

지역 축제 평가결과와 만족도 간의 관련성 분석: 2012-2014년 축제를 사례로

조창현* · 김진휘** · 백진휘** · 안병민** · 라윤형**

An Analysis of Association between Local Festival Evaluation and Visitor Satisfaction: A Case Study of the Local Festival Events in the period of 2012 to 2014

Chang-Hyeon Joh* · Jin Whi Kim** · Jin Hwi Baek** ·
Byeong Min Ahn** · Yun Hyung Rha**

요약 : 유망 지역 축제를 지원하기 위해 행해지는 지역 축제의 평가는 기간에 시행된 지역 축제의 성공 정도를 잘 반영하여야 한다. 전국의 많은 지방자치단체에서 경쟁적으로 시행하고 있는 지역 축제들은 성공과 실패의 사례를 남기고 있어, 지방 재정의 효율적 집행을 위하여서는 축제 지원을 위한 평가가 잘 이루어지는지를 확인할 필요가 있다. 이를 위해 본 연구는 2012~2014년 기간의 지역 축제 자료 분석을 통해 지역 축제의 실제 성공 정도가 지역 축제 평가 결과에 의해 잘 반영되고 있는지를 검토하였다. 이를 위해 축제 성공 지표인 선택속성 변수와 방문자의 만족도 간 관련성을 파악한 후, 방문자 만족도와 지역 축제 평가 결과 간 유의한 관련이 있는지를 확인하였다. 이를 통해 결국 축제 성공 지표가 축제 평가 결과에 반영이 되는지를 확인하고자 하였다. 분석 결과, 지역 축제 지원을 위한 축제 평가 결과와 방문자의 전반적 만족도 간 관련성의 유의성을 확인할 수 없었다. 이는 지역 축제 성공 정도의 지표인 선택속성 변수들이 축제 평가 결과에 적절히 반영되고 있지 않음을 시사하여, 현행 지역 축제 평가의 개선과 관련 후속 연구 수행 등의 필요성을 제기한다.

주요어 : 지역 축제, 평가 결과, 축제 성공, 선택속성, 만족도

Abstract : The evaluation of the local festival events that supports promising local festivals needs to well reflect the degree of success of the local festival events that have been implemented. Many local governments of the country have competitively implemented local festival events, some of which turned to be a success, while others not. This alerts the need for investigating whether the evaluation of the local festival events is appropriate, in order to better execute the provincial finance. The paper investigates this using the data of cultural tourism festivals from 2012 to 2014. More specifically, the paper first examines the relationships between choice dimensions (festival success index) and visitors' satisfaction, and then identify whether visitors' satisfaction and festival evaluation results are significantly correlated. This after all indicates whether the festival success index are well reflected in the festival evaluation results. The findings

*경희대학교 지리학과 부교수(Associate Professor, Department of Geography, Kyung Hee University, bwchjoh@khu.ac.kr)

**경희대학교 지리학과(Department of Geography, Kyung Hee University)

tell that choice dimensions well explain the visitors' satisfaction, whereas the visitors' satisfaction does not have a significant correlation with the festival evaluation results. This potentially implies that the current scheme of the local festival evaluation needs more rigorous validity test and additional research and practice for the improved evaluation protocol.

Key Words : Local festival events, evaluation results, festival success, choice dimensions, satisfaction level

1. 서론

1) 연구의 배경

지난 한 세기 고도성장과 민주화의 격랑을 거친 우리나라는 21세기 들어 양적 성장에서 질적 성숙을 추구하는 시대를 맞이하였다. 2000년대 초 시대 화두인 웰빙, 2010년 전후의 시대 화두인 힐링 등은 시민 개개인이 사회적 복지 증진과 개인적 삶의 질 향상에 전에 없는 관심과 가치를 두게 되었다는 것을 잘 보여준다. 특히 일상에서의 변화는 여가, 문화, 관광 등 체험 및 감성소비의 패러다임을 추구하는 경향이 뚜렷해졌다. 문화컨텐츠에 대한 수요가 폭발적으로 증가하고, 이를 산업 차원에서 수용하는 관광문화산업은 새로운 세기를 이끄는 새로운 성장동력으로 각광받고 있다(김영순 외, 2010). 이러한 관광문화산업의 지역적 실체는 대다수의 지방자치단체에서 역점으로 수행하고 있는 지역 축제 사업으로 나타나고 있다.

1992년 지방자치제의 전면적 시행 이후 발전 성숙 중인 지방정부 자체의 각종 사업은 지역의 특색을 살린 다양한 분야를 포함하는데, 이 중 관광문화사업의 일환으로 수립 시행하는 지역 축제는 다른 어떤 사업들보다도 많은 지방정부들이 역점적으로 추진하고 있다. 특히 많은 자본투입과 시행착오 등의 이유로 기술집약적 고부가가치 산업은 그 성장과 발전에 많은 시간이 필요하기 때문에 그것이 가능한 지역만으로 국한되는 지역 특화의 경향이 강하다. 이에 비해 관광문화산업의 대

표적인 실행 형태인 지역 축제는 기존에 축적된 해당 지역의 문화적 자산을 비교적 짧은 시간에, 비교적 적은 위험부담과 재정부담으로 사업화할 수 있는 장점이 있어 많은 지방자치 정부에서 역점 사업으로 추진하고 있다.

지역 축제는 각 지역이 갖는 문화적, 역사적, 산업 경제적 가치와 의미를 바탕으로 이루어지며, 국제적 문화의 교류와 지역 경제의 잠재 능력 활성화를 이룩할 수 있다는 점에서 큰 의미를 갖는다. 지방자치단체들은 지역 축제의 성공이 가져다 주는 경제적 가치를 중요하게 인식하고, 이를 지역마케팅의 소재로 활용하여 지역 경제의 발전을 도모하고 있다(이정훈·김성우, 2014). 전국적으로 볼 때, 모든 지역이 각각 특색 있고 성공적인 지역 축제와 문화 관광 상품을 가지는 것은 쉬운 일이 아니다(김철원·이석호, 2002). 그럼에도 불구하고, 앞에서 언급한 상대적으로 용이한 실현 가능성으로 인해 많은 지방자치단체들이 지역 축제를 수립 시행하고 그 성공을 위해 노력하고 있다. 지역 축제에 대한 학문적 개괄 역시 많은 학자들에 의해 이루어져 왔다. 지역 축제를 개괄하는 연구로서 이정록(2011), Dwyer *et al.*(2005), Getz(2004) 등을 들 수 있다.

문화관광체육부는 지방자치단체들의 이러한 노력에 부응하여, 1995년 이래 지역 축제 활성화 정책의 일환으로, 관광 상품으로서의 가치가 인정되는 지역 축제들을 지원하고 있다(문화체육관광부, 2015). 지원 대상 지역 축제를 선정하기 위하여 문화체육관광부는 외국인 모객 수, 축제의 성과, 경제성 등에 근거한 평가를 수행한다. 뒤에서 다시

연급되지만, 여기서 성과란 성공 정도를 뜻한다고 보인다. 일반적으로, 해마다 실시하는 지역 축제 평가의 대상은 일정 기간 이상 지역 주민이나 단체, 또는 지방정부가 개최하며 불특정 다수인이 함께 참여하는 문화관광예술축제를 대상으로 한다. 축제의 수는 매년 변동이 있으나, 문화체육관광부의 자료에 의하면 2015년 지역 축제 평가 대상의 수는 664개에 달했다. 그 평가와 선정 과정은 축제 방문객을 대상으로 하는 설문조사 평가와 문화관광부의 전문가에 의한 참관 평가를 통해 진행되는 것으로 요약할 수 있다. 이러한 축제 지원 정책에 따라 지원금을 받게 된 축제는 일반적으로 양의 피드백 효과를 거두며 지속적인 발전을 이루게 된다.

지원금을 받게 된 지역 축제와는 달리, 정부의 지원에서 제외된 축제는 재정적인 열세, 조직화의 문제 등 여러 가지 어려움에 의해 축제의 경쟁력이 떨어지고, 이를 극복하지 못해 사라지는 경우가 있다(박철호·한수정, 2012). 김종민(2007)의 지원 대상 축제 선정 기준에 대한 연구는 지역 축제의 평가가 적절한 기준에 의해 이루어지고 있지 못함을 주장하고 있다. 지원금은 지역 축제의 성공 정도를 높이기 위해 사용되는 것이 마땅하나, 현행 축제 선정 결과가 이러한 성공 정도를 잘 반영하지 못하고 있을 가능성을 제기한다.

2) 선행 연구

지역 축제의 평가나 지역 축제의 성공 혹은 실패 원인 분석 등을 주제로 한 기존의 연구들 중 다음을 주목할 수 있다. 최영조(2014)는 대전의 축제를 분석한 연구에서, 지역 축제 평가의 하나인 설문조사 평가를 바탕으로 지역 축제 선택속성이 방문객 만족, 프로그램 만족 및 행동의도에 미치는 영향력을 고찰하였다. 연구를 통하여 지역 축제의 선택속성이 방문객 전반적 만족과 프로그램 만족, 방문객 행동에 부분적으로 유의한 영향을 미

치며, 지역 축제 방문객의 전반적 만족과 개별 프로그램에 대한 만족이 행동 의도에 유의한 영향을 미친다는 사실을 검증하였다. 김낙순(2012)은 현재 우리나라에서 개최되고 있는 축제들의 운영 현황에 대해 종합적으로 분석하고 평가하였다. 특히 분석이 예산을 중심으로 이루어지는데, 지역 축제의 수가 수용력에 비해 많다는 점과 예산이 지역 별로 편차가 크다는 점을 지적한다. 더불어, 지역 축제들이 지나치게 지방자치단체에 예산을 의존하는 방식을 바꿔야 한다고 주장하며, 지역 축제의 기능 중 문화적 기능 이외에 나머지 기능들은 기능 수행 능력이 미비하다고 비판하였다. 문경원, 고영구(2008)는 대전 지역 축제 실패 사례의 근본적 원인 파악을 위해 축제의 만족도 조사 결과와 실제 축제의 경제적 효과를 비교하며 문제점을 지적하였다. 김종민(2007)은 지역 축제를 평가하는 여러 기준들을 세세하게 설명한 후, 기존 평가 체계의 항목별 분류가 비논리적이라고 지적한다. 특히, 외국인 관광객 모객이 중요하게 평가되고 있어 평가 항목별 우선 순위에 문제를 제기하고, 이와 관련하여 축제가 주민들의 문화행사보다 경제적 이익 추구의 수단으로 강조되고 있음을 비판하였다. 그는 이것을 증명하기 위하여 축제 실무자들을 대상으로 설문조사 분석을 수행하였다. 이정록·안종현(2004)은 곡성심청축제를 분석한 연구에서 축제 만족을 높이는 가장 중요한 요인은 축제 행사 내용임을 일련의 통계기법을 통해 밝혔다.

3) 연구 목적

이상에서 살펴본 관련 연구들은 기존에 시행되는 지역 축제 지원 정책의 핵심 원리로서의 지역 축제 평가 방식에 문제가 있음을 밝히고 이의 대안으로서 축제 선정 제도의 개선과 지원 정책의 방향 제시, 축제 평가 제도의 개선 등을 제안하였다는 공통의 특징을 갖고 있다. 그러나 이들 연구

는 축제의 평가 기준들을 개괄적으로 살펴보고 평가하는 것에서 더 이상 나아가지 못하였으며, 계량화 된 구체적 근거가 부족하다. 또한 축제 전문가가 진행하는 참관평가의 객관성과 투명성 개선을 제안하고 있으나, 설문조사 평가의 문제점에 대한 진단은 없다. 특히 평가 결과와 실제 축제 성공 정도 간의 관계에 대한 직접적인 분석 결과를 제시하지 않은 점은 보완이 필요하다.

본 연구는 이상의 논의에 기초하여, 기존의 지역 축제 평가 결과와 지역 축제 성공 간의 관련성을 구체적인 정책 변수에 근거한 통계적 검증에 의해 이론적, 논리적으로 보다 명확하고 직접적으로 확인하고자 한다. 보다 구체적으로, 본 연구의 분석은 기존의 지역 축제 평가 결과에 따른 최우수 축제, 우수 축제, 유망 축제, 미선정 축제 등의 분류 결과와 지역 축제 성공을 나타내는 중요 척도인 방문자 만족도 간 상호 관련성을 확인하고자 한다. 이를 위해 본 논문은 2장에서 연구 개념을 간략히 설명한 후, 3장에서 구체적인 분석 결과를 보고한다. 본 논문은 4장에서 연구 결과를 요약하고 향후 연구 과제를 제시한다.

2. 연구 개념과 방법

1) 연구 개념

연구 모형을 설정하기 위하여 모든 지역 축제의 가장 중요한 목표인 축제의 성공을 고찰할 필요가 있다. 성공적인 지역 축제는 축제가 열림에 따라 지역이 가지게 되는 긍정적 효과가 큰 축제를 말한다. 하지만 이러한 긍정적 효과는 추상적인 개념이어서 정량적 평가에 어려움이 있고, 이해관계에 따라 다양한 관점이 존재하므로 '성공한 축제'에 대한 객관적이고 합의된 평가 기준을 도출하기가 어렵다.

김철호·이석원(2006)은 지역 축제의 성공을 나타내는 지표를 제안하였다. 그들의 연구에 따르면, 지역 축제는 긍정적 효과와 부정적 효과를 모두 갖는다. 긍정적 효과에는 정치적, 경제적, 사회적, 문화적, 교육적 효과가 있다. 보다 구체적으로, 정치적 효과는 국제사회에서의 지위 및 이미지 향상, 정치적, 행정적 발전, 민간외교의 진흥을 의미한다. 경제적 효과는 관광객 지출 효과, 지역 주민에 대한 소득 효과, 고용 효과, 연관 산업 파급 효과를 뜻한다. 사회적 효과는 지역 주민에 대한 자긍심 고취의 정도를 의미하며, 문화적 효과는 지역의 문화예술 창작 수준의 향상을 의미한다. 교육적 효과는 관람객의 문화예술 감상 및 자연에 대한 지식 수준 증가의 기회 제공, 미래의 잠재적인 문화 관람객 육성 등을 뜻한다.

어떤 지역 축제의 성공 정도를 논할 때 기존 연구는 주로 '성과'라는 개념을 사용하여 왔다. 지역 축제의 성과는 축제장의 방문객 수, 축제 주체의 수익, 지역 주민의 경제적 편익, 방문객의 만족도 등에 의해 결정되는 것으로 보았다. 즉 성과는 지역 축제의 성공 정도를 축제 수익, 주민 편익, 방문자 만족도 등의 요소로 조작적으로 정의하는 개념이며, 만족도는 그 조작적 정의를 구성하는 가장 중요한 요소 중의 하나인 것으로 보는 것이다. 관광객의 관광지 만족도에는 여러 가지 요인이 있을 수 있는데(Baker and Crompton, 2000; Kozak, 2001), 최영조(2014)에 따르면, 축제 주체의 수익과 지역 주민의 경제적 편익은 축제장의 방문객 수와 비례하고, 축제장의 방문객 수는 방문객의 만족도와 밀접한 관련이 있음을 알 수 있다. 김시중(2012)은 축제 사후이미지가 백제문화 방문객의 만족도와 충성도에 미치는 영향을 분석한 연구에서, 지역성, 편익성, 유희성, 백제문화성, 운영성 등의 요인이 다양한 측면으로 만족도와 충성도에 영향을 미치고 있음을 밝혔다. 김효중, 김시중(2012a)은 계룡산 국립공원 방문객에 대한 설문조사를 통하여, 관광동기 중 신체적 동기와 대인적

동기 등이 관광객의 관광지 만족도에 유의한 영향을 미치고 있음을 확인하였다. 김효중, 김시중(2012b)은 관광지 선택속성이 만족도에 미치는 영향 연구에서, 활동, 체험성과 접근, 비용성 요인이 대전 뿌리공원 관광의 경우 만족도와 유의한 영향 관계가 있음을 확인하였다. 박호창(2006)의 지역 축제의 성과와 만족도에 대한 분석에 따르면 성과를 나타내는 각 요인이 만족도와 밀접한 관계를 형성하며, 만족도의 증가에 따라 성과를 나타내는 다른 요인도 함께 증가하였다. 이에 축제 방문객의 만족도는 축제의 성과를 나타낼 수 있는 중요한 지표라고 할 수 있다. 따라서 축제 만족도가 높을수록 축제의 성과도 높아지고 반대로 낮아질수록 성과도 낮아지게 된다. 즉 만족도가 축제의 성과를 매우 잘 나타낼 수 있는 정량적인 지표라고 할 수 있다.

지역 축제의 평가와 그 평가에 따른 대표 축제, 최우수 축제, 우수 축제, 유망 축제, 미선정 축제의 결정이 어떻게 이루어지는지를 확인하는 것 역시 중요하다. 문화체육관광부는 해마다 축제의 발전성, 운영 방안, 성과, 기획서, 외국인 관광객 모객 실적을 토대로 지원금을 지원할 지역 축제를 선정한다. 이러한 기준들 중에서도 앞서 살펴본 것들이 성과는 축제의 성공 정도를 올바르게 평가할 수 있는 첫 번째 기준이다. 하지만 김종민(2007) 등의 연구들은 이러한 지역 축제의 평가와 우수 축제 선정 방식에 문제를 제기하고 있다. 따라서 문화체육관광부가 축제를 선정할 때 성과, 그 중에서도 만족도를 제대로 반영하고 있는가를 따져보는 것은 성공하지 못하는 지역 축제들의 개선 방안을 알아보기 위한 노력으로서 그 의미가 크다 하겠다.

2) 연구 방법

본 연구는 이상의 논의에 기초하여 다음과 같은 가설을 설정하고 이의 진위를 검증하는 방식의 연

구 방법을 택한다.

[지원 대상 축제의 선정 결과와 방문객의 만족 정도와는 연관성이 있다.]

만일 이러한 가설대로 지역 축제 평가의 결과인 대표 축제, 최우수 축제, 우수 축제, 유망 축제, 미선정 축제 등의 분류 결과와 각각에 해당하는 축제들의 만족도가 서로 유의하게 관련이 된다면, 본 연구의 가설은 지지되고 현행의 지역 축제 평가가 타당성을 유지한다는 것으로 결론을 낼 수 있다. 이 경우, 실패한 지역 축제들은 정부 지원이 아닌 해당 축제 자체의 문제점이 무엇이었는지에 대한 반성과 대안을 모색할 것이 요구될 것이다. 그러나 이와 반대로 둘 간의 통계적 관련성이 방 어되지 못한다면 현행 지역 축제 평가의 타당성은 유지하기 어려우며, 따라서 보다 적합한 평가 기준에 대한 후속 연구와 조치가 필요하게 될 것이다. 이 경우, 전국의 정부 지원 미선정 지역 축제 들 중 최종적으로 실패한 축제들은 그 이유가 그들이 갖고 있는 잠재적인 가능성에도 불구하고 정부의 지원 부족에 있었는지 확인이 필요할 것이다.

본 연구는 이상의 연구 가설 검증을 위하여 다음의 2단계 분석을 실행한다. 첫째, 지역 축제의 성공 정도를 측정하기 위한 선택속성 변수를 선정하고 이들 변수들이 축제에 대한 방문자 만족도를 잘 나타내는 것인지 확인한다. 둘째, 선택속성 변수들이 각 지역 축제 결과에 대한 만족도를 잘 나타낸다면, 만족도가 기관의 축제 평가 결과와 상호 관련성이 있는지를 통계적으로 검증함으로써 축제 평가 결과가 축제 성공 여부와 유의한 관련성이 있는지를 확인토록 한다. 축제 성공 정도와 축제 평가 결과를 직접적으로 연관 짓기보다는, 여러 개의 선택속성 변수를 대리하는 만족도를 성공 정도를 나타내는 단일 변수로 하여 축제 평가 결과와의 관련성을 알아보는 이러한 2단계 분석이 그 결과 해석을 간명히 할 것으로 판단하였다.

3. 분석 결과

아래의 분석은 신뢰도분석, 요인분석, 회귀분석, 분산분석 등이 축차적으로 실행되어, 각각의 분석이 실행되는 부분에서 분석 방법을 구체적으로 기술하기로 한다.

1) 축제 성공 지표로서의 선택속성 변수들과 만족도

2장에서 언급한 연구 가설의 검증을 위하여 방문자의 만족도가 지역 축제 성공 정도의 지표들과 직접적인 관련이 있는가를 우선 확인하였다. 이를 위해 본 연구는 2012년에서 2014년 간의 지역 축제 선택속성 자료를 수집하여, 이를 근거로 만족도와 관련성을 확인할 수 있는 선택속성 변수를 선정하였다. 축제의 평가는 해당 축제의 가치나 수준 정도를 평가하는 것으로, 그 평가 속성은 축제 내용의 문제점, 개선방안, 경제적 효과, 운영 조직에 관한 내용 등이다. 선택속성 변수의 다양한 특성에 대한 연구로서, Shani *et al.* (2010)은 관광지의 다양한 환경변수와 지역 문화적 변수들을 선택속성 변수로 고려하였다. 정강환(1999)은 이천 도자기 축제를 평가한 연구에서 행사의 구성, 편의시설, 볼거리, 주차여건 등 7가지 항목으로 축제의 성공을 평가하였다. 하지만 이러한 축제 평가 연구는 2000년대에 들어오면서 개별 항목이 아닌 요인으로 묶어 측정하기 시작했다. 정강환(2004)은 1994년에서 1997년 사이의 금산 인삼축제를 평가한 연구에서 지역 축제의 다양한 선택속성 변수를 4개의 요인으로 분석하여 축제 성공을 평가하였다. 배만규(2002)는 평가 속성을 홍보성, 이용성, 참여성, 수용성, 운영성, 이미지, 정체성 등 7개 요인으로 파악하였다. 장양례(2005)는 음식, 교통/접근성, 편의시설, 쇼핑, 축제내용, 서비스, 행사공연 등 7개 요인으로 파악하였다. 이와

달리 축제 평가 속성을 다른 용어나 유사 개념으로 연구한 것도 있다. 부숙진, 한천영(2010)은 행사장, 편의시설, 행사내용, 음식, 접근성, 홍보안내, 축제상품 등의 요인을 확인하고, 다른 요인에 비해 상대적으로 축제 만족에 영향을 주지 못한 접근성, 홍보안내 및 축제상품에 대해 방문객들이 느끼는 만족 및 이미지에 대한 질적 연구가 필요함을 지적하였다.

위의 지역 축제 평가 속성 선행 연구들은 다음과 같은 특징을 확인해 주고 있다. 첫째, 지역 축제 평가 속성은 초기 몇 개의 항목으로 평가하였으나, 축제의 발전에 따라 다양한 평가항목들이 추가되어 5~6개 요인으로 정리된다. 이와 같은 평가 속성은 연구자에 따라 다양한 명칭으로 불리지만 이를 통칭하여 지역 축제 평가 속성이라고 한다. 지역 축제 선택속성이 방문객의 만족에 미치는 영향을 분석한 사례들은 다양하다. 최영조(2014)는 대전 지역축제를 중심으로 선택속성을 조사하여 선택속성이 방문객 만족도에 미치는 영향을 연구하고, 나아가 만족도가 행동의도에 미치는 영향을 분석하였다. 김민철, 부창산(2008)은 제주 지역 내 내국인 관광객들을 대상으로 설문조사로부터 선택속성을 고찰하였으며, 구조방정식을 이용해 선택속성 요인들과 방문객 만족도 사이의 관계를 분석하였다. 정강환(2004)은 금산 인삼 축제 설문조사 자료의 다중회귀분석을 통해 축제의 선택속성과 만족도 변수와의 관계를 밝혔다. 이들 연구는 다양한 문화관광자원의 선택속성과 만족도 사이의 관계를 분석하였다는 공통점이 있다.

이상의 논의를 종합하여 선정, 수집한 선택속성 변수는, 2012~2014년 기간 문화체육관광부 지원에 선정된 축제 112개와 본 연구가 별도로 수집한 동 기간 미선정 축제 10개를 합해 모두 122개 축제의 사전홍보, 안내시설, 화장실, 휴식공간 등등의 18개 변수로 구성되었다. 축제는 연도별로 모든 개수를 더하여 집계하였는데, 예를 들어 동일

한 축제가 해당 기간 세 번 모두 선정되었다면 이를 세 개의 독립된 축제로 간주하였다. 이는 동일한 축제라도 선택속성 변수와 만족도가 해마다 다른 값을 갖기에 독립적인 축제들로 보는 것이 타당한 것으로 보았기 때문이다. 축제 위치나 해당 행정구역 인구 등, 해가 다르더라도 변하지 않는 각 축제의 고유한 속성들은 분석에 포함하지 않았다. 본 연구는 이 축제들의 선택속성 변수들이 만족도와 갖는 관계를 확인하기에 앞서 축제의 성공을 나타내는 변수 집합으로서 적절하게 구성되어 있는지를 확인하기 위하여 신뢰도 분석을 실행하였다.

표 1은 신뢰도 분석의 결과를 나타낸다. 2012~2014년의 지역 축제로부터 조사된 18개 변수에 전체 대한 크론바흐 알파계수는 0.949이었다. 축제 성공이라는 하나의 개념을 추출하여 측정하기 위해서 여러 개의 변수를 이용할 경우, 크론바흐

알파계수를 이용하면 신뢰도를 저해하는 변수를 제외시킴으로 남은 변수들의 내적 일관성을 높일 수 있다. 삭제할 경우 크론바흐 알파 값이 증가하면 신뢰도를 떨어뜨리는 변수로 간주되어, 이들을 삭제하고 신뢰도가 높은 변수들만 남게 함으로써 만족도를 더 정확하게 계산할 수 있도록 하였다. 이에 따라, 주차편리와 접근용이 등 두 개의 변수를 제거하여 축제 성공 정도를 나타내는 변수 집합으로서의 내적 일관성을 높였다.

이상의 신뢰도 분석을 통과한 16개 변수들은 내적 일관성이 높아지기는 하였으나, 변수들의 의미가 유사한 것이 많아 상호 관련성이 높을 것으로 판단된다. 본 연구에서의 궁극적인 분석은 축제 성공 정도와 지역 축제 평가 결과 간의 연관성 유무 분석인데, 방문자 만족도와 관련성을 갖는다고 가정한 축제 성공의 선택속성 변수들이 서로 독립적이기보다는 유사성이 높다면 이들과 만족도 간

표 1. 선택속성 항목의 신뢰도 분석

항목	항목이 삭제된 경우 척도 평균	항목이 삭제된 경우 척도 분산	수정된 항목- 전체 상관관계	항목이 삭제된 경우 Cronbach 알파
접근용이	81.4863	21.029	.511	.949
사전홍보	81.9522	20.687	.617	.948
안내시설	81.8368	20.406	.813	.944
안내책자	81.7502	20.596	.800	.945
요원친절	81.6821	20.656	.747	.946
행사재미	81.7149	20.604	.676	.946
행사다양	81.7207	20.503	.698	.946
체험프로	81.8306	20.372	.774	.945
문화이해	81.8558	20.474	.757	.945
상품다양	82.1975	20.304	.808	.944
상품품질	82.1575	20.093	.844	.944
상품가격	82.3233	20.286	.803	.944
음식다양	82.2359	20.314	.720	.946
음식가격	82.3559	20.364	.678	.946
연계관광	81.9555	20.741	.635	.947
주차편리	82.3271	20.306	.507	.952
휴식공간	82.1632	20.173	.699	.946
화장실	82.0991	20.150	.653	.947

의 관계 유무를 확인하기 어려우며, 따라서 만족도와 평가 결과 간의 상관분석 역시 의미를 갖기 어렵게 된다. 이에 본 연구는 선택속성 변수들 간의 유사성 문제를 해결하기 위하여 이들에 대한 요인분석을 추가적으로 실시하였다.

요인분석의 방법으로는 유사변수들을 묶어 새로운 변수를 만들어 변수 간의 상관을 줄이는 베리맥스 회전 방법을 이용하였다. 표 2는 16개 변수에 대해 실행한 베리맥스 회전에 의한 요인분석 결과를 요약한다. 문화이해와 연계관광 변수는 추출된 3개 요인 모두에서 적재값이 낮아 분석 대상에서 제외하고 남은 14개의 선택속성 변수를 통해서 가지 요인의 의미를 표 3과 같이 확정하였다. 선택속성 전체 변수의 크론바흐 알파계수는 0.947로 높게 나타났으며, 각 요인별 신뢰도는 홍보안내 및 매력성이 0.938, 가격 및 다양성이 0.952, 편의시설은 0.833으로 나타나 신뢰성이 우수한 것으로 확인되었다. KMO 값, Bartlett의 구형성 검정

통계치는 요인분석 결과의 적합성이 좋은 것을 확인해 주었다.

다음으로는, 표 3이 14개 변수로부터 확인한 3개 요인이 전반적 만족도에 어떠한 영향을 미치는지 확인하기 위해 다중회귀분석을 실시하였다. 정강환(2004)은 축제 방문객 만족도를 평가할 수 있는 이론들을 종합하여 살펴보고, 만족도를 축제에서 제공하는 축제 상품 및 서비스, 공연, 프로그램 경험에 따른 전체적인 성과에 대한 평가라고 정의하였다. 이러한 정의에 따라 축제 방문객이 기대한 것보다 그 이상의 경험을 할 경우, 축제를 방문하고자 하는 시간이나 노력에 견주어 볼 때 더 많은 성과가 있는 경우, 과거 경험이나 여타 다른 축제 행사에 비교해 볼 때 우수하거나 성과가 높은 경우 등에서 방문객들은 만족을 느낀다고 보았다. 이와 같은 이론을 근거로 축제 방문객 만족도 분석을 실시하여 여러 축제를 비교할 수 있으며, 축제가 상대적으로 우수하거나 성과가 높은지를 판

표 2. 16개 변수의 회전된 성분행렬

변수	성분		
	1	2	3
행사재미	.878	.305	-.046
행사다양	.824	.389	-.047
안내책자	.801	.165	.475
체험프로	.756	.451	.129
요원친절	.742	.261	.322
안내시설	.739	.248	.484
사전홍보	.728	.105	.309
음식가격	.147	.872	.190
상품가격	.271	.838	.307
음식다양	.290	.832	.139
상품다양	.336	.799	.291
상품품질	.359	.788	.346
연계관광	.264	.528	.380
문화이해	.456	.504	.440
화장실	.158	.314	.844
휴식공간	.184	.388	.753

단할 수 있다.

표 3에 따른 선택속성 요인과 만족도 간의 다중 회귀분석은 따라서 다음과 같은 가설의 참과 거짓 여부를 결정할 수 있을 것이다. 즉 (1) 홍보안내 및 매력성 요인은 만족도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다; (2) 가격 및 다양성은 만족도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다; (3) 편의시설은 만족도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다 등이 그것이다.

만족도와 선택속성 요인 간의 회귀분석은 2014년 문화체육관광부에서 조사한 ‘문화관광축제 종합보고서’의 31개 축제를 대상으로 실시하였다. 애초 선택속성 변수 정보를 확인할 수 있는 2012~2014년 간의 122개의 지역 축제 모두에 대해 만족도와의 상호 관련성을 확인하려고 하였으나, 만족도의 자료가 가용한 축제가 2014년도의 31개에 불과해 부득이 이에 대해서만 다중회귀분석을 실시하였다. 본 연구는 이로부터 얻어진 회귀식이 통계적으로 유의하다면, 이를 근거로 애초의 122개 중 만족도 자료가 가용하지 않은 나머지 91개의 지역 축제의 만족도를 추정하여 최종적으로

로 지역 축제 평가 결과와의 관련성을 분석하기로 하였다.

표 4에 따르면, 확인된 선택속성 요인들 3개 모두가 축제의 만족도에 매우 유의한 직접적인 영향을 주는 것을 알 수 있으며, 결정계수 또한 0.906으로 높은 설명력을 나타내었다. 다중회귀분석의 결과는 선택속성 변수들이 만족도를 충분히 설명할 수 있음을 확인해 주는 것이며, 결국 만족도는 축제 성공 정도를 나타내는 14개의 선택속성 변수들의 정보를 90% 이상 대리할 수 있는 단일 변수임이 확인되었다. 본 연구는 이 결과로부터 만족도 정보가 없는 91개의 지역 축제에 대해서도 그 추정치를 구하였다. 다중회귀분석에 투입된 31개 지역 축제의 만족도 평균과 표준편차는 각각 4.99, 0.291 이었으며, 나머지 91개의 만족도 평균과 표준편차는 각각 4.96, 0.254 로서 큰 차이를 보이지 않았다. 또한 표 5에서 요약한 대로, 처음의 31개 축제의 만족도 추정치와 나머지 91개 축제의 만족도 추정치를 모두 포함하여 수행한 회귀분석의 결과 역시 표 4의 31개 축제 대상 회귀분석의

표 3. 지역축제 선택속성 요인분석

요인명	설문내용	Eigen value	요인적재량	공통성	분산설명력	신뢰도
홍보안내 및 매력성	행사재미	8.545	0.866	0.868	34.481	0.940
	행사다양		0.803	0.838		
	안내책자		0.816	0.898		
	체험프로		0.746	0.789		
	요원친절		0.765	0.724		
	안내시설		0.749	0.851		
	사전홍보		0.734	0.647		
가격 및 다양성	음식가격	1.788	0.865	0.825	30.656	0.952
	상품가격		0.823	0.885		
	음식다양		0.83	0.805		
	상품다양		0.816	0.84		
편의시설	상품품질	1.112	0.798	0.867	16.61	0.883
	화장실		0.809	0.823		
	휴식공간		0.752	0.785		

전체 설명력=81.747; KMO=0.872; Barlett의 구형성 검정=2190.199 (p=0.000)

표 4. 31개 지역축제 선택속성과 만족도 사이의 회귀분석 결과

종속변수	독립변수	비표준화 계수		b	t	유의확률
		B	표준오차			
절대 만족도	(상수)	4.966	0.019		265.995	.000
	홍보안내 및 매력성	0.198	0.019	0.598	10.302	.000
	가격 및 다양성	0.149	0.016	0.538	9.118	.000
	편의시설	0.076	0.017	0.262	4.585	.000
	$R^2=0.916$; 수정된 $R^2=0.906$; $F=97.607$; $p=0.000$					

표 5. 122개 전체 지역축제 선택속성과 만족도 사이의 회귀분석 결과

종속변수	독립변수	비표준화 계수		b	t	유의확률
		B	표준오차			
절대 만족도	(상수)	4.966	0.004		1342.280	.000
	홍보안내 및 매력성	0.198	0.004	0.755	53.385	.000
	가격 및 다양성	0.149	0.004	0.567	40.058	.000
	편의시설	0.076	0.004	0.291	20.549	.000
	$R^2=0.975$; 수정된 $R^2=0.975$; $F=1625.588$; $p=0.000$					

결과와 거의 일치하였다. 이에 따라, 이어서 수행할 축제 평가 결과와의 상호 관련성 분석에서 전체 122개의 지역 축제를 모두 투입하기로 하였다.

다중회귀분석의 분석의 결과를 요약한 표 4와 표 5를 따르면, 본 연구가 지역 축제 선택속성 요인과 만족도 간에 설정한 상호 긍정적 영향의 가설은 통계적으로 매우 유의한 수준으로 지지됨을 알 수 있다.

2) 만족도와 축제 평가 결과 간 관련성

위에서 확인된 지역 축제의 선택속성 변수들에 근거하여, 방문자 만족도와 지역 축제 평가 결과 간에 유의미한 관계가 있는지를 분석하였다. 지역 축제 평가 결과는 미선정 축제, 유망 축제, 우수 축제, 최우수 축제, 대표 축제 등이다. 이 중 2012~2014년 기간 선정된 축제들 중, 사례 수가 5개로 너무 적은 대표 축제를 제외하고, 유망 축제

58개, 우수 축제 30개, 최우수 축제 24개 등 112개의 선정 축제와 선택속성 자료를 별도로 수집한 10개의 미선정 축제를 합하여 모두 122개의 축제를 분석하였다. 본 연구는 분산분석으로 지역 축제 각 집단 간 방문자 만족도의 평균을 비교하였다.

표 6은 방문자 만족도와 지역 축제 평가 결과 간 연관성이 통계적으로 유의하지 않음을 뜻한다. 즉 이 결과는 앞서 2장이 제시하였던 방문자 만족도와 지역 축제 평가 결과 간 연관성이 있다는 가설을 지지할 수 없으며, 이에 따라 축제 평가 결과로서의 지원 대상 축제 선정이 축제의 성과 중 만족도를 제대로 반영하고 있지 못하며, 이는 다시 지원 대상 축제 선정이 축제 성공 관련 선택속성 지표를 잘 반영하지 못하고 있음을 나타내고 있다.

표 6. 일원배치 분산분석 결과

요인명	df	평균제곱	F	유의확률
집단-간	3	.090	1,312	.274
집단-내	118	.069		
합계	121			

4. 결론 및 토의

본 연구는 지역 축제 평가 결과와 지역 축제 성공 간의 관련성을 검증하기 위해, 지역 축제 평가 결과에 따른 최우수 축제, 우수 축제, 유망 축제, 미선정 축제 등의 분류 결과와 지역 축제 성공을 나타내는 중요 척도 중의 하나인 방문자 만족도 간 상호 관련성을 확인하고자 하였다. 이를 위해 본 연구는 먼저 2012~2014년의 지역 축제 자료를 통해 지역 축제 성공 지표로서의 18개 선택속성 변수를 추출한 후, 신뢰도 분석을 통해 분석 대상 변수로 14개 선택속성 변수를 확정하고, 이들이 방문자의 전반적 만족도와 통계적으로 유의한 관련성을 갖는지를 다중회귀분석을 통해 확인하였다. 지역 축제 선택속성 변수에 의해 잘 설명되는 방문자의 전반적 만족도는 이어서 수행한 지역 축제 평가 결과 집단 별 분산분석에 의해 그 상호 관련성이 검토되었다. 분산분석의 결과는 지역 축제 지원을 위한 축제 평가 결과가 지역 축제 성공을 지표화한 선택속성 변수들을 반영한 방문자의 전반적 만족도와 통계적으로 유의한 관련이 없음을 나타내었다. 이와 같은 결과는 현행 지역 축제 평가의 타당성을 방어하기 어려우며, 따라서 보다 적합한 평가 기준에 대한 후속 연구와 조치가 필요함을 시사하고 있다. 또한 전국의 정부 지원 미선정 지역 축제들 중 최종적으로 실패한 축제들은 그 이유가 그들이 갖고 있는 잠재적인 가능성에도 불구하고 정부의 지원의 부족에 있었는지 확인이 필요함 역시 시사하고 있다. 이상의 연구 결과는

기존 연구의 지역 축제 선택속성과 만족도 간의 관련성 분석을 넘어, 만족도가 지원 대상 축제 선정에 반영이 되는지, 즉 지원 대상 축제 선정이 실제 방문객의 만족 정도가 높은 축제로 정해지는지를 경험적으로 확인한 것에 그 의의를 찾는다. 이는 정책의 수행성 평가를 하는 방법론적 틀을 제공한다라는 의미를 갖는다. 이에 더해 분석 방법의 기여에 대해서는, 지역 축제의 성공 정도가 지원 대상 축제 선정과 직결되어야 하는 것인데, 지역 축제의 성공 정도를 표현하는 수많은 선택속성의 축제별 특성을 지원 대상 축제 선정 결과와 직접 연관 짓기보다는, 만족도라는 단일 변수가 복잡한 선택속성 변수를 대표할 수 있고, 이 단일 변수를 성공 정도의 대리변수로 하여 선정 결과와 연관 짓고 해석하는 것이 효과적임을 확인할 수 있었다.

이상의 연구를 통해 다음과 같은 후속 연구 과제를 확인할 수 있었다. 첫째, 본 연구는 분석 당시 자료의 한계로 인해 축제 성공 지표로서의 선택속성 사례를 축제 성과를 나타내는 여러 구성 요소 중 방문자 만족도와만 그 관련성을 검토하였다. 그러나 성공 축제 성과는 지역 주민의 경제적 편익, 축제 주체의 수익, 방문객 수 등 여러 구성 요소들에 의해 구성되고 평가된다. 앞으로의 연구에서는 이들을 포함한 종합적인 분석이 수행되어야 보다 일반적인 결과를 도출할 수 있을 것으로 판단된다. 둘째, 선택속성 변수와는 달리 방문자 만족도 자료는 그 수집이 2014년으로부터 법제화되어, 축제 평가 대상인 축제들 모두에 대한 만족도 자료를 구할 수 없었다. 이로 인해 축제 성공 정도

의 측정인 선택속성 변수들을 대리 표현해야 하는 만족도를 회귀분석 결과로부터 추정해야 했다. 만족도라는 단일 변수가 다수의 선택속성 변수들을 90% 이상 잘 대표하고 있기는 하나, 전체 케이스를 완벽히 대리할 수는 없기 때문에 이에 대한 보완이 자료 수집 혹은 모델링 단계에서 이루어져야 할 것으로 판단된다. 마지막으로, 축제의 성공은 성과 이외에도 축제의 조직과 지역 문화와의 조화 등 다양한 측면의 평가가 이루어져야 한다(백선희, 2006). 이는 지역 문화에 기반한 지역 축제가 경제적 이익과 효율성 제고에만 그 목적이 있는 것이 아니기 때문이며, 지역에 기반한 행사의 지속가능성 역시 고려해야 하기 때문이다. 선출직 지방자치 정부가 어떻게 장기적인 지역 축제를 기획해야 하는지, 지방자치 정부가 지역 축제와 관련하여 중앙 정부와 어떠한 상호 협력 관계를 만들어야 하는지, 지역에서의 다양한 사회 경제 문화 사업 중 하나인 지역 축제가 다른 사업들과 어떤 미래지향적인 협력 계획을 구축해야 하는지 등등의 많은 정책적, 학문적 연구 과제를 확인할 수 있을 것이다.

참고문헌

- 강혜숙, 2012, “지역축제선택속성이 축제의 만족도, 재방문의도 및 구전의도에 미치는 영향: 양양송이축제를 중심으로,” *관광레저연구* 24, pp.39-58.
- 김낙순, 2012, 한국 지역축제의 현황 및 기능수행에 관한 분석적 연구, 서경대학교 박사학위논문.
- 김민철·부창산, 2008, “제주지역 내 내국인 관광객의 만족에 미치는 선택 속성 분석: 구조방정식 이용,” *한국지역지리학회지* 14, pp.54-67.
- 김시중, 2012, 축제 사후이미지가 관광객 만족 및 충성도에 미치는 영향, *한국경제지리학회지* 15(1), pp.63-76.
- 김영순·구문도·조성면·이미정·오장근·왕치현·신규리, 2010, 문화산업과 문화콘텐츠, 북코리아.
- 김종민, 2007, 지역축제의 지원정책 개선방안 연구: 문화관광축제의 선정 평가 제도를 중심으로, 성공회대학교 석사학위논문.
- 김철원·이석호, 2002, 문화관광축제 육성방안, 한국관광연구원.
- 김효중·김시중, 2012a, “계룡산 국립공원 방문객의 관광동기가 만족도 및 행동의도에 미치는 영향,” *한국경제지리학회지* 15(2), pp.314-330.
- 김효중·김시중, 2012b, “대전 뿌리공원 관광지 선택속성이 관광객 만족 및 행동의도에 미치는 영향 연구: 관광지 이미지를 조절효과로,” *한국경제지리학회지* 15(4), pp.735-751.
- 문경원·고영구, 2008, “대전 지역축제에 대한 평가분석에 관한 연구,” *한국지역경제연구* 12, pp.31-55.
- 문화체육관광부, 2015, <http://www.mcst.go.kr/>.
- 박인철, 2009, 지역축제의 문제점과 개선방안에 관한 연구: 대전광역시를 중심으로, 고려대학교 석사학위논문.
- 박철호·한수정, 2012, “문화관광축제 실태분석과 평가에 관한 연구,” *관광연구저널* 26, pp.39-53.
- 박호창, 2006, 우리나라 지역축제의 성과 및 만족도 평가에 관한 연구: 강릉단오제와 해돋이축제를 중심으로, 강원대학교 박사학위논문.
- 배만규, 2002, “지역축제 개최결과의 표준평가속성 개발: 문화관광부선정 문화관광축제를 중심으로,” *관광연구* 17, pp.175-194.
- 백선희, 2006, “도시문화전략으로서 지역문화축제의 지향점과 구성요소 정립에 관한 연구: 한국과 미국, 일본 지역문화축제의 비교분석을 바탕으로,” *국토지리학회지* 40, pp.107-125.
- 부숙진·한천영, 2010, “지각된 환경단서가 축제방문객만족과 충성도에 미치는 영향: 경주와 보령 지역축제 비교연구,” *호텔관광연구* 39, pp.107-125.
- 이정록, 2011, “지역발전전략으로 지역축제와 이벤트의 지리학: 한국을 사례로,” *한국경제지리학회지* 14(2), pp.99-115.
- 이정록·안종현, 2004, “지역축제의 방문자 만족에 관한 연구: 곡성심청축제를 중심으로,” *한국경제지리학회지* 7, pp.503-518.

- 이정훈·김성우, 2014, “지역산업연관모델을 활용한 지역 축제의 경제적 파급효과 분석: 의성마늘국제연 날리기대회를 중심으로,” *한국지방자치연구* 16, pp.351-374.
- 이종엽, 2003, 대전시 지역 도시 축제에 대한 연구, 혜천 대학인문사회논문집.
- 장양래, 2005, “축제 평가속성이 방문객 만족과 지각된 환경단서가 축제방문객만족과 충성도에 미치는 영향,” *문화관광연구* 7, pp.163-180.
- 정강환, 1999, “문화관광축제로의 이천도자기축제의 국내외 방문객시장 분석, 방문동기 및 축제평가에 관한 연구,” *관광연구* 13, pp.57-73.
- 정강환, 2004, “축제 방문객 만족도가 지역 문화관광에 미치는 영향에 관한 연구: 금산인삼축제를 중심으로,” *관광레저연구* 16, pp.287-303.
- 최영조, 2014, 지역축제의 선택속성, 방문객 만족 및 행동 의도 간의 관계 연구, 우송대학교 석사학위논문.
- Baker, D.A. and Crompton, J.L., 2000, “Quality, satisfaction and behavior intentions,” *Journal of Tourism Research* 27(3), pp.785-804.
- Dwyer, L., Forsyth, P., and Spurr, A., 2005, “Estimating the impacts of special events on an economy,” *Journal of Transport Research* 43, pp.351-359.
- Getz, D., 2004, Geographic Perspectives on Event Tourism, in A.A. Lew, C.M. Hall and A.M. Williams (eds.), *A Companion to Tourism*, Blackwell, pp.410-422.
- Kozak, M., 2001, “Repeaters’ Behavior at two distinct destinations,” *Annals of Tourism Research* 28, pp.784-807.
- Shani, A., Chen, P., Wang, Y., and Hua, N., 2010, “Testing the impact of a promotional video on destination image change: Application of China as a tourism destination,” *International Journal of Tourism Research* 12(2), pp.116-133.
- 교신저자: 조창현, 서울시 동대문구 경희대로 26, 경희대학교 이과대학동관 504호, 전화: 02-961-9264, 팩스: 02-961-0848, 이메일: bwchjoh@khu.ac.kr
- Correspondence: Chang-Hyeon Joh, Room 504, East Bldg., College of Sciences, Kyung Hee University, 26, Kyungheedaero, Dongdaemun-gu, Seoul, 02447, Korea, Tel: 02-961-9264, Fax: 02-961-0848, E-mail: bwchjoh@khu.ac.kr

최초투고일 2015년 9월 4일

수정일 2015년 10월 9일

최종접수일 2015년 10월 13일