

## 보건의료기기 박람회 참관객의 추구편익이 만족도 및 행동의도에 미치는 영향

문태영<sup>1\*</sup>, 노상균<sup>2</sup>

<sup>1</sup>강원대학교 응급구조학과, <sup>2</sup>호원대학교 응급구조학과

### Impact of Pursuit Sought on Satisfaction Level and Behavioral Intention among Visitors in a Health Care and Medical Equipment Fair

Tae-Young Moon<sup>1\*</sup> and Sang-Gyun Rho<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Department of Emergency Medical Service, Kangwon University

<sup>2</sup>Department of Emergency Medical Service, Howon University

**요약** 본 연구의 목적은 보건의료기기 박람회 참관객들의 추구편익을 바탕으로 방문자 만족도와 행동의도를 분석하는데 있다. 본 연구에서는 방문자의 만족도와 추구편익에 대한 만족도 및 행동의도를 파악할 수 있는 각 변인들 간의 관계를 규명함으로써 보건의료기기 박람회를 주최자 및 관련자에게 필요한 기초 자료를 제시하고자 하였다. 따라서 본 연구는 원주 보건의료기기 박람회 이벤트에 참가하는 참관자들을 대상으로 250명을 표집하여 설문조사를 실시하였다. 수집된 자료는 SPSS 14.0과 AMOS 16.0 통계프로그램을 이용하여 기술통계분석, 요인분석(Factor analysis), 신뢰도 분석(reliability analysis), 구조방정식모형 분석을 실시하였고, 다음과 같은 결론을 얻었다. 추구편익에 따른 방문객 만족도, 추구편익에 대한 행동의도, 방문객 만족과 행동의도 간에 각각 유의한 영향을 미치는 것으로 나타나 가설이 모두 채택되었다. 따라서 보건의료기기 박람회를 주최자 및 담당 관련자들은 박람회 참여자들의 특성과 욕구가 일치하는 박람회 또는 이벤트 상품, 서비스 등이 차후 행사시 만족도 및 행동의도로 이어 질수 있도록 전시주체들은 전시기획을 하여야 할 것으로 판단된다.

**Abstract** The purpose of this study was to examine the satisfaction level and behavioral intention of visitors in a health care and medical equipment fair in consideration of their benefits sought. The purpose is basically meant to identify the relationship of variables related to the satisfaction level of the visitors, their satisfaction level with benefits sought and behavioral intention to provide useful information to hosts of health care and medical equipment fairs and related people. The subjects in this study were 250 people who were selected from among the visitors in a health care and medical equipment fair in Wonju. After a survey was conducted, the collected data were analyzed by SPSS 14.0 and AMOS 16.0 programs, and descriptive statistics, factor analysis, reliability analysis and structural equation modelling were utilized. The findings of the study were as follows: Benefits sought had a significant impact on satisfaction level and behavioral intention, and satisfaction level affected behavioral intention in a significant manner as well. So all the hypotheses formulated in the study were accepted, and those who hosted a health care and medical equipment fair should try to address the needs of participants in the light of their characteristics and provide appropriate event products and services to stir up their satisfaction level and behavioral intention.

**Key Words** : Behavioral Intention, Pursuit Sought, Satisfaction Level, Behavioral Intention, Visitors, Health Care, Medical Equipment Fair

\*교신저자 : 문태영 (dems05@kangwon.ac.kr)

접수일 10년 06월 11일

수정일 10년 07월 13일

게재확정일 10년 08월 10일

## 1. 서론

최근 인구 고령화와 웰니스(Wellness : Welbeing+Fitness)라는 세계적인 메가트렌드 속에서 보건의료의 패러다임이 치료에서 예방 중심으로 변화함에 따라 세계 의료기기산업은 급속히 발전하고 있으며, 중국 등의 가세로 향후 이러한 성장 추세는 더욱 확대될 것으로 전망하고 있다[1].

이에 따라 주요 선진 국가들은 지속적인 연구개발을 통해 최신 기술 기반의 고품질 의료기기를 개발 및 생산하여 세계시장에서의 입지를 더욱 확고히 해 나아가고 있으며, 자국 의료기기산업의 발전을 위한 국가적 차원에서 전략 추진과 산업 활성화를 위한 지속적인 정책·제도 선진화 및 규제 개선을 추구하고 있다.

한편, 우리나라는 질병 형태가 미국 등 선진국과 유사해지면서 선진국에서 수요가 높은 의료기기 품목이 국내에서도 높은 비중을 차지하고 있고, 고령화가 빠르게 진행되면서 의료기기에 대한 수요가 크게 증가하고 있다. 이에 따라 우리나라 의료기기산업은 2006년 의료기기 생산액 1조 9,491,6억 원에서 2007년 2조 2,169,7억 원으로 13.7% 성장하였으며, 2001~2007년 기간 동안의 연평균 성장률도 10.9%를 기록하면서 우리나라 의료기기산업이 빠르게 성장하고 있다[1].

국내 의료기기산업은 최근 경제성장과 고령화 추세에 따른 건강한 삶과 질 향상에 대한 일반인들과의 관심이 증가되고 의료의 수요가 양적성장에서 질적 성장으로 전이되고 있어 그 성장잠재력과 시장전망은 대단히 밝은 편이다. 또한 의료기기는 사람의 생명을 다루는 첨단기술의 복합제품으로 우수한 디지털 기술과 고급 연구 인력의 확보가 가능한 우리나라로서는 선진국과의 기술격차를 최소화하여 해외수출시장 진입이 용이한 분야 중 하나이다[2].

최근 들어 서비스 산업이 전체 산업에서 차지하는 역할과 비중이 확대되고 있다. 특히 산업 전시박람회 산업의 비중이 지속적으로 확대되고 있으며, 이와 관계된 전시박람회, 엑스포 등 이벤트성 행사의 중요성이 비약적으로 증가하고 있으며, 구매자들의 의사결정에 결정적 영향력을 미치게 하는 구매정보의 91%정도가 산업전시회에서, 66~86% 정도가 정서관계 간행물의 기사 및 광고에서 수집되고 있어 산업 전시박람회의 역할에 대한 중요성은 더욱 더 증가되고 있다[3].

최근 전시산업의 세계적인 추세는 세계 경제의 글로벌화와 더불어 전시회의 국가 간 경쟁이 증대되면서 꾸준한 성장 기초를 유지하고 있으며, 연 평균 약 5%의 성장률을 기록하고 있다. 또한 세계적인 네트워크를 활용하고

고도의 기법을 통해 홍보와 마케팅이 집약된 형태로 발전하고 있다[3].

전시회를 개최하는 목적은 기업과 고객 간의 상품 정보 교환의 장을 제공하는데 있으며, 이는 새로운 시장 개척 등을 내용으로 하는 판매기능과 기업이미지 유지 등을 내용으로 하는 커뮤니케이션 기능으로 구분된다[4].

이러한 박람회에 대한 참가자의 입장에서의 만족도에 대한 연구[5, 6, 7, 4]는 몇 차례 진행되어 온 반면, 의료기기 박람회 참가자의 특성과 추구편의에 따른 만족 및 재참가 의도 간에 어떤 관계가 있는가는 부족한 실정으로 나타났다.

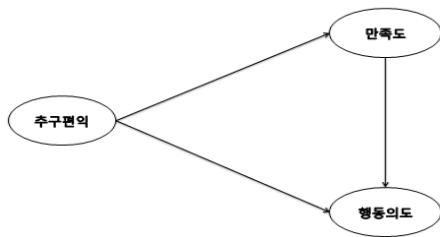
이같이 박람회의 중요성이 증가함에 따라 이와 관련한 연구들도 늘어나고 있지만, 대부분 박람회 참가업체를 대상으로 최대의 마케팅 효과를 거두기 위한 접근법 모색에 중점을 두고 있는 경우가 많다. 오늘날 현대 생활속에서 사람들은 매일 크고 작은 이벤트를 접하면서 일상생활과는 색다른 무엇인가를 추구하는 타인과 교류한다. 이러한 점에서 박람회 역시 하나의 이벤트로서 사람들의 삶 속에서 중요한 의미를 갖게 된다. 따라서 박람회를 단순히 기업의 마케팅 수단에만 국한시키는데 그칠 것이 아니라 좀 더 많은 사람들이 즐길 수 있는 생활속의 이벤트로서 자리매김하는 것도 중요하다. 이러한 박람회를 가능하도록 하기 위해서는 박람회 참가자들이 중요하게 생각하는 박람회의 추구편의 그리고 방문객의 만족도 및 재방문 의도에 대해 이해할 필요가 있어, 본 연구에서는 의료기기 박람회 참가자의 추구편의에 따른 만족 및 재참가 의도간의 영향관계를 살펴보고자 한다.

따라서 본 연구자는 보건의료기기 박람회 참관객을 대상으로 추구편의에 따른 만족도 및 행동의도에 대한 차이가 있는지를 알아보고자 하며, 궁극적으로 보건의료기기 박람회 홍보와 마케팅 차원에서 박람회 개최 기업과 해당 실무자들에게 향후 의료기기 박람회가 나아가야 할 방향을 제시하고, 또한 더 나아가 의료기기 시장의 의료기기에 관심이 있는 참가자들에 대한 통계자료를 제공하여 의료기기 시장의 세분화를 통한 마케팅과 효율적인 전략수립을 제시하는 데 그 의의가 있다고 하겠다.

## 2. 이론적 관계모형 및 가설

### 2.1 연구모형

본 연구목적 달성을 위해 선행연구들이 제시한 이론적 토대를 바탕으로 각 변인과 하위 관계요인에 대한 연구모형을 그림 1과 같이 설정하였다.



[그림 1] 구조방정식 모형

## 2.2 가설설정

본 연구에서 설정한 연구가설은 각 변수들 간의 관계를 규명하기 위하여 선행연구의 이론적 토대를 바탕으로 설정한 연구모형에 따라 다음과 같이 설정하였다.

### 2.2.1 추구편익과 만족과의 관계

오수영(2006)[8]은 지역축제 자원봉사자의 참여동기, 추구편익 및 만족에 관한 연구에서 편익추구가 만족에 유의한 영향을 미치며, 이금룡(2004)[9]은 편익추구 중 시설과 환경(physical environment)이 만족에 영향을 미친다고 하였다. 박혜원, 박주형, 임숙자(2004)[10]는 소비자들의 아울렛 점포추구혜택과 만족도는 아울렛 점포 전체 만족도에 영향을 미치고 아울렛의 수익창출에 직접적인 영향을 미칠 수 있으므로 아울렛 점포추구혜택과 만족도의 파악은 아울렛 마케팅에서 매우 중요하다고 지적하였다.

정보 이용자 만족은 이용자의 지각적 혹은 주관적 평가로서 정보품질을 측정된 결과이므로 정보품질에 따라 이용자 만족은 차이가 나타나게 된다(조현민, 2000)[11]. 정보 이용도와 만족도간의 연구에서 상호간에 영향관계임을 파악, 규명한 연구결과를 토대로 박휘정(2002)[12]은 관광정보 이용 동기의 충족여부와 만족간의 관계를 연구한 결과 관광자의 정보에 대한 이용 동기에 따라 실제성과인 이용자만족도에는 차이가 나타났다. 한편 Bailey 와 Pearson(1983)[13]의 연구에서 추출된 정보 이용요인을 중심으로 정보이용요인과 만족도간의 영향관계를 실증 연구한 장창균의 연구(1999)[14]와 관광정보 이용요인과 만족도간의 관계를 연구한 김종택, 김혜정(2003)[15] 등에서도 영향관계가 검증되었다.

이와 같은 선행연구들을 비취 볼 때, 추구편익은 만족도에 영향을 미치는 것으로 보고 다음과 같은 가설을 설정하였다.

가설1. 보건의료기기 관람객의 추구편익은 만족도에 유의한 영향을 미칠 것이다.

### 2.2.2 추구편익과 행동의도간의 관계

김화경, 노용호(2006)[16]은 추구편익에 의한 전시박람회 관람객의 만족도와 행동의도의 연구에서 추구편익은 만족도에 유의한 영향을 미치며 행동의도에도 영향을 미친다고 하였다. 이미혜(2007)[17]는 공연이벤트정보 추구편익, 만족 그리고 재이용의도간의 영향연구에서 추구편익이 재이용의도에 유의한 영향을 미친다고 하였으며, 김성혁, 양병선(2001)[18]은 추구편익에 따라 해외여행상품 구매행동에 유의한 영향을 미친다고 하였다. 강지현, 전익기(2008)[19]은 스포츠산업 전시박람회 관람객의 추구편익이 만족도 및 행동의도에 영향을 미친다고 하였다. 이와 같은 선행연구들을 비취 볼 때, 보건의료기기 관람객의 추구편익이 행동의도에 영향을 미치는 것으로 보고 다음과 같은 가설을 설정하였다.

가설2. 보건의료기기 관람객의 추구편익은 행동의도에 유의한 영향을 미칠 것이다.

### 2.2.3 만족과 행동의도간의 관계

소비자 만족의 결과변수 및 효과는 전시박람회 성장을 하는데 매우 중요한 요소인데, 소비자가 자신의 선택과 경험에 대한 만족감이 재구매와 추천이라는 후속행위로 이어지기 때문이다. 즉 만족한 고객은 재구매를 하여 고정고객이 되는 것이고 긍정적인 구전효과는 전시박람회의 마케팅 노력 없이도 새로운 고객의 창출이 가능하기 때문이다. 즉, 고객만족이 행동의도에 직접적인 영향을 미친다는 결과를 다양한 분야에서 보고하고 있다 (Anderson & Sullivan, 1993; 이우재, 김우철, 1998; 박영기, 2004; 박경실, 김학신, 2005)[20-23]. 특히 김용만 등(2005)[24]은 방문만족과 같은 긍정적인 경험은 고객신뢰에 미치며 구전의도에 영향을 준다고 설명하였다.

이와 같은 선행연구들을 비취 볼 때, 보건의료기기 관람객의 만족은 행동의도에 영향을 미치는 것으로 보고 다음과 같은 가설을 설정하였다.

가설3. 보건의료기기 관람객의 만족은 행동의도에 유의한 영향을 미칠 것이다.

## 3. 연구방법

### 3.1 연구대상 및 표집방법

본 연구의 2009년 10월 22일 ~10월 24일까지 강원도 원주에서 열린 2009년 “원주의료기기 박람회” 관람객들을 연구대상으로 선정하였으며, 설문은 총 300부 중 획일적 응답 등 불성실하게 응답한 자료로 판단되거나 조사

내용의 일부가 누락(3문항 이상)된 50부를 제외한 총 250 부를 최종 유효 표본으로 사용하였다.

설문지 작성은 먼저 연구의 목적과 설문작성 시의 유의점을 인식시키고 보건의료기기 참관객의 만족도 및 행동의도에 대한 정서를 솔직하게 답할 수 있도록 시간을 할애하여 자기평가기입법(self-administration method)으로 실시하였다.

### 3.2 조사도구

본 연구에서 사용한 조사도구는 설문지로 자가평가기입법을 이용하였다. 설문문항의 구성은 표 1와 같다.

[표 1] 설문지의 구성

변인	하위요인	문항수
추구편의	여가활동	4
	구매활동	4
	정보획득	4
만족도	의료기기흥미만족	5
	시설서비스만족	3
	홍보만족	3
행동의도	재방문의도	2
	추천의도	2
참여자 특성		5
계		30

#### 3.2.1 추구편의

추구편의는 박람회 참관자들이 상품(상표)에 대한 지식의 일환으로서 상품의 속성과 관련되어 주관적으로 느끼게 되는 요구(needs)나 욕구(wants)를 말한다Gitelson 등(1990)[25].

추구편의의 측정문항은 Gitelson(1990)[25], 김성혁, 양병선(2001)[18]이 사용한 문항을 수정·보완하여 사용하였다. 설문지는 리커트(Likert) 5점 척도로 12문항으로 구성되어 “매우 그렇다 5점”, “전혀 그렇지 않다 1점”을 부여하였다.

#### 3.2.2 만족

본 연구에서는 만족을 보건의료기기 박람회 참관객의 참가 의사결정과정은 참가결정을 함으로써 끝나는 것이 아니라, 자신이 구매한 제품을 사용해가면서 만족 또는 불만족을 경험하게 되고, 자신의 구매결정에 대한 잘못을 평가하며 나아가 그 제품에 대한 재 구매 여부를 결정하는 일련의 과정으로 정의하고, 프로그램 만족을 측정하

기 위한 지표로 Beard et al(1987), Fisk & Young(1985), Oliver(1993)[26, 27, 28]의 기초 연구를 토대로 권정택(2001), 김병욱(2002), 박찬규(2005), 주영환(2007)[29, 30, 31, 32]등의 선행연구에서 사용한 설문문항을 본 연구의 목적에 맞게 학계 전문가들의 자문과 사전조사를 통하여 수정·보완하여 사용하였다. 설문지는 리커트(Likert) 5점 척도로 11문항으로 구성되어 “매우 그렇다 5점”, “전혀 그렇지 않다 1점”을 부여하였다.

#### 3.2.3 행동의도

행동의도(behavioral intention)는 만족의 결과 변수로서 신념과 태도가 행동화 될 주관적 기능으로서 의도는 개인의 태도와 행동사이의 중간변수로 인식되는 것이며, 개인의 주관적 상태를 의미하는 것이다.

따라서 행동의도는 소비자들이 어떤 대상에 대한 태도를 형성한 후 특정한 미래 행동의도로 나타내려는 개인의 의지와 신념으로 정의할 수 있으며, 만족의 결과변수로 재방문 행동, 추천의도 등으로 측정하였다. 행동의도로 장양태(2007), 김명희, 강인호(2007)[33,34]에서 사용한 측정항목을 수정·보완하여 사용하였다. 설문지는 리커트(Likert) 5점 척도로 11문항으로 구성되어 “매우 그렇다 5점”, “전혀 그렇지 않다 1점”을 부여하였다.

#### 3.2.4 일반적 특성

성별, 학년, 대학, 생활수준, 건강상태, 거주상태, 통학수단으로 구분하여 인구통계학적 특성을 파악하였다.

#### 3.2.5 조사도구의 탐색적 요인분석 및 신뢰도

본 연구에서는 설문지에 관한 문항을 더욱 세분화하기 위하여 SPSS Package를 이용하여 요인분석을 실시하였다. 그리고 확인적 요인분석을 통해서 수렴된 문항들을 중심으로 Cronbach' α에 의한 신뢰도 분석을 실시하였다.

설문지의 타당도는 김렬(1999)[35]이 제시한 내용타당도 방법 중 기존의 지식과 이론을 활용하였고, 이를 토대로 학계 전문가들의 자문을 통하여 문항의 적절성에 대한 검토과정을 거친 후 확인적 요인분석에 의한 구성타당도를 검증하였다. 확인적 요인분석(CFA : Confirmatory Factor Analysis)은 측정항목 간의 수렴 타당성과 판별타당성을 검증하는데 주된 목적이 있다(Pedhazur, Schmelkin, 1991)[36].

[표 2] 추구편익에 대한 탐색적 요인분석

문항	여가활동	구매활동	정보획득	Cronbach' $\alpha$
여가활동11	.870			.733
여가활동10	.865			
여가활동12	.841			
여가활동9	.724			
구매활동1		.825		.684
구매활동2		.819		
구매활동3		.788		
구매활동4		.696		
정보획득7			.811	.772
정보획득8			.781	
정보획득5			.744	
정보획득6			.661	
고유값	4.679	3.348	2.933	.807
분산(%)	32.323	20.564	18.107	
누적률(%)	32.323	52.887	70.994	

표 2에서 보는 바와 같이 추구편익에 대한 요인분석 결과 3개의 요인으로 추출되었다. 각 요인은 여가활동, 구매활동, 정보획득 요인으로 명명되었으며, 3개의 요인이 전체 12문항 분산의 70.994%를 설명하였고, 하위 요인의 적재값은 .661~.870 사이에 분포하였으며, 신뢰도는 .807로 비교적 높은 신뢰도가 있는 것으로 드러났다.

[표 3] 만족도에 대한 탐색적 요인분석

문항	의료기기 흥미만족	서비스 만족	홍보만족	Cronbach' $\alpha$
흥미만족2	.838			.837
흥미만족3	.816			
흥미만족1	.751			
서비스만족8		.896		.789
서비스만족9		.894		
서비스만족7		.826		
홍보만족6			.861	.830
홍보만족5			.851	
홍보만족4			.733	
고유값	3.795	3.318	2.446	.860
분산(%)	37.940	24.184	17.386	
누적률(%)	37.940	62.124	79.501	

표 3에서 보는 바와 같이 만족도 요인에 대한 분석 결과 1개 문항을 제거한 후, 10개 문항이 3개 요인으로 추출되었다. 각각의 요인은 의료기기 흥미만족도, 시설서비스만족도, 홍보만족도 요인으로 3개 요인이 전체 10개 문

항 분산의 79.501%를 설명하였고 하위 요인의 적재값은 .733~.896 사이에 분포하였으며, 신뢰도는 .860로 비교적 높은 신뢰도가 있는 것으로 드러났다.

[표 4] 행동의도에 대한 탐색적 요인분석

문항	추천의도	재방문의도	Cronbach' $\alpha$
추천의도4	.922		.782
추천의도3	.854		
재방문의도2		.837	.707
재방문의도1		.765	
고유값	2.844	1.571	.791
분산(%)	36.188	26.871	
누적률(%)	36.188	63.059	

표 4에서 보는 바와 같이 행동의도 요인에 대한 요인 분석 결과 재방문의도와 추천의도의 2개 요인으로 나누어졌으며, 2개 요인이 전체 4개 문항 분산의 63.059%를 설명하였고 하위 요인의 적재값은 .765~.922 사이에 분포하였으며, 신뢰도는 .791로 비교적 높은 신뢰도가 있는 것으로 드러났다.

### 3.2.5 자료처리방법

수집된 자료는 Windows용 SPSS 14.0과 AMOS 16.0을 사용하여 분석하였다.

인구통계학적 특성에 대하여 빈도와 백분율을 이용한 빈도분석을 실시하였으며, 척도의 타당도와 신뢰도를 알아보기 위해 Varimax 회전방법의 의한 요인분석(factor analysis)과 신뢰도 분석(reliability analysis)을 실시하였다.

각 요인에 대한 기술 통계분석(descriptive analysis)을 실시하였다. 가설 검정을 위해 구조방정식모형분석(Structural equation model, SEM)을 실시하였다. 모든 통계 분석은 유의수준은  $p < .05$ 로 설정하였다.

## 4. 연구결과 및 논의

### 4.1 조사대상자에 대한 일반적 특성

일반적 특성은 표 5에서 제시된 바와 같다.

[표 5] 연구대상자의 일반적 특성

구분	항목	빈도(명)	비율(%)
성별	남자	132	52.8
	여자	118	47.2
연령	20대	42	16.8
	30대	107	42.8
	40대	68	27.2
	50대이상	33	13.2
결혼유무	기혼	182	72.8
	미혼	68	27.2
건강상태	건강한편이다	203	80.8
	보통이다	39	15.6
	나쁜편이다	9	3.6
동행인 수	2인이하	33	13.2
	3~5인	112	44.8
	6인이상	105	42.0

성별은 남성이 52.8%, 여성이 42.2%로 남성이 여성보다 높은 양상을 보였다. 연령은 30대가 42.8%로 가장 높게 분포하였으며, 그 다음은 40대가 27.2%의 순으로 나타났다. 결혼유무는 기혼자가 72.8%로 미혼자 27.2%보다 높은 분포를 보였으며, 건강상태는 건강한편이 80.8%, 보통 15.6%, 나쁜 편이 3.6%로 분포를 보였고, 동행인 수에서는 3-5인이 44.8%로 가장 높은 분포를 보였다.

#### 4.2 추구편의, 만족, 행동의도의 기술통계

보건의료기기 박람회 관람객의 추구편의, 만족도와 행동의도에 대한 기술통계 분석 결과, 추구편의에서 정보획득은 4.43으로 가장 높았으며, 여가활동 3.99, 구매활동 3.76으로 높게 나타났다. 방문만족은 시설 서비스 만족이 3.47, 홍보만족은 3.22로 약간 높았으며, 의료기기 흥미만족은 2.96으로 약간 낮게 나타났다. 행동의도 요인에 대한 기술통계 분석 결과, 재방문 의도는 3.65, 추천의도 4.12로 높게 나타났다.

[표 6] 기술통계

변인	하위요인	M	SD
추구편의	여가활동	3.99	0.61
	구매활동	3.76	0.61
	정보획득	4.43	0.53
만족	의료기기흥미만족	2.96	0.74
	시설 서비스만족	3.47	0.66
	홍보만족	3.22	0.73
행동의도	재방문의도	3.65	0.55
	추천의도	4.12	0.34

#### 4.3 확인적 요인분석

1차 탐색적 요인분석을 거친 측정 항목에 대하여 연구 개념별로 2차로 확인적 요인분석을 실시하였다. 확인적 요인분석은 측정항목 간의 수렴타당성과 판별타당성을 검증하는데 주된 목적이 있다(Pedhazur & Schmelkin, 1991)[36]. 항목 구성의 최적상태를 도출하기 위한 각 단위별 적합도를 평가하여 표 7과 같은 확인적 요인분석 결과, 추구편의는 GFI .929, CFI .921, NNFI .922, RMR .031로 나타났으며, 만족도는 GFI .934, CFI .938, NNFI .907, RMR .038, 행동의도는 GFI .974, CFI .965, NNFI .966, RMR .021로 나타나 적합한 것으로 나타나 전체적으로 확인적 요인분석 결과는 양호한 것으로 결론을 얻었다.

[표 7] 확인적 요인분석

	$\chi^2$	DF	p	GFI	CFI	NNFI	RMR
추구편의	112.828	41	.000	.929	.921	.922	.031
방문만족	87.874	24	.000	.934	.938	.907	.038
재방문	12.887	2	.002	.974	.965	.966	.021

#### 4.4 연구모형의 적합도 평가

본 연구에 관한 가설의 적합도 검정을 위하여 구조방정식 모형을 이용하였다. 분석결과를 살펴보면 표 8과 같다.

[표 8] 연구모형의 적합도 검증

$\chi^2$	DF	P	GFI	CFI	NNFI	RMR
28.168	18	.060	.971	.976	.968	.018

일반적으로 모델 적합도 평가지표로 GFI, CFI, NNFI, RMSEA, RMR 등이 널리 사용된다. GFI, CFI, NNFI는 .8~.9 이상일 때, RMR는 .05 이하이면 좋은 모델로 평가 된다(김계수, 2008)[37]. 이 기준에 비추어 보았을 때, 우선 카이제곱( $\chi^2$ ) 통계량은 28.168(p=.05)로 나타나 적합하였으며, GFI(goodness of fit index)=.971, CFI(comparative fit index)=.976, NNFI(non-normed fit index)=.968로 나타났다. 그리고 RMR의 값은 .018로 나타나 전체모형이 비교적 적합함을 알 수 있었다. 따라서 전반적으로 이 연구에서 설정한 연구가설과 모형은 실증자료로서 무리가 없는 것으로 결론을 얻었다.

### 4.5 가설검정

본 연구는 연구모형이 적합한 것으로 결론을 얻어 개별가설을 검증한 결과 표 9와 같은 결과를 얻었다.

[표 9] 가설 검정

가설	Estimate	t-value	결과
H1 추구편익 → 만족도	.645	2.448*	채택
H2 추구편익 → 행동의도	.686	2.866*	채택
H3 만족도 → 행동의도	.783	6.813***	채택

가설 1인 ‘추구편익은 만족도에 영향을 미칠 것이다’라는 가설을 검정한 결과 두 변수 간 경로계수 .645( $t=2.448, p<.05$ )로 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타나 채택되었다. 추구편익이 높을수록 만족도가 높은 것으로 나타났다. 이러한 결과는 이지훈(2002), 노용호(2005), 강지현, 전익기(2008)[37, 3, 19]의 추구편익이 높으면 만족도 또한 높게 나타났으며, 박현숙(2006)[38]의 크루즈관광객들의 편익추구와 고객만족과 관계가 있는 것으로 나타났다. 즉, 보건의료기기 박람회 참가객들이 추구하고자 하는 편익이 어떠냐에 따라 만족정도가 높게 나타날 수 있다고 판단할 수 있다. 따라서 보건의료기기 박람회를 관람하면서 얻을 수 있는 추구편익에 대한 여러 요인들을 찾아내어 개발하고 참가객의 욕구 충족을 파악하여 관람 만족에 기여할 수 있는 마케팅 전략을 수립하는 것이 중요하다.

가설 2인 ‘보건의료기기 참가객의 추구편익은 행동의도에 유의한 영향을 미칠 것이다’라는 가설을 검정한 결과 두 변수 간 경로계수 .686( $t=2.866, p<.05$ )로 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타나 채택되었다. 이러한 결과는 박지선(2006)[39]의 컨벤션 참가자의 추구편익이 행동의도에 영향을 미친다는 연구결과와 일치하는 것이다. 따라서 향후 보건의료기기 박람회에서는 다양한 정보와 편의시설 및 프로그램을 개발, 확충해서 참가객들로 하여금 재방문 혹은 구전을 할 수 있도록 유도해야할 것이다.

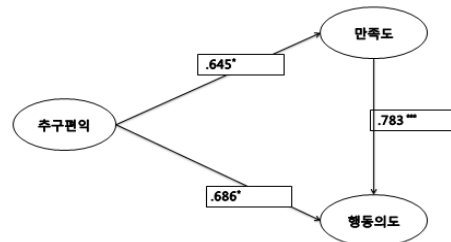
가설 3인 ‘만족도는 재방문 의도에 영향을 미칠 것이다’라는 가설을 검정한 결과 두 변수 간 경로계수 1.186( $t=2.066, p<.05$ )로 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타나 채택되었다. 만족도가 높을수록 재방문 의도가 높아지는 것으로 나타났다. 이 같은 결과는 방문만족이 재방문의도의 선행변수로 주장하는 Madrigal(1995), 김철우(2005), 하수영(2005), 강지현, 전익기(2008)[40-42, 19]의 선행연구들을 지지하는 것으로 나타났다. 즉 의료기기

박람회 참가객의 만족은 향후 행동의도에 매우 중요한 영향을 미친다는 주장과 같은 맥락이다.

또한 Oviver(1993)[28]는 소비자가 기대하는 만족은 구매 후의 태도변화에 미치는 영향을 모형화하였는데 이들의 연구는 재방문 행동에 대해 밝혀내고 있지는 못하지만 재방문의도의 변화에 영향을 미치는 영향변수로 작용한다고 제시하였다. 이에 또 다른 김철우(2005)[42]의 선행연구에서는 관광에 만족했을 때 재방문에 대한 의도가 높아진다고 지적하고 있다. 따라서 향후 보건의료기기 박람회프로그램에서는 다양한 정보와 편의시설 및 프로그램을 개발, 확충해서 교육 참여자들로 하여금 재방문을 할 수 있도록 유도해야할 것이다.

이와 같은 결과를 볼 때 서비스 경영이나 이벤트관리자는 박람회 참가객들의 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 것이다.

마지막으로 이 연구에서 제시된 구조방정식의 모형은 다음 [그림 2]와 같다.



[그림 2] 구조방정식 모형 결과

## 5. 결론 및 제언

본 연구는 보건의료기기 박람회 참가객들의 추구편익이 만족도와 행동의도의 관계를 분석함으로써 현재 의료기기 전시박람회에서 안고 있는 운영상의 문제점을 해결하고 미래 의료기기 박람회의 활성화 및 효율적인 운영을 위한 기초 자료를 제공하는데 연구의 목적을 두고 있다. 본 연구의 대상은 2009년 원주 보건의료기기 박람회에 참가객들을 모집단으로 선정하여 편의표본추출법 (convenience sampling method)에 의해 250명의 표본을 추출하였다. 수집된 자료는 SPSS 14.0과 AMOS 통계프로그램을 이용하여 분석하였다. 그 결과 각 변인간의 결과는 다음과 같다.

첫째, 보건의료기기 박람회 참관객의 추구편의이 만족도에 통계적으로 유의한 영향을 미쳤다.

둘째, 보건의료기기 박람회 참관객의 추구편의이 행동의도에 유의한 영향을 미쳤다.

셋째, 보건의료기기 박람회 참관객의 만족도는 행동의도에 영향을 미쳤다.

이상의 결과에서 보건의료기기 박람회의 참관객들은 박람회 참관을 통해 얻을 수 있는 추구편의이 만족과 행동의도에 중요한 역할을 하는 것으로 보아 차후 보건의료기기 박람회 개최 시 편익적인 측면과 긍정적인 이미지 구축으로 보건의료기기 박람회 참관객자의 만족을 유도하고 의료기기 박람회의 이미지를 지속적으로 구축할 수 있는 마케팅자료와 수요촉진 전략에 관심을 두어야 할 것으로 판단된다.

따라서 본 연구에서 나타난 이러한 결과를 통하여 다음과 같은 제언을 하고자 한다.

첫째, 본 연구에서 원주 보건의료기기 박람회의 참가자만을 대상으로 연구하여 결과를 일반화하는데 한계가 있었다. 따라서 추후 연구에서는 다양한 지역적 고려를 통해 전체 의료기기 박람회의 참가자의 이용 목적 및 특성을 파악하여 소비자의 행동 특성을 반영한 의료기기 박람회 개최에 필요한 전략을 수립함에 있어 일반화된 자료로 활용도를 높일 수 있을 것이다.

둘째, 보건의료기기 박람회의 성향과 참관자들의 욕구가 일치하는 전시회, 또는 전시시설과 상품, 서비스 등이 차후 행사시 행동의도로 이어 질 수 있도록 전시주체들은 전시기획을 하여야 할 것이다.

### 참고문헌

[1] 한국보건산업진흥원, 외국의 의료기기 정책·제도 조사 분석, 2007.  
 [2] 한일우, 소비자 구매용구에 따른 차량용 핸즈프리 디자인 개발에 관한 연구. 디자인학연구, 57, 313-322. 2004.  
 [3] 노용호, 산업전시박람회 참관객의 만족도와 행동의도 결정요인에 관한 연구. 경기대학교 대학원 박사학위논문, 2005.  
 [4] 김남수, 전시회 서비스품질이 전시참가 기업의 성과에 미치는 영향. 부산대학교 대학원 박사학위논문, 2005.  
 [5] 김옥희, 전시회, 방문동기, 속성, 만족 간의 영향 관계. 신라대학교 산업경영대학교원 석사학위논문, 2002.  
 [6] 박보연, 골프용품 박람회 참가자의 추구편의에 따른 서

비스품질과 재방문의시간의 관계. 국민대학교 스포츠산업대학원 석사학위논문. 2008.

[7] 강지현, 스포츠산업 전시박람회 참관객의 추구편의이 만족도 및 행동의도에 미치는 영향. 한국사회체육학회지, 34(1), 375-390. 2007.  
 [8] 오수영, 지역축제 자원봉사자의 참여동기, 추구편의 및 만족에 관한 연구. 경기대학교 대학원 석사학위논문. 2006.  
 [9] 이금룡, 노인 소비자의 호텔 휘트니스 클럽에 대한 추구편의와 만족도에 관한 연구. 사회과학연구, 18, 1-12. 2004,  
 [10] 박혜원, 박주형, 임숙자, 패션 아울렛 점포에 대한 추구혜택과 만족도 연구. 한국의류학회지, 28(7), 950-961. 2004.  
 [11] 조현민, 정보기술아웃소싱, 서비스만족도에 관한 실증 연구, 경희대학교 대학원 석사학위논문. 2000.  
 [12] 박휘정, 관광동기가 정보매체 이용 및 정보만족, 재이용의도에 미치는 영향. 동아대학교 대학원 석사학위논문. 2002.  
 [13] Bailey, J. E., & Pearson, S. W. Development of a tool of measuring and analyzing computer user satisfaction. Management Science, 29(5), 540-544. 1983.  
 [14] 장창균, 인터넷의 다차원적 사용이 정보만족 및 업무 성과에 미치는 영향. 조선대학교 대학원 석사학위논문, 1999.  
 [15] 김종택, 김혜정, 관광정보웹사이트정보의 실증분석에 관한 연구, 관광정책학연구, 제10권 제1호.p. 328-332. 2003.  
 [16] 김화경, 노용호, 추구편의에 의한 전시박람회참관객의 만족도와 행동의도, 호텔경영학연구, 15(4), 57-72. 2006.  
 [17] 이미혜, 공연이벤트정보의 추구편의, 만족 그리고 재이용간의 영향연구, 관광경영학연구, 32, 62-80.2007.  
 [18] 김성혁, 양병선, 추구편의에 따른 해외여행 패키지상품 구매행동에 관한 연구, 관광연구, 16(1), 2001.  
 [19] 강지현, 스포츠산업 전시박람회 참관객의 추구편의이 만족도 및 행동의도에 미치는 영향, 한국사회체육학회지, 34(1), 375-390, 2007.  
 [20] Anderson, E, F., & Sullivan, M, W, The antecedents and consequences of customer satisfaction for firms, Marketing Science, 12(2), 125-143, 1993.  
 [21] 이유재, 김우철, 물리적환경이 서비스품질평가에 미치는 영향에 관한 연구, 마케팅 연구, 13(1), 61-89, 1998.  
 [22] 박영기, 호텔 고객의 불평행동관리가 호텔 재방문과 추천의도에 미치는 영향. 경원대학교 대학원 박사학위논문, 2004.  
 [23] 박경실, 김학신, 여행객의 골프장 선택과 추구가치 유형이 만족도와 구전의도, 충성도에 미치는 영향, 한국



사회체육학회지, 44(4), pp. 565-573, 2004.

[24] 김용만, 이준원, 서희정, 리조트 이용객의 서비스품질 및 고객지향성과 고객만족, 고객태도, 고객신뢰, 재방문 의도 및 타인추천의도와와의 관계, 한국체육학회 학술발표, 42, 2005.

[25] Gitelson, R. J., & Kerstetter, D. L., The relationship between sociodemographic variables, benefits sought and subsequent vacation behavior: A case study. *Journal of Travel Research*, 28(3), pp.24-29, 1990.

[26] Beard, J. G., & Rahgeb, M. G, Measuring leisure satisfaction, *Journal of Leisure Research*, 12, pp. 22-23, 1987.

[27] Fisk, S. T., & Young, C. E, Disconfirmation of equity expectation: Effects on consumer satisfaction with services, In *Advances in Consumer Research*, 12, eds. Hirschman, E. C. & Holbrook, M. B. Provo, UT: Association for consumer research, pp.340-345, 1985.

[28] Oliver, R. L, A conceptual model of service quality and service satisfaction: Compatible goals, Different concepts, *Advances in service marketing and management: research and practice*, 2, Teresa A. Swartz, David E, Bowen, and Stephen W. Brown(eds.), Greenwich, C.H.: JAI Press: pp. 65-85, 1993.

[29] 권정택, 관광이벤트의 방문동기와 사후 이미지가 만족과 재방문 의도에 미치는 영향, 대구대학교 대학원 박사학위논문, 2001.

[30] 김병욱, 골프클럽의 서비스품질이 이용자 만족 및 재구매 의도에 미치는 영향, 동국대학교 관광경영대학원 석사학위논문, 2004.

[31] 박찬규, 골프연습장 종합적 서비스품질, 고객만족, 재이용의도, 구전의도의 관계, 한국체육학회지 제44권 6호. pp. 865-872, 2005.

[32] 주영환, 해외 골프관광객의 지각된 가치가 만족과 충성도에 미치는 영향, *관광연구저널*, 21(2), pp. 325-337, 2007.

[33] 장양래, 최초방문자와 재방문자간의 지역축제 동기, 만족평가와 행동의도, 지역문화 인식 비교 연구, *관광경영학연구*, 11(1), pp.167-191, 2007.

[34] 김명희, 강인호, 한류가 한국관광지 이미지, 관광객 만족과 행동의도에 미치는 영향, *관광연구*, 22(3), pp. 359-380, 2007.

[35] 김렬, 사회과학조사방법론. 서울 : 도서출판 박영사, 1999.

[36] Pedlhazur, F. J., & Schmelkin, L. P. *Measurement, Desing, and Analysis: An Integrated Approach*, Earlbaum, Hillsdale, NJ, 1991.

[37] 이지훈, 관광경험이 추구편의와 만족도에 미치는 영향, 동아대학교 대학원 석사학위논문, 2002.

[38] 박현숙, 추구편의에 따른 크루즈관광객의 시장세분화에 관한 연구, 부경대학교 대학원 석사학위논문, 2006.

[39] 박지선, 한국국제전시시장 KINTEX 전시/컨벤션 유치 활성화를 위한 개최지 속성과 참가자의 만족도 상관관계에 관한 연구, 서강대 언론대학원 석사학위논문, 2006.

[40] Madrigal, R. Cognitive and affective determination of fan satisfaction with sporting event attendance, *Journal of Leisure Research*, 27(3), pp. 205-227, 1995.

[41] 김철우, 스포츠관광의 참가동기, 관광지 속성평가가 재 참가 및 전환의도에 미치는 영향, 계명대학교 대학원 박사학위논문, 2005.

[42] 하수영, 스포츠관광객의 선택속성 및 만족 구조, 숙명대학교 대학원 박사학위논문, 2005.

**문 태 영(Tae-Young Moon)**

[정회원]



- 1993년 2월 : 국민대학교 체육학과 (운동생리학 체육학석사)
- 2000년 2월 : 명지대학교 체육학과 (이학박사)
- 2005년 3월 ~ 현재 : 강원대학교 응급구조학과 교수

<관심분야>  
보건의학·건강증진

**노 상 균(Sang-Gyun Rho)**

[정회원]



- 2005년 2월 : 연세대학교 보건관리학 (보건학석사)
- 2009년 8월 : 원광대학교 의학과 (의학박사)
- 2006년 3월 ~ 현재 : 호원대학교 응급구조학과 교수

<관심분야>  
의·생명공학