

# 박물관 서비스 품질과 방문동기가 관람객 만족도, 행동의도에 미치는 영향 연구 -국립중앙박물관을 중심으로

## Influence of Service Quality and Visit the Motivation on Visitors Satisfaction, Behavioral Intention in Museum, -Focused on National Museum of Korea

소은혜, 이경률

중앙대학교 일반대학원 문화예술경영학과

Eun-Hye So(sweety1045@naver.com), Kyoung-Rul Lee(lky3609@hanmail.net)

### 요약

본 연구의 목적은 박물관 서비스 품질 척도와 박물관 관람동기 요인이 만족도, 행동의도에 각각 어떠한 영향을 미치는지에 대해 연구하고자 한다. 본 연구에서는 PZB의 SERVQUAL모형을 박물관에 맞는 척도로 재구성하였으며 박물관 방문동기의 경우에는 손일화(2009)의 연구를 참고하였다. 설문은 230개의 설문지 중에서 214개의 설문지를 이용하여 분석하였으며 각 설문은 국립중앙박물관을 한 번이라도 관람해 본 경험이 있는 사람을 대상으로 2013년 5월부터는 국립중앙박물관을 방문해 본 사람들을 대상으로 예비설문을 실시하였다. 요인분석을 통해 박물관에 맞는 서비스 품질 척도를 도출하고자 하였다. 그 후 2013년 7월 29일부터 2013년 8월 23일까지 본 설문조사를 진행하였으며 온라인과 오프라인을 통한 설문을 실시하였다. SPSS 20.0을 통해 인구통계적인 빈도분석을 실시하였으며 본 논문의 신뢰성을 확보하기 위해 cronbach  $\alpha$  값을 알아보고자 하였으며 각 요인들 간의 타당성과 신뢰성을 확보하기 위해 AMOS를 통해 연구모형의 적합도와 경로계수의 적합성에 대해 알아보고자 하였다. 연구 결과 전시 서비스 품질 척도의 경우 만족도에는 유의한 영향을 끼쳤다. 또한 방문동기의 경우에는 만족도에 일부 유의한 영향을 끼쳤으며 만족도는 행동의도에 유의한 영향을 끼쳤다.

■ 중심어 : | 박물관 | 서비스품질 | 방문동기 | 만족도 | 행동의도 |

### Abstract

The purpose of the study is to find factors to measure Museum Service Quality (SERVQUAL) and Visitors' motivation. The survey was analyzed with 214 questionnaires out of 230 ones and it was conducted by those who have once visited the National Museum of Korea. Pre-test was conducted from May, 2013.

Deriving adequate Service Quality Measures in Museum, factor analysis was applied. From 29th of July 2013 to 23rd of August 2013, surveys were conducted through online and off-line. Using the SPSS 20.0 statistics, Population analysis was applied frequently. In order to ensure the reliability, cronbach  $\alpha$  value was evaluated. Fit of the research model and the suitability of the path coefficients were evaluated through AMOS to ensure the validity and reliability. As a result, in terms of Analysis on Service Quality, it influenced significantly on the degree of satisfaction. Visitors' motivation also had partial influence on the degree of satisfaction. Moreover, Behavioral Intentions were also influenced by the degree of satisfaction.

■ keyword : | SERVQUAL | Museum | Visit the Motivation | Satisfaction | Behavioral Intention |

## I. 서론

오늘날의 박물관의 역할은 점점 더 발전하고 그 기능이 더욱 세분화되어가고 있다. ICOM 헌장 2장(Article 2-Definitions)에서 박물관을 다음과 같이 정의하고 있다. “박물관이라 함은 인간 환경의 물질적인 증거를 수집, 보존, 연구하여 전시라는 행위를 통해 사회화 인류 문화 발전에 봉사할 수 있도록 대중에게 공개함으로써 연구와 교육, 과학에 이바지 하는 비영리적이고 항구적인 시설을 말한다[1].

또한 박물관은 여가로서의 역할을 하는 동시에 교육적인 역할도 가능한 공간이라고 할 수 있다. 박물관이 여가활동의 대상이었다는 연구는 많이 존재하고 있다. 정익준의 연구[2]에서는 박물관은 여가 생활을 하면서 스트레스 해소를 하게 해 주는 동시에 교육적인 부분도 동시에 가지고 있는 의미 있는 공간이라 정의할 수 있다. 최중호의 연구[3]에서는 역사, 문화 체험 학습과 이벤트 참여를 통한 여가활동은 휴식과 안녕, 또는 친교를 목적으로 여가를 누리기 보다 검목적 여가활동으로서 자아실현 또는 행복추구를 위한 목적으로 여가를 즐길 수 있는 방식이라 할 수 있다. 이를 통해 여가와 박물관의 목적이 비슷함을 보여주고 있다.

따라서 박물관의 경우 교육적 특성 뿐 아니라 여가의 기능까지 고려되고 있으므로 교육적 역할과 관람객의 여가의 기능까지 고려하여 연구하고자 한다.

본 논문에서는 박물관의 서비스 품질 측정과 동시에 방문동기를 고려하여 관람객 만족도와 행동의도에 어떠한 영향을 미치는지에 대해 연구하고자 한다. 각각 영향을 미치는 변수들을 찾아내어 박물관 마케팅에 있어서 중요한 부분이 무엇인지를 연구하고자 하며 동시에 관람객들이 박물관 방문에 있어 가장 중요하게 생각하는 요소가 무엇인지 알아보하고자 한다.

본 연구는 실증연구를 위해 세 가지의 목적을 가지고 연구하고자 한다. 첫째로는 박물관 관람동기의 하위요인과 박물관 서비스 품질 측정의 하위요인을 통하여 만족도와 행동의도에 어떠한 영향을 미치는가에 대해 알아보하고자 한다.

둘째, 서비스 품질 측정에 있어서 박물관의 특수성을

고려한 각각의 서비스 품질 측정이 추후 박물관의 서비스 품질 측정에 있어 어떻게 사용될 수 있는가에 대해 알아보는 동시에 중요하게 작용하는 변수가 무엇인지에 대해 파악하고자 한다. 동시에 방문동기에 있어 가장 유의한 변수가 무엇인지를 파악하고자 한다.

셋째, 박물관 관람객을 유치하기 위한 방안에 대해 알아보하고자 한다. 관람객이 가장 중요하게 생각하는 부분이 무엇인지를 파악하고 그에 따른 마케팅 방안에 대해 제시하고자 한다.

## II. 이론적 배경

### 1. 박물관

박물관 및 미술관 진흥법, 제1장 총칙 제 1조(목적)에 따르면, 박물관과 미술관을 건정하게 육성함으로써 문화·예술·학문의 발전과 일반 대중의 문화향유(文化享有)증진에 이바지함을 목적으로 하고 있다[4].

위의 박물관 및 미술관 진흥법에 따르면 박물관은 교육의 역할도 동시에 하고 있으며, 이를 통해 박물관의 기본적인 수집, 보존, 교육, 전시의 기능을 하고 있는 것이다.

박물관의 경우, 요즘에는 보다 직접적인 교육 기능에 관심이 모아지고 있다. 즉 박물관의 목적이 일반 대중의 흥미와 관심을 불러일으키고 그들의 능력을 개발하여 궁극적으로 교육적인 효과를 거두는데 있다[5]. 즉 박물관은 방문객의 시점에서 물리적으로 인식할 수 있는 장소이다[6]. 이를 통해 박물관의 역할이 점점 다양해 지고 있음을 알 수 있다.

실제로 박물관에 있는 작품들을 통해서 당해 있었던 전시와 관련된 도록 뿐 아니라, 당시의 시대를 파악할 수 있는 미술품들을 연구하고 다양한 미술품 관람이 가능하며 다양한 미술품 전시를 볼 수 있는 기회를 통해 어느 누구에게나 남녀노소 가리지 않고 교육이 가능한 장소이다.

### 2. SERVQUAL

SERVQUAL 모형은 Parasuraman, Zeithaml, Berry

에 의해 제시되었으며 12개의 고객집단과 인터뷰를 실행한 후 10개의 차원(신뢰성, 대응성, 능력, 접근용이성, 정중함, 의사소통, 신용도, 안정성, 고객 이해 및 인지, 유형성)의 단계로 나누었지만 이 품질 차원은 다시 실험분석 후에 5개로 압축된다[7].

위의 5가지 요인들은 PZB(1988)[8]의 선행연구에서 Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy 의 요인에 대한 설명이다. PZB의 연구에서는 자각된 서비스 품질이 높을수록 만족도에 유의한 영향을 끼친다고 하였다.

표 1. 5가지 요인들에 의한 개념 제시

신뢰성	물리적 시설, 장비, 외
유형성	약속 한 서비스를 독립적이고 정확하게 수행 할 수 있는 능력.
응답성	기꺼이 고객을 돕고 신속한 서비스를 제공하기 위한 능력.
확신성	지식과 직원은 신뢰와 자신감을 고취시킬 수 있다.
공감성	배려, 개별적인 관심 제공, 및 장소의 편리성과 같은 접근 용이성

서비스 품질에 대한 측정도구로 가장 많이 사용되고 있는 것은 Parasuraman 등(1991)이 개발한 SERVQUAL 이다[9]. Parasuraman, Zeithamal, and berry(1988)는 자각된 서비스 품질의 개념을 서비스의 우수성과 관련된 전반적인 판단이나 태도로 정의하고 이와 같은 정의 하에 SERVQUAL 에 대한 개념을 제안하였다.

서비스 품질 측정의 경우 SERVQUAL 모형뿐만 아니라 Grönroos(1984)[10]는 Perceived Service Quality model을 다음과 같이 제시하였다.

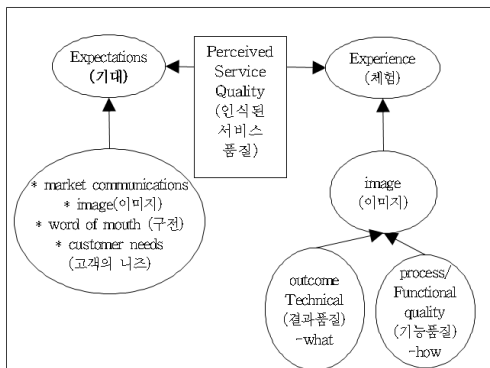


그림 1. Grönroos(그렌루스,1984)의 Perceived Service Quality model.

본 모형의 경우에는 그렌루스가 제시한 품질모형으로서 무엇과 어떻게를 의미하는 2차원의 서비스 품질 모형을 갖는다고 정의하고 있다. 그렌루스의 모형의 경우 뛰어난 기술적 차원을 추구하는 것도 품질우위를 얻는 한 방법이지만 이는 모방이 쉽고 기능적 차원의 부실로 상쇄되기 쉽다[11].

### 3. 방문동기

방문동기에 있어서 손일회[12]의 연구에 있어서는 기존 선행연구를 기반으로 박물관 관람 동기에 대한 척도를 개발하였으며 이 척도는 총 4개로 나뉘었다. 이 척도는 문화유산 학습동기, 지적동기, 친화동기, 기분전환동기로 나뉘어 박물관 관람객의 방문동기 척도를 개발하였다.

또한 방문동기 라는 개념은 황아영[13]의 연구에 있어서 박물관 방문이라는 일련의 행위는 우연한 행동이기 보다는 계획적이고 가치지향적인 의사결정과정을 통해 이루어진다. 현대사회의 다양한 여가 활동 중에서 박물관 방문을 선택하였다는 것은 그 방문을 통해 특정 욕구를 충족하고 가치를 실현하겠다는 의지의 반영이다.

인간 행동의 원인으로서 동기에 대한 연구는 심리학의 범위에 속하며 일반적으로 사람들은 인간의 욕구,욕망,열망,동인,혹은 추동,기대등과 같은 용어를 동기라는 말과 대치하여 사용하기도 하지만 오히려 동기는 유사 개념을 모두 포괄하는 의미를 가진다[14].

또한 Neulinger[15]의 내적동기, 외적동기가 다르게 나타나고 있으며 두가지는 동시에 나타나지 않는다고 하였다.

### 4. 만족도

만족이란 미리 기대한 수준과 실제로 경험한 결과의 비교를 통한 감정이나 심리의 표현이라 정의한다. 즉 관람객이 바라는 박물관 유물에 대한 기대치가 관람 후 경험한 결과와 얼마만큼 차이가 나는가에 따라 관람객 만족도가 결정된다고 본다[16]. 또한 만족은 불일치 된 기대와 서정적 감정이 결합되어 발생하는 복합적 심리 상태이며 일시적이고 특정 상황에 따른 판단으로 장기적인 태도의 선행변수 역할을 한다. 만족은 상황요인,

개인 요인을 비롯해서 서비스 품질, 제품 품질 및 가격에 대한 지각에 의해 영향을 받는다[17]. 또한 선행연구에서 살펴보았듯이 고객의 만족도 측정은 7점 리커드 척도를 사용해 조사하며 만족도는 기존에 신뢰성, 유형성, 응답성, 확산성, 공감성으로 분석하는 것이 아닌 선행연구를 기반으로 재구성하여 관람객 만족도에 어떠한 영향을 미치는지에 대하여 분석하고자 한다.

정익준[18]의 연구에서는 관람객 만족도에 대해서 자신의 경험을 근거로 하여 행동에 대한 기대수준과 실제로 얻은 지각수준과의 평가로 생긴 주관적 심리상태라고 언급하고 있다.

Oliver는[19] 소비자 만족 모델이 기대를 통한 함수로 소비자 만족도에 대해 표현하는 것을 재현하고 있으며 만족은 차례로 태도의 변화와 구매의 의도에 영향을 미칠 것으로 예상되며 이 연구 방법은 소비자와 소비자가 아닌 경우를 구분할 수 있다고 하고 있다. 황아영(2009)의 연구에서는 박물관 방문 만족도는 박물관의 방문을 통하여 개인이 추구하는 목적 및 욕구를 달성했을 때 느끼는 활동에 대한 긍정적 인식 또는 주관적인 만족으로 정의할 수 있을 것이다. 이러한 만족스러운 감정은 개인의 의식적·무의식적 욕구가 충족됨으로서 생성되는데 욕구는 동기를 촉발하고 이는 만족도와 직결된다.

## 5. 행동의도

관람객 만족도가 방문객 행동의도에 어떠한 영향을 미치는지는 강영환의 연구[20]에서는 행동 의도를 재방문의도와 추천의도로 구분하였고 노호길의 연구에서는[21] 재방문 의도는 축제 참가에 대한 평가적 의미라고 할 수 있다. 이는 일반적으로 행동 의도는 는 미래에 대한 상호작용의 기대이며 여기에는 관람객들이 만족한 후에 대한 다양한 행동이라고 볼 수 있다. 양길승의 연구에서는 재방문 의도는 관람객이 관광지를 방문한 후 경험 및 체험활동을 통하여 사후 평가에 의한 지각된 만족감과 매력에 따라 재방문 의도를 결정짓는다고 하였다[22].

홍경일의 연구[23]에서는 재 구매행동(재방문의사), 상표 충성도, 그리고 구전에 의한 추천이 고객 만족도

의 척도라고 하였다.

김희정, 김시중의 연구[24]에서는 관광지 선택속성과 경험적 가치가 행동의도에 미치는 영향에 대해 연구하였는데 행동의도의 정의를 해당 관광지에 대한 미래의 행동계획 및 후속행동으로 정의할 수 있다고 하였다. Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975)는 행동의도를 개인의 특성이라고 보았다. 김동석의 연구[25]에서는 올리버(Oliver, 1980)의 연구에서 이용자 만족이 이용자의 태도에 영향을 미치고 계속하여 재이용의도요인에 영향을 미친다는 가설이 지지되고 있다.

## III. 연구설계

### 1. 연구모형

박물관 서비스 품질에 대한 평가는 기존 선행연구의 수정된 서비스 품질 측정 모형을 기반으로 한 PZB의 SERVQUAL 모형을 이용하여 서비스 품질에 대해 측정하는 동시에 방문 동기로는 손일화(2009), 황아영(2010)의 박물관 방문동기 척도를 이용하여 관람객 만족도와 행동의도에 어떠한 영향을 미치는지에 대해 연구하고자 한다.

Mary Jo Bitner(1990)의 연구에서는 인식된 서비스 품질이 행동의도에 영향을 미칠 것 이라는 연구모형을 설정하였다. 또한 Class Fornell, Michael D, Johnson, Eugene W Anderson, Jaesung Cha & Babara Everitt Bryant의 연구[26]에서는 인식된 가치가 전반적인 고객 만족에 영향을 미칠 것이라는 연구모형을 설정하였다.

또한 방문동기에 있어서는 손일화(2009)의 지적동기, 문화유산 학습동기, 기본전환동기, 친화동기가 만족도와 추천의도에 영향을 미친다는 결론을 도출하였다. 위 논문에서는 친화동기가 만족도에 유의한 영향을 미치지 않는다고 하였다[27]. 또한 PZB의 연구에서는 자각된 서비스 품질이 고객 만족도에 영향을 미치고 있다고 하였다. 김연정[28]의 연구에서는 과연 박물관 교육 프로그램에 참여하는 고객들은 어떤 요인을 가지고 교육 프로그램 서비스의 질을 SERVQUAL 모형을 통해 평가하며 또 만족하고 있는가에 관하여 실증연구를 진행

하여 차후 고객 만족에 이를 수 있는 박물관 교육 프로그램으로의 개발 및 객관적 자료를 통하여 박물관 교육 프로그램에서 제공되는 서비스에 관한 고객의 전반적인 판단과 태도인 서비스 품질을 측정하였고 그에 따른 고객 만족 구성 요인에 대하여 실증적으로 분석하였다.

이후석[29]의 연구에서는 방문객의 기대치인 중요도와 관람 후에 지각하는 만족도에 대하여 공통항목으로 27개의 척도를 사용하여 분석하였고 위의 논문에서는 Nowacki (2005)가 PZB의 SERVQUAL을 토대로 박물관 서비스 품질 측정 척도로 채택했던 36항목을 가지고 방문객으로부터 자료를 수집했으나 측정 변수의 타당도 및 신뢰도 분석을 통하여 27항목만 분석에 사용하였다. 또한 위 논문에서는 SERVQUAL 도구는 박물관 서비스의 성공 척도를 구하고 있는 연구자에게 유용한 지표로서 이용될 수 있다고 하였다. 김혜원[30]의 연구에서는 박물관 서비스 품질이 고객만족과 고객충성도 및 고객 삶의 질에 미치는 영향을 알아보기 위한 연구를 하였으며 박물관 서비스 품질 측정도구 항목 개발을 PZB(1988)가 개발한 SERVQUAL 의 서비스 품질 척도를 근간으로 박물관의 특성을 반영하여 조정하였다. 아래는 본 논문의 연구모형이다.

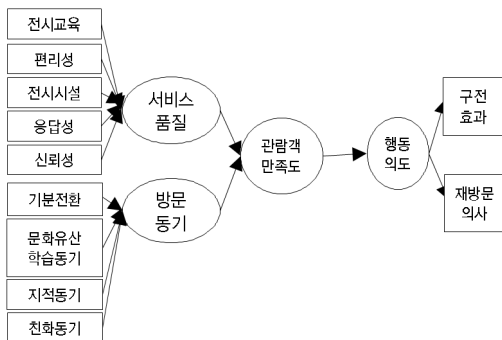


그림 2. 논문의 연구모형

## 2. 설문 의 구성

본 연구에서는 박물관 서비스 품질을 조정하여 연구를 하고자 한다. 1차 예비 설문조사를 통하여 기존 SERVQUAL 척도인 유형성, 확산성, 공감성, 신뢰성, 응답성의 다섯가지 측정 항목을 통해 서비스 품질 측정에

이용되었으며 변수들간의 공통된 특징들을 묶어주기 위해 주성분 분석(Principal Component Method)를 통한 직교회전 (varimax rotation)을 사용하여 변수들간의 공통된 부분끼리 묶어주었다. 1차 설문 측정 문항의 경우 PZB의 SERVQUAL을 통해 서비스 품질을 측정하고자 하며 각 설문문항의 경우 선행연구를 참고하였다. 기존 서비스 품질 측정 항목으로 예비 조사를 실시하였으며 2013년 5월 부터 국립중앙박물관을 방문해 본 대상 130명을 통해 예비조사를 실시하였다. 예비조사 설문조사는 25문항으로 박물관의 서비스 품질 척도를 재구성 하고자 하였다. 박물관 서비스 품질 측정을 위한 본 조사를 진행하기 위해 설문문항을 재구성하였다.

표 2. 예비조사 설문문항

개념	문항 수	내용
신뢰성 이후석(2008) 김혜원(2008) 김연정(2007) 정익준(2007)	5문항	1. 박물관 전시 내용에 대한 신뢰 2. 박물관 전시품에 대한 신뢰 3. 박물관 전시는 공지했던 내용대로 수행 4. 박물관 전시는 일관적으로 진행 5. 박물관은 예정했던 시간대로 진행
유형성 최영경(2008) 박상규, 강만수 (2011)	6문항	1. 박물관 전시장의 규모 적절 2. 박물관 전시는 교육에 적합한 장소 3. 박물관 전시는 교육에 적합한 분위기 4. 박물관 전시는 편의시설을 잘 갖추 5. 박물관 전시는 적절한 자료를 구비함 6. 박물관 전시장에서의 안전
응답성 최호규, 우재환 (2008) 김혜원(2008)	4문항	1. 박물관 전시는 친근감을 느끼게 함 2. 박물관 내 요원들은 질문이나 요청에 신속하게 응답. 3. 박물관 내 정보에서 전달된 내용과 기존에 알고 있던 내용이 일치 4. 박물관 내에서 전시와 관련된 정보의 접근 용이
확신성 김연정(2011) 성혜련(2009) 김동석(2006)	3문항	1. 박물관 전시는 관람동기 유발 2. 박물관 전시 내용은 교육내용 이해하기 용이 3. 박물관 전시의 내용은 체계적이고 주제에 충실
공감성 이상규(2009) 양길승(2011) 이승신(2012)	7문항	1. 박물관은 교통이 편리함 2. 박물관의 입구에서 전시장까지 찾아오기 편리함 3. 박물관의 운영시간은 적절함 4. 박물관의 전시에 대한 정보는 쉽게 찾을 수 있음 5. 박물관의 전시장 내 동선은 피로감을 줄여줌 6. 박물관의 부대 시설 운영시간은 참여하기 편리한 시간 7. 박물관 홈페이지 접근성 용이

### 3. 변수의 조작적 정의

#### 1) 박물관 서비스 품질 척도

SERVQUAL 척도는 기존 선행연구에 있어 많이 연구되어 왔다. 또한 박물관 서비스 품질 척도로 많이 이용되어 왔으며 본 논문에서는 기업에서 측정되고 있는 SERVQUAL 척도를 박물관에 맞게 재구성하였다. 아래는 예비조사 설문문항을 재구성한 변수의 조작적 정의이다.

##### (1) 전시교육

박물관에 있어 중요한 기능인 교육적인 부분을 변수로 사용하여 서비스 품질 측정에 사용하고자 한다. 임지은(2010)의 연구에서는 전시의 내용적 부분을 교육적인 측면으로 바라보았으며, 전시 내용의 측정 항목 중 교육적인 유익함과 전시물 등에 대한 교육적 유익함을 통해 박물관의 서비스 품질을 측정하고자 하였다.

##### (2) 편리성

김소영, 김연정(2007)의 연구에서는 서비스 품질 측정 사전 조사를 통해 각각의 요인들을 묶었으며 공감성의 일부 항목들을 편리성으로 인식을 하게 되었다. 본 논문에서도 서비스 품질 측정 사전 조사를 통해 각각의 요인들을 묶은 결과 공감성의 일부 항목들이 편리성으로 인식하여 편리성이라는 항목을 서비스 품질 측정의 변수로 사용 하고자 한다.

##### (3) 전시시설

공감성의 일부 문항과 유형성의 일부 문항이 함께 하나의 요인으로 묶였다. 전시 시설에 있어 문창현, 정성미(2009)의 연구에서는 박물관 시설이라는 측정항목을 통해 편의시설 및 전시장의 규모에 대해 측정하고자 하였다. 이후석(2008)의 연구에서는 전시시설이라는 항목을 박물관 시설이라는 항목으로 사용하였다. 본 설문에서도 각각의 설문문항이 유사하게 묶였으므로 전시시설이라는 항목을 사용하고자 한다.

##### (4) 응답성

응답성의 경우 고객을 돕고 즉각적인 서비스를 제공

하려는 의지로 서비스의 적시성, 고객의 문의나 즉시 응답, 신속한 서비스 제공 등으로 구성된다. 응답성의 경우 기존 서비스 품질 측정 문항에 있어 그대로 요인이 묶였다.

##### (5) 신뢰성

신뢰성의 경우 서비스 품질 측정에 있어 약속된 서비스를 믿을 수 있고 정확하게 수행시키는 요소로 약속한 서비스의 정확한 제공에 의해 평가된다. 설문 문항은 아래와 같은 선행연구를 참고하여 변수를 정의하였다.

표 3. 서비스 품질 변수의 조작적 정의

개념	문항 수	내용
<b>신뢰성</b> 정익준(2007) 이후석(2008) 김혜원(2008)	4문항	1. 박물관 전시품에 대한 신뢰 2. 박물관 전시는 공지했던 내용대로 수행 3. 박물관 전시는 일관적으로 진행 4. 박물관은 예정했던 시간대로 진행
<b>교육 효과</b> 이후석(2008) 임지은(2010) 박상규, 강만수 (2011)	5문항	1. 박물관 전시는교육에 있어 적합한 분위기 2. 박물관 전시는 교육에 적합한 장소 3. 박물관 교육 내용을 이해하기 용이 4. 박물관 교육 내용은 체계적이고 주제에 충실 5. 박물관 전시 내용의 신뢰성.
<b>응답성</b> PZB(1988) 최호규, 우재환 (2008) 김혜원(2008)	4문항	1. 박물관 전시는 친근감을 느끼게 함 2. 박물관 내 요원들, 질문, 요청에 신속한 응답 3. 박물관 내 정보에서 전달된 내용과 기존에 알고있던 부분일치 4. 박물관 내 전시와 관련된 정보의 접근 용이
<b>편리성</b> 김소영, 김연정 (2007)	4문항	1. 박물관은 교통이 편리 2. 박물관 입구에서 전시장까지 찾아오기 편리 3. 박물관의 운영시간 적절 4. 박물관의 전시에 대한 정보는 쉽게 찾을
<b>전시시설</b> 이후석(2008) 문창현, 정성미 (2009)	5문항	1. 박물관 전시장 내 편의시설을 잘 갖추고 있음 2. 박물관 전시장 내 동선은 피로감을 줄여줌. 3. 박물관 전시장의 규모는 적절하다. 4. 박물관 전시장의 자료는 잘 구비되어 있다. 5. 박물관의 부대시설은 참여하기 편리한 시간

#### 2) 방문동기

본 연구에서는 박물관의 방문동기 척도를 측정하기 위해 손일화(2009)의 지적동기, 문화유산 학습동기, 기분전환동기, 친화동기의 척도를 사용하고자 한다. 먼저 김지희, 한진수(2011)의 연구에 있어서는 방문동기를

추진과 유인요인으로 보았다. 여동기, 최승담(2003)의 연구에 있어서는 방문동기를 레저, 학습, 자존, 사교성의 4가지 측면에서 바라보았다. 황아영(2010)의 연구에서는 박물관 방문동기 척도를 지적동기, 문화유산 학습동기, 기본전환동기, 친화동기로 나누었으며 본 연구에 있어서도 지적동기, 문화유산 학습동기, 기본전환 동기, 친화동기로 각각의 항목을 나누고자 한다.

(1) 기본전환동기

기본전환동기의 경우 여동기, 최승담(2003)의 연구에서는 레저라는 개념이다. 황아영(2010)의 연구에서는 기본전환동기의 설문 문항을 휴식, 삶을 풍성하게 함, 삶의 여유가 있음, 바깥나들이를 나가는 기분으로 보았다. 본 연구에서도 기본전환동기 라는 항목을 통해, 박물관의 방문동기를 측정하고자 한다.

(2) 지적동기

지적동기의 경우 교육적인 측면이 강하다. 김지희, 한진수 (2011)의 연구에서는 추진요인항목을 통해 문화유적에 대해 알기위해, 박물관에서는 새로운 것을 접한다는 항목에 있어서 박물관의 지적동기 항목과 추진요인이 어느정도 관계가 있음을 보여주고 있다. 손일화(2009)의 연구에서는 지적동기 항목에 있어서 더 많은 지식을 얻기 위해, 교육적인 측면과 같은 부분을 지적동기 요인으로 보았다.

(3) 문화유산 학습동기

박후영, 신형덕 (2011) 의 연구에 있어서 외국인의 박물관 관람동기에 대하여 연구하였다. 역사에 대한 관심의 중요성을 통해 관람동기에 있어서 외국인의 학습능력에 대해 중요시 하게 생각하였다. 이후석(2007)의 연구에서는 역사문화의 이해라는 부분을 방문동기의 변수로 사용하였다. 손일화(2009)의 연구에서는 선조들의 역사 이해 및 옛 선조들의 삶을 이해하는 것이 문화유산 학습동기의 일부분이라 보았다. 본 연구에서도 역사적인 측면을 학습동기로 바라보았다. 또한 황아영(2010)의 연구에 있어서 지적동기의 항목은 전시된 문화유산, 선조들의 삶을 어떻게 이해하는 지를 지적동기

의 설문문항으로 사용하였다.

(4) 친화동기

여동기, 최승담 (2003) 의 연구에 있어 친화동기 항목을 사교적인 부분으로 보았다. 손일화(2009)의 연구에 있어서는 사람들과 함께 하는 것이라는 부분을 친화동기라고 보았다.

표 4. 방문동기 변수의 조작적 정의

개념	문항 수	내용
<b>기본전환동기</b> 여동기, 최승담(2003) 황아영(2010)	5문항	1. 박물관은 휴식과 기본전환이 됨 2. 박물관은 삶을 윤택하게 하는데 도움 3. 박물관 관람은 생활의 활력 제공 4. 박물관 관람은 반복된 일상에서 탈피. 5. 박물관 관람은 나들이의 기분을 느낌
<b>지적동기</b> 김지희, 한진수 (2011) 손일화(2009)	5문항	1. 박물관에 방문하는 목적은 지식을 얻음 2. 박물관은 교육에 도움이 됨 3. 박물관은 지적 호기심을 충족시킴 4. 박물관은 다른 시각에서 사물을 바라봄 5. 박물관은 새로운 것을 접할 수 있는 곳
<b>문화유산 학습동기</b> 박후영, 신형덕 (2011) 이후석(2007) 손일화(2009) 황아영(2010)	5문항	1. 전시된 문화유산에 대해 이해 가능 2. 옛 선조들의 역사와 그들의 삶을 이해 3. 박물관에서 보고 느낀 것들을 지인이나 동료에게 말할 수 있음 4. 박물관에서 직접 보고자 했던 전시품을 볼 수 있었음 5. 우리나라의 대표적 유물에 대해 이해
<b>친화동기</b> 여동기, 최승담 (2003)	2문항	1. 박물관 관람은 가족, 동료들과 결속력 2. 박물관은 사람들과 대화하고 함께 함

3. 가설설정

만족도란 고객이 제공받은 모든 서비스와 경험에 관하여 그 품질과 성과를 주관적으로 지각한 후 느끼는 감정적 결과의 정도로서 고객만족도의 측정은 고객이 서비스로 인해 얻은 성과를 측정하고 그것으로 인하여 느끼게 된 고객의 잠정적 결과를 측정함으로써 가능해진다[31]. 본 논문에 있어서 이러한 서비스 품질 척도는 각각의 설문 문항 (전시교육, 편리성, 전시시설, 응답성, 신뢰성) 으로 구성되어 있다.

가설1. 서비스 품질 척도는 관람객 만족도에 유의한 영향을 미칠 것이다.

- HI-1. 전시교육은 만족도에 유의한 영향을 미칠 것이다.
- HI-2. 편리성은 만족도에 유의한 영향을 미칠 것이다.
- HI-3. 전시시설은 만족도에 유의한 영향을 미칠 것이다.
- HI-4. 응답성은 만족도에 유의한 영향을 미칠 것이다.
- HI-5. 신뢰성은 만족도에 유의한 영향을 미칠 것이다.

앞서 봤던 손일화(2009)의 연구에서는 지적동기의 경우 음의 영향을 미치는 것으로 나타났으며 이를 통해 부분적으로 방문동기가 만족도에 유의한 영향을 미친다는 사실을 입증하였다. 방문 동기 척도는 각각의 설문문항(문화유산 학습동기, 친화동기, 지적동기, 기본전환동기)의 각각의 항목으로 구성되어 있다.

- 가설2. 박물관 방문동기는 관람객 만족도에 유의한 영향을 미칠 것이다.
- H2-1. 문화유산 학습동기는 만족도에 유의한 영향을 미칠 것이다.
- H2-2. 친화동기는 만족도에 유의한 영향을 미칠 것이다.
- H2-3. 지적동기는 만족도에 유의한 영향을 미칠 것이다.
- H2-4. 기본전환동기는 관람객 만족도에 유의한 영향을 미칠 것이다.

홍경일(2005)의 연구에서는 재 구매행동(재방문의사), 상표 충성도, 그리고 구전에 의한 추천이 고객 만족도의 척도라고 하였다. Mary Jo Bitner(1990)의 연구에서는 인식된 서비스 품질이 행동의도에 영향을 미칠 것이라는 연구모형을 설정하였다.

본 연구에 있어서는 선행연구를 기반으로 만족도와 행동의도에 유의한 영향력을 갖고 있는지에 대해서 연구하고자 한다. 관람객 만족도의 척도는 각각의 설문문항으로 구성되어 있다.

- 가설3. 만족도는 행동의도에 유의한 영향을 미칠 것이다.

## IV. 실증분석

### 1. 인구통계학적 특성

설문조사를 통한 실증분석을 통하여 박물관 관람객의 만족도와 행동의도에 대해 연구하고자 하며 본 설문 조사는 2013년 7월 29일부터 2013년 8월 23일까지 설문 조사를 진행하였으며 온라인과 오프라인을 통한 설문을 실시하였다. 그 결과 230부의 설문지가 회수되었으며 최종 실증분석에 이용된 설문지는 214부의 설문지가 사용되었다. 불성실한 응답을 하였거나 설문문항이 한 문항이라도 응답되어 있지 않는 설문지의 경우에는 설문응답에서 제외시켰다. 각각의 응답자 비율로는 남자가 37.5%, 여자가 62.5%를 차지하였다. 연령대는 10대부터 50대까지 조사하였으며 10대의 경우 16.2%, 20대의 경우 24.3%, 30대의 경우 30.1%, 40대의 경우 19.3%, 50대의 경우 10.1%의 비율이었다. 직업으로는 회사원이 10.4%, 공무원이 15.2%, 전문직이 17.2%, 자영업 16.1%, 학생이 31.1%, 주부가 10.0%였다. 학력으로는 불 때는 고졸 미만이 15.9%, 고졸이 16.3, 대학 재학이 24.0%, 대학졸업이 34.6%, 대학원 재학이 6.9%, 대학원 졸업 이상이 2.3%였다. 지역적으로는 서울이 33.2%, 경기도가 35.6%, 타 시,도에 거주하는 경우가 30.8%, 기타 해외 거주민이 0.5%의 비중을 차지했다. 또한 인구통계학적인 부분은 주제에 맞게 전반적으로 고르게 분포되어 있었다.

### 2. 요인분석

다음으로 요인분석을 실시하였으며 박물관서비스품질의 측정항목의 경우 앞의 22문항 중에서 신뢰성 1문항이 삭제된 21문항으로 요인이 각각 묶였으며 각각의 요인들은 교육효과, 편리성, 전시시설, 응답성, 신뢰성으로 구성되었다. 방문동기의 경우에는 지적동기, 문화유산학습동기, 기본전환동기, 친화동기로 각 요인이 묶였으며 지적동기 1문항이 삭제되었다. 각 요인은 다음과 같이 구성되어 있다. 각 요인적재량은 0.4이상을 유의성이 있는 것으로 판단하여 사용하고자 한다[32].



표 5. 박물관 서비스 품질 요인분석

측정항목 및 요인		1	2	3	4	5
전시 교육 $\alpha$ :.788 Eigen Value :5.783	교육에 적합한 장소	.772				
	교육에 적합한 분위기	.721				
	교육내용 이해하기 용이	.692				
	내용은 체계적, 주제에 충실	.685				
편리성 $\alpha$ :.765 Eigen Value :2.085	전시 내용이 신뢰성	.514				
	교통이 편리		.849			
	전시장까지 찾아오기 편리		.805			
	운영 시간의 적절		.653			
전시 시설 $\alpha$ :.690 Eigen Value :1.713	전시 정보 어디서나 쉽게 찾을	.520				
	전시장 편의시설			.709		
	전시장 내 동선			.674		
	전시장의 규모 적절			.623		
신뢰성 $\alpha$ :.673 Eigen Value :1.680	전시장내 자료 구비 유무			.544		
	부대 시설 참여하기 편한 시간			.537		
	전시 일관적으로 진행				.738	
응답성 $\alpha$ :.706 Eigen Value :1.291	전시 예정했던 시간 지킴				.720	
	공지했던 내용대로 수행				.628	
	박물관 전시의 친근감					.710
요원들은 질문에 신속히 응답						.676
	박물관 내 전시 정보 접근 용이					.545
	박물관 내 정보에서 전달된 내용과 기존 알고 있던 내용 일치					.506

표 6. 박물관방문동기요인분석

측정항목 및 요인		1	2	3	4
기본전환 동기 $\alpha$ :.827 Eigen Value :5.501	박물관은 휴식과 기본전환	.803			
	박물관 관람 나들이	.773			
	박물관 관람 활력 제공	.700			
	박물관의 일상 탈피성	.671			
문화유산 학습동기 $\alpha$ :.815 Eigen Value :2.053	박물관 삶을 윤택하게 함	.567			
	대표 유물에 대해 이해		.797		
	선조들의 역사와 삶 이해		.757		
	전시된 문화유산 이해		.747		
지적동기 $\alpha$ :.709 Eigen Value :1.420	박물관에서 보고자 하는 것을 볼 수 있었음			.614	
	지인이나 동료에게 추천 가능		.536		
	박물관은 다른시각에서 사용을 바라볼			.817	
	박물관 새로운 것을 접하는 곳			.762	
친화동기 $\alpha$ :.749 Eigen Value :1.134	지적 호기심 충족			.576	
	박물관은 지식을 얻기 위한 곳			.482	
박물관은 사람들과 대화					.872
	박물관은 동료들과 결속력				.705

2. 확인적 요인분석

본 논문에서는 탐색적 요인 분석 후 요인별로 각각의 요인들의 관계성을 알아보기 위해 확인적 요인분석을 하고자 하며 본 논문에서 AMOS를 통해 확인적 요인의 모델의 적합도와 경로분석을 통해 본 논문의 가설의 적합성에 대해 파악하고자 한다.

표 7. 모델의 적합도 평가

CMIN/DF	GFI	IFI	CFI	RMSEA	P
2.111	.813	.867	.860	.072	.000

먼저 절대적합지수(absolute fit index) 를 살펴보면, GFI(Goodness of Fit Index)의 경우 .813이 나왔다. 1에 가까울수록 완벽한 적합사이의 값을 가진다고 하였다. RMSEA값의 경우 (Root Mean Squared Error of Approximation)값의 경우 .08이하일 경우 양호한 값으로 나온다고 하였으며 본 논문에서는 .072의 값이 나왔으므로 양호한 값으로 보았다. CMIN값의 경우 가장 대표적으로 사용되는 절대적합지수로서 사용되고 있다. 또한 유의확률이 .000이 나왔으므로 3이하일 경우에는 수용가 능한 수치라고 바라보고 있는데 본 논문에서는 2.111의 값이 나왔으므로 전반적으로 수용 가능한 수치라고 보았다. 그 다음으로 증분적합지수(Incremental fit index)를 살펴보면, IFI(Incremental Fit Index)의 경우 0.9에 가까운 수치인 .867이 나왔다. CFI(Comparative Fit Index)값의 경우 1에 가까울수록 그 적합성이 올라가며 본 논문에서 .860이 나왔으므로 수용 가능한 수준으로 나왔음을 알 수 있다. 아래의 경로계수를 기반으로 하여 가설 검증을 하고자 한다. 아래는 각 세부 가설 간 경로의 표준화 계수이다. 각 가설의 채택 유무는 CR값과 유의확률을 통해서 가설 채택유무를 파악하고자 한다.CR값은 1.965 이상일 경우 통계적으로 유의하게 나타난 것으로 보았다[33].

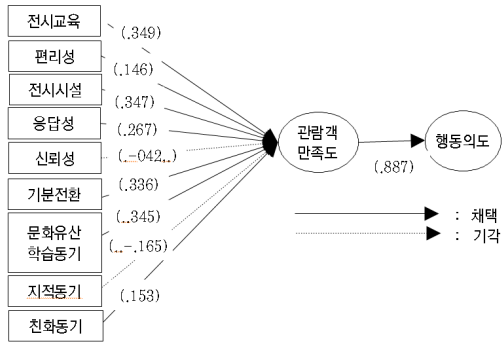


그림 3. 경로의 표준화 계수

3. 가설검증요약

본 논문에 있어서 관람객 만족도를 매개변수로 하여 만족도에 유의한 영향을 끼치는 변수에 대해 파악하고자 한다. 서비스 품질의 경우 신뢰성을 제외한 항목들이 채택되었으며 방문동기의 경우 지적동기를 제외한 항목들이 만족도에 유의한 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다. 만족도의 경우 행동의도에 유의한 영향을 미치고 있으므로 매개효과로서의 역할을 한다고 볼 수 있다. 마지막으로 AVE(평균분산추출)값에 대해 살펴보면, 표준화된 요인 부하량들의 제곱값들의 합을 표준화된 요인부하량의 제곱의 합과 오차분산의 합으로 나타내는데, 일반적으로 .5 이상이 나타나면 집중타당성이 있다고 판단되는데 본 논문에서는 기준치를 상회하고 있다.

표 8. 가설검증결과

가설	가설 경로	Estimate	S.E	CR	유의 확률	채택 유무	AVE
1-1	만족도←교육효과	.390	.085	<b>4.680</b>	***	채택	.47
1-2	만족도←편리성	.094	.035	<b>2.742</b>	.006	채택	
1-3	만족도←전시시설	.296	.081	<b>3.787</b>	***	채택	
1-4	만족도←응답성	.222	.040	<b>2.963</b>	.003	채택	
1-5	만족도←신뢰성	-.045	.079	-.943	.346	기각	
2-1	만족도←기본전환	.305	.063	<b>4.582</b>	***	채택	
2-2	만족도←문화유산 학습동기	.311	.070	<b>3.920</b>	***	채택	
2-3	만족도←지적동기	-.146	.083	-1.506	.132	기각	
2-4	만족도←친화동기	.115	.045	<b>2.665</b>	.008	채택	
3	행동의도←만족도	1.090	.154	<b>6.720</b>	***	채택	

가설 1의 경우 서비스 품질 요인이 만족도에 일부 영향을 미치는 것으로 나타났으며 응답성(CR:2.963), 교

육효과(CR:4.680), 전시시설(CR:3.787), 편리성(CR:2.742)은 만족도에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 가설1의 경우 신뢰성을 제외한 나머지 가설이 채택됨을 알 수 있다.

가설 2의 경우 박물관 방문 동기 척도를 통해 만족도에 유의한 영향을 미치는지 알아보고자 했다. 지적동기의 경우 (CR: -1.506), 으로 기각되었지만 친화동기의 경우 (CR: 2.605), 기본전환 동기의 경우 (CR: 4.582), 문화유산 학습동기의 경우 (CR: 3.520)로 채택되었다. 가설 2의 경우 지적동기의 경우에는 만족도에 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다.

가설 3은 만족도가 행동의도에 유의한 영향을 미치는지 알아보고자 하였으며 만족도의 경우 행동의도에 대해 유의한 CR값을 가지고 있음을 보여주고 있다.(CR:6.720) 그러므로 가설 3은 채택된다

V. 결론

본 연구에서는 기존 평가 척도 이론(수정된 SERVQUAL, 박물관 방문동기)을 이용하여 박물관의 서비스 품질 척도를 재구성하였으며, 이 재구성한 박물관 서비스 품질 척도와 방문동기가 관람객 만족도와 행동의도에 어떠한 영향을 미치는지에 대해 실증적으로 분석하고자 하였다.

본 논문에서는 재구성한 박물관 서비스 품질 척도와 방문동기가 각각 만족도와 행동의도에 어떠한 영향을 미치는가를 파악하기 위해 SPSS20.0을 이용한 요인분석과 AMOS를 통해 CR값과 유의확률을 파악하여 박물관 서비스 품질과 방문동기, 행동의도와 만족도간의 유의성을 살펴보고자 하였다. 그 결과 서비스 품질은 신뢰성을 제외한 항목인 교육효과, 편리성, 전시시설, 응답성이 관람객 만족도에 유의한 영향을 끼쳤음을 알 수 있으며, 그 중에서도 교육효과가 가장 유의한 영향을 끼쳤다. 방문동기의 경우, 기본전환동기와 문화유산 학습동기, 친화동기는 각각 만족도에 유의한 영향을 미치고 있으며 기본전환동기가 가장 유의한 영향을 미치고 있다는 결론을 도출하였다. 동시에 만족도는 매개효과

로 작용하여 행동의도에 유의한 영향을 미치고 있다는 결론을 통해 만족도는 매개효과로서 중요한 역할을 하고 있다는 결론을 도출하였다. 지적동기의 경우 가설이 기각되었는데 이는 박물관을 방문하는 동기가 지적인 호기심을 충족시키는 것 보다는 박물관이 휴식과 기분 전환의 목적으로 인식되고 있음을 시사하고 있다. 이를 통하여 관람객은 앞서 보았던 전시교육적인 측면뿐만 아니라 관람객의 유희, 친화의 목적으로도 방문하고 있다는 점을 보여주고 있는데, 이는 박물관의 역할 중 교육적인 부분뿐만 아니라 친화, 기분전환에 있어서도 박물관이 중요한 역할을 하고 있음을 보여주고 있다.

서비스 품질을 측정하는 척도중 하나인 SERVQUAL의 경우에는 서비스 기업이 제공하는 서비스 측정 척도이며 대부분의 서비스 기업에 사용하는 경향이 있다 [34]. 기존 연구에 있어 박물관의 서비스 품질을 측정하는데 있어 SERVQUAL척도를 많이 사용했지만, 기업의 성격을 가지고 있는 SERVQUAL 척도를 그대로 사용하는 등의 박물관의 특수성을 고려하지 못했다는 점에 있어서 한계점이 있다. 따라서 본 논문에 있어서는 박물관의 특성 중 하나이며 동시에 박물관에 있어 중요한 부분인 교육적인 부분을 고려하려 하였다는 점이 시사점이 크다.

본 논문에 있어서 방문동기와 동시에 박물관의 전체적인 서비스를 통해 관람객의 만족도를 이끌어 내는 방안을 제시했다는 점에 대해서 의의가 있다. 박물관의 방문동기를 통해 관람객의 개인적인 선택에 대해 고려하고자 하였으며, 이와 동시에 박물관의 서비스 품질을 통해 박물관이 제공하고자 하는 서비스에 대해 고려하였다. 이러한 두 부분이 서로 상호작용하여 관람객과 박물관 서비스가 동시에 작용할 때의 만족도와의 유의성을 알아보고자 했다.

이론적 시사점으로는 교육효과가 가장 만족을 이끌어냈다는 점, 동시에 박물관 관람객의 기분전환 또한 만족을 이끌어 냈다는 점이다. 각각의 CR값을 고려하였을 때 여가적인 형태로 박물관을 방문하였지만, 교육적인 효과도 필요하다는 부분이다.

실무적 시사점으로는 박물관의 고유한 기능인 교육 효과를 통하여 관람객 만족도에 대해 보다 크게 더 이

끌어내는 동시에 기분전환동기를 고려하여 재방문과 긍정적 구전효과를 이끌어내어 관람객의 유치방안에 대해 제시하는 동시에 박물관의 마케팅 방향에 대해 제시하고자 하였으며 박물관의 발전방향에 대해 제시하고자 한다.

본 논문에 있어 한계점은 관람객의 개별적인 특성에 대하여 고려하지 못했다는 점이다. 관람객의 인구통계학적 특성을 고려하지 못하여 전반적인 만족도로 이끌어 냈다는 점이다.

향후 연구에 있어서는 박물관의 고유의 서비스 품질 척도에 대하여 다양한 연구가 필요하며 동시에 관람객의 개별적인 특성까지 고려할 수 있는 척도 개발이 필요하다. 동시에 박물관 마케팅 방안에 대한 연구들을 통하여 박물관의 발전에 대하여 기대한다.

#### 참 고 문 헌

- [1] 이난영, *박물관 관리 운영의 이론과 실무 博物館學*, (주)삼화출판사, 2008.
- [2] 정익준, “박물관 관람객의 몰입 경험이 만족도에 미치는 영향 연구”, *실천민속학연구*, 제12권, 제2호, p.336, 2007.
- [3] 최중호, “우리시대의 여가문화에서 박물관 관람과 프로그램 참여”, *실천 민속학 연구*, 제12권, pp.136-137, 2009.
- [4] <http://www.law.go.kr/>
- [5] 윤병화, 이영란, *학예사를 위한 전시기획 입문*, 예문사, 2011.
- [6] Black and Graha, *The Engaging Museum, Developing Museums for Visitor Involvement*, London and NewYork: Routledge, 2005.
- [7] 원석희, *서비스품질경영 - 서비스 품질의 완벽추구*, 형설출판사, pp.54-55, 2010
- [8] Parasuraman, Zeithaml, and Berry, “SERVQUAL: A Multiple-Item Scalw for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality,” *Journal of Retailing*, Vol.64, No.1, p.23, 1988,

- [9] 권혁인, 주희엽, 이재화, “한국 미술 전시 소비자 만족을 위한 서비스 품질 측정 항목 도출”, 대한경영학회지, 제24권, 제4호, p.2352, 2011.
- [10] GrÖnrooss, “A Service Quality Model and its Marketing Implications,” *European Journal of Marketing*, Vol.18, Iss.4, pp.36-44, 1984.
- [11] 이유재, 라선아, “서비스 품질 측정 모형의 우수성 비교:SERVQUAL모형, GrÖnrooss모형, 3차원 품질 모형을 중심으로”, *Service Marketing journal*, Vol.4, No.2, 2010.
- [12] 손일화, “박물관 방문동기에 관한 척도개발”, *관광연구저널*, 제22권, 제4호, pp.323-325, 2008.
- [13] 황아영, *박물관 방문 동기와 만족도의 상관관계에 대한 연구*, 국민대학교 석사학위논문, p.9, 2010.
- [14] 고동우, *여가학의 이해*, 세림출판, p.163, 2012.
- [15] J. Neulinger, “The Psychology of leisure: Research approaches to the study of leisure, SpringfieldIII,” Charles C. Tomas.
- [16] 김미경, *도슨트와 모바일 가이드가 관람객 만족도에 미치는 영향 연구*, 고려대학교 교육대학원 석사학위논문, p.72, 2010.
- [17] 이상규, *기업주도 복합 문화공간의 서비스 품질이 방문자 태도에 미치는 영향*, 홍익대학교 대학원 석사학위논문, pp.24-25.
- [18] 정익준, “박물관 관람객의 몰입 경험이 만족도에 미치는 영향 연구”, *실천민속학연구*, 제10권, 제2호, pp.336-337, 2007.
- [19] Richard L. Oliver, “A Cognitive model of the Antecedents and consequences of satisfaction Decisions,” *journal of marketing research*, Vol.17, No.4, p.460, 1980.
- [20] 강영환, *축제 참가객의 참여 동기와 라이프스타일이 관광 행동에 미치는 영향*, 호남대학교 석사학위논문, p.3, 2011.
- [21] 노호길, *지방축제 재방문 의사에 미치는 영향: 2010 수원 화성 문화제를 중심으로*, 아주대학교 석사학위논문, 2011.
- [22] 양길승, “박물관 체험 프로그램의 서비스 품질과 체험 요인이 재방문에 미치는 영향”, *관광연구저널*, Vol.25, No.1, p.27.
- [23] 홍경일, *이벤트의 물리적 환경이 고객 만족도, 재방문의사, 구전에 미치는 영향 연구: 제주 정월 대보름 들불축제를 중심으로*, 중앙대학교 예술대학원 석사학위논문, p.35, 2005.
- [24] 김희정, 김시중, “관광지 선택 속성과 경험적 가치가 행동의도에 미치는 영향: 백제 역사유적지구를 중심으로”, *국토지리학회지*, 제46권, 제2호, p.150, 2012.
- [25] 김동석, “미술관 교육 프로그램의 요소들이 교육 효과와 학습 만족에 미치는 영향에 대한 연구-모란미술관의 청소년 대상 프로그램을 중심으로”, *예술경영연구*, 제10권, p.80, 2006.
- [26] Class fornell michael Johnson, Eugene W Anderson, Jaesung Cha, and Babera Everitt, “The American Customer Satisfaction Index: Nature Purpose and Findings,” *Journal of marketing*, Vol.60, No.4, 1996.
- [27] 손일화, “박물관 방문동기와 만족, 추천의 관계 연구:부산 박물관 방문객을 중심으로”, *관광레저연구*, Vol.21, No.2, 2009.
- [28] 김연정, *박물관 교육 프로그램의 서비스 품질 측정과 고객만족 모형 개발에 관한 연구*, 숙명여자대학교 석사학위논문, p.75, 2007.
- [29] 이후석, “문화관광 상품으로서 박물관 서비스 품질에 대한 중요도 만족도 분석-국립중앙박물관을 대상으로”, *관광연구저널*, 제22권, 제1호, p.64, 2008.
- [30] 김혜원, *박물관 서비스 품질이 고객만족과 고객 충성도 및 고객 삶의 질에 미치는 영향 연구*, 숙명여자대학교 대학원 석사학위논문, pp.38-42, 2008.
- [31] 김연정, *박물관 교육 프로그램의 서비스 품질 측정과 고객만족 모형 개발에 관한 연구*, 숙명여자대학교 석사학위논문, p.57, 2007.
- [32] 양해운, 전인오, “문화유산 관광지의 서비스 품질

질이 관광객 만족도에 미치는 영향-고궁(경복궁)의 전문성과 수정 HISTOQUAL을 중심으로-”, 한국콘텐츠학회논문지, Vol.13, No.5, 2013.

[33] 우종필, *우종필 교수의 구조방정식모델 개념과 이해*, 한나래출판사, 2012.

[34] 윤중일, 서형식, 임춘성, “모바일 서비스 고객 만족도 평가체계에 관한 연구”, 한국경영과학회/대한산업공학회 2003 춘계공동학술대회, 2003.

### 저 자 소 개

소 은 혜(Eun-Hye So)

준회원



- 2012년 2월 : 성신여자대학교 동양학과(미술학사)
- 2012년 3월 ~ 현재 : 중앙대학교 문화예술경영학과 석사과정

<관심분야> : 박물관, 마케팅

이 경 루(Kyoung-Rul Lee)

정회원



- 1992년 : 프랑스 투르대학교 예술사학과 학사
- 1993년 : 프랑스 투르대학교 예술사학과 석사
- 2000년 : 프랑스 파리 제1대학 예술사학과 박사

▪ 현재 : 중앙대학교 예술대학 사진학과부교수

<관심분야> : 사진예술론