

碩士學位論文

地域住民의 觀光이벤트效果 認識에  
關한 研究

-濟州地域을 中心으로-



濟州大學校 經營大學院

觀光經營學科 觀光經營 專攻

全 錫 宰

2002年 月

碩士學位論文

地域住民의 觀光이벤트效果 認識에  
關한 研究

-濟州地域을 中心으로-



濟州大學校 經營大學院

觀光經營學科 觀光經營 專攻

全 錫 宰

2002.

# 地域住民의 觀光이벤트效果 認識에 關한 研究

- 濟州地域을 中心으로 -

指導教授 吳 相 勛

全 錫 宰

이 論文을 觀光學 碩士學位 論文으로 提出함.



全錫宰의 觀光學 碩士學位 論文을 認准함.

委員長 \_\_\_\_\_ 印

委 員 \_\_\_\_\_ 印

委 員 \_\_\_\_\_ 印

濟州大學校 經營大學院

2002年 月

# 목 차

제 I 장 서론 .....	1
제 1 절 문제의 제기 .....	1
제 2 절 연구의 목적 .....	2
제 3 절 연구의 방법과 범위 .....	3
제 II 장 이론 고찰 .....	5
제 1 절 관광이벤트 .....	5
1. 관광이벤트의 개념 .....	5
2. 관광이벤트의 유형 .....	9
3. 관광이벤트의 특성 .....	10
제 2 절 지역주민의 인식과 관광이벤트의 효과 .....	13
1. 지역주민의 인식 .....	13
2. 관광이벤트의 효과 .....	16
제 3 절 선행연구의 검토 .....	25
제 4 절 제주지역의 관광이벤트 현황 .....	32
제 III 장 연구 설계 .....	42
제 1 절 연구모형과 연구가설 .....	42
1. 연구모형 .....	42
2. 연구가설 .....	43
3. 조작적 정의 .....	43
제 2 절 조사 방법 .....	44
1. 표본의 구성 .....	44
2. 설문지 구성 .....	45
3. 자료 수집 .....	46
4. 분석 방법 .....	47

제 IV 장	지역주민의 인식차이에 관한 실증적 분석 .....	48
제 1 절	표본 구성 .....	48
1.	인구통계적 특성 .....	48
2.	참여형태 및 참여동기별 분포 .....	48
3.	개최필요성 인식 분포 .....	51
제 2 절	가설 검증 .....	51
1.	신뢰성과 타당성 .....	51
2.	가설의 검증 .....	54
3.	실증분석결과 요약 .....	60
제 V 장	결    론 .....	71
참고문헌	.....	74
ABSTRACT	.....	77
설문지	.....	80



## 표 목 차

<표2-1> 이 벤 트 의 종 류 .....	10
<표2-2> Gets의 관광이벤트 분류 .....	11
<표2-3> 일상적 사건과 이 벤 트 의 차 이 점 .....	11
<표2-4> 관광이벤트의 효과 .....	17
<표2-5> 유형에 따른 관광이벤트의 효과 .....	19
<표2-6> 스코틀랜드 축제의 경제적 효과 .....	29
<표2-7> 제주도 관광이벤트 유형별 개최현황 증감 비교표 .....	33
<표2-8> 제주도 축제의 종류 .....	35
<표2-9> 개최목적에 따른 지역축제의 분포 비교표 .....	35
<표2-10> 2002년도 제주도 주요 이 벤 트 현 황 .....	37~ 41
<표4-1> 인구통계별 분포현황 .....	49
<표4-2> 참여형태 및 동기별 분포현황 .....	50
<표4-3> 개최필요성 인식분포 .....	51
<표4-4> 관광이벤트가 지역에 미친 효과에 대한 요인분석 .....	53
<표4-5> 참여형태별 관광이벤트 효과에 대한 인식차이 검증 .....	55
<표4-6> 성별 관광이벤트 효과에 대한 인식차이 검증 .....	56
<표4-7> 연령별 관광이벤트 효과에 대한 인식차이 검증 .....	56
<표4-8> 직업별 관광이벤트 효과에 대한 인식차이 검증 .....	57
<표4-9> 학력별 관광이벤트 효과에 대한 인식차이 검증 .....	58
<표4-10> 소득별 관광이벤트 효과에 대한 인식차이 검증 .....	58
<표4-11> 거주지역별 관광이벤트 효과에 대한 인식차이 검증 .....	59
<표4-12> 관광이벤트의 필요성에 대한 인식차이 검증 .....	60
<표4-13> 참여형태·인구통계별 인식차이의 유·무 .....	61
<표4-14> 관광이벤트의 필요성에 대한 인식차이 유·무 .....	61
<표4-15> 가설의 채택 여부 .....	62

## 그 립 목 차

[그림2-1] 관광이벤트의 개최효과 .....	20
[그림3-1] 연구모형 .....	42

# 제 I 장 서 론

## 제1절 문제의 제기

우리나라는 1995년 7월부터 지방자치제도가 실시되어 오고 있다. 이러한 변화는 각 지방자치 단체간 자립의 기틀을 이루기 위한 새로운 경쟁을 유발하게 되었으며, 각 지방자치 단체에서는 그들의 열악한 지방재정 자립도를 높이기 위한 여러 가지 방안들을 강구하게 되었다. 그 중 하나의 방안으로 떠오른 것이 각종 이벤트를 발굴하고 이를 관광상품화 하려는 정책들이다.

전국적으로 이 시기를 기점으로 크고 작은 지역이벤트들이 붓물을 이루며 생겨났는데, 축제와 이벤트 하나만으로도 지역경제를 활성화하고 유명관광지로의 부상이 가능하다는 점에서 긍정적일 수 있다.

지방자치제도가 잘 발달된 선진 외국에서도 지역경제 활성화를 위한 방안으로 이벤트관광을 적극적으로 활용하고 있음을 볼 수 있다. 그들은 오랜 동안 철저한 연구·개선을 통해서 특색 있는 행사를 실행하여 세계적 이벤트로 성공함으로써 지역경제의 활성화에 커다란 효과를 발휘하고 있는데 반하여, 우리나라의 경우는 즉흥적인 이벤트가 많고, 각 이벤트의 내용이 유사하며, 연륜이 길지 않다는 특징을 지니고 있다. 그러므로 지역이벤트의 양적 증가 현상이 경쟁력 있는 지역이벤트로의 성공 보장이 아니라는 관점에서 관광객들이나 지역주민들로부터 인정받고, 지속 가능한 이벤트가 되도록 관련단체에서는 계획단계에서부터 체계적이고 세심한 연구와 노력이 절실히 필요한 시기를 맞고 있다고 하겠다.

관광이벤트가 증가하는 주된 배경은 복합적인 지역사회의 종합

---

1) 정강환, 「이벤트관광전략」, (서울 : 일신사, 1999), P.38.

적인 발전이라 할 수 있다. 이러한 공동의 목표 달성을 위해서는 이벤트의 각 주체들 즉 주체자, 관람자, 지역주민 그리고 관련집단들 사이에 종합적이고 유기적인 계획과 협조가 반드시 필요하다.

지역주민의 참여와 열기 그리고 지역주민의 조직 없이 행해지는 문화축제·이벤트는 자칫하면 관료화된 전시행사적 성격을 가질 수 있다<sup>2)</sup>는 점에서 이벤트의 성패는 지역주민들의 자발적인 참여에 달려있다<sup>3)</sup>고 하겠으나 전국에서 실시하고 있는 대부분의 축제나 이벤트에서는 지역주민의 자발적인 참여를 이끌어 내는데 부족함을 보이고 있다.<sup>4)</sup>

이러한 문제를 해결하기 위해서는 먼저 지역주민들이 지역에서 열리는 이벤트의 효과에 대하여 어떻게 인식하고 있는가를 살펴볼 필요가 있을 것이다.

## 제2절 연구의 목적



관광이벤트는 지역사회의 관광분야는 물론 정치적, 경제적, 사회·문화적, 환경적 측면에 다양한 영향을 끼치게 된다.

성공적으로 잘 개최된 관광이벤트는 지역사회의 발전은 물론 지역주민의 삶의 질 향상에도 직접적인 영향을 미친다.

우리나라에서 축제 및 문화 이벤트를 통한 지역활성화가 제대로 이루어지지 못하는 것도 지역주민들의 적극적인 참여가 매우 부족하기 때문<sup>5)</sup>이라는 관점에서 지역관광이벤트에 대한 지역주민의 높

2) 최상수, “문화관광이벤트가 지역사회에 미치는 영향에 관한 연구”, 석사학위논문, 경기대학교 대학원, 2000, P.2.

3) 이우수, “지역 축제이벤트 활성화 방안에 관한 연구”, 석사학위논문, 호남대학교 행정대학원, 1998, P.83.

4) 류국열, “지역축제의 개선점과 각 주체간 역할에 관한 연구”, 석사학위논문, 충북대학교 행정대학원, 2000, P.62.

5) 이우수, “상계논문” p.83.



은 관심과 참여를 지속적으로 높여 가는 것이 당면과제<sup>6)</sup>로 부각되고 있다.

이 과제를 해결하기 위해서는 관광이벤트 효과에 대한 지역주민의 인식 파악이 매우 중요할 것이라 여겨진다.

따라서 본 연구에서는 첫째, 지역 관광이벤트 효과에 대한 주민의 인식을 조사·분석하고, 둘째, 관광이벤트 필요성에 대한 지역주민들의 인식을 조사·분석하며, 셋째, 관광이벤트 참여형태와 인구통계적 특성에 따른 주민인식의 차이 유·무를 검증해 봄과 동시에 이를 통하여 성공적인 관광이벤트가 되기 위한 주민의 적극적 참여 제고 방안 모색을 연구 목적으로 한다.

본 연구결과는 앞으로 개최되는 관광이벤트의 지역효과와 이에 대한 주민 인식의 변화를 알아보는데 기초자료로 활용될 수 있을 것이며, 지역주민의 욕구에 부응하는 관광이벤트의 기획 및 운영 전략 수립을 위한 기초자료로도 활용될 수 있을 것이다.



### 제3절 연구의 방법과 범위

성공적인 이벤트가 되기 위한 주민의 적극적 참여 제고 방안 모색을 연구 목적으로 설정한 본 연구는 이를 달성하기 위하여 문헌연구(literature review)와 경험적 연구방법(empirical methods)을 병행한다.

문헌연구는 관광이벤트와 그 효과에 대한 이론적 기틀을 세우기 위하여 관련서적과 선행 연구논문을 중심으로 고찰하고, 이를 토대로 가설을 설정한 후, 가설의 검증을 위하여 경험적 연구방법을 활용한다.

---

6) 고경재, “지역축제와 문화관광의 현재와 미래-전문가100인의 백가쟁명”, 지역문화의해추진위원회, 2000.

가설을 검증하기 위한 실증적 방법으로 사회과학적 연구방법인 설문조사방법을 택하며, 설문조사를 통해 얻어진 자료를 통계적 방법으로 측정하고 연구 분석한다.

설문조사된 자료들은 SPSS10.0을 이용하여 빈도분석(frequency analysis), 요인분석(factor analysis), 일원배치분산분석법(analysis of variance: ANOVA), t-test, Scheffe의 사후검증 분석을 실행한다.

본 연구의 설문 표본 수는 2001년 12월 31일 현재 제주지역 거주 총 주민 547,964명중 제주시 171명, 서귀포시 51명, 북제주군 60명, 남제주군 46명 등 합계328명을 대상으로 하며, 제주도에서 개최되고 있는 대표적인 이벤트 중 제주도 주최 5개, 제주시 주최 7개, 서귀포시 주최 7개, 북제주군 주최 4개, 남제주군 주최 6개 등 총29개의 행사를 중심으로 조사 실시한다.



## 제 II 장 이론 고찰

### 제 1절 관광이벤트

#### 1. 관광이벤트의 개념

관광이벤트라는 용어는 관광과 이벤트가 합성된 것임을 쉽게 알 수 있다. 따라서 관광이벤트의 개념을 파악하기 위해서는 먼저 이벤트의 개념부터 정립해 두는 것이 관광이벤트의 개념 파악에 도움이 될 것이다.

‘이벤트(event)’라는 용어의 어원은 라틴어 e-(out, 밖으로)와 venire(to come, 오다)라는 뜻을 가진 evenire의 파생어인 eventus 로써 ‘발생’(occurrence)이나 ‘우발적 사건’(happening)과 같이 일상적인 상황의 흐름 중에서 특별하게 발생하는 일을 가리키는 말이다.<sup>7)</sup>

Webster 사전에서는 이벤트를 a:무엇인가 일어나는 것(사건), b: 주목할 만한 사건, c:사교적인 일 또는 사교적인 활동, d:스포츠 프로그램에 있어 어떤 경쟁이라고 그 의미를 기술하고 있다.<sup>8)</sup>

이벤트에 대한 의미는 동서양에 따라 다르고 그 범위 또한 대단히 넓다.

서구에서는 마케팅 전략상 기업 및 제품의 이미지를 제고시켜 커뮤니케이션 개선효과를 획득할 수 있는 마케팅 프로모션의 중요한 도구로서 이벤트가 이용되어 왔으며 기업이 판매촉진을 위해서 현장에서 특별한 해프닝을 만드는 것에서 유래하였다고 한다.<sup>9)</sup>

7) 한국문화예술진흥원, 「도시문화 환경 개선방안 연구」, (서울: 한국문화예술진흥원, 1992), p.66.

8) a : something that happens : OCCURRENCE b : a noteworthy happening c : a social occasion or activity d: any of the contests in a program of sports

9) 김미숙, “기업이벤트를 위한 환경디자인에 관한 연구”, 석사학위논문, 이화여자대학

동양적인 의미의 이벤트는 여러 가지 목적과 형식으로 사람을 많이 모아놓고 현장에서 행하는 모든 활동과 행사로 보며, 사람들의 만남과 교류를 통해 창조되는 부가가치가 개인 또는 집단에 유익한 효과를 창출하는 모임으로 정의하고 있다.<sup>10)</sup>

일본의 ‘월간 이벤트 리포트’에서는 “이벤트란 광역의 의미로 기한과 장소 그리고 대상을 제한하여 공통의 목적으로 인도해 나가기 위한 모든 행사를 뜻한다”라고 정의를 내렸으며, 통산산업성 산하에 구성된 이벤트 연구회에서는 “이벤트란 어떠한 목적을 달성하기 위한 수단으로써 행하는 행사”<sup>11)</sup>라고 정의하고 있다.

우리나라에서는 이벤트를 “주최자가 뚜렷한 목적을 가지고 시간과 공간을 한정하려고 사전계획 하에 다수의 대상을 현장에 참여시켜 직접적인 체험을 이끌어내기 위해 의도된 쌍방향적 커뮤니케이션 활동을 총칭하되 사회적, 시대적, 문화적으로 의의를 부여할 수 있는 비일상적이며 특별한 행사”<sup>12)</sup>로 정의를 내렸는가 하면, 한국이벤트연구회에서는 “공익, 기업이윤 등 특정목적을 가지고 치밀하게 사전 계획되어 대상을 참여시켜 실행하는 사건 또는 행사를 총칭”<sup>13)</sup>하는 것으로 이벤트를 정의하고 있다.

이처럼 이벤트에 대해서는 동·서간에 그간 명확한 하나의 개념으로 정립되지 못하고 다양한 정의가 내려지고 있지만 현재까지 내려진 이벤트에 관한 정의를 크게 세 가지 줄기로 정리해 보면 기능적 정의, 규범적 정의, 조작적 정의 등이 있다.<sup>14)</sup>

---

교 상업미술대학원, 1990, pp.4~5.

10) 최정순, “관광이벤트 개발에 관한 연구: 전통문화행사를 중심으로”, 석사학위논문, 세종대학교대학원, 1993, p.4.

11) 한국관광공사연구부, 「이벤트산업 활성화 방안」, 한국관광공사, 1994 ; 송정은, “우리나라 이벤트관광의 활성화 방안에 관한 연구”, 석사학위논문, 중앙대학교 예술대학원, 2000, p.6.에서 재인용.

12) 원용희, 「관광과 문화」, (서울: 학문사, 1999), p.255.

13) 황인호, “관광이벤트 개발계획에 관한 연구”, 석사학위논문, 경기대학교대학원, 1993, p.7.

14) 김동혁외 3인(2000), 전게서, pp.12~14.

이벤트의 기능적 정의란 한마디로 이벤트를 무엇을 위한 수단으로 규정하는 입장이다. 이벤트를 실행할 대상을 국가 내지 지방자치 단체로 잡느냐, 정치·경제·사회·문화·종교·개인으로 정하느냐 등에 따라 수많은 기능적인 정의가 가능하다. 아마도 이 기능적인 정의가 지금까지 이벤트 현상을 지배해 왔다고 해도 과언이 아니다.

규범의 정의는 이벤트를 그 궁극적인 목적과 결부시켜 규정한다. 이벤트의 궁극적인 목적으로서 어떤 가치를 내세우느냐에 따라 수많은 규범론적 또는 목적론적 정의가 가능하다. 이는 이벤트의 가치 실현을 위한 이벤트 그 자체의 발전에 더 큰 비중을 두고 있는 입장이다. 규범적 또는 목적론적인 정의는 국가와 사회적인 차원에서나 개인적 또는 기업적 차원에서 사회·경제의 성장이나 기업 문화의 전수, 새로운 문화의 창조와 같은 내재적인 가치의 실현을 추구하는 것을 이벤트의 중요한 목표로 내세우고 있다.

조작적 정의란 이벤트를 기술적 또는 조작적 견지에서 정의하는 것을 의미한다. 이러한 입장에서 이벤트 전문가들은 ‘이벤트는 인간과 자연 그리고 사회와 경제, 문화적 흐름과 각각 요소들이 갖는 특성을 창조적인 기획의 요구에 따라 적절한 틀의 형성을 통해 창의적으로 만들어 나가는 다양한 활동’이라고 정의한다. 이 정의 속에 사회·문화·경제, 그리고 자연과 인간의 특성은 사회학적인 용어로서 넓은 영역을 포함한다는 것을 의미한다.

이벤트의 개념을 하나의 명확한 개념으로 정의하기는 참으로 어려운 일이지는 않지만, 여러 가지 개념들과 정의들을 종합하여 정리하면 이벤트란 첫째, 기획성, 둘째, 연출력, 셋째, 사회적 의의 세 요소를 갖춘 행사로서, 이들 중 특히 세 번째 요소인 사회적, 시대적으로 의의를 부여 할 수 있는 행사라고 정의하는 것이 바람직하다.<sup>15)</sup>

원래 자연 발생적이었던 지역의 축제는 애당초 종교적 제의(祭

---

15) 지연태, 『이벤트산업 활성화 방안』, 한국관광공사·동아월드주식회사, 1994, p.9.

儀)를 기초로 한 세시행사로서의 성격이 짙었으나 축제가 관광상품화 되기 시작하면서 점점 더 이벤트화의 비중이 높아져 가고 있는 추세이다.<sup>16)</sup> 특히 지역 이벤트 행사의 의도 내지는 목적하는 바가 명확해 지면서 과거의 비의도적이었던 지역행사가 이제는 다분히 계획적이고 의도적인 이벤트로 자리잡게 됨으로서 관광과의 접목은 필연적인 관계가 되어가고 있다. 이것은 대다수의 이벤트들이 비관광적 이유 즉, 종교적인 휴일, 시합, 지역사회 레저 또는 문화적 경축행사와 같은 연유로 생겨났을지라도 오늘날에는 관광상의 목적으로 개발하는 경향이 두드러지며 의도적으로 관광자원으로서 각종 새로운 이벤트를 창출해내는 추세<sup>17)</sup>를 보이고 있는 바와 무관하지 않다.

한국관광공사는 이벤트관광에 대하여 “일반적으로 외래관광객의 유치를 목적으로 기획된 행사나 외래관광객의 관심을 끌만한 관광적 매력이 많아 외래관광객의 참여율이 높은 행사”<sup>18)</sup>라고 정의했다.

어떤 지역행사 그 자체가 관광객을 끌어들일 수 있는 매력을 주어서 이를 상품화하였을 경우 실제로 많은 사람들이 이를 관람하고 이들이 관광에 유입되었다면 이는 관광이벤트로서 훌륭한 가치가 있는 것이다. 이처럼 관광 이벤트란 이벤트의 성격이 독특한 관광 매력을 발휘하여 관광객을 유도할 수 있는 관광 상품적 가치가 있는 이벤트를 의미한다<sup>19)</sup>고 하겠다.

본 연구에서의 관광이벤트 의미는 보다 광범위한 의미로서 ‘국가, 지방자치단체 및 관련단체들이 관광과 연관지어 행하는 모든 행사 즉 관광 수요의 창출을 통하여 지역경제의 활성화, 지역이미지 제고, 지역문화의 보존·홍보 및 발굴과 지역사회 및 환경부문

---

16) 고광직, 『지역축제』, (천자칼럼) 「한국경제신문」, 2001.10.19.

17) Donald Gets, "Special event", *Tourism Management*, Vol.10, No.2, June, 1989, p.125

18) 한국관광공사연구부(1994), 전게서, p.36.

19) 김동혁외 3인(2000), 전게서, p.63.

의 개선을 목적으로 행해지는 모든 축제나 이벤트행사의 총칭'으로 규정한다.

## 2. 관광이벤트의 유형

다양하게 개최되고 있는 수많은 이벤트들을 어떤 일정한 틀에 맞추어 그 종류를 설정하기란 참으로 어려운 일이다. 왜냐하면 현재의 이벤트들은 너무도 다양하고 특히 이벤트가 관광과 연계되면서 관광객들의 다양한 욕구에 부응하기 위하여 의도적으로 다양화된 이벤트상품이 개발되고 있기 때문이다.

본 연구에서는 관련 학자나 선행연구자가 분류한 이벤트의 유형에 대하여 살펴보고 이를 요약 정리하여 고찰하고자 한다.

이벤트의 유형은 이벤트의 내용, 주체, 대상지역, 형식 등 다양한 기준에 의하여 분류될 수 있다.

이벤트의 내용에 따라서 인간 관계 이벤트, 상업 이벤트, 의전 이벤트, 축제 및 공공이벤트, 스포츠 이벤트, 회의 등으로의 분류가 가능하며, 대상자와 지역의 규모에 따라서는 전국 이벤트, 지역 이벤트, 국제 이벤트<sup>20)</sup>로 분류할 수 있다.

이벤트의 주체에 따라서는 공공이벤트, 기업이벤트, 사회이벤트로 분류<sup>21)</sup> 가능하며, 또한 이벤트의 형식 기준에 따라서 전시, 공연, 컨벤션, 축제, 판촉수단으로 분류할 수 있고, 그 외 개최장소, 규모, 개최목적에 따라서도 이벤트를 분류할 수 있다.<sup>22)</sup>

이렇게 다양하게 분류되는 이벤트는 일반적으로 <표2-1>과 같이 요약 정리될 수 있다.

겟츠(Gets)에 의하면 관광이벤트를 <표2-2>와 같이 다섯 가지 유형으로 달리 분류하고 있기도 하다.

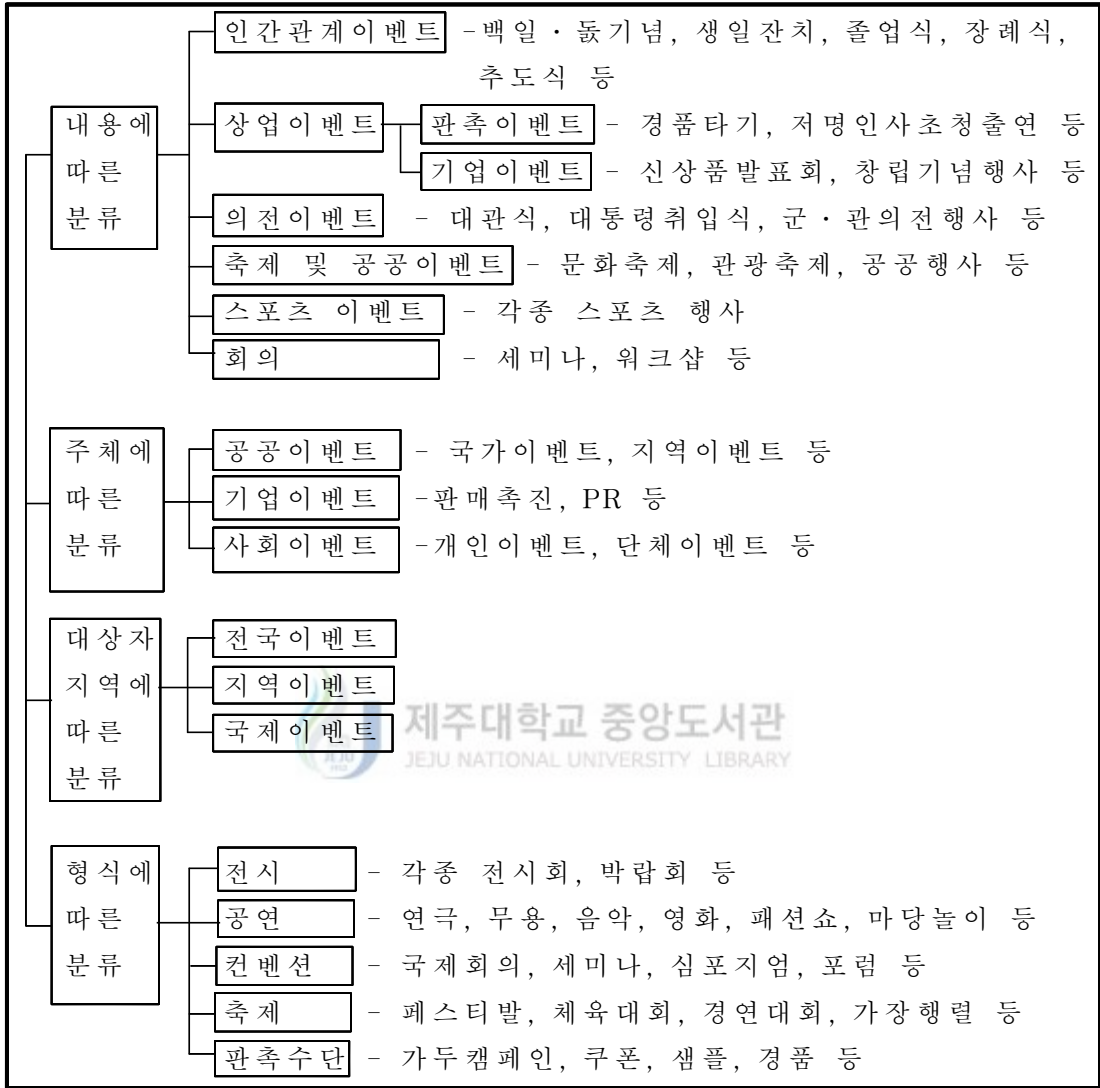
---

20) 김동혁외 3인(2000), 전게서, p.15.

21) 이창근, “축제의 관광자원화 방안에 관한 연구”, 석사학위논문, 동아대학교대학원, 1993, p.19.

22) 신한종합연구소, 『일본기업의 이벤트 전략』, 1991, pp.26~29.

<표2-1>이벤트의 종류



<자료 : 연구자 재작성>

### 3. 관광이벤트의 특성

일상적인 것이 아닌 특별한 사건, 의도된 계획, 또는 어떤 기대감을 유발하는 매력 있는 그 무엇을 이벤트라고 한다면, 이러한 이벤트와 관광이 접목되어 관광객들로 하여금 특별함을 찾도록 하고 이를 통하여 지역활성화에 여러 가지 도움을 주고자 하는 것, 즉 어떤 특별한 일을 행사화 하고, 그것으로 인하여 사람들이 모



<표2-2> Gets의 관광이벤트 분류<sup>23)</sup>

분 류	유 형
대형이벤트	올림픽, 무역박람회, 스포츠, VIP, 역사적 사건
지역이벤트	축제, 스포츠, 박람회 및 전시회
지방이벤트	지역축제 및 사회이벤트
기업이벤트	회의(conference), 컨벤션, 모임(meeting)
소규모이벤트	공원, 리조트 등 관광대상지내의 일련의 이벤트

자료: Donald Gets, Festival, Special Events and Tourism,  
Van Nostrand Reinhold, 1991, p.517.

<표2-3> 일상적 사건과 이벤트의 차이점

일상적 사건(daily event)	이벤트(special event)
○ 자연적으로 발생한다.	○ 계획에 따라 발생한다.
○ 기대감을 유발하지 않는다.	○ 기대감을 유발한다.
○ 발생하는 이유가 특별히없다.	○ 기념하는 특정동기가 부여된다.

자료: 원용희, 관광과 문화, 학문사, 1999, p.255.

이고, 모인 사람들이 관광 활동에 참여한다면 그것이 관광이벤트라고 할 수 있다. 그러므로 관광이벤트는 그 개최의 이유와 목적이 분명하고 확실하며 이에 따른 실천적 세부계획이 수립되는 의도되어진 행사라고 할 수 있다.

이렇게 볼 때 관광이벤트의 특성은 일상적인 사건과는 분명한 차이를 보이고 있으며, <표2-3>에서 보는 바와 같이 일반적인 이벤트가 지니고 있는 특성과 유사하거나 아니면 좀 더 다른 특성을 더 지니고 있다고 할 수 있다.

관광이벤트의 가장 뚜렷한 특성은 쌍방향의 개인적인 의사전달 매체(personal communication media)라는 점이다. 고도의 정보화

23) 이봉석, 「관광사업론」, (서울: 대왕사, 1998), p.517; 황인옥(2000), 전개논문, p.9.에서 재인용.

사회에서 살아가는 사람들은 점점 일방통행식의 정보유통에 싫증을 느끼기 시작하였다. 이러한 문제를 해결하는 가장 좋은 방법은 사람들이 한데 모여서 공감과 공명을 할 수 있는 장소를 마련해주는 것이다. 따라서 관광이벤트는 그러한 욕구를 충족시킬 수 있는 현장성도 지니고 있어야 하는 것<sup>24)</sup>이라는 특성을 지니고 있다.

포스터(D. Foster)와 밀(R. Mill), 모리슨(Morrison)은 관광 이벤트의 특성으로 다음과 같이 지적하고 있다.<sup>25)</sup>

- ① 사전에 관찰될 수 있다.
- ② 저장될 수 없다.
- ③ 대개가 무형재이다.
- ④ 한정된 양, 기한부적인 성격을 지니고 있다.
- ⑤ 서비스와 유형 상품의 복합 상품이다.
- ⑥ 팩키지로 만들기가 어렵다.
- ⑦ 외부적 영향으로 인한 수요의 변화가 민감하다.
- ⑧ 소규모인 경우가 있으며, 이벤트를 촉진시키고 방문객들을 유인하기 위해 전문가 및 후원 단체에 의존할 때도 있다.
- ⑨ 비용이 발생하지 않는다는 점에서 경치와 같은 몇몇 기타 관광자원과 유사한 측면을 지니고 있다.
- ⑩ 매년 해를 거듭함에도 불구하고 표준화가 어렵다.
- ⑪ 이벤트는 대중에게 개방되어야 한다.
- ⑫ 이벤트는 어떤 주제에 대해 전시하는 것은 일자가 주요 목적이다.
- ⑬ 이벤트는 일년에 한번 또는 가끔 행해진다.
- ⑭ 개최 날짜 및 폐회는 이미 정해져 있다.
- ⑮ 프로그램은 하나 또는 그 이상의 개별적인 활동으로 이루어

---

24) 황인옥, “관광이벤트의 영향에 대한 주민의 인식조사연구: '99속초국제관광엑스포를 중심으로”, 석사학위논문, 강원대학교대학원, 2000, p.11.

25) R. Mill & Morrison, "The Tourism System", Prentice-Hall, Englewood Cliffs, 1985 ; Donald Gets, "Special events", *op. cit.*, 1989, pp.125~126, 김동혁외 3인, 『전개서』, p.59.에서 재인용.

진다.

- ⑯ 모든 활동은 동일 지역 사회 또는 관광 목적지에서 발생한다.

이상에서 보듯이 이벤트가 사전(事前)에 비관찰적(非觀察的)이며, 비저장성(非貯藏性)이 있고, 무형성(無形性), 복합성(複合性)을 지니고 있음을 들어 특성을 설명하고 있는 바, 이는 관광상품이나 서비스가 지니고 있는 특성과 매우 유사함을 알 수 있다.

우리나라의 한국문화예술진흥원에서는 관광이벤트의 내용적 특성을 다음과 같이 지적하고 있다.

관광이벤트는 지역사회 의 일상생활에서 구성원인 지역주민 각자가 우연히 또는 의도적으로 벌이는 행사가 아니라, 집단수준에서 결성된 일정한 주체가 있어야 한다. 이 주체는 공공부문일 수도 있고, 회사와 조합, 주민조직 그리고 각종 사회단체 및 종교집단과 같은 민간부문일 수도 있으며, 민·관 합작 조직일 수도 있다. 또한 상설조직일 수도 있고, 이벤트를 위해 별도로 구성된 한시조직일 수도 있다.<sup>26)</sup>

한편 관광이벤트는 특정목적 을 위하여 어느 특정기간, 특정지역에 한정하여 정기적 또는 부정기적으로 일정한 계획 아래 일어나기 때문에 언제나, 어디에서나 맛 볼 수 있는 것이 아니라는 특성을 지니고 있어 이것이 관광객들을 유인할 수 있는 요인이 되기도 한다.

## 제2절 지역주민의 인식과 관광이벤트의 효과

### 1. 지역주민의 인식

지역주민들의 관광이벤트에 대한 인식은 관광이벤트의 성공을 위해 대단히 중요하다. 지역주민은 관광이벤트를 구성하는 지역문

26) 한국문화예술진흥원, “도시문화환경 개선방안 연구”, 1992, pp.66~67.

화의 주체로서, 행사의 기획자로서, 외래 관광객들에게 각종 서비스를 제공하는 봉사자로서, 각종 편의시설을 운영하는 사업자로서의 중요역할이 주어지기 때문이다.

지역관광이벤트의 중요 역할자인 지역주민들의 행동은 관광이벤트에 대한 그들의 인식정도와 심리적 영향에 따라 행동을 결정하고 실행하게 된다.

지역주민의 인식을 설명하는 적절한 이론체계로 사회심리학 중 사회교환이론을 들 수 있는데, 이 이론은 호만스(Homans)에 의해 정립되었다. 그는 스키너(Skinner)의 행동주의 심리학 이론을 인간에게 적용하여 교환이론을 정립하였는바, 모든 인간의 행동은 개인이 주어진 상황에서 지출하는 원가(原價)나 투자액에 비하여 얼마만큼의 보상과 가치가 돌아오는지를 가려서 이윤을 추구하길 희망하며, 이러한 상호작용 관계에서 사회질서가 생성된다고 주장하였다.

교환이론(交換理論)을 통해 블라우(Blou)는 인간의 상호작용은 단순한 교섭의 행위가 아니라, 결과적으로 얻어지는 손익을 계산하여, 상호작용에서 얻어지는 보상이 상호작용에 투입한 시간이나 에너지와 같은비용을 초과하거나 균형을 이룰 때에 가능하며 따라서 자신의 이익을 추구하려는 동기를 가진 인간은 이와 같은 보상욕구를 충족하기 위하여 타인과 상호작용을 한다고 주장하고 이 교환이론을 개인과 개인간의 관계에만 적용시킬 것이 아니라, 사회조직과 전체적인 사회구조의 과정을 설명하는 데에도 사용될 수 있다고 보는 사회적 교환이론(social exchange theory)을 시도하였다.<sup>27)</sup>

사회적 교환이론은 사람들이 어떤 특정 관계의 보수(reward)들과 비용(cost)들을 계산해 두고 있다고 가정하며, 자신이 어떤 관계에서 얻은 전체 결과(outcome), 즉 차감(差減)한 결과 그 관계가 이익이 되는지(보수>비용), 아니면 전반적으로 손해를 보고 있는

---

27) 장영범, “교육사회학 접근이론”, 1993, <http://user.chollian.net>

지(보수<비용)에 초점을 둔다.<sup>28)</sup>

이러한 이론을 바탕으로 관광이벤트의 개최를 관광자와 지역사회 또는 지역주민 간의 접촉으로 이루어지는 사회현상으로서의 설명이 가능하게 되었는데, 관광자는 관광활동을 통하여 만족을 얻고 지역주민은 관광활동의 공간을 제공함으로써 지역사회에 경제적·사회적 편익을 얻는 사회적 교환과정으로 설명된다<sup>29)</sup>고 하겠다.

Ap(1992)는 이 사회교환이론을 적용하여 지역주민과 관광 사이에 자원의 교환이 높은 균형을 이루거나, 또는 불균형 관계에 있다고 하더라도 주민 행위자에게 교환의 정도가 높을 때 관광이벤트의 영향은 지역주민에 의해 긍정적으로 보여지고, 자원의 교환이 균형에서 어느 한쪽이 낮거나, 또는 교환관계가 불균형일 때 관광이벤트의 영향은 부정적으로 보여진다고 보고하고 있다.

관광이벤트의 효과에 대한 지역주민의 인식을 설명하는데 사회적 교환이론이 이용되고 있는 것은 이것이 긍정적 인식과 부정적 인식 모두를 설명할 수 있고, 개별적 또는 집합적 수준에서 관련성을 설명할 수 있다는 점에서 관광이벤트에 대하여 지역주민들이 왜 긍정적 또는 부정적 인식을 가지는지를 설명하는 하나의 이론적 틀을 제공하여 줄 수 있다<sup>30)</sup>는 이유 때문이다.

관광이벤트의 개최에 따른 지역주민의 긍정적 인식과 부정적 인식은 지역주민들의 입장에서는 관광이벤트의 개최에 따른 관광객들의 관광활동으로 얻어지는 편익과 비용 관계에 의하여 영향을 받게 된다.

주민들은 비용보다 편익이 크다고 느낄 때, 적극적으로 행동할 것이고, 효과에 대한 인식 역시 긍정적으로 나타나게 될 것이며 반대의 경우에는 소극적이고 부정적 인식을 갖게 될 것이다. 따라서 지역주민의 인식을 파악하고 이해하는 것은 성공적인 관광이벤

---

28) 홍대식, 「사회심리학」, (서울: 박영사, 1998), pp.293~294.

29) Ap, John, "Residents' Perceptions on Tourism impacts", Annals of Tourism Research, 1992, vol 19, p.670. 황인옥, "전계논문" p.18.에서 재인용

30) 황인옥(2000), 전계논문, p.20.

트의 기획을 위해 매우 중요한 일이라 하겠다.

## 2. 관광이벤트의 효과

지방화·개방화·세계화의 시대를 맞은 우리나라의 현실에서 지방경제의 활성화는 아무리 강조해도 지나침이 없을 것이다.

지방자치제도의 실시 이후 대부분의 자치단체에서 지역경제의 활성화와 지역의 대외인지도 향상 및 지역문화의 보존과 개발 등 지역사회의 활성화를 위한 하나의 방안으로 관광이벤트를 선호하는 경향이 매우 높아졌음에서도 잘 알 수 있다.

관광이벤트에 대한 관심 증가는 지역활성화의 전략으로 종전의 하드웨어적인 시설 중심 관광개발에서 관광의 이벤트화라는 소프트웨어적인 개발의 중요성 인식으로 무게중심이 옮겨가고 있음을 말해주고 있는 것이라 여겨진다.

이러한 추세는 이미 지방자치제가 발달한 선진외국의 예를 보더라도 확실하다. 누구나 성공적인 이벤트로서 인정하고 있는 영국의 ‘에든버러 축제’와 ‘글래스고우축제’, 일본의 ‘삿보르 눈축제’, 독일의 맥주축제인 ‘10월 축제(Oktoberfest)’, 캐나다의 ‘겨울축제(Winter Carnival)’ 등은 모두 이벤트를 관광과 연계하여 지역활성화에 커다란 성공을 거둔 관광이벤트의 일례(一例)라 하겠다.

관광객 유치를 통한 지역의 활성화가 관광이벤트 개최의 주목적이라면, 이것 외에도 지역문화의 발굴 및 체계화, 도·농간 및 국제간 교류의 촉진으로 인한 지역개발 잠재능력의 현실화 등의 편익도 기대된다.<sup>31)</sup>

관광이벤트 효과는 생산 유발, 지역고유성 확립, 교류확대와 네트워크 구축의 측면에서 나타나게 된다.<표2-4><sup>32)</sup>

31) 이장주, “지역축제의 이미지 측정척도 개발과 적용에 관한 연구”, 박사학위논문, 경기대학교대학원, 1998. ; 황인옥(2000), 전계논문, p.12.에서 재인용.

32) 동방기획(주), ‘사보 동방기획’, 1991. 2월호, p.7. : 제주관광대학논문집(3집), “관광이벤트가 제주지역경제에 미치는 영향에 관한 연구”,(고승익·박은아, 1997), p.33.에서 재인용.

<표2-4> 관광이벤트의 효과

구 분	효 과	
	중 간 과 정	결 과
생산유발 효과	-이벤트 시설물의 건설 등에 의한 생산유발 -입장자의 소비에 의한 생산유발	-고용기회증대 -개인소득증가 -지방세 수입증가
지역 고유성 확립	-지역 지명도 제고 -지역이미지 향상 -지역계몽과 연대감 형성	-관광객 증가 -지역입지 향상 -지역산업 진흥기회 증대
교류확대와 네트워크 구 축	-지역의 기술, 문화수준의 제고 -정보 접촉기회의 증대 -지역의 새로운 매력창조 기회의 획득 -지역발전의 장기적 기반강화	-기획설계, 디자인 등의 기술이전 가능 -전문가 집단 등의 인적 채널 형성 -참가, 협찬기업과의 채널 구축 -산업간 교류와 복합화촉진

자료 : 동방기획(주), 사보 동방기획, 1991. 2월호, p.7.

고승익·박은아, “관광이벤트가 제주지역경제에 미치는 영향에 관한 연구”, 제주관광전문대학 논문집 제3호, 1997, p.33에서 재인용

이벤트 시설물의 건설, 입장객의 소비 등에 의한 생산유발은 고용기회의 증대, 개인소득증가, 세수증가의 효과를 가져오게 되며, 지역의 지명도 제고, 지역이미지 향상, 연대감형성과 같은 지역의 고유성 확립은 관광객의 증가, 지역입지 향상, 지역산업발전기회라는 효과를 가져오게 된다. 또한 관광이벤트 개최로 인하여 지역의 기술과 문화수준 제고, 정보 접촉기회의 증대, 지역의 새로운 매력창조기회의 획득과 같은 교류확대·네트워크 구축은 기획설계·디자인 기술의 이전, 인적채널 형성, 산업간 교류 촉진 등과 같은 효

과를 나타내게 된다.

겟츠(Gets)는 관광이벤트의 유형에 따른 효과와 이벤트 개발시 고려해야 할 사항에 대하여 <표2-5>와 같이 언급하고 있다.

두 표에서 보는 바와 같이 오늘날의 관광이벤트 효과는 좀 더 복합적이며 여러 분야에 그 효과가 미치고 있는 바, 관광분야 뿐만 아니라 정치, 경제, 사회·문화 나아가서 환경분야에 까지도 그 효과가 미치고 있다. 더하여 관광이벤트가 가져다 주는 파급효과 또한 무시할 수 없다.

관광이벤트를 개최함으로써 얻을 수 있는 효과는 크게 긍정적 효과와 부정적 효과로 대별(大別) 할 수 있으며, 각각의 효과를 다시 경제적 측면과 비경제적 측면에서의 효과로 나눌 수 있다.

경제적 측면에서의 관광이벤트 개최는 경제적 효과로 나타나게 되며, 비경제적 측면에서는 정치적, 사회·문화적, 환경적, 관광적 효과로 나타나게 된다. 이를 요약 정리하면 [그림2-1]과 같으며, 각각의 효과에 대한 내용을 자세하게 살펴보기로 한다.

## 1) 긍정적 효과

### (1) 경제적 측면

지방자치제도가 실시되면서 각 지방자치단체에서 가장 심혈을 기울이는 것은 자기지방 지역경제의 활성화일 것이다. 이를 위한 하나의 적절한 방안으로 관광이벤트의 개최가 대두되고 있다.

관광이벤트 개최는 관련된 다양한 산업분야에 영향을 끼쳐 지역경제나 산업에 크든, 작든 어떤 파급효과를 가져오게 된다. 이처럼 경제적 측면에서의 관광이벤트 효과는 경제적 효과로 나타나게 되는데, 지역경제 활성화라는 측면에서 매우 중요한 부분이라 하겠다.

지역경제를 활성화시킨다는 것은 이벤트로부터 창출된 이벤트수익 및 관광수익이 유치지역 안에서 순환되고 이용되면서 유치지역

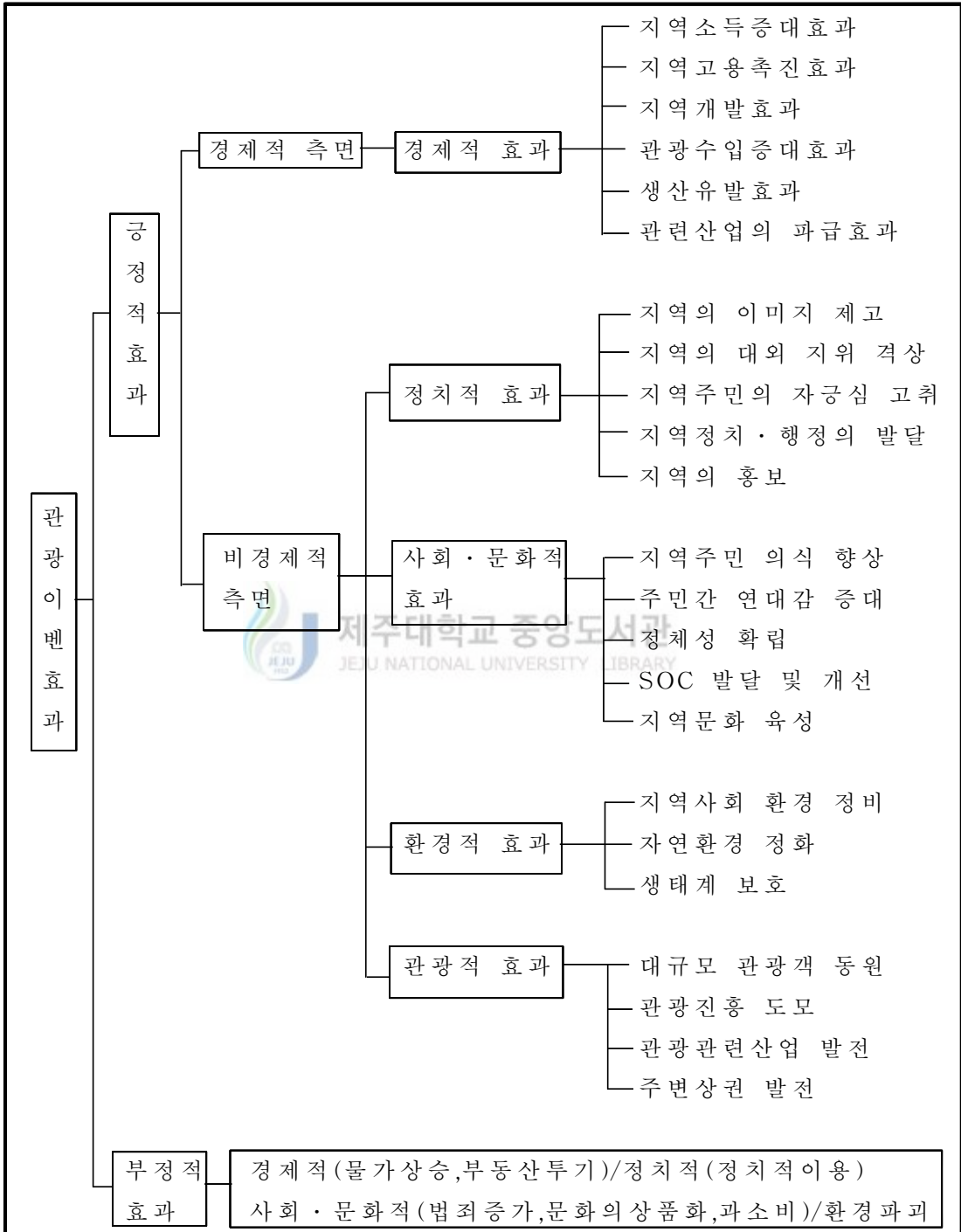


<표2-5> 유형에 따른 관광이벤트의 효과

관광이벤트의 유형		효과	개발시 고려사항
대규모 이벤트	올림픽 무역박람회 스포츠 VIP방문 역사적사건	이미지향상, 외래관광객 유치 및 관광소비 촉진, 시설 및 재원의 확보, 자긍심고취, 주제에 대한 흥미유발	국가차원의 조직 입찰경쟁 장기간의 계획 대규모의 투자 대규모의 프로모션 및 시장조사, 정부, 기업의 적극적 후원
지역 이벤트	축제 스포츠 박람회 및 전시회	대규모 이벤트의 내용과 내용이 비슷하지만, 국내시장 의존도가 높음, 국가이미지 제고	다른 이벤트와의 연계를 통한 지속적인 마케팅 및 프로모션, 재정적지원 및 후원업체
지역 이벤트	지역축제 및 사회이벤트	지역개발, 여가기회, 지역내에서의 관광객을 위한 적극적 활동	봉사자 주기적인 탈출욕구 시설에 대한 의존
기업 이벤트	회의 컨벤션 모임(meeting)	국내 및 외래 방문객 유치, 비수기타개책, 기업이윤, 체재기간연장, 재방문 자극	세분화, 전문화된 회의 센터 및 숙박시설 컨벤션 전담기구 및 마케팅부서, 다른 이벤트와 연계개최
프로그램	공원, 리조트 관광대상내의 일련의이벤트	방문객교육, 이미지향상, 재방문 자극, 소비촉진	프로그램 전문가 전문화된 시설 및 서비스 표적시장

자료 : Donald Gets, *Festival, Special Events and Tourism*, Van Nostrand Reinhold, 1991, p.147. 고승익 · 박은아, “전계논문”, p.34.에서 재인용

[그림2-1] 관광이벤트의 개최 효과



자료 : 연구자 제작성

의 높은 소득 승수효과를 발생시킬 수 있다<sup>33)</sup>는 것을 말한다.

관광이벤트의 경제적 효과는 크게 직접효과, 간접효과, 유발효과 등으로 나누어 생각할 수 있다.

관광이벤트의 직접효과란 관광이벤트의 개최에 따른 직접적 지출이나 이로 인하여 관련되는 산업에서 직접적으로 얻어지는 경제적 효과를 말한다.

간접효과란 관광이벤트의 개최와 관련하여 간접적으로 관련된 산업에 미치는 효과를 의미하며, 관광지출이 호텔산업에서 일어났을 경우 이와 관련이 있는 산업 즉 농업, 식·음료의 유통산업, 수공업 등에 미친 효과를 의미한다.

유발효과란 관광지출로 얻은 소득을 재 소비함으로써 관광투자 효과로부터 생긴 추가적인 경제효과를 의미한다<sup>34)</sup>고 하겠다.

경제적 효과는 관광이벤트 개최시설과 숙박시설의 건설비용, 운영비용, 관련 공공 기반시설의 설치비용, 입장객의 입장수입과 소비지출액 등 직·간접적 수입은 물론 생산유발효과와 같은 지방산업 부문의 파급효과, 고용증대 효과까지도 복합적으로 발생하게 된다.

관광이벤트의 경제적 효과를 극명하게 보여주는 좋은 예(例)는 세계적으로 유명한 독일의 맥주축제인 ‘10월 축제’나 영국 스코틀랜드지방의 ‘에딘버러 축제’를 들 수 있다.

## (2) 비경제적 측면

각 지방자치단체에서 행해지고 있는 관광이벤트는 지역의 경제 활성화 효과에 중점을 두다보니 경제적 측면에 많은 비중을 두고 진행되고 있는 것이 사실이다. 그렇다고 해서 이벤트의 비경제적 측면인 정치적 효과, 사회·문화적 효과 및 환경적 효과를 무시할

---

33) 정강환, “지역활성화를 위한 이벤트와 지역축제 진흥방안”, 지방행정연구 제11권 제3호, 1996, p.60.

34) 한국관광연구원, 「문화관광축제의 영향 및 운영효율화 방안-금산인삼축제를 중심으로」, 1999, p.59.

수는 없다. 현대의 관광이벤트는 경제적인 효과와 비경제적인 효과 상호간에 복합적인 연관성을 지니고 있으며, 이들의 유기적인 상호 보완만이 성공적인 관광이벤트효과를 이루어 낼 수 있기 때문이다.

### ① 정치적 효과

관광이벤트의 개최는 개최지역의 이미지를 개선하고, 널리 알려진 지역홍보의 목적에 상당히 적합하며 유효한 수단이다.

관광이벤트의 성공은 대외적으로 그 지역의 지위를 격상시켜주고, 대내적으로는 주민의 자긍심을 심어주는 효과를 얻을 수 있다.

또한 행사를 통하여 지역의 정치나 행정의 개방화가 진척되고 선진화되는 효과도 가져올 수 있을 것이다.

### ② 사회·문화적 효과

관광이벤트는 개최 지역의 구조적인 질적 향상을 꾀할 수 있고, 지역의 고유문화, 전통, 풍습에 대한 지식을 전파하게 되는 등 민간문화 교류의 효과와 홍보 및 선전 효과를 가져옴으로써 지역주민들의 국제감각 습득은 물론 지역사회의 구심점으로서 중요한 역할<sup>35)</sup>을 담당하는 효과를 준다. 특히 지역문화를 발굴, 보존, 개발, 육성하여 대외적 지명도 및 이미지를 향상시켜 관광객의 방문을 증가시키며, 상호 이해증진에 도움을 줄뿐만 아니라 지역문화에 대한 이해와 자부심을 바탕으로 정체성을 확립하게 된다.

사회간접시설(SOC)의 확충 및 개선을 통하여 지역주민의 삶의 질을 향상시켜주는 효과도 가져오게 된다.

### ③ 환경적 효과

관광이벤트는 개최지역의 사회환경 및 자연환경에도 영향을 끼친다. 도시의 환경을 재정비하는 계기가 되며, 생활환경을 돌보게 하는 효과가 있다. 21세기 들어 급부상하고 있는 생태관광(eco-tourism)의 발전 기회가 되며, 생태계보호 내지는 자연보호에 대하여 재인식하게 하는 효과도 가져다 주게됨으로써 궁극적으로

---

35) 석웅수(1999), 전계논문, p.16.

는 주민생활의 정서적, 질적 향상을 도모할 수 있다.

#### ④ 관광적 효과

관광적 측면에서의 효과는 경제적 효과 내지는 파급효과 즉 산업에 미치는 효과라 할 수 있다. 이러한 관광적 효과는 구체적으로 다음과 같이 정리할 수 있다.<sup>36)</sup>

- 대규모 관광객을 동원할 수 있다.
- 관광진흥을 도모한다.
- 관광관련산업으로서 숙박업, 외식산업, 운송업, 관광기념품업 등 많은 산업의 발전을 가져온다.
- 개최지 주변의 관광산업 및 관련산업들이 발전하게 된다. 관광 이벤트의 많은 참가객들이 주변관광지를 방문함으로써 주변지역의 관광산업에도 영향을 준다.

## 2) 부정적 효과

앞에서 언급한 관광 이벤트의 효과는 관광 이벤트가 가져다 주는 긍정적인 측면에서의 효과들이다. 그러나 관광 이벤트의 효과가 이처럼 긍정적인 효과만 있는 것은 아니다.

따라서 관광 이벤트가 끼치게 되는 긍정적 효과와 부정적 효과에 대하여 똑같이 인지하고 있어야 개최지역 사회에 미치는 관광 이벤트 효과의 균형된 인식과 판단이 정립될 수 있을 것이다.

관광 이벤트의 부정적인 효과는 관광의 부정적 효과와 거의 일치한다<sup>37)</sup>고 할 수 있다. 관광 이벤트의 부정적 효과 역시 경제적, 비경제적 측면에서 고찰할 수 있을 것이다.

### (1) 경제적 측면

경제적 측면에서 관광 이벤트의 부정적 효과는 관광 이벤트 개최로 관광객이 증가하고, 축제적 분위기에 과소비 심리가 작용하여

36) 박현지, 「인터넷시대의 관광이벤트론」, (서울: 형설출판사, 1999), p.36.

37) 박현지(1999), 전계서, p.36.

지역의 물가(物價)를 상승시킬 수 있다. 또한 개최지역의 부동산 가격을 상승시켜 부동산 투자를 조장할 수 있으며, 철저하고 장기적인 계획 없이 졸속 내지는 실적위주의 행사가 실시될 경우 실적 없는 전시행사로 전락되고, 시설의 유희화(遊休化)가 이루어져 시설유지관리의 경제적 비용부담에 막대한 예산을 낭비하게 되는 경우가 발생할 수 있다.

관광이벤트개최의 부정적 효과는 그 경제적 부담이 지역사회와 지역주민의 부담으로 남게된다 점에서 매우 중요하게 다루어져야 할 문제이다.

## (2) 비경제적 측면

관광이벤트의 개최는 긍정적인 측면에서와 같이 부정적인 측면에서도 지역사회에 커다란 영향을 끼치게 되는데, 정치적, 사회·문화적, 환경적, 관광적 측면에서 그 효과가 부정적으로 나타날 수 있다.

### ① 정치적 효과

관광이벤트의 개최는 관(官)이나 행사 주체자측 혹은 관련단체에 의해 정치적 이용의 가능성이 있다. 지역주민들에게 위정자의 업적으로 평가받기 쉬운 수단으로 선심성 관광이벤트의 개최를 낱발함으로써 예산을 낭비하게되고, 성공하지 못하는 관광이벤트를 개최함에서 오는 유희시설물의 황폐화를 초래할 수 있다. 또한 관광이벤트의 개최를 위하여 정치적으로 각종규제를 해제시킴으로써 지역사회에 많은 복합적 문제들을 초래시킬 수 있다.

### ② 사회·문화적 효과

관광이벤트의 개최로 많은 사람들이 집중되는 현상은 범죄를 증가시키게 되며, 행사에 따른 주민 생활 불편과 교통혼잡을 초래하게 된다. 행사개최에 따른 들뜬 분위기는 지역주민들로 하여금 사치풍조와 소비성향을 부추길 수 있고, 고유문화의 상업화에 따른

지역문화자원의 훼손 내지는 왜곡 해석될 우려가 있다.

### ③ 환경적 효과

환경측면에서의 부정적 효과는 첫째, 관광수요를 충족시키기 위한 시설의 확대 등으로 자연경관, 생태계, 유적지 등이 파괴되거나 주변경관과 부조화를 초래한다. 둘째, 관광수요에 따른 폐기물 발생으로 수질오염이 예상되거나, 유동인구의 증가로 교통혼잡, 소음 공해 등이 발생할 수 있고, 셋째, 관광지지의 무질서한 팽창이나 관광객 급증에 따른 시설들의 초과수요가 나타나고 있다.<sup>38)</sup>

### ④ 관광적 측면

관광이벤트 개최의 커다란 목적 중 하나는 외래관광객의 유입이다. 사전에 철저하고 종합적인 계획 없이 행해지는 이벤트로 인하여 관광객 유치에 실패한 경우 이로 인한 과잉시설, 주변상권의 황폐화, 관광관련산업 불황이라는 부정적 효과를 초래할 수 있다.

## 제3절 선행연구의 검토



관광이벤트는 그 지역이 갖고 있는 독특한 매력에 관광 상품적 가치의 증가를 위한 연출을 더하여 관광객을 유인하고 이를 통하여 지역의 경제, 정치, 사회, 문화, 환경적 부가가치를 창조해 내는 것이라 할 수 있다.

‘문화의 세기’인 21세기를 맞아 문화관광이벤트에 대한 관심이 급속하게 증가하고 있으며, 이를 통한 지역활성화를 꾀하려는 현상은 세계적인 추세로서 앞으로 더욱 중요하게 될 것으로 여겨진다. 이에 이벤트의 개념이 광의적 의미로 사용되게 되었고 관광이벤트의 의미 역시 보다 확대된 의미로 사용되게 되었다.

지금까지 대다수의 이벤트들이 비관광적 이유 즉, 종교적인 휴

---

38) 김동훈, “신문이 지역주민의 관광인식에 미치는 영향에 관한 연구: 제주지역 신문을 중심으로”, 석사학위논문, 제주대학교경영대학원, 1995, p.47.

일, 시합, 지역사회레저 또는 문화적 경축행사와 같은 연유로 생겨났을지라도 오늘날에는 관광상의 목적으로 개발하는 경향이 두드러지며 의도적으로 관광자원으로서 각종 새로운 이벤트를 창출해내는 추세<sup>39)</sup>라는 점에서도 잘 알 수 있다. 이러한 현상은 최근 각종 메가이벤트, 특히 문화이벤트, 체육이벤트, 각종엑스포, 국제회의 등의 등장을 가져왔고, 이들 이벤트행사들이 갖는 경제적, 정치적, 사회적, 문화적 효과와 이에 따른 파급효과들로 인하여 관광이벤트의 중요성은 더해가고 있다.

메가관광이벤트라 하더라도 성공을 거두기 위해서는 개최지역 주민들의 참여가 매우 중요하다. 지역주민들의 참여 없는 관광이벤트의 성공은 생각하기 어려우며, 그 중요성은 이벤트 규모의 크고 작음에 영향을 받지 않는다는 측면에서 이벤트 주최자들은 지역주민의 적극적인 참여유도를 위한 방안의 강구가 주요 고려사항이 되어야 할 것이다.

본 절(節)에서는 관광이벤트 효과와 그 효과에 대한 주민 인식에 관한 선행연구들을 살펴보고, 제주지역주민의 관광이벤트 효과에 대한 인식 연구에 참고하고자 한다.

먼저 인식에 관한 선행연구를 살펴보면 Mecarten<sup>40)</sup>(1970)은 연령과 다양한 사회적 경험에 의해 사람의 인식이 직접, 간접적으로 형성된다고 주장하였고, Lowenthal and Riel<sup>41)</sup>(1972)은 인간의 성별(性別)이 사람의 인식에 영향을 준다고 주장하였다.

Liu. J. C.와 T. Var<sup>42)</sup>(1986)는 ‘하와이관광요인을 위한 거주자

---

39) 황인호, “관광이벤트 개발계획에 관한 연구”, 석사학위논문, 경기대학교대학원, 1993, p.7.

40) Mecarten, R. (1970), "The Cognitive and Affective Learning of Children", In Focus on Geography, Phillip Bacon, (ed.) Washington, D.C.: National Council for Social Studies.

41) Lowenthal, D. & M. Riel. (1972), Environmental Assessment: A Case Study of New York City NY: American Geographical Society.

42) Liu, Juanita C. & Turgut Var, (1986), Resident attitudes toward tourism impacts in Hawaii. Annals of Tourism Research 13: 193-214.



태도'라는 조사보고서에서 지역주민의 인식은 성별, 민족, 거주기간, 소득, 학력, 직업, 직업형태에 따라 달라진다고 지적하였다.

김사헌(1994)은 동해안 관광지역의 연구에서 지역주민의 성별, 거주기간, 연령, 학력, 소득, 거주지, 관광 관련산업 종사여부 등 변수에 의해 유의한 차이가 있다고 지적하였다.<sup>43)</sup>

정강환(1995)은 대전과학엑스포에 대한 연구에서 지역주민의 인식은 성별, 연령, 학력, 거주기간, 직업스타일(관광산업 관련여부), 엑스포 참여도에 따라 유의한 차이가 있다고 지적하였다.<sup>44)</sup>

황인옥(2000)은 '99속초국제관광엑스포를 중심으로 한 주민의 인식에 대한 연구에서 지역주민의 연령, 학력, 직업, 거주기간, 관광 관련산업 종사여부, 참여여부에 따라 유의한 차이가 있다고 지적하였다.<sup>45)</sup>

연구결과들에 의하면 주민의 인식은 성별, 연령, 학력, 직업, 소득 등 몇 가지 인구통계적 변수들에 따라 유의한 차이가 나타나고 있으며, 또한 다양한 사회적 경험이나 행사의 참여여부에 따라서도 유의한 인식의 차이가 있음을 보여주고 있다. 이는 다양한 경험의 사람들이 참여하게 되는 지역관광이벤트에서 그들의 인식 또한 다양화 될 수밖에 없음을 시사하는 것이기도 하다.

관광이벤트 효과에 대한 선행연구와 성공사례들을 살펴보면 다음과 같다.

정강환(1996)은 이벤트의 경제적 효과 측면에서 대표적인 경우로 세계적인 맥주축제로 유명한 독일의 '10월 축제(Okttoberfest)'와 영국 스코틀랜드의 '에든버러축제'를 들었다. 먼저 '10월축제'는

---

43) 고동완, "관광의 사회·경제적 영향과 주민속성간의 인과성에 관한 연구", 석사학위논문, 경기대학교대학원, 1994,

44) Gang-Hoan Jeong, Residents' perceptions toward the tourism impacts of the '93EXPO development on the city of taejon, 「관광학연구」, 제18권 제1호, pp.153-173; 정강환, '93 엑스포 전후비교조사를 통해서 본 대전시에 미친 관광영향 연구, 「관광학연구」, 제18권 제2호, pp.125-154; 황인옥, "전계논문"에서 재인용.

45) 황인옥(2000), 전계논문, pp.80~81.

매년 약 600만명의 관광객을 뮌헨으로 모여들게 하고 있으며, 1993년 기준으로 이 축제에서 벌어들인 수입이 약 1백억 마르크(약5조원) 수준으로 1993년 한해동안 우리나라 입국 관광객들이 쓰고 간 관광지출의 약 2배에 달한다고 지적했다. 이 기간 중 소비되는 맥주는 약 500만 리터(생맥주 500CC로 1000만 저그), 닭은 65만 마리, 소시지는 110만 톤이나 되어서 그 파급효과 또한 대단하다는 것을 지적하고 있다.

영국의 스코틀랜드 에딘버러시(市)는 인구 50만 미만의 소도시이지만 축제 전략으로 도시인구의 약 24배에 달하는 연간 1,200만명에 이르는 관광객을 유치하여 지역 경제활성화는 물론 ‘유럽의 꽃’으로까지 불리는 대성공을 거두었다고 한다. 이러한 성공을 바탕으로 스코틀랜드에서는 군악대 축제, 영화 축제, 민속 축제, 어린이 축제, 과학 축제 등 20여 종에 이르는 축제를 연중 개최하고 있으며, 특히 8월에는 8개의 축제가 개최되어 축제 왕국으로서의 이미지를 확고히 하고 있다. 스코틀랜드 관광 위원회의 1992년 통계에 의하면 9개의 주요축제가 매년 7,200만 파운드(약 864억 원)의 순수익을 올렸다<sup>46)</sup>고 보고했는데, 이 축제의 성공배경은 축제로 지역발전의 승부를 걸자는 지역주민의 자각 때문<sup>47)</sup>이었다고 지적했다. 스코틀랜드 축제의 구체적인 경제적 효과는 <표2-6>과 같다.

영국의 글래스고우는 침체된 산업도시의 이미지에서 적극적인 관민합동으로 여러 가지의 지역활성화 노력을 실시한 결과 1990년에는 유럽의 문화도시로 지정되는 영광과 함께 도시홍보 효과를 배가시킬 수 있게 되었다.

연중 이어지는 도시이벤트 축제와 박물관, 미술관의 다양한 전시프로그램이 다양한 조화를 이루어 1990년 문화도시로 지정된 해

---

46) 김동혁외 3인(2000), 전계서, p.62.

47) 정강환, “지역축제의 관광상품화 및 이벤트전략에 관한 연구”, 한국향토사연구 전국협의회 제7차 심포지움, 1996, p.21.

에 6백 59만의 이벤트관광 방문객을 유치하였고, 그 중 74%는 박물관, 미술관을 방문하였으며, 26%는 음악당을 방문하였다. 또한 글래스고우 이외 지역에 온 관광객들이 85%나 증가하였고, 1989년 대비 72%증가로 추산되었다<sup>48)</sup>는 결과를 나타냄으로써 침체된 도시가 다시 활성화된 도시로 탈바꿈되는 효과를 보여주었다.

일본의 ‘삿보르 눈축제’는 1950년부터 ‘도시의 성격에 맞는 관광 자원만들기’를 모토로 현재까지 이어지고 있는 역사 깊은 축제로 관광비수기인 2월에 개최하여 관광비수기를 타개하고 지역을 활성화하기 위한 대책으로서 ‘눈축제’를 상품화하여 관련산업의 활성화

<표2-6> 스코틀랜드 축제의 경제적 효과

고용 효과	3,034명 고용에 해당하는 효과소비
총 지출액	7천2백만 파운드
(프린지축제)	(1,128만 파운드)
(국제축제)	(70,053만 파운드)
(군악대축제)	(4,425만 파운드)
(재즈축제)	(131만 파운드)
(영화축제)	(46만 파운드)
(민속축제)	(19만 파운드)
(과학축제)	(74만 파운드)
(책 축제)	(241만 파운드)
(어린이 축제)	(1만 파운드)
(2개 이상의 축제 방문객)	(385만 파운드)

자료 : Scottish Tourist Board(1992); 정강환, “외국의 지역축제 사례 효과분석”, 「한국의 지역축제」, 문화체육부, p182에서 재인용 · 재작성

48) 송정은, “우리나라 이벤트관광의 활성화 방안에 관한 연구”, 석사학위논문, 중앙대학교 예술대학원, 2000, p.38.

를 이루었다고 평가되고 있다. 특히 오랜 역사에 따른 노하우(Know-how)를 바탕으로 사보르시는 여름축제, 라일락축제, 국화축제 등의 각종 이벤트를 각각의 계절에 개최해서 이벤트 관광전략을 펼치고 있음을 알 수 있다.<sup>49)</sup>

캐나다 퀘백의 ‘겨울축제(Winter Carnival)’ 역시 관광비수기의 타개책으로 축제를 개최함으로써 관광성수기를 연장하고 새로운 관광시즌을 창출해낸 성공적인 축제효과를 이뤄낸 것으로 널리 알려져 있다.

박상수<sup>50)</sup>(1994)는 대전 EXPO'93의 대전지역 관광산업에 대한 경제적 영향을 분석한 결과 박람회 관람객의 관광소비지출은 대전지역의 관광산업부문에 약 4,988.8억원의 생산액을 유발시켰으며, 대전지역 관광산업에 대한 고용유발액으로는 관광소비지출이 약 1,847.5억원을 유발시킨 것으로 나타났고, 소득유발액은 관광소비지출이 약 1,061.5억원의 소득을 유발시킨 것으로 연구되었다. 따라서 박람회 관람객의 관광소비에 의하여 대전지역의 관광산업은 총 7,897.8억원, 기타 서비스부문에 의해서는 759.4억원의 경제적 파급효과를 얻게 되어 대전세계박람회의 개최는 대전지역의 관광산업에 총 11,412.8억원의 경제적 영향을 미치게 되었다고 분석했다.

이우수<sup>51)</sup>(1998)는 광주 비엔날레 개최의 효과로 광주시민의 긍지와 자부심이 높아 졌고, 광주비엔날레 이미지관리가 성공적이었다고 평가하고 있다. 또한 제2회 비엔날레 성과로 지역경제에 미치는 파급효과는 생산유발액 906억원, 소득유발액 105억원, 고용유발 2,566명으로 추정되었으며, 지역문화와 국제문화의 접합이 이루어졌고 성공적 축제를 개최함으로써 지역주민의 자긍심 향상과 국제화에 대한 자신감을 갖게 되었다고 그 효과를 지적하였다.

이보철<sup>52)</sup>(2000)은 이천도자기 축제의 성과로 환경적 측면, 경제

---

49) 안태준, “지방자치시대 지역축제의 활성화방안에 관한 연구”, 석사학위논문, 충북대학교 행정대학원, 1999, pp. 38~39.

50) 박상수, ‘자치단체 경영과 이벤트’, 지방행정연구원, 자치행정 제79호, 1994. 10.

51) 이우수(1998), 전계논문, p.88.

적 측면 및 사회·문화적 측면에서 고찰하였는 바, 환경적 측면의 효과로는 체계적인 관리와 통제에 의한 문화유산의 보존 및 수명 연장, 주변환경 정비효과, 지역사회 전반의 환경정비 효과를 가져왔다고 지적했다. 경제적 측면에서는 청자와 백자 그리고 분청사기 등 다양한 도예품을 전시 판매함으로써 방문객들에게 이천시 도예문화의 진수를 보여줬으며, 특히 IMF 사태의 여파로 극심한 불황을 겪던 지역 도예업자와 인근 상권에 상당한 경제적 효과를 가져다 주었고, 축제후인 1999년 10월 이천시 14개 도자기업체를 비롯 광주·여주군 6개 업체 등 총 20개 업체가 참여해 미국 LA 마트 특관전을 연 결과 전통자기 및 생활자기 등 3천8백60점에 대한 특관활동으로 2천9백35건에 1백6만7천불 상담과 1천9백35건에 34만6천불의 계약·판매 성과를 이루어 경제적 파급효과가 대단했다고 지적했다. 사회·문화적 측면에서는 문화와 생활기반 시설의 확충, 문화기능의 확대로 정체성을 살리면서 지역적 특수성이 조화된 지역문화의 이미지 형성에 효과적이었다고 지적하고 있다.

황인옥<sup>53)</sup>(2000)은 '99속초관광엑스포가 지역에 미친 영향에 대한 지역주민 관련 연구에서 이미지 개선측면, 지역개발 측면, 기반시설 개선측면, 사회·경제의 긍정과 부정적 측면의 5개 요인이 도출되었다고 지적하고, 이렇게 얻어진 다섯 측면의 내용으로 첫째, 관광이벤트에 대하여 지역주민들은 이미지 개선측면에서 그 효과를 긍정적으로 인식하고 있으며, 둘째, 지역개발 측면에 대해서는 부정적으로 인식하고 있다고 지적했다. 셋째, 기반시설의 개선측면에 대해서 지역주민들은 강한 긍정적 인식을 하고 있으며, 넷째, 사회·경제의 부정적 측면에 대해서는 지역주민들이 부정적으로 인식하고 있고, 다섯째, 사회·경제의 긍정적 측면에 대해서는 지역주민들이 긍정적으로 인식하고 있는 것으로 나타났다고 지적하면서, '99속초국제관광엑스포의 유치효과에 대한 지역주민의 인식

52) 이보철, “지역문화 상품화에 관한 연구: 이천도자기축제를 중심으로”, 석사학위논문, 경기대학교대학원, 2000, pp.65~69.

53) 황인옥(2000), 전계논문, pp.79~81.

을 다음과 같이 정리하였다.

첫째, 이미지 개선측면에서 연령, 학력에 따라 유의한 인식의 차이가 있는 것으로 나타났다.

둘째, 지역개발 측면에서는 연령에 따라서 지역주민의 인식에 유의한 차이가 나타났다.

셋째, 기반시설 개선측면에서는 연령, 직업, 거주기간, 관광관련 산업 종사여부와 행사의 참여여부에 따라 유의한 인식의 차이가 있는 것으로 나타났다.

넷째, 사회·경제의 부정적 측면에서는 지역주민의 인식이 학력과 직업에 따라서 유의한 차이를 보이고 있는 것으로 나타났다.

다섯째, 사회·경제의 긍정적 측면에서 연령, 직업, 거주기간과 관광관련산업 종사여부 그리고 국제관광엑스포 행사의 참여여부에 따라서 유의한 인식차이가 있는 것으로 나타났다고 지적했다.

#### 제4절 제주지역의 관광이벤트 현황

'95년 지방자치제도 실시와 함께 증가하기 시작한 지역이벤트들은 제주도의 경우 96년도 한해동안 개최된 크고 작은 이벤트가 총 460여건에 달하였으며, 그 내용적 측면에서는 연극, 무용, 음악, 영화 등의 공연이벤트가 240건인 51.7%를 차지하고 있어 가장 많았다. 다음으로 전시회, 국제회의, 민속축제 및 대중행사 등의 축제 순이며 스포츠이벤트는 2%를 차지하고 있는 것으로 나타났다. 그리고 축제 중에서 제주도 전통민속에 기반을 둔 민속축제는 47건 중 16건으로 3.4%에 해당<sup>54)</sup>하였다.

이러한 이벤트가 4년 후인 2000년에 이르는 동안 양적으로 급속하게 증가하게 되었다. 제주도에서 2000년 12월 31일 현재 개최되

54) 고승익·박은아, “관광이벤트가 제주지역경제에 미치는 영향에 관한 연구”, 제주 관광전문대학 논문집 제3호, 1997, p.39.

고 있는 크고 작은 이벤트는 총 3,468여건에 달하며, 차지하는 비율 구성을 보면 공연이벤트가 전체이벤트의 51%인 1,754건으로 가장 많이 차지하고 있으며 다음으로는 국내회의, 스포츠, 국제회의 등의 순이다.<sup>55)</sup><표2-7>

<표2-7> 제주도 관광이벤트 유형별 개최현황 증감 비교표

유형	개최건수		비율(%)	
	1996.12.31	2000.12.31	1996.12.31	2000.12.31
공연	240	1,754	51.7	51.0
전시	117	161	25.2	5.0
국제회의	51	251	11.0	7.0
국내회의		863		25.0
축제(민속축제)	47(16)	52	10.1(3.4)	1.0
스포츠	9	387	2.0	11.0
합계	464	3,468	100.0	100.0

자료 : 고승익·박은아, “전계논문” & 강학진, “전계논문” ; 연구자 재작성

문화관광부는 ‘한국방문의 해’를 앞두고 1996년 한국의 지역축제에 대하여 조사하였는데, 제주도의 경우에는 ‘유채꽃 큰잔치’를 포함한 13개의 대표적인 축제가 조사대상으로 지정되었다.<표2-8>

이 조사를 토대로 제주도의 축제를 개최목적에 따라 분류해 보면 관광축제가 69.2%를 차지하고 있으며, 주민화합 목적의 축제가 15.4%를 차지하고 있다. 나머지는 산업축제와 전통민속보존축제가 각각 7.7%씩 차지하고 있다.

이를 통해서 알 수 있는 것은 전국적으로는 주민화합의 목적으로 치러지는 축제가 68.9%<sup>56)</sup>로 주를 이루고 있는데 반하여, 제주

55) 강학진, “관광이벤트 참여동기에 따른 참여자의 만족에 관한 연구”, 석사학위논문, 제주대학교경영대학원, 2001, p.49.

56) 문화관광부자료 “한국의 지역축제”(1997) 중 전국지역축제의 목적별 분포표를 보면, 주민화합축제 68.9%, 관광축제 12.1%, 산업축제 10.4%, 특수목적축제 8.5%로 나타나 있음.

지역에서는 주민화합목적의 축제가 15.4%를 차지하고 있어 전국적 구성비에 비하여 크게 낮은 반면, <표2-9>에서 볼 수 있듯이 관광 목적의 축제가 전국의 평균비율 12.1%에 비하여 제주에서는 69.2%를 차지함으로써 축제의 상당부분을 차지하고 있는 것으로 나타났다. 이러한 현상은 제주도가 관광지라는 특수성으로 인한 결과라고 여겨진다.

제주축제의 개최 연수는 96년 현재 10회 이하의 축제가 76.9%를 차지하고 있어 짧은 연륜으로 인한 행사의 노하우(know-how)가 빈약하고, 개최시기가 10월 한달 동안에 전체의 30.7%가 열리고 있는 것으로 나타나 개최시기의 편중현상이 있는 것으로 나타났다.

행사내용의 구성 측면에서는 종합축제의 성격을 띤 축제가 전체의 46.2%를 차지하고 있으며, 예술축제와 전통문화축제의 내용이 각각 15.4%를 차지하고 있고, 나머지 23.0%는 기타내용의 축제로 구성되어 있다. 이는 축제의 차별화가 잘 이루어지지 않고 있으며, 내용의 구성에서도 백화점식 나열의 행사가 진행되고 있음을 보여준다고 할 수 있다.

제주에서 열리는 대개의 이벤트 행사는 지역적 특성상 타 개최목적의 이벤트라 할지라도 관광과 연계한 형태를 띠고 있어 실제적으로는 관광이벤트와 확연히 구별짓기가 쉽지 않다는 특징을 지니고 있다. 그렇지만 문화이벤트관광을 추구하는 경향이 점증해가고 있는 21세기를 맞아 이러한 여행패턴에 부응하기 위하여 문화관광을 이벤트화 하고 차별화 시키려는 노력에 많은 관심을 기울여야 할 것이다.

문화관광부는 최근 전국적 현상인 지역이벤트의 무분별한 양산에 내년부터 문화관광축제의 내실을 가리는 ‘예비축제 시스템’을 도입키로 했다. ‘예비축제 시스템’이란 문화관광축제로 발전할 가능성이 있는 축제를 예비축제로 선정, 1년 동안의 운영 성과에 따라 본(本)축제 편입 여부를 결정하는 것을 말한다.



<표2-8> 제주도 축제의 종류

축 제 명	최초 개최년도	축제참가 연인원(천명)	개최 시기(월)	개최 목적	행사내용 구성
유채꽃큰잔치	1983	50	4	관광축제	종합축제
한라문화제	1962	50	10	주민화합	종합축제
억새꽃큰잔치	1992	50	10	관광축제	종합축제
감귤큰잔치	1981	50	11	산업축제	기타축제
한여름밤의 해변축제	1994	0.8	7-8	관광축제	예술축제
칠선녀축제	1995	30	4	관광축제	종합축제
천지연여름밤 음악축제	1996	20	8	관광축제	예술축제
칠십리축제	1995	60	10	관광축제	종합축제
북제주군해변축제	1996	2	7	관광축제	종합축제
성산일출제	1994	10	1	관광축제	기타축제
고사리꺾기대회	1995	3	4	관광축제	기타축제
정의골민속 한마당대축제	1994	1.5	10	주민화합 축제	전통문화 축제
덕수리전통 민속재현행사	1991	1.5	10	민속보존 축제	전통문화 축제

자료 : 문화관광부; 한국의 지역축제, 1997, 연구자 제작성

<표2-9> 개최목적에 따른 지역축제의 분포 비교표

축제의 종류 (개최목적)	전국지역축제		제주지역유명이벤트	
	빈도	백분율	빈도	백분율
주민화합	284	68.9	2	15.4
관광축제	50	12.1	9	69.2
산업축제	43	10.4	1	7.7
특수목적	35	8.5	1	7.7
총 계	412	100.0	13	100.0

자료 : 한국의 지역축제, 문화관광부, 1997, p.105. 연구자 제작성

새로운 제도의 실시예 제주도에서는 유일하게 정부예산을 지원 받던 ‘정월대보름 들불축제’마저도 내년도 정부지원 축제 목록에서 탈락됐다. 이에 따라 제주도내에서 열리는 문화관광축제 가운데 정부의 공인과 지원을 받는 축제는 단 한 건도 없게 되었다는 점에서 제주 문화관광이벤트의 현주소는 새로운 문화관광의 세기를 맞은 앞날에 많은 과제를 남겨두게 되었다.

제주지역에서 행해지는 이벤트 중 정기적으로 개최되는 대표적인 12개 이벤트의 참가자수와 소요경비 내역을 살펴보면, 96년 기준으로 소요경비가 1억을 넘은 행사는 ‘제2회 서귀포 칠십리 축제’와 ‘제35회 한라문화제’ 둘 뿐이었고, 총 참가자 수에서 20만명을 넘은 행사는 ‘벚꽃축제’와 ‘한라문화제’ 뿐이었으며, 나머지 관광이벤트들은 10만명을 넘지 못하였다.

관광객의 참여도 측면에서는 ‘제3회 성산일출제’와 ‘서귀포 칠십리 축제’만이 참가자 대비 관광객 비율이 60%로 나타났으며, 기타 다른 이벤트들은 모두 50%이하였다.

외국인의 이벤트 참여도는 제주국제시민마라톤대회 1,036명, 제주국제 트라이애슬론대회 102명, 국제친선수렵대회 52명이 참여한 것으로 나타났다.<sup>57)</sup>

이를 통하여 제주지역에서 행해지는 관광이벤트를 가름해 볼 수 있는 바, 첫째, 소요경비 즉 행사의 예산규모가 대부분 영세하고, 둘째, 시내에서 열리는 몇몇의 행사(왕벚꽃 큰잔치, 한라문화제)를 제외하고는 전체 참가자 수가 많지 않으며, 셋째, 대부분의 이벤트에 관광객의 참여도가 높지 못하고, 넷째, 외국관광객의 참여가 극히 저조하며, 제한적이라는 점을 지적할 수 있다.

제주도의 2002년 한해동안 계획된 주요 이벤트현황은 <표2-10>과 같으며, 도 주최 4건, 제주시 9건, 서귀포시 11건, 남제주군 4건, 북제주군 2건, 기타 3건 등 총33개 주요행사가 계획되어 있다.

---

57) 고승익·박은아, “관광이벤트가 제주지역경제에 미치는 영향에 관한 연구”, 제주관광전문대학 논문집 제3집, 1997, p.43.

<표2-10> 2002년도 제주도 주요 이벤트 현황

축 제 명	개최시기	장 소	행 사 내 용	주 최
정월대보름 들불축제	2월23일 ~ 2월24일	북제주군 새별오름	태고의 불씨만들기, 개막선언, 전통혼례, 말사랑싸움놀이, 풍물놀이, 전통마상 등	북제주군
탐라굿입춘 굿놀이	2월3일 ~ 4일	제주시일원	거리굿, 입춘굿, 축하 공연, 세경놀이, 전상 놀이, 입춘탈굿놀이	제주시
서귀포칠십 리걷기대회	4월13일 ~ 4월14일	서귀포시일원	10km, 20km, 30km 구간별 걷기대회, 국제걷기대회	서귀포시
제주유채꽃 잔치	4월13일 ~ 4월15일	중문관광 단지내 (주상절리대)	KBS전국노래자랑, 제주민속한마당, 제주전통혼례, 축하쇼, 어린이 사생대회, 월드컵응원 콘테스트, 향토품물장터운영 등	서귀포시 (순회개최)
고사리꺾기 대회	4월14일	남제주군 일원	고사리꺾기대회, 고사리백일장 대회레크레이션 등	남제주군
왕벚꽃잔치	4월5일 ~ 7일	제주종합 경기장	개막행사, 벚꽃길 걷기대회, 국악의 대향연 등	제주시
철쭉제	5월21일	한라산 윗세오름	철쭉제례, 다함께 자연보호	제주 산악회
용연선상 음악회	5월26일	용두암의 용연포구	용연에서 선상의 아름다운 선율만끽	제주시
용연야밤 재현축제	5월26일	용연포구	줄타기공연, 국악공연(민요, 국악기) 클레식공연(성악, 기악)	제주시

<표 2-10> 표연속

축 제 명	개최시기	장 소	행 사 내 용	주 최
이중섭 예술제	5월30일 ~ 6월20일	서귀포시일원	깃발미술제(설치미술) 행위 및 전위예술공연 거리퍼포먼스	서귀포시
FIFA 한일 월드컵축구	5월31일 ~ 6월20일	한국, 일본		FIFA
관광마장대회	6월7일	한국관광공사	마장대회	서귀포시
서귀포 칠선녀축제	6월7일 ~ 6월9일	천제연폭포일원	칠선녀전설재현, 칠선녀선발대회, 외국인공연무대, 연예인축하공연 등	서귀포시
제주레저 스포츠 대축제	7월14일 ~ 8월5일	이호·삼양 해수욕장, 어승생앞	바다선상음악회, 해양레포츠대회, 산악항공레포츠 대회 등	제주시
한여름의 해변축제	7월20일 ~ 8월9일	제주해변 공연장	기악,합창,성악, 무용,연극,국악공연	제주시
보목수산 일품자리돔 큰잔치	7월26일 ~ 7월28일	서귀포시 보목포구	수중생태탐방, 자리돔어획장면시연, 맛자랑 경연대회, 어업현장탐방	서귀포시
표선백사 대축제	8월3일 ~ 4일	표선해수욕장	비치패션쇼, 연예인축하공연, 캠프파이어 등	남제주군
제주국제 관악제	8월12일 ~ 8월20일	제주해변공연장 제주도일원	순회연주회, 관악국제콩쿨, 유명관악인 공개강좌, 광장영화제 등	제주시

<표 2-10> 표연속

축 제 명	개최시기	장 소	행 사 내 용	주 최
중문해수 욕장썸머 웨스티발	8월	중문관광단지내 (중문해수욕장)	인기가수 축하공연 등	서귀포시
법환수산 일품한치 큰잔치	9월6일 ~ 9월8일	서귀포시 법환포구	한치낚시대회, 수중생태탐방, 한치요리경연대회 한치가요제	서귀포시
서귀포 칠십리 축제	9월26일 ~ 9월29일	천지연광장, 서귀포시일원	제주목사서귀 진성순력행차, 동자랑거리행렬, 어선낚시체험, 퍼레이드 등	서귀포시
제주억새꽃 축제	10월12일 ~ 10월13일	오라관광지구 (세계섬문화 축제장)	개막축하쇼, 억새꽃노래자랑, 걷기대회, 베스트커플, 베스트제주	제주도
울트라 마라톤 대회	10월19일 (건강달리기 대회)	제주월드컵 경기장 서귀포시일원	60km, 100km마라톤 10km서귀포칠십리 건강달리기	스포츠 서울
탐라 문화제	10월5일 ~ 10월12일	도일원	한라산신제, 길놀이, 민속예술축제, 학생민속예술축제 등	제주도
특별 음악회	10월	관덕정, 제주시청앞	가을음악회	제주시

<표2-10>표연속

축 제 명	개최시기	장 소	행 사 내 용	주 최
제주시장배 돌이맹이 골프대회	10월	오라골프장	부부대항전골프대회 개인전(남자부, 여자부)골프대회 초청가수축하쇼 등	제주시
제주감귤 축제	11월15일 ~ 11월16일	제주도 문예회관	감귤아가씨선발대회, 감귤품평회,감귤가공 조리품전시 등	제주도
수월 노을 축제	11월3일	북제주군 수월봉	민속공연, 해상퍼레이드	북제주군
전국체육 대회	11월9일 ~ 11월15일	제주도전역	경기종별: 고등부(남·여), 대학부(남·여), 일반부(남·여) 참가예상: 선수단 25,000명 경기종목: 정식38개종목, 시범2개종목	제주도
최남단 모슬포 방어축제	11월9일 ~ 11월11일	대정읍 모슬포항	풍어제, 선상방어늑시 대회, 음식솜씨 자랑, 바다수영 대회, 송악가요제	남제주군
중문Green & Sand 골프대회	12월	중문관광 단지 내 중문골프장	그린 18홀 + 모래밭 6홀 골프대회	서귀포시
성산 일출제	12월30일 ~ 신년1월1일	성산읍 성산일출봉	화합의 잔치, 풍물놀이, 축하공연, 분화구콘서트 등	남제주군

<표2-10>표연속

축 제 명	개최시기	장 소	행 사 내 용	주 최
서귀포겨울 바다펭귄 수영대회	1월	중문관광 단지내 (중문해수욕장)	치어리더공연, 겨울바다펭귄 수영대회	서귀포시

자료: 인포제주(www.infojeju.com), 연구자 재작성.



## 제Ⅲ장 연구 설계

### 제1절 연구모형과 연구가설

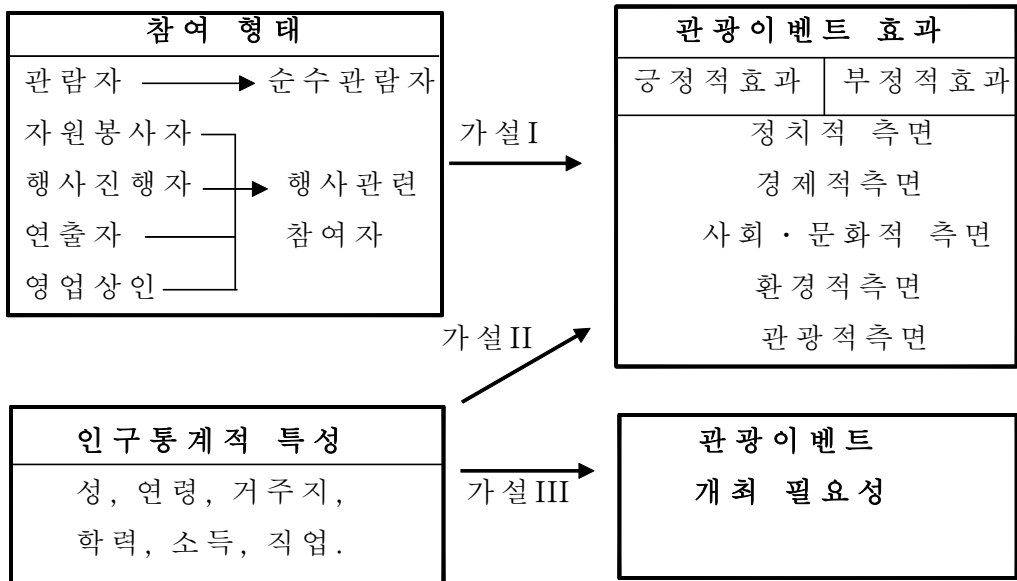
본 연구는 지역주민들이 관광이벤트효과에 대한 인식차이를 보이고 있는지를 파악해봄으로써, 보다 적극적이고 자발적인 주민참여를 유도할 수 있는 방안을 찾고자 하는 것이다.

이를 위하여 관광이벤트에의 참여형태가 관광이벤트 효과에 대한 주민인식에 영향을 끼치는지, 또 인구통계적 특성이 관광이벤트 효과와 관광이벤트 개최의 필요성에 대한 인식에 영향을 미치는지의 검증은 함으로써 주민의 인식을 정확하게 파악하여 지역이벤트의 활성화에 도움을 주고자 [그림3-1]과 같이 연구모형을 설계하고, 가설을 설정하였다.



#### 1. 연구모형

[그림3-1] 연구모형





## 2. 연구가설

기존의 선행연구들을 살펴보면, 인구통계적 특성 중 각 변수들에 따라 또 참가여부에 따라 관광이벤트에 대한 지역주민들의 인식차이가 있었던 사례를 많이 발견할 수 있었다. 이와 같은 맥락에서 연간 30여개의 대표적인 관광이벤트가 열리고 있는 제주에서도 지역주민들이 여러 변수에 따라 관광이벤트효과에 대한 인식의 차이를 보이고 있는지 파악하고, 이를 기초로 앞으로 개최되는 관광이벤트의 주민참여 제고를 통하여 지속 가능한 행사기획이 되도록 하고자 하는 입장에서 연구가설을 설정하였다.

가설1 : 관광이벤트에의 참여형태에 따라 관광이벤트 효과에 대한 지역주민의 인식에 차이가 있을 것이다.

가설2 : 인구통계적 특성에 따라 관광이벤트 효과에 대한 지역주민의 인식에 차이가 있을 것이다.

가설3 : 인구통계적 특성에 따라 관광이벤트의 개최필요성에 대한 지역주민의 인식에 차이가 있을 것이다.

## 3. 조작적 정의

### 1) 참여형태

지역주민은 관광이벤트에 관람자, 자원봉사자, 행사 진행자, 행사 연출자 또는 영업활동을 하는 상인 등으로 참가하게 된다. 이와 같이 행사에 어떤 입장으로 참여하게 되는 것을 참여형태라 한다.

### 2) 순수관람자

순수관람자는 참여형태 중 행사와 직접적으로 관련되어 참여한 사람들이 아니라 단순히 관람만을 위하여 행사장을 찾은 관람객만을 지칭한다.

### 3) 행사 관련 참여자

참여형태에 따른 분류 중 행사관람만을 목적으로 행사에 단순히 참여하는 순수관람자를 제외한 자원봉사자, 행사진행자, 행사연출자, 영업상인 등을 지칭한다.

### 4) 지역주민

일상생활과 주요생활을 영위하는 지리적 생활공간안에 거주하는 사람들을 지칭한다.

### 5) 인식

심리학 용어로서 대상을 감지하는 감각 및 지각으로부터 이를 분별하고 판단하는 기억·사유에 이르기까지의 의식 작용을 말한다. 여기에서는 관광이벤트의 결과를 지역주민들이 받아들이는 의식 작용을 지칭한다.

### 6) 개최 필요성

지역관광이벤트가 개최되어야 하는 당위성이나 이유를 개최 필요성이라 한다.



## 제2절 조사 방법

### 1. 표본의 구성

관광이벤트의 개최가 지역사회에 미친 효과에 대하여 지역주민들은 어떤 인식을 갖고 있으며, 각 주민의 인구통계적 특성이나 참여형태에 따라 효과에 대한 인식차이가 있는지, 개최필요성에 대한 인식차이는 있는지를 알아본다면 향후 관광이벤트의 기획이나 개최에 주민들의 적극적인 참여를 이끌어 낼 수 있어 보다 성공적이고 지속 가능한 이벤트가 될 수 있을 것이라 여겨진다.

제주지역은 지리적 특성상 특정 관광이벤트의 영향이 어느 한곳에만 국한된다고 할 수 없다. 이에 본 조사는 제주 전지역을 대상으로 실시하되, 가급적 관광이벤트가 열리는 지역 및 그와 이웃한

지역의 주민들을 표본으로 삼았다. 표본의 크기는 2001년 12월 31일 현재 제주전체인구 547,964명의 0.06%인 328명을 대상으로 하였다.

조사 표본을 추출함에 있어 지역적 범위의 기준으로는 행정구역 기준에 준하여 제주시, 서귀포시, 남제주군, 북제주군으로 구분하고, 각각의 표본 수 결정은 제주도 전체인구 대비 비례방법을 택하였다.

조사방법은 설문지를 이용하였으며, 응답자의 자기기입방식에 의한 방법으로 조사하였다.

## 2. 설문지 구성

지역주민들이 인식하는 관광이벤트 효과는 주민들 각자마다에 따라 다양하게 나타나게 될 것이기 때문에 설문지의 구성은 지역주민이 인식하고 있는 심리적, 체감적 효과의 측면에서 파악하려고 노력하였다. 이는 지역주민들이 느끼는 관광이벤트의 효과가 실제적 수치로 뒷받침되는 과학적 또는 수학적 효과의 측정 결과라기보다는 주민들이 느끼는 심리적 결과가 나타나는 것이기 때문이다.

본 연구에서는 지역주민들의 인식차이 검증을 위하여 정강환의 「'93 엑스포 전후 비교조사를 통해서 본 대전시에 미친 관광영향연구」<sup>58)</sup>, 석웅수의 「지역축제 이벤트의 활성화 방안」<sup>59)</sup>, 강학진의 「관광이벤트 참여동기에 따른 참여자의 만족에 관한 연구」<sup>60)</sup>, 황인옥의 「관광이벤트의 영향에 대한 주민의 인식조사연구」<sup>61)</sup>등

---

58) 정강환, '93 엑스포 전후비교조사를 통해서 본 대전시에 미친 관광영향연구, 「관광학연구」, 제18권 2호, pp.125-154.

59) 석웅수, “지역축제 이벤트의활성화 방안: 풍기인삼축제이벤트를 사례로”, 석사학위논문, 안동대학교행정경영대학원, 1999.

60) 강학진, “관광이벤트 참여동기에 따른 참여자의 만족에 관한 연구: 제주지역 한라산 눈꽃 및 유채꽃 축제를 중심으로”, 석사학위논문, 제주대학교경영대학원, 2001.

61) 황인옥, “관광이벤트의 영향에 대한 주민의 인식조사연구: '99속초국제관광엑스포를 중심으로”, 석사학위논문, 강원대학교대학원, 2000.

의 선행연구를 참고하여 설문 문항을 구성하였다.

설문지는 크게 세 부분으로 구성하며, 첫 부분은 관광이벤트 참가경험 유·무, 참가이벤트, 참가형태와 동기, 불(不)참가 이유 및 개최필요성에 관한 설문 사항으로 구성하였으며, 둘째 부분에서는 경제적, 정치적, 사회·문화적, 환경적 측면에서 관광이벤트 효과에 대한 주민의 긍정적 또는 부정적인 인식과 각 변수간의 인식차이를 검증하기 위하여 35개 문항을 구성하였으며, 평가기준은 5점 등간척도(5-point Likert type scaling method)를 사용하여 '1=매우 그렇다, 2=그렇다, 3=보통이다, 4=그렇지 않다, 5=전혀 아니다'로 조사대상자의 응답을 구분하였다. 마지막 셋째 부분은 인구통계적 특성을 알아보기 위하여 성, 연령, 직업, 학력, 소득 그리고 거주지역 등 6개 문항으로 구성하고, 설문사항 모두는 자기기입 방법을 택하였다.

### 3. 자료 수집

본 연구의 자료수집을 위한 조사는 제주도에 거주하고 있는 지역주민들을 대상으로 무작위 추출법을 이용하여 설문 조사지를 배포하였다.

설문지 배포는 제주도 인구통계에 따른 인구비례방식으로 배포하였는 바, 2001년 12월말 현재 제주도 총인구수 547,964명을 각 기초자치단체별 인구로 구분하면 제주시 285,097명(전체인구의 52%), 서귀포시 85,320명(15.6%), 북제주군 100,208명(18.3%), 남제주군 77,339명(14.1%)이므로, 총 설문지 수량을 제주총인구의 0.06%인 328부로 정하고 제주시에 총 설문지의 52%인 171부, 서귀포시는 15.6%인 51부, 북제주군은 18.3%에 해당하는 60부, 남제주군은 14.1%인 46부를 배포하였다. 또한 제주도 행정구역의 특이성을 감안하여 남제주군과 북제주군은 동·서쪽지역의 각각에서 설문조사를 실시하였다.

#### 4. 분석 방법

본 연구의 실증분석에는 배포된 총 설문지 328부 중 미 회수 설문지 18부를 제외한 310부가 회수되었으며, 이 중 불성실 응답지 29부를 제외한 281부를 유효표본으로 사용하였고, 자료의 통계처리는 SPSS10.0을 이용 분석하였다.

설문대상자들의 인구통계적 특성을 분류확인하기 위해서 빈도분석방법을 실행하였다.

지역주민들의 다양한 인식 즉 다수의 메트릭 변수들간의 상관관계를 이용하여 유사한 변수들끼리 동일집단으로 묶어줌으로써 여러 측정치들의 이면에 존재하는 체계적 구조를 파악하기 위하여 다변량 통계기법인 요인분석을 이용 주요 요인을 도출하였다.

측정한 항목들에 대해서는 “크론바알파계수”(Cronbach's alpha)를 이용하여 신뢰도를 검증하였다.

요인 채택기준은 고유값이 1.0 이상인 수준에서 결정하였으며, 각 요인과 주요 변수 즉 두 집단간에 유의적인 차이의 유무를 검증하기 위하여서 t-test방법을 이용하였고, 3개 이상 집단간의 유의한 차이를 검증하기 위해서는 분산분석(ANOVA: Analysis of Variance)방법을 이용하였다.

분산분석을 통해 도출된 요인에 대하여 각 집단별로 유의한 차이가 있는지 알아보기 위하여 Scheffe의 사후 검증을 실시하였다.

인구통계적 특성에 따른 관광이벤트의 개최 필요성에 유의한 차이가 있는지를 검정하기 위해서 카이제곱분석을 실행하였다.

모든 연구문제들의 유의도는  $p < 0.05$  수준에서 검증하였다.

## 제IV장 지역주민의 인식차이에 관한 실증적 분석

### 제1절 표본 구성

#### 1. 인구통계적 특성

표본을 인구통계적 특성별로 분류하기 위하여 실시한 빈도분석의 결과는 <표4-1>과 같으며, 응답빈도가 낮은 항목은 통계처리를 위하여 재분류하거나 통합처리 하여 분석하였다.

성별 분포는 남성이 111명(39.5%), 여성이 170명(60.5%)으로 여성이 남성에 비하여 높은 구성분포로 나타났다. 연령별 분포는 30세 미만이 64명(22.8%), 30대가 119명(42.3%), 40대 66명(23.5%), 50대 이상이 32명(11.4%)으로 30대 이하의 청년층이 183명(65.1%)로 나타나 40대 이상의 연령층보다 많은 것으로 나타났다.

학력별 분포는 대졸미만 125명(46.0%), 대졸이상 147명(54.0%)으로 나타났으며, 직업별로는 농/어업이 17명(6.0%), 자영업/상업이 70명(24.9%), 주부가 63명(22.4%), 회사원/공무원이 55명(16.6%), 전문직이 53명(18.9%), 기타 23명(8.2%)의 구성분포로 나타났다.

소득에 의한 분포는 100만원 미만이 78명(29.7%), 100만원 이상 200만원 미만이 110명(41.89%), 200만원 이상 300만원미만이 50명(19.0%), 300만원 이상이 25명(9.5%)로 나타나 200만원 미만의 중·저소득층이 71.59%를 차지하고 있다.

끝으로 거주지역별 분포를 살펴보면 제주시지역 거주자가 137명(48.8%), 서귀포시지역 거주자가 46명(16.4%), 남제주군지역 거주자 43명(15.3%), 북제주군지역 거주자 55명(19.6%)으로 나타났다.

#### 2. 참여형태 및 참여동기별 분포

조사표본의 관광이벤트 참여경험에 따른 분포는 <표4-2>에서 보는바와 같이 총유효표본수 281명 중 참여경험자가 268명(95.4%)

<표4-1> 인구통계별 분포 현황

구 분		빈 도(명)	비율(%)
성별	남성	111	39.5
	여성	170	60.5
	소계	281	100.0
연령	30세 미만	64	22.8
	30대	119	42.3
	40대	66	23.5
	50대 이상	32	11.4
	소계	281	100.0
학력	대졸 미만(고졸,대재포함)	125	46.0
	대졸 이상	147	54.0
	무응답	9	-
	소계	281	100.0
직업	농·어업	17	6.0
	자영업/상업	70	24.9
	주부	63	22.4
	회사원/공무원	55	16.6
	전문직	53	18.9
	기타(학생포함)	23	8.2
	소계	281	100.0
소득	100만원 미만	78	29.7
	100~200만원 미만	110	41.8
	200~300만원 미만	50	19.0
	300만원 이상	25	9.5
	무응답	18	-
	소계	281	100.0
거주지	제주시	137	48.8
	서귀포시	46	16.4
	남제주군	43	15.3
	북제주군	55	19.6
	소계	281	100.0

<표4-2> 참여형태 및 동기별 분포 현황

구 분		빈도(명)	비율(%)
참여경험	있음	268	95.4
	없음	13	4.6
	소계	281	100.0
참여형태	관람자	254	87.0
	자원봉사자	15	5.1
	행사진행·연출자	18	6.2
	영업자(상인)	5	1.7
	소계(복수응답포함)	292	100.0
참여동기	여가선용	201	65.9
	영업, 행사관련	38	12.5
	타인권유	20	6.6
	경연대회참가	19	6.2
	쇼핑	11	3.6
	기타	16	5.2
	소계(복수응답포함)	305	100.0

을 차지하고 있으며, 미참여자는 13명(4.6%)으로 나타나 행사 참여자와 미참여자간의 인식차이를 검증하기에는 미참여자의 표본수가 너무 적고, 양 표본수의 차이가 너무 커서 인식차이 검증을 하기가 적합하지 못하였다.

참여형태별 인식차이를 알아보기 위하여 참여자 중 순수관람참여자와 행사관련참여자로 재분류하였다. 그 결과는 순수관람참여자가 230명(85.8%), 행사관련참여자가 38명(14.2%)으로 분류되었다.

참여 동기별 분포를 보면 여가선용이 201명(65.9%)으로 가장 많은 분포를 나타내고 있으며, 다음으로는 영업활동과 행사관련 38명(12.5%), 타인의 권유 20명(6.6%), 경연대회 참가 19명(6.2%), 쇼핑 목적 11명(3.6%), 기타 16명(5.2%)의 순으로 나타났다.



### 3. 개최 필요성 인식 분포

관광이벤트의 개최가 필요한 이유에 대한 지역주민의 인식에 대하여 조사한 결과는 <표4-3>과 같다.

지역주민들은 관광이벤트의 개최 필요성을 사회·문화적 측면에서 인식하고 있는 응답자가 50.6%를 보임으로써 주어진 네 개의 문항 중 가장 높게 나타났고, 다음으로는 정치적 측면(39.5%), 경제적 측면(6.2%), 환경적 측면(3.7%)의 필요성 때문이라는 순서로 나타났다.

<표4-3> 개최필요성 인식 분포

구 분		빈도(명)	비율(%)
정치적 측면	지역홍보, 지역이미지향	96	39.5
경제적 측면	소득향상, 고용창출	15	6.2
사회·문화적 측면	사회발전, 고유문화보존	123	50.6
환경적 측면	환경개선·보존	9	3.7
소 계(복수응답제외)		243	100.0

## 제2절 가설 검증

### 1. 신뢰성과 타당성

관광이벤트가 지역에 미친 효과에 대하여 지역주민들의 인식차이를 알아보기 위한 본 연구는 다변량 통계기법 중 하나인 요인분석(要因分析)방법을 이용해서 중요요인을 구성하였다. 요인분석방법은 변수들간의 관계를 찾아내고 상관관계가 높은 유사변수들끼리 동일집단으로 묶어 요인들 서로간에 독립성을 유지하면서, 여러 측정치들의 이면에 존재하는 체계적 구조를 파악하는데 적절한 기법이다.

요인분석은 도출된 새로운 요인의 점수를 바탕으로 추가적인 분석에 이용할 수 있는 장점이 있으나 변수제거로 인한 정보손실을

가져오는 단점도 지니고 있다.

본 연구에서는 총 35개의 영향에 대한 설문항목 중 다른 변수와 상관관계가 아주 약한 6개 문항(02, 06, 16, 28, 30, 32번 설문항)을 분석과정에서 제거시켰다.

본 연구의 요인추출모형으로 주성분 분석(Principal Components Analysis)을 사용하였고, 요인적재치(Factor Loadings)를 단순화하기 위해 직각회전방법 중 바리맥스회전법(Varimax Rotation)을 택하였다. 이때 요인의 수는 고유치(eigenvalue)가 1이 넘으면서 설명력이 가장 큰 순서로 5가지 다측면 요인을 선정하였는 바, <표 4-4>와 같이 3개의 긍정적 요인과 2개의 부정적 요인이 도출되었다. <표 4-4>에는 5점척도법을 사용하여 구한 평균값을 표시하였다. 설문사항의 응답에 매우그렇다=1, 그렇다=2, 보통이다=3, 그렇지않다=4, 전혀아니다=5점으로 설정하여 구하였으므로 평균값이 3 이상이면 부정적 인식을, 3이하이면 긍정적 인식을 나타낸 것이 된다. 이 5개의 요인에 의한 총분산 설명력은 52.603%이다.

측정치가 정확하려면 측정의 신뢰도(reliability)와 타당도(validity)가 높아야 신뢰성과 타당성이 있다고 하겠다.

타당도(validity)는 연구자가 파악하고자 하는 개념이나 속성을 얼마나 정확히 측정 내지는 설명하였는가를 나타내는 지지표이다.

신뢰도(reliability)란 서로 비교가 가능한 독립된 측정방법에 의해 동일한 대상을 측정하는 경우, 그 결과가 유사하게 나오는 정도를 말한다.<sup>62)</sup>

본 연구에서는 각 항목들의 신뢰도를 검증하기 위하여 Cronbach's  $\alpha$ 값을 확인하여 신뢰성검증을 하였다. Cronbach's  $\alpha$ 값은 0과 1사이에서 변하게 되는데 통상적으로 측정척도에 대해 신뢰도 계수의 값이 0.6 이상인 경우 신뢰성이 있다고 할 수 있다.<sup>63)</sup>

62) 김사현, 「관광학 연구방법론」, (서울 : 일신사, 2000), p.89.

63) 채서일, 「마케팅조사론」, (서울 : 무역경영사, 1987), p.189.

<표4-4> 관광이벤트가 지역에 미친 효과에 대한 요인분석

요인 및 측정항목	신뢰 계수	요인 적재량	고유값	분산 설명력	평균
F1. 관광·지역개발의 긍정적 효과	0.8363		7.847	22.420	2.4098
1)관광관련(숙박, 렌트카 등) 시설투자가 늘어남		0.528			2.3383
2)지역이 빨리 발전하게 되었음		0.804			2.6504
3)지역을 아끼고 사랑하게 되었음.		0.727			2.4549
4)지역에 대한 자부심이 생겼음.		0.677			2.4436
5)사회기반시설이 개선되었음		0.400			2.6579
6)지역 미관이 아름다워졌음.		0.659			2.4511
7)지역의 이미지가 좋아졌음		0.657			2.1917
8)지역이 널리 알려지게 되었음		0.649			2.1654
9)관광객이 증가하였음		0.530			2.3346
F2.환경·지역개발의 부정적 효과			5.594	15.983	2.6773
1)행사용 시설물설치로 자연환경이 훼손되었음		0.540			2.6892
2)유해(유형) 업소가 증가하였음		0.675			2.4741
3)생태계 파괴가 발생했음		0.663			2.9602
4)세금부담이 증가하였음	0.8029	0.669			2.7968
5)특정집단만이 행사수익을 챙겼음		0.586			2.0558
6)빈부격차가 심화되었음		0.455			2.9602
7)수익금이 지역외부로 유출됨		0.729			2.8048
F3. 사회·경제의 부정적 효과			1.921	5.489	3.2442
1)범죄가 증가하였음		0.689			3.6008
2)지역의 고유문화와 전통이 훼손되었음		0.550			3.4147
3)과소비가 증가했음	0.7227	0.498			2.9186
4)부동산가격이 올랐음		0.604			3.4922
5)전반적으로 물가가 상승하였음		0.602			2.7946
F4. 문화·교육의 긍정적 효과			1.740	4.972	2.5526
1)연극·음악회·전시회 등을 자주 찾게 됨		0.687			2.2251
2)자녀교육에 많은 도움이 되었음	0.7115	0.563			2.8192
3)새로운 지역문화를 알게 되었음		0.498			2.4133
4)문화공간이 많이 늘어났음		0.484			2.7528
F5. 사회·경제의 긍정적 효과			1.308	3.738	3.1560
1)공중질서를 잘 지키게 되었음		0.484			2.7368
2)공무원이 친절해졌음	0.6787	0.618			2.9737
3)소득이 증가하였음		0.660			3.4398
4)고용(일자리)이 증가하였음		0.650			3.4737
*평균 및 총분산 설명력 : 52.603      *평균값 3이상이면 부정적 인식, 그 이하면 긍정적 인식임.					

<표4-4>에서 나타난 것과 같이 각 요인별 신뢰도 계수는 ‘관광·지역개발의 긍정적 측면’이 0.8363, ‘환경·지역개발의 부정적 측면’이 0.8029, ‘사회·경제의 부정적 측면’이 0.7227, ‘문화·교육의 긍정적 측면’이 0.7115, ‘사회·경제의 긍정적 측면’이 0.6787로 모두 0.6 이상의 값을 나타내 보임으로써 신뢰성이 있다고 할 수 있을 것이다.

## 2. 가설의 검증

표본 응답자들은 관광이벤트에의 참여형태와 인구통계적 특성(성, 연령, 학력, 직업, 소득, 거주지역)에 따라 관광이벤트 효과에 대한 인식에 유의한 차이를 보이고 있는 지, 또 관광이벤트 개최 필요성은 인구통계적 특성에 따라 인식의 차이를 보이고 있는지를 알아보기 위하여 본 연구에서는 비교대상이 셋 이상일 경우 일원 분산분석(One-way ANOVA), 비교대상이 두개일 경우 t-검증을 이용하였다. 그리고 ANOVA방법을 이용하여 유효한 결과를 얻은 경우 Scheffe의 사후검증법을 실행하여 이를 재검증하였다.

**가설 1 : 관광이벤트에의 참여형태에 따라 관광이벤트 효과에 대한 지역주민의 인식에 차이가 있을 것이다.**

관광이벤트는 지역주민의 참여형태에 따라서 지역에 미친 효과에 대한 인식의 차이가 있을 것이라는 가설을 검증하기 위하여 추출된 요인별로 검증을 실행하였다.

앞 <표4-2>에 나타난 바와 같이 참여형태별 구성은 관람자가 254명(87.0%), 자원봉사자 15명(5.1%), 행사진행·연출자 18(6.2%), 영업상인 5명(1.7%)으로 되어 있다(중복응답자 포함). 그러나 이들 표본을 각 변수별로 검증하기에는 표본 수 차이가 너무 크므로 이를 순수관람을 위해 관광이벤트에 참여한 순수 관람 참여자집단과 행사관련 참여자 집단으로 재분류하여 양 집단 간에 인식의 차이

가 있는지를 검증하였다. 검증은 t-test법을 실행하였으며, 그 결과는 <표4-5>와 같이 나타났는데, 다섯 개의 요인 중 ‘관광·지역개발의 긍정적 효과’ 측면에서만 인식차이가 있는 것으로 나타났다.

<표4-5> 참여형태별 관광이벤트 효과에 대한 인식차이 검증

요인구분	순수참여자	행사관련참여자	t 값	p값
관광·지역개발의 긍정적 효과	2.428	2.329	2.746	0.007*
환경·지역개발의 부정적 효과	2.671	2.625	0.025	0.980
사회·경제의 부정적 효과	3.213	3.230	-0.428	0.669
문화·교육의 긍정적 효과	2.578	2.424	-0.839	0.403
사회·경제의 긍정적 효과	3.181	3.046	-0.318	0.758

\* 유의수준:  $p < 0.05$



**가설 2 : 인구통계적 특성에 따라 관광이벤트의 효과에 대한 지역주민의 인식에는 차이가 있을 것이다.**

가설을 검증하기 위하여 관광이벤트 개최가 지역에 끼친 효과에 대한 요인 분석을 실시하고, 성, 연령, 학력, 직업, 소득, 거주지역 별 특성에 따라 유의한 차이가 있는지 검증을 실행하였는 바,

첫째, 성별에 따른 인식차이가 있는지 검증한 결과 <표4-6>과 같이 나타났다. 지역주민의 인식차이는 다섯 개의 요인 측면 중 ‘문화·교육의 긍정적 효과’ 측면에서만 유의한 인식차이가 나타났을 뿐 다른 네 개의 측면은 인식의 차이가 없는 것으로 검증되었으며, ‘문화·교육의 긍정적 효과’ 측면에서 남성보다 여성의 긍정적 인식이 높게 나타났다.



정적 효과’ 측면에서는 30대 이하의 집단이 40대 이상의 집단보다 긍정적 인식이 높게 나타났다.

셋째, 직업에 따라서 지역주민의 인식에 유의한 차이가 있는가를 ANOVA분석을 통해 검증한 결과는 <표4-8>과 같은 바, ‘문화·교육의 긍정적 효과’ 측면에서만 인식차이가 나타났으며, 관광 관련 종사원집단이 다른 직업집단보다 효과에 대하여 높게 인식하고 있는 것으로 나타났다.

<표4-8> 직업별 관광이벤트 효과에 대한 인식차이 검증

요 인 구 분	농·어 업	자영업/ 상업	주부	회사원/ 공무원	관 광 관 련 종사원	전문직	학생	F 값	p값
관광·지역개발의 긍정적 효과	2.271	2.381	2.832	2.093	2.398	2.425	2.702	1.886	0.098
환경·지역개발의 부정적 효과	2.729	2.551	2.666	2.644	3.000	2.743	2.960	0.342	0.887
사회·경제의 부 정적 효과	3.583	3.252	3.205	3.207	3.678	3.084	3.314	1.640	0.151
문화·교육의 긍 정적 효과	2.838	2.622	2.568	2.368	2.250	2.590	2.561	6.073	0.000*
사회·경제의 긍 정적 효과	3.403	3.145	3.114	3.076	3.042	3.168	3.318	0.743	0.622

\* 유의수준 :  $p < 0.05$

넷째, 학력에 따라 지역주민의 인식에 유의한 차이가 있는가를 ANOVA분석을 통해 검증한 결과는 <표4-9>와 같이 나타났으며, ‘문화·교육의 긍정적 효과’ 측면에서 학력에 따라 유의한 인식의 차이가 있는 것으로 나타났다. 구체적으로는 대졸이상의 집단이 대학재학 이하의 집단보다 상대적으로 더 긍정적 인식을 하고 있는 것으로 나타났다. 그러나 ‘문화·교육의 긍정적 효과’ 측면은 학력정도에 상관없이 전체적으로는 긍정의 인식을 갖고 있는 가운데 다만 상대적인 인식차이가 있는 것으로 나타났다.

<표4-9> 학력별 관광이벤트 효과에 대한 인식차이 검증

요 인 구 분	고졸이하	대학재학	대학졸업	대학원졸	F 값	p값
관광·지역개발의 긍정적 효과	2.400	2.599	2.414	2.455	1.832	0.143
환경·지역개발의 부정적 효과	2.602	2.684	2.675	2.325	2.582	0.550
사회·경제의 부정적 효과	3.234	3.167	3.206	3.352	0.528	0.663
문화·교육의 긍정적 효과	2.678	2.561	2.475	2.432	7.235	0.000*
사회·경제의 긍정적 효과	3.171	3.209	3.169	2.818	0.528	0.664

\* 유의수준 :  $p < 0.05$

다섯째, 소득에 따라 지역주민의 인식에 유의한 차이가 있는가를 일원분산분석을 통해 검증한 결과 <표4-10>과 같이 나타났다.

소득별 인식차이는 ‘사회·경제의 부정적 효과’ 측면과 ‘사회·경제의 긍정적 효과’ 측면에서 나타났고 이에 대한 사후검증을 실시한

<표4-10> 소득별 관광이벤트 효과에 대한 인식차이 검증

요 인 구 분	100 만 원 미만	100-200만 원미만	200-300만 원미만	300-400만 원미만	400 만 원 이상	F 값	p값
관광·지역개발의 긍정적 효과	2.407	2.368	2.333	2.504	2.889	1.379	0.242
환경·지역개발의 부정적 효과	2.524	2.719	2.665	2.634	3.387	1.037	0.389
사회·경제의 부정적 효과	3.018	3.324	3.246	3.101	4.000	3.717	0.006*
문화·교육의 긍정적 효과	2.646	2.561	2.437	2.635	4.000	0.617	0.651
사회·경제의 긍정적 효과	3.244	3.131	3.000	3.082	3.486	2.542	0.041*

\* 유의수준:  $p < 0.05$



결과 ‘사회·경제의 긍정적 효과’ 측면에서는 인식의 차이가 없는 것으로 재검증되었다. ‘사회·경제의 부정적 효과’ 측면에서의 인식 차이는 400만원 이상의 소득집단이 다른 소득집단보다 부정적인 인식을 높게 갖고 있는 것으로 나타났다.

여섯째, 거주지역에 따라 지역주민의 인식에 유의한 차이가 있는가를 ANOVA분석을 통해 검증한 결과 <표4-11>과 같이 나타났다. 거주지역별 관광이벤트효과에 대한 인식차이는 ‘사회·경제의 부정적 효과’ 측면과 ‘문화·교육의 긍정적 효과’ 측면에서 나타나고 있는데, 남제주군 거주주민이 ‘사회·경제의 부정적 효과’측면과 ‘문화·교육의 긍정적 효과’측면 모두에서 타 지역 거주 주민보다 부정적 인식을 높게 나타내고 있다.

<표4-11> 거주지역별 관광이벤트 효과에 대한 인식차이 검증

요 인 구 분	제주시	서귀포시	남제주군	북제주군	F 값	p값
관광·지역개발의 긍정적 효과	2.254	2.494	2.475	2.321	1.182	0.318
환경·지역개발의 부정적 효과	2.688	2.529	2.885	2.571	2.419	0.067
사회·경제의 부정적 효과	3.192	3.166	3.560	3.107	3.630	0.014*
문화·교육의 긍정적 효과	3.117	3.069	3.461	3.073	11.094	0.000*
사회·경제의 긍정적 효과	3.154	3.084	3.459	2.986	2.558	0.056

\* 유의수준:  $p < 0.05$

**가설3 : 인구통계적 특성에 따라 관광이벤트의 개최필요성에 대한 인식의 차이가 있을 것이다.**

인구통계적 특성에 따라 관광이벤트 개최가 필요한 이유에 대한 인식의 차이가 있는지 알아보기 위해  $M \times N$  분할표를 작성하여

p<0.05의 유의 수준에서 카이제곱 검증을 실행하였다.

그 결과는 <표4-12>와 같으며, 학력과 거주지역에 따라 관광이벤트의 개최필요성에 대한 인식의 차이가 있는 것으로 나타났다.

<표4-12> 관광이벤트의 필요성에 대한 인식 차이 검증(p<0.05)

인구통계 특성	$\chi^2$ 값	p값
성별	3.713	0.294
연령	11.348	0.253
직업	20.586	0.484
학력	39.707	0.000*
거주지	32.852	0.000*
소득	5.925	0.747



### 3. 실증분석결과 요약

#### 1) 변수별 인식차이 유·무

실증분석결과에 의하면 참여형태별 인식차이는 ‘관광·지역개발의 긍정적 효과’측면에서 나타났으며, 인구통계적 특성별 인식차이는 ‘사회·경제의 부정적 효과’측면에서 연령, 소득, 거주지역에 따라, ‘문화·교육의 긍정적 효과’측면에서는 성별, 연령, 직업, 학력, 거주지역에 따라 인식의 차이가 있는 것으로 나타났다. 그러나 ‘환경·지역개발의 부정적 효과’측면과 ‘사회·경제의 긍정적 효과’측면에서는 인식의 차이가 없는 것으로 나타났다. ‘사회·경제의 긍정적 효과’측면에서는 ANOVA 분석 결과 연령과 소득에 따라 인식의 차이가 있는 것으로 나타나 이를 사후 검증한 결과 인식의 차이가 없는 것으로 재검증되었다.<표4-13>

관광이벤트의 필요성에 대한 인식에서는 인구통계적 특성 중 학력과 거주지역에 따라 유의한 차이가 나타났으나, 성, 연령, 직업,

소득에 따라서는 인식의 차이가 없는 것으로 나타났다.<표4-14>

<표4-13> 참여형태·인구통계별 인식 차이의 유·무

요 변 수	관광·지역 개발의 긍정 적 효과	환경·지역 개발의 부정 적 효과	사회·경제 의 부정적 효과	문화·교육 의 긍정적 효과	사회·경제 의 긍정적 효과
참여형태	O	X	X	X	X
성 별	X	X	X	O	X
연 령	X	X	O	O	X※
직 업	X	X	X	O	X
학 력	X	X	X	O	X
소 득	X	X	O	X	X※
거주지	X	X	O	O	X

주1) X : 인식차이 없음, O : 인식차이 있음.

주2) ※ : ANOVA검증에는 유의한 차이가 나타났으나, 사후검증결과 차이가 없음.

<표4-14> 관광이벤트의 필요성에 대한 인식차이 유·무

인구통계 특성	성별	연령	직업	학력	거주지	소득
인식 차이	X	X	X	O	O	X

주) O : 인식차이 있음, X : 인식차이 없음

## 2) 가설의 채택여부

본 연구에서 설정된 3개의 가설은 모두 기각되었다.<표4-15>

가설I은 5개의 효과측면 중 1개의 효과측면에서만 차이를 보이

고 있는 것으로 나타났으며, 전체적으로 유의한 차이를 보이지 않은 관계로 기각되었다.

가설Ⅱ는 5개의 효과측면과 6개의 인구통계적 특성에 따른 총30개의 요소 중 8개에서만 차이를 나타내고 있어, 이 가설 또한 기각되었다.

가설Ⅲ은 인구통계적 특성 6개 중 2개의 특성에서만 유의한 차이가 나타나 기각되었다.

<표4-15> 가설의 채택 여부

	가 설 내 용	결 과
가설Ⅰ	관광이벤트에의 참여형태에 따라 관광이벤트 효과에 대한 지역주민의 인식에 차이가 있을 것이다	기각
가설Ⅱ	인구통계적 특성에 따라 관광이벤트 효과에 대한 지역주민의 인식에 차이가 있을 것이다.	기각
가설Ⅲ	인구통계적 특성에 따라 관광이벤트의 개최 필요성에 대한 지역주민의 인식에 차이가 있을 것이다.	기각

전체적으로는 3개의 가설 모두가 기각되었으나, 세부 내용에 있어서는 <표4-13>에 나타난 바와 같이 유의한 차이를 보이고 있는 세부항목이 있는 바, 이를 자세하게 살펴보면 다음과 같다.

(1) 관광이벤트 참여형태에 따라 지역주민의 인식에 차이가 있을 것이라는 가설Ⅰ은 요인분석에 의해 추출된 다섯 가지 요인 중 ‘관광·지역개발의 긍정적 효과’ 측면에만 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다.<표4-5>

반면, 선행연구인 ‘99속초관광엑스포에 대한 주민의 참여여부별 영향에 대한 인식 검증에서는 행사에 직·간접적으로 참여한 주민

들이 참여하지 않은 주민보다 지역 영향에 대한 인식이 더 높은 것으로 나타났다.<sup>64)</sup>

따라서 선행연구에서는 행사에 직·간접적으로 참여한 집단의 인식이 높다는 것을 검증하였으며, 본 연구에서는 행사에 참여한 지역주민 중 행사와 직접 관련되어 참여한 집단의 인식이 단순관람 참여자집단의 인식보다 더 긍정적임을 검증해 주고 있다.

(2) 인구통계적 특성에 따라 관광이벤트 효과에 대한 지역주민의 인식에 차이가 있을 것이라는 가설II는 각 변수에 따라 각각의 세부요인별 유의한 차이를 나타내고 있다.

① 성별에 따라 ‘문화·교육의 긍정적 효과’ 측면에서 유의한 인식의 차이가 나타났다.<표4-6>

속초지역주민들은 관광엑스포 개최가 지역에 미친 영향에 대하여 성별에 따른 인식의 차이가 나타나지 않았다<sup>65)</sup>는 점에서 제주 지역의 주민인식과 차이를 보여주고 있는 반면 대전과학엑스포는 성별에 따라 주민의 인식 차이가 나타났다<sup>66)</sup>는 점에서 제주지역주민의 인식과 유사함을 알 수 있다.

② 연령에 따라서는 ANOVA분석 결과 ‘사회·경제의 긍정적 효과’ 측면, ‘사회·경제의 부정적 효과’ 측면, ‘문화·교육의 긍정적 효과’ 측면에서 유의한 인식 차이가 나타났다<표4-7>. 그러나 Scheffe의 사후검증을 실행한 결과 ‘사회·경제의 긍정적 효과’ 측면은  $p < 0.05$ 의 유의수준에서 인식의 차이가 없는 것으로 재검증되었다. 이처럼 연령에 따라 지역주민은 몇 개의 부분적 측면에 대하여 인식의 차이가 나타나고 있다.

‘문화·교육의 긍정적 효과’측면에 대하여는 30대 이하의 젊은 집단이 40대 이상의 중·장년집단보다 높은 긍정적 인식을 나타내고 있으며, ‘사회·경제의 부정적 효과’측면은 40대 이상의 집단이 30대 이하의 집단보다 상대적으로 높은 부정적 인식을 나타냈다.

---

64) 황인옥(2000), 전계논문, p.60.

65) 황인옥(2000), 상계논문, p.50.

66) 정강환(1995), 전계서, p.125~154.

③ 직업에 따라 ‘문화·교육의 긍정적 효과’ 측면에 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다<표4-8>. ‘문화·교육의 긍정적 효과’는 직업에 관계없이 전반적으로 긍정적 인식을 나타내고 있는데, 관광관련 종사원집단이 다른 직업집단보다 높은 인식을 나타내고 있는 것으로 나타났다. 이것은 직업에 따라 세부적 측면에 유의한 차이를 나타낸 속초관광엑스포 지역주민의 인식(67)과 유사함을 알 수 있다.

④ 학력에 따라서 다섯 개의 요인 측면 중 ‘문화·교육의 긍정적 효과’ 측면에서 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다.<표4-9>

이는 선행 연구인 속초관광엑스포(68)와 대전과학엑스포(69)의 주민 인식에서도 부분적 인식의 차이가 나타나 유사함을 알 수 있다.

⑤ 소득에 따라서도 유의한 차이를 보이고 있는데, ‘사회·경제의 부정적 효과’ 측면과 ‘사회·경제의 긍정적 효과’ 측면에서 차이가 나타났다. 그러나 사후 검증결과 긍정적 효과측면에서는 유의한 차이가 없는 것으로 재검증되었다<표4-10>. 이러한 소득에 따른 인식차이는 속초관광엑스포의 효과에서도 부분적으로 나타났다(70)는 점에서 주민인식의 유사함을 알 수 있다.

⑥ 거주지역에 따라서도 일부 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다는데, ‘사회·경제의 부정적 효과’ 측면과 ‘문화·교육의 긍정적 효과’ 측면에서 인식 차이가 나타났다<표4-11>. 남제주군지역 거주주민의 인식은 이 두 측면 모두에서 타지역 거주주민의 인식보다 부정적인 것으로 나타났다.

(3) 인구통계적 특성에 따라 관광이벤트의 개최필요성에 대한 인식 차이가 있을 것이라는 가설Ⅲ에 대하여 세부적으로 두 개의 항목 즉 학력과 거주지역에 따라 인식의 차이가 있는 것으로 나타났다.<표4-12>

67) 황인옥(2000), 전계논문, pp.54~55.

68) 황인옥(2000), 상계논문, pp.53~54.

69) 정강환(1995), 전계서, pp.125~154.

70) 황인옥(2000), 상계논문, pp.55~56.

### 3) 실증분석의 시사점

(1) 관광이벤트 참여형태로 보면 단순관람을 위하여 관광이벤트 행사에 참가하는 사람이 응답자의 87%(254명)를 차지하고 있으며, 나머지는 행사요원이나, 영업활동, 자원봉사자 등으로 행사와 관련하여 참가하는 것으로 나타났다. 이것은 제주지역주민이 주로 순수관람을 위해 관광이벤트에 참여한다는 것을 말해 준다.

이러한 형태는 타지역의 관광이벤트에서도 같은 결과를 보여주고 있다.

'99속초국제관광엑스포에 참여한 속초주민들의 참여형태를 보면 주민의 표본조사 응답자 253명중 77.5%(196명)가 단순 참관을 하였으며, 8.3%(21명)는 행사장에서 근무하거나 판매를 한 것으로 나타났다.<sup>71)</sup>

풍기인삼축제에서도 참가자의 35.6%가 영주지역주민으로 거주지별로 지역주민이 가장 많이 참여한 것으로 나타났으며, 또한 지역주민들의 대부분은 단순 관광차원에서 참가하는 형태를 취하고 있는 것으로 나타났다.<sup>72)</sup>

따라서 제주지역이나 속초지역 및 영주지역의 주민들은 관광이벤트 참여형태에서 동일한 형태를 나타내고 있으며, 관광이벤트 행사에 대부분 단순 관람객으로 참여하고 있음을 알 수 있다.

이러한 결과는 성공적인 관광이벤트가 되기 위하여 지역주민의 적극적인 참여가 있어야 함에도 불구하고 실제로는 지역주민들도 관광이벤트의 주체가 아닌 단순 관람자 즉 객(客)으로 남아 있음을 보여주는 것이라 할 수 있다.

참여형태별 인식차이를 검증한 결과를 보면, 관광이벤트에의 참여 주체나 혹은 객(客)이나 하는 문제는 지역주민의 관광이벤트에 대한 인식에 영향을 주고 있음을 알 수 있다. 즉 행사와 관련하여 직접 참여한 집단(자원봉사자, 행사진행자, 행사연출자, 영업상인)

71) 황인옥(2000), 전계논문, p.40.

72) 석용수(1999), 전계논문, pp. 113~114.

이 순수관람만을 위하여 참여한 집단보다 더 긍정적인 인식을 가지고 있는 것으로 나타났음을 볼 때 관광이벤트에의 참여형태가 주민의 관광이벤트효과에 대한 인식의 차이에 영향을 미친다고 할 수 있다.

따라서 앞으로 개최되는 관광이벤트는 지역주민의 참여를 유도하기 위해 지역주민이 관광이벤트의 주체가 될 수 있도록 행사를 구성하고, 지역주민을 상대로 지역관광이벤트에 대한 효과를 홍보·계몽하며, 직접참여에 대한 자부심을 가질 수 있도록 주민의 인식을 제고할 필요가 있을 것으로 생각되어진다.

(2) 관광이벤트가 지역에 미친 효과에 대한 요인분석의 결과 설문응답 주민들은 대체로 관광이벤트의 효과 중 ① ‘관광·지역개발 측면의 긍정적 효과’에 평균적으로 긍정적 인식을 갖고 있는 것으로 나타났다.

제주지역주민은 관광이벤트의 ‘지역이미지 향상 효과’와 ‘지역홍보 효과’에 대하여 ‘관광·지역개발의 긍정적 효과’ 측면 9개 항목 중 가장 긍정적인 인식을 하고 있는 것으로 나타났는데, 이는 속초관광엑스포 효과에 대한 속초지역주민의 인식이 이미지개선측면에 긍정적<sup>73)</sup>이라는 결과와 동일함을 알 수 있다.

이외에도 응답주민들은 ‘관광관련시설투자의 증가’, ‘지역의 발전’, ‘지역미관의 개선’ 등 전반적으로 긍정적 인식을 나타냈으나, 각 항목별로는 그 긍정의 정도에 차이를 보이고 있는 것으로 나타났다.

응답주민들은 관광이벤트를 통해서 ‘지역에 대한 자부심’과 ‘애향심 고취’ 그리고 ‘지역 이미지향상’과 ‘지역 홍보’라는 효과에 매우 긍정적인 인식을 갖고 있었으며, ‘지역사회 기반시설의 개선’과 ‘지역의 급속한 발전’ 그리고 ‘지역미관의 개선’ 측면에 대하여는 비교적 덜 긍정적인 인식을 가지고 있는 것으로 나타났다.

따라서 제주관광이벤트가 지역사회의 기반시설을 개선하는데 기

---

73) 황인옥(2000), 전개논문, p.70.



여하고, 도시미관 개선을 통한 지역의 발전과 관광의 활성화가 이루어지도록 행사가 기획되어야 할 것으로 생각되어 진다.

② ‘환경·지역개발의 부정적 효과’ 측면에서는 평균적으로 긍정의 인식이 나타났다. 즉 부정적 효과에 대하여 긍정의 인식을 갖고 있는 것으로 나타났는데, ‘생태계 파괴’항목에 대하여는 약하지만 긍정적 인식을 나타내었고, ‘행사장주변의 환경훼손’과 ‘유해업소의 증가’ 항목에 대하여 이 측면의 7개 항목 중 비교적 긍정의 인식이 높게 나타났다. 이러한 결과는 응답주민들이 관광이벤트의 개최에 따른 행사용 시설물 설치 등으로 자연환경 훼손이나 주변환경 훼손에 대하여 우려하면서도, 이로 인한 생태계 파괴는 비교적 덜 심각하게 인식하고 있는 것으로 해석될 수 있을 것이다.

그러나 속초관광엑스포에 대한 속초지역주민의 인식은 ‘소음과 대기오염, 쓰레기증가 등 환경악화’에 대하여 강한 부정적인 인식을 하고 있는 것으로 나타났다<sup>74)</sup>는 점에서 제주지역 주민이 인식하는 것보다 더 부정적으로 인식하고 있음을 알 수 있다.

반면 행사개최에 따른 ‘수익의 특정집단 귀속’이나 ‘수익의 역외 유출’이라는 부정적 효과에 대하여는 강한 긍정의 인식을 가지고 있는 것으로 나타나 이에 대한 우려가 큰 것으로 나타났다.

이런 측면에서 앞으로 시행될 제주관광이벤트는 이러한 부정적 인식을 제거하기 위한 기획이나 제도적 장치가 반드시 필요할 것으로 생각되어지며, 아울러 개방적 행사 진행으로 폐쇄적 행사에서 기인되는 부정적 인식을 불식시키려는 노력이 필요할 것으로 생각되어 진다.

③ ‘사회·경제적 측면의 부정적 효과’에 대하여는 관광이벤트가 ‘범죄의 증가’, ‘고유문화와 전통의 훼손’, ‘부동산가격의 상승’이라는 부정적 항목에 대하여 부정의 인식을 나타냈으며, 반면 ‘과소비 증가’와 ‘물가상승’이라는 부정적 항목에는 긍정의 인식을 갖고 있는 것으로 나타났다. 이는 속초지역주민 역시 물가상승에 대하여

---

74) 황인옥(2000), 전계논문, p.74.

긍정적 인식을 하고 있는 것으로 나타나<sup>75)</sup> 이 요인에서 동일한 인식을 나타냈다.

인구통계적 특성에 따른 ‘사회·경제적 측면의 부정적 효과’에 대한 인식 차이는 연령, 소득, 거주지에 따라 나타났다.

연령측면에서는 30대 이하의 젊은집단 보다 40대 이상의 중·장년집단이 더 부정적인 인식을 나타냈으며, 소득별 측면에서는 소득이 낮은집단이 소득이 높은집단보다 상대적으로 긍정적인 인식을 가지고 있는 것으로 나타났다. 거주지역에 따라서는 모든 지역이 부정적 인식을 나타낸 가운데 남제주군지역 주민이 타 지역 거주주민보다 부정적 인식을 더 높게 가지고 있는 것으로 나타났다.

따라서 앞으로의 제주관광이벤트 개최는 젊은집단, 소득이 낮은 집단의 경제적 영향(물가상승, 과소비증가)에 대한 세심하고 종합적인 관심이 요구되어진다고 할 수 있을 것이다.

④ ‘문화·교육의 긍정적 효과’ 측면에서는 지역주민이 평균적으로 긍정적인 인식을 나타내고 있다. 특히 관광이벤트 효과로 인하여 ‘연극·음악회·전시회 등을 자주 찾게 되었다’는 항목이 이 부분의 4개 항목 중 가장 긍정적으로, ‘새로운 문화를 알게되는 계기가 되었다’는 것이 그 다음으로 높게 나타났다. 또한 ‘문화공간의 확대효과’라든가 ‘자녀에게 교육적 가치의 장이 되었다’는 점도 긍정적으로 인식하고 있는 것으로 나타났다. 이 측면은 성, 연령, 직업, 학력, 거주지에 따라 인식의 차이를 보임으로써 다섯가지 측면의 요인 중 가장 많은 인식의 차이를 나타내고 있다.

성별 인식의 차이는 여성이 남성보다 더 긍정적이며, 연령별 인식의 차이는 30대 이하의 젊은 집단이 40대 이상의 중·장년집단보다 긍정적이고, 직업에 따라서는 관광관련 종사자나 회사원/공무원집단이 타(他) 집단 보다 더 긍정적인 인식을 나타냈으며, 학력에 따라서는 대학졸업이상집단이 대학재학이하집단보다 긍정적이었고, 거주지역에 따라서는 남제주군지역이 다른 지역 보다 부정

---

75) 황인옥(2000), 상계논문, p.74.

적 인식이 높게 나타났다.

따라서 앞으로의 제주관광이벤트 기획에는 관광이벤트가 하나의 이벤트성 행사가 아니라 지역의 문화공간을 넓힌다는 측면에서 접근해야 할 것으로 여겨지며, 이를 위해 문화·교육적 가치가 있는 관광이벤트의 개발과 구성 및 문화공간과 문화대면기회(文化對面機會)의 제공을 확대시킬 수 있도록 기획되어야 할 뿐만 아니라, 상대적 문화 낙후지역인 농·어촌지역의 40대 이상 중·장년층 남성의 참여를 유도할 수 있는 관광이벤트 프로그램이 이루어져야 할 것으로 생각되어진다.

⑤ ‘사회·경제의 긍정적 효과’에 대하여는 긍정의 인식과 부정의 인식이 혼재되어 나타나고 있는 바, ‘공중질서의식’과 ‘공무원의 친절’ 향상이라는 항목에는 긍정적 인식을 나타낸 반면, ‘소득의 증가 효과’와 ‘고용창출 효과’라는 긍정적 항목에는 부정의 인식이 나타나고 있다. 이는 속초관광엑스포의 효과에 대한 속초지역주민의 인식과도 일치한다. 속초지역주민은 ‘취업기회의 증가’항목에 대해 매우 부정적 인식을 하고 있는 것으로 나타났다.<sup>76)</sup>

앞으로 개최되는 제주관광이벤트는 지역경제 측면에서 지역소득을 보다 많이 증대시킬 수 있도록 기획되어야 하고, 아울러 지역주민의 일자리 제공에 도움을 줄 수 있는 지역관광이벤트가 되도록 기획되어야 할 것으로 생각되어진다.

(3) 응답주민들은 관광이벤트 개최가 필요한 이유로 ‘지역사회발전’ 및 ‘지역고유문화의 발굴·보전’을 위한 ‘사회·문화적 효과(50.6%)’를 가장 많이 꼽았으며, ‘지역의 홍보’나 ‘지역의 이미지 향상(정치적 효과:39.5%)’을 위해서라고 응답한 주민들이 두 번째로 많았다. 셋째로는 ‘소득향상’과 ‘고용창출’ 즉 경제적 효과(6.2%)를 위해서, 넷째로는 ‘환경을 개선’하고 ‘쾌적한 지역’을 만들기 위해서 필요하다는 환경적 효과(3.7%)에 대한 응답이 그 중 가장 낮게 나타났다. 이는 지금까지의 관광이벤트에 대한 주민의 인식이 기존

---

76) 황인옥(2000), 전계논문, p.72.

의 전통축제의 개념을 벗어나지 못하고 있는 것으로 보여진다고 할 수 있을 것이다.

특히 제주지역주민은 관광이벤트가 필요한 이유로 ‘사회·문화적 효과’를 제일로 인식하고 있으면서도 실제적으로는 관광이벤트의 ‘경제적 효과(고용창출, 소득증대, 이익의 역외유출, 이익의 특정업체 귀속 등)’에 높은 기대와 우려를 나타내고 있다.

이러한 인식은 지역주민들이 관광이벤트의 효과에 대하여 전통지역축제에 대한 인식을 아직도 그대로 간직하고 있으며, 관광이벤트의 경제적 효과에 대하여 구체적이고 명확하게 인식하지 못하고, 커다란 기대감만을 가지고 있는 것으로 여겨진다.

따라서 제주관광이벤트의 경제적 효과에 대한 올바르게 정확한 인식 제고를 위한 여러 가지 방안의 강구가 있어야 할 것으로 여겨진다.

(4) 관광이벤트에 참여하게 된 동기에 대해서는 ‘여가선용을 위해서’라는 항목에 응답한 사람이 65.9%로 나타나 많은 주민들이 뚜렷한 목적의식 없이 단순히 시간을 보내기 위하여 행사장을 찾는 것으로 나타났다. 이러한 현상은 풍기인삼축제에서도 같은 결과를 나타냈다. 풍기인삼축제에 참여하게 된 동기에 대하여 ‘일상생활을 벗어나 변화를 느끼고 싶어’라는 응답이 64.3%를 차지하고 있다.<sup>77)</sup>

이는 관광이벤트에 대한 지역주민의 주인의식 결여 때문이라 여겨진다. 따라서 단순관람을 하는 주민들이 지역관광이벤트의 중요성을 인식하고 보다 적극적으로 행사에 직접 참여할 수 있도록 지역주민에 대한 교육, 홍보, 계몽과 더불어 참여에 따른 자부심을 가질 수 있도록 사전(事前)에 대(對) 지역주민 프로그램을 기획하고 실행할 필요가 있다고 여겨진다.

---

77) 석용수(1999), 전제논문, p.86.

## 제 V 장 결 론

지역경제를 활성화시키기 위하여 검증된 하나의 유효한 방안은 이벤트의 관광상품화라고 할 수 있을 것이다. 이에 따라 이벤트와 관광이 결합된 관광이벤트는 오늘날 각 지역의 최종목표인 지역사회의 활성화를 이루기 위하여 대단히 중요한 수단으로 인식되고 있다.

관광이벤트 행사는 실시지역의 지역사회에 긍정적, 부정적 영향을 끼치게 되며, 그에 따른 효과 또한 다양하고 크다고 할 것이다.

그럼에도 불구하고 대부분의 관광이벤트는 지역주민의 자발적이며 적극적인 참여를 이끌어내지 못하고 있는 것이 현실이다. 이에 여러 가지 이유가 있을 수 있으나 그 중 하나가 지역주민의 관광이벤트 효과에 대한 인식의 부족이라 여겨진다.

본 연구에서는 관광이벤트에 대한 제주지역 주민들의 인식차이를 파악하기 위해 지역주민 328명을 대상으로 설문 조사하였으며, 주민의 인식은 관광이벤트에 참여한 형태와 인구통계적 특성에 따라 차이가 있을 것이라는 측면과 인구통계적 특성에 따라 개최필요성에 대한 주민인식에 차이가 있을 것이라는 측면에서 세 개의 가설을 설정하고, 이를 검증하기 위하여 수집된 자료를 분석하였다.

분석·검증결과 설정된 가설 셋은 모두 기각되었다. 이것은 제주지역 주민들이 대체적으로 관광이벤트의 효과에 대한 인식차이가 없음을 말하는 것이다. 그렇지만 세부적으로는 유의한 인식차이를 보이는 것으로 나타났다.

관광이벤트에 대한 제주지역 주민의 인식을 요약하고, 이를 바탕으로 제주지역 관광이벤트에 주민이 적극적으로 참여할 수 있는 방안을 제시해 보고자 한다.

첫째, 제주지역주민은 관광이벤트의 ‘관광·지역개발의 긍정적

효과' 중 '지역의 홍보'와 '이미지 향상 효과'에 대하여 설문항 가운데 가장 높은 긍정적 인식을 가지고 있는 것으로 나타났다.

둘째, 제주지역주민은 관광이벤트의 '환경·지역개발의 부정적 효과' 중 '관광이벤트의 수익이 특정집단에 귀속되고 있다'는 부정적 효과를 설문항목 중 가장 높게 인식하고 있는 것으로 나타났다.

셋째, 제주지역주민은 관광이벤트가 지역의 '고용창출이나 소득 증대에 기여하지 못한다'고 인식하고 있는 것으로 나타났다.

다섯째, 제주지역주민은 관광이벤트의 필요성이 지역사회발전과 지역고유문화의 발굴·보존효과 즉 '사회·문화적 효과'에 있다고 인식하고 있는 것으로 나타났다.

여섯째, 관광이벤트에의 참여형태로 볼 때 제주지역주민은 대부분 단순관람형태를 취하고 있는 것으로 나타났다.

이러한 제주지역주민의 인식을 바탕으로 주민의 적극적인 참여를 유도하기 위한 방안을 제시하면, 첫째, 주민의 부정적인 인식을 긍정적 인식으로 전환시킬 수 있는 방안을 강구해야 할 것으로 여겨진다. 성공적인 지역관광이벤트는 지역경제를 활성화하고 지역의 발전을 가져오게 하며, 그 효과의 결실은 결국 지역주민의 몫이 되어야 할 것이다. 이를 위해서 먼저 투명한 행사의 진행이 이루어져야 할 것으로 생각되는 바, 계획단계에서부터 보다 명확하게 공개 진행하며, 행사 후에는 결산내역을 공개하는 개방적 운영이 이루어져 지역주민이 소외감 없이 스스로 적극 참여할 수 있도록 하여야 할 것으로 여겨진다.

둘째, 제주지역주민의 관광이벤트 효과에 대한 인식의 제고가 이루어져야 할 것으로 생각되어진다.

제주지역주민은 관광이벤트개최의 필요성이 지역고유문화의 보존과 발전을 위해서라는 '사회·문화적 효과'를 응답 중 가장 많이 꼽았다. 그러함에도 불구하고 관광이벤트의 개최이익이 특정집단에 귀속되며, 수익의 역외유출이 우려되고, 고용의 창출과 소득의

항상에는 기여를 하지 못한다는 부정적 인식을 강하게 나타낸 것은 지역주민이 관광이벤트의 경제적 효과 측면에 대한 막연한 기대가 있기 때문이라 생각되며, 이 기대를 현실로 바꿔 줄 수 있는 적극적 행동은 없이 관람객으로 남아 있다는 데에서 경제적 효과에 대한 인식의 제고가 반드시 있어야 할 것으로 생각되어 진다.

끝으로 본 연구의 한계점은 설문지에서 참여여부를 조사한 29개의 관광이벤트에 대한 실태를 정밀분석하지 못한 점, 표본 추출에 있어서 인구통계적 특성에 따라 균형적 표본 추출방법을 실행하지 못했다는 점, 표본추출의 수가 많지 않아 분석의 결과가 다소 왜곡 해석될 가능성이 있다는 점을 들 수 있다. 또한 관광이벤트에 참여하지 않은 미참여 표본수가 적어 참여자와 미참여자 사이의 인식차이를 분석하지 못한 점이 아쉬움으로 남으며 제주관광이벤트의 새로운 도약을 기대해 본다.



## 참 고 문 헌

### 1. 국내문헌

- 김동혁 · 강열우 · 박재성 · 김철우, 「관광과 축제이벤트론」, (서울:신지서원, 2000).
- 김병성, 「교육사회학」, (서울 : 양서원, 1992).
- 김사헌, 「관광학 연구 방법론」, (서울 : 일신사, 2000).
- 김성혁, 「관광학원론」, (서울 : 형설출판사, 1995).
- 박현지, 「인터넷시대의 관광이벤트론」, (서울 : 형설출판사, 1999).
- 원용희, 「관광과 문화」, (서울 : 학문사, 1999).
- 이봉석, 「관광사업론」, (서울 : 대왕사, 1998).
- 이형행, 「교육학개론」, (서울 : 양서원, 1988).
- 정강환, 「이벤트관광전략」, (서울 : 일신사, 1999).
- 지연태, 「이벤트산업활성화방안」, (서울:한국관광공사 · 동아월드주식회사, 1994).
- 채서일, 「마케팅 조사론」, (서울 : 무역경영사, 1987).
- 홍대식, 「사회심리학」, (서울 : 박영사, 1998).
- 강학진, “관광이벤트 참여동기에 따른 참여자의 만족에 관한 연구”, 석사학위 논문, 제주대학교 경영대학원, 2001.
- 고동완, “관광의 사회·경제적 영향과 주민속성간의 인과성에 관한 연구”, 석사학위논문, 경기대학교 대학원, 1994.
- 김동훈, “신문이 지역주민의 관광인식에 미치는 영향에 관한 연구”, 석사학위 논문, 제주대학교 경영대학원, 1995.
- 김미숙, “기업이벤트를 위한 환경디자인에 관한 연구”, 석사학위논문, 이화여자대학교 상업미술대학원, 1990.
- 류국열, “지역축제의 개선점과 각 주체간 역할에 관한 연구”, 석사학위논문, 충북대학교 행정대학원, 2000.
- 박은아, “관광이벤트 관련집단의 인식차이에 관한 연구”, 석사학위논문, 경기대학교 대학원, 1996.
- 석용수, “지역이벤트의 활성화 방안 : 풍기인삼축제이벤트를 사례로”, 석사학위논문, 안동대학교 대학원, 1999.



- 송정은, “우리나라 이벤트관광의 활성화 방안에 관한 연구”, 석사학위논문, 중앙대학교 예술대학원, 2000.
- 안태준, “지방자치시대 지역축제의 활성화방안에 관한 연구”, 석사학위논문, 충북대학교 행정대학원, 1999.
- 이보철, “지역문화 상품화에 관한 연구 : 이천도자기축제를 중심으로”, 석사학위논문, 경기대학교 대학원, 2000.
- 이우수, “지역 축제이벤트 활성화 방안에 관한 연구”, 석사학위논문, 호남대학교 행정대학원, 1998.
- 이장주, “지역축제의 이미지 측정척도 개발과 적용에 관한 연구”, 박사학위논문, 경기대학교 대학원, 1998.
- 이창근, “축제의 관광자원화 방안에 관한 연구”, 석사학위논문, 동아대학교 대학원, 1993.
- 최상수, “문화관광이벤트가 지역사회에 미치는 영향에 관한 연구”, 석사학위논문, 경기대학교 대학원, 2000.
- 최정순, “관광이벤트 개발에 관한 연구 : 전통문화행사를 중심으로”, 석사학위논문, 세종대학교 대학원, 1993.
- 황인옥, “관광이벤트의 영향에 대한 주민의 인식조사연구 : '99속초국제관광엑스포를 중심으로”, 석사학위논문, 강원대학교 대학원, 2000.
- 황인호, “관광이벤트 개발계획에 관한 연구”, 석사학위논문, 경기대학교 대학원, 1993.
- 고광직, “지역축제”, 한국경제신문(천자칼럼), 2001.10.19.
- 고경재, “지역축제와 문화관광의 현재와 미래”, 지역문화의 해 추진위원회, 2000.
- 고승익 · 박은아, “관광이벤트가 제주지역경제에 미치는 영향에 관한 연구”, 제주관광전문대학 논문집 제3호, 1997.
- 박상수, 「자치단체 경영과 이벤트」, 지방행정연구원, 자치행정 제79호, 1994. 동방기획(주), ‘사보 동방기획’. 1991. 2월호.
- 이원태, 「지방자치단체의 지역문화축제 운영방안 연구」, 한국문화정책개발원, 1995.
- 정강환, “지역활성화를 위한 이벤트와 지역축제 진흥방안”, 지방행정연구 제11권 제3호, 1996.
- , “외국의 지역축제사례 효과분석”, 한국의 지역축제, 문화체육부, 1997.

— , “'93엑스포 전후비교조사를 통해서 본 대전시에 미친 관광영향 연구”,  
관광학연구 제18권 제2호.  
신한종합연구소, “일본기업의 이벤트 전략”, 1991.

한국문화예술진흥원, “도시문화환경 개선방안 연구”, 한국문화예술진흥원,  
1992.

한국관광공사연구부, “이벤트산업 활성화 방안”, 한국관광공사, 1994.

이원태, 「지역축제를 활용한 문화산업 육성전략」, 현대사회연구소, 1999.3.

문화체육부, 「한국의 지역축제」, (서울 : 문화체육부, 1997).

문화관광부; <http://www.knto.go.kr>

제주도청관광문화국; <http://www.jeju.go.kr>

인포제주; <http://www.infojeju.com>

한국관광공사; <http://www.knto.or.kr>

## 2. 외국문헌

Donald Gets, "Special event", *Tourism Management*, Vol.10, No.2, June,  
1989

R. Mill & Morrison, "The Tourism System", prentice-Hall, Englewoo  
Cliffs, 1985 ; Donald Gets, "Special events", *op.*  
*cit.*, 1989.

AP, John, "'Residents' Perception on Tourism impacts", *Annals of*  
*Tourism Research*, 1992, vol 19.

Lankford, Samuel v. & Dennis Howard, "Developing a tourism impact  
attitude scale", *Annals of Tourism Research* 21, 1994.

Liu, Juanita C. & Turgut Var, Resident attitudes toward tourism impacts  
in Hawaii. *Annals of Tourism Research* 13, 1986.

<Abstract>

A Study of a Tourism Event's effect and Residents'  
Perception : A case of Jeju Island

Jeon, Seok-Jae

*Department of Business Administration  
Graduate School of Business Administration  
Cheju National University  
Supervised by Professor Oh, Sang-Hoon*

The purpose of this research was to explore residents' perception on effects of a tourism event.

This research is conducted to make a continuous progress and the development of tourism events.

The following hypotheses were examined: First, perceptions of residents will be different by one's role in tourism events.

Second, perceptions of residents will be different by demographic attributes. Third, reasons of necessary to be hold tourism events will be different by demographic attributes.

The data for this research was collected in Jeju island. The residents were contacted through a questionnaire survey.

A total of 326 questionnaire were distributed and 281 usable questionnaire were collected, yielding a response rate of eighty-six percent. A series of analysis methods-Frequency, Factor analysis, ANOVA and T-test were made good use of data analysis.

The effects of tourism event on a hosting community were appraised by using 35-items. Respondents were asked to

indicate whether they agree or disagreed with each statement on a 5-point Likert type scaling method.

The items were factor analyzed and a five-factor solution was obtained. These were interpreted as positive effects on Tourism & Regional Development parts, negative effects on Environment & Regional Development parts, negative effects on Social & Economic parts, positive effects on Culture & Educational parts, positive effects on Social & Economic parts.

This research is summarized as follows; The responses were significantly varied by factors of demography. But with regard to positive aspects of tourism event on Tourism & Regional Development parts, Generally, residents have positive perceptions on it. Second, with regard to negative aspects of tourism event on Environment & Regional Development parts, residents have positive on it. Unexpectedly, residents has been felt that has not been destroyed natural environment after a tourism event. But they felt that natural environment has been deteriorated after it. Third, with regard to negative aspects of tourism event on Social & Economic parts, residents have positive and negative perceptions on it. The residents has been felt creasing the amount of consumption & prices rise.

With regard to aspects of tourism events on Culture & Educational parts, residents have positive perceptions. Especially, the group of young residents who were under 30 years old has been felt more positive perceptions than the other group about it.

Finally, with regard to positive aspects of tourism event on Social & Economic parts, residents have positive and negative perceptions.

Generally, the residents value effects of Social & Culture parts above everything else.

The result of the research as following:

It is very important that uplift understanding of the residents about the effect.

Most of the residents in Jeju local community were homogeneous in the views toward tourism effects. But they were not homogeneous in part.

It will be activate local community that the tourism events obtain excellent results.

I hope this research furnished information to enhance effects of tourism event.



## 설문지

# 제주지역 관광이벤트 주민의견조사

안녕하십니까?

저는 제주대학교 경영대학원에서 관광경영학을 전공하고 있습니다.

본 설문지는 제주지역에서 실시되고 있는 관광이벤트에 대하여 지역주민들은 어떤 인식을 갖고 있는가에 대하여 귀하의 의견을 듣고자 실시하고 있습니다. 귀하께서 응답해 주신 귀한 내용은 제주지역의 관광이벤트가 주민의 편에서 발전적으로 진행되고, 이를 통하여 제주지역사회의 활성화를 이루기 위한 연구에 쓰여질 것입니다.

이 조사를 통하여 응답해 주신 내용은 본 연구의 학술적 통계자료로만 이용될 것이오니, 바쁘시더라도 설문에 응해 주시기를 부탁드립니다.

귀하의 가정에 행복과 건강이 늘 함께 하시기를 바라며 협조에 깊은 감사드립니다.

2002년 9월

지도 교수 : 제주대학교 경영대학원  
문학박사 오 상 훈

조 사 자 : 제주대학교 경영대학원  
관광경영전공  
전 석 재



5. 관광이벤트에 참가하지 않은 이유는 무엇입니까?(미참가자)

- ① 별로 관심이 없어서
- ② 실 이득이 없어서
- ③ 행사장까지의 거리가 멀어서
- ④ 행사장까지의 교통수단이 없어서
- ⑤ 행사에 대한 정보를 알지 못해서
- ⑥ 여유시간이 없어서      ⑦ 기타

6. 관광이벤트 개최가 왜 필요하다고 생각합니까?

- ① 자기 지역을 널리 알리거나 지역이미지 향상을 위해서
- ② 소득과 일자리의 확대(고용창출)를 위해서
- ③ 지역사회의 발전과 지역 고유의 문화를 보전하고 보급하기 위해서
- ④ 자연환경·생활환경을 개선하고 쾌적한 지역을 만들기 위해
- ⑤ 타 지역에서 개최하니까

II. 아래의 질문은 관광이벤트가 제주지역에 미친 효과에 대한 사항입니다. 해당란에 V표를 해 주십시오.

번 호	관광이벤트 효과	매우 그렇 다	그렇 다	보통 이다	그렇 지 않다	전혀 아니 다
01	지역의 미관이 아름다워졌다					
02	쓰레기와 소음이 많아졌다					
03	지역의 이미지가 좋아졌다					
04	과소비가 증가했다					
05	공무원들이 친절해졌다					
06	교통이 복잡하고 불편해졌다					
07	지역이 널리 알려지게 되었다					
08	범죄가 증가하였다					
09	고용(일자리)이 증가하였다					
10	새로운 지역문화를 알게 되었다					



번 호	관광이벤트 효과	매우 그렇 다	그렇 다	보통 이다	그렇 지 않다	전혀 아니 다
11	부동산 가격이 올랐다					
12	지역의 고유문화와 전통이 훼손됐다					
13	사회기반시설(도로, 상하수도 등)이 개선되었다					
14	관광객이 증가하였다					
15	전반적으로 물가가 상승하였다					
16	외부인과의 접촉이 많아졌다					
17	문화공간이 많이 늘어났다					
18	관광관련시설(숙박시설, 여행사, 렌트카 등)투자가 늘어났다					
19	지역이 빨리 발전하게 되었다					
20	지역을 아끼고 사랑하게 되었다					
21	세금부담이 늘어났다					
22	특정집단만이 행사수익을 챙긴다					
23	지역에 대한 자부심이 생겼다					
24	경제적인 빈부의 차가 더 커졌다					
25	연극·음악회·전시회 등을 자주 찾게 되었다					
26	행사용 시설물 설치로 자연환경이 파괴되었다					
27	공중질서를 잘 지키게 되었다					
28	소비생활이 불편해 졌다					
29	소득이 증가하였다					
30	외지인과 친밀하게 사귀게 되었다					
31	생태계 파괴가 일어났다					
32	이웃과의 사이가 좋아졌다					
33	수익금이 지역외부로 유출된다					
34	유해(유해)업소가 많이 생겨났다					
35	자녀교육에 많은 도움이 되었다					

Ⅲ. 다음은 자료분류를 위한 일반사항에 관한 질문입니다.

(해당 번호에 V표를 해 주십시오)

1. 귀하의 성별은? ① 남 ② 여
2. 귀하의 연령은? ① 20세 미만 ② 20~29세 ③ 30~39세  
④ 40~49세 ⑤ 50~59세 ⑥ 60세 이상
3. 귀하의 직업은? ① 농·어업 ② 자영업, 상업 ③ 주부  
④ 회사원·공무원 ⑤ 관광관련종사원 ⑥ 학생  
⑦ 전문직(의사, 변호사, 교수, 교사... ⑧ 기타
4. 귀하의 학력은? ① 고졸이하 ② 대학재학 ③대졸 ④ 대학원 이상
5. 귀하의 월평균 수입 정도는?  
① 100만원 미만 ② 100만~200만원 미만  
③ 200만~300만원 미만 ④ 300만~400만원 미만  
⑤ 400만원 이상
6. 귀하의 거주지역은?  
① 제주시 ② 서귀포시 ③ 남제주군 ④ 북제주군

바쁘신 시간 끝까지 응답해 주셔서 감사합니다.  
즐거운 시간 보내시기 바랍니다.

