





## 보안엑스포 참관객의 추구편익과 참관 후 행동의 관계\*

김인재\*\*

### 〈요 약〉

본 연구는 보안엑스포 참관객의 추구편익과 참관 후 행동의 관계를 규명하여 차후 보안엑스포 참가기업의 보다 효과적이며 소비자들에게 차별화된 마케팅전략을 제공하고, 참관객들의 니즈에 적극적인 대응을 통하여 보안·경호산업분야의 발전적인 방향을 제시하는데 연구의 목적이 있다.

연구대상은 2014년 3월 12일- 14일 3일간 일산 킨텍스에서 개최한 세계보안엑스포2014에 참가한 참관객을 대상으로 편의표집(convenience sampling)으로 300명이 표집되었으며, 수집된 설문지 중 응답내용이 부실하거나 신뢰성이 없다고 판단되어지는 17부의 자료를 제외하고 본 연구에서는 총 283부의 설문지를 연구대상을 분석에 이용하였다.

조사도구는 설문지로서 국내·외 선행연구를 기초로 하여 재구성하여 사용하였으며, 자료 처리는 SPSS version 18.0 통계패키지를 이용하여 빈도분석, 신뢰도분석, 요인분석, 상관관계분석, 회귀분석을 실시하였다.

이상의 연구방법과 절차에 따른 자료 분석을 통하여 다음과 같은 결론을 얻었다.

첫째, 추구편익과 참관 후 행동 요인 간의 관계가 모두 정(+)의 상관관계를 보이고 있어, 추구편익과 구매행동 간에는 정(+)의 상관관계가 있다.

둘째, 추구편익과 참관 후 행동 요인 간의 관계를 분석한 결과 정보탐색, 여가선용, 제품구매는 구전활동에 영향을 미친다.

셋째, 추구편익과 참관 후 행동 요인 간의 관계를 분석한 결과 여가선용, 정보탐색, 제품구매는 재 참관에 영향을 미친다.

**주제어 : 보안엑스포, 추구편익, 참관 후 행동, 보안·경호산업**

\* 이 논문은 2013년도 호서대학교의 재원으로 학술연구비 지원을 받아 수행된 연구임(2013-0051)

\*\* 호서대학교 스포츠과학부 경호전공 조교수

목 차
-----

- |  |
|--|
| I. 서 론<br>II. 연구방법<br>III. 연구결과<br>IV. 논 의<br>V. 결론 및 제언 |
|--|

## I. 서 론

### 1. 연구의 필요성

국제 무역 분쟁과 자유 무역을 위하여 1995년 1월에 발족한 세계무역기구(WTO)에 의하여 무역장벽이 해소되고 이를 통해 국제화, 개방화가 지속되고 있어 산업전 분야에 있어서 국제화에 초점을 맞추고 있으며, 각 국가는 내수 시장 뿐만 아니라 세계시장의 경쟁력에서 우위를 차지하기 위하여 많은 노력을 하고 있다. 이러한 측면에서 엑스포는 세계 여러 나라가 참가하여 각국의 고부가가치의 서비스와 제품개발 생산품을 합동으로 전시하는 국제박람회를 의미하는 것으로 정식명칭은 Exposition으로 올림픽과 월드컵 못지않게 영향력이 큰 국제행사이다. 이러한 엑스포는 국가를 넘어서 인류 상호 간의 이해와 교류, 삶의 향상, 인류의 비전 제시를 목적으로 이루어지는 박람회로 일반 무역박람회와 구분되어지고 있으며, 각 국가를 비롯하여 각 산업 분야의 문화·경제·기술의 발전 과정과 미래상을 선보이는 종합 박람회를 의미한다.

국내 보안·경호산업 분야에 있어서도 선진기술의 습득과 세계시장의 흐름을 파악하고자 2001년부터 국제보안기기 및 정보 보호전(Security World Exp)을 확대 계승

하여 세계 보안 엑스포(Secon)로 명칭을 변경하여 국제적인 보안 엑스포를 개최하고 있다. 세계보안 엑스포의 규모는 양적·질적 성장을 이루어져 오고 있는 데, 세계보안 엑스포 2015 홈페이지 자료 내용(<http://www.seconexpo.com>)을 재구성하면 2010년에 120개의 기업이 참여하였으며, 2014년에는 322개의 기업이 참여하여 약 2.7배의 성장을 보이고 있으며, 참관객은 약 37,500여명이 관람하였으며, 직종별로는 연구개발업에 19.3%, 마케팅담당자 13.3%, 보안담당자 11.2%, 일반사원 6.5%로 다양한 직종과 관련업의 관계자등 다양한 관람객들 관람하는 것으로 나타나 국민들의 보안 산업에 대해 높은 관심이 있다는 것을 알 수 있었다. 이러한 보안 박람회의 참관기업, 참관객의 규모의 급성장과 다양한 관람객의 참관은 국내 보안·경호산업의 밝은 미래를 예측 할 수 있는 좋은 척도가 될 수 있다.

산업 박람회의 중요성과 관련하여 노용호(2005)는 서비스 산업이 전체 산업에서 차지하는 역할과 비중이 확대되고 있어 산업 전시박람회의 비중이 지속적으로 확대되고 전시박람회·엑스포 등 이벤트성 행사의 중요성이 비약적으로 증가하고 있다고 하였다. 특히 구매자들의 의사결정에 중요한 결정적 영향력을 미치는 구매정보가 산업전시회에서 91% 정도가 획득되고 있으며, 전시관계 간행물의 기사 및 광고에서 66~86% 정도가 수집되고 있어 산업 전시박람회의 역할에 대한 중요성은 더욱 더 증가되고 있다고 하였다. 즉, 산업 박람회는 Hansen(1996)이 지적한 바와 같이 판매자와 구매자의 니즈(needs)를 동시에 충족시키는 독특한 촉진 수단이라고 주장하는 것과 같은 맥락이라 할 수 있다. 또한 한국관광공사(2002)에 따르면 산업 전시박람회는 개최 지역에 대한 투자 촉진할 뿐만 아니라 내수 시장의 창출 및 수출 증대, 고용기회의 제공, 관광 수입 및 세수 증가, 유통 단계 축소, 산업 발전 촉진 등을 유발하여 지역 경제에 파급 효과가 큰 고부가가치 산업이고, 정보와 지식을 효율적으로 습득하고 교환할 수 있는 21세기 지식기반 산업으로 각광받고 있다고 하였다.

특히 보안 및 경호산업분야는 일반적인 소비재 제품이 아니기 때문에 타 산업에 비하여 소비자들이 대중적으로 접근하기 어려운 산업이다. 이러한 측면에서 보안 산업은 TV광고, 신문 등의 대중매체 노출과 매장의 접근이 어려워 다른 산업에 비하여 제품정보 제공이 다소 어렵다. 보안엑스포를 통하여 방문한 고객에게 직접적으로 대면(face-to-face)하는 고객 접점서비스를 통하여 참관객들은 관심 있는 부스의 상담원에게 참여기업 및 시제품에 대한 문의를 하거나 직접적으로 제품을 체험하고 구매 상담을 할 수 있고, 박람회 참가기업들 또한 정보제공자 및 정보 수혜자가 될 수

있어 서로에게 발전의 기회를 제공한다는 측면에서 박람회 중요성이 강조된다. 특히, 집중성과 제한된 공간이라는 박람회에서는 참관객이 새로운 기술의 변화와 향방을 파악하고 박람회에 참관을 통하여 동일한 정보를 획득한다는 측면에서 시간과 비용이 매우 효율적이라고 하였다(Morrow, 1997).

한편 Richaed과 Kerstetter(1990), Formica와 Uysal(1998)은 추구편익을 상품(상표)에 대한 지식의 일환으로서 상품(상표)의 속성과 관련되어 주관적으로 느끼게 되는 필요(needs)나 욕구(wants)를 의미한다고 하였다. 즉, 소비자들이 제품을 소비하는 과정에서 추구하는 편익은 일반적인 소비자행동의 접근 방식보다는 더욱 정확하게 소비자의 행동을 파악하는데 유용한 방법이라 할 수 있다. 따라서 박람회에 참여하는 참관객들은 그들의 목적에 따라 다른 경험을 하기 위하여 참여하는데 이러한 측면에서 보안엑스포 참관객들이 박람회 참여를 통하여 느끼는 주관적 요구를 규명하고 이에 따른 참관 후 행동을 알아보는 것은 매우 의미 있는 것이라 생각된다. 본 연구에서는 추구편익이란 보안엑스포 참관객이 엑스포 참여에서 얻고자 하는 주관적 보상이라고 정의하여 연구를 수행하고자 한다.

기업의 신제품, 기술력과 무역이 이루어질 수 있는 박람회의 경우 다양한 욕구를 가진 참관객들이 방문을 하는데 이들의 소비행동을 파악하고자 박람회 참관객의 추구편익과 만족도, 소비행동과 관련하여 다양한 분야에서 연구(김미향, 곽보연 & 조한범, 2009; 문태영 & 노상균, 2010; 김화경 & 노용호 2006; 강지현 & 전익기 2008)를 통하여 추구편익과 소비행동 간의 관계를 규명하여 이들 변인의 중요성을 강조하였다. 김미향 등(2009)은 골프용품 박람회 참가자의 추구 편익에 따른 서비스 품질과 재 참가 의사간의 관계를 규명하여 구매활동, 일상탈피, 여가활용, 정보획득의 순으로 재 참가의사에 영향을 미친다고 하였다. 문태영과 노상균(2010)은 추구편익에 따른 방문객 만족도, 추구편익에 대한 행동의도에 각각 유의한 영향을 미친다고 하였으며, 보건의료기기 박람회를 주관자 및 담당자들은 박람회 참여자들의 특성과 욕구가 일치하는 박람회를 개최하고, 이벤트 상품, 서비스 등을 차별화하여 소비자 만족도 및 행동의도로 이어 질수 있도록 전시기획을 해야 한다고 하였다. 김화경과 노용호(2006)는 전시박람회참관객의 추구편익에 따라 만족도와 행동의도에 긍정적인 영향을 미친다고 하였으며, 강지현과 전익기(2008)는 스포츠산업 박람회의 참관객은 추구편익에 따라 태도, 만족도, 행동의도에 긍정적인 영향을 미친다고 하였다. 이러한 선행연구결과에서 나타난 바와 같이 각 산업별 박람회 참관객의 추구 편익 목적

에 따라 소비행동에 긍정적인 영향을 미치고 있어 박람회 개최 시 개최하고자 하는 주관자가 고려해야 하는 매우 중요한 변인으로 작용하고 있는 것이라 할 수 있다. 그럼에도 불구하고 국내 보안·경호산업의 발전과 시대적 흐름을 보여주고 있는 15년의 역사를 가지고 있는 보안엑스포를 대상으로 한 산업, 경영 학문적 연구는 전무한 실정이다. 즉, 앞에서 언급한 바와 같이 보안·경호산업이 대중적 접근이 다소 어렵다는 점을 고려 할 때에 소비자에게 노출과 접근이 용이한 보안엑스포 참관객의 산업·경영학적 관점에서의 학문적 접근은 매우 중요하다고 생각된다.

따라서 본 연구는 보안엑스포 참관객의 추구편익과 참관 후 행동의 관계를 규명하여 차후 보안엑스포 참가기업의 보다 효과적이며 공격적인 마케팅 전략을 제공하고, 참관객들의 니즈에 적극적인 대응을 통하여 보안·경호산업 분야의 발전적인 방향을 제시하고 하는데 연구의 필요성이 있다.

## 2. 연구의 목적

본 연구의 목적은 보안엑스포 참관객의 추구편익 목적에 따른 참관 후 행동의 관계를 규명하여 보안엑스포 참관자들의 참관의도를 파악하고 그에 따라 참관 후 행동에는 어떠한 관계가 있는 지를 파악하여 보안엑스포 참관 기업에게 소비자들의 추구편익에 따른 마케팅 방향을 제시하고 보안·경호산업 분야에 발전적인 학문적 기초 자료를 제공하는데 연구의 목적이 있다.

이러한 연구 목적을 달성하기 위하여 다음과 같은 연구문제를 선정하였다.

첫째, 보안엑스포 참관자의 추구편익과 참관 후 행동의 관계는 어떠한가?

둘째, 보안엑스포 참관자의 추구편익에 따라 구전활동에는 어떠한 관계가 있는가?

셋째, 보안엑스포 참관자의 추구편익에 따라 재 참관에는 어떠한 관계가 있는가?

## II. 연구 방법

### 1. 연구대상

본 연구는 2014년 3월 12일- 14일 3일간 일산 킨텍스에서 개최한 ‘세계보안엑스포 2014’에 참가한 참관객을 대상으로 편의표집(convenience sampling)을 이용하여 표집

하였다.

연구대상의 표집은 사전에 교육을 받은 보조 연구자 10명과 본 연구자가 ‘세계보안엑스포2014’를 참관하고 나온 참관객을 대상으로 연구의 목적, 내용, 응답 시 유의사항을 설명하고 설문지를 직접 배포한 후 자기 평가 기입 방법으로 설문내용을 응답하도록 하였으며, 완성된 설문지는 그 자리에서 회수 하였다. 이러한 방법을 통하여 총 300명의 설문지를 수집되었으며, 수집된 설문지 중 응답내용이 부실하거나 신뢰성이 없다고 판단되어지는 17부의 자료를 제외하고 본 연구에서는 총 283부의 설문지를 연구대상을 분석에 이용하였다. 표집된 연구대상의 인구통계학적 특성은 다음 <표 1>과 같다.

본 연구대상의 인구통계학적 특성을 살펴보면 <표 1>에 나타난 바와 같이 남성이 약 66.1%, 여성이 33.9%로 나타났으며, 연령에 있어서는 41-50세가 33.2%로 가장 많았으며, 수입에 있어서는 400-499만원에 해당하는 참관객이 가장 많았다. 거주지는 서울에 거주하는 참관객이 50.5%를 차지하고 있었으며, 74.2%의 참관객이 보안 관련업에 종사하고 있는 것으로 나타났다.

<표 1> 연구대상의 인구통계학적 특성

구분		빈도	퍼센트	구분		빈도	퍼센트
성별	남	187	66.1	결혼 유무	미혼	64	22.6
	여	96	33.9		기혼	219	77.4
연령	30세이하	48	17	수입	300만원 미만	42	14.8
	31-40세	81	28.6		300-399만원	76	26.9
	41-50세	94	33.2		400-499만원	87	30.7
	51-60세	46	16.3		500-599만원	63	22.3
	61세이상	14	4.9		600만원 이상	15	5.3
거주 지	서울	143	50.5	직업	보안 경호 관련업	210	74.2
	경기	83	29.3		보안,경호 관련업 외	73	25.8
	기타	57	20.1	계	283	100.00	



## 2. 조사도구

본 연구에서는 보안엑스포 참관객의 추구편의와 참관 후 행동의 관계를 규명하기 위하여 보안, 경호관연연구가 부족하여 인접학문의 국내·외 선행연구를 토대로 인구 통계학적 특성(6문항), 추구편의(14문항), 소비행동(5문항)으로 설문지를 구성하였다.

### 1) 추구편의

보안엑스포 참관객의 목적인 추구편의를 알아보기 위하여 박람회 참가자의 추구편의에 대한 선행연구인 Richaed과 Kerstetter(1990), 김성혁, 양병선(2001), 노용호(2005), 김미향, 곽보연과 조한범(2009)가 사용한 설문지의 문항을 근거하여 문항을 수정·보완하여 일상탈피(5문항), 여가선용(4문항), 정보탐색(3문항), 제품구매(2문항)으로 구성하였으며, 모든 응답형태는 5점 리커트(Likert)척도로 ‘전혀 그렇지 않다(1점)’에서 ‘매우 그렇다(5점)’까지 구분하였으며, 각 요인별 해당 설문 문항을 복합 지수화하여 평균점수를 사용하였다.

### 2) 참관 후 행동

보안엑스포 참관객의 참관 후 행동을 알아보기 위하여 Bitner, Booms와 Tetreault(1990), Maxham(1999), Sharma와 Patterson(1999), Taylor와 Baker(1994), 김인재와 조성진(2011), 김인재(2013) 등이 사용한 문항을 수정·보완하여 구전활동(3문항), 재 참관(2문항)으로 구성하였으며, 모든 응답형태는 5점 리커트(Likert)척도로 ‘전혀 그렇지 않다(1점)’에서 ‘매우 그렇다(5점)’까지 구분하였으며, 각 요인별 해당 설문 문항을 복합 지수화하여 평균점수를 사용하였다.

### 3) 설문지 타당도와 신뢰도

본 연구에서는 설문지의 내적타당도 검증을 위하여 경호전공교수 3명, 보안업체 간부 2명 통해 내용 타당도(content validity)와 문항의 적합성에 대한 검토를 거쳤다. 본 연구에서는 조사도구의 타당성을 평가하기 위하여 탐색적 요인분석(Exploratory Factor Analysis)을 실시하였다. 요인을 회전시키는 방법은 직교회전방식 중 베리맥스(varimax rotation)을 이용하였다. 또한 신뢰도분석은 문항 내적 합치도를 구하는 신뢰도 검사방법 중의 하나인 Cronbach's  $\alpha$  방법을 이용하였으며, 이와 같은 방법으로

설문 문항에 대한 요인분석과 신뢰도 분석 결과는 다음 <표 2>, <표 3>과 같다.

<표 2> 추구편의의 요인 분석과 신뢰도 분석 결과

보안 박람회 참관을 통하여~	요인				공분산비
	일상 탈피	여가 선용	정보 탐색	제품 구매	
07. 나는 모험을 하는 것과 같은 느낌을 느꼈다.	.831	.185	.036	.295	.814
08. 나는 나의 문제를 잊을 수 있었다.	.821	.282	.266	-.030	.826
09. 나는 사냥하는 것과 같은 즐거움을 느꼈다.	.800	.303	.200	.177	.803
06. 일상생활에서 탈피하는 것과 같은 느낌이었다.	.696	.229	.383	.201	.724
05. 신체적 활력을 제공하기 위하여 참관하였다.	.686	.335	.399	.182	.775
02. 여가시간을 활용하기 위하여 참관하였다.	.218	.799	.125	.222	.750
03. 타인과 교류를 위하여 참관하였다.	.313	.794	.204	.233	.824
04. 색다른 문화경험을 위하여 참관하였다.	.349	.727	.175	.258	.748
01. 즐거움 추구를 위하여 참관하였다.	.230	.642	.387	.144	.636
11. 새로운 정보를 탐색하기 위하여 참관하였다.	.238	.227	.831	.231	.853
10. 새로운 지식을 습득하기 위하여 참관하였다.	.349	.162	.789	.088	.779
12. 내가 필요로 하는 것을 찾기 위하여 참관하였다.	.124	.256	.713	.417	.764
13. 제품 구매를 목적으로 참관하였다.	.172	.279	.246	.794	.798
14. 보안 제품의 구매 비교를 하기위하여 참관하였다.	.257	.324	.266	.708	.744
합계	3.569	2.905	2.611	1.751	
% 분산	25.492	20.749	18.647	12.507	
% 누적	25.492	46.241	64.889	77.395	
Cronbach's $\alpha$	.919	.873	.863	.740	

KMO=.916,  $\chi^2=2841.872$ ,  $df=91$ ,  $sig=.000$

<표 2>에서 나타난 바와 같이 박람회 참관객의 추구편의 설문항목들의 요인적재량을 보여주고 있으며 .6이상의 부하치 만을 사용하였고, 그 결과 고유치(eigen value)가 1이상인 요인의 수는 4개로 나타났으며, 총 분산의 설명력은 77.395%를 나타내고 있다. 요인분석의 적합성을 분석하는 KMO 표준적합도는 0.5~1 사이의 값이 요인분석에 적합하다는 것을 의미하는데(김계수, 2008). 본 연구에서의 KMO 표준적합도는

.916로 나타났으며, 이때 유의확률은 .000으로 나타나 요인분석이 적합한 것으로 나타났으며, 카이제곱( $\chi^2$ )은 2841.872, 자유도(df)는 91임을 알 수 있다.

또한 각각의 요인에 대한 Cronbach's  $\alpha$  를 이용한 신뢰도 분석결과는 일상탈피 요인은 .919, 여가선용요인은 .873, 정보획득요인은 .863, 제품구매요인 .740으로 나타났다. 각 하위 요인의 신뢰도 계수는 Nunnally(1978)가 제시한 .70보다 높은 것으로 나타나 비교적 신뢰할 만한 도구로 판명되었다.

〈표 3〉 박람회 후 행동의 요인 분석과 신뢰도 분석 결과

보안 박람회 참관 후 ~	요인		공분산비
	구전효과	재 참관	
05. 다른 사람에게 보안엑스포에 대하여 긍정적으로 말할 것이다.	.872	.307	.855
04. 다른 사람에게 보안엑스포를 참관하도록 적극 추천할 것이다.	.778	.471	.812
03. 다른 사람에게 보안엑스포를 자신 있게 자랑할 수 있다.	.757	.488	.827
01. 나는 다음에도 보안엑스포를 재방문할 것이다.	.367	.854	.864
02. 나는 지속적으로 참관할 것이다.	.410	.807	.819
합계	2,242	1,934	
% 분산	44.845	38.679	
% 누적	44.845	83.524	
Cronbach's $\alpha$	.893	.816	

KMO=.885,  $\chi^2=959.024$ , df=10, sig=.000

<표 3>에서 나타난 바와 같이 구매행동 설문항목들의 요인적재량을 보여주고 있으며 .6이상의 부하치만을 사용하였고, 그 결과 고유치(eigen value)가 1이상인 요인의 수는 2개로 나타났으며, 총 분산의 설명력은 83.524%를 나타내고 있다. 몇몇의 요인에 있어서. 요인적재량이 .3-.4로 나타나 요인의 동질성에 대하여 고민하였으나 본 연구자가 설정한 .6을 넘어서지 않고 문항이 의미함에 문제가 없는 것으로 판단하여 않고 그대로 사용하였다.

KMO 표준적합도는 .885로 나타났으며, 이때 유의확률은 .000으로 나타나 요인분석이 적합한 것으로 나타났으며, 카이제곱( $\chi^2$ )은 959.024, 자유도(df)는 10임을 알 수 있다.

각각의 요인에 대한 Cronbach's  $\alpha$  를 이용한 신뢰도 분석결과는 구전효과요인은

.893, 재방문요인은 .816로 나타났다. 각 하위 요인의 신뢰도 계수는 Nunnally(1978)가 제시한 .70보다 높은 것으로 나타나 비교적 신뢰할 만한 도구로 판명되었다.

### 3. 자료처리방법

설문지에 대해 응답이 완성된 자료를 회수한 후 이중기입 및 무기입한 자료는 분석대상에서 제외시키고 유효 표본만을 코딩의 지침에 따라 부호화(coding)하였으며 부호화된 자료를 컴퓨터에 개별 입력시킨 후 통계 프로그램인 SPSS Windows 18.0 Version을 이용하여 빈도분석(Frequency), 신뢰도분석(Reliability Analysis), 탐색적 요인분석(factor analysis), 단순선형회귀분석(simple linear regression analysis)을 실시하였다. 유의도 수준( $\alpha$ )은  $p < .05$ 로 설정하였다.

## Ⅲ. 연구결과

### 1. 추구편익과 참관 후 행동의 상관관계

본 연구에서는 단일성 차원이 입증된 각 하위요인별 척도들에 대하여 서로 관계가 어떠한 방향이며, 어느 정도의 관계를 갖는지를 알아보기 위하여 상관관계분석을 실시한 결과는 다음 <표 4>와 같다.

<표 4> 추구편익과 참관 후 행동의 상관관계 분석결과

	일상탈피	여가선용	정보탐색	제품구매	구전활동	재 참관
일상탈피	1					
여가선용	.680**	1				
정보탐색	.615**	.595**	1			
제품구매	.554**	.660**	.620**	1		
구전활동	.586**	.646**	.650**	.627**	1	
재 참관	.462**	.599**	.573**	.581**	.788**	1
평균	3.278	3.520	3.668	3.535	3.786	3.814
표준편차	.922	.800	.820	.807	.812	.885

\*\* $p < .01$

<표 4>에 나타난 바와 같이 추구편익과 참관 후 행동 요인 간의 관계가 모두 정(+)  
 (+)의 상관관계를 보이고 있어 요인간 관계의 방향이 일치하는 것으로 나타나 기준  
 타당성을 만족한다고 할 수 있다. Challagalla와 Shervani(1996)은 상관행렬에서는 요  
 인들간의 상관계수가 1이어서는 안 되며, 상관계수가 1이라는 귀무가설(즉 요인들이  
 동일하다는 의미)을 기각시키면 요인들은 판별 타당성이 있다고 판단된다고 하였다.

Pearson의 상관계수를 통한 상관분석결과를 살펴보면 추구편익의 하위요인인 일  
 상탈피 요인과 참관 후 행동의 하위요인 간의 상관계수는 구전활동(.586), 재 참관  
 (.462)순으로 정(+)  
 (+)의 상관관계를 이며, 추구편익의 하위요인인 여가선용 요인은 참  
 관 후 행동의 하위요인 간의 상관계수는 구전활동(.646), 재 참관(.599)순으로 정(+)  
 (+)의 상관관계를 보였다. 추구편익의 하위요인인 정보탐색 요인과 참관 후 행동의 하위요  
 인 간의 상관계수는 구전활동(.650), 재 참관(.573)순으로 정(+)  
 (+)의 상관관계를 이며, 추구편익의 하위요인인 제품구매요인과 참관 후 행동의 하위요인 간의 상관계수는  
 구전활동(.627), 재 참관(.581)순으로 정(+)  
 (+)의 상관관계를 나타내고 있다. 이러한 결과는 김계수(2008)가 제시한 다중공선성(multicollinearity)의 기준인 .80보다 상관계수의  
 값이 작으므로 다중공선성 문제는 없다고 판단된다. 상관관계분석결과 전체적으로  
 유의확률 .01수준에서 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다.

## 2. 추구편익과 참관 후 행동의 관계

### 1) 추구편익과 구전활동

보안엑스포 참관객의 추구편익과 구전활동의 관계를 알아보기 위하여 다중회귀  
 분석을 실시한 결과는 다음 <표 5>와 같다.

<표 5> 추구편익과 구전활동의 관계

구분	B	SE	$\beta$	t	p
(상수)	.720	.169		4.263	.000
일상탈피	.100	.051	.113	1.938	.054
여가선용	.255	.063	.251	4.048	.000
정보탐색	.295	.056	.298	5.278	.000
제품구매	.215	.058	.213	3.705	.000
F값 87.113***				R <sup>2</sup> =.556	

\*\*\*p<.001

<표 5>에 나타난 바와 같이 추구편익의 하위요인들을 독립변수로 하고 구전활동을 종속변수로 하여 다중회귀분석을 실시한 결과 F 검증 통계량 값이 87.113이고 R<sup>2</sup>값이 .556으로 회귀식이 전체 분산의 55.6%를 설명하고 있는 것으로 나타났다.

즉, 추구편익이 구전활동에 회귀계수 만큼 영향을 미친다고 할 수 있으므로 이들 변인간의 상대적 기여도를 나타내는  $\beta$  값을 살펴보면, 정보탐색( $\beta = .298$ ), 여가선용( $\beta = .251$ ), 제품구매( $\beta = .213$ )순으로 정(+) $\beta$ 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다.

## 2) 추구편익과 재 참관의 관계

보안엑스포 참관객의 추구편익과 재 참관의 관계를 알아보기 위하여 다중회귀분석을 실시한 결과는 다음 <표 6>과 같다.

<표 6> 추구편익과 재 참관의 관계

구분	B	SE	$\beta$	t	p
(상수)	.763	.204		3.745	.000
일상탈피	-.048	.062	-.049	-.765	.445
여가선용	.354	.076	.320	4.662	.000
정보탐색	.292	.067	.270	4.325	.000
제품구매	.252	.070	.230	3.611	.000
F값 55.542***				R <sup>2</sup> = .457	

\*\*\*p<.001

<표 6>에 나타난 바와 같이 추구편익의 하위요인들을 독립변수로 하고 재 참관을 종속변수로 하여 다중회귀분석을 실시한 결과 F 검증 통계량 값이 55.542이고 R<sup>2</sup>값이 .457으로 회귀식이 전체 분산의 45.7%를 설명하고 있는 것으로 나타났다.

즉, 추구편익이 재 참관에 회귀계수 만큼 영향을 미친다고 할 수 있으므로 이들 변인간의 상대적 기여도를 나타내는  $\beta$  값을 살펴보면, 여가선용( $\beta = .320$ ), 정보탐색( $\beta = .270$ ), 제품구매( $\beta = .230$ )순으로 정(+) $\beta$ 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다.

## IV. 논 의

본 연구의 목적은 보안엑스포 참관자들의 추구편익 목적에 따른 참관 후 행동의 관계를 규명하여 보안엑스포 참관자들의 참관의도를 파악하고 그에 따라 참관 후 행동에는 어떠한 관계가 있는지를 파악하여 보안엑스포 참관 기업에게 소비자들의 추구편익에 따른 마케팅 방향을 제시하고 보안·경호산업 분야에 학문적 기초자료를 제공하는데 연구의 목적이 있다. 그 중 특징적인 사실을 중심으로 다음과 같이 논의하고자 한다.

첫째, 추구편익과 참관 후 행동 요인 간의 관계가 모두 정(+)의 상관관계를 보이고 있어, 추구편익과 구매행동 간에는 정(+)의 상관관계가 있다. 이러한 결과는 추구편익과 소비행동의 연계의 중요성을 강조한 Calantone과 Johar(1984)의 연구와 일치하고 있으며, 김화경과 노용호(2006), 강지현과 전익기(2008), 김미향, 곽보연과 조한범(2009)이 주장한 산업전시 박람회, 스포츠 산업전시회와 골프 박람회에 있어서 추구편익에 따라 소비행동 간에는 정의 상관관계가 있다고 주장한 연구 결과와 일치하고 있는 것으로 나타나 본 연구 결과를 지지하여 주었다.

즉, 보안엑스포 참관객의 추구편익과 참관 후 행동에서의 관련하여 인접학문에서의 연구결과에서 언급한 바와 같이 추구 편익은 소비행동에 높은 관련이 있음을 발견할 수 있었다. 따라서 향후 보안엑스포 개최를 하는 기업과 주최자들은 다양한 정보와 편의시설 및 프로그램을 개발과 더불어 엑스포 개최의 주목적인 신상품의 공개와 더불어 다양하고 새로운 경험을 체험할 수 있는 장소로 적극 활용하여 참관객으로 하여금 재 참관 혹은 구전을 할 수 있도록 유도한다면 성공적인 보안엑스포와 보안·경호산업의 발전에 기여 할 수 있을 것이다.

둘째, 추구편익과 참관 후 행동 요인 간의 관계를 분석한 결과 정보탐색, 여가선용, 제품구매는 구전활동에 영향을 미친다. 이러한 결과는 김현덕(2011), 곽보연(2009), 우치욱(2010), 문태영과 노상균(2010)의 박람회 참가자의 추구편익이 소비행동에 긍정적인 영향을 미친다고 주장한 연구 결과와 일치하고 있는 것으로 나타나 본 연구 결과를 지지하여 주었다. 김현덕(2011)은 골프리조트 이용고객의 추구편익의 하위요인인 정보획득, 여가활동 변인은 구전 및 재방문에 긍정적인 영향을 미친다고 하였다. 한편 Richard와 Kerstetter(1990)은 추구편익을 통한 소비자 및 관광객

행동의 예측은 관광객들의 긍정적, 부정적 관광경험을 서로간의 반대적인 것을 의미하는 것이 아니라 서로 다른 욕구구조를 가진 것으로 파악하고 있고 하여 관광마케팅 전략을 위한 유용한 시사점을 제공하여 추구편익이 소비자 행동의 예측변수로서의 중요성을 강조 해주고 있는 것이다.

따라서 보안엑스포 참관객의 추구편익의 다양성을 고려하여 주관자들은 그들의 요구를 충족시킬 수 있는 방안을 모색해야 할 것이다. 즉, 보안엑스포는 2014년에는 322개의 기업이 참여하여 약 2.7배의 성장률을 보이고 있는 보안·경호산업을 알린다는 측면에서 매우 중요한 부분을 차지하고 있는 점을 고려하여 다양한 기업의 참여와 중소 보안장비기업들의 참여기회를 제공하고 다양한 제품을 전시할 수 있는 기회를 제공하고, 다양한 목적을 가진 소비자들을 위하여 타산업과의 전목을 통하여 변화시킨 엑스포를 개최한다면 더욱 발전할 수 있을 것으로 생각된다.

셋째, 추구편익과 참관 후 행동 요인 간의 관계를 분석한 결과 여가선용, 정보탐색, 제품구매는 재 참관에 영향을 미친다.

이러한 결과는 이러한 결과는 김현덕(2011), 곽보연(2009), 문태영과 노상균(2010), 박지선(2006), 우치욱(2010)의 박람회 참가자의 추구편익과 재 관람에 긍정적인 영향을 미친다고 주장한 연구 결과와 일치하는 것으로 본 연구 결과를 지지하여 주었다. 박지선은 컨벤션 참가자의 추구편익이 재방문에 긍정적인 영향을 미친다고 하였으며, 문태영과 노상균(2010)은 보건의료기기 박람회에서 다양한 정보와 편의시설 및 프로그램을 개발, 확충해서 참관객들로 하여금 재방문을 유도해야 하며, 서비스 경영이나 이벤트관리자는 박람회 참관객들의 만족을 위한 서비스를 제공하는 것과 같이 의료기기 박람회 참여자들이 만족할 수 있도록 노력한다면 추천의도 효과를 통한 잠재고객이 확보됨으로써 다른 고객에게 의료기기 박람회의 프로그램을 자연스럽게 권유하거나 유도할 수 있을 것이라 주장하였다.

선행연구자들의 연구와 본 연구의 결과의 일치함을 통하여 박람회가 나가야 할 방향과 중요성을 제시할 수 있는데 박람회의 주된 목적은 신제품의 소비자에게 알리고 홍보하고 기업 간의 연결고리로서 매우 중요한 장이라 할 수 있다. 이러한 측면을 고려할 때에 박람회를 통하여 홍보뿐만 아니라 제품을 이용한 범인색출 체험프로그램, 위기상황에서의 대응프로그램, 제품의 체험 등의 다양한 스토리를 전개하여 부스를 만들고 이러한 체험 프로그램을 통하여 소비자들에게 친숙하게 다가간다면 소비자들 보안제품의 필요성을 쉽게 인식하고 보다 적극적인 방문 후 행동을 보일 것



이다. 또한 보안엑스포의 방문을 통하여 체험과 제품을 자연스럽게 소비자에게 각인 시킨다면 보안·경호제품의 적극적인 구매활동으로 전환 될 것이며 이는 보안·경호 산업의 활성화로 이어질 것으로 생각된다.

## V. 결론 및 제언

### 1. 결론

본 연구는 보안엑스포 참관객의 추구편익과 참관 후 행동의 관계를 규명하여 차 후 보안엑스포 참가기업의 보다 효과적이며 소비자들에게 차별화된 마케팅전략을 제공하고, 참관객들의 니즈에 적극적인 대응을 통하여 보안·경호산업 분야의 발전적인 방향을 제시하는데 연구의 목적이 있다.

이상의 연구방법과 절차에 따른 자료 분석을 통하여 다음과 같은 결론을 얻었다.

첫째, 추구편익과 참관 후 행동 요인 간의 관계가 모두 정(+)의 상관관계를 보이고 있어, 추구편익과 구매행동 간에는 정(+)의 상관관계가 있다.

둘째, 추구편익과 참관 후 행동 요인 간의 관계를 분석한 결과 정보탐색, 여가선용, 제품구매는 구전활동에 영향을 미친다.

셋째, 추구편익과 참관 후 행동 요인 간의 관계를 분석한 결과 여가선용, 정보탐색, 제품구매는 재 참관에 영향을 미친다.

이러한 결론을 종합하여 살펴보면 보안엑스포의 대부분은 부스를 통하여 자사의 제품을 홍보하고 체험을 하게 전시하고 있다. 그러나 이러한 일관적인 방법에 의존하기 보다는 각 보안 용품별로 테마를 제시하고 그러한 테마를 이용하여 보안장비의 필요성과 사용법을 알기 쉽게 제공한다면 일반적인 참관객의 참여유도와 보안·경호 장비의 사회적 필요성을 인식 할 것이다. 즉, 범인색출 체험프로그램, 위기상황에서의 대응프로그램, 제품의 체험관 등의 다양한 스토리를 포함한 테마형 부스를 만들고 이러한 체험 프로그램을 통하여 신제품과 사용법을 자연스럽게 소비자에게 익히게 하고, 친숙하게 다가간다면 참관객들은 보안·경호제품의 필요성을 인식하고 보다 적극적인 방문 후 행동 보여 보안·경호박람회의 성공적인 개최와 더불어 보안·경호산업의 지속적인 발전이 이루어 질 것이다.

## 2. 제언

본 연구를 수행하는데 있어 새롭게 발견된 연구문제를 토대로 연구의 한계점과 후속연구를 위한 제언을 하고자 한다.

첫째, 박람회는 신제품과 기존제품의 변화를 알리고 기업과 기업, 기업과 소비자 간의 상품에 대한 정보를 제공하는 산업의 영역에 있어서 매우 중요한 시장이라 할 수 있다. 그러나 보안엑스포는 15년의 역사가 있는 보안·경호산업의 발전사항을 알릴 수 있는 매우 중요한 연구대상임에도 불구하고 보안엑스포를 주제로 한 연구는 전무한 실정이다. 따라서 보안·경호산업의 발전을 위하여 보안엑스포를 주제로 한 다양한 연구가 지속되어 보안·경호산업의 발전에 기여해야 할 것이다.

둘째, 본 연구는 박람회 참관객의 추구편의와 참관 후 행동의 변인을 가지고 연구를 수행하였다. 산업박람회와 관련하여 인접학문분야에서는 서비스케이프, 엔터테인먼트, 만족도, 서비스품질, 참여 동기 등의 변수와 참관행동에 대한 많은 연구가 진행되어져 왔다. 따라서 후속연구자들은 보안·경호산업의 학문적 발전과 더불어 산업의 활성화를 위한 연구와 참관객들의 인과관계를 규명하는 연구가 지속적으로 이루어진다면 보안·경호산업의 학문적 기틀을 마련하고 산·학의 균형적 발전에 기여할 수 있을 것이다.

## 참고문헌

### 1. 국내문헌

- 강도원(2003). 인터넷상거래의 물류서비스 품질과 고객만족, 관계품질 및 재구매의도에 관한 연구. 미간행 박사학위논문. 경기대학교 대학원, 경기도.
- 강지현, 전익기(2008). 스포츠산업 전시박람회 참관객의 추구편의이 만족도 및 행동의도에 미치는 영향. 한국사회체육학회지, 34(1), 375-390.
- 곽보연(2009). 골프용품 박람회 참가자의 추구편의에 따른 서비스품질과 재방문의사간의 관계. 미간행 석사학위논문. 국민대학교 스포츠산업대학원, 서울.
- 김계수(2008). 구조방정식 모형분석. 서울: 한나래.
- 김미향, 곽보연, 조한범(2009). 골프용품 박람회 참가자의 추구 편의에 따른 서비스 품질과 재참가 의사 간의 관계. 한국여성체육학회, 23(1), 39-49.
- 김성혁, 양병선(2001). 추구편의에 따른 해외여행 패키지상품 구매행동에 관한 연구. 관광연구, 16(1), 41-63.
- 김인재(2013). 민간경비업체의 관계적 특성, 서비스품질과 소비행동의 구조적 관계. 한국경호경비학회지, 34, 57-88.
- 김인재, 조성진(2011). 민간경비업체의 관계적 특성과 구매행동의 관계. 한국경호경비학회지, 29, 35-57.
- 김현덕(2011). 회원제 골프리조트 고객의 추구편의와 소비행동에 관한 연구. 관광연구, 26(5), 179-195.
- 김화경, 노용호(2006). 추구편의에 의한 전시박람회참관자의 만족도와 행동의도, 호텔경영학 연구, 15(4), 57-72.
- 노용호(2005). 산업전시박람회 참관자의 만족도와 행동의도 결정요인에 관한 연구. 미간행 박사학위논문. 경기대학교 대학원, 경기도.
- 문태영, 노상균(2010). 보건의료기기 박람회 참관객의 추구편의이 만족도 및 행동의도에 미치는 영향. 한국산학기술학회논문지, 11(8), 2926-2934.
- 박지선(2006). 한국국제전시장 KINTEX 전시/컨벤션 유치 활성화를 위한 개최지 속성과 참가자의 만족도 상관관계에 관한 연구. 서강대 언론대학원 석사학위논문, 서울.
- 우치욱(2010). 스포츠산업박람회의 추구편의에 따른 참관태도가 관람 만족에 미치는 영향. 미간행 석사학위논문. 한국체육대학교 사회체육대학원, 서울.
- 이강욱, 지명원(2012). 여행박람회 방문객의 추구편의와 서비스품질이 행동의도에 미치는

영향 : 2012 하나투어 여행박람회 방문객을 대상으로 한국콘텐츠학회논문지, 12(9), 447-458.

최주호(2003). 텔서비스 인카운터에서의 지각된 서비스품질, 고객태도, 만족, 재 이용의도간의 영향관계. 미간행 박사학위논문. 동아대학교 대학원, 부산.

## 2. 국외문헌

- Formica, S., & Uysal, M. (1998). Market segmentation of an international cultural-historical event in Italy. *Journal of Travel Research*, 36(4), 16-24.
- Bitner, M. J., Booms, B. H., & Tetreault, M. S. (1990). The service encounters: Diagnosing favorable and unfavorable incidents. *Journal of Service Marketing*, 9(4), 31-42.
- Calantone, R. J. & Johar, J. S.(1984). Seasonal segmentation of the tourism market using a benefit segmentation framework. *Journal of Travel Research*, 23(Fall), 14-24.
- Challagalla, G. N., & Shervani, T. A. (1996). Dimensions and Types of Supervisory Control: Effects on Salesperson Performance and Satisfaction. *Journal of Marketing*, 60(January), 89-105.
- Hansen, K. (1996). The Dual Motives of Participants at International Trade Shows: An Empirical Investigation of Exhibitors and Visitors With Selling Motives. *International Marketing Review*, 13(2), 39-54.
- Maxham III, J. G. (1999). *Service recover's influence on consumer satisfaction, positive word-of-mouth, and purchase intentions*. McIntire School of Commerce, University of Virginia, VA 2293-2493, USA, 11.
- Sharma, N., & Patterson, P. G. (1999). The impact of communication effectiveness and service quality on relationship commitment in professional, consumer services. *Journal of Services Marketing Research*, 42, 25-33.
- Morrow, S. L. (1997). *The Art of the Show*, Dallas, IAEM Education Foundation.
- Nunnally, J. (1978). *Psychometric methods (3rd ed.)*. New York, NY:McGraw-Hill Book Co.
- Richaed, R. J., & Kerstetter, D. L.(1990). The relationship between social demographic variables, benefits sought and subsequent vacation behavior: A case study. *Journal of Travel Research*, 28(3), 24-29.
- Taylor, S. A., & Baker, T. L. (1994). An assessment of the relationship between service Quality and customer satisfaction in the formation of customer's purchase intentions. *Journal of Retailing*, 70(2), 163-178.

### 3. 기타

세계보안 엑스포 2015 홈페이지 자료 내용(<http://www.seconexpo.com>)

한국관광공사(2002). <http://www.visitkorea.or.kr/>

【Abstract】

## Relationship between Pursuit Benefit and Behavior by Spectators Participating Security Exhibition

Kim, In-Jae

The purpose of this study was aimed to identify the relationship between pursuit benefit and behavior by spectators participating security exhibition. The result of study is significant because it may provide more effective and aggressive marketing strategies to the future companies participating security exhibition, and suggest developmental direction by actively responding spectators' needs.

The subject for this study was spectators who participating World Security Expo 2014 held three days from March 12 to 14 in 2014. 300 samples were selected by convenience sampling for subject of this study. 283 out of 300 surveys, excluded 17 unfaithful and defected surveys, were used for data analysis. Research tool was questionnaire which was based on and recomposed by previous researches home and abroad. The collected data were treated for analysis of frequency, reliability, factor analysis, correlation, and regression by using SPSS statistic package version of 18.0.

Through the above research method and procedure, the results were as followings. First, the relationship between pursuit benefit and behavior after participating exhibition appeared positively. It was found that there was high relationship between pursuit benefit and behavior. Second, analyzing relationship of factors between pursuit benefit and behaviors resulted to effect information exploration, good use of spare time, and product purchase on word of mouth. Third, analyzing relationship of factors between pursuit benefit and behaviors resulted to effect good use of spare time, information exploration, and product purchase on re-participation.

**Key words** : Security Exhibition, Pursuit Benefit, Spectators Behavior, Security Industry