

강원도 지역축제 지속성이 만족도에 미치는 영향

윤석주*, 임연정**
전 강원관광대학교*, 세한대학교**

The Effect of Sustainability on the Satisfaction of Local Festivals in Gangwon Province

Suk-Ju Yun*, Yeon-Jeong Lim**

Former Kangwon Tourist University*, Moolsarang Co., Ltd**

요약 본 연구는 강원도 지역축제 지속성이 만족도에 미치는 영향을 분석하였다. 강원도 지역축제에 참여한 관광객을 대상으로 설문지 총 243부를 분석하였다. IBM SPSS Statistics 20을 사용하여 빈도분석, 요인분석, 신뢰도분석, 상관관계 분석, 회귀분석, 응답자의 특성에 따른 집단 간 차이 분산분석(ANOVA)을 실시하였다. 연구결과 첫째, 강원도 지역축제 지속성이 만족도에는 지역축제지속성이 서비스만족도, 프로그램만족도, 붉은대게만족도가 높을수록 축제만족도가 높은 것으로 나타났으며 독립변수 지역축제 지속성과 종속변수 만족도간의 상관관계 또한 높은 것으로 나타나 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 분석되었다. 둘째, 지역축제 참여동기가 프로그램 만족도에는 통계적으로 유의한 영향을 미치지 못한 것으로 나타났다. 셋째, 지역축제 지속성이 지역특산물 붉은대게 만족도에 대한 상관관계는 축제지속성과 붉은대게 만족도 간의 상관관계는 $R=.812$ 로 높은 편이며, t 값은 21.569 ($p=.000$) 유의한 영향을 미친 것으로 나타났다. 강원도 지역축제 지속성이 만족도에 미치는 영향을 분석함으로써 서비스만족도, 프로그램만족도, 붉은대게 만족도에 대한 지역축제 지속성 및 참여동기에 대한 특성 요인의 중요도를 파악하고 지역축제 관광객의 개인적 요인의 효과성을 검증한 데 연구의 의의가 있다.

주제어 : 강원도, 지역축제, 지속성, 만족도, 붉은 대게

Abstract The purpose of this study is to analyze the effect of sustainability of festival in Gangwon province on satisfaction. A total of 243 questionnaires were analyzed for the tourists participating in the Gangwon - do area festival. Using SPSS Statistics 20, we conducted frequency analysis, factor analysis, reliability analysis, correlation analysis, regression analysis, and ANOVA (Variance Analysis of Variance among Respondents). The results of this study are as follows. First, the satisfaction of the local festival persistence in Gangwondo area festival was found to be higher when the service satisfaction, program satisfaction, and red general satisfaction were higher in the regional festival sustainability. And it was analyzed to have a statistically significant effect. Second, there was no statistically significant effect of participating motivation on the program festival. Third, the correlation between the persistence of local festivals and the satisfaction of the local specialties was higher in $R = .812$, and the t value was 21.569 ($p = .000$) Respectively. The purpose of this study was to examine the effect of personal factors on regional festival tourists' satisfaction with regional festival sustainability and participatory motivation for service satisfaction, program satisfaction, There is a significance of research.

Key Words : Gangwon-do, regional festival, sustainability, satisfaction, Red beet crab

Received 12 Jan 2017, Revised 20 Jan 2017

Accepted 26 Jan 2017

Corresponding Author: Suk-Ju Yun
(Former Kangwon Tourist University)
Email: ysj1159@hanmail.net

© Industrial Promotion Institute. All rights reserved. This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution Non-Commercial License (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/3.0/>), which permits unrestricted non-commercial use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

ISSN: 2466-1139

1. 서론

오늘날 주 5일제 근무와 탄력적 근무 확산에 따른 여가시간 증대와 소득의 증가는 현대인의 개인적인 삶으로 유도하고 있다. 이와 같은 상황은 다양한 여가 활동으로 가장은 물론 기업과 산업, 문화의식에 이르기까지 광범위하게 새로운 변화와 휴가문화가 다변화 되고 있다. 이에 지역의 다양하고 특색 있는 축제는 인간의 일상적인 삶에 활력을 불어 넣어 다양해져 가는 문화적 욕구를 충족시킬 수 있는 새로운 체험의 장소로 제공되며, 지역축제를 통해 지역주민의 삶의 질 향상과 경기침체에 따른 지역사회의 경제 활성화와 지역문화를 더욱 더 풍요롭게 하여 내수활성화에도 도움을 주고 있다. 특히 붉은대게는 강원도 지역의 대표적인 수산물로 전국 생산량의 43%를 차지하고 있다. 이에 강원도 지역축제는 붉은대게라는 지역의 대표적인 음식자원의 활용으로 방문하는 관광객과 지역시민들에게 다양한 볼거리와 먹거리를 제공하여 관광객 유입증대를 통해 지역경제 활성화와 지역 발전을 위한 생산성 있는 축제이다. 지역축제는 그 지역만이 가지고 있는 고유한 문화와 신선한 소재를 바탕으로 지역의 문화관광자원을 연계하여 다양한 프로그램을 갖추고 있어야 한다. 이는 강원도 지역이 갖는 지역성과 강점을 살려 타 지역과 차별화된 지역축제 개발은 지역 축제에 대한 관광객의 다양한 욕구를 충족시키고 긍정적인 기대감도 한층 커질 것이다. 그러나 현재 지역경제 활성화에 기여하는 축제는 아직 소수에 불과하다. 지역축제를 생산과 소비로 이어질 수 있는 관광산업으로 필요하며 지역축제를 찾는 관광객이 만족하고 차별화된 축제 콘텐츠 개발로 경제적 가치를 창출할 수 있는 지역도시 브랜드를 구축하고자 한다. 이에 본 연구는 지역축제 지속성이 축제 만족도에 대한 효율적인 지역축제개선 방안을 제시하고자 지역축제의 만족도를 파악하고, 지역축제 지속성이 만족도에 어떠한 영향이 미치고 있는지 실증적 연구결과를 도출하여 지역의 특색 있는 관광자원개발과 특산물 홍보로 지역축제 활성화 방안을 검증해 보고자 다음과 같이 연구문제를 설정하였다.

첫째, 강원도 지역축제 지속성이 만족도에 어떠한 영향을 미치는가?

둘째, 지역축제 참여동기가 프로그램 만족도에 미치는 영향은 어떠한가?

셋째, 지역축제 지속성이 지역특산물 붉은대게 만족도에 어떠한 상관관계가 있는가?

2. 이론적 배경

지역축제는 전통적 의미로 지역과의 역사적인 상관성 속에 생성. 전승된 전통적인 문화유산을 축제화 한 것에 그치는 것이 아니라 보다 현실적인 차원에서 지역축제를 지역사회의 문화의 정체성에 근원을 두고 대중적이며 주제가 있는 행사로는 볼거리. 먹거리. 놀거리. 배울거리 등을 관광객에게 제공하여 욕구를 충족시키고 관광객들이 실제 다양한 경험을 할 수 있는 제반의 행사로 인식하고 있으며, 문화관광부는 축제를 개최목적에 따라 주민화합 축제, 관광축제, 산업축제, 특수목적축제로 분류하고 프로그램 형식에 따라서 전통문화축제, 예술축제, 종합축제, 기타 축제로 분류하고 있다(김익권, 2007)[1]. 또한, 지역축제는 지역에서 지역민들이 공유하고 있는 역사와 문화의 가치를 프로그램화하여 표현하는 지역 중심의 행사로서, 지역주민에게는 단결심과 지역에 대한 자긍심을 높이고 외부 방문객에게 공개되는 경우에는 호기심과 흥미를 유발하고, 이들에 의해 경제적, 사회문화적 효과가 발생한다. 지역을 토대로 발생한 축제의 영향력이 원래 근원한 지역의 범위를 넘어설 때 전국가격, 또는 세계적인 영향력과 지명도를 높일 수 있으나 그것이 지역을 기반으로 하고 있다면 여전히 지역 축제로 부를 수 있을 것이다. 즉, 지역 축제는 지역내에서만 연회되는 축제라는 의미가 아니라 특정 지역을 기반으로 발원한 축제라는 차원에서 정의될 수 있을 것이다(박용주, 2007)[2].

관광에서의 지속성 개념은 관광자원의 지속성에서 경쟁력의 지속성으로 전환하여야 일반적인 다수의 관광지과 새로운 관광개발 사업에도 적용 할 수 있다. 지속가능한 관광의 실천은 관광객의 이해와 적극적인 협조를 구해야 가능하며 관광지 관리자는 매력적인 관광체험을 제공하기 위하여 노력하고 잠재 관광객들에게 충분히 이해시켜 줄 수 있는 관광정보를 효율적으로 제공하며 고객 만족을 통한 적극적인 마케팅으로 수요를 확보하여야 한다(조용현, 2003)[3]. 한편 지역축제 방문자는 방문지역의 관광 소비자로서 이해할 수 있다. 이러한 관광 소비자로서 방문자 만족은 매우 중요한 문제이다. 고객의 만족. 불만

족이란 고객이 상품이나 서비스를 구매·사용·평가하는 과정에서 경험하는 호의적 혹은 비호의적 감정 및 태도를 의미한다. 즉 만족은 상대적인 개념으로 표준에 대한 평가로 판단된다(황종규, 2005)[4]. 또한, 만족은 인지적 만족과 감정적 만족 두 가지 차원으로 요약된다. 첫 번째 인지적 만족은 기대-불일치 관점으로서 개별적인 경험에 대한 성과와 기대의 비교를 통하여 만족여부를 판단하는 것을 말한다. 즉 제품이나 서비스 구매 이전의 기대와 구매 후 성과간의 비교에서 나타나는 인지적 과정에서 만족이 측정된다는 것이다. 두 번째 감정적 만족은 개별적인 경험을 누적된 성과와 전체적인 평가로 만족을 통하여 판단하는 것으로서 고객 의사결정과정에서 제품 또는 서비스를 이용한 이후의 행동이다(이은지 외2, 2014)[5].

기존의 많은 연구들은 지역축제를 통하여 지역경제 활성화 및 지역이미지 확보방안에 대한 분석된 연구가 많았으나 지역축제 지속성이 관광객들로 하여금 축제 만족도에 대한 연구자료는 찾아보기 어려웠다. 따라서 본 연구는 강원도 지역축제의 지속성이 만족도에 어떠한 영향이 미치는지 파악하고자 한다.

3. 선행연구

강원도 지역축제 지속성이 만족도에 미치는 영향에 대한 기존의 주요 선행연구는 다음과 같이 요약할 수 있다. 붉은대게는 강원도 속초지역의 대표적인 수산물로 전국 생산량의 43%를 차지하고 있다. 지역축제로 관광지 조성이 활성화 되면 방문 관광객의 특산물 소비로 인해 지역주민의 소득증대, 주민고용 확대는 물론 지역 경제 활성화에 미치는 영향은 크다고 볼 수 있다.

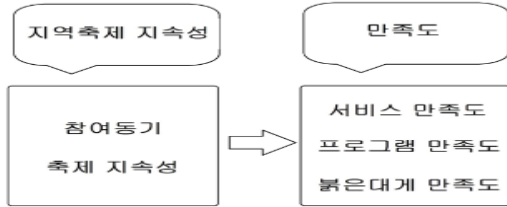
안병권(2009)은 지역축제의 가장 대표적인 사례로 보령머드축제를 들 수 있는데, 1998년 7월 대천해수욕장에서 처음으로 개최된 보령머드축제는 1996년 대천해수욕장 인근 청정갯벌에서 채취한 양질의 바다 진흙을 가공하여 만든 머드팩 화장품이 개발 된 이후 이를 기반으로 머드의 산업 경제적 효과를 인식, 기존의 '만세보령문화제'를 개선 발전시킨 산업경제형 축제이다. 특히 대천해수욕장이라는 지역을 단순한 해수욕장이 아닌 '머드'로 차별화시켜 한국의 대표적인 여름관광 축제로까지 확대

시켰고 전문 기업과 공동으로 개발한 '머드 화장품'의 성공을 통해 여름 도시 보령, 머드 도시 보령의 이미지를 확보할 수 있었다[6].

이소민(2012)은 지역축제는 지역주민이 주관하며 보는 축제에서 참여하는 축제로 변화되고 있어 지역의 전통적 문화성을 담고 서비스 및 지속적인 홍보로 지역사회의 발전을 도모하고 있다. 하지만 한국의 지역 축제는 선진국에 비해 축제·이벤트의 비례 고부가 가치를 높일 수 있는 성공 가능한 전략 등이 필요함에도 지역축제 현실은 너무 많은 축제행사를 추진함으로써 인력·장비·예산 등이 분산되고 축제의 집중력이 약화되어 대부분의 축제가 경쟁력을 상실하고 있으며 지역민의 삶과 문화전통을 계승하고 문화수준을 향상시키는 문화행사가 되어야 한다. 그러나 일상적인 문화활동 등의 특징을 지닌 행사에도 축제라는 의미를 도입함으로써 본래 축제행사의 의미가 퇴색되는 경우도 발생하고 있다. 따라서 지역축제는 지역의 역사와 전통 등 축제의 특성에 따라 구분함으로써 보다 체계적인 축제 추진과 변화가 필요하다고 하였다[7].

하경희(2006)은 각 지방자치단체마다 개성을 찾고 역사를 찾아 문화산업과 연계시키는 것은 경제기반의 강화라는 전제에서 출발하며 과거 지역민의 결속력 강화를 노리는 축제의 원초적 의미가 산업화 사회로 이전되면서 축제 역시 자본의 논리와 결합하여 새로운 가치를 창출하게 된다. 방문객들은 '즐거움'이라는 소비적 개념으로 접근하고 축제는 즐기기 위한 이들에게서 대가를 획득하게 된다. 따라서 축제를 통한 경제성이 산출되고 이것은 지역경제의 직·간접적 소득의 일환으로 작용하게 된다[8]. 또한, 노원중(2010)은 지자체 실시 이후 지역들은 지역브랜드화를 통한 지역마케팅에 사활을 걸고 있다. 이는 선택이 아닌 지역의 생존을 위한 필요 전략이 되었다. 열약한 지방재정과 외부자본의 투자가 유입되지 못하는 상황에서 지자체에서는 지역경제 발전의 타개책 일환으로 지역을 상품화하는 전략을 사용하고 있다. 이러한 지역상품화, 지역브랜드화의 경쟁력을 높이기 위해서 지자체에서는 심혈을 기울여 경쟁력 있는 지역 이미지를 갖기 위한 노력을 하고 있다고 하였다[9]. 따라서 본 연구는 이론적 고찰을 토대로 강원도 지역축제 지속성이 만족도에 미치는 영향에 대한 관계를 분석하고자 [Fig. 1]과 같이 연구모형을 설정하였다. 지역축제지속성은 참여동기, 축

제지속성으로 나누었으며 만족도는 서비스 만족도, 프로그램 만족도, 붉은대게만족도로 설정하였다.



[Fig. 1] Research Model

4. 연구의 방법 및 절차

본 연구는 강원도 지역축제 만족도에 대한 설문조사로서 강원도 지역축제에 참여한 관광객을 대상으로 2016년 10월 11일부터 10월 23일까지 설문지 250부를 배부하여 응답이 누락된 설문지를 제외한 243부를 최종 분석자료로 사용하였다.

설문문항은 응답자의 인구학 통계적 특성 6문항, 참여동기 2문항, 서비스만족도 8문항, 프로그램만족도 8문항, 붉은대게만족도 6문항, 축제지속성 9문항으로 총 39문항으로 구성하였다.

IBM SPSS Statistics 20을 사용하여 빈도분석, 요인분석, 신뢰도분석, 상관관계분석, 회귀분석, 응답자의 특성에 따른 집단 간 차이 분산분석(ANOVA)을 실시하였다.

5. 연구결과의 분석 및 해석

5.1 조사대상자의 일반적 특성

설문대상자는 강원도 지역축제 관광객을 대상으로 조사하였으며 일반적 특성을 살펴보면 <Table 1>과 같다.

성별은 남자 40.7%, 여자 59.3%로 나타났으며, 연령은 40대 29.2%, 50대 20.6%, 거주지는 속초 28.4%, 서울 21%, 동반관계는 가족 72.8%, 친구 13.6%, 동반인원은 3~4명 35.4%, 1~2명 31.3%, 방문기간은 1일 34.6%, 2일 34.2% 순으로 가장 높게 조사되었다.

<Table 1> General Characteristics of the Respondents

	Spec.	N	%
성별	남자	99	40.7
	여자	144	59.3
연령	20대	41	16.9
	30대	39	16.0
	40대	71	29.2
	50대	50	20.6
	60대이상	42	17.3
거주지	속초	69	28.4
	강원 영동	29	11.9
	강원 영서	27	11.1
	서울	51	21.0
	경기도	38	15.6
동반관계	기타	29	11.9
	가족	177	72.8
	친구	33	13.6
	연인	16	6.6
	직장/단체모임	7	2.9
동반인원	없음	10	4.1
	1~2명	76	31.3
	3~4명	86	35.4
	5~6명	45	18.5
	7명이상	26	10.7
방문기간	없음	10	4.1
	1일	84	34.6
	2일	83	34.2
	3일	24	9.9
	4~6일	3	1.2
	7일이상	4	1.6
주민	45	18.5	

5.2 신뢰도 및 타당도 분석

직각회전(Varimax)으로 요인분석을 실시한 결과는 <Table 2>와 같다. 변수를 정제하여 최종적으로 25개 변수를 사용하여 4개 요인이 도출되었으며 KMO 값은 .963로 매우 높게 나타났고, Bartlett 구형성 검정 결과 $p < .001$ 수준에서 유의하게 높게 나타나 타당성이 검증되었다. 신뢰도 분석 결과 모든 항목의 Cronbach's Alpha 값은 축제지속성(.951), 붉은대게만족도(.939), 서비스만족도(.936), 프로그램만족도(.924)로 매우 높게 나타나 신뢰수준 또한 높은 것으로 분석되었다.

<Table 2> Factor and Reliability Analysis

Variables		서비스 만족도	붉은대게 만족도	축제 지속성	프로그램 만족도
Factor 1	서비스만족3	.823			
	서비스만족2	.749			
	서비스만족4	.686			
	서비스만족6	.685			

	서비스만족7	.638			
	서비스만족8	.614			
	서비스만족5	.611			
Factor 2	붉은대계만족2		.791		
	붉은대계만족3		.739		
	붉은대계만족1		.711		
	붉은대계만족5		.691		
	붉은대계만족4		.673		
	붉은대계만족6		.633		
Factor 3	축제지속성2			.773	
	축제지속성3			.745	
	축제지속성1			.735	
	축제지속성4			.634	
	축제지속성5			.532	
	축제지속성9			.517	
	축제지속성6			.515	
Factor 4	프로그램만족1				.761
	프로그램만족2				.736
	프로그램3만족4				.653
	프로그램만족3				.653
	프로그램만족5				.591
Eigen Value		5.325	4.993	4.704	4.329
Cronbach's Alpha		.936	.939	.951	.924
Variance(%)		21.300	41.272	60.089	77.404
KMO-Bartlett		.963/ 6387.007***			

***p<.001, **p<.01, *p<.05

5.3 상관관계분석

상관관계분석 결과 Pearson 상관계수를 살펴보면 <Table 3>과 같다. 서비스만족도와 붉은대계만족도 간의 상관계수 값은 .749, 서비스만족도와 축제지속성은 .841, 서비스만족도와 프로그램만족도는 .755, 붉은대계만족도와 축제지속성은 .812, 붉은대계만족도와 프로그램만족도는 .808, 축제지속성과 프로그램만족도는 .819로 높은 상관관계가 있는 것으로 분석되었다.

<Table 3> Correlation Analysis

Categories	M	SD	Correlation			
			a	b	c	d
서비스만족도	3.64	.797	1			
붉은대계만족도	3.81	.784	.749**	1		
축제지속성	3.84	.792	.841**	.812**	1	
프로그램만족도	3.62	.815	.755**	.808**	.819**	1

**p<.01

5.4 회귀분석

단순회귀분석을 실시한 결과를 살펴보면 <Table 4>와 같다. 독립변수 지역축제 지속성과 종속변수 서비스

만족도의 상관관계 R= .841로 높은 상관관계를 보이고 있으며, t값은 24.093 (p=.000)으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났고, R²= .705로 축제지속성이 서비스만족도에 대한 비율로 70.5%의 설명력을 나타내고 있다. 축제지속성과 프로그램만족도 간의 상관관계는 R=.819로 높은 편이며, t값은 22.139 (p=.000) 통계적으로 유의한 영향을 미치고 있으며, R²=.670으로 67%의 설명력을 가진다. 축제지속성과 붉은대계 만족도 간의 상관관계는 R=.812로 높은 편이며, t값은 21.569 (p=.000) 유의한 영향을 미쳤으며, R²=.659로 65.9%의 설명력을 보이고 있다. 즉, 지역축제지속성은 서비스만족도, 프로그램만족도, 붉은대계 만족도가 높을수록 축제만족도가 높아진다는 것을 알 수 있다. 따라서 지역축제의 지속성을 향상시키고 관광객이 축제만족도에 긍정적인 인식을 갖도록 하기 위해 다양한 프로그램개발과 체계적인 관리로 지역경제에 직·간접적인 영향을 미칠 수 있도록 지속적인 관리방안이 필요한 것으로 판단된다.

<Table 4> Regression Analysis

Independent	Dependent	β	t	R ²	F
축제지속성	서비스만족도	.841	24.093	.705	.580**
축제지속성	프로그램만족도	.819	22.139	.670	490.146*
축제지속성	붉은대계만족도	.812	21.569	.659	465.213***

*p<.05, **p<.01, ***p<.01

5.4 개인적 특성에 따른 집단 간 차이

분산분석(ANOVA)을 실시한 결과 강원도 지역축제 참여동기에 따른 서비스만족도, 프로그램만족도, 붉은대계 만족도에 대한 분석결과는 <Table 5>와 같다.

서비스만족도는 참여동기가 축제관계자참여자(3.80)보다 기타참여자(3.91)가 높게 나타났으며, 프로그램만족도는 기타참여자(3.581)보다 축제관계자참여자(4.00)가 더 높은 것으로 나타났고, 붉은대계 만족도는 기타참여자(3.91)보다 축제관계자참여자(3.94)가 더 높은 것으로 분석되었다.

분산분석 결과 강원도 지역축제 참여동기에 따른 서비스만족도, 프로그램만족도, 붉은대계 만족도는 축제관계자참여자가 축제만족도에 높은 수치로 나타났으나 통계적으로는 유의한 차이가 없는 것으로 분석되었다.

<Table 5> Group Differences of the respondents

Spec.		M	SD	F	Post Analysis	
서비스만족도	참여 동기	축제관심참여	3.62	.854	.455	c>a,b (Scheffe)
		지역관광방문	3.60	.759		
		축제관계자 참여	3.80	1.053		
		지역주민참여	3.67	.717		
	기타	3.91	.768			
프로그램만족도	참여 동기	축제관심참여	3.55	.891	.094	a,d<c (Scheffe)
		지역관광방문	3.68	.758		
		축제관계자 참여	4.00	.871		
		지역주민참여	3.59	.750		
	기타	3.81	.665			
붉은대게만족도	참여 동기	축제관심참여	3.79	.804	.684	c.>e (Scheffe)
		지역관광방문	3.82	.780		
		축제관계자 참여	3.94	.917		
		지역주민참여	3.79	.792		
	기타	3.91	.695			

*p<.05, **p<.01

6. 결론

강원도 지역축제 지속성이 만족도에 미치는 영향에 대한 본 연구의 결과는 다음과 같이 요약된다.

첫째, 강원도 지역축제 지속성이 만족도에 미치는 영향은 지역축제지속성이 서비스만족도, 프로그램만족도, 붉은대게만족도가 높을수록 축제만족도가 높은 것으로 나타났으며 독립변수 지역축제 지속성과 종속변수 만족도간의 상관관계 또한 높은 것으로 나타나 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 분석되었다.

둘째, 지역축제 참여동기가 프로그램 만족도에는 통계적으로 유의한 영향을 미치지 못한 것으로 나타났다.

셋째, 지역축제 지속성이 지역특산물 붉은대게 만족도에 대한 상관관계는 축제지속성과 붉은대게 만족도 간의 상관관계는 R=.812로 높은 편이며, t값은 21.569 (p=.000) 유의한 영향을 미쳤으며, R²=.659로 65.9%의 설명력을 보이고 있다. 따라서 지역축제지속성은 붉은대게 만족도에 유의한 영향을 미치는 것으로 분석 되었다.

연구결과 지역축제 참여동기는 축제만족도 상관관계가 없는 것으로 분석되었으나 서비스만족도, 프로그램만족도, 붉은대게 만족도는 축제관계자참여자가 축제만족도에 높게 나타났다. 이에 축제관계자가 지역축제 행사를 통하여 방문객의 내적 심리상태를 파악하고 지역축제의 적극적인 홍보활동으로 참여동기, 축제만족도, 경제적

효율성을 높일 수 있도록 체계적인 관리방안을 제안할 수 있다.

본 연구의 한계점은 강원도 일부지역을 대상으로 조사하여 본 논문을 일반화하기에 제한점이 있다는 것이며, 향후 연구에서는 축제의 유형별 분석을 통한 지역별 선정을 더 확대 하여 지역경제 발전에 영향을 미치는 요인을 분석하는 연구를 진행할 필요가 있다.

본 연구는 강원도 지역축제 지속성이 만족도에 미치는 영향을 분석함으로써 서비스만족도, 프로그램만족도, 붉은대게만족도에 대한 지역축제 지속성 및 참여동기에 대한 특성 요인의 중요도를 파악하고 지역축제 관광객의 개인적 요인의 효과성을 검증한 데 연구의 의의가 있다.

References

- [1] 김익권, “ 지역발전을 위한 지역축제 활성화 방안”, 경남대학교 석사학위논문, 2007.
- [2] 박용주, “ 울산지역축제의 활성화 방안”, 울산대학교 석사학위논문, 2007.
- [3] 조용현, “ 관광에서의 지속성 개념변화에 따른 새로운 관광개발 전략에 관한 연구”, 도시계획학회지,
- [4] 황종규, “ 지역축제 방문자 만족의 영향요인에 관한 연구”, 한국행정논집, Vol. 17, No. 2, pp313~335. 2005.
- [5] 이은지,유영준,이정학, “ 울산 관광목적지 평가 및 만족이 행동의도에 미치는 영향”, 관광레저연구, Vol. 26, No. 9, pp531~544. 2014.
- [6] 안병권, “지역축제의 활성화 방안에 관한 연구”, 경원대학교 석사학위논문, 2009.
- [7] 이소민, “경남지역축제 무용현황 및 활성화방안 연구”, 경성대학교 석사학위논문, 2012
- [8] 하경희, 지역축제의 브랜드화 전략에 관한 연구, 국제관광학술대회, Vol. 2006, pp87~99. 2006
- [9] 노원중, “ 축제서비스스케이프가 축제 및 지역 이미지에 미치는 영향”, 경기대학교 박사학위논문, 2010.

윤 석 주(Yun, Suk Ju)



- 2014년 8월 : 단국대학교 일반대학원 교육학과(상담심리) 교육학 박사
- 전 강원관광대학교 사회복지서비스과 교수
- 관심분야 : 심리학, 사회복지
- E-Mail : ysj1159@hanmail.net

임 연 정(Lim, Yeon Jeong)



- 2017년 3월 2일 : 세한대학교 영어교육과 입학 예정
- 2016년 5월 1일 : 청소년경제신문 학생기자
- 관심분야 : 영어교육, 기술교육
- E-Mail : ipi@dreamwiz.com