

# 지역축제 서비스 품질의 방문객 만족 영향요인

— 예산향토사과축제 —

박덕병<sup>a\*\*</sup> · 이민수<sup>b</sup> · 김소윤<sup>c</sup> · 신현배<sup>a</sup>

<sup>a</sup>공주대학교 지역개발학부(충남 예산군 예산읍 대학로 54)  
<sup>b</sup>한국농수산대학 교양공동학과(전북 전주시 완산구 콩쥐팍쥐로 1515)  
<sup>c</sup>제주관광공사 지역관광처(제주특별자치도 제주시 선덕로 23)

## Service Quality Influencing Visitors' Satisfaction in Yesan Apple Festival

Duk-Byeong Park<sup>a\*\*</sup> · Minsoo Lee<sup>b</sup> · So-Yun Kim<sup>c</sup> · Hyun-Bae Shin<sup>a</sup>

<sup>a</sup>Department of Community Development, Kongju National University(Chungnam, Yesan-gun, Yesan-up, Deahak-ro 54)  
<sup>b</sup>Department of General Education, Korea National College of Agriculture and Fishery (Jeonbuk, Wansangu, Kongjipatjiro 1515)  
<sup>c</sup>Jeju Tourism Organization(Jeju Welcome Center 23, Seondeok-ro, jeju-si)

### Abstract

Service quality in local festivals is a crucial for visitors satisfaction. The study aims to identify the factors to influence visitors satisfaction in local festival. A field survey was used to collect data from 206 visitors to the Yesan Apple Festival in South Korea. The results showed that the program and products, staff, and landscape factors could significantly has a significant on visitors' overall satisfaction, whereas facility factor don not influence significantly. The study suggested that festival managers should allocate their marketing resources for the program and products, staff, and landscape factors to increase the visitors' perception of service quality. This study encourages festival managers to provide high level of festival quality to consider extension effects of the festival experiences from long-term perspectives.

**Key words:** local festival, festival satisfaction, service quality

### 1. 서론

지역축제는 지역관광 홍보, 지역경제 활성화, 관광 시즌 연장 등을 위한 핵심정책 수단으로 활용되고 있으며, 이를 통해 지역 사회에 다양한 편익을 제공한다(김철원, 서현숙 & 이태숙, 2013; 김홍길 & 구정대, 2014; 문화체육관광부, 2016, 2017; 전대회 & 김창수, 2011; Boo & Busser, 2006; Getz, 1997, 2005; Getz, Anderson, & Larson, 2006; Grunwell & Ha, 2007; Huang, Li, & Cai, 2010;

Quinn, 2006; Waterman, 1998). Getz(1997)는 축제의 중요성을 경제적, 사회적, 문화적, 환경적 관점에서 논의하였고, 지역축제는 지역경제발전의 전략(문성중 & 손대현, 2007; 오순환, 2017; 손해경 & 윤유식, 2013; Getz, Anderson, & Carlson, 2010) 혹은 지역이미지 제고(김성조, 임재문 & 유창근, 2014; 정연정, 2009; Wilson, Arshed, Shaw, & Pret, 2017)에 매우 중요한 정책수단이다.

우리나라 축제는 지방자치제가 도입된 1995년 이후 양적으로 급격한 성장을 하고 있다(허문경, 2013). 문화체육관광부(2017)의

주요어: 지역축제, 축제만족, 서비스품질

\* 본 논문은 2016년 공주대학교 학술연구지원사업(과제번호: 2016-0324-01)의 연구비 지원에 의하여 연구되었음

\*\* 교신저자(박덕병) 전화: 041-330-1383 e-mail: parkdb84@kongju.ac.kr

조사에 의하면 전국적으로 축제는 1,000개가 넘고 그 중 3일 이상 열리는 축제가 555개로, 지자체당 4개 이상의 축제가 진행되고 있다. 그리고 2015년의 경우 전국에서 664개의 지역축제가 개최되었으며, 2016년에는 693개가 개최되었다. 지역축제가 지속가능한 축제로 성장하기 위해서는 축제 재정자립도 향상, 민간주도형 축제를 위한 축제 전문가 육성, 매력적인 축제콘텐츠 개발, 지역 주민의 자발적인 축제참여, 축제서비스 품질 향상이 필요하다(문화체육관광부, 2016a, 2016b, 2017).

지금까지 축제에 관한 연구는 경제적 효과(오순환, 1999; Kim, Borges, & Chon, 2006; Litvin *et al.*, 2006; Mahadevan, 2017; Rao, 2001), 축제의 사회적 효과(Getz & Frisby, 1988; Gursoy *et al.*, 2004), 방문객의 특성분석(Prentice & Andersen, 2003; Song *et al.*, 2012), 축제운영과 경영측면 분석(Frisby & Getz, 1989; Frost & Laing, 2015), 축제성과 혹은 축제과정 영향요소 분석(한상현, 2016; Gursoy, Kim & Uysal, 2004; Wilson *et al.*, 2017), 축제 서비스 품질에 관한 연구(오수진 & 이정희, 2007; 이경모 & 손선미, 2009; 이훈, 2006; Ayob & Said, 2010; Childress & Crompton, 1997; Cole & Illum, 2006; Crompton & Love, 1995; Mason, & Nassivera, 2012)가 주류를 이루고 있다.

방문객 만족은 목적지 그 자체나 목적지의 경치뿐만 아니라 방문객이 체류기간동안 매일 일상적으로 경험하게 되는 서비스나 시설에 영향을 받는다. 그리하여 마케팅 연구에서 서비스 품질과 만족과의 관계는 오늘날 비즈니스의 경쟁적인 편익을 위해서 매우 중시되고 있다(문화체육관광부, 2017; 이훈, 2006; O'Neill & Palmer, 2001). 특히 Baker & Crompton (2000)은 서비스 품질이 방문객의 재방문에 만족보다 더 강하게 영향을 미치고 있음을 제시하여 서비스 품질의 중요성을 강조하였다.

그리하여 방문객 만족에 관한 선행연구들은 크게 두 가지로 대별된다. 첫째는 목적지에 대한 기대와 경험을 비교하여 분석한 연구(손해경 & 윤유식, 2013; Baker & Draper, 2013; Papadimitriou, 2013; Pizam, Neumann, & Reichel, 1978)가 있다. 둘째, 방문객의 전반적인 만족도에 영향을 미치는 서비스 품질을 분석한 연구(오수진 & 이정희, 2007; 정승환, 최영재 & 정혜진, 2017; Ayob & Said, 2010; Cronin & Taylor, 1992; Mason & Nassivera, 2012)가 있다. 서비스 품질과 방문객 만족은 기대불일치 이론(expectancy disconfirmation theory)이라는 같은 이론에서 동일한 구성변인으로 존재하여 혼란을 야기해 왔다(Ayob & Said, 2010). 그러나 서비스 품질은 '실행의 질'(quality of performance)로서 만족의 선행변인으로 간주된다(Cole, & Crompton, 2003; Oliver, 1997). 일반적으로 서비스 품질 만족은 축제 목적지의 속성과 관련되어 있는

것으로 축제 서비스 제공자가 방문객에게 부여하는 기회로서 서비스, 활동, 프로그램, 시설 등과 같은 것이다. 이러한 서비스의 품질은 축제 운영자나 기획자의 통제 하에 있는 속성을 의미한다. 반면에 전반적 만족은 이러한 속성과 방문객과의 상호작용의 결과로서 방문객이 경험을 통하여 획득할 수 있는 것으로서 축제 운영자나 기획자가 통제할 수 없는 영역이다. 특히, Churchill & Suprenant (1982)은 서비스에 대한 만족은 방문객의 최초의 경험에 의해서 영향을 받고 있음을 제시하였다. 방문객 만족에 대한 연구에서 주목해야 할 점은 방문객 만족에 따라서 방문객의 행동이 달라진다는 점이다. 많은 연구(Anderson, 1998; Hui, Wan, & Ho, 2007; Kozak & Rimmington, 2000; Ross, 1993; Yoon & Uysal, 2005)에서 방문객의 전반적 만족은 재방문에 중요한 영향을 미치고 있음을 제시하고 있다.

축제 서비스 품질에 대한 연구는 크게 세 가지로 구분할 수 있다. 첫째, 서비스 품질 그 자체를 분석한 연구(Crompton & Love, 1995)이다. 둘째, 서비스 품질을 하나의 구성변인으로 하여 만족과 충성도와의 구조적 영향관계를 분석한 연구(Cole & Illum, 2006; Lee & Beeler, 2009; Yuan & Jang, 2008)이다. 셋째, 주로 구조방정식 모형을 활용하여 서비스 품질을 속성별로 구분하여 전반적 만족에 영향을 미치는 서비스 품질 요인을 분석한 연구(Cho, Byun, & Shin, 2014; Cole & Illum, 2006; Özdemir & Çulha, 2009; Song, Bae, & Lee, 2017; Lee, Sung, Suh, & Zhao, 2017; Zheng, Wang, Tsai, Li, & Wang, 2017)가 있다.

서비스 품질 요인을 도출하고, 서비스 품질 요인이 만족에 미치는 영향을 규명하는 연구는 축제 기획자나 운영자가 효과적인 축제운영을 위해서 매우 중요하다. 도시축제를 대상으로는 서비스 품질에 대한 연구가 활발하게 이루어져 왔으나, 국내 농촌지역에서 개최되는 축제를 대상으로 서비스 품질과 만족과의 관계를 분석한 연구는 거의 없다. 농촌지역에서 이루어지고 있는 축제의 규모는 도시에 비해 적지만, 주제나 프로그램이 매우 다양하다(Choo, Ahn, & Petrick, 2016). 하지만 지역축제가 아무리 지역사회와 경제에 다양한 편익과 도움을 준다고 해도, 모든 지역축제가 다 해당되는 것이 아니라 전략적으로 잘 관리된 지역축제만이 지역경제에 긍정적인 영향을 미칠 것이다(Ritchie, 1996). 따라서 농촌축제 서비스 품질 개선을 위해서는 농촌축제를 대상으로 서비스 품질과 만족과의 관계에 대한 연구가 활발히 이루어질 필요가 있다.

본 연구의 구체적인 목적은 다음과 같다. 첫째, 선행연구를 통해 농촌축제의 서비스 품질 요인을 도출하고 평가하고, 둘째, 요인분석을 통해 도출된 서비스 품질 요인들의 구조를 규명한다.

셋째, 지역축제 서비스 품질 구조요인과 전반적인 만족도의 관계를 규명한다. 이를 통해 지역축제를 개최하는 지자체의 운영자와 기획자가 축제경험을 확장시키고, 만족도를 높이기 위한 중요변수로서 축제 서비스 품질의 속성을 관리하는 방안을 제시하고자 한다.

## 2. 선행연구

서비스 품질에 대한 연구는 15년 전부터 서비스 마케팅 분야에서 많은 주목을 받아왔으며, 체계적으로 분석해왔다. 서비스 품질은 높은 가변성과 무형성으로 인해 상품에 대한 품질보다 더 복잡한 특성을 보이고 있다(O'Neil *et al.*, 1999). 파라수라만에 의해서 (Parasuraman *et al.*, 1988) 처음 SERVQUAL이 도입된 이후, 이 모델은 관광과 서비스 분야에 널리 도입되고 있다(Atilgen *et al.*, 2003; DeMoranville & Bienstock, 2003; Hsieh *et al.*, 2008).

축제의 서비스 품질에 대한 연구는 SERVQUAL의 맥락 하에서 이루어졌다. 그리하여 축제 서비스 품질은 신뢰성, 유형성, 반응성, 보장성, 감정이입의 다섯 가지 요소를 중시하였다. Crompton & Love (1995)는 미국 텍사스주에서 빅토리아 크리스마스 축제의 서비스 품질 요인을 환경/분위기, 정보원천, 편안한 어메니티, 주차장, 판매자와의 상호작용으로 제시하였다. Childress & Crompton (1997)은 축제 서비스 품질을 포괄적 특징, 특별한 오락적 요소, 정보원천, 편안한 어메니티로 제시하였다. Cole & Illum (2006)은 활동, 어메니티, 오락의 세 요인을 제시하였다.

최근의 축제연구에서는 서비스 품질 속성을 분석하여 어떤 속성이 만족과 충성도에 영향을 미치고 있는지를 제시하고 있다. 축제와 연관된 연구에서 서비스 품질과 만족과의 관계를 분석한 연구를 살펴보면 다음과 같다.

홍경완과 김현철(2005)은 서비스 품질의 구성을 경험, 시설, 서비스의 세 가지 요소로 보았는데, 이 가운데 축제의 경험과 시설의 두 요인이 방문객의 만족에 유의한 영향을 미치는 것으로 제시하였다.

오수진 & 이정희(2007)는 지역축제의 서비스 품질을 5가지 요인으로 도출하였는데, 이 가운데 편의성을 제외한 내용성, 쾌적성, 정보성, 특산물의 상품성 등 4가지 요인이 방문객의 만족도에 영향을 미치는 것으로 제시하였다.

이경모 & 손선미(2007)는 축제의 서비스 품질을 기념품과 음식, 행사안내, 프로그램, 시설, 접근성 요인으로 구성된다고 보았는데, 이들 요인 모두 방문자 만족에 유의한 영향을 미치며, 이

중에서 프로그램 요인이 가장 큰 영향력을 가진다고 제시하였다.

손해경 & 윤유식(2013)은 축제 서비스 품질이 행사내용, 축제 상품, 홍보안내, 편의시설, 접근성 요인으로 구성되며, 축제품질은 지각된 가치와 만족에 유의한 영향을 미치고 있음을 나타냈다.

정승환, 최영재 & 정혜진(2017)은 축제 서비스 품질로 도출된 축제프로그램, 사전홍보, 안전성 요인 가운데 축제 프로그램 요소만 방문객 만족도에 유의한 영향을 미치며, 또한 서비스 품질이 만족도 및 행동의도에 긍정적인 영향을 나타낸다고 제시하였다.

손선미(2017)는 충남 홍성군의 광천토굴새우젓·광천김축제 방문객을 대상으로 한 연구에서 축제품질에 대한 16개 항목의 요인분석 결과 내용성과 편의성 2개의 요인으로 구분하였다. 만족에 영향을 미치는 변수에 대한 회귀분석 결과에서는 내용성이 가장 강력한 영향을 미치는 변수임을 제시하였다.

Lee, Petrick, & Crompton (2007)은 축제의 서비스 품질을 평가하는 10개의 척도를 개발하였다. 이러한 척도는 포괄적 특성(generic features), 특별한 오락거리(specific entertainment features), 정보원천(information sources), 편안함(comfort amenities)의 4개의 차원으로 구성되어 있다.

Song, Bae, & Lee (2017)에 따르면, 충북 오송에서 개최된 미용 화장품 엑스포 방문객을 대상으로 서비스 품질과 만족과의 관계를 구조방정식 분석을 실시하였다. 분석결과 접객(hospitality)과 상품(product) 요인이 만족에 영향을 미치고 있음을 제시하였다. 또한 이 연구는 만족이 신뢰 주체자각에 정적인 영향을 미치고 있으며, 신뢰가 만족과 축제지지에 매개효과가 있을 것을 제시하였다.

Lee *et al.*, (2017)에 따르면, 미국 플로리다 마이애미에서 개최된 음식과 와인축제 방문객 450명을 대상으로 구조방정식 분석을 하였다. 분석결과, 투자수익, 현실도피, 최고의 서비스, 미적 감각이 전반적 만족에 정적이 영향을 미치고 있음을 제시하였다. 그리고 '경험중심 방문객'(experiential-oriented attendee)이 '반응적인 가치'(reactive value)보다 '활동적인 경험가치'(active experiential value)에 유의적인 관계를 가지고 있는 반면에, '목적중심 방문객'(goal-oriented attendee)은 '활동적인 가치'(active value)보다 '반응적인 경험가치'(reactive experiential value)와 더 강한 관계를 가지고 있음을 제시하였다.

Cho, Byun, & Shin (2014)에 의하면, 2012년 매트르 서울지역 주민 322명을 대상으로 목적지 속성에 대한 만족이 전반적 만족 및 재방문과 추천의사에 미치는 영향관계를 구조방정식을 통하여 분석하였다. 분석결과, 물리적 인프라, 서비스 품질, 생태/문화적 매력물, 휴식/활동이 전반적 만족에 영향을 미치고 있음을 제

시하였다. 그러나 서비스 품질만이 재방문 의사와 추천의사에 영향을 미치고, 물리적 인프라, 생태/문화적 매력물, 휴식/활동은 재방문 의사와 추천의사에 영향을 미치지 않았다. 그리고 전반적 만족은 재방문의사와 추천의사에 정적인 영향을 미치고 있었다.

Zheng *et al.*, (2017)에 의하면, 중국 상하이 해양문화 및 지속 가능한 관광 사례에서 방문객 301명을 대상으로 회귀분석을 실시한 결과, 자연경관, 문화경관, 음식 맛/모양, 교통시설, 관광상품 특성이 전반적 만족에 영향을 미치고 있음을 제시하였다. Özdemir & Çulha (2009)에 의하면, 터키, 에베소서 낙타 레슬링 축제에서 기념품, 음식, 편리성, 운영자와 같은 속성들은 방문객 만족이나 충성도에 간접적인 영향을 미치고 있는 반면에, 축제 프로그램은 방문객 만족과 충성도 직접적인 영향을 미치고 있다는 것을 제시하였다.

Papadimitriou (2013)에 의하면, 그리스 파트라스 축제방문객 452명을 대상으로 서비스 품질과 만족, 충성도의 구조관계를 분석한 결과, 축제 고유활동과 축제경험은 만족에 정적인 영향을 미치고 있는 반면에, 축제 어메니티는 만족에 정적인 영향을 미치지 않았다. 그리고 축제경험은 충성도에 정적인 영향을 미치고 있었지만, 축제 어메니티는 충성도에 부적인 영향을 미치고 있음을 제시하였다.

Choo, Ahn, & Petrick (2016)에 의하면, 충남 논산 딸기 축제 방문객 407명을 대상으로 서비스 품질, 만족, 인지된 행동통제, 주관적 규범, 집단규범, 사회적 정체성, 재방문 의도간의 구조관계를 분석하였다. 분석결과, 프로그램, 기념품/음식, 환경은 만족에 정적인 영향을 미치고 있는 반면에, 시설은 부적인 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다. 그리고 만족, 주관적 규범, 집단적

(표 1) 선행연구

연구자	대상	분석 방법	연구결과
홍경완 & 김현철 (2005)	경북 청도 소싸움 축제 방문객 303명	구조 방정식	서비스 품질의 구성을 경험, 시설, 서비스의 세 가지 요소를 도출하여, 이 가운데 축제의 경험과 시설의 두 요인이 방문객의 만족에 유의한 영향
이경모 & 손선미 (2007)	경북 안동 국제탈춤페스티벌 방문객 236명	회귀분석	기념품과 음식, 행사안내, 프로그램, 접근성 요인 모두 방문객 만족에 유의한 영향을 미치며, 프로그램 요인이 가장 큰 영향력을 가짐
오수진 & 이정희 (2007)	경북 경주 한국의 술과 떡잔치 축제 방문객 268명	회귀분석	축제 서비스 품질 중 만족도에 유의한 영향을 미치는 요인은 내용성, 쾌적성, 정보성, 특산물의 상품성이며, 편의성은 영향을 미치지 않음
손해경 & 윤횡 (2013)	경북 영덕군 영덕대개 축제 방문객 465명	구조 방정식	서비스 품질은 행사내용, 축제상품, 홍보안내, 편의시설, 접근성 요인으로 도출
정승환, 최영재 & 정혜진 (2017)	경기 안산 국제거리극축제 방문객 217명	회귀분석	축제 서비스 품질 중 축제 프로그램만 만족에 유의한 영향을 미치며, 사전홍보, 안전성은 영향을 미치지 않음
손선미(2017)	충남 홍성군 광천도굴새우젓·광천김축제 방문객 267부	회귀분석	축제품질은 내용성과 편의성이며, 이 가운데 내용성의 품질이 만족에 가장 큰 영향력을 나타냄
Özdemir, & ulha (2009)	터키 에베소서 낙타 레슬링 축제 방문객	구조 방정식	기념품, 음식, 편리성, 운영자와 같은 속성들은 방문객 만족이나 충성도에 간접적인 영향을 미치고 있는 반면에, 축제 프로그램은 방문객 만족과 충성도 직접적인 영향을 미침
Yoon, Lee, & Lee (2010)	경북 풍기인삼축제 방문객 477명	구조 방정식	프로그램, 기념품, 음식, 시설은 축제가치를 매개변수로 하여 축제만족에 정적인 영향을 미치고 있는 반면에, 정보서비스는 영향을 미치지 않음
Son & Lee (2011)	한국의 전시축제 방문객	회귀분석	축제품질 중에서 일반적 특징, 편안한 어메니티, 사회화가 만족에 영향을 미치고 있음
Papadimitriou (2013)	그리스 파트라스 축제 방문객 452명	구조 방정식	만족에 정적인 영향을 미치는 요인은 축제고유활동, 축제경험이었으며, 축제 어메니티는 영향을 미치지 않음
Bruwer (2014)	호주 포도주 축제 방문객 358명	상관관계 분석	축제 일반적 특징/서비스 진행요원, 오락 및 식음료, 편안한 어메니티, 축제배너 및 정보 요인이 축제의 전반적 만족과 정적인 상관관계가 있음
Cho, Byun, & Shin (2014)	메트로 서울지역 주민 322명	구조 방정식	물리적 인프라, 서비스 품질, 생태/문화적 매력물, 휴식/활동이 전반적 만족에 영향
Choo, Ahn, & Petrick (2016)	충남 논산 딸기 축제 방문객 407명	구조방정식	만족에 정적인 영향을 미치는 요인은 프로그램, 기념품/음식, 환경인 반면, 시설은 부적인 영향을 미치는 것으로 나타남
Lee, Sung, Suh, & Zhao (2017)	미국 플로리다 마이애미 음식/외인축제 방문객 450명	구조 방정식	투자수익, 현실도피, 최고의 서비스, 미적각각이 전반적 만족에 정적이 영향
Song, Bae, & Lee (2017)	한국 충청북도 오송 마용화장품 엑스포 방문객	구조 방정식	접객(hospitality)과 상품(product) 요인이 만족에 영향
Zheng, Wang, Tsai, Li, & Wang (2017)	중국 상하이 해양문화 및 지속가능한 관광 방문객 301명	회귀 분석	자연경관, 문화경관, 음식맛/모양, 교통시설, 관광상품이 전반적 만족에 정적인 영향

규범, 사회적 정체성이 재방문 의도에 영향을 미치는 것으로 나타났다.

Yoon, Lee, & Lee (2010)에 의하면, 풍기인삼축제 방문객 477명을 대상으로 서비스 품질, 가치, 만족, 충성도의 구조관계를 분석한 결과, 프로그램, 기념품, 음식, 시설은 축제가치를 매개변수로 하여 축제만족에 정적인 영향을 미치고 있는 반면에, 정보서비스는 영향을 미치지 않음을 제시하였다.

Son & Lee (2011)에 의하면, 전사축제방문객을 대상으로 축제 품질, 만족, 충성도의 관계를 분석한 결과, 일반적 특징, 편안한 어메니티, 사회화가 만족에 영향을 주는 것으로 나타났다.

Bruwer (2014)에 의하면, 오스트리아 포도주 축제에서 방문객 358명을 대상으로 서비스 품질과 만족과의 관계를 상관관계 분석을 통하여 분석한 결과, 축제 일반적 특징/서비스 진행요원, 오락 및 식음료, 편안한 어메니티, 축제배너 및 정보 요인이 축제의 전반적 만족과 정적인 상관관계를 나타내었다.

선행연구를 요약하면 다음과 같다. 방문객 만족에 영향을 미치는 요소는 크게 보아 두 가지로 나눌 수 있다. 첫째는 축제 기획자가 통제 가능한 서비스품질과 통제가 가능하지 않는 서비스 품질이다. 그리고 통제 가능한 서비스 품질은 시설중심의 서비스 품질, 활동중심 서비스 품질로 구분해 볼 수 있다.

그러하여 시설중심의 서비스 품질이 방문객 만족에 영향을 미치는 연구(Cho, Byun, & Shin, 2014)와 활동이 방문객 만족에 영향을 미치는 것으로 제시된 연구(이경모 & 손선미; Bruwer, 2014; Choo, Ahn, & Petrick, 2016; Lee, Sung, Suh, & Zhao, 2017; Song, Bae, & Lee, 2017; Özdemir, & Çulha, 2009; Papadimitriou, 2013)가 있다. 그리고 시설과 활동중심 서비스 품질 모두가 만족에 영향을 미치는 것으로 제시된 연구(손선미, 2017; 손해경 & 윤유식, 2013; 정승환, 최영재, & 정혜진, 2017; 홍경완 & 김현철, 2005; Yoon, Lee, & Lee, 2010)가 있다. 특이한 연구결과로 제시된 것은 시설적인 요소가 만족에 부정적인 영향을 미치는 것으로 제시된 연구(Choo, Ahn, & Petrick, 2016; Zheng, Wang, Tsai, Li, & Wang, 2017)가 있다.

특히 경관이나 어메니티가 방문객 만족에 영향을 미치는 것으로 제시된 연구(Bruwer, 2014; Cho, Byun, & Shin, 2014; Son & Lee, 2011)가 있다. 이러한 요인은 축제 기획자나 운영자가 통제할 수 있는 서비스 품질로서 서비스스케이프(Bitner, 1992; Siu, Wan, & Dong, 2012)나 축제스케이프(festivalscape)(Bruwer, & Kelley, 2015; Lee, Lee, Lee, & Babin, 2008)라는 개념으로 최근 새롭게 연구가 시도되고 있다.

### 3. 연구방법

#### 3.1 자료수집

자료 수집은 충청남도 예산군의 '예산향토사과축제' 방문객들을 대상으로 편의표본추출방법을 통해 이루어졌다. 설문지는 자기기입식 설문지를 이용하였으며, 조사 시기는 2016년 9월 19일부터 21일까지 3일간에 걸쳐 실시되었다.

조사원은 공주대학교 지역개발학부 학생 7명으로 구성되었으며, 사전에 조사목적, 조사방법, 조사내용에 대한 충분한 사전 교육을 받았고, 축제 현장에서 전문가의 조사 시연을 거친 후 설문조사를 시행하였다. 유효성 있는 설문응답을 위해 조사요원들은 방문객들이 설문지에 응답하는 동안 보완설명을 하였고, 응답율을 높이기 위해 응답자들에게는 답례품이 지급되었다.

최종적으로 수집된 설문지는 234부이며, 이 중에서 무응답율이 높아 신뢰성이 떨어지는 28부를 제외한 206부가 본 연구의 최종 분석자료로 사용되었다.

#### 3.2 조사도구

본 연구에서는 서비스 품질 측정을 위해서 지역축제 서비스 품질에 대한 가장 대표적인 국내외 선행연구(Papadimitriou, 2013; Lee, Lee, & Choi, 2011; Yoon, Lee, & Lee, 2010)에서 제시된 30개의 척도를 토대로, 전문가와 축제방문객을 대상으로 검증과정을 거쳐 최종적인 조사도구가 개발되었다.

각 문항의 타당성에 대한 검증은 4명의 관광학 분야 전문가를 통해 이루어졌으며, 1명 이상이 부적절하다고 응답한 문항은 삭제 혹은 수정되었다. 이와 함께 축제 참여 경험이 있는 학생 5명을 대상으로 측정항목의 '적절성' 여부를 평가하도록 하였으며, 응답자들이 명확하게 이해하지 못하는 문항을 수정하였다. 이를 통하여 최종적으로 23개 서비스 품질 측정 항목이 선정되었다 <표 4>. 또한 개발된 서비스 품질 측정 문항의 신뢰도를 확인하기 위해서 최근 지역축제에 방문한 경험이 있는 25명의 축제 방문객을 대상으로 예비조사를 실시하였다. 예비조사를 실시한 결과 내적신뢰도가 0.91로 높게 나타났다.

#### 3.3 분석

수집된 자료는 두 단계로 분석되었다. 첫 번째는 서비스 품질 지저에 존재하는 차원을 도출하기 위해서 요인분석을 실시하였

다. 요인분석 방법으로는 주성분 분석법(principal component analysis)이 사용되었다. 요인분석의 중요한 목적이 다수의 변인을 상관관계가 없는 소수의 요인으로 축약하는 것이다. 이를 위해 본 연구에서는 직교회전 방식의 하나인 베리맥스(varimax) 회전법을 적용하였다. 베리맥스 회전법은 요인들의 직교회전 방식의 하나로 요인들을 명확하게 분리하는 분석방법으로 알려져 있다(Hair, Black, Babin, Anderson, & Tatham, 2006).

요인분석 시 변수와 요인수의 선택에는 Hair et al. (2006)에 의해 제시된 다음과 같은 기준이 적용되었다. i) 요인부하량(factor loading)은 0.5 이상이어야 한다. ii) 요인의 고유치(eigenvalues)는 1 이상이어야 한다. iii) 요인분석 결과는 원 변량의 60% 이상을 설명해야 한다.

두 번째 단계에서는 서비스 품질과 축제에 대한 전반적인 만족도와의 관계를 규명하기 위해서 회귀분석을 실시하였다. 요인 분석을 통해 규명된 서비스 품질 차원을 독립변인으로 설정하고, '전반적인 만족도'를 종속변인으로 하여 회귀분석을 실시하였다.

## 4. 연구결과

### 4.1 응답자의 특성

응답자의 사회인구학적 특성은 아래 <표 2>에 나타나 있다. 응답자의 성별에 따른 비율은 여성이 51.5%로 남성의 46.1%에 비해 다소 높았다. 연령별 비율을 살펴보면 '41~50세'가 24.3%로 가장 높은 비율을 나타내었으며, 그 다음으로는 '51~60세'가 23.3%, '21~30세'가 17.0%, '31~40세'가 16.5%의 순으로 나타났다. 교육수준의 경우 고졸의 비율이 35.6%로 가장 높았고, 그 다음으

(표 2) 응답자의 사회인구학적 특징

구분	빈도(%)	구분	빈도(%)	
성별	남성 95(46.1)	직업	농림수산업 19( 9.2)	
	여성 106(51.5)		자영업 30(14.6)	
연령	20세 이하 8( 3.9)		사무행정직 19( 9.2)	
	21 ~ 30세 35(17.0)		생산기술직 12( 5.8)	
	31 ~ 40세 34(16.5)		판매서비스직 2( 1.0)	
	41 ~ 50세 50(24.3)		전문직 20( 9.7)	
	51 ~ 60세 48(23.3)		주부 55(26.7)	
	61세 이상 28(13.6)		학생 35(17.0)	
교육 수준	초졸 이하 7( 3.4)		기타 14( 6.8)	
	중학교 21(10.2)		월소득	100만원 이하 64(31.1)
	고등학교 74(35.6)			101~200만원 23(11.2)
	전문대 24(11.7)			201~300만원 53(25.7)
	대학교 67(32.5)	301~400만원 33(16.0)		
	대학원 이상 11( 5.3)	401~500만원 14( 6.8)		
	501만원 이상 14( 6.8)			

(표 3) 응답자의 관광행동 특성

구분	내용	빈도(%)	구분	내용	빈도(%)
축제장 방문이 주목적	예	164(79.6)	거주 지역	예산군	123(59.7)
	아니오	42(20.4)		충남·대전일원	56(27.2)
동행인	혼자 왔다	13( 6.3)		수도권	23(11.2)
	일행이 있다	192(93.2)	기타	4( 1.9)	
동행인	가족	102(49.5)	총 비용	1만원 이하	25(16.8)
	친구	47(22.8)		1~5만원	56(37.6)
	동료	38(18.4)	여행	6~10만원	18(12.1)
	기타	7( 3.4)		10 ~30만원	33(22.1)
				30만원 이상	17(11.4)

로는 대졸이 32.5%, 전문대졸이 11.7%, 중졸이 10.2%의 순으로 나타났다.

직업의 경우는 주부가 26.7%로 가장 많았고, 학생이 17.0%, 자영업이 14.6%, 전문직 9.7%의 순으로 나타났다. 월 소득별 비율을 살펴보면, 가구 월 소득이 100만원 이하인 경우가 31.1%로 가장 높은 비율을 나타내었으며, 그 다음으로는 '201~300만원'이 25.7%, '301~400만원'이 16.0%, '101~200만원'이 11.2%의 순으로 나타났다

응답자의 관광행동 특성을 살펴보면 <표 3>과 같다. 축제장 방문이 주목적인 경우가 79.6%로 대다수로 나타났으며, 동행인의 경우 혼자(6.3%)보다는 일행과 동행한 경우(93.2%)가 대부분이었다. 동행인이 가족인 경우의 비율이 49.5%로 가장 높았으며, 그 다음으로는 친구가 22.8%, 동료가 18.4%의 순으로 나타났다.

현재 거주 지역을 살펴보면, 축제의 개최지역인 예산군이 59.7%로 가장 높은 비율을 나타내었으며, 그 다음으로는 충남·대전이 27.2%, 수도권이 11.2%의 순으로 나타났다. 축제기간 동안의 1인당 총 지출비용은 '1~5만원'의 비율이 37.6%로 가장 높았으며, 그 다음으로는 '6~10만원'이 22.1%, '1만원 이하'가 16.8%의 순으로 나타났다.

### 4.2 서비스 품질 요인분석

예산향토사과축제 방문객의 서비스 품질 차원을 규명하기 위해서 23개의 서비스 품질 변인을 대상으로 요인분석을 실시하였다. 연구방법에서 논의한 Hair et al. (2006)의 기준을 적용한 결과, 23개의 변인 모두가 분석에 포함되었으며, 분석결과 4개의 요인이 생성되었다.

우선 요인분석이 적절한지를 판단하기 위하여 Bartlett의 구형검사(Bartlett test of sphericity)와 Kaiser-Meyer-Olkin의 표본적절성 검사(measure of sampling adequacy)를 실시하였다. Bartlett의 구형검사(Bartlett test of sphericity)는 상관계수 행렬이 영행렬

(표 4) 서비스 품질에 대한 탐색적 요인분석

서비스 품질	요인 적재값	Eigen 값	분산 설명력	신뢰도	평균
<b>요인 1. 프로그램 및 축제상품(program and souvenir)</b>		11,367	22,915	.912	3.55
행사가 조직적으로 잘 운영 되었다	.792				3.61
직접 참여 프로그램에 만족한다	.775				3.65
행사내용이 다양하다	.768				3.57
행사 내용의 구성이 잘 되어 있다	.748				3.64
행사를 통해 지역문화를 잘 알게 되었다	.715				3.54
행사내용이 재미있다	.660				3.50
축제관련 상품과 기념품의 종류가 다양하다	.597				3.57
축제관련 상품과 기념품의 품질이 좋다	.574				3.44
사전홍보를 통해 행사 내용/일정을 잘 알고 있다	.554				3.47
<b>요인 2. 진행요원(staff)</b>		1,831	17,758	.911	3.62
행사장내 직원들의 안내서비스에 만족한다	.715				3.50
축제 참가자들은 대체로 친절하다	.704				3.55
행사장 내 팸플렛이 잘 구비되어 있다	.678				3.60
축제 참가자들은 질서와 규칙을 지켰다	.674				3.68
축제관련 직원과 안내요원의 안내가 도움이 되었다	.628				3.70
축제관련 직원들과 안내요원은 친절하였다	.627				3.70
행사장 내 안내시설이 잘되어 있다	.542				3.64
<b>요인 3. 편의시설(facilities)</b>		1,369	15,338	.819	3.49
휴식공간(벤치, 휴게실)이 잘되어 있다	.871				3.56
주차시설 이용이 편리하다	.789				3.48
화장실이 청결하다	.636				3.46
사과축제 체험에 필요한 시설이 잘되어 있다	.577				3.49
<b>요인 4. 경관(landscape)</b>		1,089	12,062	.853	3.48
축제장소의 주변자연경관이 훌륭하다	.790				3.40
사과관련 자연자원을 잘 활용하였다	.762				3.54
주변에 아름다운 사과농장이 있다	.516				3.52

Total variance extracted = 68.073 %, KMO = 0.927  
 Bartlett's test of sphericity  $\chi^2=3906.918$  (df=253, p<.000)

\* 1 = 매우 낮다, 5 = 매우 높다

(zero matrix)인지에 대한 검정이다. 분석결과 상관계수행렬이 영행렬이라는 가설은 1% 수준에서 기각되었다. Kaiser-Meyer-Olkin의 표본적절성 검사(measure of sampling adequacy)도 주어진 자료가 요인분석에 적합한지를 판단하는 도구로서 0에서 1사이의 값을 가지는 지수이다. 일반적으로 이 지수의 값이 0.7 이상일 경우 요인분석에 적합한 것으로 간주된다. 본 연구에서는 0.927로 나타나 원자료가 요인분석에 적절함을 보여준다.

4개 요인은 총 분산의 68.1%를 설명하고 있으며, 각 요인부하량은 0.5 이상으로 나타나 요인분석이 적절함을 보여준다. 일반적으로 사회과학연구에서는 총 분산의 60%를 설명하면 좋은 결과로 받아들여진다(Hair et al., 2006). 4개 요인의 Cronbach  $\alpha$  값은 모두 0.8 이상으로 높은 내적일관성을 가지고 있는 것으로 나타났다.

요인 1은 '행사가 조직적으로 운영', '직접 참여 프로그램에 만족', '행사내용 다양', '행사 내용 구성이 잘 됨' 등 9개 변인을 포함하고 있으며, 전체변량의 22.9%를 설명하고 있다. 이들 변인들은 행사운영·내용과 축제 상품과 관련된 변인들이다. 따라서 요인 1은 '프로그램 및 축제상품'으로 명명되었다. 요인 2는 '직원 안내 서비스에 만족', '축제 참가자들이 친절', '팸플렛 잘 구비', '참가자들 질서 잘 지킴', '안내요원 안내가 도움' 등 7개의 변인을 포함하고 있으며, 전체 변량의 17.8%를 설명하고 있다. 이들 변인들은 안내직원들과 참가자의 친절도와 관련된 변인들이다. 따라서 요인 2는 '진행요원'으로 명명되었다.

요인 3은 '휴식 공간 잘되어 있음', '주차시설 편리', '화장실 청결', '체험 시설 잘되어 있음' 등 4개의 변인을 포함하고 있으며, 전체 변량의 15.3%를 설명하고 있다. 이들 변인은 편의시설 및

체험시설과 관련되어 있어 ‘편의시설’로 명명되었다. 요인 4는 ‘주변 자연경관이 훌륭’, ‘사과관련 자연자원 잘 활용’, ‘아름다운 사과농장 존재’ 등 3개의 변인을 포함하고 있으며, 전체 변량의 12.1%를 설명하고 있다. 이들 변인들은 축제 장소의 자연 및 경관과 관련되어 있어 ‘경관’으로 명명되었다.

### 4.3 전반적 만족도에 대한 회귀분석

지역축제의 서비스 품질이 축제 방문객의 전반적 만족에 미치는 영향을 파악하기 위해 다중회귀분석(Multiple Regression Model)을 실시하였다. 종속변수로는 ‘축제 방문객의 전반적 만족도’를 설정하였으며, 독립변수로는 요인분석을 통해 도출된 서비스 품질 4개의 요인(‘프로그램 및 축제상품’, ‘진행요원’, ‘편의시설’, ‘경관’)으로 설정하였다. 회귀분석 결과는 <표 5>에 나타나 있다.

서비스 품질 4개 변인들은 방문객 만족도 전체 변량의 약 43.8%( $R^2=0.438$ )를 설명해주고 있다. 이와 함께 F값은 38.939( $p < 0.001$ )로 나타나 도출된 회귀식은 회귀분석 모형 전체에 대해 통계적으로 1% 수준에서 유의한 것으로 나타났다. 더빈 왓슨(Durbin-Watson) 계수값은 2.038로 나타나 자기상관을 무시해도 문제가 없는 1.5~2.5사이의 값으로 나타났다.

각 독립변수의 회귀계수 값에 대한 유의성 검정결과는 다음과 같다. 서비스 품질 4개의 요인 가운데 ‘프로그램 및 축제상품’, ‘진행요원’, ‘경관’의 3개 요인은 1% 수준에서 방문객 만족도에 통계적으로 유의한 정적 영향을 미치는 것으로 나타났다.

또한 영향력의 크기를 살펴보면 ‘진행요원( $\beta=.493$ )’, ‘프로그램 및 축제상품( $\beta=.324$ )’, ‘경관( $\beta=.266$ )’ 요인의 순서로 나타났다. 이 같은 결과는 지역축제 방문객의 만족도에 영향을 미치는 변인은 행사장 안내요원들의 서비스와 친절도, 행사 프로그램이나 행사 내용에 대한 다양한 구성, 축제 장소의 주변 자연경관임을 보여 준다.

(표 5) 축제 방문객의 전반적 만족도에 대한 회귀분석

변수	B	$\beta$	t	VIF
상수	3.527		74.577	
프로그램 및 축제상품	.290	.324	6.111**	1.000
진행요원	.441	.493	9.300**	1.000
편의시설	.122	.137	2.580	1.000
경관	.238	.266	5.027**	1.000

주:  $R^2=0.438$ ,  $F=38.939$  ( $p < 0.001$ ), Durbin-Watson=2.038, \*\*  $p < .001$

## 5. 결론

본 연구는 최근 지역경제 활성화 및 지역사회에 다양한 편익을 주며 중요시 되고 있는 축제를 대상으로, 축제의 서비스 품질과 방문객의 만족과의 관계를 분석하였다. 특히, 농촌지역에서 이루어지는 지역축제 중 하나인 충남 예산군의 ‘예산향토사과축제’를 중심으로 축제를 방문한 참가자들을 대상으로 설문조사를 실시하여 축제 목적지에 대한 서비스 품질 중 어떤 요인이 방문객 만족에 영향을 미치는지를 확인하였다.

연구결과 지역축제의 서비스 품질을 구성하는 ‘프로그램 및 축제상품’, ‘진행요원’, ‘편의시설’, ‘경관’ 등 총 4개의 요인이 도출되었다. 지역축제의 서비스 품질이 방문객 만족에 미치는 영향을 알아보기 위한 회귀분석 결과에서는 편의시설 요인을 제외한 3개 요인에서 전반적인 만족도에 유의미한 정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 영향력의 크기를 살펴보면 ‘진행요원’, ‘프로그램 및 축제상품’, ‘경관’ 요인의 순서로 확인되었다. 따라서 행사장 안내요원들의 서비스와 친절도 및 행사장 시설의 상태, 팸플릿 등 진행요원에 대한 서비스 품질을 관리하는 노력이 가장 중요할 것이며, 이 외에도 체험프로그램 등의 다양한 행사내용과 기념품/상품 등의 종류나 품질 등에 대한 부분이 방문객의 만족을 높이는 데 가장 긍정적인 영향을 미치는 결정적인 요소라고 할 수 있다.

이러한 분석결과는 서비스 품질 중에서 ‘프로그램 및 축제상품’과 ‘진행요원’과 같이 방문객의 활동과 관련된 서비스 품질이 방문객 만족에 정적인 영향을 미친다는 선행연구(이경모 & 손선미; Bruwer, 2014; Choo, Ahn, & Petrick, 2016; Lee, Sung, Suh, & Zhao, 2017; Song, Bae, & Lee, 2017; Özdemir, & Çulha, 2009; Papadimitriou, 2013)와 일치된 결과이다. 하지만 편의시설은 방문객 만족에 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 이것은 시설 중심의 서비스 품질이 방문객 만족에 영향을 미친다는 선행연구(손선미, 2017; 손해경, & 윤유식, 2013; 정승환, 최영재, & 정혜진, 2017; 홍경완 & 김현철, 2005; Cho, Byun, & Shin, 2014; Yoon, Lee, & Lee, 2010)와 일치하지 않는 연구결과이다.

본 연구에서 특이하게 도출된 연구결과는 경관이 방문객 만족에 정적인 영향을 미친다는 연구결과이다. 이것은 선행연구(Bruwer, 2014; Cho, Byun, & Shin, 2014; Son & Lee, 2011)와 일치된 연구결과이다. 경관과 같이 환경과 관련된 서비스 품질은 서비스스케이프(servicescape) 혹은 축제스케이프(festivalscape)라는 개념으로 새롭게 조망되고 있는 서비스 품질에서 제기되고 있는 개념이다.

하지만 이들 가운데, ‘프로그램 및 축제상품’, ‘진행요원’에 대



한 요인들은 축제 운영자나 기획자가 통제 가능한 서비스 품질인 반면, '경관' 관련 요인은 지역의 자연 경관자원이기 때문에 사실상 통제할 수 없는 서비스 품질이다. 따라서 '경관' 관련 요인은 지역축제를 처음 기획하는 단계에서부터 고려되어야 하며, '프로그램 및 축제상품', '진행요원' 관련 요인은 축제를 실제 개최하는 진행 단계에서 고려되어야 한다는 점에서 차이가 있다.

본 연구의 학술적 시사점은 다음과 같다. 축제 서비스 품질은 만족간의 영향관계를 분석하는 것 보다, 축제스케이프(festivalscape)와 만족간의 영향관계 분석이 중시된다(Bruwer, & Kelley, 2015; Lee, Lee, Lee, & Babin, 2008). 이 같은 이유는 서비스 제공자나 고객이 서로 반응하고, 서비스의 실행이나 커뮤니케이션을 촉진하는 가시적인 것 과 결합되고, 환경적인 요소에 영향을 많이 받기 때문이다. 특히 축제는 숙박이나 식음료와 달리, 지역에서의 경관적인 요소가 만족에 영향을 많이 주기 때문이다. 향후 물리적인 환경 요소가 서비스품질이나 만족에 영향을 많이 주게 되므로, 축제스케이프에 의한 만족 영향관계를 분석할 필요가 있다.

본 연구의 실무적 시사점은 다음과 같다. 일반적으로 마케팅 연구에서 서비스 품질과 만족과의 관계는 비즈니스의 경쟁적인 편익을 위해 매우 중시되고 있는데(문화체육관광부, 2017; 이훈, 2006; O'Neill, 2005), 특히 서비스 품질이 방문객의 만족에 더 강하게 영향을 미치기 때문에 중요하게 다루어져야 한다(Baker & Crompton, 2000). 본 연구결과와 선행연구들을 종합해 볼 때 축제 운영자나 기획자가 통제 가능한 서비스 품질 중에서 만족에 영향을 미치는 요인은 프로그램과 운영요원이며, 편의시설은 영향을 미치지 못하고 있는 것을 알 수 있다. 그리고 경관은 만족에 영향을 주지만, 축제 운영자가 기획자가 통제 가능한 서비스 품질은 아니다. 일반적인 다른 분야(레스토랑, 이벤트, 스포츠 등) 분야에서는 통제 가능한 서비스 품질이 만족에 영향을 미치고 있는 것에 반하여 본 연구에서는 경관이 만족에 영향을 미치고 있는 것이 특징적인 연구결과이다. 그러나 경관은 축제 운영자나 기획자가 통제가 가능한 서비스품질에 포함되지 않는다. 지역축제의 특성상 축제 운영자나 기획자가 통제가 가능한 서비스품질은 아니지만, 경관이 만족에 영향을 미치고 있으므로, 지역축제에서는 장기적인 계획을 가지고 축제의 기획단계에서부터 지역의 경관 형성을 중시해야 할 것이다.

최근 지역축제에 대한 중요성이 부각되며, 지역축제는 양적으로 성장하여 해마다 많은 지역에서 개최되고 있지만, 실질적으로 지역에 미치는 사회적, 경제적 효과는 미비한 실정이다. 만약 공급자인 지역축제 운영자나 기획자가 통제 가능한 서비스 품질을 관리할 수 있다면 보다 나은 서비스 제공을 통해 방문객의 만족

도를 향상시킬 수 있고, 이를 통해 경쟁우위를 얻는데 매우 효과적일 수 있다. 게다가 농촌지역에서 이루어지고 있는 축제는 도시에 비해 규모는 작지만, 개최 지역의 주민들을 주요 타겟으로 주거나 프로그램이 매우 다양하다는 특징이 있다. 따라서 지역축제의 운영자나 기획자가 전략적으로 축제 서비스 품질 속성에 관심과 노력을 집중하여, 전략적으로 서비스 품질 관리할 수 있다면 지역 발전적 측면과 연계되어 지역 경제에도 긍정적인 영향을 미칠 수 있을 것이다.

본 연구의 한계점은 다음과 같다. 지역축제가 전국적 규모에서 개최되고 있다는 점을 감안할 때, 보다 다양한 축제유형과 지역을 대상으로 조사가 이루어지지 못했기 때문에 연구결과를 일반화하기 어렵다는 점이다. 향후 연구에서는 농촌지역에서 개최되는 다양한 축제를 대상으로, 지역축제의 고유의 축제 서비스 품질 속성에 대한 폭넓은 조사연구 및 국내외 농촌지역 축제에 대한 연구동향과의 비교분석을 통한 연구가 지속한다면 지역 축제 운영자 및 기획자에게 큰 도움이 될 것이다.

## 참 고 문 헌

1. 김성조, 임재문, & 유창근. (2014). 음악축제의 방문 동기 와 태도가 만족도, 충성도에 미치는 영향: 인천 펜타포트 락 페스티벌을 중심으로. *관광학연구*, 38(9), 315-337.
2. 김철원, 서현숙, & 이태숙. (2013). 축제가 지역주민의 삶의 질에 미치는 영향: *관광학연구*, 35(9), 73-92.
3. 김홍길, & 구정대. (2014). 지역축제 서비스품질과 이미지, 지각된 가치, 만족 및 충성도에 대한 영향: 부산 불꽃 축제를 대상으로. *관광연구*, 28(3), 147-159.
4. 문성중, & 손대현. (2007). 지자체의 지역축제 정책결정을 위한 우선순위에 관한 연구: 제주지역 축제를 중심으로. *관광연구*, 22(1), 325-342.
5. 문화체육관광부. (2017). *2016년 문화관광축제 종합평가 보고서*. 세종: 문화체육관광부.
6. 문화체육관광부. (2016a). *2015년 기준 관광동향에 관한 연차보고서*. 세종: 문화체육관광부.
7. 문화체육관광부. (2016b). *한국지역축제 실태조사*. 세종: 문화체육관광부.
8. 손선미. (2017). 축제의 품질과 프로그램 만족이 후속태도에 미치는 영향. *이벤트컨벤션연구*, 13(1), 1-16.
9. 손해경, & 윤유식. (2013). 축제품질과 지각된 가치, 만족, 충성도, 지출 비용간 구조적 관계분석: 경북 영덕대게축

- 제를 중심으로. *관광학연구*, 37(4), 187-210.
10. 오수진, & 이정희. (2007). 지역축제의 서비스품질 요인과 방문객 만족도 및 재방문에 관한 연구. *이벤트컨벤션연구*, 3(1), 1-17.
  11. 오순환. (1999). 지역 축제의 실제와 경험적 효과. *관광학연구*, 22(3), 202-221.
  12. 오순환. (2017). 공동체 환경변화와 축제에 대한 담론. *관광학연구*, 41(5), 73-89.
  13. 이경모, & 손선미. (2009). 축제 품질이 방문자 만족과 행동의도에 미치는 영향. *이벤트컨벤션연구*, 5(1), 55-69.
  14. 이훈. (2006). 축제체험의 개념적 구성모형. *관광학연구*, 30(1), 31.
  15. 전대희, & 김창수. (2011). 지역축제의 핵심프로그램 가치가 고객기반 축제 브랜드 자산 및 성과에 미치는 영향연구: 보령머드 축제 핵심프로그램 참가자를 중심으로. *관광학연구*, 25(5), 349-373.
  16. 정승환, 최영재, & 정혜진. (2017). 축제서비스품질이 만족도와 행동의도에 미치는 영향 연구: 안산국제거리극축제를 중심으로. *호텔경영학연구*, 26(4), 207-223.
  17. 정연정. (2009). *충북의 지역축제 현황 및 개선방안*. 충북연구원, 1-126.
  18. 한상현. (2016). 지역문화축제의 수요결정요인 변화에 관한 연구. *관광학연구*, 40(3), 125-142.
  19. 허문경. (2013). 축제참여경험에 대한 현상학적 고찰: 조선무과 전주대회를 사례로. *관광학연구*, 37(10), 277-298.
  20. 홍경완, & 김현철. (2005). 관광축제 서비스품질, 감정과 각성 및 방문객 만족에 관한 인과관계연구. *관광학연구*, 29(3), 125-144.
  21. Anderson, E. W. (1998). Word of mouth as a consequence of customer satisfaction. *Journal of Service Research*, 1, 5-17.
  22. Atilgan, E., Akininci S., & Aksoy, S. (2003). Mapping service quality in the tourism industry. *Managing Service Quality*, 13(5), 412-422.
  23. Ayob, N., & Said, A. (2010). Service quality and customer satisfaction within festival and special event. *Knowledge management*, Proceeding of the Knowledge Management International Conference, 25-27 May 2010, Terengganu, Malaysia.
  24. Baker, D. A., & Crompton, J. L. (2000). Quality, satisfaction and behavioral intentions. *Annals of Tourism Research*, 27(3), 785-804.
  25. Baker, K. L., & Draper, J. (2013). Importance-performance analysis of the attributes of a cultural festival. *Journal of Convention & Event Tourism*, 14(2), 104-123.
  26. Bitner, M. J. (1992). Servicescapes: The impact of physical surroundings on customers and employees. *Journal of Marketing*, 56(2), 57-71.
  27. Boo, S., & Busser, A. J. (2006). Impact analysis of a tourism festival on tourists' destination images. *Event Management*, 9, 223-237.
  28. Bruwer, J. (2014). Service quality perception and satisfaction: Buying behaviour prediction in an Australian festivalscape. *International Journal of Tourism Research*, 16, 76-86.
  29. Bruwer, J., & Kelley, K. (2015). Service performance quality evaluation and satisfaction in a USA wine festivalscape: Buying behavioural effects. *International Journal of Event and Festival Management*, 6(1), 18-38.
  30. Childress, R. D., & Crompton, J. L. (1997). A comparison of alternative direct and discrepancy approaches to measuring quality of performance at a festival. *Journal of Travel Research*, 36(2), 43-57.
  31. Cho, H-S., Byun B., & Shin, S. (2014). An examination of the relationship between rural tourists' satisfaction, revisitation and information preferences: A Korean case study. *Sustainability*, 6, 6293-6311.
  32. Choo, H., Ahn, K., & Petrick, J. (2016). An integrated model of festival revisit intentions: Theory of planned behavior and festival quality/satisfaction. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 28(4), 818-838.
  33. Cole, S. T., & Illum, S. F. (2006). Examining the mediating role of festival visitors' satisfaction in the relationship service quality and behavioral intentions. *Journal of Vacation Marketing*, 12(2), 160-173.
  34. Churchill, G., Suprenant, C. (1982). An investigation into the determinants of customer satisfaction. *Journal of Marketing Research*, 19, 491-504.
  35. Cole, S. T., & Crompton, J. (2003). A conceptualization of the relationships between service quality and visitor satisfaction, and their links to destination selection. *Leisure studies*, 22, 65-80.
  36. Crompton, J. L., & Love, L. L. (1995). The predictive validity of alternative approaches to evaluating quality of a festival. *Journal of Travel Research*, 34, 11-24.
  37. Cronin, J. J., & Taylor, S. A. (1992) Measuring service quality: A reexamination and extension. *Journal of*

- Marketing*, 56, 55-68.
38. DeMoranville C. W., & Bienstock, C. C. (2003). Question order effects in measuring service quality. *International Journal of Research in Marketing*, 20(3), 217-231.
  39. Frisby, W., & Getz, D. (1989). Festival management: A case study perspective. *Journal of Travel Research*, 28, 7-11.
  40. Frost, W., & Laing, J. (2015). Avoiding burnout: The succession planning, governance and resourcing of rural tourism festivals. *Journal of Sustainable Tourism*, 1-20.
  41. Getz, D. (1997). *Festival management and event tourism*, Cognizant Communications. New York: Elmsford.
  42. Getz, D., Anderson, T. D., & Carlson, J. (2010). Festival management studies. *International Journal of Event and Festival Management*, 1, 29-59.
  43. Getz, D., Anderson, T. D., & Larson, M. (2006). Festival stakeholder roles: Concepts and case studies. *Event Management*, 10, 103-122.
  44. Getz, D., & Frisby, W. (1988). Evaluating management effectiveness in community-run festivals. *Journal of Travel Research*, 27, 22-27.
  45. Grunwell, S., & Ha, L. S. (2007). Fim festivals: An empirical study of factors for success. *Event Management*, 11, 201-210.
  46. Gursoy, D., Kim, K., & Uysal, M. (2004). Perceived impacts of festivals and special events by organizers: An extension and validation. *Tourism Management*, 25, 171-181.
  47. Gursoy, D., Kim, K., & Uysal, M. (2004). Perceived impacts of festivals and special events by organizers: An extension and validation. *Tourism Management*, 25, 171-181.
  48. Hair, J., Black, W., Babin, B., Anderson, R., & Tatham, R. L. (2006). *Multivariate data analysis*. Pearson Prentice Hall, Englewood Cliff, NJ.
  49. Hsieh, L. F., Lin L. H., & Lin, Y. Y. (2008). A service quality measurement architecture for hot spring hotels in Taiwan. *Tourism Management*, 29(3), 429-438.
  50. Huang, J. Z., Li, M., & Cai, L. A. (2010). A model of community-based festival image. *International Journal of Hospitality Management*, 29(2), 254-260.
  51. Hui, T. K., Wan, D., & Ho, A. (2007). Tourists' satisfaction, recommendation and revisiting Singapore. *Tourism Management*, 28, 965-975.
  52. Kim, H., Borges, M. C., & Chon, J. (2006). Impact of environmental values on tourism motivation: The case of FICA, Brazil. *Tourism Management*, 27(5), 957-967.
  53. Kozak, M., & Rmmington, M. (2000). Tourist satisfaction with Mallorca, Spain, as an off-season holiday destination. *Journal of Travel Research*, 38, 260-269.
  54. Lee, J., & Beeler, C. (2009). An investigation of predictors of satisfaction and future intention: Links to motivation, involvement, and service quality in a local festival. *Event Management*, 13(1), 17-29.
  55. Lee, J-S., Lee, C-K., & Choi, Y. (2011). Examining the role of emotional and functional values in festival evaluation. *Journal of Travel Research*, 19, 1-12.
  56. Lee, Y-K., Lee, C-K., Lee, S-K., & Babin, B. J. (2008). Festivalscapes and patrons' emotions, satisfaction, and loyalty. *Journal of Business Research*, 61(1), 56-64.
  57. Lee, J. S., Petrick, J. F., & Crompton, J. L. (2007). The role of quality and intermediary constructs in determining festival attendees' behavioral intention. *Journal of Travel Research*, 45(4), 402-412.
  58. Lee, W., Sung, H., Suh, E., & Zhao, J. (2017). The effects of festival attendees' experiential values and satisfaction on re-visit intention to the destination: The case of a food and wine festival. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 29(3), 1005-1027.
  59. Litvin, S. W., & Crofts, J. C., Blackwell, C., & Styles, A. K. (2006). Expenditures of accommodations tax revenue: A South Carolina study. *Journal of Travel Research*, 45, 150-157.
  60. Mahadevan, R. (2017). Going beyond the economic impact of a regional folk festival for tourism: A case study of Australia's woodford festival. *Tourism Economics*, 23(4), 744-755.
  61. Mason, M. C., & Nassivera, F. (2012). A conceptualization of the relationships between quality, satisfaction, behavioral intention, and awareness of a festival. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 22(2), 162-182.
  62. Oliver, R. L. (1997). *Satisfaction: A behavioral perspective on the consumer*. New York: McGraw Hill.
  63. O'Neill, M., & Palmer, A. (2001). Survey timing and consumer perceptions of service quality: An overview of empirical evidence. *Managing Service Quality: An International Journal*, 11(3), 182-190.
  64. O'Neill, M., Getz, D., & Carlsen, J. (1999). Evaluation of service quality at events: The 1998 Coca-Cola masters surfing event at Margaret River, Western Australia.

- Managing Service Quality: An International Journal*, 9(3), 158-166.
65. Özdemir, G., & Çulha, O. (2009). Satisfaction and loyalty of festival visitors. *Anatolia*, 20(2), 359-373.
  66. Papadimitriou, D. (2013). Service quality components as antecedents of satisfaction and behavioral intentions: The case of a Greek carnival festival. *Journal of Convention & Event Tourism*, 14(1), 42-64.
  67. Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). Servqual: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.
  68. Pizam, A., Neumann, Y., & Reichel, A. (1978). Dimensions of tourist satisfaction with a destination area. *Annals of Tourism Research*, 5, 314-322.
  69. Prentice, R., & Andersen, V. (2003). Festival as creative destination. *Annals of Tourism Research*, 30, 7-30.
  70. Quinn, B. (2006). Problematising 'festival tourism': arts festivals and sustainable development in Ireland. *Journal of Sustainable Tourism*, 14, 288-306.
  71. Rao, V. (2001). Celebrations as social investments: Festivals expenditures, unit price variation and social status in rural India. *Journal of Development Studies*, 38, 71-97.
  72. Ritchie, B. W. (1996). How special are special events? The economic impact and strategic development of the New Zealand Masters Games. *Festival Management & Event Tourism*, 4, 117-126.
  73. Ross, G. F. (1993). Destination evaluation and vacation preferences. *Journal of Travel Research*, 20, 477-489.
  74. Son, S. M., & Lee, K. M. (2011). Assessing the influences of festival quality and satisfaction on visitor behavioral intentions. *Event Management*, 15(3), 293-303.
  74. Song, H. J., Bae, S. Y., & Lee, C.-K. (2017). Identifying antecedents and outcomes of festival satisfaction: The case of a cosmetics & beauty expo. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 29(3), 947-965.
  76. Song, H. J., Lee, C.-K., Kang, S. K., & Boo, S.-J. (2012). The effect of environmentally friendly perceptions on festival visitors' decision-making process using an extended model of goal-directed behavior. *Tourism Management*, 33, 1417-1428.
  77. Siu, N. Y.-M., Wan, P. Y. K., & Dong, P. (2012). The impact of the servicescape on the desire to stay in convention and exhibition centres: The case of Macao. *International Journal of Hospitality Management*, 31(1), 236-246.
  78. Waterman, S. (1998). Carnivals for elites? the cultural politics of arts festivals. *Progress in Human Geography*, 22, 54-74.
  79. Wilson, J., Arshed, N., Shaw, E., & Pret, T. (2017). Expanding the domain of festival research: A review and research agenda. *International Journal of Management Reviews*, 19, 195-213.
  80. Yoon, Y., & Uysal, M. (2005). An examination of the effects of motivation and satisfaction on destination loyalty: A structural model. *Tourism Management*, 26, 45-56.
  81. Yoon Y.-S., Lee, J.-S., & Lee, C.-K. (2010). Measuring festival quality and value affecting visitors' satisfaction and loyalty using a structural approach. *International Journal of Hospitality Management*, 29, 335-342.
  82. Yuan, J., & Jang, S. (2008). The effects of quality and satisfaction on awareness and behavioral intentions: Exploring the role of a wine festival. *Journal of Travel Research*, 46, 279-288.
  83. Zheng, Y., Wang, J., Tsai, S.-B., Li, G., & Wang, J. (2017). Research on customer satisfaction in marine cultural and sustainable tourism: A case study of Shanghai. *Sustainability*, 9, 921-931.

---

Received 15 August 2017; Revised 05 September; Accepted 17 September 2017



Dr. Duk-Byeong Park is an Associate Professor at the Department of Regional Development, Kongju National University, South Korea. His research interests focus on rural tourism, tourism marketing, and tourism development.

Address: (340-702) Department of Regional Development, College of Industrial Science, Kongju National University, 54 Daehak-ro, Yesan-eup, Yesan-gun, Chungcheongnam-do, South Korea

E-mail) parkdb84@kongju.ac.kr  
phone) 82-41-330-1383



Dr. Minsoo Lee is an Assistant Professor at the Department of General Education, Korean National College of Agriculture and Fisheries, South Korea. His research interests on rural development, rural development policy, and regional policy.

Address: (560-068) Korea National college of Agriculture and Fisheries, #1515  
Kongjwi-Patjwi-ro, Wansan-gu, Jeonju-si,  
55068, Republic of Korea

e-mail) minsoo@af.ac.kr  
phone) 82-63-238-9310



Dr. So-Yun Kim is a Chief Manager at the Department of Community-based Tourism, Jeju Tourism Organization, South Korea. Her research interests are rural tourism and tourism development.

Address: (63122) Juju Tourism Organization, 23  
Seondeok-ro, Jeju-si, Jeju-do, Republic of Korea.

E-mail) tour7648@naver.com  
phone) 82-64-740-6083



Hyun-Bae Shin is a Ph.D Candidate at the Department of Community Development, Kongju National University. His research interests are asset-based community development, rural tourism, and local festival.

Address: (340-702) Department of Regional Development, College of Industrial Science, Kongju National University, 54 Daehak-ro, Yesan-eup, Yesan-gun, Chungcheongnam-do, South Korea

E-mail) dangin1479@korea.kr  
phone) 82-41-330-1380