

문화축제의 성공요인: 2023 강릉단오제를 중심으로 본 품질과 만족도

이재석*, 강상국**, 백주아***

목 차

요약	3.2 자료수집 및 분석방법
1. 서론	4. 실증 분석 및 결과
2. 이론적 배경 및 선행연구	4.1 표본의 인구통계학 및 방문 특성
2.1 강릉단오제와 지역 문화 축제	4.2 확인적 요인분석 및 신뢰도 분석
2.2 지역 문화 축제의 서비스 품질	4.3 집단별 요인구조 동질성 검증
2.3 지역 문화 축제의 방문객 만족도	4.4 가설 검증
3. 연구 방법	5. 결론 및 시사점
3.1 연구 가설	References
3.2 설문지 구성	Abstract

요약

유네스코 인류무형문화유산 강릉단오제는 다양한 시민 참여형 문화행사와 함께 전국 최대 규모의 난장이 열리는 대표적인 문화축제이며, 지역 축제에서 흔히 보이는 인기가수 초대 공연 없이 2023년 기준 60만 명 이상의 방문객이 찾은 대형 축제이다. 축제가 지역 사회와 지역 경제의 활성화에 미치는 영향이 지대하고, 축제의 지속적이고 장기적인 성장 역시 축제가 제공하는 서비스의 품질에 달려있으므로 축제 품질에 대한 연구의 필요성은 절실하다. 비록 축제에 대한 다양한 선행연구들이 있지만, 강릉단오제가 가진 지역 축제의 한계와 문화 축제의 무형성이라는 제약을 넘기 위해서는 축제 서비스 품질에 대한 집중적인 연구가 필요하다. 또한 축제 방문객의 행동과 경험은 동반자에 따라 달라지는 경향이 있으므로, 동반자 유형에 따라 축제 서비스 품질의 영향 차이에 대한 비교 분석이 필요하다. 본 연구에서는 2023 강릉단오제 방문객들을 대상으로 축제 서비스 품질이 축제만족도에 미치는 영향을 분석하는 것을 일차 연구목표로 하며, 이차적으로 축제 방문객들의 동반자 유형에 따라 앞서 언급한 연관 관계에 대한 집단 비교 연구를 실시하였다. 분석 결과 전체 집단의 경우 축제 프로그램과 축제 안전 관리가 방문객 만족도에 유의한 영향을 미치는 것으로 확인되었다. 세부적으로 가족/친지 동반객의 경우 행사안내 및 운영과 축제 안전 관리가 방문객 만족도에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났고, 친구/지인/동료 동반객의 경우 축제 프로그램이 만족도에 유의한 영향을 미치는 것으로 확인되었다. 이를 바탕으로 분석 결과에 대한 논의와 시사점이 결론에 제시되었다.

표제어: 강릉단오제, 지역 문화 축제, 축제 서비스 품질, 만족도, 행동의도

접수일(2024년 10월 27일), 수정일(2024년 11월 23일), 게재확정일(2024년 11월 25일)

* 제1저자. 국립강릉원주대학교 관광경영학과 조교수, jaeseok.lee@gwnu.ac.kr

** 공동저자. 국립강릉원주대학교 관광경영학과 부교수, kriver39@gwnu.ac.kr

*** 교신저자. 제주대학교 관광경영학과 부교수, baekj@jeju.ac.kr

1. 서론

유네스코 인류무형문화유산으로 등재된 강릉단오제는 한국의 전통과 문화가 오롯이 담긴 대표적인 문화축제로, 매년 수십만 명의 방문객이 참여하는 전국 최대 규모의 행사 중 하나다. 강릉단오제는 조선 시대부터 전승되어 온 전통적인 단오제의 정신을 계승하며, 시민들이 다양하게 참여할 수 있는 문화 행사를 포함한 참여형 프로그램을 통해 지역 주민과 방문객들에게 역사적, 문화적 가치를 체험할 수 있는 기회를 제공한다. 이 축제는 단순한 전통 계승을 넘어, 현대 사회에서 지역 문화의 정체성을 유지하고, 전통과 현대적 가치가 조화를 이루는 중요한 역할을 한다.

강릉단오제의 다채로운 프로그램은 지역 주민과 방문객 모두에게 지역 문화유산 축제의 역사적 의미와 전통적 가치를 체험할 수 있는 기회를 제공하며, 동시에 축제의 성장을 이끌어내는 중요한 요소로 작용하고 있다. 축제 운영에는 자원봉사자, 해설사, 통역사 등 다양한 인력이 투입되어 체계적이고 원활한 축제 운영을 가능하게 하며, 이를 통해 축제의 규모와 조직력을 확인할 수 있다. 특히 지역 주민을 중심으로한 자원봉사자들의 참여와 기여는 축제의 성공적인 운영에 큰 역할을 할 뿐만 아니라 축제의 품질 향상에도 중요한 역할을 한다. 또한, 축제의 성공과 지속적인 성장은 방문객에게 제공되는 서비스의 품질과 밀접하게 연관되어 있다. 축제 서비스 품질이 방문객의 만족도와 향후 재방문 의도에 중요한 영향을 미친다는 점은 다수의 선행 연구에서도 입증된 바 있다(Getz and Page, 2016; Ho et al., 2022; Yoon, Lee, and Lee, 2010). 이러한 연구들은 축제 서비스의 질적 향상이 방문객 만족도뿐만 아니라, 축제의 지속 가능성을 높이는 데 중요한 역할을 한다고 강조하고 있다. 그러나 기존 연구는 특정 축제 또는 사례에 한정된 분석에 치중하거나 서

비스 품질을 일반적인 수준에서 논의하는 경향이 있으며, 이를 지역 축제의 세부적 특성에 맞추어 심화하는 연구는 상대적으로 부족하다. 지역 축제에서 방문객이 경험하는 서비스 품질은 방문객의 기대와 인식에 따라 상이하게 작용할 수 있기 때문에 이를 정확히 파악하는 것은 필수적이다. 특히 축제의 지속 가능성과 성장 가능성을 확보하기 위해서는 방문객이 체감하는 축제 서비스 품질에 대한 심층적인 이해가 중요하다.

더불어, 지역 축제 방문객의 경험은 개인의 상황적 특성, 특히 동반자 유형에 따라 큰 차이를 보일 수 있다. 동반자 유형은 방문객의 축제 참여 방식과 만족도에 중요한 영향을 미치는 요인으로, 가족, 친구, 연인 등 동반 유형에 따라 축제에서 선호하는 활동이나 경험의 우선순위가 달라질 수 있다(Decrop, 2005; Hyde and Lawson, 2003). 이러한 차이는 방문객의 만족도와 재방문 의도에도 영향을 미칠 가능성이 높으며, 축제 운영자들이 특정 방문객 집단의 요구를 충족하기 위해 전략을 수립하는데 중요한 근거가 될 수 있다. 그러나 동반자 유형에 따른 방문객 만족도의 차이를 분석한 연구는 제한적이며, 지역 축제의 특수성을 고려한 논의는 더욱 부족한 상황이다. 이에 따라 강릉단오제가 한국을 대표하는 문화유산 축제로 성장하기 위해서는 축제 서비스 품질에 대한 지속적인 연구와 개선이 필수적이다.

그러나 지역 축제는 그 특성상 일회성 또는 행사성 사업으로서의 한계를 지니고 있으며, 축제의 무형성 또한 품질 평가와 관련된 제약을 초래한다. 이러한 한계를 극복하고 축제의 질적 향상을 위해서는 방문객이 인식하는 축제 서비스 품질을 정확하게 파악하는 것이 중요하다. 이를 바탕으로 실질적인 개선 방안을 모색하는 연구가 필요하며, 이를 통해 축제의 장기적인 발전 가능성을 높일 수 있을 것이다.

본 연구는 국내 대표적인 지역 축제로 자리매김한 2023 강릉단오제 방문객을 대상으로 축제 서비

스 품질이 방문객의 만족도에 미치는 영향을 분석하고자 한다. 또한, 동반자 유형에 따른 만족도의 차이를 탐색함으로써, 축제 운영자들이 방문객의 특성에 맞춘 맞춤형 전략을 수립할 수 있는 근거를 마련하고자 한다. 이를 통해 강릉단오제가 한국을 대표하는 문화유산 축제로서의 입지를 공고히 할 수 있었던 방향성을 파악하고, 나아가 국내 지역 축제들이 지속 가능한 지역 문화 축제로 성장 및 발전할 수 있는 토대를 마련하는 데 기여하고자 한다.

2. 이론적 배경 및 선행연구

2.1 강릉단오제와 지역 문화 축제

60만 명 이상의 방문객을 기록한 2023 강릉단오제는 "단오 보우하사"라는 슬로건 아래 개최되었다. '보우'라는 단어가 '보살피어 도와주다'라는 뜻을 담고 있듯이, 강릉단오제는 모든 이가 액운을 피하고 복을 누리며, 안전하고 평온한 일상을 기원하는 의미를 가진 지역의 문화유산 축제이다. 특히 강릉단오제는 유네스코 인류무형문화유산으로 등재된 한국의 대표적인 전통 문화 축제로, 조선시대부터 전승되어 온 단오의 전통을 계승하고 있다.

총 한달여간의 축제 기간 중 주요 행사들은 6월 18일부터 25일까지 강릉 남대천 일대와 지정된 행사장에서 집중적으로 진행되었으며, 주요 행사로는 전통문화제 행사, 전통 연희 한마당, 청소년 어울림 한마당 등 13개 분야에 걸친 63개의 다채로운 프로그램이 진행되었다. 지역민과 방문객들이 직접 참여할 수 있는 체험 프로그램과 다양한 문화 행사가 마련된 강릉단오제는 단순한 전통문화의 재현을 넘어 지역의 문화적 정체성을 보존하고 홍보하는 중요한 역할을 하는 등, 단오의 전통과 가치를 더욱 생생하게 체험할 수 있는 지역 사회 활성화의 장이 되었다(Gangneung Danoje Festival Committee, n.d.).

강릉단오제와 같은 지역 문화유산 축제는 방문객

의 참여와 경험을 통해 지역 사회에 경제적, 사회적, 문화적 영향을 미치는 중요한 매개체로서의 역할을 한다. 특히, 문화유산으로서의 지역 축제는 관광객의 관심을 끌어들이고 그들의 지출을 유도함으로써 지역 경제에 긍정적인 영향을 미친다(Edson, 2004). 강릉단오제는 지역의 문화유산을 홍보하고 방문객들에게 역사적 의미를 전달하는 중요한 역할을 수행하며, 이러한 활동을 통해 지역 문화에 대한 자긍심을 고취하고, 지역 주민들과 방문객 간의 문화적 교류를 촉진한다(Woo, 2014). 또한, 지역 문화유산 축제는 지역 주민들의 공동체 의식을 강화하고, 전통 문화에 대한 자부심을 높이는 계기를 제공한다(Van Winkle et al., 2013). 이러한 측면에서 강릉단오제는 단순한 전통 축제를 넘어, 지역 활성화의 중요한 촉매제 역할을 하고 있으며, 관광 및 지역 경제 발전에 크게 기여하는 문화적 자산으로 자리매김하고 있다고 말할 수 있다.

지역 문화 축제에 대한 연구는 1990년대부터 관광과 문화유산의 연계성을 중심으로 시작되었으며(Getz and Frisby, 1991), 축제의 문화적 가치를 보존하고 지역 정체성을 표현하며 공동체의 결속을 강화하는 역할을 한다는 점에 주목하였다. 이후 2000년대에 들어서면서 축제의 경제적, 사회적 영향을 고찰하는 방향으로 확대되면서 축제가 관광객 지출을 유도하고 지역 경제에 미치는 긍정적인 영향을 분석하는 등, 축제의 경제적 기여도를 강조하였다(Moscardo, 2007). 2010년대에는 축제의 서비스 품질과 방문객 만족도를 중심으로 연구가 활발히 이루어졌고(Choo et al., 2016; Yoon et al., 2010), 축제의 지속 가능한 발전과 지역사회의 문화적 가치를 유지하기 위한 전략적 접근이 중요시되었다(Duran et al., 2014). 최근에는 축제 방문객의 체험과 서비스 품질의 관계, 방문객의 특성에 따른 만족도 차이, 축제이미지와 지역애호도의 관계 등 방문객 중심의 연구가 증가하고 있다(Ho et al., 2022; Um et al., 2017). 이러한 연구들은 지역 축

제가 관광객의 관심을 끌어들이고 그들의 지출을 유도함으로써 지역의 경제적, 문화적 가치를 창출할 수 있음도 시사한다(Edson, 2004; Getz and Page, 2016; Lee and Arcodia, 2011). Lee et al. (2019)은 축제 품질이 방문객의 만족도와 재방문 의도에 미치는 영향을 분석하면서, 축제의 프로그램, 음식, 시설 등과 같은 서비스 품질 요소들이 방문객의 긍정적 행동 의도를 촉진한다고 밝혔다. 또한, Ho et al.(2022)의 연구에서는 Borneo Jazz Festival에서 프로그램의 내용과 시설이 방문객의 만족도에 중요한 예측 변수로 작용하며, 이 만족도가 다시 방문 의도와 긍정적인 구전 효과에 영향을 미친다고 하였다.

강릉단오제와 같은 지역 문화유산 축제는 전통문화의 보존과 경제적 이익을 동시에 달성하기 위한 노력을 기울이고 있으며, 이러한 점에서 다른 지역 문화유산 축제에도 중요한 시사점을 제공한다. 결론적으로, 강릉단오제는 그 지역의 문화적, 경제적 가치를 창출하고, 방문객의 요구와 기대에 맞춘 고품질의 축제 서비스를 제공함으로써 지속 가능한 성장과 발전에 기여하고 있다.

2.2 지역 문화 축제의 서비스 품질

지역 문화 축제는 방문객들에게 독특한 경험을 제공하고, 지역의 문화적 정체성을 보존하고 홍보하는 중요한 역할을 한다(Getz and Page, 2016; Lee and Arcodia, 2011). 이러한 축제의 성공적인 운영을 위해서는 방문객에게 제공되는 서비스 품질이 매우 중요한 요소로 작용한다. 서비스 품질은 방문객의 체험을 향상시키고, 궁극적으로 축제의 성공을 좌우하는 중요한 요인이다(Yoon et al., 2010).

지역 문화 축제에 대한 서비스 품질 연구는 초기의 문화적, 경제적 가치에서 시작하여, 2010년대 이후 방문객의 체험을 중심으로 한 품질 요소로 연구의 초점이 확대되었다. 2010년대에는 지역 문화 축제의 품질과 방문객 만족도에 대한 연구가 본격적으로

로 활성화되었다(Choo et al., 2016; Yoon et al., 2010). 이 시기 연구들은 축제의 성공적인 운영을 위해 서비스 품질이 중요하다는 점을 강조하며, 서비스 품질 요소가 방문객의 체험에 미치는 영향을 구체적으로 분석하였다. 예를 들어, Lee et al.(2019)의 연구에서는 축제에서 경험하는 오락, 일상 탈출, 미적 경험과 같은 속성이 참가자의 전반적인 경험에 중요한 영향을 미친다고 분석하였고, 긍정적인 경험을 많이 할수록 만족도가 높아진다는 결론을 도출함으로써 속성 품질이 축제 참가자들의 긍정적 행동 의도를 촉진한다는 점을 밝혔다.

2018년 이후로는 방문객의 체험을 기반으로 한 서비스 품질 연구가 더욱 정교화되었다. 특히 Ho et al.(2022)의 연구에서는 Borneo Jazz Festival에서 프로그램의 내용과 시설이 방문객 만족도의 주요 예측 변수로 작용하며, 이를 통해 재방문 의도와 긍정적인 구전 효과를 높일 수 있음을 확인하였다. 이러한 연구들은 축제의 서비스 품질이 방문객의 경험을 어떻게 형성하는지에 대해 깊이 있는 이해를 제공하며, 이를 통해 축제의 지속적인 성공을 도모할 수 있는 전략적 지침을 제시하고 있다.

최근 연구들은 축제 방문객의 특성과 요구를 반영한 맞춤형 서비스의 필요성을 강조하고 있다. 방문객의 유형에 따라 서비스 품질에 대한 기대가 다르며, 이를 기반으로 한 차별화된 서비스 제공이 방문객의 만족도와 긍정적 행동 의도에 영향을 미친다(Ho et al., 2022). 예를 들어, 가족과 함께 축제를 방문하는 경우에는 안전 관리와 편의시설에 대한 만족도가 중요하게 작용하지만, 친구나 지인과 함께 방문하는 경우에는 축제 프로그램의 다양성과 질이 더 큰 만족 요인으로 작용한다는 점이 밝혀졌다. 이러한 연구들은 축제의 성공적인 운영을 위해 서비스 품질의 중요성을 강조하며, 방문객의 요구를 충족시키기 위한 맞춤형 서비스 제공이 필수적임을 시사하고 있다.

또한, 방문객의 특성에 따라 서비스 품질의 중요

도가 달라질 수 있다. 가족과 함께 축제를 방문하는 방문객은 안전성과 편의시설을 중요하게 여기는 반면, 친구나 지인과 함께 방문하는 경우 축제 프로그램의 다양성과 즐거움을 더 중요하게 여기는 경향이 있다(Choo and Kim, 2019; Ho et al., 2022). Choo and Kim(2019)의 연구에서는 가족과 함께 축제를 방문하는 방문객은 안전성과 편의시설을 더 중요하게 여기며, 친구나 지인과 함께 방문하는 경우 프로그램의 다양성과 즐거움을 더 중시하는 경향이 있음을 확인함으로써 나이, 결혼 여부, 체류 기간 등과 같은 인구통계학적 변수가 축제 서비스 품질에 대한 인식에 중요한 영향을 미친다고 강조하였다. 즉, 이러한 차이는 축제 기획과 운영에서 방문객의 다양한 요구를 충족시키기 위해 맞춤형 전략을 수립할 필요성을 제시한다. 따라서, 축제의 서비스 품질을 향상시키기 위해서는 방문객의 특성과 요구를 정확히 파악하고, 이를 바탕으로 맞춤형 서비스를 제공하는 것이 중요하다.

결론적으로, 지역 문화 축제에서 방문객이 지각하는 품질은 방문객의 만족도를 높이고, 축제의 성공을 보장하기 위한 핵심적인 요소이다. 방문객의 요구와 기대에 맞춘 고품질의 서비스를 제공함으로써 축제의 품질을 향상시킬 수 있으며, 이는 방문객의 긍정적인 행동 의도를 촉진하는 데 기여할 수 있다.

2.3 지역 문화 축제의 방문객 만족도

지역 문화 축제의 방문객 만족도는 축제의 성공을 평가하는 중요한 지표로, 방문객들이 축제를 통해 얼마나 긍정적인 경험을 했는지, 기대를 충족시켰는지를 보여준다(Lee et al., 2011; Mason and Beaumont-Kerridge, 2004). 만족도는 방문객의 재방문 의도와 축제에 대한 긍정적인 구전에 직접적인 영향을 미치기 때문에(Baker and Crompton, 2000; Yoon and Uysal, 2005), 축제의 주최 측은 이를 높이기 위한 전략적 노력이 필요함과 동시에 여러 학자들에 의해 꾸준한 관심을 받아왔다.

지역 문화 축제의 방문객 만족도는 축제의 성공을 평가하는 중요한 지표이며, 축제가 방문객들에게 얼마나 긍정적인 경험을 제공했는지를 반영한다(Lee et al., 2011; Mason and Beaumont-Kerridge, 2004). 방문객 만족도는 축제의 다양한 요소들, 예를 들어 프로그램의 품질, 편의시설, 지역 주민의 환대, 그리고 전반적인 축제 분위기와 밀접하게 연관되어 있다(Yoon et al., 2010). 이러한 만족도를 높이기 위해서는 방문객들의 기대에 부합하는 경험을 제공해야 하며, 특히 축제의 핵심 테마와 일치하는 독창적이고 차별화된 콘텐츠가 중요하다(Kim and Uysal, 2003).

또한, 방문객 만족도는 재방문 의도와 긍정적 구전 효과에도 영향을 미친다(Baker and Crompton, 2000; Yoon and Uysal, 2005). 축제에 대한 높은 만족은 방문객들이 해당 축제를 다시 찾을 가능성을 높이며, 다른 잠재 방문객에게 긍정적인 추천을 할 가능성도 높아진다(Baker and Crompton, 2000). 따라서 지역 문화 축제의 주최 측은 방문객들의 요구와 기대를 잘 이해하고 이를 만족시키기 위한 체계적이고 지속적인 노력이 필요하다(Yoon and Uysal, 2005).

방문객 만족을 높이기 위해서는 축제 경험의 품질 관리뿐 아니라 방문객의 피드백을 반영한 개선도 필수적이다(Kaplanidou and Vogt, 2007). 방문객들이 느끼는 편리성, 프로그램의 흥미도, 그리고 지역 사회의 참여도와 같은 다양한 요소들을 지속적으로 모니터링하고 발전시킴으로써 축제의 장기적인 성공과 지역 경제 발전에 기여할 수 있다.

3. 연구 방법

3.1 연구 가설

지역 문화 축제에 관한 여러 연구들은 축제의 품질이 만족에 미치는 긍정적인 영향 관계를 분석함

으로써 그 관계를 규명하였다. Lee and Arcodia(2011)는 한국의 지역 축제에서 방문객이 인식하는 서비스 품질의 중요성을 강조하였으며, 서비스 품질이 방문객의 만족도와 재방문 의도에 유의한 영향을 미친다고 밝혔다. 또한, Lee et al.(2011)의 연구에서는 지역 축제의 프로그램 품질, 편의시설의 접근성, 현장 서비스 제공자의 태도 등이 방문객의 만족도에 중요한 영향을 미친다는 결과를 도출하였다.

Kim et al.(2001)의 연구에서는 한국 지역 축제의 방문객 만족도에 영향을 미치는 다양한 서비스 품질의 요소들을 제시하였고, 특히 축제의 테마와 내용의 차별성이 방문객의 긍정적인 경험을 증대시키는 주요 요인임을 밝혔다. 이와 유사하게, Yoon et al.(2010)은 방문객의 만족도가 프로그램의 질과 편의성에 따라 달라질 수 있으며, 이러한 요소들이 방문객의 전반적인 축제 경험과 긍정적인 구전 효과에 큰 영향을 미친다고 설명하였다.

또한, Brown and Sharpley(2019)는 영국의 지역 축제인 뮤직 페스티벌을 대상으로 한 연구에서 축제의 품질이 방문객의 전반적인 만족과 충성도에 어떻게 기여하는지 분석하였으며, 방문객과의 상호작용이 특히 중요한 요소로 작용함을 강조하였다. Crompton and Love(1995)는 지역 축제에서의 개인화된 서비스와 환대가 방문객 만족도를 높이는 중요한 요인임을 제시하였다.

여러 선행연구에서도 알 수 있듯이 지역 문화 축제의 서비스 품질과 방문객 만족도의 관계는 유의한 영향 관계가 있음을 확인할 수 있었다. 특히, 프로그램의 매력도, 편의성, 그리고 현장에서 제공되는 서비스의 품질이 방문객의 축제 경험을 형성하는 데 중요한 역할을 한다는 점이 공통적으로 강조되었다. 이에 본 연구에서는 2023 강릉 단오제의 방문객을 대상으로 서비스 품질과 축제 방문객 만족도, 그리고 행동의도에 관해 다음과 같은 연구 가설을 수립하였다.

H1a/b/c/d/e/f: 축제 서비스 품질(접근 및 안내요원, 행사안내 및 운영, 편의시설, 프로그램, 먹거리, 안전 관리)은 방문객 만족도에 유의한 영향을 미친다.

H2: 축제 방문객 만족도는 그들의 행동의도에 유의한 영향을 미친다.

관광활동에서 동반자의 영향은 다양하게 연구되어 왔다(Lee and Lee, 2018; Cho and Jo, 2021; Hong, 2020). 예를 들어 Hong(2020)은 여행동반자에 대한 호감 중 우호성이 여행 만족에 미치는 영향은 동반자 유형에 따라 다르게 나타난다고 하였다. 특급호텔 이용의 경우에도 고객이 인식한 서비스 편의성이 고객의 긍정적 감정에 미치는 영향은 공적모임동반자보다 사적모임동반자일 경우 더 강한 영향을 받는 것으로 조사되었다(Lee and Lee, 2018). 이에 따라 다음과 같은 가설을 설정하였다.

H3a/b/c/d/e/f: 축제 서비스 품질(접근 및 안내요원, 행사안내 및 운영, 편의시설, 프로그램, 먹거리, 안전 관리)이 방문객 만족도에 미치는 영향은 동반자 유형에 따라 다르다.

3.2 설문지 구성

본 연구에서의 설문지 구성은 선행연구를 바탕으로 하여 실시되었다(Chung, 2010; Sim and Park, 2009; Shin et al., 2012; Zhang et al., 2022). 지역 축제의 서비스 품질은 총 6개 요인(접근 및 안내요원, 행사안내 및 운영, 편의시설, 프로그램, 먹거리, 안전 관리)으로 29개의 항목이 사용되었다. 만족도(Shin et al., 2012)와 행동의도(Chung, 2010)를 측정하기 위해서는 각각 3개와 4개의 설문문항이 사용되었다. 각 측정항목들은 리커트 5점 척도(1: 전혀 그렇지 않다, 5: 매우 그렇다)를 사용하여 측정하였다. 또한 방문특성 3개 항목(방문목적, 방문유형, 동반자유형)과 인구통계학적 요소를 7개 항목으로 나누어 구성하였다.

3.3 자료수집 및 분석방법

2023 강릉단오제 방문객 대상으로 설문조사를 실시하여 인식된 축제 서비스 품질의 요인 구조를 탐색하고, 축제 서비스 품질 요인이 방문객의 만족도와 행동의도(재방문 의도와 추천 의사)에 미치는 영향을 구조 모형 분석을 통해 검토하였다. 설문조사는 2023년 6월 18일부터 25일까지 총 8일간 실시되었으며, 축제 기간 중 매일 오후에 강릉단오제 방문객들을 대상으로 설문조사를 실시하였다. 사전에 설문지 내용에 대해 충분히 교육을 받은 관광분야 전공 대학생들이 설문조사원으로 활동하였으며, 직접 대면방식과 편의표본추출 방식을 통해 설문조

사를 진행하였다. 총 439부의 수집된 데이터로부터 강릉단오제 방문이 방문의 주목적이며, 동반자가 “가족/친지” 이거나 “친구/지인/동료” 인 경우를 충족시키는 방문객 데이터 350부를 발췌하였으며, 이 중 결측치가 전혀 없는 데이터 324부만을 분석에 사용하였다.

4. 실증 분석 및 결과

4.1 표본의 인구통계학 및 방문 특성

수집된 자료의 응답자에 대한 인구통계학 및 방문 특성을 알아보기 위하여 빈도분석이 실시되었다.

Tab. 4-1 Demographic and Visiting Behavioral Characteristics

변수	빈도(%)	변수	빈도(%)
성별		연령	
남성	123(38.0%)	20세 미만	30(9.3%)
여성	191(59.0%)	20대	50(25.4%)
결측	10(3.1%)	30대	59(18.2%)
결혼		40대	73(22.5%)
미혼	110(34.0%)	50대	51(15.7%)
기혼	200(61.7%)	60대	43(13.3%)
기타	10(3.1%)	70대	17(5.2%)
결측	4(1.2%)	80세 이상	1(0.3%)
학력		거주지	
고졸 이하	34(10.5%)	강릉	236(72.8%)
고졸	84(25.9%)	강원지역 (강릉 외)	44(13.6%)
전문대졸	53(16.4%)	서울·경기·인천	36(11.1%)
대졸	119(36.7%)	경남·울산·부산	1(0.3%)
대학원이상	22(6.8%)	경북·대구	3(9.9%)
결측	12(3.7%)	충청·대전	4(1.2%)
월평균 가구소득		직업	
200만원 이하	31(9.6%)	공무원	28(8.6%)
200만원 초과-300만원 이하	63(19.4%)	사무직	29(9.0%)
300만원 초과-400만원 이하	61(18.8%)	전문직	36(11.1%)
400만원 초과-500만원 이하	40(12.3%)	생산/기술직	12(3.7%)
500만원 초과-600만원 이하	43(13.3%)	판매/서비스직	12(3.7%)
600만원 초과	75(23.1%)	프리랜서	22(6.8%)
결측	11(3.4%)	자영업	43(13.3%)
방문유형		주부	36(11.1%)
첫방문	45(13.9%)	학생	54(16.7%)
재방문	231(71.3%)	은퇴	17(5.2%)
결측	48(14.8%)	기타	34(10.5%)
동반자유형		결측	1(0.3%)
가족/친지	191(59.0%)	합계	324(100.0%)
친구/지인/동료	133(41.0%)		

전체 응답자 324명 중 여성(n=191, 59.0%)이 남성에 비해 조금 더 높은 응답을 보였다. 응답자의 연령은 전반적으로 고른 분포를 나타내었으며, 그 중 40대 응답자(n=73, 22.5%)가 가장 높은 응답을 보였다. 과반 이상의 응답자가 기혼이라고 응답하였으며(n=200, 61.7%), 고졸 또는 고졸 이하의

응답자가 전체의 36.4%(n=118), 전문대졸 이상의 응답자가 전체의 59.9%(n=194)로 나타났다. 응답자의 월평균 가구소득 역시 고른 분포를 나타내었는데, 가장 높은 응답은 600만원 이상으로 전체의 23.1%(n=75)를 나타내었다. 응답자의 직업 역시 고루 나타났는데, 가장 높은 응답순으로 학생(n=54,

Tab. 4-2 Convergent Validity and Reliability of Measurements

변수		요인적재값
측제 서비스 품질	접근성 및 안내요원 (AVE=.616, CR=.883)	
	행사장의 위치를 알리는 이정표가 있어 행사장을 찾아오기 쉬웠다.	.721
	행사장까지 올 수 있는 교통수단이 다양했다.	.699
	행사장 내 안내요원이 적절히 배치되어 있다.	.826
	행사장 내 안내요원이 친절하다.	.850
	안내요원이 행사장/행사내용을 잘 알고 있다.	.868
	행사안내 및 운영 (AVE=.764, CR=.925)	
	행사장 안내 및 프로그램에 관한 팸플릿의 내용이 충실하다.	.897
	행사장 내 안내시설(행사안내도, 안내방송)이 충분하다.	.907
	행사장 내 프로그램 운영이 전반적으로 원활하다.	.871
	행사장 시설이 측제 관람 및 참여가 편하게 배치되어 있다.	.805
	측제 편의시설 (AVE=.734, CR=.887)	
	휴식 공간(승터, 벤치 등)과 편의시설 등이 충분히 배치되어 있다.	.814
	행사장 내 화장실 개수가 적당하다.	.906
	행사장 내 모든 공간이 청결하게 관리되고 있다	.849
	측제 프로그램 (AVE=.738, CR=.916)	
	단오제의 프로그램이 다양하다.	.853
	지역 특성을 반영하는 프로그램이 다양하다.	.887
측제의 프로그램이 한국의 전통 문화를 알게 해준다.	.882	
측제관련 기념품이 다양하다.	.813	
음식 먹거리 (AVE=.746, CR=.899)		
음식, 먹거리의 가격이 적당하다.	.826	
음식, 먹거리가 지역 특색을 잘 반영하고 있다.	.891	
음식, 먹거리의 위생 상태가 양호하다.	.881	
측제 안전 관리 (AVE=.800, CR=.922)		
안전요원이 적절히 배치되어 있다.	.874	
안전관리 장비(소화기, 심폐소생기 등)가 잘 배치되어 있다.	.888	
행사장이 전반적으로 안전하게 준비되어 있다.	.924	
만족도 (AVE=.798, CR=.917)		
이번 단오제 프로그램 운영에 만족한다.	.890	
이번 단오제 방문에 대하여 전반적으로 만족한다.	.927	
이번 단오제를 방문하기로 한 나의 결정에 만족한다.	.853	
행동의도 (AVE=.841, CR=.955)		
다음에도 단오제를 방문하겠다.	.936	
2024년 단오제에 다시 방문할 의향이 있다.	.944	
단오제를 친구나 이웃에게 추천하겠다.	.889	
단오제를 타인에게 긍정적으로 이야기하겠다.	.897	

Yuan-Bentler ML $\chi^2_{(df)}=705.067_{(349)}$, CFI=.948, TLI=.939, RMSEA=.064 (90% CI=.057-.071), SRMR=.042
 AVE=평균분산추출값(Average Variance Extracted), CR=개념신뢰도(Construct Reliability).

16.7%), 자영업(n=43, 13.3%), 전문직과 주부(각각 n=36, 11.1%씩) 순으로 나타났다. 응답자의 다수가 강릉 지역 거주민으로 나타났으며(n=236, 72.8%), 이와 관련하여 강릉단오제를 처음 방문한 응답자는 전체의 13.9%(n=45)이었다. 분석에 사용한 324부 전체 자료 중 가족/친지와 방문한 응답자는 59.0%(n=191)이었으며, 친구/지인/동료와 방문한 응답자는 41.0%(n=133)이었다.

4.2 확인적 요인분석 및 신뢰도 분석

수집된 자료의 타당성과 신뢰성을 확인하기 위하여 확인적 요인분석과 신뢰도 분석을 실시하였다. 분석 모델의 요인 구조가 가지는 공분산 행렬과 수집된 자료가 구성한 공분산 행렬 사이의 합치도를 확인한 결과, 모델은 충분한 적합도를 보이는 것으로 확인되었다(Yuan-Bentler ML $\chi^2_{(df)}=705.067$ (349), CFI=.948, TLI=.939, RMSEA=.064 (90% CI=.057-.071), SRMR=.042). 6개의 축제 서비스 품질(접근성 및 안내요원, 행사안내 및 운영, 축제 편의시설, 축제 프로그램, 음식 먹거리, 축제 안

전 관리)과 만족도, 그리고 행동의도에 대한 요인적 재값은 .699-.944 사이에 분포하였으며, 각 요인의 평균분산추출값(AVE) 중 최소값은 접근성 및 안내요원의 .616으로 측정된 요인들은 집중타당성이 확보된 것으로 나타났다(Anderson and Gerbing, 1988; Fornell and Larcker, 1981). 또한 측정요인들의 개념신뢰도는 .883-.954 사이에 분포하여 충분한 내적일관성을 확보한 것으로 나타났다(Fornell and Larcker, 1981). 측정요인들의 판별타당성을 확인하기 위하여 각 요인의 평균분산추출값의 제곱근과 요인간 상관계수를 비교하였다. 비교 결과, 모든 요인의 평균분산추출값의 제곱근이 해당요인이 다른 요인과 가지는 상관계수값을 상회하는 것으로 나타나 판별타당성 역시 확보되었다(Fornell and Larcker, 1981).

4.3 집단별 요인구조 동질성 검증

동반자 유형에 따른 집단(가족/친지 동반자 집단 vs. 친구/지인/동료 동반자 집단)에 대한 비교 검증을 실시하기 위해, 먼저 두 집단의 요인구조가 동일

Tab. 4-3 Discriminant Validity of Measurements

	FSQ1	FSQ2	FSQ3	FSQ4	FSQ5	FSQ6	SAT	BI
FSQ1	.785							
FSQ2	.761	.874						
FSQ3	.578	.683	.857					
FSQ4	.564	.738	.693	.859				
FSQ5	.416	.536	.692	.610	.864			
FSQ6	.608	.678	.818	.727	.724	.895		
SAT	.511	.669	.595	.752	.577	.671	.893	
BI	.440	.508	.414	.615	.435	.539	.755	.917

주: 대각선 위의 수치는 평균분산추출값의 제곱근값임.

FSQ1=접근성 및 안내요원, FSQ2=행사안내 및 운영, FSQ3=축제 편의시설, FSQ4=축제 프로그램, FSQ5=음식 먹거리, FSQ6=축제 안전 관리, SAT=만족도, BI=행동의도

한지를 분석하였다. 집단별 요인구조 형태동질성 (Configural invariance)을 검증하고 이후 요인적재 값을 동일하게 제약시킨 모델인 측정동질성 (Measurement invariance)을 검증하였다. 형태동질성 분석 결과(Yuan-Bentler ML $\chi^2_{(df)}=1,544.0$ (698), AIC=23,965, BIC=24,834) 대비 측정동질성 분석 결과(Yuan-Bentler ML $\chi^2_{(df)}=1,562.6$ (719), AIC=23,942, BIC=24,732)의 χ^2 값 증가량은 유의하지 않는 것으로 나타났다($\Delta\chi^2_{(\Delta df)}=14.319$ (21), $p=.856$). 따라서 두 집단의 측정동질성은 확보되었다. 추가적으로 요인적재값과 절편값까지 동일하게 제약한 강한수준의 측정동질성 분석 결과 (Yuan-Bentler ML $\chi^2_{(df)}=1,585.1$ (740), AIC=23,922, BIC=24,633) 역시 Information Criterion 지수들이 감소하고, χ^2 값 증가량은 유의하지 않는 것으로 나타나($\Delta\chi^2_{(\Delta df)}=24.02$ (21), $p=.292$), 두 집단은 동일한 요인구조를 가지는 것으로 확인되었다.

4.4 가설 검증

측정된 잠재 요인들간의 구조적 영향관계를 확인

하기 위하여 구조모형방정식이 실행되었다. 분석 결과 모형의 적합도는 적절한 것으로 확인되었다 (Yuan-Bentler ML $\chi^2_{(df)}=712.995$ (355), CFI=.948, TLI=.940, RMSEA=.064 (90% CI=.057-.071), SRMR=.043). 각 가설 검증 결과 축제 프로그램($\beta=.470, p<.001$)과 축제 안전 관리($\beta=.232, p<.01$)가 방문객 만족도에 유의한 영향을 미치는 것으로 확인되어 가설 H1d, H1f가 채택되었다. 방문객 만족도는 행동의도에 유의한 영향($\beta=.762, p<.001$)을 미치는 것으로 나타나 가설 H2도 채택되었다. 그러나 축제 서비스 품질 중 접근성 및 안내요원, 행사안내 및 운영, 축제 편의시설, 음식 먹거리는 방문객 만족도에 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 확인되어, 가설 H1a, H1b, H1c, H1e는 채택되지 않았다. 만족도와 행동의도의 효과크기(R^2)는 각각 .371과 .420으로 분석되었다. 이렇듯 방문객 전체 집단에 대한 분석 결과는 축제 프로그램과 축제 안전 관리가 축제 방문객들의 만족도 향상에 긍정적으로 유의한 영향을 미치는 축제 품질 요인이라는 점을 시사한다. 문화유산 축제의 특성상 축제 프로그램에서 방문객들이 인식할 수 있는 축제의 특수성과 고유성은 축제 방문객들에게 축

Tab. 4-4 Structural Relationship

집단	종속변수	독립변수	비표준화 계수	표준 오차	z-value	표준화 계수	R^2	가설	검증결과
전체 집단	만족도	접근성 및 안내요원	-.018	.109	-1.68	-.018	.371	H1a	미채택
		행사안내 및 운영	.221	.144	1.535	.213		H1b	미채택
		축제 편의시설	-.120	.081	-1.476	-.135		H1c	미채택
		축제 프로그램	.505	.111	4.534***	.470		H1d	채택
		음식 먹거리	.086	.068	1.275	.109		H1e	미채택
		축제 안전 관리	.225	.087	2.590**	.232		H1f	채택
	행동의도	만족도	.698	.067	10.348***	.762	.420	H2	채택

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

제 고유의 가치를 인식하게 해 줄 수 있는 중요 요인으로 만족도에 직접적인 영향을 미친다고 해석할 수 있다. 축제 안전 관리가 중요 요인으로 분석된 바탕으로는 (1) 2022년 이태원 참사의 심리적 여파가 대규모 인파가 모이는 행사에 연관되어 인식되었다는 점과 (2) 해당 축제가 강릉시 남대천 일대 둔지에서 열린다는 지리적 여건에 기인한다고 볼 수 있다.

가설 H3 집단별 차이를 검증하기 위하여 동반자 유형 집단에 따른 구조모형 분석을 실시한 결과, 각 집단별로 방문객 만족도에 영향을 미치는 축제 서비스 품질은 상이하게 나타났다. 구체적으로 가족/친지 동반자 집단의 경우 행사안내 및 운영($\beta=.461, p<.01$)과 축제 안전 관리($\beta=.414, p<.001$)가 방문객 만족도에 유의한 영향을 미치는 반면, 친구/지인/동료 동반자 집단의 경우 축제 프로그램($\beta=.492, p<.001$)만이 만족도에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 가설 H3은 부분채택되었다. 가족/친지 동반 방문객의 경우 어린이와 노약

자를 동반한 방문객들이 많았다는 점에 기인하여 볼 때, 행사 안내와 행사장 안전 관리의 중요성이 만족도 향상에 직접적으로 연관되었음을 시사한다. 반면 친구/지인/동료 동반 방문객의 경우 상대적으로 축제 체험 활동에 제약이 적어 축제 고유 가치를 공감할 수 있는 축제 프로그램이 만족도에 유의한 영향을 미친 것으로 나타났다. 추가적으로 만족도가 행동의도에 미치는 영향은 두 집단에서 모두 유의하게 나타나 전체집단의 분석 결과와 다르지 않았다.

5. 결론 및 시사점

본 연구는 유네스코 인류무형문화유산인 강릉단오제를 중심으로 축제 서비스 품질, 방문객 만족도, 행동 의도의 관계를 분석하였다. 전체방문객 대상 분석 결과, 축제 프로그램과 축제 안전 관리가 축제 방문객의 만족도에 유의한 영향을 미치고, 만족도는 다시 행동의도에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 그러나 동반자 유형에 따른 다중 집단 분석

Tab. 4-5 Multi-group Analysis

종속변수	독립변수	가족/친지 동반자집단			친구/지인/동료 동반자집단			가설	검증 결과		
		비표준화 계수	표준 오차	z-value	표준화 계수	비표준화 계수	표준 오차			z-value	표준화 계수
만족도	접근성 및 안내요원	-.114	.127	-.903	-.112	.099	.107	.926	.107	H3a	미채택
	행사안내 및 운영	.483	.158	3.061**	.461	.007	.142	.048	.007	H3b	채택
	축제 편의시설	-.102	.113	-.899	-.111	-.161	.126	-1.283	-.199	H3c	미채택
	축제 프로그램	.230	.159	1.447	.218	.562	.152	3.682***	.492	H3d	채택
	음식 먹거리	-.013	.051	-.254	-.016	.286	.184	1.555	.375	H3e	미채택
	축제 안전 관리	.425	.124	3.436***	.414	.085	.119	.715	.096	H3f	채택
행동의도	만족도	.668	.088	7.610***	.719	.718	.090	7.949***	.791		

R^2 : 가족/친지 동반자집단, 만족도=.317, 행동의도=.483; 친구/지인/동료 동반자집단, 만족도=.400, 행동의도=.374
* $p<.05$, ** $p<.01$, *** $p<.001$

결과, 가족/친지 동반자 집단의 경우에는 행사안내 및 운영과 축제 안전관리가 만족도에 유의한 영향을 미치는 품질 요인으로 확인된 반면, 친구/지인/동료 동반자 집단의 경우에는 축제 프로그램이 만족도에 유의한 영향을 미치는 품질 요인으로 나타났다. 이상의 연구 결과를 바탕으로, 학술적 및 실무적 시사점을 제시하면 다음과 같다.

본 연구는 강릉단오제를 대상으로 한 실증적 분석을 통해 지역 축제의 특수성을 반영한 서비스 품질 연구를 확장함과 동시에, 동반자 유형과 안전 관리와 같은 요인을 고려하였던 점에서 학술적 시사점을 제공한다. 먼저, 기존 연구들은 대체로 일반적인 지역 축제나 문화 행사에서의 서비스 품질이 방문객 만족도와 행동 의도에 미치는 영향을 검증하는 데 중점을 두었다(Getz and Page, 2016; Yoon et al., 2010). 그러나 이러한 연구들은 축제의 맥락적 특성과 방문객의 다양한 배경을 충분히 반영하지 못한 한계가 있다. 본 연구는 유네스코 인류무형문화유산으로 등재된 강릉단오제를 대상으로 축제의 독특한 문화적, 역사적 맥락을 반영함으로써, 기존 연구와의 차별성을 명확히 한다. 특히, 본 연구는 강릉단오제의 서비스 품질을 6가지 차원으로 세분화하였으며(예: 프로그램 품질, 시설 품질, 안전 관리 등), 각 차원이 방문객 만족도에 미치는 영향을 분석하였다. 이는 단일 차원 또는 제한적인 품질 요소를 고려한 기존 연구들과 달리(Park et al., 2011; Mason and Paggiaro, 2012), 축제 서비스 품질을 보다 체계적이고 포괄적으로 접근하였다. 이러한 접근은 축제 서비스 품질의 다차원적 특성을 반영하여 향후 연구에서 더욱 정교한 틀을 제시할 수 있는 근거를 제공한다.

또한, 동반자 유형에 따라 축제 서비스 품질의 영향력이 달라진다는 결과를 바탕으로 방문객 특성을 고려한 맞춤형 접근의 중요성을 강조한다. 선행 연구에서는 동반자 유형이 방문객의 축제 경험에 미치는 영향을 간과하거나 단편적으로 다루었다

(Decrop, 2005; Hyde and Lawson, 2003)는 한계가 있었으나, 본 연구는 동반자 유형이 방문객 만족도에 미치는 차별적 영향을 실증적으로 확인함으로써, 축제 연구에서 방문객 유형의 중요성을 학문적으로 규명하였다. 이는 방문객 특성을 보다 세밀하게 반영한 연구가 필요하다는 점을 시사하며, 향후 연구에서 축제 운영 전략의 세분화를 위한 기초 자료로 활용될 수 있을 것이다.

아울러, 안전 관리가 방문객 만족도에 미치는 영향이 크다는 본 연구의 결과는 특히 팬데믹 이후 시점에서 안전 요소가 축제 성공에 있어 주요 요인으로 부상하고 있음을 반영한다. 기존 연구에서도 안전은 축제 만족도와 지속 가능성에 중요한 역할을 한다고 논의되었으나(Le and Arcodia, 2018), 본 연구는 이를 실증적으로 확인하고 지역 문화유산 축제라는 맥락에서 안전의 중요성을 강조하였다. 이는 축제 연구에서 안전 관리와 같은 비물질적 서비스 품질 요소의 중요성을 재발견했다는 데 의의를 지닌다.

축제 기획자와 운영자들에게 다양한 전략적 방향성을 제공하기 위한 실무적 시사점으로는 첫째, 축제 프로그램의 중요성이다. 본 연구는 축제 프로그램이 방문객 만족도에 큰 영향을 미친다는 점을 확인했는데, 이는 축제 기획 시 지역의 특색을 살리고 문화적 정체성을 반영한 프로그램 구성의 필요성을 강조한다. 예를 들어, 강릉단오제의 경우 지역의 고유한 전통을 보여줄 수 있는 다채로운 전통 놀이, 공연, 체험 프로그램이 방문객의 만족도를 높이는 데 중요한 역할을 할 수 있다. 이는 다른 지역 축제에서도 적용 가능한 실무적 시사점으로, 각 지역 축제는 지역 고유의 문화를 반영한 체험형 프로그램을 개발함으로써 방문객에게 차별화된 경험을 제공할 수 있다.

둘째, 안전 관리의 중요성이다. 축제 안전 관리가 방문객 만족도에 유의미한 영향을 미친다는 결과는, 최근 몇 년간 이태원 참사와 같은 대규모 사고 이후

안전 관리가 축제 성공의 필수 요소로 자리 잡았음을 시사한다. 강릉단오제처럼 대규모 인파가 모이는 축제에서는, 안전 요원의 배치와 함께 비상 상황에 대비한 출입 통제 및 대응 매뉴얼이 철저히 준비되어야 한다. 예를 들어, 강릉단오제는 남대천 주변에서 행사가 열리기 때문에, 인파가 집중될 수 있는 특정 지역에서는 안전 요원의 충분한 배치와 출입구 통제 시스템이 필요하다. 이는 안전 관리가 축제 성공의 핵심 요인으로 작용하며, 기획 단계에서부터 안전 관련 인프라에 대한 투자가 필수적임을 의미한다.

셋째, 동반자 유형에 따른 맞춤형 서비스 제공의 필요성이다. 본 연구는 가족 단위 방문객과 친구나 지인 동반 방문객이 중요하게 생각하는 서비스 품질 요소가 다르다는 점을 밝혀냈다. 가족 단위 방문객의 경우, 행사 안내와 안전 관리가 만족도에 큰 영향을 미친다는 결과는, 축제 기획자들이 이러한 그룹을 위한 세심한 안내 시스템을 구축할 필요성을 제기한다. 예를 들어, 가족 동반 방문객을 위해 축제 장소에서 아이들이 안전하게 즐길 수 있는 가족 전용 휴게 공간이나 안내소를 마련하고, 각 행사장마다 명확한 안내 표지판을 설치하는 것이 도움이 될 것이다. 또한, 가족들이 행사 진행 상황을 쉽게 알 수 있도록 모바일 애플리케이션을 통해 실시간 정보를 제공하는 방식도 고려될 수 있다.

반면, 친구나 지인, 동료와 함께 방문한 방문객은 축제 프로그램의 내용에 더 많은 관심을 두며, 이들은 주로 축제의 다양한 활동과 이벤트에 흥미를 느낀다. 이러한 그룹을 위해서는 더 창의적이고 다채로운 프로그램을 마련하는 것이 중요하다. 예를 들어, 강릉단오제에서는 전통 공연 외에도 젊은 세대가 즐길 수 있는 현대적인 공연이나 체험 프로그램을 추가하여 방문객의 참여를 유도할 수 있다. 이러한 프로그램은 방문객이 축제와 더 깊이 연결되도록 하여 만족도를 극대화할 수 있을 것이라 판단된다.

본 연구는 동반자 유형을 가족/친지 동반자와 친

구/지인/동료 동반자로 구분하여 분석하였음에도 불구하고, 동반자 유형에 대한 더 세분화된 분석이 이루어지지 않았다. 예를 들어, 아이를 동반한 가족과 성인 가족의 요구 사항은 다를 수 있고, 친구와 동료를 구분하는 것도 만족도에 영향을 미치는 요인을 더욱 구체적으로 파악하는 데 도움이 될 수 있다. 또한 본 연구의 샘플의 과반수 이상이 축제 개최 지역에서 온 참가객이었다는 점은 연구 결과의 해석에 유의를 요하는 부분이라고 할 수 있다. 지역축제에 지역민의 참가율이 높은 것은 특이한 현상은 아니지만(Kim, 2024), 지역민이 타지역 방문객에 비해 축제의 내용과 현장 상황에 익숙할 수 있다는 점에서 축제 품질 평가에 영향을 미치는 요소로 작용할 수 있다. 따라서 향후 연구에서는 동반자 유형과 축제 방문객의 거주/출신지역에 따른 더욱 세밀한 세분화를 통해 만족도에 영향을 미치는 요인을 심층적으로 분석할 필요가 있다.




[References]

- [1] Anderson, J.C., and Gerbing, D.W. (1988). Structural equation modeling in practice: A review and recommended two-step approach. *Psychological Bulletin*, 103(3), 411-423.
- [2] Baker, D.A., and Crompton, J.L. (2000). Quality, satisfaction and behavioral intentions. *Annals of Tourism Research*, 27(3), 785-804.
- [3] Brown, A.E., and Sharpley, R. (2019). Understanding festival-goers and their experience at UK music festivals. *Event Management*, 23(4-5), 699-720.
- [4] Cho, M.S., and Jo, S.C. (2021). The effect of artificial intelligence hotel experiential value on

- customer satisfaction and revisit intention according to the type of companion. *Journal of Hospitality and Tourism Studies*, 23(1), 71-88. (조민숙, 조성찬. (2021). 동반자 유형에 따른 인공지능 호텔에 대한 경험적 가치가 고객 만족 및 재방문 의도에 미치는 영향. *호텔관광연구*, 23(1), 71-88)
- [5] Choo, H., Ahn, K., and Petrick, J.F. (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.
- [6] Choo, S.W. and Kim, M.H. (2019). A study on the differences in service quality according to the attendees' characteristics in the festival. *Northeast Asia Tourism Research*, 15(2), 229-242. (추승우, 김민형. (2019). 축제 참가자 특성에 따른 서비스품질 인식 차이에 관한 연구. *동북아관광연구*, 15(2), 229-242).
- [7] Chung, S.H. (2010). Relationships between service quality, perceived value, satisfaction, and loyalty: A case of IhoTewoo festival in Jeju. *Northeast Asia Tourism Research*, 10(11), 391-402. (정승훈. (2010). 지역축제의 서비스품질, 지각된 가치, 만족, 충성도의 영향 관계: 제주이호테우축제를 사례로. *동북아관광연구*, 10(11), 391-402)
- [8] Crompton, J.L., and Love, L.L. (1995). The predictive validity of alternative approaches to evaluating quality of a festival. *Journal of travel research*, 34(1), 11-24.
- [9] Decrop, A. (2005). Group processes in vacation decision-making. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 18(4), 23-36.
- [10] Duran, E., Hamarat, B., and Özkul, E. (2014). A sustainable festival management model: The case of International Troia Festival. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 8(2), 173-193.
- [11] Edson, G. (2004). Heritage: Pride or passion, product or service?. *International Journal of Heritage Studies*, 10(4), 333-348.
- [12] Fornell, C., and Larcker, D.F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39-50.
- [13] Gangneung Danoje Festival Committee. (n.d.). Gangneung Danoje Festival official website. <https://www.danojefestival.or.kr/> (강릉단오제위원회. (n.d.). 강릉단오제 공식 홈페이지. <https://www.danojefestival.or.kr/>)
- [14] Getz, D., and Frisby, W. (1991). Developing a municipal policy for festivals and special events. *Recreation Canada*, 19(4), 38-44.
- [15] Getz, D., and Page, S. J. (2016). Event and festival research: A review and research directions. *International Journal of Event and Festival Management*, 7(2), 103-110.
- [16] Ho, J. M., Tiew, F., and Adamu, A. A. (2022). The determinants of festival participants' event loyalty: A focus on millennial participants. *International Journal of Event and Festival Management*, 13(4), 422-439.

- [17] Hong, M.J. (2020). The influence of travel companions' likeability perception on travel conflict and satisfaction: Travel companion type as a moderating variable. *Journal of Hospitality and Tourism Studies*, 22(1), 57-74. (홍민정. (2020). 여행동반자에 대한 호감 지각이 여행갈등 및 만족에 미치는 영향: 여행동반자 유형을 조절변수로. *호텔관광연구*, 22(1), 57-74)
- [18] Hyde, K. F., and Lawson, R. (2003). The nature of independent travel. *Journal of Travel Research*, 42(1), 13-23.
- [19] Kaplanidou, K., and Vogt, C. (2007). The interrelationship between sport event and destination image and sport tourists' behaviours. *Journal of Sport & Tourism*, 12(3-4), 183-206.
- [20] Kim, K., and Uysal, M. (2003). Perceived socio-economic impacts of festivals and events among organizers. *Journal of Hospitality & Leisure Marketing*, 10(3-4), 159-171.
- [21] Kim, K., Uysal, M., and Chen, J. S. (2001). Festival visitor motivation from the organizers' points of view. *Event Management*, 7(2), 127-134.
- [22] Kim, Y. K. (2024). Local festival visitors' evaluation on the festival program: Focused on the Sungju Melon · Life · Culture festival. *Korean Local Government Review*, 25(4), 77-97. (김영규. (2024). 지역축제 방문객의 축제프로그램 평가. *한국지방자치연구*, 25(4), 77-96)
- [23] Le, T. H., and Arcodia, C. (2018). Risk perceptions on cruise ships among young people: Concepts, approaches and directions. *International Journal of Hospitality Management*, 69, 102-112.
- [24] Lee, I., and Arcodia, C. (2011). The role of regional food festivals for destination branding. *International Journal of Tourism Research*, 13(4), 355-367.
- [25] Lee, H., Hwang, H., and Shim, C. (2019). Experiential festival attributes, perceived value, satisfaction, and behavioral intention for Korean festivalgoers. *Tourism and Hospitality Research*, 19(2), 199-212.
- [26] Lee, J. S., Lee, C. K., and Choi, Y. (2011). Examining the role of emotional and functional values in festival evaluation. *Journal of Travel Research*, 50(6), 685-696.
- [27] Lee, S. H., and Lee, H. R. (2018). The effects of super deluxe hotels service convenience on positive emotion, customer satisfaction: Focused on the moderating effect of companion type. *Journal of Tourism and Leisure Research*, 30(9), 289-308. (이상호, 이형룡. (2018). 특급호텔기업의 서비스편의성이 긍정적 감정과 고객만족에 미치는 영향: 동반자유형의 조절효과를 중심으로. *관광레저연구*, 30(9), 289-308).
- [28] Mason, P., and Beaumont-Kerridge, J. (2004). Motivations for attendance at the 2001 Sidmouth International Festival: Fun, family, friends, fulfilment or folk? In P. Long and M. Robinson (Eds.), *Festivals and Tourism: Marketing, Management and Evaluation* (pp. 33-46). Sunderland: Business Education Publishers.
- [29] Mason, M. C., and Paggiaro, A. (2012). Investigating the role of festivalscape in culinary tourism: The case of food and wine events. *Tourism Management*, 33(6), 1329-1336.

- [30] Moscardo, G. (2007). Analyzing the role of festivals and events in regional development. *Event Management*, 11(1-2), 23-32.
- [31] Park, J., Lee, G., and Park, M. (2011). Service quality dimensions perceived by film festival visitors. *Event Management*, 15(1), 49-61.
- [32] Woo, S. U. (2014, May 31). *Dano Festival: From Long-standing 'Origin Disputes' to a Platform for Exchange*. SBS News.
https://news.sbs.co.kr/news/endPage.do?news_id=N1002417400&plink=COPYPASTE&cooper=SBS_NEWSEND (우상욱. (2024, 5월 31일). 단오, 해묵은 '원조 갈등' 대신 교류의 장으로. SBS News).
- [33] Sim, S., and Park, K. (2009). The impact of servicescape on the satisfaction and behavioral intention of visitors in festival settings. *Journal of Tourism Sciences*, 33(3), 369-390 (심상욱 and 박근수. (2020). 축제행사장 서비스스케이프가 방문객의 만족과 행동의도에 미치는 영향에 관한 연구. *관광학연구*, 33(3), 369-390).
- [34] Shin, C.Y., Song, H.J., and Lee, C.K. (2012). A study on the structural relationship among festival quality, perception of festival theme, perceived value, and satisfaction: Case of 2011 Jecheon International Oriental Medicine Expo. *International Journal of Tourism Management and Sciences*, 26(6), 205-225. (신창열, 송학준, 이충기. (2012). 축제품질, 축제주제 인식, 지각된 가치, 만족도 간 구조관계 연구. *관광연구*, 26(6), 205-225)
- [35] Um, J., Seo, J., and Yoon, S. (2017). A study on the influencing relationship among image of the festival, city brand equity, and regional loyalty. *Journal of Service Research and Studies*, 7(3), 1-19. (엄지영, 서정아, 윤선영. (2017). 축제 이미지, 도시브랜드자산, 지역 애호도 간의 영향관계 연구. *서비스연구*, 7(3), 1-19)
- [36] Van Winkle, C. M., Woosnam, K. M., & Mohammed, A. M. (2013). Sense of community and festival attendance. *Event Management*, 17(2), 155-163.
- [37] Yoon, Y.S., Lee, J.S., and Lee, C.K. (2010). Measuring festival quality and value affecting visitors' satisfaction and loyalty using a structural approach. *International Journal of Hospitality Management*, 29(2), 335-342.
- [38] Yoon, Y., and Uysal, M. (2005). An examination of the effects of motivation and satisfaction on destination loyalty: A structural model. *Tourism Management*, 26(1), 45-56.
- [39] Zhang, Y.L., Lee, I.S., and Choo, S.W. (2022). A study on the influence of festival quality on the participants' emotional response and re-participate intention: Focused on the Qingdao International Beer Festival in China. *Journal of Tourism and Leisure Research*, 34(2), 167-184. (장옥려, 이익성, 추승우. (2022). 축제 참가자의 축제품질, 감정반응 및 재참가 의도의 관계 연구: 중국 칭다오 국제맥주축제를 중심으로. *관광레저연구*, 34(2), 167-184)

	<p>Jaeseok Lee (jaeseok.lee@gwnu.ac.kr)</p> <p>Jaeseok Lee is an assistant professor in the Department of Tourism Management at Gangneung–Wonju National University. He received his Ph.D. in Business Administration with a concentration in Tourism and Sport from Temple University. His research interests lie in tourist decision–making process, casino gaming behavior, and latent variable analysis.</p>
	<p>Sangguk Kang (kriver39@gwnu.ac.kr)</p> <p>Sangguk Kang is an associate professor in the Department of Tourism Management at Gangneung–Wonju National University. He holds a Ph.D. in Health & Wellness Design with a focus on Tourism and Leisure from Indiana University. His research interests include the quality of life related to health and leisure, as well as the behaviors of travelers with disabilities.</p>
	<p>Jooa Baek (baekj@jejunu.ac.kr)</p> <p>Jooa Baek is an associate professor in the Department of Tourism Management at Jeju National University. She received her Ph.D. in Business Administration with a concentration in Tourism and Sport from Temple University. Her research interests lie in hotel operations, service management, and consumer behaviors.</p>

What makes a cultural festival successful?: Quality and satisfaction of 2023 Gangneung Danoje Festival

Jaeseok Lee* · Sangguk Kang** · Jooa Baek***

ABSTRACT

The Gangneung Danoje Festival, recognized as a UNESCO Intangible Cultural Heritage of Humanity, is one of Korea's largest cultural festivals, featuring various citizen-participation events and a nationwide marketplace. Notably, it attracts over 600,000 visitors annually as of 2023, without relying on popular musical performances typically seen in other regional festivals. Given the significant impact of the festival on local communities and economies, as well as the necessity of sustaining its long-term growth, the importance of researching festival service quality is evident. Although previous studies on festivals exist, further in-depth research on the service quality of the Gangneung Danoje Festival is necessary to address the limitations of regional festivals and the intangible nature of cultural festivals. Furthermore, festival visitor behavior and experiences tend to vary depending on their companions, necessitating a comparative analysis of how service quality differs by companion type. This study primarily aims to analyze the impact of festival service quality on festival satisfaction among attendees of the 2023 Gangneung Danoje Festival. Secondly, it conducts a comparative analysis of the aforementioned relationship based on companion type. The results indicate that, for the overall group, festival programs and safety management significantly influence visitor satisfaction. More specifically, for visitors accompanied by family or relatives, event guidance and safety management were significant factors in satisfaction, while festival programs were key factors for those attending with friends, acquaintances, or colleagues. Based on these findings, a discussion of the results and their implications are presented in the conclusion.

Keywords: Gangneung Danoje Festival, Cultural Festival, Festival Service Quality, Satisfaction, Behavioral Intention

* First Author, Assistant Professor, Department of Tourism Management, Gangneung-Wonju National University

** Co-Author, Associate Professor, Department of Tourism Management, Gangneung-Wonju National University

*** Corresponding Author, Associate Professor, Department of Tourism Management, Jeju National University