



저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.



변경금지. 귀하는 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공할 수 없습니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

이것은 [이용허락규약\(Legal Code\)](#)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

[Disclaimer](#)

정책학 석사 학위논문

문화재 관리에 대한
인지된 성과와 만족도에 관한 연구
- 서비스 가치인식의 조절효과를 중심으로 -

2016년 2월

서울대학교 행정대학원
행정학과 정책학 전공
이 슬 기

문화재 관리에 대한
인지된 성과와 만족도에 관한 연구
- 서비스 가치인식의 조절효과를 중심으로 -

지도교수 금 현 섭
이 논문을 이슬기 석사학위논문으로 제출함

2015년 9월

서울대학교 대학원
행정학과 정책학 전공
이 슬 기

이슬기의 석사학위논문을 인준함
2015년 12월

위 원 장 박 정 훈 (인)
부 위 원 장 박 순 애 (인)
위 원 금 현 섭 (인)

국문초록

본 연구의 목적은 문화재에 대한 성과인식과 만족도간의 관계를 실증적으로 분석하는데 있다. 특히 이들 관계가 향유자들이 인식하는 문화재의 가치, 즉 문화재 관리를 통해 제공되는 서비스의 가치를 고려했을 때 어떻게 달라지는지 살펴보고자 한다.

지금까지 문화재 정책은 원형보존에 집중하면서 문화재 자체만을 관리 대상으로 삼아왔으나, 최근 들어 문화재 향유 특히, 향유자 입장에서의 문화재 가치 측면이 부각되면서 그들의 만족이 문화재 관리의 중요한 대상이 되고 있다. 문화재 향유에 따른 만족도가 높을수록 문화재 보존 및 개발에 대한 애착이 형성되고 이를 통해 문화재 관리 정책에 대한 수용성 제고 및 문화재 관리를 위한 자발적 노력이 유도될 수 있기 때문이다.

하지만 이러한 인식의 전환에도 불구하고 실제 문화재 향유와 관련한 학술적·정책적 논의는 향유기회의 확대와 같은 양적인 측면에 경사되는 경향이 짙다. 더욱이 서비스에 대한 만족 여부와 그 수준은 소비자가 해당 서비스에 부여하는 가치인식에 따라 달라질 수 있음은 기존 경영학 등 다른 학문분야에서 일반적이라는 점에 착안해 본 연구는 문화재 향유자들이 인식하는 문화재의 가치를 명시적으로 고려함으로써 문화재 향유 만족에 대한 이해를 제고하고자 한다.

이를 위해 문화재청에서 실시한 「2010 문화유산 향유실태 조사」 자료를 분석하였으며, 문화재에 대해 개인이 부여하는 가치를 배움의 공간, 정체성 확인 공간, 그리고 관광 및 휴식공간으로 구분하고 이에 따라 다양한 차원의 만족도 수준을 검토하였다. 분석결과 서비스 전달 차원의 만족 수준은 문화재를 배움의 공간으로 인식하는 사람들과 국가 정체성

확인 공간으로 인식하는 사람들 사이에서 통계적으로 유의미한 차이를 보이고 있었고, 용이성 차원의 만족 수준은 배움의 공간으로 인식하는 사람과 관광 및 휴식 공간으로 인식하는 사람 사이에서 유의미한 차이가 발생하는 것으로 나타났다. 즉, 향유자들이 문화재에 대해 어떤 가치를 부여하는지에 따라 문화재 향유에 따른 만족 수준과 차원이 다르게 나고 있음을 확인할 수 있었다.

주요어 : 만족도, 정부성과 인식, 문화재 가치, 향유자의 가치인식, 문화재 활용, 문화재 관리정책, 서열형 로지스틱 회귀분석(Ordered Logistic Regression)

학 번 : 2013-21949

목 차

제 1 장. 서론	1
제1절 연구 목적 및 필요성	1
제2절 연구 범위와 방법	4
1. 연구범위	4
2. 연구방법	5
제 2 장. 이론적 논의와 선행연구 검토	6
제1절 이론적 논의	6
1. 시민만족도	6
1) 개념 및 의의	6
2) 성과평가 수단으로써 만족도 조사의 유용성	7
3) 시민만족도 측정	9
2. 정부성과	14
1) 개념	14
2) 정부성과에 관한 논의	14
3) 정부성과의 측정	17
제2절 선행연구 검토	18
1. 정부성과와 만족도의 관계	18
2. 정부성과와 만족도 관계에 있어서 서비스 가치의 역할	21
1) 만족도 연구에서 가치 변수의 역할	21
2) 문화재 관리에 있어서 가치에 관한 논의	23
제3절 선행연구의 한계	27
제 3 장. 연구문제와 가설	29
제1절 연구문제	29
제2절 연구가설	29
제 4 장. 연구설계	32
제1절 연구자료	32
1. 분석자료 : 문화유산 향유실태조사	32
1) 조사 개요	32
2) 문화유산 향유실태조사의 내용	33
2. 분석범위	33

제2절 변수의 조작적 정의 및 측정	34
1. 종속변수	34
1) 서비스 전달	35
2) 정보	36
3) 용이성	36
4) 친절성	37
2. 독립변수 : 인지된 성과	37
3. 조절변수 : 서비스에 대한 가치인식	38
4. 통제변수	38
1) 개인적 요인	38
2) 지역적 요인	39
제 5 장. 실증결과 분석	41
제1절 자료의 분석방법	41
제2절 결과분석	42
1. 기술통계량과 상관관계 분석	42
1) 주요 변수들의 기술통계	42
2) 서비스 가치인식 관련 기술통계	42
3) 상관관계 분석	47
2. 연구가설 검증	48
1) 인지된 성과와 만족도 관계에 대한 검증	48
2) 서비스 가치인식의 조절효과에 대한 검증	51
제 6 장. 결론	60
제1절 연구결과 요약	60
제2절 연구 시사점과 한계	64
1. 연구의 시사점	64
2. 연구의 한계	65
참고문헌	67
[부록 1] 가설 2-1 분석 결과 : (종속변수 : 서비스 전달 만족도)	78
[부록 2] 가설 2-2 분석 결과 : (종속변수 : 정보 만족도)	81
[부록 3] 가설 2-3 분석 결과 : (종속변수 : 용이성 만족도)	84
[부록 4] 가설 2-4 분석 결과 : (종속변수 : 친절성 만족도)	87
Abstract	91

표 차례

[표 1] PCSI의 만족모형	11
[표 2] PSSI의 만족도 차원과 설문문항	13
[표 3] 정부성과에 대한 주요 연구 시각	16
[표 4] 문화유산 향유실태조사 개요	32
[표 5] 변수의 측정과 척도	40
[표 6] 연속형 변수들의 기술통계량	42
[표 7] 문화재 가치인식	43
[표 8] 문화재 가치인식 유형별 향유행태	46
[표 9] 주요 변수간 상관관계	47
[표 10] 가설 1 분석 결과	50
[표 11] 가설 2-1 분석 결과 : (종속변수 : 서비스 전달 만족도)	53
[표 12] 가설 2-2 분석 결과 : (종속변수 : 정보 만족도)	55
[표 13] 가설 2-3 분석 결과 : (종속변수 : 용이성 만족도)	57
[표 14] 가설 2-4 분석 결과 : (종속변수 : 친절성 만족도)	59
[표 15] 가설에 대한 검증 결과 요약	61

그림 차례

[그림 1] 연도별 문화재청 재정지출 규모	2
[그림 2] KS-SQI의 산출방식	10
[그림 3] PCSI 체계	11
[그림 4] 정부성과에 대한 관점 변화에 따른 주요 변수간의 관계	20
[그림 5] 연구 분석틀	31
[그림 6] 가치인식별 방문 목적	44
[그림 7] 가치인식별 유적지 방문 시 고려사항	45

제 1 장. 서론

제1절 연구 목적 및 필요성

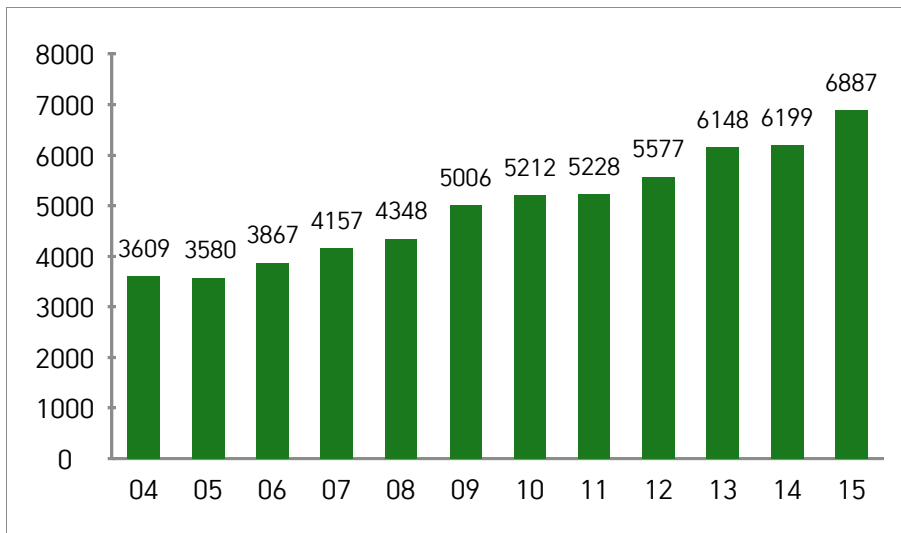
본 연구의 목적은 문화재 관리를 통해 이루어지는 공공서비스에 대한 시민들의 성과인식과 만족도 관계를 실증적으로 분석하는데 있다. 더 나아가 인지된 성과와 만족도 사이의 관계가 시민들의 문화재 가치 인식에 따라 어떻게 달라지는지에 주목하고자 한다.

신공공관리(New Public Management)에 기반을 둔 행정개혁 바람이 불면서 정부성과에 대한 관심이 고조되었다(Behn, 2003; Moynihan & Pandey, 2005). 문화재 관리에 있어서도 정부 활동의 성과에 대한 논의가 조금씩 진행되고 있으나 행정·정책학 분야에서의 관심은 저조한 상황이다.

그러나 중요한 것은 문화재 관리 분야가 정부 주도로 이루어지고 있고, 문화재를 통해 제공되는 모든 서비스는 주관부처인 문화재청의 감독 하에 있다는 사실이다. 실제로 정부의 문화재 관리 업무의 규모와 범위가 확대되고 있는 추세이다. 2015년 문화재청이 발표한 통계자료에 따르면, 문화재청의 재정지출 규모는 지난 10여 년 동안 꾸준히 증가하였다. 문화재에 관한 정부활동의 범위는 문화재 지정 및 등록, 보수 및 정비, 목조문화재에 대한 화재 및 충해 예방, 도난방지, 재해 피해 문화재 복구, 문화재 사범단속, 조사연구, 문화재 관련 교육 및 전시, 지역문화재 활용 등을 포함하고 있다. 뿐만 아니라 유네스코 등재 등 문화재에 대한 관심이 국제적으로 높아지면서 문화재를 통한 국제교류까지 정부가 담당하게 되었다.

[그림 1] 연도별 문화재청 재정지출 규모

(단위: 억원)



이러한 다양한 차원에서의 정부활동이 이루어지고 있음에도 불구하고, 문화재 관리에 대한 정부성과는 구체적으로 논의되지 않고 있는 실정이다. 그러나 문화재 관리 역시 정부활동의 일부라는 사실을 주지할 때, 행정의 다른 세부 분야에서 정부활동에 대한 성과를 논하는 것처럼 문화재 관리의 성과를 따져보지 않을 이유가 없다. 특히, 시민에 대한 정부의 책임성, 대응성 차원에서 정부성과를 바라볼 때(Carter et al., 1992; 송건섭, 2003; Ho & Coates, 2004; Yang & Callahan, 2005; 이석환, 2011), 문화재 관리의 성과에 관한 논의는 필요하다.

한편, 문화재 관리의 성과를 논하는데 있어서 만족도가 적합한 이유는 문화재의 경험재적 특성에 기인한다. 경험재란 경험 그 자체를 즐기기 위해 선택되고 소비되는 제품을 말한다(Hirschman & Holbrook, 1982). 실용적 기능을 주로 충족시키는 재화 및 서비스와는 달리, 경험재는 경험을 즐기는 과정자체에 의미를 두는 특성을 가진다. 따라서 문화재를 통해 제공되는 공공서비스를 경험하는 사람들은 문화재 자체를 소유하거

나 정보획득만을 주목적으로 하는 것이 아니라 문화재를 찾아가고 보는 과정을 즐기는데 의미를 두는 것이다.

이러한 특성을 고려할 때 문화재청이 접근하는 성과지표인 ‘얼마나 많은 시민들이 문화재를 통한 공공서비스를 경험했는가’ 라는 정량적인 성과지표보다 ‘시민들이 무엇을 어떻게 느꼈는지’와 같은 체감에 대한 논의가 더 적절하다고 본다.¹⁾

특히 공공서비스에 대한 가치인식의 조절효과에 주목하는 이유는 시민들이 공공서비스를 경험하는 과정에서 얻고자 하는 효용이 개인마다 차이가 있고, 그 효용은 서비스를 어떻게 인식하는지에 따라 달라지기 때문이다(Anderson et al., 1993; Grewal et al., 1998; Zeithaml, 1988). 경험재는 경험하는 동안 본인 스스로 경험하고 느끼고자하는 것이므로, 누가 대신할 수 있는 것이 아니라 본인이 소비과정에 반드시 포함되어야 한다. 문화재를 통해 제공되는 공공서비스를 경험하는 시민들의 행태 역시 마찬가지이다. 시민들은 문화재를 통해 경험하고 느끼고 싶은 바가 있어 시간을 투자해 문화재가 있는 곳까지 직접 가야한다. 여기서 중요한 것은 문화재를 통해 경험하고 느끼고 싶은 바가 개인마다 다르고, 이 차이는 문화재의 가치를 인식하는 방식에 의해 발생한다는 점이다. 이 역시 경험재를 통해 소비자가 얻고자하는 효용이 제품 혹은 서비스에 대한 가치인식에 따라 달라지는 특성과 같은 맥락이다.

따라서 본 연구는 공공서비스 중 하나인 문화재 관리에 대한 성과 관리의 필요성을 인식하고 시민들의 성과인식과 만족도간의 관계를 살펴본다. 그러나 단순히 두 개념의 관계를 확인하는데 그치는 것이 아니라, 경

1) 2014년 문화재청에서 발표한 성과관리 계획에 따르면, 성과관리 대상이 되는 지표로 유네스코 등재 건수, 국외문화재 환수 건수, 문화재 지정건수, 중요목조문화재 방재시설 설치건수, 조선왕궁 및 왕릉 원형 복원률, 문화재지킴이 위촉건수, 생생문화재 사업 건수, 궁궐관람객수, 문화유산 정보 수집 건수, 문화유산 기록정보자원 DB 구축건수, 궁궐활용만족도, 지역주민 일자리 창출 등이 포함되어 있다(문화재청, 2014a).

협재적 특성을 갖는 공공서비스의 경우 서비스 가치에 대한 인식이 둘 관계를 조절하는지에 실증적으로 분석하고자 한다.

제2절 연구 범위와 방법

1. 연구범위

본 연구의 대상과 범위는 다음과 같다. 내용적 측면에서 본 연구는 문화재 관리를 통해 제공되는 공공서비스를 다룬다. 공공서비스는 정부가 생산을 결정하고 직·간접적으로 시민들에게 제공하는 정부활동의 결과이다(신무섭·안국찬, 1997). 따라서 문화재 관리를 통해 제공되는 공공서비스란 결국 문화재 관리를 거쳐 시민들에게 제공하는 정부 활동의 결과로 이해될 수 있다.

여기서 문화재 관리는 문화재의 효율적인 보존·관리 및 활용이라는 국가목표를 달성하기 위한 국가의 제반 행정작용을 말한다. 다시 말해서, 문화재를 조사·연구하고, 문화재를 보존·전승·재창조하며, 활용하는 제반 행위를 말한다(김창규, 2012:3). 관련 실정법으로는 대표적으로 「문화재 보호법(이하 문보법)」이 있다. 문보법은 문화재 관리에 관한 기본법으로 문화재 관리의 범위를 문화재 보수·정비 및 복원, 문화재의 역사문화환경 보호, 안전관리, 기록정보화, 보존에 사용되는 자원 조달, 문화재 활용 등으로 명시하고 있다. 본 연구의 범위 또한 이에 근거해 다루고자 한다. 다만, 본 연구에서 국외소재문화재에 대한 관리는 다루지 않는다. 이유는 시민들이 국외소재 문화재를 직접 경험할 수 없다는 현실적인 한계가 있기 때문이다. 문화재를 통한 공공서비스를 문보법에서 제시되는 사항들로 한정하는 이유는 정부의 책무임이 명시적으로 제시되어 있기 때문이다. 따라서 정부는 시민들에게 이 사항들에 한해서만큼은 최소한 법적으로 공공서비스 제공 의무가 있다. 이에 본 연구의 대상으로 적합하다고 생

각한다.

시간적 측면에서는 2009년 8월 1일부터 2010년 7월 31일 사이를 대상으로 한다. 문화유산 향유 실태조사가 2010년 8월 8일부터 8월 31일까지 진행되었으나, 조사 시점을 기준으로 지난 1년의 경험을 묻고 있으므로 조사시점과 실제 연구에서 다루고 있는 시점은 차이가 있다.

공간적 측면에서는 제주도를 제외한 전국이 대상이 된다.

2. 연구방법

본 연구는 문화재 관리에 대한 인지된 성과와 만족도간의 관계와 함께 이들 관계에 영향을 미치는 서비스 가치인식의 역할에 주목한다. 이를 실증적으로 분석하기 위해서 우선 선행연구를 통해 그동안 진행되어온 인지된 성과와 만족도에 관한 논의를 살펴보고, 서비스 가치인식을 추가적으로 고려해야 하는 이론적 배경을 조망하고자 한다. 또, 문화재 관리의 실재를 파악하기 위해 각종 정부 문서, 연구 보고서 등을 활용하고자 한다. 그 다음으로 2010년 문화재청에서 실시한 문화유산 향유실태조사를 통해 수집된 data를 분석하고자 한다. 구체적인 분석방법은 Stata 14.0 프로그램을 통해 먼저 기초통계분석과 상관분석으로 data의 특징을 살펴보고, 본격적으로 변수 간의 관계를 확인하고자 한다.

제 2 장. 이론적 논의와 선행연구 검토

제1절 이론적 논의

1. 시민만족도

1) 개념 및 의의

만족도 조사의 활용과 연구에 대한 관심은 1990년대 고객지향성을 강조하는 신자유주의의 등장으로 확대되었다. 이러한 흐름은 시민을 정부의 고객으로 인식하고 정부의 역할이 고객 만족, 즉 시민 만족을 위한 행정 서비스 질 혁신에 대한 강조와 일맥상통한다. 이렇게 시민 만족도가 강조되는 배경에는 성과평가에 있어서 ‘시민 의견이 중요하다’라는 인식이 반영되어 있다. 공공서비스를 공급받는 시민들이 고객의 입장에서 공공서비스의 질과 충족성을 직접 평가해야 한다는 것이다. 이는 공공서비스의 질과 효과성을 평가함에 있어서 시민의 인식이 본질적이라는 주장과 같은 이야기이다(Pollitt, 1986).

만족은 제품 또는 서비스에 대한 인지적 평가(cognitive evaluation), 그리고 구매과정과 구매한 제품 또는 서비스에 대한 정서적 반응(emotional response)이 상호작용하여 나타난 결과이다. 여기에서 인지적 평가는 고객이 가지고 있는 특정 기준에 비추어 제공받은 제품 또는 서비스의 품질, 즉 고객 기준의 충족여부를 판단하는 것을 의미하며, 정서적 반응은 긍정적 또는 부정적 느낌, 좋음 또는 싫음, 유쾌함 또는 불쾌함 등과 같이 상황의 지각에 의해 유발되는 직관적인 인상을 말한다(유승현·공병천, 2013).

이러한 만족 자체에 대한 특성을 고려해 보았을 때, 공공부문의 시민만족도는 공공서비스에 대한 시민의 인지적 평가와 정서적 반응이라고 할 수 있다. 따라서 공공서비스에 대한 수혜자의 경험과 인식을 바탕으로 하는 만족도 조사를 통해 공공서비스의 질이나 충족 정도에 대한 평가가 가능하다(한인섭, 2009).

공공서비스 만족도 조사의 목적은 제공된 제품 또는 서비스에 대한 만족의 수준을 파악하고, 만족도를 향상시키기 위한 개선방안을 도출하는데 있다(황아란, 2003: 38-40). 따라서 만족도 조사 결과는 향후 제품 또는 서비스 품질의 성과를 제고하는데 중요한 참고자료로 활용될 수 있다(Poister & Henry, 1994).

2) 성과평가 수단으로써 만족도 조사의 유용성

그러나 정부 성과평가 수단으로써 시민만족도 조사의 유용성에 대한 비판의 목소리가 없는 것은 아니다.

만족도 조사에 대한 반대론자들의 경우, 서비스의 질과 양에 대한 평가가 기술관료(technocrat)인 정부 내의 전문가들에 의해서 진행되어야 한다고 생각한다. 뿐만 아니라 이들은 무작위 설문조사의 응답자들이 정부 활동에 대한 실질적인 지식이나 경험이 없는 경우가 많다는 점을 비판의 근거로 삼는다. 즉, 시민만족도 조사의 주관적 측정이 갖는 타당성 문제를 지적하는 것이다. 또, 공공서비스의 객관적인 산출과 통계적으로 유의미한 상관관계를 갖지 않을 수 있음을 지적하면서, 보다 객관적인 성과 지표나 벤치마크 등의 유용성을 옹호하고 이에 대한 활용을 지지한다(Stipak, 1979; Brown & Coulter, 1983; 유승현·공병천, 2013).

이때 여기서 말하는 객관적 성과지표와 만족도 결과간의 불일치의 원인에 대해서는 여러 의견이 있다(Lineberry, 1977; Stipak, 1979; Brown & Coulter, 1983; Parks, 1984; Lyons et al, 1992; Kelly & Swindell, 2002; Boyne, 2003). 원인은 크게 세 가지 차원으로 정리할 수 있다.

하나는 시민 차원으로, 여기에는 공공서비스에 대한 시민들의 낮은 관

심, 서비스 제공주체의 업무 내용과 서비스에 대한 지식과 정보의 부족 등이 포함된다. 즉, 평가과정에서 평가오류(assessment error)와 귀속오류(error in attribution)의 발생이 불일치의 원인이라는 주장이다(최병대, 2000)²⁾.

두 번째로 주관적 지표와 객관적 지표간의 관계 차원이 지적된다. 양자간 관계의 복잡성, 두 지표간의 개념적 비적합성, 객관적 지표에 대한 통계적 조정(statistical manipulations) 등이 해당된다.

마지막으로 제3의 요인들에 대한 불충분한 통제를 이유로 든다. 지금까지 지적된 변수로는 공공서비스와 무관한 인종이나 소득, 이웃특성, 지방정부 자체의 특성 등이 있다.

반면, 이러한 주장에 반대되는 연구결과를 제시하면서 만족도 조사의 유용성을 강조하는 연구도 존재한다. Parks(1984)는 객관적 성과지표와 시민만족도 사이의 관계를 실증적으로 분석하였고, Swindell & Kelly(2000)는 공공서비스에 관한 시민들의 인식과 객관적 산출간 괴리의 원인이 시민들의 낮은 인식에 있다는 주장(Percy, 1986)과 상반되는 연구결과를 실증적으로 검증하였다.

그밖에도 만족도 조사의 불완전성을 인정하면서도 긍정적 측면을 더 강조하는 연구도 있다(Brudney & England, 1982; Miller & Miller, 1991; Poister & Henry, 1994). 만족도 조사의 유용성에 대한 긍정적인 입장의 논지를 정리하면 크게 네 가지로 정리할 수 있다(한인섭, 2009).

첫째, 공공서비스의 소비자인 시민의 평가를 통해 공공서비스의 질에 대한 책임성을 고취할 수 있다. 둘째, 공공조직이 표방하는 목표가 시민의 가치를 반영하지 않을 수 있는데 비해서 만족도 조사는 공공서비스의

2) 평가오류는 시민(주민)이 행정서비스의 질을 잘못 평가하는 것을 의미하며, 귀속오류는 시민(주민)이 문제가 되는 서비스 제공의 주체를 잘못 인식하거나 또는 지방정부가 제공하지 않는 서비스를 지방정부가 제공하는 것으로 오인하는 경우에 발생한다(Lyons et al, 1992: 30; 최병대, 2000).

관리에 필요한 시민의 수요 또는 그 변화를 파악하여 반영할 수 있다. 셋째로, 공공서비스의 독점성에서 비롯되는 문제점을 밝히고, 이를 통해 고객지향적인 공공서비스의 개발을 도모할 수 있다. 이는 무작위표집방법에 의한 만족도 조사가 사회경제적 편향(bias)을 극복할 수 있다는 주장과 일맥상통한다(Milbraith & Goel, 1977; Verba et al., 1993). 마지막으로 공공서비스 공급조직은 만족도 조사를 통해 자신들의 정당성을 확보하고, 공공서비스 가치에 대한 재평가를 받을 수 있다.

3) 시민만족도 측정³⁾

시민만족도의 측정방법은 만족도의 차원을 단일 차원으로 볼 것인지 아니면 다차원으로 볼 것인지에 따라 달라진다. 다차원으로 볼 경우에도, 차원간 합산 여부와 방식에 따라 다양하게 측정될 수 있다. 시민만족도에 대한 합의된 측정모형은 없지만, 실제 공공 서비스 만족도 측정은 단일 차원보다 다차원적으로 접근하는 경우가 많다.

국내외 공공 서비스 만족도 측정 사례를 살펴봄으로써 측정방식의 경향에 대해 파악해보고자 한다.

(1) 한국표준협회 : KS-SQI

한국표준협회의 KS-SQI(Korean Standard - Service Quality Index)는 공공서비스 품질 수준을 측정하기 위해 2006년부터 현재까지 활용되고 있다. KS-SQI 조사대상은 지방자치단체 및 행정기관이다. 현재 지방자치단체의 경우 광역시□도청을 대상으로 하고 있으며, 공공행정서비스는 경찰□세무□검찰□법원□교육행정의 5개 분야에 대하여 만족도 지수를 산출하고 있다. 이 지표는 대표적인 서비스 품질 모형인 SERVQUAL(유형성, 신뢰성, 응답성, 공감성, 확신성)을 기반으로 공공분야에 맞게 만족도를 산출하고 있다.

3) 서울시 내부자료 참조

[그림 2] KS-SQI의 산출방식



만족도 산출방식은 첫째, 각각의 측정항목을 9점 척도로 조사 후 100점 만점의 지수로 변환하고, 둘째, 변환된 지수값을 합산 평균하여 차원의 측정값을 산출한 후, 셋째, 계층분석법(AHP)을 이용하여 가중치를 도출함으로써 상대적 중요도를 평가한다. 이후 차원의 측정값과 가중치를 곱하여 가중평균값을 서비스 품질지수(SQI)로 도출하는 방식을 취하고 있다.⁴⁾

KS-SQI의 장점으로는 서비스에 대한 공통적인 차원에 대한 서비스 간 또는 지방자치단체 간 직접적인 횡단면 비교가 가능하다는 점, 고정적인 차원 유지를 통해 동일 지자체의 시간에 따른 지표의 변화를 살펴볼 수 있다는 점을 꼽을 수 있다.

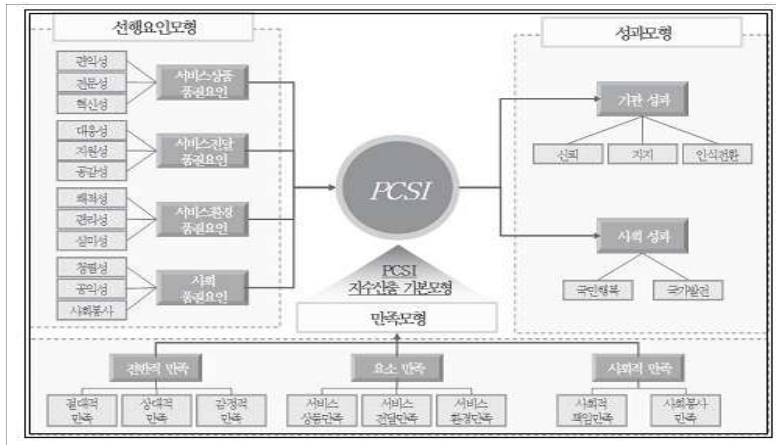
(2) 기획재정부 : 공공기관 고객만족도 조사(PCSI)

공공기관 고객만족도 조사 PCSI(Public-service Customer Satisfaction Index)는 1999년부터 공기업, 준정부기관, 기타 공공기관을 조사대상으로 삼고 기획재정부에서 주관하고 있다. 이 조사는 ① 고객만족의 정도를 측정하는 만족지수 측정영역, ② 고객만족 경영활동의 과정 품질을 측정하

4) <http://ks-sqi.ksa.or.kr/public.do?catecode=0203>

는 품질지수 측정영역, ③ 고객만족활동의 성과를 측정하는 성과지수 측정영역으로 구성되어 있다.

[그림 3] PCSI 체계



PCSI는 복잡한 선행요인 항목과 성과모형 측정 항목이 있으나 실제 만족지수 산출에는 기관 전체 체감만족도인 전반적 만족, 각 요인별 체감만족도인 요소만족도, 그리고 기관의 사회적 성과(사회적 만족) 등 3개 영역만 사용되며 전 기관 공통 50:30:20(전반적, 요소, 사회적 만족도 순)의 가중치를 적용하여 만족도 지수를 산출한다. 각 구성요소를 평가하는 측정항목에 대해서는 산술평균의 방식을 사용한다.

[표 1] PCSI의 만족모형

구성	차원	개념
만족모형 (만족지수 측정영역)	전반적 만족	전반적이고 총체적인 평가결과 및 감정상태
	요소 만족	서비스를 구성하는 요소에 대한 만족도
	사회적 만족	서비스 제공 기관의 사회적 책임 및 사회적 공공성에 대한 만족도

선행요인의 항목은 기관, 업무마다 다르게 설계되지만 실제 만족도 점수에 반영되지 않는 한계점이 있다.

(3) 영국 : Public Sector Service Satisfaction Index(PSSI)

영국의 공공부문 서비스 만족도 지수(Public Sector Service Satisfaction Index : PSSI)는 비정부 공공기관(Non-Departmental Public Body : NDPB)인 Consumer Focus(현재는 Consumer Future)에 의해 개발되었다. PSSI는 2004년 내각(Cabinet Office) 내의 공공분야 개혁부(the Office of Public Sector Reform : OPSR)에 의해 진행된 연구에 의해 도출된 공공서비스 만족의 요소인 서비스 전달(Delivery), 적시성(Timeliness), 정보(Information), 전문성(Professionalism), 직원의 응대 친절성(Staff attitude)에 기반하고 있다.

2010년 PSSI의 조사에서는 이 다섯 가지 만족 요인 이외에 접근성(Accessibility : 서비스에 얼마나 쉽게 접근할 수 있는가)을 추가하여 6가지 요인에 대한 설문을 실시하였고, 영국의 23개 공공서비스 분야에 대한 만족도 평가지표를 도출하였다([표 2] 참조). 전체적인 만족도 점수 외에도 여러 분야에 대한 동일 지표의 조사를 통해 분야별 비교와 분야 내 항목 간의 비교도 가능하다.

PSSI의 장점으로는 첫째, 공공서비스 간 서비스 이용자들의 인식을 비교할 수 있으며 이를 위해 대부분의 공공서비스에 적용될 수 있는 서비스 만족도의 가장 중요한 측면에 초점을 맞추고 있으며, 둘째로 일정한 기준의 체감적인 서비스 만족도를 측정함으로써 서비스 제공 방식을 개선하기 위한 세부적인 과제를 부여할 수 있다는 점이 있다.

종합하면, 살펴본 국내외 사례들 모두 만족도의 개념을 다차원적으로 접근하고 이에 따라 측정 역시 다양한 측면에서 진행되었다. 다만, 다각도의 측정 이후, 이에 대한 합산 여부 또는 합산 방식은 조사의 목적과 결과 활용에 따라 다르게 이루어졌다.

[표 2] PSSI의 만족도 차원과 설문문항

차 원	설 문	척 도
서비스 전달	귀하께서는 해당 서비스가 얼마나 귀하가 원하는 바를 제공하고 있다고 생각하십니까? (최종적인 결과를 포함한 것입니다.)	전혀 전달받지 못함 (0점) ~ 원하는 바를 모두 얻음(10점)
적시성	귀하께서는 서비스를 통하여 귀하가 얻고자 하는 바에 걸리는 시간에 대하여 얼마나 만족하거나 불만족하십니까? (첫 응답의 속도, 전체적인 당신의 문의 혹은 요구에 대한 시간 소요를 포함합니다.)	매우 불만족(0점) ~ 매우 만족(10점)
정보	귀하께서는 전체적으로 서비스에 관련하여 사용할 수 있는 정보에 대하여 얼마나 만족 혹은 불만족하십니까? (서비스를 언제 혹은 어디서 이용할 수 있는지에 대한 정보, 혹은 제공되는 서비스의 범위, 정보의 정확성 그리고 얼마나 쉽게 찾을 수 있는 지 등을 포함합니다.)	매우 불만족(0점) ~ 매우 만족(10점)
전문성	귀하께서는 업무를 처리한 직원의 지식과 능력에 대하여 어떻게 평가하십니까?	매우 나쁨(0점) ~ 매우 좋음(10점)
직원의 응대친절성	귀하께서는 업무를 처리한 직원의 태도에 대해서 어떻게 평가하십니까? (직원이 친절하거나 정중한 정도를 포함합니다.)	매우 나쁨(0점) ~ 아주 좋음(10점)
접근성	귀하께서는 해당 서비스에 접근하기에 얼마나 쉽거나 혹은 어려웠습니까? (서비스 영업시간, 서비스에 대한 예약을 하기 쉬운 정도를 포함합니다.)	매우 어려움(0점) ~ 매우 쉬움(10점)
PSSI 점수는 상기 6개 측면의 문항에 기반하며, 아래 질문과의 상관성을 중심으로 각각의 중요도를 측정하게 된다.		
전체적인 경험 (체감 만족도)	귀하께서는 해당 서비스의 전체적인 측면에서 얼마나 만족하거나 불만족하십니까?	매우 불만족(0점) ~ 매우 만족(10점)

2. 정부성과

1) 개념

신공공관리(New Public Management)에 기반을 둔 행정개혁의 각축전은 성과에 대한 관심을 심화시켰다(Behn, 2003; Moynihan and Pandey, 2005). 민간부문에서 중시되는 ‘경쟁’과 ‘성과관리’의 원리를 공공부문에 적용하고, 이로써 공공조직의 성과 향상을 꾀하는 것이 신공공관리 이론의 골자이다.

정부성과에 대한 중요성이 확대되고, 그 측정과 평가가 확산되고 있음에도 개념에 있어서 학자들 간의 합의는 이루어지지 못하고 있다. 개념 정의가 어려운 이유는 우선, 정부성과가 정부의 활동 영역만큼이나 다차원적이며, 어떠한 측면에 주목할 것인지에 따라 다양한 개념 정의가 가능하기 때문이다(Boyne, 2002; Carter et al. 1992). 또, 공공조직이 여러 가지 목표를 추구하고 때로는 모순되거나 대립되는 목표를 동시에 추진할 수 있기 때문에 성과에 대한 개념 정의는 더욱 어렵다. 여기에 정부를 둘러싼 이해관계자들의 관점이 더해지면 정부와 정책 대상자(수혜자 또는 비용부담자)간의 관계에 따라 보다 더 다양해질 수 있다(Behn, 2003).

그럼에도 논의를 종합해 개념정의를 하자면, 정부성과란 ‘특정 조직이 목표달성을 위해 한정된 자원을 능률적으로 활용하고 다양한 이해관계자들의 요구에 부응하여 그 책무를 다하는 것’이라 볼 수 있다(임상규, 2011).

2) 정부성과에 관한 논의

정부성과에 대한 다양한 차원이 존재하고 정의에 대한 합의는 없지만, 지금까지 진행되어온 연구들의 논의 흐름은 정부 목표에 대한 패러다임의 변화와 밀접하게 관련이 있다. 다시 말해, 정부가 성취하고자 하는 목표 변화에 따라서 강조되는 정부성과의 차원들이 달라져왔다는 것이다.

여기서는 전통 행정학 시각, 결과중심 관리적 시각, 시민중심 시각의 3가지 범주로 나누어 정부성과의 차원을 살펴보고자 한다(고명철, 2013).

첫째, 전통 행정학은 정부성과를 관리적 효과성(administrative effectiveness)차원에서 바라보고, 정부 내부 역량(capacity)을 강조한다. 정부성과는 정부 활동을 위해 투입된 자원에 의해 산출된 결과물을 의미하므로, 우수한 관리 역량이 수준 높은 성과를 이끌어 낼 수 있다고 주장한다. 따라서 관리역량의 평가를 통해 정부성과 또한 측정할 수 있다고 본다(Ingraham et al., 1999).

둘째, 결과중심 시각의 경우 정부활동으로 인한 산출과 결과에 초점을 둔다(Halachmi & Bouckaert, 1996). 이 입장은 정부 관리역량이 실제 성과와 직접적으로 연결된다는 전통 행정학의 가정을 따르지 않는다. 대신 정부가 목표로 하는 구체적인 임무에 대한 산출 및 결과에 관심을 기울인다. 즉, 정부가 무엇을 했는지(what governments do)를 강조한다.

그러나 결과 중심적 관리시각은 전반적인 정부성과를 측정하는데 한계를 지닌다(Yang & Holzer, 2006). 대부분의 성과지표가 정부 프로그램이나 공공기관 수준에서 어떠한 업무를 수행했는지 보여주는데 국한되는 것이다. 더불어, 결과에 대한 지나친 강조로 인해 성과지표가 정책목표 달성을 위한 수단이 아닌 하나의 목표가 되어버리는 목표전치(goal displacement) 현상이 발생할 가능성도 존재한다(Bohte & Meier, 2000).

마지막으로 시민에 대한 책임성 차원에서 논의되는 관점이다. 이 논의의 시작은 정부가 어떻게 업무를 수행하고 있는지(how governments do)에 대한 시민들의 판단이 쉽지 않다는 지적에서부터 시작되었다. 왜냐하면 대부분의 성과관리 지표들이 관리자적 시각의 조직 내부 평가 자료나 산출지표인 경우가 많기 때문이다. 정부활동으로 인한 결과가 시민들의 원하는 것인지, 그리고 그 내용이 시민들의 욕구를 얼마나 충족시

키고 있는지를 보여주지 못함으로써, 정부 정책의 최종 수혜자인 시민에 대한 책임성을 확보하기 어려웠다는 점이 함께 지적되었다(Ho & Coates, 2004). 이에 정부성과를 시민에 대한 대응성과 책임성 차원에서 접근하는 학자들의 경우, 정부성과 관리 자체와 측정 과정에 시민참여를 강조하고 있다(Ho & Coates, 2004; Yang & Callahan, 2005; 이석환, 2011). 이제까지 논의한 내용을 정리하면 다음 [표 3]과 같다.

[표 3] 정부성과에 대한 주요 연구 시각

구분	전통적 시각	결과중심 관리적 시각	시민중심 시각
연구 초점	투입된 자원을 얼마나 잘 관리하는가?	정부가 무엇을 하는가?	정부가 어떻게 하는가?
분석 대상	정부조직의 내부 관리 역량	정부조직 활동에 의한 산출물 및 결과물	정부활동이 시민에게 미치는 영향
정부 특성	관리적 효율성 (administrative effectiveness)	정책 효율성과 효과성 (policy effectiveness)	정부 책임성과 대응성 (responsiveness)
비판	관리역량과 정부성과 간의 불확실한 관계	전반적 수준에서의 정부성과 측정의 어려움	주관적 정성지표에 대한 타당성

주 : 고명철(2013)

3) 정부성과의 측정

강조되는 정부성과의 차원이 달라짐에 따라 측정되는 변수에 관한 논의의 초점도 달라졌다. 전통적 시각이 논의될 당시에는 정부성과는 주로 관리 전략(managerial strategy)에 초점이 맞춰 측정·평가되었다. 즉, 정부성과는 곧 ‘우월한 관리 전략의 적용 여부’로 판단되었다. 여기서 관리 전략이라 함은 TQM(Total Quality Management), 구조조정(Reengineering), 성과주의 예산제도(Performance budgeting), 규제완화(Deregulation), 민영화(Privatizations) 등이 포함된다(Cohen & Eimicke, 1998; DiLulio et al., 1993). 이러한 접근이 가능했던 이유는 관리역량이 곧 정부성으로 바로 이어질 거라는 가정이 전제되었기 때문이다.

그러나 앞서 언급했듯이 이러한 가정에 대한 비판과 함께 결과중심 관리적 시각 하에서 정부활동과 그 산출물(output) 또는 결과물(outcome) 사이의 인과관계를 검증하려는 연구들이 진행되기 시작했다. 이때 정부성과는 정부활동의 효과성을 의미한다. 다만, 주의할 점은 정부 주도로 측정된 효과성이라는 사실이다. 즉, 객관적 성과지표만 여기에 해당한다는 것이다. 대표적인 사례로 미국의 GPRA(Government Performance and Results Act, 1993)가 언급된다. 이는 전략계획서(strategic plan), 성과계획서(annual performance plan), 프로그램 성과보고서(program performance report)의 작성을 통해 연방기관의 일반적인 목적(goals), 구체적인 목표(objectives), 정량적 성과 목표, 달성된 정부 성과 등을 이해하고 정부 활동을 평가하는 것이다(고명철, 2013).

한편, 시민에 대한 정부의 책임성과 대응성이 강조되면서 ‘정부가 무엇을 하는가?’에 대한 정부 주도의 판단보다 ‘시민은 정부가 무엇을 한다고 생각하는가?’라는 시민의 판단이 고려되기 시작했다. 이에 따라 행정관리 역량이나 정부산출지표가 아닌 시민들의 인식을 통해 정부성과를 측정하려는 시도들이 이어지기 시작한다. 즉, 주관적 성과지표에 대한 관심으로

까지 확대된 것이다. 구체적으로 시민들에 의해 인지된 공공서비스 및 정부성과(perceived outcome), 정부 정책에 대한 만족(satisfaction), 정부에 대한 신뢰(confidence) 등을 들 수 있다.

제2절 선행연구 검토

1. 정부성과와 만족도의 관계

정부성과에 대한 시민의 인식과 만족도의 관계에 관한 연구는 여러 학자들에 의해 진행되어 왔다(Aberbach & christensen, 2005; Kettl, 2000; Osborne & Gaebler, 1992; Ryzin, 2007; Morgeson & Petrescu, 2011; 고명철, 2013; 제갈돈, 2013). 기존의 연구는 크게 두 가지로 정리할 수 있다.

첫째, 공공서비스에 대한 만족이 성과인식에 미친다는 관점의 연구이다. 고명철(2013)은 개별 서비스 분야에서의 시민들의 소비경험과 만족도(서비스 만족도)가 정부가 시민들의 선호를 얼마나 잘 반영해 서비스를 효율적으로 제공하고 있는지(정부성과)를 판단하는 주요 영향요인으로 작용할 것이라 가정하고 이를 실증 분석하였다.

반면, 같은 문제의식에도 불구하고 상반된 결과를 보인 연구도 있다. Cronin와 Taylor(1992) 역시 서비스에 대한 만족이 서비스 성과인식의 선행요인이라고 가정했으나 상반된 연구결과를 내놓았다. 이들은 실증적 분석을 통해 성과인식이 오히려 만족도의 결정 요인 중 하나임을 보였다.

둘째, 시민의 정부성과 인식이 만족도에 영향을 미친다고 보는 연구이다. 이러한 연구에도 시민만족에 대한 접근방식에 따라 두 가지로 분류할 수 있다.

하나는 결과 중심적 접근 방식이다. 이 접근은 시민들이 어떤 기제로 높은 정부성과가 만족도로 이어지는지 관심을 갖지 않는다. 중요한 것은 ‘무엇이 만족을 결정짓는가?’라는 질문이다. 이와 관련해 결과 중심적 접근 방식을 취하는 학자들은 인구 통계학적 특성과 사회·심리적 특성에 입각하여 서비스의 성과가 만족에 영향을 미칠 수 있을 것이라는 설명이 가능하고 본다. 이 관점 하에 진행된 공공서비스의 시민만족 결정요인에 관한 연구들은 일반적으로 응답자의 인구 통계적 특성(DeHoog et al., 1990), 지방정부와의 개인적 접촉(Hero & Durand, 1985), 지리적 혹은 영역적 특징(DeHoog et al., 1990), 서비스 접근(Fitzgerald & Durand, 1980), 혹은 객관적 서비스 산출 혹은 지출지표(Brown & Coulter, 1983)와 같은 요인들을 고려하였다. 초기 시민만족 연구에서는 결과 중심적 접근이 다수를 차지하였다.

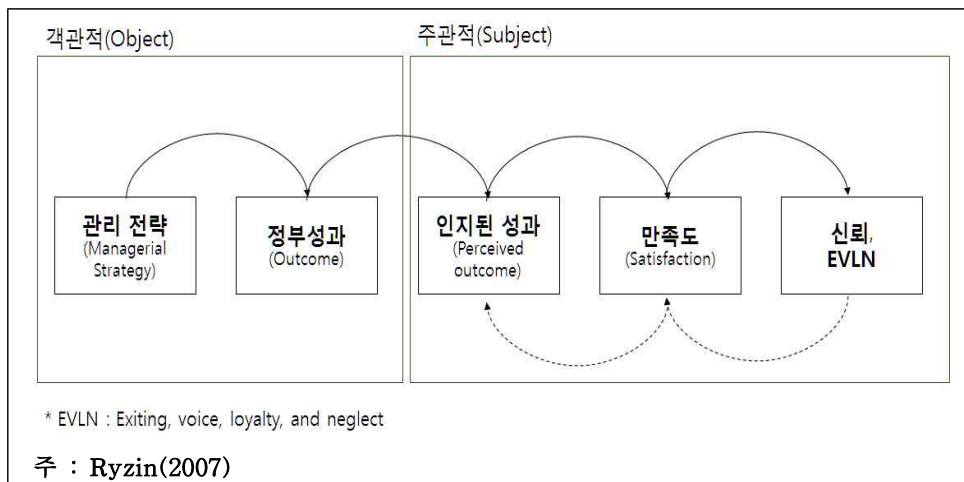
다른 하나는 과정 중심적 접근 방법이다. 다시 말해, ‘시민들이 공공서비스가 만족스럽다고 어떻게 판단하는가?’에 관심을 둔다. 이 접근은 고객만족이론 중 하나인 기대불일치이론(expectation-disconfirmation theory)에 근거해 진행되었다. 이 이론에 의하면, 만족은 단순히 서비스 품질, 즉 성과에 의해서만 결정되는 것이 아니라 사전에 형성된 서비스에 대한 기대와 비교하는 과정에서 결정된다. 즉, 고객들의 주관적 기대를 통해 객관적 서비스 조건이 해석된다는 것이다(Brown & Coulter, 1983). 이 이론은 공공분야에 적용되면서 공공서비스의 수요자로서 시민이 공공서비스의 성과를 어떻게 파악하는지, 이 판단이 향후 행동에 어떤 영향을 미칠 것인지에 대한 관심 전환에 기여하였다.

그러나 기대불일치이론을 적용함에 있어서 비판적 시각이 없는 것은 아니다. 특히 변수 측정에 관한 문제가 제기된다. 기대불일치이론의 핵심 변수에는 성과, 기대, 만족이 해당하는데, 그 중 ‘기대’ 변수를 측정하는 방식에 대한 문제가 종종 제기된다. 기대가 성과판단 이전에 형성된 사전적인 의미의 변수이기 때문이다. 이 변수는 횡단면 연구

(cross-sectional survey)에서는 측정할 수 없다는 방법론적으로 한계가 있다. 그래서 보다 정확한 모형 적용과 분석을 위해서는 실험설계가 유용하다는 지적이 있다(Ryzin, 2007).

그럼에도 불구하고 기대불일치이론이 공공서비스에 대한 시민만족을 연구하는데 여전히 유용한 시각을 제공한다. 결과중심적인 접근방식에 비해 보다 구체적으로 시민들의 의사결정과정을 들여다 볼 수 있기 때문이다(Rinchins, 1979).

[그림 4] 정부성과에 대한 관점 변화에 따른 주요 변수간의 관계



정리하면, 만족도는 정부성과를 바라보는 관점이 변화하면서 주목받기 시작했다. 그리고 그것이 정부 신뢰와 정부에 대한 반응행동에 어떤 영향을 미치는지 까지 확대되어 연구가 진행되고 있다. 이런 연구 흐름 안에서 정부 성과에 대한 인식과 만족도의 관계는 연구에 따라 인과관계 방향이 ‘만족도→정부성과 인식’ 또는 ‘정부성과 인식→만족도’로 다르게 나타난다. 그러나 중론은 성과인식이 만족도에 영향을 미친다는 것이다 (Ryzin, 2007).

2. 정부성과와 만족도 관계에 있어서 서비스 가치의 역할

1) 만족도 연구에서 가치 변수의 역할

앞서 언급했듯이 소비자행동 또는 마케팅 분야에서 그간 논의 되어온 기대불일치이론은 품질과 만족 사이의 연계에 대한 이론적 토대를 제공한다(Churchill & Surprenant, 1982; Oliver, 1980, 1981; Oliver & DeSarbo, 1988; Tse & Wilton, 1988; Yi, 1990). 이 이론은 정부성과와 만족도 관계를 설명하는데도 유용한 분석틀이 되고 있다.

한편, 서비스 연구 분야에서 서비스 품질의 증가가 만족의 향상을 이끄는 것은 맞지만, 낮은 품질이 항상 낮은 만족으로 이어지는 것은 아니라는 주장이 제기되었다. 즉, 낮은 수준으로 인지된 서비스 품질에도 불구하고 높은 수준의 만족을 가져올 수 있다는 것이다. 이러한 주장은 고객들이 반드시 높은 품질의 서비스를 구입하지 않을 수도 있다는 결론으로 이어졌다(De Ruyter et al, 1997).

이 같은 연구결과는 서비스 분야에서 품질과 만족도 사이를 조절하는 또 다른 변수가 있을 것이라는 질문으로 이어졌다. 그 결과 서비스 만족도 연구의 핵심변수로 서비스 가치가 고려되기 시작하였다(Rust & Oliver, 1994; Caruana et al., 2000; Cronin, 2000).

‘서비스 가치’가 주목받으면서 이에 대해 정확한 정의를 내리기 위해 여러 학자의 노력이 이어져왔다(Cronin et al., 1997; Dodds & Monroe, 1985; Drew & Bolton, 1987; Heskett et al., 1990; Holbrook & Corfman, 1985; Mandler, 1982; Perry, 1926; Sewall, 1901; Zeithaml, 1988).

이들 중 많은 연구들이 가치와 가격을 동일시하여 분석해왔다. 그 개념적 토대를 제공한 것이 바로 Zeithaml(1988)의 가치 분류이다. Zeithaml은 마케팅 연구 분야에서 논의되는 가치에 대해 4가지 측면으로 설명하였다.

첫째는 가격(price)이다. 둘째는 주고받는 것(what I get for what I give), 셋째는 지각된 제품품질과 가격사이의 상쇄효과(trade-off), 넷째는 상품 효용에 대한 전반적인 판단(whatever I want in a product)이다. 이들 중 실제 서비스 가치를 측정하는 데 있어서 많은 연구들이 첫 번째와 세 번째와 같은 금전적인 측면의 가치에 초점을 맞춰 진행되었다.(Bolton & Drew, 1991; Clow & Beisel, 1995; Fornell et al., 1996; Spreng et al., 1996; Zeithaml et al., 1996; Roest & Pieters, 1997; Garbarino & Johnson, 1999; Chenet et al., 1999; Athanassopoulos, 2000) 이 같은 연구들의 이론적 토대로 주로 효용이론이 다루어졌다. 효용이론은 고객들이 최종 지불액으로 나타나는 비효용을 빼고 서비스 속성들의 결합에 의해 얻어지는 효용에 의해 가치를 얻는다고 본다(Lancaster, 1971).

한편, 같은 효용이론을 적용하면서 서비스의 가치가 꼭 가격에 한정되지 않을 것이라고 보는 연구도 있다(Parry et al., 2011). 이 연구는 주로 재화와 서비스의 차이점을 설명하는 가운데 전개되었다. 재화와 서비스를 구분하려는 시도가 서비스 연구 분야에서 200여 년간 논쟁이 되어왔지만 아직도 합의에 이르지 못하고 있으며, 어떤 것이 재화이고 어떤 것이 서비스인가 하는 구분의 실효성에 의문을 제기한다. 그러면서 중요한 것은 상품에 어떤 서비스를 조화시킬지 연구하는 것이 더욱 중요하다는 결론을 내린다. 이 때 이들이 이러한 결론을 내리게 된 핵심적인 단서는 재화나 서비스에 대한 소비자들의 해석이 중요하다는 점에서 찾았다. 서비스의 가치는 소비자가 서비스를 통해 어떤 효용을 이루려고 하는가에 따라 다르며, 그 효용의 내용은 사람마다 다르다는 것이다. 즉, 공급자가 제조한 제품 그대로 소비자에게 해석되고 공급되기보다, 소비자가 ‘어떤 효용을 가지고 어떻게 해석하느냐’에 따라 같은 재화나 서비스도 다른 가치 부여 가능하다는 것이다. 이때 가치의 의미는 Zeithmal이 구분한 가치의 개념 중 네 번째 차원인 ‘상품 효용에 대한 판단(whatever I

want in a product)’과 같은 맥락이라 할 수 있다.

이러한 이론적 배경으로 진행된 선행연구의 경우, 서비스 가치인식이 성과인식과 만족도 사이에서 어떤 역할을 하는지에 관심을 둔다. 연구결과 서비스 품질과 만족도 사이의 직접적인 인과관계는 확인되고 있으나, 서비스 가치인식의 경우 확인할 수 없다는 것이 중론이다(Caruana et al., 2000). 이러한 연구흐름을 배경으로 최근에는 서비스 가치가 매개역할을 하는지 아니면 조절역할을 하는지 실증적으로 분석하려는 시도들이 이어지고 있다(Cronin et al, 2000; Chen & Chen, 2010).

2) 문화재 관리에 있어서 가치에 관한 논의

지금까지 문화재 관리 영역에서 가치에 관한 국내 논의는 크게 ‘활용’ 개념이 실질적인 의미를 갖기 전과 후로 나눌 수 있다. 문화재보호법이 제정된 1962년부터 ‘활용’은 명시되었으나 1990년대까지 실질적인 의미를 갖지는 못했다(류호철, 2014). 문화재를 둘러싼 정부의 활동은 문화재의 ‘원형유지’를 강조함에 따라 제한된 형태의 보존·관리에 국한되어 이루어졌기 때문이다. 이는 문화재의 가치 발굴에서부터 인정 또는 지정 등과 같은 제도적 장치를 통한 가치 보호, 기술적 차원의 수리·복원을 통한 가치의 지속성 유지를 의미한다. 따라서 문화재 관리에 있어서 가치는 문화재가 갖는 내재적 가치(역사적·예술적·학술적·경관적 가치)를 의미했으며, 이에 대한 규명이 중요했다.

반면, 2000년대 들어서면서 ‘문화재 활용’ 개념이 본격적으로 정책에 반영되면서 문화재 관리의 패러다임에 변화가 일어나게 되었다. 이전까지 문화재 관리의 목표가 문화재라는 대상 자체에 대한 보존에 한정되었다면, 활용 개념의 도입은 보존을 통해 국민들의 문화 향유권을 보장하는 것으로 까지 확장된 것으로 볼 수 있다. 이 시기부터 관람·감상과 답사에서부터 활용 프로그램 운영, 유형·무형문화재 융합 활용, 문화재 장

소 활용, 지역 문화재 자원화, 문화유산 교육, 문화유산 및 전통문화 체험 활성화 등이 대표적인 문화재 활용 시도들로 이루어졌다(류호철, 2014). 이는 결국 문화재의 가치가 종전에 이해되던 역사적·예술적·학술적·경관적 가치에 머무는 것이 아니라 문화재를 통해 창출 가능한 부가가치로까지 확대되었음을 의미한다. 따라서 문화재가 갖는 내재적 가치를 보존하고 관리함으로써 창출할 수 있는 부가가치가 무엇인지 밝히는 것이 중요한 쟁점이 되었다. 이에 사회경제적 관점에서 발생할 수 있는 부가가치에 관한 연구들이 진행되었는데, 주로 연구된 가치는 사회경제적 가치와 공익적 가치로 요약할 수 있다(문화재청, 2009, 2013). 또, 이를 추정하기 위해 활용된 대표적인 분석방법으로 조건부 가치 측정법(Contingent Valuation Method)⁵⁾와 여행비용법(Travel Cost Method)⁶⁾이 많이 이용되고 있다(Santagata et al., 2000; 문경일·임창호, 2003; 한상현·조광익, 2004; 한상현, 2006; 이영경, 2008; 옥성수, 2009; 김규호·임배근, 2009; 서순복, 2010).

한편, 국외에서는 공익적·사회경제적 차원의 부가가치에 대한 논의 이외에도 문화재를 방문하거나 관람하는 사람들이 갖는 문화재에 대한 가치인식에 대한 연구도 진행되었다(Ashworth, 1997; Ashworth et al., 1999; Poria, 2001; Poria et al., 2001, 2003). 유적지에 대한 가치인식이 주목받게 된 이유는 같은 유적지가 사람에 따라 완전히 다르게 인지될 수 있다는 점에 주목하게 되었기 때문이다. 그러면서 유적지 자체의 진

5) 각 개인이 문화재의 이용과 관련된 의사결정을 하여야 할 가상의 상황을 설정하고 설문조사를 통해 문화재의 가치를 평가하는 방법이다. 직접 정보를 얻기 때문에 정보의 취득이 매우 쉽고 아직 발생하지 않은 미래선택에 대한 정보까지 얻을 수 있어 적용대상과 범위가 광범위하다는 장점이 있다. 그러나 ‘가상성’으로 인해 현실적인 행동 예측과 피리를 보일 수 있다는 한계가 있다(문화재청, 2009).

6) 특정 기간 동안 특정 문화재를 방문하는 횟수와 여행비용의 정보를 이용하여 분석하는 방법이다. 간접적으로 사람들의 선택을 추정하기 때문에 응답자들의 진술에 의한 오류(stated data bias)가 적다는 장점이 있다. 반면 응답자가 단일 지역이 아닌 여러 지역을 여행 하는 경우 여행비용 배분이 어려워지며, 실제 문화재 관람 행위와 관련된 이용가치에 초점이 맞추어져 있어 문화재가 갖는 총 가치를 평가하는데 한계가 있다(문화재청, 2009).

정성(authenticity)⁷⁾·완전성(integrity)⁸⁾에 치중했던 연구 경향이 유적지 방문 이전에 사람들이 유적지에 대해 갖는 인식 또는 가치에 관한 논의로 흘러가게 된 것이다.

그 대표적인 예로 Poria, Butler, Airey (2004)의 연구가 있다. 이들은 개인이 유적지를 어떻게 인식하는지에 따라 방문동기가 달라진다고 보았다. 그렇기 때문에 유적지 속성보다 개인이 생각하는 유적지에 대한 가치인식에 초점을 맞춰 경험적 연구를 진행하였다. 이들은 Anne Frank House를 대상으로 잠재적 방문자들이 이 공간을 자문화의 유산으로 인식하는 정도에 따라 세 유형으로 구분하였다. 이들 연구에 따르면, 유산에 대한 자문화 인식이 강할수록 방문동기를 휴식, 배움, 정서적 유대감 및 일체감 순으로 추구하는 것으로 나타났다. 이후 후속 연구를 통해 Poria는 이들 집단별로 유적지 해설사들에 대한 선호도 다르게 나타남을 연구함으로써, 같은 유적지를 방문하게 될 잠재적 방문객들이라도 이질적인 특성을 갖고 있음을 밝혔다(Poria, 2009). 이러한 연구는 곧 방문자들의 특성에 따라 유적지를 통해 제공되는 서비스가 달라져야 함을 시사한다.

-
- 7) '진정성(authenticity)'이라는 개념은 「미국 역사지역 국가목록(American National Register of Historic Places)」의 유산 등재 심의에서 평가 항목으로 사용하는 integrity에서 비롯되었다. 이때 미국에서의 integrity는 '유산이 그 의미를 전달할 수 있는 능력'이라고 정의되었다. 즉, 하나의 유산에 부여된 가치가 진짜로 그 유산에 의해 전달되는지 아닌지를 판단하는 항목이다. 이 항목은 세계유산목록에 완전히 위조되거나 재창출된 유산을 올리는 것을 막고자 한 의도를 담았다. 이러한 의미를 고려하여 애초에 미국에서 사용한 integrity를 한국어로 번역한다면 유산의 '정직성' 내지는 '가치 전달력'이라고 할 수 있다. 다만 미국에서 'integrity'라는 단어에 부여했던 의미를 세계유산협약에 가져올 때는 'authenticity(진정성)'이라는 단어로 대체하여 가져왔고 현재 미국 역사지역 국가 목록에서 사용되는 'integrity'는 이제 세계유산협약에서의 진정성(authenticity)와 거의 동일한 의미를 가지고 있다. 세계유산협약에서 진정성 평가는 자연유산에는 해당되지 않고 문화유산에만 적용된다.(조효상, 2013 : 75)
- 8) 한 유산의 가치를 표현하는 속성들이 유산 안에 모두 다 포함되어 있고 온전한지를 확인하는 항목이 바로 완전성이다. 진정성이 문화유산에만 적용되는 것에 비해 완전성(integrity)은 자연유산과 문화유산 모두에 해당된다. 2012년 운영지침에 완전성은 '자연유산 및/또는 문화유산과 그 속성의 전체성 및 온전성을 가늠하는 척도'라고 명시하였다. 즉, 진정성이 유산의 가치를 표현하는 속성이라면 완전성은 그 가치를 유지할 수 있는 속성이라고 할 수 있다.(조효상, 2013 : 84)

이제까지 진행된 문화재 관리에 있어서 가치의 논의는 관리 목표에 따라 또는 연구자의 초점에 따라 다르게 진행되었다. 국내의 경우, 초기에 문화재의 속성이 곧 가치라는 관점 아래 개별 학문분야에서 연구들이 진행되어 왔으며, 이후 이 속성과 동일시되는 가치가 또 다른 가치, 즉 공익적·사회경제적 차원에서 부가가치를 어느 정도 창출해 내고 있는지 측정하는데 관심이 모아졌다. 이러한 논의의 변화는 문화재의 가치에 대한 개념이 확대되었다는 점에서 긍정적이지만 여전히 가치판단의 주체 또는 목적이 관리자 또는 서비스 제공자 차원에서 논의되고 있다는 한계가 있다. 이는 문화재 관리가 자칫 소수 엘리트에 의해 결정된 가치에 의해 결정될 수 있다는 우려가 있기 때문이다.

반면, 활용이 문화재 관리의 또 다른 축으로 포함됨으로써 관리의 초점이 문화재에 한정 되는 것이 아니라 문화재를 향유하는 사람들로까지 확장된 시점에서, 해외에서 진행되고 있는 문화재 방문객 혹은 잠재적 방문객들의 문화재에 대한 가치인식이 다를 수 있다는 연구가 갖는 시사점은 크다. 이는 문화재를 향유하는 사람들이 동질적인 집단이 아닐 수 있다는 것을 의미한다. 다시 말해 문화재의 가치를 어떻게 인식하는지에 따라 정책 대상 집단을 세분화하여 집단의 특성 또는 수요에 맞는 서비스를 제공할 필요가 있음을 뜻한다.

제3절 선행연구의 한계

앞서 선행연구 검토를 통해서 시민 만족이 부각된 계기와 그것이 성과 도구로써 갖는 유용성에 대해 살펴보았다. 또, 지금까지 진행되어온 정부 성과에 대한 관점 변화와 이에 따라 부각된 성과인식에 관해 언급했다. 그리고 정부 성과인식과 만족도의 관계를 살펴봄에 있어 기존의 연구들이 시민들의 의사결정 과정, 즉 만족도 판단의 과정에 대해 간과했음을 지적하였다. 그러면서 서비스 가치 변수에 대한 고려가 선행연구의 한계를 극복하는데 기여할 수 있을 것이라 제시했다.

기존 연구 중 시민들의 의사결정 과정을 고려한 논의가 아예 없었던 것은 아니다. 기대불일치이론을 통해 성과인식과 만족도를 설명하려는 연구들이 여기에 속한다고 할 수 있다. 이 이론이 정부성과와 만족도 관계를 이해하는데 과정 중심적 접근방식을 제시하는데 기여한 것은 사실이나, 기대의 수준에 초점을 맞춰 서비스의 수준이 아닌 서비스를 통해 충족될 효용의 다차원적 측면을 고려하지 못했다는 한계가 있다. 다시 말해, ‘얼마나 수준 높은 서비스인가?’의 문제가 아니라 ‘내가 원하는 가치를 실현시키는데 도움이 되는 서비스인가?’의 문제를 고려하지 못했다는 것이다. 이러한 문제의식은 기존의 연구들이 만족도 조사의 방법론적 한계를 밝히거나 성과지표와의 연계성에 주목하던 흐름과는 구별된다.

본 연구를 통해 기존 논의가 서비스 가치를 고려하지 않았다는 한계를 극복하고자 한다는 것 이외에도 이러한 논의를 문화재 관리 영역에 적용한다는 점에서 기존의 연구와 차별된다고 할 수 있다. 문화재 관리 분야에서 이루어지는 담론 중에서 실증분석에 기반을 두고 정부성과와 만족도 관계를 다루는 경우는 전무한 실정이다. 그러나 문화재 관리가 정부 개입으로 이루어지고 있기 때문에 정부활동에 대한 성과를 논하는 것은 당연한 일이다. 또, 정부의 책임성과 대응성 차원을 고려해 볼 때 그 성

과를 논하는 방식에 있어서 시민 중심 평가의 필요성을 인지할 필요가 있다.

더욱이 문화재 관리를 통해 이루어지는 공공서비스를 논함에 있어서 서비스 가치에 대한 고려는 매우 중요하다. 종래까지 문화재 관리 영역에서의 공공서비스 가치는 관료나 전문가 집단에 의해 정의되고 판단되었으나 최근에 들어 서비스를 제공받는 시민들이 해석하고 이해하는 가치의 중요성이 대두되었기 때문이다. 다시 말해, 최근 문화재 관리에 있어서 가치에 관한 논의가 관리자 또는 소수 엘리트 중심에서 문화재를 직접 방문하거나 잠재적으로 방문할 가능성이 있는 사람들의 가치인식으로 확장되면서 새로운 국면을 맞이하고 있는 것이다. 또, 문화재 관리를 통해 이루어지는 공공서비스가 경험재라는 특성을 감안했을 때 서비스 가치에 대한 고려는 더욱 중요한 의미를 갖는다.

따라서 성과인식과 만족도에 대한 기존 논의가 고려하지 못한 '시민들이 생각하는 공공서비스에 대한 가치'변수에 주목하고, 이 가치에 따라 성과인식과 만족도의 관계가 달라질 수 있음을 실증적으로 분석하고자 한다. 특히, 그동안 여러 정부활동 영역 중에서 상대적으로 관심이 저조했던 문화재 관리 분야를 중심으로 연구를 진행하고자 한다. 이는 정부활동에 대한 시민들의 생각의 지도를 그리는데 도움이 될 뿐 더러, 관리 차원에서는 정책 대상 집단에 대한 이해를 높일 수 있는 작은 계기가 될 수 있을 것이다.

제 3 장. 연구문제와 가설

제1절 연구문제

본 연구는 시민이 바라본 문화재 관리 성과와 만족도에 주목한다. 다시 말해, 문화재를 통해 이루어지는 공공서비스에 대한 가치인식의 차이가 성과인식과 시민 만족도간의 관계에 영향을 미치는지 분석하는 것이다. 따라서 성과인식이 시민 만족도에 직접적으로 어떠한 영향을 미치는지에 대해 1차적으로 분석한다.

다음으로 공공서비스 가치인식을 조절변수로 추가한 후, 1차적으로 분석한 성과인식과 만족도간의 관계가 어떻게 변화하는지 살펴보고자 한다.

제2절 연구가설

본 연구의 목적은 문화재 관리에 대한 성과인식과 만족도간의 관계를 분석하고, 이 관계가 공공서비스에 대한 가치인식에 따라 달라질 것이라 보고, 실제 그런 경향을 확인하고자 실증분석을 시도한다.

먼저, 인지된 정부성과와 만족도간의 인과관계가 있을 것이라는 가정은 그동안 정부성과에 대해 이루어진 논의를 바탕으로 도출하였다.

시민은 공공서비스 생산 비용을 지불함으로 우수한 성과를 요구할 권리가 있다(백병성, 2002). 한편, 정부는 이러한 서비스를 제공할 법적·정치적 의무가 있을뿐더러 단순히 서비스 제공에 그치는 것이 아니라 서비스 제공을 통해 시민들을 만족시키고 나아가 삶의 질을 향상시키는데 기여할 수 있어야 한다는 논리가 근거가 된다. 이는 최근에 활발히 논의되는 시민중심 시각에서 바라본 정부성과 개념과 맞닿아 있다. 이러한 논리를

바탕으로 제공된 서비스 자체에 대한 평가와 그것을 통해 얻게 되는 만족도 사이의 인과관계가 있을 것으로 가정한다. 다만, 본 연구에서는 만족도를 단일차원으로 접근하지 않고 다차원적으로 살펴보고자 한다. 즉, 정부성도가 개별 요소만족도와 의 인과관계를 형성하고 있는지 확인하고자 한다. 이러한 접근을 시도하는 이유는 행정서비스가 어떤 수요자에게 언제, 어떻게, 얼마나 귀착하였는지, 이를 통해 이용자의 욕구가 해소되었는지, 미흡하거나 불만족스러운 점은 무엇인지를 평가하는 만족도 조사 기능을 최대한 구현하기 위함이다. 따라서 이러한 이론적 논의를 바탕으로 [가설 1]을 설정하면 다음과 같다.

가설 1 : 문화재 관리에 대한 인지된 성과는 만족도에 영향을 미칠 것이다.

가설 1-1 : 인지된 성과는 서비스 전달 만족도에 긍정적 영향을 미칠 것이다.

가설 1-2 : 인지된 성과는 정보 만족도에 긍정적 영향을 미칠 것이다.

가설 1-3 : 인지된 성과는 용이성 만족도에 긍정적 영향을 미칠 것이다.

가설 1-4 : 인지된 성과는 친절성 만족도에 긍정적 영향을 미칠 것이다.

그러나 모든 사람이 동일한 서비스를 동일하게 만족하는 것은 아니다. 예를 들어, 동일한 유적지를 방문한 두 사람이 있다고 가정하자. 두 사람 각각 유적지 관리에 대한 평가가 다르고 이에 따라 만족 수준이 다를 수 있다. 또 다른 경우에는 두 사람 모두 유적지 관리에 대한 평가는 동일하지만, 만족하는 차원이 다를 수 있다. 이러한 경우의 발생 가능성은 문화재를 통해 제공되는 공공서비스가 경험재적 속성을 갖기 때문에 더욱 높다.

경험하는 과정에서 얻고자 하는 효용이 개인마다 차이가 있고, 그 효용은 제품 또는 서비스를 어떻게 인식하는지에 따라 달라진다는 Zeithaml(1988)의 지적처럼, 문화재 향유에 있어서도 동일한 문화재의 가치를 어떻게 인식하고 있는지에 따라 방문을 통해 얻고자 하는 효용이 상이할 있을 것이라는 예상이 가능하다. 그런데 앞서 언급한 기대불일치

이론에 따르면 이렇게 얻고자 하는 효용, 즉 기대하는 바와 실제 경험한 바 사이에서 발생하는 차이가 서비스 만족에 영향을 미친다는 것이다. 따라서 [가설 2]를 통해 실제 정부성과와 만족도 관계 사이에서 서비스 가치인식의 조절효과가 작용하는지 확인하고자 한다.

가설 2 : 문화재 관리에 대한 인지된 성과와 만족도의 관계는

문화재에 대한 가치인식에 따라 차이가 있을 것이다.

가설 2-1 : 인지된 성과와 서비스 전달 만족도 간의 관계는 문화재에 대한 가치 인식에 따라 차이가 있을 것이다.

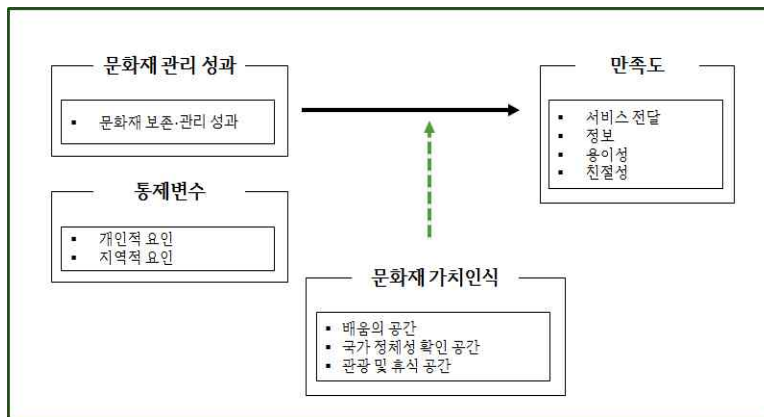
가설 2-2 : 인지된 성과와 정보 만족도 간의 관계는 문화재에 대한 가치 인식에 따라 차이가 있을 것이다.

가설 2-3 : 인지된 성과와 용이성 만족도 간의 관계는 문화재에 대한 가치 인식에 따라 차이가 있을 것이다.

가설 2-4 : 인지된 성과와 친절성 만족도 간의 관계는 문화재에 대한 가치 인식에 따라 차이가 있을 것이다.

이상의 가설을 바탕으로 연구 분석틀을 도출할 수 있다.

[그림 5] 연구 분석틀



제 4 장. 연구설계

제1절 연구자료

1. 분석자료 : 문화유산 향유실태조사

1) 조사 개요

2010년 문화유산 향유실태조사는 일반 국민의 문화재 향유 및 인식 실태 파악을 목적으로 문화재청에서 실시하였다. 조사대상은 만 15세이상 일반국민으로 제주도를 포함한 전국이 조사지역에 해당한다. 지역별□성별□연령별 인구비례할당 추출방법에 의해 표본 1,500명이 확보되었다. 조사는 구조화된 설문지를 기초로 면접조사로 진행되었다.

[표 4] 문화유산 향유실태조사 개요

연구기관	문화재청
조사기관	(주)한국갤럽조사연구소
연구대상	모집단: 전국의 만 15세 이상 일반국민
표본 수	1,500명
표본추출	지역별□성별□연령별 인구비례할당 추출
조사기간	2010년 8월 8일 ~ 8월 31일
조사방법	대인면접 (구조화된 설문지)

이 조사 자료는 몇 가지 측면에서 이점을 갖는데, 먼저 특정 문화재 또는 특정 활용 프로그램에 대한 만족도가 아니라 문화재 일반에 대한 인식을 묻고 있다는 점이다. 이는 자료의 분석결과를 기존의 특정 문화재에 한정하지 않고 보다 일반화된 인식 범주에서 논의할 수 있음을 의미한다. 둘째, 문화재 향유 행태에 대한 설문도 포함되어 있다. 예를 들

어, 방문한 유적지가 거주지역 내에 속하는지 아니면 타 지역에 소재하는지 특정할 수 있으며, 그밖에도 방문 시 동반자, 방문 목적, 방문 시 고려하는 사항, 방문 전 수집하는 정보의 내용 및 출처 등을 묻고 있어 문화재 향유자들의 행태 파악에 일정 부분 실마리를 제공한다. 뿐만 아니라, 그 동안 국민 전체를 모집단으로 하여 문화재 향유에 대한 태도, 경험에 대한 느낌, 그리고 문화재 자체에 대한 인식을 묻는 조사는 많지 않았다는 점에서 자료의 희귀성도 장점으로 덧붙일 수 있다.

2) 문화유산 향유실태조사의 내용

일반 국민을 대상으로 하는 문화유산 향유실태 조사는 총 42개 문항으로 구성된 설문지를 기초로 이루어졌다. 문항은 크게 문화유적 관심수준, 문화유적 방문 실태, 무형문화재 공연 방문 실태, 고궁 방문실태, 문화재 관련 활동으로 5가지 영역으로 구분할 수 있다.

2. 분석범위

모집단이 만 15세 이상의 일반국민인 문화유산 향유실태 조사와 달리, 본 연구의 모집단은 문화재 관리를 통해 제공되는 공공서비스를 직접 경험한 사람들이다. 다만 지역별로 유적지의 특성이 천차만별일 가능성⁹⁾을 감안해 분석범위를 설정하였다. 따라서 거주 지역에 위치하고 있는 유적지를 방문한 경험이 있는 사람들인 290명으로 한정해 분석하고자 한다.

물론 공공 서비스 만족도 조사 중 일부는 경험자와 비경험자를 모두 조사 대상으로 하는 경우도 있다. 그러나 문화재를 통한 공공서비스가 경험제적 특성을 갖는다는 점을 고려하여 방문 경험자에 한정한다.

9) 부동산 문화재에 속하는 유적지의 경우, 형성 당시부터 현재까지의 시간을 해당 지역과 공유한다는 특성을 지닌다.

제2절 변수의 조작적 정의 및 측정

1. 종속변수

본 연구의 종속변수는 서비스에 대한 시민 만족도이다. 만족도 측정 방식은 앞서 언급했듯이 종합(체감) 만족도와 요소(차원) 만족도로 구분하고 이 둘을 합산하거나 요소(차원)만족도만을 측정하여 합산하는 방식이 주로 사용되고 있다. 각각 연구목적에 맞게 측정방식이 다양하게 이용되고 있다.

본 연구에서는 성과와 만족도간의 인과관계와 더불어 서비스 가치의 조절효과까지 함께 실증적으로 분석하는데 목적이 있다. 이러한 연구목적의 취지는 실제 행정서비스가 어떤 수요자에게 어떻게 귀착하는지 알아보고자 하는 데 있다. 따라서 본 연구의 취지에 부합하는 만족도의 측정 방식으로는 직원의 태도(staff attitude), 전문성(professionalism), 접근성(accessibility), 서비스 전달(service delivery), 정보제공(information), 적시성(timeliness) 등 6가지 차원 만족도를 고려하고 있는 PSSI의 접근방법이 적합하다고 보았다. 그 이유로 먼저 다른 모형에 비해 서비스를 이용할 경우 경험할 수 있는 차원들을 직관적으로 다루고 있다는 점을 들 수 있다. 또 다른 이유는 비교적 서비스 특성과 관계없이 공통적으로 다루어질 수 있는 차원들이 고려되고 있다는 점이다.

다만 본 연구에서는 4가지 차원 만족도를 측정하고자 한다. 4가지 구분에는 서비스 전달, 정보, 용이성(접근성)¹⁰⁾, 친절성(직원의 태도)이 포함된다.

10) PSSI에서 서비스 접근 용이성에 대한 만족도를 접근성 차원의 만족도라고 보고 측정하고 있으나, 본 연구에서는 측정의미를 좀 더 직접적으로 전달하기 위해 접근성 대신 용이성이라는 표현을 사용하고자 한다.

기존의 PSSI 만족도 모형과 달리 전문성과 적시성을 제외하는 이유는 다음과 같다. 첫째, 시민들이 유적지에 머물면서 관리자의 전문적인 관리 역량을 관찰할 가능성이 없다는 점에서 전문성을 제외하였다. 보통 문화재 관리 영역에서 고도로 전문적 관리가 필요한 경우는 복원 및 수리 등의 과정이 수반될 때이지만, 이러한 과정은 보통 일반시민들의 접근을 차단한 상태에서 이루어진다. 둘째, 유적지를 방문해서 시민들이 얻고자 하는 공공서비스의 특성이 민원 해결과 같이 시일을 다투는 일이 아니라 는 점에서 적시성 차원을 제외하였다.

이 같은 요소(차원) 만족도는 ‘귀하께서는 문화유적 방문 시 다음 항목에 대해 얼마나 만족하십니까?’라는 문항을 통해 산출하였다. 구체적으로 각각의 요소(차원) 만족도에 대한 측정은 다음과 같다.

1) 서비스 전달

먼저 서비스 전달을 측정하기 위해 문화유적 콘텐츠(전시, 프로그램 등)에 대한 만족도를 묻는 문항을 이용하였다. ‘서비스 전달 만족도를 묻는데 문화유적 콘텐츠에 대한 만족도 측정이 타당한가’라는 의문이 제기될 수 있다.

그러나 이러한 문제제기는 문화재 관리에서 제공되는 공공서비스의 특성과 콘텐츠의 정의를 고려하면 해소될 수 있다. 우선, 문화재 관리를 통해 제공되는 공공서비스는 문화재 관리의 결과 시민들이 문화재의 가치를 향유할 수 있도록 권리를 보장하는 것이라 할 수 있다. 즉, 시민들에게 문화재의 가치를 공개하고 접근할 수 있게 한다는 의미이다. 그런데 이때의 가치는 시민들이 갖는 문화재의 가치와는 다른 의미이다. 정부에 의해 제공되는 가치는 전문가에 의해 진정성과 완전성 측면에서 인정을 받은 가치이자 정부에 의해 보존할 만한 가치가 있다고 인정받은 가치인

것이다. 정리하면, 문화재 관리를 통해 제공되는 공공서비스는 결국 문화재의 내재적 가치 공개라 할 수 있다. 그러나 문제는 일반시민이 내재적 가치를 공감하거나 이해하기가 쉽지 않다는 것이다. 기본적으로 역사적 지식 등의 소양 없이는 문화재는 그저 ‘오래된 세월을 건넌 잔존물’에 불과하다.

그런 면에서 콘텐츠는 중요한 가교역할을 한다. 콘텐츠란 다양한 매체를 통해 구현되는 것으로 사람들에게 지적, 정서적 만족을 주는 창의적 가공물을 뜻한다(박상천, 2007). 즉, 가치를 수요자의 눈높이에 맞게 가공하여 구체화한 것을 뜻한다. 따라서 문화재를 통한 공공서비스를 이야기함에 있어서 콘텐츠는 문화재의 내재적 가치를 수요자의 수준에 맞게 구체화하여 전달해주는 것을 말한다. 이러한 맥락을 고려할 때, 콘텐츠에 대한 만족을 묻는 설문은 곧 서비스 전달에 대한 만족을 측정하는 것이 가능하다고 판단하고 연구를 진행하였다.

2) 정보

정보 차원 만족도는 서비스 관련해 사용할 수 있는 정보에 대한 만족을 묻는 것이다. 문화재 방문한 상황을 고려했을 때, 정보 만족도란 결국 문화재 자체에 대한 정보 제공 만족도라 할 수 있다. 현장에서는 문화재 내 (해설) 안내판, 문화재 해설 서비스, 문화재 설명 팸플릿 등을 통해 문화재에 대한 정보가 제공되고 있다(문화재청, 2014b). 이 점을 감안하여 문화재 내 (해설) 안내판, 문화재 해설 서비스, 문화재 설명 팸플릿에 대한 만족도를 산술평균하여 정보 차원 만족도를 측정하였다.

3) 용이성

용이성 차원의 만족도는 곧 서비스 접근 용이성에 대한 만족도를 의미한다. 따라서 유적지를 방문함에 있어서 접근이 용이하다는 의미는 곧 유적지의 소재지를 쉽게 찾아 갈 수 있다는 뜻이다. 이를 위해 문화재

관리 차원에서 문화재 주변 안내 표시판을 설치하고 있다. 문화재 주변 안내 표시판이란 문화재 안내판의 종류 중에서 기능성 안내판에 중에서 ‘길찾기’ 역할을 담당한다. 구체적으로 동선을 유도하는 지점과 편의시설 안내, 권역과 권역을 이어주는 지점 등에 설치되어 시민들이 유적지를 통해 공공서비스를 제공받는데 접근의 용이성을 높여주고 있다(문화재청, 2014b). 따라서 용이성 차원의 만족도를 측정하기 위해 본 연구에서는 문화재 주변 안내 표시판에 대한 만족도를 물었다.

4) 친절성

친절성은 업무 처리를 담당하는 직원 태도에 대한 만족도를 의미한다. 따라서 이를 측정하기 위해 안내원 등의 직원 친절성 만족도를 묻는 설문문을 이용하였다.

2. 독립변수 : 인지된 성과

본 연구에서 살펴보고자 하는 독립변수는 성과인식이다. 기존의 연구에서 시민들의 성과인식이 과연 성과를 측정하는데 적합한지에 대한 논쟁이 있지만, 정부성과를 시민에 대한 정부의 책임성과 대응성으로 보는 연구에서 성과는 시민들의 성과인식으로 측정되는 경향이 있다(Ryzin, 2007). 따라서 본 연구에서 역시 성과인식을 정부성으로 살펴보고자 한다.

이를 측정하기 위해 문화재 관리를 평가하는 설문문항을 이용하고자 한다. 설문에서는 ‘귀하가 거주하시는 지역의 문화재들이 얼마나 잘 보존□ 관리 되고 있다고 생각하십니까? 라고 묻고 있으며, 선택지는 1점-전혀 잘 보존·관리되고 있지 않다, 2점-잘 보존·관리되고 있지 않은 편이다, 3점-잘 보존·관리되고 있는 편이다, 4점-매우 잘 보존·관리되고 있다 등 4점 척도로 구성되어 있다.

3. 조절변수 : 서비스에 대한 가치인식

문화재 관리를 통해 이루어지는 공공서비스에 대한 가치인식을 살펴보기 위해 ‘문화재는 귀하에게 어떤 의미입니까?’ 라는 질문을 사용하였다.

다만, 설문지의 선택지와 달리 본 연구에서는 문화재를 역사체험 공간으로 인식하는 사람과 교육 공간으로 인식하는 사람이 문화재에 대해 같은 가치를 추구한다고 보고 ‘배움의 공간’이라고 인식하는 사람들로 통칭하고자 한다. 이들을 동일하게 보는 이유는 문화재의 가치를 배움의 공간이라 인식하는 사람들의 경우 문화재를 통한 지식 획득과 역사 체험에 주로 관심을 갖는 것이 특징이기 때문이다(Poria et al., 2009).

따라서 본 연구에서 서비스에 대한 가치인식을 배움의 공간, 정체성 확인 공간, 관광 및 휴식 공간으로 구분하고, 각각 ‘0. 해당 사항 없음’과 ‘1. 해당 함’으로 측정하였다.

4. 통제변수

본 연구는 성과인식과 만족도간의 관계, 그리고 그 관계에 영향을 미치는 서비스 가치인식의 조절효과에 관심이 있다. 연구목적을 달성하기 위해서는 이러한 관계에 직접적으로 영향을 줄 수 있는 제3의 요인들을 통제하는 것이 타당성 확보 차원에서 필요하다. 이에 본 연구에서는 지역적□개인적 요인을 제3의 요인으로 보고 통제하고자 한다.

1) 개인적 요인

본 연구에서 통제하고자 하는 개인적 요인으로는 성별, 연령, 학력, 소득이 포함된다. 성별, 연령, 학력, 소득은 연구분야에 관계없이 만족도에 영향을 미칠 수 있는 대표적 요인들로 꼽힌다(Dalehite, 2008; 박순애·박재현, 2010).

성별과 학력, 거주 지역은 명목변수에 해당하여 더미 처리 하였다. 한편, 연령, 소득, 매체 관심도는 서열변수이므로 더미화하지 않고 분석하였다.

2) 지역적 요인

본 연구에서 통제하려는 지역적 요인으로는 거주 지역에 대한 통제가 있다. 거주 지역에 대한 통제가 중요한 이유는 첫째, 거주 지역별로 제공되는 서비스 질의 격차가 만족도에 미칠 가능성을 완전히 배제할 수 없기 때문이다. 둘째, 유적지의 지역 특색을 고려하기 위해서이다. 따라서 제주도를 제외하고, 서울, 부산, 대구, 인천, 광주, 대전, 울산, 경기, 강원, 충북, 충남, 전북, 전남, 경북, 경남을 더미 처리하여 분석하였다.

본 연구에 활용된 설문문항을 [표 5]를 통해 정리하였다.

[표 5] 변수의 측정과 척도

구분	주요변수	설문문항	척도	
독립	인지된 성과	귀하가 거주하시는 지역의 문화재들이 얼마나 잘 보존·관리되고 있다고 생각하십니까?	① 전혀 잘 보존·관리되고 있지 않음 ~ ④ 매우 잘 보존·관리됨	
종속	만족도	귀하께서는 문화유적 방문 시 다음 항목에 대해 얼마나 만족하십니까?	① 매우 불만족 ~ ⑤ 매우 만족	
		서비스 전달		문화유적 콘텐츠(전시물, 프로그램 등)
		정보*		문화재 해설 서비스, 문화재 설명 팸플릿, 문화재 내 안내관
		용이성 친절성		문화재 주변 안내 표지판 직원 친절성(안내원 등)
조절	서비스 가치 인식	배움의 공간	□ 해당 없음 ① 해당함	
		경제성 확인 공간		문화재는 귀하에게 어떤 의미입니까?
		관광 및 휴식 공간		
통제	개인적 요인	성별	□ 여성 ① 남성	
		연령	① 10대 ~ ⑥ 60대	
		학력	□ 해당 없음 ① 해당함	
		소득	① 200만원미만 ~ ⑤ 500만원 이상	
	지역적 요인	거주 지역	□ 해당 없음 ① 해당함	

주) * : 3문항을 산술평균함

제 5 장. 실증결과 분석

제1절 자료의 분석방법

본 연구의 가설을 검증하기에 앞서 연구 대상이 되는 변수들의 빈도분석과 상관관계분석을 통해 자료의 특성을 파악할 것이다. 그 다음으로 본격적인 가설 검증을 위해 서열형 로짓 모형(Ordered Logistic Regression)을 이용하고자 한다. 이와 같은 분석방법을 적용하는 이유는 종속변수인 만족도의 응답 특성을 고려하기 위함이다. 만족도는 ① 매우 불만족, ② 불만족, ③ 보통, ④ 만족, ⑤ 매우 만족과 같이 순서화된 형태로 측정되었다. 기존의 OLS 추정을 통한 회귀분석에서 이와 같은 순서화된 응답을 다룰 때 단순히 평균을 구하거나 응답 번호를 그대로 회귀식에 응용하는 경우가 많았다. 그러나 평균이 2.5가 나왔다고 하는 것만으로 응답자들의 성향이 불만족인지 아니면 보통인지 구분할 수 없다. 뿐만 아니라 이러한 평균 자체가 지니는 실질적인 의미가 무엇인지에 대한 뚜렷한 해석적 근거도 찾을 수 가 없다. 그러나 서열형 로짓 모형은 이 같은 유형의 응답을 확률이라는 개념으로 처리한다. 즉, 불만족이라 응답할 확률과 보통이라 응답할 확률을 구함으로써 응답간의 차이를 검증할 수 있게 되는 것이다(이성우 외, 2005).

따라서 본 연구에서는 이를 통해 변수간의 인과관계 및 조절효과를 검증할 것이다. 통계적 분석을 위해 Stata 14.0 패키지를 사용하여 실시하였다.

제2절 결과분석

1. 기술통계량과 상관관계 분석

1) 주요 변수들의 기술통계

다음의 [표 6]는 본 연구의 분석 대상인 연속형 변수들에 대한 기술통계이다.

[표 6] 연속형 변수들의 기술통계량

구분	변수명	Obs	Mean	Std. Dev.	Min	Max	
독립	인지된 성과	290	2.92	0.62	1	4	
종속	만족도	서비스 전달	290	3.29	0.67	1	5
		용이성	290	3.51	0.87	1	5
		정보	261	3.32	0.73	1	5
		친절성	280	3.33	0.83	1	5

정보 만족도와 친절성 만족도에 대한 관측치가 각각 261, 280개인 것을 제외하고 나머지 연속형 변수에서는 관측치가 290개임을 확인할 수 있다.

본 연구의 독립변수에 해당하는 인지된 성과는 4점 만점에 2.92점으로 나타났다.

한편 종속변수인 만족도는 차원에 따라 조금씩 다르게 나타났다. 5점 만점에 서비스 전달 만족도의 경우, 3.29점, 정보 만족도는 3.32점, 접근성은 3.51점, 친절성은 3.33점으로 나타났다.

2) 서비스 가치인식 관련 기술통계

본 연구의 핵심변수는 서비스에 대한 가치인식이다. 앞서 언급했듯이 가치에 대한 개념은 다차원적이다. 그러나 본 연구에서 주목하는 가치의 개념은 상품 효용에 대한 전반적인 판단(whatever I want in a product)이다. 즉, 내가 ‘어떤 효용을 얻을 수 있을 것인가?’에 초점이 맞춰진 개

넘이다. 이를 문화재 관리 영역에서 고려했을 때, 문화재를 향유하는 사람들이 ‘문화재를 접함으로써 얻을 수 있는 효용이 무엇인가’가 곧 문화재를 통해 이루어지는 서비스에 대한 가치인식과 맞닿아 있다고 할 수 있다.

유적지를 방문하는 사람들이 인식하는 가치의 유형은 크게 지식습득의 효용을 추구하는 사람(배움의 공간으로 인식), 유적지를 통해 정서적 안정 등의 효용을 추구하는 사람(국가 정체성 확인의 공간으로 인식), 그리고 일상생활로부터의 도피와 같이 즐거움 등의 효용을 추구하는 사람(관광 및 휴식의 공간으로 인식)으로 나눌 수 있다.

응답자들이 인식하고 있는 문화재 가치에 대해 살펴보면, 문화재를 배움의 공간이라 인식하는 사람들이 57.87%에 이르고 있다. 그 다음으로 국가 정체성 확인 공간이라고 인식하는 이들이 25.20%, 관광 및 휴식 공간이라 인식하는 이들이 16.93%을 차지하고 있다.

[표 7] 문화재 가치인식

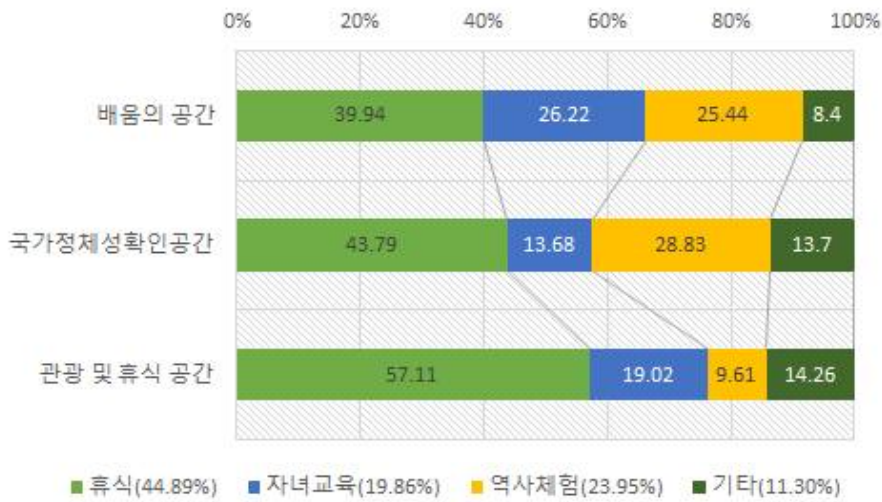
문화재 가치인식	빈도(명)	비중(%)
배움의 공간	168	57.87
국가 정체성 확인 공간	73	25.20
관광 및 휴식 공간	49	16.93
전체	290	100

응답자 중 절반이 넘는 사람들이 문화재의 가치를 배움의 공간이라고 인식하지만, 여전히 문화재는 사람들에게 다른 가치로 다가서고 있음을 [표 7]을 통해 확인할 수 있다. 가치인식 유형별로 집단을 구분하여 그 특성을 구체적으로 파악해보고자 한다. 특히 유적지 방문목적, 유적 방문시 고려사항 차원에서 인식 유형별 향유형태의 차이를 살펴보고자 하겠다.

(1) 방문 목적

다음 [그림 6]은 문화재 가치인식 유형별 방문목적 분포를 살펴보면, 문화재를 어떻게 인식하는 공통적으로 휴식을 목적으로 유적지를 찾는다는 응답이 많았다. 그러나 그 다음의 목적에서부터 인식 유형별로 뚜렷한 차이를 보이는데, 배움의 공간이라 인식하는 집단의 경우, 자녀교육에 대한 목적이 26.22%를 차지하였고, 국가 정체성 확인 공간이라 인식하는 집단은 역사 체험의 목적으로 찾는 경우가 28.8%를 차지하였다. 한편, 관광 및 휴식 공간이라 인식하는 집단의 경우, 가장 많은 응답을 차지한 휴식이 여타 목적과 월등한 비중을 차지하고 있었으며, 자녀교육(19.02%), 기타(14.26%), 역사체험(9.61%) 순의 응답 비율을 보였다. 따라서 문화재의 가치를 어떻게 인식하는지에 따라 방문목적이 달라질 수 있음을 응답 패턴을 통해 확인해 볼 수 있는데, 이러한 차이는 통계적으로도 유의미한 것으로 나타났다. ($\chi^2=13.42$, $p=.037$)

[그림 6] 가치인식별 방문 목적

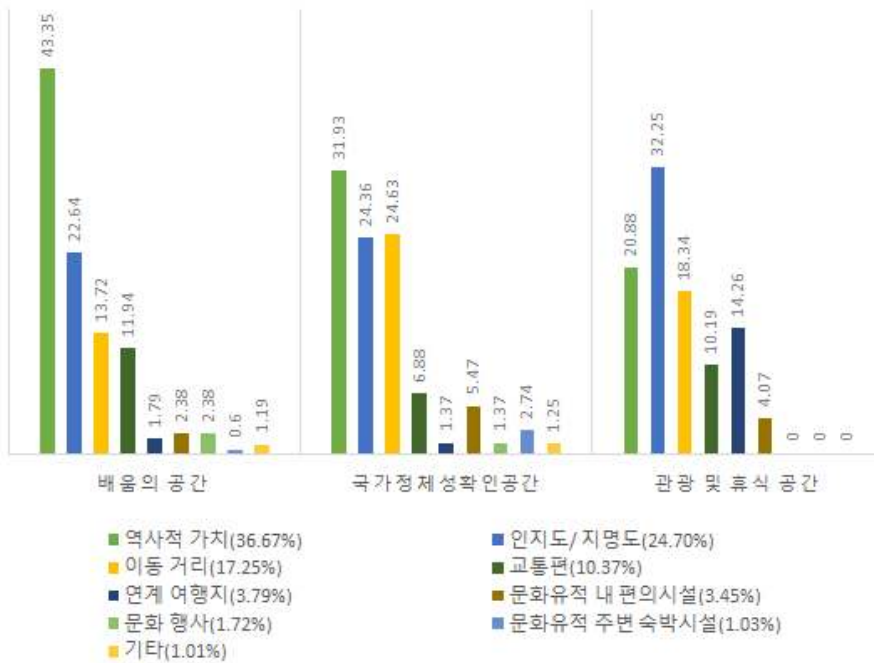


주 : 범례 옆 괄호 안은 연구 대상 전체 중 응답 비율을 의미(가치유형 미구분)

(2) 유적지 방문 시 고려사항

유적지 방문 시 사람들의 고려사항을 살펴보면, 전체적으로 보았을 때 많은 사람들이 역사적 가치(36.67%)를 고려해 유적지를 방문하는 것으로 나타났다. 그 다음으로는 인지도·지명도(24.70%), 이동거리(17.25%) 순으로 확인되었다.

[그림 7] 가치인식별 유적지 방문 시 고려사항



주 : 범례 옆 괄호 안은 연구 대상 전체 중 응답 비율을 의미(가치유형 미구분)

그러나 문화재의 가치를 어떻게 인식하는지에 따라 고려하는 부분이 달라졌다. [그림 7]과 같이 배움의 공간으로 문화재의 가치를 인식하는 집단의 경우, 역사적 가치에 대한 고려가 43.35%로 가장 많은 비중을 차지하였다. 그 다음으로는 인지도·지명도(22.64%), 이동거리(13.72%) 순으로 고려하는 것으로 나타났다. 국가 정체성 확인 공간으로 인식하는 집단의 경우도 유사하게 고려하는 것으로 나타났다. 다만, 역사적 가치(31.93%)와 인지도·지명도(24.36%)간의 차이가 7.57%포인트로 배움의 공

간으로 인식하는 집단의 차이인 20.71%포인트에 비해 작은 것을 확인할 수 있었다.

한편, 관광 및 휴식 공간으로 인식하는 집단은 인지도·지명도(32.25%)를 가장 많이 고려하고 있으며, 그 다음으로 역사적 가치(20.88%), 이동거리(18.84%) 순이었다.

[표 8] 문화재 가치인식 유형별 향유행태

	배움의 공간	국가 정체성 확인 공간	관광 및 휴식 공간
방문목적	휴식(39.94%) 자녀교육(26.22%)	휴식(43.79%) 역사체험(28.83%)	휴식(57.11%) 자녀교육(19.02%)
방문지 결정시 고려사항	역사적 가치(43.35%)	역사적 가치(31.93%)	인지도/지명도 (32.25%)

방문목적이 ‘유적지 방문을 통해 무엇을 얻고자 하는가’와 관련된 문제라면 방문지 결정시 고려사항은 ‘방문목적을 이루기 위한 수단’과 관련된 것으로 볼 수 있다. 즉, 문화재를 배움의 공간이라 인식하는 집단은 문화재를 방문함으로써 휴식과 자녀교육의 기회로 삼으려 하며, 이를 위해 역사적 가치를 우선적으로 고려해 방문 유적지를 결정하는 특성을 갖는다고 할 수 있다. 한편, 국가 정체성 확인 공간이라 인식하는 집단은 유적지의 역사적 가치를 우선적으로 고려해 방문지를 결정하지만 자녀교육보다는 역사체험에 대한 욕구가 상대적으로 크다. 마지막으로 문화재의 가치를 관광 및 휴식 공간으로 인식하는 집단은 배움의 공간으로 인식하는 집단과 동일하게 휴식과 자녀교육을 목적으로 문화재를 찾지만, 응답비중의 차이가 상대적으로 크고 유적지 결정에 있어서 인지도와 지명도를 우선적으로 결정한다는 측면에서 차이를 보이고 있다.

향후 가치인식 유형과 향유행태에 대한 보다 신중한 분석과 해석이 요구되지만, <그림 6>과 <그림 7>은 향유자들이 문화재의 가치를 어떻게 인식하고 있는지에 따라 문화재를 향유함으로써 얻고자 하는 효용, 즉

기대하는 바가 다를 수 있을 것이라는 짐작을 가능하게 하고 있다.

3) 상관관계 분석

본 연구는 종속변수로 4가지 요소(차원) 만족도를 구분하여 독립변수인 인지된 성과와의 관계를 살펴보는데 목적이 있다. 그리고 한 발짝 더 나아가 이들의 관계가 서비스에 대한 가치인식에 따라 조절될 수 있다는 가설을 검증하고자 한다. 따라서 이러한 연구목적 아래 회귀분석에 앞서, 종속변수인 4가지 만족도와 독립변수인 인지된 성과 간의 상관관계를 확인하기 위해 상관 분석을 실시하였다. [표 9]은 상관관계 결과를 정리한 것이다.

[표 9] 주요 변수간 상관관계

	(1) 서비스 전달	(2) 정보	(3) 용이성	(4) 친절성
인지된 성과	0.3060***	0.2498***	0.2354***	0.1814**

주 : ***p=0.01, **p=0.05, *p=0.1 수준에서 유의(양측)

독립변수와 종속변수간의 상관관계를 살펴보면, 만족도의 차원의 관계없이 독립변수와 모두 양의 상관관계를 갖는 것으로 나타났다. 서비스 전달 만족도와 독립변수인 인지된 성과는 0.3060으로 양의 상관관계를 가지는 것으로 다른 차원의 만족도 보다 조금 높은 수준이며, 정보 만족도 0.2498, 용이성 만족도는 0.2354로 역시 독립변수와 양의 상관관계를 갖는다(p<0.01, 양측검정). 친절성 만족도의 경우 인지된 성과와 0.1814로 다른 만족도 차원에 비해 조금 낮은 수준의 상관관계를 가지는 것으로 확인되었다(p<0.05, 양측검정). 따라서 독립변수와 종속변수간의 관련성이 있는 것으로 판단하고 연구를 진행하였다.

2. 연구가설 검증

1) 인지된 성과와 만족도 관계에 대한 검증

**가설 1 : 문화재 관리에 대한 인지된 성과는 만족도에
 긍정적 영향을 미칠 것이다.**

가설 1-1 : 인지된 성과는 서비스 전달 만족도에 긍정적 영향을 미칠 것이다.

가설 1-2 : 인지된 성과는 정보 만족도에 긍정적 영향을 미칠 것이다.

가설 1-3 : 인지된 성과는 용이성 만족도에 긍정적 영향을 미칠 것이다.

가설 1-4 : 인지된 성과는 친절성 만족도에 긍정적 영향을 미칠 것이다.

본 연구는 만족도를 서비스 전달, 정보, 용이성, 친절성 4가지 차원으로 구분하여 개별적으로 살펴보기 위한 모형을 구성하였다. 따라서 [가설 1]을 검증하기 위해 하위 [가설1-1] ~ [가설 1-4]를 설정하였다. 각각의 세부 가설을 검증하기 위해 제3의 요인에 해당하는 개인적 요인과 지역적 요인을 통제하지 않았을 때와 통제하였을 때 모두 감안하여 분석하였다.

모형 (1) ~ 모형 (4)는 제3의 요인을 통제하지 않았을 경우의 [가설 1-1] ~ [가설 1-4]를 검정한 결과이다. 서비스 전달, 정보, 용이성, 친절성 4가지 요소 만족도 모두 성과인식, 즉 인지된 성과의 영향을 받는 것으로 해석할 수 있다.

모형 (1-1) ~ 모형 (1-4)는 개인적 요인과 지역적 요인을 고려하여 [가설 1-1] ~ [가설 1-4]를 검정한 결과이다. 이 결과 역시 통제하지 않았을 때와 같이 통계적으로 유의미한 관계가 있음을 확인할 수 있다.

앞서 언급했듯이, 개인적 요인으로 성별과 학력, 거주 지역은 명목변수에 해당해 더미 처리하였는데, 성별은 여성을, 학력은 중졸 이하를, 지역은 서울을 기준으로 삼았다. 반면, 연령, 소득은 연속형 변수이므로 더미화하지 않고 분석하였다.

다만, 종속변수와 독립변수 모두 인식을 다루고 있기 때문에 회귀계수 자체에 대한 해석은 하지 않는다. 왜냐하면 회귀계수 수치가 갖는 실질적인 의미가 없기 때문이다. 그렇기 때문에 본 연구의 모형과 같이 인식을 다룰 경우, 보통 통계적 유의미 여부와 방향성만 해석하는 것이 일반적이다. 따라서 후술할 결과에 있어서도 관계의 통계적 유의미 여부와 방향성 중심으로 해석하고자 한다.

[표 10] 가설 1 분석 결과

구 분	종속변수							
	(1) 서비스 전달	(2) 정보	(3) 용이성	(4) 친절성	(1-1) 서비스 전달	(1-2) 정보	(1-3) 용이성	(1-4) 친절성
성과 인식 $\hat{\beta}$	1.011***	0.766***	0.797***	0.536***	1.038***	0.725***	0.784***	0.468**
$\exp(\hat{\beta})$	2.748	2.151	2.219	1.709	2.824	2.065	2.190	1.597
S.E.	(0.205)	(0.185)	(0.183)	(0.183)	(0.220)	(0.197)	(0.200)	(0.203)
개인적 요인					YES	YES	YES	YES
지역적 요인					YES	YES	YES	YES
Observations	290	261	290	280	286	257	286	276
Log likelihood	-277.993	-553.347	-356.515	-337.042	-257.235	-528.868	-331.205	-309.164

1) *** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1

2) YES = 통제

2) 서비스 가치인식의 조절효과에 대한 검증

가설 2 : 문화재 관리에 대한 인지된 성과와 만족도의 관계는

문화재에 대한 가치인식에 따라 차이가 있을 것이다.

가설 2-1 : 인지된 성과와 서비스 전달 만족도간의 관계는 문화재에 대한 가치 인식에 따라 차이가 있을 것이다.

가설 2-2 : 인지된 성과와 정보 만족도간의 관계는 문화재에 대한 가치 인식에 따라 차이가 있을 것이다.

가설 2-3 : 인지된 성과와 용이성 만족도간의 관계는 문화재에 대한 가치 인식에 따라 차이가 있을 것이다.

가설 2-4 : 인지된 성과와 친절성 만족도간의 관계는 문화재에 대한 가치 인식에 따라 차이가 있을 것이다.

(1) 인지된 성과와 서비스 전달 만족도 관계에 미치는 조절효과

[가설 2-1]인 ‘인지된 성과와 서비스 전달 만족도간의 관계는 문화재에 대한 가치 인식에 따라 차이가 있을 것이다’를 검증하기 위한 분석을 수행하였다. 그 결과는 다음 [표 11]과 같다.

먼저, 모형 (1)과 (2)는 모두 개인적 요인과 지역적 요인을 고려하지 않은 전제하에 가설검정이 이루어졌다는 점이 공통점이다. 그러나 모형 (2)를 통해 가치인식에 따른 집단변수를 고려하면서 모형 (1)과 달리 집단 간 서비스 전달 만족도 차이가 발생하는지 확인하고자 했으나, 통계적으로 유의미하지 않는 것으로 확인되었다. 다만, 모형 (2)를 통해 집단변수를 고려한 상황에서도 인지된 성과와 서비스 전달 만족도 관계가 모형 (1)과 동일하게 통계적 유의미 여부와 방향성은 유지되고 있음을 확인하였다($p < 0.01$).

한편, 모형 (3)과 모형 (4)의 경우, 통제 변수 포함 여부에 따라 상이한

결과를 보였다. 통제변수를 포함하기 전인 모형 (3)의 경우, 세 집단 모두 인지된 성과와 서비스 전달 만족도 관계에 유의미한 차이를 보였다. 반면, 통제변수를 포함하자 문화재를 배움의 공간이라 인식하는 집단과 국가 정체성 확인 공간이라 인식하는 집단 간의 조절효과만이 유의미한 결과로 나타났다. [가설 2-1]을 검증하기 위해 설정한 모형 (4)를 구체적으로 해석하면 다음과 같다.

먼저, 독립변수와 종속변수간의 관계는 통계적으로 유의미한 것으로 나타났다으며, 그 방향성을 보면 (+) 방향임을 알 수 있다. (+) 방향이라는 의미는 곧 인지된 성과가 높을수록 서비스 전달 만족도가 높아짐을 의미한다.

두 번째로 서비스 전달 만족도 수준에 있어서 집단 간 차이가 모형 (4)를 통해 확인 할 수 있다. 다만, 세 유형 모두 차이가 있는 것이 아니라 배움의 공간이라 인식하는 집단과 국가 정체성 확인 공간이라 인식하는 집단 간의 차이만 존재하는 것으로 확인된다. 보다 구체적으로 이야기하자면, 문화재를 국가 정체성 확인 공간으로 인식하는 사람들이 배움의 공간이라 인식하는 사람에 비해 서비스 만족도 수준이 높은 편이라 할 수 있다.

마지막으로 가치 요인이 정말 독립변수와 종속변수간의 관계를 약화 또는 강화시키거나, 완전히 다른 방향으로 조절하는지 확인하고자 한다. 모형 (4)를 통해 인지된 성과와 서비스 가치인식의 상호작용에 대해 살펴보면, 정체성 확인 공간 차원에서 문화재의 가치를 인식하는 사람들이 배움의 공간이라 인식하는 사람들에 비해 더 약한 양(+)의 관계를 만든다는 결과가 통계적으로 유의미한 것으로 확인되었다($p < 0.01$). 이는 [가설 2-1]을 부분적으로 지지하고 있다고 할 수 있다.

[표 11] 가설 2-1 분석 결과 : (종속변수 : 서비스 전달 만족도)

변수		(1)	(2)	(3)	(4)
성과인식	$\hat{\beta}$	1.011***	1.029***	1.706***	1.633***
	$\exp(\hat{\beta})$	2.748	2.798	5.507	5.119
	S.E.	(0.205)	(0.207)	(0.283)	(0.307)
국가 정체성 확인 공간	$\hat{\beta}$		-0.256	4.706***	4.552***
	$\exp(\hat{\beta})$		0.774	110.609	94.822
	S.E.		(0.281)	(1.430)	(1.562)
관광 및 휴식 공간	$\hat{\beta}$		0.359	3.767**	2.765
	$\exp(\hat{\beta})$		1.432	43.250	15.879
	S.E.		(0.320)	(1.619)	(1.863)
성과인식*국가 정체성 확인 공간	$\hat{\beta}$			-1.703***	-1.639***
	$\exp(\hat{\beta})$			0.182	0.194
	S.E.			(0.483)	(0.522)
성과인식*관광 및 휴식 공간	$\hat{\beta}$			-1.173**	-0.881
	$\exp(\hat{\beta})$			0.309	0.414
	S.E.			(0.557)	(0.634)
개인적 요인				YES	
지역적 요인				YES	
Observations		290	290	290	286
Log likelihood		-277.993	-276.575	-269.413	-251.400

1) reference group : 배움의 공간으로 인식하는 집단

2) *** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1

3) YES = 통제

(2) 인지된 성과와 정보 만족도 관계에 미치는 조절효과

다음으로 인지된 성과와 정보 만족도의 관계에 대한 서비스 가치인식의 조절효과에 대한 것이다. [표 12]를 보면, 모형 (3)과 모형 (4)를 통해 알 수 있듯이 가치인식의 조절효과가 $p < 0.01$ 수준과 $p < 0.05$, $p < 0.1$ 수준 모두에서 유의미지 않은 것이 확인되었다. 따라서 [가설 2-2]에 대한 귀무가설을 기각하지 못한다. 결국 본 연구에서는 연구가설인 [가설 2-2]를 지지하지 못한다.

이는 정보 만족도의 경우, 문화재 가치인식과는 무차별적으로 성과 요인의 영향을 받게 됨을 의미한다. 즉, 향유자들이 문화재의 가치를 어떻게 인식하든지 문화재가 잘 보존관리 되어 있다고 평가하게 된다면 정보 차원에서의 만족 수준이 높아지게 된다는 뜻이다.

[표 12] 가설 2-2 분석 결과 : (종속변수 : 정보 만족도)

변수		(1)	(2)	(3)	(4)
성과인식	$\hat{\beta}$	0.766***	0.787***	0.929***	0.850***
	$\exp(\hat{\beta})$	2.151	2.197	2.532	2.340
	S.E.	(0.185)	(0.186)	(0.239)	(0.258)
국가 정체성 확인 공간	$\hat{\beta}$		-0.207	1.372	1.683
	$\exp(\hat{\beta})$		0.813	3.943	5.382
	S.E.		(0.268)	(1.328)	(1.406)
관광 및 휴식 공간	$\hat{\beta}$		0.346	0.687	-0.399
	$\exp(\hat{\beta})$		1.413	1.988	0.671
	S.E.		(0.292)	(1.452)	(1.667)
성과인식*국가 정체성 확인 공간	$\hat{\beta}$			-0.545	-0.637
	$\exp(\hat{\beta})$			0.580	0.529
	S.E.			(0.450)	(0.471)
성과인식*관광 및 휴식 공간	$\hat{\beta}$			-0.115	0.229
	$\exp(\hat{\beta})$			0.891	1.257
	S.E.			(0.504)	(0.570)
개인적 요인					YES
지역적 요인					YES
Observations		261	261	261	257
Log likelihood		-553.347	-552.028	-551.292	-526.977

1) reference group : 배움의 공간으로 인식하는 집단

2) *** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1

43 YES = 통제

(3) 인지된 성과와 용이성 만족도 관계에 미치는 조절효과

[가설 2-3]인 ‘인지된 성과와 용이성 만족도간의 관계는 문화재에 대한 가치 인식에 따라 차이가 있을 것이다’를 검증하기 위해 앞의 분석과 마찬가지로 서열형 로짓 모형을 이용하였다. 그 결과는 다음 [표 13]과 같다. 모형 (1)을 통해 아무런 조건을 고려하지 않은 상태에서 성과인식과 용이성 만족도간의 인과관계가 통계적으로 유의미한 것으로 확인되며, 이후 모형 (2)와 모형 (3)과 같이 새로운 조건이 통제되더라도 둘 간의 관계는 유의미한 것으로 보인다($p < 0.01$).

[가설 2-3]을 검증하기 위해 모형 (4)를 구체적으로 해석하면 다음과 같다.

먼저, 성과인식과 접근성 만족도의 관계는 (+) 관계로 통계적으로 유의미한 것으로 나타났다($p < 0.01$). 두 번째로 용이성 만족도 수준에 있어서 집단 간 차이를 확인할 수 있다. 다만, [가설 2-1]의 분석결과와 달리 배움의 공간이라 인식하는 집단과 관광 및 휴식 공간이라 인식하는 집단 간의 차이만 존재하는 것으로 확인된다. 상술했다면, 용이성 차원의 만족도에 있어서 문화재의 가치를 관광 및 휴식의 공간이라 인식하는 집단이 배움의 공간이라 인식하는 집단에 비해 낮은 수준을 보이는 것으로 확인되었다.

한편, 모형 (4)를 통해 관광 및 휴식 공간이라고 문화재를 인식하는 사람들이 배움의 공간이라 인식하는 사람들에 비해 성과인식으로 인해 용이성 만족으로 귀착되는 정도가 더 강하다는 것이 통계적으로 확인되었다($p < 0.05$ 수준). 이는 [가설 2-3]을 부분적으로 지지하고 있다고 할 수 있다.

[표 13] 가설 2-3 분석 결과 : (종속변수 : 용이성 만족도)

변수		(1)	(2)	(3)	(4)
성과인식	$\hat{\beta}$	0.797***	0.796***	0.917***	0.680***
	$\exp(\hat{\beta})$	2.219	2.217	2.502	1.974
	S.E.	(0.183)	(0.184)	(0.239)	(0.263)
국가 정체성 확인 공간	$\hat{\beta}$		-0.171	1.851	1.035
	$\exp(\hat{\beta})$		0.843	6.366	2.815
	S.E.		(0.263)	(1.280)	(1.424)
관광 및 휴식 공간	$\hat{\beta}$		0.0517	-0.859	-3.452**
	$\exp(\hat{\beta})$		1.053	0.424	0.032
	S.E.		(0.300)	(1.417)	(1.618)
성과인식*국가 정체성 확인 공간	$\hat{\beta}$			-0.703	-0.406
	$\exp(\hat{\beta})$			0.495	0.666
	S.E.			(0.434)	(0.477)
성과인식*관광 및 휴식 공간	$\hat{\beta}$			0.329	1.151**
	$\exp(\hat{\beta})$			1.390	3.161
	S.E.			(0.487)	(0.549)
개인적 요인					YES
지역적 요인					YES
Observations		290	290	290	286
Log likelihood		-356.515	-356.238	-354.281	-327.617

1) reference group : 배움의 공간으로 인식하는 집단

2) *** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1

3) YES = 통제

(4) 인지된 성과와 친절성 만족도 관계에 미치는 조절효과

마지막으로 [가설 2-4]에 해당하는 인지된 성과와 친절성 만족도간의 관계에 영향을 미치는 가치인식의 효과를 검증하고자 한다. [표 14]을 보면, 모형 (1)에서 모형 (3)까지 지속적으로 인지된 성과와 친절성 만족도간의 인과관계가 통계적으로 유의미한 것으로 확인되다가 통제변수를 포함하자 둘 간의 관계가 유의하지 않는 것으로 나타났다. 그 이유는 새로이 추가된 통제변수의 영향을 받았기 때문이다. 이는 곧 통제변수를 고려한 상황에서는 성과인식이 아니라 통제변수에 해당하는 개인적 요인과 지역적 요인이 친절성 만족도에 영향을 주고 있음을 뜻한다.

[표 14] 가설 2-4 분석 결과 : (종속변수 : 친절성 만족도)

변수		(1)	(2)	(3)	(4)
성과인식	$\hat{\beta}$	0.536***	0.523***	0.620***	0.385
	exp($\hat{\beta}$)	1.709	1.687	1.859	1.470
	S.E.	(0.183)	(0.184)	(0.240)	(0.271)
국가 정체성 확인 공간	$\hat{\beta}$		-0.142	0.839	-0.365
	exp($\hat{\beta}$)		0.868	2.314	0.694
	S.E.		(0.273)	(1.334)	(1.474)
관광 및 휴식 공간	$\hat{\beta}$		-0.180	0.115	-1.263
	exp($\hat{\beta}$)		0.835	1.122	0.283
	S.E.		(0.303)	(1.444)	(1.676)
성과인식*국가 정체성 확인 공간	$\hat{\beta}$			-0.335	0.0312
	exp($\hat{\beta}$)			0.715	1.032
	S.E.			(0.446)	(0.488)
성과인식*관광 및 휴식 공간	$\hat{\beta}$			-0.0987	0.263
	exp($\hat{\beta}$)			0.906	1.301
	S.E.			(0.495)	(0.566)
개인적 요인					YES
지역적 요인					YES
Observations		280	280	280	276
Log likelihood		-337.042	-336.795	-336.513	-307.749

1) reference group : 배움의 공간으로 인식하는 집단

2) *** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1

3) YES = 통제

제 6 장. 결론

제1절 연구결과 요약

그동안 문화재 관리는 처음부터 끝까지 ‘문화재’ 자체에 초점을 맞추어 왔었다. 문화재 지정·인정 기준, 문화재 원형유지의 의미, 보존 철학 및 기법 등과 관련된 질문을 해소하려는 노력에 집중되어 왔었다.

그러나 이러한 노력들이 시민들에게 어떻게 비추어지고 있을지 진지하게 돌아보려는 노력은 상대적으로 미진했던 것이 사실이다. 문화재 관리에 대한 시민들의 체감 인식이 중요한 이유는 문화재 관리 또한 정부 활동의 일부이기 때문이다. 따라서 행정의 여타 세부 분야에서 정부 활동에 대한 성과를 논하는 것처럼 문화재 관리에 있어서도 역시 그 성과에 대해 돌아봐야 할 당위적 근거는 충분하다.

이러한 이유에서 시작된 본 연구는 문화재 관리에 대한 시민들의 성과 인식과 만족도간의 관계 분석을 시도하였다. 그리고 시민(향유자)을 문화재 가치인식 기준으로 유형화하여, 유형에 따라 앞서 언급한 양자 관계가 달라지는지 살펴보았다.

분석 결과 문화재 관리 분야에서 시민들의 성과인식은 서비스 전달, 정보, 용이성, 친절성 차원의 만족도에 각각 통계적으로 유의한 영향을 미치고 있는 것으로 확인되었다.

한편, 이와 더불어 가치인식의 조절효과가 있을 것이라는 가설의 경우, 모든 만족도 차원에서 통일된 결과를 얻지는 못했다. 상술하자면, 서비스 전달과 용이성 만족도 차원의 경우 부분적으로 가설을 지지할 만한 결과에 도달했다. 그러나 정보와 친절성 만족도의 경우, 가설을 뒷받침할 만

한 결과에 도달하지 못하였다. 마지막으로 본 연구의 목적을 위해 설정했던 가설에 대한 분석결과를 정리하면 다음의 [표 15]와 같다.

[표 15] 가설에 대한 검증 결과 요약

가설		검증 결과
1	문화재 관리에 대한 인지된 성과는 만족도에 긍정적 영향을 미칠 것이다.	지지
1-1	인지된 성과는 서비스 전달 만족도에 긍정적 영향을 미칠 것이다.	지지
1-2	인지된 성과는 정보 만족도에 긍정적 영향을 미칠 것이다.	지지
1-3	인지된 성과는 용이성 만족도에 긍정적 영향을 미칠 것이다.	지지
1-4	인지된 성과는 친절성 만족도에 긍정적 영향을 미칠 것이다.	지지
2	문화재 관리에 대한 인지된 성과와 만족도의 관계는 문화재에 대한 가치인식에 따라 차이가 있을 것이다.	부분 지지
2-1	인지된 성과와 서비스 전달 만족도간의 관계는 문화재에 대한 가치 인식에 따라 차이가 있을 것이다.	부분 지지
2-2	인지된 성과와 정보 만족도간의 관계는 문화재에 대한 가치 인식에 따라 차이가 있을 것이다.	
2-3	인지된 성과와 용이성 만족도간의 관계는 문화재에 대한 가치 인식에 따라 차이가 있을 것이다.	부분 지지
2-4	인지된 성과와 친절성 만족도간의 관계는 문화재에 대한 가치 인식에 따라 차이가 있을 것이다.	

분석결과를 구체적으로 설명하기 위해서는 가치인식 유형별 집단의 향유행태에 대한 특성이 상이하다는 앞의 분석을 고려할 필요가 있다.

먼저, 서비스 전달 차원의 만족도는 결국 문화재의 내재적 가치를 어떻게 향유자들에게 전달하는가, 즉 전달 방식에 대한 만족도를 묻는 것으로 이는 향유자 입장에서 바라볼 때 그들의 기대를 충족할 수 있는 방식대로 문화재의 가치가 전달되었는지와 관련된 것이다. 따라서 서비스 전달 만족도 차원에서 문화재를 배움의 공간이라 인식하는 사람들에 비해 국가 정체성 확인공간으로 인식하는 사람들의 조절효과가 부(-)의 방향으로 나타난 것은 서비스 전달에 대한 경험이 그들이 기대에는 상대적으로 미치지 못하고 있다는 의미로 해석할 수 있다. 즉, 자녀교육에 도움이 되는 방식으로 서비스가 전달되고 있으나 역사체험이라는 기대에는 충족하지 못하고 있음을 유추할 수 있다.

한편, 용이성 차원의 경우 문화재의 내재적 가치와는 거리가 있는 요소로 문화재 향유가 얼마나 용이할 수 있는가와 관련된 것이다. 문화재를 관광지와 휴식의 장소로 인식하는 사람들은 문화재의 역사적 가치를 고려해 유적지를 방문하지 않는다. 이들은 유적지가 관광명소이기 때문에 찾는 것이다. 이는 그들이 방문할 유적지를 선택할 때 인지도와 지명도를 중시한다는 특성을 통해 확인할 수 있다. 또, 이들이 유적지를 방문하는 목적이 다른 인식유형 집단에 비해 ‘휴식’이라고 답한 비중이 월등히 높았다는 점을 떠올려보면 문화재를 향유하는 과정에서 발생할 수 있는 ‘수고로움’을 감수할 여지가 비교집단에 비해 적을 것이라는 예상을 할 수 있다. 다시 말해, 일상생활에서 벗어나 휴식을 취하고 싶은 사람이 관광명소에 방문함으로써 일탈을 맛보고 싶은데 이 과정에서 어려움을 겪게 된다면 그 여정은 더 이상 ‘휴식’이라 말하기 어렵게 되기 때문이다. 반면, 역사적 가치를 중시해 방문 유적지를 결정하는 사람은 유적지로 가는 여정의 어려움에 피로감을 크게 느끼지 않을 것이다. 이들은 이

를 감수하고서라도 자녀의 교육적 효과 또는 역사 체험에 대한 기대를 충족시키고 싶어 하기 때문이다.

따라서 위와 같은 이유로 문화재를 관광 및 휴식의 공간이라고 인식하는 사람들이 배움의 공간으로 인식하는 사람들에 비해 용이성 만족도의 수준이 처음에는 떨어지지만, 문화재 보존과 관리를 통해 일정 수준을 갖춘다면 보다 큰 만족을 체감하게 된다고 볼 수 있다.

반면, 정보 만족도에서는 조절효과가 통계적으로 유의미하지 않아 이들의 경우 문화재에 대한 가치인식과 관계없이 문화재 보존·관리에 대한 평가가 만족도에 곧바로 영향을 미친다는 점을 알 수 있다.

또, 친절성 차원의 경우 본 연구에서는 개인적 요인과 지역적 요인을 통제했을 때 성과인식과 만족도 관계가 유의미하지 않았고, 조절효과 역시 확인할 수 없었다. 이는 문화재 보존·관리 성과가 친절성 차원의 만족도에 영향을 미치지 않음을 뜻하며, 향유자의 가치인식 역시 양자간의 관계에 변화를 주지 못함을 의미한다. 이와 같은 연구결과에 대해서는 향후 추가적으로 세밀한 연구가 필요할 것으로 보인다.

제2절 연구 시사점과 한계

1. 연구의 시사점

본 연구결과에 의하면, 보다 높은 수준의 공공서비스를 제공하려는 정부의 노력이 시민들의 체감 만족도를 향상시키는데 긍정적인 역할을 할 수 있을 것이라 예상을 할 수 있다.

한편, 조절효과에 대한 부분적 확인을 통해 제한적으로나마 서비스에 대한 가치 인식에 따라 정부의 활동에 대한 평가가 만족도로 귀착되는 영향력이 달라질 수 있음을 예상할 수 있다.

이러한 연구 결과는 기존의 문화재 관리 영역에 있어서 중요한 정책적 시사점을 제시한다. 2000년 이후 문화재에 대한 향유기회 확대를 시작으로 문화재 활용기제가 지향되어왔으나 정작 문화재를 향유하는 사람들의 특성과 향유 경험의 중요성을 충분히 고려하지 못함으로 인해 다양한 개방 및 전시 그리고 교육 등 사업의 양적 확대가 보다 활성화 될 수 있는 기회를 충분히 활용하지 못했다고 할 수 있다. 본 연구 결과가 제시하는 것처럼 향유자들이 바라보는 문화재의 가치에 따라 향유 경험을 통해 귀착되는 만족의 수준과 차원이 달라질 수 있음은 향유자들의 문화재에 대한 태도나 인식에 대한 고려가 선결적으로 필요함을 제시하고 있다.

더욱이 이러한 가치인식에 따른 만족도 수준은 보존·관리에 대한 노력과 일정부분 보합적인 관계라고 할 수 있다. 즉, 가치인식에 따른 만족도 수준은 보존·관리에 대한 평가 위에서 차별화되고 있기 때문이다. 따라서 보존·관리의 토대 위에 다양한 향유 기대에 부합할 수 있는 다양한 방식의 문화재 관리 접근이 실제 문화재 경험에 따른 만족도 수준의 제

고에 기여할 수 있을 것으로 판단된다.

2. 연구의 한계

본 연구의 한계로는 첫째, 측정의 문제이다. 인지된 성과인식을 단일 문항으로 측정하고 있어 타당성 확보의 문제가 있다. 보다 타당성 있는 연구 결과도출을 위해서는 성과에 대한 다차원적 접근과 다수의 측정문항을 활용할 필요가 있다.

둘째, 대표성의 문제이다. 본 연구 대상은 거주 지역에 있는 유적지를 방문한 경험이 있는 사람들에 한정했지만, 이는 표본추출 당시의 모집단과 불일치한다. 문화재 향유실태 조사의 모집단은 15세 이상 일반 국민이기 때문이다. 따라서 분석 자료가 표본의 대표성 차원에서 한계를 갖고 있어 일반화 하는데 한계가 있다. 보다 나은 연구를 위해서는 문화재 관리 영역에 있어서 시민들의 인식 또는 수요 파악을 위한 조사가 보다 활발히 진행될 필요가 있다. 본 연구에서 사용한 문화재 향유실태 조사는 거의 유일한 설문자료였다는 점에서도 시민들의 인식조사에 대한 필요성은 더욱 강조된다. 따라서 아직까지 문화재 관리 분야에서 설문 조사에 대한 필요성이 진지하게 논의되지 않고 있고 자료의 축적도 거의 없는 실정이지만 시민의 수요를 반영하기 위해서는 보다 적극적인 논의와 함께 다양한 연구가 시도될 필요가 있다.

마지막으로, 본 연구는 사람들이 문화재의 가치를 어떻게 인식하고, 그 결과 정부활동에 대한 평가와 체감도가 상이해지는지에 궁금증을 갖고 연구하였고 간접적인 단서를 제공하였다. 그러나 특정 가치인식 유형이 왜 특정 만족도 차원에서 달리 반응하는지는 심도 있게 규명하지 못하였다. 이 문제를 해결하기 위해서는 문화재에 대한 가치인식 유형분류에

대한 보다 풍부한 연구 축적이 선행되어야 가능할 것으로 보인다.

참고문헌

1. 국내 문헌

- 고명철. (2013). 일반논문: 공공서비스 만족도, 정부성과, 그리고 삶의 질 간 영향관계 분석; 상향확산식 접근을 토대로. 「한국행정학보」, 47(2), 1-30.
- 김규호, & 임배근. (2009). 문화유산 관광자원화와 문화경제적 가치추정. 「문화산업연구」, 9(1), 75-92.
- 김창규. (2012). 「문화재관리의 이론과 실제」. 서울 : 동방문화사.
- 류호철. (2014). 문화재 활용의 개념 확장과 활용 유형 분류체계 구축. 「文化財」. 47(1). 4-17
- 문경일, & 임창호. (2003). 도시여가공간으로서 고궁의 이용가치 평가. 「국토계획」, 38(2), 191-201.
- 문화재청. (2009). 「문화재의 공익적경제적 가치분석 연구」.
- _____. (2013). 「문화재 보존의 사회경제적 가치 및 일자리 창출에 미치는 효과」.
- _____. (2014a). 「성과관리 시행계획」.
- _____. (2014b). 「문화재 안내표기(설명문 등) 및 체계 개선 방안 연구 결과 보고서」.
- 박상천. (2007). 문화콘텐츠학의 학문 영역과 연구 분야 설정에 관한 연구. 「인문콘텐츠」, (10), 59-83.
- 박순애, & 박재현. (2010). 공공서비스에 대한 주민만족도와 투표행태. 「한국사회와 행정연구」, 20(4), 321-344.
- 백병성. (2002). 연구논문: 공공서비스와 소비자. 「소비자학연구」, 13(2), 127-143.
- 서순복. (2010). 일반논문: 문화자본으로서 고인돌유적지의 가치평가와 지역문화정책적 함의에 관한 연구. 한국행정논집, 22(2),

455-479.

서울특별시. (2015). 내부문서.

송건섭. (2003). 지방정부의 공공서비스 평가시스템 구축. 「한국사회와 행정연구」, 13(4), 185-207.

안국찬, & 신무섭. (1997). 한국사회와 행정서비스-개념과 조건을 중심으로. 「한국행정논집」, 9(3), 371-387.

옥성수. (2009). CVM 을 이용한 팔만대장경관의 총가치 분석. 「문화산업연구」, 9(1), 5-18.

유승현, & 공병천. (2013). 정부기관 만족도 조사의 빛과 그림자. 「한국행정연구」, 22(3), 155-183.

이석환. (2011). 시민주도형 정부성과관리 모형에 대한 경험적 연구: 공무원의 성과난이도 인식과 시민들의 성과만족도를 중심으로. 「한국인사행정학회보」, 10(1), 1-22.

이성우 외. (2005). 「로짓·프라빗모형 응용」. 서울 : 박영사.

이영경. (2008). 문화유산 자원의 경제적 가치 평가-불국사, 석굴암을 중심으로. 「한국전통조경학회지」, 26(1), 35-43.

임상규. (2011). 지방정부 자체평가제도의 개선에 관한 연구: 수원시 자체평가제도 개선사례를 중심으로. 「한국지방재정학회 세미나 자료집」, 2011(6), 137-156.

제갈돈. (2013). 일반논문: 2013 봄; 지방정부 공공서비스에 대한 시민들의 기대, 성과 및 만족도의 관계: 기대불일치이론을 중심으로. 「한국행정학보」, 47(1), 69-94.

조효상. (2013). 세계유산협약의 기초개념 연구 : 탁월한 보편적 가치, 진정성, 완전성에 관하여. 한남대학교 대학원 석사학위논문.

최병대. (2000). 기획논단: 수요자 (시민) 중심의 서비스공급체제 구축을 위한 수단으로서의 시민평가제도의 역할과 내용 (1). 「도시문제」, 35(385), 115-126.

한상현. (2006). 문화유산자원 경관의 질적 변화가 레크리에이션 수요와

- 경제적 가치에 미치는 영향. 「관광학연구」, 30(3), 225-245.
- 한상현, & 조광익. (2004). 모형적합도 검정을 통한 여행비용모형 추정에 관한 연구. 「관광학연구」, 28(1), 145-168.
- 한인섭. (2009). 성과지표와 고객만족도의 연계성에 관한 연구. 「한국행정학보」, 43(2), 177-200.
- 황아란. (2003). 기획논문: 공공부문의 성과평가; 행정서비스 조사방법론의 비판적 검토-종합만족도 측정의 개선방안을 중심으로. 「정부학연구」, 9(2), 32-56.

2. 외국 문헌

- Aberbach, J. D., & Christensen, T. (2005). Citizens and consumers: An NPM dilemma. *Public management review*, 7(2): 225-246.
- Anderson, E. W., & Sullivan, M. W. (1993). The antecedents and consequences of customer satisfaction for firms. *Marketing science*, 12(2): 125-143.
- Ashworth, G. J. (1997). Struggling to control the past. *Tourism Concern*, 4-5.
- Ashworth, G. J., Uzzell, D., & Ballantyne, R. (1999). Heritage, identity and interpreting a European sense of place. *Contemporary Issues in Heritage and Environment Interpretation*, 112-132.
- Athanassopoulos, A. D. (2000). Customer satisfaction cues to support market segmentation and explain switching behavior. *Journal of business research*, 47(3): 191-207.
- Behn, R. D. (2003). Why measure performance? Different purposes require different measures. *Public administration review*, 63(5): 586-606.
- Bohte, J., & Meier, K. J. (2000). Goal displacement: Assessing the

- motivation for organizational cheating. *Public Administration Review*, 60(2): 173–182.
- Bolton, R. N., & Drew, J. H. (1991). A multistage model of customers' assessments of service quality and value. *Journal of consumer research*, 375–384.
- Boyne, G. (2002). Public and private management: what's the difference?. *Journal of management studies*, 39: 97–122.
- Boyne, G. A. (2003). Sources of public service improvement: A critical review and research agenda. *Journal of public administration research and theory*, 13(3): 367–394.
- Brown, Karin, and Philip B. Coulter. (1983). Subjective and Objective Measures of Police Service Delivery. *Public Administration Review*, 42(1): 50–58.
- Brudney, J. L., & England, R. E. (1982). Urban policy making and subjective service evaluations: are they compatible?. *Public Administration Review*, 127–135.
- Carter, N., Day, P., & Klein, R. (1995). *How organisations measure success: The use of performance indicators in government*. Psychology Press.
- Caruana, A., Money, A. H., & Berthon, P. R. (2000). Service quality and satisfaction—the moderating role of value. *European Journal of marketing*, 34(11/12): 1338–1353.
- Chen, C. F., & Chen, F. S. (2010). Experience quality, perceived value, satisfaction and behavioral intentions for heritage tourists. *Tourism management*, 31(1): 29–35.
- Chenet, P., Tynan, C., & Money, A. (1999). Service performance gap: re-evaluation and redevelopment. *Journal of Business Research*, 46(2): 133–147.

- Churchill Jr, G. A., & Surprenant, C. (1982). An investigation into the determinants of customer satisfaction. *Journal of marketing research*, 491-504.
- Clow, K. E., & Beisel, J. L. (1995). Managing consumer expectations of low-margin, high-volume services. *Journal of Services Marketing*, 9(1): 33-46.
- Cohen, S., & Eimicke, W. (1998). *Tools for innovators: Creative strategies for strengthening public sector organizations*. Jossey-Bass.
- Cronin, J. J., Brady, M. K., Brand, R. R., Hightower Jr, R., & Shemwell, D. J. (1997). A cross-sectional test of the effect and conceptualization of service value. *Journal of services Marketing*, 11(6): 375-391.
- Cronin, J. J., Brady, M. K., & Hult, G. T. M. (2000). Assessing the effects of quality, value, and customer satisfaction on consumer behavioral intentions in service environments. *Journal of retailing*, 76(2): 193-218.
- Cronin Jr, J. J., & Taylor, S. A. (1992). Measuring service quality: a reexamination and extension. *The journal of marketing*, 55-68.
- Dalehite, E. G. (2008). Determinants of performance measurement: An investigation into the decision to conduct citizen surveys. *Public Administration Review*, 68(5): 891-907.
- De Ruyter, K., Wetzels, M., Lemmink, J., & Mattson, J. (1997). The dynamics of the service delivery process: a value-based approach. *International journal of research in marketing*, 14(3): 231-243.
- DeHoog, R. H., Lowery, D., & Lyons, W. E. (1990). Citizen Satisfaction with Local Governance: A test of Individual,

- Jurisdictional, and City-Specific Explanations. *Journal of Politics*, 52(3): 807-837.
- Dodds, W. B., & Monroe, K. B. (1985). The effect of brand and price information on subjective product evaluations. *Advances in consumer research*, 12(1): 85-90.
- Drew, J. H., & Bolton, R. N. (1987). Service value and its measurement: local telephone service. *In Add Value to Your Service: 6th Annual Services Marketing Proceedings, American Marketing Association*, Chicago, IL (pp. 375-385).
- Fitzgerald, M. R., & Durant, R. F. (1980). Citizen evaluations and urban management: service delivery in an era of protest. *Public Administration Review*, 585-594.
- Fornell, C., Johnson, M. D., Anderson, E. W., Cha, J., & Bryant, B. E. (1996). The American customer satisfaction index: nature, purpose, and findings. *The Journal of Marketing*, 7-18.
- Garbarino, E., & Johnson, M. S. (1999). The different roles of satisfaction, trust, and commitment in customer relationships. *the Journal of Marketing*, 70-87.
- Grewal, D., Krishnan, R., Baker, J., & Borin, N. (1998). The effect of store name, brand name and price discounts on consumers' evaluations and purchase intentions. *Journal of retailing*, 74(3): 331-352.
- Bouckaert, G., & Halachmi, A. (1996). The range of performance indicators in the public sector: Theory versus practice. *status: published*.
- Hero, R. E., & Durand, R. (1985). Explaining Citizen Evaluations of Urban Services A Comparison of Some Alternative Models. *Urban Affairs Review*, 20(3): 344-354.

- Heskett, J. L., Sasser, W. E., & Hart, C. W. L. (1990). *Breakthrough Service*, The Free Press, New York, NY.
- Holbrook, M. B., & Hirschman, E. C. (1982). The experiential aspects of consumption: Consumer fantasies, feelings, and fun. *Journal of consumer research*, 132-140.
- Ho, A., & Coates, P. (2004). Citizen-initiated performance assessment: The initial Iowa experience. *Public Performance & Management Review*, 27(3): 29-50.
- Holbrook, M. B., & Corfman, K. P. (1985). Quality and value in the consumption experience: Phaedrus rides again. *Perceived quality*, 31(2), 31-57.
- Ingraham, P. W., Joyce, P. G., & Kneedler, A. (1999). *Managing for Performance*. Baltimore, MD: Johns Hopkins Univ. Press.
- Kelly, J. M., & Swindell, D. (2002). A Multiple - Indicator Approach to Municipal Service Evaluation: Correlating Performance Measurement and Citizen Satisfaction across Jurisdictions. *Public Administration Review*, 62(5): 610-621.
- Kettl, D. F. (2000). The transformation of governance: Globalization, devolution, and the role of government. *Public Administration Review*, 60(6): 488-497.
- Lancaster, K. (1971). *Consumer demand: A new approach*.
- Lineberry, R. L. (1977). *Equality and urban policy: The distribution of municipal public services* (Vol. 39). Sage Publications, Inc.
- Lowery, D., Lyons, W., & DeHoog, R. H. (1992). *The Politics of Dissatisfaction: Citizens, Services, and Urban Institutions*. Armonk, NY: M.E. Sharpe.
- Mandler, G. (1982). The structure of value: Accounting for taste. *In Affect and cognition: The seventeenth annual Carnegie*

Symposium on Cognition.

- Lester W., Milbrath, & Goel, M. L. (1977). *Political Participation: How and why Do People Get Involved in Politics?*. Rand McNally College Publishing Company.
- Miller, T. I., & Miller, M. A. (1991). Citizen surveys: how to do them, how to use them, what they mean : a special report on designing, conducting, and understanding citizen surveys. *International City Management Association.*
- Morgeson, F. V., & Petrescu, C. (2011). Do they all perform alike? An examination of perceived performance, citizen satisfaction and trust with US federal agencies. *International Review of Administrative Sciences*, 77(3): 451-479.
- Moynihan, D. P., & Pandey, S. K. (2005). Testing how management matters in an era of government by performance management. *Journal of Public Administration Research and Theory*, 15(3): 421-439.
- Oliver, Richard L. (1980). Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of Satisfaction Decisions, *Journal of Marketing Research*, 460-469.
- _____. (1981). Measurement and Evaluation of Satisfaction Processes in Retail Settings, *Journal of Retailing*, 57(Fall): 25-48.
- Oliver, R. L., & DeSarbo, W. S. (1988). Response determinants in satisfaction judgments. *Journal of consumer research*, 495-507.
- Osborne, D., & Gaebler, T. (1992). *Reinventing government: How the entrepreneurial spirit is transforming government*. Reading Mass. Adison Wesley Public Comp.
- Parks, R. B. (1984). Linking objective and subjective measures of

- performance. *Public Administration Review*, 118-127.
- Parry, G., Newnes, L., & Huang, X. (2011). Goods, products and services. *In Service Design and Delivery (pp. 19-29)*. Springer US.
- Percy, S. L. (1986). In defense of citizen evaluations as performance measures. *Urban Affairs Review*, 22(1): 66-83.
- Perry, R. B. (1926). *General theory of value: Its meaning and basic principles constructed in terms of interest*. Longmans, Green And Company.
- Poister, T. H., & Henry, G. T. (1994). Citizen ratings of public and private service quality: A comparative perspective. *Public Administration Review*, 155-160.
- Pollitt, C. (1986). Performance measurement in the public services: Some political implications. *Parliamentary Affairs*, 39(3): 315-329.
- Poria, Y. (2001). The show must not go on. *Tourism and Hospitality Research*, 3(2): 115-119.
- Poria, Y., Butler, R., & Airey, D. (2001). Clarifying heritage tourism. *Annals of Tourism Research*, 28(4): 1047-1049.
- _____. (2003). The core of heritage tourism. *Annals of tourism research*, 30(1): 238-254.
- _____. (2004). Links between tourists, heritage, and reasons for visiting heritage sites. *Journal of Travel Research*, 43(1): 19-28.
- _____. (2006a). Heritage site perceptions and motivations to visit. *Journal of Travel Research*, 44(3): 318-326.
- _____. (2006b). Heritage site

management: Motivations and expectations. *Annals of Tourism Research*, 33(1): 162-178.

-
- _____. (2009). Visitors' preferences for interpretation at heritage sites. *Journal of Travel Research*.
- Richins, M. L. (1979). Consumer complaining processes: a comprehensive model. *New dimensions of consumer satisfaction and complaining behavior*, 30-4.
- Roest, H., & Pieters, R. (1997). The nomological net of perceived service quality. *International Journal of Service Industry Management*, 8(4): 336-351.
- Rust, R. T., & Oliver, R. W. (1994). The death of advertising. *Journal of Advertising*, 23(4): 71-77.
- Van Ryzin, G. G. (2007). Pieces of a puzzle: Linking government performance, citizen satisfaction, and trust. *Public Performance & Management Review*, 30(4): 521-535.
- Santagata, W., & Signorello, G. (2000). Contingent Valuation of a Cultural Public Good and Policy Design: The Case of "Napoli Musei Aperti". *Journal of cultural economics*, 24(3): 181-204.
- Sewall, H. R. (1901). The theory of value before Adam Smith. *Publications of the American Economic Association*, 1-128.
- Spreng, R. A., MacKenzie, S. B., & Olshavsky, R. W. (1996). A reexamination of the determinants of consumer satisfaction. *The Journal of Marketing*, 15-32.
- Stipak, Brian. (1979). Citizen Satisfaction with Urban Services: Potential Misuse as a Performance Indicator. *Public Administration Review*, 39(1): 46-52.
- Swindell, D., & Kelly, J. M. (2000). Linking citizen satisfaction data to performance measures: A preliminary evaluation. *Public*

Performance & Management Review, 30-52.

- Tse, D. K., & Wilton, P. C. (1988). Models of consumer satisfaction formation: An extension. *Journal of marketing research*, 204-212.
- Verba, S., Schlozman, K. L., Brady, H., & Nie, N. H. (1993). Citizen Activity: Who Participates? What Do They Say?. *American Political Science Review*, 87(02): 303-318.
- Yang, K., & Callahan, K. (2005). Assessing citizen involvement efforts by local governments. *Public Performance & Management Review*, 29(2): 191-216.
- Yang, K., & Holzer, M. (2006). The performance - trust link: Implications for performance measurement. *Public Administration Review*, 66(1): 114-126.
- Yi, Y. (1990). A critical review of consumer satisfaction. *Review of marketing*, 4(1): 68-123.
- Zeithaml, V. A., Berry, L. L., & Parasuraman, A. (1996). The behavioral consequences of service quality. *The Journal of Marketing*, 31-46.
- Zeithaml, V. A. (1988). Consumer perceptions of price, quality, and value: a means-end model and synthesis of evidence. *The Journal of marketing*, 2-22.

[부록 1] 가설 2-1 분석 결과 : (종속변수 : 서비스 전달 만족도)

		(1)	(2)	(3)	(4)
성과인식	$\hat{\beta}$	1.011***	1.029***	1.706***	1.633***
	$\exp(\hat{\beta})$	2.748	2.798	5.507	5.119
	S.E.	(0.205)	(0.207)	(0.283)	(0.307)
국가 정체성 확인 공간	$\hat{\beta}$		-0.256	4.706***	4.552***
	$\exp(\hat{\beta})$		0.774	110.609	94.822
	S.E.		(0.281)	(1.430)	(1.562)
관광 및 휴식 공간	$\hat{\beta}$		0.359	3.767**	2.765
	$\exp(\hat{\beta})$		1.432	43.250	15.879
	S.E.		(0.320)	(1.619)	(1.863)
성과인식*국가 정체성 확인 공간	$\hat{\beta}$			-1.703***	-1.639***
	$\exp(\hat{\beta})$			0.182	0.194
	S.E.			(0.483)	(0.522)
성과인식*관광 및 휴식 공간	$\hat{\beta}$			-1.173**	-0.881
	$\exp(\hat{\beta})$			0.309	0.414
	S.E.			(0.557)	(0.634)
Constant cut1	$\hat{\beta}$	-1.833**	-1.809**	-0.0180	-0.933
	$\exp(\hat{\beta})$	0.160	0.164	0.982	0.393
	S.E.	(0.779)	(0.794)	(0.910)	(1.169)
Constant cut2	$\hat{\beta}$	0.447	0.481	2.414***	1.505
	$\exp(\hat{\beta})$	1.564	1.618	11.179	4.504
	S.E.	(0.589)	(0.612)	(0.816)	(1.099)
Constant cut3	$\hat{\beta}$	3.507***	3.562***	5.584***	4.903***
	$\exp(\hat{\beta})$	33.348	35.234	266.134	134.693
	S.E.	(0.624)	(0.647)	(0.865)	(1.123)
Constant cut4	$\hat{\beta}$	7.393***	7.463***	9.607***	9.129***
	$\exp(\hat{\beta})$	1624.573	1742.367	14868.498	9218.799
	S.E.	(0.825)	(0.843)	(1.060)	(1.290)
성별(남성)	$\hat{\beta}$				0.118
	$\exp(\hat{\beta})$				1.125
	S.E.				(0.256)
연령	$\hat{\beta}$				-0.0148
	$\exp(\hat{\beta})$				0.985
	S.E.				(0.0975)
월평균 가구 소득	$\hat{\beta}$				-0.0191
	$\exp(\hat{\beta})$				0.981
	S.E.				(0.102)

		(1)	(2)	(3)	(4)
학력(고졸)	$\hat{\beta}$				-0.317
	$\exp(\hat{\beta})$				0.728
	S.E.				(0.384)
학력(대재/대졸이상)	$\hat{\beta}$				-0.219
	$\exp(\hat{\beta})$				0.803
	S.E.				(0.381)
지역 - 부산	$\hat{\beta}$				1.960**
	$\exp(\hat{\beta})$				7.099
	S.E.				(0.874)
지역 - 대구	$\hat{\beta}$				-0.466
	$\exp(\hat{\beta})$				0.628
	S.E.				(0.786)
지역 - 인천	$\hat{\beta}$				1.056
	$\exp(\hat{\beta})$				2.875
	S.E.				(1.100)
지역 - 광주	$\hat{\beta}$				-1.382
	$\exp(\hat{\beta})$				0.251
	S.E.				(1.166)
지역 - 대전	$\hat{\beta}$				-0.247
	$\exp(\hat{\beta})$				0.781
	S.E.				(1.161)
지역 - 울산	$\hat{\beta}$				0.668
	$\exp(\hat{\beta})$				1.950
	S.E.				(0.930)
지역 - 경기	$\hat{\beta}$				-0.773**
	$\exp(\hat{\beta})$				0.462
	S.E.				(0.374)
지역 - 강원	$\hat{\beta}$				-0.786
	$\exp(\hat{\beta})$				0.456
	S.E.				(0.769)
지역 - 충북	$\hat{\beta}$				0.600
	$\exp(\hat{\beta})$				1.822
	S.E.				(0.637)
지역 - 충남	$\hat{\beta}$				-0.435
	$\exp(\hat{\beta})$				0.647
	S.E.				(0.569)
지역 - 전북	$\hat{\beta}$				0.785
	$\exp(\hat{\beta})$				2.192

		(1)	(2)	(3)	(4)
지역 - 전남	S.E.				(0.730)
	$\hat{\beta}$				0.0314
	$\exp(\hat{\beta})$				1.032
지역 - 경북	S.E.				(0.710)
	$\hat{\beta}$				-0.216
	$\exp(\hat{\beta})$				0.806
지역 - 경남	S.E.				(0.463)
	$\hat{\beta}$				-0.203
	$\exp(\hat{\beta})$				0.816
	S.E.				(0.491)
Observations		290	290	290	286
Log likelihood		-277.993	-276.58	-269.413	-251.396

- 1) reference group : 가치인식(배움의 공간), 성별(여), 학력(중졸이하), 지역(서울)
2) *** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1

[부록 2] 가설 2-2 분석 결과 : (종속변수 : 정보 만족도)

		(1)	(2)	(3)	(4)
성과인식	$\hat{\beta}$	0.766***	0.787***	0.929***	0.850***
	exp($\hat{\beta}$)	2.151	2.197	2.532	2.340
	S.E.	(0.185)	(0.186)	(0.239)	(0.258)
국가 정체성 확인 공간	$\hat{\beta}$		-0.207	1.372	1.683
	exp($\hat{\beta}$)		0.813	3.943	5.382
	S.E.		(0.268)	(1.328)	(1.406)
관광 및 휴식 공간	$\hat{\beta}$		0.346	0.687	-0.399
	exp($\hat{\beta}$)		1.413	1.988	0.671
	S.E.		(0.292)	(1.452)	(1.667)
성과인식*국가 정체성 확인 공간	$\hat{\beta}$			-0.545	-0.637
	exp($\hat{\beta}$)			0.580	0.529
	S.E.			(0.450)	(0.471)
성과인식*관광 및 휴식 공간	$\hat{\beta}$			-0.115	0.229
	exp($\hat{\beta}$)			0.891	1.257
	S.E.			(0.504)	(0.570)
Constant cut1	$\hat{\beta}$	-2.747***	-2.692***	-2.273**	-2.090*
	exp($\hat{\beta}$)	0.064	0.068	0.103	0.124
	S.E.	(0.870)	(0.880)	(0.982)	(1.185)
Constant cut2	$\hat{\beta}$	-2.335***	-2.279***	-1.863**	-1.680
	exp($\hat{\beta}$)	0.097	0.102	0.155	0.186
	S.E.	(0.769)	(0.781)	(0.893)	(1.113)
Constant cut3	$\hat{\beta}$	-2.043***	-1.985***	-1.571*	-1.389
	exp($\hat{\beta}$)	0.130	0.137	0.208	0.249
	S.E.	(0.713)	(0.726)	(0.845)	(1.074)
Constant cut4	$\hat{\beta}$	-0.995*	-0.936	-0.522	-0.328
	exp($\hat{\beta}$)	0.370	0.392	0.593	0.720
	S.E.	(0.594)	(0.609)	(0.747)	(1.000)
Constant cut5	$\hat{\beta}$	0.348	0.412	0.826	1.051
	exp($\hat{\beta}$)	1.416	1.510	2.284	2.861
	S.E.	(0.545)	(0.561)	(0.710)	(0.973)
Constant cut6	$\hat{\beta}$	1.119**	1.189**	1.603**	1.856*
	exp($\hat{\beta}$)	3.062	3.284	4.968	6.398
	S.E.	(0.539)	(0.556)	(0.708)	(0.972)
Constant cut7	$\hat{\beta}$	1.843***	1.917***	2.333***	2.670***
	exp($\hat{\beta}$)	6.315	6.801	10.309	14.440
	S.E.	(0.544)	(0.561)	(0.713)	(0.979)
Constant cut8	$\hat{\beta}$	2.544***	2.623***	3.041***	3.438***

		(1)	(2)	(3)	(4)
Constant cut9	$\exp(\hat{\beta})$	12.730	13.777	20.926	31.125
	S.E.	(0.555)	(0.572)	(0.723)	(0.991)
	$\hat{\beta}$	3.181***	3.264***	3.686***	4.127***
Constant cut10	$\exp(\hat{\beta})$	24.071	26.154	39.885	61.992
	S.E.	(0.567)	(0.585)	(0.734)	(1.002)
	$\hat{\beta}$	4.331***	4.419***	4.846***	5.384***
Constant cut11	$\exp(\hat{\beta})$	76.020	83.013	127.230	217.892
	S.E.	(0.595)	(0.614)	(0.759)	(1.025)
	$\hat{\beta}$	5.768***	5.857***	6.287***	6.928***
Constant cut12	$\exp(\hat{\beta})$	319.897	349.674	537.538	1020.451
	S.E.	(0.675)	(0.692)	(0.825)	(1.084)
	$\hat{\beta}$	6.784***	6.875***	7.308***	7.972***
성별(남성)	$\exp(\hat{\beta})$	883.596	967.775	1492.190	2898.649
	S.E.	(0.818)	(0.832)	(0.946)	(1.183)
	$\hat{\beta}$				0.136
연령	$\exp(\hat{\beta})$				1.146
	S.E.				(0.233)
	$\hat{\beta}$				0.185**
월평균 가구 소득	$\exp(\hat{\beta})$				1.203
	S.E.				(0.0876)
	$\hat{\beta}$				-0.0106
학력(고졸)	$\exp(\hat{\beta})$				0.989
	S.E.				(0.0927)
	$\hat{\beta}$				-0.350
학력(대재/대졸이상)	$\exp(\hat{\beta})$				0.705
	S.E.				(0.365)
	$\hat{\beta}$				-0.302
지역 - 부산	$\exp(\hat{\beta})$				0.739
	S.E.				(0.362)
	$\hat{\beta}$				0.872
지역 - 대구	$\exp(\hat{\beta})$				2.392
	S.E.				(0.664)
	$\hat{\beta}$				-1.066
지역 - 인천	$\exp(\hat{\beta})$				0.344
	S.E.				(0.679)
	$\hat{\beta}$				1.331
	$\exp(\hat{\beta})$				3.785
	S.E.				(0.988)

	(1)	(2)	(3)	(4)
지역 - 광주	$\hat{\beta}$			1.005
	$\exp(\hat{\beta})$			2.732
	S.E.			(0.984)
지역 - 대전	$\hat{\beta}$			0.412
	$\exp(\hat{\beta})$			1.510
	S.E.			(1.502)
지역 - 울산	$\hat{\beta}$			0.221
	$\exp(\hat{\beta})$			1.247
	S.E.			(0.917)
지역 - 경기	$\hat{\beta}$			0.0161
	$\exp(\hat{\beta})$			1.016
	S.E.			(0.342)
지역 - 강원	$\hat{\beta}$			-0.687
	$\exp(\hat{\beta})$			0.503
	S.E.			(0.626)
지역 - 충북	$\hat{\beta}$			0.547
	$\exp(\hat{\beta})$			1.728
	S.E.			(0.542)
지역 - 충남	$\hat{\beta}$			-0.398
	$\exp(\hat{\beta})$			0.672
	S.E.			(0.520)
지역 - 전북	$\hat{\beta}$			-0.973*
	$\exp(\hat{\beta})$			0.378
	S.E.			(0.580)
지역 - 전남	$\hat{\beta}$			1.353**
	$\exp(\hat{\beta})$			3.869
	S.E.			(0.609)
지역 - 경북	$\hat{\beta}$			0.258
	$\exp(\hat{\beta})$			1.294
	S.E.			(0.417)
지역 - 경남	$\hat{\beta}$			1.331***
	$\exp(\hat{\beta})$			3.785
	S.E.			(0.512)
Observations	261	261	261	257
Log likelihood	-553.347	-552.028	-551.292	-526.977

1) reference group : 가치인식(배움의 공간), 성별(여), 학력(중졸이하), 지역(서울)

2) *** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1

[부록 3] 가설 2-3 분석 결과 : (종속변수 : 용이성 만족도)

		(1)	(2)	(3)	(4)
성과인식	$\hat{\beta}$	0.797***	0.796***	0.917***	0.680***
	exp($\hat{\beta}$)	2.219	2.217	2.502	1.974
	S.E.	(0.183)	(0.184)	(0.239)	(0.263)
국가 정체성 확인 공간	$\hat{\beta}$		-0.171	1.851	1.035
	exp($\hat{\beta}$)		0.843	6.366	2.815
	S.E.		(0.263)	(1.280)	(1.424)
관광 및 휴식 공간	$\hat{\beta}$		0.0517	-0.859	-3.452**
	exp($\hat{\beta}$)		1.053	0.424	0.032
	S.E.		(0.300)	(1.417)	(1.618)
성과인식*국가 정체성 확인 공간	$\hat{\beta}$			-0.703	-0.406
	exp($\hat{\beta}$)			0.495	0.666
	S.E.			(0.434)	(0.477)
성과인식*관광 및 휴식 공간	$\hat{\beta}$			0.329	1.151**
	exp($\hat{\beta}$)			1.390	3.161
	S.E.			(0.487)	(0.549)
Constant cut1	$\hat{\beta}$	-1.844***	-1.882***	-1.557*	-2.517**
	exp($\hat{\beta}$)	0.158	0.152	0.211	0.081
	S.E.	(0.668)	(0.682)	(0.814)	(1.064)
Constant cut2	$\hat{\beta}$	0.251	0.213	0.550	-0.311
	exp($\hat{\beta}$)	1.285	1.237	1.733	0.733
	S.E.	(0.536)	(0.553)	(0.710)	(0.975)
Constant cut3	$\hat{\beta}$	2.128***	2.090***	2.444***	1.756*
	exp($\hat{\beta}$)	8.398	8.085	11.519	5.789
	S.E.	(0.544)	(0.561)	(0.719)	(0.976)
Constant cut4	$\hat{\beta}$	4.611***	4.576***	4.951***	4.537***
	exp($\hat{\beta}$)	100.585	97.125	141.316	93.410
	S.E.	(0.600)	(0.615)	(0.767)	(1.015)
성별(남성)	$\hat{\beta}$				0.00746
	exp($\hat{\beta}$)				1.007
	S.E.				(0.238)
연령	$\hat{\beta}$				0.121
	exp($\hat{\beta}$)				1.129
	S.E.				(0.0888)
월평균 가구 소득	$\hat{\beta}$				0.0323
	exp($\hat{\beta}$)				1.033
	S.E.				(0.0939)

		(1)	(2)	(3)	(4)
학력(고졸)	$\hat{\beta}$				-0.663*
	$\exp(\hat{\beta})$				0.515
	S.E.				(0.365)
학력(대재/대졸이상)	$\hat{\beta}$				-0.679*
	$\exp(\hat{\beta})$				0.507
	S.E.				(0.356)
지역 - 부산	$\hat{\beta}$				1.155
	$\exp(\hat{\beta})$				3.174
	S.E.				(0.709)
지역 - 대구	$\hat{\beta}$				-0.125
	$\exp(\hat{\beta})$				0.882
	S.E.				(0.723)
지역 - 인천	$\hat{\beta}$				1.048
	$\exp(\hat{\beta})$				2.852
	S.E.				(1.064)
지역 - 광주	$\hat{\beta}$				-0.542
	$\exp(\hat{\beta})$				0.582
	S.E.				(1.155)
지역 - 대전	$\hat{\beta}$				1.127
	$\exp(\hat{\beta})$				3.086
	S.E.				(1.068)
지역 - 울산	$\hat{\beta}$				0.912
	$\exp(\hat{\beta})$				2.489
	S.E.				(0.863)
지역 - 경기	$\hat{\beta}$				-0.105
	$\exp(\hat{\beta})$				0.900
	S.E.				(0.342)
지역 - 강원	$\hat{\beta}$				-1.512**
	$\exp(\hat{\beta})$				0.220
	S.E.				(0.701)
지역 - 충북	$\hat{\beta}$				0.321
	$\exp(\hat{\beta})$				1.379
	S.E.				(0.600)
지역 - 충남	$\hat{\beta}$				-1.511***
	$\exp(\hat{\beta})$				0.221
	S.E.				(0.533)
지역 - 전북	$\hat{\beta}$				-0.658
	$\exp(\hat{\beta})$				0.518

		(1)	(2)	(3)	(4)
	S.E.				(0.648)
지역 - 전남	$\hat{\beta}$				2.490***
	exp($\hat{\beta}$)				12.061
	S.E.				(0.708)
지역 - 경북	$\hat{\beta}$				0.415
	exp($\hat{\beta}$)				1.514
	S.E.				(0.433)
지역 - 경남	$\hat{\beta}$				0.385
	exp($\hat{\beta}$)				1.470
	S.E.				(0.459)
Observations		290	290	290	286
Log likelihood		-356.515	-356.238	-354.281	-327.617

- 1) reference group : 가치인식(배움의 공간), 성별(여), 학력(중졸이하), 지역(서울)
2) *** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1

[부록 4] 가설 2-4 분석 결과 : (종속변수 : 친절성 만족도)

		(1)	(2)	(3)	(4)
성과인식	$\hat{\beta}$	0.536***	0.523***	0.620***	0.385
	exp($\hat{\beta}$)	1.709	1.687	1.859	1.470
	S.E.	(0.183)	(0.184)	(0.240)	(0.271)
국가 정체성 확인 공간	$\hat{\beta}$		-0.142	0.839	-0.365
	exp($\hat{\beta}$)		0.868	2.314	0.694
	S.E.		(0.273)	(1.334)	(1.474)
관광 및 휴식 공간	$\hat{\beta}$		-0.180	0.115	-1.263
	exp($\hat{\beta}$)		0.835	1.122	0.283
	S.E.		(0.303)	(1.444)	(1.676)
성과인식*국가 정체성 확인 공간 $\hat{\beta}$	$\hat{\beta}$			-0.335	0.0312
	exp($\hat{\beta}$)			0.715	1.032
	S.E.			(0.446)	(0.488)
성과인식*관광 및 휴식 공간 $\hat{\beta}$	$\hat{\beta}$			-0.0987	0.263
	exp($\hat{\beta}$)			0.906	1.301
	S.E.			(0.495)	(0.566)
Constant cut1	$\hat{\beta}$	-2.143***	-2.252***	-1.966**	-2.622**
	exp($\hat{\beta}$)	0.117	0.105	0.140	0.073
	S.E.	(0.639)	(0.658)	(0.799)	(1.079)
Constant cut2	$\hat{\beta}$	-0.408	-0.518	-0.232	-0.753
	exp($\hat{\beta}$)	0.665	0.596	0.793	0.471
	S.E.	(0.549)	(0.571)	(0.731)	(1.028)
Constant cut3	$\hat{\beta}$	1.913***	1.805***	2.095***	1.856*
	exp($\hat{\beta}$)	6.773	6.080	8.125	6.398
	S.E.	(0.556)	(0.576)	(0.739)	(1.028)
Constant cut4	$\hat{\beta}$	4.356***	4.252***	4.546***	4.566***
	exp($\hat{\beta}$)	77.945	70.246	94.255	96.159
	S.E.	(0.615)	(0.632)	(0.788)	(1.070)
성별(남성)	$\hat{\beta}$				0.277
	exp($\hat{\beta}$)				1.319
	S.E.				(0.245)
연령	$\hat{\beta}$				0.282***
	exp($\hat{\beta}$)				1.326
	S.E.				(0.0950)
월평균 가구 소득	$\hat{\beta}$				-0.0812
	exp($\hat{\beta}$)				0.922
	S.E.				(0.0978)

		(1)	(2)	(3)	(4)
학력(고졸)	$\hat{\beta}$				-0.576
	$\exp(\hat{\beta})$				0.562
	S.E.				(0.370)
학력(대재/대졸이상)	$\hat{\beta}$				-0.406
	$\exp(\hat{\beta})$				0.666
	S.E.				(0.364)
지역 - 부산	$\hat{\beta}$				2.139***
	$\exp(\hat{\beta})$				8.491
	S.E.				(0.820)
지역 - 대구	$\hat{\beta}$				1.195
	$\exp(\hat{\beta})$				3.304
	S.E.				(0.832)
지역 - 인천	$\hat{\beta}$				-0.580
	$\exp(\hat{\beta})$				0.560
	S.E.				(0.966)
지역 - 광주	$\hat{\beta}$				1.079
	$\exp(\hat{\beta})$				2.942
	S.E.				(1.105)
지역 - 대전	$\hat{\beta}$				0.732
	$\exp(\hat{\beta})$				2.079
	S.E.				(1.070)
지역 - 울산	$\hat{\beta}$				0.226
	$\exp(\hat{\beta})$				1.254
	S.E.				(0.901)
지역 - 경기	$\hat{\beta}$				-0.220
	$\exp(\hat{\beta})$				0.803
	S.E.				(0.363)
지역 - 강원	$\hat{\beta}$				-0.972
	$\exp(\hat{\beta})$				0.378
	S.E.				(0.732)
지역 - 충북	$\hat{\beta}$				0.467
	$\exp(\hat{\beta})$				1.595
	S.E.				(0.590)
지역 - 충남	$\hat{\beta}$				-1.507***
	$\exp(\hat{\beta})$				0.222
	S.E.				(0.575)
지역 - 전북	$\hat{\beta}$				-2.251***
	$\exp(\hat{\beta})$				0.105

		(1)	(2)	(3)	(4)
지역 - 전남	S.E.				(0.652)
	$\hat{\beta}$				0.231
	$\exp(\hat{\beta})$				1.260
지역 - 경북	S.E.				(0.643)
	$\hat{\beta}$				-0.0991
	$\exp(\hat{\beta})$				0.906
지역 - 경남	S.E.				(0.447)
	$\hat{\beta}$				0.704
	$\exp(\hat{\beta})$				2.022
	S.E.				(0.484)
Observations		280	280	280	276
Log likelihood		-337.042	-336.795	-336.513	-307.749

- 1) reference group : 가치인식(배움의 공간), 성별(여), 학력(중졸이하), 지역(서울)
2) *** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1

Abstract

Research of the relationship between the perceived performance and the satisfaction in Cultural heritage management : Focusing on Moderating effect of Perceived Value

Seul Ki LEE

The Graduate School of Public Administration
(Master of Public Policy)
Seoul National University

The purpose of this study is to empirically analyze how individuals' satisfaction of cultural heritage is affected by the value they attach to it. Until recently, cultural heritage was of itself a priority, with policies primarily aimed at its preservation. However, there has been a renewed interest in the utilization of cultural heritage, thereby stressing the need for managing visitors' satisfaction. This approach emphasizes the role of and voluntary participation in the effort to preserve and develop a cultural heritage.

Despite such change, academic debate has primarily focused on quantifiable performance measures. Considering other strands of research, e.g. business, that emphasize the role of perceived value in shaping customer satisfaction, this paper attempts to extend the

discussion by considering the various meanings visitors attach to cultural heritage.

Using the 2010 survey on the experience of visiting cultural heritage sites, this research analyzes how respondents' satisfaction level is affected by the value they assign to cultural heritage. This research first classifies respondents into three groups according to their perceived values, and examine how their satisfaction levels differ across various satisfaction dimensions.

This study found a significant gap in satisfaction with service delivery between those who attach an educational value to cultural heritage as opposed to those who view it as a place of reaffirming their national identity. Level of satisfaction in the accessibility dimension also differed considerably, between those who view it as an educational site and those as a tourist attraction. The findings overall suggest that individuals' perceived value of cultural heritage affects the level of satisfaction they derive from it.

Keyword: Satisfaction, Cultural Heritage Value, Perceived Value, Utilization of Cultural Heritage, Cultural Heritage Management Policy

Student Number : 2014-21949