ISSN 2509-2817 KiDRS Korea Institute of Design Research Society 통권 33호, 2024. Vol.9 No.4

IPA 분석을 통한 아트부산 2023 참관자의 선택속성 중요도와 만족도에 관한 연구

A Study on the Importance and Satisfaction of Selective Attributes at Art Busan 2023 through IPA Analysis

주 저 자 : 손영희 (Son, Young Hee) 홍익대학교 국제디자인전문대학원 박사과정

공 동 저 자 : 나 건 (Na, Kwon) 홍익대학교 국제디자인전문대학원 교수

교 신 저 자 : 김현선 (Kim, Hyun Seon) 홍익대학교 국제디자인전문대학원 교수
imhappycity@gmail.com

https://doi.org/10.46248/kidrs.2024.4.123

접수일 2024. 10. 10. / 심사완료일 2024. 10. 12. / 게재확정일 2024. 10. 18. / 게재일 2024. 12. 30.

Abstract

This study investigates the importance and satisfaction of selection attributes among visitors of the Busan Art Fair using the IPA technique. The objective is to evaluate which attributes visitors prioritize and how satisfied they are with them. The study examines 26 selection attributes, finding that the average importance rating was 4.0472, with key attributes including the exhibition hall's size, location, design, and booth map. Satisfaction averaged 3.9586, with notable attributes also including soundproofing, lighting, and exhibition hall layout. Overall, 15 important attributes for importance and 14 for satisfaction were identified, highlighting areas for potential improvement in the visitor experience.

Keyword

Art Busan(아트부산), Selective Attributes(선택속성), IPA분석(IPA Analysis)

요약

이 연구는 부산 아트페어 방문객의 선택 속성에 대한 중요성과 만족도를 IPA 기법을 통해 분석했다. 연구의 목적은 방문객들이 중요하게 생각하는 요소와 그에 대한 만족도를 평가하는 것이다. 연구 방법으로는 26개 선택 속성에 대한 중요도와 만족도를 조사하였다. 결과적으로, 중요도 평균은 4.0472로, 전시홀의 크기, 위치, 디자인, 부스 맵 등이 높은 평가를 받았다. 만족도 평균은 3.9586으로, 전시홀의 크기와 위치, 디자인 외에도 방음, 조명 등 여러 요소에서 긍정적인 반응을 얻었다. 총 29개 항목이 중요도 및 만족도에서 두드러진 것으로 나타났다.

목차

1. 서론

2. 이론적 배경

2-1. 아트부산 현황

2-2. 전시회 참관자 선택속성

2-3. IPA(Imoortance-Performance Anailysis)의 중요도와 만족도

3. 연구설계

3-1. 연구모형

3-2. 자료수집과 분석방법

4. 결과 분석

4-1. 표본의 인구 통계적 특성

4-2. 아트부산 2023의 선택속성 분석

4-3. 아트부산 2023 선택속성의 IPA분석

5. 결론 및 시사점

참고문헌

1. 서론

제 11회 아트부산 2023는 아트부산의 성장과 더불어 도시 곳곳의 다양한 문화공간, 예술행사 및 휴양시설이 늘어나고 그 수준 또한 높아지며 많은 방문객들이 실제로 아트부산 기간 동안 일부러 휴가를 내고 각자의 방식으로 아트부산을 즐기는 문화가 정착된 것

으로 나타났다. 또한, 아트부산은 국내외 아트페어가 점차 늘어나는 상황에서 방문객들의 기대에 부응하기 위해 갤러리 심사과정부터 참가 갤러리별 출품작 수준 및 특색 있는 부스 디자인을 위한 사전 논의와 준비작업을 진행해왔다. 올해 총 270개 갤러리가 참가신청해 역대급 경쟁률을 기록했고, 이로 인해 더욱 엄격하고 공정한 심사과정을 도입했다. 2022년부터 적용한 심사기준을 더욱 보강해 물리적인 공간 보유 여부, 연간 기획전시 개최횟수 및 수준, 홈페이지 및 SNS 관리 정도, 해외 페어 및 기관과의 협업, 전속작가 인원 및 수준 등 다양한 항목에 대한 심사를 팀과 자문위원회를 통해 진행되었다.

특히, 아트부산 기간 동안 전국에서 많은 방문객들이 찾았을 뿐만 아니라, 부산 전체가 그 어느 때보다 다채로워진 문화행사로 각자 손님을 맞이했다. 해외 주요 아트페어가 열리는 기간에는 시너지를 노리고 함께 개최하는 위성 아트페어가 색다른 재미를 더하는데, 2023년 아트부산 기간엔 '롯데아트페어 2023'와 '더코르소 아트페어-부산'이 동시에 개최되어 관람객들에겐 다양한 볼거리를, 미술관계자들에겐 더 많은 홍보와 판매 기회를 제공했다. 또한 아트부산에서는 기존 프로그램을 포함해 그 어느 때보다 강화된 부대 프로그램을 준비하였다. 부산의 주요 갤러리와 문화예술 공간을 함께 방문하는 투어 프로그램인 '아트버스', 지역 내 프라이빗 컬렉션이나 작가 작업실을 방문하는 프로그램, 국내외 미술계의 중심에 있는 작가들을 포함한 다양한 미술관계자들과의 컨버세이션스 대담, 행사기간 밤마다 아트부산과 참가 갤러리가 공동으로 기획한 에프터파티 등 행사기간 내내 미술애호가들을 위한 다양한 시간이 마련되었다고 한다.

지금까지 아트 페어에 관한 선행연구로는 아트페어(이혜민, 2020: 손영희, 2018: 김선영, 이의신, 2018: 정종효, 2016), 전시박람회 서비스품질(조철호, 김성아, 2007), 디자인 아트(최단비 외, 2013: 강현대, 김소현, 2012) 사회계층 간의 여가소비(한교남, 한범수, 2011), 아트투어 특성(이지연, 정남호, 2022) 등의 연구가 있으나 아직까지 많이 미흡한 실증이다.

따라서 본 연구에서는 아트부산 2023의 선택속성에 대한 중요도와 만족도를 IPA기법을 통하여 전시참가자들에 대한 지속가능한 아트부산에 대한 실무적 시사점을 도출하고자 한다.

2. 이론적 배경

2-1. 아트부산 현황

아트부산 2023는 21개국 133개 갤러리가 참여해 대성황을 이룬 행사로 국제갤러리, 갤러리현대, PKM갤러리 등 102개 국내화랑과 타데우스로팍, 화이트스톤, 그레이 등 31개 해외화랑이 참여했다. VIP 프리뷰인 5월 12일부터 7,884명의 VIP들이 방문해 아트부산을 향한 열기를 체감할 수 있다. 특히 올해는 VIP를 2종류(Yellow, Blue)로 구분해 입장 가능시간 11시와 14시로 다르게 적용하였고, 이를 통해 초대된 VIP 중에서도 실제 구매력이나 구매의사가 높은 고객들이 여유있게 관람하며 작품에 대한 문의와 구매를 할 수 있는 환경을 제공했다. 참가화랑 관계자들 역시 집중도 있게 고객들을 응대할 수 있었다며 공통적으로 만족감을 나타냈다. VIP(Blue) 카드 소지자 입장 때는 많은 인파가 몰려 100m 이상의 대기줄이 이어졌다. VIP 혜택이 미포함된 프리뷰 입장티켓을 한정수량 사전 판매해 매진되기도 했다. 행사를 앞두고 완화된 방역수칙으로 마스크 착용준수 외 별도의 방역지침은 없었지만, VIP 카드 양도 또는 중복사용 방지를 위한 현장 모바일 등록절차를 거치면서 대기가 예상보다 더 길어지기도 했다.[1)]

올해는 참여화랑들의 더욱 활발해진 프리뷰 활동과 한층 성숙해진 컬렉터 문화로 페어 오픈 전부터 판매 또는 리저브된 작품이 특히 많았는데, 베를린의 페레스 프로젝트는 도나 후앙카의 회화 4점을 포함해 오스틴 리의 특별전 전시작 포함 대부분의 작품을 사전에 판매 완료했다. MZ세대 컬렉터의 유입으로 더욱 주목받는 갤러리스탠, 갤러리 구조, 실린더, 투스데이 투 프라이데이와 같은 화랑들이 첫날 대부분의 작품을 판매했고, 첫 참가로 주목받은 시카고의 그레이는 하우메 플렌자의 5억원대 청동 두상 작품, 데이비드 호크니의 6억원대 8.7m 대형작품, 알렉스 카츠의 회화작업 다수를 판매했다. 국제갤러리와 갤러리현대 모두 주요 작가들의 작품들을 첫날 모두 완판했으며, 최근 서울에 공간을 오픈한 탕 컨템포러리 아트 또한 우 웨이, 아이웨이웨이, 자오자오를 포함해 출품작 대부분을 판매하는 성과를 기록했다. 미국 그레이에서 출품한 50억원대 인 피카소의 '남자의 얼굴과 앉아있는 누드'(1964), 독일 이프리미디스에서 선보인 게르하르트 리히터의 뉴욕 MoMA 회고전 전시작품, 벨베데레 미술관에서 소개한 구스타프 클림트의 '더키스 NFT' 작품과 아트부산 특별전을 위해 장소특정적 작업을 선보인 오스틴 리까지 그 어느 때보다 다양해진 대표작들을 보기 위해 관

1) 아트페어 2023, (2024.03.15.). www.biaf.co.kr/

란객들 발걸음이 첫날부터 이어졌다.

또 초대된 기자단을 위한 프레스 투어 2회와 VIP를 위한 스페셜리스트 투어 15회 또한 이날 이루어졌고, 작년에 이어 행사장 내에서 별도의 개막 행사는 진행하지 않았다. 이어서, 파라다이스호텔 부산에서 19시부터 진행된 VIP 오프닝 리셉션 및 디너파티에서는 VIP(Yellow), 참여화랑 관계자, 아트부산 조직위원, 운영위원, 후원회 등 350여명의 인사들이 참석해 자리를 빛냈다. 무엇보다, 다그마 슈미트 타르타글리 주한 스위스 대사를 포함해 4개국 대사와 명예영사단 회장단, 글로벌 아트 플랫폼인 아트시Artsy, 벨베데레 미술관 관장 등 해외 주요 귀빈 및 미술관계자 또한 참석해 아트부산의 강화된 글로벌 인지도를 확인했다.

2-2. 전시회 참관자 선택속성

일반적으로 속성(attribute)이란 어떤 상품이 가지는 유·무형의 특징으로서 따라서 상품은 여러 가지 속성들의 묶음이라고 할 수 있는데, 예컨대, 전시회의 속성으로는 서비스품질, 분위기, 위치, 가격수준, 서비스의 질, 부스의 배치 등을 들 수 있다.[2)]

컨벤션 선택속성은 시설이라는 유형적 상품뿐만 아니라 인적서비스라는 무형의 상품이 결합되어 있으며[3)], 일반 소비제품에 비해 그 종류가 다양하고 복합적으로 연계되어 상호작용을 하고 있다.[4)] 이러한 컨벤션 선택속성은 참가자의 주최자들의 개최지 선정 요인과 컨벤션 참가 결정에 영향을 미치기 때문에 마케팅 전략과 효과적인 컨벤션 유치를 위해서는 선택속성을 규명할 필요가 있다.[5)] 또한 컨벤션 개최지 선택속성은 컨벤션 참여자 만족과 재참가 의사에 영향을 미쳐 컨벤션산업의 경쟁력을 결정하게 되는데, 이러한 점에서 컨벤션 선택속성은 컨벤션산업의 경쟁력을 결정하는 중요한 원천이 된다.[6)]

Oppermann and Chon(1997)에 의하면 컨벤션 개최지의 선택에는 주관단체의 성격컨벤션의 유형, 참가자 규모와 개최기간 등과 같은 컨벤션 자체의 기획특성 이외에도 개최지 선택속성이라는 변수가 개입되어 결정된다고 하였다.[7)] 최정자 외 (2006)은 참가업체 관점에서 참가 결정요인, 참가목적, 주최자의 전시회서비스에 대한 IPA연구에서 “2005 컨벤션산업전”에 참가한 업체들의 참가목적은 새로운 고객과의 접촉 및 발굴과 신규시장 개척이 가장 중요하게 인식되었다. 또 전시회에 참여를 결정하는 가장 중요한 요인은 전시회의 명성으로 나타났으며, 전시서비스에 대한 중요도는 전시부스의 배치가 가장 높게 나타났다.[8)] 이태숙, 김철원 (2009)은 컨벤션 개최 목적에 따라 회의유형별에 의한 컨벤션 참가자의 선택속성과 만족도에 관한 인식차이 연구에서 회의유형별 컨벤션 참가자의 행동특성에 대한 차이 검증에서는 회의 유형별 유의한 차이가 있는 것으로 나타났으며, 특히 개최지 매력도 평가와 의사결정시의 영향에서 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다.[9)]

김정아 (2009)는 외국인 참가자의 컨벤션 만족에 영향을 주는 컨벤션 속성에 관한 연구에서 전시 컨벤션에서 외국인들의 참가와 국제회의 참가자의 만족도에 영향을 미치는 서비스 선택속성에는 차이가 있다는 것을 검증하였으며, 국제회의 참가자들이 전시회 참가자보다 선택속성에 대한 만족도가 높다는 것을 감즌하였다.[10)] 장인식 외 (2010)은 전시회 전시자의 중요도와

2) Kotler, P., & Levy, S. J. Demarketing, yes, demarketing. Brands, Consumers, Symbols and Research, 1999. Sydney J. Levy on Marketing, DW Rook (ed.). Sage Publications Inc.: Thousand Oaks, CA, USA, pp.75-83.

3) 양준희·이병철, 온라인 (Virtual) 컨벤션 서비스품질이 참가자의 재이용의도에 미치는 영향 장된계획행동이론 (ETPB) 을 중심으로, 관광학연구, 2023, 제47권 제1호, pp.111-130.

4) 김희진·김인신, 컨벤션 참가자의 참여제약 고찰 및 참여 의사결정과정 분석-확장된 목표 지향적 행동모형 적용, 관광학연구, 2016. 11, 제40권 제10호, pp.155-169.

5) Nam, T. Y. A Study on the Differences in Hotel Choice Factors according to the Payment Level of Accommodation Charge. The Journal of the Convergence on Culture Technology, 2020. 08. Vol.6, No.3, pp.33-43.

6) 신영선·양길승·김양금, 컨벤션 개최지 선택속성에 따른 만족이 재참가 및 추천의사 의도에 관한 연구, 문화관광연구, 2008, 제10권 제1호, pp.99-111.

7) Oppermann, M., & Chon, K. S. Convention participation decision-making process. Annals of tourism Research, 1996. 02. Vol.24, No.1, pp.178-191.

8) 최정자·이선화·김금림, 참가업체 관점에서 본 참가목적, 결정요인 및 주최자의 전시회서비스에 대한 중요도와 만족도 연구: 컨벤션산업전 사례중심으로, 관광연구, 2006. 05. 제21권 제1호, pp.251-264.

9) 이태숙·김철원, 컨벤션 개최 목적에 따른 회의유형별 컨벤션 참가자의 선택속성 및 만족도에 관한 인식차이 연구, 관광연구, 2009, 제24권 제5호, pp.85-105.

개최성과 분석과 전시회 전략 연구에서 IPA르 이용한 결과 중요도와 개최성과에서 현황파악, 경쟁자의 정보, 경쟁회사와의 지속적 경쟁관계 유지, 시장조사, 직원의 사기 증진, 전시회 참여시 다른 업체와의 경쟁우위, 기존 판매 대리점의 관심유도 등의 변수는 전시회 참가에서 중요한 사항이 아니며, 현황파악과 시장조사의 변수를 제외하면 개최성과 또한 높게 나타나지 못한 것으로 나타났다.[11] 김홍렬 (2012)는 전시회 참가결정요인과 이미지가 참가성과에 미치는 영향 연구에서 전시회 참가결정요인은 참가성과에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 조사되었다. 참가성과 요인 중에서 「동기부여」요인만이 내부결정요인에 유의하지 않은 것으로 나타났으나 나머지 모든 변수 즉, 판매활동, 관계구축, 정보수집과 경쟁력 제고요인은 참가결정요인에 대해 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다.[12]

Rogers (1998)는 컨벤션 목적지를 컨벤션 개최에 도움이 되는 다양한 회의 개최장고, 관광시설 및 매력물, 보조 서비스 및 적절한 기반시설을 갖추고 있는 도시 또는 지역이라고 정의하였다.[13] Walker(1995)는 만족을 기대와 지각된 성과간의 일치여부로 구분해, 지각된 성과보다 높을 경우는 만족, 지각된 성과가 기대된 성과보다 낮을 경우는 불만족으로 정의하고 있다.[14] 즉 컨벤션 참가 전의 기대된 성과인 선택속성의 중요도와 컨벤션참가 후 지각된 성과인 선택속성에 대한 제공도의 차이를 비교하여 성과가 기대보다 높게 나타날 때 컨벤션 선택속성의 제공도가 중요도보다 더 높을 때 컨벤션 참가에 만족한다고 나타났다.

10) 김정아, 외국인 참가자의 컨벤션 만족에 영향을 주는 컨벤션 서비스 속성에 관한 연구, 관광연구, 2009, 제24권 제2호, pp.127-143.

11) 장인식·임묵·박종진. 전시회 전시자의 중요도-성과 분석을 통한 전략방안 연구, 관광연구, 2010, 제25권 제1호, pp.247-261.

12) 김홍열, IPA 분석을 이용한 전시회 참관객의 참관결정요인과 체험 연구, 호텔관광연구, 2012, 제14권 제1호, pp.259-270.

13) Rogers, M., & Rogers, M.. The definition and measurement of innovation, 1998. Vol. 98. Parkville, VIC: Melbourne Institute of Applied Economic and Social Research.

14) Walker, H., Colvin, G., & Ramsey, E. Antisocial Behavior in School: Strategies and Best Practices. Behavioral Disorders, 1996, Vol.21 No.3, pp. 253-255.

2-3. IPA(Imoortance-Performance Anailysis)의 중요도와 만족도

Martilla and James (1977)가 처음으로 개발하였으며, 그들은 자동차사업에서의 중요도를 분석하기 위해 총14개의 설문을 선택속성에 적용, IPA기법을 처음으로 제시하였다. 또 자동차사업 시장에서 본사의 경쟁력을 가시적으로 확인 가능하여 심리학, 교육, 은행, 마케팅, 스포츠, 건강 등 다양한 분야에서 활용되고 있으며, 여러 가지 선택속성들을 제공하는 연구 대상인 관광지, 제품, 회사 등에서 여러 속성들의 상대적인 성과의 과정과 중요성이 효과적으로 활용된다고 하였다.[15]

IPA는 복잡하고 다양한 성격을 가진 모든 항목들을 평가할 뿐만 아니라 기존의 전문적인 통계기법을 사용하지 않고도 선택된 평가속성들의 매트릭스를 적용하여 평균값을 이용하여 쉽고 빠르게 연구의 결과를 도출하기 때문에 정해진 예산과 인적자원으로 우선적 사항을 결정하는데 유용하다.[16]

IPA 기법은 다속성 모델(multi- attribute model) 구조로서 서비스와 상품에 대한 이용자의 만족도와 중요도를 측정하기 위해 서비스 이용 전, 각각의 속성들의 중요도를 먼저 측정하고, 측정 속성에 대한 만족도를 평가하게 되며, 각각의 속성들의 상대적인 중요도와 만족도를 동시에 비교하는 분석방법이다.[17] IPA분석은 소비자가 상품 혹은 서비스의 어떠한 속성들에 대하여 중요도와 만족도를 직접적으로 측정, 평가하여 중요도와 만족도를 동시에 확인하는 방법이다.[18] SWOT분석도 비슷한 분석인데, 이는 회사경영의 입장에서 회사운영이나 직원관리에 효율적이고 활성화 대안을 모색하는

15) Evans, M. R., & Chon, K. S.. Formulating and Evaluating Tou Rism Policy Using Importance-Performance Analysis. Hospitality Education and Research Journal, 1989, Vol.13 No.3, pp.203-213.

16) 공기열, IPA 기법을 이용한 여가활동 평가, 관광연구, 2006, 제20권 제3호, pp.285-303.

17) Hammitt, W. E., Bixler, R. D., & Noe, F. P. Going beyond importance-performance analysis to analyze the observance-influence of park impacts. Journal of park and Recreation Administration, 1996, Vol.14 No.1, pp.45-62.

18) Atzori, R., Shapoval, V., & Murphy, K. S. Measuring Generation Y consumers' perceptions of green practices at Starbucks: An IPA analysis. Journal of foodservice business research, 2018, Vol. 21 No.1, pp.1-21.

방법으로 IPA 분석법과는 많은 차이가 난다고 할 수 있다.[19]

IPA분석에서는 각각의 선택속성에 대한 평균값을 측정하여 1사분면의 집중노력 지향, 2사분면인 유지와 강화, 3사분면인 열등순위, 4사분변의 과잉노력 지양으로 매트릭스화 하여 결과를 제시하고 있다.[20] IPA매트릭스는 X축의 중요도와 Y축의 만족도 속성으로 구성이 되며, 평균값을 구하여 4사분면으로 영역을 표시한다. 그리고 각각의 의미를 부여하면서 결과와 판단을 제시하게 되는 것이다.[21]

3. 연구설계

3-1. 연구모형

이 연구의 목적을 달성하기 위해 아트부산을 방문한 참관자들을 대상으로 선택속성의 중요도와 만족도에 대해 총 26개의 항목을 도출하여 IPA분석을 통하여 연구의 실무적 시사점들을 다음과 같이 도출하고자 하였다.

첫째, 아트부산의 선택속성을 측정하여 더 중요한 중요도와 만족도를 밝혀낸다.

둘째, 아트부산 선택속성을 IPA기법을 통하여 얻어진 자료로 IPA메트릭스를 도출한다. 도출된 결과를 바탕으로 각 속성별로 실무적 시사점을 제시한다.

3-2. 자료수집과 분석방법

실증적 분석을 위한 자료 수집은 연구자가 직접 담당할 것이며, 응답자가 질문시 조사목적, 조사방법, 조사내용 등을 충분히 설명할 예정이다. 자료 수집은 부산 아트부산 2023를 방문한 소비자들을 대상으로 설문을 실시하였다. 조사기간은 2023년 5월 7일부터 5월 11일까지 실시하였으며, 300부를 실시하였다. 그 중 미완성되거나 불성실한 설문지 36부를 제외한 264부를 분석에 이용하였다. 연구의 통계분석 방법은 SPSS WIN 25.0을 이용하여 기술분석, 빈도분석, IPA 분석 등을 실시하였다.

4. 결과 분석

4-1. 표본의 인구 통계적 특성

전체 조사대상 표본은 264명을 대상으로 인두통계학적 빈도분석을 한 결과 성별은 남성이 91명(34.5%), 여성이 173명(65.5%)로 나타났다. 결혼은 미혼 111명(42.0%), 기혼 153명(58.0%)으로 나타났다. 학력은 4년제 졸업이 155명(58.7%)로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 대학원 이상 72명(27.3%), 2년제 졸업 35명(13.3%), 고졸이하 2명(0.8%) 순으로 나타났다. 연령은 21~30세 이하 3명(1.1%), 31~40세 이하 76명(28.8%), 41~50세 이하 42명(15.9%), 51~60세 이하 104명(39.4%), 61세 이상 39명(14.8%)로 나타났다. 월평균 소득은 200만원 미만 21명(7.9%), 201~250만원 이하 21명(7.9%), 251~300만원 이하 69명(26.1%), 301~350만원 이하 73명(27.7%), 351~400만원 이하 69명(29.1%), 401만원 이상 11명(4.3%)으로 나타났다. 직업으로는 주부 7명(2.7%), 자영업 47명(17.8%), 공무원 22명(8.3%), 교수(교사) 38명(14.4%), 회사원 114명(43.2%), 전문직 30명(11.4%), 기타 6명(2.3%)으로 조사되었다.

[표 1] 표본의 인구 통계적 특성

구분		빈도	%	전체
성별	남	91	34.5	264 (100%)
	여	173	65.5	
결혼	미혼	111	42.0	264 (100%)
	기혼	153	58.0	
학력	고졸미만	2	0.8	264 (100%)
	전문대졸업	35	13.2	
	대학졸업	155	58.7	
	대학원 이상	72	27.3	
나이	21~30	3	1.1	264 (100%)
	31~40	76	28.8	
	41~50	42	15.9	
	51~60	104	39.4	

19) 손용정, SWOT/AHP 분석을 이용한 광양항의 발전 전략에 관한 연구, 한국항만경제학회지, 2011, 제27권 제1호, pp.247-262.

20) Nizza, I. E., Farr, J., & Smith, J. A. Achieving excellence in interpretative phenomenological analysis (IPA): Four markers of high quality. Qualitative Research in Psychology, 2021, Vol.18 No.3, pp.369-386.

21) O'Neill, M. A., & Palmer, A. Importance-performance analysis: a useful tool for directing continuous quality improvement in higher education. Quality assurance in education, 2004, Vol.12 No.1. pp.39-52.

	61세 이상	39	14.8	
월 평균 소득	200만원 이하	21	7.9	264 (100%)
	201~250만원 이하	21	7.9	
	251~300만원 이하	69	26.1	
	301~350만원 이하	73	27.7	
	351~400만원 이하	69	26.1	
	401만원 이상	11	4.3	
직업	주부	7	2.7	264 (100%)
	자영업	47	17.8	
	공무원	22	8.3	
	교수(교사)	38	14.4	
	회사원	114	43.2	
	전문직	30	11.4	
	기타	6	2.3	

4-2. 아트부산 2023의 선택속성 분석

4-2-1. 아트부산 2023의 중요도 분석

다음의 [표 2]는 아트부산 2023의 선택속성별 항목들을 각각 독립적으로 고려하여 중요도를 살펴본 결과이다. 평균(4.0472)보다 높이 나타난 결과는 총 15개로 나타났다.

아트부산의 선택속성별 중요도를 분석한 결과 전시회장의 동선, 통로 넓이(4.3220)가 가장 중요한 선택속성으로 나타났으며, 그 다음으로 미술관계자와의 원활한 소통(4.2955), 전시장 내·외 치안(4.2971), 전시회장의 크기, 위치, 디자인, 부스 안내도(4.2849), 화재경보 등 안전유지(4.2348) 등이 중요한 선택속성인 것으로 나타났다. 하지만 복도 엘리베이트의 접근 용이성(3.5530)이 가장 중요하지 않은 선택속성으로 나타났으며, 그 다음으로 판촉물이이나 무료샘플제공(3.6288), 전시회장의 방음, 조명, 음향(3.7159), 전시회 홈페이지 및 광고 운영(3.8144), 각종 전시장 안내 표지판(3.8902) 등이 중요하지 않은 선택속성인 것으로 나타났다.

[표 2] 아트부산 2023의 중요도 분석

선택속성	평균	표준편차	순위
전시회장의 크기, 위치, 디자인, 부스 안내도	4.2349	.91759	4
전시회장의 편의시설, 첨단커뮤니케이션 시설	3.9735	.99201	18
전시회장의 방음, 조명, 음향	3.7159	.99215	24
전시회장의 동선, 통로 넓이	4.3220	.94654	1
행사 프로그램의 다양성과 행사진행	4.2235	.94288	6
전시회 리플렛과 카탈로그	4.1288	.88850	10
체험 및 행사 프로그램의 다양성	4.1212	1.01345	11
미술관계자와의 원활한 소통	4.2955	.92037	2
갤러리, 기관 및 언론과의 교류	4.1553	.93238	8
마케팅 및 VIP룸 운영	4.1515	1.00557	9
홍보 및 프래스 운영	4.0455	.84425	16
충분한 휴식 공간	4.0985	1.08119	12
전시회 홈페이지 및 광고 운영	3.8144	.98256	23
전시회의 안내 및 상담 데스크	4.0872	1.03365	13
판촉물이나 무료샘플제공	3.6288	1.03112	25
전시회 입장권 및 기념품 가격	3.9356	1.00551	21
진행요원의 친절, 업무지식, 신속한 서비스	4.2197	.94579	7
전시장 내·외 치안	4.2917	.86886	3
화재경보 등 안전유지	4.2348	.93788	5
소음·혼잡정도	3.9735	.92044	20
각종 전시장 안내 표지판	3.8902	1.02407	22
전시회장 화장실의 쾌적성과 청결성	4.0871	.97301	14
복도·엘리베이트의 접근 용이성	3.5530	1.07735	26
전시회장 접근 용이성	4.0833	.89817	15
전시회장 주차시설	3.9886	1.08036	17
전시회장 주변 환경	3.9735	1.09408	19

: 평균값 이상(4.0472)

4-2-2. 아트부산 2023의 만족도 분석

다음의 [표 3]은 아트부산 2023의 선택속성별 만족도를 살펴본 결과이다. 평균(3.9586)보다 높게 나타난 것은 총 14개로 나타났다. 전시회 홈페이지 및 광고 운영(4.4356)이 높은 선택속성으로 나타났다. 다음 순으로 화재경보 등 안전유지(4.3864), 갤러리, 기관 및 언론과의 교류(4.3864), 행사 프로그램의 다양성과 행사진행(4.3371), 홍보 및 프레스 운영(4.3220)이 만족도가 높은 것으로 나타났다. 하지만 전시회의 안내 및 상담 데스크(3.4508)가 가장 낮은 만족도로 나타났으며, 다음 순으로 판촉물이나 무료 샘플제공(3.5379), 진행요원의 친절, 업무지식, 신속한 서비스(3.5985), 소음·혼잡정도(3.6288), 전시회장 주차시설(3.6856)이 만족도가 낮은 것으로 나타났다.

[표 3] 아트부산 2023의 만족도 분석

선택속성	평균	표준편차	순위
전시회장의 크기, 위치, 디	4.0720	.90548	9

자인, 부스 안내도			
전시회장의 편의시설, 첨단 커뮤니케이션 시설	3.8636	1.04482	16
전시회장의 방음, 조명, 음향	3.9773	.96293	14
전시회장의 동선, 통로 넓이	3.9848	1.07502	13
행사 프로그램의 다양성과 행사진행	4.3371	.83415	4
전시회 리플렛과 카탈로그	4.0000	1.03549	11
체험 및 행사 프로그램의 다양성	4.0909	1.00912	8
미술관계자와의 원활한 소통	3.8333	1.09382	19
갤러리, 기관 및 언론과의 교류	4.3864	.77654	3
마케팅 및 VIP룸 운영	4.1288	1.01626	7
홍보 및 프래스 운영	4.3220	.85360	5
충분한 휴식 공간	3.9962	1.19727	12
전시회 홈페이지 및 광고 운영	4.4356	.63756	1
전시회의 안내 및 상담 데스크	3.4508	1.09503	26
판촉물이나 무료샘플제공	3.5379	.97423	25
전시회 입장권 및 기념품 가격	3.6932	1.01350	21
진행요원의 친절, 업무지식, 신속한 서비스	3.5985	.99703	24
전시장 내·외 치안	4.2652	.83970	6
화재경보 등 안전유지	4.3864	.82865	2
소음·혼잡정도	3.6288	1.08151	23
각종 전시장 안내 표지판	3.7765	1.21119	19
전시회장 화장실의 쾌적성과 청결성	3.8371	.92287	17
복도·엘리베이트의 접근 용이성	3.7121	.93946	20
전시회장 접근 용이성	4.0076	.98271	10
전시회장 주차시설	3.6856	1.01116	22
전시회장 주변 환경	3.9167	1.00977	15

: 평균값 이상(3.9586)

4-2-3. 아트부산 2023의 선택속성별 중요도와 만족도 평균

[표 4]는 아트부산 2023의 선택속성별 중요도·만족도의 평균값을 나타낸 결과이다. 아트부산 2022의 선택속성별 중요도의 평균값은 4.0472로 나타났으며, 전체 26개 속성 중 평균값보다 높은 것은 전시회장의 크기, 위치, 디자인, 부스 안내도. 전시회장의 동선, 통로 넓이, 행사 프로그램의 다양성과 행사진행, 전시회 리플렛과 카탈로그, 체험 및 행사 프로그램의 다양성, 미술관계자와의 원활한 소통, 갤러리, 기관 및 언론과의 교류, 마케팅 및 VIP룸 운영, 충분한 휴식 공간, 전시회의 안내 및 상담 데스크, 진행요원의 친절, 업무지식, 신속한 서비스, 전시장 내·외 치안, 화재경보 등 안전유지, 전시회장 화장실의 쾌적성과 청결성, 전시회장 접근 용이성으로 총 15개로 나타났다.

[표 4] 아트부산 2023의 선택속성별 중요도와 만족도의 평균값

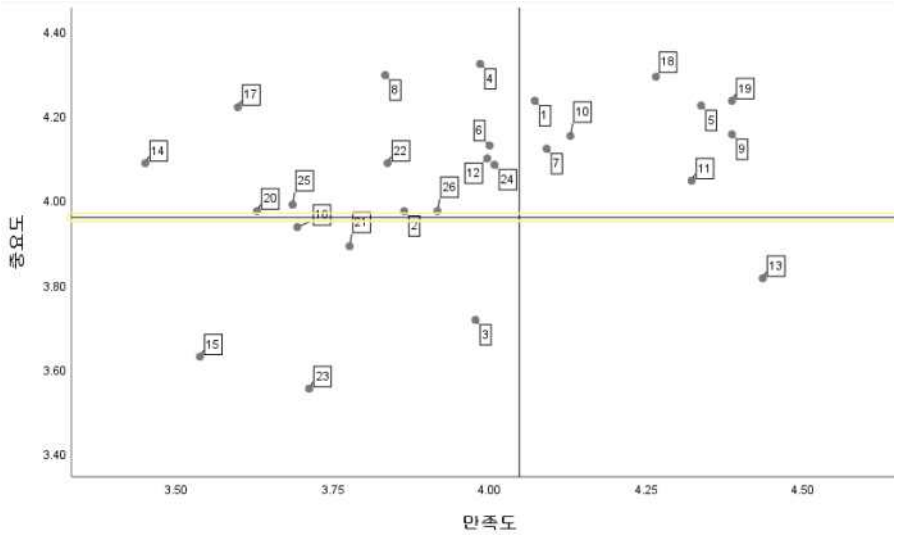
구분	명수	최소값	최대값	평균값	표준편차
중요도	264	1.19	5.00	4.0472	.67763
만족도	264	1.58	5.00	3.9586	.61562

아트부산 2023의 선택속성별 만족도의 평균값은 3.9586으로 나타났으며, 전체 26개 선택속성 중 평균값보다 큰 것은 전시회장의 크기, 위치, 디자인, 부스 안내도, 전시회장의 방음, 조명, 음향, 전시회장의 동선, 통로 넓이, 행사 프로그램의 다양성과 행사진행, 전시회 리플렛과 카탈로그, 체험 및 행사 프로그램의 다양성, 갤러리, 기관 및 언론과의 교류, 마케팅 및 VIP룸 운영, 홍보 및 프래스 운영, 충분한 휴식 공간, 전시회 홈페이지 및 광고 운영, 전시장 내·외 치안, 화재경보 등 안전유지, 전시회장 접근 용이성의 총 14개로 나타났다.

4-3. 아트부산 2023 선택속성의 IPA분석

[그림 1]은 평균값을 기준으로 만족도, 중요도 간의 관계를 분석기법인 IPA(Importance Performance Analysis)를 나타낸 것이다. 앞의 결과로 본 [표 3]과 [표 4]의 분석결과를 중요도를 X축으로, 만족도를 Y축으로 나타내어 중요도와 만족도 간의 비교를 통해 아트부산 2023의 선택속성을 파악하고자 하였다. 즉, IPA분석은 측정 속성에 대한 평균값을 바탕으로 1사문면은 집중노력 지향 구간, 2사분면은 유지·강화 구간, 3사분면은 열등순위 구간, 4사분면은 과잉노력 지양 구간으로 각 구간을 객관적으로 살펴보고자 한다.

첫째, 1사분면은 집중노력 지향 구간으로 이용객들이 중요한 요소로 생각하며, 만족도가 높은 영역 항목으로는 ①전시회장의 크기, 위치, 디자인, 부스 안내도 ⑤행사 프로그램의 다양성과 행사진행 ⑦체험 및 행사 프로그램의 다양성 ⑨갤러리, 기관 및 언론과의 교류 ⑩마케팅 및 VIP룸 운영 ⑪홍보 및 프래스 운영 ⑱전시장 내·외 치안 ⑲화재경보 등 안전유지의 8개의 선택속성이 1사분면에 해당되는 것으로 나타났다.



[그림 1] Importance-Satisfaction Matrix of Art Busan 2023

둘째, 2사분면은 유지강화 구간으로 평가속성에 대하여 중요하게 생각하고 있는 반면 만족도가 낮게 나타난 상태로 향후 개선되어야 하는 선택속성으로는 ②전시회장의 편의시설, 첨단커뮤니케이션 시설 ④전시회장의 동선, 통로 넓이 ⑥전시회 리플렛과 카탈로그 ⑧미술관계자와의 원활한 소통 ⑫충분한 휴식 공간 ⑭전시회의 안내 및 상담 데스크 ⑰진행요원의 친절, 업무지식, 신속한 서비스 ⑳소음·혼잡정도 ㉒전시회장 화장실의 쾌적성과 청결성 ㉔전시회장 접근 용이성 ㉕전시회장 주차시설 ㉖전시회장 주변 환경의 12개의 선택속성이 2사분면에 해당하는 것으로 나타났다.

셋째, 3사분면은 열등순위 구간으로 평가속성에서 중요도와 만족도가 낮은 상태로 더 이상의 노력이 불필요한 속성으로 ③전시회장의 방음, 조명, 음향 ⑩마케팅 및 VIP룸 운영 ⑮판촉물이나 무료샘플제공 ㉑각종 전시장 안내 표지판 ㉓복도·엘리베이트의 접근 용이성의 5개의 선택속성이 3사분면에 해당하는 것으로 나타났다.

넷째, 4사분면은 과잉노력 지양 구간으로 중요하지는 않지만 만족도가 과잉으로 나타났다, 투입된 노력을 다른 평가속성에 투입해야 되는 ⑬전시회 홈페이지 및 광고 운영의 1개의 선택속성이 4사분면에 해당되는 것으로 나타났다.

5. 결론 및 시사점

오늘날 미술의 역사의 페이지들을 채우고 있는 쪽은 미술시장이라고 할 수 있다. 대부분 상업적인 형태를 띠고 있는 갤러리들과 연일 신기록을 내며 고공행진을 하고 있는 옥션의 감정가와 낙찰가, 아트페어들의 기념비적인 선전과, 시장과의 파트너쉽을 적극적으로 발휘하며 블록버스터화 되어가는 국제전시회가 매년 개최되고 있다.

이 연구는 아트부산 2023를 대상으로 아트페어 참가자를 위한 연구로서 참가자들의 아트부산 2023의 선택속성을 IPA분석을 이용하여 검증한 것이다. 이를 통해서 이 연구는 관련된 이론과 선행연구들을 이용한 문헌연구를 진행하였다. 아트부산의 규모가 확대되고, 참가자들의 그림에 대한 관여도가 높아짐에 따라 그림에 대해 전문적인 지식을 가진 인적자원 보유는 그림시장에도 중요한 자산으로 인식되고 있다. 따라서 이 연구는 아트부산 참가자들을 대상으로 총 26개의 선택속성 항목을 도출하였다. IPA분석을 이용하여 실무적 시사점들을 도출하였다. IPA분석을 통해 나타난 연구결과는 다음과 같다.

아트부산 2023의 선택속성별 항목들을 각각 독립적으로 고려하여 중요도를 살펴본 결과. 중요도의 평균값은 4.0472로 나타났으며, 전체 26개 선택속성 중 평균값보다 큰 것은 전시회장의 크기, 위치, 디자인, 부스

안내도. 전시회장의 동선, 통로 넓이, 행사 프로그램의 다양성과 행사진행, 전시회 리플렛과 카탈로그, 체험 및 행사 프로그램의 다양성, 미술관계자와의 원활한 소통, 갤러리, 기관 및 언론과의 교류, 마케팅 및 VIP룸 운영, 충분한 휴식 공간, 전시회의 안내 및 상담 데스크, 진행요원의 친절, 업무지식, 신속한 서비스, 전시장 내·외 치안, 화재경보 등 안전유지, 전시회장 화장실의 쾌적성과 청결성, 전시회장 접근 용이성으로 총 15개로 나타났다.

아트부산 2023의 선택속성별 만족도의 평균값은 3.9586으로 나타났으며, 전체 26개 선택속성 중 평균값보다 큰 것은 전시회장의 크기, 위치, 디자인, 부스 안내도, 전시회장의 방음, 조명, 음향, 전시회장의 동선, 통로 넓이, 행사 프로그램의 다양성과 행사진행, 전시회 리플렛과 카탈로그, 체험 및 행사 프로그램의 다양성, 갤러리, 기관 및 언론과의 교류, 마케팅 및 VIP룸 운영, 홍보 및 프래스 운영, 충분한 휴식 공간, 전시회 홈페이지 및 광고 운영, 전시장 내·외 치안, 화재경보 등 안전유지, 전시회장 접근 용이성의 총 14개로 나타났다.

이 연구는 아트부산 2023의 선택속성의 중요도와 만족도를 확인하기 위해 실증분석을 실시하였다. 올해까지 부산에서 11회의 아트페어를 진행한 아트부산(ART BUSAN) 국제아트페어를 대상으로 설정하고 해당 아트페어를 참가했던 관람객과 미술기획자, 컬렉터에 해당하는 기업가들을 대상으로 실시한 설문조사를 통해 아트페어의 선택속성에 미치는 영향을 파악할 수 있었다. 이 연구의 실증분석 결과를 바탕으로 다음과 같은 시사점을 제언하고자 한다.

첫째, 아트페어에서는 네트워크나 축제성이 도시에 미치는 영향이 크며 미술시장의 정보교환, 갤러리스트와 컬렉터와의 교류를 형성하며 그것은 미술애호가의 저변 확산으로 연결된다.

둘째, 아트페어의 축제성은 지역의 미술축제 문화를 조성하고, 개최 지역의 마이스산업 발전에도 영향을 미치게 된다. 그러므로 개최되는 도시의 특성을 잘 살려낸 아트페어는 홍콩이나 마이애미처럼 성공적인 발전을 거듭하고 있다. 아트페어가 개최되면 도시 전체는 하나의 미술을 위한 축제의 장으로 변한다. 세계 유수의 갤러리가 모이고 권위 있는 큐레이터들과 최고의 컬렉터들이 아트페어를 방문 한다. 곳곳에서 전시들이 열리고 학술심포지움이 개최되기 때문에 그 기간 동안 지역에 파급되는 경제적인 효과는 상당하다.

셋째, 지역경제발전에 미치는 영향에서는 아이덴티티와 이미지가 중요한 요인이 되며 개최지의 개성과 지역발전에 영향을 미치는 것으로 판단된다. 아트페어가 성공적으로 개최된 부산시의 위상 향상은 미술시장의 아이덴티티구축을 정립하고 이미지 제고를 위한 방안을 세워야 한다는 점을 고려하고 특화된 아트페어를 개최를 위한 노력이 절실히 요구된다.

이 연구로 인한 성과는 아트부산의 발전방향을 위한 실무적인 자료로 충분히 기여할 수 있고, 아트부산의 참가자와 참관자를 위한 대책수립과 활성화 방안을 위한 기본적으로 기여를 할 수 있을 것이다. 연구의 한계점으로는 이 연구는 조사된 참가자들의 기대 설문양이 다소 협소하고, 광범위한 지역이 아니며, 불과 한 달간의 기간에 걸쳐 조사가 이루어진 점과 다소 전략적인 검증장치가 되지 못하는 한계점이 존재한다. 향후의 연구에서는 이를 충분히 보완되는 것을 기대하며, 지속적인 연구와 관심을 통해 아트페어 인력양성의 바람직한 길을 찾고, 예술과 미술산업 발전에 이바지 될 수 있기를 기원한다.

참고문헌

1. 강현대, 김소현, 디자인아트: 개념 형성 과정을 중심으로, 한국콘텐츠학회논문지, 2012
2. 공기열, IPA 기법을 이용한 여가활동 평가, 관광연구, 2006
3. 김선영, 이의신, 미술 대중화를 위한 작가중심형 아트페어 사례 연구, 한국산학기술학회 논문지, 2018
4. 김정아, 외국인 참가자의 컨벤션 만족에 영향을 주는 컨벤션 서비스 속성에 관한 연구, 호텔관광연구, 2009
5. 김흥열, IPA 분석을 이용한 전시회 참관객의 참관결정요인과 체험 연구, 호텔관광연구, 2012
6. 김희진·김인신, 컨벤션 참가자의 참여제약 고찰 및 참여 의사결정과정 분석-확장된 목표 지향적 행동모형 적용, 관광학연구, 2016

7. 손용정, SWOT/AHP 분석을 이용한 광양항의 발전 전략에 관한 연구, 한국항만경제학회지, 2011
8. 신영선·양길승·김양금, 컨벤션 개최지 선택속성에 따른 만족이 재참가 및 추천의사 의도에 관한 연구, 문화관광연구, 2008
9. 양준희·이병철, 온라인 (Virtual) 컨벤션 서비스품질이 참가자의 재이용의도에 미치는 영향 장된계획행동이론 (ETPB) 을 중심으로, 관광학연구, 2023
10. 이지연, 정남호, 지각된 호텔 증강현실 아트투어 특성이 고객의 공연경험 및 인게이지먼트에 미치는 영향, 관광학연구, 2022
11. 이태숙·김철원, 컨벤션 개최 목적에 따른 회의유형별 컨벤션 참가자의 선택속성 및 만족도에 관한 인식차이 연구, 관광연구, 2009
12. 장인식·임묵·박종진. 전시회 전시자의 중요도-성과 분석을 통한 전략방안 연구, 관광연구, 2010
13. 정종효, 세계 아트페어 동향과 한국아트페어의 전략, 유럽문화예술학논집, 2016
14. 조철호·김성아, 전시박람회 서비스품질이 서비스가치와 고객만족에 미치는 영향: 한국 국제아트페어 (KIAF) 를 중심으로, 서비스경영학회지, 2007
15. 최단비·정태영·신형덕, 미술작가의 최종학력, 출신학교 및 성별이 작품 판매 여부와 작품 판매 가격에 미치는 영향: 아트페어 마니프 시장을 중심으로, 한국산학기술학회 논문지, 2013.
16. 최정자·이선화·김금림, 참가업체 관점에서 본 참가목적, 결정요인 및 주최자의 전시회서비스에 대한 중요도와 만족도 연구: 컨벤션산업전 사례중심으로, 관광연구, 2006
17. 한교남·한범수, 한국사회의 사회계층 간 여가소비의 구별-문화예술 분야를 중심으로, 관광학연구, 2011
18. Atzori, R., Shapoval, V., & Murphy, K. S. Measuring Generation Y consumers' perceptions of green practices at Starbucks: An IPA analysis. Journal of foodservice business research, 2018
19. Evans, M. R., & Chon, K. S.. Formulating and Evaluating Tou Rism Policy Using Importance-Performance Analysis. Hospitality Education and Research Journal, 1989
20. Hammitt, W. E., Bixler, R. D., & Noe, F. P. Going beyond importance-performance analysis to analyze the observance-influence of park impacts. Journal of park and Recreation Administration, 1996
21. Kotler, P., & Levy, S. J. Demarketing, yes, demarketing. Brands, Consumers, Symbols and Research, 1999. Sydney J. Levy on Marketing, DW Rook (ed.). Sage Publications Inc.: Thousand Oaks, CA, USA
22. Martilla, J. A., & James, J. C., Importance-performance analysis, 1977, Journal of marketing,
23. Nam, T. Y. A Study on the Differences in Hotel Choice Factors according to the Payment Level of Accommodation Charge. The Journal of the Convergence on Culture Technology, 2020
24. Nizza, I. E., Farr, J., & Smith, J. A. Achieving excellence in interpretative phenomenological analysis (IPA): Four markers of high quality. Qualitative Research in Psychology, 2021
25. O'Neill, M. A., & Palmer, A. Importance-performance analysis: a useful tool for directing continuous quality improvement in higher education. Quality assurance in education, 2004
26. Oppermann, M., & Chon, K. S. Convention participation decision-making process. Annals of tourism Research, 1996
27. Rogers, M., & Rogers, M.. The definition and measurement of innovation, 1998. Vol. 98. Parkville, VIC: Melbourne Institute of Applied Economic and Social Research.
28. Walker, H., Colvin, G., & Ramsey, E. Antisocial Behavior in School: Strategies and Best Practices. Behavioral Disorders, 1996

29. 손영희, 아트페어가 도시브랜드와 지역경제 발전에 미치는 영향에 대한 연구 : 아트부산(Art Busan)을 중심으로, 중앙대학교 석사학위논문, 2018
30. 이혜민, 지역의 미술시장 활성화를 위한 아트페어 브랜드 아이덴티티 연구, 이화여자대학교 박사학위논문, 2020
31. 아트페어 2023, (2024.03.15.). www.biaf.co.kr/