

Print ISSN: 1738-3110 / Online ISSN 2093-7717
doi: 10.13106/jds.2014.vol12.no8.103.

Local Participation, Festival Motivation, Satisfaction Level, and Support Level: Focusing on Yudalsan Mountain's Spring Festival

지역주민의 축제 참여동기와 만족도가 지지도에 미치는 영향: 유달산 봄꽃 축제를 중심으로

Zhong-Yuan Sun(손종원)*, Seung-Hwa Na(나승화)**

Received: July 09, 2014. Revised: August 04, 2014. Accepted: August 14, 2014.

Abstract

Purpose - There have been local government systems since June 1955. Many local governments have made use of festivals for regional public relations and the achievement of competitiveness. This study analyzes effective components of local festivals. There has been extensive research in relation to variables such as participation motivation, satisfaction level, recall intention, royalty, and recommend purpose. However, as a variable factor, attachment to the participation motivation of a festival has been overlooked along with support level to a festival. This study has added new variables named "attachment to local society" and "support level," which are dependent variables. We will study the relationship of these two variables.

Research design, data, and methodology - This study has devised a cause-and-effect relationship model, which deduces that local residents' participation motivation for the festival will have positive influence on the festival support level and satisfaction level. We circulated questionnaires to local residents to get the data required to prove the hypothesis. To analysis the data, we used SPSS 21.0, and accomplished basic analysis through the analysis of frequency as well as descriptive statistical analysis. Further, we verified our measurement tools through reliability analysis, and examined the research hypothesis through multiple regression analysis.

Results - With regard to the festival satisfaction level, the variables of local society attachment, festival attraction, escaping from the daily life, and family harmony have influence upon a positive effect (+) in this order. Among them, the variable of lo-

cal society attachment has the greatest influence. However, in respect of support level for the festival, only the variables of local society attachment and escaping from the daily life have a valid influence on the positive effect (+), and local society attachment has relatively greater influence. In addition, not only does the festival satisfaction level affect the support level for the festival in terms of positive effect, the influence is also far-reaching, which verifies the mediating effect.

Conclusions - The result shows that the local residents' satisfaction level with the Yudalsan Mountain Spring Flower Festival is comparatively high, which is due to the local society attachment. It also shows that it is difficult to create support without local residents' attachment with their area. Consequently, this study insists that the Yudalsan Mountain Spring Flower Festival should exceed its limitation as just a village-level party, in order to become a remarkable and outstanding festival, and suggests three operational implications: macro-environmental development, task environment development, and internal operational environmental development. From the macro-environmental perspective, the constant development of local culture and local business is proposed. In the task environment perspective, a new functional development for the festival is proposed. From the internal operational environmental perspective, improvements in festival operation methods are proposed. If these weak points are addressed and resolved through a more detailed approach, it will be very helpful for local government systems to operate the festival.

Keywords: Local Festival, Motivation of Participation on Festival, The Festival Satisfaction Level, Support Level for the Festival.

JEL Classifications: C83, M10, M31, M38.

* First Author, Visiting Professor, Dept. of Business Administration, Mokpo National University, Korea.

Tel: +82-10-2005-5168, E-mail: sonbalnim@hanmail.net.

** Corresponding Author, Professor, Dept. of Aviation & Tourism, Koguryeo College, Korea.

Tel: +82-10-9440-3001, E-mail: shna@kgrc.ac.kr.

1. 서론

지방자치제 도입 이후 지역의 인지도 상승과 지역주민 화합심 고취의 일환으로 지역축제가 육성되기 시작하였다(Lee & Woo, 2003). 그리고 그 유형도 생태자연축제, 문화예술축제, 전통역사민속축제, 지역특산물축제, 경연·산업축제 등으로 구분되어(Ryoo, 2007; Yoo, 2010; Kim et al., 2013) 다양하게 개최되어 왔다. 따라서 지역축제는 이제 명실상부하게 지역관광의 한 분야로서 자리를 잡아가고 있다.

그러나 문제는 이 많은 지역축제가 모두 성공적인 축제의 장이 되지는 못하고 있다는 것이다. 각 지방자치단체의 축제보고서를 종합해 보면 외지 관광객을 끌어들이어 적정 수익을 남기는 축제는 10%미만에 불과하다고 한다. 동네잔치로 전락하는 지역축제가 속출하고 한두 해 진행되다 소리 소문 없이 사라지는 축제도 적지 않다(Chae et al., 2011). 특히 전남지역에서 개최되는 축제들의 문제점을 면밀히 살펴보면 몇몇 성공한 축제를 제외하고는 외지방문객들의 방문보다는 지역주민들의 방문이 많이 이루어지고 있다(Jang & Kim, 2007). 즉, 많은 지역축제들이 개최지역의 전통성의 부재, 주제설정의 미흡, 경쟁적인 축제개발로 인한 지역 간 축제의 비차별화, 주민의 참여가 부족한 관 주도적 축제, 지나친 상업성으로 인한 지역의 정체성 상실, 내용과 프로그램의 졸속으로 인한 형식적인 축제 등 원인으로 관광객의 참여 동기가 낮다는 것이다(Kim, 2007). 따라서 지역축제에 대한 연구는 참가자 지향적인 접근방법이 필요하며 특히 지역주민들의 축제 참여 동기를 이해하는 것이 우선적으로 이루어져야 한다(Ahn & Lee, 2009). 축제 참여 동기에 대해 더 나은 이해를 위하여 노력을 기울이는 이유는 의사결정에 영향을 미치는 축제 참여 동기를 확인하고 참가자들이 중요시하는 동기항목들을 확인해보는 것이 축제의 본질을 확인하고 축제의 정체성을 수립하는데 꼭 필요한 일이기 때문이다(Jeon, 2013). 그리고 한편으로는 축제 참가자에 대한 만족도 조사를 철저히 실행해야 하는데 이는 축제성과를 평가하는 중요한 지표로서 이를 통해 축제의 중장기 발전전략과 육성정책 개발에 중요한 DB가 될 수 있으며, 축제의 성공적인 개최와 참가자의 재방문을 위한 분석과 연구의 기초자료가 될 수 있다(Jeon, 2013).

이렇듯 지역축제에 대한 다양한 시각에서의 분석이 필요하게 되면서 이에 대해 다각도의 접근방식으로 연구들이 선행되어왔다. 예컨대, 참가자의 추구편익에 따른 시장세분화에 관한 연구(Ko, 2005; Mo, 2007), 축제의 경제적 효과에 관한 연구(Lee & Kim, 2007), 참가자의 행태에 따른 상품화 전략(Choi, 2009; Kim, 2009; Yoo et al., 2011), 지역축제 참여활성화를 위한 축제정보 제공에 관한 연구(Kwon & Park, 2013), 지역축제 참여 동기와 축제매력성 관련 연구(Suh & Ko, 2008), 지역축제 참여 동기에 관한 비교연구(Kim & Lee, 2006; Kim, 2007; Jang & Kim, 2007), 지역축제의 참여동기와 만족 및 재방문 등에 초점을 둔 연구(Kim et al., 2013; Yoo, 2010; Ahn & Lee, 2009; Chae et al., 2011; Lee & Suh, 2011; Kim, 2012; Kim, 2013; Jeon, 2013) 등이 지속되어 왔다. 특히 Cho & Lee(2009)는 금산 인삼축제를 방문한 지역주민과 외지방문객들의 참여 동기와 만족을 비교하였는데 그 결과 지역주민들의 추천 의도는 외지방문객들의 만족도에 비해 유의하게 높은 것으로 나타났다. 이러한 결과는 지역주민들의 지역사회에 대한 애착이 지역축제의 성과에 중요하게 작용하고 있음을 추측케 한다. 그러나 지금까지의 선행연구에서 지역사회 애착요소는 관광상품 개발 관련 연구들에서만 심도 있게 다루어져 왔을 뿐 축제 참여 동기에서는 늘 배제되어 왔다. 한편 축제참가자들에 대한 성과 연구에 있어서 만족도 평가를 성과로 인식하기도 하고 있으며,

축제에 대한 이들의 재방문의도, 충성도, 추천의도 등에 대한 평가를 성과로 간주하기도 하였다. 그러나 축제경험에 대한 만족도 평가를 통하여 지속적인 축제발전에 대한 지지도를 제시하여 축제에 대한 성과로 설명한 기존의 연구사례가 거의 없는 실정이다.

이처럼 선행연구에서 지역사회 애착은 축제 참여 동기에서 늘 간과되어 왔고, 축제지지도라는 변수 또한 축제성과 차원에서 직접적으로 다루어진 바가 없었다. 이에 본 연구는 지역사회 애착이라는 변수를 독립변수군인 축제 참여 동기에 새롭게 추가하고, 축제지지도라는 변수를 종속변수로 새롭게 도입하여 만족도라는 변수를 매개로 이들 간의 새로운 관계를 규명하고자 한다.

연구의 원활한 진행과 연구결과의 정확도를 높이기 위해 축제에 관한 연구는 특정 유형에 국한된 지역축제가 아닌 종합축제를 연구영역으로 설정할 필요가 있다. 이에 본 연구는 목표에서 개최되는 유달산 봄꽃축제를 연구범위에 포함시키고자 한다. 왜냐 하면 2014년까지 19회에 걸쳐 개최되고 있는 유달산 봄꽃축제는 국내의 대표적인 지역축제로서 애창가요인 '목포의 눈물' 속에서 봄꽃과 함께 피어나는 민족의 자부심과 애환을 잘 느낄 수 있게 한다. 또한 강강술래문화와 함께 남해바다의 수려한 자연경관 속에 심취하게 할 뿐만 아니라 수많은 진귀한 지역특산물들도 접할 수 있게 한다. 한마디로 유달산 봄꽃축제는 여러 가지 축제유형이 한데 어우러져 있는 종합축제인 것이다.

따라서 본 연구는 유달산 봄꽃축제를 연구영역으로 하여 기존의 선행연구를 바탕으로 축제참가자의 동기문항을 새롭게 구성하여 지역주민들의 중요동기를 파악하고 축제에 대한 전반적 만족도, 특히 지지도에 가장 큰 영향을 미치는 동기요인을 찾아서 향후 축제의 거시적 환경, 과업 환경 및 내부 운영 환경 개선을 위한 실무적 제안을 하고자 한다.

2. 선행연구

2.1. 축제 참여동기

축제참여동기에 관한 구성적 개념은 참으로 다양하다. 예컨대, Jang & Kim(2007)은 지역주민의 축제참여동기를 새로움과 일상탈출형, 흥미와 유희형, 친교형, 가족화합형, 지역문화 이해형으로 구성하여 설명하였다. 그러나 Kim(2007)은 지역축제를 산업형축제, 문화형축제, 혼합형축제로 구분하여 각 유형별 참여동기를 비교하면서 참여동기의 구성개념을 유희성, 신성성, 신기성, 장소성, 친교성, 화합성, 구매성, 일탈성, 학습성, 문화성의 다양한 차원으로 확장하였다. Suh & Ko(2008)도 참여동기를 일상탈출, 신기성, 유희성, 사교성, 교육성, 가족친화형, 문화체험성의 일곱 가지로 구성하여 설명하였다. 그 후 Ahn & Lee(2009)는 참여 동기에 대한 구성개념을 일상탈출, 신비성, 이벤트 매력성, 사교성, 가족친화성의 다섯 가지로 축소하였다. Cho & Lee(2009) 역시 참여 동기를 탈일탈성, 유희성, 친교성, 화합 및 문화성의 네 가지로 축소하였다. 특히 Choi(2009)는 축제 참여 동기를 친화성, 고우성, 일탈·호기성의 세 가지로 압축하였다. Yoo(2010)는 지역축제 참여동기를 흥미와 유희, 가족, 일상탈출, 교육, 이벤트의 다섯 가지로 구성하였다. Chae et al.(2011)는 함평나비축제 참여동기에 대한 연구에서 이를 축제 체험, 일탈성, 유희성, 가족화합성, 자아발견의 다섯 가지로 구분하여 설명하였다. Lee & Suh(2011)는 문화참여성, 일상탈출성, 향토구매성으로 지역축제 참여동기를 설명하였다. Kim(2012)은 참여동기를 신경험·탈일탈성, 가족화합성, 유희성, 관광성, 사교성으로 간주하였다. Jeon(2013)은 체험과 즐거움, 가족과 함께 하기, 일상변

화, 지식과 자량, 호기심의 다섯 가지를 참여동기의 구성개념으로 간주하였다. Kim et al.(2013)은 축제 참여 동기를 지역적 특성, 축제매력, 우연성의 세 가지로 구분하였다. 그리고 Kim(2013)은 참여 동기를 크게 추구요인과 유인요인으로 구분하였다.

이와 같이 축제 참여 동기의 구성개념에 관한 선행연구를 연도 순으로 고찰해 본 결과 구성개념의 수는 전반적으로 줄어드는 추세를 보이고 있었고 구성개념으로 가장 빈도가 높은 세 가지는 일상탈출, 가족화합, 축제매력으로 압축되었다.

그러나 지금까지 축제참여동기와 관련하여 항상 간과된 요소가 있는데 바로 지역사회 애착이다. 따라서 본 연구는 지역사회 애착과 지역축제 또는 유사한 영역과의 관계에 관한 선행연구들을 고찰하였다. 그 결과 Cho & Choi(2010)는 천안시민의 지역사회 애착도가 지역축제 참여에 미치는 긍정적인 영향을 밝혀냄으로써 지역사회 애착이 축제 참여 동기의 중요한 구성개념임을 제시하였고, Ko(2008)는 지역사회 애착도가 지역축제 영향인식에 미치는 영향을 분석하는 과정에서 지역주민의 참여를 증대시키는 중요한 구성요소가 지역사회 애착이라고 주장하였다. 이러한 지역사회 애착에 대한 정의를 살펴보면, Ko(2008)는 이를 지역주민이 해당 지역사회에 대해서 개인적으로 또는 집단적으로 느끼는 심리적 연대감이라고 하였다. 그리고 이러한 정의를 발전시켜 Yun & Lee(2008)는 지역사회 애착도를 정신적인 측면에서의 정체성, 기능적인 측면에서의 의존성, 사회적 측면에서의 친분 등으로 구성되어 있는 종합적인 개념으로 정의하였다. 그리고 Cho & Choi(2010)의 전술한 연구나 Jeong & Ko(2011)의 평생학습축제 참여자의 지역사회애착도가 축제만족 및 학습의욕추진에 미치는 영향에 관한 연구에서도 지역사회 애착도를 정체성, 의존성, 사회적 친분의 구성개념으로 보았다.

2.2. 만족

만족이라는 개념은 학자들마다 다양하게 정의를 내리고 있는데, 보편적으로 불일치된 기대와 소비자가 소비경험에 대해 사전적으로 가지고 있던 감정이 복합적으로 결합하여 발생한 종합적인 심리상태라고 정의할 수 있다(Choi, 2009; Cho, 2013). 따라서 축제를 방문한 참가자의 만족도는 다분히 주관적이라 할 수 있는데(Yoo, 2010), Suh & Lee(2000)는 지역축제에서의 만족은 방문객이 사전에 지역축제에 대한 정보를 인지하고 경험한 결과 동일하거나 기대이상의 결과를 느끼는 심리적·감정적 상태라고 하였다. Kim(2013)은 축제만족도에 대하여 축제를 경험한 참여자의 축제에 기대한 바에 대한 전체적인 성과인식 수준으로 정의를 내렸다. 이와 유사하게 Choi(2009)는 축제만족도를 기대불일치 패러다임 관점에서 축제 참가자들의 사전기대와 축제 상품 제공자가 제공한 서비스 지각과정에서 발생하는 심리적 상태의 결과로 보았다. 그러나 Ahn & Lee(2009)는 축제의 서비스 속성상 축제 참가자와의 단기적인 거래관계보다는 장기적 거래관계를 의미하기 때문에 거래 특유적 고객만족보다는 여러 거래의 누적적 결과에 따라 형성·유지되는 누적적 고객만족이 개념상 더 적합하다고 판단하여 축제만족도를 축제참가자들의 누적적 고객만족의 관점에 따라서 시간의 경과에 따른 여러 번의 거래 및 소비경험에 근거한 전반적인 평가로 정의하였다. Kim et al.(2013)은 축제를 방문한 방문자의 전반적인 경험에 대한 이미지 평가를 축제만족도로 보았다.

2.3. 지지

국어사전에서 정의한 지지는 어떤 사람이나 단체의 주의·정책·

의견 따위에 찬동하여 이를 위하여 힘을 쓴다는 의미로 해석되고 있다. 영어사전에서 규정하는 support는 누군가의 생각이나 목표에 대한 동의를 나타내며, 그 목표나 정책이 성공하기를 원하기 때문에 그것들이 실현될 수 있도록 돕는 것을 말한다(Kang et al., 2012). 축제지지도에 대한 명확한 정의가 내려진바가 없는 관계로 본 연구는 이와 유사한 영역의 지지도에 대한 정의를 고찰해 봄으로써 축제지지도의 개념을 도출하고자 한다. Jeong & Lee(2013)는 지역관광브랜드 개발에 찬성, 지역주민에게 이익이 될 것, 좀 더 살기 좋게 할 것의 세 가지 차원에서 관광개발지지도를 해석하였다. Sea et al.(2012)은 2015년 광주하계U대회 개최에 대한 지역주민의 지지도를 분석하였는데 광주하계유니버시아드가 우리 지역에서 개최하는데 있어 전반적으로 찬성, 광주 장기적 발전을 위해 관광산업활성화가 중요하다고 생각, 우리 지역에서 다른 스포츠이벤트가 자주 개최하는데 있어 찬성, 앞으로도 광주하계유니버시아드와 같은 메가이벤트 유치가 필요하다고 생각하는 네 가지 차원으로 그 개념을 구성하였다. Yoon et al.(2013)은 여수엑스포에 대한 지지도를 이 지역에 개최를 지지함, 이 지역을 더 좋게 만들 것, 이 지역의 미래를 밝게 할 것의 세 가지 차원에서 그 개념을 구성하였다. Yang(2012)은 생태관광개발 지지도에 대한 분석에서 그 구성개념을 지역사회에 바람직, 지역사회 경제에 이익부여, 지역의 풍요로움 증대, 지역의 살기 좋아짐, 생태관광의 확대 지지로 보았다. 한편 Kang et al.(2012)은 생태관광개발 지지도를 단문항으로 측정한 결과로 나타냈다. 이상의 선행연구를 참조하여 본 연구는 축제지지도란 축제에 대해 나타내는 지역주민의 태도변화로 축제운영에 대해 자랑스럽게 생각하여 축제를 통해 더욱 살기 좋은 지역으로 변화한다는 생각 및 지역사회를 위해 축제운영이 필요하다는 의지 및 꾸준한 지지로 정의를 내리고자 한다.

3. 연구가설 및 연구방법

3.1. 연구가설

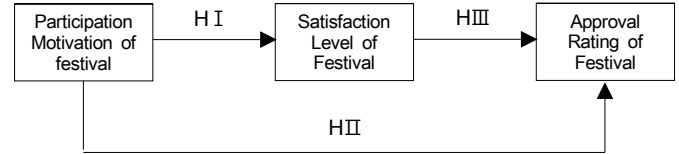
Suh & Ko(2008)는 축제참여동기를 정확히 파악하여 참가자에 대한 욕구를 충족시켜 줄 때에 참가자의 만족수준이 높아지며 결과적으로 성공적인 축제의 모델이 될 수 있다고 주장하였다. Kim et al.(2013)은 축제참여동기 변수인 지역적 특성과 축제매력은 만족도에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 분석하였다. Yoo(2010)는 지역축제의 흥미와 유희, 일상탈출, 가족관계 향상, 일상탈출, 이벤트와 같은 축제참여동기의 모든 요소가 만족도에 긍정적인 영향을 미친다고 하였다. 그러나 Ahn & Lee(2009)는 일상탈출만이 참여만족에 긍정적인 영향을 미친다고 주장하였다. Jeon(2013)은 가족과 함께 하기, 체험과 즐거움, 일상변화 순으로 축제참여동기가 만족도에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 분석하였다. Choi(2009)는 친화성, 일탈·호기성, 고유성이 만족도에 유의한 영향을 미친다고 하였다. Kim(2012)은 유희성, 신경형·탈일탈성, 관광성 순으로 축제참여동기가 만족도에 영향을 미치는 것으로 확인하였지만, 재방문도에는 관광성, 유희성, 가족화합성, 신경형·탈일탈성 순으로 축제참여동기의 영향을 확인하였다. 그리고 Kim(2013)의 연구에서는 추구요인과 유인요인의 두 가지로 구분된 참여동기 중 추구요인만 유의한 정(+)의 영향을 미쳤고, 만족도는 재참여의도에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 분석되었다. Cho & Lee(2009)의 연구는 유희성과 탈일탈성은 만족도에 유의한 정(+)의 영향을 미치나 친교성은 만족도에 유의한 부(-)의 영향을 미치는 것으로 결론을 내렸다. Chae et al.(2011)은 축제체

험, 일탈성, 가족화합성이 만족도에 유의하게 긍정적인 영향을 미치고 있음을 주장하면서 만족도는 충성도에 매우 큰 영향을 미치고 있음을 주장하였다. 한편 지역축제 참여동기에서 늘 간과되었던 지역사회 애착도에 대하여 Ko(2008)는 지역사회 애착도가 지역축제의 영향인식에 긍정적인 영향을 미친다고 밝힌바 있다. Cho & Choi(2010)는 지역사회 애착도가 축제참여에 긍정적인 영향을 미친다고 주장하고 있다. Jeong & Ko(2011)는 평생학습축제 참여자의 지역사회 애착도가 축제만족에 유의한 정(+)의 영향을 미친다고 주장하였다. Yun & Lee(2008)는 지역사회 애착도가 높을수록 지역주민의 관광개발 지지도가 높다고 하였다.

위의 결과들을 종합해 보면 축제참여동기는 축제성가에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 파악할 수 있다. 한편 이론적 배경에서 축제참여동기를 축제매력, 일상탈출, 가족화합의 세 가지로 압축함과 동시에 지역사회 애착이라는 중요한 요인을 추가하여 구성해 보았다. 그리고 축제성가를 만족도 및 만족도를 통한 지지도의 두 가지로 구분하여 보았다. 따라서 이상의 내용을 토대로 본 연구는 다음과 같은 기본가설과 세부가설 및 연구모형을 도출하였다.

- HI: 지역축제참여동기는 지역축제만족도에 영향을 미칠 것이다.
 HI-1: 지역사회애착은 지역축제만족도에 영향을 미칠 것이다.
 HI-2: 축제매력은 지역축제만족도에 영향을 미칠 것이다.
 HI-3: 일상탈출은 지역축제만족도에 영향을 미칠 것이다.
 HI-4: 가족화합은 지역축제만족도에 영향을 미칠 것이다.
 HII: 지역축제참여동기는 지역축제지지도에 영향을 미칠 것이다.
 HII-1: 지역사회애착은 지역축제지지도에 영향을 미칠 것이다.
 HII-2: 축제매력은 지역축제지지도에 영향을 미칠 것이다.

- HII-3: 일상탈출은 지역축제지지도에 영향을 미칠 것이다.
 HII-4: 가족화합은 지역축제지지도에 영향을 미칠 것이다.
 HIII: 지역축제만족도는 지역축제지지도에 영향을 미칠 것이다.



<Figure 1> Model of Study

3.2. 연구방법

3.2.1. 구성개념과 측정항목

본 연구의 구성개념은 지역축제 참여동기, 만족도 및 지지도이다. 각 구성개념을 측정하기 위한 변수들은 여러 연구자들이 기존의 실증연구에서 활용한 측정항목을 중심으로 도출하되 원래 문항의 취지를 살리는 범위 내에서 본 연구의 목적에 적합하도록 일부를 수정·보완하여 사용하였고 각 문항에 대해서는 리커트 4점 척도(1=전혀 그렇지 않다, 2=그렇지 않다, 3=그렇다, 4=매우 그렇다)로 구성하여 중립점수를 선택할 수 없도록 함으로써 응답자의 인식에 대한 선명성이 드러나도록 하였다. 구성개념과 측정항목 및 근거가 되는 선행연구는 <Table 1>과 같다.

<Table 1> A Construct and Scale of Measurement

Construct		Scale of Measurement	Researcher
Participation Motivation of Festival	community attachment	have been attached to this city, being proud of traditional cultures, good place to live, and know variety people in this city	Ko, 2008; Yun & Lee, 2008; Cho & Choi, 2010; Jeong & Ko, 2011.
	festival attraction	interesting festival program, memorable experience from festival, various things to see and experience, to enjoy the festival	Jang & Kim, 2007; Kim, 2007; Suh & Ko, 2008; Ahn & Lee, 2009; Cho & Lee, 2009; Yoo, 2010; Chae et al., 2011; Kim, 2012; Jeon, 2013; Kim et al., 2013.
	deviation from routine	to make unforgettable memories, to break up the monotony, relaxation, and free from daily life	Jang & Kim, 2007; Kim, 2007; Suh & Ko, 2008; Ahn & Lee, 2009; Cho & Lee, 2009; Choi, 2009; Yoo, 2010; Chae et al., 2011; Lee & Suh, 2011; Kim, 2012; Jeon, 2013.
	family harmony	to experience with family, spending enjoyable time, for a harmonious family life, to assist children's education	Jang & Kim, 2007; Kim, 2007; Suh & Ko, 2008; Ahn & Lee, 2009; Cho & Lee, 2009; Yoo, 2010; Chae et al., 2011; Kim, 2012; Jeon, 2013.
Satisfaction Level of Festival		to raise attachment of the community, improvement of a harmonious family life, spent great time with many people, felt joy of the festival	Suh & Lee, 2000; Ahn & Lee, 2009; Choi, 2009; Kim, 2013; Kim et al., 2013.
Approval Rating of Festival		advocate the Yudalsan mountain spring festival	Kang et al., 2012; Sea et al., 2012; Yang, 2012; Jeong & Lee, 2013; Yoo et al., 2013.

3.2.2. 자료수집 및 분석방법

본 연구의 소정의 목적을 달성하기 위하여 우선 지역축제의 참여동기에 관련된 국내·외 선행연구를 검토하고 이들 항목이 유달산

봄꽃축제에 적용 가능한지를 1차적으로 검토하였다. 그 후 실증분석을 위한 자료수집방법으로 설문조사를 실행하였다. 설문조사를 위한 대상은 편의표본추출법에 따라 목포지역에 거주하고 있는 축제 참가자들로 하여 샘플링하였다. 2014년 4월 5일~6일 총 300명

을 대상으로 실시된 설문에서 설문응답에 부실하거나 끝까지 응답하지 않은 설문지를 제거하여 최종 258부를 분석에 활용하였다.

자료분석을 위하여 본 연구는 SPSS 21.0을 활용하였다. 빈도분석을 통해 축제 참가자들의 일반적 특성을 파악하였고, 기술통계분석을 통해 각 문항의 특성을 파악하였다. 그리고 타당성과 신뢰성 분석을 통하여 측정도구를 검증하였고, 다중회귀분석을 통하여 연구가설을 검증하였다.

4. 실증분석

4.1. 기초통계분석

첫째, 빈도분석을 통해 본 연구에 사용된 표본의 일반적 특성을 살펴보면 다음과 같다(<Table 2> 참조). 성별로는 여성 225명(87.2%)으로 남성 33명(12.8%)에 비해 압도적으로 많았다. 연간 가구소득에서는 4,000~6,000만원이 64명(24.7%)으로 가장 많았고, 그 다음으로 6,000~8,000만원 54명(21%), 8,000~10,000만원 45명(17.3%), 10,000만원 이상 44명(17.0%), 2,000~4,000만원 37명(14.4%), 2,000만원 미만 14명(5.6%)으로 집계되었다. 학력에서는 대졸이 124명(48.1%)으로 가장 많은 비율을 차지하였으며, 대학원 이상 학력이 78명(30.2%), 고졸 이하 학력이 56명(21.7%)으로 뒤를 이었다. 연령별 빈도는 50대 60명(23.3%), 30대와 40대는 각각 58명(22.5%), 60대 및 이상 53명(20.5%), 20대 및 미만 29명(11.2%)으로 집계되었다. 그리고 직업에서는 회사원이 74명(28.7%)으로 가장 많이 응답했고, 그 다음으로 기타 68명(26.3%), 전문직 55명(21.3%), 농어민 24명(9.3%), 공무원 22명(8.5%), 서비스직 15명(5.9%)으로 나타났다.

<Table 2> Frequency Analysis towards the sample

variable	composition of an item	N	%
Sex	Male	33	12.8
	Female	225	87.2
Yearly National Income	less than 20,000,000 Won	14	5.6
	20,000,000~40,000,000 Won	37	14.4
	40,000,000~60,000,000 Won	64	24.7
	60,000,000~80,000,000 Won	54	21.0
	80,000,000~100,000,000 Won	45	17.3
	more than 100,000,000 Won	44	17.0
Academic Ability	high school diploma	56	21.7
	college graduates	124	48.1
	graduate grad school	78	30.2
variable	composition of an item	N	%
Age	20's and under	29	11.2
	30's	58	22.5
	40's	58	22.5
	50's	60	23.3
	60's and over	53	20.5
Work	farmers and fishermen	24	9.3
	company employees	74	28.7
	specialized job	55	21.3
	public servant	22	8.5
	service industrial	15	5.9
	etc	68	26.3

둘째, 본 연구의 실증분석에 앞서 변수의 측정에 사용된 각 요인에 대한 기술통계분석을 실시하였다. 본 연구에서 고려된 변수들의 측정에는 리커트 4점 척도를 이용하였으며, 독립변수에 해당하는 16개 문항, 매개변수에 해당하는 4개 문항, 종속변수에 해당하는 1개 문항 총 21개 측정문항에 대한 기술통계분석 결과를 평균의 내림 순으로 <Table 3>에 정리하였다.

<Table 3> The Result of Statistic Analysis about Measurement Item

Measurement Variable Identifier	Mean	Standard Deviation	Skewness	Kurtosis
to assist children's education	3.85	1.875	.004	-.991
being proud of traditional cultures	3.41	1.835	.246	-.922
great place to live	3.39	1.857	.297	-.909
become attached to the city	3.29	1.795	.356	-.791
know many people	3.23	1.969	.447	-.956
advocate Yudalsan mountain spring festival	3.14	1.387	.685	-.428
to spend memorable time with family	3.09	1.810	.480	-.679
many things to see and experience	3.05	1.785	.377	-.858
relaxation	3.00	1.716	.484	-.638
free from daily life	3.00	1.720	.517	-.543
memorable experience from festival	2.95	1.737	.429	-.813
for a harmonious family life	2.90	1.738	.626	-.484
interesting festival program	2.86	1.722	.437	-.788
to experience with family	2.86	1.774	.639	-.541
spending enjoyable time	2.84	1.752	.561	-.676
to break up the monotony	2.48	1.595	.856	-.109
have been attached to this city	2.30	1.555	1.121	.591
improvement of a harmonious family life	2.29	1.512	.901	-.177
spending enjoyable time	2.27	1.523	1.046	.280
spent great time with many people	2.24	1.529	1.163	.708
to raise attachment of the community	2.23	1.494	1.123	.630

* Measuring the mean by rounding up to the thousandths; standard deviation, skewness and kurtosis are measured by rounding up to the ten-thousandths

4.2. 타당성 및 신뢰성 분석

첫째, 축제참여동기와 축제만족도에 대한 타당성을 검증하기 위하여 요인분석을 실시하였다. 요인추출방법으로는 주성분 요인분석을 실시하였고, 회전방식으로는 변수와 요인 간의 관계가 명확해지고 해석하기에 용이한 베리맥스 방식을 사용하였다. 분석결과(<Table 3> 참조), 독립변수로 선정된 지역사회 애착은 “목포시에정이 들었음” 등 요인들로 구조화되었으며, 축제매력은 “축제 프로그램이 재미있고 흥미 있음” 등 요인들로, 일상탈출은 “일상생활에서 벗어나기 위해” 등 요인들로, 가족화합은 “가족과 즐거운 시간을 보내기 위해” 등 요인들로 구조화되었다. 매개변수로 선정된

축제만족도는 “지역사회에 대해 더욱 애착하게 되었음” 등 구성요소들로 타당성이 있는 것으로 분석되었다. 그리고 두 변수군의 KMO 값은 각각 0.862와 0.809로 산출되어 요인분석을 위한 변수들의 선정이 비교적 좋은 편으로 나타났다.

둘째, 요인분석 결과를 토대로 단일 차원으로 구성된 개념 내에서 신뢰성 분석을 수행하였는데, 각 항목 간의 평균적인 관계를 살펴보는 크론바하 알파(Cronbach's alpha) 계수에 의한 내적 일관성분석을 실시하였다. 신뢰도 분석결과(<Table 4> 참조), 크론바하 알파계수가 전체적으로 0.8이상으로 나타나 변수를 구성하는 항목들 간의 내적일관성이 높음을 확인하였다.

<Table 4> Validation and reliability analysis

Measurement Variable Identifier		Factorial loading price	Eigenvalue	variance explanation power	Alpha coefficient
community attachment	have been attached to this city	.943	3.342	20.890	.929
	being proud of traditional cultures	.935			
	good place to live	.912			
	know variety people in this city	.837			
festival attraction	interesting festival program	.876	3.135	19.593	.822
	memorable experience from festival	.799			
	various things to see and experience	.792			
	to enjoy the festival	.753			
deviation from routine	to make unforgettable memories	.933	2.876	17.974	.874
	to break up the monotony	.932			
	relaxation	.675			
	free from daily life	.571			
family harmony	to experience with family	.758	2.692	16.824	.898
	spending enjoyable time	.758			
	a harmonious family life	.732			
	to assist children's education	.711			
Satisfaction of Festival	to raise attachment of the community	.890	3.239	80.977	.921
	improvement of a harmonious family life	.853			
	spent great time with many people	.699			
	felt joy of the festival	.687			

*The way of factor extraction uses principal component analysis, rotation method has varimax on Kaiser normalization

4.3. 가설검증

일반적으로 경로모형에서 변수의 원인으로 가정된 변수로부터 받는 직접효과를 나타내기 위해서 경로계수를 사용하는데(Sun & Na, 2013), 본 연구에서는 표준화 회귀계수를 경로계수로 사용하여 분석을 실시하였다.

첫째, 축제만족도를 종속변수로 하고 축제참여동기 변인인 지역사회 애착, 축제매력, 일상탈출, 가족화합을 독립변수로 하여 실시한 다중회귀 분석결과는 <Table 5>와 같다.

축제만족도에 대한 축제참여동기의 영향력을 분석한 회귀 분석결과 모든 독립변수의 영향력이 $p < .001$ 수준에서 유의하여 가설 I의 모든 세부가설들이 채택되었는데 이 중 지역사회 애착의 영향력은 0.501로 다른 3개 변수의 영향력보다 훨씬 높은 정(+)의 영향을 미쳤고, 그 다음 영향력 크기순으로는 축제매력이 0.270, 일상탈출은 0.232, 가족화합은 0.182로 나타났다. 그리고 연구모형의 설명력 Adj-R2는 40.4%의 설명력을 보이고 있으며, 각 독립변수들 간에 다중 공선성이 존재하지 않는 것으로 확인하였다.

이러한 분석결과는 지역사회 애착도가 높은 주민들이 일상에서 벗어나 즐거운 축제 분위기와 흥미로운 축제 프로그램을 통해 가족을 비롯한 많은 사람들과 즐겁고 화합된 시간을 보낼수록 축제에 대해 더욱 만족한다는 것이다. 특히 지역사회 애착의 영향력은 기타 그 어떤 변수보다도 압도적으로 높는데 이는 보유효과에서 비롯된 것이라 판단된다. 사람들은 제품이든 사회적 지위든 일단 무엇인가를 소유하고 나면 그것을 갖고 있지 않을 때보다 그 가치를 주관적으로 훨씬 높게 평가하는 성향이 있는데 이를 보유효과라고 한다(Park & Park, 2013). 따라서 지역주민들은 축제의 분위기가 좀 썰렁하더라도, 프로그램이 별로 재미없더라도, 가족화합이나 일탈의 기회가 되지 않더라도 본 지역축제에 대해 피어나는 애착의 마음으로 인해 외지방문객들보다 지역축제에 대한 만족도가 더 높을 것으로 사료된다.

둘째, 축제지지도를 종속변수로 하고 축제참여동기 변인인 지역사회 애착, 축제매력, 일상탈출, 가족화합과 매개변수 역할을 하는 축제만족도를 포함한 5개의 변수를 독립변수로 하여 실시한 다중회귀 분석의 결과는 <Table 6>과 같다.

축제지지도에 대한 축제참여동기의 영향력을 분석한 회귀 분석 결과 지역사회 애착이 $p<.001$ 수준에서 0.231의 정(+)의 영향력을 보이고 있고 일상탈출이 $p<.05$ 수준에서 0.100의 정(+)의 영향력을 보이고 있어 가설II의 세부가설은 부분 채택되었다. 또한 축제지

도에 대한 축제만족도의 영향력을 분석한 결과 0.527의 높은 정(+)의 영향력을 보이고 있어 가설III은 채택되었다. 그리고 본 가설의 연구모형 설명력 Adj-R^2 은 48.8%의 설명력을 보이고 있으며, 각 독립변수들 간에 다중 공선성이 존재하지 않는 점을 확인하였다.

<Table 5> Result of Multiple Regression Analysis about Satisfaction of Festival

Input Factor	non-standardized calculation		standardized coefficient	t	significance probability	collinearity statistics	
	B	Standard error				tolerance limit	VIF
(constant)	-4.878E-17	.040		.000	1.000		
community attachment	.501	.040	.501	12.565	.000	1.000	1.000
festival attraction	.270	.040	.270	6.783	.000	1.000	1.000
deviation from routine	.232	.040	.232	5.818	.000	1.000	1.000
family harmony	.182	.040	.182	4.558	.000	1.000	1.000
F price	64.626						
P price	.000***						
Adj-R ²	.404						

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

<Table 6> The Result of Multiple Regression about Approval Rating of Festival

Input Factor	non-standardized calculation		standardized coefficient	t	significance probability	collinearity statistics	
	B	Standard error				tolerance limit	VIF
constant	2.324	.056		41.788	.000		
community attachment	.349	.067	.231	5.247	.000	.701	1.426
festival attraction	-.018	.059	-.012	-.300	.765	.890	1.124
deviation from routine	.150	.058	.100	2.582	.010	.916	1.091
family harmony	.064	.057	.042	1.116	.265	.947	1.056
satisfaction level of festival	.795	.073	.527	10.960	.000	.589	1.697
F price	72.540						
P price	.000***						
Adj-R ²	.488						

comment: *** $p<.001$ significance level, ** $p<.01$ significance level, * $p<.05$ significance level.

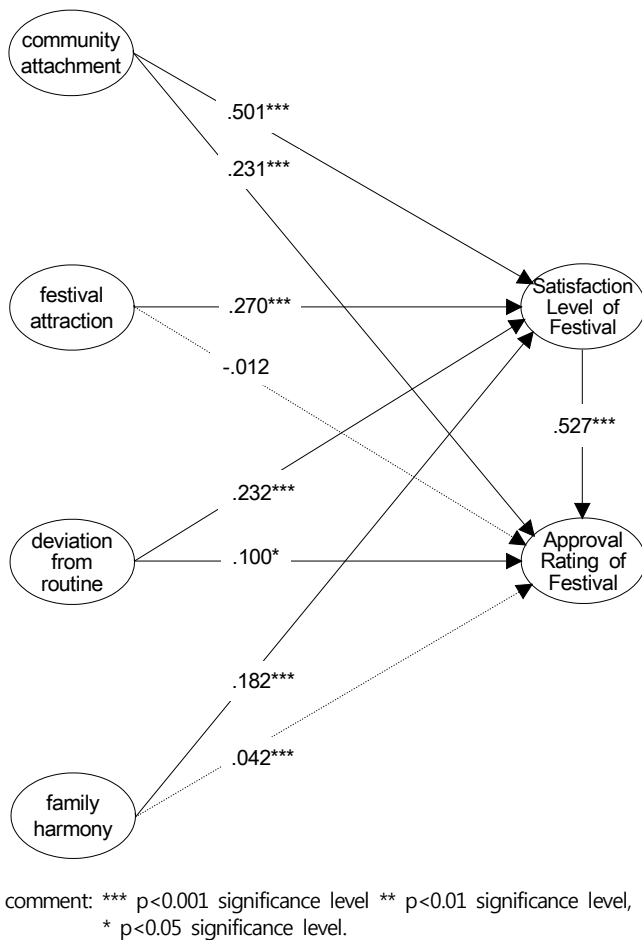
분석결과를 통해 알 수 있듯이 축제에 대한 만족도는 축제에 대한 지지도에 큰 영향을 미치고 있었다. 이러한 결과는 기존의 많은 선행연구 결과와 일치한 맥락으로서 만족도의 매개효과가 충분히 검증되었다. 그러나 지역주민들의 축제참여동기 중 일부는 직접적으로 축제에 대한 지지로 이어지지 않고 있음을 발견할 수 있었다. 물론 지역사회에 대한 애착심과 일탈의 목적은 비록 축제에 대한 지지로 직접 이어지긴 했지만 이 가운데서도 지역사회에 대한 애착의 영향력이 일상탈출의 영향력보다 월등하게 높았다. 이 또한 위에서 언급한 보유효과의 결과라 보아진다. 따라서 지역

사회를 애착하는 주민들이 일상탈출의 목적에서 지역축제의 개최를 지지하지만 축제의 불거리나 축제를 통해 가족의 화합을 기대하는 차원에서 지역축제의 개최를 원하지는 않는다고 판단된다.

셋째, 축제참여동기의 축제지지도에 대한 간접효과 및 총 효과를 비교해본 결과(<Table 7> 참조), 축제참여동기는 축제지지도에 직·간접적인 영향을 미치고 있는데 모두 정(+)의 영향을 미치고 있음을 알 수 있었다. 물론 이러한 효과는 축제참여동기 별로 비교적 큰 차이를 보이고 있다.

<Table 7> Channel Effect Chart about Approval Rating of Festival

parameter	independent variable	direct effect	indirect effectiveness	total effect
Satisfaction Level of festival	community attachment	.231	.501 × .527=.264	.231+.264=.495
	festival attraction	-	.270 × .527=.142	.142
	deviation from routine	.100	.232 × .527=.122	.100+.122=.222
	family harmony	-	.182 × .527=.096	.096



<Figure 2> Path Effect Freedom about Approval Rating of Festival

먼저, 축제지지도에 대한 직접효과는 위에서 기술한바와 같이 지역사회에 대한 애착의 효과가 0.231로 가장 뚜렷하게 나타났고 그 다음으로는 일상탈출 목적의 효과이다. 반면, 축제의 매력과 가족화합의 영향은 유의하지 않은 것으로 나타났는데 이는 지역주민들의 축제매력이나 가족화합을 기대하는 수요를 이용하여 축제에 대한 지지도로 이끌어낼 수는 없다는 것을 말해준다. 이는 다음과 같은 두 가지 원인에서 비롯된 것이라 판단된다. 하나는 정보통신 기술의 발달로 국내 축제는 물론 글로벌 모든 축제에 대한 정보를 쉽게 접할 수 있어 현대인들의 축제의 품질에 대한 전반적 요구수준이 높아져 일시적인 만족을 할 수는 있으나 장기적인 지지도로는 이어지지 않는다는 것이다. 다른 하나는 현대인들의 라이프스타일이 물질의 풍요로움 속에서 개인주의의 팽배에 따라 과거에 비해 많은 변화를 가져왔음을 시사한다. 예컨대 가족화합의 중요한 계기가 될 수 있는 최대 명절의 의미가 과거에 비해 크게 퇴색되어 있는 현실이 이러한 점을 뒷받침하고 있다.

다음, 축제지지도에 대한 간접효과는 축제참여동기의 모든 유형에서 나타났지만 지역사회에 대한 애착의 효과가 0.264로 가장 높게 나타났고, 그 다음 순으로 축제매력이 0.142, 일상탈출이 0.122, 가족화합 항상 목적이 0.096으로 나타났다. 특히 이러한 간접효과에 있어서 가족화합의 동기는 그 영향력이 매우 낮게 나타났다.

마지막으로, 축제지지도에 대한 총 효과를 살펴본 결과, 역시

지역사회에 대한 애착의 효과가 0.495로 나타나 다른 참여동기에 비해 압도적으로 큰 영향력을 보이고 있다. 그 뒤를 이어 일상탈출, 축제매력, 가족화합 순으로 총 효과가 나타났다. 따라서 축제참여동기의 모든 요인을 축제 지지도로 이끌어내기 위해서는 만족도라는 매개변수의 역할을 충분히 활용하여 간접효과를 높이는 것이 효과적인 방법이라 판단된다.

5. 결론

본 연구는 지역주민들의 축제참여동기와 축제만족도가 축제지지도에 미치는 영향을 실증분석 함으로써 지역축제를 활성화시키기 위해 지역 전체가 노력해야 할 방향을 제시하는데 목적을 두었다. 따라서 본 연구는 선행연구 결과를 토대로 지역주민들의 축제참여동기를 축제지지도에 영향을 미치는 요인으로 보고 이를 축제만족도와 관련하여 가설을 설정하고 실증 분석하였다.

본 연구는 다음과 같이 요약할 수 있다.

첫째, 축제만족도에 대한 축제참여동기의 영향을 실증 분석한 결과 각 독립변수들은 지역사회 애착(0.501), 축제매력(0.270), 일상탈출(0.232), 가족화합(0.182) 순으로 모두 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타나 관련 가설이 전부 채택되었다. 특히 지역사회 애착의 영향력은 다른 변수들에 비해 현저하게 높은 영향력을 보이고 있었다. 따라서 지역사회에 대한 애착도가 높은 지역주민들이 지역축제의 성공적인 개최에 매우 큰 역할을 하고 있는 것(Jang & Kim, 2007)으로 분석되었다.

둘째, 축제지지도에 대한 축제참여동기의 영향을 실증 분석한 결과 지역사회 애착(0.231)과 일상탈출(0.100)은 통계적으로 유의하게 정(+)의 영향을 미치고 있으나 축제매력과 가족화합은 통계적으로 유의하지 않은 것으로 나타나 이와 관련된 가설은 부분 채택되었다. 이러한 결과는 지역주민들이 축제 프로그램이라든가 축제 분위기 또는 축제를 통한 가족화합 개선 등에 대한 기대를 갖고 축제에 참여했으나 이러한 동기가 축제에 대한 지지도로 이어지지는 않고 있음을 말해준다. 단지 지역사회에 대한 애착 그리고 축제 기간 일상생활에서 탈출할 수 있어 축제를 지지하고는 있지만 그나마 보유효과에서 비롯된 것이라 판단된다.

끝으로, 축제지지도에 대한 축제만족도의 영향을 실증 분석한 결과 축제만족도(0.527)는 통계적으로 유의하게 축제지지도에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타나 관련 가설이 채택되었다. 이러한 결과를 통해 축제만족도의 매개변수 효과가 충분히 검증되었다. 따라서 축제참여동기의 각 유형이 축제만족도를 통해 축제지지도에 간접적으로 정(+)의 영향을 미치고 있었지만 여기에서도 지역사회 애착의 영향력이 가장 높았고 가족화합의 영향력이 가장 낮았다. 총 효과를 살펴본 결과 역시 지역사회 애착의 영향력이 가장 높았고 가장 낮은 효과를 나타내는 것은 가족화합이었다. 이를 통해 팽배된 개인주의를 바탕으로 현대인들의 라이프스타일이 많은 변화를 가져왔음을 알 수 있었다. 특히 축제참여동기 중 일부만 축제지지도에 긍정적인 영향을 미치는 점을 감안할 때 참여동기의 모든 요인이 축제지지도에 기여하도록 하기 위해서는 축제만족도를 높여 지지도에 대한 간접효과를 높여야 할 것이라는 점을 말해준다.

이상의 논의를 거쳐 다음과 같은 시사점을 도출할 수 있다.

첫째, 지역축제의 거시적 환경차원에서, 지역사회는 지역주민들이 지역사회에 대한 애착으로 인하여 축제에 대한 지지를 가져오는 점을 감안하여 지역주민들로 하여금 자부심을 느끼게 하는 지역 특화 문화와 지역 특화 산업을 끊임없이 개발해야 한다. 그리

하여 이러한 문화와 산업을 주제로 한 축제를 통해 경제적 효과와 사회적 효과를 창출하고 나아가 이러한 효과를 통하여 지역주민들로 하여금 지역사회에 대해 더욱 애착하도록 노력을 기울여야 할 것이다.

둘째, 지역축제의 과업 환경차원에서, 지역사회는 축제를 통한 주민들의 삶의 질 개선에 많은 노력을 기울여야 한다. 특히 정부는 지역축제가 갖는 경제적 효과와 사회적 효과의 창출기능에만 집착하지 말고 축제가 다양한 기능을 수행하도록 디자인해야 한다. 양질의 교육을 이유로 수도권 집중현상이 날로 심해가는 현실을 감안하여 정부는 축제의 교육기능 등 다양한 기능을 개발해야 하며 또 이러한 기능은 장기적인 효과를 볼 수 있도록 해야 한다.

마지막으로, 지역축제의 내부 환경차원에서, 축제의 프로그램 개발과 축제의 분위기 조성에 많은 노력을 기울여야 할 것이다. 지역사회는 축제가 지역주민들의 자부심을 충분히 나타내고 축제 프로그램 자체가 지역주민들의 정서와 특색을 잘 살릴 수 있도록 노력하여 매력적인 축제상품을 개발해야 한다. 따라서 축제를 운영함에 있어서 지역주민들의 적극적인 참여를 유도하고 지역주민을 축제운영위원회에 위원으로 위임하거나 정기적으로 지역주민들 사이에서 축제 관련 아이디어 공모활동을 펼치는 것이 바람직하다고 본다. 이렇게 함으로써 지역주민들의 축제만족도를 제고할 수 있고, 이를 매개로 축제에 대한 지속적인 지지와 성원을 이끌어낼 수 있게 된다. 그리고 정부는 홍보시장을 세분화하여 체계적인 홍보전략을 수립함으로써 알맞은 홍보채널을 활용하여, 전국적인 범위에서 축제의 사전 분위기를 효과적으로 조성해야 한다.

이상과 같이 본 연구는 지역축제 관한 일부 적극적인 제안을 했다는 의의를 갖고 있지만, 축제의 참여동기 유형을 단순화 했다는 한계점을 가지고 있다. 또한 축제의 경제적 효과에 대한 후속 연구가 필요할 것으로 판단된다.

References

- Ahn, Dae-Hee, & Lee, Nak-Kyi (2009). Effects of Visitors' Motivation for Attending Festivals on Their Participation Flow and Satisfaction. *Journal of Korea Contents Association*, 9(2), 391-399.
- Chae, Yea-Byeong, Kong, Youn-Joo, & Kim, Hyung-Sik (2011). The Study on Participation Motive of Regional Festival, Satisfaction, and the Loyalty: Focused on Hampyeong Butterfly Festival. *Korea Journal of Tourism and Hospitality Research*, 25(5), 161-176.
- Cho, Joon-Sang (2013). A Study on the Effects of Perceived Value on Customer Satisfaction, and Repurchase Intention: among Traditional Markets Users in KOREA. *Journal of Distribution Science*, 11(10), 93-105.
- Cho, Tae-Young, & Lee, Min-Soon (2009). Research on the Motive and Satisfaction of a Visitor to a Local Festival: Targeting the local residents and tourists to Geumsan Ginseng Festival. *Journal of the Aviation Management Society of Korea*, 7(2), 65-78.
- Cho, Won-Seb, & Choi, Sang-Su (2010). Effect of Local Community to the Participation of Local Festival in Cheonan. *Journal of Korea Contents Association*, 11(3), 449-459.
- Choi, Hae-Soo (2009). A Study on the Influence between Lifestyle, Motivation and Guest Satisfaction, Behavior Intention of Festival Participants: the Mediated Effect of Perceived Value. *Korea Journal of Tourism Research*, 24(3), 211-237.
- Jang, Yang-Lae, & Kim, Hae-Young (2007). A Comparative Study of Local Festival Motivation, Satisfaction, Loyalty: The Case of Local residents and Visitors. *Journal of The Korean Association of Regional Geographers*, 13(6), 724-737.
- Jeon, Chang-Seok (2013). A study of the influence of Motivation on the Revisitation. *Journal of Tourism Enhancement*, 1(1), 137-151.
- Jeong, Mee-Kyung, & Ko, Ki-Sook (2011). The effect on characteristic of festival participation and community attachment influence upon their festival satisfaction and learning motivation stimulus. *Journal of Lifelong Education*, 17(4), 55-82.
- Jeong, Yu-Jun, & Lee, Joo-Hyeong (2013). The Effect of Benefits according to Types of Regional Tourism Brand's Development on the Supports for its Development: Focus on the Residents in Gangneung City. *Korea Tourism Research Association*, 27(4), 171-191.
- Jin, X. J., Choi, J. S., Roh, S. H., Jung, Y. P., & Lee, J. I (2013). The Effect of The Local Festival Participation Motives on Satisfaction and Revisiting Intention: In Case of Yeng-wol Danjong Cultural Festival. *Journal of Agricultural, Life and Environmental Sciences*, 25(1), 8-14.
- Kang, Young-Ae, Yoo, Kwang-Min, & Kim, Nam-Jo (2012). Influences of Residents' Place Attachment and Environmental Perception toward Ecotourism Cognitive Effects and Support. *Journal of Tourism Studies*, 24(4), 113-136.
- Kim, Byung-Won, & Lee, Jang-Joo (2006). The Comparison Analysis of Participation Motive In Local Festivals: Focused on Simcheong Festival at Gogseong and Baegryeon Festival at Muan. *Journal of Tourism Sciences*, 30(3), 135-160.
- Kim, Hong-Chul (2007). The Comparison Analysis of Participation Motive According to Local Festival Type: Focused on Industrial, Cultural, Integrating Type Festival. *International Journal of Tourism Research*, 4(3), 19-34.
- Kim, Si-Joong (2012). The Effect of Tourists' Participative Motivation of a Festival on Satisfaction and Behavior Intention: Case of Baekjae Cultural Festival. *Journal of The Korean Association of Regional Geographers*, 18(4), 433-444.
- Kim, Young-Suk (2013). The Influence of Festival Motivations on Satisfaction and Revisit Intention: Focus on Gwangju City in Gyeonggi-do. *Korea Journal of Tourism and Hospitality Research*, 27(1), 189-202.
- Ko, Ho-Seok (2005). A Study on Market Segmentation on Gyeong-ju Silla Cultural Festival According to Participating Motivation & Benefit Sought. *Korean Journal of Tourism Research*, 20(2), 1-18.
- Ko, Seung-Ik (2008). Impact of Local Society Attachment on

- Residents' Effect Perception. *the Journal of Business Education*, 21, 531-550.
- Kwon, Jeam-Ok, & Park, Soo-Wan (2013). Usefulness of Providing for Festival Information through the Internet to Activate Participation of a Local Festival. *Korean Journal of Hospitality Administration*, 22(1), 213-232.
- Lee, Duk-Won, & Suh, Kwang-Yul (2011). Influence of Participation Motive and Selection Attributes for Hoengseong Hanu Festival. *Korean Journal of Hospitality Administration*, 20(1), 285-298.
- Lee, Jae-Rock, & Kim, Chan-Souk (2007). A Study on the Influences of Satisfaction and Effect of Rape Flower Festival. *Journal of Marketing Studies*, 15(4), 157-181.
- Lee, Jeong-Rock, & Woo, Youn-Sub (2003). Spatial Evolution and Characteristics of Cultural Tourism Festivals in Chonnam Province of Korea. *Journal of The Korean Association of Regional Geographers*, 9(3), 233-247.
- Park, Se-Beom, & Park, Jong-O (2013). Consumer Behavior. Seoul, Korea: Book Net, 539.
- Ryoo, Jeung-Ah (2008). Analysis of conflict between cultural value and economic effect in the local festivals. *The Research of the Performance Art and Culture*, 17, 135-160.
- Sea, Young-Hwan, Jo, Sun-Ha, Shin, Jin-Hwa, & Kim, Kong (2012). A Relationship among Local Inhabitant Recognition, Support, and Cooperation on Opening 2015 Gwangju Summer U-Competition. *The Korea Journal of Sports Science*, 21(3), 57-73.
- Suh, Chul-Hyun, & Ko, Ho-Seok (2008). A Study on the effects of Participants Motivation on the Festival Attraction of Local Festival: Focused on 2007 Boseong Green Tea Festival & Hadong Wild Tea Cultural Festival. *Korea Journal of Tourism Research*, 22(4), 223-241.
- Suh-Hwi-Seok, & Lee, Dong-Gi (2000). A Study on the Effect of the Quality of Local Festival Service Components to the Satisfaction of Visitors: focusing on the Buan Sunset Festival. *Korean Public Administration Quarterly*, 12(3), 581-594.
- Sun, Zhong-Yuan, & Na, Seung-Hwa (2013). An Analysis of Purchase Behaviors of Department Store Users Based on Types of Preference for Luxury Brands. *Journal of Distribution Science*, 11(10), 5-15.
- Yang, Seung-Pi I(2012). A Study on the Relationships of Residents' Perceptions, Perceived Benefits, Development Supports and Intentions to Participate toward Eco-tourism Development. *Korea Journal of Tourism Research*, 27(2), 319-339.
- Yoo, In-Pyong (2010). A Study on the participation motivation, satisfaction, and behavioral intentions of Local Festivals: focusing on the 6th Go-Chang Green barley Festival. *Korean Journal of Tourism Research*, 25(3), 337-352.
- Yoo, Ye-Kyoung, Park, Duk-Byeong, & Yoon, Yoo-Shik (2011). Local Festival Attendees' Satisfaction, Royalty and Support for Festival Development. *Korean Journal of Hospitality Administration*, 20(2), 175-189.
- Yoo, Seol-Min, Park, Chang-Kyu, & Lee, Choong-Ki (2013). A Study on the Relationships among Tourism Impact, Benefit, and Support toward the Yeosu Expo: Focusing on the Pre-and Post - Survey of Local Resident. *Journal of Tourism Sciences*, 37(9), 207-229.
- Yun, Ji-Hyun, & Lee, Hwan-Bong (2008). The impact of Community Attachment on the Residents' attitudes toward tourism development. *Journal of Tourism Management Research*, 12(2), 76-102.