

지역축제 서비스 품질의 방문객 만족 영향요인

— 기지시 줄다리기 축제 —

신현배 · 박덕병*

공주대학교 산업과학대학 지역개발학부(충남 예산군 예산읍 대학로 54)

Factors Influencing Visitors' Satisfaction in Local Festival

— Case of Gigisi Folk Festival —

Hyun-Bae Shin · Duk-Byeong Park*

Department of Regional Development, College of Industrial Science, Kongju National University, Korea

Abstract

The concept of visitor satisfaction and service quality are notably two important concepts in marketing. Two concepts are important in addressing theoretical as well as practical issue for marketers and consumer researchers. The study aims to identify the factors influencing visitor satisfaction in local folk festival. Data were collected from 432 residents of festival visitors through structured survey questionnaires. Results showed that whereas program contents and staff were more like positively to affect visitor satisfaction, accommodation and amenity affected visitor satisfaction negatively. Therefore, in order to visitors' satisfaction, practitioners and policy makers need to develop program contents and staff ability.

Key words: service quality, visitor satisfaction, Gigisi festival

1. 서론

서비스품질과 방문객 만족은 성공적인 축제나 이벤트를 위해서 가장 중요한 두 가지 개념이다(Ayob, & Said, 2010; Baker, & Crompton, 2000; Beaven, & Laws, 2007; Cole, & Illum, 2006; Childress, & Crompton, 1997; Crompton, & Love, 1995; Getz, 2002; Lee, & Beeler, 2007; Park, Daniels, Brayley, & Harmon, 2008; Thrane, 2002). 지역축제는 관광시즌 연장 및 지역홍보 강화를 통한 지역경제 활성화를 위한 핵심정책으로 간주되고 있다(김철원, 서현숙, & 이태숙, 2013; Getz, 2005; Getz, Anderson, & Larson, 2006; Huang, Li, & Cai, 2010). 뿐만 아니라 지역축제는 지역문화

전승과 지역주민의 유대증진과 지역정체성 형성에 매우 중요한 기여를 하고 있다(Getz, 1997). 지역축제는 지역이미지 제고(김성조, 임재문, & 유창근, 2014; 정연정, 2009; Wilson, Arshed, Shaw, & Pret, 2017) 혹은 지역경제발전의 전략(문성중, & 손대현, 2007; 오순환, 2017; 손해경, & 윤유식, 2013; Getz, 1997; Getz, Anderson, & Carlson, 2010)을 위한 중요한 정책 수단으로 간주하고 있다.

우리나라 축제는 지방자치제가 도입된 1995년 이후 양적으로 급격한 성장을 하고 있다(허문경, 2013). 문화체육관광부(2018)의 분석에 의하면, 지역축제의 개최 수는 2016년 693개에서 2017년 733개로 5.8% 증가하였는데, 이는 각 지자체당 4개 이상이며, 전국적으로는 1,000개 이상의 축제가 개최되고 있는 것을 알 수 있

주요어: 서비스 품질, 방문객 만족, 기지시 줄다리기 축제

* 교신저자(박덕병) 전화: 041-330-1383 e-mail: parkdb85@kongju.ac.kr

다. 지역축제가 지속가능한 축제로 성장하기 위해서는 매력적인 축제콘텐츠 개발, 지역주민의 자발적인 축제참여, 축제서비스 품질 향상, 축제 재정자립도 향상, 민간주도형 축제를 위한 축제 전문가 육성이 필요하다.

일반적으로 서비스 품질 만족은 축제 목적지의 속성과 관련되어 있는 것으로 축제 서비스 제공자가 방문객에게 부여하는 기회로 프로그램, 시설, 서비스, 활동 등과 같은 것이다. 이러한 서비스의 품질은 축제 기획자나 운영자의 통제 하에 있는 속성을 의미한다. 반면에 전반적 만족은 이러한 속성과 방문객과의 상호작용의 결과로서 방문객이 경험을 통하여 획득할 수 있는 것으로 축제 기획자나 운영자가 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 나타내고 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 충성도와 만족과의 구조적 영향관계를 분석한 연구(Cole, & Illum, 2006; Lee, & Beeler, 2009; Yuan, & Jang, 2008)이다. 셋째, 주로 구조방정식 모형을 이용하여 서비스 품질을 속성별로 구분하여 전반적 만족에 영향을 미치는 서비스 품질 요소를 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 요소를 도출하고, 서비스 품질 요소가 만족에 미치는 영향을 밝히는 연구는 축제 운영자나 기획자가 효과적인 축제 운영 및 관리를 위해서 매우 중요하다. 도시축제를 대상으로는 서비스 품질에 대한 연구가 활발하게 이루어져 왔으나, 국내 농촌지역에서 개최되는 축제를 대상으로 서비스 만족과 품질과의 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 지역축제 서비스 품질 개선을 위해서는 지역축제를

대상으로 서비스 만족과 품질과의 관계에 대한 차별화된 연구가 활발히 이루어질 필요가 있다.

특히 민속축제와 같이 오랜 기간 동안 전통적으로 이루어져 오고 있는 지역축제는 점점 더 그 중요성이 강조되고 있다. 많은 관광목적지에서 지역축제는 방문객의 경험을 풍부하게 하고, 방문객에게 보다 더 많은 관광 매력물을 제공하기 위한 마케팅 전략 차원에서 중요한 방법 중의 하나로 증시되고 있다. 그럼에도 불구하고, 새로운 축제나 이벤트를 도입하는 것이 보다 더 많은 관광객을 유치하고 축제를 성공적으로 개최할 수 있을 것이라는 단순한 신념을 갖게 되는 경우가 많다(Park, Lee, & Park, 2009). 그러나 축제의 성공은 방문객의 서비스품질 평가와 방문객 만족 영향요인을 고려하는 세밀한 분석 없이는 이루어질 수 없다.

본 연구는 이런 상황에서 국내의 대표적인 민속축제인 기지시 줄다리기를 축제를 연구대상으로 하여 지역축제 발전을 위한 방안을 모색하고자 수행하였으며 그 세부내용으로는 지역축제 서비스 품질이 방문객 만족에 어떠한 영향을 미치는지에 대한 연구를 수행하였다. 이를 위해서 본 연구는 첫째, 선행연구를 통해 지역축제의 서비스 품질 요소를 도출하고 분석한다. 둘째, 축제에 참가한 방문객의 인구통계적 특성과 관광행동 특성을 통해 그 실태를 파악한다. 셋째, 요인분석을 통해 도출된 서비스 품질 요인들의 구조를 밝힌다. 넷째, 지역축제 서비스 품질 구조요인과 전반적인 만족도의 관계를 규명한다. 이를 통해 지역축제를 개최하는 지자체의 기획자와 운영자가 축제경험을 확장시키고, 만족도를 높이기 위한 중요변수로서 축제 서비스 품질의 속성을 관리하는 방안을 제시하고자 한다.

2. 문헌고찰

2.1. 기지시 줄다리기를 축제의 역사와 현황

기지시 줄다리기를 민속축제는 충청남도 당진시 기지시리에서 매년 거행되고 있는데 축제가 언제부터 시작된 것인지에 관한 확실한 문헌기록이나 고증은 없으나 약 400여 년 전부터 시작되었을 것으로 추정(안이영노, & 김광욱, 2004; 이인화, 2009; 정형기, & 이길호 2013)하고 있다. 이 지역주민들은 음력으로 윤년이 있는 해마다 마을을 물위 동네와 물아래 동네로 편을 갈라 줄다리기를 뿐만 아니라 씨름, 농악 등 다양한 행사를 함께 개최한다. 기지시 줄다리기를 축제는 한해의 풍요와 평안을 기원하고 마을사람들의 화합을 위해 시작된 전통적인 마을의 잔치였다.

기지사 줄다리기는 1982년 중요무형문화제 제75호로 지정되었다. 2015년에 캄보디아, 필리핀, 베트남의 줄다리기 등 4개국이 함께 ‘줄다리기 의례와 놀이’라는 이름으로 유네스코 인류무형문화유산에 공동으로 등재되었다(기지사 줄다리기 홈페이지, 2018).

기지사 줄다리기 축제는 500여명이 두 줄을 제작하고, 6,000여명이 두 줄을 나누어 이동하며 행사에는 70,000명 가량 까지 줄다리에 직접 참여할 수 있다(안이영노, & 김광욱, 2004; 이인화, 2009). 이것은 사람들의 협동과 공동 작업만으로도 체험적 오락과 볼거리 양자를 제공하는 축제 콘텐츠의 장치를 마련하는 것으로 볼 수 있다.

2018년도 기지사 줄다리기 축제의 통계를 살펴보면 총 방문객 수는 약 40,000명으로 직접적 경제효과는 외래 관광객과 지역주민 방문객을 합하여 약 18억2천백만원으로 나타났다(기지사 줄다리기 민속축제 평가보고서, 2018). 기지사 줄다리기 축제는 2015년 유네스코 인류무형문화유산으로 등재된 이후 역사 유산적 의미와 가치를 가진 축제로서 당진시의 지역경제 활성화에도 그 효과가 매우 큰 민속축제로 발전하고 있다.

2.2. 선행연구

Herzberg, Mausner, & Snyderman(1959)의 동기위생이론에 따르면, 만족을 느끼게 하는 요인은 동기부여요인이라고 하고, 불만족을 느끼게 하는 요인은 이러한 불만족을 느끼게 하는 상황을 제거하여 좋은 환경을 유지하는 요인이므로 이를 위생요인(hygiene factor) 혹은 환경요인(environmental factor)이라고 부른다. 적극적인 만족을 느끼게 하는 요인이 불만족을 느끼는 요인이 되지 않는 경향이 있다는 것이다. 즉 만족감을 느끼게 하는 요인은 불만족을 느끼게 하는 요인과 관계가 없다는 것이다. Herzberg의 동기위생이론을 서비스품질과 만족에 적용한 연구가 거의 없지만, 본 연구는 이 이론을 적용해 보고자 한다.

서비스 품질과 방문객 만족도에 대한 연구는 서비스 마케팅 분야에서 많은 주목을 받아왔으며 체계적으로 분석되어 왔다. 축제 및 이벤트 분야에서 서비스품질과 만족에 관한 연구는 Brown (1989)에 의해 시작되었다. 이후 Crompton, & Love (1995)와 Childress, & Crompton (1997), Cole, & Illum (2006), Hong (2003), Thrane (2002), Tomas, Scott, & Crompton (2002), Baker, & Crompton (2000)의 후속연구에 의해서 발전되었다. 서비스 품질은 가변성과 무형성으로 인해 상품에 대한 품질보다 더 복잡한 특성을 보이고 있다(O'Neil *et al.*, 1999). 파라슈리만에 의해서 (Parasuraman *et al.*, 1988) 처음 SERVQUAL이 도입된 이후 이

모델은 서비스 분(1959)아와 관광에 널리 도입되고 있다(Atilgen *et al.*, 2003; DeMoranville, & Bienstock, 2003; Hsieh *et al.*, 2008).

최근 축제의 연구에서는 서비스 품질 속성을 분석하여 어떤 속성이 충성도와 만족도에 영향을 미치고 있는지를 제시하고 있다. 축제와 관련된 연구에서 서비스 만족과 품질과의 관계를 분석한 연구를 살펴보면 다음과 같다(표 1).

고호석(2009)은 경북고령 대가야체험축제 방문객 466명을 분석한 결과, 지역축제 서비스 품질을 축제프로그램, 축제장 시설, 축제 안내서비스, 축제 매력성, 축제 상품성 등의 5가지 요인으로 분류하였는데 축제 상품성 요인을 제외한 나머지 요인에서 통계적으로 유의한 정의 영향을 주는 것으로 나타났으며 지역축제 방문객의 만족도는 방문객 충성도(추천의사, 재방문의사)에 정의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

심규원, & 이주희(2010)는 대구 약령시 한방축제 방문객 400명을 분석한 결과, 축제의 서비스 품질을 구성하는 요인 중 축제 경험과 축제서비스 요인은 방문객 만족에 정의 영향을 주는 것으로 나타났으며 영향을 주는 크기는 축제의 경험이 축제 서비스보다 높게 나타났다. 또한 방문객 만족도는 재방문이나 긍정적 구전을 전파할 의향과 같은 방문객 충성도에 정의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

심상화(2010)는 강릉 단오제 방문객 342명을 분석한 결과, 기능적 품질, 사회적 품질, 기술적 품질의 요소들은 시설여건과 접근성을 제외하고 전반적 서비스 품질에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 또한 전반적 서비스 품질이 방문객 만족에 정의 방향으로 영향을 미치는 것으로 나타났으며 방문객 만족은 행동의도인 재방문의사에 정의 방향으로 영향을 미치는 것으로 나타났다.

김홍철(2012)은 익산시 전국돌문화축제 방문객 228명을 대상으로 서비스 품질과 방문객의 축제 만족도와 의 관계를 분석한 결과, 축제서비스품질에서는 하드웨어적 품질요소만이 축제 만족도에 유의한 영향을 주는 것으로 나타났다.

최화식, & 김현욱(2012)은 화천군 산천어 축제 방문객 417명을 분석한 결과, 서비스 질과 서비스만족은 체험 전에 비해 체험 후의 평가가 모든 항목에서 높게 나타났으며 서브퀵의 5가지 요소들은 모두 서비스 만족도에 정의 영향이 있는 것으로 나타나 축제의 서비스 질은 서비스 만족도에 직접적으로 유의미한 영향을 주는 것으로 나타났다.

Özdemir, & Çulha (2009)는 터키 에베소서 낙타 레슬링 축제 방문객을 분석한 결과, 편리성, 운영자, 기념품, 음식과 같은 속성들은 방문객 충성도나 만족이 간접적인 영향을 미치고 있는 반면에, 축제 프로그램은 방문객 충성도나 만족이 직접적인 영향을

미치고 있다는 것으로 나타났다.

Papadimitriou (2013)는 그리스 파트라스 축제 방문객 452명을 대상으로 서비스 만족과 충성도, 품질의 구조관계를 분석한 결과, 축제경험과 고유활동은 만족에 정적인 영향을 미치고 있는 반면에, 축제 에메니티는 만족에 정적인 영향을 미치지 않았다.

Bruwer (2014)는 호주 포도주 축제 방문객 358명을 대상으로 서비스 만족과 품질과의 관계를 상관관계를 분석한 결과, 오락 및 식음료, 축제 일반적 특징·서비스 진행요원, 축제배너 및 정보 요인, 편안한 에메니티가 축제의 전반적 만족과 정적인 상관관계가 나타났다

Lee, Sung, Suh, & Zhao (2017)는 미국 플로리다 마이애미 음식와인축제 방문객 450명을 대상으로 축제의 서비스 품질과 만족

과의 관계를 구조방정식 분석을 실시한 결과, 최고의서비스, 투자 수익, 미적 감각이 전반적 만족에 정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다.

Zheng *et al.*, (2017)는 중국 상하이 해양문화 및 지속가능성 관광 방문객 301명을 분석한 결과, 축제 서비스 품질로 도출된 문화경관, 자연경관, 교통시설, 음식 맛·모양, 관광상품 특징이 전반적으로 만족도에 영향을 미치는 것으로 나타났다.

선행연구를 요약하면 다음과 같다. 방문자 만족에 영향을 미치는 요인은 두 가지로 나눌 수 있는데 첫째, 축제 기획자가 통제 가능한 서비스품질과 통제가 가능하지 않는 서비스 품질이며, 둘째, 통제 가능한 서비스 품질은 시설중심의 서비스품질, 활동중심 서비스 품질로 구분해 볼 수 있다.

(표 1) 선행연구

연구자	대상	분석 방법	연구결과
고호석(2009)	경북고령 대야아체합축제 방문객 466명	공변량 구조분석	축제프로그램, 축제장시설, 축제안내서비스, 축제의 매력성 요인에서 방문객 만족도에 통계적으로 유의한 정의 영향을 주는 것으로 나타났으나 축제의 상품성 요인은 통계적으로 유의적인 영향을 미치지 못하는 것으로 나타남
심규원, & 이주희(2010)	대구 약령시 한방축제 방문객 400명	공분산 구조분석	축제의 서비스 품질을 구성하는 요인 중 축제경험과 축제서비스 요인은 방문객 만족에 정의 영향을 주는 것으로 나타났으며 영향을 주는 크기는 축제의 경험이 축제서비스보다 높게 나타남
심상화(2010)	강릉 단오제 방문객 342명	회귀분석	서비스품질이 방문자 만족에 정의 방향으로 영향을 미치는 것으로 나타났으며 방문자 만족은 행동의도인 재방문 의사에 정의 방향으로 영향을 미침
김홍철(2012)	익산 전국돌문화축제 방문객 288명	공변량 구조분석	축제서비스품질에서는 하드웨어적 품질요소만이 축제만족도에 유의한 영향을 주는 것으로 나타남
최화식, & 김현욱(2012)	화천 산천어 축제 방문객 417명	회귀분석	서비스 질과 서비스만족은 체험전에 비해 체험 후의 평가가 모든 항목에서 높게 나타났으며 서브필의 5가지 요인들은 모두 서비스 만족도에 정(+)의 영향이 있는 것으로 나타나 축제의 서비스 질은 서비스 만족도에 직접적으로 유의미한 영향을 주는 것으로 나타남
박덕병, 이민수, 김소윤, & 신현배(2017)	예산향토사과축제 방문객 206명	회귀분석	프로그램 및 축제상품, 진행요원이 방문객 만족에 정적인 영향을 미치는 것으로 나타남.
Özdemir, & Çulha (2009)	터키 에베소서 낙타 레슬링 축제 방문객	구조 방정식	편리성, 운영자, 기념품, 음식과 같은 속성들은 방문객 충성도나 만족에 간접적인 영향을 미치고 있는 반면에, 축제 프로그램은 방문객 충성도와 만족에 직접적인 영향을 미침
Papadimitriou (2013)	그리스 파트라스 축제 방문객 452명	구조 방정식	만족에 정적인 영향을 미치는 요인은 축제경험, 축제고유활동이었으며, 축제에 에메니티는 영향을 미치지 않음
Bruwer (2014)	호주 포도주 축제 방문객 358명	상관관계 분석	축제 일반적 특징·서비스 진행요원, 축제배너 및 정보, 오락 및 식음료, 편안한 에메니티 요인이 축제의 전반적 만족과 정적인 상관관계가 있음
Yoon, Lee, & Lee (2010)	한국 풍기인삼축제 방문객 1,129명	구조 방정식	정보서비스, 프로그램, 기념품, 음식, 시설 중에서 프로그램, 기념품, 음식, 시설이 축제가치와 방문객 만족에 영향을 줌
Lee, Lee, Lee, & Babin (2008)	한국 안동탈춤축제 방문객 472명	구조 방정식	편의성, 운영자, 정보, 프로그램, 시설, 기념품, 음식 중에서 프로그램, 시설, 음식이 방문객 만족에 영향을 줌
Lee, Sung, Suh, & Zhao (2017)	미국 플로리다 마이애미 음식·와인축제 방문객 450명	구조 방정식	최고의 서비스, 투자수익, 현실도피, 미적 감각이 전반적 만족에 정적이 영향
Zheng, Wang, Tsai, Li, & Wang (2017)	중국 상하이 해양문화 및 지속가능한 관광 방문객 301명	회귀 분석	음식 맛·모양, 교통시설, 관광상품, 자연경관, 문화경관이 전반적 만족에 정적인 영향

그리하여 시설중심의 서비스 품질이 방문객 만족에 영향을 미치는 연구(Cho, Byun, & Shin, 2014)와 활동이 방문객 만족에 영향을 미치는 것으로 제시된 연구(김홍철, 2012; 심규원 & 이주희, 2010; 심상화, 2010; 최화식, & 김현욱, 2012; Bruwer, 2014; Lee, Sung, Suh, & Zhao, 2017; Özdemir, & Çulha, 2009; Papadimitriou, 2013)가 있다.

그리고 시설과 활동중심 서비스 품질 모두가 만족에 영향을 미치는 것으로 제시된 연구(고효석, 2009)가 있다. 특이한 연구결과로 제시된 것은 시설적인 요소가 만족에 부정적인 영향을 미치는 것으로 제시된 연구(Zheng, Wang, Tsai, Li, & Wang, 2017)가 있다. 특히 에메니티나 경관이 방문객 만족에 영향을 미치는 것으로 제시된 연구(Bruwer, 2014)가 있다. 이러한 요인은 축제 기획자나 운영자가 통제할 수 있는 서비스 품질로서 축제 스케이프(festivalscape)(Bruwer, & Kelley, 2015; Lee, Lee, Lee, & Babin, 2008)나 서비스 스케이프(Bitner, 1992; Siu, Wan, & Dong, 2012)라는 개념으로 최근 새롭게 연구가 시도되고 있다.

3. 연구방법

3.1. 자료수집

자료 수집은 충청남도 당진시의 ‘기지사 줄다리기 축제’ 방문객들을 대상으로 편의 표본추출방법을 통해 이루어졌다. 설문지는 자기기입식 설문지를 이용하였으며, 조사 시기는 2018년 4월 14일부터 15일까지 2일간에 걸쳐 실시되었다.

조사요원은 공주대학교 지역개발학부 학생 7명으로 구성되었으며, 사전에 조사목적, 조사방법, 조사내용에 대한 충분한 사전교육을 받았고, 축제 현장에서 전문가의 조사 시연을 거친 후 설문조사를 시행하였다. 유효성 있는 설문응답을 위해 조사요원들은 방문객들이 설문지에 응답하는 동안 보완설명을 하였고, 응답을 높이기 위해 응답자들에게는 답례품이 지급되었다. 최종적으로 수집된 설문지는 432부이며, 이 중에서 무응답이 높아 신뢰성이 떨어지는 32부를 제외한 400부가 본 연구의 최종 분석에 사용되었다.

3.2. 측정도구

본 연구에서는 서비스 품질 측정을 위해서 지역축제 서비스 품질에 대한 가장 대표적인 국내의 선행연구(Cole, & Illum, 2006;

Papadimitriou, 2013)에서 제시된 측정도구를 토대로 34개의 척도를 구성하였다. 그리고 전문가와 축제방문객을 대상으로 사전 검증을 통해 최종 30개의 지역축제 서비스 품질 척도를 도출하였다.

각 문항의 타당성에 대한 검증은 4명의 관광학 분야 전문가를 통해 이루어졌으며, 부적절하다고 1명 이상이 응답한 문항은 삭제 혹은 수정되었다. 이와 함께 축제 참여 경험이 있는 학생 4명을 대상으로 측정항목의 ‘적절성’ 여부를 평가하도록 요청하였으며, 응답자들이 명확하게 이해하지 못하는 문항을 수정하였다. 이를 통하여 최종적으로 20개 서비스 품질 측정 항목이 선정되었다. 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.

전반적 만족도는 Olive (1981)와 van Raaij, & Frenchen (1984), Baker, & Crompton (2000), Yoon, & Uysal (2005)의 연구를 참고하여 축제 방문객 전반적 만족에 대해 4개 문항을 5점 리커트 척도로 측정하였다. 4개 문항은 “기지사 줄다리기 축제는 내가 즐길 수 있는 좋은 관광지였다”, “축제장을 방문하기로 한 나의 결정에 대하여 만족한다”, “이 축제에 대하여 나의 느낌은 좋다”, “나는 축제 프로그램과 운영에 대하여 전반적으로 만족한다”이다.

3.3. 분석

수집된 자료는 SPSS 25 프로그램을 통해 두 단계로 분석되었다. 첫 번째는 서비스 품질 기저에 존재하는 차원을 도출하기 위해서 요인분석을 실시하였다. 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 요인부하량(factor loading) 값 0.5 이상, 고유치(eigenvalues) 1 이상, 원 변량의 60% 이상 설명력의 기준이 적용되었다.

두 번째 단계에서는 서비스 품질과 축제에 대한 전반적인 만족도와와의 관계를 규명하기 위해서 회귀분석을 실시하였다. 요인분석을 통해 규명된 서비스 품질 차원을 독립변인으로 설정하고, ‘전반적인 만족도’를 종속변인으로 하여 회귀분석을 실시하였다.

4. 연구결과

4.1. 응답자의 특성

응답자의 사회 인구학적 특성은 아래 <표 2>에 나타나 있다. 응답자의 성별에 따른 비율은 여성이 53.0%로 남성의 41.3%에 비해 높았다. 연령별 비율을 살펴보면 '41~50세'가 24.5%로 가장 높은 비율을 나타내었으며, 그 다음으로는 '61세 이상' 22.5%, '51~60세' 21.3%, '31~40세' 11.3%, '21~30세' 7.3%의 순으로 나타났다. 교육수준의 경우 고졸의 비율이 31.5%로 가장 높았고, 그 다음으로는 대졸 26.8%, 전문대졸 15.3%, 중졸 12.5%의 순으로 나타났다.

직업의 경우는 주부가 21.3%로 가장 많았고, 전문직 12.8%, 자영업 12%, 사무행정직 11.3%, 학생 10%의 순으로 나타났다. 월 소득별 비율을 살펴보면, 가구 월 소득이 '301~400만원'이 19%로 가장 높은 비율을 나타내었으며, 그 다음으로는 '201~300만원' 18.5%, '101~200만원' 17.3%, '100만원 이하' 14.5%, '401~500만원' 8.8%의 순으로 나타났다.

<표 2> 응답자의 사회 인구학적 특징

구분	빈도(%)	구분	빈도(%)
성별	남성 165(41.3)	직업	농림수산업 34(8.5)
	여성 212(53.0)		자영업 48(12.0)
연령	20세 이하 31(7.8)		사무행정직 45(11.3)
	21~30세 29(7.3)		생산기술직 22(5.5)
	31~40세 45(11.3)		판매서비스직 16(4.0)
	41~50세 98(24.5)		전문직 51(12.8)
	51~60세 85(21.3)		주부 85(21.3)
	61세 이상 90(22.5)		학생 40(10.0)
교육 수준	초졸 이하 26(6.5)		기타 33(8.3)
	중학교 50(12.5)		월소득
	고등학교 126(31.5)	101~200만원 69(17.3)	
	전문대 61(15.3)	201~300만원 74(18.5)	
	대학교 107(26.8)	301~400만원 76(19.0)	
대학원 이상 10(2.5)	401~500만원 35(8.8)		
		501만원 이상 31(7.8)	

응답자의 관광행동 특성을 살펴보면 <표 3>과 같다. 축제장 방문이 주목적인 경우가 89.8%로 대다수로 나타났으며, 동행인의 경우 혼자(7.5%)보다는 일행과 동행한 경우(91.8%)가 대부분이었다. 동행인이 동료인 경우의 비율이 35.8%로 가장 높았으며, 그 다음으로는 가족이 32.8%, 친구가 18.5%의 순으로 나타났다.

현재 거주 지역을 살펴보면, 축제의 개최지역인 당진시가 61.2%로 가장 높은 비율을 나타내었으며, 그 다음으로는 충남·대전이 18.8%, 수도권이 17%의 순으로 나타났다. 축제기간 동안의 1인당 총 지출비용은 '1~5만원'의 비율이 35.6%로 가장 높았

으며, 그 다음으로는 '6~10만원' 22.8%, '11만원~30만원' 15.9%의 순으로 나타났다.

<표 3> 응답자의 관광행동 특성

구분	내용	빈도(%)	구분	내용	빈도(%)
축제장 방문이 주목적	예	359(89.8)	거주 지역	당진시	241(61.2)
	아니오	36(9.0)		충남·대전일원	74(18.8)
동행인	혼자 왔다	30(7.5)		수도권	67(17.0)
	일행이 있다	367(91.8)		기타	12(3.0)
동행인	가족	131(32.8)	총 여행 비용	1만원 미만	38(9.6)
	친구	74(18.5)		1~5만원	137(35.6)
	동료	143(35.8)		6~10만원	91(22.8)
	기타	23(5.8)		11~30만원	62(15.9)
				31만원 이상	8(2.1)

4.2. 서비스 품질 요인분석

가지시 줄다리기 축제 방문객의 서비스품질 차원을 분석하기 위해서 20개의 선택 속성 변인을 대상으로 요인분석을 실시하였다. 분석 결과, 20개의 변인 모두가 분석에 포함되었으며, 총 3개의 요인이 생성되었다(<표 4>).

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(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 0.947로 나타나 원자료가 요인분석에 적절함을 보여준다.

3개 요인은 총 분산의 62.8%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). 3개 요인의 Cronbach α 값은 모두 0.8 이상으로 높은 내적일관성을 가지고 있는 것으로 나타났다.

요인 1은 '행사가 조직적으로 운영', 행사 내용 구성이 잘 됨, '행사내용을 통한 지역문화를 이해함', '사전홍보 인지' 등 9개 변인을 포함 하고 있으며, 전체변량의 25.0%를 설명하고 있다. 이들 변인들은 축제 운영 내용과 축제 홍보 안내와 관련된 변인들이다. 따라서 요인 1은 '행사내용 및 홍보' 요인으로 명명되었다.

(표 4) 서비스 품질에 대한 탐색적 요인분석

서비스 품질	요인 적재값	Eigen 값	분산 설명력	신뢰도	평균
요인 1. 행사내용 및 홍보		9.952	25.013	.903	3.95
행사가 조직적으로 잘 운영되었다	.800				3.91
행사내용의 구성이 잘 되어있다	.742				3.93
행사내용을 통해 이 지역의 문화를 잘 알게 되었다	.734				4.03
사전홍보로 알고 있었다	.692				3.97
안내시설이 잘 되어 있었다	.655				3.91
행사내용이 다양하다	.645				3.94
직접 참여하는 체험프로그램에 만족한다	.630				3.98
팸플렛이 잘 구비되어 있었다	.575				3.90
직원들의 안내서비스에 만족한다	.556				3.95
요인 2. 진행요원		1.516	19.132	.827	3.38
참가자들은 대체로 친절했다	.818				3.93
직원들의 안내가 도움이 되었다	.808				3.94
관련 직원들과 안내요원들은 친절했다	.794				3.99
참가자들은 질서와 규칙을 잘 지켰다	.707				3.92
요인 3. 편의시설 및 자연환경		1.106	18.725	.907	3.57
벤치나 시설물이 잘 되어있다	.725				3.29
주변 자연경관이 훌륭하다	.714				3.63
주변 지역에 아름다운 환경이 조성되어있다	.674				3.73
지역내 자연시설물을 잘 활용했다	.646				3.73
화장실이 청결하다	.612				3.71
주차시설이 편리하다	.603				3.07
민속축제체험에 필요한 시설이 잘 되어있다	.587				3.81

Total variance extracted = 61.870%, KMO = 0.947
 Bartlett's test of sphericity $\chi^2=4963.447$ ($df=253$, $p<.000$)

1 = 매우 낮다, 3=보통, 5 = 매우 높다

요인 2는 ‘축제 참가자들이 친절’, ‘직원들의 안내가 도움’, ‘안내요원들이 친절’, ‘참가자들 질서 잘 지킴’ 등 4개의 변인을 포함하고 있으며, 전체 변량의 19.1%를 설명하고 있다. 이들 변인들은 축제 참가자와 안내직원들과의 친절도와 관련된 변인들이다. 따라서 요인 2는 ‘진행요원’ 요인으로 명명되었다.

요인 3은 ‘벤치나 시설물이 잘 되어 있음’, ‘주변지역 경관 훌륭’, ‘주변지역 경관 훌륭’, ‘지역 내 자연시설물 잘 활용’, ‘화장실 청결’, ‘주차 시설 편리’ ‘축제 체험 시설 잘되어 있음’ 등 7개의 변인을 포함하고 있으며, 전체 변량의 18.7%를 설명하고 있다. 이들 변인은 편의시설 및 체험시설과 관련되어 있어 ‘편의시설 및 자연환경’ 요인으로 명명되었다.

4.3. 전반적 만족도 영향 요인에 대한 회귀분석

지역축제의 서비스 품질이 축제 방문객의 전반적 만족에 미치

는 영향을 파악하기 위해 다중회귀분석(Multiple Regression Model)을 실시하였다. 종속변수로는 ‘축제 방문객의 전반적 만족도’를 설정하였으며, 독립변수로는 요인분석을 통해 도출된 서비스 품질 3개의 요인(‘행사내용 및 홍보’, ‘진행요원’, ‘편의시설 및 자연환경요인’)으로 설정하였다. 회귀분석 결과는 <표 5>에 나타나 있다.

서비스 품질 3개 변인들은 방문객 만족도 전체 변량의 약 57.2%($R^2=0.572$)를 설명해주고 있다. 이와 함께 F 값은 167.495 ($p<0.001$)로 나타나 도출된 회귀식은 회귀분석 모형 전체에 대해 통계 적으로 1% 수준에서 유의한 것으로 나타났다. 더빈 왓슨(Durbin-Watson) 계수값은 1.952로 나타나 자기상관을 무시해도 문제가 없는 1.5~2.5 사이의 값으로 나타났다. 독립변수간의 다중공선성이 있는지를 확인하기 위하여 VIF(변량팽창계수) 값을 도출한 결과 VIF값은 2.044~2.088로 독립변수간의 다중공선성 문제는 없는 것으로 나타났다.

각 독립변수의 회귀계수 값에 대한 유의성 검정결과는 다음과 같다. 선택 속성 3개의 요인 가운데 ‘행사내용 및 홍보’, ‘진행요원’, ‘편의시설 및 자연환경’ 의 3개 요인은 1% 수준에서 방문객 만족도에 통계적으로 유의한 정적 영향을 미치는 것으로 나타났다.

또한 영향력의 크기를 살펴보면 ‘행사내용 및 홍보($\beta=.647$)’, ‘진행요원($\beta=.209$)’, ‘편의시설 및 자연환경($\beta=-.065$)’ 요인의 순서로 나타났다. 이 같은 결과는 지역축제 방문객의 만족도에 영향을 미치는 변인은 축제 내용 및 축제 홍보, 축제 요원들의 서비스와 친절도가 중요하다는 것을 나타내 주고 있다. 특히 주목해야 할 사항은 편의시설 및 자연환경 요인은 만족도에 부정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다.

(표 5) 축제 방문객의 전반적 만족도에 대한 회귀분석

	B	β	t
상수	.665		4.473
행사내용 및 홍보	.693	.647	13.274**
진행요원	.182	.209	4.302**
편의시설 및 자연환경	-.047	-.065	-1.354**

$R^2=0.572$, $F=167.495$ ($p < 0.001$), Durbin-Watson=1.952, * $p < .05$ ** $p < .01$
 종속변인: 전반적 만족도, 변수투입: enter

5. 결론

지역축제는 관광목적지에서 관광객의 경험을 촉진하기 위한 중요한 수단 중에 하나이다. 관광목적지에서는 지역축제를 통한 지역관광 매력물을 다양화하는 장점을 인식하고 있어, 최근 지자체를 중심으로 연간 1,000여개의 지역축제가 개최되고 있다.

본 연구는 지역경제 활성화 및 지역홍보 등 지역사회에 다양한 편익을 주며 중요시 되고 있는 축제를 대상으로, 축제의 서비스 품질과 방문객의 만족과의 관계를 분석하였다. 특히, 지역의 민속축제 중 하나인 충남 당진시의 ‘기지지 줄다리기 축제’를 중심으로 축제 방문객을 대상으로 설문조사를 실시하여 축제 목적지에 대한 서비스 품질 중 어떤 요소가 방문객 만족에 영향을 미치는지를 확인하였다.

연구결과 지역축제의 서비스 품질을 구성하는 ‘행사내용 홍보’, ‘진행요원’, ‘편의시설 및 자연환경요인’의 총 3개의 요인이 도출되었다. 이것은 기존 선행연구(Childress, Crompton, 1997)에서 도출된 일반적 요인, 특별한 오락요인, 정보원천 요인, 편안함 분위기 요인과는 다소 차이가 있었지만, Cole, & Illum (2006)에서 도출된 활동요인, 어메니티 요인, 오락요인과는 유사한 차원이 도출되었다.

지역축제의 서비스 품질이 방문객 만족에 미치는 영향을 알아보기 위한 회귀분석 결과에서는 3개 요인 모두가 전반적인 만족도에 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 영향력의 크기를 살펴보면 ‘행사내용 및 홍보’, ‘진행요원’, ‘편의시설 및 자연환경’의 순으로 확인되었다. 따라서 축제 내용 및 축제 홍보, 축제 요원들의 서비스와 친절도, 팸플렛 등 행사내용을 홍보하는 노력이 가장 중요할 것이며 이외에도 행사장 안내요원들의 서비스와 친절도, 행사장 편의시설의 상태 등에 대한 부분이 방문객의 만족을 높이는 데 영향을 미치는 결정적인 요소라고 할 수 있다.

이러한 분석결과는 서비스 품질 중에서 ‘행사내용’과 ‘프로그램 및 축제상품’과 ‘진행요원’과 같이 방문객의 활동과 관련된 서비스 품질이 방문객 만족에 정적인 영향을 미친다는 선행연구(Bruwer, 2014; Lee, Sung, Suh, & Zhao, 2017; Özdemir, & Çulha, 2009; Papadimitriou, 2013)와 일치된 결과이다. 본 연구에서 특이한 점은 편의시설은 만족에 부정적인 영향을 미치고 있는 점이다. 이는 편의시설이 방문객 만족에 긍정적인 영향을 미치고 있다는 선행연구(이경모, & 손선미 2009; Bruwer, 2014; Choo, Ahn, & Petrick, 2016; Lee, Sung, Suh, & Zhao, 2017; Song, Bae, & Lee, 2017; Papadimitriou, 2013)와 일치하지 않는 결과이다. 그리고 본 연구에서 자연경관이나 자연환경 또한 방문객 만족에 부정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이것은 선행연구(Bruwer, 2014; Cho, Byun, & Shin, 2014; Son & Lee, 2011)와 일치하지 않는 연구 결과이다.

특히 ‘편의시설이나 자연환경’ 요인은 만족에 부정적인 영향을 미치는 것으로 나타났는데, 이는 Herzberg et al.(1959)의 동기-위생이론에 의하면 축제 자체의 속성인 ‘행사내용 및 홍보’ 요인은 방문객 만족에 영향을 미치는 동기요인(motivator/satisfier)이고, 축제의 환경적 특성과 관련된 ‘편의시설이나 자연환경’ 요인은 방문객의 불만족에 영향을 미치는 위생요인(hygiene/dissatisfier)이기 때문에 만족과 불만족이 별개로 존재하고 있다고 해석할 수 있다. 줄다리기 행사 당일 비가 오는 등 날씨가 좋지 않아서 여러 가지 편의시설이나 주변 자연환경에 만족하지 못하더라도 행사의 주된 이벤트였던 줄다리기 축제에는 상당히 만족하는 것으로 나타났다. Crompton, & Love (1995)에 따르면, 서비스품질은 수행된 정도에 의하여 반응하는 ‘수행품질’(performance quality)이고 만족은 방문객에 얻는 ‘심리적인 편익’ (psychological benefits)이다. 그리하여 축제방문객들은 서비스품질에 대하여서는 속성에 기반에 두고 있어 인지적 평가를 하는데 반하여, 만족은 이러한 인지적 평가를 향한 정서적 반응이다. 그러므로, 축제행사 당일 날씨 등 일기관계로 개별적인 서비스품질 속성에 대해서 만족

하지 못하더라도, 줄다리기 이벤트 행사에 참여하면서 방문객들은 정서적으로 만족하는 경향을 보인 것으로 생각된다.

축제 기획자나 운영자가 통제 가능한 서비스 품질 중에서 만족에 영향을 미치는 요인은 행사내용홍보 요인과, 진행요원요인인 것을 본 연구에서 제시하고 있다. 일반적인 상품이나 서비스와 달리, 축제는 감정이나 정서와 복잡한 시스템적 요소로 구성된 '체험 쾌락적 상품(experiential hedonistic products)'이다. 그리하여 축제경험은 축제 조직체에 의하여 전적으로 만들어지지 않는 측면이 있기 때문에, 축제 기획자나 운영자들은 축제에서 방문객들의 만족이 여러 가지 복합적인 요소에 의해서 만들어짐을 잘 이해하고 있어야 할 것이다.

그리고 편의시설이나 자연환경 요인은 축제 기획자나 운영자가 통제 가능하지 않는 요인들이다. 프로그램이나 행사내용은 축제를 준비하고 진행하는 단계에서부터 고려될 수 있지만, 경관이나 편의시설과 같은 요인들은 지역축제를 처음 기획하는 단계부터 장기적인 계획을 가지고 준비해 나가야 할 것이다.

최근 지역축제에 관심과 중요성이 부각되면서 지역축제는 행사규모와 수를 늘리는 등 큰 폭의 양적성장을 이루었고 전국 지역에서 개최되고 있지만 실질적으로 지역에 미치는 경제적, 사회적 효과는 미비한 상황이다. 지역사회나 기초자치체의 축제 주최자는 지역민속축제를 지역관광을 촉진하기 위한 수단으로 인식하고 있지만, 지배적인 관점은 여전히 지역민속축제를 문화 활동으로 간주한다.

만약 공급자인 지역축제 기획자나 운영자가 통제 가능한 서비스 품질을 관리·운영할 수 있다면 보다 나은 서비스 제공을 통해서 방문객의 만족도를 높일 수 있고 이를 통해 기지시 줄다리기 축제는 다른 지역의 민속 축제에 대한 경쟁우위를 얻는데 보다 더 효과적일 수 있다. 더욱이 농촌지역에서 개최되는 축제는 도시에 비해 규모가 작아 개최 지역의 주민들을 주요 타깃으로 프로그램이나 주제가 다양하다는 특징을 가지고 있다. 누구를 주요 타깃으로 설정할 것인가는 축제 기획이나 마케팅에서 방문객들의 요구하는 서비스품질을 만족시키고 목표고객을 향한 보다 효과적인 전략을 수립하는데 있어서 중요하다. 따라서 지역 축제의 기획자나 운영자가 전략적으로 축제 서비스 품질 속성에 노력과 관심을 집중하여 전략적으로 서비스 품질을 관리·운영할 수 있다면 지역 발전적 측면과 연계되어 지역 경제 활성화에도 긍정적인 영향을 미칠 수 있을 것이다.

본 연구의 한계점은 다음과 같다. 첫째, 본 연구는 방문객 만족에 있어서 기능적인 요소를 중점에 둔 한계를 가지고 있다. 방문객 만족은 기능적인 차원뿐만 아니라, 정서적인 차원의 만족도

고려할 필요가 있다. 기능적인 요소는 방문객들이 깨끗하고 안락한 장소를 찾는 기본적인 물리적 욕구이기 때문에 이를 잘 충족시켜주는 것이 방문객 만족을 증가(Morgan, 2008)시키는데 있어서 일차적으로 중요하다. 그러나 일상탈출, 오락, 신기성과 같은 정서적인 요소 또한 방문동기의 대부분을 차지(Crompton, & McKay, 1997; Gardi, 2014; Nicholson, & Pearce, 2001)하고 있어서 지역축제에서 매우 중요시 하여야 할 것이다. 둘째, 지역축제가 전국적으로 개최되고 있다는 점을 볼 때, 보다 다양한 지역과 축제 유형을 대상으로 연구가 이루어지지 못했기 때문에 연구결과를 일반화하기 어렵다는 점이다. 따라서 향후 연구에서는 농촌 지역에서 이루어지고 있는 다양한 축제를 연구대상으로, 지역축제 고유의 축제 서비스 품질 속성에 대한 폭넓은 연구를 지속한다면 지역 축제 기획자 및 운영자에게 큰 도움이 될 것이다. 셋째, 축제의 핵심적인 프로그램이 운영되는 주말에 우편관계로 방문객들의 서비스품질에 대한 평가가 다소 편이가 발생되었을 것으로 예상하고 있다. 2019년에 개최되는 본 축제의 방문객 조사를 추가로 하여 응답자의 편이를 줄이는 노력이 필요할 것으로 생각된다.

참 고 문 헌

1. 기지시 줄다리기 축제위원회. (2018). 2018 *당진기지시 줄다리기 민속축제 평가보고서*. 당진: 기지시 줄다리기 축제위원회.
2. 기지시 줄다리기 홈페이지. (2018). 국가무형문화제 제75호 기지시 줄다리기. 줄다리기 소개. www.gijisi.com
3. 고희석. (2009). 지역축제 서비스품질이 만족도와 방문객 충성도에 미치는 영향. *농촌관광연구*, 16(2), 25-47.
4. 김성조, 임재문, & 유창근. (2014). 음악축제의 방문 동기 및 태도가 만족도, 충성도에 미치는 영향: 인천 펜타포트 락 페스티벌을 중심으로. *관광학연구*, 38(9), 315-337.
5. 김철원, 서현숙, & 이태숙. (2013). 축제가 지역주민의 삶의 질에 미치는 영향. *관광학연구*, 35(9), 73-92.
6. 김홍철. (2012). 지역축제의 서비스품질과 축제만족도, 사후행동도 간의 구조관계에 관한 연구: 익산 전국돌문화축제를 사례로. *한국지역지리학회지*, 18(3), 326-335.
7. 문성중, & 손대현. (2007). 지자체의 지역축제 정책결정을 위한 우선순위에 관한 연구: 제주지역 축제를 중심으로. *관광연구*, 22(1), 325-342.
8. 문화체육관광부. (2018). *2017년 문화관광축제 종합평가*

- 보고서. 세종: 문화체육관광부.
9. 문화체육관광부. (2017). 2016년 문화관광축제 종합평가 보고서. 세종: 문화체육관광부.
 10. 박덕병, 이민수, 김소윤, & 신현배 (2017). 지역축제 서비스 품질의 방문객 만족 영향요인. *농촌지도와 개발*, 24(5), 185-197.
 11. 삼규원, & 이주희 (2010). 지역축제의 서비스품질이 방문객 만족도 및 충성도에 미치는 영향: 대구 약령시 한방축제를 대상으로. *한국산림휴양*, 14(1), 31-39.
 12. 심상화. (2010). 지역축제 서비스품질이 방문자의 만족과 재방문의도에 미치는 영향: 강릉단오제 방문자를 중심으로. *관광레저연구*, 22(4), 377-394.
 13. 손해경, & 윤유식. (2013). 축제품질과 지각된 가치, 만족, 충성도, 지출 비용간 구조적 관계분석: 경북 영덕대게축제를 중심으로. *관광학연구*, 37(4), 187-210.
 14. 안이영노, & 김광옥 (2004). 기지시 줄다리기의 전통과 재창조: 문화원형을 개발하는 전략의 함의. *인문콘텐츠*, 3, 331-348.
 15. 오순환. (2017). 공동체 환경변화와 축제에 대한 담론. *관광학연구*, 41(5), 73-89.
 16. 이경모, & 손선미. (2009). 축제 품질이 방문자 만족과 행동의도에 미치는 영향. *이벤트컨벤션연구*, 5(1), 55-69.
 17. 이인화. (2009). 중요무형문화재 75호 기지시 줄다리기의 유래 재검토: 민속지리학적 측면에서. *실천민속학연구*, 13, 35-69.
 18. 정연정. (2009). *충북의 지역축제 현황 및 개선방안*. 청주: 충북연구원.
 19. 정형기, & 이길호. (2013). 지역 민속축제 활성화 방안 연구: 당진 기지시줄다리를 중심으로. *관광경영연구*, 17(3), 389-406.
 20. 최화식, & 김현욱. (2012). 지역축제의 서비스 질과 만족도에 관한 연구: 화천 산천어 축제를 중심으로. *사회과학연구*, 19(1), 219-246.
 21. 허문경. (2013). 축제참여경험에 대한 현상학적 고찰: 조선무과 전주대회를 사례로. *관광학연구*, 37(10), 277-298.
 22. Anderson, E. W. (1998). Word of mouth as a consequence of customer satisfaction. *Journal of Service Research*, 1, 5-17.
 23. Atilgan, E., Akininci S., & Aksoyy, S. (2003). Mapping service quality in the tourism industry. *Managing Service Quality*, 13(5), 412-422.
 24. 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.
 25. Baker, D. A., & Crompton, J. L. (2000). Quality, satisfaction and behavioral intentions. *Annals of Tourism Research*, 27(3), 785-804.
 26. Beaven, Z., & Laws, C. (2007). Service quality in arts events: Operations management strategies for effective delivery. *Event Management*, 10, 209-219.
 27. Bitner, M. J. (1992). Servicescapes: The impact of physical surroundings on customers and employees. *Journal of Marketing*, 56(2), 57-71.
 28. Brown, Steven P., & Beltramini, Richard F. (1989). Consumer Complaining and Word of Mouth Activities: Field Evidence. *In Advances in Consumer Research*, 16, 9-16.
 29. Bruwer, J. (2014). Service quality perception and satisfaction: Buying behaviour prediction in an Australian festivalscape. *International Journal of Tourism Research*, 16, 76-86.
 30. 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.
 31. 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.
 32. 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.
 33. 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.
 34. 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.
 35. Churchill, G., Suprenant, C. (1982). An investigation into the determinants of customer satisfaction. *Journal of Marketing Research*, 19, 491-504.

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. Crompton, J. L., & McKay, S. L. (1997). Motivators of visitors attending festival events. *Annals of Tourism Research, 24*(2), 425-439.
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. Gardi, A. (2014). Visitor satisfaction at a local festival: An importance-performance analysis of Oktoberfest. Master thesis. University of Waterloo, Canada.
40. Getz, D. (1997). *Festival management and event tourism*, Cognizant Communications. New York: Elmsford.
41. Getz, D. (2002). Why festivals fail. *Event Management, 7*, 209-219.
42. Getz, D. (2005) *Event management & event Tourism*(2nd ed.). Sydney: Cognizant Communication Corporation.
43. Getz, D., Anderson, T. D., & Carlson, J. (2010). Festival management studies. *International Journal of Event and Festival Management, 1*, 29-59.
44. Getz, D., Anderson, T. D., & Larson, M. (2006). Festival stakeholder roles: Concepts and case studies. *Event Management, 10*, 103-122.
45. Hair, J., Black, W., Babin, B., Anderson, R., & Tatham. R. L. (2006). *Multivariate data analysis*. Englewood Cliff, NJ: Pearson Prentice Hall.
46. Herzberg, F., Mausner, B., & Snyderman, B. (1959). *The motivation to work* (2d ed.). New York: Wiley.
47. Hong, K-W. (2003). The role of involvement in an integrated satisfaction model: The case of special event tourism. Ph.D thesis The Pennsylvania State University.
48. 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.
49. 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.
50. Hui, T. K., Wan, D., & Ho, A. (2007). Tourists' satisfaction, recommendation and revisiting Singapore. *Tourism Management, 28*, 965-975.
51. Kozak, M., & Rmmington, M. (2000). Tourist satisfaction with Mallorca, Spain, as an off-season holiday destination. *Journal of Travel Research, 38*, 260-269.
52. Lee, J., & Beeler, C. (2007). The relationships among quality, satisfaction, and future intention for first-time and repeat visitors in a festival setting. *Event Management, 10*, 197-208.
53. 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.
54. 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.
55. 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.
56. Mogan, M (2008). What makes a good festival Understanding the event experience. *Event Management, 12*(1), 81-93.
57. Nicholson, R., & Pearce, D. G. (2001). Why do people attend events: A comparative analysis of visitor motivations at four south island events. *Journal of Travel Research, 39*(1), 449-460.
58. Oliver, R. L. (1981). A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decision. *Journal of Marketing Research, 17*(3), 460-469.
59. 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.
60. Özdemir, G., & Çulha, O. (2009). Satisfaction and loyalty of festival visitors. *Anatolia, 20*(2), 359-373.
61. 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.
62. 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.
63. Park, M., Daniels, M. J., Brayley, R. E., & Harmon, L. K. (2008). The national cheery blossom festival: Management of facilities, services, and human impacts. Conference

- Proceedings of the 49th Travel and Tourism Research Association (TTRA) International Conference.
64. Park, J., Lee, G., & Park, M. (2009). Program quality, service quality, and visitor satisfaction within the film festival context: Evaluating major film festivals in Korea. Proceeding at the international conference of Travel and Tourism Research Association. Amherst, MA: University of Massachusetts.
 65. 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.
 66. Ross, G. F. (1993). Destination evaluation and vacation preferences. *Journal of Travel Research*, 20, 477-489.
 67. 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.
 68. 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.
 69. 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.
 70. Thrane, C. (2002). Music quality, satisfaction, and behavioral intentions within a jazz festival context. *Event Management*, 7, 143-150.
 71. Tomas, S. R., Scott, D., & Crompton, J. L. (2002). An investigation of the relationships between quality of service performance, benefits sought, satisfaction and future intention to visit among visitors to a zoo. *Managing Leisure*, 7, 239-250.
 72. van Raaij, W., & Francken, A. (1984). Satisfaction and leisure activities. *Annals of Tourism Research*, 11(1), 101-113.
 73. 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.
 74. 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.
 75. 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.
 76. 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.
 77. 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 12 November 2018; Revised 29 November 2018; Accepted 10 December 2018



Hyun-Bae Shin is a Ph.D Candidate at the Department of Community Development, Kongju National University. His research interested 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: parkdb84@Kongju.ac.kr
phone: 82-41-330-1380



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