석사학위논문

관광문화축제 참가자의 만족 및 재방문의사에 관한 연구

– 제주지역 정월대보름 들불축제를 중심으로 –

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

- From the Perspective of the Wild Fire Festival on the Great First Full Moon Day in the Jeju area -

제 출 자 : 양 우 철

지도교수 : 김 충 호

2006

관광경영학과

관광경영 전공

단국대학교 경영대학원

관광문화축제 참가자의 만족 및 재방문의사에 관한 연구

– 제주지역 정월대보름 들불축제를 중심으로 –

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

- From the Perspective of the Wild Fire Festival on the Great First Full Moon Day in the Jeju area -

이 논문을 석사학위논문으로 제출함

2006. 12

단국대학교 경영대학원

관광경영학과

관광경영 전공

양 우 철

양우철의 석사학위논문을
합격으로 판정함

심사일 : 2006. . .

심사위원장 _____ 인

심 사 위 원 _____ 인

심 사 위 원 _____ 인

단국대학교 경영대학원

(국문요약)

관광문화축제 참가자의 만족 및 재방문의사에 관한 연구

– 제주지역 정월대보름 들불축제를 중심으로 –

단국대학교 경영대학원
관광경영학과 : 양 우 철
지 도 교 수 : 김 충 호

본 연구는 관광문화축제 참가자인 지역주민과 관광객이 인식하는 축제의 만족요인과 재방문의사와의 관계를 살펴봄으로써 보다 나은 관광문화축제 효율화 전략 및 발전 방안을 모색하여 지역문화 및 관광발전에 기여하고, 축제 기획가와 축제 마케터들에게 축제 프로그램 개발과 이벤트 관광상품 기획시 도움을 주고자 제주지역의 대표적인 문화축제로 문화관광부 선정 유망축제인 '정월대보름 들불축제'에 참여한 지역주민과 외지인을 대상으로 설문조사를 실시하였다.

본 연구의 가설검증 연구 결과를 요약하면 첫째, 성별과 동행인 구분을 제외한 축제 참가행태, 그리고 축제만족요인은 지역주민과 외지인에 따라 유의한 차이를 보였다.

둘째, 지역주민이 외지인에 비해 재방문의사가 높게 나타나 지역주민과 외지인에 따라 재방문의사에는 유의한 차이를 보였다.

셋째, 관광문화축제 만족요인은 연령과 축제참가횟수, 동행인 수, 축제참가 결정시기에 따라 지역주민과 외지인간에 유의한 차이를 보였다.

넷째, 재방문의사는 관광문화축제 참가행태에 따라 지역주민과 외지인간에 유의한 차이를 보였다.

마지막으로 지역주민의 관광문화축제 만족요인 중 홍보요인과 접근요인, 시설요인은 지역주민의 재방문의사에 정(+)의 영향을 미치는 요인으로 나타났으며 외지인의 관광문화축제 만족요인 중 행사요인과 홍보요인은 외지인의 재방문의사에 정(+)의 영향을 미치는 요인으로 나타났다.

이상과 같은 실증분석의 결과를 토대로 축제에 대한 시사점을 도출하면 다음과 같다.

첫째, 매체차별화를 통한 홍보요인 향상 방안으로 방송매체는 지역주민을 위한 홍보방송을 적극적으로 전개하고 홍보물은 외지인을 위한 다양한 정보를 제공할 필요가 있다. 또한 홍보물에는 외지인이 쉽게 축제에 대한 정보를 인지하기 위해 축제장 인근 관광정보를 비롯한 축제 행사프로그램에 대한 다양한 내용을 제공할 필요가 있으며 장기간의 홍보 전략을 마련하여 시행할 필요가 있다.

둘째, 행사프로그램은 축제에 대한 이해도 향상과 지역 문화에 대한 인지도를 높일 수 있도록 개발하고 외지인이 참여할 수 있는 체험 프로그램과 음식 및 기념품 등을 지역의 맛과 향기를 느낄 수 있도록 제작하고 외지인을 대상으로 지역 특산품 홍보를 위해 저렴한 가격에 판매할 수 있도록 한다.

셋째, 축제장 접근 편리성을 위해 대중교통 수단을 확대하고 지역의 주요 마을을 운행하는 셔틀버스를 적극 활용하여 축제장에서 많은 시간을 보낼 수 있는 여건을 조성할 필요가 있다. 그리고 렌터카와 자가용을 이용하는 외지인들의 참여를 유도하기 위해 축제 홍보물에 상세한 축제장 안내도와 노선버스 등 접근성 향상을 위한 다양하고 상세한 정보를 제공해 주어야 한다.

넷째, 자가용 이용이 많은 지역주민을 위해 넓은 주차장 시설과 오랜 시간동안 축제장에 머물 수 있는 휴식공간을 확충할 필요가 있다. 그리고 자원봉사자를 운영하여 화장실 및 주변 축제장을 청결하게 함으로써 보다 쾌적한 환경에서 축제를 즐길 수 있는 환경을 조성할 필요가 있다.

목 차

국문요약 ····· i

제 1 장 서 론 ····· 1

제 1 절 연구의 목적 ····· 1

1. 문제의 제기 ····· 1

2. 연구의 목적 ····· 3

제 2 절 연구의 범위와 방법 ····· 4

1. 연구의 범위 ····· 4

2. 연구의 방법 ····· 4

제 3 절 연구의 구성 틀 ····· 5

제 2 장 관광문화축제의 이론적 고찰 ····· 7

제 1 절 관광문화축제에 대한 이론적 고찰 ····· 7

1. 관광문화축제의 개념과 분류 ····· 7

2. 관광문화축제의 특성과 기능 ····· 13

3. 관광문화축제의 효과 ····· 16

제 2 절 관광문화축제의 만족도와 재방문에 대한 이론적 고찰 ····· 24

1. 관광문화축제의 만족도 ····· 24

2. 관광문화축제의 재방문의 의의 ····· 26

제 3 장 제주지역 관광문화축제 현황분석 ····· 28

제 1 절 제주지역 관광문화축제 현황 ····· 28

1. 연도별 제주지역 축제개최 현황 ····· 28
2. 2005년도 제주지역 축제 현황 ····· 29
3. 2005년도 지방자치단체별 축제 현황 ····· 33
제 2 절 제주지역 관광문화축제의 의의 및 문제점 ····· 34
1. 제주지역 관광문화축제의 의의 ····· 34
2. 제주지역 관광문화축제의 문제점 ····· 35
제 3 절 사례축제(정월대보름 들불축제)의 개요 ····· 39

제 4 장 조 사 설 계 ····· 40

제 1 절 연구의 모형과 가설설정 ····· 40
1. 연구모형 정립 ····· 40
2. 연구가설 설정 ····· 41
제 2 절 연 구 설 계 ····· 43
1. 자료수집 및 분석 방법 ····· 43
2. 설문지의 구성 ····· 45
제 3 절 분석도구의 신뢰성과 타당성 ····· 47
1. 신뢰성 검증 ····· 47
2. 타당성 검증 ····· 48

제 5 장 실 증 분 석 ····· 52

제 1 절 일반적 특성 분석 ····· 52
1. 축제 참가행태 특성분석 ····· 52
2. 축제 만족변수 평균분석 ····· 53
제 2 절 가설검증 ····· 54
1. 지역주민과 외지인에 따른 차이검정 ····· 54
2. 관광문화축제 참가행태에 따른 만족요인 차이검정 ····· 59
3. 관광문화축제 참가행태에 따른 재방문의사 차이검정 ····· 72

4. 관광문화축제 만족요인이 재방문의사에 미치는 영향 ····· 74
제 3 절 가설검증 요약 ····· 76
1. 가설검증 결과 요약 ····· 76
2. 가설검증 결과에 대한 시사점 ····· 78

제 6 장 결 론 ····· 80

부록 : 설 문 지 ····· 83
참 고 문 헌 ····· 86
Abstract ····· 91

표 목 차

<표 2-1> 축제의 분류 ····· 12
<표 2-2> 지역축제의 효과 ····· 24
<표 3-1> 제주도 지역축제의 개최시작 연대별 분포 ····· 28
<표 3-2> 2005년도 제주지역 축제 현황 ····· 30
<표 3-3> 지방자치단체별 지역축제 분석 ····· 33
<표 3-4> 축제유형별 지역축제 분석 ····· 33
<표 4-1> 설문지 구성 ····· 46
<표 4-2> 관광문화축제 만족도 항목에 대한 신뢰도 검증결과 ····· 48
<표 4-3> 관광문화축제 만족요인의 타당성 검증 결과 ····· 50
<표 5-1> 축제 참가행태 특성 분석 ····· 52
<표 5-2> 관광문화축제 만족변수에 대한 차이분석 ····· 53
<표 5-3> 축제 참가행태에 대한 교차분석 ····· 56
<표 5-4> 관광문화축제 만족변수에 대한 차이분석 ····· 57
<표 5-5> 관광문화축제 만족요인에 대한 차이분석 ····· 58
<표 5-6> 관광문화축제 재방문 의사에 대한 차이분석 ····· 59
<표 5-7> 성별에 따른 만족요인에 대한 차이분석 ····· 60
<표 5-8> 연령에 따른 만족요인에 대한 차이분석 ····· 61
<표 5-9> 축제 참가횟수에 따른 만족요인에 대한 차이분석 ····· 63
<표 5-10> 축제 참가시간에 따른 만족요인에 대한 차이분석 ····· 65
<표 5-11> 동행인 수에 따른 만족요인에 대한 차이분석 ····· 67
<표 5-12> 동행구분에 따른 만족요인에 대한 차이분석 ····· 68
<표 5-13> 축제참가 결정시기에 따른 만족요인에 대한 차이분석 ····· 69
<표 5-14> 축제정보 입수처에 따른 만족요인에 대한 차이분석 ····· 71
<표 5-15> 참가행태에 따른 재방문 의사에 대한 차이분석 ····· 73

<표 5-16> 지역주민의 관광문화축제 만족요인과 재방문의사와의 관계 …… 74
<표 5-17> 지역주민의 관광문화축제 만족요인이 재방문의사에 미치는 영향 ·· 75
<표 5-18> 외지인의 관광문화축제 만족요인과 재방문의사와의 관계 …… 75
<표 5-19> 외지인의 관광문화축제 만족요인이 재방문의사에 미치는 영향 …… 76
<표 5-20> 가설검증 요약 …… 78

그 림 목 차

[그림 1-1] 연구의 구성 틀 …… 6
[그림 4-1] 연구모형 …… 41

제 1 장 서 론

제 1 절 연구의 목적

1. 문제의 제기

오늘날의 지역축제는 지역공동체의 구성원들이 수세대에 걸쳐 축적해 온 지역의 신화나 종교 또는 제의(祭儀) 등의 고유문화를 상징적으로 표출하는 정례행사이며, 지역민의 단합과 지역 문화의 정체성을 강화하는 기능을 수행한다. 특히 본격적인 지방자치제의 실시 이후 지역축제는 지방자치단체의 새로운 관광자원으로 부각되고 있으며[1], 지역 특유의 자원을 바탕으로 한 지역축제는 사회적·경제적·물리적 측면에서 긍정적인 효과를 낳고 있다. 또한 지역고유의 문화축제를 통해서 외부 방문객을 유치함으로서 새로운 지역이미지 창출, 지역문화의 발굴·보존 및 관광으로 인한 사회문화적 측면의 부정적 영향을 감소시킬 수 있다는 점은 축제의 또 다른 중요한 의미가 된다[2].

축제 개최로 인한 다양한 장점으로 인해 우리나라 각 지방자치단체와 민간단체가 지역축제라는 이름으로 2004년에 개최한 축제 수만 1,000건이 넘고 있다[3]. 이와 같이 전국적인 관광문화축제의 홍수 속에서 관광상품성이 있는 축제를 세계적인 관광자원으로 육성하고 이를 통해 지역경제 활성화 및 지방 관광산업 발전을 도모하고자 1995년부터 문화관광부에서 문화관광축제를 선정하여 지원하고 있다[4].

---

1) 김춘식, “지역개발전략으로서 전통문화의 관광상품화”, 한국행정논집 제11권 제1호, 1991. p. 220 ; 오순환, “지역축제의 실제와 경제적 효과”, 관광학연구 제22권 제3호, 1999, pp. 202-221.

2) M. Uysal, L. Gahan & B. Martin, "An Examination of Event Motivation : a Case Study", *Festival Management & Event Tourism,* 1(1), 1993, pp. 5-10.

3) 박호창, “우리나라 지역축제의 성과 및 만족도 평가에 관한 연구”, 강원대학교 대학원, 박사학위논문, 2006, p. 2.

지방자치단체가 지역축제의 활성화에 노력을 경주하는 것은 성공적인 지역축제는 지역의 이미지(Image)제고로 나타나고 이는 바로 지역관광 진흥 도약의 기회로 이어져 지역경제에 도움이 될 것이라는 기대감과 지역축제의 성공적 개최를 통한 지역민의 단합과 지역문화의 발굴 및 체계화, 도시와 농촌 간 그리고 국제 간 문화교류 촉진으로 인한 지역개발 잠재능력의 현재화(懸在化) 등 다양한 편익을 창출해 낼 수 있다는 것으로부터 비롯된다[5].

지자체 실시이후에는 각 도·시·군 및 각 단체마다 산발적인 이벤트를 실시함으로써 효용성과 경제성이 떨어지고 있는 실정이다. 특히 우리나라의 대표적인 관광지인 제주지역에서도 관광문화축제의 중요성이 인식되면서 2005년도에만 총 45건의 축제가 개최되었지만 현실적으로 경쟁력을 갖춘 지역축제 개발과 운영은 미흡하다고 할 수 있다.

제주 관광발전 및 지역경제 활성화 측면에서 지역 문화관광축제의 중요성을 고려할 때 현재 제주지역 관광문화축제와 관련된 정확한 현실 진단이 요구된다. 특히 지역관광문화축제가 관광객 유입과 지역주민의 문화발전에 도움이 될 수 있는 방향으로 나가야 한다는 점에서 지역주민과 관광객의 재방문을 유도할 수 있는 관광문화축제 활성화 방안이 마련될 필요가 있다.

특히, 제주지역은 2006년 7월 1일부터 제주특별자치도로 출범하면서 기존의 시·군에서 이루어진 축제가 하나로 통합되고 이에 따른 관광문화축제 개최에 대한 재조정이 시급한 실정이다. 따라서 제주지역 관광문화축제에 관련된 지역주민과 관광객의 관광문화축제에 대한 만족요인을 살펴보고 이런 만족요인이 재방문의사와 어떤 관계가 있는지를 규명함으로써 보다 나은 지역축제 발전방안이 수립되어야 할 것이다.

---

4) 문화관광부 선정 문화관광축제는 1995년 2개, 1996년 8개, 1997년 10개, 1998년 18개, 1999년 21개, 2000년 25개, 2001년 30개, 2002년 29개, 2003년 23개, 2004년 23개, 2005년 18개가 선정되었다. 2005년도에 선정된 18개의 문화관광축제는 최우수축제가 3개, 우수축제가 7개, 지역육성축제가 8개 선정되었으며, 축제의 저변확대를 위해 유망축제 9개, 예비축제 18개를 추가로 선정하여 지원하였다.

5) 이장주·조현상, “지역축제의 이미지 특성화에 관한 실증연구-우리나라 6개 지역축제를 중심으로-,” 관광학연구 제24권 제1호, 2000, p. 206.

본 연구에서는 2005년 문화관광부 선정 유망축제인 제주지역의 대표적인 관광문화축제인 '정월대보름 들불축제'를 중심으로 연구를 진행하였다. 정월대보름 들불축제는 1997년에 시작되어 2006년 현재까지 매년 실시되어오고 있으며 북제주군민의 화합과 위상 등에 많은 영향을 미치며, 더 나아가 동절기 관광객 유치에 상당한 유인으로 작용하고 있는 축제이다.

2. 연구의 목적

앞에서 제기한 문제의식을 바탕으로 본 연구에서는 관광문화축제 참가자인 지역주민과 관광객이 인식하는 축제의 만족요인과 재방문의사와의 관계를 살펴봄으로써 보다 나은 관광문화축제 효율화 전략 및 발전 방안을 연구지역인 제주지역을 중심으로 살펴보고자 한다. 즉, 관광문화축제를 통한 관광객 유인을 위한 발전방안을 모색함으로써 지역문화 및 관광발전에 기여하고자 한다. 또한 축제 기획가와 축제 마케터들에게 축제 프로그램 개발과 이벤트 관광상품 기획시 도움을 주고자 한다. 이러한 축제 활성화를 위한 발전방안을 마련하기 위한 노력의 일환으로서 현재 우리나라의 대표적인 관광지이면서 광역자치제인 특별자치도로 변모한 제주지역 관광문화축제의 문제점을 파악하고 이를 해소할 수 있는 대안마련과 함께 지역문화 및 관광발전에 도움이 될 수 있는 축제활성화 방안을 개발하는 것이 본 연구의 궁극적인 목적이다.

이를 위하여 제주지역의 대표적인 문화축제로 문화관광부 선정 유망축제인 '정월대보름 들불축제'에 참여한 지역주민과 외지인을 대상으로 설문조사를 실시하고 분석결과를 토대로 보다 합리적이고 현실적인 관광문화축제 활성화 방안을 수립할 수 있는 기초 자료를 제시한다.

위에서 언급한 궁극적인 연구목적을 달성하기위한 세부 목표는 다음과 같다.

첫째, 관광문화축제 및 축제 만족요인과 재방문 이론을 체계화 시킨다.

둘째, 제주지역 관광문화축제의 현황과 문제점을 분석한다.

셋째, 이론적 고찰을 바탕으로 관광문화축제 참여자인 지역주민과 외지인 별로 참여행태와 만족요인, 재방문의사간의 관계를 살펴보기 위한 실증분석을 실시한다.

넷째, 실증분석을 통하여 나타난 결과를 토대로 시사점을 도출하고 제주지역 관광문화축제를 활성화시키기 위한 발전방안을 제시한다.

제 2 절 연구의 범위와 방법

1. 연구의 범위

본 연구의 내용적 범위로는 제주특별자치도의 관광문화축제를 활성화시킬 수 있는 발전방안을 도출하는 것이다. 이를 위해 축제와 축제 만족도에 대한 이론적 연구와 제주지역 축제에 대한 사례연구가 진행되었다.

연구의 시간적 범위로는 설문조사가 실시된 2006년을 기준년도로 정한다.

실증분석은 “정월대보름 들불축제”에 참여한 지역주민과 외지인을 대상으로 축제 개최기간인 2006년 2월 10일부터 11일까지 의견조사를 실시하였다.

본 연구를 위한 공간적 범위로는 제주지역의 들불축제 참여자인 관광객과 지역주민을 대상으로 한 실증조사를 실시하였기 때문에 대한민국 전체가 될 것이다.

2. 연구의 방법

본 연구의 방법으로는 이론의 검토와 각종 통계 및 사례를 탐색하기 위한 문헌연구가 선행되었다. 따라서 문헌연구를 통한 규범적 접근에 의해 이론체계를 정립하였고, 연구의 논리적 타당성과 실천적 유용성을 높이고자 축제 참가자를 대상으로 설문조사를 통해 수집된 실제자료를 통계적으로 분석·처리하는 실증

연구(empirical study)를 병행하였다.

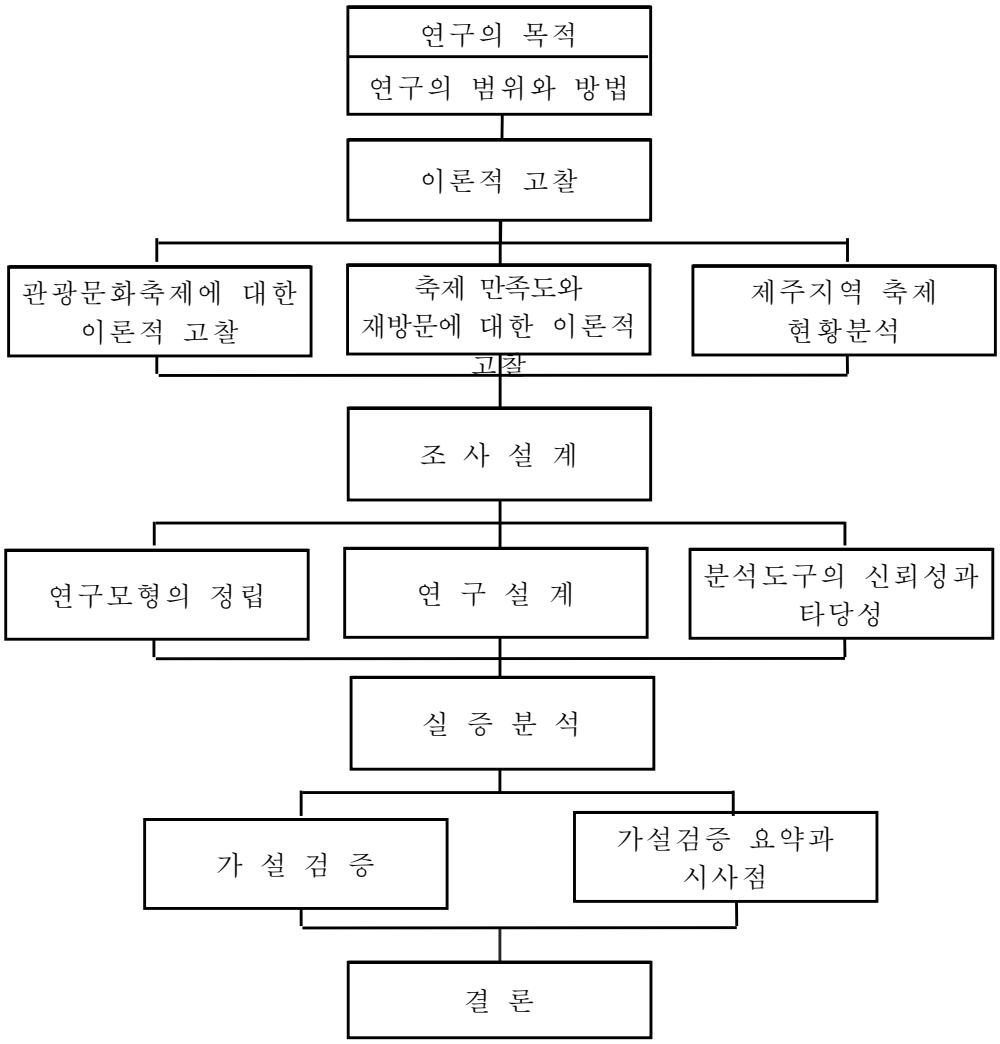
실증분석에 있어서는 통계패키지인 SPSS 프로그램을 이용하여 참여행태 및 만족요인, 재방문 의사의 빈도와 평균값을 이용한 서술적 통계분석을 실시하였고, 만족요인을 도출하기 위한 요인분석(Factor Analysis)을 실시하였다.

참여행태에 따른 만족요인과 재방문의사간의 차이를 검정하기 위해 t-test와 일원변량분석(ANOVA)을 활용하였으며 만족요인과 재방문의사간의 관계를 살펴보기 위해 회귀분석을 이용하였다.

제 3 절 연구의 구성 틀

본 연구의 전체적인 구성은 제1장 서론을 포함한 5개의 장으로 구성하였다.

제1장 서론에는 문제의 제기와 연구의 목적, 연구의 범위 및 방법을 제시하였고, 제2장 이론적 고찰에는 관광과 관광문화축제에 대한 제반 이론을 정리하였으며, 제주지역에서 개최되는 각종 관광문화축제의 현황과 문제점을 검토하였다. 제3장은 실증분석을 위한 조사설계 부분으로 연구모형의 정립과 가설설정, 자료수집 및 분석방법, 설문지 구성과 같은 내용을 다루고 있다. 제4장은 앞에서 언급된 연구모형과 가설설정을 통한 실증분석을 실시하였고 그 결과에 대한 시사점을 다루었다. 마지막으로 제5장은 본 연구에 대한 결론으로 본 연구의 시사점과 제언 및 연구의 한계점 등을 제시하였다.


연구의 목적
연구의 범위와 방법
이론적 고찰
관광문화축제에 대한 이론적 고찰
축제 만족도와 재방문에 대한 이론적 고찰
제주지역 축제 현황분석
조 사 설 계
연구모형의 정립
연 구 설 계
분석도구의 신뢰성과 타당성
실 증 분 석
가 설 검 증
가설검증 요약과 시사점
결 론

[그림 1-1] 연구의 구성 틀

제 2 장 관광문화축제의 이론적 고찰

제 1 절 관광문화축제에 대한 이론적 고찰

1. 관광문화축제의 개념과 분류

1) 관광문화축제의 개념

축제의 사전적인 의미는 '축하하여 제사지냄', '경축하여 벌이는 큰 잔치나 행사'로 전통적인 의미의 제의와 현대적인 의미의 행사의 개념이 포함되어 있다.

또한 축제는 주로 종교적인 배경에서 이해되고 있으며, 개인 또는 공동체에 특별한 의미가 있거나 시기를 기념하여 의식을 행하는 행위라고 정의할 수 있다[6].

Goldblatt[7]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 축제는 일상에서 벗어나 종교적인 의식에 들어간다는 의미가 내포되어 있어 축제는 종교와 의식을 포함하는 개념을 가지고 있다[8].

한국문화정책개발원[9]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.

---

6) 이경모,「이벤트학원론」, 백산출판사, 2003, p. 333.
7) Goldblatt, *The International Dictionary of Event Management*. Second Edition, Wiley, 2001, p. 78.
8) 울리히 쿤 하인, 심희섭 역, 「유럽의 축제」, 컬처라인, 2001, p. 3.
9) 한국문화정책개발원, "향토축제 활성화를 위한 모형개발 연구", 1994, pp. 25-26.

한국관광공사[10]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 지역과 장소에서 진행되며, 일 년에 한번 또는 정기적으로 열리는 특별함이 있다'라고 하였다. 이후 한국관광공사[11]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[12]는 이벤트백서 발간을 위한 통계기준치 설정을 위한 축제의 개념으로써 '지방자치단체·공공단체가 계획하는 복합형이벤트로 대규모 박람회에 포함되지 않는 지방의 소형박람회, 축제·퍼레이드, 경관 등에 관련되어 개최되는 이벤트'로 범위를 규정하고 있다.

Falassi[13]는 축제를 인류문화에서 실제로 마주칠 수 있는 하나의 이벤트이며 사회현상으로 정의하면서 축제의 내용을 다섯 가지로 요약하였다.

첫째, 특별한 준수사항으로 특징되는 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[14]은 정해진 기간에 공공의 주제를 가지고 준비되어 지역민의 삶을 나타내는 가치있는 의식이라 하였으며, 김창수[15]는 지역의 역사적 상관성속에

---

10) 한국관광공사,「국내 민속축제 관광상품화방안」, 1990, p. 11.
11) 한국관광공사,「축제 운영을 위한 매뉴얼」, 2000, p. 3.
12) 일본이벤트산업진흥협회(日本イベント産業振興協會), イベント白書 99, (社)日本イベント産業振興協會, 1999, p. 5.
13) A. Falassi, *Time out of time: Essays on the Festival*, Albuque, University of New Mexico Press, 1987, p. 2.
14) Douglas *et. al.*, *Special Interest Tourism*, John Wiley & Sons Australia, 2001, p. 357.
15) 김창수, "민속공동체신앙이 체화(體化)된 이벤트 축제상품 개발 방안", 관광정책학연

지역적 전통의례가 생성 · 전승된 전통적인 문화유산을 축제화한 것으로써 지역주민과 관광객이 함께 축제의 일원으로 주제적으로 참가하는 전통이 있고 개성이 있는 제의적 놀이마당의 성격을 띤 지역문화행위를 주제로 한 이벤트라 하였다.

Chock과 Schffer[16]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[17]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.

또한 함영덕[18]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 정의하였다.

전통적인 의미에서 보면, 축제는 지역주민들의 총체적인 삶과 전통문화적 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 결정되어진다[19].

또한 전통적인 축제의 개념은 주로 지역의 독특한 전승문화를 중심으로 한 사

구 제5권 제1호, 1999, p. 118.

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

17) 이승수,「새로운 축제의 창조와 전통축제의 변용」, 민속원, 2003, p. 16.

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

19) D. Getz, *Festivals, Special Event, and Tourism*, Van Nostrand Reinhold, New York, MY: Cognizant Communication Corporation, 1991, p. 57.

회 · 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, 전국민속경영대회를 포함한 각 지역의 민속예술공연 등 문화행사 전반을 포함하고 있다[20].

또한 관광의 측면에서 보면 Getz[21]는 축제가 관광지에 생명력을 부가시키고, 관광지의 매력을 향상시킨다고 하였으며, Jefferson[22]은 축제는 한정된 기간에 음악과 미술을 중심으로 음악과 음료에 이르기까지 모든 관광활동의 요소를 포함하여 개최되는 특별한 축하의식이라 하였다. 또한 이강욱[23]은 관광문화축제를 문화적인 요소와 테마를 지닌 지역 축제가 관광자원화의 목적을 지닐 때 '문화관광'과 '축제'의 합성어인 '관광문화축제'라는 용어로 정의될 수 있다고 강조한다. 축제라는 것은 지역주민들의 총체적인 삶과 전통 문화적 요소가 잘 반영되어 있는 종합적인 문화행사로 문화관광의 대상이 될 수 있다는 점을 강조했다.

이상의 학자들의 정의를 종합하면, 축제는 문화와 전통이라는 속성을 포함하고 있으며 주제가 있는 의식, 그리고 일상을 벗어난다는 개념을 포함하고 있다. 그러나 학자에 따라서 민속적인 관점에서 또한 관광적인 관점에서 단편적인 정의를 내리는 경우도 있지만 현대의 축제양상이 다양하게 나타나고 있으므로 단편적인 측면에서 축제의 정의를 내리기는 어렵다. 따라서 논자는 선행연구를 토

---

20) 김명자, "지역축제의 방향을 위한 시론", 비교민속학회 12권, 1995. pp.185-186.
21) D. Getz, Special Event: Defining the Product, *Tourism Management*, 10(2), 1989, p.125
22) A. Jefferson & L. Lickorish, *Marketing Tourism*, 2nd edition. Essex. Longman, 1991, p.225.
23) 이강욱, "관광문화축제의 영향 및 운영효율화 방안-금산인삼축제 사례연구-", 한국관광연구원, 1998, pp.6-7.

대로 하여, 본 연구에서 축제를 일상에서 벗어나 특별한 주제를 가지고 지역의 문화와 전통을 공유하는 총체적인 삶의 현상이라고 정의하고자 한다.

또한 본 연구에서 사용된 관광문화축제는 제주지역에서 개최되는 문화와 관광이 관련된 모든 축제 및 행사를 의미하는 것으로 폭넓게 정의하기로 한다.

2) 관광문화축제의 분류

축제는 개최기관에 따라 지방자치단체가 주최하는 축제와 민간단체가 주최하는 축제로 분류할 수 있으나 최근에는 지방자치단체에서 민간으로 위탁하여 개최하는 경우와 지방자치단체에서 축제를 운영하는 재단법인을 별도로 설립하여 운영하는 경우도 있다.

문화체육부[24]는 개최목적에 따라 주민화합축제, 관광축제, 산업축제, 특수목적축제의 네 가지로 분류하였다.

첫째, 주민화합축제는 주로 해당지역에서 전통적으로 개최되어 온 전통문화축제를 포함하여 최근에 많이 개최하고 있는 구민의 날이나 시군민의 날과 같은 형태를 의미한다. 둘째, 관광축제는 관광산업의 발전과 관광객유치를 통한 지역경제 육성을 목적으로 하는 축제로서 최근의 관광문화축제를 의미한다. 셋째, 산업축제는 관광산업의 발전을 제외한 다른 산업분야, 즉 농림축산업, 어업, 상업 등의 발전을 목적으로 하는 축제를 의미한다. 넷째, 특수목적축제는 환경보호 또는 역사적 인물이나 사실을 추모하거나 재현하는 것을 목적으로 하여 개최하는 축제를 말한다.

이경모[25]는 축제를 프로그램에 따라 크게 전통문화축제, 예술축제, 종합축제로 분류하였다.

전통문화축제는 지역의 전승설화나 풍습에 유래하여 개최되는 축제로 주요프로그램의 구성형식이 전통문화적인 요소를 강하게 내포한다. 예술축제는 현대적인 전시예술 및 공연예술 위주로 구성되었으며, 예술적인 소재와 문화적인 요소

24) 문화체육부,「문화체육부 한국의 지역축제」, 1996, pp. 98-117.
25) 이경모,「이벤트학원론」, 백산출판사, 2003, p. 348.

를 활용한 축제를 의미한다. 지역의 문화예술에 바탕을 둔 축제와 전혀 새로운 분야의 예술축제의 형태로 나타난다. 종합축제는 전통 문화축제의 형식, 예술축제의 형식, 체육행사 및 오락프로그램이 혼재되어 나타나는 축제를 가리킨다. 또한 축제의 주제(테마)와 소재에 따라 특산물, 자연환경, 역사적인 사건과 인물, 음식, 전통문화, 공연예술축제 등으로 분류할 수 있다.

<표 2-1> 축제의 분류

분류기준	분류	사례
개최기관	지방자치단체	무주반딧불축제
	민간단체	인사동축제
개최목적	관광문화축제	보령머드축제
	주민화합축제	대전한밭문화제
	산업축제	대구섬유축제
	특수목적축제	다산문화제
규모	대규모축제	경주세계문화엑스포
	관광문화축제(중대형)	안동탈춤페스티벌
	중소형축제	논산딸기축제
	소규모축제	대부도포도축제
프로그램	전통문화축제	강릉단오제
	예술축제	과천한마당축제
	종합축제	이천도자기축제
주제와 소재	특산물	금산인삼축제
	자연환경	진도영동제
	역사적사건/인물	영암왕인문화축제
	음식	광주김치축제
	전통문화	강릉단오제
	공연예술	추천마임축제
특성	대규모축제(spectacles)	파리 2백주년 기념식
	제의(rituals)	Seville의 성령행진
	예술축제(artistic events programme)	칸느영화제
	대중축제(popular fair)	연축제, 열기구축제
	도시축제(popilar citizen's festival)	거리축제, 퍼레이드
지역	도시지역축제	하이서울페스티벌
	농어촌 지역축제	강경젓갈축제
	중간지역축제	이천도자기축제

자료: 이경모,「이벤트학원론」, 백산출판사, 2003, p. 348을 참고로 하여 논자 재구성

외국의 경우, Schuster[26]는 축제의 특성에 따라 대규모축제(spectacles), 제의(rituals), 예술축제(artistic event programme), 대중축제(popular fair), 도시축제(popular citizen's festival)로 구분하였다. 또한 Dawson[27]은 개최민족 및 프로그램 내용 등에 따라 단일 민족축제와 다문화 축제로 구분하였다.

다른 관점에서 김선기[28]는 향토자산의 종류 및 활용 형태에 따라 산업축제, 문화축제, 생태축제로 분류하였으며, 문화연대[29]는 축제의 유형적인 성격과 축제의 정체성을 중심으로 문화예술축제, 전통문화축제, 지역특산물축제, 지역특성화축제로 구분하였다.

2. 관광문화축제의 특성과 기능

Harvey Cox[30]는 축제의 본질성인 특성을 고의적 과잉성, 긍정성, 대국성(對局性)으로 표현하였다. 고의적 과잉성은 일상적인 생활습관이나 규범을 벗어나 지나친 행동을 하게 되는 것을 말한다. 전통적인 도덕성이나 금기시되어온 행동들을 축제 때에 보여줌으로서 잠시나마 현재의 속박에서 벗어나게 됨을 말한다.

긍정성은 인간생활의 고뇌와 번민을 극복하고 자신이 원하는 모든 것을 성취되었고, 성취할 수 있다는 기대감을 주기도 한다.

대국성(對局性)은 과잉적 요소와 관련되는 하나의 뚜렷한 대조를 보인다는 뜻으로 고의적 과잉성을 가지고 있으면서도 일상의 작업이나 중요성을 잘 대조시켜 나간다고 보는 것이다.

우리나라의 축제의 특성은 역동성, 지역성, 가변성을 들 수 있다.

역동성은 고의적 과잉성 보다는 우리문화의 정서적인 면을 반영하는 개념으로

---

26) J. M. Schuster, "Two urban Festivals: La Merce and First Night", *Planning Practice and Research*, Vol. 10, No. 2, 1995: 173-187.
27) D. Dawson, "A Critical Analysis of Ethnic and Multicultural Festival", *Journal of Applied Recreation Research*, 16(1), 1991,p.35.
28) 김선기, "향토자산 활용 지역축제의 마케팅전략", 한국지방행정연구원, 2003, p. 45.
29) 문화연대, "2002 지역축제 평가 및 활성화방안", 토론회 자료, 2002, pp. 6-7.
30) Harvey Cox, 김천배역,「바보제」, 현대사상사, 1982, pp. 41-43.

축제를 통하여 일상의 단조로운 삶에 대하여 재충전을 할 수 있는 계기를 만드는 개념을 포함하고 있다.

지역성은 그 지역의 역사와 문화가 축제에 그대로 반영되어 나타나는 것으로 전통적인 의례와 문화예술이 축제를 통하여 지역민들에게 향유되고 보존되는 것을 뜻한다.

가변성은 우리나라의 축제가 지역의 문화를 바탕으로 하지만 산업사회로 인한 생활양식과 가치관의 변화로 인해 축제의 주제나 내용이 방문객의 욕구에 맞추어 지속적으로 변화함을 의미한다.

류정아[31]는 축제의 기능을 지역성과 지역의 문화적 정체성을 표현하는 대표적인 수단으로 보고 있다. 축제개최의 단위가 국가나 민족보다는 지역단위로 개최되어 지역공동체의 정체성을 강조하는 계기가 되고 있으며, 정치경제적으로 안정적인 상황에 있거나 아니면 반대로 지극히 불안한 상황에서, 한 집단의 정체성을 표현하고 공동구성원을 결집시키는데 가장 효율적인 기제로서 문화적인 요소가 전면에 부각되게 되었고, 바로 이때 축제는 이 기능을 가장 효율적으로 즉각적으로 수행하는 것으로 간주되고 있기 때문이다.

또한 축제는 가장 빠르게 성장하는 관광대상의 형태로써[32] 방문객의 입장에서는 지역의 문화, 지역의 독특한 음식, 지역의 특별한 음악, 기타 지역의 독특한 문화예술의 교육적인 체험을 할 수 있는 기회를 제공하기도 한다[33].

Turco[34]는 지역주민의 관점에서 '축제는 지역주민에게 오락적 기능을 제공하고 지역의 이미지를 강화하여주며, 지역주민에게 자부심을 갖게 한다'고 하였다. 그리고 지방지치단체에서의 입장에서는 경제적인 관점에서 지역의 소비를 활성

---

31) 류정아 외,「축제와 문화」, 연세대학교 출판부, 2003, p. 50.

32) T. R. Mayfield & J. L. Crompton, "Development of an Instrument for Identifying Community Reasons for Staging Festival", *Journal of Travel Research*, Winter, 1995, p. 37.

33) Gitelson *et. al.*, Evaluating the Educational Objects of Short-term Event, *Festival Management & Event Tourism*, Vol. 3(1), 1995, p. 10.

34) D. M, Turco, "Measure the Tax Impact of an International Festival", *Festival Management & Event Tourism,* Vol. 2(3/4), 1995, p. 191.

화하고 지역의 세수입을 늘이는 것을 핵심적인 기능으로 보기도 한다. 따라서 축제를 지역의 경제적인 혜택을 주는 것으로 인식하고 있는 지방자치단체, 지역주민, 축제의 주최자들은 가능한 많은 방문객을 유인하여 경제적인 효과를 극대화하는 방법을 찾고 있다.

Derrett[35]는 축제가 가지고 있는 여러 가지 기능을 일곱 가지로 제시하였다.

첫째, 축제의 축하적인 성격은 지역주민에게 자유와 결속함(connectedness)을 제공하며, 둘째, 지역사회의 중요한 것을 지속하도록 하거나, 발전시키는데 참여하는 기회를 제공하며, 셋째, 지역사회의 문화적인 발전을 위한 기회를 제공하고, 넷째, 지역사회를 위한 방향을 제시하고, 다섯째, 동일한 관습, 경험, 습관, 이미지, 등에 의해 하나가 된 개개인의 가치체계를 반영하고, 여섯째, 한세대의 경험을 다음세대로 전수하는 역할, 그리고 마지막으로 그들의 지역사회를 전체적으로 바라볼 수 있는 기회를 제공한다고 하였다.

그리고 사회적 자본(social capital)과 사회적 결속(social fabric)이 지역발전의 중요한 요인으로 지역사회는 지역주민의 소속감이나 가치를 강조하기위해 축제나 이벤트를 개최한다고 하였다.

Douglas[36]는 축제가 문화적인 관점에서 지역사회에 정체성을 갖게 하고 지역주민에게 자긍심을 고취시킨다고 하였다. 또한 지역주민을 하나로 묶는 계기가 되며, 사회적 편익을 제공하고 정신적인 체험을 가지는 기회를 준다고 하였다. 이외에도 참가자에게 교육의 기회를 제공하고 이를 통하여 지역의 자연환경과 문화를 보존하고 강화하는 기능이 있다고 하였다.

Weppler와 McCarville[37]은 다른 측면에서 축제는 많은 수의 잠재고객을 위한 광고와 커뮤니케이션의 수단의 이상적인 공간으로 보았다. 또한 축제는 세분시

35) R. Derrett, "Making sense of how festival demonstrate a community's sense of place", *Event Management*, 8(1), 2003, p. 51.
36) Douglas *et. al.*, *Special Interest Tourism*, John Wiley & Sons Australia, 2001, pp. 358-359.
37) K. A. Weppler & R. E. McCarville, "Understanding Organizational Buying Behavior to Secure Sponsorship", *Festival Management & Event Tourism*, Vol. 2(3/4), 1995, p. 139.

장에 직접적으로 접근하여 효과적으로 이미지를 어필할 수 있는 기회를 제공함으로써 마케팅적인 관점에서도 중요한 이미지를 가지고 있는 것으로 보고 있다.

3. 관광문화축제의 효과

오늘날 축제는 전국적으로 행해진다. 과거 농경사회의 전통축제에서는 지역민의 단합과 제의적인 성격이 강했지만, 현대 산업사회에서는 경제, 사회, 문화, 교육, 지역홍보 등에 이르기까지 경제적 파급효과를 일으키는 관광상품으로서의 중요성이 많이 부각되고 있다. 즉, 축제에 참여하는 관광객들이 문화이벤트에 대한 직접 지출과 숙박비, 교통비, 식비, 관광상품 및 특산품 판매 수입, 인근지역 관광에 대한 지출을 통해 지역경제에 기여한다. 그리고 대규모의 지역축제를 중심으로 한 문화이벤트는 각종 투자와 고용창출효과를 유발한다[38].

다시 말하면, 지방자치단체들에서 축제를 개최하는 가장 중요한 이유는 투입된 비용보다 많은 이윤을 얻을 수 있을 것이라는 경제적 효과에 대한 기대 때문이라고 할 수 있다. 그러나 경제적 효과에만 초점을 맞추고 축제를 진행하는 것은 위험할 수 있다. 축제는 경제적 효과 이외에 사회·문화적 효과, 정치적 효과, 교육적 효과 등 다양한 부문에서 영향을 미칠 수 있음을 고려해야한다. 축제가 지역사회에 미치는 영향에 대해 Ritchie[39]는 경제적, 관광·상업적, 물리·환경적, 사회·문화적, 심리적, 정치적 영향으로 설명하고 있으며, 이장주[40]는 지역축제의 효과를 경제적 관점, 사회·문화적 관점, 환경적 관점 등으로 나누어 설명하고 있다.

또한 최승담[41]은 문화축제의 영향을 다음과 같이 보고 있다. 첫째, 축제는 지

---

38) 송시열, "광주·전남지역축제 활성화 방안에 관한 연구". 지역발전연구, vol.8. No.2, 2003, p.393.
39) B. W. Ritchie, Assessing the Impact of Hallmark Events: Conceptual and research issues. *Journal of travel Research*. Summer 1984, p.14.
40) 이장주, “지역축제의 이미지측정척도개발과 적용에 관한 연구”, 경기대학교 대학원 박사학위논문, 1997, pp.11-13.
41) 최승담, “지역관광개발의 실패와 편협한 사고,” 김사헌 외 10인,「지방화시대의 관광

역공동체를 결합시키는 힘을 갖는다. 행사를 통하여 공동체의 자부심을 높이고 유대감을 제고시킨다. 둘째, 축제는 관광목적지로서 해당지역의 강렬한 이미지를 형성시킨다. 새로운 볼거리를 제공함으로써 그 지역관광에 활력을 불어넣어 주기 때문이다. 셋째, 축제는 관광수입을 증대시켜 지역경제 활성화에 기여한다.

정삼철[42]은 일반적인 이벤트·축제 개최의 파급효과를 관광목적지로서 지역의 매력도 제고, 관광 비수기의 계절적·기후적 한계성 극복, 지역관광의 광역적 확대에 기여, 지역내 기존 관광지나 관광시설의 활성화 및 고부가가치화, 지역인프라의 확충 및 도시·지역개발 촉진, 지역 관광수입의 증대, 잠재적인 미래 관광목적지로의 이미지 조성, 지역 자연자원 개발과 보존의 조화에 기여 등을 제시하고 있다.

이강욱[43]은 축제의 영향으로 경제적 영향, 사회·문화적 영향, 환경적 영향, 정치적 영향 등으로 구분하고 있다. 축제 기획·운영의 효율화를 기하려는 의도는 축제의 긍정적인 영향을 최대화하고 부정적인 영향을 최소화하려는 데 목적이 있다고 강조한다. 긍정적인 효과를 최대화하기 위해서는 명확한 목표 설정과 영향 변수에 대한 세밀한 분석이 있어야 한다고 강조한다.

본 연구에서는 축제의 효과에 대해 긍정적인 측면으로서 경제적 효과, 정치적 효과, 사회적 효과, 문화적 효과, 교육적 효과를 구분하여 살펴보고, 아울러 부정적인 효과에 대해서도 살펴보고자 한다.

1) 긍정적 효과

(1) 경제적 효과

축제와 관련된 많은 연구들이 축제의 효과 가운데 경제적 효과에 대해 가장 강조하고 있다[44].

개발」, 일신사, 1995, p. 160.
42) 정삼철, “충북 밀레니엄 대축제 개최 방안”, 충북개발연구원, 1998, pp. 27-32.
43) 이강욱, 전게논문, 1998, pp. 58-59.
44) 함영덕, 전게논문, 2000.

Formica[45]는 축제와 이벤트 관련 논문들을 대상으로 한 내용분석에서 축제가 개최된 이후 개최지역에 경제적인 부, 고용효과, 인구통계학적 · 사회문화적인 변화가 있다는 것을 주장하였다.

Getz[46]는 축제의 경제적 효과를 크게 관광자 지출효과와 소득효과 및 고용효과로 구분하여 설명하고 있다. 관광자는 축제에 대한 직접지출과 숙박비, 숙박비, 교통비, 식비, 관광상품 및 특산품 구입, 인근지역 관광에 대한 지출 등을 통해 지역경제에 기여한다. 대규모 축제의 경우에는 고용창출효과도 유발한다. Getz는 경제적 효과를 언급하면서 여러 부수적인 문제발생에도 불구하고 축제는 지역을 방문한 관광객들의 지출에 주요한 기여를 하고 있으며, 축제개최의 기본적인 이유는 경제적인 것이라고 하였다. 축제 개최 시 관광객의 증가와 지출의 증가에 대한 기대는 어느 축제나 공통적인 것이고 관광객들이 지출한 비용은 지역경제에 의미있는 기여를 한다고 믿는 경향이 강하다.

함영덕[47]은 지역의 축제와 관련된 소비, 투자의 지출에 의하여 유발된 생산활동은 해당 자치단체의 고용과 그에 의한 소득을 창출하며, 동시에 주민세, 사업소득세 등의 지방세를 증가시킨다고 하였다. 또한 지방자치단체가 축제를 개최함으로써 지역의 산업에 직접적인 이익을 가져올 수 있을 뿐만 아니라 기존의 지역 특정사업과 타 업종과의 교류가 가능해져 새로운 산업이 발전 될 기회로도 활용이 가능하다고 하였다.

오늘날 축제는 전국적으로 행해진다. 과거 농경사회의 전통축제에서는 지역민의 단합과 제의적인 성격이 강했지만, 현대 산업사회에서는 경제, 사회, 문화, 교육, 지역홍보 등에 이르기까지 경제적 파급효과를 일으키는 관광상품으로서 중요성이 크게 부각되고 있다.

축제를 행함으로서 기대할 수 있는 경제적인 효과는 직접효과, 간접효과 그리

---

45) S. Formica, The Development of Festivals and Special Events Studies. *Festival Management & Event Tourism*, Vol. 5, 1998, pp.131-137.
46) D. Getz, *op. cit.*, 1991.
47) 함영덕, “지역축제의 이벤트관광의 영향에 관한 연구”, 경기대학교 박사학위 논문, 2000, pp. 38-39.

고 유발효과로 구분해 볼 수 있는데, 직접적은 효과로서 관광수입, 즉 축제에 참여하는 관광객들이 문화이벤트에 대한 직접 지출과 숙박비, 교통비, 식비, 관광상품 및 특산품 판매 수입, 인근지역 관광에 대한 지출을 통해 지역경제에 기여한다. 또한 대규모 지역축제를 중심으로 한 문화이벤트는 각종 투자로 인한 생산유발 및 고용창출효과를 가져온다[48]. 간접효과는 지역사회 정비를 위한 수단으로 지역축제가 작용할 수 있다는 것이다[49]. 유발효과로 지역 관광산업을 진흥시킬 수 있는 계기를 마련해주며, 장기적으로 지역의 이미지 개선을 통해 지역경쟁력을 강화시킬 수 있다[50].

축제나 이벤트에서 방문객들이 지출하는 경제효과는 엄청난 경우가 많다. 월드컵이나 올림픽 등의 초대형축제 뿐만 아니라 지역축제들도 지역관광을 활성화시켜 경제적 효과를 얻게 한다. 일례로 펜실베이니아 예술축제의 경우 1995년에 참가자 약 5만 8천명이 예술품이나 공예품 구매에 약380만 달러를, 음식, 숙박, 교통에 관련된 지출에 약 240만 달러를 지출하여 지역경제에 상당한 도움을 주었다. 또 캐나다의 내셔널 캐피탈지역(National Capital Region)에서 열린 8개 축제는 그 지역경제에 6천백만 캐나다달러의 경제적 효과를 가져왔다[51]. 독일의 맥주축제로 세계적으로 유명한 '10월 축제'(Oktoberfest)는 매년 평균 600만 명의 관광객들을 뮌헨으로 불러들이고 있다. 이는 1993년 우리나라 전체 외국 관광객들이 쓰고 간 관광지출의 약 2배 수준이다.

축제를 통해 지역이미지가 개선되고 인식이 높아짐으로서 지역을 찾은 관광객이 증가하게 되어 결국은 지역경제의 활성화로 연결될 수 있다. 근래에는 관광축제나 이벤트를 통한 지역이미지의 개선효과가 점차 강조되고 있다. 축제나 이벤트를 통한 지역이미지의 제고효과가 경제적 효과를 앞서거나 그에 못지않다는 연구들도 있다[52].

---

48) 송시열, 전게논문, 2003.
49) 장은주, "지방자치단체 이벤트 사업의 활성화 방안", 한국지방행정연구원 28, 1996, p.28.
50) 박상수, "지역축제와 이벤트", 지방행정, 6월호, 1996, pp.17-20.
51) Getz, *op. cit.*, 1991.

축제를 통해 지역이미지를 개선하려는 노력은 세계 곳곳에서 이루어지고 있다. 일례로 영국의 Glasgow 경우는 각종 예술, 문화축제, 가든 페스티발(Garden Festival), 미술관, 박물관의 특별전시회 등의 범 도시적 차원의 문화관광 전략으로 1960년대 침체된 산업도시 이미지에서 1990년 유럽의 문화도시(Europe Cultural Capital)로 지정되면서 관광문화도시로서의 이미지를 확고히 하게 되었다. 그러나 축제 개최에 따른 지역이미지 개선과 관련된 연구사례들은 지역사회 기반의 축제보다는 주로 전 세계인들의 이목을 동시에 집중시키는 올림픽과 같은 메가 이벤트(mega event)[53]이다. 우리나라에서 1988년에 개최한 올림픽이나 2002년의 월드컵과 같은 행사가 대표적이라고 할 수 있다.

(2) 정치적 효과

성공적인 지역축제는 개최국의 지위를 향상시키는 것과 같은 정치적 효과를 유발한다. Ritchie[54]는 국가적 혹은 지역차원의 정부 및 민간단체들이 정치적 목적으로 축제를 활용하고 있다고 한다. 축제는 국제적으로 혹은 지역적으로 개최지역을 노출시켜 그 이미지를 제고시킬 수 있고 이를 통해 민간외교의 진흥에 기여할 수 있다.

또한 지역주민의 자발적이고 적극적인 참여에 의해 진행되는 축제는 지역의 정치적·행정적 발전을 촉진할 수 있다. 그러나 이러한 정치적 효과는 자칫 부정적인 차원의 정치적 목적을 성취하기 위한 도구로써 축제를 이용함으로써 그 본질을 왜곡시킬 수 있는 위험이 있다.

---

52) K. F. Backman, S. J. Backman, M. Uysal & K. M. Sunshine, Event tourism: an examination of motivations and activities, *Festival Management and Event Tourism* , 3(1), 1995, pp.15-24.

53) Marris(1987: 3-12)가 정의한 메가이벤트는 100만 명이상의 방문자와 적어도 5억달러(캐나다 달러)이상의 예산이 투입되며, 세계적인 언론의 취지대상이 되는, 일반인들이 반드시 보아야 한다는 의식과 함께 정치적으로 승인을 얻은 이벤트이다.

54) B. W. Ritchie, *op. cit.*, 1984, pp. 117-127.

(3) 사회적 효과

지역축제는 사회적 측면에서 지역과 지역주민에게 긍정적 영향을 미친다[55]. 사회적 측면에서의 긍정적인 효과들을 보면, 우선 지역주민들에게 자긍심을 고취하고, 지역적 공감대를 형성하는데 기여함으로써 지역공동체의 발전에 긍정적인 기능을 한다. 성공적인 축제를 위해서는 지역주민들의 적극적인 참여가 무엇보다 중요하다. 주민들이 축제를 다양한 형태로 참여함으로서 특정 문화축제가 자기 지역에서 개최되는 것뿐만 아니라 성공적인 축제가 이루어지는데 일조를 했다고 하는 것에 대해 자긍심을 가지게 된다. 그 결과 지역사회 및 문화에 대해 특별한 애정을 가지게 된다. 이러한 지역주민들의 자긍심을 지역주민들로 하여금 지역에 대한 귀속감을 갖도록 해 준다. 또한 지역주민들은 지역문화축제를 준비하는 과정에 참여함으로써 서로간의 유대를 강화할 수 있고 지역적 공감대를 형성할 수 있다[56].

둘째, 지역의 정체성을 확립하는데 기여한다. 각 지역은 그 나름대로의 독특한 문화와 전통을 가지고 있다. 축제가 그 지역의 전통과 고유한 문화와 역사를 바탕으로 이루어지는 것이라면, 이는 그 지역의 정통성을 찾고 회복하는데 기여할 수 있다. 이것은 지역의 축제를 통하여 그 지역의 참모습을 유지할 수 있다는 것을 의미한다.

셋째, 지역 간, 국가 간의 문화교류를 포함한 다양한 교류를 촉진하는 촉매제 역할을 할 수 있다. 문화교류를 목적으로 하는 축제는 물론이고, 문화교류를 목적으로 하는 축제가 아니더라도 축제를 통해 서로간의 교류가 이루어진다. 서로의 축제에 참여함으로써 상호간의 이해와 협력을 증진시킬 수 있고 이를 통해 다른 산업분야의 교류까지 활성화시킬 수 있다.

넷째, 지역축제를 통해 지역주민의 삶의 질을 향상시킬 수 있다. 지역주민은 축제의 주최자인 동시에 참여자로서 축제가 가지고 있는 여러 가지 문화적인 측면을 누릴 수 있는 기회가 가장 많다. 문화의 중앙 집중화가 심각한 현실에서

55) B. W. Ritchie, *ibid.,* 1984, pp. 2-11.
56) B. W. Ritchie, *op. cit.,* 1984, pp. 117-127.

이러한 축제는 지역주민의 문화접촉 기회를 확대시켜 지역문화에 대한 이해를 넓힐 수 있다. 이러한 축제는 지역주민의 문화접촉 기회를 확대시켜 지역문화에 대한 이해를 넓힐 수 있다. 이러한 것들이 결국 주민들의 삶의 질을 향상시킬 수 있게 된다.

마지막으로 현대의 지역축제는 단조로운 일상에서 탈출하여 해방감을 경험할 수 있는 장을 제공하며, 억압되고 간과되었던 인간의 감정과 행동을 표현할 수 있는 여가공간으로서의 역할을 한다.

(4) 문화적 효과

문화적 효과는 관광객, 지역주민, 그리고 지역의 측면으로 나누어 볼 수 있다. 관광객의 입장에서 축제는 여행자의 중요한 동기인 타 지역의 생활문화에 대한 지적욕구를 충족시켜주는 계기가 되며, 전통춤, 음식, 민요 등 다양한 문화적 활동을 관람하고 참여할 수 있는 기회를 제공한다[57].

지역주민의 측면에서는 문화활동 참여의 기회를 제공하며, 이를 통해 문화 예술 생활을 증진시키는 기회가 된다. 또한 기존의 고유문화에 축제준비를 위한 시민 문화활동이 결합되어 새로운 문화활동이 활발히 진행되기도 한다. 지역의 입장에서 축제는 지역문화를 계승하고 발전시키는 계기가 되며, 지역의 전통적인 문화자원을 보호하고 강화하는 수단이 될 수 있다. 또한 지속적인 축제 개최 개최를 통해 지역의 문화예술 창작수준을 향상시킬 수 있다.

(5) 교육적 효과

개최목적이나 성격에 따라 다를 수 있겠지만, 지역축제는 일반적으로 교육적인 효과를 가지고 있다고 할 수 있다[58]. 축제의 주제나 성격 자체가 교육적인 내용을 담고 있는 경우, 축제프로그램에 참여하는 것만으로도 관광객이나 지역주민들에게 교육적인 효과를 유발할 수 있다. 그리고 대부분의 지역축제는 그

57) Gitelson *et. al.*, *op. cit.*, 1995, pp. 9-14.
58) Gitelson *et. al.*, *ibid.*, 1995, pp. 9-14.

본질적인 특성만으로도 방문객의 문화, 예술 감상의 기회를 제공하고 나아가 감상수준을 높일 수 있다는 점에서 교육적인 요소를 포함하고 있다.

또한 지역축제는 미래의 잠재적인 문화예술인 및 문화적 관람객을 육성한다는 차원에서 교육적인 효과를 기대할 수 있다. 그리고 과거와는 달리 지역축제가 더 이상 보고 듣는 것만으로는 불충분하다. 주민이나 관광객들이 직접 참여하는 현장학습의 기능을 하게 된다는 것이다. 교과서를 통한 간접적 교육이 아닌 현장에서 실제로 경험함으로써 지역문화를 이해하고 배울 수 있는 기회가 된다.

2) 부정적 효과

모든 축제가 새로운 이미지를 만들고 관광객이나 지역주민의 관심을 유발할 관광매력물을 만드는데 성공하는 것은 아니다. 현재 우리나라의 각 지방자치단체들에서 매년 개최되고 있는 수많은 지역축제들 중 대다수의 축제가 기대한 만큼의 경제적 효과, 지역이미지의 개선, 지역민의 화합과 자긍심 고취 등의 효과를 유발하는데 성공하지 못하고 있는 실정이다.

지역축제로 인한 부정적 효과로 가장 자주 언급되는 것이 바로 문화상품화로 인한 문화변용이다. 체계적인 계획과 전문성이 부족한 축제의 개최는 문화인류학자와 사회학자들로부터 문화의 지나친 상품화와 문화의 변질을 초래한다는 비난을 받고 있다. 또한 통제되지 않은 관광객들은 지역 청소년들에게 부정적인 영향을 미치며, 다양한 범죄를 유발하고 지역의 문화유산을 파괴할 수 있다[59]. 이 외에도 수용력을 초과하는 축제의 운영은 교통 혼잡과 자연환경의 오염 등과 같은 관광으로 인해 나타나는 일반적인 부정적 효과를 초래할 수 있다[60].

따라서 축제기획자나 지방자치단체는 기본계획 수립단계에서부터 정치적, 경제적, 사회적, 문화적 차원의 긍정적인 목표를 추구하는 한편, 부정적인 효과를 상쇄할 수 있는 대안 마련을 위해 노력해야 한다.

---

59) B. W. Ritchie, *op. cit,* 1984, pp. 2-11.

60) T. J. Kern & L. Rasmussen. Asleep at the wheel-case study, *Festival & Event Management,* vol.3, 1995.

이상에서 지역축제의 긍정적 효과와 부정적 효과들에 대해 살펴보았는데, 주요 내용들을 정리해 보면 위 <표 2-2>와 같다.

<표 2-2> 지역축제의 효과

축제효과		주요내용
긍정적 효과	경제적 효과	- 직접효과: 관광수입을 통한 지역경제에 기여, 각종 투자로 인한 생산유발 및 고용효과 - 간접효과: 지역축제가 지역사회 정비를 위한 수단으로 작용 - 유발효과: 지역 관광산업을 진흥 계기 마련, 장기적으로 지역 이미지 개선을 통해 지역경쟁력을 강화
	정치적 효과	- 지역이미지 제고와 민간외교의 진흥 - 주민참여로 인한 지역의 정치적 행정적 발전
	사회적 효과	- 자긍심·애향심 고취 및 지역공감대 형성 - 지역 정체성 확립에 기여 - 지역·국가 간 문화교류를 포함한 다양한 교류를 촉진하는 촉매제 역할
	문화적 효과	- 타 지역의 생화문화에 대한 지적 욕구 충족 - 다양한 문화활동에 참여할 기회 제공 - 지역문화의 보호와 강화 - 지역문화의 계승과 발전 - 지역의 문화예술 창작 수준 향상
	교육적 효과	- 문화예술의 감상 기회 제공으로 감상 수준의 향상 - 미래의 잠재적인 문화예술인 및 문화적 관람객을 육성 - 직접 참여하는 현장학습의 기능
부정적 효과		- 문화상품화로 인한 문화변용 - 통제되지 않은 관광객들로 인한 영향: 지역청소년에게 부정적인영향, 다양한 범죄 유발, 지역의 문화유산을 파괴

제 2 절 관광문화축제의 만족도와 재방문에 대한 이론적 고찰

1. 관광문화축제의 만족도

만족도란 일정기간 일정량의 재화 및 서비스를 소비하여 느끼는 주관적인 행복의 정도로 효용(utility)이라고 할 수 있다. 방문자의 만족도는 방문자가 투입한 비용에 대해 기대했던 내용과 경험결과의 차이로 표현할 수 있는데, 차이가

마이너스(－)이면 불만족이고, 플러스(＋)이면 만족이라 말할 수 있다[61]. 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 Mohr등[62]의 연구가 가장 초기에 속한다고 볼 수 있다. 여기서는 분산분석을 이용하여 방문객의 형태에 따라 만족반응이 유의한 차이를 가짐을 밝혀내었으며, 특히 재방문자가 첫 방문자에 비해 만족도가 더 높은 것으로 분석되었다. 축제방문자의 형태는 방문목적과 상호영향을 주고받을 수 있는 요인임을 고려할 때 방문목적 또한 만족반응에 일정한 영향을 미칠 개연성이 있는 것이다.

이밖에 축제의 만족도에 관한 선행연구로 고승익[63]은 행사장환경, 행사내용, 행사장시설 및 접근성, 가격, 행사진행 등 5개의 요인에 22개 항목을 측정하였으며, 박미정[64]은 이벤트매력, 시설성, 경제성, 다양성, 축제속성, 지역성 등 6개 요인에 19개 항목을 측정하였다. 또한 이정실과 양일용[65]은 부산 국제아트페스티발을 사례로 축제의 만족요인을 축제매력, 경제성, 시설성, 청결 및 유익성, 편의성 그리고 편리성 등을 중심으로 측정하였다.

이인배[66]는 백제문화축제 기간에 개최되는 부대행사에 대한 만족도를 외래방문객과 지역주민으로 구분하여 그 차이를 검증하고 지속여부를 결정하는 기준을

---

61) 차동욱, “지역축제 만족도에 의한 방문자의 재방문 및 구전홍보 결정요인에 관한 연구”, 관광레저연구 제16권 제1호, 2004, pp. 55-69.

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

63) 고승익 외, “축제 방문동기 세분화에 따른 지각된 성과와 만족분석”, 관광학연구, 제23권 제2호, 2000.

64) 박미정, “지역축제 방문객의 동기와 만족도에 관한 연구,” 관광레저연구, 제13권 제1호, 2001.

65) 이정실·양일용, “지역축제 방문동기 세분화 및 만족의 차이”, 관광레저연구, 제14권 제3호, 2002.

66) 이인배, “지역축제 부대행사의 만족도 차이와 개최지속성 관계”, 한국관광학회 제51차 학술연구발표논문, 2000.

만들었다. 이준엽[67]은 이천 도자기축제를 통해 지역축제의 추구편익과 일반특성과의 관계, 만족도와 재방문 및 구전홍보의 관계를 고찰하였다. 서휘석과 이동기[68]는 익산시의 보석축제를 통해 지역축제 평가요인으로 물리적 환경과 축제의 만족, 재방문 및 구전의도와의 관계를 분석하여 물리적 환경은 지역축제의 만족, 재방문 및 구전의도에 영향력을 미친다고 하였다.

이훈과 김정은[69]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.

2. 관광문화축제의 재방문의 의의

재방문의도는 축제참가에 대한 평가적 의미이다. 따라서 재방문의도는 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. 재방문의도는 단순히 단골 방문자에 대한 고객확보 차원을 넘어 잠재적인 수요시장 확보의 중요한 변수가 된다. 일반적으로 미래 상호작용의 기대 즉 재방문에 대한 가능성은 인간관계의 몰입으로 설명한다[70].

축제는 프로그램과 같은 내용뿐만 아니라 행사지역의 사회·경제·문화 등 종합적인 요소가 배경에 형성되어 있으므로 축제운영의 주체인 지역주민이 내부방

---

67) 이준엽, “지역이벤트 관광객의 추구편익에 따른 만족도에 관한 실증적 연구”, 관광레저연구, 제14권 제3호, 2002.
68) 서휘석·이동기, “물리적 환경이 지역축제의 만족과 재방문 및 구전의도에 미치는 영향에 관한 연구”, 한국행정학회보 제34권 제1호, 2001.
69) 이훈·김정은, “관광문화축제 행사프로그램 내용분석”, 관광개발논총, 제12권, 2000.
70) D. T. Wilson, "An Integrated Model of Buyer-Seller Relationship", *Journal of the Academy of Marketing Science*, 1995, pp. 335-345.

문자 및 자원봉사자로서의 직·간접적인 참여는 재방문 결정의 중요한 요소로 작용한다. 한편 구전홍보(혹은 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[71].

71) 송건섭, “축제 만족 및 재방문의도에 미치는 여향요인 분석”, 지방정부연구 제8권 제2호, 2004, p. 10.

제 3 장 제주지역 관광문화축제 현황분석

제 1 절 제주지역 관광문화축제 현황

1. 연도별 제주지역 축제개최 현황

다양한 지역축제에 있어서 축제의 최초 개최년도는 지역축제의 시기별 변화 추세와 해당 축제의 정착 여부를 판단할 수 있는 중요한 지표가 된다. 제주지역의 축제들을 연대별로 구분하면 1990년 이전, 1990~1994년, 지방자치제가 본격적으로 시작된 해인 1995~1999년, 2000~2005년 등으로 <표 3-1>과 같이 4개의 시기로 구분할 수 있다.

<표 3-1> 제주도 지역축제의 개최시작 연대별 분포

시기 구분	개 수	축 제 명
1990년 이전	4	· 제주감귤축제, 한라문화제, 유채꽃잔치, 철쭉제
1990~1994년	6	· 억새꽃큰잔치, 왕벚꽃잔치, 한여름밤의 해변축제, 새천년 성산일출제, 덕수리전통민속축제, 정의골민속한마당축제
1995~1999년	14	· 한라산눈꽃축제, 제주국제시민마라톤축제, 탐라국입춘굿놀이, 용연선상음악회, 제주국제관악제, 서귀포칠십리국제걷기축제, 중문해수욕장축제, 서귀포바다축제, 서귀포칠선녀축제, 서귀포칠십리축제, 서불과지전설재현, 새천년정월대보름들불축제, 고사리꺾기대회, 백사표선대축제
2000~2005년	27	· 제주신혼축제, 제주레저스포츠대축제, 제주가면축제, 서귀포겨울바다펭귄수영대회, 제주아이언맨국제트라이애슬론대회, 보목수산일품자리돔큰잔치계획, 법환한치축제, 함덕서우봉일출제, 세계일보서귀포국제마라톤대회, 제주도새기축제, 강정천올림은어축제, 한여름밤의경마페스티발, 중문해변영화제, 한여름예래논짓물해변축제, 한여름해변축제, 함덕바당모살축제, 삼양검은모래축제, 수원노을축제, 도두동오래물수산물대축제, 이중섭예술제, 제주마축제, 스포츠서울서귀포마라톤대회, 대정고을추사문화예술제, 최남단모슬포방어축제, 서귀포겨울마라톤/인라인축제, 최남단감귤농장체험축제, 새해월랑봉일출제
소계	51	총 51개의 축제 중 2005년도에 45개의 축제가 개최됨

1990년대 이전에 개최된 축제는 제주감귤축제, 한라문화제, 유채꽃잔치, 철쭉제 등 4개이고, 1990~1994년에 개최가 시작된 축제는 억새꽃큰잔치 등 6개이며, 1995~1999년에 개최가 시작된 축제는 한라산눈꽃축제 등 14개이다. 또한 2000~2005년에 시작된 축제는 27개로 지방자치제 실시 이후 급격히 축제가 증가하는 추세를 보이고 있다.

2. 2005년도 제주지역 축제 현황

제주도의 각 시·군에서는 매우 다양한 축제적 성격의 문화 행사를 연중 펼치고 있다. 제주도 지역축제의 현황을 파악하기 위해서는 이러한 다양한 행사 가운데 무엇을 지역축제로 간주할 것인가 하는 범위 설정이 무엇보다 중요하다. 그러나 지역축제의 범주를 설정하는 것은 지역축제의 개념을 정의하는 것처럼 그리 간단하지 않다. 그 원인중의 하나는 축제라는 용어 자체가 매우 다양하고 포괄적이며 복합적인 의미로 사용되고 있기 때문이다.

본 연구에서는 관광문화축제를 “자치단체 단위에서 개최되는 모든 종류의 축제로 행사의 명칭에 ○○축제, ○○문화제, ○○예술제, ○○제 등 축제를 의미하는 명칭을 사용하고, 행사 개최 시기가 정례적 주기성을 띠며, 행사의 참여자가 지역을 범주로 한 집단성을 보이는 한편, 행사의 내용이 복합적인 구성을 보여주는 프로그램으로 이루어진 문화행사”로 정의하였다. 따라서 전국적인 축제나 단순한 문화행사, 일회성의 이벤트 행사는 제외하였다. 이는 최근에 개최되는 대부분의 지역축제가 전통적인 민속축제에서 문화이벤트적인 성격으로 전환되고 있는 점을 고려할 때 비교적 타당한 범위 설정으로 볼 수 있다.

위의 기준에 입각하여 제주특별자치도 홈페이지에서 입수한 자료를 기초로 하여 분석대상으로 삼은 2005년 제주도내 지역축제는 <표 3-2>와 같이 총 45개 이다.

<표 3-2> 2005년도 제주지역 축제 현황

축 제 명	일 시	주최/주관	행사내용	비고
신년일출제	1. 1	서귀포시 /서귀포문화원	•기원제, 축시낭송 •예술단축하공연	관광축제
함덕 서우봉일출제	1. 1	함덕마을회 /연합청년회	•일출제 •전통민속놀이	관광축제
겨울바다 펭귄수영대회(6회)	1. 2	서귀포시/ 서귀포시관광협의회	•겨울바다 수영체험	레저축제
탐라국 입춘굿놀이	2.3 -2.4	제주시 /전승보존회	•거리굿, 전상놀이, 축하공연, 세경놀이, 입춘탈굿놀이, 입춘굿	문화축제
정월대보름 들불축제	2.17 -2.19	북제주군	•오름불놓기, 불꽃놀이 •말싸움놀이, 민속공연	관광축제
세계일보서귀포 국제마라톤대회(2회)	2.27	서귀포시 /세계일보	•42㎞,21㎞,10㎞,5㎞ 구간별	레저축제
제주왕벚꽃잔치	3.25 -3.27	제주시 /KBS제주방송	•왕벚꽃건강걷기대회 •향토음식경연대회 •축하공연	관광축제
서귀포칠십리 국제걷기축제(7회)	3.26 -3.27	서귀포시 /체육진흥협의회	•10,20,30㎞ 걷기대회	레저축제
제주유채꽃잔치 (22회)	4.9 -4.10	북제주군 /KBS제주방송	•전국노래자랑 •유채꽃길건강걷기대회 •대록산 등반대회 등	관광축제
고사리축제 (11회)	4.24	남제주군 /고사리축제위원회	•고사리 꺾기 체험 •고사리요리경연 등	관광축제
서귀포칠선녀 축제(11회)	5.5	칠선녀축제위원회 /중문청년회	•칠선녀제,향토야시장 등 (짝수년→축제, 홀수년→제봉행)	관광축제
제주도새기축제 (3회)	5.14-15	제주양돈축협/ JIBS제주방송 파워이벤트/제주대 농업생명과학대학	• 도새기 월드컵, 제주도감대회, 풍물놀이 어린이 사생대회	관광축제
용연야범풍류재현 축제(6회)	5.22	제주시 /추진위원회	•선상음악회, 시조경창, 한시백일장 등	문화축제
철쭉제(39회)	5.29	제주산악연맹	•철쭉제례 다함께 자연보호	관광축제
강정천올림 은어축제(4회)	6.3-5	축제추진위원회 /강정어촌계, 마을회	•은어 낚시체험, 전통은어잡기 시연 등	관광축제
제주마라톤축제 (10회)	6.5	제주도 /제주도관광협회	•42㎞,21㎞,10㎞ •김치만들기 체험 등	레저축제

<계 속>

축 제 명	일 시	주최/주관	행사내용	비고
보목일품 자리돔축제(6회)	6.10-12	추진위원회 /보목어촌계, 마을회	•보목해저탐방 •자리돔 체험 마당 등	특산물 축제
한여름밤의 경마페스티발	7.16-8.14	제주마사회	•야간조명 •헤나체험	레저축제
제주레저 스포츠대축제(6회)	7.17-9.25	제주시 /조직위원회	•마스터즈수영대회 •스쿠버다이빙, 윈드 서핑 축제 등	레저축제
한여름밤의 해변축제(10회)	7.20-8.9	제주시	•전체 무대장르 마라톤 공연	문화축제
중문해변영화제	7.25-8.5	서귀포시	•야외해변영화상영	문화축제
표선백사대축제 (10회)	7.29-7.31	표선마을회 /표선청년회	•해변레크레이션	관광축제
한여름 예래 논짓물 해변축제(5회)	7.30-8.1	예래동 주민자치위원회	•맨손으로 넙치잡기 낚시체험 •초청공연팀 공연	관광축제
한여름해변축제	8.1	북제주군 /한림청년회의소	•연예인 초청 공연	문화축제
법환수산일품 한치큰잔치(6회)	8.1-30	추진위원회 /법환어촌계, 마을회	•한치 맛자랑 경연 •최영장군배 재현	특산물 축제
함덕바당 모살축제	8.2	함덕마을회 /연합청년회	•댄스공연, 바다 콘서트 등	문화축제
삼양검은모래 축제(4회)	8.5-6	삼양동 연합청년회	•해변노래자랑 •모래성 쌓기 등	관광축제
제주국제 관악제(9회)	8.12-8.20	제주시 /조직위원회	•국제콩쿨, 순회연주 •세계 관악팀 연주	문화축제
도두동오래물, 수산물대축제(4회)	8.20-22	도두동 연합청년회	•테우경연, 축하공연 맛자랑 경연 등	특산물 축제
이중섭예술제	9.16	서귀포시 /예총서귀포지부	•설치미술 •예술공연 등	문화축제
제주마축제	9.23-9.25	제주마생산자협 회	•마상무예 •로데오경기 등	레저축제
서귀포 칠십리축제(11회)	9.28-10.3	서귀포시/ 서귀포시축제위원회	•최영장군목호토벌 전승재현 •바다체험, 민속체험	관광축제
수월노을축제	8.20	제주시 /도두동연합회	•수월영산제 •길트기사물놀이 등	문화축제

<계 속>

축 제 명	일 시	주최/주관	행사내용	비고
탐라문화제(44회)	10.1-7	제주도 /예총제주지회	•제주민속예술경연 •전통민속재현 •각종 민속체험 운영	문화축제
정의골민속 한마당축제(12회)	10.2	성읍리마을회 /민속보존회	•전통민속재현 •각종 민속체험 운영	문화축제
덕수리전통 민속축제(14회)	10.2	덕수리마을회 /민속보존회	•전통민속재현 •각종 민속체험 운영	문화축제
스포츠서울 서귀포마라톤대회	10.2	스포츠서울 /서귀포시	•5㎞,10㎞, 하프, 풀 마라톤	레저축제
대정고을추사문화 예술제(4회)	10.2-3	남제주군 /문화예술보존회	•추사선생 귀양행차 •서예전, 추사탄신제향	문화축제
제주억새꽃 축제(12회)	10.8-9	제주도 /제주도관광협회	•억새꽃길 트레킹 •그림 그리기 대회 •민속공연 등	관광축제
제주감귤축제	11.4-13	KBS제주총국 /제주감협	•걷기대회 •민속공연 등	특산물 축제
최남단모슬포 방어축제(5회)	11.11-13	추진위원회	•선상낚시대회 •방어 손으로 잡기 •해양체험 등	특산물 축제
서귀포겨울마라톤/ 인라인축제(2회)	12.18	서귀포시/ 국제자유도시포럼	•마라톤 코스별 •인라인	레저축제
최남단감귤농장 체험축제(3회)	12.23-18	남제주군/ 제주MBC	•귤따기, 운반하기 •보물찾기 등	특산물 축제
성산일출제	12.31-1.1	성산일출제축제 위원회/집행위원회	•일출관악제 •새해기원제 등	관광축제
새해월랑봉일출제	12.31-1.1	세화리/세화리 부녀회·청년회	•불글씨점화식 •새해폭죽쇼 등	관광축제

자 료 : http://cyber.jeju.go.kr

이를 다시 시군별로 분류하여보면 제주도 3개, 제주시 10개, 서귀포시 13개, 북제주군 5개, 남제주군 9개, 기타 5개 등이다. 축제의 유형별로는 관광축제 17개, 문화축제 13개, 레저축제 9개, 특산물축제 6개 등이 개최되었다. 특히 축제의 명칭까지도 유사한 축제들이 행해지고 있는데, 일출제는 4개가 거의 동시에 행해지고 있고, 해변축제 4개, 제주마 관련 2개, 모래 관련 축제 2개 등이 거의 유사한 프로그램으로 행해지고 있다.

3. 2005년도 지방자치단체별 축제 현황

2005년을 기준으로 제주도에서 개최되는 축제는 총 45개로 지방자치단체별 지역축제의 분포는 제주시가 28.8%인 13개로 가장 많고, 다음은 서귀포시로 22.2%인 10개의 지역축제를 개최하고 있으며, 남제주군이 20.0%인 9개, 북제주군이 11.1%인 5개, 기타에서 11.1%인 5개의 축제를 개최하고 있다. 2006년도 7월 1일부터 제주도가 제주특별자치도로 바뀌면서 기존의 행정구역체제를 개편하여 제주시는 북제주군을 포괄하게 되고, 서귀포시는 남제주군을 포괄하게 되었다.

<표 3-3> 지방자치단체별 지역축제 분석

축제 주최별	빈도	백분율	누적백분율
제 주 도	3	6.6%	6.6%
제 주 시	13	28.8%	35.4%
서귀포시	10	22.2%	57.6%
북제주군	5	11.1%	68.7%
남제주군	9	20.0%	88.7%
기 타	5	11.1%	100.00%
총 계	45	100.0%	

<표 3-4> 축제유형별 지역축제 분석

축제 유형별	빈도	백분율	누적백분율
관광축제	17	37.7%	37.7%
문화축제	13	28.8%	66.5%
레저축제	9	20.0%	86.5%
특산물축제	6	13.3%	100.0%
총 계	45	100.0%	

제 2 절 제주지역 관광문화축제의 의의 및 문제점

지난 1년 동안(2005년 10월 1일~2006년 9월 30일) 제주 도내 주요 3개 신문(제주일보, 제민일보, 한라일보)에 수록된 기사 중 축제와 관련된 내용은 제주신문이 116건, 제민일보가 144건, 한라일보 156건이었으며, 이 중 단순히 축제 개최 일정 및 축제 프로그램만을 소개하는 내용을 제외한 기사(제주일보 30건, 제민일보 25건, 한라일보 15건)를 중심으로 제주지역 관광문화축제의 의의 및 문제점을 고찰하면 다음과 같다.

1. 제주지역 관광문화축제의 의의

1) 관광객 유치를 통한 지역경제 활성화에 기여

1990년대 중반에 실시된 지방자치제도의 도입 이후 많은 지자체가 축제를 지역 관광활성화의 수단으로 삼아 왔으며, 제주 또한 95년에 14건이던 것이 2005년에는 47건으로 증가했다. 그리고 들불축제(2005년)의 경우 174억 원을, 칠십리축제는 59억여 원을, 대정읍 모슬포항 일대에서 열린 최남단방어축제는 10억 원 이상의 경제효과를 얻은 것으로 평가 혹은 자체분석 하고 있다.

2) 지역 경제 및 산업 활성화 수단으로 활용

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', '서귀포뚜벅이축제(서귀포 중정로와 아카이드 상가 일원)' 등이 전자에 속하며, 제주산 청정 돼지고기를 홍보하고 양돈 산업을 진흥하기 위한 '제주 도새기축제', '제주국제차문화 축제 세미나' 등이 후자에 속한다.

3) 도민 화합의 장

축제는 지역 주민의 정체성과 자부심을 높여주고, 결속력을 강화시켜 줄 수 있는 수단으로서 각 지역이나 마을 단위로 주관되는 행사는 지역내 주민 간 연대감을 강화시켜 줄 뿐 아니라, '제1회 제주 삼다 꽃 축제' 와 같이 북제주군 교래리와 남제주군 가시리라는 서로 다른 두 지역을 연결시켜 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. 제주지역 관광문화축제의 문제점

1) 유사축제 및 특색있는 프로그램 운영 미비(31건)

도내 축제의 문제점으로 가장 많이 거론된 것이 유사한 내용의 축제가 비일비재하거나, 차별화되지 않은 프로그램의 구성이다. "혼인지를 테마로 내놓은 체험마을만 세 곳이 넘고, 농촌체험마을·아름마을 등 유사한 형태의 마을이 해마다 서너 군데씩 지정되면서 특색있는 프로그램을 운영하기보다는 '그 나물에 그 밥' 형태의 식상함으로 체험 관광객들의 외면을 자초하고 있다"[72] 에서도 알 수 있듯이 축제 내용이 중복되거나 단조로운 프로그램이 운영되고 있다. 또한 시기적으로도 왕벚꽃잔치(3월), 고사리축제(4월), 교래·가시리 마을 봄꽃축제(5월) 등과 같이 비슷한 시기에 유사한 내용의 축제들이 개최되고 있다. 이렇듯 축제가 테마나 내용면에서 중복되어지는 데는, 관 주도에 의해 마을 또는 지역 자생단체 주최함으로써, 경쟁력 없는 나눠 먹기식의 발상에 의한 것으로 사료되며, 유사 축제의 통폐합을 통한 구조조정이 요구되고 있다.

---

72) 제민일보, 2005년 11월 21일자.

2) 대표축제의 부재(19건)

중복된 테마와 특색 없는 프로그램의 운영은 대표축제의 부재로 이어지고 있다. 제주섬문화축제의 폐지 이후, 제주에는 이렇다 할 대표 축제가 부재된 상태로 관광객에게 흡인력 있는 축제 개발이 절실히 요구되고 있다[73]. 실제로 문광부가 매년 선정하고 있는 관광문화축제에 제주도의 '들불축제'와 서귀포시 '칠십리축제'가 예비 축제로 포함되어 있을 뿐, 대표 혹은 유망축제의 인정을 받은 축제가 없어 제주는 '축제 없는 관광지'로 전락되고 있다고 평가하고 있으며[74], 한국문화관광정책연구원이 보고한 3일 이상 열리는 전국 400여 개 축제의 평가결과에서 제주지역 축제들이 최하위권 평가를 받거나, 칠십리 축제의 평가가 저조한 것들을 두고 '동네잔치'로 표현하고 있다[75].

3) 홍보 부족(11건)

들불축제의 경우 국내 최대 커뮤니티 전문웹사이트인 '(주)워크앤플레이' 계약을 맺고 세계를 향해 인터넷을 통한 홍보를 하고 있으나, 대부분의 축제의 경우 적은 예산과 전문인력 부족 등으로 홍보활동이 미비해 축제에 대한 인지도가 전반적으로 낮은 것으로 나타났다.

4) 적은 축제 예산(10건)

2006년에 개최되는 50개 축제에 투입되는 전체 예산 65억7300만원 중 74%인 48억8400만원이 국비와 지자체 예산으로, 대부분의 축제가 보조금에 의존하여 이루어지고 있는 실정이며, 전액 자부담으로 열리는 축제는 5개에 불과하다. 이는 대부분의 축제가 지자체 등의 지원에 의한 적은 예산으로 운영(예, 삼양검

73) 제주일보, 2005년 10월 12일자.
74) 제민일보, 2005년 12월 22일.
75) 제주일보, 2006년 7월 24일, 25일; 제민일보, 2006년 3월 30일.

은모래축제, 시비 1천5백만원)되고 있음을 의미하며, 때문에 경쟁력 있는 축제를 운영하기 위한 프로그램 개발 및 홍보, 전문인력 구비 등은 물론, 지속적으로 축제를 유지해 가는 데는 한계가 있음을 의미한다. 이로 인해 관광 상품으로서의 축제의 완성도에 치중하기보다는 지역주민들을 불러들여 행사를 치르는 동네축제의 성격을 벗어나지 못하고 있으며, 예산낭비라는 비난으로 이어지고 있다. 이를 개선하기 위해서는 경쟁력이 없는 축제를 통폐합하여 축제 하나당 지원금을 증가시키는 것은 물론, 축제 운영자 자신도 축제운영비를 확보하기 위한 자구 노력과 자생력이 요구된다.

5) 전문인력의 부족(8건)

축제는 기획에서부터, 프로그램 구성, 운영, 관광상품 개발 등에 이르기까지 다양한 분야에 전문성이 요구되나, 제주의 축제는 대부분이 시도군 등의 관에 의해 주도됨으로써, 행정기관의 순환인사에 따른 공무원의 전문성이 부재는 물론, 민간에 의한 지역 축제 전문 인력도 부족한 상황이다. 현재 정월대보름들불축제 등을 중심으로 민간전문인력 중심의 축제로 변모하고자 하는 움직임이 이루어지고 있기는 하나, 축제들의 전문인력 확보가 요구되고 있다.

6) 기상 및 기후적 영향(5건)

자연자원을 소재로 한 축제(왕벚꽃 축제, 억새꽃 잔치, 들불축제 등)가 많아 흐린 기상이나 이상 기온현상 등에 많은 영향을 받고 있다[76]. 들불축제의 경우 비 날씨로 인해 들불을 놓기가 어려워지는가 하면, 왕벚꽃의 개화시기와 축제기간의 불일치하여 축제가 실패로 끝나는 경우가 있어, 기상 조건에 구애받지 않는 축제만들기를 위한 방안 강구가 요구 되고 있다.

76) 제주일보, 2006년 2월 21일 등.

7) 지자체에 의한 축제계획 수립의 한계(4건)

제주의 대부분의 축제가 자치단체들에 의해 계획이 수립되고 있어, 뚜렷하지 않은 기획의도와 세부전략 부재로 대표성이 없는 '난장판 축제'로 전락되고 있다[77]. 또한 하나의 축제에 '지역경제활성화', '지역정체성 확립', '시민화합 축제', 향토문화 계승'등 방대한 기획의도를 담기 위해 적절하지 않은 프로그램을 남발하고 있는 등 관 주도의 한계를 보이고 있어, 민간으로의 이행이 요구되고 있다.

8) 빈약한 축제상품(4건)

축제상품은 축제 방문자가 자신이 방문한 축제를 기억하거나 기념하기 위해 구입하는 기념품의 일종으로서, 방문자가 귀가 후에도 축제를 상기시키는 중요한 역할을 한다. 전국적으로 축제참가자의 쇼핑비가 평균 1만 4,318원인데 비해 들불축제의 경우14%인 1,999원에 그치고 있어, 축제를 상징할 수 있는 적절한 축제상품의 개발이 요구되고 있다.

9) 기타 축제 운영상의 문제점

주차장의 확보 및 교통정체의 해소(8건)와 접근성의 확보(2)가 요구되고 있으며, 레저스포츠 관련 축제의 경우 분산 개최로 인한 관광매력의 단절(3건), 축제와 연계한 관광상품의 부재(2건), 화장실 시설의 개선(2건), 향토음식의 신뢰성 및 적정 가격(2건) 등의 문제점을 지적하고 있다.

77) 제민일보, 2006년 3월 8일.

제 3 절 사례축제(정월대보름 들불축제)의 개요

정월대보름 들불축제는 새해 첫 대보름날을 맞아 드넓은 목야지에 큰 불을 놓아 무사안녕과 풍년을 기원하고, 인간과 자연의 하나 됨 속에 무한한 행복과 복을 염원하는 제주도 북제주군 지역의 향토민속 축제이다. 일찍이 목축업이 성행했던 제주에는 주민들의 생업수단으로 목야지에 불을 놓는 화입(방애)이란 풍속이 있었다. 화입을 하고 나면 목야지가 깨끗해지고, 진드기 등 병충해가 없어질 뿐 아니라 불탄 잡풀은 재가 되어 그 해의 목초를 연하고, 부드럽고, 맛을 좋게 해 소와 말들을 살찌운다. 이처럼 목축의 번성을 위해 행해졌던 풍속을 현대적 감각에 맞게 관광이벤트화 한 것이 정월대보름 들불축제이다.

정월대보름 들불축제의 하이라이트는 단연 드넓은 목야지에 불을 놓아 불바다의 대장관을 연출하는 것이다. 축제를 더욱 풍성하게 하기 위해 부싯돌 불씨만들기, 달집 태우기, 불깡통 돌리기를 비롯하여 전통혼례와 풍물놀이, 전통민요한마당, 집줄놓기, 영감놀이, 제기타기, 널뛰기, 연날리기, 줄다리기, 풍년기원제와 제주조랑말 투마대회, 돼지·오리몰이 경주, 꿩날리기, 청소년 댄스경연대회, 어린이 사생대회, 사진콘테스트 등의 다채로운 행사가 펼쳐진다.

문화관광부지정 유망축제인 정월대보름 들불축제는 1997년부터 2006년 현재까지 매년 실시하여 10회째를 맞이하면서 제주지역의 경제·문화적 측면뿐만 아니라 지역민의 화합과 위상 등에도 상당한 영향을 미치고 있다. 특히, 2006년에 개최된 들불축제는 '제주 방문의 해'의 첫걸음을 시작하고 지역대표브랜드 축제로서의 가치를 알리기 위해 축제의 주제를 "무사안녕과 풍년기원", "인간과 자연의 조화"로 선정하고 향토색 짙은 제주의 전통 민속과 다양하고 풍성한 프로그램을 기획하였다. 오름을 태우는 들불의 웅장함을 통해서 관람객들에게 2006년의 새로운 큰 희망을 가질 수 있도록 감동을 연출하였으며, 전통 민속예술과 민속놀이 재현, 국제자매결연 팀들의 특별공연, 그리고 관람객들이 직접체험 할 수 있는 민속문화 프로그램을 새롭게 선보였다.

제 4 장 조 사 설 계

제 1 절 연구의 모형과 가설설정

1. 연구모형 정립

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[78].

본 연구에서의 분석모형은 관광문화축제의 재방문의사에 영향을 미친다고 간주되는 변수들을 선정하고 그들 사이의 관계경로를 단순화한 추론적 분석체계이다. 이를 위해서는 변수들 사이의 논리적으로 기대되는 관계를 설정하는 것이 무엇보다도 중요하다. 그러나 그 변수의 수가 많기 때문에 어떻게 하면 실제현상을 대표할 수 있는 변수를 합리적으로 통제하느냐 하는 것이 문제로 떠오른다.

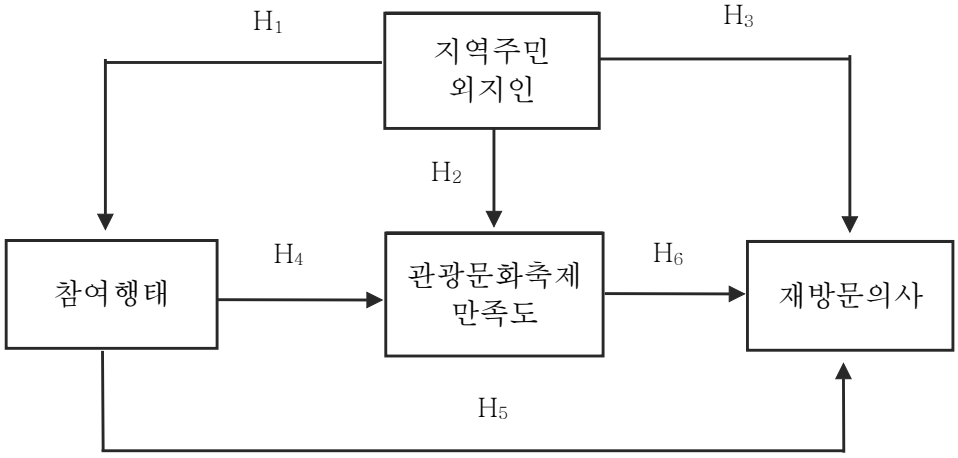
Rummel은 변수의 선정기준으로 첫째, 이론적으로 중요성을 갖는 변수, 둘째, 가설적으로 적절한 변수, 셋째, 보편성을 확보할 수 있는 변수를 충분할 만큼 선정해야 한다고 언급하고 있다[79].

따라서 본 연구는 관광문화축제 참여자를 대상으로 축제를 활성화시키기 위한 방안을 마련하기 위해 실증분석을 실시하였다. 실증분석은 관광문화축제 참가자의 인구통계적 특성과 참가행태를 파악하여 축제 만족도에는 어떠한 차이가 있는지를 조사하고 이러한 인구통계적 특성과 참여행태, 만족도가 관광문화축제 재방문의사에 어떠한 영향을 미치는지를 분석하는데 목적을 두었다.

---

78) 김광웅,「사회과학연구방법론」, 박영사, 1981, p.117.
79) 송재호, “지방정부의 관광정책 이해집단간 갈등관리에 관한 연구,” 박사학위논문, 경기대학교 대학원, 1996.

본 연구는 선행연구를 통하여 관광문화축제 참가자의 인구통계적 특성과 참가행태, 만족도, 재방문의사 등을 설정하여 연구모형을 도출하였다.



[그림 4-1] 연구모형

2. 연구가설 설정

본 연구는 관광문화축제 참여자를 대상으로 관광문화축제 활성화를 위한 방안을 마련하기 위해 다음과 같은 연구가설과 하위가설을 설정하였다.

H_1 : 지역주민과 외지인에 따라 참여행태는 차이가 있을 것이다.

H_2 : 지역주민과 외지인에 따라 관광문화축제 만족요인에는 차이가 있을 것이다.

H_3 : 지역주민과 외지인에 따라 관광문화축제 재방문의사에는 차이가 있을 것이다.

H_4 : 참가행태에 따라 관광문화축제 만족요인에는 차이가 있을 것이다.

H_{4-1} : 지역주민과 외지인의 성별에 따라 관광문화축제 만족요인에는 차이가 있을 것이다.

H_{4-2} : 지역주민과 외지인의 연령에 따라 관광문화축제 만족요인에는 차이가 있을 것이다.

H_{4-3} : 지역주민과 외지인의 축제참여 횟수에 따라 관광문화축제 만족요인에는 차이가 있을 것이다.

H_{4-4} : 지역주민과 외지인의 축제참여 시간에 따라 관광문화축제 만족요인에는 차이가 있을 것이다.

H_{4-5} : 지역주민과 외지인의 동행인 수에 따라 관광문화축제 만족요인에는 차이가 있을 것이다.

H_{4-6} : 지역주민과 외지인의 동행구분에 따라 관광문화축제 만족요인에는 차이가 있을 것이다.

H_{4-7} : 지역주민과 외지인의 참여결정 시기에 따라 관광문화축제 만족요인에는 차이가 있을 것이다.

H_{4-8} : 지역주민과 외지인의 축제정보 입수처에 따라 관광문화축제 만족요인에는 차이가 있을 것이다.

H_5 : 참가행태에 따라 관광문화축제 재방문의사에는 차이가 있을 것이다.

H_{5-1} : 지역주민과 외지인의 성별에 따라 관광문화축제 재방문의사에는 차이가 있을 것이다.

H_{5-2} : 지역주민과 외지인의 연령에 따라 관광문화축제 재방문의사에는 차이가 있을 것이다.

H_{5-3} : 지역주민과 외지인의 축제참여 횟수에 따라 관광문화축제 재방문의사에는 차이가 있을 것이다.

H_{5-4} : 지역주민과 외지인의 축제참여 시간에 따라 관광문화축제 재방문의

사에는 차이가 있을 것이다.

H_{5-5} : 지역주민과 외지인의 동행인 수에 따라 관광문화축제 재방문의사에는 차이가 있을 것이다.

H_{5-6} : 지역주민과 외지인의 동행구분에 따라 관광문화축제 재방문의사에는 차이가 있을 것이다.

H_{5-7} : 지역주민과 외지인의 참여결정 시기에 따라 관광문화축제 재방문의사에는 차이가 있을 것이다.

H_{5-8} : 지역주민과 외지인의 축제정보 입수처에 따라 관광문화축제 재방문의사에는 차이가 있을 것이다.

H_6 : 관광문화축제 만족요인은 재방문 의사에 영향을 미칠 것이다.

H_{6-1} : 지역주민의 관광문화축제 만족요인은 재방문의사에는 영향을 미칠 것이다.

H_{6-2} : 외지인의 관광문화축제 만족요인은 재방문의사에는 영향을 미칠 것이다.

제 2 절 연 구 설 계

1. 자료수집 및 분석 방법

본 조사는 관광문화축제를 활성화시키기 위한 방안을 마련하기 위하여 축제참가자를 지역주민과 외지인으로 구분하여 참여행태에 따라 관광문화축제 만족요인과 재방문의사에 어떠한 차이가 있으며 관광문화축제 만족요인은 재방문의사에 어떠한 영향을 미치는지를 살펴보는 실증분석을 실시하였다.

실증분석은 연구지역인 제주지역의 대표적인 관광문화축제인 '정월대보름 들

불축제' 참여자를 대상으로 편의표본추출법을 이용하여 축제기간인 2006년 2월 10일부터 2월 11일까지 2일간 표본을 추출하였다. 지역주민과 외지인을 대상으로 각각 300부의 설문을 배포하였고 배포된 600부의 설문지 가운데 신뢰성이 떨어지는 37부의 설문지를 제외한 563부의 설문을 최종 유효표본으로 선정하였다.

수집된 자료는 통계패키지인 SPSS 프로그램을 이용하여 가설검증 및 분석을 하였으며 가설 검증에 앞서 빈도분석을 이용하여 참가행태와 관광문화축제 만족요인, 재방문의사를 분석하였다. 그리고 가설검증의 분석도구로써 타당성을 확보한 적합한 변수를 확인하기 위해 관광문화축제 만족요인 변수들에 대한 요인분석(Factor Analysis)을 실시하였고, 각 개념들의 신뢰성을 확보하기 위해 크론바하 알파계수(Cronbach's alpha)를 통한 신뢰도 분석을 하였다.

요인분석시 각 변수별로 해당된 요인에 실린 적재값 제곱의 분산이 최대가 되도록 회전시키는 직각회전을 실시하였으며, 또한 변수간 부분상관계수의 값이 작은지를 검증하는 표본추출 접합검증 척도인 KMO(Kaiser-Meyer-Olkin)의 값을 제시하고 요인분석 모형이 적합한지를 나타내주는 Bartlett테스트를 하였다[80].

이렇게 신뢰성과 타당성 분석이 이루어진 관광문화축제 만족요인들을 활용하여 가설검증을 실시하였다. 가설검증에 이용된 분석방법은 평균차이검증과 회귀분석을 이용하였으며 성별과 같이 2개 변수간의 차이분석은 t-test를 이용하였으며 3개 이상의 변수간 차이는 일원변량분석(ANOVA)을 실시하였다.

그리고 회귀분석은 관광문화축제 만족요인이 재방문의사에 미치는 영향을 분석하기 위하여 실시하였다.

80) 김홍규,「사회과학통계분석」, 나남출판, 1997, p.374.

2. 설문지의 구성

본 연구에서는 자료 수집과 측정을 위한 방법으로 설문지를 이용한 일대일 개별면접조사 방법을 이용하였다. 설문지는 선행연구를 통해 도출된 변수들을 토대로 본 연구에 맞게 재구성하여 사용하였다.

설문지는 관광문화축제 참가행태와 축제 만족요인과 전반적 만족도, 재방문의사에 관한 질문으로 총 4부분으로 나누어 구성하였다.

참가행태는 성별과 연령, 참가횟수, 축제장 참가시간, 동행인 수, 동행인 구분, 참가결정 시기, 축제정보 입수처로 총 8문항으로 명목척도를 이용하여 측정하였다.

성별은 '남성'을 1로 하고 '여성'은 2로 측정한다. 그리고 연령은 '20대 이하'를 1로 하고 '30대'는 2, 40대는 '3', 50대 이상은 '4'로 측정하였다.

참가횟수는 들불축제에 참가한 횟수를 말하는 것으로 '처음 참가'를 1, '2~3번'은 2, '4번 이상'은 3으로 측정하였다. 축제참가시간은 축제방문시간과 귀가할 시간을 측정하여 그 시간의 차이를 산출하였다. 시간구분은 3시간 단위로 나누어서 '3시간 이하'는 1 '4~6시간'은 2, '7~9시간'은 3, '9시간 초과'는 4로 측정하였다.

동행인 수는 부부나 연인, 친구 등 2인이 방문한 경우와 승용차에 최대한 탑승할 수 있는 인원, 그리고 승용차의 최대 탑승인원을 초과한 인원으로 구분하였다. 따라서 '2인 이하'를 1, '3~5인'은 2, '6인 이상'은 3으로 측정하였다.

동행구분은 부모님을 모시고 온 경우와 자녀와 함께 온 경우인 '가족'을 1로 하고 부모님과 자녀 모두 함께 온 경우인 '직계가족'을 2로 하였다. 그리고 직계가족 뿐만아니라 형제자매나 친척과 함께 오는 경우인 '친족'을 3으로 하였다. 친구나 연인끼리 온 경우인 '친구'는 4로 측정하였고 이웃이나 회사동료, 모임 등을 '모임'으로 하고 5로 측정하였다.

축제참가결정 시기는 이번 들불축제에 참가하기로 결정한 시기를 알아보는 것으로 '2일전' 결정은 1로 하고 '일주일 전'은 2, '한달 전'은 3으로 측정하였다.

마지막으로 축제정보 입수처는 축제에 대한 정보를 어떤 경로를 통해서 알게 되었는지를 측정하는 것으로 라디오나 텔레비전을 통해서 입수한 경우는 '방송매체', 신문이나 홍보물, 인터넷을 통한 경우는 '홍보매체', 주위 아는 사람을 통해 알게 된 경우는 '아는 사람', 축제장 근처를 지나가다가 참가한 경우는 '지나가다'로 정의하였다. '방송매체'는 1로 측정하였으며 '홍보매체'는 2, '아는 사람'은 3, '지나가다'는 4로 측정하였다.

관광문화축제 만족요인을 측정하기 위해 접근성, 홍보, 안내시설, 행사내용, 기념품, 음식, 부대시설 등 총 18개의 변수를 설정하였고 '매우 불만족'을 1, '불만족' 2, '약간 불만족' 3, '보통이다' 4, '약간 만족' 5, '만족' 6, '매우 만족' 7로 하는 7점척도로 측정하였다.

그리고 전반적인 만족도도 만족요인과 같은 7점척도로 측정하였다.

재방문의사에 대해서도 7점 척도로 측정하였으며 '절대 방문안함'을 1, '거의 방문안함' 2, '방문안할 것' 3, '결정안함' 4, '방문할 것' 5, '아마 방문할 것' 6, '반드시 방문할 것' 7로 측정하였다.

<표 4-1> 설문지 구성

구성 영역	측정변수	항목수	척도유형
관광문화축제 참가행태	성 별 연 령 참가횟수 축제장 참가시간 동행인 수와 구분 참가결정 시기 축제정보 입수처	8문항	명목척도
관광문화축제 만족요인	접근성 관련 홍보 관련 행사내용 관련 기념품과 음식 관련 부대시설 관련	18문항	7점 척도
	전반적 만족도	1문항	7점 척도
재방문 의사		1문항	7점 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 믿을만하고(dependability), 나아가 예측가능성(predictability)이 있음을 의미하는 것으로 동일한 항목에 대해 측정을 반복했을 때 측정값들의 분산들로 표현할 수 있는 개념이다[81].

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 1사이의 값을 가지며, 사회과학 자료의 경우 0.7 이상이면 신뢰성이 높다고 본다[82].

본 연구의 신뢰성 검증결과는 다음 <표 4-2>와 같다. 본 연구의 신뢰도 Alpha계수는 0.9045로 나타나 관광문화축제 만족도 항목들이 축제 만족도 요인을 도출하는데 적절한 측정 항목임이 입증되었다. 결론적으로 전체적인 측면에서 본 연구의 측정에 대한 신뢰도는 만족할 만한 결과라고 할 수 있다.

---

81) 김광웅, 전게서, 1992, p.177
82) 김충련,「SAS라는 통계상자」, 데이터플러스, 1997, p. 240.

<표 4-2> 관광문화축제 만족도 항목에 대한 신뢰도 검증결과

만 족 도	수정전 항목 상관계수	항목 제외시 알파계수	전체 신뢰도
1. 축제행사장까지의 접근성	0.3870	0.9041	0.9045
2. 축제 내용 및 일정에 대한 접근성	0.3881	0.9036	
3. 축제장 내 안내시설	0.5784	0.8988	
4. 축제 홍보물	0.5327	0.9001	
5. 안내요원들의 서비스	0.5142	0.9006	
6. 행사내용의 흥미성	0.7105	0.8957	
7. 행사내용의 다양성	0.6731	0.8966	
8. 체험프로그램	0.6760	0.8960	
9. 지역 문화 소개	0.6180	0.8976	
10. 기념품의 다양성	0.5773	0.8988	
11. 기념품의 품질성	0.6286	0.8976	
12. 기념품 가격의 적정성	0.6695	0.8963	
13. 음식 종류의 다양성	0.5927	0.8983	
14. 음식 가격의 적정성	0.6209	0.8974	
15. 주차시설 이용 편리성	0.5206	0.9007	
16. 휴식공간	0.6176	0.8975	
17. 화장실 청결성	0.5853	0.8986	
18. 주변 관광지 접근성	0.3868	0.9042	

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[83]. 타당성은 일반적으로 내용 타당성(content validity)과 개념 타당성(construct validity)으로 나눌 수 있다[84].

내용 타당성은 측정도구 자체가 측정하고자 하는 속성이나 개념을 정확히 측

83) 김광웅, 전게서, 1992, p.183.
84) 정충영·최이규,「SPSS를 이용한 통계분석」, 무역경영사, 1997, pp. 169-170.

정할 수 있도록 설계되었는가에 관한 것으로 주관적인 판단에 의해 평가되며, 측정하려는 속성이나 개념을 조작적으로 정의하여 측정하는데 한 가지 조작적 정의에 따른 측정결과만으로 개념을 완전히 측정하기 어려우므로 여러 가지 조작적 정의를 이용하여 개념을 측정하고, 각 측정치간의 상관관계를 조사하여 측정의 타당성을 평가한다[85].

개념 타당성은 조사자가 측정하려고 하는 개념을 측정도구로 정확히 측정하였는가에 대한 문제인데, 이론적 연구를 수행하는 데 가장 중요한 요소이다. 이는 추상적인 개념일수록 개념 타당성을 확보하기가 어렵기 때문이다. 개념타당성은 크게 집중 타당성, 판별타당성, 이해타당성으로 구분된다. 개념 타당성을 평가하는 데 사용되는 방법은 다속성 다방법 매트릭스(MTMM : multitrait multimethod matrix)와 요인분석(factor analysis)이 있는데, 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 이해하는 데 도움을 준다.

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

관광문화축제 만족도에 대한 요인분석 결과 4개의 요인이 추출되었다.

우선 공통성을 보면 각 변수의 변량은 49.3%에서 77.3%까지 설명되었고, 전체변량은 요인별로 각각 40.30%, 11.70%, 7.14%, 5.57%로 설명되어 전체적으로는 64.71%로 설명된다. 요인분석은 자료를 축양하는 만큼 정보의 손실이 발

85) 채서일,「사회과학 조사방법론」, 법문사, 1992, pp. 255-266.

생되는데, 일반적으로 자료의 손실이 40%를 넘어서면 안되므로, 총 분산이 최소한 60%는 상회하여야 하는데, 본 연구에서는 이러한 요건을 충족시키고 있다. 또한 KMO값이 1에 가까울수록 요인분석의 의미가 높은데, 본 연구의 KMO값이 0.89로 높게 나타났다. 그리고 요인분석 모형의 적합성 테스트인 Bartlett's 검정에서도 유의한 것으로 나타났다.

<표 4-3> 관광문화축제 만족요인의 타당성 검증 결과

요인구성변수	요인부하량				공통성
	요인1 (행사요인)	요인2 (홍보요인)	요인3 (시설요인)	요인4 (접근요인)	
11. 기념품의 품질성	0.857				0.757
12. 기념품 가격의 적정성	0.837				0.750
10. 기념품의 다양성	0.833				0.717
13. 음식 종류의 다양성	0.687				0.566
14. 음식 가격의 적정성	0.649				0.634
8. 체험프로그램	0.642				0.614
7. 행사내용의 다양성	0.600				0.631
9. 지역 문화 소개	0.590				0.575
6. 행사내용의 흥미성	0.511				0.632
3. 축제장 내 안내시설		0.796			0.773
4. 축제 홍보물		0.773			0.688
5. 안내요원들의 서비스		0.726			0.643
15. 주차시설 이용 편리성			0.809		0.746
16. 휴식공간			0.801		0.764
17. 화장실 청결성			0.628		0.542
2. 축제 내용 및 일정 접근성				0.673	0.581
18. 주변 관광지 접근성				0.596	0.541
1. 축제행사장까지의 접근성				0.481	0.493
고유치(Eigen Value)	7.253	2.106	1.284	1.003	
분 산	40.30	11.70	7.14	5.57	
KMO and Bartlett's Test	KMO=0.89 Chi=5,501(d.f.=153, p=0.001)				

관광문화축제 만족도 요인분석 결과로 얻어진 4개의 요인을 정의하면, 제1요인은 기념품 품질 및 가격, 종류의 다양성, 그리고 음식의 종류와 가격, 프로그램의 체험성과 다양성, 흥미성, 소개 등으로 구성되어 있다. 이 내용은 축제 행사장 내의 주 무대 프로그램과 주변 식당과 기념품점에 대한 내용으로 축제의 주요 행사라고 할 수 있다. 따라서 본 연구에서는 요인 1을 관광문화축제의 '행사요인'이라고 명명하겠다. 이 '행사요인'은 관광문화축제의 중심축이라고 할 수 있는 프로그램과 음식, 기념품과 관련된 모든 행사를 포함한다고 하겠다.

제2요인은 안내시설과 홍보물, 안내요원의 서비스로 구성되었다. 이것은 관광문화축제의 홍보·안내에 대한 내용이므로 본 연구에서 제2요인을 관광문화축제의 '홍보요인'이라고 명명하겠다. 이 '홍보요인'은 홍보물뿐만 아니라 안내데스크와 방송, 홍보물, 그리고 안내요원의 인적서비스가 포함된다.

제3요인은 주차시설과 휴식공간, 화장실 등 관광문화축제의 부대시설과 관련된 내용이다. 따라서 본 연구에서는 제3요인을 관광문화축제의 '시설요인'이라고 명명하겠다. 이 '시설요인'은 축제행사장에 참가한 참가자들이 편리하게 축제장을 이용할 수 있는 시설에 대한 내용으로 정의한다.

마지막 제4요인은 축제내용과 일정에 대한 접근성과 주변관광지 접근성, 축제행사장까지의 접근성으로 주변 관광지 및 행사장에 대한 접근성을 포함하고 있기 때문에 본 연구에서는 제4요인을 관광문화축제의 '접근요인'이라고 명명하겠다. 이 '접근요인'은 행사장에 대한 교통의 접근성뿐만 아니라 정보의 접근성, 인근 관광지와의 접근성도 포함된다.

제 5 장 실 증 분 석

제 1 절 일반적 특성 분석

1. 축제 참가행태 특성분석

축제 참가자의 참가행태를 빈도 분석한 결과는 다음 <표 5-1>과 같다.

<표 5-1> 축제 참가행태 특성 분석

변 수		빈도 (명)	비율 (%)	변 수		빈도 (명)	비율 (%)
성 별	남 성	237	42.1	동행인 수	2인 이하	139	24.7
	여 성	326	57.9		3-5인	290	51.5
연 령	20대 이하	185	32.9		6인 이상	134	23.8
	30 대	127	22.6	동행인 구분	가 족	68	12.1
	40 대	154	27.4		직계가족	122	21.7
	50대 이상	97	17.2		친 족	85	15.1
지역구분	지역주민	291	51.7		친 구	116	20.6
	외 지 인	272	48.3		모 임	172	30.6
축제참가 횟수	처음참가	250	44.4	참가결정 시기	2일 전	202	35.9
	2-3번	158	28.1		일주일 전	171	30.4
	4번 이상	155	27.5		한달이상전	190	33.7
축제참가 시간	3시간 이하	121	21.5	축제정보 입수처	방송매체	206	36.6
	4-6시간	237	42.1		홍보매체	138	24.5
	7-9시간	141	25.0		아는사람	117	20.8
	9시간 초과	64	11.4		지나가다	102	18.1
				계		563	100.0

남성이 237명으로 여성 326명에 비해 적게 표집되었으며, 연령별로는 20대 이하가 32.9%, 40대 27.4%, 30대 22.6% 순으로 나타났다. 거주지역 별로는 지역주민이 291명, 외지인이 272명으로 조사되었다.

축제참가 횟수는 250명이 처음 참가한 것으로 나타났으며 42.1%는 4-6시간 정도 축제장에 머무는 것으로 나타났다. 동행인 수는 51.5%가 3-5인으로 나타

났으며 모임이 30.6%, 직계가족 21.7%, 친구 20.6% 순으로 동행한 것으로 조사되었다.

축제참가 결정시기는 35.9%가 2일 전에 결정한 것으로 나타났으며 축제에 대한 정보입수처는 36.6%가 방송매체, 24.5%는 홍보매체, 20.8%는 아는 사람 순으로 조사되었다.

2. 축제 만족변수 평균분석

축제 참가자의 만족변수 평균분석 결과는 다음과 같다.

<표 5-2> 관광문화축제 만족변수에 대한 차이분석

(7점 만점)

만 족 변 수	평균	표준편차
1. 축제행사장까지의 접근성	5.47	1.395
2. 축제 내용 및 일정에 대한 접근성	4.96	1.706
3. 축제장 내 안내시설	4.86	1.439
4. 축제 홍보물	4.96	1.379
5. 안내요원들의 서비스	5.16	1.334
6. 행사내용의 흥미성	4.95	1.259
7. 행사내용의 다양성	4.97	1.279
8. 체험프로그램	4.57	1.426
9. 지역 문화 소개	4.53	1.496
10. 기념품의 다양성	4.09	1.448
11. 기념품의 품질성	4.10	1.338
12. 기념품 가격의 적정성	4.03	1.389
13. 음식 종류의 다양성	4.73	1.522
14. 음식 가격의 적정성	4.12	1.558
15. 주차시설 이용 편리성	4.79	1.622
16. 휴식공간	4.42	1.629
17. 화장실 청결성	4.56	1.492
18. 주변 관광지 접근성	4.40	1.710

(* $p<0.05$, ** $p<0.01$)

가장 높은 만족도를 보인 항목은 ‘축제 행사장까지의 접근성’(5.47)으로 나타났으며 다음으로 ‘안내요원들의 서비스’(5.16), ‘행사내용의 다양성’(4.97)순으로 높게 나타났다. 가장 만족도가 낮은 항목은 ‘기념품 가격의 적정성’(4.03), ‘기념품의 다양성’(4.09), ‘기념품의 품질성’(4.10) 순으로 나타났으며 모두 기념품과 관련된 항목이 다른 항목에 비해 낮은 만족도를 보였다.

제 2 절 가설검증

1. 지역주민과 외지인에 따른 차이검정

지역주민과 외지인에 따라 관광문화축제 참가행태와 만족요인, 재방문의사에는 차이가 있을 것이라는 <가설 1>과 <가설 2>, <가설 3>을 검증하기 위해 교차분석과 평균차이검정을 실시하였다.

1) 참가행태에 대한 교차분석

지역주민과 외지인에 따라 관광문화축제 참가행태에는 차이가 있을 것이라는 <가설 1>을 검증하기 위해 지역주민과 외지인별로 참가행태에 대한 교차분석을 실시하였다.

연령과 축제 참가횟수, 축제 참가시간, 동행인 수, 축제참가 결정시기, 축제정보 입수처는 $p<0.01$ 수준에서 통계적으로 유의한 차이를 보인다. 그러나 성별과 동행인 구분은 통계적으로 유의한 차이를 보이지 않는다.

먼저 연령별을 보면 전체적으로 ‘20대 이하’가 32.9%, ‘40대’ 27.4%, ‘30대’ 22.6% 순으로 조사되었다. 그러나 지역주민은 외지인에 비해 ‘40대’(35.1%)의 비중이 많은 반면 외지인은 지역주민에 비해 ‘20대 이하’(37.5%)가 가장 높은 비중을 차지하고 있는 것으로 나타났다. 따라서 외지인은 지역주민에 비해 젊은

층이 많이 참가했음을 알 수 있다.

축제참가횟수를 보면 전체적으로 44.4%가 '처음 참가' 한 것으로 나타났다. 그러나 지역주민은 외지인에 비해 '4번 이상'(44.3%) 참가했다는 비중이 높게 나타난 반면, 외지인은 지역주민에 비해 '처음 참가'(63.6%)한 비중이 높게 나타났다. 따라서 지역주민은 외지인에 비해 들불축제 참가경험이 많음을 알 수 있다.

들불축제 참가시간을 보면 전체적으로 42.1%가 '4~6시간' 참가한 것으로 조사되었다. 외지인은 지역주민에 비해 '4~6시간'(51.8%)과 '3시간 이하'(22.8%)가 74.6%로 높게 나타난 반면, 지역주민은 외지인에 비해 상대적으로 '4~6시간'(33.0%)과 '7~9시간'(29.9%)이 62.9%를 차지하고 있어 외지인에 비해 축제장에 머무르는 시간이 더 많은 것을 알 수 있다.

동행인 수를 보면 전체적으로 51.5%가 '3~5인'으로 조사되었다. 지역주민은 외지인에 비해 '3~5인'(57.7%)과 '6인 이상'(22.0%)이 많은 반면, 외지인은 '3~5인' (44.9%)과 '2인 이하'(29.4%)가 상대적으로 높은 비중을 차지하였다. 따라서 지역주민은 외지인에 비해 많은 동행인과 함께 참가하고 있음을 알 수 있다.

축제 참가결정 시기에 대해 전체적으로는 '2일 전'이 35.9%로 높게 나타났다. 지역주민은 외지인에 비해 '한달 이상 전'(39.9%)이 높은 비중을 차지하였으나 외지인은 지역주민에 비해 '일주일 전'(36.8%)이 높게 나타났다. 따라서 지역주민은 외지인에 비해 축제참가를 오래전에 결정하고 있음을 알 수 있다.

축제정보 입수에 대해 전체적으로는 '방송매체'가 36.6%, '홍보매체' 24.5% 순으로 나타났다. 지역주민은 외지인에 비해 '방송매체'(42.6%)에 대한 의견이 많은 반면, 외지인은 지역주민에 비해 '홍보매체'(33.1%)의견이 높게 나타났다. 따라서 지역주민들은 외지인에 비해 방송매체를 통한 축제정보 의존도가 높으며 외지인은 상대적으로 홍보매체를 통한 축제정보 의존도가 높음을 알 수 있다.

가설검증 결과 성별과 동행인 구분을 제외한 연령과 축제 참가횟수, 축제 참

가시간, 동행인 수, 축제참가 결정시기, 축제정보 입수처가 지역주민과 외지인에 따라 유의한 차이를 보이므로 지역주민과 외지인에 따라 축제참가행태는 차이가 있을 것이라는 <가설 1>은 부분적으로 채택되었다.

<표 5-3> 축제 참가행태에 대한 교차분석

변 수		지역주민		외지인		전 체		통계량	
		빈도 (명)	비율 (%)	빈도 (명)	비율 (%)	빈도 (명)	비율 (%)	χ^2	p
성 별	남 성	124	42.6	113	41.5	237	42.1	0.07	0.432
	여 성	167	57.4	159	58.5	326	57.9		
연 령	20대 이하	83	28.5	102	37.5	185	32.9	18.21	0.001**
	30 대	60	20.6	67	24.6	127	22.6		
	40 대	102	35.1	52	19.1	154	27.4		
	50대 이상	46	15.8	51	18.8	97	17.2		
축제참가 횟수	처음참가	77	26.5	173	63.6	250	44.4	105.70	0.001**
	2-3번	85	29.2	73	26.8	158	28.1		
	4번 이상	129	44.3	26	9.6	155	27.5		
축제참가 시간	3시간 이하	59	20.3	62	22.8	121	21.5	33.80	0.001**
	4-6시간	96	33.0	141	51.8	237	42.1		
	7-9시간	87	29.9	54	19.9	141	25.0		
	9시간 초과	49	16.8	15	5.5	64	11.4		
동행인 수	2인이하	59	20.3	80	29.4	139	24.7	10.11	0.006**
	3-5인	168	57.7	122	44.9	290	51.5		
	6인 이상	64	22.0	70	25.7	134	23.8		
동행인 구분	가 족	28	9.6	40	14.7	68	12.1	7.92	0.095
	직계가족	65	22.3	57	21.0	122	21.7		
	친 족	37	12.7	48	17.6	85	15.1		
	친 구	62	21.3	54	19.9	116	20.6		
	모 임	99	34.0	73	26.8	172	30.6		
참가결정 시기	2일 전	104	35.7	98	36.0	202	35.9	13.76	0.001**
	일주일 전	71	24.4	100	36.8	171	30.4		
	한달이상전	116	39.9	74	27.2	190	33.7		
축제정보 입수처	방송매체	124	42.6	82	30.1	206	36.6	34.00	0.001**
	홍보매체	48	16.5	90	33.1	138	24.5		
	아는사람	51	17.5	66	24.3	117	20.8		
	지나가다	68	23.4	34	12.5	102	18.1		
계		291	100.0	272	100.0	563	100.0		

(* p<0.05, ** p<0.01)

2) 관광문화축제 만족도에 대한 차이분석

지역주민과 외지인에 따라 축제 만족도에는 차이가 있을 것이라는 <가설 2>를 검증하기 위해 먼저 지역주민과 외지인별로 만족변수에 대한 평균차이분석을 실시하였다.

<표 5-4> 관광문화축제 만족변수에 대한 차이분석

(7점 만점)

만 족 변 수	지역주민	외지인	전 체	통계량	
				t	p
1. 축제행사장까지의 접근성	5.50	5.45	5.47	0.42	0.673
2. 축제 내용 및 일정에 대한 접근성	5.03	4.89	4.96	1.03	0.303
3. 축제장 내 안내시설	4.94	4.77	4.86	1.43	0.154
4. 축제 홍보물	5.10	4.81	4.96	2.48	0.013*
5. 안내요원들의 서비스	5.25	5.07	5.16	1.61	0.108
6. 행사내용의 흥미성	5.07	4.83	4.95	2.25	0.025*
7. 행사내용의 다양성	5.04	4.89	4.97	1.41	0.160
8. 체험프로그램	4.65	4.49	4.57	1.34	0.182
9. 지역 문화 소개	4.62	4.43	4.53	1.52	0.129
10. 기념품의 다양성	4.23	3.93	4.09	2.44	0.015*
11. 기념품의 품질성	4.19	4.01	4.10	1.61	0.108
12. 기념품 가격의 적정성	4.11	3.95	4.03	1.38	0.169
13. 음식 종류의 다양성	4.84	4.62	4.73	1.64	0.102
14. 음식 가격의 적정성	4.15	4.10	4.12	0.37	0.713
15. 주차시설 이용 편리성	4.86	4.70	4.79	1.17	0.242
16. 휴식공간	4.63	4.19	4.42	3.26	0.001**
17. 화장실 청결성	4.75	4.36	4.56	3.14	0.002**
18. 주변 관광지 접근성	4.24	4.58	4.40	-2.37	0.018*

(* $p<0.05$, ** $p<0.01$)

관광문화축제 만족변수별로 보면 '휴식공간'과 '화장실 청결성'은 $p<0.01$ 수준에서 통계적으로 유의한 차이를 보이고, '축제 홍보물'과 '행사내용의 흥미성', '기념품의 다양성', '주변 관광지 접근성'은 $p<0.05$ 수준에서 통계적으로 유의한 차이를 보인다. 나머지 만족변수는 통계적으로 유의한 차이를 보이지 않는다.

따라서 '축제 홍보물'과 '행사내용의 흥미성', '기념품의 다양성', '휴식공간',

‘화장실 청결성’에 대해서는 외지인보다 지역주민들의 만족도가 높음을 알 수 있으며 ‘주변 관광지 접근성’에 대해서는 지역주민보다 외지인들의 만족도가 더 높음을 알 수 있다.

(3) 관광문화축제 만족요인에 대한 평균차이분석

지역주민과 외지인에 따라 관광문화축제 만족요인에는 차이가 있을 것이라는 <가설 2>를 검증하기 위해 지역주민과 외지인별로 만족요인에 대한 평균차이분석을 실시하였다.

<표 5-5> 관광문화축제 만족요인에 대한 차이분석

(7점 만점)

만 족 요 인	지역주민	외지인	전 체	통계량	
				t	p
행사요인	4.54	4.36	4.46	2.01	0.045*
홍보요인	5.10	4.88	4.99	2.14	0.033*
시설요인	4.75	4.42	4.59	2.97	0.003**
접근요인	4.92	4.97	4.95	-0.51	0.612
전반적 만족도	5.14	5.05	5.09	0.87	0.383

(* $p<0.05$, ** $p<0.01$)

관광문화축제 만족 요인별로 보면 ‘행사요인’과 ‘홍보요인’은 $p<0.05$ 수준에서 통계적으로 유의한 차이를 보이고, ‘시설요인’은 $p<0.01$ 수준에서 통계적으로 유의한 차이를 보인다. 그러나 ‘접근요인’은 통계적으로 유의한 차이를 보이지 않는다.

추가적으로 ‘전반적 만족도’에 대한 평균차이분석 결과 통계적으로 유의한 차이를 보이지 않는다.

모든 만족요인이 평점 4점보다 높게 나타나 들불축제에 대해 지역주민과 외지인 모두 만족하였음을 알 수 있으며 ‘행사요인’과 ‘홍보요인’, ‘접근요인’에 대해서 지역주민들이 외지인보다 더 만족하고 있음을 보여주고 있다.

따라서 지역주민과 외지인에 따라 관광문화축제 만족요인에는 차이가 있을 것이라는 <가설 2>는 부분적으로 채택되었다.

3) 관광문화축제 재방문 의사에 대한 차이분석

지역주민과 외지인에 따라 관광문화축제 재방문 의사에는 차이가 있을 것이라는 <가설 3>을 검증하기 위해 지역주민과 외지인별로 재방문의사에 대한 평균차이분석을 실시하였다.

관광문화축제 재방문의사에 대해 $p<0.01$ 수준에서 통계적으로 유의한 차이를 보인다. 재방문 의사에 대해 전체적으로 5.55점의 높은 재방문 의사를 보였으며 특히 지역주민은 5.76점으로 외지인 5.33점에 비해 높게 나타나 들불축제에 대한 재방문의사가 외지인에 비해 높음을 알 수 있다.

<표 5-6> 관광문화축제 재방문 의사에 대한 차이분석

(7점 만점)

	지역주민	외지인	전 체	t	p
재방문 의사	5.76	5.33	5.55	4.753	0.001**

(* $p<0.05$, ** $p<0.01$)

2. 관광문화축제 참가행태에 따른 만족요인 차이검정

지역주민과 외지인을 대상으로 축제 참가행태에 따라 만족요인에는 차이가 있다는 <가설 4>를 검정하기 위해 지역주민과 외지인을 구분해서 참가행태별로 만족요인에 대한 평균차이검정을 실시하였다. 추가적으로 전반적인 만족도에 대한 평균차이 검정도 실시하였다.

1) 성별에 따른 관광문화축제 만족요인 차이검정

지역주민과 외지인의 성별에 따라 관광문화축제 만족요인에는 차이가 있을 것이라는 <가설 4-1>을 검증하기 위해 평균차이 분석을 실시하였다.

지역주민의 성별에 따라 관광문화축제 만족요인에 대한 차이검정을 실시한 결과 '행사요인'만 $p<0.01$ 수준에서 통계적으로 유의한 차이를 보이고 나머지 요인들은 통계적으로 유의한 차이를 보이지 않는다. 추가적으로 '전반적 만족도'에 대한 평균차이분석도 통계적으로 유의한 차이를 보이지 않는다.

<표 5-7> 성별에 따른 만족요인에 대한 차이분석

(7점 만점)

만 족 요 인		성 별			통계량	
		남성	여성	전체	t	p
지역주민	행사요인	4.23	4.78	4.54	-4.199	0.001**
	홍보요인	5.05	5.13	5.10	-0.528	0.598
	시설요인	4.71	4.78	4.75	-0.381	0.703
	접근요인	4.90	4.94	4.92	-0.300	0.765
	전반적 만족도	5.02	5.22	5.14	-1.426	0.155
외지인	행사요인	4.42	4.32	4.36	0.765	0.445
	홍보요인	4.94	4.84	4.88	0.739	0.460
	시설요인	4.56	4.31	4.42	1.665	0.097
	접근요인	5.17	4.83	4.97	3.059	0.002**
	전반적 만족도	5.19	4.95	5.05	1.516	0.131

(* $p<0.05$, ** $p<0.01$)

외지인의 성별에 따라 관광문화축제 만족요인에 대한 차이검정을 실시한 결과 '접근요인'만 $p<0.01$ 수준에서 통계적으로 유의한 차이를 보이고 나머지 요인들은 통계적으로 유의한 차이를 보이지 않는다. 추가적으로 '전반적 만족도'에 대한 평균차이분석도 통계적으로 유의한 차이를 보이지 않는다.

그러므로 성별에 따라 관광문화축제 만족요인에는 차이가 있을 것이라는 <가설 4-1>은 부분적으로 기각되었다.

지역주민의 '행사요인' 만족도를 보면 여성이 4.78점으로 남성 4.23점에 비해 높게 나타나 여성이 남성에 비해 '행사요인'에 대한 만족도가 높았음을 알 수 있다.

또한 외지인의 '접근요인' 만족도는 남성이 5.17점으로 여성 4.83점에 비해 높게 나타나 외지인 남성은 여성에 비해 '접근요인'에 대한 만족도가 높았음을 알 수 있다.

2) 연령에 따른 관광문화축제 만족요인 차이검정

지역주민과 외지인의 연령에 따라 관광문화축제 만족요인에는 차이가 있을 것이라는 <가설 4-2>를 검증하기 위해 평균차이 분석을 실시하였다.

<표 5-8> 연령에 따른 만족요인에 대한 차이분석

(7점 만점)

만 족 요 인		연 령					통계량	
		20대 이하	30대	40대	50대 이상	전체	F	p
지역주민	행사요인	4.56	4.44	4.47	4.81	4.54	1.198	0.311
	홍보요인	4.75a	4.97a	5.19a	5.68b	5.10	6.121	0.001**
	시설요인	4.06a	4.97b	4.93b	5.32b	4.75	11.182	0.001**
	접근요인	4.31a	5.11b	5.14b	5.29b	4.92	10.447	0.001**
	전반적 만족도	4.86a	5.27ab	5.12ab	5.52b	5.14	3.615	0.014*
외지인	행사요인	4.40	4.35	4.31	4.36	4.36	0.099	0.961
	홍보요인	4.64a	4.81ab	5.15b	5.19b	4.88	4.300	0.006**
	시설요인	4.23a	4.33a	4.46ab	4.86b	4.42	3.165	0.025*
	접근요인	4.73a	5.13b	5.04ab	5.16b	4.97	3.764	0.011*
	전반적 만족도	4.98	5.06	5.04	5.18	5.05	0.271	0.846

Duncan 사후검정 a < b (* p<0.05, ** p<0.01)

지역주민의 연령에 따른 관광문화축제 만족요인에 대한 차이검정을 실시한 후 Duncan 사후검정을 이용하여 분석한 결과 '홍보요인'과 '시설요인', '접근요인'은 $p<0.01$ 수준에서 통계적으로 유의한 차이를 보이고 '행사요인'은 통계적으로 유의한 차이를 보이지 않는다. 추가적으로 '전반적 만족도'에 대한 평균차이분석도 $p<0.05$ 수준에서 통계적으로 유의한 차이를 보인다.

지역주민의 연령에 따른 축제 만족요인에 대한 차이검정을 실시한 후 Duncan 사후검정을 이용하여 분석한 결과 '홍보요인'은 $p<0.01$수준에서, '시설요인'과 '접근요인'은 $p<0.05$ 수준에서 통계적으로 유의한 차이를 보이고 '행사요인'은 통계적으로 유의한 차이를 보이지 않는다. 추가적으로 '전반적 만족도'에 대한 평균차이분석도 통계적으로 유의한 차이를 보이지 않는다.

그러므로 지역주민과 외지인 모두 '행사요인'을 제외한 만족요인이 연령에 따라 유의한 차이를 보이므로 연령에 따라 관광문화축제 만족요인에는 차이가 있을 것이라는 <가설 4-2>은 부분적으로 채택되었다.

지역주민의 '홍보요인' 만족도를 보면 '50대 이상'(5.68점)이 다른 연령층에 비해 만족도가 높게 나타났으며 '시설요인'과 '접근요인'은 '20대 이하'(4.06점, 4.31점)가 다른 연령층에 비해 만족도가 상대적으로 낮게 나타났다. '전반적 만족도'에서는 '50대 이상'(5.52점)이 가장 높은 만족도를 보였고 '20대 이하'(4.86점)는 가장 낮은 만족도를 보였다.

외지인의 '홍보요인' 만족도를 보면 '50대 이상'(5.19점)과 '40대'(5.15점)가 다른 연령층에 비해 만족도가 높게 나타났으며 '시설요인'은 '50대 이상'(4.86점), '접근요인'은 '50대 이상'(5.16점)과 '30대'(5.13점)가 다른 연령층에 비해 만족도가 상대적으로 높게 나타났다.

따라서 지역주민과 외지인은 연령이 많은 50대 이상의 고령층일수록 관광문화축제의 '홍보요인'과 '시설요인', '접근요인'에서 높은 만족도를 보이고 있으며 50대 이상의 고령층인 지역주민은 전반적인 만족도가 높음을 알 수 있다.

3) 축제참가 횟수에 따른 관광문화축제 만족요인 차이검정

지역주민과 외지인의 축제참가 횟수에 따라 관광문화축제 만족요인에는 차이가 있을 것이라는 <가설 4-3>을 검증하기 위해 평균차이 분석을 실시하였다.

<표 5-9> 축제 참가횟수에 따른 만족요인에 대한 차이분석

(7점 만점)

만 족 요 인		축제 참가횟수				통계량	
		처음 참가	2-3번째	4번 이상	전체	F	p
지역주민	행사요인	4.35a	4.30a	4.82b	4.54	7.425	0.001**
	홍보요인	5.05	4.94	5.22	5.10	1.374	0.255
	시설요인	4.43a	4.47a	5.12b	4.75	8.430	0.001**
	접근요인	4.74a	4.61a	5.24b	4.92	7.994	0.001**
	전반적 만족도	4.97a	4.87a	5.41b	5.14	6.749	0.001**
외지인	행사요인	4.23a	4.62b	4.50b	4.36	4.143	0.017*
	홍보요인	4.75a	5.10b	5.15b	4.88	3.441	0.033*
	시설요인	4.26a	4.58ab	4.99b	4.42	4.948	0.008**
	접근요인	4.90	5.12	5.05	4.97	1.558	0.213
	전반적 만족도	4.87a	5.45b	5.08ab	5.05	5.535	0.004**

Duncan 사후검정 a < b (* p<0.05, ** p<0.01)

지역주민의 축제참가 횟수에 따른 만족요인에 대한 차이검정을 실시한 후 Duncan 사후검정을 이용하여 분석한 결과 '행사요인'과 '시설요인', '접근요인'은 $p<0.01$ 수준에서 통계적으로 유의한 차이를 보이고, '홍보요인'은 통계적으로 유의한 차이를 보이지 않는다. 추가적으로 '전반적 만족도'에 대한 평균차이분석도 $p<0.01$ 수준에서 통계적으로 유의한 차이를 보인다.

외지인의 축제참가 횟수에 따른 만족요인에 대한 차이검정을 실시한 후 Duncan 사후검정을 이용하여 분석한 결과 '행사요인'과 '홍보요인'은 $p<0.05$ 수준에서, '시설요인'은 $p<0.01$ 수준에서 통계적으로 유의한 차이를 보이고 '접근요인'은 통계적으로 유의한 차이를 보이지 않는다. 추가적으로 '전반적 만족도'

에 대한 평균차이분석도 $p<0.01$ 수준에서 통계적으로 유의한 차이를 보인다.

그러므로 지역주민은 '홍보요인'을 제외한 모든 만족요인, 외지인은 '접근요인'을 제외한 모든 요인에서 축제참가 횟수에 따라 유의한 차이를 보이므로, 축제참가횟수에 따라 축제 만족요인에는 차이가 있을 것이라는 <가설 4-3>은 부분적으로 채택되었다.

지역주민의 '행사요인'과 '시설요인', '접근요인' 만족도를 보면 '4번 이상'(4.82점, 5.12점, 5.24점)이 다른 참가횟수에 비해 높게 나타났으며 '전반적 만족도'에서도 '4번 이상'(5.41점)이 가장 높은 만족도를 보였다.

외지인의 '행사요인'과 '홍보요인', '시설요인'을 보면 '4번 이상'(4.50점, 5.15점, 4.99점)이 다른 참가횟수에 비해 만족도가 높게 나타났으며 '전반적 만족도'에서는 '2~3번째'(5.45점)가 가장 높은 만족도를 보였다.

따라서 축제참가 횟수가 '4번 이상'이 되는 지역주민은 '행사요인'과 '시설요인', '접근요인', 외지인은 '행사요인'과 '홍보요인', '시설요인'에서 높은 만족도를 보이고 축제참가 횟수가 4회 이상인 지역주민과 외지인은 전반적인 만족도가 높음을 알 수 있다.

4) 축제참가 시간에 따른 만족요인 차이검정

지역주민과 외지인의 축제참가 시간에 따라 관광문화축제 만족요인에는 차이가 있을 것이라는 <가설 4-4>를 검증하기 위해 평균차이 분석을 실시하였다.

지역주민의 축제참가 시간에 따른 만족요인에 대한 차이검정을 실시한 후 Duncan 사후검정을 이용하여 분석한 결과 '행사요인'만 $p<0.01$ 수준에서 통계적으로 유의한 차이를 보이고 나머지 요인들은 통계적으로 유의한 차이를 보이지 않는다. 추가적으로 '전반적 만족도'에 대한 평균차이분석도 통계적으로 유의한 차이를 보이지 않는다.

외지인의 축제참가 시간에 따른 만족요인에 대한 차이검정을 실시한 후 Duncan 사후검정을 이용하여 분석한 결과 '홍보요인'만 $p<0.05$ 수준에서 통계

적으로 유의한 차이를 보이고 나머지 요인들은 통계적으로 유의한 차이를 보이지 않는다. 추가적으로 '전반적 만족도'에 대한 평균차이분석도 통계적으로 유의한 차이를 보이지 않는다.

그러므로 지역주민은 '행사요인', 외지인은 '홍보요인'만 축제참가 시간에 따라 유의한 차이를 보이므로, 축제 참가시간에 따라 만족요인에는 차이가 있을 것이라는 <가설 4-4>는 부분적으로 기각되었다.

지역주민의 '행사요인' 만족도를 보면 '7~9시간'(4.93점)이 다른 축제참가 시간에 비해 만족도가 높게 나타났으며, 외지인의 '홍보요인' 만족도를 보면 '9시간 초과'(5.20점)가 다른 축제참가 시간에 비해 만족도가 높게 나타났다.

따라서 축제 참가시간이 '7~9시간'이 되는 지역주민은 '행사요인', 외지인은 '홍보요인'에서 높은 만족도를 보이고 있음을 알 수 있다.

<표 5-10> 축제 참가시간에 따른 만족요인에 대한 차이분석

(7점 만점)

만 족 요 인		축제 참가시간				통계량		
		3시간 이하	4-6 시간	7-9 시간	9시간 초과	전체	F	p
지역주민	행사요인	4.31a	4.46a	4.93b	4.30a	4.54	5.494	0.001**
	홍보요인	4.98	5.10	5.25	4.96	5.10	0.798	0.496
	시설요인	4.46	4.82	4.85	4.78	4.75	1.079	0.358
	접근요인	4.81	5.03	5.02	4.69	4.92	1.129	0.338
	전반적 만족도	5.00	5.10	5.33	5.02	5.14	1.279	0.282
외지인	행사요인	4.41	4.33	4.40	4.27	4.36	0.153	0.927
	홍보요인	4.62a	5.04ab	4.69ab	5.20b	4.88	3.138	0.026*
	시설요인	4.20	4.42	4.48	5.00	4.42	1.808	0.146
	접근요인	4.73	5.04	5.02	5.18	4.97	1.957	0.121
	전반적 만족도	4.97	5.11	5.13	4.47	5.05	1.337	0.263

Duncan 사후검정 a < b (* p<0.05, ** p<0.01)

5) 축제 동행인 수에 따른 관광문화축제 만족요인 차이검정

지역주민과 외지인의 동행인 수에 따라 만족요인에는 차이가 있을 것이라는 <가설 4-5>를 검증하기 위해 평균차이 분석을 실시하였다.

지역주민의 동행인 수에 따른 만족요인에 대한 차이검정을 실시한 후 Duncan 사후검정을 이용하여 분석한 결과 '시설요인'과 '접근요인'은 $p<0.01$ 수준에서 통계적으로 유의한 차이를 보이고 '행사요인'과 '홍보요인'은 통계적으로 유의한 차이를 보이지 않는다. 추가적으로 '전반적 만족도'에 대한 평균차이분석도 $p<0.01$ 수준에서 통계적으로 유의한 차이를 보인다.

외지인의 동행인 수에 따른 만족요인에 대한 차이검정을 실시한 후 Duncan 사후검정을 이용하여 분석한 결과 '행사요인'은 $p<0.01$ 수준에서, '접근요인'은 $p<0.05$ 수준에서 통계적으로 유의한 차이를 보이고 '홍보요인'과 '시설요인'은 유의한 차이를 보이지 않는다. 추가적으로 '전반적 만족도'에 대한 평균차이분석도 $p<0.01$ 수준에서 통계적으로 유의한 차이를 보인다.

그러므로 지역주민은 '시설요인'과 '접근요인', 외지인은 '행사요인'과 '접근요인'에서 동행인 수에 따라 유의한 차이를 보이므로, 동행인 수에 따라 관광문화축제 만족요인에는 차이가 있을 것이라는 <가설 4-5>는 부분적으로 채택되었다.

지역주민의 '시설요인' 만족도를 보면 '6인 이상'(5.55점)이 다른 동행인 수에 비해 만족도가 높게 나타났으며 '접근요인'과 '전반적인 만족도'는 '3~5인'(4.96점, 5.20점)과 '6인 이상'(5.55점, 5.30점)이 가장 높은 만족도를 보인다. 따라서 동행인 수가 많을수록 '시설요인'과 '접근요인', '전반적 만족도'가 높음을 알 수 있다.

외지인의 '행사요인'과 '접근요인' 만족도를 보면 '2인 이하'(4.55점, 5.16점)가 다른 동행인 수에 비해 만족도가 높게 나타났으며 '전반적인 만족도'도 '2인 이하'(5.41점)가 가장 높은 만족도를 보였다. 따라서 동행인 수가 2인 이하인 외지인이 '행사요인'과 '접근요인', '전반적 만족도'가 높음을 알 수 있다.

따라서 동행인 수가 많은 지역주민은 '시설요인'과 '접근요인', 동행인 수가 2인 이하인 외지인은 '행사요인'과 '접근요인'에서 높은 만족도를 보이고 있다. 그리고 동행인 수가 많은 지역주민과 동행인 수가 2인 이하인 외지인은 전반적 만족도가 높음을 알 수 있다.

<표 5-11> 동행인 수에 따른 만족요인에 대한 차이분석

(7점 만점)

만 족 요 인		축제 동행인 수				통계량	
		2인 이하	3-5인	6인 이상	전체	F	p
지역주민	행사요인	4.41	4.56	4.62	4.54	0.608	0.545
	홍보요인	5.05	5.07	5.21	5.10	0.335	0.716
	시설요인	4.46a	4.55a	5.55b	4.75	14.285	0.001**
	접근요인	4.40a	4.96b	5.30b	4.92	8.828	0.001**
	전반적 만족도	4.71a	5.20b	5.36b	5.14	5.484	0.005**
외지인	행사요인	4.55b	4.14a	4.53b	4.36	5.667	0.004**
	홍보요인	5.00	4.83	4.84	4.88	0.600	0.550
	시설요인	4.62	4.23	4.51	4.42	2.725	0.067
	접근요인	5.16b	4.83a	4.99ab	4.97	3.036	0.049*
	전반적 만족도	5.41b	4.81a	5.04ab	5.05	5.604	0.004**

Duncan 사후검정 a < b (* p<0.05, ** p<0.01)

6) 축제 동행구분에 따른 축제 만족요인 차이검정

지역주민과 외지인의 동행구분에 따라 관광문화축제 만족요인에는 차이가 있을 것이라는 <가설 4-6>을 검증하기 위해 평균차이 분석을 실시하였다.

지역주민의 동행구분에 따른 만족요인에 대한 차이검정을 실시한 후 Duncan 사후검정을 이용하여 분석한 결과 '접근요인'만 $p<0.05$ 수준에서 통계적으로 유의한 차이를 보이고 나머지 요인들은 통계적으로 유의한 차이를 보이지 않는다. 추가적으로 '전반적 만족도'에 대한 평균차이분석도 $p<0.05$ 수준에서 통계적으

로 유의한 차이를 보인다.

<표 5-12> 동행구분에 따른 만족요인에 대한 차이분석

(7점 만점)

만 족 요 인		축제 동행구분						통계량	
		가족	직계 가족	친족	친구	모임	전체	F	p
지역주민	행사요인	4.60	4.39	5.03	4.42	4.52	4.54	2.261	0.063
	홍보요인	5.52	4.85	5.32	4.93	5.16	5.10	2.106	0.080
	시설요인	5.10	4.57	4.83	4.41	4.95	4.75	2.071	0.085
	접근요인	4.79ab	4.86ab	5.22b	4.51a	5.16b	4.92	3.389	0.010*
	전반적 만족도	5.00a	5.08a	5.70b	4.98a	5.10a	5.14	2.652	0.033*
외지인	행사요인	4.55	4.33	4.38	4.33	4.29	4.36	0.465	0.761
	홍보요인	5.12	5.05	4.89	4.66	4.79	4.88	1.468	0.212
	시설요인	4.78	4.20	4.36	4.41	4.42	4.42	1.303	0.269
	접근요인	5.23	4.90	5.10	4.76	4.95	4.97	1.766	0.136
	전반적 만족도	5.58b	4.89a	5.02a	5.13ab	4.84a	5.05	2.563	0.039*

Duncan 사후검정 a < b (* p<0.05, ** p<0.01)

외지인의 동행구분에 따른 만족요인에 대한 차이검정을 실시한 후 Duncan 사후검정을 이용하여 분석한 결과 관광문화축제 만족요인은 통계적으로 유의한 차이를 보이지 않는다. 추가적으로 '전반적 만족도'에 대한 평균차이분석은 $p<0.05$ 수준에서 통계적으로 유의한 차이를 보인다.

그러므로 지역주민은 '접근요인'만 유의한 차이를 보이고, 외지인은 모은 만족요인에서 유의한 차이를 보이지 않기 때문에 동행구분에 따라 축제 만족요인에는 차이가 있을 것이라는 <가설 4-6>는 부분적으로 기각되었다.

지역주민의 '접근요인' 만족도를 보면 '친족'(5.22점)과 '모임(5.16점)이 다른 동행구분에 비해 만족도가 높게 나타났으며 지역주민의 '전반적인 만족도'는 '친족'(5.70점), 외지인의 '전반적 만족도'는 '가족'(5.58점)과 동행한 참가자가 가장 높게 나타났다.

따라서 친족과 동행한 지역주민은 '접근요인'과 '전반적 만족도'가 높음을 알 수 있으며 가족과 동행한 외지인은 전반적 만족도가 높음을 알 수 있다.

7) 축제 참가 결정시기에 따른 관광문화축제 만족요인 차이검정

지역주민과 외지인의 축제 참가 결정시기에 따라 축제 만족요인에는 차이가 있을 것이라는 <가설 4-7>을 검증하기 위해 평균차이 분석을 실시하였다.

<표 5-13> 축제참가 결정시기에 따른 만족요인에 대한 차이분석

(7점 만점)

만 족 요 인		축제참가 결정시기				통계량	
		2일 전	일주일 전	한달이상 전	전체	F	p
지역주민	행사요인	4.46	4.56	4.61	4.54	0.519	0.596
	홍보요인	4.82a	5.09ab	5.35b	5.10	4.961	0.008**
	시설요인	4.38a	4.69a	5.11b	4.75	7.649	0.001**
	접근요인	4.61a	4.82a	5.27b	4.92	8.514	0.001**
	전반적 만족도	4.90a	5.01a	5.42b	5.14	6.124	0.002**
외지인	행사요인	4.37	4.22	4.55	4.36	2.301	0.102
	홍보요인	4.76a	4.74a	5.23b	4.88	5.353	0.005**
	시설요인	4.39	4.40	4.48	4.42	0.126	0.882
	접근요인	4.56a	5.14b	5.29b	4.97	17.238	0.001**
	전반적 만족도	4.88	5.00	5.34	5.05	2.927	0.055

Duncan 사후검정 a < b (* p<0.05, ** p<0.01)

지역주민의 축제 참가결정 시기에 따른 만족요인에 대한 차이검정을 실시한 후 Duncan 사후검정을 이용하여 분석한 결과 '홍보요인'과 '시설요인', '접근요인'은 $p<0.01$ 수준에서 통계적으로 유의한 차이를 보이고 '행사요인'은 통계적으로 유의한 차이를 보이지 않는다. 추가적으로 '전반적 만족도'에 대한 평균차이분석도 $p<0.01$ 수준에서 통계적으로 유의한 차이를 보인다.

외지인의 축제 참가결정 시기에 따른 만족요인에 대한 차이검정을 실시한 후

Duncan 사후검정을 이용하여 분석한 결과 ‘홍보요인’과 ‘접근요인’은 $p<0.01$ 수준에서 통계적으로 유의한 차이를 보이고 나머지 ‘행사요인’과 ‘시설요인’ 통계적으로 유의한 차이를 보이지 않는다. 추가적으로 ‘전반적 만족도’에 대한 평균차이분석도 통계적으로 유의한 차이를 보이지 않는다.

그러므로 지역주민은 ‘홍보요인’과 ‘시설요인’, ‘접근요인’ 만족도에 대해 유의한 차이를 보이고, 외지인도 ‘홍보요인’과 ‘접근요인’이 유의한 차이를 보이므로 축제참가 결정시기에 따라 관광문화축제 만족요인에는 차이가 있을 것이라는 <가설 4-7>는 부분적으로 채택되었다.

지역주민의 ‘홍보요인’ 만족도는 축제참가 결정시기가 오래전일수록 높게 나타났다. 그리고 ‘시설요인’과 ‘접근요인’, ‘전반적 만족도’는 ‘한달 이상 전’에 축제참가결정을 한 참가자가 높은 만족도를 보였다.

외지인의 ‘홍보요인’ 만족도를 보면 ‘한달 이상 전’에 축제참가를 결정한 참가자가 높게 나타났으며 ‘접근요인’ 만족도는 ‘일주일 전’과 ‘한달 이상 전’에 결정한 참가자가 높은 만족도를 보였다.

따라서 축제참가를 ‘한달 이상 전’에 결정한 지역주민의 ‘홍보요인’과 ‘시설요인’, ‘접근요인’에 대한 만족도와 외지인의 ‘홍보요인’과 ‘접근요인’에 대한 만족도가 높음을 알 수 있다.

8) 축제정보 입수처에 따른 관광문화축제 만족요인 차이검정

지역주민과 외지인의 축제정보 입수처에 따라 축제 만족요인에는 차이가 있을 것이라는 <가설 4-8>을 검증하기 위해 평균차이 분석을 실시하였다.

지역주민의 축제정보 입수처에 따른 만족요인에 대한 차이검정을 실시한 후 Duncan 사후검정을 이용하여 분석한 결과 ‘시설요인’은 $p<0.01$ 수준에서, ‘홍보요인’은 $p<0.05$ 수준에서 통계적으로 유의한 차이를 보이고 나머지 요인들은 통계적으로 유의한 차이를 보이지 않는다. 추가적으로 ‘전반적 만족도’에 대한 평균차이분석도 통계적으로 유의한 차이를 보이지 않는다.

외지인의 축제정보 입수처에 따른 만족요인에 대한 차이검정을 실시한 후 Duncan 사후검정을 이용하여 분석한 결과 '접근요인'만 $p<0.05$ 수준에서 통계적으로 유의한 차이를 보이고 나머지 요인들은 통계적으로 유의한 차이를 보이지 않는다. 추가적으로 '전반적 만족도'에 대한 평균차이분석도 통계적으로 유의한 차이를 보이지 않는다.

그러므로 지역주민은 '홍보요인'과 '시설요인' 만족도에 대해 유의한 차이를 보이고, 외지인은 '접근요인'만 유의한 차이를 보이므로 축제정보 입수처에 따라 축제 만족요인에는 차이가 있을 것이라는 <가설 4-8>는 부분적으로 기각되었다.

<표 5-14> 축제정보 입수처에 따른 만족요인에 대한 차이분석

(7점 만점)

만 족 요 인		축제정보 입수처					통계량	
		방송매체	홍보매체	아는 사람	지나가다	전체	F	p
지역주민	행사요인	4.58	4.61	4.46	4.50	4.54	0.231	0.875
	홍보요인	5.26b	5.31b	4.68a	4.97ab	5.10	3.278	0.021*
	시설요인	4.90bc	5.22c	4.29a	4.49ab	4.75	4.978	0.002**
	접근요인	4.95	5.05	4.58	5.04	4.92	1.744	0.158
	전반적 만족도	5.19	5.29	4.94	5.07	5.14	0.919	0.432
외지인	행사요인	4.28	4.38	4.32	4.57	4.36	0.701	0.552
	홍보요인	4.85	4.94	4.70	5.18	4.88	1.554	0.201
	시설요인	4.47	4.39	4.18	4.83	4.42	2.163	0.093
	접근요인	4.81a	5.17b	4.79a	5.20b	4.97	3.714	0.012*
	전반적 만족도	5.07	5.14	4.73	5.35	5.05	2.276	0.080

Duncan 사후검정 a < b < c (* $p<0.05$, ** $p<0.01$)

지역주민의 '홍보요인' 만족도를 보면 '방송매체'(5.26점)와 '홍보매체'(5.31점)가 다른 축제정보 입수처에 비해 높게 나타났으며 '시설요인' 만족도는 '홍보매체'(5.22점)가 높게 나타났다. 외지인의 '접근요인' 만족도를 보면 '홍보매

체'(5.17점)와 '지나가다'(5.20점)가 높게 나타났다.

따라서 축제정보 입수처가 '홍보매체'인 지역주민은 '홍보요인'과 '시설요인' 만족도가 높으며, 축제정보 입수처가 '홍보매체'와 '지나가다'인 외지인은 '접근요인' 만족도가 높음을 알 수 있다.

3. 관광문화축제 참가행태에 따른 재방문의사 차이검정

지역주민과 외지인을 대상으로 관광문화축제 참가행태에 따라 재방문의사에는 차이가 있다는 <가설 5>를 검정하기 위해 지역주민과 외지인을 구분해서 참가행태별로 재방문의사에 대한 평균차이검정을 실시하였다.

지역주민은 '연령'과 '축제 참가횟수', '축제참가 결정시기'가 $p<0.01$ 수준에서 통계적으로 유의한 차이를 보이고 '축제 참가시간'은 $p<0.05$ 수준에서 유의한 차이를 보인다. 그리고 외지인은 '축제참가 결정시기'는 $p<0.01$, '연령'과 '축제참가 횟수', '축제정보 입수처'가 $p<0.05$ 수준에서 통계적으로 유의한 차이를 보인다.

그러므로 연령과 축제참가 횟수, 축제참가 결정시기에 대한 가설인 <가설 5-2>와 <가설 5-3>, <가설 5-7>은 채택되었으며 축제참가 시간과 축제정보 입수처에 대한 가설인 <가설 5-4>와 <가설 5-8>은 부분적으로 채택되었다.

지역주민의 '50대 이상'(6.26점)과 외지인의 '30대'(5.51점)와 '40대'(5.56점)'가 다른 연령층에 비해 재방문의사가 높은 것으로 나타났으며 축제참가 횟수가 '4번 이상'인 지역주민과 외지인 참가자들이 다른 축제참가 횟수에 비해 재방문의사가 높은 것을 알 수 있다. 그리고 축제참가를 '한달 이상 전'에 결정한 지역주민과 외지인 참가자들이 다른 축체참가 결정시기보다 높은 재방문 의사를 보였다.

또한 축제참가시간이 9시간 초과한 지역주민이 높은 재방문 의사를 보였다.

그리고 축제정보를 아는 사람에게 얻은 외지인은 다른 정보입수처에 비해 상대적으로 재방문의사가 낮게 나타났다.

<표 5-15> 참가행태에 따른 재방문 의사에 대한 차이분석

(7점 만점)

재방문의사		지역주민	통계량		외지인	통계량	
			t / F	p		t / F	p
성별	남 성	5.79	0.497	0.619	5.31	-0.316	0.752
	여 성	5.73			5.35		
연령	20대 이하	5.43a	7.484	0.001**	5.10a	2.951	0.033*
	30 대	5.67ab			5.51b		
	40 대	5.84b			5.56b		
	50대 이상	6.26c			5.35ab		
축제 참가횟수	처음참가	5.47a	12.689	0.001**	5.20a	4.472	0.012*
	2-3번째	5.53a			5.48ab		
	4번 이상	6.08b			5.81b		
축제 참가시간	3시간 이하	5.66a	3.090	0.028*	5.03	2.446	0.064
	4-6시간	5.77a			5.41		
	7-9시간	5.60a			5.52		
	9시간 초과	6.12b			5.20		
동행인 수	2인 이하	5.49	2.854	0.059	5.48	1.658	0.192
	3-5인	5.79			5.20		
	6인 이상	5.91			5.40		
동행구분	가 족	5.86	1.417	0.228	5.68	1.326	0.261
	직계가족	5.80			5.28		
	친 족	5.54			5.27		
	친 구	5.58			5.37		
	모 임	5.89			5.21		
축제참가 결정시기	2일 전	5.54a	10.947	0.001**	5.18a	13.299	0.001**
	일주일 전	5.54a			5.09a		
	한달이상 전	6.09b			5.86b		
축제정보 입수처	방송매체	5.74	0.420	0.738	5.44b	3.477	0.017*
	홍보매체	5.67			5.42b		
	아는사람	5.73			4.97a		
	지나가다	5.87			5.56b		
계		5.76			5.33		

Duncan 사후검정 a < b < c (* p<0.05, ** p<0.01)

4. 관광문화축제 만족요인이 재방문의사에 미치는 영향

지역주민과 외지인을 대상으로 축제 만족요인이 재방문 의사에 영향을 미칠 것이라는 <가설 6>을 검정하기 위해 지역주민과 외지인을 구분해서 관광문화축제 만족요인을 독립변수로 하고 재방문 의사를 종속변수로 하는 회귀분석을 실시하였다.

1) 지역주민의 관광문화축제 만족요인이 재방문의사에 미치는 영향

지역주민의 축제 만족요인이 재방문의사에 영향을 미치는 영향을 분석하기 이전에, 먼저 두 변수간의 관계를 보면 <표 5-16>에 나타난 바와 같이 재방문의사는 축제 만족요인 가운데 '홍보요인'과 '시설요인', '접근요인'에서 유의한 상관관계를 보였다.

<표 5-16> 지역주민의 관광문화축제 만족요인과 재방문의사와의 관계

구 분		행사요인	홍보요인	시설요인	접근요인
재방문 의사	Pearson 상관	0.106	0.289**	0.268**	0.277**
	Sig. (2-tailed)	0.071	0.001	0.001	0.001
	사례수	291	291	291	291

(* p<0.05, ** p<0.01)

이에 따라 지역주민의 축제 만족요인들을 독립변수로 하고 전반적 만족도를 종속변수로 하여 회귀분석을 실시한 결과 <표 5-17>과 같은 결과를 얻었다.

회귀분석 결과 F=12.640으로 나타났으며 이는 유의수준 p<0.01에서 유의적임을 나타내므로 회귀모형은 통계적으로 의미가 있음을 알 수 있고, 결정계수 R2=0.117로 나타났다.

따라서 지역주민의 축제 만족요인 중 홍보요인과 접근요인, 시설요인은 재방문의사에 정(+)의 영향을 미치는 요인임을 알 수 있으며 지역주민의 축제 만족요인 중 홍보요인과 접근요인, 시설요인에 대한 만족도가 높아질수록 재방문의

사가 높아짐을 알 수 있다.

이것은 관광문화축제의 주요 내용인 '행사요인'보다는 홍보와 시설, 접근성에 대한 만족도가 지역주민의 축제 재방문의사에 영향을 미친다는 것을 의미한다.

따라서 지역주민의 축제 만족요인이 재방문의사에 영향을 미친다는 <가설 6-1>은 채택되었다.

<표 5-17> 지역주민의 관광문화축제 만족요인이 재방문의사에 미치는 영향

구 분	비표준화 계수		표준화계수	t	p
	B	표준오차	B		
(Constant)	4.124	0.273		15.119	0.001**
홍보요인	0.136	0.055	0.169	2.489	0.013*
시설요인	0.068	0.051	0.096	1.336	0.183
접근요인	0.125	0.054	0.153	2.293	0.023*
R=0.342 R^2=0.117 F=12.640** p=0.001					

(* p<0.05, ** p<0.01)

2) 외지인의 관광문화축제 만족요인이 재방문의사에 미치는 영향

지역주민의 축제 만족요인이 재방문의사에 영향을 미치는 영향을 분석하기 이전에, 먼저 두 변수간의 관계를 보면 <표 5-18>에 나타난 바와 같이 재방문의사는 관광문화축제의 모든 만족요인과 유의한 상관관계를 보였다.

<표 5-18> 외지인의 관광문화축제 만족요인과 재방문의사와의 관계

구 분		행사요인	홍보요인	시설요인	접근요인
재방문 의사	Pearson 상관	0.381**	0.366**	0.304**	0.223**
	Sig. (2-tailed)	0.001	0.001	0.001	0.001
	사례수	272	272	272	272

(* p<0.05, ** p<0.01)

이에 따라 외지인의 축제 만족요인들을 독립변수로 하고 전반적 만족도를 종속변수로 하여 회귀분석을 실시한 결과 <표 5-19>와 같은 결과를 얻었다.

<표 5-19> 외지인의 관광문화축제 만족요인이 재방문의사에 미치는 영향

구 분	비표준화 계수		표준화계수	t	p
	B	표준오차	B		
(Constant)	2.835	0.314		9.015	0.001**
행사요인	0.296	0.065	0.275	4.561	0.001**
홍보요인	0.247	0.060	0.250	4.145	0.001**
	R=0.443	R^2=0.196	F=32.868**	p=0.001	

(* p<0.05, ** p<0.01)

회귀분석 결과 F=16.878로 나타났으며 이는 유의수준 p<0.01에서 유의적임을 나타내므로 회귀모형은 통계적으로 의미가 있음을 알 수 있고, 결정계수 R2= 0.202로 나타났다.

따라서 외지인의 축제 만족요인 중 행사요인과 홍보요인만 재방문의사에 정(+)의 영향을 미치는 요인임을 알 수 있다.

따라서 외지인의 축제 만족요인 중 행사요인과 홍보요인에 대한 만족도가 높아질수록 재방문의사가 높아짐을 알 수 있다.

이것은 관광문화축제의 주요 내용인 프로그램과 음식, 기념품 등과 같은 '행사요인'과 홍보와 관련된 '홍보요인'에 대한 만족도가 외지인의 축제 재방문의사에 영향을 미친다는 것을 의미한다.

따라서 외지인의 축제 만족요인이 재방문의사에 영향을 미친다는 <가설 6-2>는 부분적으로 채택되었다.

제 3 절 가설검증 요약

1. 가설검증 결과 요약

지역주민과 외지인에 대한 관광문화축제의 참가행태와 만족요인, 재방문의사

에는 차이가 있을 것이라는 가설을 검증한 결과는 다음과 같이 요약할 수 있다.

첫째, 성별과 동행인 구분을 제외한 연령과 축제 참가횟수, 축제 참가시간, 동행인 수, 축제참가 결정시기, 축제정보 입수처가 지역주민과 외지인에 따라 유의한 차이를 보이므로 지역주민과 외지인에 따라 축제참가행태는 차이가 있을 것이라는 <가설 1>은 부분적으로 채택되었다.

둘째, 관광문화축제의 모든 만족요인이 평점 4점보다 높게 나타나 지역주민과 외지인 모두 만족하였음을 알 수 있으며 '행사요인'과 '홍보요인', '접근요인'에 대해서 지역주민들이 외지인보다 더 만족하고 있는 것으로 나타나 지역주민과 외지인에 따라 축제 만족요인에는 차이가 있을 것이라는 <가설 2>는 부분적으로 채택되었다.

셋째, 관광문화축제 재방문의사에 대해 통계적으로 유의한 차이를 보이며 지역주민(5.76점)이 외지인(5.33점)에 비해 재방문의사가 높게 나타나 지역주민과 외지인에 따라 재방문의사에는 차이가 있을 것이라는 <가설 3>은 채택되었다.

넷째, 관광문화축제 만족요인은 연령과 축제참가횟수, 동행인 수, 축제참가 결정시기에 따라 차이를 보이지만 성별과 축제 참가시간, 동행구분, 축제정보 입수처는 유의한 차이를 보이지 않아 축제 참가행태에 따라 만족요인에는 차이가 있을 것이라는 <가설 4>는 부분적으로 채택되었다.

다섯째, 지역주민은 '연령'과 '축제 참가횟수', '축제참가 결정시기', '축제 참가시간'에서 재방문의사에 유의한 차이를 보이고 외지인은 '축제참가 결정시기'와 '연령', '축제참가 횟수', '축제정보 입수처'에서 재방문의사에 유의한 차이를 보인다. 그러므로 관광문화축제 참가행태에 따라 재방문의사에는 유의한 차이가 있을 것이라는 <가설 5>는 부분적으로 채택되었다.

여섯째, 지역주민의 관광문화축제 만족요인 중 홍보요인과 접근요인, 시설요인은 재방문의사에 정(+)의 영향을 미치는 요인으로 나타나 지역주민의 축제 만족요인이 재방문의사에 영향을 미친다는<가설 6-1>는 부분적으로 채택되었다.

일곱째, 외지인의 관광문화축제 만족요인 중 행사요인과 홍보요인만 재방문의사에 정(+)의 영향을 미치는 요인으로 나타나 외지인의 축제 만족요인이 재방문의사에 영향을 미친다는 <가설 6-2>는 부분적으로 채택되었다.

이와 같은 가설검증 결과를 요약하면 다음 <표 5-20>과 같다.

<표 5-20> 가설검증 요약

가설	독립변수 → 종속변수	검증결과
가설1	지역주민과 외지인 → 참가행태	부분채택
가설2	지역주민과 외지인 → 관광문화축제 만족요인	부분채택
가설3	지역주민과 외지인 → 관광문화축제 재방문 의사	채택
가설4	관광문화축제 참가행태 → 관광문화축제 만족요인	부분채택
가설5	관광문화축제 참가행태 → 관광문화축제 재방문의사	부분채택
가설6	관광문화축제 만족요인 → 재방문의사	부분채택

2. 가설검증 결과에 대한 시사점

가설검증 결과에 대한 시사점은 다음과 같이 요약할 수 있다.

지역주민의 재방문의사에 가장 영향을 미치는 만족요인이 홍보요인과 접근요인, 시설요인이며 외지인의 재방문의사에 가장 영향을 미치는 만족요인은 행사요인과 홍보요인으로 나타남에 따라 만족요인에 따른 차별화된 방안을 마련할 필요가 있다.

첫째, 매체차별화를 통한 홍보요인 향상 방안이다. 방송매체는 지역주민을 위한 홍보방송을 적극적으로 전개하고 홍보물은 외지인을 위한 다양한 정보를 제공할 필요가 있다. 홍보물에는 외지인이 쉽게 축제에 대한 정보를 인지하기 위해 축제장 인근 관광정보를 비롯한 축제 행사프로그램에 대한 다양한 내용을 제공할 필요가 있다. 또한 축제 참여 결정을 오래 전부터 결정할 수 있도록 장기

간의 홍보 전략을 마련하여 시행할 필요가 있다.

둘째, 행사요인은 지역주민보다 외지인의 재방문의사에 더 많은 영향을 미치기 때문에 행사프로그램은 지역주민보다는 외지인의 만족도를 높일 수 있는 내용으로 구성해야 한다. 따라서 축제에 대한 이해도 향상과 지역 문화에 대한 인지도를 높일 수 있는 프로그램 개발과 함께 외지인이 참여할 수 있는 체험 프로그램을 다양하게 개발해야 한다. 또한 음식과 기념품 등은 외지인을 위해 지역의 맛과 향기를 느낄 수 있도록 제작하고 지역 특산품 홍보를 위해 저렴한 가격에 판매할 수 있도록 한다.

셋째, 접근요인은 지역주민이 외지인보다 재방문의사에 더 많은 영향을 미치기 때문에 축제장 접근 편리성을 위해 대중교통 수단을 확대해야 한다. 또한 지역의 주요 마을을 운행하는 셔틀버스를 적극 활용하여 축제장에서 많은 시간을 보낼 수 있는 여건을 조성할 필요가 있다. 그리고 렌터카와 자가용을 이용하는 외지인들의 참여를 유도하기 위해 축제 홍보물에 상세한 축제장 안내도와 노선버스 등 접근성 향상을 위한 다양하고 상세한 정보를 제공해 주어야 한다.

넷째, 시설요인도 외지인보다 지역주민의 재방문의사에 더 많은 영향을 미치기 때문에 지역주민을 위한 편의시설을 확충하도록 한다. 특히 자가용 이용이 많은 지역주민을 위해 넓은 주차장 시설과 오랜 시간동안 축제장에 머물 수 있는 휴식공간을 확충할 필요가 있다. 그리고 화장실 및 주변 축제장 청결을 위한 자원봉사자를 운영하여 보다 쾌적한 환경에서 축제를 즐길 수 있는 환경을 조성할 필요가 있다.

제 6 장 결 론

지자체 실시이후 각 도·시·군 및 각 단체마다 산발적인 이벤트를 실시함으로써 효용성과 경제성이 떨어지고 있는 실정이다. 특히 우리나라의 대표적인 관광지인 제주지역에서도 관광문화축제의 중요성이 인식되면서 2005년도에만 총 45건의 축제가 개최했지만 현실적으로 경쟁력을 갖춘 지역축제 개발과 운영은 미흡하다. 제주 관광발전 및 지역경제 활성화 측면에서 지역 문화관광축제의 중요성을 고려할 때 현재 제주지역 관광문화축제에 관련된 정확한 현실진단이 요구된다. 특히 지역관광문화축제가 관광객 유입과 지역주민의 문화발전에 도움이 될 수 있는 방향으로 나가야 한다는 점에서 지역주민과 관광객의 재방문을 유도할 수 있는 관광문화축제 활성화 방안이 마련될 필요가 있다.

본 연구에서는 2005년 문화관광부 선정 유망축제인 제주지역의 대표적인 관광문화축제인 '정월대보름 들불축제'를 중심으로 연구를 진행하였다. 정월대보름 들불축제는 1997년에 시작되어 2006년 현재까지 매년 실시되어오고 있으며, 북제주군민의 화합과 위상 등에 상당한 영향을 미친 축제로서 동절기 관광객 유치에도 많은 유인으로 작용하고 있다.

이러한 문제의식을 바탕으로 본 연구에서는 관광문화축제 참가자인 지역주민과 관광객이 인식하는 축제의 만족요인과 재방문의사와의 관계를 살펴봄으로써 보다 나은 관광문화축제 효율화 전략 및 발전 방안을 모색함으로써 지역문화 및 관광발전에 기여하고자 한다. 또한 축제 기획가와 축제 마케터들에게 축제 프로그램 개발과 이벤트 관광상품 기획시 도움을 주고자 한다. 이를 위하여 제주지역의 대표적인 문화축제로 문화관광부 선정 유망축제인 '정월대보름 들불축제'에 참여한 지역주민과 외지인을 대상으로 설문조사를 실시하고 분석결과를 토대로 보다 합리적이고 현실적인 관광문화축제 활성화 방안을 수립할 수 있는 기초 자료를 제시하고자 하였다.

본 연구의 가설검증 연구 결과를 요약하면 첫째, 성별과 동행인 구분을 제외

한 축제 참가행태, 그리고 축제만족요인은 지역주민과 외지인에 따라 유의한 차이를 보였다.

둘째, 지역주민(5.76점)이 외지인(5.33점)에 비해 재방문의사가 높게 나타나 지역주민과 외지인에 따라 재방문의사에는 유의한 차이를 보였다.

셋째, 관광문화축제 만족요인은 연령과 축제참가횟수, 동행인 수, 축제참가 결정시기에 따라 지역주민과 외지인간에 유의한 차이를 보였다.

넷째, 재방문의사는 관광문화축제 참가행태에 따라 지역주민과 외지인간에 유의한 차이를 보였다.

마지막으로 지역주민의 관광문화축제 만족요인 중 홍보요인과 접근요인, 시설요인은 지역주민의 재방문의사에 정(+)의 영향을 미치는 요인으로 나타났으며 외지인의 관광문화축제 만족요인 중 행사요인과 홍보요인은 외지인의 재방문의사에 정(+)의 영향을 미치는 요인으로 나타났다.

이상과 같은 실증분석의 결과를 토대로 축제에 대한 시사점을 도출하면 다음과 같다.

첫째, 매체차별화를 통한 홍보요인 향상 방안으로 방송매체는 지역주민을 위한 홍보방송을 적극적으로 전개하고 홍보물은 외지인을 위한 다양한 정보를 제공할 필요가 있다. 또한 홍보물에는 외지인이 쉽게 축제에 대한 정보를 인지하기 위해 축제장 인근 관광정보를 비롯한 축제 행사프로그램에 대한 다양한 내용을 제공할 필요가 있으며 장기간의 홍보 전략을 마련하여 시행할 필요가 있다.

둘째, 행사프로그램은 축제에 대한 이해도 향상과 지역 문화에 대한 인지도를 높일 수 있도록 개발하고 외지인이 참여할 수 있는 체험 프로그램과 음식 및 기념품 등을 지역의 맛과 향기를 느낄 수 있도록 제작하고 외지인을 대상으로 지역 특산품 홍보를 위해 저렴한 가격에 판매할 수 있도록 한다.

셋째, 축제장 접근 편리성을 위해 대중교통 수단을 확대하고 지역의 주요 마을을 운행하는 셔틀버스를 적극 활용하여 축제장에서 많은 시간을 보낼 수 있는 여건을 조성할 필요가 있다. 그리고 렌터카와 자가용을 이용하는 외지인들의 참

여를 유도하기 위해 축제 홍보물에 상세한 축제장 안내도와 노선버스 등 접근성 향상을 위한 다양하고 상세한 정보를 제공해 주어야 한다.

넷째, 자가용 이용이 많은 지역주민을 위해 넓은 주차장 시설과 오랜 시간동안 축제장에 머물 수 있는 휴식공간을 확충할 필요가 있다. 그리고 화장실 및 주변 축제장 청결을 위한 자원봉사자를 운영하여 보다 쾌적한 환경에서 축제를 즐길 수 있는 환경을 조성할 필요가 있다.

이상과 같은 연구결과에도 불구하고 본 연구는 다음과 같은 한계점을 안고 있다.

첫째, 제주지역의 들불축제 참여자를 대상으로 실증분석을 실시하여 전국적으로 일반화하기에는 한계를 안고 있다는 점이다. 따라서 우리나라의 대표축제라고 할 수 있는 문화관광부 선정 축제를 중심으로 전국적인 조사를 통한 연구가 필요하다.

둘째, 본 연구가 지역주민과 외지인에 따라 재방문의사에 영향을 미치는 만족요인에 차이가 있다는 연구결과에도 불구하고 연구대상을 겨울철 축제인 들불축제로 한정하여 계절적인 특색이 있는 다양한 축제를 적용하지 못했다는 한계를 안고 있다. 따라서 관광 비수기인 겨울철에 열리는 축제뿐만 아니라 봄과 여름, 가을철에 열리는 다양한 형태의 축제에 대한 지역주민과 외지인에 대한 만족도 차이에 대한 세분화된 후속연구가 요구된다.

부록 : 설 문 지

정월대보름 들불축제 의견조사

안녕하십니까?

저는 단국대학교 관광경영학과 석사과정에 재학 중인 학생으로 정월대보름 들불축제의 만족요인과 재방문의사를 파악하고 이를 통해 향후 관광문화축제를 활성화시킬 수 있는 방안을 마련하고자 '관광문화축제 참가자에 따른 만족요인과 재방문의사에 관한 연구'를 하고 있습니다.

본 설문지는 저의 석사학위 논문을 위하여 작성된 것으로서 연구의 기초자료로만 이용될 것이며, 자료처리 과정에 있어 비밀이 절대 보장될 것입니다. 아울러 선생님께서 응답하신 내용은 들불축제 활성화를 위한 귀중한 자료가 될 것입니다.

선생님 가정에 행복과 건강을 기원하며 도움에 감사드립니다.

2006. 2

단국대학교 경영대학원 관광경영학과 석사과정
지도교수 : 김 충 호
연 구 자 : 양 우 철

※ 응답자 구분

① 북제주군민　② 북제주군을 제외한 제주도민　③ 관광객

※ 일반적 사항

1. 들불축제 관람은 이번을 포함해서 몇 번째 입니까? (　　회)

2. 몇 시에 행사장에 도착하셨습니까? (　　시)

3. 몇 시에 관람을 마치고 귀가하실 예정이십니까? (　　시)

4. 몇 분이 함께 오셨습니까? (　　명)

5. 누구와 함께 오셨습니까?(모두 표시해주십시오.)

① 부모　② 부부　③ 형제자매　④ 자녀　⑤ 친척　⑥ 친구
⑦ 직장동료　⑧ 이웃　⑨ 모임　⑩ 단체　⑪ 연인
⑫ 혼자　⑬ 기타 (　　)

6. 들불축제 관람여부는 언제 결정하셨습니까?

① 오늘　② 어제　③ 3-4일 전　④ 일주일 전　⑤ 한달 전　⑥ 3개월 전

7. 들불축제에 대한 정보를 얻는데 가장 큰 도움이 된 것 하나만 표시해주십시오.

① 텔레비전　② 라디오　③ 신문　④ 여행사　⑤ 현수막　⑥ 인터넷
⑦ 아는 사람　⑧ 기타

8. 다음은 들불축제에 대한 만족도를 묻는 질문입니다. 빠짐없이 해당되는 번호에 0표를 해주십시오.

만족도 / 내 용	전혀 아니다	아니다	약간 아니다	보통 이다	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다
축제행사장까지 **쉽고 편하게 찾아 올 수** 있었다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
축제의 **내용 및 일정을 미리** 알고 있다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
행사장내 **안내시설**이 잘 되어 있다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
행사관련 **홍보물**이 잘 비치되어 있다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
행사장 **안내요원들의 서비스**에 만족한다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
행사내용이 **재미**있다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
행사내용이 **다양**하다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦

내 용 \ 만족도	전혀 아니다	아니다	약간 아니다	보통 이다	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다
직접 참가하는 **체험프로그램**에 만족한다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
행사내용을 통해 **이 지역의 문화**를 잘 알게 되었다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
축제관련 **기념품 종류**가 다양하다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
축제관련 **기념품 품질**이 좋다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
축제관련 **기념품 가격**이 적당하다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
음식의 종류가 다양하다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
음식의 가격이 적당하다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
주차시설 이용이 편리하다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
휴식공간이 잘 되어 있다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
화장실이 청결하다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
이곳 **주변의 유명 관광지**를 방문할 것이다(방문했다)	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
전반적으로 만족한다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦

9. 내년(2007년)이나 혹은 가까운 장래에 들불축제를 다시 관람하실 의향은 어떻습니까?

①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
전혀 없다	없다	없는 편이다	보통이다	있는 편이다	있다	매우 많다

※ 다음은 인구통계적 특성입니다.

10. 선생님의 성별은? ① 남성 ② 여성

11. 선생님의 연령은? (세)

12. 선생님의 거주지는? _____ 도/광역시 _____ 시/군

대단히 감사합니다.

참 고 문 헌

1. 국내문헌

1) 저서

김광웅, 「사회과학연구방법론」, 박영사, 1981.

김천배 역, Harvey Cox, 「바보제」, 현대사상사, 1982.

김충련, 「SAS라는 통계상자」, 데이터플러스, 1997.

김홍규, 「사회과학통계분석」, 나남출판, 1997.

류정아외, 「축제와 문화」, 연세대학교 출판부, 2003.

문화체육부, 「문화체육부 한국의 지역축제」, 1996.

울리히 쿤 하인, 심희섭 역 「유럽의 축제」, 컬처라인, 2001.

이경모, 「이벤트학원론」, 백산출판사, 2003.

이승수, 「새로운 축제의 창조와 전통축제의 변용」, 민속원, 2003.

정충영·최이규, 「SPSS를 이용한 통계분석」, 무역경영사, 1997.

채서일, 「사회과학 조사방법론」, 법문사, 1992.

한국관광공사, 「국내 민속축제 관광상품화방안」, 1990.

한국관광공사, 「축제 운영을 위한 매뉴얼」, 2000.

한국문화정책개발원, 「향토축제 활성화를 위한 모형개발 연구」, 1994.

2) 논문

고승익 외, “축제 방문동기 세분화에 따른 지각된 성과와 만족분석”, 관광학연구, 제23권 제2호, 2000.

김명자, “지역축제의 방향을 위한 시론”, 비교민속학회 12권, 1995.

김선기, “향토자산 활용 지역축제의 마케팅전략”, 한국지방행정연구원, 2003.

김창수, “민속공동체신앙이 체화(體化)된 이벤트 축제상품 개발 방안”, 관광정책학연구 제5권 제1호, 1999.

김춘식, “지역개발전략으로서 전통문화의 관광상품화”, 한국행정논집 제11권 제1호, 1991.

오순환, “지역축제의 실제와 경제적 효과”, 관광학연구 제22권 제3호, 1999.

박미정, “지역축제 방문객의 동기와 만족도에 관한 연구,” 관광레저연구, 제13권 제1호, 2001.

박상수, "지역축제와 이벤트", 지방행정, 6월호, 1996.

박호창, “우리나라 지역축제의 성과 및 만족도 평가에 관한 연구”, 강원대학교 박사학위논문, 2006.

서휘석·이동기, “물리적 환경이 지역축제의 만족과 재방문 및 구전의도에 미치는 영향에 관한 연구”, 한국행정학회보 제34권 제1호, 2001.

송건섭, “축제 만족 및 재방문의도에 미치는 여향요인 분석”, 지방정부연구 제8권 제2호, 2004.

송재호, “지방정부의 관광정책 이해집단간 갈등관리에 관한 연구,” 박사학위논문, 경기대학교 대학원, 1996.

이강욱, “관광문화축제의 영향 및 운영효율화 방안-금산인삼축제 사례연구”, 한국관광연구원, 1998.

이인배, “지역축제 부대행사의 만족도 차이와 개최지속성 관계”, 한국관광학회 제51차 학술연구발표논문, 2000.

이장주, “지역축제의 이미지측정척도개발과 적용에 관한 연구”, 경기대학교 대학원 박사학위논문, 1997.

이장주·조현상, “지역축제의 이미지 특성화에 관한 실증연구-우리나라 6개 지역축제를 중심으로,” 관광학연구 제24권 제1호, 2000.

이정실 · 양일용, “지역축제 방문동기 세분화 및 만족의 차이”, 관광레저연구, 제14권 제3호, 2002.

이준엽, “지역이벤트 관광객의 추구편익에 따른 만족도에 관한 실증적 연구”, 관광레저연구, 제14권 제3호, 2002.

이 훈·김정은, “관광문화축제 행사프로그램 내용분석”, 관광개발논총, 제12권, 2000.

장은주, “지방자치단체 이벤트 사업의 활성화 방안”, 한국지방행정연구원 28, 1996.

정삼철, “충북 밀레니엄 대축제 개최 방안”, 충북개발연구원, 1998.

차동욱, “지역축제 만족도에 의한 방문자의 재방문 및 구전홍보 결정요인에 관한 연구”, 관광레저연구 제16권 제1호, 2004.

최승담, “지역관광개발의 실패와 편협한 사고,” 김사헌 외 10인, 지방화시대의 관광개발, 일신사, 1995.

함영덕, "지역축제의 이벤트관광의 영향에 관한 연구", 경기대학교 박사학위 논문, 2000.

제주특별자치도 홈페이지, http://cyber.jeju.go.kr.

제민일보, 2005년 11월 21일자, 12월 22일자, 2006년 3월 8일자, 3월 30일자.

제주일보, 2005년 10월 12일자, 2006년 2월 21일자, 7월 24일, 25일자

문화연대, “2002 지역축제 평가 및 활성화방안”, 토론회 자료, 2002.

2. 국외문헌

1) 저서

Douglas, *et. al.*, *Special Interest Tourism*, John Wiley & Sons Australia, 2001.

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

Getz, D., *Festivals, Special Event, and Tourism*, Van Nostrand Reinhold, New York, MY: Cognizant Communication Corporation, 1991.

Goldblatt, *The International Dictionary of Event Management*, Second Edition, Wiley, 2001.

Jefferson, A., & Lickorish, L., *Marketing Tourism*, 2nd edition. Essex. Longman, 1991.

일본인벤트산업진흥협회(日本イベント産業振興協會), イベント白書99, (社)日本イベント産業振興協會, 1999.

2) 논문

Backman, K. F., Backman, S. J., Uysal, M., & Sunshine, K. M., “Event tourism: an examination of motivations and activities”, *Festival Management and Event Tourism* , 3(1), 1995.

Chock, H. E., & Schooner, J. D., "The Evolution of a Festival: Creole Christmas in New Orleans", The Centre for South Australian Economic Studied, *Tourism Management*, 14(6), 1993.

Chuster, J. M., "Two urban Festivals: La Merce and First Night", *Planning Practice and Research*, Vol. 10, No. 2, 1995.

Dawson, D., "A Critical Analysis of Ethnic and Multicultural Festival", *Journal of Applied ecreation Research*, 16(1), 1991.

Delamere, "Development of a Scale Measure Resident Attitudes Toward the Social mpacts of Community Festivals, PartⅡ: Verification of scale", *Event Management,* Vol. 7(1), 2001.

Derrett, R., "Making sense of how festival demonstrate a community's sense of place", *Event Management*, 8(1), 2003.

Formica, S., "The Development of Festivals and Special Events Studies", *Festival Management & Event Touris*m, Vol. 5, 1998.

Getz, D., "Special Event: Defining the Product", *Tourism Management*, 10(2), 1989, p.125

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

Kern, T. J., & Rasmussen, L., Asleep at the wheel-case study, *Festival & Event Management,* vol.3, 1995.

Mayfield, T. R., & Crompton, J. L., "Development of an Instrument for Identifying Community Reasons for Staging Festival", *Journal of Travel Research*, Winter, 1995.

Mohr, K., Backman, K. F., Gahan, L. W., & Backman, S. J., "An Investigation of Festival Motivation and Event Satisfaction by Visitor Type", *Festival Management & Event Tourism*, Vol. 1, 1993.

Ritchie, B. W., "Assessing the Impact of Hallmark Events: Conceptual and research issues", *Journal of travel Research*. Summer 1984.

Turco, D. M, "Measure the Tax Impact of an International Festival", *Festival Management & Event Tourism,* Vol. 2(3/4), 1995.

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

Weppler, K. A. & McCarville, R. E., "Understanding Organizational Buying Behavior to Secure Sponsorship", *Festival Management & Event Tourism*, Vol. 2(3/4), 1995.

Wilson, David T., "An Integrated Model of Buyer-Seller Relationship", *Journal of the Academy of Marketing Science*, 1995.

(Abstract)

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

- From the Perspective of the Wild Fire Festival on the Great First Full Moon Day in the Jeju area -

Wu-Cheol Yang
Department of Tourism Management
Graduate School of Business Management
Dankook University

Advisor : Professor Chung-Ho Kim

This study aims at contributing to the development of the local culture and tourism by seeking for more efficient strategies and developing plans for the tour culture festival as well as by reviewing the relationship between the satisfactory factors of the festival and the revisiting intention recognized by the participants of the tour culture festival, both local residents and tourists, carrying out a survey questionnaire for local residents and visitors who took part in 'the Wild Fire Festival on the Great First Full Moon Day', one of the prospective festival selected by the Ministry of Culture and Tourism as the representative culture festival in the Jeju area, in order to help festival planners and marketers develop any festival program and plan any even tour product.

From a summary of the findings from the hypothesis test of this study, first, there were significant differences depending on both local residents and visitors in the pattern of festival participation except for the distinction of gender and companion, and the satisfactory factors of festival.

Second, there was a significant difference in the revisiting intention between local residents and visitors, as local residents showed high revisiting intention than visitors.

Third, there were significant differences between local residents and visitors depending on the age, festival participation frequency, companion number and time to determine the festival participation, in the satisfactory factor of the tour culture festival.

Fourth, a significant difference was shown between local residents and visitors depending on the pattern of festival participation in the revisiting intention.

Finally, the advertising factor, access factor and facilities factor were shown to be the factors of the plus(+) impact on the revisiting intention of local residents among the satisfactory factors of the tour culture festival for local residents, while the event factor and advertising factor were shown to be the factors of the plus(+) impact on the revisiting intention of visitors among the satisfactory factors of the tour culture festival for visitors.

The following implications might be derived from the results of the above empirical analysis.

First, it is necessary to perform broadcasting aggressively for public relations toward local residents in the broadcasting media and to provide rich information for visitors in advertisements as part of plans to increase the advertising factor through the media differentiation. In addition, it is also

necessary to provide various contents for the festival event programs including the tour information adjacent to the festival place and to prepare and execute long-term advertising strategy, in order to help visitors easily recognize the information about the festival in the advertisements.

Second, the event programs should be developed in a way to enhance the awareness of increasing the understanding of the festival and the local culture, the experience programs and productions to feel the local taste and flavor in food and souvenir should also be made to invite visitors to attend, and the indigenous products should be sold to visitors at inexpensive prices to promote them.

Third, it is necessary to facilitate the conditions to spend as much time as possible in the festival place by utilizing shuttle buses running through major villages as well as enlarging public transportations for the purpose of convenience to access to the festival places. In addition, various and detailed information to increase accessibility including the guideline map for the festival places and bus routes in detail should be provided in the festival advertisements in order to induce the participation of visitors using rent cars and privately owned vehicles.

Fourth, it is necessary to expand space to stay and rest in the festival site for a long time as well as the wide parking facilities for local residents who mostly use their own cars. In addition, it is also necessary to facilitate the environment to enjoy the festival in a more agreeable circumstance by organizing volunteers for cleaning the washing room and the surrounding festival places.