

# 전시 관람객의 지역 소비지출 결정 요인 : 대전지역 전시회 사례 실증분석

Socioeconomic Determinants of Exhibition Attendees' Expenditure in Daejeon

신의찬 Shin Euichan\*, 이재우 Lee Jaewoo\*\*

## Abstract

Recently the MICE industry has been in the spotlight as one of the strategies of city marketing and regional vitalization. However, there have been few empirical studies on the consumption behavior of the exhibition attendees in the host city compared to the study on the economic ripple effects of the industry.

Therefore, this study analyzes the microeconomics analysis of the regional consumption expenditure of attendees from the areas outside the host city at the exhibitions in Daejeon, by collecting data through the survey on the exhibition attendees through the Tobit model analysis and Marginal effect analysis.

The results of this study show that the age of attendees affects on the total amount of expenditure, the older the attendees are, the more they spend. And attendees who live within 35km radius of the exhibition site and with family members accompanying tend to spend more on the expenditure. Satisfaction, distance and stay period of attendees are proved to have relevance with the expenditure as well.

By researching the consumption propensity of exhibition attendees from the outside to understand the structure of their consumption expenditure, this study would contribute to drawing up the strategies and directing the policies of the regional economy vitalization to cultivate the tangible or intangible regional resources for the external demand of visits, develop the retail service infrastructure, improve the regional connected traffic system and tour programs.

Keywords: MICE, City Marketing, Urban Regeneration, Tobit Model

## I. 서론

### 1. 연구의 배경 및 목적

오늘날 전시컨벤션산업은 생산유발효과, 고용유발효과, 전후방 연쇄효과 등 높은 부가가치를 창출할 뿐만

아니라 지역의 다양한 산업과 융합이 가능한 복합사업의 특징을 가지고 있으며, 다른 산업에 미치는 경제적 파급효과가 커 전 세계 주요 도시들에서 경쟁적으로 도시 성장을 위한 핵심전략 산업으로 육성하고 있다. 이는 전시컨벤션산업 활성화를 통해 경제적 파급효과뿐만 아니라 국내외 도시 간 인적, 물적 교류가

\* 목원대학교 부동산학과 박사과정(제1저자) | Ph.D. Candidate, Dept. of Real Estate, Mokwon Univ. | Primary Author | sec113@hanmail.net

\*\* 목원대학교 금융보험부동산학과 교수(교신저자) | Prof., Dept. of Finance, Insurance, and Real Estate, Mokwon Univ. | Corresponding Author | jaewoo\_lee@mokwon.ac.kr

활발해짐에 따라 도시를 효과적으로 알리고 도시의 가치를 높임으로써 역외 방문객 증대 및 투자 유치를 지속적으로 유발하기 때문이다. 이러한 도시마케팅 또는 도시 관광개발 측면에서 전시컨벤션산업은 각 도시들이 특색 있는 심벌과 이미지를 상징화하여 도시를 상품화하고 도시관광을 활성화하는 데 선도적인 기능을 수행한다고 볼 수 있다(이영주, 최승담 2004).

우리나라에서도 전시컨벤션을 포함한 MICE(Meeting·Incentives·Convention·Events and Exhibition) 산업을 2009년 미래 신성장 동력산업으로 지정하여 국가의 미래전략산업으로서 정책 수립 및 지원을 지속하고 있다. 이에 따라 한국의 전시컨벤션산업은 새로운 도약기를 맞이하고 있으며, 각 지자체에서도 전시컨벤션산업 육성을 통해 도시발전 및 도시경쟁력 향상을 꾀하고 있다(최용록, 조성빈 2011, 34). 이와 같은 배경에서 그동안 학술 분야에서도 전시컨벤션 연관 산업의 지역 내 경제적 파급효과, 전시컨벤션 개최지 선택 결정 요인, 전시컨벤션 참가자들의 참가 동기, 만족도 등에 대한 연구들이 꾸준히 진행되었다.

그런데 최근 들어 전시컨벤션시설이 지역의 도시 활성화 수단으로 주목받으면서 전시컨벤션산업의 거시적이고 산업정책적인 차원의 효과뿐만 아니라 미시적 차원에서도 전시컨벤션 행사 특성과 참관객에 대한 관심이 증대되고 있다. 지역경제 활성화를 가져올 수 있는 전시컨벤션 행사프로그램과 지역 내 유무형 관광자원 연계를 통한 지역경제 활성화 전략이 수립되기 위해서는 역외 거주 전시 참관객 특성과 이들의 지역 내 소비지출 결정 요인에 대한 이해가 선행되어야 하기 때문이다. 방문객이 개최지역 내에서 지출한 비용은 지역경제에서 관광숙박, 소매판매, 서비스업, 교통 등 전후방 산업으로 확대되고, 방문객들의 지역 경험에 대한 만족감은 재방문을 유도하며, 구전효과로 도시 이미지 제고뿐만 아니라 새로운 방문객을 창

출할 수 있는 기회가 된다.

결과적으로 전시컨벤션산업이 개최지역에 기여하는 경제효과를 파악하고 전략산업으로 육성하는 방안을 모색하기 위해서는 방문객이 해당 지역에서 일차적으로 지출한 비용의 정확한 추정과 지역 내에서 소비된 지출구조를 파악할 필요가 있다(이희찬 2002, 32).

이에 따라 본 논문은 역외 전시 참관객의 방문 지역 내 지출 결정 요인을 실증적으로 분석하는 것을 목적으로 하고 있다. 아울러 전시 참관객의 인구학적 특성을 파악하고, 역외 참관객의 거주지 분포, 동반 참관객 유형, 교통수단, 방문 전 지역정보 탐색 여부 및 지역 내 방문 장소, 유형별 소비지출 비용을 파악하고자 하였다.

본 논문을 통한 실증분석 결과는 전시컨벤션 관련 역외 방문객의 방문 체류와 지역 내 소비지출 행태에 대한 유용한 정보뿐만 아니라 지역축제 또는 지역관광 역외 방문객의 소비지출 관련 선행연구와 비교함으로써 다음과 같은 정책적, 실무적, 학술적 시사점을 제공할 수 있을 것으로 기대된다. 정책적으로는 전시컨벤션산업을 지역관광, 도시마케팅과 연계하여 도시발전 및 지역경제 활성화 방안 수립 활용에 기여하고, 실무적으로는 역외 전시참관객의 사회경제적 특성에 따른 소비 유형, 이동 반경, 체류시간, 총지출액 등 소비지출 특성을 고려하여 전시회를 개발·운영함으로써 참관객의 만족도 제고 및 효과적인 참관객 유치 전략에 활용할 수 있을 것으로 기대된다. 또한 학술적으로는 전시컨벤션산업의 경제적 파급효과와 관련하여 기존 지역산업연관표를 활용한 거시적 관점의 효과분석에서 벗어나 미시적 관점에서 역외 참관객의 소비지출 구조 분석 및 소비지출 결정 요인에 대해 실증분석을 실시함으로써 지역 전시컨벤션 산업 효과에 대해 새로운 근거 틀을 제시할 수 있을 것으로 기대한다.

## 2. 연구의 범위와 방법

본 연구의 사례 대상 전시컨벤션시설은 대전무역전시관으로, 공간적 범위는 대전무역전시관 전시행사를 찾는 역외 방문객의 소비지출 장소인 대전광역시로 하였다. 시간적 범위는 2016년 3월부터 2016년 4월까지로 설정하였다. 연구방법으로 방문객의 소비지출, 행동분석 및 연구 모형에 대한 이론적 배경과 선행연구를 검토하였으며, 이를 바탕으로 역외 방문객의 소비지출 결정 요인을 추출하고 소비지출 결정 모형을 구축하였다.

실증연구는 전시 참관객 설문조사를 통해 지역 외부 거주 참관객 특성 변수가 개최지역 내 소비지출에 어떠한 영향이 있는지를 실증적으로 분석하였다. 이를 위해 2장에서는 지역 방문객의 소비지출 및 방문객의 지역 내 행동 그리고 연구모형에 대한 이론적 배경과 선행연구를 고찰하여 본 연구를 위한 기본적인 틀을 제시한다. 3장에서는 분석자료 제시와 함께 전시 참관객에 대한 소비지출 결정 모형을 설정하고 설명변수에 대한 기초 통계분석을 진행하였다. 4장에서는 Tobit 모형을 이용하여 전시 참관객의 지역 내 총소비지출 및 소비지출 유형별 결정 모형에 대한 실증분석을 실시한다. 5장에서는 연구 결과를 정리하고 제언 및 시사점을 도출한다.

## II. 선행연구 고찰

### 1. 역외 거주 방문객의 지역 소비지출에 관한 연구

지역 외에 거주하는 외부 방문객의 지역 소비와 관련하여 그동안 많은 국내외 실증연구들이 진행되어 왔다. 지역 방문객의 소비지출 규모와 특성에 관한 선행 연구들은 주요 지역축제 방문객을 대상으로 한 연구

가 주를 이룬다. 또한 여행 관광객을 대상으로 실증연구를 진행한 국외 연구들이 있다.

먼저 국내 연구로 고동우, 부소영(2001)은 제주섬 문화축제를 대상으로 참가자들의 특성 변수가 소비지출 구조에 미치는 영향을 단계적 회귀분석한 결과, 체류시간이 길수록, 참가 경험이 없을수록, 남자일수록, 기혼자일수록 소비지출량이 늘어나는 것으로 나타났다.

이희찬(2002)은 함평나비축제 방문객을 대상으로 소비지출에 미치는 영향을 분석한 결과, 소득 수준, 그룹인원, 거주지역, 교통수단, 만족도, 여행 목적, 그룹 내 여성수, 그룹 내 어린이 존재 여부 등이 총지출에 유의한 영향을 미치는 것으로 분석되었다.

이승길, 김현, 유창근(2006)은 담양 대나무축제 방문객을 대상으로 Tobit 모형을 적용하여 방문객의 소비지출 결정 요인을 분석하였는데, 인근지역 거주는 총지출에 부정적 영향을 미치고 대졸 이상의 학력 수준은 긍정적 영향을 미치는 것으로 나타났다. 또한 방문그룹의 총인원이 지출에 긍정적인 영향을 준 반면, 당일 방문객은 2일 이상 체류하는 방문객에 비해 지역 소비지출이 미흡한 것으로 분석되었다.

한진영, 오지은(2007)은 평창효석문화제 방문객을 대상으로 지출 결정 요인을 분석한 결과 성별, 소득, 체류일수 및 패키지 상품을 통한 방문 여부가 영향을 미치는 것으로 도출되었으며, 김주연, 안경모(2010)는 화천산천어축제 참가자 조사에서 동반인원 및 체류기간 증가에 따라 지출이 증대되는 것으로 분석하였다.

백운일(2012)은 두 지역의 쌀 축제를 방문한 방문객을 대상으로 소비지출에 대한 영향을 Tobit 모형을 이용하여 규명하였다. 두 지역 방문객을 합산하여 분석한 결과 소비지출은 연령, 소득, 거주지역, 가족동반, 축제프로그램 요인, 축제가격 요인에 영향을 받는 것으로 나타났다.

국의 연구로 Long and Predue(1990)는 축제 방문객의 지출행동을 분석하였는데, 이들 연구에 따르면 방문객의 소득 수준과 여행거리 두 가지 설명변수만이 지출에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 여행거리가 길수록 여행객의 심리적 비용과 경제적 비용도 함께 증가하게 되어 그에 대한 심리적 투자를 보상받기 위해 해당 지역에 더 오래 머무르면서 다양한 경험을 하려고 하기 때문에 체류기간과 소비지출 금액이 증가한다는 것이다(Leones, Colby and Crandall 1998).

한편, 지역방문 빈도에 주목한 Godbey and Graefe(1991)는 풋볼 경기를 관람한 방문객을 대상으로 방문횟수에 따른 소비지출을 분석한 결과, 방문이 반복될수록 소비지출량이 감소하는 것으로 나타났다.

Agarwal and Yochum(1999)은 여행 동료의 수가 많을수록 그 팀의 소비지출량이 증가한다고 분석하였으며, Henthorne(2000)은 관광지역 체류시간이 소비지출에 미치는 영향분석에서 3시간 이상 체류하는 방문객 그룹은 체류시간이 소비지출에 유의미한 영향을 주는 것으로 분석하였다.

Kruger, Saayman and Ellis(2010)는 예술축제 방문객을 대상으로 한 소비지출 분석에서 나이, 고소득 직업, 숙박일수, 티켓구입 참가자가 소비지출에 긍정적 영향을 미치는 것을 밝혔으며, Barquet, Brida, Osti and Schubert(2011)는 Tobit 모형을 통한 스포츠 이벤트 참가자의 소비지출을 분석하였는데, 소득 수준, 참가자 거주지역, 동반그룹 규모가 소비지출에 유의한 영향을 미치는 결과를 제시하였다.

또한 Abbruzzo, Brida and Scuderi(2014)는 개인관광 지출 결정 요인을 분석한 결과 관광 목적지, 숙박시설 유형, 개인적 경험, 특정 관광활동 등이 탄력성 높은 지출 요인으로 나타났다.

그러나 역외 방문객의 지역 내 소비지출 구조와 관련한 선행연구들은 분석 대상이 지역축제 방문객 또

는 관광객에 한정되어 있어 본 논문의 주된 관심인 MICE, 전시컨벤션과는 행사 성격, 시설 유형, 참관객 양상, 지역 방문 목적 등에서 근본적인 차이를 지니고 있다. 다시 말하면, 축제 참가자는 주로 관광 또는 여가 목적의 방문인 데 반해, 전시컨벤션 참가자는 참가자의 직업 또는 사업과 연관된 비즈니스 목적의 방문이 많다. 또한 업무와 연관이 되어 있고 인위적인 특정 시설 중심으로 활동함으로써 시간적, 공간적 활동에 제약이 많다는 점에서 기존 축제 관련 소비지출 행태와 차이가 있다고 볼 수 있다.

또한 역외 거주 방문객의 지역 소비지출 영향 요인에서도 본 논문은 기존 선행연구에서는 깊이 다루어지지 않았던 방문객의 개최지역 정보에 대한 사전탐색 여부, 최대 이동반경 등을 검토하고자 하였다.

개최지역 정보 사전탐색은 조미혜(2011), 최해수, 김정훈, 이상건(2010)의 선행연구에서 나타나는 관광지 정보탐색 또는 정보검색을 소비지출 설명변수로 검토하였다. 또한 김영래, 배만규(2012)는 시간지리학 개념의 공간적 이용 특성 및 소비적인 이동거리에 대해 분석하였는데 본 논문에서는 이와 관련한 최대 이동반경을 소비지출 설명변수로 검토하였다.

이와 같이 인터넷과 스마트기기를 통한 정보화의 급속한 진전, 지역교통수단의 발달 등 지역 간 교류 여건 변화를 반영하여 추가적인 설명변수들을 고려하고 있다는 점에서도 본 논문은 지역 소비지출 영향 요인에 관한 선행연구와의 차별성을 가진다.

## 2. 전시컨벤션산업의 지역경제 파급효과에 관한 연구

그동안 전시컨벤션산업의 지역경제 파급효과와 관련한 연구들은 거시적인 관점에서 지역산업연관표를 활용한 분석이 대부분이며, 상대적으로 산업 관점에 보다 더 초점을 두고 다수 지역, 또는 전국의 전시컨벤

선산업 파급효과를 분석한 연구와 특정 지역을 사례로 한 연구로 구분할 수 있다.

먼저, 박창수(2008)는 전시컨벤션산업이 관련 산업에 미치는 유발효과와 순 성장효과와 지역경제 변화요인을 실증적으로 분석하여 지역컨벤션 관련 산업구조 분석을 시도하였다.

또한 김대관, 최태영, 김학준(2010)은 도시별 MICE 산업 경쟁력 평가를 위해 MICE의 수요 촉진 및 지속가능성, 물리적 품질, 내용적 품질 및 개최 도시의 관광 매력성 등 정성적 평가 요인을 추출하고, 이러한 평가 요인이 상호작용하여 도시경쟁력과 어떠한 상관관계를 가지는지를 분석하였다.

나아가 박자연(2011)은 지역산업연관표를 활용하여 지역별 컨벤션산업의 경제적 효과를 분석하였는데, 컨벤션산업의 생산, 소득, 취업, 부가가치, 수입, 세수 유발 등 우리나라 16개 시도의 컨벤션산업 관련 각종 승수를 도출하여 지역별 승수효과를 비교 분석하였다.

이에 비하여 특정 지역 전시컨벤션산업의 지역경제 파급효과에 초점을 둔 연구로 박봉규, 우석봉, 주현식(2003)이 있다. 이 연구는 '2002 부산국제공작기계전' 참관객을 대상으로 거주지역 및 소비지출 금액을 조사하여 총소비지출액을 추정하고, 주최 측의 사업예산을 토대로 산업연관 모델을 활용하여 부산지역 컨벤션산업의 경제적 파급효과를 분석하였다. 또한 선종갑, 김승희, 박창수(2008)는 제주지역의 컨벤션 관련 산업 종사자수를 토대로 지역전문문화지수를 산출하여 컨벤션산업의 전문화, 집중화 정도에 대한 변화를 측정하고, 지역성장률 시차를 산출하고 비교·분석하여 산업별 경제성장 기여 수치를 분석하였다.

이와 같이 전시컨벤션을 대상으로 경제적 파급효과 분석을 시도한 기존 선행연구들은 대부분 산업연관분석모형을 활용하는 거시적 접근방식을 통하여 전

시컨벤션산업이 지역경제에 미치는 파급효과를 분석하였다. 그러나 이와 같은 접근방식은 전시컨벤션산업이 고용, 생산, 부가가치 등 총량적 관점에서 경제에 미치는 효과를 가늠하는 데는 유용하나, 지역의 유형, 무형의 자원을 활용하는 공간 계획적 수립, 지역 관광 및 지역 상권 활성화를 위한 전략계획 수립에 의미 있는 시사점을 도출하기에는 한계가 있다.

### III. 연구모형 설정 및 기초분석

#### 1. 연구모형 개요: Tobit 모형

James Tobin(1958)이 제안한 Tobit 모형은 지출과 관련된 분석을 위한 계량경제적 접근 방법으로써 종속변수값의 범위가 특정 값에서 삭제되거나 절삭(truncated)되어 특정 값 이상이나 그 이하에서 관찰되지 않는 경우에 적용할 수 있는 일종의 회귀모형이다(Donald and Maddala 1992).

Tobit 모형은 중도절단자료(censored data)와의 관련성을 추정하는 데 이용되는 계량경제모형으로 주어진 재화나 서비스에 대해 소비자의 수요가 제한된 값, 예컨대 0의 소비량에서 집단을 이루고 있음을 가정하는 함수로서 수요 관련 연구에서 가장 자주 사용되는 모형 중 하나다. 소비자 행동의 관점에서 보았을 때, Tobit 모형의 주요 가정은 모든 소비자가 주어진 재화에 대한 잠재 수요자라는 점, 그리고 시장 참가와 소비량 결정은 같은 변수에 의해 영향을 받는다는 것이다(이희찬 2002, 35). 소비지출함수를 추정하기 위한 조사 결과 응답자의 지출이 '0'에서 지나치게 많이 나타날 경우 연속확률분포의 가정을 충족시키지 못하게 된다. 즉, 종속변수가 단절되었을 경우 최소자승법(Ordinary Least Square: OLS) 모형을 이용하여 추정하면 편의(bias)된 추정 결과가 도출되기 때문에 어떤 재

하나 서비스에 대한 소비자의 지출이 제한된 값에서 집단을 이루고 있을 때 지출이 일어나지 않는 표본을 다루기 위해 사용될 수 있는 계량경제적 접근 모형으로 Tobit 모형을 구축하는 것이 일반적이다. 그러나 단절된 값이 많지 않을 경우에는 일반적인 선형회귀 모형에 수렴한다(백운일 2011, 481).<sup>1)</sup>

Tobit 모형의 일반적인 형태는 <식 1>과 같다.

$$y_i^* = x_i' \beta + \varepsilon_i \quad \varepsilon_i \sim N(0, \sigma^2)$$

$$y_i = 0 \quad \text{if } y_i^* \leq 0,$$

$$y_i = y_i^* \quad \text{if } y_i^* > 0$$

<식 1>

여기에서  $y_i^*$ 는 잠재변수로서 0을 포함한 방문객  $i$ 의 추정지출액,  $y_i$ 는 응답한 개별 방문객  $i$ 의 실지출액,  $x_i$ 는 실지출액에 영향을 주는 독립변수,  $\beta$ 는 파라미터의 벡터,  $\varepsilon_i$ 는 분산이  $\sigma^2$ 인 정규분포를 따르는 오차항을 나타낸다. 역외 방문객의 지출액과 독립변수들 간의 영향을 최소자승법 모형으로 추정할 경우에는 편익된 값을 얻기 때문에 같은 최우추정법(maximum likelihood method)에 따라 추정한다.

## 2. 조사설계 및 분석자료 구축

본 논문은 지역 전시컨벤션산업 도시로 성장하고 있는 대전광역시<sup>2)</sup>를 사례지역으로 선정하여 전시 참관

객의 지역 소비지출 결정 요인을 규명하고자 하였다. 또한 조사 대상 전시회는 베이비페어, 웨딩박람회 등 단순 소비형 전시회가 아닌 관련 업계 종사자, 전문가, 유통업자, 소비자 등을 대상으로 대전지역에서 매년 개최되는 대표적인 전시회를 사례로 선정하였다.

이에 따라 분석에 이용된 자료는 2016년 3월 31일부터 4월 3일까지 개최된 제10회 대전건축박람회 및 2016년 4월 8일부터 4월 10일까지 개최된 제4회 대전·충청프렌차이즈 창업박람회 개최기간 동안 대전 지역 이외의 타 지역에서 방문한 내국인 참관객을 모집단으로 하고, 그중 255명의 표본을 현장에서 조사하였다. 본 논문은 역외 거주자의 지역 방문과 관광 수요 확대 전략에 초점을 두고 있어 조사 대상자는 역외 거주 참관객을 대상으로 한정하였다. 기 발생 지출금액의 회상이 용이하고 예상 지출금액의 오차를 최대한 줄이고자 전시행사 종료일과 종료 1일 전 오후에 전시회 참관을 마치고 나가는 참관객을 대상으로 조사하였으며, 두 명의 사전 교육된 조사원이 무작위 임의 표본추출방식으로 자기기입식 설문지를 작성토록 하여 현장에서 모두 회수하였다. 이 중 불성실하게 응답한 것으로 판단되는 자료와 박스플롯(box-plot)기법을 활용하여 과도하게 벗어난 이상치 추정 표본 등을 제외하고 유효표본 215부를 분석에 이용하였다.<sup>3)</sup>

본 논문에서 지출단위는 개인이다. 즉, 동반인원이

1) 뒤에 자세히 제시되겠지만, 본 연구의 종속변수인 1인당 총지출, 식음료비, 쇼핑비, 관광오락비, 숙박비에 대한 지출액이 0인 응답자 비중은 각각 26.1%, 34.0%, 68.4%, 89.3%, 92.6%임. 이와 같은 경우 일반적인 선형회귀모형으로 추정하면 편익된 추정 결과를 얻을 수 있으므로 본 논문에서는 Tobit 모형 사용이 바람직함.

2) 대전광역시는 대덕연구개발특구, 대전정부청사, 육군교육사령부 등이 위치하고 있고, 광역교통의 중심지로서 과학, 행정, 국방 부문의 대표적인 전시컨벤션 개최지역임. 또한 국제협회연합(UITA) 통계 기준으로 서울특별시, 부산광역시, 제주특별자치도에 이어 2012년 이후 연속 국제회의 개최 건수로 4년 연속 4위를 차지하고 있으며, 컨벤션 개최건수는 2008년 222건에서 2013년 620건으로 약 3배가 증가하였고 전시회는 2008년 14건에서 2013년 35건으로 약 2.5배 증가하는 등 전시컨벤션산업이 지속적으로 성장하고 있음(대전광역시 2014, 33-34).

3) 두 개 박람회에서부터 입수한 샘플을 전시 참관객으로 통합하여 분석함에 있어 동질성 검정을 위해 사전적으로 성별, 나이, 거주지 환경, 직업 등 특성 변수에 대하여  $\chi^2$ 검정 등을 통한 차이 유무를 분석한 결과 통계적으로 유의하지 않아 전시 참관객으로서 두 샘플의 통합분석은 큰 무리가 없을 것으로 판단되었음.

Table 1\_Demographic Characteristics of Samples and Characteristics of Expenditure Activities

(N=215)

Types of Questions		Frequency	Rate(%)	Types of Questions		Frequency	Rate(%)	
Gender	Male	129	60.00	Occupation	Office Worker	76	35.35	
	Female	86	40.00		Business Owners	31	14.42	
Age	Under the age of 20	20	9.30		Official	12	5.58	
	20's	91	42.33		Professional	16	7.44	
	30's	35	16.28		Student	55	25.58	
	40's	37	17.21		Housewife	16	7.44	
	50's	22	10.23		Inoccupation	6	2.79	
	60's or More	10	4.65		Others	3	1.40	
The Radius of the Residence to the Venue (km)	Less than 35	68	31.63		Education	High School or less	78	36.28
	35~50	6	2.79			College Graduate	124	57.67
	50~70	46	21.40	Graduate School		13	6.05	
	70~100	28	13.02	Monthly Income (won)		Under 3,000,000	130	60.47
	100~150	49	22.79		3,000,000~5,000,000	67	31.16	
	150 or More	18	8.37		5,000,000~7,000,000	7	3.26	
			More than 7,000,000		11	5.12		
Times of Regional Visits to the Host City for Last 5 Years (time)	1	69	32.09	Number of Accompanied (Self included) (people)	1	14	6.51	
	2	28	13.02		2	104	48.37	
	3	27	12.56		3	35	16.28	
	4	4	2.79		4	32	14.88	
	5	19	8.84		5 or more	30	13.95	
	6~10	25	11.63		Pre Info Search for Host City	Yes	145	67.44
	11~30	28	13.02	No		70	32.56	
	31 or more	13	6.05	Moved Radius from Venue (km)	0	56	26.05	
Satisfaction	Very Good	55	25.58		0.5	49	22.79	
	Good	94	43.72		0.5~3	29	13.49	
	Normal	55	25.58		3~6	38	17.67	
	Bad	10	4.65		6~7	29	13.49	
	Very Bad	1	0.47		7 or more	14	6.51	
Transportation in Host City	Car	151	70.23		Individual Activity Retention Time (hours)	2 or less	22	10.23
	Taxi	16	7.44	2~3		46	21.40	
	Bus	44	20.47	3~4		59	27.44	
	Subway	4	1.86	4~5		27	12.56	
Type of the Accompanying Person	Colleague	30	13.95	5~6		26	12.09	
	Family	98	45.58	6~10		22	10.23	
	Friend	67	31.16	10 or more		13	6.05	
	Alone	14	6.51					
	Others	6	2.79					

있을 경우 동반그룹의 유형별 지출금액 및 참가인원을 기재하도록 한 후 1인당 지출금액을 산출하였다.<sup>4)</sup> 또한 유형별 지출항목을 조사시점 이전의 기 발생 지출금액과 조사시점 이후 예상 지출금액을 합하도록 하여 참가객의 대전지역 내에서 지출한 총지출금액을 산출하였으며, 식음료, 쇼핑, 숙박 등 세부 지출 유형에 따른 지출금액 및 체류시간을 조사하였다.

한편, 참가객의 거주지 반경은 전시회 개최장소로부터 거주 지역 시·군·구 행정관할청까지의 직선거리로 산정하였다. 또한 지역 내 랜드마크 및 주요 관광·쇼핑시설 등이 기재된 설명지도를 활용하여 개최지역 내에서 참가객의 이동장소를 조사하고, 전시회 개최 장소로부터 최대 이동반경을 산출하였다.

자료의 분석기법은 STATA version 13을 활용하여 기초 통계분석 및 지출항목별 Tobit 모형 추정, 한계 효과 분석을 실시하였다.

유효표본 215부에 대한 표본의 특성은 <Table 1>과 같다. 표본의 주요 특징을 살펴보면 전시회 개최 장소로부터 주거지까지 반경 35km 이내의 대전 인근 지역 거주자가 31.63%로 가장 많으며, 수도권 및 경상권, 전라권 등 반경 100km 이상 거주지 참가객도 31.16%로 예상보다 많은 비중을 차지하고 있다. 응답자를 포함한 동반인원은 2명이 48.37%로 가장 많으며, 혼자 방문한 경우는 6.51%로 비교적 비중이 낮았다. 최근 5년간 대전지역을 방문한 횟수는 첫 방문이 32.09%로 가장 많았으며, 6회 이상 방문도 24.65%

를 차지한다. 대전지역 도착 전 전시회 개최지역에 대한 사전 정보검색 여부는 '있다'가 67.44%로 전시회 참관 이전에 상당수가 개최지역에 대해 다양한 정보를 검색하는 것으로 나타났다. 개최지역 내 교통수단은 승용차 70.23%, 버스 20.47%, 택시 7.44% 순으로 나타났으며, 동반 유형은 가족 동반이 45.58%로 가장 높았다. 전시회장으로부터 대전지역 내 최대 이동반경은 개최지역 내 다른 장소로 이동하지 않은 0km가 26.05%로 가장 많았으며, 그다음으로 0.5km 이하 22.79%, 3~6km 17.67% 등의 순으로 나타났다. 총체류시간은 3~4시간이 27.44%로 가장 많았고, 2~3시간 21.40%, 4~5시간 12.56%, 5~6시간 12.09% 등의 순으로 나타났다.

### 3. 실증분석 모형 및 기초통계

본 연구의 종속변수는 역외 거주 전시 참가객 1인의 지출비용으로 하였으며<sup>5)</sup>, 총지출은 식음료비(식비, 간식, 커피음료 지출비용), 쇼핑비(전시장, 지역 쇼핑·판매시설에서 구입한 지출비용), 관광오락비(문화·관광시설 이용료 및 유흥오락 지출비용), 숙박비(숙박시설 이용비용) 등 네 가지 유형으로 구성되어 있다. 모든 지출 유형을 포함한 총지출에 대한 발생빈도는 73.9%로 나타났으며, 식음료 지출 빈도는 66.0%, 쇼핑지출 빈도는 31.6%로 나타났고, 관광오락 및 숙박 지출 발생빈도는 각각 10.7%, 7.4%로 나타났다.<sup>6)</sup>

4) 그룹별 전체 지출액은 그룹 내 동반한 참가객의 지출이 숙박, 식사 등 일부에서 그룹 대표가 지출하지만 개별쇼핑, 간식, 음료, 오락 등은 개별 행동 때 지출하는 경우가 있어서 1인당 지출금액으로 조사하였으며, 그룹별 지출액은 상기와 같은 이유로 산출 및 추정의 한계로 별도 조사하지 않았음.

5) 전시 참가객의 동반 유형, 동반인원, 최대 이동반경, 체류시간 등에 대한 개인적 특성을 개별 참가객별로 분석하기 위해 1인당 지출금액을 종속변수로 가정하였으며, 이는 행사 후 집계되는 총방문인원에 1인당 지출금액을 적용하여 경제적 파급효과를 산출하는 등 실무적 활용도가 높을 것으로 기대됨.

6) 이와 같이 본 연구의 종속변수인 1인당 총지출, 식음료비, 쇼핑비, 관광오락비, 숙박비에 대한 지출액이 0인 응답자가 있는 경우 일반적인 선형회귀모형으로 추정할 경우 편의된 추정 결과를 얻게 되기 때문에 이럴 경우에는 지출이 일어나지 않는 표본을 다루기 위해 일반적으로 계량경제적 모형인 Tobit 모형을 이용함.

역의 참관객 1인이 대전지역에서 지출한 총액의 평균은 3만 9,740.7원으로 나타났으며, 지출이 발생한 표본만을 대상으로 한 경우에는 총지출 평균이 5만 3,737.4원으로 나타났다. 세부 지출 유형을 살펴보면 쇼핑 > 숙박 > 관광오락 > 식음료 순으로 지출 규모가 큰 것으로 파악되었다. 쇼핑지출 평균은 2만 2,762.7원으로 조사되었으며, 지출이 발생한 표본만을 대상으로 한 경우에는 7만 1,970.5원으로 나타났다. 지출이 발생한 표본을 대상으로 한 관광오락 지출 평균은 2만 6,869.5원으로 나타났다. 숙박의 경우 지출이 발생한 표본의 숙박지출 평균은 3만 1,145.8원으로 조사되었는데 이는 동반 참가자로 인해 1인당 숙박지출이 감소한 것으로 보인다(<Table 2> 참조). 끝으로 식음료 지출 평균은 1만 1,785.6원으로 나타났으며, 식음료 지출이 발생한 표본만을 대상으로 한 경우에는 평균이 1만 7,844.4원으로 조사되었다.

한편, 전시 참관객의 개최지역 내 소비지출 결정 요인을 분석하기 위한 방법으로 Tobit 모형을 사용하였

으며, 주어진 지출항목  $k$ 에 대한  $i$ 번째 참관객의 소비지출과 설명변수 간의 관계를 추정하기 위한 모형 설정은 <식 2>와 같다.

$$EXP T_{ik} = f(GENDER_i, AGE_i, OCCUP_i, RESI\_RAD_i, EDU_i, INCOME_i, PRE\_INFO_i, TIMES_i, SATIS_i, COM\_NUM_i, COM\_TYPE_i, TRANS\_IN_i, RADIUS_i, STAY_i) \quad <식 2>$$

설명변수는 앞서 지역축제 방문객 및 관광객의 지역 소비지출에 대한 국내외 선행연구에서 유의한 영향을 주거나 검토되었던 인구 통계적 변수와 방문횟수, 동반인원, 동반자 유형, 만족도, 체류시간, 개최지역 내 교통수단을 기본적으로 포함시켜 전시 참관객의 지역 소비지출에 대한 영향을 살펴보고자 하였다.

또한 본 연구 대상의 차별성을 고려하여 추가적으로 전시회 개최지역에 대한 사전 정보검색 여부, 역외

Table 2\_ Statistics Based on Expenditure by Type

(unit: won, %)

Expenditure Type	Mean	Standard Deviation	Minimum	Maximum	Expenditure Frequency Rate
Food and Beverage	11,785.6 (17,844.4)	13,882.8	0	88,000	66.0
Shopping	22,762.7 (71,970.5)	51,774.9	0	300,000	31.6
Entertainment and Tourism	2,874.4 (26,869.5)	9,709.5	0	58,000	10.7
Lodgment	2,317.8 (31,145.8)	8,947.1	0	70,000	7.4
Total	39,740.7 (53,737.4)	62,747.6	0	358,000	73.9

Note: Values in parentheses is the mean of those samples with the expenditure incurred.

7)  $k$  = 1인당 총지출비용, 1인당 식음료 지출비용, 1인당 쇼핑 지출비용, 1인당 관광오락 지출비용, 1인당 숙박 지출비용.

**Table 3** \_Variable Definitions and Basic Statistics

Variable Name	Variable Definition	Mean	Standard Deviation	Minimum	Maximum	Expected Sign
EXPTik	Gross Expenditure of i(won)	39,740.7	62,747.6	0	358,000	
GENDER	Male=1, Female=0	0.6	0.4910	0	1	?
AGE	Age(years old)	34.0186	13.1582	13	71	?
RESI_RADI	The Radius of the Residence to the Venue(km) Less than 35km=1, Etc=0	0.3162	0.4661	0	1	-
OCCUP	White Collar=1, Etc=0	0.4837	0.5009	0	1	?
EDU	More than College Graduate=1, Etc=0	0.6372	0.4819	0	1	?
INCOME	More than 3,000,000won=1, Etc=0	0.3953	0.4900	0	1	+
PRE_INFO	Yes=1, No=0	0.6744	0.4696	0	1	+
TIMES	Times of Visits to the Host City for Last 5 Years	9.2279	13.5959	1	60	-
COM_NUM	Number of Accompanying Persons (including myself)	3.1116	2.0883	1	15	?
COM_TYPE	Family=1, Etc=0	0.4558	0.4992	0	1	+
SATIS	Satisfaction(5 point Likert Scale)	3.8930	0.8552	1	5	+
TRANS_IN	Transportation in Host City Car=1, Etc=0	0.7023	0.4583	0	1	+
RADIUS	Moving Radius from Venue(km)	2.7744	2.9747	0	10	+
STAY	Individual Extent of Stay(hours)	4.9046	2.7596	2	21	+

참관객의 개최지역 내에서 최대 이동반경이 전시 참관객의 지역 소비지출에 어떠한 영향을 미치는지를 검증하기 위해 설명변수에 포함하였다.

따라서 설명변수는 성별, 나이, 거주지 반경, 직업, 학력, 소득 등 인구 통계적 설명변수와 전시회 개최지역 사전 정보검색 여부, 최근 5년 내 개최지역 방문횟수, 본인을 포함한 동반인원, 동반자 유형, 전시회 만족도, 개최지역 내 교통수단, 개최지역 내 최대 이동반경, 지출 유형별 체류시간을 합한 총체류시간 등 참관객 개인적 특성을 포함하여 14개의 설명변수로 구성하였다. 종속변수 및 설명변수의 변수 정의 및 기술 통계는 <Table 3>과 같다.

#### IV. 실증분석 결과

##### 1. 전시 참관객 소비지출 결정 모형 실증분석

###### 1) 총지출 결정 요인

Tobit 모형에 의한 지역 소비지출 구조를 실증분석하기에 앞서, 설명변수들 간에 존재할 수 있는 다중공선성 문제를 확인하기 위해 변수 간 상관계수, 분산팽창계수 (Variance Inflation Factor: VIF)에 대한 검토를 실시하였다. 상관관계 분석 결과에서도 변수 간 상관계수는 0.7을 하회하여 강한 상관관계는 나타나지 않았으며, VIF 검정 결과 VIF 값이 1.04~1.88 수준으로 확인되었다.

지역 소비지출 모형을 추정한 결과, 총지출에 대해서는 나이, 거주지 반경, 동반자 유형, 만족도, 최대 이동반경, 총체류시간이 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 추정되었다.

연령 변수의 경우 유의 수준 1%에서 유의미한 양(+)의 부호를 보이는 것으로 추정되었다. 일반적으로 30대 이상에서 연령이 높을수록 구매력이 있고, 건축 박람회 및 프렌차이즈창업박람회는 전시 특성상 높은 연령층에서 더 많은 지출을 하였다고 볼 수 있다.

인접 도시 거주를 반영하는 거주지 반경변수는 5% 유의 수준에서 총지출에 양(+)의 영향을 주는 것으로 나타났다. 이는 대전지역 인근에 거주하는 관광객이 평소 갖고 있던 지출계획을 충청권 광역 중심지인 인근 대도시 방문 기회에 집행하여 35km 반경 외 거주자에 비해 보다 적극적인 소비지출 행동이 나타났다고 볼 수 있다. 이러한 연구 결과는 기존 축제 또는 관광 방문객 관련 연구에서 여행거리가 멀수록 지출 비용이 증가하고 인근지역 거주자는 지출비용이 감소하는 것으로 나타난 결과와는 다른 양상을 보이고 있다. 축제·관광 목적의 방문객은 여행거리가 멀수록 심리적, 경제적 비용을 보상받기 위해 체류기간 증가와 다양한 경험으로 지출비용이 증가하는 것이 일반적인 견해였다(Leones, Colby and Crandall 1998).

그러나 본 논문의 연구 대상인 전시회 참관을 목적으로 한 방문객의 경우 개최지역에서의 새로운 경험·소비활동보다는 필요한 상품과 업체에 대한 정보 취득에 초점을 두고 있어, 주거지로의 이동 부담이 큰 원거리 방문자는 귀가를 서둘러 인근지역 거주자에 비해 소비지출활동이 적은 것으로 추정된다. 원거리 참관객을 위해 전시 주제와 관련한 지역 내 업체 정보 및 사업 현황 정보를 제공하여 체류시간 및 소비활동을 늘릴 필요가 있음을 시사해주고 있다.

동반자 유형은 가족이 동반할 경우 동료, 친구, 기

타 동반에 비해 총지출에 긍정적인 영향을 주는 것으로 나타났다(1% 유의 수준). 이는 가족이 함께 쇼핑할 경우 주요 구매의사 결정자가 함께 있어 구매 결정이 빠르고 가족 구성원이 필요한 상품, 식사, 관광 등을 동시에 소비지출하려는 경향으로 해석된다.

전시회에 대한 종합적인 만족도는 총지출에 양(+)의 영향을 미치며, 통계적으로도 유의한 것으로 나타났다(5% 유의 수준). 참가업체 구성, 방문객 편의시설, 방문객 응대 등 종합적인 전시회 운영 만족도가 전시장 내 또는 지역 내 소비지출에 긍정적 영향을 주고 있음을 확인할 수 있다.

참관객의 지역 내 최대 이동반경은 총지출에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다(1% 유의 수준). 역외 방문객은 지역의 맛집 탐방, 관광지 방문을 위해 전시회 개최장소로부터 반경을 넓혀 가면서 여러 장소를 이동하고 다양한 경험과 소비지출 행동을 하는 것으로 추측된다. 판매, 숙박시설 외 지역 내 산재해 있는 유형, 무형의 관광자원과 관광체험시설에 대한 정보를 충분히 제공하고 교통 접근성을 높여 준다면 지역 내 이동 확대가 지역 내 소비지출 증가로 이어지고, 결과적으로 지역경제 활성화로 이어질 수 있음을 시사하고 있다.

본 연구 결과로 역외 전시 참관객이 전시 개최장소를 주된 방문 목적지로 정할 때 이를 기점으로 시·공간 제약환경 속에서 지역 내 소비활동 공간의 확대에 따른 소비지출 구조를 확인한 것은 기존의 축제나 관광 관련 소비지출 요인과 다른 새로운 개념의 역외 방문객 지출 요인을 밝혔다는 점에서 의의가 있다.

총체류시간은 역외 방문객이 전시회, 쇼핑, 식음료, 관광오락 활동을 하는 체류시간을 합한 값으로 참관객의 총지출에 상당히 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다(1% 유의 수준). 유형별 지출 부문에 대한 체류시간의 합이 클수록 참관객의 소비활동에도 긍정적으로 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이러한 분석 결

과는 역외 거주 방문객의 소비활동 활성화를 위해 관심 있는 업체탐방 프로그램 및 관광정보를 제공하여 지역 내 체류시간을 연장하도록 유도할 필요가 있음을 시사하고 있다.

사전 정보검색 여부는 통계적으로 유의미성은 크지 않았지만 총지출에 대해 양(+ )의 부호를 나타내고 있다. 사전 정보검색 분야는 중복 선택하도록 하였는데 사전 정보검색을 한 표본은 67.4%로 상당히 높았다. 정보검색은 주로 지출 규모가 크지 않은 전시·행사, 식음료 분야에 집중되어 있어 총지출에 유의한 영향을 주지 못한 것으로 해석된다. 또한 짧은 체류 중 지출 확대에 이어질 수 있는 충분한 정보가 제공되지 못했거나, 지역 내 만족할 만한 매력 시설(맛집, 쇼핑 시설, 교통 등)이 부족해서 통계적으로 유의미한 지출 차이로 이어지지 않았을 가능성도 추정할 수 있다.

사전 정보검색은 역외 방문객으로서는 금전적, 신체적, 사회·심리적, 시간적 위험에서 벗어나고, 해당 지역에서 더 많은 편익을 얻기 위해 수행된다고 볼 수 있다(최해수, 김정훈, 이상건 2010). 따라서 사전 정보검색에 따른 위험 회피와 편익 제공이 소비지출로 연결되도록 지역정보 콘텐츠의 질과 다양성, 그리고 전달체계의 구조화에 대한 구체적인 논의가 필요할 것으로 본다.

최근 5년 이내 개최지역 방문횟수는 통계적으로 유의하지는 않지만 음(-)의 부호를 나타내고 있어 방문 횟수가 많을수록 총지출에 부정적인 것으로 나타났다. 고동우, 부소영(2001), Godbey and Graefe(1991) 등의 선행연구에서도 방문 경험이 있을 경우, 방문이 반복될수록 총지출에 부정적 영향을 주는 것으로 제시된 바 있다. 이처럼 방문횟수가 많을수록 매력 시설에 대한 신기성이 떨어지고 이전 방문을 통해 축적된 경험을 토대로 스스로 평가하여 선택적인 소비지출 활동을 하는 경향으로 해석된다.

본인을 포함한 동반인원은 총지출에 미치는 영향이 통계적으로 유의하지 않았지만 양(+ )의 부호를 나타내고 있다. 이희찬(2002), 이승길, 김현, 유창근(2006) 등의 선행연구에서는 그룹인원이 많을수록 총지출에 영향을 미치는 것으로 나타났는데, 본 논문에서는 1인 단위로 지출액을 조사하였고, 전시회 특성상 직장 동료 간 단체로 방문하는 경우가 있어서 동반인원수가 총지출에 유의한 영향을 미치지 못한 것으로 해석된다.

소득 수준 변수는 기존 지역축제, 관광 관련 방문객의 지출 요인 분석에서 총지출에 대해 대부분 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다(백운일 2012; 이희찬 2002; 한진영, 오지은 2007). 그러나 본 논문에서는 총지출에 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 이는 관광이나 축제 목적으로 지역을 방문할 경우에는 해당 지역에서 쇼핑, 관광, 식사 등 다양한 소비지출 활동 동기가 높지만, 전시 참관을 주된 목적으로 지역을 방문한 경우에는 소득 수준과 상관없이 해당 전시 주제 관련 정보 취득, 제품 상담 등에 활동이 국한될 가능성이 높다. 결과적으로 전시 방문객의 개최지역 방문 목적이 관광이나 지역축제 방문객에 비해 지출 활동의 공간적 범위가 다양성이 제한적일 수 있음에 기인한 것으로 추측된다.

## 2) 세부 항목별 지출 결정 요인

세부 지출 유형에 대한 Tobit 모형을 추정한 결과, 식음료 지출에 대해서는 나이, 최대 이동반경, 총체류시간이 통계적으로 유의한 영향을 주는 것으로 나타났다. 식음료 지출에 대해 35km 이상 주거지 반경은 통계적으로 유의하지는 않지만 양(+ )의 부호를 나타내고 있는데, 원거리 거주 방문객은 거주지로부터의 여행시간이 길어 참관 전후 식사 또는 맛집 탐방의 소비

행태를 수반하는 것으로 이해할 수 있다. 반면, 35km 이내 거주지 방문객은 상대적으로 쇼핑에 두드러진 지출이 이루어지고 있음을 쇼핑지출 모형 추정 결과를 통해 확인할 수 있다. 동반인원은 음(-)의 부호로 나타났는데 이는 동반인원이 많아도 1인당 식사비는 큰 변동이 없음을 보여주고 있다. 또한 지역 내 교통수단(승용차)은 통계적으로 유의하지는 않으나 음(-)의 부호를 보여준다. 이는 특화시장이나 구도심 소재 맛집에 결부되어 내재된 주차문제 등으로 승용차를 이용한 지역 내 식음료 지출 활동이 원활하지 못한 결과로 추측된다.

쇼핑지출에 대한 Tobit 모형 추정 결과는 나이, 거주지 반경, 동반자 유형, 만족도, 총체류시간이 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 쇼핑지출에 대해 최대 이동반경은 양(+)의 부호를 나타냈으나 유의한 영향을 미치지 못했다. 이는 주요 판매시설인 전시회장 및 인근 백화점 등이 반경 3km 이내에 집중되어 있어서 최대 이동반경이 유의한 영향을 주지는 못한 것으로 해석된다. 반면, 쇼핑 지출에 대해 가족동반 유형은 영향 정도가 크고 통계적으로도 매우 유의미한 것으로 나타난다. 전시 방문객의 지역 쇼핑지출 확대를 위해서는 가족동반 전시 방문객을 핵심 대상으로 설정하여 소비 촉진 등 다양한 마케팅 활동이 필요할 것으로 판단된다.

관광오락 지출에 대한 Tobit 모형 추정 결과는 사전 정보 검색, 방문횟수, 최대 이동반경, 총체류시간이 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 사전정보 검색은 10% 유의 수준에서 부정적 영향을 미치는 것으로 추정되었는데 이는 전시 방문객 특성상 관심 분야에 편중된 정보검색, 미흡한 정보 제공, 관광오락 매력 시설 부재 등에 기인하는 것으로 추정할 수 있다. 방문 횟수도 5% 유의 수준에서 부정적 영향을 미치는 것으로 나타났는데 이는 관광오락시설 특성상 경험이 누

적될수록 신기성이 감소하고, 경험에 대한 기대감이 떨어져 다른 유형의 소비지출 활동 대안을 선택하려는 경향으로 해석된다. 관광오락 지출에 대해 나이는 음(-)의 부호를 나타내고 있는데 나이가 많을수록 신체적으로 활동성이 떨어져 젊은 층에 비해 다양한 관광오락 경험과 소비지출 활동이 적은 것으로 추측된다. 관광오락 지출에 대해 전시회 운영에 대한 종합 만족도는 음(-)의 부호로 나타났는데 전시회 운영에 대한 만족도가 높을수록 전시 관람 목적에 집중함으로써 관광오락 소비지출 활동을 줄인 것으로 해석된다. 관광오락 지출에 대해 교통수단(승용차)은 통계적으로 유의하지는 않으나 양(+)의 부호를 보여준다.

또한 숙박지출 및 쇼핑지출에서도 양(+)의 부호를 보여주고 있으나, 앞서 언급하였듯이 식음료 지출에서는 음(-)의 부호를 나타내 활동 유형별로 교통수단이 지출에 미치는 영향이 다르다는 것을 알 수 있다.

숙박지출에 대한 Tobit 모형 추정 결과, 총체류시간은 1% 유의 수준에서 긍정적인 영향을 미치고 있다. 만족도는 10% 유의 수준에서 숙박지출에 부정적 영향을 미치고 있는데 전시회에 대한 만족도가 높은 방문객은 전시회 목적 위주로 방문했을 가능성이 높아 당일 전시 관람 후 귀가하여 숙박할 이유가 적을 것으로 추측된다. 반대로 숙박을 수반하는 전시 방문객이 만족할 만한 지역 내 활동이 이루어지지 못한 결과로도 이해될 수 있다(<Table 4> 참조).

총지출, 식음료 지출, 쇼핑지출, 관광오락 지출, 숙박지출 등 지출 유형별 모형을 살펴보면 설명변수가 종속변수에 미치는 영향관계의 부호는 양(+)와 음(-)이 혼재되어 있음을 알 수 있다. 이러한 결과는 이희찬(2002), 김주연, 안경모(2010), 조문식(2014) 등 선행 연구에서도 나타났듯이 지출 유형에 따라 방문객의 지출활동 특성, 즉 설명변수가 주는 영향관계의 방향이 다를 수 있다는 것을 보여주고 있다.

Table 4\_ Itemized Expenditures Tobit Model Estimation Results

Independent Variable	Gross Expenditure	Food and Beverage Expenditure	Shopping Expenditure	Entertainment and Tourism Expenditure	Lodgment Expenditure
GENDER	374.70 (0.04)	712.70 (0.36)	-2,332.28 (-0.13)	1,303.70 (0.12)	10,943.92 (0.91)
AGE	1,056.34*** (2.66)	196.52** (2.17)	1,341.16* (1.70)	-82.38 (-0.18)	106.27 (0.22)
RESI_RADI	22,257.28** (2.47)	-2,153.64 (-1.06)	37,848.44** (2.05)	11,989.88 (1.22)	-2,350.31 (-0.21)
OCCUP	12,287.41 (1.29)	-162.32 (-0.08)	14,054.23 (0.70)	9,024.59 (0.79)	9,300.65 (0.76)
EDU	-8,902.66 (-0.84)	-15.44 (0.01)	-23,563.84 (-1.06)	6,682.27 (0.46)	-8,733.52 (-0.62)
INCOME	-4,262.17 (-0.43)	-1,722.32 (-0.76)	-10,991.6 (-0.52)	9,236.77 (0.830)	4,458.95 (0.37)
PRE_INFO	2,722.58 (0.32)	-2,340.03 (-1.23)	10,686.22 (0.59)	-19,125.45* (-1.92)	-8,148.84 (-0.79)
TIMES	-458.20 (-1.51)	-14.48 (-0.21)	-596.46 (-0.94)	-1,037.71** (-2.45)	165.13 (0.50)
COM_NUM	1,267.10 (0.62)	-36.38 (-0.08)	4,953.91 (1.17)	-3,408.14 (-0.99)	-5,860.79 (-1.22)
COM_TYPE	28,357.1*** (2.90)	2,256.72 (1.03)	55,568.26*** (2.69)	13,151.64 (1.22)	-7,469.58 (-0.65)
SATIS	10,506.43** (2.15)	-532.65 (-0.49)	39,475.97*** (3.47)	-1,260.35 (-0.22)	-11,147.06* (-1.88)
TRANS_IN	5,976.99 (0.59)	-1,203.01 (-0.53)	19,027.76 (0.87)	20,729.39 (1.47)	19,252.48 (1.54)
RADIUS	6,009.21*** (3.60)	1,534.81*** (4.08)	4,377.04 (1.27)	7,386.44*** (3.42)	1,769.26 (0.84)
STAY	15,086.41*** (8.42)	3,646.17*** (9.09)	15,637.29*** (4.28)	5,780.15*** (3.46)	8,357.82*** (4.28)
CONSTANT	-166,973.6	-15,806.6	-399,616.6	-109,684.8	-63,051.99
Pseudo R2	0.0381	0.0487	0.0353	0.1057	0.1401

Note: \* p<0.1, \*\* p<0.05, \*\*\* p<0.01, ( ): t-Stat.

## 2. 한계효과분석

Tobit 모형으로 추정된 계수는 유의 수준별 통계적 검정은 가능하나 독립변수의 변화량에 대한 직접적인 해석에 어려움이 있다. 이에 독립변수 변화량에 따른

종속변수 변화량을 파악하기 위해 한계효과를 분석하였다(<Table 5>참조).<sup>8)</sup>

총지출에 대한 동반 유형의 한계효과는 다른 조건이 일정하다면 가족이 동반하여 참관한 역외 방문객이 동료, 친구, 기타 등 가족 이외의 동반 유형에 비해

8) 주어진 설명변수에 대한 자출 기대치의 한계효과는  $\partial(y_i)/\partial x_i = \Phi(\beta'x_i/\sigma)\beta$ 의 식으로 나타낼 수 있음. 여기서  $\Phi$ 는 표준 정규분포함수,  $\beta$ 는 Tobit 회귀계수임.

Table 5\_ Itemized Expenditures Marginal Effect

Independent Variable	Total Expenditure dy/dx(z-Stat)	Food and Beverage Expenditure dy/dx(z-Stat)	Shopping Expenditure dy/dx(z-Stat)	Entertainment and Tourism Expenditure dy/dx(z-Stat)	Lodgment Expenditure dy/dx(z-Stat)
GENDER	254.93 (0.04)	538.12 (0.36)	-621.26 (-0.13)	24.84 (0.12)	108.99 (0.85)
AGE	718.96*** (2.66)	148.76** (2.17)	356.12* (1.70)	-1.58 (-0.18)	1.13 (0.22)
RESI_RADI	15,716.57** (2.39)	-1,606.95 (-1.07)	11,059.39* (1.86)	281.73 (0.87)	-24.00 (-0.22)
OCCUP	8,374.91 (1.29)	-122.86 (-0.08)	3,746.19 (0.70)	178.78 (0.68)	103.35 (0.62)
EDU	-6,129.94 (-0.83)	11.68 (0.01)	-6,544.15 (-1.01)	120.81 (0.49)	-106.93 (-0.49)
INCOME	-2,887.95 (-0.43)	-1,295.20 (-0.77)	-2,875.18 (-0.53)	195.14 (0.72)	49.94 (0.34)
PRE_INFO	1,844.32 (0.32)	-1,795.23 (-1.21)	2,768.35 (0.60)	-510.41 (-1.24)	-101.58 (-0.62)
TIMES	-311.86 (-1.51)	-10.96 (-0.21)	-158.38 (-0.94)	-19.96 (-1.52)	1.75 (0.45)
COM_NUM	862.41 (0.62)	-27.54 (-0.08)	1,315.45 (1.18)	-65.58 (-1.00)	-62.31 (-1.13)
COM_TYPE	19,479.41*** (2.89)	1,713.39 (1.03)	15,412.2*** (2.58)	274.70 (1.01)	-78.40 (-0.57)
SATIS	7,150.87** (2.15)	-403.19 (-0.49)	10,482.38*** (3.57)	-24.25 (-0.22)	-118.52 (-1.14)
TRANS_IN	4,018.90 (0.59)	-918.14 (-0.53)	4,802.33 (0.92)	314.84 (1.31)	158.88 (1.09)
RADIUS	4,089.98*** (3.64)	1,161.78*** (4.14)	1,162.27 (1.27)	142.14* (1.69)	18.81 (0.81)
STAY	10,268.10*** (8.06)	2,759.98*** (8.74)	4,152.29*** (4.17)	111.23 (1.50)	88.87 (1.23)

Note: \* z<0.1, \*\* z<0.05, \*\*\*z<.001.

1만 9,479.41원 더 지출하는 것으로 추정되었으며, 총 체류시간은 1시간이 증가함에 따라 1만 268.10원이 더 지출되었고, 지역 내에서 최대 이동반경이 1km 증가함에 따라 4,089.98원이 증가하는 것으로 추정되었다. 또한 전시행사 종합 만족도가 1단계 높아질수록 7,150.87원이 더 지출되는 것으로 나타났으며, 연령이 1세 증가할 때마다 총지출은 718.96원 증가하는 것으로 나타났다. 거주지 반경은 35km 이내 거주자가 그 외 거주자에 비해 1만 5,716.57원 더 지출하는 것으로

추정되었다.

식음료 지출에 대한 한계효과 추정 결과를 살펴보면 최대 이동반경은 1km 증가함에 따라 1,161.78원 증가하였고, 총체류시간은 1시간 증가함에 따라 2,759.98원 증가한 것으로 나타났다. 또한 연령이 1세 증가할 때마다 148.76원이 증가하는 것으로 추정되었다.

쇼핑지출에 대한 한계효과 추정 결과는 다른 조건이 동일할 때 가족동반 유형이 그 외 동반 유형에 비해 1만 5,412.20원 더 지출하는 것으로 나타났으며,

전시행사 만족도가 1단계 높아질 때마다 1만 482.38 원 증가하는 것으로 추정되었다. 또한 총체류시간은 1시간 늘어날 때마다 쇼핑지출액이 4,152.29원 증가하는 것으로 나타났으며, 주거지 반경은 35km 이내 거주자가 그 외 거주자에 비해 1만 1,059.39원 더 지출하는 것으로 추정되었다.

## V. 결론 및 제언

본 논문은 도시 마케팅과 지역 활성화 관점에서 전시 컨벤션 행사를 방문하는 역외 거주 방문객의 지출비용에 미치는 영향 요인과 지출 구조를 실증적으로 분석하였다.

분석 결과 총지출비용에 유의한 영향을 주는 설명 변수로는 연령, 인접도시 거주, 동반자 유형, 만족도, 최대 이동반경, 총체류시간으로 나타났다. 전시 방문객의 지역소비지출은 연령이 높을수록, 주거지 반경이 35km 이내인 개척지역 인근도시 거주자가 상대적으로 보다 먼 지역 거주자에 비해 보다 많은 지출을 하는 것으로 분석되었다.

또한 가족과 함께 방문하는 경우가 그 밖의 동반 유형에 비해 총지출이 늘어나며, 전시 방문 만족도가 높을수록 총지출에 긍정적 영향을 미치는 것으로 분석되었다. 본 논문에서 주목할 만한 설명변수는 역외 방문객의 최대 이동반경 및 소비지출 활동의 총체류 시간이다. 대전지역 내에서 이동반경이 클수록 총지출 및 식음료 지출, 관광오락 지출이 늘어나는 것으로 나타났다. 총체류시간은 식음료, 쇼핑, 관광오락, 숙박 등 모든 부분에서 지출비용에 긍정적인 영향을 주었다.

이와 같은 결과는 지역의 전시컨벤션 시설 운영, 역외 방문객 소비활동 촉진 및 효과적인 도시 마케팅 활동에 다음과 같은 시사점을 제공한다.

첫째, 역외 방문객의 이동반경이 클수록 총지출, 식음료 지출, 관광오락 지출이 늘어나는 것으로 나타남에 따라 역외 전시 방문객의 소비지출 파급효과 극대화를 위해서는 도시 내 공간 간 유기적 연계 및 이동 편의성 개선 등으로 방문객의 이동 반경을 확장할 필요가 있다. 판매, 숙박시설 외 지역 내 산재해 있는 유형, 무형의 관광자원과 관광체험 시설에 대한 정보를 충분히 제공하고 교통 접근성을 높여 준다면 방문객이 한 곳에 머무르지 않고 여러 장소를 방문함으로써 지역 내 소비 지출이 증가로 이어지고 결과적으로는 지역경제 활성화에 기여할 수 있음을 시사해주고 있다.

둘째, 방문객의 체류시간이 늘어날수록 지출비용이 증가하는 것으로 나타남에 따라 체류시간 연장을 위해서는 해당 지역에서 2~3일 이상 충분히 머무르면서 보고, 즐기고, 쇼핑하고, 맛집을 탐방하며, 편안하게 숙박할 수 있는 매력적 요소 발굴과 프로그램 연계가 필요하다. 이는 소득 수준이 지역 소비지출 규모에 두드러진 영향을 미치지 못하는 현상의 원인 요소로도 추측된다.

특히, 가족동반 유형과 방문객 연령이 증가할수록 지출비용이 큰 것으로 나타나 가족을 동반한 중장년층을 타깃으로 지역관광 정보와 선호하는 편의시설 제공, 전시행사 연계 패키지 프로그램 개발 전략이 필요하다.

셋째, 방문객의 만족도가 지역 소비지출에 긍정적 영향을 미치고 있어, 전시컨벤션 시설과 운영인력 전문성 강화를 통하여 방문객 만족도를 제고할 필요가 있다. 따라서 관계자 고객서비스 교육, 입점업체 교육, 표준화된 전시운영 매뉴얼 수립 등이 개별 전시행사와 시설운영 관점만이 아니라 도시마케팅과 지역 활성화 전략의 하나로 이해되고 연계됨으로써 전시 방문객 만족도를 제고하고 이에 따른 지역 내 지출활동 증대로 이어지도록 할 필요가 있다.

넷째, 전시컨벤션 행사 참관객의 지역정보 접근이 쉽고 용이하며, 풍부한 지역관광 정보가 이들에게 제공되어야 한다. 사례조사의 경우 역외 방문객 67% 이상이 사전 정보검색을 하였으며, 사전 정보검색한 참관객의 총지출이 높아지는 경향을 보였다. 다만 통계적으로 엄밀한 유의성을 보이지 않았던 것은 세부 지출 유형에 따른 소비 특성이 상이하였고, 전시 참관객 특성상 단순 전시·행사 정보만 취득하거나, 짧은 체류 중 지출 확대에 이어질 수 있는 충분한 정보 제공 부족, 기대를 충족할 만한 매력 시설 부족 등에 기인한 것으로 예상된다. 지역의 식음료, 쇼핑, 관광오락, 숙박시설 등 다양한 정보를 체계화하고 참관객의 정보 접근성을 용이하게 하면 효과적인 도시마케팅뿐만 아니라 역외 방문객의 지출 증가로 이어질 수 있음을 시사하고 있다.

이와 같이 전시 참관객의 지역 내 방문지와 소비지출 양상에 대한 구조적 이해는 외부 방문 수요 증대를 위한 지역의 유무형 자원 발굴, 판매서비스 시설의 정비·확충, 연계교통체계와 지역관광 프로그램 개선 등 지역경제 활성화 정책수립 방향 제시 및 전략 도출에 기여할 것으로 예상된다. 그러나 본 논문에서 방문객의 소비지출 구조 및 행태를 시·공간적 맥락 속에서 이해하기 위해 이동경로, 체류시간, 지출비용 등을 조사하고자 하였으나 시·공간적 이동에 대한 추적의 어려움으로 방문객 소비지출 행태의 시간·지리학적 분석은 이루어지지 못했다. 이는 전시박람회 행사와 세부 성격을 달리하는 컨벤션에 대한 사례 연구와 함께 향후 의미 있는 연구과제가 될 것으로 예상된다.

## 참고문헌 •••••

1. 고동우, 부소영. 2001. 기획축제 참가자의 소비지출 기제 탐색: 한국심리학회지 소비자·광고 2권, 2호: 61-79.  
Ko Dongwoo and Boo Soyung. 2001. An exploration for consumption expenditures of planned festival visitors. *The Korean Journal Of Consumer And Advertising Psychology* 2, no.2: 61-79.
2. 김대관, 최태영, 김학준. 2010. MICE 도시경쟁력 평가에 관한 연구: 정성적 평가를 중심으로. 관광·레저연구 22권, 5호: 535-554.  
Kim Daekwan, Choi Taeyoung and Kim Hakjun. 2010. Study of evaluation of MICE city competitiveness: Cusing on qualitative assessment. *Journal of Tourism and Leisure Research* 22, no.5: 535-554.
3. 김영래, 배만규. 2012. 여가활동의 시·공간적 이용특성 분석. 관광레저연구 24권 3호: 121-139.  
Kim Youngra and Bae Mangyou. 2012. Temporal-spatial usage characteristics of leisure activities. *Journal of Tourism and Leisure Research* 24, no.3: 121-139.
4. 김주연, 안경모. 2010. 지역축제 방문객의 지출행동 분석: 화천 산천어축제를 중심으로. 호텔경영학연구 19권, 4호: 247-260.  
Kim Juyeon and Ahn Kyungmo. 2010. An analysis of visitors' consuming behavior in Hwacheon Sancheoneo Festival. *Korean Journal of Hospitality & Tourism* 19, no.4: 247-260.
5. 대전광역시. 2014. 대전 국제회의산업 육성 기본계획. 대전: 대전광역시.  
Daejeon Metropolitan City. 2014. *Daejeon International Conference Industry Promotion Plan*. Daejeon: Daejeon Metropolitan City.
6. 박봉규, 우석봉, 주현식. 2003. 부산지역 컨벤션산업의 경제적 파급효과 분석: 2002 부산국제공작기계전을 중심으로. 관광레저연구 15권, 1호: 31-46.  
Park Bonggyu, Woo Seokbong and Ju Hyunsik. 2003. Economic impact of a convention industry in Busan: The 2002 Busan International Machine Tool Show. *Journal of Tourism and Leisure Research* 15, no.1: 31-46.
7. 박자연. 2011. 지역산업연관표를 활용한 컨벤션산업의 경제효과 분석. 박사학위논문, 세종대학교.  
Park Jayeon. 2011. *An Economic Impact Analysis of Convention Industry: Inter-regional Input-output Approach*. Ph.D.diss., Sejong University.
8. 박창수. 2008. 지역 컨벤션 관련산업의 경제구조에 대한 연구: 대전지역을 사례로. 호텔관광연구 10권, 3호: 84-97.  
Park Changsoo. 2008. The economic structure of regional

- convention industry: The case of Daejeon, Korea. *Journal of Hospitality and Tourism Studies* 10, no.3: 84-97.
9. 백운일. 2012. Tobit 모형을 이용한 지역축제 방문객의 지출 영향요인: 두 지역 쌀 축제를 중심으로. *한국콘텐츠학회논문지* 12권, 9호: 479-488.  
Baik Unil. 2012. The factors affecting visitors' spending on local festivals by applying the Tobit model: Based on Rice Festivals in two Regions. *The Journal of the Korea Contents Association* 12, no.9: 479-488.
  10. 선종갑, 김승희, 박창수. 2008. 제주지역 컨벤션 산업구조 변화에 대한 분석: RSI와 RGRD 분석을 중심으로. *국제관광산업연구* 1권, 2호: 79-102.  
Sun Jonggab, Kim Seunghee and Park Changsoo. 2008. An analysis of the structure changes of convention industry in Jeju. *The Journal of International Tourism Research* 1, no.2: 79-102.
  11. 이승길, 김현, 유창근. 2006. 지역축제 방문객의 지출결정요인. *호텔경영학연구* 15권 4호: 177-187.  
Lee Seunggil, Kim Hyun and Yoo Changkun. 2006. Identifying determinants of expenditure for a rural festival. *Korean Journal of Hospitality & Tourism* 15, no.4: 177-187.
  12. 이영주, 최승담. 2004. 도시관광개발의 특성과 향후 연구방향. *국토연구* 43권: 53-68.  
Lee Youngjoo and Choi Seungdam. 2004. The characteristics of urban tourism development and future research directions. *The Korea Spatial Planning Review* 43: 53-68.
  13. 이희찬. 2002. 축제 참여자의 관광지출 결정요인: Tobit 모형의 적용. *관광학연구* 26권, 1호: 31-46.  
Lee Heechan. 2002. Determinants of visitor expenditures on a local festival: A Tobit analysis. *Journal of Tourism Sciences* 26, no.1: 31-46.
  14. 조문식. 2014. 지역축제 방문객의 축제 소비 지출 구조와 결정요인에 관한 연구: 31회 소백산 철쭉축제를 중심으로. *관광연구* 29권, 5호: 139-154.  
Cho Moonsic. 2014. Determinants of visitor expenditure for local festival: Focusing on the 31th Soback Mt. Royal Azalea Festival. *Korean Journal of Tourism Research* 29, no.5: 139-154.
  15. 조미혜. 2011. 관광지 인터넷 사이트 정보탐색에서 사전지식의 역할과 탐색행동에 영향을 미치는 요인. *관광연구* 26권, 4호: 567-589.  
Cho Mihea. 2011. The role of prior knowledge in information search and factors to influence search behavior through the internet website of tourism destination. *Korean Journal of Tourism Research* 26, no.4: 567-589.
  16. 최용록, 조성빈. 2011. 지속가능한 인천지역의 MICE 산업 특성화 방안. *지속가능연구* 2권, 2호: 33-59.  
Choi Yongrok and Cho Sungbin. 2011. Sustainable promotion plan on the MICE industry specialization in Incheon. *Journal of Sustainability Research* 2, no.2: 33-59.
  17. 최해수, 김정훈, 이상건. 2010. 해외여행객의 위험지각과 관광정보탐색의 관계. *관광연구* 25권, 2호: 317-340.  
Choi Haesoo, Kim Junghoon and Lee Sanggun. 2010. Relationship between perceived risk and tourism information search of outbound tourists. *Korean Journal of Tourism Research* 25, no.2: 317-340.
  18. 한진영, 오지은. 2007. 지역축제 방문객의 축제경험이 지출에 미치는 영향: 2006 효석문화제 방문객을 대상으로. *관광연구저널* 21권, 2호: 311-323.  
Han Jinyoung and Oh Jieun. 2007. Relationship between visitors' experience and their personal expenditures during local festivals: The case of 2006 Hyosuk Cultural Festival. *Korea Journal of Tourism and Hospitality Research* 21, no.2: 311-323.
  19. Abbruzzo, A., Brida, J. G. and Scuderi, R. 2014. Scad-elastic net and the estimation of individual tourism expenditure determinants. *Decision Support Systems* 66: 52-60.
  20. Agarwal, V. B. and Yochum, G. R. 1999. Tourist spending and race of visitors. *Journal of Travel Research* 38, no.2: 173-176.
  21. Barquet, A., Brida, J. G., Osti, L. and Schubert, S. 2011. An analysis of tourists' expenditure on winter sports events through the Tobit censorate model. *Tourism Economics* 17, no.6: 1197-1217.
  22. Donald, S. G. and Maddala, G. S. 1992. A note on the estimation of limited dependent variable models under rational expectation. *Economics Letters* 38, no.1: 17-23.
  23. Godbey, G. and Graefe A. 1991. Repeat tourism, play, and monetary spending. *Annals of Tourism Research* 18: 213-225
  24. Henthorne, T. L. 2000. An analysis of expenditures by cruise ship passengers in Jamaica. *Journal of Travel Research* 38, no.3: 246-250.
  25. Kruger, M., Saayman, M. and Ellis, S. M. 2010. Determinants of visitor expenditure at the Aardklop National Arts Festival. *Event Management* 14, no.2: 137-148.
  26. Leones, J., Colby, B. and Crandall, K. 1998. Tracking expenditure of the elusive nature tourists of Southeastern Arizona. *Journal of Travel Research* 36(winter): 56-64.

27. Long, P. T. and Perdue, R. R. 1990. The economic impacts of rural festival and special event: Assessing the spatial distribution of expenditure. *Journal of Travel Research*, 28. no.4: 10-14.

28. Tobin, J. 1958. Estimation of relationship for limited dependent variables. *Econometrica* 26, no.1: 24-36.

- 논문 접수일: 2016. 7. 20
- 심사 시작일: 2016. 7. 25
- 심사 완료일: 2016. 8. 14

## 요약

주제어: 전시컨벤션산업, 도시마케팅, 도시재생, Tobit 모형

전시참관행사를 포함하는 MICE산업이 도시마케팅과 지역활성화 전략의 하나로 주목받고 있으나, 산업경제 측면의 파급효과 분석에 비하여 실제 행사 참관객의 지역 내 소비 행태에 기초한 실증연구는 매우 미흡한 실정이다.

본 논문은 대전지역에서 개최된 전시박람회 행사를 사례로 전시회 기간 동안 역외거주 참관객을 대상으로 설문조사를 통하여 자료를 수집하고, Tobit 모형 분석 및 한계효과 분석을 거쳐 역외 전시 참관객의 지역 내 소비지출에 대한 미시적 분석을 실시하였다.

분석 결과 역외 거주 전시 참관객은 연령이 높을수록 총지출비용이 증가하였으며, 35km 이내의 인근

거주 참관객과 가족 동반 참관객의 총지출비용이 상대적으로 큰 것으로 나타났다. 또한 전시회에 대한 만족도가 높을수록, 참관객의 지역 내 최대 이동반경이 클수록, 총체류시간이 길수록 총지출비용이 증가하는 경향이 있음을 확인하였다.

본 논문은 역외 거주 전시 참관객의 지역 내 방문지와 소비지출 양상에 대한 구조적 이해로 외부 방문 수요 증대를 위한 지역의 유무형 자원 발굴, 판매 서비스 시설의 정비·확충, 연계교통체계와 지역관광 프로그램 개선 등 지역경제 활성화 정책수립 방향 제시 및 전략 도출에 기여할 것으로 예상된다.

