 · 우연섭, 2003, 전남지역 문화관광축제의 공간적 전개과정과 특징, 지역지리학회지, 9(3), 233-247.
- 이정실 · 양일용, 2003, 지역축제방문동기 세분화 및 만족의 차이:부산 국제아트페스티벌 중심으로, 관광 · 레저연구학회지, 14(3), 143-156.
- 이장주, 2006, 축제참여동기 모형개발과 적용에 관한 연구, 관광연구저널, 20(2), 57-69.
- 이준혁 · 원철식 · 최영준 · 박대환 · 정구점, 2006, 기장대변멸치축제 방문객 동기분석에 기초한 만족도, 재방문의사, 시장세분화 사례연구: 2001년 /2005년도 비교를 중심으로, 관광학연구학회지, 30(9), 71-89.
- 이재하 · 배기학, 2004, 청도소싸움 지역관광활성화에 대한 파급효과, 한국지역지리학회지, 10(3), 624-641.
- 이훈 · Deborah L.Kerstetter, 1997, 방문자들의 예술축제 경험과 평가분석: 지역주민 참여자와 관광객자 비교연구, 한양대 관광연구논총, 9, 126-141.
- 이환란, 2006, 지역축제의 서비스품질이 재방문 및 구전의사에 미치는 영향에 관한 연구, 창업정보학회지, 9(4), 111-125.
- 윤유식 · 박창수, 2006, 국제관광객 관광동기에 따른 관광만족도에 관한 연구, 호텔관광연구학회지, 8(1), 33-46.
- 조배행 · 박종진, 2007, 지역축제의 영향에 대한 지역주민의 지각차이 분석, 한국지역지리학회지, 13(1), 68-81.
- 장경수, 2004, 축제의 서비스품질이 방문자 만족과 행동의도에 미치는 영향-대구야랑시 축제를 대상으로, 관광연구학회지, 19, 131-145.
- 장양례, 2005, 축제 평가속성이 방문객 만족과 충성도에 미치는 영향연구, 문화관광연구학회지, 7(2), 163-180.
- 정용악 · 이중구, 2005, 축제방문자 만족요인에 관한 연구-축제의 홍보, 편의시설, 다양성을 중심으로, 문화관광연구학회지, 7(1), 291-242.
- 추명희, 2001, 지역전통의 활성화와 이벤트관광-영암 구림리 왕인문화축제를 사례로, 한국지역지리학회지, 7(1), 67-82.
- 함영덕, 2005, 충주세계무술축제 참가동기 및 만족도 연구, 관광경영학연구학회지, 9(1), 475-501.
- Anderson, E. W., 1998, Word-of-mouth as a Consequence of Customer Satisfaction. *Journal*

- of Services Research*, 1, 5-17.
- Anderson, E. W., and Sullivan, M., 1993, The Antecedents and Consequences of Customer Satisfaction for Firms. *Marketing Science*, 12, 125-143.
- Baker, D. A., and Crompton, J. L., 2000, Quality, Satisfaction and behavioral intentions. *Journal of Tourism Research*, 27(3), 785-804.
- Backman, K., Backman, S., Uysal, M., and Mohr, K., 1995, An Examination of Motivation and Activities. *Festival Management & Event Tourism*, 3(1), 15-24.
- Backman, K.F., Backman, S. J., Uysal, M., and Sunshine, K. M., 1995. Event Tourism: An Examination of Motivation and Activities. *Festival Management and Event Tourism*, 3(1), 15-24.
- Biter, M. J., 1990, Evaluating Service Encounters: The Effects of Physical Surroundings and Employee Responses. *Journal of Marketing*, 54, 69-82.
- Chang, J., 2006, Segmentation Tourists to Aboriginal Cultural Festivals: An Example in The Rukai Tribal Area, Twiwan, *Tourism Management*, 27, 1224-1234.
- Chhabra, D., Healy, R., and Sills, E., 2003, Staged Authenticity and Heritage Tourism, *Annals of Tourism Resrarch*, 30(3), 702-719.
- Chi C. G., and Qu H., 2007, Examining The Structural Relationships of Destination Image, Tourist Satisfaction and Destination Loyalty: An Integrated Approach, *Tourism Management*, 1-13.
- Crompton, J. L., and McKay, S. L., 1997, Motives of visitors attending festival events. *Annals of Tourism Research*, 24(2), 425-439.
- Dewar, K., Meyer, D., and Wen, M. L., 2001, Harbin, Lanterns of Ice, Sculptures of Snow. *Tourism Management*, 22(5), 523-532.
- Fluker, M. R., and Turner, L. W., 2000, Needs, Motivations, and Expectations of a Commercial Whitewater Rafting Experiencw. *Journal of Tourism Research*, 38(4).
- Formica, S., and Uysal, M., 1996, A market segmentation of festival visitors: Umbria Jazz Festival in Italy. *Festival Management & Event Tourism*, 3(4), 175-182.
- Getz, Donald, 1997, Event Management & Event Tourism. NY: Cognizant Communication Corporation.
- Hui, T. K., Wan D., and Ho A., 2007 Tourists' Satisfaction, Recommendation and Revisiting Singapore, 28, 965-975.
- Jang, S., and Feng, R., 2007. Temporal Destination Revisit Intention: The Effects of Novelty Seeking and Satisfaction, *Tourism management*, 28, 580-590.
- Kim, H., Borges, M. C., Chon J., 2006. Impacts of Environmental Vales on Tourism Motivation: The Case of FICA, Brazil, *Tourism Management*, 27, 957-967.
- Kozak, M., and Rimmington, M., 2000. Tourist Satisfaction with Mallorca, Spain, as an off-season Holiday Destination. *Journal of Travel Research*, 38, 360-269.
- Lee, C. K., 2000, A Comparative Study of Caucasian and Asian Visitors to a Cultural Expo in an Asian Setting. *Tourism Management*, 21(2), 169-176.
- Lee, Lee, and Wicks., 2004 Segmentation of Festival Motivation by Nationality and Satisfaction, *Tourism Management*, 25, 61-70.
- Lee, Y., Lee C., Lee, S., and Babin B. J., 2007. Festivalscapes and Patrons' Emotions, Satisfaction, and Loyalty. *Journal of Business Research*.
- Mayfield, T. L., and Crompton, J. L., 1995, Development of an Instrument for Identifying Community Resons for Staging a Festival, *Journal of Travel Research*, 33(3), 11-24.
- Mohr, K., Kenneth K. F., Gahan, L. W., and Backman, S. J., 1993. An Investigation of Festival Motivations and Event Satisfaction by Visitor Type. *Festival Management and Festival Tourism*, 1(3), 89-97.

- Mules, T., and Faulkner, B., 1996, An Economic Perspective on Special Events. *Tourism Economics*, 2, 107-117.
- Nicholson, R. E., and Pearce, D. G., 2001, Why do people attend events: A comparative analysis of visitor motivations at four south island events. *Journal of Travel Research*, 39, 449-460.
- Oppermann, M., 1998, Destination Threshold Potentil and The Law of Repeat Visitation. *Journal of Travel Research*, 37, 131-137.
- Schnelder, I.E., and Backman, S. J., 1996. Cross-cultural Equivalence of Festival Motivations: A Study in Jordan. *Festival Management and Event Tourism*, 43(3/4), 139-144.
- Scott, D., 1996. A Comparison of Visitors' Motivations to Attend three Urban Festivals. *Festival Management and Event Tourism*, 4(3/4). 121-128.
- Tiefenbacher, J. P., and Day, F., 2000, A. and Walton, Joseph. A. Attribute of Repeat Visitors to Small Tourist-oriented Communities. *The Social Science Journal*, 37(2).
- Thrane, C., 2002. Jazz festival visitors and their expenditures: Linking spending patterns to musical interest. *Journal of Travel Research*, 40, 281-286.
- Weber, K., 1997, The Assessment of Tourist Satisfaction Using The Expectancy Disconfirmation Theory: A Study of The German Travel Market in Australia. *Pacific Tourism Review*, 1, 35-45.
- Yoon Y., and Uysal M., 2005. An Examination of the Effects of Motivation and Satisfaction on Destination Loyalty: A Structural Model, *Tourism Management*, 26. 45-56.
- 교신 : 장양례(순천청암대학 문화관광과, jjangspring@scjc.ac.kr)  
Yanglae Jang(Department of Culture Tourism, Suncheon Cheongam College, jjangspring@scjc.ac.kr)
- (접수 : 2007. 9. 27, 채택 : 2007. 10. 12)