

## 2009와 2013 천안웰빙식품 엑스포 만족도 결정요인 비교연구

양종곤\*

<sup>1</sup>단국대학교 경상대학 경영학부

### Comparative Study on the Satisfaction Factors of 2009 and 2013 Cheonan Well-being Food Expos

Jong-Gon Yang<sup>1\*</sup>

<sup>1</sup>Dept. of Management, college of Economics and Commerce, Dankook University

**요약** 본 연구는 2009 천안웰빙식품엑스포와 2013 천안국제웰빙식품엑스포 행사를 행사내용, 만족도 요인, 만족도 항목을 실증적으로 상호 비교한 논문이다. 동일한 행사를 시간을 달리하여 비교한 결과 행사구성, 편의시설, 행사장 환경, 전반적 만족도, 재방문 의사는 2013년이 2009년 행사보다 만족도가 높은 것으로 나타났다. 또한 전반적 만족도 요인 비교 연구에서는 2009년과 2013년을 비교하여 편의시설을 제외한 모든 항목이 만족도에 영향을 미치는 요인으로 나타났고, 2009년과 2013년 모두 만족도는 재방문 의사에 영향을 미치는 요인으로 판명되었다.

**Abstract** This study empirically compared the Cheonan 2009 Well-being Food Expo with the Cheonan 2013 International Well-being Food Expo in terms of the Expo's content, predictors of satisfaction, and predictors themselves. According to the analysis results, the satisfaction levels of the Expo's contents, Expo's environment, convenient facilities' operations, general satisfaction, and visitor's revisiting intention of the Cheonan 2013 International Well-being Food Expo, were higher than those of the Cheonan 2009 Well-being Food Expo. In addition, all factors of satisfaction except for the convenient facilities' operations are predictors of the visitor's general satisfaction at both expos and the general satisfaction of both expos is a significant factor for visitor's revisiting intention.

**Key Words** : Cheonan Well-being Food Exposition, Comparative Study of Expo, Expo.

### 1. 서론

지방자치제 시행 이후 우후죽순처럼 전국 각 지역에서 시행되는 지역축제나 엑스포 형태의 행사의 경제적 방문객 만족도나 경제적 효과분석에 대한 연구가 많이 이루어졌다[1,2]. 최근에는 지방자치단체의 자체 구조조정으로 지역축제는 축소 국면에 접어들었다[3]. 축제 평가에 대한 연구방법론이나 연구모델이 대부분 비슷하게 이루어졌고, 연구결과도 대부분 비슷한 결론에 도달한 것도 사실이다. 지역축제의 형태가 전통문화축제, 관광축제, 산업축제 등 다양한 형식을 띠지만 분석하고자 하는

목적은 참여 동기의 구분을 통한 만족도나 재방문 의도에 대한 연구가 대다수이다. 다른 경우는 지역축제 개최가 예산낭비라는 의견을 반박하기 위한 경제적 효과 분석에 관한 연구도 한 축을 이루고 있다. 하지만 지방자치단체의 입장에서 보면 지역축제를 통해 획득할 수 있는 경제적 유발효과를 간과하기 힘들다. 본 연구의 대상이 되는 2009년 천안웰빙식품엑스포의 경우 생산유발효과 734억, 부가가치유발효과 281억과 고용유발효과 520명에 달하고 2013년 천안국제웰빙식품엑스포의 경우 생산유발효과 1,545억, 부가가치유발효과 564억, 고용창출효과 2,334명에 달한다[4].

\*Corresponding Author : Jong-Gon Yang(Dankook Univ.)

Tel: +82-10-5236-5631 email: jgyang@dankook.ac.kr

Received July 11, 2014

Revised (1st August 13, 2014, 2nd August 28, 2014)

Accepted September 11, 2014

축제 평가에 대한 연구는 대부분 축제 만족도 결정요인이나 축제 참여 동기 요인 검증에 대한 실증연구로 진행되는데[5-11], 연구체적은 타 분야의 경우와 비슷하게 이루어지고 있다. 2012년 문화체육관광부[3]의 보고서에 의하면 현재 지역축제는 758개에 달하는데 지역축제 당 평가 연구가 이루어진다면 앞선 비슷한 부류의 연구는 지역축제 숫자 만큼에 해당할 것이다. 향후 지역축제 발전을 위해 각 연구의 결과는 충분히 설득력을 갖게 되고, 풍부한 숫자의 연구는 또 그것만큼 의미 있는 작업임에는 틀림없다. 왜냐하면 결과를 토대로 주최 측은 지역축제나 엑스포의 선 기능중 하나인 관광 상품화나 지역산업의 발전을 도모하기 때문이다.

본 연구는 이러한 주최 측의 지역축제 평가에 대한 개선방향을 도모하고자 하는 일반적 목적에서 시작되었다. 하지만 그 중 한 시점을 기반으로 한 단발성 축제평가가 아닌 종단(longitudinal) 비교연구를 통하여 축제의 개선방향을 도모하고자 한다. 물론 기존의 선행연구가 존재하고 있지만 기존 연구의 경우는 기간이 2년에만 해당하고, 2년보다 긴 시간의 연구에서는 방법론이 성별이나 지역별 등의 명목변수만의 비교만 멈추고 있다. 이에 본 연구는 4년 만에 다시 개최되고, 지역엑스포에서 국제엑스포로 진행된 천안웰빙식품엑스포를 대상으로 방문객 만족도 결정요인과 만족도 수준을 시계열적 관점에서 비교하고자 한다. 본 연구를 토대로 보다 장기간의 시계열 연구분석이 함께 이루어진다면 본 연구가 가지는 시사점은 충분할 것이다.

연구방법은 2009년 개발한 문화체육관광부 연구모형을 근거로 하여 2009년 엑스포 결과와 함께 2013년 개최된 엑스포의 설문을 수집하여 상호 비교하여 유사점과 차이점을 실증적으로 분석하고자 한다. 만족도 영향을 미치는 각 항목별 비교와 다중회귀분석을 각각 실시하여 두 행사를 상호 비교하는 것이 본 연구의 목적이다[4].

## 2. 선행연구

### 2.1 축제 비교연구

지금까지 축제와 관련한 실증연구는 주로 단일축제를 기반으로 하여 축제 서비스품질 요인을 검증하는 연구로 대변된다[4,12]. 하지만 최근의 축제관련 연구의 한 분야는 축제에 관한 비교 연구가 한 축으로 자리하고 있다.

비교 연구는 크게 두 가지 종류로 나누어 진행되고 있는데 한 축은 서로 다른 축제를 비교 하는 실증연구와 또 다른 한 축은 동일한 축제의 시간비교연구이다. 두 가지 방향의 연구 모두 향후 축제를 실행하는 실무자 입장이나 연구자 입장 모두에게 의미 있는 연구이다.

국내에서 축제의 참여요인을 탐색적으로 연구한 최초의 연구는 이장주[13]에 의해 이루어졌는데 그는 곡성심청축제와 무안백련대축제의 참여동기요인을 밝혀내는데 주안점을 두었다. 이장주의 연구가 서로 다른 축제를 비교했다면, 김홍철[14]의 경우는 축제를 산업형축제, 문화형축제, 혼합형축제로 구분하여 축제유형별 방문객의 참여 동기에 영향이 있는지를 분석하였다. 물론 그는 전체 축제를 대상으로 분석한 것이 아니라 각 유형 축제 하나씩을 선정하여 연구를 수행하였는데 익산의 보석축제와 서동축제, 김제의 지평선축제를 대상으로 검증한 결과 10가지의 방문객 참여 동기 중 장소성을 제외한 9가지 참여동기인 유희성, 신성성, 신기성, 친교성, 화합성, 구매성, 일탈성, 학습성과 문화성에 축제 유형별 차이가 있음을 밝혀냈다. 그의 연구에 의하면 문화형 축제에서는 친교성과 일탈성의 동기요인이 산업형과 혼합형보다 높았고, 산업형축제에는 구매성이 가장 높은 동기로, 혼합형축제의 경우는 유희성과 신기성, 신성성, 화합성, 학습성, 문화성의 순으로 나타났다. 산업형축제의 경우는 일반적으로 생각할 수 있는 구매성이 높은 참여 동기로 나타나 실무차원에서 시사점을 제시한다는 관점에서 그의 연구는 높은 평가를 받을 수 있다. 김홍렬과 윤설민[15]은 춘천국제마임축제와 보령머드축제 방문객을 대상으로 문화관광축제별 방문객 특성에 관한 비교연구를 실시하였는데, 인구통계학적, 당일형 방문객인지 아니면 체류형 방문객이지의 방문형태, 소비성향 등에 대한 차이가 있음을 보여주는 연구결과를 보여주었다.

김경희와 천덕희[16]는 라이프스타일에 따른 축제선택의 중요도 및 만족도 비교연구를 실시하였는데, 그들은 라이프스타일을 5가지 유형으로 구분하여 연구를 진행하였다. 일류지향형, 문화, 지식추구형, 여가지향형, 실용중심형, 가족중심형이 그것인데 일류지향형은 축제시설만족도에, 축제욕구만족도 요인으로는 일류지향형과 문화지식추구형이, 축제내용만족도 요인으로는 일류지향형임을 검증하였다. 강요섭과 조성희[17]는 실증적으로 검증하지는 않았지만 국내 우수축제 4개와 국외 우수축제 4개를 대상으로 내용분석의 틀을 활용하여 비교 연

구하였다. 참여 프로그램의 개발, 일상적 소재를 대상으로 한 아이디어 개발, 축제의 질 향상, 타 축제와의 마케팅 연계전략 필요, 축제의 신선함 유지와 같은 실용적인 대안을 제시하고 있다. 김형대 외[18]는 주요 축제를 비교하여 6개의 지역축제의 성공적 유지방안에 관한 연구를 실시하였는데 지역의 특수성과 해당지역의 특유 아이템이 유지의 성공요인이라 주장하였다. 김상범 외[19]는 혼합지각, 물리적 밀도 및 심리적 영향이 방문객 만족도에 영향을 미치는 지는 분석하기 위하여 영암F1코리아그랑프리대회와 여수세계박람회를 비교분석하였는데, 개최유형에 따라 혼합지각, 만족도, 물리적 밀도, 심리적 영향이 유의수준 범위에서 차이가 있음을 검증하였고, 영암F1코리아그랑프리대회 방문객의 만족도에는 심리적 영향과 혼합지각이 여수세계박람회의 경우는 물리적 밀도와 심리적 영향이 유의변수임을 판정하였다.

최근에는 비교연구 중 국내외 방문객 대상을 비교한 연구가 진행되었는데, 이는 세계에서 차지하는 대한민국의 위상이 높아짐에 따라 외국방문객의 증가 추이를 반영한 연구라 판단된다. 박상준 외[20]는 축제유형에 따라 내, 외국인의 방문동기가 차이가 있는 지를 실증분석하였다. 분석결과에 의하면 축제유형별로 축제방문동기의 차이는 내국인에 비해 외국인의 경우가 더욱 명확함을 보여주는 연구결과를 보고했다.

축제 비교연구의 또 다른 한 줄기는 동일한 축제를 대상으로 한 종단비교 연구이다. 앞선 서로 다른 축제별 비교연구보다 동일한 축제를 대상으로 한 종단비교 연구는 상대적으로 많지 않은데 동일한 측정지표나 연구자의 상이함이 연구발표 수가 적은 이유라고 판단한다. 그럼에도 불구하고 동일 축제에 대한 종단연구가 진행되었는데, 국내에서 이러한 최초의 시도는 조병훈[21]의 연구이다. 그는 2000년과 2003년 경주세계문화엑스포를 대상으로 행사개요, 방문객 수, 행사 담당직원, 재정수입, 관람객 만족도, 행사만족 분야 등의 항목에서 비교연구를 수행하였다. 그의 연구는 주로 명목변수 중심의 비교연구였는데 성별, 연령별, 거주지, 방문횟수, 직업별의 변수가 만족도에 차이를 나타낸다고 주장하였다. 그의 연구가 주로 명목변수 중심의 비교연구지만 연구로서의 의의를 가지는 것은 축제의 대명사인 경제세계문화엑스포를 대상으로 선정한 것과 시간의 개념상 4년의 시차를 두고 연구하였기 때문이다. 김창수와 전대회[22]는 2005년과 2006년 연이어 치러진 무주반딧불축제를 대상으로 서비

스 품질요인을 비교하기 위한 종단적 연구를 수행하였다. 그들은 축제상품, 축제적합성, 축제프로그램, 축제안내서비스, 축제편의시설 중 두 해 모두 만족도에 유의한 변수는 축제프로그램과 축제적합성을 결론지었다. 비슷한 연구 틀을 사용하여 진행된 연구는 박숙진과 김태현[23]의 연구이며 그들은 2005년과 2006년 이천도자기축제를 비교한 결과 축제서비스와 축제만족도 비교연구에서 두 해 모두 축제서비스가 축제만족도에 영향을 미침을 확인했다.

축제와 관련된 많은 해외 연구는 축제 동기부여 요인을 탐구하는데 집중되어 있지만[24-29] 축제 비교연구와 관련한 연구가 많지 않음이 특이하다. 한편, 국제학술지에 게재된 한국 연구자의 비교선행연구가 두각을 나타내는데, Lee[26]의 경우는 세계경주문화엑스포를 대상으로 하여 서양인과 동양인이 느끼는 축제 동인요인에 대한 문화적 차이를 검증했는데, 그의 연구에 의하면 서양인과 동양인 사이에는 축제 동인요인에서 차이가 존재했지만 한국인과 일본인 사이에서는 차이가 없음을 발표했다. Martin 외[30]는 재즈 축제와 락 축제의 두 음악 축제사에서 방문객 특성 비교를 연구했는데 재즈 축제의 경우는 상대적으로 나이가 많이 들고, 소득이 높은 사람이 락 축제의 경우는 상대적으로 나이가 젊고 소득이 많지 않은 사람이 참가한다고 결론지었다. 축제 상대비교에 대한 국내 실증연구도 많지 않지만, 해외의 경우는 더욱 축제 상대비교에 대한 실증연구가 많지 않음을 알 수 있다.

본 연구는 2009년과 2013년의 천안웰빙식품엑스포를 비교한다는 관점에서는 조병훈[21]의 방법론을, 비교연구를 위해서는 만족도 결정요인과 다중회귀분석 모형의 비교를 실시한다는 관점에서 김창수와 전대회[22]의 방법론을 채택하여 연구를 수행하였다.

### 3. 연구질문과 조작적 정의

#### 3.1 연구질문

본 연구의 비교연구를 위한 기준 행사는 2009년 시행된 천안웰빙식품엑스포로 정하고, 2009년 분석 연구모형인 엑스포 행사내용, 편의시설 운영 및 진행, 행사장 환경, 상품 품질의 독립변수가 엑스포 만족도에 영향을 미치고, 다시 엑스포 만족도가 재방문 의사에 영향을 미치는 것으로 설정한다. 2013 천안국제웰빙식품엑스포의 경

우도 동일한 모형으로 설정한다. 하지만 본 연구의 기본 목적이 두 엑스포의 비교에 있기에 동일한 모형을 기본으로 하여 만족도 항목별과 만족도 결정요인을 분석하여 비교한다.

연구모형에서 엑스포 만족도에 영향을 미치는 변수는 문화관광부의 균형성과지표의 측정지표를 활용하고, 방문객 만족도는 전반적 만족도로, 방문객 충성도는 재방문 의사로 설정한다.

연구모형이 확립되면 연구가설이 설정되는 것이 보통의 연구절차이지만 본 논문은 두 엑스포를 비교하는 것이기에 연구질문으로 연구가설을 대체하고자 한다.

연구질문 1: 본 연구는 두 엑스포 간 방문객 응답자의 일반적 특성과 각 변수 간 집단별 차이를 분석함으로써 유사점과 차이점을 분석하고자 한다.

연구질문 2: 본 연구는 각 연구모형을 기반으로 방문객 만족도에 영향을 미치는 원인변수를 비교하여 유사점과 차이점을 분석하고자 한다.

연구질문 3: 본 연구는 각 연구모형을 기반으로 방문객 만족도가 방문객 재방문 의사에 영향을 미치는 지에 대한 유사점과 차이점을 분석하고자 한다.

### 3.2 변수의 조작적 정의

각 변수에 대한 조작적 정의는 Table 1에서와 같이 기존의 연구논문[4]에서 사용한 조작적 정의를 그대로 활용하여 2013 천안국제웰빙식품엑스포 연구분석을 위해 활용하였다.

[Table 1] Operational Definition of Variables[4]

Factors	2009 and 2003
Contents of Expo (4)	Degree of Program's Preparation Degree of Program's Time Program's Image Program's Variety
Convenience Facilities (7)	Cleanness of Toilet Sufficient Parking Space Accuracy of Program Smooth Programs Specialized Operation of Programs Safety Sufficiency of Safe Facilities

Expo's Environment (5)	Convenient Transportation Friendliness of Staff Friendliness of Operational Staff Friendliness of Booth Staff Suitable Arrangement of Safety Facilities
Quality of Product (4)	Suitable Food Price Suitable Souvenir Price Suitable Entrance Fee Various Souvenir
General Satisfaction	General Satisfaction
Revisiting Intention	Revisiting Intention

## 4. 연구조사방법

### 4.1 자료수집 대상 및 방법

비교분석 연구를 위해 Table 2에서와 같이 2009년과 2013년 엑스포를 비교하였다. 2009년은 지역엑스포의 개념에서 진행되었기에 10일 간 개최되었고, 2013년의 경우 국제엑스포로 격상되어 진행되었기에 17일간 개최되었다. 설문지의 경우 각각의 행사기간 동안의 매일 일정하게 설문지를 회수하는 방법을 사용했으며, 설문지 내용이 많아 일대일 인터뷰 형태로 설문지를 회수하였다. 따라서 유효설문지가 900부나 600부 이상이 됨은 설문지 회수에 많은 노력과 시간이 할당되어 진행되었음을 의미한다. 상대적으로 2013년의 경우 유효설문지가 2009년에 비해 상대적으로 적게 나타났다. 2009년의 경우 설문지 수거를 위해 설문지 수거방법의 교육 효과이고, 2013년의 경우는 이를 생략한 결과라는 연구자의 판단이다. 표본추출방법은 두 행사 모두 방문객 수가 많아 임의추출법을 활용했다. 표본추출방법으로서의 임의추출법의 한계는 결론에 기술하였다.

행사 일반에 대한 비교를 보면 2013년 행사의 경우 국제행사로 격상되면서 행사면적도 2009년에 비해 약 70,000m<sup>2</sup>가 증가했다. 엑스포 전체 참여 업체수도 2009년 189개 업체에서 2013년 328개 업체로 2배에 가까이 증가하였다. 국제행사에 걸맞은 엑스포 개최를 위한 주최 측의 노력의 산물이라는 연구자의 판단이다. 2013년 엑스포 참여업체의 국가별 분포도를 보면 동남아, 유럽을 비롯한 28개국에서 참여함으로써 국제행사로서의 위상을 갖추어 나가려고 노력하고 있다. 방문객수의 경우 2009년은 10일 행사에 총 566,000명이, 2013년의 경우 17일에 행사에 총 771,952명이 방문했다.

[Table 2] Comparison of Expos

Items	Year 2009	Year 2013
Period of Expo	Sept. 11 - Sept. 20	Aug. 30 - Sept. 15
Number of Respondent (Valid Respondents)	910(900)	1000(664)
Sampling Methods	Convenient Sampling	Convenient Sampling
Questionnaire Methods	Personal Interview	Personal Interview
Subjects	Taste of Life, Healthy Life	Natural Taste, Healthy Future
Exhibition Halls	Cheonan Vision Hall, Well-being Food Hall, Well-being Health Hall, Well-being Industry Hall	Well-being Food Theme Hall, Global Food Culture Hall, Well-being Health Hall, Life Science Hall
Area of Expo	333,000m <sup>2</sup>	400,000m <sup>2</sup>
Participating Companies	189	328
Number of Visitors	566,000	771,952

Table 3에 의하면 2009년과 2013년의 경우 방문객 성별은 비슷한 분포를 보이고 있으며, 연령대의 경우 2013년의 경우 30대와 50대가 상대적으로 증가한 분포를 나타내고 있는 것이 특징이다. 또한 두 행사 모두 성별에서는 남성보다 여성이 많이 참여하였으며, 연도별 비교를 보면 2013년의 행사에는 여성 방문 비율이 54.7%로 2009년의 58.3%보다 낮게 나타났다. 지역별 참여비율을 보면 국제행사를 표방한 2013년의 경우 천안 지역 거주자(52.6%)가 2009년(43.6%) 보다 많이 나타나 주최 측의 목표와 일치하지 않음을 보여준다. 방문객의 지역별 분포는 향후 주최 측이 국제웰빙식품엑스포로의 발전과 지속을 원한다면 개선해야 할 과제이다. 엑스포 참가경험 회수의 특징으로는 2013년의 행사의 경우 1회 경험 참가자가 0.2%로 나타나 상대적으로 2009년의 행사에 비해 1회 경험 참가자의 수가 적은 것으로 나타났다. 2013년의 경우 2회 참가한 경험이 있는 방문객의 비율은 63.3%로 나타나 지난 행사(21.6%) 보다 41.7%나 증가한 것을 알 수 있다. 지난 행사시 큰 불만 없이 다시 재방문한 방문객이 많았음을 추정할 수 있는 결과이다.

[Table 3] Demographic Characteristics of Respondents of Visitors

Items	Year 2009		Year 2013		
	Frequency	Percentage	Frequency	Percentage	
Sex	Male	375	41.7%	301	45.3%
	Female	525	58.3%	363	54.7%
Age	Younger than 20	85	9.4%	35	5.3%
	20's	225	25.0%	156	23.5%
	30's	213	23.7%	184	27.7%
	40's	212	23.6%	157	23.6%
	50's	121	13.4%	104	15.7%
	Older than 60	44	4.9%	28	4.2%
Residence	Cheon=an	392	43.6%	349	52.6%
	Seoul	117	13.0%	45	6.8%
	Gyeong-gi/I ncheon	121	13.4%	76	11.4%
	Gangwon	4	0.4%	5	0.8%
	Chung-cheo ng(except cheonan)	230	25.6%	168	25.3%
	Jeonlado	8	0.9%	6	0.9%
	Gyeongsang	12	1.3%	5	0.8%
	Jejudo	5	0.6%	1	0.2%
	etc	11	1.2%	9	1.4%
	Number of Expos	1	503	55.9%	1
2		194	21.6%	420	63.3%
3		100	11.1%	131	19.7%
4		36	4.0%	64	9.6%
Higher than 5		67	7.4%	47	9.3%

4.2 변수의 신뢰도 및 타당성 검증

신뢰성 분석은 측정하고자 하는 현상이나 대상을 일관성 있게 측정하였는가를 나타내는 것으로, 척도의 신뢰성을 평가하는 방법으로는 내적일관성, 반복측정 신뢰성, 대안항목 신뢰성 등이 있으며, 본 연구에서는 내적 일관성을 검증하기 위해 Cronbach's Alpha 값을 이용하여 분석을 실시하였다. Cronbach's Alpha 값은 일반계수를 활용하여 0.7이상일 경우에 척도에 신뢰성이 존재하는

것으로 판단하였다[31]. 본 연구에서 사용한 측정변수는 Cronbach's Alpha 값이 모두 0.78 이상으로 나타나 척도의 신뢰성이 높다고 판단된다. 신뢰도분석 결과는 다음의 Table 4와 같다.

[Table 4] Reliability Test of Expos

Factors	Number of Items, 2009	Cronbach's Alpha	Number of Items, 2013	Cronbach's Alpha
Expo's Contents	4	0.747	4	0.797
Convenience Facilities	7	0.811	7	0.862
Expo's Environment	5	0.826	5	0.889
Quality of Product	4	0.826	4	0.834

4.2.1 2009 천안웰빙식품엑스포 확인적 요인분석

신뢰성이 검증된 각 요인들의 항목에 대하여 단일 차원성을 검정하고자 확인적 요인분석을 실시하였다. 인과관계 연구에서 확인적 요인분석은 자료의 타당성을 증명하는데 이용하는데, 본 연구자가 작성한 연구모델에 이용되는 구성개념은 대부분 다항목 측정을 하기 때문에 요인들의 단일 차원성(Unidimensionality)을 조사해야 한다[32]. 단일차원성은 각 개념의 측정변수들이 단일요인 모델에 의해 수용 가능한 적합도를 판단하는 것이기 때문에 확인적 요인분석의 목적인 단일 차원성을 저해하는 항목을 제거하는 것이다. 따라서 본 연구에서 사용된 요인들은 선행 연구들을 통해 확인된 요인들을 사용하였기 때문에 탐색적 요인분석을 실시하지 않고 확인적 요인분석을 실시하여 다시 한 번 요인들을 검증하였다.

Table 5는 개별 요인들의 확인적 요인분석을 실시한 결과를 나타낸다. 표에 의하면 대부분 p값과 RMSEA값

을 제외한 값들의 모형적합도가 대체적으로 만족할 만한 수준이다. p값은 0.05보다 크면 일반적으로 적합도가 높은 것으로 받아들여지만,  $\chi^2$ 값은 표본 수에 따라 매우 민감하게 변화하기 때문에 몇 개의 적합도 지수를 복합적으로 고려한 후 모형의 적합 여부를 평가하는 것이 바람직하다[33].

각 요인별로 항목구성의 최적 상태를 도출하기 위한 적합도를 평가하기 위하여  $\chi^2$ 에 대한 p값에( $\geq 0.05$ ), RMR( $\leq 0.05$ ), GFI( $\geq 0.9$ ), NFI( $\geq 0.9$ ), IFI( $\geq 0.9$ ), CFI( $\geq 0.9$ ), RMSEA( $\leq 0.1$ ) 등을 기준으로 평가하였다[33].

$\chi^2$ 값을 자유도와 표본의 크기로 조정된 값인 RMSEA 값은 표본의 크기가 크거나 측정변수들의 수가 많으면 모형의 적합도가 보편적으로 낮은 것으로 나타나기도 한다. 따라서 비록 p값과 RMSEA 값이 유의적으로 나타나지 않더라도 반드시 적합도가 낮다고 할 수 없으며, 다른 지표들과 함께 모형의 적합도를 평가해야 한다.

앞서 언급한 바와 같이 개별 요인들의 확인적 요인분석의 결과는 대체적으로 기준치에 부합하거나 혹은 기준치에 근접한 것으로 확인되어지며, 이에 따라 본 저자는 분석에 사용될 요인들이 전반적으로 모형적합도를 갖추고 있으며 분석에 활용하는 것이 가능하다고 판단한다.

4.3 2009와 2013 웰빙식품엑스포 항목별 비교

2009와 2013 웰빙식품엑스포 평가별 항목을 비교하기 위하여 먼저 항목별 평균값과 이표본 t 분석을 실시하였다. 2009년과 2013년을 비교하여 보면 2009년에 비하여 2013년의 경우 각 항목별 만족도가 전반적으로 높게 나타나고 있음을 확인할 수 있다. 구체적으로 살펴보면 행사내용의 경우 2013년의 평균이 3.2902인데 반해 2009년은 2.6720으로 나타나고 있다. 유일하게 2009년에 비해

[Table 5] Results of Confirmatory Analysis

Factors		Number of Items	$\chi^2$	p	RMR	GFI	CFI	NFI	IFI	RMSEA
Expo's Contents	2009	4	3.304	.192	.009	.998	.998	.996	.998	.027
	2013	4	12.236	.002	.017	.991	.989	.987	.989	.088
Convenience Facilities	2009	7	197.285	.000	.038	.937	.900	.894	.901	.121
	2013	7	176.408	.000	.049	.901	.921	.898	.896	.298
Expo's Environment	2009	5	56.998	.000	.027	.976	.970	.967	.970	.108
	2013	5	110.430	.000	.031	.934	.947	.945	.947	.178
Quality of Product	2009	4	107.944	.000	.048	.941	.924	.923	.924	.243
	2013	4	28.503	.000	.031	.979	.975	.973	.975	.141

[Table 6] Results of 2009, 2013 2-sample T

Factors	2009Cheonan Well-being Food Expo		2013Cheonan International Well-being Food Expo		t	p
	Mean	Rank	Mean	Rank		
Expo's Contents	2.6720	2	3.2902	2	17.635	.000
Convenience Facilities	2.4855	4	3.1099	4	18.742	.000
Expo's Environment	2.3836	5	3.2859	3	25.887	.000
Quality of Product	2.9604	1	2.9390	5	-0.547	.584
General Satisfaction	2.6467	3	3.283	1	15.555	.000

2013년에 평균값이 낮게 나타나는 항목은 상품품질 항목으로 2009년 2.9604의 수치를 보이는 것에 비해 2013년도에는 2.9390으로 나타남을 확인할 수 있다. 전반적 만족도 또한 2009년에 비해 2013년도에 높게 나타나고 있다.

이표본 t분석을 실시하여 등분산 가정을 만족시킨 결과는 Table 6과 같이 나타났으며, 이를 구체적으로 살펴보면 다음과 같다.

분석결과에 의하면 상품품질을 제외한 행사내용, 편의시설, 행사장환경, 전반적 만족도 모두 2009년에 비해 2013년 행사가 방문객의 만족도가 높다고 결론지을 수 있다. 상품품질의 경우 2013년 행사가 2009년 행사에 비해 만족도가 떨어지지만 통계적으로 유의한 수준의 차이가 아님을 알 수 있다. 2009년의 상품품질의 평균값이 2.96으로 상대적으로 타 항목보다 가장 높게 나타났음을 알 수 있고, 타 항목은 모두 개선되었지만 2013년의 경우 오히려 퇴보하여 이러한 결과를 도출한 것으로 판단된다. 웰빙식품 엑스포가 국제행사로 격상되면서 전체적으로

주최 측의 행사준비 노력과 개선이 방문객의 만족도 결과로 나타난 것이라고 판단할 수 있다. 하지만 상품 품질의 경우에는 방문객이 체감할 정도의 수준으로 향상되기 보다는 오히려 불만족 요소가 증가한 경우에 해당한다. 이는 앞서 엑스포 참가회수에서 2회 참가한 방문객이 63.3%에 달해 이전 행사에 참가하여 이번 행사와 비교하여 다양하고 체험 프로그램에 참여한 결과로 기인한다.

#### 4.4 2009와 2013 웰빙식품엑스포 만족도 요인 비교

##### 4.4.1 2009 천안웰빙식품엑스포 만족도 요인

2009와 2013 웰빙식품엑스포 만족도 요인 비교를 위하여 각각 다중회귀분석을 실시하였다. 먼저 2009 웰빙식품엑스포 만족도 요인에 대한 다중회귀분석을 실시한 결과는 Table 7과 같고, 2013년의 분석결과는 Table 8에 나타나있다.

[Table 7] Results of Multiple Regression on 2009 Expo

Factors	Non-Standardized Coefficient		Standardized Coefficient	t	Significance Level	Collinearity Statistic	
	B	S.E.	β			Tolerance	VIF
Constant	-.032	.116		-.280	.779		
Expo's Contents	.267	.045	.198	5.877	.000	.591	1.691
Convenience Facilities	.181	.056	.119	3.206	.001	.485	2.062
Expo's Environment	.161	.042	.128	3.828	.000	.603	1.659
Quality of Product	.401	.034	.355	11.671	.000	.722	1.385
$R^2 = .401$ Adjusted $R^2 = .399$					Durbin-Watson= 1.908 F= 150.028(p= .000)		

본 회귀식의 수정된 설명력은 R<sup>2</sup> 값이 .399로 나타나 독립변수인 행사구성, 편의시설 운영 및 진행, 행사장 환경, 상품 품질 등의 4가지 만족요인은 종속변수인 전반적 만족도를 설명하는 회귀식 모형을 39.9% 정도 설명하는 것으로 나타났다. 또한 회귀모형의 유의성을 진단하는 F 검정 결과 모형이 유의하다는 결과가 나왔으며 (p=.000) 오차간의 상관관계를 진단하는 Durbin-Watson 통계량도 1.908로 나타났는데, 이는 1.28 < D-W < 2.35 기준에 부합하는 값이므로 자기상관의 문제가 없는 것으로 나타나 회귀모형이 종속변수를 적절하게 설계된 것으로 볼 수 있다.

또한 4가지의 만족요인 모두 공차가 0.01 미만이 아니며 VIF가 10 이상이 아니므로, 다중공선성은 없는 것으로 판단된다.

회귀분석 결과 행사내용(t=5.877, p=.000), 편의시설 운영 및 진행(t=3.206, p=.001), 행사장 환경(t=3.828, p=.000), 상품 품질(t=11.671, p=.000)이 모두 유의한 변수로 나타나 총 4가지의 만족요인에 대한 만족도가 높을수록 엑스포에 대한 전반적 만족도를 높게 인식하는 것으로 나타났다.

국제행사로 격상되어 개최된 2013년의 경우도 행사내용, 편의시설 운영, 행사장 환경, 상품품질의 만족도 요인이 전반적 만족도에 미치는 영향 정도를 실증적으로 파악하기 위해 다중회귀분석을 실시하였다.

본 가설 회귀식의 설명력은 R<sup>2</sup> 값이 .263으로 나타나 독립변수인 행사내용, 편의시설 운영 및 진행, 행사장 환경, 상품 품질 등의 4가지 만족요인은 종속변수인 전반적 만족도를 설명하는 회귀식 모형을 26.3% 정도 설명하는 것으로 나타났다. 또한 회귀모형의 유의성을 진단하는 F

검정 결과 모형이 유의하다는 결과가 나왔으며(p=.000) 오차간의 상관관계를 진단하는 Durbin-Watson 통계량도 1.760로 나타났는데, 이 수치는 1.28 < D-W < 2.35 기준에 부합하는 값이므로 자기상관의 문제가 없는 것으로 나타나 회귀모형이 종속변수를 적절하게 설계된 것으로 볼 수 있다. 또한 4가지의 만족요인 모두 공차가 0.01 미만이 아니며 VIF가 10 이상이 아니므로, 다중공선성은 없는 것으로 판단된다.

회귀분석 결과 유의수준 0.05 수준에서는 행사내용(t=6.727, p=.000), 행사장 환경(t=4.088, p=.000)이 전반적 만족도에 영향을 미치는 요소로 나타났고, 유의수준 0.10 수준에서는 상품품질도 전반적 만족도 요인으로 판단되었다. 하지만 편의시설은 전반적 만족도에 영향을 미치는 인자가 아님으로 판명되었다.

2009년 행사의 분석결과와 2013년 행사 분석 결과를 비교하여 시사점을 분석한다면 첫째, 2009년의 만족도 평가요인의 다중회귀분석 모형의 설명력이 2013년의 다중회귀분석 모형보다 설명력이 높게 나타났다. 표본수를 감안하더라도 상당히 설명력이 떨어진 경우에 해당하고, 현재 모형으로도 설명력이 부족한 다중회귀모형이지만 향후 현재의 엑스포 행사가 지속된다면 보다 설명력 있는 변수를 찾는 노력이 경주되어 새로운 다중회귀모형이 추가적으로 개발되어야 함을 시사한다고 볼 수 있다. 물론 본 연구자의 판단에 의하면 지금의 회귀모형도 의미 있는 모형으로 판정되었기에 개선된 형태의 모형이 필요하다는 판단이다.

두 번째, 2009년의 경우 연구자가 선정한 4가지항목 모두가 전반적 만족도에 영향을 미치는 유의한 인자라고 나타났지만, 2013년의 경우 유의수준 0.10 수준에서 판단

[Table 8] Results of Multiple Regression on 2013 Expo

Factors	Non-Standardized Coefficient		Standardized Coefficient	t	Significance Level	Collinearity Statistic	
	B	S.E.	β			Tolerance	VIF
Constant	1.193	.145		8.255	.000		
Expo's Contents	.324	.048	.292	6.727	.000	.588	1.699
Convenience Facilities	.030	.056	.026	.529	.597	.451	2.217
Expo's Environment	.241	.059	.210	4.088	.000	.420	2.382
Quality of Product	.078	.043	.077	1.812	.070	.622	1.609
R <sup>2</sup> = .268      Adjusted R <sup>2</sup> = .263					Durbin-Watson= 1.760 F= 60.254(p= .000)		



[Table 9] Result of Simple Regression of 2009, 2013 Expos

Expos	Factors	Non-Standardized Coefficient		Standardized Coefficient	t	Significance Level	R <sup>2</sup>
		B	S.E.	β			
2009	Constant	.721	.078	-	9.248	F= 704.120 (p= .000)	R <sup>2</sup> = .439
	General Satisfaction	.743	.028	.663	26.535		Adjusted R <sup>2</sup> = .439
2013	Constant	.967	.108	-	8.973	F= 546.598 (p= .000)	R <sup>2</sup> = .452
	General Satisfaction	.734	.031	.643	23.379		Adjusted R <sup>2</sup> = .451

한다면 편의시설의 경우는 만족도에 영향을 미치는 인자가 아님으로 나타났다. 본 분석 결과와 동일하게 앞선 결과에서 설명력이 떨어지는 원인이 여기에 있음을 확인할 수 있다. 해당 분석에서 유의하지 않은 인자가 나타나 전체 모형의 설명력이 떨어짐을 확인할 수 있다. 이와 더불어, 2013년 행사의 경우 국제적 행사로 격상되었고, 편의시설 정도는 방문객 입장에서 판단했을 때 전반적 만족도에 영향을 미치는 인자라기보다는 Kano[34]가 주장했듯이 편의시설은 만족도 요인이자기보다는 당연요소(Must-be)에 해당한다고 볼 수 있다. 만족도에 영향을 미치지 않지만 방문객 수요를 따르지 못한다면 불만족 요소로 귀결되는 인자에 해당하는 경우이다.

세 번째, 만족도 요인 중 표준화 계수와와의 비교를 통하여 2009와 2013 행사를 비교하면 2009년의 경우 상품품질의 표준화계수가 0.355로 가장 높고 다음으로 행사내용이 0.198로 나타났다. 반면, 2013년의 경우는 행사내용이 0.292와 행사장 환경이 그 다음으로 0.210으로 나타나 2009와 비교할 시 약간의 차이를 보임을 알 수 있다. 하지만 행사내용은 2009년이나 2013년의 경우 모두 중요한 요인임을 표준화 계수로 확인할 수 있다.

결국 엑스포 행사의 전반적 만족도에 중요한 요인은 다양한 행사 프로그램으로 대변되는 행사내용임을 두 행사의 비교연구를 통해 알 수 있으며, 국제행사로 치러진 2013년의 경우는 행사내용의 중요도가 더 부각되어 나타나고 있음을 비교 분석에서 알 수 있다.

#### 4.4.2 전반적 만족도와 충성도와의 관계 비교

연구 질문에 대한 답을 위하여 각각의 행사가 전반적 만족도에 미치는 영향을 분석하기 위하여 단순회귀분석을 실시하였다. 다음의 Table 9는 각 행사의 단순회귀분석 결과를 표로 정리한 것이다. 본 연구에서는 방문객의

충성도를 재방문 의사로 측정하여 분석에 사용하였는데, 독립 변수는 전반적 방문객 만족도로 선정하고, 종속 변수를 재방문 의사로 선정하여 단순회귀분석을 실시하였다. 분석 결과 2009년과 2013년 모두 유의수준 0.05에서 모두 통계적으로 유의한 결과를 도출하였다. 따라서 행사전반의 프로그램에 대하여 방문객 만족도를 높이는 것은 방문객의 재방문과 직결됨을 확인할 수 있는 통계적 분석 결과이다.

## 5. 결론 및 향후 연구과제

본 연구는 엑스포 단일 행사 만족도 결정요인에 대한 보통의 연구와 달리 동일행사의 만족도 결정요인을 4년 여의 시계열 상 관점에서 비교 연구를 실시하였다.

본 연구의 항목 비교 분석 결과 2013년의 행사는 2009년 행사에 비해 상품품질을 제외한 모든 항목, 즉 행사내용, 편의시설, 행사장환경, 전반적 만족도, 재방문 의사가 통계적으로 유의한 수준에서 차이가 있음을 확인했다. 2013년의 행사가 2009년의 행사에 비해 각 항목에서 전반적으로 만족도가 높았다. 만족도 결정요인 분석에서는 2009년의 경우는 만족도 결정요인 4가지 항목인 행사내용, 편의시설, 행사장환경, 상품품질 모두 전반적 만족도에 영향을 미치는 요인으로 분석되었고, 2013년의 경우는 유의수준 0.10수준에서 편의시설을 제외한 행사내용, 행사장환경, 상품품질이 유의인자임으로 나타났다. 2009년과 2013년 만족도와 재방문 의사의 단순회귀분석 모형에서는 2009년과 2013년 만족도가 재방문 의사에 모두 타당한 설명력을 가지는 회귀분석 모형임을 검증하였다.

본 연구는 자료수집의 어려움이나 연구기간 등의 이유로 인하여 4년여의 기간을 두고 진행되었다는 의미에

서 본 연구의 의의가 있다고 할 수 있다. 귀중한 자료를 바탕으로 진행된 시계열 연구 외에 실무차원에서 본 연구의 시사점을 살펴보면 다음과 같다.

첫째, 개최지는 지방이지만 국제행사로 격상되어 진행된 행사임에도 과반의 방문객이 천안을 포함한 충청권 거주자였다. 주최 측이 의미있는 국제행사 규모의 엑스포로 발전되기를 원한다면 보다 다양한 형태의 프로그램이나 홍보를 통해 충청권 이외의 방문객을 유인해야 한다. 2013년의 행사가 최초의 국제행사라는 한계점을 인정하더라도 향후 엑스포 행사 발전을 위해서는 해결해야 할 과제이다. 해외 방문객을 나타내는 기타 방문객의 방문비율이 1.4%에 해당함은 이것은 향후 엑스포 개최의 개선과제가 될 것이다.

둘째, 각 항목의 t분석을 살펴보면, 상품품질 외에 모든 항목에서 2013년이 2009년에 비해 유의한 수준의 높은 만족도를 보여주고 있다. 흥정화[35]도 광안리 어방축제를 대상으로 최초방문자와 재방문자간의 만족도 비교 연구에서 재방문자가 최초방문자보다 행사 프로그램, 교통 및 편의시설에 대해 더 높은 만족도를 보여주었다. 본 연구도 그의 연구결과와 일치함을 알 수 있다. 2013년 행사는 두 번째 엑스포 행사이면서 국제행사이다. 방문객의 행사 기대수준은 지난 행사에 비해 더 높을 수밖에 없기에 평가에 인색함이 당연한 귀결이다. 하지만 평가에서는 만족도가 높게 나타났다는 사실은 다채롭고 체험 위주로 꾸며진 행사와 준비의 철저성에 기인한 결과라는 연구자의 판단이다.

셋째, 2009년과 2013년 행사의 전반적 만족도 요인 비교연구에서 2013년의 경우에는 편의시설을 제외한 나머지 요인이 모두 만족도 요인이었다. 2009년의 경우는 4가지 요인 모두가 만족도에 영향을 미쳤다. 실무적 측면의 관점에서 편의시설 요인은 만족도 요인 이라기보다는 당연 요인으로 귀결되기에 편의시설 요인인 화장실 청결이나 편리함, 휴식공간, 현금시설, 주차시설의 충분함에 대해 세심한 배려가 없다면 향후 행사에서는 불만족 요소가 될 것이다. 만족도 요인이 아니라고 해서 중요하지 않다는 것이 아니라 오히려 충족되지 못하면 불만족 요인으로 변했기 때문에 실무진은 준비를 위해 신중을 기해야 할 것이다. Kano가 주장한 시기가 변하면서 만족도 요인이 당연 요인으로 변한 대표적 사례로 판단된다[34]. 엑스포 방문객은 다양한 엑스포와 축제, 컨벤션 행사를 경험하면서 편의시설에 대한 기대치가 높아지고 있음을

알 수 있는 분석결과이다. 만족도와 재방문 의사와의 관계 분석은 2009년과 2013년 모두 만족도가 재방문 의사에 영향을 미치는 요인으로 판명되었다. 2009년의 결과를 토대로 한다면 2013년 방문객 중 엑스포 참여회수 질문에서 2회 경험 방문객이 63.3%에 해당하여 방문객의 거주지 결과와 종합한다면 지난 엑스포에 참가한 방문객이 2013년 엑스포에 참가함을 간접적으로 확인할 수 있기에 분석 결과와 일치함을 알 수 있다.

이러한 시사점에도 불구하고 본 연구가 가지는 한계점이 존재한다. 본 연구가 2009년과 2013년의 행사의 규모나 행사내용, 행사목적이 크게 차이가 나지 않아 상호 비교 연구를 했다. 2013년의 경우 국제행사이지만 방문객의 비율을 보면 국제행사라기에 부족한 면이 존재한다. 향후 보다 발전된 방문객 입장에서 국제적 규모라든지 국제적 행사 프로그램 도입 등의 요인이 포함되어 연구될 필요가 있다. 또 다른 한계점의 경우 방문객 표본추출에서 임의추출법을 활용하여 자료를 수집하였는데, 표본추출로 인한 오류가 발생할 수 있다는 점에서 결과 해석에 유의할 필요가 있다. 향후 보다 개선된 연구를 위해서는 체계적 추출법등의 방법을 활용하여 연구를 정교화해야 한다. 마지막으로 본 엑스포는 산업형 엑스포의 성격을 가진 혼합형에 가까운 행사이다. 이러한 엑스포의 성공요인은 참여업체의 양과 질에 의존하는데, 본 연구는 방문객에만 초점을 두고 있다는 점에서 향후에는 참여업체 대상 만족도나 개선방향에 대한 연구가 진행된다면 보다 객관적인 엑스포 평가에 관한 연구가 될 수 있을 것이다.

## References

- [1] C. K. Lee, J. H. Lee, H. J. Song, "Estimating the Economic Impact of a Birdwatching Festival Using a Regional Input-Output Model", *Journal of Tourism & Leisure Research*, vol. 19, no. 2, pp.19-34, 2007.
- [2] M. G. Bae, "Comparison of Festival Visitors. Evaluation Differences for Local Vitalizing: In case of Yeongcheon Herb Festival", *Korean Journal of Tourism Research*, vol. 23, no. 1, pp. 81-99, 2008.
- [3] Ministry of Culture, Sports and Tourism, 2012 Culture-Tourism Festival Evaluation Report, 2012.
- [4] J. G. Yang, J. K. Kim, "An Empirical Study on Visitor's Satisfaction and Revisiting Intention of EXPO Using Path

- Analysis: Focused on Cheonan Well-being Food Expo”, *Journal of the Korea Academic-Industrial Cooperation Society*, vol. 11, no. 5, pp.1820-1828, 2010.  
DOI: <http://dx.doi.org/10.5762/KAIS.2010.11.5.1820>
- [5] C. S. Kim, “Tourism’ Commercialization of Traditional Heritage as Strategies of Community Development”, *Korean Public Administration Quarterly*, vol. 11, no. 1, pp.209-231, 1999.
- [6] G. H. Jeong, “The Appraisal of the Kumsan Ginseng Festival: A Longitudinal Study ( ‘94 - ‘96 - ‘97 ): As a Case of Cultural Festival Tourism”, *Journal of Tourism Sciences*, vol. 22, no. 2, pp.57-63, 1998.
- [7] H. S. Kim, “A Study on Diffusion Process and Characteristics of Major Cultural Tourism Festivals in Korea”, *The Korean Academic Society of Culture & Tourism*, vol. 8, no. 2, pp.43-60, 2006.
- [8] H. T. Lim, “The Revitalization Plan of the Culture and Tourism Festival through Comparative Analysis on the Local Festival”, *Journal of Tourism Enhancement*, vol. 1, no. 1, pp.101-121, 2013.
- [9] J. H. Oh, *Differential game: a Case Study*, Diss, Seoul graduate school, 2002.
- [10] S. I. Ko, D. K. Yun, S. H. Chung, E. A. Park, “Perceived Performance and Satisfaction by Segmenting Visitor Motivations: Case of the ‘98 Cheju World Festival for Island Cultures”, *Journal of Tourism Sciences*, vol. 23, no. 2, pp.246-266, 2000.
- [11] Y. A. Jung, J. G. Lee, “A Study on Festival Satisfaction Factor of Author - PR, Convenience Facility, Festival Diversification -”, *The Korean Academic Society of Culture & Tourism*, vol. 7, no. 1, pp.229-242, 2005.
- [12] D. U. Cha, “A Study on Decisive Factors of Re-visit and Oral Publicity of Visitors on Satisfaction with Local Festivals - A Case of Jeonju International Film Festival -”, *Journal of Tourism & Leisure Research*, vol. 16, no. 1, pp.55-69, 2004.
- [13] J. J. Lee, “A Study on Developing and Applying Model of Festivals Participation Motivation”, *Journal of Tourism Research*, vol. 20, no. 2, pp.57-69, 2006.
- [14] H. C. Kim, “The Comparison Analysis of Participation Motive According to Local Festival Type: Focused on Industrial, Cultural, Integrating Type Festival”, *International Tourism Research Association*, vol. 4, no. 3, pp. 19-34, 2007.
- [15] H. R. Kim, S. M. Yoon, “A Study for Visitors’ Characteristic of Cultural Tourism Festival as Leisure Activity: a Case of Chun-cheon International Mime Festival and Boryeong Mud Festival”, *Korean Journal of leisure & recreation*, vol. 30, no. 3, pp.227-235, 2006.
- [16] K. H. Kim, D. H. Chun, “A Study of Importance and Satisfaction on Festival’s Selection Based on Lifestyle”, *Journal of Tourism Research*, vol. 4, no. 3, pp.35-58, 2007.
- [17] Y. S. Kang, S. H. Cho, “Strategies for Activating Local Cultural Festivals through Comparative Analysis of Outstanding Festivals”, *Research of Dance Education*, vol. 11, no. 2, pp.73-84, 2011.
- [18] H. D. Kim, H. W. Jun, S. H. Rho, “A Study on the Successful Inducement Plan of Local Festival - Focused on Comparison of Major cases -”, *Journal of Hotel & Resort*, vol. 12, no. 2, pp.431-451, 2013.
- [19] S. B. Kim, M. M. Kim, S. B. Lee, “Study on Comparison of Perceived Crowding, Physical Density and Psychological Influence Affecting Mega-Event Visitors’ Satisfaction: Focusing on F1 Korean Grand Prix & 2012 Yeosu Expo”, *Korea Academic Society of Hotel Administration*, vol. 22, no. 2, pp.225-237, 2013.
- [20] S. J. Park, S. Sun, Y. R. Lee, “A Comparative Analysis on Differences in Festival Visiting Motives Between Domestic Visitors and Foreign Visitors”, *Journal of Marketing Management Research*, vol. 19, no. 1, pp.1-18, 2014.
- [21] B. H. Cho, “Comparison of 2000 and 2003 Kyungju International Cultural Expo,” *Proceedings of Korean Association for Public Administration*, pp.438-453, 2004.
- [22] C. S. Kim, D. H. Jeon, “Comparative Analysis of 2005-2006 MUJU Firefly Festival’s Service Quality and Satisfaction”, *Korean Journal of Tourism Research*, vol. 22, no. 2, pp. 265-284, 2007.
- [23] S. J. Park, T. H. Kim, “Comparative Study of Ceramics World EXPO with Ceramics Festival Service Management: Focus on 2005 Ceramics World Biennale and 2006 Icheon Ceramics Festival”, *Koreanische Zeitschrift fuer Wirtschaftswissenschaften*, vol. 25, no. 2, pp. 75-94, 2007.
- [24] Backman, K. F., Backman, S. J., Uysal, M., Sunshine, K. M., “Event Tourism: An Examination of Motivations and Activities”, *Festival Management and Event Tourism*, vol. 3, no. 1, pp.15-24, 1995.
- [25] Formica, S., Uysal, M., “A market segmentation of festival visitors: Umbria Jazz Festival in Italy”, *Festival Management and Event Tourism*, vol. 3, no. 4, pp.175-182, 1995.  
DOI: <http://dx.doi.org/10.3727/10652709579232523>
- [26] C. K. Lee, “A comparative study of Caucasian and Asian visitors to a Cultural Expo in an Asian setting”, *Tourism Management*, vol. 21, no. 2, pp.169-176, 2000.

- DOI: [http://dx.doi.org/10.1016/S0261-5177\(99\)00046-1](http://dx.doi.org/10.1016/S0261-5177(99)00046-1)
- [27] Mohr, K., Backman, K. F., Gahan, L. W., Backman, S. J., "An Investigation of Festival Motivations and Event Satisfaction by Visitor Type", *Festival Management and Event Tourism*, vol. 1, no.1, pp.89-97, 1993.
- DOI: <http://dx.doi.org/10.3727/106527093792337619>
- [28] Scott, D., "A Comparison of Visitors' Motivations to Attend Three Urban Festivals", *Festival Management and Event Tourism*, vol. 1, no. 3, pp.121-128, 1995.
- [29] Uysal, M., Gahan, L., Martin, B. S., "An Examination of Event Motivations: a Case Study", *Festival Management & Event Tourism*, vol. 1, no. 1, pp.5-10, 1993.
- [30] Martin, B., Bridges, W., Grunwell, S., "A Comparison of Two Music Festivals: Implications for Festival Managers and Planners", *Hospitality Tourism Leisure Science Journal 2*, vol. 1, no. 9, 2006.
- [31] S. I. Choi, *Social science research method and analysis*, B&M books, 2006.
- [32] J. J. Song, *SPSS/AMOS Statistical method of analysis*, 21C book, 2011.
- [33] H. S. Lee, J. H. Lim, *Structural equation modeling & AMOS 20.0*, Jyphyunjae, 2013.
- [34] N. Kano, N. Seraku, F. Takahashi, S. Tsuji, "Attractive Auality and Must-be Quality", *Journal of the Japanese Society for Quality Control*, vol. 14. no. 2, pp.147-156, 1984.
- [35] J. H. Hong, "A Comparative Study of First-time Visitors and Repeated Visitors to Local Festival -Focused on Gwangalli Eobong Festival-", *Event & Convention Research*, vol. 5, no. 2, pp.23-35, 2009.

**양 종 곤(Jong-Gon Yang)**

**[정회원]**



- 1988년 2월 : 단국대학교 경제학과 졸업 (학사)
- 1992년 6월 : 남오레곤 주립대 경영학 졸업 (석사)
- 1998년 12월 : 네브라스카 주립대 경영학 졸업 (박사)
- 1998년 6월 ~ 2000년 7월 : 한국 표준협회 6시그마 컨설턴트
- 2001년 6월 ~ 2002년 6월 : IBM BCS 경영컨설턴트 (6시그마)
- 2002년 12월 ~ 현재 : 단국대학교 경영학과 부교수

<관심분야>

6시그마, 환경경영, 린 경영, 경영혁신