

컨벤션 서비스 속성 중요도에 따른 만족도와 행동의도에 관한 연구

전 영주

상지대학교 관광학부 호텔컨벤션 전공

A Study on Convention Service Importance Affecting Participants' Satisfaction and Intention-to-Behavior

Jeon, Young-Ju

ABSTRACT

The purpose of this study was to identify convention service attribute that affecting participants' satisfaction and intention-to behavior. theory and existing literature related convention service are reviewed. Based on the literature review, the measurement scale was developed and used for collecting the data. A total of 171 useful sample was collected and utilized for the study. factor analysis, regression analysis, cluster analysis, and ANOVA were operated in SPSS. Three convention service factors were identified. It was found that these three factors affected participants' convention satisfaction and intention-to-behavior. Theoretical and managerial implications were discussed.

I. 서 론

컨벤션 산업의 발전은 관광산업 전반에 영향을 미치고 있으며 그 중요성은 더욱 강조되고 있다. 컨벤션 산업은 전체 상용여행의 30% 이상을 차지하고 있으며 이 중 48%가 국제회의와 직 간접적으로 관련이 있는 여행인 것으로 나타나며(Oppermann & Chon, 1997), 참가자들은 더욱 품질 좋은 컨벤션 서비스를 요구하고 있다. 컨벤션 서비스에 대한 중요성이 더욱 강조되고 있는 것은 컨벤션 산업이 경제·문화·관광 등의 각 분야에 대한 파급효과가 월등하게 나타나고 있고 서비스 구성요소가 각 산업분야의 전반에 걸쳐져 있기 때문이다.

본 연구는 컨벤션 개최에 따른 컨벤션 참가자들이 지각하는 컨벤션 서비스 중요도를 파악하고 어떠한 컨벤션 서비스 요소들이 컨벤

션 참가자들의 만족도와 행동의도에 영향을 미치는 것을 살펴보고자 한다. 또한 본 연구에서는 컨벤션 서비스 중요도에 따른 만족도 및 행동의도의 관계를 밝히는 노력의 일환으로서 컨벤션 서비스 중요도에 대한 참가자들의 지각정도를 세분화하여 컨벤션 서비스에 대하여 중요하게 고려하는 집단과 그렇지 못한 집단 사이에 어느 정도 컨벤션 참가 만족도 및 행동의도에 차이가 나타나는지를 살펴보고자 한다.

II. 이론적 배경

1. 컨벤션 서비스 속성

컨벤션 서비스에는 컨벤션 시설 및 운영프로그램, 식음료, 종사원 제공 서비스 등이 포함된다. 컨벤션 개최에 따른 참가자는 컨벤션 주최측에서 제공되는 회의프로그램, 숙박, 엔터

테인먼트, 선정된 연사, 회의 진행, 쇼핑, 관광프로그램에 대하여 컨벤션 서비스로 인식할 수 있다.

Astroff & Abbey(1998)는 컨벤션 상품이 단순히 컨벤션 시설을 판매하는 것이 아니라 일종의 회의 기획자와의 계약을 이행하는 것으로 호텔시설, 객실, 오디오 비디오 시설에 포함되어 있는 가치를 판매하는 것이라고 설명하고 있다. 컨벤션 서비스에 대한 고유한 특성에 대하여 Morrison (1999)은 참가자들에게 제공되는 서비스의 단기적 노출, 서비스 구매에 있어 감정적이며 비합리적인 요소의 내재, 컨벤션 서비스를 구입할 때 유형적 단서 중시, 고객의 신분 및 심사의 강조, 유통경로의 다양성, 여행사, 호텔, 쇼핑점과 같은 보완적 시설의존성, 서비스 모방용이라는 특성을 설명하고 있다. Crosby, Evans, & Cowles (1990)에 의하면 서비스 고객을 서비스 핵심내용, 핵심서비스제공에 관련된 다양한 서비스 접점요원, 전반적인 서비스 제공자 특성 등에 대한 평가를 통해 만족이 형성됨을 설명하고 있다.

이것은 컨벤션 주최가가 제공하는 서비스라고 한정할 수 있으며 시간적 흐름에 따른 컨벤션 이전서비스, 개최 중 서비스, 개최 후 서비스로 구분하여 수 있는 데 주제, 연사, 분과회의, 프로그램, 연예, 오락, 사교행사 및 부대행사 등을 의미할 수 있다.

2. 컨벤션 참가 만족도 및 행동의도

컨벤션 서비스 속성들은 컨벤션 개최에 따라 제공되는 일련의 서비스 요소로 참가자들에게 제공되는 서비스들이며 이러한 요소들이 참가자들을 만족시키는 지의 여부에 따라 전반적인 개최성과가 달려있다고 할 수 있다.

컨벤션 만족을 소비 경험의 결과로 설명한다면 소비경험에 대한 지각과 심리적 경험을 설명하는 것으로 만족도를 평가할 수 있다(Oliver, 1981; Westbrook & Reily, 1983). 컨벤션 참가자들의 만족도에서도 일반 소비자 이론에서 제시한 만족도이론을 적용하여 컨벤션 참가를 위하여 투자한 시간과 노력에 대한 만족도, 컨벤션 참가를 위하여 지불한 참가비, 숙박비, 교통비, 기타연회비를 고려한 만족도, 컨벤션 참가에 따른 기대수준을 고려한 전반적

인 컨벤션 만족도 등으로 조사하여 측정할 수 있다.

컨벤션 재참가 및 참가추천의사에 영향을 미칠 것이라는 전제는 일반적으로 소비자 만족도가 재방문의도 및 추천의도에 영향을 미치는 소비자 행동의도에서 나온 결과를 바탕으로 한다. Bearden & Teel(1983)은 소비자 만족이 재방문 의도에 영향을 미치는지의 결과를 검증하였으며 최정자·주현식(2004)은 회의 참가만족도는 재참가와 참가추천의사와 관계가 있다는 사실을 밝혔으며, 회의 외적인 만족은 개최지 및 시설관련 만족으로 향후 컨벤션 개최지가 관광지로 재방문할 것이라는 결과를 제시하고 있었다.

컨벤션 운영의 고객충성도를 높이기 위해서는 무엇보다도 고객 만족을 높여야 하는 것으로 설명하고 있다.

III. 연구방법

1. 표본추출 및 조사설계

본 연구는 컨벤션 서비스 중요속성에 따른 컨벤션 참가자의 만족도 및 행동의도와 관계를 분석하기 위한 것으로 분석을 위한 표본을 추출하기 위하여 현장조사를 통한 임의표본추출방법을 시도하였다. 서울지역 컨벤션을 개최하는 호텔, 코엑스, 킨텍스 등을 방문하여 현장의 관계자에게 협조 얻어 설문조사를 실시한 결과, 총 180부의 설문을 회수, 171부를 분석자료로 활용하였다.

2. 측정도구 및 분석방법

선행연구에서 사용된 컨벤션 서비스 속성과 만족도, 행동의도 항목을 선정하여 본 연구에서 사용하였다. 조사된 자료는 SPSS 통계패키지를 이용하여 자료를 입력·분석하였다. 수집된 자료의 오류를 없애기 위하여 기본적인 자료정제 작업을 측정변수의 빈도분석과 정규분포성을 분석하여 오류가 있는 측정변수를 정리하고 빈도분석을 실시, 컨벤션 서비스 속성의 차원을 파악하기 위하여 요인분석을 실시, 측정변수의 축약과 정리를 시도하여 분석을 용이

하게 하였다. 컨벤션 참가자 만족도 및 행동의도의 영향관계를 분석하기 위하여 요인분석을 통하여 도출된 요인들을 독립변수로 투입한 다중회귀분석을 실시하였다. 컨벤션 서비스 속성에 대하여 중요하게 고려하는 집단과 그렇지 않은 집단에 대한 만족도 및 행동의도에 차이가 나타나는 지를 분석하기 위하여 군집분석 실시, 군집을 독립변수로 투입하고 만족도 및 행동의도를 종속변수로 활용한 일원분산분석(ANOVA) 분석을 실시하여 차이를 검증하였다.

IV. 분석결과

1. 컨벤션 서비스 속성에 대한 요인분석 결과

<표 1>은 주성분분석을 실시하였으며 아이겐 값 1이상을 요인으로 분류한 요인분석 결과이다. 총 13개의 컨벤션 서비스 요인을 이용하여 3개의 요인이 추출, 각 요인에 적재된 내용을

중심으로 요인1은 '컨벤션 부대행사서비스', 요인 2는 '컨벤션 운영관리서비스', 요인3은 '컨벤션 시설'로 명명하였다.

2. 컨벤션 서비스 속성에 따른 참가 만족도 분석 결과

도출된 3개의 요인을 이용하여 응답자들의 참가만족도를 분석하기 위한 다중회귀분석을 실시하였다.

응답자들의 컨벤션 참가에 대하여 투입된 시간과 노력에 대한 만족도에 영향을 미치는 컨벤션 서비스 속성을 분석한 결과는 <표2>와 같다. 회귀식은 F값이 34.182로서 유의수준 $p < 0.001$ 에서 유의하였으며 $R^2 = .380$ 로 약 38%의 비교적 높은 설명력을 보이고 있다. 각 컨벤션 서비스 요인들의 영향관계를 나타내는 t 값에 따른 유의수준 결과, 컨벤션 참가자들이 투입한 시간과 노력에 대한 만족도에 영향을 미치는 것으로 분석되었다.

<표 1> 컨벤션 서비스 속성에 대한 요인분석 결과

요인명	측정항목	요인 적재값	고유값	분산 설명력 (74.541%)	신뢰계수	평균*
컨벤션 부대행사 서비스	레크레이션 활동	.857	3.707	28.514	.896	4.46
	관광문화 활동	.848				4.48
	이벤트행사	.802				4.56
	야간활동	.748				4.33
	쇼핑	.730				4.49
컨벤션운영 관리서비스	운영요원 회의처리능력	.830	3.313	25.482	.874	5.23
	회의 프로그램	.815				5.44
	식음료 질	.783				5.12
	숙박서비스	.703				4.88
	종사원서비스	.448				4.97
컨벤션 시설	회의시설 및 기타시설	.821	2.671	20.546	.756	4.84
	방음시설	.744				5.08
	전시공간	.703				4.90

KMO = .914
Bartlett's Test of sphericity+ 1586.699 P<0.001

<표 2> 컨벤션 서비스 요인과 투입한 시간과 노력에 대한 만족도에 대한 다중회귀분석 결과

독립변수	표준화계수 (Beta값)	표준오차	t값	P값
컨벤션 부대행사 서비스	.137	.087	1.791	.075
컨벤션운영 관리서비스	.347	.106	3.584	.001
컨벤션 시설	.209	.100	2.141	.034

$R^2 = .380, F = 34.182, P < .001$

컨벤션 참가 기대 수준을 고려한 만족도에 영향을 미치는 서비스 속성을 분석한 결과, <표 3>와 같이 정리할 수 있다. 회귀식은 F값이 38.464로서 유의수준 $p < 0.001$ 에서 유의하며 $R^2 = .409$ 로서 약 41%의 비교적 높은 설명력을 보이고 있다. t 값에 따른 유의수준을 살펴보면, 컨벤션 운영 관리 서비스 ($t = 4.251$, $p < 0.001$)와 컨벤션 부대행사 서비스 ($t = 1.957$, $p < 0.052$)이 컨벤션 참가자들이 기대한 수준을 고려한 만족도에 영향을 미치는 것으로 분석되었다. 컨벤션 부대행사 서비스는 유의수준 $p < 0.05$ 이하 수준에서 약간 못 미치나 유의수준 $p < 0.1$ 이하에서 유의한 결과를 보였다. 결과적으로 컨벤션 관리서비스가 직접적으로 참가자들의 기대수준에 대한 만족도에 다른 요인보다 큰 영향관계를 나타내고 있었다.

전반적인 만족도에 영향을 미치는 컨벤션 서비스 요인을 분석하기 위하여 다중회귀분석을 실시한 결과는 <표 4>와 같다. 회귀식은 F값이 42.760로서 유의수준 $p < 0.001$ 에서 유의하였으며, $R^2 = .434$ 로서 약 43%의 비교적 높은 설명력을 보이고 있었다. t 값에 따른 유의수준에서, 컨벤션운영 관리 서비스($t = 3.646$, $p < 0.001$)와 컨벤션시설 ($t = 2.873$, $p < 0.05$)이 컨벤션 참가자들의 전반적인 만족도에 영향을 미치는 결과

를 보였다. 컨벤션 참가 만족도에 영향을 미치는 컨벤션 서비스 속성은 컨벤션 운영관리 서비스와 컨벤션 시설로 나타났다.

3. 컨벤션 서비스 속성에 따른 참가자 행동의도 분석결과

컨벤션 참가자들의 참가에 따른 행동의도를 분석하기 위하여 재참가의사와 타인 참가 추천의사를 분석하였다. 요인분석을 통하여 도출된 서비스 속성과 응답자들의 참가 행동의도와와의 관계를 분석하기 위해 다중회귀분석을 실시하였다.

컨벤션 재참가의사에 영향을 미치는 서비스 속성을 파악하기 위한 분석결과는 <표 5>와 같다. 전체적인 회귀식은 F값이 44.004로서 유의수준 $p < 0.001$ 에서 유의하였으며 $R^2 = .441$ 로서 약 44%의 비교적 높은 설명력을 보이고 있다. 각 컨벤션 서비스 요인들의 영향관계를 나타내는 t 값에 따른 유의수준을 살펴보면, 컨벤션 운영 관리 서비스 ($t = 3.769$, $p < 0.001$)와 컨벤션 부대행사 서비스 ($t = 2.646$, $p < 0.09$), 컨벤션 시설 ($t = 2.332$, $p < 0.021$)로 나타나 컨벤션 서비스 요인 모두 컨벤션 재참가 의사에 영향을 미치는 것으로 파악되었다.

<표 3> 컨벤션 서비스 요인과 컨벤션 참가기대에 대한 만족도의 다중회귀분석 결과

독립변수	표준화계수 (Beta값)	표준오차	t값	P값
컨벤션 부대행사 서비스	.147	.083	1.957	.052
컨벤션운영 관리서비스	.402	.101	4.251	.001
컨벤션 시설	.767	.096	1.754	.081

$R^2 = .409$ $F = 38.464$ $P < .001$

<표 4> 컨벤션 서비스 요인과 전반적인 컨벤션 참가 만족도에 대한 다중회귀분석 결과

독립변수	표준화계수 (Beta값)	표준오차	t값	P값
컨벤션 부대행사 서비스	.135	.085	1.837	.068
컨벤션운영 관리서비스	.337	.104	3.646	.001
컨벤션 시설	.265	.099	2.873	.005

$R^2 = .434$, $F = 42.760$, $P < .001$

<표 5> 컨벤션 서비스 요인과 컨벤션 재참가 의사에 다중회귀분석 결과

독립변수	표준화계수 (Beta값)	표준오차	t값	P값
컨벤션 부대행사 서비스	.193	.088	2.646	.009
컨벤션운영 관리서비스	.346	.107	3.769	.001
컨벤션 시설	.216	.102	2.332	.021

R²=.441, F=44.004, P<.001,

<표 6> 컨벤션 서비스 요인과 컨벤션 참가 권유의사에 대한 다중회귀분석 결과

독립변수	표준화계수 (Beta값)	표준오차	t값	P값
컨벤션 부대행사 서비스	.169	.087	2.287	.023
컨벤션운영 관리서비스	.311	.101	3.296	.001
컨벤션 시설	.257	.106	2.751	.007

R²=.423, F=40.790, P<.001

컨벤션 참가 추천의사에 영향을 미치는 컨벤션 서비스 속성을 파악하기 위하여 분석을 실시한 결과는 <표 6>와 같다. 전체 회귀식은 F값이 40.790으로 유의수준 p<0.001에서 유의하였으며 R²=.423로 나타났다. t값에 따른 유의수준은 역시 <표 6>과 같이 나타나 컨벤션 서비스 요인 모두 컨벤션 참가 추천의사에 영향을 미치는 것으로 파악되었다. 특히 컨벤션운영관리 서비스가 가장 크게 영향을 미치는 것으로 보아 컨벤션 참가자들의 타인 추천의사를 높이기 위해서 컨벤션 운영 관리서비스가 매우 중요함을 시사하고 있다.

4. 컨벤션 서비스 요인 군집별 만족도 및 행동의도 차이분석

요인분석을 통하여 도출된 3개의 컨벤션 서비스 요인을 이용하여 컨벤션 참가자들이 고려하는 중요도 정도에 따른 군집화를 실시하고 세분화된 집단에 따라 컨벤션 만족도 및 행동의도에 차이가 있는지를 파악하고자 하였다. 이러한 분석은 컨벤션 서비스 속성에 대해 중요하게 고려하는 집단과 그렇지 않은 집단에 대하여 참가 만족도와 행동의도가 다르게 나타

나는지를 파악하기 위한 것으로 앞의 다중회귀분석에서 나온 결과에 대한 보완적인 분석이라고 할 수 있다.

요인분석을 통해 도출된 컨벤션 서비스 요인에 대해 각 요인에 적재된 변수들의 총합평균이 군집분석을 위하여 투입되었다. 즉, 컨벤션 부대행사 서비스 요인, 컨벤션 운영관리 서비스 요인, 컨벤션 시설요인에 적재된 변수들의 평균값을 군집분석에 투입하여 분석을 실시하였다.

비계층적 군집분석을 실시하여 군집의 수를 결정하고, 반복적으로 비계층적군집을 실시하여 응답자들을 최종 군집화 하였다. 계층적 군집분석은 유사성 측정기준인 유클리드 제곱거리(squared euclidean distance)를 이용하였으며, 군집의 수는 군집화 일정표(agglomeration schedule), 덴드로그램(dendrogram), 고드름도표(icicle plot) 등을 참조하여 최종 군집의 수를 결정하였다. 군집화 일정표를 기준으로 계수가 큰 쪽으로 증가하는 전단계에서 군집의 수를 결정한 결과 총 컨벤션 서비스 요인의 군집은 3개로 결정하게 되었으며 이에 대한 타당성 분석 결과 모두 통계적으로 유의한 결과가 나타났다.

<표 7> 컨벤션 서비스 요인 군집분석 결과

컨벤션 서비스 요인	군집1(n=68) 컨벤션서비스 고려집단	군집2 (n=42) 컨벤션 서비스 비고려집단	군집3 (n=61) 컨벤션 서비스 운영관리 고려집단	전체 (N=171)
컨벤션 부대행사 서비스	5.4853	3.3476	4.0918	4.4632
컨벤션운영 관리서비스	5.9529	3.4905	5.3377	5.1287
컨벤션 시설	5.9853	3.2302	4.9563	4.9415

참고: 군집수 중 98.8%가 올바르게 분류됨.

위와 같은 절차로 군집분석을 실시한 결과는 <표 7>과 같다. 군집 1은 총 68명으로 컨벤션 서비스 요인에 대한 평균값이 모두 높게 나타나고 있다. 군집2는 비교적 컨벤션 서비스 요인에 대하여 고려하지 않은 집단이며, 군집 3은 컨벤션 운영관리서비스만 중요하게 고려하는 집단으로 '컨벤션 서비스 운영관리 고려집

단' 이라고 명명하였다.

결과의 타당성을 분석하기 위하여 판별분석을 이용한 군집분석에 이용된 개체수의 분류 정확도를 파악한 결과 약 98.8%가 올바르게 군집으로 분류되어 군집분석의 결과가 비교적 타당한 결과라고 할 수 있었다.

<표 8> 컨벤션 서비스 요인 군집별 만족도 및 행동의도 차이분석 결과

컨벤션만족도 및 행동의도	컨벤션 서비스 요인 군집			F-value	p-value
	컨벤션 서비스 고려집단	컨벤션 서비스 비고려집단	컨벤션 서비스 운영관리 고려집단		
투자한 시간과 노력에 대한 만족도	5.09	3.36	4.67	33.573	.000
컨벤션 참가 기대수준 만족도	5.06	3.31	4.56	35.645	.000
컨벤션 참가 전반적인 만족도	5.19	3.24	4.56	43.841	.000
컨벤션 재참가 의사	5.18	3.05	4.51	49.509	.000
컨벤션 참가추천의사	5.12	3.12	4.44	44.013	.000

군집분석을 통하여 나타난 3개의 군집에 따라 컨벤션 참가자들의 컨벤션 참가 만족도 및 행동의도에 차이가 있는지를 파악하기 위하여 일원분산분석(ANOVA)을 실시하여 <표 8>와 같이 정리할 수 있었다.

우선 3가지 컨벤션 만족도 측정변수에 대하여 컨벤션 서비스 요인 군집에 따라 차이가 나타나는지를 파악한 결과, 컨벤션 만족도 측정변수인 투자한 시간과 노력에 대한 만족도 (F=33.573, p < 0.001), 컨벤션 참가에 따른 기대수준을 비교한 만족도 (F=35.645, p < 0.001), 전반적인 만족도(F=43.841, p < 0.001), 모두에서 유의한 차이를 나타나고 있었다. 특히 컨벤

션 서비스 속성에 대하여 중요하게 고려하는 집단이 컨벤션 서비스 비고려 집단에 비교하여 모든 컨벤션 만족도 변수에서 높은 만족도를 보이고 있는 것으로 나타나 컨벤션 서비스 속성을 중요하게 고려하는 집단이 컨벤션 만족도가 높게 나타나고 있었다.

또한 컨벤션 서비스 요인 군집별 행동의도에 대한 차이를 분석하기 위하여 컨벤션 재참가 의사와 참가 추천의사에 대한 일원분산분석을 실시한 결과, 컨벤션 재참가 의사 (F=49.509, p < 0.001)와 참가 추천의사 (F=44.013, p < 0.001)는 컨벤션 서비스 속성 군집에 따라 통계적으로 유의한 차이가 나타났으

며 컨벤션 서비스 요인에 대하여 중요하게 고려하는 집단이 중요하게 고려하지 않은 집단과 비교하여 비교적 높은 평균값을 나타내고 있었다. 이러한 결과는 컨벤션 서비스 요인에 대하여 중요하게 고려하는 집단이 컨벤션 재참가의 사나 참가 추천의사가 높다는 결과를 보이고 있는 것이다.

V. 결론 및 시사점

컨벤션 참가자들을 대상으로 현장조사를 실시한 결과 컨벤션 서비스 속성에 대한 3개의 요인인 ‘컨벤션 부대행사,’ ‘컨벤션 운영관리서비스,’ ‘컨벤션 시설’을 확인하였다. 컨벤션 요인들이 컨벤션 참가자들의 만족도, 즉 투자한 시간과 노력에 대한 만족도, 참가기대수준을 고려한 만족도, 전반적인 만족도에 영향을 주는지를 파악하기 위하여 다중회귀분석을 실시한 결과, 공통적으로 컨벤션 운영관리 서비스가 모든 만족도에서 가장 큰 영향을 미치는 것으로 나타났다.

이러한 결과는 컨벤션 운영관리에 제공되는 컨벤션 서비스 속성이 참가자들의 만족도를 향상시키는 데 주요 역할을 수행할 수 있다는 것을 의미하며 컨벤션 운용요원 회의처리능력,

회의프로그램, 식음료의 질, 숙박서비스, 종사원서비스가 중요하다는 것을 강조해야 할 것이다. 또한 컨벤션 시설, 즉 회의시설 및 기타시설, 방음시설, 전시공간 등도 컨벤션 참가자들의 만족도를 향상시키는데 주요한 역할을 수행하고 있는 것으로 파악되었다. 컨벤션 참가자들의 행동의도인 컨벤션 재참가의사 및 참가추천의사에 대한 영향관계에서도 컨벤션 운영관리 서비스 속성이 매우 중요한 영향관계를 보이고 있는 것으로 나타났다.

컨벤션 서비스 속성으로부터 요인으로 도출된 컨벤션 서비스 요인을 이용하여 군집분석을 실시한 결과, 3개의 군집으로 구분하였으며 이 세 가지 군집에서 컨벤션 서비스에 대하여 중요하게 고려하는 집단이 그렇지 않은 집단에 대하여 컨벤션 만족도 및 행동의도가 강하게 나타나는 것으로 보아 제공되는 서비스가 컨벤션 개최성패에 중요하게 역할을 수행함을 강조하고 있다.

위와 같은 결과는 컨벤션 개최 기획하고 운영하는 실질적인 주최자 및 대행업자(PCO)에게 유용한 정보로 활용될 수 있으리라 기대되며 실질적으로 컨벤션 참가자들의 컨벤션 참가 만족도 극대화에 직간접적으로 중요한 자료로 활용될 수 있으리라 기대된다.