

## 2005 울진 세계 친환경 농업엑스포 관람객 만족에 관한 연구

김 정 민 · 유 기 준  
상지대학교 관광학부

### A Study on Visitor Satisfaction at Uljin Eco-Agriculture/Organic Food Expo Korea, 2005

Kim, Jeong-Min · Yoo, Ki Joon  
Division of Tourism, Sangji University, Wonju, Korea

#### ABSTRACT

The purpose of this study was to investigate Visitors' satisfaction at Eco-Agriculture /Organic Food Expo held in Uljin in 2005. The questionnaire survey with 1,120 participants was conducted at the venue for three times from July 22nd to August 15th, 2005. The evaluation considered Expo facilities and services, and motives of visit along with demographics of 1,080 valid samples. Evaluation results indicate overall satisfaction level of Expo participation was positive and 63.6% of the respondents showed intention of revisit and/or future visit to agricultural events. Expo facilities and service represented higher satisfaction level, however cost factors such as food and beverage, souvenirs and entrance fee had lower performance levels. The study outcome can help local governments and/or organizers host hallmark tourist events in planning and managing.

Key words: questionnaire, satisfaction level, facilities and service, tourist event, motive

## I. 서론

최근 들어 급격한 산업화·도시화에 따른 환경문제는 인간의 건강과 생명을 위협하는 심각한 수준에 이르고 있다. 이러한 심각성은 농업분야에 있어서도 중산위주의 관행농법에서 친환경 농업으로의 변화라는 시대적 요구로 나타나고 있다. 친환경 농산물 생산은 21C 농업의 새로운 패러다임으로 자리 잡고 있으며 청정생산(淸淨生産)은 농산물뿐만 아니라 모든 산업에서 요구되고 있다(김정민 등 2005).

이러한 국내·외적 환경변화에 따라 올진군에서는 친환경 농업의 정착과 한국농업에 대한 활로 모색, 성공적인 국제행사의 개최를 통한 올진군의 새로운 지역 이미지 창출 등을 도모하고자 『2005 올진 세계 친환경 농업엑스포』를 개최하였다. 고부가가치 전시산업인 엑스포(EXPO: exposition)는 상업적인 목적보다는 일반 대중 계몽을 목적으로 하며 개별기업이 속하는 국가별로 그 나라의 문화나 미래, 인류의 발달과정과 미래상을 시간적, 공간적으로 한 장소에 집약하여 전시함으로써 인류 상호간의 이해와 복지를 향상시킨다(신재기 2004).

오늘날 엑스포 개최 등의 관광산업은 개최국의 산업구조를 개선하는 효과가 있어 3차산업 중심의 구조로 이행하기 위한 중요한 경제정책의 수단으로서 각광받고 있다. 엑스포와 같은 국제행사의 개최는 지역시장의 변화를 주도하며 효율적인 관광상품화 과정을 통하여 지역경제 활성화를 도모할 수 있다(경기개발연구원 1997). 엑스포 자체가 지닌 관광상품적 가치는 국내관광과 국제관광의 수요 증대에 중요한 영향을 미치는 관광유인요소로 작용하여 지역 진흥의 여건을 조성하고, 문화적 창조활동을 자극해 문화 발전에 기여한다. 단기간의 직접적인 경제효과는 물론 장기적인 지역발전 효과로서 개최지 주민의 일체감 고취, 개방성과 진취성 향상 등의 사회·문화적 영향과 함께 지역 홍보효과로 발전되어 국내·외 신인도가 증진되고 지역상품과 지역이미지가 상승됨에 따라 개최지역의 브랜드 가치를 높일 수 있다.

그러나 일시적인 유행으로서의 경쟁적이고 비차별적인 국제행사의 개최는 기대하는 만큼의 효율성과 경제성을 창출할 수 없다. 실제로 우리나라 각 지역에서 경쟁적으로 개최되고 있는 축제 및 이벤트들에 대해 예산낭비, 과도한 상업화, 행사내용의 부실, 주민의 무관심과 참여율 저조 등 개최 효과에 대한 많은 문제점들이 지적되어 왔다. 그럼에도 불구하고, 개최 행사의 공과 실, 참여자의 만족과 불만족 등의 문제점들에 대한 원인규명과 대처 없이 행사가 지속되는 경우가 많아 개최 행사가 추구하는 소기의 목적을 달성하지 못하거나 상품성과 개최 효과를 극대화시킬 수 있는 기회를 마련하는데 실패하고 있다. 지역 경제와 사회·문화 등 개최지역 전반에 영향을 미치는 엑스포와 같은 대형 국제행사의 중요성을 고려할 때 개최 행사의 상품성과 효율성에 대한 정확하고 객관적인 평가를 통해 행사 개최의 효과를 유지, 강화시킬 수 있는 방안의 모색은 필수적이다. 이러한 사후 평가는 문제점을 발견하고 이를 개선하기 위한 중요한 과정으로 보다 성공적인 재개최를 위한 전제가 된다. 이에 본 연구는 엑스포의 실질적 구성요소이자 엑스포 성과 측정의 주요척도인 관람객의 만족 평가를 통해 올진 세계 친환경 농업엑스포의 개최 효과를 지속시키고 개선하기 위한 자료제공을 목적으로 수행되었다.

## II. 이론적 배경

### 1. 엑스포의 개념과 효과

직접 판매를 목적으로 하지 않는 전시(池邱小太浪 1991)인 엑스포(Expo)는 국제무역 촉진을 목적으로 하는 국제무역박람회(International Trade Fair)의 한 분야로서 생산물의 개량, 발전, 수출 진흥을 위한 상품전시뿐 아니라 폭 넓은 문화행사를 포함하며, 1개국 이상이 참가하여 인류의 발달과 함께 인류의 업적을 특정 장소와 시점에 전시함으로써 미래에 대한 희망을 제시하게 된다(이강욱·최승묵 2003). 국제박람회기구(BIE)협약 제1조에서는 세계박람회를 “일반 대중의 교육과 계몽을 주된 목적으로 하고 인류 노력에 의해 성

취된 발전성과를 전시하고 미래에 대한 희망을 보여줌으로써 새로운 발전을 추구하는데 그 목적이 있다”고 정의하고 있다(이장춘·박장수 2001). 또한 엑스포는 특정 분야의 발전과 진보 상황을 참가국의 전시물을 통하여 전시하고, 국제적인 정보교류의 기회를 제공하며, 교육적 의미, 인류 복지와 세계평화의 의미가 부여되어 궁극적으로는 한 시대의 산 증거의 역할(박창수 1992)을 하는 국제행사로 정의될 수 있다.

Marris에 의하면 엑스포와 같은 국제행사는 극대화된 관광수요를 창출함은 물론 긍정적인 목적지 이미지를 고취하는 데 기여한다(Getz 1991). 즉 엑스포 참가자들이 개최지에 대해 호의적인 인상을 갖고 돌아가는 경우 그들은 다른 기회에 다시 개최국을 방문하는 재구매자가 되거나 구전 등을 통해 주변 사람들에게 개최국의 방문을 추천해 주기도 함으로써(Go·Govers 1999) 관광홍보의 파급효과와 더불어 국제관광 촉진 전략으로서의 효용성을 기대할 수 있다.

엑스포는 공공성의 성격이 강한 관광서비스의 범주에 속하므로 엑스포 개최는 지역 내 자연자원, 하부구조와 상부구조, 교통수단, 오락과 문화, 관광자원 등의 연계를 통해 지역 경제 활성화를 촉진할 수 있다. 관광산업은 물론 인프라 구축과 관련된 건설 등 개최와 관련하여 지출되는 비용과 참가자의 관광소비지출은 투입효과로 작용하고, 승수효과와 산업연관효과도 일반 분야보다 높아 지역경제의 활성화, 생산, 고용, 부가가치, 조세 등에 있어 상당한 유발효과를 가져온다. 파급효과와 연쇄효과까지 포함한다면 개최 지역내 관련 산업 전 부문에 걸친 경제적 효과는 광범위하고 장기적이다. 또한 엑스포 자체의 관광상품성은 관광수요의 중요한 유인요인으로 작용하여 관광비수기에도 수요를 창출할 수 있는 이점이 있어(Abbey·Luck 1994) 관광비수기 타개책으로 활용될 수 있으며, 개최지의 모든 자원을 관광매력물로 개발할 수 있는 기회를 제공한다. 개최지에 대한 직접적인 경제효과는 물론 장기적 지역 발전 효과로서 개최 준비과정에서의 수용태세 정비를 통한 지역 환경개선과 친환경지향적 1차적 가치 생산으로 인해 긍정적 지역이미지 강화가

가능하고, 엑스포 자체가 지닌 홍보성과 광고성으로 인한 지역홍보와 함께 지명도에 따른 지역 브랜드 가치 고양 등의 간접효과를 기대할 수 있다.

## 2. 엑스포 개최 사례

세계박람회협약에서는 엑스포를 주최국의 박람회 개최 성격에 따라 종합세계박람회(Universal Exposition)와 전문세계박람회(Special Exposition)의 2가지 유형으로 구분하고 있다(한국지방행정연구원 1991). 종합세계박람회는 인류의 노력에 의한 모든 성취상, 발전상, 미래상이 전시되고, 일반적인 주제를 가지며, 1967년 몬트리올 세계박람회, 1970년 오사카 세계박람회, 1992년 세비아 세계박람회 등이 대표적이다. 전문세계박람회는 한 분야 또는 여러 분야에 국한된 인류의 발전상이 전시되며 1985년 쾰른 세계박람회, 1986년 밴쿠버 세계박람회, 1988년 브리스베인 세계박람회, 1993년 대전 세계박람회 등이 그 예로 금 번 울진 세계친환경 농업엑스포도 전문세계박람회에 포함된다(김정민 등 2005).

국내의 엑스포 개최 사례로는 ‘경주세계문화엑스포’와 개발도상국 최초의 국제 박람회로서 국제박람회기구 공인 엑스포인 ‘대전엑스포’를 들 수 있다. 1998년 세계 최초로 문화를 주제로 하여 경주에서 개최된 경주세계문화엑스포는 ‘경주세계문화엑스포2000’으로 개명하여 2003년 3회째 열렸는데 세계무역센터협회(WTCA)로 부터 우리나라가 Culture Expo의 종주국으로 인정받는 계기가 되었다. ‘새로운 도약의 길’이란 주제로 1993년 93일 동안 개최된 ‘대전세계엑스포’는 108개국과 33개 국제기구, 약 1,400만 명에 달하는 관람객들이 참여하여 대전지역 경제와 관광산업에 미친 경제적 파급효과와 더불어 정치·외교적 성과, 최첨단 과학기술교육의 장으로서의 긍정적 역할을 한 것으로 평가받았다(박창수 1992).

## 3. 엑스포 관람객 만족에 관한 선행연구

엑스포 참가자란 개최목적과 관련이 있는 사람들로 엑스포의 실질적인 구성요소이며(이장춘·박창수 2001) 이 중 관람객은 전시행사에 관심을 보이고 실제로 전시장에 모습을 나타내는 모든

사람들을 총칭(신재기 2004)한다. 관람객은 참가의 결과인 만족과 불만족 여부에 따라 재참가, 긍정적 구전 등의 행동의도를 결정하고 이는 총 관람객 수와 더불어 엑스포의 관광상품성이 지닌 유인효과와 개최성과에 대한 주요한 측정척도가 된다. 기대불일치 이론과 공평성 이론에 근거하여 소비자의 만족과 불만족의 개념과 측정에 중점을 두었던 이전의 연구동향과는 달리 현대의 소비자 만족에 관한 연구는 주로 만족과 불만족에 영향을 미치는 변수들을 고찰하고 규명하는데 초점을 두고 있다.

관광소비자의 만족에 관한 고전적 연구인 Pizam 등(1975)의 연구에서는 숙박시설, 식음료시설, 접근성, 매력성, 비용, 청결성, 현대성의 7가지 경험요소들을 측정차원으로 제시하고, 각 요소별 만족감의 평균을 관광차의 전반적인 만족으로 보았다. 이 연구는 관광객에게 가장 큰 만족을 제공할 수 있는 요소와 가장 작은 만족을 제공하는 요소를 찾아내는 데 유용한 것으로 평가받고 있다. Backman 등(1995)은 이벤트 참가자의 방문동기와 만족에 관한 연구에서 참가자의 재방문 여부와 만족은 관계가 있으며 참가자의 만족은 사회화, 가족회합, 독특성과 흥미, 도피, 이벤트의 신기성 등 방문 동기에 따라 차이가 있음을 검증하였다. 관광동기는 관광자로 하여금 관광행동을 유발시키는 중요한 요인으로 추진-유인이론(Push-Pull Theory)을 이용한 Crompton(1997)의 9개의 심리적 관광동기 연구에서는 일상탈출, 자기평가, 휴식, 사회적 관계 개선 등의 추진요인은 개인의 심리적 상태와 사회적 환경에 의해 유발되고, 새로운 것과 교육 등의 유인요인은 목적지에서 제공하는 것으로 독특한 상품과 서비스에서 유발된다고 제시하고 있다. Mathieson과 Wall(1982)은 유인요인들로 1차적 자연, 관광시설과 서비스, 하부구조, 내부접근성 등 관광지의 자연적·인위적 공간환경을 제시하였다. Uysal과 Hagan(1991)은 추진요인으로 사회경제적 변수, 인구통계적 변수, AIO(Attitude, Interest, Opinion)를 포함하고 유인요인으로 가시적 자원, 목적지에 대한 지각과 기대를 포함하였다. 따라서 관광행동에 대한 의사결정을 하도록 추진하는 요인인 관광동기와 관광

객들이 경험하게 되는 관광의 구성요소인 경관의 매력성, 서비스의 질 등의 유인요인이 함께 작용하여 그에 대한 평가에 의해 관광의사결정인 만족이 결정되는 것이다.

관광자들의 만족과 관련된 국내 연구로는 국제 문화예술 이벤트인 광주비엔날레 방문객을 대상으로 한 이정현(1998)의 연구에서 과거방문 경험, 정보원천, 방문동기, 동반자 형태 등의 방문객 특성을 변수로 하여 조사한 결과, 참가만족의 요인으로 흥미성, 감동, 교육성, 참여의 자율성, 접근성, 숙박과 음식의 매력성이 제시되었고, 만족의 결과로서 구전의 중요성, 재방문 의사 등을 확인하였다. 재방문 촉진을 위한 방안으로는 방문동기에 따른 시장세분화의 필요성도 제기하였다. 주현식(2001)은 컨벤션 참가동기에 관한 연구에서 개최지까지의 거리, 접근성, 호텔과 쇼핑의 편리성, 여행비용, 개최지의 안전과 청결성, 지역이미지와 매력성, 주최자와 지역민의 친절성, 특별이벤트와 전시회, 비용, 주변지역의 문화유적지 등을 변수로 하여 컨벤션 참가만족을 측정한 결과 참가동기는 개최지 평가에, 접근성, 편리성, 비용, 매력성, 다양성 등의 개최지 속성은 컨벤션 만족에 각각 유의한 영향을 미치는 것으로 보고하였다.

### III. 연구방법

본 연구를 위한 관람객 설문조사는 울진엑스포공원의 주 이용거점 공간을 방문하고 귀가하는 관람객을 조사대상으로 하였다. 조사는 2005년 엑스포 개최 초기 Pre-test를 통해 설문지의 내용과 자구 수정작업 과정을 거쳤다. 설문조사 자료는 2005년 7월 22일부터 2005년 8월 15일 개최기간 동안 개최 초반, 중반, 후반의 3회에 걸쳐 편의추출법에 의해 총 1,120매를 수집하였으며 이중 부실한 설문지 40매를 폐기하고 1,080매를 유효 표본으로 이용하였다.

엑스포에 대한 관람객의 평가는 엑스포 행사에서 제공되는 물적·인적서비스와 이에 따른 만족수준에 대한 응답자 평가에 초점을 두고 이루어졌다. 이를 위한 설문지의 구성은 선행연구를 바탕으로 참여자들의 인구통계적 특성, 엑스포

Table 1. Demographic characteristics of respondents

| Item             | Category and frequency(%)   |
|------------------|---|
| Gender           | Male(56.0), Female(42.7)  |
| Age              | 18~20(4.9), 21~30(14.6), 31~40(24.8), 41~50(29.9), 51~60(16.9), 60~(7.5)  |
| Education        | Middle school or less(8.1), High school(32.3), College Student/Graduate (17.9), University Student/Graduate(31.1), More than University(4.6), etc.(4.2)   |
| Occupation       | Agriculture • Forestry • Fishery industries(10.7), Independent business(13.4), Office worker (13.1), Professional jobs(11.2), Retailing(3.3), Public service personnel(10.4), Students(12.3), Housewives(16.5), etc.(7.6) |
| Income(KRW*)     | Less than 1,000,000(15.5), 1,000,000~1,990,000(23.7), 2,000,000~2,990,000(27.8), 3,000,000~3,990,000(15.5), 4,000,000~4,990,000(6.1), More than 5,000,000(4.8),   |
| Residential Area | Uljin(10.8), Seoul(5.8), Kyunggi • Incheon(8.9), Gangwon(6.0), Chungnam • Chungbuk(2.9), Jeonnam • Jeonbuk(2.2), Gyeongnam • Gyeongbuk(55.2), Jeju(0.3), etc.(6.8)  |

\* KRW : Korea Republic Won

참여형태, 친환경 농업에 대한 인식, 엑스포 시설과 서비스에 대한 만족 정도를 묻는 4가지 범주의 질문군으로 구성되었다. 현장에서 수집된 설문자료는 SPSS/PC+ 통계프로그램을 이용하여 분석되었다.

#### IV. 결과 및 고찰

##### 1. 관람객의 인구통계학적 특성

본 조사에서 나타난 성별 구성을 보면 '남성' 56.0%, '여성' 42.7%로 비교적 남녀 응답비율이 고른 분포를 보였다(Table 1). 응답자의 연령별 분포는 '20대 미만' 4.9%, '20대' 14.6%, '30대' 24.8%, '40대' 29.9%, '50대' 16.9%, '60대 이상'

7.5%로 주로 30~40대 응답비율이 높게 나타났다.

Table 1에 나타난 응답자의 거주지별 분포는 울진을 포함한 경상도 지역 방문객이 66.0%로 타 지역 거주 방문자 비율보다 상대적으로 높게 나타나 국제행사에 부합되지 않는 인구통계적 특성을 보였다.

##### 2. 관람객의 방문특성

###### 1) 일반적인 방문특성

전체 응답자의 70.9%가 기타 엑스포에의 참가 경험이 있는 것으로 나타나 이번 엑스포 행사에 대한 선경험 비율이 매우 높은 것으로 조사되었다(Table 2). 울진 세계친환경농업엑스포의 참여

Table 2. Visitor characteristics

| Item                | Category and frequency(%)  |
|---------------------|--|
| Experience          | Yes(70.9), No(28.7)  |
| Purpose             | Leisure(28.5), Education(24.1), Curiosity about event itself(14.9), Understanding Eco-agricultural products(27.4)              |
| Types of group      | Family(49.4), Friend(18.9), Boy/Girl Friend(3.2), Group(25.4), etc.(3.0)   |
| Visiting types      | Day use(69.9), Night stay(30.1)  |
| Accommodation types | Condo(19.0), Hotel(16.8), Local home stay(22.2), Campsite(15.4), etc.(1.1)   |
| Information sources | Newspaper(2.4), TV/Radio(33.8), Pamphlet(10.1), Internet(8.7), Travel agency(1.8), Other people(23.2), Placard(5.4), etc.(4.6) |

목적은 ‘여가활동’ 28.5%, ‘친환경농산물에 대한 이해 증진’ 27.4%, ‘교육목적’ 24.1%, ‘행사 자체에 대한 호기심’ 14.9%의 순으로 고르게 나타났다.

엑스포 참가의 동반자 유형은 ‘가족동반’ 49.4%, ‘단체참가’ 25.4%, ‘친구·친지동반’ 18.9%, ‘연

인’ 3.2%, ‘기타’ 3.0%로 가족동반과 단체참가 비율이 특히 높은 것으로 나타났다. 전체 응답자 중 69.8%가 최종목적지가 아닌 경유지로 울진을 방문하였으며, 이중 30.1%만이 숙박을 계획하고 참가한 것으로 나타나 관람객 지출 증대 방안으

Table 3. Cross tabulation between purposes and demographic characteristics of the respondents

| Item                     | Category                | Purpose   |      |           |      |                     |     |   |      | Chi-Square | p-value |
|--------------------------|-------------------------|-----------|------|-----------|------|---------------------|-----|---|------|------------|---------|
|                          |                         | Leisure   |      | Education |      | Event participation |     | Understanding Eco-agricultural products |      |            |         |
|                          |                         | Frequency | %    | Frequency | %    | Frequency           | %   | Frequency                               | %    |            |         |
| Gender                   | Male                    | 145       | 13.6 | 138       | 13.0 | 90                  | 8.5 | 195                                     | 18.3 | 31.872     | .001**  |
|                          | Female                  | 154       | 14.5 | 118       | 11.1 | 66                  | 6.2 | 93                                      | 8.7  |            |         |
| Age                      | less than 20            | 32        | 3.0  | 2         | 0.2  | 8                   | 0.8 | 6                                       | 0.6  | 376.136    | .000*   |
|                          | 20s                     | 76        | 7.1  | 9         | 0.8  | 43                  | 4.0 | 12                                      | 1.1  |            |         |
|                          | 30s                     | 88        | 8.3  | 114       | 10.7 | 27                  | 2.5 | 30                                      | 2.8  |            |         |
|                          | 40s                     | 68        | 6.4  | 111       | 10.4 | 41                  | 3.9 | 95                                      | 8.9  |            |         |
|                          | 50s                     | 30        | 2.8  | 12        | 1.1  | 25                  | 2.3 | 98                                      | 9.2  |            |         |
|                          | above 60s               | 5         | 0.5  | 8         | 0.8  | 11                  | 1.0 | 47                                      | 4.4  |            |         |
| Occupation               | Agriculture             | 7         | 0.7  | 6         | 0.6  | 10                  | 0.9 | 80                                      | 7.5  | 240.472    | .000*   |
|                          | Office worker           | 45        | 4.2  | 44        | 4.1  | 18                  | 1.7 | 26                                      | 2.4  |            |         |
|                          | Public service          | 32        | 3.0  | 35        | 3.3  | 17                  | 1.6 | 25                                      | 2.3  |            |         |
|                          | Professional jobs       | 36        | 3.4  | 32        | 3.0  | 21                  | 2.0 | 25                                      | 2.3  |            |         |
|                          | Retailing               | 11        | 1.0  | 10        | 0.9  | 2                   | 0.2 | 12                                      | 1.1  |            |         |
|                          | Independent business    | 28        | 2.6  | 41        | 3.9  | 21                  | 2.0 | 46                                      | 4.3  |            |         |
|                          | Student                 | 69        | 6.5  | 8         | 0.8  | 30                  | 2.8 | 12                                      | 1.1  |            |         |
|                          | Housewives              | 47        | 4.4  | 63        | 5.9  | 19                  | 1.8 | 42                                      | 3.9  |            |         |
| etc.                     | 25                      | 2.3       | 16   | 1.5       | 18   | 1.7                 | 18  | 1.7                                     |      |            |         |
| Income (10 thousand won) | Less than 100           | 58        | 5.5  | 18        | 1.7  | 31                  | 2.9 | 41                                      | 3.9  | 76.167     | .000*   |
|                          | 100~199                 | 61        | 5.7  | 51        | 4.8  | 44                  | 4.1 | 88                                      | 8.3  |            |         |
|                          | 200~299                 | 89        | 8.4  | 102       | 9.6  | 28                  | 2.6 | 71                                      | 6.7  |            |         |
|                          | 300~399                 | 46        | 4.3  | 44        | 4.1  | 24                  | 2.3 | 43                                      | 4.0  |            |         |
|                          | 400~499                 | 13        | 1.2  | 16        | 1.5  | 12                  | 1.1 | 22                                      | 2.1  |            |         |
|                          | More than 500           | 10        | 0.9  | 16        | 1.5  | 6                   | 0.6 | 17                                      | 1.6  |            |         |
| Education                | Less than middle school | 16        | 1.5  | 4         | 0.4  | 13                  | 1.2 | 42                                      | 3.9  | 95.949     | .000*   |
|                          | High school             | 78        | 7.3  | 101       | 9.5  | 40                  | 3.8 | 113                                     | 10.6 |            |         |
|                          | College                 | 60        | 5.6  | 53        | 5.0  | 32                  | 3.0 | 44                                      | 4.1  |            |         |
|                          | University              | 109       | 10.2 | 81        | 7.6  | 54                  | 5.1 | 63                                      | 5.9  |            |         |
|                          | more than Univ.         | 9         | 0.8  | 9         | 0.8  | 11                  | 1.0 | 18                                      | 1.7  |            |         |
|                          | etc.                    | 24        | 2.3  | 7         | 0.7  | 6                   | 0.6 | 6                                       | 0.6  |            |         |

\*p<.001, \*\*p<.01

로서 체재 유도를 위한 홍보가 미흡하였던 것으로 판단된다. 숙박관람객들의 주요 숙박 유형으로는 ‘민박’ 22.2%, ‘콘도·펜션’ 19.0%, ‘여관·호텔’ 16.8%, ‘엑스포야영장’ 15.4%, ‘기타’ 1.1%로 조사되었다.

엑스포 개최와 관련한 정보획득의 주경로는 ‘라디오/TV’ 33.8%, ‘주위 사람들(구전)’ 23.2%, ‘신문잡지’ 12.4%, ‘팜플렛’ 10.1%, ‘인터넷’ 8.7%, ‘거리의 플랜카드’ 5.4%, ‘기타’ 4.6%, ‘여행사’ 1.8%순으로 조사되었다. 인쇄매체보다는 방송매체와 구전의 영향이 큰 것으로 나타나 향후 효율적인 행사 홍보를 위해서는 보다 다양한 정보제공 매체의 활용방안에 대한 논의가 필요할 것으로 판단된다. 엑스포 참가를 위한 의사결정 시기는 ‘1~2주전 결정’ 28.5%, ‘2~3일전 결정’ 28.1%, ‘3~4주전 결정’ 16.1%, ‘당일결정’ 11.7%, ‘2~3개월전 결정’ 10.3%, ‘3개월 이상’ 5.2%의 순으로 관람객 상당수가 행사 일주일전에 참가 결정을 한 것으로 나타나 사전 홍보기간과 홍보강도에 대한 고려가 요구된다.

## 2) 응답자의 인구통계적 특성과 참여목적의 차이

교차분석 결과, 응답자의 인구통계학적 특성에 따라 엑스포 참여목적에 있어 차이를 보였다 (Table 3). 남성 응답자들은 친환경 농산물 구입과 이해증진 목적의 참여비율이 높는데 비해 여성의 경우에는 여가목적 방문비율이 상대적으로 높은 것으로 조사되었다. 연령별로는 젊은 층(20대)에서는 여가목적의 방문이 높게 나타났으며, 중년층이라고 할 수 있는 30대와 40대에 있어서는 교육목적의 응답비율이 높게 나타나 이는 자녀 동반의 영향인 것으로 추측된다. 반면, 50대와 60대 이상의 장·노년층의 경우에는 친환경농산물에 대한 이해증진 항목의 응답률이 높아 연령별로 참여목적의 다르게 나타났다. 직업별로는 사무직과 전문직, 학생은 여가목적으로 참여하는 비율이 높았으며 공무원과 주부는 교육목적, 농업·어업종사자와 자영업자의 경우는 친환경 농산물에 대한 이해증진의 목적이 높게 나타났다.

이와 같은 결과는 참가자의 만족은 방문 동기에 따라 차이가 있다는 선행연구와 일치하고 있다.

응답자의 인구통계적 특성과 방문 특성에 따라 참여목적의 차이가 존재하므로 엑스포의 재개최시 보다 많은 관람객 유치를 위해서는 방문동기에 따른 세분화와 표적시장 선정에 기초하여 홍보 및 마케팅 전략, 행사내용의 기획과 구성에 관람객 특성별 차이를 반영하는 것이 필요할 것으로 판단된다.

## 3. 친환경 농업에 대한 인식

친환경농업의 개념에 대해 응답자의 61%가 ‘환경을 중시하는 농법’으로 이해하고 있는 것으로 나타났으며 ‘건강을 중시하는 농법’이라는 응답도 약 27%로 조사되었다. 친환경농산물에 대한 관심정도를 묻는 질문에 ‘전혀 관심 없음’ 2.3%, ‘관심 없음’ 8.3%, ‘보통’ 24.8%, ‘조금 관심 있음’ 34.1%, ‘매우 관심 있음’ 30.4%로 관심도가 매우 높은 것으로 나타났는데 이는 최근 건강과 관련하여 친환경농산물에 대한 높은 사회적 관심이 반영된 결과로 판단된다(Figure 1).

응답자 중 83.5%가 친환경 농산물의 구매경험이 있는 것으로 응답하여 친환경농산물에 대한 잠재시장의 미래가치를 확인할 수 있었다(Figure 2). 친환경 농산물의 구입의도에 대한 질문에는 48.6%의 응답자들이 농약걱정을 구매이유로 응답하였으나 미구매 응답자들은 가격요인(42.2%) 이외에도 유통과정과 재배농법에 대한 신뢰 부족을 그 이유로 들었다. 따라서 소비자의 불신을 불식시키고 구매의도를 높이기 위해서는 가격조정과 재배농법 등에 관한 정확한 소비자 교육이나 홍보가 필요하며 유통과정, 구매 등의 분야에

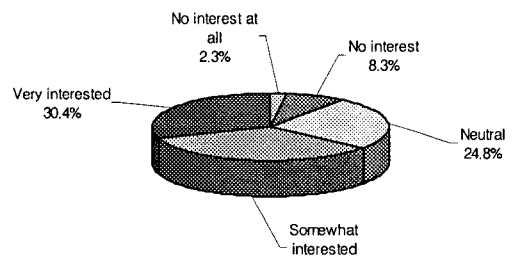


Figure 1. Interest level of Eco-agricultural products

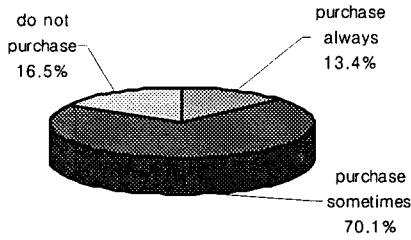


Figure 2. Purchasing experience

대한 보다 체계적이고 과학적인 관리도 병행되어야 할 것으로 생각된다.

응답자의 인구통계적 특성별로 친환경농산물 구매경험의 차이여부에 대한 교차분석 결과 성

별, 연령별, 가계소득수준별, 교육수준별, 거주지에 따라 통계적으로 유의한 차이를 나타냈다 (Table 4). 연령별로는 40대와 50대의 중년층과 소득수준이 높을수록 친환경농산물 구매에 보다 적극적인 것으로 나타났다. 거주지별로는 경상도 지역의 구매빈도가 타지역보다 월등히 높았으며 다음으로는 서울지역이 상대적으로 구매경험이 많은 것으로 분석되었다.

4. 엑스포 행사에 대한 관람객 평가

1) 접근성에 대한 평가

엑스포 행사장까지의 접근성을 평가하기 위해 교통수단 이용과 도로안내 표지시설의 편리성에 대한 의견을 5점 척도(1점: 매우 미흡~5점: 매우

Table 4. Cross tabulation between purchasing experience and demographics of the respondents

| Item                        | Demographic characteristics | Purchasing experience of Eco-agricultural products |     |                    |      |                 |     | Chi-Square | p-value |
|-----------------------------|-----------------------------|--|-----|--------------------|------|-----------------|-----|------------|---------|
|                             |                             | Do not purchase                                    |     | purchase sometimes |      | purchase always |     |            |         |
|                             |                             | Frequency  | %   | Frequency          | %    | Frequency       | %   |            |         |
| Age                         | Less than 20s               | 12   | 1.1 | 35                 | 3.3  | 5               | 0.5 | 89.079     | .000*   |
|                             | 20s                         | 56   | 5.3 | 92                 | 8.6  | 10              | 0.9 |            |         |
|                             | 30s                         | 41   | 3.8 | 200                | 18.7 | 27              | 2.5 |            |         |
|                             | 40s                         | 36   | 3.4 | 246                | 23.0 | 41              | 3.8 |            |         |
|                             | 50s                         | 18   | 1.7 | 12.                | 11.2 | 41              | 3.8 |            |         |
|                             | More than 60s               | 14   | 1.3 | 44                 | 4.1  | 17              | 1.6 |            |         |
| Income<br>(10 thousand won) | Less than 100               | 55   | 5.1 | 92                 | 8.6  | 17              | 1.6 | 57.287     | .000*   |
|                             | 100 ~ 199                   | 45   | 4.2 | 176                | 16.5 | 33              | 3.1 |            |         |
|                             | 200 ~ 299                   | 4.   | 3.7 | 225                | 21.0 | 32              | 3.0 |            |         |
|                             | 300 ~ 399                   | 17   | 1.6 | 125                | 11.7 | 25              | 2.3 |            |         |
|                             | 400 ~ 499                   | 7  | 0.7 | 47                 | 4.4  | 12              | 1.1 |            |         |
|                             | More than 500               | 5  | 0.5 | 32                 | 3.0  | 14              | 1.3 |            |         |
| Residential area            | Ulgin                       | 23   | 2.2 | 74                 | 6.9  | 18              | 1.7 | 63.751     | .000*   |
|                             | Seoul                       | 6  | 0.6 | 45                 | 4.2  | 10              | 0.9 |            |         |
|                             | Kyunggi                     | 31   | 2.9 | 52                 | 4.9  | 13              | 1.2 |            |         |
|                             | Gangwon                     | 17   | 1.6 | 43                 | 4.0  | 5               | 0.5 |            |         |
|                             | Chungchong                  | 14   | 1.3 | 12                 | 1.1  | 5               | 0.5 |            |         |
|                             | Cheolla                     | 4  | 0.4 | 20                 | 1.9  | .               | .   |            |         |
|                             | Kyungsang                   | 74   | 6.9 | 436                | 40.8 | 77              | 7.2 |            |         |
|                             | Jeju                        | .  | .   | 2                  | 0.2  | 1               | 0.1 |            |         |
|                             | etc.                        | 8  | 0.7 | 53                 | 5.0  | 12              | 1.1 |            |         |

\*p<.001



Table 5. Estimation of accessibility

| Item                                      | Very poor | Poor | Neutral | Good | Very good | Mean) | Mean in total |
|---|-----------|------|---------|------|-----------|-------|---------------|
| Convenience of transportation             | 8.4       | 12.9 | 40.2    | 23.7 | 6.0       | 3.07  | 3.25          |
| Convenience of road information and signs | 4.2       | 12.5 | 35.1    | 32.2 | 9.5       | 3.32  |               |

1: very poor-5: very good

우수)로 평가한 결과 '교통수단이용의 편리성'은 평균 3.07, '도로안내 표지시설의 편리성' 여부는 평균 3.32점을 나타내 행사장까지의 접근을 위한 교통안내 시설은 비교적 양호했던 것으로 평가되었다(Table 5).

## 2) 행사장 시설에 대한 평가

엑스포 행사장내 시설 수준에 대한 평가를 위해 주차시설, 휴식시설, 위생시설, 안내시설, 홍보물, 안내요원 수, 안전시설, 편의시설로 구분하여 질문하였다. '주차시설이용의 편리성', '휴식을 위한 제반 시설', '행사장내 안내시설'에 대한 응답은 각각 5점 척도상 평균 3.44점, 3.54점, 3.46점으로 나타나 비교적 양호한 것으로 조사되었다(Table 6).

행사내용에 대한 홍보물과 행사안내 요원의 수에 대한 응답은 각각 평균 3.39와 3.49점으로 나타났다. 물품보관소, 휠체어 대여 등 편의시설과 안전시설 수준에 대해서는 3.47점과 3.42점으

로 보통수준 이상으로 평가하였다. 화장실과 같은 위생시설의 경우 시설 전반의 평균값인 3.48점을 상회하는 3.65점으로 평가되어 가장 양호한 시설부분으로 인식되었다.

## 3) 엑스포 행사요원의 친절성에 대한 평가

엑스포 행사요원들에 대한 서비스 질 평가를 위해 행사진행 및 관리요원, 관련 시설 종사자, 그리고 전시부스 요원으로 구분하여 평가를 하였다. 응답자들은 '행사장 안내 및 관리요원들의 친절성'에 대한 응답은 3.59점, 관련시설 종사자들의 친절성에 대해서 평균 3.54점, 전시부스요원은 3.52점으로 비교적 긍정적으로 평가하였다(Table 7).

## 4) 행사내용 및 운영에 대한 평가

행사내용과 운영에 대한 평가를 위해 8가지 세부항목에 대해 질문하였다. 행사내용의 교육적 가치 부분은 3.53점으로 가장 높게 나타났으나

Table 6. Estimation of Facility

| Item                  | Very poor | Poor | Neutral | Good | Very good | Mean | Mean in total |
|-----------------------|-----------|------|---------|------|-----------|------|---------------|
| Parking               | 5.3       | 11.0 | 31.7    | 33.5 | 12.7      | 3.44 | 3.48          |
| Rest area             | 3.8       | 8.5  | 32.0    | 34.7 | 16.4      | 3.54 |               |
| Sanitation            | 2.3       | 7.7  | 27.9    | 37.6 | 17.4      | 3.65 |               |
| Information service   | 2.6       | 9.2  | 34.9    | 38.2 | 9.9       | 3.46 |               |
| Information materials | 1.7       | 12.5 | 36.2    | 34.4 | 9.2       | 3.39 |               |
| Number of guides      | 2.0       | 8.5  | 34.6    | 39.4 | 10.0      | 3.49 |               |
| Safety                | 2.0       | 8.6  | 39.1    | 33.3 | 8.1       | 3.42 |               |
| Convenience           | 2.1       | 8.0  | 36.1    | 32.5 | 10.8      | 3.47 |               |

1: very poor-5: very good

Table 7. Estimation of Kindness of the personnel

| Item               | Very poor | Poor | Neutral | Good | Very good | Mean | Mean in total |
|--------------------|-----------|------|---------|------|-----------|------|---------------|
| Guides             | 3.9       | 7.8  | 28.8    | 40.1 | 14.5      | 3.59 |               |
| Facility Operators | 3.5       | 9.7  | 26.2    | 41.9 | 12.8      | 3.54 | 3.55          |
| Booth managers     | 2.5       | 7.3  | 34.6    | 37.4 | 11.9      | 3.52 |               |

1: very poor~5: very good

Table 8. Estimation of Event contents and operation

| Item              | Very poor | Poor | Neutral | Good | Very good | Mean | Mean in total |
|-------------------|-----------|------|---------|------|-----------|------|---------------|
| Originality       | 2.8       | 13.3 | 41.7    | 27.6 | 8.0       | 3.26 |               |
| Interest          | 3.4       | 11.2 | 41.0    | 29.4 | 8.7       | 3.31 |               |
| Educational value | 2.4       | 9.3  | 32.5    | 36.1 | 13.7      | 3.53 |               |
| Diversity         | 3.0       | 12.2 | 35.8    | 33.2 | 9.2       | 3.38 | 3.31          |
| System            | 2.7       | 14.7 | 40.0    | 29.0 | 6.9       | 3.24 |               |
| Timing            | 4.0       | 18.6 | 31.8    | 29.4 | 9.6       | 3.25 |               |
| Scale             | 2.6       | 14.1 | 38.2    | 30.9 | 7.3       | 3.28 |               |
| Tour programs     | 3.2       | 16.9 | 36.8    | 28.9 | 7.1       | 3.22 |               |

1: very poor~5: very good

주변 관광지와의 연계 프로그램(3.22), 체계적인 행사진행(3.24), 행사시기(3.25), 행사규모(3.28)의 4개 항목에서 전체 평균값인 3.31점 보다 낮게 평가되었다(Table 8).

5) 기타

기타 사항으로 행사장내 식음료 종류와 가격, 기념품, 입장료 등에 대한 적절성 여부에 대한 참여자의 평가를 조사하였다. '식음료 종류의 적절성'은 평균 3.03점으로 조사되었으며 식음료 가

격도 2.91점으로 나타나 다른 항목에 비해 다소 낮게 평가 되었다. 또한 엑스포 행사장내에서 판매되고 있는 기념품과 행사와의 부합정도에 대해 응답자들은 2.92점으로 평가하였으며 행사장내 입장료와 시설사용료도 2.57점으로 나타나 향후 개선 노력이 요망되는 요소로 판단된다(Table 9).

6) 전반적인 관람객 만족 평가

울진 세계친환경 농업엑스포 행사 참여에 대한 전반적 만족도 조사에서 전체 응답자중 46.4%

Table 9. Estimation of others

| Item                   | Very poor | Poor | Neutral | Good | Very good | Mean | Mean in total |
|------------------------|-----------|------|---------|------|-----------|------|---------------|
| kinds of Beverage/Food | 4.4       | 19.1 | 44.1    | 20.5 | 5.1       | 3.03 |               |
| Price of Beverage/Food | 8.0       | 22.0 | 40.5    | 18.1 | 4.4       | 2.91 |               |
| Souvenir               | 7.2       | 21.0 | 39.9    | 20.2 | 4.0       | 2.92 | 2.86          |
| Entrance Fee           | 16.1      | 29.7 | 29.9    | 13.7 | 4.2       | 2.57 |               |

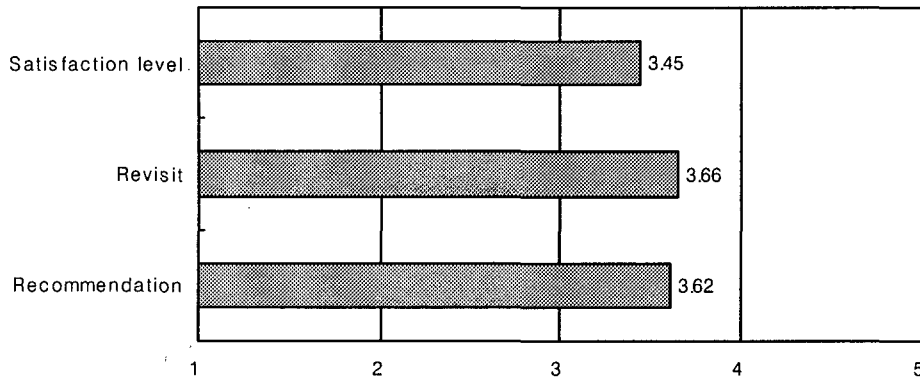


Figure 3. Overall satisfaction level of Expo

가 대체적인 만족감을 나타냈으며 불만족 수준의 응답비율은 6.0%(5점 리커드 척도상 3점 이하)로 나타났다. 응답자들의 전체적인 만족도 수준은 5 점 척도상 3.45로 나타나 보통수준에서 대체로 만족하는 범위로 비교적 긍정적으로 평가되었다 (Figure 3).

만족도 수준과 더불어 향후 동일한 주제의 엑스포에의 재참여 의사를 묻는 질문에 대해서도 응답자의 63.6%가 재참여 의사를 나타냈으며, 재참여 의사수준은 5점 척도상 3.66으로 긍정적으로 조사되어 엑스포 행사의 지속에 대한 가능성을 보여주었다. 친환경 농업엑스포에 대한 참여 권유 의사를 묻는 질문에 대해 응답자의 62.0%가 추천하겠다는 긍정적 권유의사를 보였다. 방문특성별로는 참가횟수가 많을수록 만족도 수준이 높은 것으로 조사되었고 여가와 교육목적으로 참여한 관람객의 만족도가 기타 목적의 관람객들보다 높은 것으로 나타나 엑스포가 지닌 관광상품적 기능은 물론 대중계몽과 교육이라는 개최 목적에 부합하는 성과를 거둔 것으로 판단된다.

## V. 결론

지역의 관광산업은 물론 경제와 사회·문화 등 개최지역 전반에 영향을 미치는 엑스포와 같은 대형 국제행사의 중요성에 대한 지방자치단체의 인식이 높아지면서 최근 들어 다양한 국제 행

사들이 경쟁적으로 개최되고 있다. 그러나 기대만큼의 효용성과 경제성을 창출하지 못한다는 문제점들이 지적되고 있다. 이는 행사 개최에 따른 성과 평가와 제기된 문제점들에 대한 원인규명 없이 행사가 지속되어 온 까닭에 지역활성화의 주요 수단으로서 이벤트의 유효성을 높일 수 있는 기회를 갖지 못한 데 기인한다. 개최 행사의 성과에 대한 정확하고 객관적인 사후 평가는 문제점을 발견하고 이를 개선하기 위한 과정으로 개최 효과의 지속과 보다 성공적인 재 개최를 위한 전제가 된다. 이에 본 연구는 2005년 7월 올진 왕피천에서 22일간 개최된 '세계 친환경 농업 엑스포'의 실질적 구성요소이자 성과 측정의 주요척도인 관람객의 만족 평가를 통해 향후 행사 효과의 유지와 강화를 위한 자료 제공을 목적으로 수행되었다.

조사결과 서비스 제공, 행사내용, 시설수준은 비교적 긍정적으로 평가되었으나 부가서비스 항목인 행사장내 식음료의 종류와 가격, 기념품의 적절성과 가격, 입장료 수준에 대해서는 상대적으로 낮은 만족도를 나타내어 국제행사로서의 외국관람객 유치, 행사장내 식음료 및 기념품의 다양화와 가격적정화 방안 마련, 참여자의 입장료 부담 경감 등은 향후 엑스포 개최에 따른 개선사항으로 제시되었다. 관람객들은 또한 행사참가 후 친환경 농업에 대한 관심과 인지도가 매우 높아졌다는 반응을 보임으로써 엑스포와 같은 농업

관련 행사가 최근 침체위기에 있는 한국 농업의 새로운 활로를 제시할 수 있는 매체로서의 가능성을 지닌 것을 간접적으로 보여 주었다. 행사참여에 따른 전반적인 만족 수준도 긍정적인 것으로 평가되었으며, 이후 이와 유사한 주제의 엑스포와 같은 행사에 대한 재참여 의사와 타인에 대한 참가권유 의사 수준도 비교적 높게 나타나 농업과 같은 일면 진부해 보이는 소재의 고부가가치 관광상품화 가능성도 확인하였다. 이러한 결과를 종합해볼 때 '2005 울진 세계 친환경 농업엑스포'는 지방자치단체 주최의 국제행사로는 비교적 성공한 사례로서 엑스포가 지닌 관광상품적 유인기능은 물론 대중계몽과 교육이라는 엑스포 고유의 개최 목적에 부합하는 소기의 성과를 거둔 것으로 판단된다.

### 참고문헌

- 경기개발연구원(1997) Mega-Event가 경기지역에 미치는 경제적 파급효과분석
- 김정민·전영주·유기준(2005) 2005 울진세계친환경 농업엑스포의 경제적 파급효과분석. 산업경영연구 17, 163-177.
- 박창수(1992) 대전세계박람회가 대전지역 관광에 미치는 영향에 관한 연구. 경기대학교 석사학위논문. 7-85.
- 신재기(2004) 전시산업론. 서울: 한울사. 19.
- 이강욱·최승묵(2003) 관광산업의 지역경제 기여효과 분석. 서울: 한국문화관광정책연구원
- 이장춘·박창수(2001) 서울: 대왕사. 61.
- 이정현(1998) 이벤트 관광방문자의 만족에 관한 연구: 광주 비엔날레 케이스를 중심으로. 한양대학교 대학원 석사학위 논문
- 주현식(2001) 컨벤션 참가동기, 개최지 속성, 만족 및 재참가 의도간의 영향관계. 동아대학교 대학원 박사학위 논문
- 한국지방행정연구원(1991) 대전엑스포'93이 도시발전 에 미치는 영향평가. 10.
- Abbey JR, Lück CK.(1994) The Convention and Meetings Sector: It's Operation and Research Needs. in IRB, Ritchie and CR. Goeldner(Eds.). Travel, Tourism and Hospitality Research(2nd ed.). Waterbury Press, Cranberry, N. Y. 273-284.
- Backman KF, Backman SJ, Uysal M, Sunshine KM (1995) Event Tourism: An Examination of Motivations and Activities. Festival Management and Event Tourism 3(1), 15-24.
- Crompton JL(1979) Motivations for Pleasure Vacation. Annals of Tourism Research 6(4), 408-424.
- Getz D(1991) Festivals, Special Events & Tourism. New York: VNR. 48.
- Go FM, R. Govers(1999) The Asian Perspective: Which International Conference Destination in Asia Are The Most competitive? Journal of Convention and Exhibition Management. 1(4), 37-45.
- Mathison A, Wall G(1982) Tourism: Economic, Physical and Social Impacts. Longman.
- Pizam A, Neuman Y, Reichel A(1975) Dimensions of Tourist Satisfaction with a Destination Area. Annals of Tourism Research 5(3), 136.
- Uysal, LM, AR. Hagan(1991) Motivation of Pleasure Travel and Tourism. VNR's Encyclopedia of Hospitality and Tourism. 798-810.
- 池邱小太浪(1991) 大田世界博覽會 譯, 萬國傳と 未來戰略, 63.