해양레저 전시이벤트의 평가속성이 방문객 만족도 및 재구매 행동에 미치는 영향

하해동* · 강신범** · 조우정†

* 한국해양대학교 해양체육학과 교수 ** 한국해양대학교 해양체육학과 부교수 † 한국해양대학교 해양체육학과 조교수

요 약 : 이 연구는 해양레저 전시이벤트의 평가속성이 방문객 만족도 및 재구매 행동에 미치는 영향을 실증적으로 분석해 해양레저 전시이벤트의 효과적인 마케팅 및 경영 전략 수립의 기초자료를 제공하기 위해 수행되었다. 이러한 연구목적을 달성하기 위해 2010년 10월 G도에서 개최한 대한민국국제요트대전의 방문객 300명을 편의표본추출법을 통해 조사대상으로 선정하고 현장 설문조사를 통해 자료를 수집하였다. 유효설문지 286부를 기술통계, 요인분석, 상관관계분석 그리고 다중회귀분석을 통해 다음과 같은 결론을 도출하였다. 첫째, 해양레저 전시이벤트의 평가속성은 방문객 만족도에 유의한 영향을 미치고 있었으며(R^2=.260, p=.000), 평가속성 중 행사(β=.300, p=.000) 요인만이 만족도에 영향을 미치고 있었다. 둘째, 해양레저 전시이벤트의 평가속성은 방문객의 재구매 행동에 유의한 영향을 미치고 있었으며(R^2=.274, p=.000), 평가속성 중 행사(β=.293, p=.000), 교통(β=.180, p=.010) 그리고 종사원(β=.134, p=.047) 순으로 상대적 영향력을 미치고 있었다.

핵심용어 : 해양레저산업, 전시이벤트, 평가속성, 방문객, 만족도, 재구매 행동

ABSTRACT : *The purposes of this study were to analyze the effects of a marine leisure exhibition event(MLEE)'s appraisal attributes on visitors' satisfaction and repurchase behavior and thus provide fundamental information that facilitates developing effective marketing and operational strategies for a MLEE. In order to accomplish such purposes, this study employed a survey with a total of 300 visitors to a MLEE hosted by G Province. Questionnaires were developed on the basis of related studies and modified to reflect the study context. Then, such questionnaires were verified to be valid and reliable through content validity, exploratory factor analysis and internal consistency analysis. Valid 286 questionnaires were analyzed with correlation analysis and multiple regression analysis on significance level of .05. Following findings were derived from current study. First of all, the appraisal attributes of a MLEE had a significant effect on visitors' satisfaction and among them only the factor of event program had a unique relation with the levels of satisfaction. In addition, the appraisal attributes of the MLEE also had a significant effect on visitors' repurchase behavior and among them event program, transportation and employee factors had unique relations with the performance variable in order. In conclusion, all the research hypotheses that had been set up through previous studies were confirmed in this study.*

KEY WORDS : *marine leisure industry, exhibition event, appraisal attributes, visitors, satisfaction, repurchase behavior*

1. 서 론

해양레저 전시이벤트는 해양레저산업의 한 분야로서뿐 아니라 지역 및 국가의 해양레저산업 육성과 발전에 견인차 역할을 할 수 있다. 하지만 국내에서 개최되는 해양레저 전시이벤트는 잠재된 사회문화적 그리고 경제적 효과를 효과적으로 창출하지 못하고 있다는 판단이 지배적이다. 특히 해양레저 전시이벤트의 개최목적을 효과적으로 달성했는지에 대한 평가와 분석은 미흡한 실정이다. 이에 본 연구에서는 해양레저 전시이벤트의 평가내용을 전시이벤트 기획 및 운영과정에 직접 적용할 수 있는 평가지표를 활용해 해양레저 전시이벤트의 여러 평가 주체중 방문객 평가에 초점을 맞춰 해양레저 전시이벤트에 대한 평가속성이 성과 요인에 미치는 영향을 규명하고자 하였다.

2. 연구방법

2.1 조사대상

본 연구의 조사대상은 G도에서 2010년 10월에 개최한 대한민국국제요트대전 내국인 및 외국인 방문객을 대상으로 하였다. 설문조사는 대회조직위원회의 협조를 얻은 후, 편의추출법을 사용하여 연구자와 사전 훈련된 설문조사원이 개최장소를 직접 방문해 현장에서 실시하였다. 설문조사는 총 300부를 실시하였고 설문응답 내용이 불성실하거나 누락된 14부를 제외한 286부를 자료 분석에 사용하였다.

3. 2 조사도구

본 연구의 조사도구는 자기평가기입법을 이용한 설문지로 조

사대상에 대한 인구통계학적 특성, 해양레저 전시 이벤트 평가속성, 만족도 그리고 재구매 행동 등을 측정할 수 있는 설문지로 구성되어 있다. 해양레저 전시이벤트 평가속성 설문지는 김창수(2005), 배만규(2008) 그리고 장양례(2005)의 설문지를 바탕으로 본 연구의 분석 목적에 맞게 수정 및 보완하여 작성하였다.

3. 3 자료처리

해양레저 전시이벤트 평가속성이 만족도 및 재구매 행동에 미치는 영향은 다중회귀분석을 각각 실시하였으며 통계적 가설검정의 유의수준은 α=.05수준에서 검정하였다.

3. 결과

3. 1 평가속성이 만족도에 미치는 영향

해양레저 전시이벤트의 평가속성이 만족도에 미치는 영향을 분석하기 위한 다중회귀분석 결과는 Table 1에 나타나 있다.

Table 1 The effects of appraisal attributes on satisfaction

구분	만족도		
	β	*t*	*p*
시설	.042	.556	.579
교통	.111	1.586	.114
비용	.090	1.305	.193
종사원	.123	1.810	.071
숙박	.039	.584	.559
행사	.300	4.353	.000
홍보	.107	1.479	.140
R/R^2	.510/.260		
F/p	*F*=13.850, *p*=.000		

먼저 7개 요인으로 구성된 해양레저 전시이벤트 평가속성은 방문객의 만족도에 유의한 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다(R^2=.260, *p*=.000). 즉 해양레저 전시이벤트 평가속성은 만족도 변량의 26.0%를 설명하고 있었다. 하위 요인별 상대적 영향력을 구체적으로 살펴보면 행사 요인만이 만족도에 통계적으로 유의한 영향을 미치고 있었다(β=.300, *p*=.000).

3. 2 평가속성이 재구매 행동에 미치는 영향

해양레저 전시이벤트의 평가속성이 재구매 행동에 미치는 영향을 분석한 결과는 Table 2에 나타나 있다. 7개 요인으로 구성된 해양레저 전시이벤트 평가속성은 재구매 행동에 유의한 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다(R^2=.274, *p*=.000). 즉 해양레저 전시이벤트 평가속성은 재구매 행동 변량의 27.4%의 설명력이 있었다. 하위 요인별 상대적 영향력을 구체적으로 살펴보면 행사(β=.293, *p*=.000) 요인이 방문객 만족도에 가장 큰 영향을 미치고 있는 것으로 나타났으며 다음은 교통(β=.180, *p*=.010) 그리고 종사원(β=.134, *p*=.047) 등의 순으로 나타났다.

Table 2. The effects of appraisal attributes on repurchase behavior

구분	재구매 행동		
	β	*t*	*p*
시설	.005	.073	.942
교통	.180	2.600	.010
비용	.060	.886	.377
종사원	.134	1.996	.047
숙박	.043	.656	.512
행사	.293	4.298	.000
홍보	.079	1.104	.270
R/R^2	.524/.274		
F/p	*F*=14.914, *p*=.000		

4. 결론 및 제언

해양레저 전시이벤트의 평가속성이 방문객 만족도 및 재구매 행동에 미치는 영향을 분석하기 위한 본 연구는 다음과 같은 결론을 도출하였다.

첫째, 해양레저 전시이벤트의 평가속성은 방문객 만족도에 유의한 영향을 미치고 있었으며 7개 평가속성 중 행사 요인만이 만족도에 유의한 영향을 미쳤다.

둘째, 해양레저 전시이벤트의 평가속성은 방문객의 재구매 행동에 유의한 영향을 미치고 있었으며 평가속성 중 행사, 교통 그리고 종사원 요인이 재구매 행동에 유의한 영향을 미쳤다.

마지막으로 본 연구에서 도출된 해양레저 전시이벤트의 방문객 만족도와 재구매 행동에 유의한 영향을 미친 평가속성 요인들은 해양레저 전시이벤트 마케팅 전략 수립에 의미 있는 기초자료를 제공하고 있다.

참 고 문 헌

[1] 강해상(2005). 다면평가시스템을 이용한 축제평가체계에 관한 연구. 이벤트컨벤션연구, 1, 1-22.

[2] 김창수(2005). 문화관광 축제이벤트의 평가모형 연구. 관광경영학연구, 9(1), 73-90.

[3] 배만규(2008). 지역축제 활성화를 위한 방문객 집단별 평가 차이 비교. 관광연구, 23(1), 81-99.

[4] 장양례(2005). 축제 평가속성이 방문객 만족과 충성도에 미치는 영향. 문화관광연구, 7(2), 163-180.