

지역축제 방문객의 만족도 결정요인에 관한 연구

—곡성심청축제를 중심으로—

이정록* · 안종현**

A Study on the Visitor's Satisfaction Decisive Factors of the Local Festival : In Case of Simchung Festival in Goksung County

Jeong-Rock Lee* · Zong-Hyun Ahn**

요약 : 본 연구는 곡성군에서 개최되는 곡성심청축제를 사례로 축제만족도 결정요인을 고찰하였다. 곡성심청축제는 2000년부터 개최되어 2004년 현재 제5회 개최를 앞두고 있다. 곡성심청축제가 타축제 프로그램과 구별되는 독특한 면은 심청의 「효」의 의미를 되새기고 섬진강의 자연생태를 통한 「환경」의 중요성을 인식하는 다양한 볼거리와 체험행사로 구성되었다는 점이다. 본 연구에서는 지역축제 방문객의 만족도 결정요인을 고찰하기 위하여 17개의 지역축제 방문객의 만족요인 항목을 구성하여 설문조사를 통한 실증분석을 하였다. 연구자료는 세가지 통계기법(신뢰도분석, 요인분석, 다중회귀분석)을 사용하여 분석되었으며, 요인분석 후 4개의 요인(기념품과 음식, 행사내용, 홍보안내, 편의시설)이 도출되었다. 본 연구의 결과로 지역축제 방문객의 만족과 재방문, 그리고 권유의사에 가장 큰 영향을 미치는 유의한 축제만족요인은 '행사내용'요인으로 밝혀졌다. 지역축제 방문객 만족을 위해서는 무엇보다 축제 행사내용의 다양함과 재미, 체험프로그램을 통한 해당 지역의 문화 인지가 중요함을 알 수 있다. 지역축제의 관리자나 기획자는 지역축제의 만족요인에 지속적인 관심을 가져야 할 것이다.

주요어 : 지역축제, 곡성심청축제, 만족, 재방문, 권유의사

Abstract : The purpose of this study is to measure the factor of determination on satisfaction level of the Goksung Simchung Festival. Goksung Simchung Festival has been held since 2000, and Goksung Simchung Festival 2004 ,which is the fifth, is holding soon. Simchung Festival has unique aspect that it is organised various experience programs and items which stress the importance of 'environment' in Seomjin river and Simchung's 「Hyo (filial piety)」. A study is analysed through research that is consisted of satisfaction factors' items of 17 local festival visitor to study factors of determination of local festival visitor's satisfaction level. This research data is analysed by 3 statistical techniques , which are multivariate regression analysis, factor analysis, and reliability analysis , and extracted 4 factors, which are souvenir and food, content of the festival, convenient facilities, and publicity work. In conclusion, the festival is likely to attract more tourists and make them satisfied if better content of the festival is provided. Therefore, most of the tourists need to becoming cleared to be satisfied due to its values of culture recognition through various contents of the festival, fun factors, and experience programs. So the manager and the director should have continual attention to satisfaction factors of local festival.

Key words : Local Festival, The Goksung Simchung Festival, Satisfaction, Revisiting, Inducement Intention

1. 서 론

1) 연구배경 및 목적

1995년 지방자치제가 실시되면서 전남지역 대부분의 시·군에서는 지역경제의 활성화 전략으로 공업화보다는 관광진흥에 중점을 두었고, 지역축제를 통하여 지역에서 생산되는 농수산물의 판촉을

강화하는 전략을 추진하였으며 지역활성화의 한 대안으로서 지역축제를 발굴·육성하고 있다(이정록·우연섭, 2003). 지역축제는 당해 지역의 특성을 활용한 독특한 지역이미지를 발굴·창조하여 많은 관광객을 유치하고 그에 따라 지역이미지를 개선하며 지역경제를 활성화시키는 것은 물론 지역문화를 발굴·보존하고 새로운 지역문화의 창출을 유도하는 한편, 내부적으로는 지역주민들의 자발적

* 전남대학교 사회과학대학 지리학과 교수(Professor, Department of Geography, Chonnam National University) (jrlee@chonnam.ac.kr)

** 전남대학교 대학원 지리학과 박사과정(Ph.D. Candidate, Department of Geography, Chonnam National University) (nickyahn@chonnam.ac.kr)

인 참여를 통해 지역주민간 단합과 화합을 다지는 것이 지역축제의 핵심이라 할 수 있다.

이러한 이유로 각 지방자치단체는 경쟁적으로 지역축제를 개최하고 있는 현실이며 지역축제에 대한 관심이 증대됨에 따라 학술적으로도 지역축제를 대상으로 수행한 연구결과들이 국내·외에서 활발하게 제시되고 있다. 그러나 아쉽게도 지금까지 곡성심청축제를 방문한 방문자들을 대상으로 학술적인 측면에서 조사되거나 수행된 연구결과는 없다.

최근 지역축제의 양적 팽창에도 불구하고 지역축제에 대한 만족도가 저하되어 지역축제가 관광객과 지역주민들로부터 외면을 받는가하면 예산과 행정력 낭비라는 주장이 제기되고 있다. 지역축제 방문객의 만족도가 저하되는 데는 여러 가지 이유가 있을 수 있다. 지역축제가 행사내용과 형식면에서 차별화가 이루어지지 않고 있을 뿐만 아니라(이장주·조현상, 2000), 공무원들의 과도한 간섭과 경험부족(김춘식, 2000, 54), 개최시기의 지나친 편중(오순환, 1999, 210), 축제정보의 부족, 안내 표지판의 부족, 화장실 불량, 대중교통의 이용에 대한 불편(김춘식, 2000, 65) 등을 지적하고 있다(서희석·이동기, 2000). 그러므로, 지역축제 방문객에 대한 만족도를 높이기 위해서는 축제 방문객에 대한 만족도 결정요인을 규명하고, 방문객들이 어떤 만족요인으로 지역축제를 선택하게 되는지를 보다 명확히 이해하며, 이를 축제 기획단계에 반영하여 방문객 만족도를 극대화하여야 한다. 이와 같은 실증적 연구는 곡성심청축제의 지속적인 발전과 활성화 전략과 아울러 마케팅 전략의 수립을 위해서도 절실히 요구되고 있다.

이러한 측면에서 본 연구는 지역축제인 곡성심청축제의 방문객 만족도 결정요인을 규명하고, 각 만족요인이 축제 방문객의 전반적인 만족도와 재방문, 그리고 권유의사에 미치는 영향력의 크기를 연구하고자 한다.

2) 연구방법 및 자료

본 연구에서 측정된 주요 측정항목으로는 지역축제 방문객의 만족요인을 들 수 있다. 만족도를 측정하기 위한 세부항목을 17개 측정변수로 설정

하였는데 설정된 변수는 행사장접근성, 사전홍보, 안내시설, 팸플렛, 안내요원, 재미성, 다양성, 체험 프로그램, 지역문화 인지, 기념품종류, 기념품품질, 기념품가격, 음식종류, 음식가격, 주차시설, 휴식공간, 화장실 등이다.

본 연구를 수행하기 위한 자료수집 방법은 관련 문헌조사 및 각종의 통계자료를 활용하였으며 설문조사는 곡성심청축제 방문객을 대상으로 2003년 10월 2일부터 5일까지 4일간 축제현장에서 실시하였다. 설문조사에서는 응답자들이 제시된 만족도 측정항목의 측정은 제시된 항목에 대하여 응답자가 어느 정도 동의하는지를 개인적으로 기입하는 자기기입방식(self-administered)으로 설계되었으며, 제시된 항목들은 모두 7점 척도(seven-point Likert scale)로 체크하도록 하였다(7: 매우 그렇다, 4: 보통이다, 1: 전혀 아니다). 그러나 설문지를 직접 기입하기가 어려운 응답자의 경우는 조사자가 직접 기입하는 방식을 택하였다. 표본추출은 「제4회 곡성심청축제」축제방문객을 대상으로 확률표본추출법 중 단순무작위(random sampling)방법으로 표본을 선정하였으며, 응답한 설문지 650부에서 응답이 불성실한 25부를 제외하고 625부를 통계분석하였으며 분석은 SPSS 10.0 통계패키지 프로그램을 이용하였다. 먼저 응답자의 분포비율을 보기 위하여 빈도분석을 실시하여 빈도 및 비율, 평균값 등을 도출해 변수의 분포를 고찰하였다. 주요 분석항목인 만족요인 추출을 위해 요인분석을 수행하였으며 다중회귀분석을 통하여 만족, 재방문, 추천의사의 세부적 인과관계를 분석하였다. 통계처리 후 유의성의 판단은 사회과학에서 일반적으로 적용하는 0.05의 유의수준을 기준으로 하여 검정하였다.

2. 이론적 배경

1) 지역축제의 개념

원래 축제란 단어는 사람(人)이 말(口)로 신에게 기원하는 것(示)을 형상화한 글자인 축(祝)과 제물(肉)을 손(手)으로 제상(示)에 놓는 모습을 형상화한 제(際)가 결합한 단어이다(오순환, 1999). 즉, 현실세계의 한계에 직면하거나 보다 나은 생활을 추구하기 위한 인간들이 그들의 소원을 성취하고자 꾸

민 인위적인 마당이 축제인 것이다(오순환, 1999). 오늘날의 축제 양상을 보면 종교적인 관련성보다는 놀이나 여가의 의미로서 그 맥을 이어가고 있다. 또한 새로 생겨나는 축제들은 전통문화에 뿌리를 두기보다는 지역사회의 문화적, 경제적인 면과 관련성을 갖고 있다. 이렇듯 오늘날 축제에 관한 정의는 다의적으로 해석되고 있는데 축제는 인간성 회복과 지역공동체의 일원으로서의 소속감 형성을 재확인하고 일상생활에 있어서 새로운 힘과 흥겨움을 돋구어주는 역할을 하고 있다고 할 수 있다. 다시 말해 축제는 생활공동체 구성원들이 노동과 숙박에서 벗어나 풍요를 신에게 기원하며 벌이는 제의이면서 동시에 춤과 노래를 통해 자연스럽게 감정을 털어 놓은 놀이마당 잔치라고 할 수 있다.

축제에 대한 학술적인 정의를 살펴보면, Getz는 “축제는 공공적이며 테마를 가진 의식”이라고 간략하면서도 포괄적인 정의를 내리고 있다(Getz, 1999). 이를 보다 자세하게 살펴보면 첫째, 특별한 의식에 의해 규정된 제전·제의의 신성한 또는 세속적인 시간, 둘째, 중요한 생산물의 수확이나 유명한 사람 또는 이벤트를 주제로 한 정기적으로 열리는 제의의 개념으로 정립하였다(고호석, 1999). 지역축제는 궁극적으로 지역사람들끼리의 존재를 서로 확인하기 위한 문화적 행위라고 할 수 있다. 그런 점에서 지역축제는 그들이 살고 있는 인간과 공간 그리고 시간을 통틀어 확인하는 통과의례의 하나인 것이다(장철수, 1994).

2) 우량 이벤트와 문화관광축제

축제 및 이벤트와 관련한 용어는 매우 많다. 지역축제, 민속축제, 관광이벤트, 관광축제, 문화관광축제 등 다양하게 통용되고 있는 것이 현실이다. 그러나 축제(festival)와 이벤트(event)에 대한 개념 규정은 학자와 학문분야, 그리고 관심 영역에 따라 상이하다. 축제와 이벤트는 구성원의 참여와 관광상품화의 가능 여부 등에 따라 구분되기도 하지만, 축제¹⁾와 이벤트²⁾에 대한 명확한 개념은 존재하지 않고 그 차이를 규정하는 것 또한 쉽지 않다(Janiskee, 1991). 축제를 홍보목적으로 이벤트라고 부르는 경우가 많기 때문이다.

축제를 포함한 이벤트는 규모와 내용에 따라 다양하게 분류된다. 일반적으로 규모에 따라서는 대형 이벤트, 우량 이벤트, 그리고 주요 이벤트 등 세 가지로 구분된다. 대형이벤트(mega event)는 규모가 커서 국가경제에 커다란 영향을 미치고 세계적인 주목을 받는다. 우량 이벤트(hallmark event)는 마을이나 도시 또는 지역의 정신이나 기상을 나타내기 위한 이벤트로서 지명이 많이 들어가며, 연례적으로 개최되는 이벤트를 의미한다. 그리고 주요 이벤트(major event)는 언론의 주목을 받는 대규모의 콘서트나 전시회, 스포츠 경기 등과 관련된 이벤트를 말한다(McDonnell et al., 1999).

이상의 분류에서 판단할 때 가장 일반적인 유형이 우량 이벤트이다. 우량 이벤트에는 정기적 또는 1회씩 개최되는 주요 박람회(fairs), 축제와 카니발, 전시회, 문화·종교 이벤트, 스포츠 이벤트 등이 있지만(Hall, 1992). 학자에 따라 개념 정의는 차이가 있다. Ritchie(1984)는 제한된 기간 동안 1회 또는 지속적으로 개최되는 이벤트로, 주로 단기 또는 장기적 관점에서 관광지의 인지도, 매력, 경제적 이익을 높이기 위해 개발된 것으로 이벤트의 성패는 관심을 끌 수 있는 적절한 시기와 이벤트의 독창성에 달려 있다고 정의하였다. 그리고 이벤트를 개최한 지역에 발생하는 경제적 측면을 강조한 Getz(1997)는, 우량 이벤트란 지속적으로 개최되는 이벤트로서 전통·매력도·이미지·홍보 등의 측면에서 개최지에 커다란 파급효과를 미치고, 개최도시의 경쟁력을 강화시키는 이벤트로 규정하였다.

또한 우량 이벤트는 지역과 주민의 특성이 반영되기 때문에 행사에 대한 지역주민의 참여도가 매우 높고 자부심 또한 강한 것이 특징이다. 그리고 이벤트는 개최지역의 관광수입 증대는 물론 지역 마케팅에 크게 기여하고 있다³⁾. 특히 우량 이벤트의 주요 기능은 개최지에 특정 기간동안 관광시장으로서 탁월한 기능을 확보하는 기회를 제공한다. 그래서 이벤트를 개최하는 도시는 많은 관광객을 견인하게 되는 데, 그러한 사례는 2002년 한일 월드컵을 비롯하여 경주문화엑스포, 진도영등재, 금산인삼축제, 함평나비축제 등에서 잘 나타나고 있다. 한편 대부분의 연구자들은 중요한 대형 이벤트만을 우량 이벤트로 간주하였지만, 일부 연구자들은 작은 도시나 촌락에서 개최되는 축제를 우량

이벤트로 인정하는 경향이 있다. 작은 도시나 농촌 사회에서 개최되는 이벤트 또한 관광객 유치를 비롯하여 지역사회의 정체성 보전과 계승에 중요하게 기여하기 때문이다(Getz, 1984; Getz and Frisby, 1988; Hall, 1989, 1991). 그래서 오늘날에는 우량이벤트를 도시나 농촌에서 개최되는 대형 이벤트에 한 한정하지 않고, 지역사회의 축제나 제례의식도 지역적·장소적·문화적 중요성과 관련된 우량 이벤트로 인정하고 있다.

따라서 우량 이벤트에는 대형 이벤트뿐만 아니라 작은 도시나 농촌지역에서 개최되는 다양한 지역축제도 범주에 포함되며, 최근에는 이벤트로서 지역축제의 역할이 강조되고 있다. 지역축제가 관광객들에게 관광매력물로 기능하고 나아가 관광지 개발에 영향을 줄 때, 축제는 이벤트가 된다(Getz, 1991). 이와 같이 오늘날에는 축제와 이벤트가 동일한 개념으로 혼용하고 있고, 이들 활동이 기본적으로 관광과 연계되기 때문에 관광이벤트로 불리기도 한다.

3) 지역축제 방문객의 만족도 연구

축제에 방문한 관광객의 만족도는 다분히 주관적이라 할 수 있는데 만족이란 불일치된 기대와 고객이 소비경험에 대해 사전에 가지고 있던 감정이 복합적으로 결합하여 발생된 종합적인 심리상태라고 하였다(Oliver, 1981). 지역축제에 대한 방문객의 만족도는 방문객이 사전에 지역축제에 대한 정보를 인지하고 축제를 경험하는 동안 스스로의 체험에 대하여 개인이 내리는 심리적, 감정적 전반적인 평가라고 말할 수 있다.

Pizam 등(1978)은 관광객의 만족을 측정함에 있어 관광지가 제공하는 경험요소들을 접근성, 매력성, 청결성, 식음료시설, 숙박시설, 비용, 환대정신의 7개 요소로 분류하였다. 그리고 관광객들의 만족 정도를 측정한 후, 각 요소별 만족의 평균값을 구하여 이를 관광자의 전체적인 만족으로 평가하였다. 이 연구는 관광자에게 가장 큰 만족을 제공할 수 있는 요인과 가장 적은 만족을 제공하는 요인으로 구분하여 관광객 만족을 설명하였다(서철현, 2001).

지역축제에 방문한 관광객의 만족도를 측정한

연구의 경우 고승익 등(2000)은 행사장환경, 행사내용, 행사장시설 및 접근성, 가격(비용), 행사진행 등 5개의 요인에 22개의 측정항목을 사용하였고, 박미정(2001)은 이벤트매력, 시설성, 경제성, 다양성, 축제속성, 지역성 등 6개의 요인에 19개의 측정항목을 사용하였다(이정실·양일용, 2003).

그러나 지역축제 방문객의 만족도를 측정하는 연구들은 지역축제의 특성이나 성격에 따라 그리고 연구자의 주관적 판단에 따라 만족도를 측정하는 항목을 임의로 구성하여 측정하고 있어 지역축제 방문객의 만족도에 대한 정확한 측정이나 평가를 하는 데에 한계를 보이고 있다. 따라서 지역축제의 성공을 위해서는 만족도에 대한 주관적인 경험을 객관화시킬 수 있는 측정도구의 개발이 필요하다.

3. 곡성심청축제의 특징

1) 연구지역의 개관

심청축제가 열리는 곡성군은 전라남도의 동북부에 위치하여 면적 547.41km²로 섬진강 상류인 순창강을 경계로 하여 전라북도의 남원시와 순창군에 접하고 있다. 동은 구례군, 남은 순천시와 화순군, 서는 담양군과 접하고 있으며 행정구역은 1읍 10면으로 125 법정리 270 행정리 488반으로 되어있다. 총 인구는 13,861세대 34,804명(2004년 6월 기준)이 거주하고 있다(그림 1).

곡성군은 전체면적 중 임야가 차지하는 비중이 72.5%(396.82km²)로 비교적 높은 편이며 하천은 섬진강 상류인 순창강과 보성강이 압록에서 합하여 구례로 흐르고 있다.

한편 심청이 곡성출신이라고 말로만 전해져오던 것을 곡성군이 이를 수집, 타당성을 분석한 결과 보다 심층적인 연구가 필요하다고 판단하고 1999년 7월 연세대학교 사회발전연구소에 '심청'의 역사적·학술적 고증연구'를 의뢰하였던 바 이 연구팀이 곡성군을 비롯하여 국내는 물론 중국의 절강성과 주산군도 일대를 20여차례에 걸쳐 답사하고 연구한 결과 효녀 '심청'이 약 1700년 전에 곡성군에서 살았던 실존인물임을 밝혀냈으며 아울러 KBS의 대표적 시사교양프로그램인 역사스페셜에서 '역

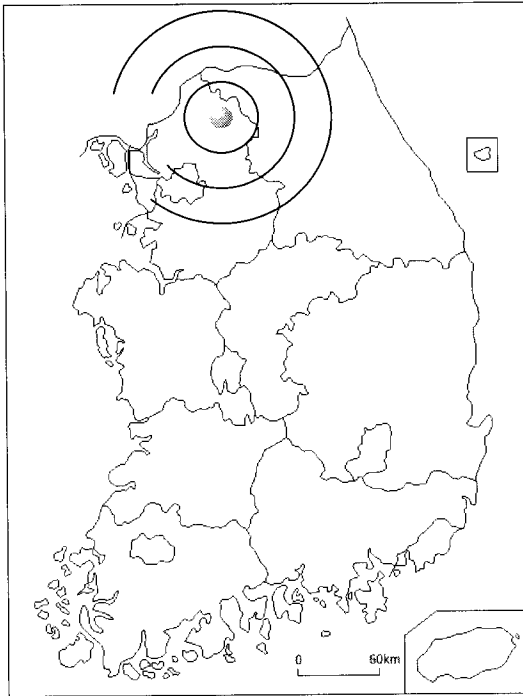


그림 1. 곡성군 위치도

사추적! 심청의 바닷길'이란 제목으로 이같은 내용을 집중적으로 방송하여 심청이 곡성군출신 실존 인물임을 뒷받침하였다.

이에 곡성군에서는 학계와 사계에서 완벽하게 검증된 단계는 아니지만 '심청'이 곡성군출신임을 선포하는 의미를 가지고 2000년 '심청초혼제'라는 명칭으로 제1회 '심청축제'를 개최하였다. 그리고 2003년 제4회 '심청축제'는 '효와 환경이 미래를 연다'는 주제로 2003년 10월 2일~5일까지 4일간 곡성심진강자연생태공원에서 개최되었다. 최근 곡성군은 '자연속의 가족마을'을 슬로건으로 하여 가족과 친환경을 핵심가치로 삼아 지역의 경쟁력 향상 및 사회·문화적 가치를 증진해 나가고 있다.

2) 심청축제 프로그램의 구성과 변화

2000년 첫 심청축제는 '심청초혼제'라는 명칭으로 기념행사, 축하행사, 사생대회, 초혼제, 원홍장 일대기 그림전시 및 장승전시의 프로그램으로 개최되었으며 2001년 제2회 심청축제부터는 심청의 효와 자연 그대로 잘 보존되어 있는 심진강의 자연환경을 주제로 하는 프로그램들로 구성되어지기 시작했다. 프로그램은 국제행사인 심청국제학술대회를 비롯하여 전국행사인 2001 효녀심청선발대회를 포함한 다양한 행사가 진행되었다. 또한 코스모스와 함께하는 이벤트행사로 광주MBC노래열전 등 다채로운 공연·경연 행사가 펼쳐졌다. 하지만, 너

표 1. 곡성심청축제 프로그램 내용(2003년)

프로그램 유형	프로그램 명
문화·공연관람형	심청가요제, 뽕파전, 심청길놀이, 심청가 판소리 한마당, 국악 대향연, 곡성·거창군 여성합창단 공연, 장애인 사물놀이패 공연, 심청골 전통농악공연, 심청 효 콘서트 부모님 전상서, 가을밤의 포크 콘서트, 심청 열린음악회, 곡성국악원 공연, 청아, 청아, 내 딸 청아! 심청마당극
체험참가형	심청가훈 받아가세요, 현장 시력 건강검진, 가상 심청의 집 재현, 대장간체험, 전통 떡치기 체험, 다듬이·물레질 체험, 옛날 농사일 체험, 짚·풀 공예 전시 체험, 전통민속놀이 체험, 심봉사 체험, 전통차와 만남, 심청전 주인공과 추억남기세요, 페이스페인팅, 봉숭아 물들이기, 분경과 압화체험, 황토 천연염색 체험, 효의 격언·속담 길거리, 심진강 민물고기잡기 체험, 심진강레포츠, 심진강 자연학습원 운영, 심진강 자전거 하이킹, 심청 공양미삼백색 모으기, 갈대와 산책로, 심진강오리떼, 심진강과 심봉사다리, 심청테마이야기 (한지공예), 심진강 자연생태관
전시판매형	곡성심청역사관, 심청캐릭터 상품 전시, 심청골 분재·야생화 전시, 낙죽금강도 및 백동연죽장 전시, 뽕데이주막, 전통한과점, 방물진, 심청골 농특산물 홍보관 운영, 심청골 향토음식점 운영, 곡성·거창군 사진동우회 사진전시, 우표전시
기타(전국행사)	심진강 마라톤대회, 전국정보검색대회, 전국 청소년그룹댄스경연대회, 효녀심청선발대회, 효문화 학술심포지엄, 효녀심청 전국청소년 예술공모전

자료 : 곡성군청 관광개발사업단 자료를 기초로 재작성

무 나열위주의 문화·공연관람형의 프로그램은 2002년부터 그 수가 대폭 감소하게 된다.

2003년 심청축제부터는 심청의 효 정신과 섬진강의 자연생태를 체험하도록 하는 참여·체험행사가 대거 도입되었다. 예를 들면, 안대로 눈을 가리고 지팡이에 의지해 일련의 코스를 돌아오는 '심봉사 체험'이나 섬진강에서 민물고기를 직접 잡아보는 '섬진강 민물고기 잡기 체험'같은 프로그램들은 축제장을 방문한 관광객으로부터 큰 호평을 받았다. 심청축제가 타축제 프로그램과 구별되는 독특한 면은 심청의 효(孝)의 의미를 되새기고 섬진강의 자연생태를 통한 환경의 중요성을 인식하는 다양한 볼거리와 체험행사로 구성되었다는 점이다.

최근 급속히 확산되고 있는 주5일 근무제 실시에 따라 국민의 여가활용 및 여행패턴이 크게 변화될 것으로 기대되며, 관광행태에 있어서 체험성과 모험성이 더욱 중시됨에 따라 축제프로그램에도 다양한 체험프로그램의 개발이 요구되어지고 있다.

한편, 전체적인 심청축제 프로그램의 변화과정을 살펴보면, 2000년 심청초혼제를 제외하고 본격적인 심청축제가 시작된 2001년부터 전체적인 프로그램의 수가 양적으로 큰폭 증가했음을 알 수 있다. 또한 2002년부터 문화·공연관람형 프로그램이 줄어들었으며 2003년부터는 체험참가형 프로그램과 전시판매형 프로그램이 증가함을 볼 수 있다. 이는 최근의 국민 관광성향이 체험을 중시하는 패턴을 보임에 따라 곡성군에서도 이를 적극적으로 반영한 것으로 풀이된다(표 2).

4. 축제방문객의 만족도분석

1) 자료의 분석

(1) 표본의 특성

표본의 인구통계적 특성을 살펴보면 성별분포는 남자 275명(44.0%), 여자 350명(56.0%)으로 여자관광객이 남자관광객보다 많은 것으로 나타났다. 연령별로 살펴보면 30대가 228명(36.5%)으로 가장 높게 나타났으며, 40대 169명(27.0%), 20대 104명(16.6%), 10대 80명(12.8%), 50대 31명(5.0%), 60세 이상 13명(2.1%)으로 나타났다. 방문객 거주지를 보면 광주 298명(47.7%), 곡성외 전남 133명(21.3%), 곡성지역주민 104명(16.6%), 전북 57명(9.2%), 경기 12명(1.9%), 서울 9명(1.4%), 기타 12명(1.9%)로 나타나 외부관광객이 521명(83.4%)으로 월등히 높은 비율로 나타났다. 특히 광주지역 방문객이 298명(47.7%)로 나타나 주요시장임을 알 수 있다. 한편, 방문객 고향별 비율을 살펴보면 곡성의 전남 267명(42.7%)이 가장 높게 나타났으며 광주 117명(18.7%), 곡성 113명(18.1%)로 나타나 거주지가 외지이면서 고향이 곡성인 방문객이 많지 않음을 알 수 있다. 축제개최와 고향방문과는 큰 관련이 없는 것으로 판단된다. 직업은 주부 150명(24.0%)가 가장 높게 나타났으며 학생 135명(21.6%), 전문직 67명(10.7%), 공무원 50명(8.0%), 자영업 43명(6.9%) 등으로 나타났다. 학력을 살펴보면 대학졸업 이상자 248명(39.7%), 고졸 177명(28.3%), 전문대 졸업 112명(17.9%), 초·중 졸업 79명(12.6%) 등으로 나타났다.

표본의 관광행태적 특성을 살펴보면 방문횟수에 있어 첫방문객 360명(57.6%), 재방문객 265명(42.4%)으로 나타나 첫방문객의 구성비율이 높게 나타났다. 동반자 비율을 보면 2명~5명 455명(72.8%)로 가장 높게 나타나 동반자형태 비율에서 가족(59.8%)이 가장 높게 나타난 점과 맥락을 같이한다고 볼 수 있다. 방문객의 숙박형태는 친구/친지집 89

표 2. 곡성심청축제 프로그램 변화

개최년도	프로그램	유형별 프로그램(단위: 개)				계
		문화·공연 관람형	체험참가형	전시판매형	기타	
2000(1회)		5	1	2		8
2001(2회)		22	23	6	7	58
2002(3회)		12	23	5	8	48
2003(4회)		14	27	11	6	58

자료 : 곡성군청 관광개발사업단 자료를 기초로 재작성

표 3. 표본의 특성

구 분		빈도	비율	구 분		빈도	비율
성 별	남성	275	44.0	학 력	초·중졸업	79	12.6
	여성	350	56.0		고등학교졸업	177	28.3
연 령	10대	80	12.8		전문대학졸업	112	17.9
	20대	104	16.6		대학졸업	196	31.4
	30대	228	36.5		대학원졸업	52	8.3
	40대	169	27.0		기타	9	1.4
	50대	31	5.0		첫방문 여부	첫방문	360
	60대 이상	13	2.1	재방문		265	42.4
거주지	곡성	104	16.6	동반자 비율	혼자	16	2.6
	곡성의 전남	133	21.3		2명~5명	455	72.8
	전북	57	9.2		6명~10명	92	14.7
	광주	298	47.7		11명~15명	25	4.0
	서울	9	1.4		16명이상	37	5.9
	경기	12	1.9	동반자 형태	혼자	16	2.6
	기타	12	1.9		연인	44	7.0
고 향	곡성	113	18.1		가족	374	59.9
	곡성의 전남	267	42.7		친척	25	4.0
	전북	71	11.3		모임	60	9.6
	광주	117	18.7	기타	106	16.9	
	서울	18	2.9	숙박형태	호텔	6	1.0
	경기	5	0.8		여관/여인숙	10	1.6
기타	34	5.4	콘도		9	1.4	
직 업	학생(초/중/고)	74	11.8		친구/친지집	89	14.2
	학생(전문대/대학교/대학원)	61	9.8		민박	10	1.6
	사무행정직	41	6.6		기타	94	15.0
	전문직	67	10.7		숙박없음	407	65.1
	생산직	15	2.4	정보취득	주위사람	197	31.5
	교사	33	5.3		T.V/라디오	167	26.7
	주부	150	24.0		신문/잡지	47	7.5
	자영업	43	6.9		인터넷	59	9.4
	서비스직	33	5.3		여행사	2	0.3
	공무원	50	8.0		버스외부광고	16	2.6
	종교인	2	0.3		초청장	19	3.0
	농업	15	2.4		플래카드	68	10.9
	무직	8	1.3		기타	50	8.0
	기타	33	5.3				

자료 : 설문조사

명(14.2%)이 가장 높은 비율로 나타났다. 축제 정보취득은 주위사람 197명(31.5%), T.V/라디오 167명(26.7%), 플래카드 68명(10.9%), 인터넷 59명(9.4%), 신문/잡지 47명(7.5%) 등으로 구전에 의한 축제 정보취득이 가장 많은 것으로 나타났다(표 3).

2) 방문객 만족 요인분석

(1) 지역축제 방문객 만족 측정항목과 표본의 적합도 검증

요인 수를 최소화하고 측정의 타당성을 확보하기 위한 요인분석(factor analysis)에서는 전체 자료에 대한 표본 적합성을 검증하는 KMO(Kaiser-Meyer-Olkin)값이 <표 4>와 같이 0.899로 나타나 일반적 기준인 0.6 이상으로 표본은 요인분석에 적

표 4. 지역축제 방문객 만족 측정항목과 표본의 적합도 검증

측 정 항 목	MSA
1. 행사내용을 통해 이 지역의 문화를 잘 알게 되었다	.956
2. 직접 참여하는 체험프로그램에 만족한다	.935
3. 행사장내 안내시설이 잘 되어있다	.930
4. 축제행사장까지 쉽고 편하게 찾아올 수 있었다	.922
5. 휴식공간(벤치, 휴게실)이 잘 되어있다	.922
6. 행사안내 팸플렛이 잘 되어있다	.905
7. 행사장내 안내요원들의 서비스에 만족한다	.904
8. 음식의 종류가 다양하다	.904
9. 화장실이 청결하다	.903
10. 축제관련 기념품의 종류가 다양하다	.895
11. 축제관련 기념품의 가격이 적당하다	.892
12. 사전홍보를 통해 축제의 내용 및 일정을 알고 있다	.884
13. 행사내용이 재미있다	.884
14. 주차시설 이용이 편리하다	.882
15. 행사내용이 다양하다	.862
16. 축제관련 기념품의 품질이 좋다	.859
17. 음식의 가격이 적당하다	.854
전 체	.899

합하다고 판단할 수 있다.

(2) 지역축제 방문객 만족 요인분석 및 신뢰도 검증
신뢰도는 측정도구의 정확성이나 정밀성을 나타내는 것으로서 의존가능성, 안정성, 일치성, 예측가능성, 그리고 정확성과 동일한 의미를 갖는다(정충영·최이규, 1998). 본 연구에서는 측정척도의 신뢰성을 검증하기 위해서 내적 일관성 신뢰도 측정계수인 cronbach's α 계수를 활용하였다. cronbach's α 는 0에서 1사이 에 있으며 1에 가까울수록 신뢰도가 높다고 평가할 수 있다. 4개 요인들의 신뢰도를 나타내는 cronbach's α 계수를 분석한 결과 0.7570에서 0.8513까지로 네 개의 요인은 일반적인 수용기준인 0.7보다 높아 분석을 위한 충분한 내적 일관성을 갖고 있는 것으로 판단된다(표 5).

본 연구에서의 요인분석은 주성분 분석을 이용하였고, 요인적재량의 단순화를 위해 직각회전(orthogonal rotation) 중 하나의 요인에 높이 적재되는 변수의 수를 줄여서 요인의 해석에 중점을 두는 베리맥스회전을 적용하였다. 요인의 수는 1이상인 고유값의 크기로 결정하였으며, 요인분석의 결과는 <표 5>와 같이 4개의 요인으로 추출되었다. 측정항목들의 요인적재량은 0.523에서 0.831까

지로 모두 일반 수용기준인 0.4를 넘고 있었다. 추출된 요인들의 특성과 내용을 고려하여 요인 1을 '홍보·안내', 요인 2를 '행사내용', 요인 3을 '기념품과 음식', 요인 4를 '편의시설'로 각각 명명하였다. 각 요인의 변량은 각기 17.945%, 17.804%, 14.936%, 13.060%로 4개의 요인이 총분산의 약 64%를 설명할 수 있었다.

앞에서 규명된 곡성심청축제의 만족요인에서 전반적인 만족도, 재방문, 권유의사에 미치는 결정요인과 그 영향정도를 파악하기 위하여 다음과 같은 순서로 연구를 진행하였다. 먼저 전반적인 만족도와 재방문, 권유의사에 대한 방문객의 의견을 7점 척도로 측정하였다. 만족요인으로 규명된 4가지 요인들에 대하여는 각각의 요인점수(factor score)를 산출하였다. 다음으로 전반적인 만족도를 종속변수(dependent variable)로 설정하고, 4가지 요인점수를 독립변수(independent variable)로 설정하여 다중회귀분석(Multiple Regression Analysis)을 수행하였다.

회귀분석의 기본가정으로서 종속변수의 변동이 독립변수와 연관되어있는 정도로서 선형성(linearity)을 검토하기 위하여 편회귀도면(partical regression plots)을 이용하였고, 정규분포성(normality)을 위해

표 5. 지역축제 방문객 만족 요인분석

요인 및 측정 항목	요인 적재량	공통성	고유값	분산비	크론바알파
요인 1 : 기념품과 음식			3.051	17.945	.8342
축제관련 기념품의 가격이 적당하다	.744	.661			
축제관련 기념품의 품질이 좋다	.743	.687			
음식의 가격이 적당하다	.704	.602			
음식의 종류가 다양하다	.680	.577			
축제관련 기념품의 종류가 다양하다	.672	.622			
요인 2 : 행사내용			3.027	17.804	.8513
행사내용이 다양하다	.831	.783			
직접 참여하는 체험프로그램에 만족한다	.785	.692			
행사내용이 재미있다	.776	.753			
행사내용을 통해 이 지역의 문화를 잘 알게 되었다	.582	.524			
요인 3 : 홍보안내			2.539	14.936	.7864
사전홍보를 통해 축제의 내용 및 일정을 알고 있다	.754	.589			
행사장내 안내시설이 잘 되어있다	.671	.682			
축제행사장까지 쉽고 편하게 찾아올 수 있었다	.648	.460			
행사안내 팸플렛이 잘 되어있다	.643	.612			
행사장내 안내요원들의 서비스에 만족한다	.523	.565			
요인 4 : 편의시설			2.220	13.060	.7570
화장실이 청결하다	.788	.703			
주차시설 이용이 편리하다	.784	.682			
휴식공간(벤치,휴게실)이 잘 되어있다	.666	.642			
총 분산설명력				63.746	

표준화된 잔차를 정규분포와 비교하는 정규확률도면(normal probability plot)을 사용하였다. 오차항의 등분산성(constant variance)과 오차항의 독립성(independency)은 잔차의 도면을 통해 검토하였다. 전체적인 분석결과 대체적으로 기본가정을 충족하고 있어 교정의 필요성이 제기되지 않았다. 또한 다중공선성(multicollinearity)을 평가하기 위해 공차한계(tolerance)값과 그 역수인 분산팽창요인

(variance inflation factor:VIF)을 검토하였다. 네 모형의 각 설명변인들의 VIF는 모두 1.000으로 일반적인 기준인 10보다 작기 때문에 다중공선성 문제는 없는 것으로 평가된다.

<표 6>과 같이 이 회귀식은 통계적으로 유의하며(유의확률 Sig F=0.000<0.05), R²=0.319로서 만족요인은 전반적 만족도의 총변동의 약 31.9%를 설명하고 있다. 모형의 유의확률은 0.000으로서 아주

표 6. 전반적 만족도에 영향을 미치는 만족요인 분석

설명변인	종속변인(전반적 만족도)			
	기울기(B)	표준오차	β	(t-value)p
상수(Constant)	5.227	0.044		119.456(0.000)***
기념품과 음식	0.367	0.044	0.278	8.376(0.000)***
행사내용	0.552	0.044	0.418	12.612(0.000)***
홍보안내	0.202	0.044	0.153	4.612(0.000)***
편의시설	0.277	0.044	0.210	6.331(0.000)***
			R ² =0.319 F=72.644 p=0.000***	

*p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001

표 7. 재방문에 영향을 미치는 만족요인 분석

설명변인	종속변인(재방문)			
	기울기(B)	표준오차	β	(t-value)p
상수(Constant)	5.272	0.053		98.937(0.000)***
기념품과 음식	0.361	0.053	0.237	6.773(0.000)***
행사내용	0.553	0.053	0.364	10.372(0.000)***
홍보안내	0.258	0.053	0.170	4.839(0.000)***
편의시설	0.218	0.053	0.143	4.084(0.000)***
				R ² =0.238 F=48.384 p=0.000***

*p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001

표 8. 권유의사에 영향을 미치는 만족요인 분석

설명변인	종속변인(권유의사)			
	기울기(B)	표준오차	β	(t-value)p
상수(Constant)	5.370	0.048		111.998(0.000)***
기념품과 음식	0.404	0.048	0.287	8.421(0.000)***
행사내용	0.526	0.048	0.373	10.965(0.000)***
홍보안내	0.242	0.048	0.172	5.049(0.000)***
편의시설	0.246	0.048	0.174	5.121(0.000)***
				R ² =0.281 F=60.716 p=0.000***

*p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001

작으며 유의수준 $\alpha=0.05$ 에서 매우 유의한 결과로서, 이 모형은 아주 유의한 모형이다.

4개 요인이 '행사내용-기념품과 음식-편의시설-홍보안내'의 순서로 일정한 영향력을 가지고 있음이 확인되었다. 특히 4가지 만족요인 중 전반적 만족도를 설명하는데 가장 중요한 변수는 표준화계수 β 가 가장 큰 것이므로 '행사내용' 요인이 전반적 만족도에 미치는 영향력이 가장 큰 것으로 나타났다.

<표 7>과 같이 이 회귀식은 통계적으로 유의하며(유의확률 Sig F=0.000<0.05), R²=0.238로서 만족요인은 재방문의 총변동의 약 23.8%를 설명하고 있다. 모형의 유의확률은 0.000으로서 아주 작다. 유의수준 $\alpha=0.05$ 에서 매우 유의한 결과로서, 이 모형은 아주 유의한 모형이다.

4개 요인이 '행사내용-기념품과 음식-홍보안내-편의시설'의 순서로 일정한 영향력을 가지고 있음이 확인되었다. 특히 4가지 만족요인 중 재방문을 설명하는데 가장 중요한 변수는 표준화계수 β 가 가장 큰 것이므로 '행사내용' 요인이 재방문에 미치

는 영향력이 가장 큰 것으로 나타났다.

<표 8>과 같이 이 회귀식은 통계적으로 유의하며(유의확률 Sig F=0.000<0.05), R²=0.281로서 만족요인은 주변권유의 총변동의 약 28.1%를 설명하고 있다. 모형의 유의확률은 0.000으로서 아주 작다. 유의수준 $\alpha=0.05$ 에서 매우 유의한 결과로서, 이 모형은 아주 유의한 모형이다.

4개 요인이 '행사내용-기념품과 음식-편의시설-홍보안내'의 순서로 일정한 영향력을 가지고 있음이 확인되었다. 특히 4가지 만족요인 중 권유의사를 설명하는데 가장 중요한 변수는 표준화계수 β 가 가장 큰 것이므로 '행사내용' 요인이 권유의사에 미치는 영향력이 가장 큰 것으로 나타났다.

5. 결론

본 연구는 지역축제 방문객의 만족에 대한 중요성을 파악하고 지역축제 방문객의 만족요인이 방문객의 전반적인 만족도와 재방문, 권유의사에 어

는 정도 영향력을 보이는 가에 관심을 두었다. 지역축제 방문객의 만족에 대한 연구는 지역축제를 선택하는 의사결정자들이 지역축제에 대한 객관적인 실체보다는 주관적 신념이나 지각에 결정하는 정도가 크기 때문에 이에 대한 분석을 통해 긍정적인 경험 정보를 전환시키기 위해 중요하다.

지역축제 방문객의 만족도 결정요인 분석을 위해 17개의 지역축제 방문객의 만족요인 항목을 구성하여 요인분석을 한 결과 '기념품과 음식', '행사내용', '홍보안내', '편의시설'의 4개 차원의 만족 요인들이 도출되었다. 이러한 4개의 만족 차원을 중심으로 지역축제 방문객의 전반적인 만족도와 재방문, 권유의사에 대한 영향력 정도를 확인해 본 결과 '행사내용' 요인(① 행사내용이 다양하다, ② 직접 참여하는 체험프로그램에 만족한다, ③ 행사내용이 재미있다, ④ 행사내용을 통해 이 지역의 문화를 잘 알게 되었다)이 지역축제 방문객의 만족도와 재방문, 권유의사를 예측하는 데 있어 모두 가장 중요한 만족요인으로 나타났다.

결과적으로 관광객 만족을 위해서는 무엇보다도 축제 행사내용의 다양함과 재미(fun), 체험프로그램을 통한 해당 지역의 문화 인지가 중요함을 알 수 있다. 그러나 나머지 지역축제 방문객의 만족요인도 전반적인 만족도와 재방문, 권유의사에 유의한 영향요소로 작용하고 있음이 밝혀졌기 때문에 지역축제의 관리자나 기획자는 지역축제의 만족요인에 지속적인 관심을 가져야 할 것이다. 특히 성공적인 축제의 개최와 축제활성화는 개최지의 독특한 지역이미지를 통한 관광자원화와 프로그램이 전제되어야 한다. 이러한 프로그램(행사내용)은 공급자중심의 일방적·획일적 프로그램이 아니라 수요자중심의 차별화된 프로그램이 제시되어야 할 것이다.

본 연구의 한계로는 먼저, 만족도를 측정하는 연구들이 대부분 수행하고 있는 기대된 만족과 인지된 만족의 결과에 대한 비교 측정을 하지 못했다는 점이다. 또 다른 한계는 거주지에서 곡성지역(16.6%)과 곡성지역 외(83.4%) 관광객들을 대상으로 한 인구적인 차이로 인해 연구결과에 잘못된 의견을 제시할 가능성도 있다.

마지막으로 본 연구는 곡성지역의 지역축제(심청축제)를 대상으로 실시하였고 우리나라 전체의

지역축제를 완전하게 대표했다고는 할 수 없다. 따라서 이러한 연구결과를 다른 지역축제의 연구에 확대 해석하는데 있어 신중을 기해야 할 것으로 사료된다.

註

- 1) 축제는 넓은 의미의 제의(祭衣)의 한 형태로서 근본적으로 인간문화를 대변하는 사회적 현상임과 동시에 하나의 이벤트이다. 축제의 5가지 기본요소는 특별한 행사로서 축하의 기회, 유명한 인물이나 사건 또는 중요한 생산물의 추수에 대한 감사와 연례행사, 일련의 예술작품을 만드는 과정 및 문화적 이벤트, 지역의 전시회, 일반적 제례의식과 향연 등이 포함된다.
- 2) 이벤트는 인류 역사상 모든 시대와 문화권에 존재해 온 인간활동으로서 일반적으로 마케팅과 관련된 판촉활동을 위한 특별 행사라는 개념으로 통용되고 있으며, 박람회, 컨벤션과 전시회, 콘서트, 패션쇼, 축제, 스포츠 게임 등과 유사한 용어로 사용되고 있다(McDonnell, Allen and O'toole, 1999).
- 3) 우량 이벤트(hallmark event)에 해당하는 대표적인 사례에는 브라질의 리우데자네이루 카니발외에 스코틀랜드 에딘버러 페스티벌, 투어드 프랑세, 독일 뮌헨의 옥포페스트 등이 있으며, 우리나라의 경주 진도영등축제, 금산인삼축제 등이 이에 해당한다.

文獻

- 고동우, 1998, 선행관광행동연구의 비판적 고찰, 관광학연구, 22(1), 201-229.
- 고승익·윤동구·정동훈·박은아, 2000, 축제 방문 동기 세분화에 따른 지각된 성과와 만족분석 : '98 제주세계섬문화축제를 사례로, 관광학연구, 23(2), 246-266.
- 곡성군청, 2001, 심청 국제학술 심포지엄 자료집.
- 곡성군청·곡성심청축제추진위원회, 2002, 곡성심청축제 2002 축제평가 및 방문객 분석 결과보고서.
- 곡성군청·곡성심청축제추진위원회, 2003, 곡성심청축제 2003 축제평가 및 방문객 분석 결과보고서.
- 김춘식, 2000, 지방도시에서의 축제를 통한 외국인 관광객 유치사례 연구 : 안동국제탈춤페스티벌을 중심으로, 한국지방자치학회 동계학술세미나 논문집, 53-67.
- 문화관광부, 2003, 2003년도 관광동향에 관한 연차 보고서.

- 박철·손해식, 1998, 지역문화축제에 대한 의례분석적 접근과 관광상품화 전략, *관광학연구*, 22(2), 43.
- 서철현, 2001, 지역축제에 대한 사후이미지가 방문객 만족과 행동의도에 미치는 영향: 청도 소싸움 축제를 중심으로, *관광연구*, 16(2), 7-23.
- 서희석·이동기, 2000, 지역축제의 서비스 질 구성요인이 방문객의 만족도에 미치는 영향에 관한 연구:부안 해님이 축제를 중심으로, *한국행정논집*, 12(3), 581-594.
- 오순환, 1999, 지역축제의 실제와 경제적효과, *관광학연구*, 22(3), 205.
- 연세대학교 사회발전연구소, 2000, 효녀 심청의 사회적·국문학적 고증 학술용역보고서.
- 이장주, 1998, 지역축제의 이미지 측정척도 개발과 적용에 관한 연구, *경기대학교 대학원 박사학위논문*.
- 이장주·조현상, 2000, 지역축제의 이미지 특성화에 관한 실증적 연구, *관광학연구*, 24(1), 205-224.
- 이정록, 1998, 광주·전남지역 관광산업의 현황과 발전 방향, *지역개발연구*, 30(1), 161-190.
- 이정록·우연섭, 2003, 전남지역 문화관광축제의 공간적 전개과정과 특징, *한국지역지리학회지*, 9(3), 233-247.
- 이정록·추명희, 1997, 이벤트관광 관광객의 행태적 특성분석: 전남 낙안의 남도음식축제를 사례로, *지리학연구*, 29, 59-94.
- 이정실·양일용, 2003, 지역축제방문동기 세분화 및 만족의 차이 :부산 국제아트페스티벌 중심으로, *관광·레저연구*, 14(3), 143-156.
- 정강환, 1995, 백제문화제의 관광상품화를 위한 방문객 조사 및 평가에 관한 연구, *배재대 사회과학연구*, 13, 179-189.
- 정충영·최이규, 2001, SPSSWIN을 이용한 통계분석, 무역경영사.
- 홍성화·허향진, 2002, 2001 제주세계섬문화축제의 참여동기에 따른 만족에 관한 연구-지역주민과 관광객 방문집단간 비교, *한국관광학회 2002년도 제51차 학술연구발표논문집*.
- Gets, D., 1989, Special Events, *Tourism Management*, 10(2) : 125-137
- Getz, D., 1997, *Event Management and Event Tourism*, Elmsford, NY : Cognizant Communication Corporation.
- Hall, C.M., 1992, *Hallmark Tourist Event : Impacts, Management and Planning*, London, Belhaven Press.
- Janiskee, R.L., 1991, Rural Festivals in South Carolina, *Journal of Cultural Geography*, 11(2), 31-43.
- McDonnell, I., Allen, J. and O'toole, W., 1999, *Festival and Special Event Management*, New York, John Wiley & Sons.
- Mohr, K., Backman, K.F., Gahan, L.W. and Backman, S.J., 1993, An Investigation of Festival Motivations and Event Satisfaction by Visitor Type, *Festival Management & Event Tourism*, 1:89-97.
- Oliver, R.L., 1981, Measurement and education of satisfaction process in retailing setting, *Journal of Retailing*, 57(3), 25-48.
- Pizam, A., Neuman, Y. and Reichel, A., 1978, Dimensions of Tourist Satisfaction with a Destination Area, *Annals of Tourism Research*, 5(3).
- Ritchie, J.R.B., 1984, Assessing the Impact of Hallmark Events: Conceptual and Research Issues, *Journal of Travel Research*, 23(1), 2-11. <http://www.simcheong.com>

(접수 : 2004. 6. 29, 채택 : 2004. 7. 19)