

제주지역 MICE 참가자 이벤트 프로그램 활성화 방안

A Study on facilitating event program of MICE participants in Jeju

고미영* · 박시사** · 양성수***

Ko, Mi-Young · Park, Si-Sa · Yang, Sung-Soo

Abstract

This study analyzed the importances and performances of event programs of MICE participants using IPA and discussed ways to promote the event program for the effective program development and management. To accomplish the study purpose, literature review and empirical study were jointly carried out.

As a result of IPA, 3 items were distributed over the keep up the good work quadrants. Theses were 'the understanding of the event contents', 'interesting event contents', 'providing new experience'. 4 attributes loaded in the concentrate here quadrants were 'timing of event', 'various themes', 'accessibility', 'originality of event contents'. In the low priority quadrants, 5 attributes were included. Finally, in the possible overkill quadrants, 'information center' are located. In the conclusion, the study suggested limitations and future research direction.

주제어 : MICE 산업(MICE Industry), 이벤트 프로그램(event program),
IPA(Importance-performance analysis)

* 제주대학교 관광경영학과 BK21 Post-doc, 연구 관심 분야: 여가, e-mail: kossi32@jejunu.ac.kr

** 제주대학교 관광경영학과 부교수, 연구 관심 분야: 여행업, 항공사 경영,
e-mail: smiletour@jejunu.ac.kr

*** (교신저자) 제주지식산업진흥원 스마트MICE팀 팀장, 연구 관심 분야: 관광정보.
e-mail: enhorphin@jejunu.ac.kr

I. 서 론

MICE(Meeting, Incentives, Convention, Exhibition)산업은 미래의 전략산업으로서 세계 각 국가들은 MICE 산업의 중요성과 가치를 인식하여 국가 전략산업으로 육성하기 위해 노력을 기울이고 있다. 특히, 제주도의 경우 MICE 산업이 정부의 광역경제권계획에서 선도 산업으로 지정됨으로써 그 중요성과 관심이 보다 증가하고 있다.

MICE 산업은 회의장 시설, 숙박, 식음료, 교통, 문화, 오락, 쇼핑 등 많은 분야의 관련 관광산업들과 연계되어 있어 경제적 파급효과가 크다. 뿐만 아니라 관광산업의 측면에서 비수기 타개책으로 활용되는 새로운 고부가가치 산업으로 인식되고 있다(Weber, 2001). 이러한 경제적 효과 외에도 국제적 영향력 증대, 개최지 홍보효과, 국제친선도모, 개최지 이미지 제고 등 정치·사회문화적인 측면에 미치는 효과 또한 크다(Toh & Dekay, 2002; 박의서, 2008).

관광산업의 관점에서 MICE 참가자들은 회의, 포상여행, 컨벤션, 전시회 등에 참가한 자들로서 비즈니스 목적 외에도 여러 가지 부가활동을 하는 겸목적 관광자라고 할 수 있다(이은수, 2005). MICE 참가자들은 주요 참가목적에 부합하는 활동 외에 참가목표를 달성하기 위한 부수적인 활동으로 행사 전후에 개최되는 테마파티, 사교적 행사, 레크리에이션 등 다양한 이벤트 프로그램에 참여하게 된다. MICE 참가자들에게 제공된 특별한 이벤트 프로그램은 참가자들로 하여금 개최지의 다양한 문화를 체험할 수 있는 기회를 제공해 주며(윤세목·김미경·윤세남, 2008), 즐거움을 줄 뿐만 아니라 참가자들 간의 상호교류의 기회를 제공한다. 뿐만 아니라 참가자들의 만족도와 이미지를 향상시켜 재방문을 유도한다.

MICE 참가자들이 개최지 선택 및 개최지 경쟁력 평가에 있어서 이벤트 프로그램을 주요한 평가요소로 인식하고 있으며(권유흥·이인재, 2006), 환경적인 요소보다 사회·문화적인 요소를 보다 중요하게 인식한다는 연구결과(김묘정, 2004)도 제시되고 있다. 이러한 추세에 따라 최근 MICE 산업을 중심으로 다양한 이벤트 프로그램이 행해지고 있으며 그 중요성도 점점 확대되고 있다(장운화, 2004).

따라서 MICE 주최자들은 참가자들의 욕구에 부응하는 다양한 이벤트프로그램을 개발하여 실행해야 할 필요성이 증가(주현식, 2001)하고 있음에도 불구하고, 기존의 MICE 산업에서 이벤트 프로그램관련 연구들은 공급자 측면에서 이벤트프로그램의

기획 및 운영(장윤화, 2004; 류세정, 2010)에 관한 몇몇 연구가 있을 뿐 현재 소비자 행동론적인 관점의 연구는 미흡한 실정이다.

이벤트 프로그램을 성공적으로 개최하기 위해서는 방문객의 기대와 욕구에 부합하는 프로그램을 기획해야 하며(한현숙, 2006), 수요자 중심의 이벤트 프로그램을 기획하고 개발하기 위해서는 MICE 참가자들의 이벤트 프로그램에 대한 중요도와 만족도를 파악하여 프로그램 개발 및 운영에 반영할 필요가 있다. 이벤트 프로그램 참여자들에 대한 중요도-만족도 분석을 근거로 한 자료는 MICE 참가자들의 만족을 높이고 MICE 기획자들이 시장지향적인 프로그램을 개발하는데 중요한 단서를 제공할 것이다.

II. 문헌고찰

1. 이벤트 프로그램 관련 선행연구

이벤트 프로그램에 대한 개념과 유형은 학자들마다 상이하며, 체계적으로 개념이나 유형이 정립되어 있지 않다. 우선 이벤트 프로그램을 축제, 회의, 전시회 및 박람회, 기업이벤트, 스포츠 이벤트 등에서 이벤트를 실행하기 위해 설정한 구성요소(이경모, 2006)로 보는 관점도 있고, 마케팅의 주요한 도구로 다른 계획과제들과 함께 구성되고 제공됨으로써 대상자의 관심을 창출하는 것으로 정의하기도 한다(Watt, 2001). 혹은 이벤트의 구성요소로 개인이나 관광객 집단의 만족과 바람직한 관광형태를 위해 사전에 조직적으로 계획하여 실행하는 참여자와 공급자들의 행동계획안으로 정의되기도 한다(김계섭, 1995). 이러한 개념들을 살펴보았을 때, 이벤트 프로그램이란 참여자들의 관심과 만족을 위해 사전에 계획적으로 기획하여 제공하는 이벤트를 실행하기 위한 구성요소라고 정의할 수 있다.

이벤트와 이벤트 프로그램은 상이한 개념임에도 불구하고 종종 혼용되어 사용되기도 한다. 축제, 전시회, 박람회, 회의, 스포츠 이벤트 등은 이벤트의 유형이며, 공연, 파티, 연회, 퍼레이드, 게임 등은 이벤트를 구성하고 있는 프로그램들로 이벤트 실행의 구성요소 혹은 도구라고 할 수 있다(이경모, 2006).

이벤트 프로그램의 목적은 외부적으로는 방문객의 만족을 추구하는 것이며, 내부적으로는 프로그램 운영을 통해 수익을 창출하는 것이다. 이벤트 프로그램은 방문객들의 소비를 촉진하고 만족도와 이미지를 향상시켜 재방문을 유도할 수 있도록

해준다(Getz, 1997). 따라서 성공적인 이벤트 프로그램의 실행을 위해서는 방문객의 기대에 부응하는 프로그램을 개발하여 운영해야 한다.

이벤트 프로그램의 사례<표1>를 살펴보면, 우선 테마파크 내에서 개최되는 이벤트가 있다. 테마파크에서는 관람객들의 체험욕구를 충족시키기 위해서 정기적으로 혹은 특별행사로 퍼레이드, 기념품/경품 행사, 전시회, 콘서트, 계절별 혹은 테마를 중심으로 하는 페스티벌 등 다양한 이벤트프로그램을 개최하고 있다. 이처럼 다양하고 차별화 된 이벤트 프로그램을 제공함으로써 테마파크의 이미지를 강화시킬 수 있으며, 인지도를 향상시킬 수 있을 뿐만 아니라 놀이시설의 계절성, 식상함을 개선시키는 역할을 한다(한현숙, 2006).

한편, 축제 방문객의 흥미와 관심을 유발시키기 위해 축제 행사장에서는 축제의 주요 테마를 중심으로 하는 프로그램들과 문화체험프로그램, 시식행사, 공연, 주민가요제, 퍼레이드, 가수공연, 페이스페인팅 등 다양한 프로그램들이 운영되기도 한다.

MICE 참가자들에게 제공되는 이벤트 프로그램에는 Tea, 댄스, 복장, 주류 등을 중심으로 하는 테마파티, 국악, 무용단, 사물놀이, 오케스트라, 뮤지컬 등의 공연, 트레킹, 레저스포츠, 야유회, 등산 등의 팀빌딩 프로그램이 있다.

<표 1> 이벤트 프로그램 사례

구분		사례
테마파크		퍼레이드, 기념품/경품 행사, 콘서트, 연극, 마당극, 먹거리 체험, 전시회, 영화감상, 거리공연, 테마 페스티벌(애니플라워, 쿨섬머, 편편, 스노우), 설날 특별공연, 분수쇼, 불꽃놀이, 레이저쇼, 어린이 합창단, 서커스, 가면쇼, 삼바
축제		한국 떡 만들기, 전통술문화체험, 시식행사, 국악공연, 전통 차마시기, 사물놀이, 연예인 팬 사인회, 댄스공연, 스포츠공연, 인형극, 주민가요제, 퍼레이드, 가수공연, 서커스, 공예체험, 페이스페인팅
MICE	테마 파티	Tea 파티, 댄스파티, 가수공연, 사교/연회, 재즈파티, 음식관련 테마파티, 주류관련 파티, 야외파티, 만찬, 복장 테마파티
	공연	국악, 무용단 공연, 사물놀이, 불교음악공연, 전자현악공연, 오케스트라, 비보이, 합창단, 뮤지컬, 태권무, 난타, 인기가수 콘서트, 점프 공연, 탕고
	팀빌딩	수상스키, 트레킹, 승마, 바다낚시, 음식 만들기, 요가체험, 골든벨 게임, 전통공연, 보물찾기, 문화체험 프로그램, 레저스포츠, 족구, 야유회, 사물놀이, 등산, 공예체험, 트레킹, 오름 트레킹, 울레 트레킹

자료: 윤선영(2005), 김희정·박현우(2006), 한지훈(2007), 제주관광협회(2010)의 자료를 참고로 연구자 제작성.

관광분야에서 수행된 이벤트 프로그램관련 연구들은 크게 축제 이벤트프로그램 (김희정·박현우, 2006; 손선미; 2007), 주제공원 이벤트 프로그램(이경모, 2003; 윤선영, 2005; 임명재·정강환·곽용섭, 2005; 한현숙, 2006; 박숙진·최현주, 2007; 한지훈, 2007; 김시중, 2010), 국제회의관련 이벤트 프로그램으로 분류할 수 있다. 이중 주제공원과 축제 이벤트 프로그램에 대해서는 그간 다수의 연구가 진행되어 왔으나 MICE 회의참가자들의 이벤트 프로그램에 관한 연구는 현재 미흡한 실정이다.

주제공원 이벤트 프로그램에 관한 선행연구들은 주로 이벤트 프로그램을 주제공원이라는 장소에 대한 마케팅전략 차원으로 접근을 하고 있으며, 참가동기(이경모, 2003), 프로그램 개선방안(윤선영, 2005), 이벤트 효과(임명재·정강환·곽용섭, 2005), 프로그램 선호도(박숙진·최현주, 2007), 프로그램 만족도(한지훈, 2007; 김시중, 2010), 프로그램 이미지와 방문객 만족 간의 관계(김시중, 2010)에 관한 연구가 진행되어 왔다.

한편, 축제 이벤트 프로그램에 관한 연구들은 주로 방문객 특성에 따른 프로그램 선호도(김희정·박현우, 2006), 방문객의 체험지향성과 프로그램 선호도(손선미, 2007)를 조사한 연구들이 주를 이루고 있다.

기존의 이벤트 프로그램 관련 선행연구들은 주로 이벤트 프로그램의 선호도와 만족도, 프로그램 활성화 방안이 주를 이루고 있다. 이벤트 프로그램 참가자들의 변화하는 욕구를 파악하여 즐거움을 제공하고 만족도를 제고하기 위해서는 이벤트프로그램의 구성요소에 대한 방문객들의 요구를 파악할 필요가 있다. 즉, 이벤트 프로그램을 체험하기 이전에 이벤트 프로그램의 어떤 요소를 중요시하는지와 체험 이후 어떤 요소에 만족했는지를 보다 구체적으로 살펴볼 필요가 있다. 이는 중요도-만족도 분석을 통해 가능한데, 중요도와 만족도를 동시에 파악하여 비교함으로써 향후 이벤트 프로그램 개발하고 제한된 자원을 효율적으로 활용하는데 유용한 정보를 제공해 줄 수 있을 것이다.

2. 중요도-성취도 분석(Importance-Performance Analysis)

중요도-성취도 분석(Importance-Performance Analysis)은 상품이나 서비스의 주요 속성들에 대해 소비자들이 인식하고 있는 중요도와 성취도를 측정하기 위해 마케팅 분야에서 개발된 기법이다. IPA는 비교적 간단한 분석방법을 사용하여 시각적으로 파악이 용이한 분석결과를 제시한다는 장점으로 인해 관광분야에서 널리 활용되고 있다. 뿐만 아니라 MICE 분야에서도 전시회 참가자들의 서비스 우선순위 설

정(Breiter & Milman, 2006; 박종진·김창수, 2008), 전시회 전시자의 선택속성 평가(김맹선·김도영, 2006; 장인식·임묵·박종진, 2010), 국제박람회 참가기관의 참가목표 설정(김진문, 2006), 컨벤션센터 서비스 스케이프 평가(이은수·오지은, 2006) 등 활발하게 활용되고 있다.

이렇듯 IPA가 다양한 분야에서 활용되고 있는 이유는 간단한 분석과정을 통해 소비자들의 중요도와 실행도를 4분면상의 도표에 시각적으로 파악하기 쉽게 제시해 주기 때문이다(Martilla & James, 1977). 또한 IPA의 분석결과는 기업경영자들의 자원의 활용 및 배분에 대한 의사결정 시 유용한 정보를 제공해 준다.

IPA는 매트릭스 구조와 각 4분면에 해당하는 의미를 봤을 때 SWOT의 매트릭스 구조와 유사한 측면이 많다(Hammit, Bixler & Francis, 1996). 예를 들어, IPA의 2사분면의 '집중(Concentrate Here)'은 SWOT의 '위험(threat)'과 유사하며, 이 밖에도 '유지(keep up the good work)'와 '기회(opportunity)', '과잉(possible overkill)'과 '강점(strength)', '저순위(low priority)'와 '약점(weakness)'이 비슷하다. 하지만 IPA는 하나의 평가대상에 의한 소비자들의 절대평가인 반면에, SWOT는 경쟁사와의 관리자의 상대평가라는 점에서 차이가 있다(박종진·김창수, 2008).

IPA에서 4분면의 의미는 <그림 1>과 같이 각각 '유지', '집중', '낮은 우선순위', '과잉노력 지양'으로 표시된다. 이를 구체적으로 살펴보면, 제 1사분면에 해당하는 '유지' 영역은 중요도와 실행도가 모두 높아 기업에서 현재의 성과를 지속시키는 것이 바람직하다. 제 2사분면은 중요도는 높으나 성취도가 낮은 '영역으로 향후 개선 및 관리가 필요한 부분이다.

<그림 1> IPA 매트릭스

제 2사분면 집중 (Concentrate Here) -높은 중요도, 낮은 성취도-	제 1사분면 유지 (Keep Up the Good Work) -높은 중요도, 높은 성취도-
제 3사분면 낮은 우선순위 (Low Priority) -낮은 중요도, 낮은 성취도-	제 4사분면 과잉노력 지양 (Possible Overkill) -낮은 중요도, 높은 성취도-

자료: Oh(2001), Zhang & Chow(2004)

제 3사분면은 '낮은 우선순위' 영역으로 중요도와 성취도가 모두 낮아 의사결정 시 상대적으로 우선순위가 낮은 영역에 속한다. 마지막으로 제 4사분면은 중요도는 낮으나 성취도는 상대적으로 높은 '과잉노력 지양'에 속하는 영역이다. 기업에서는 과도하게 자원이나 노력이 투입되고 있는지 점검할 필요가 있고 상황에 따라 투자나 실행의 감소 혹은 중단을 고려할 수도 있음을 의미한다.

Ⅲ. 연구방법

1. 설문지 구성

본 연구의 설문지는 MICE 참가자들의 일반적 특성(4문항), 참가형태(4문항), 이벤트 프로그램 중요도-만족도(32문항) 총 40문항으로 구성하였다. 이중 이벤트 프로그램 중요도-만족도 문항은 윤선영(2005)과 한지훈(2007)의 선행연구를 참고로 이벤트 진행(5문항: 이벤트 진행의 원활함, 공연시간의 적절성, 이벤트 테마의 다양성, 이벤트 내용의 이해, 이벤트 참석의 용이성), 이벤트 내용(6문항: 이벤트 내용의 흥미, 이벤트 내용의 독창성, 내용의 다양성, 새로운 경험제공, 관객들에게 즐거움 제공, 주변 분위기), 이벤트관련 편의시설(5문항: 주변 안내시설, 행사장으로서의 접근성, 동반자 프로그램, 참가비용의 적절성, 부대시설의 다양성)의 총 16문항으로 구성하였으며, 각 항목의 측정은 리커트 5점 척도(1점-전혀 그렇지 않다, 5점-매우 그렇다)를 이용하여 측정하였다.

2. 자료수집 및 분석방법

본 연구의 조사대상은 제주를 방문한 MICE 참가자들이며, 설문조사는 사전에 조사목적 및 방법에 대해 교육을 받은 조사원들이 일대일 대인면접법(face-to-face interview)으로 실시하였다. 조사는 제주국제컨벤션센터와 제주도내 3개 특 1급 호텔(하얏트호텔, 신라호텔, 라마다호텔)에서 2010년 3월 18일부터 4월 3일까지 총 17일 동안 실시하였다. 조사방법은 조사원들이 각 조사장소에서 사전에 MICE 목적으로 방문했는지 여부를 확인한 후 자기기입식 설문지를 배포하여 자료를 수집하였다. 응답자들의 성실한 답변을 유도하기 위해 설문조사에 응해준 MICE 참가자들에

대해 제주관광기념품을 선물하였다.

설문지는 총 600부를 배포하였으며, 560부를 회수하였으나 응답이 불성실한 설문지 15부를 제외하여 최종적으로 545부를 실증분석에 사용하였다. 실증분석에서는 SPSS 12.0 프로그램을 이용하였으며, 수집한 자료의 처리를 위해 빈도분석, 신뢰도 분석, IPA를 실시하였다.

IV. 분석결과

1. 표본의 특성

MICE 참가자들의 성별은 남성(349명-64.0%)이 여성(196명-36.0%)보다 많았으며, 연령은 30대(271명-49.7%)와 40대(184명-33.8%)가 대부분으로 응답자들이 전반적으로 젊은 연령층으로 구성되어 있었다. 직업은 전문직이 322명(59.1%)으로 가장 많은 비중을 차지하고 있었으며, 사무직(73명-13.4%), 기술직(58명-10.6%) 순으로 많았다. 회의참가자들의 소득의 경우 301-400만원(162명-29.7%)이 가장 많았으며, 201-300만원(144명-26.4%), 401-500만원(128명-23.6%) 순으로 높게 나타났다.

<표 2> 표본의 인구통계학적 특성

구분		빈도(명)	비율(%)	구분		빈도(명)	비율(%)
성 별	남성	349	64.0	직 업	관리직	17	3.1
	여성	196	36.0		전문직	322	59.1
연 령	20대	65	11.9		기술직	58	10.6
	30대	271	49.7		사무직	73	13.4
	40대	184	33.8		서비스직	14	2.6
	50대 이상	25	4.6		판매직	2	.4
가 계 소 득	101-200만원	41	7.5		기능직	23	4.2
	201-300만원	144	26.4		노무직	4	.7
	301-400만원	162	29.7		공무원	19	3.5
	401-500만원	128	23.6		자영업	6	1.1
	501만원 이상	70	12.8	기타	7	1.3	
합계		545	100	합계		545	100

<표 3>에 응답자들의 MICE 참가형태에 관한 분석결과가 제시되어 있다. MICE 유형의 경우 회의(412명-75.6%)가 가장 많았으며, 컨벤션(110명-20.2%)이 그 다음으로 높게 나타났다. 회의규모의 경우 400명 이상이 463명(85.0%)으로 가장 많은 비중을 차지하고 있었으며, 체류기간은 2박 3일이 498명으로 89.4%를 차지하면서 가장 많은 것으로 나타났다. 개최지에 관한 정보원천으로는 인터넷이 229명(42.0%)으로 가장 많은 것으로 조사되었으며, 그 다음으로 과거 여행경험(94명-17.2%), 컨벤션 홍보 팸플릿(93명-17.1%), 친구 및 직장동료(85명-15.6%) 순으로 많았다.

<표 3> 응답자의 MICE 참가형태

구분		빈도 (명)	비율 (%)	구분		빈도 (명)	비율 (%)
참가 유형	회의	412	75.6	체류 기간	1박 2일 미만	32	5.9
	인센티브 투어	12	2.2		2박 3일	498	89.4
	컨벤션	110	20.2		3박 4일 이상	26	4.8
	전시회	11	2.0	정보 원천	친구/직장동료	85	15.6
참가 규모	50명 미만	18	3.3		인터넷	229	42.0
	50-100명	11	2.0		과거 여행경험	94	17.2
	100-200명	36	6.6		언론매체	21	3.9
	200-300명	9	1.7		홍보팸플릿	93	17.1
	300-400명	8	1.4		신문/여행서적	22	4.0
	400명 이상	463	85.0		기타	1	.2
계		545	100	계		545	100

2. 측정척도의 타당성 및 신뢰도 분석

본 연구에서 사용된 측정도구의 신뢰도를 검증하기 위해 32개 이벤트 프로그램 중요도와 만족도 측정항목에 대한 신뢰도 분석을 실시하였으며, 결과는 <표 4>에 제시되어 있다. 분석결과를 살펴보면, 이벤트 프로그램 중요도 각 항목에 대한 크롬바하 알파값은 .858이며, 만족도 문항의 경우도 크롬바하 알파값이 .846으로 나타나 척도의 신뢰도에 이상이 없음을 알 수 있다.

<표 4> MICE 참가자 이벤트 프로그램 측정항목의 신뢰도 분석

측정항목	중요도		만족도	
	항목 제거시 알파값	항목-전체 상관관계	항목 제거시 알파값	항목-전체 상관관계
1.이벤트 진행의 원활함	.828	.542	.872	.482
2.공연시간의 적절성	.828	.556	.870	.527
3.이벤트 테마의 다양성	.830	.516	.870	.538
4.이벤트 내용의 이해	.833	.441	.897	.215
5.이벤트 참석의 용이성	.831	.475	.870	.534
6.이벤트 내용의 흥미	.832	.457	.870	.532
7.이벤트 내용의 독창성	.831	.491	.870	.531
8.이벤트 내용의 다양성	.832	.464	.869	.579
9.새로운 경험 제공	.833	.426	.871	.501
10.관객들에게 즐거움 제공	.832	.461	.870	.516
11.주변 분위기	.830	.521	.869	.578
12.주변 안내시설	.831	.498	.870	.524
13.행사장으로의 접근성	.832	.463	.871	.491
14.동반자 프로그램	.836	.366	.872	.488
15.참가비용의 적절성	.833	.429	.872	.487
16.부대시설의 다양성	.832	.475	.871	.502
크롬바하 알파값	.858		.846	

3. MICE 참가자 이벤트 프로그램 중요도-만족도에 대한 기술분석

MICE 참가자 이벤트 프로그램의 중요도와 만족도에 대한 분석결과가 아래 <표 5>에 제시되어 있다. 우선 이벤트 프로그램 중요도의 평균값 순위를 살펴보면, ‘이벤트 내용의 이해(4.02)’, ‘이벤트 내용의 흥미(3.99)’, ‘이벤트 내용의 독창성(3.98)’, ‘이벤트 참석의 용이성(3.97)’, ‘공연시간의 적절성(3.96)’ 순으로 평균이 높게 나타났다. 이벤트 프로그램 만족도의 경우, ‘이벤트 내용의 이해(3.75)’, ‘주변 분위기(3.74)’, ‘관객들에게 즐거움 제공(3.72)’, ‘주변 안내시설(3.71)’, ‘이벤트 내용의 흥미(3.68)’ 순으로 평균값이 높게 나타났다.

이벤트 프로그램의 중요도-성취도 간의 차이를 파악하기 위해 대응일치 t-test를 실시한 결과, 16개의 문항이 모두 유의한 것으로 분석되었다. ‘이벤트 내용의 이해’ 문항은 유의수준 5%에서, 나머지 모든 문항들의 경우 유의수준 1%에서 유의한 것

으로 나타났다.

분석결과를 전반적으로 살펴보면, MICE 참가자들의 이벤트 프로그램 중요도보다 만족도가 낮은 것으로 나타나 만족도를 제고하기 위한 방안이 필요함을 알 수 있다. ‘이벤트 내용의 독창성(.39)’, ‘공연시간의 적절성(.35)’, ‘이벤트 참여의 용이성(.34)’, ‘이벤트 테마의 다양성(.33)’, ‘이벤트 내용의 흥미(.31)’와 같은 항목들은 중요도와 만족도 간의 대응차가 크게 나타나 참가자들의 이벤트 프로그램 만족도를 제고하기 위해 고려해야 할 사항들을 알 수 있다. 따라서 이벤트 프로그램 참가자들의 만족도를 향상시키기 위해서는 다양한 테마의 독창적인 이벤트 프로그램을 개발할 필요가 있다. 또한 이벤트 프로그램은 참가자들에게 흥미로운 즐거움을 제공해야 하며, 회의 참가자들의 일정을 고려하여 공연시간을 구성할 필요가 있으며, 행사장으로서의 접근성 또한 고려해야 할 요소임을 알 수 있다.

<표 5> MICE 참가자 이벤트 프로그램 중요도-만족도에 대한 기술분석과 차이분석

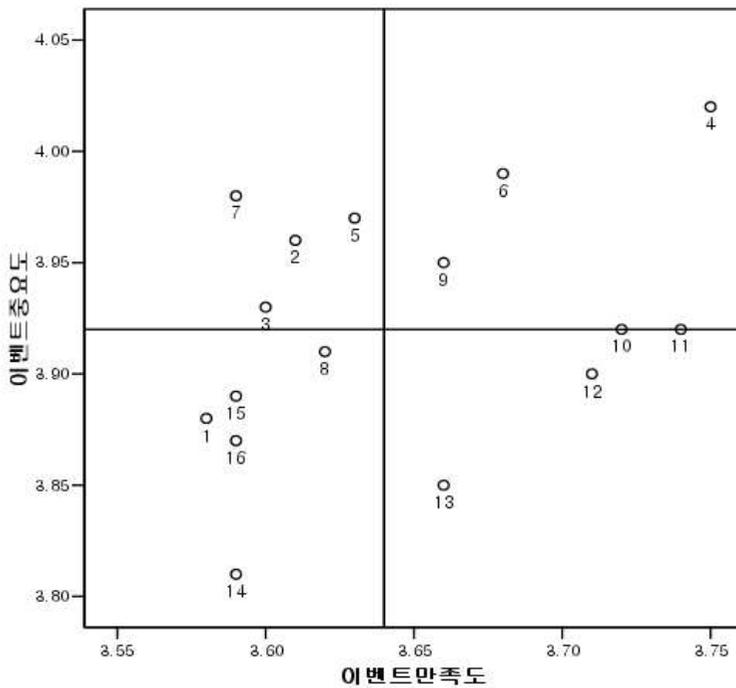
속성	중요도		만족도		대응차	t	p
	평균	순위	평균	순위			
1.이벤트 진행의 원활함	3.88	13	3.58	16	.30	9.502	.000**
2.공연시간의 적절성	3.96	5	3.61	14	.35	10.517	.000**
3.이벤트 테마의 다양성	3.93	7	3.60	10	.33	8.787	.000**
4.이벤트 내용의 이해	4.02	1	3.75	1	.27	3.908	.007*
5.이벤트 참석의 용이성	3.97	4	3.63	8	.34	9.286	.000**
6.이벤트 내용의 흥미	3.99	2	3.68	5	.31	8.018	.000**
7.이벤트 내용의 독창성	3.98	3	3.59	15	.39	9.632	.000**
8.이벤트 내용의 다양성	3.91	10	3.62	9	.29	7.307	.000**
9.새로운 경험 제공	3.95	6	3.66	6	.29	7.127	.000**
10.관객들에게 즐거움 제공	3.92	8	3.72	3	.20	4.839	.000**
11.주변 분위기	3.92	9	3.74	2	.18	4.660	.000**
12.주변 안내시설	3.90	11	3.71	4	.19	4.941	.000**
13.행사장으로서의 접근성	3.85	15	3.66	7	.19	4.963	.000**
14.동반자 프로그램	3.81	16	3.59	11	.22	5.696	.000**
15.참가비용의 적절성	3.89	12	3.59	12	.30	7.974	.000**
16.부대시설의 다양성	3.87	14	3.59	13	.28	7.468	.000**
전체 평균	3.92		3.64				

주: * : p<0.05, ** : p<0.01

4. 중요도-만족도(IPA) 분석

MICE 참가자들의 이벤트 프로그램 중요도-만족도를 분석한 결과가 <그림 2>에 제시되어 있다. 중요도-성취도 분석에 있어서 X축과 Y축의 중심점은 평균값, 중앙값, 피어슨 상관계수, 스페어만 순위상관계수 등을 이용하여 값을 도출할 수 있다. 본 연구에서는 관광분야 대부분 연구에서 주로 사용하는 X축과 Y축의 중심값으로 중요도 평균값(3.92)과 만족도 평균값(3.64)을 이용하여 IPA를 실행하였다.

<그림 2> 이벤트 프로그램 중요도-만족도(IPA) 매트릭스



<표 6> MICE 참가자 이벤트 프로그램 중요도-만족도(IPA) 분석결과

구분	이벤트 프로그램 중요도-만족도
1사분면 (유지)	4)이벤트 내용의 이해 6)이벤트 내용의 흥미 9)새로운 경험 제공
2사분면 (집중)	2)공연시간의 적절성 3)이벤트 테마의 다양성 5)이벤트 참석의 용이성 7)이벤트 내용의 독창성
3사분면 (저순위)	1)이벤트 진행의 원활함 8)이벤트 내용의 다양성 14)동반자 프로그램 15)참가비용의 적절성 16)부대시설의 다양성
4사분면 (과잉)	12)주변 안내시설 13)행사장으로서의 접근성

10)관객들에게 즐거움 제공, 11)주변분위기는 1,4사분면 접점(평균)에 위치함

이벤트 프로그램 16개 항목들에 대해 IPA를 실시한 결과 1사분면에 위치한 항목들은 ‘이벤트 내용의 이해’, ‘이벤트 내용의 흥미’, ‘새로운 경험 제공’이다. 이는 중요도와 만족도 모두 높은 항목들로 이벤트 프로그램 운영 시 지속적으로 유지해야 할 속성들이다.

제 2사분면에 속한 항목들은 중요도는 높지만 만족도는 낮은 항목들로 개선이 필요한 부분이다. ‘공연시간의 적절성’, ‘이벤트 테마의 다양성’, ‘이벤트 참석의 용이성’, ‘이벤트 내용의 독창성’이 2사분면에 속하는 항목들이다. 회의참가자들의 이벤트 프로그램의 만족도를 높이기 위해서 우선적으로 고려해야 할 항목들이다.

‘이벤트 진행의 원활함’, ‘이벤트 내용의 다양성’, ‘동반자 프로그램’, ‘참가비용의 적절성’, ‘부대시설의 다양성’은 중요도와 만족도가 모두 낮은 항목들로 제한된 자원을 과도하게 투자할 필요가 없는 항목들이다. 따라서 이벤트 프로그램 운영에서 상대적으로 우선순위가 낮은 항목들이라고 할 수 있다.

4사분면에 속하는 항목들은 중요도는 낮으나 만족도는 높은 항목들로 ‘주변 안내시설’과 ‘행사장으로서의 접근성’이 이에 해당된다. 이는 프로그램 운영 시 자원이나 노력이 과도하게 투입되고 있는지 고려해 볼 필요성이 있으며, 지나친 투자를 경계할 필요가 있는 부문에 해당된다.

마지막으로 ‘관객들에게 즐거움 제공’과 ‘주변 분위기’에 해당하는 2개의 항목들은 중요도 평균값이 각각 3.92, 만족도 평균값이 각각 3.72, 3.74로 1사분면과 4사분면 접점에 위치하고 있다.

V. 결론 및 논의

본 연구에서는 제주지역 MICE 참가자들을 대상으로 이벤트 프로그램의 중요도와 만족도를 비교하여 파악함으로써 수요자 지향적인 이벤트 프로그램을 개발하고 향후 MICE 이벤트프로그램을 활성화하는데 유용한 전략적 시사점을 제시하고자 하였다. 이러한 연구목적을 달성하기 위해 제주를 방문한 MICE 참가자들을 대상으로 설문조사를 실시하였으며, IPA를 이용하여 이벤트 프로그램에 대한 중요도와 만족도를 파악하였다. 본 연구에서 도출된 결과는 다음과 같다.

첫째, MICE 참가자들이 이벤트 프로그램 참여 시 ‘이벤트 내용의 흥미’, ‘이벤트 내용의 독창성’, ‘이벤트 내용의 이해’를 중요하게 여기는 것으로 나타나 다른 요소들보다 이벤트의 콘텐츠 자체를 중요하게 고려하는 것으로 파악되었다. 또한 ‘이벤트 내용의 이해’와 ‘주변 분위기’, ‘관객들에게 즐거움 제공’에 대해서는 만족한 것으로 분석되었다. 따라서 이벤트 프로그램 참여자들의 만족도를 향상시키기 위해서 독창적이고 다양한 이벤트 프로그램의 콘텐츠를 발굴하여 개발할 필요성이 있다.

둘째, 이벤트 프로그램의 중요도와 만족도 간의 차이를 분석한 결과 대체로 MICE 참가자들의 이벤트 프로그램 중요도보다 만족도가 낮은 것으로 분석되어 만족도 제고를 위한 방안이 필요함을 알 수 있었다. 특히, 이벤트 내용의 독창성, 공연시간의 적절성, 참석의 용이성, 이벤트 테마의 다양성, 이벤트 내용의 흥미와 같은 항목에서는 중요도와 만족도 간의 차이가 크게 나타나 향후 프로그램 운영 시 고려해야 할 사항들을 파악할 수 있었다.

셋째, IPA결과, 1사분면에 위치한 항목들로 ‘이벤트 내용의 이해’, ‘이벤트 내용의 흥미’, ‘새로운 경험 제공’이 포함되어 있었다. 이러한 항목들은 중요도와 만족도가 모두 높아 지속적으로 유지해야 할 속성에 해당된다. 반면 2사분면에는 ‘공연시간의 적절성’, ‘이벤트 테마의 다양성’, ‘이벤트 참석의 용이성’, ‘이벤트 내용의 독창성’과 같은 항목들이 위치하고 있었다. 이러한 항목들은 중요도는 높으나 만족도가 낮아 개선 및 관리가 필요한 영역에 해당되며, 참가자들의 만족도를 높이기 위해서 우선적으로 고려해야 할 항목들이다.

MICE 참가자들은 주로 참가목적에 부합하는 주요 행사 전후에 이벤트 프로그램에 참여하기 때문에 참가자들이 이벤트 프로그램에 대한 접근성을 높이기 위해서 공연장소 및 시간을 적절하게 계획할 필요가 있다. 즉, 참가자들의 편리를 도모하기

위해서 이벤트 프로그램은 각 행사장에서 프로그램이 실시되는 장소까지 이동하는 동선 및 시간을 고려하여 계획되어야 한다. 또한 참여자들의 프로그램에 대한 적극적인 참여를 유도하기 위해 이벤트 프로그램에 대한 정보를 제공해야 하며, 여러 가지 이벤트 프로그램이 동시에 진행될 경우 운영시간, 동선, 소요시간 등을 고려한 추천코스(model course)를 작성하여 제공함으로써 프로그램 참여의 편의를 도모해야 한다(이경모, 2006).

2사분면에 속한 ‘이벤트 테마의 다양성’과 ‘이벤트 내용의 독창성’을 개선하기 위해서는 이벤트 프로그램 참가자들의 만족도를 향상시킬 수 있는 다양한 테마를 발굴해야 하는데, 제주지역의 특성과 문화를 살릴 수 있는 독특한 테마를 발굴하여 다양한 프로그램을 개발해야 한다. 예를 들어, 오름과 올레, 자연유산을 주제로 한 참가자들의 팀빌딩을 위한 트레킹 프로그램, 제주도의 신화, 해녀, 설문대할망 등 독특한 제주지역의 문화를 반영한 이벤트 공연을 개발할 수 있다. 또한 제주도의 전통술, 향토음식, 동·식물 등을 테마로 한 테마파티, 장수이미지와 청정이미지를 결합한 웰빙 테마파티 등 다양한 컨셉의 테마파티를 개발할 수 있다.

이벤트 프로그램을 개발할 때 다양한 테마와 독창적인 내용도 중요하지만 참가자들이 모두 동질적인 집단이 아님을 감안하였을 때, 참가자들의 다양한 개인적인 배경과 특성들을 만족시키기 위해서 성별, 연령, 문화적 욕구 및 취향 등을 고려하여 보다 세분화된 다양한 프로그램을 개발에 반영할 필요가 있다. MICE 참가자들은 국제회의, 인센티브 투어, 컨벤션, 전시라는 각각의 참가자 특성에 맞게 이벤트 프로그램도 특성화 할 필요가 있으며, 참가자들의 문화적 특성, 거주지, 연령, 나이, 성별, 재방문 여부, 가족동반 여부 등을 고려하여 참가자들을 세분화하여 세분시장별 욕구를 충족시킬 수 있는 다양한 이벤트 프로그램을 기획해야 할 것이다. 참가자들의 인구통계적 특성과 여행특성 외에도 심리적인 변수도 고려할 필요가 있다. MICE 참가자들의 이벤트프로그램의 참여동기 중 위락적 동기와 사회적 동기가 강하다는 점을 감안하여(이은수, 2005; 제주관광협회, 2010), 참가자들의 동기를 충족시켜줄 수 있는 이벤트프로그램의 개발이 필요하다.

3사분면에 속한 ‘이벤트 진행의 원활함’, ‘이벤트 내용의 다양성’, ‘동반자 프로그램’, ‘참가비용의 적절성’, ‘부대시설의 다양성’과 같은 3사분면에 속한 항목들은 중요도와 만족도가 모두 낮은 경우이다. 3사분면에 속한 항목들에 대해서는 의사결정 시 제한된 자원을 과도하게 투자할 필요가 없는 항목들로 이벤트 프로그램 운영에서 상대적으로 우선순위가 낮은 항목들이라고 할 수 있다.

마지막으로 중요도는 낮으나 만족도는 높은 4사분면에 속하는 항목들로 ‘주변 안내시설’과 ‘행사장으로의 접근성’이 도출되었다. 이러한 항목들은 프로그램 운영 시

자원이나 노력이 과도하게 투입되고 있는지 고려해 볼 필요성이 있으며, 지나친 투자를 경계할 필요가 있는 부문에 해당된다.

본 연구에서는 제주를 방문한 MICE 내국인 참가자들을 대상으로 이벤트 프로그램의 중요도와 만족도를 조사하였고, 제주지역을 중심으로 한 이벤트 프로그램 활성화방안에 대해 제시하였다. 따라서 향후 연구에서는 제주지역의 국제회의 외국인 참가자들의 비중이 증가하고 있는 상황을 감안하여, MICE 산업의 주요 잠재고객인 외국인 참가자들을 대상으로 조사를 실시할 필요가 있으며, 조사결과를 바탕으로 외국인 참가자들의 특성을 고려한 다양한 이벤트 프로그램의 활성화 방안에 대해 연구할 필요가 있다.

참고문헌

-
- 김계섭(1995). 이벤트 관광의 프로그램 개선방안. 『관광학연구』, 18(2): 159-186.
- 김맹선·김도영(2006). IPA분석을 통한 국제회의 전시자의 참가선택속성에 관한 실증연구. 『관광연구저널』, 20(2): 237-250.
- 김묘정(2004). 컨벤션 개최지의 브랜드 이미지 형성에 관한 연구. 한림대 국제대학원 석사학위논문.
- 김시중(2010). 테마파크 이벤트프로그램 이미지가 방문객 만족과 재방문의사에 미치는 영향. 『한국지역지리학회지』, 16(2): 154-166.
- 김진문(2006). IPA기법을 이용한 국제관광박람회 활성화 방안에 관한 실증 연구. 『관광연구논총』, 18: 59-75.
- 김희정·박현우(2006). 전통문화축제 이벤트프로그램에 관한 연구. 『이벤트컨벤션연구』, 2(2): 43-59.
- 권유홍·이인재(2006). 컨벤션개최지 선택속성에 따른 컨벤션도시 경쟁력 평가척도 개발. 『서울도시연구』, 7(1): 17-33.
- 류세정(2010). 국제회의 스페셜 이벤트에 나타난 문화, 예술 공연 기획의 실태연구. 이화여자대학교 석사학위논문.
- 박숙진·최현주(2007). 주제공원 이벤트프로그램 선호도에 관한 연구: 무주 태권도공원 문화체험지구를 중심으로. 『호텔관광연구』, 9(3): 130-147.
- 박익서(2008). MICE 산업의 이해, 경기도: 학현사.
- 박종진·김창수(2008). 사회교환이론 관점에서 전시박람회 참관자의 중요도-성과분석(IPA). 『관광연구저널』, 22(1): 101-119.

- 손선미(2007). 체험지향성과 관광축제이벤트의 프로그램, 물리적 요소, 방문의도의 관계. 『이벤트컨벤션연구』, 3(1): 1-23.
- 윤선영(2005). 중요도-성취도 분석을 이용한 테마파크 이벤트프로그램 개선방안에 관한 연구. 『관광경영학연구』, 9(1): 235-255.
- 윤세목 · 김미경 · 윤세남(2008). 효과적인 컨벤션 연계관광개발을 위한 프로그램 속성의 평가. 『관광학연구』, 32(5): 339-355.
- 이경모(2003). 이벤트프로그램 참가동기에 따른 만족도에 관한 연구. 『경기관광연구』, 7: 79-98.
- _____(2006). 『이벤트학원론』, 서울: 백산출판사.
- 이은수(2005). MICE 참가동기와 연계관광프로그램의 선호도 분석. 『관광연구』, 20(1): 1-19.
- _____. 오지은(2006). 컨벤션센터의 서비스스케이프에 대한 회의참가자의 평가: KINTEX의 학술대회 참가자를 중심으로. 『관광레저연구』, 18(4): 191-208.
- 임명재 · 정강환 · 곽용섭(2005). 방문객 만족 측면에서 주제공원 이벤트의 효과 - 엑스포과학공원을 중심으로-. 『관광레저연구』, 17(2): 173-192.
- 장윤화(2004). 국제회의 이벤트 기획 및 운영에 관한 연구. 이화여자대학교 석사학위논문.
- 장인식 · 임목 · 박종진(2010). 전시회 전시자의 중요도-성과 분석을 통한 전략방안 연구. 『관광연구』, 25(1): 247-261.
- 제주특별자치도관광협회(2010). MICE 참가자 대상 테마파티 · 팀빌딩 · 이벤트 공연 상품 수요조사
- 주현식(2001). 컨벤션 참가동기, 개최지 속성, 만족 및 재참가 의도 간의 영향 관계. 동아대학교 박사학위논문.
- 한지훈(2007). 테마파크 이벤트 만족 집단별 테마파크 만족도 차이에 관한 연구. 『관광연구저널』, 21(1): 223-235.
- 한현숙(2006). 이벤트 프로그램이 테마파크 이미지 형성에 미치는 영향연구. 『이벤트 컨벤션연구』, 2(1): 125-145.
- Breiter, D., & Milman, A.(2006). Attendees' needs and service priorities in a large convention center: Application of the importance-performance theory, *Tourism Management*, 27: 1364-1370.
- Getz, D. (1997). *Event Management & Event Tourism*. New York: Cognizant Communication Corp.
- Hammit, W. E., Bixler, D. N. & Francis, P.(1996). Going Beyond Importance Performance Analysis to Analyze the Observance-Influence of Park Impact.

- Journal of Park and Recreation Administration*, 14(1): 45-62.
- Martilla, J. A., & James, J. C.(1977). Importance Performance Analysis, *Journal of Marketing* 41(1): 77-79.
- Toh, R. S. & Dekay, F.(2002). Hotel room inventory management: An overlooking model. *Cornell Hotel & Restaurant Administration Quarterly*, 43(3): 79-91.
- Oh, H.(2001). Revisiting importance-performance analysis. *Tourism Management*, 22: 617-627.
- Watt, D. C(2001)., *Event Management in Leisure and Tourism*, Addison Wesley Longman.
- Weber, K.(2001). Meeting planners' use and evaluation of convention and visitor bureaus. *Tourism Management*, 22: 599-606.
- Zhang, H. Q., & Chow, I.(2004). Application of importance-performance model in tour guides' performance: evidence form mainland Chinese outbound visitors in Hong Kong. *Tourism Management*, 25: 81-91.

2010년 8월 6일 원고 접수
2009년 2월 21일 수정본 접수
2009년 3월 25일 최종 수정본 접수 및 게재확정
3인 익명심사 필