

국공립 박물관과 사립 박물관의 박물관 방문 만족도 결정요인 비교

A comparison of the visitors' satisfaction determinants in public and private museum

임지은·최형민**

Lim, Jee-eun · Choi, Hyung-min

Abstract

The purpose of this study is to clarify the difference in the influence of museum visitors' satisfaction determinants on satisfaction between the public museums and private museums. Therefore, 146 public museum visitors and 160 private museum visitors were surveyed at five museums in Jeonju, Jeollabuk-do. As a result, there was a significant difference in the influence of museum visitors' satisfaction determinants on satisfaction between the public museums and private museums. Visitors of the public museum were more satisfied with the museum as they were satisfied with the 'exhibits' and 'appreciation facility'. However, visitors of the private museum were more satisfied with the museum as they were satisfied with the 'exhibits', 'convenience and facilities'. This study suggests that difference due to museums' ownership would be reflected in future museum marketing strategies and museum operation policies.

주제어 : 박물관(museum), 국공립 박물관(public museum), 사립 박물관(private museum), Chow-test, 박물관 만족도(museum satisfaction), 박물관 서비스 품질(museum service quality)

* 세종대학교 관광산업연구소 연구원, e-mail: jelim@sejong.ac.kr

** 영산대학교 외식경영학과 조교수, e-mail: hmchoi@ysu.ac.kr

I. 서 론

역사·문화·예술 시설은 중요한 관광자원이며 따라서 박물관은 관광학 연구들이 지속적으로 연구한 분야이다(Goulding, 2000; Liu, 2008; Pekarik, 2007). 2021년 국내 등록박물관은 900개(국공립 437개, 사립 358개, 대학 105개)에 달하며, 지속적으로 증가하고 있다(문화체육관광부, 2021). 박물관은 관광목적지의 역사적·문화적·예술적 특수성을 대변하기 때문에 관광객들이 거주지에서의 일상에서 접하지 못하던 색다른 문화를 누리기 위해서 관광지의 박물관을 방문하게 되며, 박물관의 방문객 대상 교육과 체험 프로그램은 관광자원의 역할을 수행한다(Seung & Chen, 2012). 이로 인하여 관광학자들도 박물관의 문화재 관광자원으로써 경제적 가치를 평가해왔다(Siu, Zhang, Dong, & Kwan, 2013).

박물관은 여러 면에서 복합적 특성의 관광 상품 이다. 일반적으로 관광자원은 관광객이라는 수요를 창출하고 그에 따른 관광수익을 전제로 가치를 가지며, 관광자원으로써의 박물관 역시 방문수요와 방문수익을 전제로 운영한다는 점은 유사하다. 하지만 박물관이 소유하고 있는 상품인 문화재, 예술 작품 등은 공공재이고 수요와 수익이 발생하지 않는 경우에도 보존하고 보호해야할 가치가 있다. 즉, 박물관은 문화유산을 수집·보존·전시하고 방문객에게 교육 및 체험의 재료를 제공해야하는데(류귀진·홍무궁·권혁인, 2016), 이것은 관광자원으로써 이윤 창출을 목적으로 하면서도 공익을 추구해야한다는 의미이다. 관광객 역시 일반적으로 박물관 전시물의 공공적 가치에 관심을 갖고 방문하면서도 동시에 박물관 프로그램과 시설로부터 지불한 입장료에 대한 즐거움과 혜택을 기대한다.

위와 같은 박물관의 복합적 상품 특성을 고려하여 경영하는 방식에는 박물관의 운영 주체에 따라 차이가 있을 수 있다. 사립 박물관은 전시품 구입·보관·대여에 따른 비용과 인건비, 운영비 등 이상의 수익을 창출해야하지만, 국공립 박물관은 공적 자금에 의한 유지가 가능하다. 실제로 이러한 차이로 인하여 사립 박물관은 심각한 운영난을 겪기도 한다(김미남, 2015). 이윤 추구가 중요한 시점에도 보관하고 있는 문화예술품 자료의 규모와 가치를 조절할 수 있는 것이 아니기 때문에 유연한 경영 정책을 실행할 수 없기 때문이다. 이러한 문화예술시설의 운영 주체로 인한 경영 성과는 차이가 있다는 주장(서희석·류지원, 2012)에 근거한다면, 학술적으로 역시 운영 주체의 차이가 박물관의 방문객에게도 다르게 인식되는지에 대하여 연구할 필요가 있다.

따라서 본 연구는 박물관 방문객의 만족도에 미치는 결정요인이 박물관의 운영 주체 구조에 따라 차이가 있는지 밝힘으로써 국공립 박물관과 사립 박물관의 차별적 마케팅에 제언하고자 한다.

II. 이론적 고찰

1. 박물관의 방문 만족도 결정요인에 관한 선행연구

박물관 방문객의 만족도를 결정하는 요인에는 서비스 품질이 큰 비중을 차지한다. 관광 및 환대산업 분야의 연구에서 고객의 만족도를 결정하게 하는 요인을 밝히기 위한 서비스 품질에 대한 연구는 지속적으로 이어졌다. 특히 서비스 품질을 측정하는 도구로써 SERVQUAL은 유형성, 신뢰성, 대응성, 보증성, 공감성의 다섯 가지 척도로 구성되며(Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1988), 마리나 관광(Saria, Bulutb, & Pinar, 2016), 의료 관광(Gholami, Jabbari, Kavosi, & Gholami, 2016) 등을 포함한 다양한 환대산업 연구에 적용되었다. 뿐만 아니라, 박물관 방문객의 만족도를 제고하기 위한 연구(문창현·정성미, 2009; 소은혜·이경률, 2014; 양길승, 2011; Nowacki, 2005)에서도 SERVQUAL은 서비스 품질을 측정하기 위해 수정 및 적용되고 있다.

이와 더불어 문화예술자원의 운영 효율성과 경영학적 관점의 연구가 많아지면서 박물관에 더욱 적합한 서비스 측정도구를 적용하려는 노력도 이어졌다. 류귀진·홍무궁·권혁인(2016)은 박물관 서비스 만족도에 영향을 미치는 요인을 밝히면서 Brady and Cronin(2001)에 의해 개발된 물리적 환경 품질, 상호작용 품질, 결과 품질의 3차원 모형을 채택하였다. 또한 Fotakis and Economides(2008)은 박물관 품질을 측정하기 위하여 MuseumQual을 개발하였으며, 이는 특히 가상박물관을 평가하기 위한 척도들이 포함되어 있다(변현수·강미라, 2014). 이와 더불어 박물관의 디지털 콘텐츠가 중요해짐에 따라 최근에는 전자 콘텐츠를 평가하는 항목을 도입하여 방문객의 만족도를 측정하기도 하였다(박동진·김진경, 2020; 최광식·남윤재, 2022). 본 연구는 박물관의 운영 효율성과 발전을 위한 선행연구들이 서비스 품질을 유용한 척도로 활용하고 있음을 확인하였고, 이에 근거하여 서비스 품질 측정 도구는 박물관 방문객이 만족도 결정요인으로 적합하다고 보았다.

이러한 선행연구들을 바탕으로 본 연구는 이와 같은 가설을 설정하였다.

연구 가설 1: 박물관 방문객의 만족도 결정요인은 박물관 방문 만족도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

1-1: 국공립 박물관 방문객의 만족도 결정요인은 박물관 방문 만족도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

1-2: 사립 박물관 방문객의 만족도 결정요인은 박물관 방문 만족도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

2. 관광 산업과 문화예술시설의 복합성에 관한 선행연구

관광 목적지를 개발하고 운영하는데 있어서는 정책적으로 공공 부문과 민간 부문의 투자가 조화를 이루어야하기 때문에 관광 산업의 혼합적 특수성에 대한 연구가 이루어졌다. Andersson and Getz(2009)는 특히 관광 정책과 개발에서 공공, 민간 및 비영리 부문 간의 협력과 파트너 십의 중요성을 평가했다. 이와 더불어 선행연구는 지역 관광에 있어서 민관 협력 과정에 대한 실증적 연구가 수행되었고(Zapata & Hall, 2012), 관광 파트너 십에 있어서 중요한 성공 요인과 효과 및 효율성을 파악하였다(Augustyn & Knowles, 2000). 관광지에서 성공적으로 관광 개발하기 위해서는 민관이 정책을 공유하고 예측하는 것이 매우 중요하다(Dredge, 2006)는 주장도 있다. 선행 연구들은 관광 산업에 있어서 공공의 역할과 민간적 투자가 작용하는 복합적 상황에 대해서 인식하고 관광 정책에 제언해왔으며, 이는 관광지를 개발하는데 의미가 크다 하겠다. 그러나 여러 관광자원이 존재하는 관광지 개발과 한 종류의 관광자원이 가진 복합적 경제 가치를 고려하는 것은 다른 문제이기 때문에, 관광자원이으로써 공익성과 이윤 추구 목적을 동시에 가지는 박물관에 대한 본 연구에서는 한 종류의 기업을 운영 주체에 따라 비교한 선행연구들을 살펴볼 필요가 있다.

경제학은 공공시설을 비영리 목적으로, 개인이나 집단의 투자를 기반으로 하는 민간 시설을 영리 목적으로 보며, 이에 대한 차이를 연구해왔다. Hansmann(1980)은 비영리 기업의 경우에 이윤과 관계없이 소비자에게 재화와 용역을 제공하는 상황에 적합하다고 하였다. 또한 Throsby and Withers(1979)는 비영리 기업이 이윤보다 더 낮은 가격과 높은 생산 수준에서 활동한다고 주장하였다. 이와 같이 공익성에 부응하는 공영 시설에 대한 장점이 논의되었지만, 공직자로 선출된 조직은 민영 조직보다 보상이 적을 것이고(Benz & Frey, 2007), 이로 인하여 관리 수준이 저하되며(Eldenbug & Krishnan, 2003), 같은 종류의 기업에서 민영의 경우 더 높은 성과를 이룬다(Adler & Yu, 2006)고 보기도 한다.

특히 문화예술시설에 있어서 운영 주체의 장·단점은 분명하게 비교된다. 공공시설

은 지출을 최소화하여 문화와 여가를 즐기고자 하는 방문객들에게 기여할 수 있다 (이은미·정영기, 2010). 그러나 형평성 향상에 무게를 두고, 관료적인 행정 처리가 발생할 수 있으며, 담당자의 교체가 잦아 전문성을 확보하기 어려운 등의 문제점도 있다(서희석·류지원, 2012). 본 연구는 이러한 선행연구들의 결과에 근거하여, 문화예술시설의 운영 주체에 따라 운영 의사결정에 구별되는 차이점이 있다고 본다. 또한 박물관 방문객의 만족도에 영향을 미치는 결정요인도 박물관의 운영 주체에 따라 차이가 있을 것이라 사료된다.

이러한 선행연구들을 바탕으로 본 연구는 이와 같은 가설을 설정하였다.

연구 가설 2: 국공립 박물관 방문객의 만족도 결정요인이 박물관 방문 만족도에 미치는 영향력과 사립 박물관 방문객의 만족도 결정요인이 박물관 방문 만족도에 미치는 영향력은 유의한 차이가 있을 것이다.

III. 조사설계

1. 연구 대상지 선정

본 연구는 박물관 서비스 품질이 방문객 만족도에 미치는 영향력에 있어서 국공립 박물관과 사립 박물관 간 차이를 검증하고자 하였다. 이러한 연구 목적을 달성하기 위하여 연구 대상지는 전라북도 전주시로 설정하였다. 전주시는 지난 수십 년간 대한민국의 대표적인 전통문화 관광도시로 발전하였다. 전주시에는 총 298,260m²에 걸쳐 700여개의 한옥이 보존되어있는 전주한옥마을이 있어 이를 기반으로 다양한 문화예술시설, 행사, 프로그램 등이 전통적 관광자원을 기대하는 방문객들을 대상으로 운영되고 있다(전주시청, 2022). 전주시의 대표적인 문화관광자원으로 30여개의 문화시설이 등록되어 있으며, 이중 본 연구의 대상인 박물관은 20개로 국공립과 사립이 모두 속해있다. 이와 같이 전주시는 한정된 지역에 비슷한 규모의 운영주체별 박물관이 공존하는 지역이며, 운영주체별 박물관 방문객 또한 전주시 관광객으로 동일한 모집단을 가지기 때문에 본 연구의 목적인 운영주체별 만족도 결정요인 비교에 연구 대상지로서 적합하다고 사료된다.

본 연구는 전라북도 전주시라는 범위 내에 운영 주체별 박물관이 밀집해있는 조건을 고려하여 총 5개의 박물관을 연구 대상지로 선정하였다. 국공립 박물관은 우선

전수이의 대표적 국립 시설인 국립전주박물관을 선정하였다. 다음으로 공립 시설로 전주시에서 직영하고 있는 박물관인 전주역사박물관을 선정하였다. 사립 박물관은 강암서예원, 전주한지박물관, 전주한방문화센터가 해당하며, 강암서예원은 1995년 서예가 손강남이 설립하여 한국 서예 작품의 체계적인 보존과 학술적 홍보 등을 위하여 한국서예재단이 운영하고 있다(강남서예관, 2022). 전주한지박물관은 전주 제지업체가 한국 전통 종이의 우수성을 알리고 교육 및 체험을 제공하기 위하여 기업에서 운영하고 있으며(전주한지박물관, 2022), 전주한방문화센터는 우석대학교 부설 시설로 설립 및 운영되고 있다(전주한방문화센터, 2022).

2. 측정 도구

박물관 방문객의 만족도 결정요인으로써 서비스 품질 측정 도구를 활용한 선행연구들 가운데, 특히 Nowacki(2005)의 연구는 박물관을 관광 상품으로써 평가하기 위하여 SERVQUAL을 사용하였다. PZB의 유형성(Tangibles), 신뢰성(Reliability), 대응성(Responsiveness), 보증성(Assurance), 공감성(Empathy)를 기반으로 박물관에 해당하는 36개 요소를 선정하여 설문 하였고, 이는 명소의 주변환경(건물 외관, 주차장, 노약자 장애인을 위한 접근 편의성 등), 안내소(직원 친절성, 세심한 정보 제공, 정보 접근성, 정보 전산화, 위험 경고 등), 판매(기념품 매력, 안내책자 가격 등), 전시물(배치, 관람순서, 역사적 가치, 어린이 흥미 유도 등), 식음료(메뉴, 서비스, 청결 등), 화장실(청결성 등), 일반 인상(인근 관광 명소 등)의 7개 영역으로 구분하고 있다. 본 연구에서는 Nowacki(2005) 선행연구의 척도가 특히 박물관을 표적으로 세부 요소들을 선정하고 있는 만큼 본 연구의 박물관 방문객 만족도 결정요인 척도로 적절한 참고자료라 판단하였다. 따라서 위 선행연구에 근거하여 측정 도구를 구성하였다.

분석을 위한 자료는 인구통계적 특성, 박물관 방문 행동 특성, 방문 만족도 결정요인, 만족도의 네 부분으로 구성하였다. 또한 전주시 박물관 방문객의 만족도 결정요인을 측정하기 위한 도구는 앞서 살펴본 Nowacki(2005)의 박물관 서비스품질을 측정한 선행연구를 참고하여 총 24문항으로 구성하였고, 분석에는 내적일관성을 저하시키는 것으로 나타난 3개 문항을 제외한 21개 문항을 사용하였다.

3. 표본, 자료 수집 및 분석방법

본 연구는 전주시의 5개 박물관 방문객을 대상으로 현장에서 설문지를 배포 및 수거하여 자료를 수집하였다. 응답자가 전주시 관광 일정에 따라 여러 박물관에 중

복 방문할 가능성이 있기 때문에 각 조사 대상 박물관의 출구마다 설문을 받기 위한 자리를 설치하여 지금 막 관람한 박물관에 대해서만 응답하도록 설명한 후 응답하도록 하였다. 또한 본 연구는 지역 주민의 여가 증진이 아닌 관광자원으로써 박물관의 마케팅 정책에 제언하고자 하는 목적으로 수행되었으므로, 전주 시민은 조사 대상에서 배제하였다. 분석에 사용한 자료는 총 306개로 국공립 박물관에서 수집한 설문지 146부(47.7%)와 사립 박물관에서 수집한 설문지 160부(52.3%)를 포함하였다.

본 연구의 수집된 자료는 표본의 일반적인 특성을 알아보기 위하여 빈도분석을 실시하였으며, 측정도구 각 항목의 신뢰성과 타당성을 알아보기 위하여 신뢰도 분석 및 탐색적 요인분석을 실시하였다. 또한 만족도 결정요인이 만족도에 미치는 영향력을 알아보기 위하여 다중회귀분석을 실시하였고, 국공립 및 사립 방문객의 집단 간 차이를 검정하기 위하여 Chow-test를 실시하였다.

IV. 실증분석

1. 조사 표본의 특성

본 연구의 표본은 총 306명이며, 이들의 일반적인 특성을 성별, 연령, 학력, 거주지, 월평균 수입으로 나누어 빈도분석을 실시한 결과는 <표 1>과 같다. 성별의 경우 남성 166명(54.2%), 여성 140명(45.8%)으로 비슷한 비율이었고, 연령은 31-40세 96명(31.4%)과 41-50세 90명(29.4%)의 비중이 높았다. 학력은 대학교 졸업자가 227명(74.2%)가 가장 많이 있었으며, 거주지는 수도권 95명(31.0%), 전라도 121명(39.5%) 높은 비율로 나타났다. 또한 월평균 수입의 경우는 고른 분포를 보였다.

<표 1> 표본의 인구통계적 특성(N=306)

구 분	내 용	빈도(명)	비율(%)	구 분	내 용	빈도(명)	비율(%)
성 별	남자	166	54.2	거주지	수도권	95	31.0
	여자	140	45.8		강원도	3	1.0
연 령	20세 이하	20	6.5		충청도	59	19.3
	21-30세	47	24.2		전라도	121	39.5
	31-40세	96	31.4		경상도	23	7.5
	41-50세	90	29.4		제주도	5	1.7
	51세 이상	26	8.5	월평균 수 입	100만원 이하	30	9.8
학 력	고등학교졸업	40	13.1		101-200만원	50	16.3
	대학교졸업	227	74.2		201-300만원	53	17.3
	대학원졸업	39	12.7		301-400만원	59	19.3
					401-500만원	42	13.7
					501만원 이상	72	23.5

본 연구는 조사 대상들의 박물관 방문 행동에서 나타나는 특성에 대해서도 알아보고 빈도분석을 실시하였으며 그 결과는 <표 2>와 같다. 박물관을 방문한 목적에 있어 관광 및 여가로 답한 표본은 236명(77.1%), 학술적 탐구로 답한 표본은 70명(22.9%)로 전주시 박물관 방문객은 관광 및 여가 목적의 방문객 비율이 매우 높았다. 또한 연평균 박물관 방문 횟수에 대하여 1-2회가 106명(34.6%), 3-5회가 127명(41.5%)으로 나타나 높은 비중을 차지하였다.

<표 2> 표본의 박물관 방문 행동 특성(N=306)

구 분	내 용	빈도(명)	비율(%)	구 분	내 용	빈도(명)	비율(%)
박물관 운영주체	국공립 박물관	146	47.7	연평균 박물관 방문횟수	1회 이하	7	2.3
	사립 박물관	160	52.3		1-2회	106	34.6
방문목적	관광 및 여가	236	77.1		3-5회	127	41.5
	학술적 탐구	70	22.9		6-10회	50	16.3
					11회 이상	16	5.2

2. 변수의 신뢰도 및 타당성 검증

측정변수의 타당성 및 신뢰도 검증을 위해 요인분석의 주성분분석(PCA: Principal Component Analysis), 베리맥스(Varimax)회전을 사용하였다. 요인추출 과정에 있어서는 고유값(Eigenvalue)이 1보다 큰 것을 요인화 하였으며, 요인들이 내

적 일관성을 갖고 있는지를 알아보기 위하여 Cronbach's α 값을 제시하였다.

박물관 방문객의 만족도 결정요인에 대한 신뢰도 분석 및 탐색적 요인분석을 실시한 결과는 <표 3>과 같다. KMO 값은 .891로 1에 가깝게 나타났으며, Bartlett의 구형성 검정은 3068.10(df=210)으로 유의수준 .01에서 유의하게 나타났다. 21개 문항에 대한 요인은 전체 분산 설명력 65.835%로 총 5개가 도출되었으며 가장 설명력이 큰 요인은 '편의와 시설'이었고, 다음으로 '전시물', '무형 서비스', '관람 환경', '외부 환경'의 순으로 나타났다.

<표 3> 박물관 방문객 만족도 결정요인의 요인분석

요인명 ab	요인 변수	요인적재량 c
요인 1 편의와 시설 ($\alpha = 0.848$; 14.966%)	시설의 청결성	.511
	노약자 및 장애인 시설	.600
	편리한 주차장	.743
	다양한 행사	.769
	매력적인 기념품 판매	.538
	어린이 체험 프로그램	.785
요인 2 전시물 ($\alpha = 0.742$; 14.657%)	전시물의 역사문화적 가치	.751
	전시물의 다양성	.817
	전시물의 교육적 가치	.795
	전시물의 사회적 이슈	.715
	전시물의 공익성	.563
요인 3 무형 서비스 ($\alpha = 0.850$; 14.218%)	금지 및 위험에 대한 경고 안내	.658
	직원의 친절성	.839
	직원의 적절한 복장과 태도	.834
	전문적 지식과 정보 제공	.615
요인 4 관람 환경 ($\alpha = 0.676$; 11.595%)	적절한 조명	.622
	예매 및 발권	.849
	관람 안내 및 표지판	.700
	전시물 정보전달을 위한 적절한 수단	.556
요인 5 외부 환경 ($\alpha = 0.848$; 9.948%)	건물의 외관	.653
	주변의 관광명소	.682

a: Varimax 회전 후 아이젠 값이 1이 넘는 요인들을 추출함

b: 전체설명분산의 누적계수는 65.385%임

c: 요인적재량이 0.5이상인 값을 나타냄

박물관 방문객의 만족도에 대한 신뢰도 분석 및 탐색적 요인분석을 실시한 결과는 <표 4>와 같다. KMO 값은 .729로 나타났으며, Bartlett의 구형성 검정은 506.359(df=3)로 유의수준 .01에서 유의하게 나타났다. 전체 분산 설명력 80.897%로 요인 1개가 도출되었다.

<표 4> 만족도의 요인분석

요인명 ab	요인 변수	요인적재량 c
요인 1	전반적 만족도	.903
만족도	추천 의사	.922
($\alpha = 0.882$; 80.897%)	재방문 의도	.873

a: Varimax 회전 후 아이겐 값이 1이 넘는 요인들을 추출함

b: 전체설명분산의 누적계수는 65.385%임

c: 요인적재량이 0.5이상인 값을 나타냄

3. 연구 가설 1의 검증

본 연구에서는 국공립 박물관과 사립 박물관 각각의 방문객 만족도 결정요인이 만족도에 미치는 영향력을 검증하기 위하여 다중회귀분석을 실시하였다.

<표 5> 연구 가설 1-1 검증을 위한 다중회귀분석(종속변수: 만족도)

독립변수	비표준화 계수		표준화 계수	t	VIF	F	R	R ²	Adj-R ²
	Beta	S.E.	Beta						
상수	.352	.362		.973		15.061**	.591	.350	.327
편의와 시설	.023	.094	.021	.243	1.571				
전시물	.358	.100	.290	3.569**	1.419				
무형 서비스	.121	.109	.104	1.113	1.885				
관람 환경	.248	.091	.215	2.717**	1.343				
외부 환경	.142	.087	.149	1.629	1.795				

Durbin-Watson=1.755, **: $p < .01$

국공립 박물관 방문객의 경우 <표 5>에 제시하였듯이, 분산설명력이 유의수준 .01에서 15.061로 나타나 통계적으로 유의한 회귀 모형이 검증되었으며, Durbin-Watson 통계량이 1.755로 2에 수렴하고 있어 잔차의 독립성이 확인되었다. 또한 만족도 결정요인 중 ‘전시물’ 요인과 ‘관람 환경’ 요인이 유의수준 .01에서 만족도에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉, 본 연구의 회귀분석 결과, 국공립 박물관의 방문객은 전시물의 역사문화적 가치, 전시물의 다양성, 전시물의 교육적 가치, 전시물의 사회적 이슈, 전시물의 공공성에 만족할수록 박물관 방문에 만족하고 있으며, 적절한 조명, 예매 및 발권 과정, 관람 안내 및 표지판, 전시물 정보 전달을 위한 적절한 수단들의 만족도 결정요인에 만족할수록 박물관 방문에 만족하는 것으로 검증되었다.

<표 6> 연구 가설 1-2 검증을 위한 다중회귀분석(종속변수: 만족도)

독립변수	비표준화 계수		표준화 계수	t	VIF	F	R	R ²	Adj-R ²
	Beta	S.E.	Beta						
상수	.687	.337		2.040					
편의와 시설	.326	.079	.351	4.132**	1.880	21.290**	.639	.409	.390
전시물	.418	.090	.346	4.642**	1.443				
무형 서비스	.152	.088	.145	1.735	1.831				
관람 환경	-.120	.079	-.122	-1.513	1.705				
외부 환경	.082	.063	.092	1.291	1.336				

Durbin-Watson=1.725, **: p<.01

사립 박물관 방문객의 결과는 <표 6>에 제시하였다. 분산설명력은 유의수준 .01에서 21.290으로 나타나 통계적으로 유의한 회귀 모형이 검증되었고, Durbin-Watson 통계량이 1.725로 2에 수렴하고 있어 잔차의 독립성이 확인되었다. 또한 만족도 결정요인 중 ‘편의와 시설’ 요인과 ‘전시물’ 요인이 유의수준 .01에서 만족도에 정(+)의 영향을 미치며 나머지 결정요인들은 만족도에 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 즉, 본 연구의 회귀분석 결과, 사립 박물관의 방문객은 시설의 청결성, 노약자 및 장애인 시설, 편리한 주차장, 다양한 행사, 매력적인 기념품 판매, 어린이 체험 프로그램 등과 전시물의 역사문화적 가치, 전시물의 다양성, 전시물의 교육적 가치, 전시물의 사회적 이슈, 전시물의 공익성 등에 만족할수록 박물관 방문에 만족하는 것으로 검증되었다.

4. 연구 가설 2의 검증

본 연구에서는 국공립 박물관과 사립 박물관의 방문객 만족도에 영향을 미치는 만족도 결정요인에 차이가 있다고 보고 이를 검증하기 위하여 Chow-test를 실시하였다. Chow-test는 일반적으로 회귀선의 기울기를 비교하여 동일한 종속변수에 대해 각 변수의 영향력에서 차이가 있는가를 알아보는 방법으로 Chow-test를 이용하여 계산하는 확률변수 F는 자유도가 df인 F분포를 따르며, F값이 df(K+1, N1+N2-2K)인 F분포의 표준 값보다 큰 경우에 집단 간 회귀선에 유의한 차이가 있다고 본다(Chow, 1960). 본 연구에서 사용한 식은 다음과 같다.

$$F = \frac{\frac{S_c - (S_1 + S_2)}{K+1}}{\frac{S_1 + S_2}{(N_1 + N_2) - 2(K+1)}}$$

S_c = 전체집합의 잔차 제곱합
 S_1 = 집단1의 잔차 제곱합
 S_2 = 집단2의 잔차 제곱합
 K = 회귀 직선 중 독립변수의 수
 N_1 = 집단1의 표본 수
 N_2 = 집단2의 표본 수

<표 7> 연구 가설 2 검증을 위한 Chow-test 결과

비교 집단	계산된 F	유의수준	기준 F F(6, +∞)	가설검증 결과
국공립 박물관 방문객과 사립 박물관 방문객	2.508	1%	2.8	기각
		5%	2.1	채택

본 연구의 계산된 F값은 2.508로 기준인 F(6, +∞)값이 유의수준 .01에서 2.8, 유의수준 .05에서 2.1인 것에 비교하여 2.1보다 크기 때문에, 집단 간 회귀선은 유의수준 .05에서 유의한 차이가 있다고 볼 수 있다. 따라서 국공립 박물관 방문객의 만족도 결정요인이 방문 만족도에 미치는 영향력과 사립 박물관 방문객의 만족도 결정요인이 방문 만족도에 미치는 영향력은 차이가 있다는 가설은 유의수준 5%에서 검증되었다.

V. 결론

본 연구는 박물관 방문객의 만족도에 미치는 결정요인이 박물관의 운영 주체 구조에 따라 차이가 있는지 밝힘으로써 국공립 박물관과 사립 박물관의 차별적 마케팅에 제안하고자 하는 목적으로 수행하였다. 연구 목적에 따라 수립한 연구 가설을 검증하고자 회귀분석을 실시한 결과, 국공립 박물관 방문객의 만족도 결정요인은 박물관 방문 만족도에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 연구 가설 1-1과 사립 박물관 방문객의 만족도 결정요인은 박물관 방문 만족도에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 연구 가설 1-2는 부분채택 되었다. 또한 두 회귀 모형의 차이를 증명하기 위한

Chow=test 결과, 국공립 박물관 방문객의 만족도 결정요인이 박물관 방문 만족도에 미치는 영향력과 사립 박물관 방문객의 만족도 결정요인이 박물관 방문 만족도에 미치는 영향력은 유의한 차이가 있을 것이라는 연구 가설 2는 채택되었다.

연구 가설에서 검증된 두 회귀 모형의 차이를 전제로 각 모형의 부분채택 요인을 해석하면 다음과 같다. 첫째, 국공립 박물관과 사립 박물관 방문객의 만족도에는 ‘전시물’ 요인이 모두 긍정적 영향을 미쳤다. 즉 전시물의 역사문화적 가치, 전시물의 다양성, 전시물의 교육적 가치, 전시물의 사회적 이슈, 전시물의 공익성은 운영 주체와 관계없이 박물관 만족도를 높이기 위한 중요한 결정요인이라는 것을 알 수 있다. 둘째, ‘편의와 시설’ 요인은 사립 박물관에서만 만족도에 영향을 주는 결정요인으로 밝혀졌다. 국공립 박물관 방문객의 만족도에는 시설의 청결성, 노약자 및 장애인을 위한 시설, 편리한 주차장, 다양한 행사, 매력적인 기념품, 어린이 체험 프로그램 등에 영향을 주지 않았다. 셋째, ‘관람 환경’ 요인은 국공립 박물관의 방문객 만족도에만 영향을 미쳤다. 적절한 조명, 예매 및 발권, 관람 안내 및 표지판, 전시물 정보전달을 위한 적절한 수단은 사립 박물관 방문객에게 만족도 결정요인으로 작용하지 않았다. 넷째, ‘무형 서비스’와 ‘외부 환경’ 요인은 모든 박물관 방문객의 만족도에 영향을 미치지 않았다.

연구 결과에 따라 박물관 운영에 대해 참고할 수 있는 사항들은 다음과 같다. 우선 국공립 박물관은 ‘편의와 시설’ 면에서 방문객의 만족도를 높이기 위해 개선점을 파악해야한다. Eldenburg and Krishnan(2003)는 공적 자금과 인력에 의해 운영하기 때문에 공영 시설의 관리 수준이 민영 시설에 비하여 저하된다고 주장한 바 있고, 서희석과 류지원(2012)도 공영 시설은 관료적 운영이 있을 수 있다고 하였다. 본 연구의 방문객 만족도 결정요인 중 노약자와 장애인을 위한 시설이나 어린이 체험 프로그램, 매력적인 기념품 등과 같은 요인이 국공립 박물관 방문객의 만족도에 영향을 미치지 않은 점은 위 선행연구와 맥락을 같이 하여 해석할 수 있다. 국공립 박물관은 방문객의 기대와 사회적 이슈에 민감하게 반응하여 시설 또는 프로그램에 반영하고 끊임없는 변화를 시도하고 있다는 점을 피력할 필요가 있다. 다음으로 사립 박물관의 경우 ‘관람 환경’을 개선하기 위한 정책적 지원을 고려해야한다. 앞서 고찰한 민영 박물관의 자금난으로 인한 문제점을 주장한 선행연구(김미남, 2015)에 따라 본 연구의 ‘관람 환경’ 요인이 사립 박물관 방문객의 만족도에 영향을 미치지 않는다는 결과를 해석한다면, 사립 박물관의 전시물 조명 등 시설과 발권 및 예매 시스템, 전시물 정보전달을 위한 수단 등에 대한 투자가 원활하지 않은 현실에서 원인을 찾을 수 있다. 즉, 사립 박물관의 존립을 위해서는 박물관 자체의 방문객 입장료 수익이 아닌 정책적 지원을 통한 공적 자금 투입이 필요하고, 이를 이용하여 체계적인

홍보, 예매, 도슨트 서비스, 효과적 조명 시설 등을 개선해야 한다.

본 연구는 여가 산업의 운영 주체에 따라 차별적 마케팅 전략방안 수립이 필요하다는 관점에서 연구 범위를 확장하였다. 박물관은 보유하고 있는 전시물이라는 상품의 성격에 따라 박물관 자체의 성격도 규정되는 경향이 강하다. 따라서 역사적 전시물 또는 애니메이션 등의 시기에 민감한 유행성 전시물 등이 관광객의 방문 목적에 영향을 주고 이에 따라 마케팅 방안을 수립할 수 있다. 그러나 본 연구 결과를 반영하여 박물관의 운영 주체에 따라 박물관 서비스도 공공성과 투자 수익성이 작용할 수 있다는 점을 감안하여 국공립 박물관과 사립 박물관이 각각 지향점을 점검하고 장기적인 전략을 수립할 수 있을 것이다.

본 연구는 운영 주체에 따른 박물관 방문객 만족도의 결정요인에 차이가 있다는 것을 밝혔으나, 방문객이 박물관을 방문하기 이전에 가진 운영 주체별 인식의 차이를 반영하지 못하였다. 방문객의 방문 전 기대요인은 국공립 박물관을 방문하는 경우 사립 보다는 공익성의 가치를 기대할 수도 있고, 사립 박물관을 방문하는 경우 국공립에서 보다 더 친절하고 전문적인 인적 서비스와 세심한 체험 시설을 기대할 수도 있다. 향후 연구에서는 운영 주체에 따라 박물관 방문객의 기대요인과 방문 후의 만족도 요인을 비교하여 더욱 구체적인 제언을 할 수 있을 것이다. 또한, 운영주체의 차이로 인한 방문객의 만족도 결정요인 차이를 정확하게 측정하기 위해서는 전시물, 체험 프로그램, 시설, 인적자원 등 연구 대상 박물관의 여러 구성 요소가 유사하다는 가정이 필요하다. 하지만 본 연구는 연구자의 편의적 판단으로 유사한 조건인 박물관들을 연구 대상으로 선택하여 진행한 점이 아쉬우며, 향후에는 검증된 자료를 바탕으로 비교 조건인 운영주체 이외 요인들을 사전 통제하여 더욱 의미 있는 연구가 진행되기를 기대한다.

참고문헌

-
- 강암서예관. Retrieved May 30, 2022 from http://www.gangamseoye.com/main_sub.html?mTop=92100
- 강해중(2001). 사립박물관의 문제점과 운영 개선안. *박물관학보*, -(4), 90-93.
- 김미남(2015). 사립박물관의 교육프로그램 개발과 운영의 현실과 과제. *미술과 교육*, 16(4), 77-104.
- 류귀진·홍무궁·권혁인(2016). 박물관 서비스 만족도에 영향을 미치는 3차원 서비스품질 모형 적용 연구. *경영교육연구*, 31(4), 361-380.
- 문창현·정성미(2009). 박물관 관광 서비스품질의 관람객 만족도에 관한 연구:history

- museum과 art museum과의 비교 분석을 중심으로. *지역사회연구*, 17(1), 3-27.
- 문화체육관광부. 2021 전국 문화기반시설 총람. Retrieved May 30, 2022 from https://www.mcst.go.kr/kor/s_policy/dept/deptView.jsp?pDataCD=0417000000&pSeq=1563
- 박동진·김진경(2020). 박물관 디지털 콘텐츠 품질 평가 모형에 관한 연구. *기업경영리뷰*, 11(4), 233-246.
- 변현수, 강미라(2014). 관광자원으로서의 국내외 가상박물관 서비스 품질의 구축 및 평가. *서비스경영학회지*, 15(5), 277-293.
- 서희석·류지원(2012). 문화예술회관 운영주체에 따른 성과 분석. *한국자치행정학보*, 26(3), 65-88.
- 소은혜·이경률(2014). 박물관 서비스 품질과 방문동기가 관람객 만족도, 행동의도에 미치는 영향 연구. *한국콘텐츠학회논문지*, 14(1), 515-527.
- 양길승(2011). 박물관체험프로그램의 서비스품질과 체험요인이 재방문에 미치는 영향. *관광연구저널*, 25(1), 23-40.
- 이은미·정영기(2010). 지역 공연장 운영주체에 따른 문제점 및 개선방안. *예술경영연구*, 17, 85-110.
- 전주시청. 전주한옥마을현황. Retrieved May 30, 2022 from <http://hanok.jeonju.go.kr/contents/info>
- 전주한방문화센터. Retrieved May 30, 2022 from <https://cafe.daum.net/hanbangcenter>
- 전주한지박물관. Retrieved May 30, 2022 from <https://www.hanjimuseum.co.kr/introduce/ml.asp>
- 최광식·남윤재(2022). 박물관에서 VR 전시 경험 및 서비스 품질의 지각이 박물관 만족과 재방문 의도에 미치는 영향에 관한 연구. *관광연구*, 37(2), 57-82.
- Brady, M. K. & Cronin Jr, J. J. (2001). Some new thoughts on conceptualizing perceived service quality: A hierarchical approach. *Journal of Marketing*, 65(3), 34-49.
- Fotakis, T. & Economides, A. A. (2008). Art, science/technology and history museums on the web. *International Journal of Digital Culture and Electronic Tourism*, 1(1), 37-63.
- Gholami, M., Jabbari, A., Kavosi, Z., & Gholami, M. (2016). Service quality in Iran's medical tourism: Hospitals in Shiraz city. *International Journal of Travel Medicine and Global Health*, 4(1), 19-24.

- Goulding, C. (2000). The museum environment and the visitor experience. *European Journal of Marketing*, 34(3/4), 261-278.
- Liu, W. C. (2008). Visitor study and operational development of museums. *Museology Quarterly*, 22(3), 21-37.
- Nowacki, M. M. (2005). Evaluating a museum as a tourist product using the servqual method. *Museum Management and Curatorship*, 20, 235-250.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(3), 12-37.
- Pekarik, A. (2007). Studying visitors and making museums better. *Curator*, 50(1), 131-134.
- Saria, F. E., Bulutb, C., & Pirnar, I. (2016). Adaptation of hospitality service quality scales for marina services. *International Journal of Hospitality Management*, 54, 95-103.
- Sheng, C., & Chen, M. (2012). A study of experience expectations of museum visitors. *Tourism Management*, 33, 53-60.
- Siu, N. Y., Zhang, T. J., Dong, P., & Kwan, H. (2013). New service bonds and customer value in customer relationship management: The case of museum visitors. *Tourism Management*, 36, 293-303.

2021년 6월 13일 원고 접수

2021년 7월 16일 수정본 접수

2021년 7월 27일 최종 수정본 접수 및 게재확정
3인 익명심사 필