

CVM을 통한 하이서울페스티벌의 가치평가

Valuation of the Hi Seoul Festival : An Application of CVM

金彩玉 • Cai Yu Jin, 馬波 • Bo Ma, 金昭恩 • So Eun Kim

본 연구는 축제의 가치를 최대지불의사액(WTP)을 통해 측정하고자 시도되었다. 연구 대상이 된 하이서울페스티벌은 서울의 대표축제로 육성하고자 2003년부터 개최된 축제이다. 서울시는 이를 통해 관광객을 유치하고 문화관광지로서 서울의 이미지를 제정립하여 경제적 이익을 창출하고자 하는데 목표를 두었다. 하지만 해마다 상이한 콘셉트와 행사 개최장소의 변경으로 인해 축제의 정체성이 모호하며, 초기의 목표와는 달리 가시적인 성과를 얻고 있지 못한 실정이다. 이러한 문제점에 착안하여 축제개최장소별 CVM을 활용한 가치추정을 통해 하이서울페스티벌의 가치를 추정하고, 향후 정책적 시사점을 도출하고자 본 연구를 수행하였다. 연구결과 축제개최장소별 비이용가치는 상이한 것으로 나타났는데 이는 각 장소별 프로그램의 성격과 개최장소의 특징에 기인한 것으로 추측된다. 또한 하이서울페스티벌의 비이용가치 추정을 통한 경제적 가치는 422억 원으로 나타나 현재 시민들이 느끼는 편익의 가치는 큰 것으로 나타났다. 즉 향후 하이서울페스티벌의 기획에 있어서는 장소성을 가진 장소에서의 특성화된 프로그램의 개발을 통해 방문객들의 만족도를 향상시켜 축제의 가치를 높이는 방안이 검토되어야 할 것이다.

핵심주제어: 하이서울페스티벌, 페스티벌의 가치, CVM, WTP

金彩玉 | 중국 정주대학교 관광경영대학 전임강사(jincaiyu@hanmail.net)

馬波 | 중국 청도대학교 관광경영대학 교수(mabo@qdu.edu.cn)

金昭恩 | 서울시정개발연구원 연구원(kseun@sdi.re.kr)

ABSTRACT

This article estimates the total evaluation of the festival and investigates the determinants of visitors' WTP(willingness to pay) for the festival. Hi Seoul Festival is a way to introduce Korean culture to other foreigners as well as to serve as an economic and cultural stimulus for Seoul. A contingent evaluation survey was conducted and a total of 763 useful samples were collected. The results show that the evaluation of the festival were different across three different WTPs which were calculated as 2,846 won, 3,321 won, and 4,838 won. The annual total benefits value is calculated as 433.767 billion Korean won. And visitors' sex and visitors' satisfaction(keep up festival, need to modify) was a important determinants of the WTP for a visit. These findings may provide guidance managers and practitioners who help maintain the Hi festival.

Keywords: Hi Seoul Festival, Value of Festival, CVM, WTP

Cai Yu Jin | Lecturer, Tourism Management School, Zhengzhou University

Bo Ma | Professor, College of Tourism, QingDao University

So Eun Kim | Researcher, Seoul Development Institute

I. 서론

축제는 관광객을 유치하고 지역특산물을 홍보하며 지역경제를 활성화시키는 동시에 지역의 이미지를 향상시키는 등 다양한 부가가치를 창출하는 것으로 알려져 있다. 이로 인해 지방정부는 행정적·재정적 비용을 아끼지 않고 축제를 경쟁적으로 개최하고 있다.

서울시 역시 2003년부터 올해까지 매년 하이서울페스티벌이라는 대형축제를 기획하여 진행하고 있다. 서울시는 이 축제를 통하여 그동안 사람들에 의해 각인되어 왔던 서울시의 경제중심지 이미지에서 벗어나 문화관광지로서의 이미지를 형성하고 장기적으로 관광객의 증가를 유도하여 경제적 이익을 창출하고자 하였다. 하지만 기획의도와는 달리 하이서울페스티벌은 관광이미지를 형성하고 관광객을 유치할 만큼 상징성 있는 대표축제로 자리 잡기는커녕 해를 거듭할수록 문제점들만 점점 많이 드러내고 있는 실정이다. 그 중 근본적인 문제점으로 지적되는 것은 해마다 상이한 콘셉트와 진행방식으로 인해 축제의 정체성이 모호해 졌다는 것이다. 뿐만 아니라 축제장소가 매년 바뀌고 있어 서울시 전역에서 축제 참관이 가능하다는 장점에 반하여 행사가 개최되는 몇몇 지역들은 축제 장소로서의 상징성이 부족하다는 평가를 받고 있다.

그렇다면 하이서울페스티벌은 정말 개최할 가치가 없는 축제인가? 구체적으로 하이서울페스티벌이 주는 가치는 무엇인가? 어떤 요인들이 그 가치에 영향을 미치는가? 등과 관련한 연구를 통해 하이서울페스티벌의 발전방안에 시사점을 제시해줄 필요가 있다.

특히 현재 전국 범위 내에서 하이서울페스티벌과 같이 지역의 이미지를 수립하기 위해 전략적으로 개최되고 있는 축제들이 많은 상황에서 하이서울페스티벌을 사례로 한 연구는 유사한 축제들에게도 시사점을 제시해줄 수 있다는 점에서 그 연구의의가 크다고 할 수 있겠다. 이에 본 연구에서는 하이서울페스티벌의 행사가 진행된 주요 장소를 대상으로 가치평가를 진행해 하이서울페스티벌의 가치를 측정하고자 한다.

본 연구의 대상인 하이서울페스티벌은 입장료가 없고 체험학습과 같은 극소부분의 프로그램에서만 참여자에 한해 재료비만 받고 있다. 따라서 이와 같은 공익성이 큰 문화관광축제의 경우 가시적인 경제효과, 즉 이용가치를 추정해서는 그 전반적인 가치를 파악할 수 없다. 오히려 비이용가치에 대한 추정을 통하여 그 축제의 가치를 추정하는 것이 더욱 유용한 정보를 제공해 줄 수 있다. 따라서 본 연구에서는 가상적 가치평가법(CVM)을 이용해 비이용가치를 추정하여 하이서울페스티벌의 전반적 가치 추정에 유용한 정보를 제공하고, 현재 기획의 방향에 있어 혼선을 빚고 있는 하이서울페스티벌의 발전방안에 시사점을 제공하고자 한다.

조사는 하이서울페스티벌 발전상의 주요 과도기였던 2007년을 바탕으로 하고, 보다 구체적인 자료를 획득하기 위해 조사장소는 당해 축제의 상징적인 주요 개최장소인 여의도, 북촌, 노들섬으로 구분하여 진행하였다.

II. 이론적 논의

공공재적 성격이 강한 자연관광자원의 가치를 측정하는 방법에는 시장가격기법(HVM, Market Value Method)과 여행비용방법(TCM, Travel Cost Method), 헤도닉 가격기법(HPM, Hedonic Price Method), 가상적 가치평가방법(CVM, Contingent Valuation Method) 등이 있다. 그런데 그 중에서 가상적 가치평가방법(CVM)이 보전 가치를 추정하는데 가장 널리 사용되고 있다(김채욱 2002). CVM은 시장에서 거래되지 않는 재화에 대해 실제로 가상의 시장이 존재하는 것처럼 설정하고, 소비자들에게 이러한 가상적인 상황이 변화되지 않도록 보전하는 대가로 최대지불용의액(WTP, willingness to pay) 또는 보상요구액(WTA, willingness to accept)을 파악하여 대상 자원의 가치를 평가하는 방법이다.

그러나 CVM은 자원의 가치를 간접적으로 추정하는 TCM이나 HPM과 달리 자원의 보전가치에 대해 직접 평가할 수 있는 반면에, 설문 시 연구자가 제시한 가상적인 상황에서 미래에 개인이 행할 행위를 질문하는 것이므로 이 과정에 편의가 발생하게 된다. 이로 인해 CVM을 사용하여 자원의 가치를 평가할 경우 설문지 작성, 설문 시행, 사후 분석과정에서 세심한 주의를 필요로 한다(권오상 2000, p.303).

이러한 CVM을 이용하여 최대지불용의액을 추정하기 위해서는 기본적으로 공공재화의 다양한 가치 개념을 이해해야 한다. 가치는 크게 이용가치(use value)와 비이용가치(non-use value)로 구분된다. 이용가치는 자원을 이용함으로써 얻어지는 가치이며, 비이용가치는 자원의 보존을 위해 방문객이 부여하는 가치로 선택가치, 존재가치, 유산가치 등으로 구분되어 진다. 선택가치란 자원을 언젠가 이용할 기회가 있으면 이용하겠다고 생각하여 느끼는 가치를 의미하고, 존재가치란 대상 자원이 존재한다는 자체만으로 느끼는 가치를 말하며, 유산가치는 후손들에게 남겨줄 수 있다는 것으로부터 느끼는 가치를 말한다.

CVM은 환경경제학 분야에서 시작되어 환경개선 효과, 자연경관, 문화적·역사적·생태적 가치가 있는 장소 등의 가치평가에 많이 이용되고 있으며, 최근에는 문화자원(Samuel Seongseop Kim, Kevin K. F. Wong, and Min Cho 2007), 관광자원(Richardson and Robert Brian 2002), 스포츠이벤트(Johnson Whitehead 2000), 여가정

책(Christie 1999) 등의 분야로 응용폭이 넓어지고 있다. 국내의 경우 CVM을 이용하여 문화관광자원의 비이용가치를 추정하는 사례는 수원화성(김학용과 박호표 2006), 창덕궁(이희승 외 2006), 안동하회마을(김영 2004), 가야고분유적(최규환과 여호근 2007), 인천 최초사 박물관(정민섭 외 2007), DMZ(이충기 2006) 등을 대상으로 한 연구가 있다. 그러나 이런 지역의 문화자원에 대한 가치평가와 관련하여 CVM을 이용한 연구는 아직 초보적인 단계에 머물러 있다고 할 수 있다(주수현과 진재균 2006). 특히 문화관광자원의 일부인 축제에 대한 비이용가치 연구는 양적으로나 질적으로 아주 부족한 편이며 다양한 축제 유형과 프로그램 및 축제 개최장소 등의 특성을 반영한 비교연구는 거의 이루어지지 않고 있는 실정이다. CVM을 이용하여 문화관광축제의 경제적 가치를 추정한 연구를 살펴보면 다음과 같다.

광주비엔날레를 대상으로 한 연구(이희찬 2003)에서 최대지불용의액을 양분선택형으로 추정하였다. 지불형식은 입장료로 하였으며, 이미 지불한 입장료에 추정한 지불용의액을 더하여 최대지불용의액을 계산하였다. 응답자의 최대지불용의액에는 서비스, 난해도, 지역, 재방문, 직업, 방문자 유형 등이 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 안동민속축제를 대상으로 한 연구(김영 외 2004)에서는 축제의 경제적 가치를 측정함에 있어서 지불유형을 유지보전 목적의 기부금으로 정하였으며, 복잡한 축제의 현장에서 발생하는 편의를 줄이고자 지불카드방식으로 설문을 진행하였다. 연구결과 축제방문횟수, 보전여부, 만족도, 성별, 가족수, 소득 등의 변수들 중에서 소득변수만 비이용가치에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉 소득이 높을수록 지불용의액이 높은 것으로 분석되었다. 강릉단오제를 대상으로 한 연구(허중욱 2006)에서는 지불유형을 축제 유지보전 목적의 기금조성을 위한 입장료로 하였다. 그리고 그 최대지불용의액을 측정함에 있어서 2차 질문에서 다른 축제의 사례를 제시하고 2개의 개방형 질문을 통해 비이용가치를 추정하였다. 이 연구에서는 방문객 거주지별 정보제공 전·후 간의 WTP의 차이를 측정하여 CVM을 통한 가치추정에서 발생할 수 있는 설계편의를 검증하였다. 또한 정선아리랑제를 대상으로 한 연구(허중욱 2007)에서는 축제기금 조성을 위한 WTP를 단일양분선택형 질문으로 조사하였다. 9단계의 가격을 제시하고 이를 통해 축제참가자의 최대지불용의액(WTP)의 결정요인과 문화관광축제의 비이용가치를 추정하였다. 설문지는 폐쇄형으로 설계되었으며, 개방형의 장점을 차용할 수 있도록 기타 또는 괄호를 사용하여 구체적으로 기입하도록 설계되었다. 연구결과 지불금액, 소요시간, 가족형 동반형태, 능동적 정보획득형, 가계 소득 등이 WTP에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 부산국제영화제를 대상으로 한 연구(주수현과 진재균 2006)에서는 지불형식을 세금지불형태로 조사하였다. 이 연구에서는 양분선택형으로 5단계의 지불금액을 제시하고 로짓모형으로 분석하였다. 분석결과 연령, 소득, 제시금액 등 변수들이 통계적으로 유의한 것으로 나타났다. 부산국제영화제를 대상으

로 한 연구(한상현 2008)에서는 영화제 유지를 위해 공공기금을 모금해야 한다는 가상적인 상황을 제시하고 양분선택형으로 설문조사를 진행하였다. 연구결과 영화제 참가횟수, 숙박여부, 영화관람편수, 재방문의사, 직업소유, 영화선호도 등 변수들이 지불용의액에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

이와 같이 문화관광축제와 관련된 최근의 CVM 연구들은 대부분 양분선택형 방식으로 설문지를 디자인하고, 축제방문자를 대상으로 조사하였다. 그리고 대부분 연구에서는 방문자의 인구 통계적 특성이나 축제의 만족도, 발전방향 등을 독립변수로 지불용의액에 미치는 영향을 연구하였는데 그 연구결과 지불의사액에 유의한 영향을 미치는 변수들이 각 축제별로 상이하였다. 즉 축제의 특성에 따라 영향요인이 다르다는 것을 시사한다. 또한 위의 연구들에서 축제 방문객의 WTP는 강릉단오제 3,397원, 광주비엔날레 8,600원, 안동민속축제 9,545원, 정선아리랑제 12,261원, 부산국제영화제 3,073원/3,076원, 부산국제영화제 55,213원으로 추정되어 축제유형 및 성격에 따라 WTP도 큰 차이를 보이고 있음을 알 수 있었다.

그렇다면 하이서울페스티벌의 비이용가치는 어떻게 되며, 지불의사액에 영향을 미치는 요인은 무엇일까?

Ⅲ. 연구대상 및 방법

1. 하이서울페스티벌의 개요

2003년 개최되어, 2010년 제8회째 개최를 준비하고 있는 하이서울페스티벌은 1994년 서울 정도 600주년을 기념하여 매년 10월에 열리던 시민의 날 행사가 그 원형이다. 2002년 월드컵 당시 시청광장과 광화문 일대의 거리 응원전의 분위기에 착안하여 10월의 시민의 날을 5월로 옮기면서 하이서울페스티벌이란 이름을 갖게 되었다. 개최 후 5년간은 특정주제를 바탕으로 서울시 전역에서 축제가 개최되어 2007년 역대 최대 규모의 하이서울페스티벌이 가장 성공적으로 개최된 것으로 평가되고 있다. 2007년 하이서울페스티벌은 방문객 평가 및 경제적 파급효과¹⁾도 높은 것으로 분석되어 2008년에는 봄, 여름, 가을, 겨울 축제로 나누어 연중 4차례의 축제로 변모하게 되었다. 서울시는 2010년까지 1,200만 관광객을 유치하겠다는 공언 하에 하이서울페스티벌 예산을 2007년 예산의 3배에 가까운 107억 6천만 원으로 늘리고 봄에 한 차례 열리던 축

1) 2007 하이서울페스티벌 백서에 따르면 파급효과 분석결과 총 경제적 파급효과는 43,417백만원으로 추정되었으며, 생산유발효과 18,955백만원, 소득유발효과 4,191백만원, 고용유발효과는 834명으로 분석되었다.

CVM을 통한 하이서울페스티벌의 가치평가

제를 연 4회로 확대한 것이다. 그러나 2008년은 예산이 지나치게 늘어났음에도 불구하고, 개최 후 평가에서 2007년 68.3%이던 행사 인지도는 2008년 봄축제 50.4%, 여름축제 36.8%로 크게 떨어졌다. 참여율도 낮아져 2007년에는 전체 응답자의 6.9%가 ‘참여했다’고 밝혔지만 봄축제에는 4.1%, 여름축제에는 2%에 머물렀다²⁾.

시민들의 인지도 및 참여도뿐만 아니라 축제 개최로 인한 파급효과도 투입예산 대비 실적이 저조한 것으로 평가되었다. 즉 기존의 하이서울페스티벌의 개최에도 뚜렷한 존재감이 없었는데, 4계절 축제로 바뀌면서 정체성이 더 훼손된 것으로 보이며, 1년에도 주제가 4번씩이나 바뀌다보니 페스티벌의 대표적인 콘텐츠를 설정하기가 어려웠던 것으로 평가되고 있다. 이로 인한 영향 및 촛불집회, 신종플루 등의 제약요인으로 인해 2009년 하이서울페스티벌은 봄축제만 개최되었다.

2010년도에도 하이서울페스티벌은 계획만 있고, 언제 개최될지는 모르는 상황이다(5월 현재). 하이서울페스티벌이 다시 사계절 축제로 복원되기 위해서는 올해 축제의 성공 여부가 중요한 잣대가 될 것으로 보인다.

<표 1> 하이서울페스티벌의 개최 현황

개최년도	주 제	기 간	주요 개최장소	예 산
2003	서울을 열자, 서울을 답자	5월 24일~25일	시청 앞 세종문화회관 및 열린마당일대, 종로, 동대문 운동장, 광고, 무교동 일대	12억 8천만원
2004	새롭게! 재밋게! 신나게!	5월 1일~9일	서울광장, 청계천, 월드컵공원, 고궁, 명동	13억 4천만원
2005	서울마니아	4월 30일~ 5월 5일	시청 앞 서울광장, 월드컵공원, 고궁, 명동	9억 8천만원
2006	서울人 서울In	5월 4일~7일	서울광장, 상암월드컵공원, 청계광장, 덕수궁, 경복궁	15억원
2007	Miracle Seoul	4월 27일~ 5월 6일	서울광장, 노들섬, 한강공원(여의도, 뚝섬 등), 고궁, 북촌	36억원 7천만원
2008	서울의 봄, 궁에서 피다	5월 4일~11일	서울광장, 5대궁궐, 청계천	107억 6천만원
	서울, 여름에 빠지다	8월9일~17일	한강공원 (여의도, 선유도, 뚝섬 등)	
	서울의 가을, 축제로 물들다	10월 3일~25일	서울광장, 청계광장, 대학로	
	순백의 겨울, 순수의 서울	12월 19일~ 1월18일	서울광장, 청계천, 태평로	
2009	서울의 봄, 희망으로 피다	5월2일~10일	서울광장, 청계천, 5대궁	55억원
2010	봄을 부르는 꿈 짓, 봄짓하러 나서다	5월1일~9일	서울광장, 한강공원, 5대궁	35억원

자료: 각년도 하이서울페스티벌 백서 및 하이서울페스티벌 홈페이지

2) 서울시(2008). 하이서울페스티벌 백서.

2. 연구설계

2.1 조사개요 및 연구모형

본 연구에서는 하이서울페스티벌의 비이용가치를 추정하기 위하여 우선 축제가 예산부족으로 지속적인 개최가 어려우며 해결방안으로 축제지원금을 받는 방법이 있다는 가상적인 상황을 제시한 후 지불의사를 묻고 지불의사가 있는 응답자에 한해 지불의사액을 물었다.

그리고 표본의 인구통계적 특성을 파악하기 위하여 성별, 연령, 결혼유무, 직업, 거주지, 동반자 유형 등 6문항을 질문하였다. 또한 방문객 만족도, 축제의 지속개최에 대한 희망정도, 축제의 이미지 제고 효과에 대한 인식, 축제프로그램의 수정보완에 대한 의견 등 4문항을 5점 리커트 척도로 구성하여 질문하였다.

설문조사는 2007 하이서울페스티벌 방문객을 대상으로 축제기간 중 5일 동안(5월1일~6일) 실시하였다. 조사의 대상지는 비교적 큰 규모의 행사가 개최된 여의도, 북촌, 노들섬을 중심으로 하였다. 이 세 지역에서 개최된 축제프로그램들은 모두 입장료를 받지 않았으며, 북촌과 노들섬의 경우 2007 축제기획에 있어 중심의 명소로 떠오른 장소이다. 뿐만 아니라 2007년 이후 하이서울페스티벌의 개최 장소로 활용되지 않았음에도 2007축제의 개최로 이들 장소가 알려져 현재 서울시민들이 많이 찾는 명소화된 지역들이다.

설문조사결과 총 790부를 회수하였으며, 총 763(96.5%)부의 유효 표본을 획득하였고, 분석에 이용된 통계패키지는 SPSS 17.0이다. 본 연구에서는 WTP에 영향을 주는 요인을 파악하기 위하여 다음과 같이 연구모형을 설정하였다.

$$WTP=f(STF, RUNON, IMG, RVS, AGE, SEX, RSDC, JOB)$$

여기서, WTP 응답자의 최대지불의사액, STF 프로그램만족도, RUNON 지속개최희망, IMG 서울이미지 제고에 대한 인식, RVS 수정보완필요, AGE 나이, SEX 성별, RSDC 지역주민여부, JOB 직장유무

본 연구에서는 위의 모형에 근거하여 WTP에 영향을 미치는 주요 변수들을 밝혀내고자 회귀분석을 실시하였다. 또한, 축제 개최장소별 WTP와 프로그램 만족도, 지속개최 희망정도, 서울이미지 제고에 대한 인식정도, 프로그램 수정보완의 필요성에 대한 인식의 차이를 알아보기 위하여 일원배치분산분석을 실시하였다.

2.2 가상적 상황 설계

CVM을 이용하여 관광자원이나 관광 상품의 비이용 가치추정을 위해서는 가상 상황 설계에서 지불의사 유도방법까지 일관된 설계과정이 필요하다. 질문유도 방식에 따라 응답결과가 다르게 나올 수 있기 때문에 특히 세심한 설계가 필요한 부분이다. CVM의 질문방식은 경매법, 지불카드방법, 직접질문법, 양분선택법 등으로 고안되어 널리 사용되고 있다. 경매법은 가장 오래되고 비교적 널리 사용된 방법으로 설문자가 제시한 상황에 대해 응답자가 기존의 환경을 유지하기 위해 지불가능한 액수를 제시하도록 하는 방법으로 지불의사액수를 반복적으로 질문하여 설문자가 원하는 액수에 근접한 WTP를 유도한다. 하지만 이 방법은 출발점 편이가 발생한다는 단점이 있다. 지불카드 방법은 상대적으로 무응답 편의를 완화할 수는 있으나 제시액의 범위설정 등에 있어 편이가 발생한다. 직접질문법의 경우 유사한 사례가 충분히 제시되어야 하며, 응답자가 환경재에 대한 WTP나 WTA를 화폐로 환산하는데 어려움이 있는 방법이다. 그러나 설문자의 취향이나 개인적인 의사가 개입되지 않는다는 장점이 있다. 최근 많이 사용되는 양분선택법은 제시된 금액에 대해 응답자가 자신이 지불하고자 하는 금액보다 높은지 또는 낮은지에 따라 '예, 아니오'만을 말하면 되기 때문에 다른 유도방법보다 더 신뢰적이라고 보고 있다. 그러나 이 방법은 응답자들로부터 얻는 정보의 양이 감소되기 때문에 다른 방법에 비해 큰 표본의 크기를 유지해야 한다는 단점을 지니고 있다.

본 연구에서는 축제의 현장에서 프로그램을 체험 중인 관광객을 대상으로 설문을 실시해야 하는 상황을 고려하여 설문지를 최대한 간단하게 작성하였다. 그리고 응답자가 집중 가능한 시간이 짧은 환경적 여건과 다소 혼잡한 지역에서의 설문으로 인한 응답편의를 줄이기 위해 직접질문법을 택하였으며, 응답자가 곤란해 할 경우 비교할 만한 사례를 제시(강릉단오제 3,397원, 광주비엔날레 8,600원, 안동민속축제 9,545원, 부산국제영화제 3,073원)하여 설문을 진행하였다.

본 연구에서 설정한 가상 상황은 조사대상지(북촌, 여의도, 노들섬)가 현 상태를 유지하며 축제를 개최하기 위해서는 축제방문객이 일정 부분 비용을 부담해야 한다고 설정하였다. 즉 등가잉여를 평가척도로 활용하고자 하였으며 지불형태는 축제지원금으로 설정하여 다음 회 행사를 위해서 매달 지불하는 것으로 설정하였다. 축제개최지 중의 하나인 노들섬의 설문내용을 예로 보면 <표 3>과 같다.

<표 2> 지불의사액 질문양식

7. 노들섬이 현 상태를 유지하며, 이와 같은 축제프로그램을 운영해 나가기 위해서는 다양한 비용이 발생합니다. 그런데 현재 예산의 부족으로 이 비용을 마련할 수 없어 다음 회부터 축제를 진행할 수 없는 상황이 발생하게 되었습니다. 만약 이 축제를 계속 운영하려면 노들섬 방문객들로부터 축제지원금을 받아야 할 것입니다. 귀하께서는 축제지원금을 내면서라도 본 축제가 유지되기를 원합니까?

○ 예 ○ 아니오

(7-1) 만약 축제지원금을 지불할 의사가 있다면,

귀하께서 한 달에 기꺼이 지불하실 수 있는 최대 금액은 얼마입니까? _____ 원

IV. 분석결과

1. 표본의 특성

2007 Hi Seoul 페스티벌 방문객 중에 남자 39.8%, 여자 59.3%를 차지하는 것으로 나타났다. 참여 방문객의 동반유형을 봤을 때, 친구와 함께 방문한 경우가 40.9%, 아이를 동반한 가족이 34.3%, 동호회 등 단체 10.4%, 혼자 방문한 경우가 6.6%인 것으로 나타났다. 직업을 분석한 결과 학생 30.4%, 직장인 25.3%, 주부 24.1%의 순으로 나타났다. 방문객의 연령대는 20대 42.8%, 30대 28.0%, 40대 19.3%, 50대 7.0%, 60대 이상이 2.8%로 나타나 하이서울페스티벌에는 주로 20, 30대가 방문하는 것으로 나타났다. 그리고 거주지가 서울지역인 방문객이 80.1%, 기타 지역이 19.7%로 서울지역 방문객이 많은 것으로 나타났다.

<표 3> 표본의 일반적 특성

구분		표본수	퍼센트	구분		표본수	퍼센트
직업	학생	233	30.4	성별	남자	305	39.8
	자영업	49	6.4		여자	455	59.3
	직장인	194	25.3	연령	30대 이하	328	42.8
	주부	185	24.1		30대	215	28.0
	무직	24	3.1		40대	148	19.3
	기타	56	7.3		50대	54	7.0
동반 유형	혼자	51	6.6		60대	15	2.0
	친구	312	40.9		70대 이상	6	0.8
	아이 있는 가족	263	34.3	거주지	서울지역	605	80.1
	아이 없는 가족	45	5.9		기타지역	150	19.7
	동호회 등 단체	80	10.4		N=763		

2. 장소별 방문객 인식차이

2.1 축제개최 장소별 WTP 차이

축제개최 장소별 지불의사금액을 분석한 결과 북촌은 여의도, 노들섬과 1% 유의수준에서 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 북촌 응답자들의 지불의사금액은 4838.52원으로서 여의도의 2846.89원과 노들섬의 3321.94원에 비해 더 높은 것으로 나타났다.

<표 4> 축제개최 장소별 지불의사금액 차이

구분	N	부집단		F	P
여의도	241	2846.89		5.872	0.003
노들섬	237	3321.94			
북촌	257		4838.52		

2.2 축제개최 장소별 지속개최희망

본 축제의 지속개최를 어느 정도 희망하는지에 대한 질문에 있어서 여의도가 노들섬, 북촌과 1% 유의수준에서 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 즉, 여의도 축제방문객들의 축제 지속개최 희망수준은 5점 만점에서 3.86점으로, 노들섬의 4.21점과 북촌 방문객들의 4.52점에 비해 낮은 것으로 나타났다.

<표 5> 축제개최 장소별 지속개최희망 차이

구분	N	부집단		F	P
여의도	255	3.86		41.169	0.000
노들섬	238		4.21		
북촌	275		4.52		

2.3 축제개최 장소별 프로그램 만족도

축제 개최 장소에서 개최된 특정 프로그램에 대한 만족도 차이를 보았을 때 여의도가 노들섬, 북촌과 1% 유의수준에서 차이가 있는 것으로 나타났다. 즉, 축제방문객들

의 프로그램 만족도는 5점 만점에 여의도가 3.89점으로, 노들섬(4.16점)과 북촌(4.29점)에 비해 낮은 것으로 나타났다.

<표 6> 축제개최 장소별 프로그램 만족도 차이

구분	N	부집단		F	P
여의도	221	3.89		13.419	0.000
노들섬	225		4.16		
북촌	241		4.29		

2.4 축제개최 장소별 서울 이미지 제고에 대한 인식

본 축제가 서울 이미지의 제고에 긍정적인 영향을 미치고 있다고 생각하는지에 대한 질문에 있어서 여의도, 노들섬, 북촌은 각각 1% 유의수준에서 통계적으로 유의한 차이를 보이는 것으로 나타났다. 구체적으로 여의도는 3.60, 노들섬은 3.89, 북촌은 4.18로서 북촌의 응답자들이 축제의 서울 이미지 제고에 대한 영향을 더욱 긍정적으로 보고 있다는 것을 알 수 있다.

<표 7> 축제개최 장소별 서울이미지제고에 대한 인식 차이

구분	N	부집단		F	P
여의도	255	3.60		23.755	0.000
노들섬	238		3.89		
북촌	275		4.18		

2.5 축제개최 장소별 수정보완필요

축제개최 장소별 프로그램 수정보완 필요정도를 보았을 때 노들섬이 여의도와 5% 유의수준에서 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 즉, 노들섬은 3.96, 여의도는 3.74로 방문객들은 노들섬의 프로그램에 대한 수정보완의 필요성을 더 강하게 느끼고 있는 것으로 나타났다.

<표 8> 축제개최 장소별 수정보완필요 차이

구분	N	부집단		F	P
여의도	251	3.74		3.652	0.026
북촌	271	3.80	3.80		
노들섬	236		3.96		

이상과 같이 개최장소별 축제만족도를 가늠할 수 있는 요인들을 비교해 본 결과 전반적으로 북촌지역이 모든 부분에 있어 가장 높은 점수를 보이는 것으로 나타났다. 이는 북촌에서 개최된 프로그램(조선시대 상황 설정하의 다양한 체험프로그램 개최)의 경우 여의도(서울시민 소망띄우기 등 관람형 행사)와 노들섬(수중다리건너기, 일부 레포츠 행사 등)의 행사와는 달리 지역의 정체성을 잘 반영하고 있었으며, 특정 주제에 부합되는 다양한 연계 프로그램이 개최되었기 때문인 것으로 추측된다. 즉 축제에서의 체험은 일상적인 생활에서 경험할 수 없는 여가적·사회문화적 체험의 기회를 제공하기 때문에(Getz 1991) 축제에서의 체험프로그램은 축제만족도에 가장 중요한 역할을 하는 것으로 볼 수 있다.

3. WTP의 영향요인

지불의사금액에 영향을 주는 요인에 대한 분석결과, 지속개최희망과 수정보완필요가 5% 유의수준에서 유의한 것으로 나타났다. ‘본 장소에서 축제가 지속적으로 개최되기를 바란다’는 의견은 지불의사금액에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉, 축제가 앞으로 계속 개최될 것을 강하게 희망하면 할수록 지불의사금액이 높았다. 또한 ‘프로그램의 수정·보완이 필요하다’는 의견은 부(-)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉, 축제에 대해 수정보완 할 필요성을 강하게 느낄수록 지불의사금액이 낮다는 것을 말해준다. 성별요인은 10% 유의수준에서 지불의사금액에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 남성의 경우가 여성에 비해 지불의사금액이 더 높은 것으로 분석되었다. 그 외에 프로그램만족도와 서울이미지제고, 나이, 직장유무, 지역주민여부는 지불의사금액에 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났다.

<표 9> WTP의 영향요인

변수	비표준화 회귀계수		표준화 계수 베타	t	P
	B	표준오차			
상수	-1583.026	2157.663		-0.734	0.463
프로그램만족도	390.518	384.365	0.052	1.016	0.310
지속개최희망	932.257	395.636	0.128	2.356	0.019**
수정보완필요	-706.055	282.864	-0.102	-2.496	0.013**
서울이미지제고	97.735	361.616	0.015	0.270	0.787
나이	24.787	23.413	0.042	1.059	0.290
직장유무	315.711	551.861	0.024	0.572	0.567
지역주민여부	619.030	647.021	0.038	0.957	0.339
성별	1042.397	548.449	0.080	1.901	0.058*

F=4.610, R2=0.057, ** p>0.05, * p>0.10

4. 하이서울페스티벌 가치추정

하이서울페스티벌 개최기간동안 매달 1인당 평균 지불의사액을 추정한 결과 매달 3,669원으로 나타났다. 1인당 지불의사액의 평균값을 기준으로 서울시에서 추정한 2007 하이서울페스티벌 방문객 수³⁾를 적용한 결과, 비이용 가치는 연간 42,276,786,300 원으로 나타났다.

V. 결론 및 시사점

본 연구는 문화관광축제로서의 하이서울페스티벌에 대한 비이용 가치를 추정하고자 시도되었다. 또한 축제의 비이용 가치는 어떤 요인들의 영향을 받으며, 축제행사가 진행된 장소별로 방문객들이 축제에 대해 어떻게 다르게 느끼고 있는지를 알아보았다.

북촌, 여의도, 노들섬 등 3개 축제개최 장소별로 차이검증을 진행한 결과, 지불의사 금액에 있어서 북촌이 기타 두 지역과 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 구체적으로 북촌은 4838.52원, 여의도는 2846.89원, 노들섬은 3321.94원으로서 북촌이 상대적으로 높은 것으로 나타났다. 지속개최희망 수준은 여의도가 기타 두 지역과 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 구체적으로 보면 여의도가 3.86점, 노들섬이 4.21점, 북

3) 방문객수는 960,225명임. 서울시 내부자료.

촌 4.52점으로 여의도가 기타 두 지역에 비해 낮은 것으로 나타났다. 프로그램에 대한 만족도도 여의도와 기타 두 지역이 유의한 차이가 있는 것으로 나타났으며, 여의도는 3.89점으로 노들섬 4.16점과 북촌 4.29점에 비해 낮은 것으로 나타났다. 본 축제가 서울이미지의 제고에 대한 기여수준에 있어서 세 지역은 각각 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 그 중 여의도가 3.60으로서 가장 낮고, 북촌은 4.18로서 가장 높은 것으로 나타났다. 축제개최 장소별 프로그램 수정보완의 필요성에 대한 질문에 있어서 여의도와 노들섬은 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 여의도는 3.74로서 가장 낮고 노들섬은 3.96으로서 가장 높아 축제 장소로서 처음으로 행사가 개최된 노들섬에 대한 방문객들의 인식이 반영된 것으로 보인다.

위의 결과를 바탕으로 전반적으로 보았을 때 북촌에 대한 방문객들의 인상이 기타 두 지역에 비해 좋았던 것으로 보인다. 이는 북촌의 프로그램이 북촌의 장소적 특징과 잘 어우러진 다양한 체험프로그램이 기획·운영된 것에 기인하는 것으로 추측된다. 이는 개최지역의 지형적 또는 문화적으로 독특한 소재를 활용한 프로그램의 개발은 다른 지역축제와의 차별화 및 특성화의 중요한 요소(이범재와 정경일 2009)라는 연구결과와도 그 뜻을 같이한다. 따라서 향후 하이서울페스티벌의 기획에 있어서는 서울의 다양한 장소성을 가진 장소에서의 스토리텔링을 활용한 다양한 프로그램의 개발을 통해 방문객들의 만족도를 향상시켜 축제의 가치를 높이는 방안이 검토되어야 할 것이다.

지불의사금액의 영향요인을 분석한 결과, 지속개최희망과 수정보완필요 및 성별 요인이 통계적으로 유의한 것으로 나타났다. 지속개최희망과 성별은 지불의사금액에 정(+)의 영향을 미치고, 수정보완필요는 부(-)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉, 가계 소득의 주체인 남성일수록 지불의사금액이 더 높으며, 축제의 지속개최를 희망하면 할수록 지불의사금액이 높고 축제에 대해 수정보완의 필요성을 강하게 느낄수록 지불의사금액이 낮다는 것을 설명해준다. 그 외에 프로그램만족도와 서울이미지제고, 나이, 직장유무, 지역주민여부는 지불의사금액에 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났다. 또한 하이서울페스티벌의 비이용 가치 추정을 통한 경제적 가치는 연간 422억 원으로 나타나 지원예산규모가 36억 원임을 감안할 때 현재 축제방문자들이 느끼는 편익의 가치는 충분한 것으로 보인다. 특히 축제의 주요 방문자인 서울시민에게 주는 편익이 큰 것으로 보여진다.

본 연구는 하이서울페스티벌의 가치추정을 위해 CVM을 활용하였으며, 주요 축제개최 장소별 WTP를 추정하여 비교하였다. 축제가 주는 다양한 경제적 파급효과 분석에 관한 연구에 비해 축제의 가치평가와 관련하여 CVM 연구는 아직 초보적인 단계에 머물러 있다고 할 수 있다. 따라서 정부의 문화관광정책의 일환으로 개최되고 있는 축제로부터 발생하는 편익 또는 가치추정에 대해 CVM연구는 확대될 필요가 있다.

특히 축제가 우후죽순으로 늘어나고 있는 상황에서 단순한 정치적·경제적 효과뿐만 아니라 삶의 질적인 측면에서 해당 축제에 대한 관심을 증대시키고, 성공적인 개최를 위해서는 향후에도 축제의 가치를 추정하는 것이 중요할 것으로 보인다.

이러한 시사점에도 불구하고 본 연구에서는 지불의사 유도 방법에 있어 직접질문법을 사용하여 각종 편의로부터 자유로울 수 없었다는 한계점을 갖고 있다. 또한 특정 지역에서만 조사를 실시하여 하이서울페스티벌의 모든 프로그램에 적용하기에는 일정의 제약이 따른다. 향후 연구에서는 본 연구결과를 바탕으로 부족한 부분을 수정·보완하고, 축제가 개최되는 전 지역에서 자료를 수집하여 보다 타당한 연구결과를 도출해야 할 것이다.

<최초투고일: 2010년 5월 13일>

<수 정 일: 2010년 5월 21일>

<게재확정일: 2010년 6월 2일>

참 고 문 헌

- 권오상(2000), 「환경경제학」, 서울, 박영사.
- 김채욱(2002), “CVM을 이용한 자연관광자원의 보전가치 추정,” 「여행학연구」, 15, 181-199.
- 김학용, 박호표(2006), “문화관광자원의 가치추정방법에 관한 연구,” 「관광연구저널」, 20(1), 105-120.
- 문혜선, 이희찬(2010), “비모수접근법에 의한 호텔객실 조망권 가치평가,” 「호텔경영학 연구」, 19(1), 21-34.
- 백선혜, 나도삼(2007), 「하이서울페스티벌 발전방안」, 서울시정개발연구원.
- 서용석, 이훈, 임동일(2008), “신생도시축제의 지역영향 인식 구조모형 -하이서울페스티벌을 대상으로-,” 「한국콘텐츠학회논문지」, 8(10), 328-341.
- 서울문화재단(2006), 「Hi Seoul 페스티벌 백서」.
- 서울문화재단(2007), 「Hi Seoul 페스티벌 평가 및 컨설팅 보고서」.
- 서울문화재단(2008), 「Hi Seoul 페스티벌 백서」.
- 서울특별시(2003), 「Hi Seoul 페스티벌 백서」.
- 서울특별시(2004), 「Hi Seoul 페스티벌 백서」.
- 서울특별시(2005), 「Hi Seoul 페스티벌 백서」.
- 서울특별시(2006), 「Hi Seoul 페스티벌 백서」.

- 서울특별시(2007), 「Hi Seoul 페스티벌 백서」.
- 서울특별시(2008), 「Hi Seoul 페스티벌 백서」.
- 서울특별시(2009), 「Hi Seoul 페스티벌 백서」.
- 이무용(2005), 「서울형 축제 발전 및 체계적 지원 방안 연구 I,II」, 서울시정개발연구원.
- 이범재, 정경일(2009), “축제프로그램의 체험만족이 재방문의사 및 추천의사에 미치는 영향,” 「관광학연구」, 33(6), 215-236.
- 이충기(2006), “CVM을 이용한 DMZ 생태관광자원의 가치평가 : 국제간 비교,” 「관광·레저연구」, 17(4), 65-81.
- 이충기(2007), “2단계 CVM 접근방법을 통한 생태관광자원의 가치평가 : 국제간 비교,” 「호텔경영학연구」, 15(3), 175-187.
- 이희찬(2003), “문화예술제의 가치평가 : 조건부 시장가치평가법의 적용,” 「관광학연구」, 26(4), 129-143.
- 정민섭, 한혜숙, 박선희(2007), “CVM을 이용한 근대문화유산의 가치평가에 관한 연구-인천 최초사 박물관의 건립사례를 중심으로,” 「한국호텔외식경영학회 추계 학술대회 발표집」, 147-167.
- 주수현, 전재균(2006), “DB-BC CVM을 이용한 지역문화자원 가치추정 : 부산국제영화제를 대상으로,” 「관광·레저연구」, 18(4), 281-300.
- 한상현(2008), “지역문화축제의 경제적 가치평가에 관한 연구-부산국제영화제(PIFF)를 중심으로,” 「관광연구」, 23(1), 231-251.
- 허중욱(2007), “경제적 가치 추정과 결정요인,” 「관광연구」, 22(1), 343-363.
- Arrow, K. Slow, Leamer, E., Portney, P., Radner, R., and Schuman, H.(1993), “Report for NOAA panel on Contingent Valuation,” *Federal Register*, 58(10), 4601-4604.
- Christie, M.(1999), “An assessment of economic effectiveness of recreation policy using contingent valuation,” *Journal of Environmental Planning and Management*, 42(4), 547-564.
- Getz, D.(1991), *Festival, Special event and Tourism*, New York: Van Reinhold.
- Johnson, Whitehead(2000), “Value of public goods from sports stadiums: the CVM approach,” *Contemporary Economic Policy*, 18(1), 48-58.
- Richardson, Robert Brian(2002), “Estimating the economic effects of climate change on nature-based tourism: A comparison of revealed-and stated-preference methods,” *Department of Agricultural and Resource Economics*, University of Colorado State.

- Samuel, Seongseop Kim, Kevin K.F. Wong, Min Cho(2007), "Assessing the economic value of a world heritage site and willingness-to-pay determinants: A case of Changdeok Palace," *Tourism Management*, 28(1), 317-322.
- Trauer(2006), "Conceptualizing special interest tourism : framework for analysis," *Tourism Management*, 27(2), 183-200.
- Uysal, M., Gahan, L., and Martin, B.(1993), "An examination of event motivations: A case study," *Festival Management & Event Tourism*, 1, 5-10.