

<http://dx.doi.org/10.17703/JCCT.2023.9.4.437>

JCCT 2023-7-52

스마트관광기술 속성에 대한 MICE 참가자의 중요도-실행도 분석

The MICE Participants' Importance & Performance Analysis on Smart Tourism Technology Attributes

이은수*

Eun-Soo, Lee*

요약 최근 4차 산업혁명으로 인한 스마트관광기술의 발달과 COVID-19 이후 비대면서비스의 확대로 MICE산업에서 스마트관광기술의 활용한 하이브리드 MICE가 증가하고 있다. 우리는 최근 5년간 하이브리드 MICE 참가자를 대상으로 스마트관광기술의 활용에 대한 중요도-실행도분석을 하였다. 먼저 MICE분야에서 활용되는 13개의 스마트관광기술속성은 행사운영요인, 콘텐츠확대요인, 커뮤니티요인으로 축약되었으며, 그중에서 행사운영요인과 커뮤니티요인이 MICE참가자의 전체만족에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 또한 대응표본 t검정 결과에 의하면, 청중과의 소통, 웨비나, 가상쇼케이스, 소셜허브를 의한 소통, 가상장터, 매치메이킹 등에서 유의한 차이를 나타냈다. 중요도-실행도분석 결과 역시 매치메이킹, 가상장터, 청중과의 소통, 소셜허브를 통한 소통, 웨비나 등이 높은 중요도와 낮은 실행도를 나타내어 향후 노력을 집중하여 개선해야 할 부분으로 나타났다.

주요어 : 마이스산업, 하이브리드 마이스, 스마트관광기술, 중요도-실행도 분석

Abstract We investigate MICE participants' evaluation on the application of smart tourism technology by comparing their importance and performance. Data were collected from MICE participants who had attended in hybrid MICE in recent five years. The three dimensions of smart tourism technology were event management, extension of contents, and community. We found that event management and community affected on overall satisfaction of MICE participants. The result of paired t-test revealed that there were significant differences in audience interaction, webinar, virtual showcase, communication by social hub, virtual marketplace, and matchmaking. The importance-performance matrix also indicated that matchmaking, virtual marketplace, audience interaction, communication by social hub, and webinar were major weakness and should be improved in the future.

Key words : MICE(Meeting, Incentive Travel, Convention & Exhibition), Hybrid MICE, Smart Tourism Technology, IPA(Importance-Performance Analysis)

*정희원, 광주대학교 문화산업대학 호텔관광경영학부 교수
접수일: 2023년 6월 27일, 수정완료일: 2023년 7월 8일
게재확정일: 2023년 7월 10일

Received: June 27, 2023 / Revised: July 8, 2023

Accepted: July 10, 2023

*Corresponding Author: eslee@gwangju.ac.kr

Dept. of Hospitality & Tourism Management, Gwangju Univ, Korea

I. 서론

전 세계는 COVID-19 이후 급변의 시기를 맞고 있으며, 많은 학자와 전문가들은 COVID-19 이후의 새로운 일상과 표준을 뉴노멀(New Normal)로 정의하며, 다양한 변화를 예측하여 전망하고 있다[1, 2]. COVID-19 이후 가장 두드러진 사회적 변화는 사람 간 접촉을 하지 않거나 최소화라는 언택트(Untact)문화와 서비스의 확산이다[3-5]. 이러한 변화는 우리의 일상뿐만 아니라 사회와 문화, 수요와 공급을 중심으로 순환하는 경제 활동 전반에도 상당한 영향을 미치고 있다[6]. 특히 언택트 문화에 직접적으로 타격을 받는 대표적인 분야가 바로 관광산업이며, 관광 분야 중에서 MICE (Meeting, Incentive Travel, Convention & Exhibition)산업은 사람들의 만남과 모임을 통해 이루어지며 특정한 장소에 다수의 사람이 집합할 수밖에 없는 속성 때문에 그 피해가 더욱 심각하다[7-9]. 이와 같은 언택트의 트렌드에 반하는 MICE는 COVID-19 로 인해 개최 자체가 위기를 맞았으며, 이를 계기로 MICE산업에 대한 새로운 접근의 전환점을 모색하게 계기를 갖게 되었다. 4차 산업혁명의 시대를 맞아 ICT(Information Communication Technology)를 활용한 스마트관광(Smart Tourism)이 확대되고 있는 상황에서 비대면의 언택트 기술과 관련 장비의 개발 속도는 빨라지고 있어 온라인 전시나 스마트 기술력은 MICE 주최기관의 필수적인 도구가 되고 있다. 최근 MICE 개최 현황을 살펴보면, 온라인 행사로 대체되거나 오프라인에서 규모가 축소되어 온·오프라인이 결합된 하이브리드(hybrid) 전시회로 개최된 경우가 많다. 미국의 CES(Consumer Electric Show), 유럽의 IFA(Internationale Funkausstellung), 중국의 Canton Fair 등 지역을 대표하는 MICE들이 온·오프라인이 결합된 하이브리드(hybrid)전시회로 개최되었으며 국내에서도 바이오월드헬스와이드, 대한민국안전산업박람회, 한국관광온라인박람회, 바이오코리아 등의 여러 MICE 행사도 온라인 또는 하이브리드의 형태로 행사를 진행하는 시도를 하고 있다[10]. 이와 같이 최근 MICE들은 비대면서비스를 제공하여 오프라인 행사를 보완하는 하이브리드 행사를 개최하려는 추세를 보이고 있으나, 아직 마케팅 및 운영 측면의 여러 부분에서 보완할 점이 많은 실정이다. 이와 관련된 연구 역시 사례연구나 방역 및 안전관리를 중심으로 이루어지고 있

으며, 하이브리드 MICE 비즈니스모델을 탐색하는 연구는 아직 이루어지지 않았다. 하이브리드 MICE에서 무엇보다 중요한 것은 온라인 기반의 미팅 테크놀로지를 어떻게 활용하는가의 문제이다[11]. 그럼에도 불구하고 이와 같은 스마트관광기술을 구체적으로 살펴본 연구는 거의 없으며, MICE산업 종사자와 같은 이해관계자가 아닌 일반 참가자의 관점에서 접근한 연구는 더욱 찾아보지 힘들다. 따라서 본 연구는 미팅 테크놀로지의 활용에 대한 MICE 참가자의 평가를 분석하고자 한다. 분석방법으로는 다양한 산업에서 특정 영역에 대한 강점과 약점의 판명하는데 유용한 도구로 광범위하게 사용되는 중요도-실행도 분석(Importance-Performance Analysis: IPA)을 이용하고자 한다[12]. IPA는 제품이나 서비스의 성과에 대한 기대와 판단으로부터 도출된 속성에 대한 고객의 만족 수준을 평가하는 도구로써 재화나 서비스에 대하여 이용 전에는 각 속성의 중요도, 이용 후에는 실행도를 이용자 스스로가 평가하게 하여 각 속성의 상대적인 중요도와 실행도를 동시에 비교하는 방법이다. 또한 추정된 평가요소의 중요도와 실행도를 2차원 도면상에 중심점을 기준으로 나누어진 사분면에 표시하고 그 위치에 따라 의미를 해석하게 된다[13]. 따라서 본 연구는 스마트관광기술에 대한 상대적 중요도와 만족도를 비교함으로써 향후 스마트 MICE 운영에 있어서 노력을 집중해야할 속성들을 찾아내고 스마트기술의 구현 형태에 따른 마케팅적 시사점을 얻는 것을 목적으로 한다. 특히 포스트 코로나와 4차 산업혁명 신기술의 결합으로 MICE산업에서 새로운 영역이 확대되고 있는 상황에서 MICE 참가자들을 대상으로 온·오프라인을 결합한 하이브리드 MICE 개최와 운영에 스마트관광기술에 필수적인 선택속성을 탐색하여 평가항목을 추출하고 각 속성의 중요도와 만족도를 실증분석함으로써 향후 하이브리드 MICE 마케팅 및 운영에 구체적인 시사점을 얻고자 한다.

II. 연구방법

1. 자료의 수집

스마트관광기술에 대한 MICE 참가자의 중요도와 만족도를 비교함으로써 하이브리드 MICE 운영의 시사점을 얻기 위한 본 연구의 자료는 최근 5년 동안 하이브리드 형태로 진행된 행사에 참여한 경험이 있는 MICE

참가자로부터 수집하였다. 온라인패널사의 리스트를 활용하여 온라인 설문링크를 발송하였으며, 각 참가자에게 전화 또는 이메일로 참여 안내 및 독려를 하였다. 2023년 2월 23일에서 28일까지 6일 동안 설문조사를 실시한 결과 수집된 총 212부 중에 분석에 필요한 정보가 누락된 응답을 제외한 188부를 최종분석에 사용하였다.

2. 측정도구

본 연구의 측정도구는 한국어와 영어의 2가지 종류의 설문지를 이용하였다. 본 연구에서 사용한 스마트관광기술의 측정항목은 MICE산업 종사자의 경험에 대한 조영철·이병철의 질적 연구(2021)[11], 한국관광공사의 미팅테크놀로지 가이드(2020)[14] 등을 참고하였으며, MICE산업 현장에서 직접 미팅테크놀로지를 취급하는 PCO(Professional Convention Organizer) 5개 업체의 대표들의 검수를 거쳐 수정·보완되어 최종적으로 13개 문항을 선별하였다. 스마트관광기술 속성의 중요도와 실행도는 각각 5점 리커트 척도로 구성되었다(중요도 1=전혀 중요하지 않다, 중요도 5=매우 중요하다, 실행도 1=전혀 만족하지 않는다, 실행도 5=매우 만족한다). 또한 행사 전반에 대한 만족도를 5점 리커트 척도로 측정하였다.

3. 분석방법

연구과제를 달성하기 위하여 다음과 같은 분석절차를 거쳤다. 수집된 자료의 처리와 분석은 SPSS/WIN 12.0을 이용하였다. 첫째, MICE 참가자의 인구통계적 특성을 파악하기 위한 기술통계를 실시하였다. 둘째, 스마트관광기술 속성을 측정한 13개의 문항에 대한 요인분석을 실시하였다. 셋째, 스마트관광기술 요인들 중에서 어떤 요인이 MICE 참가자의 전반적인 만족에 영향을 미치는 요인인가를 규명하기 위해서 다중회귀분석을 실시하였다. 넷째, MICE참가자의 스마트관광기술 속성에 대한 중요도와 실행도를 대응표본 t-test를 통해 비교하였으며, 이 자료를 각각 IPA모형의 격자형태 위치도로 제시하였다.

III. 연구결과

1. 조사대상자의 특성

자료로 코딩된 188부의 인구통계학적 사항에 대한

빈도분석 결과는 다음과 같다. 성별은 남성이 95명(50.5%), 여성이 93명(49.5%)으로 남성의 비율이 약간 높았다. 조사대상의 연령은 30대가 57명(30.3%)으로 가장 많았으며, 20대 49명(26.1%), 40대 44명(23.4%), 50대 이상이 38명(20.2%)의 순으로 나타났다. 응답자의 학력은 대학 졸업이 72명으로 38.3%, 대학원 졸업이상이 56명(29.8%)으로 MICE 참가자의 특성상 고학력자의 비중이 높았다. 직업은 전문직 38명(20.2%), 학생 35명(18.6%), 교육연구직 32명(17.0%), 공무원 25명(13.3%) 등의 순으로 나타났다. 응답자 중 외국인은 32명(17%), 내국인은 156명(83%)이었다.

2. 스마트관광기술 속성의 차원

스마트관광기술 속성을 측정된 13개의 항목에 대한 요인분석과 신뢰도분석을 실시하였다. MICE참가자의 스마트관광기술 속성의 차원을 도출하기 위해 요인의 수를 아이겐 값 1.0 이상인 요인을 기준으로 베리맥스 회전법을 통한 주성분분석을 실시한 결과, 13개의 문항이 3개의 요인으로 축약되었다. 요인분석의 결과는 <표 1>와 같이 나타났다.

표 1. 스마트관광기술의 요인분석

Table 1. Factor analysis for smart tourism technology

	측정문항	요인 적재 량	고유 값	분산 비율 (%)	Cronbach α값
회의 운영	라이브스트리밍	8.70	6.595	24.8	.852
	청중과의 교류 (질문·투표)	.846			
	가상발표	.838			
	온라인등록결제	.821			
콘텐츠 확장	웨비나(Webinar)	.766	2.644	23.6	.830
	가상 쇼케이스	.749			
	콘텐츠 라이브러리	.738			
	참가업체 디렉토리	.732			
커뮤니티	챗봇	.718	1.278	22.1	8.11
	온라인토론장	.786			
	소셜허브 소통	.750			
	가상장터	.727			
	매치메이킹	.685			

요인분석의 전체표본적합도(KMO)값이 .749, Bartlett의 구형성 검정 χ^2 의 값이 392.288 (p=.000)로 유의한 값을 보이고 있어 변수들은 서로 독립적이지 않으며 상관관계를 가지고 있어서 주성분분석을 이용하는 것이

가능한 것으로 판단되었다. 요인분석의 결과, 13개의 스마트관광기술 속성의 측정문항에서 추출된 3개의 요인은 각각 회의운영요인, 콘텐츠확장요인, 커뮤니티요인 등으로 명명하였다. 각 요인의 분산설명력은 회의운영요인이 24.9% 콘텐츠확장요인이 23.6%, 커뮤니티요인이 22.1% 등으로 나타났고, 총 분산설명력은 70.6%로 나타났다. 또한 요인의 내적 일관성을 확인하기 위한 신뢰계수 Cronbach's α 값은 각각 .852, .830, .811 등으로 나타나서 일반적인 기준을 훨씬 상회하고 있고 신뢰도가 있다고 판단된다.

3. 스마트관광기술요인이 만족에 미치는 영향

스마트관광기술요인 중 어떤 요인이 MICE 참가자의 전체만족에 미치는 가장 큰 영향을 미치는가를 검정하기 위한 다중회귀분석의 결과는 <표 2>에 제시되었다.

표 2. 스마트관광기술요인이 전체만족에 미치는 영향
Table 2. Multiple-regression of smart tourism technology on overall satisfaction

독립변수	비표준화 계수	표준화 계수	t	p
	B	S.D.		
회의운영	.256	.052	5.012	.000*
콘텐츠 확장	.105	.043	.302	.755
커뮤니티	.227	.049	4.578	.000*
종속변수=전체 만족, R=.425, R ² =.227, Adjusted R ² =.215, F=17.822, p=.000*				

p<.05 : *

<표 2>에 나타난 바와 같이 회의운영요인, 콘텐츠확장요인, 커뮤니티요인을 독립변수로, MICE 참가자의 전체 만족을 종속변수로 회귀분석을 실시한 결과, 유의수준 .05에서 회의운영요인과 커뮤니티요인 등은 MICE 참가자의 전체 만족에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 반면에 콘텐츠확장요인은 MICE 참가자의 전체 만족에 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다.

4. 스마트관광기술 속성에 대한 중요도·실행도 차이

1) 스마트관광기술 속성의 중요도와 실행도 비교

스마트관광기술 속성 13개에 대하여 MICE 참가자의 중요도와 실행도를 비교하기 위한 대응표본 t-test의 결과는 <표 3>에 제시되었다. 중요도와 실행도의 불일치는 실행도 평균값에서 중요도 평균값을 차감한 것으로 중요도에 비해 실행도가 낮을 경우 음수(-)를 나타낸다.

표 3. 스마트관광기술 중요도와 만족도의 대응표본 t검정
Table 3. Paired t-test of importance and performance for smart tourism technology

스마트관광기술 요인	중요도	실행도	실행도-중요도	t값	p값	
	평균 (표준편차)	평균 (표준편차)	평균 (표준편차)			
회의 운영	라이브 스트리밍	4.16 (.733)	4.07 (.533)	-0.09 (.908)	.689	.494
	청중과의 교류	3.87 (.495)	3.37 (.608)	-0.5 (.496)	7.115	.000*
	가상발표	3.93 (.855)	3.81 (.891)	-0.12 (.897)	1.383	.169
	온라인등록·결제	4.18 (.577)	4.17 (.614)	-0.01 (.709)	-0.57	.955
	웨비나 Webinar	3.71 (.837)	3.30 (.839)	-0.41 (1.098)	4.554	.000*
콘텐츠 확장	가상 쇼케이스	3.69 (.947)	3.17 (.738)	-0.52 (1.101)	5.575	.000*
	콘텐츠 라이브러리	3.50 (.855)	3.39 (.891)	-0.11 (.987)	1.379	.170
	참가업체 디렉토리	3.31 (.571)	3.25 (.667)	-0.06 (.804)	.446	.656
	챗봇	2.87 (.577)	2.89 (.614)	0.02 (.709)	-281	.779
커뮤니티	온라인 토론장	3.39 (.789)	3.32 (.750)	-0.07 (.912)	.912	.363
	소셜허브 소통	3.73 (.506)	3.28 (.674)	-0.45 (.756)	5.241	.000*
	가상장터	3.90 (.488)	3.39 (.948)	-0.51 (.986)	6.868	.000*
	매칭 메이킹	4.02 (.621)	2.96 (.742)	-1.06 (1.071)	10.716	.000*

p<.05 : *

<표 3>에서 보듯이 MICE 참가자는 유의수준 5%에서 질문하기, 투표하기 등의 청중과의 교류, 줌(zoom)을 이용한 웨비나(webinar), 가상 쇼케이스(virtual showcase), 소셜허브를 통한 소통, 참가업체와 바이어를 연결하는 가상장터, AI기술에 의한 매치메이킹 등의 6가지 스마트관광기술 속성들에서 유의적 차이를 나타냈다. 이들 속성들은 중요도에 비하여 실행도의 평균값이 낮게 나타났는데, 중요도-실행도 불일치가 가장 큰 속성은 AI기술에 의한 매치메이킹이며, 그 다음으로 청중과의 교류, 가상장터, 가상 쇼케이스, 소셜허브를 통한 소통, 웨비나 등의 순서로 나타났다.

2) 스마트관광기술 속성의 중요도-실행도 분석

스마트관광기술 속성 13개에 대한 MICE 참가자의 중요도와 실행도를 평균값인 3.72, 3.42를 기준으로 IPA 모형의 격자 형태로 <그림 1>에 제시하였다.

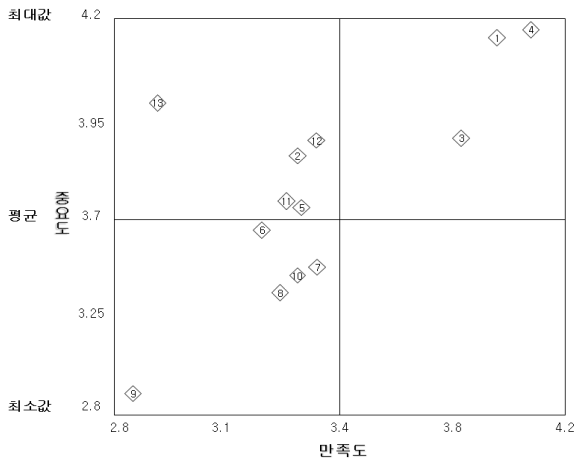


그림 1. MICE참가자의 스마트관광기술속성에 대한 IPA
 Figure 1. IPA of MICE participants for smart tourism technology attributes

<표 4>는 <그림 1>에 나타난 스마트관광기술 속성이 4분면으로 나누어진 위치도에 대한 설명으로 스마트관광기술에 대한 현실적인 관리 수준을 제공하고 있다.

표 4. 스마트관광기술속성에 대한 IPA 분류
 Table 4. IPA for smart tourism technology attributes

제2사분면: 노력집중화 경향 ②청중과의 교류(질문/투표) ⑤웨бина ⑪소셜허브를 통한 소통 ⑫가상장터 ⑬매치메이킹	제1사분면: 좋은 실행도 유지 ①라이브스트리밍 ③가상발표 ④온라인등록·결제
제3사분면: 낮은 우선순위 ⑥가상쇼케이스 ⑦콘텐츠 라이브러리 ⑧참가업체 디렉토리 ⑨챗봇 ⑩온라인토론장	제4사분면: 과잉노력 지양

<표 4>에서 첫째, 높은 중요도와 높은 실행도를 나타내는 1사분면은 현재 좋은 상태의 유지가 필요하다 회의진행요인에 해당하는 라이브스트리밍, 가상발표, 온라인 등록 서비스 등이 여기에 해당하여 좋은 실행도의 유지가 필요하다고 나타났다. 둘째, 높은 중요도에 비해 낮은 실행도를 나타내는 2사분면은 향후 노력집중화가 필요한 부분이다. 회의진행요인과 관련하여 질문하기, 투표하기 등으로 발표자, 기획자가 청중과 연결, 교류하는 부분과 줌(zoom) 등을 통해 웹과 세미나를 결합한 웨비나(webinar) 등이 중요도에 비하여 실행도가 낮은 것으로 나타났다. 또한 가상장터, AI기술에 의한 매치메이킹 등이 중요도에 비하여 실행도가 낮게 나타나 MICE의 커뮤니티 활동을 보완하는 스마트관광기

술에 대한 시급한 개선이 요구된다. 셋째, 낮은 중요도와 낮은 실행도를 나타내는 3사분면은 향후 서비스 관리에서 낮은 우선순위를 차지한다. 가상 쇼케이스, 참가업체 디렉토리, 콘텐츠 라이브러리 등 콘텐츠확장요인과 커뮤니티요인에 해당하는 온라인토론장 등의 스마트관광기술 속성들이 중요도와 실행도가 낮게 평가되었으며, 넷째, 중요도에 비해서 높은 실행도를 나타내는 4사분면의 과잉낭비 가능성에 해당하는 속성은 발견되지 않았다.

IV. 논 의

COVID-19 이후 증가하고 있는 하이브리드 형태의 MICE의 효율적인 마케팅전략 도출의 시사점을 얻기 위하여 MICE 참가자의 스마트관광기술에 대한 중요도와 실행도 분석을 실시한 결과 우리는 다음과 같은 의미 있는 사항들을 확인할 수 있었다. 첫째, MICE 행사에서 활용되는 스마트관광기술속성은 회의운영요인, 콘텐츠확장요인, 커뮤니티요인 등으로 축약되었으며, 이들 요인들 중에 MICE 참가자의 전체 만족에 영향을 미치는 요인은 회의운영요인과 커뮤니티요인으로 나타났다. 온라인등록과 같이 회의의 효율적 운영을 위한 미팅 테크놀로지는 이미 활용도가 높으며, MICE의 핵심기능인 네트워킹을 강화하기 위한 ICT의 활용은 참가자의 만족도를 증대하고 부가가치를 창출하는 효과적인 수단이 될 것으로 판단된다. 그러나 참가자들이 새로운 방식으로 만날 수 있는 디지털 옵션의 콘텐츠 영역은 아직 미흡한 수준으로 향후 보다 확장시킬 필요성이 있다. 둘째, MICE 참가자의 중요도와 실행도에 대한 대응표본 t-test 결과에 의하면, AI기술에 의한 매치메이킹, 질문하기, 투표하기 등 청중과의 교류, 가상장터, 가상쇼케이스, 소셜허브를 통한 소통, 웨비나 등의 순서로 중요도에 비해 실행도가 낮은 것으로 나타났다. 이와 같은 결과는 IPA 매트릭스에서도 확인되었는데, 매치메이킹, 가상장터, 청중과의 교류 등이 가장 노력을 집중해야할 부분으로 나타났으며, 소셜허브를 통한 소통 및 웨비나 역시 향후 개선이 필요한 것으로 확인되었다. 셋째, 중요도-실행도 분석에서 중요도와 실행도가 모두 높아서 지속적으로 유지해야할 부분은 라이브스트리밍, 가상 발표, 온라인등록 및 결제 등이었다. 기조연설, 세션, 보도자료 등에 대한 인터넷 방송이나 발

표자가 현장이 아닌 어디서든 발표하고 방송(stream)할 수 있는 기술은 MICE 회의 진행에서 필수적인 스마트 서비스 영역임을 확인할 수 있었다. 넷째, 가상 쇼케이스, 콘텐츠 라이브러리, 참가업체 디렉토리, 챗봇 등이 낮은 우선순위로 나타난 것은 MICE 참가자들이 새로운 방식으로 만나고 후원사들이 잠재 수익을 창출할 수 있는 부분은 아직 하이브리드 MICE 개최 및 운영에 있어서 향후 과제로 남아있음을 시사한다. 챗봇이 가장 낮은 우선순위를 나타낸 것은 최근 1-2년 사이에 급속하게 부상한 기술이기 때문에 최근 5년 간 개최된 MICE 참가자들을 대상으로 한 조사 결과가 이를 충분히 반영되기 못한 것으로 해석된다. 우리는 전반적인 결과를 통해 MICE관련 스마트관광기술은 라이브 이벤트의 효과를 증폭시키거나 행사 운영의 효율성을 제고하기 위한 수단으로 적극적으로 활용되고 있으나, 미팅 테크놀로지의 발달에도 불구하고 참가자들이 새로운 방식으로 행사 전후에 상관없이 연결될 수 있도록 다양한 콘텐츠를 확장하는 부분에 대한 MICE 참가자들의 인식 수준이나 만족도는 떨어진다는 사실을 확인할 수 있었다. 본 연구의 한계점으로 중요도와 실행도를 함께 평가할 수 있는 스마트관광기술을 모두 경험한 MICE 참가자의 충분한 표본을 확보하기 어려웠다는 점이다. 또한 최근 5년 간 스마트관광기술을 활용한 MICE 참가자를 대상으로 하였으므로 발달 속도가 매우 빠른 일부 미팅 테크놀로지에 대한 변화를 모두 담기에 한계가 있었다. 따라서 향후의 연구는 충분한 표본을 얻을 수 있는 단일 MICE 참가자를 대상으로 동일 시점에 조사가 하는 것이 필요할 것이며, MICE에서 회의 참가자와 전시 참관객을 구분하여 비교 분석하는 연구도 의미 있을 것으로 판단된다.

V. 결 론

우리는 COVID-19 이후 하이브리드 형태의 MICE에서 다양한 스마트관광 콘텐츠를 활용하여 오프라인 MICE행사의 보완재로서의 역할을 증대할 수 있도록 만드는 MICE 산업 공급자 및 PCO의 역할이 보다 중요하다는 것을 본 연구결과를 통해 확인할 수 있었다. 특히 대면을 전제로 하는 오프라인 MICE가 가지고 있는 참가자 간의 인적 교류나 현장감의 부재를 스마트기술을 활용한 참가자 간의 커뮤니티 활동의 활성화를 통

해 극복해야 할 것이다. 본 연구의 의의는 뉴노멀 시대의 MICE산업의 새로운 대안으로 부상하고 있는 하이브리드 MICE의 기술적 속성을 분석하였다는 점이며, 특히 MICE 참가자의 관점에서 MICE산업에서 활용되는 스마트관광기술에 대한 중요도와 실행도를 비교분석하였다는 것이 기존 연구와의 차별점이라고 할 수 있다. 또한 연구결과에 나타난 스마트관광기술에 대한 MICE 참가자의 의견을 향후 MICE 마케팅전략 수립 및 운영관리에 실무적으로 활용할 수 있을 것이다.

References

- [1] K. M. Yoo, J. C. Kang, and Y. H. Choi, "A Study on Tourism Behavior in the New Normal Era Using Big Data," *The Journal of the Convergence on Culture Technology*, Vol.9, No.3, pp.167-181. 2023. <https://dx.doi.org/10.17703/JCCT.2023.9.3.167>.
- [2] J. Y. Lee, "A Study on Agile Transformation in the New Digital Age," *International Journal of Advanced Culture Technology*, Vol.8, No.1, pp.82-88. 2020. <https://doi.org/10.17703/IJACT.2020.8.1.82>.
- [3] J. S. Park, "Direction of Global Citizenship Education in the Age of Infodemic: A Case Study of the COVID-19 Pandemic in Korea," *International Journal of Advanced Smart Convergence*, Vol.12, No.1, pp.82-91. 2023. <https://dx.doi.org/10.7236/IJASC.2023.12.1.82>.
- [4] T. Baum, and N. T. Hai, "Hospitality, Tourism, Human Rights and the Impact of COVID-19," *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Vol.32, No.7, pp.2397-2407, 2020. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-03-2020-0242>.
- [5] S. M. Lee, S. M. and D. Lee, "Untact: A New Customer Service Strategy in the Digital Age," *Service Business*, Vol.14, No.1, pp.1-22. 2020.
- [6] G. Stefan, S. Daniel, and H. Michael, "Pandemics, Tourism and Global Change: A Rapid Assessment of COVID-19." *Journal of Sustainable Tourism*, Vol.29, No.1, 2021. pp.1-20. 2021. <http://doi.org/10.1080/09669682.2020.1758708>.
- [7] C. W. Park, "A Case Study of the Global Virtual Trade Shows in the With-Corona Era-Comparison between Digital CES and CANTON Fair Online," *Journal of Tourism Sciences*, Vol.45, No.7, pp.197-219, 2021.
- [8] K. M. Yoo and Y. H. Choi, "A Study on

- Changes in Domestic Tourism Trends using Social Big Data Analysis-Comparison before and after COVID 19”, *International Journal of Internet, Broadcasting and Communication*, Vol.14, No.2, pp.98-108, 2022. <https://dx.doi.org/10.7236/IJIBC.2022.14.2.98>.
- [9] S. Y. Bae and P. J. Chang, “The Effect of Corona Virus Disease-19(COVID-19) Risk Perception on Behavioral Intention towards Untact tourism in South Korea during the First Wave of the Pandemic,” *Current Issues in Tourism*, Vol.21, No.7, pp.1017-1035, 2021. <https://doi.org/10.1080/13683500.2020.1798895>.
- [10]R. Francesc, “The COVID-19 Crises: Opportunities for Sustainable and Proximity Tourism,” *Tourism Graphics*, Vol.22, No.3, pp.690-694, 2020.
- [11]Y. C. Cho & B. C. Lee, “A Phenomenological Study on Online Convention Service Quality: Experiences form a Sample of Korean MICE Workers,” *Journal of Tourism Sciences*, Vol.45, No.8, pp.57-79, 2021. <https://dx.doi.org/10.17086/JTS.2021.45.8.57.79>
- [12]C. R. Duke, and M. A. Percia, “Importance-Performance Analysis of Escorted Tour Evaluations,” *Journal of Travel and Tourism Marketing*, Vol 3, pp.207-223, 1996.
- [13]W. E. Hammit, R. D. Bixler, and F. P. Noe, “Going Beyond Importance-Performance Analysis to Analyze the Observance Influence of Park Impacts,” *Journal of Park and Recreation Administration*, Vol.14, No.1, pp.45-62, 1996.
- [14]Korea Tourism Organization, Meeting Technology Guide, 2020.

※ 본 연구는 2023년 광주대학교 대학 연구비의 지원을 받아 연구되었음.