

지방자치단체간 문화관광축제의 연계유형 평가

- '2001 세계도자기엑스포' 개최 관계자와 방문객의 인식조사를 중심으로 -

강영애* · 조중현** · 김용근***

*제주발전연구원 · **서울시립대학교 대학원 조경학과 대학원 · ***서울시립대학교 건축·도시·조경학부

The Linkage of Cultural Tourism Festivals among Local Governments - A Case Study of the 'World Ceramic Exposition 2001 Korea' -

Kang, Yong-Ae* · Cho, Joong-Hyun** · Kim, Yong-Geun***

*Jeju Development Institute

**Dept. of Landscape Architecture, Graduate School, The University of Seoul

***School of Architecture, Urban Planning, Landscape Architecture, The University of Seoul

ABSTRACT

The purpose of this study is to suggest the necessity of linking and coordinating Cultural Tourism Festivals among local governments and to propose a plan for maximizing the effects of these festivals. The 'World Ceramic Exposition 2001 Korea' which took place from August 10th to October 28th was selected as a case study for the linkage plan of Cultural Tourism Festivals among local governments.

Data were collected from a random sampling of visitors to 'World Ceramic Exposition 2001 Korea' from 24 to 28 October, 2001. 369 samples from a total 375 respondents were used for the final analysis. The contents of the questionnaire consisted of the cognition and satisfaction about the effects of the festival linkage among local governments and the preference of festival linkage types.

The results of the analysis showed that not only festival staff but also visitors recognized the necessity of linking festivals among regions. Both visitors and festival staff had a positive attitude about the effects of the linked festival.

In addition, they highly rated the 'World Ceramic Exposition 2001 Korea' as a successful festival. Visitors were satisfied with the festival. Furthermore, the number of visitors was more than staff expected.

The organizing committee and staff considered the 'World Ceramic Exposition 2001 Korea' as a successful festival. The successful evaluation of the 'World Ceramic Exposition 2001 Korea' was related to the successful

linkage of the festival.

This study originated in the increased necessity of linking Cultural Tourism Festivals among local governments. Since it is a transcendental study, it is not only significant but also limited.

However, in the near future, more varied case studies about the linkages of Festivals will be conducted and these will generalize the results of this study and test the effectiveness of the linkage plans through positive analysis. For the effective linking of festivals among regions, it is necessary to study the definition of factors that affect visitors satisfaction, and determine which methods will improve visitors satisfaction.

Key Words : Cultural Tourism Festival, The Linkage of among Local Government, World Ceramic Exposition 2001 Korea, Tourist Resources, The Type of Linkage, The Effect of Linkage

1. 서론

지방자치제가 실시되면서 나타난 가장 큰 특징 중의 하나는 지방재정의 확충과 지역경제 활성화 차원에서 관광개발에 대한 관심과 투자가 증대되었으며, 지역의 문화와 전통 및 정체성(identity)을 재발견하는 계기를 마련했다는 것일 것이다. 또한 이를 계기로 관광의 측면에서도 지역문화 및 지역특성을 관광자원화(Richard, 2000)하여 하드웨어 중심의 대규모 관광개발보다는 개척이 비교적 용이하며, 예산이 많이 소요되지 않는 축제와 이벤트 같은 소프트웨어중심 관광개발이 활성화되었다.

이처럼 지역문화와 지역의 특성을 자원으로 하는 '문화관광축제'는 관광객을 유치하여 지역경제활성화에 기여하는 등 축제를 통한 직접적인 이익뿐만 아니라 지역의 이미지를 향상시키고, 지역주민의 화합을 고취시키는 등 많은 부분에서 긍정적 기여를 하는 것으로 평가됨으로써 각 지역의 문화관광축제의 수는 계속 증가하는 추세에 있다. 이는 지역축제에 대한 관심과 중요성을 자각한다는 면에서 중요하게 평가되어야 하겠지만, 내용과 과정에 충실하지 못하고 지역마다 축제가 개최되면서 유사한 주제와 내용의 축제들이 우후죽순격으로 개최되고 있어 축제의 차별화가 상실되는 등 많은 문제점을 안고 있다. 이처럼 유사한 축제들이 지역마다 개최됨으로써 과도하고 중복적인 투자 발생으로 인한 경제적 손실뿐만 아니라 사회·문화적으로도 많

은 자원의 낭비를 초래하고 실정이다. 이와 같은 관점에서 문제점을 개선하고 문화관광축제가 지닌 효과를 극대화하기 위해 보다 광역적인 접근을 통해 지방자치단체간 문화관광축제의 연계방안이 모색되기에 이르렀으며, 이미 몇몇 지방자치단체에서는 동일한 문화관광자원을 공유하고 있는 인접 지자체와 상호 연계를 통해 문화관광축제를 개최하고 있는 상황이다.

따라서, 본 연구는 문화관광축제의 단위 지자체별 개최의 문제점을 극복하고 문화관광축제의 긍정적 효과를 극대화하기 위한 하나의 방안으로 모색되고 있는 지방자치단체간 문화관광축제의 연계유형에 대한 실증분석을 통해 그 효과를 살펴보고, 효율적인 연계를 위해 고려되어야 할 중요사항들을 도출하는데 그 목적이 있다. 또한, 이를 위해서 먼저, 문화관광축제의 개념과 연계의 조건 및 유형을 조작적으로 정의하고, 세계도자기 엑스포를 사례로 축제의 개최 관계자 면담조사 및 방문자 설문조사를 통해 축제의 연계성과 연계효과에 대한 인식과 함께 '지역별 축제에 대한 만족도'와 '연계된 축제로서의 만족도'를 비교·분석함으로써 문화관광축제의 연계유형을 평가해 보고자 한다.

문화관광축제의 지자체간 연계에 관한 연구는 광역적인 접근방법으로써 개별 축제의 분석에 치중하였던 기존 연구와 비교하여 축제에 대한 새로운 시각의 접근이며, 지방자치제가 지닌 행정구역 중심의 사고를 뛰어넘는 개념이라는데 그 의미가 있다.

II. 이론적 고찰

1. 문화관광축제의 개념과 연계 필요성

축제는 지역주민들의 총체적인 삶과 전통 문화적 요소가 잘 반영되어 있는 종합적인 문화행사로 문화관광의 대상이 되고 있다. 따라서, 문화관광축제는 문화와 관련된 축제 및 행사를 관광에 초점을 둔 것이라 할 수 있는데(김진수, 1999), 문화적인 요소와 테마를 지닌 지역축제가 관광자원화와 관련될 때 '문화관광축제'로 정의될 수 있으며, 이는 우리 전통문화의 세계화와 문화국가 이미지 조성을 위해 독특한 전통문화자원을 관광상품화하고 기존 문화축제를 세계적 관광축제로 육성함으로써 외래관광객을 유치하고 지역경제를 활성화 하는데 기본방침을 두고 있다(김현주, 1999).

현재 각 자치단체에서 개최되는 문화관광축제의 문제점 중 중요하게 지적되는 것은 첫째, 사전에 충분한 준비 없이 모방하는 경향이 강하다는 것이다. 이로 인해 대부분의 축제들이 유사한 테마를 가지거나, 거의가 비슷한 프로그램으로 채워져 있어 축제들간의 차별성이 없는 획일적인 축제들이 개최되고 있다(김진수, 1999). 이와 같은 문제들은 모두 유사하고 개성이 없는 축제들을 탄생시켜 관광객의 관심을 끌지 못하고 있으며, 이로 인해 일회성의 축제, 지속적이지 못한 축제들이 계속 개최되고 있는 실정이다. 둘째, 각 지역에서 개최되는 축제들이 다른 지역이 하나씩 혹은 자치단체장의 정치적 목적으로 인한 과시형 축제로 전락하는 경우가 많다는 것이다. 지방자치제 실시 이후 많은 축제들이 생겨났지만 과시형 축제들은 개최하는 자체에 목적을 두고 있으므로 축제의 의미가 상실되고 있다. 셋째, 각 지역의 축제 전문가의 부재와 관 주도의 운영으로 주민·지역사회 등 다양한 참여가 배제되고 있다는 점이다. 관 주도의 축제는 축제의 전문성을 살리지 못하고, 독창적이지 못한 축제들을 양산하고 있는 등 많은 한계를 지니고 있다.

이처럼 각 지방자치단체가 개별적으로 개최하고 있는 문화관광축제의 문제점을 개선하기 위해 다양한 방안이 강구되고 있는데, 특히 지방자치단체간 문화관광축제의 연계는 다음과 같은 여러 측면의 이점으로 인해

그 필요성이 제기되고 있다.

첫째, 연계된 축제는 축제예산 확보가 용이하다는 점이다. 자율적 경제권을 지닌 자치단체의 독자적인 축제는 지역 스스로 예산을 확보해야 하는 어려움을 지니고 있으며, 적은 예산으로 축제를 개최해야하므로 축제의 완성도 면에서 많은 한계점을 지니고 있다. 그러나 자치단체간에 연계된 축제는 각 자치단체에서 축제 개최를 위해 투자하는 비용을 하나의 축제에 투자함으로써 집중투자가 가능하며, 더 큰 규모의 축제개최도 가능하다. 전체적으로는 유사한 축제를 지역마다 개최함으로써 발생하는 예산의 낭비를 막을 수도 있다.

둘째, 홍보효과를 극대화 할 수 있다는 점이다. 축제의 준비가 아무리 잘되고 훌륭하다 하더라도 홍보가 제대로 되지 않는다면 그 축제의 존재여부가 불투명해질 정도로 축제 홍보의 문제는 성공적인 축제가 되기 위한 바탕이 된다. 또한 성공적인 축제를 위한 홍보는 축제 자체의 홍보뿐만이 아니라 해당 지역의 홍보이기도 하기 때문에 홍보의 중요성은 크다고 하겠다. 김진수(1999)는 이천·여주·광주 지역이 독자적으로 개최되던 축제의 문제점으로 홍보의 문제를 제시하면서 체계화되고 조직화된 홍보가 필요함을 지적하였다. 지역간에 서로 연계하고 협력하여 축제를 개최한다면 연계지역 전체가 집적화된 홍보 노력을 기울일 수 있으며, 그럴 경우 경제적인 면에서도 유리할 수 있다. 세 지역이 연계하여 축제를 개최할 경우, 지역 독자적인 축제에서와 동일한 비용과 인력을 연계된 축제 홍보에 투자한다면 3배의 효과를 낼 수 있다는 장점을 지니는 것이다.

셋째, 연계된 지역 전체의 이미지를 향상시킬 수 있는 기회가 될 수 있다는 점이다. 지역이 어떤 이미지를 가지고 있는가는 관광산업뿐만 아니라 지역이 생산해내는 생산물 판매에도 영향을 미치므로 자신들의 지역 이미지를 긍정적으로 변화시키기는 것은 각 지역이 축제를 개최하는 중요한 목적 중의 하나다. 그러나 차별화 되지 않은 축제, 많은 문제점을 지닌 축제를 개최한다면 오히려 관광객이 외면하는 축제가 될 수 있으며, 관광객들에게 부정적인 인식을 심어줄 수도 있다. 그러므로 유사한 축제들을 연계하여 개최함으로써 유사축제의 수를 줄이고 부정적인 이미지를 긍정적으로 변화시키는 노력이 필요하다 하겠다.

넷째, 문화권 내의 연계된 축제를 통해 문화권이 지닌 문화의 의미와 중요성을 부각시키고, 문화권에 대한 관심과 이해를 높임으로써 문화발전에도 영향을 미칠 수 있다는 점이다.

다섯째, 연계축제를 통해 연계된 지역 전체의 관광효과를 높일 수 있다는 점이다. 연계된 축제와 연계 지역 전체관광지와 연계된 다양한 관광프로그램 제시가 가능하므로 문화권 전체의 관광산업을 활성화시킬 수 있는 것이다. 또한 연계축제를 통한 연계지역 전체의 홍보는 관광에 영향을 미쳐 문화권 전체로의 연계관광효과를 창출할 수 있다. 이를 위해서는 축제에 참여하기 위해 찾은 관광객을 축제에 한정시킬 것이 아니라 주변관광지로의 여행가능성을 열어줌으로써 다양한 관광행태가 이루어지도록 프로그램화하는 노력이 필요하다.

2. 연계 조건 및 유형분류

문화관광축제의 효율적인 연계를 위해서 고려되어야 할 조건으로는 첫째, 지역이 축제를 통해 얻고자 하는 목적이 명확하게 선정되어야 하고, 둘째, 타 지역의 축제와 차별화 될 수 있는 지역적 특성에 대한 면밀한 분석이 필요하며(한국관광공사, 1994), 셋째, 축제의 개최 및 운영과 연계된 지역의 의사를 반영할 수 있는 연계조직이 구성되어야 하고(조창현 등, 1996), 넷째, 지역 및 문화권의 특성분석과 연계될 축제의 성격에 대한 고려, 지역들이 얻고자 하는 목적과 기대효과에 따라 개최하고자 하는 축제의 범위를 선정하여야 하며(정강환, 1996), 끝으로 연계된 지역 간의 갈등을 사전에 예방하고, 갈등이 발생했을 때, 이를 조정할 수 있는 여건 조성(김필두, 1996)이 필요하다(표 1 참조).

표 1. 연계조건 구분

연계조건	세부항목
목적 선정	• 지역이 축제를 통해 얻고자 하는 목적 선정
지역적 특성 고려	• 지역적 특성과 여건에 대한 분석
연계조직구성	• 축제의 운영과 관리를 총체적으로 담당 • 조직구성의 민주화 필요
범위 선정	• 지역축제의 규모 선정 • 투자 범위(비용부담)와 재정조율 방법의 설정
갈등의 조율	• 갈등의 조율을 위한 조직 구성 • 공동체의식의 문화적 토대 마련

연계의 조건이 충족되었을 때 연계의 방법이 모색되어야 하는데 주어진 상황과 여건을 고려한 연계의 방법이 다양하게 제시될 수 있으나 본 연구에서는 축제 연계의 가장 중요한 요소라고 판단되는 시간과 공간의 요소로서 연계유형을 구분하였다.

축제의 연계를 위해서는 먼저, '공간'에 대한 조율이 필요하다. 여기서 언급되는 '공간'은 축제공간 즉, 축제가 일어나는 장소에 대한 문제로 지역을 연계할 경우 어느 지역에 축제의 공간을 둘 것인가 하는 문제이다. 공간에 대한 요소로 볼 때 두 가지 방법으로 접근할 수 있는데 첫째, 축제 장소를 하나의 지역으로 한정할 것인지, 둘째, 연계된 각 지역에 각각 축제 장소를 둘 것인지 즉, 장소의 한정과 분리에 따라 달라질 수 있다. 이 때 연계 지역이 여러 지역인데 몇 개의 지역만 선택해서 개최하는 경우도 장소의 한정으로 본다.

다음으로 '시간'에 대한 조율이 필요하다. 여기서 시간이란 축제의 기간을 말하는 것으로서 '동시적'이나 '비동시적'이냐에 따라 구분할 수 있다. 시간이 동시적인 경우 각 지역의 축제가 같은 기간동안 동시에 개최되는 것이고, 비동시적인 경우는 각 지역의 축제가 연속적으로 개최하는 경우와 순환하여 개최하는 경우 등 두 가지로 구분될 수 있다.

따라서 공간과 시간을 고려하여 문화관광축제의 연계유형을 분류하면 다음과 같다(표 2 참조). 여기서 공간과 시간을 한정하여 하나의 축제 장소를 선정하는 것이 A유형, 공간이 각 지역별로 분리되지만 시간을 한정하여 축제시기를 함께 하는 경우는 B유형, 공간이 분리되지만 축제 개최 시기가 연속적인 것은 C유형, 개최 시기가 지역별로 순환되는 경우는 D유형으로 분류하였다.

표 2. 시간과 공간의 연계유형

	시간	공간이 동일	공간이 연속	공간이 순환
공간의 한정		A형	-	-
공간의 분리		B형	C형	D형

이처럼 개념적으로는 네 가지 형태의 연계유형으로 분류가 가능하지만 실제 사례로서 적용되고 있는 연계유형은 세계도자기엑스포와 같은 B형과 백제문화제와 같은 D형에 국한된 실정이다.

3. 연계유형의 평가

문화관광축제의 연계유형에 대한 평가는 최근까지 시도된 적이 없는 선형적 연구로서 기존의 연구에서 이론적 토대를 찾는다는 것은 불가능하다. 따라서, 본 연구에서는 축제에 대한 일반적 평가방법에 대한 고찰을 통해 연계유형에 대한 평가방식을 새롭게 정립하여 활용하고자 한다.

축제의 평가와 관련된 조사는 평가의 중심을 어디에 두느냐에 따라 크게 세 가지로 분류할 수 있다(정강환, 1998). 첫 번째는 가장 단순한 평가조사로서 축제의 각 분야, 예를 들면 협찬, 재정운영의 손익결과, 프로그램의 결과를 주최측에서 분석하여 기술하는 방식으로 Tuohy(1993)의 미국 '시카고 요리축제(Taste of Chicago)'의 유치결과를 기술한 연구가 대표적 사례라고 할 수 있다. 두 번째는 축제에 대한 평가를 방문자 조사를 통해 방문자들의 인구·통계적 변수에 의해 분류하여 지역 밖에서 온 관광객의 유치효과를 측정하고 경제적 효과를 방문자들의 소비지출을 통해 조사하는 방식으로 가장 주류를 이루는 관광축제의 평가방식이라고 할 수 있는데 그 대표적 사례로는 Goderie(1994)의 네덜란드 Nijmegen Summer Festival의 평가연구, Getz(1993)의 캐나다 켈거리의 Stempede 평가연구, 스코틀랜드 관광위원회(1993)의 Edinburgh 8개 축제의 평가조사 등이 있으며, 국내의 사례로는 정강환(1996b: 1997)의 광주 김치축제와 진도 영등제의 평가연구 등이 있다. 세 번째는 축제를 서비스로 보는 관점에서 평가 조사한 것으로 Wick와 Fesenmaier(1993)의 Chautauqua of Arts Festival 연구가 대표적인 사례라고 할 수 있다.

본 연구는 문화관광축제의 연계유형을 평가하는데 있어 앞서 고찰한 축제의 일반적 평가방법 중 두 번째 방법을 중심으로 수행되었으나, 이를 보완하기 위하여 첫 번째와 세 번째 방식도 병용되었다. 즉, 두 번째 방식과 같이 방문자를 대상으로 축제의 연계성 및 연계효과에 대한 인식, 축제의 연계유형에 대한 선호도 등을 조사하였고, 첫 번째 조사방식에서 제시하고 있는 바와 같이 축제의 개최 관계자들의 축제에 대한 평가를 조사하였으며, 끝으로 세 번째 방식에서 제시하고 있는 문

화관광축제의 서비스적 특성을 고려하여 부대시설, 안내표지판, 물품구매가격, 휴식공간 등에 대한 만족도를 조사하였다.

III. 연구방법론

1. 대상지의 선정

본 연구는 '세계도자기엑스포'를 사례로 선정, 조사함으로써 자치단체간 문화관광축제 연계방안을 모색해보고자 한다. 세계도자기엑스포가 열리는 경기도 이천시, 여주군, 광주시 세 지역은 서로 인접해 위치하면서 우리나라에서 손꼽히는 도자기산업 지역으로 지금까지 각 지역별 지역축제를 개최해 왔다.

이천, 여주, 광주 세 지역은 '도자기'라는 하나의 문화자원을 공유하고 있는 곳으로 최근에 경기도 동부권의 관광개발 계획에 의해 '도자기 벨트'가 형성되었다. 그에 따라, 각 지방자치단체별로 개최되던 축제를 2001년 올해는 '세계도자기엑스포'라는 이름으로 연계, 개최하게 된 것이다. 이는 단일문화권내 동일 주제의 축제가 연계되어 개최되었다는 면에서 커다란 의의를 지닌다고 하겠다.

세계도자기엑스포는 이천, 여주, 광주 세 지역에서 동시에 개최되는 축제로서 공간이 분리되고, 시간이 동일한 B유형에 속하는 연계 축제라고 할 수 있다.

2. 자료의 수집 및 분석

본 연구는 축제의 공급자로서 개최 관계자와 축제의 소비자로서 방문자를 대상으로 세계도자기엑스포에 대한 인식을 분석하고자 하였으며, 축제 방문자를 대상으로 한 설문조사와 축제 관계자를 대상으로 면담조사를 병행하여 실시하였다.

먼저, 면담조사는 도자기엑스포 조직위원회에서 활동하고 있는 관계자와 각 지역의 축제 담당 공무원을 대상으로 하였으며, 축제를 둘러싼 갈등문제를 파악하고 방문자의 입장과 비교하여 미흡한 부분을 보충하고자 실시되었다.

설문조사는 2001년 10월 25일에서 10월 28일까지 4일 동안 세계도자기엑스포가 개최된 이천, 여주, 광주 행사장을 찾은 방문자 중 편의추출(Convenience Sampling)에 의해 선정된 응답자를 대상으로 자기 기입식 설문기법에 의해 실시되었다. 설문문의 내용은 타당성 검증을 위하여 예비조사를 거쳐 보완되었으며, 최종적으로 축제의 연계성 및 연계효과에 대한 인식, '세계도자기엑스포' 관람의 종합적 만족도, 축제의 연계유형에 대한 선호도 등으로 구성되었다. 배포된 총 375부의 설문지 중 응답의 성실도를 평가하여 취합한 결과, 이천 136부(36.9%), 여주 111부(30.1%), 광주 122부(33.1%)로, 최종 유효표본은 총 369부였다. 수집된 설문자료의 통계처리에는 SPSS for Windows Rel.10.0 (SPSS Inc., 2000) 프로그램이 이용되었으며, 변수의 성격, 측정하고자 하는 내용에 따라 빈도분석(Frequency Analysis), t-검정, 분산분석(ANOVA) 기법 등이 사용되었다.

IV. 결과 분석

응답자의 인구통계학적 특성을 살펴보면 남성이 138명(37.8%), 여성이 227명(62.2%)으로 여성의 수가 남성의 수보다 월등히 많았고, 연령은 20대가 116명(31.4%)으로 가장 많은 수를 차지했으며, 교육정도는 대졸이상이 절반이 넘는 203명(56.2%)으로 나타나 방문자의 높은 교육수준을 알 수 있었다. 방문자의 거주지별 분포는 경기도 212명(57.5%), 서울 109명(29.5%), 강원도 15명(4.1%) 순이었으며, 타 지역거주 방문자의 빈도는 매우 낮게 나타남으로써 세계도자기엑스포가 전국적인 축제로 보기에는 다소 미흡한 면이 있는 것으로 판단된다. 또, 방문자들이 이용한 교통수단별 분포로는 자가용을 이용한 방문자가 209명(57.1%)으로 가장 높은 빈도를 보였으며, 셔틀버스를 이용한 방문자가 73명(19.9%), 대중교통을 이용한 방문자와 관광버스를 이용하였다는 방문자가 각 39명(10.7%)으로 나타남으로써 세계도자기엑스포의 관람 유형은 가족단위의 소규모 집단이 주류를 이루는 것으로 추정된다.

1. 축제의 연계성 및 연계효과에 대한 인식조사

방문자들이 세계도자기엑스포가 연계된 축제임을 인식하고 있는 수준을 알아보고자 조사된 항목에서 총 응답자 368명 중 세 지역이 연계되어 축제를 개최하고 있음을 인식하고 있는 방문자가 334명(90.8%)으로 방문자 대부분이 축제의 연계성을 인식하고 있음을 알 수 있었다. 그러나 그중 262명(71.4%)은 한 지역의 축제만 방문한 것으로 조사되었고, 105명(28.5%)만이 두 지역 이상의 축제를 방문했던 것으로 나타났으며, 그 중에서도 단지 60명(16.3%)만이 이천, 여주, 광주 세 지역의 축제를 전부 관람한 것으로 조사되었다. 이는 세계도자기엑스포가 연계 축제로서의 인지도는 높지만 세 지역 축제를 전부 관람하는 사람은 많지 않음을 보여주는 결과로서 세계도자기엑스포가 방문자의 지역간 이동에 대한 고려가 미흡했거나 방문자가 세 지역을 전부 관람할 필요성을 느끼지 못함으로써 나타난 결과로 추정된다. 따라서 지자체간 축제 연계의 본래 취지를 달성하기 위해서는 세 지역의 차별화에 대한 전략적인 홍보와 함께 지역 이동에 대한 고려가 필요하리라 보여진다.

지자체별 독자적으로 개최되는 축제와 비교하여 동일문화권내 축제들을 연계하여 개최할 경우의 효과에 대한 방문자들의 인식을 묻는 항목에서는 연계된 축제의 효과로서 경제적 효과, 지역이미지 홍보효과, 문화권 전체에 대한 이해도, 주변관광지로의 여행가능성, 문화권의 문화발전에 대한 영향력, 주변과의 협력증진의 효과에 대해 최저 -2점부터 최고 +2점까지 5점 리커트 척도로 측정하였으며, 각 척도별 점수를 부여하고 이를 합산하여 그 평균을 구하였다.

그 결과를 보면, 축제의 연계 효과에 대해 방문자들은 전반적으로 긍정적인 평가를 내리고 있음을 알 수 있다. '축제의 연계는 경제적인 효과를 높일 것이다'라는 입장에 대해 방문자들은 0을 기준으로 0.50, '지역이미지 홍보효과와 '문화권 전체에 대한 이해가 높아질 것이다'라는 입장에 대해서는 0.77만큼 긍정적인 인식을 나타냈다. 또한 '축제장소 주변의 관광지로의 여행가능성이 높아질 것이다'라는 입장에 대해서 0.55만큼, '문화권의 문화발전에 영향을 미칠 것이다'라는 입장에

대해서는 0.67만큼 긍정적인 인식을 나타냈다. '연계된 지역 간의 협력이 증진될 것이다'라는 입장에 대해서는 0.44만큼 긍정적인 인식을 보였으며, 각각의 요소들을 종합적으로 고려하였을 때 방문자들은 연계된 축제의 전반적인 효과에 대해서도 0을 기준으로 0.68만큼 긍정적인 인식을 하고 있는 것으로 나타났다. 이 같은 결과는 방문자들이 지자체의 독자적인 축제에 비해 연계된 축제가 경제·사회·문화 등 여러 면에서 긍정적 효과가 있을 것이라 인식하고 있음을 보여주는 것으로서 나아가 자치단체간 문화관광축제 연계의 필요성을 인식하고 있는 것으로 판단된다.

축제 개최 관계자에 대한 면담조사결과, 연계된 축제를 개최함으로써 얻을 수 있는 효과에 대해 개최 관계자들 또한 긍정적인 인식을 나타냈는데, 그들의 대체적인 견해는 '이천, 여주, 광주를 도자기 벨트화 함으로써 대규모 국제적인 행사를 개최할 수 있었으며, 세계도자기엑스포를 통해 경기도와 이천, 여주, 광주는 지역의 이름을 알리고 이 지역의 도자기를 세계적으로 홍보하는 기회를 마련했을 뿐만 아니라 경제적으로도 축제 자체의 수입뿐만 아니라 세계적으로 지역의 이미지와 지역의 산업을 홍보함으로써 발생하는 경제적 효과를 기대할 수 있게 되었다'는 것이었다.

2. 방문자의 만족도 평가

세계도자기엑스포 방문 후 방문자의 축제 만족도를 평가하기 위해서 '부대시설, 행사장의 안내표지판, 행사장과 주변 환경과의 조화, 물품구매 가격, 축제의 교육적 효과, 휴식공간, 판매·안내인들의 친절성, 축제 프로그램'을 축제 만족도를 평가하는 변수로 선정하여 방문자들의 만족 정도를 조사하였다. 세계도자기엑스포에 대한 방문자의 만족도 평가는 세 지역을 전부 관련한 응답자의 만족도를 평가하는 것이 바람직하겠으나 그 빈도가 지나치게 낮게 나타남으로써 도자기엑스포 전반적인 만족도를 평가하는데 한계가 있다고 판단되므로 한 지역의 축제만 방문한 사람을 선택하여 이천, 여주, 광주 각 지역별 축제 만족도를 비교·평가하였다(표 3 참조).

그 결과, 물품구매가격에 대한 불만족을 제외하고,

부대시설·안내표지판·휴식공간의 만족도와 행사장과 주변환경과의 조화·축제의 교육적 효과에 대한 만족도, 판매·안내인들의 친절과 축제 프로그램의 만족도의 측면에서는 이천, 여주, 광주 세 지역의 축제 만족도가 모두 긍정적으로 평가되었으며, 이러한 여러 요소들을 고려한 축제의 전반적인 만족도 평가에 있어서는 이천과 광주 지역에서 긍정적인 견해를 나타낸 반면, 여주에서는 0을 기준으로 -0.24 만큼 부정적인 견해를 나타내고 있다.

또, 이천, 여주, 광주 각 행사장별 만족도를 비교하기 위해 분산분석을 실시한 결과, 부대시설·안내표지판·휴식공간·물품구매가격에 대한 만족도와 구매·판매자의 친절·축제 프로그램에 대한 만족도에 대해서는 집단 간 평균 차가 유의하지 않은 것으로 나타났으나 행사장의 주변환경과의 조화, 축제의 교육적 효과, 여러 요소들을 고려한 전체적인 만족도에 대해서는 F 값의 유의도 평가에서 집단간의 평균 차가 유의하게 나타났다.

집단간의 평균차이가 유의하게 나타난 변수들을 가지고 사후검정방법인 Duncan 다중범위검정을 실시한 결과, 이 변수들에 대한 집단간의 차이를 알 수 있었다. 즉, '행사장과 주변 환경과의 조화에 대한 만족도'에 있어서 이천과 다른 두 지역 간의 차이가 유의하게 나타나 이천 행사장이 여주와 광주 행사장에 비해 '행사장과 주변환경과의 조화'에 대한 만족도가 높게 나타났다고 할 수 있다. '축제의 교육적 효과'에 있어서는 이천과 여주, 광주와 여주의 만족도 차이는 유의하지 않았으나, 이천과 광주의 만족도 차이는 유의하게 나타나 '축제의 교육적 효과'는 광주보다 이천 행사장의 만족도가 높음을 알 수 있다.

축제의 전반적인 만족도에 있어서는 이천과 광주의 경우 그 차이가 유의하지 않았으나 여주의 경우에는 다른 두 지역과 만족도의 평균 차이가 유의하게 나타남으로써 이천, 광주에 비해 여주 행사장을 관람한 방문자의 만족도가 낮게 나타났음을 알 수 있다.

이처럼 각 지역 사이에 나타나는 방문자의 만족도 차이는 자칫 특정 지역에만 방문자가 집중되는 결과를 초래함으로써 지자체간 축제의 연계를 통해 기대할 수 있는 다양한 효과 중, 특히 축제의 연계를 통한 지역 간

균등한 발전이라는 근본적인 목적달성을 저해하는 요인이 될 수 있다는 점에서 심각하게 인식되어야 하며, 방문자의 만족도를 개선시킬 수 있는 다양한 방안이 모색되어야 할 것으로 생각된다.

면담조사결과, 개최 관계자들의 관점에서도 세계도자기엑스포를 성공적인 축제로 평가하는 것으로 나타났다. 이는 폐막 후 조직위원회에서 밝힌 세계도자기엑스포의 성과(<http://www.worldceramic.or.kr>)에서도 잘 나타나고 있다. 세계도자기엑스포는 당초 목표로 잡았던 관람객 500만 명을 2주나 앞당겨 달성하였으며, 외국인 관람객도 당초 목표했던 20만 명을 달성함으로써 정부가 주도한 대전엑스포를 제외하고는 최고 관람객이 방문했으며, 관람객 유치의 성공을 통해 이천, 여

주, 광주 지역을 세계적인 도자기 문화·관광단지로 육성하기 위한 기초를 마련하였다는 것이다.

3. 축제의 연계유형에 대한 평가

세계도자기엑스포가 시간과 공간을 고려한 네 가지의 연계유형 중에서 '공간이 분리'되고 '시간이 동시적'인 B유형에 해당됨을 이미 밝힌바 있다. 이러한 B유형의 연계는 연계된 지역마다 축제를 개최하므로 집중화할 수 있는 것을 분산시키기 때문에 예산이 많이 소요되고 각 자치단체의 부담이 과중하다는 단점이 있는 반면, 연계된 각 지역의 지역이미지를 홍보하고 연계지역 전체의 지역경제활성화가 가능하다는 장점이 있을 수

표 3. 지역별 축제 만족도 비교평가

구분	구분	표본수	평균(표준편차)	F-값	p-값	사후검정
부대시설	이천	98	0.496(0.821)	1.979	0.712	-
	여주	75	0.551(0.789)			-
	광주	84	0.312(0.820)			-
안내표지판	이천	98	0.313(0.901)	0.064	0.379	-
	여주	75	0.280(0.913)			-
	광주	85	0.262(0.887)			-
행사장의 주변환경과 조화	이천	98	0.473(0.954)	3.396	0.035	B
	여주	74	0.164(0.792)			A
	광주	85	0.161(0.961)			A
물품구매가격	이천	98	-0.221(0.940)	0.758	0.395	-
	여주	70	-0.329(0.811)			-
	광주	83	-0.388(0.912)			-
휴식공간	이천	99	0.231(0.831)	0.865	0.427	-
	여주	74	0.142(0.803)			-
	광주	85	0.310(0.820)			-
축제의 교육적 효과	이천	99	0.463(0.949)	3.097	0.001	B
	여주	73	0.289(0.871)			AB
	광주	84	0.113(1.061)			A
판매·안내인들의 친절	이천	98	0.351(0.901)	0.011	0.596	-
	여주	75	0.327(0.930)			-
	광주	82	0.348(0.810)			-
프로그램의 축제주제 적합성	이천	99	0.181(0.959)	0.730	0.379	-
	여주	72	0.040(0.931)			-
	광주	85	0.210(0.902)			-
전체적인 만족도	이천	99	0.262(0.787)	9.202	0.000	B
	여주	72	-0.240(0.811)			A
	광주	85	0.181(0.740)			A

있다.

그렇다면 시간과 공간을 고려한 다른 연계유형 중에서 축제개최 장소를 한 지역만 선정하여 축제를 개최하는 경우인 A유형과 연계된 각 지역에서 축제를 하되 한 곳의 축제가 끝나면 다른 곳에서 연속하여 축제를 개최하는 경우인 C유형, 연계된 각 지역이 순환하면서 축제를 개최하는 경우인 D유형을 적용하여 축제를 개최하는데 대한 방문자들의 선호도를 '아주 찬성한다'와 '아주 반대한다'를 양극으로 하는 5점 리커트 척도를 사용하여 조사하였다.

그 결과, 현재 세계도자기엑스포의 연계 유형인 B유형을 제외한 A, C, D유형에 대해 방문자들은 모두 찬성의 입장을 보였으며, 그 중에서 연계된 각 지역을 순환하면서 개최하는 D유형의 평균값이 가장 높게 나타났다. 이러한 결과는 방문자들이 하나의 지역만 선택하여 개최하거나 연속적으로 개최하는 축제보다 해마다 순환하면서 개최하는 축제를 더 선호하고 있음을 알 수 있다(표 4 참조).

표 4. 연계유형별 선호도 조사

구 분	평균값	표준편차	최소값	최대값	표본수
A유형	0.249	0.952	-2	2	367
C유형	0.291	0.871	-2	2	365
D유형	0.373	0.880	-2	2	363

더 나아가 이천, 여주, 광주의 지역적 여건을 고려하였을 때 가장 적합한 유형으로 방문자들은 어느 유형을 선호하는지를 분석하기 위한 항목에서도 이천, 여주, 광주 중 한 지역만 선택하여 개최할 경우(A유형), 올해처럼 세 지역에서 같은 시기에 개최할 경우(B유형), 세 지역이 연속하여 순차적으로 개최할 경우(C유형), 세 지역이 해마다 순환하면서 한 곳에서 개최할 경우(D유형)의 네 가지 유형 중에서 방문자들은 각 지역이 서로 해마다 순환하면서 개최하는 D유형을 127명(35.3%)이 선호한다고 응답하여 가장 선호하는 것으로 나타났다. 다음으로는 세 지역이 연속하여 개최되는 경우인 C유형을 87명(24.2%)이 선호하였으며, 올해와 같은 방식으로 개최하는 B유형을 선호한다는 방문자는 68명(18.9%)으로 가장 낮은 비율을 차지했다.

이는 방문자들이 4가지의 연계유형 중에서 올해와

같은 방식인 B유형을 가장 부적합한 연계유형으로 평가하고 있음을 나타내는 결과로 이해되며, 그 원인으로 첫째, 지역 간 이동에 대한 고려와 지역별 차별화 전략에 대한 홍보가 미흡했으며, 둘째, 차별화 정도에 대해 방문자의 인식이 낮았다는 점, 셋째, 축제 개최를 위한 각 지역의 경제적인 부담이 클 것이라는 인식 등이 작용되어 나타난 결과로 추정할 수 있다.

따라서, 앞으로 축제의 개최방식을 결정하는 데 있어 두 가지 사항을 고려해 볼 수 있을 것이다. 첫째, 현재와 같은 B유형으로서 방문자의 만족도를 높일 수 있도록 노력하는 것과 둘째, 올해의 연계유형 또는 개최방식만을 고집할 것이 아니라 다른 방법들에 대해서도 충분히 고려되어야 한다는 것이다. 결국, 연계 유형을 결정하는데 있어서 더욱 중요하게 고려되어야 할 것은 보이기 위한 축제, 내세우기 위한 축제가 아니라 보다 효율적인 축제를 위한 선택이어야 할 것이다.

V. 결론

1. 연구결과의 요약

본 연구는 축제의 연계유형을 평가하고자 '세계도자기엑스포'의 개최 관계자와 방문자를 대상으로 첫째, 연계성 및 연계효과에 대한 인식성향을 조사하였고, 둘째, 세계도자기엑스포에 대한 만족도를 평가하였으며, 셋째, 연계유형에 대한 선호도를 조사하였다. 그 분석 결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 연계성 및 연계효과에 대한 인식조사 결과이다.

1) 응답자의 90.8%가 세계도자기엑스포를 연계된 축제로서 인식하고 있었지만, 축제가 열린 세 지역 중 두 지역이상을 방문한 응답자는 28.6%에 불과하였다. 이는 대부분의 방문자들이 세계도자기엑스포를 연계축제로 인식하면서도 두 지역 이상의 축제를 관람하고자 하는 의사는 낮았음을 나타내는 결과로 이해될 수 있으며, 이에 대한 원인분석과 함께 그 대책이 강구되어야 할 것이다.

2) 응답자들은 연계된 축제의 효과, 즉 경제적 효과, 지역 이미지 홍보효과, 문화권 전체의 이해증진효과,

주변관광지로의 여행 가능성, 문화권의 문화발전에 영향력, 연계된 지역과의 협력 증진효과, 연계축제의 전체적 효과에 대한 인식이 있어서 전반적으로 긍정적인 반응을 보였으며, 축제의 개최 관계자들 역시 연계된 축제의 효과에 대해 긍정적으로 인식하고 있는 것으로 나타났다.

둘째, 세계도자기엑스포에 대한 만족도 조사 결과이다.

1) 세 지역의 지역별 축제 만족도 조사결과, 행사장의 '주변환경과의 조화', '축제의 교육적 효과'에서 지역별 만족도의 차이가 나타났으며, '전체적인 만족도'에서도 지역 간의 평균 차가 유의하게 나타났는데, 여주의 축제 만족도가 다른 지역에 비해 낮게 나타났다. 이처럼 지역 간 축제 만족도의 현저한 차이는 특정 지역의 방문자 집중이나 재방문 의사의 저하로 연결될 수 있다는 점에서 지역별 방문자들의 만족도를 개선시킬 수 있는 다양한 방안이 모색되어야 할 것이다.

2) 면담조사결과, 축제의 개최 관계자들의 시각에서도 세계도자기엑스포를 성공적인 축제로 평가하는 것으로 나타났다.

셋째, 연계유형의 선호도를 분석하였다. 현재 B유형으로 연계된 축제인 세계도자기엑스포를 A, C, D유형 각각에 적용하였을 때의 선호도를 분석한 결과 평균값이 모두 양(+)으로 나타나 긍정적인 반응을 보였으며, 그 중에서도 D유형의 평균값이 가장 높게 나타났다. 또한 이천, 여주, 광주에 가장 적당하다고 생각하는 유형의 선택에서도 가장 많은 응답자가 D유형을 선택한 반면, 올해와 같은 B유형의 경우 가장 낮은 선호도를 보였다. 이와 같은 결과는 세계도자기엑스포가 B유형으로서 지역 간 이동에 대한 고려와 지역별 차별화 전략에 대한 홍보가 미흡했으며, 차별화 정도에 대해 방문자의 인식이 낮았다는 점, 축제 개최를 위한 각 지역의 경제적인 부담이 높을 것이라는 부정적인 인식이 작용하여 나타난 결과로 생각된다.

2. 연구의 시사점

본 연구에서 세계도자기엑스포를 사례로 분석한 결과, 축제의 개최 관계자뿐만 아니라 방문자들 또한 지역 간 축제의 연계 필요성을 인식하고 있었으며, 세계

도자기엑스포를 성공적인 축제로 평가하고 있었다. 이는 연계된 축제의 성공 가능성을 보여주는 결과로서, 앞으로 문화관광자원을 공유하는 지자체간 축제의 연계 개최가 활발하게 모색되는 계기가 될 것으로 기대된다.

그러나, 개최 지역별 방문자들의 만족도가 큰 차이를 보이고, 현재의 세계도자기엑스포 연계유형(B유형)에 대해 방문자들의 선호도가 매우 낮게 나타나고 있다는 점은 반드시 개선되어야 할 문제점으로 생각되며, 이를 위해 지역별 특색 있는 차별화 전략과 행사 개최를 위한 보다 철저한 준비, 행사 지역 간 이동의 편의성 고려, 연계지역 전체와 도자기문화권에 대한 홍보, 축제 방문 외에 주변 관광지에 대한 정보 제공 등을 통해 B유형의 연계축제로서 만족도를 증진시키거나 연계유형을 변화시키는 등의 다각적인 방안이 강구되어야 할 것이다.

3. 장차의 연구

지방자치제 실시이후 점증되고 있는 '문화관광축제의 홍수' 속에서 축제의 연계 필요성에 대한 인식은 보편화되고 있는 상황인 반면, 아직까지 국내에서는 축제의 효율적인 연계방안에 대한 실증적 연구가 미비한 실정이다. 따라서, 앞으로 축제의 다양한 연계사례에 대한 실증적 분석을 통해 연계방안의 실효성을 검증하고 이를 일반화하는 연구가 수행되어야 할 것이다.

이와 함께, 지자체간 축제의 효율적인 연계를 위해서는 축제 방문자들의 만족도에 영향을 미치는 주요인자를 규명하고, 이를 토대로 방문자의 만족도를 증진시킬 수 있는 구체적인 방안에 관한 연구, 또는 지방자치단체간 축제의 연계과정에서 나타날 수 있는 갈등문제에 대한 원인과 그 해소 방법의 강구 등과 같은 보다 심도 있는 연구가 수행되어야 할 것이다.

4. 연구의 한계

본 연구는 지자체 간 문화관광축제의 연계 필요성이 증대되고 있다는 인식에 기반한 선행적 연구로서 다양한 한계점을 내포하고 있다. 특히, 세계도자기엑스포가 연계 축제의 최초 사례이며, 축제의 연계에 관한 연구

가 거의 전무한 상황에서 본 연구에서 조작적으로 정의하고 있는 축제의 연계조건과 연계유형은 그 객관성과 타당성이 검증되지 못하였다. 이와 더불어, 시간과 공간을 주요 인자로 분류한 4가지 연계유형 중 세계도자기엑스포를 사례로 하나의 유형에 대한 실증분석만이 가능함으로써 그 결과를 통해 다른 3가지의 연계유형에 대해 유추할 수밖에 없었다. 또, 축제의 연계효과에 대한 객관적 평가를 위해서는 방문자나 축제관계자의 인식조사뿐만 아니라 축제의 연계개최 전과 연계개최 후의 성과에 대한 비교·분석이 이루어져야 함에도 이에 대한 접근은 이루어지지 못한 한계가 있었음을 밝혀둔다.

인용문헌

1. 김진수(1999) 지역축제 활성화 방안. 문화관광연구.
2. 김필두(1996) 지방자치단체 상호간 갈등해소방안. 한국지방행정연구원.
3. 김현주(1999) 문화관광축제의 활성화방안에 관한 연구. 한양대학교 지방자치대학원 석사학위 논문.
4. 정강환(1996a) 이벤트관광전략: 축제와 지역활성화. 일신사.
5. 정강환(1996b) 제3회 광주김치축제 행사평가 및 방문객 조사에 관한 연구. 광주김치축제 추진위원회.
6. 정강환(1997) 제20회 진도영등재 행사평가 및 경제효과 파악을 위한 방문객 지출성향 분석. 진도 영등재 추진위원회.
7. 정강환(1998) 문화관광축제로서의 금산인삼제 행사평가: 최근 3년간의 비교분석. 관광학연구 22(2): 57-63.
8. 조명환 역(2000) 문화관광론. Richards, Greg. Cultural Tourism in Europe. 백산출판사.
9. 조창현, 이시재, 이계식, 김재형, 김문환, 윤정일(1996) 지방자치를 알면 21세기가 보인다. 보림출판사.
10. 한국관광공사(1994) 이벤트산업 활성화 방안. 한국관광공사.
11. Getz, D.(1993) Case Study: Marketing The Calgary Exhibition and Stamped. Festival Management and Event Tourism 1(4): 147-156.
12. Goderie, K.(1994) The Nijmegen Summer Festival. Festival Management and Event Tourism 2(2) : 95-101.
13. Scottish Tourist Board(1993) Edinburgh Festival Study : Visitor Survey and Economic Impact Assessment Summary Report. Festival Management and Event Tourism 1(2): 71-78.
14. SPSS Inc.(2000) Statistical Package for Social Science, Chicago, Illinois.
15. Tuohy, M.(1993) Taste of Chicago and The Mayor's Office of Special Events: A Profile. Festival Management and Event Tourism 1(2): 57-64.
16. Wicks, B. and Fesenmaier(1993) A Comparison of Visitor and Vendor Perceptions of Service Quality at a Special Event. Festival Management and Event Tourism 1(1): 19-26.
17. <http://www.worldceramic.or.kr/index.html>.

원고접수: 2002년 8월 31일

최종수정본 접수: 2002년 10월 9일

3인익명 심사필