

# 수안보 온천축제의 평가가 추천의도에 미치는 영향

## Influences of Suanbo Spa Festival Evaluation on Visitors' Recommend Intentions

정현영

세명대학교 호텔관광학부

Hyun-Young Chung(rebels88@dreamwiz.com)

### 요약

본 연구의 목적은 수안보 온천제의 참가객들이 축제의 운영성과, 행사내용, 축제 이미지, 편의시설에 대한 평가와 이에 대한 호응도와 추천의도를 알아보기 위함이다. 연구의 결과는 다음과 같다,

첫째, 축제평가에서 60대의 노인계층이 축제를 긍정적으로 평가하였다. 이는 온천축제의 성격상 노인계층에게 많이 어필되기 때문이다. 따라서 노인계층에게 소구될 수 있는 전통차 만들기, 허브 마사지의 건강 체험중심의 Eco-therapy 프로그램을 제공함으로써 더 많이 유인할 수 있을 것이다.

둘째, 축제 이미지와 편의시설은 높은 호응도뿐만 아니라, 주변지인들에게 강력한 추천의도를 갖고 있는 것으로 나타났다. 활쏘기, 말타기, 가마타기, 사극복장입기의 전통체험중심의 내용을 통하여 이미지 제고와 편안히 쉴 수 있는 편의 및 휴식공간을 제공해야 할 것이다.

■ 중심어 : | 온천제 | 축제평가 | 호응도 | 추천의향 |

### Abstract

The main purpose of the study is to figure out visitors' intentions for the Suanbo Spa Festival after they participated the events, programs offered from the Suanbo Festival organization. The visitors were also asked to evaluate contents, images, and convenience facilities of the festival. The study found that only visitors over 60s of age positively evaluate the festival, therefore, products such as traditional tea-making, herb-massage will attract old aged group. The findings suggests that event image and convenient facilities have impact on tourists' responses and intentions to their neighbors. The result of the study also recommend traditional participations such as horseback-riding, GaMa-riding, Korean traditional archery shooting to be added to the participating program

■ keyword : | Spa Festival | Festival Evaluation | Recognition | Recommend Intention |

## I. 서론

### 1. 문제제기 및 연구목적

1995년도부터 지방자치체가 실시되고 주 5일제로 인

하여 여가문화가 증가하면서 지역경제 활성화와 주민들의 결속력을 다지기 위한 문화전략으로 축제가 부각되고 있다. 성공적인 축제는 지역의 경제적인 발전과 동시에 관광객 유입의 결정적인 역할을 하기 때문에 지

자체가 적극적으로 개최하려는 것이다. 따라서 관광객들은 축제를 통하여 대인교류, 자연친화, 모험과 이색적인 체험, 창의적인 체험을 직·간접적으로 체험하기를 원한다[1].

지자체별로 축제를 적극적으로 개최하려는 이유는 진지한 여가, 라이프스타일, 사회화 욕구, 창의력과 진정성 경험의 욕구에 근거하지만 무엇보다 직접적으로 지역발전과 문화가 기반이 되는 개발계획과 밀접한 관계를 무시할 수 없기 때문이다[2]. 또한, 지역의 긍정적인 이미지 창출과 부정적 영향의 최소화, 지역주민과 방문객의 우호적이고 밀접한 관계형성, 자연적이고 사회·문화적인 환경 보호, 결과적으로 관광수익이 지역 경제로 유입되기 때문이다[3][4].

1980년대에 점진적으로 증가하던 축제가 1990년대를 들어서면서 5년 간격으로 거의 두 배씩 증가하였고, 특히 1996년부터 2005년 사이에 생겨난 축제는 전체 축제의 64%에 해당되고, 2006년에는 1,176개에 이르고 있다[5]. 이처럼 지자체의 지원과 육성으로 양적으로 성장한 반면에 독창성 미비, 전문적인 축제기획과 운영인력의 부족의 질적인 측면의 경쟁력 부재로 세계적인 축제로 현재화시키지 못하고[6]관광객들이 원하는 소재 발굴, 차별화된 이미지, 독특한 문화를 체험할 수 있는 프로그램을 만들기 위해서는 축제에 대한 다각적이고 현실적인 개선노력이 필요하다.

본 연구는 축제 참가자들이 축제의 운영성과, 행사내용평가, 축제 이미지, 편의시설에 대한 평가와 호응도 및 주변지인들에게 어느 정도의 추천의향을 갖고 있는지 파악하고자 한다. 이로써 자생력 있는 축제를 활성화하기 위한 기초자료를 제시하고자 한다.

## II. 이론적 배경

### 1. 축제의 개념 및 기능

“지역 고유의 전통문화를 계승·발전시키고 지역주민의 정체성 제고와 타 지역 주민에게 지역에 대한 이해를 증진시키기 위해 지역주민, 지역단체, 지방정부가 주체가 되어 개최되는 축제로 지역주민들의 총체적인

삶과 전통 문화적 요소가 잘 반영되어 있는 공동체적 성격의 행사”로 규정하였다[5].

지역축제는 지역 내에서 지역주민들이 공유하고 있는 역사와 문화의 가치를 프로그램화된 행사로서 지역주민에게는 단결심과 지역에 대한 자긍심을 높이고 외부 방문객에게는 호기심과 흥미를 유발시키고, 이로 인하여 경제적, 사회·문화적 효과가 발생하게 된다.

이와 같이 지역문화의 활성화는 지역주민의 삶을 윤택하게 하는 기본적인 전제조건이 되고, 무엇보다도 가장 우선시해야 하는 것은 자신이 속해있는 지역의 문화에 대한 지역주민이 느끼는 자부심이다.

“개인 또는 공동체에 특별한 의미가 있거나 결속력을 강화시켜주는 협의적인 이벤트로서 전통문화의 보존, 지역주민의 일체감 형성, 문화적 향유 기회 제공과 이에 따른 경제적 편익의 창출”이라 하였다[7].

오늘날의 축제는 막대한 투자 없이 제한된 관광자원을 극대화할 수 있는 관광 상품으로써 관광수급의 불균형에 능동적으로 대응할 수 있는 대안관광으로 인식되고 있다[8]. 따라서 축제는 지역문화와 지역관광이라는 두 가지 목적을 달성할 수 있도록 진행되어야 한다.

한국관광공사[9]가 규정한 축제의 역할과 기능은 특정지역의 매력도 제고, 지역고유의 이미지 형성, 관광성수기 연장과 새로운 관광시즌 창출, 지역전통과 역사의 재연을 통하여 문화 관광시설, 관광지 활성화, 관광상품의 고부가 가치화, 지역경제의 활성화를 들 수 있다. 또한, 관광개발에 따른 부정적인 요소의 최소화, 지역주민과 방문객의 우호적인 관계형성, 사회·문화적인 환경을 보존할 수 있는 대안관광으로 인식된다고 하였다[4]. 따라서 축제는 음식, 안전, 의사소통과 같은 관광객을 위한 필수적인 서비스를 기반으로 하여 고유성과 오락성이 포함되어 추구편익을 만족시키는 포괄적인 상품으로 구성되어야 한다.

지역축제로 통하여 개인적으로는 문화적인 삶의 질을 향상시키고, 사회공동체면에서는 현대사회의 부작용인 사회해체현상을 예방하고 “우리”라는 공동체 의식을 회복시키는 기능을 하게 된다[5]. 지역의 사회·문화적 정체성이 강화되는 것[10]은 물론이고 지역 자긍심의 고취, 단합, 사고의 전환, 지역문화의 이해도 및 이

미지 제고를 기대할 수 있다. 즉, 사회적 통합과 지역발전의 최대 수혜자가 된다.

지역축제의 주최자에 따라 목적은 2가지로 구분된다. 규모가 작고 지역주민의 자발적 의지가 강한 축제에는 애향심, 단합 및 공동체 의식의 연대감 고취, 지역의 정체성을 강화시키는 반면에 지자체, 경우에 따라 지방정부나 중앙정부의 지원을 받는 경우는 관광과 산업발전을 통하여 대외적인 이미지 고양과 다차원적인 교류를 통하여 실질적인 지역발전을 추구하는 경향이 강하다.

## 2. 축제평가

지역별로 독특한 주제와 매력을 갖고 있는 축제는 도자가 주제인 이천 도자기 축제, 인삼을 주제로 한 풍기인삼 축제, 무술에 해당되는 충주세계무술축제, 철쭉의 소백산 철쭉축제가 있다. 수안보 온천제도 예외는 아니다.

표 1. 축제평가 사례

평가자	평가목적	평가내용	평가항목
이강욱 (1998) (18)	-축제의 관광 상품화를 위한 세부 평가 항목 및 배점 체계 도입	-축제행사 구성/내용/문화관광자원, 관광수용체계, 경제효과, 사회문화환경기술 평가	-독창성, 흥미성, 이해성, 충실성, 고유성, 개최시기/기간/횟수, 체험관광, 주민참여, 지역특산물 -역사문화, 스포츠 레크레이션, 관광문화행사, 접근성, 교통/숙박, 편의시설, 축제주인 인력조직, 외국인유치실적, 상품개발, 안정성 -환경보호, 연구개발, 지자체의의지
유기준 김정민 (2003) (7)	-축제의 종합적인 운영 효율화 방안 제시	-축제 참여 (접근성, 시설환경, 진행자의 현대성, 축제내용/운영)에 대한 만족도	-교통시설 이용편리성, 도로안내 표지판, 주차/휴식/위생시설, 안내표시시설 -홍보물, 안내원 수, 안전시설 -행사내용의 흥미성과 지역이미지 적합성 -진행/시기/장소의 적합성, 식음료/기념품의 가격, 종류의다양성
문화관광부 (2005) (19)	-문화관광 축제의 육성/지원을 위한 참관 평가	-외국관광객 유입, 지명도 관광연계성 평가	-홍보안내, 행사진행전반, 축제내용, 쇼핑음식, 운영/주민참여 -외국 관광객수용, 숙박/관광평가
문화관광부 (2005) (20)	-관광객 만족도 평가	-축제참가 만족도 평가	-접근성, 홍보안내, 행사내용, 관광기념품, 음식, 주변관광지이용, 편의시설 -경제적 파급효과, 축제의 사회적/문화적/환경적 영향 평가
문화연대 (2005) (21)	-문화관광 축제 평가	-축제조직/기획/준비과정, 현장내용, 평가항목 평가	-재정규모, 기획주제, 축제조직/준비 -행사장 및 프로그램, 평가시스템, 문화 및 경제효과 평가

주) 논자 재구성

정강환[11]은 3회에 걸친 금산인삼축제에서 주차의 편리성, 다양한 볼거리, 안내 서비스, 편의시설, 편리성의 5개 항목을 지역축제를 평가하는 요소로 제시하였다.

장경수[12]는 전국에서 개최되는 문화축제가 지역의 고유문화와 전통에 기초를 두고 있어 축제내용에 대해 상대적으로 만족도가 높은 반면에 관광안내소, 주차 및 편의시설은 불만족의 요소가 되고 있다.

표 2. 문화관광축제의 참관 평가항목[18]

항목	내용	세부사항
홍보/안내	-사전홍보(신문, 방송, 라디오, 역, 터미널, 호텔) -현장홍보(홍보물/안내부스) -안내체계	-홍보물 배포 -행사장 접근성 -안내서비스/ 친절도 -단위행사의 해설체계와 활용도 -기타 필요정보의 적절한 안내체계 -정보 획득의 행사장 접근편리성
행사진행	-행사장 배치 -행사주제 -관광객 편의시설	-행사장 배치의 적정성(공간적 부분) -축제와 각 프로그램 구성의 적절성 -휴식시설/장소의 배치여부 -주차장, 휴게실, 화장실
축제 프로그램	-체험 프로그램 -축제 내용의 차별성 -프로그램의 주제관련성	-대표 체험 프로그램 개발여부 -독특한 지역문화체험기회의 제공 -관광객의 호응(참여도, 만족도)
쇼핑/음식	-지역 특산물 판매 -지역상권 활용/판매 -축제상품의 다양성	-외지/지역상인의 활동여부 -지역특산물 종류/판매여부 -상품/음식의 다양성 -관광객 비용 지불정도 -품질/서비스에 대한 관광객 만족도
운영/주민참여	-행사일정-유관기관 관계 -축제주제/의지 -지역주민호응	-행사일정 준수 -유관기관협조상태 -문제대처 능력/개성있지 -지역주민의 만족도/참여도
외국인 관광객 수용태세	-홍보물 -통역도우미	-행사장내 외국인안내책자 -통역 안내원 관련사항 -역, 터미널, 공항에 홍보물 배포
숙박/연계 관광	-역내 관광자원 연계 -숙박/교통/편의시설 연계	-연계 코스 이용/교통이용의 편리성 -숙박시설 이용정도 -숙박예약의 편의성/가격의 적절성

자료) 문화관광축제

성공적인 축제는 적어도 축제의 “지역적 특성”, 내용의 “독창성” 확보, 민중적 “주체성”과 문화산업으로서 “생산성”과 축제의 지식기반 확충으로 “전문성”을 갖고 있어야 한다[13]. 이러한 예로는 전문성에서 오스트리아 잘츠부르크 음악축제, 경제적 효과 면에서 영국에 단버러 국제페스티벌, 현대성에서 프랑스 니스카니발, 대중성에서 독일 뱌렌 맥주축제, 문화적 효과 면에서

스페인 뷰놀 토마토축제, 전통성에서 일본 삿포로 눈 축제가 해당된다.

문화연대[14]는 축제기획(기획취지, 목적, 컨셉의 적절성), 준비과정(주민 참여도, 조직체계의 적합성과 일관성), 시행과정, 인지도의 사후과정으로 4가지 관점에서 축제 평가가 이루어진다. Wicks과 Fesenmaier[15]는 관광과 축제의 경우 제조품과 근본적으로 다르기 때문에 서비스의 질을 향상시키기 위한 시도가 고려되어야 하고, 행사의 짜임새, 축제 안내시설, 전시품의 다양성, 적절한 음식 가격, 주차시설 및 화장실의 이용 편리성이 평가기준이 된다고 하였다.

표 3. 전통문화 축제 평가지표

기준	평가기준	평가항목
운영 프로그램	운영조직/ 축제 프로그램 23점	- 자체적인 행사평가 - 축제준비기간
		- 자원봉사 교육/인력운영
		- 지역 주민 참여도
		- 향토성 - 체험성 - 신성성
		- 다양성 - 보존성 - 교육성
		- 차별성 - 몰입성
전통문화	전통문화 이해 31점	- 지역문화 정체성 표현
		- 전통문화에 대한 이해
		- 주민의 전통문화 이해도
	전통문화 체험 23점	- 지역문화 발전
		- 전통문화 학습관 - 내용의 역사성
		- 의사소통과 학습효과
서비스 품질/ 행사진행 전반	쇼핑/음식 6점	- 특산물 매력 - 기념품 다양
		- 음식의 질
	정보제공/안내체계 5점	- 홍보 - 안내시설
		- 안내 편의성
	행사전 12점	- 주차 편의성 - 행사장 배치편리성
		- 행사시간 정확성 - 자원봉사 친절성
총 점수	100점	- 휴식공간 확보 - 행사장의 자연조화성

조현호외[16]는 경주 전통주와 떡 축제에서 편의성, 가치 체험성, 심리성, 다양성을 축제 평가항목으로 구성하였고, 이훈, 김정은[17]은 지역성, 주제성, 체험성, 유사성을 문화관광 축제의 평가기준으로 하였다.

일반적으로 우리나라의 지역축제는 체험행사(체험, 채취, 굿기, 견학, 썰기, 시식회, 배워보기), 전시행사(홍보관, 작품전시관, 지역특산물 전시 판매), 공연행사(전통 민속공연, 사물놀이 공연, 국악한마당, 방송국의 공개방송, 가요공연, 지역 미인선발대회, 고적대 퍼레이

드), 부대행사(개·폐막식, 관광지 순환 이벤트, 학술대회, 연예인 사인회, 각종 먹거리 장터)로 구성된다.

### III. 표본설계

#### 1. 표본설계

축제에 참가한 지역주민과 방문객을 대상으로 축제 평가에 어떤 영향을 미치고 주변지인들에게 어느 정도의 추천의도를 갖게 되는지 파악하고자 한다. 이에 대한 연구가설은 다음과 같다.

- 가설 1 : 인구통계적인 사항에 따라 축제평가에 유의적인 영향을 미칠 것이다.
- 가설 2 : 축제평가가 참관객의 호응도와 추천의사에 유의적인 영향을 미칠 것이다.

설문지는 축제 운영성과(11개 항목), 행사내용 평가(10개 항목), 축제 이미지(6개 항목), 편의시설(9개 항목), 인구통계적인 사항, 호응도와 추천의사를 포함한 8개 항목의 5점 척도로 구성된다.

관람객 스스로가 기입하는 자기기입법을 실시하였고, 설문지의 신뢰도를 높이기 위해 관람객에게 소정의 경품을 제공하였고, 응답율을 높이기 위해 사전에 교육을 받은 호텔관광학부 학생들이 설문지를 250부를 배포하여 불성실하게 응답한 경우를 제외한 248부를 회수하여 분석에 이용하였다.

조사기간은 축제기간에 해당되는 2007년 4월 27일에서 29일의 3일간에 걸쳐서 실시하였다.

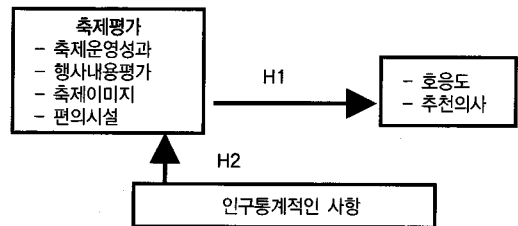


그림 1. 연구모형

2. 분석결과

성별에서 남성은 115명(46.4%), 여성은 133명(53.6%)이고, 연령대는 20대-30대는 109명, 40대는 66명, 50대는 49명으로 나타났다. 학력에서 고졸이 88명(32.7%), 대졸은 117명(47.2%)로 나타났다, 직업에서 서비스업은 54명(21.8%), 전문직은 47명(19.0%), 자영업은 43명(17.3%)이다.

평균소득은 200만원은 91명(36.7%), 200-300만원은 62명(25.0%)이고, 거주지에서 지역주민은 113명(45.6%), 관광객은 135명(54.4%)이고, 교통수단은 자가용이 127명(51.2%), 관광버스는 52명(21.0%)이다.

관람객의 특징으로는 20-60대의 다양한 연령대가 참여하였고, 거주지는 지역주민과 관광객이 50%의 비율로 나타나서 온천축제가 이미 지역축제로 정착되어 있음을 보여주고 있고, 또한 지역경제 활성화에 역할을 하고 있음을 의미한다.

표 4. 인구통계적인 특징(n=248)

변수명	항목	빈도 수	비율	변수명	항목	빈도 수	비율
성별	남성	115	46.4	거주지	지역주민	113	45.6
	여성	133	53.6		관광객	135	54.4
연령	20대	50	20.2	직업	농수산업	42	16.9
	30대	59	23.8		공업/상업	17	6.9
	40대	66	26.6		서비스업	54	21.8
	50대	49	29.8		전문직	47	19.0
	60대이상	24	9.7		학생	25	10.1
학력	국졸	16	6.5	자영업	43	17.3	
	중졸	22	8.9	공무원	20	8.1	
	고졸	88	32.7	< 100만원	46	18.5	
	대학재학/졸	117	47.2	100-200	91	36.7	
교통수단	대학원재학/졸	12	4.8	200-300	62	25.0	
	대중교통	8	3.2	300-400	30	12.1	
	자가용	127	51.2	400만원 >	19	7.7	
	미니버스	42	16.9				
	관광버스	52	21.0				
	기타	18	7.3				

[표 5]에서 축제운영성과에서 행사일정 및 시간준수, 유관기관의 협조, 행사 개선을 위한 노력을 가장 높게 평가하였다. 이는 23회를 거듭하면서 축적된 경험과 노하우가 반영되었기 때문에 전반적인 행사운영능력이 뛰어남을 입증하고 있다.

행사장 주변의 청결 및 질서유지가 낮게 인지한 것으

로 나타났다. 이는 관람객들에게 부정적인 이미지를 줄 수 있기 때문에 위생과 청결부분에 많은 신경을 써야 할 것이다. 따라서 관람객 입장시 쓰레기봉투와 추천권을 제공하여 퇴장시에 본인이 사용한 쓰레기를 가지고 올 경우 추첨을 통하여 소정의 경품을 제공함으로써 관람객들의 청결과 질서유지 참여를 유도할 수 있을 것으로 사료된다.

표 5. 축제운영성과에 대한 평가

변수	평균값	표준편차
행사일정 및 시간준수	3.59	.78
축제 유관기관의 협조	3.56	.74
행사 개선을 위한 노력	3.54	.77
효율적인 행사장 배치	3.45	.82
적절한 자원봉사자 수	3.42	.81
축제의 짜임새/진행정도	3.41	.90
문제발생시 효율적인 대처능력	3.39	.78
충분한 전문인력 확보	3.34	.85
질서유지 상태	3.29	.83
축제장 주변의 청결/위생상태	3.28	.88
적절한 안내 담당자 수	3.15	.78
총합계	3.40	.52

표 6. 축제 행사내용에 대한 평가

변수	평균값	표준편차	변수	평균값	표준편차
지역 이미지 향상	3.55	.82	축제 주제와 프로그램의 일치	3.36	.73
지역주민/지역간 갈등해결	3.54	.76	전시/공연 내용의 독창성	3.25	.78
문화생활 향상	3.52	.78	다양한 행사 프로그램	3.19	.83
축제에 대한 자부심	3.40	.80	불거리	3.13	.91
지역주민의 참여도	3.38	.83	즐길거리	3.13	.87
			총합계	3.35	.50

관람객들은 지역 이미지 향상, 지역 간의 갈등해결, 문화생활 향상을 높게 평가하였다. 타 지역의 홍보수단과 주민들의 삶의 질을 높일 수 있는 수단이 되기 때문이다. 불거리와 즐길 거리가 낮게 평가된 이유는 젊은 관람객을 끌어 모을 수 있는 프로그램이 다양하지 못함을 보여주고 있다. 따라서 긍정적으로 호평한 프로그램은 내년에도 반영하는 반면에 그렇지 못한 것은 과감히

없앨 필요가 있다.

표 7. 축제 이미지에 대한 평가

변수	평균 값	표준 편차	변수	평균 값	표준 편차
지역 이미지 제고	3.57	.80	축제의 지명도	3.42	.85
행사 관계자의 친절	3.52	.79	전통문화 이미지 반영	3.40	.87
지역주민들의 친절	3.48	.78	독특한 성격의 축제	3.27	.86
			총합계	3.44	.55

지역 이미지 제고, 행사 관계자와 지역주민의 친절을 높게 평가한 것은 지역 홍보와 더불어 행사 진행자와 주민들의 세심한 배려와 친절이 축제를 긍정적으로 평가한 것으로 해석된다. 반면에 전통문화 이미지 반영, 독특한 성격의 축제로 낮게 평가한 것은 온천제가 타 지역의 축제와 크게 차이가 없음을 의미하며, 전통문화가 반영되면서 체험중심의 프로그램으로 편성되어야 할 것이다.

표 8. 편의시설에 대한 평가

변수	평균 값	표준 편차	변수	평균 값	표준 편차
충분한 숙박시설	3.61	.87	도로교통 안내 정보	3.35	.80
충분한 식당시설	3.54	.85	기념품점	3.29	.82
휴게점 시설	3.53	.85	행사장 접근성	3.25	.85
다양한 지역 특산물 제공	3.43	.84	충분한 주차시설 확보	3.08	.93
위락업소 시설	3.43	.82	총합계	3.39	.50

편의시설에서 숙박시설, 식당과 휴게점 시설을 긍정적으로 평가한 반면에 행사장 접근성 및 주차시설을 가장 낮게 평가하였다. 대부분의 관람객들이 자가용을 이용하기 때문에 대중교통 이용 시 가장 많은 접점지역에 임시주차장을 만들고 행사장까지는 무료셔틀버스를 운행하여 행사장과와의 접근성과 효율적인 질서유지를 할 수 있을 것으로 판단된다.

표 9. 연령에 따른 온천축제의 차이검증

연령 요인	20대 (n=50)	30대 (n=59)	40대 (n=66)	50대 (n=49)	60대 (n=24)	F(P)
편의 시설	3.27± .46 L**	3.52± .47 -	3.38± .47 -	3.28± .45 L	3.59± .64 H	3.451/.009*

\*P<0.1  
\*\*MRT(Ducan Multiple Range Test)에 의하여 평균의 차이를 H)M)L 로 구분

인구통계적인 사항에서 연령과 학력에서만 차이가 있는 것으로 나타났다. 60대의 관람객들이 편의시설을 가장 높게 평가하였다. 이는 젊은 층에 비하여 노년층이 식당 및 휴게점 시설, 특산물 제공 및 기념품점을 긍정적으로 생각하기 때문인 것으로 사료된다.

표 10. 학력에 따른 온천축제의 차이검증

연령 요인	국졸 (n=16)	중졸 (n=22)	고졸 (n=81)	대졸 (n=117)	대학원졸 (n=12)	F(P)
축제운영 성과	3.74± .46 H	3.33± .46 L	3.33± .53 L	3.41± .36 L	3.49± .52 -	2.362/.054**
행사내용	3.76± .40 H	3.29± .46 L	3.24± .52 L	3.39± .49 L	3.19± .45 L	4.443/.002*
편의시설	3.67± .53 H	3.39± .40 -	3.30± .52 L	3.43± .49 -	3.28± .47 L	2.194/.070**

\*P<0.05 \*\*P<0.1  
\*\*MRT(Ducan Multiple Range Test)에 의하여 평균의 차이를 H)M)L 로 구분

학력에 따른 차이검증에서 초등학교를 졸업한 관람객이 축제운영성과, 행사내용평가, 편의시설의 요인을 높게 인지하는 것으로 나타났다. 이는 60대의 초등학교 졸업한 관람객들이 온천제의 전반적인 내용을 긍정적으로 평가한 것을 의미한다.

가설 1에서 연령과 학력만이 축제평가에 유의적인 영향을 미치는 것으로 나타났다.

가설검증에 앞서 구성요인간의 상관관계가 유의한지를 판단하기 위하여 상관분석을 실시한 결과 요인간의 상관관계가 P<0.01에서 유의수준을 보여주고 있다.

표 11. 구성 요인간 상관관계 분석

구분	요인 1	요인 2	요인 3	요인 4
요인 1 축제운영성과	Pearson 상관계수 1	.678*	.596*	.476*
	유의확률(양쪽)	-.000	.000	.000
요인 2 행사내용	Pearson 상관계수 .678*	1	.750*	.577*
	유의확률(양쪽)	.000	-.000	.000
요인 3 축제이미지	Pearson 상관계수 .596*	.750*	1	.504*
	유의확률(양쪽)	.000	.000	-.000
요인 4 편의시설	Pearson 상관계수 .476*	.577*	.504*	1
	유의확률(양쪽)	.000	.000	-.000

\*상관계수는 P<0.01에서 유의수준(양쪽)입니다.

표 12. 온천축제의 운영에 대한 회귀분석

구분	B	Beta	T-값	P-값	Clinearity statistics	
					Tole.	VIF
상수	-8.74E02	-	-.253	.801	-	-
축제운영성과	7.880E03	.005	.068	.946	.515	1.942
행사내용	.179	.110	1.204	.230	.328	3.052
축제이미지	.573	.382	4.728	.000*	.418	2.393
편의시설	.275	.167	2.581	.010**	.647	1.547

R<sup>2</sup>=.338, Adjusted R<sup>2</sup>=.327, F변화량=31.034(P=.000), Durbin-Watson=2.075 \*P<.001 \*\*P<.005

회귀모형의 적합성을 검증해주는 F값이 31.034이고, 다중공선성에도 문제가 없는 것으로 나타났다. 온천축제에 대한 호응도를 분석한 결과 축제 이미지는 0.382, 편의시설은 0.167의 영향을 미치는 것으로 나타났다, 또한 R<sup>2</sup>값이 0.338로 높은 설명력을 보이고 있다. 축제 이미지가 관람객들의 호응도에 가장 많은 영향력을 미치는 것으로 나타났다.

표 13. 온천축제에 따른 추천의사의 회귀분석

구분	B	Beta	T-값	P-값	Clinearity statistics	
					Tole.	VIF
상수	-.363	-	-1.210	.227	-	-
축제운영성과	6.934E02	.046	.690	.491	.515	1.942
행사내용	.386	.252	2.988	.003**	.328	3.052
축제이미지	.452	.320	4.299	.000*	.418	2.393
편의시설	.218	.142	2.363	.019**	.647	1.547

R<sup>2</sup>=.436, Adjusted R<sup>2</sup>=.426, F=46.913(P=.000), Durbin-Watson=1.920 \*P<.001 \*\*P<.005

온천축제에 대한 관람객들의 추천의사를 분석한 결과 F값은 46.913이고 p<.00으로 유의수준에 있음을 보여주고 있다. 축제 이미지는 0.320, 행사내용평가는 0.252, 편의시설은 0.142의 영향력을 미치는 것으로 나타났다. 또한 R<sup>2</sup>값이 0.436으로 매우 높은 설명력을 보여주고 있다. 축제 이미지, 행사내용, 편의시설 순으로 강력한 추천의사를 갖게 되는 것으로 나타났다.

가설 2에서 축제평가의 축제 이미지와 편의시설은 관람객들에게 호응도와 추천의사에 유의적인 영향을 미치는 것으로 나타났다.

표 14. 온천축제에 따른 호응도의 회귀분석

구분	B	Beta	T-Value	P-Value
상수	1.886	-	10.178	.000
호응도	.457	.487	8.735	.000*

R<sup>2</sup>=.237, Adjusted R<sup>2</sup>=.234, F변화량=76.297 (P=.000), Durbin-Watson=2.060 \*P<.001

축제에 따른 관람객들의 호응도에 대한 분석을 보면 F값은 76.297이고 전반적인 설명력 값이 0.237로 높게 나타났다. 이는 [표 13]와 [표 14]에서 보여주듯이 특히 축제 이미지와 편의시설을 좋게 평가할수록 높은 호응도와 지인들에게 긍정적으로 추천의향을 갖게 되는 것을 의미한다.

#### IV. 결론

수안보 온천제에 참가한 관람객들이 어떻게 축제평가를 하는지, 무엇보다도 주변 지인들에게 어느 정도의 호응도와 추천의향을 갖게 되는지 파악하고자 한다.

첫째, 다양한 연령대(20-60대)가 참가하였음에도 불구하고 60대만이 긍정적으로 축제를 평가하였다. 이는 온천축제의 성격상 노인계층에게 많이 어필되기 때문이다. 따라서 노인계층에게 소구될 수 있는 전통 차 만들기, 허브 마사지와 같은 건강체험중심의 Eco-therapy 프로그램을 통하여 더 많은 노인계층을 유인할 수 있는 것이다.

둘째, 축제 이미지와 편의시설은 높은 호응도를 갖고 있을 뿐만 아니라, 주변지인들에게 강력한 추천의도를 갖고 있는 것으로 나타났다. 활쏘기, 말타기, 가마타기, 사극복장입기의 체험중심의 프로그램을 통하여 이미지 제고와 지역 특산물 제공, 편안히 쉴 수 있는 휴게점 및 휴식공간이 필요하다.

본 연구를 통한 한계점은 첫째, 거주지를 지역별로 구분함으로써 좀 더 세분화된 지역 마케팅 자료로 활용하지 못하였다. 둘째는 방문객의 1인당 지출비용과 행사장 주변상인들의 매출액 변화를 통하여 경제적인 파급정도를 분석할 수 있을 것으로 판단된다.

참고문헌

[1] 이준엽, 유정립, 조현민, 조태영, "축제프로그램의 체험성에 관한 연구: 서산 해미읍성 사례 중심으로", 문화관광연구, 제7권, 제2호, pp.97-110, 2005.

[2] R. Prentice and V. Anderson, "Festival as creative destination," Annals of Tourism Research, Vol.30, No.1, pp.7-30, 2003.

[3] 김창수, "지방정부의 축제 이벤트 재무비교연구", 관광경영학연구, 제8권, 제No1호, pp.85-101, 2003.

[4] D. Getz, *Festivals, Special Events and Tourism*, Van Nostrand Reinhold, pp.52-55, 1991.

[5] 류정아, *한국 지역축제 조사평가 및 개선방안 연구 보고서*, 한국문화관광연구원, 2006.

[6] 김철원, 이석호, *문화관광축제 육성방안*, 한국문화관광연구원, 2001.

[7] 유기준, 김정민, "원주지역 문화관광축제의 평가 및 운영 효율화 방안에 관한 연구-치악산 복사꽃 축제와 한시 문화제를 중심으로", 한국산림휴양학회지, 제7권, 제1호, pp.49-57, 2003.

[8] 김계섭, "이벤트관광의 프로그램 개선방안", 관광학연구, 제18권, 제2호, pp.159-186, 1995.

[9] 한국관광공사, *국내문화행사 관광상품화 방안*, 한국관광공사, 1995.

[10] D. Gursoy, K. M Kim, and M. Uysal, "Perceived impacts of festivals and special events by organizers: an extension and validation," *Tourism Management*, Vol.25, pp.171-181, 2004.

[11] 정강환, "문화관광축제로서의 금산인삼제 행사 평가: 최근 3년간의 비교분석", 관광학연구, 제22권, 제3호, pp.31-46, 1998.

[12] 장경수, "축제의 서비스 품질이 방문자 만족과 행동의도에 미치는 영향", 한국관광학회, 제19권, 제3호, pp.131-145, 2005.

[13] 임재해, *축제의 세계화-한국축제의 이론과 현장*, 월인, pp.473-488, 2000.

[14] 문화연대, *지역축제 실태조사와 개혁방안연구 최종연구보고서*, 문화연대, 2002.

[15] B. F. Wicks and D. R. Fesenmaier, "A Comparison of visitor and vendor perceptions of service quality at a special event," *Festival Management and Event Tourism*, Vol.1, pp.19-26, 1993.

[16] 조현호, 유영, "지역축제의 만족도에 관한 연구: 경주 전통주와 떡 축제를 대상으로", 관광학 논총, 제4권, 제1호, pp.127-154, 2000.

[17] 이훈, 김정은, "문화관광축제 행사프로그램 내용 분석:1999년 상반기를 중심으로", 한국개발논총, 제12권, 제1호, pp.213-232, 2000.

[18] 이강욱, "문화관광 축제의 영향 및 운영 효율화 방안: 금산인삼축제 사례연구", 한국관광연구원, 1998.

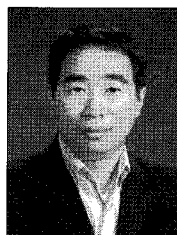
[19] 문화관광부, *2005 하반기 문화관광축제 평가보고서*, 문화관광부, 2005.

[20] 문화관광부, *2005년 시·도별 축제개최현황*, 문화관광부, 2005.

[21] 문화연대, *2005년 상반기 문화관광 축제*, 문화연대 2005.

저자소개

정현영(Hyun-Young Chung) 정회원



- 1988년 : 미, 네바다주립대 (UNVL)호텔경영학사
- 1990년 : 미, 플로리다주립대 (FTU)호텔 & 외식경영학 석사
- 2000년 : 청주대학교 대학원 경영학 박사

• 현재 : 세명대학교 호텔관광학부 조교수

<관심분야> : 서비스마케팅, 호텔정보시스템, 관광 & 외식사업 마케팅