

컨벤션 참가자를 위한 스마트폰 지원서비스 구성 및 사용자 선호도에 관한 연구

A Study on Configuration of Smart Phone Support Services and User Preferences

김길래*
Kil-Lae Kim

차 례

- | | |
|-----------|------------|
| 1. 서론 | 4. 분석결과 |
| 2. 이론적 배경 | 5. 결론 및 논의 |
| 3. 연구방법 | • 참고문헌 |

초 록

본 연구의 목적은 컨벤션 활동에 따른 모바일 지원서비스 영역과 세부 지원서비스를 개발하고 사용자 선호도를 분석하는 것이다. 질적인 연구방법을 사용하여 모바일 지원서비스 영역과 세부 지원서비스를 추출하였으며 전문가 서베이 방법을 통해 사용자 선호도를 분석하였다. 연구결과 20개의 지원서비스 영역과 43개의 세부지원서비스 항목들이 추출되었으며 컨벤션 참가자들을 위한 서비스 항목의 설계를 위한 사용자 선호도가 분석되었다.

키 워 드

컨벤션 참가자, 스마트폰, 모바일 지원서비스, 사용자 선호도

* 한림국제대학원대학교 컨벤션이벤트경영학과 강사
(Lecturer, Department of Convention & Event, Hallym University of Graduate Studies, doexpo@naver.com)
• 논문접수일자: 2010년 9월 4일
• 최종심사(수정)일자: 2010년 9월 30일
• 게재확정일자: 2010년 10월 21일

ABSTRACT

The purpose of the study is to develop mobile support services areas and detail mobile support service items according to their convention activities and analyze user preference. For this aim, a qualitative to extract mobile support service areas and detail mobile service items targeted to convention participants and a expert survey to analyze user preference are used. Firstly, based on a precedent study and expert review 20 mobile service areas and 43 detail service items are extracted. Secondly, results from expert survey are presented exploring user preferences for detail service items designed for convention participants.

KEYWORDS

Convention Participants, Smart Phone, Mobile Support Services, User Preferences

1. 서론

국내 스마트폰 사용자가 200만 명을 넘어선 가운데, 다양한 산업분야에서 스마트폰 애플리케이션을 활용한 서비스 제공사례가 증가하고 있다. 향후 스마트폰 사용자들이 스마트폰 제조사, 통신사, 일반 기업 등에서 제공하는 애플리케이션을 스마트폰에 다운받아서 이용하는 서비스를 사용하는 현상은 모든 산업에서 점차 보편화되어 갈 것이다. 그러나 오늘날의 컨벤션산업이 전 세계적으로 새로운 경제 성장 모델로 주목을 받고 있고 21세기 지식기반산업으로 평가받고 있으며, 회의, 인센티브 여행, 컨벤션, 전시회를 모두 포함시켜 MICE (Meeting, Incentive Travel, Convention & Exhibition)산업으로 비즈니스 영역을 확대하고 있는 상황이지만(Mistilis & Dwyer

1999), 스마트폰의 도입 및 활용적인 측면에서는 여행, 호텔 등의 컨벤션 유관산업에 비해 부족한 상황이다.

호텔·관광·여행산업의 경우 한국관광공사, 지방정부, 지역관광공사, 호텔, 여행, 항공업계가 스마트폰 서비스 제공을 위해 빠르게 대처하고 있다. 서울시와 경기도의 경우 국내 주요 관광지 및 맛집, 숙박시설 등 문화관광 콘텐츠와 사용자의 상황에 맞는 각 시설별 지리정보 및 이동경로 안내 서비스를 제공하고 있다. 한국관광공사의 경우 외국인 관광객들의 한국 관광을 위한 개괄적 정보 뿐 아니라 서울·인천·강원·경기·충북 등 지역별 관광 정보를 제공하고 있다.

민간업계에서도 항공업계의 경우 스마트폰으로 비행스케줄 확인, 항공권 예약과 결제 등이 가능한 애플리케이션을 제공하고 있으며

호텔 업계는 호텔 및 객실 조희, 예약 및 결제 등의 서비스를 제공하고 있다. 크루즈 업계의 경우 선상에서 직접 기항지 관광, 층별 안내도, 항구 정보, 비용 등의 정보를 쉽게 검색할 수 있도록 지원하고 있다. 컨벤션산업과 관련성이 높은 호텔·관광산업에서 스마트폰을 이용한 지원서비스가 활발하게 제공되고 있지만 컨벤션 참가자의 컨벤션 참가활동을 고려한 모바일 지원서비스는 공공기관이나 민간업계에서 아직 제공되지 않고 있다.

대표적인 서비스산업인 MICE산업에서도 산업의 지속적 성장 및 부가가치 창출 확대를 위해 새로운 정보기술의 도입 및 프로세스 혁신에 의한 서비스 프로세스 향상, 정보기술과의 융합 등을 통한 MICE서비스의 생산성과 품질 향상에 대한 필요성이 제기되고 있다. 이러한 요구사항에 따라 MICE산업에서는 한국관광공사의 MICE 통합정보시스템 구축, 개별 컨벤션에서의 텔레프레즌스의 부분적 활용, 온라인 전시회 및 컨퍼런스 등과 같은 정보기술 활용사례들이 존재하지만 새로운 모바일 디바이스인 스마트폰의 도입 및 활용사례는 아직 부족한 상황이다.

컨벤션은 회의와 숙박 서비스가 동일한 장소나 근거리 내에서 함께 제공되고 참가자들에게 필요한 식음료 시설과 기타 서비스들도 대부분 동일공간에서 제공되며, 컨벤션이 개최되는 호텔과 컨벤션 센터는 정보통신 인프라가 가장 발달되어 있는 장소로서 컨벤션 참가자들에게 무선 인터넷을 이용한 모바일 서

비스 제공을 위한 최적의 장소라고 볼 수 있다. 따라서 컨벤션 참가자들의 등록, 숙박, 식음료, 부대행사 등의 컨벤션 활동을 포괄적으로 지원할 수 있는 애플리케이션들의 활용도가 높은 분야라고 볼 수 있다.

국내 산업에서 컨벤션산업의 중요성이 확대되면서 국내외 컨벤션 참가자들에 대한 차별화된 서비스 제공이 필요한 시점에서 모바일 지원서비스의 구성에 대한 고민이 필요한 시점이라고 볼 수 있다. 그러나 스마트폰을 보유한 컨벤션 참가자들에게 어떠한 지원 서비스를 제공할 것인가, 그리고 컨벤션 참가자들이 어떠한 지원 서비스들을 선호할 것인가에 대한 논의는 이루어지지 않고 있다.

따라서 본 연구에서는 스마트폰을 사용하고 있는 컨벤션 참가자의 컨벤션 활동을 지원하는 모바일 지원서비스를 개발하기 위해 문헌 연구와 전문가 검토를 통해 (1) 컨벤션 활동 단계와 모바일 서비스 지원영역을 확정하고, (2) 컨벤션 활동 단계별 세부 지원서비스를 추출하며, (3) 전문가 서베이를 통해 세부 지원 서비스에 대한 사용자 선호도를 분석하는 것을 연구목적으로 한다. 본 연구의 결과는 국내 컨벤션산업에서 스마트폰 관련 연구가 부족한 상황에서 스마트폰 서비스를 준비하고 있는 컨벤션 센터, 호텔, 컨벤션 주최단체, 컨벤션 운영단체에 모바일 지원 서비스의 구성 및 서비스의 우선순위에 대한 지침으로 활용될 수 있을 것이다.

2. 이론적 배경

2.1 스마트폰과 컨벤션산업

스마트폰은 응용 프로그램 개발자를 위한 표준화된 인터페이스와 플랫폼을 제공하는 완전한 운영체제 소프트웨어를 실행하는 전화나 전자우편, 인터넷, 전자책 읽기 기능, 내장형 키보드나 외장 USB 키보드, VGA 단자를 갖춘 고급 기능이 있는 전화로 볼 수 있다. 다시 말해 스마트폰은 전화 기능이 있는 소형 컴퓨터라 볼 수 있다. 무선인터넷을 이용하여 인터넷에 직접 접속할 수 있을 뿐 아니라 여러 가지 브라우징 프로그램을 이용하여 다양한 방법으로 접속할 수 있는 점, 사용자가 원하는 애플리케이션을 직접 제작할 수도 있는 점, 다양한 애플리케이션을 통하여 자신에게 알맞은 인터페이스를 구현할 수 있는 점, 그리고 같은 운영체제(OS)를 가진 스마트폰 간에 애플리케이션을 공유할 수 있는 점 등도 기존 휴대전화가 갖지 못한 장점으로 꼽힌다(About.com 2010).

기본적인 사용법은 일반 휴대전화와 비슷하다. 그러나 키패드와 전자펜 입력방식을 모두 지원하여 문자입력이 한층 편리하다. 휴대전화에 비해 대용량 메모리를 채택하고 운영체제를 탑재하여 다양한 프로그램 및 데이터 사용이 가능하며, 프로그램의 지속적인 추가와 삭제가 가능하다. 두뇌 역할을 하는 운영체제가 탑재되어 있다는 점에서 PDA와 유사하지만, PDA는 개인정보관리 기능이 추가되는 반

면, 스마트폰은 네트워크를 이용한 서비스의 이용에 초점을 맞추고 있다(한국브리태니커백과사전 2010).

스마트폰 활용의 핵심은 다양한 애플리케이션을 이용할 수 있는 애플리케이션 스토어에 있다. 통신사 및 스마트폰 제조사에서 제공되는 애플리케이션 스토어는 정보검색, 게임, e북, 음악, 동영상 등 사용자들이 원하는 애플리케이션과 콘텐츠를 쉽게 다운로드 받을 수 있는 서비스로 애플의 앱스토어 출시 이후 활성화되었다. 노키아, 구글, 마이크로소프트 등에 이어 통신사업자, 인터넷 포털과 모바일 소프트웨어 개발기업들도 사업진출을 시도하고 있다(권기덕 외 2010). 호텔·관광산업의 경우 지방정부, 관광목적지 전담조직, 이동통신사, 여행사, 호텔 등의 홈페이지와 앱스토어에서 필요한 애플리케이션을 다운로드 받아서 사용할 수 있는 상황이다.

컨벤션(convention)은 특별한 문제를 토론하기 위한 참가자의 회의를 의미하며 회의를 개최하는 주체기관에 따라 기업회의, 협회회의, 정부조직의 회의, 비영리단체의 회의 등으로 구분할 수 있다. 최근에는 컨벤션의 개최특성은 단순히 컨벤션만 개최되는 것이 아니라 각종 전시회, 스포츠행사, 문화예술행사, 인센티브 여행(incentive travel)과 함께 복합적 형태로 개최되고 있다(황희곤, 김성섭 2002). 이러한 측면에서 스마트폰의 활용분야는 더욱 높다고 할 수 있으며, 가까운 미래에 스마트폰을 활용한 컨벤션 참가자에 대한 지원서비스

도 보편적인 현상이 될 것이다.

지금까지 MICE산업에서의 모바일 지원서비스는 휴대폰, PDA 등을 활용한 서비스가 주를 이루었으나 증강현실, RFID/USN 등의 정보기술 발전에 힘입어서 스마트폰은 컨벤션 주최자와 컨벤션 참가자 그리고 컨벤션 참가자 간의 Interactive한 지능형 서비스를 가능케 하는 개인화 커뮤니케이션 및 모바일 상거래가 가능하게 될 것이며, 이는 MICE산업 자체의 서비스 향상뿐만 아니라 방문객의 데이터베이스 활용을 통한 중요한 마케팅 수단으로 활용될 것으로 보인다.

2.2 컨벤션산업 관련 분야에서의 모바일 서비스 사례 및 연구동향

지금까지 모바일 지원 서비스들은 주로 서비스제공자 위주로 사용자에게 정보를 제공하였으며 LBS(Location Base Service)와 같은 사용자 현재위치정보를 상황정보로 고려하고 있다. 또한 기존의 모바일 여행정보서비스들은 여행객의 다양한 상황정보가 아닌 단일상황정보만을 고려하고 단순히 서비스 제공자에 의한 지역관광자원정보의 일방적 제공의 성격을 띠고 있어 관광객의 주변상황을 인지하여 개인맞춤형 서비스를 제공하는 데 한계를 지니고 있었다. 따라서 기존의 모바일 지원서비스 기획 시에 단순한 위치기반 콘텐츠 및 부가서비스에서 벗어난 사용자의 다중상황을 고려한 모바일 상황인식 서비스 제공에 대한 필요

성이 대두되고 있다.

이러한 상황에서 정보기술의 발전과 스마트폰의 대중화가 급진전되면서 스마트폰 애플리케이션을 활용한 호텔·관광산업에서의 모바일 지원 서비스가 국내외적으로 활발하게 제공되고 있다. 지자체와 여행사, 호텔 등의 기업에서 지역의 증강현실(Augmented Reality)을 활용한 현장감 있는 실시간 관광정보, 환율계산기, 지역정보, 항공정보(공항, 항공사, 출발/도착시간), 식당(메뉴, 가격), 기상정보, 비즈니스 명함교환 등의 다양한 서비스가 제공되고 있다(〈표 1〉 참고).

전통적으로 컨벤션산업에서의 모바일 지원 서비스를 제공하는 데 사용되었던 디바이스는 PDA(Personal Digital Assistants) 또는 컨벤션산업에 특화된 휴대용 단말기들이 사용되었고 사용 분야도 등록, 학술 부분에 집중되어 있었다. 컨벤션산업에 특화된 디바이스들은 제작비가 비싸기 때문에 행사주최 및 운영자 입장에서는 적극적으로 도입하여 사용하는 데는 비용적으로 많은 부담감이 존재한다. 하지만 스마트폰이 보급되면서 디바이스 임대비용에 대한 부담감이 줄어들어 컨벤션 주최 및 운영조직에서는 모바일 지원서비스를 제공하는 데 비용적인 측면에서는 부담을 많이 덜게 되었다.

국내외적으로 스마트폰을 보유한 컨벤션 참가자들이 점차 증가하면서 컨벤션산업에서도 이들에 대한 모바일 지원서비스가 필수적인 서비스 요소가 될 것이다. 하지만 국내 컨벤션

유관기관들은 컨벤션 서비스 품질 향상을 위한 스마트폰의 활용에 대한 인식이 부족하고 컨벤션산업 내에 스마트폰 기획 및 개발에 필요한 전문인력이 부족하여 적극적으로 활용되지 못하고 있다. <표 1>에서 보는 바와 같이

국내외 MICE산업의 경우 호텔·관광 분야에 만 모바일 지원서비스가 집중되어 있어서 스마트폰을 활용한 컨벤션 참가자들을 위한 포괄적인 모바일 지원서비스의 제공이 시급한 상황이다.

<표 1> 호텔·관광·여행산업에서의 스마트폰 활용사례

서비스 제공기업 및 기관	서비스 내용
서울시	외국인 및 국내 관광객을 대상으로 관광정보 제공
경기도	경기도내 주요 관광지와 맛집, 숙박시설 등 문화관광 콘텐츠 1,000여 건을 수록하고 각 시설별 지리정보 및 이동경로 안내 서비스 제공
한국관광공사	한국관광에 대한 개괄적 정보 뿐 아니라 지역별 관광정보 제공
CINeSPACE	유럽의 도시, 역사, 영화 등의 이미지를 증강현실을 통해 관광객에게 제공하며, 사용자는 지능형 센서, GPS 융합 시스템, 무선랜 태그를 통해 위치를 인식하는 맞춤형 서비스로 쇼핑거리, 영화 촬영장소 등을 검색
BT&I	기업 고객의 출장 시 본인의 국제선 항공 예약 내역을 스마트폰에서 확인하고 변경하며, 통화버튼만 누르면 담당자와 바로 연결 가능
호텔엔조이	국내 및 해외호텔 조회, 주변 호텔 현황, 호텔정보 및 예약, 예약 확인 등의 기본적인 기능과 함께, 블로그와 트위터를 연동하여 정보전달
아코르 호텔 그룹	스마트폰으로 이동하면서 실시간으로 가까운 지역의 호텔검색과 예약 가능
SK텔레콤	특정 지역을 스마트폰 카메라로 촬영하면, 해당 지역에 위치한 관광지의 역사와 상세 설명, 사진, 입장료 등을 확인할 수 있으며, 이용자의 여행코스 계획을 입력하면 목적지와 이동방향, 거리 등도 함께 알려주며 주변 음식점과 숙박지 정보도 제공
홀리데이 인(Holiday Inn)	분실률이 높았던 카드열쇠 대신에 스마트폰 애플리케이션을 이용하여 투숙객들이 방문에 달린 센서 앞에 스마트폰으로 문을 열 수 있게 함.
로얄캐리비안 크루즈	쉽 메이트(Ship Mate)라는 별도의 애플리케이션을 통해 선상에서 직접 기항지 관광, 층별 안내도, 항구 정보, 비용 등의 정보를 쉽게 검색
제주항공	실시간 항공권 검색과 운임 및 할인을 조회, 실시간 출발·도착 확인, 항공권 예약 가능
아시아나항공	운항정보와 스케줄 확인이 가능
대한항공	비행 스케줄 확인 등 항공 관련 정보를 실시간으로 확인 가능
(주)올댓월드	맛집, 펜션, 여행지, 쇼핑, 밤문화 등의 제주도 여행정보와 14개의 올레길 코스에 대한 정보를 제공
MGM MIRAGE	라스베이거스 지역의 호텔, 레스토랑, 관광지에 대한 다차원적인 경험을 제공하기 위해 증강현실 애플리케이션을 이용한 호텔, 식당, 관광지 검색

아래의 <표 2>와 같이 호텔·관광분야에서 는 모바일 지원서비스 영역에 대한 다양한 연구가 진행되고 있다. 초기에는 모바일 단말기에 단순정보를 제공하는 영역에 대한 연구가 많았으나, 이후 모바일 단말기의 성능이 발전되면서 상황인식에 기초한 커뮤니케이션, 전자상거래 등으로 지원서비스의 영역이 확장되고 있는 상황이다. 하지만 스마트폰 사용자의 증가와 관련 정보통신 기술의 발전에 따라 스마트폰을 활용하여 컨벤션 참가자들을 지원할 수 있는 다양한 지원서비스의 제공에 대한 가능성이 제시되고 있지만 현재 국내외적으로 컨벤션 참가자를 지원하기 위한 스마트폰 애플리케이션에 대한 관련연구는 많이 부족한 상황이다.

3. 연구방법

3.1 연구절차 및 방법

본 연구는 스마트폰을 사용하고 있는 컨벤션 참가자의 컨벤션 활동을 지원하는 모바일 지원 서비스를 개발하기 위해 (1) 컨벤션 활동에 필요한 모바일 지원서비스 영역을 확정하고, (2) 컨벤션 참가자의 컨벤션 활동에서 각

<표 2> 호텔·관광산업에서의 모바일 지원서비스 영역에 대한 연구동향

연구자(기관)	모바일 지원서비스 연구내용
Merten et al.(2010)	항공산업에서 예약 및 결제, 탑승수속, 탑승전, 탑승단계에서의 모바일 비즈니스 서비스에 영향을 미치는 요인들을 (1)기술, (2)서비스와 어플리케이션, (3)조직내부 및 조직간 고려사항, (4)사회적/문화적/법적 고려사항으로 나누어 제시
Rasinger et al.(2007)	(1)검색 및 조회, (2)추천, (3)상황인식 푸쉬, (4)모바일 상거래, (5)피드백으로 구분
Höpken et al.(2006)	이벤트, 숙박, 먹을거리, 날씨, 교통정보에 기초하여 여행객 추천 및 개인화 기능 지원으로 구분
Liang and Wei(2004)	(1)사용자의 현재위치에 기초하여 가치를 창출하는 위치기반서비스, (2)모바일 사용자를 확인하거나 인증할 수 있는 기술을 사용하는 서비스, (3)시간과 장소에 제한 없이 개인에 맞는 다양한 정보를 제공하는 유비쿼터스 커뮤니케이션과 콘텐츠 제공 서비스, (4)비즈니스 프로세스 지원을 통해 가치를 창출하는 비즈니스 프로세스 유연화 서비스와 모바일오피스 서비스로 구분
Berger, Lehmann, Lehner(2003)	(1)사람, 사물, 장소의 지역화, (2)사람, 물체, 장소 간 경로 지정, (3)식당, 쇼핑몰, 호텔, 관광지 근처에 접근했을 때 자동 검색, (4)여행환경에 대한 정보제공 서비스로 구분
Staab & Werthner(2002)	(1)검색과 조회 기능, (2)추천, (3)상황인식 푸쉬 기능으로 구분
Barnes(2002)	예약과 결제 등의 모바일 커머스
Durlacher(2001)	모바일 비즈니스 어플리케이션을 (1)정보, (2)커뮤니케이션, (3)엔터테인먼트, (4)상거래로 구분

각의 영역에 필요한 세부 지원서비스를 추출하며, (3) 세부 지원서비스에 대한 사용자 선호도를 조사하는 단계로 구성되어 있다. 컨벤션 활동과 모바일 지원서비스 영역에 대한 확정과 세부 지원서비스를 추출하기 위하여 스마트폰, 컨벤션 활동, 모바일 지원서비스에 대한 문헌연구를 통해 컨벤션 활동단계와 서비스 지원영역 그리고 세부지원서비스를 구성하였다.

그리고 스마트폰 애플리케이션 기획 및 개발 전문가와 컨벤션 전문가에 대한 인터뷰를 통한 검토과정을 통해 컨벤션 활동단계와 모바일 지원서비스 영역 그리고 세부 지원서비스를 확정하였다. 그리고 세부 지원서비스에 대한 사용자 선호도를 조사하기 위해 국내외에서 개최된 컨벤션에 년 4회 이상 참가한 경험이 있는 참가자들을 대상으로 리커드 6점 척도로(6점: 사용 선호도가 가장 높음, 1점: 사용 선호도가 가장 낮음) 세부 지원서비스의 사용자 선호도에 대한 전문가 설문을 실시하였다.

3.2 자료의 수집방법과 표본의 구성

본 연구에서는 문헌조사를 통해 작성된 컨

벤션 활동단계와 모바일 지원 서비스 영역 그리고 세부 지원서비스 내용에 대한 전문가들의 검토를 위해 목적표집 방법을 사용하였다. 목적표집은 연구자가 관심을 둔 특별한 사례를 의도적으로 선택하여 연구참여자로 삼는 표집방법을 말한다(김영천 2010).

전문가 검토는 2010년 7월 5일부터 7월 30일까지 이루어졌다. 전문가 검토는 문헌연구를 통해 개발된 두 개의 영역들과 세부 지원서비스에 대한 검토를 받은 후에 내용을 수정 및 보완하였다. 전문가 검토를 위해 전문가 인터뷰를 수행하였으며, 인터뷰를 시작하기 전에 연구목적을 설명하고 방문날짜와 시간을 조정하였다. 인터뷰는 1인당 1회 실시하였으며, 평균 1시간 정도 진행하였다. 인터뷰 후에도 추가적인 질문사항이 있는 경우 전화로 인터뷰하여 의견을 수집하였다.

본 연구에서는 연구문제 규명에 적합한 검토 대상자들을 선정하였는데 본 연구에서 수행한 전문가 검토자는 <표 3>과 같이 컨벤션 전문가, 스마트폰 콘텐츠 기획자, 스마트폰 애플리케이션 개발자들을 대상으로 이루어졌다.

그리고 세부 지원서비스에 대한 우선순위를 조사하기 위하여 질적 전문가 서베이를 활용

<표 3> 전문가 검토자의 특성

번호	연령	경력	담당업무/전공
1	29세	2년	스마트폰 애플리케이션 기획 및 개발
2	37세	5년	스마트폰 애플리케이션 기획 및 개발
3	40세	10년	컨벤션 기획 및 운영
4	38세	9년	컨벤션 기획 및 운영
5	35세	21년	스마트폰 콘텐츠 기획 및 개발

하였다. Bogner와 Menz(2005)는 질적 전문가 서베이의 장점을 다음과 같이 정리하였다. 첫째, 전문가 서베이는 연구를 시작하는 초기 단계에 특정 연구 주제에 빠르게 접근할 수 있어 시간과 노력을 절감시켜 주고 이를 통해 연구를 보다 효율적으로 진행할 수 있도록 해준다. 둘째, 해당 분야의 전문가들은 진행되고 있는 서베이의 의미와 연관성에 대해서 잘 이해하고 있기 때문에 보다 적극적으로 참여할 수 있다.

마지막으로 앞에서 언급된 방법론적 장점뿐만 아니라 해당 분야의 전문가들은 뛰어난 사회적·언어적 적합성을 보여주기 때문에 보다 단순화된 커뮤니케이션 관계를 유지할 수 있다. 이러한 이유 때문에 본 연구에서는 세부 지원서비스의 사용 선호도를 분석하기 위해 스마트폰 사용에 익숙하고 컨벤션 참가경험이 있는 전문가를 대상으로 서베이를 실시하였다.

4. 분석결과

4.1 컨벤션 참가자의 컨벤션 활동과 모바일 지원 서비스의 영역 확정

컨벤션 참가자의 활동은 1차적으로 한국 MICE협회에서 구분한 컨벤션 서비스 프로세스(컨벤션서비스 표준화 연구 2005)에 기초하여 등록, 학술, 숙박, 식음료, 행사, 관광, 교통, 항공으로 구분하였다. 컨벤션산업의 전문

가 검토를 통해 관광, 교통, 항공 3개 분야는 삭제하였다. 이는 관광, 교통, 항공분야를 지원하는 스마트폰 애플리케이션이 많이 보급되어 있고 컨벤션에 전문화된 애플리케이션의 개발이 필요하다는 의견이 제시되었기 때문이다.

컨벤션 참가자에 대한 모바일 지원서비스 영역은 Durlacher(2001)와 Rasinger 등(2007)의 연구에 기초하여 정보, 커뮤니케이션, 상거래, 피드백(feedback)으로 구분하였다(〈표 4〉 참조). 정보지원서비스는 사용자가 조회 및 검색활동을 시작하는 것으로 기본적인 조회 및 검색방법은 구조화된 자료(데이터베이스)를 이용한 키워드 검색과 디렉토리 기반의 브라우징 방법이 존재한다(예: 서울 > 고궁 > 경복궁).

커뮤니케이션 서비스는 사용자의 위치 변화, 시간적 상황, 트랜잭션의 결과에 맞추어 자동적으로 사용자에게 적합한 정보를 제공하는 것이다. 전자상거래 기능은 사용자들이 예약 또는 결제와 같은 거래와 관련된 프로세스를 수행할 수 있도록 지원하는 것이다. 피드백은 컨벤션 참가과정의 경험을 공유하는 기능으로 컨벤션 활동단계의 서비스 후기를 올리거나 컨벤션 주최 및 운영측에서 실시하는 만족도 조사를 지원하는 기능을 의미한다.

4.2 컨벤션 참가활동별 지원서비스 영역에 대한 세부지원 서비스 추출

문헌연구를 통해 1차적으로 추출된 지원서비스를 스마트폰 기획 및 개발 전문가와 컨벤

선 전문가의 검토를 통해 컨벤션 참가 활동별 세부 지원 서비스를 아래의 <표 4>와 같이 43개가 추출되었다. 등록단계에서 컨벤션 참가자들은 스마트폰을 이용하여 컨벤션에 등록하기 위해 필요한 사전/현장 등록기간, 등록비 등의 등록정보를 조회하고 사전등록을 하거나 현장에서 컨벤션에 등록하고 등록자 정보조회에 동의한 등록자를 조회할 수 있다. 커뮤니케이션 단계에서 컨벤션 운영기관으로부터 등록

기간 및 등록비 등의 등록안내 메시지를 수신하고 등록을 마친 경우 등록확인 메시지를 수신할 수 있다. 상거래적인 측면에서는 스마트폰을 사용하여 사전 또는 현장등록을 하고 등록비를 결제할 수 있다. 등록단계에 대한 피드백을 위해 등록에 대한 만족도 조사에 응하거나 등록에 대한 전반적인 내용에 대해서 후기를 올릴 수 있다.

<표 4> 컨벤션 서비스 활동별 지원 서비스 영역과 세부 지원서비스

지원서비스	정보서비스	커뮤니케이션	상거래	피드백
컨벤션 프로세스				
등록	<ul style="list-style-type: none"> 스마트폰을 이용한 등록정보 조회 등록자 조회 	<ul style="list-style-type: none"> 등록안내 메시지 수신 등록확인 메시지 수신 	<ul style="list-style-type: none"> 모바일 사전/현장 등록 등록비 결제조회 및 취소 	<ul style="list-style-type: none"> 등록에 대한 만족도 조사 후기 등록
학술	<ul style="list-style-type: none"> 발표자 조회 발표내용 조회 	<ul style="list-style-type: none"> 연사와 참가자간 질의응답 스마트폰에 내장된 명함교환 사진전송 및 공유 	<ul style="list-style-type: none"> 발표자료 구매 결제조회 및 취소 	<ul style="list-style-type: none"> 참가세션에 대한 만족도 조사 후기 등록
숙박	<ul style="list-style-type: none"> 호텔 기본정보 (위치, 사진) 숙박세부시설 조회 	<ul style="list-style-type: none"> 숙박안내 메시지 수신 숙박 예약확인서 수신 	<ul style="list-style-type: none"> 숙박 예약 숙박비 결제 결제조회 및 취소 	<ul style="list-style-type: none"> 숙박 서비스에 대한 만족도 조사 후기 등록
식음료	<ul style="list-style-type: none"> 컨벤션 프로그램에 포함된 메뉴 조회 키워드 카테고리 방식으로 레스토랑 조회 	<ul style="list-style-type: none"> 컨벤션 행사장 밖으로 이동시 근처 레스토랑 자동검색 및 추천 	<ul style="list-style-type: none"> 식음료 예약 식음료 결제 결제조회 및 취소 	<ul style="list-style-type: none"> 식음료 서비스에 대한 만족도 조사 후기 등록
행사	<ul style="list-style-type: none"> 키워드 및 카테고리 방식으로 행사 검색 컨벤션 행사장 주변 이벤트 조회 	<ul style="list-style-type: none"> 행사취소, 일정변경 등에 대한 공지 컨벤션 행사장 밖으로 이동시 근처 이벤트 자동검색 및 추천 	<ul style="list-style-type: none"> 행사참가 예약 행사참가 결제 결제조회 및 취소 	<ul style="list-style-type: none"> 행사에 대한 만족도 조사 후기 등록

컨벤션 참가자들의 학술활동 지원을 위해 세션의 발표자와 발표내용을 조회할 수 있고 스마트폰을 이용하여 연사와 참가자간 질의응답을 할 수 있으며 스마트폰에 내장된 명함을 서로 교환할 수 있다. 그리고 학술활동 중에 찍은 사진을 전송하거나 공유할 수 있다. 상거래적인 측면에서 발표자료를 구매하고 결제된 내용을 조회하거나 취소할 수 있다. 피드백을 위해 참가세션에 대한 만족도 조사에 응할 수 있으며 학술활동에 대한 전반적인 내용에 대해서 후기를 올릴 수 있다.

숙박서비스를 이용하는 컨벤션 참가자들을 위해 투숙할 예정인 호텔의 기본정보(위치, 사진)와 숙박시설의 세부정보를 조회할 수 있고 커뮤니케이션 측면에서 숙박안내 메시지를 수신하며 숙박을 예약한 경우 예약내용에 대한 확인서를 수신할 수 있다. 상거래 서비스 측면에서 숙박을 예약하고 결제하며 결제조회 및 취소를 할 수 있다. 피드백을 위해 숙박에 대한 만족도 조사에 응할 수 있으며 숙박 서비스에 대한 전반적인 내용에 대해서 후기를 올릴 수 있다.

식음료서비스를 이용하는 컨벤션 참가자들을 위해 컨벤션 프로그램에 포함된 식사메뉴 조회 및 키워드 카테고리 방식으로 식당을 조회할 수 있고 컨벤션 센터나 호텔 밖으로 이동을 하게 되면 스마트폰 사용자가 위치한 지역의 근처 식당이나 카페들이 자동으로 검색되며 스마트폰 소유자의 식음료에 대한 선호도가 등록되어 있는 경우 자동으로 식당을 추천

받을 수 있다. 상거래 서비스 측면에서 식당 서비스를 이용하기 위해 예약 및 결제가 가능하고 결제조회 및 취소를 할 수 있다. 피드백을 위해 식음료에 대한 만족도 조사에 응할 수 있으며 식음료 서비스에 대한 전반적인 내용에 대해서 후기를 올릴 수 있다.

컨벤션 부대행사 참가자들을 위해 컨벤션 부대행사 프로그램을 키워드 및 카테고리 방식으로 검색하고 컨벤션 행사장 주변 이벤트를 조회할 수 있고 행사취소, 일정변경 등에 대한 메시지들을 받을 수 있다. 행사참가를 위한 예약 및 결제와 결제조회 및 취소를 할 수 있다. 피드백을 위해 행사에 대한 만족도 조사에 응할 수 있으며 행사에 대한 전반적인 내용에 대해서 후기를 올릴 수 있다.

4.3 세부지원 서비스에 대한 사용자 선호도 조사

모바일 지원서비스에 대한 세부 서비스 지원 항목들에 대한 사용자 선호도를 분석하기 위하여 국내외 컨벤션센터와 호텔에서 개최된 컨벤션에 연사 또는 참가자로 참가한 경험이 연 4회 이상이고 스마트폰을 사용하고 있는 사람을 대상으로 전문가 서베이(Expert Survey)를 실시하였다. 설문조사기간은 2010년 7월 27일부터 시작하여 2010년 8월 22일까지 진행되었으며, 자료의 수집을 위해 컨벤션이 진행되고 있는 서울 시내의 컨벤션센터와 호텔을 방문하여 설문을 진행하였다.

설문을 시작하기 전에 전문가 서베이에 적합한 대상자인가를 파악한 후에 설문지를 배포하고 현장에서 회수하는 방식으로 진행하였다. 최종적으로 분석에 적합하다고 판단된 36부가 분석에 사용되었다. 수집된 표본의 구성을 살펴보면 연령대별로 26세에서 35세가 가장 많았으며, 직업별로는 회사원(21명, 58%), 공무원/공공기관(10명, 28%), 학생(5명, 14%)을 나타냈다(〈표 5〉 참조). 적합한 설문 대상자를 찾는 데 많은 시간이 소요되어 36부의 설문지만을 분석에 사용하였지만 전문가 서베이라는 점을 감안한다면 충분한 샘플수라고 판단된다.

컨벤션 활동별 모바일 지원 서비스의 세부 사항들에 대한 사용 선호도 조사결과는 아래의 〈표 6〉과 같다. 사용 선호도에 대한 전체 평균은 4.5점이며 사용 선호도가 가장 높은 영역은 학술활동 단계에서 발표자 및 발표내용을 조회할 수 있는 정보서비스 영역이었다(평균 5.7). 가장 낮은 영역은 식음료 분야의 피드백(평균 3.6)과 등록 분야의 피드백(평균 3.6)이었다. 컨벤션 참가자의 활동별 분석결과를 살펴보면 학술단계에서 제공되는 서비스에 가장 선호도가 높았으며(평균 5.0) 등록(평균 4.6), 행사(평균 4.5), 식음료(평균 4.1) 순

〈표 5〉 전문가 서베이 참가자의 표본특성

항목	구분	빈도	비율
연령	26세 - 30세	15	42%
	31세 - 35세	14	39%
	36세 - 40세	4	11%
	41세 - 45세	2	6%
	46세 - 50세	1	3%
성별	남	20	56%
	여	16	44%
직업	회사원	21	58%
	공무원/공공기관	10	28%
	학생	5	14%
지역	서울	25	69%
	경기	11	31%

〈표 6〉 컨벤션 활동단계별 사용자 선호도

정보서비스	등록				학술				숙박				식음료				행사				전체평균				
	커뮤니케이션	상거래	피드백	평균	정보서비스	커뮤니케이션	상거래	피드백	평균	정보서비스	커뮤니케이션	상거래	피드백	평균	정보서비스	커뮤니케이션	상거래	피드백	평균						
5.4	5.2	4.1	3.6	4.6	5.7	4.9	4.4	4.9	5.0	4.9	4.4	4.0	3.9	4.3	4.4	4.3	4.1	3.6	4.1	5.1	4.5	4.1	4.3	4.5	4.5

으로 관심을 보이는 것으로 나타났다.

모바일 지원서비스의 영역별 순위를 살펴보면 정보서비스가 가장 높았으며(평균 5.1) 커뮤니케이션(평균 4.6), 피드백(평균 4.4), 전자상거래(평균 4.0) 순으로 관심을 나타내었다(〈표 7〉 참조). 전자상거래에 대한 관심이 낮은 이유는 스마트폰과 같은 모바일 기기를 사용하여 소액에 대한 결제에는 익숙하지만 컨벤션 참가자의 등록비와 숙박비 등의 고액을 결제하는 것에 대해서는 아직까지 많은 위험인식을 가지고 있음을 보여주고 있다. 조사 결과 정보서비스 → 커뮤니케이션 → 피드백 → 상거래순으로 사용 선호도가 낮게 나타난 이유는 전자상거래의 3가지 구성요소인 콘텐츠, 커뮤니티, 상거래 요소가 초기 도입 단계에서는 콘텐츠로부터 활성화되어 커뮤니티와 상거래로 발전해나간 과거의 경험과도 일치한다고 볼 수 있다.

5. 결론 및 논의

본 연구에서는 컨벤션 참가자를 위한 스마

트폰 지원서비스의 구성요소들을 도출하기 위해 문헌연구 그리고 스마트폰 기획 및 개발 전문가와 컨벤션 전문가 검토에 기초하여 컨벤션 활동영역과 지원서비스 영역 그리고 세부 지원서비스를 확정하였다. 그리고 확정된 세부지원서비스에 대한 사용자 선호도를 분석하기 위해 전문가 서베이 기법을 활용하여 분석하였다.

연구결과를 요약하면 첫째, 컨벤션 참가자의 활동을 지원하는 모바일 지원서비스 영역은 컨벤션 참가자의 활동은 등록, 학술, 숙박, 식음료, 행사로 구분할 수 있으며 이에 따른 지원 서비스 영역은 정보서비스, 커뮤니케이션, 상거래, 피드백으로 구분하였다. 둘째, 컨벤션 활동별 지원서비스 영역을 구성하는 세부 지원서비스는 모두 43개가 추출되었다. 마지막으로 사용자 선호도 분석결과 컨벤션 활동에서는 학술활동 영역이 가장 높은 사용자 선호도를 나타냈으며 지원서비스 영역에서는 정보서비스 영역이 가장 선호도가 높은 것으로 나타났다.

본 연구의 결과는 스마트폰을 활용하여 컨벤션 참가자들을 대상으로 서비스를 제공하려는

〈표 7〉 지원서비스 영역별 사용자 선호도

	정보서비스	커뮤니케이션	상거래	피드백
등록	5.4	5.2	4.1	3.6
학술	5.7	4.9	4.4	4.9
숙박	4.9	4.4	4.0	3.9
식음료	4.3	4.1	3.6	5.1
행사	5.1	4.5	4.1	4.3
평균	5.1	4.6	4.0	4.4

컨벤션 주최자 및 운영자, 호텔, 스마트폰 애플리케이션 개발업체들에게 다음과 같은 시사점을 제시할 수 있다. 첫째, 본 연구의 결과로 제시된 컨벤션 참가자의 컨벤션 활동영역과 지원서비스 영역을 참고하여 스마트폰 지원서비스 영역을 참고하거나 기존의 서비스를 재점검할 수 있으며, 둘째, 스마트폰 지원서비스 제공을 고려하고 있는 업체들은 세부지원서비스에 기초한 구성요소들을 파악하여 미래에 제공될 지원서비스에 대한 이해도를 높일 수 있으며 애플리케이션 개발업체와도 커뮤니케이션 높일 수 있는 도구로 활용될 수 있을 것이다.

본 연구에서 도출된 컨벤션 활동영역과 지원서비스 영역 그리고 세부지원내용은 컨벤션이 개최되는 공간에 따라 그리고 행사의 성격과 규모에 따라 달라질 수 있을 것이다. 따라서 이에 대한 사용선호도 결과도 달라질 수 있을 것이다. 그리고 본 연구에서 수행한 전문가 서베이는 내국인을 대상으로 하였기 때문에 외국인의 사용 선호도를 분석하지 못하였다. 이에 따라 외국인이 선호할만한 세부지원서비스를 분석하지 못한 한계가 존재한다.

이후의 연구에서는 앞서 언급한 연구의 한계들을 보완할 수 있는 이론적인 논의들과 더불어 다양한 컨벤션 참가자들의 인식을 포괄적으로 분석하는 연구가 필요하며 스마트폰 활용사례를 많이 보유하고 있는 해외의 선진 사례를 비교분석하여 많은 시사점을 제공할 수 있는 연구들이 지속적으로 이루어져야 할 것이다.

참고문헌

- 권기덕, 임태윤, 최우석, 박성배, 오동현. 2010. 스마트폰이 열어가는 미래. 『CEO인포메이션』, 741.
- 김영천. 2010. 『질적연구방법론 I』. 서울: 문음사.
- 한국MICE협회. 2005. 『컨벤션서비스 표준화 연구』. 서울: 동연연구소.
- 황희곤, 김성섭. 2002. 『컨벤션마케팅과 경영』. 서울: 백산출판사.
- Barnes, S. J. 2002. "The mobile commerce value chain: analysis and future developments." *International Journal of Information Management*, 22(2): 91-108.
- Berger, S., H. Lehmann, F. Lehner 2003. "Location-based Services in the tourist industry." *International Journal on Information Technology & Tourism, Cognizant*, 5(4): 243-256.
- Bogner, A. & W. Menz. 2005. *Expertenwissen und Forschungspraxis*. Bogner, A. et al.(eds), Das Experteninterview. Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden.
- Durlacher. 2001. UMTS Report. <<http://www.durlacher.com>>.
- Gartner. 2010. *Gartner Says Worldwide Mobile Device Sales Grew 13.8 Percent in Second Quarter of 2010*.

- But Competition Drove Prices Down*,
 <<http://www.gartner.com/it/page.jsp?id=1421013>>.
- Höpken, W., M. Fuchs, M. Zanker, T. Beer, A. Eybl, S. Flores, S. Gordea, M. Jessenitschnig, T. Kerner, D. Linke, J. Rasinger, J. & M. Schnabl. 2006. "etPlanner: An IT Framework for Comprehensive and Integrative Travel Guidance." *Information and Communication Technologies in Tourism*, 2006: 125-134.
- Liang, T.-P. & C.-P. Wei. 2004. "Introduction to the Special Issue: Mobile Commerce Applications." *International Journal of Electronic Commerce*, 8(3): 7-17.
- Merten, P., M. Steinert, S. Teufel. 2010. "Mobile Business in Air Travel: Results from an Explorative Workshop." *Information Technology & Tourism*, 12: 65-88.
- Mistilis, N. and L. Dwyer. 1999. "Tourism gateways and regional economies: the distributional impacts of MICE." *International Journal of Tourism Research*, 1(6): 441-457.
- Rasinger, J., M. Fuchs, W. Höpken & M. Tuta. 2006. *A Customer based Approach to discover accepted Mobile Information Services in Tourism*. London: EyeforTravel, 31-46.
- Staab, S. & H. Werthner. 2002. "Intelligent Systems for Tourism." *IEEE Intelligent Systems*, November/December: 53-66.
- Schneidawind, J. 1992. "Big Blue unveiling." *USA Today*, 23.
- About.com 웹 사이트. [cited 2010.08.10]. <<http://www.about.com>>.
- 애플사 홈페이지. [cited 2010.08.10]. <<http://www.apple.com>>.
- 위키피디아 홈페이지. [cited 2010.08.10]. <<http://www.wikipedia.org>>.
- 한국브리태니커 홈페이지. [cited 2010.08.10]. <<http://www.britannica.co.kr/>>.