

# 과학적 분석을 통한 지역축제별 맞춤형 마케팅 방안 도출

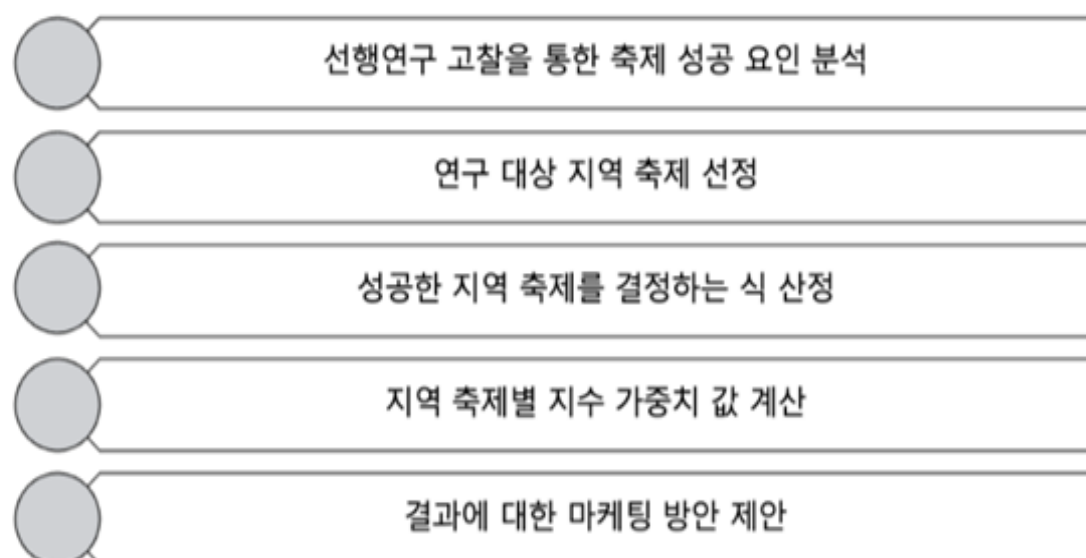
떠나시요: 유선호 박상현 박예린 박재성 유현준 이현지 최동현

## I. 연구 동기 및 목적

수많은 지역에서 다양한 축제가 열리고 있으나, 각 축제의 성과는 동일한 유형의 축제임에도 상이한 결과를 도출했다. 그리고 저조한 성과가 나타나는 이유를 '축제의 강점과 보완점에 집중하지 않은 맞춤형 마케팅의 부재'로 보았다. 본 연구는 선행연구의 축제 성공 요인과 KT에서 제공받은 데이터를 활용하여 축제의 평가 기준을 정립하고 통계적 분석을 통해 축제의 성공 정도를 지표로 평가한다. 더 나아가 지표를 토대로 각 축제에 맞는 마케팅 방안을 제안한다.

## II. 연구 방법 및 내용

### 1. 연구 절차



### 2. 연구 표본 선정

연구 표본의 신뢰를 위해 문체부와 KT 빅데이터사업부의 축제 목록을 교차 검증하여 겹치지 않는 축제와 데이터가 정리되지 않은 값들은 결측치 처리하여 연구 대상에서 제외했다. 전처리 과정을 통해 문화예술, 생태자연, 전통역사, 특산물 축제를 선정했으며, KT에서 제공한 '전국 시군구 일별 관광객 수'와 '전국 축제 일별 관광객 수'를 통해 비축제기간 각 지자체의 평균 방문객 수와 축제기간 해당 구역 평균 방문객 수를 계산했다.

### 3. 성공한 축제 선정

분류	축제 이름
특산물	부산자갈치축제, 횡성한우축제, 화천산천어축제
전통역사	강릉단오제, 진주남강유등축제, 수원화성문화제
문화예술	부산불꽃축제, 보령머드축제

### 4. 자료 분석

선행연구와 데이터 분석을 통해 지역축제의 성공과 밀접한 관련이 있는 변수를 찾고, 이를 이용하여 지수를 산정한다. 다음으로 지수에 따라 축제를 나열하고 맞춤형 마케팅을 제안한다.

### 5. 맞춤형 마케팅 방안 선정

방문객 수 자체에 대한 몇 가지 마케팅 방안을 제안하고자 한다.

1. 다른 지역과 비교하여 특성 있는 축제 소재를 기반으로 축제를 마련
2. 축제 공식 홈페이지 전략
3. SNS를 통한 홍보 전략

## III. 연구 결과

분석 과정에서 성공한 축제일수록 축제 기간 전후의 비축제기간 방문객 수에 비해 축제기간의 방문객 수가 크게 나타날 것이라고 판단하였다. 축제 기간 방문객 수에는 비축제기간 동안의 방문객 수가 포함되어 있다는 점을 고려하여 순 방문객 수 증가율 계산을 위해 비 축제 기간은 축제기간 전후 5일로 설정하였고, '축제 기간 동안의 방문객 수 평균 - 비축제기간 동안 방문객 수 평균'을 '비축제기간동안 방문객 수 평균'으로 나눈 값으로 해당 축제의 방문객 수 증가율을 정의하였다.

$$\text{증가율} = \frac{\text{축제기간동안 방문객 수의 평균}}{\text{비 축제기간동안 방문객 수의 평균}}$$

특정 축제에 대한 증가율 계산 과정에서 발생할 수 있는 음의 증가율 보정을 위해 IR(Increase Rate)를 다음과 같이 정의했다.

$$IR = 1 + \text{증가율}$$

그러나 IR만을 이용해 식을 세울 경우 축제 방문객 수에 따라 증감률이 크게 변화할 수 있어 지역 축제 일일 평균 방문객 수(P)를 통해 값을 보정했다. 따라서 축제성공지수(FSI, Festival Success Index)는 다음과 같이 표현된다.

$$FSI = \alpha \log P + (1 + r)^\beta$$

이때  $\alpha$ 는 방문객 수 보정상수,  $\beta$ 는 증감률 보정 상수로 각각 방문객 수와 증감률이 축제 성공에 영향을 주는 정도를 표현하기 위한 것이다. 대부분 지역 축제의 경우 방문객 수와 증감률은 양의 상관관계를 가지지 않으므로 두 보정 상수를 도입했다. 해당 상수 값은 지자체별 기준에 따라 다르게 정의될 수 있는데, 각 지자체가 추구하는 성공한 축제 (목표 축제)에 맞추어 상수 값을 결정할 수 있다. 본 연구에서는 다음과 같이 두 축제 종류의 보정 상수 값을 구했다.

분류	$\alpha$	$\beta$
전통역사	0.901 ~ 0.918	0.367 ~ 0.372
특산물	0.738 ~ 0.743	0.201 ~ 0.207

전통역사의 보정상수값은 2018, 2019, 2022, 2023년에 개최된 강릉 단오제와 2018, 2019, 2022년에 개최된 진주 남강유등축제와 수원화성문화제 축제를 기준으로 계산되었다. 특산물 축제의 보정 상수값은 2018, 2019년 부산 자갈치 축제, 2018, 2019, 2022 횡성한우축제, 2018, 2019년 화천 산천어축제를 기준으로 계산되었다.

## IV. 결론 및 제언

본 연구에서는 축제 방문객 수와 증감률을 변수로 하는 FSI로 축제를 평가하여 이에 맞는 전략을 수립했다. 이번 연구는 기존 설문식 연구와 달리 객관적인 데이터를 활용해 신뢰성이 있는 지수를 했다는 점에서 차별점을 가진다. 향후 연구에서는 자동화와 통계처리 기법을 활용해 보정 상수의 오차값을 줄여 신뢰도 높은 축제 성공 지수를 도출할 필요가 있다.