

# 2015서울정원박람회 개최 효과에 대한 방문객 인식 분석

김태원 · 조세환

한양대학교 도시대학원 도시설계 · 경관생태조경학과

## Analysis of the Visitors' Recognition on the 2015th Seoul Garden Exposition

Kim, Tai-Won · Cho, Se-Hwan

Dept. of Urban Design and Landscape Ecological Architecture,  
Graduate School of Urban Studies, Hanyang University

### ABSTRACT

This study aimed to analyze the recognitions by visitors on economic, social, cultural, and environmental and ecological effects of the 2015 Seoul Garden Expo to evaluate and examine them in order to present basic resources for ensuring effective hosting, planning, and operation of user-based garden expos in and out of the country in the future. Survey for recognition analysis was conducted for visitors who visited the Expo site for two days, from October 10th to October 11th, 2015 (290 people). Investigation and analysis was made using the survey designed by a 5-point Likert scale on the effects in terms of economy, society, culture, environment and ecology, and operation. For statistical analysis, multiple regression analysis was used, and SPSS v.18.0 was used as the tool for analysis. The result of this study yielded the following conclusions. First, regarding recognition on economic effects, indirect economic effect (rise of brand value) and direct economic effect (economic profit) were being recognized together. Thus, hosting a local-based Expo can be used as a tool for creating direct and indirect economic effects. Second, regarding, recognition on social and cultural effects, the factor 'revitalization of academic exchange' was shown to be high, and local cultural development was shown as another factor. The current garden is a factor which affects development of the entire culture in local units, and the consequent exchange of information is recognized with great importance. Third, regarding environmental and ecological effects, positive recognition (ecological health) and negative recognition (congested traffic) were shown together. This is related to density (congestion), and thoughts on density can be a very important factor in hosting Expos. Lastly, regarding recognition on operation, factors such as information service, high quality of operation service, rational pricing, and diversification of programs were shown. Thus, three factors -economic feasibility, convenience, and quality of service- act greatly for evaluation on Expo operation, and their configurations may lead to determining the success of the Expo. Hosting a garden expo changes a lot of things in a region. The result of this study showed that the hosting of Seoul Garden Expo led to small but positive changes on economy, society, culture, and environment of the region. The detailed factors of recognition types (economy, society and culture, environment and ecology, operation)

---

**Corresponding author:** Cho, Se-Hwan, Dept. of Urban Design and Landscape Architecture, Graduate School of Urban Studies, Hanyang University, Seoul 133-070, Korea, Tel.: +82-2-2220-0274, E-mail: chosh3@hanyang.ac.kr

that have been derived here will be applied with importance in setting the future plans for garden expos. In order to ensure success of a garden expo, user-oriented design, planning, and operation are required.

*Key Words: Garden Expo, Economic Effect, Expo Assessment, Expo Operation, Visitor Recognition Analysis*

## 국문초록

본 연구는 2015서울정원박람회 개최로 인한 경제, 사회, 문화, 환경·생태적 효과를 방문객의 인식 분석을 통해 평가 및 규명함으로써, 향후 국내 및 국제정원박람회 개최 시 이용자 기반의 효과적인 개최와 함께 기획, 운영 등을 위한 기초자료 제시를 목적으로 수행되었다. 인식분석을 위한 설문조사는 2015년 10월 10일부터 10월 11일까지 이틀간 박람회장을 방문한 방문객(290명)을 대상으로 하였으며, 경제, 사회, 문화, 환경·생태, 운영 등 각각의 효과를 5점 리커트 척도로 설계된 설문을 통해 조사·분석하였다. 통계분석은 다중회귀분석을 활용하였으며, 분석도구는 SPSS 버전 18.0을 활용하여 실시하였다. 본 연구 결과, 다음과 같은 결론을 얻을 수 있었다.

첫째, 경제적 효과에 대한 인식에서는 간접적 경제효과(브랜드 가치 상승)와 직접적 경제효과(경제적 이익)가 함께 인식되고 있었다. 즉, 지역 규모의 박람회 개최는 직·간접적 경제효과를 창출할 수 있는 도구로 활용할 수 있다. 둘째, 사회·문화적 효과에 대한 인식에서는 ‘학술교류 활성화’ 요인이 높게 나타났으며, 지역 문화발전 요인이 함께 나타났다. 지금의 정원은 지역 전체 문화 발전에 영향을 주는 요인이며, 그에 대한 정보 교류는 매우 중요하게 인식되고 있다. 셋째, 환경·생태적 효과에 대한 인식에서는 긍정적인 인식(생태적 건강성)과 부정적인 인식(교통의 혼잡) 함께 나타났다. 이는 밀도(혼잡성)와 관련이 있으며, 밀도에 대한 고민은 박람회 개최에 있어 매우 중요한 요인이 될 수 있다. 마지막으로 운영에 대한 인식에서는 안내 서비스, 높은 운영 서비스 질, 합리적인 가격, 프로그램의 다양화 등이 나타났다. 즉, 박람회 운영에 대한 평가는 경제성, 편의성, 서비스 질 등 3가지 요인이 크게 작용하며, 이들의 설정 방향이 성공적인 박람회로 이어질 수 있다. 정원박람회 개최는 지역의 많은 부분을 변화시킨다. 연구 결과, 규모는 작지만 서울정원박람회 개최로 인하여 지역 내 경제, 사회, 문화, 환경을 긍정적으로 변화시킨 것으로 나타났다. 여기서 도출된 인식 유형(경제, 사회·문화, 환경·생태, 운영)별 세부 요인은 향후 정원박람회 개최 방향 설정에 있어 중요하게 적용될 것이다. 성공적인 정원박람회 개최를 위해서는 이용자의 관점에 맞추는 기획, 계획, 운영이 필요하다.

주제어: 정원박람회, 경제 효과, 박람회 평가, 박람회 운영, 방문객 인식 분석

## I. 서론

정원박람회는 정원과 환경을 문화화 시킬 수 있는 프로그램을 기획하여 중앙 및 지방자치단체의 환경문화사업(이세영, 2006)이고, 정원박람회는 개최만으로도 도시의 이미지를 개선 시킬 뿐 아니라, 개최지역의 도시경관 향상, 관광소득 증진, 일자리 창출, 지역경제 활성화 등 도시에 다양한 긍정적 영향을 준다(권태근 외2, 2015). 이러한 박람회의 다양한 효과에 힘입어 2010년의 경기정원박람회를 시작으로 2012년의 순천만국제정원박람회, 근자엔 2015년에 서울시에서 서울정원박람회를 개최하는 등 다양한 정원박람회 개최가 있어 왔다.

본 연구의 대상이 되는 ‘서울특별시 2015 서울정원박람회’는 우리나라의 수도인 서울에서 최초로 개최한 유일한 정원박람회로 약 50,000m<sup>2</sup>의 월드컵 공원 내 평화의 공원에서 80개의

정원이 조성되었다. 2015 서울정원박람회는 다방면으로 의미가 높다. 노후공원을 정원과 예술, 디자인을 접목시켜 문화적 공간으로 재생하고자 하였다. 또 사회적 차원으로써 시민들의 참여를 유도하여 방문객 총 87만 명을 유치하였다. 이후에도 지속적으로 관람객이 증가하고 있기 때문에 향후 서울정원박람회는 더욱더 발전해 갈 것으로 기대되고 있다.

서울시청에서 제공하는 2015 서울정원박람회 결과보고서에 따르면 서울시는 정원박람회를 통해 많은 부가가치를 창출하였다. 자원봉사자 총 473명, 시민단체 협력자원봉사자 총 330명의 시민들의 참여를 만들었다. 2015 정원박람회는 문화행사를 통해 정원의 가치를 많은 시민들에게 알리는 계기가 되었다. 이러한 평가는 정원이 가지고 있는 경제·사회·문화·환경적 효과에 대한 분석은 나타나지만, 운영적 측면에서의 시민의 인식 등에 대한 효과를 평가하는 데는 부족하다고 할 수 있다.

정원박람회 개최 효과와 관련해 기존의 연구들은 유명희(2006, 박람회가 지역경제에 미치는 파급효과), 안경모 외 2인(2007, 2006 고양세계꽃 박람회 지역 경제적 파급효과 분석), 권용대(2015, 안면도 국제 꽃 박람회가 지역개발에 미치는 파급효과), 이정록 외 2인(2015, 2012 여수세계박람회가 여수지역에 미친 경제적 파급효과 분석) 등의 연구가 있었다. 이러한 연구는 박람회의 개최효과를 분석함에 있어 특정한 박람회를 대상으로 선정하여 경제적 파급효과만 분석하는 연구만 진행됨으로써 전반적이고도 일관된 정보를 얻기에는 한계가 있었다. 반면, 권태근 외 2인(2015)의 2012년 순천만국제정원박람회를 대상으로 한 연구는 이용자 관점에서의 경제, 사회·문화, 환경·생태, 운영 등 다양한 파급효과를 분석하였지만, 국제적 규모의 박람회를 대상으로만 진행되었다는 한계를 지니고 있다.

본 연구는 이와 같은 점에 착안하여 권태근의 연구 방법을 2015 서울정원박람회에 적용하여 국내 박람회 개최로 인해 생긴 경제·사회·문화·환경·생태·운영 등 관점의 효과를 분석함으로써, 향후 국내 및 국제정원박람회 개최 시 이용자 기반의 효과적인 개최와 함께 기획, 운영 등을 위한 기초자료 제시를 목적으로 수행되었다.

## II. 2015 서울정원박람회<sup>2)</sup>

### 1. 2015 서울정원박람회 개요

2015년 10월 3일, 2015 서울정원박람회는 개막식을 갖고, 10일간(2015년 10월 12일 폐막)의 정원박람회를 시작하였다.

2015 서울정원박람회는 서울특별시 마포구 상암동 평화의 공원 일대에 50,000m<sup>2</sup> 규모로 초청작가 정원(2개소), 공모 작가 정원(15개소), 주제정원 및 시민참여정원(63개소) 등으로 구성되었다. 박람회를 방문한 방문객은 총 약 87만 명으로, 20대에서 50대까지 고르게 방문하였다. 방문객을 지역별로 살펴보면 서울이 71%로 월등히 높았으며, 경기도가 26%, 기타 3%로 나타나, 박람회 개최에 따른 다른 지역 방문객 유치 효과를 알 수 있다.

### 2. 2015 서울정원박람회 프로그램 구성

2015 서울정원박람회는 크게 전시, 컨퍼런스, 시민참여, 문화공연 등으로 구성되었다.

전시 행사 프로그램은 정원 전시, 정원 산업전, 특별 전시 등으로 구분되어 다양한 정원 전시 및 정원 산업 제품 전시, 분채 및 목공예 작품을 전시하였다. 컨퍼런스 프로그램은 워크샵, 콘서트, 학술회의, 기술세미나, 초청강연 등이 진행되었다. 시민



그림 1. 2015 서울정원박람회 행사장 배치 및 프로그램

자료출처 : 2015 서울정원박람회 홈페이지, <http://festival.seoul.go.kr/garden>

참여 프로그램은 스템프 투어, 정원 그림 경연대회, 생활정원 뽑내기, 벽화 그리기, 플래시몹, 옥상정원 및 허수아비 정원 콘테스트 등이 진행되었다. 끝으로 문화공연 프로그램은 각종 공연 및 예술 공연, 음악회, 풍물놀이 등이 진행되었다.

### 3. 2015 서울정원박람회 성과

2015 서울정원박람회 결과 보고서에 의하면, 방문객은 총 87만 명을 유치하였으며, 전국의 지자체 및 기관의 단체방문이 이루어졌다.

운영적인 측면에서는 시민단체, 정원관련 산업 및 기업의 자가후원 등 민관협력 및 기업의 사회공헌으로 인해 예산을 절감할 수 있는 효과가 있었다.

문화적 측면에서는 2015 서울정원박람회가 폐막한 이후에도 지속적으로 관람객이 증가하는 것을 볼 수 있었으며, 실버세대의 2016년 정원박람회 개최에 대한 기대 및 요구를 하는 등 정원박람회에 대한 문화적 인식이 향상시킬 수 있었다.

## III. 분석 방법

### 1. 설문 문항 및 척도의 선정

설문 문항은 인식유형과 인식요인을 볼 수 있게 구성하여 서로 간의 상관성을 분석하고자 하였다. 설문 문항 설정에 있어 국제적 정원박람회 효과에 대한 인식과 소규모 정원박람회 효과에 대한 인식 차이를 분석하기 위하여 설문 문항 기준을 권태근 외 2인(2015)이 제시한 인식유형 및 인식요인 기준을 활용하였다. 설문문항은 크게 '경제', '사회·문화', '환경·생태', '운영' 등 4개로 분류하였다. 세부적인 요인으로는 경제 9문항, 사회·문화 7문항, 환경·생태 6문항, 운영 11문항으로 구성하여 총 33문항으로 구성하였다(표 1 참조)

표 1. 인식 유형 및 인식 요인

인식 유형	인식 요인
경제적 인식	지역경제의 활성화
	관광객의 유입에 따른 지역 활성화
	지역 관광산업의 진흥
	지역 내 숙박·서비스업의 성장
	지역주민의 소득 증대
	박람회 개최로 인한 이익 발생
	일자리 창출 등의 고용증대 효과
	지역 브랜드 가치 상승
사회·문화적 인식	지역의 국제적인 위상 상승
	지역 내 문화예술분야 발전
	문화행사 유치
	문화생활여건 개선
	지역에 대한 자긍심과 애향심 향상
	자녀들의 교육에 도움
	국내·외 정원 학술교류 활성화
	자연환경 및 생태 훼손
환경·생태적 인식	교통 혼잡에 따른 생활 불편
	사람 혼잡에 따른 생활 불편
	지역 내 기반시설 확충
	환경 및 생태보전에 대한 지역민 인식 상승
	지역의 생태적 건강성 향상
	만족스러운 행사 운영 및 진행
	국제 박람회 급 운영
	인터넷을 통한 홍보
운영에 대한 인식	SNS를 활용한 홍보
	적절한 입장료
	안내 책자 및 홍보물의 질
	다양한 행사 프로그램의 내용과 구성
	행사 운영요원의 서비스 질
	행사 지원봉사자의 서비스 질
	적절한 기념품 가격
	외국인을 위한 안내 및 도움 서비스

자료출처 : 권태근 외 2인(2015), 2013 순천만국제정원박람회 개최 효과에 대한 방문객 인식분석. 한국정원디자인학회지 1(1).

설문 문항에 대한 척도는 응답자의 일반사항에 대하여 묻는 문항은 명목척도(Nominal Scale)를, 박람회에 대한 인식을 측

정하는 항목은 5점 리커트 척도(Likert Scale)를 사용하였다.

## 2. 표본선정 및 설문조사

2015서울정원박람회 영향 인식 분석을 위한 표본의 모집단은 서울시민 여부를 떠나 2015서울정원박람회장을 방문한 모든 이용객으로 선정하였다. 표본 추출은 2015년 10월 10일부터 2015년 10월 11일까지 이를간에 걸쳐 2015서울정원박람회장을 방문한 방문객을 대상으로 랜덤 방식으로 추출하였다. 이 기간을 선정한 이유는 개최된 이후 중후반이 된 시점으로 방문객들이 박람회에 대한 충분한 정보가 있을 것이라는 가정에서였다.

수집된 연구 데이터는 총 290부가 수집되었으며, 모든 데이터는 연구 데이터로서 유효하였다. 연구의 표본 분포를 살펴보면 남자 45.9%, 여자 54.1%로 구성되어 성별 간 표본 집단이 균등하게 분포되었다. 또한, 연령대별로 10대 13.8%, 20대 24.5%, 30대 22.4%, 40대 18.6%, 50대 이상 20.7%로 균등하게 분포되어 설문응답의 균등성을 확보하였다.

설문조사 방법은 설문조사자가 직접 현장에서 설문조사를 실시·회수하였고, 응답자가 설문항목에 대하여 직접 기입하는 '자기기입방식으로' 진행하였다.

## 3. 분석방법

설문조사를 통하여 수집된 연구 데이터에 대한 분석은 SPSS Version 18.0 통계 패키지를 활용하였다. 연구 분석 방법으로는 빈도 분석(Frequency Analysis)과 다중회귀분석(Multiple Regression Analysis)<sup>3)</sup>을 실시하였다. 빈도 분석을 통하여 설문 응답자의 인구통계학적인 특성을 분석하였고, 다중회귀분석을 통하여 인식 유형과 인식 요인 간 상관성을 분석하였다.

분석 과정 및 방법은 3단계로 수행하였다. 1단계는 빈도분석을 통하여 표본 분포를 파악하였다. 2단계는 다중회귀분석을 통하여 박람회 개최에 따른 경제, 사회·문화, 환경·생태, 운영 측면의 인식 분석 수행하였다. 3단계 또한 다중회귀분석을 통하여 분석하였으며, 2단계보다 세부적인 사항인 인식 유형과 인식 요인 간의 상관성을 분석하였다.

## IV. 결과 및 고찰

### 1. 박람회 개최 효과에 대한 인식 유형 분석

2015서울정원박람회 개최에 따른 효과에 대한 인식 유형을 분석한 결과( $R^2 .559$ ), 경제, 사회·문화, 환경·생태, 운영 등 모든 인식 유형( $p$ -value 0.05 이하)이 영향을 미치는 것으로

표 2. 박람회 개최 효과와 인식유형 간 다중회귀분석 통계값

모형	R	R <sup>2</sup>	Adjusted -R <sup>2</sup>	F	p-value	Dubin -Watson
4	.748 <sup>d</sup>	.559	.553	90.229	.000	1.867
구분	비표준화 계수(B)	표준화계수 (Beta)		t	유의 확률	공선성 통계량
					공차한계	VIF
환경·생태	.248	.283	6.200	.000	.745	1.342
사회·문화	.231	.277	5.876	.000	.694	1.441
경제	.216	.261	5.433	.000	.673	1.486
운영	.176	.196	4.607	.000	.856	1.169

나타났다. 인식 유형별 영향력을 살펴보면 환경·생태 유형(표준화 계수 .283)이 가장 영향력이 큰 것으로 나타났고, 사회·문화(표준화 계수 .277), 경제(표준화 계수 .261), 운영(표준화 계수 .196) 순으로 나타났다(표 2 참조).

박람회 개최에 대한 효과와 인식에 영향을 미치는 제 1순위 인식유형은 표준화계수가 0.283으로 가장 높은 수치를 기록한 환경·생태적 인식으로 나타났다. 환경·생태적 인식 다음으로 만족도에 영향을 미치는 제 2순위 인식으로는 표준화 계수 0.277로 사회·문화적 인식이 나타났다. 이를 이어 제 3순위 인식 유형으로는 표준화 계수 0.261로 나타난 경제가 그 뒤를 이었다. 마지막으로 제 4순위로 표준화계수 0.196을 보인 운영에 대한 인식이 나타났다. 즉, 경제적, 사회·문화적, 환경·생태적 운영 등 모든 요인은 정원박람회가 가져오는 효과에 직접적인 영향을 미치고 있었다. 따라서 성공적인 정원박람회 개최를 위해서는 모든 요인을 하나의 시스템으로 바라보고, 이를 통합적이고 수평적으로 진행해야 할 것이다.

## 2. 박람회 개최 효과에 대한 인식 요인 분석

### 1) 경제적 효과에 대한 인식 요인 분석

박람회 개최에 따른 경제적 효과 요인 중 방문객에게 인지되는 요인을 분석한 결과( $R^2$  .535), 지역 브랜드 가치 상승, 이익 발생, 지역 관광산업의 진흥, 고용증대 효과, 지역 내 숙박·서비스업의 성장 등의 유형( $p$ -value 0.05 이하)이 영향을 미치는 것으로 나타났다. 인식 요인별 영향력을 살펴보면 지역 브랜드 가치 상승 요인(표준화 계수 .349)이 가장 영향력이 큰 것으로 나타났고, 이익 발생(표준화 계수 .265), 지역 관광산업의 진흥(표준화 계수 .127), 고용증대 효과(표준화 계수 .120), 지역 내 숙박·서비스업의 성장(표준화 계수 .117) 순으로 나타났다(표 3 참조).

이와 같은 분석 내용을 바탕으로 '2015서울정원박람회'의 경

표 3. 경제 인식 유형과 인식 요인 간 다중회귀분석 통계값

모형	R	R <sup>2</sup>	Adjusted -R <sup>2</sup>	F	p-value	Dubin -Watson
5	.732 <sup>e</sup>	.535	.527	65.477	.000	1.916
구분	비표준화 계수(B)	표준화계수 (Beta)		t	유의 확률	공선성 통계량
					공차한계	VIF
브랜드가치	.385	.349	7.213	.000	.698	1.433
경제적이익	.273	.265	5.321	.000	.661	1.513
관광산업 진흥	.137	.127	2.472	.014	.618	1.618
고용증대 효과	.115	.120	2.365	.019	.631	1.586
숙박·서비스업 성장	.108	.117	2.471	.014	.736	1.360

제적 효과에 대한 인식을 살펴보면, 간접적인 효과인 지역 브랜드 가치와 경제적 이익 및 산업 서비스 성장, 고용 증대 등 직접적인 효과가 함께 인식되고 있었다. 결과적으로 정원박람회의 개최는 지역 경제에 미치는 영향력 범위가 넓으며, 직접적인 효과와 간접적인 효과 모두를 얻을 수 있는 이벤트라 할 수 있다.

### 2) 사회·문화적 효과에 대한 인식요인

사회·문화적 인식 영향을 미치는 인식요인 분석을 위한 다중회귀분석을 수행한 결과는 R .532로 나타났다. 국내·외 정원 학술교류 활성화, 지역에 대한 자긍심과 애향심 향상, 자녀들의 교육에 도움, 지역 내 문화예술분야 발전, 문화행사 유치 등의 유형( $p$ -value 0.05 이하)이 영향을 미치는 것으로 나타났다. 인식 요인별 영향력을 살펴보면 국내·외 정원 학술교류 활성화(표준화 계수 .359)가 가장 영향력이 큰 것으로 나타났고, 지역에 대한 자긍심과 애향심 향상(표준화 계수 .190), 자녀들의 교육에 도움(표준화 계수 .138), 지역 내 문화예술분야 발전(표준화 계수 .123), 문화행사 유치(표준화 계수 .119) 순으로 나타났다(표 4 참조).

2015서울정원박람회의 사회·문화적 효과를 살펴보면 학술교류 요인이 높게 나타났다. 이것은 현재 하나의 트렌드로 자리 잡은 정원에 대한 관심도에 따른 결과로 해석되며, 정원에 대한 정보교류를 매우 중요시 하였다. 개최 지역과 관련된 요인도 함께 도출되었는데, 이러한 점은 정원박람회 효과가 미치는 범위가 지역 전체에 적용된다는 점을 시사한다. 즉, 정원박람회는 정원 교육 및 지역 문화 발전에 영향을 미치는 요인이며, 그 효과는 매우 광범위하다고 볼 수 있다.

표 4. 사회 · 문화 인식 유형과 인식 요인 간 디중회귀분석 통계값

모형	R	R <sup>2</sup>	Adjusted -R <sup>2</sup>	F	p-value	Dubin -Watson
5	.730 <sup>e</sup>	.532	.524	64.624	.000	1.871
구분	비표준화 계수(B)	표준화계수 (Beta)	t	유의 확률	공선성 통계량	
학술교류	.357	.359	6.613	.000	.558	1.791
자금심, 애향심 향상	.181	.190	3.667	.000	.614	1.627
자녀교육	.133	.138	2.540	.012	.558	1.792
문화예술 분야발전	.137	.123	2.242	.026	.549	1.823
문화행사 유치	.132	.119	2.150	.032	.535	1.870

## 3) 환경 · 생태적 효과에 대한 인식요인

박람회 개최에 따른 환경 · 생태적 효과 요인 중 방문객에게 인지되는 요인을 분석한 결과( $R^2 .514$ ), 지역의 생태적 건강성 향상, 환경 및 생태보전에 대한 지역민 인식 상승, 교통 혼잡에 따른 생활 불편 등의 유형( $p$ -value 0.05 이하)이 영향을 미치는 것으로 나타났다. 인식 요인별 영향력을 살펴보면 지역의 생태적 건강성 향상(표준화 계수 .633)이 가장 영향력이 큰 것으로 나타났고, 환경 및 생태보전에 대한 지역민 인식 상승(표준화 계수 .107), 교통 혼잡에 따른 생활 불편(표준화 계수 -.083) 순으로 나타났다(표 5 참조).

환경 · 생태적 측면에서 2015서울정원박람회를 살펴보면 교통 혼잡이라는 부정적 인식과 지역 환경 개선이라는 긍정적 인식이 나타났다. 장점은 키우되 단점은 저감시킬 수 있도록 준

표 5. 환경 · 문화 인식 유형과 인식 요인 간 디중회귀분석 통계값

모형	R	R <sup>2</sup>	Adjusted -R <sup>2</sup>	F	p-value	Dubin -Watson
3	.717 <sup>e</sup>	.514	.509	100.792	.000	1.956
구분	비표준화 계수(B)	표준화계수 (Beta)	t	유의 확률	공선성 통계량	
생태적 건강성 증대	.613	.633	12.017	.000	.612	1.634
생태보전에 대한 주민의식 향상	.108	.107	2.029	.043	.614	1.628
교통혼잡에 따른 생활불편	-.075	-.083	-.083	.046	.992	1.009

표 6. 운영에 대한 인식과 인식요인 간 디중회귀분석 통계값

모형	R	R <sup>2</sup>	Adjusted -R <sup>2</sup>	F	p-value	Dubin -Watson
5	.678 <sup>e</sup>	.459	.450	48.260	.000	1.901
구분	비표준화 계수(B)	표준화계수 (Beta)	t	유의 확률	공선성 통계량	
외국인 안내서비스	.252	.271	5.441	.000	.768	1.301
프로그램의 다양화	.192	.206	3.468	.001	.538	1.859
행사운영 과 진행	.163	.159	2.961	.003	.658	1.519
행사운영 요원서비스	.156	.149	2.415	.016	.502	1.993
전시 및 기념품가격	.143	.134	2.584	.010	.710	1.408

비해야 할 것이다. 또한, 도시적 규모에 있어 접근성에 대한 긍정적 인식을 위해서는 교통 문제는 중요하게 고려해야 할 대상으로 사료된다.

## 4) 운영에 대한 인식요인

박람회 운영에 있어 방문객이 인지하는 요인을 분석한 결과( $R^2 .459$ ), 외국인 안내 서비스, 다양한 행사 프로그램의 내용과 구성, 만족스러운 행사 운영 및 진행, 행사 운영요원의 서비스 질, 적절한 기념품 가격 등의 유형( $p$ -value 0.05 이하)이 영향을 미치는 것으로 나타났다.

인식 요인별 영향력을 살펴보면 외국인 안내 서비스(표준화 계수 .271)이 가장 영향력이 큰 것으로 나타났고, 다양한 행사 프로그램의 내용과 구성(표준화 계수 .206), 만족스러운 행사 운영 및 진행(표준화 계수 .159), 행사 운영요원의 서비스 질(표준화 계수 .159), 적절한 기념품 가격(표준화 계수 .134) 순으로 나타났다(표 6 참조).

2015 서울정원박람회를 살펴보면 운영에 대한 인식 요인은 안내 서비스, 운영, 상품가격, 서비스 질 등으로 나타났다. 결과적으로 2015서울정원박람회 운영에 있어 프로그램의 다양화, 높은 운영 및 안내 서비스, 합리적인 가격 등이 중요한 요인임을 알 수 있다.

## V. 결론

본 연구는 '2015서울정원박람회'를 대상으로 국내 박람회 개최로 인해 생긴 경제 · 사회 · 문화 · 환경 · 생태 · 운영 등의 효

과를 분석함으로써, 향후 국내 및 국제정원박람회 개최 시 이용자 기반의 효과적인 개최와 함께 기획, 운영을 위한 기초자료 제시를 목적으로 수행한 바 다음과 같은 결론이 도출되었다.

첫째, 경제적 인식에서 2015서울정원박람회는 '브랜드 가치 상승'과 같은 간접적 경제 효과와 경제적 이익인 직접적 경제 효과가 함께 인식되고 있었다. 지역 규모의 박람회라 할지라도 경제적 효과를 모두 얻을 수 있으며, 이를 지역 경제 활성화 도구로 활용할 수 있다.

둘째, 사회·문화적 효과에 대한 인식에서는 '국내·외 정원 학술교류 활성화' 요인이 가장 높게 나타났다. 이는 현시대의 트렌드를 반영된 결과로 해석되며, 정원에 대한 시민들의 관심도를 보여주고 있다. 그리고 지역과 관련된 요인도 함께 나타나, 박람회 개최에 따른 지역 문화 발전에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 다만 '문화행사'와 같은 프로그램적 요인은 비교적 낮은 인식도를 보여 여전히 박람회의 성공적인 개최와 관리에 있어 문제점이 있는 것으로 나타났다.

셋째, 환경·생태적 효과에 대한 인식에서는 다른 유형과는 달리 교통 혼잡이라는 부정적 인식과 생태적 건강성이라는 긍정적 인식이 나타났다. 이 두 요소는 밀도와 관련될 수 있다. 녹지 밀도 상승은 긍정적인 요소로 작용하지만, 교통과 같은 혼잡과 관련된 밀도 상승은 박람회와 개최지역에 좋지 못한 영향을 미칠 수 있다. 따라서 밀도에 대한 고민은 매우 중요하다.

마지막으로 운영 인식에 대해서 정원박람회는 이용자들이 원하는 운영 요인으로 안내 서비스, 높은 운영 서비스 질, 협력적인 가격, 프로그램의 다양화 등임을 알 수 있었다. 즉, 박람회 운영에 대한 평가에 있어서 편의성, 경제성, 서비스 질 등 3 가지 요인이 크게 작용하고 있다. 따라서 이용의 편의성, 협력적인 경제성, 높은 서비스 질 제공을 목표로 박람회 운영을 기획한다면 성공적인 박람회가 가능하다.

이번 연구의 대상인 2015서울정원박람회는 작은 규모로 개최된 일종의 지역 이벤트라고 볼 수 있다. 연구 결과, 규모는 작지만 정원박람회 개최로 인하여 지역 내 경제, 사회, 문화, 환경을 긍정적으로 변화시킨 것으로 나타났다. 다만 서울정원박람회에서도 다른 박람회처럼 혼잡성에 대한 부정적인 문제는

나타났다. 혼잡성에 대한 고민은 중요한 사안임을 명심해야 할 것이다. 이번 연구를 통해 도출된 인식 유형(경제, 사회·문화, 환경·생태, 운영)별 세부 요인은 향후 정원박람회 개최 방향 설정에 있어 중요하게 적용될 것이다. 성공적인 정원박람회 개최를 위해서는 이용자의 관점에 맞추는 기획, 계획, 운영이 필요하다.

- 주 1. 2013순천만국제정원박람회 개요는 권태근 외 2인(2015) 2013 순천만국제정원박람회 개최 효과에 대한 방문객 인식 분석 연구를 인용하여 재작성하였음.
- 주 2. 2015서울정원박람회 개요는 서울특별시청(2015)에서 발간한 '2015 서울정원박람회 결과보고서'의 내용에서 발췌하였음.
- 주 3. 회귀분석 시 두 개 이상의 독립변수들과 하나의 종속변수의 관계를 분석하는 기법(이학식 외1, 2011)인 다중회귀분석(multiple regression)을 실시하며, 종속변수에 영향력이 있는 변수들만 회귀식에 포함하는 단계선택방식(stepwise)방식으로 수행하였음.

## References

1. 이세영(2006) 도시 재생을 위한 국제 정원 박람회 계획 : 용산 미8 군 기지를 중심으로. 서울대학교 환경대학원 환경조경학과.
2. 권용대 외 2인(2015) 안면도 국제 꽃박람회가 지역개발에 미치는 파급효과. 농업과학연구 27(1).
3. 권태근 외 2인(2015) 2013 순천만국제정원박람회 개최 효과에 대한 방문객 인식 분석. 한국정원디자인학회지 1(1).
4. 서울특별시(2015) 2015서울정원박람회 결과 보고.
5. 안경모 외 2인(2007) 2006고양세계꽃박람회 지역 경제적 파급효과 분석. 호텔관광연구 24(-).
6. 유명희(2006) 박람회가 지역경제에 미치는 파급효과. 창업정보학회지 9(1).
6. 이정록 외 2인(2015) 2012여수세계박람회가 여수지역에 미친 경제적 파급효과 분석. 한국경제지리학회지 18(2).
7. 이학식 외 1인(2011) SPSS 18.0 매뉴얼. 집현재.
8. 재)2013순천만국제정원박람회조직위원회(2014) 2013순천만국제정원박람회 백서.
9. 2013순천만국제정원박람회 홈페이지, <http://old.2013expo.or.kr>
10. 2015서울정원박람회 홈페이지, <http://festival.seoul.go.kr/garden>

Received : 6 December, 2016

Revised : 17 December, 2016 (1st)

Accepted : 19 December, 2016

3인익명 심사필