

## 축제 참가자 특성에 따른 서비스품질 인식 차이에 관한 연구

추 승우\* · 김 민형\*\*

### 요약

대부분의 지역축제는 지역문화의 특성을 반영하기 보다는 타 지역의 축제의 단순 모방이나 차별화된 콘텐츠 및 프로그램의 부재 등으로 지역민의 위로행사로 전락하고 있어 축제에 대한 부정적인 시각도 대두되고 있는 실정이다. 이러한 실정에서 지역축제가 관광적 가치를 발휘하고 관광상품으로 성공하기 위해서는 무엇보다 축제 서비스품질에 대한 면밀한 분석이 선행되어야 한다. 이에 본 연구에서는 축제 서비스품질에 대한 이론적 개념을 재정립하고, 서비스품질의 구성차원에 대한 실증분석을 실시하며, 이를 통한 인구통계적 특성과 축제 참가 특성에 따라 축제 서비스품질의 인지에 어떠한 차이가 있는지를 파악하여 향후 축제 관광객들을 위한 효과적인 마케팅 방안을 수립을 위한 유용한 자료를 제공하고자 한다.

**주제어:** 서비스품질, 인구통계적 특성, 축제참가 행태 특성

---

\* 동의대학교 호텔컨벤션경영학과 조교수. E-mail: swchoo@deu.ac.kr

\*\* 동아대학교 국제관광경영학과 초빙교수. E-mail: m-h0130@hanmail.net

## I. 서론

각 지방자치단체들은 새로운 축제를 개발하거나 또는 기존의 축제를 보완하여 지역의 축제를 경쟁적으로 개최하고 육성하기 위해 노력하고 있다(이범재, 2010). 이는 지역축제로 인해 문화적·사회적·경제적 측면에서 긍정적 효과를 기대할 수 있기 때문이다. 즉, 지역축제는 지역의 전통적이고 고유한 문화를 계승 및 발전시키고 지역민들 간의 소통과 화합을 통해 삶의 질을 향상시키며 이를 찾는 관광객들의 소비지출은 지역경제 활성화에 기여한다(전효진, 2015). 하지만 대부분의 지역축제는 지역의 특화된 특성을 반영하기 보다는 타 지역의 축제를 단순히 모방하거나 차별화된 콘텐츠 및 프로그램의 부재 등으로 지역민의 위로행사로 전락하게 되면서 축제에 대한 부정적인 시각도 대두되고 있는 실정이다(은지영·박양우, 2014; 전영철·이상희, 2015).

지역축제가 관광적 가치를 발휘하고 관광상품으로 성공하기 위해서는 무엇보다 축제 서비스품질에 대한 면밀한 분석이 선행되어야 한다(김헌철, 2014; 정분도, 2017). 축제 서비스품질의 중요성이 강조되면서 축제 참가자들이 인지하는 서비스품질에 관한 연구가 활발히 진행되었으나, 기존연구는 주로 서비스품질과 만족 및 재방문의도의 영향관계를 고찰하는데 그치고 있다(심상화, 2005; 이승곤·한지훈, 2005, 이윤희, 2018; Crompton & Love, 1995; Crompton & Childress, 1997). 하지만 축제의 활성화를 위해서는 축제 참가자들의 행동론적 관점에서 참가자들의 특성을 파악하려는 학문적 접근이 필요하다(이범재, 2010). 특히, 축제 참관객의 인구통계적 특성과 참가 행태 특성은 관광산업 및 축제 분야에서 성공적인 마케팅 전략을 수립하기 위한 핵심요소로 활용되고 있다(김기현·윤유식·윤영혜, 2014; Kotler & Armstrong, 2008). 참가자 특성이 중요한 변수임에도 불구하고, 일반적으로 인구통계적 및 참가자 특성은 연구의 기초자료로 활용하는데 그치고 있는 실정이다.

이에 본 연구는 축제 참관객이 인지하는 축제 서비스품질에 대한 보다 심도 깊은 이해를 추구하고자 수행되었다. 연구의 구체적인 목적은 첫째, 축제 서비스품질에 대한 이론적 개념을 재정립하고, 서비스품질의 구성차원에 대한 실증분석을 실시하였다. 둘째, 인구통계적 특성과 축제참가 행태 특성에 따른 축제 서비스품질 인식의 차이를 파악하고자 하였다. 본 연구의 결과는 축제 서비스품질에 관한 이론적 연구를 더욱 넓히는데 기여할 것으로 예상되며, 향후 지역축제 관광객들을 위한 보다 세분화되고 효율적인 마케팅 방안 수립을 위한 그 기초를 제공할 것이다.

## II. 이론적 고찰

지역축제는 지역 내에서 지역민들이 공유하는 지역중심의 행사로서 경제적·사회적·문화적 측면에서 그 중요성이 부각되고 있다(강형기, 2009; 정강환·윤유식, 2004). 경제적 측면에서는 관광객들에게 지역의 다양한 볼거리, 먹거리, 즐길거리 등을 제공하여 소비지출을 유도함으로써 지역경제 활성화에 기여한다. 사회적 측면에서는 축제를 통해 지역민의 참여 및 화합을 도모하고 지역민의 삶의 질을 제고한다. 문화적 측면에서는 지역의 문화적 정체성에 근원을 두고 가치와 관습을 표현하는 지역 문화의 총체라고 할 수 있다.

지역축제의 중요성이 강조되면서 축제 서비스품질과 관련된 연구가 활발히 진행되었다(심상화, 2005; 이승곤·한지훈, 2005; 이윤희, 2018; Crompton & Love, 1995; Crompton & Childress, 1997). 축제 서비스품질은 주최기관이 제공하는 서비스에 대해 참가자들이 인지하는 서비스 품질을 의미한다(김연형, 2010). 축제 서비스품질 요인에 관한 선행연구는 학자마다 다양하게 나타나고 있다. Crompton과 Love(1995)는 축제 서비스품질로 행사장 환경, 행사장 내 정보제공, 행사장 편의시설, 행사장 주차시설, 종사자와의 상호작용의 요인을 도출하였다. 이후 Crompton과 Childress(1997)는 축제행사의 불일치 측정모형을 적용하여 서비스품질 속성으로 프로그램 구성, 프로그램 유익성, 주차용이성, 접근성, 안내시설, 친절성 등을 제시하였다. 국내 연구는 심상화(2005)는 축제 서비스 품질을 기술적 품질(접근성, 시설여건 및 배차, 음식 및 기념품, 체험성), 기능적 품질(축제장소 이용의 편리성, 방문객 중심의 서비스 제공), 사회적 품질(사회적 효과, 문화적 효과, 경제적 효과)로 설명하였다. 이승곤·한지훈(2005), 이윤희(2018)는 축제 서비스 품질을 물리적 품질과 과정적 품질로 구분하였다. 물리적 품질은 기술적 품질로 안내체계, 정보전달, 화장실, 주차장, 휴식 공간 등을 포함하며, 과정적 품질은 기능적 품질로 친절성, 지식, 교육성, 프로그램 등을 포함한다.

축제 서비스품질과 관련된 기존연구는 주로 서비스품질과 만족 및 재방문의도의 영향관계를 고찰하였다(심상화, 2005; 이승곤·한지훈, 2005, 이윤희, 2018). 하지만 관광산업 분야에서 성공적인 마케팅 전략을 수립하기 위한 핵심요소로 참가자 특성의 중요성이 강조되면서(김기현·윤유식·윤영혜, 2014) 관광산업의 카지노, 외식 분야에서 이용객 특성에 따른 서비스품질의 차이에 관한 연구가 이루어졌다. 황진수·최정규(2017)는 카지노 산업을 대상으로 인구통계적 특성과 카지노 특성에 따른 서비스 품질의 차이를 분석하였다. 서비스품질은 게임서비스, 물리적 환경, 직원서비스, 음식

서비스로 구분하였다. 분석결과에 의하면 인구통계적 특성의 경우, 성별은 여성이 남성에게 비해 직원서비스, 연령은 다른 연령대에 비해 50대 이상이 게임서비스, 결혼여부는 기혼이 음식 서비스, 소득은 소득수준이 가장 낮은 집단이 물리적 환경에서 통계적으로 유의한 차이를 보였다. 카지노 특성의 경우, 본인 스스로 게임실력이 높다고 생각할수록 음식서비스의 품질을, 게임경력이 길수록 게임서비스의 품질을, 가족을 동반한 유형은 직원서비스의 품질을 중요시 하는 것으로 나타났다. 성태중·이영주(2017)는 커피전문점을 대상으로 인구통계적 특성에 따른 서비스품질과 지각된 가치, 만족, 재방문의도의 관계를 고찰하였다. 연구결과에 의하면 성별은 여성, 학력은 4년제 졸업생, 연령은 10대를 제외한 모든 연령대, 직업은 전문직인 경우 고가치브랜드를 선호하는 것으로 조사되었다.

축제 분야에서는 인구통계적 특성 및 참가 특성에 따른 체험동기에 관한 연구가 일부 진행되었다. 이범재(2010)는 축제 참가자를 대상으로 인구통계적 특성과 참가 특성에 따른 체험동기의 차이를 분석하였다. 체험동기는 모험체험, 교류체험, 지식여가체험으로 구분하였다. 연구결과에 의하면 인구통계적 특성의 성별, 학력, 직업, 소득에 따른 동기는 차이가 없는 것으로 나타난 반면, 연령의 경우 20-30대는 지식여가체험, 결혼여부의 경우 미혼은 모험체험의 동기가 높은 것으로 나타났다. 더불어 참가 특성의 동반자 유형, 방문경험, 방문목적에 따른 동기는 유의한 차이가 없는 것으로 나타났다. 어린이 동반 유무와 관련해서는 어린이를 동반하지 않는 경우 모험체험의 동기를 선호하는 것으로 나타났다. 전효진(2015)은 축제 참가자들의 인구통계적 특성에 따른 방문동기를 파악하기 위해 방문동기를 문화체험성, 친화성, 일탈성으로 구분하였다. 성별은 여성이 남성에게 비해 문화체험성과 일탈성, 학력은 대학교 및 대학원이 문화체험성, 직업은 회사원/공무원/전문직이 일탈성의 동기가 높은 것으로 나타났다. 기존연구에서는 축제 서비스품질과 인구통계적 특성 및 참가 특성의 관계를 직접적으로 고찰한 연구는 미비한 실정이나, 관련된 선행연구를 통해 축제 참가자 특성에 따른 축제 서비스품질의 결과를 유추할 수 있다.

### Ⅲ. 연구방법

본 연구의 실증연구를 위한 조사자료는 2016년 4월 1일부터 4월 30일까지 온라인 설문조사를 통해 획득하였으며, 조사대상은 최근 3개월 이내 문화체육관광부에서 지정한 축제에 참가경험이 있는 참가자들을 대상으로 할당표본 표집방법을 활용하였다. 조

사방법은 자기기입식으로 이루어졌으며, 총 402부의 설문지를 배포 및 회수하여 최종 분석에 사용하였다.

설문문항은 인구통계적 특성, 축제참가 특성, 축제 서비스품질로 구성하였다. 인구통계적 특성은 성별, 연령, 학력, 소득, 결혼여부의 총 5문항으로 구성하였으며, 축제참가 특성은 축제유형, 참가횟수, 참가기간, 동반자 유형의 총 4문항으로 구성하였다. 축제 서비스품질의 측정항목은 국내외 선행연구를 검토하고 축제관련 전문가 심층면접 조사를 통해 프로그램 6문항, 편의성 6문항, 정보안내 4문항, 운영능력 4문항, 외형성 3문항 총 23문항으로 구성하였다(<표 2> 참조). 축제 서비스품질에 대한 질문은 각각의 항목에 대해 응답자의 의견을 표시하도록 하였으며, 각 항목은 리커트식 5점 척도(1=전혀 그렇지 않다, 3=보통이다, 5=매우 그렇다)로 측정하였다.

실증분석은 SPSS Win 18.0 통계패키지 프로그램을 이용하여 이루어졌다. 분석방법은 첫째, 응답자의 인구통계적 특성과 축제참가 특성을 파악하기 위해 빈도분석을 실시하였다. 둘째, 축제 서비스품질의 신뢰도 및 타당도를 검정하기 위해 요인분석과 신뢰도 분석을 실시하였다. 셋째, 인구통계적 특성과 축제참가 특성에 따른 서비스품질의 차이분석을 위하여 일련의 t-test와 일원배치 분산분석(ANOVA)분석을 실시하였다.

## IV. 실증분석

### 1. 응답자의 인구통계적 특성 및 축제 참가 이용 형태 특성

인구통계적 특성의 성별은 남성(50.2%)이 여성(49.8%)에 비해 높은 것으로 나타났다. 연령은 40-49세와 50세 이상이 각각 25.4%, 20-29세와 30-39세가 각각 24.6%로 나타났다. 학력은 대학교 졸업이 62.9%로 가장 높게 나타났으며, 대학원 이상 15.2%, 대학교 재학 11.9%, 고졸 이하 10.0%로 나타났다. 가구 소득은 501만원 이상이 33.1%로 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로 300만원 이하가 24.9%, 401-500만원이 21.4%, 301-400만원이 20.6%의 순으로 나타났다. 결혼여부는 기혼 67.4%, 미혼 30.3%, 기타 2.2%로 나타났다.

축제참가 특성의 축제유형은 문화예술축제가 50.5%, 생태자연축제 18.7%, 지역특산물축제 16.4%, 기타 8.2%, 전통역사축제 6.2%로 나타났다. 참가횟수는 3회 이상 36.6%, 2회 32.8%, 1회 30.6%로 나타났으며, 참가기간은 1일이 72.1%, 2일

21.9%, 3일 이상 6.0%로 나타났다. 동반자 유형은 가족/친척이 63.2%로 가장 높게 나타났으며, 친구/연인 27.6%, 혼자 5.0%, 직장동료/친목단체 4.2%로 나타났다.

<표 1> 응답자의 인구통계적 특성과 축제참가 특성

구분	항목	빈도(명)	비율(%)	
인구 통계적 특성	성별	남성	202	50.2
		여성	200	49.8
	연령	20-29세	99	24.6
		30-39세	99	24.6
		40-49세	102	25.4
		50세 이상	102	25.4
	학력	고졸이하	40	10.0
		대학교 재학	48	11.9
		대학교 졸업	253	62.9
		대학원 이상	61	15.2
	월평균 가구 소득	300만원 이하	100	24.9
		301-400만원	83	20.6
		401-500만원	86	21.4
		501만원 이상	133	33.1
결혼여부	미혼	122	30.3	
	기혼	271	67.4	
	기타	9	2.2	
참가유형	생태자연축제	75	18.7	
	문화예술축제	203	50.5	
	전통역사축제	25	6.2	
	지역특산물축제	66	16.4	
	기타	33	8.2	
참가횟수	1회	123	30.6	
	2회	132	32.8	
	3회 이상	147	36.6	
참가기간	1일	290	72.1	
	2일	88	21.9	
	3일 이상	24	6.0	
동반자 유형	혼자	20	5.0	
	가족/친척	254	63.2	
	친구/연인	111	27.6	
	직장동료/친목단체	17	4.2	

## 2. 측정항목의 타당성과 신뢰성 분석

축제 서비스품질 측정항목의 타당성을 확인하기 위해 주성분분석과 베리맥스 회전에 의한 요인분석을 실시하였다. 고유값 1 이상의 5개 요인이 추출되었으며, 5개 요인이 설명하는 총 분산설명력은 70.6%, KMO값 .962, Bartlett값 6254.749, 유의확률 .000으로 나타났다. 측정항목의 크론바하 알파값은 .851에서 .899까지 분포하여 내적 일관성을 확보하고 있는 것으로 나타났다.

<표 2> 축제 서비스품질 항목의 타당성과 신뢰성

요인명	항목	요인 적재량	고유 값	분산 설명력 (%)	크론바하 알파값
프로그램	축제 프로그램과 기존 축제와의 차별성	.769	3.987	17.335	.882
	축제 프로그램의 축제 주제와의 적합성	.745			
	축제 프로그램의 교육성	.682			
	축제 프로그램의 오락성	.676			
	축제 프로그램의 다양한 콘텐츠	.672			
	축제 프로그램의 다양한 체험 활동	.666			
편의성	축제 장소의 청결한 화장실 시설	.737	3.929	17.082	.886
	축제 장소에 충분한 휴식공간 구비	.700			
	축제 장소의 장애인·노약자 편의시설 구비	.698			
	축제 장소에 주차시설의 편리성	.660			
	축제 장소 주변의 숙박시설 연계	.627			
	축제 장소의 이용권 발급시설의 편리성	.558			
정보안내	축제 안내책자 구비	.806	3.327	14.466	.891
	축제 홍보관련 매체 구비	.745			
	축제 안내표지판 정비	.726			
	축제 행사장 내 축제정보	.724			
운영능력	축제 행사진행요원의 충분한 수	.711	2.699	11.736	.851
	축제 행사진행요원의 친절한 응대	.697			
	축제 행사진행요원의 전문적 지식	.675			
	축제 행사진행요원의 신속한 불편사항 처리	.572			
외형성	축제 시설 자체가 볼거리	.695	2.292	9.965	.899
	축제 시설과 축제 주제와의 조화	.693			
	축제 시설과 축제 분위기의 조화	.594			

### 3. 인구통계적 특성에 따른 축제 서비스품질 비교

인구통계적 특성에 따른 축제 서비스품질의 차이를 알아보기 위하여 성별에 따른 서비스품질 점수에 대해 t-test를 실시하였다. 그 결과 성별에 따른 서비스품질은 외형성( $p < .1$ )에서 유의한 차이가 있는 것으로 나타났으며, 여성이 남성에 비해 외형성을 상대적으로 더 높게 인지하다는 것을 알 수 있었다. 연령에 따른 체험요소를 비교하기 위하여 분산분석을 실시하였으며, 그 결과 편의성( $F=3.043$  sig=.029.), 외형성( $F=4.076$ , sig=.007), 정보안내( $F=3.496$ , sig=.016)가 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. Duncan의 사후검정 결과, 다른 연령대에 비해 20대는 편의성, 외형성, 정보안내에 대한 서비스품질의 인지가 높은 것으로 나타났다. 결혼여부에 따른 서비스품질의 차이를 알아보기 위하여 분산분석을 실시하였으며, 외형성이 유의한 차이가 있는 것으로 나타났으며, 통계적 유의성은 .05 수준에서 확보되었다. 기타가 미혼이나 기혼에 비해 외형성을 더 높게 인지하는 것으로 나타났다.

<표 3> 인구통계적 특성에 따른 축제 서비스품질의 차이분석

구분	성별		t값
	남성	여성	
프로그램	3.27	3.28	.212
편의성	3.12	3.20	1.202
운영능력	3.28	3.29	.091
외형성	3.31	3.44	1.767*
정보안내	3.34	3.39	.562

  

구분	연령				F값
	20-29세	30-39세	40-49세	50세 이상	
프로그램	3.38	3.13	3.32	3.26	2.081
편의성	3.30(H)	3.03(L)	3.09(L)	3.21(L)	3.043**
운영능력	3.38	3.16	3.30	3.29	1.548
외형성	3.60(H)	3.26(L)	3.31(L)	3.34(L)	4.076***
정보안내	3.53(H)	3.23(L)	3.38(L)	3.43(L)	3.496**



구분	학력				F값
	고졸 이하	대학교 재학	대학교 졸업	대학원 이상	
프로그램	3.24	3.29	3.27	3.31	.104
편의성	3.07	3.20	3.17	3.14	.290
운영능력	3.27	3.26	3.29	3.29	.026
외형성	3.23	3.51	3.36	3.42	1.169
정보안내	3.31	3.42	3.37	3.32	.221

  

구분	소득				F값
	300만원 이하	301-400만원	401-500만원	501만원 이상	
프로그램	3.36	3.30	3.18	3.25	.991
편의성	3.26	3.17	3.06	3.14	1.240
운영능력	3.33	3.35	3.21	3.26	.694
외형성	3.47	3.36	3.26	3.39	1.228
정보안내	3.39	3.33	3.31	3.40	.324

  

구분	결혼여부			F값
	미혼	기혼	기타	
프로그램	3.28	3.26	3.59	.973
편의성	3.16	3.14	3.56	1.553
운영능력	3.28	3.28	3.47	.319
외형성	3.44(L)	3.33(L)	3.93(H)	3.405**
정보안내	3.38	3.35	3.58	.484

- \*\*\*  $p < .01$  , \*\*  $p < .05$  , \*  $p < .1$   
 - Duncan의 사후검정 결과 제시

#### 4. 축제참가 특성에 따른 축제 서비스품질 비교

축제참가 특성에 따른 서비스품질을 비교하기 위하여 분산분석을 실시하였으며, 그 결과가 <표 4>에 제시되어 있다. 축제유형, 참여횟수, 동반자 유형에 따른 축제 서비스품질은 차이가 없는 것으로 나타난 반면, 참여기간에 따른 축제 서비스품질은 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 참여기간에 따른 서비스품질의 편의성 ( $F=5.840$ ,  $sig= .003$ )은 통계적 유의성 .01 수준에서 확보되었으며, 정보안내

(F=2.616 sig=.045)는 통계적 유의성 .05 수준에서 확보되었다. Duncan의 사후검정 결과에 의하면 1일만 체류하는 경우보다는 2일 이상 체류하는 경우에 편의성과 정보안내가 더 높은 것으로 나타났다.

〈표 4〉 축제참가 특성에 따른 서비스품질 차이분석

구분	축제유형					F값
	생태자연	문화예술	전통역사	지역특산물	기타	
프로그램	3.21	3.34	3.42	3.16	3.10	1.804
편의성	3.12	3.22	3.34	3.04	2.98	1.873
운영능력	3.22	3.33	3.42	3.19	3.25	.835
외형성	3.30	3.44	3.59	3.22	3.28	1.915
정보안내	3.30	3.44	3.47	3.23	3.21	1.718

  

구분	참여횟수			F값
	1회	2회	3회 이상	
프로그램	3.21	3.30	3.30	.782
편의성	3.15	3.14	3.18	.102
운영능력	3.25	3.26	3.34	.651
외형성	3.36	3.36	3.41	.191
정보안내	3.31	3.31	3.46	1.870

  

구분	참여기간			F값
	1일	2일	3일 이상	
프로그램	3.23	3.40	3.29	1.783
편의성	3.09(L)	3.37(H)	3.24(H)	5.840***
운영능력	3.25	3.38	3.33	1.251
외형성	3.33	3.52	3.40	2.189
정보안내	3.31(L)	3.52(H)	3.41(H)	2.616**

  

구분	동반자 유형				F값
	혼자	가족/친척	친구/연인	직장동료/ 친목단체	
프로그램	3.57	3.22	3.32	3.44	2.101
편의성	3.21	3.14	3.20	3.12	.219
운영능력	3.58	3.28	3.21	3.41	1.691
외형성	3.40	3.34	3.45	3.41	.597
정보안내	3.59	3.35	3.38	3.24	.794

- \*\*\*  $p < .01$ , \*\*  $p < .05$ ,  
- Duncan의 사후검정 결과 제시

## V. 결론 및 시사점

본 연구는 인구통계적 특성과 축제참가 특성에 따른 서비스품질의 차이분석을 실시하여 축제 서비스품질에 대한 축제 방문객에 대한 심도 있는 이해를 추구하고자 수행되었다. 본 연구의 실증연구를 위한 자료는 2016년 4월 1일부터 4월 30일까지 문화체육관광부에서 지정한 축제에 참가경험이 있는 참가자들을 대상으로 총 402부의 설문지를 회수하여 최종분석에 사용하였다.

본 연구결과에 의하면 인구통계적 특성과 축제참가 특성에 따른 서비스품질에는 차이가 있는 것으로 나타났다. 인구통계적 특성은 성별, 연령, 결혼여부에 따른 축제 서비스품질에 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 성별은 여성이 남성에 비해 외형성의 서비스품질이 높게 나타났으며, 연령은 20대가 다른 연령대에 비해 편의성, 외형성, 정보안내의 서비스품질이 높은 것으로 나타났다. 그리고 결혼여부는 기타가 기혼이나 미혼에 비해 외형성의 서비스 품질을 중요시 하는 것으로 나타났다. 축제참가 특성은 축제유형, 참여횟수, 동반자 유형은 차이가 없는 것으로 나타난 반면, 참여기간은 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 1일이 2일 이상에 비해 편의성, 정보안내의 서비스 품질을 높게 평가하는 것으로 나타났다. 본 연구결과의 성별, 연령, 결혼여부의 서비스품질에 따른 차이는 선행연구의 결과(이범재, 2010; 전효진, 2015)를 지지하고 있다.

본 연구의 결과를 토대로 성별, 연령, 결혼여부, 참여기간 등의 축제 참가자 특성을 고려하여 시장을 세분화하고 개별 시장에 맞는 지역축제 상품 및 서비스를 개발한다면 목표 참가율을 기대할 수 있을 것이다. 예를 들어 연령의 경우, 20대는 정보안내 서비스를 중요시한다는 점을 감안하여, 젊은 연령층의 정보매체 접촉빈도가 높은 인터넷 또는 모바일 앱을 활용한 축제 관련 안내활동을 강화하여야 할 것이다. 축제 참여기간의 경우, 체재일수가 길어질수록 편의성의 서비스를 중요시한다는 점을 감안하여, 축제장소의 편의성뿐만 아니라 축제 개최지와 주변관광지를 연계하여 관광객들이 체류형 관광으로 전환할 수 있는 관광코스를 개발하고, 이와 더불어 축제 장소 주변의 숙박시설 확보 및 지역문화에 특화된 체험 프로그램 개발 등이 수반되어야 할 것이다.

본 연구는 인구통계적 특성과 참가 특성의 변수를 활용하여 축제 서비스 품질을 분석하였지만, 향후에는 그 이외에 서비스 품질의 영향력 있는 변수를 활용한다면 보다 의미있는 결과를 도출할 수 있을 것으로 사료된다.

## 참고문헌

- 강형기(1999). 지방문화와 지역축제: 지역축제, 어떻게 성공시킬 것인가. *지방행정*, 48(52), 29-36.
- 김기현 · 윤유식 · 윤영혜(2014). 방한 외국인 쇼핑관광 서비스품질에 따른 시장세분화 연구. *호텔경영학연구*, 23(4), 181-196.
- 김시중 · 박종진 · 정경숙(2009). 지역축제 이미지 요인이 축제 참가자 만족에 미치는 영향에 관한 연구. *관광레저연구*, 21(3), 129-148.
- 김연형(2010). 지역문화 축제의 서비스 품질과 고객 충성도에 관한 연구. *한국데이터정보과학회지*, 21(3), 437-446.
- 김현철(2014). 지역축제의 서비스품질요인과 재방문 영향관계에 따른 인지도 조절 분석에 관한 연구: 기장멸치축제를 중심으로. *관광레저연구*, 39(4), 263-284.
- 성태중 · 이영주(2017). 커피문의 랜드 가치수와 인구통계학적특성에 따른 서비스품질 성과에 의한 시장세분화에 한 연구. *외식경영연구*, 20(5), 227-249.
- 심상화(2005). 지역축제 서비스품질이 방문자의 만족과 재방문의도에 미치는 영향: 강릉단오제 방문자를 중심으로. *관광레저연구*, 22(4), 377-394.
- 이범재(2010). 축제방문객의 체험동기에 따른 시장세분화 연구. *관광연구*, 24(6), 1-25.
- 이승곤 · 한지훈(2005). 지역축제 서비스품질의 만족이 재방문 의도에 미치는 영향: 안동국제축제를 중심으로. *관광연구저널*, 19(2), 299-313.
- 이윤희(2018). 다문화축제의 서비스품질이 방문객 만족도와 행동의도에 미치는 영향: 강화도 전통사 이주민축제를 중심으로. *관광연구저널*, 42(2), 225-242.
- 은지영 · 박양우(2014). 축제 서비스품질이 이미지와 재방문의도에 미치는 영향. *관광연구저널*, 28(12), 29-43.
- 전영철 · 이상희(2015). 지역축제의 서비스품질이 지역이미지와 축제충성도에 미치는 영향. *동북아관광연구*, 11(3), 187-202.
- 전효진(2015). 김제지평선축제 관광객의 인구통계적 특성에 따른 방문동기 차이 검증 연구. *관광연구*, 29(6), 257-272.
- 정강환 · 윤유식 (2004). 축제 방문객 만족도가 지역 문화관광에 미치는 영향에 관한 연구. *관광레저연구*, 16(2), 287-303.
- 정분도(2017). 순천만 갈대축제의 서비스품질이 축제만족도와 지역관광만족, 재방문 의도에 미치는 영향. *한국도서연구*, 29(4), 67-82.

- 정승훈(2010). 지역축제의 서비스품질, 지각된 가치, 만족, 충성도의 영향 관계: 제주 이호테우축제를 사례로. *한국콘텐츠학회논문지*, 10(11), 391-401.
- 황진수·최정규(2017). 카지노 산업에서 고객들의 특성에 따른 서비스 품질의 차이 연구. *호텔경영학연구*, 26(3), 213-226.
- Crompton, J. L. & Childress, R. D.(1997). A Comparison of Alternative Direct and Discrepancy Approaches to Measuring Quality of Performance at a Festival. *Journal of Travel Research*, 36(2), 43-57.
- Crompton, J. L. & Love, L. L.(1995). The Predictive Validity of Alternative Approaches to Evaluating Quality of a Festival. *Journal of Travel Research*, 34(1), 11-24.
- Kotler, P. & Armstrong, G.(2008). *Principles of Marketing*. New Jersey: Prentice Hall.

접수일(2019년 04월 19일)  
수정일(2019년 05월 13일)  
게재확정일(2019년 05월 27일)  
3인익명 심사필

## **A Study on the Differences in Service Quality according to the Attendees' Characteristics in the Festival**

Choo, Seung-Woo\* · Kim, Min-Hyung\*\*

### **Abstract**

The aim of this study was to explore the differences in service quality according to the attendees' characteristics in the festival. More specifically, the aim of this study was to explore the reliability and validity of five dimensions of service quality (i.e. program, convenience, operation capacity, physical appearance, information guide) and determine whether there are statistical differences among the five dimensions of services quality according to the demographic variables and festival attendees' characteristic. For empirical study, a survey was conducted from April 1 to 30, 2016 through an online survey company. Total 402 samples were used for the final analysis. According to the analysis, there exist differences in festival service quality by some demographic variables, such as gender, age and marital status, and attendees' characteristic including length of stay. Discussions on theoretical/empirical implications and directions for future study are provided.

**Keywords** : service quality, festival participation behavior characteristics,  
demographic variable

---

\* Assistant Professor, Dept. of Hotel & Convention Management, Dong-Eui University, Korea.  
E-mail: swchoo@deu.ac.kr

\*\* Visiting Professor, Dept. of International Tourism Management, Dong-A University, Korea.  
E-mail: m-0130@hanmail.net