

## 제천 한방관광축제 참가자 만족도 연구 Visitors Satisfaction for Jechon Medicinal-Herb Festival.

최승국  
세명대학교

Choi Seung-Kuk  
Semyung Univ.

### 요약

최근 웰빙에 대한 대중적 관심이 점증하면서 한방산업에 대한 관심도 높아지게 되었으며 한방과 관련된 산업들은 물론 문화관광축제로서 한방축제가 전국 여러 지역에서 경쟁적으로 개최되고 있다. 당 논문은 충북 제천에서 개최하는 제천 한방축제의 여러 환경적 여건을 검토하고 축제에 참가하는 지역주민들과 외래관광객의 만족도를 비교 조사하여 내용과 운영면의 향상방안을 제시하고자 하였다.

### Abstract

The objectives of this study are: (1) to compare the satisfaction level between local residents and visitors regarding Jechon Medicinal-Herb Festivals ; (2) to examine methods to improve visitor satisfaction levels concerning Medicinal-Herb Festivals ; and (3) to make proposals to Festival organizers with regarding to developing successful Jechon Medicinal-Herb Festivals. The results from the study are as follows. Firstly, local visitor satisfaction levels were higher than other domestic visitors. Second, festival visitors enjoyed experiencing to the traditional medicine with which they are familiar. So it is necessary to develop more experience programs to increase visitor satisfaction levels. Finally, visitors were more satisfied with their tour when accompanied by guides who were explaining a traditional Medicinal Herb. It suggests that the more knowledgeable guides of traditional medicine, the higher resultant satisfaction levels. The importance of the role of a guide in the festival was reexamined throughout this study.

## I. 서론

### 1. 문제의 제기

최근 웰빙에 대한 대중적 관심이 점증하면서 한방산업에 대한 관심도 매우 높아지게 되었다. 특히 건강이 21세기의 화두가 되면서 건강과 관광이 결합된 형태의 행사와 축제가 새로운 분야로 등장하여 관심을 끌고 있다. 이미 미국·일본 등 선진국에서는 부가가치가 높은 관광산업을 건강증진산업과 연계하여 각종 행사와 이벤트산업으로 육성·발전시키고 있다. 싱가포르의 건강진료와 관광을 겸한 헬스투어리즘을 국가 정책적으로 추진하여 이미 매우 큰 실효성을 거두었으며 태국의 경우 의료와 건강관리서비스 및 약초(허브)를 관광상품으로 개발하고 각종 축제와 이벤트행사로써 관광산업의 활성화는 물론 국가 이미지 제고뿐만 아니라 국가경제의 발전에 상당한 영향력을 과시하고 있다.

한국의 경우도 한의약, 전통식품 등 고유한 보건자원과 현대의료 중에서도 일부 우수한 보건자원을 보유하고 있다. 이러한 전통보건의료 자원을 관광상품으로 개발하기 위하여 국내 여러 지방자치단체에서는 한방과 관련된 축제행사를 많이 개최하고 있는데 제천의 한방축제도 그중의 하나다. 한방관련 축제는 한의약 자원을 이용한 일반 산업과 달리 부가가치가 높고 그 자체로 경제적 의미가 클 뿐만 아니라 외국 관광객들에게 한의학의 우수성을 알림으로써 한의학의 산업화, 세계화에도 긍정적으로 기여한다. 일반적으로 지역 이벤트활동은 우리의 문화를 지역의 특성에 맞는 이벤트 관광상품으로 개발함으로써, 관광소득창출을 통한 지역경제 활성화를 도모하며, 지역민들에게 다양한 여가활동의 기회를 부여하는데 목표를 두고 있다. 그럼으로써 지역문화의 문화적 정체성을 확보하고, 프로그램 참가와 숙박 또는 쇼핑 등의 행위를 통해 관광객들의 소비지출활동이 활발하게 이루어질 수 있으며, 모든 참

가자들에게 즐거움과 재미를 준다.

게츠(Getz)는 이벤트가 관광 분야 중 가장 빠르게 성장하고 있는 부문 중의 하나<sup>1)</sup> 라고 주장하며, 정강환은 이벤트 중 한 분야인 축제는 지역 경제 활성화, 지역 이미지 향상, 지역 문화 보전, 지역 문화 창조 그리고 관광 제공 등에 이바지한다고 밝히고 있다.<sup>2)</sup>

우리나라에서도 이벤트행사는 수도권 중심에서 지방으로 관광영역을 확대하고, 국내·외 관광객의 방문을 증가시키는 물론 지역특산물 판매증가를 통한 지역경제 활성화에도 크게 기여하여 2003년도에 개최된 30개의문화관광축제에서 관광객 1,600만명(외국인16만여 명 포함)이 다녀갔으며, 경제효과가 6,000억원에 이르는 것으로 파악되고 있다.

본 연구는 한방산업을 촉진하기 위하여 충북제천시에서 시행한 한방축제의 여러 내역에 대하여 지역주민과 외래 방문객들의 만족도를 평가하였다. 제천은 맑고 깨끗한 소백산 자락 250미터 고랭지의 고산지대에서 채취한 제천의 한방약초는 육질이 단단하고 향이 진하여 약효가 좋기로 유명하며 가공기술이 뛰어나고 일찍이 발달한 철도교통으로 경북북부와 강원 및 충북북부에서 가장 큰 약초집산지이었다. 이러한 환경적 여건을 고려하여 2005년 10월 산업자원부에서는 제천을 한방특구로 지정하여 전략산업화하도록 기반을 만들어 주었으며 제천시에서도 한방약초산업을 집중적으로 육성하고 이와관련된 관광객을 적극 유치하기 위하여 2001년 처음으로 한방축제를 개최하게 되었다.

당 논문을 통하여 제천 한방 축제의 내용과 운영면의 향상 방안을 제시하고자 하였으며, 축제 조직자들에게 실무적 시사점을 주고자 하였다.

## II. 이론적 배경

### 1. 한방축제에 대한 이해

#### 1) 축제의 개념과 사례

최근 축제에 대한 관심이 높아져 전국적으로 1년에 1000여 개의 축제를 개최하고 있다. 특히 문화관광부에서는 우수 문화관광축제를 선정하여 지원하고 있는데 이는 우리의 문화를 세계적 이벤트 관광상품으로 개발함으로써 한국의 문화적 우수성을 널리 알리고, 관광소득창출을 통한 지역경제 활성화를 도모하며, 우리 국민에게 다양한 여가활동의 기회를 부여하는데 두고 있다. 따라서 바람직한 문화관광축제는 우리 민족문화 또는 지역문화에 기초함으로써 문화적 정체성을 확보하고, 프로그램 참가와 숙식 또는 쇼핑 등의 행위를 통해 관광객들

의 소비지출활동이 활발하게 이루어져야 하며, 모든 참가자들에게 즐거움과 재미를 주어야만 한다. 축제는 독특한 환경에서의 축제적인 분위기와 고품질 서비스 제공에 그 주안점을 두어야 한다(Getz, 1991).

또한 오늘날에는 축제를 단순하게 종교 적인 의미나 특정지역 구성원의 결속력 강화를 위한 제한된 행사로 이해하지는 않는다(경규철, 2000). 오늘날의 축제는 지역문화의 고유성과 전통성을 나타내는 중요한 이벤트(제주발전연구원, 2000)의 하나로서 다양한 유형의 이벤트와 더불어 관광자원 중에서 가장 빠르게 성장하는 형태의 하나로서 출 현하고 있다(Mayfield, Crompton, 1995).

이렇듯 축제는 지역의 전승된 전통적 문화유산을 경제적 산업적으로 이벤트화한 것을 의미한다(이장주, 2003:6) 원래 축제는 오락성, 종교성, 주기성 등이 함축되어 탈일상성과 놀이적 측면이 강화된 문화관광형태(이경모, 2002: 307)이다. Getz는 축제를 “공공적이며 테마가 있는 의식이라 정의하며 공동체의 구성원들이 여러 형태의 축제행위에 참여하는 사회적 상호작용”으로 보고 관광객 등을 유인하는 중요한 매력물로서 인식하였다(Getz, 1991). 따라서 축제의 성공적 개최는 지역의 지속적 관광지 개발과 지역사회 발전의 동기가 될 수 있는바 효과적인 축제의 기획과 운영이 중요하게 인식되고 있다. 축제의 기능은 다양하게 파악될 수 있지만 그중 가장 중요한 기능은 전통문화의 보존과 계승, 지역사회의 문화정체성 확립, 지역주민의 공동체 의식제고라고 볼 수 있다(한국관광공사, 1990).

국내에는 많은 수의 한방관련 축제가 개최되고 있다. 그 대표적인 축제가 대구약령시 한방문화축제로서 매년 5월초에 개최된다. 문화관광부가 선정한 5대 최우수축제 중 하나인 대구약령시 한방축제는 생활한방·전문한방·웰빙한방·꿈의한방 등 4개 존(Zone)에서 다양한 체험을 할 수 있도록 기획되며 체질에 따른 한방 건강진단을 체험해 보는 등 생활 속 유익한 한방정보를 얻을 수 있고 전통 약작두로 직접 약재를 썰어보거나 체질에 맞는 환약 만들기, 한방 족탕 등의 체험을 할 수 있다. 또 한약재로 약술을 담거나 피부 체질에 맞는 한방비누를 만드는 등의 체험을 할 수 있는 등 관광객의 만족을 높이기 위한 많은 행사들로 고안되어 있다.

두 번째로는 산청-지리산 한방약초축제이다. 경남 산청군 공설운동장 일원에서 개최되는 동 축제는 축제기간중 관광객들의 흥미를 유발하고 새로운 볼거리를 제공하기위하여 한방약초 전시관을 테마가 있는 한방약초 체험관을 운영하고 볼거리와 먹거리를 확대하는 등 역시 체험위주의 행사로 진행된다. 특히 실내체육관에서 운영되는 ‘산음 헤민서’에서는 관광객들이 한의사들로부터 한방 무료진료 및 사상체질 검사, 한방약 처방을 받고 봉침, 약쑥 뜸 무료체험, 수지침 강좌 및

1) D. Getz, *Festivals, Special Events & Tourism* | New York: VNR 19

2) 정강환 r 이벤트관광전략·축제와 지역활성화 J ( 서울 . 일신 At, 1996)

체험, 황토손 무료체험을 강점으로 내세우고 있다.

세 번째로는 천년의 역사와 전통 한의약의 명맥을 이어오고 있는 서울약령시이다. 전국 최대 규모의 한약유통시장인점을 적극 활용하여 세계적인 한약산업 중심지로 육성 발전시키고 지역경제 활성화에 이바지 하고자 2005년 7월 5일 재정경제부로부터 지정받아 서울약 령시 한방산업특구(84,908평)로 특화사업을 시행하고 있다

이밖에 경북 풍기인삼축제와 충남 금산의 금산인삼축제에서 인삼을 위주로 축제 이벤트 행사를 진행하고 있다.

이와별도로 전략적으로 한방관련 관광시설을 증설하고 곧 축제이벤트로서 준비하고 있는 지역도 있는데 제주도 서귀포 시에서는 2004년 4월 식품의약품안전청의 아열대 약용식물 재배시험장 유치를 계기로 구상했던 '불로초 장수촌'을 한방 관광파크로 확대 추진키로 하고 한약초 농업을 건강과 연계한 21세기 미래산업으로 중점 육성키로 했으며<sup>3)</sup> 제천시의 경우 한방 및 의료전문기기 전문도시로 발전해 나가기로하고 한방산업을 중점 육성산업으로 추진키로 했다.

각 지자체별 한방관련 축제 내용은 <표-1>과 같다.

[표-1] 국내주요 한방축제

축제명	지역	개최일	주요프로그램
대구 약령시	대구시	5월초	약술담기, 한약만들기, 약초전시
지리산한방약초 축제	경남 산청	5월초	한방요리대회, 무료진료, 약초커피
서울 약령시축제	서울 경동시장	9월	우수한약제전시, 건강마라톤 등
금산인삼축제	충남 금산	10월	인삼요리경진대회, 족욕 등 체험한방
풍기인삼축제	경북 영주 풍기	10월	인삼액시음, 한방무료진료 등
제천한방축제	충북 제천	10월	사상체험, 무료진료, 황토염색체험

이와 관련 국내의 한방축제와 유사한 축제로서 태국의 송크란 동양의학축제를 들 수 있다. 송크란 축제는 태국정부가 아시아의 의료허브를 목표로 축제를 활용한 관광객 유치로 관련산업을 집중 육성하고 해외부가가치 창출에 성공한 사례로 손꼽힌다.

- 3) 제주도 지역혁신발전 5개년 계획 및 한의학산업발전 5개년 계획을 근거로 추진하는 서귀포 한방관광파크는 한라산 5.16 횡단도로변 영천지구 61ha에 오는 2008년까지 국비 25억원 등 모두 64억원을 투입하는 것으로 계획됐다. 이를 위해 오는 3월부터 탐라오갈피, 진굴, 석창포 등 약용작물 계약재배와 재배단지들 각각 10ha와 20ha에 조성해 생산물은 한의사협회와 경희대 한의과대학 등에 공급한다. 또 핵심시설인 한방파크는 오는 2006년부터 나머지 부지 30ha에 민자를 유치해 조성하며 이곳에는 생약 초재배단지, 약초가공시설, 불로초 마을, 한방 메디컬센터 등이 들어선다. 서귀포시는 한방관광파크 조성에 따른 연구과제로 '생명유전공학기술을 응용한 기능성 상품의 개발'을 선정하고 식약청과 KAIST, 경희대 유전공학팀, 제주하이디 등으로 전문연구진을 구성한 뒤 화장품과 식·의약품, 종자, 원예, 환경바이오산업 등으로 상품화할 계획이다. 한방연구기관과 한방의료시설, 한방미용, 건강관광시설, 한방체험수련원, 전시, 교육시설, 숙박 및 자연휴양림 등이다.

축제로 연결된 고객들은 의료관광 패키지 신청, 비자발급, 공항픽업, 통역서비스, 전용컨설턴트 여결 및 스케줄 관리 등으로 고객관리하고 이어져 의료관광 전문회사인 Mediescapes India, Travelite India, Medicity India 등은 병원, 여행사, 전용컨설턴트 등의 네트워크를 통해 의료관광 제반 서비스를 원스톱으로 제공 받는다. 이러한 축제의 결과로 태국은 해외유치 환자수가 년평균 27%가량 성장하고 있어 2005년에는 128만명, 9.9억 달러의 외화 수입을 달성하였다.<sup>4)</sup>

## 2) 축제의 평가

지금까지 많은 축제에 대한 평가가 연구되어 왔다. 일반적으로 축제의 평가에서 축제 이벤트 연구의 대부분이 축제 참가자들의 행동과 방문 지역의 경제적인 영향에 관한 것이 제일 많고 스폰서쉽, 자원봉사 이벤트의 지역 참여역할 그리고 이벤트와 축제에 대한 견해에 관한 연구가 다음으로 많다고 주장한다.<sup>5)</sup>

일반적으로 축제평가에 대하여 하기와 같은 4가지 방법에 의하여 실시될 수 있는데 첫 번째 방법이 개최 주최측에 의한 평가방법으로 Tuohy'(1993)의 연구가 있다. 두 번째 방법으로는 방문자가 축제지역에서 소비한 경제적 소비액을 기준으로 평가하는 방법으로 대부분 이러한 방향에서 평가되는데 대표적으로 Goderie(1994)의 연구이다. 세 번째 방법으로는 일반 공장에서 생산되는 상품과 전혀 다른 특성을 가진 상품으로서 제공된 서비스에 대하여 축제를 평가하는 법으로 Getz(1991) 및 Wicks and Fesenmaier(1993)의 연구이며 마지막으로 축제의 전과 후를 비교한 Cariseneral(2001)의 연구이다. 대부분의 축제평가가 행사가 완료된 이후에 이루어지지만 정확한 평가는 축제전후의 비교로서 정확히 측정될 수 있기 때문이다.

[표-2] 축제 평가형태에 대한 구분

평가형	연구자	행사명
주최측에서 분석	Tuohy(1993)	미국Taste of Chicago (시카고요리 축제)
	Goderie(1994)	Nijmegen Summer Festival (네델란드)
방문객 조사	Getz(1993)	캐나다 의 Stempede 평가연구
	스코틀랜드관광위원회(1993)	Edinburgh 8개축제 의 평가조사
관점 서비스관점	Wicks와 Fesenmaie (1993)	Chautauqua 예술제
	정강환(1998)	금산 인삼축제

자료 : 정강환, 영동난계국약축제 연구, 2004, 음악과 민족, pp.178-179

- 4) 전경연CEO Report, 아시아 의료산업의 성공사례 및 시사점, 2006. 3. 24.  
5) 박미경, "북캘리포니아 음악축제의 현장연구 보고" 음악과 문화, 대구 세 계음악학회, 2004.35-69 쪽

그밖에 축제에 대한 국내 학자들의 연구를 살펴보면 우선 방문객들의 축제참가 동기에 대한 연구로서는 (고동우, 2000), (손대현·박상현, 2001), (정강환, 1999), 등이 있고, 방문객의 만족도에 대한 연구로서는 (서철현, 2001), (오정학·허상현·오휘영, 2002), (이정실·양일용, 2003), (Thrane, 2002) 등이고, 방문지의 추천의사에 대한 연구는 (고동우, 1998), 그리고 추구편익(김성혁·고호석·김순하, 2000) 및 (이준엽, 2003)이며 제공되는 행사나 서비스에 대한 평가로는 (이환범·송건섭, 2002) 등이 있다.

### 3) 제천한방축제 여건

제천은 지역의 대부분이 산악지형으로 전체면적의 54%가 표고 300m 이상의 고랭지 지대의 분지형태를 이루고 있다. 또한 지형적으로 경관이 빼어난 명산과 폭포 및 계곡이 발달하여 휴양관광지로서 좋은 조건을 갖추고 있으며 고산지대에서 채취된 청정한 임산물의 생산이 많고 특히 석회암과 사질 양토의 토양으로 약초재배에 최적이다. 이러한 자연적 환경으로 자연생성된 제천약초시장은 강원, 경북지역 고산지대에서 채취한 무공해 자연산 청정약초의 집산지역할을 하여 왔으며 조선시대부터 명맥을 이어 내려오는 전통 약령시장이로서 1970년대까지 그 명성을 유지하여 왔다. 이런 유리한 지리적 환경으로 제천시의 농가 단위별 약초재배면적은 전국 2위(1,323농가)이며 특히 황기, 당귀는 국내 생산과 유통이 전국의 최고로서 전국 도매량의 80%수준 정도까지 이르고 있어 제천시에서는 한방약초 산업의 지역의 전략산업으로 지정하고 약초관광객을 끌어들이기 위한 노력을 하여왔다. 이러한 노력의 일환으로 제천한방약초 축제는 2003년 시작하게 되었으며 충청북도의 지원을 받아 중부권의 배후 청정 한방휴양지로 조성토록 허가되기도 하였다. 축제의 주요내용은 황도를 활용한 천연염색 등 일반체험행사와 사상의학을 활용한 무료 진료 한방체험행사 및 세명대학교 한방식품학과와 공동으로 추진하는 약선요리 경진대회 등이 있다.

## III. 연구방법

축제 평가 구성요소를 개념화하기 위해 기존의 선행연구 등에서 유사한 기준과 공통된 속성들을 밝혀내고 도출된 요인들을 근거로 2005년 10월 8일부터 5일간 축제기간중 실시하였다. 설문조사 자료는 축제개최 기간 동안 대학생 조사자들이 응답자의 성별 및 연령 등을 고려하여 총 243 매를 수집하여 이중 부실한 설문지 28 매를 제외한 215 매를 유효표본으로 하였다. 표본추출은 축제에 참여하고 귀가하는 참여자를 대상으로 임의적 추출방법을 응용하였다. 설문지의 내용은 참여자의 인구통계학적 특성, 축제참여의 경험, 참여목적, 정

보취득원 등의 일반적 참여행태를 묻는 질문과, 볼거리의 다양성, 축제상품의 구입가격과 품질, 안내원의 친절성 및 편의 시설이용의 용이성 등 행사운영에 대한 내용 및 종합적 참여 만족도 등 축제경험과 관련된 목들에 대한 만족정도를 묻는 질문으로 구성하였으며 각 항목들에 대한 참여자 평가는 리커트 5점척도를 이용하였다. 조사진행상 자료분석 방법은 사회과학 통계패키지 프로그램 SPSS PC<sup>+</sup> 10.0을 이용하였으며, 표본의 특성과약은 빈도분석(Frequencies) 및 기술분석(Descriptive)을 실시하였고, 독립변수의 집단 차이 확인을 위해 독립표본 T-test, 단일 변수에 대한 집단간 차이 검증을 위한 일원 변량분석(Oneway ANOVA) 등을 실시하여 분석되었다

## IV. 실증분석

### 1. 응답자의 인구통계학적 특성

조사대상축제의 설문조사에 참여한 때 215명 응답자의 성별 구성은 <표-3>에 나타난 것과 같이 남성47.5%, 여성이 52.5%로 여성응답자 비율이 비교적 높은 것으로 조사되었다. 연령별 분포는 30 대와 40 대 비율이 전체응답자의 58.7%로 나타났으며 방문형태는 친구끼리가 31.2%로 가장 높으며 제천지역거주민은 69.3%, 방문객은 30.7%로 조사되었다. 인구통계적 내용은 <표-3>과 같다.

[표-3] 인구통계적 특성

구 분		빈도	비율(%)
성 별	남성	102	47.5
	여성	113	52.5
연 령	20대이하	25	11.6
	20대	37	17.2
	30대	47	21.8
	40대	58	26.9
	50대	39	18.1
	60대이상	9	4.2
방문형태	가족단위	75	34.8
	친구	67	31.2
	단체	23	10.7
	개인	39	10.7
기타	기타	11	5.1
	자영업	17	7.9
	농림축산업	39	18.1
	공무원	31	14.4
	전문직	22	10.2
	주부	37	17.2
	학생	44	20.4
무직/기타	무직/기타	25	11.6
	제천지역	149	69.3
거주지	타지역	66	30.7

## 2. 일반적인 축제참여 행태

### 1) 참여경험 및 축제분위기 인지

응답자의 82.0%가 이전에 제천에서 개최된 다른 축제에 참여한 경험이 있었으며 참여전 축제분위기에 대한 인지정도는 응답자의 45.3%가 대체로 축제분위기를 느꼈던 것으로 나타났다. 축제에 참여한 주목적으로서 자녀의 교육목적이라는 응답비율이 32.9%로 가장 높게 나타났으며 가족과의 여가시간 소비가 22.3%, 행사자체의 호기심이 11.5%의 순이었으며 축제에 참가한 참여자의 동반 형태 및 규모는 대부분 가족 및 친지 중심으로 이루어지고 있음으로 가족중심형의 참여 프로그램 개발이 필요할 것으로 보여진다.

### 2) 참여 정보취득 원천 및 참여 의사결정

응답자들은 해당 축제 관련 정보의 취득을 주로 거리의 안내문이나 포스터 등에 의존하였던 것으로 나타났다(46.7%). 이외에도 주위사람 등에 의한 구전, 라디오 및 TV, 신문잡지 등의 매체에 의한 정보 취득도 각각 16.6%, 19.6%, 7.9%로 나타났다.

그러나 팜플렛 및 안내책자, 인터넷 등의 이용률이 매우 낮은 것으로 나타나 축제홍보의 다각화를 꾀할 필요성이 있는 것으로 판단된다. 대다수의 응답자들은 축제 참여에 대한 결정을 2-3 일전에 했던 것으로 조사되었다. 그러나 행사 시작 1-2 주전과 행사 당일 참여를 결정한 응답자 비율도 각각 16.7%와 12.4%로 나타났다.

## 3. 축제참여에 대한 만족도 평가

### 1) 접근성에 대한 만족도

축제행사장까지의 접근성을 평가하기 위해 교통시설 이용의 편리성과 도로안내 표시에 대한 만족 정도를 1 점(매우 불만족)~5 점(매우 만족) 척도로 측정된 결과 각각 평균 3.42와 3.34로 나타나 보통에서 비교적 만족 수준의 응답경향을 보였다.

[표-3] 접근성에 대한 만족도

속성	평균값		t	p
	제천시민	방문객		
교통편리성	2.67	3.45	7.203	.000
도로안내관	3.09	3.36	2.733	.007

### 2) 시설환경에 대한 만족도

축제행사장내 시설환경에 대한 만족도 평가를 위해 주차시설, 휴게시설, 위생시설, 안전시설 등 7개 시설 속성에 대해 평가하였다. 전체적으로 행사안내원의 수와 행사장내 안내표

지판 속성에 대해서만 보통 이상(3점이상)의 수준을 보였을 뿐 나머지 4개 속성에 대해서는 불만족의 응답경향을 보였다. 그러나 방문객의 경우 항목 모두에서 보통이상이 수준(3점이상)을 보였으며 제천시민의 경우는 모든 항목에서 3점(보통이하)의 부정적 평가가 나타나 대조를 이루었다.

[표-4] 시설과 환경에 대한 차이분석

속성	평균값		t	p
	제천시민	방문객		
주차시설	2.43	3.21	8.516	.000
휴게시설	2.42	3.17	10.486	.000
위생시설	2.31	3.09	8.328	.000
안내표지시설	2.75	3.21	4.910	.000
행사홍보물	2.42	3.11	6.994	.000
행사안내요원	2.85	3.39	2.831	.000
안전시설	2.69	3.17	5.176	.000

\*p<.001

### 3) 행사요원의 환대성에 대한 만족도

축제 진행요원, 지역주민, 관련사업 종사원들의 환대성에 대한 응답은 5점 척도상 각각 3점 이상으로 보통이상의 만족 정도로 평가되었으며 양측간 유의한 차이는 없는 것으로 분석되었다.

### 4) 축제내용 및 운영에 대한 만족도

축제 내용 및 운영과 관련하여 행사내용의 흥미성, 행사내용과 제천시 이미지와의 적합성, 행사 진행의 체계성, 행사 시기의 적절성, 그리고 행사장소의 적합성을 중심으로 조사분석하였다. 각항목별 평균점수는 보통이상의 수준인 3점 이상으로 평가되었으며, 특히 행사시기 및 장소 적합성 항목이 높게 평가되었다. 행사 시기를 제외한 모든 항목에서 방문객들은 시민들에 비하여해 비교적 높은 만족 수준을 보였다. 그러나 제천시민의 경우 행사내용의 흥미성과 행사진행의 체계성에서 보통이하인 상대적으로 낮게 평가되었다. 특히 흥미성, 행사내용과 원주지역 이미지와의 적합성, 행사진행의 체계성 속성에서 축제간 유의한 차이를 보였다.

[표-5] 축제내용 및 운영에 대한 차이분석

속성	평균값		t	p
	시민	방문객		
흥미성	2.71	3.33	6.14	.000
이미지성	3.31	3.48	2.92	.004
진행체계	2.28	3.03	3.24	.004
시기성	3.65	3.78	-1.26	.212
장소	3.18	3.16	2.77	.017

### 5) 식음료 및 기념품

축제에 참여한 응답자들은 행사장내에서 판매되고 있는 식음료 및 기념품의 가격, 청결수준, 이미지 등의 9개 속성에 대해 전반적으로 보통이하의 불만족 수준을 나타냈다. 특히 식음료의 종류 및 향토성에서 가장 낮은 수준으로 평가하였다. 그러나 제천문화제에서의 기념품 질과 종류, 축제 고유성 반영 속성은 각각 3점 이상의 평가를 받아 비교적 만족 수준을 나타냈다. 양측간 차이분석 결과 기념품의 질, 종류, 다양성, 축제고유성 반영에서는 통계적으로 유의한 차이를 보였다.

[표-6] 축제내용 및 운영에 대한 차이분석

속성	평균값		t	p
	시민	방문객		
식음료 가격의 적정성	2.99	2.91	.586	.565
식음료 종류의 다양성	2.66	2.65	-.154	.811
식음료의 향토성	2.45	2.54	1.231	.197
식음료 관련 시설의 청결성	2.87	2.98	1.132	.316
기념품 가격의 적정성	2.67	2.95	1.771	.888
기념품의 질적 우수성	2.76	3.21	6.206	.000
기념품 종류의 다양성	2.65	3.10	5.326	.000
기념품의 축제 고유성 반영	2.66	3.10	4.272	.000
기념품 구입의 유일성	2.54	2.99	7.120	.000

\*p<.001

[표-7] 축제별 접근성에 대한 차이분석

속성	평균값		t	p
	제천시민	외지인		
전반적인 만족도	3.21	3.43	3.777	.000

### 6) 종합적인 만족도

조사대상의 양측에 대한 전반적인 만족도 측정 결과 3.31로 100 점을 기준으로 하였을 때 66.2점으로 나타나 보통에서 비교적 만족할 만한 수준으로 평가하였다. 방문자의 만족도 수준이 3.43으로 제천시민의 3.21에 비해 약간 높았으며 양측은 통계적으로 유의한 평균 차이를 보였다(Table 7).

## V. 결론

본 연구는 제천지역의 문화관광축제인 한방축제에 참여한 시민들과 방문객들의 축제에 대한 인식과 만족도 조사를 통하여 지역의 문화·관광축제 활성화 및 운영효율화 방안을 제시하려는 목적으로 수행되었다.

조사대상 두 그룹의 조사결과 축제참여 형태는 가족 및 친지 중심의 소규모 참여형태를 보였으며 참여자의 70%가 제천

지역 거주자이고 약 30%정도가 외지 방문객으로 조사되었다. 따라서 제천지역의 축제가 지역내 자체 축제에서 차후 외지인 참여를 통한 지역경제활성화에 가능성을 보여주었다고 판단된다. 그러므로 추후 더욱 적극적인 홍보를 통한 외래 방문객 유치활동이 필요한 것으로 보여진다.

축제행사의 내용에 있어서 지역으로의 접근성은 비교적 만족수준을 보였지만 교통시설 이용의 편리성 제고 및 도로안내 표지 기능의 향상을 통해 접근성을 증진시키는 노력은 계속되어야 할 것으로 보여진다. 행사장내 시설환경에 대해서는 시민들과 방문자가간에 큰 편차를 보이고 있는데 이는 행사장소, 행사 주관처의 규모나 기획력 차이에 기인한 것으로 판단되며 개선이 적극 필요한 부문이다. 또한 시민들과 방문자 모두 축제내용 및 운영에 있어서 축제의 성격과 제천지역의 이미지와의 적합성은 있는 것으로 판단하며 이를 극대화시킬 수 있는 흥미로운 프로그램의 운영이 미흡하여 향후 축제 이미지에 부합하는 프로그램 개발과 보다 체계적인 축제 진행이 뒷받침되어야 할 것으로 보인다.

축제행사에 있어서 식음료 및 기념품의 판매는 축제 기간 중 가장 많은 경제적 이익을 얻을 수 있는 항목이라 할 수 있다. 그러나 조사 대상 축제에서 나타난 식음료 및 기념품에 대한 참여자 인식은 다른 속성들에 비해 전반적으로 부정적인 평가를 받았다. 이러한 결과는 제천지역에서 개최되고 있는 축제에서 식음료 및 기념품의 가격, 질, 종류, 고유성 등 모든 면에서의 개선이 시급함을 의미한다.

이상의 결과를 토대로 제천한방축제는 다음과 같은 몇 가지 시사점을 보여준다.

첫째, 지역자체 행사의 축제에서 탈피하기 위한 다양한 프로그램의 개발과 장기 전략 수립이다. 한방약초와 관련된 의약산업, 한방식품개발은 물론 약초 박람회와 나아가 한방엑스포 등을 개최할 수 있도록 준비할 필요가 있다. 일시적 행사로서의 지역축제의 경쟁적 개척이 아닌 실질적인 지역홍보와 경제활성화 수단으로서 장기적으로 거듭나기 위한 전략을 수립하여야 한다. 제천을 상징할 수 있는 대표적 축제로 발전하기 위하여는 물론 관산학이 서로 협력할 필요가 있다.

둘째, 젊은층을 불러 모을 수 있도록 현대적 감각으로 약초시장의 분위기를 개선해야한다. 현재의 약초시장은 변두리에 위치하고 있어 시민들은 물론 방문객들이 찾아가도 약초전문시장으로서의 활기를 느낄 수가 없다. 또한 젊은이가 없어 언제 찾아가도 조용하기만하다. 약초는 노인 및 실버계층만을 위한 한약이 아니다. 약초산업이 활력을 찾기 위해서는 젊은층이 손쉽게 찾아갈 수 있는 장소가 되어야 한다. 신세대 젊은이들은 의과대학보다 한의대를 더욱 선호하는 경향이 있는데 약초시장을 젊은이들이 쉽게 찾아가는 장소로 변모시켜야 한방산업의 미래가 있다. 한방약초에 대한 일반인을 위한 교

육과정의 설치나 한방축제방문자를 위한 한방과 약초에 대한 전문 안내원을 육성하는 방법도 한 방법일 것이다.

셋째, 적극적으로 전문적인 축제의 홍보가 요구된다. 축제에 대한 적극적인 홍보는 외래참여자를 유인하는 중요한 요소이다. 지역축제의 경우 지역 이미지 홍보 효과가 크기 때문에 다양한 매체를 이용하여 체계적인 홍보전략을 전개하는 것이 바람직하다. 현재 제천시에서의 축제에 대한 홍보는 플랜카드, 선전담, 포스터 등 단순하고 가시적인 홍보에 치우치고 있어 축제 분위기 고취에도 미흡한 실정이다. 따라서 인터넷을 통한 온라인 홍보와 여행 동호인을 통한 구전홍보 및 신문과 방송국의 기자 및 여행사를 위한 팸투어도 한 방법이다.

넷째, 체계적이며 지속적인 축제 평가제도의 도입이다. 축제에 대한 평가는 특정 축제의 내용, 집행 및 효과를 판단하고, 결정하는 것이라 할 수 있다. 축제 평가작업은 성공적인 축제운영을 위해서는 필수적인 과정으로 평가를 통해 발견된 문제점들을 차후 집행에 반영시켜 축제의 질을 개선하려는데 그 목적이 있다. 따라서 개최 축제에 관련된 내용과 목표는 반드시 사후의 체계적인 평가과정을 통해 목표의 달성정도를 파악해야 하고 축제의 기획 및 운영 주체가 아닌 제3의 집단에 의한 객관적이고 공식적 평가과정을 제도적으로 도입하는 것이 필요하다.

#### ■ 참고 문헌 ■

- [1] 경규철 (2000). 관광자원으로서의 지역축제, 강원사회 연구회편 강원관광의 이해-과제와 전략 - 한울아카데미.
- [2] 김계섭 (1999). 이벤트관광의 프로그램개선방안, 관광학연구 .
- [3] 이강욱 (1998). 문화관광축제의 영향 및 운영효율화 방안 : 금산인삼축제 사례연구, 한국관광연구원
- [4] 제주발전연구원(2000). 제주지역축제의진단과 활성화방안.
- [5] 한국관광공사 (1990). 국내문화행사 관광상품화 방안, 한국관광공사.
- [6] Getz, D. Festivals and Special Events, hospitality and Tourism, edited by Mahmood Khan, Michael Olsen, Turgut Var, 1993.
- [7] Hebler, L.(1998). The Roles of Government in Planning in Tourism with Special Regard for the Cultural and Environmental Impact of Tourism,
- [8] Holloway, J.(1985).the Business of Tourism, Pittman, London
- [9] Mayfield, T. L. and J. L. Crompton(1995). Development of an instrument for identifying community reasons for staging a festival, Journal of Travel Research.33(3):37-44.
- [10] Wicks, B. & D. Fesenmaier, A Comparison of Visitors and Vendor Perceptions of Service Quality at a Special Event, Festival Management and Event Tourism 1(1), 1993.
- [11] Zeppel, H.(1992). The Festival of the Pacific Arts: An

Emerging Special Interest Tourism Event, Special Interest Tourism, Belhaven Press, London.