

# 지역축제유형에 따른 축제성공요인 영향 비교

A Comparison of the Influences of Festival Success Factors  
According to the Types of Community-based Festivals

주저자 : 김경선

관동대학교 시각디자인학과 교수

**Kim, Kyung-Sun**

Kwandong University

교신저자 : 서구원

한양사이버대학교 광고홍보영상학과 교수

**Suh, Koo-Won**

Hanyang Cyber University

## 1. 서론

## 2. 이론적 배경

- 2-1. 축제유형
- 2-2. 지역축제 성공요인
  - 2-2-1. 핵심요인
  - 2-2-2. 부가요인
- 2-3. 재방문의도 및 추천의도

## 3. 연구방법

- 3-1. 연구대상
- 3-2. 연구문제
- 3-3. 조작적 정의
- 3-4. 조사 및 통계분석

## 4. 분석결과

- 4-1. 응답자의 인구통계적 특성
- 4-2. 척도의 타당성 및 신뢰도 검증
- 4-3. 연구결과 분석

## 5. 결론 및 논의

### 참고문헌

### 논문요약

지방축제는 지방도시의 마케팅 및 커뮤니케이션 채널로서 매우 중요한 역할을 하고 있으며 도시경쟁력의 중요한 원천이 되고 있다. 이에 따라 다양한 형태의 지방축제가 소개되고 있으며, 매우 다양한 연구가 이루어지고 있다. 지방축제에 대한 이제까지의 연구는 주로 개별적인 축제에 대한 현상과악에 중점이 두어져 왔기 때문에, 체계적이고 이론적인 접근방법을 개발할 필요가 있다. 이러한 결함을 극복하기 위해 본 연구는 축제의 유형과 성공요인을 체계적으로 분류하였다. 이 분류기준을 바탕으로 서로 다른 유형의 지방축제를 실증적으로 분석하였다. 축제의 유형은 문화예술축제, 전통문화축제, 지역특산품축제, 자연관광축제 등 4가지로 분류되었고, 축제의 성공요인은 핵심요인과 부가요인으로 분류하여 핵심요인에는 유희성과 체험을, 부가요인에는 주변경관, 환대, 숙박, 지역특산품을 본 연구에 활용하였다. 본 연구에는 청주국제공예비엔날레와 강릉단오제 참가자 총 310명이 참여하였다. 연구결과 전통문화축제가 문화예술축제보다 핵심요인인 유희성과 체험, 부가요인인 숙박, 환대, 및 재방문의도와 추천의도에서 전통문화

축제가 문화예술축제보다 높게 나타났다. 전반적으로 볼 때 유희성과 환대가 재방문의도와 추천의도에 가장 큰 영향을 미치는 요인으로 나타났다. 본 연구는 도시마케팅 및 관광 분야의 이론적 발전에 기여하며 실무에 가이드라인을 제공할 수 있는 중요한 자료가 될 것으로 믿는다.

**주제어 :** 지방축제, 축제유형, 유희성, 체험, 환대, 숙박

### Abstract

Community-based festivals are playing critical roles as marketing and communication channels and sources of competitiveness for local governments. Accordingly, many different types of festivals are introduced and many research studies are being conducted. Contemporary studies have been focused on the investigation of phenomenon of the specific festival, therefore there is a need to develop systematic approaches to study festivals. To overcome the deficiency, the study classified the festival type and success factors. Based on this classification, the study empirically investigated the different types of festivals. The festival types are classified into 4 types; culture and arts festival, traditional culture festival, local product festival, and nature tourism festival. Success factors of festivals are classified into core factors (enjoyment and experience) and peripheral factors (surrounding landscape, courtesy, accommodation and food, and local products). The study utilized total 310 visitors of the Cheongju International Craft Biennale and the Kangnung Dano Festival. The results showed that the traditional culture festival is higher than the local product festival in core factors (enjoyment and experience), peripheral factors (courtesy, accommodation and food), intention to revisit, and intention to recommend. Overall, It was found that enjoyment and courtesy have the strongest effect on intention to revisit, and intention to recommend. We believe that the study will contribute to the development of theories in the field of city marketing and tourism, and provide guidelines for practice.

**Key Words :** festival, festival type, enjoyment, experience, courtesy, accommodation and food

## 1. 서론

지방축제(community-based festivals)는 지역 경제를 활성화하기 위해 지방자치단체들이 시행하는 특별한 이벤트의 한 형태로서 전 세계적으로 관광 확산효과를 가져다주고 있다. 지방축제는 공급자 측면에서는 지역의 문화 및 관광 발전 계획 또는 도시의 이미지 관리를 위해 이루어지고 있으며, 수요자측면에서는 소비자의 소득과 여가시간의 증대, 이에 따른 생활유형(lifestyle)의 변화, 사회화 욕구, 및 체험욕구 등으로 인해 발전 추세에 있다(Hackbert, 2009).

이에 따라 지방축제는 국내 지방자치단체들의 중요한 활동으로 자리 잡고 있으며, 문화체육관광부에서는 경제 유발효과가 큰 지방축제를 선정하여 지원해 오고 있다. 국내 지방자치단체들은 지방축제가 도시경쟁력을 좌우하는 중요한 요인이라고 인식하고 연간 1천 개 이상의 축제를 개최하고 있는 실정이다(서구원, 김경선, 2010).

지방축제는 지역민을 위한 잔치의 수준이 아니라, 축제를 통해 외지인을 불러들여 지역에서 소비를 하고, 특산품을 구매하도록 하고, 주변 관광지를 돌아보게 하여 지역경제를 활성화시키고, 지역을 홍보하는 등 도시의 마케팅 및 커뮤니케이션 채널로서 점점 중요성이 더해지고 있다.

지방축제가 중요하게 인식됨에 따라 다양한 축제를 대상으로 최근 연구가 활성화되고 있다. 축제의 종류도 문화예술을 활용한 축제에서부터 전통문화를 주제로 한 축제, 및 지역을 특산물을 판매하는 것을 목적으로 하는 축제에 이르기까지 다양한 유형의 축제가 연구대상에 포함되고 있으며 지역적으로도 서울, 김포와 같은 수도권으로부터, 청주, 강릉, 안동, 경주, 제주 등 전국의 축제들이 포함되어 있다.

이렇게 다양한 축제를 대상으로 많은 연구가 이루어지고 있으나 이는 개별적인 축제의 성공요인을 이해하고자 할 때는 유용한 연구가 될 수 있으나 축제에 관한 일반적인 이론을 추구하는 데에는 한계가 있다. 보다 일반화된 이론을 위한 연구에는 축제의 유형을 체계적으로 구축하고 각 유형에 공통적으로 나타나는 현상이나 각 유형 간에 나타나는 차이점 등을 분석해 볼 필요가 있다.

또한 축제의 성공요인에 있어서도 축제 프로그램과 관련한 핵심적인 요인과 축제장소 주변에 둘러싼 관광지가 있는지의 여부와 같은 부가적인 요인들을 구분하여 이들 요인이 각각 어떻게 영향을 미치는지 비교분석할 필요가 있다(김종우, 이건표, 2006; 서구원, 김경선, 2010; 최현재, 2006).

본 연구는 축제의 유형을 분류하여 각 유형 간에 나타나는 차이점을 분석하여 축제이론을 발전시키는

데 도움을 주는 것을 목표로 하고 있다. 특히 도시마케팅(city marketing), 관광(tourism) 등과 관련한 이론적 연구에 공헌하게 될 것이다(Hackbert, 2009). 본 연구를 통해 나타나는 축제유형 간의 차이는 실무에 있어서도 성공적인 축제를 기획하는 데 방향성을 제시해 줄 것으로 믿는다.

## 2. 이론적 배경

### 2.1. 축제유형

축제에 대한 연구는 외국에서보다 국내에서 활성화되고 있으나, 지역축제를 분류하는 유형에 대해서는 표준적이고 통일적인 기준이 활용되고 있지 않다(서구원, 김경선, 2010). 축제의 유형은 축제를 구성하는 콘텐츠(contents) 즉 프로그램에 의해 결정되게 되는데, 축제의 프로그램에 따라 관람객의 축제 참여 동기가 달라지게 된다(Crompton and McKay, 1997). 축제로 인해 유발된 관광도 축제가 제공하는 매력물(attractions)에 따라 관광객을 유인하는 효과가 달라지기 때문에 축제가 제공하는 프로그램이나 혜택(benefits)을 중심으로 축제의 유형을 분류할 필요가 있다(Hackbert, 2009).

지역축제유형에 대한 연구를 분석해 보면, 가장 많이 분류되는 유형으로서 문화예술축제, 전통문화축제, 지역특산품축제, 자연관광축제 등 4가지로 나타나고 있으며, 그 이외에 문화관광축제, 생태자연축제, 지역특성화축제, 일반지역축제, 경연·산업축제, 지역테마형축제, 레저스포츠축제 등으로 분류하고 있다. 서구원과 김경선(2010)은 기존 연구를 바탕으로 문화예술축제, 전통문화축제, 지역특산품축제, 자연관광축제 등 4가지 유형으로 분류하였으며 구체적인 특징은 다음과 같다.

문화예술축제는 영화, 연극, 미술, 음악 등과 같은 문화예술을 중심으로 한 축제로서 부천시나 부산의 국제영화제, 청주국제공예비엔날레, 춘천마임축제 등이 대표적인 사례이다. 전통문화축제는 지역의 전통적인 문화유산이나 역사를 중심으로 구성된 축제로서 남원춘향제, 청주직지축제, 강릉단오제, 아산성웅이순신축제 등이 대표적인 사례이다.

지역특산품축제는 지역에서 생산된 전통적이거나 독특한 특산품으로서 농수축산품이나 공산품 등을 판매하는 것을 주목적으로 한 축제로서 금산인삼축제, 이천쌀문화축제, 양양송이축제, 강경젓갈축제, 이천도자기축제, 인제빙어축제, 천한방축제 등이 대표적인 사례이다. 자연관광축제는 지역의 자연환경과 관광거리를 중심으로 관광객을 유치하기 위한 축제로서 위의 3개 분류에 해당하지 않는 기타의 축제들을 망라한 광범위한 유형으로 이해하면 된다. 자연관광축제에는 함평나비축제, 보령머

드축제, 무주반딧불축제, 고성공룡나라축제, 연천구석기 축제, 진도신비의 바다길축제 등이 대표적인 사례이다.

## 2.2 지역축제 성공요인

축제는 상품대신 서비스를 제공하는 활동으로서 축제의 성공요인을 파악하기 위해서는 서비스마케팅에 관한 연구를 분석할 필요가 있다. Eiglier와 Langeard(1981), Grönroos(1978) 등은 서비스를 핵심서비스(core service)와 부가서비스(peripheral service)로 분류하여 핵심서비스는 식당의 음식이나 테마파크의 놀이시설과 같이 고객이 서비스를 구매하는 본원적인 욕구를 충족시켜주는 핵심사항을 의미한다. 부가서비스는 종업원의 친절도, 주차의 용이성과 같이 핵심서비스의 평가에 영향을 주는 기타 요소이다. Arora와 Stoner(1996)는 기술적 관점(technical quality perspective)과 기능적 관점(functional quality perspective)으로 분류하고 있다. 기술적 관점은 서비스가 제공하는 본질적 요소로서 무엇(what)이라고 요약할 수 있으며, 기능적 관점은 서비스를 전달하는 과정과 관련한 요소로서 어떻게(how)라고 표현 할 수 있다. 된 부가적 요소와 관련되어 있다.

이와 같은 다양한 연구를 바탕으로 서구원과 김정선(2010)은 축제의 성공요인을 핵심요인과 부가요인 2가지로 분류하였다. 이들은 핵심요인은 축제가 제공하는 본질적인 요소로서 축제의 콘텐츠인 프로그램이라고 설명하고 있으며, 부가요인은 축제 전체의 만족에 영향을 주는 프로그램이외의 요소라고 설명하고 있다. 유희성, 체험이 대표적인 핵심요인이며, 주변경관, 환대, 숙박, 지역특산물 등은 부가요인이다.

### 2.2.1 핵심요인(core factors)

축제의 핵심요인으로는 유희성(enjoyment)과 체험(experience)을 꼽을 수 있다. 우선, 유희성은 축제를 통해 관람객이 얻게 되는 심리적 혜택(benefits)으로서 재미, 즐거움, 흥미유발과 같은 감성적 요인이다. 축제에서 볼거리나 즐길거리가 많을수록 유희성이 높아진다고 볼 수 있다. 따라서 유희성은 축제의 성패를 평가하는 척도로서 축제의 다양한 유형에서 보편적으로 활용되고 있다.

축제유형별로 보면, 문화예술축제에 관한 연구로서 김포문화예술제 관람자를 대상으로 한 연구(민동규, 2008)에서 축제의 재미가 만족도, 재방문의도, 및 추천의도에 영향을 주는 것으로 나타났다. 전통문화축제에 있어서도 의암주논개대축제(강순화, 문경주, 2007)와 안동국제페스티벌(박순영, 2003) 관람자를 대상으로 한 연구 결과 유희성이 만족도, 재방문의도, 및 추천의도에

영향을 주는 것으로 나타났다. 온달문화축제(조문식, 최해수, 2004) 연구에서는 유희성이 축제이미지에 영향을 미치는 것을 발견하였으며, 제주 정월대보름 등불축제(문성중, 김민철, 부창산, 2008) 연구에서는 축제에서 느끼는 흥미가 일상에서의 탈출이 만족도와 지불의사에 영향을 미치는 것으로 나타났다.

자연관광축제에 있어서도, 구례산수유꽃축제(강순화, 문경주, 2006)에서 유희성이 만족도에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 자연관광축제와 유사한 위도 및 대천 해수욕장 관광지(윤설민, 2007) 연구 결과 관광지에서의 재미나 신명이 관광객의 만족도와 추천의도에 영향을 주는 것으로 나타나고 있다.

체험(experience)은 Pine과 Gilmore(1998)의 연구 이후 마케팅 전반에 걸쳐 급속히 중요성이 증대되고 있다(서구원, 2010). 체험에 대한 정의는 학자의 관점에 따라 다양하게 정의되고 있으나 축제와 관련하여 광의로 정의해 보면, 축제 참관자가 직접 프로그램에 참여하거나 실행해 보는 것을 포함하여, 비일상적인 새로운 것을 경험하는 것까지 포괄적으로 정의할 수 있다(서구원, 김경선, 2010). 축제는 레저·관광 등과 함께 체험적 특성을 강한 영역으로 분류되고 있어 축제의 연구에 필수적으로 고려되어야 할 것이다.

축제의 유형별로 보면, 김포문화예술제와 같은 문화예술축제에서 체험은 만족도, 재방문의도, 및 추천의도에 영향을 주는 중요한 요인이라는 것이 확인되었다(민동규, 2008). 전통문화축제에서는 의암주논개대축제(강순화, 문경주, 2007) 연구에서 체험프로그램이 만족도, 재방문의도, 추천의도에 영향을 주는 것으로 나타났다. 경주 한국의 술과 떡 잔치(오수진, 이정희, 2007)와 대가야 체험축제(정강환, 노용호, 김상호, 2007) 연구에서는 체험이 만족도에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 온달문화축제(조문식, 최해수, 2004)에서는 체험이 축제이미지에 영향을 미치는 것으로 나타났고, 제주 정월대보름 등불축제(문성중, 김민철, 부창산, 2008) 연구에서는 체험이 만족도와 지불의사에 영향을 미치는 것으로 나타났다.

자연관광축제는 구례산수유꽃축제(강순화, 문경주, 2006) 연구에서 체험프로그램이 축제만족도에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 위도 및 대천 해수욕장 관광지(윤설민, 2007) 연구 결과 체험이 만족도와 추천의도에 영향을 미치는 것으로 확인되었다.

### 2.2.2 부가요인(peripheral factors)

본 연구에서는 부가요인으로서 환대, 숙박, 지역특산품을 포함하였다. 우선 환대(courtesy)는 업소 종업원, 주민, 공무원 등 관람객이 현장에서 만나는 인적 자원 즉 업소 종사자, 주민, 공무원, 행사 진행요원 등의 친

절한 태도를 의미한다. 최근에는 이러한 인적자원을 브랜드대사(brand ambassador)라고 부르며 현장에서 관람객이 형성하는 감정에 매우 중요한 영향을 미치는 것으로 인식하고 있다. 관광에 있어서도 환대는 매우 중요한 요소로서 관광매력성과 관광성취도를 높여 주는 중요한 요인임이 알 수 있다(김경태, 윤유식, 2009).

전통문화축제에서는 의암주논개대축제(강순화, 문경주, 2007) 연구에서 친절성이 만족도, 재방문의도, 및 추천의도에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 경주 한국의술과 떡 잔치(이경모, 2004)와 안동국제탈춤페스티벌(박순영, 2003)에서도 종업원 서비스가 만족도와 재방문의도에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 대가야체험축제(정강환, 노용호, 김상호, 2007), 경주 한국의술과 떡 잔치(오수진, 이정희, 2007), 완도장보고축제(김희진, 문경주, 2006) 등의 연구에서는 친절도가 만족도에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 온달문화축제(조문식, 최해수, 2004)에서는 환대가 축제이미지에 영향을 미치는 것으로 나타났다.

자연관광축제는 구례산수유꽃축제(강순화, 문경주, 2006)에서 친절도가 만족도, 재방문의도, 추천의도에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 위도 및 대천 해수욕장 관광지(윤설민, 2007) 연구에서도 종사원의 서비스와 주민의 태도가 만족도, 재방문의도, 추천의도에 영향을 미치고, 운문산 자연휴양림(김기동, 한상열, 최관, 2004)에서도 친절도가 재방문의도에 영향을 미치는 것으로 나타났다.

축제는 관광과 마찬가지로 장기간의 여행과 휴식 등을 필요로 하기 때문에 숙박과 음식에 관련한 서비스가 중요한 요인이 된다. 당일에 끝나는 경유형 관광이 아니라 숙박이 수반되는 체류형 관광의 경우 중요성이 더해진다. 관광에 있어서도 숙박(accomodation and food)의 중요성이 증대되고 있다(곽행구, 박창규, 2009). 숙박은 숙박시설, 음식의 종류와 질, 지역 고유성, 음식점의 환경, 가격 등이 포함된다.

문화예술축제에 관한 연구를 보면, 김포문화예술제(민동규, 2008) 연구에서 음식의 다양성과 가격이 만족도, 재방문의도, 추천의도에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 전통문화축제의 경우 온달문화축제(조문식, 최해수, 2004)에서 숙박, 음식점, 위탁시설이 축제이미지에 영향을 미치는 요인임이 발견되었고, 제주 정월대보름 등불축제(문성종 · 김민철 · 부창산, 2008)에서도 음식이 만족도와 지불의사에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 지역특산물축제에서는 경주한국의술과 떡 잔치(이경모, 2004) 연구결과 음식이 만족도와 재방문의도에 영향을 미치는 것으로 나타났다.

자연관광축제에서는 구례산수유꽃축제(강순화, 문경주, 2006) 연구에서 음식이 만족도, 재방문의도, 추천의도에 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 위도 및 대천 해수욕장 관광지(윤설민, 2007) 연구에서는 숙박과 먹거

리가 만족도, 재방문의도, 추천의도에 영향을 미치는 요인임이 확인되었다.

지역특산물(local products)은 축제를 마치고 돌아가는 관람객이 기념으로 구매하는 경우가 많아 축제의 경제적 효과를 높여 주는 중요한 요인이 된다. 특히 최근에는 지역특산품을 판매하거나 홍보할 목적으로 실행되는 지방축제가 점점 증대하고 있다(서구원, 김경선, 2010). 지역 특산품은 지역에서 생산되는 농수축산물뿐만 아니라 기념을 위해 제작된 공산품도 포함된다.

문화예술축제에 관련하여 김포문화예술제(민동규, 2008)에서 상품의 품질, 가격, 다양성 등이 만족도, 재방문의도, 추천의도에 영향을 미치는 것을 입증하였다. 전통문화축제에 관해서는 제주 정월대보름 등불축제(문성종, 김민철, 부창산, 2008)에서 특산품 가격이 지불의사에 영향을 미치는 것으로 나타났다.

지역특산물축제에서는 경주한국의술과 떡 잔치(오수진 · 이정희, 2007)에서 특산품이 만족도 영향을 미치는 것으로 확인되었다. 자연관광축제에서는 구례산수유꽃축제(강순화, 문경주, 2006)와 위도 및 대천 해수욕장 관광지(윤설민, 2007) 연구 결과 기념품과 토산품의 가격, 품질이 만족도, 재방문의도, 추천의도에 영향을 주는 것으로 나타났다.

주변경관(surrounding landscape)은 축제지역과 주변 지역에 있는 관광 가치가 있는 자연적 경관이나 관광자원을 의미한다. 일반적으로 축제 참관자는 시간이 허용되는 한 주변지역의 경관을 감상하려고 하는 욕구가 있다. 축제 연구에서 주변경관은 많이 다루어지지 않고 있는 것으로 보아 연구자들은 주변경관을 필수요인으로 인식하지 않고 있는 것으로 보여 진다.

기존의 연구로는 전통문화축제로서 온달문화축제(조문식, 최해수, 2004)에 관한 연구에서 자연경관이나 주변관광지 존재여부가 축제이미지에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 완도장보고축제(김희진, 문경주, 2006) 연구에서는 연계관광이 만족도에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 위도 및 대천 해수욕장 관광지(윤설민, 2007) 연구에서는 주변경관이 만족도, 재방문의도, 추천의도에 영향을 미치는 것으로 나타났고, 유사하게 운문산 자연휴양림(김기동, 한상열, 최관, 2004) 연구에서도 경관이 재방문의도에 영향을 미치는 것으로 나타났다

### 2.3. 재방문의도 및 추천의도

축제에 관한 기존의 연구를 분석해 보면, 축제의 성공요인이 모두 재방문의도와 추천의도에 영향을 주는 것은 아니라는 것을 알 수 있다. 즉 축제에 대해 만족한 관람객은 추천의도가 높지만 재방문의도는 추천의도보다 상관관계가 상대적으로 낮게 나타나고 있다(Oomdo Valle, Silva, Mendes, and Guerreiro, 2006). 이는

축제 재방문 소요 비용이 높고, 대안으로 선택할 수 있는 다른 축제가 많이 있기 때문에 해석할 수 있다(서구원, 김경선, 2010).

재방문의도(intention to revisit)는 축제를 방문한 경험이 있는 관람객이 향후 동일한 축제를 다시 방문하겠다는 행동의도를 나타내는 것으로서, 다양한 축제유형에 대한 연구가 이루어지고 있다. 축제의 핵심요인으로서 유희성과 체험이 재방문의도에 영향을 미친다는 결과를 보고하고 있는 연구로서는 문화예술축제와 관련하여 김포문화예술제(민동규, 2008), 전통문화축제로서 의암주논개대축제(강순화, 문경주, 2007)와 안동국제페스티벌(박순영, 2003) 등이 활용되고 있다. 추천의도(intention to recommend)는 축제 관람경험자가 미관람자에게 관심을 추천하거나 권유하려는 행동의도로서, 다양한 축제의 유형을 활용한 연구가 보고되고 있다.

축제의 핵심요소로서 유희성과 체험이 재방문의도에 영향을 미친다는 결과를 보고하고 있는 연구로는, 문화예술축제로서 김포문화예술제(민동규, 2008), 전통문화축제로서 의암주논개대축제(강순화, 문경주, 2007)와 안동국제페스티벌(박순영, 2003), 위도 및 대천 해수욕장 관광지(윤설민, 2007) 등에 관한 연구들이 있다.

축제의 부가요인으로서 환대, 숙식, 지역특산품 등이 재방문의도에 영향을 미친다는 결과가 다양하게 보고되고 있다. 문화예술축제로서 김포문화예술제(민동규, 2008), 전통문화축제로서 의암주논개대축제(강순화, 문경주, 2007), 경주 한국의 술과 떡 잔치(이경모, 2004), 및 안동국제탈춤페스티벌(박순영, 2003) 연구가 있다. 자연관광축제로서는 구례산수유꽃축제(강순화, 문경주, 2006), 위도 및 대천 해수욕장 관광지(윤설민, 2007), 운문산 자연휴양림(김기동, 한상열, 최관, 2004) 등의 연구가 있다.

축제의 부가요인이 추천의도에 영향을 미친다는 연구 결과로는, 문화예술축제와 관련한 김포문화예술제(민동규, 2008) 연구, 전통문화축제로서 의암주논개대축제(강순화, 문경주, 2007), 자연관광축제로서 구례산수유꽃축제(강순화, 문경주, 2006), 위도 및 대천 해수욕장 관광지(윤설민, 2007) 등이 있다.

### 3. 연구방법

#### 3.1. 연구대상

본 연구의 대상이 되는 축제로 문화예술축제, 전통문화축제, 지역특산품축제, 자연관광축제 등 4개의 유형 중 문화예술축제와 전통문화축제를 선정하여 비교 분석하였다. 각 유형을 대표하는 축제를 선정하기 위하여 도시의 규모와 수도권으로부터의 지리적 위치도 유사

한 두 개의 지방축제를 선정하였다. 문화예술축제로는 충청북도 청주시에서 주관하고 있는 국제공예비엔날레를 선정하였으며, 전통문화축제로는 강원도 강릉시에서 주관하고 있는 단오축제를 선정하였다.

청주국제공예비엔날레는 현존하는 세계에서 가장 오래된 금속활자본이며, 유네스코 세계기록유산에 등재된 직지심체요절이 인쇄된 청주에서 열리는 지방축제이다. 청주 공예비엔날레는 5천 년의 전통을 사랑하는 한국의 금속공예 기술을 세계에 알리고 한국의 공예산업을 발전시키기 위해 2년에 한번 격년제로 진행하며 약 40일간 진행되는 문화예술축제이다. 공예비엔날레가 열리지 않는 해는 직지축제가 열리게 된다. 이 축제에서는 주로 공예산업과 관련된 전시행사가 중심이 되며 부가적으로 공연과 영화제 등이 열리고 있다.

이와 달리 강릉단오제는 우리나라의 전통적인 민속 일인 단오에 산신에 대해 제사를 지내는 풍습을 축제로 만든 전통문화축제이다. 강릉단오제는 국내에서 이미 오래전에 중요무형문화재로 지정이 되어 왔으며, 국제적으로는 2005년에 유네스코 세계인류구전 및 무형문화유산결작에 등록된 세계적인 전통문화유산이다. 강릉단오제는 오랜 역사와 전통을 지닌 문화를 보존함과 동시에 관광을 활성화하기 위해 민속놀이를 중심으로 한 축제이다.

#### 3.2. 연구문제

본 연구는 이상과 같이 2가지 유형의 지방축제를 연구 대상으로 선정하여 이상의 이론적 논의를 바탕으로 다음과 같은 연구문제를 정리하였다.

연구문제 1 : 축제의 2가지 유형(문화예술축제와 전통문화축제) 간에 핵심요인(유희성과 체험)의 차이가 있는가?

연구문제 2 : 축제의 2가지 유형(문화예술축제와 전통문화축제) 간에 부가요인(주변경관, 숙식, 지역특산품, 환대)의 차이가 있는가?

연구문제 3 : 축제의 2가지 유형(문화예술축제와 전통문화축제) 간에 재방문의도에 차이가 있는가?

연구문제 4 : 축제의 2가지 유형(문화예술축제와 전통문화축제) 간에 추천의도에 차이가 있는가?

연구문제 5 : 축제의 2가지 유형(문화예술축제와 전통문화축제) 간에 축제의 성공요인이 재방문의도에 미치는 영향에 차이가 있는가?

연구문제 6 : 축제의 2가지 유형(문화예술축제와 전통문화축제) 간에 축제의 성공요인이 추천의도에 미치는 영향에 차이가 있는가?

### 3.3. 조작적 정의

본 연구에서는 축제의 핵심요인과 부가요인으로 축제의 성공요인을 분류하고 이를 실증적으로 검증한 서구원과 김경선(2010)의 연구에 활용된 조작적 정의를 적용하였다. 구체적인 설문항목을 살펴보면, 유희성은 5개 항목으로서 놀거리, 볼거리, 신명나는 행사내용, 재미있는 행사내용, 즐길 수 있는 행사내용이 활용되었다. 체험은 문화적 체험, 다양한 체험, 새로운 체험, 직접 참여 기회, 직접 참여 이벤트 등 5개 항목이 활용되었다.

주변경관은 자연적 경관, 좋은 자연자원, 유명관광지 등 3개 항목이 활용되었고, 숙박은 숙박시설, 음식점, 먹거리, 휴게시설 등 4개 항목이 활용되었다. 지역 특산품은 다양한 기념품, 기념품 가격, 다양한 특산품, 특산품 가격, 특산품 특색 등 5항목이 활용되었고, 환대는 주민 친절, 종업원 친절, 안내원 친절, 사람들 친절 등 4개 항목이 선정되었다.

중속변수로 활용된 재방문의도는 축제 다시 방문, 다시 관람, 지역 다시 방문 등 3개 항목이 선정되었다. 추천의도는 주위 친지에게 추천, 방문 권유, 긍정적으로 전파 등 3개 항목이 활용되었다.

### 3.4. 조사 및 통계분석

연구문제를 검증하기 위하여 청주국제공예비엔날레와 강릉단오제에 참여한 각각 155명 일반인들을 대상으로 설문조사를 실시하였다. 표본은 다양한 계층의 일반인들로서 비확률표집인 편의표본추출방법(convenience sampling methods)을 활용하여 의견을 수집하였다. 연구문제를 검증하기 위해 수집된 자료는 SPSSWIN 15.0 프로그램을 활용하여 분석하였으며, 통계적 유의수준은  $p < .05$  로 설정하였다. 연구문제 검증에 앞서 측정 항목의 공통요인을 파악하고 변수구성의 타당성을 위하여 요인분석(Factor Analysis)과 신뢰도 분석(Reliability test)을 실시하였다. 축제의 핵심요인과 부가요인이 재방문의도와 추천의도에 미치는 영향을 분석하기 위해 회귀분석(Regression)을 활용하였다.

## 4. 분석 결과

### 4.1. 응답자의 인구통계적 특성

본 설문에는 총 310명이 참여했으며, 지역별로 각각

155명의 응답하였다. 응답자를 분석한 결과, 남자가 43.5%, 여자 56.5%로 여성이 많았으며, 연령별로는 20대가 64.5%로 가장 높았고, 30대가 15.8%, 40대 13.2% 및 기타로 구성되었다. 거주 지역별로는 주취도시에 거주하는 비율이 67.2%로 가장 높았으며, 해당 도에 거주하는 응답자가 23.5%는 도시가 속한 도에 거주하는 것으로 나타났다. 거주지와 축제장소와의 거리는 1시간 이내가 64.2%, 1-2시간 이내 21.6%, 3-4시간이 11.3%로 나타났다. 여행기간으로 보면 당일 76.1%, 2-3일 13.1%, 4일 이상 8.4%로 나타났다. 동반자 여부는 동반자 84.8%, 단독 15.2%로 동반자가 많았고, 여행수단은 버스 30.0%, 기차 25.8%, 승용차 18.7% 등으로 나타났다.

### 4.2. 척도의 타당성 및 신뢰도 검증

다문항(multi-items)으로 구성된 설문항목의 타당성을 검증하기 위해 주성분분석 추출모델과 베리맥스(Varimax) 회전방식을 사용하여 탐색적 요인분석을 실시하였다. 요인적재량(factor loading)은 0.4(Goodman, Dolan, Morrison and Daniels, 2005; Muilenburg and Berge, 2005), 공유치(communality)는 0.4(Field, 2000), 신뢰도 검증을 위한 크론바하 알파의 값은 0.6(Hair, Bush and Ortinau, 2000)을 기준으로 분석하였다.

유희성 5개 항목에 대한 요인분석 결과, 공유치가 0.537 이상, 요인적재량이 0.733 이상으로 기준치보다 높게 나타났으며, 신뢰도(크론바하알파=.852) 역시 기준치보다 높게 나타나 모두 분석에 활용하였다. 체험 5개 항목에 대한 요인분석 결과 공유치가 0.433 이상, 요인적재량이 0.658 이상으로 나와 신뢰도 검증 결과(크론바하알파=.790) 모든 조건을 충족하여 5개의 항목 모두 분석에 활용하였다. 주변경관 3개 항목에 대한 요인분석 결과 공유치가 0.633 이상, 요인적재량이 0.796 이상, 신뢰도(크론바하알파=.803)가 모든 조건을 충족하여 모든 항목을 분석에 활용하였다. 숙박에 대한 요인분석 결과 '숙박'에 관한 4개 항목에 대한 요인분석 결과, 공유치가 0.491 이상, 요인적재량이 0.701 이상, 신뢰도(크론바하알파=.796)를 만족시켜 분석에 활용되었다. 그 외에도 지역 특산품 5개 항목 공유치가 0.471 이상, 요인적재량이 0.686 이상으로(크론바하알파=.801), 환대 4개 항목 공유치가 0.655 이상, 요인적재량이 0.809 이상으로(크론바하알파=.844), 재방문의도 3개 항목 공유치가 0.725 이상, 요인적재량이 0.851 이상으로(크론바하알파=.874), 추천의도 3개 항목 공유치가 0.770 이상, 요인적재량이 0.877 이상으로(크론바하알파=.883) 모두 요인분석 결과가 기준에 만족하여 분석에 활용되었다.

### 4.3. 연구결과 분석

1) 축제의 유형에 따른 핵심요인의 차이 분석

축제의 유형 간에 핵심요인(유희성, 체험)의 차이가 나타나는지 분석하기 위해 t-test를 실시한 결과, 유희성과 체험 모두 통계적으로 유의미한 수준에서 전통문화축제가 문화예술축제보다 높게 나타났다(표1 참조).

| 요인  | 문화예술축제 (n=155) |      | 전통문화축제 (n=155) |      | t         |
|-----|----------------|------|----------------|------|-----------|
|     | 평균             | 표준편차 | 평균             | 표준편차 |           |
| 유희성 | 2.831          | .640 | 3.202          | .694 | -4.899*** |
| 체험  | 3.061          | .645 | 3.289          | .700 | -2.975**  |

\*\*p<.01, \*\*\*p<.001

[표 1] 축제유형에 따른 핵심요인의 차이

2) 축제의 유형에 따른 부가요인의 차이 분석

축제의 유형 간에 부가요인(주변경관, 숙식, 지역특산물, 환대)의 차이가 나타나는지 분석하기 위해 t-test를 실시하였다(표1 참조). 분석결과, 숙식과 환대는 통계적으로 유의미한 수준에서 전통문화축제가 문화예술축제보다 높게 나타났다. 그러나 주변경관과 지역특산물에서는 유의미한 차이가 나타나지 않았다.

| 요인    | 문화예술축제 (n=155) |      | 전통문화축제 (n=155) |      | t        |
|-------|----------------|------|----------------|------|----------|
|       | 평균             | 표준편차 | 평균             | 표준편차 |          |
| 주변경관  | 2.997          | .792 | 3.034          | .856 | -.390    |
| 숙식    | 2.785          | .731 | 2.980          | .692 | -2.412*  |
| 지역특산물 | 2.810          | .659 | 2.923          | .613 | -1.563   |
| 환대    | 3.248          | .712 | 3.464          | .689 | -2.706** |

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

[표 2] 축제유형에 따른 부가요인의 차이

3) 축제의 유형에 따른 재방문의도의 차이 분석

축제의 유형 간에 재방문의도가 다르게 나타나는지 분석하기 위해 t-test를 실시한 결과, 통계적으로 유의미한 수준에서 전통문화축제가 문화예술축제보다 높게 나타났다(표3 참조).

| 요인    | 문화예술축제 (n=155) |      | 전통문화축제 (n=155) |      | t         |
|-------|----------------|------|----------------|------|-----------|
|       | 평균             | 표준편차 | 평균             | 표준편차 |           |
| 재방문의도 | 3.021          | .716 | 3.479          | .812 | -5.254*** |
| 추천의도  | 3.015          | .765 | 3.679          | .834 | -7.291*** |

\*\*\*p<.001

[표 3] 축제성공요인이 재방문의도와 추천의도에 미치는 영향 분석

4) 축제의 유형에 따른 추천의도의 차이 분석

축제의 유형 간의 추천의도의 차이를 t-test를 통해 분석하였다. 분석 결과, 통계적으로 유의미한 수준에서 전통문화축제가 문화예술축제보다 높게 나타났다(표3

참조).

5) 축제의 유형에 따른 축제의 성공요인이 재방문의도에 미치는 영향의 차이 분석

축제의 유형에 따라 축제의 성공요인이 재방문의도에 미치는 영향이 차이가 있는지 분석하기 위해 회귀분석을 실시하였다. [표4]와 같이 문화예술축제의 경우 환대는 베타계수가 .379로 나타났고(p<.001), 유희성은 .216(p<.01), 숙식은 .179(p<.05)로 나타났다. 체험, 주변경관, 지역특산물은 유의미한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 이와 달리 전통문화축제의 경우, 유희성은 베타계수가 .347로 나타났고(p<.001), 환대는 .297(p<.001)로 나타났으며, 체험, 주변경관, 지역특산물, 숙식은 유의미한 영향이 나타나지 않았다(표5 참조). 따라서 문화예술축제와 전통문화축제 간에 축제성공요인이 재방문의도에 미치는 영향이 다른 것을 알 수 있다.

| 종속변수  | 독립변수  | 비표준화계수 |      | 표준화계수 (Beta) | t        |
|-------|-------|--------|------|--------------|----------|
|       |       | B      | 표준오차 |              |          |
| 재방문의도 | 유희성   | .245   | .090 | .216         | 2.717**  |
|       | 체험    | .128   | .087 | .114         | 1.479    |
|       | 주변경관  | -.044  | .072 | -.049        | -.613    |
|       | 숙식    | .175   | .084 | .179         | 2.074*   |
|       | 지역특산물 | .153   | .082 | .136         | 1.855    |
|       | 환대    | .385   | .068 | .379         | 5.705*** |

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

[표 4] 문화예술축제의 축제성공요인이 재방문의도에 미치는 영향 분석

| 종속변수  | 독립변수  | 비표준화계수 |      | 표준화계수 (Beta) | t        |
|-------|-------|--------|------|--------------|----------|
|       |       | B      | 표준오차 |              |          |
| 재방문의도 | 유희성   | .405   | .098 | .347         | 4.158*** |
|       | 체험    | .164   | .092 | .142         | 1.787    |
|       | 주변경관  | -.043  | .066 | -.046        | -.657    |
|       | 숙식    | .161   | .086 | .137         | 1.867    |
|       | 지역특산물 | .008   | .097 | .006         | .086     |
|       | 환대    | .350   | .082 | .297         | 4.262*** |

\*\*\*p<.001

[표 5] 전통문화축제의 축제성공요인이 재방문의도에 미치는 영향 분석

6) 축제의 유형에 따른 축제의 성공요인이 추천의도에 미치는 영향의 차이 분석

축제의 유형에 따라 축제의 성공요인이 추천의도에 미치는 영향이 차이가 있는지 분석하기 위해 회귀분석을 실시하였다. [표6]과 같이 문화예술축제의 경우 유희성은 베타계수가 .368로 나타났고(p<.001), 환대는 .284(p<.001)로 나타났으며, 체험, 주변경관, 지역특산물, 숙식은 유의미한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다.

전통문화축제의 경우, 환대가 .290으로 나타났고 ( $p<.001$ ), 체험은 .236( $p<.01$ ), 유희성은 .180으로 나타났 다( $p<.05$ ). 주변경관, 지역특산품, 숙식은 유의미한 영향 이 나타나지 않았다(표7 참조). 문화예술축제와 전통문 화축제 간에 축제성공요인이 추천의도에 미치는 영향이 다른 것을 알 수 있다.

| 종속변수  | 독립변수  | 비표준화계수 |      | 표준화계수 (Beta) | t        |
|-------|-------|--------|------|--------------|----------|
|       |       | B      | 표준오차 |              |          |
| 추천 의도 | 유희성   | .435   | .093 | .368         | 4.672*** |
|       | 체험    | .119   | .093 | .101         | 1.328    |
|       | 주변경관  | .056   | .074 | .059         | .748     |
|       | 숙식    | .115   | .087 | .113         | 1.317    |
|       | 지역특산품 | .067   | .085 | .057         | .782     |
|       | 환대    | .301   | .070 | .284         | 4.310*** |

\*\*\* $p<.001$

[표 6] 문화예술축제의 축제성공요인이 추천의도에 미치는 영향 분석

| 종속변수  | 독립변수  | 비표준화계수 |      | 표준화계수 (Beta) | t        |
|-------|-------|--------|------|--------------|----------|
|       |       | B      | 표준오차 |              |          |
| 추천 의도 | 유희성   | .217   | .101 | .180         | 2.150*   |
|       | 체험    | .281   | .095 | .236         | 2.956**  |
|       | 주변경관  | .131   | .068 | .134         | 1.916    |
|       | 숙식    | .122   | .089 | .101         | 1.363    |
|       | 지역특산품 | -.031  | .100 | -.023        | -.312    |
|       | 환대    | .350   | .085 | .290         | 4.129*** |

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

[표 7] 전통문화축제의 축제성공요인이 추천의도에 미치는 영향 분석

## 5. 결론 및 논의

본 연구는 지역축제유형에 따라 축제의 성공에 영향을 주는 요인의 차이가 나타나는지 분석하였다. 축제 성공요인으로는 핵심요인으로서 유희성과 체험을 활용하였고, 부가요인으로서 환대, 숙식, 주변경관, 지역특산품 등을 활용하였다. 연구결과, 지역축제유형에 따라 많은 차이가 발견되었다.

전반적으로 전통문화축제가 문화예술축제보다 높게 나타났다. 요인별로 보면 핵심요인인 유희성과 체험, 부가요인에서는 숙식과 환대, 재방문의도와 추천의도에서 전통문화축제가 문화예술축제보다 높게 나타났다. 본 연구 결과는 대중적인 주제인 전통문화축제가 산업적 측면이 강한 문화예술축제보다 일반인에게 쉽게 수용되기 때문인 것으로 해석할 수 있다. 연구 대상축제의 도시 특성과 축제 관람자가 유사하다는 점을 감안하면, 이러한 차이는 축제유형이 가진 특성에 의해 나타나는 차이인 것으로 볼 수 있다.

축제유형 간의 차이와 재방문의도와 추천의도에 미치는 영향요인 등 연구 전반에 걸쳐 나타나는 점은 축제의 핵심요인 중에서는 유희성이, 부가요인 중에서는

환대가 가장 중요한 영향요인으로 나타나고 있다. 전통문화축제(강순화, 문경주, 2007), 자연관광축제(강순화, 문경주, 2006), 지역특산품축제(이용근, 2002; 황중규, 엄홍석, 이명석, 2005) 등 다양한 유형에서 유희성과 환대가 가장 중요한 요인으로 나타나고 있어, 이 두 요인은 축제에 공통적으로 나타나는 중요 요인인 것을 알 수 있다.

환대와 유희성 이외에도 재방문의도와 추천의도에 영향을 주는 요인으로서 숙식과 체험이 중요한 요인으로 나타났다. 기존의 연구에 있어서도 체험과 숙식의 중요성은 문화예술축제(민동규, 2008), 전통문화축제(문성중, 김민철, 부창산, 2008; 조문식, 최해수, 2004), 자연관광축제(강순화, 문경주, 2006; 윤설민, 2007), 지역특산품축제(이경모, 2004) 등 전반적으로 모든 유형의 축제에서 발견되고 있다. 유희성과 환대는 물론 체험과 숙식 요인은 축제의 학술적 연구에서나 실무에 응용할 경우 최우선적으로 검토되어야 한다. 이와 함께, 축제의 유형에 따라 관광객의 기대와 만족이 다르기 때문에 축제를 일률적으로 평가하지 말고 서로 다른 유형에 따라 어떤 결과가 나타나는 지 지속적으로 관찰할 필요가 있다. 본 연구 결과 축제의 유형에 따라 축제 성공요인의 영향력이 다르다는 것이 발견되었다.

본 연구는 국내 지방축제 재방문 횟수가 감소하고 있는 상황에서(오순환, 1999), 축제유형에 따라 관광객을 유도하기 위한 추천의도를 증대시킬 수 있는 방향성을 제시해 준다고 하겠다(서구원, 김경선, 2010).

본 연구결과 주변경관과 지역 특산품은 영향을 미치지 못하는 요인으로 나타났다. 이러한 결과는 본 연구의 대상인 강릉단오제는 유네스코 세계 무형유산으로 지정된 지역의 문화를 중심으로 한 전통문화축제가기 때문에 나타난 현상으로 해석할 수 있다. 즉 축제의 성격에 따라 영향요인이 상이하게 나타날 가능성이 있다.

본 연구는 기존의 연구와 달리 지역축제의 유형에 따른 축제성공요인을 비교분석한 흔치 않은 연구라는 점에 중요성이 있다. 또한 축제의 품질을 핵심요인과 부가요인으로 구분하여 체계적으로 연구하였다는 점에 의의가 있다.

그러므로 본 연구는 향후 축제에 대한 연구가 보다 체계적인 이론적 발전을 하는 데 매우 중요한 역할을 한다고 보여지며, 실무적으로는 지역축제의 유형에 따라 축제의 특성에 맞는 전략 방향을 제시해 주고 평가 기준을 제공해 준다는 점에 의의가 있다.

이러한 중요성에도 불구하고 본 연구는 다음과 같은 한계가 있다. 본 연구의 대상이 된 축제가 본 연구에서 분류한 4가지 유형 중 2개만 해당하며 2개의 축제가 해당유형을 대표하는 전형적인 축제라고 단정할 수 없다는 점이다. 후속 연구들이 이러한 점을 보완하여 연구가 누적된다면 유형 간의 차이점이 보다 일반화될 수 있다고 보여 진다.

## 참고문헌

- 강순화, 문경주.(2006). 축제방문객 만족도가 재방문 의사에 미치는 영향에 관한 연구 : 2006 구례산수유꽃축제를 중심으로. '이벤트컨벤션연구', 2(2), 4, 5-15.
- 강순화, 문경주.(2007). 축제서비스품질이 방문객만족과 재방문 및 긍정적 구전 의도에 미치는 영향 : 탄신432주년 의암주논개대축제를 중심으로. '이벤트컨벤션연구', 3(2), 1-17.
- 곽행구, 박창규.(2009). "전남 체류형 관광수요 창출을 위한 관광숙박시설 구축 방안." 전남 발전 연구원.
- 김정태, 윤유식.(2009). "금강 주변지역 관광매력성 평가와 과제 : 중요도·성취도 분석을 중심으로." 충남발전연구원.
- 김기동, 한상열, 최관.(2004). 자연휴양림이용객 재방문 결정요인 : 운문산 자연휴양림을 대상으로. '한국산림휴양학회지', 8(2), 47-53.
- 김종우, 이진표.(2006). 축제유형에 따른 축제환경특성과 방문객만족의 관계. '동양대학교논문집', 11(1), 163-180.
- 김희진, 문경주.(2006). 완도장보고축제 활성화 방안 연구 : 2005 완도장보고축제 방문객 만족도를 중심으로. '이벤트컨벤션연구', 1(2), 33-51.
- 문성중, 김민철, 부창산.(2008). 제주 들불 축제 평가 속성의 만족 및 지불의사 영향 연구. '호텔경영학연구', 17(3), 157-173.
- 민동규.(2008). 축제만족도가 재방문의사와 추천의사에 미치는 영향. '한국콘텐츠학회논문지', 8(11), 356-363.
- 박순영.(2003). 축제의 서비스품질이 방문자 만족과 행동의도에 미치는 영향. 계명대학교 대학원 석사학위논문.
- 서구원.(2010). 체험마케팅의 활성화에 따른 마케팅의 변화와 향후 마케팅 방향. '한국광고학회 하계 특별세미나 논문집', 2010. 8. 19-20. pp. 103-119.
- 서구원, 김경선.(2010). 지역축제에 대한 방문의도와 추천의도에 미치는 영향요인. '여가학연구', 8(3), 심사중.
- 오수진, 이정희.(2007). 지역축제의 서비스 품질요인과 방문객 만족도 및 재방문에 관한연구. '이벤트컨벤션연구', 3(1), 1-17.
- 오순환.(1999). 지역축제의 실제와 경제적 효과: 이천. 여주. 광주를 중심으로. '관광학연구', 22, 202-221.
- 윤철민.(2007). 문화관광축제가 개최되는 관광지의 매력 평가와 관광객 만족도에 관한 연구 : 위도 관광지와 대천 해수욕장 관광지를 대상으로. '경희대학교대학원고향논집', 40, 185-208.
- 이경모.(2004). 지역축제 식음료 서비스 만족에 관한 연구 : 경주한국의 술과 떡 잔치 참가자 중심으로. '외식경영연구', 7(2), 209-225.
- 이용근.(2002). 문화관광축제 방문자의 만족에 관한 연구. '여행학연구', 16, 5-17.
- 정강환, 노용호, 김상호.(2007). 역사문화축제의 마케팅적 접근 : 대가야체험축제의 2005-1006년 비교. '한국콘텐츠학회논문집', 7(3), 129-139.
- 조문식, 최해수.(2004). 온달문화축제 이미지 평가에 관한 연구. '관광연구저널', 18(1), 143-156.
- 최현재.(2006). 축제유형에 따른 축제서비스품질과 방문객만족도 및 방문객 불만족. 동양대학교 대학원 석사학위논문.
- 황종규, 엄홍석, 이명석.(2005). 지역축제 방문자 만족의 영향 요인에 관한 연구. '한국행정논집', 17(2), 313-335.
- Arora, R. and Stoner, C.(1996). The effect of perceived service quality and name familiarity on the service selection decision. *Journal of Services Marketing*, 10(1), 22-34.
- Crompton, J. L. and McKay, S. L.(1997). Motives of visitors attending festival events. *Annals of Tourism Research*, 24(2), 425-439.
- Eiglier, P. and Langeard, E.(1981). "A conceptual approach of the service offering. In Hartvig Larsen, H. and Heeds, S. (eds.), Proceedings of the EAARM Xth Annual Conference, Copenhagen School of Economics and Business Administration, May 1981.
- Field, A.(2000). "Discovering statistics using SPSS for Windows." London: Sage.
- Goodman, E., Dolan, L. M., Morrison, J. A., and Daniels, S. R.(2005). Factor analysis of clustered cardiovascular risks in adolescence: Obesity is the predominant correlate of risk among youth. *Circulation*, 111(15), 1970-1977.
- Grönroos, C.(1978). A service-oriented approach to marketing of services. *European Journal of Marketing*, 12(8), 588 - 601.
- Hackbert, P. H.(2009). Economic impacts of Appalachian Festivals. Proceedings of ASBBS Conference: Las Vegas. 16(1).
- Hair, J. F., Bush, R. P., and Ortinau, D. J.(2000). Marketing research: A practical approach for the new millennium. Boston, MA. Irwin/McGraw Hill.
- Muilenburg, L. Y. and Berge, Z.(2005). Student

- barriers to online learning: A factor analytic study. *Distance Education*, 26(1), 29-48.
- Oom do Valle, P., Silva, J. A., Mendes, J., and Guerreiro, M.(2006). Tourist satisfaction and destination loyalty intention: A structural and categorical analysis. *International Journal of Business Science and Applied Management*, 1(1), 25-44.
  - Pine II, B. J. and Gilmore, J. H.(1998). Welcome to the experience economy. *Harvard Business Review*, 76(4), 97-105.

