

전시컨벤션산업의 지속가능성 수용 요인 우선순위 연구 - 혁신저항 개념과 AHP분석을 중심으로

허동근, 김하니

To cite this article : 허동근, 김하니 (2025) 전시컨벤션산업의 지속가능성 수용 요인 우선순위 연구 - 혁신저항 개념과 AHP분석을 중심으로, 무역전시연구, 20:3, 19-40

① earticle에서 제공하는 모든 저작물의 저작권은 원저작자에게 있으며, 학술교육원은 각 저작물의 내용을 보증하거나 책임을 지지 않습니다.

② earticle에서 제공하는 콘텐츠를 무단 복제, 전송, 배포, 기타 저작권법에 위반되는 방법으로 이용할 경우, 관련 법령에 따라 민, 형사상의 책임을 질 수 있습니다.

www.earticle.net

전시컨벤션산업의 지속가능성 수용 요인 우선순위 연구 - 혁신저항 개념과 AHP분석을 중심으로*

Prioritizing Factors for Sustainability Adoption in the Exhibition and Convention Industry - Insights from Innovation Resistance and AHP

허동근** · 김하니***

Dong-Keun Hur · Hany Kim

<Abstract>

The exhibition and convention industry has grown into a key sector that not only generates economic impacts but also promotes knowledge exchange and networking. However, its expansion has also led to environmental, social and economic challenges, making sustainability adoption an urgent issue. Despite the recognized importance of sustainability, adoption in practice has often been slow due to various barriers. These barriers can be interpreted through the concept of innovation resistance, which emphasizes the psychological and organizational factors that delay acceptance of new practices.

This study aims to identify and prioritize the factors influencing sustainability adoption in the exhibition and convention industry by applying the concept of innovation resistance. The Analytic Hierarchy Process (AHP) was employed to evaluate the relative importance of factors. Data were collected from 31 experts representing three stakeholder groups: hosts, organizers, and venue operators. The analysis established a four-level hierarchical structure with 36 attributes across individual, organizational, and institutional dimensions. The results indicate that “CEO’s

* 본 연구는 허동근의 박사학위 논문을 수정, 보완한 것임

** 주저자, 경주화백컨벤션센터(HICO) 전시사업팀 차장(dongkeunhur@gmail.com)

*** 교신저자, 부산대학교 관광컨벤션학과 교수(hanykim@pusan.ac.kr)

awareness and acceptance of sustainability” was identified as the most critical factor by all three groups. Other highly ranked factors included “providing incentives for adoption” and “institutionalization of mandatory adoption.” Although there was consensus on the primacy of management’s role, some differences were observed among stakeholder groups in the prioritization of secondary factors.

These findings have both academic and practical implications. Academically, the study extends innovation resistance theory to the sustainability context of the exhibition and convention industry. Practically, the results highlight the need for management-level awareness and leadership as a prerequisite for effective sustainability practices. Policy measures such as systematic executive education, incentive schemes, and the integration of sustainability into performance evaluation are suggested to promote practical adoption in the industry.

Key Words: *Sustainability adoption, Innovation resistance, AHP, MICE industry*

I . 서론

전시컨벤션산업은 다양한 이해관계자들의 참여를 기반으로 국가 및 지역 경제에 막대한 파급효과를 창출하고 지식 교류, 네트워킹 촉진 등 다양한 가치를 창출하는 고부가가치 산업으로 자리매김해왔다(윤영혜 등, 2022; 한진석·윤은주, 2024). 하지만 급격한 외형적 성장과 함께 다양한 환경적, 사회문화적, 경제적 부작용이 동반되어 왔으며 전시컨벤션산업에서 지속가능성의 확보는 선택이 아닌 필수 과제로 부상하였다(Buathong & Lai, 2017; Musgrave & Raj, 2009). 특히 최근의 기후위기의 심화 및 UN SDGs와 같은 국제적 지속가능성 표준의 이행 요구에 따라 산업의 경쟁력 강화를 위하여 지속가능성의 수용은 반드시 필요한 상황이라 할 수 있다(IPCC, 2023).

이에 따라 다양한 맥락에서의 선행연구가 추진되어왔으며(박효연 등, 2015; 윤영혜 등, 2022; 하명희·김철원, 2011; 한진영, 2022; 한진석·윤은주, 2024; Buathong & Lai, 2017; Li et al., 2021) 업계에서도 지속가능한 행사 개최를 위한 가이드라인을 제정 및 배포하는(부산관광공사, 2022; 한국관광공사, 2022) 등 지속가능성 실천을 위한 노력을 해왔다. 그러나 산업 현장과의 괴리가 발생하거나(Buathong & Lai, 2017) 노력 대비 실천은 매우 부족한 것으로 드러나는 등(Conference News, 2022) 지속가능성의 도입이

지연되고 있는 실정이라 할 수 있다. 이러한 현상은 단순한 변화에 대한 거부가 아니라 새로운 제도나 관행을 받아들이는 과정에서 나타나는 자연스러운 반응, 즉 혁신저항(innovation resistance)의 맥락에서 설명할 수 있다(Ram, 1987; Talke & Heidenreich, 2013; Zaltman & Wallendorf, 1983). 혁신저항이란 기존 관행을 유지하려는 심리적, 구조적 동인에 의해 나타나는 수용에 대한 지연 현상이라 할 수 있으며, 이는 혁신 수용의 반대가 아니라 수용 과정의 필연적 일부로 이해된다(Ram & Sheth, 1989). 따라서 전시컨벤션산업의 지속가능성 실천을 보다 효과적으로 추진하기 위해서는 혁신저항의 관점에서 산업 구성원들의 지속가능성 수용에 대한 이해를 바탕으로 지속가능성 수용에 대한 요인을 도출하고 이들의 상대적 중요도를 파악하는 노력이 필요할 것으로 사료된다.

이러한 맥락에서 본 연구는 전시컨벤션산업의 지속가능성 수용 요인을 구체화하고 업계의 주요 구성원들을 대상으로 계층적 분석방법(AHP)을 활용하여 요인의 우선순위를 도출하고자 한다. 연구대상은 전시컨벤션산업을 구성하고 있는 행사 주최집단, 주관집단, 시설집단으로 구분하였으며(UNWTO, 2006), 이들의 실무적 경험과 논리를 바탕으로 AHP를 수행하고자 한다. 이를 위하여 지속가능성을 산업 구성원에게 새로운 변화를 야기하는 혁신으로 규정하고 혁신저항의 개념을 채택하여 전시컨벤션산업의 지속가능성 수용에 있어 어떠한 요인을 우선적으로 고려해야 하는지 실증적 근거를 제시하고자 한다.

II. 이론적 배경

1. 지속가능성과 전시컨벤션산업

1970년대 지속가능성에 대한 담론이 본격화된 이후 현재는 개념적 중요성에 대한 논의에서 나아가 각 산업별 특화된 형태로의 지속가능성 실천에 대한 요구가 지속되고 있다(이투데이, 2022. 07. 28.). 특히 관광산업은 다가오는 기후위기에 경제적으로 매우 취약한 산업으로 분류되고 있으며(IPCC, 2023), 관광산업의 핵심적인 역할을 하고있는 전시컨벤션산업의 경우 가파른 성장과 함께 다양한 환경적, 사회문화적, 경제적 부작용을 함께 야기하고 있어 지속가능한 전시컨벤션산업으로 전환의 필요성이 더욱 강조되고 있는 실정이다(김종호, 2011; Buathong & Lai, 2017; Musgrave & Raj, 2009). 이에 따라 지속가능한 전시컨벤션산업 또는 MICE에 대한 개념적 정립에 대한 다양한 시도들이 이루어져 왔으며, 이를 종합해보면 전시컨벤션산업의 다양한 이해관계자들의 참

여를 기반으로 효율적인 자원관리를 통해 환경적, 사회적, 경제적 측면에서의 지속가능한 발전을 추구하는 것이라 할 수 있다(윤영혜 등, 2022; 한국관광공사, 2022; 한진석·윤은주, 2024).

선행연구자들은 이러한 개념적 정립을 바탕으로 지속가능한 전시컨벤션산업을 달성하기 위한 다양한 맥락에서의 실천적 연구를 수행해왔다. 초기에는 환경적 차원에서 친환경 행사 시설 운영 또는 행사 개최와 같은 연구가 주를 이루었다(박효연 등, 2015; 성은희·이효정, 2010; 황희곤·이소연, 2009). 이후 사회적 및 경제적 요인까지 포함한 종합적인 관점에서의 연구로 확장되어 왔으며, 연구의 주제 역시 경영(우수치·엄문연, 2023; 이상열, 2016; 정선운 등, 2022), 행사 참가자(김문수 등, 2017; 정효희·김철원, 2017; Li et al., 2017), 종사자(한진석·윤은주, 2024) 등 다양하게 발전되어 왔다. 뿐만 아니라 업계에서도 환경적, 사회적, 경제적 요인을 종합하여 지속가능한 행사 개최를 위한 가이드라인을 개발하여 전시컨벤션산업의 지속가능성 달성을 위한 실천을 강조하고 있다(부산관광공사, 2022; 한국관광공사, 2014, 2022).

그러나 이러한 정부주도의 가이드라인은 산업 현장과의 괴리가 존재하며 이로 인해 지속가능성 문제를 해결함에 있어 오히려 장벽으로 작용하거나(Buathong & Lai, 2017), 반복적으로 강조되고 있는 지속가능성의 중요도에 비해 업계에서의 수용과 실천이 부족한 실정이라는 점에서(Conference News, 2022) 그 한계가 나타난다. 이는 그동안의 선행연구가 전시컨벤션산업 내에서 지속가능성을 달성하기 위한 방안에 집중되어 왔으나 정작 업계 구성원의 지속가능성의 수용에 대한 이해가 선행되지 못했다는 점에서 이들의 지속가능성 수용에 대한 이해가 필요하다고 판단된다.

2. 혁신으로서 지속가능성의 수용

본 연구는 전시컨벤션산업 주요 구성원들의 지속가능성 수용을 이해하기 위하여 혁신저항의 개념을 채택하고자 한다. 혁신(innovation)이란 개별 채택 단위들로 하여금 기존과 다르거나 새롭다고 인식하게 만드는 생각이나 실천 등을 의미한다(Rogers, 2003; Zaltman & Wallendorf, 1983). 혁신의 관점에서 새로움이라는 것은 반드시 객관적으로 새로운 지식을 의미하는 것이 아니라 채택 단위로 하여금 새롭게 느껴지는 것을 뜻하며, 경영, 마케팅분야에서 나아가 매우 광범위한 학문에서 활용되고 있다(Rogers, 2003). 이러한 혁신 수용과 관련된 담론이 발전되며 여러 선행연구자들에 의해 변화에 친화적인 편향을 내재하고 있다는 한계점이 지적되어 왔으며, 이는 혁신저항 개념의 탄생 배경이 되었다(유연재, 2011; Ram, 1987; Ram & Sheth, 1989; Sheth, 1981; Talke &

Heidenreich, 2013). 혁신저항(innovation resistance)이란 현행에 대한 습관과 인지된 위험이라는 심리적 동인에 의하여 혁신을 수용하지 않으려는 태도로 정의할 수 있으며, 이는 혁신 수용의 반대가 아니라 수용을 위한 선제적인 과정이라 할 수 있다(Ram, 1987; Sheth, 1981). 특히 변화에 대한 저항의 개념(Zaltman & Wallendorf, 1983)과는 달리 혁신에 직면한 소비자들이 충분히 느낄 수 있는 일반적이고 자연스러운 반응이라는 점에서 혁신 수용을 이해함에 있어 혁신저항에 대한 개념을 선제적으로 이해할 필요가 있다(이사회, 2022; Ram, 1987).

혁신저항의 개념은 관광 및 전시컨벤션산업의 맥락에서 제한적으로 사용되어 왔다. 선행 연구자들은 온라인 여행 상품 또는 암호화폐(이사회, 2022; 정남호 등, 2014; 한옥단, 2017), 항공사(정지영, 2022; 최민숙, 2017), 서비스 로봇(원종운, 2021) 등 다양한 맥락에서 혁신저항의 개념을 활용하였으며, 전시컨벤션산업의 맥락에서도 전시장 내 부스추천 시스템에 대한 사용자들의 인식 연구를 수행한 정남호(2014)의 연구에서 혁신저항이 전시 관람객의 무계획적 공간 행동에 유의미한 영향관계가 있음을 밝혀내었다. 그러나 다양한 맥락에서 수행된 선행연구에서 혁신저항이 혁신 수용의 과정에서 설명변수로 활용될 수 있음을 증명했음에도 불구하고 대부분의 선행연구는 기술적인 혁신에만 한정되어 왔으며, 연구대상의 혁신 수용에 대한 이해의 필요성이 제기되기도 하였다(정남호, 2014). 혁신 및 혁신저항에 관한 연구는 기술분야에만 한정되는 것이 아니며(Hall & Williams, 2008; Sheth, 1981) 정책, 시스템, 문화 등으로 충분히 확장할 수 있으므로(김지희, 2022) 혁신저항의 대상에 대한 보다 확장된 관점에서의 연구가 필요하다 할 수 있다.

혁신 및 혁신저항의 개념을 지속가능성의 관점에서 살펴보면, 지속가능성의 개념적 토대가 성장의 내용에 대한 변화나 기존과 다른 변혁적인(transformative) 조치들을 요구하고 있으며(UN, 2015; WCED, 1987), 이는 다양한 환경적인 변화를 필연적으로 발생시킨다는 점에서(Atkin et al., 2018) 지속가능성을 그 자체로 하나의 혁신으로 이해할 필요가 있다(강용진 등, 2021; Bos-Brouwers, 2010). 또한 혁신저항의 개념이 지속가능성과 같은 혁신과 관련된 가치나 규범을 이해하는데 큰 도움을 줄 수 있다는 점(Joachim et al., 2018; Laukkanen, 2016; Ram & Sheth, 1989)과 학술적 연구 및 경영적 차원과 큰 관련성을 가진다는 측면(Talke & Heidenreich, 2013)에서 그 유용성을 확인할 수 있다. 지속가능성 수용이 필수적인 현 시점에서 산업의 변화를 주도하는 혁신으로 인해 발생하는 혁신저항에 대한 연구는 보다 활발하게 진행될 필요성이 있으며(김지희, 2022), 지속가능성이라는 혁신으로 인해 야기되는 혁신저항에 대한 연구의 필요성이 강조되고 있다는 점에서(Nidumolu et al., 2009) 본 연구는 지속가능성을 혁신으로

규정하고 전시컨벤션산업의 주요 행위자들의 지속가능성 수용에 대해 탐구하고자 한다.

Ⅲ. 연구방법

1. 계층적 분석(AHP)

계층적 분석방법이란 의사결정 문제를 해결하기 위하여 다양한 속성이나 요인을 여러 계층으로 구분하고 각 속성의 중요도 평가를 통해 이를 순위화하여 최적의 선호도를 도출하는 다기준 의사결정모델을 말한다(김수엽, 2012; 신문기, 2020; Saaty, 1990). 문제 해결을 위한 우선순위 도출을 위하여 여러 계층으로 세분화된 속성별 쌍대비교(pairwise comparison)를 실시함으로써 분석의 합리성을 확보하며, 이러한 과정에 수학적 추론을 활용하므로 분석적, 계층적, 과정적이라는 특징을 가진다(Harker, 1999). 또한 AHP는 의사결정 문제의 속성을 계층화하고 가중치를 산정하여 응답의 일관성을 검증하는 절차를 거치는데, 이는 인간이 가지는 사고의 체계가 계층적 구조의 설정, 상대적 중요도 비교, 논리적 일관성 등 세 가지의 원리로 이루어진다는 점에서 유사하며 의사결정 문제 해결의 방법으로 유용성을 가진다고 할 수 있다(김수엽, 2012; 신문기, 2020). 이러한 특징을 바탕으로 AHP는 전시컨벤션산업의 다양한 맥락에서 유용한 연구방법으로 채택되어 왔다. 구체적으로 전시컨벤션산업의 정책 제안(김현환, 2014; 신해성, 2020), 지표 또는 평가기준 개발(김봉석 등, 2019; 박효연 등, 2015), 종사자 역량 개발(Tang, 2014), 입지선정(남운섭·임화순, 2011; 왕가훈, 2021), 재난관리(최정자·윤영일, 2018) 등의 연구를 통해 주제별 각 속성과 우선순위가 도출을 위한 유용한 연구방법으로 활용되어 왔다. 그러나 아직까지 전시컨벤션산업의 지속가능성과 관련된 맥락에서 AHP가 활용되지 못하였으며, 선행연구에서 연구대상이 비교적 지협적인 차원에서 이루어졌다는 점에서 보다 종합적인 관점에서의 전시컨벤션산업 구성원을 대상으로 하는 연구가 필요하다 사료된다.

2. 연구대상 및 자료수집 방법

본 연구의 목적인 전시컨벤션산업의 지속가능성 수용 요인 및 요인별 우선순위를 도출하기 위하여 산업의 주요 구성원들을 연구대상으로 설정하고자 한다. 구체적으로 행사의 주최집단, 주관집단, 시설집단 등 세 집단으로 구분하고(UNWTO, 2006), 이들을 대상으로 정성적(qualitative) 및 정량적(quantitative) 연구를 종합적으로 수행하고자 한다.

본 연구의 분석방법인 AHP를 수행하기 위해서는 충분한 전문성을 갖춘 조사대상 선정이 필요하므로 표본추출 방법은 비확률 표본추출 방법 중 하나인 표적 표집방법을 활용하였다. AHP의 경우 조사대상이 해당 문제에 대해 충분한 실무적 지식과 전문적인 경험을 보유하고 있다면 동질적인 집단의 경우 10명 이내로도 충분히 수행할 수 있기에(권태일, 2008; 신문기, 2020) 본 연구는 총 31명의 전문가를 대상으로 AHP를 실시하였다. 유사 분야에서 AHP를 수행한 선행연구(김봉석 등, 2019; 최정자·윤영일, 2018)와 비교하였을 때 본 연구에서 설정한 31명의 표본은 분석을 수행함에 있어 적합한 표본 수라 판단된다. 본격적인 설문을 실시하기 전 전문가에게 자문을 구한 후 계층별 요인을 정제하였으며, 2023년 8월 28일부터 9월 8일까지 약 2주에 걸쳐 AHP 설문조사를 실시하였다. 조사 및 분석은 AHP 전문 프로그램인 I Make It 프로그램을 활용하였으며, 평가결과 응답자 31명 전원의 비일관성이 0.1 미만으로 확인되어 최종 31부의 표본을 분석에 활용하였다.

3. 계층별 속성 도출

전시컨벤션산업의 지속가능성 수용을 위한 요인을 도출하기 위하여 관광 및 전시컨벤션산업 분야의 전문가 31명을 대상으로 반구조적 인터뷰를 실시하였으며, 본 연구자가 반복적으로 응답을 분석하여 계층별 속성을 도출하였다. 이 과정에서 발생 가능한 오류를 최소화하고 신뢰도 및 타당도를 확보하기 위하여 본 연구자가 인터뷰 내용을 수차례 반복하여 읽고 각 응답 간 지속적인 비교 및 통합 과정을 수행함으로써 응답내용의 개념화 및 범주화 작업을 수행하였다(Strauss & Corbin, 1998). 이후 관광 및 전시컨벤션 분야의 20년 이상 경력자 1명 및 박사학위 소지자 2명 등 총 3명을 대상으로 각 속성 및 계층화에 대한 자문을 통해 본 연구자가 수행한 범주화의 적절성을 평가하고 실무적, 학술적 관점에서 본 설문조사를 위한 계층별 속성을 정제하였다. 그 결과 본 연구의 목적인 전시컨벤션산업의 지속가능성 수용을 1계층으로 설정하고, 2계층은 개인적, 조직적, 제도적 차원으로 구분하였다. 각 차원별 3계층에 해당하는 속성은 먼저 개인적 차원의 경우 인식 및 지각향상, 행동 개선, 지속가능한 행사 개최 노력 등 세 가지, 조직적 차원의 경우 수용 체계 및 구조 구축, 목표 수립 및 보상 체계 시행, 조직 문화 개선, 경영진 수용 등 네 가지, 제도적 차원의 경우 상벌시스템 도입, 행정 체계 개선, 전시컨벤션산업 공동 표준 제정, 커뮤니케이션 강화, 업계의 인식개선 노력 등 다섯 가지 속성으로 구분하였다. 4계층은 총 36개의 속성이 도출되었으며, 1계층부터 4계층까지 도출된 세부적인 계층별 속성은 다음 <표 1>과 같다.

<표 1> 전시컨벤션산업의 지속가능성 수용을 위한 계층별 속성

1계층	2계층	3계층	4계층
전시컨벤션 산업의 지속가능성 수용	개인적 차원	인지 및 지각 향상	수용 필요성 인식
			본인 행동의 영향력 인식
			교육 참여
			홍보/캠페인 참여
		행동개선	친환경 행동 실천
			자주적 사고 및 행동
			개인의 실천 사례 공유
		지속가능한 행사 개최 노력	행사 담당자 의식 개선
			지속가능한 행사 개최
	디지털 기술 수용 노력		
	조직적 차원	수용 체계 및 구조 구축	담당부서(담당자) 지정 및 예산 수립
			지속가능성 보고서 작성
			조직원 역량 강화
			지속가능한 행사 개최 구조 마련
		목표 수립 및 보상 체계 시행	목표 및 실천방안 수립
			평가제도 시행
			보상제도 시행
		조직 문화 개선	수용 친화적 조직 문화 형성
			상위기관 지침 적극 수용
			수용 사례 및 정보 공유
		경영진의 수용	경영진 인식 전환 및 수용
			경영진의 모니터링
	제도적 차원	상별 시스템 도입	수용 시 인센티브 제공
			미수용 시 제재 실시
행정 체계 개선		평가 시 수용여부 반영	
		의무수용 제도화	
		지속가능성 보고서 작성/공표 의무화	
전시컨벤션산업 공동 표준 제정		지속가능한 MICE 표준/지표 제정	
		단계별/시차별 규정 개발	
		모니터링 강화	
커뮤니케이션 강화		정부/지자체의 이해 선행	
		업계 협의 시스템 구축	
		정부차원의 관계기관 동참 독려	
업계 인식 개선 노력		광고/홍보/캠페인/PR 추진	
		선례 확산 시스템 구축	
	교육 시스템 구축		

IV. 분석결과

1. 응답자 분석

응답자의 인구통계학적 특성은 다음 <표 2>와 같다. 총 31명 중 남성이 22명(71%), 여성이 9명(29%)이었다. 연령대는 40대가 15명(48%)으로 가장 많았고 뒤를 이어 50대 이상 및 30대가 각 7명(각 23%), 20대 2명(6%) 순이었다. 집단은 행사 주관집단과 시설집단이 각 11명(각 35%), 주최집단이 9명(30%)이었다. 끝으로 업무경력은 16년 이상이 16명(52%)으로 가장 많은 빈도를 나타내었으며 다음으로 6-10년이 9명(29%), 11-15년이 6명(19%) 순이었고 5년 이하의 업무경력자는 없었다.

<표 2> AHP 응답자의 인구통계학적 분석

구분		응답결과	비율	구분		응답결과	비율
성별	남성	22	71%	집단구분	주최집단	9	30%
	여성	9	29%		주관집단	11	35%
	소계	31	100%		시설집단	11	35%
			소계		31	100%	
연령	20대	2	6%	업무경력	5년 이하	-	0%
	30대	7	23%		6-10년	9	29%
	40대	15	48%		11-15년	6	19%
	50대 이상	7	23%		16년 이상	16	52%
	소계	31	100%		소계	31	100%

2. 계층별 분석결과

1) 2계층의 상대적 중요도 분석결과

응답자들의 평가를 바탕으로 전시컨벤션산업의 지속가능성 수용을 위한 2계층의 세 가지 속성의 상대적 중요도를 분석한 결과 제도적 차원이 0.5231로 가장 중요한 것으로 나타났으며 다음으로 조직적 차원(0.3437)과 개인적 차원(0.1331) 순으로 나타났다.

<표 3> 2계층 분석결과

요인명	중요도	비일관성 비율(CR)
개인적 차원	0.1331	0.0069
조직적 차원	0.3437	
제도적 차원	0.5231	

2) 3계층의 상대적 중요도 분석결과

각 차원별 3계층에 속한 속성들의 상대적 중요도 분석결과는 다음과 같다. 먼저 개인적 차원에서는 <표 4>와 같이 지속가능한 행사 개최 노력이 0.3801로 가장 중요한 것으로 나타났으며, 다음으로 행동 개선(0.3401), 인지 및 지각 향상(0.2789) 순으로 나타났다. 조직적 차원의 경우 <표 5>와 같이 경영진의 수용이 0.3703으로 가장 중요한 것으로 나타났으며 뒤를 이어 목표 수립 및 보상 체계 시행(0.2469), 조직 문화 개선(0.2286), 수용 체계 및 구조 구축(0.1543) 순으로 나타났다. 끝으로 제도적 차원의 경우 <표 6>과 같이 전시컨벤션산업 공동 표준 제정(0.2500)이 가장 중요한 것으로 나타났으며 다음으로 행정 체계 개선(0.2290), 업계 인식 개선 노력(0.1927), 커뮤니케이션 강화(0.1732), 상벌 시스템 도입(0.1550) 순으로 나타났다.

<표 4> 개인적 차원 3계층 분석결과

요인명	중요도	비일관성 비율(CR)
인지 및 지각 향상	0.2798	0.0001
행동 개선	0.3401	
지속가능한 행사 개최 노력	0.3801	

<표 5> 조직적 차원 3계층 분석결과

요인명	중요도	비일관성 비율(CR)
수용 체계 및 구조 구축	0.1543	0.0028
목표 수립 및 보상 체계 시행	0.2469	
조직 문화 개선	0.2286	
경영진의 수용	0.3703	

<표 6> 제도적 차원 3계층 분석결과

요인명	중요도	비일관성 비율(CR)
상벌 시스템 도입	0.1550	0.0012
행정 체계 개선	0.2290	
전시컨벤션산업 공동 표준 제정	0.2500	
커뮤니케이션 강화	0.1732	
업계 인식 개선 노력	0.1927	

3) 4계층의 상대적 중요도 분석결과

각 차원별 4계층에 속한 속성들의 상대적 중요도는 <표 7>에서 <표 9>와 같이 나타났다. 먼저 개인적 차원의 경우 지속가능한 행사 개최 노력이 0.4183으로 가장 높은 중요도를 나타냈으며, 조직적 차원에서는 경영진 인식 전환 및 수용이 0.7671로, 제도적 차원에서는 수용 시 인센티브 제공이 0.7585로 가장 중요도가 높은 것으로 나타났다.

<표 7> 개인적 차원 4계층 분석결과

3계층 요인	4계층 요인	중요도	비일관성 비율(CR)
인지 및 지각 향상	수용 필요성 인지	0.2888	0.0014
	본인 행동의 영향력 인식	0.2739	
	교육 참여	0.2412	
	홍보/캠페인 참여	0.1961	
행동 개선	친환경 행동 실천	0.3726	0.0005
	자주적 사고 및 행동	0.3615	
	개인의 실천 사례 공유	0.2659	
지속가능한 행사 개최 노력	행사 담당자의 의식 개선	0.3498	0.0010
	지속가능한 행사 개최	0.4183	
	디지털 기술 수용 노력	0.2319	

<표 8> 조직적 차원 4계층 분석결과

3계층 요인	4계층 요인	중요도	비일관성 비율(CR)
수용 체계 및 구조 구축	담당부서(담당자) 지정 및 예산수립	0.3035	0.0017
	지속가능성 보고서 작성	0.1476	
	조직원 역량 강화	0.2220	
	지속가능한 행사 개최 구조 마련	0.3269	
목표수립 및 보상체계 시행	목표 및 실천방안 수립	0.2279	0.0000
	평가제도 시행	0.3364	
	보상제도 시행	0.4356	
조직문화 개선	수용 친화적 조직 문화 형성	0.4595	0.0003
	상위기관 지침 적극 수용	0.2662	
	수용 사례 및 정보 공유	0.2743	
경영진의 수용	경영진 인식 전환 및 수용	0.7671	0.0000
	경영진의 모니터링	0.2329	

<표 9> 제도적 차원 4계층 분석결과

3계층 요인	4계층 요인	중요도	비일관성 비율(CR)
상별 시스템 도입	수용 시 인센티브 제공	0.7585	0.0000
	미수용 시 제재 실시	0.2416	
전시컨벤션산업 공동 표준 제정	지속가능한 MICE 표준/지표 제정	0.3579	0.0000
	단계별/시차별 규정 개발	0.3584	
	모니터링 강화	0.2837	
커뮤니케이션 강화	정부/지자체의 이해 선행	0.3802	0.0011
	업계 협의 시스템 구축	0.3039	
	정부차원의 관계기관 동참 독려	0.3159	
업계 인식개선 노력	광고/홍보/캠페인/PR 추진	0.2248	0.0024
	선례 확산 시스템 구축	0.3728	
	교육 시스템 구축	0.4004	
행정체계 개선	평가 시 수용여부 반영	0.3085	0.0001
	지속가능성 보고서 작성/공표 의무화	0.4138	
	의무수용 제도화	0.2777	

이를 종합해 본 결과 <표 10>과 같이 계층별 종합가중치 및 우선순위 분석결과가 도출되었다. 전시컨벤션산업의 지속가능성 수용을 위한 36개의 세부속성 중 경영진 인식 전환 및 수용이 가장 우선순위로 도출되었고 뒤를 이어 수용 시 인센티브 제공, 의무수용의 제도화, 단계별/시차별 규정 개발, 지속가능한 MICE 표준 또는 지표 제정이 그 뒤를 이었다.

<표 10> 계층별 종합가중치 및 우선순위 분석결과

2계층 속성	3계층 속성	중요도	4계층 속성	중요도	종합가중치	우선순위
개인적 차원 (0.1331)	인지 및 지각 향상	0.2798	수용 필요성 인지	0.2888	0.1076	32
			본인 행동의 영향력 인식	0.2739	0.1020	33
			교육 참여	0.2412	0.0898	34
			홍보/캠페인 참여	0.1961	0.0730	36
	행동 개선	0.3401	친환경 행동 실천	0.3726	0.1687	26
			자주적 사고 및 행동	0.3615	0.1637	27
			개인의 실천 사례 공유	0.2659	0.1204	29
	지속가능한 행사 개최 노력	0.3801	행사 담당자 의식 개선	0.3498	0.1770	24
			지속가능한 행사 개최	0.4183	0.2117	20
디지털 기술 수용 노력			0.2319	0.1174	31	
조직적 차원 (0.3437)	수용 체계 및 구조 구축	0.1543	담당부서(담당자) 지정 및 예산수립	0.3035	0.1609	28
			지속가능성 보고서 작성	0.1476	0.0783	35
			조직원 역량 강화	0.2220	0.1177	30
			지속가능한 행사 개최 구조 마련	0.3269	0.1733	25
	목표수립 및 보상체계 시행	0.2469	목표 및 실천방안 수립	0.2279	0.1934	23
			평가제도 시행	0.3364	0.2855	16
			보상제도 시행	0.4356	0.3697	9
	조직문화 개선	0.2286	수용 친화적 조직 문화 형성	0.4595	0.3610	11
			상위기관 지침 적극 수용	0.2662	0.2091	21
			수용 사례 및 정보 공유	0.2743	0.2155	19
	경영진의 수용	0.3703	경영진 인식 전환 및 수용	0.7671	0.9763	1
			경영진의 모니터링	0.2329	0.2964	14
제도적 차원 (0.5231)	상벌 시스템 도입	0.1550	수용 시 인센티브 제공	0.7585	0.6151	2
			미수용 시 제재 실시	0.2416	0.1959	22
	전시컨벤션산업 공동표준 제정	0.2500	지속가능한 MICE 표준/지표 제정	0.3579	0.4681	5
			단계별/시차별 규정 개발	0.3584	0.4688	4
			모니터링 강화	0.2837	0.3711	8
	커뮤니케이션 강화	0.1732	정부/지자체의 이해 선행	0.3802	0.3445	12
			업계 협의 시스템 구축	0.3039	0.2754	17
			정부차원의 관계기관 동참 독려	0.3159	0.2862	15
	업계 인식개선 노력	0.1927	광고/홍보/캠페인/PR 추진	0.2248	0.2767	18
			선례 확산 시스템 구축	0.3728	0.3778	7
			교육 시스템 구축	0.4004	0.4036	6
	행정체계 개선	0.2290	평가 시 수용여부 반영	0.3085	0.3696	10
			지속가능성 보고서 작성공표 의무화	0.4138	0.3328	13
			의무수용 제도화	0.2777	0.4958	3

4) 집단 유형별 우선순위 분석결과

다음으로 각 집단의 유형별로 구분하여 집단별 우선순위를 비교 분석해 본 결과 아래 <표 11>과 같이 나타났다. 세 집단 모두 공통적으로 지속가능성 수용을 위한 우선순위로 경영진의 인식 전환과 수용을 꼽았다. 두 번째 우선순위부터는 집단별 차이를 보였는데, 주최집단 및 시설집단의 경우 수용 시 인센티브 제공인 반면, 주관집단의 경우 지속가능한 MICE 표준 및 지표의 제정으로 나타났다. 주최집단의 경우 지속가능한 MICE 표준 및 지표의 제정이 19번째 우선순위인 점을 감안하면 각 집단의 유형별로 지속가능성 수용을 위한 우선순위가 다를 수 있다.

<표 11> 집단 유형별 우선순위 분석결과

우선순위	주최집단	주관집단	시설집단
1	경영진 인식 전환 및 수용	경영진 인식 전환 및 수용	경영진 인식 전환 및 수용
2	수용 시 인센티브 제공	지속가능한 MICE 표준/지표 제정	수용 시 인센티브 제공
3	보상제도 시행	교육 시스템 구축	의무수용 제도화
4	의무수용 제도화	수용 시 인센티브 제공	지속가능한 MICE 표준/지표 제정
5	평가제도 시행	선례 확산 시스템 구축	지속가능성 보고서 작성/공표 의무화
6	단계별/시차별 규정 개발	모니터링 강화	단계별/시차별 규정 개발
7	수용 친화적 조직 문화 형성	단계별/시차별 규정 개발	평가 시 수용여부 반영
8	교육 시스템 구축	정부/지자체의 이해 선행	경영진의 모니터링
9	선례 확산 시스템 구축	평가 시 수용여부 반영	모니터링 강화
10	경영진의 모니터링	업계 협의 시스템 구축	수용 친화적 조직 문화 형성
11	상위기관 지침 적극 수용	보상제도 시행	지속가능한 행사 개최
12	정부/지자체의 이해 선행	의무수용 제도화	행사 담당자 의식 개선
13	미수용 시 제재 실시	수용 친화적 조직 문화 형성	정부/지자체의 이해 선행
14	수용 사례 및 정보 공유	정부차원의 관계기관 동참 독려	친환경 행동 실천
15	정부차원의 관계기관 동참 독려	광고/홍보/캠페인/PR 추진	선례 확산 시스템 구축
16	모니터링 강화	지속가능성 보고서 작성/공표 의무화	목표 및 실천방안 수립
17	지속가능성 보고서 작성/공표 의무화	수용 사례 및 정보 공유	광고/홍보/캠페인/PR 추진
18	평가 시 수용여부 반영	지속가능한 행사 개최 구조 마련	업계 협의 시스템 구축
19	지속가능한 MICE 표준/지표 제정	담당부서/담당자 지정 및 예산 수립	정부차원의 관계기관 동참 독려
20	지속가능한 행사 개최	평가제도 시행	교육 시스템 구축
21	업계 협의 시스템 구축	상위기관 지침 적극 수용	평가제도 시행
22	디지털 기술 수용 노력	목표 및 실천방안 수립	보상제도 시행
23	자주적 사고 및 행동	경영진의 모니터링	미수용 시 제재 실시
24	개인의 실천 사례 공유	지속가능한 행사 개최	자주적 사고 및 행동
25	지속가능한 행사 개최 구조 마련	교육 참여	지속가능한 행사 개최 구조 마련
26	광고/홍보/캠페인/PR 추진	수용 필요성 인지	상위기관 지침 적극 수용

우선순위	주최집단	주관집단	시설집단
27	친환경 행동 실천	본인 행동의 영향력 인식	담당부서(담당자) 지정 및 예산 수립
28	행사 담당자 의식 개선	행사 담당자 의식 개선	디지털 기술 수용 노력
29	조직원 역량 강화	개인의 실천 사례 공유	수용 사례 및 정보 공유
30	목표 및 실천방안 수립	미수용 시 제재 실시	수용 필요성 인지
31	담당부서(담당자) 지정 및 예산 수립	자주적 사고 및 행동	조직원 역량 강화
32	지속가능성 보고서 작성	친환경 행동 실천	본인 행동의 영향력 인식
33	홍보/캠페인 참여	조직원 역량 강화	지속가능성 보고서 작성
34	수용 필요성 인지	홍보/캠페인 참여	개인의 실천 사례 공유
35	교육 참여	디지털 기술 수용 노력	교육 참여
36	본인 행동의 영향력 인식	지속가능성 보고서 작성	홍보/캠페인 참여

V. 결론

본 연구는 전시컨벤션산업 구성원들의 지속가능성 실천에 앞서 이들의 지속가능성 수용에 대한 이해가 부족했다는 선행연구의 한계점을 바탕으로 지속가능성을 기존과 다른 새로움을 요구하는 혁신으로 정의하고 혁신저항의 개념과 AHP를 활용하여 전시컨벤션산업의 지속가능성 수용을 이해하고자 하였다. 행사 주최집단, 주관집단, 시설집단으로 구분된 31명의 전문가를 대상으로 2차례에 걸친 반구조적 인터뷰를 통해 지속가능성 수용 요인을 도출하였으며 이를 계층화하여 AHP를 수행하였다. 그 결과 지속가능성 수용을 1계층으로하여 총 4계층, 36개의 세부속성을 도출하였다. 이들의 종합적인 우선순위를 분석한 결과 경영진의 인식 전환 및 지속가능성 수용이 가장 우선순위인 것으로 드러났으며 뒤를 이어 지속가능성 수용 시 인센티브 제공, 의무수용의 제도화 등이 중요한 것으로 나타났다. 보다 세밀한 이해를 위하여 집단별로 구분하여 살펴본 결과 세 집단 모두 공통적으로 경영진의 인식 전환 및 지속가능성 수용을 가장 우선순위로 꼽았으나, 나머지 속성들의 우선순위의 경우 각 집단별로 상이한 것으로 나타났다.

본 연구 결과는 다음과 같은 시사점을 제공한다. 먼저 본 연구는 전시컨벤션산업의 지속가능성을 업계 구성원으로 하여금 기존과 다른 새로운 방식을 요구하는 혁신으로 규정하고 혁신저항의 이론적 프레임워크를 도입한 선제적 연구이다. 혁신을 기술적인 혁신으로만 규정한 선행연구의 한계에서 나아가 지속가능성을 혁신으로 규정함으로써 보다 확장된 관점에서 전시컨벤션산업의 지속가능성 수용을 위한 이해를 시도하였음에 의의가 있다. 다음으로 현업에서는 경영진의 지속가능성에 대한 인식 전환과 수용이 선행되어야 할 것이다. AHP를 수행한 결과 행사 주최, 주관, 시설집단 모두 경영진의 인식 전환과 수용이 가장 필요한 것으로 평가하였다. 이는 기업의 의사결정을 주도하

는 경영진이 선제적으로 지속가능성을 수용하고 조직의 전략에 반영할 때, 내부 구성원들과의 협력을 통해 보다 효과적으로 지속가능성을 수용하고 실천할 수 있음을 밝혀낸 선행연구 (Brinkhurst et al., 2011; Fraser et al., 2006; Mahran et al., 2025)의 결과를 계승하고 있다. 지속가능성을 수용하는 것은 경영자로 하여금 부담으로 작용하거나 부정적인 인식을 심어줄 수 있는데, 이는 지속가능성을 수용함에 있어 심리적 저항 요인(Ram & Sheth, 1989)에 해당하기에, 이에 대한 관리가 매우 중요할 것이다. 이들의 인식 전환을 위해선 체계적인 지속가능성 교육과 인식 제고 프로그램이 필요할 것이며, 단순한 교육을 넘어 경영성과 평가 및 보상체계에 지속가능성 목표를 반영하는 제도적 장치를 확장할 필요가 있다. 또한 전시컨벤션산업이 특정 의제에 대한 상호 가치와 의견을 교환하는 플랫폼이라는 점에서 주최, 주관, 시설분야 별 경영진들이 공동으로 지속가능성에 대해 논의할 수 있는 리더십 포럼과 같은 공론의 장을 조성하여 업계 전반에서 공통적인 목표를 달성할 수 있는 기반을 조성할 필요가 있을 것이다. 다음으로 각 집단별 상이한 우선순위에 주목할 필요가 있다. AHP 수행결과 지속가능한 MICE 행사 표준 및 지표 제정의 경우 행사 주관집단에서는 두 번째로 중요한 속성으로 나타났으나 행사시설 집단에게는 네 번째, 주최 집단에게는 무려 열아홉번째로 중요한 것으로 나타났다. 이러한 결과는 주관 및 시설집단의 경우 실질적으로 행사를 운영한다는 점에서 행사 시 지속가능성을 달성할 수 있는 지표 제정의 중요성을 강조한 것으로 보이며, 주최집단의 경우 일회성 행사 시 장기적 관점보다 단기적 개최성과에 집중하게 됨에 따라 차이가 발생한 것으로 해석할 수 있을 것이다. 이는 지속가능성이라는 혁신을 수용함에 있어 기능적 저항이 집단별로 상이함을 뜻하는데, 이를 완화하기 위해서 집단별 특징을 반영한 맞춤형 전략이 필요할 것으로 사료된다. 가령 주최자들의 경우 참가자 만족도 등의 단기적 행사성과와 직접 연계한 지속가능성 지표를 도입하거나 행사의 규모나 특징을 반영한 단계별 가이드라인 제공이 필요할 것이다. 또한 정부나 협단체에서는 지속가능성 지표를 준수하는 주최자에게 임대료 할인 등의 실질적 인센티브 제도를 마련한다 이들의 저항을 완화시키는데 직접적인 도움이 될 것이라 사료된다.

이러한 시사점에도 불구하고 본 연구는 다음과 같은 후속연구에 대한 필요성을 지닌다. 먼저 연구결과를 토대로 정량적 후속연구가 수행될 필요가 있다. 본 연구에서는 전문가 인터뷰를 바탕으로 지속가능성 수용을 위한 요인 및 우선순위를 도출하였으나, 향후 연구에서는 지속가능성 수용과 관련된 이론적 토대 및 설계를 바탕으로 정량적 연구를 수행한다면 보다 확장된 관점에서의 연구결과를 얻을 수 있을 것이라 사료된다. 혁신 수용과 관련하여 활용되어온 다양한 이론을 활용하거나 AHP 연구의 한계를 보완하기 위해 IPA 등 다양한 분석방법과의 연계도 고려해볼수 있을 것이다. 더불어

전시컨벤션산업은 다양한 이해관계자가 존재하는 복합적인 시스템(한진석·윤은주, 2024)이라는 점에서 후속연구에서는 보다 다양한 구성원을 포함하여 다각적인 관점에서 전시컨벤션산업의 지속가능성 수용에 대한 이해를 시도할 수 있을 것이다.

참 고 문 헌

- 강용진·이상완·박상협(2021). 지속가능성 관리통제시스템의 이용강도가 지속가능혁신과 경영 성과에 미치는 영향. 『회계저널』, 30(5), 161-190.
- 곽서혜·윤은주(2025). 전시컨벤션센터 기반 도시형성요인이 도시이미지와 정주의식에 미치는 영향-수원컨벤션센터 사례를 중심으로. 『무역전시연구』, 20(2), 51-70.
- 권태일(2008). 『관광지 리모델링 사업의 영향요인 우선순위 도출에 관한 연구 : 델파이 기법(Delphi)과 계층적 의사결정방법(AHP) 적용』. 세종대학교 박사학위논문.
- 김문수·김은희·김미소·김철원(2017). 지속가능한 전시에 대한 인식이 전시회 참가자의 참여 가치 및 자아존중감에 미치는 영향. 『한국관광연구학회』, 31(2), 159-179.
- 김봉석·이은영·김인영(2019). AHP를 활용한 단체참가 해외전시회 평가기준 개선 연구. 『무역전시연구』, 14(2), 65-85.
- 김수엽(2012). 『관광개발사업의 민간투자 활성화요인 우선순위 결정에 관한 연구』. 동의대학교 박사학위논문.
- 김중호(2011). 가치사슬 분석을 통한 MICE 산업의 육성 방안 연구. 『동북아관광연구』, 7(4), 131-150.
- 김지희(2022). 『공조직 구성원의 개인특성과 혁신특성이 수용의도에 미치는 영향 : 혁신저항의 매개효과와 임파워링 리더십의 조절효과』. 호남대학교 대학원 박사학위논문.
- 김현지·김영선(2025). 전시회 브랜드 진정성이 관람객의 브랜드 참여와 사용 의도에 미치는 영향관계 연구-2024 서울 카페쇼 관람객을 대상으로. 『무역전시연구』, 20(2), 23-50.
- 김현환(2014). 『컨벤션 개최 정책과정의 정책네트워크 연구』. 경희대학교 박사학위논문.
- 남윤섭·임화순(2011). AHP를 이용한 MICE 다목적홀 입자선정에 관한 연구. 『국토지리학회지』, 45(1), 125-136.
- 박효연·김대관·김봉석(2015). 그린 MICE 시설 지표 개발에 관한 연구. 『호텔경영학연구』, 24(1), 23-37.
- 부산관광공사(2022). 『부산형 지속가능 MICE 가이드라인』.

- 서규리·윤유식·김미성(2024). 혁신확산 특성요인이 미팅테크놀로지 지속적 사용의도에 미치는 영향 및 기술 수용 태도의 매개효과-혁신확산이론을 적용하여. 『무역전시연구』, 39-58.
- 성은희·이효정(2010). 국내외 그린 MICE산업 가이드라인 사례연구. 『이벤트컨벤션연구』, 12, 45-62.
- 신문기(2020). 『관광단지 개발 민간 투자 유치 위협요인에 관한 연구』. 부산대학교 박사학위논문.
- 신혜성(2020). 『AHP기법을 활용한 MICE산업 정책 우선순위 연구 : 제주특별자치도를 중심으로』. 제주대학교 석사학위논문.
- 왕가흔(2021). 『AHP를 이용한 컨벤션 센터 입지 결정요인 중요도에 관한 연구』. 한남대학교 석사학위논문.
- 우수치·엄문연(2023). 지속가능한 관광·MICE 조직 경영을 위한 탐색적 연구: ESG경영이 종사자의 조직신뢰와 충성도에 미치는 영향. 『MICE관광연구』, 23(1), 27-44.
- 원중운(2021). 『서비스 로봇의 혁신특성이 혁신저항 및 수용의도에 미치는 영향』. 세종대학교 석사학위논문.
- 유연재(2011). 소비자의 혁신저항 척도 개발과 타당화. 『소비자광고』, 12(1), 191-216.
- 윤영혜·이상열·김혜진·엄문연(2022). 지속가능한 MICE 행사 개최에 관한 탐색적 연구: 고양시를 중심으로 주최자 관점에서. 『디지털융복합연구』, 20(5), 227-232.
- 이사회(2022). 『혁신저항 이론 및 테크노 스트레스와 대처 이론의 통합적 모델을 적용한 잠재관광객의 암호화폐 사용의도 분석』. 경희대학교 박사학위논문.
- 이상열(2016). 『지속가능성이 MICE산업 경영에 미치는 영향: 경쟁력의 매개효과를 중심으로』. 호서대학교 박사학위논문.
- 이투데이(2022. 07. 28.). [자본시장 속으로] 지속가능성과 산업 분류. URL: <https://www.etoday.co.kr/news/view/2157817>
- 정남호(2014). 부스추천시스템에 대한 저항이 전시장 참관객의 무계획 공간행동에 미치는 영향에 관한 연구. 『e-비즈니스연구』, 15(1), 101-119.
- 정남호·한희정·울리케 그레첼(2014). 온라인 여행 커뮤니티에서 지각된 가치와 정보공유 만족의 결정요인에 관한 연구: 개인의 혁신성, 혁신저항, 전문성. 『고객만족경영연구』, 16(1), 43-63.
- 정선윤·이세준·김이태(2022). 컨벤션센터의 ESG 운영방안 연구: BEXCO 를 중심으로. 『호텔경영학연구』, 31(3), 155-171.

- 정지영(2022). 『항공사 비대면 서비스의 지각된 혜택과 희생 및 관계품질이 지각된 가치와 지속사용의도에 미치는 영향: 혁신저항성과 안전민감도의 조절효과를 중심으로』. 부산대학교 박사학위논문.
- 정효희·김철원(2017). 컨벤션행사의 지속가능성이 브랜드자산 및 고객 충성도에 미치는 영향 연구. 『한국과학예술통합학회』, 27, 231-246.
- 최민숙(2017). 『항공사 모바일 서비스품질과 사용자특성이 기술수용에 미치는 영향 : 혁신저항을 중심으로』. 경기대학교 박사학위논문.
- 최영배(2025). 토픽모델링을 활용한 ‘무역전시연구’ 게재 논문 분석. 『무역전시연구』, 20(2), 1-22.
- 최정자·윤영일 (2018). AHP를 활용한 전시, 컨벤션 개최지 재난 위기관리에 관한 우선순위 분석: 전문가 관점. 『무역전시연구』, 13(3), 77-97.
- 하명희·김철원(2011). 서울그린컨벤션가이드라인 개발에 관한 연구. 『컨벤션연구』, 11(1), 29-46.
- 한국관광공사(2014). 『지속가능한 MICE 표준모델 개발 및 운영전략에 관한 연구』.
- 한국관광공사(2022). 『MICE산업 지속가능발전을 위한 ESG 운영가이드』.
- 한옥단(2017). 『온라인 여행금융상품에 대한 혁신저항과 혁신저항이 구매의도에 미치는 영향』. 경희대학교 석사학위논문.
- 한장현(2024). 소셜미디어 빅데이터 담론 분석을 통한 전시회 고찰-메가쇼를 중심으로. 『무역전시연구』, 19(4), 1-17.
- 한진석·윤은주(2024). 지속가능한 MICE 산업을 위한 전시산업 종사자의 포괄적 근무여건 요인 연구. IPA 분석기법을 중심으로. 『무역전시연구』, 19(4), 19-37.
- 한진영(2022). 전시컨벤션센터의 ESG 활동이 기업의 지속가능경영과 고객 행동의도에 미치는 영향. 『무역전시연구』, 17(3), 25-43.
- 황희곤·이소연(2009). 친환경 컨벤션전시 가이드라인 설정과 운영에 관한 연구. 『MICE 관광연구』, 9(1), 29-61.
- Atkin, D. J., Hunt, D. S. & Lin, C. A. (2018). Diffusion theory in the new media environment: Toward an integrated technology adoption model. *In Advances in Foundational Mass Communication Theories*. 225-252. Routledge.
- Bos-Brouwers, H. E. J. (2010). Corporate sustainability and innovation in SMEs: Evidence of themes and activities in practice. *Business Strategy and the Environment*, 19(7), 417-435.

- Brinkhurst, M., Rose, P., Maurice, G., & Ackerman, J. D. (2011). Achieving campus sustainability: top-down, bottom-up, or neither?. *International Journal of Sustainability in Higher Education*, 12(4), 338-354.
- Buathong, K., & Lai, P. C. (2017). Perceived attributes of event sustainability in the MICE industry in Thailand: A viewpoint from governmental, academic, venue and practitioner. *Sustainability*, 9(7), 1151.
- Conference News. (2022). *Shaping a sustainable future. Sustainability report*.
- Fraser, E. D., Dougill, A. J., Mabee, W. E., Reed, M., & McAlpine, P. (2006). Bottom up and top down: Analysis of participatory processes for sustainability indicator identification as a pathway to community empowerment and sustainable environmental management. *Journal of environmental management*, 78(2), 114-127.
- Hall, C. M. & Williams, A. (2008). *Tourism and Innovation*. Routledge, London.
- Harker, P. T. (1989). *The art and science of decision making: The analytic hierarchy process*. In *The analytic hierarchy process: applications and studies* (pp. 3-36). Berlin, Heidelberg: Springer Berlin Heidelberg.
- IPCC (2023). *Summary for Policymakers*. In: *Climate Change 2023: Synthesis Report. A Report of the Intergovernmental Panel on Climate Change*. Contribution of Working Groups I, II and III to the Sixth Assessment Report of the Intergovernmental Panel on Climate Change [Core Writing Team, H. Lee and J. Romero (eds.)]. IPCC, Geneva, Switzerland, (in press).
- Joachim, V., Spieth, P. & Heidenreich, S. (2018). Active Innovation Resistance: An empirical study on functional and psychological barriers to innovation adoption in different contexts. *Industrial Marketing Management*, 71, 95-107.
- Laukkanen, T. (2016). Consumer adoption versus rejection decisions in seemingly similar service innovations: The case of the internet mobile banking. *Journal of Business Research*, 69(7), 2432-2439.
- Li, X., Su, X., & Du, Y. (2021). The environmental sustainability of an exhibition in visitors' eyes: Scale development and validation. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 46, 172-182.
- Mahran, K., Albarrak, H., Ibrahim, B. A., & Elamer, A. A. (2025). Leadership and sustainability in tourism and hospitality: a systematic review and future research agenda. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 37(7), 2219-2242.

- Musgrave, J., & Raj, R. (2009). *Introduction to a conceptual framework for sustainable events. In Event management and sustainability* (pp. 1-12). Wallingford UK: Cabi.
- Nidumolu, R., Prahalad, C. K., & Rangaswami, M. R. (2009). Why sustainability is now the key driver of innovation. *Harvard Business Review*, 87(9), 56-64.
- Ram, S. (1987). *A model of innovation resistance*. ACR North American Advances.
- Ram, S., & Sheth, J. N. (1989). Consumer resistance to innovations: the marketing problem and its solutions. *Journal of Consumer Marketing*, 6(2), 5-14.
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of innovations* (5th ed.). New York: Free Press.
- Saaty, T. L. (1990). How to make a decision: the analytic hierarchy process. *European Journal of Operational Research*, 48(1), 9-26.
- Sheth, J. N. (1981). *An integrative theory of patronage preference and behavior* (pp. 9-28). Urbana, IL, USA: College of Commerce and Business Administration, Bureau of Economic and Business Research, University of Illinois, Urbana-Champaign.
- Strauss, A. & Corbin, J. (1998). *Basics of qualitative research, grounded theory procedures and techniques. 2nd Edition*. SAGE Publications, Inc.
- Talke, K., & Heidenreich, S. (2013). How to overcome pro-change bias: incorporating passive and active innovation resistance in innovation decision models. *Journal of Product Innovation Management*, 31(5), 894-907.
- Tang, H. W. V. (2014). Constructing a competence model for international professionals in the MICE industry: An analytic hierarchy process approach. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education*, 15, 34-49.
- UN (2015). *Transforming Our World: The 2030 Agenda for Sustainable Development*.
- UNWTO (2006). *Measuring the Economic Importance of the Meeting Industry. Developing a tourism satellite account extension*.
- WCED (1987). *Report of the World Commission on Environment and Development: Our Common Future*.
- Zaltman, G., & Wallendorf, M. (1983). *Consumer behavior*. New York: Wiley.

<요약>

본 연구는 혁신저항의 개념을 적용하여 전시컨벤션산업에서 지속가능성 수용에 영향을 미치는 요인을 도출하고 우선순위를 도출하는 것을 목적으로 하였다. 본 연구는 전시컨벤션산업의 지속가능성 수용을 이해하는 것에 그 목적이 있다. 연구의 목적을 효과적으로 달성하기 위하여 지속가능성을 기존과 다른 새로운 변화를 야기하는 혁신으로 규정하였으며, 혁신 수용의 선제적인 과정이라 할 수 있는 혁신저항 개념을 채택하였다. 이후 전시컨벤션산업의 주요 구성원을 행사 주최집단, 주관집단, 시설집단 등 세 집단으로 구분하고 총 31명의 전문가를 대상으로 두 차례에 걸친 반구조적 인터뷰를 실시하여 전시컨벤션산업의 지속가능성 수용 요인을 도출하였다. 이후 요인의 우선순위 도출을 위하여 계층적 분석방법(AHP)을 채택하였으며, 전문가 자문을 거쳐 최종적으로 전시컨벤션산업의 지속가능성 수용을 위한 4계층, 36개의 세부 속성을 도출하였다.

각 집단에 소속된 전문가 31명을 대상으로 상대적 중요도를 평가한 결과 ‘경영진의 인식 변화 및 지속가능성 수용’이 가장 우선순위로 나타났으며 다음으로 지속가능성 수용 시 인센티브 제공, 의무수용 제도화 등의 순서로 나타났다. 보다 세밀한 이해를 위하여 각 집단별로 우선순위를 도출한 결과 세 집단 모두 ‘경영진의 인식 변화 및 지속가능성 수용’을 가장 우선순위로 평가하였으나 이후에는 다른 우선순위가 도출되었다. 행사 주최집단의 경우 수용 시 인센티브 제공, 보상제도 시행, 의무수용 제도화, 평가제도 시행의 순서대로 우선순위가 도출되었으며, 주관단체의 경우 지속가능한 MICE 표준/지표 제정, 교육 시스템 구축, 수용 시 인센티브 제공, 선례 확산 시스템 구축 등으로 나타났다. 행사시설 집단의 경우 수용 시 인센티브 제공, 의무수용 제도화, 지속가능한 MICE 표준/지표 제정, 지속가능성 보고서 작성 및 공표 의무화 순서대로 우선순위가 도출되었다. 본 연구 결과를 통해 전시컨벤션산업의 주요 구성원들의 지속가능성 수용을 위한 우선순위를 확인할 수 있었으며, 각 집단별로 우선순위가 다름을 확인할 수 있었다.

주제어: 지속가능성 수용, 혁신저항, 계층적분석방법, MICE 산업

논문접수일: 2025년 9월 8일

논문심사일: 2025년 9월 15일

게재확정일: 2025년 9월 30일

논문표절검사: 통과

2인 익명 심사 필