

방문객 선호도 분석에 따른 지역축제 활성화 방안 : 고창복분자 축제를 중심으로

송광인 · 정진생*

전주대학교 문화관광학부 · *미래경영연구소

A Study on Activation of Regional Festival : focused on Gochang Blackberry Festival

Song Kwang-In · Jeong Jin-Saeng*

School of Culture and Tourism, Jeonju University

*Mirae Management Institute

ABSTRACT :The purposes of this study were to search for the ways to activate the Gochang Blackberry Festival by examining the visitors to the festival and utilizing the results to make efficient use of the local resources and vitalize the area. The results indicate that the visitors were aware of Gochang blackberry's superiority to that of other regions in quality and commercial value but lacked in the recognition of its related products, which suggests that the Gochang government should make diverse efforts to heighten their recognition of the products. There was a great demand for improving and supplementing the local festivals and experience programs related to Gochang blackberry. It's thus required to reinforce new experience programs and develop various programs by incorporating blackberry into other local resources. The study has its limitations since its subjects were restricted to the visitors of the Gochang Blackberry Festival and it failed to investigate the preference factors of general potential tourists with the small sample. In future study, they need to use a bigger sample of general public to generalize the research findings.

Key words : Regional Festival, rural tourism, experiential program

I. 서론

오랜 역사 속에서 자연스럽게 형성된 지역의 문화와 생활방식을 가장 잘 나타내는 것은 그 지방의 특산물일 것이다(김석출 · 권혁래 · 김영태, 2007). 지방의 특산물은 지방의 색이 가장 강하게 나타나며 관광객들에게는 매력적인 관광자원이 되는 관광상품이다.

최근 고창에서는 복분자 체험마을, 복분자 축제, 복분자 관광 빌리지 사업 등 복분자를 활용한 다양한 관광자원의 발굴과 복분자 관련 사업을 위한 노력을 기울이며 고창의 특산물인 복분자를 활용하여 관광을 활성화하고, 복분자의 상품화를 통한 수익창출을 위해 여러 가지 가공식품 등을 개발하여 마케팅 노력을 기울이고 있다.

이에 본 연구에서는 고창 복분자축제 방문객을 대상으로 복분자에 대한 인식, 복분자 축제 선호 프로그램, 복분자 관련상품에 대한 인지도 등에 대한 조사를 통해 지역축제 및 복분자 관련 상품의 발전방안에 대해 연구하고, 나아가 관광활성화를 위한 우선사업에 대한 조사를 통해 지역관광 발전의 우선사업을 조사하고자 하였다.

II. 이론연구

1. 지역축제와 지역 활성화

각 지방자치단체마다 개성을 갖고 역사를 찾아 이것을 문화산업과 연계시키는 것은 경제기반의 강화라는 전제에서 출발한다(하경희, 2006). 지역축제는 무엇보다 지역의 자랑거리를 응집하여 집약적으로 단시일 내에 펼쳐 보인다는 장점을 갖고 있는 반면 혼잡하고 무질서하며

Corresponding author : Song Kwang-In

Tel : 063)220-2899

E-mail : tour@jj.ac.kr

체계성이 떨어진다는 단점도 있을 수 있다. 그러나 지역 축제는 지역 주민의 문화 욕구를 충족시키고 문화예술의 계승과 선양, 교류를 통하여 지역문화를 활성화하고 경제적 생산 활동에 기여하는 기능을 갖는다.

이러한 축제는 지역 활성화 측면에서 지역 주민들이 활기차게 생활을 영위할 수 있는 여건을 조성하는 것을 의미한다. 이러한 여건 조성에 있어 지역축제가 수행하는 역할은 매우 다양하고 종합적이라고 할 수 있으며 또 는 중요한 기능을 수행한다고 할 수 있을 것이다.

2. 지역축제 인식 및 선호도

현대의 지역축제는 지역공동체의 결속력 강화, 여건 및 가치관의 변화, 산업화의 진행에 의한 생산기반의 다양화 등에 따라 축제 본연의 의미와 기능적 역할 면에서 많은 변화를 나타내고 있다.

축제방문객의 참여동기 및 선호도를 이해하려고 노력하는 이유로는 많은 주장이 제기될 수 있지만 크게 세 가지를 들 수 있다.

첫째, 축제 상품이나 서비스가 방문객들의 욕구를 충족시키지 못하면 그들은 구매하지 않기 때문에 이벤트 프로그램을 효과적으로 개발하고 판매하기 위해서는 동기를 확인하는 작업이 선행되어야 한다. 둘째, 요구도를 확인한다는 것은 만족도와 밀접하게 관련되어 있다. 따라서 이벤트 매니저는 만족도를 모니터링 하기 위해서는

방문객의 욕구를 잘 파악해야 한다. 셋째, 방문객의 선호도를 확인한다는 것은 효과적인 촉진 프로그램을 개발하는데 용이하게 한다(이충기,이태희. 2000)

3. 지역축제 선행연구 동향

축제에 대한 기존 연구의 흐름을 살펴 보면 크게 3가지의 기준으로 분류 할 수 있다(박소연, 2007). 첫째는 축제에 대한 개념적 정의를 바탕으로 관련 이론을 연구하는 것이며(Echtmet & Ritchie, 1993; Baloglu & McCleary, 1999; Chaudhary, 2000), 둘째는 마케팅의 관점에서 축제의 운영 및 발전 전략에 대한 논의(Uysal et. al. 1993; Formica & Uysal, 1998)이고, 마지막으로 축제의 지역경제에 대한 경제유발 효과를 분석하고 논의하는 것(Mchone & Rungeling, 2000)으로 크게 나누어 볼 수 있다(박민하, 2007).

이처럼 기존의 연구들은 개념 및 이론적 성격의 논의와 마케팅 관점에서의 축제 활성화 방안, 만족도 평가, 축제참여 동기와 기업경제 및 이미지에 미치는 영향을 분석하는 것에 중점을 두고 있다. 따라서 본 연구에서는 기존의 연구들과는 다른 관점에서 인구통계학적 특성을 활용하여 축제 방문객을 조사하여 실제적인 방문객들의 선호요인 및 향후 관광발전을 위한 방안을 모색하여 제시하고자 하였다.

Table 1 조사대상자의 인구통계학적 특성

구 분		빈도(명)	비율(%)	구 분		빈도(명)	비율(%)
성 별	남	508	50.0	학 력	중졸이하	75	7.4
	여	507	50.0		고졸	183	18.1
	합계	1,015	100.0		전문대졸	189	18.7
연 령	19세 이하	86	8.5		대졸	485	47.9
	20-29세	266	26.2		대학원이상	80	7.9
	30-39세	261	25.7		합계	1,015	100.0
	40-49세	243	23.9		소 득	100만원 미만	211
	50세 이상	159	15.7	100-199만원		220	22.0
합계	1,015	100.0	200-299만원	189		18.9	
직 업	농림수산업	18	1.8	300-399만원		179	7.9
	사무행정직	212	20.9	400-499만원		133	13.3
	생산기술직	85	8.4	500만원 이상		69	6.8
	판매 서비스	64	6.3	합계	1,015	100.0	
	전문직	75	7.4	거 주 지	전라북도	281	27.7
	자영업	116	11.5		광주/전남	200	19.7
	주부	133	13.1		대전/충남	102	10.0
	학생	203	20.1		서울/인천/경기	328	32.3
	기타	106	10.5		부산/대구/경남북	78	7.7
	합계	1,015	100.0		충북/제주/해외/기타	26	2.6
			합계		1,015	100.0	

III. 조사설계

1. 조사방법 및 분석기법

본 연구의 조사 분석 대상은 고창군을 방문한 관광객을 대상으로 조사결과와 공정성 확보와 표본선정의 합리화를 위해 고창의 대표적 관광지인 선운산, 고인돌군, 고창정보리 축제장에서 실시하였다. 본 연구의 설문방식은 자기기입식 및 면접조사 방법을 병행하여 진행하였다. 본 연구의 연구목적 달성을 위한 분석의 방법으로는 조사대상자의 인구통계학적 특성과 일반적 특성을 파악하고자 빈도분석을 실시하였으며, 인구통계학적 특성과 일반적 특성을 활용한 교차분석을 통해 고창 복분자에 대한 인지도와 고창관광 활성화를 위한 방안을 강구하고자 하였다.

2. 설문지 구성 및 내용

본 연구의 설문지 구성은 표본 특성을 파악하기 위해 성별, 연령별, 직업별, 학력별, 소득별, 거주지별 항목을 구성하였으며, 관광특성 및 행태 등의 일반적 특성을 파악하기 위해 방문횟수, 방문목적, 동반자, 동반자수, 교통

수단, 정보원천, 체재시간 등을 구성하였고, 복분자에 대한 인식과 관광수요 파악을 위한 문항으로 타 지역 복분자와 비교, 고창관광활성화를 위해 고창군 발전을 위해 추진해야 할 사업 등으로 구성하여 고창 관광의 활성화 방안을 모색하고자 하였다.

IV. 실증분석

1. 조사대상자의 특성

1) 조사대상자의 인구통계학적 특성

본 연구의 조사대상자의 인구통계학적 특성은 다음과 같다.

2) 조사대상자의 일반적 특성

본 연구의 조사대상자의 축제참가에 대한 일반적 특성은 다음과 같다.

2. 고창복분자 인지도

조사대상자에게 고창 복분자에 대한 인지도를 조사한 결과 다른 지역의 복분자와 비교하여 우수하다는 평가

Table 2 조사대상자의 일반적 특성

구분		빈도(명)	비율(%)	구분		빈도(명)	비율(%)	
방문 횟수	1회	461	45.4	동반 인원	혼자	49	4.8	
	2회	149	14.7		2-3명	265	26.1	
	3회	91	9.0		4-5명	254	25.0	
	4회 이상	314	30.9		6-7명	99	9.8	
	합계	1,015	100.0		8-9명	65	6.4	
방문 목적	축제참가	183	18.0		10명 이상	282	27.8	
	문화유적답사	84	8.3		합계	1,015	100.0	
	휴양휴식	210	20.7		교통 수단	자가용	616	60.7
	가족여행	261	25.7			승합차	120	11.8
	취미/동호회 활동	99	9.8			고속/시외버스	136	13.4
	자연경관감상	99	9.8	전세/관광버스		119	11.7	
	기타	78	7.7	기타		24	2.4	
합계	1,015	100.0	합계	1,015		100.0		
동반인	혼자	38	3.7	정보 자료		홍보물/관광책자	123	12.1
	가족/친지	457	45.0		가족/친구	365	36.0	
	친구/연인	259	25.5		TV/라디오	61	6.0	
	직장동료	135	13.3		인터넷	342	33.7	
	유관단체	41	4.0		신문/잡지	22	2.2	
	지역단체	41	4.0		기타	102	10.0	
	합계	1,015	100.0		합계	1,015	100.0	
체제일	당일	670	66.0	체제일	1박2일	236	23.3	
	1박2일	236	23.3		2박3일	66	6.5	
	2박3일	66	6.5		3박4일 이상	43	4.2	
	3박4일 이상	43	4.2		합계	1,015	100.0	
	합계	1,015	100.0					

이상이 전체의 50%를 넘는 57.5%를 차지하는 것으로 조사되었다.

Table 3 타 지역과 비교한 고창 복분자의 효능

구분	전혀 우수하지 못하다	우수하지 못하다	서로 비슷하다	우수하다	매우 우수하다	합계
비율	55명 (0.5%)	24명 (2.4%)	399명 (39.6%)	442명 (43.8%)	138명 (13.7%)	1,008명 (100.0%)

3. 축제 프로그램 선호도 조사

고창 복분자 축제에 참가한 방문객을 대상으로 고창 복분자 축제에 대한 만족도를 조사하였다. 고창복분자 축제에 참여한 방문객들이 가장 선호하는 프로그램으로는 복분자 술 담그기(326명, 32.4%)가 가장 높은 빈도를 차지하였으며, 그 다음으로 복분자 따기, 복분자 주스와 원액 짜기 등의 체험 프로그램에 대하여 많은 선호도를 나타내는 것으로 조사되었다.

Table 4 복분자 축제 선호 프로그램 조사

구분	복분자 따기	복분자 칼국수 만들기	복분자 술 담그기	복분자 주스와 원액 짜기	복분자 떡/빵 만들기	기타	합계
비율	233명 (23.2%)	57명 (5.7%)	326명 (32.4%)	224명 (22.3%)	125명 (12.4%)	40명 (4.0%)	1,005명 (100.0%)

Table 5 각 집단 별 선호 프로그램 조사

구분	복분자 따기	복분자 칼국수 만들기	복분자 술 담그기	복분자 주스와 원액 짜기	복분자 떡/빵 만들기	기타	합계
성별	남	110 (21.9%)	21 (4.2%)	213 (42.3%)	92 (18.3%)	36 (7.2%)	503 (100%)
	여	123 (24.5%)	36 (7.2%)	113 (22.5%)	132 (26.3%)	89 (17.7%)	502 (100%)
연령	19세 이하	20 (23.5%)	7 (8.2%)	17 (20.0%)	10 (11.8%)	26 (30.6%)	85 (100%)
	20-29세	54 (20.5%)	13 (4.9%)	95 (36.0%)	60 (22.7%)	32 (12.1%)	264 (100%)
	30-39세	69 (26.6%)	14 (5.4%)	77 (29.7%)	65 (25.1%)	29 (11.2%)	259 (100%)
	40-49세	60 (25.1%)	18 (7.5%)	67 (28.0%)	56 (23.4%)	27 (11.3%)	239 (100%)
	50세 이상	30 (19.0%)	5 (3.2%)	70 (44.3%)	33 (20.9%)	11 (7.0%)	158 (100%)
거주지	전라북도	64 (23.0%)	23 (8.3%)	67 (24.1%)	67 (24.1%)	44 (15.8%)	278 (100%)
	광주/전남	46 (23.4%)	14 (7.1%)	71 (36.0%)	38 (19.3%)	20 (10.2%)	197 (100%)
	대전/충남	21 (20.8%)	5 (5.0%)	37 (36.6%)	25 (24.8%)	9 (8.9%)	101 (100%)
	서울/인천/경기	76 (23.4%)	13 (4.0%)	110 (33.8%)	73 (22.5%)	43 (13.2%)	325 (100%)
	부산/경남	21 (26.9%)	1 (1.3%)	29 (37.2%)	17 (21.8%)	7 (9.0%)	78 (100%)
	충북/제주/기타	5 (19.2%)	1 (3.8%)	12 (46.2%)	4 (15.4%)	2 (7.7%)	26 (100%)

고창 복분자 축제의 선호프로그램에 대한 교차분석의 결과로는 남성은 복분자 술 담그기(213명, 42.3%), 여성은 복분자 주스와 원액짜기(132명, 26.3%)를 가장 선호하는 것으로 조사되었으며, 연령에 따라서는 19세 이하에서는 복분자 떡/빵 만들기(26명, 30.6%),

20세 이상의 참가자들에서는 모두 복분자 술 담그기가 가장 많은 만족도를 보이는 것으로 조사되었다.

지역별로 살펴보면, 전라북도에서는 복분자 따기(64명, 23.4%)가 가장 많은 것으로 조사되었으며, 전라북도를 제외한 다른 모든 지역에서는 복분자 술 담그기가 가장 많은 선호도를 보이는 것으로 조사되었다.

이는 많은 사람들의 고창복분자 주에 대한효능 및 인지도가 상대적으로 높은 결과가 반영되는 것으로 사료되는 결과이다.

4. 고창 관광활성화 우선 사업 조사

고창의 관광활성화를 위해 방문객들이 가지고 있는

우선 사업에 대한 인식을 조사하기 위한 설문을 실시한 결과, 복분자 축제에 대한 만족도와 마찬가지로 복분자 체험 프로그램(324명, 32.2%)이 가장 많은 빈도를 차지하였으며, 고창복분자 축제의 활성화(249명, 24.8%), 복분자 관광상품 개발(204명, 20.2%)의 순으로 조사되어 방문객들은 고창관광활성화를 위해 고창의 특산물인 복분자를 적극 활용해야 한다는 인식을 가진 것으로 조사되었다.

관광활성화 우선사업에 있어 복분자 체험프로그램의 활성화가 가장 중요한 것으로 인식하고 있으며, 연령에 있어는 50대를 제외한 모든 연령대에서 복분자 체험 프로그램의 활성화를 중요하게 여기고 있으며, 지역별로는 대전/충남 지역에서는 복분자 테마파크(31명, 31.0%)를 가장 우선적으로 고려하고 있으며 다른 모든 지역에서는 다른 분석의 결과와 마찬가지로 복분자 체험 프로그램의 활성화를 중요하게 여기는 것으로 조사되었다.

5. 기타 복분자 가공 식품 인지도 조사

복분자를 활용한 가공식품을 활용한 특산물 제작을 위한 가공식품에 대한 방문객들의 인식을 조사하였다. 복분자를 활용한 가공식품으로는 복분자 주와 복분자를 활용한 복분자 장류 상품을 대상으로 조사를 실시하였다.

복분자 주와 음료에 대한 방문객의 인지도 조사 결과, 모든 집단에서 복분자 주에 대한 인지도가 높은 것으로 확인 되었으며, 복분자 장류에 대해서는 모든 집단에서 인지도가 매우 낮은 것으로 조사되어 장류에 대한 홍보가 상대적으로 미비하여 이에 대한 보완이 필요할 것으로 보인다.

Table 6 고창 관광활성화 우선 사업

구분	복분자체험 프로그램 운영	고창복분자 축제의 활성화	복분자 테마파크 조성	복분자 관광상품 개발	기타	합계
비율	324명 (32.2%)	249명 (24.8%)	189명 (18.8%)	204명 (20.2%)	40명 (4.0%)	1,006명 (100.0%)

Table 7 집단별 고창 관광활성화 우선 사업

구분		복분자 체험프로그램 운영	복분자 축제 활성화	복분자 테마파크 조성	복분자 관광상품 개발	기타	합계
성별	남	142 (28.2%)	122 (24.3%)	107 (21.3%)	107 (21.3%)	25 (5.0%)	503 (100%)
	여	182 (36.2%)	127 (25.2%)	82 (16.3%)	97 (19.3%)	15 (3.0%)	503 (100%)
연령	19세 이하	40 (46.5%)	23 (26.7%)	13 (15.1%)	8 (9.3%)	2 (2.3%)	86 (100%)
	20-29세	81 (30.7%)	87 (33.0%)	49 (18.6%)	35 (13.3%)	12 (4.5%)	264 (100%)
	30-39세	85 (32.6%)	57 (21.8%)	49 (18.8%)	58 (22.2%)	12 (4.6%)	261 (100%)
	40-49세	83 (34.7%)	40 (16.7%)	51 (21.3%)	59 (24.7%)	6 (2.5%)	239 (100%)
	50세 이상	35 (22.4%)	42 (26.9%)	27 (17.3%)	44 (28.2%)	8 (5.1%)	156 (100%)
거주지	전라북도	89 (31.8%)	74 (26.4%)	50 (17.9%)	55 (19.6%)	12 (4.3%)	280 (100%)
	광주/전남	70 (35.5%)	52 (26.4%)	36 (18.3%)	31 (15.7%)	8 (4.1%)	197 (100%)
	대전/충남	25 (25.0%)	25 (25.0%)	31 (31.0%)	19 (19.0%)	0 (0.0%)	100 (100%)
	서울/인천/경기	98 (30.2%)	78 (24.0%)	55 (16.9%)	78 (24.0%)	16 (4.9%)	325 (100%)
	부산/경남	34 (43.6%)	13 (16.7%)	10 (12.8%)	19 (24.4%)	2 (2.6%)	78 (100%)
	충북/제주/기타	8 (30.8%)	7 (26.9%)	7 (26.9%)	2 (7.7%)	2 (7.7%)	26 (100%)

Table 8 집단별 고창 복분자 주 인지도 분석

구 분		전혀 모른다	모른다	보통이다	잘 안다	매우 잘 안다	합계
성별	남	90 (17.8%)	84 (16.6%)	181 (35.8%)	121 (23.9%)	30 (5.9%)	506 (100%)
	여	113 (22.3%)	132 (26.0%)	168 (33.1%)	73 (14.4%)	21 (4.1%)	507 (100%)
연령	19세 이하	31 (36.0%)	23 (26.7%)	26 (30.2%)	3 (3.5%)	3 (3.5%)	86 (100%)
	20-29세	51 (19.2%)	77 (28.9%)	90 (33.8%)	38 (14.3%)	10 (3.8%)	266 (100%)
	30-39세	56 (21.5%)	50 (19.2%)	91 (35.0%)	46 (17.7%)	17 (6.5%)	260 (100%)
	40-49세	38 (15.6%)	44 (18.1%)	87 (35.8%)	61 (25.1%)	13 (5.3%)	243 (100%)
	50세 이상	27 (17.1%)	22 (13.9%)	55 (34.8%)	46 (29.1%)	8 (5.1%)	158 (100%)
거주지	전라북도	55 (19.6%)	47 (16.7%)	93 (33.1%)	60 (21.4%)	26 (9.3%)	281 (100%)
	광주/전남	41 (20.6%)	37 (18.6%)	63 (31.7%)	49 (24.6%)	9 (4.5%)	199 (100%)
	대전/충남	15 (14.7%)	25 (24.5%)	39 (38.2%)	20 (19.6%)	3 (2.9%)	102 (100%)
	서울/인천/경기	73 (22.3%)	71 (21.7%)	116 (35.5%)	57 (17.4%)	10 (3.1%)	327 (100%)
	부산/경남	13 (16.7%)	28 (35.9%)	28 (35.9%)	7 (9.0%)	2 (2.6%)	78 (100%)
	충북/제주/기타	6 (23.1%)	8 (30.8%)	10 (38.5%)	1 (3.8%)	1 (3.8%)	26 (100%)

Table 9 고창 복분자 장류 인지도 분석

구 분		전혀 모른다	모른다	보통이다	잘 안다	매우 잘 안다	합계
성별	남	169 (33.4%)	158 (31.2%)	115 (22.7%)	49 (9.7%)	15 (3.0%)	506 (100%)
	여	134 (26.4%)	183 (36.1%)	130 (25.6%)	42 (8.3%)	18 (3.6%)	507 (100%)
연령	19세 이하	34 (39.5%)	32 (37.2%)	14 (16.3%)	4 (4.7%)	2 (2.3%)	86 (100%)
	20-29세	80 (30.1%)	101 (38.0%)	61 (22.9%)	14 (5.3%)	10 (3.8%)	266 (100%)
	30-39세	94 (36.2%)	81 (31.2%)	60 (23.1%)	18 (6.9%)	7 (2.7%)	260 (100%)
	40-49세	62 (25.5%)	74 (30.5%)	69 (28.4%)	30 (12.3%)	8 (3.3%)	243 (100%)
	50세 이상	33 (20.9%)	53 (33.5%)	41 (25.9%)	25 (15.8%)	6 (3.8%)	158 (100%)
거주지	전라북도	70 (24.9%)	90 (32.0%)	71 (25.3%)	34 (12.1%)	16 (5.7%)	281 (100%)
	광주/전남	66 (33.2%)	59 (29.6%)	45 (22.6%)	24 (12.1%)	5 (2.5%)	199 (100%)
	대전/충남	26 (25.5%)	36 (35.3%)	28 (27.5%)	9 (8.8%)	3 (2.9%)	102 (100%)
	서울/인천/경기	110 (33.6%)	114 (34.9%)	75 (22.9%)	21 (6.4%)	7 (2.1%)	327 (100%)
	부산/경남	19 (24.4%)	34 (43.6%)	20 (25.6%)	3 (3.8%)	2 (2.6%)	78 (100%)
	충북/제주/기타	12 (46.2%)	8 (30.8%)	6 (23.1%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	26 (100%)

V. 결 론

본 연구는 성공적인 고창 복분자축제를 통한 고창군의 관광 및 지역활성화를 도모하기 위해 연구되었다.

지역축제 방문객 조사결과 복분자에 대한 인지도는 다소 우수하다는 평가를 하고 있으며, 축제 프로그램에 있어서는 복분자 술 담그기(32.4%) 등 직접 참여할 수 있는 체험프로그램에 대한 선호도가 가장 높은 것으로 조사되었다. 그러나 상품 인지도에 있어서는 복분자 이외의 관련 상품에 대해서는 낮은 인지도를 보이고 있어 홍보 등 이에 대한 보완이 요구되는 부분이라 하겠다.

따라서 고창군에서는 보다 적극적인 홍보 및 마케팅 활동을 통해 고창 복분자에 대한 우수성을 알리는데 주력해야 할 것이다.

또한 활성화를 위한 우선사업에 있어서도 지역축제 및 체험프로그램에 대한 개선 및 보완에 대한 요구도가 높게 나타나는 점을 감안하여 방문객이 직접 참여하고 즐길 수 있는 체험프로그램에 대한 신규도입이 요구된다고 하겠다.

나아가, 이러한 고창 복분자 축제를 통해 복분자뿐만 아니라 고창군의 대표적인 지역자원(선운산, 고인돌, 풍천장어 등)을 적극적으로 활용하여 이와 연계한 프로그램 개발이 요구될 것으로 보인다.

본 연구의 한계점으로는 방문객으로 조사대상자가 한정되어 보다 많은 수의 표본을 확보하지 못하여 일반적 잠재 관광객의 선호 요인을 파악하기에 어려움이 있어 향후의 연구에서는 보다 많은 일반인 표본을 확보를 통하여 연구결과와 일반화가 가능할 것이다.

참고문헌

1. Baloglu, S. & McCleary, K. W. A model of destination image formation, *Annals of Tourism Research*, 1999.
2. Chaudhary, M. India's image as a tourist destination -

a perspective of foreign tourists, *Tourism Management*, 2000.

3. Echtmet, C. M. & Ritchie, J. R. The Measurement of Destination Image: An Empirical Assessment, *Journal of Travel Research*, 1993.
4. Formica, S. & Uysal, M. Market Segmentation of an International Cultural-Historical Event in Italy, *Journal of Travel Research*, 1998.
5. Mchone, W. W. & Rungeling, B. Practical Issues in Measuring the Impact of a Cultural Tourist Event in a Major Tourist Destination, *Journal of Travel Research*, 2000.
6. Uysal, M. Gahan, L. & Martin, B. An examination of event motivations: A case study, *Festival Management & Event Tourism*, 1993.
7. 고창 복분자 축제 홈페이지.
8. 박민하, 축제 이미지 선호도 차이분석에 관한 연구, 부경대학교 석사학위논문, 2007.
9. 박소연, 지역축제의 참여주체간 참여네트워크에 관한 연구, 서울대학교 박사학위논문, 2007.
10. 이충기,이태희. 경제세계문화엑스포에 대한 축제참가 동기 분석, *한국관광학회*. 2000.
11. 송광인, 체험관광 활성화를 위한 여행사 요인분석, *문화관광연구*, *문화관광학회*, 제7권, 제22호, 2005.
12. 송광인 외, 체험관광을 통한 지역관광 활성화에 관한연구, *농촌관광연구*, *한국농촌관광학회*, 제12권 2호, 2005.
13. 하경희. 지역축제 브랜드화 전략에 관한 연구, 2006년 국제관광학술대회 발표 논문집. 2007.

접 수 일: (2009년 2월 5일)

수 정 일: (1차: 2009년 2월 28일, 2차: 3월 16일, 3차: 3월 23일)

게재확정일: (2009년 3월 23일)

■ 3인 익명 심사필