

## 패션 컨벤션 구성요인이 고객만족에 미치는 영향

김 현 아\*† · 김 문 숙  
서울여자대학교 의류학과

### The Influence of Constituent of the Fashion Convention on Customer Satisfaction

Hyun-Ah Kim\*† and Moon-Sook Kim

Dept. of Clothing Science, Seoul Women's University  
(2003. 2. 10. 접수; 2003. 5. 31. 채택)

#### Abstract

This study first defines the fashion convention industry as an idea that includes international conventions, exhibitions and collections mainly dealing with fashion (fabric · material, clothing · fashion, and machinery · equipment). It then infers constituents of the industry based on preceding studies on service quality and satisfaction, and analyzes their importance and the structural relation between constituent performance, satisfaction and ex post behaviour. Also it analyzes perception difference of the organizer and participators on constituent importance, performance, and satisfaction. In the survey, a total of 500 questionnaires were distributed to the organizers and participants of 2001 Seoul Fashion Week, and among them, 259 questionnaires from the participants and 18 from the organizers were used as data for the demonstrative analysis. LISREL 8 program and SPSS WIN V. 8.0 were used for a statistical process of collected data.

*Key words: constituent importance, customer satisfaction, fashion convention, performance.*

## I. 서 론

### 1. 연구목적

글로벌화를 지향하는 현 패션산업에서 전 세계적으로 새로운 시장창출의 일환으로 원스탑 소싱시스템(one-stop sourcing system)의 개발에 대한 관심이 고조되어 가고 있다. 이는 패션산업의 원자재에서 어패럴 더 나아가 패션산업과 관련된 기계, 기기류에 이르기까지 광범위하게 취급하는 전사회, 컬렉션,

국제회의 등의 개최로 나타나고 있다.

패션 컨벤션(Fashion convention)은 국내 · 외 선진 기술과 감각의 교류를 통해 국내 패션산업을 발전시키고 제한된 유통시스템을 단계적으로 선진화시키는데 기여해 왔다. 또한 패션 컨벤션은 인터내셔널 패션시장으로서의 교두보 확보와 고부가가치의 비즈니스 모델을 창출하기 위한 것으로 국내 패션시장의 제한적인 유통을 확대시킴과 동시에 패션유통의 선진화, 국제화에 이바지할 수 있다.

그러나 국내의 패션 컨벤션 분야에 관한 학문적

† 교신저자 E-mail : hakim6889@hanmail.net

연구는 거의 없는 실정이므로 이에 관한 연구는 전 산업분야의 컨벤션산업에 대한 관심고조와 때를 같이 하여 국내 패션산업의 글로벌화에 기여한다는 데 의의가 있다. 또한 고객만족에 영향을 미치는 요인을 바탕으로 시스템을 구축함으로써 패션 컨벤션업계의 일관성 있고 조직적인 행사진행에 도움이 될 것이다.

이를 위한 구체적인 연구목적은 다음과 같다.

첫째, 최근 부상하고 있는 패션 컨벤션의 구성요인과 고객만족의 관계를 살펴봄으로써 고객만족에 영향을 미치는 요인을 분석하여 패션 컨벤션산업의 시스템을 구축하는데 기여하고자 한다.

둘째, 패션업계 및 학계의 컨벤션산업에 대한 인식을 새롭게 하고자 하며, 구성요인과 만족도에 관한 주최자와 참가자의 지각 차이를 인지하여 패션 컨벤션산업을 활성화 하기 위한 방안을 개발하는데 도움을 주고자 한다.

## 2. 연구방법 및 연구범위

본 연구의 방법은 패션 컨벤션에 관한 선행연구가 거의 없어 호텔, 관광, 경영학 분야의 선행된 연구들과 관련문헌을 기초로 하였으며, 패션 컨벤션 구성요인이 고객만족에 미치는 영향을 살펴보기 위해 산업적 측면의 패션 컨벤션 - '01 서울패션위크(Seoul Fashion Week) - 을 중심으로 실증분석을 실시하였다. 컨벤션에 참여한 주최자와 참가자를 대상으로 2001년 7월 14일~20일에 걸쳐 개별 인터뷰와 자기 기입식 설문조사를 병행하여, 그 중 유효한 참가자 259부, 주최자 18부를 실증분석 자료로 사용하였으며, 주최자의 표본이 소수인 것은 국내 패션 컨벤션 산업의 전문가 부족현상으로 인한 것이다.

수집된 자료를 통계처리가 위한 방법으로 구성요인과 고객만족의 관계를 실증분석하기 위해 LISREL 8 프로그램을 사용하였으며, 구성요인과 만족도에 관한 주최자와 참가자의 지각차이 분석은 SPSS WIN V. 8.0을 이용하여 회귀분석, 상관관계분석, t-

검증과 일원분산분석을 실시하였다.

본 연구의 범위는 패션 컨벤션의 다양한 유형 중 산업적 측면의 '서울패션위크'로 한정하였으며, 본 행사에 참여한 주최자, 참가자를 표본대상으로 제한하였다.

## II. 이론적 배경

### 1. 컨벤션

컨벤션은 국내·외 특정인들이 사전에 결정된 특정한 시기와 장소에 모여 특정목적을 달성하기 위해 고도의 인적, 물적 정보를 직접 교류하는 수단으로서 국내·국제 회의 및 대회, 전시회, 견본시<sup>1)</sup>, 박람회, 각종 이벤트 및 축제 등을 포함하는 개념이다.

한국관광공사의 국제회의 산업현황 자료('98)에 의하면 국제회의, 교역전시, 기타 이벤트로 분류하고 있으며, 국제회의의 기준은 참가국 수 3개국 이상, 외국인 참가자 수 10명 이상, 회의기간 2일 이상인 회의로 한정하고 있다. 이러한 기준은 국제협회연합(UIA) 및 한국의 국제회의 육성법 기준보다 소규모 회의까지 포함하고 있으므로 통계상에 차이가 있다.

우리나라는 아시아 주변 경쟁국가보다 늦게 컨벤션산업의 육성을 도모하여 일본, 싱가포르, 홍콩, 태국 등 보다 컨벤션 시설과 유치실적이 뒤지고 있으나, 99년도에 유치된 국제행사는 총 97건으로 세계 25위로 급등하였다<sup>2)</sup>. 분야별 분류는 ① 스포츠, 레저 ② 예술, 문화, 교육 ③ 의료, 건강, 보건 ④ 전기, 전자 ⑤ 교통, 통신을 기준으로 하고 있어 패션산업에 종사하는 전문가의 시각에 의한 분류기준 설정 및 객관적인 자료조사가 필요할 것으로 보여진다.

### 2. 패션 컨벤션

패션 컨벤션은 광의의 컨벤션 개념을 토대로 하여 패션을 주제로 한 지식, 정보, 상품 등을 교류하는 장으로 국제행사 규모<sup>3)</sup>의 회의, 대회, 세미나, 전시회, 견본시, 박람회, 컬렉션, 이벤트 등을 통칭하며,

1) 견본시(見本市): 주로 일본에서 많이 사용되고 있으며, 전시회와 마찬가지로 테마별 상품을 유통시키고자 전시하는 행사로 국제 견본시, 종합 견본시, 전문 견본시 등 여러 종류가 있다.

2) 국제협회연합(Union of International Association: UIA) 자료.

3) 한국관광공사의 통계기준에 준함: 국제기구 본부에서 주최하거나 국내 단체가 주관하는 행사 중 참가국수가 3개국 이상, 외국인 참가자 수가 10명 이상인 순수 국제회의, 전시회, 기타 행사를 포함.

〈표 1〉 패션 컨벤션의 산업적 측면의 분류<sup>4)</sup>

월 별	행사명	유 형	개최기간	주최기관
1	- 제 8 회 이태아서울 - 2001 대한민국 섬유·의류 교역전	전시회 전시회	2001. 1. 11~13 .	한국패션섬유소재협회 한국섬유산업연합회
	- 홍콩 패션위크 참가 - 파리 브레타 브르테 참가 - 후쿠오카, 오사카 수주상담회 참가		1. 16~19 1. 26~29 1. 29~2. 1	한국패션협회 한국패션협회 한국패션협회
	- WWD MAGIC 참가 - 파리 Texworld 참가	박람회 전시회	2. 13~16 2. 28~3. 3	한국패션협회 한국섬유산업연합회
3	- 대구섬유박람회 - 2002 S/S 홍콩전시회 Interstoff - 중국 북경 국제의류박람회 참가	박람회 전시회 박람회	3월중 3. 21~23 3. 28~31	대구시 한국패션섬유소재협회 한국의류산업협회
	- 01 F/W 서울컬렉션 - 제 17 회 대구섬유패션축제(대구컬렉션 등) - 제 22 회 01/02 A/W SFAA 서울컬렉션 - 서울컬렉션	컬렉션 컬렉션 컬렉션 컬렉션	4. 10~13 4.17~5. 24 4월 4월중	한국패션협회 대구시 등 서울패션아티스트협회의 대한복식디자이너협회
4	- ATIME(미국 섬유기계전시회) 시찰단 파견 - Ideacom(여성복지박람회)	전시회 박람회	4월중 4. 3~5	TIN뉴스 이탈리아(체르노비오)
	- 제 13 회 대구컬렉션	컬렉션	5. 23~24	대구중앙패션사업협동조합
6	- 2001년 KSCT/ITAA 국제공동학술회의 - 제 1 차 한·중 섬유산업협력회의 - 동경IFF 참가	회의 회의	6. 12~15 6월중 6월중	한국의류학회 한국섬유산업연합회 한국패션협회
	- 01 추계 서울패션위크 - 홍콩 패션위크 참가	전시회	7. 14~16 7. 10~13	한국패션협회 한국패션협회
8	- 제 9 회 이태아서울 - 제 6 차 아시아섬유회의 참가(홍콩)	전시회 회의	8. 24~26 8. 22~24	한국패션섬유소재협회 한국섬유공학회
	- 뉴욕 스타일 인더스트리 참가 - 파리 브레타 브르테 참가 - 2001년 세계 섬유제조업자회의(ITMF) 참가 (부다페스트)	회의	9. 22~24 9. 7~10 9월중	한국패션협회 한국패션협회 한국섬유산업연합회
10	- 02S/S 서울컬렉션 - 제 23 회 2002S/S SFAA 서울컬렉션 - 대구섬유박람회	컬렉션 컬렉션 박람회	10. 18~21 10월중 10월중	한국패션협회 서울패션아티스트협회의 대구시
	- 파리 Texworld 참가 - 홍콩 Interstoff ASIA 참가 - Premiere Vision	전시회 전시회 전시회	10. 3~6 10. 9~11 10. 4~7	한국섬유산업연합회 한국섬유산업연합회 프랑스(파리)
	- 서울컬렉션 - 제16차 한·일 섬유산업연차 협동회의 - QR 2001 일본 컨퍼런스 참가	컬렉션 회의 회의	11월중 11월중 11월중	대한복식디자이너협회 한국섬유산업연합회 한국섬유산업연합회
12	- EXPOFIL			

자료: 한국섬유산업연합회, 「2001년도 섬유관련 주요 행사」, 2001.

(표 길은 부분: 국내컨벤션, 열은 부분: 해외컨벤션)

유형은 전시회 및 박람회, 컬렉션, 설명회 등과 같은 산업적 측면과 패션 이벤트(패션쇼, 전시회 일부), 국제학술대회 등과 같은 문화, 예술, 학술적 측면으로 구분되어질 수 있다. 또한 패션 컨벤션을 산업적 측면에서 분석한 결과 타 분야의 컨벤션에 비해 패션 컨벤션은 다음과 같은 특성이 있었다(표 1).

첫째, 전시회, 박람회, 컬렉션의 비중이 크며, 회의, 대회, 세미나의 개념도 포함하고 있다. 둘째, 패션컨벤션은 타 분야의 컨벤션이 봄, 가을에 주로 개최되는 반면, 1~2월과 7~8월에 치중되어 있으며, 년 1회 또는 S/S, F/W로 나누어 1년에 2회씩 정기적으로 개최된다. 셋째, 개최장소는 주로 COEX, 서울 무역전시장을 사용하며, 트렌드에 민감한 패션 컨벤션의 특성을 부각시킬 수 있는 전문화된 시설이 부족하다. 넷째, 전체 참가자 수가 1만명~5만명 사이의 규모가 일반적이다. 다섯째, 패션 컨벤션 개최는 한국섬유산업연합회, 한국패션협회 등 정부관련조직 위주로 이루어지고 있다. 여섯째, 패션산업의 특성상 일반인의 흥미유발과 참여가 가능하고, 조명, 음악, 극적인 효과 등 이벤트성이 첨가되어 관객동원에 기여하는 바가 크므로 타 분야의 부대행사도 병행되고 있다.

### 3. 패션 컨벤션의 선행연구

〈표 2〉 서비스품질의 구성요소

신뢰성 (Reliability)	약속된 서비스를 신뢰할 수 있고 정확하고 일관성 있게 수행할 수 있는 능력. 이는 전 기간에 걸쳐 올바르게 수행한다는 것을 의미한다.
반응성(Responsiveness)	즉각적인 서비스와 고객을 도우려는 의지. 신속함과 융통성이 이에 속한다.
확신성(Assurance)	직원들의 지혜로움과 예의 바른, 신뢰와 확신을 심어줄 수 있는 능력.
공감성(Empathy)	고객을 돌보고 개인적으로 주의를 기울임.
유형성 (Tangibles)	물리적인 설비, 장비, 직원의 용모 등 상징적이고 기능적인 의미를 전달하는 서비스의 물리적인 형태.

4) Indigo, Premiere Vision, Interstoff Asia, Ideacomo는 년 2회, 4월, 10월 정기적으로 개최한다.

WWD MAGIC은 미국 라스베가스 패션박람회로 Magic International과 WWD Magic으로 구성된다.

5) 김경숙, "한국 패션산업과 패션 이벤트 상관관계에 관한 연구" (한성대 예술대학원 석사학위논문, 2001). 허진희, "프로모션 매체로서의 Fashion show에 관한 소비자와 주최자의 인식비교" (경북대 대학원 석사학위논문, 1999).

6) A. Parasuraman, Valarie A. Zeithaml and Leonard L. Berry, "Refinement and Reassessment of the SERVQUAL Scale", *Journal of Retailing*, Vol.67 No. 4 (1991), pp.435-438.

7) 박중환, "호텔 서비스 평가에 관한 연구" (동아대학교 박사학위 논문, 1995).

패션산업을 중심으로 컨벤션에 관한 선행연구를 조사한 결과 패션 컨벤션의 일종인 컬렉션, 패션쇼에 관한 연구는 일부 이루어지고 있지만,<sup>5)</sup> 패션 컨벤션 전반에 관한 국내 연구는 미비한 실정이다. 따라서 본 연구는 호텔, 관광, 경영분야의 컨벤션에 관한 선행연구를 기초로 하여 연구의 토대를 마련하고자 하였으며, 일반 컨벤션 구성요인과 만족도, 패션 컨벤션 구성요인에 관한 선행연구를 살펴보았다.

Parasuraman, Zeithaml, Berry<sup>6)</sup>의 연구에 따르면 서비스 질에 대한 소비자들의 평가는 소비자의 기대와 지각의 차이로 결정된다고 하였으며, 고객의 기대와 전달된 서비스의 지각에 중대한 영향을 미치는 10개의 차원을 파악하고 이를 다시 정리 검증을 거쳐 〈표 2〉와 같이 5개의 차원으로 축소하였다.

Babakus와 Boller, Brensinger와 Lambert, Carman, Finn과 Lamb 등은 Parasuraman 등의 연구모형을 검증하여 서비스 평가에서 서비스 차원은 연구영역에 따라 달라질 수 있음을 밝히고 있다<sup>7)</sup>.

모든 분야의 컨벤션은 서비스산업으로 분류할 수 있다. Parasuraman 등의 서비스 품질 구성요소를 바탕으로 하여 패션산업의 특성에 맞게 차원을 재구성하고, 서비스 즉 컨벤션에 대한 평가는 고객의 기대와 지각의 차이로 결정된다고 하였으므로 컨벤션 참가자를 대상으로 컨벤션 구성요인에 대한 중요도와

만족도를 조사하여<sup>8)</sup> 패션 컨벤션의 객관적인 평가기준을 만들 수 있다.

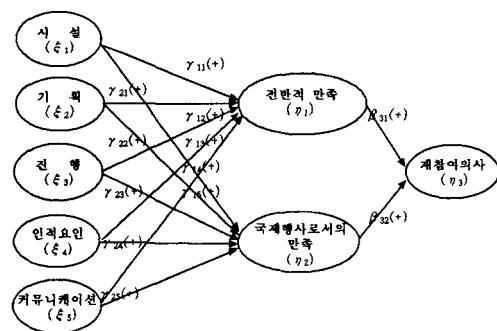
### III. 연구설계

본 장에서는 패션 컨벤션 구성요인과 고객만족에 관한 통합적 설명 모형을 제시하고 연구목적에 합당한 연구가설을 제시한 후 이를 검증하고자 하였다.

#### 1. 연구모형 및 연구가설

패션 컨벤션에 대한 국내 연구가 거의 없는 현 시점에서 패션 컨벤션 구성요인을 시설, 진행, 인적 요인, 커뮤니케이션 요인 등으로 분류하고, 이에 기획 부문을 첨가하여 총 40항목을 선정하였다.

본 연구에서는 이상의 각 요인들에 대한 성과가 패션 컨벤션에 대한 전반적 만족과 국제행사로서의 만족에 유의적인 영향을 주고, 이러한 패션 컨벤션에 대한 만족은 재 참여의사에도 유의적인 영향을 미칠 것이라고 가정 한 후, 이들 변수간의 구조적 관계를 토대로 하여 구조모형을 제시하였으며(그림 1)<sup>9)</sup>, 이러한 구조적 관계를 분석하는데 LISREL을 이용하였다. LISREL은 구조방정식 모델을 효율적으로 분석·접근하기 위한 프로그램으로 연구자가 설정한 인과관계에 대한 모델을 검증하기에 가장 적합한 분



〈그림 1〉 연구모형

석기법이다. 구조방정식 모델은 기존의 회귀분석, 분산분석, 경로분석과는 달리 모델 내에 내재되어 있는 측정오차를 알 수 있으며 이론변수와 측정변수 사이의 관계를 검증 가능한 것이 가장 큰 장점이라 할 수 있다.<sup>10)</sup>

〈그림 1〉에 제시된 연구모형과 부가적 관심을 기초로 연구가설을 설정하면 다음과 같다.

구성요인과 고객만족의 관계

[가설 I] 패션 컨벤션 구성요인의 성과는 전반적 만족에 유의적인 영향을 미칠 것이다.

[가설 II] 패션 컨벤션 구성요인의 성과는 국제행사로서의 만족에 유의적인 영향을 미칠 것이다.

[가설 III] 패션 컨벤션에 대한 만족도는 재 참여 의사에 유의적인 영향을 미칠 것이다. 구성요인에 대한 주최자와 참가자의 지각차이 비교

[가설 IV] 참가자와 주최자의 구성요인 성과에 따른 만족도에 지각차이가 있을 것이다.

[가설 V] 표본특성에 따른 중요도, 성과, 만족도에 차이가 있을 것이다.

#### 2. 분석설계

패션 컨벤션산업의 전문가와 국내 패션 컨벤션 중 가장 규모가 큰 서울패션위크의 주최조직, 지원조직, 참여업체, 참가자를 연구대상으로 선정하여, 01 서울패션위크 기간인 2001년 7월 14~20일에 걸쳐 실시되었으며, 총 500부를 배포하여 이 중 불성실한 응답을 하였거나 누락이 많은 설문지는 제거하고 본 분석에는 참가자(내국인, 외국인, 참가업체 포함) 259부, 주최자 18부를 사용하였다.

수집된 자료를 통계처리하기 위해 LISREL 8 프로그램과 SPSS WIN V. 8.0을 이용하였으며, 자료분석 절차와 분석방법은 다음과 같다. 구성요인과 고객만족의 관계를 살펴보기 위해 첫째, 수집된 모든 자료를 정리하는 차원에서 빈도분석을 실시하고 수집된

8) Moon-Sook Kim, Hyun-Nam Oh & Hyun-Ah Kim, "A Study on the relative importance of structural elements of the fashion convention by Delphi analysis", *The International Journal of Costume Culture*, 4권 3호 (2001. 12).  
 9) 유동근, 박노현, "서비스 품질에 따른 고객만족 및 행동의도의 구조적 관계", *호텔경영학연구*, 7권 1호 (1998), pp.117-135.  
 10) *Ibid.*, pp.117-135.

자료를 중심으로 각 변수에 대한 신뢰도 검증을 하였다. 신뢰도 검증을 위해 Cronbach- $\alpha$ 를 사용하였으며, 신뢰도가 확보된 변수들은 LISREL프로그램을 이용하여 확인요인분석(confirmatory factor analysis)을 실시하여 타당성을 검증하였다.

둘째, 신뢰도와 타당성이 확보된 변수를 중심으로 모형검증을 위한 변수를 구성하였다. 즉, 각 변수들의 개별항목을 산술평균하여 이론변수의 측정변수로 사용하였다.

셋째, 자료에 대한 기초적인 검토작업이 수행되고 나서 앞에서 제시한 연구모형의 적합도 분석을 실시한 후 연구가설 검증을 실시하였다.

넷째, 구성요인이 만족도에 미치는 영향을 주최자, 참가자, 표본특성에 따라 살펴보기 위해 SPSS WIN V. 8.0을 이용하여 회귀분석, 상관관계분석, t-검증(t-test)과 일원분산분석(one-way ANOVA)을 실시하였다.

설문지는 전술한 이론적 배경과 선행연구를 근거로 하여 작성하였으며, 변수의 조작적 정의는 다음과 같고, 각 변수들은 5점 리커트 척도를 이용하여 측정하였다.

### 1) 패션 컨벤션 구성요인

패션 컨벤션 구성요인은 총 40개를 측정항목으로 선정하였으며, 시설요인은 행사장 위치, 행사장 공간, 행사장 시설, 행사장 주변시설, 주차공간, 비즈니스센터/프레스룸, 휴식공간 등 7개 항목, 기획요인은 참가업체, 부대행사, 행사 프로그램, 행사장 동선 등 4개 항목, 진행요인은 홍보시기, 홍보매체, 홍보출간물, 행사안내·정보제공, 등록체계화, 관광 안내데스크 운영, 대중교통과의 접근성, 공항과의 접근성, 수송업무의 체계화, 숙박 위치, 가격, 시설, 식음료, 관광·쇼핑, 동반자프로그램 등 16개 항목, 인적 요인은 행사요원의 행사에 전문지식, 미디어 장비 사용 능력, 외국어 구사능력, 친절도, 업무처리 능숙도, 추진력, 시간관리 능력 등의 7개 항목, 커뮤니케이션 요인은 고객교육 대처능력, 통역서비스, 통신매체 제공, 정보 DB관리, 철저한 사전회의, 업무분담, 대화 채널 등 7개 항목으로 총 40항목을 구성요인으로 사용하였다. 최종 40개 항목을 5개의 차원으로 발전시켜 정의하면 다음과 같다.

#### (1) 시설요인

물리적인 설비, 장비 등을 포함한 유형적 속성으로 패션 컨벤션 장소 평가시 유의해야 할 위치, 공간, 시설 등.

#### (2) 기획요인

차별화 요인으로 참가업체, 부대행사, 프로그램, 동선 등.

#### (3) 진행요인

참가단계에서 주로 이루어지는 홍보, 등록·안내, 교통 등과 참가자를 위한 숙박, 식음료, 관광·쇼핑, 동반자 프로그램 등.

#### (4) 인적요인

각 속성들 사이에 유기적인 관계를 형성하는 종사자의 업무능력, 경험, 태도 등을 통해 컨벤션을 상용화한다.

#### (5) 커뮤니케이션 요인

컨벤션산업의 내·외부를 연결하는 것으로 주최자, 참가자, 기타 조직간의 원활한 의사소통을 통해 컨벤션산업이 완성된다.

### 2) 전반적 만족 및 국제행사로서의 만족

패션 컨벤션 -'01 서울패션위크-에 참여한 내·외국인의 전반적 만족과 국제행사로서의 만족을 측정하기 위해 “이주 낮다(1)~매우 높다(5)”의 형식을 취하였다.

## IV. 분석결과 및 논의

연구모형을 LISREL 8(Jöreskog and Dog Sörbom 1993)을 이용하여 분석한 결과,  $\chi^2 = 47.243$ , d.f. = 45,  $p = 0.381$ , GFI = .943, AGFI = .884, RMSR = .0343, NFI = .933의 통계치를 나타내어 전체모형의 적합도는 대체로 만족한 수준에 이르고 있는 것으로 판단되어, 연구모형의 모수 추정치를 그대로 사용하여 연구가설의 검증을 수행하였으며, 참가자의 패션 컨벤션 구성요인에 대한 성과가 전반적 만족과 국제행사로서의 만족에 유의적인 영향을 주고, 이러한 패

〈표 3〉 연구가설 검증에 대한 요약

연구가설	경로 명칭	영향관계	채택 여부
I. 패션 컨벤션 구성요인의 성과와 전반적 만족			
I-1: 시설요인 ↑ ⇒ 전반적 만족 ↑ (p<.05)	$\gamma_{11}$	정(+)의 관계	○
I-2: 기획요인 ↑ ⇒ 전반적 만족 ↑	$\gamma_{12}$		×
I-3: 진행요인 ↑ ⇒ 전반적 만족 ↑	$\gamma_{13}$		×
I-4: 인적요인 ↑ ⇒ 전반적 만족 ↑	$\gamma_{14}$		×
I-5: 커뮤니케이션 ↑ ⇒ 전반적 만족 ↑	$\gamma_{15}$		×
II. 패션 컨벤션 구성요인의 성과와 국제행사로서의 만족			
II-1: 시설요인 ↑ ⇒ 국제행사로서의 만족 ↑ (p<.01)	$\gamma_{21}$	정(+)의 관계	○
II-2: 기획요인 ↑ ⇒ 국제행사로서의 만족 ↑	$\gamma_{22}$		×
II-3: 진행요인 ↑ ⇒ 국제행사로서의 만족 ↑	$\gamma_{23}$		×
II-4: 인적요인 ↑ ⇒ 국제행사로서의 만족 ↑	$\gamma_{24}$		×
II-5: 커뮤니케이션요인 ↑ ⇒ 국제행사로서의 만족 ↑ (p<.05)	$\gamma_{25}$	정(+)의 관계	○
III. 패션 컨벤션에 대한 고객만족과 재 참여의사			
III-1: 전반적 만족 ↑ ⇒ 재 참여의사 ↑ (p<.01)	$\beta_{31}$	정(+)의 관계	○
III-2: 국제행사로서의 만족 ↑ ⇒ 재 참여의사 ↑ (p<.01)	$\beta_{32}$	정(+)의 관계	○

션 컨벤션에 대한 고객만족은 재 참여의사에도 유의적인 영향을 미칠 것이라는 가정을 검증한 결과는 〈표 3〉과 같다.

우선, 패션 컨벤션 구성요인에 대한 성과와 패션 컨벤션에 대한 전반적 만족의 관계를 정의하면 시설요인은 전반적 만족과 정(+)의 영향관계를 제시함으로써 연구가설이 검증되었다. 이는 패션 컨벤션 구성요인 중 시설에 대한 만족이 클수록 행사에 대한 전반적 만족도가 높아짐을 나타내고 있다.

둘째, 패션 컨벤션 구성요인 성과와 국제행사로서의 만족의 관계를 정의하면 시설요인과 커뮤니케이션요인은 국제행사로서의 만족과 정(+)의 영향관계를 제시함으로써 연구가설이 검증되었다. 시설에 대한 만족이 클수록, 커뮤니케이션에 대한 만족도가 높을수록 국제행사로서의 만족도가 높아짐을 나타내고 있다.

셋째, 만족도별 재 참여의사의 구조적 관계도 정(+)의 영향관계를 제시함으로써 연구가설이 검증되었다. 전반적 만족이나 국제행사로서의 만족도가 높

을수록 행사에 대한 재 참여의사가 높아짐을 나타내고 있다.

참가자의 중요도와 성과간의 상관관계를 알아본 결과 유의적으로 나타난 것은 식음료( $r = -.1292, p < .05$ )와 외국어구사능력( $r = .1431, p < .05$ )으로 밝혀졌다. 식음료의 중요도가 높을수록 고객만족은 낮게 나타났으며, 외국어 구사능력의 중요도가 높을수록 고객만족이 높게 나타나 높은 상관관계를 보여주고 있다. 주최자의 중요도와 성과간의 상관관계를 알아본 결과, 유의적인 상관관계를 갖는 것은 숙박가격( $r = -.6712, p < .01$ ), 외국어구사능력( $r = .5969, p < .01$ ), 업무처리능속도( $r = .6723, p < .01$ ), 추진력( $r = .6283, p < .01$ ), 시간관리능력( $r = .6900, p < .01$ ), 고객욕구 대처능력( $r = .5572, p < .05$ ), 업무분담( $r = .5421, p < .05$ ) 등으로 이에 관한 개선방안을 모색해 나아가야 할 것이다.

이상에서와 같이 참가자가 중요하게 생각하는 요인이 만족도가 낮은 경우는 패션 컨벤션의 문제점으로 개선방안을 모색해야 할 것이며, 주최자 측면에

서 중요도와 성과간의 차이가 크게 나타나는 요인은 문제점을 인식하고 있는 단계로 개선의 여지가 많은 것으로 보여진다.

상관관계 분석을 통해 주최자와 참가자의 지각차이를 분석한 결과 중요도와 성과간의 높은 상관관계를 나타낸 것은 참가자의 식음료, 외국어 구사능력과 주최자의 숙박가격, 외국어 구사능력, 업무처리능숙도, 추진력, 시간관리능력, 고객욕구 대처능력, 업무분담 등으로 식음료와 숙박가격은 부의 상관관계를 나타내 중요도가 높을수록 성과는 낮아짐을 의미하고 외국어 구사능력은 주최자, 참가자 모두 유의적인 상관관계가 있음을 나타냈다.

이를 개선하기 위해서 첫째, 주최자는 참가업체 선정시 정확한 기획안과 업체에 대한 전문지식을 가지고 접근해야 할 것이며, 참가자에 대한 홍보도 컨셉에 합당한 대상을 선별하여 홍보매체를 결정하고 적절한 시기에 정보를 제공해야 할 것이다. 둘째, 참가자가 지적하고 있는 행사에 대한 전문지식을 가지고 있는 전문인력의 육성 및 개발에 노력해야 할 것이다. 셋째, 타 분야의 컨벤션산업과 달리 패션 컨벤션산업의 일시성, 이벤트성, 고객과의 공감성 부문을 충분히 전달할 수 있는 전문시설 마련이 선행되어야 할 것이다.

## V. 결론 및 제언

패션 컨벤션의 구성요인과 고객만족의 관계, 패션 컨벤션 구성요인에 대한 주최자와 참가자의 지각차이를 실증분석한 결과와 이에 따른 시사점은 다음과 같다.

첫째, 표본을 일반 참가자와 참가업체, 주최자로 나누어 알아본 결과, 참가업체의 규모에 비해 주최 조직과 바이어는 소수에 불과하여 전문인력 보완과 국내 패션유통 구조상의 문제로 실제 구매 및 구매 상담과 관련된 바이어는 일부에 불과한 실정이므로 바이어 유치에 대한 노력이 절실하다.

패션 컨벤션 개최 시 정부기관으로부터 지원이 필요한 부분은 컨벤션 관련시설 건설, 자금지원, 적극적인 대외홍보, 전문인력양성 순으로 나타나고 있다. 현재 패션 컨벤션 개최장소로 주로 이용되는 곳은 서울 소재의 COEX, 서울무역전시시장 등으로 다양

한 행사가 중복되어 패션산업에 적합한 시기선정 및 배분이 불가능하며, 현존하는 섬유센터나 패션센터는 규모와 시설 면에서 국제적인 행사를 유치하기에 부족하므로 정부기관의 지원이 가장 시급할 것으로 해석된다. 또한 국내 패션 컨벤션산업은 해외의 민간단체 위주의 패션 컨벤션에 비해 자금력이 부족한 정부관련단체 주최의 행사가 대부분으로 자금지원에 대한 항목도 비중이 높게 나타나고 있다.

둘째, 구성요인 성과와 고객만족의 관계를 살펴본 결과, 시설요인은 전반적 만족과 유의적인 관계를 나타냈으며 이는 패션 컨벤션 평가시 행사장 공간, 행사장 시설 등의 시설요인이 다른 요인에 비해 중요하게 고려되고 있음을 시사하고 있다. 시설요인, 커뮤니케이션요인은 국제행사로서의 만족에 영향을 미치며, 만족도별 재 참여의사의 관계도 유의적으로 나타났다.

셋째, 참가자와 주최자의 구성요인 성과에 따른 만족도의 지각차이를 살펴본 결과,

- ① 참가자는 시설, 기획에 대한 성과가 클수록 전반적 만족이 높게 나타난 반면 주최자는 기획과 커뮤니케이션에 대한 성과가 클수록 전반적 만족이 높게 나타나 각 집단의 전반적 만족에 영향을 미치는 구성요인에 차이가 있음을 보여주고 있다. 이와 같이 기획요인은 참가자와 주최자 모두의 전반적 만족에 중요한 영향을 미치며, 참가자는 행사장의 위치, 공간과 같은 시설요인에 의해 영향을 받고, 주최자는 컨벤션을 진행하는 입장에서 업무분담에 의한 원활한 진행을 가장 고려하고 있음을 시사하고 있다.
- ② 구성요인 성과에 따른 국제행사로서의 만족에 대해 살펴본 결과, 참가자는 시설, 기획, 주최자는 기획, 커뮤니케이션에 대해 유의적인 차이를 나타냈다. 즉 국제적인 규모의 행사에 적절한 시설과 기획은 필수적이며 외국인 참가자와의 원활한 의사소통을 위해 통역서비스, 통신매체 제공 등의 커뮤니케이션 요인이 크게 영향을 주고 있는 것으로 해석된다.
- ③ 참가자의 재 참여의사에 기획요인이 유의적인 차이를 나타냈으며, 이는 참가자의 참가목적과 직접적인 관련이 있는 참가업체, 부대행사,



행사프로그램 등과 관련된 요인들이 포함되어 있기 때문에 해석된다.

- ④ 주최자와 참가자의 구성요인에 대한 지각차이를 분석한 결과 중요도와 성과간의 차이가 크게 나타난 것은 참가자의 참가업체, 홍보매체, 행사장 시설과 주최자의 참가업체, 홍보매체, 행사 안내 · 정보제공 등으로 참가자와 주최자 모두 참가업체에 대해 지적하고 있다.

본 연구의 한계를 고려한 후속연구에 대한 제언은 다음과 같다.

첫째, 본 연구는 선행연구가 전무한 상태에서 독자적인 연구과제를 설정하여 실증분석을 실시하였으므로, 향후 패션 컨벤션산업에 대한 비판적이고 개선적인 후속연구가 지속적으로 이루어져 패션 컨벤션산업에 관한 객관적인 평가기준을 확립해야 할 것이다.

둘째, 본 연구는 패션 컨벤션산업의 유형 중 규모가 크고 활발한 활동을 하고 있는 의류 · 패션 전시회를 대상으로 하였으므로 기타 다른 유형-컬렉션 등에 관한 연구들이 다양하게 전개되어야 할 것이다.

셋째, 패션 컨벤션산업의 구성요인을 시설, 기획, 진행, 인적요인, 커뮤니케이션요인 등 5차원으로 분류하여 분석하였으나 각 차원에 대한 세분화된 조사연구가 필요하다.

넷째, 컨벤션산업의 업무세분화 및 전문화가 부족한 상황에서 패션 컨벤션산업 분야의 전문인력 양성 및 개발에 관한 후속연구도 지속되어야 할 것이다.

### 참고문헌

- 김오용 (2001). "컨벤션 기획사의 자질분석". 한림대학교 국제대학원 석사학위논문.
- 김용관 (1997). "경기도 컨벤션산업 육성방안에 관한 연구". 관광경영학연구 창간호.
- 박지연 (1997). "컨벤션 서비스의 요인별 중요도 연구-주최자와 참가자의 인식 비교". 경희대 경영대학원 석사학위논문.
- 손정미 (2000). "컨벤션 서비스 평가속성에 관한 연구-외국인 참가자 관점에서". 한림대 국제대학원 석사학위논문.
- 유동근, 박노현 (1998). "서비스 품질에 따른 고객만족 및 행동의도의 구조적 관계". 호텔경영학 연구, 7권 1호.
- 이범열 (1994). "호텔 컨벤션 서비스 만족도에 관한 실증적 연구 - 행사 주최자 중심으로". 세종대 경영대학원 석사학위논문.
- 이학식 (1997). "지각된 서비스품질의 결정과정 : 판단이론적 시각". 경영학연구 .26권 1호.
- Allen, Judy (2000). *Event planning, the ultimate guide to successful meeting, cooperate events, fundraising galas, conferences, conventions, incentives, and other special events.*
- Astroff, Milton. T. and Abbey, James. R. (1995). *Convention Sales and Services*. Cranbury, N.J.: Waterbury Press.
- Bagozzi, R. P. (1981). "Causal Modeling: A General Method for Developing and Testing Theories in Consumer Research". *Advances in Consumer Research*, Vol. 8.
- Diehl, Mary E. (1976). *How to Produce a Fashion Show, Fair-child.*
- Guerin, Polly (1987). *Creative Fashion Presentations*, Fairchild.
- Hinkin, Timothy R. and Tracey, J. Bruce (1998). "The Service Imperative: Factors Driving Meeting Effectiveness", *The Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, Vol. 39, No. 1-6, Oct.
- Jabenis, Elaine (1983). *(The) fashion directors : what they do and how to be one.*
- Jarnow, Jeannette A. and Judell, Beatrice (1981). *Inside the Fashion Business*. John Willey and Sons Inc.
- Jeff, Goldblatt Joe (1990). *Special Event*, Van Nostrand Reinhold, N.Y.
- Kim, Moon-Sook, Oh, Hyun-Nam and Kim, Hyun-Ah (2001). "A Study on the Relative Importance of Structural Elements of the Fashion Convention Industry by Delphi Analysis". *The International Journal of Costume Culture*.
- Montgomery, Rhonda J. and Strick, Sandra K. (1995). *Meetings, Conventions and Expositions: An Introduction to the Industry*. Van Nostrand Reinhold.
- Parasuraman, A., Zeithaml, Valarie A. and Berry. Leonard L. (1991). "Refinement and Reassessment of SERV-QUAL Scale", *Journal of Retailing*, 67(4).
- Renaghan, Leo M. and Key, Michael Z. (1987). "What Meeting Planner Want: the conjoint-analysis Approach", *The Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*. pp.66-76.
- 梅澤忠雄 (1988). *コンベンション都市最前線*. 東京(株)電通.
- 大岡哲 (1992). *新都市開發の時代*. 東京:鹿島出版社.