



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](#)

석사학위논문

지역축제의 이미지가 방문객의 만족도와
재방문 및 추천의사에 미치는 영향

- 제주도세기축제 중심으로 -

제주대학교 행정대학원

행정학과 일반행정전공

현 중 협

2015년 8월

지역축제의 이미지가 방문객의 만족도와 재방문 및 추천의사에 미치는 영향

- 제주도세기축제 중심으로 -

指導教授 강 영 훈

현 종 협

이 論文을 行政學 碩士學位 論文으로 제출함

2015년 6월

현종협이 行政學 碩士學位 論文을 認准함

審査委員長

委 員

委 員

濟州大學校 行政大學院

2015年 6月

국 문 요 약

본 연구는 지역축제 화합을 제고하는 방안으로 제주도세기축제를 중심으로 하여 지역축제의 이미지요인의 중요성을 밝히고, 선행연구를 토대로 이미지요인을 추출하여 그 요인들이 지역축제 방문객의 만족과 가치인식에 어떠한 영향을 미치는가를 파악하고, 지역축제 활성화를 위한 노력들을 통해 지역주민들의 적극적 참여와 화합으로 지역주민과 방문객의 축제 만족도가 높아지게 되어 성공적인 축제와 함께 지역발전에 기여하는 데에 연구의 목적을 가지고 있다.

이와 같은 목적을 달성하기 위하여 지역축제 이미지와 방문객 가치인식에 대한 기존의 연구결과를 토대로 가설을 설정하였으며, 이를 실증적으로 검증하기 위해 2003년부터 2014년까지 제주도세기축제 방문한 관광객을 대상으로 설문조사를 하였다.

본 연구결과들을 요약하면 다음과 같다

첫째, 지역축제 이미지 요인은 인지적·정서적·환경적 이미지와 같이 3개 요인으로 도출하여 3개 요인 모두 방문객의 지역축제 축제의 전체적인 만족도에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 그 중 방문객의 만족도 향상을 위해서 가장 중점적으로 다루어야 할 부분은 정서적 이미지로 나타났다. 이는 축제의 내용, 즐길거리 등 소프트웨어적인 부분이 관광객의 만족도에 향상에 기여할 수 있음을 시사하고 있다.

둘째, 행사장 접근성, 관광객 연계, 행사장 및 행사장 주변 환경의 조화 등과 같은 인지적 방문객의 재방문에도 영향을 미치는 것으로 분석되었다. 이는 지역축제 개최시에는 방문객의 만족과 재방문을 유도하기 위해서는 인지적 이미지에 우선순위를 두어야 함을 시사하고 있다.

셋째, 방문객들이 느끼는 전반적인 만족도는 축제의 가치에 상당한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 축제의 시설 만족도 표준화계수는 축제의 운영만족도의 표준화계수 비해 2배 영향력을 보였으며, 따라서 축제 개최시에는 축제장의 청결 및 쾌적성, 축제장 시설, 휴식 공간 등 축제 시설의 배치와 청결성 등에 대한 배려가 우선되어야 할 것이며, 부가적으로 운영적 측면과 축제의 가치를 높이기 위해

서는 기획보다 철저한 준비가 선행 되어야 할 것이다. 반면에 축제를 활성화시키려는 노력은 방문객의 만족도에 유의한 영향을 미치지 못했다. 따라서 단기보다는 장기적인 측면에서는 관광객의 만족도를 개선할 수 있는 상태로 전환시킬 필요가 있을 것이다.

이상의 결과를 토대로 지역축제 이미지와 방문객 만족도 또한 지역축제의 느끼는 가치 정도에 상당히 많은 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 본 연구자는 본 연구를 통해 지역축제 개최자에 이들 변수 각각의 깊은 관계성에 대해 인식하게 하고, 지역축제가 유지되고 발전하는 데 활용할 수 있는 기초자료로서 제공하고 한다.

그러나 본 연구는 위에서 언급한 시사점에도 불구하고 지역적 한계점과 제주도 세기축제가 가지고 있는 특수성을 반영한 설문항목들로 인해 일반화 시키는데 한계를 가지고 있으며, 사례연구 대상지역의 지역적 특성에 대한 충분한 연구 및 검토가 필요하다. 따라서 향후 연구에서는 제주도세기축제가 지금까지 운영되는 시점까지의 비교분석을 통한 연구방법 등 다양한 연구방법을 통한 추가 연구를 통해 제주도세기축제의 지역발전에 이바지 하여야 할 것이다.

주제어 : 지역축제, 이미지, 만족도, 재방문, 추천의사

목 차

제1장 서론	1
제1절 연구의 목적	1
제2절 연구범위 및 방법	4
1. 연구의 범위	4
2. 연구의 방법	4
제2장 이론적 고찰	6
제1절 지역축제의 이미지에 관한 선행연구	6
1. 이미지의 개념	6
2. 지역축제의 이미지 성공사례 분석	8
3. 지역축제의 이미지에 관한 선행연구	10
제2절 방문객 만족도에 관한 선행연구	11
1. 만족도의 개념	11
2. 방문객의 만족도 측면과 문제점 검토	13
3. 방문객 만족도에 관한 선행연구	14
제3절 제주도세기축제의 현황과 제주 지역축제에 관한 연구	16
1. 제주 도세기축제의 현황	16
2. 제주 지역축제의 문제점에 관한 연구	19
제3장 연구 설계	22
제1절 연구모형과 연구가설	22
1. 연구모형 및 가설	22
제2절 조사 설계	23
1. 조사목적 및 조사방법	23
2. 설문지구성	24

제4장 분석결과 및 가설검증	26
제1절 표본의 일반적 특성	26
1. 표본의 구성	26
2. 표본의 지역축제 참여 특성	28
제2절 타당성 및 신뢰도 분석	29
1. 탐색적 요인분석	29
2. 신뢰도 분석	33
3. 제주도세기 축제에 대한 평균차이 분석	33
4. 축제 이미지와 만족도의 가치인식에 관한 상관분석	44
5. 가설 검증	45
제 5장 결론	54
참고문헌	57
설문지	61
Abstact	66

<표 차례>

<표 2-1> 제주도세기축제 연도별 축제 시기	18
<표 3-1> 모집단의 규정 및 조사방법	23
<표 4-1> 표본의 구성	26
<표 4-2> 조사대상자의 지역축제 참여 특성	28
<표 4-3> ‘제주도세기축제’ 이미지의 탐색적 요인분석	30
<표 4-4> ‘제주도세기축제’ 만족도의 탐색적 요인분석	31
<표 4-5> ‘제주도세기축제’ 느끼는 가치의 탐색적 요인분석	32
<표 4-6> ‘제주도세기축제’ 활성화 노력에 대한 탐색적 요인분석	32
<표 4-7> 신뢰도 분석	33
<표 4-8> 성별에 따른 평균차이 분석	34
<표 4-9> 연령대에 따른 평균차이 분석	35
<표 4-10> 직업에 따른 평균차이 분석	37
<표 4-11> 학력에 따른 평균차이 분석	40
<표 4-12> 소득수준에 따른 평균차이 분석	42
<표 4-13> 축제 이미지와 만족도의 가치 인식에 관한 상관관계	45
<표 4-14> 축제 이미지 요인이 축제 만족도에 미치는 영향	46
<표 4-15> 축제 이미지 요인이 축제 재방문 및 추천의사에 미치는 영향	47
<표 4-16> 축제 만족도가 축제에 대하여 느끼는 가치에 미치는 영향	48
<표 4-17> 축제 만족도가 축제에 대하여 느끼는 가치에 미치는 영향	49
<표 4-18> 축제 만족도가 방문객의 재방문 및 추천의사에 미치는 영향	50
<표 4-19> 전반적인 만족도가 재방문 및 추천의사의 미치는 영향	50
<표 4-20> 도세기 축제의 활성화를 위해 필요한 노력이 축제 만족도의 미치는 영향	51
<표 4-21> 가설 검증결과	52

<그림 차례>

<그림 3-1> 연구 모형도	22
<그림 4-1> 가설 검증결과	53

제1장 서론

제1절 연구의 목적

우리나라는 1995년 이후 본격적인 지방자치제를 실시하게 되면서 각 지역마다 중앙정부에 의존하던 방식에서 벗어나 지역 나름대로의 여건에 맞는 지역경제 활성화전략에 추진해왔다.¹⁾ 이에 문화체육관광부는 1996년부터 관광 상품성이 높은 지역축제를 육성하고, 이를 관광자원화 하려는 목적으로 문화관광 축제 육성사업을 본격적으로 실시하였다. 문화관광축제사업의 시행은 한국관광의 문제점인 수도권중심관광이 지방으로 분산되는 효과를 가져왔고 그 영역이 확대되어 지역관광산업의 토대를 마련하게 되었다. 타 지역과 차별화된 지역의 고유문화와 전통을 살리고 지역의 특화된 관광 상품을 개발하여 궁극적으로 관광산업의 경쟁력 향상과 지역경제 활성화를 도모하기 위하여 노력하고 있다.

그러나 지역축제가 지역경제 활성화는 물론 축제의 본연의 목적과 방향에서도 가치를 실현하지 못하면서 일부 축제의 경우 축제의 무용론까지 제기되고 있다.²⁾ 축제의 대부분이 지방자치단체 주도로 이루어져 기관장의 생색내기나 전시효과에 그치고 있어 예산 낭비와 낮은 참여도가 비판을 받고 있다. 더욱이 축제를 개최한 지역주민들은 주변인에 불과하고 그들의 문화적 욕구나 지역정서가 충분히 반영되지 못하고 있다. 또한 지역 특성이나 독창성 차별성 없이 다른 축제들을 획일적으로 모방하고 흉내 내는 축제가 만연하고 있다. 또한 축제의 관리 운영에 있어서도 축제 참가자들의 방문 편의성과 각종 이용시설물들의 확충으로 서비스를 개선하고 각종 문화 프로그램들의 질적 고양을 통해 축제에 대한 참신한 이미지를 부각시켜 다음에도 다시 방문하고 싶은 매력적인 축제가 될 수 있도록 함에도 불구하고 그렇지 못한 경우가 대부분이다. 이런 과정에서 문화예술 역량을 배제하게 되는데 이는 지역의 문화예술역량을 발전시킬 수 있는 기회를 상실되고 지역문화 예술이 계

1) 전대희·김창수, 지역축제의 핵심프로그램 가지가 고객기반 축제 브랜드자산 및 성과에 미치는 영향연구, 관광연구, 25(5), p. 349~373.

2) 지역축제의 선택속성, 방문객 만족 및 행동의도 간의 관계: 대전 효문화뿌리축제를 중심으로, 우송대학교 경영대학원 석사학위논문, 2014, p. 12.

속 퇴보하게 되는 악순환을 가져오고 있다.³⁾

지역축제의 열기에 부응하여 이에 대한 학계의 논의와 연구는 비교적 활발하게 이루어지고 있다. 축제와 관련한 기존의 연구는 대다수가 지역축제의 관광 상품화 및 지역 활성화 등에 초점을 두고 지역축제의 긍정적 측면에 대한 논의와 그 효과에 대한 측면을 이루고 있으며, 특히 축제의 방문객에 대한 연구 즉 방문객의 참가동기, 방문객 만족도 분석 등의 연구가 주류를 이루고 있다. 반면에 축제문화의 상업성이나 축제의 정치에 대한 비판적 논의, 축제의 역기능, 주민참여 지향적인 측면에 대한 논의는 상당히 부족한 상태이다.⁴⁾ 이런 상황에서 각 지역축제에 대하여 축제의 고유한 가치 및 목적, 경제성, 발전 가능성 등에 대한 다양한 검토와 평가 작업이 필요하며, 평가의 다양한 방법의 일부로서 지역축제의 선택성, 즉 지역축제의 이미지와 만족도에 대한 연구가 필요하다고 본다.

따라서 지역축제가 지역주민을 위한 진정한 성공적 축제, 재방문하고 싶은 축제가 되기 위해서는 그 지역주민들이 자발적으로 참여하는 주민주도형 축제가 되어야 할 것이다. 더불어 그 지역만이 지니고 있는 자연환경과 고유한 전통, 역사적 인물, 지역 문화전문가, 문화단체 등 적절히 활용하여 타 지역과 차별화된 독창적 문화축제를 창안해 내는 노력이 필요하다. 지역의 고유성과 독창성이 있는 축제야말로 축제간의 경쟁 속에서도 살아남고 지속적으로 개최될 수 있기 때문이다.

2006년은 제주특별자치도 출범이라는 역사적인 해로서 국제적인 휴양관광도시, 첨단지식산업도시 육성, 발전시키기 위하여 ‘제주국제자유도시특별법’을 공포하였다. 이에 ‘국제자유도시’로 만들기 위해 기존 행정구역을 통폐합하고 중앙정부로부터 외교, 국방, 사법 등 국가 존립사무를 제외한 모든 사무를 이양과 교육의 자율성이 확대되고 자치경찰제도 도입 등 다양한 움직임도 이뤄졌다. 또한 세계자연유산, 세계지질공원인증 생물권보전지역 등 유네스코 자연환경 분야 3관왕에 이어 세계 7대 자연경관선정에 선정되면서 세계적인 관광지로 우뚝 서게 되었다. 또한 올레길 코스가 개발되어 제주의 아름다움을 만끽하기에 더욱 효과적이게 되었다. 이에 따라 외국인 무비자 입국이 확대되면서 관광객이 늘어나고, 국내외 투자가 활

3) 장기영, “지역축제의 서비스품질이 축제만족도, 재방문 및 구전의사에 미치는 영향”, 「산업경제연구」 제24권 제1호, 2011, p. 448.

4) 전병순, “지역축제의 효과분석과 민간참여 활성화 연구”, 전북대학교 행정대학원 석사학위논문, 2009. p. 29에서 재인용

발히 이뤄지는 등 관광의 섬 제주도에 많은 문화관광축제가 개최되었다. 그러나 제주특별자치도가 다른 지역보다 관광자원도 많고, 탐라국이라는 역사적인 자원과 제주만이 가지고 있는 특색 있는 문화축제를 이뤄내기에 좋은 조건들이 형성되어 있음에도 불구하고 결과적으로 큰 성과를 가져오지 못하고 있다.

현재 제주도에서 지역축제의 방문객 참여에 관한 연구가 아직 이루어지지 않고 있다. 축제를 경험한 후에 방문객들이 느끼는 대상지에 대한 긍정적 혹은 부정적 이미지 요인 등의 파악은 축제에 대한 만족도뿐만 아니라, 재방문의사, 추천의사에 영향을 미칠 것이며, 이를 통해 지역 이미지 제고뿐만 아니라 지역의 질적 발전을 도모하는데 많은 기여를 할 수 있을 것이다.

따라서 본 연구의 목적은 제주도세기축제에 참가한 방문객들이 평소에 지니고 있는 지역축제에 대한 이미지가 관광객의 만족도에 미치는 영향, 관광객이 느끼는 만족도가 축제에 관한 가치 인식에 어떠한 영향을 미치는지 그리고 축제의 활성화를 위해 필요한 노력이 어떠한 것인지에 대한 실증적으로 분석하고자 한다. 구체적인 연구의 목적은 다음과 같다.

첫째, 제주도세기축제에 대한 방문객의 이미지를 보다 세분화하여 각 변수들을 정리하고, 방문객의 이미지와 만족도에 관하여 문헌 연구를 통한 이론적 틀을 살펴 보고자 한다.

둘째, 제주도세기축제에 대해서 느끼는 방문객의 이미지가 만족도와 가치 인식에 미치는 영향관계를 살펴보고자 한다.

셋째, 제주도세기축제에 대한 만족도가 재방문의도에 미치는 영향에 대하여 살펴 보고자 한다.

넷째, 방문객들이 느끼는 제주도세기축제의 문제점과 활성화를 위하여 필요한 노력에 대하여 알아보려고 한다.

이에 실증분석을 통하여 얻어진 결과를 통하여 제주도세기축제에 대한 이미지 및 만족도 증대를 위한 대안을 제시하고, 향후 지역축제에 대한 가치 재고와 활성화를 위한 방안 등 지역축제가 나아가야 할 방향을 제시하고자 한다.

제2절 연구범위 및 방법

1. 연구의 범위

본 연구의 내용적 범위는 전체를 5장으로 구성하였으며, 그 내용은 다음과 같다.

제1장은 서론으로 연구의 목적 및 연구범위와 연구방법 등을 제시하였다.

제2장은 연구의 이론적 고찰로서 축제의 개념, 지역축제의 분류, 지역축제의 필요성, 지역축제의 방문객의 이미지 및 만족도에 대한 선행연구를 검토함으로써 실증적 분석을 위한 이론적 근거자료를 제시하였다. 또한 제주도세기축제에 대한 연혁 및 문제점을 제시하였다.

제3장은 실증분석을 위한 선행 작업으로 연구모형 및 연구가설, 설문지의 구성, 실증자료의 분석 방법에 관하여 기술하였다.

제4장은 빈도분석 및 기술통계분석을 통하여 축제 참가자에 대한 표본 집단의 일반적인 특성(인구사회학적 및 축제 참여)에 대해서 기술하고, 실증적 분석을 통해 지역축제에 대해서 방문객이 느끼는 이미지가 만족도와 재방문의사에 미치는 영향, 지역축제에 대해서 방문객이 느끼는 만족도가 지역축제의 가치 인식에 미치는 영향 등에 관한 분석결과를 제시하였다.

마지막 제5장에서는 결론 부분으로 본 연구의 연구결과와 시사점을 요약하고, 연구의 한계점을 제시하였다.

2. 연구의 방법

본 연구는 앞서 제시한 연구목적 달성을 위하여 지역축제에 대한 방문객의 이미지 및 만족도, 축제에 느끼는 가치 인식, 지역축제의 활성화에 대한 문헌연구와 실증연구 방법을 병행하였다.

문헌연구는 지역축제에 대해서 방문객이 느끼는 이미지와 만족도 그리고 가치 인식, 지역축제의 활성화에 대한 개념을 정립하고, 국내외 서적, 논문, 기타간행물, 통계자료를 활용하여 이론적 근거를 제시하였으며, 실증적 연구는 설문조사 결과를

데이터 입력과정을 거친 부호화된 자료를 활용하였다.

표본의 대상은 제주특별자치도내에서 행하여지는 제주도세기축제를 참가한 방문객들을 대상으로 자기기입식 설문조사를 실시하였다.

수집된 자료의 분석결과 연구문제의 검증을 위하여 SPSS 19.0 통계프로그램을 이용하여 분석하였으며, 분석 방법으로는 표본의 일반적 특성(인구사회학적 및 축제 참여특성)을 분석하기 위하여 빈도분석 및 기술통계분석을 실시하였고, 타당성 및 신뢰도를 검증하기 위해 탐색적 요인분석과 Cronbach's α 값을 이용한 신뢰도 분석을 실시하였으며, 연구가설의 영향관계를 파악하기 위하여 사전에 독립변수와 종속변수간의 관계의 정도를 파악하기 위하여 상관분석을 실시하였고, 상관분석 결과 상관관계가 존재하는 것으로 검증된 독립변수들을 이용하여 종속변수와의 인과관계를 규명하기 위하여 다중회귀분석을 실시하였다.

제2장 이론적 고찰

제1절 지역축제의 이미지에 관한 선행연구

1. 이미지의 개념

이미지란 일반적으로 부분적인 것이 아니라 총체적인 것이며, 구체적인 것이 아니라 추상적인 것이고, 일시적인 것이 아니라 연속적인 것이기에 이미지가 갖는 힘은 크다고 할 수 있다. 이미지는 오래 시간을 두고 서서히 형성되며, 유·무형의 모든 요소들이 투영된다고 할 수 있으며, 한번 고착된 이미지는 개상의 실체와 괴리가 있더라도 안정적이고 지속적인 성향이 있으며, 의사결정이나 행동에 상당한 영향을 미치고 있다.⁵⁾

인간은 어떤 대상을 지각할 때 자신의 감각을 통해 얻은 정보를 종합적으로 평가하고, 이 때 다양한 지각을 통일하므로 한번 이미지가 형성되면 후천적으로 수집된 지식이나 정보, 감각보다는 이미지에 따라 행동하게 된다.⁶⁾ 이러한 이유로 사람들은 여러 가지 정보와 경험, 축적된 지식을 통해 대상에 대한 이미지를 형성하려고 하고 형성된 이미지를 신뢰하게 된다. 또한 표원정(2011) 연구자는 거의 모든 사물과 대상에 대하여 각 개인이 가지는 개별적인 이미지가 존재한다. 이는 심상과 형상에 모두의 형태로 존재하는 이미지로서 이를 통해 대상과 사물에 대한 지각이 형성되고, 지각이 형성됨으로써 이에 따르는 후천적인 행동반응이 발생되는 것이다.⁷⁾

지역이미지는 무형적인 것으로 기대했던 것을 현실적으로 경험을 할 때, 일련의 자극내용을 차별적으로 인식함으로써 형성되며,⁸⁾ 인지적, 정서적, 행동적 요소를 구성되며, 평가차원은 각각 지식, 동기, 경험의 수준과 관련 있다.⁹⁾

5) 이상봉, “지역축제 환경단서가 지역이미지에 미치는 영향” : 백제문화제를 중심으로, 우송대학교 경영대학원, 석사학위논문, 2014, p. 12.

6) 임재국, “농·특산물 브랜드 이미지에 관한 연구”, 동양대학교 박사학위논문, 2010, p. 9.

7) 표원정, “SNS관광정보가 지역이미지 형성에 미치는 영향”, 관동대학교 박사학위논문, 2011, p. 14.

8) Phelps A, 1986, Hol iday destination Image : The Problem of Assessment : An Example Developed in Menorca, Tourism Management, 7(3), 168~180.

문연희 외(2009)는 지역이미지는 관광지 선택 의사결정에 매우 중요한 역할을 하며, 일반적으로 자신의 거주지 이외의 경험하지 않은 지역에 대해 갖고 있는 인상으로 정의할 수 있다. 또한 해당 지역을 구성하고 있는 여러 가지 지역사회의 정보를 바탕으로 형성되는 총체적 지각이나 결과물로 정의할 수 있다. 이러한 지역 이미지는 잠재 관광객으로 하여금 한 지역에 대한 행동이나 판단에 영향을 미칠 수 있는 매우 중요한 근거가 된다.¹⁰⁾

지역축제 이미지는 지역축제에 참여하기 전에 언론매체를 통한 정보나 실제 현장 방문 경험을 통해 형성된 축제에 대한 전체적인 인식을 말한다. 따라서 지역축제의 이미지는 축제의 성패를 좌우하는 매우 중요한 이미지 요인으로 작용한다.¹¹⁾

이장주(2001)은 이미지에 관한 연구도 지역이미지, 관광지 이미지에서 축제 이미지로 개념이 확장되면서 기존 관광지 이미지의 정의를 빌려 축제 이미지를 축제 현장을 방문하기 전에 획득한 여러 형태의 정보나 축제 현장에서 실제의 경험을 통해 형성된 축제에 대한 전체적인 상(像)으로 정의되고 있다. 따라서 축제 이미지는 축제를 구성하고 있는 내용이나 프로그램 등의 요인으로 개인에 따라 형성되는 이미지는 다르지만, 전반적으로 지역축제 참여에 대한 동기를 유발한다.¹²⁾

위에서 살펴본 바와 같이 지역이미지와 지역축제 이미지는 분리하여 설명하기 까다로운 관계에 놓여 있다. 이는 지역의 긍정적인 이미지가 축제에도 연장되고, 기존 축제외의 지역의 또 다른 관광활성화 콘텐츠 개발을 위한 전략적 기초를 제공해 줄 수 있기 때문이다.¹³⁾ 이를 바탕으로 본 연구에서는 지역축제 이미지를 지역 내에서 개최되는 축제에 대한 사전 정보수집과 축제장에서의 실제 경험을 통해 형성되는 참가자의 주관적인 심상으로 정의를 정리하고, 이에 제주도세기축제의 방문자의 만족도의 느끼는 가치 인식을 통하여 지역경제 활성화를 높일 수 있도록 노력하기 위해 이론적 고찰을 하고자 한다.

9) Dann G, 1996, Tourist images of a destination : an alternative analysis, Journal and Tourism Marketing, 5(1/2), 41~55.

10) 문연희·채영석·조용상·최지호, 지역이미지와 축제이미지의 상호 인과관계, 「관광학연구」, 한국관광협회, 33(7), 2009, p. 23.

11) 우화우, “중국의 지역축제 이미지가 방문객 만족과 행동의도에 미치는 영향 연구”, 경기대학교 대학원, 석사학위논문, 2009, p. 11.

12) 이장주, 지역축제의 차별화 방안: 우리나라 6개 지역축제 이미지를 중심으로, 2000년 전기 한국관광개발학회 학술세미나 발표 논문집, 제18권 제3호, 2001, p. 12.

13) 서정무, “지역축제 이미지가 방문객의 만족도와 행동의도에 미치는 영향에 관한 연구”, - 강릉커피 축제를 중심으로 -, 관동대학교 대학원 석사학위논문, 2012, p. 8.

2. 지역축제의 이미지 성공사례 분석

지방자치단체는 지방자치제를 성공적으로 정착시키기 위하여 다양한 방안을 개발하는 데 몰두하고 있다. 이러한 다양한 방안 중 하나가 이미지를 통한 지역발전이다. 지방자치단체는 자신들이 가지고 있는 자원들을 최대한 활용하여 기존의 이미지를 강화하는 방향에서 또는 기존의 이미지를 보다 새롭게 하는 방향으로 독특한 이미지를 창출하여 다른 지방과 차별화를 시도하면서 지역 변신을 꾀하는 지역발전 전략을 구상하기도 한다.¹⁴⁾ 또한 다른 한편으로는 부정적 이미지를 개선하는 방향에서 전략을 수립하는 지방자치단체도 있을 것이다. 따라서 이미지를 통한 지역발전을 이루는데 있어 중요한 수단 중 하나가 지역축제이다. 지역축제를 통해 지역이미지를 개선하거나 창출한 사례는 다양하게 존재한다.

이에 본 연구에서는 지역축제의 이미지 성공요인을 추출하기 위해서, 기존에 수행되어온 여러 실제 성공사례를 살펴보고자 한다.

먼저 축제와 이미지와 관련된 것이다. 축제는 지역을 대표하기도 하고 이미지를 통해서 지역의 특산물을 나타내기도 한다. 즉 축제는 이미지를 통해서 축제의 정체성을 나타내는데, 예를 최고의 녹차 고장인 보성군은 녹차를 통해 지역이미지를 개선한 하나의 사례라 할 수 있다. 보성하면 떠오르는 녹차로 인해 인접해 있는 관광지나 관광 상품도 홍보되는 효과를 가져왔다. 울포해수녹차탕, 한국 차 소리 문화공원, 공룡공원 등은 보성을 찾는 관광객이 주로 찾는 명소가 되어 가고 있다. 또한 함평나비축제¹⁵⁾를 통해 함평군의 이미지를 맑은 물, 깨끗한 공기, 돌머리해수욕장 같은 저공해 청정지역 특성을 살린 친환경축제이다. 함평 나비축제는 나비·곤충과 자연을 소재로 한 생태체험이다. 관광축제로서 나비축제는 축제분위기를 통해서 지역 이미지를 부각, 지역경제 활성화를 염두해 둔 생산적인 축제이다.

그리고 서동선화의 사랑을 주요 내용을 모티브로 해서 이미지를 달라하면서 이루어지는 서동축제¹⁶⁾소리라는 독특한 주제를 가지고 열리는 전주세계소리문화 축

14) 한양명, “요사코이소란마츠리를 통해 본 지역축제의 성공요인”, 비교민속학제28집, 2005, p. 473.

15) 정대승, “문화 관광축제가 지역 발전에 미치는 영향에 관한 연구 - 함평나비축제를 중심으로 -”, 서울대학교 행정대학원 석사학위논문, 2007, pp. 66~67.

16) 서희석·윤정현, “지역축제의 성공요인에 관한 연구 - 안동국제탈춤페스티벌, 함평나비축제, 익산 서동 축제를 중심으로 -”, 지방행정연구 제20권 4호(통권 67호), 2006, pp. 224.

제, 벽골제의 역사성을 가자고 김제의 넓은 평야를 기반으로 실시하는 김제지평선 축제, 마임이라는 예술 장르를 통해서 열리는 춘천마임축제, 춘향이와 이도령의 사랑을 주제로 열리는 남원춘향제, 영화라는 장르를 통해서 열리는 부산국제영화제나 전주국제영화제, 부천영화제 등 주제를 부각시키거나 그 주제를 통하여 연상되는 이미지나 축제의 호감도를 형성하여 축제를 성공하는 요인이다. 한편 제주의 성산 일출제, 들불축제, 가파도 청보리축제처럼 자연환경을 이미지로 삼기도 한다.

둘째, 인프라 구축이다. 지역축제에 있어 장소의 적합성, 접근성, 편의성, 축제의 안전관리 등 문제를 성공요인으로 파악할 수 있다. 장소마케팅을 통한 이순신축제, 대형주차장을 준비하고 그 축제에 맞게 공연장을 준비하는 안동탈춤페스티벌, 부산 광역시를 배경으로 시장을 테마로 열리는 부산자갈치시장축제, 전국의 약초의 본산으로서 대구약령시 한방문화축제, 과거에는 군병력 통제를 위한 귀영을 알라는 북소리로 군사적 목적의 점호나 의식의 의미에서, 현재는 군사의식의 일부 또는 연극 요소의 일부로 음악, 노래, 춤, 희극 등을 포함한 화려한 의미가 부여되어 새로운 이미지로 탄생된 원주의 따뚜축제, 충무공의 얼을 기리기 위하여 제사를 올린 것이 시작되어 매년 벚꽃이 화려함을 가지고 열리는 진해군항제나 군악페스티벌 등이 이에 해당한다.

셋째, 주민의 관심이나 참여도이다. 축제는 지역민을 중심으로 이루어지는 축제이고, 그 지역을 대변할만한 소재나 주제를 가지고 열리기 때문에 지방자치단체들은 주민의 호응도를 높이기 위해서 노력을 하고 있으며, 주민들의 자발적인 참여 즉 자원봉사자들의 활동도 매우 중요하다. 주민들이 주차장봉사나 안내봉사, 거리 홍보와 같은 방법으로 간접적으로 봉사하고, 순수한 민간단체가 주도하는 축제 또는 소품을 준비하거나 춘천국제마임축제처럼 마임을 평상시에 교육하고 축제에 사용하기도 한다. 청도 소싸움의 경우에는 싸움소를 가진 사람들이 직접 행사에 참여하는 식이다.

넷째, 파트너쉽적인 관계이다. 이는 자치단체와 축제에 참여하는 구성원들 간의 문제이다. 축제위원회와 축제를 진행하거나 준비하는 이벤트사 간의 협력뿐만 아니라 지방자치단체 공무원의 관심도 매우 중요하다.

다섯째, 지역 정체성이다. 지역축제는 지역이 가지는 정체성을 어떻게 나타낼 수 있는지에 많은 관심을 기울여야 한다. 축제에 참여하는 사람들만은 지역의 인지도

와 더불어서 그 지역의 정체성을 잘 나타내는 축제이어야 한다. 김제는 농업을 주로 하는 시로서 이곳에 벽골제는 고대 수리시설이 존재하는 평야지대인데, 김제지평선축제는 이러한 지역의 정체성을 잘 나타내고 있다. 지역정체성을 나타내는 요소 중에 하나가 지역 축제의 이미지이다. 또한 무주의 반딧불이 축제는 청정이미지를 나타내는 반딧불을 통해 청정지역 무주를 잘 보여 주고 있다.

여섯째, 마케팅적 요인이다. 현대의 축제는 수익창출이라는 개념을 빼놓을 수 없다. 거대한 예산과 수년간의 축제에 관한 노하우는 좀 더 정교한 마케팅이 가능하도록 하였다. 지역축제가 지속적인 수익을 창출하기 위해서는 축제의 브랜드 개발이나 관리 등이 중요하므로 그 도구로 마케팅 개념 도입은 매우 중요하다.

3. 지역축제의 이미지에 관한 선행연구

지역축제 이미지에 관한 선행연구는 그리 많지 않다. 이에 본 논문에서 축제 이미지 속성을 도출하기 위해서 축제이미지와 관광지 이미지 속성에 관한 선행연구를 통하여 축제이미지 속성을 제시하였다.

대부분의 소비자들은 의사결정을 할 때, 대상에 대한 객관적 실체가 아닌 주관적 이미지나 각자의 신념과 지각에 의해 결정하기 때문에 한번 형성된 지역축제 이미지는 추후 유사한 내용의 지역축제 방문에 대한 의사결정 시 매우 중요한 영향력을 행사한다. 지역축제 이미지의 측정요인은 연구자에 따라 해당 축제에 따라 다르게 설정되었지만, 대부분 유희성과 이용 또는 편의성을 포함하고 있다.

이장주·박석희(1999)는 지역축제의 이미지 측정척도 개발에 관한 연구에서 지역축제의 이미지를 구성하는 영역을 관광지 관련 속성과 축제관련 속성으로 구분하고, 관광지 관련 속성에는 편의적 요소와 놀이적 요소, 심리적 요소를 축제관련 속성으로 지역적 요소와 제의적 요소, 참여적 요소로 구분하였다.¹⁷⁾

김병국·박석희(2001)는 관광지를 방문하기 이전의 방문객들을 대상으로 관광지의 이미지를 측정하여 스릴, 일탈, 지식, 사회성의 4개 사회 심리적 여행 동기와 환경, 매력물, 경험의 질, 가치의 4개 요인의 인지적 이미지 및 자극, 즐거움, 우세

17) 이장주·박석희, 지역축제의 이미지 측정척도 개발에 관한 연구, 「관광학 연구」 제22권 제3호, 1999, p. 12.

함, 각성의 4개의 정서적 이미지를 추출하였다. 그러나 인지적 이미지와 정서적 이미지 측정의 척도가 동일하지 않아 측정 오차가 있을 수 있다는 점과 정서적 이미지의 측정부분이 미약하다는 한계점이 있었다.¹⁸⁾

김시중·정경(2008)은 지역축제 이미지 평가를 위해 이미지를 인지적 이미지와 정서적 이미지로 구분하고 이미지 측정항목으로 인지적 이미지는 신명성, 교육적 효과, 지역주민의 친절성, 안내와 홍보성, 쇼핑의 다양성으로, 정서적 이미지는 독특한, 청결성, 전통성, 정태성으로 구분 하였다.¹⁹⁾

우화후(2009)는 선행연구를 통하여 지역축제 이미지를 크게 정서적과 인지적 이미지로 구분하고 지역축제에 대한 이미지 구성요인을 인지적 이미지 유희성, 편리성, 구매성은 14문항이며, 정서적 이미지는 독특성, 흥미성, 10문항으로 구성하여 지역축제 이미지를 측정하였다.²⁰⁾

노원중(2010)은 축제 서비스케이프 이미지가 축제 및 지역이미지와의 관련성을 알아보려고 각각 용어의 이미지를 명확히 구분하고 그 중 축제 이미지를 인지적·정서적 이미지로 구분 하였다.²¹⁾

따라서 본 연구에서는 선행연구를 통하여 지역축제 이미지에 대한 다양한 이미지 구성요인을 살펴봄, 인지적, 정서적, 환경적 3개의 요인으로 구성하여 지역축제 이미지를 측정하고자 하였다.

제2절 방문객 만족도에 관한 선행연구

1. 만족도의 개념

방문객 만족은 축제의 참여활동에 있어 궁극적인 목적이 될 수 있을 정도로 중요한 개념이라고 할 수 있다. 만족(satisfaction)은 일반적으로 원하는 바를 얻거나

18) 김병희·박석희, 관광지 이미지의 측정척도 개발에 관한 연구, 「관광학 연구」, 제25권 제1호, 2001, p. 17.

19) 김시중·정경숙, 지역축제 방문객의 축제 이미지 평가에 따른 만족과 재방문의사에 관한 연구, 한국경제지리학회지, 한국경제지리학회, 11(4). 2008, p. 23.

20) 우화후, 앞의 논문, p. 21.

21) 노원중, “축제 서비스케이프가 축제 및 지역 이미지에 미치는 영향” : 계슈탈트 그룹핑법칙의 조절 효과를 포함하여, 경기대학교 박사학위논문, 2010, p. 28.

이루었을 때 느끼는 기쁨이라는 사전적 의미를 갖고 있는 개념이다.²²⁾

이와 관련하여 만족에 관한 선행연구를 살펴보면, 김경희(2009)는 축제 방문객의 만족은 축제장에서 제공되는 각종 서비스와 시설, 장소로의 접근성 등에 의해 형성될 수 있다. 이들 축제 방문객들의 만족은 미래 행동의도와 잠재고객 유지에 미치는 영향이 크므로 관심의 대상이 되어왔다. 또한 축제 방문객의 만족은 지역의 관광수요 및 이미지 형성에도 큰 영향을 미친다. 보통 축제는 지역을 대표하는 형태로 이루어지는 경우가 많이 때문이다.²³⁾

또한 서정무(2012) 연구자는 축제 방문객의 만족도를 축제에 대한 인지된 정보를 바탕으로 형성된 개인의 기대와 실제 경험의 차이를 자각하는 것으로 기대이상의 경험을 제공하는 축제에 대한 개인의 주관적인 심리상태로 정의 하고 있다.²⁴⁾

이정록·안정현(2004)는 축제 방문객의 만족도는 실제 경험을 근거로 사전기대에 대한 평가를 하는 개인의 심리적 상태가 긍정적일 때, 만족하고 부정적일 때 불만족하게 되는 것이다. 즉 축제에 대한 사전 정보탐색으로 인지된 축제에 대한 기대 심리와 실제 경험에서 오는 오너의 정도에 따라 해당축제에 대한 만족과 불만족이 결정된다는 것이다.²⁵⁾

관광객만족은 관광활동 참여가 관광객 자신의 경험을 근거로 하고 있으며, 관광계가 관광활동에 참여에 있어서 얻을 수 있는 행동에 대한 기대수준과 실제로 얻어진 지각수준과의 비교 평가에 의해 생긴 주관적인 심리상태라고 할 수 있으며, 따라서 관광객만족이란 축제에 참여하면서 경험하고 느끼는 결과에 대한 총체적이고 주관적, 심리적 평가하고 정의를 제시하였다.²⁶⁾

Oliever(1993)의 규범이론을 적용해서 보면 소비자들은 일정 정도 상품을 평가할 수 있는 기준을 두고 기대불일치를 평가하는 것으로 보고 있다. 즉, 소비자들은 평가할 수 있는 기준을 기존경험이나 구매에 두고 있으며 새로 구매하거나 경험하

22) 이정애, “지역축제의 선택속성과 방문자 만족 및 행동의도에 관한 연구”,- 김제지평선축제를 중심으로 -, 전주대학교 대학원 석사학위논문, 2010, p. 8.

23) 김경희, “축제 서비스품질이 축제 이미지와 지각된 가치, 행동의도에 미치는 영향 연구”, 경기대학교 박사학위논문, 2009, p. 22.

24) 서정무, 앞의 논문, p. 18.

25) 이정록·안정현, 지역축제의 방문자 만족에 관한 연구 : 곡성심청축제를 중심으로, 한국경제지리학회지, 7(3), 2004, pp. 503~518.

26) 구유미, “지역축제 참가자의 참가동기가 만족도에 및 재방문의도에 미치는 영향에 관한 연구”,- 강릉단오제 방문객을 중심으로 -, 관동대학교 대학원 석사학위논문, 2014, p. 30.

는 것에 대하여 비교한다는 이론이다. 따라서 축제 관광객도 과거의 축제 방문에서 얻어지는 구매나 경험을 토대로 새롭게 경험하는 축제에 대한 평가를 내릴 수 있다고 볼 수 있다.²⁷⁾

Westbrook(1980)의 정의를 정리하여 보면 만족이란 서비스 혹은 재화의 구매와 사용, 평가의 과정에서 일어나는 호의적, 비호의적 감정과 태도라고 할 수 있는데 이들은 정서적 관점에서 만족의 개념을 규명하고 있다.²⁸⁾

앞서 선행연구에서 살펴 본 방문객 만족은 축제 참여가 방문객 자신의 경험을 근거로 하고 있으며, 방문객이 축제 참여에 있어서 얻을 수 있는 행동에 대한 기대수준과 실제로 얻어진 지각수준과의 비교 평가의해 생긴 주관적인 심리상태라고 할 수 있다.

이에 본 연구에서는 축제 방문객의 만족도에 대한 사전에 지역축제에 대한 정보를 인지하고 또한 경험한 결과의 기대이상 결과를 느끼는 감정적인 상태로 정의하고자 한다.

2. 방문객의 만족도 측면과 문제점 검토

오철록(2010)은 방문객 만족도 측면을 살펴보면 먼저 접근성이라고 하였다. 광주광역시, 나주시, 3개 군이 접경지역으로 전라남도 서해안 도서지역으로부터 반도의 내부로 이어지는 교통로상의 관문에 해당된다. 이에 따라 인근 지역민의 접근성은 원활하다는 강점이다. 둘째, 친절성이다. 자원봉사대가 운영되어 외국어 통역 등 관람객 편의 제공이나, 행사장 주변 청소와 정비 등의 봉사활동 등을 통해 방문객의 편의를 제공하였다. 셋째, 편리성이다. 방문객 편리성을 위해 광주와 무안공항 간의 고속도로와 무안공항이 개통으로 편리성이 개선과 주차시설확충, 음식점 시설과 먹거리, 쉬거리 다양성 등으로 편리성을 갖춘 것으로 분석되었다. 넷째, 관광지 연계문제이다. 함평군 관내 관광지뿐만 아니라 인접한 광주, 전남, 전북의 관광지를 연계해서 관광객을 모을 수 있어야 한다.²⁹⁾

27) OLIVER. R.L.(1993), Cognitive, Affective and Attribute based of the Satisfaction Response, Journal of Consumer Research, 20, pp. 418~430.

28) Westbrook, R. A(1980), A Rating Scale for Measuring Product/Service Satisfaction, Journal of Marketing, 44, pp. 68~72.

또한 방문객의 편의를 위하여 상가의 세밀한 홍보물 제작과 거리 스트리트 프로그램과 이동프로그램, 축제장의 고른 방문객 유도를 위한 프로그램과 입장료 가격 불만족에 따른 대책, 시각적인 즐거움을 확대시킬 수 있는 방안, 자원봉사자의 체계적인 관리, 어린이 전용공간, 문화 공간, 문화관광축제로서 외국어 안내표기 강화 등이 필요하다. 그리고 농촌 소도읍 지역 특성상 방문객이 쉬어 갈 수 있는 쾌적한 숙박시설이 부족한 점이 단점으로 지적되었다.

기노용(2010)은 축제내용, 축제시설, 축제 접근성, 축제상품으로 구성된 축제 만족 속성은 축제 만족도에 영향을 미치고 있으며, 축제방문 특성과 인구통계학적 특성 중 일부의 변수가 영향력이 있는 것으로 나타났다.³⁰⁾ 이러한 결과는 지역축제 방문객들에 만족도에 대한 분석을 통해 향후 지역축제를 개최할 지방자치단체에게 방문객 관리와 기존의 축제관련 연구들에서 잘 다루어지지 않았던 인구통계학적 특성에 대한 분석을 통해 향후 관련 연구들에게 인구통계학적 변수에 대한 시사점을 통하여 지역축제를 개최하는 지방자치단체의 관리자나 실무자들은 지역축제의 만족요인에 지속적인 관심을 갖고, 공급자 중심이 아닌 수요자 중심의 차별화된 프로그램을 구성·기획해야 할 것이다.

3. 방문객 만족도에 관한 선행연구

지역축제 운영 구성요인과 만족에는 긍정적인 인과관계가 형성되어 있다. 즉, 대체적으로 지역축제를 참여하는데 있어 운영 구성요인에 따라서 만족의 정도에 있어 영향을 받고 있기 때문이다. 여기에서 지역축제 방문객의 만족에 관한 연구를 살펴보면, 대부분의 연구들이 축제의 서비스질과 방문객의 만족도간의 인과성을 검증하고, 만족도와 추천의도, 재방문 등의 행동의향을 검증 제시하고 있다.³¹⁾

유영준·조현호(2010)는 청도 소싸움 축제를 방문한 방문객을 대상으로 하는 만족도 조사에서 그 측정요인을 체험성, 다양성, 심리성, 편의성, 창의성으로 제시하였

29) 오철록, “지역축제의 성공요인과 문제점에 관한 연구 - 함평나비축제를 중심으로 -”, 한국교원대학교 교육정책전문대학원 석사학위논문, 2010. pp. 30~65.

30) 기노용, 앞의 논문, p. 55.

31) 기노용, “지역축제 방문객의 만족도 및 지출 영향요인에 관한 연구”, - 양양송이축제와 연천전곡리 구석기축제를 중심으로 -, 성균관대학교 국정관리대학원 석사학위논문, 2010, p. 21.

다.³²⁾ 또한 백승기(2006)는 가락문화제를 중심으로 축제에 참여한 방문객의 만족도를 조사하였는데, 축제내용과 접근·참여용이성, 행사시설, 주변지역 특성을 축제의 만족도 관련요인으로 추출하고, 축제내용과 주변지역 특성, 접근성과 참여용이성이 실제 축제의 만족도에 영향을 미친다는 결과를 나타냈다.³³⁾ 그리고 장양례(2007) 연구에서는 축제 자체의 서비스 질과 만족도, 행동 의도의 상관관계를 분석하고,³⁴⁾ 각각의 영향관계를 검증하였다. 서정무(2012)는 강릉커피축제 중심으로 방문객의 만족도를 측정하는 요인으로 서비스와 시설, 접근성의 3개의 요인으로 구성하였다.³⁵⁾

박현지 외(2000)는 광주비엔날레를 방문한 관광객을 대상으로 축제의 안전요인의 만족도가 재방문의사에 어떠한 영향을 미치는지에 대해 연구하였다. 선행연구를 통해 설정된 안전 변수를 요인 분석하여 4개의 안전요인을 도출하였고 만족도를 인구통계학적 특성별로 분석하였으며, 안전요인에 대한 관광객들이 만족도가 재방문의사에 미치는 영향에 대해 분석하였다. 분석결과 응급시설요인과 위생요인에 대한 만족도가 높을수록 재방문의사가 강한 것으로 나타났다.³⁶⁾

고승익(200)은 행사장환경, 행사내용, 행사장시설 및 접근성, 가격, 행사진행 등 5개의 요인에 22개 항목을 축제만족의 영향요인으로 측정하였으며,³⁷⁾ 박미정은 이벤트매력, 시설성, 경제성, 다양성, 축제속성, 지역성 등 6개의 요인에 19개 항목을 측정하였다.³⁸⁾ 또한 이정실과 양일용은 부산 국제아트페스티벌을 사례로 축제의 만족요인을 축제매력, 경제성, 시설성, 청결 및 유익성, 편의성 그리고 편리성 등을 중심으로 측정하였다.³⁹⁾

32) 유영준·조현호, 지역축제의 만족도에 관한 요구 : 청도소싸움축제를 사례로, 「관광지리학」 12호, 2006, pp. 21~22.

33) 백승기, 지역축제 방문객의 만족도와 그 영향요인에 관한 연구 : 가락문화제를 중심으로, 「지방전부 연구」 제10권 제2호, 2006, pp. 137~156.

34) 장양례, 최초방문자와 재방문자간의 지역축제 동기, 만족평가와 행동의도, 지역문화 인식비교연구, 「관광경영학연구」 제11권 제1호(통권 제30호), 2007, pp. 167~191.

35) 서정무, 앞의 논문, p. 18.

36) 박현지·박영술·권영국, 2000 광주비엔날레의 안전요인 만족도와 재방문의 시간의 관계분석, 「문화관광 광연구」, 제2권 제1호, 2000, pp. 213~226.

37) 고승익 외, 축제 방문동기 세분화에 따른 지각된 성과와 만족분석, 「관광학연구」, 제23권 제2호, 2000, pp. 264~266.

38) 박미정, 지역축제 방문객의 동기와 만족도에 관한 연구, 「관광레저연구」, 제13권 제1호, 2001, pp. 269~285.

39) 이정실·양일용, 지역축제 방문동기 세분화 및 만족의 차이, 「관광레저연구」, 제14권 제3호, 2002, pp. 148~149.

이상의 선행연구에서 나타난 만족도의 공통적인 측정요인은 축제장의 시설과 서비스, 접근성, 프로그램으로 측정요인으로 볼 수 있으며 이를 바탕으로 본 연구에서는 지역축제 방문객 만족은 지역축제 방문객의 축제장의 “쾌적 및 청결성”, “신뢰 및 전문성”의 2개의 측정요인을 추출하고자 한다.

제3절 제주도세기축제의 현황과 제주 지역축제에 관한 연구

1. 제주 도세기축제의 현황

1) 연혁 및 현황

우리나라 돼지는 고구려 시대에 만주에서 들여와 기르기 시작한 것으로 비슷한 시기에 제주도로 유입되었을 것으로 추정하고 있다. 만주돼지는 대, 중, 소형의 품종이 있는데, 이중 운반하기 쉬운 소형종이 제주도에 유입된 것으로 추측된다.

제주 재래흑돼지는 오랜 동안 제주의 기후와 풍토에 알맞게 적응되어온 검은 털을 지닌 돼지를 말한다. 체구는 작지만 체질이 강하고 질병에 잘 걸리지 않으며, 새끼의 수가 적고 성장 속도가 느린 반면 육질이 좋다. 재래종 흑돼지는 지방에 따라 지례돈(智禮豚), 강화돈(江華豚), 사천돈(泗川豚), 정읍돈(井邑豚), 제주돈 등이 있다.

삼국시대 불교의 영향으로 사육이 다시 침체되었으나, 고명말기 충숙왕(1325년)의 가축생산 장려 이후 재래돼지의 사육이 장려되어 번성해왔으나, 1940년대 외국종의 유입으로 재래돼지의 사육 수가 급격히 감소했다. 조선시대 대동여지도에는 말, 소, 돼지를 키우는 장소가 제주시 일원에 표기가 되고 있어, 흑돼지가 국가의 관리 하에 사육되고 있음을 알 수 있다.

1940년대는 번식이 잘되며 고기를 많이 얻을 수 있는 버크셔종 등 외국 개량종들이 많이 들어오게 되고, 재래종과 개량종들과 교배수가 이루어지기 시작하고, 1970년대 새끼를 많이 낳고 고기량이 많은 랜드레이스, 듀록, 요크셔 등이 도입되자 점차 순수한 재래돼지의 수가 급감하고 그 모습을 찾기 어려워졌다. 이에 1986년 제주도축산진흥원에서는 돼지의 형태와 유전적 조사를 통해 재래돼지의 복원을

위해 멸종해가는 순수 혈통 흑돼지 암놈 4마리와 수놈 1마리(돼지 이름 '김문'으로 명명)를 복원하여 사육분양에 들어갔다. 따라서 지금의 흑돼지는 '김문' 후손인 셈이다. 최근 흑돼지의 맛이 인기를 끌면서 그 수요량이 폭발적으로 증가하는 실정이다.⁴⁰⁾

그러나 육지부의 식당에서 제주산 재래 돼지라고 판매하는 상당수 상호들이 가짜가 많아 제주도 축산 당국은 지리적 원산지 표시제와 품질인증제를 도입하기에 이르렀다. 또한 200년 이래 해마다 5월이면, 제주양돈축산협동조합의 주관으로 '제주도새기축제'를 개최해오고 있다. 행사내용은 볼거리로는 테마농장, 돼지달리기, 노래자랑, 즐기거리는 도세기 월드컵, 도감대회, 사생대회, 먹거리에는 돼지고기 시식회, 전통 순대, 살거리로는 도내 기업 장터운영, 돼지고기 등이다.

2) 도세기축제의 내용

천혜의 아름다운 자연을 간직하고 있는 제주, 세계적으로 인정받는 청정 제주만의 독특한 특산물 도세기, 제주양돈산업 발전과 관광먹거리 조성, 청정 제주돼지의 세계적 브랜드화를 위하여 2003년부터 매년 축제 이어오다가 2010년부터 격년제로 개최해오고 있다. 제주도세기축제는 관광객 유치를 통해 지역경제 활성화와 지역주민의 자긍심과 공동체 의식을 제고하기 위해 지난 10여 년간 괄목한 만한 성장으로 제주지역축제로 발돋움 하였다. 이러한 발판으로 더욱 풍성한 이벤트로 특화 관광 상품으로서의 선도적 역할을 담당하는 제주도세기축제를 향후 더욱 성장이 기대되는 축제이다.

주요 프로그램으로는 도민, 관광객, 조합원들이 직접 참여할 수 있는 체험프로그램 적극 유치, 지역주민들과 함께하는 체험축제 마련, 제주 농·축산물 홍보기회 마련 및 농협이미지 제고, 식사랑·농사랑 운동 확산을 위한 향토음식점 운영 등 양돈 관련 프로그램 구성은(경돈, 테마농장, 통시재현 등)돼지의 신선함 이미지를 통한 환경, 문화, 관광, 경제가 결합된 축제라는 틀을 바탕으로 관광객을 만족 시키고 지역주민의 화합을 도모하고자 하는 축제개념의 행사로 진행되고 있다.

지난 2014년 제주도세기축제는 청정제주도의 이미지를 어필하면서 어른들의 옛

40) <http://blog.daum.net/rodocokr>

향수를 불러일으키고, 미래의 소비자인 어린이들에게는 양돈산업에 대한 친밀감을 유도하는 한편 소비자와 양돈인들이 함께 어울리는 자리를 제공하는 다양하고 풍성한 이벤트와 볼거리가 마련되어 '제주산돈육의 세계적 브랜드화'를 통해 궁극적으로 국내 양돈산업에 대한 소비자들의 올바른 이해와 친밀감을 한층 더하는 계기가 된 것으로 평가받고 있다. 특히 최근 제주산 돼지고기의 대일수출 재개가 이뤄진데다 경성대학교에 의뢰한 돼지고기의 이화학적 특성과 기호성에 대한 연구 발표 및 세미나에서 제주산 돼지고기의 우수성이 증명되었다고 말하며 이번 행사에 더 큰 의미를 부여하기도 했다. 또한 제주도세기축제 테마투어를 시행하여 관광객의 편의성에 많은 노력을 기울였다. 제주도세기축제의 연도별 축제 시기는 다음 <표 2-1>과 같다.

<표 2-1> 제주도세기축제 연도별 시

구분	행사 기간	행사 내용	장소
제1회	2003. 5. 10~11	풍물놀이와 함께 도세기 월드컵, 양돈인 노래한마당, 돼지몰이경기(돼지싸움), 예쁜 돼지 선발대회 제주도감대회 등	제주경마공원
제2회	2004. 5. 1~ 2	도세기 월드컵, 돼지고기 썰기 시합인 제주 도감대회, 양돈인 노래한마당, 어린이 사생대회, 돼지 달리기, 찰흙공예체험 등	제주경마공원
제3회	2005. 5.14~15	도세기 월드컵, 제주도감대회, 어린이 사생대회, 기업 장터 등	제주경마공원
제4회	2006. 5. 10~11	도세기축제는 테마농장 돼지몰이대회를 비롯해 예쁜 돼지 선발대회, 도세기 월드컵 또 돼지고기를 보기 좋고 먹기 좋게 썰어내는 장인을 뽑는 제주도감대회, 양돈인 노래한마당 등	제주경마공원
제5회	2007. 5. 12~13	테마농장, 기업장터, 먹거리장터, 공예체험, 어린이 사생대회 등	제주경마공원
제6회	2008. 10. 1~31	도세기 월드컵, 제주도감대회, 풍물노래, 어린이 사생대회 등	서울개최
제7회	2009. 5. 9~ 10	도세기 월드컵, 내 사랑 제주도세기, 통시재현, 테마농장, 시식코너 등	제주애향운동장
제8회	2010. 5. 15~16	도세기 월드컵, 도세기 과거시험, 통시재현, 시식코너 등	서울올림픽공원

제9회	2012. 5. 9~10	도세기 노래자랑, 제주도감대회, 도세기 월드컵, 도세기 팔씨름대회, 7080 락 페스티벌 등	제주종합경기장 광장
제10회	2014. 10. 11~12	도세기 월드컵, 제주도니 노래자랑, 족발 레이스, 백난아 가요제 등	한림읍종합운동 장 일원

자료 : 제주양돈 축협 내부자료, 2015.

2. 제주 지역축제의 문제점에 관한 연구

서귀포시 지역축제의 대표 축제화 방안 연구에서 지역축제에 이론적인 검토와 지역축제의 우수축제와 평가를 통하여 지역축제의 지역사회 영향을 설명하고 성공적인 국내 축제 사례분석 및 시사점을 제시하였다. 특히 그는 서귀포시 지역축제 사례를 분석하고 서귀포시 지역축제의 개선방안을 체계적으로 정리하였다.⁴¹⁾

서귀포시 지역축제의 문제점은 제주특별자치도 축제육성위원회 백서의 축제평가 수준의 극히 미비한 평가 정도만 있을 정도로 정보가 미흡한 수준, 통계자료가 신뢰성과 축제평가 시스템의 부족, 예산규모의 한계점, 축제의 기획 내용 전문성, 홍보부족, 프로그램이나 기간 등 정확도가 떨어진다는 지적하고 또한 차량운행의 안전성과 도로의 관리 등 문제점으로도 지적하였다. 이에 대하여 축제 전문 인력 보강과 전문 인력 양성, 문화예술 활동가들의 조언이나 협력을 구하여 보다 지역축제의 활성화를 위해 다양한 프로그램개발, 축제의 치밀한 구성과 운영 등 체계적인 시스템이 필요성을 제시하였다.

김용철(2004)은 제주지역 문화관광축제의 활성화 방안을 모색하기 위하여 제주지역 문화관광축제의 평가 요인을 살펴보고 그리고 제주지역 문화관광축제의 재원을 확충하기 위한 방안, 축제전문기구설립, 축제의 통폐합 방안 등 현재 제주지역에서 축제와 관련되어 제안되는 여러 가지 방안에 관하여 전문가, 도민, 방문객을 대상으로 설문조사한 결과, 제주지역 문화관광축제를 5가지 요인으로 나누어 살펴 보았는데 축제에 대한 만족도가 매우 저조한 것으로 나타났다. 이는 제주도가 도·

41) 고흥범, “서귀포시 지역축제의 대표 축제화 방안 연구”, 제주대학교 행정대학원, 석사학위논문, 2013, pp. 76~78.

시·군으로 나뉘어져 각각의 축제 행사를 진행을 차별화, 특화되지 못한 프로그램 내용, 또한 관광상품 및 프로그램 개발요인과 기획 능력요인 부족 등 이다. 따라서 제주도 관광상품에 녹아들어갈 수 있는 방안을 모색해야 할 것이다. 이는 제주도의 문화가 생생하게 살아있는 문화관광축제 프로그램 절실하다고 제시하였다.⁴²⁾

제주발전연구원(2000)은 제주지역 축제의 진단과 활성화 방안에 관한 연구에서 제주지역 축제는 양적으로 팽창하고 있는 반면에 질적으로 저하되고 있다. 따라서 제주지역 축제의 가장 큰 문제점은 축제 프로그램의 차별화 부족과 관광상품 기능 미흡, 철학의 빈곤, 소재에 대한 아이디어 부족, 축제전문 인력의 부족 등 문제점을 지적하고 이는 체계화 되지 못한 기획운영으로 예산의 낭비를 초래하고, 급조된 축제의 관광상품화는 이익 보다는 오히려 제주도의 이미지를 손상하는 결과를 초래하고 있다. 제주 지역축제에 따른 주제와 목적이 비슷한 축제를 통합하여 규모를 갖춘 대규모 축제로 육성하는 것도 필요하지만, 제주도를 방문하는 방문객은 언제든지 축제에 참가할 수 있도록 다양한 축제가 지역별·계절별로 분산되어 개최는 물론 또한 축제의 개최와 운영을 통해 경제·사회·문화적으로 긍정적 효과를 극대화할 있게 치밀한 전략을 펴는 것이 필요하다고 제시하였다.⁴³⁾

김문영·이수범(2010)은 제주도 지역축제 활성화 방안에 관한 연구에서는 제주도의 축제는 대부분 행사의 전문성, 책임성 등이 부여되지 못하고 방만하게 운영되고 있으며, 유사한 주제의 축제들이 개최되는 것과 주변에 많은 관광자원과 특산물이 있음에도 불구하고 축제의 핵심주제와 프로그램 별 특성이 없는 것 등 주요 문제점 도출 되었다. 위이 문제점들은 근거로 다음과 같이 활성화 방안이 제시되었다.⁴⁴⁾

첫째, 축제의 차별화이다. 둘째, 축제 개최시기의 분산화 및 유사 지역축제의 통합이다. 제주도 지역축제는 대부분 특정시기에 집중적으로 개최되고 있어 인지도가 별로 없는 역사가 오래되지 않은 지역축제부터 자발적으로 개최시기를 변경하

42) 김용철, “제주지역 축제의 진단 육성방안에 관한 연구”, 제주대학교 행정대학원, 석사학위논문, 2004, pp. 20~34.

43) 제주발전연구원, 제주지역 축제의 진단과 활성화 방안, 정책연구 2000-4, 2000. pp. 124~150.

44) 김문명·이수범, “제주도 지역축제 활성화 장안에 관한 연구”, 국제자유도시연구, 제1권 제1호, 제주 IFC포럼, 2010, 참조.

여 개최하는 등의 개최시기에 대해 개선할 필요가 있다. 셋째, 전통문화의 산업화를 통한 마인드 도입이다. 이는 축제 사업비의 조달을 행정기간의 보조금 등에만 의존하지 말고 관광산업과 연계, 전통문화의 상품화, 축제와 관련된 기념품 제작 등을 통하여 경영수익사업을 추진해야 할 것이다. 넷째, 전략적 홍보를 활성화 하는 것이다. 마지막으로 편의시설의 확충이 필요하다. 대부분의 지역축제의 경우 편의시설과 안내 시설의 부족으로 많은 방문객들이 불편을 겪고 있으므로 장애인이든 외국인이든 축제 방문객에 어떠한 불편함을 느끼지 않도록 준비하는 것이야말로, 축제를 통해 방문객을 만족시킬 수 있는 하나의 방법이다.

제3장 연구 설계

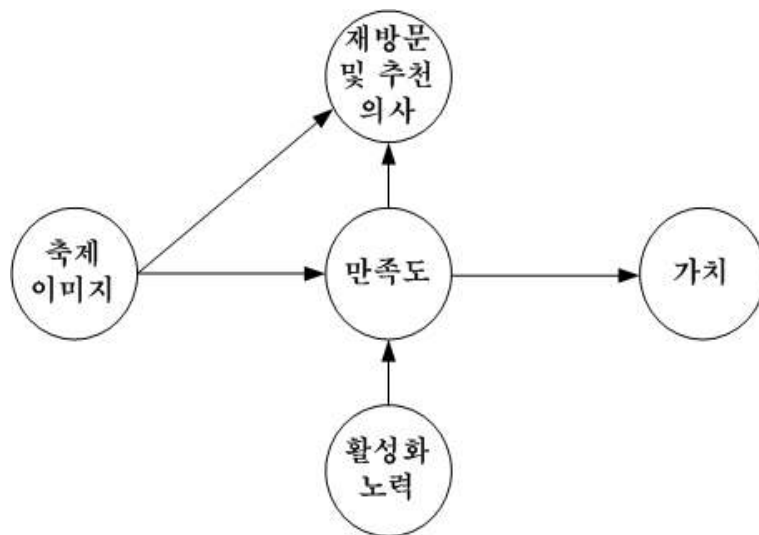
제1절 연구모형과 연구가설

1. 연구모형 및 가설

연구모형이란 과학적인 연구를 수행하기 위한 필수 단계로서 이론과는 차별화된 특성을 갖는다. 본래 모형(model)이라 하면 어떤 사물을 닮은 것을 의미한다. 추상적인 표현 자체인 모형은 보는 사람 또는 연구자로 하여금 아직 완전하게 기본 요소가 잡혀 있지 않은 실체를 관점을 잡아주거나 단순화 시켜주는 것을 뜻한다. 연구명제를 정확히 명제하고, 검증하는데 있어 모형은 필수적이라 할 수 있다.

본 연구는 제2장 이론적 고찰을 바탕으로 지역축제 이미지와 만족도를 분석하고 지역축제 이미지에 따라 만족의 느끼는 가치의 영향관계를 가지고 있는지를 객관적인 분석을 통해 지역축제, 특히 제주도세기축제의 관광객 유치 증대 및 양질의 축제서비스 제공을 위한 기초자료를 제시하고자 하였다. 이를 위하여 지역축제 이미지와 만족도, 그리고 가치에 관한 선행연구에 근거하여 잠정적인 인과관계를 설정한 연구 모형 및 연구가설은 다음과 같다.

<그림 3-1> 연구모형도



H1 : 제주도세기축제의 이미지에 따라 방문객의 만족도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H2 : 제주도세기축제 이미지에 따라 방문객의 재방문 및 추천의사에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H3 : 제주도세기축제 만족도는 축제에 대하여 느끼는 가치정도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H4 : 제주도세기축제에 대한 전반적인 만족도는 방문객의 재방문 및 추천의사에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H5 : 제주도세기축제의 활성화를 위해 필요한 노력은 전반적인 축제 만족도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

이와 같이 축제이미지와 만족도 간의 인과관계, 축제이미지와 재방문 및 추천의사의 인과 관계, 만족도와 가치간의 인과관계, 그리고 활성화노력과 만족도 간의 인과관계에 대해서 영향력의 상대적 크기와 방향 등을 제시하고자 하며, 인과관계가 유의미한 지 검증하고자 하였다.

제2절 조사 설계

1. 조사목적 및 조사방법

본 연구는 축제의 특성이 반영되는 축제의 이미지가 방문객 만족도에 어떤 영향을 미치는지 파악하고, 방문객의 만족도와 만족 느끼는 가치의 영향관계를 실증분석을 통해 검증하여 향후 제주특별자치도의 대표적인 지역축제인 제주도세기축제의 마케팅 활동에 있어 실증적인 연구가 되는 것이 목적이다.

본 연구의 실증분석을 위한 조사대상 및 표본설계는 <표 3-1>과 같다.

<표 3-1> 모집단의 규정 및 조사 방법

구 분	조 사 방 법
모집단	제주도세기축제 방문객 및 일반인
자료수집	설문조사
조사범위	제주특별자치도 전역

조사기간	2015년 4월 25일~ 5월 5일(10일간)
표본추출방법	편의표본추출
설문지배포(이용부수)	200부(136부)

설문조사는 2015년 4월 25일부터 5월 5일까지 약 10일이 소요되었으며 조사대상은 제주도세기축제를 방문한 방문객 및 일반인을 대상으로 하였다. 본 설문의 조사방식은 자기 응답식 편의표본 추출방법을 이용하여 표본을 수집하였다.

표본의 크기는 총 200부를 배포하였으며 이 중 설문에 불성실하거나 신뢰상이 결여된다고 판단되는 부적합한 35부를 제외한 165부 자료를 입력하였다. 그러나 자료의 분석은 수집된 자료 총 165부 가운데 제주 도세기 축제에 대해서 모른다고 응답한 29부를 제외하고, 제주도세기축제에 대해서 알고 있다고 응답한 136부만을 대상으로 통계프로그램 SPSS for Win 19.0을 이용하여 처리하였다.

첫째, 조사대상자의 인구사회학적 특성과 축제 참여 특성을 살펴보기 위하여 기술통계 및 빈도분석을 실시하였다.

둘째, 조사도구의 타당도와 신뢰도를 검증하기 위하여 탐색적 요인분석을 실시하였고, 각 요인의 내적일관성을 측정하기 위하여 Cronbach's α 값을 이용하였다.

셋째, 조사대상자가 느끼는 축제에 대한 이미지와 만족도, 축제에 대해 느끼는 가치와 재방문 및 추천의도 등을 살펴보기 위하여 평균과 표준편차를 구하고, 조사대상자의 인구사회학적 특성과 축제 참여 특성에 따른 차이를 살펴보기 위하여 t-검증 및 ANOVA 분석을 실시하였다.

넷째, 조사대상자가 느끼는 축제에 대한 이미지와 만족도, 축제에 대해 느끼는 가치와 재방문 및 추천의도 간의 상관관계를 살펴보기 위하여 상관분석을 실시하였다.

다섯째, 조사대상자가 느끼는 축제에 대한 이미지와 만족도, 축제에 대해 느끼는 가치와 재방문 및 추천의도간의 인과관계를 검증하기 위하여 다중회귀분석을 실시하였다. 이상과 같은 분석은 모두 유의수준 $p < .05$, $p < .01$, $p < .001$ 에서 검증하였다.

2. 설문지 구성

본 연구의 실증조사를 위해 선행연구를 토대로 크게 다섯 부분으로 구성하였다. 각각의 설문은 제주도세기축제에 대한 일반적인 인식, 축제이미지요인, 만족도요인, 느끼는 가치 정도, 활성화를 위해 필요한 노력, 마지막으로 인구통계학적특성

으로 구성하였다. 구체적인 설문문의 내용은 다음과 같다.

첫 번째 부분은 일반적 인식으로는 6개 문항, 두 번째, 축제 이미지에 관한 것으로 21개 문항으로 구성하였다. 세 번째는 만족도에 관한 것으로 11개 문항, 네 번째는 행사에 대한 느끼는 가치에 관한 것으로 8개 문항, 다섯 번째, 활성화를 위해 필요한 노력에 대하여는 7개 문항, 마지막은 인구통계학적 특성에 관한 6개 문항으로 구성하였다.

제4장 분석결과 및 가설검증

제1절 표본의 일반적 특성

1. 표본의 구성

본 연구 조사대상자의 인구사회학적 특성을 살펴보면 다음 <표 4-1>과 같으며, 먼저 성별로는 남자가 82명(60.3%), 여자가 54명(39.7%)로 남자가 28명(20.6%) 많았다. 연령별로는 30대가 52명(38.2%)로 가장 많았으며, 다음으로 40대가 38명(27.9%), 20대가 26명(19.1%), 50대가 16명(11.8%)의 순이었다. 직업별로는 전문직 또는 사무직이 56명(41.2%)로 가장 많았으며, 다음으로 자영업 24명(17.6%), 공무원이 15명(11.0%), 학생이 13명(9.6%), 서비스직 종사원 12명(8.8%), 전업주부와 기타가 각각 8명(5.9%)를 차지하였다.

학력별로는 대학교 졸업이 69명(50.7%)로 가장 많았으며, 다음으로 전문대졸이 각각 25명(18.4%), 기타 10명(7.4%), 고졸이하가 7명(5.1%)의 순이었다. 월 소득수준별로는 300만원이상이 54명(39.7%), 200만원대가 38명(27.9%), 100만원대가 34명(25.0%), 100만원미만이 10명(7.4%)의 순이었다. 현 거주지별로는 제주도가 128명(94.1%), 수도권이 7명(5.2%), 충청지역이 1명(0.7%)를 차지하였다.

<표 4-1> 표본의 구성

구 분		빈도	비율(%)
성별	남	82	60.3
	여	54	39.7
연령	10대	4	2.9
	20대	26	19.1
	30대	52	38.2
	40대	38	27.9

	50대	16	11.8
직업	학생	13	9.6
	전업주부	8	5.9
	공무원	15	11.0
	전문직 또는 사무직	56	41.2
	서비스직 종사원	12	8.8
	자영업	24	17.6
	기타	8	5.9
학력	고졸이하	7	5.1
	전문대학 졸업	25	18.4
	대학교 졸업	69	50.7
	대학원 재학 이상	25	18.4
	기타	10	7.4
월소득 수준	100만원 이하	10	7.4
	100만원대	34	25.0
	200만원대	38	27.9
	300만원 이상	54	39.7
현거주지	수도권	7	5.2
	충청권	1	0.7
	제주도	128	94.1

2. 표본의 지역축제 참여 특성

본 연구 조사대상자의 지역축제 참여 특성을 살펴보면 다음 <표 4-2>와 같다.

먼저 ‘제주도세기축제’ 인지여부별로는 ‘알고 있다’가 54.5%로 가장 많았으며, 다음으로 ‘잘 알고 있다’ 27.9%, ‘전혀 모른다’ 9.7%, ‘모른다’ 7.9%의 순으로, 82.4% 알고 있는 것으로 나타났다. ‘제주도세기축제’ 방문횟수별로는 처음이 42.6%로 가장 많았으며, 다음으로 2번째 39.0%, 3번째 11.0%, 4번 이상 7.4%의 순이었다. 축제에 같이 오는 동반인 별로는 가족이 48.5%로 가장 많았으며, 다음으로 친구나 동료 25.0%, 단체 또는 동호회 6.6%, 혼자 4.4%의 순이었다. ‘제주도세기축제’ 기간에 머무르는 체류기간별로는 1-2시간이 49.3%로 가장 많았으며, 다음으로 3-4시간 29.4%, 1시간 미만 12.5%, 5-6시간 4.4%, 6시간과 1박2일 각 2.2%의 순이었다. 축제에 참여하기 위하여 이용한 교통수단별로는 자가용이 77.2%로 대부분이었으며, 다음으로 대중교통 11.0%, 렌트카와 기타 각 5.9%의 순이었다. ‘제주도세기축제’에 관한 정보원별로는 언론매체가 61.0%로 가장 많았으며, 다음으로 친구 또는 지인 25.7%, 홍보책자 4.4%, 현지 방문과 기타 각 3.7%, 여행사 1.5%의 순이었다.

<표 4-2> 조사대상자의 지역축제 참여 특성

구분		빈도	비율(%)
방문횟수	1회	58	42.6
	2회	53	39.0
	3회	15	11.0
	4회이상	10	7.4
동반인	혼자	6	4.4
	친구 또는 동료	34	25.0
	연인	21	15.4
	가족	66	48.5
	단체 또는 동호회	9	6.6
체류기간	1시간 미만	17	12.5
	1~2시간	67	49.3
	3~4시간	40	29.4
	5~6시간	6	4.4
	6시간이상	3	2.2
	1박 2일	3	2.2

교통수단	자가용	105	77.2
	대중교통	15	11.0
	렌트카	8	5.9
	기타	8	5.9
정보원	언론매체	82	60.7
	친구 또는 지인	35	25.9
	여행사	2	1.5
	홍보책자	6	4.4
	현지 방문해서	5	3.7
	기타	5	3.7

제2절 타당성 및 신뢰도 분석

본 연구에서는 각 변수가 해당 속성을 정확히 반영하고 있는 지를 살펴보고자 타당성 및 신뢰도 검증을 실시하였다.

타당성 검증은 각 변수 의 하위요인에 대한 수렴여부를 탐색적 요인분석을 통해 실시하였고, 신뢰도 검증은 요인으로 추출된 문항들에 대해 내적일관성을 측정할 수 있는 Cronbach's α 값을 구하여 분석하였다. 또한 표본의 상관행렬이 요인분석 될 수 있는지를 살펴보기 위하여 종속변수에 대한 변수들 간의 상관관계가 다른 변수에 의해 설명되는 KMO값을 이용하였으며, 전체모형의 유의성 검증을 위해 Bartlett 검증의 유의확률을 살펴봄으로써 적합성을 검증하였다. Kaiser(1974)가 제시한 바에 의하면 KMO값은 1에 가까울수록 요인분석에 적합한 것을 말하며, 일반적으로 0.9이상이면 매우 좋고, 0.8정도면 양호하며, 0.6~0.7정도면 수용할만한 수준으로 여기고 있다.

1. 탐색적 요인분석

본 연구에서는 주성분 분석과 공통요인분석, 베리맥스 회전방법을 사용하여 탐색적 요인분석을 실시하였으며, 요인적재량의 수용기준은 유의적인 기준인 $\pm .40$ 이상을 기준으로 선택하였고, 각 요인의 고유치는 1이상을 기준으로 하였다.

1) '제주도세기축제' 이미지의 탐색적 요인분석

‘제주도세기축제’ 이미지 문항에 대한 타당도 분석을 위해 탐색적 요인분석을 실시하였는데, 그 결과는 다음 <표 4-3>과 같다.

추출된 요인에 있어 공통성이 0.5이하인 문항과 개념적으로 공통성이 없는 문항들을 순차적으로 제거하면서 지속적으로 요인분석을 실시한 결과, 3개의 요인이 추출되었다. 각 요인은 요인특성에 따라 요인 1 “인지적 이미지”, 요인 2 “정서적 이미지”, 요인 3 “환경적 이미지”로 명명하였다. 각 요인의 eigen value는 1 이상을 나타내고 있으며, 설명된 총 분산은 54.528%를 보이고 있다. 또한 KMO 값이 0.777로 나타났고, Barlett의 구형성 검증 결과 유의확률이 $p < .000$ 로 나타나 모든 요인들이 분석상 적합성과 타당성이 확보된 것으로 나타났다.

<표 4-3> ‘제주도세기축제’ 이미지의 탐색적 요인분석

문항	요인 1	요인 2	요인 3
관광지연계	.718	.160	-.027
접근성	.692	-.221	.307
행사배치	.635	.117	.153
동선	.624	.254	.030
주변환경조화	.573	.197	.189
행사장소	.543	.365	-.245
상품가격	.110	.753	.176
축제내용	.060	.721	.046
상품종류	.168	.651	.326
즐길거리	.317	.609	.026
주차편의	.071	.095	.868
부대시설	.194	.380	.692
누적 분산(%)	31.849	44.316	54.528
KMO=.777, Bartlett's Test of Sphericity =388.565(p=.000)			

2) ‘제주도세기축제’ 만족도의 탐색적 요인분석

‘제주도세기축제’ 만족도 문항에 대한 타당도 분석을 위해 탐색적 요인분석을 실시하였는데, 그 결과는 다음 <표 4-4>와 같다.

추출된 요인에 있어 공통성이 0.5이하인 문항과 개념적으로 공통성이 없는 문항들을 제거하고 다시 실시한 결과, 2개의 요인이 추출되었다. 각 요인은 요인특성에 따라 요인 1 “시설만족도”, 요인 2 “운영만족도”로 명명하였다. 각 요인의 eigen value는 1 이상을 나타내고 있으며, 설명된 총 분산은 59.102%를 보이고 있다. 또한 KMO 값이 0.758로 나타났고, Barlett의 구형성 검증 결과 유의확률이

p<.000로 나타나 모든 요인들이 분석상 적합성과 타당성이 확보된 것으로 나타났다.

<표 4-4> ‘제주도세기축제’ 만족도의 탐색적 요인분석

문항	요인 1	요인 2
축제장쾌적	.859	.045
휴식공간청결	.721	.186
축제장청결	.704	.231
축제장시설	.657	.188
일정시간준수	-.012	.792
요원정보	.268	.760
요원안내	.380	.636
누적 분산(%)	43.192	59.102
KMO=.758, Bartlett's Test of Sphericity =239.183(p=.000)		

3) ‘제주도세기축제’ 느끼는 가치의 탐색적 요인분석

‘제주도세기축제’에 대해 느끼는 가치 문항에 대한 타당도 분석을 위해 탐색적 요인분석을 실시하였는데, 그 결과는 다음 <표 4-5>과 같다.

추출된 요인에 있어 공통성이 0.5이하인 문항과 개념적으로 공통성이 없는 문항들을 제거하고 다시 실시한 결과, 2개의 요인이 추출되었다. 각 요인은 요인특성에 따라 요인 1 “인지적 가치”, 요인 2 “재방문 및 추천 가치” 등으로 명명하였다. 각 요인의 eigen value는 1 이상을 나타내고 있으며, 설명된 총 분산은 62.339%를 보이고 있다. 또한 KMO 값이 0.799로 나타났고, Bartlett의 구형성 검증 결과 유의확률이 p<.000로 나타나 모든 요인들이 분석상 적합성과 타당성이 있는 것으로 나타났다.

<표 4-5> ‘제주도세기축제’ 느끼는 가치의 탐색적 요인분석

문 항	요인 1	요인 2
프로그램체험	.800	.045
추억	.753	.108
축산물신뢰	.729	.243
지역문화인식	.622	.303
축제가치인식	.580	.458
화합	.579	.520
추천의향	.156	.876
재참가의향	.158	.854
누적 분산(%)	48.262	62.339
KMO=.799, Bartlett's Test of Sphericity =400.704(p=.000)		

4) ‘제주도세기축제’ 활성화 노력에 대한 탐색적 요인분석

‘제주도세기축제’ 활성화 노력 문항에 대한 타당도 분석을 위해 탐색적 요인분석을 실시하였는데, 그 결과는 다음 <표 4-6>과 같다.

추출된 요인에 있어 공통성이 0.5이하인 문항과 개념적으로 공통성이 없는 문항인 관광지연계성을 제거하고 다시 실시한 결과, 1개의 요인으로 모두 추출되었다. 설명된 총 분산은 55.354%를 보이고 있다. 또한 KMO 값이 0.779로 나타났고, Bartlett의 구형성 검증 결과 유의확률이 $p < .000$ 로 나타나 모든 요인들이 분석상 적합성과 타당성이 있는 것으로 나타났다.

<표 4-6> ‘제주도세기축제’ 활성화 노력에 대한 탐색적 요인분석

문 항	요인 1
프로개발2	.802
프로개발1	.786
운영개선	.786
지역주민참여	주.785
친절	.716
정보제공	.561
KMO=.779, Bartlett's Test of Sphericity =316.529(p=.000)	

2. 신뢰도 분석

각 요인의 신뢰도를 살펴보기 위하여 Cronbach's α 값을 구한 결과는 다음 <표 4-7>과 같다. 즉 '제주도세기축제' 이미지는 하위요인별로 Cronbach's α 값이 .690~.733으로 나타났으며, '제주도세기축제' 만족도는 Cronbach's α 값이 .645~.754, '제주도세기축제'에 대해 느끼는 가치는 Cronbach's α 값이 .780~.829로 나타났다. 한편 각 문항별로 살펴보기 위한 활성화 노력에 대한 전체 문항의 신뢰도는 Cronbach's α 값이 .836으로 나타났다.

<표 4-7> 신뢰도 분석

주요 요인	하위 요인	Cronbach's Alpha 값
'제주도세기축제' 이미지	인지적 이미지	.733
	정서적 이미지	.723
	환경적 이미지	.690
'제주도세기축제' 만족도	시설만족도	.754
	운영만족도	.645
'제주도세기축제' 느끼는 가치	인지적 가치	.829
	재방문 및 추천 가치	.780
활성화 노력		.836

일반적으로 사회과학에서는 Cronbach's α 값이 0.8~0.9이상이면 바람직하고 0.6~0.7 이면 수용할 수 있는 수준의 신뢰성이라고 할 수 있으므로, 각 요인들은 수용할 수 있는 수준의 신뢰성을 보이고 있고, 요인들 간에 내적 일관성을 지니고 있다고 할 수 있다.

3. '제주도세기축제'에 대한 평균차이 분석

본 연구에서는 연구모형에 포함된 변수에 대하여 성별, 연령별, 직업, 학력, 소득 수준 및 주거지에 따른 도세기 축제 이미지와 만족도, 가치, 활성화 노력에 대한

평균차이를 파악하기 위하여 t-test, 분산분석(ANOVA)을 이용하여 분석하였다.

집단간의 차이분석을 위하여 총합척도를 이용하였으며, 총합척도는 요인을 파악하기 위하여 사용된 관측변수들을 단일합성수치화 한 것으로서, 이는 동일개념의 항목을 묶어 평균한 값이며, 각 개념의 대표값으로 처리한 것을 의미한다.

1) 성별에 따른 평균차이 분석

남녀간의 평균차이에 대하여 t-test분석을 실시한 결과 <표 4-8>과 같다. 이미지, 만족도, 가치, 활성화 노력에 대해서 신뢰수준 95%에서 각 요인에 대하여 성별에 따른 차이는 없는 것으로 분석되었다.

<표 4-8> 성별에 따른 평균차이 분석

요인	변수	N	평균	표준편차	t값	유의확률
인지적 이미지	남자	82	3.1240	.68334	-0.245	0.807
	여자	54	3.1512	.55065		
정서적 이미지	남자	82	2.9512	.75199	-0.240	0.811
	여자	54	2.9815	.66739		
환경적 이미지	남자	82	2.8780	.89083	-0.010	0.992
	여자	54	2.8796	.84079		
시설만족도	남자	82	2.8171	.80032	-0.294	0.770
	여자	54	2.8519	.57977		
운영만족도	남자	82	2.8984	.73458	-0.171	0.865
	여자	54	2.9198	.68508		
인지적 가치	남자	82	2.8720	.77923	-1.714	0.089
	여자	54	3.0617	.51222		
재방문 및 추천가치	남자	82	3.0915	.84666	-1.110	0.269
	여자	54	3.2500	.76325		
활성화노력	남자	82	3.3374	.82193	1.303	0.195
	여자	54	3.1667	.61685		

주) **신뢰수준 99%, *신뢰수준 95%에서 유의함.

2) 연령대에 따른 평균차이 분석

응답자의 연령대별 이미지, 만족도, 가치 요인 등에 관한 평균차이검정을 위해 ANOVA분석을 수행한 결과 <표 4-9>와 같다. 각각의 요인에 대하여 95%신뢰수준에서 연령대별 유의한 차이가 나타나지 않는 것으로 분석되었다.

<표 4-9> 연령대에 따른 평균차이 분석

요인	변수	N	평균	표준편차	표준오차	F값	유의확률
인지적 이미지	10대	4	2.7917	.67185	.33593	1.070	0.374
	20대	26	3.2821	.52232	.10244		
	30대	52	3.0417	.64497	.08944		
	40대	38	3.1491	.63173	.10248		
	50대	16	3.2500	.73283	.18321		
	합계	136	3.1348	.63197	.05419		
정서적 이미지	10대	4	2.1875	1.31300	.65650	2.086	0.086
	20대	26	3.1923	.61363	.12034		
	30대	52	2.9712	.72195	.10012		
	40대	38	2.9408	.63787	.10348		
	50대	16	2.8125	.77728	.19432		
	합계	136	2.9632	.71720	.06150		
환경적 이미지	10대	4	3.1250	1.49304	.74652	1.315	0.286
	20대	26	2.7500	.87464	.17153		
	30대	52	3.0096	.77009	.10679		
	40대	38	2.9211	.88169	.14303		
	50대	16	2.5000	.93095	.23274		
	합계	136	2.8787	.86815	.07444		
시설만족도	10대	4	2.4375	1.23111	.61555	0.807	0.523
	20대	26	2.7885	.69890	.13707		

	30대	52	2.9519	.70370	.09759		
	40대	38	2.7566	.63800	.10350		
	50대	16	2.7813	.85574	.21394		
	합계	136	2.8309	.71872	.06163		
운영만족도	10대	4	2.3333	.94281	.47140	0.934	0.446
	20대	26	3.0513	.64424	.12635		
	30대	52	2.8782	.72619	.10071		
	40대	38	2.9035	.67074	.10881		
	50대	16	2.9167	.82102	.20526		
	합계	136	2.9069	.71283	.06113		
인지적 가치	10대	4	3.4583	1.19703	.59851	0.660	0.621
	20대	26	2.9167	.75019	.14712		
	30대	52	2.9071	.57396	.07959		
	40대	38	2.9912	.70917	.11504		
	50대	16	2.8958	.78381	.19595		
	합계	136	2.9473	.68993	.05916		
재방문 및 추천가치	10대	4	3.3750	1.43614	.71807	0.143	0.966
	20대	26	3.1538	.64450	.12640		
	30대	52	3.1827	.75426	.10460		
	40대	38	3.1316	.91300	.14811		
	50대	16	3.0625	.92871	.23218		
	합계	136	3.1544	.81540	.06992		
활성화 노력	10대	4	3.6667	.97183	.48591	0.758	0.555
	20대	26	3.1859	.63127	.12380		
	30대	52	3.2083	.72150	.10005		
	40대	38	3.2807	.81751	.13262		
	50대	16	3.4792	.81848	.20462		
	합계	136	3.2696	.74950	.06427		

주) **신뢰수준 99%, *신뢰수준 95%에서 유의함.

3) 직업에 따른 평균차이 분석

응답자의 직업에 따른 평균차이검정을 위해 ANOVA분석을 수행한 결과 <표 4-10>과 같다. 이미지, 만족도, 가치 등의 요인에 대하여 95%신뢰수준에서 직업별로 유의미한 차이가 나타나지 않는 것으로 분석되었다.

<표 4-10> 직업에 따른 평균차이 분석

요인	변수	N	평균	표준편차	표준오차	F값	유의확률
인지적 이미지	학생	13	3.3205	.62161	.17240	0.930	0.476
	전업주부	8	2.9792	.36119	.12770		
	공무원	15	3.0333	.42352	.10935		
	전문직 또는 사무직	56	3.1339	.60505	.08085		
	서비스직	12	2.8611	.91517	.26419		
	자영업	24	3.2847	.65843	.13440		
	기타	8	3.1458	.78395	.27717		
	합계	136	3.1348	.63197	.05419		
정서적 이미지	학생	13	2.7500	.93541	.25944	0.588	0.740
	전업주부	8	3.1875	.66480	.23504		
	공무원	15	3.0667	.49522	.12786		
	전문직 또는 사무직	56	2.9598	.57757	.07718		
	서비스직	12	2.7500	1.05529	.30464		
	자영업	24	3.0313	.66067	.13486		
	기타	8	3.0313	1.19102	.42109		
	합계	136	2.9632	.71720	.06150		

환경적 이미지	학생	13	2.7692	1.07268	.29751	2.078	0.060
	전업주부	8	2.4375	.94255	.33324		
	공무원	15	3.1667	.67259	.17366		
	전문직 또는 사무직	56	3.0804	.73098	.09768		
	서비스직	12	2.3750	1.08972	.31458		
	자영업	24	2.7500	.83406	.17025		
	기타	8	2.6875	1.06695	.37723		
	합계	136	2.8787	.86815	.07444		
시설만족도	학생	13	2.7115	1.04006	.28846	1.590	0.155
	전업주부	8	2.9063	.58152	.20560		
	공무원	15	2.9167	.53173	.13729		
	전문직 또는 사무직	56	2.9598	.67382	.09004		
	서비스직	12	2.2917	.86493	.24968		
	자영업	24	2.7917	.66621	.13599		
	기타	8	2.8125	.56300	.19905		
	합계	136	2.8309	.71872	.06163		
운영만족도	학생	13	2.8974	.77441	.21478	1.454	0.199
	전업주부	8	2.8333	.66667	.23570		
	공무원	15	3.3333	.67847	.17518		
	전문직 또는 사무직	56	2.9048	.74322	.09932		
	서비스직	12	2.5833	.84238	.24317		
	자영업	24	2.9028	.63306	.12922		
	기타	8	2.7083	.11785	.04167		
	합계	136	2.9069	.71283	.06113		

인지적 가치	학생	13	3.2179	.92392	.25625	1.659	0.136
	전업주부	8	3.1250	.70006	.24751		
	공무원	15	3.0778	.86801	.22412		
	전문직 또는 사무직	56	2.9911	.56624	.07567		
	서비스직	12	2.5139	.87749	.25331		
	자영업	24	2.8681	.58148	.11869		
	기타	8	2.6667	.47140	.16667		
	합계	136	2.9473	.68993	.05916		
재방문 및 추천가치	학생	13	3.2308	.97073	.26923	0.6380	0.666
	전업주부	8	3.1250	.44320	.15670		
	공무원	15	3.1667	.89974	.23231		
	전문직 또는 사무직	56	3.2500	.79772	.10660		
	서비스직	12	2.7500	1.01130	.29194		
	자영업	24	3.1458	.78684	.16061		
	기타	8	3.0000	.59761	.21129		
	합계	136	3.1544	.81540	.06992		
활성화노력	학생	13	3.5256	.67305	.18667	0.351	0.908
	전업주부	8	3.1250	.73328	.25925		
	공무원	15	3.2778	.89235	.23040		
	전문직 또는 사무직	56	3.2262	.72852	.09735		
	서비스직	12	3.2083	1.01783	.29382		
	자영업	24	3.3125	.64327	.13131		
	기타	8	3.2500	.77152	.27277		
	합계	136	3.2696	.74950	.06427		

주) **신뢰수준 99%, *신뢰수준 95%에서 유의함.

4) 학력에 따른 평균차이 분석

응답자의 학력에 따른 평균차이검정을 위해 ANOVA분석을 수행한 결과 <표 4-11>과 같다. 환경적 이미지를 제외하고는 이미지, 만족도 그리고 가치 요인 등에 대하여 95% 신뢰수준에서 직업별로 차이가 나타나지 않는 것으로 분석되었다.

대학원 재학이상은 환경적 이미지에 대하여 높게 평가하고 있는 반면에 고졸이하의 환경적 이미지에 대하여 상대적으로 낮게 평가하고 있어 유의미한 차이가 있다.

즉, 고학력자들일수록 주차시설, 부대시설에 대하여 중요하게 평가하는 반면에 고졸이하의 환경적 이미지를 그다지 높게 평가하지 않는 것으로 나타났다.

<표 4-11> 학력에 따른 평균차이 분석

요인	변수	N	평균	표준편차	표준오차	F값	유의확률
인지적 이미지	고졸이하	7	2.9286	.80999	.30615	1.487	0.210
	전문대 졸업	25	3.0067	.52590	.10518		
	대졸	69	3.1787	.64822	.07804		
	대학원 재학이상	25	3.0533	.57879	.11576		
	기타	10	3.5000	.69832	.22083		
	합계	136	3.1348	.63197	.05419		
정서적 이미지	고졸이하	7	2.5000	1.05079	.39716	0.965	0.429
	전문대 졸업	25	2.9200	.56236	.11247		
	대졸	69	3.0254	.75871	.09134		
	대학원 재학이상	25	2.9200	.70975	.14195		
	기타	10	3.0750	.47214	.14930		
	합계	136	2.9632	.71720	.06150		
환경적 이미지	고졸이하	7	2.5000	.76376	.28868	2.658*	0.036
	전문대 졸업	25	2.8400	.78687	.15737		
	대졸	69	2.9855	.84441	.10165		
	대학원 재학이상	25	3.0200	.89536	.17907		
	기타	10	2.1500	.94428	.29861		
	합계	136	2.8787	.86815	.07444		

시설만족도	고졸이하	7	2.6429	1.04938	.39663	0.523	0.719
	전문대 졸업	25	2.7200	.79491	.15898		
	대졸	69	2.8732	.68415	.08236		
	대학원 재학이상	25	2.9300	.67515	.13503		
	기타	10	2.7000	.67495	.21344		
	합계	136	2.8309	.71872	.06163		
운영만족도	고졸이하	7	2.6667	.92296	.34885	0.502	0.734
	전문대 졸업	25	2.9067	.69068	.13814		
	대졸	69	2.9324	.77876	.09375		
	대학원 재학이상	25	2.9867	.53989	.10798		
	기타	10	2.7000	.55444	.17533		
	합계	136	2.9069	.71283	.06113		
인지적가치	고졸이하	7	3.3810	.92152	.34830	1.629	0.171
	전문대 졸업	25	2.8400	.89038	.17808		
	대졸	69	3.0266	.66028	.07949		
	대학원 재학이상	25	2.7600	.47891	.09578		
	기타	10	2.8333	.46481	.14699		
	합계	136	2.9473	.68993	.05916		
재방문 및 추천가치	고졸이하	7	3.1429	1.59985	.60469	1.878	0.118
	전문대 졸업	25	2.9400	.80777	.16155		
	대졸	69	3.2464	.69991	.08426		
	대학원 재학이상	25	2.9400	.80777	.16155		
	기타	10	3.6000	.73786	.23333		
	합계	136	3.1544	.81540	.06992		
활성화노력	고졸이하	7	3.4524	.71824	.27147	1.125	0.348
	전문대 졸업	25	3.0733	.82927	.16585		
	대졸	69	3.3792	.78688	.09473		
	대학원 재학이상	25	3.1333	.50690	.10138		
	기타	10	3.2167	.77798	.24602		
	합계	136	3.2696	.74950	.06427		

주) **신뢰수준 99%, *신뢰수준 95%에서 유의함.

5) 소득수준에 따른 평균차이 분석

응답자의 소득수준에 따른 평균차이검정을 위해 ANOVA분석을 수행한 결과 <표 4-12>와 같다. 환경적 이미지를 제외하고는 각각의 요인에 대하여 95%신뢰수준에서 직업별로 차이가 나타나지 않는 것으로 분석되었다.

소득수준이 200만원대인 집단은 환경적 이미지에 대하여 높게 평가하고 있는 반면에 소득수준이 100만원대는 환경적 이미지에 대하여 상대적으로 낮게 평가하고 있어 유의미한 차이가 존재하는 것으로 나타났다.

즉, 200만원대 소득집단은 주차시설, 부대시설에 대하여 중요하게 평가하는 반면에 100만원대에는 환경적 이미지를 그다지 높게 평가하지 않는 것으로 나타났다.

<표 4-12> 소득수준에 따른 평균차이 분석

요인	변수	N	평균	표준편차	표준오차	F값	유의확률
인지적 이미지	100만원 미만	10	3.4000	.40976	.12958	0.966	0.411
	100만원대	34	3.0441	.70628	.12113		
	200만원대	38	3.0877	.52524	.08521		
	300만원 이상	54	3.1759	.68099	.09267		
	합계	136	3.1348	.63197	.05419		
정서적 이미지	100만원 미만	10	3.5000	.74536	.23570	2.654	0.051
	100만원대	34	3.0294	.84110	.14425		
	200만원대	38	2.9474	.54263	.08803		
	300만원 이상	54	2.8333	.70376	.09577		
	합계	136	2.9632	.71720	.06150		
환경적 이미지	100만원 미만	10	3.0500	1.14139	.36094	2.743*	0.046
	100만원대	34	2.6324	.80065	.13731		
	200만원대	38	3.1711	.72853	.11818		
	300만원 이상	54	2.7963	.90344	.12294		
	합계	136	2.8787	.86815	.07444		
시설만족도	100만원 미만	10	3.1250	.50346	.15921	1.492	0.220
	100만원대	34	2.7794	.63891	.10957		
	200만원대	38	2.9605	.68657	.11138		

	300만원 이상	54	2.7176	.80395	.10940		
	합계	136	2.8309	.71872	.06163		
운영만족도	100만원 미만	10	3.1667	.52705	.16667	0.517	0.671
	100만원대	34	2.9020	.69887	.11985		
	200만원대	38	2.8509	.70476	.11433		
	300만원 이상	54	2.9012	.76240	.10375		
	합계	136	2.9069	.71283	.06113		
인지적가치	100만원 미만	10	3.2833	.71600	.22642	1.723	0.165
	100만원대	34	2.7696	.75100	.12880		
	200만원대	38	2.9298	.58334	.09463		
	300만원 이상	54	3.0093	.70072	.09536		
	합계	136	2.9473	.68993	.05916		
재방문 및 추천가치	100만원 미만	10	3.5500	.49721	.15723	1.524	0.211
	100만원대	34	3.0441	.92415	.15849		
	200만원대	38	3.0263	.82156	.13327		
	300만원 이상	54	3.2407	.76935	.10469		
	합계	136	3.1544	.81540	.06992		
활성화노력	100만원 미만	10	3.3333	.60858	.19245	0.503	0.681
	100만원대	34	3.2745	.85071	.14590		
	200만원대	38	3.1491	.66077	.10719		
	300만원 이상	54	3.3395	.77227	.10509		
	합계	136	3.2696	.74950	.06427		

4. 축제 이미지와 만족도의 가치인식에 관한 상관분석

일반적으로 가설을 검정하기 전에 검증하고자 하는 변수들 간의 관련성 정도와 방향을 파악하고자 상관분석을 실시한다. 즉, 검정변수들 간의 상관관계를 파악하여 종속변수를 설명함에 있어 독립변수로 사용 가능여부를 우선적으로 파악하는 것이다.

본 연구에서는 축제 이미지와 축제 만족도, 축제에 대해 느끼는 가치 간의 상관관계를 살펴보기 위하여 상관분석을 실시하였는데, 그 결과는 다음 <표 4-13>과 같다.

즉 축제 이미지의 인지적 이미지는 정서적 이미지($r=.423, p<.01$), 환경적 이미지($r=.301, p<.01$), 시설 만족도($r=.437, p<.01$), 운영만족도($r=.339, p<.01$)와 정(+)
의 상관관계를 보였으며, 축제에 대해 느끼는 가치의 인지적 가치($r=.400, p<.01$), 재방문 및 추천 가치($r=.482, p<.01$)와 정(+)
의 상관관계를 보였다.

축제 이미지의 정서적 이미지는 환경적 이미지($r=.391, p<.01$), 시설만족도($r=.437, p<.01$), 운영 만족도($r=.467, p<.01$)와 정(+)
의 상관관계를 보였으며, 축제에 대해 느끼는 가치의 인지적 가치($r=.339, p<.01$), 재방문 및 추천의사($r=.336, p<.01$)와 정(+)
의 상관관계를 보였다.

축제 이미지의 환경적 이미지는 시설 만족도($r=.592, p<.01$), 운영만족도($r=.291, p<.01$)와 정(+)
의 상관관계를 보였으며, 축제에 대해 느끼는 가치의 인지적 가치($r=.305, p<.01$), 재방문 및 추천의사($r=.270, p<.01$)와 정(+)
의 상관관계를 보였다.

축제 시설만족도는 운영만족도($r=.462, p<.01$), 인지적 가치($r=.395, p<.001$), 재방문 및 추천가치($r=.405, p<.01$)와 정(+)
의 상관관계를 보였다.

축제 운영만족도는 인지적 가치($r=.508, p<.01$), 재방문 및 추천의사($r=.395, p<.01$), 정(+)
의 상관관계를 보였다.

축제의 인지적 가치는 재방문 및 추천의사($r=.288, p<.01$), 느끼는 가치 전체($r=.359, p<.01$)와 정(+)
의 상관관계를 보였다.

<표 4-13> 축제 이미지와 만족도, 그리고 가치인식 간의 상관관계

구분	축제 이미지			만족도			가치	
	인지적 이미지	정서적 이미지	환경적 이미지	시설 만족도	운영 만족도	전체 만족도	인지적 가치	재방문 및 추천
인지적 이미지	1							
정서적 이미지	.423**	1						
환경적 이미지	.301**	.391**	1					
시설 만족도	.437**	.582**	.592**	1				
운영 만족도	.339**	.467**	.291**	.462**	1			
전체 만족도	.460**	.621**	.540**	.898**	.806**	1		
인지적 가치	.400**	.339**	.305**	.395**	.312**	.419**	1	
재방문 및 추천	.482**	.336**	.270**	.405**	.288**	.414**	.508**	1

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

5. 가설 검증

1) 가설 1의 검증

우선 “제주도세기축제에 관한 이미지는 방문객의 만족도에 정(+의 영향을 미칠 것이다”라는 가설 1을 검증하였다.

가설 1의 검증을 위해 축제이미지를 나타내는 인지적 이미지, 정서적 이미지, 환경적 이미지를 독립변수로 하고 축제에 대한 전반적인 만족도를 종속변수로 하는 다중회귀분석을 실시하였으며, 그 결과는 다음 <표 4-14>와 같다.

먼저 Durbin-Waston 값이 1.712로 2에 가까워 회귀분석의 기본가정인 잔차간의 독립성이 존재하여 자기상관이 없는 것으로 나타났고, 또한 다중공선성 검증결과 공차한계와 VIF가 모두 1과 10이하로 나타나 변수간의 다중공선성이 없는 것으로 나타났다.

한편 축제이미지가 만족도를 설명하는 회귀모형의 설명력은 51.8%로 나타났으며, 회귀모형의 통계적 유의도를 나타내는 F값의 유의확률은 0.000(p<.001)으로 나타나 본 모형이 통계적으로 유의미한 것으로 나타났다.

축제 만족도에 영향을 미치는 이미지 요인은 인지적 이미지($\beta = .183, p < .01$), 정

서적 이미지($\beta = .357, p < .001$), 환경적 이미지($\beta = .227, p < .001$) 모두가 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 그 중에서도 정서적 이미지가 상대적 영향력의 크기가 가장 큰 것으로 나타났다.

따라서 축제 이미지 요인인 인지적 이미지, 정서적 이미지, 환경적 이미지는 축제의 전체적인 만족도에 영향을 미치지만, 그 중에서 관광객의 만족도 향상을 위해서 가장 중점적으로 다루어야 할 부분은 정서적 이미지로 나타났다. 즉, 축제의 내용, 즐길거리 등 소프트웨어적인 부분이 관광객의 만족도 향상에 기여할 수 있다는 것이다.

<표 4-14> 축제 이미지 요인이 축제 만족도에 미치는 영향

구 분	비표준화계수		표준화계수	t	유의수준	공선성 통계량	
	B	표준오차	β			공차한계	VIF
(상수)	.581	.211	-	2.750**	.007	-	-
인지적 이미지	.183	.066	.188	2.780**	.006	.799	1.251
정서적 이미지	.357	.060	.416	5.941***	.000	.744	1.343
환경적 이미지	.227	.047	.320	4.813***	.000	.824	1.213

R2 = .518 Adjusted R2 = .507 F=47.256(p=.000***) Durbin-Watson = 1.712
 * p<.05, ** p<.01, *** p<.001

2) 가설 2의 검증

“제주도세기축제에 관한 이미지는 방문객의 축제 재방문 및 추천의사에 정(+의 영향을 미칠 것이다”라는 가설 2를 검증하였다.

가설 2의 검증을 위해 축제 이미지를 독립변수로 하고 재방문 및 추천의사를 종속변수로 하는 다중회귀분석을 실시하였는데, 그 결과는 다음 <표 4-15>와 같다.

먼저 Durbin-Waston 값이 2.106으로 2에 가까워 회귀분석의 기본가정인 잔차간의 독립성이 존재하여 자기상관이 없는 것으로 나타났고, 또한 다중공선성 검증 결과 공차한계와 VIF가 모두 1과 10이하로 나타나 변수간의 다중공선성에 문제가 없는 것으로 나타났다.

한편 축제이미지가 축제 재방문 및 추천의사를 설명하는 회귀모형의 설명력은 26.1%로 나타났으며, 회귀모형의 통계적 유의도를 나타내는 F값의 유의확률은

0.000(p<.001)으로 나타나 본 모형이 통계적으로 유의미한 것으로 나타났다.

축제의 재방문 및 추천의사에 영향을 미치는 요인으로 인지적 이미지($\beta = .512$, $p < .01$)인 것으로 나타났고, 정서적 이미지와 환경적 이미지는 유의미한 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났다.

따라서 축제의 재방문 및 추천의사를 향상시키기 위해서는 축제 이미지, 즉 인지적 이미지, 정서적 이미지, 환경적 이미지 중에서도 접근성, 관광지 연계, 행사장, 주변환경과의 조화 등 인지적 이미지 향상에 가장 우선되어야 할 것임을 시사하고 있다.

<표 4-15> 축제 이미지 요인이 축제 재방문 및 추천의사에 미치는 영향

구 분	비표준화계수		표준화계수	t	유의수준	공선성 통계량	
	B	표준오차	β			공차한계	VIF
(상수)	.844	.347	-	2.436*	.016	-	-
인지적 이미지	.512	.108	.397	4.745***	.000	.799	1.251
정서적 이미지	.147	.099	.129	1.487	.139	.744	1.343
환경적 이미지	.094	.077	.100	1.213	.227	.824	1.213

R2 = .261 Adjusted R2 = .245 F=15.577(p=.000***) Durbin-Watson = 2.106

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

3) 가설 3의 검증

본 연구에서는 가설 3으로 “제주도세기축제에서 느끼는 관광객의 만족도는 축제의 가치정도에 정(+의 영향을 미칠 것이다.”를 설정하고, 시설 만족도와 운영만족도를 독립변수로 하고 축제에 대하여 느끼는 가치를 종속변수로 하는 다중회귀분석을 실시하였는데, 그 결과는 다음 <표 4-16>과 같다.

먼저 Durbin-Waston 값이 2.155로 2에 가까워 회귀분석의 기본가정인 잔차간의 독립성이 존재하여 자기상관이 없는 것으로 나타났고, 또한 다중공선성 검증결과 공차한계와 VIF가 모두 1과 10이하로 나타나 변수간의 다중공선성에 문제가 없는 것으로 나타났다.

한편 축제 만족도가 느끼는 가치를 설명하는 회귀모형의 설명력은 17.8%로 나타났으며, 회귀모형의 통계적 유의도를 나타내는 F값의 유의확률은 0.000(p<.001)으

로 나타나 본 모형이 통계적으로 유의미한 것으로 나타났다.

축제에 대하여 느끼는 가치에 영향을 미치는 만족도 요인은 시설만족도($\beta = .306$, $p < .001$)인 것으로 나타났으며, 그러나 운영만족도는 유의수준 0.05에서 유의미한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다.

따라서 방문객들이 축제의 가치를 느끼게 하는 요인은 시설만족도로 축제장의 청결 및 쾌적성, 축제장 시설, 휴식공간 등 축제 시설의 배치와 청결성 등이 무엇보다 중요하다는 것을 시사하고 있다.

<표 4-16> 축제 만족도가 축제에 대하여 느끼는 가치에 미치는 영향

구 분	비표준화계수		표준화계수	t	유의수준	공선성 통계량	
	B	표준오차	β			공차한계	VIF
(상수)	1.617	.260		6.214***	.000		
시설만족도	.306	.085	.319	3.599***	.000	.787	1.271
운영만족도	.159	.086	.165	1.858	.065	.787	1.271

R2 = .178 Adjusted R2 = .165 F=14.353(p=.000***) Durbin-Watson = 2.155
 * p<.05, ** p<.01, *** p<.001

그리고 전반적인 만족도를 독립변수로 하고 축제에 대하여 느끼는 가치를 종속변수로 하는 단순회귀분석을 실시하였는데, 그 이유는 전반적인 만족도와 시설만족도, 전반적인 만족도와 운영만족도 간의 다중공선성이 발생할 가능성이 높기 때문에 분리하여 분석을 실시하였다. 그 결과는 다음 <표 4-17>과 같으며, 축제에 대한 전반적인 만족도가 느끼는 가치를 설명하는 회귀모형의 설명력은 17.6%로 나타났으며 이는 앞의 시설만족도와 운영만족도를 독립변수로 사용한 경우의 설명력과 거의 일치하는 것으로 나타났으며 모형의 일관성이 있음을 알 수 있다. 회귀모형의 통계적 유의도를 나타내는 F값의 유의확률은 0.000($p < .001$)으로 나타나 본 모형이 통계적으로 유의미한 것으로 나타났다.

축제에 대하여 느끼는 가치에 영향을 미치는 전반적인 만족도($\beta = .470$, $p < .001$)인 것으로 나타났으며, 전반적인 만족도는 축제의 가치에 상당한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

<표 4-17> 축제 만족도가 축제에 대하여 느끼는 가치에 미치는 영향

구 분	비표준화계수		표준화계수	t	유의수준	공선성 통계량	
	B	표준오차	β			공차한계	VIF
(상수)	1.600	.258	-	6.208***	.000	-	-
전반적 인만족 도	.470	.088	.419	5.344***	.000	1.000	1.000

R2 =.176 Adjusted R2 =.170 F=28.555(p=.000***)

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

4) 가설 4의 검증

본 연구에서는 가설 3으로 “제주도세기축제에서 느끼는 방문객의 만족도는 방문객의 재방문 및 추천의사에 정(+)^의 영향을 미칠 것이다.”를 설정하고, 시설 만족도와 운영만족도를 독립변수로 하고 축제에 대하여 느끼는 가치를 종속변수로 하는 다중회귀분석을 실시하였는데, 그 결과는 다음 <표 4-18>과 같다.

먼저 Durbin-Waston 값이 2.024로 2에 가까워 회귀분석의 기본가정인 잔차간의 독립성이 존재하여 자기상관이 없는 것으로 나타났고, 또한 다중공선성 검증결과 공차한계와 VIF가 모두 1과 10이하로 나타나 변수간의 다중공선성에 문제가 없는 것으로 나타났다.

한편 방문객의 만족도는 방문객의 재방문 및 추천의사를 설명하는 회귀모형의 설명력은 17.7%로 나타났으며, 회귀모형의 통계적 유의도를 나타내는 F값의 유의확률은 0.000(p<.001)으로 나타나 본 모형이 통계적으로 유의미한 것으로 나타났다.

축제에 대하여 느끼는 가치에 영향을 미치는 만족도 요인은 시설만족도(β =.392, p<.001)로 나타났으며 운영만족도는 유의미하지 않은 것으로 나타났다. 즉, 시설만족도가 방문객의 재방문 및 추천의사에 영향을 미치는 것으로 나타났다.

따라서 방문객들의 재방문 및 추천의사에 영향을 미치는 요인은 시설만족도로 축제장의 청결 및 쾌적성, 축제장 시설, 휴식공간 등 축제 시설의 배치와 청결성 등이 무엇보다 중요하다는 것을 시사하고 있다.

이러한 결과는 시설만족도가 방문객이 느끼는 축제의 가치에 미치는 영향과 함께 재방문 및 추천의사에도 아주 중요한 영향 요인임을 시사하고 있다.

<표 4-18> 축제 만족도가 방문객의 재방문 및 추천의사에 미치는 영향

구 분	비표준화계수		표준화계수	t	유의수준	공선성 통계량	
	B	표준오차	β			공차한계	VIF
(상수)	1.616	.308		5.256***	.000		
시설만 족도	.392	.101	.346	3.898***	.000	.787	1.271
운영만 족도	.147	.101	.129	1.451	.149	.787	1.271

R2 = .177 Adjusted R2 = .165 F=14.316(p=.000***) Durbin-Watson = 2.024
 * p<.05, ** p<.01, *** p<.001

그리고 전반적인 만족도를 독립변수로 하고 방문객의 재방문 및 추천의사를 종속변수로 하는 단순회귀분석을 실시하였는데, 이는 전반적인 만족도와 시설만족도, 전반적인 만족도와 운영만족도 간의 다중공선성이 발생할 가능성이 높기 때문에 분리하여 분석을 실시하였다. 그 결과는 다음 <표 4-19>과 같으며, 축제에 대한 전반적인 만족도가 느끼는 가치를 설명하는 회귀모형의 설명력은 17.1%로 나타났으며 이는 앞의 시설만족도와 운영만족도를 독립변수로 사용한 경우의 설명력과 거의 일치하는 것으로 나타났으며 모형의 일관성이 있음을 알 수 있다. 회귀모형의 통계적 유의도를 나타내는 F값의 유의확률은 0.000(p<.001)으로 나타나 본 모형이 통계적으로 유의미한 것으로 나타났다.

전반적인 만족도 ($\beta = .470$, p<.001)는 방문객의 재방문 및 추천의사 가치에 영향은 미치는 것으로 나타났다.

<표 4-19>전반적인 만족도가 재방문 및 추천의사의 미치는 영향

구 분	비표준화계수		표준화계수	t	유의수준	공선성 통계량	
	B	표준오차	β			공차한계	VIF
(상수)	1.582	.305		5.180***	.000	-	-
전반적인 만족도	.549	.104	.414	5.264***	.000	1.000	1.000

R2 = .171 Adjusted R2 = .165 F=27.708(p=.000***)
 * p<.05, ** p<.01, *** p<.001

이상의 내용을 정리하여 보면, 전반적인 만족도가 방문객이 느끼는 축제의 가치와 방문객의 재방문 및 추천의사에 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 그 중에서

유의수준 0.05에서 시설만족도는 유의미한 영향을 미치는 반면에 운영만족도는 유의미한 영향을 미치지 못했다. 따라서 방문객이 느끼는 축제의 가치와 재방문 및 추천의사에 주요한 영향을 미치는 요인은 시설만족도라고 할 수 있다. 따라서 향후 방문객의 만족도 중에서도 시설만족도 즉, 축제장의 청결 및 쾌적성, 축제장 시설, 휴식공간 등 축제 시설의 배치와 청결성 등에 관심을 기울여야 할 것임을 시사하고 있다.

5) 가설 5의 검증

본 연구에서는 가설 5로 “도세기축제의 활성화를 위해 필요한 노력은 전반적인 축제 만족도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.”를 설정하고, 도세기축제의 활성화를 위해 필요한 노력을 독립변수로 하고 전체적인 축제 만족도를 종속변수로 하는 다중회귀분석을 실시하였는데, 그 결과는 다음 <표 4-20>과 같다.

먼저 Durbin-Waston 값이 2.106으로 2에 가까워 회귀분석의 기본가정인 잔차간의 독립성이 존재하여 자기상관이 없는 것으로 나타났고, 또한 다중공선성 검증 결과 공차한계와 VIF가 모두 1과 10이하로 나타나 변수간의 다중공선성에 문제가 없는 것으로 나타났다.

그러나 방문객의 만족도를 설명하는 회귀모형의 설명력은 2.3%로 매우 낮게 나타났다으며, 회귀모형의 통계적 유의도를 나타내는 F값의 유의확률은 0.885(p>.05)으로 나타나 본 모형이 유의수준 0.05에서 통계적으로 유의미하지 않은 것으로 나타났다. 그리고 조정된 결정계수(R²)를 보면 음수 값을 나타내어 회귀모형에 문제가 있음을 보여주고 있다. 즉, 독립변수들이 종속변수에 영향을 미치지 못하고 있음을 의미한다.

따라서 도세기축제의 활성화를 위해 필요한 노력은 전반적인 축제 만족도에 유의한 영향을 미친다고 할 수 없다.

<표 4-20> 도세기축제의 활성화를 위해 필요한 노력이 축제 만족도에 미치는 영향

구 분	비표준화계수		표준화계수	t	유의수준	공선성 통계량	
	B	표준오차	β			공차한계	VIF
(상수)	2.786	.257		10.827***	.000		
정보제공	.050	.076	.076	.648	.518	.559	1.787
주변연계관광	-.046	.088	-.069	-.524	.601	.444	2.250

다양한 프로그램	.082	.090	.125	.911	.364	.409	2.445
지역문화 프로그램	-.041	.077	-.072	-.535	.593	.428	2.336
운영 서비스 개선	-.004	.074	-.007	-.054	.957	.473	2.114
관계자 친절	-.077	.070	-.126	-1.103	.272	.582	1.719
지역주민 관심	.056	.073	.095	.767	.445	.495	2.020
R ² =.023 Adjusted R ² =-.031 F=.425(p=.885) Durbin-Watson = 1.593							

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

6) 가설검증 결과 요약

본 연구의 가설 검증결과를 요약하면 다음의 <표 4-21>와 같다. 우선 가설 1 “제주도세기축제에 관한 이미지는 방문객의 만족도에 정(+)¹의 영향을 미칠 것이다”, 가설 2 “제주도세기축제에 관한 이미지는 방문객의 축제 재방문 및 추천의사에 정(+)¹의 영향을 미칠 것이다”, 가설 3 “제주도세기축제에서 느끼는 방문객의 만족도는 축제의 가치정도에 정(+)¹의 영향을 미칠 것이다.”, 가설 4 “제주도세기축제에서 느끼는 방문객의 만족도는 방문객의 재방문 및 추천의사에 정(+)¹의 영향을 미칠 것이다.”라는 가설은 모두 독립변수가 종속변수에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타나 채택되었다. 그러나 “도세기축제의 활성화를 위해 필요한 노력은 전반적인 축제 만족도에 정(+)¹의 영향을 미칠 것이다.”라는 모든 독립변수가 종속변수에 유의미한 영향을 미치지 못하는 것으로 나타나 가설 6은 기각되었다.

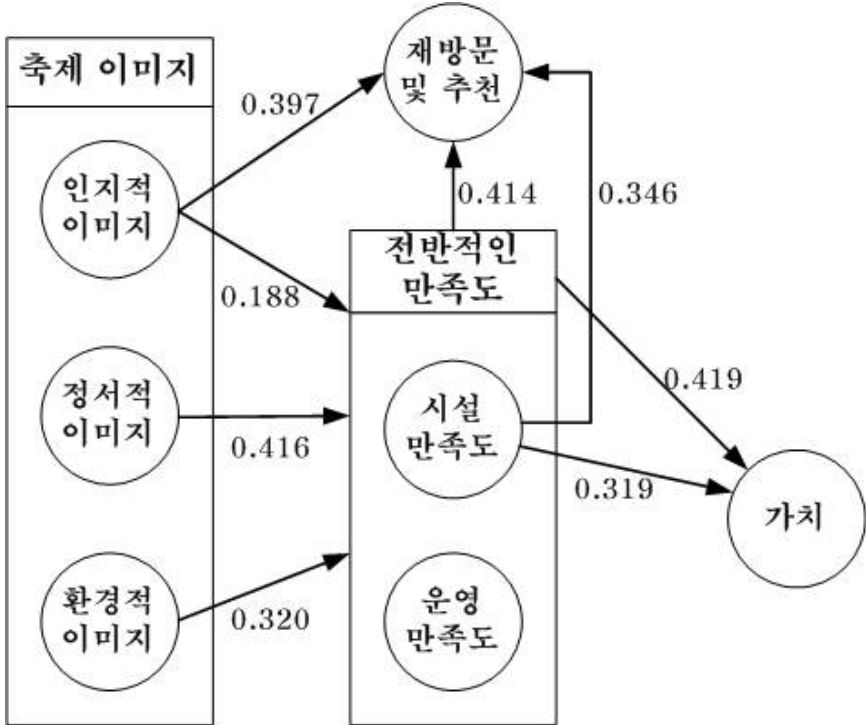
<표 4-21> 가설 검증결과

가 설		채택/ 기각
연구가설 H1	제주도세기축제에 관한 이미지는 방문객의 만족도에 정(+) ¹ 의 영향을 미칠 것이다	채택
연구가설 H2	제주도세기축제에 관한 이미지는 방문객의 축제 재방문 및 추천의사에 정(+) ¹ 의 영향을 미칠 것이다	채택
연구가설 H3	제주도세기축제에서 느끼는 방문객의 만족도는 축제의 가치정도에 정(+) ¹ 의 영향을 미칠 것이다.	채택
연구가설 H4	제주도세기축제에서 느끼는 방문객의 만족도는 관광객의 재방문 및 추천의사에 정(+) ¹ 의 영향을 미칠 것이다.	채택
연구가설 H5	도세기축제의 활성화를 위해 필요한 노력은 전반적인	기각

축제 만족도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 검증결과 유의미한 결과만을 그림으로 표현하면 다음의 <그림 4-1> 가설검증 결과와 같다.

<그림4-1 > 가설검정 결과



※ 상대적 영향력의 크기를 나타내는 회귀계수는 표준화계수임.

제5장 결론

지역축제와 관련된 많은 연구들이 만족도 및 축제에 대하여 느끼는 가치와 관련되어 진행되어 왔다. 하지만 국내 축제관련 연구 중 제주도세기축제를 대상으로 한 연구는 거의 전무한 상태이다. 이러한 가운데 본 연구에서는 실증적 분석을 통하여 지역축제 이미지가 축제 방문객 만족 및 축제에 대하여 느끼는 가치에 어떠한 영향을 미치는가를 알아보고, 상호간 어떠한 역학관계가 성립되고 있는지를 실증 규명함으로써 제주도세기축제의 활성화 및 마케팅 전략 수립에 도움이 되고자 하는 목적에서 본 연구를 실시하게 되었다.

본 연구의 수행을 위하여 먼저 선행연구에 대한 검토와 여러 이론들을 바탕으로 하였으며, 실증연구의 대상은 2003년부터 2014년 제주도세기축제 방문객을 대상으로 실시하였다.

실증분석 결과 지역축제 이미지 요인은 인지적 이미지, 정서적 이미지, 환경적 이미지와 같이 3개 요인으로 도출되었으며, 지역축제 이미지 3개 요인 모두 방문객의 지역축제 만족도에 영향을 미치는 중요한 변수로 나타났다. 또한 축제 이미지 요인인 인지적 이미지, 정서적 이미지, 환경적 이미지는 축제의 전체적인 만족도에 영향을 미치지만, 그 중에서 방문객의 만족도 향상을 위해서 가장 중점적으로 다루어야 할 부분은 정서적 이미지로 나타났다. 즉, 축제의 내용, 즐길거리 등 소프트웨어적인 부분이 방문객의 만족도 향상에 기여할 수 있음을 시사하고 있다.

그리고 지역축제 이미지 3개 요인 중에서도 행사장 접근성, 관광지 연계, 행사장 및 행사장 주변 환경과의 조화 등과 같은 인지적 이미지는 방문객의 재방문에도 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 지역축제 개최시에는 방문객의 만족과 재방문을 유도하기 위해서는 인지적 이미지에 우선순위를 두어야 함을 시사하고 있다. 즉, 방문객의 만족도와 재방문 및 추천의사를 동시에 향상시키기 위해서는 무엇보다도 우선적으로 인지적 이미지 향상에 노력해야 함을 시사하고 있다.

방문객들이 느끼는 전반적인 만족도는 축제의 가치에 상당한 영향을 미치는 것으로 나타났고, 그리고 이들을 축제의 시설만족도와 축제의 운영만족도 요인으로 보다 세분화해서 살펴보면, 축제의 운영만족도의 표준화계수는 0.165이며, 축제의

시설만족도의 표준화계수는 0.319로 운영만족도에 비해서 약 2배의 영향력을 보이는 것으로 나타났다. 따라서 축제 개최시에는 축제장의 청결 및 쾌적성, 축제장 시설, 휴식공간 등 축제 시설의 배치와 청결성 등에 대한 배려가 우선되어야 할 것이며, 부가적으로 운영적인 측면까지도 고려가 되어야 할 것이다. 즉, 축제의 가치를 높이기 위해서는 사전에 축제 기획이 보다 철저히 준비되어야 할 것이다.

그러나 축제를 활성화시키려는 노력은 단순히 방문객들에게 보여 지기만 할 뿐 실제적으로 방문객들에게 서비스 또는 혜택을 제공하는 부분이 약하기 때문에 방문객의 만족도에 유의한 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났다. 그렇다고 평상시에 축제를 활성화시키려는 노력은 단기적으로 방문객들에게 혜택을 제공할 수는 없겠지만, 장기적인 측면에서는 방문객의 만족도를 개선할 수 있는 상태로 전환시킬 수 있을 것이다.

이상의 연구결과에서 제시하는 시사점은 정리하면 다음과 같다.

첫째, 관광객들이 느끼는 지역축제에 대한 이미지를 인지적 이미지, 정서적 이미지, 환경적 이미지와 같이 3가지 요인으로 보다 세분할 수 있으며, 이들 3가지 이미지의 중요성을 인식하고, 이러한 이미지 개선에 노력을 기울여야 함을 알 수 있다.

둘째, 관광객들이 느끼는 지역축제에 대한 이미지, 즉 인지적 이미지, 정서적 이미지, 환경적 이미지는 방문객의 만족도에 상당한 영향을 미치며, 특히 인지적 이미지는 방문객의 재방문 및 추천의사에도 상당한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 지역축제 이미지 개선을 위해서는 무엇보다도 행사장 접근성, 관광지 연계, 행사장, 행사장 주변 환경과의 조화 등을 가장 먼저 고려해서 지역축제를 개최해야 함을 시사하고 있다.

셋째, 방문객이 느끼는 만족도는 지역축제의 가치 정도에 상당한 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 방문객이 느끼는 만족도는 시설만족도와 운영만족도로 세분할 수 있으며, 시설만족도와 운영만족도 중에서 시설만족도가 재방문의도와 추천의사에 상대적으로 보다 많은 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 축제 개최시에 소프트웨어와 같은 운영적인 측면의 만족도도 중요하지만, 하드웨어적인 성격의 시설에 대한 만족도가 재방문의도와 추천의사에 보다 많은 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉, 축제 개최에 있어서 눈에 보이지 않는 부분보다 축제장의 청결 및 쾌

적성, 축제장 시설, 휴식공간 등 축제 시설의 배치와 청결성 등 눈에 보이는 부분이 우선적으로 관광객의 만족도와 재방문 및 추천의사, 그리고 축제의 가치에 중대한 영향을 미치는 요인이라는 것을 확인할 수 있었으며, 관리자는 축제의 하드웨어 관리에 보다 많은 관심을 기울여야 함을 시사하고 있다.

넷째, 축제의 정서적 요인은 방문객의 만족도를 향상 시킬 수 있는 요인이 되며, 축제의 구성적 측면에서 축제와 관련한 상품개발 및 브랜드화를 추진하는 노력이 요구되며, 상품개발과 브랜드화 추진 노력은 부가적으로는 지역 경제활성화에도 기여할 수 있을 것이다.

마지막으로, 제주특별자치도에서는 매년 30여 개의 지역축제가 개최되고 있다. 그러나 지역은 협소한데 비하여 너무 많은 축제가 개최되다 보니 축제의 내용 또는 구성이 유사한 개념과 내용의 축제들이 존재하고 있으며, 지역축제의 특성을 살릴 수 있는 특성화와 차별화가 잘 이루어지고 있지 않는 것도 사실이다. 지역축제에 참여하는 방문객들은 끊임없이 새로움을 추구하기 마련이다. 따라서 축제의 실무 담당자들은 방문객들이 새로움을 느낄 수 있는 다양한 내용이 이벤트를 개발하고 지역축제의 특성화와 차별화를 통하여 제주도세기축제가 지역축제와 달리 경제적 이점을 유지할 수 있도록 적절한 위치전략을 수립해야 할 것이다.

본 연구는 지역축제의 이미지가 방문객 만족과 느끼는 가치에 어떠한 영향을 미치는지 살펴보기 위하여 수행되었다. 그러나 본 연구를 수행함에 있어서 여러 가지 한계점들이 있다.

첫째, 본 연구에 있어 연구의 대상을 제주도세기축제로 한정하였기 때문에 본 연구결과가 우리나라의 모든 지역축제를 대표하지 못한다는 한계가 있다.

둘째, 지역축제의 인지적과 정서적 이미지를 측정함에 있어서 선행연구를 통해 얻어진 제한된 수의 형용사 목록을 사용하였다는 점이 본 연구의 한계점이라고 할 수 있다.

셋째, 일회성의 설문조사에 의존하였던 관계로 인해 응답을 거부하는 사람들의 의사를 반영할 수 없다는 문제점을 가지고 있다. 위와 같은 한계점을 바탕으로 향후 연구를 진행 할 경우 이러한 한계점들을 극복하기 위한 여러 가지 방안이 필요할 것으로 판단된다.

참 고 문 헌

1. 단행본

류정아. 축제인류학, 살림, 2003.

원윤희, 관광이미지, 서울: 백산출판사, 2003.

2. 논문

고홍범, “서귀포시 지역축제의 대표 축제화 방안 연구”, 제주대학교 행정대학원, 석사학위논문, 2013.

고승익 외, 축제 방문동기 세분화에 따른 지각된 성과와 만족분석, 「관광학연구」, 제 23권 제2호, 2000.

구유미, “지역축제 참가자의 참가동기가 만족도에 및 재방문의도에 미치는 영향에 관한 연구”, - 강릉단오제 방문객을 중심으로 -, 관동대학교 대학원 석사학위논문, 2014.

김성혁 외, “지역축제 관광객의 시장세분화와 선택속성에 관한 실증적 연구 10대 지역축제를 중심으로”, 「관광학 연구」, 24(1), 2000

김병희·박석희, 관광지 이미지의 측정척도 개발에 관한 연구, 「관광학 연구」, 제25권 제1호, 2001.

김시중·정경숙, 지역축제 방문객의 축제 이미지 평가에 따른 만족과 재방문의사에 관한 연구, 한국경제지리학회지, 한국경제지리학회, 11(4). 2008.

김경희, “축제 서비스품질이 축제 이미지와 지각된 가치, 행동의도에 미치는 영향 연구” 경기대학원 박사학위논문, 2009,

김성수, 축제이미지가 관광객 참여 동기와 만족에 미치는 영향 : 충주세계무술축제를 중심으로, 안양대학교 대학원 석사학위논문, 2005.

김용철, “제주지역 축제의 진단 육성방안에 관한 연구”, 제주대학교 행정대학원, 석사학위논문, 2004.

- 기노용, “지역축제 방문객의 만족도 및 지출 영향요인에 관한 연구”, - 양양송이축제 연천전곡리 석기축제를 중심으로 -, 성균관대학교 국정관리대학원 석사학위논문, 2010.
- 김문명· 이수범, “제주도 지역축제 활성화 장안에 관한 연구”, 국제자유도시연구, 제1권 제1호, 제주IFC포럼, 2010.
- 노원중, 축제 서비스케이프가 축제 및 지역 이미지에 미치는 영향 : 계슈탈트 그룹 평법칙의 조절효과를 포함하여, 경기대학교 박사학위논문, 2010.
- 문연희·채영석·조용상·최지호, 지역이미지와 축제이미지의 상호 인과관계, 「관광학 연구」, 한국관광협회 33(7), 2009.
- 문화체육관광부, 한국지역축제 조사평가 및 개선방안 연구(1) 총괄보고서, 2006.
- 박창규, 관광자만족 결정 경로와 요인에 관한 연구, 경기대학교 박사학위논문, 1998.
- 백승기, 지역축제 방문객의 만족도와 그 영향요인에 관한 연구 : 가락문화제를 중심으로, 지방정부연구, 한국지방정부학회, 10(2), 2006.
- 부숙진, 축제서비스품질 측정모형 간 비교우위, 관광연구, 관광경영학회, 23(1), 2008.
- 서휘석·윤정현, “지역축제의 성공요인에 관한 연구 - 안동국제탈춤페스티벌, 함평 나비축제, 익산서동 축제를 중심으로 -”, 지방행정연구 제20권 4호(통권 67호), 2006.
- 이정실·양일용, 지역축제 방문동기 세분화 및 만족의 차이, 「관광레저연구」, 제14권 제3호, 2002.
- 이장주·박석희, 지역축제의 이미지 측정척도 개발에 관한 연구, 「관광학 연구」 제22권 제3호, 1999.
- 유영준·조현호, 지역축제의 만족도에 관한 연구 : 청도 소싸움축제를 사례로, 관광지리학 12(6.30), 2000.
- 이상봉, “지역축제 환경단서가 지역이미지에 미치는 영향” : 백제문화제를 중심으로, 우송대학교 경영대학원, 석사학위논문, 2014.
- 유준모, “지역축제의 선택속성, 방문객 만족 및 행동의도 간의 관계” : 대전 효문화뿌리축제를 중심으로, 우송대학교 경영대학원 석사학위논문, 2014.

이정애, “지역축제의 선택속성과 방문자 만족 및 행동의도에 관한 연구”,-김제지평 선축제 중심, 전주대학교 대학원 석사학위논문, 2010.

이장주, 지역축제의 차별화 방안; 우리나라 6개 지역축제 이미지를 중심으로, 2000년 전기 한국관광개발학회 학술세미나 발표 논문집, 제18권 제3호 2001.

이장주, 지역축제의 이미지 측정척도 개발과 적용에 관한 연구 : 진도영등축제를 중심으로, 경기대학교 박사학위논문, 1998.

우화우, “중국의 지역축제 이미지가 방문객 만족과 행동의도에 미치는 영향 연구”, 경기대학교 대학원, 석사학위논문.

오철록, “지역축제의 성공요인과 문제점에 관한 연구 - 함평나비축제를 중심으로 -”, 한국교원대학교 교육정책전문대학원 석사학위논문, 2010.

임재국, 농·특산물 브랜드 이미지에 관한 연구, 동양대학교 박사학위논문, 2010.

서정무, “지역축제 이미지가 방문객의 만족도와 행동의도에 미치는 영향에 관한 연구”, - 강릉 커피축제를 중심으로 -, 관동대학교 대학원 석사학위논문, 2012.

장기영, “지역축제의 서부스품질이 축제만족도, 재방문 및 구전의사에 미치는 영향”, 「산업경제연구」 제24권 제1호, 2011.

정강환, 문화관광축제로서의 금산인삼제 행사평가 : 최근 3년간의 비교분석, 관광학연구, 한국관광학회, 22(3), 1998.

제주발전연구원, 제주지역 축제의 진단과 활성화 방안, 정책연구 2000-4, 2000.

전대희·김창수, 지역축제의 핵심프로그램 가지가 고객기반 축제 브랜드자산 및 성과에 미치는 영향연구, 「관광연구」, 25(5), 2006.

전병순, “지역축제의 효과분석과 민간참여 활성화 연구”, 전북대학교 행정대학원 석사학위논문, 2009.

정대승, “문화 관광축제가 지역 발전에 미치는 영향에 관한 연구 - 함평나비축제를 중심으로 -”, 서울대학교 행정대학원 석사학위논문, 2007.

한양명, “요사코이소란마츠리를 통해 본 지역축제의 성공요인”, 비교민속학제28집, 2005.

한국문화관광연구원(2007). 지역축제평가 및 지원체계연구.

표원정, SNS관광정보가 지역이미지 형성에 미치는 영향, 관동대학교 박사학위논문, 2011.

3. 국외문헌

Dann G, 1996, Tourist images of a destination : an alternative analysis, Journal and Tourism Marketing, 5(1/2), 41~55.

Getz, D. , Festivals, special events and tourism, New York, Van Nostrand Reinhold. 1991, 33-45.

OLIVER. R.L.(1993), Cognitive, Affective and Attribute based of the Satisfaction Response, Journal of Consumer Research, 20, pp. 418~430.

Phelps A, 1986, Hol iday destination Image : The Problem of Assessment : An Example Developed in Menorca, Tourism Management, 7(3), 168~180.

Westbook, R, A(1980), A Rating Scale for Measuring Product/Service Satisfaction, Journal of Marketing, 44, 68~72.

4. 블로그

(<http://blog.daum.net/rodocokr>

EnCyber.com

부록 : 설문지

지역축제의 이미지가 방문객의 만족도와 재방문 및 추천의사에 미치는 영향
- 제주도새기축제를 중심으로 -

안녕하십니까?

저는 사회에서 일어나는 현상이나 문제들을 통계를 이용한 과학적 조사방법으로 통계를 이용하여 제주특별자치도 발전에 이바지하고자 제주대학교 행정대학원 대학원생입니다.

본 설문조사는 ‘지역축제의 이미지가 방문객의 만족도와 재방문 및 추천의사에 미치는 영향’을 위해 실시되고 있습니다. 귀하께서 무기명으로 답변하시는 내용을 오로지 축제의 활성화를 통한 제주특별자치도 발전의 기초자료로 활용되며, 응답하신 내용은 학문적 용도 이외에는 사용되지 않습니다.
바쁘시더라도 잠시 시간을 내셔서 귀하의 의견을 성심 성의껏 응답해주시면 대단히 감사하겠습니다.

2015년 4월

연구자 : 제주대학교 행정대학원 현종협

※본 설문지와 관련한 문의는 현종협(010-2543-3391)에게 연락주십시오.

※ 다음은 관광개발에 따른 일반적 인식에 관한 내용입니다. 해당되는 곳에 답변을 (√, ○)해 주시기 바랍니다.

1. 제주특별자치도 ‘제주 도새기축제’에 대하여 알고 있습니까?

- ① 잘 알고 있다 ② 알고 있다 ③ 모른다 ④ 전혀 모른다

2. ‘제주 도새기축제’에 몇 번째 방문하십니까?

- ① 처음 ② 2번째 ③ 3번째 ④ 4번 이상

3. ‘제주 도새기축제’에 누구와 함께 오셨습니까?

- ① 혼자 ② 친구나 동료 ③ 연인 ④ 가족 ⑤ 단체 또는 동호회
⑥ 기타()

4. 귀하께서는 '제주 도새기축제' 기간 중 얼마나 체류하셨습니까?

- ① 1시간 미만 ② 1~2시간 ③ 3~4시간 ④ 5~6시간
 ⑤ 6시간 이상 ⑥ 1박 2일

5. 축제에 참여하기 위하여 이용하신 교통수단은?

- ① 자가용 ② 대중교통 ③ 전세 또는 관광버스 ④ 렌트카 ⑤ 기타()

6. 귀하께서는 '제주 도새기축제'에 관한 정보는 주로 어디서 얻으셨습니까?

- ① 언론매체(TV, 인터넷, 신문, 잡지) ② 친구 또는 지인 ③ 여행사
 ④ 홍보책자 ⑤ 현지 방문해서 ⑥ 기타()

※ 다음은 '제주 도새기축제'의 이미지에 관한 내용입니다. 해당되는 곳에 √표시를 해주기 바랍니다.

번호	설문내용	매우 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
1	행사장소가 적당하다.					
2	행사요원은 적절하게 배치되었다.					
3	화장실 등 부대시설 이용이 편리했다.					
4	주차하기 편리하다.					
5	식당을 이용하기 쉬웠다.					
6	축제장 동선이 편리했다.					
7	축제가 비용대비 가치가 있었다.					
8	프로그램이 교육적인 면이 많았다.					
9	축제내용이 감동적이었다.					
10	축제에 어울리는 구성이 많았다.					
11	축제가 주변 환경과 어울리게 구성되었다.					
12	축제가 문화적 가치가 있다					
13	축제장을 찾아오기가 쉬웠다.					

14	축제행사장 배치가 잘 되었다.					
15	축제와 연계된 관광지가 잘 조성되었다.					
16	즐길 수 있는 것이 많았다.(볼거리, 먹거리, 즐길거리 등)					
17	유익한 프로그램이 많다.					
18	가족중심으로 즐길 수 있었다.					
19	기타 축제관련 상품의 품질이 좋다.					
20	축제와 관련 상품종류가 다양하다					
21	축제와 관련된 상품의 가격이 적당하다					

※ 다음은 '제주 도새기축제'에 대한 만족도에 관한 내용입니다. 해당되는 곳에 √표시를 해주기 바랍니다.

번호	설문내용	매우 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
1	축제장 및 공연장 등 시설이 좋았다.					
2	축제장이 쾌적하였다.					
3	축제장 내 화장실 및 휴식공간이 청결하였다.					
4	축제운영 및 진행이 원만하고 매끄럽게 이루어졌다.					
5	축제장이 전체적으로 청결하였다.					
6	진행요원의 안내체계가 잘 갖추어져 있었다.					
7	진행요원이 축제에 대한 정보를 잘 알고 있었다.					
8	축제일정 및 진행시간이 잘 지켜졌다.					
9	대중교통 접근성이 편리하였다.					
10	주차시설이 잘 되어 있었다.					
11	부스 규모와 안내시설이 잘 되어 있었다.					

※ 다음은 ‘제주 도새기축제’에 행사에 대한 느끼는 가치 정도에 관한 내용입니다. 해당되는 곳에 √표시를 해주기 바랍니다.

번호	설문내용	매우 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
1	다음 기회에 재 참가하실 의사가 있습니까?					
2	다른 사람에게 축제를 추천하실 의사가 있습니까?					
3	제주 도새기축제의 가치를 알 수 있는 좋은 기회였다.					
4	제주특별자치도의 축산물에 대해 신뢰를 얻을 수 있는 좋은 기회였다					
5	각양각색의 프로그램의 체험을 할 수 있는 좋은 기회였다.					
6	동행한 사람과 좋은 추억을 남길 수 있는 좋은 기회였다.					
7	제주특별자치도의 지역문화를 잘 알 수 있는 좋은 기회였다					
8	제주 도새기축제는 지역민과 관광객이 화합할 수 있는 좋은 기회가 될 것이다.					

※ 다음은 ‘제주 도새기축제’의 활성화를 위해 필요한 노력에 관한 내용입니다. 해당되는 곳에 √표시를 해주기 바랍니다.

번호	설문내용	매우 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
1	도새기축제에 관한 충분한 정보제공					
2	주변 관광지 이용에 대한 연계체계 마련					
3	도새기축제와 관련한 프로그램 개발					
4	지역문화가 담겨 있는 프로그램 개발					
5	휴실시설, 안내체계 운영서비스 개선					
6	축제 행사요원 및 관련자 친절도					
7	지역주민 참여관심 유도					

Abstract

The study aimed to suggest ways to promote local festival and harmony through it as well as identify importance of the festival's image factors with focus on the Pork Festival Jeju. Based on previous studies, it examined the effect of the image factors on satisfaction of the visitors to the local festival and their value recognition and suggested ways in which efforts to promote the local festival induces active participation of the locals and their harmony. The ways would enhance satisfaction of both locals and visitors with the festival and eventually contribute to a successful event and regional development.

To this end, the study established hypothesis based on the result of existing studies on the image of local festivals and value recognition of visitors and surveyed the visitors to the Pork Festival Jeju held from 2003 to 2014 to empirically verify this.

The following is the study result.

First, there were three image factors of the local festival: cognitive, emotional and environmental factors and it was found that all three factors influenced the overall satisfaction of the visitors with the local festival. One factor that should be addressed with the most attention to improve their satisfaction was found to be emotional image. This implied that software of the festival like its contents and things to enjoy could contribute to increasing their satisfaction.

Second, cognitive image including accessibility to the event venue, link with tourists, harmony of the event venue and its surrounding environment was also analyzed to affect return visit of the cognitive visitors. This suggested that any local festival should put priority on cognitive image to promote their satisfaction and intention of revisit.

Third, it was found that overall satisfaction of the visitors influenced value of the festival significantly. The standardized coefficient on

satisfaction with the festival facility was twice as influential as the standardized coefficient on satisfaction with its operation. Therefore, hosting a festival should consider cleanliness, pleasantness of the entire venue and arrangement of its facilities and resting areas first. Besides, thorough preparation should precede planning for better operation and raising the festival value. On the other hand, the efforts to promote the festival was not significantly influential to their satisfaction level. Thus, the condition was needed to improve their satisfaction in the long run rather than short term.

The study result showed that the local festival image and satisfaction of the visitors also had significant effect on the value of the local festival. Therefore, the study tried to provide basic data that would make the local festival host recognize the deep relations among the variables and be used to maintain and develop the festival.

Despite the implications aforementioned, however, the study had limits. One was limiting the study to local Jeju and the other was questions that reflected uniqueness of the Pork Festival Jeju, making generalization difficult. Hence, sufficient studies and reviews on regional features will be needed for the case study. In this context, future studies will have to contribute to development of the Pork Festival Jeju through further studies that will analyze and compare the Pork Festival Jeju held and operated so far.

Keyword : local festival, image, satisfaction, intention of revisit, intention to recommend