

# 축제방문객의 집단별 만족도 비교 연구

- 제57회 백제문화제를 중심으로 -

유기준\* · 최영희\*\*

## The Comparative Analysis of Satisfaction Degree among Local Residents, Domestic and Foreign Tourists : The Case of Baekje Cultural Tourism Festival

You, Ki-Joon\* · Choi, Young-hee\*\*

**요약** : 본 연구는 제57회 백제문화제 방문객의 거주특성을 지역거주, 타 지역거주, 외국인집단으로 세분하여 제57회 백제문화제에 대한 축제 부문별 만족도, 전반적 만족도, 추천의도의 차이 및 영향관계를 분석하였다. 연구목적을 달성하기 위하여 제57회 백제문화제 기간(2011.10.1.~10.9) 동안 지역거주 방문객 216부, 타 지역거주 방문객 342부, 외국인 방문객 116부로 총 674부의 유효 표본을 확보하였다. 통계분석 결과는 외국인 방문객과 내국인 방문객은 축제 부문별 만족도, 전반적 만족도, 추천의도가 차이가 있었고, 외국인 방문객의 만족도가 내국인 방문객보다 높은 것으로 나타났다. 연구의 결과는 축제프로그램의 구성전략에서 집단별 차이를 반영하여 다양한 방문객들에게 양질의 경험을 제공하고자하는 축제 운영자를 비롯하여 관련 연구자에게 도움이 될 것으로 기대한다.

**주요어** : 백제문화제, 지역거주방문객, 타 지역거주 방문객, 외국인 방문객, 만족도, 추천의도, 차이분석

**Abstract** : The main purpose of this paper is to find out the characteristics of foreign tourists comparing to Korean and how they evaluate the festival respectively. Data were collected during the 57th Baekje cultural tourism festival. The total of 674 sample sizes was collected during the festival, of which 558 respondents were domestic visitors, and 116 were foreign visitors. The empirical results showed that domestic visitors and foreign visitors are different in terms of the perception of performance evaluation, and satisfaction. Especially foreigners' degrees of satisfaction proved to be higher than those of koreans. It also expects the result of the study contribute to the development of efficient festival management policies and programs and facilities to meet the goals of cultural tourism festivals. Besides, the outcome of this research may be useful to other festivals and their future operation.

**Key Words** : Baekje Cultural Tourism Festival, local visitor, domestic tourist, foreigner, satisfaction, recommendation, comparative analysis

### 1. 서론

축제는 한 지역이 지니고 있는 정치·사회·문화적 역량을 반영하여 끊임없이 변화하며 해당 공동체 안에서의 특정한 역사성과 문화성을 갖게 된다. 이는 축제가 살아있는 문화적 유기체로서 우리의 삶에 있어 중요한 영역을 차지하고 있음을 반증한다(이훈, 2010; 이훈·김미정, 2011). 최근 대중이 선호하는 여행 형태도 정적인 것보다는 동적이고 체험적이며 가족적인 것으로 변화하고 있다. 선행연구자들은 지역축제가 변화하는 대중의 욕구를 만족시키는 관광자원 요소를 담고 있다고 판단하고, 지역축제에 대한 대중의 선호는 상당히

간 지속될 것으로 예상하고 있다(박상현, 2007; 정강환, 2007).

축제를 개최하는 지역의 관점에서 성공적인 축제는 축제 방문객이 추구하는 편익을 제공할 뿐만 아니라 지역의 사업체와 축제 기획자에 높은 가치를 창출하는 동시에(Larson, 2011), 지역의 이미지를 고양하는 지역의 자산으로 인식되고 있다. 특히 지역의 역사와 문화 등을 바탕으로 하는 지역 축제는 지역의 매력을 극대화함으로써 잠재적 관광객을 실제 관광객으로 변화시킬 수 있는 가장 효율적인 방법으로 논의되고 있다(McKercher *et al.*, 2008). 따라서 우리나라 지자체는 지역활성화를 위해 문화관광축제를 전략적으로 수용하고 있

\* 공주대학교 인문사회과학대학 관광학부 관광경영학 전공 교수(Professor, Dept. of Tourism Administration, College of Humanities and Social Sciences, Kongju National University)(kjyou@kongju.ac.kr)

\*\* 한양대학교 관광연구소 관광학 박사(Ph D. in Tourism, The Hanyang Tourism Research Institute)(adela.choi75@gmail.com)

다(이태희 등, 2007). 이에 지역 축제의 운영주체는 축제방문객의 만족도 제고를 통한 경쟁력 강화를 위하여 전문가 참관평가, 시민단체 평가, 방문객 설문조사 등 내·외국인을 대상으로 한 인식조사 및 평가를 매년 실시하고 있다(문화체육관광부, 2010). 그러나 국내 지역축제 관계자들은 축제 방문객 중 특히 외국인의 방문을 확대하여 축제가 외국인 관광객의 방문을 유발하는 관광매력물로서 성장시키자는 목표에 동의하면서도, 외국인 관광객의 축제 만족도 평가와 적용은 부족한 실정이다. 따라서 지역축제에 참가하는 외국인 방문객에 대한 정보 부재로 외국인을 유치하기 위한 효과적인 축제 기획과 프로그램 설계에 한계를 나타내고 있다(문귀남 등, 2007; Park, *et al.*, 2009). 따라서 축제방문객의 축제 만족도 평가 대상 집단을 지금까지의 내국인에서 외국인까지 확장할 필요성이 제기된다.

이에 본 연구에서는 제57회 백제문화제를 찾아온 축제 방문객을 거주 특성에 따라 지역거주 방문객, 타 지역거주 방문객, 외국인 방문객으로 세분하여 축제의 부문별 만족도, 전반적 만족도, 추천의도의 차이를 비교 분석하고, 그 영향관계를 파악하고자 한다. 연구 결과는 집단의 특성에 따른 축제 만족도 평가와 관련 연구의 사례를 증대시키고, 백제문화제가 집단별로 긍정적 평가를 얻기 위하여 축제의 어떤 부문에 주목하여야 하는지에 대해 시사점을 제시할 수 있을 것으로 기대된다.

## 2. 이론적 고찰

### 1) 지역축제와 축제 방문객의 만족

Getz(1991)는 지역축제가 일반적인 선택 또는 일상적 체험 이외의 것으로, 여가와 사회·문화적 체험을 즐길 수 있는 기회를 제공한다고 하였다. Wenzel(2001)은 축제는 단순히 경제적 소득을 획득하는 것뿐만 아니라 지역사회의 사업체를 돕고, 지역문화 보존을 독려하는 것이라고 주장하였다. 이와 더불어 Uysal, *et al.*(1993)은 지역축제가 지역의 긍정적인 이미지를 성장시키는 시스템적 자산이라고 논한 바 있다. 즉 지역축제는 지역사회

가 경제적·문화적 파급효과를 기대하며 개최하고, 방문객을 위한 여가 기회를 창출한다. 이 과정을 거치면서 지역축제는 지역의 자산으로 확대된다는 것이다. 결과적으로 지역축제는 관광객을 그 지역으로 유인하는 관광매력물이라고 할 수 있다(박미정, 2001).

축제만족도는 축제를 평가할 수 있는 중요한 판단기준으로 축제가 추구하는 궁극적 목적 달성을 위한 전제조건이 된다(김정훈, 2007). 이에 따라 선행연구는 축제의 서비스와 마케팅 측면에 높은 관심을 나타내고 있다. 축제 방문객의 만족을 설명하기 위하여 Oliver(1980)의 기대불일치이론이 가장 보편적으로 논의되고 있다. 기대란 제품을 사기 전의 일종의 신념이다. 기대는 만족과 독립적이고 추가적이다. 기대는 어떤 사물에 대해 비교 판단하는 기준으로 작용하고, 기대보다 낮은 성과는 부정적이라고 평가하는 반면 기대보다 높은 성과는 긍정적이라고 평가한다. 즉 관광객의 만족은 관광 상품의 구매와 관광활동이 관광객 자신의 경험을 근거로 하여 관광객이 관광활동을 통해 얻을 수 있는 행동에 대한 기대수준과 실제로 얻어진 지각 수준과의 비교를 통하여 생긴 주관적인 심리상태라는 것이다(문귀남 등, 2007). 또한 형평성 이론을 통해서도 축제 방문객 만족을 설명할 수 있다(Oliver, & Swan, 1989). 형평성 이론은 축제 방문객이 소비한 시간이나 금전적 노력에 대한 보상이나 이익의 관점에서 축제 방문객의 만족을 판단한다. 이에 따르면 축제 방문객은 투자한 시간이나 돈, 혹은 노력에 대비하여 축제 경험을 통하여 더 많은 가치를 얻었을 때 축제에 대한 만족을 얻었다고 판단하는 것이다(정강환·윤유식, 2004). 축제 방문객의 경우 투자한 돈과 시간과 노력이 만족도를 결정하는 주요 요소라고 볼 수 있기 때문이다(이낙귀, 2009). 한편 Bowen and Clarke(2002)는 축제 방문객의 만족은 특정 여가 활동 후 갖게 되는 총체적 감정 상태라 하여 정서적 감정을 강조하였다. 이와 같은 선행연구를 종합하여 본 연구에서는 축제 방문객의 만족은 축제에서 경험하는 것에 대하여 방문객 스스로가 판단하는 감정적, 인지적 평가이며, 개인의 기대수준, 축제 방문을 위해 소비한 금전적·시간적 노력에 따라 달라지는 것이라고 정의하고자한다.

2) 축제 만족도에 대한 방문객 집단별 비교

축제 방문객의 만족도 평가는 수요자 중심의 축제 프로그램을 기획·운영하여 축제만족도를 향상시켜 축제의 지속가능성을 확보할 수 있다는 점에서 그 의의를 찾을 수 있다. 축제 방문객 만족도와 관련된 선행연구는 방문객의 인구 통계적 특성을 중심으로 방문객의 만족도 및 영향요인, 만족

도와 행동의도를 중점적으로 연구하였다(문성종, 2010; 안종현·이정록, 2009; 안홍균·유용권, 2011; 이낙귀, 2009; 장성수 등, 2008; 차동욱, 2004). 특히 축제 만족도에 대한 집단별 비교 연구는 연구 대상을 선정하는데 있어 지역주민은 축제의 공급자로, 방문객을 축제의 수요자로 각 집단의 역할을 이분하였다. 그러나 최근 지역 축제에 타 지역 거주 방문객보다 지역 거주 방문객이 많이 방문

표 1. 축제 만족도에 대한 방문객 집단별 비교연구

연구자	연구대상	비교 집단	비교 개념	분석	주요 연구 결과
이충기·김동기 (2001)	경주세계문화엑스포	내국인/외국인	축제방문 동기, 인구통계학적 특성	빈도 요인 t-test	방문동기: 예술체험성, 신기성, 사교성 특이성에서 집단별 차이 있음 연령/교육수준/성별/결혼여부에 따라 집단별 차이 있음
정강환 등 (2005)	난계국악축제	지역주민/국내관광객	축제만족, 국악기종류, 체험만족	빈도 t-test	축제만족: 내국인방문객>지역주민 선호 국악기 종류: 집단 차이 있음
이후석·오민재 (2006)	이천 도자기 축제	지역주민/관광객	관광영향인식	빈도 t-test	경제적·문화적·환경적 영향인식에 있어 집단별 차이를 나타냄
김선희 (2007)	나주 영산강 문화제	지역주민/외지관광객	축제 만족, 행동의도	빈도 신뢰도 요인 회귀	두 집단별 축제 정보 입수 경로/만족도 영향요인/ 행동의도 간 차이 있음
문귀남 등 (2007)	세계도자비엔날레(여주·이천·광주)	내국인/외국인	서비스품질지각, 전반만족, 전체만족도와 행동의도 관계	빈도 신뢰도 t-test 상관	서비스 품질 지각: 내·외국인 차이 발생 전반만족도/추천의사/재방문: 외국인>내국인
장양례·김혜영 (2007)	전남 여수 거북선 축제	외지방문객/지역주민	축제참여동기, 만족, 충성도	신뢰도 요인 t-test 회귀	참여동기/참여동기에 따른 만족: 차이 있음 만족요인에 따른 추천의사: 부분별 차이
배만규 (2008)	영천 한약축제	외지방문객/지역방문객	축제 만족도, 축제효과 인식	빈도 t-test	축제 참여 만족도: 지역방문객>외지방문객 만족도: 지역방문객<외지방문객 경제적 효과: 지역방문객<외지방문객
Park, et al. (2009)	보령 머드페스티벌	내국인/외국인	축제만족도,	빈도 요인 t-test	부문별 만족도: 내국인<외국인 행동의도: 내국인<외국인 비용지출: 내국인>외국인
배만규 (2010)	대구약령시한방문화축제	외지방문객/대구방문객	방문행태, 만족도, 개최성과	빈도 요인 t-test	총 만족도: 외지방문객<대구방문객 경제적 효과: 외지방문객>대구 방문객
장선희 등 (2010)	제천시 한방건강 축제	지역방문객/외지방문객	축제 개최성과·동기	빈도 t-test	행사안내/축제안내/축제 내용 재미 및 다양성/ 시설: 방문객>지역주민

주: 선행연구를 바탕으로 저자 재정리

하는 현상에 따라 지역주민을 축제의 공급자이며 수요자로 인식하여 축제 방문객을 해당지역 거주 방문객과 타 지역 방문객으로 구분하여 연구를 확장하고 있다(김선희, 2007; 김정훈, 2007; 배만규, 2008, 2010; 이후석·오민재, 2006; 장양례·김혜영, 2007).

이훈·Kerstetter(1997)는 미국 센트럴 펜실바니아 예술축제(The Central Pennsylvania Festival of Arts)의 방문객을 지역주민과 관광객으로 구분하여 축제 참여 동기, 축제 행사 평가 및 만족도를 비교 분석하였다. 연구결과는 지역주민이 행사평가와 축제의 전반적 만족도에서 여타 관광객보다 비판적인 입장을 보이고 있으며, 이는 지역주민에게 있어 축제는 재미를 추구하는 동시에 축제에 대해 더 많은 애정과 기대를 갖고 있기 때문이라고 분석하였다. 장선희 등(2010)은 제천시 한방 건강 축제 방문객을 지역방문객과 외지방문객으로 세분하여 축제 참여 동기와 축제 만족에 대하여 차이검증을 실시하였다. 연구결과는 외지 방문객이 지역주민에 비교하여 더 높은 만족을 나타내는 것으로 나타나 이훈·Kerstetter(1997)의 연구와 난계국악축제에서 지역주민과 내국인 방문객의 차이를 검증한 정장환 등(2005)의 연구 결과와 유사하다.

지역주민과 외지방문객의 축제 방문 동기·만족과 행동의도 간의 차이를 살펴본 장양례·김혜영(2007)은 축제 방문 동기의 차이를 밝히면서 축제 만족 요인과 재방문 의도의 영향관계 중 지역주민은 행사프로그램과 서비스요인이 재방문 의도에 유의한 영향을 미치고, 외지방문객도 행사프로그램과 서비스, 체험거리와 재미, 교통요인이 재방문 의사에 영향을 미치는 것으로 보고하였다. 또한 외지방문객의 추천의사에 가장 큰 영향을 미치는

것은 행사프로그램과 서비스, 교통요인으로 밝혀졌다. 문귀남 등(2007), 이충기·김동기(2001), Lee, et al.(2004), Park, et al.(2009)은 많은 국내 축제가 축제에 참가하는 외국인 방문객에 대한 정보부재로 외국인을 유치하기 위한 효과적인 축제 기획과 프로그램 설계에 한계를 나타내고 있다고 보고 내국인과 외국인 방문객의 축제 방문동기, 만족도, 만족도와 행동의도 간의 영향관계를 밝히고자 하였다(표 1).

### 3. 연구분석 대상 및 분석방법

#### 1) 연구분석 대상

백제문화제는 백제의 역사와 문화를 한 번에 볼 수 있는 서사적 축제이다. 1955년 이래로 그 명맥을 이어오고 왔으며, 1980년대 이후 행사의 규모를 확대하고 2000년 이후 세계적인 역사문화축제로 도약하기 위한 기반을 마련하고자 하였다. 2010년은 세계 대 백제전 개최를 통하여 이러한 의지를 확인시킨 바 있다. 축제의 개최 장소를 부여와 공주에서 격년으로 개최하던 것을 동시에 개최하고, 축제 기간도 확대되었다. 본 연구의 분석대상은 2011년 제57회 백제문화제로서, 역사문화 체험, 즐거움이 함께하는 ‘백제로의 여행’이라는 슬로건을 내세우며 2011년 10월 1일부터 9일까지 총 9일간 공주와 부여 일원에서 진행되었다. 주요 프로그램은 공연, 전시, 이벤트, 체험프로그램, 국제학술회의 등의 총 56개 프로그램이 운영되었다. 총 1,494,330명의 관광객이 방문하였고, 이 중 외국인은 31,943명에 이르는 것으로 공식 집계되었다(백제문화제 추진위원회 내부자료).

표 2 설문지의 구성

구 분		항목	조작적 정의	선행연구
축제 만족도	부문별 만족도	18	축제와 관련된 여러 요구가 충족된 심리적 상태에 대한 부문별 만족으로 문화체육관광부의 18개 축제 평가 항목	김정훈(2007), 문화체육관광부(2010), 이범재·정경일(2009), 이승용외(2007), 장양례·김혜영(2007)
	전반적 만족도	1	축제와 관련된 여러 요구가 충족된 심리적 상태에 대한 전반적 만족	
	추천의도	1	축제 경험에 따른 타인 추천 의도	
인구통계 특성		6	성별, 연령, 결혼여부, 정보원천, 동반자 유형, 출신지역, 재방문 여부	

## 2) 설문지의 구성 및 조사의 설계분석

### (1) 설문지의 구성

본 연구를 위한 설문지는 축제 만족도를 축제의 부문별 만족(18항목), 축제의 전반적 만족도(1항목), 추천의도(1항목)로 구성하고, 응답자의 인구 통계적 특성은 6항목으로 구성하여 총 26개 항목을 조사하였다(표 2). 각 항목은 인구 통계적 특성 항목을 제외하고, 리커트 척도 7점 척도(1=전혀 그렇지 않다, 7=매우 그렇다)로 조사하여 연구에 활용하였다.

### (2) 표본 수집

본 연구의 설문조사는 제 57회 백제문화제가 개최된 2011년 10월 1일부터 9일까지 공주와 부여의 축제 행사장 일대에서 만 15세 이상의 방문객을 대상으로 이루어졌다. 설문 내용과 목적에 대해 사전 훈련된 조사원들이 자신의 설문조사 지역에서 5번째 방문객을 표본으로 추출하는 방식(intercept sampling)으로 응답자가 자기기입식 설문(self-administered questionnaires)을 하되, 응답자가 설문을 응답하기 불편한 상태라고 조사원이 판단하였을 경우 면접자 기입식 설문지(interviewer administered questionnaires)로 조사하였다. 설문조사로 수집된 설문지는 측정변수의 정규성, 이상치(outlier), 입력오류 등의 시스템적 문제를 검토하여 지역거주 방문객은 216부, 타 지역거주 방문객은 342부, 외국인은 116부로 총 674부의 유효 표본을 확보하였다.

### (3) 통계적 분석방법

설문조사를 통해 획득된 설문지는 SPSS ver 17.0을 이용하여 분석하였다.

실증분석에 사용한 방법은 첫째, 응답자의 인구 통계적 특성을 확인하기 위하여 빈도분석을 실시하였다.

둘째, 조사항목의 신뢰도와 타당도를 검사하기 위하여 신뢰도 분석과 탐색적 요인분석을 실시하였다.

셋째, 축제부문별 만족도와 전반적 만족도에 대한 집단별 차이를 분석하기 위하여 일원분산분석을 실시하였다. 일원분산분석의 사후 검증은 DMR-

test(Duncan multiple range test)를 통하여 이루어졌다.

넷째, 축제 부문별 만족도가 전반적 만족도와 축제 추천의도에 미치는 영향을 파악하기 위하여 회귀분석을 실시하였다.

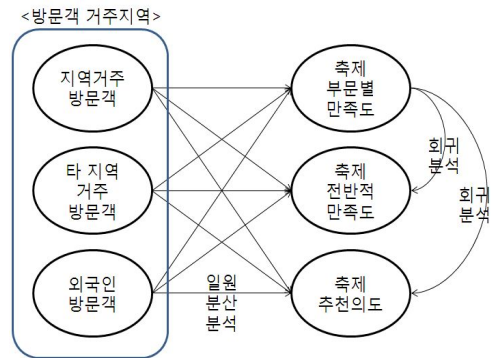


그림 2. 연구모형

## 4. 실증분석 결과

### 1) 응답자의 특성 및 기초자료분석

#### (1) 응답자의 인구통계학적 특성

응답자의 성별구성은 지역거주 방문객의 여성(128명, 59.2%) 비율이 다소 높은 것을 제외하고, 타 지역 방문객(남 49.4%, 여 50.6%) 및 외국인 방문객(남 40.9%, 여 49.1%)은 남녀의 비율이 유사했다.

응답자 연령은 타 지역거주 방문객과 지역거주 방문객은 21~30세의 방문객이 각각 104명(30.4%), 68명(31.5%)으로 가장 높은 응답률을 나타냈으며, 외국인 방문객은 흥미롭게도 61세 이상의 응답자가 34명(29.3%)으로 나타났다. 또한 내국인 응답자의 59.5%, 외국인 응답자의 경우 30.2%가 백제문화제를 이전에 방문한 적이 있다고 응답하여 재방문율이 높은 축제로 판단된다.

응답자의 축제장 평균체류 시간은 타 지역거주 방문객 4.0시간, 지역거주 방문객 3.5시간, 외국인 방문객이 4.0시간으로 지역거주 방문객의 체류 시간이 비교적 짧았다.

한편 외국인 방문객의 출신 국가는 총 13개국으로 나타났다. 일본방문객이 68명(58.6%)으로 가

축제방문객의 집단별 만족도 비교 연구

장 많았으며, 미국인 20명(17.3%), 독일인 8명(6.9%), 캐나다인이 4명(3.4%)로 나타났으며, 네덜란드, 우즈베키스탄, 리투아니아, 뉴질랜드, 페루, 폴란드, 싱가포르 방문객이 각각 2명, 호주와 네 팔 방문객이 각각 1명으로 조사되었다(표 3). 타 지역 거주 방문객은 충남 74명(21.6%), 대전 120명(35.1%), 서울 52명(15.2%), 경기도 40명(11.7%), 대구·부산을 포함한 경상도는 10명(2.9%), 충북 22명(6.4%), 광주를 포함한 전라도 14명(4.1%), 제주도 1명(0.3%), 강원도 5명(1.5%), 기타지역에 4명(1.2%)이 거주하는 것으로 나타났다. 타 지역 거주 방문객은 축제장 주변지역인 충남과 대전지역 방문객이 해당 집단 응답자의 56.7%를 구성하는 것으로 나타났다.

(2) 신뢰도 및 타당성 검토  
백제문화제 방문객의 부문별 만족도 평가 측정

척도에 대한 타당도 및 신뢰도 검증을 위하여 요인분석과 신뢰도 분석을 실시하였다.

백제문화제 방문객의 부문별 만족도를 문화체육관광부에서 제시한 총 18개의 변수로 측정하였는데, 초기 요인분석에서 공통성추출(communalities extraction)을 통해서 각 변수의 주성분 분석에 의한 공통성을 확인하였다. 일반적으로 공통성이 0.4 이하이면 요인분석에서 해당 항목을 제외하게 되는데(김한성 등, 2001), 본 연구에서는 18개 항목이 모두 0.4이상의 공통성을 나타내어 요인 분석을 실시하였다.

요인분석의 적합성을 검증하기 위한 KMO(Kaiser-Meyer-Olkin)값은 .883으로 나타났고, Barlett의 구형성 검정치는  $\chi^2$ 가 5348.738(df. = 153, Sig. = .000)로 유의한 값을 보이고 있어 요인분석이 적합하다고 판단하여 이후의 분석을 실시하였다. 요인분석은 주성분 분석으로 요인을 추출하였고, 추

표 3. 인구통계학적 특성

구 분		타 지역거주 방문객	지역거주 방문객	외국인 방문객	구 분		타 지역거주 방문객	지역거주 방문객	외국인 방문객	
성 별	남자	169(49.4)	88(40.8)	59(50.9)	정 보	TV/라디오	77(20.2)	27(11.3)	6(4.2)	
	여자	173(50.6)	128(59.2)	57(49.1)		인터넷	109(28.5)	49(20.4)	35(24.6)	
연 령	20세 이하	18(5.3)	35(16.2)	2(1.8)		지하철광고	2(0.5)	1(0.4)	0(0.0)	
	21~30세	104(30.4)	68(31.5)	26(22.4)		거리포스터 등	41(10.7)	44(18.3)	17(12.0)	
	31~40세	104(30.4)	47(21.8)	23(19.8)		신문잡지	10(2.6)	18(7.5)	4(2.8)	
	41~50세	67(19.6)	33(15.3)	15(12.9)		구전	124(32.5)	84(35.0)	44(31.0)	
	51~60세	42(12.3)	23(10.6)	16(13.8)		기타	17(4.5)	15(6.3)	30(21.1)	
	61세 이상	7(2.0)	10(4.6)	34(29.3)		무응답	2(0.5)	14(5.8)	6(4.2)	
직 업	농축산어업	5(1.5)	12(5.6)	3(2.6)		동 반 유 형	혼자	9(2.6)	12(5.6)	8(6.9)
	사무기능직	63(18.4)	26(12.0)	9(7.8)			친구	103(30.1)	89(41.2)	42(36.2)
	기술직	29(8.5)	8(3.7)	6(5.2)			애인	40(11.7)	19(8.8)	4(3.4)
	서비스 자영업	53(15.5)	35(16.2)	11(9.5)			회사동료	12(3.5)	9(4.2)	2(1.7)
	공무원	5(1.5)	13(6.0)	6(5.2)			단체여행	13(3.8)	2(0.9)	36(31.0)
	예술가	8(2.3)	5(2.3)	15(12.9)			배우자	37(10.8)	11(5.1)	14(12.1)
	전문직	23(6.7)	5(2.3)	4(3.4)	배우자+자녀		84(24.6)	41(19.0)	2(1.7)	
	교사 교육계	22(6.4)	6(2.8)	20(17.2)	부모+배우자+자녀		37(10.8)	24(11.1)	---	
	주부	39(11.4)	20(9.3)	19(16.4)	기타		7(2.0)	8(3.7)	6(5.2)	
	학생	68(19.9)	70(32.4)	7(6.0)	무응답		---	1(0.5)	1(0.9)	
	기타	24(7.0)	16(7.4)	15(12.9)	평균체류시간		4.0시간	3.5시간	4.0시간	
	무응답	3(0.9)	---	1(0.9)						

표 4. 신뢰도 및 요인분석 결과

구 분		요인적재값	고유치 (Eigen value)	설명율(%)	신뢰도(Alpha)
축제 홍보 및 안내	안내시설	0.763	3.400	18.89	.806
	팸플렛	0.744			
	사전홍보	0.707			
	접근성	0.643			
	안내요원	0.628			
축제기념품	기념품종류	0.844	3.086	17.146	.888
	기념품품질	0.843			
	기념품가격	0.794			
행사내용	체험프로그램만족도	0.366	2.441	13.559	.805
	음식가격	0.644			
	음식종류	0.618			
	재미성	0.601			
	다양성	0.581			
	주변관광지	0.565			
	지역문화	0.474			
편의 시설	주차시설	0.746	1.931	10.731	.688
	화장실	0.687			
	휴식공간	0.674			

주: KMO = .883 Barlett 검정치  $\chi^2 = 5348.738$ (df. = 153, Sig. = .000)

출된 요인은 직각회전법(varimax)을 시행하여 요인해석을 단순화하고자 하였다. 요인분석 결과 총 4개의 요인이 추출되었는데, 이들 4개 요인은 구성변수를 검토하여, ‘축제 홍보 및 안내’, ‘축제기념품’, ‘행사내용’, ‘편의 시설’로 명명하였다. 각 요인이 신뢰도는 크로바하 알파 값으로 확인하였는데, 4개 요인이 0.888부터 0.688로 나타나 모두 내적 일관성이 있는 것으로 판단된다. 4개의 요인은 총 분산의 60.325%를 설명하는 것으로 나타났다(표 4).

### 3) 집단별 만족도 차이 비교

#### (1) 부문별 만족도에 대한 집단별 차이 비교

요인분석 결과를 통하여 나타난 네 가지 축제 부문별 만족도에 대한 집단별 차이가 있는지 검정하기 위하여 일원분산분석을 실시하였다(표 5). 네 가지 요인 중, 세 집단이 가장 긍정적으로 평가한

요인은 ‘축제 홍보 및 안내’요인이었으며, 차이검정 결과 집단별 차이는 나타나지 않아, 해당 요인은 집단별 차이 없이 만족도가 높은 것으로 판단된다. 나머지 세 가지 요인인 ‘축제기념품’, ‘행사내용’, ‘편의시설’은 통계적으로 유의미한 차이를 나타냈다. 차이분석의 사후분석결과는 지역거주 방문객과 타 지역거주 방문객으로 구성된 내국인 집단이 유사집단으로 분류되어, 내국인 집단과 외국인 집단으로 대분되었다. 구체적으로 살펴보면, ‘축제기념품’과 ‘편의시설’에 대해서는 외국인 집단이 내국인 집단에 비교하여 낮게 평가하였다. ‘행사내용’에 대하여는 외국인 집단이 높게 평가하였다.

통계적 차이가 발생한 세 가지 요인을 유형적 요소와 무형적 요소로 구분하면 ‘축제 기념품’과 ‘편의시설’을 유형적 요소로, ‘행사내용’을 무형적 요소로 구분이 가능하다. 이와 같은 관점에서 보면 외국인 집단은 백제문화제의 무형적 요소를

표 5. 부문별 만족도에 대한 집단별 차이 비교

구 분		N	평균	표준편차	F 값	Sig.
축제 홍보 및 안내	지역거주 방문객	216	5.0019	1.32721	1.848	.158
	타 지역거주 방문객	342	4.8444	1.17347		
	외국인 방문객	116	5.0793	1.54534		
축제기념품	지역거주 방문객 b	216	4.1725	1.38830	6.945	.001**
	타 지역거주 방문객 b	342	3.9276	1.32622		
	외국인 방문객 a	116	3.5129	2.23262		
행사내용	지역거주 방문객 a	216	4.4182	1.18518	13.553	.000**
	타 지역거주 방문객 a	342	4.3075	1.10793		
	외국인 방문객 b	116	4.9626	1.35402		
편의시설	지역거주 방문객 b	216	4.2685	1.53408	4.430	.012*
	타 지역거주 방문객 b	342	4.3148	1.40612		
	외국인 방문객 a	116	3.8305	1.91939		

주: \*\* p < 0.01, \* p < 0.05, a<b

정적으로 평가하고 있는 것으로 판단된다. 앞서 논의한 형성성 이론(Oliver, & Swan, 1989)에 따르면 소비한 시간이나 금전적 노력에 의하여 방문객의 만족을 설명할 수 있는데 외국인 방문객의 경우, 물리적으로 형성되어 있는 축제의 부문에 대해서는 다소 객관적 평가를 할 수 있지만, 무형적 요소에 대해서는 보다 주관적인 평가를 하여 그 만족도가 높은 것으로 판단된다. 또한 백제문화제 자체가 외국인이 경험하기 어려운 체험요소를 내포하고 있기 때문으로도 해석하였다.

(2) 전반적 만족도와 추천의도에 대한 집단별 차이 비교

백제 문화제에 대한 전반적 만족도와 추천의도에 대한 방문객 집단별 차이를 검증하기 위한 일

원분산분석을 실시하였다(표 6).

전반적 만족도와 추천의도는 ‘외국인방문객>지역거주방문객>타 지역거주 방문객’의 형태로 나타났다. DMR-test를 통한 사후분석 결과 세 집단은 통계적으로 동질집단이 아니며, 세 집단 중 타 지역거주방문객의 만족도가 지역거주 방문객과 외국인 방문객보다 낮은 것으로 나타났다.

통계분석 결과는 지역거주 방문객과 타 지역거주 방문객을 내국인의 범주로 놓고 보았을 때, 외국인과 내국인의 축제 만족도 차이를 검증한 문귀남 등(2007)의 연구에서 외국인의 전반적 만족도가 내국인과 비교하여 높은 것으로 나타났던 결과를 비롯하여 Devesa, et al.(2010)이 논한 바와 같이 여행 거리가 길수록 비교적 높은 만족수준을 나타내는 경향이 있다는 연구와도 맥을 같이 한다.

표 6. 전반적 만족도와 추천의도에 대한 집단별 차이비교

구 분		N	평균	표준편차	F값	Sig.
전반적 만족도	지역거주 방문객 b	216	5.1435	1.47625	28.905	.000**
	타지역 거주 방문객 a	342	4.6696	1.51209		
	외국인 방문객 c	116	5.8534	1.35938		
추천의도	지역거주 방문객 b	216	5.3009	1.62171	23.579	.000**
	타지역 거주 방문객 a	342	4.7632	1.76460		
	외국인 방문객 c	116	5.9483	1.38843		

주: \*\* p < 0.01, \* p < 0.05, a<b<c



반면에 형평성 이론을 바탕으로 통계분석 결과를 분석하면, 외국인 방문객은 자신이 소비한 시간과 비용이 내국인 방문객과 비교하여 높기 때문에 자신의 경험을 합리화하며 전반적으로 긍정적으로 평가하였다고 판단된다.

(3) 축제 부문별 만족도가 전반적 만족도에 미치는 영향

축제 부문별 만족도가 전반적 만족도에 미치는 영향을 분석하고 그 영향정도를 비교하기 위하여 회귀분석을 수행하였다. 회귀분석의 기본 가정으로 종속변수의 변동이 독립변수와 연관되어 있는 정도로서 선형성(linearity)을 검토하기 위하여 편회귀도면(partial regression plots)을 사용하였고, 정규분포성(normality)을 위해 표준화된 잔차를 정규분포와 비교하는 정규확률도면(normal probability plot)을 사용하였다. 전체적인 분석결과는 대체적으로 기본가정을 충족하고 있어 교정의 필요성이 제기되지 않았다. 또한 각 집단별 모형은 통계적으로 유의한 것으로 나타났다(표 7).

집단별로 축제 부문별 만족도가 전반적 만족도

에 미치는 영향은 축제의 부문별 특성에 따라 달라졌다. 지역거주 방문객, 타 지역거주 방문객, 외국인 방문객 집단의 축제 부문별 만족도에서 전반적 만족도에 영향을 미치는 공통적 요인은 '행사내용'요인이 통계적으로 유의한 것으로 나타났다. 또한 '행사내용'요인과 다른 3개 요인의 표준화된 베타값( $\beta$ )을 비교하여 보면, '행사내용'요인이 만족도에 미치는 영향이 큰 것으로 나타났다. 한편 지역거주 방문객과 타 지역거주 방문객의 경우 '행사내용'요인 이외에 '축제 기념품'이 전반적 만족도에 영향을 주는 요인으로 외국인 방문객의 경우, 축제 정보가 전반적 만족도에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉 외국인 방문객의 경우, 축제와 관련된 안내시설, 팸플릿, 사진 홍보 및 현장 안내요원으로 구성되는 '축제홍보 및 안내'요인에 대한 만족도가 높을수록 전반적 만족도가 올라가는 현상을 나타내고 있어, 해당 집단에 대한 정보제공과 안내가 중요한 요인임을 확인할 수 있다. 본 연구에서 나타난 축제 정보의 중요성은 외국인과 내국인의 축제 체험만족도를 비교한 정강환 등(2005), Park, *et al.*(2009)의 연구결과와도 일치

표 7. 축제 부문별 만족도가 전반적 만족도에 미치는 영향

구 분		비표준화계수		표준화계수	t	유의 확률	모형요약
		B	표준오차오류	$\beta$			
지역거주 방문객	(상수)	2.185	.381	-	5.732	.000	R <sup>2</sup> = .263 adj. R <sup>2</sup> = .249, F= 18.836(.000)
	축제 홍보 및 안내	.118	.082	.106	1.446	.150	
	축제기념품	.192	.095	.181	2.020	.045*	
	행사내용	.415	.125	.333	3.335	.001**	
	편의시설	-.064	.073	-.066	-.868	.386	
타 지역거주 방문객	(상수)	1.277	.327	-	3.908	.000**	R <sup>2</sup> = .278 adj. R <sup>2</sup> = .269 F= 32.400(.000)
	축제 홍보 및 안내	.209	.078	.162	2.676	.008**	
	축제기념품	.240	.079	.210	3.042	.003**	
	행사내용	.300	.103	.220	2.915	.004**	
	편의시설	.034	.062	.031	.547	.585	
외국인 방문객	(상수)	3.133	.494	-	6.343	.000	R <sup>2</sup> = .231 adj. R <sup>2</sup> = .203 F= 8.327(.000)
	축제 홍보 및 안내	.277	.083	.315	3.343	.001**	
	축제기념품	-.034	.066	-.056	-.519	.605	
	행사내용	.303	.103	.301	2.930	.004**	
	편의시설	-.018	.072	-.026	-.255	.799	

주: \*\* p < 0.01, \* p < 0.05

한다.

즉 현장의 상황 및 일기 등에 따라 다변화가 가능한 축제에서는 축제 개최와 관련된 사전 정보제공뿐만 아니라 축제 현장에서의 축제관련 안내서비스와 정보전달의 중요성이 강조되는 것이다.

(4) 축제 부문별 만족도가 추천의도에 미치는 영향

축제 부문별 만족도가 추천의도에 미치는 영향을 알아보기 위하여 회귀분석을 실시하였다. 집단별로 표준화계수(β)값의 차이가 있었지만, 추천의도에 영향을 미치는 축제 부문별 만족도 요인은 ‘축제 홍보 및 안내’와 ‘행사내용’인 것으로 나타났다. 지역거주 방문객의 경우 ‘행사내용(β= .420)’이 ‘축제 홍보 및 안내(β= .290)’보다 추천의도에 더 높은 영향을 미치고 있으나, 외부 방문객이라 할 수 있는 타 지역거주 방문객과 외국인 방문객의 경우, ‘축제 홍보 및 안내’요인이 ‘행사내용’요인보다 추천의도에 더 높은 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다(표 8).

외국인 방문객 집단의 경우, 축제 부문별 만족도 구성 요인 중 전반적 만족도와 추천의도에 ‘축

제 홍보 및 안내’와 ‘행사내용’의 요인이 공통적으로 유의한 영향을 미치고 있는 것으로 나타나고 있다. 장양례·김혜영(2007)의 연구에서는 축제 속성 만족요인이 추천의도에 미치는 영향을 분석하면서, 외지방문객 집단이 ‘행사프로그램과 서비스’, ‘교통’요인이 추천의사에 영향을 미치는 것을 밝혀냈는데, 행사프로그램과 서비스 요인의 구성 변수가 축제정보습득, 안내요원들의 서비스와 설명, 재미성, 체험 프로그램도 만족으로 구성되며, 교통은 접근성과 교통의 편리성으로 구성되어 있어 요인명은 달랐지만, 본 연구에서 제시한 연구결과와 유사한 측면이 있다. 이와 같은 연구결과는 축제 기획자가 외국인 방문객 집단을 위하여 중점을 둘 부분이 축제 ‘행사내용’의 내실을 기하여야 하고, ‘행사내용’의 홍보와 안내가 중요하다는 사실을 알려준다.

5. 결론 및 시사점

지역축제에 대한 대중적·사회적 관심이 증폭되면서 한국의 지역축제는 1990년대에 지방자치체도와 문화관광축제제도 도입 등 정책적 변화와 시

표 8. 축제 부문별 만족도가 추천의도에 미치는 영향

구 분	비표준화계수		표준화계수	t	유의확률	모형요약	
	B	표준오차오류	β				
지역거주 방문객	(상수)	1.345	.392	---	3.434	.001	R <sup>2</sup> = .355 adj. R <sup>2</sup> = .343 F= 29.088(.000)
	축제 홍보 및 안내	.354	.084	.290	4.216	.000**	
	축제기념품	.075	.098	.064	.765	.445	
	행사내용	.575	.128	.420	4.491	.000**	
	편의시설	-.157	.075	-.148	-2.082	.039*	
타 지역거주 방문객	(상수)	1.027	.390	---	2.635	.009	R <sup>2</sup> = .24 adj. R <sup>2</sup> = .236 F= 27.334(.000)
	축제 홍보 및 안내	.432	.093	.287	4.629	.000**	
	축제기념품	.197	.094	.148	2.093	.037*	
	행사내용	.333	.123	.209	2.710	.007**	
	편의시설	-.130	.074	-.104	-1.774	.077	
외국인 방문객	(상수)	3.227	.497	---	6.496	.000	R <sup>2</sup> = .254 adj. R <sup>2</sup> = .227 F= 9.448(.000)
	축제 홍보 및 안내	.217	.083	.242	2.605	.010*	
	축제기념품	.044	.066	.071	.673	.502	
	행사내용	.226	.104	.220	2.175	.032**	
	편의시설	.089	.073	.123	1.221	.225	

대적 요구를 계기로 양적으로 급속히 증가하였다가 2000년대 후반에 들어서 일종의 조정기를 맞으면서, 축제의 지속가능성에 대한 관심이 높아졌다(이훈·김미정, 2011).

본 연구는 다양하게 변화하는 축제 방문객의 특성 이해가 축제방문객의 만족의 근간이 된다는 인식에서 출발하였다. 연구대상은 지역의 역사와 문화를 바탕으로 지역축제를 발전시켜 온 제57회 백제문화제 방문객으로 선정하였다. 방문객의 거주 특성에 따라 지역거주 방문객, 타 지역거주 방문객, 외국인 방문객으로 세분하고 축제의 부문별 만족도, 전반적 만족도, 추천의도의 차이를 비교 분석하고, 과연 무엇이 만족과 추천의도를 유도하는가를 파악하기 위하여 부문별 만족도와 전반적 만족도 및 추천의도와 의 영향관계를 파악하였다. 연구목적 달성을 위하여 총 674부의 유효 표본을 수집하여 축제의 부문별 평가요소 18개 항목을 요인분석을 통하여 축제 홍보 및 안내, 축제기념품, 행사내용, 편의시설의 4개 요인으로 축소하여 일원분산분석과 회귀분석을 실시하였다.

연구결과를 바탕으로 백제문화제가 축제 방문객 만족도를 제고하여 추천의사를 높이기 위한 전략을 제시하면 다음과 같다.

첫째, 축제 부문별 만족도에 대하여 외국인 집단은 축제의 유형적 요소(축제 기념품, 편의시설)에 대해서는 다소 부정적으로, 무형적 요소(행사내용)는 긍정적으로 평가하였다. 따라서 축제 방문객을 위하여 축제 편의 시설을 정비하고, 축제의 특성을 반영한 축제 기념품을 개발하고 상품화하여야 할 것이다.

둘째, 축제의 전반적 만족도와 추천 의도는 세 집단이 모두 통계적으로 유의한 차이를 나타내고 있다. 사후 분석 결과는 타 지역거주 방문객이 세 집단 중 가장 낮은 만족도를 나타낸 것으로 나타났다. 세부적으로 살펴보면 타 지역거주 방문객의 경우 백제문화제에 대하여 보통이상의 전반적 만족도(=4.66)와 추천의도(=4.76)를 나타냈으나, 다른 두 집단과 비교하였을 때 불만족스러운 상황으로 볼 수 있다. 타 지역거주 방문객은 지역거주 방문객과 비교하여 백제문화제에 대한 보다 객관적인 평가를 할 수 있는 집단으로 이들의 평가는 매우 중요한 것으로 판단된다. 따라서 축제 기획

자는 축제 프로그램을 구성할 때 백제의 문화를 좀 더 발굴하여 프로그램화 시키고, 타 지역축제와의 차별성을 구축하여야 할 것이다.

셋째, 축제 부문별 만족도가 축제 전반적 만족도에 미치는 영향은 지역거주 방문객은 축제기념품과 행사내용 요인이, 타 지역거주 방문객은 축제 홍보 및 안내와 축제기념품, 행사내용 요인이, 외국인 방문객 집단은 축제 홍보 및 안내와 행사내용 요인이 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 방문객 집단을 국적별로 내국인과 외국인 집단으로 구분하면 내국인은 축제 기념품과 행사내용 요인에 영향을 받고, 외국인 집단은 행사내용과 축제 홍보 및 안내요인에 영향을 받는 것으로 볼 수 있다. 세 집단 모두 공통적으로 전반적 만족도에 영향을 미치는 요인으로는 '행사내용'요인이 나타나 방문객의 만족도 제고를 위하여 축제 프로그램의 재미성과 다양성을 확보하여 체험프로그램의 만족도를 높여야 한다는 결론이 도출된다. 또한 따라서 지역에 대한 이해와 정보가 부족한 타 지역거주 방문객과 외국인 방문객을 위하여 축제 현장에서 안내서비스를 강화하여야 한다. 이 요인은 축제의 사전에 준비되는 축제 기념품이나 물리적 시설과는 달리 인적이며 무형적인 특성을 지니고 있으므로, 관련자에 대한 교육 및 준비가 철저히 이루어져야 할 것이다.

넷째, 축제 부문별 만족도가 추천의도에 미치는 영향은 세 집단 모두 축제 홍보 및 안내와 행사내용 요인으로 나타났다. 두 요인의 영향정도를 살펴보면 지역거주 방문객의 경우 행사내용 요인이 추천의도에 더 높은 영향을 미쳤고, 타 지역거주 방문객과 외국인 방문객의 경우 반대의 성향을 나타냈다. 이러한 결과는 지역주민의 경우 축제장과 축제에 대한 이해와 정보가 타 지역에서 방문한 타 지역 거주 방문객과 외국인 방문객보다 높기 때문으로 보인다. 따라서 축제 기획자는 집단별로 축제에서 요구하는 정보의 특성과 전달방식을 차별화하여야 하며, 축제 현장에서 축제 정보의 전달에 좀 더 노력하여야 한다.

본 연구의 결과는 집단의 특성별 축제의 만족도 평가에 대한 이해를 확대하기 위하여 지역거주 관광객과 타 지역거주관광객, 외국인 관광객의 축제 만족도, 추천의도를 비교하는 다소 탐색적 연구였

다. 본 연구는 백제문화제가 긍정적 평가를 얻기 위하여 축제의 행사내용과 축제 홍보 및 안내에 주목하여야 한다는 시사점을 제시하였다.

이후의 연구에서는 축제의 체험 요소 중 어떤 특성이 방문객 집단이 느끼기에 재미있고, 흥미로운가에 대한 심도 있는 연구와 백제문화제 외국인 방문객 중 일본인 관광객이 비율이 높으므로, 이들에 대한 집중적 연구가 필요하다.

## 문헌

- 김명선, 2002, 도자기 축제의 방문만족과 재방문의사의 영향요인에 관한 연구: 한국과 중국의 도자기 축제 방문객을 대상으로, 이벤트 컨벤션 연구, 6(2), 95-117.
- 김선희, 2007, 지역축제에 참여한 지역주민과 외지관광객의 만족도 비교연구: 나주 영산강 문화축제를 중심으로, 관광학연구, 31(1), 405-420.
- 김정훈, 2007, 지역축제 관광객들의 축제만족도 평가에 관한 연구: 중요도-성취도분석(IPA)기법을 이용하여, 호텔관광연구, 9(4), 160-173.
- 김한성·김진수·우정식, 2001, 2011년 SPSS 사용자 사례논문, SPSS Peal Users, Best Group, 169-200.
- 문귀남·이무성·박양우, 2007, 서비스 품질을 고려한 내, 외국인 관광객의 지각 및 만족도 비교분석: 세계도자비엔날레 축제 중심으로, 호텔경영학연구, 16(5), 237-256.
- 문성중, 2010, 축제 참가동기, 만족도 및 행동의도 구조관계분석, 관광학연구, 34(8), 361-384.
- 문화체육관광부, 2010, 한국 축제에 대한 외국인 인식조사, 한국문화관광연구원.
- 박미정, 2001, 지역축제 방문객의 동기와 만족도에 관한 연구: 부산국제아트페스티벌 현대미술전 방문객을 중심으로, 관광·레저연구, 13(1), 269-285.
- 박상현, 2006, 역사체험축제의 방문동기에 관한 연구, 세리엔터테인먼트연구, 6(1), 25-38.
- 박상현, 2007, 역사체험축제의 중요도-실행도 분석에 관한 연구: 연천전곡리 구석기축제를 중심으로, 한국콘텐츠학회논문지, 7(10), 321-329.
- 박철호, 2003, 충주 세계무술축제 방문객의 참여 프로그램에 대한 평가, 여행학연구, 18, 125-147.
- 부소영, 2003, 축제의 지역이미지에 대한 영향관련 내용분석, 관광학연구, 27(2), 113-132.
- 배만규, 2008, 지역축제 활성화를 위한 방문객 집단별 평가 차이 비교 연구: 영천 한약축제를 중심으로, 관광연구, 23(1), 81-99.
- 배만규, 2010, 축제 방문객 집단별 방문행태, 만족도, 개최성과 평가 비교: 대구약령시 한방문화축제를 중심으로, 관광·레저연구, 22(6), 495-514.
- 손재영·홍성도(2006), 꽃 축제 방문동기에 관한 연구: 태백산 철쭉제를 중심으로, 관광학연구, 30(6), 281-300.
- 안종현·이정록, 2009, 완도 장보고축제의 만족도 분석, 대한지리학회지, 44(4), 544-556.
- 안홍균·유용권, 2011, 신안틀립축제 방문객의 축제 만족도 조사 및 행사평가, 한국인간·식물·환경학회지, 14(2), 109-115.
- 이경모, 2009, 축제 이해관계자의 방문객 만족도 인 인식에 관한 비교연구, 관광학연구, 33(2), 349-368.
- 이낙귀, 2009, 지역축제 방문객의 만족도가 재방문의도에 미치는 영향: 횡성한우축제를 중심으로, 관광학연구, 33(3), 205-226.
- 이범재·정경일, 2009, 축제프로그램의 체험만족이 재방문의사 및 추천의사에 미치는 영향, 관광학연구, 33(6), 215-236.
- 이승용·오기자·정강환·김석출, 2007, 지역축제의 축제서비스품질, 전반적 만족도와 행동의도 간에 미치는 영향분석, 관광레저연구, 19(1), 45-59.
- 이충기·김동기, 2001, 내·외국인간 축제참여동기 분석, 관광연구, 16(1), 257-271.
- 이태희·김홍렬·윤설민·장운정, 2007, IPA를 이용한 문화관광축제의 매력 비교 연구: 춘원 국제마임 축제와 보령머드축제를 중심으로, 관광학연구, 31(4), 263-280.
- 이후석·오민재, 2006, 방문객 특성에 따른 관광영향인식 차이: 이천도자기축제 방문객 유형별 분석, 관광연구저널, 20(2), 45-56.
- 이훈·Kerstetter, D.L., 1997, 방문자들의 예술축제 경험과 평가분석: 지역주민 참가자와 관광객자 비교연구, 관광연구논총, 9, 145-155.

- 이훈, 2010, '지속가능한 한국 문화관광축제' 방안 연구. 한양대학교 관광연구소 20주년 기념 1차 정책포럼 자료집, 한양대학교 관광연구소.
- 이훈·김미정, 2011, 한국 축제사: 근 현대사를 중심으로, *관광학연구*, 35(10), 481-499.
- 장선희·신원섭·연평식·이정희, 2010, 지역주민과 관광객의 축제 참여 동기와 만족에 관한 연구: 제천시 한방건강축제를 중심으로, *한국산림휴양학회지*, 14(2), 1-8.
- 장성수·양영근·고계성, 2008, 축제 방문객 만족도와 재방문의도에 관한 연구, *관광학연구*, 32(4), 373-387.
- 장양례·김혜영, 2007, 지역주민과 외지방문객의 축제 참여 동기와 만족, 충성도 비교 연구, *한국지역지리학회지*, 13(6), 724-737.
- 정강환, 2007, *관광이벤트: 21세기 지역개발형 축제로의 선택*, 백산출판사, 서울.
- 정강환·노용호·최승국, 2005, Visitors' Satisfaction about the Cultural Tourism Festival: The Nange Traditional Music Festival 2003 / 2004, *한국콘텐츠학회논문지*, 5(5), 191-201.
- 정강환·윤유식, 2004, 축제 방문객 만족도가 지역 문화관광에 미치는 여향에 관한 연구: 금산인삼 축제를 중심으로, *관광·레저연구*, 16(2), 287-303.
- 차동욱, 2003, 농촌을 넘어, 패러다임의 전환을 향해: 관광농원 방문자의 재방문 결정 요인 분석, *농촌사회*, 13(2), 75-97.
- 차동욱, 2004, 지역축제 만족도에 의한 방문자의 재방문 및 구전홍보 결정요인에 관한 연구: 전주 국제영화제를 중심으로, *관광·레저연구*, 16(1), 55-69.
- Bowen, D., and Clarke, J., 2002, Reflections on tourist satisfaction research: Past, present and future. *Journal of Vacation Marketing*, 8(4), 297-308.
- Devesaa, M., Languna, M., and Palacios, A., 2010, The role of motivation in visitor satisfaction: empirical evidence in rural tourism. *Tourism Management*, 31(4), 547-552.
- Getz, D., 1991, *Festival, Special Events and Tourism*, New York: Van Nostrand Reinhold.
- Getz, D., and Fisby, W., 1991, The role of multiplies in developing festivals and special events, Occasional paper No. 16. Department of Recreation and Leisure Studies. University of Waterloo.
- Larson, 2011, *Managing Festival Stakeholders*. <http://www.13thnordic.aau.dk/ocs/viewpaper.php?id=73&cf=1>.
- Lee, K.H., and Kim, D.Y., 2011, The Influence of Geographical Distance Groups (GDGs) on Visitor's Information Sources and Motivations in Local Festival Settings" (July 29, 2011). International CHRIE Conference-Refereed Track. Paper 14, [http://scholarworks.umass.edu/refereed/ICHRIE\\_2011/Friday/14](http://scholarworks.umass.edu/refereed/ICHRIE_2011/Friday/14)
- Lee, C., Lee, Y., and Wicks, B., 2004, Segmentation of festival motivation by nationality and satisfaction, *Tourism Management*, 25(1), 61-70.
- McKercher, B., Chan, A., and Lam, C., 2008, The impact of distance on international tourist movements, *Journal of Travel Research*, 47(2), 208-224.
- Mohr, K., Kenneth, F., Backman, L., Gahan, W., and Backman, S. J., 1993, An investigation of festival motivations and satisfaction by visitor type. *Festival Management and Festival Tourism*, 1(3), 89-97.
- Oliver, R.L., 1980. A cognitive model of the antecedents and consequences of consequences of satisfaction decisions. *Journal of Marketing Research*, 17(4), 460-469.
- Oliver, R.L., and Swan, J.E., 1989, Consumer perceptions of interpersonal equity, and satisfaction in transactions: a field survey approach, *Journal of Marketing*, 53(april), 21-35.
- Park, S.H., Mun, K. N., and Park, Y.W., 2009, A study on the evaluation of Boryeong cultural tourism festival between korean and foreign visitors, *Korean Journal of Hospitality Administration*, 18(5), 235-253.

- Shanka, T., and Talyor, R., 2004, A correspondence analysis of source of information used by festival visitors. *Tourism Analysis*, 9 (1-2), 55-62.
- Uysal, M., L. Gahan, and Martin, B., 1993, An examination of event motivations: A case study, *Festival Management & Event Tourism*, 1(2), 5-10.
- Wenzel, J.G., 2001, Media press release, October,

2001.

- 교신 : 최영희, 413-798, 경기도 파주시 문산읍 방촌로 1744(adela.choi75@gmail.com)
- Correspondence : Choi, Young Hee, 1744, Bangchon-ro, Munsan-eup, Paju-si, Gyeonggi-do, Korea(adela.choi75@gmail.com)

(접수: 2012.3.6, 수정: 2012.4.9, 채택: 2012.5.3)