

지속가능한 지역발전을 위한 지역축제 성공요인에 관한 연구

A Study of Exploring the Influencing Factors on the Successful Regional Festivals Hosted by the Local Governments in Korea

윤 남 경 (경희대학교 강사 - 주저자)
김 태 영 (경희대학교 행정학과 교수 - 교신저자)

Abstract

Nam-Kyung Yoon / Tae young Kim

The study attempts to discover the influencing factors on the successful factors for the regional festivals, which have been hosted by the local governments in Korea since the local autonomy system being introduced. For effective study, it employed three categories of independent variables. The first group includes managerial factors such as personnel and financial aids for the festivals. The second group focuses on the program of the event and the quality with the festivals. The third group interests with facility, transportation, and etc. The research also tested the degree of visitor's satisfaction as dependent variable. Finally, the test accommodated binary method in part and also run multiple regression model for effective estimation. The results show that the quality of the festivals and managerial and financial supports for the festivals would be crucial for the successful festivals. The support made by the national government is also disclosed being important factors. Further study will test the relationship between the regional development and the successful regional festivals for completion.

주제어: 지역축제, 성공요인, 지역발전

Keywords: Regional Festivals, Regional Development, Local Governments

I. 문제제기

지역축제(regional festivals)란 지역의 발전을 위해 지방자치단체가 주체가 되는 축제로 정의될 수 있다. 지역의 문화적 정체성을 활용하여 지역에 사람들을 유입시켜 지역발전을 도모하는 것이다. 지역축제는 지역민을 화합하게 하는 기능과 타 지역에 거주하는 사람도 지역에 모여 함께할 수 있는 문화 환경을 만들어준다. 또한 즐거움을 위한 유희적 기능에서 경제적 가치, 지역이미지, 국가브랜드로서의 가치를 높일 수 있는 문화 콘텐츠로서 역할도 하고 있다.

지역축제와 관련된 연구는 주로 축제에 참여 또는 방문하는 방문객의 만족도를 높이기 위한 연구가 많다. 방문객 만족도는 지역축제가 지역문화에 기초하여 문화적 정체성을 확보하고, 모든 참가자들에게 즐거움과 재미를 주었는지 측정하는 것이다. 만족도가 높으면, 축제 프로그램 참가와 숙박 또는 쇼핑 등의 행위를 통해 관광객들의 소비지출활동이 활발하게 이루어져 축제의 목적을 달성할 수 있게 된다. 영국의 에든버러 축제 등 성공적인 축제의 국외 사례에서도 방문객의 지속적인 유입으로 축제는 물론 지역에 긍정적인 파급효과를 가져오기 때문에 문화체육관광부를 비롯하여 각 지방자치단체는 방문객의 만족도를 축제 성공척도로 사용하고 있다.(한국문화관광연구원, 2007)

우리나라 지역축제는 지역주민의 삶의 질 향상은 물론 지역발전에 기여할 수 있도록 성공적인 지역축제 운영이 요구된다. 본 연구는 지역축제의 성공요인을 규명하기 위해 실증 분석을 실시하였다. 분석을 통해 축제 성과, 중앙정부지원, 지방정부의 역량이 방문객만족도에 어떠한 영향을 미치는지 파악하고자 한다.

지역축제를 구성하는 다양한 주체를 파악하고, 운영조직 위주의 축제가 아닌 공급자, 수요자, 참여자, 스폰서, 평가자 등 다양한 이해당사자간의 교류를 바탕으로 운영목적을 세워야 한다. 이에 공공재 성향을 가지고 있는 우리나라 지역축제의 연구를 위해서는 행정적 관점에서 연구가 이루어져야 한다. 연구를 통하여, 이론과 실무차원에서 지속가능한 지역축제 운영방안을 모색하여 정부차원에서 축제에 관한 실질적인 업무에 적용할 수 있는 요인을 도출하고자 한다.

II. 이론적 논의

1. 지역축제와 지역발전

1) 지역축제의 유형

지역축제는 다양한 의미로 설명할 수 있다. 광의의 의미로는 우리나라 모든 지역에서

개최되는 축제를 말한다. 좁은 의미로는 지역주민들의 생활 그 자체와 전통문화적 요소가 잘 반영되어 있는 종합적인 문화행사이다(장병권, 2000; 한국문화관광연구원, 2001). 단, 축제는 비일상적으로 계획된 활동으로서 사회적·시대적으로 의의를 부여할 수 있어야 한다(류용걸, 2008). 따라서 지역축제는 지역 문화의 정체성을 가지고 정해진 기간 동안, 특정 목적 달성과 참가자의 가치 창출을 위해 열리는 행사로 정의할 수 있다. 지역축제는 지역이미지 개선과 지역의 장소성 강화, 지역 브랜드의 가치 상승을 위해 지역축제는 목적을 가진다.

우리나라에서 축제 분류는 축제지향성, 개최목적, 주요소재에 따라 한다. 축제지향성은 축제의 목표가 지역의 내부적요소인지 외부적요소인지에 따른 분류이다. 개최목적은 축제가 성취하고자 하는 목적에 따라 분류하는 것이고, 주요소재는 축제를 구성하는 주제에 따른 분류이다. 축제지향성 중 내부지향형 축제는 지역민들의 애乡심을 불러일으키거나 역사의식 고취 및 단결과 화합을 주축으로 공동체 의식함양을 목적으로 한다. 외부지향형 축제는 지역의 특성을 기초로 하여 지역 활성화 및 산업발전을 강조하고 있다. 쌍방향 축제는 내부지향을 통하여 지역발전과 정체성 확립에 기여하고, 이를 토대로 지역사회의 대외적인 성장을 함께 추구하는 방식의 축제를 말한다(문화체육관광부, 2008).

개최목적에 따른 분류는 주민화합 형, 산업 형, 특수목적 형, 교육 형, 문화복지 형, 관광유도 형, 전통계승 형, 경연경기 형, 기타로 총 9가지 목적으로 분류 한다(서희석·이동기, 2000; 이경모·강해상, 2003; 문화체육관광부, 2008). 주민화합 형 축제는 해당지역에서 전통적으로 개최되어온 전통적 문화축제, 시·군민의 날을 기념하기 위한 축제를 말한다. 산업형 축제는 관광분야를 제외한 다른 산업분야인 농림, 축산, 어업, 상업 등의 발전을 위한 축제이다. 교육형 축제는 참여자들이 직접 배우로 참여하는 축제이다. 문화복지 형은 지역문화 발전을 위한 축제와 지역주민들의 문화적 즐거움을 공유하기 위한 축제이다. 관광유도 형은 방문객이 만족할만한 흥미, 보람을 제공하는 축제를 말한다. 전통계승 형은 지역고유의 전통, 민속적요소를 강조하는 축제이며, 경연경기 형은 체육대회, 경연대회, 싸움놀이, 민속놀이 등 경연이나 경기가 중심이 되는 축제이다. 주요소재에 따른 분류는 생태자연축제, 문화예술축제, 전통역사민속축제, 지역특산물 축제, 경연산업스포츠 축제로 분류한다. 우리나라 지역축제 유형은 다음의 <표 1>과 같다.

〈표 1〉 우리나라 지역축제 분류 유형

	구분	특성
축제 지향성	내부지향적 축제	- 지역민들의 애郷심을 불러일으키거나 역사의식 고취 - 간결과 화합 및 공동체 의식 함양을 목적
	외부지향적 축제	- 지역특성을 기초로 지역 활성화 및 산업발전강조 - 자연적 조건이나 사회경제적 환경을 중심으로 지역을 홍보하고 지역경제를 활성화시킴
	쌍방향 축제	- 내부 지향을 통하여 지역발전에 기여하고, 지역사회의 대의적인 성장을 함께 추구
개최 목적	주민화합 형	- 지역에서 전통적으로 개최되어온 주민참여형 축제
	산업 형	- 지역산업의육성, 상품판매를 목적으로 하는 축제
	특수목적 형	- 지역의 인물추모, 환경보호 등 특별한 목적을 지님
	교육 형	- 참여자들이 직접 배우로 참여하는 축제
	문화복지 형	- 지역문화 발전을 위한 축제와 지역주민들의 문화적 즐 거움을 공유하기 위한 축제
	관광유도 형	- 방문객이 만족할만한 흥미, 보람을 제공하는 축제
	전통계승 형	- 지역고유의 전통, 민속적요소를 강조하는 축제
축제 소재	생태자연축제	- 무주반딧불축제, 양평산수유마을축제, 제주말축제 등
	문화예술축제	- 안동탈춤페스티벌, 의정부음악극축제 등
	전통역사민속축제	- 강릉단오제, 경주술과떡잔치, 남원춘향제 등
	지역특산물축제	- 강동청자문화제, 보령머드축제, 양양송이축제 등
	경연산업스포츠축제	- 제주마라톤축제, 충주세계무술축제 등

자료: 문화체육관광부(2008), 「지역축제매뉴얼」, P4 재정리.

2) 우리나라 축제현황: 지역별 인구대비 축제 비율

우리나라 지방자치단체는 광역시, 도, 자치도로 행정구역을 나누어 운영하고 있다. 국가의 예산이 투입되어 축제는 중앙정부 차원의 축제와 지방정부 차원의 축제로 운영된다. 2010년, 집계된 우리나라의 지역축제는 813개로 하루에 2.2개가 개최되고 있으며, 축제를 개최하지 않는 기초자치단체는 없으며 최소 1개 이상씩 축제를 운영하고 있다.

지방자치단체 당 평균 3.6개의 축제가 개최되고 있다. 2010년 집계된 전국 시·도별 축제 수는 819개이며 서울(67개), 부산(44개), 대구(24개), 인천(23개), 광주(13개), 대전(16개), 울산(21개), 경기(93개), 강원(91개), 충북(51개), 충남(76개), 전북(62개), 전남(34개), 경북(51개), 경남(122개), 제주(31개)이다. 경남에서 122개로 가장 많은 축제가 가장 많이 개최되었고, 광주가 13개로 가장 적은 수를 기록 했다. 하지만 지역축제는 사회문제 또는 자연재해 등에 의해 계획 되었다가 취소되는 경우도 있어 수치를

정확히 측정하고 비교하는 것에 한계점이 있다.

우리나라 인구 만 명당 축제비율은 16.85% 이다. 인구가 가장 많은 경기도는 8.17%의 비율로 인구 만 명당 축제 수는 적은 편으로 나타났다. 이에 비해 제주특별자치도는 인구규모가 적지만 인구 만 명당 축제 비율은 58.28%로 높은 수치를 기록하고 있다.

인구대비 축제 비율이 높은 지역은 강원도이며, 축제비율이 가장 낮은 지역은 서울이다. 이러한 결과를 통하여 우리나라 지역축제는 지역적 특성을 활용한 축제가 많으며, 인구대비와 축제의 활성화는 상관관계가 없음을 의미한다. 축제의 방문객은 지역주민과 외부관광객으로 구성된다. 따라서 인구대비 축제 비율로 축제의 질을 평가할 수는 없지만 많은 인프라를 구축하고 있는 지역은 문화 공공성과 문화산업으로서 축제를 적절히 활용하고 있다는 것을 추측할 수 있다. 또한 우리나라 관광산업이 발달한 지역에 축제가 많다는 점은 우리나라의 축제가 지역경제발전에 치우치고 있다는 점도 내포하고 있다. 따라서 관광산업으로서 축제도 중요하지만 문화공공성을 구현할 수 있는 축제로 기능이 확대되어야 할 것이다. 우리나라 지역별 인구대비 축제비율은 다음 <표 2>과 같다.

<표 2> 지역별 인구대비 축제비율(2010년)

지역	총 인구 (명)	축제 수 (개)	인구 만명 당 축제비율 (%)
전 국	48,580,293	819	16.85
서울특별시	9,794,304	67	6.84
부산광역시	3,414,950	44	12.88
대구광역시	2,446,418	24	9.81
인천광역시	2,662,509	23	8.63
광주광역시	1,475,745	13	8.81
대전광역시	1,501,859	16	10.65
울산광역시	1,082,567	21	19.39
경기도	11,379,459	93	8.17
강원도	1,471,513	91	61.84
충청북도	1,512,157	51	33.72
충청남도	2,028,002	76	37.47
전라북도	1,777,220	62	34.88
전라남도	1,741,499	34	19.52
경상북도	2,600,032	51	19.61
경상남도	3,160,154	122	38.61
제주특별자치도	531,905	31	58.28

자료: 연구자 정리

3) 지역축제를 통한 지역발전 효과

지역축제는 지역발전을 위한 수단으로서 그 역할을 하고 있다. 지역발전은 지역에서 발전에 대한 가치를 무엇으로 둘 것인가에 따라 지원과 정책방향이 결정된다. 이에 중앙정부 및 지방정부는 정책을 어떻게 효율적으로 운영할 것인가에 대해 마케팅 개념을 도입하여 접근하고 있다.

행정서비스에 마케팅 개념이 등장하게 된 것은 1980년대 후반, 미국을 비롯한 영국, 호주 등에서 정부개혁의 일환으로 등장한 신공공관리 이론에서 비롯된다(정재환, 2008). 정책에 대한 방만하고 비효율적인 운영과 정부의 지나친 개입, 주민에 대한 인식의 문제가 지적됨에 따라 행정패러다임이 변화하는 과정에서 행정서비스가 대두되었다.

거버넌스(Governance), 신공공관리(New Public Management) 등은 현대 행정 환경의 변화를 설명할 수 있는 주요 이론으로서 행정 본위적 개혁과 변화보다는 정책과정의 중요한 협력자인 고객(이해관계자)의 참여와 요구 반영에 더 중요한 가치를 두고 있다(김종호, 2009). 때문에 축제는 정책 마케팅 관점에서 접근하여, 지역발전과 고객 참여에 대해 가치를 두어야 한다.

지역축제도 효율적 운영을 위해서 마케팅 개념을 도입하여 접근할 필요가 있다. 축제는 중앙정부의 지원도 중요하지만 지방정부차원에서의 정책 지원도 필요하다. 지역발전에 있어 정책마케팅은 지방정부차원에서 접근이 가능한 '장소 마케팅'과 '투자유치 마케팅', '문화 마케팅'으로 구분할 수 있으며, 축제는 지역성과 고객참여의 특성을 가지고 있어 장소 마케팅과 행정서비스 관점에서 설명할 수 있다.

장소마케팅은 지역 브랜드 개발로 인한 지역이미지 향상과 특성화를 위한 수단으로 등장하였다. 세계화·지방화·정보화 시대가 본격화 되고, 문화에 대한 수요와 정체성의 중요성에 대한 인식이 증대되는 사회현상에서 그 원인을 찾을 수 있다. 또한 지역의 정책이 문화와 환경지향적인 정책으로 전환되었다는 점에서 장소마케팅을 통한 지역발전이 대두되고 있는 것이다.

지역주민의 문화향수 충족을 위한 문화정책의 중요성이 높아짐에 따라 거주민 유치를 위한 문화 환경을 조성하는 것에 장소마케팅은 핵심을 가진다. 또한 문화도시, 생태도시, 지속가능한 도시창출의 비전이 중요한 이슈가 됨에 따라 역할이 커지고 있다.

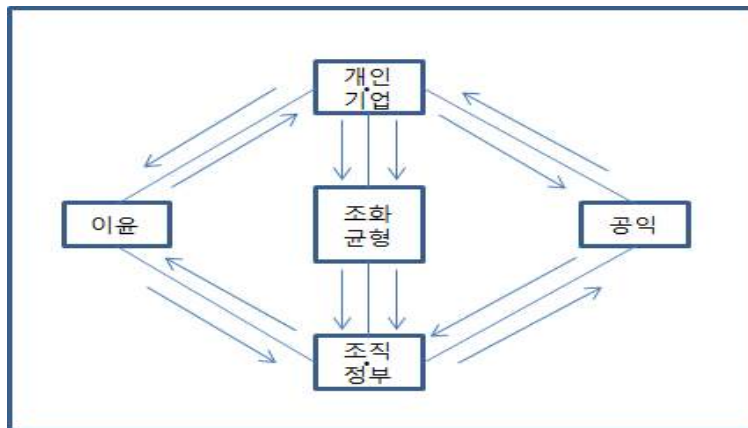
문화적 욕구는 소득수준이 향상되고, 경제적, 심리적 여유가 확대됨에 따라 증가하게 된다. 또한 자아정체성에 대한 성찰의 확대로 문화교육 및 여가 향유와 관광에 대한 욕구, 자기계발 욕구, 삶의 질과 다양한 라이프스타일을 추구하고 있다. 이에 장소마케팅은 지역을 기반으로 문화의 갈증을 해소 할 수 있는 대안으로 떠오르고 있다. 따라서 축제 또한 같은 맥락에서 장소마케팅 관점에서 해석 될 수 있다.

축제가 정책마케팅의 수단으로 역할을 해내고 있음에 따라 세부적인 연구가 필요하다.

특히 정책 마케팅 중 장소 마케팅은 지역축제나 지역 브랜드 등 지역 이미지 향상과 지역 특성화를 위해 다양한 연구가 진행되어야 할 분야이다. 전국에 지역축제가 수천 개에 이르는 현실에서 그 차별성과 지속성을 확고히 해나가기 위해서는 지방자치단체에 적용 가능한 정책마케팅과 지역 발전의 관계에 대한 연구를 지속적으로 진행해야 할 것이다.

지역축제의 주체에 따른 관계를 행정서비스 마케팅 관점에서 접근할 필요가 있다. 행정서비스 마케팅은 주제, 목적, 방법, 혜택자로 구분하고 있다. 행정서비스 마케팅 중 기업 마케팅에서는 기업이 이윤을 목적으로 개인을 위해 수행하는 관리활동과 기업이 이윤을 목적으로 정부를 위해 수행하는 활동이 발생한다. 문화행정 분야는 인력의 질에 따라서 행정서비스의 질이 크게 좌우되는 경향이 있다. 때문에 축제를 담당하는 공무원들의 전문성 제고와 전문 인력을 양성할 필요가 있다(강애란, 2008).

축제는 조직이 이윤과 공익을 조화하여 개인을 위한 서비스마케팅 관리활동을 하는 것으로서 기능을 한다. 이는 축제가 행정적인 관점에서 관리되고 있음을 시사한다. 다음 <그림 1>은 지방정부를 통한 지역축제가 행정서비스 마케팅관리를 설명한다.



자료: 정제환(2008), 「지방정부 이벤트형 축제의 효과성 결정요인에 관한 연구: 행정 서비스 마케팅 관점에서」, P9

<그림 1> 행정서비스 마케팅 개념

(1) 사회적 효과

지역축제를 통한 사회적 효과는 지역이미지제고와 지역민의 공동체 형성을 들 수 있다. 지역이미지 제고 효과는 축제 참여집단에 의한 효과와 마케팅에 의한 효과로 인해 형성된다. 개최를 통한 미디어 노출로 개최지의 관광이미지를 강하게 형성시키는 효과가 있다(이희원, 2008; 박재관, 2011). 또한 지역민의 공동체 형성에 기여하고 있는 지역축제는 개최로 인한 주민의 일체감과 지역에 대한 자긍심을 형성하게 한다(이경모, 2007; 박재관, 2011). 지역공동체를 위한 축제는 주민·구민통합축제, 체육대회, 기념제 등을 통

하여 지역전통유지와 화합의 효과가 있다.

지역축제의 성공적인 성과를 전부 기대하는 것은 쉽지 않지만 공공성을 가지고 축제의 효과성과 효율성이 적절히 조화가 되어 성공적인 성과관리가 되어야 한다. 따라서 지속가능성이란 지역의 환경을 활용한 경제적 편익 추구하고 미래세대간의 형평성을 갖도록 하고 이해관계자들의 욕구를 평등하게 충족시킴으로서 지역사회의 총체적인 삶의 질을 향상시킬 수 있는 성장 정도이며 지속가능성을 지닌 지역축제는 지방자치단체 성과에 긍정적 영향을 미친다(류용걸, 2008).

지역축제가 지역사회에 미치는 영향을 이익과 비용을 통해서 살펴 볼 수 있다. 지역축제가 개최되면 고용 선택기회 증대되고, 지역의 재산의 가치가 상승하게 된다. 런 경우 세수입이 증가되는 연쇄적인 효과가 발생하게 된다. 또한 다양한 축제가 개최되면 문화를 향유할 수 있는 선택의 기회가 증가되어 지역민의 만족도를 높이고, 건전한 여가선용으로 지역미화에도 기여하게 된다. 이러한 지역축제를 운영하기 위해서 지방자치단체는 각종 안전과 사회적 혼란을 예방하기 위하여 노력하며 여기에는 비용이 따른다. 지역축제가 지역사회에 미치는 이익과 비용분석에 대해 다음 <표3>과 같이 구분할 수 있다.

<표 3> 지역축제가 지역사회에 미치는 이익과 비용 분석

구분	내용
이익	-고용 선택기회 증대 -재산가치의 상승 -세수입의 증가 -연회 종류의 선택기회 증대 -지역미화의 가능성 -지역 주민의 교통이용의 편리성-도로 확충, 공항 등 -차량, 음식, 의류 등 선택기회 증대
비용	-하수 오물처리, 학교·공항 등에 대한 치안과 소방보호 -모든 종류의 범죄 증가 가능성 -오염 증가(대기, 소음, 물) -공공접근성의 제한 -이혼과 사회적 혼란 증대 -음식, 주택임대료, 운송, 노동에 있어서 생활비용의 증가

자료: D.Lundberg.(1990)「The Tourist Business」6th ed,
이주현(2011)「축제체험요소에 따른 시장세분화 특성연구」P21 재인용.

(2) 문화적 효과

지역축제를 통한 문화적 효과는 지역문화의 저변을 확대시킴으로써 타 지역문화와의 교류의 기능을 가지고 있다. 주민들에게 다양한 문화예술과 접촉할 수 있는 기회를 제공함으로써 지역주민들의 문화향유 기회를 확대시킨다(김성현, 2005). 외래 방문객이 참

여하는 이벤트의 경우 세계 각국, 혹은 타 지역의 정치, 사회, 문화, 체육, 예술, 산업분야 등 각계의 참여자들이 화합하는 장소이므로, 국가 간, 기업 간 또는 민간부분에서 개인 간의 활발한 국제교류를 촉진시키는 효과를 갖는다(박재관, 2011),

문화적 효과로써 지역축제는 각 지방자치단체가 속한 지역의 특성을 반영한 축제도 포함하고 있기 때문에 축제방문객에게는 참여를 통하여 그 지역문화의 역사과 고유의 독창성을 체험할 수 있는 기회가 된다. 이러한 사실은 지역 및 국가 문화에 대한 교육적 효과를 나타낸다(이경모, 2007). 축제를 통한 교육적 효과는 현장학습의 기능과 문화예술의 감상 기여제공으로 감상수준 향상 등의 효과도 제공한다. 또한 지역민에게 지역문화 계승, 발전시키는 계기가 되며 음악, 미술, 공연 등의 개최로 지역민의 문화수준 향상과 삶의 질을 높여주는 효과를 가져다주며, 축제를 통하여 지역주민들은 화합과 정체성을 제고하는 계기를 마련할 수 있다(정강환, 1996).

(3) 경제적 효과

지역축제에 경제적 효과를 기대하는 것은 대다수의 지방자치단체들이 관광객 유치를 통한 지역경제 활성화에 축제의 주요 목적으로 삼고 있다는 것에서 살펴 볼 수 있다. 고숙희(1999)도 지역의 문화적 특산품, 문화적 이미지, 관광자원 등을 문화상품으로 보고 문화적 부가가치 창출 및 제고를 위해 노력하고 있다는 점에서 문화행사를 일종의 생산활동으로 보아도 무리가 없다고 하고 있다.

축제를 통한 경제적 효과는 먼저 개최를 위해 투자되는 SOC기반시설을 통하여 설명할 수 있다. 축제 개최를 준비단계에서 사회하부구조시설의 개선을 위해 지방자치단체의 투자가 이루어지게 된다. 이는 도로시설 정비, 숙박시설의 확충 등 관광시설의 개선 등을 포함하는 광범위한 도시 개발의 효과를 가져 오고, 그로인해 일반경제의 활성화 및 지역내 경제활동이 증가하게 된다(이경모, 2007; 박재관, 2011).

축제의 경제적 효과에 미치는 변수는 축제 방문객의 소비지출 및 행사관련 투자액의 규모에 크게 의존한다. 또한 지역세수의 증가 효과를 가져 오고, 지역 특화 산업을 육성시킨다. 때문에 지역비수기를 극복할 수 있는 방안으로 활용된다(이희원, 2008). 따라서 지역축제의 개최자는 축제의 경쟁력을 키워 수입부문에서 충분한 스폰서십을 확보할 수 있어야 하며, 또한 스폰서십을 제공한 스폰서에게 충분한 편익이 제공될 수 있도록 축제 기획 및 지속적인 관리를 수행함으로써 스폰서십 확보와 이로 인한 재정수입 증대에 노력을 기울일 필요가 있다(이경모 외, 2003).

축제의 관광산업과의 연계는 단순히 지역축제가 지역주민들만의 잔치가 아닌 외부인의 축제 참여를 적극 유도하여 축제를 통해서 그 지역에서 많은 축제 관련 상품을 구입하게끔 유도해야 하며, 이러한 적극적인 마케팅전략을 축제에 도입함으로써 낙후된 지역경제

를 활성화 시킬 수 있는 계기를 마련해야 한다. 또한 같은 축제 주제라도 타 지역과 비교해 유리한 산업이거나, 같은 프로그램이라도 지역의 승수효과 또는 지역의 기반산업을 이용할 경우에 좀 더 높은 효과가 있다(김성현, 2005). 따라서 지방자치단체는 지역축제를 통한 지역발전을 꾀하기 위하여 현명한 지원과 관리를 해야 한다.

2. 지역축제 성공요인에 관한 선행연구 검토

성공에 영향을 미치는 요인은 지역축제 이해당사자에 따라 다르게 나타난다. 축제를 하나의 제품으로 본다면, 제품을 만들어 내는 생산자와 만들어진 제품을 구매하는 소비자로 구분할 수 있다. 축제의 참여자인 이해관련집단은 축제의 성공적인 개최를 위한 관심을 갖고 있거나 투자를 한 기관이나 단체, 개인을 가리킨다(강해상, 2004).

축제 참여자에 대한 선행연구를 바탕으로 축제 참여자를 나누어보면, 축제를 운영 및 지원하는 축제 공급자와 축제를 방문 및 참여하는 수요자로 설명할 수 있다. 축제의 공급자는 중앙정부, 지방정부, 축제운영조직, 후원사 등이 있고, 축제의 수요자는 지역주민, 외지 방문객, 축제프로그램에 참여하여 이윤이 발생하는 참여자이다.

이에 본 연구에서는 참여자를 축제를 소비하는 수요자 관점과 축제의 주관 및 지원하는 공급자 관점으로 분류한다. 축제에 참여하는 수요자관점은 축제에 대한 만족도 측면에서, 주관하는 공급자관점은 축제 지원과 평가측면에서 성공요인을 찾을 수 있다.

1) 공급자 관점에서의 성공요인

지역축제에서 공급자는 축제수명을 좌우 할 수 있는 축제주최자로 정의할 수 있다(강해상, 2004; 신용석 외, 2005; 최승담, 2005; 김종열, 2008; 정재환, 2008; 김창수, 2009; 이경모, 2009, Steven, 2009; 노경희, 2011). 축제를 공급하는 주체에 대해 정재환(2008)은 축제 사례를 통하여 설명하였다. 반딧불 축제사례를 통해 참여자 중 운영주체를 공무원, 주민, 운영요원, 후원으로 구성하였다. 또한 이천 도자기 사례를 통해서 민간단체, 공공단체, 운영요원, 공무원으로 구분하였다. 민간단체는 도자기 관련 생산업체이며, 공공단체는 중앙정부와 지방정부, 대학, 연구소 등이다. 운영요원은 진행과정의 안내와 서비스를 제공하고, 공무원은 직접 참여 및 행사의 진행의 역할을 한다.

이러한 내용을 바탕으로 축제를 공급하는 주체를 중앙정부, 지방정부로 구분할 수 있다. 축제 공급자인 중앙정부차원에서 축제지원은 해외홍보, 축제평가, 평가에 의한 인센티브가 있다. 지방정부차원에서 축제지원은 홍보, 예산지원, 시설제공, 인력제공이 있다. 중앙정부차원에서 축제지원은 문화관광체육부와 행정안전부에서 지원 및 관리를 하고 있다. 문화관광체육부는 외래 관광객 유치와 지역 경제 활성화를 위해 1996년부터 전국의

지역축제 중 관광상품성이 뛰어난 축제를 '문화관광축제'로 선정하여 예산을 지원해오고 있다(김남숙, 2011). 또 행정안전부는 2006년부터 축제 예산 효율화를 위하여 예산집행감사를 실시하고 있다. 지방정부 차원에서 축제지원은 백선희(2006)도 밝혔듯이 지자체의 축제개최의지, 민관협력정도, 유관기관의 협조가 잘 이루어진 축제는 안정적으로 운영되어야 한다. 특히, 지역축제에 있어 중심적인 역할을 하고 있는 지방정부의 역할은 지속가능한 관광정책, 파트너십, 관리 매뉴얼, 시민참여 유도도 정리 할 수 있다.

지방정부의 역할에 대하여 김종열(2008)은 다음의 세 가지를 제시하고 있다. 지역축제의 활성화를 위하여 지방정부는 먼저 지속가능한 관광정책을 수립해야 한다. 관련 이해당사지들과 파트너십을 형성하여 지역특성을 살리고 지역실정에 맞는 차별화된 자원 개발과 서비스를 제공해야 한다고 설명하였다. 두 번째 역할은 지역축제와 관광산업계의 협력을 유도해야 한다. 관광 산업 내·외부의 협력적 네트워크를 구축하고 관련 상품에 대한 발굴 및 시장 육성이 요구된다. 또한 관련 교육·운영지침 매뉴얼 작성으로 효과적인 관리가 필요하기 때문이다. 마지막으로 시민단체의 역할 유도이다. 지역에 있어 가장 중요한 자원은 지역주민이다. 따라서 건전한 문화를 정착하기 위해서는 지역 내 시민 및 단체를 대상으로 인식 제고 및 교육, 네트워크 구축이 요구된다고 밝히고 있다.

공급자 관점에서 축제의 성공을 측정할 수 있는 요인은 주로 운영과 관련된 내용이다. 효율적인 기획 및 운영을 위해서는 재정능력, 접근성, 축제 인적자원 등이 중요하다(강해상, 2004; 송건섭, 2004; 문성중, 2006; 백선희, 2006; 이동수, 2007; 한국문화관광연구원, 2007b; 류용걸, 2008; 최광한, 2008; 김성경, 2010).

지역축제 운영에 있어 재정능력은 예산규모와 재정자립도를 통해 측정 할 수 있다. 축제 공급자관점에서 축제행사의 규모, 재정력의 규모, 교통·산업화의 발달정도, 축제를 통한 직접적 생산효과나 간접적인 생산효과인 수익성이 지역축제 성공 결정적인 요인으로 거론되기도 한다(송건섭, 2004; 김춘식, 2005; 김현욱, 2006; 이동수, 2007; 류용걸, 2008; 김상교, 2010). 축제의 이상적인 지원형태로 김현욱(2006)은 지방자치단체는 민간이 할 수 없는 장기적인 투자와 재정 지원이 요구되는 부분을 지원하는 축제 형태로 진행되어야 한다고 설명하고 있다. 또한 주최 측은 경제적 효과에도 관심을 가지기 때문에 류용걸(2008)도 해당 지역의 재정자립도와 축제 경비비율 등의 재정능력은 조직기구의 효율적인 운영을 위해 필요한 요소로 설명하고 있다.

축제를 개최하는데 있어 지방자치단체의 재정자립도 역시 중요한 요소이다. 기존의 정부주도형 수직적 관계가 아닌 수평적 협력으로의 전환이 나타나고 있다. 이에 허성관(2010)은 재정적 안정성을 확보하기 위해 지방자치단체에서 축제를 개최하고 있다고 설명하고 있다. 때문에 장명필(2010)이 말하는 운영주체는 부가가치는 물론, 재정적인 문제를 해결하기 위해서 근본적으로 자립성 및 안정성을 갖추어야 한다고 설명하고 있다.

지역축제에 있어 접근성은 주최 측의 노력에 따라 달라지는 요소이다. 접근성은 도시규모, 교통수단, 개최시기 등의 요인이 있다(강승규, 2003; 이현주, 2009). 강승규(2003)가 말하는 축제의 접근성은 도시규모와 물리적 속성으로 구분할 수 있다. 도시규모는 인구규모에 따라 교통수단은 방법에 따라 구분할 수 있으며, 개최시기는 개최기간과 함께 성공요인으로 분석할 수 있다. 또한 물리적 속성으로 개최장소, 개최시기, 개최일정이 있다.

축제 장소에 대한 연구에서 이현주(2009)는 수도권과의 거리 접근성, 인접대도시의 인구규모가 중요하다고 설명한다. 수도권과의 거리접근성은 축제 방문객이 축제개최지에 도착하는 시간이며, 이는 일반적으로 거리와 가장 밀접한 관계가 있다. 또한 축제장 인근 주차시설 및 교통시설도 접근성에 영향을 미친다. 접근이 용이한 축제는 방문객의 참여를 유도하는 역할을 하기 때문에 축제 공급자는 접근성에도 관심을 가져야 한다.

축제의 운영에서 인력지원은 축제를 진행하는 인력과, 프로그램 구성 및 평가에 참여하는 전문 인력으로 구분할 수 있다. 인력은 축제를 원활하게 소통하기 위하여 필요한 요소이다(강해상, 2004; 김춘식, 2005; 문성중, 2006; 이희성, 2007; 최광한, 2008).

축제 인적자원은 원활한 축제 진행을 위하여 갖추어야 할 요소이다. 이에 최광한(2008)은 축제추진 인력 조직의 구성을 담당 공무원, 자원봉사자로 구분하였다. 이들은 축제 프로그램 및 상품의 완성도를 높여주며 전문 인력을 통한 연구개발은 수익성을 창출하는데 기여하게 된다고 설명한다. 따라서 지역축제의 성공을 위해서는 축제의 기획, 제작에 중심이 되는 조직이 지역의 특색을 잘 이해하고, 축제를 중장기적인 관점에서 사고하는 전략적 마인드와 전문성이 필요하다.

지방자치단체의 공무원 역할은 이희성(2007)이 밝혔듯이, 기초자치단체장의 리더십에 따라 조직유효성과 축제성공에 미치고 있다. 인사 및 행정에 관한 전권을 행사하는 기초자치단체장의 리더십은 축제 성패에 중요한 역할을 하고 있다는 것이다. 또한 조직구성원인 기초자치단체 공무원은 축제 관련 직무를 전문적으로 하지 못하며, 공조직 특성상 직무에 대한 책임성이 결여 된다고 하였다. 이에 공무원은 직무에 대한 만족보다는 공무원 조직의 일원으로서 몰입할 때 축제의 성과가 크게 나타난다고 설명한다.

보다 나은 축제가 되기 위해서는 전문가의 역할이 필요하다. 강해상(2004)은 원활한 의사결정을 위해 전문가가 배치되어야 한다고 밝혔다. 기획 및 운영주체는 축제진행에 있어 준비가 잘 진행되고 있는지와 그 과정에서 전문가가 적절히 배치되어 의사결정이 원활한지를 파악할 수 있기 때문이다. 또한 문성중(2006)도 축제 운영주체의 경력과 자격, 책임감도 성공적인 축제관리를 위하여 필요하기 때문에 전문가의 역할이 매우 중요한 것으로 설명하였다.

지역축제의 목적은 앞 장에서 살펴 본 바와 같이, 지역이미지 개선과 지역의 장소성 강

화, 지역 브랜드의 가치 상승에 있다. 이러한 목적을 달성하기 위해서는 독창적인 축제 개발이 필요하다. 최승담(2005)도 연구를 통해 축제의 개발에는 많은 투자비가 소요되지 않으면서 창의적으로 운영했을 경우 그 부가가치는 엄청나다고 밝히고 있다. 축제를 공급하는 운영주체의 역할의 무엇보다도 중요하다. 따라서 전문성을 갖춘 효율적 축제조직을 구성하여, 축제 재정에 대한 자립도를 갖추고 지속적인 발전 방안모색을 갖추어야 한다.

2) 수요자 관점에서의 성공요인

지역축제를 찾는 수요자는 축제 성공에 가장 큰 영향을 미친다. 축제의 방문성과에 따라 개최 결과 및 영향력이 발휘 할 수 있기 때문이다. 지역축제는 현장 경험에서의 만족도에 따라 지역축제의 이미지가 형성된다(이장주, 1999; 오수영, 2006). 따라서 지역축제에 관한 대부분의 연구에서는 방문객의 만족을 중요한 측정변수로 판단하고 있다.

축제의 수요자 측면에서의 성공요인으로 해당 축제에 대한 방문객 만족도를 중심으로 프로그램의 만족도, 서비스 만족도 등을 들 수 있다(이장주, 1999; 서희석 외, 2002; 김춘식, 2005; 노윤구, 2006; 오수영, 2006). 축제가 성공적으로 개최되기 위해서는 방문객의 만족이 필수적이라고 설명하고 있다.

지역축제가 성공하기 위해서는 실질적인 방문객의 만족도를 높여 재방문을 유도하는 것이 중요하다. 축제의 성공은 결과적으로 방문객에 의해서 결정된다. 때문에 방문객의 재방문도 간과하지 않을 수 없다. 송건섭(2004)은 방문객의 재방문에 대하여 지역축제를 방문하는 모든 관광객에게 만족과 즐거움을 제공하기 위해 축제와 관련된 모든 활동을 설계하거나 개발해야 하며, 축제에 참여한 관광객의 만족도는 지역축제의 서비스 질에 영향을 받기 때문에, 서비스 질은 방문객을 재방문하게 하는 원동력이 된다고 밝혔다.

지역축제에 대한 수요자의 만족도는 경험한 지역축제가 제공하는 서비스에 대한 만족도, 다른 축제와 비교한 현 지역축제의 만족수준, 지역주민들과 외부 참가자들의 화합정도, 경험한 지역축제에 대한 재방문 의도에 의해 결정된다(김현욱, 2006). 이에 지역축제를 개최하는 기관이나 정부는 방문객의 방문욕구와 매력도를 높이기 위해 지역의 관광자원, 역사적 사건, 설화, 민속놀이, 생태 등의 다양한 형태의 자원을 활용하여 독특하고 색다른 이미지와 분위기 연출을 위한 대안을 마련하고 있다. 때문에 관광객의 입장에서 축제 참여프로그램에 대한 만족도, 지역사회 관점에서 지역경제에 미치는 경제적 효과 등의 요소들을 모두 고려하여 종합적으로 판단해야 할 것이다(문성중, 2006).

지역축제의 성공요인은 공급자와 수요자 관점으로 분류할 수 있는데 공급자 관점은 축제지원체계와 축제접근성, 수요자관점은 방문객 만족도를 포함한다. 축제지원체계에서는 예산, 재정능력, 인력지원으로 세분화 할 수 있다. 예산은 장기적은 투자, 재정지원, 적절

한 예산확보, 재정능력은 조직기구의 효율성과 재정자립도, 인력자원은 인력의 효율적 운영과 인재개발을 들 수 있다. 축제 접근성은 도시규모와 개최시기로 세분화 할 수 있다. 도시규모는 개최장소, 수도권과의 접근성, 인접대도시 인구규모, 개최시기는 시기와 일정이 중요한 요인으로 나타났다. 축제의 수요자인 방문객은 축제 행사의 규모나 축제 지역의 교통망 확충과 산업화 정도에 따라 영향을 미치기 때문에 축제의 접근성을 높일 수 있는 다양한 교통망과 프로그램이 구성되어야 한다(박호창, 2006; 이동수, 2007).

앞서 살펴본 바와 같이 성공적인 축제를 위해서는 공급자의 탄탄한 능력을 바탕으로 수요자의 만족도를 높이는데 목적을 두어야 한다. 선행 연구를 통하여 지역축제 성공요인을 참여관점에 따라 정리를 하면 다음 <표 4>와 같다.

<표 4> 선행 연구를 통한 지역축제 성공요인

구분		성공요인	연구자	
공급자 관점	중앙 정부	인센티브	장기적인 투자, 재정지원	김현욱(2006), 서희석 외(2006), 김상교(2010)
		평가	- 전문가 평가, 방문객 만족도	문성종(2006)
	지방 정부	재정	조직기구의 효율성, 축제예산확보, 재정자립도	강형기(1999), 김춘식(2005)
		인력	인력의 효율적 운영, 인재개발	강형기(1999), 김춘식(2005)
	접근성	- 수도권과의 접근성, 인구규모, 개최시기, 개최기간	강승규(2003), 이현주(2009)	
수요자 관점	방문객	프로그램	- 지역성, 공감도, 완성도	이장주(1999), 강승규(2003), 문성종(2006), 최광한(2008)
		서비스	- 편의성, 위생 및 청결	강승규(2003), 김춘식(2005), 김현욱(2006), 최광함(2008)

Ⅲ. 실증분석

1. 연구의 분석틀

1) 분석의 구성요소

(1) 연구변수

방문객 만족도는 동일한 항목으로 방문객이 직접 설문조사를 참여하여 나타낸 결과이다. 지역축제의 성공은 공급자와 수요자의 만족도가 높고 축제 성과에 대하여 긍정적인

평가가 이루어져야 가능하다. 하지만 축제가 성공인지 실패인지의 구분은 쉽지가 않다. 지역축제 성공은 축제의 주최 측, 관람객, 지역사회의 관점에 따라 다르고(김춘식, 2005), 성공과 실패의 구분은 명쾌하지 않지만 축제의 효율적인 운영과 관람객의 만족도가 높았는지에 따라 논의 할 수 있다(서희석 외, 2006).

성공적인 지역축제는 참여인구를 많이 유입하고 만족도를 최대화하여 주최 측이 설정한 목표가 달성 되어야 한다. 그 결과에 따라 축제의 수명이 오래 유지될 수 있다. 지역축제 방문객의 만족도가 높게 나타날 경우 재방문의사, 축제 추천에 영향을 미치기 때문에 만족도를 높일 수 있는 구성이 필요하다.

(2) 독립변수

지역축제의 성공요인을 살펴보기 위하여 축제를 지원하는 정부별 지원역량을 중심으로 파악하였다. 축제에 대한 평가는 다양하게 이루어질 수 있다. 본 연구에서는 축제를 운영하는데 있어 중요하다고 판단된 중앙정부의 인센티브, 전문가 평가(운영의 적절성, 프로그램의 완성도)와 지방자치단체의 재정자립도, 행사축제경비비율로 선정하였다.

지역축제 성공에 영향을 미칠 수 있는 요인으로 중앙정부의 지원 요인을 들 수 있다. 중앙정부는 축제의 성공적인 개최를 위하여 매년 축제기간 중에 방문객 만족도와 전문가 평가를 실시하며, 그에 따른 결과로 등급을 매기고 인센티브를 차등 지원한다. 방문객 만족도는 참여한 방문객을 대상으로 18개 항목을 7점 척도로 설문조사를 한 내용이다. 전문가 평가는 총 4개의 항목으로 축제기간 중 문화체육관광부에서 선정한 전문가가 방문하여 서술평가를 진행한 내용이다.

축제평가는 축제가 열리는 동안의 성과를 평가하는 것이다. 이러한 평가는 방문객의 만족도를 통해서도 이루어지고 있지만, 전문가에 의한 평가도 중요하게 인식되고 있다. 전문가에 의한 축제 평가는 축제의 프로그램 및 운영에 대한 전반적인 내용으로 이루어지고 있기 때문에 방문객 위주의 평가에서 파악하기 어려운 운영에 대한 부분을 포함한다. 프로그램의 완성도는 축제의 핵심적인 내용으로 축제 콘텐츠 개발에 중점을 두며, 축제의 특성을 가지기 위해 필요한 요소이다.

중앙정부의 축제지원은 인센티브, 평가, 홍보로 구분 할 수 있다. 이러한 지원은 지방자치단체의 축제 운영 및 관리의 틀을 마련해 주고 있다.

지역축제 성공에 영향을 미칠 수 있는 지방자치단체요인은 재정자립도와 행사축제경비비율과 축제예산규모이다. 축제를 통해 지역경제 활성화의 목적을 두고 있는 지방자치단체는 자체 재정능력이 축제 성공에 영향을 미칠 수 있다.

축제운영에 있어 지방재정역량은 하나의 행정단위가 공공수요를 충족하는 데 소요되는 재원을 그 관할지역으로부터 자체적으로 조달할 수 있는 능력이자, 재정상의 적자 없이 장

기적으로 기존의 서비스나 재화의 공급수준을 유지하면서 새로운 재정수요에 대처하는 데 필요한 재원을 자체적으로 조달할 수 있는 능력이라고 정의할 수 있다(유훈 외, 1984). 재정역량은 지방재정의 크기를 의미하기도 하고, 때로는 주민의 행정수요에 대한 재정적 만족도를 의미하기도 한다. 우리나라의 지방재정역량의 측정과 관련된 연구 방법으로 각 지방자치단체 간의 재정역량을 상대적으로 평가하고 비교분석하는 지표적 접근방법이 지배적으로 활용되고 있다. 재정역량을 측정하는 요인으로 재정자립도가 사용된다.

중앙정부에 대한 의존도를 낮추고 자립수준이 높아진다면 지역의 발전성은 뿐만 아니라 국가의 성장가능성을 내다볼 수 있기 때문에 재정자립도는 중요한 지표이다. 지방정부가 보유하고 있는 예산과 지출에 따라 효율적인 지역축제의 재정 안정성을 어느 정도 확보하느냐에 따라 운영과정이 달라진다(이장한, 2007).

지역별로 축제에 따라 예산은 다양하게 책정된다. 2010년 광역 및 기초지자체의 지역축제 예산을 시·도별로 합산한 결과 전국합계는 총 3,126억 7천 8백만 원이고, 광주가 515억 1천 9백만 원으로 지역축제에 가장 많은 예산이 투입되었다(김낙순, 2012). 많은 예산의 투입은 지역축제의 운영을 원활하게 하는 하나의 요인이다. 각 축제에 따라 예산의 규모는 다르게 분포 되며, 적절한 예산책정은 축제의 성과에 영향을 미친다.

축제를 운영하는 데 있어 축제 총 예산도 성공에 중요한 영향을 미친다. 하지만 우리나라 지역축제에서 문화관광축제는 중앙정부와 지방자치단체, 축제 자체적으로 예산을 통합적으로 확보하여 운영하고 있어 축제의 총 예산을 하나의 변수로 보는 것은 내생성의 문제가 있어, 본 연구의 목적에 따라 정부별 지원 차원에서 우선적으로 살펴보고자 한다.

2) 연구가설

축제성과에 대한 긍정적인 평가와 지방자치단체가 지역축제를 어떻게 지원하느냐에 따라서 지역축제 성공의 가능성에 영향을 미치며, 훌륭한 지원에도 불구하고 지역축제가 성공하고 있지 못하다면 축제의 내재적인 요인과 외재적인 요인에서 문제가 있기 때문이라고 할 수 있다. 따라서 본 연구에서는 지역축제의 성공에 영향을 미칠 수 있는 요인으로 크게 두 가지 중앙정부 요인과 지방자치단체 요인으로 선정하였다. 그리고 각각의 하위 요인을 선정하여 지역축제 성공과 어떻게 연관되는지를 검증하고자 한다.

(1) 중앙정부 요인

중앙정부 요인으로 예산지원, 축제평가로 설정하였다. 이 요인을 통하여 알아보하고자 하는 내용은 우리나라 지역축제의 지원에서 중앙정부의 관리가 축제 성공에 어떠한 영향을 미치고 있는지 여부이다. 이에 본 연구에서는 중앙정부 요인에 대하여 축제 예산지원 즉, 평가에 의한 인센티브가 지역축제 성공에 어떤 영향을 미치는 지를 실증적 연구를 통해

서 검증하고자 한다. 또한 전문가를 통한 평가는 축제의 질을 파악하는데 중요한 역할을 한다. 축제는 경제적 효과뿐만 아니라 유희적인 효과가 유지 되어야 인구를 유입하는데 중요하다. 이에 다음과 같은 가설을 수립한다.

가설1. 중앙정부의 축제지원이 증가하면 방문객만족도가 증가할 것이다.

가설1.1 중앙정부의 인센티브가 증가하면 방문객만족도가 높아질 것이다.

가설1.2 중앙정부의 전문가 평가(운영의 적절성)이 증가하면 방문객만족도가 높아질 것이다.

가설1.3 중앙정부의 전문가 평가(프로그램의 완성도)가 증가하면 방문객 만족도가 높아질 것이다.

(2) 지방자치단체 요인

지방자치단체 요인으로 재정자립도와 행사축제경비비율로 설정하였다. 함평군의 함평나비축제의 경우 성공적인 축제로 많이 알려져 있다. 그러나 재정자립도는 전국 최하위 수준에 머물고 있다. 반면에 재정자립도가 높은 경기도의 축제의 경우에는 성공적인 축제의 사례가 많이 알려져 있지 않다. 경기도의 경우 수도권이라는 배후시장으로 시장 접근성이 좋으며 타 지역에 비해 우량 산업과 지역발전 기회가 많으므로 지역축제에 대한 의존도 및 중요도가 떨어진다(이수진 외, 2009). 재정자립도가 낮은 지자체는 지역축제를 통하여 지역경제 활성화의 목적으로 삼는 경우가 많다(김성현, 2005).

행정안전부에서는 효율적인 예산집행을 위해서 예산감사를 실시하고 있다. 각 지방자치단체는 특히, 축제 부문에 있어 예산의 비율을 감축하면 효율적인 예산운영으로 평가 되어 축제를 축소하거나 취소하는 경우가 발생하게 된다. 하지만 축제 운영에 있어 예산이 중요한 만큼 축제와 지방자치단체 예산비율과의 관계도 중요하다. 이에 다음과 같은 가설을 수립한다.

가설2. 지방자치단체의 축제지원이 증가하면 방문객만족도가 증가할 것이다.

가설2.1 지방자치단체의 재정자립도가 낮아지면 방문객만족도가 높아질 것이다.

가설2.2 지방자치단체의 행사축제경비비율이 높으면 방문객만족도가 높아질 것이다.

지방자치단체 축제는 방문객 만족도와 경제효율성을 통하여 성공을 측정한다고 가정하고 이에 근거하여 다음과 같은 분석의 틀과 가설을 다음과 같이 수립하였다. 다음 <그림 2>과 같이 가설검증의 위한 분석의 틀을 구성하였다.



〈그림 2〉 가설검증을 위한 분석의 틀

3) 변수측정 및 추출

지역축제의 성공을 측정하기 위해서 지역축제 성공수준 측정이 가능한 사례만을 선정하였다. 이러한 사례를 통계적으로 검증하기 위해서는 우선, 선정된 사례들의 대표성을 살펴보아야 한다. 그 이유는 우리나라의 모든 지역축제 성공에 대한 체계적인 조사통계 자료가 없기 때문이다. 따라서 본 연구에서 채택한 지역축제사례의 대표성 문제를 고려해야 한다.

선택된 표본들은 우리나라 지역축제 평가보고서에 대한 대표성을 가진다고 가정한다. 이를 위해 연구의 모집단을 추정하고자 연구범위에 포함되어 있는 지역축제사례를 다양한 자료와 방법을 통해서 수집하였다.

수집과정에서 지역축제평가는 해당 지자체에서 관심을 가지는 축제에서 주로 이루어짐을 알 수 있었다. 그러한 이유는 문화관광축제로 지정받기 위해서 인데, 평가를 통하여 지정될 경우 해당 축제는 정부의 예산지원을 받을 수 있기 때문이다. 이러한 과정을 거쳐 선정된 축제는 1996년 8개를 시작으로 2002년 29개, 2010년 44개에 해당한다. 이들은 선정을 위해 지자체 자체 평가와 선정이후 문화관광체육부의 다면평가가 이루어진다. 다면평가는 해당 축제를 대상으로 공통항목을 가지고 평가를 진행한다. 결국, 선정된 사례들은 문화관광축제를 모집단으로 어느 정도 대표성을 지닌다고 추정할 수 있다.

2013년을 기준으로 국내의 지역축제사례를 체계적으로 수집한 데이터베이스는 많이 부족하다. 문화관광체육부에서 매년 발간하는 문화관광축제 평가보고서는 전체 지역축제가 아닌 문화관광축제에 한해서 평가가 이루어지는 한계점이 있지만 만족도 조사와 전문가 평가 항목으로 구성되어 분석에 포함될 대표적인 사례를 선정하는데 도움이 된다. 연구 결과의 일반화와 함께 연구의 신뢰도를 높이기 위해서 다양한 노력이 요구된다.

(1) 설명변수: 방문객 만족

지역축제는 지역 활성화 기능을 발휘 하면서 지역문화의 전통유지와 지역공동체의 공감대 형성을 하는 활동이다. 본 연구에서는 지역축제의 성공을 측정하기 위해 지역축제에 참여한 방문객의 만족도를 통해 측정하고자 한다. 지역축제 성공은 다수 사례에 대한 객관적인 분석이 요구되기 때문에, 성공 수준을 구분 하는데 있어 공통된 기준의 방문객의 만족도로 한정하였다.

문화관광부의 문화관광축제 평가 지침을 살펴보면, 축제 방문객의 만족도는 축제의 개선사항을 도출하고 지역경제 파급효과를 극대화하기 위해 각 축제별로 전문기관에 의뢰하여 객관적이고, 과학적인 방법으로 조사 및 분석하였다.

방문객 설문조사는 축제에 대한 만족도를 7점 척도로 조사하였다. 양정평가인 방문객 설문조사에서 성공여부는 전체 만족도의 평균을 구해 평균인 4.777보다 높으면 성공, 낮으면 실패로 코딩한다. 산술평균은 개별변수 값들을 모두 더해서 전체의 케이스 수로 나눈 평균값을 말한다. 평균은 자료의 중심 위치를 나타내는 대표 값으로 가장 널리 사용되고 있다(한승준, 2006).

본 연구에서 방문객만족도를 추출하기 위하여 표본들은 문화체육관광부에서 선정한 문화관광축제를 대상으로 한다. 문화관광축제는 축제전문가 참관평가, 문화관광 담당직원 참관평가, 시민단체 참관평가, 관광객 만족도 및 소비지출 설문조사, 외래 관광객 유치실적 및 축제 개선실적 등의 다면평가로 구성된다.

실증분석을 위한 연구의 범위는 2007년부터 2011년이다. 해당 범위 내에서 문화관광축제로 선정된 축제는 2007년 52개, 2008년 56개, 2009년 57개, 2010년 44개, 2011년 44개이다. 이 중 제주특별자치도에서 관할하는 축제와 자료 불충분으로 제외하여 총 162개의 표본을 추출하였다. 추출된 표본 중에는 문화관광축제 선정결과에 따라 최대 다섯 번에서 최소 한번 이상 표본에 포함되어 있다.

(2) 독립변수

독립변수를 측정하기 위해 먼저, 연구에 포함되는 지역축제사례의 범위와 해당 지역축제를 살펴본다. 그리고 분석하고자 하는 대상의 자료원이 어떤 것들이 있는지 살펴본다. 연구 결과의 일반화와 함께 연구의 신뢰도를 높이기 위해 자료수집단계에서부터 연구계획안을 작성하고, 활용하여 데이터를 구축하는 노력이 요구된다. 이를 충족시키기 위하여 변수선정과정에서 질적 내용분석, 통계 데이터수집, 전문가 인터뷰를 실시하였다. 이렇게 수집된 자료를 바탕으로 지역축제 성공에 대한 영향요인 실증분석을 통해 알아보고자 한다.

지역축제 성공요인을 분석하기 위한 대상이 되는 축제는 총 162개의 축제이다. 2007년부터 2011년까지 5년 동안의 자료를 확보하여 연구의 대상으로 선정하였다. 분석을

위하여 중앙정부차원의 성공요인인 '정부인센티브'는 문화관광축제지원액, '운영의 적절성, 프로그램 완성도'는 전문가평가 내용을 바탕으로 내용분석으로 측정하였다. 지방정부차원의 성공요인인 '재정자립도'는 축제개최지역의 재정자립도이며, '행사·축제경비비율'은 대상 지역의 전체 예산 대비 행사 및 축제에 사용된 예산결과이다.

지역축제의 성공요인 중 운영의 적절성과 프로그램완성도는 전문가 평가를 바탕으로 한 질적 평가이다. 전문가 평가는 객관적 관찰자의 입장에서, 전문가적인 분석적 평가보다는 일반시민의 시각에서 시민참여적인 체험적 문화 활동의 일환으로 직접적으로 보고 듣고 느끼는 부분을 중심으로 일련의 축제의 흐름(기획, 준비과정, 시행과정, 사후영향 등)을 따라가며 평가 작업을 수행하였다(문화관광체육부, 2002). 이 평가내용을 데이터로 만들기 위해 내용분석은 코딩지침표에 따라 진행되었다.

실증분석에 대한 변수측정을 하기 위하여 종속변수와 독립변수로 구분하여 검토하였다. 분석을 수행하기 위하여 측정지표는 다음 <표 5>과 같다.

<표 5> 변수의 측정 지표

변수	내용	설명
종속변수	방문객 만족도	축제에 방문한 관람객을 대상으로 실시한 설문조사 (7점척도)
독립변수	정부 인센티브	문화관광축제 지원 액 (단위:백만원)
	운영의 적절성	전문가 평가 내용 분석 (1:개선필요, 2:보통, 3:잘됨)
	프로그램 완성도	전문가 평가 내용 분석 (1:개선필요, 2:보통, 3:잘됨)
	재정자립도	(지방세수입 + 세외수입/일반회계-예산규모) ×100 (단위:%)
	행사축제경비비율	행사축제경비/세출결산액 (단위:%)
더미변수	축제개최 연도	2007년~2011년, 2007년 기준

(3) 더미변수

실증분석을 위해 통제변수로 축제 개최연도를 사용하였다. 분석의 대상이 되는 축제 개최연도는 2007년, 2008년, 2009년, 2010년 그리고 2011년이다. 실증분석에서는 2007년을 분석의 기준으로 설정하였다. 더미변수를 선정한 이유는 연도별 지역축제의 성공을 알아보기 위한 것이다. 지역축제의 특성상 동일한 축제의 연도별 데이터가 아닌 연도별 문화관광축제 전부를 대상으로 선정하였다.

(4) 코더 간 신뢰도 검증

실증분석을 위하여 전문가평가 항목인 운영의 적절성과 프로그램의 완성도에 대해 내용분석을 실시하였다. 내용분석의 절차는 다음과 같다. 먼저 연구(조사)문제를 설정하여

가설설정 및 개념을 정리하고 문헌자료의 모집단을 규정한다. 문헌자료에서 표본을 추출하여 분석내용의 범주 설정, 분석단위의 규정, 계량화의 체계 규정을 한 뒤 코딩을 실시한다. 코딩된 자료는 신뢰도 및 타당도 검증을 거쳐 자료를 분석한다. 지역축제의 성공판단 기준은 축제의 단계에 따라 잘되었는지 아닌지를 측정하여 단계의 총 합을 구해 성공과 실패로 코딩한다. 전문가 평가는 본 연구의 목적을 달성하기 위하여 사용된 요인으로 기존 연구들과의 차별성을 가진다. 내용분석의 경우 분석에 대한 신뢰도가 중요하다.

신뢰도는 같은 현상을 반복적으로 측정했을 때 매번 같은 결과를 얻을 수 있도록 하는 측정방법이다(고성호 외, 2011). 내용분석의 신뢰도 검증은 분석 특성상 코더의 주관적 개입될 여지가 많기 때문에 실제 코딩에 앞서 표본자료에 대한 코더 간 신뢰도를 검증하여야 한다. 때문에 표본추출된 전체 문서에 대한 본격적인 코딩을 수행하기에 앞서 측정되는 것이 바람직한데, 이는 신뢰도가 낮게 나올 경우 받아들일 수 있을 만한 신뢰도가 나올 때 까지 코딩지침의 수정을 반복할 필요가 있기 때문이다(주재현, 2002).

내용 분석의 신뢰도 측정 방법에 있어 단순일치 확률과 우연에 의한 일치를 고려하는 방법이 흔히 사용된다. Holsti의 단순일치확률(이하 예서는 홀스티의 방법)은 계산이 단순하고 해석이 직접적이기 때문에 흔히 사용되지만 우연의 일치를 고려하지 못한다는 한계를 갖는다.

우연에 의한 일치를 측정하기 위해서는 Scott의 π , Cohen의 κ , Krippendorff의 α 로 구분할 수 있다. Krippendorff의 α 는 코더 수나 측정 단위의 변화까지 고려해서 계산되어지기 때문에 적용범위가 넓지만 계산과정이 복잡하여 아직 사용된 경우를 보기는 쉽지 않으며 스코트의 파이와 코헨의 카파는 그 중간이다. Cohen의 κ 값은 0.61이상이면 신뢰도가 좋은 것으로 판단할 수 있으며 0.81이 넘으면 완벽한 정도의 수준이라고 할 수 있다(Nuendorf, 2002; Krippendorff, 2004).

자료에 대한 코딩은 대표코더로서 본 연구자가 코딩 지침서를 바탕으로 진행되었으며, 신뢰도 측정을 위하여 코딩방법과 분류기준에 대한 충분한 교육을 받은 2명의 코더가 코딩을 진행하였다. 또한 내용분석의 최저 신뢰도 수준을 확보하기 위하여 2012년 8월 15~20일과 2013년 3월 3일~10일, 5월 15일~20일까지 총 20일에 걸쳐 진행하였다.

코더 간 신뢰도 검증은 단순일치비율과 우연에 의한 일치도와 대표코더 신뢰도 검증으로 진행하였다. 먼저 단순일치비율로는 Holsti(1966)의 공식을 이용하였다. 이는 신뢰도를 구하기 위하여 많이 사용된 방법이며 코더가 내릴 전체 판단 가운데 올바른 판단비율, 즉 일치 비율로서 최소한 80%이상의 수준을 넘어야 한다(Riffe, 1998; 배현석, 2007 재인용).

세 명의 코더간 신뢰도는 대표자와 코더 1명씩으로 배정하여 두 번 측정하였다. Holsti의 신뢰도 계수를 측정한 결과, 대표자(이하에서는 A)와 첫 번째 코더(이하에서는

B)명은 0.93%이고, A와 두 번째 코더(이하에서는 C)는 0.98%의 일치비율을 나타냈다. 두 번째로 척도의 신뢰성을 측정하는 Cohen의 κ 값은 A와 B는 0.92, A와 C는 0.94로 나타났다. 우연에 의한 일치도와 Cohen의 κ 값이 모두 90% 이상의 높은 신뢰도를 나타냄으로써 신뢰도를 확보하였다. 마지막으로 대표 코더의 신뢰도 검증을 통해 324개 중 296개가 일치하여 91%의 일치도를 보여주었다.

1. 실증분석

1) 기술통계분석

본 연구에 사용되는 측제와 관련한 변수들의 기본적인 사항들을 검증하기 위하여 기술통계 분석을 실시하였다. 총 표본 수는 162개 이다. 기술통계분석을 실시한 결과, 종속변수에 해당하는 '방문객만족도'의 값은 최소 3.89에서 최대 5.41로 나타났으며, 평균 4.71 인 것으로 나타났다.

독립변수에 해당하는 정부'인센티브'의 경우 최소값이 0원, 최대값은 8억 원이며, 평균값은 1억 3천만 원이다. 전문가 평가의'운영의 적절성'의 최소값은 1.00, 최대값은 3.00이며, 평균값은 1.67로 나타났다.'프로그램의 완성도'의 최소값은 1.00, 최대값이 3.00이고 평균 1.62로 나타났다.

지방정부 항목인'재정자립도'는 최소값이 7.4%, 최대값이 64%이며 평균값은 21.42% 이다.'행사축제경비비율'은 최소값이 0.20% 최대값은 2.63%이며, 평균값은 2.63%이다. 본 연구는 2007년부터 2011년까지의 변화를 살펴보기 위하여 2007년을 기준으로 하였다. <표 6>은 방문객 만족도의 구성변수에 관한 기술통계내용이다.

<표 6>기술통계분석

(N=162)

	변수	평균	표준편차	최소값	최대값
종속변수	방문객만족도	4.71	0.27	3.89	5.41
독립변수	정부 인센티브 (단위:백만원)	138.7	144.84	0.00	800
	운영의 적절성	1.67	0.73	1.00	3.00
	프로그램 완성도	1.62	0.77	1.00	3.00
	재정자립도 (단위:%)	21.42	12.28	7.4	64
	행사축제경비비율 (단위:%)	2.63	0.53	0.20	2.63
더미변수	2011년	0.16	0.37	0.00	1.00
	2010년	0.22	0.41	0.00	1.00
	2009년	0.20	0.40	0.00	1.00
	2008년	0.22	0.41	0.00	1.00

1) 방문객만족도에 따른 성공요인 회귀분석

지역축제의 성공여부를 확인할 수 있는 영향요인을 분석하기 위해 종속변수를 '방문객 만족도'로 선정하고, 이에 미치는 성공요인으로 '인센티브', 전문가 평가인 '운영의 적절성', '프로그램 완성도', '재정자립도', '행사축제경비비율'의 5개의 독립변수를 선정하여 회귀분석을 실시하였다.

그 결과 <표 7>과 같이 5개의 독립변수 중 2개의 요인에서 유의미한 영향력을 미치는 것으로 나타났다. 전문가 평가인 '운영의 적절성($\beta=0.461$ $p=0.000$)'과 '프로그램의 완성도($\beta=0.428$ $p=0.000$)'에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 통계적으로 유의미한 결과를 나타내고 있다. '인센티브($\beta=0.083$; $p=0.076$)', '재정자립도($\beta=-0.06$; $p=0.898$)', '행사축제경비비율($\beta=0.003$; $p=0.954$)'은 통계적으로 무의미한 영향력을 보이는 것으로 나타났다.

'방문객만족도'에서는 가설 2.2'중앙정부의 전문가 평가(운영의 적절성)가 증가하면 방문객만족도가 높아질 것이다'와 가설 2.3'중앙정부의 전문가 평가(프로그램의 완성도)가 증가하면 방문객만족도가 높아질 것이다'는 채택되었다. 반면 가설 2.1 '중앙정부의 인센티브가 증가하면 방문객만족도가 높아질 것이다'와 가설 4.1'지방자치단체의 재정자립도가 낮아지면 방문객만족도가 높아질 것이다', 가설 4.2'지방자치단체의 행사축제경비비율이 높으면 방문객만족도가 높아질 것이다'는 기각되었다. 하지만 '인센티브'의 경우 근소한 차이로 유의한 범위에서 벗어난 것으로 나타나 방문객 만족도에 있어서 어느 정도 유의미하다고 볼 수 있다.

<표 7> 방문객만족도에 미치는 성공요인 회귀분석

독립변수	비표준화 계수		표준화 계수	t	유의 확률	가설 검증
	B	표준오차	베타			
(상수)	4.183	.050		83.194	.000	
인센티브	.000	.000	.083	1.787	.076	기각
운영의적절성	.169	.023	.461	7.314	.000	채택
프로그램완성도	.150	.022	.428	6.822	.000	채택
재정자립도	.000	.001	-.006	-.128	.898	기각
행사축제경비비율	.001	.023	.003	.058	.954	기각
year2011	-.005	.039	-.006	-.118	.907	기각
year2010	.009	.037	.013	.235	.815	기각
year2009	-.055	.037	-.082	-1.496	.137	기각
year2008	-.027	.036	-.041	-.743	.459	기각

분석의 신뢰도를 위하여 방문객 만족도에 미치는 성공요인에 대해 순차 프로빗 분석을 실시했다. 회귀분석과 마찬가지로 지역축제의 성공여부를 확인할 수 있는 영향요인을 분석하기 위해 종속변수를 '방문객 만족도'로 선정하고, 이에 미치는 성공요인으로 인센티브, 전문가 평가인 '운영의 적절성', '프로그램 완성도', '재정자립도', '행사축제경비비율' 5개의 독립변수를 선정하여 프로빗 분석을 실시하였다.

그 결과 <표 8>와 같이 5개의 독립변수 중 2개의 요인에서 유의미한 영향력을 미치는 것으로 나타났다. 전문가 평가인 '운영의 적절성($\beta=0.461$ $p=0.000$)'과 '프로그램의 완성도($\beta=0.428$ $p=0.000$)'에 정(+)'의 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 통계적으로 유의미한 결과를 나타내고 있다. '인센티브($\beta=0.083$; $p=0.076$)', '재정자립도($\beta=-0.06$; $p=0.898$)', '행사축제경비비율($\beta=0.003$; $p=0.954$)'은 통계적으로 무의미한 영향력을 보이는 것으로 나타났다.

분석 결과, 방문객 만족도에 미치는 성공요인 순차 프로빗 분석에서 가설 2.2'중앙정부의 전문가 평가(운영의 적절성)이 증가하면 방문객만족도가 높아질 것이다'와 가설 2.3 '중앙정부의 전문가 평가(프로그램의 완성도)가 증가하면 방문객만족도가 높아질 것이다'는 채택되었다. 반면 가설 2.1 '중앙정부의 인센티브가 증가하면 방문객만족도가 높아질 것이다'와 가설 4.1'지방자치단체의 재정자립도가 낮아지면 방문객만족도가 높아질 것이다', 가설 4.2'지방자치단체의 행사축제경비비율이 높으면 방문객만족도가 높아질 것이다'는 기각되었다. 하지만 인센티브의 경우 근소한 차이로 유의한 범위에서 벗어난 것으로 나타나 방문객 만족도에 있어서 어느 정도 유의미하다고 볼 수 있다. 순차 프로빗 분석결과와 회귀분석의 결과는 거의 유사하게 나타나고 있다. 순차 프로빗의 분석결과는 다음 <표 8>과 같다.

<표 8> 방문객만족도에 미치는 성공요인 순차 프로빗 분석

독립변수	비표준화 계수		t	유의확률	가설검증
	B	표준오차			
(상수)	4.183	.050	83.194	.000	
인센티브	.000	.000	1.79	.076	기각
운영의적절성	.168	.023	7.31	.000	채택
프로그램완성도	.150	.022	6.82	.000	채택
재정자립도	-.000	.000	-.13	0.899	기각
행사축제경비비율	.001	.022	..06	.954	기각
year2011	-.000	.039	-.12	.906	기각
year2010	.00	.036	.23	.815	기각
year2009	-.054	.037	-1.50	.137	기각
year2008	-.027	.036	-.74	.459	기각

3. 분석결과

성공한 축제는 인구를 유입시키는 힘이 있으며, 그렇지 못한 축제는 축제라는 울타리만 가지고 있을 뿐, 인구를 유입할 수 있는 힘이 부족하다. 전문적이고 독창적이지 못한 지자체의 축제 운영조직은 축제를 실패하게 한다. 낙후지역이라도 외부자원에만 의존하지 않고 창의적으로 향토자원을 개발한다면 얼마든지 발전 가능성이 있다. 독창적인 콘텐츠 개발이 더욱 필요하다.

지금까지 지역축제의 성공요인을 규명하기 위해 선행연구를 대상으로 코더를 선정하여 내용분석을 실시하고, 그 결과를 토대로 독립변수와 종속변수를 선정하여 선형회귀분석을 실시하였다. 그 결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 방문객 만족도에 의한 성공적인 축제는 전문가 평가인 운영의 적절성과 프로그램의 완성도가 영향을 미치는 것으로 나타났다. 방문객의 입장에서는 축제의 원활한 운영과 독창성 있고 재미있는 프로그램이 많을수록 축제에 대한 만족도가 높아짐을 알 수 있다. 둘째, 통계적으로는 유의미하지 않지만 지역축제에 있어 정부의 인센티브 또한 방문객 만족도를 높이는데 어느 정도 유의성을 가지고 있다. 이러한 분석결과를 통해 중앙정부의 축제지원이 방문객 만족도를 높이는데 영향을 미치는 것으로 알 수 있다. 셋째, 순차 프 로빗 분석을 통해서도 같은 결과가 나타났다. 이는 실증분석에서 밝혀진 운영의 적절성과 프로그램의 완성도가 영향을 미치며, 통계적으로는 유의미하지 않지만 지역축제에 있어 정부의 인센티브가 영향을 미친다는 것을 확인하였다.

가설검증 결과 지역축제의 성공에는 중앙정부의 지원이 더 큰 영향을 미친 것으로 나타났다. 아직까지 우리나라의 지역축제는 정부, 특히 중앙정부의 지원 없이는 지속성을 유지하기에 어려움이 있다.

IV. 결 론

지역축제에 대한 개발이 이루어진 상태에서 브랜드 강화를 위한 노력이 필요한 시점이다. 축제는 지역별로 많은 차이를 가지고 있다. 축제의 수가 축제의 경쟁력으로 평가되는 것은 무리가 있지만 문화저변 확대를 위해서는 다양한 축제가 골고루 분포되어 지역민에게 문화 권리를 누릴 수 있는 방법이 모색되어야 한다.

지역축제의 의미가 편중되는 기능불균형을 나타내고 있다. 이를 해소하기 위해서 지역 축제의 다양한 가치에 부합하기 위해서 정부의 노력이 더욱 요구된다.

연구를 진행함에 있어 축제와 관련하여 데이터를 확보하는 것이 쉽지 않았다는 한계점

이 있다. 축제를 통한 지역발전의 목적을 두는 축제라면 다양한 요인을 가지고 분석을 한다면 보다 효과적인 결과를 얻을 수 있을 것이다. 우리나라 축제관련 데이터의 경우 지속적인 축정이 어려운 실정이다. 또한 객관성을 가지는 데이터 확보가 어려워 다양한 방법을 통한 자료수집 및 코딩은 의미가 있으며, 앞으로는 더 활발히 이루어 져야 할 것이다.

지역축제는 지방자치제와 함께 성장 해온 문화 정책 중의 하나이다. 지방자치단체에서는 지역의 경쟁력을 높이기 위하여 축제를 적극 활용하여 왔다. 하지만 역효과를 방지하기 위하여 지방자치단체에서의 적극적인 관리 및 운영이 필요하다. 우리나라는 정책적으로 축제를 운영하고 있어 효율적인 관리를 위해서는 수명주기 분석이 필요하다. 축제에 대한 수명주기는 축제의 지속성을 알아보기 위한 중요한 분석방법이다.

지방자치단체 축제의 문제점은 관주도형에 따른 축제운영, 비전문성과 비효율성 문제, 축제 인력 운용의 문제, 축제정보 제공의 문제, 축제주제의 획일화 등으로 나타난다. 또한 장기목표, 계획부재, 축제에 대한 사회적 인식 개선 노력부재, 축제지원제도, 경쟁력 있는 콘텐츠 필요, 소모성 축제로 운영이 되는 문제가 있다. 축제의 진행과정에서 독창성 부재, 전문적인 이벤트 기획 부족, 관리 운영상의 정략 부족 및 지역민의 참여 저조 등의 문제점이 공통적으로 드러나고 있다(이신백, 2008).

우리나라에서 개최되고 있는 지역축제의 문제점은 첫째, 예산투자의 중복과 낭비와 관련성이 있는 축제의 내용측면에서 살펴 볼 수 있다. 축제의 외적 구분상으로는 관광특산 31.6%(291개), 문화예술 40.6%(374개), 전통역사 15.9%(146개), 지역특산 11.9%(110)개로 차이가 있는 것처럼 보이지만 다른 측면에서 볼 때, 차별화된 특성이 없는 종합축제가 전체의 51.9%를 차지하고 있다(김현호, 2010). 둘째, 주제의 중복과 계절적인 집중성의 문제점이 있다. 주제가 해변 및 강변으로 동일한 축제가 44개(4.7%)에 육박하고 있으며, 진달래·철쭉이 34개(3.7%)를 차지하고 있다. 그 다음으로는 보름달이 27개, 벚꽃이 12개, 전어가 7개의 순을 보이고 있다. 주제의 중복은 축제가 노리는 지역경제 발전의 효과를 그만큼 반감시킬 개연성을 지니고 있다.

우리나라의 축제 수가 늘어나는 만큼 축제에 대한 지역주민 참여의 폭이 넓어지고 있다. 그러나 참여 현황에서도 보았듯이 다양한 세대를 수용할 수 있는 축제가 부족한 실정이다. 축제의 참여에 있어 축제 프로그램이 방문객의 욕구를 잘 충족시켜주어야 한다. 따라서 축제의 고유성을 살리면서 흥미를 유발할 수 있는 프로그램 개발이 필요하다. 또한 주민의 참여에 있어 축제의 하부조직에 동원되는 것이 아니라 행사의 기획에서 활동에 이르기까지 체계적으로 참여하는 구성이 필요하다.

우리나라의 축제에 대한 평가는 일부에 국한 되어 있다. 살펴본 바와 같이 우리나라에서 개최 되는 축제는 증가추세이지만 관리에 대한 대책은 부족한 편이다. 대표적으로 우리나라의 축제 평가는 문화관광축제 평가가 있다. 이는 축제를 지역을 대표하고 문화콘텐츠

츠로서 재 기능을 하는지 축제에 대한 방문객 만족도와 전문가 평가를 통해 알아보는 것이다.

한해 평균 문화관광축제가 40개 정도인 것을 감안한다면, 우리나라 지역축제의 10%도 못 미치는 축제만 평가 및 관리가 이루어지고 있는 것이다. 여기에 포함되지 못하는 많은 축제는 운영에 있어 부정부패 및 안전성, 축제 프로그램 개발, 지역의식고취 등의 문제점을 낳게 된다. 또한 지역축제의 존재 문제까지 이르게 된다. 지역축제를 통한 지역 발전을 이루기 위해서는 경쟁력 있는 축제를 위한 축제평가가 이루어져야 한다.

<참고문헌>

- 강승규. (2003). 도시마케팅 강화를 위한 지역축제의 유형화 및 성공 전략 연구, 서울시립대학교 석사학위논문.
- 강애란. (2008). 지역 문화축제 재정비에 따른 발전 방향에 관한 연구. 한남대학교 사회문화대학원. 석사학위논문.
- 강해상. (2004). 축제평가체계에 관한 연구. 경기대학교 대학원, 박사학위논문.
- 고성호 외. (2011). 사회조사방법론. CENGAGE Learning.
- 고숙희. (1999). 지방자치단체 문화행사의 경제적 효과: 단양온달문화축제의 분석. 「한국행정학보」, 33(2). 한국행정학회.
- 김남숙. (2011). 축제를 통한 용인시 도시브랜드 구축에 관한 연구. 단국대학교 경영대학원. 석사학위논문.
- 김상교. (2010). 안성 남사당 바우덕이 축제의 구조와 효과에 관한 연구. 한양대학교 대학원. 박사학위논문.
- 김성경. (2010). 경상북도 지역축제의 평가 실태 분석과 개선방안에 관한 연구: 메타평가를 중심으로. 영남대학교 대학원 박사학위논문.
- 김성현. (2004). 지역축제의 지역경제 활성화 영향분석. 중앙대학교 대학원 박사학위논문.
- 김종열. (2008). 지역축제 활성화 방안 연구. 조선대학교 정책대학원. 석사학위논문.
- 김종호. (2009). 함평나비축제의 성공요인 연구: 정책마케팅과 장소마케팅이란 무엇인가. 페이퍼로드.
- 김창수. (2005). 지역축제 서비스 품질이 지역발전 성과에 미치는 영향. 「관광정책학회보」, 11(2). 한국관광정책학회.
- 김춘식. (2005). 우리나라 지역축제의 현실과 공무원의 축제의식. 「진리논단」, 10. 천안대학교.
- 김현욱. (2006). 지역축제 관리주체와 서비스 질과 만족도에 관한 연구. 동국대학교 대학원 박사학위논문.
- 노윤구. (2006). 축제에 대한 지역사회애착도가 주민의 태도에 미치는 영향. 대구대학교 대학원. 박사학위논문.

- 노경희. (2011). 지역축제 추진과정에서 이해집단간 갈등관리가 축제 성과에 미치는 영향 연구. 경기대학교 일반대학원 박사학위논문.
- 류용걸. (2008). 지역축제의 지속가능성 지표개발과 적용에 관한 연구. 경기대학교 대학원 박사학위논문.
- 문성중. (2006). 지역축제 이벤트 평가를 위한 축제속성과 우선순위 도출을 위한 모형연구. 한양대학교 대학원 박사학위논문.
- 문화체육관광부. (2008). 지역축제메뉴얼.
- 박재관. (2011). 지역축제 환경단서와 관광체험이 축제개최효과와 방문객 만족에 미치는 영향연구. 동국대학교 대학원 박사학위논문.
- 박호창. (2006). 우리나라 지역축제의 성과 및 만족도 평가에 관한 연구-강릉단오제와 해돋이축제를 중심으로. 강원대학교 대학원 박사학위논문.
- 백선혜. (2006). 도시문화전략으로서 지역문화축제의 지향점과 구성요소 정립에 관한 연구. 「지리학연구」. 40(1). 국토지리학회.
- 서희석·이동기. (2000). 물리적 환경이 지역축제의 만족과재방문 및 구전도에 미치는 영향에 관한 연구: 익산시의 보석문화축제를 중심으로. 「한국행정학보」. 34(1). 한국행정학회.
- 송건섭. (2004). 지방정부의 지역축제의 성과평가. 「한국사회와 행정연구」. 14(4). 서울행정학회.
- 신용석·이태희. (2005). 지역축제 이해집단 분석틀을 위한 탐색적 연구. 「관광학연구」. 29(4).
- 오수영. (2006). 지역축제 자원봉사자의 참여동기, 추구편익 및 만족에 관한 연구. 경기대학교 대학원 석사학위논문.
- 이경모·강해상. (2003). 국내·외 지역축제 사례에 관한 비교연구. 「관광경영학연구」. 7(1). 관광경영학회.
- 이동수. (2007). 지역축제 성공의 우선순위 결정요인에 대한 비교 연구. 「지방정부연구」. 11(3). 한국지방정부학회.
- 이수진·허선희. (2009). 경기도 지역축제 차별화 방안에 관한 연구. 「정책연구」. 11. 경기개발연구원.
- 이장주·박석희. (1999). 지역축제의 이미지 측정도 개발에 관한 연구. 「관광학연구」. 5(2). 한국문화관광학회.
- 이주현. (2011). 축제체험요소에 따른 시장세분화 특성연구. 배재대학교 일반대학원 박사학위논문.
- 이현주. (2009). 지방정부의 지역축제 성공요인에 관한 연구. 서울시립대학교 도시과학대학원 석사학위 논문.
- 이희성. (2007). 기초자치단체장의 리더십유형이 조직유효성 축제성과에 미치는 영향 연구. 경기대학교 대학원 박사학위논문.
- 이희원. (2008). Storytelling 요소가 문화관광축제의 기획과 축제효과에 미치는 영향. 안양대학교 일반대학원 박사학위논문.
- 장병권. (2000). 한국 지역축제의 특성변화에 대한 연구: 최초개최연대를 중심으로. 「문화경제연구」. 3(1). 한국문화경제학회.

- 정강환. (1996). 지역활성화를 위한 이벤트와 지역축제 진흥방안: 지역축제이벤트의 관광 자원화를 중심으로. 『지방행정연구』. 11(3). 한국지방행정연구원.
- 정재환. (2008). 지방정부 이벤트형 축제의 효과성 결정요인에 관한 연구: 행정서비스 마케팅의 관점에서. 건국대학교 일반대학원 박사학위논문.
- 주재현. (2002). 내용분석 방법의 수행절차 및 적용 연구사례 분석. 『정부행정』. 3. 명지대학교 정부행정연구센터.
- 최광한. (2008). 한국지역축제 핵심성공요인(CSF)의 측정변수 개발에 관한 연구. 동국대학교 대학원 박사학위논문.
- 한국문화관광연구원. (2007). 지역축제 평가 및 지원체계연구
_____. (2001). 문화관광축제 육성방안
- 한승준. (2006). 조사방법의 이해와 SPSS활용. 대영문화사. 서울.
- 허성란. (2010). 지역 사회자본과 축제파트너십, 축제 정책 네트워크, 축제 거버넌스 관계 연구. 경기대학교 대학원 박사학위논문.
- Ten Have Steven, Ten Have Wouter, Frans Stevens, Marcel van der Elst and Fiona pol-Coyne. (2009). 『한 권으로 보는 56가지 경영의 지혜』. (사)한국물가정보.
- Krippendorff, Klaus. (2004). *Content Analysis: An Introduction to its Methodology*. Thousand Oaks, CA:Sage Publications.
- Neuendorf, Kimberli A. (2002). *The Content Analysis Guidebook*. Thousand Oaks, CA:Sage Publications.

접수일(2013년 11월 01일)

수정일자(2013년 11월 22일)

게재확정일(2013년 11월 29일)