

디자인 전시박람회 관람 경험의 유용성 및 만족도가 디자인 세부전공 선택에 미치는 영향

The Impact of the Usefulness and Satisfaction of Design Exhibition Experiences on the Choice of Specific Design Majors

허주연¹

Ju-Yeon Hur¹

요 약

본 연구는 디자인 전시박람회 관람 경험이 대학생의 디자인 세부전공 선택에 미치는 영향을 분석하고자 한다. 디자인 전시박람회는 최신 디자인 트렌드와 기술을 접할 수 있는 중요한 플랫폼으로, 디자인 전공 대학생들에게 실질적인 학습 기회를 제공하고 전문가와의 네트워킹을 통해 진로 탐색에 도움을 줄 것으로 기대한다. 본 연구는 디자인 전시박람회의 관람 경험의 유용성 및 만족도에 대한 이론적 배경을 바탕으로, 경기도 O대학교 디지털콘텐츠디자인계열 1학년 2학기 재학생을 대상으로 관련 경험에 대한 설문 조사를 실시하고, 데이터를 분석하였다. 분석 결과, 학생들의 디자인 세부 희망 전공에 따라 디자인 전시박람회 관람 경험의 유용성 및 만족도에서 유의한 차이가 나타났으며, 특히 웹디자인 전공을 희망하는 학생들이 높은 유용성과 만족도를 보였다. 또한, 디자인 전시박람회에서의 감상적 유용성이 디자인 세부 전공 선택 확신에 유의미한 영향을 미치는 것으로 확인되었다. 다만, 본 연구는 특정 대학 및 학과 학생만을 대상으로 진행되어 일반화에 제한점이 있다. 따라서 후속 연구에서는 다양한 지역 및 전공의 대학생, 더 넓은 학년 범위를 포함하여 연구 대상을 확대하고, 질적 연구 방법 병행 등을 통해 연구 방법론을 보완해야 한다.

핵심어 : 디자인 전시박람회, 학습적 유용성, 감상적 유용성, 만족도, 디자인 진로 탐색

Abstract

This study aims to analyze the impact of attending design exhibitions on undergraduate students' choices of design sub-majors. Design exhibitions serve as important platforms for encountering the latest design trends and technologies, offering practical learning opportunities for design majors and supporting career exploration through networking with professionals. Based on a theoretical framework addressing the perceived usefulness and satisfaction derived from exhibition experiences, this study conducted a survey targeting second-semester first-year students in the Department of Digital Content Design at O University in Gyeonggi Province. The analysis revealed significant differences in the perceived usefulness and satisfaction of design exhibition experiences depending on the students' preferred design sub-majors. Notably, students interested in web design reported higher levels of usefulness and satisfaction. Furthermore, the usability for appreciation of design exhibitions was found to have a significant impact on students' confidence in their

¹ Department Digital Contents Design, Osan University, Osan, Korea [Professor]
e-mail: hur@osan.ac.kr

Received(April 11, 2025), Review Result(1st: April 27, 2025, 2nd: May 19, 2025), Accepted(June 9, 2025), Published(June 30, 2025)



© 2025 The Authors. Published by NCISS.
This is an open access article licensed under the Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.
To view a copy of this license, visit <http://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>.

sub-major selection. However, this study has limitations in generalizability, as it was conducted with students from a single university and department. Future research should expand the study population to include students from diverse regions, academic years, and majors, and consider supplementing the methodology with qualitative approaches to enhance the validity and depth of the findings.

Keyword : Design Exhibition, Usability for Learning, Usability for Appreciation, Satisfaction, Design Career Exploration

1. 서론

1.1 연구의 배경 및 목적

현대 사회에서 디자인은 단순한 시각적 표현을 넘어, 사용자 경험 및 제품의 기능성을 고려한 복합적인 요소로 자리 잡고 있다. 특히, 디자인 분야의 급격한 발전과 기술의 융합은 디자인 전공 학생들에게 다양한 기회를 제공하고, 그들이 직면하는 선택의 폭을 넓히고 있다. 이러한 맥락에서 디자인 전시박람회는 디자인 전공 학생들이 최신 트렌드와 기술을 접할 수 있는 중요한 플랫폼으로 기능하며, 전문가들과의 네트워킹을 통해 자신의 진로에 대한 인사이트를 얻을 수 있는 기회를 제공할 것이다. 디자인 전시박람회는 여러 제조업체 및 디자이너들이 제품과 서비스를 소개하고, 정보 교환과 협력의 장을 만드는 행사로, 이러한 박람회는 단순한 상업적 거래의 장을 넘어, 경제적 및 문화적 교류를 통해 산업 전반에 걸친 혁신을 이끌어내는 중요한 역할을 한다 [1]. 따라서 디자인 전시박람회에서의 관람 경험은 학생들에게 실질적인 학습 기회를 제공하며, 이는 그들의 전공 선택에 중요한 영향을 미칠 것으로 기대된다. 본 연구는 디자인 전시박람회 관람 경험이 대학에서 디자인 세부전공 선택에 미치는 영향을 분석하고, 특히 관람 경험의 유용성 및 만족도가 어떻게 세부전공 선택에 도움을 미치는지 탐구한다. 이를 통해 디자인 교육의 효과적인 방향을 제시하고, 학생들이 자신의 흥미와 진로 목표에 부합하는 전공을 선택하는 데 기여하고자 한다. 이에 디자인 전시박람회 관람 경험의 유용성 및 만족도에 대한 이론과 연구 대상 설문결과를 바탕으로 실증 분석하여 디자인박람회의 교육적 함의를 도출하고, 향후 연구 방향에 대해 논의할 것이다.

본 연구는 대학선택에 있어 학과 홍보영상의 만족유형과 영상 이용자의 욕구충족이 미치는 영향을 분석한다. 연구 대상으로 경기도 남부에 있는 O대학 디지털콘텐츠디자인계열 1학년 학생의 데이터를 분석하였다.

연구 방법은 다음과 같이 구성된다. 첫째, 학과 홍보영상 유형을 구분하고, 영상 이용자의 욕구충족 요소를 분류한다. 둘째, 홍보영상의 만족유형에 따라 영상 이용자 욕구충족에 미치는 영향과 이용자 욕구충족 간의 상관관계를 알아보고, 홍보영상 이용자 욕구충족이 대학선택에 미치는 영향을 연구 가설로 설정한다. 셋째, 설문조사를 통해 수집된 데이터를 기반으로 가설 검증하고, 분석한다. 이러한 접근을 통해 본 연구는 학과 홍보영상에 대학선택 과정에서 어떤 역할을 하는지를

규명하고, 영상 콘텐츠가 예비 대학생들에게 미치는 영향을 알아보고자 한다.

2. 이론적 배경

2.1 디자인 전시박람회 유용성

디자인 전시박람회에 대한 정의는 연구자들에 따라 다르게 제시되고 있다. Bonoma는 전시박람회를 ‘다수의 제조업자 또는 유통업자가 초청된 이들에게 제품을 진열하거나 제공하는 서비스에 대해 설명하는 형태의 전시회’로 정의하며, 이는 단순한 제품 전시를 넘어 정보 교환과 네트워킹 기회를 제공한다고 강조한다 [2]. Montgomery와 Strick은 전시박람회를 ‘공통의 사업이나 활동을 가진 개인들을 모으는 이벤트’로 설명하여, 산업 내 협력과 관계 형성을 촉진하는 중요한 역할을 한다고 주장한다 [3]. 한국의 전시박람회는 조선시대 초기 물물교환의 시장 형태에서 출발하였고, 점차 규모가 확대되면서 상품 전시의 체계가 구축되었다. 국제 박람회는 1893년 미국 시카고에서 열린 박람회에 처음으로 참가하였으며, 국내에서는 1926년 경복궁에서 조선 박람회가 최초로 개최되었다 [4]. 흥재화는 마케팅 측면으로 ‘유형 또는 무형의 상품을 매개로 하여 제한된 장소에서 일정 기간 동안 구매자를 대표하는 방문객과 생산자를 대표하는 전시자 간의 거래와 상호 이해를 주목적으로 진행되는 일체의 마케팅 활동’으로 정의하고 있다 [5]. 이는 전시박람회가 단순한 상업적 거래의 장이 아니라, 경제적 및 문화적 교류를 통해 산업 전반에 걸친 혁신을 이끌어내는 플랫폼임을 나타낸다.

본 연구의 디자인 전시박람회 유용성은 <박물관 테크놀로지: 이보아>의 연구를 바탕으로 논의하고자 한다. 이보아 연구에 따르면 기술수용모델(TAM)을 활용하여, 인지된 유용성을 학습적 유용성과 감상적 유용성으로 구분하였으며, 학습적 유용성(Usability for Learning, UFL)을 관람 경험이 개인의 학습 효과에 미치는 긍정적인 영향으로 정의하고 있다. TAM에 따르면, 인지된 유용성은 특정 기술이 성과를 향상시킬 수 있다는 개인의 신념을 반영한다 [6]. 본 연구에서는 박람회 관람 경험이 학생들에게 제공하는 정보와 경험이 학습적 유용성을 증가시키고, 이는 다시 전공 선택에 대한 확신을 높이는 데 기여할 것이라고 가정한다. 이와 같은 맥락에서, 이보아의 연구는 관람 경험이 학습적 유용성을 통해 전공 선택에 대한 확신을 높이는 과정을 설명하는 데 유용하다. 감상적 유용성(Usability for Appreciation, UFA)은 관람 경험이 개인의 감정적 반응과 참여를 증진시키는 요소로 작용하며, 이는 전공에 대한 관심 증가에 기여할 것으로 예상된다. 이보아 연구에서 디지털 전시의 동적 시각 효과는 감상적 체험을 강화하는 중요한 역할을 하며, 이는 학생들이 디자인 박람회에서 느끼는 감상적 유용성과 직결된다 [6]. 본 연구는 관람 경험이 감상적 유용성을 높이고, 이것이 전공에 대한 관심 증가로 이어진다는 가설을 설정하였다. 이러한 접근은 TAM의 이론적 틀을 바탕으로 하여, 디자인 교육의 실천적 함의를 도출하는 데 도움을 줄 것으로 사료된다. 또한 기

존의 연구와의 연계성을 통해 더욱 신뢰성을 높이며, 디자인 교육의 효과적인 방향성을 제시할 수 있을 것으로 기대한다.

2.2 디자인 전시박람회 만족도

전시박람회의 만족도는 방문객의 기대와 경험에 기반을 둔 복합적인 심리상태로 연구자들은 전시박람회의 만족도를 다양한 관점에서 설명하고 있다. 이경모는 전시박람회를 ‘사용자의 인식에 의해 결정되며, 서비스 속성의 집합이 사용자를 만족시키는 정도’로 정의하여 관람객의 인식과 경험을 중시하는 활동임을 강조한다 [7]. 만족도는 방문객이 전시박람회를 경험한 후 가지는 심리적 및 감정적 평가로, Oliver에 따르면 기대와 사전 경험에 기반한 복합적인 상태로 설명된다 [8]. Dann은 만족을 기대와의 불일치에서 오는 감정과 방문자가 경험하기 전에 갖고 있는 정서적 상태로 정의하였다 [9]. 또한 Lounsbury와 Polik은 방문자가 특정 경험을 겪은 후 그 경험을 종합적으로 평가하는 것으로 [10], 전체 경험에 대한 태도로서 방문객의 만족을 정의하였다. 이러한 연구들은 전시박람회 만족도가 참가자와 방문객 간의 상호작용을 통해 이루어지는 경험의 질과 밀접하게 관련되어 있음을 시사한다. 따라서 디자인 전시박람회에서의 만족도는 단순한 정보 교류를 넘어, 참가자와 관람객 간의 깊이 있는 상호작용과 경험을 통해 형성되며, 이는 디자인 전공 학생들에게 실질적인 학습과 진로 탐색의 기회를 제공하는 중요한 요소로 작용할 것이다.

2.3 대학에서의 디자인 전공

경기도 O대학교의 디지털콘텐츠디자인계열은 웹디자인, 영상디자인, 게임그래픽디자인이라는 세부 전공으로 구성되어 있다. 여러 대학에서는 학생들이 2학년이 되기 전 각자의 흥미와 진로 목표에 맞는 디자인 세부 전공을 선택하도록 하고 있다. 이러한 제도는 학생들이 전문성을 개발할 수 있도록 돕기 위해 설계되었다. 이러한 세분화는 각 전공이 독특한 교육 목표와 커리큘럼을 가지고 있음을 의미하며, 이는 학생들이 실질적인 기술을 습득하고 창의적인 문제 해결 능력을 키울 수 있는 기회를 제공한다. 다음은 연구대상의 디지털콘텐츠디자인계열의 세부 디자인 전공에 대한 설명이다 [11].

첫째, 영상디자인 전공은 시각적 스토리텔링과 콘텐츠 제작에 중점을 두고 있다. 이 전공에서는 학생들이 촬영, 편집, 후반 작업 등의 기술을 배우며, 다양한 매체에서 효과적으로 메시지를 전달하는 방법을 익힌다. 특히, 영상디자인은 광고, 영화, 애니메이션 등 다양한 분야에서 활용될 수 있는 기술적 역량을 배양하는 데 중요한 역할을 한다. 학생들은 창의적인 아이디어를 영상으로 구현하는 과정에서, 자신의 표현 방식과 스토리텔링 능력을 발전시킬 수 있다. 또한, 팀 프로젝트를 통해 협업 능력과 커뮤니케이션 스킬을 발전시키는 기회를 가지며, 이는 실제 산업에서의 협업 환경

을 체험하는 데 큰 도움이 된다. 영상디자인 분야의 최신 트렌드를 반영한 교육과정을 통해 학생들은 변화하는 미디어 환경에 적응할 수 있는 능력을 키우게 된다.

둘째, 게임그래픽디자인 전공은 비디오 게임의 시각적 요소를 설계하고 제작하는 데 중점을 두고 있다. 게임은 현대의 주요 문화 콘텐츠 중 하나로 자리 잡고 있으며, 게임그래픽디자인을 전공하는 학생들은 캐릭터 디자인, 배경 디자인, 애니메이션 등 다양한 그래픽 요소를 개발하는 방법을 배우게 된다. 이 과정에서는 학생들이 최신 게임 엔진과 관련 소프트웨어에 대한 실무 경험을 쌓을 수 있도록 지원하며, 실제 프로젝트를 통해 창의적인 아이디어를 게임으로 구현하는 기회를 제공한다. 또한, 이 전공은 게임 산업의 최신 트렌드와 기술을 배우는 데 중점을 두고 있으며, 학생들은 이러한 기술적 역량을 바탕으로 경쟁력 있는 전문 인력으로 성장할 수 있다.

셋째, 웹디자인 전공은 디지털 환경에서 사용자 경험(UX)과 사용자 인터페이스(UI)를 최적화하는 데 중점을 두고 있다. 이 과정에서 학생들은 웹사이트의 시각적 요소와 기능성을 조화롭게 설계하는 방법을 배우며, HTML, CSS, JavaScript와 같은 웹 기술에 대한 깊이 있는 이해를 갖추게 된다. 웹디자인은 단순히 시각적인 아름다움만을 추구하는 것이 아니라, 사용자가 웹사이트를 탐색하는 데 있어 편리하고 직관적인 경험을 제공하는 것이 중요하다. 이를 위해 반응형 웹디자인과 접근성 디자인의 원칙을 강조하여, 다양한 기기와 사용자 환경에서 최적의 경험을 제공할 수 있는 능력을 배양한다. 또한, 학생들은 실제 프로젝트를 통해 클라이언트와의 소통 능력을 기르고, 팀워크를 통해 협업의 중요성을 체험하게 된다.

디자인 전시박람회는 이러한 전공 세분화 과정에서 중요한 역할을 할 수 있다. 박람회는 학생들에게 최신 디자인 트렌드와 기술을 접할 수 있는 기회를 제공하며, 다양한 전문가와의 네트워킹을 통해 향후 진로에 대한 인사이트를 얻을 수 있는 장으로 기능한다. 이러한 경험은 학생들이 자신이 진정으로 관심 있는 분야를 발견하고, 전공 선택에 대한 확신을 높이는 데 기여할 수 있다. 디자인 전시박람회에서의 다양한 체험과 정보 교류는 학생들이 각 세부 전공에 대한 이해도를 높이고, 자신의 진로 방향을 설정하는 데 유익한 영향을 미칠 것으로 사료된다.

3. 연구 설계

3.1 연구 대상

본 연구는 경기도 남부에 위치한 O대학 디지털콘텐츠디자인계열 1학년 재학생을 64명을 대상으로 하였으며, 2024 서울디자인페스티벌에 참석한 44명을 표본으로 선정하였다. 설문 조사는 2024년 11월 1일부터 11월 18일까지 약 2주간 실시되었다.

‘2024 서울디자인페스티벌’은 2002년에 시작되어 국내외 디자인 동향을 선보이는 중요한 플랫폼으로 디자인이 단순한 상품의 장식적 요소를 넘어 소비자와 기업, 기술과 비즈니스, 그리고 사람들

간의 연결 고리 역할을 수행한다는 철학을 바탕으로 하고 있다. 1976년부터 축적된 콘텐츠와 네트워크를 활용하여, 디자이너와 디자인 브랜드, 기업들이 함께 참여하는 다양한 전시를 통해 아시아의 디자인 허브로 성장하고 있으며, 관람객들은 새로운 디자인 콘셉트와 트렌드를 경험하며 영감을 얻고, 디자이너의 아이디어가 브랜드로 발전해가는 과정을 볼 수 있다 [12]. 이러한 부분에서 본 연구는 ‘2024 서울디자인페스티벌’을 대학생들에게 최신 디자인 변화와 기술을 경험할 수 있는 기회를 제공하는 중요한 학습 플랫폼으로 주목했다. 또한, 해당 박람회는 디자인 전문가들과 직접 소통하고 산업 네트워킹을 할 수 있는 환경을 제공하여 학생들의 진로 선택에 도움을 줄 수 있을 것으로 기대된다.

3.2 연구 가설

본 연구는 디자인 전시박람회 관람 경험의 유용성 및 만족도가 디자인 세부전공 선택에 미치는 영향을 분석하고자 한다. 첫 번째로, 희망하는 디자인 세부전공에 따라 디자인 전시박람회 관람 경험의 유용성 및 만족도에 차이를 살펴보고, 두 번째로, 디자인 전시박람회 관람 경험의 유용성 및 만족도가 디자인 세부전공 선택에 영향을 미칠 것인지에 대해 살펴본다.

가설 1: 희망하는 디자인 세부전공에 따라 디자인 전시박람회 관람 경험의 유용성 및 만족도에 차이가 있을 것이다.

가설 2: 디자인 전시박람회 관람 경험의 유용성 및 만족도는 디자인 세부전공 선택 확신에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

4. 연구 결과

4.1 빈도분석

본 연구의 대상자는 [표 1]와 같은 특성을 보인다.

[표 1] 빈도분석
[Table 1] Frequency Analysis

구분	분류	빈도(명)	비율(%)
성별 (n=44)	남자	11	25
	여자	33	75
전시회 및 박람회 관람 빈도 (n=44)	관람 안함(0회)	15	34.1
	아주 가끔(년 1~2회)	24	54.5
	가끔(년 3~4회)	4	9.1
	정기적(년 5회 이상)	1	2.3

희망 세부 전공 (n=44)	영상디자인	4	9.1
	게임그래픽디자인	20	45.5
	웹디자인	14	31.8
	미정	6	13.6

먼저 개인적 특성의 경우 성별은 남자 11명(25%) 여자 33명(75%)으로 여자가 많았다. 전시회 및 박람회 관람 빈도의 경우 아주 가끔 관람(년 1~2회)이 54.5%로 가장 많았으며, 관람 안함(0회) 34.1%, 가끔 관람(년 3~4회) 9.1%, 정기적 관람(년 5회 이상) 2.3%로 나타났다. 희망하는 세부전공은 게임그래픽디자인 45.5%, 웹디자인 31.8%, 영상디자인 9.1% 순으로 구성되었으며, 희망 전공을 정하지 못한 학생도 13.6%로 집계되었다.

4.2 가설검증

가설 1: 희망하는 디자인 세부전공에 따라 디자인 전시박람회 관람 경험의 유용성 및 만족도에 차이가 있을 것이다.

본 가설을 규명하기 위해 희망하는 디자인 세부전공에 따라 변수의 평균이 유의한 차이를 보이는지 검증하고자 일원배치 분산분석(One-Way ANOVA) [표 2]을 실시하였다.

[표 2] 디자인 전시박람회 관람 경험의 유용성, 만족도 차이

[Table 2] Usefulness and Satisfaction of Design Exhibition Experience

종속변수	집단	표본수	평균	표준편차	F	p
학습적 유용성	영상디자인	4	3.33	0.61	5.300**	0.004
	게임그래픽디자인	20	3.92	0.81		
	웹디자인	14	4.33	0.60		
	미정	6	3.11	0.46		
감상적 유용성	영상디자인	4	3.17	0.69	4.914**	0.005
	게임그래픽디자인	20	4.00	0.78		
	웹디자인	14	4.33	0.63		
	미정	6	3.33	0.30		
만족도	영상디자인	4	3.44	0.66	5.356**	0.003
	게임그래픽디자인	20	4.10	0.78		
	웹디자인	14	4.48	0.64		
	미정	6	3.29	0.40		

*p < .05, **p < .01, ***p < .001

그 결과 희망하는 디자인 세부전공 유형인 영상디자인, 게임그래픽디자인, 웹디자인 그리고 미정에 따라 학습적 유용성(F=5.300, p<.01), 감상적 유용성(F=4.914, p<.01), 만족도(F=5.356, p<.01)에

유의한 차이를 보이는 것으로 나타났다. 따라서 희망하는 디자인 세부전공에 따라 디자인 전시박람회 관람 경험의 유용성, 만족도에 차이가 있을 것이다. 라는 가설은 채택된다. 또한, 유의한 차이를 보이는 변수에 대해서는 세페의 사후분석(Scheffe's post-hoc analysis)을 실시한 결과, 학습적 유용성 및 만족도는 미정 대비 웹디자인이 더 높은 것으로 나타났고, 감상적 유용성은 영상디자인 대비 웹디자인이 더 높은 것으로 나타났다.

가설 2: 디자인 전시박람회 관람 경험의 유용성 및 만족도는 디자인 세부전공 선택 확신에 영향을 미칠 것이다.

본 가설을 검증하기 위해, 다중 회귀분석(Multiple linear regression analysis)을 실시하였다.

[표 3] 유용성 및 만족도가 디자인 세부전공 선택 확신에 미치는 영향

[Table 3] The Impact of Usefulness and Satisfaction on Confidence in Choosing a Specific Design Major

종속변수	독립변수	B	S.E.	β	t	p	VIF
세부 전공 선택 확신	(상수)	0.290	0.509		0.570	0.572	
	학습적 유용성	0.163	0.239	0.149	0.682	0.499	4.149
	감상적 유용성	0.583	0.231	0.518	2.526*	0.016	3.661
	만족도	0.113	0.253	0.103	0.449	0.656	4.595
F=15.695(p<.001), R2=.541, adjR2=.506, D-W=1.655							

*p < .05, **p < .01, ***p < .001

그 결과 [표 3] 같이 회귀모형은 통계적으로 유의하게 나타났다(F=15.695, p<.001). 이는 디자인 전시박람회 관람 경험의 유용성 및 만족도가 디자인 세부전공 선택 확신을 설명하는 데 유의미한 모델임을 시사한다. 회귀모형의 설명력은 약 54.1%(수정된 R 제곱은 50.6%)로 독립변수들이 종속변수의 변동을 비교적 잘 설명하고 있음을 보여준다(R2=.541, adjR2=.506). 한편 Durbin-Watson 통계량은 1.655로 2에 근사한 값을 보여 잔차의 독립성 가정에 문제는 없는 것으로 평가되었고, 분산팽창지수(Variance Inflation Factor: VIF)도 모두 10미만으로 작게 나타나 다중공선성 문제는 없는 것으로 판단되었다.

회귀계수의 유의성 검증 결과, 디자인 전시박람회 관람 경험의 감상적 유용성(β =.518, p<.05)은 디자인 세부전공 선택 확신에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났으나, 학습적 유용성과 만족도는 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 따라서 디자인 전시박람회관람경험의 유용성 및 만족도는 디자인 세부전공 선택 확신에 영향을 미칠 것이다. 라는 가설은 부분적으로 지지된다. 즉, 디자인 전시박람회 관람 경험을 통해 얻은 감상적 유용성은 대학생들이 자신의 디자인 세부전공 선택 확신에 긍정적인 영향을 미치는 요인임을 확인하였다.

5. 결론

본 연구는 디자인 전시박람회 관람 경험이 대학생의 디자인 세부 전공 선택에 미치는 영향을 분석하였다. 연구 결과, 디자인 전시박람회 관람 경험의 유용성과 만족도가 디자인 세부 전공 선택에 미치는 영향이 확인되었으며, 특히 감상적 유용성이 중요한 역할을 한다는 점이 드러났다.

첫째, 희망하는 디자인 세부 전공에 따라 디자인 전시박람회 관람 경험의 학습적 유용성, 감상적 유용성, 만족도에서 유의한 차이가 나타났다. 이는 각 전공의 특성과 학생들의 개인적 관심이 전시박람회 경험에 미치는 영향을 잘 보여준다. 특히 웹디자인 전공을 희망하는 학생들이 다른 전공에 비해 높은 유용성과 만족도를 보였다는 점은 디자인 교육의 방향성과 관련하여 중요한 시사점을 제공한다. 둘째, 디자인 전시박람회 관람 경험의 유용성과 만족도가 디자인 세부 전공 선택 확신에 미치는 영향을 살펴본 결과, 감상적 유용성이 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 디자인 분야에서의 감상적 경험이 학생들의 전공 선택에 중요한 요소로 작용함을 시사한다. 따라서 디자인 교육자와 관련 기관들은 전시박람회와 같은 체험형 학습 기회를 통해 학생들의 감상적 유용성을 극대화하고, 이를 바탕으로 학생들이 자신의 전공에 대한 확신을 높일 수 있도록 지원해야 할 필요가 있다. 하지만, 본 연구는 특정 지역의 한 대학 디자인 관련 학과 학생들을 대상으로 진행되었기 때문에 연구 결과의 일반화에는 일정한 제한이 존재한다. 연구 참여자의 전공 특성과 지역적 배경이 관람 경험에 영향을 미쳤을 가능성을 배제할 수 없기 때문이다. 따라서 향후 연구에서는 다양한 지역과 대학, 전공의 학생들을 포함하여 연구 대상을 확대하고, 양적 분석 외에도 심층 인터뷰나 참여 관찰 등의 질적 연구 방법을 병행함으로써 연구 결과의 일반화 가능성을 높이고, 디자인 전시박람회 경험이 전공 선택에 미치는 영향을 보다 다각적으로 탐색할 필요가 있다.

References

- [1] G. H. Yun, "The Effect of the Participation Motivation, Satisfaction and Behavioral Intention of Agriculture Expo-Focusing on the Korea Agriculture", Master's thesis, Tourism Management Graduate School, Honam University, Republic of Korea, 2012.
- [2] T. V. Bonoma, Get more out of your trade shows, Harvard Business Review, 1983.
- [3] R. J. Montgomery, S. K. Strick, Meetings, Conventions and Expositions: An Introduction to the Industry, John Wiley & Sons Inc., 1995.
- [4] H. S. Lee, K. H. Kim, Exhibition Service Management (Korean Edition), Daewangsa, 2023.
- [5] J. H. Hong, Exhibitions and marketing (Korean Edition), Hongjin Publishing Co., 2023.

- [6] B. A. Rhee, *Museum Technology (Korean Edition)*, Gimm-young Publishers, 2018.
- [7] G. M. Lee, *Principles of Event Management (Korean Edition)*, Baeksan Publishing Co., 2023.
- [8] R. L. Oliver, "Cognitive, Affective, and Attribute Bases of the Satisfaction Response", *Journal of Consumer Research*, vol. 20, no. 3, December 1993, pp. 418-430, doi: 10.1086/209358.
- [9] G. Dann, "Tourist Satisfaction: a Highly Complex Variable", *Journals of Tourism Research*, vol. 5, no. 4, October-December 1978, pp. 440-443, doi: 10.1016/0160-7383(78)90323-7.
- [10] J. W. Lounsbury, J. R. Polik, "Leisure needs and vacation satisfaction", *Leisure Sciences*, vol. 14, no. 2, July 1992, pp. 105-119, doi: 10.1080/01490409209513161.
- [11] Osan University, "Department Digital Contents Design", osanded.com, <https://osanded.com/new/html/index/index.php>, (accessed April 9, 2025).
- [12] Seoul Design Festival Secretariat, "SDF", seoul.designfestival.co.kr, <https://seoul.designfestival.co.kr/main/> (accessed April 9, 2025).