



저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.



변경금지. 귀하는 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공할 수 없습니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

이것은 [이용허락규약\(Legal Code\)](#)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

[Disclaimer](#)

碩士學位論文

正月 대보름 들불祝祭에 관한 研究

- 祝祭訪問客의 滿足度와 再訪問을 중심으로 -



濟州大學校 大學院

觀光開發學科

金 宰 逸

2007年 8月

正月 대보름 들불祝祭에 관한 研究

- 祝祭訪問客의 滿足度와 再訪問을 중심으로 -

指導教授 崔 容 福

金 宰 逸

이 論文을 觀光學 碩士學位論文으로 提出함

2007年 8月

金宰逸의 觀光學 碩士學位論文을 認准함

審査委員長 _____ (印)

委 員 _____ (印)

委 員 _____ (印)

濟州大學校 大學院

2007年 8月

A Study on the Jeongwol Daeboreum

Fire festival

-Focus on Festival visitor's satisfaction and Revisiting -

Jae-Il Kim

(Supervised by professor Yong-Bok Choi)

A thesis submitted in partial fulfillment of the
requirement for the degree of Master of
Tourism Development

2007. 8.

Department of Tourism Development

GRADUATE SCHOOL

CHEJU NATIONAL UNIVERSITY

목 차

제 1 장 서론	1
제 1 절 문제제기	1
제 2 절 연구의 목적	3
제 3 절 연구의 범위와 방법	3
1. 연구 범위	3
2. 연구 방법	4
제 2 장 이론적 고찰	6
제 1 절 지역축제의 이론적 배경	6
1. 지역축제의 개념 및 의의	6
2. 지역축제의 기능	8
3. 지역축제의 분류	10
4. 지역축제의 효과	16
제 2 절 만족과 재방문	23
1. 만족	23
2. 지역축제 만족속성	31
3. 재방문	33
4. 타인 추천	36
제 3 절 지역축제 현황 및 분석	39
1. 지역축제 현황 및 특성	39
2. 제주지역 축제 현황 및 특성	44
3. 정월대보름 들불 축제 현황	44
제 3 장 조사 설계와 분석방법	47
제 1 절 연구가설 및 모형	47
1. 연구가설의 설정 및 모형	47
제 2 절 변수의 조작적 정의	49
1. 만족	49

2. 재방문	49
3. 타인 추천	49
제 3 절 설문구성 및 연구방법	50
1. 설문의 구성	50
2. 표본의 추출과 자료수집 및 분석 방법	51
제 4 장 실증분석 결과와 종합토의	52
제 1 절 표본의 일반적 특성	52
1. 인구통계학적 특성	52
2. 조사대상의 관광행태에 관한 특성	54
3. 기술통계량 분석결과 및 해석	55
제 2 절 측정척도의 평가	58
1. 인구 통계학적 특성과 측제 만족도	58
2. 신뢰성 분석	61
3. 요인 분석	61
제 3 절 연구가설의 검증	64
1. 인구 통계학적 특성과 방문객 만족도와의 관계 검증	64
2. 측제의 만족속성과 방문객 만족도와의 관계검증	65
3. 측제만족과 재방문과의 관계	67
4. 측제 만족과 타인추천과의 관계	68
제 4 절 실증분석결과 종합	69
1. 실증분석결과 요약	69
2. 시사점	70
제 5 장 결 론	72
1. 결론	72
2. 연구의 한계	73
참고문헌	74
부 록	80
ABSTRACT	91

표 목차

<표 2-1> 지역축제의 분류	14
<표 2-2> 지역축제의 긍정적 · 부정적 효과	22
<표 2-3> 고객만족에 대한 선행연구	24
<표 2-4> 방문객 만족에 관한 선행연구	29
<표 2-5> 축제 만족 속성에 관한 선행연구	32
<표 2-6> 방문객 재방문에 관한 선행연구	37
<표 2-7> 2006년 시·도별 축제 개최현황	39
<표 3-1> 설문지 구성내용	50
<표 4-1> 인구통계학적 분석결과	53
<표 4-2> 관광활동 특성	55
<표 4-3> 만족도변수의 기술적 분석	57
<표 4-4> 성별에 따른 T-test 분석결과	58
<표 4-5> 거주지역에 따른 T-test 분석결과	59
<표 4-6> 최종학력에 따른 ANOVA 분석결과	59
<표 4-7> 연령에 따른 ANOVA 분석결과	60
<표 4-8> 소득에 따른 ANOVA 분석결과	60
<표 4-9> 소득에 따른 ANOVA 분석결과	61
<표 4-10> 만족도에 대한 요인분석과 신뢰도 분석	62
<표 4-11> 방문객 만족에 대한 회귀분석결과	66
<표 4-12> 축제 전반적 만족도의 표준화, 비표준화 계수	67
<표 4-13> 축제 전반적 만족도가 추천의향에 미치는 영향분석	68
<표 4-14> 가설의 검증결과	70

그림 목차

[그림 1-1] 연구의 흐름도	5
[그림 2-1] 전국 시·도의 월별 축제 개최 현황	41
[그림 3-1] 연구모형	48



제 1 장 서론

제 1 절 문제제기

1995년 지방자치제의 실시이후 지역단체들은 지역경제 활성화를 위해 지역문화를 문화상품으로 재조명하기 시작하였다. 우리나라에서 지역 문화가 부각되기 시작한 것은 관광산업이 활성화되고 “지역문화의 활성화”를 문화정책의 목표로 설정한 1980년대부터이다. 이러한 지역문화를 최대한 이용할 수 있는 수단이 지역축제를 포함한 문화이벤트이며 축제와 이벤트는 관광자원 중 가장 빠르게 성장하는 형태의 하나이다(Mayfield & crompton 1995).

문화관광부에서는 2007년도 문화관광축제를 한국을 대표할 수 있는 대표축제인 최우수축제, 우수축제와 대표축제로 발전가능성이 있는 유망축제로 구분하여 예산을 지원하고 있다. 문화관광부 지정축제¹⁾는 1995년 2개로 시작하여 2007년 현재 33개의 축제가 지정되어 있다.

문화축제로 지정된 축제에 대해서는 축제전문가의 자문 및 평가, 축제 워크숍 개최, 한국관광공사를 통한 마케팅 등의 지원을 받게 되는데 제주도의 축제 중에는 정월대보름 들불 축제와 서귀포칠십리 축제도 유망축제로 분류되어 지원을 받고 있다.

본 연구에서는 2007년 문화관광부 선정 유망축제이며 제주지역의 대표적인 지역축제인 정월대보름 들불축제를 중심으로 연구를 진행하였다. 정월대보름 들불축제는 1997년부터 11년째 제주시민의 화합과 단결 등에 많은 영향을 미치고 있으며, 지역경제 활성화는 물론 관광객 유치에도 유인으로 작용하고 있는 제주지역의 대표적인 축제 중 하나이다.

그러나 2001년~2002년 2년간만 우수 축제로 지정되고 그 후 우수축제나 최우수축제로 지정되지 못하고 있는 실정이다.

1) 문화관광부 선정 문화관광축제는 1995년 2개, 1996년 8개, 1997년 10개, 1998년 18개, 1999년 21개, 2000년 25개, 2001년 30개, 2002년 29개, 2003년 23개, 2004년 23개, 2005년 18개, 2006년 27개, 2007년 33개가 선정되었다.

따라서 정월대보름 들불축제의 만족속성에 대한 방문객의 만족을 살펴보고 이런 만족요인이 재방문의사와 타인추천의사에 어떤 영향을 미치는지를 규명하고자 한다.



제 2 절 연구의 목적

본 연구의 목적은 앞에서 제기한 문제의식을 바탕으로 지역축제와 방문객 만족에 대한 개념을 고찰하고, 지역축제의 방문객 만족형성과정에 있어 제주의 정월대보름 들불축제는 어떠한 만족속성들을 가지고 있으며 그러한 만족속성이 방문객 만족과 재방문 그리고 타인추천에 어떠한 영향을 미치고 있는지를 규명함으로써 향후 지역축제의 발전방안을 제시하는 데에 그 목적이 있다.

이러한 연구목적을 달성하기 위한 세부적인 목표는 다음과 같다.

첫째, 문헌연구를 통하여 지역축제의 개념과 유형, 들불축제의 현황, 그리고 방문객 만족에 관한 이론을 정립하고자 한다. 또한 선행연구를 통하여 지역축제의 만족과 재방문과의 관계를 정립하고자 한다.

둘째, 문헌연구를 통하여 설정한 만족속성항목을 바탕으로 들불축제의 방문객을 중심으로 한 실증조사를 통하여 지역축제의 만족속성과 재방문 그리고 타인추천과의 관계성을 밝히고자 한다.

셋째, 실증조사를 통하여 도출된 결과를 바탕으로 들불축제의 향후 발전방안을 제시하고자 한다.

제 3 절 연구의 범위와 연구방법

1. 연구 범위

본 연구목적을 달성하기 위한 연구의 시간적 범위는 본 연구를 실시한 2006년 9월~2007년 6월이고 공간적 범위로는 정월대보름 들불축제 행사장으로 설정하였으며, 연구의 대상은 정월대보름 들불축제를 방문한 방문객을 대상으로 하였다.

본 연구의 내용적 범위는 전체 5장으로 구성되어 졌다.

제1장은 서론으로 본 연구의 문제제기와 연구의 목적, 연구의 범위와 방법으로 이루어 졌다.

제2장은 연구의 이론적 배경으로 지역축제에의 이론적 배경, 만족과 재방문 등의 이론적 고찰과 현황분석으로 이루어졌다.

제3장은 조사 설계와 분석방법으로 연구가설 및 모형, 변수의 조작적 정의, 설문 구성 및 연구방법으로 이루어졌다.

제4장은 실증조사를 통하여 얻어진 자료의 분석결과 및 종합토의로서 표본의 일반적 특성, 측정척도의 평가, 연구가설의 검증, 종합토의로 이루어졌다.

제5장은 결론으로 본 연구의 전반적인 요약과 시사점, 연구의 한계성을 기술하고 후속 연구의 방향을 제시하였다.

2. 연구 방법

본 연구는 지역축제의 방문객 만족도를 조사하기 위한 것으로서 문헌연구와 실증연구를 병행하였다.

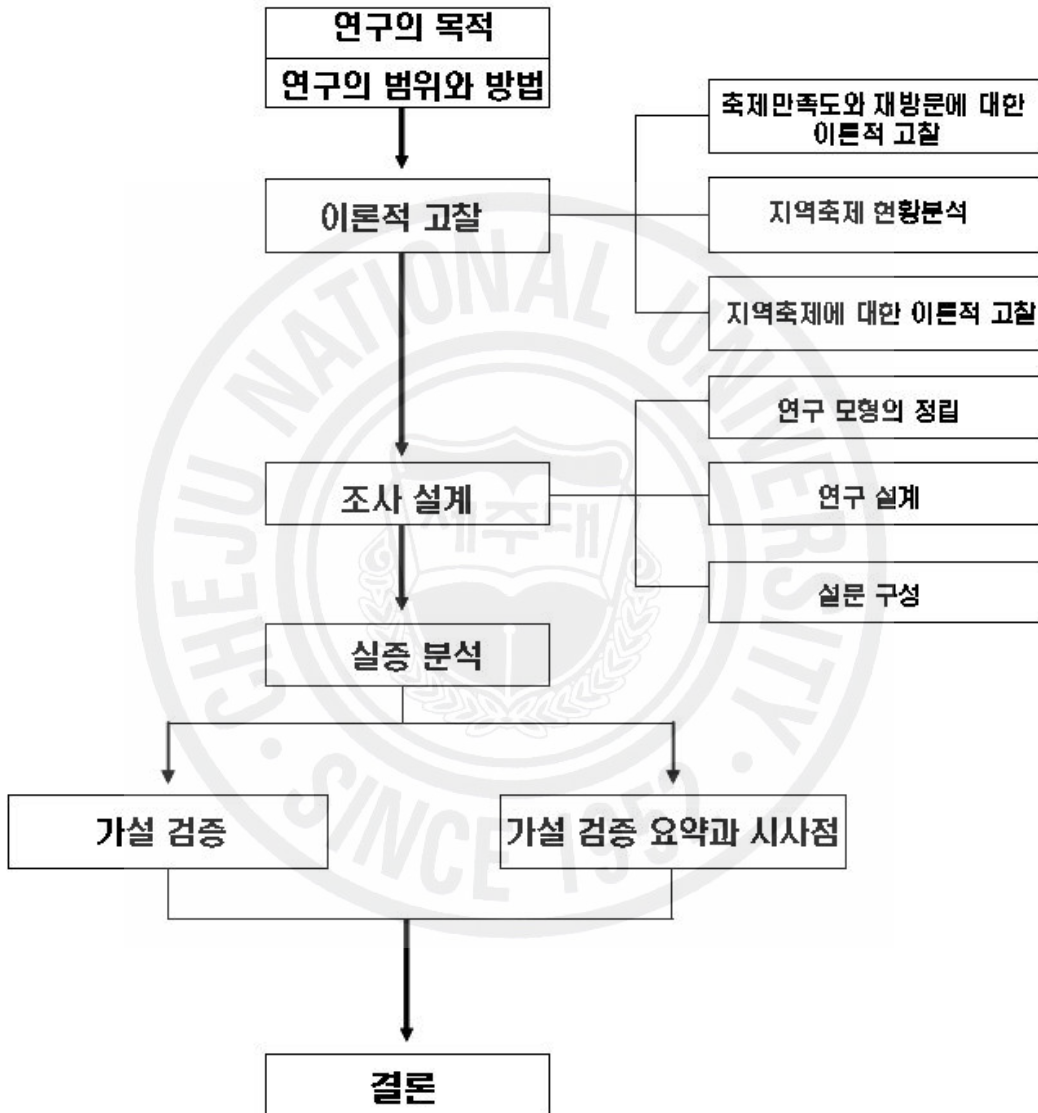
첫째, 문헌연구에서는 지역축제 관련 서적과 지역축제 만족도 관련 논문 및 기타 관련 자료가 활용되었으며, 이를 통하여 이론적 토대를 구축하고 실증조사에 필요한 개념의 정립과 측정요소의 설정과 적절성을 통하여 연구모형과 가설을 설정하였다. 그리고 만족도와 재방문과의 관련성을 파악하여 분석의 준거로 삼았다.

둘째, 실증연구는 문헌연구와 선행연구에서 제시된 영향요인을 토대로 작성한 설문지를 배포하여 자기기입법(self-administered questionnaire survey method)으로 응답케 하는 설문지법(questionnaire)을 사용하였다.

실증조사의 조사기간은 2007년 3월 1일부터 2007년 3월 3일까지 3일간에 걸쳐 실시하였고 조사지역은 정월대보름 들불축제행사장 지역으로 한정하였으며, 조사대상은 정월대보름 들불축제를 방문한 방문객들 대상으로 총 230부의 설문지를 배부하였으며 자료의 수집은 응답률을 높이기 위하여 조사자가 직접 방문객과 면담을 한 후에 응답토록 하였다.

본 연구의 분석은 사회과학 분야의 통계패키지로 널리 활용되고 있는 SPSS 12.0 통계 패키지 프로그램을 이용하였으며, 이용 통계기법으로는 자료입력에 대한 정확성을 점검하기 위하여 기술통계분석을 실시하였고, 측정도구에 대한 신뢰도를 파악하기 위해 크론바하 알파(Cronbach's alpha)계수를 이용한 신뢰도 검증을 실시하였다.

또, 정월대보름 들불축제 만족도 속성을 탐색하기 위하여 요인분석을 실시하였으며, 참여형태에 따른 만족요인과 재방문의사간의 차이를 검증하기 위해서 T-test와 일원변량분석(Anova)을 하였다. 또, 축제의 전반적인 만족도, 재방문 및 타인추천에 미치는 영향을 분석하기 위하여 회귀분석을 실시하였다.



[그림1-1] 연구의 흐름도

제 2 장 이론적 고찰

제 1 절 지역축제의 이론적 배경

1. 지역축제의 개념 및 의의

축제는 인간의 삶을 윤택하고 부드럽게 하며 오락성과 유희본능이 복합적으로 작용하면서 신과 우주에 대한 경외감을 나타내는 제례의식이 합쳐진 종합·예술적 성격을 가지고 있다. 축제에 대한 우리말의 사전적 의미를 되새겨보면 축(祝)은 경축하여 벌이는 큰 잔치나 행사를 이르는 말이며, 제(祭)는 조상이나 신에게 음식 등을 공양하여 제사를 지내는 것으로 이 두 가지를 합하여 축제라 표현하고 있다. 축제는 최초에 신과 조상을 섬기는 성스러운 종교적 제의에서 시작되었으나 시대의 변천과 산업사회의 도래에 따라 그 본래적 의미가 퇴색되고 오락성과 유희본능이 부각되면서 차츰 종교적 신성성은 사라지게 되었다. 그렇다고 해서 축제가 원초적으로 가지고 있는 신성성이 모두 상실되었다고는 볼 수 없으며 아직도 축제의 근본 밑바탕에는 종교적 요소가 잠재되어 있다고 보아야 한다. 고대인들은 축제를 통해서 그들의 소망을 빌었고 자손들의 무탈과 액운을 떨쳐 버리려고 하였다. 이러한 현상은 종교적 신앙심이 축제 속에 녹아있음을 반증해 주는 것이며, 오늘날의 축제는 이 같은 종교적 신비성이 산업화, 문명화와 더불어 약화되고 과학주의와 실용주의 및 개인주의적 사고가 팽배되면서 먹고 마시고 즐기는 쪽의 오락성과 유희본능이 고조되었기 때문에 종교적 신성성은 옅어 질 수밖에 없었다고 본다. 축제에 대한 용어를 살펴보면, 우리나라의 경우 제전(祭典), 축전(祝典)이란 표현이 있으나 이보다는 잔치나 놀이라는 표현이 오늘날의 축제개념에 더욱 더 익숙한 표현일 것 같다(김선기, 2003).

여러 사람들이 한데모여 놀이판을 만들고 지역특성에 맞는 갖가지의 놀이들을 개발하여 다채로운 행사를 만들어 낸 것이 우리식의 축제 판이었다고 볼 수

있으며, 몇 가지 예를 들어 본다면 강강술래, 탈춤, 무당춤, 농악 등이 바로 우리 식 놀이요 축제인 것이다. 축제에 대한 영어식 표현은 페스티발(festival)이라는 말과 카니발(carnival)이라는 말이 있는데, 페스티발은 축제라는 개념에 가장 가깝게 사용되는 말이며, 카니발은 사순절(四旬節)직전의 전야에 행해지는 기독교적 축제를 말한다. 또한 페스티발과 유사한 용어로 사용되는 영어권의 말로 레이트(Rite), 리투얼(Ritual), 세레모니(Ceremony)등을 들 수 있는데 이는 모두 종교와 관련된 용어로서 사용하는 사람에 따라 Rite를 의례(儀禮)로, Ritual을 제의(祭儀)로 번역하기도 하는데 Ritual이 Rite보다는 전통적 구속력이 다소 강하지만 둘 다 동질의 의미로 볼 수 있다.

지역축제에 대한 개념 정의를 위해 전통적인 의미와 광의의 의미의 두 가지 측면에서 접근해 볼 수 있다. 전통적 의미에서의 지역축제는 지역과의 역사적인 상관성 속에서 생성, 전승된 전통적인 문화유산을 축제화한 것이다(김성혁 외, 2000). 반면 광의의 의미에서의 지역축제는 문화적 환경의 변화와 인간의 욕구, 교육수준의 변화로 인하여 생성된 지식과 정보를 축제화 하는 것이 포함된다. 지역축제는 지역의 문화가 종합되고 상징화된 행사로서 한 지역을 관광상품화 하는 것이므로(박철·손해식, 1998), 관광행동을 촉발할 만큼의 매력을 갖고 있다(Getz, 1991).

지역축제를 지역계획과 연관시킬 경우, 축제는 지역의 매력물로서, 이미지 창출자로서, 관광지시설 활성화의 자극제로서, 관광지개발의 촉매자로서 수많은 역할을 수행하고 있다(Getz, 1991).무엇보다도 지역축제는 지역의 부정적 영향을 축소시키고 지속가능한 지역개발에 기여한다. 그러므로 지역축제를 정부와 민간이 적절한 개입을 통해 그 지역의 문화관광 자원의 발굴 및 개발과 그 지역이 형성하고 있는 사회, 문화적 환경에 영향을 받고 있는 지역주민의 욕구수준, 지식과 정보를 유형화하고 이러한 정책적인 결과물을 지역주민 및 관광객에게 제공하는 이벤트(서희석 외, 2002)로 정의하기도 한다.

지역축제는 지방자치 단체에서 가장 중요시하는 행사 중의 하나이다. 지방자치 단체장은 지역주민과 가장 밀접한 커뮤니케이션수단으로 지역축제를 활용하기 때문이다. 즉, 지역의 문화 속에 주민들과 하나가 되어 그들과 호흡을 같이하고 공감대를 형성하는 길은 축제보다 그 기능을 십분 발휘하는 것이 없다. 축제

는 지역주민과의 지속적인 정감의 교감에는 최고의 커뮤니케이터로서 선진국에서는 일찍부터 널리 활용되어 왔다. 문화의 시대에는 보다 더 수용하기 쉬운 요소와 문화적 정체성에 입각한 주제가 언론에서도 환영을 받고 주민과 지방자치단체 등의 정책홍보에도 매우 효과적이다(안경모, 1998). 이러한 지역축제는 공익, 사회적 가치를 촉진시키거나 문화욕구를 충족시키고, 공공관계를 통한 지역의 이미지 제고 등의 목적을 가지고 있다(박홍식, 2001).

2. 지역축제의 기능

축제나 이벤트는 단순히 노는 것이 아니라 ‘노는’것을 통해 ‘재생산’을 꾀하는 고도의 인간 활동이다. 따라서 축제는 특정 지역 공동체가 지닌 문화 의식과 비례해서 역동적 생산성을 발휘한다. 그렇게 때문에 축제는 지역 발전의 디딤돌 구실을 할 뿐만 아니라 지역민을 결속시키는데 이바지한다.

대형축제는 주민화합, 경제적 효과, 관광의 효과, 외교의 효과, 이미지 개선, 시민의식 함양, 국민적 자부심 등 파급효과가 크며, 소규모 지역축제도 나름대로 충분한 기능을 하고 있고, 특히 오늘날과 같은 지방화시대에는 그 기능이 더욱 중요하다.

1) 관광매력물의 기능

시대가 변함에 따라 현대인의 관광패턴도 달라지고 있다. 기존의 유명 경승지를 구경하는 관람자의 입장에서 레저스포츠, 축제 등 행사에 직접 참여하는 주인공의 입장으로 변모하고 있다. 축제와 이벤트는 변화되어 가는 관광객의 욕구와 동기를 충족시키기 위해서 가장 빠르게 대응할 수 있는 관광 형태이다.

축제의 재미와 즐거움의 요소는 자연스럽게 관광객을 유인한다. 비 일상성, 동화의 세계, 신비, 환상, 몰입을 체험하고자 하는 현대인의 축제는 가장 적합한 환경을 제공한다. 최근 국내에도 많은 축제가 곳곳에서 개최되고 있으며, 그때마다 수많은 관광객이 몰려들고 있어 축제의 매력성을 짐작할 수 있게 한다(한국

관광공사, 1995).

2) 관광지의 활성화

지역축제는 관광활성화 요인으로서 정적 관광자원 및 시설의 활용도를 높여 준다. 축제는 관광지에 활력을 불어 넣음으로써 관광객에게 관심을 촉구하고 재방문을 유도한다. 방문객은 한번 유람한 관광지를 재방문하기보다 다른 관광지를 방문하려고 한다. 관광지는 언제나 그 자리에 있고 시일이 지나도 같은 장소에 같은 모습으로 있어서 재방문을 유도하기 힘들다. 여기에 축제와 같이 생동감 있는 행사를 개최하면 관광지가 활성화되는 경우를 종종 볼 수 있다. 특히 유럽, 남미, 동남아의 많은 국가들이 기존의 문화유적지와 축제를 결합한 관광 상품으로 성공을 거두고 있다(일본선전회의, 1994).

3) 비수기와 계절성 극복

축제는 관광성수기를 연장하거나 비수기를 오히려 새로운 관광시즌으로 전환하기도 한다. 즉, 축제에 참가하는 관광객은 비 참가 관광객에 비하여 숙박여행을 많이 하며, 체재일수도 길어진다. 또한 북부지역은 관광장애요인인 겨울기후를 스키경주대회나 겨울카니발, 심지어는 추위를 참아내는 내한(耐寒)페스티벌과 같은 동계 이벤트를 개최하여 새로운 관광시즌을 창출해 내고, 남쪽지역은 무더운 계절에 문화행사 등으로 계절적 변수를 극복하려는 시도를 하고 있다(정강환, 1996).

4) 홍보 및 이미지 메이커의 기능

관광지의 이미지는 관광지 현지에서 느끼는 개인의 심정뿐만 아니라 여행 전·후에 가지게 되는 개개인의 인상, 평가, 태도들의 합이다. 관광지에 대한 이미지는 방문의사결정과 재방문에 영향을 미치므로 세계 각국이 자국의 이미지를 호의적으로 표현하기 위해 최선을 다하고 있다. 또한 축제와 이벤트는 지역의 이미지를 고양시킨다. 하나의 성공적인 축제는 시간이 흐른 뒤에도 할로아펙(halo effect, 후광효과)을 발생하여 지속적인 관광객의 방문을 유도한다. 축제는 개최기간동안 언론방송매체의 주목을 받을 수 있기 때문에 지역의 이미지를 정

립하고 개선하는데 매우 효과적이다.

3. 지역축제의 분류

축제는 인간생활의 변천에 따라 변화하는 것이므로 규정된 형식이나 고정된 형태를 가지고 있는 것은 아니고, 축제가 개최되는 형식이나 참가하는 주민들의 형태, 추구하는 목표 등에 따라 다양하게 펼쳐지고 있다. 축제와 이벤트는 현대 사람들의 지식수준이 증가하고 관광객의 관광욕구가 증가함에 따라 점점 다양화, 복합화, 대형화되고 있는 추세를 보이고 있다. 따라서 축제의 유형에 대해서는 지금까지 대부분의 축제연구에서 분류자나 분류방법에 따라 서로 다른 기준이 제시되고 있다. 그러나 축제는 그 대상이나 성격 그리고 연구자의 연구목적에 따라 다양한 유형으로 분류될 수 있으며, 개최목적이나 행사프로그램의 내용과 구성, 주제 및 자원의 유형에 따라 구분될 수도 있다(이장주, 2003).

축제는 그 대상이나 성격, 개최목적, 행사프로그램의 내용과 구성, 주제 및 자원유형에 따라 여러 가지로 구분될 수 있다(한국관광연구원, 2001). 지역마다 수많은 축제를 개최하여 양적 증가를 이룬 현재의 축제상황을 고려해 볼 때 이러한 축제의 유형을 이해하는 것은 지역축제 발전의 차원에서 매우 중요하다고 할 수 있다. 축제의 지원과 육성을 위해서 축제를 한 가지 형태의 유형으로 접근하기 보다는 여러 가지 차원에서 고려하고 육성하는 것이 바람직하기 때문이다. 축제의 경제적 효과가 크다고 하여 경제적 효과가 높은 축제에만 지나치게 집중하는 것은 상대적으로 축제의 사회적 효과와 환경적 효과가 소외 시 되어 지속 가능한 관광으로서의 바람직한 축제발전에 적합하지 않게 되므로 경제적 효과를 목표로 하는 외부지향적인 특성과 지역사회의 유대감을 목적으로 하는 내부지향적인 특성을 동시에 고려하여 함께 지원하고 육성하는 것 등이 고려되어야 한다.

1) 개최 목적에 따른 분류

문화체육부(1996)는 개최목적에 따라 축제를 주민화합축제, 관광축제, 산업축

제, 특수목적 축제 등으로 나누었다. 여기에서 주민통합축제는 주로 해당지역에서 전통적으로 개최되어 온 전통문화축제를 포함하여 최근에 많이 개최하고 있는 군민의 날이나 시, 구민의 날과 같은 형태를 의미하며, 관광축제는 관광산업의 발전과 관광객 유치를 통한 지역경제 육성을 목적으로 하는 축제라고 하겠다. 또한, 산업축제는 관광산업의 발전을 제외한 다른 산업분야, 즉 농림 축산업, 어업, 상업 등의 발전을 목적으로 하는 축제로 정의될 수 있으며, 특수목적 축제는 환경보호 또는 역사적 인물이나 사실을 추모하거나 재현하는 것을 목적으로 하여 개최하는 축제 등을 포함한다. 본 연구에서는 이러한 축제의 유형 중에서 지역을 방문하는 관광객 유치를 목표로 하고, 해당 지역의 관광산업 발전을 통해 궁극적으로 지역경제 발전에 이바지할 수 있는 문화관광축제를 연구의 대상으로 하고자 한다.

2) 행사의 내용이나 구성형식에 따른 분류

한편, 축제는 행사내용이나 행사 구성의 형식에 따라 전통문화축제, 예술축제, 종합축제, 기타축제로 구분되기도 한다(한국관광연구원, 2001). 지역 고유의 설화나 풍습에서 유래되어 개최되며, 축제 프로그램이 전통적인 문화요소를 강하게 반영하는 것은 전통문화축제라고 할 수 있다. 예술축제는 현대적인 전시예술과 공연예술 등이 대표적인 예로, 축제의 테마로서 주로 문화적인 소재와 예술적인 소재가 활용되는 축제를 말한다. 종합축제는 이러한 전통문화축제와 예술축제이외에도 체육행사 및 오락 프로그램이 함께 도입, 종합적으로 진행되어 나타나는 축제를 의미한다. 기타 축제에는 위에서 분류한 축제 이외에 체육행사를 비롯한 오락프로그램 위주의 축제를 뜻한다.

3) 역사적 시점에 의한 분류

역사적인 차원에서 지역축제는 전통적 축제와 현대적 축제로 나누어 질 수 있다(안경모, 1994; 김홍운, 1997). 전통적인 축제는 주로 지역에 근거한 전통적인 축제로서 개화기 이후 흔히 향토축제로서 정의되어졌던 것을 의미한다. 이러한 전통적 축제는 지역주민의 일상적인 생활문화가 중심이 되기 때문에 과거부터 내려져 오는 전통과 무속적인 측면이 강조되어 제의적이며 종교적인 성격이 강

하게 나타난다. 이에 비해 현대적 축제는 지역의 전통문화가 중심이 아닌 연극, 영화 등 현대적인 문화매개체를 축제테마로 하여 행사를 진행하는 축제형태를 의미한다.

4) 자원 혹은 주제 형태에 따른 분류

축제는 개최목적, 행사내용, 역사적 시점이외에 자원 혹은 주제형태의 측면에 따라 다양하게 분류될 수 있다(정강환, 1996). 과거축제의 주제는 일반적으로 농업 특산물, 전통 및 공업 특산물, 지역의 기후 및 지형적 특성, 꽃(식물), 음식, 음료 등을 주로 다루었지만, 현대에 들어서서는 역사적 사건, 인물, 연극, 음악, 영화 등 문화적인 요소를 포함하면서 축제의 주제가 더욱 확대되고 있는 추세이다.

5) 민족적 특성에 따른 분류

축제는 개최민족 및 프로그램의 내용 등에 따라 단일민족 축제와 다문화 축제로 구분할 수 있다(Dawson,1991). 국내 대다수 축제는 단일민족 축제의 유형을 띠고 있지만, 국외에서는 다문화 축제가 성행하고 있다. 국가 간의 교류가 활발해짐에 따라 국내에서도 앞으로 다문화 축제가 많이 생겨날 전망이다. 단일민족 축제는 말 그대로 단일 민족이 중심이 되어 이루어지는 축제이며, 축제가 단일 민족의 문화유산을 경축한다. 반면, 다문화 축제는 다양한 민족문화를 재현하는 축제와 문화 공유의 행사로서 하나 이상의 민족 및 문화 그룹의 활발한 참여를 포함한다. 또한 단일민족 축제는 일반적으로 특정문화유산의 보존과 확인, 표현하고 싶은 욕구와 같은 동기에서 행하여지고 민족그룹이 그들의 유산을 축전하고 재생하고, 보존하는 방법으로 나타날 수 있는 반면에, 다문화 축제는 다양한 민족에게 공동체적 사회인식을 축전하는 기능을 갖고 있다.

6) 지향성에 따른 분류

김병철(1998)은 개최목적이나 목표대상에 따라 축제가 내부지향형과 외부지향형으로 구분된다고 하였다. 내부 지향형은 축제의 본연의 의미를 강조하고 사회적 효과와 환경적 효과를 목표로 하는 축제를 의미하며, 외부지향형은 관광

상품으로서 축제의 경제적 가치를 지향하는 것을 말한다. 또한, 이러한 내부지향적 축제는 축제의 소재나 프로그램 형식에 의해서 전통 축제와 현대 축제로 세분화되어 질 수 있다. 내부지향적 전통 축제는 지역주민의 귀속감과 공동체 의식을 강화하는 목적을 가지고 지역의 전통 문화적 배경을 토대로 개최되는 축제이며, 내부지향적 현대축제는 지역주민의 화합, 지역 문화 예술의 발전 등 사회·문화적인 목적을 가진 축제로서 축제의 테마가 현대 문화적 요소를 중심으로 구성되는 축제를 말한다.

한편, 외부지향형 축제도 내부지향적 축제와 마찬가지로 외부지향형 전통 축제와 외부지향형 현대 축제로 구분할 수 있다.외부지향형 전통 축제는 전통 문화적인 요소를 중심으로 구성되는 형식의 축제로서 지역경제에 대한 축제의 경제적 파급효과를 목적으로 하는 축제를 의미하고, 외부지향 현대축제는 관광객 유치확대를 통한 지역 경제 활성화를 목적으로 하면서, 축제 프로그램이 현대적 소재로 구성된 지역축제를 의미한다.



<표 2-1> 지역 축제의 분류

분류기준		축제유형	내용
문화관광부	개최 목적	주민화합축제	-해당지역에서 전통적으로 개최되어 온 전통문화축제 -시, 군민의 날을 기념하여 벌이는 축제
		관광축제	-관광산업 발전과 관광객 유치를 통한 지역경제 육성을 목적으로 하는 축제
		산업축제	-관광축제를 제외한 다른 사업 분야(농림축산업, 어업, 상업)등의 발전을 위한 축제
		특수목적축제	-환경보호 또는 역사적 인물이나 사실을 추모하거나 재현
	행사 내용 및 구성	전통문화축제	-제례의식, 전통예술 및 민속놀이 위주로 구성
		예술축제	-문학, 미술, 음악, 무용, 연극 등 현대적인 전시예술 및 공연예술 위주
		종합축제	-전통문화축제, 예술축제, 체육행사 및 오락 프로그램 등이 혼재한 축제
		기타축제	-오락 프로그램 위주의 축제, 아가씨 선발대회 위주의 축제, 추모제사 등
김병철 (1998)	축제의 지향성	내향성축제	-지역주민의 지역귀속감과 공동체 의식을 강화하는 목적을 가지고 전통문화적인 요소를 중심으로 하는 축제
		외향성축제	-지역경제의 파급효과를 목적으로 관광객 유치를 하기 위한 벚꽃축제, 섬문화 축제, 경주엑스포 등
정강환 (1996)	주제 형태	-	-농업 특산물, 전통공예특산물, 지형적 특성, 꽃, 음식, 음료 등

<표 계속>

분류기준	축제유형	내용	
이봉훈 (1997)	종교적 감사축제	-브라질의 리우 카니발, 독일의 라인 카니발, 이탈리아의 베네치아 카니발 등	
	예술 축제	종합예술	-영국의 에딘버러 축제 등
		음악	-찰스부르크 음악축제 등
		연극	-영국의 셰익스피어 축제, 프랑스 아비뇽 연극축제 등
		미술	-베니스 비엔날레, 상파울로 비엔날레, 광주 비엔날레 등
		영화	-독일의 베를린 영화제, 프랑스 칸느 영화제,이탈리아 베니스 영화제 등
	부족축제	-아프리카의 줄루족 축제, 피그미족 축제 등	
	계절축제	-러시아 백야축제, 스웨덴 하지축제, 미국 알래스카 백야제, 일본 삿포로 눈 축제 등	
	스포츠축제	-올림픽, 월드컵 등	
	장정룡 (1994)	종합형 문화축제	-전통민속행사,위향경축행사,체육대회,문화제 등
역사 · 제의적 축제		-추모제, 산신제, 부락제 등	
민속놀이 경연중심		-전국 미술예술 경연대회, 도민 민속예술 경연대회 등	
현대 예술제		-문학, 미술, 음악, 무용, 연극, 전시예술 등	

속

자료: 임지형, 문화관광축제 방문동기에 관한 연구(2005)

이상에서의 분류 기준 외에도 운영방식에 따라 국가 중심형 축제, 지방자치단체 중심형 축제, 민간주도형 축제, 주민 중심형 축제, 대행사 중심형 축제, 네트워크형 축제 등으로 구분할 수 있다. 실시형태별로 전시형 축제, 축연형 축제, 공연형 축제, 카니발, 퍼레이드 등으로 구분할 수 있다. 개최주기가 1회로 끝나는 일회성 축제와 1, 2, 3년 등의 주기로 개최되는 주기성 축제로 구분할 수 있으며, 개최지역 단독으로 개최하는 축제와 여러 지역에 공동으로 개최하는 축제로도

구분할 수 있다.

4. 지역축제의 효과

지난날 전통 축제는 지역민의 단합과 제의적인 성격이 강했지만, 현대에는 경제, 사회, 문화, 교육, 정치, 지역홍보 등에 이르기까지 다양한 분야에 까지 지역 축제로서의 파급효과는 매우 크다 할 수 있다. 특히 지역축제는 경제적 파급효과를 일으키는 메가 이벤트로서의 중요성이 많이 부각되고 있다. 지역축제는 축제에 참가하는 방문객들을 통하여 문화이벤트에 대한 직접적인 지출과 숙박비, 교통비, 식비, 관광 상품 및 지역 특산품 판매 수입, 인근지역 관광에 대한 지출을 통해 지역경제에 기여한다. 아울러 대규모의 각 지역의 지역축제를 중심으로 한 문화이벤트는 다양한 투자와 고용창출효과를 유발한다(송시열, 2003). 다시 말하자면, 지방자치 단체들이 축제를 개최하는 가장 중요한 이유는 투입된 비용보다 많은 이윤을 얻을 수 있을 것이라는 경제적 효과에 대한 기대 때문이라고 할 수 있다(Getz, 1996). 그러나 단편적으로 지방자치단체의 수익을 위한 경제적 효과에만 초점을 두고 축제를 진행하는 것은 매우 위험할 수 있으며, 축제가 경제적 효과 이외에 사회·문화적 효과, 정치적 효과, 교육적 효과 등 다양한 부문에서 영향을 미칠 수 있다는 점을 고려해야 한다(Chacko & Schaffer, 1993). 축제가 지역사회에 미치는 영향에 대해 Ritchie(1984)는 경제적, 관광, 상업적, 물리적, 환경적, 사회적·문화적, 심리적, 정치적 영향으로 설명하고 있으며, 이장주(1997)는 지역축제의 효과를 경제적 관점, 사회·문화적 관점, 환경적 관점 등으로 나누어 설명하고 있다.

본 연구에서는 긍정적인 측면으로서 경제적 효과, 정치적 효과, 사회적 효과, 문화적 효과, 교육적 효과로 구분하여 살펴보고, 아울러 부정적인 효과에 대해서도 살펴보고자 한다.

1) 경제적 효과

축제와 관련된 많은 연구들이 축제의 효과 중에서도 경제적 효과에 대해 가장

강조하고 있다(Formica, 1988; Getz, 1989; Walle, 1993; Carmichael & Murphy, 1996; Ritchie, 1996; 오순환, 1999; 김길수, 2001). Formica(1988)는 축제와 이벤트 관련 논문들을 대상으로 한 내용분석에서 축제가 개최된 이후 개최지역에 경제적인 부, 고용효과, 인구통계학적, 사회문화적인 변화가 있다는 것을 주장하였다. Getz(1991)는 축제의 경제적 효과를 크게 관광객 지출효과, 소득효과 및 고용효과로 구분하여 설명하고 있다. 관광객은 축제에 대한 직접적인 지출과 숙박비, 교통비, 식비, 관광 상품 및 특산품 구입, 인근지역 관광에 대한 지출 등을 통해 지역경제에 기여한다. 대규모 축제의 경우에는 고용창출효과도 유발한다. Getz는 경제적 효과를 언급하면서 여러 부수적인 문제발생에도 불구하고 축제는 지역을 방문한 관광객들의 지출에 주요한 기여를 하고 있으며, 축제개최의 기본적인 이유는 경제적 것이라고 하였다. 축제 개최 시 관광객의 증가와 지출의 증가에 대한 기대는 어느 축제나 공통적인 것이고(Murphy & Carmichael, 1991), 관광객들이 지출한 비용은 지역경제에 의미 있는 기여를 한다고 믿는 경향이 강하다.

축제를 행함으로서 기대할 수 있는 경제적인 효과는 직접효과, 간접효과 그리고 유발효과로 구분해 볼 수 있는데, 직접적인 효과로서 관광수입, 즉 축제에 참가하는 관광객들이 문화이벤트에 대한 직접 지출과 숙박비, 교통비, 식비, 관광 상품 및 특산품 판매 수입, 인근지역 관광에 대한 지출을 통해 지역경제에 기여한다. 또한 대규모 지역축제를 중심으로 한 문화이벤트는 각종 투자로 인한 생산유발 및 고용 창출효과를 가져온다(송시열, 2003). 간접효과는 지역사회 정비를 위한 수단으로 지역축제가 작용할 수 있다는 것이다(장은주, 1996). 유발효과로는 지역 관광산업을 진흥시킬 수 있는 계기를 마련해주며, 장기적으로 지역의 이미지 개선을 통해 지역경쟁력을 강화시킬 수 있다(박상수, 1996).

축제나 이벤트에서 방문객들이 지출하는 경제효과는 엄청난 경우가 많다. 월드컵이나 올림픽 등의 초대형축제 뿐만 아니라 지역축제들도 지역관광을 활성화시켜 경제적 효과를 얻게 한다.

축제를 통해 지역이미지가 개선되고 인식이 높아짐으로서 지역을 찾은 관광객이 증가하게 되어 결국은 지역경제의 활성화로 연결될 수 있다.근래에는 관광 축제나 이벤트를 통한 지역이미지의 개선효과가 점차 강조되고 있다. 축제나 이

벤트를 통한 지역 이미지의 제고 효과가 경제적 효과를 앞서거나 그에 못지않다는 연구들도 있다(Getz, 1991; Uysal, Gahan & Martin, 1993; Backman et al, 1995; Mules & Faulkner, 1996).

2) 정치적 효과

성공적인 지역축제는 개최국의 지위를 향상시키는 것과 같은 정치적 효과를 유발한다. Ritchie(1984)는 국가적 혹은 지역차원의 정부 및 민간단체들이 정치적 목적으로 축제를 활용하고 있다고 한다. 축제는 국제적으로 혹은 지역적으로 개최지역을 노출시켜 그 이미지를 제고시킬 수 있고, 이를 통해 민간외교의 진흥에 기여할 수 있다.

또한 지역주민의 자발적이고 적극적인 참가에 의해 진행되는 축제는 지역의 정치적·행정적 발전을 촉진할 수 있다. 그러나 이러한 정치적 효과는 자칫 부정적인 차원의 정치적 목적을 성취하기 위한 도구로 축제를 이용함으로써 그 본질을 왜곡시킬 수 있는 위험이 있다.

3) 사회적 효과

지역축제는 사회적 측면에서 지역과 지역주민에게 긍정적 영향을 미친다(Smith, 1975; Ritchie, 1984; Chacko & Schaffer, 1993). 사회적 측면에서의 긍정적인 효과들을 보면, 우선 지역주민들에게 자긍심을 고취하고, 지역적 공감대를 형성하는데 기여함으로써 지역공동체의 발전에 긍정적인 기능을 한다. 성공적인 축제를 위해서는 지역주민들의 적극적인 참가가 무엇보다 중요하다. 주민들이 축제에 다양한 형태로 참가함으로써 특정 문화축제가 자기 지역에서 개최되는 것뿐만 아니라 성공적인 축제가 이루어지는데 일조를 했다고 하는 것에 대해 자긍심을 가지게 된다. 그 결과 지역사회 및 문화에 대해 특별한 애정을 가지게 된다. 이러한 지역주민들의 자긍심은 지역 주민들로 하여금 지역에 대한 귀속감을 갖도록 해 준다. 또한 지역주민들은 지역문화 축제를 준비하는 과정에 참가함으로써 서로간의 유대를 강화할 수 있고, 지역적 공감대를 형성할 수 있다(Ritchie, 1984). 둘째, 지역의 정체성을 확립하는데 기여한다. 각 지역은 그 나름대로의 독특한 문화와 전통을 가지고 있다. 축제가 그 지역의 전통과 고유한 문화와 역

사를 바탕으로 이루어지는 것이라면, 이는 그 지역의 정통성을 찾고 회복하는데 기여할 수 있다. 이것은 지역의 축제를 통하여 그 지역의 참모습을 유지할 수 있다는 것을 의미한다. 셋째, 지역 간, 국가 간의 문화교류를 포함한 다양한 교류를 촉진하는 촉매제 역할을 할 수 있다. 문화교류를 목적으로 하는 축제뿐만 아니라 문화교류를 목적으로 하는 축제가 아니더라도 축제를 통해 서로 간의 교류가 이루어진다. 서로의 축제에 참가함으로써 상호간의 이해와 협력을 증진시킬 수 있고 이를 통해 다른 산업분야의 교류까지 활성화시킬 수 있다. 넷째, 지역축제를 통해 지역주민의 삶의 질을 향상시킬 수 있다. 지역주민은 축제의 주최자인 동시에 참가자로서 축제가 가지고 있는 여러 가지 문화적인 면을 누릴 수 있는 기회가 가장 많다. 문화의 중앙 집중화가 심각한 현실에서 이러한 축제는 지역주민의 문화접촉 기회를 확대시켜 지역문화에 대한 이해를 넓힐 수 있다. 이러한 것들이 결국 주민들의 삶의 질을 향상시킬 수 있게 된다. 마지막으로 현대의 지역축제는 단조로운 일상에서 탈출하여 해방감을 경험할 수 있는 장을 제공하며, 억압되고 간과되었던 인간의 감정과 행동을 표현할 수 있는 여가공간으로서의 역할을 한다.

4) 문화적 효과

지역축제는 지역문화를 활성화시키고 발전시키는 역할을 하고 있으며, 지역주민들에게 다양한 문화예술을 접할 수 있는 기회를 제공함으로써 문화향유 기회의 확대를 통해 문화예술에 관심을 가지게 되고, 이는 지역주민들의 문화생활의 참여를 유도함으로써 지역문화 저변을 확대하는 역할을 한다. 축제를 통한 문화활동은 해당 지역에 내재된 문화성을 현재화함은 물론, 이를 육성 및 발전시킬 수 있는 계기가 되어 지역문화의 창조력을 향상시키며, 지역 전통문화를 전승하는 문화보전적 기능을 수행하기도 한다(제주발전연구원, 2000).

문화적 효과는 관광객, 지역주민, 그리고 지역의 측면으로 나누어 볼 수 있다. 관광객의 입장에서 축제는 여행자의 중요한 동기인 타 지역의 생활문화에 대한 지적욕구를 충족시켜주는 계기가 되며(Mill & Morrison, 1985), 전통 춤, 음식, 민요 등 다양한 문화적 활동을 관람하고 참가할 수 있는 기회를 제공한다(Gitelson & Kiernan, 1995).

지역주민의 측면에서는 문화 활동 참가의 기회를 제공하며, 이를 통해 문화 예술 생활을 증진시키는 기회가 된다. 또한 기존의 고유문화에 축제준비를 위한 시민 문화 활동이 결합되어 새로운 문화 활동이 활발히 진행되기도 한다. 지역의 입장에서 축제는 지역문화를 계승하고 발전시키는 계기가 되며, 지역의 전통적인 문화자원을 보호하고 강화하는 수단이 될 수 있다(Uysal & Gitelson, 1994). 또한 지속적인 축제 개최를 통해 지역의 문화예술 창작수준을 향상시킬 수 있다.

5) 교육적 효과

타 지역의 생활과 문화에 대한 지적 욕구는 여행자의 중요한 동기라고 할 수 있으며, 지역축제를 통하여 지역을 방문하는 방문객의 다양한 욕구를 충족시켜 줄 수 있고 또 문화를 접하게 됨으로서 발생하는 교육적 효과도 기대할 수 있다 (Gitelson et al , 1995). 축제의 주제나 성격 자체가 교육적인 내용을 담고 있는 경우, 축제프로그램에 참가 하는 것만으로도 관광객이나 지역주민들에게 교육적인 효과를 유발할 수 있다. 그리고 대부분의 지역축제는 그 본질적인 특성만으로도 방문객의 문화, 예술 감상의 기회를 제공하고 나아가 감상수준을 높일 수 있다는 점에서 교육적인 요소를 포함하고 있다. 또한 지역축제는 미래의 잠재적인 문화예술인 및 문화적 관람객을 육성한다는 차원에서 교육적인 효과를 기대할 수 있다. 그리고 과거와는 달리 지역축제가 더 이상 보고 듣는 것만으로는 불충분하다. 주민이나 관광객들이 직접 참가하는 현장학습의 기능을 하게 된다는 것이다. 교과서를 통한 간접적 교육이 아닌 현장에서 실제로 경험함으로써 지역 문화를 이해하고 배울 수 있는 기회가 된다. 물론 문화상품화로 인한 문화변용에, 범죄 유발, 지역의 문화유산의 파괴 등과 같은 지역축제의 부정적인 효과도 발생하지만 축제기획자나 지방자치단체에서는 앞에서 언급한 정치, 경제, 사회, 문화적 차원의 긍정적인 목표를 추구하도록 해야 한다.

6) 부정적 효과

모든 축제가 새로운 이미지를 만들고 관광객이나 지역주민의 관심을 유발할 관광 매력물을 만드는데 성공하는 것은 아니다(Getz, 1996). 현재 우리나라의 각

지방자치 단체들에서 매년 개최되고 있는 수많은 지역축제들 중, 대다수의 축제가 기대한 만큼의 경제적 효과, 지역 이미지의개선, 지역민의 화합과 자긍심 고취 등의 효과를 유발하는데 성공하지 못하고 있는 실정이다.

지역축제로 인한 부정적 효과로 가장 자주 언급되는 것이 바로 문화상품화로 인한 문화변용이다. 체계적인 계획과 전문성이 부족한 축제의 개최는 문화인류 학자와 사회학자들로부터 문화의 지나친 상품화와 문화의 변질을 초래한다는 비난을 받고 있다. 또한 통제되지 않은 관광객들은 지역 청소년들에게 부정적인 영향을 미치며, 다양한 범죄를 유발하고 지역의 문화유산을 파괴할 수 있다 (Ritchie, 1984: 2-11). 이외에도 수용력을 초과하는 축제의 운영은 교통 혼잡과 자연환경의 오염등과 같은 관광으로 인해 나타나는 일반적인 부정적 효과를 초래할 수 있다(Kern & Rasmussen, 1995).

따라서 축제기획자나 지방자치단체는 기본계획수립단계에서부터 정치적, 경제적, 사회적, 문화적 차원의 긍정적인 목표를 추구하는 한편, 부정적인 효과를 상쇄할 수 있는 대안 마련을 위해 노력해야 한다.

이상에서 지역축제의 긍정적 효과와 부정적 효과들에 대해 살펴보았는데, 주요 내용들을 정리해보면 <표 2-2>와 같다.

<표 2-2> 지역축제의 긍정적·부정적 효과

축제효과		주요내용
긍정적 효과	경제적 효과	-직접효과: 관광수입을 통한 지역경제에 기여, 각종 투자로 인한 생산유발 및 고용창출효과 -간접효과: 지역축제가 지역사회 정비를 위한 수단으로 작용 -유발효과: 지역 관광산업을 진흥계기마련, 장기적으로 지역이미지 개선을 통해 지역경쟁력을 강화
	정치적 효과	-지역 이미지 제고와 민간외교의 진흥 -주민참여로 인한 지역의 정치적 행정적 발전
	사회적 효과	-자긍심과 애향심 고취 및 지역 공감대형성 -지역정체성 확립에기여 -지역, 국가 간 문화교류를 포함한 다양한 교류를 촉진하는 촉매제 역할 -지역 주민의 삶의 질 향상, 여가공간으로서의 역할
	문화적 효과	-타 지역의 생활문화에 대한 지적욕구 충족 -다양한 문화 활동에 참여 할 기회제공 -지역문화의 계승과 발전 -지역문화의 보호와 강화 -지역의 문화예술 창작수준 향상
	교육적 효과	-문화예술의 감상 기회 제공으로 감상수준의 향상 -미래의 잠재적인 문화예술인 및 문화적 관람객을 육성 -직접 참여하는 현장학습의 기능
부정적 효과	부정적 효과	-문화상품화로 인한 문화변용 -통제되지 않은 관광객들로 인한 영향: 지역 청소년에게 부정적인 영향, 다양한 범죄유발, 지역의 문화유산을 파괴 등

제 2 절 만족과 재방문

1. 만족

만족에 대한 연구는 1960년 이래 증가하는 추세를 보이고 있으며, 1980년대와 1990년대에 걸쳐 고객만족과 불만족, 불평행동에 대해 주로 연구가 진행되어 왔다. 고객만족 연구는 고객만족이 행동에 미치는 영향을 다루는 독립변수로서, 또는 요인이 고객만족에 미치는 영향을 다루는 종속변수로서 두 가지 방향에서 진행되어 왔다. 즉, 독립변수로서 고객만족은 구매 후 용인으로 고객의 구매에 대한 경험이나 특정한 제품이나 서비스에 대한 태도를 형성하게 되어 고객충성이나 재구매 의도의 선행요인으로서 나타나게 된다. 또한 종속변수로서 고객만족은 제품이나 서비스에 대한 기대나 선호, 평가기준으로서의 경험이나 적응수준, 서비스 품질 등에 따라 영향을 받게 되는 구매 후 평가요인으로서 나타나, 주로 기대불일치 이론과 공평성 이론, 귀인이론을 중심으로 전개되었다.

고객만족에 대해, 올리버(Oliver)는 제품구매 후 소비경험과 관련하여 발생하는 감정적 상태에 대한 평가로 정의하고 있다. 웨스트브룩과 릴리(Westbrook & Reilly)는 제품과 서비스, 소매점, 고객의 활동에 대한 평가로부터 생기는 유쾌한 감정 상태로 만족에 대한 설명을 기대보다 가치의 관점에서 파악하여야 한다고 밝혔다. 티세와 윌튼(Tse & Wilton)은 제품에 대한 구매 이전의 기대와 구매 후 실제 성과의 지각 차이에 대한 소비자 반응으로 고객만족을 다루고 있다. 따라서 고객만족은 제품이나 서비스를 소비하는 상황에서 유쾌하거나 불쾌하게 인지하는 제품이나 서비스에 대한 전체적 반응이나 판단을 의미하고 있다.

고객만족이 재구매와 좋은 구전홍보효과를 가져온다고 하며, 특히 연구를 통해 시장이 정체되었을 때, 고객만족은 기업의 중요한 자산이 되고 있으며, 고객만족은 퇴출장벽으로도 작용하여 고객을 유지하는데 중요한 역할을 하게 된다고 제시하였다.

고객만족은 고객유지의 핵심요인으로 신규고객의 창출보다 고정고객의 유지가 적은 비용을 발생한다는 데 있다. 새로운 고객을 창출하는 비용은 기존의 고

객을 유지하는 비용에 비해 약 6배나 많이 소요된다는 연구결과도 나타나고 있으며, 기업은 새로운 고객을 창출하기보다 기존고객을 유지하는 것이 더욱 효과적이라는 것을 알게 되었다.

서비스마케팅에서 고객만족은 매우 다양한 형태로 정의되고 있으며, 만족이 일정한 서비스 상황의 평가와 전체서비스에 대한 평가로 구분하고 있다. 즉, 고객은 만족을 2가지 차원에서 평가하는데, 전반적인 수준과 특정거래에 대한 만족으로 나뉘게 된다. 특정거래의 만족은 고객이 개별적인 서비스 과정에 대한 만족을 나타내고, 서비스 기업과 고객이 상호작용하는 상황을 의미하는 반면, 전반적인 서비스 만족은 고객이 전체 서비스 과정에 대해 특정한 기업과의 경험에 대한 전반적인 만족을 의미하고 있다.

<표 2-3> 고객만족에 대한 선행연구

구분	선행요인	연구결과
올리버(Oliver)-1980	기대, 불일치	재구매 의도, 구매 후 태도에 영향
처칠과 슈프리넷(Churchill & Suprenat)-1982	기대, 불일치, 성과	재구매 의도, 성과에 영향
베어든과 텔(Bearden & Teel)-1983	기대, 불일치	재구매 의도, 구매 후 태도에 정의 영향, 불평보고에 부의 영향
올리버와 스완(Oliver & Swan)-1989	기대, 공정성	재구매 의도에 영향
볼튼과 드루(Bolton & Drew)-1991	기대, 불일치, 성과	구매 후 태도에 영향
올리버(Oliver)-1993	불일치, 공정성, 감성적 소구	구매 후 태도에 영향
스프랭(Spreng)-1996	기대불일치, 기대, 욕구, 성과	재구매 의도, 성과에 영향
패터슨(Patterson)-1997	기대불일치, 성과, 공정성	재구매 의도에 영향

자료: 조재완, “호텔서비스의 고객만족과 재구매 의도의 관계에 대한 연구”, 동아대학교 박사학위논문, 1999, p.14.

이상에서 보는 바와 같이 학자들이 소비자 만족을 정의하는 입장이 차이를 나

타내고 있으나 이들을 종합 정의하면, "소비자 만족 혹은 고객만족이란 소비자들이 제품, 서비스를 탐색하는 과정에서부터 소비 후에까지 지니게 되는 제품 및 서비스에 대한 인식 및 감정이며, 이 감정은 기대와 사용경험과의 차이에 대한 평가"라고 할 수 있다.

1980년대 이후 서비스산업의 고객만족에 대해 많은 연구가 진전되고, 그 결과 고객만족을 개선하기 위해 다양한 제안을 내놓게 되었다. 서비스는 고객에게 제공되는 유·무형의 인적, 물적, 시스템적인 활동의 총체라 할 수 있다. 서비스는 가시적으로 나타나는 원천적인 물리적 서비스와 종사원과 고객의 접촉이 발생하는 인적서비스를 포함하고 있다. 뿐만 아니라 접근성과 편리성 등의 입지, 고객의 이미지와 비용 등이 서비스에 속한다. 고객에게 여러 가지 다양한 시설과 제품, 인적서비스가 결합하여 제공되기 때문에 재고가 불가능할 뿐만 아니라, 고객의 요구에 따라 바로 생산하거나 서비스를 실행하게 된다.

1) 방문객 만족

방문객 만족은 관광활동의 궁극적 목적이라고 할 정도로 중요한 개념이라 할 수 있다. 방문객 만족은 개념적으로는 방문객이 기대했던 관광지와 방문 성과 측면에서 방문의 투자비용과 편익을 비교한 결과라고 할 수 있다. 즉, 방문객 만족은 방문객의 방문 전 기대와 방문 성과와의 일치여부 과정에서 형성되는 소비자 태도라고 할 수 있다.

방문객 만족을 정의할 때 크게 두 가지로 대별하여 접근할 수 있는데, 하나는 관광소비경험에서 발생한 결과(outcome)와 또 다른 하나는 평가과정(process)에 초점을 두고 방문객 만족에 대한 개념을 정의할 수 있다.

관광소비경험에서 발생한 결과로 보는 입장에서 방문객 만족을 정의하면, "방문객 자신이 관광경험 총체에 대한 사후 이미지를 평가하는 것으로서 관광경험 총체에 대한 일조의 태도"(Lounsbury & Polik, 1998: 7), "관광지에 대한 방문객이 가졌던 기대와 방문객 경험과의 상호작용의 결과"(Pizam et al, 1978), "기대에 대해 불일치를 경험하는 경우의 감정과 과 관광소비 경험에 대해 사전적으로 방문객이 갖는 감정이 복합적으로 야기 시키는 전체적인 심리적인 상태"(Dann, 1979) 등으로 볼 수 있다.

평가과정에서 방문객 만족을 정의하면, “소비경험이 최소한 기대되었던 것보다는 좋았다는 평가”(Hunt, 1977), “선택된 대안이 사전에 갖고 있던 신념과 일치성을 가진다는 평가”(Geva & Goldman, 1991), “사전적 기대와 사용 후 느낀 제품의 성과 사이의 지각된 불일치 평가”(van Raaij & Francken, 1984) 등으로 정의될 수 있다.

평가과정의 입장에서 방문객 만족을 보는 접근은 방문객의 전체 관광경험을 다루고 있어 각 단계에서 중요한 역할을 하는 각 요소들을 개별적으로 측정하여 중요한 과정을 확인시킨다는 점에서 결과 지향적 접근보다 이점을 가지고 있다. 또한 방문객 만족을 형성하는 지각적, 평가적, 심리적 과정 모두에 대한 검토를 가능하게 해주어 방문객 만족에 대한 연구에서 많이 채택하고 있다.

Noe(1987)는 평가과정을 통해 발생하는 만족은 관광지의 물리적 특성과 관광지 관리 유형 및 수준, 관광객의 사회 문화적 특성과 휴식제공시설, 교통, 상업적 서비스, 믿음, 안전시설, 여가활동과 관련된 상황뿐만 아니라 무형적 상품에 의해 영향을 받는다고 하였다.

방문객 만족을 포함한 후속 변수로서 재방문의도와 추천의도와와의 관계에 대해 다음과 같은 세 가지 개념으로 구분이 가능하다. 첫째, ‘총체적 방문객 만족’은 관광활동을 통하여 여러 욕구가 충족된 정도를 의미하는 것으로서 방문객 자신의 총체적 관광경험에 대해 평가이며 둘째, ‘재방문 의도’는 관광지 하위속성과 관련된 체험들에 근거하여 방문객이 해당 관광지를 다시 방문할 욕구를 느끼는 것이며, 마지막으로 ‘추천의도’는 관광지의 여러 속성과 관련된 여러 체험에 근거하여 그 개인이 타인에게 긍정적으로 구전할 의향의도를 의미한다. 따라서 ‘총체적 만족’이 관광경험에 대한 전반적인 평가라면, ‘재방문의도’와 ‘추천의도’는 관광지 관련 체험에 대한 평가라고 볼 수 있다.

Pizam(1978)은 목적지의 방문객 만족에 소비자만족 접근법을 본격적으로 적용시켰다. 이 연구에서 방문객 만족의 결정요인을 실증적으로 규명하려 했다. 관광지에 대한 방문객 만족의 경험적 인자를 찾아내어 방문객 만족을 ‘관광지에 대해 그가 가졌던 기대와 방문객 경험과의 상호작용의 결과’라고 설명하고 경험의 총체가 기대와 비교되어 희열을 느낌으로 나타날 때 방문객은 만족하고 방문객의 실제 활동이 그의 기대와 비교하여 불유쾌한 감정으로 나타나면 방문객은

불만을 느낀다는 것이다.

Van Raail & Francken(1984)은 소비자 만족 문헌에서 가장 널리 사용되는 정의를 관광에 도입해서 기대와 실제 성과간의 차이로써 만족을 정의하였으며, 비용과 편익에 대한 불일치, 기대 또는 불공정한 공평성이 불만을 발생시킨다고 하였다.

Whipple & Thach(1988)는 나이가가라 폭포를 관광한 자동차 여행자의 관광 참여 만족을 연구했다. 이들은 Oliver(1980, 1983)에 의해 제시되었던 소비자 만족/불만의 기대불일치 이론을 이용하여 기대, 성과, 불일치, 만족, 재구매 의도를 측정하였다. 결과로 관광서비스와 관광자원이 방문객 만족과 재구매 의도에 유의적이라는 사실을 도출하였다.

2) 지역축제 방문객의 만족

축제 방문객의 만족에 관한 연구는 많이 이루어지지 않았으며, Mohr 등(1993)의 연구가 축제 방문객의 동기와 만족간의 관계를 파악하려는 연구의 시초라 할 수 있다. 이 연구에서는 미국 사우스캐롤라이나 그린빌에서 열린 “Freedom Weekend Aloft” 방문객의 방문동기와 만족을 연구하면서 축제 방문객의 동기와 만족은 처음 방문객, 재방문객 여부에 따라 차이가 있음을 밝혀냈다. 또한 재방문 의도 여부에 따라 축제 방문의 주요 동기에 차이가 있음을 밝혀내고 동기를 요인 분석한 결과 사회화, 가족화합, 독특성과 흥미, 도피, 이벤트 신기성 등 다섯 가지 그룹으로 묶었다. 이를 통해 축제 방문객의 만족은 방문동기에 따라 달라진다고 강조했다.

이훈과 Deboah(1997)는 지역예술축제에 참가한 지역주민 참가자, 방문객 사이의 참가동기, 축제행사 평가, 그리고 만족도를 비교분석하였다. 미국 펜실베이니아 예술 축제를 대상으로 축제 참가자들을 조사해 지역주민 참가자와 방문객 사이에는 참가동기에서 순위차이가 있고 지역주민과 방문객 사이에는 축제에 대한 만족도에 있어서도 유의한 차이가 있음을 밝혀냈다. 지역주민 참가자와 방문객들의 만족수준을 비교했을 때, 방문객들이 지역주민 참가자들보다 더 높은 만족을 느끼고 있지만 두 집단의 만족수준은 모두 높은 편이었다고 검증했다.

이충기(1999)는 '98 경주 세계문화엑스포'의 축제이미지 요인을 분석하고 이미지 요인과 전체적인 만족도를 분석하였다. 축제 이미지는 재방문 의사와 만족도에 많은 영향을 미침을 밝혔다.

신도길과 곽재용(1999)은 '경주세계문화엑스포' 방문객을 대상으로 방문동기 유형에 따른 만족도를 연구하였다. 연구결과를 보면 문화동기가 강한 방문객이 접근성과 시설의 다양성에 더 많은 만족을 하는 것으로 나타났다.

오상훈과 고승익(2000)은 '98 세계 섬 문화 축제'를 사례로 축제 방문동기를 조사하여 동기세분화를 실시, 세분시장별로 지각된 방문성과와 전체만족이 어떻게 나타나는지를 확인하고 전체만족에 대한 지각된 방문성과의 영향을 연구하였다. 축제 방문동기 집단에 따른 지각된 방문성과와 전체만족은 동기집단별로 다르게 나타났으며, 전체만족에 영향을 미치는 지각된 방문성과 요인 또한 방문동기집단별로 다르게 나타났음을 밝혔다.

권정택(2000)은 관광이벤트 방문객의 만족에 영향을 미치는 방문동기와 사후 이미지 속성을 파악하고 그것이 관광이벤트를 찾는 방문객에게 어떻게 만족과 재방문 의사에 영향을 끼치는지를 분석하였다. 이 연구에서는 방문동기 요인 중에서 방문객의 만족도에 상대적으로 많은 영향을 주는 요인은 문화적 용인, 사후 이미지 속성으로는 행사 내용과 프로그램, 행사장의 쾌적성과 안내시설, 스텝, 참여의 용이성으로 밝혀졌다.

노영숙(2000)은 안동국제탈춤페스티벌 방문객들을 대상으로 축제에 대한 기대수준과 만족도에 대해 연구하였다. 경험수준의 만족도는 기대수준에 비해 낮은 것으로 나타났고 축제의 특이성이나 문화적, 역사적인 특성, 교육적인 부문에서 만족도가 높은 것으로 밝혀졌다.

박미정(2001)은 '부산국제아트페스티벌' 방문객을 대상으로 동기와 만족도를 연구하였다. 연구결과, 축제방문객의 동기는 성별, 연령, 직업, 소득에 따라 차이를 보였으며, 또한 성별과 연령에 따라 만족수준은 차이를 보였다. 이벤트 매력과 시설성은 남성이 여성보다 만족하는 것으로 나타났고, 경제성과 다양성의 경우 불만족하는 것으로 나타났다. 또한 30대와 50대는 이벤트 매력에 만족한 반면, 20세 이하와 50대는 불만족한 것으로 나타났다.

한편, 오정학 등(2002)의 연구를 보면 최초 방문객이 재방문객보다 더 높은 만

족을 보여 Mohr 등(1993)의 결과와 차이를 보였다. 관광이벤트는 스포츠관광이벤트와 달리 재방문객들이 타 지역의 행사에도 참여한 경험을 가지고 있으며, 그로 인해 타 지역의 행사와 비교가 가능하기 때문이라고 설명하였다. 즉, 스포츠를 주제로 한 관광이벤트에서 재방문객의 만족도는 타 지역의 이벤트 참가경험과 일정한 관련이 있다고 주장하였다.

만족은 소비자의 동기를 만족시킬 수 있는 잠재능력에 대한 기대와 실제로 구매한 후 소비경험이 어느 정도 일치하느냐에 따라서 결정된다고 한다. 대부분의 소비자 행동에 관한 이론들은 만족을 구입하기 이전에 소비자가 제품에 갖는 기대와 이것을 구입한 후에 사용함으로써 알게 되는 실제 성과와의 비교과정으로 설명하기도 하는데 이러한 비교과정은 기억 속에 저장된 경험의 폭을 넓혀주고 추후의 소비자 행동에 대하여 방법을 제시해주는 피드백 역할을 한다. 관광행동 후의 평가과정에서 역시 기대에 대한 성과의 일치와 불일치에 따라 나타나게 되는 만족과 불만족이 매우 비슷한 동질성을 갖고 있음을 알 수 있다.

<표 2-4> 방문객 만족에 관한 선행연구

연구자	연구 내용
Pizam et al(1978)	관광지의 7가지 경험요소에 대한 평균 만족 값의 합이 전체적인 만족으로 봄
Whiple & Thach(1988)	서비스와 관광자원이 만족과 재방문 의도에 유의적임을 연구
Raaji & Francken(1984)	방문객의 만족은 기대와 실제성과간의 차이에 의함을 연구
Mohr et al(1993)	이벤트 방문객의 만족은 재방문 및 최초 방문 유형별, 동기 유형별에 따라 차이가 있음을 연구
권해도(1989)	기대불일치 패러다임을 적용해 레스토랑 이용자들의 만족을 연구, 기대보다는 지각된 제품의 성과가 만족에 영향을 미침을 연구
신도길(1993)	방한 외국 관광객들의 해외 관광지 선택 심리 중 관광지 속 성과 만족도, 이 두 가지의 상호작용이 재방문 의도에 어느 정도 영향을 주는지와 인구통계학적 변수별로 관광지선택 속성의 차이를 제시

<표 계속>

김인호(1993)	방문객의 만족은 관광지에 대한 기대와 이미지로부터 영향을 받음
정강환(1995)	이벤트 방문객들의 동방형태, 방문동기, 정보원천을 조사, 만족도를 연구
장희정(1996)	해외여행객의 많고 연구에서 과거 여행경험, 정보원천 등이 만족에 영향을 미침을 밝히고 만족은 재방문 의도와 타인예의 권유의사에 중요한 변수로 작용
이훈 · Deborah (1997)	지역예술축제에 참가한 지역주민과 방문객 사이의 참가동기, 축제 행사평가, 만족도를 비교분석하여 프로그램 구성 시 참가 집단의 차이를 고려해야할 필요성을 제기함
홍남기(1997)	방문객은 여러 매체로부터 정보를 얻어 기대 이미지를 형성하고 목적지 방문 후 실제와 기대 이미지를 비교평가하고 그 결과와 만족·불만족을 좌우함을 연구
이충기(1999)	지역축제 방문객의 축제 만족도 요인 도출하여 요인별 만족도 수준 평가
신도길, 곽재용(1999)	이벤트 방문객을 대상으로 방문동기 유형에 따른 만족도를 연구
권정택(2000)	관광이벤트 방문객의 만족에 영향을 미치는 방문동기와 사후 이미지 속성을 파악하고 그것이 관광이벤트를 찾는 방문객에게 어떻게 만족과 재방문 의사에 영향을 끼치는지를 분석
고승익 외(2000)	축제 방문객의 동기세분화, 세분시장별로 지각된 방문성과와 전체 만족의 영향, 전체만족에 대한 지각된 방문성과 영향에 관한 연구
노영숙(2000)	지역축제 방문객들의 기대수준과 만족도 연구를 통한 활성화 방안 제시
박미정(2001)	축제 방문객을 대상으로 동기와 만족도를 연구한 결과, 축제방문객의 동기는 인적사항에 따라 만족수준의 차이를 보임
오정학(2002)	관광 이벤트의 최초 방문객과 재방문객의 만족도의 차이에 관한 연구
김태희(2003)	축제의 만족요인이 방문객들의 재방문과 타인추천에 미치는 영향에 대한 연구
미야기 케이나(2005)	전통축제의 속성이 방문객의 만족과 재방문 및 추천의사에 미치는 영향 연구
양우철(2006)	축제 방문객을 대상으로 만족도를 연구한 결과, 축제방문객의 만족도는 재방문 의사에 영향을 미침

자료: 연구자가 조사하여 재구성

2. 지역축제의 만족속성

1) 축제 만족속성

축제 속성에 관련된 국내의 연구를 살펴보면, 이장주(1998)는 축제 이미지 속성의 개발과 적용에 관한 연구에서 진도 영등제를 대상으로 편의적 요소, 놀이적 요소, 심리적 요소, 지역적 요소, 제의적 요소, 참여적 요소로 구성된 30개의 측정항목을 개발하여 이용성, 유희성, 신기성, 향토성, 전통성, 체험성, 교육성이라는 7개의 속성 항목을 밝혀냈다. 서태양(1999)은 경주세계문화엑스포에 대한 이미지 속성을 행사몰입 및 충실성, 문화체험성, 행사의 편의성, 한국적 분위기로 구성하였다. 권정택(2000)은 광주비엔날레에 방문한 방문객을 대상으로 한 연구에서 축제 이미지 속성을 행사내용, 역사적 · 교육적 가치, 지역적 특성, 행사정보, 행사시설, 행사안내 · 쾌적성, 참여 용이성으로 구성하였다. 김성혁 외(2000)는 10대 지역축제에 방문한 방문객을 대상으로 한 연구에서 축제 선택 속성을 이용의 편리성, 새로운 문화교류, 오락 및 편의시설, 일상생활탈피, 자연경관과 향토음식, 전통문화습득의 6가지로 구분하였다. 이상일(1998 & 2003)과 류정아(2003)는 문화인류학, 민속학적 관점에서 축제의 정신을 그 원류인 놀이 및 문화에서 축제를 해석하려 하였다. 김계섭(1995)과 이훈 · 김정은(2000) 등은 관광학, 경영학적 관점에서 축제의 주제가 드러나 있는 프로그램에 대하여 평가를 함으로써 그 축제가 담고 있는 속성을 간접적으로 찾고자 하는 연구가 있었다.

이훈(2005)은 위의 선행연구를 바탕으로 축제 체험을 일탈성, 놀이성, 대동성, 신성성, 장소성 등 총 5가지 속성으로 분류하였으며, 그 장소에서만 경험할 수 있는 특성들이 축제의 경험을 특성화시키는 요소(2003 & 2004)라고 하였다. 또한 축제 체험속성을 5가지속성으로 포함된 개념으로 역치, 몰입, 놀이, 공동체, 사회교환, 고유성 등이 근간을 이루고 있으며, 참가자의 입장에서는 축제 그 자체보다는 축제를 즐기는 과정이며 질적 측면으로 정의되는 것이 바람직하다고 제안하였다.

<표 2-5> 축제만족 속성에 관한 선행연구

연구자	축제 속성
이장주(1998)	이용성, 유희성, 신기성, 향토성, 전통성, 체험성, 교육성
서태양(1999)	행사몰입 및 충실성, 문화체험성, 행사의 편의성, 한국적 분위기
김계섭(1995), 이훈·김정은(2000)	관광학, 경영학적 관점에서 간접적으로 찾음
권정택(2000)	행사내용, 역사적 · 교육적 가치, 지역적 특성, 행사정보, 행사시설, 행사안내 · 쾌적성, 참여 용이성
김성혁 외(2000)	이용의 편리성, 새로운 문화교류, 오락 및 편의시설, 일상생활탈피, 자연경관과 향토음식, 전통문화습득
이상일(1998 & 2003), 류정아(2003)	문화인류학, 민속학적 관점에서 축제의 속성 연구
이훈(2005)	일탈성, 놀이성, 대동성, 신성성, 장소성

자료: 연구자가 재구성

본 연구에서는 축제만족속성 관련 선행연구 분석을 근거로 하여 다음과 같은 24개의 축제만족속성을 본 연구대상 항목으로 선정하였다.

사전홍보를 통해 축제의 내용 및 일정을 잘 알고 있다. 행사장내 안내시설(표지판)이 잘 되어 있다. 행사장의 안내요원은 친절하고 적극적이다. 축제에 대한 팸플렛 등의 정보가 풍부하다. 행사요원의 복장이 적절하다. 축제는 교육적이고 유익하다. 축제프로그램이 독창적이고 제주만의 특색이 있다. 축제 행사의 내용이 다양하다. 축제의 내용이 재미있고 신명난다. 직접 참여하는 체험프로그램에 만족한다. 일정 및 시간준수가 잘 이루어졌다. 축제 관련 상품과 기념품의 가격은 적절하다. 상품과 기념품은 축제나 지역의 특색을 잘 반영했다. 축제 관련 상품과 기념품의 종류가 다양하다. 축제 관련 상품과 기념품의 품질이 좋다. 음식의 종류가 다양하다. 음식의 맛과 가격에 만족한다. 음식이 깨끗하고 청결하다.

행사장의 주차공간은 넓고 편리하다. 축제장내 화장실이 청결하고 편리하다. 장애인 편의 시설 등이 잘 갖추어져 있다. 휴식 공간(벤치, 공간, 휴게시설)이 잘 되어 있다. 축제관련 부대시설 등이 잘 갖추어져 있다. 축제 장소는 안전하고 쾌적하다.

3. 재방문

1) 재방문 의도

재방문 의도는 지역축제 방문에 대한 평가적 의미이다. 따라서 재방문 의도는 지역축제에 대한 만족과 불만족에 의해 결정되며, 다음 지역축제에 대한 방문객의 지속적인 방문과 매우 관계가 깊다. 지역축제 방문객의 평가가 좋으면 재방문 의도가 커질 것이고, 평가가 나쁘면 낮아질 것이다. 재방문 의도는 단순히 단골 방문객에 대한 고객확보 차원을 넘어 잠재적인 수요시장 확보의 중요한 변수가 된다.

지역축제의 만족은 방문객이 지역축제에 방문하자마자 정서적, 감정적으로 느끼는 단기적 형성과정을 거치는 것이지만, 재방문 및 구전 의도는 다양한 긍정적 태도나 느낌들이 장기적이고 지속적으로 유지될 때 방문객들 간에 형성될 수 있는 긍정적인 관계를 의미하는 것이다.

지역축제는 프로그램과 같은 내용뿐만 아니라 행사지역의 사회, 경제, 문화 등 종합적인 요소가 배경에 형성되어 있으므로 지역축제 운영의 주체인 지역주민이 내부방문객 및 자원봉사자로서의 직, 간접적인 참여는 재방문 결정의 중요한 요소로 작용한다. 한편, 구전홍보 또는 방문추천도 재방문 결정의 일익을 담당한다. 지역축제 방문객은 축제 방문 후 만족도에 대한 간접적인 의사표시로 주위 사람들에게 방문한 지역축제에 대한 만족과 불만족을 표현하게 되는데, 이러한 경험에 의한 추천의사는 다른 홍보 및 광고보다도 수요시장에 많은 영향을 미친다. 따라서 지역축제 방문객에 의한 방문추천 또는 구전홍보는 어떤 다른 홍보 방법보다도 재방문을 결정하는데 매우 효과적이다.

2) 지역축제 방문객 만족과 재방문 의도와의 관계

지역축제가 치열한 유치경쟁과 개최지역간의 경쟁이 가속화되고 있는 시점에서 지역축제 기획자들은 점차 증가하는 지역축제 공급시장과 기존 방문객들에 의한 재방문을 유도 하는 데에 관심을 기울이게 되었다. 만족이라는 평가는 행위를 강화함으로써 재방문을 증진시킨다.

그러므로 지역축제 개최지역이 방문객에게 기억되기를 원하고, 재방문되기를 바라다면 방문했던 지역축제에 대해 만족하였는지의 여부가 매우 중요하다. 따라서 관광학에 있어서의 방문객 행동연구는 방문객의 구매 사후행위와 연관된 주제인 무엇이 그들을 만족/불만족 시켰으며, 무엇이 그들을 재방문 또는 재방문 취소를 하게 하였는지에 대한 연구에 더욱 큰 관심을 가져야 한다.

지역축제 방문객의 만족과 재방문의도의 연구들을 살펴보면, 고동우(1998)는 관광의 심리적 체험과 만족과의 관계에서 방문객을 대상으로 관광체험의 심리적 차원을 확인하고, 전반적 만족, 재방문 의도, 추천의도 각각을 기준으로 차원간의 상대적 중요도를 알아보았다. 분석결과 목적지별 관광체험과 후속 평가와의 관계에서 관광지별로 평가 후 행위의도에 미치는 변수간의 관계는, 조사대상 목적지별로 각각 가지고 있는 복합적인 이미지로 인해 서로 다른 양상을 보이는 것으로 나타났다.

배기철과 황윤용(2001)은 한국 문화관광 상품에 대한 일본 여행자의 만족과 재방문의도에 관한 연구에서, 크게 방문 전 시점과 방문 후 시점으로 구분하여, 관광상품의 만족과 여행사제공 서비스 만족을 독립변수로, 관광상품에 대한 재구매 의도와 여행제공 서비스 업자에 대한 재 구매 의도를 종속변수로 구분하여 연구하였다. 그 결과 방문 전 관광상품에 대한 재 구매 의도는 방문 후 재 구매 의도에도 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타나서, 만족이라는 개념이 그 매개적 역할을 하고 있음을 밝혔다.

권정택(2000)은 관광이벤트의 방문동기와 사후이미지가 만족과 재방문 의도에 미치는 영향 연구에서 실증분석 결과, 각 요인 간에 영향관계가 있는 것으로 나타났다. 연구에서 재방문 의도에 영향을 미치는 변수로는 만족, 동기 중 문화적 경험, 가족친화성이 긍정적 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 만족도가 높을수록 재방문 의도가 높아지고, 사후이미지 속성 중 역사적, 교육적가치가 긍정적

영향을 미치는 연구결과를 보여 주고 있다. 또한 관광이벤트에 참가한 방문객들은 관광이벤트에 대해 만족하게 되면 관광이벤트의 추천의사, 재방문 의사와 같은 재방문 의도에서 보다 높은 값을 나타내게 된다고 하였다.

윤동구(2001)는 관광객 만족 구조 모형의 개발에 관한 연구에서 관광기대, 관광욕구, 지각된 성과품질, 지각된 경험품질, 기대일치, 욕구일치, 전반적 만족, 불평행동, 미래행위 의도 등 9개의 잠재변수를 사용하여 실증분석이 이루어졌다. 조사대상의 전반적 만족과 불평행동 및 미래행위 의도에 가장 영향을 미치는 결정요인으로는 지각된 경험품질인 것으로 나타났다.

이준엽(2003)은 지역이벤트 관광객의 추구편익에 따른 만족에 관한 실증연구에서 이천도자기 축제의 관광객의 만족도 요인과 재방문의사 및 추천의사 간의 영향분석을 실시하여 만족도요인과 재방문의사간, 추천의사간에 긍정적 영향관계가 있다는 실증연구 결과를 보여주고 있다.

Moutinho(1987)와 Pearce(1988)는 방문객들은 그들의 만족/불만족의 결과에 따라 재방문을 하거나 다른 관광지로 목적지를 바꾼다고 주장하였고, 긍정적인 결과(만족)를 갖는 방문객은 재방문하거나, 다른 방문객들에게 그 관광지를 권유하거나, 해당 관광지에 대하여 호의적인 설명으로 표현하지만 그렇지 못한(불만족)방문객들은 재방문을 하지 않으며, 다른 사람에게 권유하지 않고 부정적인 설명으로 표현하여서 해당 관광지의 평판에 크게 손해를 입힌다고 설명하였다. 이러한 이유 때문에 관광경영자와 마케터들은 방문객이 재방문과 다른 사람들에게 휴가경험의 추천을 하는데 결정적 역할을 하는 만족으로서 방문객 만족을 분석하는데 관심을 가져야만 한다.

Backman(1995)은 미국 사우스캐롤라이나 그린빌(South Carolina Greenville)에서 열린 “Freedom Weekend Aloft” 방문객의 방문동기와 만족을 연구하면서 이벤트 방문객의 동기와 만족은 이벤트 첫 방문객, 재방문객 여부에 따라 차이가 있음을 밝혀냈다. 이들은 방문객의 재방문의도 여부에 따라 이벤트 방문의 주요 동기에 차이가 있음을 알아내고 동기를 요인 분석한 결과 사교성, 가족친화성, 독특성과 흥분, 일상탈출, 축제자체의 진기함으로 그룹을 통해 이벤트 방문객의 만족은 방문동기에 따라 달라진다는 연구결과를 도출했다.

이상의 연구 결과들은 지역축제 방문객의 만족은 재방문 의도와 권유 의사 에

영향을 미침을 조사했다. 만족이 재방문에 미치는 영향 즉, 만족이 재방문 행동에 반드시 정적으로 영향을 미치는가의 여부에 대해서는 논란의 소지가 많으나 선행연구들로 미루어 보아, 적어도 특별한 경우를 제외하고 불만족한 방문객이 재방문을 적극적으로 행하지는 않을 것이다. 따라서 지역 축제에 방문 한 후의 만족이 항상 재방문에 직접적인 영향은 미치지 않는다 하더라도, 다양한 형태로 재방문에 영향을 준다고 할 수 있다.

4. 타인추천 (추천의사)

소비자가 어떠한 제품을 구입하거나 서비스를 제공 받았을 때 만족하였거나 불만족 하였을 때 이러한 심리적인 상태를 가족이나 친지, 직장동료, 친구들에게 의사를 표현하게 되는 경우가 있다. 이러한 심리상태를 보고받은 주변인들은 이에 영향을 받아 제품을 구입할 때나 서비스 제공 등을 선택하게 될 때 들었던 것을 상기하여 결정하게 된다. 이러한 경우를 추천의사 또는 구전 커뮤니케이션, 구전효과라 칭한다.

즉 타인추천이란 소비자들이 이해관계를 떠나서 비공식적으로 긍정적인 혹은 부정적인 정보를 교환하는 의사소통 행위과정이라 할 수 있다(김미경, 2003).

이러한 추천의사는 기업이나 서비스제공자 특히 문화관광축제에 엄청난 영향을 가져다준다. 특히 긍정적 추천의도일 경우 제품의 이미지, 상품선택 과정에 좋은 영향력을 줄 수 있으며, 고객들에게는 더욱더 신뢰감을 준다고 할 수 있다. 그러나 이러한 추천의사는 긍정적일 때만 가능하다. 가령 소비자가 상품의 질과 서비스에 불만족하였다면 추천의사로 인해 오히려 부정적인 영향을 줄 수도 있다. 따라서 구전은 소비후의 행동으로서 잠재적 비즈니스에 많은 영향을 미친다.

추천의사는 고객이 만족을 하였을 경우에 주로 발생하며 적극적인 추천의사는 만족하였을 경우에만 발생한다고 할 수 있다. 고객이 불만족하였을 경우에도 타인추천 현상은 발생하나 그 제품에 관하여 추천의 행위가 이루어지지 않으므로 추천의사란 재방문의사와 같이 고객이 제품이나 서비스 등에 만족하였을 경우에만 발생하는 것이라 할 수 있다.

추천의사가 미래 구매가능성에 영향을 미치는 이유는 첫째, 서비스에 대한 평

가는 경험에 의해 개념화되기 때문에 서비스구매에 따른 위험을 회피하기 위한 방안으로 인적자원정보에 의존하게 되기 때문이다(김경욱, 2004). 두 번째로는 서비스구매 시 효과적인 정보는 객관적이며 기술적인 측면보다 예시적, 주관적, 감성적인 것이 더욱 소구력이 강하기 때문이다(김경욱, 2004).

Richins 와 Terorrot-Shaffer(1987)는 구전에 의해 전달되는 내용을 제품뉴스, 조언제공, 개인적 경험의 세 가지로 보았으며, 김현순(1995)은 제품 관련지식이 낮은 경우가 제품 관련지식이 높은 경우보다 구전정보를 더 많이 수용한다고 하였다.

구전은 고객들로 하여금 기업으로부터의 이탈을 방지하고 새로운 고객을 끌어들이는 중요한 역할을 한다고 할 수 있으며, 새로운 고객의 약30%가 긍정적인 구전을 통하여 기업을 선택하여 고객만족이 높아짐에 따라 기업에 대한 긍정적인 구전의도가 증가한다고 한다. 이러한 이론은 문화관광축제에서도 예외가 될 수는 없다.

방문객이 지역축제를 다녀온 후에 그곳의 서비스와 경관, 이벤트 등에 대하여 어떻게 전달하느냐에 따라서 그 지역축제의 이미지가 변화할 것이며, 방문객의 방문이 증가하거나 감소하는데 영향을 주게 될 것이다. 이벤트에 참가했던 방문객이 이벤트에 대해서 어떻게 전달하느냐에 따라서 그 성패가 달려있다. 따라서 방문객의 만족을 극대화하여 긍정적인 추천의도를 유도하는 것은 매우 중요한 일이라 할 수 있다.

<표 2-6> 방문객 재방문에 관한 선행연구

연구자	연구 내용
Pizam et al(1978)	관광지의 7가지 경험요소에 대한 평균 만족 값의 합이 전체적인 만족으로 봄
Whiple & Thach(1988)	서비스와 관광자원이 만족과 재방문 의도에 유의적임을 연구
Raaji & Francken(1984)	방문객의 만족은 기대와 실제성과간의 차이에 의함을 연구
Mohr et al(1993)	이벤트 방문객의 만족은 재방문 및 최초 방문 유형별, 동기 유형별에 따라 차이가 있음을 연구

권해도(1989)	기대불일치 패러다임을 적용해 레스토랑 이용자들의 만족을 연구, 기대보다는 지각된 제품의 성과가 만족에 영향을 미침을 연구
신도길(1993)	방한 외국 관광객들의 해외 관광지 선택 심리 중 관광지 속성과 만족도, 이 두 가지의 상호작용이 재방문 의도에 어느 정도 영향을 주는지와 인구통계학적 변수별로 관광지선택 속성의 차이를 제시
김인호(1993)	방문객의 만족은 관광지에 대한 기대와 이미지로부터 영향을 받음
정강환(1995)	이벤트 방문객들의 동방형태, 방문동기, 정보원천을 조사, 만족도를 연구
장희정(1996)	해외여행객의 많고 연구에서 과거 여행경험, 정보원천 등이 만족에 영향을 미침을 밝히고 만족은 재방문 의도와 타인에의 권유의사에 중요한 변수로 작용
이훈 · Deborah (1997)	지역예술축제에 참가한 지역주민과 방문객 사이의 참가동기, 축제 행사평가, 만족도를 비교분석하여 프로그램 구성 시 참가집단의 차이를 고려해야할 필요성을 제기함
홍남기(1997)	방문객은 여러 매체로부터 정보를 얻어 기대 이미지를 형성하고 목적지 방문 후 실제와 기대 이미지를 비교평가하고 그 결과와 만족·불만족을 좌우함을 연구
이충기(1999)	지역축제 방문객의 축제 만족도 요인 도출하여 요인별 만족도 수준 평가
신도길,곽재용(1999)	이벤트 방문객을 대상으로 방문동기 유형에 따른 만족도를 연구
권정택(2000)	관광이벤트 방문객의 만족에 영향을 미치는 방문동기와 사후 이미지 속성을 파악하고 그것이 관광이벤트를 찾는 방문객에게 어떻게 만족과 재방문 의사에 영향을 끼치는지를 분석
고승익 외(2000)	축제 방문객의 동기세분화, 세분시장별로 지각된 방문성과와 전체 만족의 영향, 전체만족에 대한 지각된 방문성과 영향에 관한 연구
노영숙(2000)	지역축제 방문객들의 기대수준과 만족도 연구를 통한 활성화 방안 제시
박미정(2001)	축제 방문객을 대상으로 동기와 만족도를 연구한 결과, 축제방문객의 동기는 인적사항에 따라 만족수준의 차이를 보임
오정학(2002)	관광 이벤트의 최초 방문객과 재방문객의 만족도의 차이에 관한 연구

제 3 절 현황분석

1. 국내지역축제 현황 및 특성

1) 국내지역축제 현황

국내지역축제는 현재 급증하는 양상을 보이고 있다. 2004년~2006년 지역별 축제 개최현황인 <표 2-7>에 따르면, 2004년 569개의 축제가 2005년 726개, 2006년 842개로 증가하였고, 지자체의 단위 축제까지 포함하면 1000여 개의 축제가 개최되고 있다.

<표 2-7> 2006년 시·도별 축제 개최현황

구분	개최빈도		
	2004년	2005년	2006년
서울특별시	32	15	48(5.7%)
부산광역시	64	60	56(6.6%)
대구광역시	13	26	24(2.9%)
인천광역시	11	20	21(2.5%)
광주광역시	15	10	15(1.8%)
대전광역시	8	8	10(1.2%)
울산광역시	9	20	19(2.3%)
경기도	59	63	100(11.9%)
강원도	74	117	121(14.4%)
충청북도	35	59	61(7.2%)
충청남도	41	67	72(8.6%)
전라북도	32	33	33(3.9%)
전라남도	41	46	61(7.2%)
경상북도	52	65	65(7.7%)
경상남도	68	56	86(10.2%)
제주도	15	61	50(5.9%)
합계	569	726	842(100.0%)

자료: 문화관광부 홈페이지 재구성

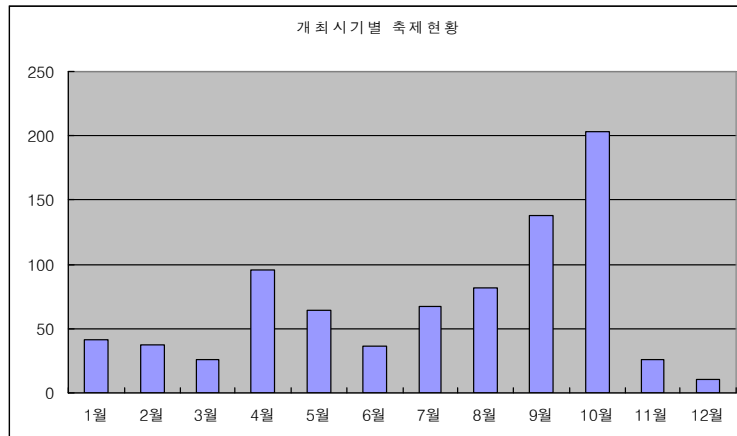
축제개최현황을 좀 더 구체적으로 살펴보면, 우선 강원도가 121개(14.4%)로 가장 많이 개최되고 있고, 다음으로 경기도가 100개(11.9%), 경상남도가 86개(10.2%), 충청남도가 72(8.6)개 등의 순으로 개최되고 있다. 대전광역시가 가장 적은 10개(1.2%)가 개최되고 있다. 강원도가 가장 많은 이유는 2000년 이후 강원도가 관광특구(현재 강원도는 강릉·동해·평창·횡성 일원의 대관령지역과 속초시·고성군·양양군 일부지역을 포함한 설악산지역이 관광특구로 지정되어 있다)로 지정된 다음부터 관광객의 숫자가 늘고, 이에 호응하여 지자체에서 지역축제를 많이 구상하게 된 이유일 것이라고 추정된다(차은영, 2006).

2) 국내지역축제의 특성

첫째, 주체와 성격에 따라 관주도형, 민간주도형 민·관 절충형으로 구분할 수 있다. 관주도형이란 예산과 계획·행사 전반을 행정당국이 책임지고 있는 축제를 말하며, 민간주도형은 개인이나 단체 혹은 공동체에서 주관하는 축제를 가리킨다. 그리고 민·관 절충형은 주로 관에서 예산을 지원하고 행사의 추진은 민간에서 담당하는 경우를 말한다. 우리나라의 지역축제는 90%이상이 관에서 개입하여 이루어지고 있으므로 민간주도로 행해지는 것이 아주 드물다고 할 수 있다.

이는 재정적인 측면 뿐 아니라 각종 행정적 지원이 필요하므로 당연히 그렇게 될 수밖에 없는 구조적 특징이 있다고 하겠다.

둘째, 시기와 공간에 따라 개최시기는 [그림 2-2]의 전국 시·도의 월 별 축제 개최 현황에서 알 수 있듯이 10월에 가장 집중되어 있고, 다음으로 9월, 4월, 8월 7월 순으로 나타났다.



[그림 2-1] 전국 시·도의 월별 축제 개최 현황²⁾

3) 국내지역축제의 권역별 특성³⁾

(1) 서울·경기권 축제

서울특별시에서 현대적인 축제가 벌어진 시기는 그다지 역사가 오래되지 않는다. 서울시는 최초의 축제인 1967년 <명동축제>를 시작으로 상업축제의 목적으로 미스 명동선발, 헤어 쇼, 의상 쇼, 전시회 등과 같은 행사를 주로 열었다고 한다. 이후 1990 년대에 들어서 서울시의 25개 모든 구청에서 축제를 개최하므로 지자체의 출발과 밀접한 상관성을 가지게 되었다. 최근 서울 시내에서 강남구·서초구·구로구 등과 같이 새로 개발된 지역에서는 주민에게 문화의 시간을 제공하기 위한 공연 중심으로 기획한 의도를 엿볼 수 있다.

한편 인천광역시에서는 현재 21개의 축제가 개최되고 있으며, 경기지역은 100개의 축제가 개최되고 있는데, 경기지역 축제 가운데 도에서 주관하는 지역축제는 거의 없고, 대부분 시·군 단위로 실시하는 것이 보통이다. 다만 경기 종합예술제와 경기도 민속예술공연경연대회는 예외적으로 도에서 주관하고 있다. 경기지역의 축제가 행하여지는 시기를 분석해 보면 사계절에 관계없이 다양한 시기에 진행되고 있다.

2) 2006 문화관광부 자료 재구성

3) 차은영(2006) 지역축제 활성화를 위한 매거진(雜誌)디자인 프로젝트 참조 재구성

(2) 강원권 축제

강원지역 축제의 성격을 크게 구분하면 전통적인 축제와 현대적인 축제로 대별할 수 있다. 전통축제에는 동제의 형태로 전승되는 명절축제와 별신굿이 있다. 그러나 전통에 뿌리를 두고 있다고 하더라도 행사시기, 장소, 대상인, 행사방식 등이 인위적으로 가공된 것은 현대화된 축제라고 보아야 할 것이다. 강원지역은 현재 121개 이상의 축제가 개최되고 있다.⁴⁾ 이러한 강원도 축제의 대부분은 90년대에 새로 생겨난 것들이다. 이들 축제의 유형을 분류하면 수성문화제·설악문화제·무릉제 등과 같이 각 지역의 제례와 종합행사로 치러지는 대표축제와 지역 특산물과 음식을 중심으로 행해지는 상업축제, 자연을 대상으로 한 관광축제, 마임·인형극·낙시영화·만화영화 등 연극·영화를 중심으로 한 예술축제 등으로 나눌 수 있다. 이 밖에 각 지역의 면 단위에서 치러지는 명절 축제 등이 있다.

(3) 충청권 축제

충남의 대표적인 축제는 공주와 부여가 격년으로 주최하는 백제문화제이다. 1995년부터 이어져 온 백제문화제는 타 지역 축제에 비교하여 역사문화 축제로서 우위를 점하며 축제를 이끌어 가고 있다. 또 다른 대표적인 축제는 계룡산 산신제이다. 충남의 대표적인 명산이며 진산인 계룡산은 고대사회 이래로 국가나 지역 단위에서 공식적으로 제사를 지내던 신성한 공간이었다. 이외에도 충남지역에서는 매년 지역별로 수십 개의 향토축제가 개최되고 있는데 절반 이상은 지역민들의 수입과 직결된다. 천안시의 성환 배 축제는 특히 산업축제로서 중요하다. 대천의 꽃게 축제, 논산의 딸기축제, 강경의 전통 맛갈 축제, 백마강의 수박 축제, 홍성의 대하축제 등의 특산물 축제들은 경제성 있는 산업축제로서 지역의 특산물을 홍보하고 판촉의 효율성을 높이기 위해 점차 확산되는 추세이다.

한편 충북지역의 축제는 시·군마다 지역의 문화적 기반에 따라 독특한 행사로 자리 잡고 있다. 충북지역 축제는 목적에 따라 지역주민의 화합의 축제, 특산물 판촉의 축제, 관광축제 그리고 각 지역별 특수한 목적의 축제로 나누어 볼 수 있다. 지역주민들의 화합을 목적으로 하는 축제는 충북예술제를 비롯하여 청주

4) 문화관광부에서 파악이 안되는 소규모 마을축제까지 포함하면 121개를 훨씬 상회.

시민의 날 행사, 우륵 문화제 등이 있으며, 청주 인쇄출판축제와 제천 의병제와 같은 지역의 특수한 목적을 가지고 있는 축제도 있다. 또한 특산물관측을 위한 축제는 각 계절별로 생산되는 농·특산품을 판매하는데 목적을 두고 있어 이미 전국에 널리 알려진 축제만도 여러 가지가 있다.

(4)영남권 축제

대구·경북은 신라 천년의 역사가 숨 쉬는 곳으로 다른 지역의 축제와는 달리 깊은 역사와 전통성을 지니고 있다. 이는 이 지역 축제의 일환으로 행해지는 전통 문화행사에 잘 나타난다. 우선 대구 달구벌 축제의 일환으로 열리는 약령시 개장은 그 역사가 조선 효종9년까지 거슬러 올라가며, 신라 세계문화엑스포는 우리나라 최초의 통일국가인 신라 문화에 그 근원을 두고 있으며, 안동 국제탈춤페스티벌의 하회별신굿, 봉산 탈춤과 경산자인의 단오 한장군 놀이도 조선시대에 그 근원을 찾을 수 있다. 이렇듯 대구·경북의 축제는 깊은 역사성을 지니고 있고, 주요행사는 지역의 전통놀이, 굿, 농요들을 선보이고 있으며, 이러한 놀이는 지역민들이 지역의 자부심을 가지고 오랫동안 전수해온 것으로 지역민들의 정체성을 확립시키고 고양시키는 역할을 한다.

한편 경남지역은 대체적으로 자연경관과 정유재란이라는 역사적 배경을 지역 축제의 소재로 삼고 있다. 아울러 명계·전북·유채꽃·멸치축제 등 대개의 축제가 청정해역이라는 이 지역의 자연적 환경을 토대로 대부분 4~5월과 10월에 집중되어있다. 경남지역축제의 뚜렷한 특징은 바다를 접해있는 지역이 많은 까닭에 이를 발전시킨 해양관련 축제가 많다는 것이다. 특히 부산은 피서지로서 전국적인 지명도를 가지고 있기 때문에 이와 연관하여 해 변 축제가 여름철 부산의 전 해수욕장을 중심으로 행해지고 있다.

(5)호남권 축제

전남지역의 축제는 자연에서 소재를 취한 볼거리 중심의 향토축제가 많으며 역사적 사실이나 지역의 특산품을 축제의 이름으로 하는 예도 많다. 축제의 개최는 봄과 가을에 많으며 이는 봄나들이와 가을나들이에 알맞은 날씨를 고려해서 축제가 열리고 있음을 알 수 있다. 전남지역의 대표적인 지역축제는 목포 도

자기축제, 여수의 진남제, 문안의 연꽃 대축제, 완도의 장보고 축제, 신안의 게르마늄 갯벌축제 등이다. 전남지역의 향토축제들은 관주도형의 이벤트성 관광사업의 성격을 가지고 있다. 한편 광주광역시에서는 최근 비엔날레와 광주김치대축제가 성황리 시행되고 있다. 아울러 5·18광주민주화항쟁과 관련된 다양한 행사가 새로운 축제로 자리매김 하고 있다.

2. 제주지역 축제 현황 및 특성

제주도의 축제는 2007년 6월 기준으로 42개가 개최되고 있다. 이는 전년도에 비해 줄어든 수치로서 타 지역의 축제와 비교했을 때 향토문화 전승축제, 역사인물기념축제, 주민화합축제, 산업축제보다는 관광객 유치를 통한 지역경제 활성화를 주목적으로 하는 자연자원 중심의 문화관광축제적 성격이 강하다. 제주도의 중요한 축제는 탐라문화제, 정월대보름 들불축제, 서귀포칠십리축제 등을 들 수 있다. 특히 제주도는 최근에 기존의 행사성 이벤트를 통·폐합하여 대형화·특색화 하는 방안과 계절별 차별화된 축제 형태로 추진하고, 이를 1차 산업과 연계시키는 발전방안을 모색하고 있다(김병인, 2004).

3. 정월대보름 들불 축제 현황

정월대보름 들불축제는 옛 제주의 목축문화를 계승하여 현대적 감각에 맞게 이벤트화 한 축제다.

30여 년 전만 하더라도 제주의 중산간 마을에서는 가가호호 2~3마리 정도의 소를 기르며 밭 경작 등 주요 노동력으로 삼아 왔다. 농번기가 끝나면 중산간 지역 마을 공동목장에 소를 방목하였고, 새 봄을 맞아서 마을마다 소를 기르는 가구들이 윤번제로 돌아가며 아침 일찍 소를 이끌고 풀 먹이러 다니던 풍습이 있었다. 이처럼 소를 모아 풀을 먹이도록 하자면 초지관리가 이루어져야 하는데 이 또한 쉽지 않아 중산간 지역 양질의 목초가 자란 들판을 찾아다녀야 했다. 이를 위해 제주선민들은 중산간 초지의 해묵은 풀을 없애고, 해충을 구제하기 위해 마을별로 늦겨울에서 초 봄 사이 들판에 불을 놓았다. 이러한 불농기를 일컬

어 들불농기(방애 농기)라 한다. 정월대보름들불축제는 바로 이러한 제주선민들의 옛 생활풍속을 현대적 감각에 맞게 승화 발전시킨 축제인 것이다.

2007정월대보름 들불축제는 지난 97년에 처음으로 개최되기 시작하여 올해 11회째를 맞았다. 그리고 지난해에 이어 올해도 문화관광부지정 유망축제로 선정되어 정부지원 속에 개최되었다.⁵⁾

특히, 이번 정월대보름 들불축제는 지난해 7월 1일 제주특별자치도가 출범하면서 기존의 북제주군과 통합을 이룬 제주시가 처음으로 주최·주관이 되어 개최하였다. 제주시는 지난 10회 개최의 노하우를 계승하고 ‘2007제주민속문화의 해’와 연계하여 제주의 다양한 민속과 생활문화 체험프로그램의 비중을 확대하였다.

특히, 불 [火] · 말 [馬] · 달 [月] · 오름 [岳] 을 핵심소재로 하여 타지방 향토축제와 차별화해 나가는 것을 축제운영의 방침이자 실현 목표로 삼고 있다.

이러한 축제의 특성을 살려 3일간 각 날짜별로 주제가 있는 마당으로 축제가 펼쳐졌다.

▷ 축제 첫째 날인 3월1일 첫마당 행사는 ‘도민대통합의 날’로 정하여 오전 10시 30분부터 새별오름 정월대보름 들불축제장에서 도내 읍면동 풍물놀이패가 출연 도민이 함께 어우러져 신명을 올리는 전도 풍물놀이를 시작으로 그 막이 열렸다. 특히, 3월 1일이 국경일 휴일임을 감안 학생과 부모 등 가족이 함께 참여할 수 있는 다양한 체험 행사와 잔디썰매타기 운영 등 다채로운 프로그램이 진행되었다.

그리고 개막특별행사로 새별오름 언저리에서 50여 마리의 제주조랑말이 힘찬 질주를 펼치는 퍼레이드로 축제에 역동성을 불어일으키고, 오후 2시에 탐라개국의 성지 삼성혈과 제주시의 최동단 우도와 최서단 수월봉에서 채화된 성화가 새별오름에 집결함과 동시에 개막행사가 이루어졌다. 개막선언과 함께 로고글이 새겨진 풍선을 개최년도에 맞춰 2007개를 하늘로 날려 보냈다. 이날 축제마당은 집줄농기 경연대회와 제주어 말하기, 소원기원 메시지 전달도민대통합 전도 낙동배기대회와 난타공연, 도민대통합기원 횃불대행진, 소형달집태우기 등 저녁 8시까지 다양한 프로그램이 펼쳐졌다.

5) 2001, 2002년-우수축제2회, 2004,2005년-예비축제 2회, 2006,2007년-유망축제 2회

▷ 축제 둘째 날인 2일 둘째마당은 ‘무사안녕과 평화기원의 날’로 오전 11시
듬돌 들기를 시작으로 말사랑 싸움놀이, 해동검도 시범공연, 청소년 댄스경연대
회, 전국 b-boy 초청대회, 외국자매도시 공연을 비롯해 불꽃놀이 등 행사가 저
녁 7시까지 펼쳐졌다. 이날 행사는 제주도민은 물론 지구촌 가족 모두의 무사안
녕과 평화를 기원하고 자연과 인간이 함께 조화로운 발전을 염원하는 마당으로
치러졌다.

▷ 축제 셋째 날인 3일 마지막 날 셋째 마당은 ‘제주특별자치도 성공기원의
날’로 치러졌다. 오전 11시 풍물놀이를 시작으로 밭갈이 농경문화시연, 말사랑
싸움놀이, 미국 샌타로사시와 중국 래주시 등 국제자매도시공연, 국악명창 김영
임의 민요명창 축하공연, 난타공연, 도립예술단의 민속예술공연, 제주특별자치
도 성공기원 굿 및 메시지 낭독, 햇불 및 달집점화, 오름불 농기와 오름 정상 화
산 분출쇼, 조명 및 레이저 쇼, 불 깡통 돌리기 등으로 축제분위기가 무르익었고
전통 민요와 풍물놀이 한마당이 펼쳐진 가운데 축제에 참가한 도민과 관광객이
한데 어우러져 강강술래를 돌며 축제의 대미를 장식했다.

제 3 장 조사 설계와 분석방법

제 1 절 연구가설 및 모형

1. 연구가설의 설정 및 모형

본 연구에서는 앞에서 전개된 연구의 이론적 개념모형에 따라 지역축제 방문객의 만족에 미치는 영향과, 만족이 재방문과 타인추천에 미치는 영향을 토대로 가설을 설정하였다. 이를 위한 연구 모형은 [그림 3-1]과 같다.

정월대보름 들불축제가 축제방문객들에게 주는 만족요인이 방문객들의 재방문 의사와 타인추천의사에 어떠한 영향을 미치는지를 연구하기 위해 다음과 같이 연구가설을 설정하였다.

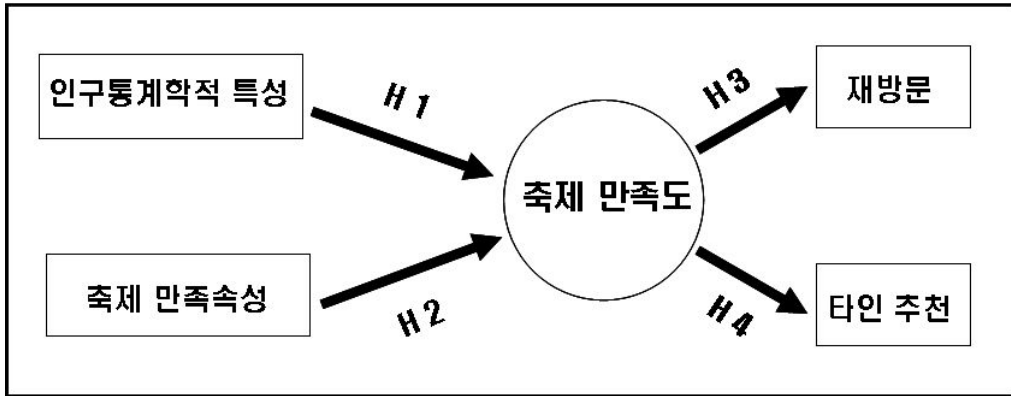
가설 1. 인구통계학적 특성은 축제만족도에 유의한 영향을 미칠 것이다.

가설 2. 축제의 만족속성은 축제만족도에 유의한 영향을 미칠 것이다

가설 3. 축제만족은 재방문에 유의한 영향을 미칠 것이다

가설 4. 축제만족은 타인추천에 유의한 영향을 미칠 것이다.

본 연구에서 설정된 가설검증을 통해 축제 방문객 축제 참여에 있어 재방문의사와 타인추천의사에 긍정적으로 작용하는 만족요인을 도출하고 이에 따른 축제 발전방안을 도출하려한다.



[그림 3-1] 연구모형



제 2 절 변수의 조작적 정의

1. 만족

만족은 상품이나 서비스에 대한 감정적 반응인 정서적 상태의 전반적 만족으로서 축제 체험 후 경험에 대한 총체적인 평가라고 설정하고 리커트식 5점척도로 질문하였다.

2. 재방문

축제 방문객들 중에서 축제 방문 후 만족을 느낀 방문객이 해당 축제에 재차 방문할 것인가 여부로 정의하였다.

3. 타인 추천

축제 방문 후 만족을 느낀 방문객이 다른 방문객에게 해당 축제 방문을 권유하는 효과를 측정하기 위해 추천할 것인가 여부로 정의하였다.

제 3 절 설문구성 및 연구방법

1. 설문의 구성

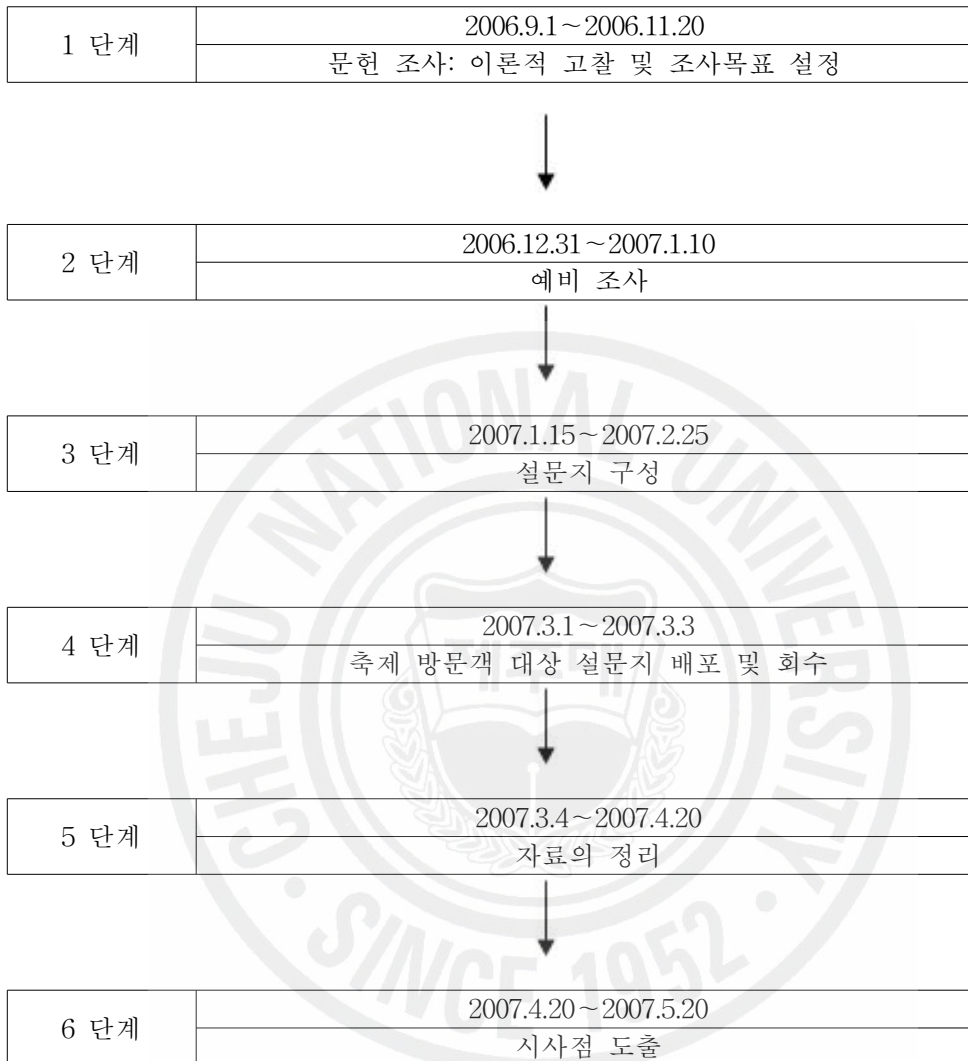
본 연구의 설문지 설계는 선행연구를 토대로 작성하였다. 설문지 구성은 제주 지역축제에 대한 만족속성에 대해 24개 문항으로 설정하였으며, 만족요인과 관련하여 전반적인 만족도, 재 방문의사, 타인추천의향 등 3개의 문항으로 구성하였다. 마지막으로 인구통계학적특성 6문항, 관광활동특성 7문항으로 총 34문항으로 이루어졌다.

본 설문지의 주요 항목별 내용은 <표 3-1>와 같다.

<표 3-1> 설문지 구성내용

내 용	문항수	척 도
방문객 설문조사 특성	24	리커트 5점 척도
만족도, 재방문, 타인추천의향	3	리커트 5점 척도
인구통계학적특성	6	명목 척도
관광활동 특성	7	명목 척도

2. 표본의 추출과 자료수집 및 분석 방법



제 4 장 실증분석 결과와 종합토의

제 1 절 표본의 일반적 특성

1. 인구통계학적 특성

본 조사는 제주지역축제 중 정월대보름 들불축제 방문객을 대상으로 조사자가 응답자와의 개별면담 방식으로 설문하게 하였다. 자료 수집을 위해 2007년 3월 1일부터 3월 3일까지 총 3일 동안 참가한 방문객을 대상으로 직접 설문 조사를 배포하고 회수하는 방법을 택하였다.

배포된 설문지수는 총 230부였으며, 회수된 설문지는 221부였으나 그 중에 설문항목을 전부 응답하지 않았거나 일관성이 없다고 판단되는 설문지 6부를 제외하여, 총 215부의 유효 표본을 얻을 수 있었다. 이용 통계기법으로는 크게 기술적 통계분석(descriptive statistics)과 다변량 통계분석(multivariate statistical) 방법을 활용하였다. 기술적 통계는 단순빈도(simple frequency), 백분율(%), 평균(mean)등을 산출하였으며, 다변량 통계분석으로는 신뢰도분석(reliability analysis), T-검정(T-test), 분산분석(Anova analysis), 요인분석(factor analysis), 회귀분석(regression analysis) 등을 적용하였다.

<표 4-1> 인구통계학적 분석결과

구분	항목	빈도(명)	비율(%)	구분	항목	빈도(명)	비율(%)	
성별	남	110	51.2	직업	전문직	9	4.2	
	여	105	48.8		생산기술직	18	8.4	
	소계	215	100.0		사무행정	57	26.5	
연령	20세미만	16	7.4		판매서비스	24	11.2	
	20-29세	42	19.5		농림축산업	18	8.4	
	30-39세	54	25.1		자영업	18	8.4	
	40-49	54	25.1		주부	37	17.2	
	50세이상	49	22.8		학생	30	13.9	
	소계	215	100.0		기타	4	1.8	
소득	150만원미만	55	25.6		거주지	소계	215	100
	150-250만원	66	30.7			도내	201	93.5
	250-350만원	49	22.8			도외	14	6.5
	350-450만원	22	10.2	소계	215	100.0		
	450만원이상	23	10.7	대재/대졸	122	56.7		
	소계	215	100.0	학력	대학원이상	10	4.7	
학력	고졸이하	83	38.6		소계	215	100	

본 조사에 의한 방문객의 인구통계학적 특성은 <표 4-1>과 같다. 성별에 있어서는 남성은 110명으로 51.2%로 나타났고, 여성은 105명으로 48.8%로 나타났다. 연령은 20대 미만이 16명으로 7.4%로 나타났고 20대가 42명으로 19.5%, 30대가 54명으로 25.1%, 40대가 54명으로 25.1%, 50대 이상 49명으로 22.8%로 나타났다. 학력은 고졸이하가 83명으로 38.6%, 대재/대졸(전문대포함)이 122명으로 56.7%, 대학원 이상이 10명으로 4.7%로 나타났다. 직업은 전문직(의료, 언론, 법조, 교육 등)이 9명으로 4.2%로 나타났고 생산·기술직(엔지니어, 건축, 토목

등)이 18명으로 8.4%, 사무행정·관리직(기업체 관리, 공무원, 일반기업, 금융 등)이 57명으로 26.5%, 판매서비스직이 24명으로 11.2%, 농·임·어·축산업이 18명으로 8.4%, 자영업이 18명으로 8.4%, 주부가 37명으로 17.2%, 학생이 30명으로 13.9%, 기타가 4명으로 1.8%로 나타났다. 소득은 150만원 미만인 55명으로 25.6%, 150-250만원은 66명으로 30.7%, 250-350만원은 49명으로 22.8%, 350-450만원은 22명으로 10.2%, 450만원 이상은 23명으로 10.7%로 나타났다. 거주지는 제주도민이 201명으로 93.5%로 나타났고, 도외가 14명으로 6.5%로 나타났다.

2. 조사대상의 관광행태에 관한 특성

조사대상자의 정월대보름 들불축제의 관광행태 특성을 파악하기 위해서 빈도 분석(Frequency)을 한 결과 다음 <표 4-2>와 같다. 총 215명의 응답자 중 들불축제에 참여한 축제정보원천은 언론매체가 129명으로 60.0%, 주위의 권유가 25명으로 전체의 11.6%, 팜플렛, 브로셔 등의 홍보물이 19명으로 8.8%로 나타났다. 축제의 사전인지 여부는 전체의 74.4%가 인지하고 있었으며, 정월대보름 들불축제에 참여한 관광자의 방문행태를 살펴보면, 가족동반이 84명으로 전체의 39.1%로 가장 많은 방문행태를 보이고 있는 것으로 조사되었다.

정월대보름 들불축제에 참여한 횟수는 처음방문이 88명으로 가장 많았으며, 4회 이상 참여한 관광자도 57명으로 26.5%를 차지하였다. 관광자의 체재장소는 당일 방문객이 199명으로 92.4%였으며, 민박 또는 펜션 등이 9명으로 4.2%로 조사되었으며, 지출비용은 5만원 미만 지출이 149명으로 69.3%였으며, 5-10만원이 45명으로 20.9%로 조사되었다. 체류시간은 3시간 이상이 99명으로 46.4%였으며, 2-3시간이 80명으로 37.2%로 조사되었다.

<표 4-2> 관광활동 특성

구분	항목	빈도(명)	비율(%)	구분	항목	빈도(명)	비율(%)
방문 형태	혼자	15	7.0	방문 횟수	처음방문	88	40.9
	가족동반	84	39.1		2회	35	16.3
	친구동반	44	20.5		3회	35	16.3
	연인동반	13	6.0		4회 이상	57	26.5
	단체관광	20	9.3		소계	215	100.0
	기타	39	18.1		당일방문	199	92.4
	소계	215	100.0		여관	2	1.0
정보 원천	언론매체	129	60.0	체재 장소	민박또는펜션	9	4.2
	인터넷	3	1.4		호텔	1	0.5
	팸플렛, 브로셔 등	19	8.8		기타	4	1.9
	주위의 권유	25	11.6		소계	215	100.0
	기타	39	18.1		5만원 미만	149	69.3
	소계	215	100.0		5-10만원	45	20.9
사전 인지	전혀몰랐다	7	3.3	지출 비용	10-15만원	14	6.5
	몰랐다	16	7.4		15-20만원	3	1.4
	보통	32	14.9		20만원 이상	4	1.9
	조금알았다	65	30.2		소계	215	100.0
	많이알았다	95	44.2		1-2시간	32	14.9
	소계	215	100.0		2-3시간	80	37.2
체류 시간	30분미만	1	0.5	체류 시간	3시간이상	99	46.4
	30-1시간	3	1.4		소계	215	100.0

3. 기술통계량 분석결과 및 해석

응답자들은 제주정월대보름 들불축제 관련 만족도에 대한 기술 분석을 실시

하여 각 항목에 대한 평균점수를 계산하였다. <표 4-3>에서 보듯이 행사장의 주차공간은 넓고 편리하다(M=3.65)에 대한 만족도가 가장 높게 나타났으며, 행사장의 안내요원의 친절하고 적극적이다 와 축제프로그램이 독창적이고 제주만의 특성이 있다(M=3.44)에 대한 만족도도 높은 값을 나타내고 있다. 또한 사전 홍보를 통해 축제의 내용 및 일정을 잘 알고 있다와 행사장내 안내시설(표지판)이 잘 되어있다(M=3.43)에 대한 만족도도 높은 평균값을 보였다. 그러나 축제관련 상품과 기념품의 가격의 적절성(M=2.80)과 휴식공간이 잘되어있다(M=2.80), 음식의 맛과 가격에 만족한다(M=2.81)에 대한 만족도는 낮게 나타나 개선의 노력이 필요함으로 평가되었으므로 향후 이 부분에 대한 많은 노력을 기울여야할 것으로 평가되었다.



<표 4-3> 만족도변수의 기술적 분석

항 목	평균값	표준편차	왜도	첨도
사전홍보를 통해 축제의 내용 및 일정을 잘 알고 있다	3.43	.834	.250	-.009
행사장내 안내시설(표지판)이 잘 되어있다	3.43	.893	-.067	-.406
행사장의 안내요원은 친절하고 적극적이다	3.44	.899	-.111	-.261
축제에 대한 팸플렛 등의 정보가 풍부하다	3.25	.908	.199	-.281
행사요원의 복장이 적절하다	3.34	.845	-.032	.443
축제는 교육적이고 유익하다	3.40	.836	-.043	.098
축제프로그램이 독창적이고 제주만의 특색이 있다	3.44	.988	-.218	-.359
축제행사의 내용이 다양하다	3.29	.928	-.157	-.060
축제의 내용이 재미있고 신명난다	3.29	.928	-.051	.037
직접 참여하는 체험 프로그램에 만족한다	3.13	.941	-.045	-.133
일정 및 시간준수가 잘 이루어졌다	3.25	.849	.002	.284
축제관련 상품과 기념품의 가격은 적절하다	2.80	.962	-.128	-.048
상품과 기념품은 축제나 지역의 특색을 잘 반영했다	3.08	.889	-.094	.274
축제관련 상품과 기념품의 종류가 다양하다	2.94	.897	.023	.177
축제관련 상품과 기념품의 품질이 좋다	2.90	.872	.064	.365
음식의 종류가 다양하다	3.10	1.001	.009	-.358
음식의 맛과 가격에 만족한다	2.81	1.022	.080	-.428
음식이 깨끗하고 청결하다	2.95	.987	.114	-.096
행사장의 주차공간은 넓고 편리하다	3.65	.977	-.535	.028
축제장 내 화장실이 청결하고 편리하다	3.17	1.077	-.213	-.274
장애인 편의시설 등이 잘 갖추어져 있다	2.86	1.019	.051	-.402
휴식공간(벤치, 공간, 휴게시설)이 잘 되어있다	2.80	1.073	.132	-.581
축제관련 부대시설 등이 잘 갖추어져 있다	3.06	.967	.066	-.003
축제장소는 안전하고 쾌적하다	3.23	.968	-.181	-.111

※ 측정척도 : 1=매우불만족 3=보통 5=매우만족

제 2 절 측정척도의 평가

1. 인구통계학적 특성과 축제 만족도

인구통계학적 특성과 축제 만족도에 미치는 영향여부를 파악하기 위해 차이 검증을 실시하였다. 성별과 거주 지역은 T-test를, 이를 제외한 나머지 6항목인 연령, 최종학력수준, 직업, 가계소득은 분산분석을 통해 검증하였다.

1) 성별에 따른 T-test

축제방문객의 인구통계학적 특성 중 성별이 방문 만족도에 미치는지 여부를 가리기 위하여 차이분석을 실시하였다. 그 결과, 남성이 여성보다 만족도가 높은 것으로 나타났고 유의수준이 0.490으로, $P < 0.05$ 보다 높게 나타나 방문객의 만족도에 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다.

<표 4-4> 성별에 따른 T-test 분석결과

요인	성별				T값	유의도
	남성		여성			
	평균	표준편차	평균	표준편차		
만족도	3.609	0.929	3.523	0.878	0.691	0.490

$P < 0.05$

2) 거주지역에 따른 T-test

축제방문객의 인구통계학적 특성 중 거주지역이 방문 만족도에 미치는지 여부를 가리기 위하여 차이분석을 실시하였다. 그 결과, 도외가 도내보다 만족도가 높은 것으로 나타났고 유의수준이 0.01로, $P < 0.05$ 보다 높게 나타나 방문객의 만족도에 영향을 미치는 것으로 나타났다.

<표 4-5> 거주지역에 따른 T-test 분석결과

요인	거주지역				T값	유의도
	도내		도외			
	평균	표준편차	평균	표준편차		
만족도	3.527	0.900	4.142	0.770	-2.494	0.013

P<0.05

3) 최종학력에 따른 분산분석

축제 방문객의 만족도에 대하여 최종학력별로 구분하여 차이분석을 실시하였다. 그 결과, 만족도에서는 대학원 이상이 3.90으로 가장 높게 나타났으며, F값이 2.031, P값이 0.134로 P<0.05보다 높게 나타나 방문객의 만족도에 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다.

<표 4-6> 최종학력에 따른 ANOVA 분석결과

요인	집단간 평균값			F값	유의도
	고졸이하	대재/대졸	대학원이상		
만족도	3.674	3.467	3.900	2.031	0.013

P<0.05

4) 연령에 따른 분산분석

축제 방문객의 만족도에 대하여 연령별로 구분하여 차이분석을 실시하였다. 그 결과, 만족도에서는 20세미만이 3.812로 가장 높게 나타났으며, F값이 2.020, P값이 0.093으로 P<0.05보다 높게 나타나 방문객의 만족도에 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다.

<표 4-7> 연령에 따른 ANOVA 분석결과

요인	집단간 평균값					F값	유의도
	20세 미만	20-29세	30-39세	40-49세	50세이상		
만족도	3.812	3.238	3.629	3.685	3.571	2.020	0.093

P<0.05

5) 가구당 월평균 소득에 따른 분산분석

축제 방문객의 만족도에 대하여 가구당 월평균 소득별로 구분하여 차이분석을 실시하였다. 그 결과, 만족도에서는 20세미만이 3.812로 가장 높게 나타났으며, F값이 0.605, P값이 0.659로 P<0.05보다 높게 나타나 방문객의 만족도에 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다.

<표 4-8> 소득에 따른 ANOVA 분석결과

요인	집단간 평균값					F값	유의도
	150미만	150-250	250-350	350-450	450이상		
만족도	3.527	3.651	3.510	3.727	3.391	0.605	0.659

P<0.05

6) 직업에 따른 분산분석

축제 방문객의 만족도에 대하여 직업별로 구분하여 차이분석을 실시하였다. 그 결과, 만족도에서는 서비스직이 3.708로 가장 높게 나타났으며, F값이 0.707, P값이 0.666으로 P<0.05보다 높게 나타나 방문객의 만족도에 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다.

<표 4-9> 소득에 따른 ANOVA 분석결과

요인	집단간 평균값								F값	유의도
	전문직	생산 기술직	사무 행정	서비스	농림업	자영업	주부	기타		
만족도	3.111	3.388	3.631	3.708	3.667	3.667	3.595	3.442	0.707	0.666

P<0.05

2. 신뢰성 분석

연구결과를 기초로 올바른 의사결정을 하려면, 데이터 수집단계에서 신뢰성을 갖춘 측정방법을 사용하는 것이 불가결한 일이다. 신뢰성이란 측정결과에 오차가 들어 있지 않은 정도, 즉 분산에 대한 체계적 정보를 반영하고 있는 정도를 나타내는 것이다.

본 연구에서는 크론바하알파(Cronbach's alpha)계수를 사용하였다. Cronbach's alpha계수는 테스트나 척도가 어느 정도 대상을 정확하게 측정할 수 있는지를 나타내는 신뢰도계수의 하나로서, 상관계수와 마찬가지로 '1'에 가까울수록 테스트 항목의 신뢰도가 높다.

방문객의 평가항목에 대한 신뢰성 검증에서 평가항목에 대한 신뢰도 분석결과 Cronbach's alpha계수는 0.944로 나타나고 있어 높은 수치를 나타내고 있다. 또한 각각의 요인별 신뢰성은 상품 및 음식요인은 Cronbach's alpha 값이 0.906, 두 번째로 프로그램요인은 0.862, 세 번째로 홍보 및 안내요인은 0.830, 네 번째로 부대시설요인은 0.842로 나타났다. Cronbach's alpha 값이 모두 0.8을 넘는 수준으로 나타나 문제가 없는 것으로 나타났다.

3. 요인분석

요인추출모델로는 주성분분석(Principle Component Analysis)을 이용하였고, 요인적재치의 단순화를 위해서 직각회전(Orthogonal Rotation) 중 Varimax 방식을 택하였으며, 이 때 요인의 수는 고유값(Eigenvalue)이 1 이상인 범주를 근거

로 결정하였다.

방문객의 축제평가항목의 만족도에 대한 요인분석을 실시한 결과 24개 항목 중 4개의 요인으로 추출되었고 <표 4-4>와 같다. 축제속성에 대한 고유치가 상품 및 음식은 5.298, 프로그램은 3.579, 홍보 및 안내는 3.148, 부대시설은 3.098로 총 4개의 요인이 추출되었으며, 총 누적 분산율은 63.011%로 나타났다.

<표 4-10> 만족도에 대한 요인분석과 신뢰도 분석

내용	아이젠값	요인적재량	크롬바하알파계수	분산설명력	평균
요인1:상품및음식					
●음식의 맛과 가격에 만족한다.		.788			
●축제관련 상품과 기념품의 종류가 다양하다.		.766			
●축제관련 상품과 기념품의 품질이 좋다.		.740			
●축제관련 상품과 기념품은 지역특성을 잘 반영했다.	5.298	.722	0.906	22.074	2.928
●음식의 깨끗하고 청결하다.		.662			
●음식의 종류가 다양하다.		.633			
●휴식공간이 잘되어 있다.		.598			
●축제관련 상품과 기념품 가격이 적절하다.		.567			
요인2:프로그램					
●축제의 내용이 재미있고 신난다.		.771			
●축제의 내용이 다양하다.		.730			
●축제프로그램이 독창적이고 제주만의 특색이 있다.	3.579	.691	0.862	14.911	3.284
●직접 참여하는 체험프로그램에 만족한다.		.654			
●일정 및 시간준수가 잘 이루어졌다.		.544			
요인3:홍보및안내					
●행사장 안내시설이 잘되어 있다.		.791			
●사전홍보를 통해 축제의 내용 및 일정을 잘 알고 있다.		.724			
●행사장의 안내요원은 친절하고 적극적이다.	3.148	.647	0.830	13.117	3.387
●행사요원의 복장이 적절하다.		.570			
●축제에 대한 팸플릿 등의 정보가 풍부하다.		.559			
●축제는 교육적이고 유익하다.		.495			
요인4:부대시설					
●행사장의 주차공간은 넓고 편리하다.		.753			
●축제장내 화장실이 청결하고 편리하다.		.601			
●장애인 편의시설 등이 잘 갖춰져 있다.	3.098	.554	0.842	12.910	3.199
●축제 장소는 안전하고 쾌적하다.		.542			
●축제 관련 부대시설 등이 잘 갖추어져 있다.					

*추출된 요인들의 전체설명력은 63.011%임

타당성 검증을 위한 축제의 속성을 평가하는 변수와 전체 구성개념을 형성하는 전체 항목간의 상관성 중 ‘행사장 안내요원이 친절하였다’가 0.791로 가장 높게 나타났으며, ‘축제는 교육적이고 유익하다’가 0.495로 가장 낮게 나타났다.

요인 1은 음식의 맛과 가격에 만족한다, 축제관련 상품과 기념품의 종류가 다양하다, 축제관련 상품과 기념품의 품질이 좋다, 축제관련 상품과 기념품은 지역 특성을 잘 반영했다, 음식의 깨끗하고 청결하다, 음식의 종류가 다양하다, 휴식공간이 잘되어 있다 등으로 ‘상품 및 음식’으로 명명하였다.

요인 2는 축제의 내용이 재미있고 신난다, 축제의 내용이 다양하다, 축제프로그램이 독창적이고 제주만의 특색이 있다, 직접 참여하는 체험프로그램에 만족한다 등으로 ‘프로그램’이라 명명하였고, 요인 3은 행사장 안내시설이 잘되어 있다, 사전홍보를 통해 축제의 내용 및 일정을 잘 알고 있다, 행사장의 안내요원은 친절하고 적극적이다, 행사요원의 복장이 적절하다, 축제에 대한 팸플렛 등의 정보가 풍부하다, 축제는 교육적이고 유익하다 등으로 ‘홍보 및 안내’라 명명하였다.

요인 4는 행사장의 주차공간은 넓고 편리하다, 축제장내 화장실이 청결하고 편리하다, 장애인 편의시설 등이 잘 갖춰져 있다, 축제 장소는 안전하고 쾌적하다, 축제 관련 부대시설 등이 잘 갖추어져 있다 등으로 ‘부대시설’이라 명명하였다.

각 요인의 분산설명력은 22.074%, 14.911%, 13.117%, 12.910% 등으로 나타났다. 전체설명력은 63.011%로 나타났다.

제 3 절 연구가설의 검증

회귀분석(regression)은 변수들 간의 함수적인 관련성을 규명하기 위해, 어떠한 수학적 모형을 가정하고 측정된 자료를 이용하여 통계적 추정을 행하는 분석 방법을 말하며, 자료로부터 얻어진 관계식을 이용하여 종속변수의 움직임을 독립변수들을 통하여 예측하고, 모형전체와 독립변수들의 영향력에 관한 통계적 검증과 추정을 행하는데 사용된다.

즉, 회귀분석은 하나의 변수를 이용하여 그 변수를 제어하거나 예측할 때 사용되는데, 일반적으로 예측의 목적으로 많이 사용하며, 이러한 경우에 예측하고자 하는 변수를 목적변수라 하며, 예측에 사용하는 변수를 설명변수라고도 한다.

회귀분석은 한 개 또는 그 이상의 독립변수들과 한 개의 종속변수와의 관계를 파악하기 위한 기법이며 단순회귀분석과 다중회귀분석으로 구분된다. 단순회귀분석은 종속변수에 영향을 미치는 변수가 하나일 경우에 사용되고 다중회귀분석은 두 개 이상의 독립변수가 종속변수에 영향을 미치는 경우에 사용한다.

다중회귀분석은 두 개 이상의 독립변수를 사용하여 종속변수를 설명하고자 하는 방식의 회귀분석으로, 중회귀분석을 하게 되면 하나의 독립변수를 사용한 경우보다 종속변수를 더 정확하게 예측할 수 있고, 다른 변수들을 통제된 상태에서 개별 독립변수와 종속변수간의 부분관계를 분석할 수 있다는 장점이 있다. 따라서 본 연구에서는 가설검증을 위하여 단순회귀분석 및 다중회귀분석을 사용하였고 회귀분석을 통하여 검증한 내용은 다음과 같다.

1. 인구통계학적 특성과 방문객 만족도와의 관계검증

1) 가설1의 검증

H₁ : 인구통계학적 특성은 축제만족도에 유의한 영향을 미칠 것이다.

가설1은 지역축제에 있어 방문객의 인구통계학적 특성이 축제 만족도에 영향을 미치는지를 설명하기 위한 가설이다.

인구통계학적 특성은 방문객의 성별, 연령, 최종학력수준, 직업, 월평균 가계소

등, 거주지역 등 6개의 세부요인으로 구성되며, 이에 따른 세부가설은 아래와 같다.

H₁₋₁ : 방문객의 성별은 축제만족도에 유의한 영향을 미칠 것이다
성별에 따른 차이분석에서 만족도가 유의수준 0.490으로 나타나 기각되었다.

H₁₋₂ : 방문객의 거주 지역은 축제만족도에 유의한 영향을 미칠 것이다
거주 지역에 따른 차이분석에서는 만족도가 유의수준 0.013으로 검증되어 가설이 채택되었다.

H₁₋₃ : 방문객의 최종학력은 축제만족도에 유의한 영향을 미칠 것이다
방문객의 최종학력에 따른 차이분석에서는 만족도가 유의수준 0.013으로 검증되어 가설이 채택되었다.

H₁₋₄ : 방문객의 연령은 축제만족도에 유의한 영향을 미칠 것이다
연령에 따른 차이분석에서는 만족도가 유의수준 0.093으로 나타나 가설이 기각되었다.

H₁₋₅ : 방문객의 월평균 가계소득은 축제만족도에 유의한 영향을 미칠 것이다
방문객의 월평균 가계소득에 따른 차이분석에서는 만족도가 유의수준 0.659로 검증되어 가설이 기각되었다.

H₁₋₆ : 방문객의 직업은 축제만족도에 유의한 영향을 미칠 것이다
방문객의 직업에 따른 차이분석에서는 만족도가 유의수준 0.666으로 검증되어 가설이 기각되었다.

2. 축제의 만족속성과 방문객 만족도와의 관계검증

H₂ : 축제의 만족속성은 축제만족도에 유의한 영향을 미칠 것이다.

<표 4-11> 방문객 만족에 대한 회귀분석결과

분 류	비 표준화계수		표준화계수	t	유의확률
	B	표준오차	베타		
(상수)	3.567	.055		64.329	.000
요인 1: 상품 및 음식	.226	.056	.250	4.073	.000
요인 2: 프로그램	.257	.056	.284	4.621	.000
요인 3: 홍보 및 안내	.099	.056	.109	1.779	.077
요인 4: 부대시설	.202	.056	.224	3.635	.000

R₂ = .206 수정된 R₂ = .190 F = 13.581 P-Value = 0.000

주) *p<0.05에서 유의함. 종속변수 : 전반적 만족도

가설 2는 제주지역축제에 참가한 방문객의 만족요인과 전반적인 만족도 사이의 관계에 관한 것들로, 4개의 하위가설이 설정되었다. 이의 검증을 위해 요인분석을 통해 도출된 지역축제속성 4개의 요인들을 독립변수로, 축제만족을 종속변수로 하여 다중 회귀 분석한 결과는 <표 4-5>와 같다. 측정항목들이 축제만족에 미치는 영향에 대한 회귀값을 추정한 것이다. 결정계수인 R₂값은 0.206로 만족도의 원인변수가 총 분산의 20.6%를 설명하고 있으며, 회귀식에 대한 F값이 13.581로써 유의수준(P<0.05)에서 통계적으로 유의한 결과를 보여주고 있다. 4개의 요인 중 3개의 요인이 유의수준 0.05에서 통계적으로 유의한 것으로 나타났다.

4개의 요인은 상품 및 음식, 프로그램, 홍보 및 안내, 부대시설로 나타났으며, 표준화 계수를 살펴본 결과 프로그램이 0.284, 상품 및 음식이 0.250, 부대시설이 0.224 조사되어 이 3개의 요인이 전체만족에 영향을 주는 요인으로 조사되었으며, 프로그램의 표준화 계수가 다른 3가지의 표준화계수보다 높게 나타나고 있으므로, 프로그램은 전체만족에 가장 높은 정(+)의 영향을 미치고 있는 것으로 볼 수 있다.

따라서 두 번째 연구가설 H₂는 부분 채택되어 제주지역축제의 방문객의 만족

속성은 전반적 만족도에 영향을 준다고 볼 수 있다.

3. 축제 만족과 재방문과의 관계 검증

H₃ : 축제만족은 재방문에 유의한 영향을 미칠 것이다.

가설 3에서는 축제만족의 재방문에 미치는 영향에 관한 관계를 조절한 것으로 제주지역축제의 만족과 재방문의 영향관계를 회귀 분석한 결과는 다음 <표 4-6>과 같다.

<표 4-6>에서는 R₂값은 0.265로 만족도의 원인변수가 총 분산의 26.5%를 설명하고 있으며, 회귀식에 대한 F값이 76.753으로써 유의수준(p<0.05)에서 통계적으로 유의한 결과를 보여주고 있다.

<표 4-12> 축제 전반적 만족도의 표준화, 비표준화 계수

분류	비 표준화계수		표준화계수	t	유의확률
	B	표준오차	베타		
(상수)	1.797	.227		7.915	.000
축제 전반적 만족도	.541	.062	.515	8.761	.000

R₂ = .265 수정된 R₂ = .261 F = 76.754 P-Value = 0.000

주) *p<0.05에서 유의함. 종속변수 : 재방문 의사

정월대보름 들불축제의 재방문에 영향을 미치는 원인변수의 영향은 0.000으로 유의적인 영향력을 미치고 있으며, 표준화계수 베타값은 0.515로 나타났다.

위의 결과를 바탕으로 연구가설 H₃는 채택되어正月대보름 들불축제의 방문객의 만족은 재방문에 영향을 준다고 볼 수 있다.

4. 축제 만족과 타인추천과의 관계검증

H₄ : 축제만족은 타인추천에 유의한 영향을 미칠 것이다.

가설 4는 축제 만족도에 따른 타인추천의향에 관한 것으로 회귀 분석한 결과는 다음 <표 4-7>과 같다.

<표 4-13> 축제 전반적 만족도가 추천의향에 미치는 영향분석

분류	비표준화 계수		표준화계수	t	유의확률
	B	표준오차	베타		
(상수)	1.627	.197		8.253	.000
축제 전반적 만족도	.571	.054	.590	10.665	.000

$R_2 = .348$ 수정된 $R_2 = .345$ $F = 113.746$ $P\text{-Value} = .000$

주) * $p < 0.05$ 에서 유의함. 종속변수 : 타인추천의향

<표 4-7>에서는 R_2 값은 0.348로 만족도의 원인변수가 총 분산의 34.8%를 설명하고 있으며, 회귀식에 대한 F값이 113.746으로써 유의수준($p < 0.05$)에서 통계적으로 유의한 결과를 보여주고 있다.

정월대보름 들불축제의 방문추천의향에 영향을 미치는 원인변수의 영향은 0.000으로 유의적인 영향력을 미치고 있으며, 표준화계수 베타값은 0.590으로 나타났다.

위의 결과를 바탕으로 연구가설 H₄는 채택되어 제주지역축제의 만족은 타인추천권유의향에 영향을 준다고 볼 수 있다.

제 4 절 실증분석결과 종합

1. 실증분석결과 요약

지역축제의 만족속성이 방문객 만족도에 미치는 영향 여부와 방문객 만족도와 재방문의 상관관계에 대한 실증분석결과는 다음과 같다.

첫째, 축제 방문객의 인구통계학적 특성인 거주 지역, 최종학력이 방문객 만족도에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

둘째, 지역축제의 만족속성요인은 방문 만족도에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 조사분석을 통한 지역축제의 특성요인은 ‘상품 및 음식’, ‘프로그램’, ‘홍보 및 안내’, ‘부대시설’로 구성되며, 이 중 ‘홍보 및 안내’를 제외한 나머지 3가지 요소들이 방문객 만족도에 영향을 미치는 것으로 나타났다.

특히, 축제의 내용의 재미있고 신난다. 축제내용이 다양하다. 축제프로그램이 독창적이고 제주만의 특색이 있다 등 ‘프로그램’이 방문 만족도에 가장 큰 영향을 미치는 것으로 나타났다.

또한 방문객 만족도에 대한 회귀분석결과 지역축제의 만족속성으로 인한 방문객 만족도는 재방문과 타인추천에 상당한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

각 가설의 검증 결과를 정리하면 <표 4-14>와 같다.

<표 4-14> 가설의 검증결과

구분	검증된 영향요인	가설 채택 여부
H ₁	인구통계학적 특성은 축제만족도에 유의한 영향을 미칠 것이다.	부분 채택
H ₁₋₁	방문객의 성별은 축제만족도에 유의한 영향을 미칠 것이다	기각
H ₁₋₂	방문객의 거주 지역은 축제만족도에 유의한 영향을 미칠 것이다	채택
H ₁₋₃	방문객의 최종학력은 축제만족도에 유의한 영향을 미칠 것이다	채택
H ₁₋₄	방문객의 연령은 축제만족도에 유의한 영향을 미칠 것이다	기각
H ₁₋₅	방문객의 월평균 가계소득은 축제만족도에 유의한 영향을 미칠 것이다	기각
H ₁₋₆	방문객의 직업은 축제만족도에 유의한 영향을 미칠 것이다	기각
H ₂	지역축제의 만족속성은 축제만족도에 유의한 영향을 미칠 것이다	부분 채택
H ₃	지역축제만족은 만족은 재방문에 유의한 영향을 미칠 것이다	채택
H ₄	지역축제만족은 만족은 타인추천에 유의한 영향을 미칠 것이다	채택

2. 연구의 시사점

본 논문은 지역축제의 만족속성요인을 도출하고 이들이 가지는 축제 방문객 만족도와의 영향관계를 파악하는 것은 물론 방문객 만족도가 재방문에 미치는 영향 여부를 검증하여 지역축제의 질적 향상을 위한 개선방안을 제시하는데 그 목적이 있다. 이를 위해 실시된 연구·조사의 분석결과를 통한 시사점은 다음과 같다.

방문객의 인구통계학적 특성은 일반적으로 표적시장 선정에 중요한 역할을 한다. 지역축제에서의 인구통계학적 특성은 표적시장을 예측하여 축제 프로그램 구성, 홍보전략 그리고 기타 편의시설 등 만족속성의 맞춤화에 도움을 준다.

이러한 맞춤형 만족속성으로 인해 축제 방문객은 방문 만족도가 높아질 것이고 축제 주최자는 기존의 불특정 다수를 향한 마케팅 전략에 비해 상대적으로 마케팅비용 절감효과는 물론, 보다 고품질의 서비스를 제공할 수 있는 기회를 마련할 수 있을 것

이다. 정월대보름 들불축제에서는 방문객의 거주지역과 최종학력이 방문객 만족도에 직접적인 영향을 미치는 것으로 나타나 축제주최자는 방문객의 만족도의 향상을 위하여 학력에 따른 축제프로그램 구성 및 서비스 제공, 거주 지역 별 홍보 활동 등의 전략 등을 제시할 필요가 있다.

방문객 만족도에 영향을 미치는 지역축제의 만족속성요인으로는 ‘상품 및 음식’, ‘프로그램’, ‘부대시설’로 도출되었으며, 이는 방문객 만족도와 유의한 영향관계에 있다는 것이 조사결과에 의해 검증되었다. 이는 축제의 질적 향상을 위한 전략수립에 직접적인 효과를 줄 수 있다. 따라서 본 축제에서는 다양한 내용으로 방문객이 직접 참여할 수 있고 교육적 효과가 있는 프로그램 마련이 필요하며 또한 독창적인 프로그램 개발에 주력해야 한다.

또한 행사장 안내판의 재정비 및 축제장 내의 안내시설 보완, 그리고 축제와 관련한 적극적인 사전홍보활동이 필요하다. 축제장 내에서 판매되는 특산품의 경우 가격, 품질에 대한 기준마련을 해야 할 것이며, 축제의 주제 범위 내에서 다양한 특산품 마련 등이 요구된다. 또한 축제의 행사진행요원을 대상으로 한 친절교육 및 축제에 대한 사전지식교육 등이 이루어져 방문객의 불편사항과 축제에 대한 정보습득을 돕는데 주력하여야 한다.

즉 축제의 만족속성요인 중 강점은 유지하며, 취약부분은 개선·보완하여 축제방문객의 만족도를 높여야 할 것이다.

마지막으로 축제만족도가 재방문 의도에 영향을 미친다는 조사결과는 방문객의 만족을 위한 축제 만족 전략수립의 필요성을 시사하며, 그것이 기존 방문객 확보는 물론 구전효과 등을 통한 신규 방문객 확보에 중요한 역할을 한다는 것을 축제 주최자는 인지하여야 할 것이다.

제 5 장 결 론

제 1 절 결 론

지방자치체가 본격적으로 실시된 1990년 대 이후 지역축제의 개최율은 급속히 증가되었다. 특히 지역산업의 활성화에 기여하는 지역축제는 다수의 지방자치단체들이 지방산업의 전략적 도구로 채택되었다. 하지만 지역축제의 마케팅 개념의 부재, 축제조직위원회, 개최시기의 편중 등의 문제로 지역축제를 일회성 행사로 전략시키는 결과를 초래하였다. 이를 극복하기 위해서는 해당 지역축제의 특성을 파악하는 것이 급선무이며 그에 따른 요인별 특성을 내실 있는 지역축제를 위한 전략적 방안으로 제시하는 것이 필요하다.

따라서 본 연구는 지역축제의 만족 속성요인에 따른 방문객의 축제만족도와 재방문 및 타인추천에 미치는 영향에 대하여 연구·조사하였다.

연구의 목적을 달성하고자 본 연구는 연구의 범위를 시간적, 공간적, 내용적 범위로 구분하여 설정하였으며, 연구방법으로는 첫째, 연구이론을 체계화하기 위하여 만족속성요인 및 지역축제, 방문객 만족도에 관련한 논문, 저서 및 각종 통계자료를 이용한 문헌연구를 실시하여 연구의 준거로 삼았다.

둘째, 지역축제의 만족속성요인이 방문객 만족도에 미치는 영향분석을 위하여 선행연구를 바탕으로 설문지를 구성하여 설문조사를 실시하였으며, 설문결과는 통계 프로그램인 SPSS 12.0 Windows를 이용하여 빈도분석, 기술통계, 차이검증, 요인분석, 신뢰도분석, 그리고 회귀분석 등을 실시하였다.

본조사의 조사기간은 2007년 3월 1일부터 2007년 3월 3일까지였으며, 설문지 230부를 배포하여 이중 미회수 및 자료부실 등 총 15부를 제외한 215를 유효 표본으로 하였다.

본 연구의 실증분석을 통하여 나타난 결과는 다음과 같다.

첫째, 차이분석결과, 인구통계학적 특성 중 방문객의 거주 지역, 최종학력 등

이 만족도에 영향을 미치는 것으로 나타났다.

둘째, 신뢰도 및 요인분석 결과, Cronbach's alpha 계수값이 0.944, 총 분산 설명력이 63.011%로 지역축제의 만족속성요인에 대한 설명력이 충분하며 만족속성요인이 축제 만족도에 영향을 미치는 것으로 나타났다.

셋째, 회귀분석을 통하여 방문 만족도와 재방문 및 타인추천과의 인과관계를 증명하였다.

실증분석 결과, 인구통계학적 특성, 지역축제의 만족속성 요인이 방문 만족도에 유의한 영향을 미치는 것을 알 수 있으며, 이는 재방문 및 타인추천에 인과관계에 있다는 것을 확인하였다.

이는 가설 1의 인구통계학적 특성은 표적시장정립, 가설 2의 축제 만족속성요인은 마케팅 믹스에 해당하는 4Ps, 그리고 가설 3, 가설 4는 축제의 객관적인 필요성을 나타내는 피드백(Feedback)과 그 의미가 유사하다 할 수 있다.

제 2 절 연구의 한계

본 연구는 시간적 공간적 배경을 2007년 3월 1일부터 3월 3일까지 제주시 에 월읍 봉성리에 위치한 새별오름에서 들불축제를 대상으로 실시하였다. 따라서 이 연구의 결과물들이 제주지역 더 나아가 우리나라 전역에서 개최되는 축제로 일반화하는 데는 한계가 있다 따라서 조사대상의 확대를 통한 보다 보편적인 결과를 도출할 필요가 있다.

둘째, 조사기간의 한계로 인하여 다양한 유형의 모집단이 표본에 포함되지 못하였다. 따라서 향후 연구에서는 다양한 표본의 추출을 통한 각각의 유형의 방문자에 관한 연구가 필요하다. 또한 본 연구결과의 일반화를 위하여 여러 지역 축제에 대한 보다 심도 있는 조사가 필요할 것으로 여겨진다.

따라서 향후 연구에 있어서는 위에서 제시한 부분에 대한 연구가 이루어진다면 다양한 각도에서 살펴보아야 할 것이며, 이러한 결과를 통하여 성공적인 축제기획에 이바지 할 수 있을 것으로 사료된다.

參考 文獻

1. 國內文獻

- 권정택(2001). 관광이벤트의 방문동기와 사후 이미지가 만족과 재방문 의도에 미치는 영향. 대구대학교 박사학위 청구논문.
- 김경욱(2004). 서비스 품질에 대한 고객만족이 호텔 재방문 의사에 미치는 영향. 경희대학교 석사학위 청구논문
- 김길수(2001). 제3섹터 방식에 의한 지역관광개발에 관한 연구. 한국지방자치학회보. Vol.13 No.3
- 김미경(2003). 호텔 브랜드 자산의 구성요소가 재구매 의지와 구전효과에 미치는 영향에 관한 연구. 경희대학교 석사학위 청구 논문
- 김병인(2004). 지역축제에 활용된 역사적 소재에 관한 재검토. 지방사와 지방문화 Vol.7 No.2
- 김병철(1998). 강원도 지역축제의 활성화 연구방안. 강원발전연구원
- 김선기(2003). 향토자산 활용 지역축제의 마케팅 전략. 한국지방행정연구원
- 김성혁 외 2인(2000). 지역축제 관광객의 시장세분화와 선택속성에 관한 실증적 연구. 관광학연구 Vol.24 No.1
- 김성현(2004). 지역축제의 지역경제 활성화 영향 분석. 중앙대학교 박사학위 청구 논문
- 김양수(2007). 지역축제의 활성화 방안에 관한 연구. 전남대학교 행정대학원 석사학위 청구 논문
- 김지선(2005). 지역축제 방문동기가 방문객의 만족 및 재방문에 미치는 영향. 동아대학교 석사학위 청구 논문
- 김태희(2003). 문화관광축제의 방문자만족에 관한 연구. 경기대학교 석사학위 청구 논문
- 김현순(1995). 소비자 특성 변수에 따른 구전정보의 영향력에 관한 연구. 한국외국어대학교 석사학위 청구논문
- 김홍운(1997). 한국 관광농업의 활성화에 관한 연구. 관광개발논총 Vol.7 No.1
- 노영숙(2000). 지역축제에 대한 기대수준 및 만족도 차이에 관한 연구 : 안동국제탈춤페스티벌을 중심으로. 경희대학교 석사학위 청구논문
- 류정아(2003). 『축제인류학』. 살림출판사
- 미야기 케이냐(2005). 전통축제의 속성이 방문객의 만족과 재방문 및 추천의사에 미치는 영향 연구. 동아대학교 석사학위 청구논문
- 문성중(2006). 지역축제 이벤트 평가를 위한 축제속성과 우선순위 도출을 위한 모형 연구. 한양대학교 박사학위 청구논문

- 문화체육부(1996). 한국의 지역축제. 문화체육부
- 민양기(2005). 문화관광축제 참여 영향요인이 행위 의도에 미치는 연구. 경기대학교 박사학위 청구논문
- 박미정(2001). 지역축제 방문객의 동기와 만족도에 관한 연구: 부산국제아트페스티벌 "현대미술전" 방문객을 중심으로. 한국관광레저학회 Vol.13 No.1
- 박상수(1996). 지역축제와 이벤트. 지방행정 6월호
- 박철·손해식(1998). 지역문화축제에 대한 의례분석적 접근과 관광상품화 전략. 관광학연구 Vol 22 No.2
- 박호창(2006). 우리나라의 지역축제의 성과 및 만족도 평가에 관한 연구. 강원대학교 박사학위 청구 논문
- 박홍식(2001). 정부이벤트 마케팅의 이해. 한국정책학회 하계 학술대회 발표논문집 pp.459-476
- 배기철·황윤용(2001). 한국문화관광상품에 대한 일본여행자의 만족과 재방문의도에 관한 연구. 여행학연구, Vol.13 No.1
- 서태양·김동기(1999). '98 경주세계문화엑스포 방문객에 대한 이미지 분석. 관광·호텔경영연구, Vol.1 No.1
- 서희석 외 2인(2002). 지역축제에 대한 방문객의 인지. 한국지방자치학회보 Vol.13 No.2
- 송시열(2003). 광주, 전남지역축제 활성화 방안에 관한 연구. 지역발전연구 Vol.8 No.2
- 신도길·곽재용(1999). 관광동기 유형별 경주 세계문화 엑스포에 대한 만족도 연구. 관광연구 Vol.14 No.1
- 안경모(1994). "향토문화축제의 관광자원전략에 관한 연구". 광운대학교 박사학위 청구논문.
- _____ (1998). 지역이벤트의 관광자원화 개발 전략. 관광학연구 Vol.22 No. 2
- 양우철(2006). 관광문화축제 참가자의 만족 및 재방문의사에 관한 연구. 단국대학교 경영대학원 석사학위 청구 논문
- 오상운(2002). 지역축제 이미지가 방문객 만족에 미치는 영향에 관한 연구. 제주대학교 석사학위 청구논문
- 오상훈·고승익(2000). 2001년 제주세계섬문화축제 활성화방안에 관한 연구. 여행학연구 Vol.12 No.1
- 오순환(1999). "지역축제의 실제와 경제적 효과". 관광학연구 제22권 제3호.
- 오정학 외 2인(2002). 이벤트 관광객의 만족요인 연구. 관광레저연구 Vol.14 No.1
- 윤동구(2000). 관광객만족구조 모형의 개발에 관한 연구. 경기대학교 박사학위

청구논문

- 이상일(1998). 『축제와 정신』. 성균관대학출판부
- 이상일 외 2인(2003). 국내관광객의 라이프스타일에 따른 레저스포츠 활동참여. 한국여가레크리에이션학회지 Vol.24,pp41~55
- 이장주(1997). 지역축제의 이미지측정척도개발과 적용에 관한 연구. 경기대학교 박사학위 청구논문
- _____ (2003). 진도 영등축제 프로그램 차별화 방안. 문화관광연구 Vol.5 No.1
- 이준엽(2003). 지역이벤트 관광객의 추구 편익에 따른 만족도에 관한 실증적 연구. 관광레저연구
- 이충기(1999). 이문화간 축제 참여동기 분석: '98 경주세계문화엑스포 사례. 지역발전연구 Vol.5 No.1
- 이훈·Deboah(1997). Social carrying capacity of tourism planning at an alternative tourism destination. Pennsylvania State University
- 이훈·김정은(2000). 문화관광축제 행사프로그램 내용분석. 관광개발논총Vol.12
- 이훈(2005). 왜 지역축제에 참가하지 않는가?. 소비문화연구, Vol.8 No.1
- 일본선전회의(1994). 『이벤트 전략』. 이각규 역. 김영사
- 임지형(2005) 문화관광축제 방문동기에 관한 연구. 세종 대학교 석사학위 청구논문
- 장은주(1996). 지방자치단체 이벤트 사업의 활성화 방안. 한국지방행정연구원 28
- 정강환(1996). 지역활성화를 위한 이벤트와 지역축제 진흥방안. 지방행정연구, 11(3): 59-82
- 제주발전연구원(2000). 제주지역 축제의 진단과 발전 방안. 제주발전연구원
- 조재완(1999). 호텔서비스의 고객만족과 재구매 의도의 관계에 대한 연구. 동아대학교 박사학위 청구논문
- 차은영(2006). 지역축제 활성화를 위한 매거진(雜誌)디자인 프로젝트. 경성대학교 석사 학위 청구 논문.
- 채서일(2005). 『사회과학 조사방법론』. B & M 북스
- 최영선(2005). 이태원 관광특구 활성화에 관한 연구. 숙명여자대학교 석사학위 청구 논문
- 최호철(2006). 보현산 별빛축제 방문자의 동기와 만족에 관한 연구. 대구대학교 석사학위 청구논문
- 한국관광공사(1995). 국내문화행사 관광상품화 방안. 한국관광공사.
- 한국관광연구원(2001). 체험관광상품 개발 활성화방안. 한국관광연구원.

2. 外國文獻

- Backman et al.(1995). Event tourism: an examination of motivations and activities, *Festival Management and Event Tourism*, 3(1)
- Carmicael, B. & Mutphy, P. E.(1996). Tourism economic impact of a rotation sports event: The case of the British Columbia games. *Festival & Event Management*, 4: 127-128
- Chacko, H. E., Schaffer, J. D.(1993), "The evolution of a festival: Creole Christmas in New Orleans", *Tourism management*, Vol.14 No.6
- Dawson, D.(1991). "A Critical Analysis of Ethnic and Multicultural Festival", *Journal of Applied Ecreation Reserch*, 16(1)
- Dann, G. M. S(1977). Anomie, Ego-Enhancement and Tourism, *Annals of tourism Research*, 4(4): 184-194
- Formica, S.(1998). "The Development of Festivals and Special Events Studies", *Festival Management & Event Tourism*, Vol. 5
- Getz, D(1989). Special Event: Defining the Product, *Tourism Management*, 10(2), : 125.
- _____ (1991). *Festivals, Special Events and Tourism*. New York : Van Nostrand Reinhold
- _____ (1996). "Imagining Scotland: Tradition, Representation and Promotion of Scottish Tourism since 1750", *Annals of tourism research*, Vol.24 No.1
- Geva, A. & Goldman(1991). Duality in consumer post-purchase attitude, *Journal of Economic Psychology*, 12:144-164
- Gitelson et. al.(1995). "Evaluating the Educational Objects of Short-term Event", *Festival Management & Event Tourism* Vol.3(1)
- Hunt, H, K.(1977). *Conceptualization and measurement of consumer satisfacion and dissatisfaction*, Cambridge Mass: Marketing science institute. Boston: Allyn and Bacon.
- Kern, T,J. & Rasmussen, L(1995). A sleep at the Wheel-case study, *Festival & Event Management*, vol.3
- Lounsbury, J. W. & J. R. Polik(1998). Leisure needs and vacation satisfaction, *Leisure Science*, 14, 7
- Mayfield, T. R., & Crompton, J. L,(1995). "Development of an instrument for Identifying Community Reasons for Staging Festival", *Journal of Travel Reaserch*.
- Mill, R, C. & Morrison, A. M.(1985). *The Tourism System*, Englewood

- Cliff, NJ, Prentice Hall
- Mohr, K et al(1993). An Investigation of Festival Motivations and Event Satisfaction by Visitor Type. *Festival Management & Event Tourism*, 1 : 88-97
- Moutinho, L.(1987). Consumer Behaviour in Tourism, *European Journal of Marketing*, Vol.2, pp.5-44
- Mules, T. & Faulkner, B(1996). An Economic Perspective on Special Events, *Tourism Economics*, 2(2):107-117
- Murphy, P. E. & Carmichael, B.A(1991). Assessing the tourism benefits of an open access tournament: The 1989 B.C. Winter Games. *Journal of Travel Research*, 29: 32-36
- Noe, F, P.(1987). Measurement specification and leisure satisfaction. *Leisure Science*, 9(3), 111
- Oliver, R, L.(1980). Cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions. *Journal of Marketing Research*, 9, 25
- _____ (1983). The Role of involvement in satisfaction processes. *Advances in Consumer Research*, Ann Arbor, MI Association for Consumer Research, 16, 11
- Pizam, A. et al(1978). Dimension of Tourist Satisfaction with Destination Area, *Annals of Tourism Research*, 5(3): 314-322
- Pearce, Philip L.(1988). *The Ulysses factor: Evaluating Visitor in Tourist Setting*, New York: Springer Verlag, pp. 43-78
- Ritchie, B. W(1984). Assessing the Impact of Hallmark Events: Conceptual and research issues. *Journal of Travel Research Summer* : :2-11
- Richins, M, L & Terorrot-Shaffer(1987). The Role of Involvement and Opinion Leadership on Consumer Word of Mouth: An Implicit Model Explicit, *Advances in Consumer Research*
- Smith, R. J(1975). *The art of the festival*. Lawrence, Kansas: University of Kansas
- Tse, D. K & P, C, Wilton.(1988). Model of Consumer Satisfaction Formation: An Extension, *Journal of Marketing Research*
- Uysal, M., Gahan, L., & Martin, B.(1993). An Examination of Event Motivation : A Case Study, *Festival Management & Event Tourism*, 1(1)
- Uysal, M. & Gitelson, R.(1994). Assessment of economic impacts: Festivals and special event, *Festival Management and Event Tourism*, 2: 3-9

- van Raaij, F. W. & Francken, A. D.(1984). Vacation Decisions Activities and Satisfaction ", Annals of Tourism Research, vol. 11, pp.406~418.
- Walle, A.H(1993). Tourism economic development, and cooperation : The case of folk festival, Festival and Event Management, 1:43-50
- Westbrook, Robert A. & Michael D. Reilly.(1983). Value Percept is Disparity: An Alternative to th Disconfirmation of Expectation Theory of Consumer Satisfaction, In Richard P. Bagozzi and Alice M. Tybout, eds. Advances Research, Ann Arbor, MI: Association for Consumer Research
- Whipple, T, W. & Thach, S, V.(1988). Group tour management :does good service product satisfaction customers, Journal of travel research, 27(4),13



附錄

1.설 문 지

제주대학교 관광개발학과

2007. 03

--	--	--

정월대보름 들불 축제 만족도에 관한 연구

안녕하십니까?

저는 제주대학교 일반대학원 관광개발학과 석사과정에 재학 중인 학생으로 ‘정월 대보름 들불축제’에 참가하신 방문객들을 대상으로 전반적인 만족도를 분석하여 향후 축제 활성화 방안을 제시하고자 합니다.

본 설문지는 정답이 없으므로 귀하의 진솔한 생각을 빠짐없이 기입해 주시면 대단히 감사하겠습니다.

귀하께서 응답해 주신 내용은 무기명으로 처리되어 순수 통계 처리이외의 목적으로는 사용되지 않을 것임을 밝혀 드립니다.

귀하의 협력에 다시한번 감사드립니다.

2007. 03

연구자 : 제주대학교 대학원 관광개발학과
석사과정 김 재 일

064)754-3104

fax:064)724-3105

E-mail: jaeil0426@hanmail.net

※ 각 질문에는 정답이 없습니다. 다음 질문 사항을 읽고 알맞은 번호에 체크(✓)하여 주시기 바랍니다.

I. 다음은 정월대보름 들불 축제의 인지 및 탐색에 관한 사항입니다.
해당사항에 표시하여 주시기 바랍니다.

1. 축제의 동반자는?

- ① 혼자 ② 가족과 함께 ③ 친구와 함께 ④ 연인과 함께 ⑤ 단체 관광 ⑥기타

2. 축제의 정보는 어디서 얻었습니까?

- ① TV, 신문 등의 언론매체 ② 인터넷 검색 ③ 팜플렛, 브로셔 등의 홍보물
④ 주위의 권유 ⑤ 기타

3. 귀하는 참가하신 축제에 관하여 사전에 얼마나 알고 오셨습니까?

- ① 전혀 몰랐다 ② 몰랐다 ③ 보통이다 ④ 조금 알았다 ⑤ 많이 알았다.

II. 정월대보름 들불축제에 관련한 일반적 사항입니다. 해당사항에
표시하여 주시기 바랍니다.

4. 귀하의 이번 방문은 몇 번째이십니까?

- ① 처음 방문 ② 두 번째 방문 ③ 세 번째 방문 ④ 네 번째 방문이상

5. 축제기간동안 어디에 머무르십니까?

- ① 당일방문 ② 여관 ③ 민박 또는 펜션 ④ 호텔 ⑤ 기타()

6. 귀하가 축제에서 소비하실 비용은 얼마입니까?

- ① 5만원미만 ② 5만원이상 ~ 10만원미만 ③ 10만원이상 ~ 15만원미만
④ 15만원이상 ~ 20만원미만 ⑤ 20만원이상

7. 귀하는 축제 행사장에 얼마나 머무를 예정입니까?

- ① 30분 이내 ② 30분~1시간 ③ 1시간~2시간 ④ 2시간~3시간 ⑤3시간 이상

Ⅲ. 다음은 방문객 대상 축제항목에 관한 질문입니다. 적절한 곳에 표시 (√)해 주시기 바랍니다.

설문내용	매우 불만족	불만족	보통	만족	매우 만족
1. 사전홍보를 통해 축제의 내용 및 일정을 잘 알고 있다	①	②	③	④	⑤
2. 행사장내 안내시설(표지판)이 잘 되어있다	①	②	③	④	⑤
3. 행사장의 안내요원은 친절하고 적극적이다	①	②	③	④	⑤
4. 축제에 대한 팸플렛 등의 정보가 풍부하다	①	②	③	④	⑤
5. 행사요원의 복장이 적절하다	①	②	③	④	⑤
6. 축제는 교육적이고 유익하다	①	②	③	④	⑤
7. 축제프로그램이 독창적이고 제주만의 특색이 있다	①	②	③	④	⑤
8. 축제행사의 내용이 다양하다	①	②	③	④	⑤
9. 축제의 내용이 재미있고 신명난다	①	②	③	④	⑤
10. 직접 참여하는 체험 프로그램에 만족한다	①	②	③	④	⑤
11. 일정 및 시간준수가 잘 이루어졌다	①	②	③	④	⑤
12. 축제관련 상품과 기념품의 가격은 적절하다	①	②	③	④	⑤
13. 상품과 기념품은 축제나 지역의 특색을 잘 반영했다	①	②	③	④	⑤
14. 축제관련 상품과 기념품의 종류가 다양하다	①	②	③	④	⑤
15. 축제관련 상품과 기념품의 품질이 좋다	①	②	③	④	⑤
16. 음식의 종류가 다양하다	①	②	③	④	⑤
17. 음식의 맛과 가격에 만족한다	①	②	③	④	⑤
18. 음식이 깨끗하고 청결하다	①	②	③	④	⑤
19. 행사장의 주차공간은 넓고 편리하다	①	②	③	④	⑤
20. 축제장 내 화장실이 청결하고 편리하다	①	②	③	④	⑤
21. 장애인 편의시설 등이 잘 갖추어져 있다	①	②	③	④	⑤
22. 휴식공간(벤치, 공간, 휴게시설)이 잘 되어있다	①	②	③	④	⑤
23. 축제관련 부대시설 등이 잘 갖추어져 있다	①	②	③	④	⑤
24. 축제장소는 안전하고 쾌적하다	①	②	③	④	⑤

IV. 다음은 축제의 전반적인 만족도에 관한 질문입니다. 적절한 곳에 표시 (V)해 주시기 바랍니다.

8. 귀하는 정월대보름 들불 축제에 만족하십니까?

- ① 전혀 그렇지 않다 ② 그렇지 않다 ③ 보통이다 ④ 그렇다 ⑤ 매우 그렇다

9. 귀하는 정월대보름 들불 축제에 대하여 어떻게 생각하십니까?

- ① 매우불만족 ② 불만족 ③ 보통 ④ 만족 ⑤ 매우만족

10. 귀하는 정월대보름 들불 축제를 타인에게 추천할 의향이 있으십니까?

- ① 전혀 그렇지 않다 ② 그렇지 않다 ③ 보통이다 ④ 그렇다 ⑤ 매우 그렇다

11. 귀하는 정월대보름 들불 축제를 재방문할 의향이 있으십니까?

- ① 전혀 그렇지 않다 ② 그렇지 않다 ③ 보통이다 ④ 그렇다 ⑤ 매우 그렇다

12. 정월대보름 들불축제를 발전시키기 위해서는 어떤 부분에 관심을 가져야 한다고 생각하십니까?

- ①안내 시설 및 서비스 강화 ②지역 특화 상품 및 기념품 개발
③지역특색 프로그램 개발 ④체험 프로그램 확대 ⑤행사장 위치 재선정
⑥지역특화 먹거리 개발 ⑦행사장 내 편의 시설 확충 ⑧기타

V. 다음은 귀하의 인적사항에 관한 질문입니다.

13. 귀하의 성별은?

- ① 남 ② 여

14. 귀하의 거주지는?

- ①도내 ②도외

2. 문화관광축제 현황

2007년도 문화관광부 지정 축제

등급	최우수 (축제당 2억5천 만원 지원)	우수 (축제당 1억원 지원)	유망 (축제당 5천만원 지원)	예비 (예산지원 없음)
시도				
서울특별시				하이서울페스티벌
부산광역시		부산자갈치축제		
대구광역시			대구약령시축제	
인천광역시				인천소래포구축제(신규)
광주광역시			광주김치대축제	
대전광역시				대전사이언스페스티벌 (신규)
울산광역시				외고산용기축제
경기도		연천구석기축제	이천쌀문화축제	과주장단콩축제 자라섬국제제즈페스티벌 (신규)
강원도	춘천국제마임축제 양양송이축제		인제빙어축제 화천산천어축제 평창효석문화제	원주한지문화제
충청북도		영동난계국악축제	충주세계무술축제	전국음성품바축제 괴산청결고추축제
충청남도	보령머드축제	금산인삼축제 강경젓갈축제	한산모시문화제 아산성웅이순신축제 천안홍타령축제	
전라북도	김제지평선축제	무주반딧불축제	남원춘향제	고창모양성제
전라남도	강진청자문화제	함평나비축제 남도음식문화큰잔치	진도신비의바닷길	보성다향제 담양대나무축제 무안백련대축제
경상북도	안동국제탈춤 페스티벌		경주한국의술과떡잔치 풍기인삼축제 문경차사발축제	봉화춘양목송이축제
경상남도	진주남강유등축제	하동야생차문화축제		지리산한방약초축제 합천팔만대장경축제 한산대첩축제
제주도			정월대보름들불축제 서귀포칠십리축제	제주왕벚꽃축제(신규)
계	7	9	17	19

3. 2007년도 제주도 지역축제 현황

제주특별자치도 시기별 축제

일시	축제명	지역	주최/주관	행사내용
1월	성산일출제	성산 일출봉	성산일출제 축제위원회	<ul style="list-style-type: none"> 일출제 전통민속놀이 치어방류 등
	함덕 서우봉 일출제	함덕리 서우봉	함덕마을회 /연합청년회	<ul style="list-style-type: none"> 일출제 전통민속놀이
	세화 월랑봉 일출제	세화리 월랑봉	세화리 마을회	<ul style="list-style-type: none"> 일출제 전통민속놀이
	겨울바다 펭귄수영대 회	서귀포시 중문해수욕장	관광협의회 /연합청년회	<ul style="list-style-type: none"> 펭귄에어로빅 겨울바다 수영 체험 감귤농축액 맛사지
	한라산 만설제	어승생악 정상	제주도 산악연맹	<ul style="list-style-type: none"> 만설제 및 산악인의 안녕 과 화합을 다짐
2월	탐라국 입춘굿놀이	시청광장, 제주목관아	제주시 /민예총도지회	<ul style="list-style-type: none"> 거리굿, 전상놀이, 축하공연, 세경놀이, 입춘탈굿놀이, 입춘굿
3월	정월대보름 들불축제	새별오름	제주시	<ul style="list-style-type: none"> 오름불농기, 불꽃놀이 말싸움놀이, 민속공연
	서귀포칠십리 국제걷기축제	서귀포시 일원	서귀포시 /문화체육과	<ul style="list-style-type: none"> 10, 20, 30km 걷기 대회 국제친교의 밤, 페스티벌
	남원매화꽃 잔치	남원읍 신례리	신례리 축제준비위원회	<ul style="list-style-type: none"> 사생대회 압화 매실관련음식 품평회

표계속

일시	축제명	지역	주최/주관	행사내용
4월	제주왕벚꽃축제	제주종합경기장	제주시 /왕벚꽃축제조직위원회	<ul style="list-style-type: none"> •왕벚꽃건강걷기 대회 •향토음식경연대회 •축하공연
	제주유채꽃잔치	제주시	제주시 /KBS제주방송	<ul style="list-style-type: none"> •전국노래자랑 •다양한 무대공연
	고사리축제	남원읍 수망리	서귀포시 /고사리축제위원회	<ul style="list-style-type: none"> •고사리 꺾기 체험 •고사리요리경연 등
5월	제주도새기 축제	제주경마공원	제주양돈농협 /JIBS제주방송	<ul style="list-style-type: none"> •도새기 월드컵, 제주도감대회, 풍물놀이, 어린이사생대회
	철쭉제	한라산 윗세오름	제주산악연맹	<ul style="list-style-type: none"> •철쭉제례, 다함께자연보호
6월	제주마라톤 축제	구좌체육공원운동장 ↔ 종달리 (해안도로)	제주도 /제주도관광 협회	<ul style="list-style-type: none"> •풀코스(42km), 하프코스(21km), 10km •김치만들기 체험 등
	서귀포 칠선녀축제	서귀포시 천제연폭포	서귀포시 /칠선녀 축제위원회	<ul style="list-style-type: none"> •칠선녀 봉행제, (※ 짝수년→축제, 홀수년→제봉행)
	서귀포 뚜벅이축제	서귀포 증정로 일대, 명동로 서귀포 아케이드상가 일원	JCI KOREA - 서귀포 (서귀포청년회의소)	<ul style="list-style-type: none"> •마칭밴드퍼레이드행사 •무용단공연, 매직쇼 •시화전, 홀라후프경연 •청소년 페스티벌 등
	2007 Beauty Festival (B.F2007)	제주국제 컨벤션 센터 등	B.F2007조직 위원회 /B.F2007집행위원회	<ul style="list-style-type: none"> •메인행사장내테마별 체험관 •외부체험프로그램운영 •전시이벤트행사 등
	강정천 올림은어축제	서귀포시 강정천	축제추진위원회 /강정어촌계, 마을회	<ul style="list-style-type: none"> •은어 낚시체험, 전통은어잡기시연 등
	보목자리돔큰잔치	서귀포시 보목항포구	추진위원회 /보목어촌계, 마을회	<ul style="list-style-type: none"> •보목해저탐방 •자리돔 체험 마당 등

표 계속

일 시	축 제 명	지 역	주최/주관	행사내용
7월	제주레저 스포츠축제	제주시일원	제주시 /조직위원회	<ul style="list-style-type: none"> •마스터즈수영대회, 윈드서핑, 칠인3중, 낚시대회 •해변자전거 대행진 •전국인라인스케이팅 등
	한여름밤의 해변축제	제주시 해변 공연장	제주시	<ul style="list-style-type: none"> •기악,합창,무용, 국악, 대중예술 등 전체무대장르 공연
	예래생태마을해변 축제	서귀포시 예래동 논짓물해변	예래동 주민자치 위원회	<ul style="list-style-type: none"> •맨손으로 넙치잡기 낚시체험 •초청공연팀공연
	환경사랑 쇠소깍 해변축제	효돈동 쇠소깍 해 변	효돈동연합청년회	<ul style="list-style-type: none"> •해변가요제, 사생대회 등
8월	성산조개바다축제	성산리, 오조리 바다일원	성산조개바다축제위 원회	<ul style="list-style-type: none"> •조개잡이체험 •자리돔잡기
	이호테우 축제	이호해수욕장일원	이호동주민자치위원 회	<ul style="list-style-type: none"> •멸치잡이전통어로문화 제 현, 축하 민요환마당 •테우노젓기및잠수대회, 테 우 끝기대회 등
	한수풀 해변축제	한수리 해변야외 특설무대	한림청년 회의소	<ul style="list-style-type: none"> •청소년어울림마당 •해변가요제
	함덕바당 모살축제	북제주군 함덕 해수욕장	함덕마을회 /연합청년회	<ul style="list-style-type: none"> •댄스공연, 바다 콘서트 등
	표선해변 백사대축제	남제주군 표선 해수욕장	표선마을회 /표선청년회	<ul style="list-style-type: none"> •모래성 쌓기, 모래밭 썰매끌기 등 •해변영화상영 등

표 계속

일 시	축 제 명	지 역	주최/주관	행사내용
8월	제주국제 관악제	제주시 해변공연장, 문예회관, 한라아트홀	제주시 /조직위원회	<ul style="list-style-type: none"> • 국제콩쿨, 순회 연주 • 세계 관악팀 연주
	법환일품 한치큰잔치	서귀포시 법환포구	추진위원회 /법환어촌계, 마을회	<ul style="list-style-type: none"> • 한치 맛자랑 경연 • 최영장군배 재현 • 사물놀이, 민요, 독주
	서귀포 여름음악축 제	천지연 폭포야외공 연장	한국음악 협회 서귀포 지부	<ul style="list-style-type: none"> • 관악협주, 앙상블 • 퓨전밴드, 합창 등
	삼양검은 모래축제	제주시 삼양해수욕장	삼양동 연합청년회	<ul style="list-style-type: none"> • 해변노래자랑 • 모래성 쌓기 등
	도두동오래물 수산 물대축제	제주시 도두동유람선 선착 장	도두동 연합청년회	<ul style="list-style-type: none"> • 테우경연, 축하공연 • 맛자랑 경연 등
9월	이중섭예술제	서귀포시 이중섭 전시관	서귀포시 /예총서귀포지부	<ul style="list-style-type: none"> • 설치미술, 예술공연, 풍물놀이
	용연야밤풍류재현 축제	용연포구, 제주 목관 아	제주시 /추진위원회	<ul style="list-style-type: none"> • 한시백일장, 전통활쏘기, 용연선상음악회 등
	조배머들축제	태흥리	위미연합청년회	<ul style="list-style-type: none"> • 노래자랑 등
	제주마축제	제주경마공원	KRA제주본부	<ul style="list-style-type: none"> • 마상무예, 로테오경기 • 말사랑싸움대회
	서귀포 칠십리축제	서귀포시일원 (천지연광장)	서귀포시 /서귀포시 축제위원회	<ul style="list-style-type: none"> • 최영장군목호토벌 진승재현 • 바다체험, 민속체험

표 계속

일 시	축 제 명	지 역	주최/주관	행사내용
11월	최남단 방어축제	모슬포항	최남단 방어축제 추진 위원회	<ul style="list-style-type: none"> • 선상낚시대회 • 방어 손으로 잡기 • 해양체험 등
	제주감귤축제	미정	도·KBS/제주감귤협 동조합	<ul style="list-style-type: none"> • 감귤아가씨선발 대회 • 감귤품평회 등
미정	츄광어축제	미정	제주해수어류 양식수협조합	<ul style="list-style-type: none"> • 음식시식 및 판매



ABSTRACT

A Study on the Jeongwol Daeboreum Fire Festival

-Focus on Festival visitor's satisfaction and Revisiting -

Jae-II Kim

Department of Tourism Development

Graduate School of

Cheju University

Advisor : Professor Yong-Bok Choi

The purpose of this study is to find the factors effecting to visitor's satisfaction of festival events for promoting regional economy and enhancing an image of Jeju island. in order to archive the purpose of the study, literature reviews and various theories related to regional festival have been examined. Based on these examinations, the systematic questionnaire for survey has been developed Jeongwol Daeboreum Fire Festival has been selected for this research Statistical analysis for finding factors effecting the visitor's satisfaction has been proceeded. Data were collected from visitors who had participated in the Jeongwol Daeboreum Fire Festival in 2007.

The result comes from this study by analysing the data and it is like as follows.

First of all, according to study for the result of difference analysis, the factors, which are a residential district of visitors, an educational background and so on among the feature of demography, affect the visitor's satisfaction.

Second, according to the confidence index and factor analysis, the satisfaction of the visitors about the regional festival is verified by the

statistic, which is Cronbach's alpha value, 0944, and variance description, 63.011%.

Third, through the regression analysis, it is possible to figure out the relation between the satisfaction of visitors and revisit or recommendation to others.

In conclusion, from the study which are an actual proof of the analysis ,a trait of the population statistics, and the factor of the satisfaction of visitors about the regional festival is affected by the feature of demography and the factors of satisfaction about a regional festival. Also, it is revisited with revisit or recommendation to others.

From the assumption of the first, a trait of the population statistics is similar to the positioning of target market, and from the assumption of the second, the factor of the satisfaction of visitors about the regional festival is similar to the 4Ps for marketing mix, from the assumption of the third and forth are similar to feedback for the necessity of the festival.