

# 컨벤션 센터 규모별 이용자 만족도 및 재방문 의사 결정요인

이 지원\* / 윤 민 경\*\* / 김 태 형\*\*\*

MICE 산업은 한국 정부의 '17개 신 성장 동력' 산업 중 하나로서 전후방 효과가 상당히 큰 산업으로 알려져 있다. 이에 전국에 크고 작은 컨벤션 센터가 설치되고 있어 컨벤션 센터의 규모를 고려한 컨벤션 센터의 활성화 방안의 필요성이 커지고 있다. 따라서 본 연구는 컨벤션 센터의 규모 별 이용자의 만족도와 재방문 의사를 결정하는 데 영향을 미치는 요인을 파악하고자 하였다. 연구 결과, 컨벤션 센터의 규모에 따라 이용자의 만족도와 재방문 의사에 영향을 미치는 컨벤션 센터의 특성은 상이하게 나타났다. 대형 컨벤션 센터 이용자의 만족도에는 전시 콘텐츠와 주변 환경 및 시설이 영향을 미치며 중소형 컨벤션 센터는 콘텐츠와 전시장 특성이 영향을 미쳤다. 대형 컨벤션 센터의 재방문 의사 결정 요인은 전시장 콘텐츠와 주변 환경 및 시설 요인이며 중소형 컨벤션 센터는 주변 환경 및 시설이 주요 영향 요인인 것으로 도출되었다. 이에 대형 컨벤션 센터의 활성화를 위해서는 컨벤션 센터의 물리적인 특성뿐만 아니라 다양한 전시 콘텐츠 유치가 필요하며 중소규모의 컨벤션 센터는 주변 입지 시설과의 연계를 적극적으로 검토해야 할 것이다.

**주제어** \_ 전시컨벤션센터, MICE산업, 재방문의사, 종합만족도, 부분최소제곱 구조방정식모형

\* 서울대학교 환경대학원 환경계획학과 박사수료 (제1저자)

\*\* 서울대학교 환경대학원 환경계획학과 석사 (공동저자)

\*\*\* 서울대학교 환경대학원, 협동과정 조경학, 환경계획연구소 부교수(교신저자)

# Determinants of the satisfaction and revisit intention of the visitor to convention centers according to their scales

Jiwon Lee\* / Min Kyoung Youn\*\* / Tae-Hyoung Tommy Gim\*\*\*

---

The MICE industry was recognized as one of the 17 new growth engines by the Korean government, which has had a significant front and rear effect. Hence, as large and small convention centers are being established across the country, the need for further research on vitalizing convention centers considering their scales is growing. Therefore, this study aims to identify factors on the satisfaction and revisit intention of the visitor to the convention centers in terms of their scales. Empirical results based on structural equation modeling show that convention center characteristics that affect visitors' satisfaction and revisit intention differ by scale. The satisfaction with large convention centers is affected by exhibition contents and surrounding environments and facilities. In contrast, small and medium-sized convention centers are impacted by convention contents and features. In terms of the revisit intention, the large convention center was influenced by convention contents and surrounding environments and facilities. Small and medium-sized convention centers are found to be affected by surrounding environments and facilities. Hence, to stimulate activity in the large convention center, businesses and governments are required to promote its attractive contents and physical characteristics. Also, the small and medium-sized convention center is recommended to consider its surrounding local facilities.

**Key words** \_ Convention center, MICE industry, Revisit intention, Satisfaction, Partial least squares structural equation modeling

---

\* Ph. D candidate, Graduate School of Environmental Studies, Seoul National University (First Author)

\*\* M. C. P., Graduate School of Environmental Studies, Seoul National University (Co-Author)

\*\*\* Associate Professor, Graduate School of Environmental Studies, Interdisciplinary Program in Landscape Architecture, and Environmental Planning Institute, Seoul National University (Corresponding Author)

# I. 서론

## 1. 연구의 배경 및 목적

MICE 산업은 종합 서비스 산업으로 회의장, 숙박 시설, 음식점, 운송 업체, 문화·오락 시설과 같은 각 산업 분야에서의 수익 증가와 개최 도시의 세수 증대를 가져오는 등 전·후방 효과가 상당히 큰 산업으로 알려져 있다(Terzi et al., 2013).

International Congress and Convention Association (ICCA)에 따르면 매년 40만개의 전시와 행사가 열리고 있다. 이에 많은 국가에서 정부 차원에서 전시 컨벤션 센터를 육성하기 위해 노력해 왔다. 한국은 2010년 서울 G20 정상 회의 개최와 함께 전시 컨벤션 센터가 산발적으로 증가하였으며, 정부는 이와 같은 관심을 인센티브 관광, 기업 회의, 전시 등으로 확장하며 MICE 산업의 중요성을 강조하였다(박자연·김성섭, 2012).

각 지방 자치 단체도 MICE 활동의 기반시설인 전시 컨벤션 센터를 건립하는 등 정부의 성장 동력 확대에 반응하였다. 그러나 MICE 산업 육성을 위한 중앙정부와 지방 정부의 지원에도 불구하고, 일부 지역을 제외하고, 전시 컨벤션 센터의 운영 성과는 괄목할 수준에 도달하지 못한 실정이다(강유림·황혜진, 2016). 이는 역설적이게도 전시 컨벤션 센터의 건립 때문으로 해석할 수 있다. 지방 자치 단체의 재정 능력과 지역의 잠재적 수요를 벗어났음에도 불구하고 컨벤션 센터를 건립함으로써 지역 간 과잉 경쟁을 초래했기 때문이다.

현재 우리나라는 16개의 전시 컨벤션 센터가 설립되었다. 2021년 울산 컨벤션 센터가 건립되면서 한국 전시 컨벤션 센터 간의 경쟁이 더욱 심화될 것으로 보인다. 전시장의 적정 규모나 개수에 대해 통용되는 기준은 없으나 전시장의 효시이자 세계 MICE산업을 이끄는 독일이 17개의 국제 전문 전시장을 보유하고 있는 것과 비교하자면 현재 국내 전시장은 과잉 공급된 상태로 해석 가능하며 전시 컨벤션 센터 간의 경쟁은 더욱 심화 될 것으로 판단된다.

우리나라의 전시 컨벤션 센터는 현재 성장 단계에 있어 국제 규모의 전시 및 회의 유치뿐만 아니라 국내 전시 및 회의 문화 정착을 통한 컨벤션 센터의 성장 역시 요구된다. 특히, 코로나19 확산으로 인해 국내 전시산업은 직격탄을 맞았으며, 2020년~2021년에만 약 5조원 이상의 매출 손실을 기록해 MICE 산업 생태계 전반이 위협을 받았다(경기신문, 2021/06/17).

지속 가능한 성장을 위해서는 컨벤션 센터가 전시장과 회의장으로서의 본래 기능 외에도 쇼핑, 식사, 관광 등이 수반되었을 때 지역 경제에 더 큰 파급효과를 가져온다는 점(정우영 외, 2017; 한국관광공

사, 2018)을 고려하여 이용자를 유도하는 방안을 모색해야 한다. 특히 이용자의 경험은 컨벤션 센터의 성과에 지대한 영향을 미치기 때문에(Eisentodt, 1995; 최정자·주현식, 2004), 컨벤션 센터의 만족도와 재방문 의사를 결정하는 전시 컨벤션 센터 선택 요인을 살펴볼 필요가 있다. 이러한 배경에서 본 연구는 컨벤션 센터의 활성화 정책을 수립하고자 컨벤션 센터의 규모에 따른 이용자의 만족도와 재방문 의사 결정 요인을 파악하고자 하였다.

## 2. 연구의 범위 및 방법

본 연구는 MICE 산업의 기반시설인 전시 컨벤션 센터 활성화 방향을 도출하고자 방문객의 재방문 의사와 만족도 영향 요인을 살펴보았으며, 전시장 규모에 따라 시설 이용자의 재방문 의사와 만족도에 영향을 미치는 요인이 상이할 것으로 예측하였다. 특히, 전국에 위치한 컨벤션 센터별 규모와 세부 특성이 다르다는 점을 고려해 전시 컨벤션 센터의 특성과 주변 환경 요소를 포함해 방문객의 재방문의사와 만족도 영향 요인을 도출하고자 하였다.

연구의 공간 범위는 한국에 설치된 전시 컨벤션 센터(15개) 중 14개(삼성 코엑스(COEX), 일산에 위치한 킨텍스(KINTEX), 부산에 위치한 벅스코(BEXCO)와 같이 국가 대형 전시, 행사를 진행한 대형 전시 컨벤션 센터를 비롯하여 서울 세텍(SETEC), 양재 aT센터, 인천 컨벤시아, 수원 컨벤션 센터(SCC), 대전 컨벤션 센터(DCC), 대구 엑스코(EXCO), 경주 화백 컨벤션 센터(HICO), 창원 컨벤션 센터(CECO), 군산 새만금 컨벤션 센터(GSCO), 광주 김대중 컨벤션 센터, 제주 컨벤션 센터(ICC 제주)를 포함)이다. 본고는 상기 전시 컨벤션 센터 중 1개 이상 방문한 경험이 있는 지역 주민과 외지인을 대상으로 설문조사를 진행했으며, 가장 최근에 방문한 컨벤션 센터를 기준으로 응답하도록 하였다. 분석에는 자료의 특성(표본 크기보다 변수의 수가 많으며, 변수간 상관성이 높고 정규분포에서 다소 벗어남)을 고려해 PLS 기반 SEM 모형(Partial Least Squares Structural Equation Model, 이하 PLS-SEM)을 사용하였다.

# II. 이론적 고찰 및 선행연구 검토

## 1. 전시 컨벤션 센터 현황과 활성화

MICE 산업의 경제적 파급효과에 대한 인식이 확산되면서 지방 자치 단체들은 지역 경제 활성화 대

안으로 전시 컨벤션 센터를 건립하기 시작하였다(김봉석, 2008). 전시 컨벤션 센터는 MICE 산업 진흥을 통한 지역 경제 활성화를 위한 기반시설로써 공공성을 띠고 있으므로 전시 컨벤션 센터 건립과 운영에 국세와 지방세가 지속적으로 투입되고 있다(박정훈·남창우, 2016). 예를 들어, 울산광역시에는 국비 및 지방세를 포함한 500억 원(2020년 예산의 1.3% 수준)을 울산 전시 컨벤션 센터 건립에 배정하기도 하였다. 투입 당시 그린 뉴딜과 스마트 시티와 관련하여 수소 전기차, 수소 충전소 구축 사업에 560억 원을 배정한 것을 고려한다면, 상당히 많은 예산을 컨벤션 센터에 투자하고 있다고 볼 수 있다. 이와 같은 중앙 정부 및 지방 정부의 MICE 산업 육성을 위한 노력에도 불구하고 대부분의 전시 컨벤션 센터는 괄목할 수준의 성과를 내지 못하고 있다(강유림·황혜진, 2016).

MICE 도시 경쟁력 현황을 살펴보면(Gaining Edge, 2018)에 따르면, 서울특별시는 2017년 국제 행사 150개 이상 개최하여 세계 23위를 차지했다. 대륙별 컨벤션 행사 개최 건 수의 경우, 아시아 국가 중 7위를 차지하여 MICE 산업이 도시 발전에 미치는 영향이 상당하다고 볼 수 있다.

이와 같은 배경에서 전시 컨벤션 센터 활성화와 발전 방향에 관한 다수의 선행연구는 국내·외 컨벤션 센터 발전 사례를 분석하거나 특정 컨벤션 센터를 대상으로 SWOT 분석을 진행하여 지역의 물리적·사회적 환경을 분석하여 컨벤션 센터 운영 방향을 제시하였다(강준수, 2015; 김태영, 2013; 박정희, 2007; 박진선 외, 2015; 성은희, 2014; 심재희·백형엽, 2012; 이성호 외, 2004; 이은성, 2009). 또는 MICE 산업 관계자를 대상으로 설문조사 및 인터뷰를 실시하여 전시 컨벤션 센터의 발전 방향을 제시하는 연구(박정훈·남창우, 2016; 고재윤·한진영, 2004)가 중점적으로 진행되었다.

전시 컨벤션 센터를 대상으로 실증분석을 진행한 연구는 입지 지역의 기반시설과 전시 컨벤션 센터 특성을 연계하여 살펴보았다(고재윤·한진영, 2004; 박진선 외, 2015; 성은희, 2014; 이은성, 2009; 장미화·최정자, 2021). 성은희(2014)는 부산광역시의 지역 특화 MICE 상품 개발을 위해서는 부산광역시의 인프라를 활용할 수 있는 해양 산업과 연계하여 부산만의 비즈니스 모델을 개발하는 전략을 제시하였다. 이영일 외(2007)는 광주광역시의 김대중 전시 컨벤션 센터를 대상으로 연구를 수행하였으며 타 지역의 전시 컨벤션 센터와 비교하여 김대중 컨벤션 센터가 갖는 상대적 우위성을 제시하였다. 박진선 외(2015)는 서울특별시에 있는 전시 컨벤션 센터와 비서울 지역에 있는 전시 컨벤션 센터의 운영 효율성 변화를 분석하였다. 해당 연구에서는 비서울 지역에 위치한 전시 컨벤션 센터의 활성화를 위해서 지역 인프라를 비롯하여 지역 고유의 문화유산과 연계한 마케팅전략이 필요하다고 밝힌 바 있다. 장미화·최정자(2021)는 전시컨벤션 센터의 장소성을 물리적 요인, 활동적 요인, 개인심리적 측면에서 분석하였고, 내외부의 다양한 즐길거리와 휴식 공간, 타인과의 상호 작용을 위한 활동 등의 중요성을 강조하였다.

전시 컨벤션 센터 연구는 대다수가 특정 사례를 대상으로 진행해왔기에 지역에 특화된 구체적인 결론을 도출할 수 있다는 장점이 있다. 그러나, 국가·국제 행사를 중점적으로 진행한 특정 컨벤션 센터에

관한 연구가 집중적으로 진행되었다 보니, 전시 컨벤션 센터 전반에 적용 가능한 발전 방향성을 확인하기 어렵다는 한계점이 존재한다.

## 2. 컨벤션 센터 만족도

전시 컨벤션 센터의 만족도에 관한 연구는 컨벤션 센터 이용자를 대상으로 활성화 정책 방향을 제시하기보다는 방문객 유인과 행사 유치를 위한 지역 기반시설과 컨벤션 센터 간의 연계 방향을 모색하는데 초점을 두었다. 특히, 설문조사를 통해 컨벤션 센터 선택 요인 또는 전시 컨벤션 센터에서 개최된 행사에 대한 만족도를 조사한 연구가 주를 이룬다. 이는 MICE 산업이 서비스 산업을 기반으로 하여 이를 소비하는 주체인 방문객과 관계자를 대상으로 만족 요인을 파악하는 게 중요하기 때문으로 해석된다. 이 중 컨벤션 기획가를 대상으로 진행한 연구(Go, 1999; Upchurch et al., 1999; 김시중·박창규, 2006; 박정훈·남창우, 2016)는 개최지 선택 이유와 재방문 의사 및 컨벤션 센터의 세부 요인에 대한 만족도 간의 관계를 파악하는 데 그 목적을 둔다. 컨벤션 기획가는 개최지역, 컨벤션 센터의 시설, 잠재적 참가자들을 연결하는 중개자이다. 따라서 컨벤션 기획가의 의견은 개최지 선택과 컨벤션 센터 선택에 영향을 미치며, 최종적으로 전시 컨벤션 센터의 운영 성과에도 영향을 미친다고 볼 수 있어 컨벤션 센터 활성화에 매우 중요한 이해 관계자로 볼 수 있다.

컨벤션 센터의 방문객을 대상으로 한 연구는 대형 컨벤션 센터의 박람회를 사례로 방문객의 만족도를 파악하거나(김화경·최화열, 2015), 컨벤션 센터의 서비스가 만족도에 미치는 영향(이영빈, 2014; 주현정·공은숙, 2011; 주현식·이미란, 2005)을 규명하는 연구가 주로 진행되었다.

그러나, 전시컨벤션 산업의 성장을 위해서는 전시 컨벤션 센터 전반을 대상으로 만족도와 재방문 의사에 영향을 미치는 요인을 도출할 필요가 있음에도 불구하고 특정 컨벤션 센터를 대상으로 접근했다는 데 한계점이 존재한다. 따라서, 본고는 전시장의 규모 별 만족도 및 재방문 의사 영향 요인을 파악한다는 점과 주변 환경 및 전시장 세부 특성을 고려해 세부 영향 요인을 파악한다는 점에서의 차별점을 갖는다고 볼 수 있다.

## 3. 컨벤션 센터 평가 요소

본 연구는 설문조사를 통해 연구 가설을 증명하기 위해 관련 선행연구를 검토하였다. 전시장 컨벤션 센터에 관한 15개 연구를 종합한 김시중·박창규(2006) 연구와 함께 강유림·황혜진(2016), 김기현 외(2014), 김화경 외(2015), 백은희·허정옥(2011), 오정학·윤유식(2010), 최병창 외(2017)의 연구에서 활용한 특성 요

인을 확인하였다(표 1 참고). 전시 컨벤션 센터의 속성은 교통 접근성, 서비스, 시설, 지역 환경, 콘텐츠로 구분할 수 있다. 분석결과, 교통 비용, 대중교통 접근성, 차량 접근성 등 교통 접근성을 평가항목으로 활용하였으며, 서비스는 종사원 수, 서비스 태도, 종사원의 어학 능력을 주요 평가 요인으로 활용했다.

컨벤션 센터의 시설 요인은 전시 시설의 방음조명음향 장비와 시설 안전성, 전시장 규모, 회의장 시설이 있으며, 이용자의 편의시설, 식음료 시설, 주차 편리성과 같은 이용자 편의를 위한 부대시설을 포함한다. 컨벤션 센터의 콘텐츠는 방문객의 전시 컨벤션 센터 이용 주목적과 직결되는 항목으로 주로 프로그램의 구성과 주제가 해당된다. 김기현 외(2014) 연구는 전시 및 관람 동선의 편리성을 콘텐츠 항목으로 포함하였으며, 그 외 주최/주관/후원사와 방문객 수, 방문객 구성 요인은 전시 컨벤션 센터의 콘텐츠를 대변하는 요인이라고 볼 수 있다.

지역 환경은 컨벤션 센터의 배후 지역의 건조환경 특성으로 구성된다. 날씨 및 기후, 자연환경과 같은 환경 요인을 비롯하여 관광 자원, 식음료 시설, 쇼핑, 숙박 시설, 유흥 오락 시설과 같은 건조환경 및 관광 자원 요인이 해당한다.

〈표 1〉 전시 컨벤션 센터 특성 관련 연구

구분	속성	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
교통 접근성	공항 접근성	○					○	
	교통 비용	○	○			○	○	
	대중교통 접근성	○	○	○		○	○	
	전시 컨벤션 센터까지 거리 및 이동 시간	○	○			○	○	
	차량 접근성	○	○	○		○		
서비스	종사원 수	○				○	○	
	종사원 서비스 태도	○	○	○	○	○		○
	종사원 어학 능력	○	○		○	○	○	
	티켓 구입 편리성			○				
시설	방음조명음향 장비	○	○	○			○	○
	시설 안전성	○	○		○			
	전시장 시설 규모	○	○	○		○	○	○
	전시장 시설 쾌적성	○	○	○		○	○	○
	편의시설 규모				○	○		
	편의시설 쾌적성				○	○		
	식음료시설 규모							○
	식음료시설 쾌적성							○
	주차 편리성	○		○				
	회의장 시설 규모	○	○	○		○	○	○
회의장 시설 쾌적성	○	○	○		○	○	○	

콘텐츠	전시 및 관람 동선 편리성				○			
	주최/주관/후원사			○				
	프로그램 구성		○	○	○	○	○	
	프로그램주제			○		○	○	
	방문객 수			○				
	방문객 구성			○				
지역 환경	개최지 이미지	○						○
	날씨 및 기후	○		○				
	주변 관광자원	○	○	○		○	○	
	주변 식음료시설			○				
	주변 쇼핑환경	○		○				
	주변 숙박환경			○	○		○	○
	주변 유희환경			○	○			
주변 공원 및 자연환경			○				○	

\* ① 김시중·박창규(2006) ② 강유림외(2016) ③ 김기현 외(2014) ④ 김화경 외 (2015)  
 ⑤ 백은희·허정옥 (2011) ⑥ 오정학·유유식(2010) ⑦ 최병창 외(2017)

### Ⅲ. 연구 분석의 틀 및 기초자료 분석

#### 1. 연구 흐름 및 분석의 틀

본 연구는 ‘전시 컨벤션 센터의 규모에 따라 방문객의 종합 만족도와 재방문 의사에 영향을 미치는 요인이 다를 것’이라는 전제하 종합 만족도와 재방문 의사에 영향을 미치는 컨벤션 센터 특성 요인을 도출하고 전시 컨벤션 센터의 규모에 따른 발전 방향을 제시하고자 하였다. 연구의 가설을 증명하기 위해서 선행연구(김기현 외, 2014; 김장원·최종률, 2016; 김화경 외, 2015; 장미화·최정자, 2021; 장문혜·최정자, 2021; 차상현, 2019)를 참고하여 전시 컨벤션 센터 특성을 반영하는 설문조사 항목을 도출하였다.

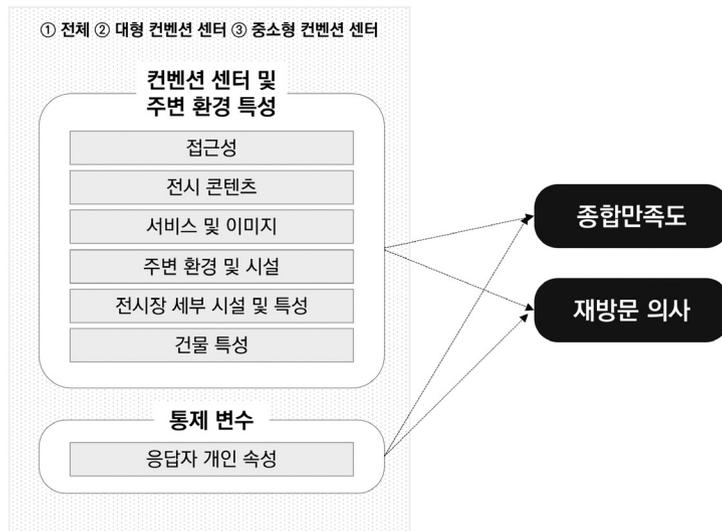
이후 온라인 설문조사 중계 업체를 통해 전시 컨벤션 이용 경험이 있는 만 20세 이상인 자를 대상으로 설문조사를 진행하였다. 설문조사에서 확인한 항목 간의 관계와 특성을 입증하고자 본 연구는 요인 분석을 통해 각 특성을 반영하는 관측 변수를 재분류하였다.

이후 분석 과정은 다음과 같다. 첫째, 본 연구는 전시 컨벤션 센터 규모를 부지 면적을 기준으로 ① 대형(부지 면적 10만㎡ 이상, 전시장 면적이 4만㎡ 이상)과 ② 중소형으로 구분하였다. 대형 전시 컨벤션 센터는 보통 부지 면적과 전시장의 규모를 기준으로 산정하며, 본 연구는 한국컨벤션전시산업연구

원(2015)과 전동석(2018) 연구를 참고하여 전시 컨벤션 센터 기준을 설정하였다.

둘째, 본고는 전시 컨벤션 센터와 주변 환경 특성과 방문객의 만족도 및 재방문 의사 간의 관계를 파악하고자 잠재변수 간 상호작용을 반영할 수 있는 유형 별 구조방정식 모형(PLS-SEM 사용)을 개발하였다. 셋째, PLS-SEM 분석결과는 전체 컨벤션 센터, 대형 컨벤션 센터, 중소형 컨벤션 센터별 ① 컨벤션 센터 방문객의 만족도와 ② 재방문 의사를 파악하여 비교 분석하였다.

〈그림 1〉 연구모형



## 2. 자료 수집 및 기초통계분석

### 1) 자료 수집

본고는 전국에 있는 14개의 전시 컨벤션 센터 방문객을 대상으로 설문조사를 실시하였다. 설문 조사 항목은 관련 선행연구(강유림·황혜진, 2016; 김기현 외, 2014; 김시중·박창규, 2006; 김화경 외, 2015; 백은희·허정옥, 2011; 오정학·윤유식, 2010; 최병창 외, 2017)를 기반으로 구축하였으며, 개인 특성과 접근성, 서비스, 전시장 시설, 주변환경, 콘텐츠와 관련된 세부 항목을 설정하여 설문지를 구성하였다.

설문조사는 컨벤션 센터 방문 경험이 있는 20대~50대 성인을 대상으로 온라인을 통해 진행되었다. 설문조사 기간(2020년 5월 1일 ~ 6월 30일)동안 총 338명이 설문조사에 참여했으며 이 중 불성실 응답자를 제외한 324명의 응답 결과를 분석에 사용하였다. 324명 중 189명이 대형 컨벤션 센터 이용 경험을 기반으로 설문조사에 참여하였으며 135명은 중소형 컨벤션 센터 이용 경험을 기준으로 설문조사에 응하였다.

〈표 2〉 기초통계분석

항 목		최소값	최대값	평균	표준편차
종합만족도 (Overall_Satisfaction)		1	5	3.81	.76
재방문 의사(Revisit)		2	4	2.78	.45
접근성 (Accessibility)	공항 접근성 (AC_Airport)	1	5	3.15	1.09
	교통 비용 (AC_Trf)	1	5	3.58	.90
	대중교통 접근성 (AC_Pac)	1	5	3.67	.98
	차량 접근성 (AC_Va)	1	5	3.61	.89
	날씨 및 기후 (AC_weather)	2	5	3.69	.76
	주차 편리성(AC_Parking)	1	5	3.53	.92
서비스 및 이미지 (Service)	종사자 수 (S_StfNum)	1	5	3.51	.72
	종사자 서비스 태도( S_StfAtti)	1	5	3.66	.74
	종사자 어학능력 (S_StfLang)	1	5	3.51	.70
	개최지역 이미지 (S_Cimage)	2	5	3.83	.76
주변 환경 및 시설 (Environment)	주변 관광 자원 (E_Ctour)	1	5	3.52	.89
	주변 식음 시설 (E_Cfood)	1	5	3.55	.90
	주변 상업 시설 (E_Cshop)	1	5	3.52	.98
	주변 숙박 시설 (E_Chotel)	1	5	3.24	.93
	주변 유희 환경 (E_Cfun)	1	5	3.11	.96
	주변 공원 및 자연 환경 (E_Cpark)	2	5	3.73	.78
	컨벤션 센터 내 식음 시설 (E_FoodS)	1	5	3.38	.82
	컨벤션 센터 내 식음 시설 쾌적성 (E_FoodCfy)	1	5	3.53	.78
전시 콘텐츠 (Contents)	프로그램 구성 (C_Prgc)	2	5	3.66	.77
	프로그램 주제 (C_Prgthm)	2	5	3.73	.78
	전시 및 관람 동선 편리성 (C_Exhc)	1	5	3.70	.76
	주최, 주관, 후원사 (C_Host)	2	5	3.59	.76
전시장 세부 시설 및 특성 (Feature)	방문객 수 (F_Visitornum)	1	5	3.52	.79
	방문객 구성 (F_Visitorcomp)	1	5	3.46	.76
	방음조명음향 장비 (F_Soundsys)	2	5	3.69	.79
	시설 안전성 (F_Safety)	2	5	3.71	.76
	전시장 시설 규모 (F_ExhSize)	1	5	3.90	.78
	전시장 시설 쾌적성 (F_ExhCfy)	1	5	3.86	.75
	전시장 내 편의시설 규모 (F_AmenS)	2	5	3.60	.79
	전시장 편의시설 쾌적성 (F_AmenCfy)	1	5	3.65	.76
전시장 세부 시설 및 특성 (Feature)	회의시설 규모 (F_ConfS)	1	5	3.73	.73
	회의 시설 쾌적성 (F_ConfCfy)	2	5	3.71	.71
	티켓 구입 편리성 (F_Ticket)	1	5	3.68	.75
응답자 개인 특성 (Demographic)	이용 교통 수단 (D_Uv)	1	4	1.57	.58
	성별 (D_Sex)	0	1	.53	.50

응답자 개인 특성 (Demographic)	출생연도 (D_BornY)	1961	2000	1985,48	10,11
	혼인 여부 (D_Mrge)	1	3	1,42	,50
	학력 (D_Edu)	2	6	4,51	,93
	직업 (D_Job)	1	9	4,26	2,44
	과거 방문 횟수 (D_Beforenum)	0	3	1,15	,56
	주거점유형태 (D_Hocup)	1	6	1,52	,77
	가구원 수 (D_Hd)	1	7	3,23	1,22
건물 특성 (Convention_Info)	건물 연식 (Cl_Bldyr)	1	34	20,38	9,14
	건물 면적*2019년 전시횟수 (Cl_BldxExh)	324506	80040000	35088721,30	31425944,82

## 2) 분석 항목 및 기초통계분석

본 연구에서 사용한 설문조사 항목과 항목의 기초통계분석 내용은 아래 <표2>와 같다. 분석에 이용한 설문조사 항목은 요인 분석을 통해 각 특성 별로 재구성하였다. 응답자는 개인 속성을 제외한 나머지 문항에 대하여 5점 리커트 척도(0: 매우 그렇지 않다 (불만족) ~ 5: 매우 그렇다 (만족))로 응답하였다. 응답자 개인 속성은 객관식으로 응답하였으며 컨벤션 센터 이전 이용 경험과 인구 경제학 특성에 대한 문항으로 구성되어 있다. 연구에서는 개인 특성을 통제변수로 투입하였다. 건물 정보는 각 컨벤션 센터 별 건물 연식과 건축면적 및 전시 횟수를 산정한 변수를 투입하였다.

## 3. 연구 분석 방법

본 연구에서 사용한 PLS-SEM은 부분최소자승법(Partial Least Squares, PLS)과 구조방정식 모형 (Structural Equation Model, 이하 SEM)을 결합한 PLS 기반의 구조방법론이다. 구조방정식 모형이 공분산 기반 모형(Covariance based model)으로 연구모형의 적합성 판단에 초점을 두었다면, PLS-SEM은 모형 내 각 잠재요인 간 경로의 통계적 유의성을 확인하는 데 적합하다. 특히, 표본 크기에 민감하지 않아 요인 수가 많거나 변수 간 높은 다중공선성을 보일 때 주로 사용된다. 탐색적 연구에서 이론을 개발하는 데 적합하여 종속변수의 분산을 설명하기 위해 사용되는 모형이다. 본 고에서는 표본 크기가 작고 변수 간 상관관계가 높지만 컨벤션 센터의 만족도와 재방문에 영향을 미치는 요인을 파악하는 데 원 변수를 사용하기 위한 목적으로 PLS-SEM 모형을 사용하였다.

본 연구는 자료의 타당성과 신뢰성을 확보하고자 확인적 요인분석을 진행하였다. 분석결과, 대부분 요인의 값이 0.6 이상으로 나타났으며 응답자의 개인 특성에 해당하는 항목의 설명력은 낮게 나타났다. 모형의 내적 일관성을 확인하고자 AVE(평균분산 추출값), 복합신뢰도(Composite Reliability), 구조모형의 신뢰도(Cronpach's Alpha)를 검증하였다. 복합신뢰도와 구조모형 신뢰도는 0.7 이상으로 나타났

으며 모든 잠재 변수에서 AVE 값이 0.5 이상으로 나타나 내적 일관성을 확보하는 것으로 나타났다.

〈표 3〉 모형의 내적 일관성 검증

	Average Variance Extracted (AVE)	Composite Reliability	Cronbach's Alpha
접근성(Accessibility)			
서비스 및 이미지 (Service)	0.6	0.8	0.8
주변 환경 및 시설 (Environment)	0.5	0.9	0.9
전시 콘텐츠 (Contents)	0.6	0.9	0.8
전시장 세부 시설 및 특성 (Feature)	0.5	0.9	0.9
응답자 개인 특성 (Demographic)			
건물 특성 (Convention_Info)	0.9	1.0	0.9

## IV. 전시 컨벤션 센터 규모 별 방문 만족도와 재방문 의사에 영향을 미치는 요인

### 1. 종합 만족도

컨벤션 센터 규모 별 방문객의 종합 만족도에 영향을 미치는 요인 분석 결과를 다음 〈표 4〉와 같다. 컨벤션 센터 방문객의 종합 만족도에는 전시 콘텐츠, 주변환경 및 시설, 전시장 특성이 영향을 미치는 것으로 나타났다. 컨벤션 규모에 따른 결과를 살펴보면, 대형 컨벤션 센터는 전시 콘텐츠 (0.32)와 주변환경 및 시설(0.22), 전시장 세부 시설 및 특성(0.20)이 종합 만족도에 영향을 미쳤다. 반면, 중소형 컨벤션 센터에 대한 종합 만족도에는 전시 콘텐츠(0.28)와 전시장 특성 (0.27)이 영향을 미치는 것으로 나타났다.

대형 컨벤션 센터에 대한 종합 만족도에 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타난 전시 콘텐츠, 주변환경 및 시설, 전시장 세부 시설 및 특성의 관측 변수 별 구체적인 영향 관계를 살펴보면 〈그림 2 참고〉, 전시 콘텐츠의 프로그램 주제(0.85)와 프로그램 구성(0.82)은 만족도에 큰 영향을 미치는 것으로 나타났다. 주변환경 및 시설 중 주변 식음시설(0.79)과 컨벤션 센터 내 식음시설(0.75), 주변 상업시설(0.72)과 관광지(0.72) 순으로 영향력이 높게 나타났다. 한편, 전시장 세부 시설 및 특성 중 시설 안전성(0.74)과 편의시설 쾌적성(0.73), 티켓 구입 편리성(0.73) 순으로 높은 영향력을 보인다.

중소형 컨벤션 센터의 종합 만족도에 영향을 미치는 전시 콘텐츠와 전시장 세부 시설 및 특성의 구

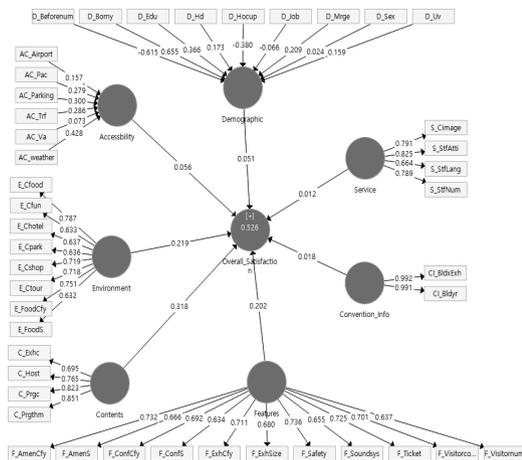
체적인 영향 관계를 살펴보면 <그림 3 참고>, 전시 콘텐츠의 주제(0.87)와 전시 및 관람 동선 편리성(0.82)이 영향을 미치며, 전시장 세부 시설 및 특성 중 회의장 시설 규모(0.72)와 회의장 시설 쾌적성(0.70), 전시장 안전성(0.70)이 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

<표 4> 종합 만족도 : 경로 계수의 유의성 분석 결과

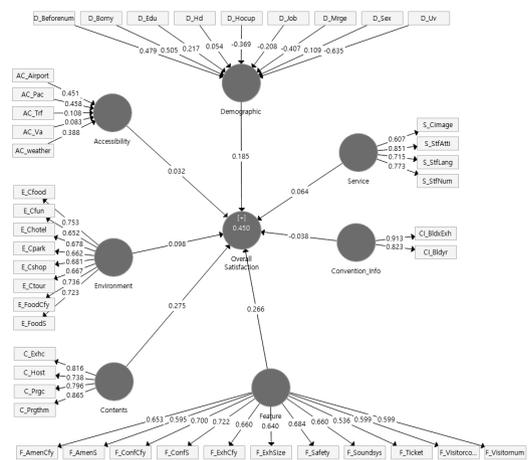
변수 간 경로 계수	All samples		대형 컨벤션 센터		중소형 컨벤션 센터	
	표준화 계수	t-value	표준화 계수	t-value	표준화 계수	t-value
접근성(Accessibility) → 종합 만족도 (Overall_Satisfaction)	0.04	0.77	0.06	0.75	0.03	0.32
서비스 및 이미지 (Service) → 종합 만족도 (Overall_Satisfaction)	0.01	0.10	0.01	0.12	0.06	0.71
주변 환경 및 시설 (Environment) → 종합 만족도 (Overall_Satisfaction)	0.18***	3.18	0.22***	2.81	0.10	1.12
전시 콘텐츠 (Contents) → 종합 만족도 (Overall_Satisfaction)	0.32***	4.95	0.32***	4.43	0.28**	2.46
전시장 세부 시설 및 특성 (Feature) → 종합 만족도 (Overall_Satisfaction)	0.22***	3.03	0.20**	2.12	0.27**	2.45
응답자 개인 특성 (Demographic) → 종합 만족도 (Overall_Satisfaction)	0.07	0.75	0.05	0.42	0.19	0.79
건물 특성 (Convention_Info) → 종합 만족도 (Overall_Satisfaction)	0.06	1.40	0.02	0.36	-0.04	0.61

\*: p<0.1, \*\*: p<0.05, \*\*\*: p<0.01

<그림 2> 종합 만족도: 대규모 컨벤션 센터 (표준화 계수, R2)



<그림 3> 종합 만족도: 중소규모 컨벤션 센터 (표준화 계수, R2)



## 2. 재방문 의사

방문객의 재방문 의사에 영향을 미치는 항목은 <표 5>와 같이 나타났다. 컨벤션 센터 방문객은 전시 콘텐츠와 주변 환경 및 시설에 영향을 받는 것으로 밝혀졌다. 중소형 컨벤션 센터의 경우, 주변환경 및 시설이 재방문 가능성을 높이는 것으로 나타났으며, 대형 컨벤션 센터에서는 전시 콘텐츠와 주변 환경 및 시설이 양(+)의 영향, 서비스 및 이미지가 음(-)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 전체 표본을 계수로 추정하였을 때와 비교하면 전시 콘텐츠, 주변 환경 및 시설의 유의도는 하락하고 서비스의 유의도는 상승하는 결과이다(이에 90% 신뢰수준에서 서비스 성분이 추가로 유의하게 도출됨). 이는 첫째, 전체 컨벤션 센터 표본을 규모로 나누어 보는 것이 적절하며, 둘째, 통계적으로는 세 변수를 한 개념으로 묶어 볼 수 있고 상호 상쇄 작용을 하는 관계임을 보여준다.

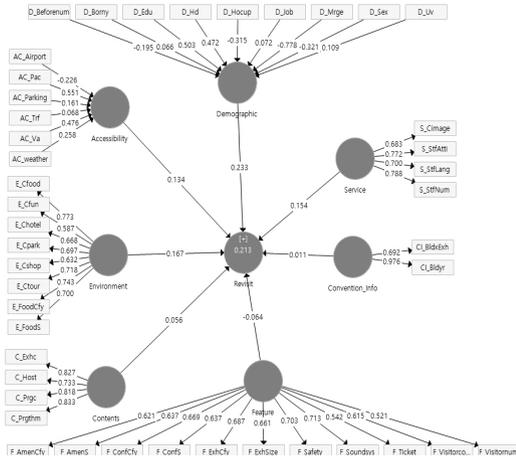
세부 요인별 특성을 살펴보면 다음과 같다. 대형 컨벤션 센터의 재방문 의사에 영향을 미치는 전시 콘텐츠 항목 프로그램 구성(0.85)과 프로그램 주제(0.83)가 가장 큰 영향을 미치는 것으로 나타났다. 주변 환경 및 시설은 컨벤션 시설 내 식음 시설(0.76)과 주변 상업 시설(0.75)의 영향력이 크다. 반면, 서비스 및 이미지는 지역의 이미지(0.80)가 가장 큰 영향을 미치는 것으로 나타났다. 중소형 컨벤션 센터의 경우, 환경 요인 중 주변 환경 및 시설 요인 중 주변 식음 시설(0.77), 컨벤션 센터 내 식음 시설 쾌적성(0.74), 주변 관광 시설(0.72) 순으로 영향력이 높게 나타났다.

<표 5> 재방문 의사 : 경로 계수의 유의성 분석 결과

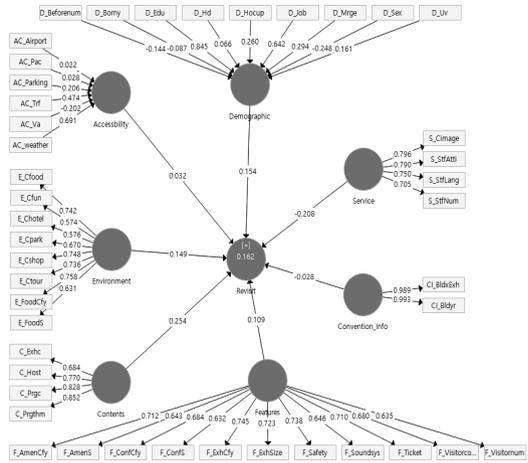
변수 간 경로 계수	All samples		대형 컨벤션 센터		중소형 컨벤션 센터	
	표준화 계수	t-value	표준화 계수	t-value	표준화 계수	t-value
접근성 (Accessibility) → 재방문 의사 (Revisit)	0.01	0.20	0.03	0.35	0.13	1.47
서비스 및 이미지 (Service) → 재방문 의사 (Revisit)	-0.06	0.70	-0.21*	1.79	0.15	1.36
주변 환경 및 시설 (Environment) → 재방문 의사 (Revisit)	0.15**	2.37	0.15*	1.72	0.17*	1.76
전시 콘텐츠 (Contents) → 재방문 의사 (Revisit)	0.20***	2.74	0.25**	2.57	0.06	0.51
전시장 세부 시설 및 특성 (Feature) → 재방문 의사 (Revisit)	0.06	0.69	0.11	1.02	-0.06	0.54
응답자 개인 특성 (Demographic) → 재방문 의사 (Revisit)	0.16	1.30	0.15	0.72	0.23	0.89
건물 특성 (Convention_Info) → 재방문 의사 (Revisit)	0.03	0.48	-0.03	0.42	0.01	0.13

\*: p<0.1, \*\*: p<0.05, \*\*\*: p<0.01

〈그림 4〉 재방문 의사: 중소규모 컨벤션 센터  
(표준화 계수, R2)



〈그림 5〉 재방문 의사: 대규모 컨벤션 센터  
(표준화 계수, R2)



# V. 결론

## 1. 결론 및 정책적 제언

MICE 산업은 우리나라 정부의 '17대 신 성장 동력' 중 하나로 종합 서비스 산업으로서 전·후방 효과가 상당히 큰 산업으로 알려져 있다. 전시 컨벤션 센터의 활성화를 위해서는 컨벤션 센터의 특성을 고려한 정책을 도입해야 함에도 불구하고 대다수의 연구가 특정 컨벤션 센터를 대상으로 진행되어 컨벤션 센터의 전반적인 특성과 이용자의 만족도 또는 재방문간의 관계를 파악하지 못했다는 한계점이 존재한다.

본고는 전시 컨벤션 센터 활성화를 위해 컨벤션 센터 규모 별 이용자의 만족도와 재방문 의사 영향 요인을 도출하고자 14개의 전시 컨벤션 센터를 공간적 범위로 설정하였으며 전시 컨벤션 센터 방문 경험이 있는 324명을 대상으로 설문조사를 진행하였다. 연구에서는 컨벤션 센터의 규모에 따라서 이용자의 만족도와 재방문 의사를 결정하는 요인이 상이할 것으로 예측하였으며, 보다 다양한 영향 요인을 도출하기 위해서 컨벤션 센터 특성과 더불어 배후 도시의 환경 요인을 함께 고려하였다.

연구 결과, 컨벤션 센터의 규모에 따라 이용자의 만족도와 재방문 의사에 영향을 미치는 요인과 그 영향력의 크기는 다소 상이하게 나타났다. 대형 컨벤션 센터와 중소형 컨벤션 센터에 대한 만족도는 전시 콘텐츠와 전시장 세부 시설 및 특성이 공통으로 영향을 미치지만, 대형 컨벤션 센터는 주변환경 및

시설 요인이 함께 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 재방문 의사의 경우, 대형 컨벤션 센터는 전시 콘텐츠와 주변환경 및 시설, 서비스 요인이 영향을 미치며, 중소형 컨벤션 센터는 주변 환경 및 시설이 재방문에 결정적인 영향을 미친다.

대형 및 중소형 컨벤션 센터에 대한 만족도에 가장 큰 영향력을 갖는 전시 콘텐츠는 컨벤션 센터의 활성화에 주요한 영향을 미치는 요소임을 선행연구를 통해 확인한 바 있다 (강유림·황혜진, 2016; 김화경 외, 2015; 백은희·허정옥, 2011). 특히, 전시 콘텐츠의 품질이 높을수록 방문객의 컨벤션 센터 이용 경험이 만족도와 재방문에 긍정적인 영향을 미치며(최정자·주현식, 2004) 공간에 대한 애착과 장소성을 형성하는 데 이바지하므로(장미화·최정자, 2021), 전시관 대관 및 자체 전시 기획 시 소프트웨어 측면에서 품질을 제고할 수 있는 방안을 모색해야 한다.

한편, 전시장 세부 시설 및 특성은 전시 콘텐츠와 함께 공통으로 만족도에 영향을 미치지만, 컨벤션 센터의 규모에 따라 영향을 미치는 세부 속성이 다르게 나타났다. 중소 규모 컨벤션 센터는 회의장 시설 규모와 회의장 쾌적성과 같은 물리적인 시설 요인이 영향을 미친다. 이는 컨벤션 센터 방문 목적이 전시 방문에 국한되지 않고 회의장 이용 등을 위해 방문하는 인구가 많기 때문으로 해석되며(오정학·윤유식, 2010), 전시장 이용자뿐만 아니라 회의실을 비롯한 컨벤션 센터 부대시설을 이용하는 다양한 방문객을 대상으로 한 활성화 전략과 연구 수행이 필요함을 보여주는 바이다.

대형 컨벤션 센터는 전시장 세부 시설 및 특성 중 시설 안전성과 편의시설 쾌적성 순으로 만족도에 높은 영향을 미치는 것으로 나타나 동일 특성(전시장 세부 시설 및 특성)이 대형, 중소형 컨벤션 센터 만족도에 영향을 미치더라도 세부 영향 요인은 다르게 나타났음을 보여준다.

주변환경 및 시설은 컨벤션 센터의 재방문 의사에 영향을 미치며, 중소형 컨벤션 센터에 미치는 영향이 높게 나타났다. 개최지의 환경은 컨벤션 전·후 관광을 위한 기회제공에 영향을 미치는 요인으로 주최 조직과 기획이 측면에서 방문객을 유인하는 데 영향을 미치는 주요 구성 요인 중 하나이다(최정자·주현식, 2014). 아울러, 회의 전·후 관광, 지역 문화 체험 행사 등 배후지역에서 즐길 수 있는 부대 활동에 대한 만족도 역시 향후 행동 의도(추천, 재방문)에 영향을 미칠 수 있으므로 인접 지역과의 연계 방안 모색이 요구된다.

## 2. 연구의 한계 및 시사점

본 연구는 국내 전시 컨벤션 센터 14곳을 대상으로 이용자의 경험을 조사하였다. 연구에서 제외된 경북 구미의 구미코와 울산 전시컨벤션 센터(유에코)는 자료 조사의 한계(구미코)와 조사 당시 미완성(유에코)으로 연구에서 제외되었기에 향후 연구에서는 이를 포함해야 할 것이다. 또한, 내국인을 대상으로

만족도와 재방문 의사를 조사했다는 점에서 국제 컨퍼런스 유치 및 다양한 전시 콘텐츠 개발을 위해 컨벤션 행사에 참석한 외국인의 경험을 포함한 연구 수행이 요구된다.

본고는 이전 연구가 특정 이벤트 또는 전시 컨벤션 센터를 대상으로 연구를 진행해왔던 것과 달리 ① 국내 전시 컨벤션 센터 14곳을 대상으로 하며, ② 전시 컨벤션 센터 이벤트 참가 이외의 다른 목적을 가진 방문객을 연구 대상에 포함해 컨벤션 센터의 규모 별 발전 방향을 도출하고자 했다는 점에서 차별성이 있다고 볼 수 있다. 또한, 컨벤션 센터의 규모에 따른 이용자의 만족도와 재방문 의사에 영향을 미치는 세부 요인을 함께 도출하여 MICE 산업 활성화를 위해 만족도와 재방문을 제고하기 위한 활성화 전략 수립 시 활용 가능한 기초 자료를 제시했다는 점에서 연구의 의의가 있다.

## ■ 참고문헌 ■

- 강유림·황혜진(2016). “컨벤션 개최지 선택속성에 대한 참가자 만족이 관광 이미지와 재방문 의도에 미치는 영향: 경주화백컨벤션센터를 중심으로”, 『MICE관광연구(구 컨벤션연구)』, 46:1-7.
- 강준수(2015). “문화정책성을 통한 전시컨벤션센터의 발전방안 고찰 - 문화교류를 중심으로”, 『무역전시연구』, 10(3): 71-91.
- 경기신문(2021.06.17.). “[창간특집] 코로나19 암흑기 마이스 산업...희망의 불씨 살린 ‘컨텍스’”, <https://www.kgnews.co.kr/mobile/article.html?no=650852>.
- 고재윤·한진영(2004). “전시, 컨벤션 마케팅전략 방안에 관한 연구 -고양시 KINTEX를 사례로-”, 『호텔관광연구』, 14(0): 221-239.
- 김기현·장단·윤유식(2014). “컨벤션 정보원천 및 정보내용탐색이 컨벤션목적지 방문만족도 및 충성도에 미치는 영향”, 『한국과학예술통합학회』, 17: 43.
- 김봉석(2008). “국내 전시산업의 경제적 파급효과에 관한 연구”, 『호텔관광연구』, 10(1): 30-43.
- 김시중·박창규(2006). “중요도-성취도 분석에 의한 전시컨벤션 개최지 평가”, 『한국경제지리학회지』, 9(3): 358-378.
- 김장원·최종률(2016). “Korea MICE Expo 2015 참가자의 방문동기와 참가만족 및 재참가 의도 간의 영향관계에 관한 연구 - 바이어와 셀러 참가자 비교분석을 중심으로”, 『무역전시연구』, 11(1): 119-138.
- 김태영(2013). 『정책포커스 2013-19 경남 MICE산업 발전방안』, 경남발전연구원.
- 김화경·최화열(2015). “컨벤션 센터 이용관람객의 특성, 만족도 및 행동의도 간 관계에 관한 연구: 컨벤션 경영자의 전략적 관점”, 『전문경영인연구』, 18(4):89-103.

- 박자연·김성섭(2012). “지역산업연관표를 활용한 컨벤션 산업의 경제효과 분석”, 『관광레저연구』, 24(2): 177-196.
- 박정훈·남창우(2016). “지방자치단체의 컨벤션센터 활성화 방안에 대한 구성원들의 인식 분석: 수익성 창출 요인을 중심으로”, 『국가정책연구』, 30(4): 229.
- 박정희(2007). “엔터테인먼트 요소의 결합에 따른 컨벤션 센터의 활성화 방안 - 멀티플렉스 공간으로의 킷렉스를 바탕으로”, 『무역전시연구』, 2(2): 17-60.
- 박진선·김철원·김봉석(2015). “DEA Window를 활용한 국내컨벤션센터의 효율성 변화 분석에 관한 연구”, 『질서경제저널』, 18(2): 157-171.
- 백은희·허정옥(2011). “MICE 선택속성의 중요도와 만족도간의 차이가 재선택에 미치는 영향”, 『마케팅관리연구』, 16(3): 49-72.
- 성은희(2014). “지역특화 MICE 개발을 위한 탐색적 연구 - 부산 해양MICE를 중심으로”, 『동북아관광연구』, 10(1): 141-161.
- 심재희·백형엽(2012). “전남지역의 MICE산업 구축전략에 관한 연구”, 『문화경제연구』, 25(5): 3317-3343.
- 오정학·윤유식(2010). “컨벤션 회의유형별 개최지 선택속성의 중요도 및 개최시설의 선호도”, 『호텔경영학연구』, 19(1): 1-19.
- 이성호·김지숙·방연중(2003). “한국 전시, 컨벤션 센터의 운영 실태 및 입지에 관한 연구”, 『도시연구보』, 15: 39-46.
- 이영빈(2014). “컨벤션센터의 서비스스페이프와 도시이미지가 행동의도에 미치는 영향: 김대중컨벤션센터 방문객을 대상으로”, 『관광연구저널』, 28(12): 61-73.
- 이은성(2009). “지방컨벤션센터의 운영현황과 발전방향에 대한 연구: 창원컨벤션센터(CECO)를 중심으로”, 『MICE관광연구(구 컨벤션 연구)』, 23: 51.
- 장문혜·최정자(2021). “경주 MICE 복합지구 성공요인에 관한 만족도 연구: MICE 참가자와 얼라이언스의 비교”, 『무역연구』, 17(2): 573-583.
- 장미화·최정자(2021). “전시컨벤션센터의 장소성과 장소 애착 및 행동 의도의 영향 관계 연구: MICE 기획가를 대상으로”, 『관광레저연구』, 33(2): 79-96.
- 전동석(2018). “전시컨벤션센터의 가동률 산정 및 활용에 관한 연구”, 『무역전시연구』, 13(3): 29-48.
- 정우영·김현석·김이태(2017). “빅데이터를 활용한 전시컨벤션센터의 경제파급효과 분석: 벅스코 방문객 소비자출금액을 중심으로”, 『호텔경영학연구』, 26(8).
- 주현식·이미란(2005). “컨벤션의 서비스 품질, 참가자의 관여, 만족, 재참가의도에 관한 연구”, 『호텔경

- 영학연구』, 14(1): 237-252.
- 주현정·공은숙(2011). “컨벤션센터의 서비스스케이프가 컨벤션센터 이용자의 만족과 재방문의도에 미치는 영향: 인천 송도컨벤시아를 대상으로”, 『MICE 관광연구 (구 컨벤션연구)』, 29: 7-27.
- 차상현(2019). 고객유형별 인천국제공항 서비스만족도에 관한 연구, 서울대학교 박사학위논문.
- 최병창·김정민·임경환(2017). “전시컨벤션센터의 물리적환경, 고객만족, 행동의도 간의 구조관계 연구: 대구전시컨벤션센터(EXCO)를 중심으로”, 『관광연구』, 32(1): 107-124.
- 최정자·주현식(2004). “전시참가자의 동기와 만족에 관한 연구: 국내 서울, 부산, 대구 컨벤션센터 방문객들을 중심으로”, 『관광연구』, 18(2).
- 한국관광공사(2018). 『2018 MICE 산업의 경제적 파급효과 분석』.
- 한국컨벤션전시산업연구원(2015). 『글로벌 MICE 인사이트\_북미컨벤션센터의 공공투자 및 운영 동향 분석』.
- Eisenstodt, J.(1995). “Teaching attendees like adults”, Meeting News, 19(2).
- Go, F. M. & Govers R.(1999). “The Asian perspective: Which international conference destinations in Asia are the most competitive?”, *Journal of Convention & Exhibition Management*, 1(4): 37-51.
- Terzi, M. C., Sakas, D. P., & Seimenis, I. (2013). International Events: the impact of the conference location, *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 73: 363-372.
- Upchurch, R. S., Jeong, G. H., Clements, C., & Jung, I. (2000). “Meeting planners’ perceptions of site selection characteristics: The case of Seoul, Korea”, *Journal of Convention & Exhibition Management*, 2(1): 15-35.

---

원 고 접 수 일 | 2022년 2월 23일

심 사 완 료 일 | 2022년 5월 10일

최종원고채택일 | 2022년 5월 16일

**이지원** aimeru2@snu.ac.kr

서울대학교 환경대학원에서 도시 및 지역계획학 석사학위를 받았으며, 2021년에 동대학원에서 박사 과정을 수료하였다. 도시, 지역, 교통 분야에서 사회 취약성(취약계층, 재난재해, 질병, 안전)을 고려한 도시계획과 지속 가능성에 관심을 두고 연구하고 있다.

**윤민경** minkyounyoung.youn@gmail.com

2020년 서울대학교 환경대학원 도시계획학 석사학위를 받았다. “전시 컨벤션 센터 방문 목적과 선택 속성이 추천에 미치는 영향 요인 비교 분석 - 지역 주민과 외래 방문객의 차이를 중심으로”로 석사 학위를 수여하였으며, 주요 관심 분야는 MICE산업과 도시계획, 도시마케팅, 도시브랜딩 등이다.

**김태형** taehyoung.gim@snu.ac.kr

서울대학교 환경대학원 및 협동과정 조경학 부교수이다. 도시, 지역, 교통, 환경, 조경 분야의 주요 이론과 개념, 기법을 아우르는 학제적 접근을 통해 사회혁신과 삶의 질 향상을 이루는 방안에 관해 연구하고 있다. 미국 조지아 공대에서 환경계획 및 계량지리/공간 분석을 전공하여 도시·지역계획학 박사 학위를 취득하였고 미국의 애틀랜타 시청과 조지아 주정부, 그리고 사우디아라비아의 킹파드석유광물대 도시·지역계획학과에서 근무하였다. 학술논문으로는 국제학술지 50여편, 국내학술지 30여편 등 약 80편의 성과가 있다.