



MICE 개최장소 만족이 개최도시 소비지출에 미치는 영향 연구*

MICE Venue Satisfaction and Its Influence on Expenditures in the Destination

서 광 석** · 구 철 모***

Seo, Kwang-Seoug · Koo, Chul-Mo

요약 : 본 연구는 MICE 행사 참가자의 만족요인이 개최도시에서 소비지출 요인에 미치는 영향을 파악하고 그 요인별로 미치는 영향 정도를 분석하여 미래 MICE 행사 참가자의 소비지출을 예측하고 개최도시 경제 활성화에 기여할 수 있는 영향요인을 파악하는데 목적이 있다. 연구목적을 달성하기 위해 한국관광공사에서 2015년 실시한 MICE 참가자 조사 2차 자료 중 3개의 MICE 행사에 대한 490명의 표본을 사용 하였으며, 다중회귀분석을 이용, MICE 개최장소 만족요인이 소비지출에 미치는 영향을 분석하였다. 연구결과는 첫째, MICE 개최장소 시설 환경만족 요인과 운영만족 요인이 MICE 행사 참가자 소비지출 요인인 참가지출과 도시지출, 전체지출에 긍정적인 영향을 미치는 것을 확인하였으며, 둘째, MICE 운영만족 요인이 MICE 시설환경만족 요인 보다 더 크게 영향을 미치는 것을 확인하였다. 셋째, 미래의 MICE 행사에서도 소비지출에 미치는 영향이 같을 것이라는 예측이 가능하다는 결론을 얻었다. 이론적 시사점으로 컨벤션센터 소유자에 의해 제공되는 만족요인을 MICE 행사 주최자에 의해 제공되는 만족요인으로부터 분리하여 연구를 진행함으로써 연구결과를 피드백 할 수 있는 대상을 분명히 하였고, 실무적 시사점으로는 컨벤션센터 소유주체는 MICE 행사 참가자의 소비지출에 있어서 운영만족 요인이 더 큰 영향을 미친다는 점을 인지하고, 운영만족 요인을 제고할 수 있는 방법으로 컨벤션센터 직원에 대한 전문화와 서비스요원을 위한 교육과 훈련에 투자가 필요하다는 시사점을 제시하였다.

핵심용어 : MICE 속성 만족, MICE 소비지출, 목적지, 컨벤션, 다중회귀분석

ABSTRACT : The purpose of this study was to examine the influence of MICE participant satisfaction on MICE consumption and expenditure in a host city. MICE satisfaction was classified into three different categories: MICE facility-environment satisfaction, MICE operational satisfaction and MICE expenditures. The results indicated that two factors of MICE satisfaction positively influenced the third factor of MICE expenditures. MICE participants would consume and expend their money in host cities at future MICE events. Local governments are recommended to recognize these influencing factors of MICE satisfaction and to make an effort to provide learning and training chances to their staff serving at convention centers. This will lead to better professionalism and the development of a service mind.

Key words : MICE attributes satisfactions, MICE expenditures, Destination, Convention, Multiple regression

* 이 논문은 2013년 정부(교육부)의 재원으로 한국연구재단의 지원을 받아 수행된 연구임(NRF-2013S1A3A2043345).

** 경희대학교 호텔관광대학 박사과정, e-mail: khansseo@naver.com

*** 경희대학교 호텔관광대학 교수(교신저자), e-mail: helmetgu@khu.ac.kr

I. 서 론

지난 10여 년 전부터 우리나라에서도 MICE 산업은 국가의 미래를 책임질 수 있는 주요 핵심 산업 중 하나로 주목을 받아오고 있으며 국가의 성장 동력의 역할을 해 오고 있다. 이는 MICE 산업이 경제적 부가가치, 연관 산업과의 생산유발효과, 고용창출 효과 등이 다른 산업에 비하여 월등하게 높은 산업임을 인식한 때문이다. 정부는 2010년에 있었던 제22차 국가경쟁력강화위원회에서 컨벤션·전시와 연관 산업을 포함한 MICE 산업을 미래 국가의 부를 책임질 수 있는 신 성장 동력산업으로 규정하였고 국가 브랜드제고와 연관 산업과의 전·후방 파급효과를 감안하여 집중적으로 육성토록 지원하고 있다. 이러한 정책적인 지원에 힘입어 MICE 연관 산업 성장과 더불어 우리나라의 주요 도시마다 컨벤션과 전시회에 필요한 컨벤션센터의 수와 규모가 대폭 늘어나기는 했으나 유치되는 컨벤션, 전시, 행사 등의 양과 질이 이에 따르지 못해 낮은 수익성과 저조한 가동률로 대부분의 컨벤션센터가 어려움을 겪고 있다(장혜진, 2012). 그러나 어려운 세계경제 환경에도 불구하고 MICE 산업은 지속적인 성장세를 이어가고 있다(Jago & Deery, 2010; Ramirez, Laing & Mair, 2013; Sumithra & Mishra, 2016).

MICE 행사 개최도시(host city)와 개최장소(venue)에서는 컨벤션·전시시설, 관광지, 교통·정보 등 기반시설과 호텔, 레스토랑, 문화·예술 공간(김철원·김대관·김봉석·이혜련·윤유식, 2012; 이혜련·윤유식, 2011; Buhalis, 2000) 등의 부대시설, 유흥, 오락 등의 편의시설과 그에 따르는 만족할 만한 서비스 요인을 갖추고 참가자를 유치하기 위해 서로 경쟁하게 된다. 그래서 MICE는 다양하고 복잡한 상품과 서비스가 결합된 복합 상품이고 기반시설과 주최자, 개최지, 참가자가 상호작용하는 시스템이라

고 말하기도 한다(김철원, 2011; Rogers, 1998). 이러한 유형적 시설과 무형적 서비스는 MICE 참가자의 만족을 유발하는 주요 요인이며 이는 개최장소와 개최도시에서 참가자의 소비지출을 높이게 하는 요인으로 작용하게 되고 나아가 재방문과 구전의도를 형성하는 선행요인으로 작용하게 된다. 유승각(2011)은 관광산업과 관련하여 만족도와 지출간의 관계에 대한 연구에서 관광 만족도가 소비지출에 영향을 미친다고 분석하였다. 송수엽·김대관(2014)은 국제회의 참가자들의 만족은 소비지출에 영향을 주고, 소비지출이 참가자의 만족도를 높일 수 있다고 했다. 박효연·김대관·김봉석(2014)은 MICE 행사에 참가한 외국인의 소비지출 영향요인 파악을 위한 연구에서 MICE 참가자의 특성에 따라 소비지출에 다르게 영향을 미치는 것으로 확인하였다. 많은 연구가 MICE 만족과 충성도, 구전의도, 재방문의도와 관련하여 영향관계를 확인하였고(윤설민·하진영·오선영, 2012; Kozechian, Khatibzadeh & Honarvar, 2012), 그 중 일부 연구에서 만족도와 참가자의 소비지출과 관련된 연구를 진행하였다(송수엽·김대관, 2014; 유승각, 2011; Zhang, Qu & Ma, 2010).

많은 연구자들이 MICE 산업과 소비지출에 관한 연구를 진행했음에도 불구하고 MICE 행사에서 주최자의 프로그램 만족속성과 구별된 MICE 개최장소 즉, 컨벤션센터와 관련된 시설 환경, 운영만족 속성과 그 곳에서 개최된 MICE 행사 참가자의 만족이 MICE 개최도시에 대한 소비지출에 영향을 미치는지에 대한 연구는 찾아보기 힘들다. 따라서 본 연구에서는 MICE 개최장소를 중심으로 참가자의 소비지출이 일어나는 지역을 MICE 개최도시로 정의하고 첫째, MICE 참가자의 만족요인과 소비지출을 대상으로 MICE 행사가 이루어지는 기간 동안의 주 무대라고 할 수 있는 MICE 개최장소와 MICE 행사 참가자의 어떠한 MICE 만족요인이 MICE

개최도시에서 어떠한 MICE 소비지출 요인에 영향을 미치는지를 다중회귀분석을 이용하여 파악하고자 한다. 둘째, 영향 요인별로 미치는 영향 정도를 분석하여 미래 MICE 참가자의 MICE 소비지출을 예측해 본다. 셋째, 컨벤션센터 운영자와 이를 소유하고 있는 지방자치단체나 소유기업 입장에서 MICE 만족도 제고에 따른 MICE 참가자의 소비지출이 MICE 개최도시 경제 활성화에 기여할 수 있는 영향요인을 분석하여 시사점을 제시하는데 목적이 있다.

본 연구는 2장에서 이론적 배경을 통하여 MICE 행사 참가자의 개최장소 만족과 MICE 개최도시에서의 소비지출에 대한 연구를 상세히 살펴보았으며, 3장에서는 연구모형과 가설설정을 통하여 원인과 결과변수 간의 관계를 설정하였고, 4장에서는 수집된 데이터를 분석한 결과를 기술하였다. 마지막으로 5장에서 본 연구의 결과와 이의 이론적 그리고 실무적 시사점을 정리하였다.

II. 이론적 배경

1. MICE 개최장소(venue) 만족

고객의 만족은 기업경영에 있어서 마케팅의 중심으로 여겨질 정도로 매우 중요한 요소이다 (Churchill, 1979). Oliver(1999)는 고객이 갖고 있는 제품이나 서비스에 대한 기대를 실제로 제품이나 서비스가 부합하는지 정도에 따라 고객의 만족도는 차이를 보인다고 했다. 만족도에 따라 고객의 구매행동이나 구전 의도는 영향을 받기 때문에 서비스산업에서도 많이 원용되어 왔다. 김철원·이태숙(2007)과 Kozechian *et al.*(2012)은 관광과 관련된 산업에서 양질의 서비스는 고객에게 만족도를 높여 주고 그 서비스를 다시 찾게 되는 중요한 요인이 된다고 했다.

품질에 만족한 고객이 상품에 대하여 긍정적인 감정을 갖게 되고 재 구매를 하거나 특정 회사의 제품에 신뢰를 갖고 있는 소비자가 그 회사의 다른 상품에 대하여도 신뢰도와 선호도를 갖는다는 것은 일반적으로 받아들여지는 마케팅이론이다 (Anderson, Formell & Lehmann, 1994; Stoela, Wickliffe & Lee, 2004).

MICE 참가자의 만족도를 높여주는 MICE 개최지의 속성은 다양하게 나타난다. ASAE(1992)는 국제회의 참가자의 만족도 속성으로 회의장 시설, 서비스의 질, 여유 공간, 숙박시설, 식음료, 유흥시설, 공항, 전시시설, 지역이미지, 고속도로와의 접근성, 지리적 편리성, 오락시설, 기후 등을 꼽았다. Oppermann(1996)은 컨벤션 개최지의 속성으로 회의장시설과 부대시설, 숙박서비스, 개최지의 매력도, 공항이용 편리성, 안전과 보안, 식음료, 지출 비용, 개최도시 이미지, 전시 시설, 관광, 야간 활동 등을 연구하였다. Jun and McCleary(1999)는 개최지를 선택하게 되는 속성으로 상품과 서비스 유용성, 교통이용 용이성, 안전과 보안, 회의시설 및 호텔 유용성, 환율 안정성, 물가 수준, 관광지, 이동비용, 세관통관, 접근성, 정치적 환경, 개최지 이미지, 유락 시설, 야간 활동, 기후 등을 제시하였다. Yoo and Chon(2008)은 MICE 참가자 만족과 관련된 컨벤션 개최지 속성으로 안전과 위생, 유대관계의 기회, 교육기회 그리고 관광지 접근성 등을 꼽았다. Robinson and Callan(2005)은 MICE 시설 선택 속성을 접근성, 이미지와 위치, 가격과 가치, 참가자에 대한 서비스, 운영직원의 서비스, 회의실의 여섯 가지 요인으로 구분하였고, Crouch and Louviere(2004)는 접근성, 지역 사회, 정보, 지역 환경 및 모험, 쇼핑, 오락/유흥, 호텔, 회의장 시설, 이윤, 기타요인 등으로 구분하였다. 국내에서 진행된 연구에서는 이혜련·윤유식(2011)이 컨벤션개최지는 참가자의 지속적 만족을 위해 컨벤션의 회의시설 그리고 숙

박시설과 인근의 매력적인 관광자원 등을 강조했다. 김시중·박창규(2006)는 MICE의 서비스 속성을 MICE 시설, 운영, 비용, 주변시설, 숙박 그리고 여가를 즐길 수 있는 시설, 개최지 주변의 관광 시설 등으로 구분하여 설명하였다. 주현식·이미란(2005)은 참가자의 만족과 관련된 MICE 서비스의 속성을 MICE 프로그램, 운영 서비스, 시설의 다양성, 접근성, 식음료 시설, 주차편리성 등으로 구분하여 연구하였다. 한은진·노정희(2012)는 전시회 서비스품질 수요모형 추정 연구결과에서 전시회 서비스품질 선택 요인은 전시장 시설/품질, 정보제공 및 인적서비스로 구분하고, 신뢰성이 미치는 영향을 강조하였다. 김정아(2009)는 그의 연구에서 MICE 서비스를 시설, 프로그램, 운영서비스로 나누고 고정된 시설에 비하여 교육과 훈련을 통해 보완이 가능한 프로그램과 직원서비스, 식음료서비스 등 다양한 서비스를 이용 컨벤션시설과 참가자 만족의 관계에서의 조절효과를 알아보았다. 송수엽·김대관(2014)의 연구에 의하면 회의장과 장비 등 시설환경 속성은 참가에 필수적인 참가지출인 등록비, 숙박비와 상관관계가 있는 것으로 보았고, 참가자의 선택 가능한 지출에 해당하는 도시지출인, 유희비, 개인관광비 지출과 상관관계가 있는 것으로 나타났다. 정보제공 및 친절 등 운영관련 속성은 도시지출인 지역교통비, 식음료비, 개인관광비 등이 유의한 상관관계가 있는 것으로 나타났다. 특히, 지역교통비, 식음료비와 개인관광비의 도시지출경우 정보제공 서비스와 상관관계가 있는 것으로 분석되었다.

이상에서 살펴본 선행연구들은 대부분이 MICE 고객만족 요인을 개최장소와 개최도시(MICE host city)를 구분하지 않고 MICE 개최지로 묶어 컨벤션·전시시설, 관광자원 등과 부대시설, 편리성, 서비스제공, 비용 등 물리적 공간과 이에 따르는 서비스와 가치에 중심을 두고 있다.

그러나 본 연구에서는 MICE 개최장소와 MICE 개최도시를 구분하고 MICE 개최장소에서 개최된 행사에 참가하는 참가자의 만족도에 한정하여 MICE 만족 속성을 회의장 시설, 회의장 장비, 부대시설, 정보서비스, 현장운영, 인적서비스로 구분하여 연구를 진행한다. 대부분의 MICE 행사 참가자 만족과 관련된 연구를 보면 MICE 서비스를 시설/환경, 운영서비스, 프로그램 등으로 나누어 분석을 진행하였는데 행사기간 중에 진행되는 운영서비스의 경우 컨벤션센터 운영자에 의한 운영서비스인지 행사주최 측의 운영서비스인지 분명하지 않다. MICE 프로그램에 있어서도 마찬가지로 김정아(2009), 백효기·박봉규(2009), Robinson and Callan(2005) 등의 연구에서도 다른 연구에서와 마찬가지로 이들의 구분이 명확치 않다. 분명한 것은 행사를 통해 MICE 프로그램을 진행하는 경우 주최자의 노력에 해당하고 여기로 부터 얻어지게 되는 결과물은 지역경제의 혜택으로 돌아가기 보다는 주최자의 수입으로 귀속되는 것이 대부분이다. 운영서비스에 있어서는 시설과 장비 그리고 이들의 운영 및 프로그램을 원활하게 진행되도록 지원하는 서비스 등은 컨벤션센터 직원의 제공에서 비롯된 것으로 보는 것이 타당할 것이며, 이는 주최 측에서 제공하는 MICE 행사 프로그램과 관련된 운영서비스보다 비중이 높음이 인정되어 컨벤션센터 운영서비스로 분류하였다. 이러한 이유로 MICE 행사 프로그램에 대한 만족 속성은 본 연구에서 제외를 하였고, 운영서비스는 포함시켰는데, 이는 본 연구를 통해 대부분의 지방자치단체가 소유하고 있는 컨벤션센터의 효과적인 운영과 우수한 MICE 행사 유치를 통하여 참가자의 만족도를 높이려는 노력이 MICE 개최도시의 지역경제에 대한 소비지출에 얼마나 도움을 줄 수 있는가를 보다 명확하게 파악하여 시사점을 주기 위함이다.

2. MICE 개최장소 만족과 MICE 소비지출의 관계

고객의 기대보다 성과가 크면 긍정적인 불일치가 발생하게 되고 고객의 만족은 높아진다. 그러나 반대로 기대에 성과가 못 미치는 경우 부정적인 불일치가 발생하여 고객만족은 낮아지게 되는 것이다(Oliver, 1980). Loewenstein and Hoch(1991)는 만족을 위해 소비하려는 욕구와 이를 제어하려는 심리의 상충으로 인해 발생하게 되는 심리적 불편함을 인지 부조화 이론(cognitive dissonance theory)으로 설명하면서 상품을 구매하는 소비자는 소비지출에 대하여 기대요소를 갖고 있음을 설명했다. Rodriguez(2006)는 그의 연구에서 산업사회에서는 사람들의 생각이 합리적인 이성이 지배하여 왔으나 소비사회에서는 감성적인 욕구에 따라 행동하게 되는 것으로 사회변화에 따른 소비자의 의식 변화를 언급하였다. 이는 만족을 느낀 MICE 행사 참가자들이 MICE 행사와 관련성이 상대적으로 적은 호텔, 식음료, 쇼핑, 체험활동, 관광과 같이 먹을거리, 즐길거리, 기념품 구매 등에서 소비지출하는 행태를 설명할 수 있다. 고객만족과 관련하여 기대에 대한 성과의 불일치와 인지부조화로 인한 소비자의 구매행동은 MICE 개최장소에서의 소비지출에서도 적용이 가능하며 MICE 행사 참가자 만족으로부터 형성된 감정이 MICE 개최도시에서의 구매행동으로도 전이되어진다고 볼 수 있다. 참관객의 MICE 개최도시에서의 구매행위가 항상 상품의 소비로부터 직접 연계 되는 기대의 충족이라는 합리적인 판단에 의해서만 이루어지는 것이 아니라 참가자의 MICE 개최장소에서의 만족이라는 감성적인 이미지가 MICE 개최도시에서의 소비지출의 형태로 나타날 수 있고 이는 종합적으로 참가자의 만족요인을 형성하는 데 영향을 줄 수 있다는 것을 시사한다고 볼 수 있다.

MICE 행사 참가자 만족과 관련된 연구를 보면 황진수·현성협(2012)은 컨벤션행사 개최지 개성과 개최장소 서비스 품질에 관한 연구에서 MICE 개최장소와 관련된 서비스 품질 속성을 직원의 친절성, 적절한 정보제공, 컨벤션 시설, 부대시설, 안전과 보안 등으로 측정하였고 방문동기의 조절효과를 이용하여 방문객의 만족과 행동의도에 미치는 영향을 연구하였다. 백효기·박봉규(2009)는 MICE 개최장소 관련 요인으로 컨벤션 설비, 인적서비스, 편리성 등 요인으로 기업회의 참가자에 대한 컨벤션센터의 서비스케이프를 평가하였다. 지계웅·한진영(2014)은 컨벤션호텔의 서비스 속성별 만족유형을 연구하면서 회의시설, 호텔시설, 부대시설, 호텔 환경, 식음료의 질, 직원의 서비스를 만족요소로 컨벤션호텔의 MICE 참가자 시장세분화를 연구하였다.

한편, 최근 외국의 연구 사례를 보면 Lee and Min(2013)은 접근성, 개최지 환경, 직원의 서비스, 그리고 컨벤션을 통한 전문적인 학습기회 등을 MICE 개최지와 관련된 선택 속성으로 꼽았으며 3요소 이론(three-factor theory) 즉 기본적인요소-불만족요소, 흥미유발 요소-만족요소, 성과 요소-위생요소를 이용한 컨벤션의 질적 속성의 우선순위를 연구하였다. Albayrak and Caber(2015)는 호텔의 서비스 속성을 연구하면서 호텔의 청결, 객실 정리 및 데코레이션, 어메니티 서비스, 식음료 서비스, 인적서비스, 부대시설 등의 중요도와 만족도를 통한 서비스 속성의 우선순위를 연구하였다. Siu, Wan and Dong(2012)은 컨벤션과 전시장 만족관련 서비스케이프에 영향을 주는 요인에 관한 연구에서 참가자에게 만족을 주는 요인으로 주변 환경, 공간 구성, 기능성, 안내표식 등 사인이자, 청결성 등을 서비스케이프 인지의 질적 요인으로 만족과의 영향관계를 연구하였다. MICE 행사에 있어서 컨벤션센터로부터 주어지는 구체적이고 효율

〈표 1〉 MICE개최지 만족도가 소비지출에 미치는 영향에 관한 선행연구 요약

연구자	MICE 관련 연구 과제	영향 속성 / 연구결과
김시중·박창규(2006) 김정아(2009) 김철원·박유미·이향정(2005) 백효기·박봉규(2009) 이혜련·윤유식(2011) 주현식·이미란(2005) 지계웅·한진영(2014) 황진수·현성협(2012) ASAE(1992) Crouch & Louviere(2004) Jun & McCleary(1996) Oppermann(1996) Robinson & Callan(2005) Siu, Wan & Dong(2012) Yoo & Chon(2008)	MICE 개최지 만족도	- MICE 개최도시: 숙박시설, 공항접근성, 유흥시설, 지역접근성, 오락시설, 기후, 개최지매력도, 안전과 보안, 야간활동, 관광자원, 교통이용, 위생, 지역환경, 정보, 모험, 쇼핑, 여가시설, 관광, 식음료, - MICE 개최시설: 회의장시설/장비, 여유허공간, 전시시설, 접근성, 이미지, 지리적 편리성, 부대시설, 안전과 보안, 운영서비스, 주차관리성, 서비스, - MICE 행사: 유대관계기회, 교육기회, 프로그램 - 소비지출: 환율, 물가수준, 이윤, 지출비용
Albayrak & Caber(2015) Lee & Min(2013) Saad & Conway(2006)	MICE 만족도 우선순위	- 접근성, 환경, 직원서비스, 학습기회, 청결, 데코레이션, 어메니티, 식음료, 인적서비스, 부대시설
김성섭·안영희·윤승현(2006) 김이태·현성협(2012) 김철원·허준(2009) 이상미·권창희(2005)	MICE 행사의 경제적 파급효과	- 생산유발효과 - 총소득유발효과 - 고용유발효과 - 총부가가치유발효과 - (순)간접세유발효과 - 수입유발효과 - 직접지출효과
김현환·최영배·김대관·박효연(2013) 박효연·김대관·김봉석(2014) 송수엽·김대관(2014) 양위주·배은주(2006) 유리화·김재준·권현교·이민하·한상열(2007) 유승각(2011) Zhang <i>et al.</i> (2010)	MICE 소비지출	- 기업매출 증대에 영향 연구 - 시장 세분화 및 상품개발에 활용방안 연구 - 비용지출에 대한 영향요인 분석 - MICE소비지출, 만족도 간의 관계 분석

적인 정보제공과 이에 대한 만족, 친절하고 깨끗하고 위생적인 시설환경 등으로부터 만족을 느낀 참가자가 컨벤션센터 주변과 MICE 개최도시의 오락시설이나 레스토랑, 문화시설, 여가시설, 쇼핑물 등을 찾아 소비를 하게 되며, 이러한 소비 지출이 개최도시에서 소비지출의 증가로 나타나게 된다고 볼 수 있다(Zhang *et al.*, 2010).

이상에서 살펴본 선행연구에서 알 수 있는 바와 같이 MICE 개최장소와 관련된 만족요인은

크게 시설적인 요인, 서비스적인 요인 그리고 구성 프로그램 관련된 요인으로 구분해 볼 수 있다. 이를 토대로 본 연구에서는 MICE 개최장소의 만족요인을 시설환경요인과 운영요인으로 분류하고 시설환경요인은 회의장 및 전시장 시설과 그에 필요한 장비 그리고 부대시설 등을 구성 요소로 하고 운영요인은 정보제공 서비스, 운영직원들의 현장 운영의 적절성, 인적 서비스제공의 적절성 등으로 하였으며, 프로그램요인은 MICE

행사 기간 중 주최자가 참가자의 만족도 제고를 위해 역할 하는 비중이 큰 부분(Tanford & Montgomery, 2015)이라고 생각되어 제외하였다. Lee(2003)는 그의 연구에서 소비와 지출의 개념을 구분하여 사용하였는데 소비는 재화나 용역의 이용으로 부터 만족을 얻고 이것이 재생산에 투입되는 과정을 말하며, 지출은 재화나 서비스를 받기 위한 단순한 화폐의 흐름을 의미한다고 하였다. 그러나 본 연구에서는 MICE 개최장소와 MICE 개최도시에서 일어나는 재화와 용역의 구매 형태로 나타난 금전적 가치를 총 망라하기 위해 소비지출이란 개념을 사용하였다.

MICE 참가자나 관광객의 소비 행태에 관련한 연구는 대개 이들의 소비지출로 부터 유발되는 경제적인 파급효과를 파악하려는 연구(김현환 외, 2013; 이충기·권영현·김혜선, 2015)와 이들의 소비지출을 분석하여 관련 기업의 매출을 증대하거나 시장 세분화를 통해 상품을 개발하여 MICE 참가객이나 관광객 유치에 도움을 얻기 위한 연구(양위주·배은주, 2006). 그리고 비용지출에 대한 영향요인을 분석하여 그들의 상관관계를 분석하는 연구(유리화 외, 2007) 등으로 대별해 볼 수 있다. 김철원·허준(2009)은 2003년 전국산업연관표를 사용, 2007년 서울지역, 부산, 대구, 제주 등에서 개최된 국제회의를 대상으로 생산유발효과, 부가가치유발효과, 고용유발효과, 소득유발효과, 간접세유발효과, 수입유발효과 등을 직접효과, 간접효과와 총 효과로 경제적 파급효과를 분석하였다. 한국관광공사에서는 '2011 MICE산업통계조사·연구'에서 소비지출 항목을 회의 참석비, 국제장거리교통비, 여행사비용, 숙박비, 쇼핑비, 현지교통비, 식음료비, 문화활동비, 스포츠활동비, 오락 및 유희비, 개별 관광비 등의 항목으로 구분하였다. 유승각(2011)은 관광만족도와 소비지출간의 관계를 분석하는 연구에서 교통, 숙박, 식음료, 쇼핑 등의 속성을 사용하였다. 박효연 등(2014)은

서울에서 개최된 MICE 행사 참가자의 소비지출에 대한 영향을 분석하면서 숙박비, 지역교통비, 쇼핑비, 기타활동비를 소비지출 속성으로 연구하였다. Pindzo, Kovacevic and Zecevic (2016)은 MICE 매니지먼트와 관련한 연구에서 비즈니스 이벤트는 지역경제 뿐 아니라 국가경제에 긍정적 영향을 미치므로 종합적으로 상품과 서비스의 질적 수준을 높여야 한다고 하였다. 이처럼 MICE 산업과 관련된 만족도와 지출간의 관계에 대한 활발한 연구에서 볼 수 있듯이 MICE 만족은 MICE 행사 참가자의 소비지출과 밀접한 관계를 갖고 있다고 할 수 있다. Zhang *et al.*(2010)이 중국의 쉐먼 전시회와 광저우 전시회(the Canton Fair and Guangzhou Fair) 사례를 토대로 전시참가자의 만족도와 소비지출에 관한 연구에서 전시시설과 서비스에 만족한 참가자는 소비지출에 있어서 긍정적인 영향을 갖는다는 것을 다중회귀분석을 통하여 실증적으로 검증하였다. 그러나 어떤 MICE 개최장소 만족 요인이 MICE 개최지 소비지출에 어느 정도 영향을 미치는지에 관한 연구는 찾아보기 어렵다.

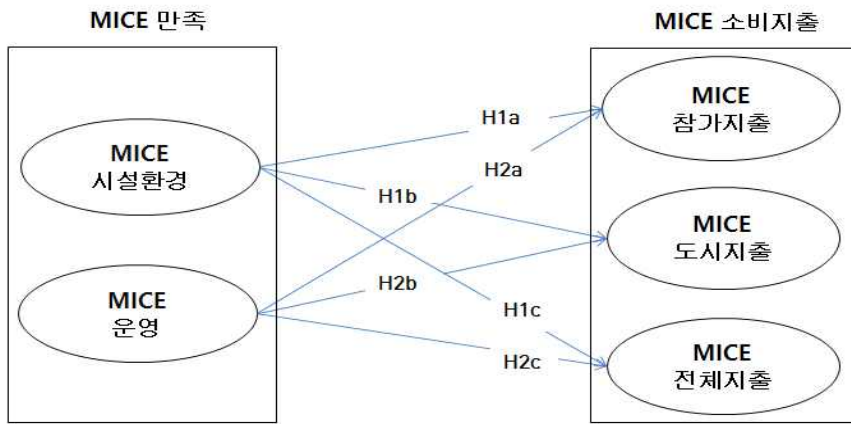
선행연구를 종합하면 MICE 행사 만족과 관련된 소비지출의 속성은 MICE 참가등록비, 주최기관의 관광 및 선택프로그램 참가비, 거주지에서 MICE 개최장소 까지의 장거리 교통비, 숙박비, 쇼핑비, 식음료비, 문화활동비, 오락/유희비, 스포츠활동비, 현지교통비, 기타비용 등으로 구분된다. 다만 MICE 행사 참가에 필수적으로 수반되고 만족도에 따른 소비지출과 관련정도가 적은 등록비, 장거리교통비, 선택 프로그램 참가비 그리고 지출항목을 명확하게 알 수 없는 기타비용 등은 분석에서 제외되는 경우가 종종 있다(박효연 외, 2014; 유승각, 2011). 본 연구에서는 숙박비, 쇼핑비, 식음료비, 문화활동비, 현지교통비의 속성을 분석대상에 포함시켰으며 장거리교통비의 경우 내국인은 물론 외국인의 경우

에서도 지역경제 활성화에 기여하는 부분이 있다고 판단되어 포함시켰다.

Ⅲ. 연구모형과 가설설정

본 연구에서는 요인분석과 신뢰도분석을 통하여 MICE 개최장소 만족과 관련된 MICE 만족 요인으로 MICE 시설환경, MICE 운영으로 구분하고 속성으로 회의장 시설, 회의장 장비, 부

대시설, 정보서비스, 현장운영, 인적서비스 등으로 구분하였는데 MICE 행사 프로그램의 경우 행사주최자의 노력이 대부분을 차지하고 그 성과가 지역경제로 돌아가는 혜택과 거리가 있다고 판단, 본 연구의 목적에 부합하지 않는다고 생각하여 MICE 행사 프로그램에 대한 만족요인과 속성은 제외를 하였다. MICE 소비지출 요인으로 MICE 참가지출과 MICE 도시지출, MICE 전체지출로 구분하고 속성으로 숙박비, 거주지에서 개최지까지의 장거리 교통비, 쇼핑



〈그림 1〉 연구모형

〈표 2〉 변수의 조작적정의

변수명	조작적정의	본 연구에서 제외된 변수
MICE 개최장소만족	MICE 시설환경만족	본 연구에서 제외된 변수 MICE 프로그램 만족; MICE 행사 프로그램과 관련된 만족요인으로 개/폐회식, 선택프로그램, 교육프로그램, 발표, 토론 등 행사주최자의 만족제공 요인으로 본 연구에서 제외
	MICE 운영만족	
MICE 소비지출	MICE 참가지출	참가 등록비: MICE 행사 참가 전 지출되는 비용으로 본 연구에서 제외
	MICE 도시지출	
	MICE 전체지출	

비, 식음료비, 문화활동비, 현지 교통비 등으로 구분하였다. MICE 행사 참가자를 대상으로 6개 속성에 대한 MICE 개최장소 만족도가 MICE 소비지출 6개 속성에 미치는 영향을 실증적으로 분석하기 위해 연구모형을 <그림 1>과 같이 설정하였다.

<표 2>는 본 연구에서 사용된 변수에 대한 조작적 정의를 설명하고 있다.

1. MICE 시설환경 만족요인

컨벤션센터의 회의장 시설은 용도에 따른 회의장의 규모, 규모별 회의장 수 등으로 전체가 참석하는 총회와 분과회의 등이 가능한 회의실, 교육 프로그램을 진행하기 적합한 교육장 시설과 아울러 보드룸, 오디토리움, 프레스룸 등을 제대로 갖추고 있어야 한다. 계절별로 쾌적하게 프로그램을 진행할 수 있도록 냉난방시설과 환기, 조명 등과 동시 통역실, VIP대기실, 초청 강연자 대기실 등 회의장과 전시장이 많은 수의 사람들이 다양한 종류의 프로그램을 동시에 또는 순차적으로 진행하는데 부족함이 없어야 한다(김정아, 2009; Chen, Lee, Chen & Huang, 2011; Hinkin & Tracey, 2003, Kim, Lee & Kim, 2012; Tanford, Montgomery & Nelson, 2012). 아울러 빠뜨릴 수 없는 공간이 진행요원 업무 공간 및 대기실 등 준비를 위한 공간을 충분히 갖추고 있어야 한다. 회의장 장비에 있어서도 오디오/비디오 장비는 물론 프레젠테이션과 시연, 공연이 효과적으로 이루어 질 수 있는 음향, 조명 등에 필요한 장비가 부족함이 없어야 한다. MICE 행사장에 부속되어 있는 부대시설로는 식음료 영업장, 휴게시설, 청결한 화장실은 물론 동시통역시설, 보안, 방화를 위한 시설 등을 잘 갖추고 있어야 한다(김성섭·임재문·이형룡, 2001). 이처럼 회의장 시설, 회의장 장비, 부대시설은 MICE 시설환경 요인으로

MICE 행사 참가자에게 만족을 제공하게 된다. 유승각(2011)은 관광산업에서 관광객 만족도가 소비지출에 영향을 미친다고 분석하였고, Zhang *et al.*(2010)도 MICE 개최장소에서 만족을 느낀 참가자는 개최도시에서의 소비지출에 긍정적인 영향을 받는다고 했다. 이상의 연구에서 유추할 수 있듯이 MICE 개최장소의 시설환경에 만족한 참가자는 MICE 소비지출에 영향을 줄 수 있음을 알 수 있다.

MICE 개최장소의 시설과 그 환경은 우리나라 주요 대도시가 갖고 있는 컨벤션센터 및 도시의 위상을 보여주는 상징물인 동시에 MICE 행사 참가자의 만족을 통하여 MICE 개최도시 소비지출에 영향을 미치는 주요 요인이다. 즉, MICE 시설환경 만족에 따른 소비지출의 영향은 개최장소를 포함한 인근 지역, 도시, 국가의 넓은 지역을 대상으로 하고 그 지역 경제 활성화에 영향을 미치게 된다고 볼 수 있다(Ramirez *et al.* 2013). 이상에서 살펴본 선행연구를 바탕으로 본 연구에서는 MICE 행사 참가와 관련하여 필수적이고 직접적인 지출을 수반하게 되는 소비지출을 MICE 참가지출이라고 하고, MICE 행사에 참가하면서 MICE 참가자의 자유재량에 따라 선택적으로 MICE 개최도시에서 일어나는 소비지출을 MICE 도시지출, 그리고 MICE 참가지출과 MICE 도시지출을 합하여 MICE 전체지출이라고 정의하고 다음과 같은 가설을 설정하였다.

H1a: MICE 시설환경만족은 MICE 참가지출에 긍정적인 영향을 미친다.

H1b: MICE 시설환경만족은 MICE 도시지출에 긍정적인 영향을 미친다.

H1c: MICE 시설환경만족은 MICE 전체지출에 긍정적인 영향을 미친다.

2. MICE운영 만족요인

MICE 개최장소의 시설환경이 외관상으로 볼 수 있는 만족요인이라면 MICE 운영 속성은 MICE 참가자가 감성적으로 느낄 수 있는 내용에 해당한다고 볼 수 있다. MICE 현장에서 제공되는 인적 서비스 또한 중요한 요인으로 작용하게 되는데(백효기·박봉규, 2009), MICE 행사나 부대 프로그램 및 이에 대한 관련 정보들이 적절한 경로를 통해 정보 수용자인 MICE 참가자에게 얼마나 효과적으로 전달되며, MICE 프로그램 진행과 프로그램과 프로그램 사이의 기능적인 연결, 설비의 정확한 세팅으로 계획된 시간에 프로그램을 가능하게 하는 시간의 준수 등 MICE 현장에서의 짜임새 있는 운영은 참가자의 만족을 유발하는 요인이 된다(신영선·양길승·김양금, 2008; Mojtaba & Reza, 2013). 아울러 인적서비스에 있어서 전문성을 갖춘 스텝에 의한 설득력 있는 정보의 전달과 친절한 매너는 MICE 참가자의 만족도를 한층 높여주고 재방문과 긍정적인 구전의도를 갖게 하는 요인이 될 수 있다. 송수엽·김대관(2014)의 연구에 의하면 MICE 참가자들의 만족도가 높으면 소비지출에 영향을 주고, 소비지출은 다시 MICE 참가자의 만족도를 높이는 선순환적인 역할을 하게 된다. 그러므로 본 연구에서는 MICE 개최장소에서 이루어지는 컨벤션센터 운영과 관련하여 제공되는 서비스를 MICE 운영만족으로 정의하고 MICE 운영만족과 MICE 소비지출과 관련하여 다음과 같은 가설을 설정한다.

H2a: MICE 운영만족은 MICE 참가지출에 긍정적인 영향을 미친다.

H2b: MICE 운영만족은 MICE 도시지출에 긍정적인 영향을 미친다.

H2c: MICE 운영만족은 MICE 전체지출에 긍정적인 영향을 미친다.

IV. 연구방법 및 분석결과

1. 자료 수집 및 자료의 특성

1) 조사대상 및 자료의 수집

본 연구의 목적은 MICE 개최장소 만족도와 MICE 소비지출간의 영향 요인과 영향 정도를 파악하는 것이다. 이를 파악하기 위해 한국관광공사에서 2015년 국내 MICE 행사에 참가한 참가자들을 대상으로 실시한 설문응답인 2차 데이터(secondary data) 중 UIA 기준 국제회의 요건을 충족하고 응답자 수가 150명 이상인 행사 3개를 기반으로 분석을 진행하였다. 대상이 된 MICE 행사는 2015년 9월 15일~9월 20일 까지 대전 DCC에서 진행된 2015세계양봉대회와 2015년 11월 8일~11월 12일 까지 대구 EXCO에서 진행된 2015국제태양에너지학회 세계총회 그리고 2015년 8월 29일~9월 1일 까지 서울 COEX에서 진행된 제12차 세계중환자 의학회 학술대회를 대상으로 하였다. 이 행사는 해외에서 많은 외국 사절들이 참석하였고 회의, 전시, 부대행사, 숙박 등이 포함되어 있는 MICE 행사로 국제회의에 대한 참가자 만족도 조사와 MICE 소비지출을 분석하는데 적합하다고 판단되어 본 연구의 대상으로 선정하였다.

설문자료의 수집은 온라인을 통한 설문조사와 MICE 현장에서 오프라인 조사를 병행하여 진행되었다. 한국관광공사에서 최종 수집한 530부의 응답한 설문 중 단시간 행사참석, 특정 세션에만 참석 등의 이유로 MICE 소비지출 항목에 전혀 응답하지 않은 40부를 제외한 490부의 설문을 대상으로 분석을 실시하였다. 본 연구와 관련하여 사용한 설문항목은 MICE 행사 참가만족 관련하여 회의장 시설, 회의장 장비, 부대시설, 정보서비스, 현장운영, 인적서비스 등의 문항에 5점 리커트 척도를 사용하여 측정하였고(1점: 전혀 그렇지 않다~5점: 매우 그렇다/1점:

매우 나쁘다~5점: 매우 좋았다), MICE 소비 지출과 관련된 항목은 등록비, 선택프로그램 참여비, 숙박비, 장거리 교통비, 쇼핑비, 식음료비, 문화활동비, 스포츠활동비, 오락/유흥비, 현지교통비 등 10개 항목에 대하여 소비 지출액을 응답자가 직접 기입토록 하였다. 설문 구성 항목은 <표 3>에서 보는 바와 같다.

2) 자료의 특성

본 연구에서 분석대상으로 사용된 490건의 MICE 행사 참가자들의 설문응답자 특성은 <표 4>와 같다. 전체 응답자 중 남성이 316명 (64.5%), 여성이 174명 (35.5%)으로 나타났다. 연령대는 30~39세가 143명(29.2%)으로

<표 3> 설문 구성항목

측정문항		측정문항
MICE 만족	회의장 시설	MICE 소비지출
	회의장 장비	
	부대시설	
	정보서비스	
	현장운영	
	인적서비스	
응답자 특성	성별	등록비
	연령	선택프로그램 참여비
	국적	숙박비
MICE 행사	참가행사	장거리 교통비
		쇼핑비
		식음료비
		문화활동비
		오락/유흥비
		스포츠활동비
		현지교통비

<표 4> 응답자의 특성

구 분	상세구분	N	%	구 분	상세구분	N	%	
성별	남성	316	64.5	내·외국인*	내국인	236	48.2	
	여성	174	35.5		외국인	254	51.8	
연령	20~29세	117	23.9	국적	한국	240	49.0	
	30~39세	143	29.2		중국	20	4.1	
	40~49세	101	20.6		인도	18	3.7	
	50~59세	80	16.3		미국	12	2.4	
	60세 이상	49	10.0		태국	12	2.4	
참가 MICE 행사	2015 세계양봉대회 (대전, DCC)	178	36.3	대만	10	2.1		
	2015 국제태양에너지학회 (대구, EXCO)	167	34.1	기타	178	36.3		
	제12차 세계중환자의학회 (서울, COEX)	145	29.6	MICE 주최기관	학회	312	63.7	
				협회	178	36.3		
						합계	490	100

주: * 내·외국인 구분은 거주 국가 기준.

가장 큰 비중을 차지했으며 다음으로는 20~29세가 117명(23.9%), 40~49세가 101명(20.6%), 50~59세가 80명(16.3%) 순으로 나타났다. 내/외국인 구분에서는 내국인이 236명(48.2%), 외국인이 254명(51.8%)으로 외국인이 약간 많았으며 외국인 국적은 중국이 20명(4.1%)으로 가장 많이 차지하였다. 그 다음으로는 인도(18명, 3.7%), 미국(12명, 2.4%) 순으로 이어졌다. 기타 인원이 178명(36.3%)로 많은 것은 MICE 참가자가 여러 국가별로 고르게 분포 되어 있음을 의미한다.

또한 응답자는 대전에서 2015년 9월 개최된 2015세계양봉대회에 참가한 인원이 178명(36.3%)으로 가장 많았으며, 대구에서 11월 개최된 2015 국제태양에너지학회 세계총회에는 167명(34.1%)이 참석하였다. 2015년 8월 서울에서 개최된 제12차 세계중환자의학회 학술대회에는 145명(29.6%)이 참석하여 지역별로 대전, 대구, 서울에 고른 분포를 나타내고 있다. MICE 주최기관별로 구분하면 학회 주최로 열린 MICE 행사에 312명(63.7%)에 참석했고, 협회가 주최하는 MICE 행사에는 178명(36.3%)이 참석하였다.

2. 요인분석 및 신뢰도분석

본 연구에 대한 가설 검증 실시 전, SPSS 22.0을 이용하여 요인분석과 신뢰도 분석을 실시하였는데, 요인을 묶어 주기위한 요인축 회전은 다중공선성을 피하기 위해 직각회전 방식인 베리맥스 회전방법을 사용하였다. 1차 결과로 MICE 만족과 관련하여 2개의 요인으로 도출되었는데, 신뢰도 검증과정에서 MICE 시설환경 요인 중 부대시설 항목의 제거 시 크론바 알파(Cronbach's alpha)값(0.868)이 신뢰도 검정계수인 크론바 알파값(0.807) 보다 큰 값을 보여 제거하고(이종열·이형룡, 2016) 다시 요인분석을 실시하여 운영만족 요인으로 현장운영, 인적서비스, 정보서비스가, 시설환경만족 요인으로 회의장장비, 회의장시설 속성이 묶인 것을 확인하였으며 결과는 <표 5>에서 보는 바와 같다.

KMO(Kaiser-Meyer-Olkin)값은 0.804, Bartlett구형성 검정의 유의수준인 p값은 0.000, 공통성은 모두 0.729 이상, 요인적재량은 모두 0.787 이상을 보였다. 고유 값은 2.273과 1.843을 나타냈고, 분산설명력은 82% 이상으로 나타났다. 크론바 알파(Cronbach's alpha)는 MICE 운영만족이 0.859, MICE 시설환경만족이 0.868로 신뢰도는 높다고 할 수 있다.

<표 5> MICE 만족 항목에 대한 요인분석 및 신뢰도분석 결과

요인명	측정항목	요인 적재량	공통성	고유값	분산 설명력	항목제거시 Cronbach's alpha	Cronbach's alpha
MICE 운영 만족	현장운영	.861	.850			.736	
	인적서비스	.840	.771	2.273	45.458	.830	.859
	정보서비스	.787	.729			.841	
MICE 시설환경 만족	회의장시설	.876	.880	1.843	35.864	-	.868
	회의장장비	.889	.886			-	

주: KMO=.804, Bartlett구형성검정=1370.113, df=10, p=.000.

MICE 소비지출에 대하여도 요인분석과 신뢰도분석을 통하여 MICE 참여지출과 MICE 도시지출 요인을 묶어 주었다. 소비지출 10가지 항목에 대한 1차 요인분석을 통하여 공통성이 0.4 이상을 충족하지 못하는 등록비(0.299), 주최기관의 관광 및 선택프로그램 참여비(0.257), 오락/유흥비(0.156), 스포츠활동비(0.226)의 4개 항목을 제거하였는데 이 제거된 항목들은 빈도분석결과 등록비를 제외하고 응답자의 75% 이상이 활동에 참가하지 않아 비용지출이 없다고 응답하여 제출된 항목들에 속한다. 등록비는 비용지출이 없다고 응답한 케이스가 23개(4.7%) 밖에 되지 않아 다른 선택된 항목에 비하여 상대적으로 매우 높은 응답율을 보였으나 선택프로그램 참여비가 77.8%(381명), 오락/유흥비가 81.2%(398명), 스포츠활동비 97.1%(476명)가 응답하지 않은 것으로 나타나 MICE 프로그램 이외의 선택적 활동인 MICE 행사에 참여율이 저조한 것으로 나타났다. MICE 소비지출 항목에 대한 요인분석과 신뢰도 분석을 다시 실시하여 얻은 결과는 <표 6>과 같다.

분석결과에 의하면 KMO값은 0.833(기준값 0.5 이상), Bartlett구형성 검정의 유의수준인 p값은 0.000(p<0.001 기준), 공통성은 모두 0.443~0.704(기준값 0.4 이상), 요인적재량

은 모두 0.553~0.790(기준값 0.4 이상)을 보였다.

고유값은 1.706과 1.678, 분산설명력은 56.4%로 다소 낮아 보이나 요인분석에 별 다른 문제는 없는 것으로 나타났다. 크론바 알파(Cronbach's alpha)는 MICE 참여지출이 0.797, MICE 도시지출이 0.752(기준치 0.7 이상)로 다중회귀 분석을 위한 MICE 소비지출 항목에 대한 요인분석 및 신뢰도 분석에 문제가 없음을 확인하였다.

3. 연구가설 검증

1) MICE 만족요인이 MICE 참가지출에 미치는 영향 검증

MICE 만족요인인 시설환경만족과 운영만족을 예측변수(독립변수)로 하고 MICE 참가지출을 종속변수로 MICE 만족요인이 MICE 참가지출에 미치는 영향 관계를 규명하기 위하여 다중회귀분석을 실시하였다. 분석결과에 의하면 회귀모델의 유의수준을 설명해 주는 F값은 58.299로 통계적으로 유의수준 99.9%에서 유의한 것으로 나타났다. 또, 연구모델의 적합도를 나타내 주며 독립변수의 설명력을 나타내주는 R²는 0.198로 예측변수인 시설환경만족과 운영만족

<표 6> MICE 소비지출 항목에 대한 요인분석 및 신뢰도분석 결과

요인명	측정항목	요인 적재량	공통성	고유값	분산 설명력	항목제거시 Cronbach's alpha	Cronbach's alpha
MICE참가지출	장거리교통비	.790	.704	1.706	28.440	-	.797
	숙박비	.756	.662			-	
	쇼핑비	.644	.554			.686	
MICE도시지출	현지교통비	.634	.477	1.678	27.968	.703	.752
	문화활동비	.632	.443			.718	
	식음료비	.553	.602			.657	

주: KMO=.833, Bartlett구형성검정=1101.874, df=15, ***p=.000

이 종속변수인 MICE 참가지출을 19.8% 설명해 주는 것으로 나타났다. 독립변수인 시설환경만족($\beta=1.490$)과 운영만족($\beta=2.357$)은 통계적으로 유의수준 99%에서 유의한 것으로 나타났다. 그러므로 MICE 시설환경만족은 MICE 참가지출에 긍정적인 영향을 미칠 것이라는 가설 H1a와 MICE 운영만족은 MICE 참가지출에 긍정적인 영향을 미칠 것이라는 가설 H2a는 각각 채택되었다. 다시 말해 MICE 시설환경에 대한 만족과 MICE 운영에 대한 만족도가 높을수록 MICE 참가지출은 높아진다고 볼 수 있다. 예측변수가 종속변수를 설명하는 표준화계수는 <표 7>에서 보는 바와 같이 MICE 운영만족은 표준화계수가 $\beta=0.376$ 으로 MICE 시설환경만족(표준화계수 $\beta=0.238$)보다 더 중요한 것으로 나타났다.

2) MICE 만족요인이 MICE 도시지출에 미치는 영향 검증

MICE 시설환경만족과 MICE 운영만족을 예속변수로 하고 MICE 도시지출을 종속변수로

MICE 만족요인이 MICE 참가지출에 미치는 영향 관계를 규명하기 위하여 실시한 다중회귀분석 결과는 <표 8>에서 보는 바와 같이 F값은 47.439, R^2 는 0.167로 예측변수인 시설환경만족($\beta=1.873$)과 운영만족($\beta=1.876$)은 통계적으로 유의수준 99%에서 유의한 것으로 나타났다. 그러므로 MICE 시설환경만족은 MICE 도시지출에 긍정적인 영향을 미칠 것이라는 가설 H1b와 MICE 운영만족은 MICE 도시지출에 긍정적인 영향을 미칠 것이라는 가설 H2b 역시 각각 채택되었다. 즉, MICE 시설환경에 대한 만족과 MICE 운영에 대한 만족도가 높을수록 MICE 참가자의 MICE 도시지출은 높아진다고 할 수 있다. 독립변수가 종속변수를 설명하는 표준화계수는 MICE 운영만족의 표준화계수와 MICE 시설환경만족의 표준화계수는 $\beta=0.289$ 로 동일하게 나타났는데 이는 종속변수 MICE 도시지출에 대한 독립변수 MICE 운영만족과 시설환경만족의 중요도가 동일한 것으로 해석할 수 있다.

<표 7> MICE 만족 요인이 MICE 참가지출에 미치는 영향 분석

종속변수	독립변수	비표준계수		표준계수	t	유의 수준	VIF
		B	표준오차	β			
	상수	12.023	.258		46.608	.000	
MICE참가지출	MICE운영만족	2.357	.258	.376	9.127	.000	1.000
	MICE시설환경만족	1.490	.258	.238	5.770	.000	1.000

주: $R=.445$, $R^2=.198$, Adjusted $R^2=.195$, $F=58.299$, $p=.000$.

<표 8> MICE 만족요인이 MICE 도시지출에 미치는 영향 분석

종속변수	독립변수	비표준계수		표준계수	t	유의 수준	VIF
		B	표준오차	β			
	상수	15.194	.272		55.889	.000	
MICE 도시지출	MICE 운영만족	1.876	.272	.289	6.892	.000	1.000
	MICE 시설환경만족	1.873	.272	.289	6.883	.000	1.000

주: $R=.409$, $R^2=.167$, Adjusted $R^2=.164$, $F=47.439$, $p=.000$.

3) MICE 만족요인이 MICE 전체지출에 미치는 영향 검증

MICE 만족요인이 MICE 전체지출에 미치는 영향을 검증하게 위하여 MICE 시설환경만족과 MICE 운영만족을 예측변수로 하고 MICE 전체지출을 종속변수로 영향 관계를 규명하였다. <표 9>를 보면 독립변수인 시설환경만족($\beta=3.383$)과 운영만족($\beta=4.233$) 모두 통계적으로 유의한 것으로 나타나, MICE 시설환경만족은 MICE 전체지출에 긍정적인 영향을 미칠 것이라는 가설 H1c와 MICE 운영만족은 MICE 전체지출에 긍정적인 영향을 미칠 것이라는 가설 H2c도 각각 채택되었음을 알 수 있다. 다시 말해서 MICE 시설환경에 대한 만족과 MICE 운영에 대한 만족 수준이 높아질수록 MICE 참가자가 MICE 행사에 참석하여 소비지출하는 MICE 전체지출은 더욱 높아진다고 할 수 있다. 영향정도를 표준화 시킨 표준화계수에서는 MICE 운영만족은 $\beta=0.368$, MICE 시설환경만족의 표준화계수

는 $\beta=0.293$ 으로 종속변수인 MICE 전체지출에 대한 독립변수 MICE 운영만족이 시설환경만족보다 더 크게 영향을 미치는 것으로 볼 수 있으며 MICE 참가자는 시설환경적인 하드웨어 측면 보다 인적요인이라는 소프트웨어 측면에 의하여 MICE 소비지출에 더 영향을 받는다고 이해할 수 있다.

가설검증결과, 가설의 채택여부를 보여주는 요약표는 회귀계수와 함께 <표 10>에 요약, 제시 하였다.

이상에서 얻어진 분석결과를 송수엽·김대관(2014)의 선행연구 결과와 비교해 보면 이들의 연구가 컨벤션센터의 개최장소 만족속성과 행사 주최자에 의한 만족속성을 구분하지 않고 진행된 연구라는 점을 감안하더라도 회의장과 필요한 장비, 시설환경에 속하는 MICE 시설환경만족 요인이 등록비, 숙박비인 참가지출에 영향을 미치고 유흥비, 개인관광비 등 MICE 도시지출에도 영향을 미치는 점은 본 연구와 동일한 결과를 보

<표 9> MICE 만족요인이 MICE 전체지출에 미치는 영향 분석

종속변수	독립변수	비표준계수		표준계수	t	유의 수준	VIF
		B	표준오차	β			
	상수	27.217	.466		58.380	.000	
MICE 전체지출	MICE 운영만족	4.233	.467	.368	9.069	.000	1.000
	MICE 시설환경만족	3.363	.467	.293	7.206	.000	1.000

주: $R=.470$, $R^2=.221$, Adjusted $R^2=.218$, $F=67.093$, $p=.000$.

<표 10> 가설검증결과 요약

가설	비표준 B	표준화 β	t-value	p	검증결과
H1a:MICE 시설환경만족 → MICE 참가지출	1.490	.238	5.770	.000***	채택
H1b:MICE 시설환경만족 → MICE 도시지출	1.873	.289	6.883	.000***	채택
H1c:MICE 시설환경만족 → MICE 전체지출	3.363	.293	7.206	.000***	채택
H2a:MICE 운영만족 → MICE 참가지출	2.357	.376	9.127	.000***	채택
H2b:MICE 운영만족 → MICE 도시지출	1.876	.289	6.883	.000***	채택
H2c:MICE 운영만족 → MICE 전체지출	4.233	.368	9.069	.000***	채택

주: *** $p<.001$.

이고 있으나 정보제공 및 친절 등 MICE 운영 관련 속성은 도시지출인 지역교통비, 식음료비, 개인관광비 등에 유의한 상관관계가 있는 것으로 나타났으나 참가지출과의 상관관계가 유의하지 않은 것으로 나타나 본 연구와는 차이를 보이고 있다. 또, Zhang *et al.*(2010)의 중국에서의 두 전시회 사례연구 결과와 비교하면 전시시설과 서비스에 만족한 참가자의 만족도는 개최도시에서의 소비지출에 긍정적인 영향을 미친다는 점에서 동일하다고 할 수 있다. 차이점은 본 연구는 MICE 개최장소의 개최장소 만족속성과 행사주최자에 의한 만족속성을 구분하여 연구를 진행하였고, 그 결과에서도 상관관계 유무에 더하여 MICE 운영관련 속성이 MICE 시설환경 속성보다 더 큰 영향을 준다는 연구결과를 추가적으로 얻을 수 있었다.

4. MICE 만족요인이 MICE 소비지출에 미치는 영향 예측

회귀모델은 예측변수(독립변수)와 종속변수 사이에 인과관계를 규명해 주고 어떤 예측변수(설명변수) 요인이 더 큰 영향을 미치는지를 확인시켜 주는 한편 종속변수 요인의 미래를 예측하는 데도 이용될 수 있다(이충기, 2014). 다중회귀분석 한 결과를 종합하여 회귀식으로 표현하면 다음과 같다.

- 회귀식1: MICE 참가지출 = 12.023 + 1.490
 · (MICE 시설환경만족) + 2.357
 · (MICE 운영만족)
- 회귀식2: MICE 도시지출 = 15.194 + 1.873
 · (MICE 시설환경만족) + 1.876
 · (MICE 운영만족)
- 회귀식3: MICE 전체지출 = 27.217 + 3.363
 · (MICE 시설환경만족) + 4.233
 · (MICE 운영만족)

상기 회귀식에서 보는 바와 같이 비표준화 계수로 표시된 예측변수(독립변수) MICE 시설환경만족, MICE 운영만족 요인이 종속변수 MICE 소비지출에 미치는 영향의 정도에서 다소 차이는 있기는 하나 모든 회귀식에서 MICE 운영만족 요인이 MICE 시설환경만족 요인보다 더 큰 영향을 미치고 있는 것으로 보아 향후 MICE 행사에서도 MICE 소비지출에 더 많은 영향을 미칠 것이라는 예측을 가능하게 한다.

V. 결론 및 시사점

MICE 행사에는 관련 분야의 저명인사, 전문가, 애호가 등 오피니언 리더에 해당하는 인사들이 참석한다. 이들과 사회적 유대관계를 새로 맺거나 사회적 관계를 유지하기 위한 활동은 MICE 행사 참가자의 참가목적 중의 하나이고 매우 중요한 활동으로 MICE 참가만족도를 높이게 하는 요소가 된다(김철원 외, 2012; Yoo *et al.*, 2008). 아울러 이들과의 친분을 쌓거나 전문적인 지식을 공유하기 위해 많은 참가자들이 MICE 개최도시를 찾게 되며, 매스미디어를 통한 이들 활동들의 전파는 MICE 개최도시의 홍보효과를 물론 도시의 위상을 한껏 높아지게 만든다. 그리고 MICE 참가자들에 의한 MICE 개최도시에서의 활동은 소비지출과 연결되어 MICE 개최도시의 경제 활성화에 도움을 주게 된다.

본 연구에서는 MICE 행사 참가자가 컨벤션 개최장소로부터 얻게 되는 MICE 만족 요인이 MICE 개최도시에서 MICE 소비지출 요인에 미치는 영향을 파악하고 영향 요인별로 미치는 영향 정도를 분석하여 미래 MICE 참가자의 MICE 소비지출을 예측하고 컨벤션센터 운영자나 소유자 또는 지방자치단체 입장에서 MICE 참가자의 소비지출이 MICE 개최도시 경제 활성화에 기여할 수 있는 영향요인을 분석하여 시

사점을 제시하는데 목적을 두었다. 다중회귀분석을 이용한 검증을 통하여 첫째, MICE 시설환경 만족 요인과 MICE 운영만족 요인이 MICE 참가지출, MICE 도시지출, MICE 전체지출에 긍정적인 영향을 미치는 것을 확인하였다. 특히 MICE 운영만족 요인이 MICE 시설환경만족 요인 보다 더 크게 영향을 미치는 것을 실증적 분석을 통해 확인하였다. 둘째, 분석을 바탕으로 우리는 미래의 MICE 행사에서도 MICE 만족 요인이 MICE 소비지출에 긍정적인 영향을 미칠 것이라는 것을 알 수 있으며 두 요인 중 MICE 운영만족 요인이 더 큰 영향을 미친다고 예측할 수 있다. 셋째, MICE 센터의 소유주체인 지방자치단체는 MICE 시설 운영에 있어서 참가자의 시설환경만족 요인과 운영만족 요인이 MICE 개최도시에서의 지출에 긍정적인 영향을 미친다는 점을 인식하여야 하고 특히 MICE 운영만족 요인이 더 중요한 영향요인임을 인지해야 할 것이며 컨벤션센터가 단순한 도시의 상징물이 아니라 지역경제를 활성화 시키고 활성화에 따른 혜택이 고용창출과 지역경제의 현금유입이라는 형태로 분배된다는 사실에 사명감을 갖아야 할 것이다.

세계경제포럼(The World Economic Forum)이 열리는 스위스의 다보스(Davos)는 작은 시골마을로 공기가 좋아 호흡기계통의 환자들의 요양원 역할을 하던 휴양지였다. 1973년부터 시작하여 지금은 MICE 개최지 환경을 잘 갖추어 놓아 MICE 주제와 함께 다보스 포럼의 도시로 더 유명해진 곳이기도 하다. 5개의 스키리조트와 다보스 포럼의 유명세가 더해져 탄탄하게 지역경제를 뒷받침하는 것은 매년 해외 명사들이 찾아오는 MICE의 명성(Garsten & Sörbom, 2014) 만큼이나 MICE 시설환경과 운영요원들의 서비스와 아울러 다보스를 관할하는 지방정부의 역할이 중요하다는 것을 간과해서는 안 될 것이다.

본 연구에서 제시할 수 있는 이론적 시사점으로는 첫째, 그 동안의 MICE 행사 참가 만족도와 MICE 참가자의 소비지출 관련된 연구가 MICE 개최 장소에 의해 제공되는 만족요인과 MICE 행사 프로그램 즉, MICE 행사 주최자에 의해서 제공되는 만족요인에 대한 구분 없이 MICE 만족요인이 소비지출에 미치는 영향을 연구했다면 이번에 진행된 연구는 MICE 행사 참가자가 체감하는 MICE 만족요인을 요인제공의 주체별로 MICE 개최장소인 MICE 센터 소유자에 의해 제공되는 만족요인을 MICE 행사 주최자에 의해 제공되는 만족요인으로부터 분리하여 연구를 처음 진행함으로써 연구결과를 피드백 할 수 있는 대상을 분명히 하였다. 둘째, 다중회귀분석을 통하여 미래 MICE 개최도시의 MICE 행사가 지역경제에 얼마만큼의 경제적인 혜택을 가져오는지를 국가 전체에 적용하는 유발지수가 아닌 회귀계수를 통하여 실증적으로 직접적인 영향을 파악하였다는데 의의가 있다.

이론적 시사점 이외에도 컨벤션센터의 운영이 MICE 개최도시의 경제 활성화에 기여도를 높일 수 있는 실무적 시사점도 도출하였다. 첫째, 우리나라가 그동안 지방자치단체를 중심으로 도시마다 MICE 시설을 건립하여 왔고 수익성이 낮은 상태에도 불구하고 이제는 시설 확장을 통하여 MICE 행사 유치에 위한 홍보와 마케팅에 열을 올리고 있다. 그러나 그에 앞서 전제되어야 할 사항이 MICE 행사 참가자의 만족요인을 철저히 분석하여야 하고 이에 따른 맞춤형 투자와 마케팅 노력이 이루어져야 할 것이며 MICE 시설환경적인 만족요인보다 더 중요한 요인이 MICE 운영과 관련된 만족 요인임을 인지해야 한다. 둘째, 이미 갖추어진 시설과 환경은 MICE 참가자의 요구가 있어도 법률이나 규정 등 제한적인 요소로 인하여 변경하여 참가자 만족을 이끌어 내기는 어렵다. 그러나 MICE 운영만족 요인과 관련된 현장의 시설운영, 직원의 도움이 필

요한 서비스, 전문지식 및 정보제공 서비스 등은 MICE 개최장소의 직원에 대한 교육과 훈련을 통하여 보다 쉽게 MICE 참가자의 만족도를 제고시킬 수 있는 요인이므로 컨벤션센터에 소속된 직원들을 전문화와 서비스 요원화 시키는 교육과 훈련에 투자를 아끼지 말아야 할 것이다. 국내외를 막론하고 중앙정부 또는 지방자치단체가 MICE 산업이 부가가치가 높고 경제적 파급효과가 큰 산업임을 인지하고 치열하게 경쟁하는 상황에서 MICE 행사 참가자의 만족요인에 따른 소비지출 요인과 그 영향을 제대로 인지하고 향후 유치하고자 하는 MICE 행사로부터 효과를 증대시키려는 노력과 실천이 컨벤션센터 운영의 성공 뿐 아니라 지역경제 활성화 여부를 결정지을 것이다.

본 연구에 있어서 한계점 또한 존재한다. 컨벤션센터의 운영자나 소유주인 지자체의 역할에 따른 MICE 행사 참가자의 MICE 운영만족 요인을 측정하기 위해서는 컨벤션센터와 MICE행사 주최 측으로부터 제공되는 운영만족과 관련된 요인을 구분하여 조사가 진행되어야 하나 이를 명확하게 구분하지 못한 것은 아쉬움으로 남는다. 향후 연구에서는 운영만족 요인과 관련된 변수를 컨벤션센터와 MICE 행사 주최측으로 구분한 설문문을 구성하여 연구하면 보다 명확한 영향요인과 영향의 정도를 반영한 회귀계수를 도출할 수 있을 것이다. 또한, 연구를 단순화시켜 컨벤션센터에 전달하는 시사점을 분명히 하고자 MICE 행사 프로그램 만족도를 연구에 포함시키지 않아 MICE 행사 주최자의 역할에 따른 MICE 만족요인을 측정하지 못한 아쉬움이 있다. MICE 참가자에게 있어서 MICE 프로그램은 참가만족을 유발하는 중요한 요인 중 하나이기는 하나, 이번 연구의 목적이 컨벤션센터의 역할에 초점을 맞춘 연구로 한정함에 따라 제외하였다. 향후 연구에서 이를 포함하여 분석한다면 두 서비스제공자의 역할에 있어서 중요도를 비교하여 보다 풍성하고

설득력 있는 결과를 기대할 수 있을 것이다. MICE 행사 참가자에 대한 만족요인을 보다 세분화하고 다양화하는 연구도 필요할 것으로 보인다. 예를 들어 MICE 운영만족 요인을 MICE 시설운영과 프로그램운영으로 나누고, MICE 시설운영도 전혀 성격과 내용이 다른 회의시설운영과 전시시설운영, 일반공공시설 운영 등으로 나누어 분석하는 것도 권장할 수 있겠다. MICE 행사참석 이전에 지출이 결정되는 것으로 보여지는 비용에 대한 명확한 정리도 필요해 보인다. 행사 참가비, 외국인 참석자의 숙박비, 항공비 등은 MICE 개최 장소에서 제공하는 만족 요인과 연관성이 다소 없어 보이는 것에 대한 정리도 향후에 연구과제로 남겨 놓는다. 아울러 2015년에 있었던 3건의 MICE 주요행사를 대상으로 연구를 진행하여 얻은 결과이기는 하나 이를 일반화하기에 한계가 있다. 향후 연구에서는 MICE 행사의 성격별로 다양한 종류의 자료를 폭 넓은 지역으로부터 수집할 뿐 아니라 시기를 달리하는 종단적인 연구를 실시하여 그 변화를 추적하는 것도 의미 있는 연구가 될 것이다.

참고문헌

- 김성섭 · 안영희 · 윤승현(2006). 전시산업의 경제적 파급효과 추정. 『관광·레저연구』, 18(3), 191-210.
- 김성섭 · 임재문 · 이형룡(2001). 중요도-실행도 분석을 통한 국제회의 평가. 『관광연구』, 16(2), 257-274.
- 김시중 · 박창규(2006). 중요도-성취도 분석에 의한 전시컨벤션 개최지 평가. 『한국경제지리학』, 9(3), 358-378.
- 김이태 · 현성협(2012). 부산지역 국제회의산업의 경제적 파급효과에 관한 연구. 『관광·레저연구』, 24(5), 303-317.
- 김정아(2009). 외국인참가자의 컨벤션만족에 영향을 주는 컨벤션 서비스숙성에 관한 연구. 『관

- 광연구』, 24(2), 127-143.
- 김철원(2011). 『컨벤션 마케팅』. 서울: 대왕사.
- 김철원 · 김대관 · 김봉석 · 이해련 · 윤유식(2012). 『컨벤션원론』. 서울: 학현사.
- 김철원 · 박유미 · 이향정(2005). 컨벤션 개최지의 이미지가 만족도 및 사후반응에 미치는 영향. 『관광학연구』, 28(4), 273-294.
- 김철원 · 이태숙(2007). 컨벤션 개최지의 브랜드 개성 측정 항목 개발: 은유유도기법의 적용. 『관광학연구』, 31(1), 99-116.
- 김철원 · 허준(2009). 국제회의의 경제적 파급효과 분석에 관한 연구. 『컨벤션연구』, 9(2), 7-34.
- 김현환 · 최영배 · 김대관 · 박효연(2013). 지역산업연관분석을 이용한 제주도 인센티브 관광의 경제적 파급효과 분석. 『관광연구저널』, 27(1), 299-314.
- 박효연 · 김대관 · 김봉석(2014). 서울 MICE 참가자의 소비지출 영향분석. 『한국호텔외식경영학회 학술발표논문집』(pp. 61-66), 한국호텔외식경영학회.
- 백효기 · 박봉규(2009). 기업회의 참가자의 컨벤션 센터 서비스케이프 평가에 관한 연구. 『컨벤션연구』, 8(3), 25-34.
- 송수엽 · 김대관(2014). 국제회의 참가자 만족과 지출비용 상호관계연구. 『관광 · 레저연구』, 26(3), 283-299.
- 신영선 · 양길승 · 김양금(2008). 컨벤션개최지 선택 속성에 따른 만족이 재참가 및 추천의사 의도에 관한 연구. 『문화관광연구』, 10(1), 99-111.
- 양위주 · 배은주(2006). 해외관광목적지의 지역별 경쟁력 분석에 관한 연구. 『Journal of the Korean Data Analysis Society』, 8(3), 1105-1117.
- 유리화 · 김재준 · 권현교 · 이민하 · 한상열(2007). 백두대간 관광객의 여행경로에 따른 소비지출: Tobit 모형의 이용. 『한국산림휴양학회지』, 11(3), 29-36.
- 유승각(2011). 관광만족도와 소비지출과의 관계분석 연구. 『관광 · 레저연구』, 23(2), 5-24.
- 윤설민 · 하진영 · 오선영(2012). 관광목적지의 브랜드 관계 품질, 만족도, 신뢰, 충성도, 그리고 친숙성 간 영향관계 분석. 『고객만족경영연구』, 14(2), 41-60.
- 이상미 · 권창희(2005). 전시서비스에 대한 참관객 만족도에 관한 연구. 『한국콘텐츠학회』, 5(6), 238-247.
- 이종열 · 이형룡(2016). 독도 특수목적 관광객의 관광 참여 동기와 시민행동 간의 영향관계 연구: 관광몰입 매개효과 중심으로. 『관광학연구』, 40(2), 101-122.
- 이충기(2014). 『관광조사통계분석』. 서울: 대왕사.
- 이충기 · 권영현 · 김혜선(2015). 지역산업연관도표를 이용한 크루즈관광의 경제적 파급효과 분석: 중국 인센티브 크루즈관광객을 사례로. 『관광학연구』, 39(1), 133-145.
- 이혜련 · 윤유식(2011). 컨벤션개최지 이미지가 추천의도에 미치는 영향: 컨벤션개최지 개성의 조절효과를 중심으로. 『관광학연구』, 35(3), 225-241.
- 장혜진(2012). 전시 개최지 선택 속성이 전시자의 만족 및 충성도에 미치는 영향에 관한 연구. 『컨벤션연구』, 12(2), 151-167.
- 주현식 · 이미란(2005). 컨벤션의 서비스 품질, 참가자의 관여, 만족, 재참가 의도에 관한 연구. 『호텔경영학연구』, 14(1), 237-252.
- 지계웅 · 한진영(2014). 컨벤션호텔 서비스 속성별 만족 유형에 따른 MICE 참가자시장세분화 연구. 『호텔경영학연구』, 5(81), 239-584.
- 한국관광공사(2011). 『2010 MICE 산업통계 조사 · 연구』. 서울.
- _____ (2009). 『2006-2008 국제회의 개최 현황』. 서울.
- 한은진 · 노정희(2012). 전시박람회 참관객의 수요 결정요인 분석. 『관광연구』, 27(1), 397-413.
- 황진수 · 현성협(2012). 컨벤션개최지 개성과 개최장소 서비스품질이 방문객 만족과 행동의도에 미치는 영향. 『호텔경영학연구』, 21(3), 119-136.
- Albayrak, T., & Caber, M. (2015). Prioritisation of the hotel attributes according to their influence on satisfaction: A comparison of two techniques. *Tourism Management*, 46, 43-50.

- Anderson, E., Formell, C., & Lehmann, D. (1994). Customer satisfaction, market share, and profitability: Findings from Sweden. *Journal of Marketing*, 58(3), 53-66.
- ASAE (1992). *Association meeting trends 1992*. Washington D.C.: American Society of Association Executives.
- Buhalis, D. (2000). Marketing the competitive destination of the future. *Tourism Management*, 21(1), 97-116.
- Chen, C., Lee, H., Chen, S., & Huang, T. (2011). Tourist behavioural intentions in relation to service quality and customer satisfaction in Kinmen National Park, Taiwan. *International Journal of Tourism Research*, 13(5), 416-432.
- Churchill Jr. (1979). A paradigm for developing better measures of marketing constructs. *Journal of Marketing Research*, 16(1), 64-73.
- Crouch, G., & Louviere, J. (2004). The determinants of convention site selection: A logistic choice model from experimental data. *Journal of Travel Research*, 43(2), 118-130.
- Garsten, C., & Sörbom, A. (2014). Values aligned: The organization of conflicting values within the World Economic Forum. In S. Alexius & K. T. Hallström (Eds.), *Configuring value conflicts in markets*(pp. 159-177). Cheltenham: Edward Elgar Publishing, Incorporated.
- Hinkin, T., & Tracey, J. (2003). The service imperative: Factors driving meeting effectiveness. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 44(5/6), 17-27.
- Jago, L., & Deery, M. (2010). *Delivering innovation, knowledge and performance: The role of business events*. Australia: Business Events Council of Australia.
- Jun, J., & McCleary, K. (1999). Classifying US association meeting planners based on international destination selection criteria: A case study of South Korea. *International Journal of Hospitality Management*, 18(2), 183-199.
- Kim, S., Lee, J., & Kim M. (2012). How different are first-time attendees from repeat attendees in convention evaluation? *International Journal of Hospitality Management*, 31(2), 544-553.
- Kozehchian, H., Khatibzadeh, M., & Honarvar, A. (2012). The role of sport tourism service quality dimensions in sport tourists' satisfaction. *Journal of Sport Management and Movement Science*, 1(2), 19-32.
- Lee, C. (2003). A comparative study of Caucasian and Asian visitors to a Cultural Expo in an Asian setting. *Tourism Management*, 21(2), 169-176.
- Lee, J., & Min, C. (2013). Prioritizing convention quality attributes from the perspective of three-factor theory: The case of academic association convention. *International Journal of Hospitality Management*, 35, 282-293.
- Loewenstein, G., & Hoch, S. (1991). Time inconsistent preferences and consumer self-control. *Journal of Consumer Research*, 17, 492-504.
- Mojtaba, R., & Reza, A. (2013). Studying the relationship between service quality and satisfaction and intent to return of participants in sport convention. *International Journal of Sport Studies*, 3(7), 784-789.
- Oliver, R. (1999). Whence consumer loyalty? *Journal of Marketing*, 63, 33-44.

- _____ (1980). A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions. *Journal of Marketing Research*, 17(4), 460-469.
- Oppermann, M. (1996). Convention destination images: Analysis of association meeting planners' perceptions. *Tourism Management*, 17(3), 175-182.
- Pindzo, R., Kovacevic, I., & Zecevic, B. (2016). *Integrated quality management for MICE destinations*. Singidunum University, Finance and Administration, Belgrade, Serbia Ministry of Trade.
- Ramirez, D., Laing, J., & Mair, J. (2013). Exploring intentions to attend a convention: A gender perspective. *Event Management*, 17(2), 165-178.
- Robinson, L., & Callan, R. (2005). UK conference delegates' cognizance of the importance of venue selection attributes. *Journal of Convention and Event Tourism*, 7(1), 77-91.
- Rodriguez, A. (2006). Not all desires are created equal: Exploring a dual-motivation account of consumer desire. Unpublished Doctoral Dissertation, The University of Illinois at Urbana Champaign.
- Rogers, T. (1998). *A twenty-first century industry*. England: Addison Wesley Longman Limited.
- Saad Andaleeb, S., & Conway, C. (2006). Customer satisfaction in the restaurant industry: An examination of the transaction-specific model. *Journal of Services Marketing*, 20(1), 3-11.
- Siu, N., Wan, P., & Dong, P. (2012). The impact of the servicescape on the desire to stay in convention and exhibition centers: The case of Macao. *International Journal of Hospitality Management*, 31(1), 236-246.
- Stoela, L., Wickliffe, V., & Lee, K. (2004). Attribute beliefs and spending as antecedents to shopping value. *Journal of Business Research*, 57(10), 1067-1073.
- Sumithra, D., & Mishra, J. (2016). Efficacy of MICE tourism industry and supply chain management as an integrated approach. *International Journal of Management Research and Reviews*, 6(7), 894-903.
- Tanford, S., & Montgomery, R. (2015). Developing loyalty programs for convention attendees: An exploratory study. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 16(1), 57-77.
- Tanford, S., Montgomery, R., & Nelson, K. (2012). Factors that influence attendance, satisfaction, and loyalty for conventions. *Journal of Convention & Event Tourism*, 13(4), 290-318.
- Yoo, J., & Chon, K. (2008). Factors affecting convention participation decision-making: Developing a measurement scale. *Journal of Travel Research*, 47(1), 113-122.
- Zhang, L., Qu, H., & Ma, J. (2010). Examining the relationship of exhibition attendees' satisfaction and expenditure: The case of two major exhibitions in China. *Journal of Convention & Event Tourism*, 11(2), 100-118.

2016년 11월 10일 최초투고논문 접수

2017년 1월 3일 최종심사완료 및 게재확정 통보

2017년 1월 9일 최종논문 도착

3인 익명심사 畢