碩士學位論文 .

지역축제 참가자의 만족 및 재방문의사에 관한 연구

- 탐라문화제를 중심으로 -

濟州大學校 經營大學院

觀光開發學科 觀光開發專攻

張 景 勛

2008 年 8 月

지역축제 참가자의 만족 및 재방문의사에 관한 연구

- 탐라문화제를 중심으로 -

指導敎授 張 聖 洙

張 景 勛

이 論文을 觀光學 碩士學位 論文으로 提出함

2008 年 8 月

張景勛의 觀光開發學科 觀光開發專攻
碩士學位 論文을 認准함

審査委員長 _____ ㊞

委 員 _____ ㊞

委 員 _____ ㊞

濟州大學校 經營大學院

2008 年 8 月

A Study on the Satisfaction and Revisiting Intention of Participants in the Local Festival

- Focusing on the Tamna Cultural Festival -

Kyung-Hun Jang
(Supervised by professor Sung-Soo Jang)

A thesis submitted in partial fulfillment of the requirement for the degree of Master of Tourism Development

2008. 8.

Department of Tourism Development
GRADUATE SCHOOL OF BUSINESS ADMINISTRATION
CHEJU NATIONAL UNIVERSITY

목 차

제 1 장 서론 ····· 1

제 1 절 연구 배경 ····· 1

제 2 절 연구 목적 ····· 3

제 3 절 연구의 범위와 방법 ····· 4

1. 연구의 범위 ····· 4

2. 연구 방법 ····· 4

제 2 장 지역축제의 이론적 고찰 ····· 7

제 1 절 지역축제에 대한 이론적 고찰 ····· 7

1. 지역축제의 개념 ····· 7

2. 지역축제의 현대적 의미 ····· 11

3. 지역 축제의 분류 ····· 12

4. 지역축제의 추세 ····· 19

5. 지역축제의 효과 ····· 21

6. 지역축제의 효과 ····· 26

제 2 절 지역축제의 만족도와 재방문에 대한 이론적 고찰 ····· 28

1. 지역축제의 만족도 ····· 28

2. 지역문화축제의 재방문의 의의 ····· 30

3. 추천 의사 ····· 31

제 3 절 선행연구 고찰 ····· 33

제 3 장 지역축제의 현황분석 ····· 35

제 1 절 국내 지역축제 현황 ····· 35

1. 국내 지역축제 현황 ····· 35

2. 국내 지역축제의 특징 ····· 38

제 2 절 제주 지역축제 현황 ····· 41

1. 제주 지역축제의 현황 ····· 41

2. 제주 지역축제의 의의 및 문제점 ····· 42
제 3 절 탐라문화제의 개요 ····· 47
1. 탐라문화제 개요 ····· 47
2. 탐라문화제 문제점 ····· 49

제 4 장 연구 설계 ····· 52
제 1 절 연구모형과 가설 설정 ····· 52
1. 연구모형 ····· 52
2. 연구가설 설정 ····· 53
제 2 절 연구 설계 ····· 54
1. 자료수집 및 분석방법 ····· 54
2. 설문지 구성 ····· 55
제 3 절 분석도구의 신뢰성과 타당성 ····· 57
1. 신뢰성 검증 ····· 57
2. 타당성 검증 ····· 59

제 5 장 탐라문화제의 실증분석 ····· 63
제 1 절 일반적 특성 분석 ····· 63
1. 인구통계학적 특성 ····· 63
2. 참가 형태에 관한 특성 ····· 64
3. 만족변수의 기술통계량 분석 ····· 65
제 2 절 가설 검증 ····· 67
1. 참가형태와 참가자 만족도의 관계 검증 ····· 67
2. 축제 만족속성과 만족도의 관계 검증 ····· 69
3. 축제 만족과 재방문과의 관계 검증 ····· 71
4. 축제 만족과 타인추천과의 관계 검증 ····· 72
5. 인구 통계학적 특성과 축제 만족도의 관계 검증 ····· 63
제 3 절 가설검증 요약 ····· 76
1. 가설 검증 결과 요약 ····· 76

2. 결과에 대한 시사점 ····· 78

제 6 장 결론 ····· 81
참고문헌 ····· 83
부록 ····· 89
ABSTRACT ····· 96

JEJU NATIONAL UNIVERSITY · SINCE 1952 · 제주대

표 목차

<표 2-1> 축제 지향성에 따른 분류 ····· 13
<표 2-2> 축제 운영방식에 따른 분류 ····· 14
<표 2-3> 축제 규모에 따른 분류 ····· 15
<표 2-4> 개최목적에 따른 분류 ····· 16
<표 2-5> 소재에 따른 분류 ····· 17
<표 2-6> 축제 유형별 분류 ····· 18
<표 2-7> 지역축제의 효과 ····· 26
<표 2-8> 지역축제에 관한 선행연구 ····· 33
<표 3-1> 축제 개최시작 연도별 현황 ····· 35
<표 3-2> 2005~2006 지역별 축제 수 및 백분율 ····· 36
<표 3-3> 축제 개최 시기별 현황 ····· 40
<표 3-4> 제46회 탐라문화제 주요 프로그램 ····· 49
<표 3-5> 법성포 단오제와 탐라문화제 비교 ····· 51
<표 4-1> 선행연구를 통한 만족도 항목 설정 ····· 56
<표 4-2> 설문지 구성내용 ····· 56
<표 4-3> 만족도 항목에 대한 신뢰도 검증 결과 ····· 58
<표 4-4> 선행연구와 탐라문화제 요인 비교 ····· 61
<표 4-5> 만족도 항목에 대한 요인 비교 ····· 62
<표 5-1> 인구통계학적 분석결과 ····· 63
<표 5-2> 참가형태 특성 ····· 64
<표 5-3> 만족도 변수의 기술통계량 분석 ····· 66
<표 5-4> 참여 횟수에 따른 축제만족도의 분산분석(ANOVA) 결과 ····· 67
<표 5-5> 관심요소에 따른 축제만족도의 분산분석(ANOVA) 결과 ····· 68
<표 5-6> 축제 정보 입수처에 따른 축제만족도의 T-test 분석 결과 ····· 69
<표 5-7> 축제만족속성이 축제만족에 미치는 영향에 대한 회귀분석 결과 ····· 69
<표 5-8> 축제 만족이 재방문 의사에 대한 분석 ····· 71

<표 5-9> 축제 만족이 타인 추천 의향에 대한 분석 ····· 72
<표 5-10> 성별에 따른 축제만족도의 T-test 분석 결과 ····· 73
<표 5-11> 거주지에 따른 축제만족도의 T-test 분석 결과 ····· 74
<표 5-12> 연령에 따른 축제만족도의 분산분석(ANOVA) 결과 ····· 75
<표 5-13> 직업에 따른 축제만족도의 분산분석(ANOVA) 결과 ····· 75
<표 5-14> 가설 검증 결과 ····· 77
<표 5-15> 기존 제주지역 축제 연구결과 비교 ····· 79

JEJU NATIONAL UNIVERSITY · SINCE 1952 · 제주대

그림 목차

[그림 1] 연구 흐름도 ····· 6
[그림 2] 연구모형 ····· 53

JEJU NATIONAL UNIVERSITY
제주대
SINCE 1952

제 1 장 서론

제 1 절 연구 배경

지역축제는 지역공동체에서 수세대에 걸쳐 축적해 온 지역의 신화나 종교 또는 제의(祭儀) 등의 고유문화를 상징적으로 표출하는 정례행사이며, 지역민의 단합과 지역문화의 정체성을 강화하는 기능을 수행한다.

지방자치정부 시대가 본격화되면서 각 지방정부는 지역 축제나 이벤트를 통하여 지역문화의 보존 및 계승, 관광객 유치를 통한 지역경제 활성화, 지역주민의 단합과 자긍심 고취, 지역내외에 여가를 제공함으로써 삶의 질을 향상시키려는 노력들을 지속적으로 기울여 왔다. 지역 특유의 자원을 바탕으로 한 지역축제는 사회적·경제적·물리적 측면에서 긍정적인 효과를 낳고 있다. 또한 지역고유의 전통축제를 통해서 외부 관광객을 유치함으로써 새로운 지역이미지 창출, 지역문화의 발굴·보존 및 관광으로 인한 사회문화적 측면의 부정적 영향을 감소시킬 수 있다는 점에서 축제의 또 다른 중요한 의미가 있다(M. Uysal, 1993).

축제 개최로 인한 다양한 장점으로 인해 각 지방자치단체와 민간단체가 지역축제라는 이름으로 2006년에 개최한 축제 수가 1,176개에 이르게 되었다(류정아, 2007). 이와 같이 전국적으로 축제의 홍수 속에서 축제를 독일 뮌헨의 맥주축제인 옥토버페스트, 일본의 삿포로 눈축제(유키마쯔리: 雪祭り), 스페인 부뉼의 토마토축제(La Tomatino) 등과 같은 세계적인 관광자원으로 육성하여 이를 통해 지역경제 활성화 및 지방 관광산업 발전을 도모하고자 1995년부터 문화관광부에서 문화관광축제를 선정하여 지원하였다(박호창, 2006).

문화체육관광부에서는 2008년 문화관광축제[1]를 한국을 대표할 수 있는 대표축제인 대한민국대표축제, 최우수축제, 우수축제, 축제의 저변확대를 위한 유망축제

1) 문화체육관광부 선정 관광문화축제는 1995년 2개, 1996년 8개, 1997년 10개, 1998년 18개, 1999년 21개, 2000년 25개, 2001년 30개, 2002년 29개, 2003년 23개, 2004년 23개, 2005년 18개, 2006년 27개, 2007년 33개가 선정되었다. 2008년에는 대한민국 대표축제 2개, 최우수축제 7개, 우수축제 10개, 유망축제 17개, 예비축제20개가 선정되었다.

및 예비축제로 구분하여 예산을 지원하고 있다. 문화체육관광부 선정 문화관광축제는 1995년 2개로 시작하여 2008년에는 대한민국 대표축제인 안동국제탈춤축제, 보령머드축제를 포함해서 56개의 축제가 지정되었다.

문화축제로 지정된 축제는 축제전문가의 자문 및 평가, 축제 워크숍 개최, 한국관광공사를 통한 마케팅 등의 지원을 받게 된다. 제주도의 축제 중에는 정월대보름 들불축제, 서귀포 칠십리 축제가 2008년 유망축제로 지정되었고 최남단 방어축제가 예비축제로 선정되었다.

제주 관광발전 및 지역경제 활성화 측면에서 지역 문화관광축제의 중요성을 고려할 때 현재 제주지역 관광문화축제와 관련된 정확한 진단이 필요하다. 특히 지역축제가 관광객 유입과 지역주민의 문화발전에 도움이 될 수 있는 방향으로 나가야 한다는 점에서 지역축제 활성화 방안이 필요하다.

제주지역은 2006년 7월 1일부터 제주특별자치도 출범으로 기존의 시·군에서 이루어진 축제가 하나로 통합되고 이에 따른 축제 개최에 대한 재조정이 시급한 실정이다. 따라서 지역축제에 관한 참가자의 만족요인이 재방문의사와 타인추천에 어떤 관계가 있는지를 규명함으로써 보다 나은 지역축제 발전방안이 수립되어야 할 것이다.

본 연구에서는 1962년부터 시작된 제주의 대표적인 지역축제인 탐라문화제를 중심으로 연구를 진행하였다. 탐라문화제는 제주의 지역전통문화축제로 주민의 화합과 단결, 제주의 전통문화계승 등에 많은 영향을 미치고 있는 대표적인 축제이다.

그러나 2002년~2005년 4년간 우수 축제로 지정받았으나 현재는 지정 받지 못하고 있는 실정이다. 따라서 탐라문화제의 만족속성에 대한 참가자의 만족을 살펴보고 만족요인이 재방문의사와 타인추천의사에 어떤 영향을 미치는지를 규명하고자 한다.

제 2 절 연구 목적

본 연구의 목적은 앞에서 제기한 문제의식을 바탕으로 지역축제와 참가자 만족에 대한 개념을 고찰하고, 지역축제의 만족요인과 재방문의사 그리고 타인추천의사 사이의 관계를 살펴봄으로써 향후 보다 나은 발전방안을 제시하는데 그 목적이 있다. 즉, 관광객 유입을 위한 방법인 지역축제의 발전방안을 모색함으로써 지역경제 활성화 및 축제활성화에 기여하고자 한다.

이러한 연구를 위해 제주지역의 대표적인 지역축제인 탐라문화제에 참가자를 대상으로 설문조사를 실시하고 분석결과를 토대로 보다 합리적이고 현실적인 지역축제 활성화 방안을 수립할 수 있는 기초자료를 제시한다.

위에서 기술한 연구 목적을 달성하기 위해 세부적인 목표는 다음과 같다.

첫째, 문헌연구를 통하여 지역축제의 개념과 유형, 탐라문화제 현황 그리고 참가자 만족에 관한 이론을 체계화 시킨다. 또한 선행 연구를 통해 지역축제의 만족과 재방문과의 관계를 정립한다.

둘째, 지역축제 현황과 문제점을 분석하여 지역축제 발전방안 연구를 위한 기초 자료로 이용한다.

셋째, 문헌연구를 통해 설정한 지역축제 참가자의 만족속성 항목을 바탕으로 지역축제의 만족속성과 재방문 및 타인추천과의 관계를 살펴보기 위한 실증분석을 실시한다.

넷째, 실증분석을 통하여 나타난 결과를 토대로 탐라문화제의 활성화 및 발전방안을 제시한다.

제 3 절 연구의 범위와 방법

1. 연구의 범위

본 연구의 내용적 범위로는 제주 대표 지역축제인 탐라문화제를 활성화시킬 수 있는 발전방안을 도출하는 것이다. 이를 위해 축제와 축제 만족도에 대한 이론적 연구와 제주지역 축제에 대한 사례연구가 진행되었다.

연구의 시간적 범위는 설문조사가 실시된 2007년을 기준년도로 정하고, 실증분석은 탐라문화제에 참가자를 대상으로 축제기간인 10월 5일부터 10월 10일까지 설문조사를 실시하였다. 연구의 공간적 범위로는 탐라문화제 대표 행사장인 탑동을 설정하였다. 연구의 대상은 탐라문화제를 방문한 방문객을 대상으로 실증조사 하였다.

본 연구의 내용적 범위는 전체 6장으로 구성되어 졌다.

제 1장은 서론으로 본 연구의 문제제기와 연구목적의 목적, 연구의 범위 및 방법으로 이루어졌다.

제 2장은 연구의 이론적 배경으로 지역축제의 이론적 배경, 만족도와 재방문 등의 이론적 고찰로 이루어졌다.

제 3장은 지역축제의 현황분석으로 국내 및 제주 지역축제 현황, 제주지역축제 의의 및 문제점, 탐라문화제 현황으로 이루어졌다.

제 4장은 연구 설계로 연구모형과 가설설정, 연구 설계, 분석도구의 신뢰성 및 타당성으로 이루어졌다.

제 5장은 실증분석을 통해 얻어진 자료의 분석결과로서 표본의 일반적 특성, 측정척도의 평가, 연구가설의 검증, 종합토의로 이루어졌다.

제 6장은 결론으로 본 연구의 전반적인 요약과 시사점, 연구의 한계성을 기술하고 향후 연구의 방향을 제시하였다.

2. 연구 방법

본 연구의 방법으로는 이론의 검토와 각종 통계 및 사례를 탐색하기 위한 문

헌연구가 선행되었다. 연구의 논리적 타당성과 실천적 유용성을 높이기 위해 축제 참가자를 대상으로 설문조사를 통해 수집된 실제자료를 통계적으로 분석·처리하는 실증연구(empirical study)를 병행하였다.

첫째, 문헌연구에서는 지역축제 관련 서적과 논문 및 기타 관련 자료를 활용하여, 이를 바탕으로 이론적 토대를 구축하고 실증조사에 필요한 개념의 정립과 측정요소의 설정과 적절성을 통하여 연구모형과 가설을 설정하였다. 그리고 만족도와 재방문 및 타인 추천의사의 관련성을 파악하여 분석의 근거로 삼았다.

둘째, 실증연구는 문헌연구와 선행연구를 토대로 작성한 설문지를 배포하여 자기기입법(self-administered questionnaire survey method)으로 응답케 하는 설문지법(questionnaire)을 사용하였다. 실증 조사는 2007년 10월 5일부터 10월 10일까지 6일간에 걸쳐 실시하였고 조사지역은 탐라문화제 행사장 지역으로 한정하였다. 조사대상은 탐라문화제 참가자를 대상으로 총 300부의 설문지를 배부하였으며 자료의 수집은 응답률을 높이기 위하여 참가자와 면담을 한 후에 응답하도록 하였다.

실증 분석은 사회과학 분야의 통계프로그램으로 널리 활용되는 SPSS 12.0 통계패키지 프로그램을 이용하여, 자료 입력에 대한 정확성을 점검하기 위한 기술통계분석을 실시하였고, 측정도구에 대한 신뢰도를 분석하기 위해 크론바하 알파(Cronbach's alpha)계수를 이용한 신뢰도 검증을 실시하였다.

탐라문화제 만족도 속성을 탐색하기 위하여 요인분석을 실시하였으며, 만족요인을 도출하기 위한 요인분석(Factor Analysis)을 실시하였다. 인구통계학적 특성, 참가형태에 따른 만족도 사이의 차이를 검증하기 위해 T-test와 분산분석(ANOVA)을 하였다. 또한, 축제의 전반적인 만족도가 재방문 및 타인 추천의사에 미치는 영향을 분석하기 위해 회귀분석을 실시하였다.

연구 목적
연구의 범위와 방법
지역축제에 대한 이론적 고찰
이론적 고찰
축제만족도와 재방문에 대한 이론적 고찰
국내 지역축제 현황 분석
축제 현황분석
제주 지역축제 현황 분석
연구모형과 가설 설정
연구 설계
분석도구의 신뢰성과 타당성
일반적 특성분석
실증 분석
가설 검증 및 요약
결론

[그림 4] 연구 흐름도

제 2 장 지역축제의 이론적 고찰

제 1 절 지역축제에 대한 이론적 고찰

1. 지역축제의 개념

축제에는 모든 예술이 망라된 종합예술의 성격을 지니고 있다. 하지만 축제의 원래 의미에는 종교성을 포함하고 있다.

축제의 사전적인 의미는 '축하하여 제사지냄', '경축하여 벌이는 큰 잔치나 행사'등으로 해석되고 있다. 또한 축제는 주로 종교적인 배경에서 이해되고 있으며, 개인 또는 공동체에 특별한 의미가 있거나 시기를 기념하여 의식을 행하는 행위라고 정의할 수 있다(이경모, 2003).

Goldblatt(2001)는 이벤트 용어사전에서 축제를 다양한 활동을 통해서 참가자와 관람객에게 특별한 의미를 전달하는 공공의 의식이라 하였다.

축제를 나타내는 일반적인 단어인 'Festival'의 어원이 되는 'fest', 'festus', 'ferier'등의 단어와 이탈리아어인 'carnival'의 의미를 살펴보면 페스티발(Festival)은 축제라는 개념에 가장 가깝게 사용되는 말이며, 카니발(carnival)은 일상에서 벗어나 종교적인 의식에 들어간다는 의미를 내포되어 있어 축제는 종교와 의식을 포함하는 개념을 가지고 있다(울리히 쿤 하인, 2001). 또한 페스티발과 유사한 용어로 사용되는 영어권의 말로 레이트(Rite), 리튜얼(Ritual), 세레모니(Ceremony) 등을 들 수 있는데 이는 모두 종교와 관련된 용어로서 사용하는 사람에 따라 레이트(Rite)를 의례(儀禮)로, 리튜얼(Ritual)을 제의(祭儀)로 번역하기도 하는데 리튜얼(Ritual)이 레이트(Rite)보다는 전통적 구속력이 다소 강하지만 둘 다 동질의 의미로 볼 수 있다.

우리나라의 경우 축제와 유사한 용어로는 제전(祭典), 축전(祝典) 등이 있으나 이들이 정확하게 서로 부합되는 것은 아니다. 축제라는 용어는 옛 문헌에 나타나

지 않는 것으로 보아 후대에 만들어진 조어라고 추정할 수 있다. 우리에게 축제보다는 '잔치'라는 용어가 더 친숙한 것은 사실이다. 물론 잔치는 축제보다는 소규모의 행사를 일컬을 때 사용된다. 최근에 규모가 큰 행사에도 잔치 또는 축제라는 말을 사용하는 등 사실상 개념의 분별없이 축제의 용어 사용 폭이 넓어지는 추세에 있다.

우리 축제의 고형(固形)인 제천의례(祭天儀禮)는 농공시필기에 하늘에 제사지낸 후 무수한 사람들이 모여 음주가무하며 즐기는 것이 관례였다. 단순히 술 마시고 노래하는 것이 아니라 반드시 하늘에 제사를 지냈다는 것이 바로 축제가 신성한 종교행사였음을 말해준다.

오늘날의 축제는 종교성을 상실한 채 유희적이고 놀이적인 모습이 강조되고 있다. 흔히 산업화와 세속주의는 축제의 종교성을 박탈하고 세속화를 가속화시켰다. 그러나 축제가 제(祭)가 사라지고 축(祝)만이 남은 것이라고 단언할 수 없다. 축제는 분명히 축(祝)과 제(祭)가 포괄된 문화현상이라고 보아야 한다.

한국문화정책개발원(1994)은 '축제는 농업, 종교, 사회, 문화의 어떤 사건이나 절기를 기념하여 그것을 의례적으로 축하하는 어느 날이나 기간을 말하기도 한다. 따라서 축제에는 특별한 의례와 관련하여 먹고 마시는 공동체의 성스러운 식사가 포함된다'고 하였다.

Getz. D(1991)는 축제를 '공공적이며 테마가 있는 의식이라 정의하여 공동체의 구성원들이 여러 형태의 축제행위에 참여하는 사회적 상호작용'으로 보았다.

한국관광공사(1990)는 '축제는 일종의 행사로서 사람들이 누리는 모든 문화에서 발견되는 사회적 현상이고, 주제가 있는 기념행사로 특별한 주제를 기념하거나 표현하는 것을 목적으로 하며, 시작하는 날과 끝나는 날이 미리 예정되어 있고, 행사의 모든 활동이 주로 같은 장소에서 진행되며, 일 년에 한번 또는 정기적으로 열리는 특별함이 있다'라고 하였다. 이후 한국관광공사(2000)는 관광문화축제를 매년 정부에서 지정하는 축제를 의미한다고 하였으며, 지역축제는 관광문화축제를 제외한 모든 축제라는 의미로 보고 있다. 또한 축제란 관광문화축제와 지역축제를 합친 개념으로 보고 있다.

일본 이벤트산업진흥협회(1999)는 이벤트백서 발간을 위한 통계기준치 설정을 위한 축제의 개념으로써 '지방자치단체・공동단체가 계획하는 복합형이벤트로 대

규모 박람회에 포함되지 않는 지방의 소형박람회, 축제・퍼레이드, 경관 등에 관련되어 개최되는 이벤트'로 범위를 규정하고 있다.

Falassi(1987)는 축제를 인류문화에서 실제로 마주칠 수 있는 하나의 이벤트이며 사회현상으로 정의하면서 축제의 내용을 다섯 가지로 요약하였다.

첫째, 특별한 준수사항으로 특정되는 신성하거나 세속적인 의식의 시간, 둘째, 중요한 인물이나 사건, 중요한 생산물의 수확을 기념하는 연례이벤트, 셋째, 예술분야의 일련의 공연 작업으로 구성된 문화이벤트, 넷째, 박람회, 다섯째, 일반적인 야단법석(gaiety), 연회(conviviality), 환호(cheerfulness) 등으로 구분하였으며 사회적, 문화적 측면을 강조하였다.

Douglas(2001)은 정해진 기간에 공공의 주제를 가지고 준비되어 지역민의 삶을 나타내는 가치 있는 의식이라 하였다.

Chock과 Schffer(1993)는 축제는 전통적으로 종교적인 제의를 의미하였지만 이후에 음주가무 등의 유의성이 결합된 형태를 띠게 되며, 지역의 전통 문화유산이나 역사, 그리고 문화를 기념하려는 작은 이벤트의 성격을 갖게 되어 지역사회의 규범이나 가치를 표현하는 양식으로 진전한다고 하였다.

이승수(2003)는 축제를 민속학적인 관점에서 주기적으로 참가자가 집단으로 특유한 규칙에 의거하여 행동하며, 사람들의 관심을 한 곳에 모으는 심벌이 있고 이 심벌을 이용하여 참가자에게 비일상적인 의식을 만들어내는 것이라 하였다.

함영덕(2000)은 축제를 '공동체에 특별한 의미를 가진 사건, 시기, 인물, 생산품 등을 축하하고 기념하는 인간의 내재적 본능을 표출할 수 있는 시간과 공간이 허용된 제의와 놀이의 만남의 광장으로 정의'하였다.

김장수(1999)는 지역의 역사적 상관성속에 지역적 전통의례가 생성・전승된 전통적인 문화유산을 축제화된 것으로써 지역주민과 관광객이 함께 축제의 일환으로 주체적으로 참가하는 전통이 있고 개성이 있는 제의적 놀이마당의 성격을 띤 지역문화행위를 주제로 한 이벤트라 하였다.

전통적인 의미에서 보면, 축제는 지역주민들의 총체적인 삶과 전통 문화적 요소가 잘 반영되어 있는 종합적인 문화행사로, 전통적인 지역축제들은 바로 이러한 지역주민들의 공동체적 의식과 동질성을 확인해 주었던 의미 있는 민속제로서 모든 축제의 기원은 공공의 향연과 의식이며, 예술이나 의식, 제례를 통하여

특별한 기회를 기념하는 방법으로 거행되고 축제의 주제는 주로 문화적 공유를 참고로 하여 결정되어 진다(D. Getz, 1991).

또한 전통적인 축제의 개념은 주로 지역의 독특한 전승문화를 중심으로 한 사회적·문화적인 기능에 초점을 두었으나 현대적인 개념에서는 전통적인 기능과 함께 지역사회에 미치는 긍정적인 효과를 경제적인 기능을 추가로 포함하고 있다.

이러한 관점에서 축제를 협의의 의미와 광의의 의미로 나누어 볼 수 있다.

협의의 축제는 지역과의 역사적 상관성 속에서 생성·전승된 전통적인 문화유산을 축제화한 것을 의미하며, 광의의 축제는 전통축제 뿐 아니라 흔히 말하는 문화제, 예술제, 전국민속경연대회를 포함한 각 지역의 민속예술공연 등 문화행사 전반을 포함하고 있다(김명자, 1995).

또한 관광의 측면에서 보면 Getz(1989)는 축제가 관광지에 생명력을 부가시키고, 관광지의 매력을 향상시킨다고 하였으며, Jefferson(1991)은 축제는 한정된 기간에 음악과 미술을 중심으로 음악과 음료에 이르기까지 모든 관광활동의 요소를 포함하여 개최되는 특별한 축하의식이라 하였다. 또한 이강욱(1998)은 관광문화축제를 문화적인 요소와 테마를 지닌 지역축제가 관광자원화의 목적을 지닐 때 '문화관광'과 '축제'의 합성어인 '관광문화축제'라는 용어로 정의될 수 있다고 강조한다.

지역축제에 대한 개념 정의는 일반적으로 두 가지로 전통적인 의미와 광의의 의미로 나눌 수 있다. 전통적 의미에서의 지역축제라는 것은 지역과의 역사적인 상관성 속에서 생성, 전승된 전통적인 문화유산을 축제화한 것이다(김장수, 1999). 광의의 의미에서의 지역축제는 문화적 환경의 변화와 인간의 욕구, 교육수준의 변화로 인하여 생성된 지식과 정보를 축제화 하는 것이 포함된다. 오늘날에는 협의보다는 광의 의미로 받아들여 지역축제의 범위를 확대시키고 있다. 지역축제는 지역주민의 생활과 문화를, 축제를 통하여 집약적이고 함축적으로 표출한 것으로 지역문화의 총체라고 할 수 있다(윤태범, 2000).

지방자치시대에 지역축제는 지방자치 단체에서 가장 중요시하는 행사 중의 하나이다. 지역축제를 주민과의 커뮤니케이션 수단으로 활용하기 때문이다. 즉, 지역의 문화 속에 주민들과 하나가 되어 그들과 호흡을 같이하고 공감대를 형성하

는 길은 축제가 유용하기 때문이다. 축제는 지역주민과의 지속적인 정감의 교감에는 최고의 커뮤니케이션으로 선진국에서는 일찍부터 널리 활용되어 왔다. 문화의 시대에는 보다 더 수용하기 쉬운 요소와 문화적 정체성에 입각한 주제가 언론로 관심이 대상이 되고 주민과 자치단체 등의 홍보에도 매우 효과적이다(안경모, 1998). 이러한 지역축제는 공익, 사회적 가치를 촉진시키거나 문화욕구를 충족시키거나 문화욕구를 충족시키고, 공공관계를 통한 지역의 이미지 제고 등의 목적을 가지고 있다(박홍식, 2001).

지역축제의 개념을 정리해보면 지역에 존재하는 전통 문화적 요소들을 대상으로 한 공동체적 의식이라고 볼 수 있지만, 전통 문화적 요소가 결여 된 현대축제의 현상들을 살펴볼 때, 지역축제의 개념은 전통적 현대적 개념을 포함해 각 축제의 특성에 따른 개념까지도 포함해야할 필요성이 있다고 사료된다. 따라서 논자는 선행연구를 토대로 하여, 지역축제의 정의를 다음과 같이 하고자 한다. “지역축제는 지역을 바탕으로 한 전통적, 현대적 요소를 포함하고 지역의 특별한 목적을 가진 지역문화 이벤트이다.”

2. 지역축제의 현대적 의미

현대의 축제는 축제의 본래의 의미와는 달리 시대의 흐름에 따라 사회적, 문화적, 환경적으로 진화를 해왔다. 외국의 경우, 지역의 특수한 환경 또는 문화적 자원의 운용을 극대화하여 소득증대와 고용창출을 통해 지역경제 활성화에 많은 비중을 두고 축제나 이벤트를 실행하고 있다. 예를 들어 과거 60년대 영국의 침체된 산업도시인 글래스고(Glasgow)[2]는 각종 예술, 문화 축제를 통하여 문화 관광도시로 이미지 변화를 시도하여 1990년 ‘유럽의 문화도시’로 지정되었다. 정적인 도시 이미지를 갖고 있던 뉴질랜드 Wellington은 ‘국제예술축제’, ‘닛산자동차 경주대회’를 개최함으로써 다양하고 생동감 넘치는 관광도시로 변모하였다(송건섭, 2004). 또한 미국 미네소타주 세인폴시의 겨울 축제(Winter Carnival), 일본 홋카이도 삿포로의 눈 축제(유키마쯔리 : 雪祭り)등은 겨울에 축제를 개최하여

2) 영국 스코틀랜드 서남부의 항구 도시

줄어든 방문객을 늘리고 늘 찾을 수 있도록 프로그램을 개발하여 비수기를 극복함으로 지역 경제 활성화에 도움을 주었다. 실제로 미국, 영국, 케나다 등 지방자치가 잘 정착된 지역에서도 축제를 지역을 살리는 '산업'으로 보고 있다.

결국, 축제가 갖는 현대적 의미는 주민에 대한 레저, 문화적인 기회제공, 지역개발촉진, 지역문화의 계승 발전, 지역민의 단합과 자긍심 고취, 비영리조직의 기금마련, 관광 진흥, 지역 상징성 제고, 좋은 공공관계 및 이미지 창출 도구로써 대중적인 인식과 호응을 받기 위한 지방정부가 활용할 수 있는 하나의 정책도구로서 역할과 기능을 갖고 있다고 할 수 있다(김현욱, 2006).

3. 지역 축제의 분류

축제는 사회의 변천에 따라 변화하는 것이므로 규정된 형식이나 고정된 형틀이 없다. 축제가 개최되는 형식이나 참가하는 주민들의 형태, 추구하는 목표 등에 따라 다양하게 만들어진다. 축제와 이벤트는 현대 사람들의 지식수준이 증가하고 관광객의 관광욕구가 증가함에 따라 점점 다양화, 복잡한, 대형화되고 있는 추세를 보이고 있다. 따라서 축제에 대한 분류는 연구자나 분류방식에 따라 다양한 유형으로 분류되어진다. 실제 우리나라 각 지역의 많은 축제들의 경우 어떠한 유형에 포함되기 보다는 여러 유형에 동시에 포함된다.

1) 축제 지향성 따른 분류

지역민의 애향심 고취 등을 목적으로 한 내부지향형 축제, 관광객 유치 목적의 외부 지향적 축제 및 두 가지 모두를 목적으로 한 쌍방향 축제로 구분할 수 있다(이강욱, 1998).

<표 2-1> 축제 지향성에 따른 분류

명칭	내 용
내부 지향적 축제	지역민들의 애향심을 불러일으키거나 내 고장에 대한 역사의식을 고취시키며, 단결과 화합 및 공동체 의식함양 등의 지역 사회 내부를 목표로 하여 실시되는 축제로 현대 문화적 요소를 중심으로 프로그램이 구성되는 사회·문화적인 목적을 가진 축제
외부 지향적 축제	지역의 정체성을 기초로 하여 지역의 관광 및 산업발전 등 지역의 자연적 조건이나 사회경제적 환경을 중심으로 구성된 지역 축제로 관광객 유치확대를 통한 지역 경제 활성화를 목적으로 하는 축제
쌍방향 축제	내부지향을 통하여 지역의 발전과 정체성을 확립하고, 이를 토대로 지역사회의 외적인 성장을 함께 추구하는 방식의 축제

2) 축제 운영 방식에 따른 분류

축제를 운영하는 방식에 따라 중앙정부에 의한 국가 중심형 축제, 지방자치단체에 의한 지방자치단체 중심형 축제, 민간에 의한 민간 주도형 축제, 지역주민에 의한 주민 중심형 축제, 전문대행사를 이용한 대행사 중심형 축제, 주민·자치단체·대행사가 연계한 네트워크 중심형 축제로 구분할 수 있다(류정아, 2007).

<표 2-2> 축제 운영방식에 따른 분류

명칭	내 용
국가 중심형 축제	중앙정부가 주도하는 축제
지방자치단체 중심형 축제	지방자치단체가 주도하는 축제
민간주도형 축제	추진위원회 등의 민간조직을 결성하여 민간조직이 중심이 된 축제
주민 중심형 축제	주민 스스로가 만들고 운영하는 순수 주민형 축제
대행사 중심형 축제	전문대행사가 모든 행사를 기획 운영하는 축제
네트워크형 축제	주민·자치단체·대행사 등이 함께 네트워크를 이루어 운영하는 축제

3) 축제 운영 방식에 따른 분류(축제 규모에 따른 분류)

축제 규모에 따라 대규모축제(박람회), 중대형축제(문화관광축제), 중소형축제(지역축제) 및 상가축제 등의 소규모 축제로 분류할 수 있다(송태갑·박창규, 2004).

<표 2-3> 축제 규모에 따른 분류

구분	형태	주최	개최주기	개최기간	참가자수
대규모축제 (Mega)	박람회	도, 시, 국가	2년, 4년	20일~90일	100만 이상
문화관광축제/ 중대형축제 (Hallmark)	일반적인 축제	시, 군	1년	3일~10일	10만~30만
중소형축제 (Regional)	일반적인 축제	시, 군, 읍	1년	3일~7일	5만~10만
소규모축제 (Small)	특산물 축제, 상가축제	상인연합, 마을단위	1년, 6개원	1일~7일	5만 이하

출처 : Allen, e,t al. *Special Event Management, Second Edition(2002)*, 송태갑・박창규, 2004, 재인용

4) 개최목적에 따른 분류

축제 개최목적에 따라 분류는 군민의 날과 같은 주민화합형 축제, 지역산업 육성을 위한 산업형 축제, 지역의 인물 등을 추모하는 특수목적형 축제, 참여자들의 배울거리를 중심으로 한 교육적 축제, 지역문화발전을 위한 문화복지형 축제, 관광홍보를 위한 관광유도형 축제, 지역의 전통을 위한 전통계승형 축제, 겨루기 중심의 경연경기형 축제로 구분할 수 있다(박미숙, 2004, 박창규・강해상, 2005, 박헌오, 2005).

<표 2-4> 개최목적에 따른 분류

명칭	내 용
주민화합형 축제	지역에서 전통적으로 개최되어온 군민의 날 축제 등 자연 의존형 축제가 많음
산업축제	지역산업의 육성 및 판매를 목적으로 하는 축제
특수목적형 축제	지역의 인물 추모나 환경보호 등 특별한 목적을 지닌 축제
교육적 축제	카니발, 페스티벌, 대학 동아리 축전, 참여자들이 직접 배우고 참여하는 축제
문화복지형 축제	지역문화 발전을 위한 축제와 지역주민들을 위안하거나, 문화적 즐거움을 공유하기 위한 축제. 비엔날레, 트리엔날레 등으로 격년제 또는 3년에 한번 행해지는 규모가 큰 예술 장르별 축제
관광유도형 축제	지역을 홍보하는 등 다양한 목적을 가지게 되는데 특히 이 경우 찾아오는 사람들이 만족할 만한 흥미와 보람을 제공하는 축제
전통계승형 축제	규모가 큰 지역축제에서부터 마을 단위 축제까지 다양하며, 대개 1년에 한 번씩 정해진 시기에 개최됨
경연경기형 축제	체육대회, 경연대회, 싸움놀이, 민속놀이, 뽑기대회 등 여러 형태를 지니고 있으며 겨루기를 중심으로 이뤄짐

출처 : 지역축제 평가 및 지원체계 연구, 류정아, 2007, 재인용

5) 축제의 특징에 따른 분류

축제를 분류하는 방식으로 축제의 성격 및 특성 별로 분류하는 방식이 가장 널리 사용되고 있다. 그러나 이는 분류단위가 지나치게 많아 축제의 유형분류형태가 분명히 구분되기 어려워(문화관광부・한국문화관광연구원, 2006) <표2-6>과 같이 생태자연축제, 문화예술축제, 전통문화축제, 지역특산물축제, 이벤트・산업축제로 단순화 하였다(류정아, 2007).

<표 2-5> 소재에 따른 분류

(단위: 개, %)

소재에 따른 축제 유형	축제 수	백분율(%)
예술문화축제	258	21.9
관광문화축제	124	10.5
지역특산물・특성축제	90	7.7
자연환경축제	31	2.6
전통민속축제	202	17.2
주민화합축제	17	1.4
역사 및 인물축제	20	1.7
조형물축제	9	0.8
음식문화축제	4	0.3
관광특산물축제	205	17.4
농산물 판촉・전시축제	4	0.3
댄스・스포츠・건강・이벤트	7	0.6
문화산업축제	11	0.9
체험・홈스테이축제	4	0.3
종합	103	8.8
화합・추모・통일염원	3	0.3
기타	82	7.0
무응답	2	0.2
계	1,176	

자료: 문화관광부・한국문화관광연구원, 「지역축제 평가 및 지원체계 연구」, 한국문화관광연구원, 2006

<표 2-6> 축제 유형별 분류

축제 유형	축제의 성격	축제 사례
생태자연 축제	환경보전 및 생태 학습 체험을 목적으로 하는 축제	양평 산수유마을축제, 서운암 들꽃축제, 소백산 철쭉제, 함평나비축제, 무주반딧불축제, 진도영등제, 한라산눈꽃축제, 보령머드축제
전통역사민속 축제	주민화합과 지역 정체성의 재확인을 목적으로 하는 축제	정선아리랑제, 제주들불축제, 영양왕인문화제, 진도영등축제, 강진청자문화제, 남원춘향제, 강릉단오제, 정조효행문화제, 당항포대첩축제, 대구아리랑제, 영덕묵은문화제, 행주대첩제, 백제문화제
문화예술축제	공연과 발표의 성격이 강하면서 지역적 특성을 반영한 축제	광주비엔날레, 과천마당극제, 춘천마인축제, 안동탈춤페스티벌, 영동난계국악축제, 부천복사골예술제
지역특산물 축제	지역의 특산물의 홍보·판매 및 이해를 목적으로 하는 축제	무안연곡축제, 화성포구축제, 보물섬마늘축제, 하동전어축제, 하동야생차문화축제, 단월로로쇠축제, 경주버섯축제, 세계도자기비엔날레, 단월고로쇠축제, 경주버섯축제, 금산인삼축제, 남도음식축제, 어상천수박축제, 여주진상명품전, 송지호제첩잡이체험축제, 파주장단콩축제, 서산한산모시축제, 한지문화제, 통영나전칠기축제, 대구약령시축제, 김제지평선축제
이벤트·산업 축제	경연을 중심으로 구성된 축제이거나 다양한 문화산업적 영향력을 확산시키는 것을 목적으로 하는 축제	황강레포츠축제, 제주마라톤축제, 컴퓨터게임엑스포, 충주세계무술축제

자료: 류정아, 「지역축제 평가 및 지원체계 연구」, 한국문화관광연구원, 2007

4. 지역축제의 추세

과거 수십 년 동안 지역축제와 대형 이벤트의 수, 다양성, 대중성은 괄목한 만한 성장을 이룩해 왔음을 보여주고 있으며 성장도 계속될 것이다. 그러나 지역축제에 대한 리서치나 신뢰할 만한 통계치가 드물다. 여기에는 몇 가지 분명한 이유가 있다. 가장 큰 이유는 레저·문화·관광이 산업으로써 혹은 최소한 중요한 경제 활동으로서 최근에 와서야 주목을 받게 되었다.

Janiskee(1966)는 미국에서 지역축제에 대한 가장 포괄적인 데이터베이스를 이끌어 내었는데, 이 범주에 속하는 지역축제 20,000개 이상을 수집하여 평가하였으며, 매년 1,000개 이상 약 5%의 지역축제가 성장해 오고 있음을 평가하였다. 시장은 더욱 경쟁적이 되고 주어진 지역에서 지역축제의 포화상태 가능성이나 지역축제의 수명(life cycle) 같은 문제에 더 많은 관심을 갖게 되었다. 능력이나 수익적인 측면에서 몇 개의 소수 축제만이 뛰어났고, 반면에 다른 지역축제는 축제자원이 더 열악해지고 관람객이 줄어들게 되었다.

Jones(1993)는 매년 영국에는 약 900개 정도의 지역축제가 행해지고 있고, 지역축제 이벤트 관광이 포화점에 도달해 있는지도 모른다는 점을 환기시켰다. 정책연구기관에서 발행한 1992년 연구보고서에 따르면 관찰된 527개 지역축제 가운데 절반 이상이 손실을 보며 운영되고 있다는 점을 인용했다. 지역축제는 관람객, 예술가, 자금에 대한 경쟁에 있어 점점 더 어려워지고 있다는 것을 연구보고서에서 제시하였다. 이 혼잡한 시장에서의 새로운 이벤트 경쟁은 극히 혁신적이지 않으면 안 된다.

국내의 경우는 지역축제 이벤트는 1950년대(1950~1959) 10개로 시작하였다(문화체육부, 1996). 지방자치체가 본격적으로 도입되기 시작한 1990년대 중반 이후, 지역문화와 관련하여 가장 두드러진 현상 가운데 하나는 지역축제가 봇물처럼 양산되기 시작했다는 것이다. 이러한 사실은 1994년까지 199개에 불과했던 지역축제가 2006년에는 1,176개에 이르게 되었다(류정아, 2007). 지방자치제의 실시는 각 지역 단위로 전통 및 신규축제 이벤트가 우후죽순 격으로 개최되고 있지만, 성장 속도와 지역축제 이벤트관광의 효용 면에서는 많은 문제점을 노출하고 있다.

지역축제를 통한 관광의 추세를 분석해 보면, 첫째, 많은 지역축제가 생산규모와 참석자 수에 비춰서 중요한 산업으로 성장할 것이 분명하게 나타나고 있다. 둘째, 지역축제 수의 증가로 축제 관련 스탭들이 급속히 성장함에 따라 정규적인 교육과 프로그램 훈련을 받은 전문가 집단이 증가할 것이다. 셋째, 소득증대와 여가시간의 증대, 여가에 대한 관심이 증대됨으로 수요가 증가할 것이다. 넷째, 미국의 경우 인구 통계적 추세로 볼 때, 은퇴하거나 고령자 세대(seniors)가 증가하여 시간과 경제적 여유로움으로 미국 여행시장의 거의 절반 정도를 차지하고 있다. 다섯째, 도시 라이프스타일의 변화다. 도시의 인구과밀, 오염, 범죄, 사회적 긴장의 증가로 지역공동체이 부정적 측면을 줄이고 예술, 문화, 레저, 오락의 기회를 향유함으로써 관계형성, 경제적 가능성 등의 긍정적 측면도 함께 추구하는 경향을 들 수 있다. 여섯째, 장거리 여행의 증가와 주기적인 경제 후퇴가 국제여행시장에서 장기 성장을 억제하지 못한다. Archer(1989)는 축제 증가율이 계속되고 증가할 것이며, 다음 세기에도 마찬가지로 발전할 것을 믿었다. 일곱째, 통신시설의 발달로 지구촌이 하나가 되고, 동시적인 정보시스템을 공유하게 되며, 이와 같은 정보전달과 홍보의 효과가 수요를 창출하게 된다. 여덟째, 비즈니스적인 이유로 기금모금, 박람회, 전시회, 국제회의, 후원, 마케팅, 판매, 홍보 등과 같은 상업적 축제의 증가추세를 들 수 있다. 아홉째, 축제에 대한 정부의 정책을 들 수 있다. 지역축제가 지역통합과 라이프스타일을 풍요롭게 하고 예술과 음악축제는 문화발전에 기여하고 민속과 다양한 문화이벤트는 사회나 인종적 긴장을 완화시켜 주고 집단 간의 이해를 증진시키며 전통을 보존시키기 때문이다. 열 번째, 시장과 소비자 리서치 측면에서 보면 여행욕구, 신체적 욕구, 사회적 욕구, 개인적 욕구와 동기유발 측면과 생활의 탈출 욕구, 레저나 여행의 기회, 새로운 것의 추구, 존경을 받고 싶은 욕구, 새로운 풍경이나 문화유산, 스포츠, 문화, 예술 등의 각종 행사에 참여하고 싶은 욕구들로 인하여 축제가 관심을 불러일으키고 지속적인 발전을 하게 되는 동기가 될 것이다(Getz, 1991).

그러므로 우리나라 관광사업도 문화유산, 유물이나 자연 경관위주의 정적인 관광에서 탈피하여 지역의 독특한 색깔이나 한국적 특성에 맞는 창조적인 축제를 개발하여 국내·외 관광자로 하여금 방문 의욕을 높일 수 있는 다양한 볼거리, 먹거리, 즐길거리를 제공하고 현장에서 함께 느끼고 체험하고 감동 할 수 있는

기회를 더 많이 제공함으로써 다시 찾을 수 있는 동기유발을 극대화 할 수 있고 새로운 가치와 이미지를 창조할 수 있는 축제를 만들어 나가야할 것이다(노윤구, 2006).

5. 지역축제의 효과

지역축제는 예전에는 지역민의 단합과 제의적인 성격이 강했지만, 현대에는 경제, 사회, 문화, 교육, 정치, 지역홍보 등에 이르기까지 다양한 분야로의 파급효과가 매우 크다 할 수 있다. 특히 지역축제는 경제적 파급효과를 일으키는 메가 이벤트로서의 중요성이 많이 부각되고 있다. 축제에 참가하는 방문객들을 통하여 문화이벤트에 대한 직접적인 지출과 숙박비, 교통비, 식비, 관광 상품 및 지역 특산품 판매 수입, 인근지역 관광에 대한 지출을 통해 지역경제에 기여한다. 아울러 대규모의 각 지역의 지역축제를 중심으로 한 문화이벤트는 다양한 투자와 고용창출효과를 유발한다(송시열, 2003) 다시 말하자면, 지방자치 단체들이 축제를 개최하는 가장 큰 이유는 투입된 비용보다 많은 이윤을 얻을 수 있을 것이라는 경제적 효과에 대한 기대 때문이라고 할 수 있다(Getz, 1996). 그러나 단편적으로 지방자치단체의 수익을 위한 경제적 효과 이외에 사회문화적, 심리적, 정치적 영향으로 설명하고 있으며, 이장주(1997)는 지역축제의 효과를 경제적 관점, 사회·문화적관점, 환경적 관점 등으로 나누어 설명하고 있다.

지역축제를 통한 효과를 일본, 영국, 프랑스, 캐나다 등 지방자치제도가 발달된 선진국들을 통해 볼 수 있었으며, 지방화 시대를 맞이하면서 적은 예산으로 커다란 효과를 낼 수 있는 매개체로 축제를 너도나도 상품화하기 시작하였다.

지역축제를 통한 효과 때문에 우리와 이웃하고 있는 일본에서는 전국에 걸쳐 1월부터 12월까지 각종 축제(마쯔리:まつり)가 끝없이 이어진다. 일본에는 이 축제만을 기록한 축제달력이 있을 정도다. 이 달력을 따라 소위 '마쓰리꾼'으로 불리는 각종 상인들이 전국을 1년 내내 유람하고 다니는 것도 또 다른 일본 풍경 중 하나이다(원융희, 2003).

지방자치단체 또는 지역의 각종단체에서는 각종 축제에 작게는 지역민을 보통

은 타지역인을 넓게는 세계인들을 관광적 유인을 통해 유치하므로 지역이미지의 개선과 지역특산물 판매증가, 세수입 증대, 기반시설 확충 등의 경제적 효과와 지역민의 자긍심 고취와 화합 전통문화의 보존과 개발이라는 사회문화적 효과를 창출하고 있다. 또한 지역축제에는 이러한 긍정적 효과 외에도 다른 많은 효과 있으며 긍정적 효과만이 존재하는 것이 아닌 부정적 효과도 함께 공존하고 있다. 긍정적 효과는 다음과 같다.

1) 경제적 효과

우리나라 지역축제의 구조가 관주도형 축제로 시작된 이유 중의 커다란 것이 지역을 살리기 위한 경제적 효과를 위해 지방정보에서 주도적으로 나섰기 때문이다. 독일에서 가장 유명한 축제는 아마 뮌헨의 10월 축제인 옥터버페스트이다. 옥터버페스트는 뮌헨에서 매년 9월부터 10월 초까지 약 2주간에 걸쳐 가을 수확에 감사하기 위해 열리는 세계 제일의 맥주축제이다. 이 축제는 1810년 18살의 공주 태레즈와 루드빅 1세의 결혼을 축하한 페스티벌에서 유래했다(이태희, 2003). 독일 뮌헨에서 '옥토버페스트'가 열리는 16일 간에는 650만 인파가 맥주 550만 리터, 소시지 20만개, 구운 닭 60만 마리를 해 치운다(원융희, 2003). 1993년 한해에만 벌어들인 수입만 하더라도 약 1백억 마르크(5조원) 규모로 1993년 우리나라를 방문한 전체 외래 관광객들의 관광 지출보다 약 2배가 넘는 관광매출을 올린 것으로 파악된다(채용식, 2001). 2006년 축제에 방문한 관광객이 800여만 명에 이르며, 분석에 따르면 1조여 원의 직·간접적인 수익을 낸 것으로 나타났다. 축제를 위해 마련된 식당 좌석만 10만개, 1만 2천여 명의 종업원이 고용되어 지역의 고용창출효과도 매우 크며, 600만ℓ의 맥주가 소비되었다(고경영, 2007). 2006년 174회를 맞은 옥토버페스트는 독일 민속축제가 원형 그대로 고스란히 해외에 수출되어, 미국과 일본, 러시아 등 여러 나라의 일부 도시들이 지역경제 활성화를 목적으로 10월 맥주축제를 도입해 지방 축제로 정착시키고 있다.

이외에도 캐나다의 '하이랜드게임(Highland Games)', 미국 텍사스의 '디킨스 온더 스트랜드(Dickens on the Strand)', 등 수많은 축제들이 지역 경제의 활성화에 크게 기여하고 있다. 축제를 통해 행사를 위한 기반시설을 설치하고 관람객 입장료, 쇼핑, 숙박, 고용창출, 세수입, 축제관련 사업비 지출 등의 경제적 효과가

있는 것이다.

국내 축제로는 소외와 낙후의 대명사처럼 여겨지던 전남 함평이 나비축제로 이러한 이미지를 뒤집은 대표적이다. 함평나비축제는 전국 최하위 수준의 재정자립도를 갖고 있는 군에서 함평 하면 누구나 쉽게 떠올릴 수 있는 대표적 지역 이미지를 찾기 위해 고안됐다. 그 결과, 1998년 20만 명에 불과했던 연간 관광객이 5년 만에 300만 명으로 급신장하게 됐고, 나비축제는 우리나라 도시마케팅의 대표적 성공사례로 꼽히고 있다.

연간 관광객 중 축제기간에만 150만 명이 방문해 약 100억 원의 경제적 효과를 가져왔다고 한다. 또한 봄에만 개최하던 함평 나비 대축제를 확장해 함평 가을나비축제도 개최하면서 브랜드 자산 가치를 극대화하고 있다(고경영, 2007).

2) 사회적 효과

지역축제는 사회적 측면에서 지역과 지역주민에게 긍정적 영향을 미친다(Smith, 1975; Ritchie, 1984; Chacko & Schaffer, 1993). 축제를 통해 지역구성원들은 소속감을 가지고 지역에 대한 자부심과 애향심을 가지게 되며 화합으로 이어지게 된다. 이러한 사회적 맥락에서 '우리'를 회복하고 사회 구성원의 동질성과 아이덴티티를 확보하려면 문화적기제로서 지역 공동체를 바탕으로 한 축제의 활동이 최적이라 생각한다(문화체육부, 1996). 또한 지역 간, 국가 간의 문화교류를 포함한 다양한 교류를 촉진하는 촉매제 역할을 할 수 있다.

3) 문화적 효과

지역축제는 지역문화를 활성화시키고 발전시키는 역할을 통해 지역주민들에게 다양한 문화예술을 접할 수 있는 기회를 제공한다. 이는 지역주민들의 문화생활 참여를 유도함으로써 지역문화 저변을 확대하는 역할을 한다. 축제를 통한 문화활동을 통해 지역의 문화를 육성 및 발전시킬 수 있는 계기가 되어 지역문화의 창조력을 향상시키며, 지역전통문화를 전승하는 문화보전적 기능을 수행하기도 한다(제주발전연구원, 2000).

축제로 인한 문화적 효과를 관광객, 지역주민, 그리고 지역의 측면에서 나누어 본다면 먼저 관광객의 입장에서는 축제는 여행자의 주요한 동기인 타 지역의 생활과 문화에 대한 지적욕구를 충족시켜주는 계기가 되며(Mill & Morrison, 1985), 또한 전통춤, 음식, 민요 등 다양한 문화적 활동을 관람하고 참여할 수 있는 기회를 제공한다(Gitelson & Kiernan, 1995). 한편 지역주민의 측면에서 축제는 문화 활동 참여의 기회를 제공하며 이를 통해 문화예술 생활을 증진시키는 기회가 된다. 또한 기존의 고유문화에 축제 준비를 한 시민 문화 활동이 결합되어짐에 따라 새로운 문화 활동이 활발히 진행되기도 한다. 마지막으로 지역의 입장에서는 축제는 지역문화를 계승하고 발전시키는 계기가 되며, 지역의 전통적인 문화자원을 보호하고 강화하는 수단일 될 것이다. 또한 지속적인 축제 개최를 통해 지역의 문화예술 창작 수준을 향상시킬 수 있다(김영순・최민성 외, 2006).

4) 환경적 효과

지역축제에서는 관광객에게 지역의 좋은 이미지를 마음에 담고 갈 수 있도록 하며, 행사기간 동안의 편익을 위해 환경정비를 실시하게 된다. 가로수 정비, 도로의 신규건설, 전용 행사장 건설, 화장실, 공원조성, 주차장 등을 확충하거나 정비하게 된다. 그리고 이러한 공간들은 행사 이후 지역민들의 편의도모와 다양한 레크리에이션 활동 공간으로 이용되어진다. 또한 축제를 통한 체계적인 문화유산의 관리를 통하여 문화유산의 보존과 수명 연장이 될 수 있으며, 문화유산의 관광 상품화에 따른 주변 환경의 정비와 지역사회 전반에 걸쳐 환경이 개선되는 효과를 기대할 수 있다(강해상, 2004). 축제는 이와 같은 효과 이외에도 다양한 긍정적 효과를 만들어 낸다. 하지만 이러한 긍정적 효과만이 아닌 부정적 효과도 만들어 낸다.

Delamere(1998)은 “지역축제의 사회적 영향에 대한 지역 주민의 태도”에 관한 연구에서 축제가 지역사회에 미치는 파급효과를 일반적으로 편익(General Benefits), 쾌적성 손실(Amenity Loss), 지역통제 손실(Loss of Community Control) 3가지 속성으로 구분하고, 일반적 편익에는 지역이미지 제고, 지역의 독특성, 새로운 체험 기회 제공, 지역 정체성 제고, 지역복지 기여, 지역주민의 장긍심 제고, 지역문화의 계승, 학습기회 제공, 다양한 문화체험, 쾌적성 손실에는

지역주민의 일상생활 피해, 지역 주민의 사생활 침해, 지역의 혼잡성, 소음공해, 지역 내 유락시설의 과도한 사용, 교통 혼잡, 지역 통제 손실에는 문화재 파괴, 범죄 발생, 지역 집단 간 갈등 사회적 고립감을 이야기 하였다(유럽 사회문화 연구소, 2006).

축제의 특성과 기능, 그리고 효과에 대한 연구의 경향을 보면 경제적인 효과나 사회문화적인 효과, 그리고 종교적인 기능 또는 사회문화적인 기능에 초점이 맞추어져 있다. 그러나 축제의 기능에는 반드시 문화적인 기능이나 경제적인 기능이 핵심적인 기능이라고 볼 수 없으며 지역주민의 여가활동의 증가 또는 삶의 질을 높이는 여가선용의 기능도 가지고 있으며 다양한 시각에서 축제의 기능과 효과를 바라볼 필요가 있다(강해상, 2004).

또한 주민의 여가선용의 기능과 효과의 중요성 부각은 축제에서 민주도의 진정한 주민참여 중심의 축제를 열어가는 돌파구가 될 것이라 생각된다.

<표 2-7> 지역축제의 효과

구 분	항 목	내 용
긍정적 효과	경제적 효과	관람객 입장료, 쇼핑, 숙박, 고용창출, 세수입, 축제관련 사업비 지출 등
	사회적 효과	'우리'를 회복하고 사회 구성원의 동질성과 아이덴티티를 확보(소속감, 자부심, 애향심, 주민화합)
	문화적 효과	관광객(지적욕구충족, 다양한 문화 관람) 지역주민(문화활동참여, 문화예술생활과 활동증진) 지역(지역문화계승발전, 문화예술보호 강화, 창작 증가)
	환경적 효과	가로수 정비, 도로의 신규건설, 전용 행사장 건설, 화장실, 공원조성, 주차장 등 한경정비와 확충 그리고 환경개선
부정적 효과	쾌적성 손실	지역주민의 일상생활 피해, 지역 주민의 사생활 침해, 지역의 혼잡성, 소음공해, 지역 내 유락시설의 과도한 사용, 교통 혼잡
	지역통제 손실	문화재 파괴, 범죄 발생, 지역 집단간 갈등, 사회적 고립감

자료 : 신현식, 지역축제 발전방안에 관한 연구, 상지대학교 석사학위논문, 2006

6. 지역 전통문화축제

1) 지역 전통문화축제 현황

지역의 전통 문화적 배경을 토대로 개최되는 축제를 말한다. 지방자치 단체가 중심이 되어 해당 지역 주민들이 참여한다. 지역 전통문화축제는 주민화합과 지역 정체성의 재확인을 목적으로 하는 축제이다. 오늘날 상업화·도시화에 따른 농촌 공동체의 해체에 따라 전통 문화축제는 점차 약화되고 있으나 계승 또는 발전을 중요시하는 기능으로 분화하여 산업 사회 속에도 사회구조에 적응하여

수정・전승되어지고 있다. 즉 사회적 기반이 약해지고 생활의 변화에 따라 전통문화의 보존적 기능은 다소 둔화되었으며, 교통의 발달과 문화의 활성화로 인해 축제의 기능이 점점 변해가고 있다(박재길, 2000).

대표적인 축제로는 정선아리랑제, 제주정월대보름들불축제, 영양왕인문화제, 진도영등축제, 강진청자문화제, 남원춘향제, 강릉단오제, 정조효행문화제, 당항포대첩축제, 대구아리랑제, 영덕묵은문화제, 행주대첩제, 백제문화제 등이 대표적이다(류정아, 2007).

2) 제주의 전통문화축제 현황

제주의 전통문화축제로는 탐라국 입춘굿놀이, 정월대보름 들불축제, 용연야범재현축제, 정의골 민속한마당축제, 대정고을추사문화예술제, 덕수리전통민속축제, 탐라문화제 등이 있다(제주특별자치도축제육성위원회, 2008).

탐라문화제는 제주도의 가장 큰 축제로 전통민속 문화를 계승, 발전시키기 위한 행사이다. 10월 초, 제주도 일원에서 펼쳐지는 이 행사는 불꽃놀이, 축등 행진, 밴드 행진으로 엮어지는 전야제를 시작으로 기원대축제(탐라문화제 서제, 문화의길, 예술의 길 축제), 본마당(개막축제, 전통문화축제, 무형문화제축제, 제주역사축제 등), 참여행사(마을축제, 자연·생태 탐방축제, 제주인대화합축제), 닫는 마당 등 다양한 프로그램이 펼쳐진다.

탐라문화제의 문제점으로는 제주 전통 문화 예술 축제라는 정체성이 많이 훼손이다. 매년 부대사업들이 신설되면서 행사 프로그램이 기형적으로 비대해진 반면 탐라문화제의 핵심인 무형 문화재 축제의 면모가 약해졌다. 그리고 제주 대표축제로서 탐라문화제를 육성, 타 축제와 차별성과 경쟁력을 갖추기 위해서는 현장 전문기획가가 중심이 된 전문 조직의 필요성이다. 대표적인 전통축제이면서도 관광객 유치를 통한 지역 경제 활성화면에서는 다소 부진한 결과를 보이고 있다.

본 논문에서는 위와 같은 문제를 안고 있는 탐라문화제 활성화 방안을 위해 축제 참가자의 만족도가 재방문 및 타인추천의사에 어떤 영향을 미치는지를 규명하고자 한다.

제 2 절 지역축제의 만족도와 재방문에 대한 이론적 고찰

1. 지역축제의 만족도

만족(Satisfaction)은 '충분히 충족 된다'라는 어원을 가지고 있으나 현재는 어의적 해석보다 오히려 소비자의 경험적 의미로 통용되고 있다. 방문자가 경험과정을 통해 인식하는 만족은 유형·무형요인에 의해 영향을 받으며 고객만족의 정도는 재방문, 지속적인 관계유지와 같은 형태로 측정할 수 있다. 관광객 만족은 관광활동 참여의 궁극적 목적이라고 할 정도로 중요한 개념으로서(이귀옥, 2001), 만족은 관광체험의 후속단계를 대표하는 심리적 구성개념이라고 할 수 있다. 특히 방문자 만족은 대상에 따라 속성별 측정과 전체적인 만족 측정으로 구분할 수 있고, 전체적인 만족과 관련하여 수속적인 변수인 재방문 의도와 추천의도와의 관계에 따라 개념 구분도 가능하다(고동우, 1998).

만족도란 일정기간 일정량의 재화 및 서비스를 소비하여 느끼는 주관적인 행복의 정도로 효용(utility)이라고 할 수 있다. 방문자의 만족도는 방문자가 투입한 비용에 대한 기대했던 내용과 경험결과의 차이로 표현할 수 있는데, 차이가 마이너스(-)이면 불만족이고, 플러스(+)이면 만족이라 할 수 있다(차동욱, 2004). 지역축제의 만족은 재방문 및 구전의도의 원인이 된다. 지역축제의 만족은 관광객이 지역축제에 방문하자마자 정서적·감정적으로 느끼는 단기적 형성과정을 거치는 것이지만, 재방문 및 구전의도는 다양한 긍정적 태도나 느낌들이 장기적이고 지속적으로 유지될 때 관광객들 간에 형성될 수 있는 긍정적인 관계를 의미한다는 점이다. 축제방문자의 만족에 관한 연구는 Mohr(1993) 등의 연구가 가장 초기에 속한다고 볼 수 있다(양우철, 2006). 여기서는 분산분석을 이용하여 방문객의 형태에 따라 만족반응이 유의한 차이를 가짐을 밝혀내었으며, 특히 재방문자가 첫 방문자에 비해 만족도가 더 높은 것으로 분석되었다. 축제 방문자의 형태는 방문목적과 상호영향을 주고받을 수 있는 요인임을 고려할 때 방문목적 또한 만족반응에 일정한 영향을 미칠 개연성이 있는 것이다.

신도길과 곽재용(1999)은 '경주세계문화엑스포' 방문객을 대상으로 방문동기 유

형에 따른 만족도를 연구하여, 문화동기가 강한 방문객이 접근성과 시설의 다양성에 더 많은 만족을 하는 것으로 나타났다.

오상훈・고승익(2000)은 '98 세계 섬 문화 축제'를 사례로 축제 방문동기를 조사하여 축제 방문동기 집단에 따른 지각된 방문성과와 전체만족은 동기집단별로 다르게 나타났으며, 전체만족에 영향을 미치는 지각된 방문성과 요인 또한 방문동기집단별로 다르게 나타났음을 밝혔다.

이밖에 축제의 만족도에 관한 선행연구로 고승익(2000)은 행사장환경, 행사내용, 행사장시설 및 접근성, 가격, 행사진행 등 5개의 요인에 22개 항목을 측정하였으며, 박미정(2001)은 이벤트 매력, 시설성, 경제성, 다양성, 축제속성, 지역성 등 6개 요인에 19개 항목을 측정하였다. 또한 이정실과 양일용(2002)은 부산 국제아트 페스티발을 사례로 축제의 만족요인을 축제매력, 경제성, 시설성, 청결 및 유익성, 편의성 그리고 편리성 등을 중심으로 측정하였다.

노영숙(2000)은 안동국제탈춤페스티발에 축제에 대한 기대수준과 만족도를 통해 경험수준, 축제의 특이성이나 문화적, 역사적인 특성, 교육적인 부분에 대한 만족를 검증하였다. 이인배(2000)는 백제문화축제 기간에 개최되는 부대행사에 대한 만족도를 외래방문객과 지역주민으로 구분하여 그 차이를 검증하고 지속여부를 결정하는 기준을 만들었다. 이준엽(2002)은 이천 도자기축제를 통해 지역축제의 추구편익과 일반특성과의 관계, 만족도와 재방문 및 구전홍보의 관계를 고찰하였다. 서휘석과 이동기(2001)는 익산시의 보석축제를 통해 지역축제 평가요인으로 물리적 환경과 축제의 만족, 재방문 및 구전의도와의 관계를 분석하여 물리적 환경은 지역축제의 만족, 재방문 및 구전의도에 영향을 미친다고 하였다.

이훈과 김정은(2000)은 관광문화축제를 대상으로 행사프로그램에 대한 내용분석을 실시한 연구에서 분석단위로 주제성, 참여성, 지역성, 유사성 등 4가지 기준을 제시하였다. 특히 참여성 기준을 축제 참가자들이 프로그램에 능동적으로 참여할 수 있는 체험형 프로그램과 수동적인 감상을 위주로 한 관람형 프로그램으로 구성하여 분석하였다.

김태희(2003)는 금산인삼축제의 만족속성을 측정하기 위해 편리성(이용성), 가격성, 내용성, 서비스, 다양성 등의 5개 요인을 토대로 축제의 만족요인이 방문객들의 재방문과 타인추천에 미치는 영향을 분석하였다.

2. 지역문화축제의 재방문의 의의

재방문 의도는 축제참가에 대한 평가적 의미이다. 따라서 재방문 의도는 축제에 대한 만족과 불만족에 의해 결정되며, 다음 축제에 대한 방문자의 계속적인 참가와 매우 관계가 깊다. 축제 방문자의 평가가 좋으면 재방문의사가 커질 것이고, 평가가 나쁘면 낮아질 것이다. 재방문 의도는 단순히 단골 방문자에 대한 고객확보 차원을 넘어 잠재적인 수요시장 확보의 중요한 변수가 된다. 일반적으로 미래 상호작용의 기대 즉 재방문에 대한 가능성은 인간관계의 몰입으로 설명한다(D. T Wilson, 1995).

축제는 프로그램과 같은 내용뿐만 아니라 행사지역의 사회·경제·문화 등 종합적인 요소가 배경에 형성되어 있으므로 축제운영의 주체인 지역주민이 내부방문자 및 자원봉사자로서의 직·간접적인 참여는 재방문 결정의 중요한 요소로 작용한다. 한편 구전홍보(또는 방문추천)도 재방문 결정의 일익을 담당한다. 축제 방문자는 상품 소비 후 만족도에 대한 간접적인 의사표시로 주위 사람에게 제공된 상품에 대한 만족과 불만족을 표현하게 되는데, 이러한 경험에 의한 구전효과는 다른 홍보 및 광고보다도 수요시장에 많은 영향을 미친다. 따라서 지역축제 방문자에 의한 방문추천 혹은 구전홍보는 어떤 다른 홍보방법보다도 재방문을 결정하는데 매우 효과적이다(송건섭, 2004).

배기철·황윤용(2001)은 한국 문화관광 상품에 대한 일본 여행자의 만족과 재방문의도에 관한 연구에서 관광 상품의 만족과 여행사제공 서비스 만족이 재 구매의도에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 권정택(2000)은 관광이벤트의 방문동기와 사후이미지가 만족과 재방문 의도에 미치는 영향 연구에서 만족도가 높을수록 재방문 의도가 높아지고, 사후이미지 속성 중 역사적, 교육적가치가 긍정적 영향을 미친다는 것을 보여주었다.

이준엽(2003)은 지역이벤트 관광객의 추구편익에 따른 만족에 관한 실증연구에서 이천도자기 축제의 관광객의 만족도 요인과 재방문의사 및 추천의사 간의 영향분석을 실시하여 만족도 요인과 재방문의사 및 추천의사 간에 긍정적 영향관계가 있다는 실증연구 결과를 보여주었다.

양우철(2006)은 관광문화축제 참가자 만족 및 재방문의사에 관한 연구에서 축

제 만족요인인 홍보요인, 시설요인, 접근요인의 만족도가 재방문의사에 영향을 미친다는 결과를 보여주었다.

황인두(2006)은 지역축제의 방문자 동기요인에 관한 연구에서 고창수산물 축제 참가자의 지역축제 만족도가 재방문에 영향을 준다는 것을 보여주었다.

박민하(2007)은 축제 이미지 선호도 차이분석에 관한 연구에서 부산국제영화제에 대한 참가자의 만족도 요인이 재방문 및 추천 의사에 영향을 미친다는 결과를 보여주었다. 만족도 요인 항목으로는 편의성/문화성, 유희성, 교양성, 서비스성, 정보성으로 구분하였다.

Backman(1995)은 미국 사우스캐롤라이나 그린빌(South Carolina Greenvill)에서 열린 "Freedom Weekend Aloft" 방문객의 방문동기와 만족에 대한 연구에서 이벤트 방문객의 동기와 만족은 이벤트 첫 방문객, 재방문객 여부에 따라 차이가 있음을 밝혀냈다. 재방문의도 여부에 대한 변수로서 사교성, 가족친화성, 독특성과 흥분, 일상탈출, 축제자체의 진기함임 있음을 알아내었다.

따라서 지역축제 방문객의 만족은 재방문 의도와 타인추천에 영향을 미친다는 것을 알 수 있다.

3. 추천 의사

소비자가 어떠한 제품을 구입하거나 서비스를 제공 받았을 때 만족하였거나 불만족하였을 때 이러한 심리적인 상태를 가족이나 친지, 직장동료, 친구들에게 의사를 표현하게 되는 경우가 있다. 이러한 심리상태를 보고받은 주변인들은 이에 영향을 받아 제품을 구입할 때나 서비스 제공 등을 선택하게 될 때 들었던 것을 상기하여 결정하게 된다. 이러한 경우를 추천의사 또는 구전 커뮤니케이션, 구전효과라 칭한다.

즉, 타인추천이란 소비자들이 이해관계를 떠나서 비공식적으로 긍정적인 혹은 부정적인 정보를 교환하는 의사소통 행위과정이라 할 수 있다(김미경, 2002). 이러한 추천의사는 기업이나 서비스 제공자 특히 문화관광축제에 엄청난 영향을 가져다준다. 특히 긍정적 추천의도일 경우 제품의 이미지, 상품선택 과정에 좋은

영향력을 줄 수 있으며, 고객들에게는 더욱더 신뢰감을 준다고 할 수 있다. 그러나 이러한 추천의사는 긍정적일 때만 가능하다. 가령 소비자가 상품의 질과 서비스에 불만족하였다면 추천의사로 인해 오히려 부정적인 영향을 줄 수도 있다. 따라서 구전은 소비 후의 행동으로서 잠재적 비즈니스에 많은 영향을 미친다.

추천의사는 고객이 만족을 하였을 경우에 주로 발생하며 적극적인 추천의사는 만족하였을 경우에만 발생한다고 할 수 있다. 고객이 불만족하였을 경우에도 타인추천 현상은 발생하나 그 제품에 관하여 추천의 행위가 이루어지지 않으므로 추천의사란 재방문의사와 같이 고객이 제품이나 서비스 등에 만족하였을 경우에만 발생하는 것이라 할 수 있다.

추천의사가 미래 구매가능성에 영향을 미치는 이유는 첫째, 서비스에 대한 평가는 경험에 의해 개념화되기 때문에 서비스 구매에 따른 위험을 회피하기 위한 방안으로 인적자원정보에 의존하게 되기 때문이다(김경욱, 2004). 두 번째로는 서비스 구매 시 효과적인 정보는 객관적이며 기술적인 측면보다 예시적, 주관적, 감성적인 것이 더욱 구매력이 강하기 때문이다(김경욱, 2004).

Richins와 Terorrot-Shaffer(1987)는 구전에 의해 전달되는 내용을 제품뉴스, 조언제공, 개인적 경험의 세 가지로 보았으며, 김현순(1995)은 제품 관련지식이 낮은 경우가 제품 관련지식이 높은 경우보다 구전정보를 더 많이 수용한다고 하였다.

구전은 고객들로 하여금 기업으로부터의 이탈을 방지하고 새로운 고객을 끌어들이는 중요한 역할을 한다고 할 수 있으며, 새로운 고객의 약 30%가 긍정적인 구전을 통하여 기업을 선택하여 고객만족이 높아짐에 따라 기업에 대한 긍정적인 구전의도가 증가한다고 한다. 이러한 이론은 문화관광축제에서도 예외가 될 수는 없다.

방문객이 지역축제를 다녀온 후에 그 곳의 서비스와 경관, 이벤트 등에 대하여 어떻게 전달하느냐에 따라서 그 지역축제의 이미지가 변화할 것이며, 방문객의 방문이 증가하거나 감소하는데 영향을 주게 될 것이다. 이벤트에 참가했던 방문객이 이벤트에 대해서 어떻게 전달하느냐에 따라서 그 성패가 달려있다. 따라서 방문객의 만족을 극대화하여 긍정적인 추천의도를 유도하는 것은 매우 중요한 일이라 할 수 있다.

제 3 절 선행연구 고찰

지역축제 만족요인에 따른 만족도가 참가자의 재방문 및 추천의도에 관한 많은 연구를 통해 축제 만족도가 높을수록 재방문 및 추천의도에 영향을 주는 것을 알 수 있다.

<표 2-8> 지역축제에 관한 선행연구

연구자/연구대상	연구주제	연구방법			연구결과
		독립변수	매개변수	종속변수	
오상운(2002) 서귀포 칠십리축제	축제 이미지가 방문객 만족에 미치는 영향	축제이미지	-	만족 재방문의도 추천	인지적 이미지가 만족, 재방문의도, 추천에 큰 영향을 줌
이정실・양일용 (2002) 부산 국제아트 페스티발	지역축제 방문동기 세분화 및 만족	축제매력 경제성 시설성 청결 및 유익성 편의성 편리성	-	만족	방문동기는 축제의 만족에 영향을 줌
유기준(2002) 백제문화제	축제 만족도	일탈적동기 교육적동기 복고적동기 사교적동기 축제적동기 모험적동기	-	만족도 재방문의도 권유 이미지형성	일탈적동기, 복고적동기, 축제적동기, 모험적동기가 만족도에 영향을 줌
김태희(2003) 금산인삼축제	축제만족요인이 재방문과 타인 추천에 미친 영향	편리성 내용성 가격성 서비스 다양성	만족도	재방문 추천	축제의 내용성 강조가 만족도 및 재방문, 추천을 향상 시킴

<표 계속>

이선정(2004) 대구약령시축제	방문자 만족 및 재방문, 추천의도	축제매력속성	방문자 만족	재방문의도 추천의도	축제의 매력은 재방문 및 추천의도를 높임
고병태(2005) 진주남강유등축제	지역축제 이미지 및 만족도	축제내적요인 축제외적요인 관광형태	-	재방문의사 만족도 구전홍보	축제내외적요인 및 관광형태는 만족도, 재방문의사, 구전홍보에 많은 영향을 줌
한지훈(2005) 안동국제탈춤 페스티발	서비스품질 만족이 재방문에 미치는 영향	물리적품질 과정적품질	만족도	재방문 추천의사	방문객이 만족도가 높게 나타남. 높은 만족도는 재방문 및 추천의사가 높음
홍경일(2005) 제주정월대보름 들불축제	축제의 고객 만족도, 재방문의사, 구전효과	물리적 환경	축제 만족도	재방문 의사	매력성, 친절성, 청결성에 따른 높은 만족은 재방문의사가 높음
양우철(2006) 제주정월대보름 들불축제	축제 참가자의 만족 및 재방문 의사	참여형태	축제 만족도	재방문의사	도민보다 외지인의 만족도가 높으며 높은 만족도는 재방문의사가 높음
황인두(2006) 고창수산물축제	지역축제 방문자 동기요인	체험요인 자아요인 유희요인 구매요인 화합요인	축제 만족도	재방문의도	만족도가 높으면 재방문 의도가 높게 나타남
김지선(2006) 광안리어방축제	지역축제 방문 동기가 만족 및 재방문에 미치는 영향	방문동기	축제만족	재방문	방문동기에 따른 만족도는 재방문에 영향을 줌

자료 : 연구자가 조사하여 재구성

제 3 장 지역축제의 현황분석

제 1 절 국내 지역축제 현황

1. 국내 지역축제 현황

국내 지역축제는 지방자치제 실시 이후에 급증하는 양상을 보이고 있다.

<표 3-1> 축제 개최시작 연도별 현황

(단위 : 개, %)

최초 개최년도	축제 수	백분율	누진율
1945년 이전	5		0.4
1946~1960	11	1.0	1.4
1961~1970	38	3.2	4.6
1971~1980	51	4.4	9.0
1981~1990	136	11.6	20.6
1991~1995	150	12.8	33.4
1996~2000	358	30.4	63.8
2001~2005	394	33.5	97.3
2006	11	0.9	98.2
미상	7	0.6	98.8
무응답	15	1.3	100.0
계	1,176	100.0	100.0

자료 : 문화관광부·한국문화관광연구원, 한국 지역축제 조사평가 및 개선 방안 연구, 2006. 재구성

1950년대 10개로 시작하여 2006년에는 1,176개에 이르게 되었다(류정아, 2007). 1980년대까지 점진적으로 증가 추세를 보이던 축제가 90년대를 넘어가면서 5년

간격으로 거의 두 배씩 증가하였다. 특히 지방자치제도가 실시된 이후인 1996년부터 2005년의 10년간 생겨난 축제 수가 전체의 64%를 차지하고 있다.

<표 3-2> 2005~2006 지역별 축제 수 및 백분율

(단위 : 개, %)

시・도	축제 수	백분율(누진율)
서울특별시	87	7.4
부산광역시	83	7.1
대구광역시	28	2.4
인천광역시	44	3.7
광주광역시	26	2.2
대전광역시	15	1.3
울산광역시	19	1.6
경기도	152	12.9
강원도	124	10.5
충청북도	68	5.8
충청남도	88	7.5
전라북도	76	6.5
전라남도	105	8.9
경상북도	101	8.6
경상남도	109	9.3
제주도	51	4.3
합 계	1,176	100.0

출처 : 문화관광부・한국문화관광연구원, 한국 지역축제 조사평가 및 개선방안 연구, 2006, p.46

지역별 축제 개최 현황을 살펴보면, 경기도가 152개(12.9%)로 가장 많이 개최되고 있고, 이어서 강원도 124개(10.5), 경남 109개(9.3%), 전남 105(8.9%), 경북 101(8.6%)의 순으로 개최되고 있다. 경기도는 2005년 경기방문의 해를 준비하면서 축제개최가 많이 늘어났다. 광역시별로는 부산이 83개로 가장 많고, 울산 19개, 대전광역시가 15개로 가장 적게 개최하고 있다. 제주도는 51개를 개최하고 있다(류정아, 2007).

축제에 사용되는 소재에 따라 축제 유형을 분류해보면, 예술문화축제가 21.9%,

전통 민속 축제가 17.2%, 관광문화축제가 10.5%, 관광특산축제가 17.4% 등으로 나타났고, 이 중 관광문화축제와 관광특산물축제를 관광축제로 묶으면 전체 27.9%가 되어서 전체 축제 중에서 관광축제가 차기하는 비중이 가장 많은 것으로 나타났다(문화관광부, 2006). 우리나라 지역축제는 일반적으로 체험행사, 전시행사, 공연행사, 부대행사 등으로 구성되어 있는 것이 일반적이다.

대부분의 지역축제는 두 가지의 목표, 즉 지역주민의 애향심이나 역사의식을 고취시키며, 단결과 단합 및 공동체 의식 함양 등의 지역사회 주민들의 연대감 고취를 목표로 하는 것과 지역의 정체성을 기초로 하여 지역의 관광 및 산업발전 등 대외적 이미지 고양과 외부 사회와의 다차원적인 교류를 통해 실질적인 지역발전을 추구하는 두 가지 목적을 동시에 추구하는 것이 일반적이다. 단지 축제의 역사나 발생원인, 지역자치제의 지원 정도나 지역 내 중요도 등에 따라서 이 두 가지 목표에 비중에 약간의 차이가 날 수 있을 뿐이다. 일반적으로 규모가 작으면서 지역 주민들의 자발적 참여의지나 정도가 높은 것이 전자의 효과를 주목적으로 하고, 규모가 크면서 지자체나 지방정부 또는 경우에 따라서는 중앙정부의 지원이 큰 경우에는 후자의 목적이 더욱 강조되는 경향이 강하다.

2. 국내 지역축제의 특징

국내 지역축제의 특징을 살펴보면 다음과 같다.

1) 축제의 왜곡

축제가 지역의 문화 혹은 문화적 현상으로서 발굴되고 또 지역통합의 수단 등으로 제대로 자리 잡기 전에 지나치게 경제의 논리에 의해서 접근되고 있을 뿐만 아니라, 또한 경제적 부가가치의 창출을 위한 하나의 수단으로 전략하였다는 점에 있다. 축제나 문화의 풍성함과 풍요로움이 넘쳐 나서 경제적 부가가치를 창출하는 것이 아니라 처음부터 경제적 부가가치를 목적으로 인위적으로 구성된다는 점이다(노윤구, 2006).

2) 지역축제의 급조현상

지방자치단체의 경우, 광역이나 기초 자치단체 모두 축제라는 이름의 행사를 개최하지 않는 경우가 없다. 2006년에 개최한 1,176개의 축제는 결코 적은 것이 아니다. 산술적으로 보아도 하루에 3건 정도의 축제가 개최되는 것이다. 우리나라의 축제는 상당 부분의 축제들이 지방단체자의 정치적 목적과 밀접하게 연결되어 있다. 그리고 이러한 축제의 프로그램을 살펴보면, 거의 절반이 종합 축제의 성격을 지고 있다. 지역축제가 특정한 주제 하에서 진행되기 보다는 여러 가지 다양한 요소가 복합적으로 혼재되어 있음을 알 수 의미한다. 따라서 지역축제의 상당부분이 동일한 내용들로 구성되어 있는 실정이다. 예를 들면 대부분의 축제에 노래자랑, 장기자랑, 00아가씨 선발대회, 팔도음식 등이 공통적으로 들어가 있는 것이 우리 지역축제의 프로그램이다(한국관광연구원, 1998).

3) 지역문화자원과의 연계성 부족

지역축제의 지역성(locality)이 근본적으로 부족한 실정이다. 지역성과 지역문화가 꽉 찬 축제가 아니라, 전국 어디에서나 볼 수 있는 지역성이 없는 공허한 축제이다. 전국 어디에서의 지역축제나 그 내용이 천편일률적으로 지역성 차별성을 발견하기가 매우 어렵다.

4) 가치의 혼란

전통축제가 현대축제로 변모하는 과정에서 빚어지는 가치의 혼란이 문제가 된다(한국관광공사, 1995b). 과거 전통 축제장의 놀이마당이 신바람과 한(恨)이 정감이 어린 종합적인 참여형 놀이였다면(이중구, 1998), 산업화가 진행되면서 나타난 집단문화의식과 '우리'의식의 쇠락은 관람형 문화를 초래하였는바, 그 결과 특정 지역의 고유문화를 표출하는 축제 고유의 기능이 약화된 것이다(서기춘, 2005).

5) 주체와 성격에 따른 다양한 구분

주체와 성격에 따라 관주도형, 민간주도형, 민·관 절충형으로 구분할 수 있다. 관주도형이란 예산과 계획·행사 전반을 행정당국이 책임지고 있는 축제를 말하며, 민간주도형은 개인이나 단체 혹은 공동체에서 주관하는 축제를 가리킨다. 민·관 절충형은 주로 관에서 예산을 지원하고 행사의 추진은 민간에서 담당하는 경우를 말한다. 우리나라의 지역축제는 90%이상이 관에서 개입하여 이루어지고 있으므로 민간주도로 행해지는 것이 아주 드물다고 할 수 있다. 이는 재정적인 측면 뿐 아니라 각종 행정적 지원이 필요하므로 당연히 그렇게 될 수밖에 없는 구조적 특징이 있다고 하겠다.

6) 개최 시기의 집중화

축제 개최 시기와 기간별 현황을 살펴보면, 봄보다는 가을에 개최되는 사례가 두 배 가량 많고, 12월에서 2월까지 행해지는 축제도 전체 114개로 전체 9.7%를 차지하며, 겨울축제의 비중이 비교적 높은 편임을 알 수 있다. 또한 기간별로는 하루 동안 벌이는 축제가 20.9%로 가장 많았고, 그 다음이 이틀 동안으로 20.4%를 차지한다. 그리고 이외에 11일 이상 벌이는 축제가 8.2%를 차지하고 있는 것이 특징이다(문화관광부, 2006).

<표 3-3> 축제 개최 시기별 현황

(단위 : 개, %)

최초 개최 시기	축제 수	백분율
1월	25	2.1
2월	60	5.1
3월	49	4.2
4월	147	12.5
5월	135	11.5
6월	50	4.3
7월	85	7.2
8월	101	8.6
9월	129	11.0
10월	329	28.0
11월	28	2.4
12월	29	2.5
단오(음력5월5일), 격년제 등 기타	9	0.9
계	1,176	100.0

자료 : 문화관광부・한국문화관광연구원, 한국 지역축제 조사평가 및 개선 방안 연구, 2006.

7) 축제를 주최하는 인력의 부족

지역축제를 성공적인 축제로 발전시키려면 기획에서 홍보 및 진행까지 일사불란하게 운영할 수 있는 인력이 필요하다.

제 2 절 제주 지역축제 현황

1. 제주 지역축제의 현황

다양한 지역축제에 있어서 축제의 최초 개최년도는 시기별 변화 추세와 해당 축제의 정착 여부를 판단할 수 있는 중요한 지표가 된다. 제주지역의 축제들을 연도별로 구분하면 1990년 이전, 1990~1994년, 지방자치제가 본격적으로 시작된 해인 1995~1999년, 2000년~2006년 등으로 구분할 수 있다.

1990년대 이전에 개최된 축제는 제주감귤축제, 한라문화제, 유채꽃잔치, 철쭉제 등 4개이고, 1990~1994년에 개최가 시작된 축제는 억새꽃큰잔치 등 7개이며, 1995~1999년에 개최가 시작된 축제는 한라산눈꽃축제 등 14개이다. 2000~2006년에 시작된 축제는 29개로 제주지역의 축제는 모두 51개로 지방자치제 실시 이후 급격히 축제가 증가하는 추세를 보였다. 지역축제의 통폐합과 대표축제 육성의 목적을 위해 2008년에는 25개의 축제가 개최될 예정이다(제주축제육성위원회, 2008).

초기에는 전통문화재의 발견, 향토문화 창달 혹은 전통풍속의 전승과 관민화합을 위한 관주도의 축제가 주를 이루다가 2000년 이후에는 지역의 대표적인 농수산물과 자연환경을 소재로 하고 지역주민자치단체가 주관, 주최하는 축제와 관주도의 스포츠레저축제가 급격히 증가하였다(문화관광부, 2006).

2008년 지역축제 유형을 보면 지역특성화(관광)축제 13개, 특산물축제 3개, 스포츠축제 1개로 대부분이 지역경제 활성화나 관광소득을 창출하기 위한 일환으로 축제가 개최되고 있으며 전통 민속 축제 6개, 문화예술축제 2개, 생태자연 2개로 관광·특산물·레저스포츠 축제가 17개로 전체의 62.9%에 이르는 것으로 보아 지역문화 활성화를 꾀하기 위하여 축제가 개최되고 있음을 알 수 있다. 특산물축제인 경우 관광 및 주민 화합적 축제의 성격을 동시에 보여준다(제주축제육성위원회, 2008).

제주지역은 뛰어난 자연환경과 숙박시설, 교통의 편리한 이용과 잘 구축되어 있는 도로망 등 관광을 위한 하드웨어가 상당히 발달되어 있다. 그 결과 지방자

치단체나 지역자치단체에서는 커다란 투자자본 없이도 관광효과를 극대화하고 지역의 경제를 활성화 할 수 있는 문화콘텐츠 개발전략으로서 지역축제를 바라보고 이용하는 측면이 강하다.

주5일째 시행과 별다른 문화예술행사가 없어 지역축제가 지역주민들에게 먹거리, 볼거리, 놀거리 등 여가활용의 자리로 크게 이용되고 있다. 축제가 관광객에게는 비록 관광지경유 개념이기는 하나 짧은 오락시간을 제공해준다는 의미와 지역주민에게는 여가활동의 기회를 제공하는 의미가 가장 크다. 또 다른 긍정적인 의미로는 지역 주민의 단합과 축제지역의 이미지를 향상시키고 주민에게 애향심과 자긍심을 고취시켰다는 점이다. 그러나 현재 대부분의 제주 지역축제가 이벤트성, 전시성 프로그램으로 구성되어 있고, 축제가 갖는 고유의 기능과 의미를 부차적인 측면으로 다루고 있어 지역고유의 문화나 전통, 그리고 지역의 정체성을 발굴, 확립, 재생산하는 데에는 대단히 소홀한 경향을 띠고 있다. 그리고 축제가 지역의 향토성이나 역사성, 정체성 등 지역의 문화를 제대로 반영하지 못함으로써 지역문화 활성화에는 크게 이바지하지 못하고 있다. 그리고 차별적인 재미와 흥미, 교육적 효과를 축제방문객들에게 주지 못함으로써 본래 의도했던 관광소득 창출과 지역경제 활성화로 이어지지 못하고 있다(문화관광부, 2006).

2. 제주 지역축제의 의의 및 문제점

1) 지역축제의 의의

첫째, 관광객 유치를 통한 지역경제 활성화에 기여이다. 1990년대 중반에 실시된 지방자치제도의 도입 이후 많은 지자체가 축제를 지역 관광활성화의 수단으로 삼아 왔으며, 제주 또한 95년에 14건이던 것이 2006년 51건으로 증가했다. 2007년 들불축제의 경우 69억 원의 관광수입과 74억 원의 생산유발 효과[3], 2005년 칠십리 축제는 59억여 원[4], 2007년 최남단방어축제는 10억 원[5] 이상의 경제

3) 제주일보 2007년 4월 18일
4) 제주일보 2005년 11월 16일
5) 제주도뉴스 2007년 10월 18일

효과를 얻은 것으로 평가 혹은 자체분석 하고 있다.

둘째, 지역 경제 및 산업 활성화 수단으로 활용이다. 침체되어 가는 지역의 재래상권을 활성화하거나, 지역 특산물을 알리고 브랜드화하기 위한 수단으로써 축제가 활용되고 있다. 제주시 지역의 상권을 살리기 위한 '옵데강 봅데강 삽데강 한마당축제(서문공설시장)', '칠성로 거리축제', '락(樂)올래 PLAY(서귀포 거리축제)', '서귀포 뚜벅이축제(서귀포 중정로와 아카이드 상가 일원)', 등이 전자에 속하며, 제주산 청정 돼지고기를 홍보하고 양돈 산업을 진흥하기 위한 '제주 도새기축제', '설록 페스티벌' 등이 후자에 속한다.

셋째, 도민 화합의 장이다. 축제는 지역 주민의 정체성과 자부심을 높여주고, 결속력을 강화시켜 줄 수 있는 수단으로서 각 지역이나 마을 단위로 주관되는 행사는 지역 내 주민 간 연대감을 강화시켜 도민 화합의 장을 마련하는 수단이 되고 있다.

이러한 긍정적인 효과에 대한 기대를 바탕으로 축제 운영 주체인 도나 시·군에서는 성공적인 축제 개최 및 운영을 위한 다양한 프로그램 개발, 홍보활동, 접근성 확보 등 다방면에 걸친 노력을 기울이고 있다.

2) 지역축제의 문제점

첫째, 예산 규모와 내용에 따른 문제이다. 관광축제나 관이 주도하지 않는 마을 축제인 경우 대부분 1억 미만의 적은 예산으로 행사가 치러진다. 다수의 축제가 지방비에 의존하거나 민간단체(체육회, JIBS나 KBS 등 방송사)의 지원금으로 예산이 편성되고 있어 자립도가 떨어지지만 예산사용의 자율성은 보장되고 있다. 예산의 집행과정과 투명성도 지역설명회나 마을총회, 해당기관의 감사로 확보되고 있다. 그러나 큰 예산으로 치러지는 칠십리 축제나 억세꽃 축제인 경우 도외 관광객의 재방문 의사는 매우 저조하여 예산낭비라는 지적과 함께 관의 예산배분과 지원에 있어 문제가 있는 것으로 나타났다(문화관광부, 2006). 2006년에 개최된 축제 전체 예산 65억 7300만원 중 74%인 48억 8400만원이 국비와 지자체 예산으로 대부분의 축제가 보조금에 의존하는 실정이다. 전액 자부담 축제는 5개에 불과하다(양우철, 2006).

둘째, 축제기획과 준비 부족 그리고 홍보체계와 방식의 미숙이다. 관민합동으

로 치러지고 있는 축제인 경우 공무원이나 KBS, MBC 등 방송인들의 한시적 참여로 이루어지는 기획이 주를 이루고 있고, 지역주민이 주도하는 특산물축제나 관광축제인 경우는 지역의 청년회간부와 마을단체장이 축제전반의 운영과 기획을 맡고 있다. 그 결과 축제기획에 있어 독창성과 참신성이 매우 떨어지고 취지와 방향성을 제대로 잡지 못하고 있으며 주제를 축제프로그램 안에서 소화해내지 못하고 있다. 따라서 축제기획 내용의 완결성이나 전문성은 기대하기가 어렵다. 그러다보니 실무최종 리플릿이나 행사 일정이 1-2주 전 결정되거나 변경되는 사례도 많이 나타난다. 축제전문가가 축제를 기획하는 축제는 단 하나의 축제에서도 찾아볼 수가 없고 이를 보완할 축제전문가나 문화예술 활동가들의 조언이나 협력을 구할 수 있는 시스템도 부재하다(문화관광부, 2006).

홍보에 있어서도 지역방송사와 신문사의 보도에 절대적으로 의존하고 있으며 대중이 많이 이용하는 공공장소나 공항, 항만, 터미널 등 관광객들의 입출 기지에 홍보물이 항시적이고 명확하게 배치되어 있지 않다. 홍보기간도 기획과정의 문제로 너무 짧고 축제에 대한 지속적인 홍보 및 정보전달의 안정성이 없는 것으로 나타났다. 또한 인터넷 온라인매체의 활용도가 매우 저조하고 문화관광부 지정(예비)축제를 제외하고는 독자적인 홈페이지를 갖고 있는 축제는 없다. 사이버 홍보는 행정기관의 홈페이지에 링크되어 행사에 대한 프로그램 내용과 주관/주최, 개최시기만이 올라가 있고, 축제 1주일 전까지도 축제의 정확한 개최 일정이 수정되지 않은 채로 잘못된 정보가 그대로 방치되어 축제에 대한 지속적인 홍보 및 정보전달의 안정성이 없는 것으로 나타났다. 따라서 홍보 기능은 상실한지 오래이며 상세정보 전달이나 신청접수, 자원봉사확충 및 참여자 유인을 유도할 방문 참가신청 등은 기대할 수도 없으며 축제의 대내외 인지도 향상도 문제가 큰 것으로 나타났다. 그리고 마을 자치단체주관인 축제에서는 홍보인력의 부족과 재정 열악으로 홍보 관계는 차후의 해결과제로 미뤄놓는 예가 많다(문화관광부, 2006).

셋째, 프로그램 이용과 안내체계의 문제. 안내부수와 안내 배너가 참가자가 한눈에 알아볼 수 잇게 색깔이나 크기, 디자인에서 더욱 세련되고 치밀하게 준비되어야 하겠고 지역문화나 생태와 환경을 전문적으로 안내할 수 있는 해설사를 양성하고 배치가 필요하다. 이는 다만 축제이용을 위한 편의성 제공에 관한 문제일

뿐만 아니라 문화해설사, 생태환경인력 및 디자인, 설치미술 인력의 개발과도 이어져 지역의 인적 인프라를 형성, 확대하는 단서로 이어진다(문화관광부, 2006).

넷째, 축제평가 시스템과 인력 부족이다. 체계적이고 전문적인 평가시스템과 인력 부재로 피드백이 제공되지 않아 매년 같은 프로그램의 편성이나 단순 이벤트성 공연과 무대행사가 주가 되는 프로그램의 악순환이 거듭되고 있다. 방문기록이 전혀 없거나 있다고 하더라고 체계적으로 정리되고 있지 못하고 있으며 내부평가시스템은 설명회나 간담회 형식을 통해서 간단히 이뤄지고 있어 예결산 심의와 역할분담수준에서 진행되고 있다. 외부평가시스템은 대개의 경우가 없다. 이로 인해 객관적이고 세부적인 평가와 분석에 따른 축제기획, 축제의 주제와 내용의 합일성, 프로그램의 정합성에 대한 심층 향상을 꾀하기가 어려울 뿐만 아니라 홍보대상 설정 및 홍보 배포 및 배치, 마케팅 타켓, 프로그램의 편성을 설정하는데 객관적 기준을 마련하지 못하고 주먹구구식인 운영으로 이어지고 있다(문화관광부, 2006).

다섯째, 축제방문객과 만족도 분석의 문제. 제주지역의 축제 방문객은 대개가 지역주민들로서 방문목적은 가족, 친지들과 여가시간을 보내기 위해서가 절반을 차지하고 있다. 그러나 전통적인 민속이나 놀이, 지역특산물, 지역의 역사와 문화유산에 관한 안내와 해설체계가 대단히 미약하고 문화학습전시관, 생태체험관, 민속놀이 체험관과 같은 축제를 통해 교육이나 학습의 효과를 만들어내는 장치가 부족한 것을 나타났다. 더욱이 이를 보완할 안내서나 안내 설명책자조차 없는 것으로 드러났다. 외지인인 경우는 축제자체가 목적이라기보다는 경유관광개념으로 참가하고 있는 경우가 많은데, 이에 반해 밤 시간대의 프로그램 편성이 무대쇼가 주를 이루고 있고, 해당지역으로 유인할 수 있는 밤거리문화나 놀이의 부재로 당일 관광을 한다는 관광객들이 많아 축제지역의 숙박이나 그에 따른 소비지출을 창출해내지 못하고 있다. 또한 방문객의 만족도는 접근성에서 가장 높은 만족도를 보이고 있지만 축제 프로그램 내용 및 구성과 축제상품(먹거리 및 상징물, 특산물 판매)의 품질에는 매우 불만족을 표시하고 있다(문화관광부, 2006).

여섯째, 사회문화적, 환경적 영향력 부족이다. 전통민속축제나 문화예술축제가 절대적으로 부족하며 예산규모면에서나 내용면에서 작고 부실한 축제가 많아 문화예술적 영향력은 크게 작용하지 않는 것으로 나타났다. 그리고 축제로 인한 문

화시설 건설이나 인적인프라 구축은 대단히 미미하였다. 환경적 영향은 기존의 자원 환경을 이용한 친환경적 공간사용으로 크게 환경훼손이나 오염을 일으키지는 않고 있다(문화관광부, 2006).

일곱째, 유사축제 및 특색 있는 프로그램 운영미비이다. 도내 축제의 문제점을 가장 많이 거론된 것이 유사한 내용의 축제가 비일비재하거나, 차별화되지 않은 프로그램의 구성이다. 유채꽃축제(3월), 왕벚꽃잔치(4월), 고사리축제(4월) 등과 같이 비슷한 시기에 유사한 내용의 축제들이 개최되고 있다.

JEJU NATIONAL UNIVERSITY · SINCE 1952 · 제주대

제 3 절 탐라문화제의 개요

1. 탐라문화제 개요

매년 10월 초에 제주도 일원에서 열리는 전통문화축제이다. 탐라문화제는 개벽 이래 거친 자연환경을 이겨내며 이어온 제주 고유 민속예술을 찾아 키우고 새로운 문화 창조의 기틀을 마련하는 데 그 목적을 두고 있다. 탐라문화제는 1962년 한국예총 제주도지부의 발족과 동시에 제주도 특유의 지방예술문화의 개발과 향상을 목표로 종합예술제인 '제주예술제'를 개최한 것이 현재 탐라문화제의 전신이다(양중해, 1998).

1962년 시작된 탐라문화제는 순수예술제인 '제주예술제'로 열렸기에 현재의 축제 형태와는 전혀 다른 형태였으며, 1965년 '한라문화제'로 개칭되기 전까지 3년간 순수예술제로 펼쳐져 시화전, 문학의 밤, 문학백일장, 음악경연, 미술전, 사생대회, 연극제 등으로 구성되었다. 이후 문화축제로 전화되면서 민요경창, 선박퍼레이드, 걸궁 경연 등 종목에서부터 행사규모에 이르기까지 확대되었으며, 2002년 제41회부터는 '탐라문화제'로 명칭을 개칭하여 현재에 이르고 있다(김석범, 2004).

2000년 제39회 한라문화제에서 "새천년 탐라문화 세계를 여는 제주"라는 주제를 정하면서 제주의 최초 고대국가였던 탐라국이래의 제주의 역사, 전통문화, 예술을 테마로 한 프로그램들이 새롭게 선을 보이게 되었다. 2001년부터는 주제도 고정화하여 '천년의 탐라문화! 세계 속으로…'를 지속적으로 사용하여 삼성신 탄생의 신화와 탐라국 개국의 역사적 사실, 섬이라는 제주가 지닌 지정학적 특수성에 의한 문화적 창출의 요인과 독창성 등을 중심으로 한 탐라문화제만의 차별성을 부각시켜 탐라문화제를 통해 제주도가 지닌 전통문화의 우수성과 그 가치를 더욱 널리 알리고 100만 제주도민의 한마당축제로 가꾸어 한국의 대표적인 전통문화축제로 승화시키고자 하는 축제개최의 의지를 강력하게 담고 있다(김석범, 2004).

1990년대 지방자치제의 시행이후 지역축제가 전국적으로 양산되면서 탐라문화

제가 제주지역내의 동네축제로 평가되는 부정적인 비판의 대상이 되었지만, 2000년부터 연차적으로 추진된 주제 및 테마의 차별성 확보, 주행사장 이전, 주제 프로그램의 선정 등의 노력에 힘입어 2002년부터 2005년 연속 문화관광부의 지정 우수 지역축제로 선정되어 정부지원 속에 개최되었다.

2007년 제46회 탐라문화제는 '천년 탐라문화! 세계 문화유산으로…'라는 주제로 개최되었다. 탐라문화유산으로 대변되는 제주문화의 우수성과 전통성을 알리는 한국의 대표적인 전통문화축제로 승화하고 제주의 역사·문화·예술을 축제의 테마로 삼아 제주의 정체성을 널리 알리고 관광객, 제주도민이 함께 연출하는 축제의 신명성을 체험하는 전통문화축제를 추진방침으로 삼았다.

제46회 탐라문화제는 2007년 10월 5일부터 10월 10일까지 6일간 4개의 테마로 축제가 펼쳐졌다(탐라문화제집행위원회, 2007). 기원대축제의 '만덕제'를 시작으로 탐라문화제의 막을 열었다. 제46회 탐라문화제 주요 프로그램은 <표 3-4>과 같다.

<표 3-4> 제46회 탐라문화제 주요 프로그램

구분	축제명	주요 행사
기원대축제	기원대축제	만덕제, 탐라문화제 서제, 문화의 길 축제, 역사의 길 축제
본 마당	개막축제	개막식, 식전공연, 개막공연, 개막축하공연
	전통문화축제	행정시 민속예술축제, 학생민속예술축제, 제주어축제
	무형문화재축제	전국무형문화재 축제, 제주무형문화재 축제
	제주역사축제	해녀축제, 생활문화 체험마당, 탐라문화제 역사전, 향토문화 전시관
	예술축제	공연예술축제, 예술교류축제, 전시예술축제, 예술단 초청공연
참여 행사	마을축제	정의골 민속한마당 축제, 덩구리 전통민속재연행사
	제주인 대화합축제	장애인 축제, 노인축제, 궁도대회, 씨름대회
	참여예술행사	전국사진공모전, 전국민요경창대회, 전국남녀시조경창대회, 문학백일장, 학생미술실기대회 등
	향토문화축제	농협한마당축제
닫는 마당	느영나영 한마당	느영나영 한마당
	폐막공연	도립예술단 무용공연

자료 : 한국예총제주도연합회, 제46회 탐라문화제 세부추진계획

2. 탐라문화제 문제점

탐라문화제의 문제점으로는 첫째, 제주 전통 문화 예술 축제라는 정체성이 많

이 훼손이다. 매년 부대사업들이 신설되면서 행사 프로그램이 기형적으로 비대해진 반면 탐라문화제의 핵심인 무형 문화재 축제의 면모가 약해졌다. 둘째, 역사적 고증 측면의 문제이다. 대중동원과 집단화를 통한 문화제로 관이 중심이 되어서 운영되다보니 오랜 연륜에도 불구하고 문제로 지적되고 있다. 역사적 사실을 재구성할 때 더 치밀한 연구와 고증이 필요하다. 셋째, 교육·체험학습의 부족이다. 지역축제 참가자들은 관람을 하는 수동적이고 간접적인 참여형태를 벗어나 직접체험 할 수 있는 적극적인 프로그램을 원하고 있다. 그러나 탐라문화제는 참가자들이 직접 참여할 수 있는 프로그램이 많이 부족하다. 또한 문예창작 프로그램 등도 교육적이라기보다는 경연대회 형식으로 변화되어 순수 교육적인 측면이 탈색되었다. 넷째, 역사소재 활용 방법에 한계성이다. 역사소재를 다양한 예술적 형태로 승화함으로써 이해와 접근을 용이하게 하여, 전통문화예술 전승의 이바지 할 수 있을 것이다. 전통축제의 활성화는 지역의 고유성을 강화하고 정체성을 굳건히 하는데 기여할 수 있다. 다섯째, 상설 공연장의 부재이다. 탐라문화제 프로그램의 다수가 마당판에서 이루어진다는 점을 감안하면 해변공연장 무대와는 별도로 관람객과의 거리를 좁힐 수 있는 무대가 필요하다. 또한 전통문화 체험 프로그램 확대를 위한 공간도 필요하다. 이를 위해서는 탐라문화제를 개최할 수 있는 전용공연장이 만들어져야 한다. 여섯째, 홍보의 부재이다. 제46회 탐라문화제가 개최된 해는 '제주 민속 문화의 해'라고 하면서도 이를 담아낸 기획 행사나 전시부스 하나 없었다는 것이 홍보에 대한 미숙이라 할 수 있다. 사이버 홍보를 위한 별도의 홈페이지도 없는 것이 현실이다. 일곱째, 제주 대표 축제로서 탐라문화제를 육성, 타 축제와 차별성과 경쟁력을 갖추기 위해서는 현장 전문기획가가 중심이 된 전문 조직의 필요성이다.

이러한 문제점으로 인해 제주의 대표적인 전통축제이면서도 관광객 유치를 통한 지역 경제 활성화면에서는 다소 부진한 결과를 보이고 있다.

<표 3-5> 법성포 단오제와 탐라문화제 비교

법성포 단오제	구분	탐라문화제
전통문화축제	축제 구분	전통문화축제
거의 자체확보	예산	관 지원
숲쟁이 공원	축제 장소	전용시설 없음
순수민간주도 : (사)법성포단오보존회	행사 주체	민·관 합작 : 예총제주지부
인터넷 홍보, 서울에 1년간 벽보포스터 광고, 언론매체 홍보, 6, 000여명의 홍보대사를 활용한 축제홍보	홍보	전용 홈페이지 부재 축제 기간 전 홍보 위주
지역 특산품과 연계 (영광 굴비)	특징	지역 특산품 연계 부족

자료 : 2006 한국 지역축제 조사평가 및 개선방안 연구, 재구성

제 4 장 연구 설계

제 1 절 연구모형과 가설 설정

1. 연구모형

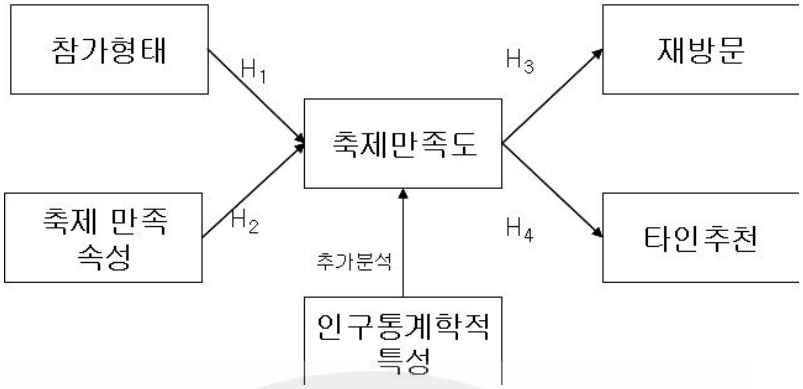
모형이란 용어가 정확히 어떠한 구조와 성격을 지닌 분석도구를 지칭하는 것인지에 대해서는 아직 사회과학자들 사이에 견해의 일치가 이루어지지 않고 있다. 예컨대 모형이란 실존현상의 단순화된 표현양식 또는 실증화된 이론구조라고 할 수 있다(김광웅, 1981).

본 연구에서의 분석모형은 지역축제의 재방문의사에 영향을 미친다고 간주되는 변수들을 선정하고 그들 사이의 논리적으로 기대되는 관계를 설정하는 것이 무엇보다도 중요하다. 그러나 그 변수의 수가 많기 때문에 어떻게 하면 실제 현상을 대표할 수 있는 변수를 합리적으로 선정하는 것이 문제로 떠오른다.

Rummel은 변수의 선정기준으로 첫째, 이론적으로 중요성을 갖는 변수, 둘째, 가설적으로 적절한 변수, 셋째, 보편성을 확보할 수 있는 변수를 충분할 만큼 선정해야 한다고 언급하고 있다(송재호, 1996).

따라서 본 연구는 지역축제 참가자를 대상으로 축제를 활성화시키기 위한 방안을 마련하기 위해 실증분석을 실시하였다. 실증분석은 지역축제 참가자의 인구통계적 특성과 참가형태를 파악하여 축제 만족도에는 어떠한 차이가 있는지를 조사하고 이러한 인구통계적 특성과 만족도가 지역축제 재방문 및 타인추천에 어떠한 영향을 미치는지를 분석하는데 목적을 두었다.

본 연구는 선행연구를 통하여 지역축제 참가자의 인구통계적학 특성, 참가형태, 축제만족속성, 만족도, 재방문의사 등을 설정하여 연구모형을 도출하였다. 이를 위한 연구 모형은 다음과 같다.



[그림 5] 연구 모형

2. 연구가설 설정

본 연구에서 지역축제인 탐라문화제가 축제참가자들에게 주는 만족요인이 참가자들의 재방문 의사와 타인추천의사에 어떤 영향을 미치는지를 연구하기 위해 다음과 같은 연구가설과 하위가설을 설정하였다.

H_1 : 참가형태 특성은 축제만족도에 차이가 있을 것이다.

H_{1-1} : 지역축제 참여 횟수에 따라 축제만족도에 차이가 있을 것이다.

H_{1-2} : 지역축제 관심요소에 따라 축제만족도에 차이가 있을 것이다.

H_{1-3} : 축제 정보 입수처에 따라 축제만족도에 차이가 있을 것이다

H_2 : 축제 만족속성은 축제만족도에 영향을 미칠 것이다.

H_3 : 축제 만족도는 재방문의사에 영향을 미칠 것이다.

H_4 : 축제 만족도는 타인 추천에 영향을 미칠 것이다.

추가 분석

인구통계학적 특성은 축제만족도에 차이가 있을 것이다.

성별, 거주지, 연령, 직업에 따라 축제만족도에 차이가 있을 것이다.

제 2 절 연구 설계

1. 자료수집 및 분석방법

본 조사는 지역축제를 활성화시키기 위한 방안을 마련하기 위하여 축제 참가자의 만족에 미치는 영향과 지역축제 만족요인은 재방문 및 타인추천의사에 어떠한 영향을 미치는지를 살펴보는 실증분석을 실시하였다.

실증분석은 연구지역인 제주의 대표적인 지역축제인 '탐라문화제' 참여자를 대상으로 편의표본추출법을 이용하여 축제기간인 2007년 10월 5일부터 10월 10일까지 6일간 표본을 추출하였다. 지역주민과 외지인을 대상으로 300부의 설문을 배포하였으나 회수된 설문지는 282부였다. 그 중 설문항목을 전부 응답하지 않았거나 일관성이 없어 신뢰성이 떨어지는 51부를 설문지를 제외한 231부의 설문을 최종 유효 표본으로 선정하였다.

수집된 자료는 통계패키지인 SPSS 12.0 프로그램을 이용하여 통계처리 하였다. 이용 통계기법으로는 크게 기술적 통계분석(Descriptive statistics)과 다변량 통계분석(Mltivariate statistical) 방법을 활용하였다. 기술적 통계는 단순 빈도(Simple frequency), 평균(mean), 백분율(%) 등을 이용하였다. 다변량 통계분석은 신뢰도 분석(Reliability), T-test, 분산분석(ANOVA analysis), 요인분석(Factor analysis), 회귀분석(Regression analysis) 등을 사용하였다.

가설 검증에 앞서 빈도분석을 이용하여 지역축제 참가자의 일반적인 특성을 분석하였다. 그리고 가설검증의 분석도구로써 타당성을 확보한 적합한 변수를 확인하기 위해 지역축제 만족요인 변수들에 대한 요인분석(Factor Analysis)을 실시하였고, 각 개념들의 신뢰성을 확보하기 위해 크론바하 알파계수(Cronbach′s)를 통한 신뢰도 분석을 실시하였다.

요인분석 시 각 변수별로 해당된 요인에 실린 적재값의 제곱의 분산이 최대가 되도록 회전시키는 직각회전을 실시하였으며, 또한 변수 간 부분상관계수의 값이 작은지를 검증하는 표본추출 접합검증 척도인 KMO(Kaiser-Meyer-Olkin)의 값을 제시하고 요인분석 모형이 적합한지를 나타내주는 Bartlett 테스트를 하였다

(김홍규, 1997).

신뢰성과 타당성 분석이 이루어진 지역축제 만족요인들을 활용하여 가설검증을 실시하였다. 가설검증 이용된 분석방법은 평균차이검증과 회귀분석을 이용하였으며 성별과 같이 2개 변수간의 차이분석은 T-test를 이용하였으며 3개 이상의 변수 간 차이는 분산분석(ANOVA)을 실시하였다.

그리고 회귀분석은 지역축제 만족요인이 축제만족도에 미치는 영향을 분석하기 위해 실시하였다.

2. 설문지 구성

본 연구에서는 자료 수집과 측정을 위한 방법으로 설문지를 이용한 일대일 개별면접조사 방법을 이용하였다. 설문지는 <표 4-1>의 선행연구를 통해 도출된 변수들을 토대로 본 연구에 맞게 만족도 항목을 14개의 세부내용으로 재구성하여 사용하였다.

설문지는 지역전통축제 참가자 만족속성에 대해 14개 문항으로 구성하였고, '전혀 그렇지 않다', '그렇지 않다', '보통', '그렇다', '매우 그렇다'의 5점 척도로 측정하였다. 만족요인과 관련하여 전반적인 만족도, 재방문 의사, 타인추천 의향 등 3개의 문항으로 구성하였다. 전반적인 만족도는 '매우 불만족', '불만족', '보통', '만족', '매우 만족'의 5점 척도로 측정하였다. 재방문 의사와 타인추천 의향은 '전혀 그렇지 않다', '그렇지 않다', '보통이다', '그렇다', '매우 그렇다'의 5점 척도로 측정하였다. 인구통계학적 특성은 4개 문항으로 구성하였으며 참가 형태 3개 문항, 관광활동 특성은 2개 문항으로 구성하였다. 설문지의 주요 항목별 내용은 <표 4-2>과 같다.

<표 4-1> 선행연구를 통한 만족도 항목 설정

만족도 항목	세부 만족도 항목
축제 프로그램	프로그램
	행사내용의 흥미성, 다양성
	축제의 주제, 내용의 독창성
	행사 내용의 향토성
부대시설 및 행사장 배치	휴식 공간
	화장실 청결성
	주차장 시설
	행사장 배치
	관람의 편리성
음식 및 상품	기념품의 다양성, 품질성, 가격의 적절성
	음식 종류의 다양성, 가격의 적절성
서비스	안내요원들의 서비스
	축제 일정 안내
	홍보
	행사장내 안내표지판 및 안내책자

<표 4-2> 설문지 구성내용

구성내용	문항 수	척도
참가자 만족요인 설문	14	리커드 5점 척도
만족도, 재방문, 타인추천 의향	3	리커드 5점 척도
인구통계학적	4	명목 척도
참가 형태	3	명목 척도
관광활동 특성	2	명목 척도

제 3 절 분석도구의 신뢰성과 타당성

1. 신뢰성 검증

신뢰성이란 둘 이상의 관찰자가 각기 관찰해서 동일한 결과를 얻을 수 있는 정도로, 타당성과 더불어 측정에서 가장 중요한 요소이자 측정대상으로서의 지표의 구비요소로서, 지표가 신뢰성 있게 측정되었다고 하는 것은 그 자료가 안정되고(stability), 일관성(consistency)이 있으며, 정확(accuracy)해서 믿을만한고(dependability), 나아가 예측가능성(predictability)이 있음을 의미하는 것으로 동일한 항목에 대해 측정을 반복했을 때 측정값들의 분산들로 표현할 수 있는 개념이다(채서일, 2001).

신뢰도는 비교 가능한 독립된 측정방법에 의해 특정 대상을 측정하는 경우 결과가 비슷하게 나타나야 하는 것으로, 이의 목적은 각 항목의 측정결과가 일관성을 유지하는가의 여부를 확인하기 위한 목적으로 이용된다.

본 연구에서는 측정척도의 신뢰성을 검증하기 위해 내적 일관성을 고려한 Cronbach′s Alpha 계수를 활용하였다. Cronbach′s Alpha 계수는 0과 1 사이의 값을 가지며, 신뢰도 값이 어느 정도여야 괜찮은 것인지에 대한 일률적인 기준은 없다. 그러나 대체로 0.8이상이면 상당히 신뢰할 만한 측정이라 한다. 신뢰도 0.6 이상인 경우는 아쉬운 대로 쓸 만하다고 할 수 있다(서의훈, 2005).

본 연구의 만족도 항목에 대한 신뢰성 검증결과는 다음 <표 4-2>과 같다. 각 항목들의 ‘크론바흐 알파(Cronbach′s Alpha) 항목을 보면 어느 항목을 제거하더라도 전체신뢰도 값인 0.827을 증가시키지 못하므로 14개 항목을 모두 사용하는 것이 좋다. 본 연구의 신뢰도 Alpha 계수는 0.827로 나타나 지역축제 만족도 항목들이 축제 만족도 요인을 도출하는데 신뢰할 수 있는 측정 항목임을 나타내었다.

<표 4-3> 만족도 항목에 대한 신뢰도 검증 결과

항목	제곱 다중 상관관계 (R2)	항목이 삭제된 경우 Cronbach 알파	전체 Cronbach 알파
기본 컨셉 및 주제가 탐라문화제를 잘 상징한다	0.378	0.818	0.827
프로그램은 타 축제와 차별성이 높다	0.452	0.811	
주제가 각 프로그램들에 잘 반영되어 있다	0.318	0.819	
개막식 주제 행사의 내용 및 연출은 좋았다	0.401	0.811	
개막식 주제 행사는 창의적이고, 발전 가능성이 높다	0.348	0.814	
전체적으로 행사장 배치가 잘 되었다	0.378	0.817	
행사를 편리하게 관람할 수 있도록 전체적인 동선이 잘 되었다	0.309	0.819	
주 무대 및 야외 행사장 배치가 잘 되었다	0.338	0.814	
행사에 관한 정보 획득이 효율적이다	0.297	0.819	
행사장 안내요원들은 친절하고 충분한 정보를 제공해 주었다	0.312	0.821	
관람객 편의시설은 충분했고 좋았다 (화장실, 휴식공간, 급수시설 등)	0.335	0.812	
주차공간은 효율적으로 관리되고 운영되었다	0.288	0.815	
음식의 맛과 가격에 만족 한다	0.376	0.819	
상품 종류는 다양하고 좋았다	0.403	0.820	

2. 타당성 검증

타당성은 측정하려는 것을 제대로 측정하고 있느냐의 동일성 확인에 관한 문제이다. 따라서 '무엇'이 측정되고 있느냐가 타당성을 확인할 수 있는 주요과제가 된다. 타당성을 높이는 데 있어서 고려되는 측면으로는 측정도구가 제대로 기능하느냐의 문제와 이로 인해 예측가능성이 얼마나 있느냐를 알아내는 것 등이다. 그러기 위해서는 타당하고 신뢰할 만한 기준을 확보하고 측정도구를 형성해야 한다. 타당성은 일반적으로 내용 타당성(content validity), 기준에 의한 타당성(criterion-related validity), 개념 타당성(construct validity)으로 나눌 수 있다(채서일, 2001).

내용 타당성은 측정도구 자체가 측정하고자 하는 속성이나 개념을 정확히 측정할 수 있도록 되어 있는가를 평가하는 것으로 측정도구가 측정대상이 가지고 있는 무수한 속성들 중의 일부를 대표성 있게 포함하고 있으면 그 측정도구는 내용타당성이 높다고 할 수 있다(채서일, 2001). 내용타당성은 조사자의 주관적인 해석과 판단에 지나치게 의존함으로써 착오가 개입할 여지가 많으며 또한 통계적 검증이 이루어지지 않는 결점이 있다. 또 측정하려고 하는 속성과 이 속성을 반영하는 항목간의 상응관계(correspondence)의 정도를 파악할 방법이 없다. 측정의 타당도를 수립하는 방법 중 가장 타당도가 떨어지는 방법이다.

기준에 의한 타당성은 통계적인 유의성을 평가하는 것으로 어떤 측정도구가 타당성이 높다고 한다면 측정도구에 의해 나타난 결과와 다른 어떠한 기준 또는 변수 간에 높은 상관관계가 존재해야 한다. 이는 연구하려는 속성을 측정해 줄 것으로 알려진 기준과 측정도구의 측정결과인 점수간의 관계를 비교함으로써 타당도를 파악하는 방법이다(채서일, 2001).

개념 타당성은 조사자가 측정하려고 하는 개념을 측정도구로 정확히 측정하였는가에 대한 문제인데, 이론적 연구를 수행하는데 가장 중요한 요소이다. 이는 추상적인 개념일수록 개념 타당성을 확보하기가 어렵기 때문이다. 개념 타당성은 크게 집중 타당성, 판별타당성, 이해타당성으로 구분된다. 개념 타당성을 평가하는데 사용되는 방법은 다속성 다방법 메트릭스(MTMM : multi-trait multi-method matrix)와 요인분석(factor analysis)이 있다. 본 연구에서는 요인분석을

활용하였다.

요인분석은 다변량 분석방법의 하나로 변수들 간의 관계를 찾아낼 때 사용되는데, 기본원리는 항목들 간의 상관관계가 높은 것끼리 하나의 요인으로 묶어내어, 요인들 간에 상호 독립성을 유지하도록 하는 것이다. 이러한 요인분석은 정보손실을 가져오기도 하나 잠재체계를 발견, 활용하게 해준다는 장점을 가지고 있다. 또한 자료를 보다 쉽게 이해하는데 도움을 준다.

본 연구에서 타당성 검증을 위한 요인분석은 주성분 분석을 이용하였고, 요인적재치의 단순화를 위해서는 직각회전 중 베리맥스(VARIMAX) 회전을 실시하였다. 그리고 요인의 수는 아이겐 값(eigen value)이 1이상이 되는 요인의 수에 의해 결정하였다.

지역축제 만족도에 대한 요인분석 결과 4개의 요인이 추출되었다. 우선 공통성을 보면 각 변수의 변량은 46.8%에서 69.5%까지 설명되었고, 전체변량은 요인별로 각각 31.39%, 11.01%, 9.54%, 8.51%로 설명되어 전체적으로는 60.47%로 설명된다. 요인분석은 자료를 측정하는 만큼 정보의 손실이 발생되는데, 일반적으로 사회과학 분야에서는 총 분산의 60% 정도를 설명해 주는 요인까지 선정한다(채서일, 2001). 또한 KMO(Kaiser-Meyer-Olkin) 값이 1에 가까울수록 요인분석의 의미가 높은데, 본 연구의 KMO 값이 0.825로 높게 나타났다.

타당성 검증을 위한 축제의 만족도 속성을 평가하는 변수와 전체 구성개념을 형성하는 전체 항목간의 상관성 중 '행사장 안내요원들은 친절하고 충분한 정보를 제공해 주었다'가 0.695로 가장 높게 나타났고, '관람객 편의시설은 충분했고 좋았다'가 0.468로 가장 낮게 나타났다.

지역전통축제 만족도 요인분석 결과로 얻어진 4개의 요인을 정의하면 다음과 같다.

요인 1은 '기본 컨셉 및 주제가 탐라문화제를 잘 상징 한다', '프로그램은 타 축제와 차별성이 높다', '주제가 각 프로그램들에 잘 반영되어 있다', '개막식 주제 행사의 내용과 연출은 좋았다', '개막식 주제 행사는 창의적이고 발전 가능성이 높다' 등으로 '프로그램'으로 정의하겠다.

요인 2는 '상품 종류는 다양하고 좋았다', '음식의 맛과 가격에 만족한다', '주차공간은 효율적으로 관리되고 운영되었다', '관람객 편의시설은 충분했고 좋았다'

등으로 ‘ 상품과 음식 및 부대시설’로 정의하겠다.

요인 3은 ‘전체적으로 행사장 배치는 잘 되었다’, ‘행사를 편리하게 관람할 수 있도록 전체적인 동선이 잘 되었다’, ‘주 무대 및 야외 행사장 배치가 잘 되었다’ 등으로 ‘시설 배치’로 정의하겠다.

요인 4는 ‘행사장 안내요원들은 친절하고 충분한 정보를 제공해 주었다’, ‘행사에 관한 정보 획득이 효율적이다’ 등으로 ‘서비스’로 정의하였다.

각 요인의 분산설명력은 31.398%, 11.019%, 9.543%, 8.512% 등으로 전체설명력은 60.473%로 나타났다.

<표 4-4> 선행연구와 탐라문화제 요인 비교

선행연구	요인						
	상품 및 음식	프로그램	홍보 및 안내	부대시설	접근성	사교성	서비스
백제문화제 유기준(2002)	0	0	0	0		0	
진주남강유등축제 고병태(2005)		0			0	0	
제주정월대보름들불축제 양우철(2006)		0	0	0	0		
고창수산물축제 김지선(2006)	0	0				0	
제주정월대보름들불축제 김재일(2007)	0	0	0	0			
탐라문화제 본 연구	0	0		0			0

연구자 재구성

만족속성에 대한 요인의 정의는 각 연구자별로 다르지만 각 요인의 내용을 기준으로 재구성하여 비교하면 프로그램요인이 가장 많이 나타난다. 탐라문화제는 유기준(2002)의 백제문화제와 김재일(2007)의 제주정월대보름들불축제의 만족속성요인과 유사함을 알 수 있다.

<표 4-5> 만족도 항목에 대한 요인분석

요인 구성 변수	요인				공통성
	요인1	요인2	요인3	요인4	
1. 기본 컨셉 및 주제가 탐라문화제를 잘 상징한다	0.811				0.669
2. 프로그램은 타 축제와 차별성이 높다	0.678				0.670
3. 주제가 각 프로그램들에 잘 반영되어 있다	0.672				0.554
4. 개막식 주제 행사의 내용 및 연출은 좋았다	0.606				0.557
5. 개막식 주제 행사는 창의적이고, 발전 가능성이 높다	0.568				0.544
14. 상품 종류는 다양하고 좋았다		0.820			0.691
13. 음식의 맛과 가격에 만족 한다		0.808			0.674
12. 주차공간은 효율적으로 관리되고 운영되었다		0.600			0.472
11. 관람객 편의시설은 충분했고 좋았다 (화장실, 휴식공간, 급수시설 등)		0.556			0.468
6. 전체적으로 행사장 배치가 잘 되었다			0.781		0.652
7. 행사를 편리하게 관람할 수 있도록 전체적인 동선이 잘 되었다			0.749		0.593
8. 주 무대 및 야외 행사장 배치가 잘 되었다			0.634		0.570
10. 행사장 안내요원들은 친절하고 충분한 정보를 제공해 주었다				0.800	0.695
9. 행사에 관한 정보 획득이 효율적이다				0.764	0.657
고유값(Eigen Value)	4.396	1.543	1.336	1.192	
분 산	31.398	11.019	9.543	8.512	
KMO	KMO = 0.825				

제 5 장 탐라문화제의 실증분석

제 1 절 일반적 특성 분석

1. 인구통계학적 특성

본 조사를 통한 축제 참가자의 인구통계학적 특성을 파악하기 위해 빈도분석을 실시하였으며, 그 결과는 <표 5-1>와 같다.

<표 5-1> 인구통계학적 분석결과

구분	항목	빈도(명)	비율(%)	구분	항목	빈도(명)	비율(%)
성별	남	129	55.8	직업	공무원	18	7.8
	여	102	44.2		농어업/제조업	26	11.3
	소계	231	100		전문직	26	11.3
연령	20대 이하	76	32.9		관광/서비스업	19	8.2
	30대	55	23.8		기타	55	23.8
	40대	69	29.9		소계	231	100
	50대 이상	31	13.5	거주지	도내	211	91.3
	소계	231	100		도외	20	8.7
직업	교육자	27	11.7		소계	231	100
	자영업	60	26.0				

남성은 129명으로 55.8%, 여성은 102명으로 44.2%로 조사되었다. 연령별로는 20대 이하가 32.9%, 30대가 23.8%, 40대가 29.9%, 50대 이상이 13.5%,로 조사되었다. 20대와 40대가 주 참가연령층으로 나타났다. 거주지별로는 도내가 211명으로 91.3%, 도외는 20명으로 8.7%로 조사되었다. 축제기간 전 태풍 피해와 기간

중 잦은 비로 인해 부족 및 관람객 관심 저조로 특히 도외 관광객의 참여가 저조한 것으로 나타났다. 직업별로는 교육자 27명 11.7%, 자영업 60명 26.0%, 공무원 18명 7.8%, 농・어업, 제조업 26명 11.3%, 전문직 26명 11.3%, 서비스업 19명 8.2%, 기타 55명 23.8%로 조사되었다.

2. 참가 형태에 관한 특성

조사대상자의 탐라문화제 참가형태 특성을 파악하기 위해 빈도분석(Frequency)을 한 결과는 다음 <표 5-2>와 같다.

<표 5-2> 참가형태 특성

구분	항목	빈도(명)	비율(%)	구분	항목	빈도(명)	비율(%)
참관 횟수	처음 방문	68	29.4	정보 획득	인터넷/언론매체	121	52.4
	2회	71	30.7		비언론매체	110	47.8
	3회	57	24.7		소계	231	100
	4회 이상	35	15.2	관심 요소	공연, 전시회	62	26.8
	소계	231	100		문화체험	95	41.1
지출 비용	10만원 미만	166	71.9		먹거리/쇼핑	40	17.3
	10~20만원	49	21.2		만남의 장소	34	14.7
	20만원 이상	16	7.0		소계	231	100
	소계	231	100	축제 기간 중 방문횟수	3회	40	17.3
축제 기간 중 방문횟수	1회	92	39.8		4회 이상	31	13.4
	2회	68	29.4		소계	231	100

탐라문화제 참관 횟수는 2회 방문이 71명 30.7%로 가장 많고, 처음방문이 68명 29.4%, 3회 방문 57명 24.7%, 4회 이상 방문은 35명 15.2%로 조사되었다. 축제에 대한 정보획득 방법은 인터넷/언론매체 121명 52.4%, 비언론매체 110명 47.8%

정보의 획득은 주로 언론매체와 인터넷을 통해 이루어지는 것을 알 수 있다. 지출비용은 10만원 미만 166명 71.9%로 가장 많이 조사되었다. 축제 참가자의 관심 요소로는 문화체험 95명 41.1%, 공연 및 전시회 관람 62명 26.8%, 먹거리/쇼핑 40명 17.3% 등으로 조사되었다. 축제 기간 중 행사장 방문 횟수는 1회 92명 39.8%, 2회 68명 29.4%, 3회 40명 17.3% 등으로 조사되었다. 주로 행사장에 1~2회정도 방문하는 것으로 나타났다.

3. 만족변수의 기술통계량 분석

참가자들에 대한 탐라문화제 관련 만족도의 기술통계량 분석을 실시하여 각 항목에 대한 평균점수를 계산하였다. <표 5-3>에서 보듯이 '행사장 안내요원들은 친절했다'($\bar{x}$=3.67)에 대한 만족도가 가장 높게 나타났으며, '행사를 편리하게 관람할 수 있도록 전체적인 동선이 잘 되었다($\bar{x}$=3.45)', '주 무대 및 야외 행사장 배치가 잘 되었다($\bar{x}$=3.44)', '개막식 주제 행사의 내용 및 연출은 좋았다($\bar{x}$=3.40)'에 대한 만족도가 높은 값은 나타내고 있다. 또한'전체적으로 행사장 배치가 잘 되었다($\bar{x}$=3.39)', '개막식 주제 행사는 창의적이고, 발전 가능성이 높다($\bar{x}$=3.37)',에 대한 만족도도 높은 평균값을 나타내었다.

그러나 '행사장에서 쇼핑 품목은 다양하고 좋았다.($\bar{x}$=3.10)', '탐라문화제 프로그램은 타 축제와 차별성이 높다($\bar{x}$=3.19)', '음식의 맛과 가격에 만족한다($\bar{x}$=3.20)', 행사에 관한 정보 획득이 효율적이었다($\bar{x}$=3.21)',에 대한 만족도는 낮게 나타나 행사장에서 축제관련 된 기념품 및 음식에 대한 것과 탐라문화제 프로그램의 차별성, 행사에 관한 정보 획득에 대한 만족도가 다른 항목에 우선 개선이 필요할 것으로 평가되었다.

<표 5-3> 만족도 변수의 기술통계량 분석

항 목	평균값	표준편차
탐라문화제의 기본 컨셉 및 주제가 탐라문화제를 잘 상징한다	3.30	0.831
탐라문화제 프로그램은 타 축제와 차별성이 높다	3.19	0.837
탐라문화제의 주제가 각 프로그램들에 잘 반영되어 있다	3.33	0.862
개막식 주제 행사의 내용 및 연출은 좋았다	3.40	0.811
개막식 주제 행사는 창의적이고, 발전 가능성이 높다	3.37	0.855
전체적으로 행사장 배치가 잘 되었다	3.39	0.821
행사를 편리하게 관람할 수 있도록 전체적인 동선이 잘 되었다	3.45	0.842
주 무대 및 야외 행사장 배치가 잘 되었다	3.44	0.857
행사에 관한 정보 획득이 효율적이었다	3.21	0.876
행사장 안내요원들은 친절했다	3.67	1.040
관람객의 편의시설은 충분했고 좋았다	3.30	0.804
주차공간은 효율적으로 관리되고 운영되었다	3.22	0.892
음식의 맛과 가격에 만족한다	3.20	0.906
상품 종류는 다양하고 좋았다.	3.10	1.017

※ 측정척도 : 1=전혀 그렇지 않다 3=보통 5=매우 그렇다

제 2 절 가설 검증

1. 참가형태와 참가자 만족도의 관계 검증

H_1 : 참가형태 특성은 축제만족도에 차이가 있을 것이다.

가설 1 는 참가형태 특성이 지역축제에 있어 참가자의 축제 만족도에 영향을 미치는지를 판별하기 위해 평균차이 검증을 실시하였다. 참가형태 특성은 참가자의 참여횟수, 축제관심요소, 정보 입수처 등 3개의 세부요인으로 구성되었다.

세부가설 H_{1-1}, H_{1-2} 대해 분산분석(ANOVA)을 H_{1-3}에 대해 T-test를 이용하여 검증을 실시하였다.

H_{1-1} : 지역축제 참여 횟수에 따라 축제만족도에 차이가 있을 것이다.

축제참가자의 참가형태 특성 중 참여 횟수가 축제 만족도에 미치는 영향이 있는지를 판별하기 위해 평균 차이유무를 분산분석법(ANOVA : Analysis of Variance) 검증을 실시하였다. 그 결과, 처음 참여한 집단이 3.09로 만족도가 가장 낮고, 4회 이상에서 3.66로 가장 높게 나타났다. F값이 4.129이고 유의확률(p값)은 0.007로 유의수준($p<0.05$)보다 낮게 나타나 참가 횟수는 축제만족도에 차이를 미치는 것으로 나타났다. 즉, 참가 횟수에 따른 분산분석 결과 가설 H_{2-1}은 채택되었다.

<표 5-4> 참여 횟수에 따른 축제만족도의 분산분석(ANOVA) 결과

요인	참여 횟수별 집단 간 평균값				F값	유의확률
	처음	2회	3회	4회		
만족도	3.09	3.23	3.32	3.66	4.129	0.007

$p<0.05$

H_{1-2} : 지역축제 관심요소에 따라 축제만족도에 차이가 있을 것이다.

축제참가자의 참여형태 특성 중 축제의 관심요소가 축제 만족도에 미치는 영향이 있는지를 판별하기 위해 평균 차이유무를 분산분석법(ANOVA : Analysis of Variance) 검증을 실시하였다. 그 결과, 먹거리/쇼핑이 3.15로 만족도가 가장 낮고, 만남의 장소가 3.38로 가장 높게 나타났다. F값이 0.596이고 유의확률(p값)은 0.618로 유의수준($p<0.05$)보다 높게 나타나 참가자의 관심요소는 축제만족도에 차이를 미치지 않는 것으로 나타났다. 즉, 관심요소에 따른 분산분석 결과 가설 H_{2-2}는 기각되었다.

<표 5-5> 관심요소에 따른 축제만족도의 분산분석(ANOVA) 결과

요인	관심 요소별 집단 간 평균값				F값	유의확률
	공연 및 전시회	문화체험	먹거리/쇼핑	만남의 장소		
만족도	3.24	3.31	3.15	3.38	0.596	0.618

$p<0.05$

H_{1-3} : 축제 정보 입수처에 따라 축제만족도에 차이가 있을 것이다

축제참가자의 참여행태 특성 중 참가자의 축제 관련 정보 입수처가 축제 만족도에 미치는 영향이 있는지를 판별하기 위해 평균 차이유무를 T-test로 검증을 실시하였다. 그 결과, 인터넷/언론매체가 비언론매체보다 높은 것으로 나타났다. 유의확률(p값)은 0.033으로 유의수준($p<0.05$)보다 낮게 나타나 참가자의 축제 정보 입수처는 축제만족도에 차이를 미치는 것으로 나타났다. 즉, 축제 정보 입수처에 따른 T-test 결과 가설 H_{2-3}은 채택되었다.

<표 5-6> 축제 정보 입수처에 따른 축제만족도의 T-test 분석 결과

요인	거주 지역				T값	유의확률
	인터넷/언론매체		비언론매체			
	평균	표준편차	평균	표준편차		
만족도	3.38	0.819	3.15	0.780	2.143	0.033*

p<0.05

2. 축제 만족속성과 만족도의 관계 검증

H_2 : 축제 만족속성은 축제만족도에 영향을 미칠 것이다.

<표 5-7> 축제만족속성이 축제만족에 미치는 영향에 대한 회귀분석 결과

모델	비 표준화계수		표준화계수	t	유의확률
	B	표준오차	베타		
(상수)	3.273	0.051		64.650	0.000
요인 1 : 프로그램	0.124	0.051	0.154	2.445	0.015*
요인 2 : 상품과 음식 및 부대시설	0.169	0.051	0.209	3.324	0.001*
요인 3 : 시설배치	0.146	0.051	0.181	2.874	0.004*
요인 4 : 서비스	0.068	0.051	0.084	1.339	0.182
모델 요약	R^2=0.107 수정된 R^2=0.091				
ANOVA	F=6.771 p=0.000				

p<0.05 종속변수 : 축제 만족도

가설 2 은 지역축제에 참가자의 만족요인과 전반적인 만족도 사이의 관계에 관한 것으로, 4개의 하위가설이 설정되었다. 이 검증을 위해 만족속성에 대한 요인분석을 통해 설정된 지역축제속성 4개의 요인들을 독립변수로, 축제만족을 종속변수로 하여 다중 회귀 분석을 실시하였다. <표 5-7>은 측정항목들이 축제만족에 미치는 영향에 대해 분석한 결과이다.

상관계수 분석에서 만족도와 요인 2간의 상관계수가 0.209로 상관계수가 가장 높게 나타났고 유의확률도 0.001로 유의하게 나타났다. 모델에 대한 결정계수 R^2는 0.107로 전체 분산 중에서 10.7%를 설명하고 있다. 분산분석(ANOVA)이 제시하는 분산비 F는 6.771, 유의확률(p값)은 0.000으로 유의수준(p<0.0.5)에서 통계적으로 유의한 결과를 보여주고 있다.

요인 1은 t 값이 2.445이고 유의확률 0.015로 유의수준(p<0.05)에서 유의하다고 할 수 있다. 요인 2는 t 값이 3.324이고 유의확률 0.001로 유의수준(p<0.05)에서 유의하다고 할 수 있다. 요인 3은 t 값이 2.874이고 유의확률 0.004로 유의수준(p<0.05)에서 유의하다고 할 수 있다. 요인 4는 t 값이 1.339이고 유의확률 0.182로 유의수준(p<0.05)에서 유의하지 않는 것으로 나타났다.

표준화 계수를 살펴보면 요인 2 0.209, 요인 3 0.181, 요인 1 0.154로 요인 2가 만족도에 가장 중요한 영향을 미치고 있는 것을 알 수 있다.

그러나 모델의 결정계수 R^2가 0.107로 적합도가 낮게 나타나므로 가설 채택을 유보한다.

3. 축제 만족과 재방문과의 관계 검증

H_3 : 축제 만족은 재방문의사에 영향을 미칠 것이다.

<표 5-8> 축제 만족이 재방문 의사에 대한 분석

모델	비 표준화계수		표준화계수	t	유의확률
	B	표준오차	베타		
(상수)	1.815	0.216		8.408	0.000
축제 만족도	0.510	0.064	0.466	7.969	0.000*
모델 요약	R^2=0.217 수정된 R^2=0.214				
ANOVA	F=63.510 p=0.000				

p<0.05 종속변수 : 재방문 의사

가설 3 은 축제 만족이 재방문에 미치는 영향에 대한 관계를 분석한 것이다. 지역축제의 만족이 재방문에 대한 영향을 분석하기 위해 회귀 분석을 실시하였다. <표 5-8>은 축제만족이 재방문에 미치는 영향에 대해 분석한 결과이다.

모델에 대한 결정계수 R^2는 0.217로 전체 분산 중에서 21.7%를 설명하고 있다. 분산분석(ANOVA)이 제시하는 분산비 F는 63.510, 유의확률(p값)은 0.000으로 유의수준(p<0.0.5)에서 통계적으로 유의한 결과를 보여주고 있다.

축제 만족도에 관한 t값은 7.969이고 유의확률 0.000로 유의수준(p<0.05)에서 유의하다고 할 수 있다.

그러나 모델의 결정계수 R^2가 0.217로 적합도가 낮게 나타나므로 가설 채택을 유보한다.

4. 축제 만족과 타인추천과의 관계 검증

H_4 : 축제 만족은 타인추천에 영향을 미칠 것이다.

<표 5-9> 축제 만족이 타인 추천 의향에 대한 분석

모델	비 표준화계수		표준화계수	t	유의확률
	B	표준오차	베타		
(상수)	1.834	0.224		8.176	0.000
축제 만족도	0.532	0.067	0.467	7.995	0.000*
모델 요약	R^2=0.218 수정된 R^2=0.215				
ANOVA	F=63.922 p=0.000				

p<0.05 종속변수 : 타인추천 의향

가설 4 는 축제 만족이 타인추천 의향에 미치는 영향에 대한 관계를 분석한 것이다. 지역축제의 만족이 타인추천 의향에 대한 영향을 분석하기 위해 회귀 분석을 실시하였다. <표 5-9>은 축제만족이 타인추천 의향에 미치는 영향에 대해 분석한 결과이다.

모델에 대한 결정계수 R^2는 0.218로 전체 분산 중에서 21.8%를 설명하고 있다. 분산분석(ANOVA)이 제시하는 분산비 F는 63.922, 유의확률(p값)은 0.000으로 유의수준(p<0.0.5)에서 통계적으로 유의한 결과를 보여주고 있다.

축제 만족도에 관한 t값은 7.995이고 유의확률 0.000로 유의수준(p<0.05)에서 유의하다고 할 수 있다.

그러나 모델의 결정계수 R^2가 0.218로 적합도가 낮게 나타나므로 가설 채택을 유보한다.

5. 인구 통계학적 특성과 축제 만족도의 관계 검증

추가분석 : 인구통계학적 특성은 축제만족도에 차이가 있을 것이다.

인구통계학적 특성이 지역축제에 있어 참가자의 축제 만족도에 영향을 미치는지를 판별하기 위해 평균차이 검증을 실시하였다. 인구통계학적 특성은 참가자의 성별, 거주지, 연령, 직업 등 4개의 세부요인으로 구성되었다.

성별과 거주지는 T-test를 연령과 직업은 분산분석(ANOVA)를 이용하여 검증을 실시하였다.

추가분석 1 : 성별에 따라 축제만족도에 차이가 있을 것이다.

축제참가자의 인구통계학적 특성 중 성별이 축제 만족도에 미치는 영향이 있는지를 판별하기 위해 평균 차이유무를 T-test로 검증을 실시하였다. 그 결과, 남성이 만족도가 여성보다 높은 것으로 나타났다. 유의확률(p값)은 0.148로 유의수준(p<0.05)보다 높게 나타나 참가자 성별은 축제만족도에 차이를 미치지 않는 것으로 평가 나타났다. 즉, 성별에 따른 T-test 결과 기각되었다.

<표 5-10> 성별에 따른 축제만족도의 T-test 분석 결과

요인	성별				T값	유의확률
	남성		여성			
	평균	표준편차	평균	표준편차		
만족도	3.34	0.805	3.19	0.805	1.451	0.148

p<0.05

추가분석 2 : 거주지에 따라 축제만족도에 차이가 있을 것이다.

축제참가자의 인구통계학적 특성 중 거주지역이 축제 만족도에 미치는 영향이 있는지를 판별하기 위해 평균 차이유무를 T-test로 검증을 실시하였다. 그 결과, 도외 참가자의 만족도가 도내 참가자보다 높은 것으로 나타났다. 유의확률(p값)은 0.002로 유의수준(p<0.05)보다 낮게 나타나 참가자 성별은 축제만족도에 차이를 미치는 것으로 나타났다. 즉, 거주 지역에 따른 T-test 결과 채택되었다.

<표 5-11> 거주지에 따른 축제만족도의 T-test 분석 결과

요인	거주 지역				T값	유의확률
	도내		도외			
	평균	표준편차	평균	표준편차		
만족도	3.22	0.788	3.80	0.834	-3.114	0.002*

p<0.05

추가분석 3 : 연령에 따라 축제만족도에 차이가 있을 것이다.

축제참가자의 인구통계학적 특성 중 참가자 연령이 축제 만족도에 미치는 영향이 있는지를 판별하기 위해 평균 차이유무를 분산분석법(ANOVA : Analysis of Variance) 검증을 실시하였다. 그 결과, 20대에서 30대까지 만족도가 낮은 편이고, 50대 이상이 3.42로 높은 것으로 나타났다. 이는 탐라문화제가 지역의 대표적인 전통축제로 연령이 높을수록 축제 만족도가 높음을 알 수 있다. F값이 0.647이고 유의확률(p값)은 0.585로 유의수준(p<0.05)보다 높게 나타나 참가자 연령은 축제만족도에 차이를 미치지 않는다고 나타났다. 즉, 연령에 따른 분산분석 결과 기각되었다.

<표 5-12> 연령에 따른 축제만족도의 분산분석(ANOVA) 결과

요인	연령별 집단 간 평균값				F값	유의확률
	20대 이하	30대	40대	50대 이상		
만족도	3.21	3.22	3.32	3.42	0.647	0.585

p<0.05

추가분석 4 : 직업에 따라 축제만족도에 영향을 미칠 것이다.

축제참가자의 인구통계학적 특성 중 참가자 직업이 축제 만족도에 미치는 영향이 있는지를 판별하기 위해 평균 차이유무를 분산분석법(ANOVA : Analysis of Variance) 검증을 실시하였다. 그 결과, 공무원이 3.00으로 만족도가 낮은 편이고, 관광/서비스업이 3.79로 가장 높게 나타났다. F값이 3.107이고 유의확률(p값)은 0.03로 유의수준(p<0.05)보다 낮게 나타나 참가자 직업은 축제만족도에 차이를 미치는 것으로 나타났다. 즉, 직업에 따른 분산분석 결과 채택되었다.

<표 5-13> 직업에 따른 축제만족도의 분산분석(ANOVA) 결과

요인	직업별 집단 간 평균값							F값	유의확률
	교육자	자영업	공무원	농어업/제조업	전문직	관광/서비스	기타		
만족도	3.33	3.43	3.00	3.12	2.96	3.79	3.20	3.107	0.03*

p<0.05

제 3 절 가설검증 요약

1. 가설 검증 결과 요약

지역축제의 만족요인이 참가자 만족도에 미치는 차이 여부와 참가자 만족도가 재방문 및 타인추천 의향에 대한 영향에 대한 가설을 검증한 결과는 다음과 같다.

첫째, 지역축제 참가자의 참여형태 특성인 참여 횟수, 축제 정보 입수처에 따라 유의한 차이를 보이므로 참여형태 특성이 축제 만족도에 차이가 있을 것이라는 <가설 1>는 부분적으로 채택되었다.

둘째, 지역축제 만족요인은 중 프로그램요인, 상품과 음식 및 부대시설요인, 부대시설이 축제 만족도에 정(+)의 영향을 미치는 요인으로 나타났다. 그러나 모델의 결정계수인 R^2가 낮아 적합도가 떨어지기 때문에 가설 채택여부를 유보한다. 지역축제 만족요인이 축제 만족도에 영향을 미친다는 <가설 2>은 유보한다.

셋째, 지역축제 만족도는 재방문에 영향을 미치는 유의수준에서는 만족한 결과를 나타냈으나 모델의 결정계수인 R^2가 낮아 적합도가 떨어지기 때문에 가설 채택여부를 유보한다. <가설 3>는 채택여부를 유보한다.

넷째, 지역축제 만족도는 타인 추천에 영향을 미치는 유의수준에서는 만족한 결과를 나타냈으나 모델의 결정계수인 R^2가 낮아 적합도가 떨어지기 때문에 가설 채택여부를 유보한다. <가설 4>는 채택여부를 유보한다.

다섯째, 지역축제 참가자의 인구통계학적 특성인 거주지, 직업에 따라 유의한 차이를 보이므로 인구통계학적 특성이 축제 만족도에 차이가 있을 것이라는 추가분석의 결과는 부분적으로 채택되었다.

<가설 2>, <가설 3>, <가설 4>의 채택여부를 유보하는 것은 축제에 대한 만족도가 5점 만점에 3.27로 만족과 불만족을 판단하기에는 부적합하다고 판단되는 중간 값을 나타내기 때문이다. 축제 만족도가 낮은 이유는 축제기간 직전에 제주의 태풍 피해로 사람들이 축제 참여가 저조했으며, 축제 기간 중에도 기상악화로 인해 축제 참여가 저조해 축제에 대한 신뢰성 있는 설문이 되지 못한 것으로 판

단된다.

각 가설에 대한 검증 결과를 정리하면 다음 <표 5-14>과 같다.

<표 5-14> 가설 검증 결과

구분	가설	가설채택 여부
H_1	참가형태 특성은 축제만족도에 차이가 있을 것이다.	부분채택
H_{1-1}	지역축제 참여 횟수에 따라 축제만족도에 차이가 있을 것이다.	채택
H_{1-2}	지역축제 관심요소에 따라 축제만족도에 차이가 있을 것이다.	기각
H_{1-3}	축제 정보 입수처에 따라 축제만족도에 차이가 있을 것이다.	채택
H_2	축제 만족속성은 축제만족도에 영향을 미칠 것이다.	기각
H_{2-1}	프로그램 속성요인은 축제만족도에 영향을 미칠 것이다.	기각
H_{2-2}	상품과 음식 및 부대시설 속성요인은 축제만족도에 영향을 미칠 것이다.	기각
H_{2-3}	시설배치 속성요인은 축제만족도에 영향을 미칠 것이다.	기각
H_{2-4}	서비스 속성요인은 축제만족도에 영향을 미칠 것이다.	기각
H_3	축제 만족도는 재방문의사에 영향을 미칠 것이다.	기각
H_4	축제 만족도는 타인 추천에 영향을 미칠 것이다.	기각
추가분석	인구통계학적 특성은 축제만족도에 차이가 있을 것이다.	부분채택
	성별에 따라 축제만족도에 차이가 있을 것이다.	기각
	거주지에 따라 축제만족도에 차이가 있을 것이다.	채택
	연령에 따라 축제만족도에 차이가 있을 것이다.	기각
	직업에 따라 축제만족도에 차이가 있을 것이다.	채택

2. 결과에 대한 시사점

본 논문은 지역축제의 만족속성요인을 도출하고 만족속성이 축제 참가자의 만족도에 대한 영향관계를 파악하고 축제 참가자의 만족도가 재방문 및 타인 추천의향에 미치는 영향에 대한 분석을 통해 지역축제인 탐라문화제의 발전방안을 제시하는데 목적이 있다. 이를 위한 연구 및 조사의 분석결과를 통한 시사점은 다음과 같이 요약할 수 있다.

축제 참가자의 인구통계학적 특성은 축제에 대한 마케팅 및 특색 있는 축제 프로그램 구성, 지역별 홍보 전략을 세우는데 중요한 정보를 제공한다. 탐라문화제에서 참가자들의 거주지와 직업이 만족도에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 특히 도외에 거주하는 참가자들의 만족도가 높은데 제주의 독특한 문화에 대한 관심이 만족도로 나타난 것으로 판단된다. 축제가 보다 활성화되기 위해서는 제주를 방문하는 관광객에 대한 홍보 활동, 지역 특색이 있는 프로그램개발 및 참여 프로그램 개발 등이 노력이 필요가 있다.

참여형태에 따른 만족도에서는 인터넷과 신문, 잡지가 높은 영향을 미치는 것으로 나타났다. 인터넷과 신문 등을 이용한 홍보를 통해 축제에 대한 다양한 정보를 제공할 필요가 있다.

참가자 만족도에 영향을 미치는 만족속성요인으로 상품과 음식 및 부대시설, 프로그램, 시설배치가 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이러한 만족요인에 따른 차별화된 방안을 마련할 필요가 있다. 음식과 상품에 대한 지역의 특색과 향기를 느낄 수 있도록 제작하고 지역 특산품 홍보를 위해 축제장에서 저렴하게 판매하는 방안을 모색할 필요가 있다. 프로그램에 대해서는 지역 문화에 대한 인식을 높일 수 있는 프로그램 개발과 함께 참가자들이 참여할 수 있는 교육적이고 특색 있는 체험프로그램이 다양하게 개발해야 한다. 부대시설 및 배치도 만족도에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 축제장 주변의 주차장 시설과 휴식 공간, 급수시설 같은 편의 시설의 확보를 통해 오랜 시간 축제장에 머물 수 있도록 해야 한다. 참가자 만족에 취약부분이 서비스를 향상시키기 위해서는 행사진행요원에 대한 서비스교육과 축제에 대한 사전교육을 통해 축제 정보 등을 축제 참가자에게 친절하게 제공할 수 있도록 해야 한다. 즉 축제 만족속성 중에서 장점은 유지

하면서 단점을 개선하는 방안 모색을 통해 축제 참가자의 만족도를 높여야 할 것이다.

축제 만족도가 재방문 및 타인 추천 의향에 영향을 미치는 것으로 나타났는데 참가자의 만족도를 높임으로서 기존 참가자의 재방문뿐 만아니라 타인 추천을 통한 신규 참가자 확보를 통해 축제를 더욱 발전시킬 수 있을 것이다. 이와 같은 분석결과에도 불구하고 본 연구는 다음과 같은 문제점을 나타내었다.

<표 5-15> 기존 제주지역 축제 연구결과 비교

연구자	축제명	연구결과
홍경일 (2005)	정월대보름들불축제	인구통계학적특성에 따른 축제만족도는 부분채택 물리적 환경에 따른 축제만족도는 부분채택 축제만족도에 따른 재방문의사는 채택 축제만족도에 따른 타인추천은 채택
양우철 (2006)	정월대보름들불축제	지역주민과 외지인에 따른 축제참가형태는 부분채택 지역주민과 외지인에 따른 축제만족요인은 부분채택 지역주민과 외지인의 축제재방문의사는 채택 참가형태에 따른 축제만족요인은 부분채택 참가형태에 따른 재방문의사는 부분채택 만족요인에 따른 재방문의사는 부분채택
김재일 (2007)	정월대보름들불축제	인구통계학적특성에 따른 축제만족도는 부분채택 축제만족속성에 따른 축제만족도는 부분채택 축제만족도에 따른 재방문의사는 채택 축제만족도에 따른 타인추천은 채택
연구자	탐라문화제	참가형태에 따른 축제만족도는 부분채택 축제만족속성에 따른 축제만족도는 기각 축제만족도에 따른 재방문의사는 기각 축제만족도에 따른 타인추천의사는 기각

제주지역의 대표적인 축제인 정월대보름들불축제와 탐라문화제의 결과를 비교해보면 축제만족이 재방문 및 타인추천에 영향을 주는 것으로 나타났다. 정월대보름들불축제를 연구한 홍경일(2005)은 축제장의 물리적 환경요인 중 시설물이

매력적이거나 축제장 배치가 잘되었거나, 볼거리가 많을 때 만족도가 높게 나타나고 재방문 및 타인추전의사가 높은 것으로 나타났다. 양우철(2006)은 지역주민은 홍보요인, 시설요인, 접근요인에 만족도가 높고, 외지인은 행사요인과 홍보요인에 만족도가 높은 것으로 조사되었다. 방문자 모두 홍보의 중요성을 강조하고 있다. 지역주민과 외지인들은 만족도가 높을수록 재방문 및 타인추천의사가 높게 나타났다. 김재일(2007)은 만족요인 중 상품 및 음식요인, 프로그램요인, 시설요인이 참가자의 만족에 영향을 미친다는 것을 조사하였다. 이러한 만족요인의 높은 만족도는 참가자의 재방문 및 타인추천의사를 높게 나타나게 한다는 것을 조사하였다. 위 연구자들의 연구결과는 기존의 축제에 대한 만족도가 재방문 및 타인추천의사에 영향을 준다는 연구결과와 유사한 결과를 나타내었다.

본 연구의 대상인 탐라문화제의 참가자들에 대한 만족요인은 프로그램, 상품과 음식 및 부대시설, 서비스가 만족에 영향에 대해서 유의한 결과를 나타내었다. 또한 만족도가 높은 참가자는 재방문 및 타인추천의사가 높은 결과를 나타냈다. 이러한 결과는 탐라문화제도 제주의 대표적인 축제인 대보름들불축제 연구결과뿐 만아니라 타 지역축제 연구의 결과와 유사한 결과를 나타내었다. 그러나 제46회 탐라문화제의 경우 축제의 전반적인 만족도가 재방문 및 타인추천의사에 유의한 결과를 나타냈지만 축제의 만족도가 보통에 가까운 낮은 결과를 나타내어 이를 통해 탐라문화제의 축제만족이 재방문 및 타인추천의사에 영향을 준다고 하기에는 무리가 있다. 이러한 결과는 탐라문화제 기간 전 태풍으로 인한 제주지역의 홍수피해와 축제 기간 중 궂은 비 날씨로 축제에 대한 관심이 떨어졌으며, 홍보부족으로 인한 관광객 및 도민의 참여가 저조했다. 또한 수해복구에 치중하다보니 축제준비에 미흡하였고 축제장인 해변공연장 일대도 수해지역이어서 축제에 운영에 어려움이 있었으며 축제 홍행에도 저조한 결과를 나타냈다. 이런 축제환경은 탐라문화제에 대한 만족도를 판단하기에는 적합하지 못해 본 연구를 통해 탐라문화제의 만족도를 통한 재방문 및 타인추천의사를 분석하기에는 무리가 있다.

제 6 장 결론

지방자치제 실시이후 각 지역 단체의 축제 개최는 급격히 증가하였다. 특히 지방자치단체들이 지역 경제 활성화에 기여를 위한 전략적인 도구로 전략하면서 효율성과 경제성이 떨어지고 있는 실정이다. 제주지역에서 2007년에 42개의 축제를 개최했지만 극소수의 축제를 제외하고는 경쟁력을 갖춘 지역축제가 미흡한 실정이다. 제주 지역의 대표산업인 관광발전과 지역경제 활성화 측면에서 지역축제의 중요성을 인식한 정확한 현실 파악이 필요하다. 특히 지역축제가 관광객 유입과 지역 문화발전에 도움이 될 수 있도록 한다는 관점에서 참가자의 축제 만족도의 향상을 통한 재방문을 유도할 수 있는 활성화 방안이 필요하다.

본 연구는 2002년부터 2005년까지 문화체육관광부 우수축제로 지정받았으나 2006년부터 해제된 '탐라문화제'를 중심으로 연구를 진행하였다. 탐라문화제는 1962년부터 시작된 제주의 대표적인 지역전통축제로 2007년 제 46회째를 맞이하였으며, 제주도민의 화합과 단결, 제주의 전통문화계승 등에 많은 영향을 미치고 있는 대표적인 축제이다.

본 연구에서는 지역축제 참가자의 만족요인에 따른 축제만족도와 재방문 및 타인 추천 의향에 미치는 영향과의 관계를 살펴봄으로써 보다 발전적인 축제 효율화 전략을 모색하여 지역문화 및 지역경제 활성화에 기여하고자 한다. 또한 축제 기획자에게 지역특색에 맞는 프로그램과 상품 개발에 도움을 주고자 하였다. 이를 위해 탐라문화제 참가자를 대상으로 설문조사를 실시하고 분석한 결과를 토대로 보다 합리적이고 현실적인 축제 활성화 방안을 수립할 수 있는 기초 자료를 제시하고 한다. 설문에 대한 분석을 위해 통계 프로그램인 SPSS 12.0 Windows를 이용하여 빈도분석, 기술통계, 차이검증, 분산분석, 요인분석, 신뢰도 분석, 회귀분석 등을 이용하였다.

본 연구의 가설 검증을 통한 결과를 요약하면 첫째, 거주지역과 직업 등 인구통계학적 특성과 참여횟수 및 축제 정보 입수처 등 참여형태 특성이 만족도에 유의한 차이를 보였다.

둘째, 만족속성에 대한 신뢰도 분석 결과 Cronbach's alpha 계수값이 0.827로 신뢰성과 타당성 검토를 위한 요인분석 결과 KMO 값이 0.825, 전체설명력은 60.473%로 만족속성에 대한 설명력이 충분하며 만족속성이 축제의 만족도에 영향을 미치는 것으로 나타났다.

셋째, 회귀분석을 통한 축제 만족도가 재방문 및 타인추천의향과의 관계가 있음을 검증하여 유의한 결과를 나타내었으나 적합도가 낮아 가설채택을 유보하여 기각하였다. 이러한 결과는 탐라문화제 기간 전 태풍으로 인한 제주지역의 홍수피해와 축제 기간 중 궂은 비 날씨로 축제에 대한 관심이 떨어졌으며, 홍보부족으로 인한 관광객 및 도민의 참여가 저조했다. 또한 수해복구에 치중하다보니 축제준비에 미흡하였고 축제장인 해변공연장 일대도 수해지역이어서 축제에 운영에 어려움이 있었으며 축제 흥행에도 저조한 결과를 나타낸 것으로 분석된다.

이상과 같은 연구 결과로 본 연구는 다음과 같은 한계점을 가지고 있다.

첫째, 제주지역 축제인 탐라문화제 참가자를 대상으로 실증 분석한 연구 결과를 전국적으로 일반화하기에는 한계를 안고 있다. 따라서 우리나라 대표적 축제인 문화체육관광부 선정 축제를 통한 조사대상 확대를 통한 연구가 필요하다.

둘째, 본 연구가 도내와 도외 거주지에 따른 만족도에 차이가 있다는 연구결과에도 불구하고 축제기간 중 기상악화에 따른 관광객 참여가 적어 도외 참가자의 만족도를 일반화하기에는 한계가 있다. 이를 극복하기 위해서는 다양한 유형의 모집단을 통한 표본 추출을 통한 연구가 필요하다.

셋째, 축제의 만족도가 보통으로 나타났을 때 축제에 대한 만족도를 이용한 재방문 및 타인추천의사를 분석하기 위한 연구가 필요하다.

따라서 향후 연구에 있어서는 위에서 제시한 한계를 극복할 수 있는 연구를 통해 성공적인 축제의 활성화 방안 마련에 이바지 할 수 있을 것이다.

참고문헌

1. 국내문헌

강해상(2004). 축제평가체계에 관한 연구. 경기대학교 박사학위 청구논문.

권정택(2001). 관광이벤트의 방문동기와 사후 이미지가 만족과 재방문 의도에 미치는 영향. 대구대학교 박사학위 논문

고경영(2007). 축제는 도시의 브랜드 파워 '효자'. 이코노미21.

고병태(2005). 지역축제 이미지 및 만족도에 관한 연구. 경상대학교 석사학위 논문

고승익(2000). 축제 방문동기 세분화에 따른 지각된 성과와 만족분석. 관광학연구 제23권 제2호.

김경욱(2004). 서비스 품질에 대한 고객만족이 호텔 재방문 의사에 미치는 영향. 경희대학교 석사학위논문.

김광웅(1981). 사회과학연구방법론. 박영사.

김명자(1995). 지역축제의 방향을 위한 시론, 비교민속학회 12권. pp.185-186

김미경(2003). 호텔 브랜드 자산의 구성요소가 재구매 의지와 구전효과에 미치는 영향에 관한 연구. 경희대학교 석사학위논문.

김석범(2004). 지역축제의 특성화 방안에 관한 연구. 단국대학교 석사학위 청구논문

김영순・최민성 외(2006). 축제와 문화콘텐츠. 다할미디어.

김장수(1999). 민속공동체신앙이 체화된 이벤트 축제상품 개발방안. 관광정책학연구. p.118

김지선(2006). 지역축제 방문동기가 방문객의 만족 및 재방문에 미치는 영향. 동아대학교 석사학위 논문

김태희(2003). 문화관광축제의 방문자만족에 관한 연구. 경기대학교 석사학위 논문

김현순(1995). 소비자 특성변수에 따른 구전정보의 영향력에 관한 연구. 한국외국어대학교 석사학위논문.

김현욱(2006). 지역축제의 관리주체와 서비스 질과 만족도에 관한 연구. 동국대학교 박사학위 논문.

김홍규(1997). 사회과학 통계분석. 나남출판사.

노영숙(2000). 지역축제에 대한 기대수준 및 만족도 차이에 관한 연구 : 안동국제탈춤페스티발을 중심으로. 경희대학교 석사학위 논문

노윤구(2006). 축제에 대한 지역사회 애착도가 주민의 태도에 미치는 영향. 대구대학교 석사학위 청구논문.

류정아(2007). 지역축제 평가 및 지원체계 연구. 한국문화관광연구원.

문화체육부(1996). 한국의 지역축제. 문화체육부.

문화관광부・한국문화관광연구원(2006). 한국 지역축제 조사평가 및 개선방안 연구, 문화관광부.

박미숙(2004). 생태자연축제 평가지표 개발. 석사학위 청구논문.

박미정(2001). 지역축제 방문객의 동기와 만족도에 관한 연구. 관광레저연구 제13권 제1호.

박민하(2007). 축제 이미지 선호도 차이분석에 관한 연구. 부경대학교 석사학위 논문

박재길(2000). 전통문화축제의 참여지각요인이 사후태도에 미치는 영향평가. 경주대학교 석사학위 논문

박창규・강해상(2005). 광주 지역축제의 평가시스템 개발. 광주전남발전연구원.

박헌오(2005). 지역문화축제에 있어서 분산과 통합 문제의 효과적인 조정방안; 대전광역시를 중심으로. 고위정책과정 연구논문집 제1~3권. 행정자치부 자치인력개발원.

박호창(2006). 우리나라 지역축제의 성과 및 만족도 평가에 관한 연구. 강원대학교 박사학위논문.

박홍식(2001). 정부이벤트 마케팅의 이해. 한국정책학회 하계 학술대회 발표 논문집 pp.459-476.

배기철・황윤영(2001). 한국문화 관광 상품에 대한 일본여행자의 만족과 재방문의도에 관한 연구. 여행학연구, Vol.13 No.1

서기춘(2005). 지역축제가 지역경제에 미치는 효과에 관한 연구. 전북대학교 석사

학위 청구논문.

서의훈(2005). SPSS 통계분석. 자유아카데미

서휘석・이동기(2001). 물리적 환경이 지역축제의 만족과 재방문 및 구전의도에 미치는 영향에 관한 연구. 한국행정학회보 제34권 제1호.

송재호(1996). 지방정부의 관광정책 이해집단간 갈등관리에 관한 연구. 경기대학교 박사학위 논문.

송건섭(2004). 지방정부 지역축제의 성과평가. 「지방행정연구」11(3) pp.59-82

_____(2004). 축제 만족 및 재방문의도에 미치는 영향요인 분석. 지방정부연구 제8권 제2호.

송시열(2003). 광주, 전남지역축제 활성화 방안에 관한 연구. 지역발전연구 Vol.8 No.2

신도길・곽재용(1999). 관광동기 유형별 경주 세계문화 엑스포에 대한 만족도 연구. 관광연구 Vol.14 No.1

안경모(1994). 향토문화축제의 관광자원전략에 관한 연구. 광운대학교 박사학위 논문.

양우철(2006). 관광문화축제 참가자의 만족 및 재방문의사에 관한 연구. 단국대학교 석사학위논문.

양중해(1998). 제주문화예술백서. 한국예총제주도지회.

오상훈・고승익(2000). 2001년 제주세계섬문화축제 활성화방안에 관한 연구. 여행학연구 Vol.12 No.1

울리히 쿤 하인, 심희섭 역(2001). 유럽의 축제. 컬처라인. p.3

원융희(2003). 세계의 축제문화. 백산출판사.

유기준(2002). 백제문화제 방문객의 만족에 관한 연구. 배제대학교 석사학위 논문

유럽 사회문화 연구소(2006). 축제정책과 지역현황. 연세대학교 출판부.

윤태범(2000). 지역축제의 지역성 문화성 그리고 경제성, 지방자치정보지.

이강욱(1998). 관광문화축제의 영향 및 운영효율화 방안-금산인삼축제 사례연구-. 한국관광연구원. pp.6-7

이경모(2003). 이벤트학원론. 백산출판사. p.333.

이승수(2003). 새로운 축제의 창조와 전통축제의 변용. 민속원. p.16

이인배(2000). 지역축제 부대행사의 만족도 차이와 개최지속성 관계. 한국관광학회 제51차 학술연구발표논문.

이정실・양일용(2002). 지역축제 방문동기 세분화 및 만족의 차이. 관광레저연구 제14권 제3호.

이준엽(2003). 지역이벤트 관광객의 추구편익에 따른 만족도에 관한 실증적 연구. 관광레저연구 제14권 제3호.

이태희(2003). 축제 브랜드 경영론. 대왕사

이훈・김정은(2000). 관광문화축제 행사프로그램 내용분석. 관광개발논총 제12권

제주발전연구원(2000). 제주지역 축제의 진단과 발전 방안. 제주발전연구원

제주축제육성위원회(2008). 2008년 지역축제현황. 제주축제육성위원회

차동욱(2004). 지역축제 만족도에 의한 방문자의 재방문 및 구전홍보 결정요인에 관한 연구. 관광레저연구 제16권 제1호.

채서일(2001). 사회과학 조사방법론. 학현사

채용식(2001). 관광축제 이벤트론. 학문사.

탐라문화제집행위원회(2007). 제46회 탐라문화제 세부추진계획. 한국예총제주도연합회

한국관광공사(2000). 축제 운영을 위한 매뉴얼. p.3

_____ (1990). 국내 민속축제 관광상품화 방안. p.11

한국관광연구원(2001). 체험관광 상품 개발 활성화 방안. 한국관광연구원

한국문화정책개발원(1994). 향토축제 활성화를 위한 모형개발 연구. pp. 25-26

한지훈(2005). 지역축제 서비스 품질의 만족이 재방문 의도에 미치는 영향에 관한 연구. 경희대학교 석사학위 논문

함영덕(2000). 지역축제의 이벤트관광의 영향에 관한 연구, 경기대학교 박사학위 논문. p.29

홍경일(2005). 이벤트의 물리적 환경이 고객만족도, 재방문의사, 구전에 미치는 영향 연구. 중앙대학교 석사학위 논문

황인두(2006). 지역축제의 방문자 동기요인에 관한 연구. 군산대학교 석사학위 논문

2. 국외문헌

A. Falassi(1987). *Time out of time: Essays on the Festival, Albuque,* University of New Mexico Press. p.2

A. Jefferson & L. Lickorish(2002). Marketing Tourism, 2nd edition. Essex. Longman, 1991, p.222Allen, e,t al. *Special Event Management, Second Edition*

Chacko, H. E., Schaffer, J. D.(1993), The evolution of a festival: Creole Christmas in New Orleans, Tourism management, Vol.14 No.6

D. T. Wilson(1995). An Integrated Model of Buyer-Seller Relationship. *Journal of the Academy of Marketing Science*

Douglas et. al.(2001). Special Interest Tourism, John Wiley & Sons Australia. p.357

Getz, D(1996). "Imagining Scotland: Tradition, Representation and Promotion of Scottish Tourism since 1750", Annals of tourism research, Vol.24 No.1

_____(1991). Festival, Special events and Tourism, New York, Van Nostran Reinhold. p. 339

_____(1991). Festival, Special Event, and Tourism, Van Nostrand Reinhold, New York, MY: Cognizant Communication Corporation. p.57

_____(1989). Special Event: Defining the Product, Tourism Management, 10(2). p.125

Gitelson et. al.(1995). Evaluating the Educational Objects of Short-term Event. Festival Management & Event Tourism Vol.3(1)

Goldblatt(2001). *The International Dictionary of Event Management*. Second Edition, Wiley, p.78

H. E. Chock & J. D. Schffer(1993). "The Evolution of a Festival: Creloe Christmas in New Orleans", The Centre for South Australian Economic Studied, Tourism Management, 14(6). pp.475-476

K. Mohr, K. F. Backman, L. W. Gahan & S. J. Backman(1993). An Investigation of Festival Motivation and Event Satisfaction by Visitor Type. Festival Management & Event Tourism. Vol. 1. pp. 89-97

M. Uysal, L. Gahan & B.Martin(1993). *"An Examination of Event Motivation : a Case Study"*, Festival Management & Event Tourism, 1(1).

Mill, R, C. & Morrison, A. M.(1985). The Tourism System, Englewood Cliff, NJ, Prentice Hall

Moutinho, L.(1987). Consumer Behaviour in Tourism, European Journal of Marketing, Vol.2, pp.5-44

Pearce, Philip L.(1988). The Ulysses factor: Evaluating Visitor in Tourist Setting, New York: Springer Verlag, pp.43-78

Richins, M, L & Terorrot-Shaffer(1987). The Role of Involvement and Opinion Leadership on Consumer Word of Mouth: An Implict Model Explicit, Advances in Consumer Research.

Ritchie, B. W(1984). Assessing the Impact of Hallmark Events: Conceptual and research issues. Journal of Travel Research Summer: 2-11.

Smith, R. J(1975). The art of the festival. Lawrence, Kansas: University of Kansas.

일본이벤트산업진흥협회(日本ィベソト産業振興協會)(1999). ィベソト白書 99, (社)日本ィベソト産業振興協會, p.5

3. 인터넷

http://culture.jeju.go.kr/contents/?mid=030102

http://www.nanumnews.com/sub_read.html?uid=1898&section=sc13

http://blog.daum.net/c6703358/16765436

http://blog.daum.net/yhchung1st/12402572

http://www.economy21.co.kr/magazine/txt.asp?news_id=58555&icon=21&part=naver

부록

1. 설문지

2007. 10

탐라문화제 축제 만족도에 관한 연구

안녕하십니까?

저는 제주대학교 경영대학원 관광개발학과 석사과정에 재학 중인 학생으로 '제 46회 탐라문화제'에 참가하신 참가자들을 대상으로 전반적인 만족도를 분석하여 향후 제주의 대표적인 지역전통축제인 탐라문화제 활성화 방안을 제시하고자 합니다.

본 설문지는 정답이 없으므로 귀하의 진솔한 의견을 빠짐없이 기입해 주시면 대단히 감사하겠습니다.

귀하께서 제시한 의견은 무기명으로 처리되어 순수 평가 자료이외의 목적으로는 사용되지 않을 것임을 밝혀 드립니다.

문제점이나 의문사항이 있으시면 언제든지 아래의 E-mail이나 전화번호로 연락을 주십시오. 즉시 답변 드리겠습니다. 바쁘신 가운데도 설문에 응해주셔서 대단히 감사합니다.

2007년 10월

연구자 : 제주대학교 경영대학원 관광개발학과
석사과정 장 경 훈

064) 740-8713 / dooly2007@empas.com

Ⅰ. 탐라문화제 참가자 대상 축제항목에 관한 질문입니다.

다음의 항목에 대하여 적당하다고 생각하는 번호에 ☑표 하여주십시오.

항 목	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
1) 탐라문화제의 기본 컨셉 및 주제가 탐라문화제를 잘 상징한다.	①	②	③	④	⑤
2) 탐라문화제 프로그램은 타 축제와 차별성이 높다	①	②	③	④	⑤
3) 탐라문화제의 주제가 각 프로그램들에 잘 반영되어있다.	①	②	③	④	⑤
4) 개막식 주제 행사의 내용 및 연출은 좋았다.	①	②	③	④	⑤
5) 개막식 주제 행사는 창의적이고, 발전 가능성이 높다.	①	②	③	④	⑤
6) 전체적으로 행사장 배치가 잘 되었다	①	②	③	④	⑤
7) 행사를 편리하게 관람할 수 있도록 전체적인 동선이 잘 되었다.	①	②	③	④	⑤
8) 주 무대 및 야외 행사장 배치가 잘 되었다.	①	②	③	④	⑤
9) 행사에 관한 정보 획득이 효율적이었다.	①	②	③	④	⑤
10) 행사장 안내요원들은 친절하고 충분한 정보를 제공해 주었다.	①	②	③	④	⑤
11) 관람객의 편의시설은 충분했고 좋았다. (화장실, 휴식공간, 급수시설 등)	①	②	③	④	⑤
12) 주차공간은 효율적으로 관리되고 운영되었다.	①	②	③	④	⑤
13) 음식의 맛과 가격에 만족한다.	①	②	③	④	⑤
14) 상품 종류는 다양하고 좋았다.	①	②	③	④	⑤

Ⅱ. 탐라문화제 행사에 관한 만족도 및 재 방문에 관한 사항입니다.
다음의 항목에 대하여 적당하다고 생각하는 번호에 ☑표 하여주십시오.

만족도	매우 불만족	불만족	보통	만족	매우 만족
1) 이번 탐라문화제 축제 참가에 대해 전반적으로 만족한다.	①	②	③	④	⑤
2) 이번 탐라문화제 프로그램 내용에 대해 전반적으로 만족한다.	①	②	③	④	⑤
재 참가 및 추천 의도	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
1) 다음에도 탐라문화제에 참여하고 싶다	①	②	③	④	⑤
2) 주위 사람들에게 탐라문화제를 추천하고 싶다	①	②	③	④	⑤

Ⅲ. 기본 사항입니다.

해당되는 번호에 ☑표 해주십시오.

1. 귀하의 성별은?

① 남 ② 여

2. 귀하의 연령은?

① 10대 ② 20대 ③ 30대 ④ 40대 ⑤ 50대 ⑥ 60대 이상

3. 귀하의 거주지는?

①제주시 ② 서귀포시 ③ 타 지역 (구체적으로 어디?)

4. 귀하의 직업 혹은 근무 분야는?

① 교육자 ② 자영업 ③ 공무원 ④ 농업/어업

⑤ 전문직 ⑥ 제조업 ⑦ 관광/서비스업 ⑧ 기타 ( )

5. 축제 기간 동안 행사장에서 지출한 비용은 어느 정도입니까?

① 10만원 미만 ② 10만원 ~ 20만원 미만 ③ 20만원 ~ 30만원 미만

④ 30만원 ~ 40만원 미만 ⑤ 40만원 ~ 50만원 미만 ⑥ 50만원 이상

6. 탐라문화제는 몇 회째 참관하고 있습니까?

① 처음 ② 2회 ③ 3회 ③ 4회 이상

7. 탐라문화제 행사장 방문 중 가장 즐거운 것은 ?

① 공연 및 전시회 관람 ② 문화체험 ③ 먹거리

④ 쇼핑 ⑤ 가족 또는 지인과의 만남

8. 탐라문화제에 관한 정보는 주로 어디서 입수합니까?

① 인터넷 ② 방송매체 ③ 신문, 잡지 ④ 여행사 ⑤ 현수막

⑥ 주위 사람 ⑦ 지나다가 우연히 ⑧ 기타 (무엇?)

9. 이번 탐라문화제 행사 기간 동안 행사장을 몇 번 방문하셨습니까?

① 1회 ② 2회 ③ 3회 ④ 4회 ⑤ 5회 ⑥ 6회 이상

대 단 히 감 사 합 니 다.

2. 2008년 문화관광축제 시·도별 선정 현황

등급 / 시도	최우수	우수	유망	예비
서울(1)				한성백제문화제(신규)
부산(2)			부산자갈치축제	부산광안리어방축제
대구(1)				대구약령시한방축제
인천(2)				인천소래포구축제 부평풍물대축제(신규)
광주(1)			광주김치대축제	
대전(0)				
울산(1)				울주외고산옹기축제
경기(5)		연천구석기축제 이천쌀문화축제		파주장단콩축제 자라섬국제재즈페스티벌 남사당바우덕이축제(신규)
강원(7)	춘천국제마임축제 양양송이축제	화천산천어축제	인제빙어축제 평창효석문화제	원주한지축제 정선아리랑제(신규)
충북(2)		충주세계무술축제 영동난계국악축제		
충남(6)	금산인삼축제	강경젓갈축제 천안흥타령축제	한산모시문화제 아산성웅이순신축제	공주부여백제문화제(신규)
전북(5)	김제지평선축제	무주반딧불축제	남원춘향제	고창모양성제 전주한지문화제(신규)
전남(8)	강진청자문화제 함평나비축제	남도음식문화큰잔치	진도신비의바닷길축제 담양대나무축제	보성다향제 구례산수유축제(신규) 영암왕인문화제(신규)
경북(5)			풍기인삼축제 문경찻사발축제 봉화춘양목송이축제 경주한국의술과떡축제	고령대가야체험축제(신규)
경남(5)	진주남강유등축제	하동야생차문화축제	산청지리산한방약초축제 통영한산대첩축제	김해분청도자기축제(신규)
제주(3)			제주정월대보름축제 서귀포칠십리축제	최남단방어축제(신규)
계(54)	7개	10개	17개	20개

3. 2008년 제주 지역축제 현황(제주축제육성위원회, 2008)

축 제 명	기간	장소	주 관	소관부서
2008탐라국 입춘 굿놀이축제	'08. 2. 3~2. 4	관덕정외 2	한국민예총 제주도지회	제주시 문화체육과 728-2714
2008정월대보름 들불축제	'08. 2.21~2.23	새별 오름	제 주 시	제주시 관광진흥과 728-2751
제26회 제주 유채꽃잔치	'08. 3.28~3.30	서귀포시 일원	서귀포시 관광협의회	서귀포시 관광진흥과 760-2651
제17회 제주 왕벚꽃축제	'08. 4. 4~4. 6	제주종합 경기장 외	제주시축제 조직위원회	제주시 관광진흥과 728-2781
제14회 한라산 청정고사리축제	'08. 4.19~4.20	수 망 리 남조로변	고사리축제 위원회	서귀포시 관광진흥과 760-2651
2008 도새기 축제	'08. 5.10~5.11	제주경마장	JIBS제주방송	자치도 축정과 710-2122
강정천 올림은어축제	'08. 5.23~5.25 (예정)	대 천 동 강 정 천	올림은어축제 추진위원회	서귀포시 해양수산과 760-2741
수산일품 보목 자리돔축제	'08. 6. 1~6. 3	보목항일원	보목자리돔 축제위원회	서귀포시 해양수산과 760-2741
제6회 환경사랑 쇠소깍 축제	'08. 7.26~7.27	효돈쇠소깍	효돈동 연합청년회	서귀포시 관광진흥과 760-2651
제7회 삼양검은 모래축제	'08. 8. 1~8. 2	삼 양 해수욕장	삼양동연합청년회	제주시 삼양동사무소 728-4711
이호테우축제	'08. 8. 1~8. 3	이 호 해수욕장	이호동주민 자치위원회	제주시 이호동사무소 728-4910
법환줌녀 마을축제	'08. 8. 8~8.10 (예정)	법환부두	법환마을회	서귀포시 해양수산과 760-2741
제13회 표선해변 백사 대축제	'08. 8. 8~8. 10	표 선 해수욕장	표선해변백사축제위원회	서귀포시 관광진흥과 760-2651
도두오래물 수산물대축제	'08. 9. 5~9. 7	도 두 항	도두연합 청년회	제주시 도두동사무소 728-4961
제8회 예래생태 마을해변축제	'08. 9.27~9.28	예 래 동 논 짓 물	예래생태마을해변 축제위원회	서귀포시 관광진흥과 760-2651
제6회 제주마 축제	'08. 9. 27~9.28 '08.10. 4~10. 5	제 주 경마공원	마사회 제주본부	자치도 축정과 710-2122

축 제 명	기 간	장 소	주 관	소관부서
제14회 서귀포 칠십리축제	'08. 9.25~9. 28	천 지 연 광 장 외	서귀포시 축제위원회	서귀포시 관광진흥과 760-2651
제15회 제주 억새꽃축제	'08.10.11~10.12	새별오름	관광협회 742-8861	자치도 관광정책과 710-3322
제47회 탐라 문화제	'08.10월중	제주도일원 (해변공연장)	한국예총, 탐라문화제 집행위원회	자치도 문화정책과 710-3417
제14회 정의골민속 한마당축제	'08.10. 5	성 읍 남문광장	성읍민속 마을보존회	서귀포시 문화예술과 760-2483
제17회 덕수리전통 민속 재현축제	'08.10. 6~10. 7	덕 수 조각공원	덕수리민속보존 회	서귀포시 문화예술과 760-2483
제7회 대정고을 추사문화예술제	'08.10월중	추사적거지	대정고을역사 문화보존회	서귀포시 문화예술과 760-2483
제8회 최남단 방어축제	'08.11. 8~11.16	모슬포항 일원	최남단방어 축제위원회	서귀포시 해양수산과 760-2741
제27회 제주 감귤축제	'08.11.28~11.30	서귀포시 일원	감귤축제 위 원 회	자치도 감귤정책과 710-3192
제16회 성산 일출제	'08.12.31~ '09. 1. 1	성산일출봉	성산일출제 축제위원회	서귀포시 관광진흥과 760-2651

ABSTRACT

A Study on the Satisfaction and Revisiting Intention of Participants in the Local Festival

- Focusing on the Tamna Cultural Festival -

Kyung-Hun Jang
Department of Tourism Development
The Graduate School of Business Administration
Cheju National University
Supervised by Professor Sung-Soo Jang

This study intends to encourage the local cultures and economy by investigating the relationships among satisfaction, revisiting and recommendation based on the satisfaction factors of participants in the local festival. This study also helps festival planners to develop programs suited to local features. To accomplish this purpose, I surveyed the participants visiting the main local festival, the 46th Tamna Cultural Festival.

The results of approving the hypotheses have been summarized as follows:

First, demographic characteristics such as residence and jobs and participating forms such as times of visiting the festivals and ways of getting information were found to be significant.

Second, as the result of reliability on the satisfaction factors, Cronbach's alpha is 0.827. Satisfaction attributes were found to have effect on the satisfaction as the result of factor analyses to check the reliability and

feasibility shows that KMO is 0.825 and total explanation is 60.473%.

Third, the result of regression analyses showed that though the satisfaction with the festival had the relationships with revisiting and recommendation, the hypotheses was rejected due to its low suitability. The reason is that typhoon came in Jeju during the festival, causing the bad weather and the flooding damage. The lack of promoting the festival also led to decrease the number of participating the festival. People involved in the festival could not prepared for the festival because they had to recover the flooding damage. And the site for the festival was damaged by the flood.

However, this study has the following limitations:

First, the result of analyzing the participants in the Tamna Cultural Festival has the limitation of generalizing the analyses. It is necessary to extend to the festivals selected by the Ministry of Cultures, Sports and Tourism.

Second, though the satisfaction among the people from Jeju and Mainland has a difference, this study has the limitation of generalizing the satisfaction due to its low participation.

Third, it is necessary to analyze the intention of revisiting and recommending the festival by using the satisfaction with the festival when the satisfaction with the festival is normal.

Therefore, the future study will contribute to establish the successful festival in case of finding the ways of overcoming the above limitations.