SERVQUAL과 HISTOQUAL 방식을 조합한 대구시립미술관의 서비스 품질 측정

박지민(경북대학교 경영학부)
김석란(경북대학교 경영학부)
정재우(경북대학교 경영학부)

SERVQUAL과 HISTOQUAL 방식을 조합한 대구시립미술관의 서비스 품질 측정

Park, Jimin (First Author)
School of Business Administration, Kyungpook National University

Kim, Sukran (Corresponding Author)
School of Business Administration, Kyungpook National University

Chung, Jaewoo (Co Author)
School of Business Administration, Kyungpook National University

Abstract

The objective of this paper is to find factors of service quality in an Art museum based on the combination of SERVQUAL and HISTOQUAL dimensions. Futhermore, the paper studies the relationship among the service quality, customer satisfaction and customer loyalty using the identified factors of the service quality. The questionnaire is distributed to visitors from Deagu Art museum and a total of 221 meaningful questionnaires were obtained. The results show that the museum visitors' perception could be best explained by three service quality dimensions named as Quality of exhibition, Access, and Empathy. Also customer satisfaction effectively mediates the relationship between service quality and customer loyalty. Finally, in order to create added value beyond the fundamental roles, it is needed to communicate with the visitors to make differentiation from other art museums based on the specificity of the Daegu region.

Keywords : Museum Service, SERVQUAL, HISTOQUAL, Art Museum, Service Quality.

I. 서 론

미술관은 현대사회에서 예술창작품의 보존과 전시라는 기본 역할을 넘어 지역경제를 활성화하는데 기여하고 있다. 미술관은 본래의 기능적 가치에 더하여 경제 창출의

한 요소로 인식되면서 국내의 각 지자체와 사립기관의 주도로 미술관 건립이 활발하게 진행되고 있다.

본 연구에서는 첫째, 미술관의 서비스 품질 측정 척도 측면에서 박물관의 선행연구 결과를 분석하여 SERVQUAL과 HISTOQUAL의 측정 요인들을 포괄할 수 있는 척도를 도출하여 미술관의 서비스 품질에 영향을 미치는 요인을 분석한다. 이를 통해 서비스 만족을 끌어낼 수 있는 핵심적이고 일관성 있는 척도들의 도출을 통해 바람직한 미술관 운영 방향을 제시하고자 한다. 둘째, 미술관의 경영 성과 측정 측면에서 고객 충성도에 영향을 주는 변수와 그 영향 관계를 규명하기 위해 서비스 품질과의 직접적인 영향 관계와 서비스 만족을 통한 간접적인 영향관계를 분석한다. 주기적으로 새로운 기획전을 보이는 미술관의 특성상 고객 충성도는 미술관의 경영 성과와 직결된 요인으로 볼 수 있으며 다른 변수와의 다각적인 영향 관계에 대한 규명을 통해 미술관 경영의 성과를 제고하는데 통찰력을 제공할 수 있을 것으로 기대한다.

II. 이론적 배경

2.1 미술관의 개념

'미술관'이란 문화·예술의 발전과 일반 공중의 문화향유 및 평생교육 증진에 이바지하기 위하여 박물관 중에서 특히 서화·조각·공예·건축·사진 등 미술에 관한 자료를 수집·관리·보존·조사·연구·전시·교육하는 시설을 말한다. 미술관은 그 설립·운영 주체에 따라 국립 미술관, 공립 미술관, 사립 미술관, 대학 미술관으로 분류된다.[1)]

2.2 미술관의 사회적 기능 및 역할

미술관의 사회적 기능과 역할은 시대에 따라 변화해 왔다. 시대를 대표하는 미술관의 사회적 기능 및 역할에 대해서 <표 1>와 같이 정리하였다.

<표 1> 미술관의 사회적 기능 및 역할

미술관	사회적 기능 및 역할	관련문헌
루브르 박물관	중앙박물관이라는 이름으로 문을 열게 된 1973년을 기점으로 프랑스의 미술관은 근대적 의미의 미술관 즉 일반을 대상으로 한 교육적 기능을 지닌 공공문화시설로 면모를 갖추게 됨	김영호 (1999)

1) 박물관 및 미술관 진흥법, 법률 제1402호. 제2조 정의

국립근대미술관MOMA	2차 세계대전 이후 격변하는 사회구조와 함께 박물관은 다시 한차례 변화를 겪으며 '동시대 미술품 컬렉션'을 시작하게 됨	
퐁피두문화센터	대중과 예술가들이 연계된 하나의 복합적인 문화구조로 묶으려는 의지로 국립근대 미술관과 공공도서관을 포함한 종합문화공간의 기능을 가짐	
국립현대미술관	'국립'으로 설립 및 운영되는 유일무이한 미술관 1986년 '과천관'을 시작으로 30년 동안 '서울관'까지 확장에 구심점 역할을 담당	강수미 (2016)

2.3 서비스 품질 측정방식

2.3.1 SERVQUAL 과 SERVPERF

서비스품질을 측정에는 SERVQUAL방식이 대표적으로 사용된다. 소비자의 서비스 기대수준(expectation)과 인지 수준(perception) 차이의 측정을 통해 서비스품질을 수준을 평가하는 것으로 Parasuraman et al.(1985)에 의해 개발되었다. 당시 연구를 통해서 서비스 품질을 측정할 수 있는 10개 요소가 추가 연구를 통해 일부 요인을 상위 개념으로 통합시켜 총 5개 요인을 도출하였다.

<표 2> SERVQUAL과 HISTOQUAL의 서비스 품질측정 요소

	요인	정의
SERVQUAL과 HISTOQUAL의 공통요인	유형성 (tangibles)	물리적인 시설, 장비 그리고 직원 외모(SERVQUAL)
		장소와 환경을 대변하는 것으로 청결, 관리 하는 것과 관련된 것(HISTOQUAL)
	대응성 (responsive)	기꺼이 고객을 도와주고 즉각적인 서비스를 제공(SERVQUAL)
		직원의 효율성 및 고객의 선호를 인지하는 정도(HISTOQUAL)
	공감성 (empathy)	고객에게 개별화된 관심제공(SERVQUAL)
		어린이과 소수에 대한 관심과 배려(HISTOQUAL)
SERVQUAL에 포함되는 요인	신뢰성 (reliability)	믿음직하고 정확하게 약속된 서비스를 수행하는 능력
	확신성 (assurance)	지식과 예의 있는 지원 그리고 신뢰와 확실을 줄 수 있는 가능성
HISTOQUAL 포함되는 요인	소통성 (communication)	정보제공의 질적 요소
	소비성 (consumable)	레스토랑과 샵 에 의해 제공되는 서비스수준

자료원 : Parasuraman et al.(1985, 1988)

2.3.2 HISTOQUAL

HISTOQUAL은 Frochot and Hughes(2000)에 의해 문화유산관광 서비스품질 평가에 적합한 평가요소를 도출하기 위한 연구로서 영국과 스코틀랜드의 3곳의 문화산지를 대상으로 연구를 진행하였다. 연구결과 대응성(responsive), 유형성(tangibles), 소통성(communication), 소비성(consumable), 공감성(empathy)의 5개의 요소가 문화유산 관광지의 서비스품질 평가에 적합하다는 결론을 냈으며 SERVQUAL과 데이터 분석결과를 비교해 보면 HISTOQUAL 방식으로 측정한 데이터의 결과치가 더 좋은 것으로 나타났다(Fochot and Hughes, 2000).

Ⅲ. 연구 방법

3.1 서비스 품질의 척도 와 가설의 설정

SERVQUAL과 HISTOQUAL의 박물관 서비스 품질측정에서 공통으로 유형성, 접근성, 전시내용, 공감성, 소통성이 영향을 주는 것을 알 수 있었으며 본 연구에서는 이 5가지 척도를 이용하여 연구를 진행하였다. 각 요인에 적합한 문항은 <표 3> 과같이 재구성하였다.

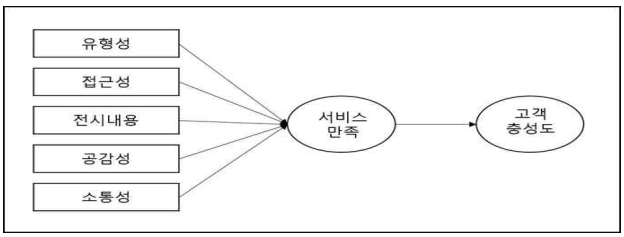
<표 3> 측정문항 및 관련문헌

구분	평가항목	관련 문헌
유형성	01. 건물의 내부와 외부(공원 등)	등(2014) Frochot and Hughes(2000) Markovic et al.(2013) Niall Caldwell(2002)
	02. 주차장과 화장실 등 편의시설 구비	
	03. 안내판, 방향 표지판 배치	
	04. 부대시설의 청결	
	05. 노약자, 장애인, 어린이를 위한 시설구비	
	06. 판매되는 기념품의 다양성	
접근성	07. 미술관까지의 경로	변길현 등(2014) Markovic et al.(2013)
	08. 운영시간의 적절성	
	09. 안내 이정표위치의 적절성	
	10. 간판위치의 적절성	
	11. 박물관 입구위치의 적절성	
	12. 관람 동성의 적절성	
전시 내용	13. 전시물의 수준	강동석,장덕호(2007) 권혁인 등(2011) 변길현 등(2014) Caldwell(2002)
	14. 전시물의 내용	
	15. 전시기획력	
	16. 교육성	
	17. 시간의 유익성	

	18. 시간의 가치	Markovic et al.(2013)
	19. 전시물의 교양적 측면	
공감성	20. 직원 응대의 적극성	외(2014) Markovic et al.(2013) 본 연구에서 추가
	21. 방문객의 환대	
	22. 관람객의 편의를 위해 발전하고 있음	
	23. 관람객의 편의의 배려하고 있음	
	24. 고객의 요구사항에 대해 경청함	
	25. 방문객을 정중히 응대함	
	26. 내부 안내직원 적정히 배치되어 있음	
소통성	27. 전시물에 대한 안내가 잘 되어 있음	김재호 등(2014) 변길현 등(2014) Frochot and Hughes(2000) Markovic et al.(2013)
	28. 부대시설에 대한 안내가 잘 되어 있음	
	29. 안내책자의 효용성을 가짐	
	30. 안내책자의 정보전달력이 우수함	
	31. 도슨스투어의 내용이 이해가 쉬움	
충성도	32. 재방문 의사	변길현 등(2014)
	33. 주변 추천 의사	
만족도	34. 서비스품질 만족	변길현 등(2014) 본 연구에서 추가
	35. 서비스 품질 우수	

<그림 1>과 같이 연구모형을 수립하였으며 서비스 품질측정 척도와 서비스 만족 그리고 고객 충성도 사이의 전체 구조적인 관점에서 각 변수들이 미치는 영향 관계를 분석하고자 한다.

<그림 1> 연구모형



3.2 연구대상지의 선정 및 자료수집

대구시립미술관을 연구대상으로 설문지는 미술관 2층과 3층에서 관람을 마친 사람을 대상으로 2017.05.01.부터 2017.05.27.까지 총 223개의 설문지를 배포하였으며 불성실한 응답을 제외한 221개의 설문지가 분석에 사용되었다.

Ⅳ. 연구 결과

4.5 연구가설의 검증

<표 4> 은 각각의 서비스 품질요인이 만족도에 미치는 영향과 만족도가 충성도에 미치는 영향을 검증한 결과이다.

가설 H3을 검증하기 위해 <표 5>와 같이 매개효과를 검증하였다. 매개효과 검증을 위해 Baron and Kenny(1986) 3단계에 거친 회귀분석과 Sobel test이용하여 검증하였다. 또 다른 매개효과 측정 방법인 Sobel test 계산수식은 다음과 같다.

$$Z_{ab} = \frac{a \times b}{\sqrt{(a^2 \times seb^2) + (b^2 \times sea^2)}}$$

<표 4> 구조방정식 모형 분석결과

가설	가설 경로	Estimate	S.E.	C.R.	p값	채택유무
H1.1	유형성 → 만족도	0.042	0.066	0.647	0.518	기각
H1.2	접근성 → 만족도	0.147	0.055	2.668	0.008	채택
H1.3	전시내용 → 만족도	0.22	0.081	2.73	0.006	채택
H1.4	공감성 → 만족도	0.142	0.067	2.125	0.034	채택
H1.5	소통성 → 만족도	0.034	0.071	0.481	0.63	기각
H2	만족 → 충성도	0.538	0.136	3.995	***	채택

<표 5> Baron and Kenny(1986)의 회귀분석 및 Sobel(1982)test 결과

가설	독립변인	종속변인	비표준화 계수		β	t	P	Sobel test	유의수준	채택여부
			B	오차						
H3.1	유형성	만족도	0.312	0.049	0.395	6.366	0.000	3.428	0.000	완전매개
	유형성	충성도	0.166	0.078	0.142	2.126	0.035			
	유형성	충성도	0.034	0.082	0.029	0.417	0.677			
	만족도	충성도	0.423	0.104	0.286	4.057	0.000			
H3.2	접근성	만족도	0.255	0.037	0.418	6.819	0.000	3.563	0.000	완전매개
	접근성	충성도	0.116	0.060	0.128	1.914	0.057			
	접근성	충성도	0.004	0.064	0.005	0.067	0.947			
	만족도	충성도	0.437	0.105	0.295	4.145	0.000			
H3.3	전시내용	만족도	0.358	0.040	0.514	8.874	0.000	3.331	0.008	완전매개
	전시내용	충성도	0.195	0.068	0.189	2.852	0.005			

	전시 내용	충성도	0.051	0.078	0.050	0.658	0.511			
	만족도		0.402	0.112	0.272	3.606	0.000			
H3.4	공감성	만족도	0.270	0.044	0.383	6.114	0.000	3.106	0.001	완전 매개
	공감성	충성도	0.227	0.069	0.218	3.305	0.001			
	공감성	충성도	0.127	0.073	0.122	1.754	0.081			
	만족도		0.371	0.103	0.250	3.601	0.000			
H3.5	소통성	만족도	0.281	0.046	0.383	6.134	0.000	3.318	0.000	완전 매개
	소통성	충성도	0.172	0.073	0.158	2.365	0.019			
	소통성	충성도	0.056	0.076	0.052	0.738	0.461			
	만족도		0.411	0.104	0.277	3.967	0.000			

Ⅴ. 결 론

5.1 연구결과의 요약

본 연구는 SERVQUAL과 HISTOQUAL의 측정 프레임을 포괄한 일관성 있는 척도의 도출을 통해 향후 연구의 연속성에 기여하고 바람직한 미술관 운영방안을 보다 핵심적이고 간명하게 제시하고자 했다. 특히 선행연구에서 볼 수 없었던 HISTOQUAL의 척도가 미술관 서비스품질 측정에는 어떠한 영향관계가 있는지 검증하였다는 점에서 학문적 의의가 있다. 추가적으로 서비스 품질 척도와 고객충성도 사이의 관계를 규명하는데 있어 선행연구에서는 제한적으로 진행되었던 직접적인 관계와 간접적인 관계 분석을 통해 미술관 경영성과를 제고하는데 중요한 인과요인을 밝히고자 하였다.

연구결과를 종합해 보면 미술관의 서비스 만족에 있어 가장 중요한 요인은 '전시내용', '접근성', '공감성' 순으로 나타났고 전시내용의 수준이 얼마나 만족스러운 지 여부가 서비스 만족에 가장 중요한 요인이지만 미술관의 접근의 용이한지 여부와 직원이 방문객을 대하는 태도 역시 중요한 영향을 미치는 것을 알 수 있었다. 미술관이 많은 방문객을 유치하기 위해서는 각 서비스 품질에서 방문객의 만족을 도출할 수 있는 전략은 필수적이라고 할 수 있으며 이러한 서비스 품질의 수준을 변함없이 유지하는 것이 중요하다고 할 수 있다.

참고문헌

강수미 (2016.10.01.), [Feature] 미술관의 변화와 새로운 관계를 향한 고민, ART:MU, 102, <http://artmu.mmca.go.kr/issue/view.jsp?issueNo=102&articleNo=326>

권혁인, 주희엽, 이재화 (2011), 한국 미술 전시 소비자 만족을 위한 서비스 품질 측정 항목 도출, *대한경영학회지*, 24(4), 2347-2364.

김영호 (1999), 변화하는 미술관의 기능과 역할, *현대미술학 논문집*, 1, 7-21.

변길현, 이혜진, 강신겸 (2014), 미술관 관람객의 서비스품질 인식과 만족도 분석 : 광주시립미술관을 중심으로, *한국문화경제학회*, 17(2), 37-159.

Baron, R. M. and Kenny, D. A. (1986), The Moderator-Mediator Variable Distinction in Social Psychological Research: Conceptual, Strategic, and Statistical Considerations, *Journal of Personality and Social Psychology* 51(6), 1173-1182.

Caldwell, N. (2002), (Rethinking)the measurement of service quality in museums and galleries, *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing,* 7(2), 161-171.

Frochot, I. and Hughes, H. (2000), HISTOQUAL: The development of a historic houses assessment scale, *Tourism Management,* 21(2), 157-167.

Markovic, S., Raspor Jankovic, S. and Komšić, J. (2013), Museum service quality measurement using the Histoqual Model, *2nd International Scientific Conference Tourism in South East Europe 2013,* 201-216.

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A. and Berry, L. L. (1985), A conceptual model of service quality and its implications for future research, *Journal of Marketing*, 49(4), 41-50.

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A. and Berry, L. L. (1988), Servqual: A multiple-item scale for measuring consumer perc, *Journal of Retailing*, 64(1), 12.

Sobel, M. E. (1982), Asymptotic confidence intervals for indirect effects in structural equation models, *Sociological Methodology*, 13, 290-312.

Soper, D.S. (2017), Sobel Test Calculator for the Significance of Mediation, <http://www.danielsoper.com/statcalc>