

관광클러스터 구축이 지역축제 활성화에 미치는 영향에 관한 사례연구

원서진 (호서대학교 벤처전문대학원 석사)*

전인오 (호서대학교 벤처전문대학원 교수)**

국 문 요 약

본 연구는 관광클러스터가 지역을 단위로 하는 혁신 전략의 하나가 될 수 있다는 것을 전제로 관광클러스터 구축이 지역축제의 활성화에 미치는 영향을 실증적으로 검토하는 데에 그 목적이 있다.

본 연구의 목적을 달성하기 위해 문헌연구와 실증연구를 병행하였으며 충남지역 문화축제에 대한 인식, 충청도 지역문화 축제에 가장 가고 싶은 연계 관광지, 클러스터 특성, 참가 동기, 축제만족도, 재방문의사, 추천의도에 대한 분석을 실시하였다. 이를 위해 충남지역 문화축제와 관광지에 관람자 150명을 대상으로 설문조사를 실시하였고, 통계처리는 SAS 9 통계 패키지 프로그램을 활용하여 분석하였다. 사용된 통계분석기법은 빈도분석, 요인분석, 신뢰도분석, 다중회귀분석이다.

클러스터 특성 중 축제만족도와 재방문의사에 직접적인 영향을 가장 많이 미치는 것은 경쟁조건으로 나타났다. 동기와 관련해서는 축제만족도에는 내적동기가, 재방문 의사에는 외적동기가 더 많은 영향을 미치는 것으로 나타났다. 한편 내적 동기에는 요소조건이, 외적 동기에는 경쟁조건이 가장 큰 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 축제만족도에는 요소조건이, 재방문의사에는 경쟁조건이 간접적으로 가장 큰 영향을 미치는 것을 알 수 있다.

핵심주제어: 관광클러스터, 지역축제

I. 서 론

각 지방자치단체가 경쟁적으로 개최하는 지역문화축제는 21세기 초반 대안관광

* 제1저자, 호서대학교 벤처전문대학원 석사

** 교신저자, 호서대학교 벤처전문대학원 교수, eric@hoseo.edu

(alternative tourism)의 일환으로 지역의 문화적 가치를 함양시킴과 동시에 지역민의 고유유발 효과와 소득증대(김승겸, 2001)를 가져올 수 있는 새로운 산업으로 부각되기 시작하였다. 또한, 지역 문화축제는 공동체 생활 속에서 형성된 지역민의 독특하고 다양한 문화현상을 결집, 지역정체성을 확립하는 데 크게 기여하였다. 지역 정체성 확립은 지역문화축제에 있어 지역민의 소속감 제고는 물론 지역의 정치, 경제, 문화, 사회 등의 지역문화축제의 발전과 함께 지역과 축제 방문객의 문화적 욕구충족, 지역의 과거 역사를 통해 현재를 배우고 미래의 삶을 이어주는 교육적 기여 등 매우 긍정적인 효과를 가져왔다.

한편, 변화의 시대인 21세기에서는 기존의 방법만으로는 더 이상 효과를 기대하기 어려우며, 더 나은 성과창출을 위해서는 새로운 방법을 찾아야 한다. 때문에 많은 분야에서 혁신에 관한 논의들이 진행되어 왔으며, 국내·외에서 이와 관련된 많은 연구들이 쏟아져 나왔다. 연구가 거듭되고 지식정보화 사회에 진입하면서 산업사회에서 통용되던 산업집적지나 산업클러스터라는 개념은 클러스터 내에서 지식의 창출, 활용, 공유라는 개념들과 융합하여 혁신클러스터라는 개념으로 진화하였다(김중우, 2008).

그러나 상대적으로 관광 분야에서는 혁신이나 클러스터를 통한 관광기업 혹은 관광목적지의 경쟁력 강화를 도모하기 위한 연구가 부족한 실정이다. 그 이유는 지역축제를 비롯한 지역문화산업 육성 정책이 아직 걸음마 단계에 불과하고(김남주, 2007), 정치·경제·사회의 여러 가지 요인들과 맞물려 변화하는 정책의 변화가 문화 클러스터의 전략적 방향에 혼동을 야기하기 때문이다(장혜영, 2008). 따라서 이와 관련된 연구도 자유롭지 못하고 제한적일 수밖에 없다.

본 연구는 관광클러스터가 지역을 단위로 하는 혁신 전략의 하나가 될 수 있다는 것을 전제로 관광클러스터 구축이 지역축제의 활성화에 미치는 영향을 실증적으로 검토하는 데에 그 목적이 있다. 이러한 연구는 관광클러스터 특성들과 성과와의 관계를 명확히 보여줌으로써 관광개발정책 수립 시 뚜렷한 기준을 제시할 수 있으며, 더 체계적이고 깊이 있는 관광산업클러스터 연구를 위한 기초자료가 될 수 있을 것이다.

II. 이론적 배경

2.1 지역축제의 개념

지방화시대의 도래와 함께 지역축제는 지역사회 통합을 위한 기제로서 기능할 뿐만 아니라 지역문화 육성 및 창조에 기여하고, 지역사회 전반에 걸쳐 활성화를 이끌어

내는 등 지역사회의 새로운 전기를 마련하는 데 효과적인 역할을 담당하고 있다(권자경, 2001). 축제의 의미를 크게 두 가지로 살펴보면 좁은 의미로는 지역적 상관성 속에서 생성, 전승된 향토의 고유하고 전통적인 문화유산을 행사화한 것이고, 넓은 의미로는 이러한 행사뿐 아니라 흔히 말하는 문화제·예술제·민속예술경연대회 등의 문화행사 전반을 포괄하는 개념으로 규정되고 있다(이정혜, 2000; 김경훈, 2005 재인용).

지역축제는 지역의 역사와 전통을 바탕으로 지역 주민이 주체가 되어 연출하는 지역의 자존심과 화합의 행사이며, 지역문화의 계승, 발전에 의의를 둔다. 일 년 가운데 특정한 지역에서 특정한 시기에 일시적으로 즐기면서 지역주민의 유대감을 증대시키는 것이 지역축제라고 할 수 있다(최기순, 2009).

과거의 축제가 사회적 의식·습관·사고를 바탕으로 그 시대의 사회에 맞는 기호들을 가지고 축제를 이끌어 왔다면, 오늘날의 축제는 산업사회의 시대정신과 감각에 맞는 축제의 기호들로 발전하였다. 사람들을 끝만한 소재가 있으면 지역축제화 하여 축제를 외부에 소개하고 외지인을 축제에 참석하게 하여 지역의 이미지를 강화하고 재정립하는 것이 오늘날 지역축제의 개념으로 자리 잡고 있다(서태양, 1999; 김일용, 2009 재인용).

한편, 지역축제와 문화관광축제로서의 지역문화축제를 조금은 구분해야 할 필요가 있다. 문화관광축제는 적극적인 성격의 축제로 벌어들이는 즐거움이 목적인 축제 즉, 관광객을 끌어들이고 그들이 기꺼이 지출을 하게끔 만드는 축제를 말한다. 반면 지역축제는 그 마을에서 늘 이루어졌던 지역주민들만의 축제를 말하며, 이러한 지역축제에서 벗어나 문화관광축제로 탈바꿈해야만 하는 시기가 되었다. 행사의 주체인 지역주민들이 자부심을 갖고 관광객을 맞이할 준비가 되어 있지 않은 축제는 단순히 지역축체에 머무를 뿐이며, 진정한 의미의 문화관광축체로 승화될 수 없다(양태현, 2008).

문화관광축체로 발전된 지역축체는 지역문화의 육성과 지역이미지 개선효과, 관광효과, 지역경제의 파급효과, 지역주민의 자긍심과 지역에 대한 정체성 고취효과 등을 얻을 수 있기 때문에 지역축체란 지역주민의 생활과 총체라고 할 수 있다(김두리, 2007; 양태현, 2008 재인용).

지역축체는 사회구조의 변화와 산업화의 진전에 의한 지역 주민의 가치체계를 결속하는 역할을 하고 있다. 그러므로 지역주민의 삶을 제고하고 공동체 의식을 제고하는 최적의 대안으로 지역 문화관광축체의 가치성과 소중함을 인식할 수 있다(장장식, 1996). 더불어 평상시에 억압되고 간과되었던 인간의 감정과 행동을 표현하는 기회를 제공하는 장으로서 축체행위를 통하여 과거와 현재 그리고 미래를 연결하는 기능을 지역의 문화관광축체를 통해 발견할 수 있다(정지원, 2004 재인용).

2.2 클러스터의 체계

Dunning(1997)은 혁신클러스터의 발전을 위해서는 요소부문, 관련 산업, 기업전략·구조·경쟁력 및 수요부문에서 정부가 다양한 역할을 수행해야 한다고 주장하였는데, 요소부문에서는 정보, 교통·통신, 교육, 연구개발 등과 관련된 인프라를 구축함으로써 다양한 지원활동을, 관련 산업의 활성화를 위해서는 세금감면, 만남의 장 제공, 외국계기업의 직접투자 자유화 등을, 기업전략·구조·경쟁력을 위해서는 집적지역의 국제적 연계 강화나 수출활성화, 경쟁규제 완화, 외국계 자본유입 강화 등을, 수요부문에서는 기술창출능력이나 경쟁력 강화를 위해 필요한 정부의 다양한 행동이 요구됨을 주장하였다. Porter(1998a)는 클러스터 수준에서 요구되는 정부 정책을 다음과 같이 제시하였다. 첫째, 정부는 이미 기반을 잡은 클러스터나 구축중인 클러스터를 강화하되 새로운 클러스터를 구축하려는 전략을 구사하지 말 것을 권고하고 있다. 둘째, 클러스터는 해외자본의 투자로 인해 생성되기도 하기 때문에 해외자본 유치에 관심을 기울여야 한다. 셋째, 클러스터의 현재 상황을 직시하고 제반 장애 제거 및 제약요건을 완화시키기 위한 노력을 기울여야 한다. 넷째, 공공재 또는 준공공재의 조성에 역점을 두는 등과 같은 활동을 통해 경쟁을 왜곡시키는 것이 아니라 경쟁을 조성할 필요가 있다. 마지막으로 기업, 정부, 기관 등이 서로 대화하며 협력을 증진시킬 수 있는 분위기 조성에 관심을 기울여야 한다(김중우, 2008 재인용).

클러스터 이론은 기업집중과 각 클러스터 간의 강한 연계, 혹은 클러스터 내의 파급효과가 기대되는 분야에서 다루어진다. 또한 경쟁에 있어 클러스터의 광범위한 역할이 최근에 폭넓게 인식되면서, 클러스터의 역할을 이해하기 위해서 클러스터를 광범위하고도 역동적인 경쟁이론에 접목시키는 것이 필요하다. 따라서 클러스터의 상황을 알면 생산잠재력과 미래성장을 방해하는 요소를 파악할 수 있게 된다. 또한 클러스터는 학습과 혁신능력에 의하여 좌우되기도 한다(Porter, 1996). 실제 지식기반사회에서 혁신의 성과를 결정하는 요인은 계속 변화하고 있다. 혁신과정을 이해하고, 그것을 최적화시키는 가장 중요한 개념은 클러스터라고 볼 수 있으며, 클러스터에 기초한 혁신정책은 새로운 개념의 정책이다(Guinet, 2001; 김민철, 2008 재인용).

2.3 선행적인 고찰

2.3.1 참가동기

인간은 여러 가지 욕구를 가지고 있으며, 욕구의 내용과 욕구만족을 추구하는 정도

는 사람에 따라 상이하다고 볼 수 있다. 관광의 측면에서 관광행동을 일으키게 하는 심리적인 원동력을 일반적으로 ‘관광욕구’라 하며, 관광행동으로 나타나게 하는 힘을 ‘관광동기’라 할 수 있다. 일반적으로 관광자 행동연구에 기본이 되는 관광자의 욕구, 행동연구는 Maslow의 욕구 5단계설¹⁾이 많이 도입되어 활용되고 있다.

관광동기는 자아실현의 욕구라고 볼 수 있고, 현대 관광자의 대부분은 이러한 고차원의 가치실현의 욕구를 실현하고 있으며, 이는 알려고 하는 지적 욕구를 나타내고 있다(손대현, 1984).

2.3.2 외적동기

외부적 요인에는 잠재적 관광객이 노출되는 사회적 관계에 마케팅 커뮤니케이션요소로서 실제적인 자극, 상징적 자극과 사회적 자극 등이 있다. 실제적인 자극에는 관광지를 방문했을 때 경험할 수 있는 자극을 말한다. 상징적 자극은 미디어에 의한 광고 문안이나 문장 사진들을 의미하고 마지막으로 사회적 자극은 사람들 간의 면대면(face to face)관계에서 오는 자극요인을 의미한다.

기틀슨(Gitelson)과 크롬톤(Crompton)은 그들 조사응답자의 74%가 관광정보를 친구나 친척들로부터 얻었으며 20%가 일반 잡지나 관광잡지를 통하여 정보를 얻는다고 밝혔다. 이는 사회적 자극요인이 많음을 밝혀주고 있다. 한편 놀란(Nolan, 1976)과 월터(Waltwr)와 통(Tong, 1977)도 관광지선택을 위한 영향력 있는 정보원천은 거의 대부분이 가족, 친구와 친척을 통한 대인관계에 의해서라고 말한다.

2.3.3 내적동기

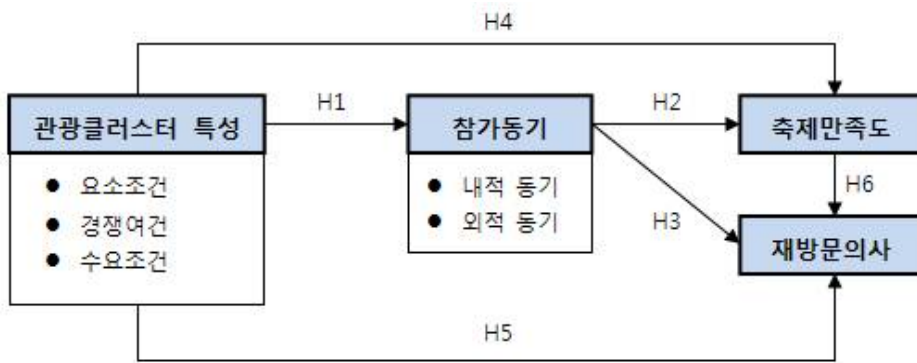
내부적 요인은 각 개인의 특징인 인구통계학적 특성, 사회·경제학적특성, 라이프스타일, 개성과 상황적 요소들, 동기, 가치 그리고 태도를 가진 잠재 관광객들의 사회심리적 차원으로부터 나오는 요인들을 의미한다.

III. 연구의 설계

1) Maslow는 인간은 생리적 욕구, 안전의 욕구, 사회적 욕구, 존경의 욕구, 자아실현의 욕구로 분류하였으며, 이 5가지 욕구는 그 강도와 충족에 있어서 계층적 구조를 가지고 있어서 낮은 수준의 욕구가 충족되어야 다음 차원의 욕구가 생기게 된다고 하였다.

3.1 연구의 모형과 가설

본 연구의 목적을 달성하기 위해 다음과 같은 연구 모형과 가설을 설정하였다.



<그림 1> 연구의 모형

가설 1. 관광클러스터 특성은 참가동기에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

가설 1-1 요소조건은 참가의 내적동기에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

가설 1-2 요소조건은 참가의 외적동기에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

가설 1-3 경쟁여건은 참가의 내적동기에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

가설 1-4 경쟁여건은 참가의 외적동기에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

가설 1-5 수요조건은 참가의 내적동기에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

가설 1-6 수요조건은 참가의 외적동기에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

가설 2. 참가동기는 축제만족도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

가설 2-1 참가의 내적동기는 축제만족도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

가설 2-2 참가의 외적동기는 축제만족도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

가설 3. 참가동기는 재방문의사에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

가설 3-1 참가의 내적동기는 재방문의사에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

가설 3-2 참가의 외적동기는 재방문의사에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

가설 4. 관광클러스터 특성은 축제만족도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

가설 4-1 요소조건은 축제만족도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

가설 4-2 경쟁여건은 축제만족도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

가설 4-3 수요조건은 축제만족도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

가설 5. 관광클러스터 특성은 재방문의사에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

가설 5-1 요소조건은 재방문의사에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

가설 5-2 경쟁여건은 재방문의사에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

가설 5-3 수요조건은 재방문의사에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

가설 6. 축제만족도는 재방문의사에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

3.2 조사대상 및 기간

연구의 목적을 달성하기 위해 충남지역 문화축제와 관광지에서 관람자를 대상으로 설문조사를 실시하였다. 설문조사는 본인이 현장에서 직접 진행하였으며, 연구의 목적과 기록 방법 등을 상세히 알려준 후 응답자가 설문항목에 대해 직접 기입하는 자기 기입방법을 사용하였다. 응답자가 설문지에 응답하는 시간은 평균 10-15분이 소요되었고 현장에서 바로 수집하는 방법을 채택하였다. 설문조사 기간은 2009년 06월 01일부터 2009년 06월 21일까지 약 3주간 이루어졌다. 배포된 200부의 설문지 중 회수된 설문지는 180부로서 응답률은 70%이며, 이 중 불성실하게 응답한 설문지 20부를 제외한 150부가 유효 설문지였다.

3.3 분석방법

본 조사에서 수집된 자료의 통계처리는 데이터 코딩(data coding)과 데이터 크리닝(data cleaning) 과정을 거쳐 SAS 9 통계 패키지 프로그램을 활용하여 다음과 같은 방법으로 분석하였다. 첫째, 표본의 일반적 특성을 파악하기 위하여 빈도분석(Frequency Analysis)을 실시하였다. 둘째, 측정도구의 세부항목들을 영역별로 분류하기 위하여 요인분석(Factor Analysis)을 실시하였으며 측정도구의 신뢰도를 파악하기 위하여 Cronbach's α 계수를 산출하였다. 셋째, 본 연구의 가설을 검증하기 위하여 다중 회귀분석(Multiple Regression Analysis)을 사용하였다.

IV. 실증적인 분석

4.1 표본의 일반적 특성

본 연구의 목적을 달성하기 위하여 150명이 최종 분석에 사용되었으며 이들의 일반적인 사항은 다음과 같다.

성별은 남성이 56.0%로 여성의 44.0%에 비하여 많았다. 연령은 21-30세가 53.3%로 가장 많았고 31-40세가 33.3%, 41-50세가 9.3%, 20세 이하가 4.0순으로 나타났다. 학력은 전문대졸업자가 35.3%, 대학졸업자가 34.0%, 고졸이 25.3%, 대학원 이상이 3.4%, 중졸 이하가 0.7%순으로 나타났다. 월수입은 101-200만원이 42.7%, 201-300만원이 33.3%, 301-400만원이 14.7%, 100만원 이하와 401-500만원이 4.7%의 순으로 나타났다. 직업은 판매/서비스직이 52.0%였고 사무관리직이 18.7%, 기타가 14.7%, 전문직이 5.3%, 학생이 4.0%, 제조업이 3.3%, 교육직이 2.0% 순으로 나타났다. 거주 지역은 수도권이 49.3%, 충청권이 42.7%, 강원도와 호남권, 영남권, 울산권은 2.0%순으로 나타났다.

<표 1> 표본의 일반적 특성

구 분		빈도(명)	백분율(%)
성별	남	84	56.0
	여	66	44.0
연령	20세 이하	6	4.0
	21-30세	80	53.3
	31-40세	50	33.3
	41-50세	14	9.3
	51-60세	-	-
	61세 이상	-	-
월수입	100만원 이하	7	4.7
	101-200만원	64	42.7
	201-300만원	50	33.3
	301-400만원	22	14.7
	401-500만원	7	4.7
	501만원 이상	-	-

직업	학생	6	4.0
	사무 관리직	28	18.7
	전문직	8	5.3
	판매/서비스직	78	52.0
	교육직	3	2.0
	제조업	5	3.3
	기타	22	14.7
거주 지역	수도권(서울 경기)	74	49.3
	충청권(대전, 충남, 충북)	64	42.7
	강원지역	3	2.0
	호남권(광주, 전남, 전북)	3	2.0
	영남권(부산, 대구)	3	2.0
	울산(경남, 경북, 제주 지역)	3	2.0
합계		150	100.0

4.2 관광산업 Cluster에 대한 인식

4.2.1. 지역문화 축제 참가에 대한 일반적 인식

충남지역 문화축제 참가 경험은 150명 모두 있었으며 참가하게 된 경로는 인터넷이 33.3%로 가장 많았고 라디오가 25.3%, 기타가 20.0%, 단체/학회가 10.0%, 신문/잡지가 6.7%, E-mail이 4.7%순으로 나타났다. 지역문화축제 동반자로는 직장동료 및 친구가 39.3%로 가장 많았고 가족 및 친척이 35.3%, 교육기관이 12.7%, 단체관광이 6.0%, 혼자가 4.0%, 기타 2.7%순으로 나타났다. 문화축제를 보기 위해 충청도에 머문 기간으로는 2일이 32.0%로 가장 많았고 당일참가가 23.3%, 3일이 20.0%, 4일이 16.7%, 5일 이상이 8.0%순으로 나타났다. 국내의 지역문화 축제 참가 횟수는 1-2회가 38.7%, 4-6회 및 10회 이상이 각 20.7%, 7-9회가 20.0%였다. 주로 참가하는 문화축제의 유형으로는 현장체험 및 박람회가 46.7%로 가장 많았고 여가활동이 19.3%, 기타가 22.7%, 휴가가 11.3%순으로 나타났다.

<표 2> 지역문화 축제 참가에 대한 일반적 인식

구 분		빈도(명)	백분율(%)
축제 참가 경험	예	150	100.0
	아니오	-	-
참가 경로	단체/학회	15	10.0
	신문/잡지	10	6.7
	라디오/TV	38	25.3
	인터넷	50	33.3
	E-mail	7	4.7
	기타	30	20.0
동반자	혼자	6	4.0
	직장동료/친구	59	39.3
	가족/친척	53	35.3
	교육기관	19	12.7
	단체관광	9	6.0
	기타	4	2.7
체류 기간	당일참가	35	23.3
	2일	48	32.0
	3일	30	20.0
	4일	25	16.7
	5일 이상	12	8.0
참가 횟수	1-2회	58	38.7
	4-6회	31	20.7
	7-9회	30	20.0
	10회 이상	31	20.7
축제 유형	여가활동	29	19.3
	휴가	17	11.3
	현장체험/박람회	70	46.7
	기타	34	22.7
합계		150	100.0

4.2.2. 지역문화축제와 지역관광지 연계 클러스터

<표 3> 충청도 지역문화 축제에 가장 가고 싶은 연계 관광지 클러스터 선호도

구 분	빈도(명)	백분율(%)
천안 흥타령	59	14.3
안면도 꽃 박람회	67	16.2
보령 머드축제	97	23.4
아산성웅이순신축제	46	11.1
백제문화축제	41	9.9
금산인삼축제	31	7.5
삼길포 우럭축제	24	5.8
대한자염축제	12	2.9
백제문화제	21	5.1
온달 문화축제	16	3.9
합계	414	100.0

※ 다중응답분석

충청도 지역문화 축제에 가장 가고 싶은 연계 관광지 클러스터 선호도로는 보령 머드축제가 23.4%로 가장 많았고 안면도 꽃 박람회가 16.2%, 천안 흥타령은 14.3%로 나타났다.

<표 4> 충청도 관광지로 가장 가고 싶은 연계 관광지 클러스터 선호도

구 분	빈도(명)	백분율(%)
대천해수욕장	99	21.3
구드래	12	2.6
신정호	13	2.8
삼교호	49	10.5
태조산	9	1.9
예당	4	.9
무창포	8	1.7
덕산온천	7	1.5
곰나루	3	.6
용현저수지	6	1.3
죽도	11	2.4
안면도	71	15.3
아산온천	44	9.5
마곡온천	12	2.6
금강하구둑	1	.2

마곡사	8	1.7
칠갑산도림온천	12	2.6
천안종합휴양/공주 문화	26	5.6
춘장대해수욕장	12	2.6
간월도	10	2.2
난지도	5	1.1
왜목마을	32	6.9
남당	1	.2
서동요역사	10	2.2
합계	465	100.0

* 다중응답분석

충청도 관광지로 가장 가고 싶은 연계 관광지 클러스터 선호도로는 대천해수욕장이 21.3%로 가장 많았고 안면도가 15.3%, 삽교호가 10.5%등으로 나타났다.

<표 5> 충남지역 문화축제 선택 시 가장 중요하게 생각하는 요인

구 분	1순위		2순위		3순위	
	N	%	N	%	N	%
교통의 편리성	94	62.7	2	1.3	3	2.0
숙박시설을 비롯한 관광지의 시설 정도	32	21.3	38	25.3	10	6.7
물가와 비용	8	5.3	33	22.0	18	12.0
역사유물	6	4.0	28	18.7	10	6.7
이벤트 및 지역축제 수준	6	4.0	25	16.7	41	27.3
주민의 태도	2	1.3	4	2.7	7	4.7
음식	1	.7	7	4.7	13	8.7
레저스포츠 시설 및 행사	1	.7	12	8.0	23	15.3
자연경관			1	.7	25	16.7
합계	150	100.0	150	100.0	150	100.0

충남지역 문화축제 선택 시 가장 중요하게 생각하는 요인으로 1순위는 교통의 편리성(62.7%)이었으며 2순위는 숙박시설을 비롯한 관광지의 시설 정도(25.3%)와 물가와 비용(22.0%), 3순위는 이벤트 및 지역축제 수준(27.3%)으로 나타났다.

4.3. 측정도구의 타당도 및 신뢰도

4.3.1. 타당성 분석

타당성(Validity)이란 측정도구가 측정하고자 하는 개념이나 속성을 얼마나 정확히 측정하였는가를 나타내는 개념이다. 타당성의 종류에는 내용타당성(content validity), 예측타당성(predictive validity), 개념타당성(construct validity) 등 세 가지가 있는데, 본 연구에서는 개념타당성을 고려하고 있다.

개념타당성을 평가하기 위해서는 다속성 다측정 방법(multi-trait multi-method matrix)과 요인분석(factor analysis)에 의한 방법이 있는데 본 연구에서는 개념타당성을 검증하기 위하여 요인분석을 하고자 한다.

<표 6> 지역문화축제 참가 동기에 대한 요인분석 결과

문항 번호	요인 1 내적 동기	요인 2 외적 동기
3	0.804	-0.010
2	0.703	0.240
1	0.681	0.198
4	0.662	0.167
10	0.053	0.866
9	0.176	0.786
6	0.229	0.643
고유치	2.129	1.907
설명 변량	30.420	27.249
누적 설명 변량	30.420	57.670

4.3.2. 신뢰도 분석

변수간 신뢰도를 측정하는 방법에는 동일측정도구 2회 측정상관도(test-retest reliability), 동등한 2가지 측정도구에 의한 측정치의 상관도(alternative-form reliability), 항목분할 측정치의 상관도(split-half reliability), 내적일치도(internal consistency reliability) 등이 있다.

본 연구에서는 특정변수를 측정하기 위하여 복수로 설계된 설문항목간의 신뢰도를 평가하는 가장 대표적인 방법인 내적일치도를 적용하고자 한다. 내적 일관성을 나타내는 값인 Cronbach's alpha 즉 신뢰도 계수 α 는 검사한 검사 내에서의 변

수들간의 평균상관관계에 근거해 검사문항들이 동질적인 요소로 구성되어 있는지를 알아보고자 하는 것이다.

<표 7> 측정도구의 신뢰도 분석 결과

구 분		Cronbach의 α계수	
		원 데이터	표준화
참가 동기	내적 동기	0.888	0.887
	외적 동기	0.890	0.890
관광클러스터 특성	요소 조건	0.863	0.863
	수요 조건	0.862	0.861
	경쟁 조건	0.866	0.866
측제 만족도		0.866	0.864
재방문/추천 의사		0.878	0.878

신뢰도 분석결과, 각 문항별 신뢰도가 모두 0.6이상으로 신뢰도에는 문제가 없었다.

4.3.3. 가설의 검증 및 논의

<표 8> 가설 결과 요약

가설	내용	채택 여부	요인 (Beta값)
1-1	요소조건은 내적동기에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.	채택	0.502
1-2	요소조건은 외적동기에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.	기각	0.400
1-3	수요조건은 내적동기에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.	채택	0.485
1-4	수요조건은 외적동기에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.	기각	0.442
1-5	경쟁조건은 내적동기에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.	기각	0.402
1-6	경쟁조건은 외적동기에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.	기각	0.449
2-1	참가의 내적동기는 측제만족도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.	채택	0.548
2-2	참가의 외적동기는 측제만족도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.	기각	0.436
3-1	참가의 내적동기는 재방문의사에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.	기각	0.382
3-2	참가의 외적동기는 재방문의사에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.	채택	0.502
4-1	요소조건은 측제만족도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.	채택	0.657
4-2	수요조건은 측제만족도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.	채택	0.645
4-3	경쟁조건은 측제만족도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.	채택	0.673
5-1	요소조건은 재방문의사에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.	채택	0.517
5-2	수요조건은 재방문의사에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.	채택	0.536
5-3	경쟁조건은 재방문의사에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.	채택	0.568
6	측제만족도는 재방문의사에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.	채택	0.541

가설1. 관광클러스터 특성은 참가동기에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

가설 1은 ‘관광클러스터 특성은 참가동기에 영향을 미칠 것이다’로 설정하였다. 이를 위하여 관광클러스터 특성을 독립변수로, 참가동기를 종속변수로 하는 다중회귀 분석을 실시하였다. 가설1-1을 채택한다고 할 수 있다. 내적동기는 요소조건에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 요소조건이 상승하면 내적동기는 0.502 높아진다고 볼 수 있다.

지역관광지 요소 조건 중 자연 관광자원, 여건, 관광지 개발과 투자 활성화, 노동 인력은 전문적이고 능동적일 수록 삶의 수준, 정신건강, 휴가, 생활의 리듬, 축제참여 수준은 높아진다.

가설1-2를 기각한다고 할 수 있다. 외적 동기는 요소조건에 긍정적인 영향을 미치지 않는다. 이는 요소조건이 상승하면 외적 동기는 0.400 부분적으로 높아진다고 볼 수 있다. 요소조건은 외적동기의 역사와 자연관 체험, 대인관계 형성할 기회, 유대감 증진, 문화생활, 문화체험에 영향을 미치지 않는다.

가설1-3을 채택한다고 할 수 있다. 내적 동기는 수요조건에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 수요조건이 상승하면 내적 동기는 0.485 높아진다고 볼 수 있다. 지역축제 및 이벤트 수준, 관심도 수준이 높을수록 내적동기도 높아지는 것을 알 수 있다.

가설1-4를 기각한다고 할 수 있다. 외적 동기는 수요조건에 긍정적인 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 이는 수요조건이 상승하면 외적 동기는 0.442 부분적으로 높아진다고 볼 수 있다. 이벤트 수준, 관광산업에 대한 관심도는 삶의 수준과 생활의 리듬에 영향을 미치지 않는다.

가설1-5를 기각한다고 할 수 있다. 내적 동기는 경쟁여건에 긍정적인 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 이는 경쟁여건이 상승하면 내적 동기는 0.402 부분적으로 높아진다고 볼 수 있다. 시설수준, 도심의 접근성, 숙박 편의 수준은 내적동기에는 영향을 미치지 않는다.

가설1-6을 기각한다고 할 수 있다. 외적 동기는 경쟁여건에 긍정적인 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 이는 경쟁여건이 상승하면 외적 동기는 0.449 부분적으로 높아진다고 볼 수 있다. 시설수준, 도심의 접근성, 숙박 편의 수준의 외적동기에도 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다.

가설2. 참가 동기는 축제만족도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

가설 2는 ‘참가 동기는 축제만족도에 영향을 미칠 것이다’로 설정하였다. 이를 위하여 축제만족도를 독립변수로, 참가동기를 종속변수로 하는 다중회귀분석을 실시하였다. 가설2-1을 채택한다고 할 수 있다. 따라서 내적 동기는 축제만족도에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 축제만족도가 상승하면 은 0.370 높아지며,

외적동기가 상승하면 수요조건은 0.301 높아진다고 볼 수 있다. 이는 내적동기가 상승하면 축제만족도는 0.548 높아진다고 볼 수 있다. 삶의 수준, 생활의 리듬, 축제 참여 동기는 축제 만족도에 긍정적인 영향을 미친다고 할 수 있다.

가설2-2를 기각한다고 할 수 있다. 따라서 외적 동기는 축제만족도에 긍정적인 영향을 미치는 않는 것으로 나타났다. 이는 외적동기가 상승하면 축제만족도는 0.436 부분적으로 높아진다고 볼 수 있다. 대인관계, 유대감 증진, 자연경관 체험을 하는 것은 축제 만족도에 긍정적인 영향을 미치지 않는다.

가설 3. 참가 동기는 재방문의사에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

가설 3은 '참가 동기는 재방문의사에 영향을 미칠 것이다' 로 설정하였다. 이를 위하여 재방문의사를 독립변수로, 참가동기를 종속변수로 하는 다중회귀분석을 실시하였다. 가설3-1를 기각한다고 할 수 있다. 따라서 내적 동기는 재방문의사에 긍정적인 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 이는 내적동기가 상승하면 재방문의사는 0.382 아주 낮다고 볼 수 있다. 정신건강, 삶의 수준, 생활의 리듬을 위해 재방문의사에 긍정적인 영향을 미치지 않는다.

가설3-2를 채택한다고 할 수 있다. 따라서 외적 동기는 재방문의사에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 외적동기가 상승하면 재방문의사는 0.502 높아진다고 볼 수 있다. 대인관계, 유대감 증진을 위해서 재방문의사는 높다고 볼 수 있다.

가설 4. 관광클러스터 특성은 축제만족도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

가설 4는 '관광클러스터 특성은 축제만족도에 영향을 미칠 것이다' 로 설정하였다. 이를 위하여 축제만족도를 독립변수로, 관광클러스터 특성을 종속변수로 하는 다중회귀분석을 실시하였다.

가설4-1을 채택한다고 할 수 있다. 따라서 요소조건은 축제만족도에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 요소조건이 상승하면 축제만족도는 0.657 높아진다고 볼 수 있다. 요소조건은 축제 프로그램, 시설 설비, 서비스, 참가자의 투자비용에 높은 효과를 얻을 수 있다.

가설4-2를 채택한다고 할 수 있다. 따라서 수요조건은 축제만족도에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 수요조건이 상승하면 축제만족도는 0.645 높아진다고 볼 수 있다. 따라서 수요조건이 따른 축제 만족도는 아주 높다고 볼 수 있다.

가설4-3을 채택한다고 할 수 있다. 따라서 경쟁여건은 축제만족도에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 축제만족도가 상승하면 경쟁여건은 0.673 높아진다고 볼 수 있다. 이는 경쟁조건이 상승하면 축제만족도는 0.673 높아진다고 볼 수 있다. 따라서 경쟁여건의 따른 축제만족도는 아주 높다고 볼 수 있다.

가설 5. 관광클러스터 특성은 재방문의사에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

가설 5는 '관광클러스터 특성은 재방문의사에 영향을 미칠 것이다' 로 설정하였

다. 이를 위하여 재방문의사를 독립변수로, 관광클러스터 특성을 종속변수로 하는 다중회귀분석을 실시하였다.

가설5-1을 채택한다고 할 수 있다. 따라서 요소조건은 재방문의사에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 요소조건이 상승하면 재방문의사는 0.517 높아진다고 볼 수 있다. 관광지의 여건과 자원 그리고 전문 인력의 구축은 재방문의사에 큰 영향을 준다.

가설5-2를 채택한다고 할 수 있다. 따라서 수요조건은 재방문의사에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 수요조건이 상승하면 재방문의사는 0.536 높아진다고 볼 수 있다. 지역 관광지의 이미지는 재방문의사에 긍정적인 영향을 미친다고 할 수 있다.

가설5-3을 채택한다고 할 수 있다. 따라서 경쟁여건은 재방문의사에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 경쟁여건이 상승하면 재방문의사는 0.568 높아진다고 볼 수 있다. 관광지의 시설수준과 숙박 시설의 수준은 재방문의사에 긍정적인 영향을 미친다.

가설 6. 축제만족도는 재방문의사에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

가설 6은 ‘축제만족도는 재방문의사에 영향을 미칠 것이다’로 설정하였다. 이를 위하여 재방문의사를 독립변수로 축제만족도를 종속변수로 하는 다중회귀분석을 실시하였다.

가설6을 채택한다고 할 수 있다. 따라서 축제만족도는 재방문의사에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 재방문의사가 상승하면 축제만족도는 0.541 높아진다고 볼 수 있다. 지역문화 축제의 프로그램, 시설설비, 서비스 및 축제 만족도가 높을수록 재방문 의사도 높아진다고 볼 수 있다.

4.3.4. 분석 결과 종합

가설 결과에 대해 요약하면, 경쟁조건이 상승하면 축제만족도는 0.673 높아진다고 볼 수 있을 때, 가장 큰 효과를 가져 온다고 할 수 있고, 요소조건이 상승하면 축제만족도는 0.657 높아지고, 수요조건이 상승하면 축제만족도는 0.645 높아진다고 볼 수 있다. 이는 관광클러스터 특성이 축제만족도에 긍정적인 영향을 가장 높게 미치는 것을 알 수 있다.

V. 결 론

5.1 결론

본 연구의 목적은 관광클러스터가 지역을 단위로 하는 혁신 전략의 하나가 될 수 있다는 것을 전제로 관광클러스터 구축이 지역축제의 활성화에 미치는 영향을 실증적으로 검토하는 데에 있다.

충청도는 타 지역에 비해 축제가 비교적 활성화된 지역으로 천안 흥타령, 안면도 꽃 박람회, 보령 머드축제, 아산성웅이순신축제, 백제문화축제, 금산인삼축제, 삼길포 우렁축제, 대한자염축제, 백제문화제 그리고 온달 문화축제 등 다양한 축제문화를 형성하여 진행해 왔다.

연구를 위해 충남지역 문화축제에 대한 인식, 충청도 지역문화 축제에 가장 가고 싶은 연계 관광지, 클러스터 특성, 참가동기, 축제만족도, 재방문의사, 추천의도에 대한 분석을 실시하였다. 이를 위해 충남지역 문화축제와 관광지에 관람자 150명을 대상으로 설문조사를 실시하였고, 통계처리는 SAS 9 통계 패키지 프로그램을 활용하여 분석하였다

충남지역 문화축제와 연계한 지역문화클러스터 형성에 대한 분석을 위해 충남지역 문화축제에 대한 인식을 분석한 결과, 참가하게 된 경로는 인터넷이 33.3%로 가장 많았고, 지역문화축제 동반자로는 직장동료 및 친구가 39.3%로 가장 많았으며 그 다음으로 가족 및 친척이 35.3%의 순으로 나타났다. 문화축제를 보기 위해 충청도에 머문 기간으로는 2일이 32.0%로 가장 많았고, 국내의 지역문화 축제 참가 횟수는 1-2회가 38.7%였다. 주로 참가하는 문화축제의 유형으로는 현장체험 및 박람회가 46.7%로 가장 많았고 여가활동이 19.3%, 휴가가 11.3%등이었다.

충청도 지역문화 축제에 가장 가고 싶은 연계 관광지 클러스터 선호도로는 보령 머드축제가 23.4%로 가장 많았고 안면도 꽃 박람회가 16.2%, 천안 흥타령은 14.3%로 나타났다. 그리고 충청도 관광지로 가장 가고 싶은 연계 관광지 클러스터 선호도로는 대천해수욕장이 21.3%로 가장 많았고 안면도가 15.3%, 삽교호가 10.5%등으로 나타났다. 또한, 충남지역 문화축제 선택시 가장 중요하게 생각하는 요인으로 1순위는 교통의 편리성(62.7%)이었으며 2순위는 숙박시설을 비롯한 관광지의 시설 정도(25.3%)와 물가와 비용(22.0%), 3순위는 이벤트 및 지역축제 수준(27.3%)으로 나타났다.

클러스터 특성 중 축제만족도와 재방문의사에 직접적인 영향을 가장 많이 미치는 것은 경쟁조건으로 나타났다. 동기와 관련해서는 축제만족도에는 내적동기가, 재방문

의사에는 외적동기가 더 많은 영향을 미치는 것으로 나타났다. 한편 내적 동기에는 요소조건이, 외적 동기에는 경쟁조건이 가장 큰 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 축제만족도에는 요소조건이, 재방문의사에는 경쟁조건이 간접적으로 가장 큰 영향을 미치는 것을 알 수 있다.

5.2. 시사점 및 제언

연구 결과를 통해 다음과 같은 결과를 추론할 수 있다.

먼저 관광객들의 지역문화축제 이용 행태를 보면, 인터넷을 통해 정보를 수집하고, 친구들과 함께 1박 2일 정도의 시간을 두고 방문하는 것으로 나타났다. 이러한 조사 결과는 축제의 관광상품화를 위한 홍보수단이나 프로그램 개발 등의 기초자료로 활용될 수 있을 것이다. 지역축제의 경제적 효과를 높이기 위해서는 숙박관광객의 비중을 높여야 한다. 이를 위해 야간공연 프로그램의 개발과 여러 행사를 시내 등에 분산 개최하는 등의 방안이 필요하다.

연구 결과, 지역 경제에 직접적인 효과를 가져 올 수 있는 재방문의사에 비교적 가장 큰 영향을 미치는 것은 경쟁조건으로 나타났다. 즉, 홍보와 인프라의 중요성이 입증된 결과라고 할 수 있다. 따라서 지역축제 관광상품의 성공을 위해서는 주변의 다른 관광지, 문화유적, 식당, 숙박, 오락시설 등과의 긴밀한 연계관계가 구축되어야 한다. 이를 위해서는 주민 주도 하의 관광자원 개발도 중요하지만, 경제적 효과를 극대화하기 위해서는 무엇보다도 예산, 기획, 집행, 홍보 등 이를 지원하는 지방정부의 역할이 중요하다고 하겠다.

충청남도 지역문화 축제는 정부와 지방자치단체가 지원하는 문화관광축제로 그간 꾸준히 성장하였고, 지역발전에도 큰 기여를 해왔다. 따라서 충청남도 지역문화축제가 앞으로 지속적으로 확대, 발전되기 위해서는 지역관광지와 연계하여 지역문화 클러스터로 구축되어야 할 것이다. 이를 위해 본고에서는 다음과 같은 전략을 제시하고자 한다.

첫째, 지방적 차원의 구심적 방향의 지역문화와 연계한 지역문화축제 즉, 지역축제와 관광산업의 클러스터구축을 통해 지역문화축제를 승화, 발전시킬 필요가 있다.

둘째, 우리나라의 문화관광축제의 소재는 엄청나므로, 이를 규모별로 나누어 범주화하여야 한다. 이를 위해서는 도시로 떠난 향토 예술인들과의 연계나 체험학습, 레저 등의 분야별 산업을 개발하여 지역문화축제를 단순한 놀이나 체험을 벗어나 역사와 전통, 여가, 문화 등의 성격들과 접목시켜야 할 것이다.

셋째, 이와 같은 문화관광 축제의 상품화는 관광자원을 제품화하고 상품화·매력화하여 메시지화 과정을 거쳐야 한다. 문화관광 축제 연출의 궁극적인 목적은 손님에게

깊은 인상과 감동을 주기 위해 그들에게 감각적 반응, 신체적 반응, 정서적 반응과 지적 반응 등 오감에 직접적으로 영향을 주어야만 매력을 창출할 수 있게 할 것이다. 또한, 지역경제에 대한 경제적 효과를 증가시키기 위해서 숙박관광객의 비중을 높여야 할 것이다. 이를 위해서는 야간공연 프로그램의 개발과 여러 행사를 시내 등에 분산 개최하는 방안이 필요하다고 판단된다. 또한 방문객들이 주말에 집중함으로써 혼잡한 상황을 예방하기 위해서는 주말과 주중입장료에 대한 가격 차별정책을 실시하여 분산정책을 효율적으로 수행할 수 있도록 해야 할 것이다.

본 연구의 결과는 관광클러스터 특성들과 성과와의 관계를 명확히 보여줌으로써 관광개발정책 수립 시 뚜렷한 기준을 제시할 수 있으며, 더 체계적이고 깊이 있는 관광산업클러스터 연구를 위한 기초자료가 될 수 있을 것이다.

참 고 문 헌

- 고병태(2005), 『지역축제 이미지 및 만족도에 관한 연구』, 경상대학교 행정대학원 석사학위논문.
- 고승익(2000), "축제 방문동기 세분화에 따른 지각된 성과와 만족분석", 『관광학연구』, 제23권, 제2호, pp.246-266.
- 권자경(2001), 『지역축제의 유형별 발전방안에 관한 실증연구』, 연세대학교 대학원 석사학위논문.
- 김가영(2002), 『관광동기와 축제 매력속성이 관광객 만족에 미치는 영향』, 신라대학교 대학원 석사학위논문.
- 김경훈(2005), 『지역축제 활성화 방안에 관한 연구: 금산인삼축제를 중심으로』, 한남대학교 사회문화대학원 석사학위논문.
- 김민철(2008), 『남해안 스포츠산업 활성화를 위한 cluster 구축방안』, 동신대학교 일반대학원 박사학위논문.
- Mohr, K., Backman, K. F. & Backman, S. J.(1993), "An Investigation of Festival Motivations and Event Satisfaction by Visitor Type", *Festival Management & Event Tourism*, Vol.1, pp.89-97.
- Porter, M. E.(1998a), Clusters and Competition: New Agenda for Companies, Governments and Institution, In M. Porter, On Competition(pp.197-287), Boston: Harvard Business School Press.

A Case Study on the effects of Tourism Cluster creation on the promotion of regional festivals

Won, Seo Jin* · Jeon, In Oh**

Abstract

In this study, a unit of regional tourism as a cluster of innovative strategies that can be an assumption that the activation of tourism clusters building on local festivals and participated to review the empirical aims.

The purpose of this study was to achieve literature and empirical research were given recognition for the cultural festival in Chungnam, Chungcheong-do you want to go to the local cultural festival linked to the tourist attractions, the cluster characteristics, participation motives, the festival satisfaction, revisit the decision, recommendation of the The analysis was carried out degrees. To this end, local cultural festivals and attractions, Chungnam 150 spectators in the survey was conducted, the statistical analysis using SAS 9 statistical package program was analyzed. Used for statistical analysis, frequency analysis, factor analysis, reliability analysis, multiple regression analysis.

Festival of the cluster attribute satisfaction and revisit four on the most direct impact on the competitive conditions were not. Festival in regard to motivation and satisfaction with intrinsic motivation, extrinsic motivation in returning to the doctor more were affected. The condition is the element intrinsic motivation, extrinsic motivation is a race condition was the biggest influence. Therefore, the element condition Satisfaction Festival, a race condition in four to revisit the biggest indirect impact can be seen.

Keywords: *Tourism Cluster, a county fair*

* Department of Information Management, the venture of graduate school
Hoseo University

** Professor, the venture of graduate school Hoseo University, eric@hoseo.edu